

人力资本积累与黄山市旅游经济增长的关系研究

——一个基于新古典理论的分析框架

胡庆龙

(黄山学院 经济管理学院, 安徽 黄山 245041)

摘 要:随着国内旅游市场的不断成熟,如何增强旅游产业的内在活力,实现旅游经济系统和旅游市场的成功衔接,不仅涉及到旅游资源产权结构的市场化调整,同时也涉及到旅游业人力资本的积累。人力资本积累是实现资本深化,实行区域要素合理整合的关键因素。人才战略是实现黄山市整个旅游业质的提升的关键。

关键词:旅游经济;人力资本;资本要素形态

中图分类号:F592.3

文献标识码:A

文章编号:1672-447X(2009)01-0053-04

一、引 言

伴随旅游经济结构和旅游经济增长方式的变化,国内学者已经开始认识到旅游人才的培养对于旅游经济发展的重要意义。李家智通过对重庆市旅游业考察认为,重庆市旅游从业人员学历层次低、部分人员素质较差、高层管理人员比较缺乏等,已经构成重庆旅游经济快速发展的限制因素,因而提出旅游经济持续发展的关键是旅游人才的培养。^[1]赵阳、张陪茵认为,随着知识经济时代的到来,旅游业作为为人类提供精神消费的综合性产业,更加容易受到诸多信息因素的影响而变幻莫测,而旅游业经营管理人员的创新能力是保证旅游业持续发展的基础。^[2]

目前我国对于人力资本积累与旅游经济增长之间关系的认识还只滞留于问题的表面,还没有深入到从资本运营的角度来揭示二者的关系。市场经济条件下,资本化的生产方式是企业和产业实行要素整合,提高生产效率的主要手段和特征。旅游业的深度发展必然会经历一个资本化运营的阶段,而

人力资本积累是实现资本深化,实行区域要素合理整合的关键因素。尤其是对一些经济发展水平相对落后的地区,如何以旅游作为拉动地区经济增长的引擎,则更是一项严峻的课题。黄山市是我国目前唯一拥有两处世界遗产的地级市,国家级旅游资源的密度为全国平均水平的40倍,2008年黄山市正式将该市的发展战略定位为“现代国际旅游城市”。要真正实现这一宏伟战略,并非易事,它要求黄山市的整个旅游业有一个质的提升,而人才战略是实现这种提升的关键。

二、旅游经济增长的一般特征

对于旅游经济增长的含义,存在广义与狭义两种角度的理解。

狭义的角度,是指旅游收入的增长和旅游收入结构的变化。旅游经济是发生在一个国家的经济发展达到一定的水平之后,是消费需求增加和消费者偏好结构发生变化的结果。从一定的程度来看,旅游业是一种很特殊的行业,这种特殊性主要表现在旅游给消费者创造的是一种心理体验。旅游的发生

收稿日期:2008-09-09

基金项目:黄山学院社科基金项目“人力资本积累和黄山旅游经济的发展”(2005YSK010)

作者简介:胡庆龙(1966-),安徽芜湖人,黄山学院经济管理学院讲师,南京农业大学在读博士研究生,研究方向为产业组织和新制度经济学。

大多与一个极具特色的旅游景点有很大关系,而且是以这个景点为中心而形成相关的旅游产品如交通、饭店、宾馆等,传统的旅游收入大多来源于如门票、交通等一些弹性较小的旅游产品。最初人们对于旅游及其消费动机大多具有单一性,即呈现出观光旅游的特点。随着生活水平的不断提高以及社会节奏的不断加快,消费者的旅游需求日益递增,呈现出由观光旅游逐渐向体验旅游、休闲旅游和参与式旅游的变化趋势。在这种情况下,旅游区越来越多的元素逐渐被融入到消费者的情绪、体验和感受之中。这种变化要求地方的旅游开发和营销人员不仅具有开阔的视野、对于旅游市场发展趋势的理解和驾驭能力,更重要的是能够让消费者在一样的旅游景点,有不一样的旅游感受和心理体验。同时,这种变化必然会引起旅游收入总量和收入结构的变化,从而引起旅游经济增长方式的变化。

