

休闲农业旅游社区居民对旅游影响的感知研究

罗文斌¹,戴美琪²,汪友结¹,吴泽斌¹

(1. 浙江大学 公共管理学院,杭州 310029;2. 中南林业科技大学,长沙 410021)

摘 要: 本文借助 SPSS 统计软件,运用因子分析法和方差分析法对黄兴镇社区居民的旅游影响感知及感知差异形成的驱动因素进行了实证调查研究。研究结果显示:社区居民的经济社会影响感知主要表现为对“收入水平与用途影响”、“收入方式与就业形势影响”、“就业观念与劳动特征影响”和“生活成本与经营意识影响”等4个方面的感知;不同个体特征对社区居民旅游影响感知的作用不同,家庭收入水平、参与旅游与否、居住地与旅游点的距离等因素对社区居民旅游感知差异的形成具有重要影响作用,是主要驱动因素。

关键词: 城郊休闲农业旅游;社区居民;旅游影响;感知差异

中图分类号: F590.7

文献标识码: A

文章编号: 1009-9107(2009)01-0041-05

近年来,我国休闲农业旅游规模不断扩大,为农村地区创造了巨大的经济效益。据不完全统计,目前我国共有各种类型农业园 3 000 多个,农业旅游示范点 359 处^[1],它们大多位于城市郊区或景区附近,其功能也基本都是为城市居民提供旅游休闲服务。据测算,目前全国乡村旅游景区(点)每年接待游客超过 3 亿人次,旅游收入超过 400 亿元。^[2]然而,在休闲农业旅游经济效益的宏观背景下,农村社区居民对休闲农业旅游的经济社会影响感知如何?居民对各种影响感知是否存在差异?如果存在,导致这些差异的驱动因素主要有哪些?这些是城郊休闲农业旅游影响研究需要探索的问题。本文通过对研究区域居民旅游经济社会影响感知进行问卷调查,旨在分析归纳休闲农业旅游社区居民的主要经济社会影响感知,并通过对不同个体特征的感知差异分析比较,揭示和检验不同个体特征对社区居民感知差异的影响。

一、研究区域概况

黄兴镇位于湖南省长沙市东郊,交通便利,是全

国小城镇建设重点镇之一。全镇总面积 84 平方公里,辖 11 个村、1 个社区居委会,人口 5 万,镇区现有面积 5 平方公里,常住人口 1.44 万人。2006 年,全镇国民生产总值 8.7 亿元,财政收入 983 万元,人均可支配收入 6 604 元,目前全镇城镇化水平已经达到 32% 左右。黄兴镇社会经济相对发达,一方面得益于优越的地理位置所获取的经济辐射效应;另一方面也得益于生态农业资源与旅游开发。目前,黄兴镇的休闲农业旅游已经具备了一定规模,拥有“农家乐”示范区 1 个,有 28 家“农家乐”示范户。此外,黄兴镇还拥有现代农业观光项目 5 个;对外经营的旅游区 8 个。2005 年 10 月至 2006 年 10 月,全镇共接待各省、市、县参观团 100 余批次,游客总量 42.97 万人次,创旅游收入 495.79 万元,上缴国家税收 50 余万元,同时通过旅游开发带动了当地蔬菜、花木、养殖业的迅速发展,增加附加效益 2 200 万元以上。

黄兴镇休闲农业旅游已经逐渐转向成熟阶段,近 5 年来持续深入的旅游开发,对黄兴镇的经济社

收稿日期:2008-04-11

作者简介:罗文斌(1982—),男,湖南衡南人,浙江大学公共管理学院土地管理系博士研究生,主要研究方向为土地管理与城市旅游。

会产生显著影响。因此,选择黄兴镇作为旅游影响研究的区域具有一定的代表性。

二、研究方法及数据

本文主要采用问卷调查法、因子分析法和方差分析法。具体的指标设计及数据收集如下:

