

科学经管文库

Research on Coordination Mechanism and Lean Operation
in Resources Protection-specific Tourism Supply Chain

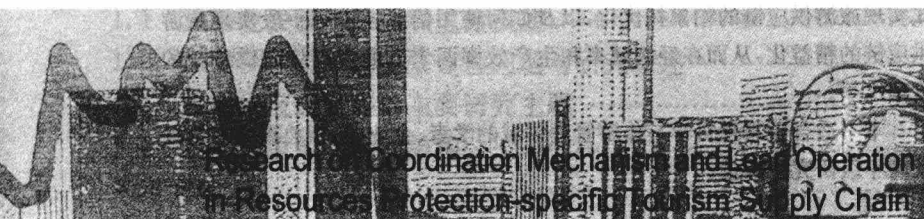
资源保护型旅游供应链 协调机制与精益化研究

郭 强 董骏峰 董林峰 著



科学出版社

科学经管文库



资源保护型旅游供应链 协调机制与精益化研究

郭强 董骏峰 董林峰 著

国家自然科学基金项目 (70761001)

国家软科学项目 (2008GXQ6D169)

海南省重点科技项目 (080220)

海南省自然科学基金项目 (808142)

资助出版

科学出版社

北京

内 容 简 介

制造业中的供应链管理问题已被广泛而深入的研究,并取得了丰硕的研究成果。然而旅游供应链管理在世界范围内还未得到研究者的重视,相关研究十分稀少。本书以我国旅游业为背景,研究如何使用契约协调的方式实现旅游供应链的帕累托优化,以及如何使用信息技术等手段实现旅游供应链的精益化,从而在经济效率和生产效率两个方面提高旅游供应链的管理水平。

本书适合于管理科学与旅游管理领域的学者、企业家、相关政府官员以及高年级研究生阅读。

图书在版编目(CIP)数据

资源保护型旅游供应链协调机制与精益化研究/郭强,董骏峰,董林峰著. —北京:科学出版社,2011

(科学经管文库)

ISBN 978-7-03-031566-3

I. ①资… II. ①郭…②董…③董… III. ①旅游业-供应链管理-研究-中国 IV. ①F592.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 113214 号

责任编辑:马 跃 / 责任校对:何艳萍
责任印制:张克忠 / 封面设计:耕者设计工作室

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新 蕾 印 刷 厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2011 年 5 月第 一 版 开本:720×1000 1/16

2011 年 5 月第一次印刷 印张:8

印数:1—1 800 字数:160 000

定价:32.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

目 录

第 1 章 导论	1
1.1 旅游业发展与旅游供应链概述	1
1.2 旅游供应链中的主要管理问题与研究综述	5
1.3 旅游供应链管理的主要研究主题	6
1.4 本书解决的问题和结构	13
参考文献	15
第 2 章 资源保护型旅游供应链协调管理模式的基本思路	23
2.1 引言	23
2.2 旅游供应链的特征	24
2.3 以往相关研究	27
2.4 旅游供应链管理优化的具体内容和方法	28
参考文献	29
第 3 章 旅游供应链中基本博弈分析	31
3.1 引言	31
3.2 国内旅游供应链	31
3.3 旅游供应链基本模型	32
3.4 分散决策	34
3.5 整合决策	36
3.6 小结	39
参考文献	40
第 4 章 面向散客的景区资源保护型门票定价模型	41
4.1 引言	41
4.2 单阶段定价模型	42
4.3 多阶段定价模型	43
4.4 小结	48
参考文献	49
第 5 章 多客源多供应链情况下景区资源保护型门票定价模型	50
5.1 引言	50
5.2 文献综述	51
5.3 基本假设、符号与散客模型	52

5.4	旅游供应链结构	54
5.5	Stackelberg 博弈下的旅游供应链景区定价	56
5.6	旅游供应链整合后的景区定价	58
5.7	包含散客和旅行社团队的景区定价模型	60
5.8	小结	62
	参考文献	63
第6章	旅行社间协调机制	66
6.1	引言	66
6.2	基本假设与符号说明	67
6.3	模型分析与双边际现象	67
6.4	供应链契约协调文献回顾	69
6.5	旅游供应链的契约协调机制	70
6.6	算例分析	75
6.7	小结	76
	参考文献	77
第7章	旅行社与景区(主题公园)间协调机制	81
7.1	引言	81
7.2	文献回顾	82
7.3	Stackelberg 模型	84
7.4	旅游供应链最优决策	88
7.5	旅游供应链协调	89
7.6	小结	91
	参考文献	91
第8章	构建精益旅游服务系统	94
8.1	引言	94
8.2	精益旅游服务系统与旅游供应链	95
8.3	精益旅游服务系统的若干案例	95
8.4	旅游精益服务系统构建中要重点考虑的几个问题	96
8.5	精益旅游服务系统的政府管理支撑机制	99
	参考文献	101
第9章	基于3G技术的精益旅游服务信息系统研究	102
9.1	精益生产与精益旅游	102
9.2	精益旅游服务信息系统的结构与功能	104
9.3	精益化旅游服务过程	107
9.4	小结	108

