

李 杨. 农业旅游资源竞争力实证研究——以河南省为例[J]. 江苏农业科学, 2014, 42(8): 459–462.

农业旅游资源竞争力实证研究

——以河南省为例

李 杨

(平顶山学院, 河南平顶山 467000)

摘要:以河南省 9 个农业旅游景点为样本,通过发放调查问卷和电话访问的方式获取相关数据,并运用变异系数法和灰色关联分析方法进行实证研究,结果表明,所选取的 9 个景点在旅游条件上差异度较小,在资源价值、开发条件上差异程度较大。因此,各个农业旅游景点应重视科学规划,发挥区域优势,突出旅游景点特色,丰富旅游内容,完善基础设施提高管理水平,加强宣传拓宽市场,以进一步提高市场竞争力。

关键词:农业旅游;竞争力;变异系数法;灰色关联分析

中图分类号: F590.3;F323.4 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002–1302(2014)08–0459–04

农业旅游是一种以农业和农村为载体的新型生态旅游,它把农业与旅游业相结合,把农业生产、农业技术的应用与游客参与等融为一体,既有利于拓展旅游空间,满足人们回归大自然的愿望,又有利于增加农业生产的附加值,农业旅游已成为旅游业的一个重要发展方向^[1–2]。目前,在我国已评定出的农业旅游示范片中,河南省仅占 29 家,这与河南丰富的农业资源不相符。因此,对河南省农业旅游资源竞争力状况进行科学评价,发现其存在一些问题并采取相应的对策,这对于发展河南省农业旅游具有重要的意义。

1 河南省农业旅游现状

河南是农业大省,具有发展农业旅游的良好条件^[3]。从自然条件看,河南地处北亚热带和暖温带,动植物资源丰富,盛产多种水果、蔬菜和花卉,全省各地建立了多个农业生产示范基地;从文化底蕴看,河南是华夏文明的发祥地,深厚的文化底蕴孕育了丰富多彩的乡土民俗文化。河南省各地主要的农业旅游资源见表 1。

表 1 河南省主要农业旅游资源

地区	农业旅游资源
商丘	永城芒砀山、民权王公庄村、睢阳梁园
郑州	金鹭鸵鸟园、康百万庄园、嵩山少林寺、郑州丰乐农庄葵园、巩义杨树沟、侯寨乡樱桃沟、河南省农业高新科技园
濮阳	西辛庄村、东北庄杂技之乡、濮阳中原绿色庄园、顿丘农庄
开封	焦裕禄纪念馆、朱仙镇
许昌	禹州森林植物园、鄢陵国家花木博览园、魏文帝墓
周口	老子故里旅游区、郸城中原民俗文化园、关帝庙景区
驻马店	峻岢山、薄山湖、汝南县南海禅寺
漯河	南街村、龙堂村
平顶山	林丰庄园、金牛山风景石榴园
安阳	马氏庄园、红旗渠、羑里城遗址
新乡	郭亮村、七里营刘庄、卫辉跑马岭休闲生态园、新乡回龙农业风景旅游区
焦作	陈家沟、广惠农业发展观光区
济源	九里沟景区、黄河二峡风光、阳台宫
鹤壁	雁鸣湖、鹤壁市三兴康乐村
洛阳	南村、重渡沟、常袋乡红提园、洛阳天地新观光园
三门峡	灵宝亚武山、灵宝鼎湖湾、豫西大峡谷、双龙湾
信阳	鸡公山风景区、罗山县灵山、商城县汤泉池和金刚台国家地质公园、罗山董寨鸟类自然保护区
南阳	白河漂流、西峡恐龙蛋化石博物馆、灌河漂流、鸭河口游览区

2 竞争力评价

2.1 评价指标体系的建立

农业旅游资源评价指标体系是一个多因素组成的多层次复杂系统,涉及经济、社会、资源等诸多要素,不同学者给出了不同的评价体系^[4–5]。杨建华等给出了包括 2 个综合评价

收稿日期:2013–10–30

基金项目:河南省政府决策研究招标课题(编号:B075)。

作者简介:李 杨(1980—),女,河南开封人,硕士,讲师,主要从事企业经济、农村经济研究。E-mail:hengyu2001@126.com。

层、5 个项目评价层、17 个因子层的评价指标体系^[6]；胡娟等给出了包括 3 个综合评价层、8 个项目评价层、16 个因子层的评价指标体系^[7]；喻红林等给出了包括 3 个综合评价层、9 个项目评价层、11 个因子层的评价指标体系^[8]。在指标的选取过程中,本研究参考了其他学者的评价方法和 GB/T 18972—2003《旅游资源分类、调查与评价》,依据代表性、科学性、可操作性等原则,并考虑到数据获取上的局限性,建立了一套评价指标体系(表 2)。采用模糊计分的方法,将评级二级指标划分为 4 个等级,按其优劣赋值(表 3)。

