



Research on the Tourism Demand of Impoverished Female Colleges Students

Zhu Yingbo^{*}, Di Qingping, Xu Jingyan, Peng Xuwen

School of Management, China Women's University, Beijing, China

Email address:

zhuyb@cwu.edu.cn (Zhu Yingbo), 1815435496@qq.com (Di Qingping)

^{*}Corresponding author

To cite this article:

Zhu Yingbo, Di Qingping, Xu Jingyan, Peng Xuwen. Research on the Tourism Demand of Impoverished Female Colleges Students. *Science Innovation*. Vol. 9, No. 6, 2021, pp. 222-227. doi: 10.11648/j.si.20210906.12

Received: October 7, 2021; **Accepted:** November 9, 2021; **Published:** November 12, 2021

Abstract: With the rapid development of tourism industry and the great victory in the battle against poverty, a series of policies were issued to promote the development of tourism industry. College students are increasingly becoming a huge consumer group in the domestic tourism market, and impoverished female students in colleges and universities are an important part of them. The tourism demand of impoverished female college students is gradually becoming a major hot spot for tourism research. To promote the development of the tourism industry and supplement the theoretical system of female tourism, the paper takes female college students of China Women's University as the research object and analyzes the tourism demand of impoverished female college students based on Maslow's hierarchy of needs theory and tourism demand hierarchy theory by questionnaire method. The results show that impoverished female college students have a strong willingness to travel but are psychologically burdened. They tend to prefer the best season and a high level of comprehensive services in terms of tourism destinations. Travel experience, tourism resources, tourism prices, and the proportion of tourism consumption to income are the main factors affecting their travel. The level of grade affects the focus of travel. The senior pays attention to the advertising of the destination and the satisfaction of travel. The junior pays attention to the level of tourist attractions and the length of stay of tourists. Finally, relevant suggestions are proposed to tourism destinations and tourism-related departments, for ensuring the exercise of the right of impoverished female college students in universities to travel and the flourishing of tourism.

Keywords: Impoverished Female Students, Tourism Demand, Tourism Destination

高校贫困女大学生旅游需求研究

朱迎波^{*}, 邸青萍, 徐竞妍, 彭雪雯

中华女子学院管理学院, 北京, 中国

邮箱

zhuyb@cwu.edu.cn (朱迎波), 1815435496@qq.com (邸青萍)

摘要: 随着旅游的快速发展和脱贫攻坚取得伟大胜利, 政府出台一系列政策以推进旅游业的发展。大学生日益成为国内旅游市场庞大的消费群体, 高校贫困女生是其重要组成部分, 其旅游需求逐渐成为旅游产业研究的一大热点。为了促进旅游产业发展和补充女性旅游理论体系, 本文以中华女子学院女大学生为研究对象, 以马斯洛需求层次理论和旅游需求理论为基础, 采用问卷调查法分析其贫困女大学生的旅游需求。结果表明, 贫困女大学生的出游意愿强烈但有心理负担; 于旅游目的地而言, 趋向于最佳季节和高综合服务水平; 出游体验、旅游资源、旅游价格、旅游消费占收入的比例为影响其出游的主要因素; 年级的高低影响出游的关注点, 高年级注重目的地的广告宣传及出游的满足感,

