

旅游者—旅行社

信任 关系研究

程 成 著

华南理工大学出版社

旅游者—旅行社信任关系研究

程 成 著

华南理工大学出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游者—旅行社信任关系研究/程成著. —广州: 华南理工大学出版社, 2010. 9
ISBN 978-7-5623-3343-2

I. ①旅… II. ①程… III. ①旅游经济—经济理论—研究 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 168999 号

总 发 行: 华南理工大学出版社 (广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

营销部电话: 020-87113487 87110964 87111048 (传真)

E-mail: scutc13@scut.edu.cn **http:** //www.scutpress.com.cn

责任编辑: 黄冰莹

印 刷 者: 广东省农垦总局印刷厂

开 本: 787mm×960mm 1/16 **印张:** 14 **字数:** 275 千

版 次: 2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1~1 000 册

定 价: 30.00 元

版权所有 盗版必究

序 一

程成博士《旅游者—旅行社信任关系研究》一书付梓出版，可喜可贺。这是一位较有代表性的新一代年轻学者多年埋头苦读、精心钻研的优秀学术成果，这也是管理学领域颇具创新思维的一次成功探索。作为新时代、新女性中的一位优秀代表，程成博士走出了一条热爱生活、执着求学、勇攀高峰的奋斗轨迹，因而也为同时代人以及更年轻一代学者的成长树立了良好的范例。可以讲，她的成功源于砥砺刻苦、源于忘我坚持、源于严谨思考，也源于精益求精。有幸结识程成博士，本人深为她年如一日埋头攻读、直面人生的优良品德和求实作风所感动。

本专著系程成女士在澳门攻读博士学位时高质量完成的答辩论文，主题鲜明、内容丰富、观点新颖、论证充分、体例规范是其主要特点和优点。这部体现创新思维的专著不仅具有颇高的经济学、管理学、社会心理学理论水平，而且对于广阔旅游市场的施信与受信各方具有相当深刻的现实意义；它不仅对学术理论界具有启迪价值，而且也为广大读者提供了可资借鉴的有用范本。程成博士思维严谨、数理功底深厚，她所推导建立的旅游者—旅行社信任关系（TTRT）模型很有新意，借助由旅游者与旅行社交易过程、旅游者对旅行社的判断过程、旅游者自身心理过程三个维度组成的三维框架，可以反映出市场上的契约信任、认知信任和情感信任程度，可以对经营业界和消费者提供据以进行量化的判断参考。

“功夫不负有心人”、“梅花香自苦寒来”。程成博士的多年奋斗已结出令人深受启迪的可贵硕果。衷心祝贺她旗开得胜、奋战告捷，但愿再接再厉，再创新绩，在不久的将来把更佳更优的研究成果奉献给澳门，奉献给广西，奉献给伟大的祖国。

杨允中

2010年3月于澳门

序 二

程成博士的专著《旅游者—旅行社信任关系研究》出版是一件可喜可贺的事情。作为她的博士生导师，我被她不断超越自我、不断追求完善的激情和科学研究精神所感动，很高兴为她作序。

程成博士是广西大学一位年轻的科研教学人员，她治学态度认真严谨，不断提升自身能力，优化已有的知识结构。2004年9月她被澳门科技大学录取为管理学博士研究生，2007年12月她通过高级专业技术资格评审晋升为副研究员。近些年，她参加与主持了不少研究课题：2000年9月至2004年3月作为主要成员，参加了美国福特资金资助课题《中越边境民族文化振兴与经济发展互动关系研究》的工作；2000年9月作为主要成员，参加了广西壮族自治区哲学社会科学“九五”规划重点课题《广西少数民族传统文化与现代化》的工作；2005年10月至2006年1月作为主要成员，参加了澳门发展策略研究中心课题《澳门特区居民素质调查》的工作；2007年3月至2008年12月作为主要成员，参加了广西壮族自治区旅游局委托课题《泛北部湾旅游合作研究》的工作；2009年9月至2010年6月作为主要成员，参加了广西壮族自治区旅游局委托课题《CAFTA框架下广西深化与东盟旅游合作研究》的工作。目前，她正主持广西壮族自治区哲学社会科学“十一五”规划课题《1981年以来东盟国家旅桂市场结构研究》。这表明，程成在工作中已经取得了一定的成绩。

