第48卷第2期
2018年3月

浙 江 大 学 学 报(人文社会科学版)
Journal of Zhejiang University (Humanities and Social Sciences)

Vol. 48, No. 2
Mar. 2018

主题栏目：休闲文化研究

DOI：10.3785/j.issn.1008-942X.CN33-6000/C.2017.03.293

社会资本、知识转移与社区居民旅游支持态度：基于三个乡村社区样本的实证研究

周玲强[1,2]　周　波[1]

（1.浙江大学 管理学院，浙江 杭州 310058；2.浙江大学城市学院 商学院，浙江 杭州 310015）

[摘　要]知识对促进社区旅游发展和提升居民旅游支持态度具有重要意义。知识转移通过社会网络进行，与转移主客体的社会资本密不可分。基于社会资本理论和知识转移理论构建并检验社会资本、知识转移与居民旅游支持态度的关系模型，以浙江省三个乡村社区为样本，实证研究结果显示：以人际信任、互惠合作与共同愿景为要素的社会资本，通过克服居民个体理性与集体理性的冲突促进知识转移；人际信任和互惠合作通过帮助居民实现“个体理性人”向“社会人”的角色转变来提高居民旅游支持态度；知识转移通过提高居民旅游管理和创新能力以及旅游发展福利，正向影响居民旅游支持态度。基于研究结论，社区应建立旅游互助小组、社区学习社团来提高居民旅游支持态度，促进知识转移，旅游部门应承担知识中介作用，提高旅游业发展水平。

[关键词]社会资本；知识转移；社区旅游；旅游支持态度

一、引　言

社区居民参与旅游发展一直是学界和业界的关注热点。社区居民对旅游业的态度是决定当地旅游业持续发展的关键因素[1]，直接关系到社区旅游资源的开发、社区传统文化的保护与传承以及游客的旅游体验等。尤其是在乡村旅游、全域旅游发展的背景下，乡村社区已成为都市游客寻找乡愁和体验乡土气息的重要旅游目的地。一方面，乡村社区居民日常的生产和生活方式是游客眼中的旅游客体；另一方面，居民又是社区旅游发展的旅游主体。因此，成功的、可持续的社区旅游发展很大程度上取决于当地居民对旅游业的支持态度[2-3]。

一种普遍的共识是，社区居民对旅游业的支持态度是基于他们对旅游发展所产生的收益和成本的评价[4]。纵观已有研究，当前对社区居民旅游支持态度的研究主要集中在宏观和微观两个层面。宏观层面的研究主要关注经济利益、社会文化和环境影响感知对居民旅游支持态度的影响，体现在旅游发展增加就业机会、提高生活水平、增加商业和投资机会[2,5]、引发社会公平和信任危机、增加生活成本[4,6]、对环境产生正面和负面影响等[7-8]。微观层面的研究发现，社区居民的旅游支

[收稿日期]2017-03-29
[在线优先出版日期]2018-01-23
[基金项目]国家科技支撑计划课题(2015BAH31F01)
[本刊网址·在线杂志]http://www.zjujournals.com/soc
[网络连续型出版物号]CN33-6000/C

[作者简介]1.周玲强(http://orcid.org/0000-0002-2508-6379)，男，浙江大学管理学院、浙江大学城市学院商学院双聘教授，博士生导师，管理学博士，主要从事旅游规划、旅游业管理等研究；2.周波(http://orcid.org/0000-0002-7598-5866)，男，浙江大学管理学院博士研究生，主要从事旅游地管理与规划、智慧旅游研究。

持态度又受社区旅游满意度、旅游资源使用度、居民旅游参与度、居民地方依恋感等因素的影响[8-9]。总体来看,这两个层面的研究都将居民对旅游影响的感知作为研究社区居民旅游支持态度的主要视角。

近年来,关于知识转移对社区旅游与居民旅游支持态度具有重要意义的声音开始出现[10]。旅游创新发展的前提是共享,知识只有通过不断的转移才能实现知识共享。当前关于知识共享和转移的文献和实践研究绝大多数聚焦于旅游企业和组织,缺乏对社区或目的地层面的研究[11]。在社区层面,一种新的观点认为,实现知识共享就是创造社区知识[10]。知识是结构化的经验、价值和情境信息的混合,是人类对实践经验和客观世界的认知总结,也是创造世界未来的强大工具[12]。在社区旅游发展中,知识的转移和共享有助于居民积累最佳的旅游实践经验和管理方法[13],还能促进居民创新旅游产品和提高旅游服务品质[14]。换言之,知识将成为社区旅游创新发展的动力,成为提升居民旅游支持态度的重要推力。

旅游发展中出现的壁垒多、约束多等问题,源于缺乏信任、合作以及学习环境较弱[15],使知识转移和旅游创新无法进行。有效的信息和知识在利益相关者之间通过目的地网络进行转移、交换和共享,对旅游目的地竞争力的形成具有重要作用[16]。然而,旅游领域中对知识转移的研究仍然有限[17]。特别是在社区旅游中,知识转移对居民旅游支持态度的影响研究并没有受到广泛关注[18]。毋庸置疑,在社会经济和旅游业快速发展的背景下,随着社区居民与外界的交流日益增多,居民之间知识的转移和共享提高了居民在旅游发展中的决策意识、参与意识和主人翁意识。理解知识转移对社区居民来说非常重要,知识转移的价值在于把实践证明有效的知识或技能应用到不同的情境中,以提高知识的产出效应[19]。

需要指出的是,社区居民之间的知识转移是一种典型的非正式个体间知识转移的形式,其核心在于人与人之间的信任与社会交往[20]。社会资本理论为此提供了一个很好的研究视角。社会资本理论指出,嵌入在社会关系中的人与人之间的信任、规范、互惠合作、共同愿景等会影响个体的态度与行为,进而给个人和集体带来利益[21]。在社区旅游发展中,旅游产品创新、旅游服务和管理的提高非常依赖知识,社会资本通过发展社会关系可以促成集体行动,提高学习速度,从而促进居民之间知识的快速转移。知识转移和共享既能提高社区居民的创新能力,又可以内化为居民自身的素养,提升对社区旅游发展价值的认知水平,形成对旅游发展的共识和凝聚力,提高对旅游发展的支持态度,并最终推动社区旅游持续发展。

