

【现代企业研究】

关于我国旅游企业集团化问题的研究

郝 索,王保伦,马聪玲

(西北大学 经济管理学院旅游系, 陕西 西安 710069)

摘 要:首先概括旅游企业集团的特点、类型和功能,进而分析我国旅游企业集团化进程中的问题,最后提出了相应的对策建议,即建立现代企业制度,改革旅游业管理体制,完善配套措施。

关键词:旅游企业集团;现代企业制度;旅游业管理体制

中图分类号:F590.6 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-2731(2000)01-0029-04

在国际旅游市场竞争日趋激烈的情况下,如何提高我国旅游企业的综合实力,是关系我国旅游业前途的一个大问题。国内外的大量事实表明,集团化是旅游企业进一步发展、壮大的根本途径和必由之路。基于以上原因,本文专门就旅游企业的集团化问题进行研究和探讨,期望能够抛砖引玉,推动我国旅游企业集团的健康发展。

一、旅游企业集团的特点类型及功能

1. 旅游企业集团的特点

旅游企业集团在组建过程中体现出了这样一些特点:

(1)旅游企业集团一般由多个旅游企业通过资产纽带和契约关系连结组成,是一个由集团公司对多层次的成员企业实行投资、控制和协调等职能的经济联合组织。

(2)与许多工业企业集团完全是横向联合的形式不同,一些旅游企业集团的组成以纵向为主,这一特点在饭店业中表现得尤为突出,其中的一个重要原因就是特许经营权和多重特许经营权的广泛实行。世界上许多饭店联号一直在向私人转让特许经营权,这样做的结果,使得饭店集团的规模越来越大,单一性也越来越强。

(3)旅游企业集团内部的自主性较强,各成员企业之间虽然有资本、人事和业务等方面的关系,但都具有独立的法人资格,可以根据经济合理性的原则进行自主决策,不存在支配与被支配的关系。例如,A旅游社是某一旅游集团的成员企业,当集团外的某一旅游企业在

收稿日期:1999-09-02

基金项目:国家社会科学基金资助项目(99BJY009)

作者简介:郝 索(1953-),男,河南南召人,西北大学经济管理学院旅游系主任,副教授,从事旅游经济理论及旅游发展战略与规划研究;王保伦(1972-),男,陕西蓝田人,西北大学经济管理学院硕士研究生;马聪玲(1974-),女,陕西西安人,西北大学经济管理学院硕士研究生。

接待质量、接待价格等方面均优于集团内的成员企业时,A旅行社可以与集团外的该旅游企业进行交易。

2. 旅游企业集团的类型

根据旅游企业集团的组合特点,我们可以将其分为以下三种类型:

(1)市场成长型。核心企业凭借经营优势和经济实力吸引相关企业,在平等互利的基础上自愿组合成企业集团,成员企业以资产为纽带,产权关系明晰,管理体制规范,整体效应显著。

(2)行政组合型。政府部门通过行政手段组建企业集团,成员企业以行政或契约关系为纽带,行政命令依然是企业运行的主要动力。

(3)混合推动型。企业集团由市场力量推动形成,政府运用政策、法律等手段引导企业活动,政府、市场、企业三方面协调一致。

美国、英国等国家的旅游企业集团基本上属于市场成长型;日本、韩国等国家的旅游企业集团大多数属于混合推动型,也有一部分属于行政组合型;我们则应当根据社会主义市场经济本质要求和中国的国情,组建混合推动型的旅游企业集团。

3. 旅游企业集团的功能

需要强调的是,这里所说的旅游企业集团是指股份制的旅游企业集团,而不是指行政型或混合型的旅游企业集团。

(1)优化资源配置。组建旅游企业集团,有利于打破部门所有和地区封锁,通过跨行业、跨部门、跨地区的资本联合,可以冲破条块分割的藩篱,把核心企业雄厚的资金、先进的管理和规范化的服务输入到各个成员企业中去,使资源按照市场需求得到优化配置。

(2)形成组合效应。一般而言,每个企业都有其优势及不足。在生产的专业化、社会化程度越来越高的情况下,众多旅游企业组合为企业集团,充分发挥各自的优势,弥补其不足,形成优势互补,进而产生组合效应。

