



doi:10.11835/j.issn.1008-5831.2016.04.023

欢迎按以下格式引用:易婧,卢东,吕婵,屈锡华.个体行为视角下社区信任对社区养老服务选择意愿的影响研究[J].重庆大学学报(社会科学版),2016(4):186-193.

Citation Format: YI Jing, LU Dong, LV Chan, QU Xihua. The effect of the community trust on the resident's intention to take part in the community elderly care service: From the individual behavior perspectives[J]. Journal of Chongqing University(Social Science Edition), 2016(4):186-193.

个体行为视角下社区信任对社区养老服务选择意愿的影响研究

易婧¹, 卢东², 吕婵³, 屈锡华¹

(1. 四川大学公共管理学院, 四川成都 610065; 2. 四川师范大学商学院, 四川成都 610101; 3. 澳门科技大学商学院, 澳门 999078)

摘要:文章基于经典态度—行为研究理论构建社区养老服务选择模型,以四川省成都市社区养老服务为例进行实证研究。实证数据结果显示,感知社区形象和感知社区服务质量积极影响公众对社区的信任感,并进一步正向影响公众对社区养老服务选择意愿。社区信任在感知社区形象与社区养老服务选择意愿之间具有部分中介作用,在感知社区服务质量与社区养老服务选择意愿之间具有完全中介作用。本研究结论能为认识社区信任在社区养老服务管理实践中的重要性提供理论指导。

关键词:感知社区形象;感知社区服务质量;社区信任

中图分类号:C913.6 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5831(2016)04-0186-08

进入21世纪,中国经济在高速发展的同时,全社会也正加速进入老龄化社会。养老服务已被列为国家“十三五”规划的重点发展领域,转变养老服务发展观念,建立多层次养老服务体系,亟需不断创新养老模式,科学、合理地引导城乡居民接受、选择养老服务新常态。其中,以“互联网+养老”、“医养结合”为代表的社区养老服务模式在2016年两会期间得到了与会代表的热议。社区养老作为三大主流养老服务模式之一,综合了居家养老和机构养老的优势,在学术界同样得到广泛关注。过去学者对中国社区养老服务问题研究主要集中在两个方面:一是从经验分析角度出发,采用定性研究方法论述社区养老服务需求的形成机制^[1-2];二是从需求弹性角度出发,采用Logistic回归等定量方法研究社区养老服务需求总体状况及结构特征^[3-4]。虽然不同学者探讨影响养老服务需求因素各有侧重,但基本离不开年龄、性别、受教育程度、职业等人口统计变量,及健康状况、家庭经济状况、居住方式、社会保障情况等特征指标。在最近几年的研究中,多数学者都是以补充一些新的变量作为影响因素,逐渐丰富养老服务需求意愿的影响机制。如田北海和王彩云以农村老年人为例,把养老服务分为日常生活照料服务、医疗护理服务、精神慰藉和社会参与服务及权益

修回日期:2016-03-19

基金项目:中央高校基本科研基金项目(2016SZYQN52);教育部人文社会科学研究青年基金项目(15XJC790008);四川省教育厅科研重点项目(16SA0014)。

作者简介:易婧(1988-),女,成都人,四川大学公共管理学院博士研究生,主要从事人力资源与社会保障研究;卢东(1975-),男,乐至人,四川师范大学商学院副教授,博士,硕士研究生导师,主要从事组织行为、消费者行为研究;吕婵(1985-),女,北京人,澳门科技大学商学院助理教授,博士,主要从事会计学、统计学研究;屈锡华(1950-),男,泸州人,四川大学公共管理学院教授,博士研究生导师,主要从事公共管理、社会保障研究。

保障服务 4 个维度,进一步探索不同维度养老服务对于中国农村地区老年人养老服务需求的重要性^[5]。颜秉秋和高晓路则强调社区服务作为城市居民养老的关键承载条件,并以社区服务为中心针对 6 类不同社区模式研究城市老年居民对养老服务的态度意愿^[6]。Chen 对中国台湾地区的样本研究发现,老年人的社会参与程度也构成了影响台湾老年人养老意愿的主要因素^[7]。

然而回顾过去关于养老服务需求的实证研究发现,绝大多数研究是以群体为对象,很少从个体行为角度探讨城乡居民对养老服务选择意愿的形成过程和决策机理。经典态度—行为研究理论指出,个体意愿及行为决策往往受到个体对该事物的态度评价和个人信念等因素的影响^[8]。养老服务选择作为一种个体决策行为,同样能够在此研究范式下解释说明。因此,本文从个体行为视角出发,以四川省成都市社区养老服务为例,探索研究个体感知社区形象、社区服务质量、社区信任形成居民养老服务模式选择意愿的内在机制。

