

国内旅游者西藏旅游风险认知研究

章 杰 宽

(西藏民族学院 管理学院, 陕西 咸阳 712082)

摘要: 风险认知是心理学的热门研究领域之一。旅游风险认知是旅游者对影响正常旅游活动的各种因素的心理感受和认识,是测量旅游者对某地旅游心理恐慌的重要指标。关于旅游者对西藏旅游风险认知的研究,可以很好地为构建西藏旅游危机管理系统服务。本文考察了影响旅游者对西藏旅游风险认知的主要因素,分析了不同因素对旅游者风险认知的影响,最后提出了如何将这些因素纳入旅游危机管理中的建议。

关键词: 西藏旅游;国内旅游者;风险认知;危机管理

中图分类号: F590.3 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-5315(2009)06-0111-08

旅游风险在旅游活动中总是客观存在的,它会影响旅游者的旅游决策行为。风险大,人们的出游意愿就变得比较薄弱;反之,亦然。但是,旅游风险的程度大小与旅游者的出游意愿并非都是呈这种正相关。譬如,西藏旅游的风险系数大大高于我国其它地区,但是西藏旅游业的发展也是我国最快的地区之一。据国家旅游局统计,2007年全年,西藏自治区入境游客总数为365370人次,比2006年增长了136.00%,而全国的增长率仅为19.08%。因此,旅游风险与人们出游意愿之间还应有其它的影响因素存在。这就是旅游者的主观风险认知,即旅游者对风险的主观认识状况;在一定意义上,它的影响程度要高于旅游风险本身,更能决定旅游者的旅游意愿^[1]。因此,在这种思想的指导下,本文以西藏自治区作为研究目的地,来探究国内旅游者对去西藏旅游的主观风险认知的相关理论,以期对西藏旅游业的发展提供参考。

一 风险和旅游风险认知

Sitkin 和 Weingart 将风险定义为“决策中可能的重要结果和(或)不想要的结果有不确定性的存在”^[2],即无论是期望的结果还是不期望的结果,它的发生都有一定的不确定性。安辉、付蓉(2005)将风险定义为所有影响目标实现的客观不确定性事件或因素的集合^[3]。因此,就旅游消费者而言,风险是指旅游者在其旅游消费行为中所认知到的可能发生的负面结果,或者说就是旅游者行为发生前的心理预期与客观后果之间的偏差。

风险认知是用来描述人们对风险的态度和直觉判断的一个概念。风险认知的观念,最早由 Bauer (1960)提出,他认为消费者的任何行为,都无法产生确定的预期后果,而且这些后果有可能会是不愉快的,因而他指出,消费者行为是一风险的承担,并且许多消费者的行为现象可以用风险知觉的观念予以解释^{[4]389-398}。Cox(1964)有关知觉风险理论的研究指出,当消费者的主观知觉不能确定何种购买最能配合或满足他可接受的目标水准,或者从事购买后的结果不能达到预期目标时,就会产生风险知觉^[5]。因此,所谓旅游风险认知,就是指旅游者对旅游行为发生前的心理期望与旅游行为发生的客观效果之间的偏差的一种

收稿日期:2009-08-29

基金项目:国家社会科学基金阶段性成果,基金编号:06BMZ008(青藏文化地理研究)。

作者简介:章杰宽(1982—),男,江苏沭阳人,管理学硕士,讲师,主要从事企业管理及区域经济研究。

主观评价,也叫旅游风险主观认知。对风险的认知,一般有两个观点:一是“风险预期模型”,这种模型是假设在合理预期的基础上描述事件判断的过程,而不考虑旅游者主观的因素;另一个评估就是消费者风险认知的主观因素,或称风险主观认知,它以描述性的模型为基础,体现了旅游者个体的差异,具有价值属性。本文以国内旅游者对象来研究旅游者对西藏旅游的风险认知,因此采用后一个方法。

二 国内旅游者西藏旅游风险认知调查

(一) 旅游风险认知的维度设计

风险认知涉及多个维度, Jacoby 和 Kaplan(1972)将消费者认知到的风险划分成了绩效风险、财务风险、身体风险、心理风险和社会风险五个维度^{[6]382-392}; Bettman(1973)将风险划分成了固有风险和可处理风险两个维度^[7]。而具体到旅游服务业,风险认知的维度则相对丰富。Murray 和 Schlacter(1990)在研究中对服务的风险类型进行了界定,包括财务风险、绩效风险、身体风险、心理风险、社会风险和便利风险; Boksbegera 等人(2007)从财务风险、绩效风险、身体风险、心理风险、社会风险、延迟风险等角度对旅游风险认知进行了研究^[8]。在综合前人的研究成果基础上,结合西藏旅游产业的实际,本文从七个维度分析国内旅游者对西藏旅游的风险认知,即:

