

普通高等院校旅游专业“十三五”规划教材

Travel

旅游

管理实用教程

主编 李友亮

中国商业出版社

旅游

管理实用教程

主 编 李友亮

副主编 郭军升 罗艳玲 卢俊阳 熊 伟

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理实用教程 / 李友亮主编. — 北京 : 中国
商业出版社, 2017. 8

ISBN 978-7-5208-0021-1

I. ①旅… II. ①李… III. ①旅游经济—经济管理—
教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 220636 号

责任编辑:武维胜

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c_cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

廊坊市国彩印刷有限公司

* * * * *

787 毫米×1092 毫米 16 开 25.75 印张 659 千字

2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

定价:98.00 元

* * * * *

(如有印装质量问题可更换)

前 言

当今,随着经济全球化和世界经济一体化的深入发展,世界旅游业更是进入了快速发展的黄金时代。2011年3月世界旅游及旅行理事会发布的《2011—2021 旅游业经济影响报告》认为,尽管目前世界经济增长遇到了很多挑战,但旅游业一直是增长速度最快的部门之一,而且成为推动经济和就业增长的主要力量。2017年5月15日,来华出席“一带一路”国际合作高峰论坛的联合国世界旅游组织秘书长瑞法依到访国家旅游局时曾说,世界的未来看中国,世界旅游业的未来也在看中国。可见,中国旅游业发展在世界占据着重要地位,并产生了很大的影响。

旅游管理既是旅游业中最为重要的组成部分,也是行业规范、企业经营、产业发展的基本保障。加强旅游管理不仅是保证旅游活动健康发展的客观要求,也是促进旅游产业持续健康发展和社会全面协调发展的客观要求。随着旅游产业在国民经济和社会发展中的作用日益明显,我国旅游行政管理机构的地位也不断得以提升。纵观我国政府旅游管理体制演变历程,实现了由新中国成立初期的“政企合一”,到改革开放初期形成的“外事接待”,再到旅游业发展初期以“政府主导”的时代性转变。在旅游产业由发育期逐渐向成熟期转变的过程中,旅游业内各相关部门开始协同合作,从“资源主导型”体制向有序的、开放的“市场主导”机制发展。随着旅游业现代化发展的持续推进,我国旅游业的问题逐渐暴露出来,阻滞了旅游业的良性发展。又因为旅游业起步较晚,我国的旅游管理体制也缺乏规范,离现代化旅游业发展的要求还有不小的距离。为了适应现代旅游发展和旅游管理研究、教学的需要,我们特编写了《旅游管理实用教程》一书。

本书内容分为十一章。第一章为旅游管理概述,就旅游管理的概念、性质、特点、原则、方法、职能、任务以及管理体制进行阐述。第二章主要探讨的是旅游管理的基本原理,包括科学原理、效益原理、系统原理、人本原理、创新原理。第三章主要分析的是旅游管理的基础工作,内容包括旅游管理基础工作的基本理论、旅游法规和制度、旅游标准化工作和定额工作、旅游信息和统计工作。第四、五、六章就旅游者管理、旅游景区管理、旅游环境管理展开了分析。第七、八、九、十、十一章分别阐述了旅游服务管理、旅游市场管理、旅游饭店管理、旅游交通管理、旅游安全管理,其中重点分析的是旅游饭店管理,内容包括旅游饭店的基本理论、旅游饭店管理的理论与理念、旅游饭店管理的职能、旅游饭店的筹建管理、旅游饭店的部门管理。总体来说,本书以社会主义市场经济理论为指导,以现代经济学、管理学、旅游学、旅游经济学等学科理论为基础,充分吸收国内外旅游管理研究的最新成果,系统总结和概括了现代旅游管理的实践经验,并从我国国情出发,紧紧围绕旅游管理中的基本内容和重点问题进行阐述,体系完整,内容丰富,逻辑严密,阐述简洁,方法实用,具有较强的系统性、科学性、创新性、针对性、实用性。希望本书的出版能够为专家学者探讨我国旅游管理问题提供有益的帮助,为从事旅游服务、旅游经营、旅游市场营销、旅游行业管理等方面的人员提供参考。