广义的角度,即从整个区域的产业结构、区域的产业分布以及产业的关联性角度进行认识。从产业经济学的角度来看,任何一个地区在空间上总是存在着许多产业,这些产业以其要素和产品为纽带而使得它们具有关联性。旅游业因为其独特的消费者群体而形成一个多元化、复杂的旅游消费动机,使得它在区域经济发展过程中占有非常重要的地位。如果把旅游地区分成两类,即发达地区和欠发达地区,那么旅游业分别扮演着推动和拉动地区经济增长的角色。这种作用主要是通过旅游而让消费者建立消费链条来实现。通常把吃、住、行、游、购、娱看作旅游业的六个基本元素,但是更加重要的是通过旅游消费给消费者创造出一种对景点以及服务产生认同感的价值取向。

对于欠发达地区而言,尤其是象黄山这样具有丰富旅游资源的地区,通过旅游拉动地方经济增长几乎成为一个不争的命题。但是,丰富的旅游资源一方面体现了旅游地的潜在价值,另一方面也反映出,相对闭塞的环境形成了人力资本积累的瓶颈。旅游资源的相对丰富和旅游从业人员的相对缺乏形成了一个鲜明的对比。按照经济学的理论,任何一个行业的要素投入都是按照一定的技术比例完成的,尤其是人力资本和物质资本的固定技术比例。一些现实的因素导致了人力资本在行业中形成的不平衡,资本利润率的差异阻碍了人力资本在一些“弱质产业”的形成和积累。人力资本积累水平的相对低下和速度的相对缓慢,必然会造成低积累水

平-低经济增长-低积累水平的恶性循环,粗放型旅游经济增长方式的格局很难改变。只有通过有效的人力资本积累,尤其是专业化人力资本的积累才是实现长期经济增长的关键。

三、人力资本积累对旅游经济增长的作用机理

1. 旅游人力资本的要素形态和价值形态

从内涵来看,人力生产资本存在价值形态和以知识、技能等表现出来的生产要素形态。

货币是人力资本的价值形态表现形式,根据旅游人力资本投资的主体,旅游人力资本积累的途径主要有两条。个体的人力资本积累,即旅游从业人员为了提高自己的业务水平自我积累和学习旅游知识和技能的过程。个人的学习和积累存在实际成本和机会成本,同时,个人的人力资本积累过程增加了资本的专用性和社会分工的专业程度,从而有利于提高旅游业的效率。另外一条途径或者出资主体是旅游企业,在一些情况下,企业会根据发展的需要以及自身竞争力的提升,选派员工进行学习和培训。

人力资本的生产要素形态则是分布于旅游企业以及相关部门的各种旅游知识和技能。可以分成三类:一般性知识、专业性知识和技能以及创新性知识。一般性知识是存在于服务业的一些基本知识。如积极的工作态度、团队精神、稳定的工作情绪和状态等。专业性知识和技能存在于旅游企业,如旅游企业的管理知识、旅游景点的知识等。创新性知识是与旅游营销相关的科研团队,通过对旅游市场未来发展趋势的分析和判断以及对本地旅游资源的潜在价值不断提炼而形成一种新的理念,进而给消费者创造全新的旅游动机。创新性知识的另外一个特点是不断的对旅游消费市场进行细分,市场细分的标准、程度和准确性是正确制定旅游营销方案的前提。这三种人力资本在特定的条件下可以相互转化,对经济增长的作用不同。一般来说,一个经济体中的人力资本结构一般都是呈金字塔型的,最低层的是一般人力资本,中间层为专业人力资本,处于顶层的是企业家人力资本。层级越高的人力资本,对经济体的影响越大。因此,从人力资本视角研究区域之间经济增长的差距时,考察专业人力资本和企业家人力资本的差异显得更为重要。

人力资本积累是实现规模报酬递增的主要手

段,从而实现经济增长的重要源泉,对于这一点,几乎没有什么争论。问题在于人力资本的形成和积累的途径以及人力资本积累过程中所产生的效应。根据传统的经济学理论,人力资本的积累包括外生和内生,当然,教育、培训和健康等都被认为是人力资本形成的重要手段,这实际上是一个极为宽泛的概念。从资本的本质意义上来说,其首要特点是运动过程中的增殖,任何一种形式的资本只有在运动和增殖的过程中才能显示其本质的含义。游离于增殖运动之外的东西,只是一种资源至多是一种潜在的资本,人力资本是一种资本化的知识和技能,这种知识和技能只有在生产和流通的领域,才能体现其价值。当然,作用于整个微观经济过程中的各种知识可能被分成两个部分,专业型技能和通用型技能。由于投资主体的不同,存在不同的理解,如教育对于家庭和社会来说是一种投资行为,但是对于企业来说则是一种资源,只有当人力资源被配置到某一个具体行业、企业和岗位之后,人力资本的边际生产力和企业的增殖出现一致性的时候,才能表现为资本的形式。人力资本对于人身的附属性,反映了人力资本的一个重要特点。

