

基于影响因素分析的低碳旅游行为理论模型的创建

梁承磊¹，李秀荣^{1,2}

(1. 山东财经大学东方学院 工商管理系, 山东 泰安 271000;
2. 山东财经大学 应用心理学研究中心, 山东 济南 250014)

摘 要:揭示低碳旅游行为规律,是采取有效对策减少旅游行为所产生的碳排放量,促进旅游业绿色发展的前提和基础。基于前人的研究,结合低碳旅游活动的特点,创建了低碳旅游行为的理论模型。在模型中,将影响低碳旅游行为的因素归纳为社会影响因素、认知因素、个人特征因素和自我调整因素等 4 个方面。其中,社会影响因素和认知因素是前因变量,欲望和行为意图是中介变量,个人特征因素和自我调整因素是调节变量,该模型描述了低碳旅游行为各决策环节和影响因素的内在联系和作用机制。

关键词:低碳旅游行为;理论模型;社会影响;自我调整

中图分类号:F069.9 **文献标识码:**A **文章编号:**2095 - 929X(2016)03 - 0069 - 08

0 引 言

旅游行为是人们获取精神满足的经济活动,随着社会经济发展和人们生活水平的提高,旅游业取得了高速发展^[1]。旅游已是世界上最大的经济活动之一,旅游业为全球经济发展做出了重大的贡献,被许多政府确定为支柱产业^[2]。但是,进入 21 世纪以来,陆续有学者发现旅游业这个曾被称为“无烟工业”的产业是一个高能耗的产业,对环境有负面影响^[1,3]。于是,越来越多的机构和学者^[4-6]开始呼吁控制旅游行为产生的碳排放,倡导发展低碳旅游。

要改变既有的旅游模式、推动低碳旅游的发展需要供需双方及政府的共同努力。在推动低碳旅游发展的过程中,了解旅游者的低碳旅游决策过程及其影响因素,是制定相关法律法规和设计营销策略、开展低碳旅游需求引导的前提和基础。本研究以影响旅游者选择低碳旅游行为的影响因素为切入点,系统梳理相关文献,

修回日期:2016 - 01 - 30

基金项目:山东省社科规划项目“低碳经济理念的感知度及其优化研究”(12BGLJ02);山东省高等学校人文社会科学研究项目“调节定向和信息特征对低碳生活理念传播效果的影响研究”(J14WG74);山东省泰安市社会科学研究项目“推动泰安市旅游业低碳发展的路径选择——基于旅游者的视角”(15 - YB - 142);山东财经大学东方学院校级科学研究项目“社会影响和行为控制对低碳饮食行为的影响——基于计划行为理论的视角”(2015007)。

作者简介:梁承磊,男,山东济宁人,管理学硕士,山东财经大学东方学院讲师,研究方向:营销管理, Email:liangchenglei@163.com;李秀荣,女,山东荣成人,管理学博士,山东财经大学应用心理学研究中心教授、山东财经大学东方学院教授,研究方向:消费者行为、服务管理。

深入挖掘影响旅游者从事低碳旅游决策的各种变量,并以此为基础创建低碳旅游行为理论模型,期望提出的低碳旅游行为模型可以为推动旅游业的低碳发展提供理论支撑。

1 消费决策理论模型梳理

低碳旅游行为实际上是一个消费决策的过程,在这个过程中会受到诸多因素的影响。目前关于低碳旅游行为的研究多以实证研究为主,其所借鉴的理论模型主要为知识-态度-行为模型、理性行为理论和计划行为理论等^[5]。

知识-态度-行为模型认为,知识、态度和行为是相互关联的三个要素,三者之间的关系是:知识可以影响态度、态度可以决定行为^[4]。该模型的不足之处在于:首先,知识并不是影响态度的唯一因素;其次,只关注了态度对行为意向的影响,其他影响因素并未涉及;再次,后续研究表明,态度更多是透过影响行为意图来影响行为^[6]。

