

基于博弈论视角下边界共生旅游资源的整合研究

——以大别山区为例¹

李东和，郝梦霞，朱卉

（安徽大学商学院，安徽合肥 230601）

【摘要】由于行政区划的影响，边界共生旅游资源很难实现整体发展，如何整合边界共生旅游资源成了边界旅游业发展的一大难点问题。文章基于博弈论视角，以大别山区为例，构建了旅游企业之间、政府和旅游企业之间的博弈模型，提出整合大别山区旅游资源的措施，旨在激发政府、旅游企业两大整合主体的合作积极性，进而推进大别山区旅游业的一体化发展。

【关键词】边界共生 旅游资源 整合 博弈论

【中图分类号】F590.3.F224.32 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1671-6973(2018)06-0106-07

一、引言

边界共生旅游资源是我国旅游资源的重要组成部分，空间载体跨越了两个或者两个以上相邻的行政区，分布于我国的边界地带^[1]。较其他资源而言，它较少受到外界干扰，保持了原始的风貌，资源等级往往都比较高，近年来受到越来越多的旅游者喜爱，但由于无法改变行政区划不统一的现实和地方保护主义思想的束缚，旅游发展出现了很多问题。具体而言，可以概括为三个方面：第一，各自为政的开发模式造成了整体性资源自身的浪费以及相关经济成本的浪费；第二，资源的同质化、利益主体的复杂化使得边界旅游业恶性竞争现象明显，破坏了资源的整体价值^[2]；第三，单个旅游资源往往拥有多个旅游宣传形象，不利于旅游者的辨识和客源市场的开拓^[3]。因此，打破行政区划的壁垒，走出地方保护主义思想的牢笼，对边界旅游资源进行全方位的整合，实现资源的管理、经营统一是当前边界旅游业急需解决的问题之一。

我国学术界关于边界共生旅游资源整合的研究起步较晚，研究成果也比较少。从现有的研究文献来看，学者们大多基于联合开发这一视角来探讨资源的整合问题。宋秋（2005）提出边界共生旅游资源合作开发的重要性、原则以及路径^[4]。蔡雪洁（2008）等以安徽省牯牛降景区为例，从行政管理、企业经营、旅游产品三个层面初探了旅游资源的开发协作模式^[5]。肖海平（2010）等基于共生理论分析了湘粤赣“红三角”省际边界区旅游资源联动开发的共生组织和共生模式^[6]。胡晴波（2013）等以湖南省新宁县边界区为例，指出旅游资源开发带来的影响，并提出了联合开发的建议^[7]。罗芳（2013）等运用博弈论模型解析了大别山边界共生旅游资源的联合开发机制^[8]。黄静波（2015）等以湘粤赣边界为例，引入协同理论，探讨了旅游合作的模式，实现了该边界区域红色旅游资源的整合^[9]。

综上所述，边界共生旅游资源整合问题的研究视角单一，研究方法多以定性描述为主，对于边界共生旅游资源整合的内在

¹ 收稿日期 2018-05-21

作者简介李东和（1974—），男，安徽休宁人，教授，研究方向为旅游规划与管理；郝梦霞（1994—），女，安徽怀宁人，硕士研究生，研究方向为旅游规划与管理；朱卉（1995—），女，安徽池州人，硕士研究生，研究方向为旅游规划与管理。

矛盾揭示不够，无法从根源上解决发展中存在的问题。边界共生旅游资源的整合实际上是一个竞争与合作并存的过程，厘清各利益主体的利益关注点，是进行整合工作的前提。博弈论广泛运用于解决各种合作与竞争问题的研究中，如区域旅游的协作问题^[10]、区域旅游资源的整合主体利益冲突问题^[11]、区域经济合作问题^[12]。因此，本文将博弈论引入到整合的研究中，以大别山区为例，试图通过构建旅游企业之间、政府和旅游企业之间的博弈模型，找出资源整合中采取合作行为的条件，进而提出大别山区旅游资源整合的建议，创造大别山区旅游业的“大旅游”发展格局。

