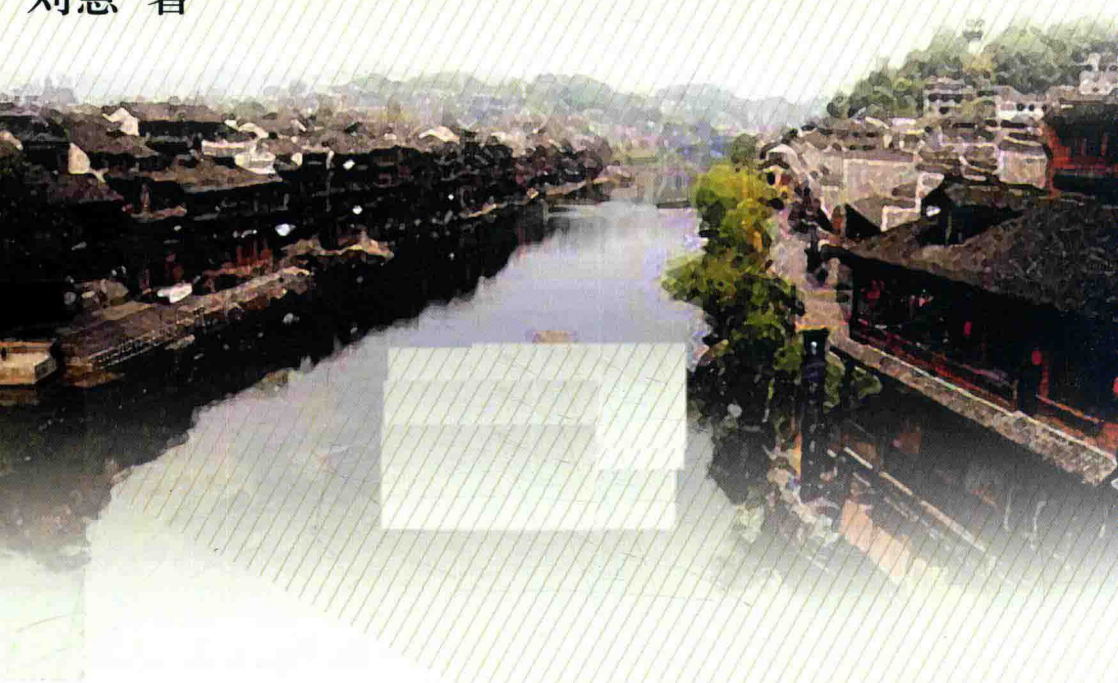


旅游管理

理论与实践研究

Tourism Management
Theory and Practice Research

刘慧 著



 中国金融出版社

旅游管理理论与实践研究

刘 慧 著



中国金融出版社

责任编辑：王雪珂
责任校对：李俊英
责任印制：陈晓川

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游管理理论与实践研究 (Lüyou Guanli Lilun yu Shijian Yanjiu) /
刘慧著. —北京：中国金融出版社，2016. 6
ISBN 978 - 7 - 5049 - 8519 - 4

I. ①旅… II. ①刘… III. ①旅游经济—经济管理—研究
IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 091574 号

出版
发行

中国金融出版社

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 北京市松源印刷有限公司

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 13.5

字数 215 千

版次 2016 年 6 月第 1 版

印次 2016 年 6 月第 1 次印刷

定价 46.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 8519 - 4/F. 8079

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010)63263947

前 言

伴随着经济的快速发展,我国旅游业也取得了飞速进步。如今,我国已经成为一个旅游大国,与世界其他各国的旅游交往也在不断扩大,成为世界旅游体系的一个重要组成部分。旅游业的发展与扩大固然离不开旅游目的地建设和旅游资源的开发,但旅游管理也是旅游行业的重中之重。在现实的旅游生活中,因旅游管理不善而导致重大损失的事件仍时有发生。鉴于此,特撰写了《旅游管理理论与实践研究》一书,以期为我国旅游业的发展尽一丝绵薄之力。

