

居民获得感对旅游开发支持意愿的影响

——以湖南 10 个民族文化旅游小镇为例

许春晓 邱赢琦 刘鑫¹

(湖南师范大学旅游学院, 湖南长沙 410081)

【摘要】: 旅游地居民获得感意义重大,直接关系到旅游开发的成败。基于已有研究成果思辨,认为旅游获得感包含旅游经济获得感、旅游社会文化获得感及旅游环境获得感三大维度。依据社会交换理论构建居民获得感、满意度与支持意愿关系,以湖南省 10 个民族文化旅游小镇为研究对象,采用结构方程模型验证。研究发现:居民环境获得感对旅游满意度及支持意愿没有显著影响,居民旅游经济获得感、旅游社会文化获得感对满意度及旅游支持意愿显著正相关,满意度在居民获得感与旅游开发支持意愿的关系中起中介作用。建议高度重视旅游特色小镇旅游开发中居民旅游经济获得感、旅游社会文化获得感及旅游环境获得感的满足,提升居民的满意度及支持意愿。

【关键词】: 旅游获得感 满意度 支持意愿 民族文化旅游小镇 湖南

【中图分类号】: F59 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1674—5841(2019)03—0021—15

引言

新时代中国社会的基本矛盾表现为人民美好生活需要与发展不平衡不充分的矛盾,城乡发展不平衡,乡村发展不充分,矛盾突出。建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系,实施乡村振兴战略^[1]是解决城乡问题发展不平衡、不充分等重大问题的关键举措。

树立以人民为中心的理念,培育特色旅游小镇,特别是少数民族文化旅游小镇,促进资源开发,集聚生产要素实现产业融合发展,培育乡村经济增长极,是缓解不平衡不充分发展的重要手段。在民族文化旅游小镇建设过程中,高度关注当地居民的获得感,确保项目建设运行得到当地居民的全力支持,形成良好社会效益,是政府部门致力以求的目标,亟待旅游学界的解释。

旅游学术界高度关注当地居民在旅游开发中各种权益的保障。无论是国内还是国外,基本上表现着社区居民权利重要性认识、旅游增权及其结构、增权的政治意义三阶段色彩。最先关注社区参与的权益问题,引入社会心理学领域的增权概念,强调旅游社区居民增权的必要性(AkamaJ, 1996)^{[2]572};讨论社区居民的“权利”与“权力”,旅游增权概念思辨成为了基础理论问题,勾勒了概念模型:增权的主体(AkamaJ, 1996)^{[2]573}、受体(Rappaport, 1984)^{[3]2}、内容(Scheyvens, 1999)^{[4]248}、路径(Wallace, etal, 1996^[5]; Spencer, 2010^[6]; Le-Klahn, etal, 2014^[7])和目的(Sofield, 2003)^[8]。

接着,致力于社区旅游增权的结构和测定指标研究,形成了社区旅游增权的政治增权、经济增权、心理增权及社会增权四大

¹基金项目:湖南省哲学社会科学基金项目“湖南全域旅游基地发展机理与建设方略”(18YBA293)。

作者简介:许春晓(1962—)男,湖南新化人,教授,博士,博士生导师,研究方向为区域旅游开发等;邱赢琦(1994—)女,湖北襄阳人,2017级硕士研究生,研究方向为旅游企业管理。

维度(Scheyvens, 1999)^{[4][247]};之后,又基于不同社区旅游增权的特殊性,扩展了文化增权和环境增权^[9]、组织赋权^[10],开发了社区旅游增权量表(Boley 等,2014)^[11]。从政治层面探究旅游社区增权,有学者再度引入社会心理学领域增权的个人、组织和社区三个层次(Rappaport, 1984)^[313];结合中国实践将增权分为个体、人际和社会三个层面(范斌,2004)^[12];认为个人增权要先于社区增权(左冰等,2008)^[13]。

旅游小镇建设的研究中,社区参与及支持意愿的研究也是一个重要的选题。特别是基于社会交换理论,采用结构方程模型探究社区参与对支持意愿的影响的研究,成果不少,在旅游小镇研究中也有案例(胥兴安等,2015)^[14]。

获得感是一个新词也是一个热词,最早是描述低阶层的消费者行为时使用了“立即获得感”一词(陈峻松,1998)^[15]。“获得感”内涵的清晰表达,是在2015年中央全面深化改革领导小组第十次会议上,习近平总书记对“让人民群众有更多的获得感”^[16]的论述。从此,学术界开始积极探究居民获得感的学术内涵,从不同角度描述群众获得感^[17,18]、职工获得感^[19]及大学生获得感^[20,21],个别研究辅导员的获得感^[22]。旅游领域研究较少,尚没有形成出色的成果。