参考文献	109
第 10 章 基于成组技术的个性化旅游产品设计系统研究	110
10.1 引言	110
10.2 基于成组技术个性化旅游服务产品设计步骤与参数设置	111
10.3 基于成组技术的个性化旅游产品设计系统工作流程	111
10.4 相似性信息的处理与游客成组技术	112
10.5 基于成组技术的个性化旅游产品设计系统结构	116
10.6 小结	117
参考文献	117
后记	119

第 1 章 导 论

1.1 旅游业发展与旅游供应链概述

世界旅游组织将旅游定义为:人们为了休闲、商务、或者其他并非为了获取报酬的目的而离开他们通常的环境,前往某些地方并做不超过连续一年的停留的活动。

旅游活动自古就有。例如,我国明代的大旅行家徐霞客就将一生大部分时间用在旅游上。然而,旅游活动中孕育出旅游业则需要大众旅游的出现。一般来说,大众旅游的出现必须满足四个条件,即充足的闲暇时间、足够的收入、便宜便捷的交通方式以及生产和销售旅游产品的旅游商业组织。第二次世界大战以后,以上四个条件全部得到满足,旅游业也才逐渐发展成为一个新兴、独立的产业。

今天,旅游业成为世界上最大的产业。据世界旅游业理事会测算,2009 年旅游业占据全球国内生产总值(GDP)的比例达到 9.4%(54 740 亿美元),在我国则占到 9.8%。2009 年,旅游业为我国提供了 18 052 000 个就业岗位,占全部就业岗位的 2.3%。到 2019 年,这两个数字将分别增长到 27 067 000 个和 3.3%。未来十年内我国将成为世界第三大旅游经济国,旅游经济增长率将排名世界第一。2009 年 11 月 3 日我国政府发布的《国务院关于加强发展旅游业的意见》指出:“旅游业是战略性产业,资源消耗低,带动系数大,就业机会多,综合效益好。……(要)以邓小平理论和‘三个代表’重要思想为指导,深入贯彻落实科学发展观,进一步解放思想,深化改革开放,加强统筹协调,转变发展方式,提升发展质量,把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。”由此可见,旅游业无论对于世界经济还是对于我国经济的发展均具有举足轻重作用。如此重要的产业理应受到更深入的研究。

与所有产业类似,旅游业的分析也可以从需求方、供给方和政府三个方面来开展。

旅游市场需求的结构如图 1-1 所示。

由于本书的主要研究内容是旅游的供给方面,因而这里不对旅游市场的需求做过多的论述,而将焦点瞄准旅游供给方面。

考虑到不同旅游供给的特点,可以将旅游企业分为直接供应商或称作生产商和间接供应商或称为配套服务供应商。

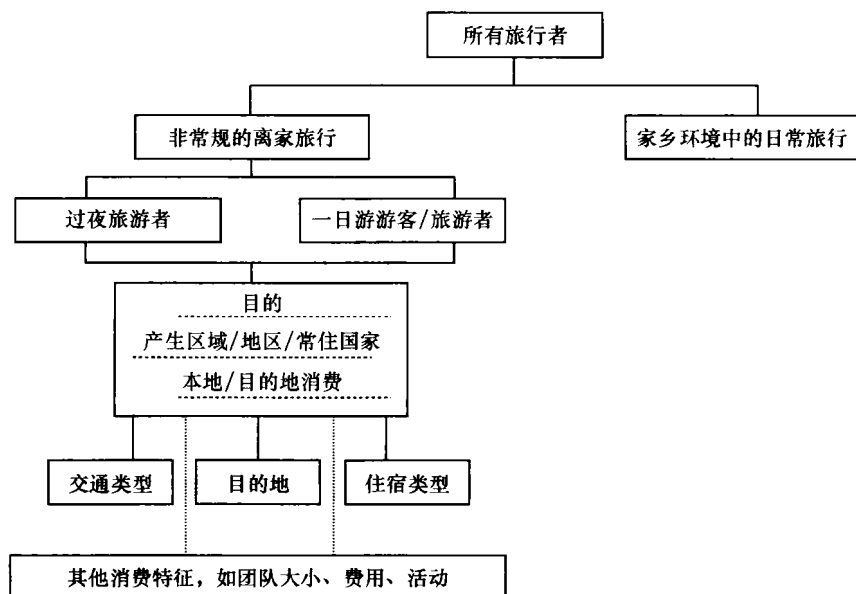


图 1-1 旅游市场需求结构

生产商主要是指那些与旅游者有直接关系的组织，它们涵盖了许多特殊的功能，这些功能包括在旅游目的地提供服务（如住宿、餐饮以及人造吸引物）；空中、海洋及陆地客运服务；以及那些主要从事零售和中介作用的组织，这些组织一般称作旅行社。在国外，作为旅游批发商的旅行社负责将整个旅游中的各要素组合成标准并容易购买的包价旅游产品，而在国内，这种分工目前基本还未形成。

