

社会责任视角下的景区公司成长模式研究 ——以天龙旅游开发投资经营有限责任公司为例

李乐京, 陈志永, 梁玉华 (贵州教育学院旅游系, 贵州贵阳 550003)

摘要 在文献研究和实践调研的基础上, 从社会责任视角出发, 以贵州安顺天龙旅游开发投资经营有限责任公司为例, 探讨景区公司对其利益相关者所承担的社会责任, 以及在主动积极承担社会责任后的社会经济意义。

关键词 社会责任; 景区公司; 天龙屯堡; 旅游业

中图分类号 F270 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2007)20-06263-03

Study on Growth Model of Landscape Company under Perspectives of Social Responsibility

LI Le-jing et al (Department of Tourism, Guizhou Institute of Education, Guiyang, Guizhou 550003)

Abstract On the basis of literature study and investigation, Tianlong Tourism Development and Management Co., Ltd. in Anshun of Guizhou Province was taken as an example. Social responsibility of the landscape company for its stakeholders was discussed as well as the social economic significance after assuming its social responsibility actively.

Key words Social responsibility; Landscape company; Tianlongtunpu; Tourism industry

2001年5月, 由天龙屯堡当地人士陈云、平坝县建行职工郑汝成及贵阳风情旅行社总经理吴比等3人共同投资100万元组建的“天龙旅游开发投资经营有限责任公司”成立。公司与镇政府、村委会达成协议, 经平坝县政府同意授权经营50年, 公司作为旅游企业组织开发经营; 镇政府、村委组建“屯堡文化保护与开发办公室”, 作为行政管理机构进行管理; 村民自愿发起成立旅游协会, 由协会代表村民参与旅游开发事务。6年过去了, 贵州天龙屯堡旅游业发展势头强劲, 既取得良好的经济效益又获得令人振奋的社会效益。2001年至2006年, 天龙屯堡古镇共接待国内外旅游者130.76万人次, 实现旅游总收入8735.4万元人民币; 数家中外电视台对“天龙模式”以及其取得的成就进行了播报, 新华网等多家网上媒体长期宣传, 全国多家报刊杂志进行了报道; 世界旅游组织秘书长及国家旅游局资深专家学者高度评价“天龙模式”, 称“天龙模式”算得上全国旅游产业公司化运作标本, 世界旅游组织已把天龙的旅游开发作为该组织的乡村旅游开发试验项目基地。之所以有如此辉煌的成就, 可以说与天龙旅游开发投资经营有限责任公司(以下简称天龙公司)的社会责任分不开, 正如天龙公司的一位管理人员所说: “要办好乡村旅游, 最重要的是必须解决好乡村农民的利益问题, 很多地方办乡村旅游之所以失败, 就是因为没有处理好农民利益”。笔者以天龙公司为例, 对社会责任视角下景区公司的成长模式作一阐述。

1 企业社会责任的含义

从20世纪初开始, 事关企业经营兴衰成败的社会责任成为商界一个不可忽视的问题。关于什么是企业的社会责任? 学术界对此概念有不同表述, 管理学学者斯蒂芬·P·罗宾斯(Stephen P. Robins)与玛丽·坎特(Mary Coulte)认为: “企业社会责任是指超过法律和经济要求的, 企业为谋求对社会有利的长远目标所承担的责任”^[1]。而管理学学者哈罗德·孔茨(Harold Koontz)和海因茨·韦里希(Heinz Wehrich)认为, “公司的社会责任就是认真地考虑公司的一举一动对社会

的影响”^[2]。我国的一些学者认为企业的社会责任就是企业应为所处社会的全面和长远利益考虑, 全力履行的责任和义务。综上所述, 企业社会责任的内容极为丰富, 既有强制的法律责任, 也有自觉的道义责任。

2 对各利益相关者承担社会责任的体现

从系统论角度出发, 企业是一个开放的有机体系, 必须对它的利益相关者和环境负责。从天龙公司运行的情况来看旅游业企业的利益相关者包括员工、投资者、消费者、合作者、社区居民等, 因此针对不同的对象旅游业企业需要承担不同的责任^[3]。

