

# 计划行为理论视角下酒店管理学生专业认同影响因素研究 ——以3所新建本科院校样本为例

彭夏岁,孙华贞

(武夷学院旅游学院,福建 武夷山 354300)

**摘要:**人才匮乏是制约酒店业可持续发展的主要因素,酒店管理专业学生专业认同感培养对酒店人才的培育和储备有积极意义。研究以计划行为理论为视角,以福建三所新建本科院校酒店管理专业学生为调查对象,探讨学生专业认同感影响因素。研究表明:(1)行为态度、主观规范及知觉行为控制等三个因素与学生的专业认同感间存在显著的正向相关关系;(2)年龄、性别和文理科方向与专业认同感无显著相关关系,专业志愿选择方式和专业认同感之间存在显著的正相关关系。

**关键词:**计划行为理论;专业认同感;酒店管理专业学生;新建本科院校

**中图分类号:**F719.2-4;G642 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-1891(2020)02-0026-06

## On the Influencing Factors for Professional Identification of Hotel Management Majors from the Perspective of Planned Behavior Theory: Case Studies of 3 Newly-established Universities

PENG Xiasui, SUN Huazhen

(School of Tourism Management, Wuyi University, Wuyishan, Fujian 354300, China)

**Abstract:** Lack of management talents is one of the factors restricting the sustainable development of hospitality industry. Professional identification of Hotel Management majors can positively contribute to the talent cultivation and pooling for hospitality industry. In this paper, we study the influencing factors for professional identification from the perspective of Theory of Planned Behavior (TPB), based on the surveys on undergraduates majoring in Hotel Management in 3 newly-established universities in Fujian Province. The result shows that, (1) 3 factors (Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control) are significantly and positively correlated to students' professional identification; (2) factors (age, gender, and high school background of Science / Arts) are not obviously correlated to students' professional identification, and modes of university program choice are significantly and positively correlated to their professional identification.

**Keywords:** Theory of Planned Behavior (TPB); professional identification; Hotel Management major; newly-established university

酒店行业的发展离不开人力资源的有力支持,酒店业属于劳动密集型行业,对推动社会就业有着积极影响。酒店在吸收专业管理人才的同时,也存在人才流失率高的现状<sup>[1]</sup>,酒店业作为旅游业的四大支柱行业之一,近些年在中国的发展有目共睹,但是,当前人才的匮乏已成为制约酒店业发展壮大的最大障碍<sup>[2]</sup>。

据中瑞酒店管理学院酒店业研究中心发布《中国酒店人力资源调查报告(2018)》,绝大多数酒店录用酒店管理专业毕业生的比例在30%以下。较

多的酒店管理专业本科生,经过4年的专业学习,并未选择在酒店行业工作<sup>[3]</sup>。酒店管理专业职业认同感偏低是导致学生不愿意选择在酒店业工作的主要原因<sup>[4]</sup>。新建本科院校酒店管理专业学生对酒店业专业认同感差,且越来越多人选择在酒店业工作,这对旅游教育资源造成了极大浪费<sup>[5]</sup>,也和新建本科院校培养应用型人才的初衷相违背<sup>[6]</sup>,因此,如何有计划地提升酒店管理专业学生的专业认同感是摆在新建本科院校酒店管理专业面前亟需解决的问题。鉴于此,研究以计划行为理论为研究视

收稿日期:2020-04-10

基金项目:福建省教育厅社会科学研究项目(JAS180519)

作者简介:彭夏岁(1981—),男,福建莆田人,讲师,硕士,研究方向:旅游资源开发与利用、乡村旅游。

角,以福建省3所新建本科院校酒店管理专业学生为调查对象,探讨学生专业认同感影响因素,以期为院校酒店管理专业建言,并为专业认同感理论提供新的研究视角。

## 1 理论背景和研究假设

### 1.1 计划行为理论

计划行为理论(TPB)是由AJZEN于1985年提出的可以预测行为意图的科学方法<sup>[7]</sup>。主要用来预测和解释人类的行为。计划行为理论认为影响行为意愿的因素包含行为态度、主观规范和知觉行为控制等3个因素。其中,行为态度是指由个人对此特定行为的评价经过概念化之后所形成的正面或负面的态度。主观规范是指个人对于是否采取某项特定行为所感受到的社会压力。知觉行为控制是指反映个人过去的经验和预期的阻碍<sup>[8]</sup>。计划行为理论已从多个领域被证实可提高对行为研究的预测力和解释力<sup>[9-12]</sup>。

