



高等院校旅游管理专业
系列教材

现代旅游管理学

罗明义 等编著

专家
讲课

旅游管理：为游客营造快乐和谐的体验和氛围。

南开大学出版社

高等院校旅游管理专业系列教材

现代旅游管理学

罗明义等 编著

南开大学出版社
天 津

图书在版编目(CIP)数据

现代旅游管理学 / 罗明义等编著. —天津: 南开大学出版社, 2014. 5

高等院校旅游管理专业系列教材

ISBN 978-7-310-04459-7

I. ①现… II. ①罗… III. ①旅游经济—经济管理
—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 071643 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 孙克强

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2014 年 5 月第 1 版 2014 年 5 月第 1 次印刷

230×170 毫米 16 开本 17.375 印张 2 插页 317 千字

定价: 34.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

前 言

随着现代经济社会的发展和人们生活水平的提高,外出旅游已成为人们生活中的重要内容,旅游经济已成为国民经济的重要组成部分。因此,加强旅游管理不仅是旅游活动健康发展的必要保障,也是促进旅游产业和经济社会全面协调发展的客观要求。为了适应现代旅游发展和旅游管理教学和研究的需要,培养既掌握系统的旅游管理理论知识,又具有综合旅游管理能力的旅游管理专门人才,特编写了《现代旅游管理学》一书。

《现代旅游管理学》以中国特色社会主义理论和现代市场经济理论为指导,把现代管理学一般原理与旅游管理的实际需要相结合,充分吸收国内外有关旅游管理研究的最新成果,系统总结和概括了旅游管理的丰富实践经验,紧紧围绕旅游管理中的基本内容和重点问题,从旅游管理原理、旅游者活动管理、旅游服务管理、旅游企业管理、旅游市场管理和旅游宏观管理等方面,构建了《现代旅游管理学》的完整体系结构和内容,全面系统地介绍了现代旅游管理的基本理论、基本原理和基本方法等。

《现代旅游管理学》在充分借鉴和汲取现代管理理论和国内外旅游管理实践经验的同时,力求突出现代旅游管理的学科体系和特色,使学习者能够熟练掌握旅游管理的基本理论、基本原理和基本方法,更好地指导现代旅游管理的研究和实践。全书体系完整、内容丰富,逻辑严密、阐述简洁,方法实用、案例多样,具有较强的系统性、科学性和实用性,不仅可用作高等院校旅游管理专业教师 and 学生的教材和参考书,而且对于旅游研究人员及从事旅游服务、旅游企业经营、旅游市场管理、旅游行政管理等方面的人员也具有一定的参考价值。

《现代旅游管理学》由罗明义(第一、七章),罗冬晖(第二、三、五章),裴会平(第四、六章)合作编写,最后由罗明义负责全书的统稿工作。本书在编写过程中,参考了大量国内外文献资料,主要的参考文献附录于书后,特向所有作者表示诚挚的谢意。同时,本书的出版得到了南开大学出版社的关心和支持,特别是策划编辑孙淑兰老师对本书编写给予了精心指导和帮助,在此表示衷心的感谢。

谢。由于作者的水平和能力有限，书中有不当之处，敬请读者批评指正。

罗明义

2013 年 6 月于云南大学北院

目 录

第一章 现代旅游管理概述	1
第一节 现代旅游活动的内容与过程	1
第二节 现代旅游管理的性质和特点	6
第三节 现代旅游管理的任务和职能	12
第四节 现代旅游管理的原则和方法	19
第五节 现代旅游管理的基础工作	26
案例分析：泰国旅游缺乏有效管理造成的消极效应	32
第二章 现代旅游管理原理	34
第一节 现代管理理论的演进过程	34
第二节 现代旅游管理科学原理	41
第三节 现代旅游管理系统原理	45
第四节 现代旅游管理效益原理	50
第五节 现代旅游管理人本原理	56
第六节 现代旅游管理创新原理	60
案例分析：创新使云南旅游节节高升	67
第三章 现代旅游者活动管理	69
第一节 现代旅游者活动特点和类型	69
第二节 现代旅游者行为与流动规律	79
第三节 现代旅游者活动策划和组织	90
第四节 现代旅游者行为与流动管理	98
案例分析：古典时代的旅游者	104
第四章 现代旅游服务管理	106
第一节 现代旅游服务内容和特征	106
第二节 现代旅游服务质量与管理	111
第三节 现代旅游诚信服务和管理	117
第四节 现代旅游安全与管理	125
案例分析：旅游诚信服务为云南创造无价资产	139

