

国外旅游创新问题研究的前沿述评

辛安娜^{1,2}, 李树民¹

(1. 西北大学经济管理学院, 陕西 西安 710127;

2. 山西大学经济与管理学院, 山西 太原 030006)

内容提要:旅游创新是服务科学、旅游学科的一个新兴研究领域。本文通过梳理 1994—2014 年发表于旅游管理专业期刊和重要管理期刊上的国外相关文献,从学科发展的历史角度对当前旅游创新理论构建中几个基本关键科学问题的相关研究成果进行系统回顾和梳理,这些基本问题涉及创新内涵与分类、创新动力、创新过程中的知识来源、行为识别、绩效评价与测度研究等方面,在总结出一系列共识与争论焦点、研究面临的若干障碍问题基础上,展望了未来该领域的研究要点。

关键词:旅游创新;创新类型;创新驱动动力;创新过程;企业家;创新系统

中图分类号:F590.6 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2015)06—0110—13

一、引言

作为现代服务业的一个重要分支,旅游业一直以来存在大量创新现象:如迪斯尼乐园、信息和通讯技术释放带来的在线旅游自助服务(Buhalis & Law, 2008)等。但对于研究者来说,由于旅游业范围至今仍在争论之中,其创新理论研究基础产业地位结构体系、产业运动变化规律等相关理论在理解上仍存在种种似是而非的观点;加上在旅游业,旅游小企业在数量上是主体(Thomas 等, 2011),这些小企业又被认为是一种边缘企业或者非正式的经济体(Dahles, 1999),致使长期以来即便 20 世纪 80 年代以来在新兴的服务创新研究领域对旅游业的创新关注程度也非常低,创新理论在旅游业的应用范围、研究深度、理论与实证研究都十分有限,理论研究滞后于实践应用(Hjalager, 2010)。

近些年,人们开始意识到包括旅游业在内的服务业创新在一国经济创新体系中所起的重要作用(Camisón & Monfort-Mir, 2012),如何依靠创新来推动现代旅游业增长方式的变革、提升本国旅游业的国际竞争力就成了一个不可避免的重要话题,研究

旅游业创新的规律也显得迫切且正当其时。尤其是在我国,旅游业被确立为国民经济中的战略性新兴产业,意义更为深远。

与此同时,有两个学科发展问题值得一提:一是许多研究者对当前旅游研究整体发展前景表现出的深刻担忧,虽然旅游研究从发展之初就处于多学科介入的局面,但这种多学科介入并没有带来相应数量有价值的理论产出。对旅游研究当前面临的这种困境,研究者普遍认为问题主要出在学科介入深度上(宋子千, 2014),长期以来一直缺少与主流研究之间展开平等的对话(Shaw, 2004),无法对主流学科进行反哺。二是从 20 世纪 70 年代末以来,很多组织学,著名学者几乎同时提出了“松散链接”组织结构这一理论模式。“小企业”、“新企业”、“可得式学习”(或模仿)这些曾被当作旅游企业特有的障碍性结构性和行为性特征,正“普适”为主流研究对象的“常态化”特征。此外,在主流企业创新研究领域,研究者的注意力已从“大企业”为代表的“常规化”创新向“非常规化”、即兴创新转移,对知识密集型企业注意力也正不断向非知识密集型企业转移。可以说,近 20 年主流研究在这些方面形成的丰硕成果及研究趋势为旅游企业的深

收稿日期:2015-02-17

作者简介:辛安娜(1978-),女,山西晋城人。讲师,博士研究生,研究领域是创新管理与旅游企业管理。E-mail: annaxin@outlook.com;李树民(1953-),男,陕西西安人。教授,博士,研究领域是旅游与区域经济。E-mail: lishmin53@163.com。

人研究提供了难得契机。

目前有关旅游创新^①的研究还处在初期的快速积累阶段,该研究领域在理论和方法尚未形成相对稳定和一贯的内在逻辑体系,在很大程度上影响了旅游创新研究知识共同体的形成。并且“研究主题正在转化成各个学科各自单独面对的问题”的不利研究倾向初露端倪,以已有国内外旅游创新研究综述性文献为例,这些评述虽然各有特点,但并没有完成与主流学科展开对话的基本任务,缺乏系统性以母学科的主流研究范式为评述基础,导致对于很多旅游创新基础问题的认识起点、理论深度仍非常有限。为此,完全有必要重新从学科发展的历史角度、从主流创新理论的研究逻辑对当前学者在旅游创新基本问题上形成的“碎片式”的研究内容、研究方法以及主要争论进行系统梳理,理清并构建它们之间的内在逻辑关系,供后续研究参考。这些基本问题有:(1)旅游业创新的类型包括哪些?这些分类方法是否有助于揭示旅游创新的内涵和本质?(2)推动旅游业创新的因素有哪些?传统创新理论中在企业层面如企业家、技术,在系统层面如创新系统这些重要驱动因素究竟在其中扮演怎样的角色?(3)创新又是在旅游业中发生?其知识来源、创新行为与制造业、其他服务业如知识密集型服务业等是否有所差别?本文试图从主流创新理论的逻辑体系对上述三个研究议题的当代主要研究成果进行梳理和分析,对它们之间潜在逻辑关系进行归纳,并据此对未来研究进行简要展望。

二、旅游创新的内涵与基本类型

由于主流创新理论中服务创新研究的兴起,因此,当谈及旅游创新内涵的认识问题上,首先就会涉及方法论问题,即熊彼特关于创新的概念能否涵盖旅游创新?如何去看待旅游创新与服务创新之间的关系?其次才会涉及旅游创新具体内涵的探讨,即旅游创新到底包含哪些具体的形式或类型?这些类型在具体内涵上又是否会表现出不同于制造业、其他服务业的特性?研究者现有的分类研究在实践中能否得到支持性检验?虽然上述提出的这些与内涵研究有关的问题很少被专门界定与探

究,但它们却是理解创新形式、特点及规律,开展后续研究的理论基础。因此,目前对旅游创新在内涵方面的研究进展可以从方法论认识问题、具体类型的学理研究和分类的应用研究三方面加以归纳:

1. “旅游创新”内涵研究的范式选择

在“旅游创新”内涵的认识问题上,学者们对到底是采用“熊彼特创新”内涵与分类方法还是借用“服务创新”内涵和分类方法目前存有争论。

一些学者强调,应从旅游服务本身的特性出发界定“旅游创新”的内涵和基本分类,要求关注技术维度无法解释但相当重要的创新形式。但目前多数学者认定熊彼特对创新概念广泛和开放的定义,认为“开发新产品或改进现有产品、引进新生产工艺、开拓新市场、获得原料新来源、结构重组”这五种基本形式已可以涵盖旅游业的创新活动。Camisón & Monfort-Mir(2012)指出,虽然不排除旅游企业存在一些特殊的创新形式,由于其“隐匿性”高而存在没有被捕捉到的可能,但他指出,目前的许多实证研究支持熊彼特对创新的界定,足够解释服务业包括旅游业在内的创新活动,并且认为服务创新理论对于“创新”更宽泛的定义和更细化的类型研究,并没有超出熊彼特对于“创新”本质的描述。另一个反对原因就是,Drejer(2004)担心借鉴“服务创新”的分类有试图扩大化定义“旅游创新”的倾向,而这有可能导致将创新等同于日常的经营活动,反而使分类结果无法作为讨论问题的基础用于理论研究。

