

doi:10.16104/j.issn.1673-1891.2021.01.009

# 地方感视角下旅游地居民感知对旅游业发展态度的影响

陈红玲

(广西大学商学院,广西 南宁 530004)

**摘要:**当地居民对旅游发展的支持程度直接关系到旅游业的可持续发展。基于社会交换理论,以防城港金滩和白浪滩居民为样本,将地方感、旅游成本、旅游利益作为居民的主要感知因素,以满意度为中介,构建了居民感知与态度的模型,实证考察了居民旅游感知对旅游发展态度的影响。实证研究结果发现:居民的地方感知对其满意度有显著正向相关关系;居民对旅游影响的正面感知与居民对发展旅游的态度有显著正相关关系。结论对选取、评估居民支持旅游发展的影响因素等方面有重要的意义。

**关键词:**地方感;旅游感知;旅游态度;居民满意度

**中图分类号:**F592.7   **文献标志码:**A   **文章编号:**1673-1891(2021)01-0045-04

## A Study on the Impact of Residents' Tourism Perception on Their Tourism Attitudes from the Perspective of Sense of Place

CHEN Hongling

(School of Business, Guangxi University, Nanning, Guangxi 530004, China)

**Abstract:** The level of local residents' support for tourism development is directly related to the sustainable development of tourism. Based on the theory of social exchange, and with the residents of Jintan and Bailangtan in Fangchenggang City as samples, we use the sense of place, tourism cost, and tourism benefits as the main perception factors of residents, and use satisfaction as an intermediary to construct a model of residents' perception and attitudes. The impact of tourism perception on residents' attitudes towards tourism development is investigated. From the results of empirical research, we found that residents' perception of a local place has a significant positive correlation with their satisfaction; residents' positive perception of tourism impacts has a significant positive correlation with residents' attitudes towards tourism development. No other assumptions are true. The conclusion is of great significance in our selection and evaluation of the factors affecting residents' support for tourism development.

**Keywords:** sense of place; tourism perception; tourism attitude; resident satisfaction

### 1 理论依据与研究假设

#### 1.1 理论依据

本研究的理论模型以社会交换理论为基础而构建。社会交换理论主要是一种在互动的情境下,了解个体或者群体之间资源交换的社会学理论<sup>[1]</sup>。社会交换理论认为人们之所以从事某项互动行为,是由于他们在寻找物质、心理等价值。当个体或者群体在评估交换的成本和收益符合自己的预期时,才会进行这项交换。对于交换结果,每个人或者群体都会有自己的感知,有自己的评估标准。因而每

个人对于交换结果的感知是不同的,进而会对交换有着不同的评价。根据社会交换理论,滨海旅游地的居民对当地发展旅游业的态度也会受到其感知的影响。

#### 1.2 相关研究

当前对居民感知和满意度的研究较多,但是将居民感知、满意度、对当地发展旅游态度同时考虑的研究则很少。对于居民感知及对旅游的态度,张安民等<sup>[2]</sup>研究发现居民参与旅游建设意愿是“感知价值→情感→意愿”3个阶段前后推进的结果。周学军等<sup>[3]</sup>实证结果表明:社区居民的旅游影响感