旅游是新时代重要的事业形态更是幸福产业形态,乡村振兴战略的实施使得大量村寨成为旅游开发的对象,旅游特色小镇也是地方政府看重的开发项目。在特色小镇尤其是民族文化旅游小镇的开发过程中,如何充分考虑社区居民的权益,通过提升社区居民的获得感,全面优化利益相关者的关系,值得探讨。

基于已有研究成果,思辨社区居民获得感的内涵并编制测量量表,探究其对旅游开发的支持意愿的影响,对于民族文化旅游小镇的开发建设过程中,化解利益冲突,合理实现社区居民增权,提升旅游发展的支持意愿,保障支持行为持续,有明显理论价值及现实意义。

一、获得感的内涵及其测量

(一)居民获得感概念

“获得感”是本土性较强的词汇,细致揣摩习总书记的系列讲话,目的均为了提升人民的“获得感”。虽尚未对获得感有明确的定义,但内涵丰富,包含以下方面:就“获得”来说,要以看得见摸得着的利益为基础,从就业质量和人民收入的提高、教育事业、养老、医疗保险、社会保障等多个方面分别进行考虑^[23];也包括精神上的,精神层面的获得体现为安全、尊严、幸福、成就等^[24],以及机会上的获得^[25];更为重要的,是物质与精神上的“持续获得感”。

考虑到旅游地居民的特殊性,将居民获得感界定为“人们通过对旅游发展给当地带来影响的衡量,在内心形成的一种正面的感受。不仅包含物质层面的,更包含精神层面的;不仅包含当期的,更是对未来的评判。不是断断续续的,而是一种可持续的。”

(二)居民获得感维度的划分

习总书记强调的“获得感”有切身利益的保障,有公平正义的实现,也有环境质量的改善^[26],文化领域层面的获得^[27]。学者们的研究大致分为两个方向:一是针对人民群众在政治获得感、经济获得感、文化获得感、生态获得感、民生获得感五大方面的阐述(文宏等,2018)^{[17]6};郭学静等,2017^{[18]38}。

另一个是以大学生等为主体在思想政治教育理论的讨论。Yooshik Yoon 及 Dogan Gursoy 等分析居民的感知最易受到经济、社会、文化及环境因素的影响^[28]。不同评估目的其分析存在差异,严格遵循习总书记的系列讲话并结合学者对获得感的探索,将其维度划分为:旅游经济获得感、旅游社会文化获得感与旅游环境获得感。

1. 旅游经济获得感

获得感最先就是要感受改革发展带来的物质生活水平的提高^[23]。这对于旅游地居民也是适用的。由于发展旅游而带来的食、住、行、购、娱以及个人收入、就业机会、贫富差距的变化、促进当地经济的发展,都能影响居民的经济旅游影响感知^{[29]121}。分析旅游获得感与其他的相似性,参照其测试语句也是可行的。纵向层面的获得感,如个人经济状况与 5 年之前相比的感受、继续发展旅游个人经济状况会越来越好^{[17]5}。由此,形成旅游经济获得感的测试语句。

2. 旅游社会文化获得感

发展旅游使得本地社会外观的改善、文化遗产的保护、促进文化交流、作为当地居民越来越自豪、优良传统的继承、人与人之间信任程度的加深、家庭观念与婚姻关系^{[29]122}的变化,都直接影响着居民的社会文化感知。且多数学者讨论文化项目的多少、公共安全的提升^{[18]38};公共服务设施的多少^[30],医疗服务的改善^[31],诉求通道是否增多^{[32]8},也会影响“获得感”的提升。由此,形成旅游社会文化获得感的测试语句。

3. 旅游环境获得感

让人民群众有更舒适的居住条件、更优美的环境,是党和国家一切工作的出发点和落脚点^[33]。对于旅游地居民来说,政府是否实施更多保护环境的措施、发展旅游是否会影响居住环境与自然资源、本地污染情况是否加重^{[29]122}都会影响居民的旅游影响感知。在共建共享的社会治理下,居民也有权利制止破坏环境的行为并享有良好的环境^[34]。系统完善的生态文明制度在逐步确立^{[32]9},并以此来提升居民的获得感。由此,形成旅游环境获得感的测试语句。