本书从旅游管理的实际情况出发,结合多年的教学经验,通过对旅游管理进行科学构思,系统、全面地对旅游管理的理论与实践情况进行了分析和阐述。从结构上来看,本书共分为七章,第一章主要介绍了旅游管理的概念、特点以及环境和方法等内容,以便读者了解旅游管理的基本知识;第二章对旅游管理理念的发展展开了研究,主要包括了人本理念、系统理念、战略理念以及创新理念等方面的内容;第三章对我国旅游管理体制及其创新展开了研究,内容涉及我国旅游管理体制的现有模式及其弊端、创新的必要性分析、创新的理论基础以及创新我国旅游管理体制新模式的途径等;第四章对旅游景区管理进行了研究,包括旅游景区管理的理论与目标模式、营销与财务管理、游客与门票管理等方面的内容;第五章主要对旅游服务管理的质量、供需管理等方面进行研究;第六章重点对旅游资源的开发管理和环境管理进行了分析和研究;第七章则着重对旅游行业安全管理进行了分析和研究,包括日常安全管理、突发事件管理以及我国旅游安全管理体制存在的问题及其完善等方面的内容。

总的来说,本书逻辑层次清晰、内容全面,并注重理论与实践的紧密结合,具有较高的科学性、学术性和实用性。其对我国旅游管理的理论研究与实践发展具有一定的参考价值。

本书在撰写过程中参考和借鉴了国内外许多有关旅游管理方面的书籍和文献，在此向其作者表示衷心的感谢！由于能力及时间所限，书中难免存在疏漏与不妥之处，恳请广大读者批评指正。

作者
2015 年 10 月

目 录

第一章 旅游管理概述	1
第一节 旅游管理的概念和特点	3
第二节 旅游管理的环境和方法	13
第二章 旅游管理理念的发展研究	23
第一节 现代旅游管理的人本理念	25
第二节 现代旅游管理的系统理念	29
第三节 现代旅游管理的战略理念	36
第四节 现代旅游管理的创新理念	42
第三章 我国旅游管理体制及其创新研究	53
第一节 我国旅游管理体制的现有模式及其弊端	55
第二节 我国旅游管理体制创新的必要性分析	60
第三节 我国旅游管理体制创新的理论基础	70
第四节 创新我国旅游管理体制新模式的途径	73
第四章 旅游景区管理研究	83
第一节 旅游景区管理的理论与目标模式	85
第二节 旅游景区的营销与财务管理	95
第三节 旅游景区的游客与门票管理	102
第五章 旅游服务管理研究	117
第一节 旅游服务及其管理概述	119
第二节 旅游服务的质量管理	133

第三节 旅游服务的供需管理 137

第六章 旅游资源管理研究 147

 第一节 旅游资源的概念、特征与分类 149

 第二节 旅游环境管理 158

 第三节 旅游资源的开发管理 168

第七章 旅游行业安全管理研究 175

 第一节 我国旅游行业安全管理的内涵、目标与任务 177

 第二节 我国旅游安全管理体制存在的问题及其完善 180

 第三节 我国旅游行业的日常安全管理 185

 第四节 我国旅游行业的突发事件管理 188

参考文献 207

第一章

旅游管理概述

本章主要对旅游管理的概念、职能及属性、特点、基本方法，以及旅游管理的环境及其在知识经济时代下的新环境等方面的内容进行阐述和说明。

第一节 旅游管理的概念和特点

一、旅游管理概念

(一) 管理的基本概念

管理这一概念所包含的含义非常广泛,又因为理论时常跟不上实践,并且人们从不同的角度去理解管理活动会有不同的认识和概括,因而,对其确切含义的认识至今仍未统一。其中法约尔(Henri Fayol)对管理的认识最具代表性,其认为管理是由计划、组织、指挥、协调及控制等职能为要素的组织活动过程。这一定义已经成为从管理职能角度定义管理的典范,现代很多管理定义也是在这个基础上进行的。

