

山东省区域旅游竞争力实证研究^{*}

仵颖涛 李红坤

(山东经济学院财政金融学院,山东 济南 250014)

[摘 要] 山东作为一个旅游资源大省,近年来,旅游产业发展迅猛,各项旅游指标快速增长,旅游产业结构不断优化,但还存在一系列问题。通过建立两水平 Logistic 模型定量评价山东省内区域旅游竞争状况找出影响山东省区域旅游竞争力的主要因素,从而有针对性地提出了一些提升山东省旅游产业竞争力水平的对策建议为优化政策:促进旅游产品创新,优化旅游产业结构,培育旅游高初级生产要素。推进区域联合,提升乡村旅游竞争力等,以期快速提升山东省区域旅游产业竞争力水平,实现山东省旅游经济的繁荣发展。

[关键词] 区域旅游产业竞争力;Logistic 分析法;山东省

[中图分类号]F592.7

[文献标识码]A

[文章编号]1000-971X(2011)04-0141-05

随着经济一体化进程的加快和人们消费观念的转变,旅游已成为国际经济贸易的重要组成部分和全世界最大的产业之一,并保持持续发展势头。随着旅游业的发展,越来越多的国家(区域)为争夺同一个市场和全球闲暇预算,展开全球范围的激烈竞争。在旅游市场中,早期阶段是有限的旅游目的地对有限客源的争夺。20 世纪 90 年代以后,一方面随着体验经济的到来,旅游业进入真正的大众旅游阶段,另一方面由于越来越多的地方政府将旅游业作为重要支柱产业来发展,旅游资源得以充分开发,不断涌现出新的旅游目的地,供给大幅增加,旅游市场进入买方市场,旅游区域间的竞争愈演愈烈,各旅游目的地之间竞争手段在逐渐提升,获得客源的边际成本亦在不断递增。本文研究的目的是通过对山东省旅游产业竞争力理论与实证的探讨,揭示出提升山东省旅游产业竞争力的主要障碍,进而对山东省旅游产业竞争力的进一步发展提出合理的政策建议及治理措施。

一、文献回顾

国内外关于旅游竞争力的表述存在一些差异。国外一般以旅游目的地为研究对象,旅游竞争力表

述为“旅游目的地竞争力”,目的地的范围包括国家、区域、城市、景区;国内一般以旅游产业为研究对象,旅游竞争力表述为“旅游产业竞争力”。国际上对区域旅游竞争力研究最初的焦点是旅游资源的区域禀赋和品质。G. R. Deasy 和 P. R. Griess(1966)运用旅游无差异曲线,研究了美国宾夕法尼亚的两个相似的、互相竞争的旅游景点,运用旅游等成本线划出不同旅游点的旅游腹地,发现旅游景点与客源地之间的引力是资源指向性的。20 世纪 80 年代末期至 90 年代,区域旅游研究成果较多地从旅游地客源竞争的角度出发,侧重市场定位、信息、目的地形象塑造、可持续发展与竞争力等,其中尤以案例研究居多。如 1993 年 Ritchie J. R. B 和 Crouch G. I. 的《国际旅游业竞争力一个理解和分析的框架》,^[1]1997 年 Douglas G. pearce《东南亚旅游目的地竞争力分析》等。^[2]国外关于城市旅游研究最早的是 Stansfield CA(1964)对城市旅游业重要性的论述。到了 20 世纪 70 年代,西方学者开始认识到城市旅游的重要性,但研究成果比较分散和凌乱。国外城市旅游竞争研究是国外城市研究的新兴热点之一,发起于 20 世纪 80 年代,尚未形成完善的理论体系。

