

旅游者乡村性感知对环境责任行为影响的实证研究 —以高淳国际慢城为例

孔艺丹, 黄子璇, 陶卓民*, 刘 琪

(南京师范大学地理科学学院, 南京 210023)

摘 要: 乡村旅游者环境行为是乡村旅游地可持续发展的重要推手。文章引入游客满意度作为中介变量, 构建旅游者乡村性感知对环境责任行为的影响机制模型。以高淳国际慢城游客为研究对象, 采用问卷调查的方法获取 582 份有效问卷, 并运用结构方程方法对理论模型进行了实证检验。结果表明: (1) 旅游者乡村性感知共有乡村文化感知、乡村景观感知、地域条件感知、社区参与感知和农业经济感知 5 个维度; (2) 乡村文化感知与乡村景观感知是影响环境责任行为的主要因素, 其不仅会直接影响而且还会通过满意度间接影响环境责任行为; (3) 地域条件感知与社区参与感知对环境责任行为影响不显著; (4) 农业经济感知仅通过满意度间接作用于环境责任行为。

关键词: 乡村性; 环境责任行为; 满意度; 旅游者; 高淳国际慢城

中图分类号: F592.7

文献标识码: A

文章编号: 2096-5877(2020)04-0119-05

Empirical Research on Tourists' Rurality Perception Influence to Environmentally Responsible Behavior

—A Case Study of Gaochun International Slow City

KONG Yidan, HUANG Zixuan, TAO Zhuomin*, LIU Qi

(School of Geographical Science, Nanjing Normal University, Nanjing 210023, China)

Abstract: The environmental behavior of rural tourists is an important promoter for the sustainable development of rural tourism destinations. The paper introduces tourist satisfaction as an intermediary variable, and establishes a model of the influence mechanism of tourists' rurality perception on environmentally responsible behavior. Taking tourists of Gaochun International Slow City as the research object, a questionnaire survey method was applied and acquired 582 valid questionnaire responses. The Structural Equation Model method was adopted to empirically test the theoretical model. The results show that: (1) There are five dimensionalities of tourists' perception of rurality, including rural culture perception, rural landscape perception, regional condition perception, community participation perception and agricultural economy perception. (2) Rural culture perception and rural landscape perception are the main factors affecting environmentally responsible behavior, which not only directly affects environmentally responsible behavior, but also generates indirect effects through satisfaction. (3) The impact of regional condition perception and community participation perception on environmentally responsible behavior is not significant. (4) Agricultural economy perception only indirectly affects environmentally responsible behavior through satisfaction.

Key words: Rurality; Environmentally responsible behavior; Satisfaction; Tourists; Gaochun International Slow City

2017 年 10 月 18 日, 习近平总书记在十九大报告中首次提出要实施“乡村振兴”战略, 再次有力

地说明了发展乡村旅游对“三农”工作的重要性, 乡村旅游议题将会再次引起学界的研究热潮^[1]。乡村性作为乡村旅游发展的重要依托, 成为近年来国内外学者关注的重点。关于乡村性的研究, 国外学者大多聚焦于乡村性内涵与表征的研究; 国内学者主要集中于乡村性评价^[2]、乡村性时空分析、乡村地域类型划分^[3]、乡村性传承^[4]、乡村性研究综述^[5]等内容。而关于旅游者对乡村性的感

收稿日期: 2018-12-25

基金项目: 国家自然科学基金(41571139); 江苏高校优势学科建设工程资助项目(164320H116)

作者简介: 孔艺丹(1993-), 女, 在读硕士, 研究方向: 乡村旅游与休闲农业。

通讯作者: 陶卓民, 男, 博士, 教授, E-mail: 09059@njnu.edu.cn

知及其影响的探讨甚少,实证研究缺乏。

作为地方性的重要组成部分,乡村性是乡村旅游地的本底形象和核心吸引力,对乡村性的感知是旅游者形成满意度的基础。同时,旅游地的乡村性必然与旅游者体验及其环境责任行为密切相关。关于环境责任行为的影响因素和形成机理一直是学界研究的热点。学者对环境责任行为影响因素的研究主要涉及三方面:(1)人口统计学因素研究,包括年龄、教育水平等^[6];(2)内在个人因素研究,主要涉及环境知识^[7]、环境态度^[8]、环境敏感性^[7]、旅游涉入^[9]、地方依恋^[10]、感知价值^[11]等;(3)外在情境因素研究,包括景区环境政策^[12]、便利条件^[13]等,这些变量多直接或者通过满意度间接影响环境责任行为。但从乡村性角度出发,探讨旅游者乡村性感知对环境责任行为影响的研究还较为少见。