(三) 居民旅游获得感量表的初步建构

本研究主要涉及旅游获得感、满意度及支持意愿变量。满意度及支持意愿参照唐晓云(2015)^[35]及 Lankford, Howard^[36]的成熟量表结构,而旅游获得感量表的生成严格通过以下原则获取:首先,对获得感文献的分析与思辨,认知其维度划分。其次,参照相近概念旅游影响感知的成熟量表并结合国内学者对获得感维度的思考,组织旅游地管理人员、居民的访谈,进行焦点小组访谈确定题项,以此确定旅游获得感测量量表。

其中,旅游经济获得感有 9 条测项,旅游社会文化获得感有 13 条测项,旅游环境获得感有 6 条测项,共 28 条测项。问卷涉及的量表均采用李克特 5 点式量表进行测量,其中,“1~5”分别表示“完全不同意”“不同意”“不确定”“同意”“完全同意”,数值越大,符合程度越高。

(四) 效度分析

为保证量表的科学性和适用性进行两轮的调研。第一轮预调研进行探索性因子分析,检验旅游获得感的维度。保证调研地类型的一致,选取靖港古镇为调研地,共发放 270 份问卷,回收 265 份问卷,有效问卷为 253 份,有效率为 95.5%。结果显示, $KMO=0.858$, Bartlett 球形度检验的显著性水平为 0.000, 可进行因子分析。

采用主成分分析法,最大方差法的正交旋转,共提取 3 个公因子,解释的总方差为 60.681%,在可接受的范围内。采取因子分析的相关排除原则,最终保留 23 条测试语句(见表 1)。

表 1 旋转成分矩阵

测项	成分		
	1	2	3
EA1:个人经济状况与 5 年前相比有很大的改善	0. 57		
EA2:个人收入增加	0. 78		
EA3:增加就业机会	0. 809		
EA4:继续发展旅游个人经济状况越来越好	0. 844		
EA5:导致当地东西越来越贵	0. 695		
EA6:使本地房屋价格上涨	0. 799		
EA7:增加了生活费用	0. 847		
EA8:导致了富的更富, 穷的更穷	0. 847		
SA1:使得设施变多生活更便利		0. 621	
SA2:改善本地外观		0. 696	
SA3:促进文化遗产保护		0. 749	
SA4:促进文化交流		0. 835	
SA5:促进居民思想观念的更新和开放		0. 719	
SA6:越来越觉得是当地重要的一分子		0. 517	
SA7:文化服务项目的增加		0. 51	
SA8:使本地公共安全得到了提升		0. 835	
SA9:使本地优良传统被遗忘		0. 48	
SA10:人们之间越来越不相互信任		0. 57	
BA1:政府实施更多保护环境的措施			0. 815

BA2:破坏自然环境、自然资源			0.816
BA3:生态文明制度逐步确立			0.834
BA4:有权制止破坏环境的行为			0.716
BA5:有权享有良好的生态环境			0.715

二、研究假设与调研实施

(一)理论依据与研究假设

以社会交换理论为基础,旅游地居民感受到的发展旅游得到的益处超过成本时,更加愿意支持旅游的发展。经济感知比社会文化影响及环境影响感知较强^{[29][120]}。学者引入社会交换理论,研究旅游影响并解释居民对旅游业发展的支持度^[37],以及居民对经济影响感知与支持意愿关系的探索^[38]。本文将“获得感”比照“旅游影响感知”,据此提出如下假设:

H1a:旅游经济获得感对支持意愿具有显著正向影响。

H2a:旅游社会文化获得感对支持意愿具有显著正向影响

H3a:旅游环境获得感对支持意愿具有显著正向影响。

Bosqu 提出个人的感知体验将会影响满意度^[39]。游客对景区的资源、服务、价值的感知与总体满意度具有显著的相关性^[40]。感知与期望符合度越高时,游客满意度就越高^[41]。故提出假设:

H1b:旅游经济获得感对满意度具有显著正向影响。

H2b:旅游社会文化获得感对满意度具有显著正向影响。

H3b:旅游环境获得感对满意度具有显著正向影响。

正如顾客对产品服务态度的高低与拥护之间的关系,较高的评价产生更高的拥护度(许春晓等,2016)^[42]。态度与参与意愿关系密切^{[43][29]}。不管是一种心理倾向还是行为,更愿意做些对当地旅游有益的事,反之亦然。故提出假设:

H4:满意度对居民支持意愿具有显著正向影响。

根据前面的相关理论分析与研究假设,构建如下所示的理论模型,如图1所示。

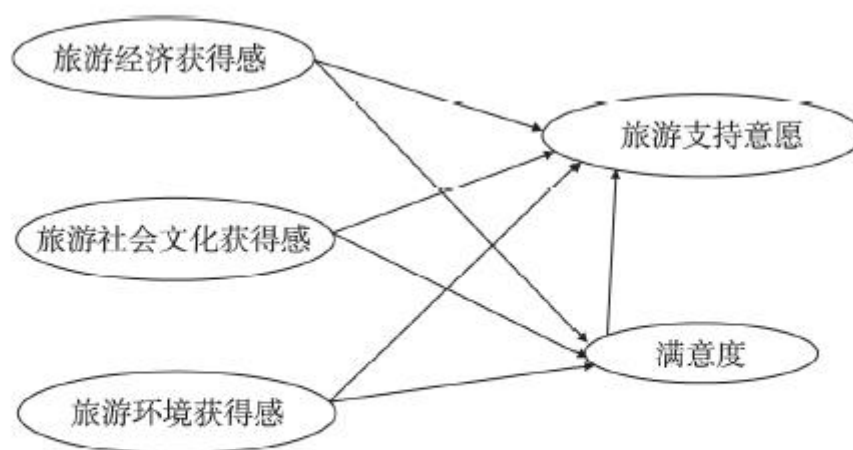


图1 旅游获得感与旅游开发支持意愿的概念模型

(二)案例地特征及调研实施

正式调研不仅验证旅游获得感量表的结构,也是为了变量间的关系。调研对象为湖南省 10 个民族文化旅游小镇(见表 2),使用多时空配比抽样调查方法提高调查信息的有效性^[44]。且以一户一份问卷的形式,降低问卷的相似性。

正式调查时间为 2017 年 12 月份始,到 2018 年 2 月底,历时 3 个月。委托各个村镇干部发放问卷,平均每个旅游小镇发放问卷 50 份,共发放 500 份,回收 465 份,回收率 93%。同时,删除无效问卷,有效问卷 434 份,有效率 93.3%。

表 2 数据采集地典型性介绍与问卷发放情况

案例地	案例地介绍	回收情况
凤凰古城	中国历史文化名城,国家 AAAA 级景区	回收 48 份;有效 45 份
汉回村	长沙唯一的少数民族聚居村	回收 47 份;有效 44 份
上甘棠古村	湖南省目前最为久远的千年古村落	回收 44 份;有效 40 份
水车镇	紫鹊界梯田景区所在地	回收 45 份;有效 42 份
里耶镇	湘、鄂、渝、黔四省市在此交界	回收 48 份;有效 40 份
瑶族乡	花瑶古寨风情是湖南新潇湘八景之一	回收 46 份;有效 43 份
芙蓉镇	两千年历史的古镇,有湘西“四大名镇”	回收 46 份;有效 44 份

	“小南京”之美誉	
黔阳古城	全国保存最为完好的古城之一，“滇黔门户” “湘西第一古镇”	回收 48 份;有效 46 份
老司城村	世界文化遗产永顺老司城遗址所在地	回收 44 份;有效 43 份
芋头侗寨	通道县百里侗文化重要的村寨示范点	回收 49 份;有效 47 份

三、数据分析及假设检验

(一)样本的人口学统计特征

经过分析显示,从性别上看,男女比例均衡;从年龄上来看,以26~35岁年龄段为主,占总样本的47.4%;从民族上看,各个民族比例相差不大,汉族占比31.3%偏多,土家族占比24.2%,瑶族占比14.3%,苗族占比11.8%,侗族占比10.1%,回族占比6.9%;从受教育程度上来看,多集中在大学、大专、高中及初中学历,受教育程度整体较高;从家庭平均月收入看,多集中在2000~5000元之间;从居住时间看,比例相当;从与旅游的关系看,从事其他行业或者其亲人从事旅游业等的相对较多。可以看出,调查样本具有一定典型性。

(二)居民旅游获得感量表的修正

为确保结果的可信性,进行信度检测(见表3)。量表的初始信度由 α 系数衡量,结果显示总体变量的 α 系数为0.816,各维度潜变量的 α 在0.729以上,大于0.70的标准。并据题已删除后的 α 系数会降低的标准来进行各项的判别,题项与总分的相关系数在可以接受的范围内。结果显示,旅游获得感量表通过检验并处于较好的信度。