^{*} 本文是山东省社会科学规划研究项目“提升山东省旅游业竞争力研究”(项目编号:09CSHZ08)的阶段成果。

[作者简介]仵颖涛(1965—),女,山东菏泽人,山东经济学院财政金融学院副院长、副研究员。主要研究方向:旅游管理。

20 世纪 90 年代,城市旅游竞争力研究主要侧重于城市之间的竞争 (Iain, 1999; Paul, 1999; Martin, 1999)、影响旅游城市竞争力的因素和城市竞争产生的后果等 (Robert, 1999; Mike, 1999)。有城市旅游竞争研究者将城市作为一个旅游目的地,从旅游营销和游客感知的角度进行剖析,如 Pearce (1999) 对巴黎的研究、Metin K&Mike R (1999) 对土耳其的研究。^[3] 进入 21 世纪以来,城市旅游竞争力研究进入多元化阶段。Aspa Gospodini (2001) 研究了城市环境的物质形式和休闲活动之间的关系。Avgoustis, SH (2003) 通过对印第安纳波里市的城市旅游发展研究,认为可持续发展与城市旅游竞争优势的获得是正相关的。^[4] 国外学者在旅游产业竞争力研究中使用最多的方法是案例比较、因子比较和图形分析。在进行不同目的地竞争力的因子比较或整个竞争力比较中,所使用的指标多为软指标,数据多是通过调查得到的一手资料。

国内旅游竞争力一般表述为旅游产业竞争力。与我国竞争力的整体研究状况相比,旅游产业竞争力的研究起步时间晚、成果数量少、研究人员的层次低。旅游竞争力研究受到重视是在 21 世纪初,研究成果的大量出现是在 2003 年之后。研究层次上,主要集中于旅游产业竞争力,并以城市为主要研究对象;研究内容则侧重于区域旅游产业竞争力的分析模型、竞争力的评价、竞争力的提升对策等。国内最早出现的旅游产业竞争力分析模型是万绪才等提出的旅游竞争力综合评价模型。该模型将旅游产业国际竞争力分解为旅游资源与产品条件、社会经济条件、其他方面 3 个部分,每一部分又分解为 3 个层级。省级区域的竞争力研究相对较少。冯茂娥利用综合评价模型分析了陕西省旅游产业竞争力,并对我国 31 个省在环境竞争力、基础竞争力、核心竞争力 3 个分项竞争力及旅游综合竞争力各方面进行了比较。汪德根从国际旅游竞争经济实力、国际旅游资金实力、国际旅游吸引力、国际旅游企业经营状况、国际旅游交通状况、国际旅游技术人才等 6 个方面构建了国际旅游竞争力评价体系,运用主成分分析和聚类分析方法对我国 31 个省份的国际旅游竞争力进行了实证分析。我国学者关于旅游产业竞争力的研究方法主要有以下几种:一是案例比较和因子比较法。这

是进行旅游研究的两种重要方法。二是层次分析法。在进行旅游竞争力的综合评价模型的构建时,我国多数学者使用层次分析法得到指标的权重值。

二、山东省区域旅游产业竞争力研究模型及评价体系的构建

区域旅游产业竞争力是一个区域的旅游业发展综合实力和潜力的体现,本文把区域旅游产业竞争力归结为:区域旅游产业竞争力 = 现实竞争力 + 潜在竞争力 + 环境竞争力。

现实竞争力是区域旅游产业竞争力中能直接表现出来的显性竞争能力,是决定和影响区域旅游业竞争力发展状况的直接因素和首要因素。主要选用旅游总收入(X_1)、旅游总接待量(X_2)、旅游市场占有率(X_3)和饭店业市场集中度(X_4)等指标来表示。它们分别反映了国内/国际旅游业的经济效益、市场规模以及区域旅游的市场结构状况。其中,旅游收入、旅游接待量、旅游增长等指数体现了区域旅游产业客源市场竞争力。饭店业市场集中度来反映区域旅游产业的市场结构状况。市场集中度越高,意味着市场中拥有一批具有一定规模的优势骨干旅游企业,这些企业规模大、市场支配能力强,在行业中具有较强竞争力,从而带动整个区域的旅游产业在全国甚至更大范围中具有较强的竞争力。