(一)调查指标的设计

借鉴相关旅游影响感知测度的研究^[3,4],通过向旅游专家咨询、讨论和对农村社区居民进行访谈的基础上展开问卷设计。问卷由两个部分构成,第一部分关于旅游经济社会影响感知的调查项,这部分主要从“收入”和“就业”两个维度设计28个调查指标,采用李克特(LIKERT)量表方式设计,对被调查者的主观判断做分值处理;第二部分关于个体特征的调查项,主要包括调查者的人口社会学特征、旅游相关性特征,共设计了6个调查指标。

(二)调查数据的收集

本研究采取典型抽样调查法,根据社会学者风笑天的研究^[5],在实际的复杂抽样中要考虑到设计效应,最终确定实际样本规模为800份。2007年3月在黄兴镇共发放问卷800份,回收782份,经对所有问卷进行整理剔除了较多问项未答、前后矛盾及填答质量不佳的不合格问卷后,共得到有效问卷682份,样本有效率为87.2%。

通过借助SPSS13.0对调查的数据进行信度检验,得到 $\alpha=0.840>0.7$,表明数据的可靠性比较高。^[6]

三、城郊休闲农业旅游社区居民的经济社会影响感知分析

(一)旅游经济社会影响感知的因子分析

本文主要目的是全面调查休闲农业旅游社区居民的经济社会影响感知情况,调查问卷所选择的变量非常多,为了能够减少经济社会影响的变量个数,提高变量的代表性和综合性,本文对所考察的28个经济社会影响感知变量进行因子分析。

根据因子分析的前提条件,对变量进行了KMO(Kasier—Meyer—Olkin)值的计算和Bartlett球体检验。计算结果表明旅游经济社会影响调查数据的KMO值为0.931,Bartlett球体检验 χ^2 值为5 273.83(df=378),其对应的概率分值 $p=0.000$,

说明这部分数据是适合进行因子分析的。

利用SPSS13.0统计工具对调查数据进行因子分析,以主成分分析及方差极大正交旋转法,萃取特征值大于1的因子的方式来浓缩变量数,提取得4个主要因子的特征值分别为4.937、3.190、3.036、2.578,累积方差贡献率为62.46%,显示因子分析效果良好。

根据各个因子所包含的指标共性对因子进行命名,因子1为“收入水平与用途影响”,其方差贡献率为22.443%;因子2为“收入渠道与就业形势影响”,其方差贡献率为14.501%;因子3为“就业观念与就业方式影响”,其方差贡献率为13.799%;因子4为“生活成本与经营意识影响”,其方差贡献率为11.720%。

通过信度检验发现,因子1、2、3、4的内部一致性系数(α 系数)分别为0.904、0.809、0.832、0.810,根据信度检验标准,符合信度要求。

(二)旅游经济社会影响感知强度比较

通过对每个因子的感知求均值来比较社区居民对4个因子的影响感知强烈程度,进而也可以反映旅游开发对农村社区的经济社会影响强度。每个因子的感知均值采用下述公式计算:

$$P_j = \sum_{n=1}^N P_{ni} / N \quad (1)$$

$$P_{ni} = \sum_{j=1}^K P_{nij} / N \quad (2)$$

式中: P_j ——全体被调查居民对第j个经济社会影响因子的感知均值; N ——全体被调查居民总人数; P_{ni} ——第n个被调查居民对第i个经济社会影响因子感知的强度; P_{nij} ——第n个被调查居民对第i个经济社会影响因子中第j个经济社会影响指标的感知得分; K ——第i个影响因子所包含的经济社会影响指标个数。

根据式(1)和式(2)计算出社区居民4个经济社会影响因子的感知强度依次为:“收入水平与用途影响”感知(均值=3.80)>“生活成本与经营意识影响”感知(均值=3.71)>“就业观念与就业方式影响”感知(均值=3.51)>“收入方式(渠道)与就业形势影响”感知(均值=3.12)。可知,社区居民对旅游开发带来经济社会影响因子中“收入水平与用途影响”感知强度最高,而对“收入方式与就业形势影响”感知强度最低。研究结果也反映了旅游开发对农村社区经济社会中的“收入水平与用途影响”最大,其次是“生活成本与经营意识影响”和“就业观念与就

