



21世纪高等院校旅游专业引进教材系列

Strategic Management for Tourism Communities:
Bridging the Gaps



旅游社区战略管理: 弥合旅游差距

(澳) Peter E. Murphy 著
(澳) Ann E. Murphy

陶犁 邓衡 张兵 主译

南开大学出版社

21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列

旅游社区战略管理：弥合旅游差距

Strategic Management for Tourism Communities:

Bridging the Gaps

(澳) Peter E. Murphy

著

(澳) Ann E. Murphy

陶 犁 邓 衡

张 兵

主译

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游社区战略管理: 弥合旅游差距 / (澳) 墨菲 (Murphy, P. E.), (澳) 墨菲 (Murphy, A. E.) 著; 陶犁等译. —天津: 南开大学出版社, 2006. 12

(21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列)

ISBN 7-310-02643-8

I. 旅... II. ①墨... ②墨... ③陶... III. 旅游业—企业管理—高等学校—教材 IV. F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 163497 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

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

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2006 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 17.25 印张 493 千字

定价: 28.00 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

出版说明

旅游业作为一种朝阳产业，在世界各国越来越受到重视。中国旅游业虽然起步较晚，但经过二十多年的发展，现已呈现兴旺发达的局面，跻身于世界旅游大国的行列。

旅游业的发展，离不开旅游教育和对旅游市场规律的研究与探索。我们要开创有中国特色的旅游发展道路，既要立足于中国的实际，又要借鉴外国的先进经验。目前，研究国际先进旅游管理理念与模式，“拿来”为我所用，是旅游业对旅游教育和旅游学科建设提出的迫切要求。因此，亟需一批与国内需求契合度高、反映国际旅游最新管理理念和模式的国外旅游教材，服务于我国旅游教学和学科建设。

南开大学出版社是国内出版旅游教材最早的出版单位之一。围绕国家教育部确定的旅游专业主干课程体系，我社历经十余年开发并出版了本科和专科教材以及相配套的教辅用书，经过一段时间的使用，得到了国内院校师生的广泛认可。另外，我社还出版了一批促进国内旅游研究的学术著作，在国内享有较高声誉。为进一步满足国内读者的需求，我们对国内设有旅游专业的其中二十所高等院校进行了旅游课程及旅游教材市场调查，通过一些专家学者和业内人士的甄选和论证，从 John Wiley & Sons、BH、CABI 等国外著名出版公司引进了一批在国际上处于前沿地位的旅游专业教材和著作。引进后，我们组织国内教学科研一线的专家和学者担纲翻译了这套“21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列”。

该套教材涵盖了旅游学科的各个分支，如旅游服务质量管理、城市旅游管理、旅游跨文化行为研究等，以较新的视角系统而全面地反映了国际最新管理理念和模式，并为业界的实际工作提供了有益而又



及时的指导。该套教材具有前瞻性、系统性、指导性强的特点，适合作为旅游专业高年级本科生及硕士、博士研究生的教材，同时也可作为旅游专业教师和业内人士的参考用书。我们热切期望广大读者对这套丛书提出意见和建议。

南开大学出版社

2005年10月



Preface for Chinese Version of

Strategic Management for Tourism Communities: Bridging the Gaps

It is an honour to have our book translated into Mandarin for the important emerging China market in tourism. The purpose of our book is to provide a framework that will assist communities of all sizes and in all situations to develop their tourism potential in an effective, efficient and sensitive manner. We hope our Chinese readers will find it helpful in their study and application of strategic tourism management.

A key component to becoming successful students and practitioners of tourism is to think and act like business managers. To do this you must think about providing *leadership* to your industry and community. Helping them to envision what type of tourism they *plan* to have and the products they need to meet customer expectations. You will need to help them *organise* the industry and community resources needed to produce the most effective and sustainable destination product possible. You should be able to *control* the destination community's development, by monitoring its progress and making any necessary changes to stay on target with your original vision. These are the four functions of management that the book emphasises throughout its chapters.

