

- environmental interpretation. David Uzzell, Roy Ballantyne. The Stationary Office. 1998. *Annals of Tourism Research*, 2000, 27(4): 1071-1074.
- [10] 李幸蓉. 从游客的角度探讨花莲港赏鲸活动之解说服务(硕士学位论文)[D]. 国立东华大学观光暨游憩管理研究所, 2002.
- [11] 谢耀熹. 游客对古迹解说需求之研究: 以鹿港地区为例(硕士学位论文)[D]. 台中师范学院环境教育研究所, 2002.
- [12] Chanowitz B, Langer E. Knowing more (or less) than you show: understanding control through the mindless-mindfulness distinction. In J Garber and M E P Seligman (Eds). *Human Helplessness* [M]. New York: Academic Press, 1980.
- [13] Moscardo G. Mindful visitors: heritage and tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 1996, 23(2): 376-397.
- [14] Emma J Stewart, Bronwyn M Hayward, Patrick J Devlin. The "place" of interpretation: a new approach to the evaluation of interpretation [J]. *Tourism Management*, 1998, 19(3): 257-266.
- [15] Michael Luck. Education on marine mammal tours as agent for conservation—but do tourists want to be educated? [J]. *Ocean and Coastal Management*, 2003(46): 943-956.
- [16] Susan K Jacobson, Susan B Marynowski. New model for ecosystem management interpretation: target audiences on military lands [J]. *Journal of Interpretation Research*, 1998, 3, 1.
- [17] 刘俊. 博物馆游客行为研究——以广州南越王墓博物馆为例 [J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2005, 16(2): 41-44.
- [18] 王淮真. 游客对导览解说满意度之研究——以国立故宫博物院为例(硕士学位论文)[D]. 台湾文化大学观光事业学系, 2001.
- [19] Prentice R.; Guerin S.; McGugan S. Visitor learning at a heritage attraction: a case study of Discovery as a media product [J]. *Tourism Management*, 1998, 19(1): 5-23.
- [20] 约翰·斯沃布鲁克, 苏珊·霍纳著; 俞慧君, 张鸥, 等译. 旅游消费者行为学[M]. 北京: 电子工业出版社, 2004. 49.
- [21] 颜永树, 李明. 西南南越王墓博物馆观众基本情况调查报告 [J]. 中国博物馆, 1992, (2): 83-88.
- [22] 王学敏. 河南省博物馆、纪念馆对青少年——教育作用的调查报告 [J]. 中国博物馆, 1997, (3): 83-88.

Tourists' Demands for Interpretative Media:

A Case Study of the Museum of the Mausoleum of the Nanyue King

HONG Yan, TAO Wei

(School of Geography and Planning, Sun Yat-Sen University, Guangzhou 510275, China)

Abstract: Understanding tourists' demands for interpretative media is very important to the interpretative system planning and design. Based on the domestic tourist survey of the Museum of the Mausoleum of the Nanyue King, this paper statistically analyzes the tourists' demands for interpretative media, the relationship between tourists' social attributes and their demands, and the relationship between tourists' motivations and their demands. The results have showed that tourists have great demands for interpretative media and tourists with different social attributes and motivations are significantly different in the demands for interpretative media.

Key words: interpretative media; demand; museum

[责任编辑:吴巧红; 责任校对:廉月娟]

区域国际旅行社业竞争力 评价方法与实证分析

黄秀娟^{1,2}, 黄福才¹

(1. 厦门大学管理学院, 福建 厦门 361005;

2. 福建农林大学经管学院, 福建 福州 350002)

[摘要] 区域国际旅行社业竞争力的评价涉及到多个指标, 评价方法的选择对评价结果起重要作用。该文基于竞争力影响因素的基本理论及指标数据的可获取性, 选择劳动生产率、市场占有率、利润率、成本作为国际旅行社竞争力的评价指标, 以我国31个省级区域(不含港、澳、台地区)为研究对象, 检验了3种评价方法: SAW法、WP法、TOPSIS法的有效性, 分析了评价结果对指标权重的敏感性。最后, 对我国31个省份的国际旅行社业竞争力进行了评价与分类。

