

国外乡村旅游市场与经营研究综述

□金茨萍 金一萍 黄郁成

[摘要] 国外乡村旅游注重推介工作,以无差异市场、差异性市场和集中性市场为目标市场。将经营活动和旅游者的需求密切联系起来。在突出乡村文化旅游资源的同时,避免不同文化之间的简单叠加。农户也是经营者。重视商业联盟,以避免过度竞争。乡村旅游管理可以尝试新的管理体制。

[关键词] 国外乡村旅游;市场;经营

[中图分类号] F590.8 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1006-5024(2006)06-0100-03

[国家基金] 国家社会科学基金项目“农村开发与农村社区经济”(批准号:OZBJY105)

[作者简介] 金茨萍,南昌大学经济与管理学院教授,研究方向为旅游经济与旅游资源;(江西 南昌 330029)

金一萍,新余高等专科学校副教授,研究方向为环境工程;(江西 新余 336500)

黄郁成,南昌大学经济与管理学院教授,研究方向为乡村旅游与乡村经济。(江西 南昌 330029)

本文文献来源是以 Scopus 数据库为基础,扩充至 InterScience 数据库、EBSCA 数据库等外文全文数据库。Scopus 数据库是目前全世界最大的文摘型数据库,收录来自全球 4000 家出版社的 14000 多种综合性文献,涵盖了近 3000 万条文摘(截至 2006 年 1 月),并概要介绍各文献的引用情况。因此,Scopus 数据库所含文献基本能反映、能检索到专题的全球研究进展情况。

一、乡村旅游市场

国外学者在旅游市场方面做了广泛的研究,Cecilia Hegarty 比较研究了爱尔兰和波兰的乡村旅游发展情况,指出乡村的旅游资源和旅游市场的状况决定了乡村旅游的发展变化。

1. 游客与市场。在研究乡村旅游市场时,国外不少学者对游客情况进行了研究,以便从中发现市场运作特点。内容包括:游客特征——更不受局限、有质量意识、更难满足、想到有知识发现的地方、与当地居民接触、增加或到有较多旅游经历的地区;游客心理——喜欢乡村慢节奏和简单的生活方式、希望了解当地过去和现在的生活、不喜欢与其他游客伴行、急切地希望成为当地的临时一员、怀旧传统文化和生活方式;游客目的地——游客有其偏好的目的地,如美国的路易斯安那是美国年纪较大的游客所偏好的旅游地。

2. 市场动力。Gartner 通过对美国明尼苏达州游客的调查表明,对国际游客来说,市场动力不一定是天然的,因为如果乡村旅游产品对国际游客没有足够的吸引力,他们便不愿远离城市区域,也就是不愿远离消费中心,则乡村旅游市场开拓是失败的。就是在美国这样发达的国家也要瞄准市场机会做许多推介工作,要研究市场。否则,也很少有人问津你所开发的市场,从而影响你在市场中的份额。

3. 市场利益与社会利益的关系。Natalie Stoeckl 指出,从理论上说,当社会环境利益大于公司利益时,公司会自动调整经营策略,减少对环境的损害。但事实上公司可能会加大利润与所谓的社会“共享”。这说明当市场利益与社会利益发生冲突时,政府应予以适当干预。

4. 市场细分和目标市场。Middleton 提出了市场细分的观点,生产者分析他们所了解消费群体并选择需要特别注意的对象——他们的产品最能满足其需求和欲望的消费者。市场细分变量可在地理、人口、心理、社会文化、经济、购买行为等方面进行细分,这种经营策略有利于竞争并更好地为顾客服务。Vellas, F. and Becherel 提出了三个目标市场营销问题:无差异性市场策略;差异性市场策略,集中性市场策略。并为每一个这样的市场设计独特的产品和营销计划,如高端度假产品。

