

# 基于结构方程模型的大学生特种兵式旅游意愿影响因素研究

丁可琦<sup>1</sup>, 殷志平<sup>1</sup>, 张肖杰<sup>1</sup>, 何荧楹<sup>1</sup>, 杨嘉<sup>2</sup>

<sup>1</sup>武汉科技大学管理学院, 湖北 武汉

<sup>2</sup>武汉科技大学理学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2024年5月19日; 录用日期: 2024年7月25日; 发布日期: 2024年8月1日

## 摘要

特种兵式旅游作为一种新兴的旅游方式, 引起了社会对青年群体新型旅游方式的关注。本研究以武汉市高校大学生为研究对象, 基于计划行为理论, 引入感知风险变量, 构建结构方程模型, 探究大学生特种兵式旅游意愿的影响因素以及影响因素之间的作用关系。结果表明: 旅游态度、主观规范和知觉行为控制对大学生特种兵式旅游意愿有显著的正向影响, 感知风险对特种兵式旅游意愿的影响并不显著; 主观规范和知觉行为控制对旅游态度有显著的正向影响。

## 关键词

特种兵式旅游, 计划行为理论, 结构方程模型

## Study on the Influencing Factors of College Students' Willingness to Engage in Special Forces-Style Tourism Based on Structural Equation Model

Keqi Ding<sup>1</sup>, Zhiping Yin<sup>1</sup>, Xiaojie Zhang<sup>1</sup>, Yingying He<sup>1</sup>, Jia Yang<sup>2</sup>

<sup>1</sup>School of Management, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

<sup>2</sup>School of Science, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: May 19<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jul. 25<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 1<sup>st</sup>, 2024

文章引用: 丁可琦, 殷志平, 张肖杰, 何荧楹, 杨嘉. 基于结构方程模型的大学生特种兵式旅游意愿影响因素研究[J]. 运筹与模糊学, 2024, 14(4): 34-41. DOI: 10.12677/orf.2024.144373

## Abstract

Special forces-style tourism, as an emerging form of tourism, has aroused the attention of the society to the new way of travel for youth groups. This study focuses on college students in Wuhan and is based on the Theory of Planned Behavior. It introduces the perceived risk variable, constructs a structural equation model, and explores the factors influencing college students' willingness to engage in special forces-style travel, as well as the relationships between these factors. The results indicate that tourism attitude, subjective norms, and perceived behavioral control significantly and positively influence college students' willingness to participate in special forces-style tourism. The impact of perceived risk on this willingness is not significant. Additionally, subjective norms and perceived behavioral control have a significantly positive impact on tourism attitude.

## Keywords

Special Forces-Style Tourism, Theory of Planned Behavior, Structural Equation Model

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

2023年初,一种全新的旅游方式悄然兴起,以“青春没有售价,硬座直达拉萨”、“五天游五岳”、“大学生2天跨3省旅游”等为代表的“特种兵式旅游”在各大网络媒体霸榜。特种兵,原意指“经过特种训练、执行某种特殊任务的技术兵种”,之后这一名词经转化成描述当代年轻人用尽可能少的时间和费用游览尽可能多的景点的旅游方式。其高强度、高效率、低成本的特点,吸引了大量追求刺激和体验的青年尤其是大学生群体,引起了整个社会对青年群体新型旅游方式的关注。根据巨量算数发布的数据显示,2023年春季“特种兵式旅游”的搜索量超过100万次,相关热点超过60个。

目前国内对特种兵式旅游的研究较少,主要集中在对“特种兵式旅游”这一现象形成原因和消费者动机的探析,例如刘晓英基于MEC模型的分析技术,综合运用软式、硬式阶梯方法,针对“特种兵式旅游”消费者的价值动机及其形成机理展开探索[1]。叶旭龙运用问卷调查法和访谈法对大学生“特种兵式旅游”进行研究,总结归纳出“特种兵式旅游”的特征和大学生选择这一旅游方式的主要原因[2]。舒添利用深度访谈和参与式观察的方法,围绕特种兵旅游的期望,体验,幕后三方面展开探讨,解释了“特种兵式”旅游背后的心理动因、“特种兵”群体中的行为呈现特征和自我展演方式以及促使媒介化旅游方式逐渐流行的因素等[3]。可以发现目前国内对于特种兵式旅游的研究较少,且对特种兵式旅游主体行为意愿的探究较为薄弱。目前尚无以特种兵式旅游意愿影响因素为对象的研究成果和相关文献,尚未检索到通过构建模型对影响因素进行实证研究的文献。