[关键词] 国际旅行社业; 竞争力评价; SAW法; WP法; TOPSIS法

[中图分类号] F59

[文献标识码] A

[文章编号] 1002-5006(2006)11-0048-06

一、前言

国际旅行社作为旅游产业的一个重要分支, 在拉动和满足旅游目的地国际旅游市场的需求方面起着非常关键的作用。对我国各区域国际旅行社的竞争力加以分析, 既可以反映各区域国际旅行社业的发展状况, 以准确了解、把握区域内国际旅行社产业发展的优势和劣势, 又可构成从整体上对区域旅游产业国际竞争力进行评价的基础, 具有重要的现实意义。

[收稿日期] 2006-06-10

[作者简介] 黄秀娟(1966-), 女, 河南商水人, 厦门大学管理学院博士生, 福建农林大学经管学院副教授, 主要从事旅游研究; 黄福才(1947-), 男, 福建泉州人, 厦门大学管理学院教授, 博士生导师, 主要从事旅游研究。

我国各省级区域不仅人口、土地规模巨大,而且在经济上具有相对独立性。在旅游产业国际竞争日益激烈的大趋势下,各省级区域都有一个如何参与国际竞争,争取更大发展空间和机会的问题。以我国各省份为对象进行国际旅行社竞争力的研究不仅可以完善旅游产业国际竞争力研究的现有理论成果,在实践上也为我国各区域及时发现国际旅行社发展中的不足,提高国际旅行社竞争力提供参考。

二、评价指标的选择

区域国际旅行社业竞争力属于产业国际竞争力范畴。迈克尔·波特教授^[1]是第一位从产业层面研究国际竞争力的学者。他认为,一国在某一产业的国际竞争力,是一个国家能否创造一个良好的商业环境,使该国企业获得竞争优势的能力。一国的特定产业是否具有国际竞争力,取决于6个方面的因素,即:生产要素的状况,需求状况,相关及辅助产业的状况,企业的经营战略、结构与竞争方式,机遇,政府行为。金碚^[2]认为,竞争力是一个动态过程,是由竞争潜力到竞争实力再到竞争结果的转化过程。围绕这些理论,国内外学者从不同层次展开了对产业竞争力评价指标及评价方法的研究。裴长洪,王镭^[3]将产业国际竞争力的评价指标总结为两类:(1)显示性指标,说明国际竞争力的结果。包括市场占有率、利润率和价值增加指标或增值率等指标;(2)分析性指标,用来解释具有国际竞争力的原因,又分为直接影响因素指标和间接影响因素指标。直接影响因素指标有3大类:一是与生产率有关的各项指标,如劳动生产率、成本、价格、企业规模等;二是与市场营销有关的各项指标,如品牌商标、广告费用、分销渠道等;三是与企业的组织管理有关的各项指标,如售后服务网点和全球质量保证体系等。间接影响因素指标多从竞争环境和创新方面构造。国外学者多从竞争结果方面构造评价指标,当前使用最多的指标有贸易专业化系数指标(Trade Specialization Coefficient,简称TSC指标)、出口绩效相对系数(Index of Relative Export Performance)、固定市场份额模型(The Constant Market Share Model,简称CMS指标)、显示性比较优势指标(Revealed Comparative Advantage Index,简称RCA指标)等^[3]。我国国家计委宏观经济研究院产业发展研究所课题组根据产业国际竞争力的内涵,从竞争实力、竞争能力、竞争潜力、竞争压力、竞争动力、竞争活力6个方面构造了产业国际竞争力评价模型^[4]。朱春奎^[5]从生产、市场、技术和资本4个方面选择产业竞争力评价指标。