在当前的国内旅游市场里，旅行社及其员工的诚信缺失阻碍了旅游业合理竞争市场秩序的形成，程成十分关注旅游者—旅行社信任关系问题，并以此作为她的博士论文选题。本专著是在她的博士论文基础上修改而成的，是她这些年来研究成果的凝结。对于《旅游者—旅行社信任关系研究》一书的面世，我想谈三点看法：

第一，旅游者—旅行社信任关系研究是一个很有理论和实践价值的课题。一直以来，信任及诚信问题都是理论界研究的热点和难点，而我国旅行社及其员工的诚信问题更是引起国家相关行政部门和众多学者的广泛关注，但国内旅游学术研究领域对旅游市场信任问题的研究多数停留于理论探讨阶段，且未形成体系，欠缺实证研究的支持。程成以旅游者为施信方、旅行社为受信方来探讨旅游者—旅行社信任关系，即从旅游者角度来感知旅行社及其员工的诚信问题，这有助于转换诚信研究视角，从旅游者千变万化的行为中找出旅游者跟随旅行社组团出游的行为规律和决策过程，发现让旅游者觉得跟随旅行社组团出游值得信任和信赖的前因因素，这有助于完善旅游市场这一细分领域的信任问题研究体系，帮助旅行社及其员工深入地了解客源市场的旅游者行为特征，寻找缓解当下旅游市场信任危机的积极有效对策，为旅行社进行市场细分和市场定位，有选择、有重点地制定和调整诚信关系营销策略，提供切实有效的理论与实践指导。

第二，这部学术著作的问世并非本课题研究的终结。本书仅就旅游者—旅行社信任关系做了静态的实证研究，而缺乏对其动态的研究。实际上，旅游者—旅行社信任关系的建立机制、建立途径显然不止是静态的环节。在研究中，单从旅游者（施信方）角度进行考虑，欠缺旅行社（受信方）角度的对比研究，因此，尚需从旅行社角度探讨旅游者—旅行社信任关系，如对旅行社形象、旅行社品牌、旅行社利润、旅行社营销效果等对旅游者—旅行社信任关系的构建做实证调查与研究分析。研究结论只是通过问卷调查数据进行统计分析而得出的，对其内在原因缺乏深入的社会学或心理学分析，故结论可能存在不合理的地方。鉴于上述的不足，希望程成在未来的研究中基于此次研究成果继续完善、进步。

第三，我欣然写了以上的文字，希望有更多的人来关注和研究这个问题。最后，借用宋朝著名诗人陆游的《冬夜读书示子聿》与程成博士共勉：“古人学问无遗力，少壮工夫老始成，纸上得来终觉浅，

绝知此事要躬行。”诚挚地期望她在未来的日子里做得更好，衷心地祝愿她事业更上一层楼！

是为序。

何建民

2010年6月于上海

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 选题背景及研究意义	(1)
第二节 研究范围、目标和内容	(4)
第三节 研究方法、路线和架构	(6)
第四节 研究贡献及创新之处	(10)
第五节 本章小结	(17)
第二章 理论探讨与文献述评	(18)
第一节 概念层面的信任	(18)
第二节 国内外信任关系理论回顾	(23)
第三节 TTRT 相关研究综述	(29)
第四节 其他概念的梳理与诠释	(49)
第五节 本章小结	(54)
第三章 TTRT 研究设计	(55)
第一节 TTRT 属性与特征	(55)
第二节 基于旅游过程的 TTRT 研究框架	(57)
第三节 TTRT 研究变量产生及定义	(60)
第四节 TTRT 理论模型与假设提出	(69)
第五节 本章小结	(79)
第四章 TTRT 量表开发与变量测量	(80)
第一节 TTRT 解释变量的测量	(81)
第二节 TTRT 中介变量的测量	(84)
第三节 TTRT 因变量的测量	(87)
第四节 数据收集与样本概况	(89)
第五节 TTRT 量表检验与修正	(95)
第六节 本章小结	(111)
第五章 TTRT 数据分析与假设检验	(113)
第一节 TTRT 三维度检验	(113)

