

基于系统分析的旅游景区管理研究框架构建

——以公共资源型景区为例

田世政^{1,2}

(1. 云南大学 工商管理与旅游管理学院, 云南 昆明 650091; 2. 西南大学 经济管理学院, 重庆市 400715)

摘要:景区管理是一个动态的过程,在这个过程中,各类管理主体不断适应外部环境的变化,通过管理职能的发挥对景区系统进行有效管理,实现景区的多维目标。景区管理系统包含景区管理者系统(主体系统)、景区系统(客体系统)、管理职能系统、景区目标系统四个子系统,每一个子系统都包含一系列的要素,各个子系统及其构成要素相互作用构成景区管理系统。本文以公共资源型景区为例,运用系统理论、系统分析方法,在构建景区系统、景区管理系统的基础上,构建起景区管理四个层级命题的研究框架。

关键词:公共资源型景区;系统分析;景区系统;景区管理系统;景区管理研究框架

中图分类号:F59 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-2677(2007)02-0141-05

一、研究背景与思路

(一)概念界定

本文认为旅游景区是指向来访者提供观光度假、休闲娱乐、文化体验等游憩活动,有一定的地域界限与外界相隔,由管理机构实行经营管理的长久性的地域单元。旅游景区根据所有制和管理目标不同可分为公益性景区与商业性景区。公益性景区又称公共资源型景区,是指那些依托自然景观、文物古迹等社会公共资源,由政府部门或社会团体代表国家行使管理权的景区,其具有公共福利、科学研究、生态教育、文物保护和经营活动等多项功能。国外的国家公园体系,我国的国家重点风景名胜区、国家地质公园、国家森林公园、自然保护区、文物保护单位等属此列。这些景区具有经营垄断性、目标多重性、资源不可再生性等特点,是我国旅游产品的主体,是旅游景区发展的重点^[1]。商业性景区是私营部门投资兴建的景区,由各种不同的投资主体完全出于营利目的而建造,如各种人造主题公园、赌场、游乐园等,其经营管理的目标是商业利益最大化。

(二)研究背景

作者系统检索了1999年以来国内公共资源型景区管理研究的学术成果后发现,这些研究主要集中在景区的上市、产权制度尤其是经营权与所有权的关系、管理体制、开发与保护的关系、规划与开发、环境、民营资本投资开发、服务质量管理、经营管理与竞争、游客的满意度等问题。从整体上说,这些研究主要集中在业界出现的热点问题、景区开发实证研究、景区要素管理等方面,没发现从整体上建构旅游景区管理研究框架的研究成果。从近年国内出版的十余本旅游景区管理教材和引进与翻译的国外教材看,也没有发现像经济、管理类经典教材那样构建景区管理研究框架的成果。

(三)研究思路

由于旅游景区类型、构成要素、管理主体、管理方式、管理目标具有多样性和复杂性,构建旅游景区管理研究框架是一个非常复杂的问题。本文以公共资源型景区为例,运用系统理论、系统分析方法,在构建景区管理系统的基础上,探讨景区管理的研究框架。

* 收稿日期:2006-04-18

作者简介:田世政(1969-),男,重庆市人,云南大学工商管理与旅游管理学院,博士研究生;西南大学经济管理学院,副教授,主要研究生态旅游景区开发与管理、旅游业可持续发展。

二、旅游景区管理系统

旅游景区管理系统的构建必须根植于管理学的基础理论。尽管对管理概念的表述不尽相同,一般认为:管理是指组织中的管理者通过决策、计划、组织、领导、控制、创新等职能的发挥来分配、协调组织中的一切可以调用的资源,实现组织目标的活动或过程。管理活动包括作为管理主体的管理者、作为管理客体的组织、作为管理手段的管理职能、作为管理目的的组织目标四个基本构成要素,管理必须适应外部环境的变化^[2]。

景区管理系统构建的基本逻辑是:景区管理是一个动态的过程,在这个过程中,各类管理主体不断适应外部环境的变化,通过管理职能的发挥对景区系统进行有效管理,实现景区的多维目标。因而,景区管理系统包含景区管理者系统(主体系统)、景区系统(客体系统)、管理职能系统、景区目标系统四个子系统,每一个子系统都包含一系列的要素,各个子系统及其构成要素相互作用构成景区管理系统。景区管理系统的外部系统也由多因素构成,景区管理系统动态适应外部系统变化并作用