二、研究区概况

大别山区地跨黄冈、随州、孝感、信阳、六安、安庆六市，分属湖北省、河南省和安徽省，是典型的大尺度边界共生旅游资源。大别山区全长 1400 公里，区内群山绵延，怪石丛生，景色秀丽，保存着完整的生态系统结构，尽显原真之美，其主峰天堂寨更是国家 4A 级旅游景区和国家地质公园，被冠以“中原第一峰”的美誉。同时，区内文化底蕴深厚，红色旅游资源丰富，发生过黄麻起义、六霍起义、刘邓大军挺进中原等重大历史事件，孕育了 2 位主席、400 多名将军等历史人物，是红色文化的摇篮。

大别山区旅游资源得天独厚，自然人文相结合，但各省经常出现主峰之争、商标权之争、市场之争等利益争端，旅游形象受到了极大的影响。究其原因，行政区划因素是其根本所在。行政区划不同，整体旅游资源被割裂，旅游发展很难形成合力。目前，各省在资源的开发和保护方面存在诸多争议，基本是处于各自为政的状态，大量旅游基础设施重复建设，旅游管理责任主体不明晰，旅游业恶性竞争现象明显。行政区划的问题没有解决，利益相关者的利益没有协调，旅游业的发展必定受到多方面的掣肘。因此，在大别山区未来旅游业发展中，对其旅游资源进行整合，打破行政区划的制约势在必行。资源整合中涉及多个利益主体，从整合的主体角度考虑，主要有政府和旅游企业两大类，两类主体的利益追求重点不一样，他们在资源整合中所发挥的作用也不同，这也决定了他们在博弈中会选择不同的策略空间，获得不同的利益。如何平衡他们的利益关系自然也成为了大别山区旅游资源整合的重点问题。

三、整合主体的博弈分析

（一）旅游企业间的博弈

1. 模型的假设和构建

大别山区由于行政区划的原因，旅游资源的所有权和经营权隶属不同的地区和企业，这使得旅游企业之间的合作也伴随着竞争。也就是说，旅游企业之间是一种竞争与合作并存的关系，他们的博弈是非合作博弈模型，博弈的结果对于资源的利用发展方向十分重要。因此，对于旅游企业之间的博弈模型，作出如下假设。

假设 1:在大别山区旅游资源整合过程中会涉及多个企业主体，这里假设有两个主体参与博弈，分别为旅游企业 i 和旅游企业 j 且旅游企业 i 和 j 具有同等的行政地位，都是有限理性，即都以追求自身利益最大化为目标。

假设 2:旅游企业 i 和旅游企业 j 可以进行多次重复博弈，旅游企业 i 在资源整合过程中可以自由选择合作 (S_{i1}) 或者不合作 (S_{i2}) 的策略，即旅游企业 i 的策略空间为 $\{S_{i1}, S_{i2}\}$ ；旅游企业 j 在资源整合过程中同样可以自由选择合作 (S_{j1}) 或者不合作的 (S_{j2}) 的策略，即旅游企业 j 的策略空间为 $\{S_{j1}, S_{j2}\}$ 。旅游企业 i 选择合作策略的概率为 α ($0 \leq \alpha \leq 1$)，旅游企业 j 选择合作策略的概率为 β ($0 \leq \beta \leq 1$)。

假设 3:旅游企业 i 和旅游企业 j 进行资源整合过程中每次所投入的总成本为 C (包括经济成本、技术成本、社会成本等)，其中旅游企业 i 所占的比例为 x ($0 \leq x \leq 1$)，旅游企业 j 所占的比例为 y ($0 \leq y \leq 1$)，且 $y=1-x$ 。 x 、 y 的相对大小表示了旅游