潜在竞争力是区域旅游产业竞争力的主要源泉,是旅游业竞争力的后续动力,对竞争力的长期可持续发展起着积极的促进作用。选用旅游资源品位度、旅游资源丰裕度(X_5 、 X_6)、旅游从业人员数量(X_7)等指标综合反映旅游资源、旅游人才等状况。

环境竞争力是区域旅游产业发展的各种环境的综合实力,主要包括自然环境、经济环境和社会环境等。选用星级饭店数量(X_8)、建成区绿化覆盖率(X_9)、旅行社数量(X_{10})等指标。

该指标体系表述如下:区域旅游产业竞争力 $A = (B_1, B_2, B_3)$

三、实证检验

建立两水平 Logistic 模型:

$$\lg\left(\frac{p}{1-p}\right) = \sum a + bx_i$$

p 是竞争力强, $1 - p$ 是竞争力弱。

第一步:共线性检验。结果见表 2,可以得出结

论:各自变量之间不存在共线性。

表 1 区域旅游产业竞争力评价指标体系			
区域旅游产业竞争力 A	一级指标		二级指标
	现实竞争力 B ₁	X1	旅游总收入(亿元)
		X2	旅游总接待量(万人次)
		X3	旅游产业市场占有率(%)
		X4	饭店业市场集中度
	潜在竞争力 B ₂	X5	旅游资源品位度
		X6	旅游资源丰裕度
		X7	旅游从业人员数量(人)
	环境竞争力 B ₃	X8	星级饭店数量
		X9	建成区绿化覆盖率(%)
		X10	旅行社数量

第二步:卡方检验。结果见表 3。可以得出结论:山东省区域旅游产业竞争力与旅游总收入(X₁)、旅游总接待量(X₂)、旅游市场占有率(X₃)、饭店业市场集中度(X₄)、旅游资源品位度、旅游资

表 3 列联表分析卡方检验

	渐进 sig. (双侧)									
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀
Pearson 卡方	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
似然比	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
线性相关	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

第三步:Logistic 回归检验。结果见表 4。

表 4 Logistic 回归检验						
变量	回归系数	标准误	Wals	自由度	P 值	OR 值
现实竞争力 B ₁			21.595	4	.000	
X ₁	.833	.256	10.522	1	.001	.432
X ₂	.591	.274	4.625	1	.031	.553
X ₃	.876	.787	1.211	1	.272	2.399
X ₄	1.651	.689	5.716	1	.015	5.221
潜在竞争力 B ₂			33.848	3	.000	
X ₅	.997	.205	23.427	1	.001	.368
X ₆	.991	.187	22.355	1	.085	.410
X ₇	.404	.235	2.924	1	.000	.665
环境竞争力 B ₃			92.858	3	.000	
X ₈	.680	.181	14.217	1	.000	1.969
X ₉	1.318	.751	3.998	1	.015	.255
X ₁₀	1.541	.312	29.978	1	.000	.191

对模型进行 Hosmer – Lemeshow 模型检验,结果见表 5,模型整体显著。

源丰裕度(X₅、X₆)、旅游从业人员数量(X₇)、星级饭店数量(X₈)、建成区绿化覆盖率(X₉)、旅行社数量(X₁₀)等变量是相关的。

表 2 共线性诊断及变量筛选

维 数	特征值	方差比例											
		常量	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	
常量	6.312	.00	.01	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
X ₁	2.147	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
X ₂	.877	.00	.087	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.03	.00	.00	
X ₃	.701	.00	.00	.00	.01	.01	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
X ₄	.225	.00	.01	.12	.00	.00	.15	.00	.00	.00	.00	.00	
X ₅	.175	.00	.03	.26	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.13	
X ₆	.092	.00	.00	.00	.00	.00	.02	.00	.00	.00	.00	.00	
X ₇	.074	.00	.00	.01	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.01	.00	
X ₈	.062	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
X ₉	.023	.00	.00	.15	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
X ₁₀	.004	.02	.01	.05	.11	.00	.00	.03	.00	.00	.11	.00	