赵彦云等^[6]在研究我国制造业国际竞争力时,选择制造业劳动生产率、人均制造业出口额、制造业高技术产品的含量3个指标作为制造业国际竞争力的评价指标。陈卫平、赵彦云^[7]从规模、效益、基础、结构、现代化、成长、特色方面构造了农业国际竞争力评价指标。张有恒(Yu-Hern C)^[8]在研究台湾航空业国际竞争力的问题时认为服务质量是评价航空业国际竞争力的重要因素,因而把服务质量作为一个重要评价指标,并从成本、生产率、服务质量、价格、管理5个方面构造航空业国际竞争力评价指标。从人们选择的产业竞争力评价指标可以看出,虽然指标的分类方法及个别指标的选择有些不同,同时产业竞争力的评价指标又随着产业的不同有所不同,但一般从生产、市场、管理、成本等方面来选择评价指标。国际旅行社业是一个需求导向型的服务性行业,而且具有极强的地域性特征,其国际竞争力评价既不同于一般的工业国际竞争力评价,又不同于一般的服务业国际竞争力评价。基于上面的分析,同时考虑指标数据的可获得性,本文从生产、市场、管理、成本4个方面选择劳动生产率、市场占有率、利润率、生产成本作为国际旅行社竞争力的评价指标(表1)。

表1 国际旅行社业竞争力评价指标

评价指标	指标描述与测量方法
劳动生产率 C1	人均外汇营业收入: 营业收入 除以职工人数
市场占有率 C2	外联人数比率: 外联旅游人数 除以地区总入境旅游人数
利润率 C3	净利润除以营业收入
生产成本 C4	接待单位旅游人数所占固定资产: 固定资产除以接待旅游人数

劳动生产率反映了企业在市场中利用现有资源的能力,是体现国际旅行社在生产方面竞争能力的核心指标,是产业国际竞争力测度通常采用的核心指标之一。市场占有率显示了产业在国际市场上的势力范围,综合反映企业利用其资源的效率与效果。与接待业务相比,外联业务显示了国际旅行社的主动性和国际竞争力。考虑到旅游产业的地域性发展不平衡的特征,本文使用外联人数比率,即外联人数与区域入境旅游人数的比率表示市场占有率。利润率的高低除了反映区域对市场的占有之外,还反映了整个产业的管理水平,体现了该产业的综合管理能力。成本从另一个方面反映了国际竞争力的高

低。樊纲^[9]甚至认为竞争力的竞争就是成本的竞争,竞争的实质即是以最小的成本生产出满足市场需求的产品。生产成本越高,国际竞争力越低。对于国际旅行社来说,由于其业务的复杂性,单位产品的生产成本难以计量,本文用接待单位游客所占用的固定资产作为生产成本高低的测量指标。

三、评价方法分析

国际旅行社竞争力的评价涉及到多个指标,综合国际竞争力的评价归属于多属性决策问题,评价过程涉及到下面问题:

(一)权重的确定

指标的权重代表了每个指标的重要性程度,其大小影响综合国际竞争力的最终评价结果。如何确定每一指标的权重是人们在评价方法选择中考虑的一个重要问题。多属性决策中权重的确定常用的有两种类型,一种是利用层次分析法(AHP),一种是直接用相等的权重。等权重方法对每一指标不加区别,给予相同的权重,其缺陷是显然的。不等权重方法考虑了指标之间的差异性,较符合实际,但是,层次分析法把指标的权重建立在评价者关于指标两两重要性的主观认识基础之上。有学者认为,在实际应用中,如果评价者得不到适当的指导和足够的信息,所得到的权重更不可信。

在国际旅行社竞争力的评价指标中,人们还不能确定哪些指标更重要。鉴于上面的认识,本文首先不考虑各个指标的重要性区别,每一指标取相等的权重;然后再讨论权重对评价结果的影响。

