

# 山东省旅游企业竞争力分析\*

张广海 梁 琴

(中国海洋大学管理学院, 山东 青岛 266100)

**[摘要]** 引入旅游企业规模经济效应指数、相对密度等评价因子,构建山东省旅游企业整体竞争力评价指标体系。运用德尔菲法和层次分析法对各层级评价指标权重进行调查和计算,并采用熵技术对指标权重进行修正。最后,在所建模型的基础上对山东省旅游企业竞争力进行测度分析和评价,划分出1993-2008年山东省旅游企业竞争力演变及发展的四个阶段,提出进一步优化竞争力组合模式的建议。

**[关键词]** 旅游企业竞争力;评价指标体系;山东省;熵技术

**[中图分类号]** F592.7 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1000-971X(2011)04-0129-05

## 一、引言

“十一五”以来,山东省旅游业取得快速发展,全省形成相当大的产业规模,旅游企业也迅速实现了数量型扩张。截至2008年年末,山东省共拥有旅游企业4023家,其中旅行社1765家,旅游饭店810家,旅游景区724家,旅游车船公司等其他旅游企业724家。全年各类旅游企事业营业收入达255.608亿元,向国家上缴税金18.586亿元,实现利润5.959亿元。旅游企业主要在青岛、济南、烟台等经济相对发达地区呈现出明显的聚集发展态势。随着旅游产业的进一步开放及经济全球化、市场动态化、需求个性化趋势的日益显著,将给山东省旅游业发展带来更大的机遇和挑战。旅游企业作为全省旅游业的发展主体,其竞争力的高低以及群体竞争优势的强弱与旅游产业存在紧密的互动耦合关系,如何紧抓机遇,把握山东省旅游企业发展态势、提升旅游企业竞争力水平、促进旅游产业持续健康发展成为山东省旅游业面临的重大问题。

## 二、山东省旅游企业竞争力评价指标体系

### (一) 评价指标体系的构建

区域旅游企业发展良好与否能够在整体规模、经营绩效等方面明显体现,因而企业规模和效益成为旅游企业竞争力显示性评价的主要内容。旅游企业具有持续发展的能力,才能形成相对稳定的竞争优势和不断提升竞争力的空间,优越的外部环境可以转化为旅游企业发展的支持力,助推旅游企业形成较强竞争优势,因而旅游企业群体持续发展能力和区域环境支持力构成评价的主要内容。综上,区域旅游企业竞争力组合包括旅游企业规模竞争力、效益竞争力、持续发展能力和区域环境支持力。遵循系统性、科学性等基本原则,引入旅游企业固定资产区位商、规模经济效应、相对密度等指标,构建山东省旅游企业竞争力综合评价指标体系(见表1)。

### 1. 旅游企业规模竞争力

旅游企业相对多度指相对于全国来说,全省人均拥有旅游企业数量的多寡,即  $C_1 = \text{山东省人均拥有企业数量} / \text{全国人均拥有企业数量}$ ;产业规模区位商是用来判断区域内旅游产业规模优势和专业化程度的主要方法之一,用以表示该地区该行业的规模在全国的地位<sup>[1]</sup>。这里采用基于固定资产及从业

\* 本文是山东省社会科学规划研究项目“山东省旅游企业竞争力研究”(项目编号:08JDC031)和山东省软科学研究计划项目“山东省旅游业发展环境与竞争态势研究”(项目编号:2008RKB083)的阶段性成果。

**[作者简介]** 张广海(1963-),男,山东临沂人,中国海洋大学管理学院旅游系教授、博士生导师。主要研究方向:旅游开发规划与管理、区域经济。

人员的区位商,衡量山东省旅游企业固定资产规模和就业人员数量在全国的地位,反映全省整体旅游企业的专业化程度。 $C_2$  等于山东省旅游企业固定资产投资额与全社会固定资产投资额的比值除以全国旅游企业固定资产投资额与全社会固定资产投资额的比值。 $C_4$  是山东省旅游企业从业人员数与从业人员总数的比值除以全国旅游企业从业人员数与从业人员总数的比值。区域内旅游企业达到一定规模,不是简单的旅游企业在空间上的汇集,应是有着强大竞争力的旅游企业聚集体,它们之间能够进行优势互补,实现规模经济效益<sup>[2]</sup>。借鉴我国学者唐杰提出的集聚经济效果公式  $h = 1 + \gamma / 1 - \beta$  来测算旅游企业规模效应的良莠, $\beta$  为产出利润弹性,表明旅游企业每增加单位产出所实现的利润, $\gamma$  为固定资产占用的利润弹性,即旅游企业每增加单位固定资产所实现的利润。如果  $h$  大于 1,则规模报酬递增;如果  $h = 1$ ,则规模报酬不变;如果  $h$  小于 1,则规模报酬递减<sup>[3]</sup>。