2.1 对投资商、合作者的责任

在市场经济条件下, 公司与投资商的关系, 是企业内部关系中最主要的内容, 无论是从经济、法律还是道德层面, 企业承担的首要社会责任是必须对投资商负责, 所从事的任何投资都必须以能给投资人带来利润为基本前提, 也就是说企业要努力使投资商的利益最大化, 并对其资金安全和收益负责。公司作为一个经济实体, 其经营管理者有责任向投资人提供真实的经营和投资方面的信息, 公司要通过财务报表、公司会议等渠道让投资人了解公司的经营状况。天龙公司成立以来, 一直通过市场化方式运营天龙镇乡村旅游, 取得了较好的社会效益与经济效益。

公司对合作者的社会责任主要体现在企业与企业之间应维系相互平等、相互尊重的纽带, 牢固树立契约意识与忠实履行契约的伦理精神。天龙公司为提高旅行社开拓市场的积极性, 公司没有执行物价部门核定的每人75元的门票价格, 而直接将含中餐35元的捆绑价格让利旅行社做市场, 把一个非常大的价格空间拿给旅行社, 从而使贵州省的国旅、中旅、风情等各大旅行社争先恐后宣传推介天龙屯堡乡村旅游, 组织客流到天龙。公司与旅行社之间互惠互利、团结协作, 信守承诺。

2.2 对员工的责任

一个对员工负责任的公司, 除了能为员工提供工资报酬外, 还要提供平等的就业机会、升迁机会、接受教育机会。天龙旅游公司先后录用150多名村民在公司工作, 间接解决了380多人的就业问题。在天龙屯堡旅游公司就业的一百多人中, 他们从事导游、管理、地戏表演、唱歌、跳舞、服饰展示等工作, 高的月薪1800元, 低的月薪

基金项目 贵州省教育厅自然科学基金项目成果 黔教科 2006328)。

作者简介 李乐京(1967-), 男, 贵州贵阳人, 硕士, 讲师, 从事旅游市场营销和区域旅游发展研究。

收稿日期 2007-04-17

700多元。在用人制度上,不管性别、年龄、家族背景,只要有工作热情和能力,公司就提供其就业机会。为了提高员工素质,在旅游淡季,公司还组织员工走进贵州高校进行短期的旅游专业知识培训,除此之外,公司每年还出钱组织员工轮流到青岩古镇、镇山村、黄果树等旅游景点参观,使员工在为企业工作的同时,有机会提高自己的科学文化知识以及专业技能。

2.3 对社区的责任 企业需要在一定的社区环境中生存和发展,因此,重视社区利益,是企业应当承担的社会责任。企业应根据自己的条件,积极关心和支持社区的文化、教育等事业的发展,同当地政府、居民、公共团体建立良好的关系,在自身事业发展同时,为社区提供更多更好的就业机会,促进当地经济和社会的发展,除此之外,企业社会责任的衡量指标还包括了企业的环保意识,关注社区环境以及社区经济的可持续发展^[9]。