表 2 农业旅游资源竞争力评价指标体系

目标层	一级指标	二级指标
农业旅游资源总体评价	资源价值	愉悦感
		奇特度
		适游期
	旅游条件	民俗文化
		知名度
		景点组合
		景区容量
		食宿条件
		费用
	开发条件	旅游购物
		交通便捷性
		景区管理水平
		区域经济条件
		客源市场条件

表 3 农业旅游资源竞争力评价模糊分

二级指标	评分等级			
	8~10	5~7	3~4	1~2
愉悦感	很好	好	较好	一般
奇特度	罕见	少见	较少见	一般
适游期	3~4 个季度	2~3 个季度	1~2 个季度	1 个季度
民俗文化	很丰富	丰富	较丰富	一般
知名度	很高	高	较高	一般
景点组合	优	良	中	一般
景区容量	很大	大	较大	一般
食宿条件	优	良	中	一般
费用	很高	高	较高	一般
旅游购物	极丰富	丰富	较丰富	一般
交通便捷性	很方便	方便	较方便	一般
管理水平	优	良	中	一般
区域经济条件	优	良	中	一般
客源市场条件	优	良	中	一般

2.2 样本数据的采集和处理

选取河南省 9 个农业旅游景点进行实证分析,分别为重渡沟风景区(A1)、康百万庄园(A2)、郑州丰乐农庄葵园(A3)、南街村(A4)、郸城中原民俗文化园(A5)、鸭河口水库风景区(A6)、顿丘农庄(A7)、金牛山风景石榴园(A8)、鄢陵国家花木博览园(A9)。2012 年 4—11 月,笔者到选取景点旅游,通过问卷调查和电话访问的形式,向相关管理人员、专家和游客获得对每一个二级指标的打分。本次调查共发放调查问卷 270 张,收回 254 张,回收率为 94.1%;打电话访问共计 60 人次。为了消除数据量纲的影响,对原始数据进行无量纲化处理,处理后结果见表 4。

表 4 各旅游景点评价指标无量纲化处理后的模糊评分

一级指标	二级指标	旅游景点模糊评分分值(分)								
		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9
资源价值	愉悦感	10	5	8	5	3	2	4	6	6
	奇特度	10	5	9	3	2	1	2	4	6
	适游期	5	10	4	4	7	2	7	8	7
	民俗文化	4	10	2	5	9	1	5	6	3
	知名度	9	4	6	10	1	1	2	4	3
	景点组合	10	4	10	10	2	2	5	3	5
旅游条件	景区容量	10	5	9	8	3	2	4	3	4
	食宿条件	10	2	5	7	2	2	2	2	3
	费用	4	2	3	5	2	3	2	2	2
	旅游购物	4	3	8	6	4	2	5	2	3
	交通便捷性	8	6	10	8	4	2	6	2	5
	景区管理水平	10	4	8	10	2	2	4	2	5
开发条件	区域经济条件	8	6	10	9	3	5	4	7	6
	客源市场条件	9	5	8	10	3	2	5	3	4

2.3 综合评价方法

为避免主观因素对指标权重的影响,选用变异系数法来确定权重。由于灰色关联分析方法可以针对小样本容量进行分析,运算比较简单^[9],因此,在进行竞争力评价时,采用灰色关联法。农业旅游源竞争力评价系统是一个信息不完全的灰色系统,一是某些评价指标的数据无法从统计资料中获得,造成信息缺失,二是不可能完全知道所有影响农业旅游资源竞争力的要素,在分析时仅能用有限的主要指标来衡量,用数

理统计方法进行评价分析并不科学、准确。

2.3.1 一级综合评价 (1)资源价值评价。包含 7 个二级指标,权重为:

$w_1 = (0.125\ 0\ 0.151\ 3\ 0.107\ 4\ 0.131\ 6\ 0.167\ 2\ 0.164\ 0\ 0.153\ 4)$ 。

各旅游景点竞争力在资源价值方面的灰色关联系数矩阵为:

$$\begin{bmatrix} 1.000 & 0.444 & 0.667 & 0.444 & 0.364 & 0.333 & 0.400 & 0.500 & 0.500 \\ 1.000 & 0.474 & 0.818 & 0.391 & 0.360 & 0.333 & 0.360 & 0.429 & 0.529 \\ 0.444 & 1.000 & 0.400 & 0.400 & 0.571 & 0.333 & 0.571 & 0.667 & 0.571 \\ 0.429 & 1.000 & 0.360 & 0.474 & 0.818 & 0.333 & 0.474 & 0.529 & 0.391 \\ 0.818 & 0.429 & 0.529 & 1.000 & 0.333 & 0.333 & 0.360 & 0.429 & 0.691 \\ 1.000 & 0.400 & 1.000 & 1.000 & 0.333 & 0.333 & 0.444 & 0.364 & 0.444 \\ 1.000 & 0.444 & 0.800 & 0.667 & 0.364 & 0.333 & 0.400 & 0.364 & 0.400 \end{bmatrix}。$$

由此计算出各旅游景点竞争力在资源价值方面的关联度为:

$$R_1 = (0.834\ 7, 0.571\ 7, 0.672\ 8, 0.653\ 6, 0.435\ 2, 0.333\ 3, 0.422\ 7, 0.455\ 7, 0.455\ 2)。$$

$$\begin{bmatrix} 1.000 & 0.333 & 0.444 & 0.571 & 0.333 & 0.333 & 0.333 & 0.333 & 0.364 \\ 0.429 & 1.000 & 0.600 & 0.333 & 1.000 & 0.600 & 1.000 & 0.333 & 0.333 \\ 0.429 & 0.375 & 1.000 & 0.600 & 0.429 & 0.333 & 0.500 & 0.333 & 0.375 \\ 0.667 & 0.500 & 1.000 & 0.667 & 0.400 & 0.333 & 0.500 & 0.333 & 0.444 \\ 1.000 & 0.400 & 0.667 & 1.000 & 0.333 & 0.333 & 0.400 & 0.333 & 0.444 \end{bmatrix}。$$

由此计算出各旅游景点竞争力在旅游条件方面的关联度为:

$$R_2 = (0.750\ 5, 0.491\ 0, 0.698\ 5, 0.636\ 9, 0.472\ 7, 0.378\ 2, 0.513\ 9, 0.333\ 3, 0.388\ 8)。$$

$$\begin{bmatrix} 0.636 & 0.467 & 1.000 & 0.778 & 0.333 & 0.412 & 0.368 & 0.538 & 0.467 \\ 0.800 & 0.444 & 0.667 & 1.000 & 0.364 & 0.333 & 0.444 & 0.364 & 0.400 \end{bmatrix}。$$

由此计算出各旅游景点竞争力在开发条件方面的关联度为:

$$R_3 = (0.727\ 3, 0.454\ 3, 0.814\ 7, 0.901\ 3, 0.350\ 2, 0.368\ 2,$$

$$\begin{bmatrix} 0.834\ 7 & 0.571\ 7 & 0.672\ 8 & 0.653\ 6 & 0.435\ 2 & 0.333\ 3 & 0.422\ 7 & 0.455\ 7 & 0.455\ 2 \\ 0.750\ 5 & 0.491\ 0 & 0.698\ 5 & 0.636\ 9 & 0.472\ 7 & 0.378\ 2 & 0.513\ 9 & 0.333\ 3 & 0.388\ 8 \\ 0.727\ 3 & 0.454\ 3 & 0.814\ 7 & 0.901\ 3 & 0.350\ 2 & 0.368\ 2 & 0.410\ 7 & 0.441\ 3 & 0.429\ 6 \end{bmatrix}。$$

(2) 采用变异系数法计算指标权重: $W = (0.305\ 2\ 0.294\ 9\ 0.3999)。$

$$\begin{bmatrix} 1.000 & 0.512 & 0.630 & 0.603 & 0.408 & 0.355 & 0.401 & 0.421 & 0.421 \\ 1.000 & 0.515 & 0.841 & 0.708 & 0.498 & 0.425 & 0.538 & 0.398 & 0.432 \\ 0.613 & 0.381 & 0.761 & 1.000 & 0.333 & 0.341 & 0.360 & 0.375 & 0.369 \end{bmatrix}。$$

(4) 计算各景点总的灰色关联度: $R = (0.845\ 2, 0.460\ 6, 0.744\ 5, 0.792\ 9, 0.404\ 8, 0.370\ 0, 0.424\ 8, 0.395\ 6, 0.403\ 4)。$

由此可见, 9 个旅游景点竞争力由强到弱依次为重渡沟风景区(A1)、南街村(A4)、郑州丰乐农庄葵园(A3)、康百万庄园(A2)、顿丘农庄(A7)、郸城中原民俗文化园(A5)、鄢陵国家花木博览园(A9)、金牛山风景石榴园(A8)、鸭河口水库风景区(A6)。