5. 产品。乡村旅游产品已经作为农村家庭脱离完全依赖农产品收入的有效资源进行开发,如水产品、农林产品等。但在道路、通信(影响市场信息)、经验和技能缺乏等情况下,会影响到产品参与市场,因为这个市场主要是旅游目的地。许多研究注意到资源不能代表产品开发,要实现资源的价值,就要根据市场的需要提供相应的服务产品,并要避免产品的同一性趋向。同时农户要参加集体的市场活动,以便增加规模效应,改进融资,加强集体讨价还价的能力和低成本运行。因为产品的质量和品牌效应要比游客的兴趣重要。Hutt & Speh 研究了将生产产品进行概念化,形成服务产品,包括销售人员、广告、促销、公关、直效行销、展览行销等,以增加生产产品的销售或价值。Witt and Moutinho 系统地研究了乡村旅游相关产品,包括目的地的吸引、目的地设施、可接近性、偶像和价格,这样有利于分析产品本地化的优势,也有利于解决相关的金融、商业、管理和培训方面的问题。研究显示,国外乡村旅游产品类型有:农场风格类(感到“家”的传统氛围,提供床位、早餐、其他食宿及农场活动);乡下风格类(有少量农场活动气氛,床位加早餐的旅游);乡村自助类(在改造过的村舍、工作棚内自助食宿);露营或度假店类(有置顶遮阳设施服务游客);背包旅馆类;探险类;生态旅游类。

6. 风险。作为乡村(经济)结构调整的因素——乡村旅游,在不得不降低农产品价格,增加竞争力的时候,它能够扮演一个重要的角色:增加就业机会,收入增长,经济复苏,乡村环境的综合改进,增加农民信心,有组织的专业食品生产,改进乡村面貌,发展乡村基础。然而,风险也是等同的:农业和乡村旅游知识贫乏,缺乏游客信息,游客游玩时间短,经营启动资金不足,基础设施属低层次,旅游活动信息和时机信息落后等。一些地区农民受到鼓励参与有关活动也很少,使得这些地区乡村旅游开发成功的例子很少。要想市场得到好的响应,不能单纯依靠中介,自己要有营销知识,明确财政的支持策略,进而依赖社区、社区资源、已经存在的组织结构来渐进地进入市场,以减少风险。尽管有关研究涉及了旅游经济的广泛领域——经济学、社会学、文化、地理学、政策与法规,但站在经济学角度上讲,乡村旅游经营经验性投资仍占主要地位,学术界还需要加强研究和沟通。

二、乡村旅游经营

国外旅游经营的研究,主要是它的经营如何与旅游者的需求密切地联系起来,比如客人款待、食品、工艺品都能为乡村地区带来较大的利益。

1. 突出资源特征,建立品牌经营意识。Clarke 认为,创立品牌的目的是树立旅游地的形象,并会由产品质量的提高而带来更多的收益。有些资源特征并不是直接显示出来的,如爱尔兰通过改变农业的习惯性做法(如单纯的出售农产品)和政策,形成间接的风景和生活旅游资源,这点值得我们借鉴。在突出乡村文化旅游资源品牌时,要避免不同文化之间的简单叠加,并要清楚特色文化所起的作用是什么。

2. 农户也是经营者。乡村旅游经营的原始动力是使农民看到多种经营可以摆脱完全依赖农业收入,或使农产品具有旅游资源价值而参与其中。Scheyvens 指出,如果社区乡村旅游开发是外资,当地居民只是“关联”,没有参与权,则乡村旅游开发并没有为当地的经济做出应有的贡献,特别是社区居民成了乡村旅游开发的旁观者,而不是参与者,得不到应有的经济利益。Tosun 认为,有时乡村旅游开发并没有代表所在社区的需要和兴趣,也没有得到相关的开发指导,而使社区乡村旅游开发难以实现,特别是在发展中国家尤其如此。事实上,许多乡村旅游的经营是以家庭个体农户为主,小规模乡村旅游经营是许多国家的共同点,而在移入的居民身上表现得强烈。有学者认为,当地居民参与经营,结合市场宣传是旅游目的地可持续发展的基础,在一定条件下,个体经营户联合起来则更有优势。Derek 认为,农民经营乡村旅游一定要经过培训,凭经验经营多数要失败。经过培训的农户可能在以下几个方面表现的更好些:有适当的技能;态度友好;室内感知环境较好;接待有序高效等。