第二节	控制变量对 TTRT 的影响	(116)
第三节	基于相关分析的假设检验	(130)
第四节	TTRT 理论模型拟合与修正	(133)
第五节	TTRT 比较模型拟合与修正	(140)
第六节	基于 SEM 的假设检验与模型解释	(151)
第七节	本章小结	(161)
第六章	研究结论、建议及展望	(163)
第一节	主要分析与研究结论	(163)
第二节	TTRT 构建的现实建议	(172)
第三节	研究不足与展望	(178)
附录 1	预调查问卷	(181)
附录 2	旅游者—旅行社信任关系 (TTRT) 调查问卷	(182)
附录 3	控制变量的哑变量设置	(186)
参考文献		(187)
后记		(210)

第一章 绪 论

一直以来,信任及诚信问题都是理论界研究的热点和难点。心理学家、社会学家、经济学家从各自不同的视角,运用不同的方法论对信任问题进行了广泛而深入的探讨。心理学家认为,信任是维持和强化人际关系的粘胶;社会学家认为,信任是简化复杂性的机制之一,是社会资本的形式;经济学家认为,信任是经济交换的有效润滑剂,是很多经济交易所必须具备的公共品德。实践者认为,在与人交往、交易和合作中,信任是关键,它是人们交往、交易和合作的基础,是底线。正是由于信任如此重要,所以引起了古今中外许多学者的研究兴趣。在当下的旅游市场,旅行社诚信缺失阻碍了旅游业合理竞争格局的形成,削弱了旅游者的消费者地位。旅行社诚信问题已经引起国家相关行政部门和众多学者的广泛关注,有些地区已经出台了旅行社诚信评估与管理措施,并取得了一定成效。但是,总体看来,国外学者对旅游市场信任问题的研究领先于我国学者,其研究成果多是理论分析与实证研究相结合,具有一定的深度和广度、具有较强的现实指导意义。而国内旅游学术研究领域对旅游市场信任问题的研究多停留于理论探讨阶段,多从理论性分析出发;停留于纸上谈兵阶段,且未形成体系,更欠缺实证研究的支持,缺乏对现实操作的指导作用。因此,本研究将有助于完善旅游市场这一细分领域的信任问题研究体系,并为旅行社创建信任策略提供切实有效的理论与实践指导。本研究基于目前我国旅游市场的宏观环境,借鉴心理学、社会学、营销学等关于信任的精华理论,以旅游者为施信方,以旅行社为受信方,探讨旅游者—旅行社信任关系(Tourist - Travel Agency Relationship of Trust, TTRT),寻找缓解当下旅游市场信任危机的积极有效对策。

第一节 选题背景及研究意义

一、选题背景

冯郑凭与郑仕杰(2008)认为,我国旅行社诚信的缺失,一直是困扰我国旅游业发展的主要障碍之一。产生这种行为的原因来自多方面,传统的认识多从文化与伦理道德的角度分析原因,但真正的原因来自我国旅游市场发育的不成熟性,以及旅游者与旅行社信任关系发展的不均衡性。在旅游活动中,旅行社是旅

