

生活空间重构旅游者的乡村游憩影响因素与路径 ——一个模糊集的定性比较分析

张圆刚^{1,2}, 余向洋³

(1. 上海师范大学旅游学院, 上海 200234; 2. 中国科学院区域可持续发展分析与模拟重点实验室, 北京 100101; 3. 黄山学院旅游学院, 黄山 245041)

摘要: 旅游者是乡村旅游发展中的核心要素, 但当前研究缺乏从城乡空间转换中的人地关系变迁角度对旅游者进行的思考。以经历城乡生活空间重构的旅游者为研究对象, 运用分析多变量交互作用的模糊集定性比较分析方法, 探索旅游者乡村游憩影响因素的复杂路径。研究发现: 地方情感、怀旧情感、主观规范、知觉行为控制、态度、愿望(欲望)、旅游目的地知名度形成的128种组合中, 其中有8个充分性条件构型特定组合路径能够影响乡村旅游者游憩行为; 单项中地方情感、怀旧情感、知觉行为控制的一致性相对较高, 但都不能构成旅游者乡村游憩影响因素的必要条件; 8条旅游者乡村游憩行为影响因素路径条件组合的总体覆盖率约为0.918919, 总体一致性约为1, 均达到了0.9的阈值标准。其中, 地方情感和怀旧情感特性是最关键的影响因素; 旅游者具有地方情感、怀旧情感特征时, 其他影响因素都可能在“特定情境”下发挥作用。据此提出了生活空间重构旅游者的乡村游憩影响路径模型, 揭示了“乡村情感—游憩意向路径”“计划行为—游憩意向路径”“游憩愿望路径”和“情感行为综合路径”四类影响路径的作用机制。旅游从业者可以据此寻找与旅游者游憩最匹配的产品开发解决方案。

关键词: 生活空间变迁; 游憩影响因素; 乡村旅游者; 定性比较分析

乡村旅游作为新常态下旅游业与乡村经济发展的新增长点, 是有效解决“三农”问题, 快速推进乡村振兴的重要途径之一, 能够突破中国长期以来单向的工业化、城镇化发展理念, 从而践行“望得见山、看得见水、记得住乡愁”的理念^[1-3]。乡村旅游是促进乡村多功能发展的重要表现, 能有效提升农户生计方式的选择^[4,5]。在我国当下实践中, 乡村旅游的主要客源市场以城镇居民为主, 其中大量旅游者具有乡村生活的经历^[6], 这类旅游者经历了从农村到城市生活空间重构的共同特征, 也是本文的主要研究对象。该群体在经历时间和空间维度的重构中, 身份认同受到城市和乡村的双重影响^[7], 不仅要尽快融入城市物质空间、行为空间和情感空间, 还试图需要探寻“家”以外能够带给人情感依恋的空间。乡村地区对他们而言具有特殊的地方情感, 存在独特的乡村文化符号情感体系。而乡村旅游活动是生活空间重构者缓解情感依恋的最佳载体, 也是乡村旅游人地关系形成和变化的重要因素^[8]。

旅游者在经历生活空间重构过程中, 对乡村旅游地环境的认知也在不断发生变化, 这是旅游者与目的地二元结构动态演化博弈的过程。在此过程中, 空间变化塑造着人对

收稿日期: 2019-12-25; 修订日期: 2020-05-25

基金项目: 中国科学院区域可持续发展分析与模拟重点实验室开放基金项目(KF2020-03); 国家自然科学基金项目(41571140); 上海师范大学旅游学院学术前瞻性研究项目(KY2020-BX4)

作者简介: 张圆刚(1982-), 男, 安徽黄山人, 博士, 副教授, 研究方向为乡村旅游、旅游经济等。

E-mail: 634985206@qq.com

“地”的认知,这种认知反过来会修正旅游者的需求和人对“地”的主观改造行为,从而推动乡村旅游人地关系不断演变。在地理学领域,旅游发展被认为是“留住乡愁”的有效途径,诸多研究将“乡愁”作为旅游者的旅游动力,探讨旅游者对曾经生活过地方的重游意愿及机制^[9-12]。因此,探讨生活空间重构旅游者的乡村游憩行为的影响因素,一方面有助于理解生活空间重构旅游者的乡村游憩行为的形成机理,另一方面有助于培育生活空间重构旅游者对乡村旅游的积极态度和价值观的认可,对促进乡村振兴具有重要作用。

1 文献综述

1.1 乡村旅游者的行为意向

国内外对乡村旅游者游憩行为的研究主要集中在游客的动机、游憩价值、影响因素、消费情感与旅游忠诚、行为特征等方面^[13-16],研究主题以旅游者对于特定乡村旅游目的地的感知^[17,18]、信息选择^[19]和产品需求^[20]为主。其中,旅游憩行为意向影响因素研究一直是学者关注的重点^[21],乡村旅游者行为意向研究也处于一般游憩行为意向研究的框架之内,主要探讨的行为动力机制包括推力和拉力^[22,23];动力因素包括回归自然、欣赏田园风光、体验乡村文化^[24],放松、休闲、户外活动求知、探亲访友^[25],观光、游乐等^[26,27]。同时,研究也从旅游者分类出发分析乡村游憩行为,指出乡村旅游行为受到年龄、教育、职业和经济状况的影响^[28]。其中,乡村旅游地吸引的主要旅游者在年龄上涉及多个群体,包括青年群体^[29]、老年夫妇、有孩子的家庭等,在城乡生活状态上主要以城镇居民为主^[30]。在我国乡村旅游中,旅游者的城市与乡村的空间身份对其游憩行为有重要影响,许源等^[31]指出,可根据游客的城乡属性进行市场细分。随着人地关系研究基本范式从最初的地理学为主向地理学与社会学微观个体相结合的转变,旅游者对乡村的情感已经成为人文地理学所讨论的重要话题。在这种“情感转向”的研究潮流下,地理学家开始探索情感塑造乡村社会空间的内在机制^[32,33]。可见,从人与空间角度对乡村旅游行为进行分析有利于从本质上理解乡村游憩行为的影响因素,也是理解我国当下城乡二元结构中乡村旅游者行为的有效路径。

1.2 生活空间重构旅游者及其情感

乡村旅游者以城镇居民为主,其中很大部分具有乡村生活的经历,或者父母中至少有一方来自于乡村,因此或多或少的传承了父辈的乡村记忆^[6]。目前,国内研究者对此类型市场细分的研究主要以乡村情感认同为脉络的划分标准为主,依据上述特征将乡村旅游者划分为被动随迁型旅游者、主动迁居型旅游者和从长辈记忆中获取乡村信息旅游者^[6]。但是,该研究并未进一步就旅游者地方情感类型对乡村旅游感知与行为机制的差异进行对比研究。在新型城镇化以人为本理念的推动下,需要有更多研究针对生活空间重构者的主体,即从人的角度进行深入思考,探讨随着时间推移居民内心的情感变化^[34],这不仅涉及空间的结构变动,也在时间维度上存在动态变迁。