2. 人力资本积累和经济增长的内在逻辑

从内生的经济增长即资本的投资需求角度来考察旅游业专业化人力资本的途径,主要有两个投资主体,员工的自主投资和企业投资。

员工的自主投资,经济学家把它描述为一个“干中学”的过程,^[9]“干中学”即员工无需脱离工作岗位,工作环境就是学习的场所。“干中学”提升人力资本的方式有,向同事学习、利用企业的条件进行创造性学习等等。“干中学”的人力资本积累方式支付的通常不是显性成本,而是机会成本。“干中学”的受益者是企业和员工双方,企业因此而获得更高的工作效率,员工因此而提高了自己的工作技能和人力资本存量。阿罗的“干中学模型”揭示了其中的内在联系,他认为人力资本的积累过程就是一个学习的过程,为此他将传统的 C-D 生产函数加入了一个中间变量,即:

$$Q = AK^{\alpha} [b(t)L]^{1-\alpha}$$

除了 b 之外,式中的其它变量的意义并没有发生变化。 $b(t)$ 是劳动效率,由阿罗学习函数决定,即:

$$b(t) = B \int_0^t I(\tau) d\tau \quad \frac{db}{dt} > 0$$

经过推导表明,当经济稳定增长时,经济增长速度与学习函数的弹性成正比,与劳动增长率成反比。因而,模型进一步说明二者之间的内在联系。

人力资本积累的另外一个投资主体是企业,企业有可能根据市场竞争的需要、企业自身发展的需要等多种因素,对员工进行培训等人力资本积累形式。卢卡斯人力资本模型详细解释了二者之间的关系,他假设在一个企业内部有 N 个员工,他们的技术和知识水平 h 在区间 $(0, \infty)$, 令技术水平为 h 的员工数量为 $n(h)$ 。他们的非闲暇时间分为 $u(h)$ (生产时间) 和 $1-u(h)$ (人力资本积累的时间)。最后同样通过数理推导,得出了人力资本的增长率与私人的人力资本在最终产品生产中的边际产出率正相关,与时间的贴现率负相关。卢卡斯结论的有益启示是,人力资本的外在效应的递增收益(即所谓正的外部性)是经济增长的引擎。

四、黄山市旅游经济增长的途径分析和政策选择

据统计,目前黄山市旅游从业人员约 21 万人,占非农劳动力总数的 46.7%, 注册的旅行社有 100 余家, 为黄山市旅游经济的发展创造了必要的条件。但是,通过调查发现,在旅游企业内部普遍存在总体文化水平不高、旅行社规模较小、旅游从业人员频繁流动、行业法规不健全、旅游企业内部的岗位分工不明确等现象,这些因素都为旅游企业人力资本的积累设置了障碍,进而为黄山市旅游业的提升带来了不利影响。加快黄山市人力资本积累的步伐,应该从以下几个方面着手。

1. 厘清旅游人力资本积累的基本思路。根据前面的理论描述,旅游人力资本由创新性、专业性和一般性人力资本构成,而且这三个部分呈现出金字塔式的结构。这三种人力资本不仅各自发挥作用,而且作为人力资本所有者主体存在明确的岗位分工。构建企业家性质的创新性人力资本形成和积累的激励机制是关键,其次是专业化人力资本积累。专业化人力资本的岗位形式主要是旅游企业的中层管理者,同时也是创新性旅游营销理念的执行者。最后是一般性人力资本积累。一般性人力资本积累是创新性旅游营销理念的实践者。