游产品供应方、旅游目的地居民等与旅游者产生互动关系的核心,而作为旅行社服务代表的导游与旅游者之间的互动又是最频繁的。在当前旅游市场秩序有待完善的客观环境下,无底薪导游薪资模式被旅行社普遍采用,导游薪酬主要来自于购物或自费项目提成,并且旅游市场的低价竞争迫使导游必须承担部分经济成本(人头费),作为理性经济人,导游首要的基本需求是个人经济利益的满足,而不会首先致力于构建与旅游者之间的信任,这也是旅行社诚信缺失的重要缘由(高丹,2007)。此外,何艳(2006)认为,旅游者往往受到诸多内部和外部因素的影响,呈现出不同的行为,由于旅游者行为不理性等诸多因素,进一步加重了这一行业诚信缺失的严重性。现阶段,旅游市场中的“非和谐”现象日益严重,尤其在一些旅游业刚起步的地区,旅游市场秩序比较混乱,旅游产品供给质量参差不齐,存在不同程度的产品服务垄断、价格诈骗或者其他不正当的竞争行为。同时,由于旅游者惰性的存在使得其鲜有投诉,这是法律制度不健全、旅游者维权意识不强以及旅行社的短视经营所造成的。解决途径除了切实维护旅游者的合法权益,有效克服旅游者惰性,根本上还是要针对这些典型的“坑客”行为,从旅游产品供给者之间、供给者与旅游者之间的交互行为入手,找出这些不正当竞争行为的成因(韩博、徐佼,2008)。从而通过法制监管、行业监管和内部监管来加强旅行社的自律和他律约束,转变市场调节和监督的机制,规范我国旅游市场秩序,营造和谐的旅游市场环境(生延超、钟志平,2007),使我国旅行社行业可持续地健康发展。

二、研究意义

(一) 理论意义

第一,在广泛阅读、梳理国内外相关研究文献的基础上,提出了基于旅游过程的 TTRT 理论。笔者认为,TTRT 在旅游者购买和消费旅游产品之前就已开始,同时还包括了购买和消费完旅游产品之后的行为,它不仅存在于旅游者跟随旅行社组团进行旅游活动的阶段,而且还存在于旅游前、旅游中、旅游后所进行的相关活动中,是一个从旅游需求识别、旅游信息搜集与评估、旅游决策的隐性信任过程到旅游购买和消费、购后评价及行为的显性信任过程。通过对 TTRT 的实证分析,不仅可以丰富旅游者行为学的研究思路,还可以给旅行社开发旅游产品和制定市场营销策略提供有益的理论指导。

第二,信任维度的划分在旅游市场这一细分领域中应用不多,本书借鉴相关领域(Johnson & Grayson, 2005; Johnson & Swap, 1982; Lewis & Weigert, 1985; Sako & Helper, 1998; Seligman, 1997; Wu, 2006; 高丹, 2007; 肯尼思·纽顿, 2000)对信任维度划分的研究成果,将其应用到旅游市场营销领域。从理论上

提出 TTRT 三维度研究框架,包括旅游者与旅行社的交易过程维度、旅游者对旅行社的判断过程维度、旅游者自身的心理过程维度。旅游者与旅行社交易过程签订的旅游合同(契约信任)是 TTRT 的基础和支撑维度,旅游者对旅行社的判断过程是 TTRT 的认知信任维度,旅游者自身的信任心理过程是 TTRT 的情感信任维度,通过经验数据验证三维度的合理性,以期更好地把握与度量 TTRT。

第三,这里探讨的 TTRT 是以旅游者为施信方,旅行社为受信方,即从旅游者角度来感知旅行社及其员工的诚信问题,这有助于转换诚信研究视角,从旅游者千变万化的行为中找出旅游者跟随旅行社组团出游的行为规律和决策过程,发现让旅游者觉得跟随旅行社组团出游值得信任和信赖的主要因素,这有助于旅行社经营者深入地了解客源市场的旅游者行为特征,从而有针对性地将旅行社的发展与旅游产品的设计、旅游市场的促销、旅游资源的开发与规划相结合,更好地针对旅游者进行关系营销,对切实有效地构建 TTRT 具有重要的理论指导意义。