表 5 Hosmer – Lemeshow 模型检验

卡方	自由度	Sig.
27.391	10	.000

第四步:模型系数解释 1——现实竞争力。影响权重大小由高到低排列:

表 6 模型系数解释 1——现实竞争力

特征项	影响权重排序
旅游总收入(X ₁)	3
旅游总接待量(X ₂)	4
旅游产业市场占有率(X ₃)	2
饭店业市场集中度(X ₄)	1

第五步:模型系数解释 2——潜在竞争力。影响权重大小由高到低排列:

表 7 模型系数解释 2——潜在竞争力

特征项	影响权重排序
旅游资源品位度(X ₅)	1
旅游资源丰裕度(X ₆)	2
旅游从业人员数量(X ₇)	3

第六步:模型系数解释3——环境竞争力。影响权重大小由高到低排列:

表8模型系数解释3——环境竞争力

特征项	影响权重排序
星级饭店数量(X_8)	3
建成区绿化覆盖率(X_9)	2
旅行社数量(X_{10})	1

四、提升山东省区域旅游产业竞争力的政策建议

根据以上实证分析的结果,提出提升山东省区域旅游产业竞争力的政策建议:

(一)优化政策环境

政策环境主要体现在政府对旅游业的支持力度方面,表现为政府对旅游业的投资多少、旅游政策法规的完善程度、旅游的宣传力度和旅游市场的规范程度等。在当前山东省旅游业快速发展之际,要把握机会,坚持政府主导机制,在充分发挥市场这只“无形之手”在资源配置中的基础性作用的前提下,进一步科学规划政府“有形之手”的宏观调控能力,不断推进旅游企业资产重组,优化政策环境,放宽市场准入,破除行政垄断,鼓励公平竞争,规范经济秩序,充分发挥市场优势,完善市场体系,为民资、外资进入旅游产业创造有利的市场环境和政务环境。积极引导、规范各旅游市场主体行为,创新旅游发展观念,提升旅游发展中的协调能力,形成有效的组织协调机制,建立健全统一、开放、竞争、有序的现代市场体系,以实现旅游资源配置达到或接近帕累托最优状态。

(二)以改革创新为动力,大力推进旅游产品创新发展

首先,优化旅游产品结构,提升产品功能层次。科学合理的旅游产品结构是巨大的旅游效益的无形制造器,是提升区域旅游产业市场竞争实力的必然要求。目前,我省的旅游产品主要是基础型即传统的观光旅游产品,而休闲度假、专项旅游等高层次旅游产品相对缺乏。所以,当前必须以市场需求变化为航标,加强旅游产品结构调整,优化产品结构,加快实现旅游产品由观光型向休闲度假型转变,推进旅游产品系列化、创新化发展,以提升产品市场竞争力。其次,突出特色,树品牌,打造旅游精品。再次,

深化旅游商品研、产、销体系,完善购物环境。旅游购物是旅游收入的主要来源之一。长期以来,山东省在旅游购物上花费了不少工夫,但与其他旅游大省相比,精品较少,应继续深化旅游商品研、产、销体系,完善购物环境。

(三)优化旅游产业结构,推进旅游产业结构的合理化,高级化

旅游产业结构的不合理是制约山东省旅游产业竞争力提升的重要因素,要实现山东省旅游产业向社会化、市场化、信息化、国际化和现代化的全面发展,就要从旅游产业的资源结构、产品结构、市场结构、部门结构四大方面进行旅游产业结构调整。