鉴于此,本研究以满意度为中介变量,运用结构方程模型的方法,探讨旅游者乡村性感知对环境责任行为的影响机制,并以高淳国际慢城为例进行实证研究,以期对乡村旅游地可持续发展提供参考与借鉴。

1 材料与研究方法

1.1 数据收集

高淳国际慢城位于南京市高淳区,是一个集观光游览、生态农业为一体的乡村旅游目的地。凭借优良的生态环境与特色的民俗文化,高淳国际慢城被评为“江苏省四星级乡村旅游景点”,为旅游地乡村性研究提供了具有典型意义的研究情境。2010年11月,高淳国际慢城被评为中国首个国际慢城,极大地推动了当地的旅游发展,过去五年高淳区接待游客人数的年平均增长率为23.08%。随着游客人数激增,部分游客的非环境责任行为使旅游区内的生态环境遭到一定程度的破坏。因此,本文以高淳国际慢城为案例地,研究旅游者乡村性感知对环境责任行为的影响机制,有助于补充旅游地感知理论,并为乡村旅游地可持续发展提供借鉴。研究采用随机拦截方式获取数据,以到访景区内的高淳老街、桧溪国际慢城的游客为调查对象。调查时间为2018年4~6月,总共发放问卷700份,回收问卷653份,有效问卷582份,有效率89.1%。

1.2 研究假设

1.2.1 乡村性

乡村性作为描述乡村地域特征的重要概念,

近年来被国内外学者广泛采用,是反映人们对乡村多功能的社会需求^[14],引发旅游者前往乡村旅游地的根本动机,而乡村性的分类是乡村性研究的基础。目前学术界对其划分尚未达成共识,但大多涉及乡村景观、乡村文化、社区参与等要素^[15-17]。本文将乡村性分为乡村文化、乡村景观、地域条件、社区参与和农业经济五个方面。同时将旅游者乡村性感知定义为旅游者在乡村旅游地游览过程中,通过对以上各项属性的感知而形成的整体印象,涵盖乡村文化感知、乡村景观感知、地域条件感知、社区参与感知和农业经济感知5个维度。

1.2.2 满意度

旅游满意度是指旅游者对目的地的体验结果与之前的期望及其付出的时间和精力等相比较后,在旅游者心里形成的总体评价。在乡村旅游过程中,城市居民的出游动机是体验乡村性^[18],即欣赏田园风光、感受乡村文化以满足其回归自然的诉求。对乡村性具有显著感知的旅游者,通常会获得更为独特和满意的体验感。游客对乡村旅游地形象感知越强,其旅游体验感与满意度越高^[19]。由此,提出以下假设:

H1a-H1e:乡村文化感知、乡村景观感知、地域条件感知、社区参与感知和农业经济感知分别对满意度存在显著的正向影响。

1.2.3 环境责任行为

旅游者环境责任行为是指旅游者在旅游过程中做出有利于旅游地环境可持续发展或减少旅游地环境负面影响的行为^[20]。具有良好地方特征的目的地环境是旅游者环境责任行为的重要影响因素^[6],历史街区旅游意象不仅直接影响游客环境责任行为,且通过满意度加以间接驱动^[21]。由此,提出以下假设:

H2a-H2e:乡村文化感知、乡村景观感知、地域条件感知、社区参与感知和农业经济感知分别对环境责任行为存在显著的正向影响;

H3:满意度对环境责任行为存在显著的正向影响。

根据以上相关文献和研究假设,构建本研究理论模型(图1)。

1.3 问卷设计

调查问卷主要分为两大部分,第一部分为被调查者的人口统计学特征,包括性别、年龄、文化程度、职业、收入5个题项。第二部分为被调查者的乡村性感知、满意度和环境责任行为测试量