(二)等权重的 3 种方法介绍

等权重方法中常用的有 3 种方法:SAW 法、WP 法、TOPSIS 法。

1. SAW 方法(The Simple Additive Weighting Method)^[10]

SAM 方法,是人们了解最多,应用最多的一种多属性决策方法。其步骤是:

首先,将原始数据标准化, $r_{ij} = \begin{cases} X_{ij} / \max_i X_{ij}, & \text{如果 } j \text{ 为效益属性} \\ \min_i X_{ij} / X_{ij}, & \text{如果 } j \text{ 为成本属性} \end{cases}$

其次,求出每个评价目标 A_i 的得分值为

$$V_i = \sum_{j=1}^n w_j r_{ij}, i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n.$$

其中, $0 \leq r_{ij} \leq 1, 0 \leq V_i < 1$ 。

2. WP 方法(The Weighting Product Method)^[11]

WP 方法是利用乘积连接不同指标的得分,每一个指标的权重被提高到指数的位置,其背后的逻辑

是较重地惩罚得分较低的评价指标。其步骤是:

首先,利用原始数据计算每个评价目标的总得分,

$$S_i = \prod_{j=1}^n x_{ij}^{w_j}, \sum_{j=1}^n |w_j| = 1$$

对于效益指标, w_j 取正值;对于成本指标, w_j 取负值;

其次,对 S_i 标准化处理,得每个评价目标的最后得分,

$$V_i = \prod_{j=1}^n x_{ij}^{w_j} \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n (x_j^*)^{w_j}}$$

其中, $x_j^* = \begin{cases} \max_i x_{ij}, & \text{为效益指标} \\ \min_i x_{ij}, & \text{为成本指标} \end{cases}, 0 \leq V_i \leq 1$

3. TOPSIS 方法(The Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution)^[12]

该方法基于这样一种思路:如果把不同权重下的评价结果作为一种解决方案,那么,最偏好的评价目标不仅离最佳的解决方案最近,同时离最坏的解决方案最远。步骤是:

首先,将原始数据标准化, $r_{ij} = x_{ij} / \sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}$

其次,计算每一指标加权后的得分, $z_{ij} = w_j r_{ij}, w_j$ 为每一指标权重。

第三,求出代表最佳和最坏解决方案的向量, $A^+ = (z_1^+, z_2^+, \dots, z_n^+), A^- = (z_1^-, z_2^-, \dots, z_n^-)$

$$z_j^+ = \begin{cases} \max_i z_{ij}, & \text{如果 } j \text{ 是效益指标} \\ \min_i z_{ij}, & \text{如果 } j \text{ 是成本指标} \end{cases}$$

$$z_j^- = \begin{cases} \min_i z_{ij}, & \text{如果 } j \text{ 是效益指标} \\ \max_i z_{ij}, & \text{如果 } j \text{ 是成本指标} \end{cases}$$

第四,计算评价目标 A_i 与最佳的解决方案和最坏的解决方案的距离,

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (z_{ij}^+ - z_j^+)^2}$$

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (z_{ij}^- - z_j^-)^2}$$

第五,计算每个评价目标的总得分, $V_i = D_i^- / (D_i^+ + D_i^-), 0 \leq V_i \leq 1$ 。

上面 3 种方法中, V_i 得分越高,表明国际竞争力越强。

(三)评价方法的选择

上面 3 种方法,评价结果会存在差异,当差异极其显著时,哪一种评价结果更有效还需要进一步检验。张有恒^[8]等提出了一种比较有效的检验方法。检验过程为:

步骤 1:利用相等权重法 ($w_j = 1/n$) 得到每一评价目标 A_i 的评价值 V_i^*

步骤2: 给定每一评价指标 C_j 初始权重值 $1(e_j = 1)$ 、权重上限 $u(u \geq e_j)$ 和权重增量 $\Delta(\Delta \leq u - e_j)$

