

旅游企业“负责任旅游”的实现途径

文/张帆

一、问题的提出

对旅游实践活动给旅游目的地造成的自然环境、社会经济和文化影响一直是旅游研究领域的重要课题,越来越多的人认识到,发展旅游业在获得经济利益的同时也要负担一定的成本,明显的经济利益是解决就业和赚取外汇,而负担的成本除了经济成本外,还包括环境恶化、社会不和谐等社会成本。旅游活动的负面影响引发了人们对旅游业可持续发展的深入研究和相关实践,近年来“负责任旅游”的理念在全世界引起了越来越大的关注,它与可持续旅游、生态旅游和社区旅游等概念一起变得不可忽视,旅游企业界日益清醒地意识到,旅游企业发展必须面对旅游所引发的各类问题并承担相应的社会责任,这种责任是受市场对企业社会责任的期望与全球社会责任运动两方面推动的。

从市场需求角度来看,游客需求的变化促进了旅游企业实践活动朝负责任旅游的方向改变。游客越来越多地把旅游看成是“一种体验、成就和恢复活力,而不是意味着‘地点’和‘事件’,追求生活方式的市场在逐渐增加”(Harold Goodwin 2003)。英国旅行社协会(ABTA)通过对包价旅游的多年调查,发现游客反映最多的是伦理和负责任旅游问题,环境问题在许多包价旅游者自己选择和向别人推荐旅游目的地时显得非常重要,这些问题主要是当地居民缺少水和食物、大气污染和饭店美化等因素,对犯罪的关心也有所上升;合作银行和新经济基金1999年建立了一套伦理购买指数(the Ethical Purchasing Index)以测定伦理购买市场的变化情况,1999年的基数是100,计算出2000年的指数是115,表明伦理消费市场在1999年到2000年上升了15%,因此,在伦理方面有较好声誉的企业,更具有竞争力。

“负责任旅游”在旅游业的推行,除旅游所产生的负面影响日渐增大外,也与旅游企业社会责任感的日益增强密切相关。从上世纪90年代中期始,随着经济全球化的出现,全球兴起了声势浩大的“企业社会责任运动”。“社会责任”已经成为发达国家的商业惯例和企业精神的重要内容(潘岳,2006)。这一切均对旅游企业关注社会责任产生了巨大影响。一些国家的旅游经营商和旅行社经营集团发起了一些活动,促进游客到那些旅游者的花费能使当地人民受益的地方去度假。旅游企业的营销也针对新的伦理旅游和负责任旅游消费展开,旅游营销的重点是生活方式,而不像以前营销物质产品或服务。英国的旅行社组织海外志愿服务(Voluntary Service Overseas)把伦理和负责任旅游作为一个细分市场,所提出的旅游经营商计划(TOI, tour operators initiative)的重点是衡量旅游供给者的责任水平。在英国,独立旅行社协会(AITO)采取了负责任旅游的政策,并将其作为成员入会的条件。这些活动的显著特点就是在重视经济影响的同时也关注旅游对社会和环境的影响,谋求旅游给目的地带来的利益最大化。

因此,强调旅游企业的社会责任意味着什么,它与“负责任旅游”有何关联,旅游企业追求“负责任旅游”的目标有什么意义,旅游企业实现“负责任旅游”的任务是什么等等就成为本文所要研究的问题。

二、“企业社会责任”与“负责任旅游”

在对企业社会责任的看法,美国学者通常认为,公司社会责任是指公司董事作为公司各类利害关系人的信托受托人而积极实施利他主义的行为,以履行公司在社会中应有的角色(刘俊海,1999)。“公司社会责任意味着一个企业为自己影响人们、社会和环境的任何行为承担责任”(James E. Post etc, 2002)。“公司社会责任意指某一特定时期社会对组织所寄托的经济、法律、伦理和自由决定(慈善)的期望”(Archie B. Carroll etc, 2003)。我国学者卢代富(2002)认为“公司社会责任,乃指公司在谋求股东利润最大化之外所负有的维护和增进社会利益的义务。”吴靖(2005)认为企业的社会责任应该包括两个层面的特征:一是法律和制度要求的强制性社会责任,二是道德和价值观念要求的自发性社会责任。可见后一学派实际上把道德纳入了企业行为的价值评价标准,这些标准包括义务、公正、伦理、社会福利等。