2. 通过对黄山市文化底蕴的挖掘来打造黄山市的旅游品牌。人力资本积累对于黄山市旅游经济增长越来越具有不可忽略的战略意义。在 2008 年黄

山召开的中国国际徽商大会上,新加坡华鼎集团总裁李良义提出了以文化创意打造黄山旅游品牌的理念。他以山西乔家大院更名后一年赢利亿元以及国外的典型案例论证了这一观点。李良义的论证暗示了旅游个性化、旅游需求多样化、高级化的发展趋势。但是要把黄山丰富的文化元素恰如其分地渗透到黄山的旅游品牌之中,并不是一件轻松的事情。至少需要将底蕴文化进行正确地理解、沉淀,最后与旅游消费者偏好实现成功地对接。

3.把黄山学院作为打造黄山市旅游品牌的一个基地。自从2002年升本以来,黄山学院引进了一批具有较高专业素质和文化素养的专门人才,这些无疑为黄山市旅游竞争力的提升提供了较好的人力资本条件。但此条件并未得到合理利用,从而造成

了地区人力资源的浪费。以学校的研究机构为着眼点,以政府的政策为支撑,建立一个产、学、研一体化的旅游营销创新体系,对于黄山市旅游经济未来发展具有非常重要的战略意义。

参考文献:

- [1]李家智.重庆市旅游经济发展与旅游人才培养研究[J].重庆职业技术学院学报,2005,(2).
- [2]赵阳,张陪茵.论我国旅行社的现状和发展趋势[J].旅游,2004,(7).
- [3]中国经济增长与宏观稳定课题组.干中学、低成本竞争和增长路径转变[J].经济研究,2006,(4).

责任编辑:高 焕

Human Capital Accumulation and Huangshan Tourism-Related Economic Growth: A Relation Study Based on a Neo-classical Analytical Framework

Hu Qinglong

(College of Economics and Management, Huangshan University, Huangshan245041, China)

Abstract: The invigoration of tourism and the convergence of its economy and market involve not only market-oriented adjustments of the property structure of tourism resources, but human capital accumulation as well. And the latter factor is central to deepening capital and integrating regional elements, which has a close bearing on tourism quality elevation in Huangshan City.

Key words: tourism economy; human capital; form of capital elements

人力资本积累与黄山市旅游经济增长的关系研究——一个基于新古典理论的分析框架

作者：[胡庆龙, Hu Qinglong](#)
作者单位：[黄山学院, 经济管理学院, 安徽, 黄山, 245041](#)
刊名：[黄山学院学报](#)
英文刊名：[JOURNAL OF HUANGSHAN UNIVERSITY](#)
年, 卷(期)：2009, 11(1)
引用次数：0次

参考文献(3条)

1. [李家智](#) [重庆市旅游经济发展与旅游人才培养研究](#)[期刊论文]-[重庆职业技术学院学报](#) 2005(2)
2. [赵阳, 张陪茵](#) [论我国旅行社的现状和发展趋势](#) 2004(7)
3. [中国经济增长与宏观稳定课题组](#) [干中学、低成本竞争和增长路径转变](#)[期刊论文]-[经济研究](#) 2006(4)

相似文献(6条)