于外部系统(图1)。

(一)景区管理系统的外部系统——管理环境

管理环境,即实现管理目标的客观条件,它是管理系统之外的一切事物和条件的集合体,管理学中权变的观点要求以动态的观点来看待世界、处理问题。环境是自变量,作为因变量的管理活动应随之改变。景区管理者在行使管理职能,支配调动管理要素的过程中,必然受到外部的自然、社会、经济条件的制约和影响,必然受到政策法规、国际公约、行规行约的约束。

1. 自然、社会、经济条件

影响和制约景区管理的外部自然条件包括景区所在地的地理位置、气候条件、地质地貌特征、生态环境状况、动植物种类与分布等。经济条件包括景区所在地、客源地的区域经济发展水平,旅游市场发育程度,目的地的交通、通讯等基础设施状况,旅游接待、旅游商品供给能力与水平等。社会条件包括景区所在地的民俗风情,景区与当地政府、社区居民的关系,社区居民的好客度、对发展旅游业的支持程度,景区目标客源市场消费习惯、消费时尚变化等。

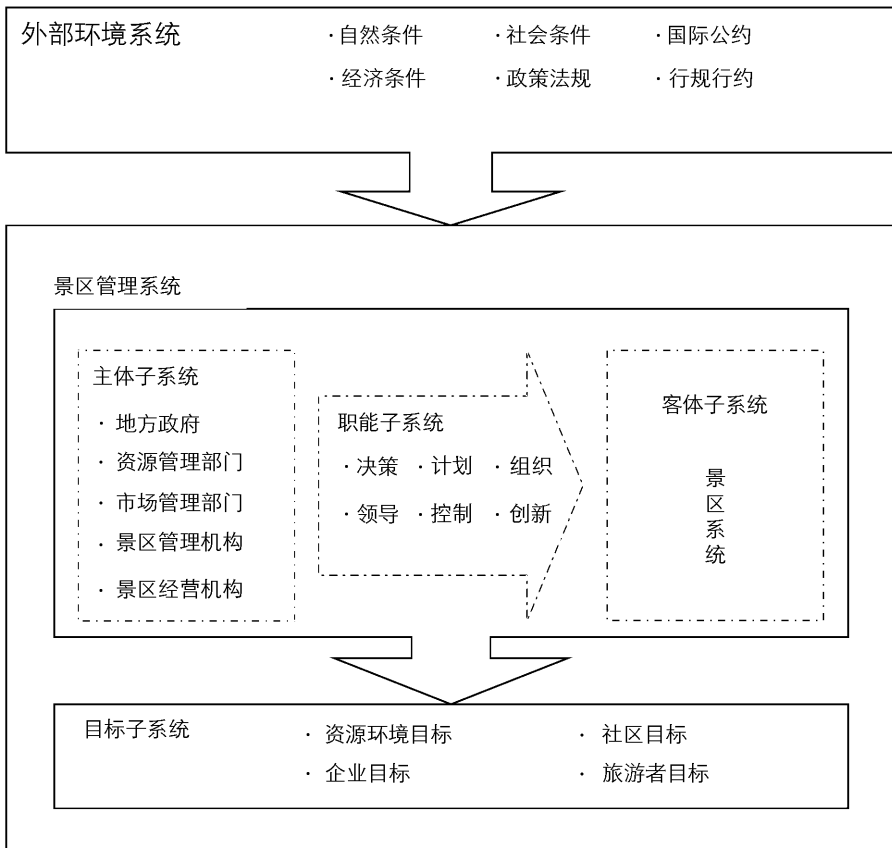


图1 景区管理系统

2. 政策法规、国际公约、行规行约

我国与旅游景区管理密切相关的法律法规包括两类:一是与景区资源开发保护密切相关的《文物保护法》、《环境保护法》、《土地管理法》、《森林保护法》、国务院颁布的《自然保护区管理条例》、《风景名胜区管理条例》等;二是规范、约束景区经营活动的国家经济领域中的法律法规,如《公司法》、《合同法》、《反不正当竞争法》、《劳动法》、《消费者权益保护条例》等。与景区管理密切相关的方针政策有国家和景区所在地政府颁布的促进旅游业发展的具体措施、各级旅游规划,国家旅游行业管理部门、旅游资源管理部门制定的制度、相关国家标准和行业标准,如《风景旅游区服务质量与操作规范》等。我国的世界自然文化遗产景区、国际地质公园、进入联合国“人与生物圈计划”的景区等要受相关国际公约的约束,如世界自然文化遗产景区要按《保护世界文化和自然遗产公约》要求的程序进行申报,入录的景区要接受系统监测与反应性监测等。中国旅游协会和各个省市自治区旅游协会都新近成立了景区点分会,加入协会的单位要受协会章程和协商制定的行规行约的约束。

