

旅游学新视野

旅游管理学

Lü You Guan Li Xue

罗明义 等著



南开大学出版社

旅游管理学

罗明义 杜靖川
杨萍 毛剑梅 著
王静

南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理学 / 罗明义等著. —天津: 南开大学出版社,
2007. 11
ISBN 978-7-310-02802-3

I. 旅… II. 罗… III. 旅游经济—经济管理 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 168725 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

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 37.5 印张 2 插页 688 千字

定价: 58.00 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

主 编 简 介

罗明义,男,云南昭通人,经济学博士,云南大学教授、博士生导师。1983年毕业于云南大学经济系并获经济学学士学位,1997年毕业于复旦大学管理学院并获经济学博士学位。先后担任过云南大学管理系主任、经济学院副院长、旅游系主任、旅游学院院长、云南省旅游局副局长,现任云南省旅游局局长、云南大学旅游研究所所长、旅游管理博士生导师,云南大学旅游管理重点学科学术带头人。长期从事企业管理、旅游经济管理、区域经济的教学科研与旅游行政管理工作,出版有关企业管理、旅游经济、旅游管理和区域经济方面的专著、教材三十多部,发表学术论文一百二十多篇。

前 言

随着现代经济社会的发展,旅游活动已经成为人们生活中的重要选择,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与研究的需要,培养既掌握系统旅游管理理论知识,又具有综合旅游管理能力的旅游专门人才,我们特编写了《旅游管理学》一书。

《旅游管理学》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、旅游企业管理、旅游市场管理和旅游宏观管理五方面,构建了《旅游管理学》的完整体系结构和内容,并围绕旅游管理的基本理论、基本原理和基本方法,从以下五个方面系统地介绍了现代旅游管理的理论、方法和实务。

1. 旅游管理原理篇,运用现代经济学、管理学、旅游学、旅游经济学等多学科的理论和方法,系统总结了国内外旅游管理的实践经验,全面探讨了旅游管理的性质、内容和基本原理,阐述了旅游管理的任务、原则和方法,总结了加强旅游管理必不可少的旅游管理基础工作,为加强旅游管理提供重要的理论依据和指导。

2. 旅游者活动管理篇,以旅游者活动为核心,探讨了旅游者活动的性质、特点和类型,分析了旅游者需求、动机和行为的产生与变化特点,并遵循旅游者流动的规律性,阐述了旅游者活动策划和组织的原则、方法与要求,旅游服务的内容和特点,以及加强旅游者行为管理、旅游服务管理、旅游诚信服务建设和旅游安全管理的内容、方法与措施等,为更好地组织好旅游者活动提供理论指导。

3. 旅游企业管理篇,从各类旅游企业管理的共性角度,以旅游企业的成长与发展为重点,在分析旅游企业成长与发展的性质、特征和发展方式基础上,系统阐述了旅游企业战略的类型、特点及制定方法,旅游企业经营调查、经营预测与经营决策的方法和技术,旅游企业产品开发的主要内容和基本程序,以及有关旅游产品管理的目的、要求和方法等,为指导和加强各类旅游企业管理提供重要的

理论依据和方法。

4. 旅游市场管理篇,从旅游微观管理和宏观管理角度,围绕旅游市场开拓和管理的主要问题,在分析旅游市场的概念、分类和特征基础上,探讨了旅游市场体系、功能作用、机制运行、竞争结构的条件和特点,阐述了旅游市场开拓、促销、规制的内容和要求,旅游市场监督和管理的原则与方法,为维护旅游市场秩序,规范旅游市场竞争,发挥旅游市场机制和功能作用提供科学的理论与方法。

5. 旅游宏观管理篇,从对整个旅游经济活动和运行管理的角度,系统阐述了旅游宏观管理的概念、特点、任务、内容和方法,分析了旅游管理体制的结构、特征和我国旅游管理体制的改革与发展,阐述了旅游行政管理组织的类型和职能、旅游行业协会的功能和作用,并从加强旅游宏观管理角度,阐述了旅游行业管理和旅游区域管理的任务、内容与方法等。