(二) 现实意义

本研究对旅行社等旅游企业营销实践具有重要指导意义。

第一,有利于旅行社更好地制定和调整营销策略。在竞争日益激烈的旅游市场上,由于旅游产品的模仿性极强,如何抓住时机,提供满足旅游者需求的服务,是旅行社抢占市场先机获得优势的前提。通过对 TTRT 进行研究,旅行社得以更好地了解旅游者的行为特征,更容易察觉旅游者需求的满足和变化,迅速对市场营销策略进行调整。尤其是通过研究旅游者的性别、年龄、文化水平、月收入、职业和婚姻状况上的差异对 TTRT 的影响,可以更具具体地细化旅游者对旅行社的诚信感知,在价格、销售渠道、线路组合以及促销方法上对现有产品或服务进行改进与调整,有针对性地开发旅游新产品或服务,以满足旅游者需求的变化,有利于旅行社培养自身的良好柔性和对市场的快速反应能力,从而适应激烈竞争的旅游市场环境。

第二,经调查研究可以发现,影响 TTRT 的因素可以归纳为旅行社因素(旅游服务质量、旅行社声誉、旅游广告、出游价格、销售人员的推荐、旅游电子商务水平)、旅游者因素(旅游消费偏好、旅游动机、以往的旅游经历、相关的旅游知识)和上述两者都不属于的其他因素(目的地知名度、亲朋好友的推荐、时间及季节(淡、旺季)),等等。这里选择了预调查出现频次最高的四个因素作为本次研究的 TTRT 前因,即旅行社因素 2 个(旅游服务质量、旅行社声誉)、旅游者因素 1 个(旅游消费偏好)和其他因素 1 个(目的地知名度)。这一调查结果表明,影响 TTRT 的因素究竟有哪些?哪些是最为关键的信任因素?哪些又是较为次要的信任因素?旅行社可以依据本书的调查研究结果,有选择、有重点地采取诚信关系营销策略。

第三,研究还发现,TTRT更多表现为契约上的,其次才是认知上的,同时还有情感上的信任即情感信任,旅游者对旅行社有着较高的满意度,忠诚度较低。旅游服务品质对旅游者满意的影响最为显著,其次是契约信任,再次是认知信任。对旅游者忠诚影响最大的是情感信任,其次是认知信任;再次是旅游消费偏好,而契约信任对旅游者忠诚有着负影响。另外,旅游者的性别、年龄、文化水平、月收入、职业和婚姻状况上的差异对TTRT也有影响。这些细化具体的研究结论有助于旅行社进行市场细分和市场定位,有助于旅行社制定科学、合理的营销策略。

第二节 研究范围、目标和内容

一、研究范围

本研究以旅游者为施信方、旅行社为受信方来探讨TTRT,即从旅游者角度来感知旅行社及其员工的诚信问题,研究对象选择18岁以上跟随旅行社组团出游的国内旅游者,而且是以散客形式报名参加旅游团的。重点探讨TTRT属性是什么?TTRT有什么特征?TTRT理论包括哪些内容?影响TTRT的前因有哪些?这些因素又通过哪些维度影响TTRT?TTRT结果如何?这一系列问题都是本研究的范围与对象。

二、研究目标

本研究的目标是,在梳理国内外信任关系理论,尤其是TTRT相关研究的基础上,尝试提出TTRT研究框架和理论模型,探索TTRT前因(四个解释变量)、维度(三个中介变量)、结果(两个因变量)之间的相关关系和因果关系,并运用相应的统计方法及工具软件进行数据分析、建模、检验及解释。

三、研究内容

(一) 梳理国内外关于信任关系研究现状与动态研究成果

现代营销学之父菲利普·科特勒的系统营销学理论中,有一个分支为趋向于强调长期性的关系营销学最有借鉴意义,其目标是提供长期价值,建立信任关系。进而通过文献查阅掌握国内外学者在信任关系方面的研究成果。目前的研究,一个是在各自的研究背景下探索并验证影响信任的具体因素,即对信任“前因”进行研究;另一个就是从理论角度讨论信任的建立维度,即对信任“维度”进行研究;再一个就是从施信方或受信方的不同视角探讨相应的结果,即