在上述认识论的基础上,本文对将“熊彼特创新”内涵引入“旅游创新”提出一些主张。Weiermair(2004)指出,“旅游创新”内涵的研究重点应放在对熊彼特提出的五种创新形式具体的内涵挖掘上,需要考虑旅游产品生产与销售的特殊性,具体是生产与消费的同时性、消费者的参与性、服务的无形性,还有就是旅游产品服务的组装集成特性;Hall & Williams(2008)指出,对“旅游创新”内涵的理解可由两部分构成,除看它的形式外,还要看这些创新活动在组织、国家、地区层面产生的影响力,是否可以被观察得到;Camisón & Monfort-Mir(2012)提出区分“旅游创新”不同类型的方法与标准,他指出,

^①旅游创新严格来说所研究主题是旅游业创新,其核心应是旅游企业创新,但为了保持引用文章的原貌,并且为避免另启用旅游企业创新导致研究者对研究主题产生不必要的误会而影响对该主题知识共同体的累积,故本文仍采用旅游创新一词。

产品创新和过程创新通常都是直接物化于产品和服务这些“核心业务”,而市场创新和组织创新通常是间接的与产品和服务相关联,因此,可以将是否接近“核心业务”作为区分和划分这些创新基本类型的标准;Decelle(2006)则总结了旅游创新在当前方法论指导下可能存在的三种分类方法:一是涉及技术与非技术的分类方法;二是将创新的分类依据于产品的自然属性如产品或过程创新、市场创新、组织创新和利基创新;三是依据创新的连续性及强度,将创新分类为彻底的变革性创新、增量型创新和结构性创新;Brooker & Joppe(2013)则提出,从创新者行为特征角度将创新类型划分为创新先行者、追随者和后行者。

2. “旅游创新”基本分类的学理研究

在旅游创新到底包含哪些具体的类型,这些类型在具体内涵上又是否会表现出不同于制造业、其他服务业的特性的问题上,Hjalager 是最早对“旅游创新”内涵从类型学展开理论探讨的学者(Shaw & Williams,2009),也是迄今对旅游创新研究持续关注时间最长的西方学者。

Hjalager(1997)沿用技术创新分类思想,试图建立一个创新的类型学框架用于解释旅游业创新行为,她提出将旅游创新划分为产品创新与过程创新的基础上,再细分为五种类型:产品创新;过程创新;信息技术诱发的过程创新;管理创新;体制创新。显然,她强调旅游业创新中的技术维度,存在局限性,但其分类也第一次从创新的深度与方式视角揭示和解释了旅游业创新的可能途径及特有的结构和机制:在管理创新中,她指出,服务开发与管理过程中除顾客已作为内部成员参与其中外,旅游创新其特殊性还体现在目的地居民的参与,尤其是当目的地缺乏良好公共旅游服务设施投入时,原住民居民作为“兼职雇员”对创新结果会产生重要影响。另外,她指出,由于旅游产业的综合性及关联性,创新常常是所有利益相关者共同努力开展的结果,这在一定程度上却会造成核心旅游企业自主创新的延迟。Hjalager(2002)对旅游业创新的基本分类进行修改,虽然仅用“传递创新”替代了“信息技术诱发的过程创新”,但文中能清晰体会到她已开始受到同时期服务创新理论的影响,Hjalager 尝试跳出“产品创新与过程创新二分法”框架的局限,从旅游服务特性切入,重新界定旅游业创新类型。并

且她强调,在旅游业很少涉及完全的新的产品或新的市场,而更多涉及的是过程创新,且后者被认为对旅游业最有影响力。Hjalager 在该文中也尝试了主流创新类型研究的另一划分思路:关注于创新的深度和方式,为此,她将“Abernathy-Clark 模型”应用于旅游业(如图 1 所示)。该划分虽然也相继得到一些学者的关注(Weiermair,2004)。但从当前情况看,该角度所尝试的分类仅提供了一种研究思路,它作为后续研究的理论平台尚不具可操作性。Shaw & Williams(2009)也指出,这种划分方法存在应用上的弊端:它是静态和描述性的,如从知识角度研究旅游创新过程时,无法作为研究知识扩散转移这种具有高度动态性过程的理论基础。Hjalager(2010)又进一步提出,产品创新、过程创新、管理创新和市场创新是旅游业创新活动的主体,而传递创新和体制创新则更多是基于研究的需要来反映旅游业创新活动的特殊性。

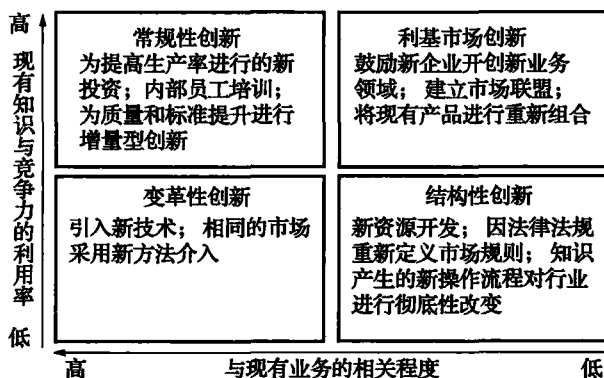


图 1 基于 Abernathy-Clark 模型旅游创新分类

资料来源:根据 Hjalager(2002)、Weiermair(2004)、Shaw & Williams(2009)整理而成

3. “旅游创新”基本类型的应用研究

除上述学理探讨外,目前文献中也已出现将内涵和分类方法直接作为研究基础的实证研究。主要应用于考察旅游企业生产效率(Blake 等,2006)、创新强度(Jacob 等,2007)、创新行为演化(Aldebert 等,2011)、创新行为与企业特征之间关系(Tejada & Moreno,2013)等问题上。整理文献后进一步发现,从创新产出和创新对象出发将旅游创新划分为产品创新、过程创新、市场创新等类型这种思路是最为普遍采用的思路。这种思路在研究实践中天然地与主流创新研究契合,具有很强的可取性与可操

作性。Krizaj 等(2012)在对旅游企业创新测量指标构建的过程中,对比较有影响力的关于旅游企业行为研究的实证性文献进行整理时也发现,目前研究者在进行问卷设计与调查时也多采用产品创新、过程创新、市场创新等分类体系。不过,当前应用也暴露出,目前研究者由于所采用的分类标准或分类外延不一致,造成结论出现分歧、混乱的研究局面。

总的来说,目前关于“旅游创新”内涵的界定已触及概念内部的机理考量,处在概念验证或初步概念结构化的阶段,这在一定程度上有助于对旅游业创新活动的理解。但是,不管是理论研究还是实证研究,结论都存在分歧,这和研究者所采用的分类标准或分类外延不一致造成的混乱有直接关联,因此,仍有必要对内涵与类型学的学理逻辑及概念内部的度量、机理进行更深入的研究,探索一个明确且通用的旅游创新分类势在必行。

三、旅游创新的驱动因素

对创新驱动因素的分析为研究创新的触发机制和创新模式奠定基础。目前研究者在此方面展开的研究及其研究思路主要是检验与归纳现有理论在旅游业创新活动上的适用性与可靠性,已经涉及到企业家、技术这些具有普遍意义的创新关键驱动因素。除此之外,研究者们也注意到,旅游企业似乎也会受到所处的社会网络、系统承载的某种力量的激发形成创新,也因此形成对创新系统作为创新驱动因素因素的探讨。不过从现有研究进展来看,除技术外,在企业家、创新系统是否可以作为旅游业创新基本驱动力的问题上却存有很大争议。