步骤3: 对每一指标 C_j 依次增加权重值 $\Delta \times k (k = 0, 1, 2, \dots, K; K = ((u - e_j) / \Delta) + 1)$, 得到 T 个权重向量

$$E^t = (e_1^t, e_2^t, \dots, e_n^t); t = 1, 2, \dots, T; T = n^K.$$

步骤4: 标准化每一权重向量 E^t , 得 $w^t = (w_1^t, w_2^t, \dots, w_j^t)$, $w_j^t = e_j^t / (\sum_{j=1}^n e_j^t)$, $\sum_{j=1}^n w_j^t = 1$

步骤5: 对应每一个权重向量 W^t , 得到每个目标的评价值 V_i^t

步骤6: 计算平均离差

$$d = \sum_{t=1}^T \sqrt{\sum_{i=1}^n (V_i^t - V_i^*)^2} / T$$

平均离差 d 最小的评价方法为最有效的评价方法。

四、我国区域国际旅行社业竞争力的实证分析

(一) 我国各地区国际旅行社业竞争力评价

利用上面所讨论的3种评价方法计算我国31个地区国际旅行社的国际竞争力, 所用数据来自2005年中国旅游统计年鉴和年鉴副本。由于很多地区国际旅行社的利润率为负值, 在进行评价之前, 首先对利润率指标数据进行修正, 将各地区的利润率数据都加上同一个正数, 使利润率最小地区的数据为1, 评价结果如表2所示。

从表2可知, 3种方法的评价结果并不完全一致, 个别地区的评价结果差异极大, 如湖南、海南、陕西等地区。

观察4个指标的分项得分, 分项得分及排序差异较大的地区, 3种评价方法所得结果差异也较大; 分项得分及排序比较均衡的地区, 3种评价方法的结果相近。这主要由于WP和TOPSIS对较差的指标得分给予了较重的惩罚, 使得这些地区利用WP和TOPSIS方法得到的排序结果落后于利用SAW方法得到的排序结果。4个指标的排序结果相差越大, 3种方法评价的最后结果也相差越大。湖南地区成本指标的排名为第1位, 劳动生产率指标的排名却在第25位; 陕西地区成本指标的排名为第3位, 利润率指标的得分排在第19位; 海南地区则相反, 劳动生产率、市场占有率、利润率3个指标的得分排名分别为第2、5、4位, 成本指标的得分排在第29位。4个分项指标得分及排序上的悬殊差异造成了这3个地区3种方法评价结果的悬殊差异, 利用WP和TOPSIS得到的排序结果落后于利用SAW得

表2 三种方法的评价结果

	综合得分与排序					
	SAW		WP		TOPSISV	
	得分	排序	得分	排序	得分	排序
北京	0.765	1	0.64	1	0.877	1
重庆	0.616	2	0.572	2	0.668	2
江苏	0.584	3	0.494	3	0.524	6
浙江	0.535	8	0.489	4	0.529	4
新疆	0.535	7	0.477	5	0.569	3
上海	0.538	5	0.458	6	0.525	5
广东	0.49	9	0.429	7	0.488	7
广西	0.477	10	0.412	8	0.474	8
陕西	0.471	11	0.404	9	0.464	13
湖南	0.545	4	0.387	10	0.446	16
黑龙	0.46	12	0.385	11	0.467	10
云南	0.43	13	0.378	12	0.46	14
天津	0.425	14	0.373	13	0.466	11
海南	0.536	6	0.37	14	0.465	12
四川	0.422	16	0.361	15	0.47	9
山东	0.422	17	0.358	16	0.454	15
内蒙古	0.423	15	0.313	17	0.441	17
辽宁	0.389	19	0.309	18	0.425	18
河南	0.387	20	0.304	19	0.42	19
安徽	0.346	22	0.267	20	0.401	21
吉林	0.332	24	0.241	21	0.397	22
贵州	0.338	23	0.231	22	0.391	23
河北	0.396	18	0.23	23	0.418	20
山西	0.316	27	0.22	24	0.378	24
西藏	0.351	21	0.216	25	0.316	29
福建	0.323	25	0.206	26	0.218	30
江西	0.317	26	0.196	27	0.334	26
甘肃	0.296	28	0.169	28	0.353	25
宁夏	0.216	29	0.142	29	0.317	28
青海	0.197	30	0.121	30	0.13	31
湖北	0.092	31	0.104	31	0.327	27

