

乡村旅游地居民关系嵌入对亲旅游行为意向的影响机制

鲍佳琪, 黄震方, 余润哲, 张子昂

(南京师范大学地理科学学院, 江苏 南京 210023)

[摘要] 居民的亲旅游行为对乡村旅游及其可持续发展有着重要作用。基于“认知-情感-意向”理论, 引入衡量居民之间关系的关系嵌入和居民与社区之间关系的社区依恋这两个变量, 构建乡村旅游地居民亲旅游行为意向影响机制的理论模型, 使用偏最小二乘结构方程模型(PLS-SEM)进行实证分析。研究结果表明: (1) 积极旅游影响感知和居民满意度对亲旅游行为意向具有显著的直接正向影响; (2) 关系嵌入直接正向影响社区依恋, 并且关系嵌入和社区依恋可增强积极旅游影响感知, 提高居民满意度, 从而促进亲旅游行为意向; (3) 消极旅游影响感知对亲旅游行为意向没有直接的显著影响, 但可通过居民满意度间接影响亲旅游行为意向。研究揭示了居民亲旅游行为意向的影响机制, 为促进居民支持旅游业、实现乡村旅游可持续发展提供理论依据和管理启示。

[关键词] 关系嵌入, 亲旅游行为意向, 社区依恋, 旅游影响感知, 居民满意度

[中图分类号] F592 [文献标志码] A [文章编号] 1001-4616(2023)03-0031-11

The Influence Mechanism of Residents' Relational Embeddedness on Pro-Tourism Behavioral Intention in Rural Tourism Destinations

Bao Jiaqi, Huang Zhenfang, Yu Runzhe, Zhang Ziang

(School of Geography, Nanjing Normal University, Nanjing 210023, China)

Abstract: Residents' pro-tourism behavior plays an important role in the success and sustainable development of rural tourism. Based on the theory of "cognition-affect-intention", this paper introduces the variable relational embeddedness to measure the relationship between residents and the variable community attachment to measure the relationship between residents and communities, constructs a theoretical model of the influence mechanism of residents' pro-tourism behavioral intention in rural tourism destinations. Partial least squares structural equation modeling is used for the empirical test. The results show that: (1) Perception of positive tourism impact and residents' satisfaction have a significantly direct and positive influence on pro-tourism behavioral intention. (2) Relational embeddedness has a direct and positive influence on community attachment, and relational embeddedness and community attachment can strengthen the perception of positive tourism impact, improve residents' satisfaction, promote pro-tourism behavior intention. (3) There is no direct and significant relationship between perception of negative tourism impact and pro-tourism behavioral intention, but perception of negative tourism impact can indirectly influence pro-tourism behavioral intention through residents' satisfaction. This paper reveals the influence mechanism of residents' pro-tourism behavior intention, which provides theoretical basis and management enlightenment for promoting residents' support for tourism and achieving sustainable development of rural tourism.

Key words: relational embeddedness, pro-tourism behavioral intention, community attachment, perception of tourism impact, resident's satisfaction

在新型城镇化快速发展和人民旅游需求日益增长的背景下,乡村旅游呈现出蓬勃发展的态势^[1],在提高居民收入、倡导文明乡风、实现乡村振兴等方面发挥重要作用^[2]. 研究与实践表明,本土力量主导、高度社区参与的乡村旅游发展模式是较为可持续的方式^[3]. 而社区居民作为乡村旅游地的主人,是旅游发展的直接承载者,深受旅游发展带来的影响,他们的亲旅游行为是当地旅游业可持续发展的前提条件^[4].

自20世纪70年代以来,社区居民对旅游发展的感知和态度一直受到国内外学者的广泛关注^[5]. 在当前的研究中,社会交换理论是检验居民对旅游发展态度最常见的理论^[6]. 根据这一理论,如果社区居民认为他们在旅游发展中的获益大于成本,就会支持社区发展旅游;反之,他们会反对旅游业发展. 随着研究的深入,有学者认识到社会交换理论只强调居民的理性,忽视了情感反应的影响^[7];并且指出居民的旅游影响感知可能并不是亲旅游行为意向的最直接影响因素^[8],需要融合其他理论和变量. 心理学上的“认知-情感-意向”理论认为,人对事物的认知能够激发相应情感的产生,进而影响行为意向^[9]. 这为探究居民亲旅游行为意向的影响机制提供了新的思路. 本文在感知和意向之间引入居民满意度这一代表情感的变量,构建“旅游影响感知-居民满意度-亲旅游行为意向”的传导机制,以弥补当前研究对旅游影响感知与亲旅游行为意向的关系思考的不足.

乡村旅游通常基于乡村社区发展,居民生活的社区同时也是旅游目的地,因此在研究居民亲旅游行为意向的影响机制时,社区关系是需要考虑的重要因素. 此外,中国乡村社区的邻里关系、人地情感都有其特殊性,邻里关系对亲旅游行为的影响不可忽视,而当前旅游研究中,学者主要探讨社区依恋或者地方依恋这类反映人地关系的变量^[10],而对社区居民间人际关系对亲旅游行为意向的影响研究较少. 嵌入性理论中的关系嵌入强调个体间的人际互动情况及其对个体行为产生的影响^[11],可以较好地衡量居民间的人际关系,乡村旅游地居民关系嵌入对亲旅游行为意向的影响是值得深入研究的课题.

因此,本文将居民对旅游业的支持或反对视为居民表现出的行为意向^[12],基于“认知-情感-意向”理论,引入关系嵌入和社区依恋来衡量乡村旅游地居民-居民关系、居民-社区关系,将其与旅游影响感知、居民满意度、亲旅游行为意向联系起来,构建理论模型. 通过实证研究,明晰亲旅游行为意向的影响因素和影响机制,进一步深化有关旅游地居民亲旅游行为的研究,弥补现有研究在居民人际关系和情感反应方面的不足,并为促进居民支持旅游业、实现乡村旅游地的可持续发展提供理论支持和实践启示.

