

企业经营者对旅游发展环境感知的实证研究^{*1}

李志强^{1, 2} 钟家雨^{2, 3}

(1. 浙江工商大学旅游与城乡规划学院, 中国浙江杭州 310018;

2. 江西科技师范大学旅游学院, 中国江西南昌 330038;

3. 湖南省经济地理研究所, 中国湖南长沙 410004)

【摘要】：文章利用因子分析法、多元回归法，以处于转型发展阶段的全域旅游示范点创建单位新余市为研究区域，对其境内旅游企业进行旅游发展环境感知调查。研究发现：①旅游发展环境感知由4个维度组成：社会服务体系支持、政策制度支持、市场秩序支持、融资条件支持；②企业经营者对新余市旅游发展环境感知水平一般，有较大的优化空间；③优化旅游发展环境应该从进一步强化社会服务体系、完善并落实各项政策措施、扩大并严格规范旅游市场、助推企业解决投融资问题四个方面展开。

【关键词】：企业经营者；旅游发展环境；环境感知；政策制度；社会服务体系；全域旅游

【中图分类号】：F59 **【文献标志码】**：A **【文章编号】**：1000 - 8462 (2018) 04 - 0208 - 07

DOI: 10.15957/j.cnki.jjdl.2018.04.026

旅游业因其在促消费、稳增长、惠民生等方面的突出作用而受到国家、社会的高度关注。新形势下，为进一步提升旅游发展能力，贯彻落实新发展理念，国家旅游局于2016年首次提出发展“全域旅游”，李克强总理在2017年政府工作报告中更是明确指出要大力发展全域旅游。发展全域旅游需要从全域整体优化旅游环境、优化旅游全过程，配套旅游基础设施、公共服务体系和旅游服务要素^[1]。由此可知，良好的旅游发展环境是全域旅游发展的必然要求。目前，全国上下正在开展“降低企业成本、优化发展环境”专项活动，各地采取了一系列措施改善优化旅游发展环境，这给旅游业发展带来了难得的历史机遇，然而旅游发展环境优化程度如何？如何进一步优化？则有待于企业经营者的感知，企业对发展环境感知越好，越有利于企业经营绩效的提升^[2]，越有利于推动全域旅游的发展。

参照王佳对环境的界定^[3]，从系统论的角度出发，旅游发展环境可表述为以旅游系统为中心，对其经营管理活动产生影响的各类因素的总和，具有动态性、敏感性和综合性等特点^[4]。广义上的旅游发展环境既包括自然发展环境、人文发展环境，又包括旅游企业发展环境、旅游需求环境；狭义上的旅游发展环境仅指旅游企业发展环境。随着旅游产业地位重要性的日益显现，旅游发展环境已成为旅游研究的一个重要领域。在旅游发展环境的众多问题当中，旅游业发展环境的构成分析是重中之重。国