天龙旅游公司生存与发展是以天龙古镇为依托,天龙古镇的屯堡文化、自然风光、人员素质都是公司吸引游客的资源。神秘的屯堡文化、高素质的人群、良好的社区环境是公司发展的有利条件。就屯堡文化而言:地戏、服饰、饮食、建筑等屯堡文化的具体体现物需要保护与传承,独特的文化内容赋予了天龙镇旅游地丰富的内涵;如何将传统文化的精髓通过现代天龙屯堡人演绎出来,保护好原生态的文化风貌而不被现代文明所浸染,使这奇异的屯堡文化流光溢彩,这既是公司成功运作的关键,也是公司的社会责任,是社区人保护自己家园的义务。为了继承和发展天龙屯堡的传统文化,公司出台了一些政策,如公司请老艺人将地戏表演传授给年轻人,并根据地戏表演者的表演质量来评定等级,据等级发给相应的演出费用,这种激励方法,激发了一些青年人学习地戏的积极性。公司还出资从高校请来老师,在冬季农闲时通过农民协会组织农户免费学习计算机应用技术、导游技能、餐饮服务、屯堡版画、屯堡刺绣等技艺,并对参与学习的农户发放纪念品,以帮助农户提高营销水平和文化素养。公司积极支持社区的文化教育事业,对考上大学的村民提供车旅费,代缴了村里适龄儿童的全部学费。公司为天龙镇上天龙村、山背后村、天台村总共7000多人全部购买医保,解决了农户就医问题,并将游客烧香捐款的钱按一定比例提成来协助村委会建立老龄协会,关心下一代工作委员会,老年体育协会等民间组织。丰富多彩而又健康积极的民间活动替代了以前农闲时的聚众赌博、打架斗殴等事件。2005年天龙镇还被县政府评为全县的“十无”村——“一无脏乱差现象及人畜重大疫情流行,二无适龄儿童失学辍学,三无政策外生育户,四无封建迷信活动,非法组织‘法轮功’等,五无卖淫嫖娼和聚众赌博,六无盗窃等刑事案件,七无吸毒、贩毒和种植毒品,八无重特大安全事故,九无集体性事件,十无返贫现象和极贫户”。除此之外,公司没有忘记对景区自然环境所应承担的社会责任。为了保护自然环境,天龙公司成立了8人卫生队,负责保洁工作,成立了治安队,维护治安。建水冲式旅游厕所,定期免费为农户的旱厕杀虫、消毒,对随意乱拆乱建自家古老的石头房子的一些村民,公司通过宣传教育使其明白发展旅游业所能带来的好处,并出资让乱拆乱建的村民恢复他们石头房屋原有风貌,经过公司维修的道路、建筑既保持了天龙镇的古朴风貌,又改善了环境卫生,使原

来脏、乱、差的村子变得卫生、整洁。在公司不断的宣传培训下,天龙镇人的综合素质得到了提高,纯朴的民风、热情好客的天龙镇人,赢得大量的游客,取得了经济效益与社会效益的双丰收。仅2006年,天龙公司接待游客43万多人次,实现销售收入近600万元,实现旅游收入3550多万元。2003年以来,先后被省、市、县评为“文明示范村”;“全省旅游先进单位”;“贵州省文明风景名胜区”;“全国农业旅游示范点”。天龙旅游公司的创立,促进了当地经济的发展,为解决三农问题、调整产业结构提供了新的思路。

2.4 对消费者的责任 企业对消费者承担的责任,主要体现在尊重消费者的知情权与自由选择权。景区公司是通过给游客提供旅游产品和服务来实现自己利润的经济组织,旅游产品有不同于其他消费品的独特性,一旦消费者离开居住地,旅游消费就已经开始,至于景区的饮食质量、住房条件、导游素质、旅游产品的丰富度以及异质也只有消费过后才能得出结论。因此,作为一个对消费者负责任的景区公司,不能通过虚假广告糊弄消费者。对于消费者而言,旅游消费更具危险性。消费者必须对景区产品和服务有足够了解才真正具有自由选择权,知情权是自由选择权的基础,不具备足够的知情权也就不可能有自由选择权。所以,景区公司承担着“诚实销售、优质服务”的社会责任。

天龙旅游公司的主要旅游产品是天龙镇屯堡文化,每位到天龙镇的游客要购买30元的门票,这30元的门票包含了在茶驿站品茶,在规定的时间内观看地戏、由导游带领游客游玩天台山、参观五龙寺、天龙镇以及欣赏沿途的田园风光、农耕文化、及其独特的石头建筑物,如果游客想购买当地的农产品、特产、食物、或在当地食宿则须另外提供服务费。为了天龙镇旅游产品名至实归,景区公司一方面在专家的指导下提高硬件设施:投资建设茶驿站,改建道路,清理河道,改建沿街公厕等。另一方面,公司努力提高自身管理水平,积极探索有效的激励机制推动员工做好服务,即使只有一位客人公司也要求地戏表演队准时演出,不足的演出费用由公司填补。公司除了加强对内部员工的管理外,还积极通过政府以及农民协会来指导自主经营的农户,使其在经营时避免恶性竞争,鼓励诚实守信,共同维护天龙屯堡旅游产品这一块金字招牌。因此,游客在天龙镇旅游时大多感到物有所值。2003年天龙屯堡人围绕寻亲主题开展的系列旅游活动吸引了很多南京市民到天龙屯堡来旅游,许多游客临走时还留下这样一句话:“我来了一次,还想来第二次、第三次,不仅自己来还要带着家人亲戚朋友来。”可见,景区公司在对消费者负责的同时,也给自己带来了现实利益。