(二)景区管理主体子系统——管理者系统

旅游景区性质、管理体制、治理结构不同,管理主体的差异较大。如商业性景区管理主体主要是景区经营企业,美国国家公园的管理主体主要是内政部国家公园管理局及其两级分局。我国的公共资源景区,管理主体相对比较复杂,概括起来主要包括:地方政府、旅游资源管理部门、旅游市场管理部门、景区管理机构、景区经营企业。

景区所在地人民政府通常被视为旅游景区所有权的实际代表,在国家政策框架内行使景区公共资源的管辖权和处置权,享有景区经营收益权。按照我国现行行政管理体系的职责分工和管理权限,风景资源、文物资源、生态资源、森林资源、土地资源的管理权分别在各级建设园林、文物文化、环境保护、林业和国土部门,并按其科学价值、历史文化价值、美学价值和地域范围等划分为国家级、省级、县级,由各级有关行政部门分级管理,这些部门被称为旅游资源管理部门。旅游市场管理部门是指各级旅游局,各级旅游局是同级政府旅游行政部门,对景区进行市场管理和行业协调。景区管理机构通常是景区所在地人民政府的派出机构,有风景名胜区政府、景区管理局、管理委员会、管理处等不同称谓,景区管理机构代表政府行使景区的日常监督权和管理权。在按资源的所有权和经营权

相分离的原则实行企业化经营的景区中,企业是景区经营活动的最直接的管理主体,在遵循政策法规、景区规划、接受政府及其相关部门管理及监督的情况下,自主经营,自负盈亏,独立核算,追求经济效益最大化。

(三)景区管理客体子系统——景区系统

1. 景区系统的外部系统——旅游系统与旅游目的地系统

旅游系统的概念由来已久,1979年澳大利亚学者雷普(Leiper)指出旅游是旅游客源地、旅游地、旅游通道连接的空间系统^[3]。国内外不同学者从自己的研究角度构建过不同旅游系统。吴必虎博士1998年提出,旅游科学的研究对象就是旅游系统,旅游系统是一个开放复杂的系统,由客源系统、目的地系统、出行系统和支持性系统四个部分组成,各个系统包含不同的子系统,旅游目的地系统由旅游吸引物、旅游设施、旅游服务三个子系统构成^[4]。

吴必虎的旅游目的地系统虽然高度概括,但对旅游目的地的空间结构描述不够直观和具体。杨桂华博士2004年在构建生态旅游系统时指出生态旅游目的地系统是由生态旅游交通、旅游接待中心城镇、旅游服务设施与机构、生态旅游景区、社区旅游环境等子系统构成^[5],描述了旅游地的空间结构;包含一个或多个景区、联系目的地内外的旅游交通、一个或多个旅游中心城镇承担游客集散和接待服务功能。根据吴必虎的旅游系统和杨桂华的旅游目的地系统,我们可以清楚地描绘旅游景区的外部系统(图2)。

2. 旅游景区系统

尽管不同的景区外在形态千差万别,但任何景区都是由一些共性的东西构成,李洪波认识到这一点,提出了景区系统的概念,构建了景区系统,认为景区系统由居民、经营者、游客、吸引物和当地政府构成,并指出了景区系统与外部系统的物质能量交换关系^[6]。李洪波的旅游景区系统有三个方面需要完善:一是没有描述景区的外部系统;二是把景区地域系统之外作为景区所有权代表者与管理监督者的当地政府作为景区的构成要素,值得商榷;三是没有描绘景区系统的内部运行机理。

本文认为景区系统是由景区内的旅游资源、旅游设施、生态环境、旅游者、旅游经营管理者、社区居民、旅游服务等要素有机构成。旅游景区的构成要素中,一些是在开发以前已经存在的,如土地、自然环境、原住居民、旅游资源,我们称之为原生因

素;另一些是开发后才产生的,如旅游设施、旅游服务、旅游者、景区经营管理与服务者,我们称之为再生要素。各个构成要素都包含有不同的构成因子,各个构成要素之间、下层因子之间、因子与要素之