到的排序结果。北京地区虽然在利润率、成本两个指标上的排名有些靠后, 但在得分上与其他地区相差不大, 而劳动生产率、市场占有率两个指标不仅排名靠前, 而且得分也远远高于其他地区, 使得该地区不管使用哪一种评价方法, 其国际竞争力都领先于其他地区, 3种方法的评价结果也没有区别。

(二) 3种方法的有效性检验

利用前面介绍的检验方法, 检验3种方法的有

效性, 第一次假设每一指标的重要性不超过其他指标的 2 倍, 选择权重的上限 $u=2, \Delta=0.1$; 第二次假设每一指标的重要性不超过其他指标的 3 倍, 选择权重的上限 $u=3, \Delta=0.3$ 。检验结果如表 3 所示。

表 3 三种方法的有效性检验

	SAW	WP	TOPSIS
$u=2, \Delta=0.1$	0.1854	0.1586	0.2759
$u=3, \Delta=0.3$	0.2911	0.2486	0.3303

表 4 不同权重下的 WP 评价结果

指标	等权重	不等权重(其他指标权重取 1)							
		C1	C2	C3	C4	C1	C2	C3	C4
权重	1	2	2	2	2	3	3	3	3
北京	1	1	1	1	3	1	1	1	7
重庆	2	2	2	2	2	4	2	2	3
江苏	3	3	5	3	1	2	12	3	1
浙江	4	4	4	5	4	3	4	6	4
新疆	5	6	3	4	6	8	3	4	8
上海	6	5	6	6	7	5	8	5	10
广东	7	8	8	7	10	7	11	7	9
广西	8	10	7	8	8	13	7	8	6
陕西	9	9	12	9	9	11	13	9	5
湖南	10	16	16	11	5	17	17	12	2
黑龙	11	15	11	10	11	15	9	10	11
云南	12	13	14	13	12	12	14	13	12
天津	13	11	13	14	13	10	10	14	13
海南	14	7	9	12	19	6	6	11	24
四川	15	14	10	16	15	14	5	16	17
山东	16	12	15	15	14	9	15	15	16
内蒙	17	20	17	17	16	23	16	17	14
辽宁	18	17	19	18	17	16	19	19	15
河南	19	18	18	19	18	18	18	18	19
安徽	20	19	20	20	20	19	22	20	20
吉林	21	25	21	21	22	26	20	21	21
贵州	22	21	25	23	23	20	25	24	22
河北	23	22	27	22	21	21	28	22	18
山西	24	24	24	25	24	24	24	25	23
西藏	25	27	22	24	25	27	21	23	27
福建	26	23	23	26	28	22	23	26	29
江西	27	26	26	27	26	25	26	27	26
甘肃	28	28	28	28	27	29	27	28	25
宁夏	29	29	30	29	29	28	31	29	28
青海	30	30	29	30	31	30	29	30	31
湖北	31	31	31	31	30	31	30	31	30

从检验结果可知, 离差的大小与检验过程中所选择的指标权重的上限和权重的增量有一定关系, 但两次检验的结果是一致的, 即利用 WP 评价方法的离差最小, SAW 方法次之, TOPSIS 方法的离差最大, 这一结论与张有恒利用台湾航空业企业数据对

3 种评价方法检验的结果不一致。本文认为, 3 种评价方法中哪一种方法最有效并不是一定的, 它依赖于所研究对象的数据分布特征。就本文所研究的案例来说, WP 评价方法的结果最有效。