第五章 现代旅游企业管理	141
第一节 现代旅游企业管理内容	141
第二节 现代旅游企业的战略管理	149
第三节 现代旅游企业的经营管理	164
第四节 现代旅游产品开发与管理	179
案例分析：战略管理的动荡环境与权变方法	188
第六章 现代旅游市场管理	190
第一节 现代旅游市场的结构和功能	190
第二节 现代旅游市场竞争的内容和方式	196
第三节 现代旅游市场机制与运行	203
第四节 现代旅游市场失灵的规制与管理	208
第五节 现代旅游市场监督和管理	216
案例分析：云南旅游竞争致胜的四大战略	226
第七章 现代旅游宏观管理	229
第一节 现代旅游宏观管理及特征	229
第二节 现代旅游宏观管理目标和任务	236
第三节 现代旅游宏观管理的内容	241
第四节 现代旅游管理体制和合理化	251
第五节 现代旅游宏观管理方法和手段	257
案例分析：我国地方旅游管理体制模式	261
参考文献	264

第一章 现代旅游管理概述

【学习目的】

现代旅游管理，是对旅游活动全过程的管理。旅游活动是在一定经济社会条件下产生，并随着经济社会发展而发展的一种经济社会活动，已成为现代经济社会的重要组成部分。因此，加强旅游管理不仅是顺利开展旅游活动的必要保障，也是促进现代旅游经济发展的重要手段。通过本章学习，要了解现代旅游活动的概念、内容和过程，明确旅游管理的性质、特点、任务和内容，熟悉旅游管理的职能、原则和方法等。

【学习重点】

1. 旅游活动的内容和过程
2. 旅游管理的性质和特点
3. 旅游管理的任务和职能
4. 旅游管理的原则和方法
5. 旅游管理的基础工作

第一节 现代旅游活动的内容与过程

一、旅游活动的概念

旅游活动，是在一定的经济社会条件下产生，并随着经济社会发展而发展的一种经济社会活动。从旅游发展的历史角度看，旅游活动的发生和实现过程，离不开一定的经济社会条件。一方面，任何个人或群体进行任何旅游活动，都与一定的社会文化有着紧密的联系，是社会文化活动的一个重要组成部分；另一方面，举凡人们旅游动机和行为的形成、出游使用的交通工具、出游的对象和内容，以及旅游活动过程中各种旅游需求的满足，都必须以一定的经济活动为基础，因此

现代旅游活动也是一种综合性经济社会活动，是现代经济社会活动的重要组成部分。

从系统理论看，现代旅游活动是由旅游者、旅游经营者、旅游组织、旅游客源地、旅游目的地等构成的现代旅游系统结构，它们相互联系、相互衔接和相互作用，从而形成了现代旅游活动的内容和过程（见图 1-1）。