一、文献回顾及概念界定

社区和社区服务的概念都源自于 19 世纪末期,发达资本主义国家为了缓解西方社会工业化、城市化所带来的一系列社会问题,成立了社区服务组织。世界上第一个以济贫为目的的社区服务组织是在 1869 年英国伦敦成立的慈善组织会社。随后,社区服务的内容从简单的对抗贫穷范围扩大到了二战后的建立收容机构、对伤残人员的救助和康复工作;随之产生的全球范围内的贫穷问题、妇女儿童问题、老龄化问题等,由于政府力量和资源的有限性,社区公共服务的涵盖范围的局限,社区服务的内容也由单纯的福利性、非营利性转向了由福利性和营利性相结合^[9]。在中国,社区和社区服务的概念都是西方国家的舶来品,在充分结合了中国社会发展的特点后,唐钟新将社区服务定义为“在党和政府的主导下,依托社区组织动员各方面力量,利用各方面资源,直接为社区广大成员提供福利型、公益性服务和便民利民的生活服务,以不断满足社区成员日益增长的物质文化需要的过程”^[10]。这一定义说明中国社区服务的性质既包含了福利性服务,同时也包含了多元化差异性的经营性服务。社区养老服务是社区服务的重要内容,在实践中社区养老服务又称为社区助老服务、社区老年服务、社区老龄服务等。虽然名称各异,但都是指老年人在日常生活所在地域社区乃至更小的家庭范围,享受社区为其提供的各方面服务^[11]。中国社区养老服务面临的现实背景是老龄化趋势逐步加快,老龄需求的多元化多层次发展愈演愈烈。在政府资源和能力都有限的情况下,满足了老年群体的基本养老权利和需求后,社区养老服务在以社会效益为重的前提下可适当开展低偿和有偿服务^[12]。学术界大多赞同这种观点,如此实践既可以保证政府提供的基本养老服务覆盖面广,保证资源的有效利用;又能够促进社区老年服务的健康发展,满足更加多元化的养老服务需求。为政府腾出空间、时间、资源,在制定政策、规划方向和提供监管方面更好实现其职能。

目前,中国社区养老服务的发展并不像预期中那样顺利。一方面由于中国传统的养老模式是居家养老,沿袭了千年根深蒂固的思想和传统不是一时半会能够得到改变。有学者通过研究发现,目前老年人普遍对社会组织信任和认可度较低,因此不相信社会力量能够提供让自己满意的养老服务,不愿意选择除传统居家养老以外的养老服务方式^[13];许多老人认为,现有的社区养老重心还停留在关注孤寡、高龄、苦难老人身上,没有普及到一般普通老年群体上来,没有真正深入到家庭乃至个人的身心健康方面^[14],因此众多普通老年人宁愿足不出户在家进行所谓的养老也不愿意信任社区提供的养老服务。另一方面,政府提供养老服务也处于一种转型的时期,在服务质量上也存在着这样那样的问题。吉鹏从委托代理视角出发,提出由单一委托变为多元委托有利于效率和质量的提高的观点,前提是服务安排与直接生产分离^[15]。但是在中国传统养老服务领域中,大部分养老服务由政府提供安排,同时也由政府直接生产,这必然导致服务提供效率低下、质量不高。并且,现阶段仍然存在信息不对称现象和老年人对养老服务需求表达诉求途径的缺失。同时,社区养老服务人员有专兼职人员及志愿者,专职人员一般是政府任命的原社区工作人员,他们没经过专业培训就上岗,局限于帮助老年人料理日常家务,不能够提供专业的医疗照顾和精神服务,难以适应老年人多层次、多样化的服务需求^[16],具备较高水平的专业人员由于待遇较低而不愿进入社区,加重了社区养老专业服务的困难程度,服务质量也得不到应有的保障^[17]。综上所述,如果能够在社区养老服务中,重塑养老群体对社区的信任感,优化社区形象,提高社区养老服务质量,那么就能够在社区养老这一模式的有效有序发展,这对老龄化问题为中国带来的困扰和病垢无疑是一剂良药。

历史经验告诉我们,公众对政府公共事务管理的信任感受到多种因素的影响,但现有文献均认为政府形象和总体服务质量是决定政府公信力最重要的两个方面^[18]。增强社区信任,无疑有益于提升公众与社区