对信任“结果”进行研究。所以,这里着重梳理旅游市场这一细分领域中 TTRT 前因、维度、结果的研究文献。

(二) 构建 TTRT 研究框架

首先,是在旅游市场这一细分领域的研究背景下探索并验证影响 TTRT 的具体因素,即对“前因”进行研究;另一个就是从理论角度讨论 TTRT 维度,即对“维度”进行研究。但“前因”性研究往往倾向于对具体特征因素的调查与实证,一般很难形成系统的理论体系。“维度”性研究主要从理论的角度来探索建立信任的过程与基础是什么,而很少有对这样的理论过程或基础进行实证。因此,“维度”性研究往往认为信任的存在是人类共同的特征或是由于某些规律的存在,因此从理论上探查这些规律,有比较深厚的理论基础,但对实践操作缺乏指导意义。而“前因”性研究从实践指导角度去研究影响人们之间信任的具体因素有哪些,有很强的实践指导意义,但缺乏统一的理论指导。一个侧重于理论性研究,一个侧重于实践的操作,注重影响信任的具体因素。这里将“前因”性研究与“维度”性研究结合起来,先进行定性的研究,然后在此基础上构建 TTRT 形成的理论维度,再针对不同的理论维度,分解影响信任的具体因素及其结果进行实证。

1. 探讨 TTRT 前因

影响 TTRT 前因有哪些?这些因素又如何影响 TTRT?在文献阅读的基础上,通过预调查对 TTRT 进行“前因”性研究主要有三个方面的内容,一是受信方因素,包括旅行社经营能力、声誉等;二是施信方因素,包括旅游者的个体消费倾向、信任他人的心理等;三是双方都不属于的其他因素,包括目的地知名度、亲朋好友的推荐、淡旺季等。

2. 探讨 TTRT 维度

TTRT 是多维度的吗?是否可以借鉴学者们在信任维度划分研究领域的成果,将其应用到旅游市场研究领域?能否得到经验研究的验证?笔者借鉴 Johnson and Grayson (2005)、Kanawattanachai and Yoo (2002)、Lewis and Weigert (1985)、Sako and Helper (1998)、Seligman (1997)、Wu (2006)、高丹 (2007)、肯尼思·纽顿 (2000) 在相关领域中对信任维度划分的研究成果,将其应用到旅游市场营销领域,从理论上探讨 TTRT 维度,包括旅游者与旅行社的交易过程维度、旅游者对旅行社的判断过程维度、旅游者自身的心理过程维度,即契约信任、认知信任和情感信任三维度,并通过调查所得的经验数据验证三维度的合理性。

3. 探讨 TTRT 结果

重点解决三个问题,一是探讨 TTRT 结果主要体现在哪些方面?二是本次研

究将选择哪些结果作为研究变量？三是它们之间的关系如何？

（三）运用统计方法进行数据分析、建模及检验

运用独立样本 T 检验和方差分析探讨控制变量（性别、年龄、文化程度、月收入、职业和婚姻状况）对 TTRT 的影响。另外，本研究设计了 TTRT 四个解释变量、三个中介变量、两个因变量的一系列测量量表，根据基本旅游过程的 TTRT 理论提出 28 个研究假设（其中 21 个开拓性假设，7 个验证性假设），并运用因子分析、相关分析、结构方程模型等统计方法，依据调查所得的数据进行建模及检验，探知 TTRT 变量之间的相关关系和因果关系。

以上几个方面的研究内容在逻辑上是连贯的，在研究层次上是逐步递进的。通过对上述问题的研究与探讨，本文审慎地提出 TTRT 研究框架，构建 TTRT 理论模型和比较模型，挖掘 TTRT 的影响因素，划分 TTRT 维度，探知 TTRT 结果。