2.5 对政府的责任 政府是代表国家对社会进行组织、协调、监督和管理的组织。在现代市场经济条件下,企业和政府的关系逐步由单纯的管理、控制走向监督、协调和服务。在现代社会,政府越来越演变为社会的服务机构,扮演着为企业、公民需要服务和实施社会公正的角色,在这样一种制度框架下,企业对政府的责任主要表现为“合法经营、照章纳税”,这既是企业的经济责任,也是社会责任。企业在创造利润的同时,也通过纳税的方式在协助政府调节社会公平,企业协助政府解决好环境保护、就业、社会福利等问题,一方面可以为自己创造良好的外部环境,得到包括政府在内的社会各界的支持与帮助,另一方面还可以提高企业内部运

转效率,提升企业凝聚力,培养员工忠诚度,激发员工的工作热情。景区公司成立至今,向政府直接纳税 100 多万元,协助政府解决了社区部分居民的就业问题,为社区居民购置医疗保险,关心失学儿童,组织大型的演出来宣传天龙镇。景区公司为政府分忧解难,也得到了政府的肯定,政府对天龙镇加强了基础设施的投入,更加促进了天龙镇旅游业的发展。

3 景区公司承担社会责任的社会经济意义

企业承担一定的社会责任,或参与一定的社会活动会给企业自身的经济收入带来一些影响,这些影响有积极的也有消极的,但是从长远的观点看,积极的一面远远大于消极的一面。具体体现在以下方面。

3.1 提高了旅游公司的社会形象,创造了无形资产“天龙发展我发展,我与村民共兴衰”是天龙旅游公司的经营理念,在此经营理念的主导下,将天龙镇的发展作为自己发展的前提,和村民共享利益,积极主动地承担自己的社会责任,天龙公司避免了许多旅游公司以牺牲环境来赚取利润的短视行为,得到了社会各界的广泛认可。神秘的屯堡文化、成功运行的天龙模式,吸引了许多媒体的眼球,多家电视台、报刊杂志对其进行采访报道。国内外许多摄影协会、旅游团体通过不同的形式将天龙屯堡旅游品牌推广出去,一些社会政要、知名人士的莅临指导更点燃了人们参观、了解天龙屯堡文化的激情。许多商家花费巨额广告费都不一定达到的宣传效果,天龙旅游公司做到了,前来旅游的人数逐年递增,旅游收入也由 2001 年的 76.8 万元增加到 2006 年的 3 550.8 万元。同时屯堡的几类商标已进行注册,形成了屯堡旅游食品、酒类、蜂茶、服装等 系列品牌”。可见,企业主动承担社会责任,有利于满足社会公众的期望,加强公众对企业的认同感,扩大企业知名度,提升企业的社会形象,使企业获得更多的社会支持,形成企业生存与发展的良好环境,进而形成企业发展的无形资产。

3.2 增强了企业的竞争优势 一个企业的竞争优势主要体现在公司拥有被消费者喜爱的核心产品,并且这种产品品质优、价廉、不可替代,它不仅能在功能上满足消费者的需要,更能在情感上满足消费者的需求。其次,公司的竞争力还体现在它有一个具有创新意识、团结协作的团队,这些团队成员在任何情况下都能忠实于自己的组织并将自己的荣辱与公司的命运相联系。最后,公司的竞争力还体现在它有良好的社会支持系统,政府、银行、媒体、合作者能够在关键时候给予道义、资金、人力、物力等多方面的支持与配合,如此占据天时、地利、人和的企业才能具有无坚不摧的战斗力和商业竞争中博得头彩。