的沟通协作,也就有助于社区养老等新事物、新举措、新政策在社区的顺利开展。本文所指社区信任是指社区公众对其所在社区的心理认同。过去研究中,高勇已经对政府信任做出了比较完善的界定,公众对政府信任评价水平包含以下几个方面的内容:政府是否愿意听取老百姓意见、现有政策是否为老百姓考虑、老百姓利益是否得到切实包含、处理事情是否公道恰当、是否能处理好突发事件、政府工作人员的能力是否较强^[19]。借用政府信任的内涵,社区信任即表现为该社区公众从对社区工作的综合评价后产生的认同感。社区形象被认为是政府形象在一定地域范围的缩影。研究中国政府形象的文献指出,政府形象是社会公众对政府综合认识而形成的整体印象和评价,即代表了政府的整体素质、综合能力和施政业绩在公众中获得的认识和评价^[20]。社区形象则是社区公众对本社区的总体印象和评价,不仅代表了社区的身份与个性,还反映了该社区的功能结构、整体视觉等特征^[21]。社区形象的内涵包括了社区环境、公共物品、居民面貌等有形要素,以及社区理念、社区制度、居民素质等无形要素^[22]。因而本研究中的感知社区形象即为社区公众对以上有形和无形要素经过长期综合发展而形成的潜在和直观的评价。感知社区服务质量源自 Parasuraman 等对顾客感知服务质量经典评测模型 SERVQUAL 理论所作出的概念引申^[23]。基于 SERVQUAL 模型,国内学者吕维霞定义了感知行政服务质量,是指公众对其所感知到的行政服务表现和实际绩效水平的总体评价,能够用便利性、相应性、透明性、时效性、保证性等多种维度来对行政服务水平进行综合评价^[24]。同理,感知社区服务质量则可以定义为社区公众对社区行政服务质量的感知和评价,是社区公众对社区行政服务实际表现的测评。

综上,由于社区是个体能享受到政府公共服务的最小单元,本文在讨论个体产生社区养老服务意愿的形成过程时,皆以社区作为评价范围探讨社区信任感的建立是如何受到个体对社区形象和社区服务质量感知评价的影响,从而进一步加强个体积极参与社区养老服务的意愿,意在挖掘其中的内在机制。

二、研究假设及概念模型

社区信任作为社区公众对所在社区的心理认同,这种认同感是其对社区总体评价后的态度结果,在本研究中主要来自对社区形象和社区服务质量两个方面的评价和态度。尽管过去的研究中还缺乏将社区信任作为感知社区形象和感知社区服务质量的后果变量的实证模型,但吕维霞和王永贵有关政府公信力的类似研究已经证明,政府公信力直接受到政府形象和公众总体感知服务质量的积极影响^[18]。另外,俞晓静等通过对城市社区老年群体的研究发现,老年群体对社区形象的认可度在一定程度上影响对该社区的信任感,如果政府能够为社区的老年群体提供良好的社会网络环境,为其提供身心愉悦的生活场所和娱乐设施,则能够普遍提高他们对该社区的依赖程度和信任感^[25]。梁莹还通过对城乡社区居(村)委会满意度的调研发现,村(居)委会的服务质量显著影响村(居)民对社区的信任感,村(居)委会的服务质量越好,村(居)民表现出的社区信任感就越强^[26]。

综上,本文做如下假设:

H1:感知社区形象正向影响社区信任。

H2:感知社区服务质量正向影响社区信任。

根据经典态度—行为研究理论,个体行为受到个体态度评价的影响作用,本研究中社区养老服务选择意愿亦是一种行为结果变量,会受到感知社区形象、感知社区服务质量、社区信任3个态度评价变量的影响。在旅游行为研究中,类似的框架模型指出,影响旅游服务选择意愿的前因变量包含旅游组织形象、旅游服务质量以及顾客的信任感^[27]。在对具有明显服务业特征的休闲餐饮业进行研究的文献已证实,休闲餐饮业的形象(地理位置、功能设置等)得到的评价越好就越容易获得消费者更多的青睐^[28],蒋廉雄和卢泰宏也发现服务品牌形象对消费者行为具有显著的积极影响^[29]。赵晓煜和曹忠鹏在对以享乐型服务消费为情境的实证研究成果指出,感知服务质量能够直接促进顾客行为意向^[30]。而在旅游服务情境下,信任感有助于促进顾客对旅游服务的选择意愿^[31]。在本研究中,社区养老服务具有服务消费的特点,因此研究个体的社区养老服务选择意愿时做出如下假设:

H3:感知社区形象正向影响社区养老服务意愿。

H4:感知社区服务质量正向影响社区养老服务意愿。

H5:社区信任正向影响社区养老服务意愿。

综上所述,本文提出研究概念模型,如图1所示。

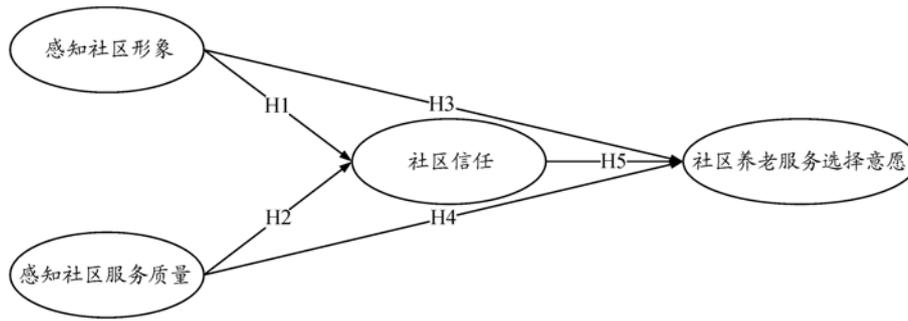


图1 研究概念模型

三、研究方法

(一) 研究设计

本文采用问卷调查法收集数据。问卷量表包含4个潜变量共16个测量题项,所有测量题项均直接引用或根据研究情境改编自己已有成熟量表,对外量表的翻译由本文作者及两名博士生分别进行双向翻译后修订而来。其中,测量感知社区形象的题项借鉴了谈志林对社区形象层次的界定^[21]。测量感知社区服务质量的题项参考了吕维霞的公众感知行政服务质量量表题项^[24]。测量社区信任的题项参考了高勇的政府信任量表题项^[19]。测量养老服务选择意愿的题项改编自Zeithaml等对行为意愿的测量题项^[32],在该变量题项之前还以文字引导语形式对社区养老服务进行说明。

在完成量表设计后,本文作者首先进行预测试,邀请本单位同事及部分学生家长作为被试者填写问卷(样本量 $N=87$)。然后根据回收问卷数据对量表进行纯化,删除对Cronbach's α 值有负面贡献、Item-to-total相关系数低的题项。最后,采用专家访谈形式与2位专家及部分被试者面对面交流后将量表题项的语义做出修订,符合中文语境。经过以上步骤,最终确定用于正式调查所使用的问卷量表(量表题项见表1)。所有量表题项均采用7点李克量表形式,即1表示非常不同意,7表示非常同意,4表示中立。在正式调查中,选取四川省成都市成华区双林社区、锦江区莲花社区、武侯区玉林社区作为抽样数据采集地,邀请本科生作为志愿者用2周时间在以上3个社区发放、收集调查问卷。本次调查计划发放450份问卷,实际回收375份问卷,经过对作答不完整、不规范问卷排查后,得到有效问卷323份,回收问卷有效率达到86.1%。对回收问卷样本具体人口统计量表如表2所示。

表1 问卷量表及信度与效度检验

潜变量	测量题项	λ	t	CR	AVE
感知社区形象	XX1:我感觉我生活的社区具有明确的发展规划和功能定位	0.873	34.01	0.87	0.69
	XX2:我的社区能提供满足我日常生活需求的基本条件	0.886	29.62		
	XX3:我的社区非常重视宣传和培训,来提高社区公民素质	0.729	15.12		
感知社区服务质量	ZL1:社区为我提供详细信息,能方便了解办事程序和要求	0.895	27.39	0.86	0.67
	ZL2:我感觉社区服务人员态度主动热情,平和亲民	0.870	29.37		
	ZL3:我感觉社区的办事过程和结果都是公开、透明的	0.666	12.84		
社区信任	XR1:我相信老百姓的利益得到了本社区的保护	0.601	9.32	0.87	0.59
	XR2:我相信本社区处理事情公道恰当	0.839	23.63		
	XR3:我相信本社区能处理好突发事件	0.900	39.73		
	XR4:我相信本社区工作人员办事能力比较强	0.837	23.75		
	XR5:总的来说,我非常信赖本社区	0.602	11.00		
社区养老服务选择意愿	SQ1:我会积极参与体验这种养老服务	0.760	17.95	0.90	0.65
	SQ2:我会考虑这种类型的养老服务作为我的首选	0.799	21.39		
	SQ3:即便是花费更多,我也会选择这种养老服务	0.862	27.29		
	SQ4:我会鼓励我的亲朋好友也选择这种养老服务	0.835	19.50		
	SQ5:这种形式的养老服务是我最想要的	0.754	16.92		

