

生态旅游目的地竞争力评价指标体系研究*

黄钟浩,方旭红,张宁,张镒
(华侨大学旅游学院,福建泉州362021)

摘要 通过总结国内旅游目的地竞争力评价的研究现状,在现有旅游目的地竞争力概念分析的基础上阐述生态旅游目的地的内涵,概括生态旅游目的地竞争力的构成要素。运用层次分析法,从现实竞争力、潜在竞争力、环境竞争力3个方面构建生态旅游目的地竞争力评价指标体系,采用专家打分的方式获得生态旅游目的地竞争力各层评价指标的权重。研究发现潜在竞争力、环境竞争力、现实竞争力指标分别为0.528、0.333、0.140,表明潜在竞争力是生态旅游目的地的主要竞争力,旅游人才、区位条件、资源质量等方面的改进对生态旅游目的地竞争力的提升有着重要的作用。

关键词 生态旅游目的地;竞争力评价;指标体系;层次分析法

中图分类号 F590.3;O29

文献标识码 A

文章编号 1672-6693(2011)02-0075-04

旅游业的快速发展带动了旅游目的地的不断涌现,旅游业日益成为地方经济发展的重要动力,尤其是生态旅游在低碳经济的大背景下正逐渐成为旅游业发展的主流,如何提升生态旅游目的地竞争力就成了亟待解决的现实问题。对生态旅游目的地竞争力评价的研究有助于解释与衡量生态旅游目的地竞争力的强弱,理清生态旅游目的地的竞争优势与劣势,不断采取措施培育竞争优势,进而提高旅游竞争力,对于促进生态旅游地的可持续发展具有重要的意义。

1 旅游目的地竞争力评价研究现状

我国旅游目的地竞争力研究起步较晚,旅游目的地的竞争力评价研究文献数量较少。史春云等人从旅游目的地竞争力的主要评价模型(Crouch & Ritchie模型和Dwyer & Kim模型)、变量选择(价格、旅游人数与旅游收入、游客偏好与需求以及环境管理因素等)、模型应用等方面对旅游目的地竞争力定量评价进行了综述^[1]。易丽蓉等就旅游目的地竞争力影响因素进行了实证研究,并得出结论:旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求条件、区位条件5个因素与旅游目的地竞争力呈显著正相关关系,5个影响因素之间也呈正相关关系^[2]。朱明芳分析了国内外旅游目的地竞争力相关研究,归纳现

行主要测评指标和方法的特点,寻求更准确地衡量旅游竞争力的模型和方法^[3]。田里、李柏文、周小坤构建了适合中国实际旅游目的地竞争力评价的指标体系,运用重要性—绩效分析方法(IPA),实现对某一特定的旅游目的地竞争力因素进行实证分析^[4]。冯学钢、沈虹、胡小纯构建旅游目的地竞争力评价的投入产出指标体系,运用数据差异驱动原理,对中国31个省市自治区的竞争力展开量化研究,得出了中国31个省市自治区的旅游投入产出效率呈现东强西弱的格局,且大多数旅游目的地对其所占资源的利用效率不高的结论^[5]。臧德霞从旅游目的地竞争力影响因素入手,借助因子分析选取分析性评价指标并设定相应指标权重,结合旅游目的地竞争力表现形式构建显示性评价指标体系,从而得出了旅游目的地竞争力的多因素综合评价指标体系^[6]。

纵观以上文献可以看到,旅游目的地竞争力测评方法从定性方法、定性定量相结合的方法,发展到多元定量方法,评价方法更加多元化,但是对于专项旅游产品的评价较少,仅有柴寿升、付艳慧、郭晶、董亚娟、马耀峰和于锦华对滑雪旅游目的地竞争力、山岳型旅游目的地竞争力和体育旅游目的地竞争力做了相应的研究^[7-9]。竞争力在本质上是一个比较的概念,就竞争力本身的泛泛而谈并无太大的实际意义,因此,本文尝试运用层次分析法构建

* 收稿日期 2010-12-02

作者简介:黄钟浩,男,硕士研究生,研究方向为旅游资源开发与管理;通讯作者:方旭红,E-mail: xhf9999@163.com

生态旅游目的地竞争力评价指标体系,为生态旅游目的地的可持续发展提供科学的评价标准。

2 生态旅游地的内涵及竞争力分析

2.1 生态旅游目的地的内涵

生态旅游具有两层含意:旅游对象是自然生态环境,旅游方式是不对自然生态环境造成破坏。它是指旅游者基于回归自然、体验古朴文化、保护自然生态和传统文化等动机,在不损害生态环境的可持续发展前提下,到自然环境优美或人文气息浓郁的地区进行的以自然资源和传统文化为客体,并促进旅游地经济、社会、生态效益同步协调发展的一种新型的可持续性旅游活动。由此可以得出生态旅游目的地是指对游客有吸引力、相对未受旅游以外人类营利活动干扰的原赋景观地区^[10]。