业方式影响”,而对“收入方式与就业形势影响”最小。

四、旅游经济社会影响感知差异 驱动因素分析

导致社区居民旅游感知差异的驱动因素一般可概括为外部因素和内部因素^[7],外部因素主要是独立于感知主体之外的客观因素,包括旅游地类型、旅游地发展程度等;内部因素主要是指包含感知主体特征的主观因素,包括调查者的人口社会学特征(性别、年龄、教育程度、收入等)、旅游相关性特征(参与旅游与否、旅游感知距离等)等。本文主要从内部因素入手分析,暂不考虑外部因素的影响。主要选择社区居民的性别、年龄、受教育程度、家庭年收入水平、参与旅游与否、居住地与旅游点的距离等6个因素来检验其对旅游感知差异的驱动作用。由于性别、参与旅游与否两个因素属于定类变量,而其他4个属于定序变量,因此分别采取独立样本t检验和单因素方差分析法,来比较研究不同个体特征的社区居民旅游经济社会影响感知的差异。本文在进行方差分析前,利用Levene检验法对研究样本进行了方差齐性检验,结果都满足要求。

(一)性别与旅游经济社会影响感知差异

运用独立样本t检验比较性别对于旅游经济影响感知的差异。结果显示(表1):男性与女性在“收入水平与用途影响”、“就业观念与劳动特征影响”的感知上无显著差异($p>0.05$),但在“收入渠道与就业形势影响”、“生活成本与经营意识影响”感知强度上女性显著高于男性($p<0.05$)。说明性别在旅游影响感知差异形成上有一定作用。

(二)年龄与旅游经济社会影响感知差异

运用单因素方差分析比较不同年龄特征的社区居民的旅游经济社会影响感知差异。统计分析结果显示(表1),不同年龄的社区居民在旅游经济社会影响感知差异并不显著($p>0.05$)。这与杨兴柱等^[7]的研究结果类似,年龄并没有导致社区居民的旅游影响感知差异,说明年龄并不是旅游感知差异的驱动因素。

(三)教育程度与旅游经济社会影响感知差异

运用单因素方差分析比较不同教育程度特征的社区居民的旅游经济社会影响感知差异。统计分析结果显示(表1),受教育程度对社区居民的“就业观

念与劳动特征影响”($F=6.213, p<0.05$)、“生活成本与经营意识影响”($F=4.490, p<0.05$)的感知有显著影响,Scheffe事后多重比较检验表明,高中/中专文化程度的居民感知与其他文化程度居民的感知两两存在显著差异,高中/中专文化程度的居民感知强度高于其他文化程度居民的感知;说明文化程度导致了居民的旅游影响感知差异。

而不同受教育程度的居民在“收入水平与用途影响”和“收入渠道与就业形势影响”的感知上无显著差异($p>0.05$)。说明教育程度在对收入水平与用途、收入渠道以及就业形势等方面的影响感知差异的作用不大。出现这种情况的原因可能在于就业观念、经营意识的变化本身需要一定的教育程度来驱动。

(四)家庭收入水平与旅游经济社会影响感知差异

运用单因素方差分析比较不同家庭收入水平特征的社区居民的旅游经济社会影响感知差异。统计分析结果显示(表1),家庭收入水平对居民的旅游经济社会影响感知差异有显著影响。Scheffe事后多重比较检验表明,家庭年收入水平在“50 000元以上”(相对高收入者)的居民对“收入水平与用途影响”的感知明显高于其他家庭年收入水平段,说明高收入者在旅游开发中受益要大,收入支配意识要强;而家庭年收入水平在“20 001—30 000元”(相对中收入者)的居民对“就业观念与劳动特征影响”、“收入渠道与就业形势影响”、“生活成本与经营意识影响”的感知明显高于其他家庭收入水平段。出现这种情况的原因,可能是中等收入的居民正处于在旅游开发中“未受益——受益”的转变阶段,所以对旅游开发所带来的经济社会影响较为敏感。