理性行动理论认为:首先,行为意向是决定个体行为的最直接因素,其他可能影响行为的因素,都是透过行为意向来间接影响行为;其次,态度与主观规范是决定行为意向的两个最主要因素,当个体对行为的态度越正向或个体感受到主观规范的影响越正向,则其行为意向越高^[4]。该理论假设行为完全受到个人理性的控制,个体行为是经过理性思考后所产生的结果,但现实情况是人类的许多行为并非全然在理性的控制之下,例如抽烟、酗酒等行为,虽然行为主体理智上知道如何去做,但在实际操作的过程中还涉及客观环境和个人控制等问题。

计划行为理论是在前两种理论的基础上发展出来的,该理论也认为行为意图是决定行为的主要因素,其他可能影响行为的因素都是透过行为意图来间接影响行为。但该理论认为人是有限理性的,在很多情况下个体行为会受到客观环境的影响,例如个体是否有从事该行为的资源、是否有机会从事该行为等。因此该理论认为行为意图有时并不只受态度及主观规范的影响,还必须考虑知觉行为控制的因素^[7]。已有许多实证研究^[8]支持计划行为理论,但该理论对行为的解释力会因不同的行为、环境而有所不同,而且模型所选变量较少,唯有加入更多其他的影响变量,才能使其对行为的预测效果达到更好。

这些理论在低碳旅游行为的研究中有一定的应用,例如 Mahmuds 等^[9]认为,游客旅游行为的改变对于减少碳排放是非常有效的方式,而行为的改变又有赖于个人的知识、观念和态度的提升。陈世贤^[10]的研究发现,态度、知觉行为控制和主观规范对低碳旅游的行为意向会产生显著影响。林炳勋^[11]的分析发现,态度、主观规范、知觉行为控制和自我效能对于低碳旅游的意图有显著的影响,且低碳知识对于其态度有显著的影响。

综上所述,现有低碳旅游行为中主要考虑了知识、态度、主观规范和知觉行为控制等几类因素,研究涉及的具体变量较为单一、系统性不强,既没有充分考虑低碳旅游活动的特点,也没有充分涵盖影响低碳旅游行为的各种因素。而决定和影响低碳旅游行为的因素是非常复杂的,不只局限于几种有限的因素和变量(态度、主观规范和知觉行为控制等)上,还受限于与行为主体相关的认知、情感、规范、社会和自我调整等诸多的变量。结合低碳旅游活动的特点,本文将影响低碳旅游行为的因素归纳为社会影响因素、认知因素、个人特征因素和自我调整因素等4个方面,并依据计划行为理论创建低碳旅游行为的理论模型。

2 低碳旅游行为影响因素梳理

2.1 社会影响因素对低碳旅游行为的影响

社会影响是指外在的社会因素对个人行为所造成的影响,包含狭义和广义两种内容范畴。广义包含规范

性社会影响和描述性社会影响两个方面,前者是指个人感受到可能会受到社会奖励或惩罚而去从事或不去从事某特定行为,即他们认为我“应该”这么做;后者是指个人借由观察其身边重要的参照群体是否都会从事某一特定行为来判断此行为是否是正常的和适合的行为,而被激励去从事此行为,即参照群体本身是“如何”做的。狭义只包含规范性社会影响,亦即重要的参照群体认为我“应该”做什么^[12]。

以往研究大多采用狭义的范畴,例如理性行为理论和计划行为理论皆是如此。且理性行为理论和计划行为理论的相关研究都证实社会影响对于行为意图的作用是非常显著的,但也有研究中发现了一个问题,即相比态度和知觉行为控制对行为意图的影响,社会影响的作用明显偏弱^[11-12]。

Rivis 等^[5]认为导致该变量对行为意图的预测力减弱的主要原因是忽略了描述性社会影响的作用。Bandura^[12]就认为如果个体知识、技能的养成都只能通过直接经验的方式获得,那么人类的发展将会非常缓慢,且过程非常乏味、耗费成本且极其危险。事实上人们是可以透过观察别人行为及其结果间的关系达到学习效果的。因此,描述性社会影响对个体的行为意图会产生重要的影响。

