

## 辽宁省乡村旅游发展对策

辽宁乡村旅游  
发展问题研究

■ 范秋梅 (沈阳大学旅游与地理科学学院 沈阳 110041)

◆ 中图分类号: F592.7 文献标识码: A

**内容摘要:** 本文阐述乡村旅游的含义及对社会经济的重要意义, 分析了辽宁乡村旅游发展的现状及存在的问题, 提出解决对策, 并对乡村旅游可持续发展开发模式进行了探讨。

**关键词:** 乡村旅游 对策 开发模式

2006年旅游主题是“乡村旅游年”, 这为传统的农业经济注入了新的活力。乡村旅游不仅丰富了国内旅游产品种类, 延伸了旅游产业链, 而且成为城里人回归自然, 体验农村生活, 休闲度假的重要方式, 在增加农民收入, 推动农业产业结构调整, 促进农村文明进步, 社会发展等方面作用显著。

面对新世纪乡村旅游发展的新趋势和机遇, 辽宁乡村旅游如何发展、乡村产业与乡村人居环境如何改善、乡村旅游如何才能可持续发展成为研究的重要课题。

### 乡村旅游含义及意义

乡村旅游是指在乡村地域内, 利用乡村自然环境、田园景观、农村牧渔业生产、农耕文化、民俗文化、古镇村落、农家生活等资源条件, 通过科学规划、开发设计, 为城市人们提供观光、休闲、度假、体验、娱乐、健身的一种新的旅游经营活动。它包括乡村农业观光旅游以及乡村民俗文化旅游、休闲度假旅游、民俗旅游、生态旅游等多方面, 是一项区别于城市旅游, 具有地域性、乡土性和综合性的新型旅游业。

乡村旅游的意义在于: 促进乡村优势资源开发、产业结构战略调整与城乡景观一体化建设; 促进乡村景观资源的高效、生

态和无害化开发利用与可持续发展; 推动乡村劳动力资源开发与乡村人力资本建设; 推动乡村社区风貌塑造; 推动乡村人居环境的改善、建设与景观环境提升; 促进城乡景观功能协调。

### 辽宁乡村旅游发展现状及存在问题

#### (一) 发展现状

总体来看, 辽宁乡村旅游还处于摸索的起步阶段, 规模、产品、服务、从业人员素质等还不能满足日益增长的休闲、度假、会议奖励等市场需求。可以说, 辽宁乡村旅游拥有巨大的市场需求和发展空间, 但发展的区域和数量不多, 并大多停留在低水平的发展状态。

乡村旅游市场是一个尚未规范, 管理滞后的市场, 一方面, 乡村旅游服务质量和游客安全难以得到保障, 另一方面, 现行的旅游行政管理规定, 也限制了乡村旅游向组织化、规模化的方向发展。

#### (二) 存在的问题

乡村旅游由于游客参与性、体验性强, 服务价格低廉, 深受城市居民欢迎, 但辽宁乡村旅游仍存在很多问题: 对发展乡村旅游还缺乏足够认识, 观念和理念还比较落后, 因而指导和引导不力; 乡村旅游市场处于自然发展的状态, 缺乏管理的市场, 活动单一, 规模较小, 组织较松散; 普遍缺乏规划和策划, 往往造成盲目开发, 重复雷同, 特色不突出; 乡村旅游产品缺乏品牌, 吸引力不强, 效益不高; 经营管理水平低, 人才缺乏, 旅游服务水平不高; 管理体制不健全, 缺乏相配套的法律、法规制度。

转变观念, 充分认识发展乡村旅游的重要意义; 搞好规划, 因地制宜, 合理布局, 突出特色。注重整体性和连续性, 充分考虑到地方的自然和文化特性, 避免盲目发展, 搞好规划落实, 政府不仅应投入资金建设基础设施, 公共设施等, 更应该将此纳入地方经济发展计划。突出特色和自身优势。突出乡村传统文化优势, 包装具有特色的传统乡土工艺技术; 在建筑、服饰、饮食、歌舞等设计上突出体现地方民族特色; 在政府引导和支持下, 建立统一的管理体制, 制定促进发展的优惠政策; 宣传促销促销, 开拓乡村旅游的客源市场。今后乡村旅游将要向两个方面转型: 产品从“单一”向“个性化”转型, 经营从“单体”向“规模化”转型。重点开发中小学、市民家庭、中老年休闲、企业职工度假、会议奖励和康复疗养等市场; 规范服务, 加强人才培养。