The book highlights that the strategic planning of tourism will always involve multiple stakeholders, and as a consequence some level of conflict is bound to arise. The most important stakeholder group to plan for is the tourist, for without their interest and business all else will fail; but other stakeholder groups like the residents, government and industry need to be brought on side to create a formidable and profitable partnership of interests. To help understand and to benefit from stakeholder conflict the book provides a variety of techniques and lessons that have been used to

旅游社区战略管理：弥合旅游差距

create strength and harmony out of differences of opinion.

The book concludes by recommending that individuals and communities view their tourism development as a bridge, one that leads from tourism's promise to its actual potential. This is achieved by combining the four functions of management with the stakeholder interests to build a structure that appeals to both the tourists and the host community.

My co-author and I would like to thank Professor Taoli of Yunnan University for giving us the chance to reach our Chinese audience with these ideas and suggestions in their own language. We hope you find this book both stimulating and useful.

Professor Peter Murphy
Foundation Professor of Tourism and Hospitality
La Trobe University
Melbourne
Australia
13/06/06

中文译本序言

旅游社区战略管理：弥合旅游差距

非常荣幸我们的书已被译为中文版本，出现在中国这一重要的旅游市场上。本书旨在提供一个理论框架，这将有助于各个尺度的社区在不同情形下以一种有效的、高效率的和灵敏的方式去充分发挥社区旅游业的潜力。我们希望本书的中文读者发现它将有有助于他们研究和应用旅游战略管理。

如果你想成为一名在旅游领域成功的研究者或从业人员，一个关键的要素就是你必须像企业经理人那样思考和行动。这样看来，你必须考虑为旅游业和旅游社区提供“领导”，帮助其设想旅游社区应“计划”发展何种类型的旅游并提供能满足顾客期望的旅游产品。你将有必要帮助旅游社区“组织”旅游业和所需的社区资源，从而生产出最有效的、具有可持续性的旅游目的地产品。你还应该能够“控制”目的地社区的发展，监测和追踪社区旅游发展过程并做出必要的调整，从而保证像最初设想的那样坚持你的目标。这就是本书通篇强调的四个管理职能。

本书特别强调的是，旅游业战略计划常常涉及众多利益相关者，他们之间必定会产生某种程度上的冲突。对旅游业的战略计划而言，最重要的利益相关者群体是旅游者，因为如果不考虑他们的兴趣和利益，其他一切都将失败；但另外一些利益相关者群体，如居民、政府和产业等，也应被考虑，他们与旅游者一起形成强大的、有利可图的利益同盟。此外，为了能理解利益相关者之间的冲突并从中受益，本书还提供了各种技术和程序用于在不同观点的差异中创造力量及和谐。

本书结尾部分建议个人和社区都要把社区旅游发展看作是一座引

旅游社区战略管理：弥合旅游差距

导旅游业承诺通往旅游业现实潜力的桥梁。这座桥梁的搭建可以通过结合四个管理职能与利益相关者的利益来实现，并且构建出一个同时考虑到旅游者和东道主社区需求的结构。

我和本书的合著者都非常感谢云南大学陶犁教授为我们提供一个机会，让中国读者通过他们自己的语言来了解上述的思想和意见。我们同时也希望你会发现这本书非常能激发你的想法，也非常有用。

澳大利亚墨尔本拉筹伯大学

旅游与酒店管理学院

彼得·墨菲 教授

2006年6月13日

致 谢

这本书花费了几年的时间才得以完成，我们要感谢在这个过程中帮助我们整理思路的特别人群。我们要感谢不同学术领域的学者为我们提供颇有见地的文献，并感谢张燕女士帮助收集这些资料。我们也要感谢提供四个案例的合作者：保罗·米勒（Paul Miller），韦恩·凯勒-汤姆森（Wayne Kayler-Thomson），特里萨希·马尼斯（Theresa Szymanis）以及罗宾·桑德斯（Robin Saunders）。他们提供的这些真实的例子，使我们的理论框架变得更加充实。