¹ 收稿时间：2017 - 11 - 05；修回时间：2018 - 02 - 28

基金项目：江西省高校人文社会科学研究项目（JC17222）

作者简介：李志强（1979—），男，江西永修人，博士研究生，副教授。主要研究方向为旅游企业管理。E-mail: sydney079924@sina.com。

外学者从旅游自然环境的角度来思考旅游业可持续发展问题^[5-7]，很少分析旅游业发展环境的构成维度。熊元斌等认为旅游发展环境由社会—文化、技术—生态、经济—市场、政策—法律等四要素构成^[4]。郑岩认为和谐旅游发展环境包括和谐的生态环境、和谐的市场环境、和谐的经营环境、和谐的人文环境、和谐的服务环境^[8]。陈满指出漓江景区旅游发展环境包括旅游发展的驱动力因素、旅游发展带来的环境压力、旅游发展的状态、旅游带来的影响、对前四个方面的响应策略五个方面^[9]。上述研究在对旅游发展环境的因子构成分析方面，基本都是借助 PEST、PESTAL、PESTELG、SWOT 等分析手法对客观发展环境直接做出分类，没有涉及主观视角的定量研究。实际上，和其它客观事物一样，环境也存在可感知性，环境感知是指环境质量在个体头脑中形成的印象^[10]。环境感知原本是人文主义地理学研究的一个重要领域^[11]，主要用于居民生态环境感知方面的研究^[12]，从 1970 年代开始，国外学者就将其应用于旅游地居民的旅游环境影响感知的研究，陆续提出了游玩理论（Play Theory）、依附理论（Dependency Theory）、旅游影响尺度（Tourism Impact Attitude Scale）等主要理论^[13]，到 1990 年代，他们开始将焦点转向对旅游者旅游环境感知的研究，研究的内容主要倾向于旅游价格感知、旅游服务的感知等。我国学者的研究是在借鉴国外学者研究的基础上展开的，路径与西方学者基本一致，早期关注居民的环境感知，近期较多地从旅游者感知的角度来研究旅游环境问题^[14-17]，分别探索了旅游环境感知的影响因素、旅游环境感知的现状等。目前鲜有发现从企业经营者的视角来对旅游发展环境感知所做的研究，更没有发现基于全域旅游背景并以某个典型区域为对象所做的旅游发展环境的研究。

基于此，本文在前人研究的基础上，以新余市为调查区域，通过因子分析探索其境内企业经营者对旅游发展环境感知的构成因子，采用多元回归法分析旅游发展环境感知水平，并据此对旅游发展环境优化提出参考性建议。调查区域的选择考虑了如下两个因素：首先，新余市是江西省唯一的同时拥有“资源枯竭型城市”、“全国全域旅游示范点创建单位”两种身份的地级市，新余市决策层非常重视通过发展旅游业来助推区域转型升级，全国与之类似的地区数量虽然不少，但新余有较强的典型性；其次，新余的绝大多数旅游企业均为中小型企业规模，研究这些企业对旅游发展环境的感知，并提出相应改善方法，有利于响应国家加大对中小型企业扶持的有关政策研究。

1 研究区域概况

新余市位于江西省中部偏西，距省会南昌市 150 km，总面积 3 178 km²（占全省总面积的 1.9%），现辖分宜县、渝水区、新余高新技术产业园区、仙女湖风景名胜管理区，总人口 117.37 万（2016 年）^②。长期以来，新余是以工业立市、建市的城市，工业一直是推动社会经济发展的主导力量，然而近年来随着国家和区域发展方式的转变，新余原有的产业优势不复存在，进而被国务院确定为第三批资源枯竭型城市。为谋求转型发展，新余市各级政府确定将旅游业作为主攻方向之一，积极响应全国全域旅游发展战略和江西旅游强省战略，并于 2016 年被国家旅游局命名为第二批“国家全域旅游示范区”创建单位。2016 年新余接待游客 1 576 万人次，实现旅游收入 139 亿元。旅游企业是推动全域旅游发展的核心主体，旅游企业发展需要有好的环境^[18]。因此当前急需为新余旅游企业营造一个好的发展环境，这不仅有利于留住经营者，还有利于推动新余招商引资活动取得进展。截至目前，新余市内有 A 级旅游景区 4 家，含 4A 级 3 家、2A 级 1 家，主要分布于新余市的北部和西南部；旅行社 24 家，其中出境社 1 家；星级饭店 10 家，含五星 1 家、四星 2 家、三星 6 家、二星 1 家，四、五星级饭店主要分布于新余市区和仙女湖景区附近；各类乡村旅游点 84 个，其中全国农业旅游示范点 1 个、全国休闲农业与乡村旅游示范点 1 个，省级 5A 有 2 个、4A 有 6 个、市级示范点 10 个，主要分布于新余市区城郊；经济型酒店及涉及旅游的社会酒店 100 多家^③。

2 数据来源与研究方法

2.1 数据来源

2016 年 12 月至 2017 年 6 月，在新余市旅发委的协助下，笔者先后到访新余 12 次，对新余市境内的 4 家 A 级景区、24 家旅行社、10 家星级饭店、10 家经济型酒店、5 家乡村旅游点进行了实地调研。调研方式包括集体座谈或个别访谈及问卷调查等。