(三) 指标权重的敏感度分析

为了检验指标的权重大小对 WP 评价结果的影响, 改变指标的权重大小, 观察评价结果的变化情况。首先令其中一个指标的权重等于 2, 其他指标的权重等于 1; 然后令其中一个指标的权重等于 3, 其他指标的权重等于 1, 评价结果如表 4 所示。

(四) 我国各地区国际旅行社竞争力分析

根据利用 WP 方法得到的评价结果, 对各地区国际旅行社业的竞争力进行聚类, 可以将我国 31 个地区分为 6 类(图 1): 第一类为竞争力最强地区, 包括北京、重庆, WP 平均值为 0.61; 第二类为竞争力较强地区, 包括江苏、浙江、新疆、上海 4 个地区, WP 平均值为 0.48; 第三类为一般竞争力地区, 包括广东、广西、陕西、湖南、黑龙江、云南、天津、海南、四川、山东 10 个地区, WP 平均值为 0.38; 第四类为较弱竞争力地区, 包括内蒙古、辽宁、河南、安徽 4 个地区, WP 平均值为 0.29; 第五类为极弱竞争力地区, 包括吉林、贵州、河北、山西、西藏、福建、江西 7 个地区, WP 平均值为 0.22; 第六类为最弱竞争力地区, 包括甘肃、宁夏、青海、湖北 4 个地区, WP 平均值为 0.13。

从 4 个分项指标看, 各地区国际竞争力的来源并不相同。北京地区的国际竞争力主要来自极高的劳动生产率 and 市场占有率; 重庆地区的国际竞争力主要来自较高的市场占有率, 该地区的市场占有率虽然低于北京地区, 但远高于其他地区; 江苏和浙江的国际竞争力主要来自较高的劳动生产率和较低的生产成本; 新疆的国际竞争力主要来自于较高的市场占有率和较高的利润率; 上海的国际竞争力主要来自于较高的劳动生产率和较高的利润率; 广东的劳动生产率、利润率、生产成本竞争力都相对较高但不突出; 广西地区的国际竞争力主要来自较低的成本优势。

从旅行社业竞争力与旅游产业的整体发展来看, 福建、湖北两个地区比较特别。从规模上看, 福建省是入境旅游市场发展的大省, 入境旅游人数和外汇收入都位居全国前 6 位, 但是该地区的 4 个国际竞争力指标中, 除了劳动生产率较高(位于第 10 位)之外, 其他 3 个指标都较低, 市场占有率位于第 22 位, 外联人数不到全省入境旅游人数的 10%; 利

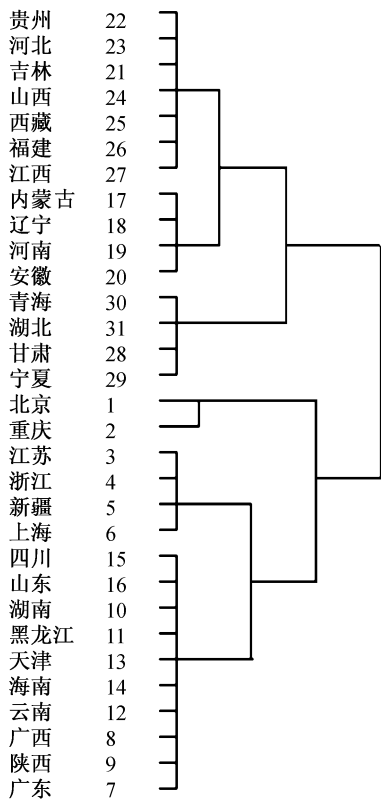


图1 31个地区国际旅行社业竞争力聚类结果

润率位于第28位;生产成本最高;其综合结果使福建省国际旅行社竞争力总体上排到第26位。其次是湖北地区,从入境旅游人数和外汇收入来看,该地区的国际旅游业整体国际竞争力属于全国中等水平,但是国际旅行社的4个国际竞争力指标中,除了生产成本的国际竞争力排序稍微靠前之外(位于第24位),其他3个指标都排到最后,使得该地区的整体国际竞争力最弱。