3 评价结果分析

在资源价值指标中, 知名度的权重最大, 为 0.167 2, 各个景点在知名度方面差异较大, 该指标得分较高的景点竞争力排名也比较靠前, 如排名前 2 名的景点得分都在 9 分以上, 排名靠后的景点得分都在 1~2 分之间。此外, 景点组合和景区容量也是影响景点竞争力的重要因素。在调研中发现, 游客

(2) 旅游条件评价。包含 5 个二级指标, 权重为:

$$w_2 = (0.300\ 6\ 0.168\ 3\ 0.182\ 8\ 0.146\ 7\ 0.201\ 6)。$$

各旅游景点竞争力在旅游条件方面的灰色关联系数矩阵为:

(3) 开发条件评价。包含 2 个二级指标, 权重为:

$$w_3 = (0.444\ 0\ 0.556\ 0)。$$

各旅游景点竞争力在开发条件方面的灰色关联系数矩阵为:

0.410 7, 0.441 3, 0.429 6)。

2.3.2 二级综合评价 (1) 根据一级评价结果得到评价矩阵:

(3) 计算各旅游景点竞争力在开发条件方面的灰色关联系数矩阵:

普遍认为康百万庄园具有较浓厚的民俗文化, 此项得分为 10 分, 但是, 由于景点较少, 景点组合和景点容量得分不高。奇特度的权重也较大, 为 0.151 3, 充分反映出求新、求异是人们旅游的普遍心理。在旅游条件指标中, 食宿条件的权重最大, 为 0.300 6, 景区管理水平次之, 权重为 0.201 6, 所选取的 9 个旅游景点在这 2 个指标中区分度较大, 排名靠前的景点得分都在 7~10 分之间, 排名靠后的景点得分都在 2 分左右; 其他指标如费用、交通便捷性等区分度较小。

评价体系一级指标中资源价值、旅游条件、开发条件的权重分别为 0.305 2、0.294 9、0.399 9, 这说明所选取的 9 个样本中, 旅游条件差异程度较小, 而在资源价值、开发条件上差异程度较大, 农业旅游的开发必须以资源为基础, 并且区位优势明显的景点发展潜力更大。

从评价得分排名来看, 重渡沟风景区、南街村、郑州丰乐

农庄菜园竞争力强,共同特点是资源优势明显,景区管理水平、基础设施、区位条件好;康百万庄园、顿丘农庄、鄢陵国家花木博览园竞争力较强,共同特点是适游期较长、民俗文化厚重,给人带来的愉悦感较好,但旅游基础设施、管理水平和区位条件方面优势不明显;金牛山风景石榴园、郸城中原民俗文化园和鸭河口水库风景区竞争力一般,这些景点虽然具有较丰富的民俗文化资源,但是景区的区位条件较差,同时,在景区开发过程中,基础设施建设滞后,景点组合不够丰富,品牌推广方面也存在很大缺陷。

4 河南省农业旅游发展对策

4.1 政府主导,科学规划

各地政府要把农村旅游业纳入社会主义新农村建设的总体规划中,从各地农村实际和旅游市场需求出发,论证和编制农村旅游业总体发展规划,避免盲目开发和无序开发。各地政府在开发农业旅游项目时,应培育出不同类型、各具特色的旅游项目,努力突破行政区域划分,以区域旅游线路整合为重点,实现错位发展,满足不同消费层次的需求。此外,各地政府还必须出台相关的政策,营造良好的环境氛围,给予农村旅游业长期发展的政策保证,如根据财政状况拿出一定的财政资金,实行优惠的税收和土地政策,农村信用社加大对农业旅游项目的支持开发等。

4.2 突出特色

农业旅游开发应突出“农”字,将本地地区的乡土文化、农业风光、农村风情相结合,要加强“新”与“旧”的融合,加强“自然”和“文化”的融合,加强“动”与“静”的互补,只有如此,农业旅游才能充满魅力,实现可持续发展。对于分布在城市周边的特色村,可定位为城市的后花园,利用地缘优势、特色的资源和便利的交通条件,发展周末休闲度假旅游,如郑州丰乐农庄地处郑州郊区,是集特种蔬菜种植、观光旅游、餐饮娱乐、休闲度假为一体的现代化都市园区。对于依托新农村发展致富的名村,可重点打造成观光型旅游村,如临颍南街村,一方面突出红色旅游主题,让人足不出园便可领略中国革命波澜壮观的宏伟画卷,另一方面突出共产主义小社区特点,使游客在这里亲身感受共产主义的优越。对于依托自然山水和田园风光的景点,可定位为养生休闲观光型景点,如洛阳重渡沟风景区,凭借水竹韵、原汁原味的农家田园民俗文化,使游客从中体验到浓浓的山野风情。对于依托产业基地发展起来的旅游项目,可开辟为公园化的农业园区,如洛阳常袋乡红提园,在小浪底旅游沿线建成了红提种植为主的万亩旅游观光农业带,配套发展吃、住、行、游等,实现了观光农业和高效农业的有机结合。

