

李华敏◎著

乡村旅游行为意向 形成机制研究

基于计划行为理论的拓展



中国社会科学出版社

乡村旅游行为意向 形成机制研究

基于计划行为理论的拓展

李华敏 ⊙ 著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

乡村旅游行为意向形成机制研究:基于计划行为理论的
拓展/李华敏著. —北京:中国社会科学出版社,2009.4
ISBN 978-7-5004-7674-0

I. 乡… II. 李… III. 乡村—旅游业—研究 IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 037793 号

责任编辑 周晓慧
责任校对 林福国
封面设计 毛国宣
技术编辑 李 建

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029450(邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 丰华装订厂

版 次 2009 年 4 月第 1 版

印 次 2009 年 4 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 8.5

插 页 2

字 数 204 千字

定 价 21.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

序 言

本书是我的研究生李华敏在其博士论文的基础上修改完善而成的。李华敏的博士论文在计划行为理论拓展的基础上对旅游者乡村旅游行为意向的形成机制进行了较为系统的研究。

旅游业是现代服务业中的典型产业。从理论上说,旅游业为顾客提供的产品具有无形性、不可分离性、变异性和易损失性等特点,这些特点都会影响旅游者的行为。因此,对于旅游学研究来说,分析旅游者的行为是一个很重要的课题。目前,国内外学术界对旅游行为的相关研究发展很快,这也充分说明了研究旅游行为的重要性。旅游行为的研究体系庞杂,涉及学科广泛,行为意向是其中的基础性课题。鉴于博士论文的研究条件和数据采集的现实性,李华敏博士将研究主题聚焦于乡村旅游行为意向的研究,我认为是比较合适的。

从实践上说,乡村旅游依托于乡村的自然环境和人文景观,以农村乡野风光、农业生产活动、农民风俗礼仪等为吸引物,以农民为市场经营主体,以城市居民为主要目标市场,利用城乡之间的资源差异提供旅游产品。目前,乡村旅游已经成为国内外旅游的重要内容,许多国家和地区都在大力促进乡村旅游的发展。对我国来说,发展乡村旅游不仅可以丰富旅游活动内容,扩大旅游容量,而且可以促进农村第三产业的发展,促进农民增收致富,进而推进社会主义新农村建设。因此,研究乡村旅游行为意

2 乡村旅游行为意向形成机制研究

向，也有重要的现实意义。

目前，国内外学者对旅游行为意向的研究主要从计划行为理论角度和顾客价值理论角度进行，并建立了相应的理论框架。但有关实证研究表明，这两种理论都不能单独完美地解释旅游行为意向。因此，有必要在充分吸收现有研究成果的基础上建立一个更加完善的框架对其进行解释。基于乡村旅游行为意向理论创新和实践指导的需要，李华敏博士的论文以经济学、行为学等有关理论为指导，运用创新的 METPB 模型，在浙江、河南、江西三地多个乡村旅游点采集数据，对影响乡村旅游行为意向的相关变量和乡村旅游行为意向的形成机制进行了探讨，推进了乡村旅游行为方面的理论研究。

李华敏在攻读博士学位期间，刻苦努力，勇于探索。他的聪明与勤奋使他出色地完成了研究工作，研究成果受到了同行专家的好评。论文评阅人都认为该论文“选题新颖，研究结果具有较强的理论价值和实践应用价值”。论文得到了浙江省社会科学学术著作出版资金资助，也说明了其学术价值和应用价值。

本书的正式出版对于促进行为理论和旅游行为理论的研究，对于科学指导乡村旅游的相关实践将起到积极的作用。当然，由于本课题涉及领域广泛，其中不少问题还处于讨论和研究当中，李华敏博士仅仅是从其中的一个角度进行的探索，其中肯定存在不足之处。另外，本课题只研究了旅游行为意向，还没有研究旅游行为，行为意向与行为之间还有距离，这之间还有许多影响因素及其关系需要揭示。希望李华敏博士以此为起点，进一步深入研究。同时，也祝愿李华敏博士在其他研究领域取得进展，多出成果，出好成果。

张忠根

2008年12月于浙江大学华家池

目 录

序言	张忠根 (1)
第一章 导论	(1)
第一节 问题的提出	(1)
一 研究背景	(1)
二 问题提出	(4)
第二节 研究目的和意义	(7)
一 研究目的	(7)
二 研究意义	(8)
第三节 相关概念界定	(9)
一 乡村旅游	(9)
二 旅游者	(14)
三 旅游行为意向	(18)
第四节 研究思路与方法	(20)
一 研究思路	(20)
二 内容安排	(21)
三 研究方法	(23)
第二章 文献综述	(27)
第一节 消费者行为理论述评	(27)