本书在撰写过程中参阅了许多有关旅游管理方面的著作,也引用了许多专家和学者的研究

成果,在这里一并表示衷心的感谢。由于时间仓促,编者水平有限,书中难免存在错误与疏漏,恳请各位专家、学者不吝批评指正,欢迎广大读者多提宝贵意见,以便本书日后的修改与完善。

编 者

2017 年 8 月

目 录

第一章 旅游管理概述.....	1
第一节 旅游管理的概念定位.....	1
第二节 旅游管理的性质与特点.....	3
第三节 旅游管理的原则与方法.....	6
第四节 旅游管理的职能与任务.....	11
第五节 旅游管理的理论基础.....	17
第六节 旅游管理的体制.....	21
第二章 旅游管理的基本原理.....	38
第一节 旅游管理的科学原理和效益原理.....	38
第二节 旅游管理的系统原理和人本原理.....	45
第三节 旅游管理的创新原理.....	54
第三章 旅游管理的基础工作.....	60
第一节 旅游管理基础工作概述.....	60
第二节 旅游法规和制度.....	63
第三节 旅游标准化工作和定额工作.....	67
第四节 旅游信息和统计工作.....	71
第四章 旅游者管理.....	77
第一节 旅游者概述.....	77
第二节 旅游者活动的策划与组织.....	87
第三节 旅游者的行为管理.....	97
第四节 旅游者管理的原理与技巧.....	108
第五章 旅游景区管理.....	113
第一节 旅游景区概述.....	113
第二节 旅游景区管理的内涵.....	122
第三节 旅游景区的开发.....	130
第四节 旅游景区的规划.....	138
第五节 旅游景区的低碳旅游发展.....	144
第六章 旅游环境管理.....	152
第一节 旅游环境概述.....	152
第二节 旅游环境管理的内涵.....	167
第三节 旅游环境的评价与保护.....	170
第四节 旅游环境的监测与规划.....	188

第五节 旅游环境管理的制度与措施.....	198
第七章 旅游服务管理.....	201
第一节 旅游服务概述.....	201
第二节 旅游服务质量管理.....	209
第三节 旅游诚信服务管理.....	218
第四节 旅游服务中的顾客管理.....	221
第八章 旅游市场管理.....	236
第一节 旅游市场概述.....	236
第二节 旅游市场的机制与运行.....	244
第三节 旅游市场的竞争与结构.....	248
第四节 旅游市场失灵与管理.....	261
第五节 旅游市场监督与管理.....	267
第九章 旅游饭店管理.....	276
第一节 旅游饭店概述.....	276
第二节 旅游饭店管理的理论与理念.....	283
第三节 旅游饭店管理的职能.....	298
第四节 旅游饭店的筹建管理.....	306
第五节 旅游饭店的部门管理.....	314
第十章 旅游交通管理.....	334
第一节 旅游交通概述.....	334
第二节 旅游交通管理的内涵.....	339
第三节 旅游交通行业管理.....	343
第四节 旅游交通营运管理.....	356
第十一章 旅游安全管理	368
第一节 旅游安全概述.....	368
第二节 旅游安全的法规与教育.....	380
第三节 旅游安全管理的原则与内容.....	389
第四节 旅游安全救援与保险.....	394
参考文献.....	404

第一章 旅游管理概述

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。旅游,既是一种经济现象,也是一种社会现象和文化现象,而且旅游活动的规模和影响越来越大,与相关产业的联系也越来越复杂,这就需要科学的管理来处理各种关系与矛盾,调动各方面的积极性,促进旅游事业的发展。

第一节 旅游管理的概念定位

一、旅游管理的概念

旅游管理是现代管理的一个分支,是对整个旅游活动或旅游系统的管理。具体来讲,旅游管理是人们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系统运行进行计划、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,这种实践活动是由具有一定管理知识和技能的人员来完成的,这些人员就是旅游管理的主体——旅游管理者。因此,旅游管理者就是在现代旅游系统中,组织和协调他人的活动以实现既定目标的人员。