配套服务为旅游者提供了直接或间接的服务，如机场为旅客提供了直接和间接的服务。通常，直接服务是以安全、停车场、提供餐饮及其他零售服务的形式出现的，间接服务是利用机场（如飞机服务和重新添加燃油）为航空公司和旅游经营商提供的服务。配套服务供应商也可能包括公共部门（如国家、地区或地方旅游目的地促销的主体、公共教育与培训机构、港口与服务、签证和护照办理处）。

另外一种分类方法曾经被欧洲联盟（下称欧盟）使用。根据来自旅游收入占总收入的比例情况，旅游组织可以被分成三个组，见图 1-2。

第一类包括了那些旅游收入占其总收入 50%~100% 的组织，称为“核心旅游服务”组织。除此以外的所有其他组织归为补充和辅助服务组织，再把这些组织分为旅游收入占 25%~50% 的组织和旅游收入贡献少于 25% 的组织。

不论直接供应商还是间接供应商，旅游的供给方按照纵向关系可以组成旅游供应链。

供应链的概念最初来源于制造型行业。在制造业中供应链是起着不同作用的企业组成的一个网络，包括从原材料供应到生产再到交付最终产品给目标顾客，例

三 类 组 织:		二 类 组 织:		核 心 旅 游 服 务 组 织 (一 类):	
如汽车机械、私人 培训组织和银行		如铁路、医疗服务、 批发和零售企业		如旅行社、饭店、运输、主题公园、 纪念品、会议中心、旅游文献出版商	
					
营 业 销 售 额	25%	50%	75%	营 业 销 售 额 达 到100%	
最小百分比	—	对企业经营的旅游影响度		+	

图 1-2 按旅游影响度对企业经营的分类

如,原材料的采购、零件制造、装配、终端产品的最终组装以及交付成品给地区分销总部或顾客。供应链的特点是,商品的前向流动和信息后向流动,包括七个主要的业务流程:客户关系管理、客户服务管理、需求管理、订单履行、生产流程管理、采购、产品开发和商业化^[1]。

供应链问题的范围并不容易界定。Simchi-Levi 等^[2]提出供应链问题涉及三个决策层次结构——战略层、战术层和运营层。供应链在战略层面是有关长期决策的问题,如需求规划、战略联盟、新产品开发、外包、供应商选择、定价和网络配置等决策,尽管大部分供应链问题本质上是战略问题,但也有包含中期决策的战术问题,如存货控制、生产/分销协调、物料处理和设备选择。而在运营层面上涉及的是每周或每天的问题,如车辆调度、路线选择、劳动力配置和流程规划。

供应链管理已被广泛用于制造业的产品生产中,目的是提高整个价值链的效率,包括企业内部与企业之间的物流和规划活动、物料和信息控制^[1,3,4]。自 Houlihan^[5]提出供应链管理这个概念以来,供应链管理仍然没有一个一致被接受的定义,最广为流传的定义是 Simchi-Levi 等^[2]给出的,他们把供应链管理定义为一套用来有效整合供应商、制造商、仓储和销售的方法,这样商品就能以合适的数量在合适的时间和地点被生产和销售,目的是减少整个系统的成本,同时又满足服务水平方面的要求。

许多供应链管理的文献集中于制造业,很少注重服务部分。旅游业中的供应链管理研究更加稀少。实际上早在 1975 年,联合国世界旅游组织就发布了一份旅游产业分销渠道的报告^[6],而分销渠道本质上来说是一种供应链,可以狭义地定义为主要包括分销和营销活动的供应链。

近几十年,国际上关于旅游供应链相关的研究已经出现,包括 Buhalis 和 Laws^[7]、Page^[8]、Sinclair 和 Stabler^[9]以及 UNWTO^[10]。Sinclair 和 Stabler^[9]强调旅游业供应商的重要性。由 Buhalis 和 Laws^[7]主编的 *Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations*,包括了由不同人编写的 23 个章节,许多章节与旅游分销网络有关。Page^[8]指出旅游产品和服务的供应包含众

多相互关联的旅游供应商,并且指出了旅游供应链的结构。旅游供应链的描述性研究包括 Alford^[11]、Scavarda 等^[12]、Tapper 和 Font^[13]以及 Yilmaz 和 Bititci^[14]。

