

景区、社区共赢发展模式研究

刘复兴

(西北师范大学旅游学院,甘肃兰州 730070)

摘要:从探讨景区与旅游社区之间的互动关系入手,通过对景区生存环境、旅游活动交往模式的分析,探讨出了一条景区与旅游社区之间良性互动之路。即:景区—社区联建互动。

关键词:交互参与;景区社区联建;旅游区;可持续发展

1 背景分析

在实践中,我国的景区与社区交互参与还远未实现。研究者对旅游社区重要性的认识主要还是以旅游业的可持续发展为出发点。如今许多学者或是忽略社区只简单强调以景区为主体的旅游发展,或只是片面强调社区参与,把景区与旅游社区之间的生态关系看成是静止的、僵硬的、单方面的。鉴于以上缺陷,本文将从社区与景区的交互参与出发,探讨一条景区与旅游社区之间的良性互动之路。

2 景区发展的分析环境及旅游交往中的互动关系

景区必然根植于其所在的社区之中,并与社区的不同成员之间存在千丝万缕的联系。根据各个关系对象的性质,大致可以将他们分为4类群体:政府;企业、事业单位及个体户;相关的社会团体;社区居民。在这4类群体中社区居民占了绝对的数量优势,它是整个旅游社区的利益中心。

景区在发展过程中会受到种种环境因素的制约,根据其其对旅游景区发展的影响程度可以将其分成3个层次:1级环境、2级环境、3级环境。

1级环境指与该景区发展息息相关的特殊环境,主要影响的环境因子有:社区居民,社区内的姊妹景区,社区社团组织,基层政府组织,企、事业单位及个体户等。

2级环境指间接影响该景区发展并同时影响同一行政区域范围内的其他景区的环境因素,主要环境因子有:旅游者,对手景区,行业现状,相关的社会机构、团体,中层政府及相关部门等。

3级环境指宏观影响该景区,同时也影响其他所有景区的大气候。主要环境因子有:政法环境,科技环境,经济环境及社会文化环境等。

这3级环境因素紧密相连、环环相扣,它以景区为基点,由里向外环绕景区,有向外扩张之势,最后形成一个蛛网。而景区就处在这个蛛网的中心位置,所有的环境因子都通过千丝万缕来影响并限制景区的发展。

一个旅游区中,景区浓缩了社区的自然和人文精华,把社区的文化,社区中的物质产品、地理环境、人文

氛围代表社区向外展示给游客。而客源地的旅游者会把资金、信息技术、废弃物、社会文化带入旅游区。但值得注意的是:在旅游交往中,景区代表社区向游客展示该地的风貌,同时也获得了旅游收入中的很大部分。旅游社区当然也获得了信息、技术、文化及少量的旅游收入,但承担了几乎所有的旅游社会负效应。这样便出现了旅游收入分配不公平的问题,这也是目前所有旅游景区共同存在的一个问题。发展旅游了社区主体没有得到好处,“瘦了社区,肥了景区”,也难怪社区居民对景区的态度会是从欣喜、冷漠到反感的一个过程。“多收了三五斗”令人欣喜,但收入反而没增还有减,居民怎么会支持?这也是景区与社区之间深层矛盾的根源。

3 景区与旅游社区之间的良性互动模式探索

鉴于旅游交往中景区于旅游社区之间的旅游收入分配不公平,必然会导致当地居民对景区的发展态度呈现:欣喜、冷漠、反感的变化过程。为了摆脱这条死亡胡同,实现景区与社区之间的良性互动应该让双方交互参与共同承担相应的权责。即:景区—社区联建互动。景区—社区联建互动要求景区要参与社区建设并积极的承担相应的社会责任。同时社区各个主体要积极的参与景区建设和旅游活动。具体操作上实行“政府引导,景区带动,居民参与”的方针。从景区周边开始,由近及远,由小到大,实现一点带一片,一片带整片,整片活社区的发展思路。

4 景区—社区互动联建

4.1 社区参与景区—社区互动联建

4.1.1 参与景区规划和发展决策。社区各个群体包括政府、社区居民、社团、企业事业单位及个体户都有机会商讨和决定旅游发展目标,有权利参与旅游活动。这样一方面体现了公平思想,可以促进各方协调发展。另一方面正如有些学者所说的,是对旅游吸引系统的把握,因为旅游社区居民的素质也是旅游地吸引系统的重要组成部分之一。

4.1.2 参与景区旅游社区营销。影响旅游景区形象的主要因素主要有形象硬件和想象软件两部分。硬件形象主要由旅游景点及所有的服务设施组成。软件形象包括旅

高校教师的激励方式及其存在问题分析

高同梅

(甘肃陇东学院,甘肃西峰 745000)