1. 期刊论文 [李正欢](#) [论中国旅游经济增长的特征与政策选择](#) -[经济与管理](#)2003(7)
本文主要分析了20世纪90年代末中国旅游经济增长的特征,并对知识经济、信息经济时代未来旅游经济增长路径进行了探索,其结论是实现中国旅游经济增长方式转变的途径在于依靠人力资本、知识、技术进步等内生经济要素。
2. 学位论文 [杰王](#) [提升柬埔寨酒店人力资源管理水平的研究——以莱佛士皇家大酒店为例](#) 2008
柬埔寨是一个以旅游业为主的国家,酒店业是促进柬埔寨经济发展的一个主要行业,随着外部环境更加开放,柬埔寨酒店行业将直接面对全球市场的严峻挑战。柬埔寨酒店业必须要提升酒店核心竞争力,重视人力资本投资,加大创新力度,寻找合作伙伴,加速酒店的规范化。莱佛士皇家大酒店是甘前柬埔寨酒店业里的佼佼者,但是,随着顾客流失率的提升,以及竞争的加剧,该酒店面临着很多经营上的问题。本文通过对国内外相关理论文献的述评研究,在对莱佛士皇家大酒店进行调查的基础上,就提升柬埔寨酒店的人力资源管理水平的问题进行较为系统的研究。论文借鉴中国的酒店人力资源管理管理的成功经验,提出柬埔寨酒店人力资源管理不足之处的优化措施。同时,特别强调建立以酒店文化为导向的人力资源管理的重要性,并对其进行分析研究。文章主体分为四个部分: 第一章:绪论。包括研究背景、研究意义以及研究创新点。 第二章:文献综述。介绍柬埔寨酒店业发展状况和人力资源管理文献综述。 第三章:莱佛士皇家大酒店的人力资源管理现状分析。分别介绍该酒店的基本概况、该酒店的人力资源管理模式、它的人力资源管理的实际利用状况以及人力资源管理的主要问题。 第四章:莱佛士皇家大酒店人力资源管理的优化措施。主要包括进行科学合理的人力资源规划、规范化人员招聘、注重培训的规范化和制度化、完善绩效管理以及建立莱佛士皇家大酒店的企业文化。
3. 期刊论文 [杨秀丽, YANG Xiu-li](#) [知识经济时代旅游业发展战略研究与思考](#) -[沈阳大学学报](#)2002, 14(1)
21世纪是知识经济时代,知识经济将引发一场新的革命。本文试图通过研究知识经济理论、波特理论,分析知识经济对旅游经济产生的影响,探析知识经济时代旅游产业面对国际竞争挑战的对策。
4. 期刊论文 [柳思维, 王兆峰, LIU Siwei, WANG Zhaofeng](#) [旅游经济增长与旅游就业关系研究——以湘鄂渝黔边区为例](#) -[产业经济研究](#)2008(3)
本文使用弹性和协整分析方法,研究了湘鄂渝黔边区旅游经济增长与旅游就业之间的关系,两者之间存在协整关系,边区旅游经济每增加1个百分点,能拉动边区旅游就业约0.52个百分点的增长,且存在从边区旅游经济增长到旅游就业之间的单向Granger因果关系。边区旅游经济增长就业弹性系数表明,旅游经济增长与旅游就业增长之间存在非一致性。提出从旅游经济总量增长,旅游产业结构调整,改善基础设施建设,提升旅游产业人力资本等角度,大力发展旅游产业,提高旅游就业率。
5. 学位论文 [吉根宝](#) [中国星级酒店核心竞争力培育研究](#) 2007
中国的酒店业在国民经济众多的行业中最是早觉醒的行业之一。这主要体现在:首先它是最早进行市场化操作的行业之一;其次也是较早实现服务设施及管理同国际接轨的行业之一;再次,它是最早获得外资准入的服务行业之一;最后,同时也是在改革开放中迅速扩张的行业之一。2004年末,全国共有星级酒店10888家,比上年增长1137家,固定资产达3227.37亿元,拥有客房12379万间,增长24.5万家,在较大的基数上,仍然保持了2位数的增长。营业收入达到1238.67亿元,同比增长26%。2005年末,全国共有星级酒店11828家,固定资产达3756.04亿元,营业收入达到1346.69亿元。但是,也应该看到,酒店业在国民经济中的地位已难以再现20多年前的辉煌。本文首先从企业核心竞争力一般理论推导出酒店核心竞争力特征,并对成功酒店的核心竞争力进行分析。同时,从酒店经营现状、管理机制、品牌建设、人力资源、企业文化、企业创新等方面着手,以江、浙、沪长三角为重点区域,海南、河南、甘肃、天津、辽宁等地为辅的酒店进行抽样调查。其结果显示:中国星级酒店经过较长时间的高速扩张,客源的增长显然跟不上酒店的增长,酒店业出现了严重的过剩,加之行业内相当一部分酒店由于管理、人才及成本控制等环节没有相应的调整,外资酒店利用其在管理、品牌、营销网络等方面的优势,扩大其在客源市场中的占有份额;同时凭借高薪等利益诱导机制,从现有的酒店中广揽经营管理人才,使得酒店业经营状况日益严峻。目前困局集中表现在以下几个方面:1、重复建设、供大于求、规模小、扩张力低,未形成集约化经营;2、产品结构同质化明显、市场分工不明,出现恶性削价竞争、集团化进展缓慢,发展阻力大;3、人才缺乏、员工流失率居高不下,以人为本缺位、文化竞争起步晚、缺乏良好的企业内部成长机制等。只有培育专属于酒店的核心竞争力,才能保障酒店的长久竞争优势。如何提升和培育中国星级酒店的核心竞争力,走出目前困境,已经成为行业内最为关注的聚焦点,同时也是学术界研究的一个重要方向。 对于酒店核心竞争力的培育和维持,本文认为必须重视人力资本的培养,构建“学习型组织”,塑造“学习型员工”,通过创新,科学用人,完善管理机制,推进企业文化建设,营造团结、文明、和谐、奉献的良好氛围,树立以人为本的观念,实施综合治理,以全面提升酒店的核心竞争力。
6. 学位论文 [秦日三](#) [中国旅行社价格竞争机制研究](#) 2008
本研究目的:一是阐述价格竞争存在的必然性和不合理性,提出旅行社在应对价格竞争问题时应具备的观念。二是认识到价格联盟脱离了市场机制的调节,同样无法使旅行社扭亏增盈。三是对旅行社行业可持续发展策略进行探究,并对非价格竞争策略进行初步分析。 本文研究方法:综合运用SCP模型理论、博弈论理论、经济学理论、需求价格弹性理论、交易费用理论、人力资本理论、技术创新理论等学科知识,对国内旅行社价格竞争的现状进行理论分析和实证分析。理论分析和实证分析的有机结合,为全文的深入研究奠定坚实基础,为我国旅行社价格竞争机制的适当调整提供科学依据,以促进我国旅行社行业效益的稳步递增和旅游经济的快速发展。 本文研究成果与结论:中国旅行社行业“近年来宏观报喜和微观报忧并存”,在行业规模扩张的同时伴随的是利润的降低。从宏观层面上看,旅行社作为新兴的旅游业态,市场规模增长迅速,产业的空间布局不断扩张;而从微观层面上看,旅行社作为旅游业的重要行业,在企业数量和总收入增加的同时,全行业总利润和利润率却在逐年下降。出现这种状况,行业内过度的价格竞争无疑是其重要