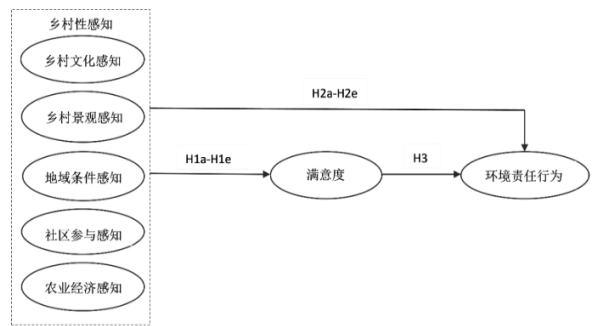


图1 研究理论模型

表,其中乡村性感知测试量表借鉴魏鸿雁、冯淑华等的研究^[16-17],包括15个题项;满意度测试量表参考Ramkissoon、Yoon等的研究^[10, 22],共有3个题项;关于环境责任行为的测试量表主要借鉴贾衍菊等的研究^[6],包括5个题项。以上测试量表均采用Likert 5级量表进行测量。在数据处理时,对乡村性感知量表中的反向题项进行了反向赋值,即在数据处理时将“1”录入为“5”。

2 结果与分析

2.1 样本的人口统计学特征

被调查样本中男女比例较为均衡,男性略多(54.64%),年龄以26~45岁(51.20%)中青年为主体,文化程度以大专以上学历(53.44%)为主,接近一半(49.48%)的月收入在3 001~7 000元,职业以企事业管理人员、文教科技人员、学生为主,分别占21.13%、17.35%、14.95%。

2.2 量表的信度与效度检验

测试量表的整体信度为0.914,且模型中各潜变量的克朗巴哈系数值在0.718~0.895之间,均大于0.5,说明量表具有良好的信度。各测量题项的标准化因子载荷值在0.633~0.897之间,均大于0.5,且在0.001的水平下显著;组合信度(CR)在0.718~0.897之间,均大于0.7;平均提取方差(AVE)介于0.460~0.743之间,均大于0.45(表1),这表明

表1 验证性因子分析结果

潜变量	测量题项	标准化因子载荷	标准误差	t值	平均提取方差	组合信度	克朗巴哈系数值
乡村性感知							0.857
乡村文化感知	A1:这里保留了当地的乡村生活方式	0.878	0.082	16.173	0.637	0.838	0.823
	A2:这里能感受到真实的乡村文化氛围	0.635	0.047	12.314			
	A3:这里的节庆活动具有当地的特色	0.859	0.042	16.081			
乡村景观感知	B1:这里保留了优美的田园风光	0.800	0.051	19.189	0.641	0.843	0.841
	B2:这里生态环境较好	0.826	0.050	19.779			
	B3:这里的建筑物保留了当地的乡村风格	0.775	0.052	18.743			
地域条件感知	C1:相对于城市而言,这里的居民数量较少	0.681	0.072	14.007	0.509	0.756	0.754
	C2:这里离市区较远	0.733	0.070	14.007			
	C3:这里位于非城市地区	0.725	0.071	13.911			
社区参与感知	D1:这里购买的旅游商品以当地厂家生产为主	0.700	0.078	12.749	0.460	0.718	0.718
	D2:这里以当地居民提供的旅游服务为主	0.673	0.079	12.749			
	D3:这里的旅游相关企业以当地居民经营为主	0.660	0.075	12.590			

续表 1

潜变量	测量题项	标准化因子载荷	标准误差	t 值	平均提取方差	组合信度	克隆巴哈系数值
农业经济感知	E1:这里农业生产氛围浓	0.837	0.063	18.602	0.663	0.854	0.852
	E2:这里商业氛围较浓*	0.731	0.046	18.602			
	E3:这里林/农业用地面积较大	0.868	0.060	18.838			
满意度	F1:总体来说,我对这次乡村旅游经历较满意	0.807	0.039	24.066	0.743	0.897	0.895
	F2:我认为这次乡村旅游所花费的时间和精力是值得的	0.880	0.045	23.789			
	F3:与预期相比,我对这次乡村旅游各方面还是满意的	0.897	0.044	24.066			
环境责任行为	G1:我有责任保护当地环境	0.830	0.084	16.140			
	G2:我会遵守当地环境准则	0.823	0.095	15.662			
	G3:我会妥善处理旅行中的垃圾	0.752	0.098	14.669			
	G4:我会说服同行的亲朋好友采取对环境有利的行为	0.671	0.046	16.140	0.557	0.861	0.859
	G5:我会主动劝说他人的破坏环境行为	0.633	0.065	14.213			