摘要: 就如何实现学校管理最优化角度总结和分析了高校管理中高校教师的物质激励、工作激励、目标、竞争、情感、荣誉六种激励方式,并从物质激励的制度设计、工作激励、目标激励、人才竞争机制、情感激励几个方面探讨了当前高校管理中高校教师激励方式中存在的问题。

关键词: 激励;管理;方式;问题

1 高校教师的激励方式

1.1 激励的含义 在管理学中,广义的激励是指激发鼓励,调动人的热情和积极性。从组织的角度看,激励是通过满足人的各种需要,激发、培养、加强和维持人的行为并引导行为指向组织目标的过程,它涉及到需要、绩效、期望、报酬、满足等范畴。

在一般情况下,激励表现为外界所施加的推动力和游社区居民的精神面貌以及当地的民风民俗等。其中软件形象尤为重要,因为景区的软品质更能凸显景区优势并且打动旅游者。

4.1.3 参与旅游收益分配。 学者们也清楚的认识当地居民只有享受到旅游发展给其带来的利益的前提下,他才会有主动与旅游者交往的动机。而参与旅游收入分配和参与景区规划与发展决策是直接相关的,也是社区居民参与景区建设的重要组成部分。这就要求景区对社区进行利益分配,同样也要求社区各个主体成员要积极的投入到旅游活动中,以积极主动的态度争取就业机会,尽量从当地旅游发展中获一分利。

4.1.4 参与景区环境维护与社区文化承扬。 旅游社区环境包括社区自然环境和社区人文环境两大方面。社区自然环境和人文环境具有相对脆弱性和不可再生性。在接连受到游客的破坏和异文化的冲击时保护景区环境就显得尤为重要。社区环境保护就是把旅游活动对社区环境的损害控制在社区环境的自净化能力范围之内,以免造成社区环境退化。

4.2 景区参与景区—社区互动联建

4.2.1 用发展为社区发展创造条件。 只有景区发展了才有可能加大对社区的投入,改善社区的基础设施和社区环境,提高就业率改善居民生活水平。要想让旅游社区居民收入增加也只有让旅游区长足发展即把景区这只蛋糕做大。

4.2.2 扶贫助困在参与中解决实际问题。 景区可以有针对性的选择居民并之结成稳定的帮建关系做到有重点扶

吸引力,转化为自身动力,使得组织目标转化成个人目标,使个体由消极的“要我做”转化成积极的“我要做”,这个转化过程如图1所示:

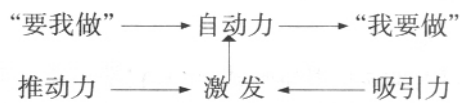


图1 个体积极性转化图

贫。可以参与社区生产发展、基础设施建设、兴办学校、救助失学儿童、安排残疾人就业等做到有层次扶贫。

4.2.3 参与新农村建设让整个社区受益。 新农村建设需要大量的资金支持,除了政府财政要持续加大支持力度之外还应该发挥市场在资源配置方面的作用。以市场手段参与新农村产业开发与建设应该是景区参与新农村建设的主要形式。

4.2.4 加强社区居民技能培训,努力为社区居民提供就业机会。 没有技能就只能做苦力,只有接受技能培训才能让其身份得到转换,从根本上解决就业问题。而景区也要尽可能的创造更多的就业机会,同时逐渐的改善社区居民的工资福利待遇。教育培训主要可以从以下3方面着手: 意识培训。意识培训主要以提高和改观居民的发展观念为出发点。 技能培训。主要是为了增强居民的生存能力和劳动技能而进行的培训。 发展培训。主要是为了提升居民技能而进行的深化培训。培训的主体要多元,景区可以自主培训,也可以联合政府部门、社会团体、各企事业单位进行联合培训或者委托培训。培训内容应该广泛化,可以涉及工、农、服务各个行业。只要对居民有利,只要能帮助居民就业就可以作为培训项目。

参考文献

- [1] 帕特南.王列、赖海榕译.使民主运转起来[M].江西人民出版社.2001.
- [2] 晁流.2004,社区自治中的利益博弈[J].社会.2006(4).
- [3] 保继刚,孙九霞.旅游规划的社区参与研究-以阳朔遇龙河风景旅游区为例[J].规划师.2003.7(19):32-38.
- [4] 张伟,吴必虎.利益相关者(Stakeholder)理论在区域旅游规划中的应用--以四川省乐山市为例[J].旅游学刊.2002(4):63-68.
- [5] 张朋,王波.国外社区参与旅游发展对我国的启示--以英国南彭布鲁克为例[J].福建地理.2003.4(18):38-45.