### 辽宁省乡村旅游可持续开发模式

#### (一) 政府主导的开发模式

政府的作用主要通过决策、协调、立法、政策、引导和宣传等手段, 为旅游企业营造公平竞争的发展环境。政府主导可以通过引导组织推动乡村旅游的发展模式, 具体包括:

1. 景区主导、社区参与型。以重点旅游景区为核心, 吸收周边乡村的农民参与旅游接待和服务, 社区参与旅游是实现旅游开发的有效途径, 它能从根本上增加农民的收入, 增加农村就业机会, 有利于农村产业结构的调整。在政府扶持与引导下, 建立社区参与的保障机制和合理的利益分配机制, 而且要提高社区居民的素质和旅游参与能力。通过对社区和居民的教育, 培训和管理, 增强旅游服务意识, 提高旅游服务水平, 以当地特色为生命, 农民唱主角, 实现乡村旅游的可持续发展。

2. 政府主导型。由政府主导进行乡村旅游的规划设计, 投入资金, 开发核心景区景点, 吸引社会资金投入, 引导农民参与旅游接待服务。

3. 公司主导型。即公司加农户的经营

践踏了公平交易与诚信交易原则,故不能获得持续发展。如果供应链上下游与企业家同时选择进行博弈,双方都会出于防范心理、以及寻找另外的交易对手而付出较高交易成本,企业家不能获得持续发展。

### (三) 消费者

最终购买和使用企业产品和服务的顾客即消费者是企业生存的前提,也是企业家履行社会责任的一个重要客体。关于市场营销观念的演变说明,从生产观念到社会营销观念,消费者的地位相对于企业家显得越来越重要,满足消费者不断提高的需求成为企业家履行社会责任的起点,也是归结点。可以说,没有消费者的最终需求,企业与企业家就没有存在的价值。

消费者一方面要求企业家所领导的企业能提供价优高质的产品与服务,另一方面又希望自己购买对象的行为主体是一个信守诺言,负责任的企业家。不论是前者还是后者,都要求企业家能为消费者提供不断增长的消费者价值(利益),提高服务水平,见图2。在图2(1)中,消费者愿意支付P1时,企业家能提供A1的服务,消费者愿意支付P2时,企业家能提供A2的服务,得到消费者价值曲线V1;然而,消费者需求不断提高,在支付P1时,希望企业家能提供A2的服务,在支付P2时,希望企业家能提供A3的服务,此时,勇于承担社会责任的企业家,必需响应与满足消费者的正当需求,此时消费者价值曲线V1整体向右移动,得到消费者价值曲线V2,如图2(2)。随着消费者价值曲线的不断右移,消费者价值不断提高,企业家所领导的企业也不断走向良性发展的轨道,其管理水平、技术水平、服务水平能够得到公众的认可,企业家在公众面前树立勇于承担社会责任的健康良好的形象,其所领导的企业能够获得持续发展的动力。

## 直接影响者

### (一) 员工

企业家与员工一起构成企业的直接行为主体,他们一道为企业的生存目标与发展目标而奋斗,从理论上分析,他们应该有共同的价值观与信仰,对于企业和企业家是否应该履行社会责任有同样的判断标准。然而,由于他们所处职位不同,承担的责任也不一样,所谓“不在其位,不谋