² ①资料来源于新余市政府官网。

³ ②以上资料由新余市旅发委提供。

因企业的经营、投资行为主要由旅游企业的实际负责人决定，他们对发展环境的感知是最为直接和有价值的，因此，本次调查对象确定为旅游企业的董事长或总经理，为提升调查效果，集体座谈针对一般性企业采取 3 人一组的方式，个别访谈针对典型的旅游企业并采用一对一的方式，调查地点一般选择在企业办公室。座谈或访谈主要围绕“您感觉新余旅游发展环境如何？”、“您最期待什么样的旅游发展环境？”这两个主题进行。问卷调查采用纸质调查和网络问卷（问卷星）调查两种方式进行，纸质调查针对所有座谈和访谈的企业（53 家），安排在访谈结束后当场回收问卷。网络问卷（问卷星）调查针对未实地调研的旅游企业（202 家），在访谈工作全部结束后随即进行。本次调查共发放问卷 255 份，回收问卷 250 份，其中有效问卷 243 份，问卷回收率是 98.04%，有效率是 95.29%。在受访旅游企业经营者当中，男性占大多数，比例为 65.43%；绝大多数（超过 80%）年龄在 40 岁以上；超过八成学历在大专及以下，管理经验为 2~5 年的占 69.14%。他们所在企业的规模偏小，超过 90%的企业员工少于 100 人，88.07%的企业年龄在 10 年以内。

问卷是在参阅何轩、李玉香等的政策制度环境感知量表^[19-20]、贾茜等的融资环境感知量表^[2]、宋扬等的服务环境感知量表^[21]的基础上，借鉴王忠福对城市居民旅游环境影响感知量表的开发过程^[13]，通过向多位旅游行业专家咨询并结合对旅游企业经营者的访谈设定的，初步设定政策、融资、市场、服务 4 大因素共 39 个题项，问卷回答采用李克特量表 7 级形式，按“完全同意或完全符合事实”、“同意或符合事实”、“基本同意或基本符合事实”、“说不清楚”、“基本不同意或基本不符合事实”、“不同意或不符合事实”、“完全不同意或完全不符合事实”，由高到低分别赋值 7~1 分。为确保信息的准确性，在调研过程中，没有请旅发委的同志在现场，而是由笔者全部单独完成，并全程做好记录，一些重要座谈和访谈还做了现场录音。

2.2 研究方法

2.2.1 因子分析法

运用 SPSS20.0 软件对问卷数据进行探索性因子分析，并按最大方差法进行因子旋转，以特征值大于 1 为标准提取公因子，并剔除当中因子载荷小于 0.5 的题项。

2.2.2 多元回归分析法

为获取企业经营者感知视角下的新余市旅游发展环境水平，本文运用 SPSS20.0 软件，将旅游发展环境作为因变量，通过因子分析得到的维度作为解释变量，采用逐步多元回归分析的方法，对实地调研所获得的数据进行回归分析，从而得到各维度对于旅游发展环境的回归系数，然后通过确定各指标维度，最终算出当前新余旅游发展环境的感知水平。

3 实证研究

3.1 旅游发展环境感知的构成维度

本文的初始问卷设定为 39 个题项，借助 SPSS20.0 统计软件进行问卷信度、效度检验，剔除了 16 项不符合要求的选项，最后保留了 23 项。对剩余的 23 项因子再次进行了因子分析，所有因子载荷值均在 0.5 以上，且在其它维度不超过 0.4，所有因子均有效^[22]，KMO 统计量为 0.950，Bartlett 球形检验值服从近似卡方分布 6 455.333，并且在自由度为 253 的情况下显著性水平是 0.000。通过因子分析得到的主成份总共有 4 个，可以解释累计总方差为 80.164%，说明该 4 大因子基本上能够解释说明 23 个指标的含义。因子分析基本符合研究设定的预期，最终将因子命名为政策制度支持（F1）、市场秩序支持（F2）、融资条件支持（F3）、社会服务体系支持（F4）。再次对所提取的公因子进行内在信度分析，得到的克隆巴哈信度系数是 0.970，远高于 0.5 的可接受标准^[23]，即各公因子之间的内部一致性较高；对得到的公因子逐一进行信度分析，得到的因子 F1 到 F4 的 Cronbach α 系数分别为 0.949、0.903、0.872、0.973，都大大超过了最低可接受水平 0.5 的标准，说明公因子的内部一致性也较高（表 1）。