表3 旅游获得感维度的信度与效度分析

维度	测项	校正的项 总计相关性	题项删除 后的 α 系数	维度的 α 系数
旅游经济 获得感	EA ₁	0.512	0.850	0.855
	EA ₂	0.793	0.816	
	EA ₃	0.791	0.819	
	EA ₄	0.749	0.823	
	EA ₅	0.683	0.829	

	EA ₆	0.783	0.820	
	EA ₇	0.719	0.826	
	EA ₈	0.418	0.812	
旅游社会文化 获得感	SA ₁	0.415	0.804	0.813
	SA ₂	0.483	0.798	
	SA ₃	0.449	0.801	
	SA ₄	0.510	0.797	
	SA ₅	0.421	0.804	
	SA ₆	0.306	0.812	
	SA ₇	0.486	0.800	
	SA ₈	0.584	0.785	
	SA ₉	0.657	0.775	
	SA ₁₀	0.645	0.777	
旅游环境 获得感	BA ₁	0.499	0.691	0.729
	BA ₂	0.495	0.694	
	BA ₃	0.455	0.707	
	BA ₄	0.574	0.655	
	BA ₅	0.603	0.648	

(三)效度分析

旅游获得感量表的验证性因子分析中,效度分析也是很好的(见表4)。效度的检验进行聚合效度和区分效度的检验。拟合优度分析中,CMIN/DF=3.783, RESEA=0.070, 小于0.08的标准,模型基本适配较好;GFI=0.865, CFI=0.925, AGFI=0.818, 可接受水平,且CFI越接近于1,模型适配越佳^[45];PNFI=0.727>0.5,样本数CN=434,显示数据适配情况较好。在聚合效度分析中CR在0.811~

0.911 之间,大于 0.7 的标准,AVE 均在 0.5 以上。可看出,旅游获得感维度的适配效果极好。旅游获得感由旅游经济获得感、旅游社会文化获得感及旅游环境获得感组成。

(四)验证性因子分析

各潜变量的拟合指数证实了验证性因子分析的结果较好。居民的满意度是中介变量,可将其作为一个大类来分析^[46]。在满意度与支持意愿拟合指标中,CMIN/DF=4.731<5,在可接受范围内,GFI=0.983,CFI=0.956,TLI=0.891 均超过 0.9 的理想水平;PNFI=0.654>0.5,样本数 CN=434,RMR=0.024<0.05 表示模型拟合度较好(见表 4)。

观测变量的标准化因子载荷在 0.146~0.984 之间,几乎都大于 0.2;对应的 t 值在 2.754~21.791 之间,均大于 1.96;而 AVE 在 0.500~0.786 之间,大于 0.5 的标准,说明模型的聚合效度良好。根据测算各潜变量之间相关系数的平方小于值,变量间的区分效度较好。

表 4 验证性因子分析结果

潜变量	观测变量	标准化因子载荷	标准误(S.E)	t 值 (C.R)	平均提 取方差	组合 信度	a 系数
旅游经济 获得感	EA ₁ :个人经济状况与 5 年前相比 有很大改善	0.477	—	—	0.500	0.875	0.855
	EA ₂ :个人收入增加	0.683	0.104	11.847***			
	EA ₃ :增加就业机会	0.981	0.142	11.124***			
	EA ₄ :继续发展旅游个人经济状况 越来越好	0.720	0.122	9.883***			
	EA ₅ :导致当地东西越来越贵	0.549	0.096	10.299***			
	EA ₆ :使本地房屋价格上涨	0.984	0.143	11.119***			
	EA ₇ :增加了生活费用	0.674	0.118	9.586***			
	EA ₈ :导致了富的更富,穷的更穷	0.168	0.130	3.352***			