尽管旅游供应链的研究很少,但已经有些研究者间接提及或涉及旅游供应链的概念或相关的研究,如旅游价值链或旅游产业链。Kaukal 等^[15]提出一个典型的旅游价值链主要包括四个部分:旅游供应商、旅游运营商、旅行社和游客,这四部分包含在一个单独的连接链中。Alford^[11]从视觉角度呈现了一个旅游供应链,这个供应链由 Business and Cost Analysis Working Group 提出,用来分析在哪个压力点成本可以去除。Yilmaz 和 Bititci^[14]建立了旅游价值链模型,作为一个从头到尾的完整整体来管理旅游产品。Tapper 和 Font^[13]等认为,旅游供应链包括所有用来满足旅游者需求的商品和服务供应者(它们构成了旅游产品供应系统),这些企业直接或间接与旅游经营商、旅游零售商合作,此外还包括在旅游者活动过程中直接向其销售商品或服务的目的地其他供应商。旅游供应链具体包括住宿、交通、吸引物、酒吧、餐馆、纪念品和手工艺品、食品生产、垃圾处理系统以及对旅游业的发展起支持作用的目的地基础设施等,他们把垃圾循环利用、处理部门纳入旅游供应链体系,构建了绿色旅游供应链(tourism green supply chain, TGSC)的完整体系(图 1-3)。

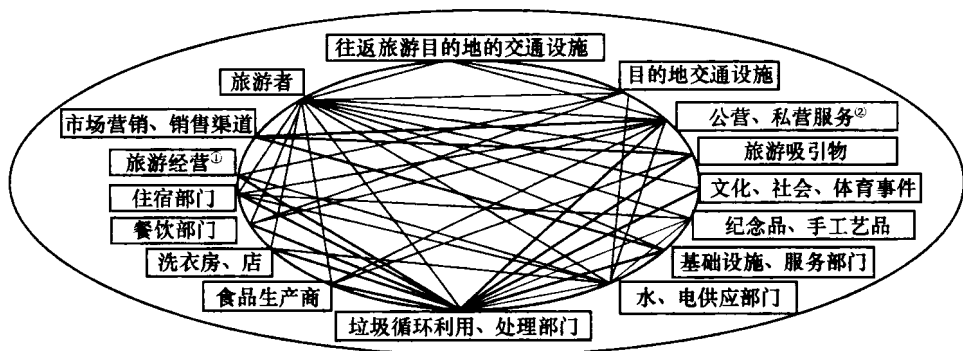


图 1-3 旅游供应商网络图

①旅游经营包括广告宣传、采购、市场营销及销售、开发旅游产品、旅游信息网络;②公营、私营服务包括国家和地区旅游组织、签证和护照办事处、旅游教育培训、旅游出版业

资料来源:Tapper 和 Font^[13]

根据 Porter^[16]的观点,每个产业都有潜在的结构或一套经济原理和技术特征,这造就了产业本身的运营和竞争特点。那就是,每条供应链依据所提供产品的不同而相互区别。因此,识别旅游产业及其产品的特色在旅游供应链的描述中十分重要。例如,旅游产品一般产生在一个特定的地方,并提供给一个特定的客源市场,所以它们经常依据目的地和客源地而进行分类。基于现有文献中已有的旅游供应链定义,再将旅游产业的特色考虑进去,可以给出旅游供应链的定义。

旅游供应链可以被定义为从事不同活动的旅游组织的一个网络,这些组织既包含了不同旅游产品和服务供应者如航空和住宿供应商,也包含了特定旅游目的地最终旅游产品的分销和营销组织,它涉及一系列广泛的参与者,包括个体部门和公共部门。

目前我国旅游业的运作是以旅行社为核心、各相关企业为节点而联结成的服务于旅游者的供应链模式(图 1-4)。旅行社实施供应链管理即以旅行社为核心,构建一条既包括行、游、住、食、购、娱各供应商及供应商的供应商乃至一切前向供应商,又包括分销商、零售商直至最终用户的一切后向用户的链条,并与链上各节点企业建立战略伙伴关系。这一网链结构中,各节点旅游企业之间是一种需求与供给的关系。网链结构上各个节点旅游企业具有以下特征:在信息技术基础上高度集成;在高度集成基础上并行工作;紧密配合,优势互补,构成供应链共同体;网链结构保持动态性。而旅行社实施供应链管理可模式可满足旅游需求定制化与时效性的要求,同时有助于旅行社发展核心竞争力^[17]。