表 1 因子分析数据汇总表

公因子	序号	指标名称	因子载荷值	方差贡献率%	Alpha 系数
	1	“营改增”后旅游企业税费负担情况有所减轻	0.805		
	2	现有的扶持旅游企业发展的税收优惠政策很到位	0.835		
F1 政策制度支持	3	落实旅游企业发展税收优惠政策很到位	0.872	20.408	0.949
	4	政府在旅游企业用地审批方面效率高	0.844		
	5	现有旅游行政审批程序简单、效率高	0.645		
	6	新余市整体商务环境好	0.775		
	7	新余市旅游市场竞争秩序好	0.825		
F2 市场秩序支持	8	《旅游法》在规范旅游市场秩序方面作用大	0.814	19.883	0.903
	9	新余旅游市场前景光明	0.716		
	10	旅游者在旅游消费方面的理性度（成熟度）好	0.743		
	11	银行为旅游企业提供金融服务很到位	0.813		
F3 融资条件支持	12	信用担保机构为旅游企业提供良好金融担保服务	0.799	11.674	0.872
	13	政府在帮助旅游企业解决融资服务作用明显	0.69		
	14	政府在引导、帮助旅游企业转型发展方面作用很大	0.638		
	15	政府及社会为旅游企业提供了良好的信息咨询服务	0.582		
	16	政府在支持、引导旅游企业加入行业协会，促进协会发展	0.605		
	17	政府经常为旅游企业提供旅游人力资源培训	0.675		
F4 社会服务体系支持	18	政府及社会为新余营造发良好的旅游发展环境	0.715		
	19	政府在旅游基础设施投入力度很大	0.782	28.199	0.973
	20	旅游行业协会为旅游企业提供了优良的服务	0.81		
	21	新余各类新闻媒体积极有效宣传新余旅游	0.84		
	22	新余旅游发展整体氛围的情况	0.773		
	23	当地居民积极支持、参与旅游发展	0.812		

总体特征	KMO 统计量=0.950, 显著性概率=0.000, 累计方差贡献率=80.164%; 总可信度=0.970		
------	---	--	--

综上可知, 企业经营者感知旅游发展环境的维度主要有四个: 政策制度支持、市场秩序支持、融资条件支持、社会服务体系支持。在这几个维度中, 社会服务体系支持的方差贡献率最大, 达 28.199%, 远高于其它因子, 说明社会服务体系是影响旅游发展环境的最重要因素, 这主要是因为在全域旅游时代, 旅游服务体系将与整个社会公共服务体系相互依存密不可分^[1]。政策制度感知解释的方差贡献率为 20.408%, 成为第二大重要因子, 这说明进入全域旅游时代, 虽然当前我国旅游市场体系不断健全, 但和景点旅游时代一样政策制度依然是旅游发展环境的重要内容, 我国旅游业的发展仍然需要政府主导^[24]。旅游市场秩序支持方差贡献率是 19.883%, 为第三大影响因子。融资条件支持方差贡献率最小为 11.674%, 远小于其它三个维度, 表明融资问题不是影响旅游企业发展的最主要问题, 这可能与旅游企业大多为中小规模, 融资需求相对要弱一些有关系。

3.2 新余市旅游发展环境分析

根据上文所述的多元回归分析方法, 对在新余调研所获得的旅游企业经营者对旅游发展环境感知的有关数据进行多元回归分析, 得到了各维度对旅游发展环境感知的回归系数(表 2)。从表中可以得到的标准化系数的回归方程为:

$$LF = 0.262 \cdot F_1 + 0.315 \cdot F_2 + 0.196 \cdot F_3 + 0.343 \cdot F_4$$

$$W_i = W_i / \sum_{j=1}^4 W_j$$

对标准化的回归系数进行归一化处理得到了各维度的权重, 即维度—总体权重, 归一化处理公式:

表 2 各维度对旅游发展环境感知的逐步多元回归分析结果

因变量	解释变量	未标准化系数		标准化系数	t	显著性
		B 估计值	标准误差	Beta 分布		
旅游发展环境感知 LF	(常数)	4.247	0.04		106.754	0
	政策制度支持 F1	0.221	0.043	0.262	5.163	0
	市场秩序支持 F2	0.265	0.043	0.315	6.192	0
	融资条件支持 F3	0.165	0.044	0.196	3.768	0
	社会服务体系支持 F4	0.288	0.044	0.343	6.545	0

分别将旅游发展环境感知的 4 个维度作为因变量, 各维度的测量指标作为解释变量, 同样采取逐步多元回归分析的方法, 可以得到各指标对于其各自维度的标准化回归系数, 然后对标准化回归系数进行归一化处理后, 得到了各指标相对于各自对应维度的权重, 即指标—维度权重。而对于各指标相对于旅游发展环境感知的权重, 即指标—总体权重, 只需要将上面得到的各指标—维度权重与其相应的维度—总体权重相乘即可得到。

在得到了各维度及其指标的相对重要性权重后，可以用下述公式来计算新余旅游发展环境感知及其各维度得分。

$$LF_i = \sum_{j=1}^{ni} W_{ij} \cdot S_j$$

维度得分计算公式：

$$LF = \sum_{i=1}^4 W_i LF_i$$

旅游发展环境感知的得分公式：

式中： LF_i 为新余旅游发展环境感知第 i 个维度的得分； W_{ij} 为第 j 个指标在第 i 个维度上的权重； S_j 为第 j 个指标的得分； W_i 为第 i 个维度在总体旅游发展环境感知的权重。

计算步骤：首先对正式调研获得的数据通过 SPSS 进行统计分析，求出各个测量指标的平均分；然后通过上述得分计算公式，求出旅游发展环境感知的分值。最终得到的结果见表 3。

表 3 旅游发展环境感知的各维度及总体得分

维度	指标	各指标均值	指标—维度权重	维度得分	维度—总体权重	总体旅游发展环境感知得分
政策制度支持 F1	F1a	4.28	0.2	4.272	0.235	
	F1b	4.38	0.204			
	F1c	4.24	0.208			
	F1d	4.16	0.201			
	F1e	4.3	0.187			
市场秩序支持 F2	F2a	4.02	0.2	3.935	0.282	
	F2b	4.03	0.209			
	F2c	3.74	0.202			
	F2d	4.1	0.194			
	F2e	3.79	0.195			
融资条件支持 F3	F3a	4.38	0.346	4.32	0.176	4.303
	F3b	4.38	0.348			
	F3c	4.2	0.305			
社会服务	F4a	4.65	0.1			
	F4b	4.38	0.096			
	F4c	4.43	0.1			

体系支持 F4	F4d	4.6	0.102	4.656	0.307
	F4e	4.68	0.096		
	F4f	4.81	0.102		
	F4g	4.81	0.099		
	F4h	4.88	0.101		
	F4i	4.58	0.102		
	F4j	4.78	0.101		

从表 3 中可以看出，旅游发展环境感知在政策制度支持、市场秩序支持、融资条件支持、社会服务体系支持 4 个维度上的得分分别为 4.272、3.935、4.320、4.656，各维度在总体中的权重得分分别为 1.004、1.110、0.760、1.429，总体得分为 4.303。这一方面表明新余旅游企业对旅游发展环境的实际感知与各个维度的相对重要性具有一定的差别。最重要的维度“社会服务体系支持”的贡献量是最大的，除此之外，其它几个维度的贡献量与维度重要性均出现偏差。排名第二的“政策制度支持”的贡献量排名第三位，排名第三的“市场秩序支持”的贡献量排名第四位，重要性排名第四的“融资条件支持”的贡献量却排到了第二位。另一方面表明新余整体旅游发展环境感知处于 4（一般）与 5（好）之间的偏一般水平（这与旅游发展环境所有指标的均值 4.37 基本一致）。因此，对照《全域旅游示范区创建工作导则》（旅发〔2017〕79 号）的要求，识别、改善并优化新余旅游发展环境显得十分重要和迫切。