财务风险(Financial Risk),指购买旅游产品或服务时所花费的金钱成本超过预期时游客感受到的风险,记作 r_1 ;

绩效风险(Performance Risk),指旅游产品质量没有达到期望值时游客感受到的风险,记作 r_2 ;

身体风险(Physical Risk),指旅途中因生病、意外事件、治安等因素对身体造成伤害的风险,记作 r_3 ;

社会风险(Social Risk),指选择的旅游产品不被别人认同而带来的风险,记作 r_4 ;

心理风险(Psychological Risk),指购买某项旅游产品导致自我形象或自我概念受到损失带来的风险,记作 r_5 ;

便利风险(Time Risk),指消费者从事购买旅游产品以获得满足时可能发生的时间及精力的不确定损失带来的风险,记作 r_6 ;

设施设备风险(Equipment Risk),指旅途中使用的各种设施设备的安全性引发的风险,记作 r_7 。

(二) 旅游风险认知的衡量

Peter 和 Tarpey(1975)两位学者提出了风险认知的衡量模式^[9],即风险认知=风险发生的不确定性×风险发生后的危害性。并且, Peter 和 Tarpey 在研究中还将风险的几个维度一并纳入考量,即旅游风险认知=财务风险+绩效风险+身体风险+心理风险+社会风险+便利风险+设备设施风险=财务风险发生的不确定性×财务风险发生后的危害性+绩效风险发生的不确定性×绩效风险发生后的危害性+身体风险发生的不确定性×身体风险发生后的危害性+心理风险发生的不确定性×心理风险发生后的危害性+社会风险发生的不确定性×社会风险发生后的危害性+便利风险发生的不确定性×便利风险发生后的危害性+设备设施风险发生的不确定性×设备设施风险发生后的危害性。用公式表示即:

$$TRP = \sum_{i=1}^7 (PL_{r_i} \times IL_{r_i})$$

其中, TRP——旅游风险认知(Tourism Risk Perception)

r_i ——各维度风险($i = 1, 2, 3, \dots, 7$)

PL_{r_i} ——各维度风险发生的可能性(Probability of Loss)

IL_{r_i} ——各维度风险发生的危害性(Importance of Loss)

(三) 旅游风险认知调查问卷设计

在参考及分析相关文献的基础上,根据研究的要求以及有利于实际操作的前提,本文把问卷设计为三个部分:第一部分是调查对象的人口统计特征调查;第二部分是旅游者对入藏旅游的旅游风险认知评价量表;最后是游客对入藏的相关旅游行为调查^[10]。问卷的最终确定,还征询了众多心理学、行为学和旅游学方面专家的意见。量表属性共有 17 项(见表 2),涉及财务风险、绩效风险、身体风险、心理风险、社会风险、便

利风险和设施设备风险共 7 个维度。被调查者需从各项风险发生概率的不确定性和发生后的危害性两个方面给出回答。问卷中每一风险状况发生概率的不确定程度,依五点尺度之李克特量表(Likert scale)加以衡量,由被调查者给予“非常不可能”(1 分)到“非常有可能”(5 分)的评价;风险发生后的危害性,也依五点尺度之李克特量表(Likert scale)加以衡量,由被调查者给予“非常严重”(5 分)到“完全无所谓”(1 分)的评价。

本次调查问卷投放时间为 2009 年 4—6 月,投放面向三个地区,分别是西安、广州和成都。其中,广州和成都是西藏自治区主要的国内客源市场^①,而西安是一个亟待开发的客源市场,具有较大潜力。西安投放问卷 90 份,回收 82 份,其中有效问卷 76 份;广州投放 120 份,回收 111 份,其中有效问卷 104 份;成都投放问卷 140 份,回收 136 份,其中有效问卷 120 份^②。因此,此次调查共投放问卷 350 份,回收 329 份,形成有效问卷 300 份,问卷有效率达 85.71%。