(五)参与旅游与旅游经济社会影响感知差异

运用独立样本t检验比较不同旅游参与特征的社区居民的旅游经济社会影响感知差异。统计分析结果显示(表1),参与旅游与否对旅游经济社会影响感知差异有显著影响。被调查者中参与旅游(包括参与旅游经营、参与旅游就业等)的居民对“收入水平与用途影响”、“收入渠道与就业形势影响”、“就业观念与劳动特征影响”和“生活成本与经营意识影响”的感知比没有参与旅游的居民的感知普遍要强烈。社区居民通过参与旅游获得以前没有的经济收益,从而对休闲农业旅游影响的感知也要深刻和直接,说明参与旅游与否是导致社区居民旅游经济社会影响感知差异的驱动因素。

表1 不同个体特征旅游经济影响感知差异统计

个体特征	分类	F ₁	F ₂	F ₃	F ₄
性别	(1)男	3.775	2.990	3.447	3.638
	(2)女	3.901	3.292	3.588	3.989
	t 值	3.126	17.120	3.474	14.012
	Sig. (2-tailed)	0.078	0.000	0.063	0.006
年龄	(1)18岁以下	3.620	3.150	3.100	3.593
	(2)18-30岁	3.807	3.268	3.443	3.719
	(3)31-60岁	3.888	3.152	3.601	3.714
	(4)60岁以上	4.000	3.109	3.555	3.818
	F 值	1.975	0.507	1.192	0.465
	Sig.	0.721	0.717	0.313	0.802
受教育程度	(1)小学以下	3.442	2.827	2.827	3.267
	(2)小学	3.810	3.175	3.458	3.594
	(3)初中	3.863	3.152	3.595	3.625
	(4)高中/中专	3.875	3.147	3.811	3.997
	F 值	1.772	1.018	6.213	4.490
	Sig.	0.152	0.385	0.000	0.004
	Scheffe 事后多重检验			(4)>(1,2,3)	(4)>(1,2,3)
家庭年收入水平	(1)5 000-10 000 元	3.282	3.103	3.149	3.293
	(2)10 001-20 000 元	3.940	3.366	3.681	3.716
	(3)20 001-30 000 元	3.988	3.432	3.703	3.954
	(4)30 001-40 000 元	3.868	3.036	3.546	3.695
	(5)40 001-50 000 元	3.643	3.000	3.244	3.509
	(6)50 000 元以上	4.008	3.098	3.629	3.885
	F 值	7.715	4.241	5.028	5.881
	Sig.	0.000	0.001	0.000	0.000
	Scheffe 事后多重检验	(6)>(1,2,3,4,5)	(3)>(1,2,4,5,6)	(3)>(1,2,4,5,6)	(3)>(1,2,4,5,6)
参与旅游	(1)参与	4.312	4.251	4.156	4.246
	(2)不参与	3.485	3.356	3.421	3.554
	t 值	18.126	15.520	13.374	14.536
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
居住地离旅游点的距离	(1)1公里以内	4.017	4.158	4.069	4.054
	(2)1-3公里	3.754	3.645	3.523	3.445
	(3)3-5公里	3.524	3.456	3.512	3.465
	(4)5公里以上	3.120	3.214	3.121	3.112
	F 值	7.445	6.241	8.038	8.768
	Sig.	0.000	0.002	0.000	0.000
	Scheffe 事后多重检验	(1)>(2,3,4)	(1)>(2,3,4)	(1)>(2,3,4)	(1)>(2,3,4)

数据来源:根据 SPSS 运算结果整理

(六)居住地离旅游点的距离与旅游经济社会影响感知差异

运用单因素方差分析比较不同旅游距离特征的社区居民的旅游经济社会影响感知差异。统计分析结果显示(表1),居住地离旅游点的距离对旅游经济社会影响感知差异也有显著影响。被调查者随着居住地距离旅游点的距离越大,感知差异越不明显。Scheffe 事后多重比较检验表明居住地距离旅游点