4 旅游发展环境的优化对策

4.1 进一步强化社会服务体系

实证结果表明新余社会服务体系感知在旅游发展环境中的实际贡献是最大的。这说明新余的社会服务体系已经得到了一定的改善，但得分也只有 4.656，并没有达到“好”（分值为 5 才定性为“好”）的标准，因此社会服务体系还需要进一步强化。

①增加政府的服务功能。政府职能转变和建立服务型政府是中国全面深化改革的重要举措和目标^[25]。一方面各级政府要树立“管理就是服务”的理念，在旅游企业发展转型、旅游基础设施投入、旅游发展氛围营造、鼓励居民支持旅游发展等方面为旅游企业提供一个较好的外部环境，努力为招商引资过来的企业提供更优的服务，使旅游企业安心在新余发展。另一方面要提升旅游主管部门服务能力，吸引更多的有旅游专业背景的人才充实到各级旅发委机构当中，使其能够更好地履行协调、服务、管理的职能，建立由新余市牵头的市、县两级旅游综合协调会议制度，完善旅游行政服务机制。

②积极发挥旅游行业协会的作用。访谈调查表明：当前新余各类旅游行业协会不被企业了解，更谈不上开展相关活动，因而所发挥的作用很小。然而，旅游企业对行业协会有着较高的期盼，因此需要建立并完善各类旅游行业协会组织，如乡村旅游协会、旅行社协会、旅游购物协会、酒店协会等。协会要成为政府政策的宣传推广者、诚信体系建设的推动者，要成为旅游企业之间交流与合作的载体，还要做好旅游企业向政府传递诉求的中间力量。

4.2 完善并落实各项政策措施

从上文的研究结论来看，政策制度支持在旅游发展环境中的实际贡献排名第三，与其在旅游发展环境的维度中的排位相比还不匹配。企业对政策制度的感知对企业经营意愿有显著影响^[19]，因而新余的政策制度环境需要优化。据调查，新余市已制订出台了支持旅游业发展的政策，但这些政策存在宣传不够、体系不完善、落实不到位的情况。当下新余更重要的工作是去宣传、落实和完善相关政策制度，让政策能被企业所知、所感、所用。首先，在宣传方面。新余各级政府部门可以充分利用广播电视、报纸、网站和微信等各种手段将国家、省、市出台的一系列促进旅游发展的政策文件及各类旅游政策法规，成体系地

向新余各类旅游企业做宣传推广。其次，要有针对性地制定和出台一些扶持政策、方案。一是要做好与上级各项政策的对接工作，确保上有政策，下有执行方案。如针对旅游企业的用地需求，可根据江西省的政策“实行旅游项目与一般工业项目同等用地价格和其他优惠政策”制定具体方案，切实保障旅游用地需求。二是有针对性地制定一些解决旅游企业实际困难的政策措施。如针对新余农家乐的融资帮扶政策、方案，针对传统酒店的转型升级指导方案，针对个别景区实行股份制改造方案等。再次，要大力推进政策落实及评估工作。一方面要以县（区）政府部门为基础，强力推动现有政策的落实工作。比如就贯彻落实国务院 41 号文件中“旅游企业享受与工业用电、用水、用气同价”政策以及江西省降成本、优环境“80 条”政策等，相关政府部门可以相应地分解落实与旅游企业有关的政策，让政策红利尽快释放并转化成旅游企业红利，减轻旅游企业负担，助推旅游企业提质挖潜增效。另一方面要成立由市发改委、督导室、交通、旅游等部门组成的督查组到县（区）督促检查，督促县（区）贯彻落实全市旅游发展精神及省市有关政策文件，检查县（区）旅游经济运行，旅游市场综合监管、旅游项目建设等情况，把县（区）政府落实各项旅游政策情况及旅游发展情况纳入政府年度考核范畴。