本研究的知觉风险由七个维度的风险所构成,为了检测各维度风险间的独立性,用以确定问卷整体的效度,因而利用相关分析计算各维度间的相关系数,如表 1 所示。

表 1. 赴藏旅游风险认知各维度之间的相关系数表

| | r_1 | r_2 | r_3 | r_4 | r_5 | r_6 | r_7 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| r_1 | 1 | .260 | .156 | .108 | .158 | -.155 | -.001 |
| r_2 | .260 | 1 | .238 | -.347 | -.489 | -.295 | -.052 |
| r_3 | .156 | .238 | 1 | .191 | -.112 | -.274 | .546 |
| r_4 | .108 | -.347 | .191 | 1 | .519 | -.115 | .410 |
| r_5 | .158 | -.489 | -.112 | .519 | 1 | .135 | .315 |
| r_6 | -.155 | -.295 | -.274 | -.115 | .135 | 1 | -.089 |
| r_7 | -.001 | -.052 | .546 | .410 | .315 | -.089 | 1 |

表 1 中,除身体风险与设备设施风险的相关系数为 0.546,以及社会风险与心理风险的相关系数为 0.519 略高以外,其余维度之间的相关系数绝对值均小于 0.5,因此该问卷内部旅游风险认知各维度之间的区别有一定的效度,即此七项维度可以解释旅游风险知觉。

此外,问卷中知觉风险各维度发生不确定性的信度系数^③(Cronbach α 系数)为 0.815,各维度发生的危害性的信度系数(Cronbach α 系数)为 0.807,旅游知觉风险发生的不确定性与风险结果危害性相乘汇总后旅游风险认知量表的信度系数(Cronbach α 系数)为 0.784,相关信息调查问题的信度系数(Cronbach α 系数)为 0.797。以上几个信度系数均位于 0.7 以上,符合指标要求,说明该问卷具有较好的信度,可以使用。

三 进藏旅游者旅游风险认知调查分析

(一) 旅游风险认知属性评价

表 2. 赴藏旅游风险认知属性评价表

| 旅游风险 认知维度 | 旅游风险认知各属性 | 旅游风险发生的不确定性评价 | | 旅游风险发生的危害性评价 | |
|--------------|-----------------|---------------|-------|--------------|-------|
| | | Mean | Std. | Mean | Std. |
| 财务风险 r_1 | 旅游产品价格太高造成财务负担 | 3.088 | 1.240 | 3.912 | 1.164 |
| | 购买的旅游产品质价不符 | 3.588 | .7831 | 4.235 | .7410 |
| 绩效风险 r_2 | 旅游的行程安排与期望不符 | 3.588 | .7831 | 3.529 | .7876 |
| | 食、宿、娱乐安排与期望不符 | 3.324 | .7676 | 3.029 | .6269 |
| | 导游人员提供的服务无法令人满意 | 3.941 | 1.043 | 3.941 | .6001 |
| 身体风险 r_3 | 旅游地的政治社会环境不稳定 | 3.941 | .7361 | 4.735 | .4478 |
| | 旅游地会有自然灾害发生 | 2.971 | .9040 | 3.941 | 1.013 |
| | 旅游地会有传染病发生 | 1.588 | .6568 | 3.177 | .9991 |

| | | | | | |
|------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 心理风险 r_4 | 异地环境不熟悉使人感到焦虑 | 3.706 | 1.115 | 3.147 | 1.438 |
| | 购买的旅游产品与自身的形象不符 | 2.324 | .8428 | 2.471 | .8956 |
| 社会风险 r_5 | 旅游产品无法得到亲朋好友的认同 | 3.265 | 1.263 | 3.147 | 1.048 |
| | 无法适应团体生活 | 3.029 | .9688 | 3.118 | 1.008 |
| 便利风险 r_6 | 相关手续与票据的办理不顺利 | 1.677 | .7270 | 2.441 | .6602 |
| | 此次旅行要获得满意的结果会耗费大量的时间与精力 | 4.588 | .6089 | 3.588 | .9884 |
| 设备设施 风险 r_7 | 交通工具的安全性 | 3.441 | .7859 | 4.177 | .5205 |
| | 住宿设施的安全性 | 2.618 | .8170 | 3.353 | .6912 |
| | 景区景点内娱乐设施的安全性 | 2.353 | .8836 | 3.294 | .7190 |