2 乡村旅游行为意向形成机制研究

一 消费者行为研究概况	(27)
二 理性行为理论	(34)
三 计划行为理论	(40)
第二节 顾客价值研究述评	(43)
一 买方价值理论	(45)
二 顾客让渡价值理论	(46)
三 顾客价值过程理论	(48)
四 顾客感知价值理论	(50)
第三节 旅游行为研究综述	(57)
一 旅游行为的分析方法	(57)
二 旅游动机和旅游决策研究	(60)
三 旅游行为的影响因素研究	(65)
第四节 本章小结	(69)

第三章 计划行为理论拓展模型构建

(72)

第一节 理论基础	(72)
第二节 乡村旅游行为意向的影响因素	(76)
一 基于计划行为理论的旅游行为意向影响因素	(76)
二 基于顾客价值理论的旅游行为意向影响因素	(84)
第三节 计划行为理论拓展模型构建及变量分析	(100)
一 变量设置	(100)
二 METPB 模型构建	(100)
三 变量分析	(101)
第四节 样本类别确定	(108)
一 包价乡村旅游者	(108)
二 散客乡村旅游者	(110)
三 半包价乡村旅游者	(112)

第五节 数据主要分析方法和样本数量	(113)
一 数据主要分析方法	(113)
二 样本数量确定	(115)
第四章 问卷设计与调查实施	(117)
第一节 研究变量问项设置	(117)
一 计划行为理论角度的变量问项设置	(117)
二 顾客价值理论角度的变量问项设置	(120)
第二节 问卷设计	(123)
一 德尔菲专家调查	(123)
二 试调查	(127)
三 调查问卷确定	(144)
第三节 问卷调查的实施	(145)
一 问卷发放情况	(145)
二 样本特征	(148)
第四节 数据质量检验	(149)
一 方差分析	(149)
二 验证性因子分析	(153)
第五章 模型和假设检验	(165)
第一节 计划行为理论角度的影响因素检验	(165)
一 模型设立和待验证假设	(165)
二 结构方程模型和假设检验	(167)
三 结论	(181)
第二节 顾客价值理论角度的影响因素检验	(182)
一 模型设立和待验证假设	(183)
二 结构方程模型和假设检验	(184)

4 乡村旅游行为意向形成机制研究

三 结论	(192)
第三节 METPB 模型检验	(193)
一 METPB 结构方程模型设立和待验证假设	(194)
二 模型识别检验和参数估计	(197)
三 研究结论和模型解释	(211)
 第六章 研究结论与讨论	(215)
第一节 主要研究结论	(215)
第二节 理论和实践贡献	(218)
一 理论贡献	(218)
二 实践贡献	(220)
第三节 对有关部门的建议	(222)
第四节 研究展望	(228)
 附录一 德尔菲专家调查问卷	(230)
附录二 乡村旅游行为意向试调查表	(231)
附录三 乡村旅游行为意向调查表	(240)
参考文献	(247)

第一章 导论

第一节 问题的提出

一 研究背景

旅游业在国际上被誉为永不衰落的朝阳产业，各国对旅游业的发展都相当重视。在我国，旅游业的发展经历了一个“从小到大”的过程。改革开放以前，我国的旅游工作一直属于民间友好往来的范畴，其主要作用是宣传国家的建设成就和加强国际友好往来。当时的旅游接待主要从扩大政治影响考虑，旅游设施规模很小，结构单一，旅游业并没有真正形成一个完整的产业。1978年，来华旅游入境人数仅为180.9万人次，其中外国人23万人次，旅游创汇2.63亿美元，位居世界第41位。受当时国内人民生活水平的限制，国内旅游人次和国内旅游收入都很少，因此没有正式纳入国民经济统计体系。改革开放以来，我国的旅游业与国民经济其他部门一样，取得了巨大进步。2006年，全国共接待游客116368万人次，^①其中入境游客10222万人次，为1978年的56倍，旅游创汇339.5亿美元，为1978年的129倍。

^① 《2006年1—12月地方接待情况》，中国旅游网，http://www.cnta.gov.cn/news_detail/newsshow.asp?id=A2007361057503947038。