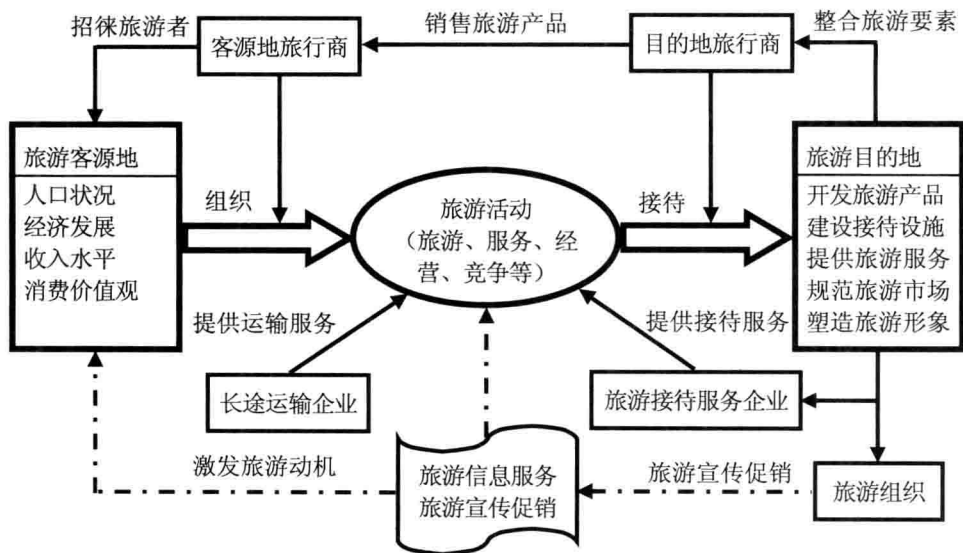


图 1-1 现代旅游系统结构和运行模型

（一）旅游者

旅游者，是指为满足个体旅游需求而离家外出到异国他乡进行旅游的人员。旅游者是旅游活动的主体之一，因此科学地定义旅游者，不仅是旅游统计工作的客观要求，也是正确区分旅游活动和非旅游活动的重要依据。由于现实中旅游者的活动往往与其他经济社会活动相融合，因此为了科学地界定旅游者的内涵和统计范围，联合国世界旅游组织（United Nations World Tourism Organization，UNWTO）和各国政府旅游部门都对旅游者做出了明确的定义和规范^①。

（二）旅游经营者

旅游经营者，是指向旅游者提供旅游产品和服务的所有企业的总称。旅游经营者一般包括旅行社、旅游饭店、旅游景区点、旅游运输、旅游娱乐、旅游购物等主要旅游企业，以及部分为旅游者提供旅游相关产品和服务的其他企业。旅游

^① 罗明义主编，现代旅游经济学，第4版，昆明：云南大学出版社，2009

经营者与旅游组织的最大区别在于其是以营利为目的,并遵循现代市场经济规律,依法成立、自主经营、自负盈亏的经济实体,也是旅游活动必不可少的主体之一。

(三) 旅游组织

旅游组织,是指在一定地域或行业范围内设立的,负责管理和协调该地域或行业内的旅游事务,并促进旅游发展的政府行政管理部门和非官方组织的统称。旅游组织一般可以分为政府旅游组织和非政府旅游组织,前者是指按照政府管理旅游行业的职能而设定的旅游行政管理部门,如各级政府的旅游局、旅游管理委员会等;后者主要指由企业、团体和个人根据共同利益而自愿组成的旅游行会、社团组织及咨询研究机构等非营利性组织。

(四) 旅游客源地

旅游客源地,是指产生旅游者的国家或地区,即凡是有本国或本地区居民离开当地、外出旅游的国家或地区,一般都统称为旅游客源地。通常,大多数国家或地区既有当地居民外出旅游,同时也接待来自其他国家或地区的旅游者,因而纯粹的旅游客源地或旅游目的地是没有的。但从现代旅游经济角度看,只有当一个国家或地区能够产生和输出大量旅游者时,才是真正意义上的旅游客源地,因此一个国家或地区的人口状况、经济发展水平和人们的消费价值观等,直接对旅游客源地的形成、出游规模和旅游消费水平等产生着重要的影响。