低年级注重旅游吸引物的级别及旅游停留时间。最后，本文为旅游目的地、旅游相关部门提出相关建议，为保障高校贫困女生旅游权力的行使以及旅游业的蓬勃发展作出贡献。

关键词：贫困女生，旅游需求，旅游目的地

1. 引言

改革开放以来，我国政府颁布了一系列旨在推动旅游业发展的政策[1]，旅游业已经成为我国国民经济中发展速度最快和具有明显国际竞争优势的产业之一[2, 3]。据文旅部统计，2019年全年国内旅游人数60.06亿人次，全年实现旅游总收入6.63万亿元[4]。据教育部统计至2019年底全国本科在校学生人数已经达到1751万人，其中女生944万，占比53.9%[5]，在校生贫困生比例约为20%[6]。阿伯丁大学进行了为期十年的两年一次的调查显示，以校园为基础的交通管理措施，如免费的校园穿梭巴士，收费的停车许可证和自行车基础设施，使得学生的可持续的旅行增加（Kathryn G.Logan, John D.Nelson, 2020）[7]，曹晓慧等通过研究发现由于家庭的经济收入、勤工助学、奖学金等原因，大学生可支配的闲钱明显增多[8]，大学生群体消费能力在逐渐提升，将成为旅游消费的潜在主力[9]。根据支付宝消费支出数据统计结果及高校年度账单，约7成以上学生的出游意愿强烈（赵倩倩2017）[10]，旅游的目的就是补偿匮乏、实现自我（薛照明2014）[11]，大学生日益成为旅游市场庞大的消费群体（袁声鹏2020）[12]，而女大学生则是旅游的主力军。女大学生对外出旅游有着强烈的出游意愿[13]，其中高校贫困女生是高校女生中不容忽视的一部分群体。女大学生尤其是贫困女大学生可以通过自助旅游来真正的接触社会，通过自我安排旅程、应对旅途中的复杂事件来累计经验，进而确定自身的社会身份，形成自我认同，更好应对未来就业上性别歧视的压力。因此，高校贫困女生旅游市场的开发具有现实意义。尽管贫困女大学生旅游市场潜力巨大，但迄今为止国内学者对大学生旅游需求的研究主要聚集在大学生群体[14]，对贫困女大学生的研究少之又少。在万方数据知识服务平台对大学生旅游需求、贫困女大学生旅游需求进行关键词检索，得到的结果分别是827条、0条，如穆红梅和郑开艳研究发现来自农村和城市的大学生旅游消费感知并不存在显著差异[15]，王纤纤等通过调查分析得到阻碍大学生出游的最主要原因是资金不足和出行不便；林德琴等通过研究得出大学生外出旅游主要动机是放松身体、释放精神压力[16]。国外学者在20世纪就剖析了高校贫困女生的旅游需求，我国于21世纪开始研究基于不同旅游动机的高校贫困女生的旅游需求。我国越来越多的女性群体基于不同旅游信息产生了不同的旅游需求，其中作为女性旅游中较大群体的高校贫困女生的旅游需求日益增多，旅游需求体现更为明显。综上，目前我国学者对高校贫困女大学生旅游需求模块研究较少。本文以中华女子学院贫困女大学生为例，研究其旅游需求。研究高校贫困女生旅游需求的相关问题具有深刻的理论意义和现实意义，可以为旅游目的地管理组

织开拓高校贫困女生旅游市场提供依据，急需世界每个学者对此思考与分析。

2. 理论依据

2.1. 旅游需求理论

旅游需求是指人们为了满足外出旅游的欲望所产生的对旅游产品的需求量。旅游需求的含义可以从以下几个层次来理解和把握，即旅游需求表现为旅游者对旅游产品的购买欲望；旅游需求表现为旅游者对旅游产品的购买能力；旅游需求表现为旅游市场中的一种有效需求。有钱、有闲、有动机，是个人旅游需求产生和实现需要同时具备的三个条件。其中有钱、有闲，是决定个人旅游需求的客观因素，旅游动机是决定个人旅游需求的主观因素。在现代社会中，人们的生活节奏加快，工作压力较大，容易造成身心疲惫。为了消除身体疲劳、精神紧张，缓解压力，人们选择外出旅游，希望改变一下自己的生活环境，改变一下平时扮演的角色。异乡的环境、新奇的事物给人们带来新鲜感受和刺激，能够帮助人们从紧张的日常生活中暂时解脱出来。探索新事物和消除疲劳、缓解压力，属于精神层面的需求。从根本上讲，人们外出旅游是为了满足精神上的需求。