注: *为反向赋值题项

各潜变量的收敛效度较好。经比较,除地域条件感知的平均提取方差平方根(0.713)和社区参与感知的平均提取方差平方根(0.678)低于二者之间的相关系数(0.731)外,其余潜变量的平均提取方差平方根均大于其与其他潜变量的相关系数。Fornell 等指出,大部分潜变量的平均提取方差平方根值大于其与其他潜变量的相关系数时,表明各潜变量之间具有良好的判别效度^[23]。总体而言,量表效度较好。

2.3 结构模型检验结果

结构模型的拟合指数显示: $\chi^2/df=4.540$, RMSEA=0.078, GFI=0.868, IFI=0.900, CFI=0.899, TLI=0.878, NFI=0.875。主要拟合优度指数均在推荐值范围内,表明结构模型具有良好的整体拟合度。采用最大似然法对理论模型进行检视。H1a、H1b、H1e、H2a、H2b、H3 通过有效验证, H1c、H1d、H2c、H2d、H2e 没有通过验证。对各变量的影响路径及影响效应进行了分析,结果如表 2 所示。

表 2 假设检验结果与变量影响效应分析

假设路径	路径系数	t 值	直接效应	间接效应	总效应	结果
H1a: 乡村文化感知→满意度	0.144*	2.549	0.144	无	0.144	支持
H1b: 乡村景观感知→满意度	0.203**	3.239	0.203	无	0.203	支持
H1c: 地域条件感知→满意度	0.168	1.861	无	无	无	拒绝
H1d: 社区参与感知→满意度	0.140	1.628	无	无	无	拒绝
H1e: 农业经济感知→满意度	0.198***	3.956	0.198	无	0.198	支持
H2a: 乡村文化感知→环境责任行为	0.135**	2.825	0.135	0.062	0.197	支持
H2b: 乡村景观感知→环境责任行为	0.268***	4.814	0.268	0.087	0.355	支持
H2c: 地域条件感知→环境责任行为	0.017	0.215	无	无	无	拒绝
H2d: 社区参与感知→环境责任行为	0.139	1.899	无	无	无	拒绝
H2e: 农业经济感知→环境责任行为	0.060	1.140	无	0.085	0.085	拒绝
H3: 满意度→环境责任行为	0.429***	9.071	0.429	无	0.429	支持

注: ***、**和*分别表示 P 在 0.001、0.01 和 0.05 的水平上显著

(1)乡村文化感知影响环境责任行为的路径有两条:乡村文化感知→环境责任行为;乡村文化感知→满意度→环境责任行为。这说明乡村文化感知不仅直接影响环境责任行为,也可通过满意度间接影响环境责任行为。直接影响效应为0.135,间接影响效应为0.062,则总效应为0.197。表明保护乡村文化的真实性、增加节庆活动的参与性可以提升旅游者满意度,进而促使其表现出更多的环境责任行为。

(2)乡村景观感知影响环境责任行为的路径有两条:乡村景观感知→环境责任行为;乡村景观感知→满意度→环境责任行为。这意味着,乡村景观感知对环境责任行为既产生显著的直接影响,也通过满意度产生间接影响。直接影响效应为0.268,间接影响效应为0.087,则总效应为0.355。表明传承特色的乡村景观、维护良好的生态环境、增强乡村旅游地对旅游者的吸引力对提高游客满意度、改善游客环境责任行为具有较强的促进作用。

(3)地域条件感知影响环境责任行为的路径均不显著。出现这种结果的原因可能是由于乡村旅游地客源主要是城市居民,旅游者更加关注乡村旅游地本身在田园风光、民俗文化等方面为其带来的满足感,而对地域属性的敏感性有所降低,故未表现出环境责任行为。

(4)社区参与感知影响环境责任行为的路径均不显著。出现这种结果的原因可能由于近年来乡村旅游者的旅游支付能力与文化素质的全面提高,更加注重旅游过程中特色性、参与性的体验,而对社区提供传统的吃、住等基础性服务和同质化旅游商品的关注度降低,导致社区参与感知无法对环境责任行为产生显著的影响。