企业 i 和旅游企业 j 在整合的合作中相对支配权利的大小。

假设 4: 设 $U_{it}(S_{ik}, S_{jk})$ 为博弈双方在资源整合中采取合作策略的预期收益, 且他们的预期收益能用相同的效用尺度来衡量, 其大小与博弈双方预期的合作效应系数 $k (k > 1)$ 成正比。如果旅游企业 i、j 都不选择合作, 则他们的收益都为 0; 如果旅游企业 i、j 双方有一方选择了合作, 一方选择了不合作, 则选择不合作的那方完全占有了资源整合的投入, 作为惩罚, 选择合作的那方在今后的博弈中将不会选择合作的策略。

假设 5: 博弈的次数用 t 表示, 且双方的博弈行为受到一种正向的激励, 激励因子为 $\theta (\theta > 0)$, 即随着双方合作次数的增加, 双方会越来越信任, 合作的效益会越来越好, 且 θ 具有累计效应。

根据前面的假设, 旅游企业 i 和旅游企业 j 在第 t 阶段博弈的收益矩阵如表 1 所示。

表 1 旅游企业 i 和旅游企业 j 第 t 次博弈的收益矩阵

Tab. 1 The payoff matrix of tourism enterprises i and tourism enterprises j in the t

旅游企业 i 的收益	旅游企业 j 的收益	
	合作 (β)	不合作 ($1 - \beta$)
合作 (α)	U_{i1}, U_{j1}	U_{i2}, U_{j2}
不合作 ($1 - \alpha$)	U_{i3}, U_{j3}	U_{i4}, U_{j4}

当旅游企业 i 和旅游企业 j 都选择合作策略时, i、j 的收益分别为

$$\begin{aligned}
 U_{i1} &= \alpha\beta k(1 + \theta)^{t-1} xc - \alpha\beta xc \\
 &= \alpha\beta xc [k(1 + \theta)^{t-1} - 1] \\
 U_{j1} &= \alpha\beta k(1 + \theta)^{t-1} yc - \alpha\beta yc \\
 &= \alpha\beta yc [k(1 + \theta)^{t-1} - 1]
 \end{aligned}$$

当旅游企业 i 选择合作策略, 旅游企业 j 选择不合作策略, i、j 的收益分别为

$$\begin{aligned}
 U_{i2} &= 0 \\
 U_{j2} &= \alpha(1 - \beta) xc
 \end{aligned}$$

当旅游企业 i 选择不合作策略, 旅游企业 j 选择合作策略, i、j 的收益分别为

$$\begin{aligned}
 U_{i3} &= (1 - \alpha)\beta yc \\
 U_{j3} &= 0
 \end{aligned}$$

当旅游企业 i 和旅游企业 j 都选择不合作策略时，i、j 的收益分别为

$$U_{i4} = 0$$

$$U_{j4} = 0$$

根据以上的计算，得出旅游企业 i 和旅游企业 j 在第 t 次博弈时的收益矩阵结果如表 2 所示。

表 2 旅游企业 i 和旅游企业 j 第 t 次博弈的收益结果矩阵

Tab. 2 The payoff result matrix of tourism enterprise i and tourism enterprise i in the t-th game

旅游企业 i 的收益-	旅游企业 j 的收益	
	合作 (β)	不合作 (1-β)
合作 (α)	U_{i1}, U_{j1}	$0, \alpha(1-\beta)xc$
不合作 (1-α)	$(1-\alpha)\beta yc, 0$	$0, 0$

2. 旅游企业博弈的合作条件分析

对于旅游企业 i 来说，在决策的过程中对于自己的行为具有完全的信息，对于旅游企业 j 的决策行为具有不完全信息，所以旅游企业 i 决策的依据是尽可能让自己获得更多的利益，即选择合作的前提是选择合作时的预期收益大于或者等于选择不合作时的预期收益，则有：

$$\sum_{t=1}^4 \Delta U_{it} (\alpha = 1) \geq \sum_{t=1}^4 \Delta U_{it} (\alpha = 0)$$