1 理论基础与研究假设

1.1 理论基础

1.1.1 嵌入性理论与关系嵌入

Polanyi 于1944年在其著作 *The great transformation* 中首次提出嵌入性这个概念^[13],他用嵌入来分析经济与宏观、抽象的社会关系及政治制度之间的联系^[14]. 多年后,Granovetter 重塑了嵌入性的概念,将嵌入性的层次“下调”至组织和个人层面. Granovetter^[15]认为行为主体既不能脱离社会环境行动,也不会盲目地遵守已有的社会规范,人们具有目的性的行为嵌入在具体的、正在运作的社会关系系统中. 嵌入性理论为研究组织或个人的行为提供了一个新颖的理论视角. 近年来,一些学者将嵌入性理论运用到旅游方面的研究中,主要涉及旅游企业经营^[14,16-17]、旅游目的地发展^[3]、旅游社区参与^[18]等方面.

关系嵌入这一嵌入性理论中的重要维度衍生自 Granovetter 的 *The strength of weak ties*,指个体的行为嵌入与他人交流互动所形成的关系纽带^[19]. 实际上,关系嵌入描述了网络中的行为主体之间相互联结的情况^[20],主要反映他们之间的交往频率、情感强度、信任和互惠的程度等^[11]. 已有学者,如Laud等^[21]、俞国军等^[22]、李文兵等^[23]分别从不同角度研究证实了个体的关系嵌入会对其行为或行为意向产生影响. 基于之前学者的研究,乡村旅游地居民均嵌入于一定的社会关系中. 因此,本研究从关系嵌入的角度出发,聚焦社区居民之间的内部互动,探究关系嵌入对亲旅游行为意向的影响机制.

1.1.2 “认知-情感-意向”理论

心理学学者指出,态度有3个重要的组成部分:认知(感知/信念)、情感(感觉)和意向(行为意向)^[9],并提炼为“认知-情感-意向”模型. 该理论模型能够解释行为是如何产生的,并且很好地诠释了认知、情感和行为意向之间的内在作用关系:认知通过情感影响行为意向,即情感在认知和行为意向之间充当中介变量,而认知也可直接影响行为意向^[24]. 基于此理论,居民对旅游业积极和消极影响的感知属于认

知层面,这种认知会引发居民产生对旅游发展的满意度评价,即一种情感反应,满意度进而会影响亲旅游行为意向。此外,旅游影响感知也可能直接影响亲旅游行为意向。运用该理论可弥补仅基于社会交换理论构建结构方程模型的不足,使得亲旅游行为意向模型更合理和具有预测能力。

1.2 亲旅游行为意向

居民作为旅游地的重要利益相关者之一,在社区旅游发展中发挥着至关重要的作用,他们对旅游业的支持被认为是当地旅游业可持续发展的重要前提^[25]。尽管许多研究将居民对旅游业的支持理解为一种态度,但也有不少学者将它看作是行为意向或是行为^[26]。本研究将居民支持旅游业发展视为行为意向,亲旅游行为意向指旅游目的地居民愿意支持或参与社区旅游发展的行为意向^[4,27]。相关研究表明,居民的亲旅游行为意向受到其社区依恋的强烈程度、对积极和消极旅游影响的感知、对社区旅游发展的满意程度等因素的影响,但从关系嵌入角度探讨居民亲旅游行为意向的研究还较少。

1.3 社区依恋

社区依恋是一个复杂的、整合的、多方面的概念,主要包含3个要素:居民、社区、居民对社区的复杂情感。社区依恋反映了个人与地方社区之间的情感联系^[28],以及个人对社区的根植性和归属感^[29]。有研究发现,社区依恋根植于人们之间的联系和互动^[30],高质量的人际关系是驱动居民对社区产生依恋的重要因素^[31]。Kasarda等^[29]对英格兰传统居住区研究得出:居民在社区里的朋友越多,社区依恋程度越强;人与人之间关系是居民社区依恋的重要影响因素。桑志芹等^[32]发现,居民在社区中的社会关系嵌入程度越高,社区意识越强。据此,提出以下假设:

H1:关系嵌入对社区依恋具有显著正向影响

1.4 旅游影响感知

旅游影响感知是指居民对所居住地区旅游业发展所导致的利害影响的主观认知^[8],可分为积极和消极旅游影响感知。研究表明,关系嵌入是旅游影响感知的影响因素。李秋成等^[31]认为良好的人际关系能够强化居民对旅游积极影响的感知,弱化其对消极影响的感知。此外,社区依恋在影响居民对其社区变化或发展的看法方面发挥关键作用^[33]。Choi等^[34]、许振晓等^[35]、Rasoolimanesh等^[36]实证发现,居民的社区依恋感越强,越容易发现发展旅游的正面收益,弱化对负面效应的感知。据此,提出以下假设:

H2:关系嵌入对积极旅游影响感知具有显著正向影响

H3:关系嵌入对消极旅游影响感知具有显著负向影响

H4:社区依恋对积极旅游影响感知具有显著正向影响

H5:社区依恋对消极旅游影响感知具有显著负向影响

根据“认知-情感-意向”理论,人的行为意向是在认知的基础上形成的,旅游影响感知属于认知范畴,居民的旅游影响感知能对其亲旅游行为意向发挥作用。Gursoy等^[37]、Lee^[38]、王纯阳等^[39]的研究表明,积极影响感知与居民支持旅游呈显著正相关,消极影响感知与居民支持旅游呈显著负相关。Nazneen等^[40]发现,旅游感知收益正向影响亲旅游行为,旅游感知成本则会负向影响亲旅游行为。据此,提出以下假设:

H6:积极旅游影响感知对亲旅游行为意向具有显著正向影响

H7:消极旅游影响感知对亲旅游行为意向具有显著负向影响

1.5 居民满意度

居民满意度是指旅游地居民对旅游发展的满意程度,即居民通过考量旅游地发展情况所产生的满足或失望的心理状态^[41]。居民是社区旅游的重要利益相关者,其对旅游发展的满意程度对旅游地的开发、经营及实现可持续发展意义重大^[42]。许娟等^[43]、Cottrell等^[44]发现,不同类别的旅游影响感知都会影响居民的旅游满意度。汪侠等^[42]、唐晓云^[45]研究得出,居民对旅游发展积极影响的感知能够促使其满意度水平的提高,而负面影响感知则会降低其对旅游发展的满意度。

满意度是居民对社区旅游发展的一种情感反映,依据“认知-情感-意向”理论,居民满意度在影响其亲旅游行为意向方面起到重要作用。唐晓云^[45]认为,居民对旅游发展的满意度评价越高,其亲旅游行为意向越明显。白玲等^[46]研究得出,农户对旅游发展的满意度是其支持当地发展旅游的关键影响因素。张安民等^[47]研究发现,居民满意度能够显著正向影响其参与旅游地建设的意愿。据此,提出以下假设:

H8:积极旅游影响感知对居民满意度具有显著正向影响

H9:消极旅游影响感知对居民满意度具有显著负向影响

H10:居民满意度对亲旅游行为意向具有显著正向影响

1.6 旅游影响感知及居民满意度的中介作用

旅游影响感知对居民支持或反对旅游业发展有着重要的推动作用,并被证明在一些变量中发挥中介效应. 李东等^[27]研究得出,旅游影响感知在社区关系和亲旅游行为的关系中扮演中介角色. Eusebio 等^[25]研究证实,居民的旅游影响感知在地方依恋与支持旅游发展之间具有部分中介作用. 前人的研究表明,居民的关系嵌入^[31]和社区依恋^[36]均可对其旅游影响感知产生显著影响,而旅游影响感知又对亲旅游行为意向的产生起到关键作用^[38]. 因此,能够推断出关系嵌入和社区依恋可通过旅游影响感知间接影响居民的亲旅游行为意向. 据此,提出以下假设:

H11:积极旅游影响感知在关系嵌入对亲旅游行为意向的影响中发挥中介作用

H12:消极旅游影响感知在关系嵌入对亲旅游行为意向的影响中发挥中介作用

H13:积极旅游影响感知在社区依恋对亲旅游行为意向的影响中发挥中介作用

H14:消极旅游影响感知在社区依恋对亲旅游行为意向的影响中发挥中介作用

学术界普遍认为满意度在游客感知价值和行为意愿之间起中介作用^[47]. 郭安禧等^[8]证实了,当主体为旅游地居民时,居民的旅游影响感知通过社区满意这一中介变量间接影响其支持旅游开发. 此外,“认知-情感-意向”理论也表明个体的认知对行为意向不仅有直接影响,还能够以情感作为中介变量间接影响行为意向. 因而,可以推测居民满意度在旅游影响感知和亲旅游行为意向的关系中具有中介作用. 据此,提出以下假设:

H15:居民满意度在积极旅游影响感知对亲旅游行为意向的影响中发挥中介作用

H16:居民满意度在消极旅游影响感知对亲旅游行为意向的影响中发挥中介作用

基于假设 H1-H16,构建理论模型(如图 1)以探究乡村旅游地居民关系嵌入对其亲旅游行为意向的影响机制. 其中,关系嵌入为自变量,社区依恋、积极/消极旅游影响感知、居民满意度为中间变量,亲旅游行为意向为因变量.

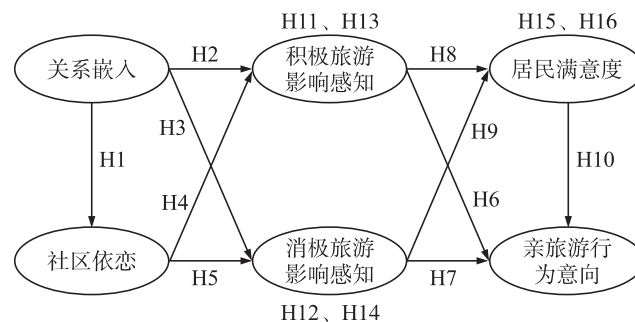


图 1 理论模型

Fig. 1 Theoretical model

2 研究设计

2.1 案例地概况

本研究选取南京市江宁区的石塘村、黄龙岷茶文化村、佘村这 3 个乡村旅游地作为案例地. 石塘村从 2011 年开始进行旅游规划和改造,前石塘村依托石塘竹海发展生态休闲旅游,后石塘村主要经营农家乐和民宿. 黄龙岷茶文化村自 2013 年起围绕“茶”主题打造一系列具有特色的乡村旅游景点、活动和产品,采取国有企业涉入旅游地开发建设的模式. 佘村从 2017 年开始发展旅游,被称为“金陵古风第一村”. 3 处案例地中,石塘村、黄龙岷茶文化村是江宁区较早进行旅游开发的乡村,已被列为全国乡村旅游重点村,旅游发展相对较好. 佘村虽开发较晚,但旅游发展也初具规模,且发展潜力较大. 因此,选择这 3 处旅游发展阶段和模式不同的乡村旅游地作为案例地具有一定的典型性和代表性.