由于现代旅游系统的构成广泛而复杂,因此根据旅游管理者在这些活动中的地位 and 所承担的职责权力,通常可以将旅游管理者划分为不同的管理层次,如旅游企业中的高层旅游管理者(总经理、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。从组织层面的角度,又可以将旅游管理者划分为宏观管理层面的管理者和微观管理层面的管理者,前者主要包括国家政府部门和行业组织,后者主要指旅游企业管理者。

(二)旅游管理的客体

旅游管理的客体或对象,是指特定的人群和他们的活动。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对象,也是旅游管理的客体,如何科学地组织旅游者圆满地完成旅游活动,满足旅游者的旅游需求是旅游管理的重要内容。旅游行业职工,作为提供旅游服务的主体,也是旅游管理的对象,通过科学组织旅游行业职工有效地提供旅游服务,实现旅游企业和旅游地的旅游发展目标,同样也是旅游管理的重要内容。

旅游管理的客体,除了对人的管理外,还必须对整个旅游系统运行进行科学的管理,促使旅游活动遵循客观规律而富有效率和效果地进行。

(三)旅游管理的手段

旅游管理的目的是实现既定的目标,而实现既定目标的手段,则是通过一系列旅游管理职能来实现的,这些职能包括计划、组织、领导、协调和控制等。因此,从一定意义上讲,旅游管理实质上就是旅游管理职能的实施过程,即通过各种旅游管理职能,把旅游管理的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来达到旅游管理的既定目标。

(四)旅游管理的效率和效果

任何管理活动都必须讲求效率和效果,旅游管理也不例外。旅游管理的效率和效果是既相联系又相区别的两个概念:效率是指旅游管理的能力和水平,即选择最有效的管理方式,实现以尽可能少的投入而获得尽可能多的产出;效果是指旅游管理的结果,即通过富有效率的旅游管理来达到预期的目标。因此,在旅游管理中,效率和效果是相互联系的,良好的旅游管理通常是高效率和高效果的,而低效率的旅游管理其效果也必然是低下的。

二、旅游管理的必要性

旅游是人类社会的一种短期性生活方式,是旅游者的旅行和暂时居留所引起的一切现象和关系的总和。随着科学技术的日益进步和社会经济的迅速发展,大众化旅游的群体规模不断扩大,促进旅游成为一种重要的社会经济活动。旅游管理同国民经济各部门的管理一样,是社会分工和协作的客观要求。旅游业作为国民经济的一个独立的经济部门,不仅与国民经济有关的其他部门或行业有着分工和协作的关系,而且旅游业内部各个业务部门和各个旅游地区以及各个旅游企业之间,也有着各种各样的分工与协作的关系。所有这些,客观地就会产生和形成一系列的旅游管理活动。具体而言,旅游管理的必要性主要体现为以下几点。

(一)旅游业是一个产业化的综合性行业

旅游业具有综合性特点,其本身包含旅行社、旅游饭店、旅游交通、旅游景区、旅游纪念品销售部等多个部门;旅游接待服务还涉及交通、海关、邮电、保险、电力、园林、商业等多个社会行业。旅游业的这种关联性和综合性,客观地要求诸多专业化社会经济部门的分工与协作,因此,只有在科学管理的基础上,这种分工与协作才能高效、有序和持续地进行。

(二)旅游业是一个国际化的服务性行业

旅游活动是一种异地性活动,作为旅游供给,旅游业务接待按业务类型划分,可分为三种类型:一是组织国内公民在本国进行的国内旅游活动;二是组织本国公民赴国外进行的出境旅游活动;三是接待国外游客到国内的入境旅游活动。其中,出境旅游和入境旅游是具有涉外性质的国际旅游活动。在全球经济一体化的格局下,旅游业的产业化和国际化程度日益提高,只有实行有效的管理,才能保证国际旅游和国内旅游的持续、稳定、协调发展。

(三)旅游业是一个系统化的经营性行业

旅游是旅游者的一种空间跨越活动,旅游者在这种空间跨越活动过程中,既需要满足多样化的休闲娱乐需求,也需要满足生理性的物质享受需求。在市场经济条件下,旅游者的这种空间跨越活动实际上就是一种复杂的系列化旅游消费活动,这就客观地要求旅游业为旅游者提供吃、住、行、游、购、娱等多方面的一体化服务。因而旅游业的接待服务活动也就是一种系统的经营性旅游供给活动。显然,旅游接待服务是一个系统的社会工程,必须要有科学的决策、计划、组织、指挥、监督、调节、创新等管理活动,才能保证旅游接待服务活动的正常运作。