表 1 山东省旅游企业竞争力综合评价指标体系

目标层	要素层	指标层
A 山东省旅游企业竞争力综合评价	B <sub>1</sub> 旅游企业规模竞争力	C <sub>1</sub> 旅游企业相对多度
		C <sub>2</sub> 旅游企业固定资产区位商
		C <sub>3</sub> 旅游企业规模经济效应
		C <sub>4</sub> 旅游企业从业人员区位商
	B <sub>2</sub> 旅游企业效益竞争力	C <sub>5</sub> 旅游企业相对高度
		C <sub>6</sub> 旅游企业创利水平
		C <sub>7</sub> 旅游企业成本降低水平
		C <sub>8</sub> 旅游企业纳税数额
	B <sub>3</sub> 旅游企业持续发展能力	C <sub>9</sub> 旅游企业增量水平
		C <sub>10</sub> 旅游企业经营效率
		C <sub>11</sub> 旅游企业劳动生产率
		C <sub>12</sub> 旅游企业资产周转能力
	B <sub>4</sub> 区域环境支持力	C <sub>13</sub> 旅游企业相对密度
		C <sub>14</sub> 游客数量增长率
		C <sub>15</sub> 专业人才储备量
		C <sub>16</sub> GDP 增量水平

## 2. 旅游企业效益竞争力

相对高度指山东省旅游企业相对于全国的发展水平,这里以旅游企业的相对平均营业收入作为测量对象,即  $C_5 =$  山东省旅游企业平均营业收入/全国旅游企业平均营业收入;人均利润率是侧重从劳动力利用的角度来评价企业效益的综合性指标, $C_6$  用山东省与全国旅游企业人均实现利润之比测算;旅游企业降低成本的能力  $C_7$  应用测算年山东省旅游企业发生的成本与费用之比与上年的比值来测

算;从纳税额的角度衡量旅游企业效益,具有较高的准确性和客观性, $C_8$  取测算年与上年山东省旅游企业纳税数额之比。

## 3. 旅游企业持续发展能力

增量水平即全省旅游企业的增长速度, $C_9$  取测算年与上年旅游企业数量增长率之比来测算; $C_{10}$  取测算年与上年山东省旅游企业营业利润率之比;劳动生产率用来衡量旅游企业利用人、财、物的能力和效率,是体现旅游企业在生产营运方面竞争能力的核心指标,比较劳动生产率能客观地反映一个部门当年劳动生产率的高低<sup>[4]</sup>, $C_{11}$  是山东省旅游企业全员劳动生产率/山东省第三产业劳动生产率;总资产周转率是反映企业营运能力的核心指标<sup>[5]</sup>, $C_{12}$  等于旅游企业年营业收入/年内平均资产总额,其中平均资产总额等于旅游企业资产总额年初数与年末数之和的二分之一。

## 4. 区域环境支持力

旅游企业相对密度指山东省单位面积内相对于全国的旅游企业个数。用旅游企业个数与区域面积之比表示旅游企业密度, $C_{13}$  等于山东省与全国旅游企业密度的比值;接待入境及国内游客数量增长率  $C_{14}$  来测度旅游企业市场环境支持力;旅游专业人才储备量越大,旅游人力资源潜力越大,从而助推旅游企业形成强有力的人力资源竞争优势,取山东省旅游院校在校学生数量增长率测算  $C_{15}$ ;  $C_{16}$  等于测算年与上年区域 GDP 增长率之比。