本研究通过构建"社会资本—知识转移—旅游支持态度"的关系模型,研究社会资本和知识转移对社区居民旅游支持态度的影响。学界普遍认可 Nahapiet 和 Ghoshal[22]将社会资本划分为关系维度、结构维度和认知维度,本研究分别从人际信任、互惠合作和共同愿景三个指标来探讨社会资本对居民知识转移和旅游支持态度的影响,并以浙江北部三个乡村社区为样本进行实证检验。

二、理论基础与研究假设

知识转移的概念最早由美国学者 Teece[23]提出,随后在管理学界迅速蔓延开来。就其定义而言,知识转移是知识提供者和接受者之间的互动活动,是知识接受者通过吸收所需知识并加以应用和创新的过程[24]。知识提供者引导知识接收者联结新知识和原有的知识基础,并整合应用到具体实践中[25]。知识往往以不同的方式在组织、群体或个体之间转移或传播[26]。其中,个体之间有效的知识转移往往能获得更直接、更有效的知识,是最具管理和实践价值的知识转移模式[27]。知识转移隐含着这样一个思想,即知识转移是个体间的互动交换行为,可以提升双方的知识和能力或实现共同目标。本文研究的知识转移主要是指社区居民个体之间关于旅游产品开发、旅游服务和管

理以及游客需求等相关知识和信息的转移和交换，这种转移往往能互补居民原有的知识，提高居民旅游开发和经营的水平。在此基础上，居民旅游支持态度基于他们获取新知识并将其应用到旅游开发和经营中所收获的自我满足感和成就感。

社区居民之间的知识转移是嵌入在社会关系结构中的个体间非正式的转移方式，其转移的核心在于人与人之间的信任和社会交往。在这个意义上，社会资本为知识转移提供了通道和动力。社会资本理论强调人与人之间的关系，如信任、规范和网络等[28]。Portes 指出社会资本是嵌入的结果，可以分为理性嵌入和结构性嵌入。其中，理性嵌入体现为双方对互惠的期待，而结构性嵌入则强调个体间的信任[21]。Francis Fukuyama 认为社会资本是一种有助于个体之间互相合作的非正式规范，这种非正式规范体现为互惠性，在个体不断的社会交往中出现，能促进个体的合作行为[29]。社会资本理论是一个较为宽泛的理论体系，学者对社会资本的普遍共识就是嵌入在社会关系中的信任、规范、互惠合作、共同愿景等。因此，本研究引入社会资本理论，并基于 Nahapiet 和 Ghoshal 的理论框架[22]将社会资本划分为三个维度，即社会资本关系维度、结构维度和认知维度。其中，社会资本关系维度是指关系本身的性质和根植于关系中的资产，人际信任是其中最重要的内容[30]；社会资本结构维度主要考察社会网络中成员之间的联系对个体行为的影响，互惠合作是其中的重要内容[30]；社会资本认知维度是指社会关系中共享的价值观与共同愿景等对集体目标和行为方式的理解，共同愿景是其中的重要指标[30]。基于上述分析，本文重点探讨以人际信任、互惠合作、共同愿景为要素的社会资本与知识转移和居民旅游支持态度之间的关系。

（一）社会资本与知识转移

1. 人际信任和知识转移

知识转移过程中，知识接收方所面临的困境就是为寻找所需知识而付出巨大的时间和精力，增加了转移成本；同时，知识提供方因担心自己存在的知识缺陷而向对方隐藏自身的知识领域，也会增加知识转移的难度[31]。在此情境下，信任发挥了非常重要的作用。信任能促进人们的社会交换行为，并使其愿意承担交换的风险。高水平的信任关系能够降低知识转移双方的竞争性，有效消除阻碍知识转移的因素，提升双方知识转移的意愿[32]，同时促进双方之间更频繁、深入的沟通，减少对知识有效性的验证，提高知识转移的效率[33]。Reagans 等指出，信任通过提升知识转移的开放性和促进共同问题的解决来影响知识转移和共享的过程[34]。信任可以成为一种有效的预期资产，保障知识和价值创造的开放性，促成成员间知识转移与共享[35]。在社区旅游发展中，社区居民大多数从事农家乐、民宿、旅游商品销售等个体家庭旅游经营活动，往往是以非正式网络中的个体或家庭的形式存在，社会资本也体现在家庭这种最基本的社会群体中[36]。在社区这种非正式组织网络中，居民间的信任有助于降低交易成本，提高知识转移的效率[37]。信任的提升能促成居民对旅游产品和游客需求信息的交换和共享，伴随而来的凝聚力能消除知识转移的多重障碍，使知识转移更为快速、有效[38]。同时，居民之间的信任能避免投机行为，确保知识不会被挪用或误用，使信息和知识的质量都有利于双方，从而提高知识转移的有效性[32]。基于此，本文提出如下假设：

H1：人际信任对居民之间的知识转移有正向影响。

2. 互惠合作和知识转移

知识转移是个体间的互动行为，如果知识提供方所承担的知识转移成本不能从知识接受方那里获得补偿，知识转移行为就可能终止[39]。互惠合作则为解决此困境提供了有效途径。合作伙伴之间知识转移的意愿源于双方对互惠互利的预期和维持平衡的渴望。建立在互惠基础上的合作关系，有效降低了知识转移契约履行过程中监督和谈判的成本，提高了知识转移的自由度，大大提高

了知识转移的效率[40]。知识转移通常是知识提供方与接受方之间的一种交换活动,是以公平互惠为前提的[41]。在社区旅游发展中,社区居民之间互惠合作的关系有助于开展更好的交换活动,从而加速居民之间的知识转移和交换[17]。同时,基于地方依恋情感,社区居民之间的合作行为更容易建立,频繁的联系能促进更频繁的知识转移活动[13]。Nicholas指出,社区居民之间的互惠合作有助于居民的利益最大化,增进整体福利,从而提高居民之间知识转移和共享的意愿,进而改善彼此旅游经营与管理活动[42]。基于此,本文提出如下假设:

H2:互惠合作对居民之间的知识转移有正向影响。

3.共同愿景和知识转移

在知识转移过程中,倘若没有共同的愿景和认知框架,成员之间就无法形成对任务和目标的共同理解,可能产生误解、冲突甚至自利行为[43]。共同愿景降低了知识转移双方之间相互监督的成本[40],有助于建立更紧密的情感联系,促成双方的共同行动。Borgatti等发现,当群体成员共享一个目标和愿景时,知识的转移更有效率[44]。共同愿景还能促成成员间的相互理解,并为不同成员之间的知识整合与转移创造一个约束机制[43]。在社区旅游发展中,社区居民能依靠社会资本建立社区旅游发展的共同愿景,这种愿景能整合个体和群体的资源,建立知识交流共享平台,为社区居民创造更多学习新知识的机会,从而促进知识在居民之间的转移[17]。共同愿景还有助于居民之间建立共同的工作制度和价值观,提升知识转移和分享的意愿[45]。基于此,本文提出如下假设:

H3:共同愿景对居民之间的知识转移有正向影响。

(二)社会资本与居民旅游支持态度

社会资本是一种有利于个体和社区发展的关系和资源,能在个体和邻里之间的社会交往中产生纽带作用[46],从而影响个体的态度和行为。上述社会资本的三个重要指标,即人际信任、互惠合作和共同愿景都会影响社区居民的旅游支持态度。在社区层面,Purdue认为社会资本中最重要的元素就是信任[47]。在社区旅游发展中,个体和家庭间的社会交往所产生的信任能促进居民之间的往来互动和情感联动,有助于形成支持旅游发展的共识,提高居民对旅游发展的积极态度[48]。同时,人际信任能提升居民对社区旅游发展的满意度,进而促进居民对社区旅游发展的正面评价[49]。随着社会交往的深入,社会资本在社区内不断产生和集聚,使居民从中受益,进而激发其开展互惠合作的意愿[29]。居民之间的互惠合作能让彼此享受合作的成果,并从社区旅游整体发展中获益。此外,居民建立社区旅游发展的共同愿景,能增进居民的使命感、归属感和认同感[29],促进社区居民的整体凝聚力,从而增加居民的"福利"[50],使其共同支持社区旅游的发展。基于此,本文提出如下假设:

H4:人际信任对居民旅游支持态度有正向影响。

H5:互惠合作对居民旅游支持态度有正向影响。

H6:共同愿景对居民旅游支持态度有正向影响。

(三)知识转移与居民旅游支持态度

个体间知识转移具有典型的社会交换特征,往往嵌入在社会网络关系中,能使人产生责任感和信任感[51]。Brown等认为,社区环境在促进知识转移和提高居民旅游支持态度方面发挥着重要作用[52]。在社区里,一部分有影响力的人员能扮演"边界跨越者"的角色[17],促进居民间的知识溢出,构建起社区内部更好的知识流通网络。随着知识在社区网络中进一步的流通和转移,学习和吸

收能力强的社区居民会率先成为高级管理人才[15]，他们积极引进新技术和管理方法，并引导其他居民学习新知识、新技能，帮助居民创新旅游产品的设计和营销方式，使其从中获益。这大大提升了居民自我价值实现的成就感，有助于提高社区居民学习知识的热情和将知识转化为生产力的动力，实现社区共同利益的增加[53]，从而提升居民对社区旅游发展的支持态度。此外，社区居民之间的知识转移还有助于增强处理社区旅游发展事务的能力，共同应对社区旅游发展中的环境保护、文化传承、旅游纠纷等诸多问题，有利于居民对社区旅游发展形成共识，推动社区旅游服务、管理和形象的升华，促成居民对社区旅游发展的共同使命感[54]，进而提高居民对社区旅游发展的积极态度。基于此，本文提出如下假设：

H7：知识转移对居民旅游支持态度有正向影响。

综上，本研究提出如下研究概念模型（参见图 1）。

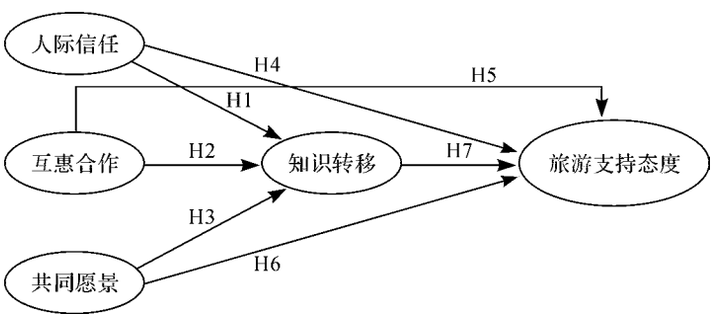


图 1　研究概念模型

三、研究设计

（一）抽样地点和数据搜集

本研究选取浙江湖州市的长兴县顾渚村、安吉县大溪村以及德清县后坞村三个乡村作为研究地点。这三个乡村的旅游开发程度较高，旅游业已成为当地社区居民解决就业渠道、提高居民收入的主要产业，在乡村旅游和全域旅游发展方面具有一定的代表性和引领性。

本研究主要采取问卷调查的方式搜集数据。问卷的发放和搜集于 2016 年 10 月到 12 月期间完成。调查工作主要对社区内从事乡村旅游的居民进行访谈和问卷调查，并指导居民对问卷题项进行客观评价。本次调查总共发放 400 份问卷，剔除任意回答以及回答不全的问卷 68 份，最终获得有效问卷 332 份，有效问卷回收率 83%。

（二）问卷设计与变量测量

本研究设计的调查问卷主要包括人口统计变量和研究构念量表题项两部分。研究构念的量表均沿用现有成熟的研究量表，通过回译的方式转译为中文，并根据本文研究的具体情境对部分题项进行了情境化修改。

人际信任主要参考了 Dallago 等[49]的研究，共 3 个题项；互惠合作参考了 Nahapiet 等[22]、Inkpen 等[55]的研究，共 4 个题项；共同愿景参考了 Tsai 等[30]的研究，共 3 个题项；知识转移参考了 Oksotva[56]的研究，共 4 个题项；社区居民旅游支持态度参考了 Nunkoo 等[57]的研究，共 4 个题项。研究量表均由受访居民按照李克特 7 点量表法进行自评（7＝完全同意，1＝完全不同意）。