间不是孤立的,它们相互联系、相互作用,共同构成一个复杂的系统。各个景区外在形态之所以千差万别,主要是由于这些要素与因子类型不同、比例不同、组合不同而形成的。

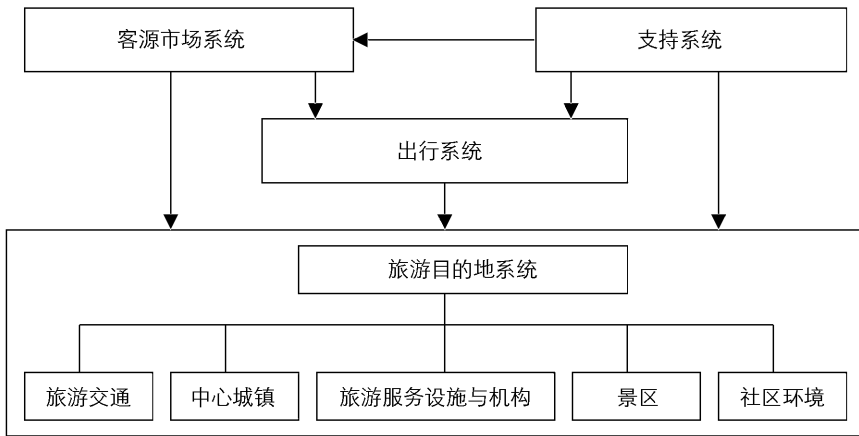


图2 旅游系统与旅游目的地系统

* 根据旅游系统图(吴必虎,1998)和旅游目的地系统图(杨桂华,2004)改编

景区系统与其外部系统不是孤立的,而是保持着物质与能量的交换关系。景区内部要素运行的第一个过程是开发过程,在这个过程中,外部系统向景区系统输入资金、技术、信息、管理,景区系统在原生要素的基础上,通过开发,产生再生要素,形成完整的景区系统。景区内部要素运行的第二个过程是经营过程。在这个过程中,外部系统向景区输入物资、客源、信息等,景区经营管理与服务者在原住民的参与下依托自然环境,凭借旅游资源、旅游设施,向旅游者提供旅游服务,完成景区系统的生产过程,这个生产过程的产出物是以旅游服务为核心的景区产品。旅游者以旅游支出为代价,购买或享受景区产品并获取旅游体验,景区经营管理者 and 社区获取相应的旅游收益。景区从外部系统获取物质和能量的同时,也向外部系统输出物质和能量,包括旅游体验、旅游的社会、经济、文化、环境影响(图3)。

(四) 景区管理职能子系统

管理职能,即用什么方法进行管。任何盈利或非盈利的组织,要实现组织目标都必须发挥管理职能。许多新的管理理论与管理实践一再证明,决策、计划、组织、领导、控制、创新是景区管理活动中最基本的管理职能。

(五) 景区管理目标子系统

凡是管理活动都有目标,目标性是管理活动的共同特征,不存在无目标的管理。景区的性质、类别、等级、治理结构不同,经营管理的目标也有较大

的差异。例如商业性景区管理目标是经济利益最大化,当然企业为实现长期经济效益最大化,也要承担道德和社会责任,考虑景区经营管理的社会效益和环境效益等。公共资源型景区,特别是有社区居民居住的景区,由于其准公共产品的性质,决定了其经营管理目标不是单一的,而是一个多维目标系统,或一个目标束。主要包括:(1)资源环境目标。最低景区不因为旅游活动的开展使资源耗损,环境恶化,最高目标是通过旅游者的贡献(旅游收入回投、游客自愿服务与环保活动)改进和完善环境质量;(2)社区目标。景区所在社区实现经济增长,文化传承等;(3)企业目标。景区经营机构获得较好经济效益;(4)旅游者目标。旅游者获取高质量的旅游体验。同样是公共资源型景区,管理层级不同的景区,各项目标的重要性也存在差异。例如世界自然文化遗产景区的管理更强调保护和环境教育等社会效益,而省级风景名胜区开发管理中,可能更强调提供游憩活动以获取较大经济效益。