### 1.2 研究假设

专业认同感是指个人是否对所学知识持积极态度,并愿意以积极主动的方式去学习专业知识<sup>[13]</sup>。高校专业学生职业态度、主观规范以及感知行为控制对其专业就业意愿有显著影响<sup>[14]</sup>。有鉴于此,研究假设酒店管理专业学生的专业认同感亦受行为态度、主观规范和知觉行为控制等的影响,提出假设为H1~H3:

H1:行为态度对专业认同感呈正向影响

专业学习过程中会不断积累专业认同,并产生专业学习兴趣<sup>[15]</sup>,学生的专业意识对专业认同感有显著影响<sup>[16]</sup>。个体的态度对个体行为具有预测性<sup>[17]</sup>。人们越有能力和资源去执行一项行为,对该行为的态度就越积极,采取相应行动的意愿就越强烈<sup>[18]</sup>。行为态度对专业认同有显著正向影响作用。

H2:主观规范对专业认同感呈正向影响

研究发现,由于社会上部分人群对酒店专业的不认可,制约了学生的专业认同和认知<sup>[19]</sup>,社会、家人、朋友等外部的专业偏见都可能影响到学生的专业认同感<sup>[20]</sup>,主观规范对专业行为意向呈正向影响<sup>[21]</sup>。

H3:知觉行为控制对专业认同感呈正向影响

个人价值取向会导致学生的职业认同感降低<sup>[22]</sup>。专业就业前景对学生的专业认同有着重要影响<sup>[23]</sup>。个人在认知和理解专业知识基础上接受和认可所学的专业,并伴随着积极的态度和行为<sup>[24]</sup>。学生若喜欢自己的专业,对专业职业有积极的情感认

知,将来愿意从事所学的专业职业<sup>[25]</sup>。个人知觉行为控制对专业认同产生显著正向影响。

## 2 研究指标构建及问卷设计

### 2.1 研究指标构建

以计划行为理论为依据构建研究指标体系,分为基础资料、计划行为理论衡量指标及专业认同感衡量指标等3个部分。基础资料包括年龄、性别、文理科、专业选择。计划行为理论衡量指标在主要相关研究量表基础上构建<sup>[26]</sup>,包括行为态度、主观规范、知觉行为控制等3个维度,每组4小题,共有12小题,因篇幅限制,题项分别以A1、A2、A3、A4、B1、B2、B3、B4、C1、C2、C3、C4表示,每个题项有5个选项,即完全同意、基本同意、不清楚、有些不同意、完全不同意,对应数字5、4、3、2、1,每个维度具有4个条目,共同阐述了行为态度、主观规范、知觉行为控制和个体行为意向之间的关系。专业认同感指标也是在参考相关学者的基础上构建的<sup>[27]</sup>,分为专业认知、专业情感、专业行为等3个维度,每个维度有5小题,共有15小题。因篇幅限制,题项分别以D1、D2、D3、D4、D5、E1、E2、E3、E4、E5、F1、F2、F3、F4、F5表示,每个题项有5个选项,即完全同意、基本同意、不清楚、有些不同意、完全不同意,对应数字5、4、3、2、1,每个维度具有4个条目。

### 2.2 问卷初测

在正式调研之前,研究以武夷学院旅游学院酒店管理专业学生作为调研对象,针对学生们的专业认同感进行了预调研,以进一步完善量表的条目。预调研共收集了81份有效问卷,研究采用Cronbach  $\alpha$ ( $> 0.7$ )作为信度检验指标,采用KMO( $> 0.7$ )作为效度检验指标。

针对问卷整体及各个量表进行分析,采用Cronbach系数值和KMO值对问卷进行信效度分析,分析结果如表1所示。

由表1数据可知,问卷整体、计划行为理论量表及专业认同感量表的 $\alpha$ 系数分别为0.963、0.930、0.938,均大于0.7;KMO值分别为0.924、0.903和0.905,均大于0.5,显著性指标均为 $0.000 < 0.01$ ,表明问卷的稳定性和可靠性较高。各项因子的信度均 $> 0.7$ ,若删掉任何一个题项,问卷整体的信度都会降低,故保留原问卷设置,不进行修改。