分别将表 2 收益结果矩阵中 U_{i1} 、 U_{i2} 、 U_{i3} 、 U_{i4} 的值代入上述不等式，得到

$$\beta xc [k(1+\theta)^{t-1} - 1] + 0 \geq \beta yc + 0$$

$$\text{即: } \beta c [xk(1+\theta)^{t-1} - 1] \geq 0 (x + y = 1)$$

$$\text{所以: } x \geq \frac{1}{k(1+\theta)^{t-1}}$$

根据以上分析可知：

第一，当 θ 、 t 一定时，如果 k 较大，则 x 可以相对较小；反之，如果 k 较小，则 x 相对较大。这说明了在大别山区旅游资源整合过程中采取合作的第一个条件，即整合区域支配权力的相对大小和合作效应系数的大小决定了博弈双方采取合作策略的

可能。

当合作效应系数较大时，即旅游企业对于资源整合采取合作策略有很好的预期收益，则即使他在合作中的相对支配权力和收益分配比例较小，他也愿意在整合的过程中选择合作；反之，如果合作效应系数较小，即他认为在资源整合发展中采取合作的策略并不能给他带来可观的收益，合作缺乏内在动力，则他采取合作行为的可能性取决于他能否在资源整合发展中有着绝对性的支配权力。

第二，当 k 一定时，如果 θ 、 t 较大，则 x 可以相对较小；反之，如果 θ 、 t 较小，则 x 相对较大。这说明了在大别山区旅游资源整合过程中采取合作的第二个条件，即合作次数和由于合作而产生的彼此信任关系决定了各旅游企业是否采取合作的策略。

大别山区旅游资源整合发展中各旅游企业合作的次数较多，且由此建立了彼此信任的关系，则即使一旅游企业在合作中的相对支配权力和收益分配比例较小，他也愿意选择合作。反之，如果各旅游企业在资源整合发展中合作的次数较少，且没有建立起彼此信任的关系，则要想其采取合作的策略，必须使得其在资源整合发展中的支配权力和收益分配比例相对较大。

3. 旅游企业博弈的结论分析

根据以上的博弈模型分析，本文认为可以从以下几个方面促进大别山区旅游资源整合中的合作行为以及加强合作的力度和效应。

(1) 提高各旅游企业间的合作效应系数

如果潜在合作旅游企业预期的合作效应系数越大，合作的愿望就越强烈，因此，可以从创新合作模式、加强合作监督等方面来提高合作的效应系数。

(2) 提高各旅游企业之间的信任指数

各旅游企业之间的信任指数越高，合作成功的概率越大，由此建立的合作关系也就越稳定。因此，可以通过创新多方沟通平台、增加沟通的频数、提高沟通的质量、奖励信任行为、惩罚不诚信行为等方面来减少机会主义行为的出现，加强彼此间的信任。

(3) 提高各旅游企业合作的激励因子

大别山区旅游资源整合博弈中，激励因子越大，各旅游企业合作行为发生的可能性越大，博弈的结果也就越趋向 {合作，合作} 的均衡状态。因此，可以从建立信息共享机制、绩效激励机制、利益分配机制等方面来提升激励因子在资源整合中所发挥的作用。

(二) 政府与旅游企业的博弈

1. 模型的假设和构建

政府行使着大别山区旅游资源的所有权和管理权，在资源整合过程中发挥着重要的作用：通过出台有利于资源整合的相关政策，避免旅游企业之间无序的恶性竞争；为旅游企业的合作创造一个良好的宏观环境，帮助旅游企业各项工作顺利进行；鼓

励旅游企业合作，通过补贴形式对合作的旅游企业给予相应的激励，对在合作中违反规定的旅游企业给予一定的惩罚；积极与高校、科研机构等联系，通过外部力量来解决一些自身技术不足的问题。通过以上分析，本文对政府与旅游企业的博弈作如下假设。

假设 1:在大别山区旅游资源整合中参与博弈的主体分别为政府 m 和旅游企业 n，他们都为有限理性，都以追求自身利益最大化为目标。

假设 2:政府 m 在资源整合中可以自由选择合作 (S_{m1}) 或者不合作 (S_{m2}) 的策略，其策略空间为 $\{S_{m1}, S_{m2}\}$; 旅游企业 n 相应的也可自由选择合作 (S_{n1}) 或者不合作 (S_{n2}) 的策略，即旅游企业 n 的策略空间为 $\{S_{n1}, S_{n2}\}$ 。