按照系统论的最优化原理,复杂系统是多目标的,各个目标之间相互依存,不可能同时达到最优,而其中一个目标可能达到最优。如果我们追求一个目标最优,有可能带来其他目标的损失,应对这个目标加以抑制,以便保证整体效益最优。因而景区综合效益最大化的是多个单项目标博弈的结果,是景区管理目标系统的最优解。当然,不同管理层级、不同类型与性质的景区,其优先目标可能不同。

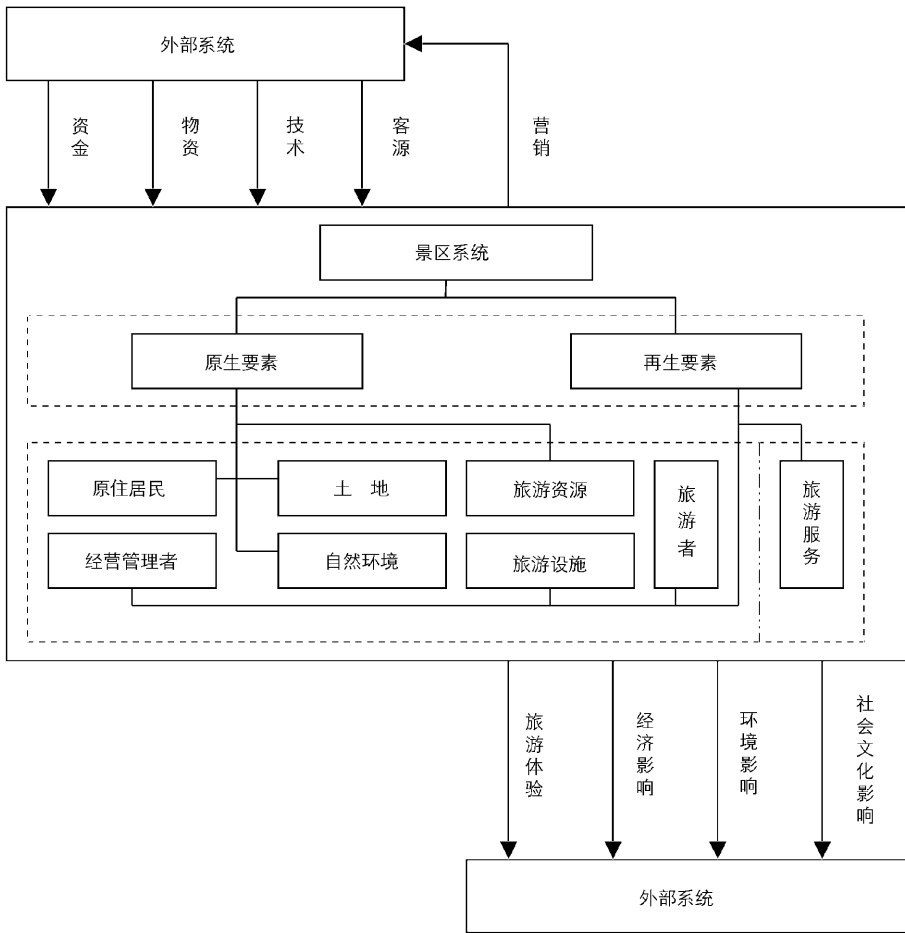


图3 景区系统及其与外部系统的关系

三、旅游景区管理研究框架

景区管理系统的构建为景区管理研究框架的推导提供了演绎的基础与逻辑出发点。本文认为，景区管理的研究内容是景区管理系统内部运行及其与外部系统之间的作用规律，具体可以分解为四个层级。

(一) 第一层：战略管理

景区管理第一个层次的研究命题是景区管理主体如何适应外部环境的变化，通过管理职能的发挥，对景区系统实施高效管理，实现景区四维目标最优解。这一层次的核心问题是景区经营管理绩效测度并以绩效指标为导向构建景区战略管理的框架。

(二) 第二层：应变管理与分级管理

景区管理第二个层次的研究命题是景区管理外部系统与景区管理系统的相互关系和作用规律。包括景区所在地的自然条件、区域经济条件、社会条件、文化条件等对景区开发与经营管理决策的影响机理，与景区相关的政策法规、国际公约、行规行

约对景区管理行为的约束与规制机理，具体体现为景区应变管理、危机管理等；景区相关的政策法规、国家标准、国际公约等规定的景区等级制度是景区分级管理的依据，不同级别的景区，管理主体、资源保护要求、开发强度等不同，管理方式也会有差异，景区分级管理也是这个层次的研究命题。