(四)旅游业是一个人格化的精致性行业

满足求知、求趣、求奇、求新的心理需要是旅游者进行旅游活动的动机,旅游活动就是一种满足这种心理需要的体验过程。旅游者只有通过空间移动和感受,才能实现旅游目的,旅游者的旅游消费与旅游业的接待服务具有同时性和不可转移性的特点,旅游业的接待服务质量直接关系到旅游者旅游期望的满足程度。旅游业必须提供精致的产品与精致的服务,让旅游者在人格化的消费环境氛围中体验旅游的感受。在人文主义日益深入社会生活的条件下,只有人格化的管理活动,才能保证旅游者的旅游活动在旅游业的人文关怀中达到旅游目的。

第二节 旅游管理的性质与特点

一、旅游管理的性质

(一)二重性

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。

1. 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,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,范围越来越广泛,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。

2. 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、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。

(二)经济性

旅游管理的经济性是指旅游管理本身就是一种目的性很强的经济活动。从自然属性的角度考虑,旅游管理是推动旅游经济增长的必然选择;从社会属性的角度考虑,旅游管理的目的是要为生产数据的所有者带来经济效益。具体而言,旅游管理的经济性表现在以下方面。

(1)旅游管理对旅游经济效益目标的预期影响管理的效能。旅游管理的目的是实现旅游发展目标。制定旅游业发展的经济目标是旅游宏观管理的一项重要内容。经济效益目标的预期是否合理将极大地影响旅游管理的效能。经济目标预期过高,规划期内无法实现,主观上降低了旅游管理的效能;经济目标预期偏低,不能充分激发管理的积极性,导致旅游管理效能的浪费。因此,旅游管理从目标制定开始就与经济效益息息相关,不能脱离经济的范畴。

(2)衡量旅游管理水平的重要标准是旅游管理在达成旅游经济目标方面的有效性。在合理地制定了旅游发展目标后,经济效益目标能否有效实现成为衡量旅游管理水平的重要标准。因此,经济目标贯穿旅游管理的全过程,决定了旅游管理的经济属性。

(三)关联性

旅游管理的关联性是指旅游管理不是一个静态的、独立的活动,而是一个动态的、综合性的经济活动。一方面,旅游管理活动本身就是一个连续不断的过程,它既体现在一个过程中各个环节的连带关系方面,又说明了过程与过程之间的有机联系。另一方面,旅游管理工作所要处理和涉及的因素是众多的,这些因素间存在着一种客观的、必然的、固有的联系,旅游管理工作也必须在充分认识这些联系的基础上开展。

二、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,既有现代管理的一般特点,又有与旅游活动相联系的特殊性。具体讲,旅游管理的特点主要表现在以下几个方面。

(一)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个方面。

第一,旅游管理是任何旅游活动实现预期目的而必不可少的条件,如果没有管理则旅游活动

就无法有效地进行。

第二,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。

第三,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。

发展旅游业的终极目标是提升当地经济,改善人们生活水平,提供更多的就业机会。对旅游企业来说,其有双重目标,一个是社会目标,另一个是企业目标。两者不可偏废。要兼顾公正公平的竞争发展,不能损害公共利益,如发展当地旅游不能破坏生态环境,不能使当地居民的生活受到外来干扰。企业目标就是确保企业可持续发展。对旅游行政组织来说,其目标就是为旅游企业提供好的宏观指导及政策咨询服务,为企业发展创造更好的环境空间。

(二)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,因此旅游管理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。

(三)综合性

旅游活动是一种综合性经济社会活动,它决定了旅游管理也具有综合性的特点。旅游活动通常包括了食、住、行、游、购、娱等多种要素,涉及旅行社、饭店、交通、景区(点)、餐饮、园林、商业、文化、通信、金融、卫生、城建等多个行业和企业,从而要求旅游管理人员不仅要熟悉和掌握各个行业的知识和技术,以提供优质高效的旅游服务,而且要有效统筹和协调旅游各行业、各企业的活动及相关方面活动,科学地配置旅游生产要素并进行综合性管理,才能有效地满足旅游者的旅游需求,保证旅游活动的顺利进行。