收稿日期:2020-12-25

基金项目:广西哲学社会科学规划项目(20FJY043);西南民族大学中央高校基本科研业务费专项资金项目(2020SYB08)。

作者简介:陈红玲(1975—),女,广西桂林人,副教授,博士,研究方向:旅游经济。

知、态度、参与意愿间均呈现显著正向关系。汲忠娟等<sup>[4]</sup>通过梳理文献发现:不同影响因素与居民感知、态度之间的关系受发展阶段与条件的左右,需进一步结合中国旅游业发展的特殊形态进行实证研究。Choong-ki<sup>[5]</sup>建立的测量居民对博彩旅游感知和态度的关系模型是被引用频率较高的模型。因为该模型不仅考虑了经济、社会文化和环境这三个主要方面,并且考虑了这三个方面的正面及负面感知,因此是从六个角度较为全面的研究了居民对旅游影响的感知情况。虽然该模型考虑范围广泛,但是模型只将居民的旅游感知综合为利益这一个维度,导致该模型无法清晰地揭示旅游负面影响感知同居民对发展旅游态度之间的关系。卢松<sup>[6]</sup>在研究历史文化村落居民对旅游影响的感知与态度时,提出了居民感知与态度的模型(图 1)。卢松构建的模型中包含了旅游利益、旅游成本、地方感、满意度、对旅游的支持态度这五个主要变量,卢松首次将地方感这一因素放进模型中,将旅游成本、旅游利益、地方感作为居民的主要感知因素,并且考虑了满意度的不完全中介作用,构建了较完整的居民感知与态度的模型。

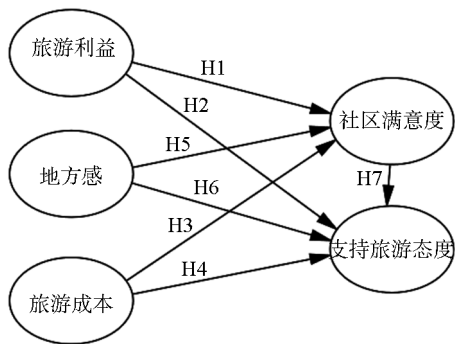


图 1 居民感知与态度的模型

### 1.3 研究假设

采用卢松构建的居民感知与态度模型作为本研究的理论模型基础,提出相同假设,以研究滨海旅游地的居民感知与态度情况。7 个假设情况如下所述。

H1:居民对旅游影响的正面感知对居民满意度有显著正向相关关系

H2:居民对地方感的感知对居民满意度有显著正向相关关系

H3:居民对旅游影响的负面感知对居民满意度有显著负向相关关系

H4:居民对旅游影响的正面感知与居民对发展旅游的态度有显著正向相关关系

H5:居民对地方感的感知与居民对发展旅游的

态度有显著正向相关关系

H6:居民对旅游影响的负面感知与居民对发展旅游的态度有显著负向相关关系

H7:居民满意度与居民对发展旅游的态度有显著正向相关关系

## 2 研究设计

### 2.1 测量指标的选取

根据研究模型所示,本研究模型共有五个潜变量,分别是旅游利益、旅游成本、地方感、满意度以及对旅游的态度。为了更为精确地测量旅游利益,从经济利益感知、社会利益感知、环境利益感知和旅游支持条件四个维度进行划分。旅游成本包括:经济成本感知、社会成本感知、环境成本感知<sup>[7]</sup>。地方感分为地方依恋和地方认同两个测量维度。本文将满意度进行了划分,分为总体感受满意度、经济满意度、环境满意度、游憩满意度、社区服务满意度。旅游态度变量选择当前学者们使用比较普遍的 2 个观察变量,测量居民对当地旅游发展的态度与支持程度。

### 2.2 研究方法

本文采用因子分析和结构方程模型对提出的理论假设进行实证检验。本研究选取的其他量表较成熟,这里仅对地方感做因子分析,以检验其信效度。

首先对地方感的测量题项进行信度检验,Cronbach alpha 为 0.744,超过了 0.7 的标准值,说明信度较好。接下来进行效度检验,KMO 值为 0.757,大于 0.5 的标准值,而且在 0.01 的水平下显著,所以可以进行因子分析。利用探索性因子分析,地方感所有的测量题项可提取 2 个特征值大于 1 的因子,一共可以解释 83.34% 的方差,具有较好的代表性。且旋转后的成分矩阵,因素载荷值均大于 0.8。由此可以得到 2 个因子,第一个因子命名为地方依恋,第二个因子命名为地方认同;地方依恋有 4 个观察变量,主要了解居民对当地的依恋情况;地方认同有 3 个观察变量,主要了解居民对在当地满意,表示认同的情况。