(五) 旅游目的地

旅游目的地,是指在一定地域范围内向旅游者提供旅游产品和服务的国家或地区的统称。旅游目的地是一个泛指的概念,其可以是包括多个国家和地区在内的较大地域,也可以仅指一个国家或一个国家内的某个地区。但是,无论其地域范围的大小,要真正成为旅游目的地,通常必须具备以下两方面基本条件:一是拥有丰富并具吸引力的旅游资源和旅游产品;二是具有向旅游者提供食、住、行、游、购、娱等综合性旅游产品和服务的接待能力和水平。

二、旅游活动的内容

旅游活动内容,通常具有狭义和广义之分。狭义的旅游活动内容,主要指旅游者的旅游活动,即旅游者为满足其特定旅游需求和消费,暂时离开其惯常居住和工作的地方,前往旅游目的地所进行的全部活动,是一种包括食、住、行、游、购、娱等旅游消费内容的社会文化活动。广义的旅游活动内容,是现代经济社会活动的重要组成部分,除了旅游者的旅游活动外,还包括旅游企业为旅游者提供旅游产品的经营活动、旅游目的地为旅游者提供综合服务和宏观管理活动等。因此,只有从广义的角度切入,才能全面理解和掌握现代旅游活动的内容。

（一）旅游者的旅游活动

旅游者既是旅游活动的需求主体，又是旅游产品的主要消费者。因此，旅游者的旅游活动简称为旅游者活动或旅游，即旅游者离家外出进行观光游览、消遣娱乐、文化交流、康体健身和休闲度假等活动的统称。旅游者活动，不仅是满足人们旅游需求和消费的主要方式，也是旅游企业有效配置各种旅游资源和生产要素，向旅游者提供旅游产品的前提条件，因而科学组织旅游者活动就成为现代旅游管理的对象和内容。

（二）旅游企业的经营活动

旅游企业既是旅游活动的经营主体，也是旅游产品的主要供给者。因此，旅游企业的经营活动简称为旅游经营活动，即旅游企业将各种旅游资源和生产要素进行合理配置与组合，从而形成不同的旅游产品并销售给旅游者，满足旅游者需求和消费的全部活动内容。在现代旅游发展中，旅游企业必须根据旅游市场供求变化和发展趋势，以旅游资源为基础，结合各种生产要素条件，不断开发包括食、住、行、游、购、娱等内容的旅游产品和服务，才能有效满足旅游者需求和消费。因此，旅游企业开发旅游产品、提供旅游服务等经营活动，就成为现代旅游管理的对象和内容。

（三）旅游目的地的综合活动

旅游目的地的综合活动，简称为旅游地活动，既包括旅游企业的经营活动，也包括旅游企业外部的旅游市场竞争、旅游宏观管理等方面的相关活动。由于旅游者在进行旅游的过程中，不仅需要旅游企业提供有关食、住、行、游、购、娱等方面的旅游产品和服务，同时也需要旅游地提供有关旅游市场信息、旅游配套服务和良好的宏观环境，维护旅游市场秩序、促进旅游市场竞争等，因此旅游地活动是一种内容复杂、涉及面广的综合性旅游活动。旅游地要保证旅游者活动能够顺利进行，就必须科学组织、统筹协调，提供各种旅游服务，并对各种旅游经营活动进行有效的宏观管理，由此决定了旅游地活动也是现代旅游管理的重要对象和内容。

三、旅游活动的过程

从系统观点看，任何系统的运行都必须按照一定的原则，把各种系统要素有机地结合起来，围绕系统核心有效地运转。现代旅游系统的核心是旅游活动，而联系各种旅游要素的基本原则，就是要保证旅游活动的顺利进行。因此，现代旅游系统的运行，是从动态角度反映整个旅游活动发生和发展的过程和规律性。从旅游活动的过程看，通常是由四个方面组成，即旅游者活动过程、旅游经营活动过程、旅游市场竞争过程和旅游经济运行过程等。