Rivis 等^[5]的研究证实,描述性社会影响能增强对行为意图的解释和预测能力。Pappas^[13]指出描述性社会影响这个构面对行为意图有重要影响,而且超越了计划行为理论中其他构面的作用。

Sparks 等^[14]认为社会影响的概念应同时包含“重要群体支持什么行为”及“重要群体本身是怎么做”的两种构成,而非只把社会影响当成单一的构成。Fishbein^[15]在整合行为预测的模型研究中也指出规范性和描述性社会影响都是社会影响的重要来源,应被同时放在模型之中。

人总是生活在一定的社会群体之中,大多数人都会在乎别人的看法、会考虑他人观点和行为,这就导致个体在从事消费行为时,或多或少都会受到同侪团体或参考群体的影响。因而个体在决策时并不全凭个人的好恶,还会参考其他群体的看法和行为,因此社会交往中存在的社会影响会左右个体对产品的评价及选择,对于低碳旅游行为来说也不例外。

本文采用广义范畴,将两种不同的社会影响来源涵盖在模型之中,如此才能对社会影响的要素有一个完整的了解,以明确社会影响在低碳旅游行为研究中所扮演的角色。

2.2 认知因素对低碳旅游行为的影响

认知是指个体对于周围人、事或物所持有的信念,即个体对于某一特定事物的了解情况和相关知识的掌握程度^[16]。认知是态度形成的基础,个体对于周围人、事、物的态度都要通过认知的心理过程来形成,而这个过程又包括对事物的认识、辨别、理解与思考等复杂的心理活动,个体以此来获得知识、解决问题并计划未来。因此认知因素对于态度的形成以及日后相关行为的产生都会产生极为重要的影响^[17]。结合低碳旅游活动的特点,影响低碳旅游行为的认知因素主要有低碳旅游知识、知觉利益和知觉成本等变量。

低碳旅游知识是个体对于低碳旅游相关知识的认识与理解程度。根据知识 - 态度 - 行为模式理论,低碳旅游知识与态度之间成正相关,即随着低碳旅游知识的增加,个体对低碳旅游越会形成正面积极的态度,这种态度又有助于实际行为的发生^[16]。低碳旅游应借助教育增进大众对低碳旅游的认识和了解,使个体具有对环境的责任感,进而促使个体产生保护环境信念与行为。相关的研究也证实了这一点,Huang^[17]的研究显示,消费者对环境相关议题的知识越丰富、了解程度越高,越有可能购买较多的绿色商品。郭家玲^[16]对知觉价值、绿色消费态度与绿色消费行为之间的关系进行研究,结果显示,当消费者具有越多的绿色知识,其绿色消费态度与行为之间的相关性也越强。

根据多属性态度理论的观点,在不明确的环境中,个体对某事物的态度很大程度上取决于其对于该事物成本和收益的认知^[17]。Sparks 等^[14]认为旅游行为与其他行为一样,也会受到个人知觉利益或知觉成本的影响,即个体知觉到的利益越大或者成本越小,则对于低碳旅游的态度越会正向积极,也越易从事低碳旅游行为。知觉利益是指个人对于某种行为所带来的结果改善或获利的信念,知觉成本是指个人对于某种行为所带

来的结果恶化或损失的信念^[17]。本文借鉴了科技接受模型理论, 将知觉利益和知觉成本分解为知觉有用性、知觉易用性和兼容性三个变量, 知觉利益用知觉有用性来表示, 知觉成本用知觉易用性和兼容性来表示。

知觉有用性是指个体衡量从事低碳旅游行为所带来效益的程度, 该效益涵盖经济效益、形象提升、便利感与满足感等多个方面, 这与知觉利益的概念是相吻合的; 知觉易用性是指个体知觉到了解、学习和操作低碳旅游行为的困难程度, 兼容性则是指低碳旅游行为符合潜在使用者过去经验、目前价值观和需求的程度, 这两个变量可反映个体采用低碳旅游行为时所付出的成本和牺牲^[18]。