### 2.3 研究样本及数据收集

研究采取问卷调查的方法,于2019年3—5月期间对武夷学院、三明学院、福建商学院等3所院校的酒店专业在读学生进行随机发放,共发放问

表 1 量表信效度分析

维度	题项	项已删除的 Cronbach's		KMO 值	Sig.
		Cronbach's Alpha	Alpha 值		
问卷整体	6	27	0.963	0.924	0.000
行为态度	A1	0.932	0.930	0.903	0.000
	A2	0.902			
	A3	0.918			
	A4	0.920			
计划行为理论量表	主观规范	B1	0.913	0.930	0.903
	B2	0.910			
	B3	0.902			
	B4	0.923			
知觉行为控制	C1	0.906	0.938	0.905	0.000
	C2	0.910			
	C3	0.912			
	C4	0.906			
专业认同感量表	专业情感	D1	0.918	0.938	0.905
		D2	0.898		
		D3	0.901		
		D4	0.922		
		D5	0.931		
专业行为	E1	0.911	0.925	0.925	0.000
	E2	0.915			
	F1	0.903			
	F2	0.915			
	F3	0.918			
	F4	0.909			
	F5	0.921			

卷 300 份,回收 216 份,回收率 72%,其中,筛除不规范填写 20 份,实际回收有效问卷 196 份,有效回收率为 65.33%。从学校分布角度分析,武夷学院学生的样本数量最多,有 126 人,占比 64.29%,其他 2 所学校人数较少,这和武夷学院酒店管理专业学生总数较多有关;从性别角度分析,酒店管理专业男生共有 49 人,占比为 25%,女生共有 147 人,占比为 75%,女生人数大大多于男生人数,这与酒店管理专业女多男少的专业特性相吻合;从年级角度分析,各年级比例相当,最高的是大一专业的学生,占比 26%;从文理科角度分析,文科共有 126 人,占比 64.3%,理科共有 70 人,占比 35.7%;从专业选择角度分析,自主选择占比最高,占比 44.4%,调剂专业占比 24%,最低的是父母及他人意愿,占比 13.3%。最终样本资料如表 2 所示。

表 2 描述性统计分析表

人口统计变量	指标	人数	比例/%
性别	男	49	25
	女	147	75
年级	大一	51	26
	大二	49	25
	大三	47	24
	大四	49	25
文理科	文科	126	64.3
	理科	70	35.7
专业选择	自主选择	87	44.4
	父母及他人意愿	26	13.3
	调剂专业	47	24
	没有考虑,随便填的	36	18.4

### 2.4 信效度分析

信度是衡量问卷稳定性和可靠性的重要指标,是衡量问卷设计是否合理有效的标准。研究运用 SPSS20.0 对问卷整体、计划行为理论量表和专业认同感量表的信度进行测量。采用 Cronbach 系数值对问卷进行信度分析,当系数值 > 0.7 则表示信度良好,系数值越高,信度越高。由问卷分析可得,问卷整体的 Cronbach  $\alpha$  信度系数为 0.954 > 0.7,说明问卷数据具有很好的稳定性,可以进行下一步的分析。由表 3 可知,计划行为理论量表、专业认同感量表的  $\alpha$  信度系数分别为 0.920、0.925,均 > 0.7,说明各量表较为合理,能够反映真实情况,具有良好的信度。

表 3 问卷信度分析表

量表	Cronbach's Alpha	基于标准化项的 Cronbach's Alpha	项数
计划行为理论量表	0.920	0.920	12
专业认同感量表	0.925	0.925	15

问卷的信度分析是通过因子分析中的 KMO 值来反映。KMO 值 > 0.9 表示非常适合做因子分析,0.8 ~ 0.9 表示很合适, < 0.5 则表示不适合做因子分析。由问卷分析可得,问卷的整体信度 KMO 值 = 0.923,显著性指标 Sig. = 0.000 < 0.01,说明信度较高,适合做因子分析。

表 4 问卷整体信度分析表

量表	取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量	Bartlett 的球形度检验 近似卡方	df	Sig.
计划行为理论量表	0.902	1 725.057	66	0.000
专业认同感量表	0.894	2 106.594	105	0.000

从表 4 分析可知,计划行为理论量表的 KMO 值 = 0.902 > 0.9,显著性指标 Sig. = 0.000 < 0.01,信度

较高,非常适合做因子分析;专业认同感量表的KMO值=0.894,显著性指标Sig.=0.000<0.01,效率较高,适合做因子分析。

### 3 数据分析

#### 3.1 因子分析

根据计划行为理论量表和专业认同感量表的KMO值可以发现,计划行为理论量表和专业认同感量表都满足做因子分析的要求,因此研究着手进行因子分析,生成表5、表6、表7和表8。由表5可知,通过因子分析共析出3个因子,因子的初始特征值都>1,3个因子旋转后方差解释率分别为26.755%、26.434%、24.622%,旋转后的累计方差解释率为77.811%>50%。由此可看出研究数据效率良好,可用于进一步分析。