2 乡村旅游行为意向形成机制研究

旅游业蓬勃发展的另一个表现是旅游形式的多样化,尤其是乡村旅游的快速发展。乡村旅游起源于19世纪中期的欧洲。一方面由于工业的大规模和高速发展,都市人希望能暂时避开工业城市的污染和快节奏生活方式的紧张而愿意去乡村旅游度假,乡村旅游应运而生。1865年,意大利“农业与旅游全国协会”的成立可视作该类旅游诞生的标志。在20世纪五六十年代,乡村旅游成为一种潮流。为适应这种趋势,西方发达国家纷纷利用区域性的特色农业种植园和养殖场建立旅游设施,吸引大批城市居民休闲度假游乐。在这些国家,乡村旅游主要以度假旅游的形式出现,因此,乡村旅游又被称为“绿色度假”,主要有休闲度假型、参与劳作型和参观研修型三种表现形式(周玲强和黄祖辉,2004)。另一方面,这些工业国家的农村地区出现了一系列的发展问题,如人口转移、经济萧条、老龄化等。当这些问题随着乡村旅游的发展而在一定程度上得到缓解时,人们开始对乡村旅游的发展投入了更多的关注,学者们对乡村旅游研究的兴趣也得到极大提高。

在我国,乡村旅游开始于20世纪50年代。当时,为外事接待需要,山东省石家庄村率先开展乡村旅游活动。但是,我国真正意义上的现代乡村旅游开始于80年代末的深圳荔枝节。随后,这一形式的旅游活动开始在全国各地发展起来。1984年,珠海白藤湖农民度假村开业,标志着乡村旅游在国内兴起。20世纪90年代初,成都龙泉驿书房村成功地举办了桃花节,为全国乡村旅游的发展起到了示范带动作用(贺小荣,2001)。

我国政府和相关组织对乡村旅游也十分重视。1989年在中国农民旅游协会第三次全国代表大会上成立了中国乡村旅游协会,确立了乡村旅游在我国旅游业中的重要地位。国家旅游局将1998年确定为“中国生态环境游”主题年,把2006年确定为

“中国乡村旅游”主题年，把2007年确定为“和谐城乡游”主题年，这些都表明国家旅游主管部门对我国乡村旅游的高度重视。国家旅游局还与国家农业部合作，决定在“十一五”期间，在全国范围内共同组织实施乡村旅游“百千万工程”，建成具有乡村旅游示范意义的100个县、1000个乡（镇）和1万个村，使已有的乡村旅游项目得到明显提升和完善，基本形成种类丰富、档次适中的乡村旅游产品体系和特色突出、发展规范的乡村旅游格局，以满足人民生活水平提高对旅游消费的需求。^①可以肯定，随着乡村旅游“百千万工程”的实施，我国的乡村旅游必将得到更快更好的发展，乡村旅游在我国旅游产业中将占有越来越重要的地位。

乡村旅游之所以发展迅速并得到政府旅游主管部门的重视，是因为乡村旅游具有显著的保护环境、促进经济和社会发展的作用（梁明珠，1999；郭焕成，2000；何景明，2003）。

发展乡村旅游具有环境保护作用。在以往的乡村城镇化过程中，农村工业大都以开发本地某种不可再生的资源为主要形式，另一些则以出让当地的空间资源为主要形式。这种发展模式的背后是以生态环境为代价的。而乡村旅游依托的是人与自然和谐发展的乡村环境，其发展的重要前提条件是乡村地域良好的生态环境。所以，保护乡村环境是发展乡村旅游的客观要求。发展乡村旅游能促进乡村生态环境的改善，改变以往发展模式中的人与自然之间的矛盾。

发展乡村旅游还能促进农村经济的发展。主要表现在：一是开拓就业领域，吸收农村剩余劳动力。随着工业化和城市化的推

^① 《国家旅游局与农业部签订合作协议》，中国旅游网，http://www.cnta.com/news_detail/newashow.asp?id=A20074161431385229834。