## (二) 评价指标权重的确定

### 1. 指标权重计算

采用德尔菲法对各等级评价指标相对重要性进行调查,并用层次分析法计算各指标权重值。通过收集山东省部分高校旅游管理专业专家和典型景区、旅游饭店、旅行社等企业管理部门人员的评价,给出两两指标间相对重要性的判断,以 1-9 标度方法用数值表示出来,得出判断矩阵。

采用方根法<sup>[6]</sup> 计算判断矩阵,得出特征向量和最大特征根  $\lambda_{\max}$ ,并对判断矩阵进行一致性检验。 $CI = \lambda_{\max} - n / n - 1$  为一致性检验指标,RI 为判断矩阵的平均随机一致性指标(查表可得)。当随机一致性比率  $CR = CI / RI$  小于 0.10 时,即认为判断矩阵具有满意的一致性,否则需调整判断矩阵。经计

算,所建指标体系中各层判断矩阵一致性检验结果组合为  $CR = (0.0019, 0.0026, 0.0115, 0.0312, 0.0209)$ ,一致性可以接受。

## 2. 指标权重修正

为避免专家打分时因循环而不满足传递性公理,导致标度把握不准,丢失部分信息,使用信息论中的熵技术对所得的权重值进行修正,提高其可信度。

(1) 对已构造的判断矩阵  $A = \{a_{ij}\}_{n \times n}$ ,按公式

$P_{ij} = a_{ij} / \sum_{i=1}^n a_{ij}$  进行归一化处理,得到标准矩阵  $\bar{A} = \{P_{ij}\}_{n \times n}$ ,则第  $j$  个指标  $f_j$  输出的熵为:

$$E_j = -K \sum_{i=1}^n P_{ij} \ln P_{ij} \quad (j = 1, 2, \dots, n)$$

其中,常数  $K = (1n^n)^{-1}$ ,可知  $0 \leq E_j \leq 1$ 。

(2) 求  $f_j$  指标的偏差度  $d_j = 1 - E_j$  ( $j = 1, 2, \dots, n$ )

(3) 确定指标  $f_j$  的信息权重  $\mu_j = d_j / \sum_{j=1}^n d_j$  ( $j = 1, 2, \dots, n$ )

(4) 利用信息权重  $\mu_j$  修正由 AHP 法得出的指标权重  $W$ ,得到修正后的指标权重  $\lambda_j = \mu_j w_j / (\sum_{j=1}^n \mu_j w_j)$ ,从而得到了各个指标较合理的权重向量  $\lambda = (\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n)$ 。<sup>[7][8]</sup>

(5) 采用加权线性和法计算得出各指标对应于总目标层的综合权重值  $W'$ 。具体计算结果见表 2。

### (三) 评价确定与指标处理说明

采用加权线性和法计算山东省旅游企业竞争力 A 及 B 层各类型竞争力评价价值。涉及指标需通过基础数据按相应公式计算得来,为保证统计口径的一致性和数据的权威性,数据均以《中国旅游统计年鉴》、《中国统计年鉴》等规范性统计资料为主要数据来源。旅游企业相对多度、总资产周转率、相对密度等适度指标需进行正向化处理,本文采用分段函数转化法<sup>[9]</sup>。