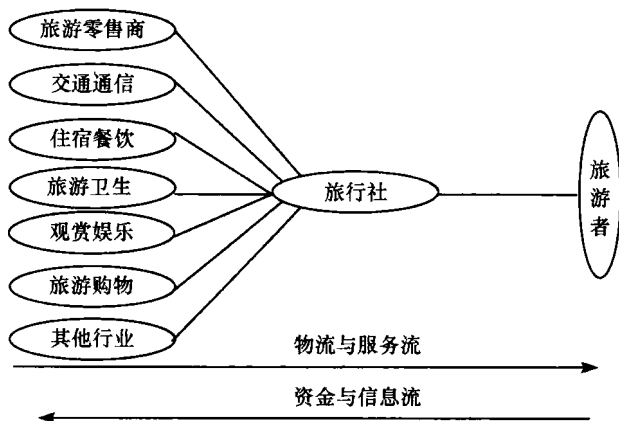


图 1-4 以旅行社为核心的旅游供应链结构模型

1.2 旅游供应链中的主要管理问题与研究综述

旅游供应链及其管理问题的研究在国际上目前还是处于刚刚兴起的阶段。文献[18]从旅游供应链的特点出发,梳理了旅游供应链管理问题的主要方面,本节和1.3节将对此作简要介绍。

理解旅游业和旅游产品的特色对于识别成功的旅游供应链管理所面临的挑战十分重要。旅游业有许多特征,这些特征使旅游业有别于制造业和其他的服务业,旅游业的六个特征概括如下:

第一,旅游产业是协调密集型产业,这个产业中不同产品或服务(如交通、住宿

等)被捆绑在一起形成最终的旅游产品。第二,因为服务具有不可存储型,所以旅游产品是易损的。第三,旅游产品具有生产和消费的同地性,旅游者需要前往旅游目的地,而旅游产品不能在购买之前检查,这就意味着,旅游产品的销售很大程度上取决于产品的展示和解说,因此,旅游业是信息密集型产业或者说信息依赖型产业^[19]。第四,旅游产品本身比较复杂,一般来说,旅游产品是混杂的和综合的,包括许多不同服务部门,如住宿、交通、观光、餐饮和购物。第五和第六点,由于旅游服务商之间的激烈竞争,旅游业面临着比起其他产业更高的需求不确定性和更复杂的动态性。旅游产品市场需求的不确定性源于许多因素,例如,有效的广告可以吸引更多的游客,然而,负面的口碑也能导致需求的下降。客源地国家和地区的经济条件经常起着推动作用,影响特定旅游目的地产品的需求。

基于旅游业的这些特点,旅游供应链管理涉及七个主要研究方面:需求管理、双方关系、供应管理、库存管理、产品开发、旅游供应链协调和信息技术,因为篇幅所限,怎样确定这七个关键问题在此不作详细说明,确定的原理见图 1-5。通过旅游业特点和问题识别的关系陈述,这些旅游供应链管理研究的重要方面将在下文详细阐述。