(3)增强融资功能。旅游企业集团资金雄厚,信用状况良好,在贷款、融资等方面具有明显的优势。另外,旅游企业集团大都设有内部结算中心,调剂成员企业的资金余缺,充分发挥了集团内部融通资金的功能。凡此种种,使得旅游企业集团能够进行战略性投资,推动旅游业向大规模、深层次、高品位的方向发展。

(4)加大科技含量。旅游业是最早采用先进技术设备的产业之一。例如,旅游酒店和旅行社最先认识到计算机管理的好处,酒店使用计算机信息技术可以减少负责预定的人员,旅行社则可以采用贯通世界各地的终端设备实行全球范围的预定。大型旅游企业集团专业化、标准化、系列化的程度高,更适合采用先进的技术设备,更易于实行科学化的管理,这必然会加大整个旅游产业的科技含量。

(5)提高综合竞争力。旅游企业集团的综合竞争力表现在品牌、市场和人才三个方面。旅游企业集团的连锁和联号企业都用统一的名称和标识,实行与此相一致的产品规模和质量标准,并由集团统一进行宣传和推销,大大提高了集团和成员企业的知名度,形成了品牌效应。

旅游企业集团一般都设有从事信息搜集、产品促销和市场预测等方面工作的专职部门,保证成员企业能够了解市场动态,根据市场发展趋势及时调整经营战略,设计和开发出新的产品类型和服务项目,从而在市场竞争中取胜。

人才是旅游企业集团综合竞争力的又一体现。大规模的旅游企业集团有能力使用专门的设计、开发、推广、法律和研究人才,高级管理人员也会随着集团公司的发展而显著增加。在教育培训方面,旅游企业集团也具有较大的优势,它们可以斥资创办或合办专门的学校,为自己培养人才。

二、我国旅游企业集团化的问题和对策

1. 我国旅游企业集团化进程中的问题

经过 20 年的发展,我国旅游业已经形成了庞大的产业规模和产业组织,旅游企业遍布各个地区、行业和部门,在国民经济中发挥着日益显著的作用。但是,现行的管理体制和企业制度却严重阻碍了我国旅游业的进一步发展。现行管理体制和企业制度的基本特征就是条块分割、政企不分,众多的旅游企业是地区、行业和部门的行政附属物,而不是严格意义上的经济单位和法人实体。在这种情况下,分属于不同地区、不同行业 and 不同部门的旅游企业各自为政、盲目竞争,使得跨行业、跨部门的旅游企业集团无法组建,旅游资源的合理配置和旅游产业结构的优化更无从谈起。

目前,我国旅游企业集团化进程中的问题主要表现在以下两个方面:

(1)协作联姻仍然为主要形式。在分工协作的基础上,许多旅游企业以契约的方式联合为旅游企业集团。这种类型的旅游企业集团没有血缘关系,核心企业的控制力缺乏产权基础,成员企业根据各自的比较利益进行协作,集团的网络庞大但结构松散,整体优势难以发挥。

(2)政府行为依然起支配作用。在集团热的浪潮中,许多地方政府动用行政力量将一些旅游企业捏合在一起,组成了所谓的旅游企业集团。这些旅游企业集团的成员企业大多数没有建立现代企业制度,仍然隶属或挂靠某一地区、某一行业的政府部门,集团和主要成员企业的经营管理者由政府部门委派,集团和成员企业运行的动力不是市场规律和利润法则,而是政府有关部门的行政命令或者某个领导人的长官意志,个人功利动机常常导致一些非理性决策和短期行为,由此造成巨大损失的事件屡见不鲜。所以,在市场经济瞬息万变的情况下,这种类型的旅游企业集团很难长久。

2. 相应的对策建议

根据上述问题,我们应当采取以下对策:

(1)建立现代企业制度。旅游企业集团化进程中暴露出来的问题充分说明,必须在旅游企业建立现代企业制度。唯此,原有的行政壁垒才能被打破,旅游企业才能冲破条块分割、政企不分、部门所有等障碍,按照市场化和社会化的要求,实现以资本为纽带的联合,跨地区、跨行业、跨部门的旅游企业集团才能够真正形成。

由法人权和股权构成的股份公司是现代企业制度的主要形式,它明晰了企业的所有者,实现了所有权和占有权、支配权、使用权的分离,使企业产权清晰,责、权、利分明,充满生机与活力。因此,实行股份制改造,建立股份公司,是我国旅游企业产权改革的最佳模式。