在正式抽样调查前,本研究通过对社区居民进行小规模访谈和30份测试问卷考察研究量表结构和内容效度,并根据反馈结果删除了不适合研究情境的4个题项,形成最终问卷。

(三)数据分析方法

本研究主要采用结构方程模型对理论模型和研究假设进行实证检验。首先,检验数据的正态性分布和量表的内部一致性。数据结果显示,所有量表题项的偏度系数绝对值在0.01—0.619之间,小于临界值3;峰度系数绝对值均在0.073—0.671之间,小于临界值8,表明数据基本符合正态性分布,适合用极大似然估计法进行下一步的参数估计。量表α系数普遍大于0.7,说明量表具有良好的稳定性。最后,使用AMOS 17.0通过验证性因子分析(CFA)检验测量模型的信度与效度,并对结构模型的整体拟合情况和研究假设进行检验。

四、数据分析与结果

(一)样本统计情况

样本描述性统计情况如下:男性占50.6%,女性占49.4%。36—45岁、46—60岁的年龄层最多,分别占比35.7%和34.4%;其次是26—35岁,占16.9%;25岁以下与61岁以上最少,分别占5.8%和7.2%。居民初中和高中(中专)学历最多,分别占比31.9%和40.4%;其次是大学(大专)学历,占比25%;小学以下与研究生以上学历最少,占比2.1%和0.6%。月收入3 000元以下的占44.6%,3 001—5 000元的占41.9%,5 001—7 000元的占17.8%,7 001—10 000元的占8.7%,10 000元以上的占12.9%。

(二)信度与效度检验

验证性因子分析(CFA)结果显示,所有研究构念的组合信度(CR)均大于0.6,平均方差抽取量(AVE)均大于0.5,这说明本文采用的测量模型具有良好的信度(参见表1)。所有构念测量题项的标准化因子负荷普遍高于0.6($p<0.001$),显示了良好的聚合效度。

表1 验证性因子分析结果

研究构念与测量题项	标准化因子负荷	CR	AVE	Cronbach's α系数
人际信任		0.94	0.84	0.935
我非常信任住在社区里的人	0.862***			
我能从社区其他人那里得到帮助	0.946***			
总体来说,我能相信社区里的其他人对我许下的承诺	0.925***			
互惠合作		0.89	0.68	901
居民之间的互惠合作让我学到了不少东西	0.800***			
居民合作方有我方所需的互补性知识和资源	0.921***			
居民之间合作双方忠实执行各自的承诺	0.857***			
居民之间合作各方对合作的人力和物力投入充分	0.727***			

续表 1

研究构念与测量题项	标准化因子负荷	CR	AVE	Cronbach's α 系数
共同愿景		0.96	0.90	0.964
我们社区内的人愿意与别人分享相同的目标和愿景	0.929***			
共同愿景帮助居民建立明确的努力目标和完善的工作制度	0.974***			
我们社区内的人对追求集体目标和任务都有很大的热情	0.943***			
知识转移		0.94	0.81	0.948
我们在知识转移中获得了很多重要的知识	0.970***			
社区内部知识转移提升了居民的专业知识水准	0.876***			
社区居民对社区内部知识转移的效果感到满意	0.801***			
社区内部知识转移提升了居民创新能力	0.955***			
居民旅游支持态度		0.89	0.68	0.743
我很支持社区积极发展旅游业	0.918***			
我很欢迎游客来本地旅游	0.430***			
旅游业是社区最重要的产业	0.936***			
发展旅游业是社区正确的发展方向	0.924***			

注：$n=332$，*** 表示 $p<0.001$。

对于区分效度，通过比较构念平均方差抽取量（AVE）的平方根与构念间相关系数来检验变量的区分效度。如果 AVE 的平方根大于构念间的相关系数，则变量具有良好的区分效度[58]。如表 2 所示，所有构念的 AVE 平方根均大于与其他构念的相关系数，说明变量间的区分效度良好。

表 2　构念区分效度检验

构念	1	2	3	4	5
1. 人际信任	0.91				
2. 互惠合作	0.57	0.83			
3. 共同愿景	0.21	0.45	0.94		
4. 知识转移	0.49	0.51	0.42	0.90	
5. 旅游支持态度	0.56	0.53	0.33	0.59	0.83

注：矩阵对角线为平均方差抽取量（AVE）的平方根，对角线下方为构念间的相关系数。

（三）模型拟合与假设检验

在信度和效度分析的基础上，综合选择 χ^2/df、GFI、CFI、TLI、IFI、NFI、RMSEA 等指标全面检验模型拟合状况。数据结果显示：$\chi^2/df=2.870$，位于标准区间 1—3 之间；GFI=0.890，十分接近 0.9 的临界值；CFI = 0.963，TLI = 0.953，IFI = 0.963，NFI = 0.944，均大于临界值 0.9；RMSEA=0.075，小于临界值 0.08，表明本文提出的假设模型与样本数据拟合度良好。结构模型的标准化参数输出结果如图 2 所示。

假设检验结果如表 3 所示，本文提出的 7 个假设中，有 6 个得到了数据支持，人际信任、互惠合作和共同愿景对居民知识转移具有正向影响；人际信任、互惠合作对居民旅游支持态度具有正向影

响,而共同愿景则影响不显著;知识转移正向影响旅游支持态度。因变量旅游支持态度的回归判定系数(R^2)为0.373,说明本研究的自变量解释了居民旅游支持态度37.3%的方差,显示了模型良好的效力。

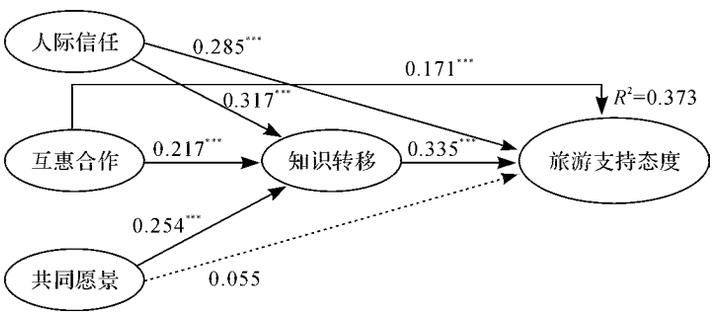


图2 假设模型标准化输出结果①

表3 路径系数估计与假设检验结果

研究假设	标准化路径系数	标准误	t值	假设检验结果
H_1:人际信任→知识转移	0.317***	0.081	5.303	支持
H_2:互惠合作→知识转移	0.217***	0.095	3.223	支持
H_3:共同愿景→知识转移	0.254***	0.060	4.808	支持
H_4:人际信任→旅游支持态度	0.285***	0.066	4.804	支持
H_5:互惠合作→旅游支持态度	0.171***	0.075	2.669	支持
H_6:共同愿景→旅游支持态度	0.055	0.049	1.072	不支持
H_7:知识转移→旅游支持态度	0.335***	0.047	5.934	支持