由表2可以发现,旅游者认为去西藏旅游“耗费大量的时间和精力”的可能性最大,均值在4.588;其次是“导游人员的服务无法令人满意”和担心“旅游地的社会政治环境不稳定”,均值接近4,为3.941,说明2008年初的“3.14”事件,使外地游客对西藏的社会政治环境表现出极大的担忧,直接影响他们去西藏旅游的动机强度;发生可能性得分最低的是“旅游地会有传染病发生”,均值只有1.588,作为现代社会的“一块净土”,西藏在这一方面让广大游客十分满意。在旅游风险发生的危害性评价方面,均值超过4分的依次是“旅游地的政治社会环境不稳定”、“购买的旅游产品质价不符”和“交通工具的安全性”。其中,“旅游地的政治社会环境不稳定”得分在4.735,说明广大旅游者对此一风险发生表现出极大的恐惧;得分最低的是“相关手续与票据的办理不顺利”,说明广大旅游者对此一风险的发生表现出较低的担忧。同时可以看出,对“财务风险”和“绩效风险”的各个属性,广大游客对风险的可能性和危害性都给予较高的评价,均值都在3分以上。

(二)旅游风险认知总体评价

表3. 赴藏旅游风险认知总体评价表

| 旅游风险认知维度 | 旅游风险发生的不确定性评价 | | 旅游风险发生的危害性评价 | | 旅游风险知觉总体评价 | |
|--------------|---------------|-------|--------------|-------|------------|-------|
| | Mean | Std. | Mean | Std. | Mean | Std. |
| 财务风险 r_1 | 3.338 | .7660 | 4.074 | .8084 | 13.95 | 5.126 |
| 绩效风险 r_2 | 3.618 | .5067 | 3.500 | .4732 | 12.65 | 2.377 |
| 身体风险 r_3 | 2.833 | .5206 | 3.951 | .7254 | 11.11 | 2.541 |
| 心理风险 r_4 | 3.015 | .6796 | 2.809 | .7883 | 8.728 | 4.159 |
| 社会风险 r_5 | 3.147 | 1.012 | 3.132 | .8817 | 10.42 | 5.535 |
| 便利风险 r_6 | 3.132 | .4319 | 3.015 | .7123 | 9.500 | 2.800 |
| 设备设施风险 r_7 | 2.804 | .5512 | 3.608 | .5411 | 10.07 | 2.304 |

由表3得知,广大游客对赴藏旅游的七项风险评价里,财务风险得分最高,其次是绩效风险,下来依次是身体风险、社会风险、设备设施风险、便利风险,最低的是心理风险。其中,绩效风险发生的可能性最大,设备设施风险发生的可能性最小;财务风险的危害性最大,心理风险的危害性最小。同时,也可以发现,旅游者对赴西藏旅游的诸多风险的危害性评价总体得分要高于可能性评价的总体得分,说明广大旅游者不仅仅担心风险的发生,更担心的是风险发生后对自身的影响。

(三)人口统计因素影响下的旅游风险认知方差分析

在有效回收的300份问卷中,人口统计方面的基本资料如下:性别方面,男性150名(占50%),女性150名(占50%);年龄方面,以21周岁到40周岁为最多,共185人(占61.8%),41周岁到60周岁的80人(占26.5%);婚姻状况方面,已婚者194人(占64.7%),其他62人(指未婚但有固定男/女友)(占20.6%);教育程度方面,大专及本科学历的150人(占50%),本科以上的115人(占38.2%);职业方面,以工商业者和学

生居多,共 141 人(占 47.1%);月收入方面,¥3000 以上的 132 人(占 44.1%),¥2000—3000 的 71 人(占 23.5%)。

不同人口统计特征的旅游者对赴藏旅游风险认知差异性的显著性分析,见表 4。分析表明,旅游者性别不同,对旅游风险认知基本上无显著性区别($P>0.05$),只是对便利风险具有较为显著的差别($P<0.05$),主要原因在于便利风险中“此次旅行要获得满意的结果会耗费大量的时间与精力”属性对男女而言,由于生理特征的区别而有一定的差异。年龄的不同,旅游者对绩效风险和社会风险的认知均有非常显著的差异($P<0.01$),对心理风险有较为显著的差异($P<0.05$)。婚姻状况对旅游者入藏旅游风险认知的选择无显著性影响($P>0.05$),而不同学历的旅游者对赴藏旅游的绩效风险认知有非常显著的差异($P<0.01$)。在职业方面,不同职业的旅游者对财务风险认知有非常显著的差异($P<0.01$),对社会风险有较为显著的差异($P<0.05$)。月收入的不同,对旅游者对财务风险的认知具有非常显著的影响($P<0.01$),对社会风险的认知则有较为显著的影响($P<0.05$)。