(5)农业经济感知影响环境责任行为的路径仅有一条:农业经济感知→满意度→环境责任行为。这表明农业经济感知并不直接影响环境责任行为,而是通过满意度间接影响环境责任行为,间接影响效应为0.085。表明维持适度的商业化、划定合理的土地利用类型以及保持原有的农业生产氛围会大大提高游客对旅游的满意度,从而激发其环境责任行为。

(6)满意度显著正向影响环境责任行为,直接影响效应为0.429。表明旅游满意度越高,游客实施环境责任行为就越积极,故乡村旅游地要永续发展就必须想方设法提高游客满意度。同时本研究发现满意度在乡村性感知与环境责任行为的影响关系中起到重要的中介作用,存在乡村性感知→满

意度→环境责任行为的影响路径,这说明景区管理者应该重视游客环境责任行为管理的系统性,通过强化旅游者乡村性感知来提升游客满意度,进而促使游客实施环境责任行为。

3 结论与建议

3.1 结论

本文以高淳国际慢城为例,通过引入满意度作为中介变量,研究旅游者乡村性感知对环境责任行为的影响机制。主要结论如下:(1)验证性因子分析得到乡村性感知包括乡村文化感知、乡村景观感知、地域条件感知、社区参与感知和农业经济感知5个维度。(2)乡村文化感知和乡村景观感知是影响环境责任行为的重要因素,不仅通过满意度间接影响环境责任行为,也对环境责任行为产生直接影响。(3)地域条件感知与社区参与感知对环境责任行为影响不显著。(4)农业经济感知对环境责任行为的直接影响不显著,而是通过满意度间接影响环境责任行为。

3.2 建议

(1)乡村旅游地应合理开发乡村文化资源,深入挖掘乡村文化内涵,充分利用民俗节庆活动来营造传统的乡土气息和真实的文化氛围,增加文化的原真性、主题性与参与性,提升旅游者对乡村文化的感知。(2)加强智慧景区建设,提升景区APP服务^[24]来有效控制客流量,维持生态环境稳定性;同时,通过塑造与传承乡村特色景观和制定健全的景观保护制度,以促进景观本土化发展,提高游客对乡村景观的感知。(3)加大政府介入力度,通过建立相关管理制度来调控景区内的商业业态,同时保持原有的农业生产氛围,合理有效划定土地利用类型以提高游客对农业经济的感知,进而提升旅游满意度,促进游客实施环境责任行为。

参考文献:

- [1] 张圆刚,余向洋,程静静,等.基于TPB和TSR模型构建的乡村旅游者行为意向研究[J].地理研究,2017,36(9):1725-1741.
- [2] 聂晓英,石培基,张学斌,等.西北干旱区乡村性评价及驱动机制研究—以甘肃武威为例[J].地理科学,2017,37(4):585-594.
- [3] 马力阳,李同昇,李婷,等.我国北方农牧交错带县乡村性空间分异及其发展类型[J].经济地理,2015,35(9):126-133.
- [4] 刘沛林,于海波.旅游开发中的古村落乡村性传承评价—以北京市门头沟区爨底下村为例[J].地理科学,2012,32(11):1304-1310.

(下转第128页)

参考文献:

- [1] 廖彩荣,陈美球.乡村振兴战略的理论逻辑、科学内涵与实现路径[J].农林经济管理学报,2017,16(6):795-802.
- [2] 姜长云.关于发展农业生产性服务业的思考[J].农业经济问题,2016,37(5):8-15,110.
- [3] 姜长云.农业生产性服务业发展的模式、机制与政策研究[J].经济研究参考,2011(51):2-25.
- [4] 芦千文,姜长云.我国农业生产性服务业的发展历程与经验启示[J].南京农业大学学报(社会科学版),2016,16(5):104-115,157.
- [5] 芦千文.现代农业产业化联合体:组织创新逻辑与融合机制设计[J].当代经济管理,2017,39(7):38-44.
- [6] 刘楠,张平.我国农业生产性服务业发展存在的问题及对策[J].经济纵横,2014(8):65-68.
- [7] 杜志雄.农业生产性服务业发展的瓶颈约束:豫省例证与政策选择[J].东岳论丛,2013,34(1):144-149.
- [8] 姜长云.农业生产性服务业发展模式举证:自安徽观察[J].改革,2011(1):74-82.
- [9] 董欢.我国农业生产性服务业发展的若干思考[J].农村经济,2013(6):112-115.
- [10] 鲁可荣,周洁.农业生产组织对农业社会化服务需求意向及实际满足度分析—基于对浙江省178例农业生产组织的抽样调查[J].福建论坛(人文社会科学版),2014(3):135-139,33.
- [11] 郑文琦.技术外包模式在农业技术推广中的应用研究[J].吉林农业科学,2008(3):62-65.
- [12] 张平,孙伟仁.我国农村生产性服务业发展的现实问题与优化路径[J].求是学刊,2015,42(2):61-67.