因此,不仅需要关注生活空间重构者的城市空间融入,更需要关注在融入过程中探寻情感依恋的空间,乡村旅游活动能够对生活空间重构者起到缓解情感依恋的作用^[6,8]。西方学者早已将人地关系作为旅游研究中的重要议题,探讨旅游者与特定地域环境之间的互动机制,以及旅游者对旅游目的地产生的特定情感及其影响结果。学者们普遍认为旅游者对于特定旅游目的地越是持有正向的情感,消费行为、重游行为和口碑等行为结果产生的可能性就越大,也越有利于旅游目的地社会经济的发展^[35]。城乡空间结构对乡

村旅游行为意向的影响有其情感根源,研究者已指出乡村旅游行为的原根性诉求,认为乡村旅游的本质是乡土与人性结构的回归与重建^[36]。因此,探索生活空间重构者在城乡情感变迁中的乡村游憩行为影响因素具有重要意义。

1.3 生活空间重构旅游者的乡村游憩影响因素变量

乡村游憩影响因素研究中,怀旧情感和地方情感被认为是乡村游憩行为的主要影响因素^[37,38]。乡愁存在的本质就是怀旧,是人们在远离家乡之后对乡土人情的思念及过去生活的回忆之情^[39,40],这种情感联系也是我国乡村旅游的显著特征。黄震方等^[41]指出,乡村情感占据乡村旅游者的内心,这是促进旅游者前往乡村旅游的主要动机,并且是旅游者重游的关键因素,是被视为深入研究乡村旅游者的核心。在情感要素之外,旅游者选择乡村旅游目的地也受到过去的经验和预期的障碍、身边人的建议、出游态度、出游愿望(欲望)等的影响^[6,42],研究者已经提出了理论模型来解释这些因素,其中以计划行为理论(TPB)和自我调节理论(TSR)模型较为典型,被作为解释旅游行为的理论基础^[43-45]。在TPB模型中,影响个体行为最直接因素是行为意愿,而行为意愿通常受到行为态度、主观规范和知觉行为控制的影响^[46]。进一步研究指出,态度、主观规范与知觉行为会诱发具有情感性动机的愿望,进而影响行为意向^[47],即TPB模型的组合催化了愿望^[48]。研究已证明,知觉行为控制、主观规范、行为态度、愿望(欲望)和目的地知名度也是影响旅游者游憩行为的重要因素^[49-52]。基于以往研究,本文选取地方情感、怀旧情感、目的地知名度、主观规范、知觉行为控制、态度及愿望,探讨旅游者游憩行为影响因素与路径。

2 研究方法与数据来源

2.1 研究方法

2.1.1 模糊集定性比较分析

定性比较分析法(QCA)能够解决质性研究难以量化的问题,通过对复杂的多因素建构理论问题进行条件组合,分析其中的因果关系。Ragin等^[53]以模糊集定性比较分析法(fsQCA),将事件发生的所有因果相关性集合归类,常用来解释许多宏观的社会现象。该方法的主要原理是将分析要素作为前置因素,挖掘可能造成结果发生的多个组合条件,能够同时分析三个以上变量的交互效应。与传统聚类分析方法的优势在于fsQCA方法可以有效描述相同因素中的不同要素之间的交互作用,并解释不同要素在不同因素中的作用^[53]。本文中生活空间重构旅游者的乡村游憩行为影响因素复杂,因此适合利用fsQCA方法。

2.1.2 模糊集定性比较分析应用的指标

fsQCA分析结果分为复杂解、简约解和中间解,解释参数选取一致性和覆盖率作为判断标准,参数解释如下:

(1) 一致性

一致性相当于统计分析中的显著性,目的是为了判断运算条件组合的因果关系程度。即结果事件 Y 事件的产生,与原因事件 X 或多项原因事件组合的一致性程度。一致性需大于0.75,而越接近1解释力越强。

$$Consistency(X_i \leq Y_i) = \frac{\sum \min(X_i, Y_i)}{\sum X_i} \quad (1)$$

式中: X_i 为条件组合中的隶属分数; Y_i 为结果中的隶属分数; $Consistency$ 的取值范围

为 (0, 1)。

(2) 覆盖率

评估条件事件组合对于资料的判断能力, 即为覆盖率。它代表条件事件因果路径的解释能力, 覆盖率数值越高, 因果解释力越好。但覆盖率无特定标准, 一般以一致性数值为覆盖率数值的三倍作为判断依据。

$$Coverage(X_i \leq Y_i) = \frac{\sum \min(X_i, Y_i)}{\sum Y_i} \quad (2)$$

式中: *Coverage*取值范围为 (0, 1)。

2.2 数据来源与变量选取

2.2.1 问卷编制与变量测量

研究涉及的条件和结果变量均参考相关文献中具有良好信度和效度的问卷, 问卷题项衡量方式采用 Likert 的 7 点尺度量表, 对应的量值为 1~7 (从非常不同意到非常同意)。为减少一致性动机对受试者的填答阻碍, 问卷采用问项随机配置的方法。地方情感的 7 个问项参考张圆刚等^[6]设计的量表; 怀旧情感的 5 个问项参考 Muehling 等^[40]设计的量表; 知觉行为控制的 5 个问项参考 Sparks 等^[49]和 Han 等^[50]设计的量表; 主观规范的 4 个问项参考 Sparks 等^[49]设计的量表; 态度的 5 个问项参考 Sparks 等^[49]设计的量表; 愿望 (欲望) 的 4 个问项参考 Perugini 等^[51]设计的量表; 行为意向的 5 个问项参考 Han 等^[50]和 Fielding 等^[52]设计的量表。旅游目的地知名度采取直接赋值, 问卷中同时包含人口统计变量信息。

2.2.2 数据收集

为了让本文收集的样本具有一定的代表性, 问卷发放区域选择安徽省黄山市黟县的西递、宏村和古徽州文化旅游区的呈坎。三个区域均是安徽省南部民居中具有代表性的古村落, 同时也是国家 5A 级旅游景区, 其中, 西递、宏村已列入世界文化遗产名录, 调研对象为在以上案例区域进行游览的旅游者。调研小组共分为 5 组, 其中西递 2 组, 宏村 2 组, 呈坎 1 组, 每组 3 人。问卷发放主要采用便利抽样的方式, 在西递、宏村和呈坎景区内部与主要出入口、景区停车场对前来旅游的旅游者进行一对一问卷发放, 问卷由旅游者填写。调研小组于 2018 年 10 月 15 日至 10 月 22 日在上述地区进行实地问卷发放, 调研对象为有过乡村生活经历、后迁居到城市生活的旅游者。问卷内容设计中第一条即涉及是否符合调研对象的要求, 如不符合则跳至另外题项作答, 但不计入本次分析的样本发放和回收总数。符合本次调研对象的问卷共发放 300 份, 回收 289 份, 有效问卷 265 份, 有效率为 91.7%。