4 乡村旅游行为意向形成机制研究

进,我国虽然有1亿以上农村劳动力转移出了农业生产领域,但目前仍有两亿多农村剩余劳动力存在。旅游业是劳动密集型产业,乡村旅游的发展可以使很多人得到就业机会。二是调整农业产业结构,促进产业链的延伸。乡村旅游合理开发乡村传统自然风光和民间风俗文化,利用农、牧、林、畜、渔等传统农业形式,形成具有地方特色的乡村旅游产品体系、服务体系和景区体系,不但促进第一产业的发展,还直接增加了对农产品的需求量,推动了农村产业结构调整,为农业产业化经营提供了发展机会。三是促进农村各项事业的发展。乡村旅游的综合性可以带动农村交通、运输、饮食、邮电、商业以及纪念品生产等相关行业的发展,促进农村经济的全面繁荣。另外,乡村旅游对加强城乡交流,促进乡村城镇化建设也起到了很好的作用。伴随乡村旅游市场的形成和发展,必然会带动人流、物流、资金流、信息流在城乡之间的融合,起到加速农村市场发育和拓展的作用,从而促进乡村城镇化。

发展乡村旅游对于传承中国传统文化也具有重要作用。中国历史悠久,中华文化是人类的宝贵财富。乡村旅游包含了丰富的历史、民俗、文学、经济、科学等文化内涵,尤其是乡村中深厚淳朴的传统文化和宁静自然的田园生态文化最让人心驰神往。因此,充分挖掘乡村传统文化、农耕文化、民俗文化就成了发展乡村旅游的必要手段;在发展乡村旅游的同时保护乡村文化,是乡村旅游可持续发展的根本保证。发展乡村旅游的过程也就是发掘和保护、传承中国传统文化的过程。

二 问题提出

我国的乡村旅游虽然发展很快,但由于开发主体认识的局限以及相关理论支撑不足,在我国乡村旅游的发展过程中尤其是在

乡村旅游目的地营销和政府行业管理方面还存在着一些问题，主要表现在以下几个方面。

（一）乡村旅游营销缺乏明确思路

乡村旅游营销缺乏明确思路一直是乡村旅游发展中的突出问题。营销没有创新，“拿来主义”的做法限制了乡村旅游发展的后劲。普遍存在的一个现象是，乡村旅游开发主体注重硬件设施的改造和更新，如花大力气搞现代化建筑、引入城市高星级饭店服务模式等，而旅游者的满意度不但没有提高反而降低。似乎在乡村旅游景区追求服务质量与顾客满意度提高之间形成了悖论。于是学术界出现了很多对此质疑的声音，有人认为这种情况的出现是由于乡村旅游的开发主体没有了解旅游者对乡村旅游产品的需求。实际上，这种现象的形成是有其深层次原因的，不能将其仅仅归结于开发主体对外界信息把握的非准确性。

乡村旅游营销缺乏明确思路而创新性不够的另外一个表现是对乡村旅游者信息的利用不够。乡村旅游者信息包括其人口统计信息以及在旅游前后所表现的一切信息。这些信息主要可以分为政府行业管理部门的宏观数据和乡村旅游景区收集的乡村旅游者信息两大类。从目前的实际状况来说，这两方面数据都非常有限。这种理想与现实的矛盾主要是因为有关方面对于在乡村旅游者行为形成过程中起主要影响作用的因素认识不清楚而导致的。

（二）乡村旅游者价值得不到提高

乡村旅游者价值得不到提高主要表现在两个方面。一方面，乡村旅游者对旅游产品的价值认知比较低。乡村旅游与其说是在乡村空间里旅行，还不如说是在乡村的概念中进行体验。乡村魅力对于都市人群来说，或许并不是换一种“地方”，而是换一种体验“价值”。但从目前的社会认知来看，乡村旅游者总是将乡村旅游作为一种城市旅游产品的“低级”替代品，认为其是

6 乡村旅游行为意向形成机制研究

“不入流”的，从中所获得的旅游价值很低。另一方面，乡村旅游者感知特定价值的成本比较高。为了获得特定价值，旅游者可能得花更多精力去收集相对于传统旅游产品更难获得的信息，由于交通、住宿等基础设施建设的相对滞后，乡村旅游者可能要为此付出更多的时间和精力消耗，为此带来的金钱付出也可能更多。一般认为，旅游行为的产生与游客对自身获取价值的判断密切相关，所获取价值越大，满意度越高，忠诚度也越高，购买意愿也越强，在顾客价值与行为意向之间具有较强的相关关系，所以，顾客价值理论经常被应用来分析顾客行为意向的产生。但是，与计划行为理论相比，顾客价值理论在解释行为意向时缺乏整体性。同样，计划行为理论尽管较好地考虑了游客本身的因素如地区文化、个人特性等对意向的影响，但实证研究证明，态度对行为意向解释的有效性却始终不能达到令人满意的程度。所以，在旅游行为研究中，迫切需要进行理论创新，更科学地对旅游行为和旅游行为意向进行解释。