注:*** 表示 $p<0.001$。

五、结论与讨论

(一)研究结论

社区居民对旅游发展的态度是社区旅游发展的一个关键因素,也是旅游产业亟待解决的关键问题[57]。本研究认为,除了以往研究中普遍提及的居民旅游影响感知外,社会资本和知识转移对社区居民旅游支持态度的作用也应引起重视。本文的研究结论主要可归纳为以下三点:

第一,社会资本对社区居民之间的知识转移具有显著的正向影响,为居民吸收新知识、促成知识共享、摒弃私利行为创造了重要动力。Allen曾指出,个体间非正式知识转移具有纯粹的私人性质的特征,表现出个体理性与集体理性的冲突,而社会资本为解决此困境提供了重要途径[59]。在社区旅游发展中,社区居民之间的信任弱化了转移各方对知识转移收益和代价的预期,增强了居民之间知识转移的意愿[32]。居民之间的互惠合作与共同愿景有助于降低相互监督的成本,形成开放、共享的发展平台,提高知识转移和吸收的效率。因此,社会资本是居民之间知识转移的重要推力,是居民福利增加的社会资产。

① *** 表示 $p<0.001$,R^2表示复平方相关系数,虚线表示路径系数在统计意义上不显著($p>0.05$)。

第二，社会资本对居民旅游支持态度具有正向影响，为居民形成信任合作、促成集体行动创造了合力效应。正如 Coleman 所说，微观层面的个体行动是一种理性行为，具有较强的目的性，而依托社会资本的个体行动往往能实现共同的目标[60]。换言之，在社区旅游发展中，社会资本能克服社区居民“个体理性人”的角色，强化“社会人”的意义。社区居民主要从事个体旅游经营活动，人际信任与互惠合作有助于促进彼此的社会交往，建立更好的情感纽带与合作共享关系，形成社区旅游发展的合力，提高社区居民旅游发展的使命感，凸显居民在社区中的“社会人”角色，这也将成为提高居民旅游支持态度的社会基础。而共同愿景对社区居民旅游支持态度则影响不显著，从访谈和调查的情况来看，社区居民对彼此执行共同目标的投入程度心存疑惑，依然存在“出工不出力”的现象。这也再次彰显了知识对教化居民的重要性，通过知识转移提高居民的思想水平和知识素养，使其深刻认识社会资本对社区旅游发展和居民红利的共同意义。

第三，知识转移对社区居民旅游支持态度具有积极影响。知识转移为居民创新旅游产品开发、提高服务水平和管理效率提供了知识基础。同时，居民知识水平的提高，有助于社区居民更好地认识和解决社区旅游发展过程中的问题，谋划社区旅游发展方向，增强社区居民参与社区旅游发展的群体认同感和凝聚感，增加社区旅游发展所带来的福利，从而提高居民对旅游发展的支持态度。未来，知识在乡村旅游发展中将扮演越来越重要的角色，将成为社区居民转变“经营家庭”、“经营乡村”理念的重要基础。知识转移也将为创造社区共享经济、增加居民福祉、提高居民旅游支持态度释放新能量。

（二）政策建议

基于上述研究发现，本文提出旅游发展的相关管理建议。第一，政府和社区应引导居民建立旅游互助小组，鼓励一部分率先发展起来的居民帮助落后的居民改善旅游经营和管理方法；同时，鼓励居民在旅游产品销售、乡村民宿互相推荐等方面建立互助合作模式，实现旅游产品和服务供应联动化，避免部分居民旅游产品和服务闲置，这将进一步提升居民之间的信任水平和互惠合作意愿。此外，政府和社区应多组织居民集体娱乐活动，加强居民之间的情感联动；同时，带领部分居民代表外出学习其他乡村社区的优秀模式，强调社区旅游发展的红利将惠及全体居民，鼓励居民主动承担社区旅游发展职责，并明确其具体工作，强化主人翁意识，构建社区旅游发展的共同愿景，形成社区共同努力的良好氛围。第二，政府应联合社区引导居民建立社区学习社团，通过正式或非正式组织的形式，定点、定时地帮助居民学习旅游发展的相关专业知识、旅游经验和经典案例，促进旅游专业新知识在居民间的转移和分享，增加居民知识的存量和广度。同时，邀请部分旅游经营较为成功的居民分享自身经验，为其他居民传授旅游产品创新设计、线上线下联动营销、对外合作经营等心得，推动社区旅游持续发展。第三，旅游管理部门应承担起知识中介的作用。旅游业是一个基础性的服务产业，其管理实践高度聚焦于有效的信息和知识的交换与转移。知识转移对创新和竞争力的重要性在酒店业已受到广泛认可[61-62]。此外，诸多学者发现空间集聚和空间距离、社交媒体等在旅游景区中对促进知识转移和创新也具有重要作用[63-65]。但在全域旅游发展的大背景下，旅游目的地发展模式已经成为旅游发展的重点。旅游目的地内小企业、小组织的多样性（民宿、农家乐、旅游商店等）已成为不同知识的来源。旅游管理部门应承担起知识中介的作用，不仅需要帮助乡村社区居民创新旅游商业经营模式和理念，还需帮助更广泛的旅游从业者学习新技术、新理念、新模式，推动知识在整个旅游领域内的流通和转移，提高整体旅游业发展的知识水平。

（三）研究不足与展望

本文还存在一定的局限性：首先，本文设计的社会资本与知识转移的变量测量题项主要参考了

企业和组织管理领域的相关研究。考虑到企业组织与目的地社区之间在性质上存在差异,未来应开展定性研究,基于扎根理论,通过居民访谈和案例研究提炼出与旅游相关的测量题项,以此提高理论构念的操作化测量和应用普适性程度。其次,本文的研究样本源于湖州的三个乡村社区,这在某种程度上控制了地域选择,提升了研究的内部效度,但也不可避免地削弱了研究的外部效度。因此,未来研究应通过多地区、不同发展水平社区的抽样和比较进一步检验研究结论的外部效度。最后,本文主要探讨社会资本、知识转移与社区居民旅游支持态度的影响关系,事实上,影响旅游支持态度的因素是多样化的,后续研究可以从"人—地"内部关系、社区结构等角度进行探索。

[参 考 文 献]

[1] Tsung H. L.,"Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development," *Tourism Management*, Vol. 34, No. 1(2013), pp. 37-46.