2.2 生态旅游目的地竞争力的概念

臧德霞认为旅游地竞争力就是旅游目的地能够持续的为旅游者提供满意的旅游经历,并且能够不断提高旅游目的地居民生活质量以及旅游目的地其他利益相关者福利的能力,其表现形式为具有共同目标市场的旅游目的地之间市场占有率的大小和旅游收入的高低^[11]。竞争力强调的不仅仅是一种“经济能力”,更包含着现实竞争力和潜在竞争力。旅游目的地竞争力的主体是旅游目的地,其最直接的目标是满足旅游者的需求,为其提供满意的旅游经历,从而实现目的地的经济目标。然而,旅游目的地不同于一般的制造性企业,经济目标并非是其首要的、唯一的目标。一个旅游目的地可以借助发展旅游业展示自己是一个理想的生活之地、贸易伙伴或者投资场所,或者借此去保护生态资源和文化。而旅游目的地竞争力除了强调经济意义上的能力之外,还包含实现其社会意义、环境意义等方面的能力。除了强调现有的发展能力,还要注重挖掘其未来的发展潜力。所以本文将生态旅游目的地竞争力界定为:生态旅游目的地能够持续地为旅游者提供满意的旅游经历并且获得经济、环境、社会等综合效益的能力。

2.3 生态旅游目的地竞争力分析

综合生态旅游地竞争力的概念可以从3个层面方面剖析其构成要素,生态旅游目的地竞争力是由现实竞争力、潜在竞争力、环境竞争力这3个层面构成,这3种竞争力的位置表明了其与旅游业相关性

的大小。其中,潜在竞争力位于核心地位,最大的好处在于它揭示了在生态旅游目的地中除拥有现实竞争力外,还存在着潜在竞争力和竞争环境支持力,从而将旅游目的地竞争力与单纯的目的地旅游业综合实力区分开来,清楚地表明前者综合反映了不久的将来竞争力可能达到的水平,而后者则是旅游目的地旅游业发展的结果,是事实的竞争力。

生态旅游目的地竞争力包括现实竞争力、潜在竞争力、环境竞争力。其中,分析现实竞争力可用旅游竞争业绩来评价,但其只能反映某地旅游业过去和现在竞争行为的结果,不能反映该地区旅游业未来的竞争态势。对旅游竞争业绩的评价主要通过现在的旅游收入、旅游人数和旅游企业的经济效益等来进行评价^[12]。潜在竞争力是旅游竞争力的主要源泉。旅游竞争潜力主要测评旅游竞争过程的输入和竞争力的后续能力,可从旅游资源质量、旅游区位条件和旅游技术人才等3个方面来评价。旅游竞争业绩反映了旅游地的现有竞争能力,竞争潜力反映的是旅游地未来发展的后续能力。若竞争力很强而现有竞争实力太弱,则要花很长时间去培养竞争力来发挥潜在的竞争优势。若竞争潜力弱,现有竞争实力强,该旅游目的地就不能实现可持续发展,在今后的市场竞争中会被淘汰。因此,只有对旅游目的地的现实竞争力、竞争潜力和环境竞争力进行综合分析,才能得出旅游目的地综合竞争力的评价。

3 生态旅游地竞争力评价指标体系构建

3.1 研究方法

本文运用层次分析法确定生态旅游目的地竞争力指标体系权重。层次分析法(AHP)是1970年美国T. L. Saaty提出的,它是一种定性定量相结合的层次化分析方法,它将复杂问题分解成若干有序层次,并形成多层结构,逐层建立评价指标体系,由专家和决策者对所列指标通过两两比较重要程度来逐层进行判断评分,通过计算判断矩阵的特征值和它的正交化特征向量,来得出该层指标对上一层指标的贡献程度,从而得到基层指标对总体目标或综合评价指标的重要性排列结果。主要用以解决经济、环境、能源等各种方案的评估问题。该方法大体上分为6个步骤进行:1)明确问题;2)建立层次结构模型;3)构造判断矩

阵 4) 层次单排序 ;5) 层次总排序 ;6) 一致性检验^[13]。在 AHP 分析方法中 ,最根本的计算任务是求解判断矩阵的最大特征根及其所对应的特征向量。本文采用 MATLAB7.1 近似计算特征值 W_i 和最大特征根。