有许多研究结果都显示, 知觉有用性对个体态度具有正向影响效果, 即当个人觉得该行为有用时, 他会形成对该行为形成正面的态度, 而正面的态度又会强化他对该行为结果的正面评价^[16-17]。知觉易用性对态度也有正向影响, 即在从事该行为时, 如果不需要花太多的精力去学习新的知识, 则他对该行为的偏好程度就越高, 反之就越趋向讨厌或抵触使用这项行为。而个体知觉到该行为与其以往的经验、目前价值观和需求越兼容, 该个体对行为的态度也会越积极, 即兼容性对于个体态度也有正向的影响效果^[19]。

Dalton 等^[20]认为, 知觉易用性对知觉有用性也存在着显著且正向的影响, 即知觉易用性的程度越高, 个体知觉有用性的程度也会随着变高。这是由于使用的难易程度会影响个体对该行为效能的感知, 进而影响个体对其知觉有用性的判断。相反的, 知觉有用性对知觉易用性并无因果关系, 即个体感觉行为是否有用, 并不会影响他们对于行为是否容易操作的感觉。

2.3 个人特征因素对低碳旅游行为的影响

借由个性特征可以判定个体之间的共同性和差异性, 这种差异性会决定个体之间不同的思考模式和行为方式, 从而导致个体与环境产生不同的互动模式, 即在面对不同情境时, 每个人的反应会不相同, 在面对低碳旅游决策时亦是如此。因此, 只有针对具有不同个性特征的旅游者采用有针对性的策略, 才能更为有效地推动低碳旅游行为。个人特征主要包括价值观、自我认同和自我效能等变量。

价值观为个体长久以来所持有的信念, 是人们判断事物对错的标准, 是决定事物取舍的重要依据, 此信念会指引个人或社会偏好某种特定的行为模式, 而排除与个人相对立的行为模式, 在同样的客观条件下, 具有不同价值观的人, 其动机模式不同, 产生的行为也不相同。且价值观具有引导动机的作用, 人类的行为动机受到价值观的支配和制约, 动机的目的方向受价值观的支配, 只有那些经过价值判断被认为是可取的, 才能转换为行为的动机, 并以此为目标引导人们的行为^[21]。按照希望达成的存在最终状态, 可将价值观分为两类, 即以自我为中心及个人内在为重心的个人价值观, 与以社会为中心及人际关系为重心的社会价值观, 以社会价值为重心的个体更愿意去帮助或做有益于他人或群体的行为, 对于危害环境的威胁有较高的关注, 对低碳旅游行为越容易产生正面积极的态度^[22]。

自我认同是个体在尝试各种社会角色和活动的过程中, 累积、探索自己的价值体系及未来方向, 并在角色扮演中发现“我是谁?”, 即个体经由社会学习或社会化作用之后, 会产生一种“清晰的自我定义”, 并在心理上产生一种归属感, 并以此引导其生活目标和行为^[23]。有许多研究讨论了自我认同与行为之间的相互关系, 这些研究涉及了多个领域, 比如健康行为、休闲行为、亲环境行为和有机食品购买行为等^[24]。在这些相关研究中, 自我认同都被认为是预测亲环境行为的一个显著的前置变量。例如, Vallerand 等^[25]发现那些将自己视为从事碳抵消的人更有可能购买环保产品, 而那些将自己视为环境保护主义者的人更有可能做出环境友好的行为。Marsh^[24]以有机蔬菜的购买为例, 分析自我认同在计划行为理论中对行为意图的影响作用, 研究结果和以往的预期皆不相同, 发现自我认同并不直接对购买行为产生影响, 而是通过影响态度来影响最后的购买行为。因此, 自我认同在低碳旅游行为中也应该扮演者与此相似的角色。而且自我认同对于社会影响因素也会产生影响, 例如那些将自己视为环保人士的游客, 其对于低碳旅游的意愿, 更多的是受到个人价值观的驱使而不是受到外在参照群体的影响^[14]。