[2] Nunkoo R. & Ramkissoon H.,"Modeling Community Support for a Proposed Integrated Resort Project," *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 18, No. 2(2010), pp. 257-277.

[3] 李秋成、周玲强、范莉娜:《社区人际关系、人地关系对居民旅游支持度的影响:基于两个民族旅游村寨样本的实证研究》,《商业经济与管理》2015年第3期,第75-84页。[Li Qiucheng, Zhou Lingqiang & Fan Lina, "The Impact of Interpersonal and People-Land Relationships on Residents' Support for Tourism: An Empirical Study Based on the Sample from Two Ethnic Tourism Villages," *Journal of Business Economics*, No. 3(2015), pp. 75-84.]

[4] Andereck K. L. & Nyaupane G. P.,"Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents," *Journal of Travel Research*, Vol. 49, No. 3(2010), pp. 248-260.

[5] Gursoy D. & Rutherford D.," Host Attitudes toward Tourism: An Improved Structural Modeling Approach," *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 3(2004), pp. 495-516.

[6] Mbaiwa J. E.,"Changes on Traditional Livelihood Activities and Lifestyles Caused by Tourism Development in the Okavango Delta," *Tourism Management*, Vol. 32, No. 5(2011), pp. 1050-1060.

[7] Besculides A., Lee M. & McCormick P.,"Residents' Perceptions of the Cultural Benefits of Tourism," *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 2(2002), pp. 303-319.

[8] Gursoy D., Jurowski C. & Uysal M.,"Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach," *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 1(2002), pp. 79-105.

[9] Zamanifarahani H. & Musa G.,"The Relationship between Islamic Religiosity and Residents' Perceptions of Socio-cultural Impacts of Tourism in Iran: Case Studies of Sare' in and Masooleh," *Tourism Management*, Vol. 33, No. 4(2012), pp. 802-814.

[10] Baggio R. & Cooper C.," Knowledge Transfer in a Tourism Destination: The Effects of a Network Structure," *The Service Industries Journal*, Vol. 30, No. 10(2010), pp. 1757-1771.

[11] Scott N., Cooper C. & Baggio R.,"Destination Networks: Four Australian Cases," *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, No. 1(2008), pp. 169-188.

[12] 陈立敏、王璇:《2000—2007年知识转移理论研究综述》,《情报科学》2009年第1期,第137-144页.[Chen Limin & Wang Xuan," A Synthesis of Study on Knowledge Transfer from 2000-2007," *Information Science*, No. 1(2009), pp. 137-144.]

[13] Szulanski G.,"Exploring Internal Stickiness: Impediments to the Transfer of Best Practice within the Firm," *Strategic Management Journal*, Vol. 17, No. 2(1996), pp. 27-43.

[14] Hansen M. T.," The Search-Transfer Problem: The Role of Weak Ties in Sharing Knowledge across Organization Subunits," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 44, No. 1(1999), pp. 82-111.

[15] Hjalager A. M.，"Repairing Innovation Defectiveness in Tourism，" *Tourism Management*，Vol. 23，No. 5 (2002)，pp. 465－474.

[16] Argote L. & Ingram P.，"Knowledge Transfer：A Basis for Competitive Advantage in Firms，" *Organizational Behavior and Human Decision Processes*，Vol. 82，No. 1(2000)，pp. 150－169.

[17] Shawa G. & Williams A.，"Knowledge Transfer and Management in Tourism Organizations：An Emerging Research Agenda，" *Tourism Management*，Vol. 30，No. 3(2009)，pp. 325－335.

[18] Thorpe R.，Holt R. & Macpherson A. et al.，"Using Knowledge within Small and Medium-sized Firms：A Systematic Review of the Evidence，" *International Journal of Management Reviews*，Vol. 7，No. 4(2005)，pp. 257－281.

[19] 董小英：《知识优势的理论基础与战略选择》，《北京大学学报(哲学社会科学版)》2004 年第 4 期，第 37－45 页。[Dong Xiaoying，"Knowledge-based Theory and Strategic Thinking of Chinese Firms，" *Journal of Peking University(Humanities and Social Sciences)*，No. 4(2004)，pp. 37－45.]

[20] Granovetter M.，"Economic Action and Social Structure：The Problem of Embeddedness，" *American Journal of Sociology*，Vol. 91，No. 3(1985)，pp. 481－510.

[21] Portes A.，"Social Capital：Its Origins and Applications in Modern Sociology，" *Annual Review of Sociology*，Vol. 24，No. 1(1998)，pp. 1－24.

[22] Nahapiet J. & Ghoshal S.，"Social Capital，Intellectual Capital，and the Organizational Advantage，" *Academy of Management Review*，Vol. 23，No. 2(1998)，pp. 242－266.

[23] Teece D.，"Technology Transfer by Multinational Firms：The Resource Cost of Transferring Technological Know-How，" *Economic Journal*，Vol. 87，No. 346(1977)，pp. 242－261.

[24] 张莉、齐中英、田也壮：《知识转移的影响因素及转移过程研究》，《情报科学》2005 年第 11 期，第 1606－1609 页。[Zhang Li，Qi Zhongying & Tian Yezhuang，"Study on the Factor Impact and Transfer Process of Knowledge Transfer，" *Information Science*，No. 11(2005)，pp. 1606－1609.]

[25] Verkasolo M. & Lappalainen P.，"A Method of Measuring the Efficiency of the Knowledge Utilization Process，" *IEEE Transactions on Engineering Management*，Vol. 45，No. 4(1998)，pp. 414－423.