在样本结构方面, 男性受访者比例高于女性, 占总样本的 56.6%; 年龄方面 41~50 岁之间的受访者略高于 31~40 岁区间的受访者, 两者占总受访者的 58.1%; 受教育程度方面, 受访者以本科及以上学历者最多, 占 57.7%; 在职业方面, 受访者以专业/文教人员相对较多, 占总受访者的 32.8%; 在收入方面, 主要集中在平均月收入 2001~7000 元最多, 占 65.7% (表 1)。

2.3 变量赋值

在具体分析过程中, 模糊集定性比较分析和清晰集定性比较分析存在一定的差异。利用清晰集定性比较分析方法赋值时, 对出现的研究问题, 赋值为 1, 否则编码为 0, 进而形成可通过布尔代数的方法计算逻辑真值表, 判断可能造成结果变量发生的充分条件和必要条件。但是清晰集定性比较分析更多的是处理二分类变量, 如性别 (男/女)、子

表1 样本描述统计表 ($N=265$)
Table 1 Characteristics of the samples

变量	类别	数量/个	百分比/%	变量	类别	数量/个	百分比/%
性别	男	150	56.6	职业	公务员	42	15.8
	女	115	43.4		企事业工作人员	59	22.3
婚姻	已婚	169	63.8		专业/文教人员	87	32.8
	单身	96	36.2		服务销售人员	41	15.5
子女	有	138	52.1		其他	36	13.6
	无	127	47.9	月薪/元	2000以下	22	8.3
年龄/岁	30(含)以下	52	19.6		2001~5000	88	33.2
	31~40	69	26.0		5001~7000	86	32.5
	41~50	85	32.1		7001~10000	36	13.6
	51(含)以上	59	22.3		10001以上	33	12.4
教育程度	高中及以下	49	18.5	逗留天数/天	1	145	54.7
	专科	63	23.8		2~3	102	38.5
	本科	85	32.1		>3	24	6.8
	硕士及以上	68	25.6				

女(有/无)等, 研究中出现的连续变量无法简单的编码为0或1, Ragin等^[53]以模糊定性比较分析法, 通过隶属度能够将连续变量编码为0~1的隶属度分数。

本文的问卷题项采用7级Likert量表, 故数据需符合模糊集定性比较分析的赋值要求。因问卷题项均为正向表述, 在变量真值表构建过程中, 界定分值在4~7时, 赋值(校准)为0~1, 其中分值为7时, 赋值为1, 分值小于4时, 则赋值为0, 数据分析使用fsQCA 3.0软件完成。

3 结果分析

3.1 CMV检验

本文分析主要为多变量, 因此, 如何避免各变量之间的高相关是需要重点关注的。实际上, 变量之间的高相关出现的因素种类有很多, 其中测量误差是导致变量之间膨胀的重要因素, 也是造成共同方法变异(CMV)出现的原因。本文采用William等^[54]、Podsakoff等^[55]建议的ULMC对收集的数据进行CMV的检验, 该方法最大的优势是不排斥问题的存在, 而是假设CMV存在时, 是否对分析的结果产生显著影响。首先假设: $H_0=$ CMV对本文构建的模型参数估计的结果没有显著影响, 通过对数据进行分析, 具体为: $D\chi^2=105.259$, $CMIN=3.865$, $P=0.132$, 由此可以看出, 假设CMV存在的条件下, P 值未显著, 构建的模型不会受到CMV的显著影响, 即CMV不会对数据产生测量误差影响。

3.2 信度与效度分析

采用Amos软件中内置的最大似估计法进行验证性因素分析, 评价各变量的拟合指标是否满足标准, 进而判断构建的模型是否合理。对题项的因素负荷量(λ 值)标准值小于0.6进行删除^[56], 用于研究整体模型的题项为29个。通过对题项的偏态值和峰度值分析可以得出, 偏态值介于-0.665~0.196, 满足偏态绝对值小于3的标准; 峰度值介于-0.869~1.859, 满足峰度绝对值小于10的标准^[56]。

从表2可知,各个潜在变量的衡量指标因素负荷量介于0.719~0.949,满足因素负荷量不低于0.6的标准;Cronbach's α 的值分别为0.859、0.809、0.805、0.815、0.897、0.905、0.885,满足大于0.7的要求;组合信度(CR)值分别为0.927、0.900、0.810、0.884、0.928、0.917、0.881,符合大于0.7的要求;平均萃取变异量(AVE)值分别为0.680、0.642、0.588、0.657、0.763、0.735、0.714,符合大于0.5的标准^[56]。

效度检验包括收敛和区别效度两种,由表2可以看出,各潜在变量AVE的值介于0.588~0.763,满足收敛效度均大于0.5的标准;区别效度的检验同样参考Kline^[56]的建议准则,若各潜在变量的AVE值大于各变量之间相关系数的平方,则具有良好的区别效度。通过表3可以看出,区别效度的检验同样满足要求。

表2 变量分析结果

Table 2 Results of variable analysis

变量	题项	因素负荷量	Cronbach's α	<i>t</i>	CR	AVE
地方情感	对乡村旅游有强烈认同感	0.789***	0.859	—	0.927	0.680
	参加乡村旅游对我非常特别	0.809***		12.335		
	对我而言乡村旅游无法取代	0.819***		12.589		
	乡村旅游容易得到较高满意度	0.806***		13.321		
	自己会主动参加乡村旅游	0.869***		15.498		
	我对乡村旅游很有兴趣	0.852***		15.459		
怀旧情感	到乡村去旅游能回忆过去的的生活	0.819***	0.809	—	0.900	0.642
	到乡村去旅游能想起童年时家人的模样	0.758***		12.565		
	到乡村去旅游能想起一段难忘的时光	0.815***		12.576		
	到乡村去旅游能想起难忘的伙伴	0.795***		15.005		
	到乡村去旅游能想起某个充满回忆的地方	0.817***		11.895		
知觉行为控制	对我而言参与乡村旅游是容易的	0.719***	0.805	—	0.810	0.588
	没有其他因素阻碍我来乡村旅游	0.819***		12.565		
	只要我愿意就可以来乡村旅游	0.759***		10.887		
主观规范	家人认为这是有意义的事	0.832***	0.815	—	0.884	0.657
	多数人赞同我去乡村旅游	0.752***		12.556		
	来自于朋友的影响或建议	0.796***		13.232		
	朋友认为这是有意义的事	0.859***		13.569		
态度	参与乡村旅游活动是愉悦的	0.859***	0.897	—	0.928	0.763
	参与乡村旅游是件有意义的休闲活动	0.917***		16.335		
	乡村旅游可以留下美好的回忆	0.919***		17.769		
	乡村旅游可以增长见闻	0.792***		12.659		
愿望(欲望)	如果可以,我想到乡村地区旅游	0.785***	0.905	—	0.917	0.735
	我非常渴望到乡村地区旅游	0.849***		15.459		
	我享受去乡村旅游	0.932***		16.821		
	我感觉有一种冲动或需求想到乡村旅游	0.856***		17.769		
行为意向	我会推荐他人去乡村旅游	0.852***	0.865	—	0.881	0.714
	我会愿意再度参与乡村旅游	0.949***		16.556		
	我会因当地特色活动去旅游	0.719***		15.219		