自我效能是个体知觉自己是否有能力完成某行为或达到某目标的判断,属于内在因素的评估,这种评估涉及个体对于其是否能完成该任务的主观判断及信心程度,评估结果会直接影响个体的行为动机^[26]。人们处理困难的意愿、愿意付出的努力以及面对障碍时的坚持程度都与个体的自我效能有着极大的关联。自我效能对知觉行为控制有非常显著的影响,计划行为理论认为当个体认为某些因素会促使他从事该活动,而且他也能够掌握这些因素时,他的知觉行为控制就会越强,个体也越倾向于从事该行为。因此,自我效能感越强烈时,即当个体认为自身对内部因素控制程度越高时,其从事低碳旅游行为的意图也会越高。

2.4 自我调整因素对低碳旅游行为的影响

许多学者注意到行为意图与行为之间经常会出现不一致的现象,即使有着相同行为意图的人,在后续行为表现上也未必相同。对于低碳旅游行为来说也是如此,政府及相关机构不但应该关注如何激发消费者对低碳旅游活动的行为意图,还必须将这种行为意图转化为具体的行为,因此,有必要对于干扰低碳旅游行为意图和实际行为之间关系的相关因素做进一步的研究和探索。

Schuz 等^[27]不认为目标与结果之间具有必然性,设定目标之后并不见得一定会有行动来达成目标,即足够的动机并不能确保行动意图转为实际的行为。他认为动机仅是促使个人设定行动目标,但完成则有赖于自我调整。

当一个人想要做出一种行动时,他通常会面对许多其他竞争行为意图的压力(例如是从事低碳旅游还是享乐为主),要确保行为意图能顺利执行,不被其他竞争的行为意图所取代,个体必须选择性的增强行为意图的强度,保护行为意图,使它不受到其他行为意图的干扰,直到行为意图能顺利执行为止,这个过程就是自我调整。这个自我调整过程包含意图被启动、维持、监控、克服障碍及预防旧态复萌等活动,通过这些自我调整的环节逐步地将行为意图落实为实际行为并且持续下去,直到实现行为的改变^[28]。

自我调整的过程包含知觉行动标准、自我监控及自我调节努力等三个认知过程。当行动意图形成后,个体首先为行为设定标准,作为实际行动的引导,个体需要对这些行为标准保持警觉,否者行动将失去方向。然后,借助自我监控策略对个体的实际行为与知觉标准进行比较,评估两者之间是否一致。如果通过自我监控得知实际行为与知觉标准之间有不一致状况,个人必须通过自我调节努力将其缩小或消除^[29]。这三个认知过程共同影响自我调整的过程,只要任何一个过程失误,都将导致整体自我调节的失败。

Sniehotta 等^[28]的研究中也发现,当未放入任何自我调整变量时,行为意图对行为有显著的预测作用,但是当加入自我调整的变量后,行为意图对行为的直接作用就消失了,其影响完全被自我调整变量所取代,即自我调整变量会对行为产生最强的直接作用。Sniehotta 等^[29]的研究结果也支持自我调整变量在行为意图及行为之间的中介角色,认为行为意图对行为的影响完全经由自我调整变量的调节来进行。

3 低碳旅游行为影响因素理论模型

基于以上分析,本文构建了低碳旅游行为的影响因素理论模型(见图 1)。模型以低碳旅游行为的决策过程(欲望的产生、行为意图、自我调整、低碳旅游行为发生)为轴心,综合考虑了各环节中的多种影响因素。

首先,通过整理文献发现之前的计划行为理论、理性行为理论、知识-态度-行为理论等模型只考察了态度、主观规范和常见的人口统计变量对低碳旅游行为的影响,而创建的模型中引入了价值观、自我认同和自我效能这三个重要的个性特征变量,并指出了它们对于低碳旅游行为的作用机制。

其次,模型拓展了消费者认知因素和社会影响因素两种变量的内涵,并分析了其对低碳旅游行为的影响机制。认知变量中增加了知觉价值和知觉成本两个变量,又将其进一步细分为知觉有用性、知觉易用性和相容性等三个变量,他们通过影响个体的态度从而对低碳旅游行为产生影响。增加了社会影响的来源,使社会