2.2. 马斯洛需求层次理论

马斯洛需求层次理论在现代行为科学中占有重要地位，马斯洛（1968）认为，人的需要由生理的需要、安全的需要、归属与爱的需要、尊重的需要、自我实现的需要五个等级构成。马斯洛认为需要层次越低，力量越大，潜力越大。随着需要层次的上升，需要的力量相应减弱。高级需要出现之前，必须先满足低级需要。在从动物到人的进化中，高级需要出现得比较晚，婴儿有生理需要和安全需要，但自我实现需要在成人后出现；所有生物都需要食物和水分，但是只有人类才有自我实现的需要。在国家大力扶贫脱贫的背景下加之学校对贫困生的补助政策，研究对象得以满足了基本需求从而衍生出了丰富自己、获得尊重和自我实现等更高层次的需求。国家主席习近平发表的2021新年贺词中提到，2020年，全面建成小康社会取得伟大历史性成就，决战脱贫攻坚取得决定性胜利。我们向深度贫困堡垒发起总攻，啃下了最难啃的“硬骨头”。历经8年，现行标准下近1亿农村贫困人口全部脱贫，832个贫困县全部摘帽。脱贫摘帽使得近1亿贫困人口得以有机会在实现生理需求、安全需求的低层次需要的基础上选择通过旅游来进一步实现归属与爱的需要、尊重的需要、自我实现的需要的高层次需要。李明媚（2011）的研究表明通过旅游，人们获得某种归属和认同，赢得别人的尊重和认可，

同时,旅游不仅是获得审美享受、增长见识的机会和途径,也是发现自我和实现自我的一种方式[17]。

2.3. 身份认同理论

身份认同理论,心理学取向的社会认同理论认为,身份认同意味着个体认知到自身是某个特定社会群体中的一员,并且能在该群体身份中获得某种情感和价值意义,这种归属不仅是客观的认知,更是一种情感上的认同。在Tajfel(1979)看来,身份认同包括认知、评价和情感三个维度:认知维度是一个自我范畴化的过程,即将自己视为某个群体的一员,这是形成群体认同的基础;评价维度是指个体通常会通过自我激励以积极评价自己所处的群体,从而产生内群偏好,满足自尊的需要;情感维度是指个体对群体的依附情感,在行动上表现为对该群体的涉入程度。其中,情感性成分对社会身份认同起着至关重要的作用。旅游为旅游者自我认同的重构与表征积累经验,旅游者通过旅游对自我认同进行重新审视[18]。在旅游情境下,身份认同指的在旅游消费过程中对旅游的体验性和浪漫感的追求,是自身对群体特征的符合程度,是一种对社区和结伴群体的归属感[19]。身份认同是预测和解释个体行为的重要因素,因此能够为本文关于贫困女大学生的旅游动机及其行为特征的研究提供理论来源。

3. 研究方法

3.1. 问卷调查法

基于相关文献及访谈文本的整理分析,本文设计了高校贫困女生旅游需求调查问卷初稿,之后邀请部分专家进行指导修正,将每次旅游停留时间项更改为旅游频次,将旅游季节题项的选项由四个季节更改为淡季、平季、旺季,增加微社会环境因素。

接下来将修改后的调查问卷进行预调研,随机抽取管理学院40名贫困生为调查对象填写该问卷,发现大家对什么是旅游有歧义,有些同学认为住宿了才算旅游,有些同学认为去外地了才算旅游,有些同学认为去公园了也算旅游,所以我们在调查问卷前面加了旅游与目的地的定义,即本项目中的“旅游”是指出于移民和就业之外的其他原因,离开常住地10公里以外,出游时间超过6小时的旅行和逗留活动,以及由此所引起的各种现象和关系的总和;本项目中的“旅游目的地”是吸引旅游者在此作短暂停留、参观游览的地方。最后版本的调查问卷包括个人基本信息13个题项,微社会环境11个题项,旅游时间5个题项,旅游目的地16个题项,共计45题。