（一）旅游者活动过程

旅游者活动过程，是指从旅游者产生旅游动机和需求，通过购买旅游产品并离开居住地，在旅游目的地进行旅游消费后，再返回居住地的全部活动过程。旅游者活动过程大致可以划分为三个组成部分：一是旅游者在旅游客源地选择、决定和购买旅游产品的过程，通常只有当旅游者购买了旅游产品才能成为现实的旅游者；二是旅游者往返于旅游客源地和旅游目的地的空间移动过程，实质上就是旅游者活动中必不可少的旅游消费过程；三是旅游者在旅游地的所有旅游消费过程，是满足旅游者需求和消费的主要内容，也是旅游者活动的核心。

（二）旅游经营活动过程

旅游经营活动过程，是直接或间接向旅游者提供各种旅游产品和服务的所有企业的经营活动过程。由于旅游者活动内容复杂、涉及面广，使旅游经营活动过程必然涉及旅游客源地和旅游目的地众多企业，包括旅行商、长途交通运输企业和旅游接待企业等。旅行商的经营活动过程，包括旅游客源地和旅游目的地经营活动两部分，前者主要是销售旅游产品，招徕和组织旅游者并送达旅游目的地；后者主要是整合旅游目的地的旅游生产要素，做好旅游者的接待服务组织工作等。长途交通运输企业的经营活动过程，主要是为旅游者提供从旅游客源地到旅游目的地的交通运输服务。旅游目的地接待企业的经营活动过程，则按照旅行商安排的旅游线路和活动内容，做好有关旅游者活动中所需要的食、住、行、游、购、娱等各种旅游接待服务，以保证旅游者活动得以顺利地进行。

（三）旅游市场竞争过程

旅游市场，是沟通旅游者和旅游经营者的纽带和桥梁，是实现旅游活动和旅游经济运行的基础。一方面，众多的旅游者构成了旅游活动的需求（或消费）市场，该市场的竞争过程体现着旅游需求和消费的特点、趋势和变化，刺激和引导着旅游企业的供给；另一方面，众多的旅游企业构成了旅游活动的供给市场，该市场的竞争过程体现着旅游产品的供给数量和质量，并刺激和引导着旅游者的旅游需求和消费。与此同时，旅游管理组织则根据旅游市场竞争状况，对旅游需求和供给进行宏观调控和管理，促进旅游活动和旅游经济运行遵循市场经济规律健康有序地发展。

（四）旅游经济运行过程

旅游经济运行过程，是指从宏观角度所反映的整个旅游生产、分配、交换和消费的旅游再生产过程。在社会主义市场经济体制下，旅游经济运行包括了旅游者活动、旅游经营活动和旅游市场竞争，其中旅游者活动和旅游经营活动是旅游经济运行的主要内容和微观基础；旅游市场竞争是旅游经济运行的核心，其通过旅游市场机制和功能作用，直接引导和调节旅游者活动和旅游经营活动；政府行

政管理部门则通过培育旅游市场机制,维护旅游市场秩序,规范旅游市场主体行为等,实现对整个旅游经济运行的宏观调控和管理,为旅游者活动和旅游经营活动创造良好的市场环境和条件,保证旅游者活动能够顺利而有效地进行,促进旅游经营活动的正常开展,并在此基础上实现旅游宏观管理的目的。

第二节 现代旅游管理的性质和特点

一、旅游管理的概念

管理,是人们为了有效达到一定的预期目的,有意识地对共同社会活动进行计划、组织、领导、协调和控制的综合性活动过程。管理是由共同社会活动所引起的,是社会生产力发展的必然产物,只要存在着共同社会活动的地方,大至国家和各种组织的活动,小至家庭或某项社会活动中都客观上存在着管理。

旅游管理作为现代管理的一个分支,是为了保证旅游者活动和旅游经营活动顺利而有效地进行,有意识、有目的地对旅游活动或旅游经济运行进行计划、组织、领导、协调和控制的综合性活动过程,因此正确理解旅游管理的概念必须把握好以下几点:

(一) 旅游管理的主体

旅游管理是人们有意识、有目的的社会实践活动,这种社会实践活动是由具有一定管理知识和技能的人员,即旅游管理的主体——旅游管理者来完成。旅游管理者,就是在旅游活动中组织和协调他人活动以实现既定工作目标的人员。由于现代旅游活动构成广泛而复杂,根据旅游管理者在旅游管理中所处的地位和所承担的职权,通常可以将旅游管理者划分为不同的层次,如不同层次旅游管理机构的管理者、不同类型旅游企业的管理者以及旅游企业中的高层旅游管理者(总经理、总经济师、总会计师等)、中层旅游管理者(部门经理、业务经理等)和基层旅游管理者(主管、领班)等。

旅游管理者作为旅游管理的主体,必须具备一定的管理素质和能力。旅游管理者必备的管理素质,包括过硬的思想政治素质、良好的道德修养、广博的文化知识、精湛的业务技能、娴熟的公关协调技巧、健康的身体和心理等;旅游管理者必备的管理能力,包括科学决策能力、优秀领导能力、开拓创新能力、善于激励能力、公关协调能力和团结共事能力等。通常,优秀的旅游管理者应能够围绕既定的工作目标,充分发挥自己的管理素质和能力,带领部属圆满完成各项工作

和任务,有效实现既定的工作目标和任务。

(二) 旅游管理的客体

旅游管理的客体或对象,是指旅游活动中的特定人群与旅游活动过程等。旅游管理中的特定人群包括旅游者和旅游行业职工,其中旅游者既是旅游服务的主要对象,也是旅游管理的客体,如何科学组织旅游者圆满地完成旅游活动,满足旅游者需求和消费是现代旅游管理的重要内容;旅游行业职工既是提供旅游服务的主体,也是旅游管理的客体,通过科学组织旅游行业职工有效提供旅游服务,实现旅游企业和旅游地的旅游发展目标,同样也是现代旅游管理的重要内容。

旅游管理客体除了对特定人群的管理外,还必须对整个旅游活动过程及各种物质资源进行管理,包括对各种旅游资源、生产要素进行科学合理配置;对旅游产品进行设计、开发与营销管理;对旅游景区点、旅游接待设施等进行科学管理;对旅游经济运行进行有效调控等,以保证旅游活动遵循客观规律而富有效率地进行。因此,旅游活动过程及各种物质资源也是现代旅游管理的客体和内容。

(三) 旅游管理的手段

旅游管理的目的,是为了有效实现旅游活动的既定目标,而实现旅游活动既定目标的手段,则是通过一系列管理职能来实现的,包括对旅游活动的计划、组织、指挥、协调和控制等。因此在一定意义上讲,现代旅游管理实质上就是各种旅游管理职能的实施过程,即通过各种旅游管理职能,科学地确定旅游活动目标和任务,并把这些目标和任务具体分解到各相应的部门和人员,明确他们在什么时间、做什么事情、如何做好等内容和要求,然后通过大家协调一致的活动而达到旅游管理的既定目标。

(四) 旅游管理效率和效果

任何管理活动都必须讲求效率和效果,旅游管理也不例外。旅游管理效率和效果,是既相联系又相区别的两个概念。旅游管理效率,是指采用什么样的管理方式和方法,才能圆满完成旅游管理的任务,并富有成效地达到旅游活动的预期目标;旅游管理效果,是指通过富有效率的旅游管理方式和方法,实现以尽可能少的投入获得尽可能多的产出。旅游管理效率和效果是相互联系的,有旅游管理的高效率才可能有旅游管理的高效果,而低效率的旅游管理,其效果也必然是低下的。

二、旅游管理的性质

马克思主义管理理论指出,管理具有自然和社会两重属性。一方面,管理具有与生产力发展和社会化大生产相适应的自然属性,另一方面管理又具有同生产关系和上层建筑相联系的社会属性。旅游管理作为对整个现代旅游活动进行的管