（三）乡村旅游行业管理不顺

乡村旅游在我国还属于新事物，理论界和实践界对其了解并不深入。一个行业要持续有序地发展，离不开规范和管理。但是，从目前实际情况来看，我国旅游行业管理部门在面对这一新生事物时还显得束手无策。虽然深知对乡村旅游进行行业管理的重要性，但却无从下手。归根结底，由于不了解乡村旅游行为意向的形成因素，政府行业管理部门无从着手制订行业管理政策来提升乡村旅游者和乡村旅游目的地双方的价值，无法针对各种存在的问题规范乡村旅游产业的发展，也难以理清乡村旅游目的地与乡村旅游者、乡村旅游目的地与政府以及乡村旅游目的地之间的各种关系。

导致以上问题的原因是多方面的，其中的根本原因是对乡村

旅游行为和行为意向及其影响因素的认识不够深入。对乡村旅游乃至旅游行为和行为意向相关研究在国内外都属于旅游学和营销学的前沿问题,国外研究对乡村旅游的行为已经有所涉及,而国内学术界目前在这方面的研究却基本是空白。因此,本书试图对乡村旅游的行为意向形成机制进行深入研究,以期填补国内研究的空白,并对我国乡村旅游的健康发展提供依据。

第二节 研究目的和意义

一 研究目的

发展乡村旅游的环保、经济、社会意义已经毋庸置疑,但是乡村旅游目的地面临的一个重大任务,就是在环境承载力的前提下,如何更好地运用各种要素更多地吸引客源,实现乡村旅游的经济效益与环境效益和社会效益的协调统一。为实现这一目标,就必须深入了解游客的行为意向形成机制。

由于行为意向对行为预测有极为重要的指示器作用,对消费者行为意向形成机制的分析和解释就显得非常重要。行为意向与行为是两个有着本质区别的概念。消费者行为意向仅仅指的是消费者某种行为发生的倾向,从行为意向到行为还要经过复杂的过程。要研究行为,不但要对行为意向有清晰的了解,还要对众多更为复杂的偶发性因素进行研究。鉴于问题研究的现实性,本书没有将研究目标直接聚焦于行为,而是致力于研究行为意向的形成机制。但是,研究旅游者的行为意向,可以为进一步研究旅游行为奠定基础。

从现有研究来看,无论在国内还是国外,消费者行为意向的形成机制都是一个学术前沿问题。特别是在国内,对旅游者的旅游行为意向的研究才刚刚起步,现有研究成果并不能为乡村旅游

8 乡村旅游行为意向形成机制研究

有关各方了解乡村旅游行为意向的形成提供更多支持。至少对下列问题目前还没有找到明确的答案：

问题1：乡村旅游行为意向由什么因素决定？

问题2：这些因素之间的关系是什么？

问题3：这些因素如何对乡村旅游行为意向产生作用？

问题4：这些因素出现的深层次原因是什么？

本书将在前人研究的基础上，致力于研究在信息完备的情况下（所谓信息完备下的旅游行为，是指消费者对所需的决策信息基本掌握，在各种情况下所做的理性决策）乡村旅游行为意向的影响因素，揭示乡村旅游行为意向发生的机制，为旅游行为意向乃至旅游行为的研究建立一个基本的分析框架，为实践工作提供理论支持。具体来说，本书的研究目标是：

1. 揭示影响乡村旅游行为意向形成的主要因素；
2. 分析乡村旅游行为意向影响因素之间的关系；
3. 为解释乡村旅游行为意向的形成机制提出一个创新的理论分析模型；
4. 为在乡村旅游目的地营销过程中提高乡村旅游者的旅游行为意向提出针对性的对策建议，促进乡村旅游的发展。

二 研究意义

对乡村旅游行为意向形成机制的研究具有重大理论意义和现实意义。

（一）理论意义

首先，可以有效解决现有理论解释力不足的问题。目前在解释行为意向时主要采用计划行为理论和顾客价值理论，但实证研究表明，它们对行为意向方差的解释程度是有限的。这两个理论中所包含的变量不足以描述行为意向的形成机制，应该引入新的