## 三、山东省旅游企业竞争力评价分析

(一) 1993 - 2008 年山东省旅游企业竞争力定量测评

采用上文构建模型对山东省 1993 - 2008 年旅游企业整体竞争力发展进行测评,得出旅游企业竞争力发展量化评价价值(表 3)和分析图(图 1)。

表 2 熵技术修正各级指标权重结果值

指标层次	指标代号	E	d	$\mu$	$\lambda$	W'
A - B	B <sub>1</sub>	0.9395	0.0605	0.2743	0.2322	0.2322
	B <sub>2</sub>	0.9477	0.0523	0.2371	0.3935	0.3935
	B <sub>3</sub>	0.9347	0.0653	0.2960	0.2607	0.2607
	B <sub>4</sub>	0.9575	0.0425	0.1926	0.1135	0.1135
B <sub>1</sub> - C	C <sub>1</sub>	0.8817	0.1183	0.2500	0.4816	0.1118
	C <sub>2</sub>	0.8830	0.1170	0.2474	0.2629	0.0610
	C <sub>3</sub>	0.8872	0.1128	0.2385	0.1531	0.0356
	C <sub>4</sub>	0.8751	0.1249	0.2641	0.1024	0.0238
B <sub>2</sub> - C	C <sub>5</sub>	0.8691	0.1309	0.2792	0.1745	0.0687
	C <sub>6</sub>	0.8426	0.1574	0.3358	0.3260	0.1283
	C <sub>7</sub>	0.9232	0.0768	0.1637	0.0967	0.0380
	C <sub>8</sub>	0.8962	0.1038	0.2213	0.4028	0.1585
B <sub>3</sub> - C	C <sub>9</sub>	0.8962	0.1038	0.2213	0.3983	0.1038
	C <sub>10</sub>	0.8426	0.1574	0.3358	0.3078	0.0803
	C <sub>11</sub>	0.8691	0.1309	0.2792	0.1915	0.0499
	C <sub>12</sub>	0.9232	0.0768	0.1637	0.1024	0.0267
B <sub>4</sub> - C	C <sub>13</sub>	0.8790	0.1210	0.2209	0.4134	0.0469
	C <sub>14</sub>	0.8201	0.1799	0.3283	0.2897	0.0329
	C <sub>15</sub>	0.8399	0.1601	0.2922	0.1697	0.0193
	C <sub>16</sub>	0.9131	0.0869	0.1586	0.1272	0.0144

表 3 1993 - 2008 年山东省旅游企业竞争力评价价值

年份(年)	A 竞争力综合评价	B <sub>1</sub> 规模竞争力	B <sub>2</sub> 效益竞争力	B <sub>3</sub> 持续发展能力	B <sub>4</sub> 环境支持力
1993	0.3576	0.2023	0.5427	0.2544	0.2703
1994	0.4830	0.3200	0.6656	0.3735	0.4355
1995	0.5117	0.3994	0.7887	0.2400	0.4051
1996	0.4068	0.3531	0.5191	0.2920	0.3910
1997	0.4915	0.5149	0.4874	0.5768	0.2614
1998	0.2786	0.2702	0.4221	0.1406	0.1153
1999	0.3447	0.3254	0.3707	0.3786	0.2164
2000	0.3406	0.4991	0.1834	0.3728	0.4875
2001	0.4792	0.7482	0.4076	0.3471	0.4807
2002	0.5410	0.8002	0.4932	0.3688	0.5718
2003	0.3296	0.6731	0.1705	0.2286	0.4102
2004	0.5796	0.7433	0.6479	0.2681	0.7233
2005	0.4092	0.5834	0.3835	0.2151	0.5877
2006	0.5766	0.6938	0.5555	0.5029	0.5793
2007	0.5741	0.7390	0.6350	0.3250	0.5975
2008	0.6758	0.8636	0.8309	0.2633	0.7016