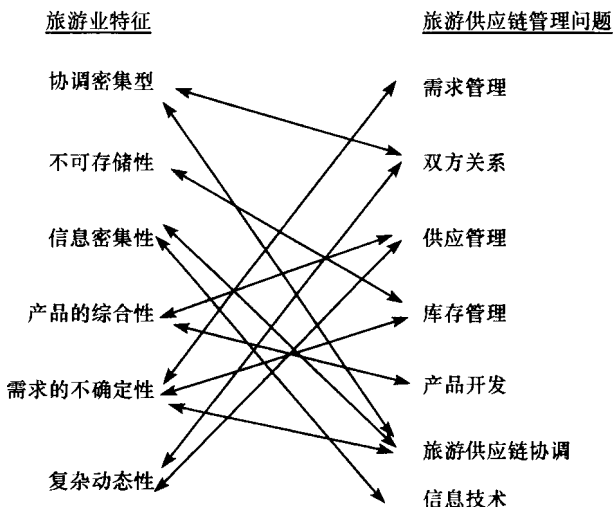


图 1-5 旅游业特征及其关联的旅游供应链管理问题

1.3 旅游供应链管理的主要研究主题

为了便于更好地理解有关旅游供应链管理研究的关键要素和活动,图 1-6 提供了一个框架。

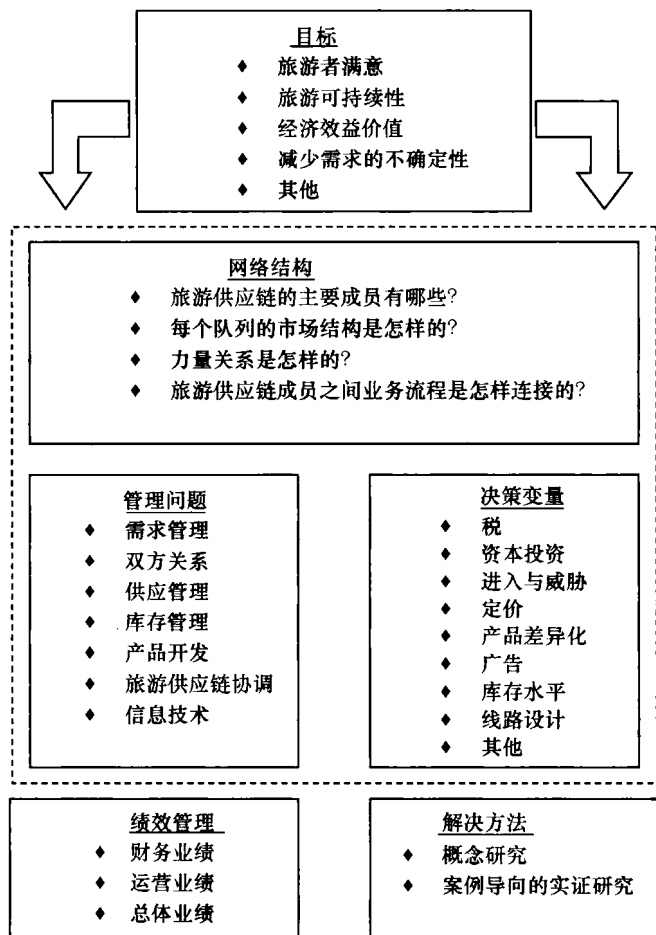


图 1-6 旅游供应链管理研究的理论框架

1.3.1 需求管理

需求管理是供应链管理关键的一部分,因为它联结着供应链里的各个流程,一般来说,需求管理包括需求预测、营销和基于预测需求以及服务和产品能力的销售规划。

需求管理对于旅游供应链管理成功是至关重要的,从战略角度看,旅游投资决策的制定尤其是目的地基础设施投资如机场、高速公路和铁路建设等,依赖于需求预测,因为长期的财务承诺支持是必需的,并且如果投资项目未能发挥其应有的作用,则沉没成本将非常高。除此之外,政府的宏观经济政策很大程度上取决于目的地内单个投资项目的相对重要性。从运营的角度看,供应链参与者如航空、旅游运营商、酒店、油轮和娱乐设施的提供者的行为直接受旅游需求的

驱动。许多企业经营的成功很大程度上或者说完全取决于旅游需求的状态,市场失利往往是由于企业未能满足市场需求,作为盈利的决定性因素,需求起着关键的作用,所以,可预见的未来需求估计构成旅游供应链规划活动中一个很重要的要素。

作为旅游相关文献的重要组成部分,旅游需求预测吸引了相当多研究者的研究,根据 Li 等^[20]对 1960~2002 年出版的 420 篇与此主题相关的文献的回顾,大多数旅游需求预测的研究是基于统计方法的,尤其是计量经济与时间序列的方法,详细的旅游需求预测的文献回顾,请参看文献^[20~22]。尽管许多先进的定量需求预测模型已出现在文献中,然而旅游从业者们对这些学术期刊很少有兴趣,他们或者不熟悉出现在文献中的现代预测模型或者没时间来设计和制定产生更精确预测的模型。因此,很需要一种能方便旅游预测专家和旅游从业者相互交换信息和知识的新预测机制。

为了使旅游供应链的管理有效,需求管理很明显应处于供应链的中心位置,最近,供应链协同预测逐渐成为研究热点,协同预测的价值存在于广泛的信息交换以提高预测准确性。例如,供应链参与者通过共同的如销售促进、定价策略、营销和生产信息方面的知识来协作。尽管已有文献涉及了协调供应链内实物商品的预测,这种预测除了在 Song 等^[23]的研究中被纳入考虑外,其他旅游文献均没有考虑到这种类型的预测。

1.3.2 双方关系

供应链这个词本身就蕴含着双方的关系。在供应链中,所有组织均与其他实体有关系,包括供应商、分销商、竞争者、合作伙伴、政府和其他起辅助作用的企业。这些企业的目的是更好的运作和满足旅游需求,鉴于此原因,旅游供应链中双方关系的有效管理在旅游供应链管理中是一个重要的问题。

供应链中的关系根据方向可分为两类:纵向的和横向的,纵向关系存在于混杂的参与者之间,这些参与者没有相互重叠的业务能力,旅行社和其供应商之间的关系就是这种类型,相比而言,横向关系存在于供应链同一层次上混杂的参与者之间,这些参与者有相互重叠的业务能力,两个提供类似住宿的酒店的关系就是如此。依据供应链内每个层次上的市场结构和参与者们彼此的力量和相互依赖性,这些参与者之间的关系可以分为四类,即多对多、一对多、多对一,以及一对一的关系。另外,供应链里的关系可以呈现多种形式,如内部形态、战略联盟形态、垂直整合形态、合作形态、协调形态和竞争形态。因此,有效的供应链管理,很大程度上依赖于关系管理的成功,如上所述,旅游供应链是一个包含许多不同部门的复杂网络,每个部门都有自己的市场结构,旅游组织不仅要考虑自己的市场结构,还要考虑别的部门的市场结构,除此之外,旅游业内的一个很重要