4.3 扩大并严格规范旅游市场

新余的旅游市场环境感知在旅游发展环境中的实际贡献排名最后，与其在旅游发展环境的维度中的排位相比很不匹配，新余的旅游市场环境急需优化。在访谈调研过程中，旅游企业的领导大多都谈及到新余旅游客源不足、旅游市场不够规范等问题。区域旅游发展的前提和基础是良好的旅游市场规模和秩序^[26]，这就需要优化旅游市场竞争环境，为旅游企业增强良好的市场环境感知。①培育和扩大旅游市场。一是围绕旅游者审美、愉悦、健康、文化、求知、精神六种需求增加有效旅游产品供给，让旅游者在新余有全新的旅游体验。二是出台具体优惠措施促进“新余人游新余”。如鼓励景区对新余市民减免门票，鼓励旅行社开发当地一日游系列旅游产品，促进当地居民的旅游消费。三是积极利用各种渠道（包括新媒体）“走出去”宣传，并加强窗口地区及道路两侧旅游环境氛围的营造，吸引更多的外地游客来新余旅游。②依法严格规范旅游市场。一是采用多种形式加强《旅游法》等法律法规的普及与宣传培训工作，让旅游企业知法、懂法、守法；二是以问题为导向，解决旅游者和旅游企业反映最迫切的扰乱市场问题。根据访谈，目前新余旅游市场存在的主要问题有：非旅行社主体非法从事旅行社业务行为，旅行社超范围经营、挂靠承包、非法出让经营权等不正当经营行为和零负团费等消费欺诈行为；景区门票价格不规范；酒店企业未按要求投保旅游责任险、服务质量不高等。三是探索组建由旅游、公安、工商、交通、文化等部门组成的旅游联合执法队伍，增强旅游市场综合治理长效保障机制。四是建立全市旅游产业信用体系基本框架与运行机制，落实《旅游经营服务不良信息管理办法（试行）》，建立信用约束工作制度，实施“信用惩戒”联动机制，以此构建诚信旅游市场环境。

4.4 助推企业解决投融资问题

“融资条件支持”在旅游发展环境中的贡献仅次于排名第一的“社会服务体系支持”，比其在旅游发展环境的维度中的排位大大提前，这说明对于大量的中小规模的旅游企业而言，融资环境问题解决的紧迫性要弱一些，但由于其感知水平的得分仍然不高（仅有 4.320）。而且在实地访谈中，一些企业领导也谈到了投融资的不少问题。对于小微企业而言，其对融资环境感知能力越好，企业经营绩效越佳^[2]。提高融资环境感知能力，需有针对性地解决以下问题。首先，要协调金融信贷机构。政府要促进当地银行业认真落实加大对民间投资的金融支持政策，特别是对涉旅小微企业的支持，包括建立旅游金融工作联席会议制度，对不同企业分类提供贷款和担保服务，搭建政银企合作平台，建立银行行长与企业主“面对面”沟通机制，以此来更好地实现金融机构与地方旅游经济和旅游企业良性互动。其次，增加政府旅游投入。新余市县（区）两级政府应该逐年增加专项旅游拨款及其它旅游投入，用于增加旅游基础设施建设和加大旅游产品开发、市场推广、旅游奖励扶持等，促进旅游企业的可持续发展。

参考文献：

- [1] 李金早. 全域旅游的价值和途径 [N]. 人民日报, 2016 - 03 -04(07).