## 3 实证研究

通过在广西防城港金滩、白浪滩附近的居民点发放问卷 275 份,排除漏选严重、答案重复严重的问卷 9 份,有效问卷共 266 份,问卷回收率为 96.73%。采用结构方程分析法对假设进行验证。

### 3.1 测量模型的验证

在验证整体模型之前,需要对所有的潜变量进

行一维性的评估。在本文中,旅游利益、旅游成本、地方感和居民满意度均需要进行一维性的验证。

### 3.1.1 旅游利益测量模型验证

旅游利益共分为经济利益、社会利益、环境利益、旅游支持条件感知四个维度(图 2)。由表 1 可见旅游利益测量模型整体拟合程度较好。

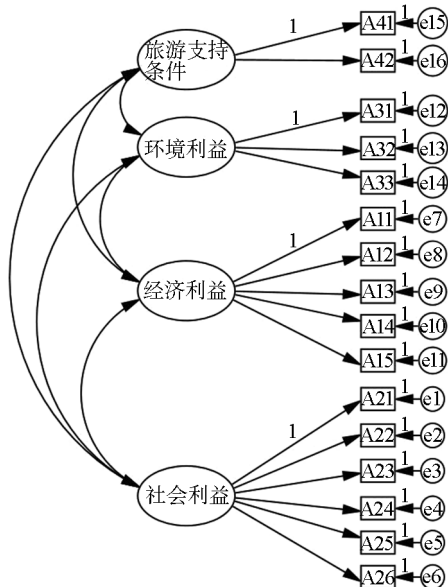


图 2 测量模型

表 1 测量模型的拟合程度

评价 指标	CMIN/ DF	RMR	GFI	PGFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
标准	(1,3)	<0.05	>0.8	>0.5	>0.8	>0.8	>0.8	<0.08
结果	1.787	0.061	0.928	0.669	0.866	0.936	0.935	0.054

### 3.1.2 旅游成本测量模型验证

旅游成本包括三个潜变量(图 3),对旅游成本进行测量模型检验。由表 2 可见,旅游成本的测量模型整体拟合程度较好。

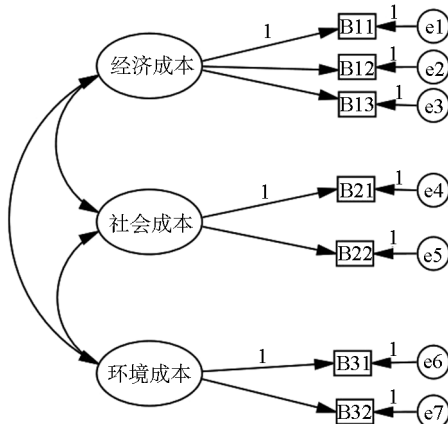


图 3 旅游成本测量模型

表 2 旅游成本模型拟合程度

指标	CMIN/DF	RMR	GFI	PGFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
标准	(1,3)	<0.05	>0.8	>0.5	>0.8	>0.8	>0.8	<0.08
结果	1.675	0.061	0.973	0.46	0.886	0.951	0.948	0.05

### 3.1.3 地方感测量模型验证

地方感共分为 2 个维度,分别是地方认同与地方依恋(图 4)。接着,将地方依恋与地方认同进行测量模型检验,表 3 可见地方感测量模型的总体拟合程度较好。

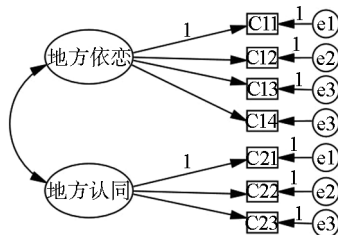


图 4 地方依恋与地方认同测量模型

表 3 地方依恋与地方认同模型拟合程度

指标	CMIN/DF	RMR	GFI	PGFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
标准	(1,3)	<0.05	>0.8	>0.5	>0.8	>0.8	>0.8	<0.08
结果	2.79	0.058	0.963	0.447	0.911	0.941	0.939	0.082