(四)复杂性

由于旅游业是个综合性业务,旅游业的经营活动是由各种要素组成的一个大网络,因其相互影响相互协调,所以比其他行业更具有复杂性。旅游管理是一种服务活动,同时其又有着明确的交易目的,因而其管理的价值取向具有多重性,这就使管理过程变得更加复杂化了。

(五)开放动态性

旅游管理对象复杂,有行政组织,也有旅游企业,还有各种从业人员及游客,这些组织及个人都是在社会这个大环境中相互关联的,其中的信息流、物质流、能量流等都是开放的,且是不断变化的,必然要求管理具有开放性,且要有动态性,不是一成不变的管理方式。因而,要做好旅游管理工作,必须本着开放、公正公平的原则,在变化中力求管理的效益性。

(六)效果性

旅游管理作为人们一种有意识、有目的的活动,其本身虽然并不直接创造经济效益,但一切创造经济效益的旅游活动都离不开管理,这就是旅游管理的效果性。在旅游管理的实践中,旅游

管理的效果性是从以下两方面来体现的。

第一,任何创造经济效益的旅游活动都离不开旅游管理,旅游管理水平的高低直接影响其创造经济效益的高低。

第二,旅游管理不仅是将人们组织在一起实现共同社会劳动的目标,而且是通过科学而有效的管理,创造出“整体大于部分之和”的乘数效应,这种乘数效应就是人们通常所说的“从管理要效益”。从这个意义上讲,旅游经济效益中包含了旅游管理间接创造的经济效益,因此旅游管理也是创造经济效益的重要活动。

(七)风险性

企业是市场的主角,企业离不开市场。完全市场经济靠的是市场调节手段来维持市场的正常运转。只要在市场上竞争,就有市场风险。风险和竞争是一对孪生兄弟。旅游业是一个综合性的行业,离不开其他行业的参与,且受自然因素的影响较大,因而旅游业的发展既受主观因素的影响,同时也受客观因素的影响。旅游管理活动是一个复杂的活动,需考虑因素较多,稍有不同,后果不可设想。特别是自然因素有时难以控制,故其管理活动存在高风险性。

(八)科学性

旅游管理是一门科学,其理论和方法来自对大量旅游管理实践的科学总结和提炼。在旅游活动过程中,既涉及旅游活动组织的业务性问题,又涉及旅游活动中旅游者、旅游服务者、旅游经营者之间产生的各种关系问题,而对这些问题的处理必须按照客观规律的要求来进行。因此,要求旅游管理人员不仅要熟练运用旅游管理的职能、方法和技术,科学地组织和安排好旅游活动,而且还要熟悉各项法律法规和政策,掌握社会学、人类学、心理学、行为科学、领导科学等方法和技术,及时有效地处理旅游活动中发生的各种矛盾和问题,充分调动旅游行业职工的积极性,有效地满足旅游者的旅游需求,实现既定的旅游发展目标。

(九)艺术性

旅游管理不仅是科学,同时也是一门艺术。由于旅游活动的综合性和复杂性,决定了旅游管理不仅要按照客观规律进行管理,同时还必须因地、因时、因情况的不同,灵活、巧妙、权变地运用旅游管理理论和方法处理好各种矛盾与问题。因此,要提高旅游管理的有效性和艺术性,管理人员就必须熟悉和掌握旅游管理的理论与方法,切实加强旅游管理理论的学习,不断积累丰富的旅游管理实践经验,培养处理各种旅游管理问题的技巧和艺术,才能不断提高旅游管理的能力和水平。