1. 企业家与旅游创新

如上所述,在旅游业,关于企业家是否是基本创新驱动要素问题上目前存在较大观点分歧。

(1)旅游企业不存在“企业家”。不同时期的学者所展开的研究表明,虽然在旅游业一系列创新中也出现过熊彼特理论中的“英雄式人物”(Hall & Williams,2008),但仅占很小一部分,绝大多数企业主应被描述为既定生产要素组合的“再生生产者”,而不是“商业的创新者”。首先在创业与经营动机上存在很强的非经济因素。对英国(Williams 等,1989;Bosworth & Farrell,2011)、北美(Snepenger 等,1995)、瑞典(Müller,2006)等发达国家旅游目的地开展的研究相继证实,大多数企业主是“旅游刺激

的创业性移民”,开创小企业更多是中产阶级对生活方式的自我追求或为达到半退休状态而进行的消费而非生产性行为。寻求工作与家庭生活的平衡也是重要的创业动机之一,这些企业主将商业经营活动看作是私人生活的一个组成部分,因此,不希望家庭生活太动荡、经营作风比较保守,也不想有太多的创新(Getz & Carlsen,2000;Getz & Petersen,2005;Sundbo 等,2007)。除上述很强的非经济因素外,虽然也有研究认为企业主创业与经营也存在有经济动机,如由于农业收入下降故经营企业以补贴家用(Iorio & Corsale,2010)等,但多数企业长期处于生存边缘,根本谈不上再发展,或者由于利润偏低无法形成创新动力(Weidenfeld,2013)。其他研究则从企业家应具备的能力与创新所需掌握的资源角度否定了企业家在创新中的推动作用(Shaw,2004)。与此同时,一些学者另辟蹊径,指出,既然越来越多的研究显示对生活方式的追求和非经济动机在旅游业企业主身上具有显著性与普遍性,那么对“旅游业企业家”的定义就应该更具包容性,应该重新定位与定义旅游业中的“企业家”。Dewhurst & Horobin(1998)就提出将衡量一个企业家成功与否的标准扩展为“看他是否有能力延续他选择的生活方式”。

(2)旅游业有独特的企业家精神的存在,存在“生活方式型企业家”。Ateljevic & Doorne(2000)继承了 Dewhurst 等的思想,对新西兰探险旅游和其他小企业调查研究后显示,追求个人生活品质和强烈的环境意识观,不仅代表了企业主个人对生活的态度,而且这种价值体系深深影响着企业管理风格和组织实践,他们会主动拒绝生产与经营旅游市场存在的大量同质化产品。他在文中进一步强调“拒绝完全的利益驱动并不意味着是商业自杀或经济停滞,这些企业主所做的一切就是充分满足利基市场的消费者”。他们是旅游市场新产品的重要推动力量,并且能很好地将自己的价值观明确地体现在产品上,并有能力将创新产品推广引入到更广泛的行业。上述观点的提出,立刻引起了关注,Russel & Faulkner(2004)从复杂性科学的角度证实了这类企业家在利基市场发展与创新中的重要推动作用。其他学者(Sundbo 等,2007;Parra-López 等,2009)展开的研究也证实这类企业主可能将经营与家庭生活结合在一起,但是,他们的经营动机并非单纯地

旅游管理

保护家庭生活,而是动态地和有创造性地开展业务,这些企业家具有创新性。Morrison等(2008)在其研究中用“通过经营旅游业务来维持自己选择的生活方式”和“将自己对生活的向往融入到旅游业务经营中”来区别同样保有“生活方式”但却有不同创业与经营动机的企业家的本质内涵。不过,Shaw(2004)、Komppula(2014)认为,这类企业家内在的冒险和创新精神并没有超出熊彼特创新理论的范围。

从以上分析来看,适当定义旅游业企业家的争论刚刚开始,目前的研究多贯穿于在数量上占旅游主体的中小型企业,经验所测试和证实的理论观点也正在使这个领域的一致性逐渐增加,但该领域迄今并没有显现成为旅游创新研究主流的迹象(Li,2008)。现有研究主要关注企业家个体特征这一个维度,研究焦点聚焦在对“生活方式型企业家”的进一步探讨,对培育企业家精神的多个维度如机会识别、企业家学习等没有进行整合研究,也不太关注企业家网络对创新的作用。不过近两年,社会资本(Zhao等,2011)、知识管理(Chaston,2012)视角也开始相继介入。

2. 技术与旅游创新

与上述研究结论高度分化不同,虽然学者们认为旅游业中的技术密集度远不如制造业及知识密集型服务业高,但却认同技术特别是信息和通信技术(ICT)是引发旅游业创新最重要的因素,在此方面展开的研究也是近十多年来旅游创新最主要的研究热点(Buhalis & Law,2008),具体可归纳为三大方面:技术在创新中扮演的关键性角色、对技术创新路径的选择问题探讨,以及深入到将技术创新理论范式及其理论运用于旅游企业的相关研究。

(1)技术在创新中扮演的关键性角色。当前西方学者将研究精力主要集中在各类技术在旅游业各行业服务部门的应用性问题上,如旅游景区客流量自动调节与控制技术应用等。Buhalis & Law(2008)、Hjalager(2010)较全面地评述了技术尤其是ICT在旅游业中的具体应用及产生的影响,指出技术是过程创新最主要的代理人,旅游企业(或组织)的生产率、服务质量可以通过引进新技术而得到有效改善;另一方面,技术尤其是ICT引起的旅游产品服务提供和交易的方式、旅游企业之间竞争与合作的边界(Aldebert等,2011)、服务有形化

(Hall & Williams,2008)、可储存性、信息化、标准化等服务轨道的新特征也已引起学者们的关注,并被证实这些由技术诱发的旅游服务新特征的出现、强化以及与传统旅游服务特征的重新组合,又有可能成为旅游业创新的重要渠道和来源,形成新竞争优势。不过遗憾的是,当前文献只关注技术在旅游业中具体应用及影响问题,对技术是如何在旅游企业内部发生、转移却丝毫没有谈及。Aldebert等(2011)也洞察到了这一研究缺陷,发现目前西方学者关于技术创新的研究都暗含在这样一个假设前提下开展:即将技术的发生作为一个既定事实。这种研究倾向导致学界至今对旅游企业技术创新演化机制也仍处于“黑箱”状态。

(2)对技术创新路径选择的探讨。通常认为,旅游企业很少在企业内部进行技术研发(R&D),采用来自其他部门的技术是旅游业创新的重要形式,在创新模式上属于“供应商主导的创新”。并且,旅游业技术创新是“双重驱动模式”,即技术创新依赖于技术推动与需求拉动的有机结合,倾向于技术创新的二元论(Camisón & Monfort-Mir,2012)。对旅游企业技术创新的演变规律,Hjalager(1994)以Barra's的“逆向产品周期”理论为出发点,提出渐进性过程创新、组织创新、新产品或新服务产生三个阶段,但该理论观点由于没有后续的研究加以跟进检验,没有取得实质性进展。