2.2 问卷设计及变量测量

通过实地发放问卷获取所需数据,题项设计均参考国内外文献中具有良好信效度的量表。问卷包括两大部分:第一部分为问卷主体;第二部分是受访居民的人口统计学信息。问卷主体由关系嵌入、社区依恋、积极旅游影响感知、消极旅游影响感知、居民满意度、亲旅游行为意向这6个潜在变量的37个题项组成。其中,关系嵌入的量表参考罗家德等^[48]和李文兵等^[23]的量表进行设计;社区依恋的量表参考Gursoy等^[37]和Lee^[38]的量表进行设计;积极与消极旅游影响感知的量表参考Lee^[38]和Nunkoo等^[26]的量表进行改编;居民满意度的量表参考汪侠等^[42]的量表进行设计;亲旅游行为意向的量表参考Ribeiro等^[4]和Olya等^[49]的量表进行设计。第一部分所有题项均采用李克特7级量表进行评测,对应的量值为1-7,1代表非常不认同,7代表非常认同。

2.3 数据收集与样本概况

正式调研之前,研究者于2021年6月27—28日在南京市江宁区石塘村发放问卷,进行了预调研。预调研结果显示问卷质量较好,无需对题项进行删减,仅针对一些语义表达不清晰的部分进行修正,并形成最终问卷。2021年7月18—20日对南京市江宁区石塘村、黄龙岷茶文化村、余村进行正式调研。在社区工作人员的帮助下,研究人员采取方便抽样的方式随机入户,或在公园、广场、长廊等公共场所对当地居民发放问卷。正式调研共发放问卷350份,收回有效问卷314份,有效率为89.71%。

有效调查样本的人口统计学特征如下:性别方面,男性略少于女性,男女分别占47.5%和52.5%;受访者年龄集中在26~55岁,总占比为74.2%;近70%受访者拥有高中/中专及以上学历;样本群体中职业与旅游相关的占59.2%;受访者多为当地长期住户,80%以上受访者的居住时长超过10年;受访者的平均月收入集中在2 000~8 000元之间。

2.4 数据分析方法

本研究采用偏最小二乘结构方程模型(PLS-SEM)对调研数据进行分析。PLS-SEM对数据的正态分布性和样本量要求较低,能够处理较为复杂的模型,特别适用于预测及理论发展类研究^[50-51]。本研究涉及关系嵌入对乡村旅游地居民亲旅游行为意向影响的预测和模型的探索,因此,可以使用PLS-SEM方法。运用Smart PLS 3.0软件对测量模型和结构模型进行分析。

3 结果分析

首先,使用SPSS 24.0软件对所收集数据的正态分布性进行检验。观测所有题项的偏度值和峰度值,发现偏度值在-1.339~1.265之间、峰度值在-0.996~1.632之间,数值上满足偏度绝对值小于3和峰度绝对值小于10的要求,这表明数据基本呈现正态分布。然后,使用Smart PLS 3.0软件对构建的模型进行评估分析。PLS-SEM的评估通常遵循测量模型分析和结构模型分析这2个步骤^[50-52]。

3.1 测量模型分析

测量模型分析需进行信度和效度评估。

采用克朗巴哈系数(Cronbach's α)和组合信度(CR)共同评价变量的信度。由表1可知,所有变量的Cronbach's α 值在0.918~0.947之间、CR值在0.934~0.957之间,均大于0.9,说明本研究各潜在变量具有很好的内部一致性,信度较高。

效度分析包括聚合效度和区分效度分析。通过测量各题项的因子载荷和各变量的平均方差提取量(AVE)评估聚合效度^[53]。当所有题项的因子载荷和变量的AVE值均大于0.5时,量表的聚合效度得到支持。如表1所示,各测量题项标准化因子载荷范围为0.777~0.949,所有变量的AVE值在0.671~0.880之间,均大于0.5,显示出较好的聚合效度。采用Fornell-Larcker准则和异质-单质比率(HTMT)这两种方法检验区分效度。Fornell和Larcker^[53]认为,当各变量AVE值的平方根均超过它与其他变量之间的相互关联系数,说明区分效度存在。Henseler等^[54]指出,通过HTMT检验区分效度时,比较保守的阈值为0.85,即两潜变量间的HTMT不能超过0.85。表2和表3的结果表明该模型的区分效度良好。

表 1 测量模型检验

Table 1 Measurement model test

潜变量	测量题项	标准化因子载荷	Cronbach's α	CR	AVE
关系嵌入	我与社区中大部分居民之间的交往互动频繁	0.806	0.918	0.934	0.671
	我与社区中大部分居民的关系密切	0.802			
	我非常信任住在同一社区里面的人	0.828			
	我与其他居民间会尽量避免让对方利益受到损害	0.834			
	我会与其他居民分享社区里的信息及政策等	0.869			
	我会与其他居民共同努力解决社区遇到的问题	0.815			
	当遇到困难时,我与其他居民会互相帮助	0.777			
社区依恋	在这个社区,我感到像在家里一样自在	0.857	0.931	0.946	0.743
	我非常关心并愿意积极参与社区事务和活动	0.854			
	住在这个社区对我来说意义重大	0.861			
	我觉得这个社区是我的一部分	0.873			
	比起其他地方,我更愿意住在这个社区	0.859			
	如果要搬离社区,我会对本社区感到很留恋	0.869			
积极旅游 影响感知	发展旅游业增加了居民的就业机会	0.840	0.934	0.945	0.684
	发展旅游业吸引了更多的投资	0.814			
	发展旅游业提高了居民收入和生活水平	0.859			
	发展旅游业促使了居民开展文化活动	0.805			
	发展旅游业增进了居民对本地文化的认同	0.789			
	发展旅游业增进了居民与游客间的文化交流	0.829			
	发展旅游业增强了对自然和文化资源的保护	0.844			
	发展旅游业加强了基础设施和公共设施的建设	0.834			
消极旅游 影响感知	发展旅游业增加了噪音和环境污染	0.869	0.931	0.945	0.741
	发展旅游业导致了交通拥挤	0.847			
	发展旅游业导致了物价上涨	0.890			
	发展旅游业弱化了当地的传统文化	0.843			
	发展旅游业干扰了居民的日常生活	0.903			
	发展旅游业增加了犯罪率	0.811			
居民满意度	总的来说,我对社区的旅游发展满意	0.940	0.932	0.957	0.880
	与其他旅游社区相比,我对社区的旅游发展满意	0.949			
	与期望中相比,我对社区的旅游发展满意	0.925			
亲旅游行为 意向	我愿意保护社区的自然人文资源	0.865	0.947	0.956	0.758
	我愿意作为主人接待游客,并且更加热情好客	0.907			
	我愿意为游客提供信息,提高他们的旅游体验	0.867			
	我愿意参与社区旅游的决策、规划或经营	0.881			
	我愿意配合旅游发展相关的一些措施	0.897			
	我愿意付出更多来推动本地的旅游发展	0.881			
	我愿意接受获得旅游发展利益带来的一些不便	0.794			