自Hetzer(1965)提出负责任旅游的基本原则后,阐述旅游如何从大众旅游向更加负责任的模式发展的文献逐渐增多(Denman Ft, Denman J A, 1990), Krippendorf Jost 在分析旅游业对瑞士阿尔卑斯山的环境和社区的破坏性影响时,提出了负责任旅游的概念。这一概念目前已被国际旅游组织和英国旅行社协会所采纳。在英国,所有加入了英国旅游代理商联合协会的出境旅游大代理商都承诺要改变原有的旅游方式,并正在向实现旅游业的可持续发展目标迈进。

负责任旅游的概念很宽泛, Krippendorff Jost 指出负责任旅游的方式是“将给所有旅游业的参与者——包括旅游者、旅游区的人们和旅游业带来尽可能大的收益的同时, 又不对旅游区造成无法容忍的环境和社会性破坏。” Harold Goodwin (2001) 认为“负责任旅游”是一个总概念, 意指旅游业和旅游者自身要考虑旅游的经济、环境和社会影响, 并且尽量减少负面影响。“负责任旅游”既可以从旅游者角度解释, 也可以从旅游业角度进行阐释。“负责任的旅游者”意味着旅游者在旅游目的地必须遵守恰当的行为准则, 尊重旅游目的地的文化、社会和环境。从旅游业角度来看, “负责任旅游”是一种管理战略, 包括通过规划、管理、产品开发和市场营销带来正面的经济、社会、文化和环境影响。对旅游经营商来说就是在为宾客提供有益的度假经历的同时, 促进当地社区享受更高质量的生活和更有效地保护自然环境。

“负责任旅游”中的“责任”具有伦理责任的属性, 这种责任被认为是国际和国内市场可持续旅游管理的一个重要因素, 关注的焦点是旅游对社会的负面影响, 尤其是大众旅游引起的环境破坏和当地文化的衰退, 主张以可持续的方法发展旅游业, 就必须在旅游经营中考虑社会和道德责任 (Walle, 1995; Hultsman, 1995)。因此, 企业社会责任和“负责任旅游”具有一致性。

三、旅游企业重视“负责任旅游”的意义

旅游企业实现“负责任旅游”, 就意味着改变以往认为企业活动就是追求利润、向社会提供产品和服务的看法, 将“负责任旅游”融入到企业的发展战略和企业文化之中, 制定专门的“负责任旅游”伦理规范或公司政策, 培育“负责任旅游”的观念意识, 使那些声称有责任感的个人和组织清楚他们的活动对整个社会的影响, 进而采取切实有效的措施使可持续发展的理想得到落实。

旅游企业通过“负责任旅游”的实践能够大大提升企业的竞争力。我国大多数旅游企业仍把不断推出新颖独特的优质旅游产品、调整旅游产品结构和产品的升级换代作为保持核心竞争力的主要手段, 它们往往侧重于通过产品创新或者延缓其衰退期以保持发展的可持续。然而当今人们越来越关心环境和社会问题, 因此企业在环境和社会责任方面的形象正变得越来越重要。在我国, 十六届三中全会提出了“坚持以人为本, 树立全面、协调、可持续的发展观, 促进经济社会和人的全面发展”的战略方针, 更要求企业把经济效益和社会效益统一起来, 因此旅游企业的社会责任将变得更加重要。旅游业是一个高度竞争性的行业, 旅游经营商面临不断增加的产品差异化的压力。研究表明当主要的度假要求(位置、设施、成本和实用性)被满足后, 游客便会根据企业的伦理状况选择旅游企业。在这种情况下, 旅游企业的产品差异就必须通过伦理标准的提升来显现, 而负责任旅游也对企业伦理提出了更高的要求。事实上许多旅游公司已经意识到行业内部通过负责任旅游所增加的利益, 英国独立旅行协会(AITO)已为其成员制定了“负责任旅游准则”, 旅游经营商如果不能应对这种新的市场变化, 就必将被竞争者远远地抛到后面。