假设 3:旅游企业 n 在大别山区旅游资源整合中直接获得的收益表现为旅游基础设施成本建设的减少、旅游客流的增加、旅游收入的增加等形式，用 T_m 表示；旅游企业 n 在大别山区旅游资源整合中投入的成本为 C_n 。政府 m 作为旅游企业整合工作的宏观管理者所投入的成本为 C_m ，政府 m 对资源整合给予的政策倾斜或者补贴为 U_e ，政府 m 对合作中违反规定的旅游企业给予相应的罚金为 K ，政府 m 承担旅游企业不参与合作的行为，导致旅游企业间恶性竞争所付出的成本为 L_m 。

假设 4:博弈双方的预期收益可以用相同的效用尺度来衡量，分别用 U_{mk} 和 U_{nk} 表示。

根据上述假设，政府 m 和旅游企业 n 的博弈矩阵如表 3 所示。

表 3 政府 m 和旅游企业 n 的博弈收益矩阵

Tab. 3 Game payoff matrix of government m and tourism enterprise n

政府 m 的收益	旅游企业 n 的收益	
	合作 (β)	不合作 ($1 - \beta$)
合作 (α)	U_{m1}, U_{n1}	U_{m2}, U_{n2}
不合作 ($1 - \alpha$)	U_{m3}, U_{n3}	U_{m4}, U_{n4}

当政府 m 和旅游企业 n 都选择合作策略时，m、n 的收益分别为

$$\begin{aligned} U_{m1} &= -C_m - T_m \\ U_{n1} &= -C_n + T_m + U_e \end{aligned}$$

当政府 m 选择合作策略，旅游企业 n 选择不合作策略时，m、n 的收益分别为

$$\begin{aligned} U_{m2} &= -L_m - C_m + K \\ U_{n2} &= -T_m \end{aligned}$$

当政府 m 选择不合作策略，旅游企业 n 选择合作策略时，m、n 的收益分别为

$$U_{m3} = 0$$

$$U_{n3} = -C_n + U_e$$

当政府 m 选择不合作策略，旅游企业 n 也选择不合作策略时，m、n 的收益分别为

$$U_{m4} = -L_m$$

$$U_{n4} = 0$$

根据以上计算，得出政府 m 和旅游企业 n 在博弈时的收益矩阵结果，见表 4。

政府 m 的收益-	旅游企业 j 的收益	
	合作 (β)	不合作 (1-β)
合作 (α)	$-C_m - T_m - C_n + T_m + U_e$	$-L_m - C_m + K, -T$
不合作 (1-α)	$0, -C_n + U_e$	$-L_m, 0$

2. 政府与旅游企业博弈的均衡分析

在政府和旅游企业博弈的过程中，假设政府采取合作策略的概率为 α，不采取合作策略的概率为 1 - α 旅游企业采取合作策略的概率为 β，不采取合作策略的概率为 1 - β。据此可得出政府采取或者不采取合作策略的预期期望和平均期望分别为

$$E_{1m}, E_{2m}, E_1。$$

$$E_{1m} = \beta(-C_m - T_m) + (1 - \beta)(-L_m - C_m + k)$$

$$= \beta(L_m - T_m - K) - L_m - C_m + K$$

$$E_{2m} = \beta L_m - L_m$$

$$E_1 = \alpha\beta(L_m - T_m - K) - \alpha(L_m + C_m - K) + (1 - \alpha)(\beta L_m - L_m)$$