注:***表示 $P < 0.001$,目的地知名度为类别变量,不纳入分析。

表3 区别效度分析

Table 3 Analysis of discriminant validity

变量	<i>AVE</i>	1	2	3	4	5	6	7
地方情感	0.680	0.680						
怀旧情感	0.642	0.565	0.642					
知觉行为控制	0.588	0.395	0.365	0.588				
主观规范	0.657	0.366	0.358	0.219	0.657			
态度	0.763	0.412	0.419	0.321	0.219	0.763		
愿望（欲望）	0.735	0.391	0.378	0.305	0.359	0.365	0.735	
行为意向	0.714	0.419	0.442	0.205	0.232	0.359	0.445	0.714

注：下三角为变量的皮尔森相关系数的平方，对角线为*AVE*值，目的地知名度为类别变量，不纳入分析。

3.3 单变量的充分性和必要性分析

在QCA分析中，覆盖率和一致性分别用来判断条件变量*X*集合对结果变量*Y*集合解释的必要条件和充分条件。那么覆盖率是*X*与*Y*的交集占*Y*集合的比例，若*Y*是*X*的子集，则构成*X*的条件变量是结果*Y*发生的必要条件。而一致性是*X*与*Y*的交集占*X*集合的比例，若*X*是*Y*的子集，则构成*X*的条件变量是结果变量*Y*发生的充分条件^[57]。在旅游研究中，关于旅游者游憩行为的影响因素因果关系往往比较复杂，在定义变量时难免会产生差异性。因此，研究者并不完全按照子集关系的要求，分析时通常会调高0.1的校准值，阈值达到0.9。

首先，对单项乡村游憩影响因素是否能够构成结果变量的必要条件进行检测。通过表4可以得出，分析的所有单项因素都构不成旅游者乡村游憩的必要条件。地方情感、怀旧情感、知觉行为控制的一致性相对较高，根据分析看出单个条件并不能得到想要的预期结果，需要进行条件组合，优化方案结果才能满足要求。可以看出，当旅游者产生乡村游憩行为时，并没有特定条件总会出现，即没有单个因素是结果变量的必要条件。

表4 单项因素的一致性和覆盖率

Table 4 The consistency and coverage of individual factors

变量	一致性	覆盖率
地方情感	0.871429	0.794737
怀旧情感	0.857143	0.717808
知觉行为控制	0.628571	0.756522
主观规范	0.528571	0.602778
态度	0.628571	0.880000
愿望（欲望）	0.620000	0.837838
目的地知名度	0.385714	0.731035

3.4 定性比较分析

模糊集定性比较分析法能够对结果发生的条件进行深入的诠释，在样本数量以及变量的数目不是太大的情况下，fsQCA能有利于了解某些导致影响结果发生的条件^[53]。本文使用模糊集定性比较法对变量数之间的一致性与覆盖率进行分析，探讨不同影响因素与结果之间的联系。

一般而言，进行模糊集定性比较分析时，一致性需要大于0.75，运算的条件组合对实际现象则具有解释能力，才能表示具有良好的一致性关系。综合考虑一致性门槛值不低于0.75的建议标准^[57]，并为了追求结果对研究问题解释的精确度，本文在分析中将一致性阈值设为0.9；为保证案例频数不小于频数阈值的条件——组合覆盖率至少达到75%~90%的案例样本。

通过对 128 份个案数据进行标准分析,在运用 fsQCA 3.0 进行分析时会输出复杂解、简化解和中间解,这三种解的主要区别是各自包含了多少逻辑余项,也即反事实假设的条件组合。其中,复杂解排除了所有反事实组合;简化解则基于两类反事实分析,其中的条件变项十分稳定,不受研究者对简单类反事实分析的条件变项设定的影响;中间解居于其中,仅基于简单类反事实分析,其中的条件变项可能因研究者设定不同的简单类反事实条件而消失,在实际应用中,简化解和中间解共同包含的条件变项通常被称为核心条件,而仅在简化解中包含的条件变项被称为辅助或边缘条件。大多数使用质性比较分析方法的研究者都倾向使用中间解作为充分条件组合的结果。本文的复杂解、简化解和中间解的条件组合一致,且一致性及覆盖率的数值亦相同,因此采用中间解结果,共归纳出 8 条路径,如表 5 所示。这 8 种组合中的任意组合,结果变量的充分必要条件都不满足,总是存在另外的路径可以解释。

表 5 模糊集定性比较分析结果

Table 5 The result of fuzzy set qualitative comparative analysis

序号	组合	原始覆盖率	净覆盖率	一致性
1	地方情感*知觉行为控制*怀旧情感*~目的地知名度*主观规范	0.405405	0.162162	1
2	地方情感*知觉行为控制*态度*怀旧情感*~目的地知名度*~愿望(欲望)	0.5140541	0.217027	1
3	~地方情感*知觉行为控制*态度*怀旧情感*~目的地知名度*愿望(欲望)	0.2340541	0.174054	1
4	地方情感*~态度*怀旧情感*~目的地知名度*主观规范*愿望(欲望)	0.243243	0.117027	1
5	地方情感*~知觉行为控制*态度*怀旧情感*目的地知名度*主观规范	0.324324	0.324324	1
6	地方情感*知觉行为控制*态度*~怀旧情感*目的地知名度*~主观规范*~愿望(欲望)	0.027027	0.027027	1
7	地方情感*知觉行为控制*~态度*~怀旧情感*目的地知名度*主观规范*~愿望(欲望)	0.021115	0.021115	1
8	地方情感*~知觉行为控制*态度*~怀旧情感*目的地知名度*~主观规范*愿望(欲望)	0.019858	0.019858	1
总体一致性: 1				
总体覆盖率: 0.918919				