### 3.1.4 居民满意度测量模型验证

本文将满意度分为了 4 个维度,如图 5 所示。对居民满意度测量模型进行检验,结果见表 4。居民满意度测量模型中多数拟合指标达到标准,所以满意度测量模型拟合程度总体来说可以接受。

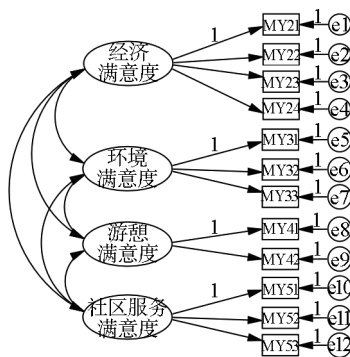


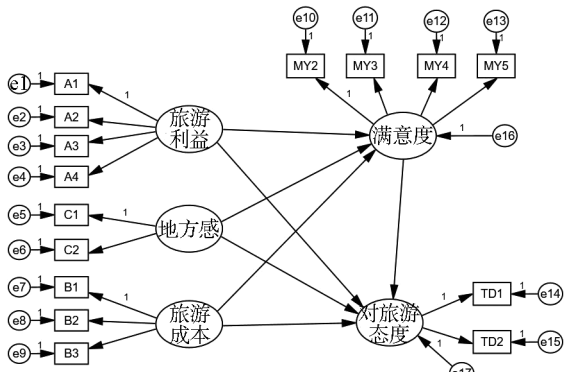
图 5 居民满意度测量模型

表 4 居民满意度测量模型拟合程度

指标	CMIN/DF	RMR	GFI	PGFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
标准	(1,3)	<0.05	>0.8	>0.5	>0.8	>0.8	>0.8	<0.08
结果	2.952	0.077	0.921	0.567	0.8	0.858	0.854	0.086

## 3.2 总体测量模型

通过对所有主要变量测量模型的检验,可见本次调研的结果整体较好。所以接下来将假设模型进行检验。总体测量模型如图 6 所示。



注:A1 代表经济收益 A2 代表社会收益,A3 代表环境收益,A4 代表旅游支持条件,B1 代表经济成本,B2 代表社会成本,B3 代表环境成本,C1 代表地方依恋,C2 代表地方认同,MY2 代表经济满意度,MY3 代表环境满意度,MY4 代表游憩满意度,MY5 代表社区服务满意度,TD1 代表“您支持本村旅游的进一步发展”,TD2 代表“您认为旅游是本村发展的正确选择”。

图 6 总体测量模型

### 3.3 结构模型的验证

采用结构方程分析法进行验证,通过将有效的问卷数据导入总体测量模型中,选择标准化的结果,可以得到如图 7 所示的结果。

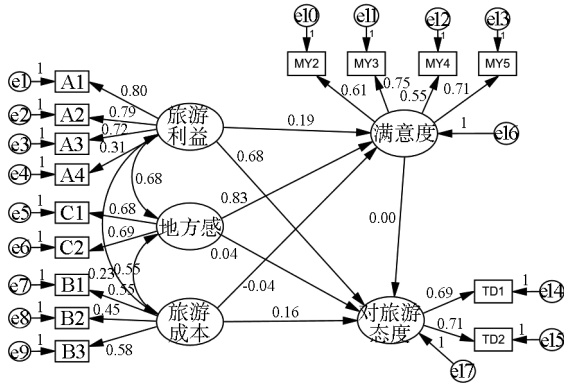


图 7 总体测量模型的标准化

由图 7 可见,旅游利益对满意度的路径系数为 0.19,地方感对满意度的路径系数为 0.68,旅游成本对满意度的路径系数为-0.04。旅游利益对旅游态度的路径系数为 0.83,地方感对旅游态度的路径系数为 0.04,旅游成本对旅游态度的路径系数为 0.16,满意度对旅游态度的路径系数为 0。此外,潜变量与观察变量的路径系数也基本高于 0.5。接着探究本模型的拟合程度,本文将该理论模型的相关数据与标准进行了整理(表 5)。