表5 计划行为理论量表方差解释率表

成份	初始特征值			提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差/%	累积/%	合计	方差/%	累积/%	合计	方差/%	累积/%
1	6.605	55.045	55.045	6.605	55.045	55.045	3.211	26.755	26.755
2	1.601	13.342	68.387	1.601	13.342	68.387	3.172	26.434	53.189
3	1.131	9.425	77.811	1.131	9.425	77.811	2.955	24.622	77.811
4	0.542	4.514	82.326						
5	0.401	3.343	85.669						
6	0.323	2.693	88.362						
7	0.303	2.527	90.889						
8	0.269	2.245	93.134						
9	0.261	2.177	95.311						
10	0.219	1.823	97.134						
11	0.188	1.569	98.703						
12	0.156	1.297	100.000						

采用主成分分析法进行分析,旋转成分矩阵如表6所示,所有题项的因子成分系数均>0.6,故所有题项均可以保留。提取的3个因子分别是:因子1包括B1-B4题,因子2包括A1-A4题,因子3包括C1-C4题,可以看出提取的因子与原问卷的划分一致。

表6 计划行为理论量表因子分析结果

题项	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4
1					0.867	0.773	0.820	0.814				
2	0.879	0.877	0.773	0.785								
3									0.748	0.830	0.787	0.740

由表7可知,因子的初始特征值均>1,3个因子旋转后的方差解释率分别为25.863%、23.815%、23.198%,旋转后的累计方差解释率为72.867%,大于50%。由此可看出研究数据效率良好,可用于进一步分析。

表7 专业认同感量表方差解释率表

成份	初始特征值			提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差/%	累积/%	合计	方差/%	累积/%	合计	方差/%	累积/%
1	7.319	48.791	48.791	7.319	48.791	48.791	3.879	25.863	25.863
2	1.874	12.496	61.287	1.874	12.496	61.287	3.572	23.815	49.678
3	1.737	11.581	72.867	1.737	11.581	72.867	3.478	23.189	72.867
4	0.793	5.288	78.156						
5	0.531	3.537	81.692						
6	0.435	2.903	84.595						
7	0.380	2.530	87.126						
8	0.330	2.199	89.325						
9	0.294	1.960	91.285						
10	0.288	1.921	93.206						
11	0.268	1.785	94.991						
12	0.234	1.557	96.548						
13	0.195	1.297	97.845						
14	0.178	1.185	99.030						
15	0.146	0.970	100.000						

采用主成分分析法进行分析,旋转成分矩阵如表8所示,所有题项的因子成分系数均>0.6,故所有题项均可以保留。提取的3个因子分别是:因子1包括E1-E5题,因子2包括D1-D5题,因子3包括F1-F5题,可以看出提取的因子与原问卷的划分一致。

表8 专业认同感量表因子分析结果

题项	D1	D2	D3	D4	D5	E1	E2	E3	E4	E5	F1	F2	F3	F4	F5
1						0.788	0.810	0.806	0.865	0.848					
2	0.794	0.788	0.829	0.779	0.765										
3											0.834	0.820	0.765	0.751	0.742

#### 3.2 相关分析

以计划行为理论的3个影响因素和专业认同感进行相关分析(表9),结果显示,计划行为理论的3个影响因素与专业认同感之间的显著性指标均为0.000,均小于0.01,具有显著的统计学意义;从Pearson相关系数值可以看出,计划行为理论的3个影响因素与专业认同感之间的相关系数都在0.3~0.8之间,这表明计划行为理论的行为态度、主观规范及知觉行为控制这3个影响因素与专业认同感呈中度正向相关的显著关系。

表9 计划行为理论各维度与专业认同感相关分析

	Pearson 相关性	行为态度	主观规范	知觉行为控制
		显著性(双侧)	0.605**	0.672**
专业认同感	0.000	0.000	0.000	
N	196	196	196	

注:\*\* $P < 0.01$

#### 3.3 回归分析

为了进一步探讨计划行为理论的3个维度对专

业认同感的影响程度和影响方向,以专业认同感(Y)为因变量,计划行为理论的行为态度(X1)、主观规范(X2)、知觉行为控制(X3)3个维度作为自变量并进行回归分析。