续表 4

潜变量	观测变量	标准化因子载荷	标准误(S. E)	t 值(C. R)	平均提取方差	组合信度	a 系数
旅游社会文化获得感	SA ₁ :使本地设施变多生活更便利	0.699	0.078	13.449***			
	SA ₂ :改善本地外观	0.760	—	—	0.500	0.891	0.813
	SA ₃ :促进文化遗产保护	0.651	0.062	13.920***			
	SA ₄ :促进文化交流	0.720	0.066	13.845***			
	SA ₅ :促进本地居民思想观念的更新和开放	0.659	0.070	12.556***			
	SA ₆ :越来越觉得是当地重要的一分子了	0.557	0.090	9.612***			
	SA ₇ :文化服务项目的增加	0.146	0.115	2.754**			
	SA ₈ :使本地公共安全得到提升	0.183	0.109	3.504***			
	SA ₉ :本地优良传统被遗忘	0.298	0.105	5.721***			
	SA ₁₀ :人们之间越来越不相互信任	0.255	0.111	4.907***			
旅游环境获得感	BA ₁ :政府实施了更多保护环境措施	0.854	—	—	0.500	0.811	0.729
	BA ₂ :破坏自然环境、自然资源	0.744	0.053	15.767***			
	BA ₃ :生态文明制度在逐步确立	0.728	0.049	15.452***			
	BA ₄ :有权制止破坏环境的行为	0.260	0.109	5.032***			
	BA ₅ :有权享有良好的生态环境	0.345	0.113	6.806***			
满意度	D1:旅游发展感到满意	0.805	—	—	0.774	0.911	0.917
	D2:旅游发展预期满意	0.937	0.051	21.791***			
	D3:旅游发展理想满意	0.893	0.053	21.411***			
支持	F1:愿意参与旅游发展	0.784	—	—	0.786	0.879	0.873

意愿	F2:继续支持发展旅游	0.979	0.253	5.151***			
----	-------------	-------	-------	----------	--	--	--

注:*表示 P<0.01;**表示 P<0.01;***表示 P<0.001。

(五) 结构方程模型评价与假设检验

测量模型的验证性因子分析均达到不错的标准。故进入整体模型的检验,采取极大似然法对其进行估计。通过验证,整体拟合度极高。 χ^2/df 值为 3.319;RMSEA=0.073,小于 0.08,模型达到普通适配标准;GFI=0.852,CFI=0.922,接近 0.9,简约适配指标 PGFI=0.655,PNFI=0.737,PCFI=0.761 其均大于 0.5,模型拟合的效果很好,是可以接受的模型。

结果显示,假设 H1a、假设 H1b、假设 H2a、假设 H2b、假设 H4 路径通过,假设 H3a、假设 H3b 没有通过。旅游环境获得感与满意度的标准化路径系数为 0.052,p 值为 0.195,其在 $p<0.05$ 的水平下不显著,因此拒绝假设 H3a;旅游环境获得感对旅游支持意愿的路径系数为 0.075,p 值为 0.186,显然在 $p<0.05$ 的水平下不显著,故此拒绝假设 H3b(见表 5)。

表 5 结构方程模型的路径检验

假设	路径关系	标准化路径系数	t 值	标准误	假设检验结果
H1a	旅游经济获得感→满意度	0.132*	2.557	0.128	支持
H1b	旅游经济获得感→支持意愿	0.417***	5.529	0.078	支持
H2a	旅游社会文化获得感→满意度	0.258***	4.457	0.155	支持
H2b	旅游社会文化获得感→支持意愿	0.217**	2.657	0.091	支持
H3a	旅游环境获得感→满意度	0.052	1.297	0.129	不支持
H3b	旅游环境获得感→支持意愿	0.075	1.323	0.076	不支持
H4	满意度→支持意愿	0.170***	3.232	0.022	支持

注:*表示 P<0.01;**表示 P<0.01;***表示 P<0.001。

四、结论与启示

(一) 结论

1. 确定了旅游地居民获得感维度的构成

理论与实证的验证,旅游获得感由旅游经济获得感、旅游社会文化获得感、旅游环境获得感三大维度构成。

2. 居民旅游环境获得感对旅游满意度及旅游发展支持意愿没有显著影响

这一研究与卢小丽(2012)^[47]、周学军等(2017)^{[43]29}的研究结果相悖,与部分学者如何彪等(2017)^{[48]7}的发现一致。出现的原因可能是由于调研对象居民的特殊性,其大多是经济发展相对落后的地区,由于乐观的把发展旅游当作提升经济的有力条件而忽略了对环境的关注,同时也侧面反映了旅游小镇发展理念有待提升。

3. 旅游经济获得感对满意度及旅游开发支持意愿有显著正向影响,旅游社会文化获得感对满意度及旅游发展支持意愿有显著正向影响

这一结论与何彪(2017)^{[48]5}、周学军(2017)^{[43]30}、白玲、余若男(2018)^{[49]206}等学者研究的结果一致。可见,居民对旅游经济获得感越强时,对总体旅游发展满意度越强,就更加愿意参与旅游的发展。旅游社会文化获得感越强时,对旅游发展满意度就越强,对发展旅游的意愿就更强。