表 5 模型拟合程度

指标	CMIN/DF	RMR	GFI	PGFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
标准	(1,3)	<0.05	>0.8	>0.5	>0.8	>0.8	>0.8	<0.08
结果	2.74	0.047	0.902	0.601	0.829	0.884	0.882	0.081

由表 5 可见,总体测量模型的相关指标基本符合标准。因此,总体测量模型的拟合程度较好。

由于模型整体拟合程度较好,接下来将该模型的路径系数对假设进行验证。由表 6 可知,模型中所有路径的 C.R 值只有地方感对满意度的影响和旅游利益对旅游态度的影响这两条路径超过了 1.96 这个临界值,并且在所有的基础模型路径中也只有这两条路径的 P 值在 0.05 的水平下显著。因此,本文提出的假设只有 H2、H4 这 2 个假设成立,其余假设均不成立。

表 6 模型路径系数表

自变量	因变量	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
旅游利益	满意度	0.581	0.364	1.596	0.111	0.191
	对旅游态度	1.060	0.264	4.009	***	0.829
地方感	满意度	0.705	0.157	4.489	***	0.685
	对旅游态度	0.018	0.088	0.204	0.839	0.042
旅游成本	满意度	-0.066	0.125	-0.522	0.601	-0.043
	对旅游态度	0.105	0.058	1.803	0.071	0.165
满意度	对旅游态度	-0.002	0.079	-0.024	0.981	-0.005

注:\*\*\* 表示差异极有统计学意义(P<0.001)。

## 4 研究结果与讨论

本研究主要得到 2 点结论。

1) 居民对地方感的感知对居民满意度有显著正向相关关系。作为外地经商户,当地居民的态度会较大程度的影响外地人对当地的满意程度。通过调研知,当地待客热情的民俗民风依然存在,而且在与外地经商居民访谈时了解到:他们对世居于此的居民比较认可,认为原著居民待人热情,不会欺骗、欺负外地经商的人员,也并不会因为外地人赚钱较多而产生摩擦等,因而感知到的地方感较强。即使在当地经商的收入并不比其他城市高,但是良好的社区关系,使得大多数外地经商户不愿意离开。

2) 居民对旅游影响的正面感知与居民对发展旅游的态度有显著正向相关关系,这个结果也验证了社会交换理论。从理论上讲,滨海旅游地在发展旅游业的过程中,一些居民可能会从事到当地的旅游业中,并且从当地旅游业的发展中获得较多的利益。这些从当地旅游发展中获得利益的居民必然会对当地发展旅游业持积极的态度。从调研的实际情况看,由于本次调研的受访居民以景区内经商、景区正门附近村庄的居民为主,这些居民有许多从事与旅游相关工作。这些居民通过当地旅游业的发展,获取了比没有参与到旅游业发展的居民更多的经济收益,因而也会相较其他的居民更为支持当地旅游业的进一步发展。