由表 5 可知,8 种组合中的任意组合的阈值都满足一致性要求,说明旅游者乡村游憩行为影响因素的充分条件可以由这些组合构成。原始覆盖率介于 0.019858~0.5140541 之间,可以得出,并不存在单个组合能够完全解释所有个案,旅游者乡村游憩行为确实是在特定情境下形成的。净覆盖率介于 0.019858~0.324324 之间,说明对于个案而言,旅游者乡村游憩行为影响因素组合是唯一的,大多数旅游者都受到多种组合影响。

3.5 影响旅游地居民感知路径组合分析

通过应用模糊集定性比较分析方法,计算精简后共有 8 组充分条件组合,总体覆盖率约为 0.918919,表示所有旅游地居民感知影响因素中,有 91.89% 都包含在该 8 种条件组合路径中,总体一致性约为 1,均达到了 0.9 以上的阈值标准。因此,该 8 个条件组合能够有效解释旅游地居民感知的影响因素组合。总体看来,地方情感出现的频率最高,在 8 个条件组合中出现了 7 次;同时,没有任意一个条件组合能够完全脱离地方情感或怀旧情感而产生影响,二者以组合或单独形式出现在 8 个条件组合之中,二者的同时出现与其他要素的组合也产生了净覆盖率最高的组合。进一步分析可以看出,影响旅游地居民

感知的8个条件组合构成了四大类路径，分别为人地情感化路径、人地参与化路径、人地系统化路径与人地经济化路径，基于分析结果，研究提出人地关系对居民感知的影响路径模型（图1）。

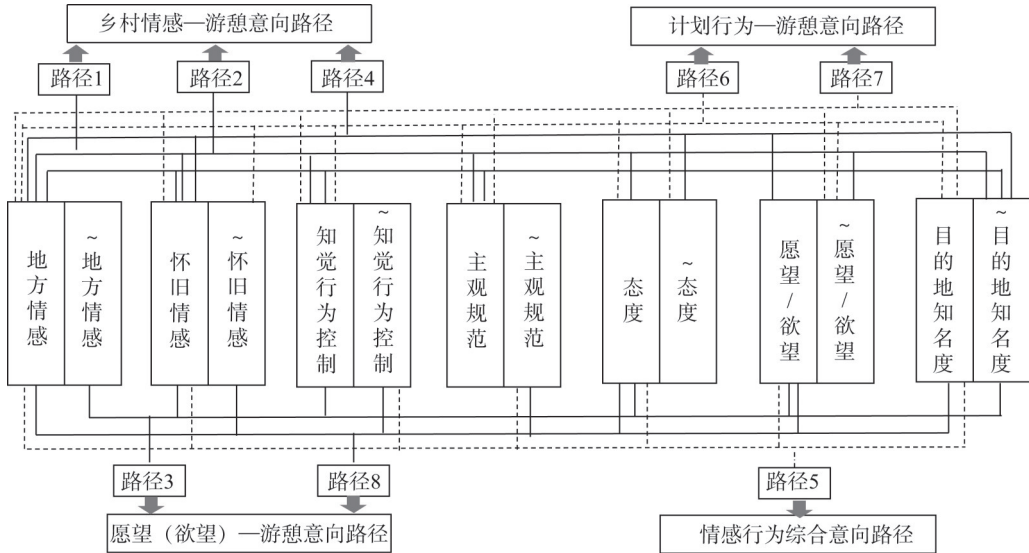


图1 生活空间重构旅游者的乡村游憩影响路径模型

Fig. 1 Influencing factors and path model analysis of rural tourism based on tourists' living space changes

第一大类为“乡村情感—游憩意向路径”，包括条件组合1、条件组合2和条件组合4，其中间解分别为“地方情感*知觉行为控制*怀旧情感*~目的地知名度*主观规范”“地方情感*知觉行为控制*态度*怀旧情感*~目的地知名度*~愿望（欲望）”和“地方情感*~态度*怀旧情感*~目的地知名度*主观规范*愿望（欲望）”。可以看出，该类型围绕“地方情感+怀旧情感”发挥作用，同时，当组合1和组合2中加入了知觉行为控制要素，产生了比组合4更高的净覆盖率，说明在情感要素之外加入行为控制要素会增加乡村游憩行为意向的产生。第二大类为“计划行为—游憩意向路径”，该类型围绕TPB模型中的多个要素发挥作用，包含条件组合6和条件组合7，其中，组合6的中间解分别为“地方情感*知觉行为控制*态度*~怀旧情感*目的地知名度*~主观规范*~愿望（欲望）”，受到计划行为理论（TPB）模型中两个要素，即知觉行为控制和态度要素的主要影响；组合7的复杂解为“地方情感*知觉行为控制*~态度*~怀旧情感*目的地知名度*主观规范*~愿望（欲望）”，受到计划行为理论（TPB）模型中知觉行为控制和主观规范要素的主要影响。可以看出，在计划行为路径发挥作用时，离不开情感要素与目的地知名度的共同作用。第三大类为“游憩愿望路径”，包含组合3与组合8，其中间解分别为“~地方情感*知觉行为控制*态度*怀旧情感*~目的地知名度*愿望（欲望）”和“地方情感*~知觉行为控制*态度*~怀旧情感*目的地知名度*~主观规范*愿望（欲望）”，该两个条件组合路径的共同特征包含“愿望（欲望）”要素，均未出现“地方情感+怀旧情感”或“地方情感+知觉行为控制”的组合，其净覆盖率都比较低。第四类为“情感行为综合路径”，包含一个条件组合，即组合5，其中间解为“地方情感*~知觉行为控制*态度*怀旧情感*目的地知名度*主观规范”。该条件组合拥有最高的净覆盖率，其中包含两个情感要素，即

地方情感和怀旧情感；两个TPB模型要素，即态度与主观规范；以及目的地知名度要素。

4 结论与讨论

4.1 结论

本文立足于乡村游憩多种因素影响的现实条件，重点研究经历生活空间变迁且过往具有乡村生活经历的旅游者。从旅游者乡村游憩影响因素由各个单项因素组成的理论关系出发，依据数据特点利用模糊集定性比较分析，探寻由地方情感、怀旧情感、主观规范、知觉行为控制、态度、愿望（欲望）、旅游目的地知名度组成的旅游者乡村游憩影响的构型。该方法能够更深层次地挖掘旅游者乡村游憩影响因素的组合，这些组合都能够很好地解释结果变量。研究发现：

(1) 对于单项因素来说，虽然地方情感、怀旧情感、知觉行为控制的一致性相对较高，但所有单因素都构不成旅游者乡村游憩的必要条件，需要进行条件组合。

(2) 通过应用定性比较分析，遵循以布尔最小化逻辑精简后得到的充分条件组合共有8条，这8条旅游者乡村游憩行为影响因素路径条件组合的总体覆盖率约为0.918919，即在本文中所有旅游者乡村游憩行为影响因素中，有约91.89%都落入了以上8种条件组合，总体一致性为1，均超过了本文规定0.9的阈值标准。