天龙旅游公司将黔中大地的发掘的屯堡文化以及开发出来的天龙寺作为它区别于其他旅游景点的吸引物,以具有创新意识的天龙模式经营运作,这种将利润合理分配给利益相关者的营运模式一方面赢得了团队的忠诚,另一方面获得了各方的支持与合作,为公司的发展创造了更为宽松的经营环境,增强了竞争力。例如,公司的整体规划与经营管理得到了农户的支持与配合,具体表现在农户配合整改农厕、按公司整体规划的要求维修店面,只销售屯堡人自己制作的手工艺品,虽然公司也提供了一定的帮补费用,但能得到农户

的积极响应,不能不说公司积极承担社会责任所塑造的良好企业形象是它产生巨大影响力赢得竞争优势的主要原因。

3.3 与利益相关群体形成和谐关系 翻开景区公司大事记,不难看到天龙镇曾得到多位领导的关心与支持,并荣获全国创建文明村镇工作“先进村镇”、全国十大古村、全国民主法治示范村、全国农业示范点、全国治安模范镇、小康村、“十无”村等荣誉。在大型活动中社区群众积极参加演出,这一切都对公司的发展做出了贡献。由此可见,从某种意义上讲,在今天的市场经济下,合作有时比竞争更为重要,与政府的合作,与社区的合作,与供应商的合作,有利于打造一个和谐融洽的外部环境,给予企业一个迅速成长的空间,而合作的基础之一,就是企业应该积极承担社会责任。企业对政府负责,诚实纳税,积极参与公益事业,可以减轻政府来自于社会公众方面的压力,有助于政府完成其协调社会公平、实施宏观政策的社会责任,相应地就会获得政府对其社会参与行为的积极认同,在制定和实施政策上向企业倾斜,并尽可能对企业的发展给予支持,其结果是使企业的经济决策活动有了更多的自由和灵活性,为自身的顺利发展铺平道路。

3.4 提高经营管理水平,提高员工积极性 公司承担社会责任必然会在短时间影响自己的收入,因此,要提高有限资金的利用率就需要管理者提高自己经营管理水平,激发员工的工作积极性,员工作为创造企业价值的主体,员工的态度、言行自然会融入到每项服务中,对客户的满意度产生重要的影响,员工的不满意很可能导致顾客的不满意。因此,企业对员工负责可以增强企业内部员工的凝聚力和工作热情,激发员工的积极性和创造性,从而提高劳动生产效率和经济效益,最终使企业获利。例如,在天龙公司积极承担社会责任的影响下,天龙公司的员工把旅游业的发展与自身的利益结合起来,积极主动学习相关的旅游服务技能,自觉遵守公司的各项管理章程,文明待客,热情周到地做好旅游接待工作,积极维护公司的形象^[5-6]。

4 结论

企业作为一个经济组织,其存在的本质自然是追求利润最大化,但由于企业根植于一定的社会中,故不能孤立存在于社会。因此,企业在制定经营战略时既要考虑自身利益,同时也要从环境的需求出发,将社会、文化、政治因素以及利益相关者等因素纳入决策之中,只有懂得用好的产品和服务回馈社会的企业,才可能拥有一个和谐、健康的经营环境,才能不断提升自己的社会形象,赢得社会的尊重与支持,才能在创造利润神话的同时赢得更多的无形资产,也才能不断扩大市场份额,提高企业知名度与美誉度,为企业的生产经营活动创造宽松的外部关系环境,从而不断提高企业的竞争力。

参考文献

- [1] 斯蒂芬·罗宾斯.管理学[M].北京:中国人民大学出版社,1998:94.
- [2] 哈罗德·孔茨.管理学[M].北京:经济科学出版社,1998:43.
- [3] 田虹.从利益相关者视角看企业社会责任[J].管理现代化,2006(1):25-27.
- [4] 王关义.论现代企业的社会责任[J].经济与管理研究,2006(3):60-63.
- [5] 张德南.企业社会责任对企业效益的影响[J].辽宁工学院学报,2006(2):79-81.
- [6] 张彦宁.企业社会责任的新内涵[J].企业管理,2005(1):11.