“特种兵式旅游”模式的出现为旅游业注入了生机与活力,深入研究大学生特种兵式旅游意愿的影响因素,能够深入理解年轻一代的旅游消费心理,为旅游市场的营销和服务创新提供依据。本研究以武汉市高校大学生为研究对象,基于计划行为理论,引入感知风险因素,构建结构方程模型,探究大学生进行特种兵式旅游意愿的影响因素以及影响因素之间的作用关系,为旅游企业和相关部门提供策略建议,为旅游业的发展提供科学依据和实践指导。

## 2. 理论基础与研究假设

### 2.1. 计划行为理论

1975年, Fishbein 和 Ajzen 提出了理性行为理论(TRA), 指出行为意向是决定行为的直接因素, 且行为意向受行为态度和主观规范的影响[4]。后续 Ajzen 研究发现, 人的行为不是完全出于自愿, 而是处在控制之下。因此, Ajzen 在模型中增加了一个新的变量——知觉行为控制, 形成了计划行为理论(TPB), 综合了态度、主观规范、知觉行为控制、意愿、行为 5 个方面要素, 能全面解释多种行为的产生, 其中态度、主观规范、知觉行为控制是决定意愿的 3 个关键变量, 通过意愿中介作用影响行为的产生(见图 1)[5]。

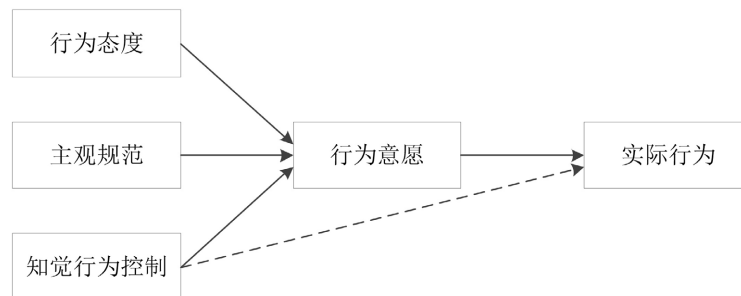


Figure 1. Framework of the theory of planned behavior  
图 1. 计划行为理论框架

在探析行为意愿机制问题上, 最具解释力和权威性的当属计划行为理论[6]。目前在对旅游意愿影响因素的研究中, 我国学者常以计划行为理论为基础。例如邹波基于计划行为理论, 选取都江堰古城区作为案例地, 研究历史街区游客真实性感知对游客行为意向的影响[7]。厉新建等以虚拟旅游体验者为研究对象, 基于计划行为理论, 引入虚拟旅游体验和疫情效应这两个变量, 对虚拟旅游体验向实地旅游行为转化的机制进行研究[8]。张圆刚等基于 TPB 和 TSR (自我调节理论)模型构建研究乡村旅游者的行为意向, 深入探讨乡村旅游地游客旅游行为意向的差异[9]。

### 2.2. 感知风险理论

感知风险理论起源于心理学领域, 最早由 Bauer 引入到消费领域, 他认为消费者的任何购买行为都可能伴随不确定性后果。感知风险指个体对存在于外界的各种客观风险的心理感受和认识, 并强调个体由直观判断和主观感受获得的经验对认知的影响[10]。旅游业是敏感的服务性行业, 在旅游活动中旅游风险总是客观存在的[11]。国内有很多学者将风险感知这一概念与计划行为理论结合运用到旅游研究中。例如李梅拓展计划行为理论和感知风险理论, 发现大学生在疫情后选择旅游时, 他们的感知风险越高, 进行旅游的可能性就越低[12]。谢灯明等基于计划行为理论拓展模型研究了潜在游客对森林康养的感知风险与行为意向之间的作用机制, 发现感知风险对行为意向产生显著负向作用[13]。