现象就是动态结构,动态结构允许参与者为了最大化自己的利益和竞争力不时变更合作伙伴。例如,政府与旅游企业间的关系、游客和环境之间的关系一直在演化,不同参与者的参与及旅游供应链管理的演化使旅游供应链中关系管理变得更加困难,充分理解旅游供应链中的关系对实现有效的旅游供应链管理来说很关键。

在旅游研究中,很多努力投入到了研究产业内的关系上,现有的文献研究包括如下内容:旅游供应链的整合^[24,25]、涉及酒店竞争的问题^[26~28]、旅游运营商^[29~31]和景区^[32~34]、当地政府与旅游组织间的关系^[35~38]、旅游运营商和旅游目的地^[39~42]、旅游组织与旅游者^[43,44]以及旅游者与当地居民关系的演化^[45,46]。文献的回顾表明,研究的焦点已经趋向于旅游企业间的竞争关系,这可能反映了许多旅游市场的现状,旅游运营商有市场力量直接面对旅游者,因此,它在目的地可持续的旅游供应链的发展中起着关键作用。Theuvsen^[25]指出,企业间的协调可使整个旅游业作为一个整体而受益。

1.3.3 供应管理

供应管理强调在一条供应链中买方与供应方之间的双方关系^[47],因为供应方对供应链中买方的成本和质量有深刻的影响。因此,供应管理受到供应链管理研究者的关注,供应管理包含以下研究内容:长期关系、供应方的选择、供应方基地的减少、供应方参与和供应方认证^[48],尽管有些旅游研究已经解决了供应方管理的问题,但这些研究是分散的,且没有研究的中心。这些旅游业中供应方管理的文献可以粗略地分为三类:①供应方(酒店、度假区、景点和航空)与旅行社或旅游运营商之间的关系;②旅游批发商和零售商间的关系;③识别供应方选择的问题。

旅游业中的供应方管理研究集中于旅游运营商与酒店的关系^[49~57]。March^[53]发现,澳大利亚的旅游供应方极度依赖于旅游买方。García-Falcón 和 Medina-Muñoz^[51]通过实证调查,研究了美国旅行社与酒店关系的多样性和主要特点,结果表明,和旅行社有良好关系是酒店成功经营的一个重要因素。Karamustafa^[52]注意到土耳其的酒店十分依赖于包价旅游运营商。酒店经营的成功依赖于旅游运营商与当地食宿业合作的意愿。Buhalis^[50]用深度访谈的方法研究了地中海夏季滨海度假区酒店与旅游运营商关系的冲突因素,他发现地中海的酒店认为来自北欧国家的旅游运营商的市场力量很具有挑战性。Medina-Muñoz 和 García-Falcón^[54]第一个尝试找出酒店与旅行社成功关系的决定性因素和酒店增长其销售和市场力量的最经济方法,他们的实证研究结果表明:信任、承诺、协调、沟通质量、信息交换、参与建设性解决方案技巧的使用和相对独立性是酒店与旅行社成功关系的关键因素。Tse^[57]研究了旅行社与酒店的关系,酒店通过建设网站允许在线预订,从而将分销渠道收回自己手中,同时他还分析了旅行社可能的反

应,并提出了改善买方与供应方关系质量的建议。Medina-Muñoz 等^[56]考察了德国和英国旅游运营商对与它们有业务往来的住宿接待业的控制及影响控制的两个集团的特征,研究帮助旅游运营商怎样获得对住宿业的持久控制,指出了住宿业为改善与旅游运营商的关系可能采取的行动。

其他的研究探讨了航空公司与旅行社^[58,59]及旅游批发商与零售商之间的关系^[60],Alamdari^[58]通过分析分销策略考察了美国、欧洲、亚洲航空公司与旅行社间的互动关系。Appelman 和 Go^[59]描述了涉及国际旅游的旅行社与世界级航空公司的关系转型的征兆。Tsaur 等^[60]研究了中国台湾旅游批发商与零售商关系的行为模式,通过调查,指出了一些影响因素。