第三节 旅游管理的原则与方法

一、旅游管理的原则

旅游管理原则,是人们在旅游管理过程中观察、思考和处理各种问题时必须遵循的行为规范

和准则,其不仅是确定旅游管理目标、管理制度和管理方法的基础,而且对旅游管理的实践活动具有重要的指导作用。在现代旅游管理中,应遵循的基本原则主要有以下几方面。

(一)经济效益原则

提高经济效益既是旅游管理的任务,也是旅游管理必须遵循的重要原则。经济效益原则,要求一切旅游活动都必须以尽可能少的劳动消耗和劳动占用取得尽可能多的劳动成果。讲求经济效益是市场经济规律的客观要求,是社会主义基本经济规律的客观要求,也是进行旅游管理的基本出发点。

经济效益原则贯穿于旅游活动和旅游管理的各个方面。在旅游活动中,要求建立以提高经济效益为中心的旅游经营系统,通过围绕经济效益来开展各项旅游经营和服务工作,使旅游企业的经营和服务实现以收抵支、增加盈利,使旅游地增加税收,并带动相关产业的发展,从而增加更多的经济效益。在旅游管理中,要求牢固树立讲求经济效益的观念,正确处理局部与全局、近期与远期的经济效益,并统筹兼顾经济效益和社会效益、生态环境效益的关系,促进旅游业持续健康的发展。

(二)责任制原则

责任制,即通过一定的规章制度,明确规定旅游部门或旅游企业内各个单位和各个岗位的职责权限、工作范围与相应权力,做到各司其职、各负其责、责权清晰、赏罚分明的管理原则和制度。因此,遵循责任制原则,既是共同劳动的客观要求,也是旅游管理的基本原则。

在旅游管理中坚持和贯彻责任制原则,有利于把责任制和发扬民主有机结合起来,增强旅游行业职工的责任感,调动广大职工的积极性和主动性;有利于按照权责对等的要求形成正常的旅游经营和管理秩序,并对旅游经营活动进行有效监督和考核;有利于把劳动成果同物质利益、奖惩结合起来,正确贯彻落实按劳分配原则,做到赏罚分明。因此,责任制原则是旅游管理的重要原则。

(三)最优化原则

最优化原则,是指在旅游管理中,为提高旅游管理的效率和效益,通过提出配置各种旅游要素资源的多个可行方案,并采取一定的科学方法进行优化,从而选择最佳方案以实现最好的旅游经济效益的原则。

在旅游管理中遵循最优化原则,一方面必须重视对旅游管理环境进行分析和预测,并围绕旅游管理的目标来提出方案和进行方案优化;另一方面,必须坚持定性研究和定量分析相结合,以定性研究指导定量分析,以定量分析支持定性研究的结论,并广泛运用现代计量模型和运筹学方法,不断增强旅游管理的科学性,提高旅游管理的效率和水平。

(四)管理动力原则

管理动力原则,是管理主体对管理客体发生作用而必须遵循的重要原则。在旅游管理中,为了有效地实现管理的目标,管理人员必须运用各种方法和手段来调动被管理者的积极性与主动性,激发其潜在的能力并使之转化为实现旅游管理目标的现实力量。

旅游管理中的动力包括吸引力、推动力和强制力。吸引力主要是以物质利益为诱因,来吸引和激发被管理者为实现旅游管理目标而努力的内在动力;推动力主要是通过精神鼓励和教育,来

推动和促进被管理者积极负责地搞好工作;强制力是运用具有约束性的规章制度和纪律,来迫使被管理者约束自己的行为,以保证旅游管理目标的实现。上述三种动力以不同的方式从不同方向发生作用,从而相互结合、相互作用构成旅游管理的动力结构,成为旅游管理中必须遵循的重要原则。

(五)集权与分权结合原则

集权与分权结合原则,是分工与协作的社会化大生产的客观要求。在现代旅游活动中,一方面由于社会分工而形成相对独立的旅游行业和旅游企业,它们各自独立地完成所承担的职能和任务;另一方面,各个相对独立的旅游行业和旅游企业又必须通过协作而相互联系、相互作用,从而构成完整的旅游系统。

旅游系统的完整性要求实现高度的集权,以保证整个旅游系统运行的协调统一,实现旅游各要素、各环节的同步与和谐发展;而相对独立的旅游行业和旅游企业又要求适当分权,以便各子系统能够根据千差万别的具体情况而灵活应变与发展。于是,在旅游管理中就必须遵循集权与分权相结合原则,才能既发挥旅游系统的整体功能,又增强旅游系统的内在活力,使整个旅游系统健康有效地运行。