[26] 魏江、王铜安：《个体、群组、组织间知识转移影响因素的实证研究》，《科学学研究》2006 年第 1 期，第 91－97 页。[Wei Jiang & Wang Tong'an，"An Empirical Research on the Factors Influencing Knowledge Transfer among Individual，Group and Organization，" *Studies in Science of Science*，No. 1(2006)，pp. 91－97.]

[27] 李志宏、朱桃：《社会资本对个体间非正式知识转移影响的实证研究》，《科学学与科学技术管理》2009 年第 9 期，第 77－84 页。[Li Zhihong & Zhu Tao，"Empirical Study on the Influence of Social Capital to Informal Knowledge Transfer among Individuals，" *Science of Science and Management of S. & T.*，No. 9(2009)，pp. 77－84.]

[28] R. D. Putnam，"The Prosperous Community：Social Capital and Public Life，" *American Prospect*，Vol. 13，No. 13(1993)，pp. 35－42.

[29] [日]弗朗西斯·福山：《信任——社会道德与繁荣的创造》，李婉容译，呼和浩特：远方出版社，1998 年。[Francis Fukuyama，*Trust：The Creation of Social Morality and Prosperity*，trans. by Li Wanrong，Hohhot：Distance Press，1998.]

[30] Tsai W. & Ghoshal S.，" Social Capital and Value Creation：The Role of Intrafirm Networks，" *Academy of Management Journal*，Vol. 41，No. 4(1998)，pp. 464－476.

[31] 徐海波、高祥宇：《人际信任对知识转移的影响机制：一个整合的框架》，《南开管理评论》2006 年第 5 期，第 99－106 页。[Xu Haibo & Gao Xiangyu，"The Mechanism That Interpersonal Trust Facilitates Knowledge Transfer in Organizational Settings：An Integrative Framework，" *Nankai Business Review*，No. 5(2006)，pp. 99－106.]

[32] Menon T. & Pfeffer J.，"Valuing Internal vs. External Knowledge：Explaining the Preference for Outsiders，" *Management Science*，Vol. 49，No. 4(2003)，pp. 497－514.

[33] Mcallister D. J.，" Affect and Cognition-Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations，" *Academy of Management Journal*，Vol. 38，No. 1(1995)，pp. 24－59.

[34] Reagans R. & Mcevily B.,"Network Structure and Knowledge Transfer: The Effects of Cohesion and Range," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 48, No. 2(2003), pp. 240 - 267.

[35] Knez M. & Camerer C.," Creating Expectational Assets in the Laboratory: Coordination in 'Weakest-Link' Games," *Strategic Management Journal*, Vol. 15, No. 8(1994), pp. 101 - 119.

[36] 吴军、夏建中:《国外社会资本理论:历史脉络与前沿动态》,《学术界》2002年第8期,第67 - 76页。[Wu Jun & Xia Jianzhong,"Social Capital: Historical Context and Frontier Dynamic," *Academics*, No. 8(2012), pp. 67 - 76.]

[37] Dallago B.,"The Organizational and Productive Impact of the Economic System: The Case of SMES," *Small Business Economics*, Vol. 15, No. 4(2000), pp. 303 - 319.

[38] Cooper C.,"Knowledge Management and Tourism," *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, No. 1(2006), pp. 47 - 64.

[39] 林昭文、张同健、蒲勇健:《基于互惠动机的个体间隐性知识转移研究》,《科研管理》2008年第4期,第28 - 33页。[Lin Zhaowen, Zhang Tongjian & Pu Yongjian,"The Study on Tacit Knowledge Transition of Person-to-Person Based on Reciprocity Motivation," *Science Research Management*, No. 4(2008), pp. 28 - 33.]

[40] 王三义、刘新梅、万威武:《社会资本关系维度对知识转移的影响路径研究》,《科技进步与对策》2007年第9期,第84 - 87页。[Wang Sanyi, Liu Xinmei & Wan Weiwu,"Effect on Relational Dimension of Social Capital to Knowledge Transfer: An Empirical Study," *Science & Technology Progress and Policy*, No. 9(2007), pp. 84 - 87.]

[41] Jones G. R. & George J. M.,"The Experience and Evolution of Trust: Implications for Cooperation and Teamwork," *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 3(1988), pp. 531 - 546.

[42] Nicholas N.,"Presidents of a World Heritage Site: The Position Management Area," *Annals of Tourism Research*, Vol. 36, No. 3(2009), pp. 390 - 412.

[43] Lane P. J., Salk J. E. & Lyles M. A.,"Absorptive Capacity, Learning and Performance in International Joint Ventures," *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No. 12(2001), pp. 1139 - 1161.

[44] Borgatti S. & Cross R.,"A Relational View of Information Seeking and Learning in Social Networks," *Management Science*, Vol. 49, No. 4(2003), pp. 432 - 445.

[45] Thomas R.,"Business Elites, Universities and Knowledge Transfer in Tourism," *Tourism Management*, Vol. 33, No. 3(2012), pp. 553 - 561.

[46] Hanifan L. J.,"The Rural School Community Centre," *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, Vol. 67, No. 9(1916), pp. 130 - 138.

[47] Purdue D.,"Neighborhood Governance: Leadership, Trust and Social Capital," *Urban Studies*, Vol. 38, No. 12(2001), pp. 2211 - 2224.

[48] Brunie A.,"Meaningful Distinctions within a Concept: Relational, Collective, and Generalized Social Capital," *Social Science Research*, Vol. 38, No. 2(2009), pp. 251 - 265.

[49] Dallago L., Perkins D. D. & Santinello M. et al.,"Adolescent Place Attachment, Social Capital, and Perceived Safety: A Comparison of 13 Countries," *American Journal of Community Psychology*, Vol. 44, No. 1(2009), pp. 148 - 160.

[50] 范莉娜、李秋成:《社会资本、地方感对民族村寨旅游中居民支持态度的影响》,《浙江大学学报(理学版)》2016年第3期,第337 - 344页。[Fan Lina & Li Qiucheng,"Influence of Social Capital, and Sense of Place on Residents' Attitude towards Ethnic Village Tourism Development," *Journal of Zhejiang University(Science Edition)*, Vol. 43, No. 3(2016), pp. 337 - 344.]