(3) 研究发现的组合中，地方情感出现的频率最高；同时，没有任意一路径组合能够完全脱离地方情感或怀旧情感而产生影响，二者以组合或单独形式出现在8个条件组合之中，二者的同时与其他条件组合出现也产生了净覆盖率最高的组合，而主观规范和知觉行为控制仅在“特定情境”下发挥作用。

第四，8个条件组合显示可归纳为4种游憩意向影响路径，包括“乡村情感—游憩意向路径”“计划行为—游憩意向路径”“游憩愿望路径”和“情感行为综合路径”。具有最高解释力的条件组合综合了地方情感和怀旧情感两个情感要素、态度与主观规范两个TPB模型要素以及目的地知名度要素。

4.2 讨论

乡村旅游是加快乡村振兴战略的重要途径，是学界应重点关注的领域。探寻旅游者乡村游憩影响的组合因素，对精准开发乡村旅游产品有重要的指导意义。本文为乡村旅游产品创新开发提供参考“秘方”，可供乡村旅游目的地依据自身发展情况和环境进行选择，精准开发对旅游者有影响力的新产品。

对于乡村旅游目的地的经营者而言，应首先考虑目标市场旅游者的过去生活方式有可能带来的阻碍，开发的新产品必须具有能够正向提升旅游者乡村游憩行为的效果。在地方情感和怀旧情感等因素影响下，乡村旅游者所找寻的旅游目的地与自我印象越一致，且容易满足个人情感，就越容易造成正向增强效果。旅游者生活空间变迁对乡村印象、地方情感和怀旧情感等的变化是旅游目的地经营者必须考虑的问题。如何探索旅游者因地方情感和怀旧情感等因素而影响其游憩行为的深层次原因，需要进一步挖掘。

对于本文案例地西递、宏村和呈坎来说，旅游者绝大多数为城镇居民，且相当一部分拥有乡村生活的经历。地方情感和怀旧情感已成为旅游者游憩行为决策系统中的核心决定因素。在地方情感的组成因素中，怀旧情感和知觉行为控制贡献度最大；怀旧情感的组成因素中，离不开地方情感或TPB模型中的知觉行为控制或态度的共同作用，表明

上述乡村旅游目的地是与旅游者心中(梦想中)相契合的情景。旅游从业者可以从徽派民居特色、皖南乡村景观、徽州乡村文化、黄山乡风民俗、乡村农耕技艺等方面树立典型乡村性,强化讲解系统,赋予景观深刻的寓意与内涵,在单纯观光游览活动之余使旅游者获得内心的感触和启示,增强旅游者的地方情感,满足旅游者对乡村旅游目的地产生眷恋之情。这也是促进乡村文化活态传承,在城镇化进程中保护和发扬国民情感的有效路径。

在我国独特的城乡结构中,生活空间重构者是一个缩影,代表了我国乡村与城市空间发展与国民情感变迁的复杂机制。因此,探索生活空间重构者乡村旅游行为,挖掘其地方情感、怀旧情感以及游憩行为的演化机制,不仅有助于精准定位乡村旅游市场,有针对性地发展乡村旅游资源和产品,促进乡村旅游产业发展,也是深入理解城镇化发展中居民生活空间转换中的心理变迁、情感路径的有效入口,为理解新型城镇化发展中的乡村与城市互动提供基于以人为本理念的理论入口。

参考文献(References):

- [1] 陆林,任以胜,朱道才,等. 乡村旅游引导乡村振兴的研究框架与展望. 地理研究, 2019, 38(1): 102-118. [LU L, REN Y H, ZHU D C, et al. The research framework and prospect of rural revitalization led by rural tourism. Geographical Research, 2019, 38(1): 102-118.]
- [2] 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. 地理研究, 2015, 34(8): 1409-1421. [HUANG Z F, LU L, SU Q, et al. Research and development of rural tourism under the background of new urbanization: Theoretical reflection and breakthrough of predicament. Geographical Research, 2015, 34(8): 1409-1421.]
- [3] 魏鸿雁,陶卓民,潘坤友,等. 乡村旅游与新型城镇化耦合发展研究:以江苏省为例. 南京师大学报:自然科学版, 2020, 43(1): 83-90. [WEI H Y, TAO Z M, PAN K Y, et al. Study on coupling development of rural tourism and new urbanization: A case study of Jiangsu province. Journal of Nanjing Normal University: Natural Science Edition, 2020, 43(1): 83-90.]
- [4] 谷晓坤,陶思远,卢方方,等. 大都市郊野乡村多功能评价及其空间布局:以上海89个郊野镇为例. 自然资源学报, 2019, 34(11): 2281-2290. [GU X K, TAO S Y, LU F F, et al. Multi-functional evaluation of metropolitan suburbs and its spatial difference: A case study of 89 towns in Shanghai. Journal of Natural Resources, 2019, 34(11): 2281-2290.]
- [5] 刘俊,张恒锦,金滕滕,等. 旅游地农户生计资本评估与生计策略选择:以海螺沟景区为例. 自然资源学报, 2019, 34(8): 1735-1747. [LIU J, ZHANG H J, JIN M M, et al. The evaluation of households' livelihood capital and their livelihood strategies in the tourist area: A case study in Hailuoguo Scenic Area. Journal of Natural Resources, 2019, 34(8): 1735-1747.]
- [6] 张圆刚,余向洋,程静静,等. 基于TPB和TSR模型构建的乡村旅游者行为意向研究. 地理研究, 2017, 36(9): 1725-1741. [ZHANG Y G, YU X Y, CHENG J J, et al. Recreational behavior and intention of tourists to rural scenic spots based on TPB and TSR models. Geographical Research, 2017, 36(9): 1725-1741.]
- [7] 李志刚,梁奇,林赛南. 转型期中国大城市流动人口的身份认同、特征与机制. 地理科学, 2020, 40(1): 40-49. [LI Z G, LIANG Q, LIN S N. Identity, characteristics and mechanism of migrants in large Chinese cities of transitional China. Scientia Geographica Sinica, 2020, 40(1): 40-49.]
- [8] 黄震方,黄睿. 基于人地关系的旅游地理学理论透视与学术创新. 地理研究, 2015, 34(1): 15-26. [HUANG Z F, HUANG R. The theoretical perspective and academic innovation of tourism geography based on human-environment interactions. Geographical Research, 2015, 34(1): 15-26.]
- [9] 王新歌,张希月,陈田. 基于游客的乡愁文化元素认知影响因素研究:以徽州地区为例. 地理研究, 2020, 39(3): 682-695. [WANG X G, ZHANG X Y, CHEN T. Influencing factors of tourists' cognition of local nostalgic cultural elements: Take Huizhou region as a case study. Geographical Research, 2020, 39(3): 682-695.]
- [10] 刘沛林. 新型城镇化建设中“留住乡愁”的理论与实践探索. 地理研究, 2015, 34(7): 1205-1212. [LIU P L. The theory and practice exploration of "remembering nostalgia" in the construction of new urbanization. Geographical Research, 2015, 34(7): 1205-1212.]
- [11] HSU C H, CAI L A, WONG K K. A model of senior tourism motivations: Anecdotes from Beijing and Shanghai. Tour-