在以“费用低、时间紧、强度高”为特点的特种兵式旅游中, 公众往往需要考虑费用、时间以及自身体力状况, 进行风险和消费的权衡抉择。因此, 本研究将在计划行为理论的基础上引入感知风险因素, 构建结构方程模型, 探究大学生进行特种兵式旅游意愿的影响因素以及影响因素之间的作用关系。具体研究模型见图 2。

### 2.3. 研究假设

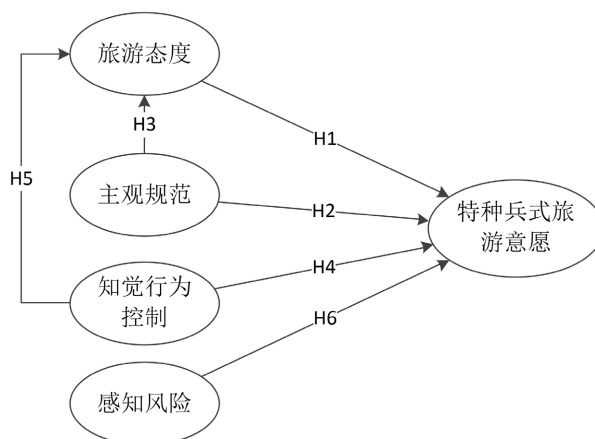
下面对主要变量和假设进行阐释:

### (1) 旅游态度

本研究中的旅游态度是指个体对旅游目的地、旅游活动、旅游服务以及旅游体验所持有的整体评价和倾向。在计划行为理论中，行为态度是个体对某种行为的信念，是决定行为意愿的重要因素。积极的旅游态度往往能激发个体的旅游意愿，促使其参与旅游活动。戴小俊等的研究[14]和范松的研究[15]均证明了行为态度对旅游行为意向的正向影响。

由此提出如下假设：

**H1：**旅游态度对大学生特种兵式旅游意愿具有显著正向影响。



**Figure 2.** Research model

**图 2.** 研究模型

### (2) 主观规范

主观规范是指个人在做出某一特定行为时所感受到的来自对其重要的他人或组织的压力或影响[16]。计划行为理论认为主观规范对个人行为意向具有显著作用。当父母朋友或公众对个体的特种兵式旅游行为持赞同态度，会明显减轻个人实现特种兵式旅游时的外在压力，其出行的可能性更大。此外，Chang通过对TPB模型的修正发现如果在主观规范和行为态度之间增加一条路径，结构方程模型的适配度会显著提高[17]。白蕴超等基于改进的计划行为理论模型对大众滑雪旅游意向进行研究，发现主观规范对行为态度有显著的正向作用[18]。

由此提出如下假设：

**H2：**主观规范对大学生特种兵式旅游意愿具有显著正向影响。

**H3：**主观规范对旅游态度具有显著正向影响。

### (3) 知觉行为控制

知觉行为控制是指个体在实现特定行为时，所感知到的难易程度。在本研究中知觉行为控制指个体感知到自己对实现特种兵式旅游的自信程度，以及参与特种兵式旅游容易或困难程度，如对自己身体素质、生理及心理机能、经济情况等因素的感知。根据计划行为理论，当个体认为自身具有足够的能力和资源，且外界条件有利时，他们对执行旅游行为的知觉行为控制更强，从而有更强的意愿。同时，有学者研究发现知觉行为控制会对行为态度产生影响。例如邓新明的研究[19]和邱宏亮的研究[20]都证明了知觉行为控制对行为态度有显著的正向影响。

由此提出如下假设：

**H4：**知觉行为控制对大学生特种兵式旅游意愿具有显著正向影响。

H5: 知觉行为控制对旅游态度具有显著正向影响。

#### (4) 感知风险

在本研究中感知风险是指个体在旅游消费过程中,对无法预料的体验结果的一种不确定的主观感受。当个体感知到较高的风险时,可能会对旅游行为产生顾虑,降低其旅游意愿。许多学者的研究均表明感知风险对旅游意愿有负向影响。苟婷等通过研究目的地风险感知对出游行为意向的影响作用,发现游客的整体风险感知对旅游意向产生了显著的负面影响[21]。张晨等以潜在海外游客为研究对象,实证研究了雾霾天气作为潜在海外游客来华旅游的主要风险感知因素,已经成为其来华意愿的主要障碍[22]。