表2 人口统计变量表

人口统计变量	变量取值	人数	百分比(%)	人口统计变量	变量取值	人数	百分比(%)	
性别	男性	141	43.7	目前从事的职业 或退休前长期 从事的职业	公务员	10	3.1	
	女性	182	56.3		事业单位员工	25	7.7	
民族	汉族	299	92.6		国有企业职工	66	20.4	
	其他民族	24	7.4		外资企业职工	11	3.4	
婚姻状况	未婚	72	22.3		其他企业职工	158	48.9	
	已婚	245	75.9		自由职业	35	10.8	
	其他	6	1.9		企业主/老板	5	1.5	
年龄	30岁及以下	81	25.1		家庭主妇/无固定职业	13	4.0	
	31~40岁	67	20.7		目前税前月收入	3000元及以下	33	10.2
	41~50岁	84	26.0			3001~4500元	78	24.1
	51~60岁	78	24.1	4501~6000元		100	31.0	
	61岁及以上	13	4.0	6001~7500元		55	17.0	
无	103	31.9	7501~9000元	31		9.6		
子女数量	1个	186	57.6	9001~12000元	19	5.9		
	2个	33	10.2	12001元及以上	7	2.2		
	3个及以上	1	0.3					

(二) 信度与效度检验

采用 Anderson 和 Gerbing 的方法通过验证性因子分析(CFA)对量表的测量题项进行信度和效度的检验^[33]。由 Mplus 软件计算得出结果,该模型卡方值为 $\chi^2 = 234.783$ ($df = 97$), $p < 0.001$; 输出的模型拟合指标显示, CFI = 0.925, TLI = 0.907, SRMR = 0.071, RMSEA = 0.066。拟合指标中, $\chi^2/df = 2.42$, CFI、TLI > 0.90, SRMR、RMSEA < 0.08, 表明模型整体拟合效果较好。统计结果同时表明, 所有潜变量的建构信度(CR)均高于 0.70, 显示测量具有很好的信度; 同时各个观测变量测量题项与对应潜变量的标准化因子载荷(λ)均高于 0.60, 大多数载荷高于 0.70, t 值在 $p < 0.001$ 的水平显著, 并且各个潜变量的平均方差抽取量(AVE)均大于 0.50, 表明测量具有很好的聚敛效度。另外, 每一个潜变量的 AVE 均大于其他潜变量的标准化相关系数平方(表 3), 因此各潜变量具有较好的判别效度。

表3 判别效度检验

潜变量	1. 感知社区形象	2. 感知社区服务质量	3. 社区信任	4. 社区养老服务选择意愿
1. 感知社区形象	0.69			
2. 感知社区服务质量	0.38	0.67		
3. 社区信任	0.16	0.15	0.59	
4. 社区养老服务选择意愿	0.49	0.27	0.33	0.65

注: 对角线上的数值为 AVE, 对角线下的数值为潜变量间标准化相关系数平方。

(三) 假设检验

由 Mplus 输出的模型拟合指标显示, $\chi^2 = 234.782$ ($df = 97$), $p < 0.001$; 输出的模型拟合指标显示, CFI = 0.925, TLI = 0.907, SRMR = 0.071, RMSEA = 0.066。拟合指标中, $\chi^2/df = 2.42$, CFI、TLI > 0.90, SRMR、RMSEA < 0.08, 表明模型整体拟合效果较好(图 2)。拟合模型结果显示, 社区信任同时受到感知社区形象($\beta = 0.252$, $p = 0.005$)和感知社区服务质量($\beta = 0.231$, $p = 0.007$)的双重正向影响, 原假设 H1 和 H2 均得到支持。社区养老服务选择意愿受到感知社区形象($\beta = 0.522$, $p < 0.001$)和社区信任($\beta = 0.348$, $p < 0.001$)的正向影响, 原假设 H3 和 H5 得到支持; 但社区养老服务选择意愿受到感知社区服务质量($\beta = 0.061$, $p = 0.408$)的正向影响不够显著, 因此原假设 H4 没有得到支持。

采用分步回归对拟合模型进行中介效应检验, 回归结果显示所有回归方程容忍度(Tolerance)介于 0.708 ~ 1.000 之间, 方差膨胀因子(VIF)介于 1.000 ~ 1.412 之间, 两者均处于可以接受的临界值范围内, 表明不存在多重共线性。各个回归方程(M1、M2、M3、M4)的 Durbin-Watson 值均接近 2(表 4), 表明也不存在序列相关问题。因此, 模型整体较适合进行回归分析。通过 M1、M2、M3、M4 的回归模型, 前因自变量感知社区形象、感知社区服务质量对结果因变量社区养老服务选择意愿, 以及中介变量社区信任存在显著的影