表 2 各变量 AVE 的平方根与相关系数

Table 2 Square root of AVE and the correlations of variables

变量	关系嵌入	社区依恋	积极旅游影响感知	消极旅游影响感知	居民满意度	亲旅游行为意向
关系嵌入	0.819					
社区依恋	0.782	0.862				
积极旅游影响感知	0.708	0.697	0.827			
消极旅游影响感知	-0.495	-0.472	-0.341	0.861		
居民满意度	0.690	0.698	0.605	-0.444	0.938	
亲旅游行为意向	0.637	0.654	0.734	-0.342	0.754	0.871

注:对角线为各变量 AVE 的平方根,下三角为各变量间的相关系数.

表 3 HTMT 区分效度分析
Table 3 Analysis of HTMT discriminant validity

变量	关系嵌入	社区依恋	积极旅游影响感知	消极旅游影响感知	居民满意度	亲旅游行为意向
关系嵌入	—					
社区依恋	0.843	—				
积极旅游影响感知	0.761	0.745	—			
消极旅游影响感知	0.522	0.492	0.343	—		
居民满意度	0.741	0.746	0.644	0.465	—	
亲旅游行为意向	0.679	0.696	0.780	0.347	0.800	—

3.2 结构模型分析

选择决定系数 R^2 、Stone-Geisser's Q^2 和拟合优度 (goodness of fit, GOF) 评估结构模型. 决定系数 R^2 是对模型预测能力的评估, 代表内生变量被所有与之相关的外生变量所解释的方差量^[50]. 如表 4 所示, 所有内生变量的 R^2 值在 0.264~0.692 之间, 均大于 0.10^[52]. 其中, 亲旅游行为意向的 $R^2=0.692$, 说明该模型对居民的亲旅游行为意向具有较好的解释能力. 除了评估 R^2 的大小, 还应检测 Stone-Geisser's Q^2 值, Q^2 大于 0 表示该模型对某一内生变量具有预测相关性^[51]. 本研究采用交叉验证的冗余性来计算 Q^2 , 各内生变量的 Q^2 值在 0.174~0.488 之间, 都大于 0, 表明该模型具有良好的预测相关性. 另外, 整体模型的 GOF 为 0.617, 大于 Wetzels 等^[55] 提出的 $GOF_{large}=0.36$, 表明该模型的拟合优度较高.

表 4 结构模型结果
Table 4 The results of the structural model

内生变量 假设路径	决定系数 R^2	Q^2	路径系数	t 统计量	P 值	结论
社区依恋	0.612	0.423				
H1: 关系嵌入→社区依恋			0.782	29.189	0.000	支持
积极旅游影响感知	0.555	0.349				
H2: 关系嵌入→积极旅游影响感知			0.420	6.060	0.000	支持
H4: 社区依恋→积极旅游影响感知			0.369	5.248	0.000	支持
消极旅游影响感知	0.264	0.174				
H3: 关系嵌入→消极旅游影响感知			-0.324	3.890	0.000	支持
H5: 社区依恋→消极旅游影响感知			-0.218	2.688	0.007	支持
居民满意度	0.430	0.354				
H8: 积极旅游影响感知→居民满意度			0.513	9.911	0.000	支持
H9: 消极旅游影响感知→居民满意度			-0.269	5.056	0.000	支持
亲旅游行为意向	0.692	0.488				
H6: 积极旅游影响感知→亲旅游行为意向			0.442	6.207	0.000	支持
H7: 消极旅游影响感知→亲旅游行为意向			0.031	0.711	0.477	不支持
H10: 居民满意度→亲旅游行为意向			0.501	6.586	0.000	支持

采用 Bootstrap 方法 (抽取 5 000 个样本) 检验路径系数, 通过得到的 t 值和 P 值评估路径系数的显著性. 由表 4 可知, 关系嵌入对社区依恋 ($t=29.189, P<0.001$) 和积极旅游影响感知 ($t=6.060, P<0.001$) 有显著正向影响, 对消极旅游影响感知 ($t=3.890, P<0.001$) 则具有显著负向影响, 假设 H1、H2、H3 得到支持, 与 Kasarda 等^[29]、李秋成等^[31] 的研究结论一致. 社区依恋对积极旅游影响感知 ($t=5.248, P<0.001$) 和消极旅游影响感知 ($t=2.688, P<0.01$) 分别具有显著正向和负向影响, 支持假设 H4、H5. 社区依恋反映了居民对社区的一种复杂的情感联系, 当居民与同社区其他居民之间的互动越频繁、人际关系越密切, 便会对所生活的社区产生更深的情感联系, 即居民的关系嵌入程度越深, 越能提升其社区依恋程度. 而强关系嵌入、社区依恋情况下的居民对社区有着浓厚且积极的情感, 他们对旅游发展带来的积极效应更为敏感, 能够接受一定程度的消极影响, 并且认为大家可以齐心协力地应对这些问题, 因而从感知上弱化了旅游带来的消极影响.