3. 管理体制需要理顺,政府管理水平和企业经营能力需要提高,也可以尝试新的管理体制。Jennifer Briedenhann 指出,乡村旅游的经营与可持续发展都存在基于乡村社区提高政府管理水平、培育有经营能力和技术的企业的的问题。对经营企业来说,创意拙劣,急于求成,是开发失败和浪费资金的重要原因。乡村旅游资源的管理可以尝试新的管理体制,如由社区、管理经纪人、科学工作者、非政府组织、文化组织、经济利益人、股东等共同组成管理机构,使土地等资源的使用更具有扩张性和更有意义,为乡村旅游的可持续发展提供更多的模式;也可以培养潜在的向旅游经营发展的企业家,帮助他们转化管理技巧和提高对机遇的认识。但是政府多部门参与乡村旅游的事务未必是好事,可能谁也不清楚谁对乡村旅游经营说了算。McMullan and Long 认为,旅游企业家要有创新能力、风险承担能力、管理和经营能力,应当有适当的教育和培训。这样,他们的人生机会不会因其他人武断和随意的判断而被左右,并且有更多的想像和预期能力、组织与分配工作的技巧。

4. 重视信息(网络)作用。信息技术的使用无疑有下列优点:获得竞争优势;改善经营状况和生产力;改善管理与组织经营活动的方法;发展新业务;节省了游客和经营者的许多时间。即使是微型企业(如家庭经营)也有这种信息技术的需求。如果 IT 和 GIS(地理信息系统)结合使用,还能动态地检查经济环境的变化和在线经营乡村旅游产品,发展文化生态理论框架。世界旅游组织比较了 1997 年和 2002 年的全球饭

◆国外乡村旅游市场与经营研究综述

店在线预订情况,它们的比是1亿美元:31亿美元,随着网络的发展,上述的信息网络作用得到证实。

5. 服务质量。家庭式的经营可能有游客期待的服务与实际存在差距的情况,这是Reichel做探索性调研的发现,他建议在管理和市场服务方面要对经营者做适当的培训。来自享乐价格分析法的分析表明,用农业活动评估风景特征(如草地和放牧牲畜)来确定对乡村旅游的影响和定价,游客愿意支付相应的费用,是因为游客得到的服务在享乐性农业生产(如玉米精细耕作)上消除了价格外在性的负面影响,也就是农场主似乎用较好的农场实物的劳动产品能获得有更高的效益,否则就会影响到游客的满意度。Pina等用计量学模型测出乡村旅游膳宿需求类型,结论是广泛的膳宿类型对应的规模和类型适合吸引不同偏好的游客。服务质量也与就业质量有关,由于雇员(包括一些业主和管理人员)几乎没有专业技能证书,受教育水平很低,已经影响到服务质量,有些业主因缺乏财务能力不能满足专业雇员高一些薪水的相应要求,也影响到服务质量。基于基本服务特点:无形、易消逝、不能库存,欧盟注意到这种情况,开始了相应的培训工作。

6. 综合经营。综合经营的含义是群集性战略,即把旅游产品朝同类化方向发展,这样做的好处是集中发达农村地区的力量,加快农村发展速度。经营多样化是综合经营的一种方式,效益也要好些。

7. 避免过度竞争。D'Aven列举了过度竞争的现象:快速产品创新;以占领其他市场为目的的竞争;产品周期短;在一定时期内的亏损经营(包括优质低价、改变质量标准、改变销售观念和形式等),以击败对手获取今后的垄断地位为目的;为满足消费者需要而进行新的经营项目尝试;重视商业联盟(与非结盟者竞争);可能会引发不应有的旅游安全和健康问题。