在各种各样的旅行和工作经历中，我们很高兴看到很多产业和政府部门都致力于旅游产业及社区旅游的发展。在众多给予我们帮助和灵感的人中，我们要特别感谢大不列颠哥伦比亚省的里克·莱蒙（Rick Lemon），约翰·帕克（John Parker），梅利莎·麦克莱恩（Melissa Mclean）以及洛恩·怀特（Lorne Whyte）。在佛罗里达的凯斯，我们要特别感谢门罗郡马拉松（Monroe County Marathon）市政委员会、弗兰克弗里曼县（Frank Greenma）委员会的委员——雪莉·弗里曼（Shirley Freeman），以及献身于社区的倡导者，特别是贝蒂·韦尔（Betty Vale）。在澳大利亚的维多利亚，特别要感谢下列人员的帮助和提供的建设性意见：尼古拉斯·亨特（Nicholas Hunt），凯瑟琳·麦肯齐（Kathryn MacKenzie），戴维·赖利（David Riley）和汤姆·奥图尔（Tom O'Toole）。

最后，我们要感谢格伦尼斯·德里克（Glennis Derrick）和对我们的手稿提出宝贵意见的人。我们很高兴能在准备手稿时与格伦尼斯（Glennis）共事，他把我们潦草的手稿转变成了我们现在看到的清晰文稿。手稿的两位评论家也给予我们很多的鼓励和建议。另外，我们要对那些允许我们引用其著作和观点的作者表示感谢。



旅游社区战略管理：弥合旅游差距

有了这些学术和实践人员的努力，我们相信我们的汗水不会白流。如果有什么实际错误或是对某些概念有误解，那是我们作者水平有限，还望原谅。



目 录

出版说明

Preface

中文译本序言

致谢

第一部分：序论 /1

前言 /2

背景 /2

目的 /5

本书结构 /8

小结 /10

1 概念、理论与实践 /11

有关旅游的概念与资料 /11

社区的概念 /16

社区旅游定义 /28

旅游理论发展 /33

小结 /53

2 企业管理的主要职能 /55

企业管理 /56

环境审视 /62

战略管理 /65

旅游的战略管理 /67

企业和社区文化 /78

执行 /81

案例分析：维多利亚港渡船公司 /82

小结 /89



第二部分：旅游业主要管理职能 /91

管理职能 /92

概述 /94

3 计划 /97

企业计划过程 /98

社区旅游的计划过程 /104

结合方法 /126

小结 /127

4 组织 /129

企业组织过程 /129

社区旅游组织过程 /135

小结 /148

5 领导 /149

企业领导 /152

企业家领导 /161

旅游领导 /166

小结 /178

6 控制 /179

企业控制 /180

旅游业控制 /184

质量控制 /188

社区旅游控制 /201

小结 /206

案例分析：维多利亚州的旅游战略规划 /207

第三部分：旅游社区的利益相关者 /213

利益相关者 /214

本部分概要 /220

7 顾客 /223

目标 /225

计划 /226

组织 /232

领导 /246

控制 /252

小结 /259

8 产业 /261

目标 /263

计划 /264

计划理论 /269

组织 /277

领导 /288

控制 /296

道德观 /300

小结 /304

9 居民 /307

目标 /307

计划 /309

组织 /317

领导 /325

控制 /330

小结 /337

10 政府 /339

目标 /341

规划 /343

组织 /357

领导 /367

控制 /375



旅游社区战略管理：弥合旅游差距

小结 /384

案例分析：美国佛罗里达凯斯地区旅游管理研究 /385

第四部分：一个新的范式 /393

新途径 /394

本部分概要 /394

11 一起工作 /397

目的 /397

规划 /404

组织 /412

领导 /417

控制 /421

小结 /431

12 用战略管理缩小旅游差距 /433

目标 /433

规划 /434

组织 /439

领导 /444

控制 /452

小结 /458

案例分析：缩小斯特灵山的差距 /459

跋 /471

结论 /472

附录：旅游战略规划资源 /475

国际组织 /475

地区组织 /476

国家组织 /477



土著组织	/479
州和地方组织	/480
参考文献	/483
译后记	/533

第一部分

序 论