积极旅游影响感知对亲旅游行为意向 ($t=6.207, P<0.001$) 有显著正向影响, 支持假设 H6, 表明居民感知到的正面旅游影响越多, 就越有可能产生亲旅游行为意向. 消极旅游影响感知对亲旅游行为意向 ($t=0.711, P>0.05$) 的影响不显著, 故拒绝假设 H7, 说明居民对消极旅游影响的感知并不能预测居民的亲旅游

行为意向. 这与之前的许多研究结论不一致,但此前也有学者指出消极旅游影响感知与亲旅游行为意向之间并无显著关系^[31,56],并认为这一现象可以由案例地的旅游发展水平和经济状况解释. 积极旅游影响感知对居民满意度($t=9.911, P<0.001$)和消极旅游影响感知对居民满意度($t=5.056, P<0.001$)分别具有显著正向、负向影响,假设 H8、H9 成立,与汪侠等^[42]的研究结论一致. 居民对积极旅游影响感知程度越深,对旅游发展的满意度越高;反之,感受到越多的消极旅游影响,则对旅游发展的满意度越低. 居民满意度对亲旅游行为意向($t=6.586, P<0.001$)有显著正向影响,假设 H10 得到支持. 这与张安民等^[47]的研究结果一致,说明居民对旅游发展越满意就越倾向于表现出亲旅游行为,支持旅游业进一步发展.

采用 Bootstrap 方法(抽取 5 000 个样本)进行中介效应检验. 由表 5 可知,积极旅游影响感知在关系嵌入和亲旅游行为意向之间的中介效应为 0.185($P<0.001$)、在社区依恋和亲旅游行为意向之间的中介效应为 0.163($P<0.001$),起到显著中介作用,支持假设 H11、H13. 说明关系嵌入和社区依恋均可以通过积极旅游影响感知这一中介变量间接影响亲旅游行为意向,并且关系嵌入对亲旅游行为意向的间接影响值更大. “关系嵌入→消极旅游影响感知→亲旅游行为意向”和“社区依恋→消极旅游影响感知→亲旅游行为意向”这两条路径的 P 值均大于 0.05,且 95%置信区间均包含 0,表明中介作用不显著,假设 H12、H14 不成立,这是消极旅游影响感知对亲旅游行为意向的直接影响不显著所导致的. 居民满意度在积极旅游影响感知和亲旅游行为意向之间的中介效应为 0.257($P<0.001$),在消极旅游影响感知和亲旅游行为意向之间的中介效应为-0.135($P<0.001$),中介效应显著,支持假设 H15、H16. 再结合直接影响路径可知,居民满意度在积极旅游影响感知和亲旅游行为意向之间发挥部分中介作用,在消极旅游影响感知和亲旅游行为意向之间发挥完全中介作用. 此外,Smart PLS 3.0 软件运算得出的总间接效应值显示,关系嵌入对亲旅游行为意向的总间接效应值为 0.546,均大于其他变量对亲旅游行为意向的总间接效应.

表 5 中介效应分析

Table 5 Analysis of mediating effect

假设路径	路径系数	P 值	95%置信区间下限	95%置信区间上限
H11:关系嵌入→积极旅游影响感知→亲旅游行为意向	0.185	0.000	0.110	0.281
H12:关系嵌入→消极旅游影响感知→亲旅游行为意向	-0.010	0.513	-0.043	0.019
H13:社区依恋→积极旅游影响感知→亲旅游行为意向	0.163	0.000	0.089	0.252
H14:社区依恋→消极旅游影响感知→亲旅游行为意向	-0.007	0.511	-0.027	0.014
H15:积极旅游影响感知→居民满意度→亲旅游行为意向	0.257	0.000	0.169	0.335
H16:消极旅游影响感知→居民满意度→亲旅游行为意向	-0.135	0.000	-0.201	-0.076

4 结论

本研究将“认知-情感-意向”理论融入关系嵌入因素和社区依恋因素,构建结构方程模型探析乡村旅游地居民亲旅游行为意向的影响机制. 研究证实,居民的亲旅游行为意向受到关系嵌入、社区依恋、旅游影响感知和居民满意度这几个变量在不同程度上的影响. 主要研究结论如下:

(1)引入关系嵌入和社区依恋变量的模型拓展是合理的,实证结果显示理论模型具有较好的解释和预测能力. 积极旅游影响感知和居民满意度直接正向影响亲旅游行为意向,关系嵌入和社区依恋通过积极旅游影响感知这一中介变量、积极和消极旅游影响感知通过居民满意度这一中介变量间接影响亲旅游行为意向.

(2)关系嵌入对亲旅游行为意向有较大的间接影响效应,是亲旅游行为意向影响机制中的一个重要因素. 乡村旅游地居民的关系嵌入程度越高,越能提升他们对社区的依恋感和对积极旅游影响的感知水平,从而提高其对旅游发展的满意度,也对后续的亲旅游行为意向产生了正向影响.

(3)消极旅游影响感知对亲旅游行为意向的直接影响不显著,也导致关系嵌入、社区依恋通过消极旅游影响感知影响亲旅游行为意向的中介效应并不成立. 该研究结论可以运用 Butler 的旅游地生命周期理论解释. 依据该理论并结合案例地的具体情况,石塘村和黄龙岷茶文化村处于旅游地生命周期的发展阶段,余村处于旅游地生命周期的参与阶段,均为旅游发展的上升阶段,旅游开发带来的负面影响相对较小,居民很可能更关心旅游发展带来的各种正面效益.