- ism Management, 2007, 28(5): 1262-1273.
- [12] XU J, HUANG S S. Exploring mainland Chinese students' motivations of revisiting Hong Kong as a familiar place and their links to student life experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2018, 7(3): 50-57.
- [13] ALMEIDA A M, PIMPÃO A C. Segmentation by benefits sought: The case of rural tourism in Madeira. *Current Issues in Tourism*, 2013, 17(9): 813-831.
- [14] DEVESA M, LAGUNA M, PALACIOS A. The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 2010, 31(4): 547-552.
- [15] DONG E W, WANG Y W, MORAIS D, et al. Segmenting the rural tourism market: The case of Potter county, Pennsylvania. *Journal of Vacation Marketing*, 2013, 19(2): 181-193.
- [16] 粟路军, 黄福才. 服务公平性、消费情感与旅游者忠诚关系: 以乡村旅游者为例. *地理研究*, 2011, 30(3): 463-476. [SU L J, HUANG F C. A study on the relationships of service fairness, consumption emotions and tourist loyalty: A case study of rural tourists. *Geographical Research*, 2011, 30(3): 463-476.]
- [17] LOUREIRO S M. Satisfying and delighting the rural tourists. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2010, 27(4): 396-408.
- [18] 蔡伟民. 乡村旅游地游客感知价值及重游意愿研究: 以成都三圣乡为例. *西南民族大学学报: 人文社科版*, 2015, 36(5): 134-138. [CAI W M. A study on perceived value and willingness to revisit of rural tourists: A case study of Sansheng township, Chengdu. *Journal of Southwest University for Nationalities: Humanities and Social Sciences*, 2015, 36(5): 134-138.]
- [19] 李绍刚, 葛学峰, 张娜. 乡村旅游者信息选择偏好差异研究. *资源开发与市场*, 2014, 30(2): 247-251. [LI S G, GE X F, ZHANG N. Study on difference of information selection preference of rural tourists. *Resource Development & Market*, 2014, 30(2): 247-251.]
- [20] 单浩杰. 呼和浩特市居民乡村旅游需求的实证研究. *干旱区资源与环境*, 2015, 29(5): 203-208. [SHAN H J. Empirical study on rural tourism demand of Hohhot city residents. *Journal of Arid Land Resources and Environment*, 2015, 29(5): 203-208.]
- [21] RID W, EZEUDUJI I O, PROEBSTL H U. Segmentation by motivation for rural tourism activities in the Gambia. *Tourism Management*, 2014, 40(2): 102-116.
- [22] 张一, 邱洁威, 邵林涛, 等. 乡村旅游拉力动机的结构及旅游者类型分析. *干旱区资源与环境*, 2014, 28(10): 191-196. [ZHANG Y, QIU J W, SHAO L T, et al. The structure of pull motivations of rural tourism and the segmentation of rural tourists. *Journal of Arid Land Resources and Environment*, 2014, 28(10): 191-196.]
- [23] PESONEN J A. Segmentation of rural tourists: Combining push and pull motivations. *Tourism and Hospitality Management*, 2012, 18(1): 69-82.
- [24] 张春花, 卢松, 魏军. 中国城市居民乡村旅游动机研究: 以上海、南京为例. *桂林旅游高等专科学校学报*, 2007, 18(5): 703-706. [ZHANG C H, LU S, WEI J. Research on the urban residents' rural tourism motivations of China: The case study of Shanghai and Nanjing city. *Journal of Guilin Institute of Tourism*, 2007, 18(5): 703-706.]
- [25] 杨新军, 李佳. 乡村旅游客源结构分析: 以西安市上王村农家乐为例. *云南师范大学学报: 哲学社会科学版*, 2013, 45(1): 25-32. [YANG X J, LI J. Analysis of the composition of rural ecotourists: A case study of agro-tourism in Shangwang village of Xi'an. *Journal of Yunnan Normal University: Humanities and Social Sciences Edition*, 2013, 45(1): 25-32.]
- [26] FLEISCHER A, PIZAMA A. Rural tourism in Israel. *Tourism Management*, 1997, 18(6): 367-372.
- [27] 李玉新, 靳乐山. 基于游客行为的乡村地区游憩价值研究: 以北京市延庆县为例. *旅游学刊*, 2016, 31(7): 76-84. [LI Y X, JIN L S. Recreational value of rural areas based on tourists' behavior: The example of Yanqing county. *Tourism Tribune*, 2016, 31(7): 76-84.]
- [28] GONZÁLEZ X A R, ROGET F M. Rural tourism demand in Galicia, Spain. *Tourism Economics the Business & Finance of Tourism & Recreation*, 2006, 12(1): 21-31.
- [29] 钟诚, 朱创业, 肖晓, 等. 青年旅游者乡村旅游消费行为实证分析: 以成都市为例. *资源开发与市场*, 2010, 26(5): 475-476, 480. [ZHONG C, ZHU C Y, XIAO X, et al. A empirical study on tourism consumption behavior of young tourists in rural tourism: Taking Chengdu city as an example. *Resource Development & Market*, 2010, 26(5): 475-476, 480.]
- [30] BESSIERE J. Tibere Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 2013, 93(3): 3420-3425.
- [31] 许源, 陶卓民, 周年兴, 等. 逃避视角下乡村旅游行为特征、机制与模式: 以南京高淳国际慢城为例. *地域研究与开发*, 2019, 38(3): 95-101. [XU Y, TAO Z M, ZHOU N X, et al. Characteristics, mechanism and pattern of rural tourism