表 4. 人口统计因素下的赴藏旅游风险认知方差分析表

| 旅游风险 认知维度 | 性别因素 | | 年龄因素 | | 婚姻状况 | | 教育程度 | | 职业状况 | | 月收入 | |
|--------------|-------|-------|-------|--------|-------|------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | F | Std. | F | Std. | F | Std. | F | Std. | F | Std. | F | Std. |
| 财务风险 r_1 | .000 | .493 | 1.375 | .264 | 1.976 | .156 | .361 | .700 | 4.152 | .003** | 6.365 | .001** |
| 绩效风险 r_2 | .144 | .307 | 6.359 | .000** | .772 | .471 | 7.691 | .002** | 1.222 | .326 | .729 | .579 |
| 身体风险 r_3 | 1.329 | .258 | 1.416 | .249 | .121 | .786 | .332 | .720 | 1.663 | .162 | 1.567 | .209 |
| 心理风险 r_4 | 1.087 | .305 | 3.353 | .017* | .394 | .678 | .913 | .412 | 1.930 | .105 | 1.979 | .124 |
| 社会风险 r_5 | .905 | .348 | 4.252 | .005** | .101 | .604 | .694 | .507 | 3.379 | .011* | 3.298 | .024* |
| 便利风险 r_6 | 2.449 | .027* | 2.368 | .065 | 1.817 | .179 | .693 | .508 | 2.339 | .054 | .218 | .926 |
| 设备设施风险 r_7 | .430 | .517 | .785 | .569 | 1.107 | .343 | .454 | .639 | .873 | .541 | .901 | .476 |

注:“*”表示 $P<0.05$,”**”表示 $P<0.01$ 。

不同人口统计特征的旅游者对各维度风险认知的具体评价,参见表 5。从表 5 中可以看出,女性旅游者对赴藏旅游的心理风险、社会风险和便利风险认知较高;已婚旅游者对绩效风险的认知较高,有固定男/女友而未婚的旅游者对财务风险的认知较高,均值达到 16.86;20 岁以下的旅游者对赴藏旅游的财务风险认知较高,均值达到 16.88,而 61 岁以上的旅游者对心理风险和便利风险的认知均值分别达到 17.00 和 20.25;中学学历以下的旅游者比较关注财务风险和绩效风险,均值分别达到 15.25 和 16.33;在职业差异方面,学生最关注财务风险,公务员对财务风险认知度最低,均值只有 7.000,从事农业的旅游者对心理风险和社会风险的认知度最低,均值分别为 6.000 和 4.500;在月收入方面,基本上收入越高对财务风险的认知程度越低,即月收入与财务风险认知度呈反相关,但同时注意到月收入在 ¥1500—2000 的旅游者对财务风险认知的均值最大(可以认定所调查对象受到了其他相关因素的影响,如家庭),月收入最高的旅游者对心理风险的认知最低,均值只有 6.633。

表 5. 人口统计因素下的赴藏旅游风险认知评价表

| 风险维度 人口信息 | | 财务风险 r_1 | 绩效风险 r_2 | 身体风险 r_3 | 心理风险 r_4 | 社会风险 r_5 | 便利风险 r_6 | 设备设施风险 r_7 |
|--------------|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| | | Mean |
| 性别 | 男 | 13.96 | 12.50 | 11.61 | 7.985 | 9.515 | 8.765 | 10.33 |
| | 女 | 13.94 | 12.80 | 10.61 | 9.471 | 11.32 | 10.24 | 9.810 |