其政”就是说因为职位的分别,权利与义务不相同,不同员工对于企业家是否履行社会责任有不同的认识。从宏观上来看,员工希望与自己一起工作、奋斗的企业家是一个果敢、诚信、积极、公平、热情的人,具有使命感、责任感的伦理品质,自己为之服务的企业是一个负责任的企业,能获得持续的发展。员工以在这样的企业工作而具有荣誉感。从微观上来看,企业家履行社会责任其中之一就是对员工的责任,它是企业家社会责任的一个组成部分。企业家较好地履行社会责任,一方面意味着员工可获得的利益相对减少;另一方面,企业家在履行社会责任时是否能在当前利益与持续发展之间取得均衡也是员工考虑的问题,无论当前利益还是长远利益受损,都是员工不希望看到的。

### (二) 家庭

企业家因其才学、获取经济利益的能力在家庭成员中较高,一般是家庭中的精英人物,其决策对家庭生活有重大影响。家庭成员一方面希望企业家能为家庭获取更多的经济利益,为家庭成员的工作与生活提供更好的经济基础;另一方面,企业家

又是家庭对外界的荣耀,家庭成员希望企业家能为家庭带来更多的荣誉,企业家较好地履行社会责任无疑会给家庭增光添彩。由于家庭成员结构的复杂性,价值观与目标导向也会不一致,企业家在履行社会责任时,会受到不同家庭成员的影响。

通过以上分析我们知道,企业家社会责任的驱动要素不但从当前利益与持续发展两个方面决定了企业家履行社会责任的程度与意愿,而且还决定了企业家的价值观。它们既相互独立又相互影响,构成了企业家社会责任驱动要素的框架结构(如图3)。企业家社会责任由其所处的社会环境中的多种驱动要素所决定,不同的社会环境、同一社会环境中各种驱动要素作用力的变化,都会导致企业家履行社会责任意愿与强度的变化,因此,企业家在履行社会责任时,必须兼顾各方利益。

## 参考文献:

1. 杨富贵. 企业社会责任与企业可持续发展. 集团经济研究, 2006
2. 毓洁, 华艺. 企业伦理管理略论. 商场现代化, 2006

## ◀ 上接100页

方式,引进有经济实力和市场经营能力的企业,改善基础设施建设和环境,指导、组织村民开展民族风情文化旅游活动。

### (二) 乡村生态旅游开发模式

着重对吸引游客的重要生态因素进行建设,即将乡村自然生态环境、村落社区生态环境、农业生态环境、生态旅游产业因素(生态住宿、生态餐饮、生态购物、生态交通等设施与服务)与游客对自然生态环境的纯净度、优美度;对人文生态环境的“乡土味”、“地方性”、“民族性”;对农业生产系统的生态性和食品卫生的安全性越来越高的要求相适应,以提高市场旅游的生态品质。

### (三) 城乡互动的开发模式

旅游城市所具有的巨大的客源输出潜力是乡村旅游开发的基础,面向旅游城市的乡村旅游开发的关键是乡土化,具体体现在文化性、特殊性、民俗性、生态性和参与性等方面。保持与城市旅游供给的互补性和差异性乡村旅游开发

的基本原则。

充分发挥都市生态农业发展优势,把发展乡村生态旅游与发展都市生态农业有机结合起来。以都市生态农业作为乡村生态旅游的重要产业依托,提高乡村旅游的抗风险能力。通过旅游收入提高抚育农业的能力,不断开拓新的农业经济增长点。调整农业产业结构,把乡村旅游作为解决“三农”问题的新的突破点。以旅助农,城乡互动,通过市场导向,发展以吃农家饭、住农家院、观自然景、赏民俗情、享田园乐为特色的民俗游;发展以采摘、垂钓、休闲农场、生态农业园等绿色、休闲、参与、体验的观光农业游;发展随季节变化举行的花卉节、果蔬节、冰雪节等。推动乡村旅游向规范化、规模化、品牌化方向发展。

### (四) 乡村主题旅游开发模式

要大力开发农业旅游、民俗旅游、农事旅游等。乡村旅游产品的创新的切入点在于对当地民俗文化的深层次挖掘,并以此为依据形成适当的旅游表现方式和旅游活动方式——主题旅游。