(四)培育旅游高级生产要素

旅游产业是劳动密集型和资金密集型的产业,人才和资本是旅游产业发展的两个重要的生产要素。从山东省实际省情出发,实施旅游高级生产要素发展战略,全面提升旅游产业潜在竞争力。首先,实施旅游人才战略,优化旅游人才供给结构。要树立人才资源是第一资源的观念,以人才机制、人才环境和人才资源能力建设为基础,以人才总量增加、人才素质提高和人才结构优化为目标,以高层次人才和急需紧缺人才的开发为重点,抓住培养、吸引和用好人才三个环节,努力建设一支高素质、专业化的旅游人才队伍,为推进山东省旅游经济奋力崛起提供坚实的人才保证。其次,创新投融资机制,多渠道筹集旅游资金。一方面,要积极争取国家在旅游国债、旅游发展基金及重大项目等方面的支持,不断加大各级政府公共财政的支持力度,加大公共财政在旅游基础设施、环境保护、制度建设等方面的投入,提高区域旅游产业环境竞争力;另一方面,抓机遇,扩大融资渠道,实现资本投入主体多元化。按照“谁投资、谁所有、谁受益”的原则,不断优化投资环境,鼓励全社会投资旅游业,并积极抓住海外资金和沿海资金向内地转移的有利时机,吸引海外资金,加大资本运作和招商引资力度。积极鼓励有条件的企业通过资本市场筹集资金,拓宽融资渠道。

(五)推进区域联合,提升旅游整体竞争力

根据当今旅游发展的新趋势,推进区域旅游合作不断向纵深发展。在省内推进了“黄金海岸”、“山水圣人”两条精品线上的旅游城市加强合作,并

通过“齐鲁文化”旅游线将其串联起来,通过打造“半岛城市群无障碍旅游区”将合作区域扩大、加强,实现区域旅游合作发展,向中做大、向西拓展,形成互动,建立旅游产品链和旅游精品线路网络,实现省际区域联动,最终推动全省旅游资源以整体包装形式推向境内外旅游市场。

(六)大力提升山东省乡村旅游竞争力

一是与历史民俗相结合,走历史性旅游产品路线。山东省民俗文化资源丰富,在乡村旅游开发中可重点挖掘黄河文化、运河文化、孔孟文化、胶东渔家民俗及其影响下的民风民俗、生活方式等,形成具有不同特色的专题性文化,进而组合成各种独具吸引力的旅游线路。二是与生态环境相结合,走乡村生态旅游产品路线。山东省不仅拥有湿地、海洋、森林、海岛等多样性的自然生态旅游资源,还有很多国家级、省级生态示范区和自然保护区。因此可以结合各地资源特色及分布情况,形成一批像黄河口湿地生态游、长岛海岛生态游、蒙山天然氧吧等在全国具有影响力的乡村生态旅游产品。三是与现代科技相结合,走现代农业旅游产品路线。四是与休闲度假相结合,走乡村休闲旅游产品路线。山东省目前具体可以开发两大类型的乡村休闲旅游产品:休闲娱乐型和康体疗养型产品。前者主要是指休闲娱乐项目,后者则是以乡村良好的自然环境为基础,开发诸如理疗、森林、温泉等以医疗保健功能为特色的服务项目。

参考文献:

- [1] Ritchie J. R. B and Crouch G. I, 1993, Competitiveness in international tourism: A framework for understanding and analysis[J]. Proceedings of the 43rd congress of association internationale d. experts scientifique de tourisme. San Carlos de Bariloche, Argentina, 10: 17 - 23.
- [2] Douglas G. pearce, 1997, Competitive Destination Analysis in Southeast Asia[J]. Journal of Travel Research, Spring, 12 (4): 37 - 41.
- [3] Metin K&Mike R, 1999, Manufacturing technology and strategy formulation - Keys to enhancing competitiveness and improving performance. Journal of Operations Management 17: 411 - 428.
- [4] Avgoustis, SH, 2003, Principles and practices in reporting structural equation analysis. Psychological Methods, 7, 64 - 82.
- [5] Jarari, J. , 1992, Towards tourism mitigation: recognizing cultural forms and forces influencing freedom for traveling. In The Freedom of Travling in the Year 2000. Aiest Publication, St. Gallen. 34: 89 - 104.
- [6] 汪高元. 安徽省旅游产业竞争力研究[D]. 安徽:合肥工业大学, 2009.
- [7] 丁爱玲, 刘富刚. 基于因子分析的山东省区域旅游竞争力定量评价研究[J]. 德州学院学报, 2008, (08).

(责任编辑:郝 涛)