响(M1、M2);中介变量社区信任也对结果因变量社区养老服务选择意愿存在显著影响(M3)。参考温忠麟等对中介效应检验方法的建议可知^[34],感知社区形象与感知社区服务质量对社区养老服务选择意愿具有正向显著相关作用,并且受到社区信任的中介影响。在M4中,感知社区形象与社区养老服务选择意愿之间的相关系数仍为正向显著,但β值较M1有所减少,说明受到社区信任的部分中介作用;此外,感知社区服务质量与社区养老服务选择意愿之间的相关系数不再显著,说明在此中介路径中受到社区信任的完全中介作用。

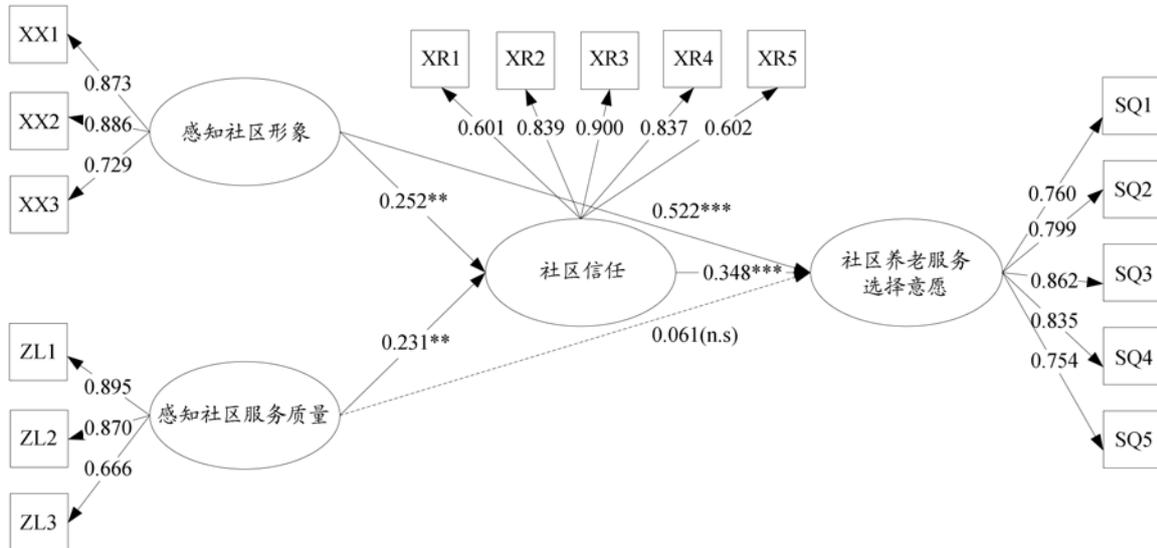


图2 假设模型拟合结果图

注:***、**分别表示回归系数在 $p < 0.001$ 、 $p < 0.01$ 的置信水平下显著;n.s表示不显著。

表4 中介效应检验

	M1(社区养老服务选择意愿)	M2(社区信任)	M3(社区养老服务选择意愿)	M4(社区养老服务选择意愿)
自变量				
感知社区形象	0.427***	0.346***	N/A	0.286***
感知社区服务质量	0.166**	0.216***	N/A	0.079n.s
社区信任	N/A	N/A	0.562***	0.405***
模型参数				
F	60.273	48.846	147.852	70.730
R ²	0.274	0.234	0.315	0.399
ΔR ²	0.269	0.229	0.313	0.394
Durbin-Watson 值	1.881	1.888	1.649	1.791

注:***表示 $p < 0.001$,**表示 $p < 0.01$,n.s表示 $p > 0.05$,系数为标准化后的值。

(四)讨论

由拟合模型所示,感知社区形象和感知社区服务质量能显著正向影响社区信任,这与吕维霞和王永贵研究政府公信力直接受到政府形象和公众总体感知服务质量的积极影响有类似的结果^[18]。说明要提升社区公众对本社区的信任感,需要积极提升社区形象,以及努力提高社区服务质量水平。本研究结果还指出,社区公众感知到良好的社区形象、对社区产生较强的信任感都是能够有效促进社区公众积极选择社区养老服务的前提条件。但与赵晓煜和曹忠鹏研究享乐型服务消费情境下感知服务质量能够直接促进顾客行为意向的结果不一致^[30],本研究中社区公众感知到社区服务质量水平的高低没有对他们是否积极选择社区养老服务的意愿产生直接影响,原因推测有两方面:一方面,相较于旅游、餐饮等享乐服务,养老服务既是一种远期消费服务,也是一种长期供给服务,作为消费者的社区公众有可能不会因为在近期或短时间内获得的对社区服务质量评价来决定他们是否积极参与社区养老的意愿。另一方面,在中国国情和传统“家文化”影响之下,社区公众参与社区养老还要考虑家庭、子女等多种因素,不会像选择旅游、餐饮服务那样完全只根据自己对服务质量的独立判断来做出是否积极参与社区养老的决定。所以本文认为社区公众所感知到的社区服务质量水平对他们选择社区养老服务意愿的影响具有一定程度的局限性。本文中介检验结果还指出,即便感知社区服务质量不能直接影响社区养老服务选择意愿,但可以经过社区信任的完全中介来间接