(责任编辑:王丝语)

.....

(上接第123页)

- [5] 李红波,张小林.乡村性研究综述与展望[J].人文地理,2015,30(1):16-20.
- [6] 贾衍菊,林德荣.旅游者环境责任行为:驱动因素与影响机理—基于地方理论的视角[J].中国人口·资源与环境,2015,25(7):161-169.
- [7] Cheng T M, Wu H C. How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? An integrated approach for sustainable island tourism[J]. Journal of Sustainable Tourism, 2015, 23(4): 557-576.
- [8] Kil N, Holland S M, Stein T V. Structural relationships between environmental attitudes, recreation motivations, and environmentally responsible behaviors[J]. Journal of Outdoor Recreation & Tourism, 2014 (7-8):16-25.
- [9] Lee T H. How recreation involvement, place attachment and conservation commitment affect environmentally responsible behavior[J]. Journal of Sustainable Tourism, 2011, 19(7): 895-915.
- [10] Ramkissoon H, Smith L D G, Weiler B. Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: a structural equation modelling approach[J]. Tourism Management, 2013, 36: 552-566.
- [11] 窦璐.旅游者感知价值、满意度与环境负责行为[J].干旱区资源与环境,2016,30(1):197-202.
- [12] 余晓婷,吴小根,张玉玲,等.游客环境责任行为驱动因素研究—以台湾为例[J].旅游学刊,2015,30(7):49-59.
- [13] 赵黎明,张海波,孙健慧.旅游情境下公众低碳旅游行为影响因素研究—以三亚游客为例[J].资源科学,2015,37(1):201-210.
- [14] Hidle K, Cruickshank J, Nesje L M. Market, commodity, resource, and strength: Logics of Norwegian rurality[J]. Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography, 2006, 60(3): 189-198.
- [15] Cloke P, Edwards G. Rurality in England and Wales 1981: A replication of the 1971 index[J]. Regional Studies the Journal of the Regional Studies Association, 1986, 20(4):289-306.
- [16] 魏鸿雁,陶卓民,潘坤友.基于乡村性感知的乡村旅游地游客忠诚度研究—以南京石塘人家为例[J].农业技术经济,2014(3):108-116.
- [17] 冯淑华,沙润.乡村旅游的乡村性测评模型—以江西婺源为例[J].地理研究,2007,26(3):616-624.
- [18] 张春花,卢魏.中国城市居民乡村旅游动机研究—以上海、南京为例[J].桂林旅游高等专科学校学报,2007,18(5):703-706.
- [19] 刘锐,卢松,邓辉.城郊型乡村旅游地游客感知形象与行为意向关系研究—以合肥大圩镇为例[J].中国农业资源与区划,2018,39(3):220-230.
- [20] 范钧,邱宏亮,吴雪飞.旅游地意象、地方依恋与旅游者环境责任行为—以浙江省旅游度假区为例[J].旅游学刊,2014,29(1):55-66.
- [21] 陈虎,梅青,王颖超,等.历史街区旅游意象对环境责任行为的驱动性研究—以满意度为中介变量[J].中国人口·资源与环境,2017,27(12):106-116.
- [22] Yoon Y, Uysal M. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model[J]. Tourism Management, 2005, 26(1): 45-56.
- [23] Fornell C, Larcker D F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error[J]. Journal of Marketing Research, 1981, 18(1):39-50.
- [24] 熊友平.湖州市乡村旅游发展的资源因子及其提升路径研究—基于灰色关联度分析的视角[J].东北农业科学,2018,43(6):53-57.

(责任编辑:王丝语)