基于中华女子学院各学院与系的总学生人数与贫困生人数设计抽样调查方案,并注意年级比例,本文通过问卷星方式进行问卷调查,共收到有效问卷365份。

3.2. 统计分析法

本文运用SPSS 26.0统计软件对所收集的高校贫困女生旅游需求调查问卷进行处理和分析。首先对问卷调查数据进行信度分析,本次调查克隆巴赫系数为0.902,表明可信程度较高。

在此基础上,对贫困女生的微社会环境、旅游时间、旅游目的地、旅游价格、闲暇时间以及是否有同伴等旅游需求影响因素进行描述性分析;其次将旅游季节、旅游价格、是否有同伴、闲暇时间、旅游目的地方面对贫困生旅游需求影响的数据进行均值分析,以了解各方面对旅游需求的具体影响程度;进而就旅游目的地对不同年级、不同旅游消费占收入比例贫困生旅游需求的影响,微社会环境对不同年级、不同专业、不同家庭结构、不同旅游消费占收入比例贫困生旅游需求的影响,旅游时间对不同年级贫困生的旅游需求的影响,出游前后期望与体验间差异对不同年级、不同专业、不同月收入、不同家庭结构、不同旅游消费占收入比例、不同心理类型、是否有同伴、不同年旅游次数、不同家庭年收入贫困生旅游需求的影响的相关数据进行交叉分析和F检验,其中旅游目的地对不同年级贫困生和不同旅游消费占收入比例的贫困生旅游需求的影响、微社会环境对不同旅游消费占收入比例的贫困生旅游需求的影响方面在F检验下的显著性系数均小于0.05,有显著性差异,因此对三者进行着重分析。

4. 样本基本特征

本次调查研究样本的人口基本特征从年级、专业、月收入、家里孩子数量、年旅游预算、旅游消费占收入的比例、家庭年收入、家庭经济条件、年旅游的次数和旅游者心理类型等方面进行,具体分析如下。

参与本次调查的年级构成为大一20%,大二36.2%,大三32.3%,大四11.5%;专业构成方面,管理学院26.3%,儿童教育与发展学院24.1%,金融系10.1%,女性学系6.6%,社会工作学院11.0%,法学院14.2%,计算机系7.7%;每月收入方面,1000元以下为22.7%,1000-2000元为72.6%,2000-3000元3.8%,3000元以上为0.8%,大部分贫困生月收入为1000元-2000元,极少数贫困生为3000元以上;家庭结构中有1个孩子的占18.6%,2个孩子为51.8%,3个孩子为29.6%,大多数贫困生家中孩子为两个或者三个;年旅游预算中500元及以下为58.4%,500-1000元为27.4%,1000-2000元为10.1%,2000元以上为4.1%,大部分贫困生的年旅游预算保持在1000元以下;旅游消费占收入的比例中非常低(5%及以下)为63.8%,比较低(5-10%)21.1%,一般(10-20%)为10.1%,比较高(20-30%)3.8%,非常高(30%以上)1.1%,大多数贫困生的旅游消费在收入中占比非常低(5%以下);年旅游次数中非常少(1次及以下)72.1%,比较少(2-3次)24.1%,一般(4-5次)3.0%,比较多(6-8次)1.1%,非常多(8次以上)0.5%,大部分贫困生年旅游次数为1次及以下,年旅游次数较少;旅游者心理类型方面,自我中心型30.4%,近自我中心型20.5%,中间型27.1%,近多中心型11.8%,多中心型10.1%,大部分贫困生为自我中心型和近自我中心型,偏向于喜欢安逸、轻松,活动量小,喜欢熟悉的气氛和活动;家庭经济条件方面,21.1%的贫困生认为中等,69.6%的贫困生认为不太好,大部分贫困生家庭经济条件不太好;家庭年收入方面,14.2%的贫困生家庭年收入非常低,家庭年收入比较低的占70.1%,大部分贫困生家庭年收入比较低。