管理是一种专业职能,其是建立在绩效责任的基础之上的。这一观点是美国哈佛大学教授德鲁克(Peter F. Drucker)提出的。这一概念包含以下三层含义:

- (1) 与其他技术性工作一样,管理是专业性的工作,有自己专有的技能、方法、工具和技术。
- (2) 管理人员是一个专业的管理阶层。
- (3) 管理的本质和基础是执行任务的责任。

决策理论学派的代表人物西蒙(Herbert A. Simon)认为管理就是决策。他认为决策贯穿组织的始终,任何工作都必须经过一系列的决策才能完成。决策正确,管理的目的也就能够实现了。

美国数学家、管理数学派的代表人物伯法(Elwood S. Buffa)认为,管理就是用数学模式与程序来表示计划、组织、控制、决策等合乎逻辑的程序,得出最优解答,以达到企业的目标。

唐纳利(Donnelly)认为,管理就是由一个或更多的人来协调他人活动,以便收到个人单独活动所不能收到的效果而进行的各种活动。

从以上所列管理的概念观点可知,在不同的角度,管理有着不同的面

貌。总的来说,这些对管理的描述既有真知灼见,也有不足之处,但这些定义都着重从管理的现象来对管理本身进行描述,而对管理的本质却并未揭示出来。众所周知,管理是一种行为。作为行为,首先应当有行为的发出者和承受者,即谁对谁做;其次还应有行为的目的,即为什么做。因此,形成一种管理活动,就要有管理主体、管理客体以及管理目的。另外,我们还应想到,任何管理活动都不是孤立的活动,它必须要在一定的环境和条件下进行。

从以上分析中可知,任何一种管理活动都必须由以下四个基本要素构成:

- (1) 管理主体,回答由谁管的问题。
- (2) 管理客体,回答管什么的问题。
- (3) 组织目的,回答为何而管的问题。
- (4) 组织环境或条件,回答在什么情况下管的问题。

由此,我们可以从一般意义上来对管理进行概括,即管理是社会组织中,为实现预期的目标,以人为中心进行的协调活动。

(二) 旅游管理的基本含义

从学科范围来看,旅游管理属于管理学的二级学科,或可称为部门管理学,即对旅游活动这一经济行为而进行的计划、组织、指挥、协调及控制的活动过程。旅游涉及政治、经济、文化等诸多社会领域,因而其具有较强的综合性。鉴于此,旅游管理的内涵也就十分丰富。旅游管理是指为了以最有效的方式实现旅游活动的目标,综合运用管理职能的作用,对旅游活动所涉及的各种关系和现象进行管理的活动和过程。对于旅游管理,从组织层面可以将其分为宏观旅游管理和微观旅游管理。

宏观旅游管理是指政府部门从促进国家旅游产业发展的角度来管理旅游活动。宏观旅游管理的主要功能是发挥政府职能,对旅游市场进行培育和完善。具体来讲包括以下三个方面。

(1) 通过制定旅游政策、法规和行政手段,对涉及国家和地方旅游业发展的重大问题和横向协调等问题进行一系列组织管理工作,保证国家和地方旅游业的协调发展。

(2) 对旅游市场进行宏观调控,以达到获得优良宏观经济效益和社会

效益。

(3) 提高我国旅游业声誉和国际影响。

微观旅游管理是指旅游服务企业的经营管理活动。旅游服务企业是旅游活动的重要环节,其为旅游活动提供必需的服务,在旅游管理中,搞好旅游企业管理是一个非常重要的任务。在现代旅游企业管理中就要求管理者运用现代管理理论和方法,对企业所能支配的人、财、物、信息、能源等有形资产及无形资产,进行有效的计划、组织、指挥、协调和控制,使各项要素得以合理配置,以求达到旅游企业所预期的目标。因此,在当前形势下,中国的旅游业应当加速改革,学习和吸收国际先进的管理理论和方法,并结合企业自身的实际情况,建立科学的企业管理体制,提高管理水平。