(3)将技术创新理论范式及其理论运用于旅游企业的相关研究,当前主要是涉及对旅游业技术创新有关因素进行的理论验证性探讨。有学者对“熊彼特假说”中技术创新与企业规模之间是否存在正相关进行了检验。Jacob等(2003)、Jacob等(2007)和Sundbo等(2007)指出,存在企业创新活动伴随企业规模变大而更加显著的相关关系,大企业是技术创新最有效的传播者;Orfila-Sintes(2005)等证实产权结构对技术创新活动存在影响。而对于市场力量与技术创新之间的关系,却鲜有文献对此加以检验。本文认为,这主要是由于旅游企业存在的市场结构存在特殊性,个体企业很难存在市场势力,且技术创新只是旅游企业创新形式中的一个维度而已。

总体而言,关于技术作为创新基本驱动力要素,已经有了一定的理论积淀,并仍在不断深化和扩展中,但针对旅游业技术创新的规律性的认识及研究深度还是非常有限,如“技术范式-技术轨道”

模式、技术创新的发生机制等基础理论性问题还没有被深入讨论。

3. 创新系统与旅游创新

最近的主流创新理论认为,创新的发生是个高度复杂的机制,单从企业层面出发会发现很多现象都没有办法给予合理的解释,企业似乎也会受到所处的社会网络承载的某种力量的激发形成创新。Coriat & Weinstein(2002)将这种力量看做是群内存在的大量的各种各样的组织(如企业、金融机构、行业协会、政府机构等)在密切互动关系中形成的各种正式、非正式规则的集合,它根植于当地的社会文化环境,是“合法”系统的一种制度安排、一种治理结构。他们就此提出对于创新的认识应兼顾企业和系统两个层面。旅游创新的研究也沿引了这种思想,但研究者们对创新系统是否也是旅游企业创新的基本驱动力问题却各执己见,他们的观点与论据主要有如下几点:

(1)以 Hjalager 为代表的学者认为,旅游目的地是一个松散连接的社会网络,创新系统十分薄弱甚至是不存在,起不到作为创新驱动力的作用(Sundbo 等,2007;Pikkemaat & Weiermair,2007;Baggio & Cooper,2010;Camisón & Monfort-Mir,2012)。其关键论据主要是与制造业、高新技术产业集群特征对比后得出,可归纳为四点:一是“免费搭车”现象普遍,这种复制和模仿会在很大程度上抑制集群内企业的创新动力(Hall & Williams,2008);二是从知识管理角度,在目的地,各旅游组织的多样性(如景点、旅行社、酒店等),导致知识的提供者和接收者之间差距过大,企业间更多进行的是“探索性知识”的分享,而创新所需的“挖掘性知识”交换的很少(Weidenfeld 等,2010)^①;三是旅游企业在创新上多数是“供应商主导”,很少在内部进行自主研发,因此,产品价值链上的知识转移对于创新的贡献非常有限(Camisón & Monfort-Mir,2012);四是企业之间普遍缺乏沟通和信任,生产上形成的合作关系很难转化成创新合作关系。与此同时,学者们也并没有在该结论上就此止步,他们

从主流创新系统理论视角出发,对近年来在旅游业发达,旅游发展历史较长的地区的确出现了明显的旅游业集聚现象展开了积极的探索,这些研究结论也初步形成了与上述观点的分歧。

(2)虽然旅游业由于它自身的特殊性不具备像制造业、高新技术产业那样的集群特征,但系统产生的效应会在某些时刻成为旅游企业制定、实施某种创新战略的重要驱动力。通过文献整理可以看到,目前学者们对主流创新系统理论的两个主要研究视角都有所涉猎:一个是关注创新企业与其他企业、组织之间在互动过程中形成的关系、机制问题对创新的驱动(Hjalager,2008),目前管理研究中多用创新网络来加以定义;另一个是将单个企业创新放在更大的范围内加以考察,即区域创新系统、国家创新系统层面(Sundbo 等,2007;Hall & Williams,2008;Weidenfeld,2013)。在第一个研究视角下,Payet(2010)运用行动者网络理论,对法国滑雪胜地一个旅游企业成功的运作机制进行案例研究后发现,与所有利益相关者之间的互动关系和结构可以转化成为企业创新的重要驱动因素。而多数文献则主要集中在第二个研究视角,已深入对旅游创新系统特征、形成机制与条件的探讨(Novelli,2006;Sundbo 等,2007;Hjalager,2008;Kokkranikal & Morrison,2011)。并且认为,在创新系统中,政府及公共部门在其中对企业创新行为造成的影响要远高于其他服务业。因此,对政府与公共部门这些利益相关者的关注也成为旅游创新研究的一个重要组成部分(Mei 等,2012),其中也包括国外学者对我国旅游政策形成的“自上而下的治理结构”的关注(Airey & Chong,2010)。

需要注意的是,当前学者们在创新系统研究时强调,把特定资源和制度环境作为重要的影响因素加以考察,倾向于对企业与其他组织间非经济关系积累如信任、政策、规则等的研究。但这种研究方法也存在问题,其中之一由于参与者行为自治造成的系统动态性,使研究者无法判断旅游创新系统的构成要素,无法将其与制造业、高新技术产业的创

^①学者们对旅游业与制造业、高新技术产业所需创新知识的类型认识也是存在差异的。制造业、高新技术产业强调获取和创造全新的知识,力求脱离和超越企业现有的知识基础,即注重对“探索性知识”的获取。而学者们认为旅游企业通常很少涉及完全的和新的产品或市场,即进行彻底性创新,多数创新是增量型创新,因此,其创新侧重于对“挖掘性知识”的获取,强调对现有知识进行提炼、整合、强化和改进。

新系统特征区别开来,好多研究结论到最后都是“眉毛胡子一把抓”,所有构成要素都等同于创新的驱动要素而加以探讨。因此,本文认为,对驱动力的研究必须将企业层面、系统层面两者结合起来加以考察,而不能无视、割裂两者之间的内在统一性。

总的来看,旅游创新在这些企业家、技术、创新系统要素上表现出来的特殊性已被学者们捕捉到。不过,由于该研究领域边界的高度可渗透性,导致对驱动力要素的分析零星散落,并没有形成不同驱动力要素分析的逻辑连接点,也未能对多个要素进行整合研究,并且已有研究也大多基于静态视角和质性研究。

四、旅游创新的知识来源与过程

旅游企业(或组织)的创新也同样需要一个过程,主流创新理论对此方面的研究已形成共识,认为过程研究是从“微观基础”解释复杂系统的行为,以知识和学习为核心(Nonaka & Takeuchi, 1995)。从研究进展来看,旅游创新也延续了这种思维模式(Guisado-González 等, 2013),虽然涉猎内容不管在范围还是深度上都非常有限,但这些研究进展可粗略从创新知识来源、创新过程、创新评价与测度三个方面加以归纳:

1. 创新知识的来源

Hjalager(2002)将创新的主要外部知识来源分为业务、技术、基础设施和法规制度四种类型(如表

1 所示)。结合其他文献,这里重点需指出, Hjalager 将基础设施作为创新知识源的观点。因为已有研究显示,旅游企业几乎没有专门的 R&D 部门,并且与大学、公共研究机构等直接合作也非常有限(Camisón & Monfort-Mir, 2012),因此,鲜有来自于这些机构的研究成果应用于旅游企业。而 Hjalager 却指出,由于旅游在很大程度上是基于自然资源、文化景点、城镇风景、交通系统等“公共商品”的自由组合,这些基础设施通常由政府 and 公共部门管理,而这些组织更易与 R&D 机构联系起来而从学术研究中获得好处,从而形成非直接性流入旅游目的地地的知识来源。因此,她认为,在旅游业,政府等公共部门承担 R&D 部门的作用要远大于旅游企业本身。Cooper(2006)则将旅游企业创新的知识划分为内部和外部来源,内部来源于资深的管理人员和工作人员,客户、供应商、竞争对手、大学则是旅游企业(或组织)创新活动开展的主要外部知识来源。Shaw & Williams(2009)将创新知识来源概括为两大类:一类是直接性的,如外商直接投资、特许经营、规章制度、管理培训等;另一类是间接性的,包括日常观察、专业或行业性刊物、行业协会、专业研讨会等;Hjalager(2010)又将创新知识来源从嵌入性知识、基于竞争与资源能力形成的知识、本地化知识、基于研究形成的知识四个方面进行分类;Hardy 等(2012)则指出,网络传媒也正在成为旅游业创新知识的重要来源之一。

表 1 创新知识的类型与具体知识来源

业务系统				技术体系			基础设施			法规制度			
供应商	客户	竞争对手	商会或行业协会	设备和技术	半成品制造工艺	外包	自然与文化	景点	交通运输系统	环境标准	管制标准	技术标准	健康与安全标准法规

资料来源:根据 Hjalager(2002)整理

2. 创新过程

对于创新过程,研究者已初步形成旅游企业在创新投入多数情况下是以知识和技能的形式内嵌于员工或团队中,在与不同部门、行为人之交互过程中直接完成的观点。目前对过程研究的进展也可简要归纳为三个方面:对创新知识获取行为的识别研究、对创新过程的因果机制研究以及对旅游企业开展创新活动的特殊性与复杂性问题的探讨。

(1) 创新知识获取行为的识别。Hall & Wil-

liams(2008)提出旅游企业的创新知识获取一般经由以下过程:①观察/模仿/和示范;②企业间交流;③劳动力流动;④知识经纪人。其中,通过观察而学习是最重要的方式。另外, Hall 等用“知识经纪人”而 Shaw & Williams(2009)则用“边界管理者”来意指那些在旅游业有影响的个人。他们常作为不同国家、不同供应商进行各种相关旅游业务往来的顾问和代表,因为拥有多年的从业经验,从而积累起来与众不同的业内知识,在创新知识转移与扩散中扮演关键的角色。但 Weidenfeld 等(2010)对

英国康沃尔两个旅游目的地调研后却发现,除知识经纪人外,Hjalager(2002)所提出的四种创新知识源与 Hall 等确定的创新行为都可以被观察得到。证实观察/模仿是最常见的组织行为,其次是劳动力流动和有计划在景点之间、或与旅游协会、参展企业间的交流。不过,在近期开展的研究中,在国际化和跨边界创新系统(Cross Border Regional Innovation Systems, CBRIS)背景下,通过“边界管理者”传递与扩散创新得到肯定与证实(Williams & Shaw, 2011; Weidenfeld, 2013)。

(2) 创新过程的因果机制研究。值得一提的是,以 Sørensen 为代表的学者注意到旅游主体产品生产与消费必须依附于特定地理空间,即旅游目的地的特殊性,因此,他们将创新过程的因果机制考察重点放在了创新参与主体间的各类地理空间结构问题对知识转移扩散过程的影响研究上。Sørensen(2007)将当下主流创新研究中的社会网理论与集聚理论相结合,试图通过网络密度与网络强度两个维度构建旅游企业特有的本地网络和非本地网络不同结构组合对创新扩散的作用模型;Baggio & Cooper(2010)从整体社会网出发,专注于旅游目的地网络中创新知识的传播特征与效率问题,他指出,增强不同利益者之间的凝聚性,能有效改善知识扩散效率,不过,作者也指出,得出的这种所谓“小世界网络”的结论并不是全新的,只是第一次被用于对旅游目的地的验证;Weidenfeld 等(2010)则采用案例研究分析了创新知识在以旅游目的地为中心形成的网络结构中的地理扩散特征,指出空间接近性、产品相似性对创新知识的外溢具有积极的正相关性,但产品相似性较空间接近性对创新知识的发生、扩散能产生更加显著的影响。总之,目前不同研究方法对旅游创新网络中的知识研究仍处在以描述性经验性研究为主的起步阶段。

(3) 旅游企业(或组织)创新活动开展的特殊性与复杂性。Cooper(2006)指出,在创新过程中,搜寻和获取知识通常发生在更复杂的和非正式的行为中,不仅搜索知识的过程无法被精心安排,而且知识资源很容易被分散;Shaw & Williams(2009)指出旅游企业(或组织)以网络存在的特殊性,并认为这种特殊性决定了知识获取与扩散不能简单移植现有以跨国企业和制造业为基础形成的知识管理理论,即将知识获取分企业内部和外部获取的两分法

研究,而应从网络和跨边界视角入手。此外,人力资本在创新中的作用也受到质疑,学者们指出,旅游业从业人员流动性过高且教育水平又普遍低的特点,会直接阻碍知识收集、分析、转换与创新。Yang & Wan(2004)的研究就显示,当人员流动性过高时,即使是操作性知识也很难在组织内保留。因此,研究者认为,虽然观察、人员流动是目前旅游业获取、转移创新知识最重要的手段,但与制造业、知识密集型服务业的人力资本相比,其价值非常有限(Camison & Monfort-Mir, 2012)。

总的来说,对旅游企业(或组织)、企业间的知识扩散、其行为结构变量及相应的组织模式认识非常有限,今后除有必要进一步将研究对象从酒店扩展至旅游企业的其他类型外,在研究内容上应重点从过程研究的特殊性上进行理论与方法突破,如 Shaw & Williams(2009)所指出的,劳动力流动作为旅游创新重要的知识溢出渠道,但目前即便是关于一线员工在旅游企业内部与企业间扮演的角色,也是知之甚少。

3. 创新的评价与测度

不管是企业(或组织),还是做创新研究工作的时候,必然需要对创新(及所包括的 R&D)进行度量与评价。但当前的研究现状是,对旅游创新的许多基本问题认识存在泛概念化,除借用二手数据外,不同学者对创新理论常常有不同理解,在研究中基本上是各取所需来设计研究方法、理论假设和研究思路,造成创新研究不能有效地相互补充,对旅游创新测度与实证研究在内容、研究方法上的知识积累非常困难。

(1) 创新评价与测度的主要方法。目前西方学者在此方面的研究路径主要是依托国外几次针对服务创新调查所得数据欧洲创新调查(CIS)、意大利服务创新调查(IIS),以及澳大利亚和新西兰国家创新联合统计等,但这些研究也仅以描述性统计作为研究结果的分析工具,从而对旅游创新活动的引入和基本特征进行评价。此外,在评价与测度问题上形成持续研究的活跃学术群体则集中于对西班牙旅游企业的考察。上述研究证实了对旅游创新的基本假设猜想,得出比较一致的结论:不管是与制造业还是其他服务业相比,旅游企业通常都缺乏创新,存在显著创新差异。包括:内部很少开展 R&D 活动,其他类型创新活动开展的频率与比例也