影响同时包含“重要群体支持什么行为”及“重要群体本身是怎么做”的两种构成,更好的解释社会影响对低碳旅游行为的作用方式。

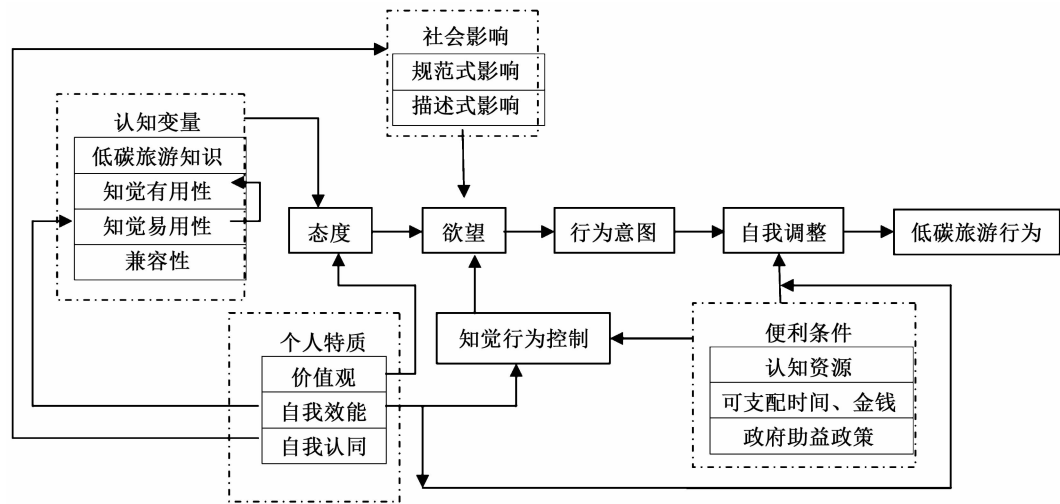


图 1 低碳旅游行为影响因素理论模型

再次,模型增加了欲望与自我调整这两个变量,之前的研究模型都没有考虑欲望和自我调整变量对低碳旅游行为的影响。事实上,有许多前因变量是通过影响消费者的欲望和自我调整变量而最终对低碳旅游行为产生影响的。Bagozzi 等^[30]发现在对行为意图的预测上,不论是理性行为理论或计划行为理论都没有涵盖到以动机驱动过程为基础的变量,在以往的模型中仍有被遗漏的影响变量存在,他认为这个被遗漏的主要变量就是欲望,它是一种以动机为基础的变量,在意图形成的过程中起动力的角色,它会导致意图的产生。为了能够更周密地涵盖影响行为意图的因素,必须将动机性的因素纳入模型之中,而欲望正是引起行为意图最近端的因素,欲望在态度对意图的影响中起到中介变量的作用,而态度、社会影响等变量则是影响行为意图的较远端的因素,其影响被欲望的中介作用所调节。一些实证研究^[31]也证明态度、社会影响变量是经由欲望对意图产生影响,而欲望是意图产生的必要前置因素。Taylor 等^[30]也主张欲望可被视为行为意图的代表,因为这两个变量都是以动机性的过程为基础的。同时知觉行为控制也会对欲望产生影响,这是因为个体感受到知觉行为控制越强,则意味着其越有机会和能力从事该行为,则其从事该行为的动机就会越强。

最后,模型中增加了便利条件变量,主要指会增强或抑制行为发生的各种因素,主要包括个体的认知资源、可支配时间与金钱以及政府助益政策等^[9]。便利条件会对知觉行为控制产生影响,因为知觉行为控制反映了个人知觉到完成某一行为的难易程度,便利条件越多,个体就会意识到从事该行为所需要的机会与资源就越充分,其知觉行为控制自然就会越强^[14]。前面提到自我调整的过程包含知觉行动标准、自我监控及自我调节努力等三个认知过程,如果在个体自我调整的过程中,能够为其提供更多的便利条件,将会有助于这一过程顺利的转换,最终促进行为意图转化为实际行为。