### (二) 测评结果分析

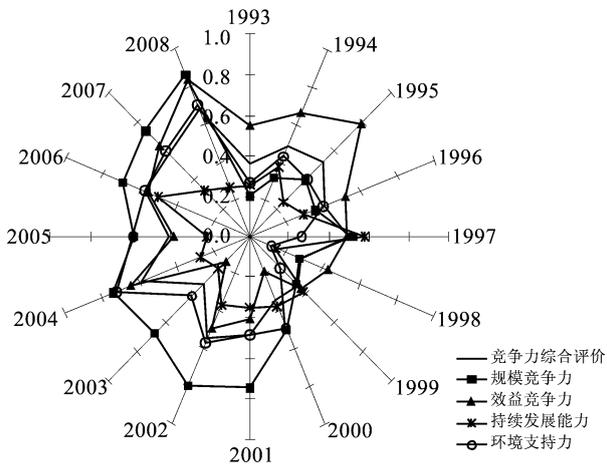


图1 1993-2008年山东省旅游企业竞争力评价分析图

### 1. 规模竞争力评价分析

山东省旅游企业规模竞争力评价覆盖区如图1,对比分析覆盖区可见1993-2008年山东省旅游企业规模竞争力呈现“由低到高”的逐步发展态势。1993-1999年全省旅游企业相对多度、固定资产区位商和从业人员区位商等指标评定值均小于0.8,说明人均拥有旅游企业数量相对较少、固定资产投资规模和从业人员数量规模不够是导致规模竞争力水平偏低的主要原因。2000年随着全省旅游企业数量规模的显著增长,规模竞争力水平出现转折性发展。2004年后,全省人均拥有旅游企业数量超过全国平均水平,旅游企业数量规模快速增长。2008年旅游企业相对多度高达1.15,说明全省旅游企业数量相对全国平均水平较为丰富,具备了旅游企业数量规模优势。省旅游企业固定资产投资和从业人员区位商最高值仅为0.62和0.79,说明旅游企业固定资产投资规模相对滞后,人力资源开发不足。同时,旅游企业规模报酬递增与递减交替出现,说明旅游企业专业化程度不高、管理效率不稳定。

### 2. 效益竞争力评价分析

分析山东省旅游企业效益竞争力覆盖面大小及数据点分布可见(图1),旅游企业效益竞争力水平呈现“高一低一高”的发展态势。1993-1995年旅游企业效益竞争力较同期其他类型竞争力处于最优状态;1995年后全省旅游企业效益竞争力水平波动较大。2000、2003年甚至下降至同期所有竞争力类型中的最低点,全省旅游企业基本不具备效益竞争优势。此期内全省旅游企业营业收入总额直线上

升,但相对高度均低于1,平均营业收入水平持续低迷,说明山东省旅游企业创收能力极不均衡;同时全省旅游企业人均实现利润均为负值,企业创利水平、成本降低水平远远低于全国平均水平。综上,旅游企业创收能力不均衡、创利水平低、成本降低能力较弱是这一阶段效益竞争力低下的主要原因。2005年后,全省旅游企业效益竞争力逐步提升,但是目前旅游企业效益竞争力水平远低于规模竞争力水平,旅游企业发展呈现“有规模无效益”的不良态势。

### 3. 持续发展能力评价分析

1993-2008年山东省旅游企业持续发展能力覆盖面积整体偏小,数据点呈“不规则多角星型”(图1)。除1997、1999年外,其余年份旅游企业基本不具备持续发展能力形成的竞争优势。1997年全省旅游企业增量水平较1996年提高了5倍,旅游企业持续增长速度取得较大提高,但是生产经营效率、资产周转能力较2006年均有所下降,可见1997年全省旅游企业仍然是“以量取胜”。1998年全省旅游企业数量紧缩,资产周转率大幅下降,全省旅游企业持续发展能力严重受挫。2003年旅游企业持续发展能力虽然受到“非典”影响,但是下降幅度远远小于1998年,表明旅游企业具备了一定的抗风险能力,发展水平相对有所提高。总体来看,目前全省旅游企业稳定发展水平依然偏低,竞争力的形成性动力有待深入挖掘。

### 4. 区域环境支持力评价分析

1993-2008年山东省旅游企业区域环境支持力形成“蘑菇形”覆盖区(图1)。1993-1999年区域环境对旅游企业竞争力水平的发展未产生明显的支持作用;2000年后,来自旅游产业环境、市场环境及社会经济环境的支持力逐步显现。2004年全省旅游企业相对密度、旅游院校在校学生数、全省GDP增量水平等变化不大,唯独游客数量增量率大幅增长。可见2004年支持力达到历史最高点的主要原因是2003年“非典”过后的客流猛增,说明全省旅游企业抓住危机爆发后的机遇,积极将不利因子转化为动力因子是取得环境支持力的有效途径之一。2008年,山东省旅游企业密度为256.08家/万 $\text{km}^2$ ,远远高出全国的51.51家/万 $\text{km}^2$ ,成为全国旅游企业发展相对密集区。值得注意的是全省环境支

持力的助推效果并不明显,企业密集效应的发挥和人力资本的开发利用是旅游企业今后发展的重要方向。

### 5. 旅游企业竞争力综合评价分析

纵观山东省 1993 - 2008 年旅游企业发展态势,旅游企业竞争力组合以规模和效益竞争优势为主,环境支持力竞争优势不稳定,可持续发展能力基本不具备竞争优势(如图 2)。