二、旅游管理的方法

旅游管理方法,就是旅游管理人员为达到一定的旅游管理目的,对旅游管理对象作用的方式和方法的总称,是旅游管理人员执行旅游管理职能,协调旅游活动的各种手段和方法的总和。旅游管理方法既是管理者运用管理理论指导管理活动的桥梁,又是把管理理论和原理具体化与 actualization,实现旅游管理目标的途径和手段。

(一)旅游管理方法的分类

在旅游管理中,不同管理对象、不同管理过程都具有不同的性质、矛盾和问题,因此必须用不同的管理方法才能有效解决不同的矛盾和问题,从而就产生了各种各样的管理方法。这里主要根据旅游管理方法的适用性、性质和运用条件对旅游管理方法进行分类。

1. 按旅游管理方法的适用性分类

按旅游管理方法的适用性分类,一般可以分为基本方法和专门方法两大类。基本方法,是人们通过对各个领域、各个方面、各种条件下旅游管理实践的概括和总结,揭示出具有共同属性并可以适用于所有管理活动的旅游管理方法,如法律方法、经济方法、教育培训方法等。专门方法,是对旅游管理的某个领域、某个方面、某种条件下所适用的旅游管理方法,如目标管理方法主要是用于计划任务管理的方法,激励方法主要是用于人力资源管理的方法,计算机信息管理方法是以信息资源为主要管理对象的专门管理方法,盈亏分析方法主要是用于财务管理的方法等。

2. 按旅游管理方法的性质分类

按旅游管理方法的性质分类,可以分为定性方法和定量方法。由于任何事物都有质的规定性和量的规定性,因此从质的规定性上,分析事物及其运动状态和性质的方法就是定性方法,而从量的规定性上,分析事物内部和外部各种数量关系的方法就是定量方法。同样,在旅游管理的

实践中,既要从定性角度分析和估计旅游管理对象的活动状态、发展趋势和变化特点,又要从定量角度计算、评价和推导旅游管理对象的活动特征、发展趋势及相关因素的影响程度等。因此,旅游管理方法按照所使用方法的性质的不同,同样可以划分为定性方法和定量方法两大类。

3. 按旅游管理方法的运用条件分类

按旅游管理方法的运用条件分类,通常还可以划分为通用方法和具体方法。通用方法是指不论是什么条件下都可以通用的管理方法,如系统管理法、任务管理法、人本管理法、目标管理法等,这些通用管理方法对于各种不同的旅游管理活动都是适用的,也是旅游管理方法中最主要和最重要的组成部分。具体方法是指仅适用于某些方面或某些条件下的具体管理方法。例如,计算机信息方法只能运用于规范性的管理,而不能用于代替人们的决策思维,并且要求以扎实的管理基础工作为前提。因此,具体方法是根据旅游管理实际中的不同矛盾和问题,所提出的解决具体矛盾和具体问题的不同管理方法。

(二)旅游管理的基本方法

旅游管理的基本方法是普遍适用于所有旅游管理方面的根本方法,也是旅游管理中必须掌握的最基本和最重要的方法,其主要有经济方法、行政方法、法律方法、教育方法和社会心理方法等。

1. 经济方法

旅游管理的经济方法,是根据客观经济规律的要求,运用各种经济杠杆和经济手段,对旅游活动和旅游经营活动进行管理的一种方法。经济方法的核心,是正确运用物质利益原则,处理好旅游活动主体之间的相互关系,处理好国家、企业和职工之间的利益关系。

旅游管理的经济方法一般包括经济杠杆和经济手段。经济杠杆,是一种旅游宏观管理的方法,包括价格、税收、利率、信贷等。经济手段是一种微观旅游管理方法,包括利润、工资、奖金及其他物质奖励等。

经济方法具有强烈的物质利益刺激作用和明显的效果,使旅游管理对象对经济方法较为敏感、接受率较高。其不足之处是容易助长金钱至上、本位主义等不良倾向。因此,在旅游管理中使用经济方法,必须注意与其他方法有机结合,才能有效发挥经济方法的积极作用。