| | | | | | | | | |
|------------|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 婚姻 | 已婚 | 12.75 | 13.02 | 11.25 | 9.205 | 10.68 | 9.989 | 10.08 |
| | 未婚 | 15.15 | 11.82 | 11.04 | 7.85 | 10.45 | 9.800 | 11.22 |
| | 其他 | 16.86 | 12.06 | 10.70 | 7.857 | 9.571 | 7.750 | 9.222 |
| 年龄 | 20岁以下 | 16.88 | 9.500 | 9.222 | 10.50 | 18.13 | 9.625 | 10.50 |
| | 21—30岁 | 15.95 | 12.70 | 11.63 | 7.841 | 9.136 | 8.295 | 9.929 |
| | 31—40岁 | 11.15 | 11.20 | 10.09 | 7.025 | 7.800 | 9.350 | 9.078 |
| | 41—50岁 | 13.75 | 15.61 | 10.47 | 7.500 | 8.813 | 8.250 | 10.81 |
| | 51—60岁 | 15.40 | 14.71 | 12.16 | 11.05 | 12.75 | 12.35 | 11.02 |
| | 61岁以上 | 10.75 | 11.67 | 13.89 | 17.00 | 12.13 | 20.25 | 11.56 |
| 学历 | 中学以下 | 15.25 | 16.33 | 11.47 | 9.563 | 11.94 | 10.38 | 9.167 |
| | 大专本科 | 13.22 | 12.08 | 10.75 | 9.471 | 11.13 | 9.824 | 10.37 |
| | 本科以上 | 14.50 | 12.26 | 11.47 | 7.500 | 9.020 | 8.808 | 9.957 |
| 职业 | 学生 | 16.93 | 12.13 | 10.71 | 9.321 | 14.11 | 8.893 | 10.62 |
| | 军人 | 14.00 | 13.33 | 10.11 | 14.00 | 12.25 | 15.75 | 14 |
| | 工商业 | 11.75 | 13.56 | 10.53 | 7.361 | 7.417 | 9.333 | 10.15 |
| | 农业 | 12.00 | 13.33 | 13.33 | 6.000 | 4.500 | 10.50 | 10.89 |
| | 教师 | 14.58 | 11.96 | 12.52 | 7.833 | 11.67 | 9.625 | 10.00 |
| | 公务员 | 7.000 | 10.44 | 8.815 | 7.333 | 6.167 | 6.833 | 8.852 |
| | 退休人员 | 12.90 | 14.27 | 13.02 | 13.25 | 15.20 | 11.65 | 9.956 |
| 其他 | 10.00 | 11.00 | 8.889 | 5.000 | 3.750 | 7.000 | 7.778 | |
| 月收入 (¥) | 1000以下 | 18.00 | 11.72 | 7.889 | 9.000 | 18.00 | 8.125 | 8.944 |
| | 1000—1500 | 17.00 | 12.37 | 11.74 | 10.25 | 12.17 | 10.42 | 12.15 |
| | 1500—2000 | 19.92 | 12.65 | 12.24 | 10.54 | 11.92 | 9.833 | 10.41 |
| | 2000—3000 | 12.47 | 13.86 | 11.82 | 10.66 | 12.53 | 9.594 | 9.444 |
| | 3000以上 | 11.20 | 12.18 | 10.58 | 6.633 | 7.333 | 9.317 | 10.01 |

(四)旅游行为因素影响下的旅游风险认知方差分析

旅游行为因素影响下的赴藏旅游者旅游风险认知方差分析表明(见表6),旅游者曾经赴藏的旅游次数不同,对赴藏旅游的心理风险和便利风险认知具有非常显著的差异性($P < 0.01$),对财务风险的认知有较为显著的差异($P < 0.05$);旅游者在西藏的停留时间的不同,对赴藏旅游的风险认知没有显著的差异($P > 0.05$);而消费金额的不同,对旅游者的心理风险和便利风险认知有较为显著的影响($P < 0.05$),对社会风险的认知则有非常显著的影响,差异性很大($P < 0.01$);旅游者对西藏旅游信息的搜集渠道,也影响了其旅游风险认知,尤其体现在绩效风险的认知($P < 0.01$)。

表 6. 旅游行为因素下的赴藏旅游风险认知方差分析表

| 旅游风险认知维度 | 旅游次数 | | 停留时间 | | 消费金额 | | 信息搜集 | |
|------------|-------|-------|-------|------|-------|------|-------|--------|
| | F | Std. | F | Std. | F | Std. | F | Std. |
| 财务风险 r_1 | 4.396 | .011* | 1.104 | .363 | 2.710 | .063 | 1.057 | .405 |
| 绩效风险 r_2 | .695 | .562 | .616 | .610 | .527 | .667 | 4.916 | .002** |
| 身体风险 r_3 | 1.634 | .202 | .589 | .627 | .140 | .935 | 1.505 | .220 |

| | | | | | | | | |
|--------------|-------|--------|-------|------|-------|--------|-------|------|
| 心理风险 r_1 | 6.012 | .002** | .652 | .588 | 3.175 | .038* | 1.724 | .162 |
| 社会风险 r_5 | .891 | .457 | 2.119 | .119 | 5.933 | .003** | 2.464 | .057 |
| 便利风险 r_6 | 5.963 | .003** | 1.543 | .224 | 3.821 | .020* | 1.868 | .132 |
| 设备设施风险 r_7 | 2.920 | .050 | .549 | .653 | 1.434 | .252 | 1.344 | .275 |