3.2 指标体系的构建

结合生态旅游目的地竞争力的构成要素并通过专家讨论 ,构建了生态旅游目的地竞争力评价指标体系 ,如图 1。

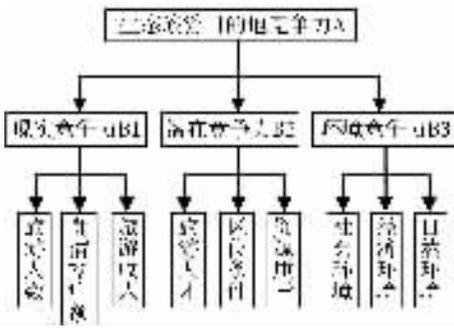


图 1 生态旅游目的地竞争力评价指标体系

3.3 构造判断矩阵

根据生态旅游目的地竞争力的评价指标体系图 ,可将生态旅游目的地竞争力影响指标分成 A、B、C 等 3 层 A ;B1 ,B2 ,B3 ;C1 ,C2 ,C3 ,C4 ,C5 ,C6 ,C7 ,C8 ,C9。然后采用 1~9 标度方法进行每两元素间的相对比较 ,构造判断矩阵 $A = (a_{ij})$,并进行计算。表 1 列出了标度及其含义。

3.4 计算指标权重

依据以上的指标体系 ,笔者邀请专家给予打分得出的判断矩阵 ,然后计算指标权重。生态旅游目的地竞争力评价的指标权重 :其数据见表 2。权重是指评价指标在评价体系中的重要性或评价指标在总分中所应占的比重 ,其数量表示即为权数。而权重在本文中特指各种指标对生态旅游目的地竞争力影响的程度。

表 1 标度的含义

标度	含义
1	表示两个元素相比 ,具有同样重要性
3	表示两个元素相比 ,前者比后者稍重要
5	表示两个元素相比 ,前者比后者明显重要
7	表示两个元素相比 ,前者比后者强烈重要
9	表示两个元素相比 ,前者比后者极端重要
2,4,6,8	表示上述相邻判断的中间值
倒数	若元素 i 与 j 的重要性之比为 a_{ij} ,那么元素 j 与元素 i 重要性之比为 $a_{ji} = 1/a_{ij}$ 。

表 2 生态旅游目的地竞争力评价各层判断矩阵及其权重

A	B1	B2	B3	W_i	B1	C1	C2	C3	W_i
B1	1	1/3	1/3	0.140	C1	1	3	1/2	0.320
B2	3	1	2	0.528	C2	1/3	1	1/4	0.122
B3	3	1/2	1	0.333	C3	2	4	1	0.558
B2	C4	C5	C6	W_i	B3	C7	C8	C9	W_i
C4	1	2	1/2	0.297	C7	1	1/3	1/5	0.100
C5	1/2	1	1/3	0.163	C8	3	1	1/3	0.260
C6	2	3	1	0.540	C9	5	3	1	0.640

3.5 一致性检验

3.5.1 一致性检验的步骤 对判断矩阵进行计算后 ,必须进行一致性检验。一致性指标 CI 和一致性比例 CR 的计算公式为

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}, CR = \frac{CI}{RI}$$

其中 RI 为平均随机一致性指标(可查表获得)见表 3 λ_{max} 为矩阵的最大特征值。当一致性比例 $CR \leq 0.10$ 时 ,表明矩阵通过了一次性检验 ,否则需要重新构造成对比较矩阵。

表 3 平均随机一致性指标 RI

矩阵阶数	1	2	3	4	5	6	7	8
RI	0	0	0.52	0.89	1.12	1.26	1.36	1.41

3.5.2 生态旅游目的地竞争力评价指标一致性检验

B 层对 A 层

$$\lambda_{max} = 3.054, CI = 0.27, RI = 0.580, CR = 0.046 < 0.10$$

C 层对 B1 层

$$\lambda_{max} = 3.018, CI = 0.009, RI = 0.580, CR = 0.015 < 0.10$$

C 层对 B2 层

$$\lambda_{max} = 3.01, CI = 0.05, RI = 0.580, CR = 0.009 < 0.10$$

C 层对 B3 层

$$\lambda_{max} = 3.04, CI = 0.02, RI = 0.580, CR = 0.03 < 0.10$$

经检验可知 ,计算结果均达到一致性要求 ,生态旅游目的地竞争力评价指标的判断矩阵可以接受。

3.5.3 生态旅游目的地竞争力评价指标的权重

经过采用层次分析法 ,得出了生态旅游目的地竞争力评价指标权重(见表 4)。

表 4 生态旅游目的地竞争力评价指标及其权重

现实竞争力 B1(0.140)	旅游人数 C1(0.320)
	食宿零售额 C2(0.122)
	旅游收入 C3(0.558)
生态旅游目的地 竞争力评价指标 A	旅游人才 C4(0.297)
	区位条件 C5(0.163)
	资源质量 C6(0.540)
环境竞争力 B3(0.333)	社会环境 C7(0.100)
	经济环境 C8(0.260)
	自然环境 C9(0.640)