$$= -\alpha\beta(T_m + K) - \alpha(C_m - K) + (\beta - 1)L_m$$

旅游企业采取或者不采取合作策略的预期期望和平均期望分别为 E1n、E2n、E2。

$$E_{1n} = \alpha(-C_n + T_m + U_e) + (1 - \alpha)(-C_n + U_e)$$

$$= \alpha T_m - C_n + U_e$$

$$E_{2n} = -\alpha T$$

$$E_2 = \beta(\alpha T_m - C_n + U_e) + (1 - \beta)(-\alpha T)$$

$$= \alpha\beta(T_m + T) - \beta(C_n - U_e) - \alpha T$$

3. 政府与旅游企业博弈的结论分析

通过以上分析，针对政府和企业的资源整合，可以得出以下启示：

(1) 如果政府对不采取合作的旅游企业的罚金较少，且政府采取合作的各项成本较高，此时政府会选择不配合旅游企业实施旅游资源的整合工作，这显然不利于旅游资源整合工作的推动。因此，政府可以鼓励建立相互监督的制度，让合作者之间相互监督，避免恶性竞争，并对违背合作规则，表现不诚信的旅游企业适当加大惩罚的力度。

(2) 如果旅游企业参与合作之后的收益大于合作之前的收益，则其在今后的大别山区旅游业发展过程中会继续增加合作的次数和合作的力度。随着合作次数和合作力度的增加，旅游企业之间的信任感会越来越强，合作也会越来越有默契，这有利于旅游资源的深度整合。因此，政府可以借助相关行政部门、高校、科研机构的力量帮助旅游企业加入到旅游资源的整合中，并协助解决合作中的一些技术问题。

(3) 如果旅游企业通过合作的收益小于合作的成本，即旅游企业保持原来的经营模式反而能获得更高的收益；同时，政府对于合作的旅游企业补贴较少，对于合作中不诚信的旅游企业惩罚力度较弱，此时旅游企业将不选择合作的行为，大别山区旅游资源整合工作推行困难。因此，政府要通过创新合作方式来降低旅游企业的合作成本，并增加企业间恶性竞争成本，积极促进旅游企业间的合作，引导良性竞争。

四、大别山区旅游资源整合的措施

根据以上旅游企业间的博弈、政府与旅游企业的博弈，本文认为可以从以下几个方面来加强大别山区旅游资源整合的力度和强度。

(一) 创新合作模式

考虑到大别山区的特殊性，本文认为应该构建“高层引导，区域政府主导，旅游企业积极参与”的新型整合合作模式。该合作模式的具体内容包括编制共同的旅游规划，上一级政府在区域旅游规划过程中发挥着引导性的作用，主要体现在区域旅游业发展的宏观政策以及相关制度的制定方面 [13]，建议上级政府出面争取国家层面的支持，编制涵盖整个大别山区的旅游发展规划；建立旅游合作会议制度，签订战略合作协议，成立统一的旅游管理合作组织，目的在于建立一个实质性的责任主体，将大别山区纳入到该机构的管理范畴；树立大别山区整体旅游形象，加强旅游吸引力；积极整合大别山区的客源市场，实现统一宣传、统一营销，减少经营成本。