旅游企业“负责任旅游”实践也是促进旅游目的地实现社会公平与社会和谐的最好切入点。

“负责任旅游”不主张企业不顾一切地追逐经济利益的短视做法, 企业在与雇员、客户等利益相关者保持良好关系的同时, 更加重视与环境和社会的和谐。旅游企业关注社会责任, 有助于企业通过环境保护和公益性事业缓解社会矛盾, 为建立和谐社会做出自己的贡献。由于种种原因, 旅游业发展会使成果分配很难同时满足各利益相关者的需要, 一些良好旅游资源的占用者获得的收益要大于生活在资源不利地区的人们, 从而在旅游收益分配中处于不利地位。虽然企业对社会不承担直接责任, 但通过对社会尽责可以对利益分配进行调节, 从而营造和谐的社会氛围。

四、国内外“负责任旅游”在旅游企业管理中的实践

“负责任旅游”不仅是一种理念, 也是一种实践。随着世界上越来越多的游客开始接受具有社会责任感的企业的产品和服务, 激励更多旅游企业将“负责任旅游”在自身的实践活动中加以考虑, 这也引发了学者对旅游企业负责任旅游实践的研究。在我国, 在旅游企业的经营理念和管理实践中尚未建立“负责任旅游”的概念, 专门研究旅游企业社会责任的文献也很少。徐勤飞(2005)将“社会责任”观念引入旅游企业的诚信经营, 从平等对待内部员工和对消费者诚信等方面提出促进旅游企业诚信的经营对策。2006年在“新亚洲改变世界旅游”国际研讨会上, Rong Huang, Danqing Liu (2006)发表了通过对中国的主要国际旅行社散发的宣传册内容进行调查, 研究了中国的旅行社宣传册中所包含的与“负责任旅游”有关的信息。此外, 诸葛仁中国生态旅游国际论坛(2005.11.15-16 浙江?临安)上发表了“绿色环球21: 中国负责任的生态旅游开发商和经营者的明智选择”一文; 2006年6月在中国绍兴举办的第二届文化遗产保护与可持续发展国际会议上, 将“负责任旅游”作为遗产保护手段之一进行了讨论。上述情况表明中国已开始关注负责任旅游。

近年来国际上旅游企业“负责任旅游”实践活动比较活跃。英国、澳大利亚和东南亚等国的大型旅游经营商纷纷提出了企业“负责任旅游”的目标, 制定了“负责任旅游”政策或战略, 推出“负责任旅游”产品。英国世界旅行(Trips Worldwide)旅行商自1991年开始专门组织到拉丁美洲的“负责任旅游活动”, 为旅游者提供参加这类活动的各种信息, 帮助旅游者体验新奇的旅行。该企业“负责任旅游”的目标有二: (1)在企业的员工、地方供应商和顾客中开展了具有环境意识的实践活动; (2)通过节约能源、限制污染、促进对当地民俗文化及生物的理解与尊重等实践

活动,减少企业和顾客对环境的影响,与此同时这家企业还制定了达到“负责任旅游”目标的战略。该战略的主要内容包括:在商业决策中考虑环境问题;使用再循环或环保型的纸张制作各类宣传册、传单和信笺;办公用品尽可能反复使用,节约办公能源;鼓励顾客还回不需要的册子供办公室循环使用,或供其他顾客使用;尽可能使用当地饭店和交通系统提供的服务,促进地方产品和设施的购买,从而使当地获得直接的经济利益;与当地的供应商、保护团体和当地其他团体一起工作,强化环境、生物和接待地文化的保护;提供详细的目的地有关情况 and 旅行社的材料,以促进企业员工和顾客对目的地文化、生物和环境问题的理解与尊重,这些材料内容包括如何进行保护赞助活动、旅行者准则等,以期对所访问地区的负面影响减少到最低限度。

这些目标和战略比较全面地概括了旅游经营商在“负责任旅游”方面的举措,世界上其他推行“负责任旅游”的经营商也制定了与英国“世界旅行”类似的“负责任旅游”战略。

五、旅游企业实现“负责任旅游”的对策

“负责任旅游”对旅游企业在旅游系统中的任务和作用提出了新的要求。从旅游大系统来看,“负责任旅游”要求系统中所有组成部分均按照负责任旅游原则采取行动。“负责任旅游”要求企业重视自身的社会责任,超越把利润作为唯一目标的传统理念,追求满足旅游者需求最大化与对当地经济、环境和社会负面影响最小化目标之间的平衡,促进旅游目的地社会公平与社会和谐的实现。