(三) 管理者及素质

1. 管理者

任何一个组织都包括若干个成员,并且每一个成员在组织中有着不同的地位和作用。简单地说,组织成员可以分为操作者和管理者。操作者是指组织中直接从事具体实施和操作工作的人。例如,景区的讲解员、饭店的餐饮服务人员等。这些人的任务就是做好组织所分派的具体的操作性事务。管理者则是那些在组织中指挥他人完成具体任务的人,这些人是组织的核心,其工作绩效的好坏直接关系着组织的兴衰成败。虽然在某些时候管理者也做一些具体的事务性工作,但其主要职责是指挥下属工作。因此,有无下属向其汇报工作是区别管理者 and 操作者的一个主要因素。

通常而言,在旅游组织中,可能有很多从事管理工作的人员,这些人可以分为以下几种类型。

(1) 基层管理者

基层管理者也称第一线管理者,他们比处于作业层的人高一个层次,负责对操作人员及其工作进行管理,是监督组织运作的低层管理者。他们的主要职责是将具体的工作任务分派给下属操作人员,并对下属操作人员的现场作业活动进行指挥和监督,保证各项任务有效完成。基层管理者在旅游组织中一般被称为领班、主管。

(2) 中层管理者

处于高层管理者和基层管理者之间的管理者即为中层管理者。他们的

主要职责是贯彻执行高层管理者所制定的重大决策,对基层管理者工作进行监督和协调,他们的管理对象是基层管理者。中层管理者接受高层管理者制定的总目标和计划,并将其分解为具体目标给各基层部门,他们注重的是日常管理工作,在组织中起承上启下的作用。中层管理者在旅游组织中一般称为部门经理或部门总监。

(3) 高层管理者

高层管理者是一个组织的高级执行者并负责全面的管理。他们的主要职责是制定组织的总目标、总战略,掌握组织的大政方针并对整个组织的绩效进行评价。他们关注的是组织的生存、成长和总体有效性等长期问题。他们不仅把组织看作一个整体,还要把组织与外部环境联系起来,并在对外交往中代表组织以“官方”的身份出现。

在工作性质和内容上,所有管理者几乎是一样的,都包括计划、组织、领导和控制等几方面,由于履行各项管理职能的程度和重点不同,从而使不同层次管理者在工作上有所差别。高层管理人员在计划、组织和控制职能上的时间要比基层管理人员多一些,而基层管理人员则在领导职能上所花的时间要比高层管理者更多一些。

2. 管理者素质

管理者所担负的特殊职能要求其具有特殊的素质和能力。这是因为,管理者素质对其所管辖的组织效能有着直接的影响。管理实践中的无数事实证明,一个有着优良素质的管理者,将对一个组织起着至关重要的作用。

通常而言,管理者的素质包括以下内容:

(1) 职业道德

管理者应当具备的职业道德包括以下几点。

①强烈的事业心和高度的责任感。职业责任心是个人对现实职业责任所持的态度,这种态度源于人们对道德责任的认知,只有具有强烈的事业心和责任感,管理者才能勇于克服困难,锐意进取,勇往直前。

②公道正派,与人为善。在各项业务管理中,管理者要公道正派,按原则办事,不徇私情,能经得住历史的检验。尤其是在用人上,要努力做到任人唯贤,不搞小帮派。

③以身作则、清正廉洁。管理者的模范带头作用是至关重要的,管理

者要通过言行和行动来建立威信。并且要言行一致，表里如一，少说空话，多干实事，严于律己，清正廉洁。

(2) 知识素质

管理涉及社会生活的诸多方面，因而要求管理者要具有全面的知识，如果对某方面知识缺乏，都会导致管理上的失误。高层管理者的知识面要宽，低层次的管理者可相对窄一些。就旅游管理者来说，应具备自然科学、社会科学及旅游行业专业知识，只有这样才能做到视野开阔、信息灵通、思维敏捷、举一反三，妥善处理各种复杂问题，以适应现代化管理的要求。