4 结束语

本文梳理了低碳旅游行为影响因素的相关文献,并结合低碳旅游活动的特点,创建了低碳旅游行为的理论模型,该模型以低碳旅游行为的决策过程(认知变量、欲望、行为意图、自我调整、低碳旅游行为)为轴心,深入剖析了低碳旅游行为各影响因素的作用机制,丰富和完善了低碳旅游行为的影响因素研究,对于后续研究提供了理论借鉴。与以往研究相比,影响因素的来源更为全面,模型具有更强的可操作性和适用性,有利于政

府部门全面了解促进和阻碍低碳旅游的各种影响因素,为其进行低碳旅游的宣传教育、政策支持提供了有效思路,对于引导和规范旅游企业和游客从事低碳生产和消费、最终实现旅游业的可持续发展有着重要的借鉴作用。该模型是在理论分析的基础上创建的,后续研究可以尝试通过实证分析的方式进行验证,再根据结论对此模型进行修正和完善。

参考文献:

- [1]周振东. 旅游业不是“无烟工业”对旅游与环境关系的再认识[J]. 财经问题研究, 2001(10):50-53.
- [2]周霓. 山东省旅游业影响因子及规模预测分析——基于灰色系统理论[J]. 山东财政学院学报, 2013(6):89-95.
- [3]李之维. 游客对低碳旅游的态度、主观规范、知觉行为控制与行为意向之研究——以曾文水库为例[D]. 嘉义:南华大学, 2013.
- [4]徐国伟. 低碳旅游行为研究综述[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2010(5):135-136.
- [5]RIVIS A, SHREERAN P. Descriptive Norms as an Additional Predictor in the Theory of Planned Behavior: A Meta-analysis[J]. Current Psychology, 2003, 22(3):218-233.
- [6]SHI C, PENG J J. Construction of Low-carbon Tourist Attractions Based on Low-carbon Economy[J]. Energy Procedia, 2011(5):759-762.
- [7]ARMITAG C J, CONNER M. Efficacy of the Theory of Planned Behavior: A Meta-analytic Review[J]. British Journal of Social Psychology, 2001, 40(4):471-499.
- [8]TENG C C, HORNG J S, HU M L. Developing Energy Conservation and Carbon Reduction Indicators for the Hotel Industry in Taiwan[J]. International Journal of Hospitality Management, 2011,31(1):199-208.
- [9]MAHMUDS N D, OSMAN K. The Determinants of Recycling Intention Behavior among the Malaysian School Students:An Application of Theory of Planned Behavior[J]. Procedia Social and Behavioral Sciences, 2010(9):119-124.
- [10]陈世贤. 游客个人碳足迹与低碳旅游行为意向之研究——以坪林乡为例[D]. 台中:逢甲大学观光系, 2009.
- [11]林炳勋. 影响低碳旅游行为意图之研究[D]. 台南:成功大学交通管理学系, 2012.
- [12]BANDURA A. Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory[M]. New Jersey: Prentice Hall, 1986:220-245.
- [13]PAPPAS N V. Residents' Attitudes Toward Tourism Impacts and Development[J]. Tourism and Hospitality Research, 2008, 19(1):51-70.
- [14]SPARKS B, PAN G W. Chinese Outbound Tourists: Understanding their Attitudes, Constraints and Use of Information Sources[J]. Tourism Management, 2009, 30(4):483-494.
- [15]FISHBEIN M, YZER M C. Using Theory to Design Effective Health Behavior Interventions[J]. Communication Theory, 2003, 13(2):164-183.
- [16]郭家玲. 台北地区国中学生对于全球暖化与节能减碳知识、态度、行为意向之研究[D]. 台北:台湾师范大学生命科学系, 2010:46-62.
- [17]HUANG S C. Intentions for the Recreational Use of Public Landscaped Cemeteries in Taiwan[J]. Landscape Research, 2007, 32(2):207-223.
- [18]AJZEN I. Consumer Attitudes and Behavior[M]. New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates, 2008:525-548.
- [19]WARD D O, CLARK C D, JENSEN K L. Factors Influencing Willingness-to-pay for the ENERGY STAR Label[J]. Energy Policy, 2011, 39(3):1450-1458.
- [20]DALTON G J, LOCKINGTON D A, BALDOCK T. A Survey of Tourist Attitudes to Renewable Energy Supply in Australian Hotel Accommodation[J]. Renewable Energy, 2008, 33(10):2174-2185.
- [21]WASKO M M, FARAJ S, TEIGLAND R. Collective Action and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice[J]. Journal of the Association for Information Systems, 2004, 5(11):493-513.
- [22]赵建彬,景奉杰,陶建蓉. 自我建构对跨期选择的影响研究:时间拟人化的视角[J]. 山东财经大学学报, 2016,28(1):99-