表 10 计划行为理论各维度与专业认同感回归分析

模型	非标准化系数		标准系数	t	P	VIF	Sig.	R <sup>2</sup>
	B	标准误差	试用版					
(常量)	1.010	0.130		7.744	-		0.000	0.607
行为态度	0.174	0.044	0.225	3.921	0.016*	3.875	0.000	
主观规范	0.261	0.046	0.338	5.690	0.023*	2.035	0.000	
知觉行为控制	0.264	0.047	0.352	5.616	0.041*	2.691	0.000	

注:因变量:专业认同感;D-W值:1.876;\*  $p < 0.05$

如表 10 所示, R<sup>2</sup> 为 0.607, 说明行为态度、主观规范和知觉行为控制 3 个变量联合可以解释 60.7% 的专业认同感, 模型拟合效果良好。3 个自变量的 sig. 值均为  $0.000 < 0.05$ , 均具有显著意义。根据模型建立线性回归方程式(1)。

$$Y=1.010+0.174X_1+0.261X_2+0.264X_3 \quad (1)$$

由表 10 分析可知,行为态度的回归系数值为 0.174( $t=3.921, P=0.016 < 0.05$ ), 意味着直觉行为控制会对专业认同感产生显著的正向影响关系。主观规范的回归系数值为 0.261( $t=5.569, P=0.023 < 0.05$ ), 意味着主观规范会对专业认同感产生显著的正向影响关系。知觉行为控制的回归系数值为 0.264( $t=5.616, P=0.041 < 0.05$ ), 意味着行为态度会对专业认同感产生影响关系。综上所述可知,行为态度、主观规范、知觉行为控制等 3 个因素对专业认同感产生显著的正向影响关系,与假设吻合。

### 3.4 相关分析

研究运用 Pearson 相关系数表示人口统计变量与酒店管理专业学生的专业认同感相关关系的强弱情况,相关分析数据如表 11 所示。

表 11 人口统计变量与专业认同感 Pearson 相关关系表

人口统计变量	关系分析	专业认同感
性别	相关系数	-0.253
	p 值	0.077
年级	相关系数	-0.247
	p 值	0.084
文理科	相关系数	0.05
	p 值	0.729
志愿选择方式	相关系数	0.347**
	p 值	0.014

注:\*\*  $p < 0.01$

由表 11 分析可知,专业认同感和性别之间的相关系数值为 -0.253, 接近于 0, 并且 P 值为  $0.077 > 0.05$ , 因而说明专业认同感和性别之间并没有相关关系。专业认同感和年级相关系数值为 -0.247, 接近于 0, 并且 P 值为  $0.084 > 0.05$ , 因而说明专业认同感和年级之间并没有相关关系。专业认同感和文理科之间的相关系数值为 0.050, 接近于 0, 并且 P 值为  $0.729 > 0.05$ , 因而说明专业认同感和文理科之间并没有相关关系。专业认同感和专业志愿选择方式之间的相关系数值为 0.347, 并且呈现出 0.05 水平的显著性, 因而说明专业认同感和专业志愿选择方式之间有着显著的正相关关系, 说明自主选择专业对职业认同感产生显著正向影响。

## 4 结论与讨论

### 4.1 结论和建议

以专业认同感为因变量,计划行为理论的行为态度、主观规范及知觉行为控制等 3 个影响因素作为自变量,通过线性回归验证假设,发现行为态度、主观规范及知觉行为控制等 3 个因素对学生的专业认同感产生正向影响作用,假设 H1、H2、H3 均成立。在验证假设的过程中,考虑人口统计学因素可能会对专业认同感产生影响。因此对人口统计变量与学生的专业认同感相关关系进行分析,结果显示年龄、性别和文理科方向对专业认同感无显著相关关系,专业志愿选择方式对专业认同感存在显著的正向相关关系。

专业认同感属心理学研究范畴,是一个动态发展的过程,且涉及学校、家庭、社会和学生自身等多个主体,研究认为酒店管理专业教师应通过过程管理不断完善学生的专业认同感。根据实证研究结果,建议专业教师采取培养专业学习兴趣、保持专业学生乐观学习态度、培育学生的职业认同感、正确引导学生及其家长、社会改变对酒店行业的偏见等措施,优化专业认同感的管理环境,以系统提升学生的专业认同感。

### 4.2 研究不足与展望

专业认同感影响因素研究是计划行为理论研究的有益补充,尽管研究假设得到了初步的验证,但研究仍存在诸多不足之处。首先是调查样本的局限性,研究仅对福建 3 个新建本科院校酒店管理专业在读学生进行调研,样本区域特征较为明显。其次,在问卷设计方面,由于目前阶段计划行为理论在专业认同感相关领域的研究较少,可借鉴的成熟问卷较少,因此问卷的系统性、科学性还有待完