四、结论及存在的问题

本文的研究共得到3个结论:第一,从对3种评价方法(SAW、WP、TOPSIS)的有效性检验得到,WP方法对于评价我国各地区国际旅行社竞争力最有效。第二,从指标权重的敏感度分析得出,如果所选择的4个评价指标中,每一指标的重要性不超过其他指标的2倍,本文利用4个指标得出的评价结果是有效的;如果某一指标的重要性超过了其他指标的2倍,这一评价结果不再有效。第三,根据对我国31个地区的国际旅行社竞争力的评价结果,我国31个地区的国际旅行社分为6个层次,北京、重庆为第一层次,竞争力最强。最后需要说明的是,本文所得的评价结果是基于所选择的4个指标基础上得到的,其指标选择与分类结果是否正确需要同行们进一步的探讨。本文未把质量列为评价指标,主要原

因是得不到有关我国各地区国际旅行社服务质量方面的数据,对于服务业来说,服务质量是影响国际竞争力的一个重要因素,因而本文对国际旅行社评价指标的选择还有待于进一步完善。

[参考文献]

[1] 迈克尔·波特(Michael E Porter)著,李明轩译.国家竞争优势[M].北京:华夏出版社,2002年:65-120.
 [2] 金碚主编.中国工业国际竞争力——理论、方法与实证研究[M].北京:经济管理出版社,1997年:15-25.
 [3] 裴长洪,王镭.试论国际竞争力的理论概念与分析方法[J].中国工业经济,2002,(4):41-45.
 [4] 国家计委宏观经济研究院产业发展研究所.我国产业国际竞争力评价理论与方法研究[J].宏观经济研究,2001,(7):35.
 [5] 朱春奎.产业竞争力的理论研究[J].生产力研究,2003,(6):182-183.
 [6] 赵彦云,等.国际竞争力统计模型及应用研究[M].北京:中国标准出版社,2005.61-62.
 [7] 陈卫平,赵彦云.中国区域农业国际竞争力评价与分析[J].管理世界,2005,(3):85-93.
 [8] Yu-Hern Chang, Chung-Hsing Yeh. Evaluating airline competitiveness using multi-attribute decision making [J]. The International Journal of Management Science, 2001, (29):405-415.
 [9] 樊纲.论竞争力[J].管理世界,1998,(3):10-15.
 [10] Fishburn P C. Additive utilities with incomplete product set: applications to priorities and assignments[M]. Baltimore, MD: ORSA Publication, 1967.
 [11] Chen S J, Hwang C L. Fuzzy multiple attribute decision making: methods and applications[M]. New York: Springer, 1992.
 [12] Yeh C H, Deng H, Pan H. Multi-criteria analysis for dredger dispatching under uncertainty [J]. Journal of the Operational Research Society, 1999, (5): 35-43.

The Evaluation Method and Empirical Analysis on the Competitiveness of Regional International Travel Service Industry

HUANG Xiu-juan^{1,2}, HUANG Fu-cai¹

(1. School of Management, Xiamen University, Fujian Xiamen 361005, China; 2. Economics and management College of Fujian Agriculture and Forestry University, Fuzhou Fujian 350002, China)

Abstract The evaluation of the competitiveness of regional international travel service industry involves many measure dimensions and the choice of evaluation method plays an important role in the outcome of evaluation. Based on the basic theory about the effect elements of competitiveness and obtainable data, labor productivity, market share, profit margin and cost are selected as the measure dimensions. Three methods effectiveness including SAW, WP and TOPSIS are tested. WP method's sensitivity to measure dimensions' weight are analyzed. In the end, evaluation and classification are given for China's 31 provinces in terms of their competitiveness in international travel service industry.

Key words: international travel service industry; evaluation of competitiveness; SAW; WP; TOPSIS

[责任编辑:宋子千;责任校对:廉月娟]