108.

[23]RISE J, KOVAC V, MOAN I S. Predicting the Intention to Quit Smoking and Quitting Behavior: Extending the Theory of Planned Behavior[J]. British Journal of Health Psychology, 2006, 13(2):291 – 310.

[24]MARSH H W. Reciprocal Effects Between Academic Self – concept, Self – esteem, Achievement, and Attainment Over Seven Adolescent Years: Unidimensional and Multidimensional Perspectives of Self – concept[J]. Personality and Social Psychology Bulletin, 2008, 34(4):542 – 552.

[25]VALLERAND R J, MIQUELON P. Passion in Sport: Theory, Research, and Applications[M]. Illinois: Social Psychology in Sport, 2007: 175 – 204.

[26]MARTOCCHIO J J, HERTENSTEIN J. Learning Orientation and Goal Orientation Context: Relationships with Cognitive and Affective Learning Outcomes [J]. Human Research Development Quarterly, 2003, 14(4):123 – 147.

[27]SCHUZ B, SNIEHOTTA F F, SCHWARZER R. Stage – specific Effects of an Action Control Intervention on Dental Flossing[J]. Health Education Research, 2007, 22(3):332 – 341.

[28]SNIEHOTTA F F, SCHOLZ U, SCHWARZER R. Bridging the Intention – behavior Gap: Planning, Self – efficacy, and Action Control in the Adoption and Maintenance of Physical Exercise[J]. Psychology and Health, 2005, 20(2):143 – 160.

[29]SNIEHOTTA F F, Nagy G, SCHOLZ U, et al. The Role of Action Control in Implementing Intentions During the First Weeks of Behavior Change[J]. British Journal of Social Psychology, 2006,45(1):87 – 106.

[30]BAGOZZI R P, DHOLAKIA U M. Antecedents and Purchase Consequences of Customer Participation in Small Group Brand Communities[J]. International Journal of Research in Marketing, 2006,23(1):45 – 61.

[31]TAYLOR S D, BAGOZZI R P, GAITHER C A. Decision Making and Effort in the Self – regulation of Hypertension: Testing Two Competing Theories[J]. British Journal of Health Psychology, 2005, 10(4):505 – 530.

Construction of Low – carbon Tourism Behavior Model Based on Influencing Factor Analysis

LIANG Chenglei¹, LI Xiurong^{1, 2}

(1. Department of Business Administration, Dongfang College, Shandong University of Finance and Economics, Taian 271000, China; 2. Applied Psychology Research Center, Shandong University of Finance and Economics, Jinan 250014, China)

Abstract:Revealing the law for low – carbon tourism behavior is the premise and basis for reducing tourism carbon emission and promoting the green development of tourism industry. Based on previous studies and the characteristics of low – carbon tourism activities, a theoretical model of low – carbon tourism behavior is constructed, in which the factors influencing low – carbon tourism behaviors are divided into social influence factor, cognitive factor, personal characteristic factor and self – adjustment factor. Among these factors, social influence factor and cognitive factor are antecedent variables, desire and behavioral intention are intermediary variables while personal characteristic factor and self – adjustment factor are regulating variables. This model describes the internal relation and function mechanism of decision – making processes and influence factors concerning low – carbon tourism behaviors.

Keywords:low carbon tourism behavior; theoretical models; social influence; self – regulation

(责任编辑 王玉燕)