注：“*”表示 $P < 0.05$ ，“**”表示 $P < 0.01$ 。

不同旅游行为的旅游者对各维度风险认知的具体评价,见表7。从来没有去过西藏的旅游者对财务风险认知度最高,均值达21.50;财务风险、心理风险和社会风险认知的均值都随着旅游次数的增加而减少;而在便利风险方面,去过西藏两次的旅游者评分最高,说明西藏旅游的确耗费旅游者大量的时间和精力。随着停留时间的增加,旅游者对财务风险和社会风险的认知都逐渐减弱,而其他几个维度的风险认知基本没有大的变化。在消费金额上,消费额在¥1000以下的旅游者最为关注财务风险,均值达到20.08,而便利风险基本随着消费金额的增加而逐渐减弱,同时消费金额在¥2000以上的旅游者对社会风险和便利风险的认知最低,均值分别为5.682和7.545。从相关团体获取西藏旅游信息的旅游者对财务风险和绩效风险的评价最高,根据自身的旅游经验获取信息的旅游者对其他几个维度风险的认知最高。

表7. 旅游行为因素下的赴藏旅游风险认知评价表

| 风险维度 旅游行为 | | 财务风险 r_1 | 绩效风险 r_2 | 身体风险 r_3 | 心理风险 r_4 | 社会风险 | 便利风险 | 设备设施风险 |
|--------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | Mean | Mean | Mean | Mean | r_5 Mean | r_6 Mean | r_7 Mean |
| 旅游 次数 | 0次 | 21.50 | 12.87 | 10.89 | 17.13 | 16.00 | 9.010 | 9.653 |
| | 1次 | 14.53 | 11.39 | 10.63 | 15.75 | 15.13 | 8.958 | 10.43 |
| | 2次 | 13.5 | 13.33 | 13.06 | 8.833 | 9.917 | 15.88 | 14.22 |
| | 2次以上 | 9.083 | 13.33 | 15.56 | 7.750 | 9.940 | 12.25 | 10.11 |
| 停留 天数 | 1—3天 | 17.25 | 13.86 | 9.694 | 9.500 | 15.44 | 8.938 | 9.750 |
| | 4—7天 | 14.17 | 12.38 | 11.48 | 9.114 | 10.36 | 10.10 | 9.859 |
| | 8—15天 | 11.90 | 12.27 | 10.76 | 8.250 | 9.600 | 9.000 | 11.31 |
| | 15天以上 | 11.33 | 13.59 | 10.85 | 5.667 | 5.500 | 6.667 | 10.00 |
| 消费金 额(¥) | 1000以下 | 20.08 | 13.81 | 10.85 | 11.83 | 13.83 | 11.75 | 11.33 |
| | 1000—1500 | 14.14 | 13.03 | 11.43 | 10.61 | 13.05 | 9.864 | 9.990 |
| | 1500—2000 | 11.17 | 12.06 | 11.23 | 8.444 | 11.86 | 10.69 | 10.94 |
| | 2000以上 | 14.36 | 12.42 | 10.75 | 6.227 | 5.682 | 7.545 | 9.101 |
| 信息 来源 | 广告客观资料 | 14.18 | 12.66 | 10.75 | 7.409 | 7.750 | 9.136 | 9.444 |
| | 产品展示询问 | 11.83 | 11.02 | 10.56 | 7.458 | 9.333 | 8.667 | 10.15 |
| | 旅游经验 | 11.25 | 11.14 | 14.19 | 13.69 | 17.63 | 12.63 | 12.28 |
| | 相关团体意见 | 16.40 | 15.73 | 10.67 | 9.600 | 12.00 | 10.70 | 10.13 |
| | 产品知名度 | 12.75 | 14.03 | 11.22 | 7.875 | 9.688 | 7.875 | 10.81 |
| | 其它 | 17.31 | 11.33 | 10.28 | 9.063 | 10.94 | 8.750 | 8.667 |

四 研究结论及其对危机管理的启示

文章运用定量研究方法对国内旅游者赴藏旅游风险认知做了深入的研究,认为赴藏旅游风险认知应该包括7个维度、17个属性。研究的结论显示:第一,广大国内旅游者认为赴藏旅游的财务风险和绩效风险发生的可能性最高,而认为西藏的旅游设备设施最为安全,发生风险的可能性最低。具体到各个风险属性来说,旅游者认为极有可能发生的风险有“耗费大量的时间和精力”、“导游人员的服务无法令人满意”和“旅