4.3 丰富旅游内容

旅游景点组合是旅游资源评价的重要内容,旅游景点类型多,相对密度较大,距离较近,形成线型、环型或马蹄型的排列,是一个景区的最佳旅游景观组合。要想开发一批完善成熟的农业旅游新产品,需要别出心裁、独具匠心的设计。辽宁大连的玉米迷宫,江西某地带有“恭喜发财”4个字的方形西瓜,不仅吸引了游客,满足了游客的个性化需求,还实现农业旅游产品价值的最大化。此外,对旅游资源的深度开发也必

不可少,如郑州浮戏山杨树沟风景区,不仅有优美的自然景观,还建设了彩弹射击、真人CS、徒手逮猎等多种项目,这些项目参与性、模拟性强,在很大程度上增加了旅游产品的吸引力和经济效益。

4.4 完善基础设施,提高管理水平

农村的基础设施建设相对比较薄弱,特别是区域经济条件较差的景点。政府应加强基础设施的投入,改善当地的交通、通讯、供水、供电及景点的住宿设施、卫生设施、安全设施等。在改善基础设施时,要因地制宜,既做到完善基础设施,又不过多占用农村建设用地,保护好当地环境。

提高管理水平也是当前河南省诸多农业旅游景点急迫解决的问题,这就要求政府建立健全农业旅游管理机制,培育农业旅游协会,通过协会构筑信息交流平台。此外,提高管理水平更为关键的是人才的培养,以促进从业者综合素质的全面提升。相关部门应对农业旅游相关从业者在导游讲解、接待礼仪、餐饮服务、导购等方面加大培训力度,对景点的高级管理人员在经营管理和营销策划等方面也开展培训。

4.5 加强宣传,拓宽市场

河南省旅游资源丰富,但有较高知名度的景点数量不多,要加大对农业旅游项目的宣传推介力度。宣传时需有的放矢,要对乡村旅游品牌进行准确定位,突出差异化,只有将自身特色与诸如历史、文化等相互融合,才能体现出差异化,景点才具有竞争力,如南街村突出了“红色文化,集体优越感”等特点,就与其他的富裕村有明显的区别。宣传手段的选择要结合自身情况,可通过举办各种乡村农事节庆活动来提升知名度,如各种果蔬的采摘节,还可与旅行社加强合作,不断拓宽客源市场。此外,在信息社会,成本更低、信息传递速度更快、覆盖面更广的网络营销是首选的宣传手段,省市各级政府可牵头组建农业旅游推介网站,有实力的景点可自己组建网站,通过互联网向客户提供宣传推介、门票预订与销售、线路咨询等服务。

参考文献:

- [1]王继权. 发展观光农业旅游应注意的几个问题[J]. 生态经济, 2001(1): 43-45.
- [2]张 蓓. 新农村建设中农业旅游发展模式及对策研究[J]. 经济研究参考, 2011(29): 52-55.
- [3]任天保. 低碳时代的河南农业旅游发展研究[J]. 河南农业, 2012(4): 55-56.
- [4]张娜娜. 石家庄休闲观光农业竞争能力评价研究[D]. 石家庄: 河北科技大学, 2012: 1-67.
- [5]王新越, 张广海, 卡茜燕. 乡村旅游景区定量评价研究——以青岛市为例[J]. 北京第二外国语学院学报, 2012(7): 72-80.
- [6]杨建华, 刘宁宁. 河南农业观光旅游资源定量评价与分析[J]. 河南教育学院学报: 自然科学版, 2008, 17(1): 46-48.
- [7]胡 娟, 师谦友, 范化冬. 西安乡村旅游资源定量评价研究[J]. 江西农业大学学报: 社会科学版, 2009, 8(2): 117-121.
- [8]喻红林, 路 娜, 邓楚雄. 基于 AHP 的新疆博湖县农业生态旅游资源评价研究[J]. 内蒙古农业科技, 2012(1): 84-87.
- [9]郭秀云. 灰色关联法在区域竞争力评价中的应用[J]. 统计与决策, 2004(11): 55-56.