第三节 研究方法、路线和架构

一、研究方法与分析工具

（一）理论规范分析

TTRT 内涵是什么？TTRT 理论包括哪些内容？TTRT 前因、维度及结果又是什么？这一系列问题都需要从理论层面进行研讨，因此，对 TTRT 及其理论进行理论规范分析是本研究的主要任务之一，从影响 TTRT 的旅行社因素、旅游者因素和其他因素出发，提出了基于旅游过程的 TTRT 理论及其研究和理论模型，进而提出一系列的研究假设。

（二）样本的选择和问卷设计

本研究根据社会调查方法的问卷设计基本原则，通过阅读大量文献数据，针对性地设计出 TTRT 调查问卷进行访谈，从中获得所需的数据（图 1-1）。

1. 问卷内容包括旅游前、旅游中、旅游后的决策、消费和评价过程

问卷主要针对如下几个主题：被调查者的基本特征、消费观念以及他（她）们的个人数据，如性别、年龄、收入、职业、婚姻状况等；被调查者外出旅游的动机、出游方式、出游时间等；被调查者对吃、住、行、游、购、娱六要素的选择偏好和服务感受；被调查者感知旅行社及其员工诚信的维度和渠道；被调查者对 TTRT 结果因子关注的程度。

2. 本研究的问卷采用封闭式、半封闭式共存的结构

预调查采取半封闭的问卷，在给出一定选项的基础上，设置一个“其他项”，被调查者可以填写自己的其他答案，被调查者的个人资料采用封闭式的问

卷。采用这样的问卷结构能够在获得比较标准的共性答案的同时,也能够获得一些被调查者自己的想法,不会完全限制被调查者的思维。同时,这样的问卷设计也有利于数据的整理,有利于调查分析工作的开展。

(三) 调研方法

(1) 文献查阅法。阅读了大量关于旅游者信任、旅行社及其员工诚信方面的文献并进行梳理,作为进一步研究的基础。

(2) 访谈法。通过对被调查者进行深入访谈,了解旅游者感知旅行社及其员工的诚信的相关情况。

(3) 问卷调查法。根据前期的研究编制问卷进行 TTRT 研究变量测量,问卷采取个别施测的方式。

(4) 统计方法。统计方法有利于本研究更为精确地分析与把握 TTRT。首先,设计测量 TTRT 研究变量的一系列量表,对回收的数据,采用项目一总体相关系数、因子分析等方法对所有的测量量表的可靠性和有效性进行检验、修正。然后,运用独立样本 T 检验和方差分析、因子分析、相关分析以及结构方程模型 (SEM) 等方法对所提出的模型和假设进行检验。

(四) 分析工具

本研究采用的分析软件主要是 SPSS11.5 (Statistical Package for the Social Sciences) 和 AMOS5.0 (Analysis of Moment Structures)。尤其是 AMOS5.0 的图形操作接口,使用路径图来定制模型的方法完善自然,提供了更为快捷、便于理解和可视化呈现的分析结果。

二、研究途径与技术路线

本研究的基本途径如图 1-2 所示,

具体的技术路线则是从相关理论与文献述评着手,首先进行理论规范研究,揭示 TTRT 特征、属性及其包含的主要内容,构建基于旅游过程的 TTRT 研究构架,确定 TTRT 研究变量并对其进行一一加以定义,进而提出 TTRT 理论模型与研究假设。