5. 高校贫困生女生旅游需求特征分析

本文从微社会环境、旅游时间、旅游目的地、旅游价格、闲暇时间以及是否有同伴等方面分析对旅游需求的影响(见图1)。

微社会环境方面,大部分贫困生的旅游需求受其积极影响,具有较强旅游动机但有心理负担。42.5%的贫困生生活在非旅游城市,且大部分贫困生认为周围人群喜欢旅游,愿意与周围人群讨论旅游。57.2%的贫困生比较喜欢旅游且大部分人愿意主动获取旅游信息,甚至非常愿意在条件允许时去旅游。在旅游的心理认知方面,57%的贫困生想到旅游会心情愉悦,且59.2%的贫困生不认为自己不该去旅游,同时敢于与同学结伴同行,但是52.4%的贫困生想去旅游却有心理负担,且一半的贫困生不会把旅游作为休闲方式的优先选择。

旅游时间方面,大部分贫困生的旅游需求受其影响较小,倾向于选择旅游淡季且追求最佳旅游时间。大约二分之一的贫困生的旅游时间与工作人群不一致,78.4%的贫困生认为旅游季节对其旅游需求影响不大且92.6%的贫困生会选择旅游淡季、平季出游,同时将近50%的贫困生倾向于选择旅游目的地最佳旅游时间出行。

旅游目的地方面,大部分贫困生的旅游需求会受硬件条件抑制,注重旅游资源的质量、数量、组合等,同时强调旅游活动的互动性,对其土特产、广告宣传的敏感度较低。40.5%的贫困生认为旅游方式对旅游需求的影响比较大,且将近二分之一的贫困生认为旅游目的地的旅游吸引物的数量与规模、类型、级别以及在目的地的停留时间等对旅游需求影响较大。对于旅游目的地的生态环境质量、休闲娱乐项目与活动、基础设施完善度、舒适与愉悦度、安全管理措施、卫生清洁程度、位置与交通工具以及出游前后期望与体验之间的差异等方面,70%左右的贫困生认为其对旅游需求影响比较大。

40%左右的贫困生认为旅游目的地的土特产品和广告宣传对旅游需求的影响一般。

旅游价格、闲暇时间、是否有同伴方面,多数贫困生旅游需求受旅游价格限制,闲暇时间影响一般,但需要同伴陪伴同行。80.8%的贫困生认为旅游价格对其旅游需求的影响大,同时87.9%的贫困生的闲暇时间不多且53.2%的贫困生认为其对旅游需求的影响不大,但约二分之一的贫困生认为有无同伴对旅游需求影响比较大。

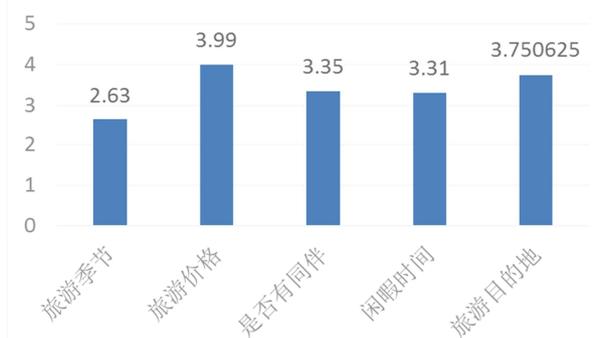


图1 高校贫困女生旅游需求的影响因素均值。

6. 交叉分析

本文着重分析了旅游目的地对不同年级贫困生和不同旅游消费占收入比例贫困生旅游需求的影响以及微社会环境对不同旅游消费占收入比例贫困生旅游需求的影响。

旅游目的地对不同年级贫困生旅游需求的影响(见表1)主要体现为高年级贫困生更注重出游前后体验感的一致性以及广告效应的作用,低年级贫困生偏向追求旅游吸引物的级别和更充足的旅游停留时间。由表可知,在旅游吸引物级别、旅游土特产品、旅游目的地广告宣传、停留时间和出游前后期望与结果的差异方面,旅游目的地对不同年级贫困生旅游需求的影响显著性均低于0.05,具有明显差异。大二、大三受旅游吸引物级别、土特产品和旅游停留时间对旅游需求的影响较大,大三、大四受广告宣传和出游前后期望与结果的差异对旅游需求的影响较大。在旅游目的地的其他方面,如生态环境、基础设施、娱乐活动、舒适度与愉悦度、安全、卫生、服务水平、位置交通等,不同年级贫困生均认为其对旅游需求影响较大,F检验下的显著性均大于0.05,无明显差异。