由此提出如下假设:

H6: 感知风险对大学生特种兵式旅游意愿具有显著负向影响。

### 3. 实证分析

#### 3.1. 数据收集

本研究主要借助问卷星进行线上问卷发放。问卷题项采用 5 分制 Likert 量表来评价(1 为非常不同意, 5 为非常同意)。通过对 10 所武汉高校的部分学生发放问卷进行调研,共回收 880 份问卷,其中有效问卷 801 份,问卷有效率为 91.02%。表 1 为样本的基本情况描述。

Table 1. Basic description of the samples

表 1. 样本的基本情况描述

项目	选项	频数	百分比
性别	男	370	46.2%
	女	431	53.8%
年级	大一	136	17.0%
	大二	214	26.7%
	大三	201	25.1%
	大四	185	23.1%
	研究生及以上	65	8.1%
	经济能力(生活费)	1000 元及以下	124
	1001 元~1500 元	165	20.6%
	1501 元~2000 元	322	40.2%
	2000 元以上	190	23.7%

#### 3.2. 信度和效度检验

Table 2. Reliability test

表 2. 信度检验

变量	克隆巴赫系数	项数
旅游态度	0.829	2
主观规范	0.826	2
知觉行为控制	0.828	3
感知风险	0.792	2
特种兵式旅游意愿	0.805	2

将问卷结果汇总后,利用 SPSS27.0 软件进行信度检验,结果如表 2 所示:本研究的五个变量旅游态度、主观规范、知觉行为控制、感知风险、特种兵式旅游意愿的 Cronbach's  $\alpha$  系数分别为 0.829、0.826、0.828、0.792、0.805,均大于 0.7,说明量表具有较高的信度,内部一致性良好,可进行下一步研究。

效度检验主要通过 KMO 值和 Bartlett 球形检验来进行分析,结果如表 3 所示:KMO 值与 Bartlett 球形检验显著性(sig.值)分别为 0.733 与 0.000。故问卷通过 KMO 检验与 Bartlett 球形检验,变量之间相关性较强。

**Table 3.** KMO and Bartlett's test

**表 3.** KMO 和巴特利特检验

KMO 取样适切性量数		0.733
巴特利特球形度检验	近似卡方	3589.345
	自由度	55
	显著性	0.000

### 3.3. 结构方程模型检验

#### 3.3.1. 模型拟合度检验

利用 AMOS 26.0 软件建立结构方程模型,对预设模型进行拟合,拟合结果如表 4 所示。结果显示,该模型具有较好的解释效果。模型的卡方自由度比值为 1.910, RMSEA 值为 0.034, GFI、NFI、CFI、IFI 的值分别为 0.985、0.981、0.991、0.991,均在理想标准范围内,说明模型的适配度较好。

**Table 4.** Indicators of model fitting

**表 4.** 模型拟合指标

拟合指标	数值	评价标准	拟合情况
CMIN/DF (卡方比自由度)	1.910	<3.0	拟合较好
GFI (拟合优度指数)	0.985	>0.9	拟合良好
NFI (规范拟合指数)	0.981	>0.9	拟合良好
CFI (比较拟合指数)	0.991	>0.9	拟合良好
IFI (增值拟合指数)	0.991	>0.9	拟合良好
RMSEA (近似误差均方根)	0.034	<0.1	拟合良好

#### 3.3.2. 路径系数检验

在数据与模型拟合可接受水平的基础上,通过路径系数检验,来进一步验证研究假设,结果如表 5 所示。可以看出:

旅游态度对旅游意愿在显著性水平  $P < 0.001$  的条件下,标准化路径系数为 0.266,表明旅游态度对大学生特种兵式旅游意愿具有显著的正向影响,即假设 H1 成立。

主观规范对旅游意愿和旅游态度分别在显著性水平  $P < 0.001$ 、 $P < 0.01$  的条件下,标准化路径系数为 0.205、0.107,表明主观规范对旅游态度和大学生特种兵式旅游意愿有显著的正向影响,即假设 H2、H3 成立。