影响因素之一。有些旅行社,为了获得最大限度和最有利的市场占有率,完全不考虑收益情况,盲目地大幅度降价,与同行展开恶性价格竞争;而另外一些旅行社为了保住或夺回自己原有的市场,也不得不纷纷降价参与竞争,如此反复,形成恶性循环,最终导致旅行社自身利益严重受损,甚至连旅行社的简单再生产也难以维持。

在这种状况下,部分旅行社为避免两败俱伤,决定实行价格联盟。这些联营旅行社认为,旅行社通过联营限价可以避免旅行社之间的恶性降价竞争,能获取稳定或者更多的利润。但从结果看来,旅行社价格联盟并没有达到预期的效果。价格联盟脱离了市场机制的调节,不仅无法避免恶性竞争,也无助于旅行社的扭亏增盈。要从根本上消除恶性竞争,价格联盟显然无效,解决恶性竞争必须另寻出路。

在激烈的市场竞争中,价格竞争的弊端日益凸现,非价格竞争已显示出其强大的生命力,成为市场竞争的重要方式。非价格竞争是以提高企业自身产品吸引力和消费者对产品偏好程度为目标,是一种能够适应商品经济不断发展的要求,并代表着市场营销竞争大趋势的竞争方式。随着我国对外贸易的发展,越来越多的产品将走向世界市场,靠廉价取胜的思想,已远远赶不上当今国际贸易形式的发展。非价格竞争则通过增加科技投入,开发新产品,提高产品质量,提供优质服务等来满足消费者的不同需求。这样的竞争公平、公正、公开,有利于推进企业进步。此外,非价格竞争更容易使企业联合起来,互相兼容,形成良好的市场竞争环境。

综上所述,在处理价格竞争问题时,应该按照市场经济运行原则,依照相关法规行事,并充分发挥旅行社行业协会等作用。切忌感情用事,尽量避免通过旅游行政管理部门,用行政命令的方式硬性规定旅行社产品价格,可以尝试性地使用非价格竞争策略。通过改革、开放、引进、治理,在不久的将来,中国必将迎来一个井然有序、运作规范的现代旅游市场体系,成为广纳天下客,笑迎四方人的世界旅游强国。

本文链接: http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_hsxymb200901014.aspx

下载时间: 2009年10月23日