(3) 能力素质

能力素质是管理者所必须具备的素质，其中管理能力最为重要，主要包括以下几点。

①科学决策能力。在管理中，决策是一个非常重要的方面，其是一个管理者的主要工作之一。一个具有较强科学决策能力的决策者，其对问题有着较强的综合分析能力和预见性。能够在复杂的情况下抓住主要矛盾，提出决策问题。另外，还具有丰富的经验，掌握科学的决策方法，能够博采众长、择优决断，作出正确的决策。

②知人善任能力。在管理中，用人问题一直是核心部分，因此，作为一个管理者，必须要具有知人善任的能力。能够善于发现人才，把恰当的人安排在恰当的岗位上，使其充分发挥聪明才智，即人尽其才。

③组织协调能力。在管理中，组织协调工作是必不可少的。与非管理者相比，管理者有着较强的组织协调能力。在管理中进行组织协调，要处理好管理系统内外的各种关系。人际关系是组织协调中一个非常重要的方面，要最大限度地调动人的积极性。因此，管理者必须要有协调人际关系的技能，要在管理中懂得尊重人、关心人、团结人、理解人。只有这样才能做好组织协调工作，才能使管理达到预定目标。

④开拓创新能力。创新在管理中是必不可少的，作为一个管理者，必须具备创新精神和勇于开拓的能力。如今，社会各方面的发展都十分迅速，市场需求也处于不断的变化之中，作为一个管理者只有不断解放思想，努力学习，善于接受新事物，讲究新方法，才能不断提高创新和开拓的能力，才能适应不断变化的形势。

(4) 身心素质

管理是一种劳心劳力的工作,因此,作为一个管理者必须要有健康的身体和良好的心理状态,要始终保持精力充沛。在身心素质中,心理素质非常重要,其是形成独特管理风格的决定因素,也是选择管理者的重要标准,心理素质包括追求、意志、情感和风度等。

总而言之,管理者应当是一种具有职业素养,身心健康的知识—能力型人才。

(四) 旅游管理的职能与属性

1. 旅游管理的职能

管理的职能是指管理活动的职责和功能。在管理职能的种类上,人们并没有一个统一的说法。伴随着旅游管理理论和实践的不断发展,按照旅游管理的特点、目的和作用,一般可把旅游管理职能分为计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等四项职能。

(1) 计划职能

计划是对旅游组织在未来一段时间内的目标和实现目标途径的策划与安排。也就是说,计划是解决管理中需要做什么的问题。计划管理具有较强的专业技术性,是旅游发展方针和经营目标的具体体现,其决定着旅游业发展的资金安排、设备物资消耗和业务经营活动的开展,对旅游业的经济效益会产生直接的影响。

另外,计划职能还包括对将来趋势的预测,根据预测的结果建立目标,然后再制定各种方案、政策以及达到目标的具体步骤,以保证组织目标的实现。在计划形式上,旅游企业的计划不能单一,而应多样化,既要编制综合的经营计划,又要编制各项专业活动的具体计划,并且层层分解落实计划指标。对企业的内外环境进行严格的科学分析是制定科学合理计划的前提。要通过调查研究,对当前存在的机会和威胁进行全面分析,搞好综合平衡,保证计划的科学性和预见性,使企业的工作有条不紊地进行。只有这样才能将计划的指导作用充分发挥出来,实现决策所规定的目标。

(2) 组织职能

计划的实施离不开他人的合作。在旅游管理活动中,组织管理是计划

管理的继续。旅游管理的组织职能,就是按照旅游发展计划目标的要求,在全体成员之间分工合作进行管理。所以,组织职能是解决管理中谁去干的问题。旅游组织职能的主要内容就是根据工作的要求与人员的特点设计岗位,通过授权和分工,将适当的人员安排在适当的岗位上,用制度规定各个成员的职责和上下左右的相互关系,形成一个有机的组织结构,使整个组织协调地运转,产生比个体总和更大的力量、更高的效率。