-
- [2] 贾茜, 冯均科, 王鹏. 融资环境感知、政治关联对企业经营绩效影响研究——以陕西省 997 家小微企业为例 [J]. 统计与信息论坛, 2016, 31(9): 101 - 106.
- [3] 王佳. 青岛游轮旅游产业发展环境及优化对策研究 [D]. 青岛: 中国海洋大学, 2012.
- [4] 熊元斌, 朱静. 旅游产业发展环境构造分析 [J]. 经济评论, 2006(5): 72 - 77
- [5] Rodríguez F J G, Cruz A. Relation between social-environmental responsibility and performance in hotel firms [J]. International Journal of Hospitality Management, 2007, 26(4): 824 -839.
- [6] Revilla G, Dodd T H, Hoover L C. Environmental tactics used by hotel companies in Mexico [J]. International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 2001, 1(3): 111 - 127.
- [7] Fraj E, Matute J, Melero I. Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as determinants of environmental success [J]. Tourism Management, 2015, 46(6): 30 - 42.
- [8] 郑岩. 生态文明视野中和谐旅游发展环境的构建策略 [J]. 前沿, 2009(1): 103 - 105.
- [9] 陈满. 漓江景区旅游发展环境研究——基于 DPSIR 模型的分析视角 [D]. 桂林: 广西师范大学, 2014.
- [10] 彭建, 周尚意. 公众环境感知与建立环境意识——以北京市南沙河环境感知调查为例 [J]. 人文地理, 2001(3): 21 - 25.
- [11] 赵雪雁. 不同生计方式农户的环境感知——以甘南高原为例 [J]. 生态学报, 2012, 32(21): 6 776 - 6 787.
- [12] 陈金华. 居民对海岛环境与发展感知的实证研究 [J]. 经济地理, 2008(1): 131 - 135.
- [13] 王忠福. 城市居民旅游环境影响与社会文化影响感知问卷表的开发 [J]. 管理评论, 2011, 23(8): 36 - 45.
- [14] 万绪才, 张安, 李刚, 等. 基于旅游者的城市旅游环境质量综合评价研究——南京与苏州两市实例分析 [J]. 经济地理, 2003, 23(1): 113 - 116.
- [15] 白凯, 马耀峰, 李天顺. 环境感知因素对旅华背包客旅游决策行为影响研究——以西安为例 [J]. 旅游学刊, 2006(5): 48- 52.
- [16] 苏欣欣, 燕子, 李红伟. 旅游者对旅游风景区的环境感知研究——以五泉山风景区为例 [J]. 中国人口·资源与环境, 2011, 21(S1): 239 - 242.
- [17] 郭永锐, 张捷, 卢韶婧, 等. 旅游者恢复性环境感知的结构模型和感知差异 [J]. 旅游学刊, 2014, 29(2): 93 - 102.
- [18] 魏小安. 旅游企业需要好的发展环境 [N]. 人民日报海外版, 2003 - 11 - 05.

-
- [19] 何轩, 宋丽红, 朱沅, 等. 家族为何意欲放手? ——制度环境感知、政治地位与中国家族企业主的传承意愿 [J]. 管理世界, 2014(2): 90 - 101.
- [20] 李玉香, 刘军. 人才环境感知对研发人才工作绩效、工作嵌入的影响研究——以深圳 227 家高新技术企业为例 [J]. 软科学, 2009, 23(8): 110 - 114.
- [21] 宋扬, 马钦海. 服务环境感知与顾客公民行为倾向关系的实证研究 [J]. 东北大学学报: 自然科学版, 2012, 33(9): 1 353 -1 356.
- [22] Michael Tracey, Mark A. Vonderembse, Jeen-Su Lim. Manufacturing technology and strategy formulation: Keys to enhancing competitiveness and improving performance [J]. Journal of Operations Management, 1999, 17(4): 411 - 428.
- [23] Nunally J. Psychometric Theory [M]. NY: McGrawHill, 1978.
- [24] 王虹, 廖文喆. 政府主导型智慧旅游发展模式研究 [J]. 社会科学论坛, 2014(5): 194 - 201.
- [25] 邓玮. 公共性视角下政府购买社会服务的困境及优化 [J]. 重庆大学学报: 社会科学版, 2016, 22(1): 203 - 208.
- [26] 魏小安. 旅游的发展与管理 [M]. 北京: 旅游教育出版社, 1996.