不高;很少与其他组织进行合作;很少进行员工培训;创新知识源主要来自于开发软件、设备和设施的购买与应用。

(2)在创新测度结果的真实性与有效性上,一些学者(Arundel, 2007; Camisón & Monfort-Mir, 2012; Liburd, 2012)则从评价与测度指标本身入手,对目前的数据获取来源、所采用的测度指标体系却并不认同,认为它有可能是低估、错估实际发生中的创新。学者们提出的依据主要集中于:一是这些原本用于评价地区和国家层面创新的指标用于评估企业层面的创新活动值得商榷,以数据收集为例,CIS中样本企业不包括小于10名雇员的企业,而旅游企业多以小微企业为主,研究者对所调查样本对总体的代表性产生质疑;二是对不同旅游活动的不同创新特征用“一刀切”的方法进行调研,不利于挖掘旅游企业创新活动的本质;三是现有指标仍主要侧重于产品和过程创新,非技术创新仍然没有被完全捕捉到,如多数二手数据并没有体现旅游企业在组织和市场方面更多的模仿性创新实践。

在创新投入产出指标的选择上, Camisón & Monfort-Mir (2012) 提出,可以考虑将现有的熊彼特理论与动态能力理论结合,将旅游企业在熊彼特新衡量方法中难以界定的创新投入产出(即存量指标)通过动态能力中的流量指标加以补充,并且流量指标由于集中于对企业创新能力(即知识吸收能力)的考察,一定程度上可以消除不同旅游活动的创新特征差异及不同国家旅游企业无法有效比较的难题。Thomas & Wood (2014) 则进一步修正了吸收能力的测量指标。

总体而言,虽然目前学者们对旅游创新活动和创新绩效的概貌有了总体把握,但从信息学的角度看,它所拥有的信息量是许多人,特别是从事创新实践的人所不能满意的。这些指标没有从根本上解决对企业层面创新各要素间的互动关系和知识流动的认知。还有这些指标多是从定性的角度提出,很多属于感性指标难进行量化处理,难以与企业的财务指标建立直接联系,无法准确计算出旅游企业创新的绩效和投入产出率,因此,改善传统创新衡量方法,提高各种方法在旅游企业创新衡量中的有效性,也是摆在发展旅游创新理论研究面前的难题。

五、研究总结与未来展望

创新作为企业保持成长的必要活动,如何通过创新最大化服务资源整合所形成的生产力,对于旅游企业来讲意义重大。本文从基本内涵、驱动因素、创新过程三大方面总结了一系列有价值的共识及争论焦点,这无疑有助于对旅游创新研究中关键科学问题认识的清晰化、明朗化。同时,对文献的研究也激发了本文对旅游创新未来研究的一些思考与想法:

1. 关于旅游创新研究方法的扩展研究

在旅游创新研究方法的问题上,有两点需要说明:一是已有研究以质性研究为主,虽然有文献采用调查问卷,但数据处理多采用描述性统计;案例研究也是以提供大量经验性描述为主,都缺乏实证检验,导致许多观点的证据说服力十分有限。因此,要想旅游创新基础理论研究的根基夯实,必须引入通过现有理论构念测量、对某些现象进行假设检验的实证研究环节。二是旅游创新研究中的很多科学问题都存在情境依赖性,现有理论的适用性和可靠性在旅游创新许多基础理论研究上引起的争议也是很显而易见。因此,要想系统性推动旅游创新的框架,真正为理解旅游业的创新管理提供具有洞察力的见解,应在继续深入和拓展现有研究以提供描述和检验理论的研究目标基础上,最终必须要进行扎根式理论构建。而将“案例构建理论”(Eisenhardt, 1989)的研究方法引入旅游创新研究不失为一个机会与挑战。迄今为止,学者们已经成功运用该方法在各式各样的题目上构建理论,该方法主要是引导研究者关注与那些没有明确答案但却非常重要的问题,强调扎实的相关文献回顾,在发现以往研究不足的基础上,根据“情景”重构全新理论框架,并且要求形成的理论具有新意、可检验、具有实证效度,而上述研究逻辑很有可能为旅游创新带来理论发展上的重大突破。

2. 旅游企业内部创新知识的采纳特征与扩散机制研究

创新的关键就是知识和信息的生产、传播和使用。目前国外关于旅游企业的知识管理研究也主要是从普通管理入手(Chaston, 2012),很少有人从知识管理的角度来研究旅游创新问题(Shaw & Williams, 2009)。并且对旅游企业内部创新过程的许

多“因果机制”也远远关注不够,已有研究仅涉及技术作为创新知识的部分,其他类型的知识创新及其“因果机制”并没有给予足够关注。如规模对旅游企业技术创新会产生影响已被文献探讨,那么规模对非技术创新是否会产生同样大的影响?行业差异是否会造成企业创新知识选择的差异?人力资本对于旅游企业和制造业企业而言,哪个对于创新的作用更大?其他因素,如企业文化、企业环境稳定性等是否同样会对企业创新行为产生影响?这有待后续研究进行验证。通过采用比对性的方法对上述问题进行探讨,对于深化这一领域的研究和指导企业实践是非常有意义的。另外,对于以网络而出现的更小经营单位的创新思考也是一个方面,国外目前也仅对经营冲浪业务的小微企业有所探究。

3. 开放环境下的旅游创新网络及其参与者的行为研究

已有研究对外部环境的关注还很不够,虽然许多文献在提到旅游业的特殊性时,都会指出其网络

的复杂性——例如以目的地相联系的空间网络、上下游企业间形成的投入—产出关系网络(或垂直关系)又与制造业和其他服务业存在很大差别等(Hjalager,2010),但目前对创新行为内嵌于这些关系网络中的研究很少,对旅游企业生产网络如何转化成企业创新网络、旅游创新网络的总体结构认识也是模糊不清。与此同时,互联网的迅猛发展为当代信息传播提供了一条崭新的途径,更是全面彻底地加剧了旅游企业的网络复杂性。组织信息传播呈现多向、多极特性,不同网络形成的交互行为与价值共同创造过程相互交织在一起,使得管理边界也更难以被准确描述和精确评估,资源配置范围及方式也发生改变,同时,也改变了创新参与者的行为特征。因此,未来研究应该更加关注外部环境特点对于创新行为的影响,比如不同网络结构特征对创新行为的影响、创新网络中行为参与者的角色问题、创新协调与产权保护机制、旅游创新网络的生成与演变等,这些都是旅游创新研究值得研究的方向。

参考文献:

- [1] Aldebert B., Dang R. J., Longhi C. Innovation in the Tourism Industry: The Case of Tourism[J]. Tourism Management, 2011, (5): 1204 - 1213.
- [2] Airey D., Chong K. National Policy-makers for Tourism in China[J]. Annals of Tourism Research, 2010, (2): 295 - 314.
- [3] Arundel A. Innovation Survey Indicators: What Impact on Innovation Policy? [A]. OECD. Science Technology and Innovation Indicators in a Changing World: Responding to Policy Needs[C]. Paris: OECD, 2007.
- [4] Ateljevic I., Doorne S. 'Staying within the Fence': Lifestyle Entrepreneurship in Tourism[J]. Journal of Sustainable Tourism, 2000, (5): 378 - 392.
- [5] Baggio R., Cooper C. Knowledge Transfer in a Tourism Destination: the Effects of a Network Structure[J]. Service Industries Journal, 2010, (10): 1757 - 1771.
- [6] Blake A., Sinclair M. T., Soria J. A. C. Tourism Productivity: Evidence from the United Kingdom[J]. Annals of Tourism Research, 2006, (4): 1099 - 1120.
- [7] Bosworth G., Farrell H. Tourism Entrepreneurs in Northumberland [J]. Annals of Tourism Research, 2011, (4): 1474 - 1494.
- [8] Brooker E., Joppe M. Developing a Tourism Innovation Typology: Leveraging Liminal insights[J]. Journal of Travel Research, 2013, (8): 1 - 10.
- [9] Buhalis D., Law R. Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Year after the Internet-the state of the eTourism Research[J]. Tourism Management, 2008, (4): 609 - 623.
- [10] Camisón C., Monfort-Mir V. M. Measuring Innovation in Tourism from the Schumpeterian and the Dynamic-capabilities Perspectives[J]. Tourism Management, 2012, (4): 776 - 789.
- [11] Chaston I. Entrepreneurship and Knowledge Management in Small Service-sector Firms[J]. The Service Industries Journal, 2012, (6): 845 - 860.
- [12] Cooper C. Knowledge Management and Tourism[J]. Annals of Tourism Research, 2006, (1): 47 - 64.
- [13] Coriat B., Weinstein O. Organizations, Firms and Institutions in the Generation of Innovation[J]. Research Policy, 2002, (2): 273 - 290.

- [14] Dahles H. Tourism and Small Entrepreneurs: A Theoretical Perspective[A]. Dahles H. Bras K. Tourism and Small Entrepreneurs: Development, National Policy, and Entrepreneurial Culture: Indonesian Cases[C]. New York: Cognizant Communication Corporation, 1999.
- [15] Decelle X. A Conceptual and Dynamic Approach to Innovation in Tourism[A]. OECD. Innovation and Growth in Tourism[C]. Paris: OECD, 2006.
- [16] Dewhurst P., Horobin H. Small Business Owners[A]. Thomas R. The Management of Small Tourism and Hospitality Firms[M]. London: Cassell, 1998.
- [17] Drejer I. Identifying Innovation in Surveys of Services: a Schumpeterian Perspective[J]. Research Policy, 2004, (3): 551 - 562.
- [18] Eisenhardt K. M. Building Theories from Case Study Research[J]. Academy of Management Review, 1989, (4): 532 - 550.
- [19] Getz D., Carlsen J. Characteristics and Goals of Family and Owner-operated Businesses in the Rural Tourism and Hospitality sectors[J]. Tourism Management, 2000, (6): 547 - 560.
- [20] Getz D., Petersen T. Growth and Profit-oriented Entrepreneurship among Family Business Owners in the Tourism and Hospitality Industry[J]. International Journal of Hospitality Management, 2005, (24): 219 - 242.
- [21] Guisado-González M, et al. Determinants of Innovation Performance in Spanish Hospitality Companies: Analysis of the Coexistence of Innovation Strategies[J]. The Service Industries Journal, 2013, (6): 580 - 593.
- [22] Hall C. M., Williams A. M. Tourism and Innovation[M]. London: Routledge, 2008.
- [23] Hardy A., Hanson D. Gretzel, U. Online representations of Rving Neo-tribes in the USA and Australia[J]. Journal of Tourism and Cultural Change, 2012, (3): 219 - 232.
- [24] Hjalager A. M. Dynamic Innovation in the Tourism Industry[J]. Progress in Tourism and Hospitality Management, 1994, (6): 197 - 224.
- [25] Hjalager A. M. Innovation Patterns in Sustainable Tourism -an Analytical Typology[J]. Tourism Management, 1997, (1): 35 - 41.
- [26] Hjalager A. M. Repairing Innovation Defectiveness in Tourism[J]. Tourism Management, 2002, (5): 465 - 474.
- [27] Hjalager A. M., Huijbens E. H., Björk P., et al. Innovation Systems in Nordic Tourism[R]. Oslo: Nordic Innovation Centre, 2008.
- [28] Hjalager A. M. A review of Innovation Research in Tourism[J]. Tourism Management, 2010, (1): 1 - 12.
- [29] Iorio M., Corsale A. Rural Tourism and Livelihood Strategies in Romania[J]. Journal of Rural Studies, 2010, (26): 152 - 162.
- [30] Jacob M. Tintoré, J., Aguiló E., et al. Innovation in the Tourism Sector: Results from a Pilot Study in the Balearic Islands[J]. Tourism Economics, 2003, (3): 279 - 295.
- [31] Jacob M., Groizard J. L. Technology Transfer and Multinationals: the Case of Balearic Hotel Chains' Investments in Two Developing Economies[J]. Tourism Management, 2007, (4): 976 - 992.
- [32] Kokkranikal J., Morrison A. Community Networks and Sustainable Livelihoods in Tourism: The Role of Entrepreneurial Innovation[J]. Tourism Planning & Development, 2011, (2): 137 - 156.
- [33] Komppula R. The role of Individual Entrepreneurs in the Development of Competitiveness for a Rural Tourism Destination: A Case Study[J]. Tourism Management, 2014, (40): 361 - 371.
- [34] Krizaj D., Brodnik A., Bukovec B. A Tool for Measurement of Innovation Newness and Adoption in Tourism Firms[J]. International Journal of Tourism Research, 2012, (6): 113 - 125.
- [35] Li L. A Review of Entrepreneurship Research Published in the Hospitality and Tourism Management Journals[J]. Tourism Management, 2008, (5): 1013 - 1022.
- [36] Liburd J. J. Tourism Research 2. 0[J]. Annals of Tourism Research, 2012, (2): 883 - 907.
- [37] Mei X. Y., et al. Towards Tourism Innovation: A Critical Review of Public Policies at the National Level[J]. Tourism Management Perspectives, 2012, (4): 92 - 105.
- [38] Morrison A., Carlsen J., Weber P. Lifestyle Oriented Small Tourism[Lost] Firms and Tourism Destination Development[R]. the 18th Annual CAUTHE Conference, Griffith University, Australia, 2008.
- [39] Müller D. K. Amenity Migration and Tourism Development in the Tärna Mountains, Sweden[A]. Moss L A G. The Amenity

Migrants[J]. Seeking and Sustaining Mountains and Their Cultures[C]. CABI: Wallingford UK, 2006.

[40] Nonaka I., Takeuchi H. The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation [M]. New York: Oxford University Press, 1995.

[41] Novelli M., Schmitz B., Spencer T. Networks, Clusters and Innovation in tourism: A UK Experience[J]. Tourism Management, 2006, (6): 1141 - 1152.

[42] Orfila-Sintes F., Crespi-Cladera R. Martínez-Ros, E. Innovation Activity in the Hotel Industry: Evidence from Balearic Islands[J]. Tourism Management, 2005, (6): 851 - 865.

[43] Paget E. Dimanche, F., Mounet J. P. A Tourism Innovation Case: an Actor-Network Approach[J]. Annals of Tourism Research, 2010, (3): 828 - 847.

[44] Parra-López E., et al. Entrepreneurship and Innovation in Tourism[R]. PASOS: Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural, 2009, (3): 355 - 357.