具体服务供应方的选择对于大多数旅行社很关键,因为旅游者视旅游产品为一个完整的整体,供应方的表现能够直接对经营及其成果造成影响。意识到这个问题,一些旅游研究者开始研究供应方的选择问题(参见文献[61~63])。Co-banoglu 等^[61]调查了 612 位土耳其商务旅游者对于选择酒店的重视情况。March^[62]考察了旅游运营商关于酒店、汽车公司和餐馆等三种旅游产品的购买态度,他调查了 26 家亚洲入境旅游运营商处理前往澳大利亚的入境游客问题。Pearce 等^[63]研究了新西兰入境旅游市场供应方选择的问题,尤其是那些影响旅游运营商更换服务供应者的因素。

1.3.4 库存管理

供应链可以被分为两类:推式供应链和拉式供应链。在推式供应链中,产品生产是基于顾客购买需求预测,需要一种基于历史销售数据的预测,终端用户对产品需求可以通过库存实现,对比之下,在拉式供应链中,产品部件的最终组装是由顾客购买订单引发的。在拉式供应链中,库存最小,弹性能力用来满足需求多样化。供应链的类型是由产品制造和生产流程的性质决定的,旅游供应链目前可以被认为是一个推式供应链,因为旅游产品的生产提前期一般小于其交货期,旅游库存管理就相当重要。但是本书的第 9 章和第 10 章试图依靠管理技术和信息技术来将旅游供应链从推式转变为拉式,从而可以实现精益化和大规模定制。

因为旅游产品的不可存储型,需要相对较高的固定成本来建设一个相对固定水平的接待能力,在产品生产过程中,变动成本的发生是很低的,这使旅游管理者很难通过对生产能力进行分类实现短期内的供给均衡。另外,许多旅游产品在需求存在之前就已经被生产出来(在推式供应链中),需求通过库存来满足,那也就是需求的不确定性和多样性可以由库存来解决,这就像财务支出一样。因此,建立有效率的库存管理策略对于实现有效的旅游供应链管理很重要。

在一个旅游供应链中,酒店和航空公司经常与各地的旅游运营商合作,酒店和航空公司分配给不同运营商的库存的协议是建立在一定规律基础上的,在旅游文

献中,库存管理问题,如酒店^[64~69]与航空公司^[70~75]过量预订和收益管理的问题已经得到解决。过量预订是一种用来对付取消预订或放弃预订的方法^[69]。收益管理是利润最大化的办法,这种方法可以帮助企业将合适存货在合适的时间以合适的价格卖给合适的顾客^[76]。Weatherford 和 Bodily^[77]提供了上述问题的文献回顾。然而据我们所知,旅游供应链管理库存问题的研究尚未出现。

1.3.5 产品开发

供应链管理致力于在适合的时间用合适的产品满足顾客需求,因此,产品开发在供应链中起着关键作用,有效的产品开发可以加速市场开发,提高产品质量,减少生产成本,减轻需求变化的影响,然而,产品开发不是一项容易的工作,它是复杂的流程,需要供应链参与者的共同努力,它也需要深刻理解顾客的需求,包括仔细分析产品的各个组成部分以识别出潜在进而适应持续变化的顾客需求。

尽管产品开发是许多制造业研究的焦点,但在旅游业中处于相对被忽视的地位,可能是由于旅游产品综合性的性质^[78]。Medlik 和 Middleton^[79]开始探讨旅游产品配方的问题。然而,与众多的有关旅游市场营销的研究努力相比,除了 Agarwal 等^[80]、Bramwell^[81]和 Smith^[78]的研究比较突出外,很少有开发旅游产品的分析研究。

旅游业中,正如所有的服务业一样,用合适的产品满足顾客需求是最为重要的,如果旅游者对旅游产品很满意,他们会再次购买旅游产品,旅游者也更有可能把旅游产品推荐给别人(参见文献^[82,83]),因此,旅游产品开发问题值得进一步研究。

1.3.6 旅游供应链协调

旅游业是一个协调密集型的产业,不同的服务产品(交通、住宿、游览等)被捆绑在一起形成最终旅游产品,协调是一套制定策略和沟通的模式,一系列紧密联系的起着不同作用的参与者来实现诸如最大化效用和整个供应链利润等目标^[84]。它需要供应链里的每个参与者发挥各自作用时充分考虑自己行为对其他参与者的影响。研究者们普遍认为,通过协调,多余的活动和重复性的努力可以减少,这可以形成一条可持续的和有竞争力的供应链,例如,许多制造业供应链的研究(如文献^[85~89])表明,协调可以促使绩效改进和整个供应链及其参与者利润的增长。

为掌握一个竞争优势来战胜实力相当的竞争对手,许多大型的旅游企业已经采取了供应链协调的策略^[7,9]。供应链协调可以采取多种形式,从业务流程的全部或大部分整合到个体企业间的契约协议,或者是横向的或者是纵向的。在旅游供应链背景下,协调发生在供应链同一层次或不同层次的旅游服务供应商如酒店、航空公司和旅游运营商或旅行社之间,例如,主要的欧洲旅游运营商与