知觉行为控制对旅游意愿和旅游态度均在显著性水平  $P < 0.001$  的条件下,标准化路径系数为 0.225、0.339,表明知觉行为控制对旅游态度和大学生特种兵式旅游意愿有显著的正向影响,即假设 H4、H5 成立。

感知风险对旅游意愿在显著性水平  $P > 0.05$  的条件下, 标准化路径系数为 $-0.034$ , 表明感知风险对大学生特种兵式旅游意愿的影响不显著, 即假设 H6 不成立。这可能是因为感知风险在影响特种兵式旅游意愿时受到了其他因素的调节, 也有可能是部分大学生喜欢追求刺激感和新鲜感, 虽然感知到一定的风险, 但仍愿意选择具有挑战性、独特性和高度体验性的特种兵式旅游。

**Table 5.** Results of path coefficient test  
**表 5.** 路径系数检验结果

假设	路径关系	非标准化系数	标准化系数	P 值	检验结果
H1	旅游态度→旅游意愿	0.233	0.266	***	假设成立
H2	主观规范→旅游意愿	0.187	0.205	***	假设成立
H3	主观规范→旅游态度	0.111	0.107	**	假设成立
H4	知觉行为控制→旅游意愿	0.209	0.225	***	假设成立
H5	知觉行为控制→旅游态度	0.36	0.339	***	假设成立
H6	感知风险→旅游意愿	$-0.031$	$-0.034$	0.453	假设不成立

注: \*\*、\*\*\*分别表示  $P < 0.01$ ,  $P < 0.001$ 。

## 4. 结论与建议

### 4.1. 结论

基于特种兵式旅游意愿影响因素的问卷调查及建模分析, 可以得出以下结论:

(1) 大学生特种兵式旅游意愿受到了多个因素的影响。旅游态度、主观规范和知觉行为控制对大学生特种兵式旅游意愿有显著的正向影响。其中影响力最大的是旅游态度, 积极的旅游态度会提升大学生的特种兵式旅游意愿。此外, 家庭、亲友或社会舆论对个体的特种兵式旅游行为越支持, 个体对特种兵式旅游行为的知觉行为控制越强, 其特种兵式旅游意愿就越强。然而, 感知风险对特种兵式旅游意愿的影响并不显著, 可能的原因在于大学生喜欢追求刺激感和新鲜感, 虽然感知到一定的风险, 但仍愿意选择具有挑战性、独特性和高度体验性的特种兵式旅游。

(2) 旅游态度是影响大学生特种兵式旅游意愿最重要的因素, 主观规范和知觉行为控制对旅游态度有显著的正向影响。当社会大众或家人朋友对特种兵式旅游的支持度更高, 大学生对特种兵式旅游行为的知觉行为控制越强时, 他们的旅游态度会更加积极, 促进其特种兵式旅游行为意愿的形成。

### 4.2. 建议

基于以上研究结论, 提出以下建议:

#### (1) 重视态度引导, 激发旅游热情

本研究结果显示旅游态度是影响大学生特种兵式旅游意愿的关键性因素, 大学生的旅游态度越积极, 旅游意愿越高。旅游企业、公共媒体可以积极宣传与推广, 突出旅游产品及旅游活动的吸引力。在保护青年群体的旅游热情和青春激情的同时, 为他们独特的旅游需求提供相应的旅游产品和服务。此外, 深入挖掘特种兵旅游的独特魅力和价值, 引导他们健康、安全、理性旅游, 帮助大学生形成对特种兵式旅游的正面认知和积极态度。

#### (2) 营造宽容氛围, 增强公众支持

本研究结果显示主观规范对大学生特种兵式旅游意愿有显著的正向影响。社交媒体可以向公众宣传特种兵式旅游的独特魅力和价值所在, 激发公众的兴趣, 提高公众的支持度。整个社会应宽容看待“特