旅游企业在经济方面的社会责任,主要是强调旅游真正对当地经济有所贡献,作为负责任的旅游经营者,应尽量减少从旅游业中产生的收益流出当地经济。如旅游企业在员工招募和录用方面应尽量考虑当地居民;尽量购买当地出产的产品,刺激当地经济;积极支持当地基础设施建设和繁荣当地人民的生活;在产品开发的过程中注重向游客提供当地的设施,促销当地的节庆活动、传统食品、文化事件和当地生产的手工艺品等等。

旅游企业在社会文化方面的社会责任,主要是要求企业尊重当地文化,支持当地的社区旅游开发,考虑自身的实践活动对当地社会产生的影响。尽管旅游可以改善当地生活水平,但是没有控制的开发可能会造成整个社会的不稳定和其它负面现象的出现,如收益分配不平等、卖淫、乞讨、酗酒和毒品泛滥等。作为负责任的旅游经营者应该对旅游所引发的潜在的负面社会影响非常敏感,防止旅游实践活动破坏当地文化传统、宗教场所或毁坏文化纪念物等。此外,旅游企业在目的地的社会责任,依当地文化背景的不同而有差异,有的地区侧重于保证游客的安全,有的则倾向于从当地旅游资源中获得收益以及对旅游收益进行公平分配。作为负责任的旅游企业,首先应该确定自己在当地社区的社会责任主要是什么,然后选择承担社会责任的方式。具体来说,首先向旅游目的地的旅游供给者或社区代表询问有关需要,与其共同确定社区改善项目,与当地居民成为真诚的合作伙伴,建立信任和相互合作的关系。例如通过改善当地学校或医疗诊所、投资办学、向当地学校的儿童提供奖学金等方式履行社会责任,也可以对当地教育和健康事业提供支持,帮助当地改善生活质量,最终实现双赢。

旅游企业在环境方面的责任,主要体现于在确定旅游企业对当地环境的责任的前提下,采取切实有效的举措改善当地的环境状况。旅游造成的环境负面影响表现在视觉影响、噪音、大气污染、交通堵塞、水污染、自然栖息地的消失等诸方面,如旅游设施会产生许多废水、细菌和化学物质,这些物质如果不经处理就排放会污染土地和水体表面,破坏河湖和海洋资源。环境责任的实现可通过建立环境管理体系帮助企业审计环境绩效,这项工作主要是测量物质消耗和产生的废物,并确定减少对环境负面影响的方法。保护能源资源可通过有效利用“清洁”能源,如太阳能和风能,减少污染和负面影响。旅游设施运行中还会产生大量的固体废物,环境责任要求企业对废物处理进行规划,包括减少垃圾和垃圾的循环利用,对废物造成影响的整个过程承担责任。以自然为基础的旅游景区特别要对自然环境负责,对生态敏感的土地和生物栖息地加强管理,保护生物的多样性。加强废物和水资源管理不仅能为旅游接待地员工和当地居民创造安全的生活环境,减少疾病发生,提高生活质量,还可以通过减少能量消耗达到降低成本的目的。

总之,旅游业的经济收益及各地对经济效益的渴望,使旅游业在过去的二三十年中赢得了惊人的发展速度,但同时不适当的旅游活动也给环境和社会造成了不少负面影响。旅游企业是旅游运行的供给方,尤其是旅行社和遗产型旅游地在我国旅游行业中具有举足轻重的地位,这些旅游企业在改变各种旅游主体的观念和行为以使旅游业朝更加负责任的方向发展方面起着至关重要的作用,本文的目的是试图构建一个旅游企业恰当考虑负责任旅游问题的框架,以便对旅游业快速发展所造成的多重负面影响采取战略性和可操作性的预防性措施,使旅游业在促进可持续发展和社会和谐中发挥应有的作用【基金项目:“本项目得到上海旅游资源与文化发展创新基地资助”(项目编号:CLA601)作者系上海师范大学旅游学院副教授,上海财经大学国际工商管理学院旅游管理系博士生】

旅游企业“负责任旅游”的实现途径
乡村旅游开发管理模式及其意义探讨
以旅游业为龙头推进西部地区城镇化建设进程
张家口地区旅游客运的发展对策研究
保定市旅游产品整合营销研究

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心