2. 行政方法

旅游管理的行政方法,是指依靠行政职权,运用行政命令、指示、规定等行政手段,对旅游活动进行管理的一种方法。行政方法具有鲜明的权威性和强制性。它有利于迅速贯彻国家有关旅游发展的方针和政策,统一旅游发展的目标和行动;有利于及时解决旅游活动和旅游管理中的一些突发问题,保证旅游活动和旅游管理正常地进行。同时,它也是其他方法运用的前提和基础。不足之处是限制了下级的主动性和创造性,缺乏横向的交流和沟通,有时可能出现不符合客观实际的情况等。因此,在旅游管理中运用行政方法,一方面必须从实际出发,按照客观规律办事,使行政命令、指示和规定尽可能符合客观实际;另一方面,要注意把行政方法与经济方法、教育方法等相结合,以提高行政方法的权威和效果。

3. 法律方法

旅游管理的法律方法,是指以各种法律、法规、规章制度来处理、调解、仲裁旅游活动中各种问题的方法,即通常所说的依法治旅、依法管理的方法。法律方法具有极大的权威性、强制性、规范性和稳定性,是有效开展旅游活动和进行旅游管理的重要依据。

在旅游管理中运用法律方法,要注意以下三点。

第一,必须对旅游者、旅游经营者和旅游行业职工加强法制教育,树立法制观念,增强依法办事的意识和行为。

第二,必须以“法制”代替“人治”,在旅游管理中认真贯彻执行各种法律法规,严格依法管理、依法办事,做到有法可依、有法必依、执法必严、违法必究。

第三,必须加强旅游行业和旅游企业的制度建设,增强各种旅游规章制度的科学性、严肃性和可操作性,以制度规范人们的行为,按制度进行科学的管理。

4. 教育方法

旅游管理的教育方法,是指运用思想政治教育和业务技术培训来解决各种旅游管理问题的方法,也是旅游管理中的基本方法之一。现代旅游是以人为主体的经济社会活动,决定了现代旅游管理也是以人为中心的管理,不仅旅游管理的主体是人,旅游管理的对象也是人。因此,对人的管理一般不能完全采用强制和压服的方法,而必须通过说服教育和激励的方法。

旅游管理的教育方法一般分为以下三个方面。

第一,通过思想政治教育,提高被管理人员的思想政治觉悟,增强责任感和职业道德,有效提高旅游者的文明旅游意识和素质,充分调动旅游行业职工的积极性和主动性,树立文明旅游、诚信经营、诚信服务意识,切实提高旅游服务和旅游经营管理的水平。

第二,通过业务技术培训,不断提高旅游行业职工的服务技能、经营能力和管理水平,为旅游者提供高质量的旅游产品和服务,更好地满足旅游者的旅游需求。

第三,通过建设企业文化和开展丰富多彩的文体娱乐活动,为旅游行业职工创造有利于个性发展的环境和条件,增强旅游企业和旅游行业的凝聚力与向心力。

旅游管理教育方法具有非强制性、示范性、针对性、普遍性的特点,其主要是通过潜移默化的作用来达到旅游管理的目的和要求,因此往往能收到其他旅游管理方法不能达到的效果。但是,旅游管理教育方法也有一定的局限性,因此在实际中必须与其他旅游管理方法结合使用,才能有效发挥出其应有的作用。

5. 社会心理方法

旅游管理的社会心理方法,是运用社会学、心理学等学科的理论和方法,揭示旅游活动过程中人们的心理特征和心理过程的发生和发展的规律性,分析其行为方式的外部影响和内在动力的客观性,从而为旅游管理提供科学的依据和方法。

旅游管理的社会心理方法强调,人们集中在一起从事共同活动或劳动,必然会产生合作与竞争的心理影响:一方面会对旅游活动的正常进行产生作用和影响,另一方面会促进工作效率的提高。因此,运用社会心理方法对人们的心理特征和心理过程、人们的需求与动机、人们的各种行为方式进行分析,并有针对性地采取合理的管理方法,能够有效地提高旅游管理的效率和水平。目前,社会心理方法在旅游管理中得到了广泛的应用,并日益成为现代旅游管理的重要方法。