(三) 第三层：冲突与协调管理

景区管理第三个层次的研究命题是景区管理子系统内部的运行规律和子系统之间的相互作用规律，主要表现为冲突与协调。具体涵盖如各管理主体间的协调机制、景区管理职能发挥、不同管理主体管理方式差异、多维目标博弈与共生机制、不同类型景区四维管理目标重要性差异等诸多命题。

(四) 第四层：开发与经营管理

景区系统是景区管理的对象，在景区管理系统中居于核心地位，景区管理第四个层次的研究命题是景区系统的内部要素运行规律和景区系统与其外部系统的作用规律。从景区系统内部要素的运行管理看，包括两个过程的管理，一是开发管理，二是经营管理。开发过程的管理包含景区项目策划、

规划管理、项目投融资、项目建设管理等阶段。经营过程的管理包括调配景区的人、财、物使景区资源环境受到保护,经营活动正常高效运转,以最小的投入获取最大的产出。涉及游客管理、人力资源管理、社区参与及管理、旅游资源管理、景区环境管理、设施设备管理、旅游服务质量管理、市场营销管理、财务管理等诸多方面。从景区系统与外部系统的关系管理看,涉及景区与所在旅游目的地、客源地、出行系统、支持系统在开发与经营中的关系研究,景区与目的地的其他要素系统合理配置与协调研究、景区对外部的经济、社会、文化、环境影响及其调控的研究、旅游体验研究等诸多领域。

景区管理四个层次的研究命题是既具有相对独立性,又相互联系相互依存,每上一层次的研究命题包含下一层次命题,上一层次的命题的研究结论对下一层次命题的研究具有指导作用。旅游景区管理四个层级的命题构成旅游景区管理研究的基本框架。

四、结 语

本文在研究范围界定、研究背景回顾、国内文献综述的基础上,提出了研究的命题及技术路线。从管理的基本概念出发,经过推导演绎,构建起旅

游景区管理系统,以景区管理系统为基础推演旅游景区管理的研究框架。旅游景区系统、旅游景区管理系统、旅游景区管理研究框架的构建是旅游景区管理研究的基础工作,为旅游景区管理知识体系的搭建,为后续研究选题等都会有一定的借鉴作用,特别是在我国景区经营管理水平低、景区经营管理研究严重滞后,公益性景区的很多理论问题悬而未决的情况下,这种基础研究是有必要的。从本研究的局限性看,由于考虑到国外景区的范围、土地的所有制、景区类型与所有制结构等不同于我国,所以本文在构架中国公共资源型景区研究框架时,没进行国外文献的综述,可能影响研究的信度。

参考文献:

- [1] 彭德成. 中国旅游景区治理模式[J]. 北京:中国旅游出版社,2003:11.
- [2] 芮明杰. 管理学[M]. 上海:上海财经大学出版社,2005:37-39.
- [3] N. Leiper. The Framework of Tourism[J]. Annals of Tourism Research. 1979,6(4):390-407.
- [4] 吴必虎. 旅游系统:对旅游活动与旅游科学的一种解释[J]. 旅游学刊,1998,(1):21-25.
- [5] 杨桂华. 生态旅游景区开发[M]. 北京:科学出版社,2004:42.
- [6] 李洪波. 旅游景区管理[M]. 北京:机械工业出版社,2004:4-5.

责任编辑 张颖超

Establishing the Managerial Research Framework for Visitor Attractions on the Basis of Systematic Analysis

—A Case Study of Pubic Attractions in China

TIAN Shi-zheng^{1,2}

- (1. The School of Business Administration and Tourism Management, Yunnan University;
2. The School of Economic Management, Southwest University, Chongqing 400715, China)

Abstract: The management of visitor attractions is a dynamic process in which different managers constantly adapt to the environment to control the whole system effectively and reach the multi-dimensional objectives through bringing the managerial function into full play. The managerial system of visitor attractions is a sophisticated one composed of such four subsystems as subject, object, method, aim and and external system. The attractions are the object to manage and the system of attractions is made up of many elements which interact with each other, and the attractions system exchanges material and energy with external system. Taking pubic-owned visitor attractions as an example, the author establishes a 4-layer managerial research framework of visitor attractions by means of applying the theory and method of systematic analysis.

Key words: the pubic-owned attractions; systematic analysis; the system of visitor attractions; the system of the management of visitor attractions; the managerial research framework of visitor attractions