游地的社会政治环境不稳定”。而这三点也正是目前制约西藏旅游业发展的主要因素:旅游产品分布不集中、高原反应、旅游人才匮乏以及敏感的政治环境^④。第二,旅游者对赴藏旅游风险认知的认识受到人口统计因素以及旅游者旅游行为的影响。其中,旅游者的年龄对赴藏旅游风险认知的影响最大,下来依次是月收入、职业、学历、性别,而婚姻状况对旅游者的赴藏旅游风险认知则没有显著的影响,还有就是旅游者的旅游次数、旅游消费金额和旅游信息的来源渠道对他们的赴藏旅游风险认知也有一定的影响,而停留时间则没有显著的影响。

基于上述结论,对西藏旅游业发展的危机管理来说,无论是旅游行政管理部门还是旅游企业都应当做到:第一,特别关注旅游者对赴藏旅游风险认知的结构问题,尤其应该关注旅游者对赴藏旅游风险认知中的危害性评价,及早做好预防措施;第二,注重提高西藏旅游从业人员的自身素质,尤其要培养一批具有较高服务技能和良好服务意识的导游队伍,重视西藏旅游信息在旅游经营者和旅游者之间的传播,保持旅游经营者和旅游者之间信息的畅通;第三,通过对旅游产品的调整、旅游客源市场的时空多元化整合来提升西藏旅游业的自身免疫力,还有就是在本地区民众中加大旅游意识的宣传,使之认识到旅游业对西藏经济社会发展的重要性,从而更大程度地获得民众的支持,降低人为危机事件的发生概率,建立一个健康和谐旅游社会政治环境。

注释:

①数据由西藏自治区旅游局提供。

②感谢广州城市职业学院的魏来老师、成都职业技术学院的王瑀老师和陕西远见旅游规划设计研究院有限公司的许文龙组长,他们在问卷的投放、回收及整理过程中付出了巨大的劳动。

③ α 系数的值位于0.95~0.99之间,测验可靠性强; α 系数位于0.9~0.94之间时,是通常的最佳结果; α 系数位于0.8~0.9之间,测量信度较好; α 系数位于0.7~0.79,可以使用; α 系数位于0.7以下,表明误差太大,该测量不能使用。

④参见北京清华城市规划设计研究院编制《西藏自治区旅游发展总体规划(2005—2020)》,第123-125页。

参考文献:

- [1]Cater C. I. Playing with Risk? Participant Perceptions of Risk and Management Implications in Adventure Tourism[J]. *Tourism Management*, 2006, 27: 317-325.
- [2]Sitkin S. B., & Weingart L. R. Determinants of risky decision-making behavior: A test of the mediating role of perceptions and propensity[J]. *Academy of Management Journal*, 1995, 38: 1573-1599.
- [3]安辉,付蓉.影响旅游者主观风险认知的因素及对旅游危机管理的启示[J]. *浙江学刊*, 2005, (1): 196-200.
- [4]Bauer R. A. Consumer Behavior as Risk Taking[M]//R. S. Hancock (ed.). *Dynamic marketing for a changing world*. Chicago: American Marketing Association, 1960.
- [5]Cox Donald F., Rich Stuart U. Perceived Risk and Consumer Decision Making—The Case of Telephone Shopping[J]. *Journal of Marketing Research*, 1964, (1): 229-238.
- [6]Jacoby J, Kaplan L B. The Components of Perceived Risk[C]//Venkatesan M. *Association for Consumer Research*. College Park, Maryland.
- [7]Bettman JR. Perceived Risks and its Components: A Model and Empirical Test[J]. *Journal of Marketing Research*, 1973, 10(2): 184-190.
- [8]Boksbergera P. E., Biegerb T., Laesserb C. Multidimensional analysis of perceived risk in commercial air travel[J]. *Journal of Air Transport Management*, 2007, 13: 90-99.
- [9]Peter J. Paul, Tarpey Lawrence X. A. Comparative Analysis of Three Consumer Strategies[J]. *Journal of Consumer Research*, 1975, 2: 29-37.
- [10]曹胜雄,王丽娟.旅游产品知觉风险与降低风险策略之研究[J]. *旅游管理研究*, 2001, 1(1): 1-26.

[责任编辑:凌兴珍]