种兵式旅游者”及其旅游行为，营造宽容、友善的社会环境，为青年群体提供多元化的出行与旅游选择，让大学生游客群体能按照自己的意愿和条件，自由而理性地享受旅游的乐趣。

### (3) 提升服务水平，确保旅游体验

旅游业界特别是特种兵式旅游热点目的地的旅游企业应提前做好对短期、大规模涌入的青年游客的旅游产品供给、旅游需求调控等准备工作，以更好地满足青年游客群体的需求，提高旅游体验的深度与质量。此外，旅游企业还需排查解决景区、城市交通安全问题，完善景区旅游线路，严格监管旅游消费市场，营造和谐安全的旅游消费环境，从而增强大学生的知觉行为控制，提升其旅游意愿。

## 基金项目

国家级大学生创新创业训练计划项目(202410488012)。

## 参考文献

- [1] 刘晓英. 基于 MEC 模型的世代“特种兵式旅游”消费价值诉求探讨[J]. 商业经济研究, 2024(1): 91-94.
- [2] 叶旭龙. 后疫情时代大学生“特种兵式旅游”消费现象探析[J]. 山西青年职业学院学报, 2023, 36(4): 20-24.
- [3] 舒添. 媒介化下的互动仪式与展演狂欢: “特种兵”式旅游的心理及行为解读[J]. 中国传媒科技, 2023(9): 32-36, 46.
- [4] Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975) *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- [5] 段文婷, 江光荣. 计划行为理论述评[J]. 心理科学进展, 2008, 16(2): 315-320.
- [6] 葛米娜. 游客参与、预期收益与旅游亲环境行为: 一个扩展的 TPB 理论模型[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2016, 10(4): 65-70.
- [7] 邹波. 游客旅游意向影响因素——基于计划行为理论的分析[J]. 社会科学家, 2021(7): 40-45.
- [8] 厉新建, 李兆睿, 宋昌耀, 等. 基于计划行为理论的虚拟旅游行为影响机制研究[J]. 旅游学刊, 2021, 36(8): 15-26.
- [9] 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.
- [10] 谢晓非, 徐联仓. 风险认知研究概况及理论框架[J]. 心理学动态, 1995(2): 17-22.
- [11] 吴国清. 国内外旅游风险感知研究述评[J]. 社会科学家, 2015(12): 83-87.
- [12] 李梅. 后疫情时期西安在校大学生感知风险对出游意愿的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 西北大学, 2021.
- [13] 谢灯明, 何彪, 蔡江莹, 等. 森林康养潜在游客感知风险对行为意向影响研究[J]. 林业经济问题, 2020, 40(1): 66-71.
- [14] 戴小俊, 马蕾. 基于 TPB 扩展模型的生态旅游行为影响因素实证研究[J]. 生态经济, 2021, 37(2): 120-126.
- [15] 范松. 基于计划行为理论的长沙市民休闲旅游行为意向影响机理研究[J]. 企业家天地(理论版), 2011(5): 111-112.
- [16] 李广宏, 余飞男. 基于 TPB 扩展模型的后疫情时代康养旅游行为意向影响机制研究[J]. 大连大学学报, 2023, 44(5): 79-89.
- [17] Chang, M.K. (1998) Predicting Unethical Behavior: A Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Business Ethics*, 17, 1825-1834. <https://doi.org/10.1023/a:1005721401993>
- [18] 白蕴超, 林显鹏. 冬奥背景下我国大众滑雪消费行为意向研究——以崇礼地区为例[J]. 沈阳体育学院学报, 2021, 40(2): 77-85.
- [19] 邓新明. 中国情景下消费者的伦理购买意向研究——基于 TPB 视角[J]. 南开管理评论, 2012, 15(3): 22-32.
- [20] 邱宏亮. 基于 TPB 拓展模型的出境游客文明旅游行为意向影响机制研究[J]. 旅游学刊, 2017, 32(6): 75-85.
- [21] 苟婷, 唐勇, 何莉. 九寨沟景区震后目的地风险感知对出游行为意向影响测量[J]. 云南地理环境研究, 2020, 32(4): 26-31.
- [22] 张晨, 高峻, 丁培毅. 雾霾天气对潜在海外游客来华意愿的影响——基于目的地形象和 risk 感知理论[J]. 旅游学刊, 2017, 32(12): 58-67.