旅游目的地对不同旅游消费占收入比例的贫困生旅游需求的影响(见表2)集中表现为旅游消费占收入比重较低或一般的贫困生更注重旅游目的地的舒适与愉悦度,停留时间对其影响较大,以及对出游前后体验结果的一致性要求更高。由表可知,在旅游目的地的舒适与愉悦度、旅游土特产品、旅游目的地广告宣传、停留时间和出游前后期望与结果的差异方面,旅游目的地对不同旅游消费占收入比例贫困生旅游需求的影响显著性均低于0.05,具有明显差异。其中旅游消费占收入比例不高的贫困生认为目的地的舒适与愉悦度、旅游目的地停留时间以及出游前对目的地的期望值与出游后旅游体验结果之间的差异对其旅游需求影响较大,旅游消费占收入比例一般、比较少的贫困生认为土特产品和广告宣传对其旅游需求有一定影响。在旅游目的地的其他方面,如生态环境、基础设施、娱乐活动、旅游吸引物、安全、卫生、服务水平、位置交通等,不同旅游消费占收入比例贫困生均认为其对旅游需求影响较大,F检验下的显著性均大于0.05,无明显差异。

微社会环境对不同旅游消费占收入比例贫困生的旅游需求的影响(见表3)主要为旅游消费占收入比例较高的贫困生对旅游有较强动机,并主动进行旅游活动,对旅游拥有正确认知心理。由表可知,在经常接触人群喜欢旅游、生活在旅游城市、喜欢旅游、愿意主动获取旅游信息、经常与周围人谈论旅游、休闲方式中优先选择旅游、想到旅游心情愉悦、想去旅游但心理有负担以及自认为不应该去旅游等方面,微社会环境对不同旅游消费占收入比例贫困生的旅游需求的影响存在明显差异,F检验下的显著性均小于0.05。旅游消费占收入比例不低的贫困生多生活在旅游城市,且喜欢旅游,想到旅游就心情愉悦并非常愿意主动获取旅游信息,更愿意将旅游作为休闲方式的优先选择。同时其周围人喜欢旅游会与之讨论旅游但不多,并不认为旅游会有心理负担。相反,旅游消费占收入比例较低的贫困生生活在非旅游城市,不愿与周围人谈论旅游且不会将旅游作为优先的休闲方式。在微社会环境的其他方面,如条件允许时想去旅游、想去旅游却不敢与同学结伴同行,

不同旅游消费占收入比例的贫困生均认为条件允许时比较愿意去旅游，且敢于与同学结伴同行。

表1 旅游目的地对不同年级贫困生旅游需求的影响。

变量	旅游吸引物级别对旅游需求的影响	旅游目的地土特产品的提供对旅游需求的影响	旅游目的地广告宣传对旅游需求的影响	旅游目的地停留时间对旅游需求的影响	出游前对目的地的期望值与出游后旅游体验结果之间的差异
不同年级	大一 (n=73) 3.38±1.022	2.81±1.076	3.07±0.933	3.27±0.99	3.66±0.946
	大二 (n=132) 3.49±0.878	3.3±1.024	3.3±0.931	3.66±0.809	3.74±0.844
	大三 (n=118) 3.68±0.933	3.41±0.945	3.57±0.811	3.76±0.724	3.97±0.768
	大四 (n=42) 3.17±1.01	3±0.963	3.36±0.791	3.64±0.85	3.81±1.018
F	3.53	6.338	5.081	5.527	2.457
p	0.015	0	0.002	0.001	0.063