[51] Blau P. M., *Exchange and Power in Social Life*, NewYork: John Wiley Press, 1964.

[52] Brown J. S. & Duquid P.,"Knowledge and Organization: A Social-practice Perspective," *Organizational Science*, Vol. 12, No. 2(2001), pp. 198 - 213.

[53] Henry N. & Pinch S.,"Spatialising Knowledge: Placing the Knowledge Community of Motor Sport Valley," *Geoforum*, Vol. 31, No. 2(2000), pp. 191 - 208.

[54] Hawkins D. E.，"Transferring Tourism Knowledge：The Role of Higher Education Institutions，" *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*，Vol. 7，No. 1(2006)，pp. 13－27.

[55] Inkpen A. C. & Tsang W. K.，"Social Capital，Network and Knowledge Transfer，" *Academy of Management Review*，Vol. 30，No. 1(2005)，pp. 146－165.

[56] Oksotva T.，"Transnational Transfer of Strategic Organizational Practices：A Contextual Perspective，" *Academy of Management Review*，Vol. 24，No. 2(1999)，pp. 308－324.

[57] Nunkoo R. & Ramkissoon H.，"Developing a Community Support Model for Tourism，" *Annals of Tourism Research*，Vol. 38，No. 3(2011)，pp. 964－988.

[58] Fornell C. & Larcker D. F.，"Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error，" *Journal of Marketing Research*，Vol. 66，No. 6(1981)，pp. 39－50.

[59] Allen T.，*Managing the Flow of Technology*，Cambridge：MIT Press，1977.

[60] Coleman J. S.，"Social Theory，Social Research，and a Theory of Action，" *American Journal of Sociology*，Vol. 91，No. 6(1986)，pp. 1309－1335.

[61] Yang J. T.，"Knowledge Sharing：Investigating Appropriate Leadership Roles and Collaborative Culture，" *Tourism Management*，Vol. 28，No. 2(2007)，pp. 530－543.

[62] Hallin C. A. & Marnburg E.，"Knowledge Management in the Hospitality Industry：A Review of Empirical Research，" *Tourism Management*，Vol. 29，No. 2(2008)，pp. 366－381.

[63] Jackson J.，"Developing Regional Tourism in China：The Potential for Activating Business Clusters in a Socialist Market Economy，" *Tourism Management*，Vol. 27，No. 4(2006)，pp. 695－706.

[64] Sørensen F.，"The Geographies of Social Networks and Innovation in Tourism，" *Tourism Geographies*，Vol. 9，No. 1(2007)，pp. 22－48.

[65] Cooper M.，Le Q. T. & Claster W. et al.，"Knowledge Transfer in the Tourism Industry：Implications of the Use of Social Media in Business Analysis，" *Journal of Hospitality & Tourism*，Vol. 13，No. 1(2015)，pp. 1－15.

Social Capital，Knowledge Transfer and Community Residents' Support for Tourism：An Empirical Study Based on the Samples from 3 Rural Communities

Zhou Lingqiang　Zhou Bo

(1. *School of Management*，*Zhejiang University*，*Hangzhou* 310058，*China*；
2. *Business School of Zhejiang University City College*，*Hangzhou* 310015，*China*)

Abstract：In the previous ten years，rural tourism has been the primary choice for most tourists from urban areas. At the same time，rural tourism industry is regarded as an important catalyst for rural revitalization. Despite its rapid development，series of problems regarding product，service and rural environment come into being. These problems result from "the lag in the modern management capability of individual operators" in the process of the development of agriculture，countryside and farmers. Rural tourism in China is largely dependent on rural community，and thus is inseparable from community support. In this sense，rural tourism development should be not only rich in tourism resources，but also in culture and connotation of community.

Previous researches regarding residents' supporting attitude towards tourism can be divided into macro and micro levels. Macro researches generally followed the "economy-culture-environment" perspective and are concerned with the impact of residents' perception on their attitude towards tourism development. In contrast，micro researches focused more on tourist satisfaction，community involvement，and place attachment，which may also impact residents' attitude.

Overall, residents' perception of the impact from tourism is still the mainstream of studying the residents' supporting attitude towards tourism. Recent researches have started to pay attention to the role of knowledge transfer in the formation of community residents' attitudes towards tourism. Theoretically, knowledge transfer is carried out through the social network, which is closely related to the social capital of the subject and object of knowledge transfer. Therefore, by introducing social capital theory, this study tries to construct and test the relationship modal of social capital, knowledge transfer and residents' supporting attitude towards tourism. Three rural communities in northern Zhejiang Province were selected, and data was collected through in-depth interviews and questionnaires, and analyzed with Structural Equation Modeling with the assistance of AMOS 17.0 software package. It is found that: (1) interpersonal trust, reciprocal cooperation and shared vision positively affect knowledge transfer by overcoming the conflict between individual rationality and collective rationality; (2) Interpersonal trust and reciprocal cooperation help residents to change their role from an "individual rational person" to a "social man" and thereby positively affect their supporting attitude towards tourism; (3) knowledge transfer has a positive impact on residents' supporting attitude towards tourism by promoting the residents' tourism innovation ability and management ability and the benefits from tourism development. Based on the above findings, this paper suggests that the community establish cooperating groups and learning groups to increase residents' support for tourism, promote knowledge transfer, and further promote the sustainable development of residents and communities. Meanwhile, tourism departments should play the role of knowledge intermediaries in tourism development.

The major contributions of this study include: (1) It changes the previous research paradigm regarding residents' perceptions on tourism impact as the main factor of residents' supporting attitude towards tourism, and introduces the concept and theory of knowledge transfer into the research of residents' attitude, which may provide a new perspective. (2) Previous studies mostly emphasized the role of an "individual rational person" in the development of community tourism, while ignoring its role as a "social person". By introducing social capital theory, this study treats community residents as "social persons" embedded in the network of community relationships, and thus may more comprehensively explain the degree of residents' participation in and support of for tourism. (3) The applications of knowledge transfer theory in tourism research are mostly focused on hotels and tourist attractions. By focusing on the rural community of individuals or families, small businesses or social organizations, this study expands the application of knowledge transfer theory in tourism research.

Key words: social capital; knowledge transfer; community tourism; supporting attitude towards tourism