本研究探析关系嵌入对乡村旅游地居民亲旅游行为意向的影响机制,丰富了乡村旅游地居民态度与

亲旅游行为的研究,为提高居民亲旅游行为意向、促进乡村旅游可持续发展提供以下启示:

(1)增强乡村旅游地居民的关系嵌入程度. 研究已证实关系嵌入对居民的亲旅游行为意向的产生有着积极的帮助,关系嵌入程度较高的居民更容易感知到旅游带来的积极影响,忽略消极影响,产生亲旅游行为意向. 因此,社区可为居民营造良好的交往空间,定期举办社区文化、体育活动以加强居民之间的良性互动. 对参与旅游业经营的居民采取互补式措施,如经营民宿的居民可以和经营农家乐的居民合作推出旅游优惠套餐、民宿内可为经营当地特产的居民提供柜台,使他们实现互相帮助、互利互惠,不仅提高其关系嵌入程度,也为实现共同富裕创造有利条件.

(2)提高居民对旅游地的社区依恋. 旅游开发和管理者要重视居民对社区的情感,尽量维护和改善乡村旅游地的社区环境,保障公共基础服务设施,完善社区功能,鼓励居民参与社区事务讨论以强化其归属感,从而增强居民对社区的物质依赖和情感认同.

(3)关注乡村旅游地居民诉求,切实增加旅游正面效益以提高居民满意度. 乡村旅游地管理者应意识到旅游开发需要注重人本性原则^[57],在旅游发展过程中,关注并尽量满足当地居民的诉求,通过积极引导居民参与旅游经营、旅游企业优先录用本地居民等方式,使他们获得更多的旅游收益. 此外,由于消极影响感知通过居民满意度负向影响亲旅游行为意向,管理者也要尽可能减少旅游发展带来的消极影响,设立旅游开发与管理委员会,认真听取居民意见,从而实现乡村旅游可持续发展.

[参考文献]

- [1] 黄震方,陆林,苏勤,等. 新型城镇化背景下的乡村旅游发展——理论反思与困境突破[J]. 地理研究,2015,34(8): 1409-1421.
- [2] 向富华. 乡村旅游开发:城镇化背景下“乡村振兴”的战略选择[J]. 旅游学刊,2018,33(7):16-17.
- [3] 刘逸,黄凯旋,保继刚,等. 嵌入性对古村落旅游地经济可持续发展的影响机制研究——以西递、宏村为例[J]. 地理科学,2020,40(1):128-136.
- [4] RIBEIRO M A, PINTO P, SILVA J A, et al. Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: the case of developing island countries[J]. Tourism management, 2017, 61: 523-537.
- [5] 范香花,程励. 共享视角下乡村旅游社区居民旅游支持度的复杂性——基于fsQCA 方法的分析[J]. 旅游学刊,2020, 35(4):36-50.
- [6] GURSOY D, OUYANG Z, NUNKOO R, et al. Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism development: a meta-analysis[J]. Journal of hospitality marketing & management, 2019, 28(3): 306-333.
- [7] OUYANG Z, GURSOY D, SHARMA B. Role of trust, emotions and event attachment on residents' attitudes toward tourism[J]. Tourism management, 2017, 63: 426-438.
- [8] 郭安禧,王松茂,李海军,等. 居民旅游影响感知对支持旅游开发影响机制研究——社区满意和社区认同的中介作用[J]. 旅游学刊,2020,35(6):96-108.
- [9] BALOGLU S. An empirical investigation of attitude theory for tourist destinations: a comparison of visitors and nonvisitors[J]. Journal of hospitality & tourism research, 1998, 22(3): 211-224.
- [10] RASOOLIMANESH S M, SEYFI S. Residents' perceptions and attitudes towards tourism development: a perspective article[J]. Tourism review, 2021, 76(1): 51-57.
- [11] 简兆权,柳仪. 关系嵌入性、网络能力与服务创新绩效关系的实证研究[J]. 软科学,2015,29(5):1-5.
- [12] NUNKOO R, RAMKISSOON H. Gendered theory of planned behaviour and residents' support for tourism[J]. Current issues in tourism, 2010, 13(6): 525-540.
- [13] POLANYI K. The great transformation: the political and economic origins of our time[M]. 2nd ed. Boston: Beacon Press, 2001.
- [14] 文彤,张玉林,张庆芳. 嵌入、认同、责任:地方社区中的旅游小企业[J]. 人文地理,2021,36(6):157-165.
- [15] GRANOVETTER M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness[J]. American journal of sociology, 1985, 91(3): 481-510.
- [16] 姚云浩,高启杰. 网络关系嵌入、创新扩散与旅游企业创新绩效[J]. 旅游科学,2014,28(5):68-78.
- [17] CZERNEK-MARSZALEK K. The overembeddedness impact on tourism cooperation[J]. Annals of tourism research, 2020, 81: 102852.