促进社区公众的选择行为。由此,社区信任在社区养老服务选择意愿的形成机制中突显出重要性。心理学研究指出,信任能够培养积极行为的产生,过去的实证研究也发现,组织信任在帮助员工做出组织公民行为等积极行为时也有显著的正向作用^[35]。因此,要鼓励社区公众对社区养老服务产生积极的选择意愿,提高他们的社区信任感是不可或缺的有效途径。

四、研究结论与意义

(一)研究结论

笔者基于经典态度—行为研究理论提出假设、建立概念模型,实证结果发现社区公众在考虑社区养老服务选择意愿时会受到他们对社区形象的感知评价和来自社区信任感的正向影响,而感知社区形象和感知社区服务质量同时促进了社区公众形成社区信任。实证结果还显示,在本研究情境下社区公众感知到的社区服务质量不能直接决定他们的社区养老服务选择意愿,必须经过社区信任的中介作用间接影响他们对社区养老服务的选择。在社区养老服务选择意愿产生机制中,社区信任作为核心要素,帮助个体将对社区积极的态度评价转化为积极的选择行为。

(二)研究意义与展望

本文从个体行为视角出发研究社区养老服务选择意愿,在理论意义方面对过去相关主题文献中缺乏行为研究范式做出了理论模型补充,在一定程度上丰富了多视角下社区公众对选择社区养老服务问题的认识。在管理意义方面,由本文实证结果指出良好的社区形象和高水平的社区服务质量有助于帮助社区公众积极选择、参与社区养老服务。对此,社区管理机构及相关政府部门在推广社区养老服务模式时,应加大宣传力度、提高办事能力、普及公共德育教育,方能科学、合理地引导社区公众对养老新常态有更深入的认识,同时还应当不断将社区服务从公开、公平、透明、实效、亲民等多方面改进工作,以此增进社区公众对社区的信任感,从而有效促进社区公众积极选择参与社区养老。本文还存在一些研究局限,在样本采集上仅采用大型城市成熟社区,研究范围没有考虑偏远地区乡镇村社区,对于宗族关系纽带更紧密的同姓乡镇村社区样本是否能在本文概念模型中得到有效验证,还有待今后做出进一步探讨。

参考文献:

- [1]董红亚. 中国政府养老服务发展历程及经验启示[J]. 人口与发展, 2010, 16(5): 83-87.
- [2]王海英, 梁波. 老龄化与养老服务: 香港的经验与启示[J]. 中国人力资源开发, 2014(16): 85-90.
- [3]龙书芹, 风笑天. 城市居民的养老意愿及其影响因素[J]. 南京社会科学, 2007(1): 98-105.
- [4]陈志科, 马少珍. 老年人居家养老服务需求的影响因素研究[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2012, 18(3): 26-30.
- [5]田北海, 王彩云. 城乡老年人社会养老服务需求特征及其影响因素——基于对家庭养老替代机制的分析[J]. 中国农村观察, 2014(4): 2-17.
- [6]颜秉秋, 高晓路. 城市老年人居家养老满意度的影响因子与社区差异[J]. 地理研究, 2013, 32(7): 1269-1279.
- [7]CHEN Y J, CHEN C Y. Living arrangement preferences of elderly people in Taiwan as affected by family resources and social participation[J]. Journal of Family History, 2012, 37(4): 381-394.
- [8]AJZEN I, FISHBEIN M. Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research[J]. Psychological Bulletin, 1977, 84(5): 888-918.
- [9]杨玉宏. 城市残疾人社区服务多元主体建设探讨[D]. 武汉: 华中师范大学, 2013.
- [10]唐忠新. 迈向和谐社会的社区服务[M]. 北京: 中国社会出版社, 2006.
- [11]李学斌. 我国社区养老服务研究综述[J]. 宁夏社会科学, 2008(1): 42-46.
- [12]张文范. 社区养老社会化服务的战略意义[J]. 上海城市管理职业技术学院学报, 2004, 13(6): 22-24.
- [13]杨琦, 罗遐. 政府购买居家养老服务问题研究——基于新公共服务理论的视角[J]. 长春大学学报, 2014, 24(5): 581-584.
- [14]朱慧. 我国社区养老服务文献综述[J]. 劳动保障世界, 2011(12): 75-78.
- [15]吉鹏, 李放. 社会养老服务供给主体间关系解析——基于委托代理理论的视角[J]. 理论导刊, 2013(5): 10-13.
- [16]卞文忠, 秦玉峰. 黑龙江省城市社区服务存在的问题及对策[J]. 商业经济, 2005(9): 7-9.
- [17]赵聪锐, 周玉萍. 城市社区养老模式探讨——城市社区老年照顾有关问题分析[J]. 山西高等学校社会科学学报, 2011, 23(2): 44-46.
- [18]吕维霞, 王永贵. 基于公众感知的政府公信力影响因素分析[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2010, 49(4): 33-39.
- [19]高勇. 参与行为与政府信任的关系模式研究[J]. 社会学研究, 2014(5): 98-119.