表2 旅游目的地对不同旅游消费占收入比例贫困生旅游需求影响。

变量	旅游目的地的舒适与愉悦度对您旅游需求的影响	旅游目的地土特产品的提供对旅游需求的影响	旅游目的地广告宣传对旅游需求的影响	旅游目的地停留时间对旅游需求的影响	出游前对目的地的期望值与出游后旅游体验结果之间的差异	
不同旅游消费占收入比例	非常低 (5%及以下) (n=233)	4.08±0.811	3.1±1.037	3.25±0.932	3.53±0.866	3.76±0.944
	比较低 (5-10%) (n=77)	4.18±0.683	3.44±0.866	3.52±0.7	3.75±0.672	3.94±0.656
	一般 (10-20%) (n=37)	4.38±0.893	3.57±1.094	3.62±0.861	4±0.745	3.92±0.829
	比较高 (20-30%) (n=14)	3.64±0.842	2.57±0.852	3.21±0.975	3.43±0.852	3.71±0.726
	非常高 (30%以上) (n=4)	3.75±0.5	3±1.414	3.5±1.291	3±1.826	3.5±0.577
F	2.733	4.284	4.124	2.438	3.894	
p	0.029	0.002	0.003	0.047	0.004	

表3 微社会环境对不同旅游消费占收入比例贫困生旅游需求的影响。

变量	不同旅游消费占收入比例					F	p
	非常低 (5%及以下) (n=233)	比较低 (5-10%) (n=77)	一般 (10-20%) (n=37)	比较高 (20-30%) (n=14)	非常高 (30%以上) (n=4)		
经常接触人群喜欢旅游	3.09±0.966	3.52±0.718	3.7±0.909	3.21±0.975	3.75±1.258	6.093	0
生活在旅游城市	2.73±1.329	3.29±1.266	3.35±1.274	3.07±1.328	4±1.414	4.436	0.002
喜欢旅游	3.5±1.067	3.81±0.889	4.05±0.911	4.14±1.099	3.75±1.893	3.884	0.004
愿意主动获取旅游信息	3.16±1.086	3.64±0.902	3.84±0.866	4±1.24	3.75±1.258	6.893	0
经常与周围人谈论旅游	2.75±1.121	3.22±0.927	3.41±0.865	3.43±1.089	3±0.816	5.777	0
休闲方式中优先选择旅游	2.85±1.167	3.3±1.014	3.41±0.956	3.57±1.453	3.75±1.258	4.803	0.001
想到旅游心情愉悦	3.56±1.097	3.65±0.943	4.14±0.887	3.93±1.141	3.5±1.732	2.62	0.035
想去旅游但心理有负担	3.66±1.161	3.18±1.097	3.11±1.075	2.79±0.975	1.75±0.5	7.368	0
自认为不应该去旅游	2.53±1.242	2.19±1.039	1.78±0.854	1.64±0.929	2±1.414	5.315	0

7. 结论

第一，贫困女大学生的出游意愿强烈并愿意结伴出游，对旅游有较强的身份认同感但出游有心理负担。

第二，贫困女大学生受旅游时间限制小，注重出游体验，多选择旅游目的地最佳季节与旅游淡季、平季出游，旅游价格为限制其出游的主要因素。

第三，贫困女大学生对旅游目的地的综合服务水平要求较高，对旅游资源的多样性、组合性需求较强烈。

第四，高年级贫困女大学生更关注旅游目的地的广告宣传以及出游前后的期望与结果的一致性，低年级贫困女大学生重视旅游吸引物的级别及旅游停留时间。

第五，旅游消费占收入比重较低的贫困女大学生更重视旅游目的地的舒适和愉悦度、停留时间，以及出游前后的期望与结果的一致性。

8. 建议及对策

第一，旅游目的地建设多元宣传渠道，线上线下双向发展。旅游目的地可通过抖音、快手、微博等自媒体平台进行宣传营销，同时与高校进行宣传合作，提高贫困女大学生旅游信息可信度、通达度，加深其对旅游活动的了解。