善;最后,关于研究展望,由于篇幅原因,研究对计划行为指标与专业认同感指标之间关系未做关联

分析,因此应着眼于两者之间关系做进一步的研究和探讨,使研究更加完善,更具有说服力。

#### 参考文献:

- [1] 金环,陈静.浅谈酒店人力资源流失的原因及对策[J].知识经济,2019(21):49+52.
- [2] 谢璐.酒店专业学生职业认同感研究及对策[J].湖北函授大学学报,2017,30(7):113-114.
- [3] 穆成林.酒店管理本科生专业及职业认同感培养研究[J].现代教育管理,2019,42(8):211-212.
- [4] 钟世敏,张友瑞.高职酒店管理专业实习生职业认同感探究[J].吉林广播电视大学学报,2019,175(7):90-91.
- [5] 郭培才,乐上泓.新建本科院校旅游专业学生就业现状与对策研究——以闽江学院旅游系旅游管理专业为例[J].怀化学院学报,2012,31(3):110-112.
- [6] 潘冬南.新建本科院校旅游管理专业产学研合作教育模式研究——以广西民族师范学院为例[J].大学教育,2012,1(11):8-11.
- [7] 殷志扬.高职院校涉农专业学生务农意愿及其影响因素——基于计划行为理论视角[J].湖南农业大学学报(社会科学版),2019,20(4):63-69.
- [8] 王薇,张守健,孙智,等.基于计划行为理论的施工企业标准采纳行为研究[J].科技管理研究,2019,39(16):243-250.
- [9] 张晓娜.高师院校学前教育专业学生专业认同研究——社会学视角[D].南宁:广西师范学院,2015.
- [10] GOLDHABER D,HANSEN M.Assessing the potential of using value-added estimates of teacher job performance for making tenure decisions.brief3[J].National Center for Analysis of Longitudinal Data in Education Research,2008,3(2):32-37.
- [11] GOPI A,MADHAVAN S M,SHARMA S K,et al.Diagnosis and treatment of tuberculous pleural effusion in 2006[J].CHEST Journal,2007,131(3):880-889.
- [12] 姚涛.基于延伸的计划行为理论的网络游戏持续使用研究[D].杭州:浙江大学,2006.
- [13] 王顶明,刘永存.硕士研究生专业认同调查[J].中国高教研究,2007,28(9):219-220.
- [14] 殷志扬.高职院校涉农专业学生务农意愿及其影响因素——基于计划行为理论视角[J].湖南农业大学学报(社会科学版),2019,20(4):63-69.
- [15] 陈翠华.大学生专业认同与自主学习的关系研究[D].南宁:广西师范学院,2014.
- [16] 李志,王琪琪.当代大学生专业认同度的现状及对策研究[J].高教探索,2011(2):133.
- [17] AJEN I.The theory of planned behavior[J].Organizational Behavior and Human Decision Processes,1991,50(2):179-211.
- [18] 张玲.基于认知和态度的城市居民低碳旅游行为意向形成机理研究[D].南京:南京师范大学,2015.
- [19] 金勇强.酒店管理专业学生专业认同感现状及对策——基于洛阳理工学院的调查[J].宁波职业技术学院学报,2019,23(4):13-19.
- [20] 李志,王琪琪.当代大学生专业认同度的现状及对策研究[J].高教探索,2011(2):133.
- [21] 姚涛.基于延伸的计划行为理论的网络游戏持续使用研究[D].杭州:浙江大学,2006.
- [22] 丁雪雁.高职院校酒店管理专业学生职业认同感低的原因分析及对策研究[J].重庆电力高等专科学校学报,2016,20(4):27-28+31.
- [23] 常佩雯.大学生专业认同的影响因素及提升对策[J].高等财经教育研究,2016(2):34.
- [24] 李亚飞.教育学研究生专业认同感的叙事研究[D].南京:南京师范大学,2014.
- [25] 杨晶.高师学生教师专业认同发展研究[D].长春:东北师范大学,2007.
- [26] 王晓燕.基于计划行为理论(TPB)的高铁旅游者行为意向研究[D].厦门:华侨大学,2015.
- [27] 刘莹.旅游管理专业本科生专业认同研究[D].沈阳:沈阳师范大学,2016.

(责任编辑:曲继鹏)