国外乡村旅游许多研究并不是用单一的方法进行的,而是用综合的研究方法,如文献研究、行业调查、访问政策制定者、管理人员、旅游经营者、学者和游客等。综观国外学者研究乡村旅游的方法,他们的特点是:理论与实际紧密结合。除了对研究对象进行描述性论述外,常常是对某一地区(小至村)、某一项目、某一问题、某一热点等结合案例和定量研究,采取调查—分析—理论—实践的方法进行专项研究,很少见到概念、规划、资源、“战略”等进行单纯性的、叙述性的“研究”,这种方法虽然显得研究“规模”较小,但针对性强,实用可操作。

参考文献:

- [1] Henning, Steven A., 1996, Developing a Rural Tourism Marketing Strategy Based on Visitor Profiles, *Louisiana Agriculture*, (1), 8 - 9.
- [2] Gartner W, Lime D., 2000, The big picture. In *Trends in Recreation, Leisure, and Tourism*, Gartner W, Lime D (eds). CABI: Wallingford; 1 - 14.
- [3] Vitte, P., 1998, *Tourism in rural areas of France: The*

need for more meaningful planning *Revue de Geographie Alpine*, (3), pp. 69 - 85.

[4] Witt S. F. & Moutinho L. (eds.), 1994, *Tourism Marketing and Management Handbook*. Second Edition. Prentice Hall, 337 - 338.

[5] Maciejewska W., 2001, Development of agrotourism in the region of Great Poland and expected effects. *Journal of Research and Applications in Agricultural Engineering*, (2), 34 - 38.

[6] Ritchie J., 1994, *Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers*, 2nd edn., New York; 1994; 13 - 21.

[7] Bushell R, Prosser G, Faulkner H, Jafari J., 2001, Tourism research in Australia., *Journal of Travel Research*, (2), 323 - 326.

[8] Clarke, J., 1998, Marketing rural tourism: problems, practice and branding in the context of sustainability, D. Hall and L. O' Hanlon (eds). *Rural tourism Management: Sustainable Options*. Conference Proceedings, 9 - 12.

[9] Kaila M., 1999, Economic results of pluri - active farm enterprises. Seventh EAAE Congress: Warsaw.

[10] Hegarty, C., McDonagh, P., 2003, Journeying towards becoming a destination: Tourism development in rural Ireland. *Tourism*, (3), 301 - 317.

[11] McKercher, B., 2001, A Comparison of Main - Destination Visitors and Through Travelers at a Dual - Purpose Destination. *Journal of Travel Research*, (39), 433 - 441.

[12] Skadberg, Y., Jamal, T. B., Skadberg, A. N., 2005, An IT and GIS exploration of web - based nature tourism enterprises in the rural agricultural sector in Texas. *International Journal of Services, Technology and Management* 6, (2), 120 - 134.

[13] Vanslebrouck, I., Van Huylenbroeck, G., Van Meensel, J., 2005, Impact of agriculture on rural tourism: A hedonic pricing approach *Journal of Agricultural Economics*, (1), 17 - 30.

[14] Gronroos C., 1990, *Service Management and Marketing. Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Lexington Books, 286.

[15] Bord Fáilte, 2000, *Tourism Development Strategy 2000 - 2006 (Approved by BFE in July 2000)* Bord Fáilte: Dublin.

[16] Cánoves, G., Villarino, M., Priestley, G. K., Blanco, A., 2004, Rural tourism in Spain: An analysis of recent evolution. *Geoforum* 35 (6 SPEC. ISS.), 755 - 769.

[17] D'Aveni, R., 1998, Hypercompetition closes in, *Financial Times*. Global Business Section, part2, 12 - 13.

[责任编辑:徐国庆]