4. 满意度在旅游经济获得感及旅游社会文化获得感与旅游支持意愿的关系中起到中介作用

这一结论与白玲、余若男等(2018)^{[49]206}的研究结果相符。即旅游经济获得感、旅游社会文化获得感对旅游支持意愿有直接正向影响,且通过满意度的中介作用也对支持意愿有显著正向影响。

(二)启示

1. 高度重视旅游特色小镇旅游开发中居民经济利益获得感的满足,提升居民的支持率

创造更多的就业机会提升居民的个人利益,严格控制由于发展旅游而造成的个人经济、贫富差距等负面影响的变化,同时保证利益分配,调动当地居民的积极性。建设设施优良、功能多样的特色小镇,加大当地居民的参与程度以使居民有更多的“获得感”。

2. 高度重视旅游特色小镇旅游开发中居民社会文化获得感的满足,提升居民的满意度

重视旅游特色小镇的开发,要增加其自豪感,让其感受到自身作为本地重要的一分子,更要注重文化交流、优秀传统文化的继承等,确保居民心底里的获得。

3. 高度重视旅游特色小镇旅游开发中对居民的环境教育,确保居民环境意识的提升

让居民有良好的居住条件、更加优美的环境是旅游可持续发展的前提,要注重于环境意识的培养,加大环境保护教育。

(三)局限

首先,由于研究时间有限,结构内容可能存在不完整的方面。其次,样本和案例地的选择存在一定的局限。湖南省 10 个民族文化旅游小镇过于分散,且样本量较少。调研时间分布在春节前后,受访者可能大多是长期在外务工人员。

参考文献:

-
- [1] 李克强. 2018 政府工作报告[N]. 人民日报, 2018-03-23(001).
- [2] AKAMA J. Western environmental values and nature - based tourism in Kenya [J]. *Tourism Management*, 1996, 17(8): 567-574.
- [3] RAPPAPORT J. Studies in empowerment: introduction to the issues [J]. *Prevention in Human Services*, 1984, 3(2/3): 1-7.
- [4] SCHEYVENS R. Ecotourism and the empowerment of local communities [J]. *Tourism Management*, 1999, 20(2): 245-249.
- [5] WALLACE G N, PIERCE S M. An evaluation of ecotourism in amazonas, Brazil [J]. *Annals of Tourism Research*, 1996, 23(4): 843-873.
- [6] SPENCER D M. Facilitating public participation in tourism planning on american indian reservations: a case study involving the nominal group technique [J]. *Tourism Management*, 2010, 31(5): 684-690.
- [7] LE - KLAHN D T, EDWARDS D. Conference report: the best education network think tank xiii: engaging communities in sustainable tourism development, taylors university, kuala lumpur, malaysia 2013 [J]. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 2014, 14(14): 1-5.
- [8] SOFIELD T H B. Empowerment for sustainable tourism development [M]. London: Emerald Group Publishing, 2003: 820-821.
- [9] 廖军华. 社区增权视角下的民族村寨旅游发展研究[M]. 成都: 西南交通大学出版社, 2012: 123-124.
- [10] 张海燕, 李岚林. 基于和谐社会建设的西南民族地区旅游产业利益相关者利益冲突与协调研究[J]. *贵州民族研究*, 2011, 32(6): 55-60.
- [11] BOLEY B B, MCGEHEE N G, PERDUE R R, et al. Empowerment and resident attitudes toward tourism: strengthening the theoretical foundation through a weberian lens [J]. *Annals of Tourism Research*, 2014, 49(49): 33-50.
- [12] 范斌. 弱势群体的增权及其模式选择[J]. *学术研究*, 2004(12): 73-78.
- [13] 左冰, 保继刚. 从“社区参与”走向“社区增权”——西方“旅游增权”理论研究述评[J]. *旅游学刊*, 2008, 23(4): 58-63.
- [14] 胥兴安, 王立磊, 张广宇. 感知公平、社区支持感与社区参与旅游发展关系——基于社会交换理论的视角[J]. *旅游科学*, 2015, 29(5): 14-26.
- [15] 陈峻松. 论社会阶层对消费者行为的影响[J]. *经营管理者*, 1998(1): 43-44.
- [16] 习近平. 科学统筹突出重点对准焦距, 让人民对改革有更多获得感[N]. 人民日报, 2015-02-28(001).