(2)改革旅游业管理体制。旅游业是天然的社会化产业,其产业链遍布几十个行业或部门,只有各行业、各部门通力合作,完整的旅游产品才能形成,旅游者的各种需求才能满足,特别是组建大型旅游企业集团,尤其需要在全社会范围内重组旅游业资产。但迄今为止,与社会主义市场经济要求相适应的旅游管理体制仍未建立,没有一个综合性的管理部门对我

国旅游企业实行全方位的行业管理。

上述原因,决定了我国现行的旅游业管理体制必须改革。对内外各种旅游业管理体制进行了比较研究后,笔者认为,建立以旅游局和相关部门为班底的旅游管理委员会是一种理想的模式。旅游管理委员会没有直属的旅游企业,也不直接干预旅游企业的活动,其具体职能主要是:制定符合我国旅游业状况的发展规划;出台为达到发展目标所必需的旅游产业政策和相配套的旅游法规,并监督实施;调节旅游市场,保持旅游供求平衡;协调各部门、各行业之间的关系,为旅游业的发展创造良好的外部环境;处理旅游活动中出现或涉及的重大问题,提出解决意见并监督有关部门执行;对各类旅游企业实行行业管理;开拓客源市场,与有关国家和国际组织建立友好关系等。按照这样的设想,制约旅游企业集团化进程的体制障碍将被排除,我国旅游业将会朝着大规模、产业化的方向继续发展。

(3)完善配套措施。组建旅游企业集团是一项复杂的系统工程,需要一系列的配套措施,如建立市场体系,健全市场法规,加强政策引导等。这些配套措施相互衔接,缺一不可。

良好的市场环境是企业集团存在和发展的外部条件。目前,我国的消费资料市场已完全开放,生产资料市场、劳动力市场、资本市场和信息市场虽然也在逐步开放,但是相应的市场体系 and 市场机制尚未建立,严重制约了企业集团的发展。因此,我们在建立现代企业制度、实行产权改革的同时,一定要加快培育市场体系,进一步开放生产资料市场、劳动力市场、资本市场和信息市场,特别要开放资本市场,使企业资产能够自由流动、相互转化和优化组合,这是建立市场体系的核心环节,也是旅游企业集团能否继续发展的关键所在。

市场经济是法制经济,要组建企业集团,推动企业集团的发展,必须建立健全相应的法律、法规体系,并通过一系列的法律、法规来确立规则,确定政府、投资者和企业之间的相互关系,明确企业集团的产权关系。但是,随着企业集团特别是旅游企业集团的迅速扩张,现有法律、法规显得很健全,至今仍没有一套有关企业集团的法律或法规,使得许多企业集团囿于行政命令和长官意志的干扰,其组建和运行极不规范。因此,有必要制定一套有关企业集团的法律、法规,以保证企业集团的健康发展。考虑到旅游业的性质和特点,国家可以研究制定《旅游法》,并在其中规定若干鼓励旅游企业集团发展的条例,促使大量中小旅游企业联合起来,尽快完成旅游资产的重组和优化。

除有关法律、法规外,制定相应的产业政策也是保证企业集团健康运行的配套措施之一。按照社会主义市场经济的基本规律和我国旅游企业集团的发展状况,中央和地方政府可以制定某些鼓励性或规范性的政策。例如已经颁布实行的有关国有企业兼并的若干规定,就对企业集团的发展起到了很好的作用。今后,应当根据企业集团化的趋势,从财政、金融、投资、税收、社会保障等方面,完善有关企业集团特别是旅游企业集团的政策体系,加快旅游企业的集团化进程,使旅游企业成为我国国民经济新的增长点。

[参 考 文 献]

- [1] 冯宗苏,魏小安. 中国旅游业:产业政策与协调发展[M]. 北京:旅游教育出版社,1999.
- [2] 白永秀. 中国现代企业制度研究[M]. 西安:陕西科技出版社,1994.
- [3] 白永秀,郝 索. 旅游企业管理研究[M]. 西安:世界图书出版公司,1999.
- [4] 王 坚. 旅游大型集团企业纵横[M]. 香港:香港大世界出版社,1998.

[责任编辑 卫 玲]