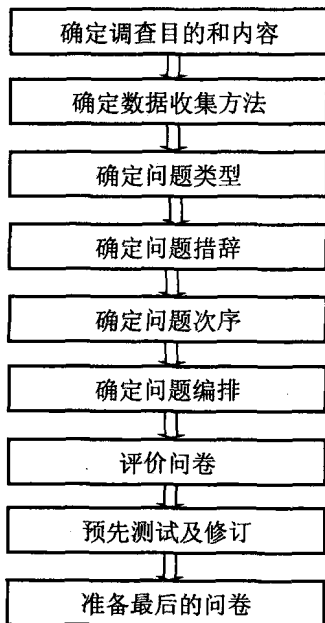


图 1-1 问卷设计流程

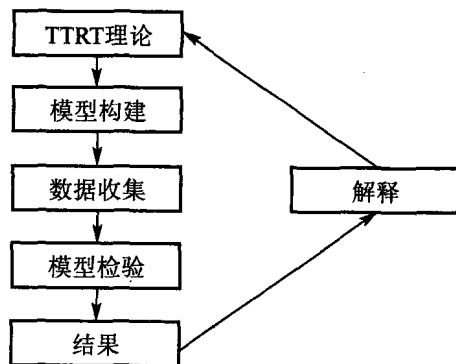


图 1-2 本研究的基本途径

实证分析方面,有针对性地设计 TTRT 调查问卷(量表),对 TTRT 研究变量进行测量,接着进行科学的数据获取与分析处理,在综合理论规范分析的基础上,对本研究提出的研究假设进行检验与解释,得出合理的研究结论,有针对性地给出 TTRT 构建的具体对策与建议,提出进一步研究的展望,如图 1-3 所示。

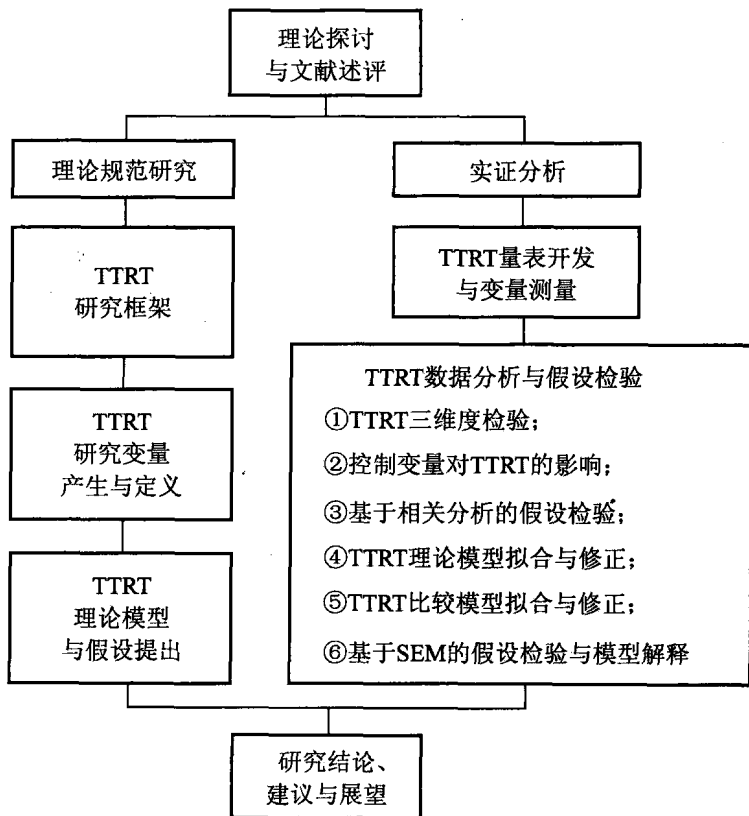


图 1-3 具体的技术路线

三、研究架构

本研究架构如下:

第一章 绪论。阐述本研究的选题背景与研究意义,研究范围、目标和内容,研究方法、路线和架构,以及不同于他人的研究贡献和创新之处。

第二章 理论探讨与文献述评。探讨概念层面的信任、回顾国内外信任关系理论,对 TTRT 相关研究进行综述、梳理、诠释与本研究相关的其他概念。

第三章 TTRT 研究设计。探讨 TTRT 属性与特征,构建基于旅游过程的