4 结论与讨论

在生态旅游目的地竞争力评价体系中,B层(评价因素层)降次排位序为潜在竞争力、环境竞争力和现实竞争力,潜在竞争力占据着主导地位,其竞争力指标达到了0.528。因此生态旅游地应注重提升潜在竞争力,加强生态旅游人才的建设,培养高素质的服务人才,重视对生态旅游目的地自然环境的保护,不断提高生态旅游目的地的资源质量。

本次研究在实际运用中由于受到选择的专家人数的多少以及专家组成员学术背景差异的影响,使评判数据有一定的主观性,需要在后续的研究中不断完善,以进一步提高该方法的科学性。同时还要不断引进新的方法,例如方差分析、结构方程和回归分析^[14],深化生态旅游目的地竞争力的研究深度,总结出一套完整的生态旅游目的地竞争力的评价标准,为生态旅游目的地的竞争力评价提供有力的依据。

参考文献:

- [1] 史春云,张捷,沈正平等. 旅游目的地竞争力定量评价综述[J]. 人文地理 2006,107(3):72-77.
- [2] 易丽蓉,傅强. 旅游目的地竞争力影响因素的实证研究[J]. 重庆大学学报:自然科学版 2006(8):155-159.
- [3] 朱明芳. 关于旅游目的地竞争力测评方法的研究[J]. 社

会科学家 2007,124(2):110-114.

- [4] 田里,李柏文,周小坤. 旅游目的地竞争力:重要性-绩效分析[J]. 人文地理 2009,110(6):79-81.
- [5] 冯学钢,沈虹,胡小纯. 中国旅游目的地竞争力评价及实证研究[J]. 华东师范大学学报:哲学与社会科学版, 2009(5):101-107.
- [6] 臧德霞. 基于因子分析的旅游目的地竞争力评价指标体系研究[J]. 北京第二外国语学院学报 2009,137(9):20-27.
- [7] 柴寿升,付艳慧,郭晶. 旅游目的地竞争力构成要素分析——以滑雪旅游为例[J]. 中国海洋大学学报:社会科学版 2009(3):61-64.
- [8] 董亚娟,马耀峰. 山岳型旅游目的地竞争力提升研究——以陕西大南宫山旅游区为例[J]. 特区经济 2009(5):163-165.
- [9] 于锦华. 体育旅游目的地竞争力提升路径研究[J]. 北京体育大学学报 2010,33(1):39-41.
- [10] 黎克双. 生态旅游地研究[M]. 长沙:中南大学出版社, 2009:2-3.
- [11] 臧德霞,黄洁. 关于“旅游目的地竞争力”内涵的辨析与认识[J]. 旅游学刊 2006,21(12):29-34.
- [12] 魏小安. 旅游目的地发展实证研究[M]. 北京:中国旅游出版社 2002.
- [13] 徐建华. 现代地理学中的数学方法[M]. 北京:高等教育出版社,2004:225-230.
- [14] 王纯阳. 国外旅游目的地竞争力研究综述[J]. 旅游科学 2009,23(3):32.

Eco-tourism Destination Competitiveness Evaluation Index System

HUANG Zhong-hao, FANG Xu-hong, ZHANG Ning, ZHANG Yi

(College of Tourism, Huaqiao University, Quanzhou Fujian 362021, China)

Abstract: To summarize the situation of competitiveness evaluation studied on domestic eco-tourism destination, we attempt to recover the concept and inscape of the ecological tourism destination competitiveness which based on the concept analysis of the concept of eco-tourism destination competitiveness. Using the Analytic Hierarchy Process, we investigate the indexes system of the eco-tourism destination competitiveness evaluation from the realistic competitiveness, potential competitiveness, environmental competitiveness three aspects of ecological tourism destination competitiveness. Adopts expert scoring way to get the eco-tourism destination competitiveness evaluation indexes weights of each layer. The results showed that the indexes of potential competitiveness, environmental competitiveness, realistic competitiveness are 0.528, 0.333, 0.140. It demonstrate that potential competitiveness is the most important competitiveness, and we suggest that accelerating the improvements of the tour guides, geographic conditions, resources quality can paly an important role on highly enhancing the eco-tourism destination competitiveness.

Key words: eco-tourism destination; competitiveness; index system; AHP