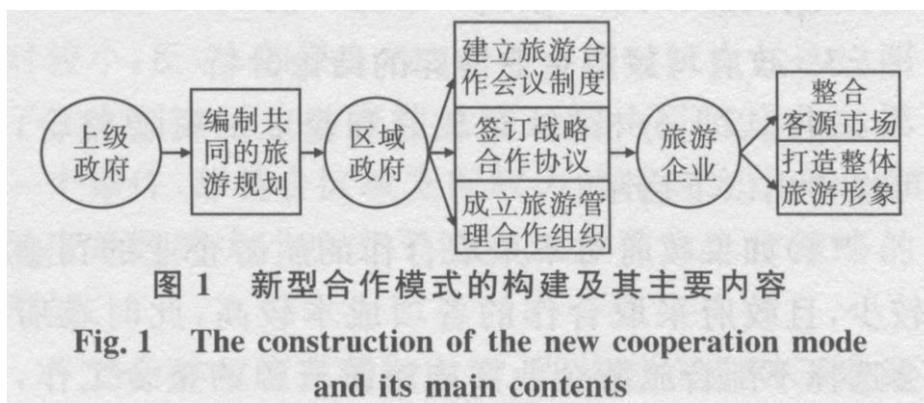


图 1 新型合作模式的构建及其主要内容

Fig. 1 The construction of the new cooperation mode and its main contents

（二） 建立信任机制

旅游企业博弈的结果表明，信任能够激发合作的欲望和维系合作的关系，是合作成员之间沟通的一剂良药。因此，构建一套完善的信任机制可以有效减少机会主义行为，增加合作的透明度。主要内容包括：核心是加强旅游企业之间的沟通，如定期召开一些关于大别山区未来旅游发展规划、旅游基础设施建设等内容的会议，或者三省在一起组织相关的旅游活动，加强彼此之间的了解，又或者彼此建立统一的线上交流平台，经常交流旅游业发展中的一些问题；对合作中表现积极的成员给予一定的奖励，这种奖励既可以是物质奖励也可以是精神奖励，而对合作中表现自私的成员给予一定的惩罚，惩罚的表现形式可以是减少利益的分配比例、提高不合作的成本支付等。

（三） 建立信息共享机制

在信息共享这块，大别山区所在的区域政府应鼓励旅游企业参与进来。对内而言，区域内部应建立能因时而变的信息发布机制，通过互联网、传媒等信息渠道定期公布大别山区的旅游业发展情况，接受本区域相关成员的监督和评价；对外而言，湖北、河南、安徽三省之间应建立一个或多个统一的信息发布平台，共同发布关于大别山区的旅游人次、旅游人均消费、旅游收入等现状数据，让本来具有地方保护主义色彩的边界旅游业更加区域化、透明化，增强合作的内在推动力^[14]。但无论是区域之间还是区域内部，信息的发布都要保证绝对的真实和客观，对于故意发布与客观事实不相符的信息的区域，政府应给予相应的惩罚。

（四） 建立绩效激励机制

构建大别山区绩效激励机制能够激发政府和旅游企业的积极性，是合作的催化剂。绩效激励机制的制定既要符合市场规律，又要以旅游业的可持续发展作为重要依据，同时还具有阶段性。在大别山区利益主体合作处于初级阶段时，绩效激励的主要对象是区域政府，区域政府除了想在合作中获得一定的经济利益之外，更希望得到上级政府的认可，满足他们对于名誉追求的愿望；到了合作的中后期阶段，绩效激励的主体对象便是旅游企业，旅游企业在合作中扮演着主导者的角色，是真正工作的落实者，他们的目标是尽可能地追求最大的经济报酬^[15]。

（五） 建立利益分配机制

利益分配机制是指合作成员通过整合边界共生旅游资源，共同发展旅游业，实现利益在不同区域之间的转移，进而实现区域利益在不同成员之间的合理分配^[16]。结合大别山区的发展现状，本文认为，大别山区可以成立一个合作公用基金，基金的获取来源为在合作中获利较多的区域，该区域政府作为牵头人，将部分基金转移给获利较少的区域，这能使每个区域在资源整合中的短期获利得到保障，维持整个合作系统的稳定性。

（六） 加强合作过程监督

大别山区旅游资源的整合，涉及的利益主体复杂，有各级政府、旅游企业等，政府应加强合作过程的监督。监督的实质是通过建立约束机制，约束合作者的行为，防止不规范行为的发生以及提出惩罚不规范行为的措施。这里的不规范行为主要是指违反合作规则的一系列不诚信行为。合作原则包括合作成员统一管理整体大别山区旅游资源，共同享受旅游资源带来的收益；合作成员统一经营客源市场，保证市场竞争环境的公平等。至于监督的主体可以是上一级政府或区域政府，也可以是旅游企业，他们是合作原则的制定者，更是合作原则的实施者，他们必须相互监督，相互制约，维护整个合作环境的稳定。

（七） 加强大别山区与高校、科研机构等的联系

政府作为大别山区资源整合的参与者,扮演着宏观领导者的角色。政府应积极帮助旅游企业与各高校、科研机构取得联系,借助外部的力量来弥补旅游企业在技术方面的不足。旅游企业可以和某一高校或者某一科研团队建立长期的合作关系,让他们充分掌握大别山区旅游业的发展现状,及时作出技术指导和提出相关的发展建议。