- behaviorin perspective of escape: A case study of Gaochun International Slow City. *Areal Research and Development*, 2019, 38(3): 95-101.]
- [32] 高权, 钱俊希. “情感转向”视角下地方性重构研究: 以广州猎德村为例. *人文地理*, 2016, 31(4): 33-41. [GAO Q, QIAN J X. Negotiating place-restructuring from the perspective of emotional geographies: A case study of Liede village, Guangzhou. *Human Geography*, 2016, 31(4): 33-41.]
- [33] DAVIDSON J, SMITH M. Emotional geographies. *International Encyclopedia of Human Geography*, 2010, 63(2): 156-157.
- [34] 朱竑, 李如铁, 苏斌原. 微观视角下的移民地方感及其影响因素: 以广州市城中村移民为例. *地理学报*, 2016, 71(4): 637-648. [ZHU H, LI R T, SU B Y. The migrants' sense of place and its influencing factors on a microcosmic perspective: A case study of the migrants in the urban villages in Guangzhou. *Acta Geographica Sinica*, 2016, 71(4): 637-648.]
- [35] CHEN N, DWYER L, FIRTH T, et al. Conceptualization and measurement of dimensionality of place attachment. *Tourism Analysis*, 2014, 19(3): 323-338.
- [36] 陶玉霞. 乡村旅游需求机制与诉求异化实证研究. *旅游学刊*, 2015, 30(7): 37-48. [TAO Y X. An empirical study of the demand mechanism and appeals-alienation of rural tourism. *Tourism Tribune*, 2015, 30(7): 37-48.]
- [37] ROUTLEDGE C, WILDSCHUT T, SEDIKIDES C, et al. The power of the past: Nostalgia as a meaning-making resource. *Memory*, 2012, 20(5): 452-460.
- [38] CHANG C T, FENG C C. Bygone eras vs. the good Ol'days: How consumption context and self-construal influence nostalgic appeal selection. *International Journal of Advertising*, 2016, 35(3): 589-615.
- [39] WILDSCHUT T, SEDIKIDES C, ARNDT J, et al. Nostalgia: Content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2006, 91(5): 975-993.
- [40] MUEHLING D D, PASCAL V J. An involvement explanation for nostalgia advertising effects. *Journal of Promotion Management*, 2012, 18(1): 100-118.
- [41] 黄震方, 黄睿. 城镇化与旅游发展背景下的乡村文化研究: 学术争鸣与研究方向. *地理研究*, 2018, 37(2): 233-249. [HUANG Z F, HUANG R. Research progress on rural culture in the context of rapid urbanization and tourism development: Academic debate and future research prospects. *Geographical Research*, 2018, 37(2): 233-249.]
- [42] 万绪才, 丁敏, 张钟方, 等. 南京市城市居民对乡村旅游发展的感知及旅游行为研究. *地域研究与开发*, 2011, 30(6): 102-105, 110. [WAN X C, DING M, ZHANG Z F, et al. Analysis of inbound tourism market based on allocation effect in Nanjing. *Areal Research and Development*, 2011, 30(6): 102-105, 110.]
- [43] AJZEN I, DRIVER B L. Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, 1992, 24(3): 207-224.
- [44] BAMBERG S, AJZEN I, SCHMIDT P. Choice of travel mode in the theory of planned behavior: The roles of past behavior, habit and reasoned action. *Basic and Applied Social Psychology*, 2003, 25(3): 175-187.
- [45] CHEN M F, TUNG P J. Developing an extended theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 2014, 36: 221-230.
- [46] 孙涛, 欧名豪. 计划行为理论框架下农村居民点整理意愿研究. *华中农业大学学报: 社会科学版*, 2020, (2): 118-126, 168. [SUN T, OU M H. Study on influence and mechanism of households' willingness in rural settlements consolidation based on the framework of theory of planned behavior. *Journal of Huazhong Agricultural University: Social Sciences Edition*, 2020, (2): 118-126, 168.]
- [47] BAGOZZI R P. The self-regulation of attitudes, intentions and behavior. *Social Psychology Quarterly*, 1992, 55(2): 178-204.
- [48] DAVIS W A. The two senses of desire. *Philosophical Studies*, 1984, 45(2): 181-195.
- [49] SPARKS B, PAN W G P. Chinese outbound tourists: Understanding their attitudes, constraints and use of information sources. *Tourism Management*, 2009, 30(4): 483-494.
- [50] HAN H S, HSU L T, SHEU C. Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 2010, 31(3): 325-334.
- [51] PERUGINI M, BAGOZZI R P. The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 2001, 40(1): 79-98.
- [52] FIELDING K S, MCDONALD R, LOUIS W R. Theory of planned behaviour, identity and intentions to engage in environmental activism. *Journal of Environmental Psychology*, 2008, 28(4): 318-326.
- [53] RAGIN C C, SEDZIAKA A A. *QCA and Fuzzy Set Applications to Social Movement Research*. Chicago: University of Chicago Press, 2013.

- [54] WILLIAMS L J, COTE J A, BUCKLEY M R. Lack of method variance in self-reported affect and perceptions at work. *Journal of Applied Psychology*, 1989, 74(3): 462-468.
- [55] PODSAKOFF P M, MACKENZIE S B, LEE J Y, et al. Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 2003, 88(5): 879-903.
- [56] KLINE R B. *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: Guilford Press, 1998.
- [57] RAGIN C C. Set Relations in social research: Evaluating their consistency and coverage. *Political Analysis*, 2006, 14(3): 291-310.

Influencing factors and path analysis of rural tourism based on tourists' living space changes: A fuzzy set qualitative comparative analysis

ZHANG Yuan-gang^{1,2}, YU Xiang-yang³

(1. College of Tourism, Shanghai Normal University, Shanghai 200234, China;

2. Key Laboratory of Regional Sustainable Development Modeling, CAS, Beijing 100101, China;

3. School of Tourism, Huangshan University, Huangshan 245041, Anhui, China)

Abstract: As a national strategy, the policy of rural revitalization is of great significance. Rural tourism is not only one of the important ways to promote rural revitalization but also an effective way to protect and utilize rural resources. To explore the travel influencing factors of rural tourists, this study aims at the core element of rural tourism development. We utilized the questionnaire survey and fuzzy set qualitative comparative analysis to investigate multivariate interactions between variables. The results showed that among the 128 combinations of local emotion, nostalgic emotion, subjective norms, perceptual behavior control, attitudes, desires and destination popularity, 12 had sufficient conditional configurations to influence rural tourists' travel behavior. The consistency of local emotion, nostalgic emotion, attitudes, and desires was relatively high, but it was not a necessary and sufficient condition. The overall coverage of the conditional combination of 12 paths was about 0.9165 and the overall consistency was about 0.918919, both of which met the threshold of 0.9. Tourists were affected by multiple combinations with local emotion and nostalgia as the key factors, which were specific conditions to activate other influencing factors. This paper puts forward the influencing factors and path model of rural tourism based on tourists' living space changes, and reveals the mechanism of four kinds of influence paths: the path of "rural emotion-recreation intention", the path of "planning behavior-recreation intention", the path of "recreation desire-recreation intention" and the emotion-behavior synthesis path. This study also aims at helping the tourism practitioners find the most suitable product development solutions for tourists' recreation.

Keywords: living space changes; influencing factor of tourism; rural tourists; qualitative comparative analysis