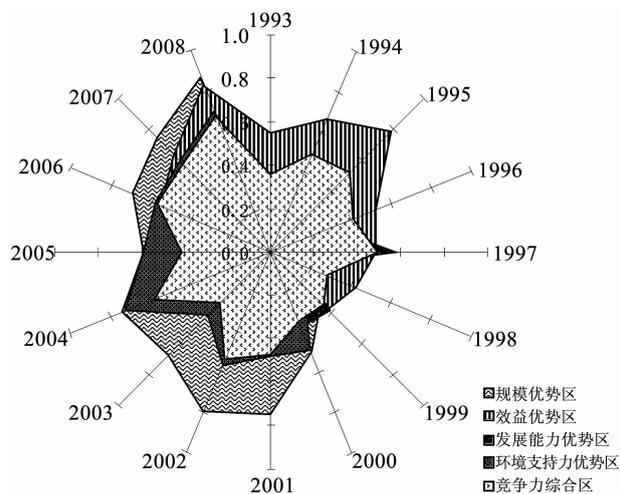


图 2 1993 - 2008 年山东省旅游企业竞争力优势组合图

全省旅游企业整体竞争力发展可划分为四个阶段:1993 - 1996 年为稳步形成期,旅游企业竞争力组合以效益优势为主,整体竞争力逐步由低水平向一般水平提升;1997 - 2001 年是低迷过渡期,旅游企业竞争力主导优势不明显,整体竞争力水平偏低;2002 - 2005 年为波动发展期,前期以规模优势为主,后期以环境支持力为主,竞争力水平波动性较大,综合评估水平依然不高;2005 - 2008 年为全面发展期,此阶段全省旅游企业规模优势依然显著,效益竞争优势逐步发挥,竞争力水平逐步向较高水平发展。对比竞争力不同组合模式,规模竞争优势和环境竞争优势对于竞争力的提升和助推不是十分明显,竞争力组合模式需进一步优化。

### 四、结语

首先,通过引入相对密度、规模经济效应、区位商等评价因子设计山东省旅游企业整体竞争力评价指标体系,能够全方位测评山东省旅游企业竞争力

发展态势。其次,采用熵技术对评价因子权重进行修正,有效减少了信息丢失,提高权重值的可信度。最后研究结果表明山东省旅游企业竞争力经历了稳步形成期、低迷过渡期、波动发展期和全面发展期四个阶段。目前全省旅游企业数量规模稳定发展,投资规模有待进一步均衡,人力资源开发和智力资本利用相对不足,规模经济效应不明显,效益竞争力有待进一步提升,环境支持力需进一步转化和利用,持续发展能力表现最差,只处于形成初期,需进一步加强。总之,全省旅游企业空间分布相对密集,规模竞争力相对稳定,应努力提高营运能力和生产效率,注重人力资源开发,加强专业化和品牌化建设,强化集群化发展,积极发挥企业规模经济和企业协作效应,从而进一步优化竞争力组合模式,全面提升旅游企业整体竞争力水平,为实现全省旅游产业一企业良性互动打下坚实基础。

### 参考文献:

[1] 刘彬,陈圻,王志华. 产业集群识别研究——以江苏省为例[J]. 科学学研究,2007,(01):85 - 88.

[2] 史楠. 产业集群的发展与效应分析[J]. 辽宁经济,2006,(12):52 - 53.

[3] 唐杰等. 城市产业经济分析——一项经济案例研究[M]. 北京:北京经济学院出版社,1989:130 - 140.

[4] 孙晋芳,王慧等. 山东省产业结构的数量经济分析[J]. 国土与自然资源研究,来源于来源于来源于 2007,(03):3 - 4.

[5] 肖香玉. 企业竞争力评价研究[D]. 江西财经大学统计学专业硕士学位论文,2003.

[6] 杜栋,庞庆华,吴炎. 现代综合评价方法与案例精选(第 2 版)[M]. 北京:清华大学出版社,2008:6.

[7] 丁蕾,吴小根,丁洁. 城市旅游竞争力评价指标体系的构建及应用[J]. 经济地理,2006,26(03):511 - 515.

[8] 徐菲菲,刘沛林,白先春,宋平. 风景名胜区规划方案的层次分析与熵技术评价[J]. 地理研究,2004,23(03):395 - 402.

[9] 徐天和,祁爱琴等. 等距适度指标的无量纲化研究[J]. 中国医院统计,1998,(02):94 - 95.

(责任编辑:周杰)