理,其既与生产力和社会化大生产相适应,又与生产关系和上层建筑相联系,因此旅游管理客观上也具有二重性。

(一) 旅游管理的自然属性

旅游管理的自然属性,是由旅游活动的基本特征所决定的。马克思主义管理理论认为,共同社会劳动是以分工和协作为前提的社会化大生产活动,只要存在着分工和协作的共同社会劳动,客观上都需要管理。因此,旅游管理就是通过对以分工和协作为基础的旅游活动进行计划、组织、领导、协调和控制,把处于分离状态的各种系统要素有机地结合在一起,以保证旅游活动的顺利进行。

随着社会生产力的发展,旅游活动的规模越来越大,范围越来越广,使各种系统要素的社会结合程度越来越密切,从而对旅游管理的要求也越来越高。因此,旅游管理的自然属性是由生产力运动的内在要求所引起的,其与生产关系和上层建筑的性质无关,是任何社会化的旅游活动都不可缺少的重要条件,所以旅游管理具有与生产力和社会化大生产相适应的共性或一般属性。

(二) 旅游管理的社会属性

旅游管理的社会属性,是由旅游活动的生产关系和上层建筑的性质所决定的。马克思主义管理理论认为,在任何社会活动过程中,人们除了形成分工与协作的共同劳动关系外,还必然形成一定的经济关系或生产关系,这种经济关系或生产关系的性质不同,就决定了管理的社会属性也具有本质上的差别,即管理必须体现生产资料占有者的意志和要求,成为维护其自身利益的工具和手段。同时,建立在一定经济关系或生产关系基础上的上层建筑,如社会制度、政治法律关系、文化传统等也会对管理的社会属性产生重要的影响。

因此,旅游管理不仅要按照生产力发展的内在要求来组织旅游活动,而且还必须通过其自身的活动来体现一定的生产关系和上层建筑的要求,这种因生产关系和上层建筑的性质不同而有所不同的管理属性,就构成了旅游管理的社会属性,又称为旅游管理的特殊性。

(三) 旅游管理二重性的意义

旅游管理的二重性,是马克思主义管理理论在旅游管理中的具体应用,是正确认识旅游管理的客观规律,科学指导旅游管理实践的强大理论武器。因此,学习和掌握旅游管理的二重性具有十分重要的理论意义和现实意义。

1. 学习和掌握旅游管理的二重性,有助于正确理解社会主义旅游管理的本质,提高旅游管理的自觉性和主动性。社会主义旅游管理,既有科学组织旅游活动的自然属性,又有不同于其他社会制度的社会属性。因此,在社会主义旅游管理中,一方面要自觉地按照社会化大生产的要求,遵循旅游活动和旅游发展的客观规律,科学地组织旅游活动,实现旅游管理的科学化、高效化和现代化;另一

方面,又要坚持旅游管理的社会属性要求,维护社会主义生产关系的特殊性,通过提高旅游管理的社会性、民主性和群众性,充分调动各方面的积极性和主动性,不断完善社会主义生产关系和上层建筑。

相关知识链接 1: 马克思关于管理二重性的论述

马克思在《资本论》中写道:“凡是直接生产过程具有社会结合过程的形态,而不是表现为独立生产者的孤立劳动的地方,都必然会产生监督劳动和指挥劳动。不过它具有二重性。一方面,凡是有许多人进行的协作的劳动,过程的联系和统一,都必然要表现在一个指挥意志上,表现在各种与局部劳动无关而与工场全部活动有关的职能上,就像一个乐队要有一个指挥一样。另一方面——完全撇开商业部门不说——凡是建立在作为直接生产者的劳动者和生产资料所有者之间的对立上的生产方式中,都必然会产生这种监督劳动。这种对立越严重,这种监督劳动所起的作用也就越大。”

马克思还指出:“如果说资本主义的管理就其内容来说是二重时——因为它所管理的生产过程本身具有二重性:一方面是制造产品的社会劳动过程,另一方面是资本的价值增殖过程——那么,资本主义的管理就其形式来说是专制的。”