“1公里以内”的居民对“收入水平与用途影响”、“收入渠道与就业形势影响”、“就业观念与劳动特征影响”和“生活成本与经营意识影响”的感知比其他距离的居民的感知普遍要强烈。这合乎旅游影响的距离衰减原理,一般而言,离旅游点越近的居民,越有可能直接或间接从旅游发展中获益(或受损),对旅游影响的感知越敏感;反之,对旅游影响的感知越不敏感。

综合以上的分析结果,我们可以知道不同个体特征对旅游感知差异的作用不一样,个体特征中的人口社会学特征(性别、年龄、教育程度等)并不一定都会导致社区居民旅游感知差异,而旅游相关性特征对社区居民的旅游感知差异的形成影响明显。研究结果显示,家庭收入水平、参与旅游与否、居住地与旅游点的距离等因素是导致旅游感知差异的主要因素。

五、结论和讨论

本文针对旅游开发后黄兴镇居民的经济社会影响感知进行了抽样调查和分析研究,获得以下研究结论:

1. 城郊休闲农业旅游社区居民的经济社会影响感知主要集中在“收入水平与用途影响”、“收入方式与就业形势影响”、“就业观念与劳动特征影响”和“生活成本与经营意识影响”等4个因子上。因子感知均值比较发现,社区居民对旅游开发带来经济社会影响因子中“收入水平与用途影响”感知强度最高,而对“收入方式与就业形势影响”感知强度最低。

2. 不同个体特征对社区居民的经济社会影响感知差异的作用不同,年龄因素导致居民旅游感知差异的作用并不明显,不是旅游感知差异形成的驱动因素;性别、教育程度等因素对居民旅游感知差异具有部分作用,而家庭收入水平、参与旅游与否、与旅

游点的距离等因素对居民旅游感知差异具有重要作用,是导致旅游感知差异的主要驱动因素。

旅游影响感知及其差异驱动因素是一个复杂的问题,不同时期、不同地点、不同类型旅游地的居民旅游感知会有所不同,影响感知差异的因素也会有所变化,因此,今后还有待进一步深入研究,以完善和丰富旅游影响感知研究理论体系。

参考文献:

- [1] 孙艺惠,杨存栋,陈田.我国观光农业发展现状及发展趋势[J].经济地理,2007(5):835-839.
- [2] 孙钢.农业旅游推动新农村建设[N].经济日报,2006-09-15(2).
- [3] AP J, J CROMPTON. Developing and testing a tourism impact scale[J]. Journal of Travel Research, 1998,37(11):120-130.
- [4] LANKFORD S V, DHOWARD. Developing a tourism impact attitude scale[J]. Annals of Tourism Research, 1994, 21(1): 121-139.
- [5] 风笑天.社会学研究方法[M].北京:中国人民大学出版社,2001:246.
- [6] 郭志刚.社会统计分析方法——SPSS软件应用[M].北京:中国人民大学出版社,1999.
- [7] 杨兴柱,陆林.城市旅游地居民感知差异及其影响因素系统分析——以中山市为例[J].城市问题,2005(2):44-50.

An Empirical Study on Residents' Perception of Economic-social Impact of Leisure-agricultural Tourism in Suburb Community

LUO Wen-bin¹, DAI Mei-qi², WANG You-jie¹, WU Ze-bin¹

(1. College of Public Administration, Zhejiang University, Hangzhou 310029;

2. Central South University of Forestry and Technology, Changsha 410021, China)

Abstract: By applying the software of SPSS and the method of Factor Analysis and Analysis of Variance, this paper makes empirical study on the residents' perception of tourism impact and the driving factors to the differences among tourism perception in Huangxing Town. The result shows that: the residents' perception of tourism economic-social impact is mainly shavn in the aspects of "income level and income use impact", "income mode and employment situation impact", "employment concept and labor characteristic impact" and "living-cost and operation sense impact"; Different personal traits have different effects on the residents' tourism perception. The level of family income, tourism participation and tourism distance are the main driving factors.

Key words: leisure-agricultural tourism in suburb; community residents; tourism impact; perception difference