组织结构的具体形式和特点是由组织的目标决定的。例如,饭店、旅行社、旅游景区、旅游协会、旅游行政部门等组织由于各自的目标不同,其组织结构形式也各不相同,并显示出各自的特点。而旅游组织各自的工作效率和活力又在很大程度上取决于组织工作的状况。组织工作是任何一项管理业务都必须要做的,其优劣在很大程度上决定着这些决策、计划和管理活动的成败。任何社会组织是否具有自适应机制、自组织机制、自激励机制和自约束机制,在很大程度上也取决于该组织的组织结构状态。因此,在管理活动中,组织职能是一项根本职能,是其他一切管理活动的保证和依托。

(3) 领导职能

领导职能是解决旅游管理中如何干的问题。在旅游管理中,计划是其首要的职能,组织是实现计划目标的重要内容,但是组织目标的实现仅仅依靠这两个方面是不一定能成功的,这是因为全体成员的共同努力才是实现组织目标的唯一可靠途径。由于配备在组织机构各种岗位上的人员,在个人目标、需求、偏好、性格、气质、价值观及工作职责和掌握信息量等方面存在很大差异,因而在相互合作中产生各种矛盾和冲突是不可避免的。因此,必须要有权威的领导者对他们进行领导,指导他们的行为,沟通他们之间的信息,增强相互的理解,统一他们的思想和行动,激励每个成员自觉地为实现组织目标共同努力。

在实践中,旅游管理的领导职能重点要注意以下几点:

- ①领导必须有权威性,以保证各项规定及指令得到贯彻执行。
- ②必须保证正确性,要防止因领导决策失误造成下级管理的混乱或经济损失。
- ③必须坚持逐级领导的原则,即工作指令逐级下达,不越级指挥,以达到命令统一的管理状况。

(4) 控制职能

在计划的执行过程中,会受到很多因素的干扰,常常使实践活动偏离原来的计划。因此,就需要对计划的执行进行控制,只有这样才能保证目标及为此而制订的计划得以实现。旅游管理的控制职能就是按照计划标准衡量计划的完成情况和纠正计划执行中的偏差,以确保计划目标实现的一系列活动。由此可知,在管理过程中,发现问题、解决问题是控制职能的关键,管理者必须及时取得计划执行情况的信息,并将有关信息与计划进行比较,将实践活动中存在的问题找出来,分析原因并及时采取有效的纠正措施。

总之,计划职能、组织职能、领导职能和控制职能是管理职能的四项基本职能,它们都是管理活动所不可缺少的。

2. 旅游管理的基本属性

无论是何种管理,其都是在特定环境下,对特定组织进行的。因此,旅游管理是一个既具有一般性,又具有特殊性和差异性的社会现象。管理存在于所有出现组织的地方,作为一个具有特殊性的行业,旅游需要服从和服务于所管理的旅游组织的特定目标,并且要与旅游行业这个特定的内外环境条件相适应。

(1) 旅游管理的自然属性

旅游管理的自然属性是指旅游管理在不同的社会制度和意识下所表现出来的共性。指挥劳动是旅游管理自然属性的外在表现,也就是说旅游业一切管理活动都是通过特定的“技术性”手段、措施、办法来执行指挥劳动的职能。具体体现为从人的身心发展规律出发开展旅游管理活动,按照管理规律组织旅游业管理实践活动,采用和现代生产相适应的方式与手段管理旅游企事业单位。在现代旅游管理中,其重要的任务就是提高旅游企事业单位的效能,推动生产力的发展,这也是它的自然属性的重要表现。依据旅游管理的自然属性,我们可以更好地学习、借鉴发达国家先进的管理经验和方法,对国外的成熟经验,可以大胆地引进和吸收,进而迅速地提高我国的旅游管理水平。

(2) 旅游管理的社会属性

旅游管理是一项具有特殊职能的活动,其目的是为了达到预期的目标,因此,这一活动必然体现管理为谁服务的问题。在马克思主义哲学