- [20] 陈永国. 个体特征对地方政府形象评价影响的调查研究——以上海市地方政府为例[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2010, 18 (2): 53-62.
- [21] 谈志林. 台湾的社造运动与我国社区再造的路径选择[J]. 中国行政管理, 2006, 256 (10): 83-86.
- [22] 谈志林, 张黎黎. 我国台湾地区社改运动与内地社区再造的制度分析[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2007, 37 (2): 16-24.
- [23] PARASURAMAN A, ZEITHAML V. A conceptual model of service quality and its implications for future research[J]. Journal of Marketing, 1985, 49: 41-50.
- [24] 吕维霞. 公众感知政府服务质量影响因素实证研究[J]. 国家行政学院学报, 2010(5): 75-80.
- [25] 俞晓静, 李洋, 李嗣生, 玄泽亮, 傅华. 城市社区老年人群社会资本定性研究[J]. 医学与社会, 2008, 21 (2): 1-16.
- [26] 梁莹. 居(村)委会服务质量的居民满意度研究——以两次延续性的实证调查为例[J]. 天府新论, 2012(4): 105-112.
- [27] 谢礼珊, 韩小芸, 顾贇. 服务公平性, 服务质量, 组织形象对游客行为意向的影响——基于博物馆服务的实证研究[J]. 旅游学刊, 2007, 22 (12): 51-58.
- [28] RYU K, HAN H, KIM T H. The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions[J]. International Journal of Hospitality Management, 2008, 27 (3): 459-469.
- [29] 蒋廉雄, 卢泰宏. 形象创造价值吗? ——服务品牌形象对顾客价值—满意—忠诚关系的影响[J]. 管理世界, 2006(4): 106-114.
- [30] 赵晓煜, 曹忠鹏. 享乐型服务的场景要素与顾客行为意向的关系研究[J]. 管理科学, 2010, 23 (4): 48-57.
- [31] 姚延波, 陈增祥, 贾玥. 游客对目的地的信任: 维度及其作用[J]. 旅游学刊, 2013, 28 (4): 48-56.
- [32] ZEITHAML V A, BERRY L. The behavioral consequences of service quality[J]. the Journal of Marketing, 1996, 60 (2): 31-46.
- [33] ANDERSON J C, GERBING D W. Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach[J]. Psychological Bulletin, 1988, 103 (3): 411-423.
- [34] 温忠麟, 侯杰泰, 马什, 赫伯特. 结构方程模型检验: 拟合指数与卡方准则[J]. 心理学报, 2004, 36 (2): 186-194.
- [35] 赵欣, 赵西萍, 周密, 徐海波. 组织行为研究的新领域: 积极行为研究述评及展望[J]. 管理学报, 2011, 8 (11): 1719-1727.

The effect of the community trust on the resident's intention to take part in the community elderly care service: From the individual behavior perspectives

YI Jing¹, LU Dong², LYU Chan³, QU Xihua¹

(1. School of Public Administration, Sichuan University, Chengdu 610065, P. R. China;

2. School of Business, Sichuan Normal University, Chengdu 610101, P. R. China;

3. School of Business, Macau University of Science and Technology, Macau 999078, P. R. China)

Abstract: Based on the theory of attitude-behavior relations, this research builds the framework model to make the empirical study by using the community elderly care service sample from Chengdu city, Sichuan province. The empirical data results indicate that the community trust is positively and significantly affected by two factors, the perceived community image and the perceived community service quality, and the community trust further promotes the resident's intention to take part in the community elderly care service. Moreover, the community trust partly mediates the relationship from the perceived community image to the community trust, and fully mediates the relationship from the perceived community service quality to the community trust. Therefore, the empirical results of this research can provide some guidance for understanding the importance of community trust in the community elderly care service management practices.

Key words: perceived community image; perceived community service quality; community trust

(责任编辑 彭建国)