第二，旅游目的地可推出优惠型旅游产品，拓展旅游市场。旅游景区可推出针对学生群体的多样优惠产品，削弱旅游价格对贫困女大学生旅游需求的限制，提升贫困女大学生旅游安全感从而激发其旅游动机。

第三，旅游目的地注重基础服务设施建设，提高综合服务水平。旅游目的地既要提高硬实力也要提高软实力，做到宣传效果与实地体验相一致，切实保障作为旅游者的贫困女大学生的出行体验。

第四，旅游相关部门加强市场监管力度，保证贫困女大学生出游安全。政府管理部门强化对旅游安全的资金投

入管理,通过出台贫困女大学生出游安全的规范性文件和宣传旅游安全知识,降低旅游事故发生率,增加贫困女大学生出游安全感,提供安全保障。

参考文献

- [1] 唐仲蔚.中央扶持政策落地,旅游项目推进有力[N].中国旅游报,2021-09-09(001)。
- [2] 卢剑峰.旅游企业社会责任、变革、创新与绩效关系研究[M]. 2018: 1-2。
- [3] 赵金玲.校企合作、产教融合培养高素质应用型旅游人才[M].北京:旅游教育出版社,2019.03: 52-53。
- [4] 文化和旅游部.文化和旅游发展统计公布.[R].2019。
- [5] 刘昌亚,李健聪.中国教育统计年鉴2019[J].中国教育统计年鉴,2020.12,2020。
- [6] 刘声.中国扶贫基金会公布调查报告显示六大压力困扰贫困女大学生[N].中国青年报.2004.(04)。
- [7] Kathryn G. Logana; John D. Nelsonb; Christopher Osbeckc; James D. Chapmana; Astley Hastingsa. The application of travel demand management initiatives within a university setting [J]. Case Studies on Transport Policy, 2020, Vol. 8 (No. 4) 1426-1439.
- [8] 曹晓慧,李国精,贾杰.内蒙古乌兰察布市大学生旅游市场开发研究[J].产业与科技论坛,2019,18(14):128-130。
- [9] 程雨竹,王昕,宋晶晶,胡朝光.基于因子分析的影响大学生旅游因素的研究[J].智库时代,2020(01):76-77。
- [10] 赵倩倩.基于深圳市在校大学生旅游行为的旅游市场开发研究[D].深圳大学,2017。
- [11] 薛熙明.在校女大学生旅游体验与旅游需求的质性研究 [J]. 妇女研究论丛,2014,3:98-105。
- [12] 袁声鹏.贵州大学生旅游需求与消费导向研究[J].安顺学院学报,2020,22(05):106-111。
- [13] 刘妍.女大学生旅游市场开发——以济南市高校为例[J].黑龙江生态工程职业学院学报,2011,24(03):53-55。
- [14] 王纤纤,王昊星,熊高强.南京大学生旅游需求及偏好调查分析[J].商展经济,2021(16):59-61。
- [15] 穆红梅,郑开焰.大学生旅游消费行为实证研究[J].经济问题,2018(04):123-128。
- [16] 林德琴,俞慧,邱海辉.大学生旅游行为研究分析——以福建江夏学院为例[J].商业经济,2019(05):172-175+182。
- [17] 李明媚.从马斯洛需求层次理论看旅游服务品质的提高[J].中国外资(下半月),2011(10):21-23。
- [18] 余向洋,吴东方,朱国兴,李德明.旅游视域下的认同研究——基于文献综述的视角[J].人文地理,2015,30(02):15-22。
- [19] J. C. TURNER, R. J. BROWN, H. TAJFEL. Social comparison and group interest in ingroup favouritism [J]. European Journal of Social Psychology, 1979, 9 (2): 187-204.