- [18] 王华,郑艳芬. 遗产地农村社区参与旅游发展的制度嵌入性——丹霞山瑶塘村与断石村比较研究[J]. 地理研究, 2016,35(6):1164-1176.
- [19] GRANOVERTER M. The strength of weak ties[J]. American journal of sociology, 1973,78(6):1360-1380.
- [20] 黄中伟,王宇露. 关于经济行为的社会嵌入理论研究述评[J]. 外国经济与管理, 2007,29(12):1-8.
- [21] LAUD G, KARPEN I O. Value co-creation behaviour-role of embeddedness and outcome considerations[J]. Journal of service theory and practice, 2017,27(4):778-807.
- [22] 俞国军,贺灿飞,朱晟君. 企业家精神与南昌众创空间涌现——基于演化经济地理学视角[J]. 经济地理, 2020,40(3):141-151.
- [23] 李文兵,吴忠才,刘林奇,等. 关系嵌入、知识获取与资源约束下传统村落旅游创新意愿——基于社区旅游参与和案例比较视角的研究[J]. 地理与地理信息科学, 2019,35(6):126-134.
- [24] BAGOZZI R P. A field investigation of causal relations among cognitions, affect, intentions, and behavior[J]. Journal of marketing research, 1982,19(4):562-584.
- [25] EUSÉBIO C, VIEIRA A L, LIMA S. Place attachment, host-tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development; the case of Boa Vista Island in Cape Verde[J]. Journal of sustainable tourism, 2018,26(6):890-909.
- [26] NUNKOO R, GURSOY D. Residents' support for tourism: an identity perspective[J]. Annals of tourism research, 2012,39(1):243-268.
- [27] 李东,崔春雨,马长发,等. 社区关系、效益感知与亲旅游行为研究:一个有调节的中介作用模型[J]. 干旱区地理, 2020,43(4):1098-1107.
- [28] MCCOOL S F, MARTIN S R. Community attachment and attitudes toward tourism development[J]. Journal of travel research, 1994,32(3):29-34.
- [29] KASARDA J D, JANOWITZ M. Community attachment in mass society[J]. American sociological review, 1974,39(3):328-339.
- [30] TRENTMAN C K. Place attachment and community attachment: a primer grounded in the lived experience of a community sociologist[J]. Society and natural resources, 2009,22(3):191-210.
- [31] 李秋成,周玲强,范莉娜. 社区人际关系、人地关系对居民旅游支持度的影响——基于两个民族旅游村寨样本的实证研究[J]. 商业经济与管理, 2015(3):75-84.
- [32] 桑志芹,夏少昂. 社区意识:人际关系、社会嵌入与社区满意度——城市居民的社区认同调查[J]. 南京社会科学, 2013(2):63-69.
- [33] NICHOLAS L N, THAPA B, KO Y J. Residents' perspectives of a world heritage site: the pitons management area, St. Lucia[J]. Annals of tourism research, 2009,36(3):390-412.
- [34] CHOI H C, MURRAY I. Resident attitudes toward sustainable community tourism[J]. Journal of sustainable tourism, 2010,18(4):575-594.
- [35] 许振晓,张捷,Wall G,等. 居民地方感对区域旅游发展支持度影响——以九寨沟旅游核心社区为例[J]. 地理学报, 2009,64(6):736-744.
- [36] RASOOLIMANESH S M, JAAFAR M, KOCK N, et al. A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions[J]. Tourism management perspectives, 2015,16:335-345.
- [37] GURSOY D, RUTHERFORD D G. Host attitudes toward tourism: an improved structural model[J]. Annals of tourism research, 2004,31(3):495-516.
- [38] LEE T H. Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development[J]. Tourism management, 2013,34:37-46.
- [39] 王纯阳,屈海林. 村落遗产地社区居民旅游发展态度的影响因素[J]. 地理学报, 2014,69(2):278-288.
- [40] NAZNEEN S, XU H, DIN N U. Assessment of residents' destination image and their pro-tourism development behaviour: perspectives on the China-Pakistan economic corridor[J]. Tourism review, 2021,76(1):184-197.
- [41] 汪侠,吴小根,章锦河,等. 贫困地区旅游开发居民满意度:差异及其成因——以桂林市的5个贫困村落为例[J]. 旅游科学, 2011,25(3):45-56.
- [42] 汪侠,甄峰,吴小根,等. 旅游开发的居民满意度驱动因素——以广西阳朔县为例[J]. 地理研究, 2010,29(5):841-851.
- [43] 许娟,程励. 复杂性视角下乡村旅游地居民旅游满意度研究[J]. 人文地理, 2020,35(6):149-160.
- [44] COTTRELL S P, VASKE J J, ROEMER J M. Resident satisfaction with sustainable tourism: the case of Frankenwald Nature

- Park,Germany[J]. Tourism management perspectives,2013,8:42-48.
- [45] 唐晓云. 古村落旅游社会文化影响:居民感知、态度与行为的关系——以广西龙脊平安寨为例[J]. 人文地理,2015,30(1):135-142.
- [46] 白玲,余若男,黄涛,等. 农户对旅游的影响认知、满意度与支持度研究——以北京市自然保护区为例[J]. 干旱区资源与环境,2018,32(1):202-208.
- [47] 张安民,赵磊. 感知价值对居民参与旅游风情小镇建设意愿的影响——以浙江莫干山旅游风情小镇为例[J]. 旅游学刊,2019,34(4):119-131.
- [48] 罗家德,方震平. 社区社会资本的衡量——一个引入社会网观点的衡量方法[J]. 江苏社会科学,2014(1):114-124.
- [49] OLYA H G T, SHAHMIRZDI E K, ALIPOUR H. Pro-tourism and anti-tourism community groups at a world heritage site in Turkey[J]. Current issues in tourism,2019,22(7):763-785.
- [50] HAIR J F, RINGLE C M, SARSTEDT M. PLS-SEM: indeed a silver bullet[J]. Journal of marketing theory and practice, 2011,19(2):139-152.
- [51] HAIR J F, SARSTEDT M, RINGLE C M, et al. An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research[J]. Journal of the academy of marketing science,2012,40(3):414-433.
- [52] 张圆刚,陈希,余润哲,等. 自我印象一致对乡村旅游者游憩行为意向的影响研究——理论构建与模型拓展[J]. 旅游学刊,2021,36(4):70-82.
- [53] FORNELL C, LARCKER D F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error[J]. Journal of marketing research,1981,18(1):39-50.
- [54] HENSELER J, RINGLE C M, SARSTEDT M. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling[J]. Journal of the academy of marketing science,2015,43(1):115-135.
- [55] WETZELS M, ODERKERKEN-SCHRÖDER G, VAN OPPEN C. Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration[J]. MIS quarterly,2009,33(1):177-195.
- [56] NUNKOO R, RAMKISSOON H. Power, trust, social exchange and community support[J]. Annals of tourism research,2012,39(2):997-1023.
- [57] 黄震方,张圆刚,贾文通,等. 中国乡村旅游研究历程与新时代发展趋向[J]. 自然资源学报,2021,36(10):2615-2633.

[责任编辑:丁 蓉]