五、结论

本文基于博弈论视角,以大别山区为例,对边界共生旅游资源的整合问题进行了分析,重点构建了旅游企业之间、政府和旅游企业之间的博弈模型,并提出了大别山区未来旅游资源整合的措施,目的在于激发政府、旅游企业这两大整合主体的合作积极性,实现主体间的利益最大化,进而促进大别山区旅游业的一体化发展。具体措施:(1)针对旅游企业之间的博弈,旅游企业可以通过创新合作模式、加强合作监督等来提高合作管理水平,提升合作效应系数;(2)信任关系对于旅游企业间的合作非常重要,通过建立一套信任机制来保持企业各合作成员间的长期沟通,加强彼此间的了解,减少机会主义行为;(3)旅游企业的合作需要一定的激励作为催化剂,可以通过建立信息共享机制、绩效激励机制和利益分配机制来实现。针对政府与旅游企业之间的博弈,建议政府鼓励旅游企业创新合作方式,尽量减少合作成本;引导合作监督,让旅游企业之间相互制约,减少恶性竞争的发生,对于合作中违反规则的成员处以一定的罚金;政府作为牵头人,应帮助企业与各高校、科研机构取得联系,发展长期的合作关系。

参考文献

- [1] 吴国清. 试论行政区边界共生旅游资源的整合[J]•上海师范大学学报(自然科学版), 2006(2):95—101.
- [2] 朱德亮, 张瑾. 基于共生理论的桂黔湘边区民族旅游竞合模式研究[J]. 广西民族研究, 2012(4):185—192.
- [3] 胡丽芳. 旅游资源与行政区域的地缘关系及其影响[J]. 社会科学家, 2003(5):84—88.
- [4] 宋秋. 论边界共生旅游资源开发中的合作问题[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2005(1):96—98.
- [5] 蔡雪洁, 李佳佳. 边界共生旅游资源协作开发初探—以安徽省牯牛降景区为例[J]. 云南地理环境研究, 2008(1):107—110.
- [6] 肖海平, 谷人旭, 黄静波. 湘粤赣“红三角”省际边界区旅游资源联动开发共生模式研究[J]. 世界地理研究, 2010, 19(3):121—127.
- [7] 胡晴波, 张黎. 省际边界地区旅游资源开发研究——以湖南省新宁县为例[J]. 亚热带资源与环境学报, 2013, 8(1):83—88.
- [8] 罗芳, 夏庆利, 邓高燕. 大别山区边界共生旅游资源开发机制分析[J]. 湖北农业科学, 2013, 52(15):3719—3723.
- [9] 黄静波, 李纯. 湘粤赣边界区域红色旅游协同发展模式[J]. 经济地理, 2015, 35(12):203—208.
- [10] 单婷婷, 史安娜. 区域旅游合作发展的非对称进化博弈研究[J]. 求索, 2013(12):233—235.
- [11] 王永刚, 李萌. 旅游一体化进程中跨行政区利益博弈研究——以长江三角洲地区为例[J]. 旅游学刊, 2011, 26(1):24—30.
- [12] 陈军. 博弈论视角下区域经济合作发展的思路与模式——以武陵山片区为例[J]. 求索, 2014(3):64—68.

-
- [13] 范力, 焦世泰, 韦复生. 左右江革命老区红色旅游资源空间整合战略[J]. 中国行政管理, 2013(7):117—119.
- [14] 钱学礼. “一带一路”背景下中越跨境民族文化旅游合作开发问题研究[J]. 贵州民族研究, 2017, 38(3):173-177.
- [15] 张补宏, 韩俊刚. 珠三角区域旅游一体化机制创新探析[J]. 地理与地理信息科学, 2011, 27(6):96—100.
- [16] 林晓桃, 揭筱纹. 我国跨省界区域旅游目的地合作运行机制研究[J]. 经济问题探索, 2016(4):60—65.