[45] Pikkemaat B., Weiermair K. Innovation Through Cooperation in Destinations: First Results of an Empirical Study in Austria [J]. Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 2007, (1): 67 - 83.

[46] Porter M. E. Clusters and the New Economics of Competition[J]. Harvard Business Review, 1998, (11): 77 - 90.

[47] Russel R., Faulkner B. Entrepreneurship, Chaos and the Tourism Area Lifecycle[J]. Annals of Tourism Research, 2004, (31): 556 - 579.

[48] Scott N., Cooper C., Baggio R. Destination Networks: Four Australian Cases[J]. Annals of Tourism Research, 2008, (1): 169 - 188.

[49] Shaw G. Entrepreneurial Cultures and Small Business Enterprises in Tourism[A]. Lew A. A., et al. A Companion to tourism [C]. UK: Blackwell, 2004.

[50] Shaw G., Williams A. Knowledge Transfer and Management in Tourism Organizations: an Emerging Research Agenda[J]. Tourism Management, 2009, (3): 325 - 335.

[51] Snepenger D. J., Johnson J. D., Risker R. Travel-stimulated Entrepreneurial Migration[J]. Journal of Travel Research, 1995, (34): 40 - 44.

[52] Sundbo J., Orfila-Sintes F., Sørensen F. The Innovative Behavior of Tourism Firms -comparative Studies of Denmark and Spain[J]. Research Policy, 2007, (1): 88 - 106.

[53] Sørensen F. The Geographies of Social Networks and Innovation in Tourism[J]. Tourism Geographies, 2007, (1): 22 - 48.

[54] Tejada P., Moreno P. Patterns of Innovation in Tourism 'Small and Medium-size Enterprises' [J]. The Service Industries Journal, 2013, (33): 749 - 758.

[55] Thomas R., Shaw G., Page S. J. Understanding Small Firms in Tourism: A Perspective on Research Trends and Challenges [J]. Tourism Management, 2011, (5): 963 - 976.

[56] Thomas R., Wood E. Innovation in Tourism: Re-conceptualising and Measuring the Absorptive Capacity of the Hotel Sector [J]. Tourism Management, 2014, (45): 39 - 48.

[57] Weiermair K. Product Improvement or Innovation: what is the Key to Success in Tourism? [A]. OECD. Innovation and Growth in Tourism[C]. Paris: OECD, 2004.

[58] Weidenfeld A., William A. M., Butler R. W. Knowledge Transfer and Innovation among Attractions[J]. Annals of Tourism Research, 2010, (3): 604 - 626.

[59] Weidenfeld A. Tourism and Cross Border Regional Innovation Systems [J]. Annals of Tourism Research, 2013, (42): 191 - 213.

[60] Williams A. M., Shaw G., Greenwood J. From Tourist to Tourism Entrepreneur, from Consumption to Production: Evidence from Cornwall[J]. England Environment and Planning, 1989, (6): 1639 - 1653.

[61] Williams A. M., Shaw G. Internationalization and Innovation in Tourism [J]. Annals of Tourism Research, 2011, (1): 27 - 51.

[62] Yang J., Wan C. Advancing Organizational Effectiveness and Knowledge Management Implementation[J]. Tourism Management, 2004, (5): 593 - 601.

[63] Zhao W., Ritchie J. R. B., Echtner C. M. Social Capital and Tourism Entrepreneurship [J]. Annals of Tourism Research, 2011, (4): 1570 - 1593.

[64] 宋子千. 以多学科研究充分发展促进旅游学科成长[J]. 北京: 旅游学刊, 2014, (3).

A Frontier Review of Overseas Research on Tourism Innovation

XIN An-na^{1,2}, LI Shu-min¹

(1. School of Economics & Management, Northwest University, Xi'an, Shaanxi, 710127, China;

2. School of Economics and Management, Shanxi University, Taiyuan, Shanxi, 030006, China)

Abstract: Innovation research in tourism is a young phenomenon. After reviewed all the tourism innovation-related papers which were published during the period of 1994—2014 on the top tourism journals and management journals, the current research status has shown the similar, adverse tendency that recent limited studies, focusing on one or the other of these issues, have, until now, largely remained separated and ignorant of one another. Each one of the different approaches brings key elements to the understanding of things by posing a series of relevant questions still locked up in the limits of their specific concepts, they remain blind to some key aspects of understanding, that can only be brought to the fore if the junction that we are hoping for taking place.

Therefore, it is our conviction that “systemic” theoretical framework should now be developed in order to allow for a much more thorough understanding of the innovative activity in tourism, establish a dialogue with researchers working within the mainstream of research on innovation, and generate more and more real theoretical outputs in future. In this framework, we offer a diagnosis of the “state of the primary classical innovation issues” developed for the manufacturing or general services industries that have been applied to the tourism industry at the firm level, and some recommendations for overcoming identified problems.

The study addresses three basic issues: First, the nature and types of innovation are presented. Second, we examine the most important driving forces for innovation, including entrepreneurship, technology push and the existence of innovation system. And, third, the innovation process is acknowledged, including the source of innovation knowledge, innovative behaviors, and measurement of innovation in the tourism at the firm level. This review mainly focuses on the foreign literatures.

It is concluded that; in relation to the first issue, it has been found necessary to divide it into three sub-issues. The review begins with the debate about which one, the Schumpeterian theory or the Service Innovation theory, provides concepts and types adaptable to the special characteristics of the tourism industry. And then the paper provides the historical evolution of the typology of tourism innovation, particularly in what were the main forces behind its evolvement instead of listing all the types simply. Further, preference toward the study of innovation process outcomes, such as product innovation, process innovation, and organizational innovation etc., is captured with more intensity in empirical research applied to tourism firms.

As for the second issue, the paper indicates that apart from technology push, the research about either entrepreneurship or innovation system as the most important driving force for innovation, is highly divided in its conclusions. For example, some researchers claim there is “non-entrepreneurs” in tourism firms, which conclusion is mainly based on the personal characteristics and motives in terms of the Schumpeterian perspective. Others have identified that there is so-called “lifestyle entrepreneurs”, where the majority of work has still centered on its definitional problem. Although technology, especially ICT has attracted a significant strand of research interest with its own agendas and institutions. But we also find that the more recent studies, do not in fact go much further inside the black box of organizational structures, technology and technical change are regarded as an exogenous factor, too often the firm remains a “passive”, “black box”.

According to the last issue, it also has been found necessary to divide it into three sub-issues. The first part is the source of innovation knowledge. The second part lays special stress on analyzing the context of the mechanism of innovation generation, including the behaviors identification, the factors and the particularity and complexity of innovation. The third part reviews and analyses prior studies in the context of approaches to research innovation performance in tourism.

In a word, the amount of tourism innovation research in the tourism and management journals appears less than expected. Publication of empirical work has not increased over time over the past 20 years, and theoretical work remains at a low level. Even for empirical studies, there is a lack of methodological sophistication of analytical and statistical tools. Therefore, the paper not only summarize the challenges that tourism researchers are, and will be, facing, but also suggest that more theoretical work is needed to map a course of study and to develop a framework unique to the innovation domain of tourism research, including approaches, processes, network of innovation in tourism.

Key Words: tourism innovation; innovation types; innovation driving forces; innovation process; entrepreneur; innovation system

(责任编辑:鲁 言)