

公园管理与市场经济分析

何志君 于忠斌

随着人民生活水平的提高,工作节奏的加快及双休日的实施,人民群众也迫切需要有一个优美舒适的休息和娱乐场所,找到一种在回归自然中享受现代文明的途径,这就为城市公园建设开创了广阔的天地和美好的前景。如何在激烈的竞争中站稳脚跟,并发展壮大自己,已成为当前公园管理者们积极思考和探讨的一个重要课题。因此,对公园的管理体制和经营方法进行更加深入地改革是十分必要和紧迫的。

1 新时代新观念

过去的市场是我们提供什么,消费者才能享受什么,这在人民群众消费观念日益成熟及市场竞争日益激烈的今天,只能使我们处于被动和不利的地位,甚至被消费者所淘汰。因此我们必须按市场需求来提供我们的产品,即消费者需要什么,我们就提供什么,是由消费者来决定公园的发展,真正把消费者的利益放在首位。只有这样,才能“全心全意为人民服务”不致成为一个空洞的口号,因此,转变观念是关系到公园生死存亡的头等大事。

2 产品性质与经营措施

公园进入市场以后向市场所提供的产品有两个方面:一是提供有形劳动商品,包括苗木、花卉、盆景、容器等,它占据生产市场。二是提供无形劳动商品,包括园林中的环境服务和各种商业性服务,公园的经营应从这两方面入手,占领市场,创造价值。

2.1 生产市场

应建立花卉及小型苗木生产基地,这不仅可为公园自身的绿化、彩化及时提供苗木,还可以面向社会,供应多种多样的盆花、草花、盆景、园艺器具等;开设配套服务的鲜花礼品店,使产品直接进入市场;成立工程公司、承揽各项园林绿化、彩化、园林小品等的设计、施工,进入园林基本建设市场,获得效益。

2.2 消费市场

2.2.1 环境服务 如何让人们不出远门就能找到置身于自然的感觉呢?就是要重点搞好公园最主要的服务功能——环境服务。环境服务是其它各项服务的基础,良好的环境服务可以创造良好的公园形象,吸引更多的客源,在门票价格不变的情况下,也会带来更大的收益。同时可为其它服务吸引更多的客流,提供更多的机会,其间接效益是无法估量的。因此,好的环境服务既可以是一件精美的商品,又可成为其它商品漂亮的包装,无论是直接效益还是间接效益都是十分显著的。它的投资又相对较少,效益是很高的。

总之,环境服务应是公园建设的基础和重点。既创造人工自然,又要尽量抹去斧凿的痕迹,统一规划,合理布局。在逐步提高植被覆盖率的同时,因地制宜地配以各种园林小品、山水、花木等,将中国传统园林风格和欧式园林思想有机地结合起来,创造出有鲜明特色的人工自然景观。当然环境服务也包括卫生服务。因为,再优美的环境也会被不良的卫生状况破坏得面目全非。因此,要严格规章制度,责任层层落实到个人,采取分片包干等办法,加大管理力度,力争创造一个整洁优美的环境,以环境效益带动综合效益的增长。

2.2.2 商业服务 它包括以下两方面内容:第一要想游客之所想,急游客之所急。热诚周到的服务会使游客切实感受到公园对其的关心,创造一个欢乐的游园气氛,这种气氛可转化成巨大的经济效益和社会效益。这是与公园其他服务相辅相成的,是创造公园整体形象必不可少的重要环节。这就要求一方面加强对工作人员的职业教育,加强道德教育和礼仪训练,另一方面彻底转变观念,把游客看成公园的主人。“只有真正尊重你的顾客,才能被你的顾客所尊重。”如果把这句商家格言变成一种观念,将是一笔无形的资产,其产生的效益是无法估量的。第二大力加强各种游乐设施和商业服务网点的建设。①游乐设施建设必须以不对公园的自然景观造成不良影响为前提,同时根据公园的自身条件适当引进。要直接面对消费者,考虑到各个层次的不同要求,以引进适合大多数群众消费的设备为主,但也要有所强调,办出自己的特色。并以鲜明的特色吸引所面对的消费群,切忌急功近利,不顾自身能力搞大而全的经营。因为这需要以极强的实力作后盾,否则市场就会被特点鲜明的竞争对手所蚕食和占领。②商业服务网点的建设应以能够提供快捷便利的服务为宗旨,同时又要纳入公园整体规划之中,以不影响环境建设和卫生状况为前提。网点要有固定地点,应以艺术的形式融入周围环境中,力争成为公园的一景。经营的商品要保证质量,文明经销,树立信誉。同时,卫生工作要落实到个人。严禁园外的小商贩随意入园活动,以维持公园正常经营秩序。

3 管理与筹资

目前,公园都实行了企业化管理,自负盈亏,这使资金成为制约公园发展的关键点。由于在旧体制下习惯了“皇粮”,转轨阶段,公园发展必然会遇到资金不足的困扰,这就要求一方面国家及有关领导部门大力扶持;另一方面要靠公园自身广开财源,多方筹措,解决的方法有贷款建设合资经营、出租土地,职工集资及发行有价证券向社会集资等。

总之,公园市场化过程中,面临的问题很多,但只要我们在理论上、实践上按照市场经济的要求,循序渐进,并彻底转变观念,真正面向市场,面向广大消费者,公园事业的前景是十分光明的。(哈尔滨市儿童公园)