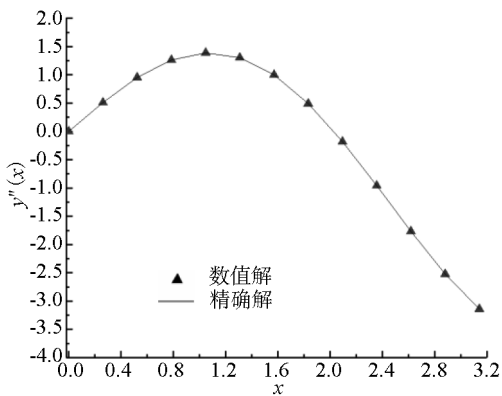


图 5 微分方程待求函数  $y'(x)$  的数值解与精确解对比

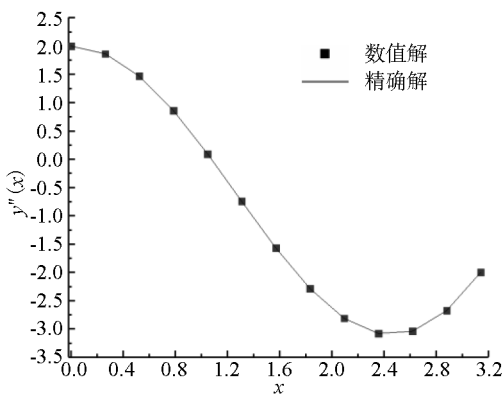


图 6 微分方程待求函数  $y''(x)$  的数值解与精确解对比

### 3 结语

1) 在人工的解析方法求解常微分方程问题的精确解教学中, 我们可以适当地借助数学软件、C 语言或者 FORTRAN 语言编程计算获得近似解。这一教学过程既让学生体会到微分方程求解方法的多样性, 也让学生们掌握编制程序解决问题的一技之长, 对他们今后的学习与工作都有较大帮助。同时,

也让学生明白: 不能用人工的解析方法获得精确解的微分方程, 可以借助数值方法近似获得计算结果。

2) 在课堂教学中, 定时安排学生们上机实验, 加强 C 语言或 FORTRAN 语言的实际操作训练, 可以提高学生熟练运用计算机的能力, 用编制通用程序替代复杂的人工方法计算, 既可以节省时间, 增加课堂的授课内容, 也可以提高学生的学习积极性和兴趣。

#### 参考文献:

[1] 袁宏俊, 张圣梅. 数学文化驱动的《常微分方程》课程的教学研究[J]. 宁夏师范学院学报, 2019, 40(7): 107-112.  
 [2] 李宝萍. 案例分析在常微分方程教学中的应用[J]. 山东农业工程学院学报, 2018, 35(4): 150-152.  
 [3] 刘相国, 杨晓伟, 王冬银. 基于 MATLAB 的《常微分方程》教学研究[J]. 西安文理学院学报(自然科学版), 2020, 23(2): 124-128.  
 [4] 贾对红. 建模思想在“常微分方程”教学中的应用[J]. 长治学院学报, 2018, 35(5): 24-26  
 [5] 毛辉. 浅谈 Maple 在常微分方程教学中的应用[J]. 教育教学论坛, 2019(51): 198-199.  
 [6] BERT C W, WANG X, STRIZ A G. Differential quadrature for static and free vibration analysis of anisotropic plate[J]. International Journal of Solids and Structures, 1993, 30(13): 1737-1744.

(上接第 52 页)

#### 参考文献:

[1] 戴丹. 从功利主义到现代社会交换理论[J]. 兰州学刊, 2005(2): 197-199+114.  
 [2] 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.  
 [3] 周学军, 李勇汉. 社区居民的扶贫旅游参与意愿研究——基于旅游影响感知、态度的视角[J]. 技术经济与管理研究, 2017(7): 26-30.  
 [4] 汲忠娟, 蒋依依, 谢婷. 旅游地居民感知和态度研究综述[J]. 资源科学, 2017, 39(3): 396-407.  
 [5] 黄燕玲. 基于旅游感知的西南少数民族地区农业旅游发展模式研究[D]. 南京: 南京师范大学, 2008.  
 [6] 王莉, 陆林, 王咏, 等. 古村落旅游地利益主体关系及影响研究——世界文化遗产地西递、宏村实证分析[J]. 资源开发与市场, 2006(3): 276-279.  
 [7] 文彤, 雍玉凤, 张庆芳. 态度、行为、责任: 乡村旅游从业者影响感知研究[J]. 资源开发与市场, 2018, 34(3): 418-421+444.