(资料来源:马克思.资本论(第3卷);资本论(第1卷).北京:人民出版社,1975)

2. 学习和掌握旅游管理的二重性,有助于正确认识和借鉴资本主义管理理论、方法和经验。资本主义在其长期发展历史中,逐步积累和形成了一系列丰富的管理理论、方法和经验,其中许多内容反映了社会生产力发展的客观规律,体现了现代科学技术进步的最新成果,是人类社会发展过程中形成的共同财富。社会主义旅游管理是在总结和继承前人管理理论、方法和经验的基础上,结合旅游活动的特点而形成和发展起来的,因此必须按照旅游管理的二重性,正确认识和科学借鉴资本主义管理理论、方法和经验,取其精华、弃其糟粕,不断提高社会主义旅游管理的水平 and 能力,促进社会主义旅游经济持续健康地发展。

3. 学习和掌握旅游管理的二重性,有助于探索社会主义市场经济条件下旅游管理的规律和特点,形成具有中国特色社会主义的旅游管理理论体系和方法。由于中国特色社会主义市场经济不同于资本主义市场经济,因此在旅游管理自然属性的共性中必然存在着一定的个性,而在旅游管理社会属性的特殊性中又会包含某些共性的要求,从而要求我们正确掌握旅游管理的二重性,科学地把握旅游管理的共性和个性,明确社会主义市场经济条件下旅游管理的要求和特点,努力探索和建立适合我国国情的社会主义旅游管理理论体系和方法,有效地促进我国社会主义旅游经济持续健康地发展。

三、旅游管理的特点

旅游管理作为现代管理的一个分支和组成部分,既具有现代管理的一般特点,又具有与旅游活动相联系的特殊性,从而形成区别于其他管理活动的现代旅游管理特点,主要体现在以下几方面:

(一) 旅游管理的目的性

旅游管理是一种有意识、有目的的特殊劳动,其目的性主要表现在三方面。一是旅游管理是任何旅游活动实现预期目的必不可少的条件,如果没有管理则旅游活动就无法有效地进行;二是旅游管理具有自己明确的管理目的,其不仅决定着整个旅游管理的过程,而且直接影响着旅游管理的效率和效果;三是旅游管理的目的同样可以用一系列指标和标准来衡量,通过对这些指标的分析,就可以评价旅游管理的质量和水平。

(二) 旅游管理的客观性

旅游管理是以旅游活动为主要对象的实践活动,因此旅游管理的客观性是由旅游管理的实践性所决定的。尽管在旅游活动过程中,由于客观情况的不同会使旅游活动存在千差万别的情况,但所有旅游活动都有一定的规律性,因此必须遵循旅游活动的客观规律来进行管理,才能达到旅游管理的目的和要求。如果旅游管理违背了旅游活动的客观性和旅游管理的规律性,则旅游管理不仅无法达到预期的目的和效果,甚至会对旅游活动造成一定的制约和负面影响,从而影响到整个旅游经济的持续健康发展。

相关知识链接 2: 客观规律的概念

规律,是事物运动过程中本身所固有的、本质的、必然的联系,是事物运动的内在规律并反映为一定的外部现象。规律作为事物运动过程中内部稳定的、固有的东西,它深藏于事物的内部;现象是事物运动的外在表现形式。现象和规律统一在同类事物运动中,就称为客观规律。

客观规律,是指事物的内在规律。它并不依赖于人们的意识而独立存在和变化,人们只能根据事物内在规律发生作用的外部现象和外部联系,通过人们的感觉器官感知,并运用抽象思维才能把握事物的内在规律。

人们认识客观规律,主要是通过事物运动的外部现象来实现的。事物运动的外部现象是人们认识事物内在规律的向导,人们只有认识了事物的外部现象,并借助于抽象思维才能揭示事物运动的内在规律,从而掌握事物运动的客观规律。

(三) 旅游管理的综合性

旅游活动是一种综合性经济社会活动,因此旅游管理也具有综合性的特点。