-
- [17]文宏, 刘志鹏. 人民获得感的时序比较——基于中国城乡社会治理数据的实证分析[J]. 社会科学, 2018(3):3-20.
- [18]郭学静, 陈海玉. 增强人民群众获得感路径研究[J]. 价格理论与实践, 2017(4):37-39.
- [19]刘维涛. 用职工获得感检验改革成效[N]. 人民日报, 2017-02-17(013).
- [20]张学亮. 论大学生思想政治理论课获得感的逻辑生成[J]. 思想理论教育, 2017(7):66-69.
- [21]阎国华. 高校思想政治理论课获得感的内在要素与形成机制[J]. 思想理论教育, 2018(1):66-71.
- [22]胡新薪. 议高校辅导员的职业获得感——新读《普通高等学校辅导员队伍建设规定》[J]. 智库时代, 2017(16):296-298.
- [23]商飏. 获得感幸福感安全感如何增强[N]. 人民日报, 2017-11-09(016).
- [24]李金华. 构建让人民有获得感的共享经济机制[N]. 光明日报, 2016-05-11(015).
- [25]杜海涛. 民生改善, 实打实的获得感[N]. 人民日报, 2017-12-19(001).
- [26]詹勇. 让“获得感”激荡改革大潮[N]. 人民日报, 2015-03-02(005).
- [27]高宏存. 让百姓有更多的文化获得感[N]. 光明日报, 2016-11-23(010).
- [28]YOON Y, GURSOY D, CHEN J S. Validating a tourism development theory with structural equation modeling[J]. Tourism Management, 2001, 22 (4):363-372.
- [29]AP J, CROMPTON J L. Developing and testing a tourism impact scale [J]. Journal of Travel Research, 1998, 37 (2):120-130.
- [30]杜海涛. 民生改善, 实打实的获得感[N]. 人民日报, 2017-12-19(001).
- [31]赵玉华, 王梅苏. “让人民群众有更多获得感”: 全面深化改革的试金石[J]. 中共山西省委党校学报, 2016, 39(3):15-17.
- [32]陈海玉, 郭学静, 王静. 马克思劳动价值论视域下劳动者获得感评价指标体系构建研究[J]. 生产力研究, 2018 (3):7-11, 161.
- [33]王萌, 贾平凡, 韩维正. 人民群众有了更多获得感[N]. 人民日报(海外版), 2017-08-31(001).
- [34]张勋祥. 文明视阈下的获得感[N]. 山西日报, 2015-07-14(C03).
- [35]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.

-
- [36] LANKFORD S V, HOWARD D R. Developing a tourism impact attitude scale [J]. *Annals of Tourism Research*, 1994, 21 (1) :121-139.
- [37] LEE S Y, PETRICK J F, CROMPTON J. The roles of quality and intermediary constructs in determining festival attendees' behavioral intention [J]. *Journal of Travel Research*, 2007, 45 (4) :402-412.
- [38] 崔曦, 麻学峰. 旅游地居民感知度、满意度对其旅游态度的影响机制——以张家界为例[J]. *西南财经学院学报*, 2014, 6 (4) :91-96.
- [39] BOSQUE I R D, MARTIN H S. Tourist satisfaction: a cognitive-affective model [J]. *Annals of Tourism Research*, 2008, 35 (2) :551-573.
- [40] 郭玲霞. 兰州市旅游景区游客满意度研究[J]. *经济地理*, 2010, 30 (9) :1580-1585.
- [41] 高燕. 旅游者对黑衣壮民族文化的真实性感知差异与满意度[J]. *旅游学刊*, 2007, 22 (11) :78-84.
- [42] 许春晓, 朱湘平, 张欢. 红色文化氛围、游客态度与拥护关系研究[J]. *旅游科学*, 2016, 30 (5) :1-11.
- [43] 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.
- [44] 栗路军, 黄福才. 旅游客源市场抽样调查信息有效化途径研究[J]. *旅游学刊*, 2009, 24 (4) :24-28.
- [45] 吴明隆. 结构方程模型——AMOS 的操作与实用[M]. 重庆:重庆大学出版社, 2010:45.
- [46] 顾鹏飞. C2C 电子商务中顾客价值与顾客忠诚的关系研究[D]. 杭州:浙江大学, 2010:68-69.
- [47] 卢小丽. 居民旅游影响感知、态度与参与行为研究[J]. *科研管理*, 2012, 33 (10) :138-144.
- [48] 何彪, 武慧慧. 当地居民对民俗节庆活动举办的感知与满意度研究——以海南黎族苗族三月三节为例[J]. *旅游论坛*, 2017, 10 (6) :1-11.
- [49] 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.