《旅游管理学》在充分借鉴和汲取国内外旅游管理理论研究和实践经验的同时,结合众多旅游管理案例分析和研究,力求体现现代旅游管理的学科体系和中国旅游管理的特色要求,使学习者不仅能够熟练掌握旅游管理的理论、方法和实务,而且通过案例教学能够举一反三、灵活应用各种旅游管理的理论、方法和技术,以更好地指导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、创新性和实用性,不仅可用作旅游研究人员、大专院校教师和学生的教材与参考书,而且对于从事旅游服务、旅游经营、旅游市场营销、旅游发展规划、旅游行业管理等方面的人员也具有重要的参考价值。

《旅游管理学》由云南大学罗明义教授担任主编,杜靖川教授担任副主编,参加各章编写的人员为:罗明义(第1、2、3、4、17、18、19、20章)、杜靖川(第9、13、16章)、杨萍(第10、11、12章)、毛剑梅(第5、6、7、8章)、王静(第13、14、15章),由罗明义教授统纂定稿。本书在编写过程中,参考了大量国内外文献资料和部分网上文献资料,主要参考文献附录于书后,特向所有作者表示谢意。同时,本书的出版得到了南开大学出版社的关心和支持,特别是孙淑兰老师对本书编写给予了精心指导和帮助,特此表示衷心的感谢。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

2007年4月于云南大学北院

目 录

前 言	(1)
-----------	-------

第一篇 旅游管理原理

第一章 旅游管理概述

第一节 旅游活动与现代旅游系统	(3)
第二节 旅游管理的性质和特点	(8)
第三节 旅游管理的任务和职能	(13)
第四节 旅游管理的原则和方法	(21)
案例分析	(27)

第二章 旅游管理理论基础

第一节 传统管理理论	(29)
第二节 科学管理理论	(31)
第三节 行为管理理论	(37)
第四节 现代管理理论	(46)
案例分析	(56)

第三章 旅游管理基本原理

第一节 旅游管理科学原理	(58)
第二节 旅游管理系统原理	(62)
第三节 旅游管理效益原理	(67)
第四节 旅游管理人本原理	(72)
第五节 旅游管理创新原理	(76)
案例分析	(82)

第四章 旅游管理基础工作

第一节 旅游管理基础工作的概念	(85)
第二节 旅游法规和制度	(89)
第三节 旅游标准化工作	(93)
第四节 旅游定额工作	(97)

第五节 旅游信息和统计工作	(100)
第六节 旅游教育培训	(106)
案例分析	(110)

第二篇 旅游者活动管理

第五章 旅游者活动策划与组织

第一节 旅游者活动性质和特点	(115)
第二节 旅游者活动主要类型	(121)
第三节 旅游者活动的策划	(128)
第四节 旅游者活动的组织	(135)
案例分析	(139)

第六章 旅游者行为与管理

第一节 旅游者概念和分类	(141)
第二节 旅游者行为分析	(147)
第三节 旅游者流动规律和特点	(153)
第四节 旅游者行为管理	(161)
案例分析	(167)

第七章 旅游服务管理

第一节 旅游服务的内容和作用	(169)
第二节 旅游服务的基本特征	(175)
第三节 旅游服务质量的提高	(177)
第四节 旅游诚信服务管理	(184)
案例分析	(192)

第八章 旅游安全管理

第一节 旅游安全管理的概念	(194)
第二节 旅游安全法制和教育	(201)
第三节 旅游安全管理原则和内容	(204)
第四节 旅游安全救援与保险	(209)
案例分析	(219)

第三篇 旅游企业管理

第九章 旅游企业成长与发展

第一节 旅游企业的性质和特征	(223)
第二节 旅游企业类型和结构	(227)

第三节	旅游企业的成长·····	(231)
第四节	旅游企业的创新发展·····	(240)
第五节	旅游企业的集团化发展·····	(246)
案例分析	·····	(251)
第十章	旅游企业战略管理	
第一节	旅游企业战略概念·····	(253)
第二节	旅游企业战略分析和选择·····	(260)
第三节	旅游企业战略分析方法·····	(266)
第四节	旅游企业战略的实施·····	(275)
案例分析	·····	(282)
第十一章	旅游企业经营管理	
第一节	旅游企业经营管理概述·····	(284)
第二节	旅游企业经营调查·····	(290)
第三节	旅游企业经营预测·····	(299)
第四节	旅游企业经营决策·····	(306)
案例分析	·····	(318)
第十二章	旅游企业产品管理	
第一节	旅游企业产品的概念·····	(320)
第二节	旅游企业产品开发程序·····	(324)
第三节	旅游企业产品开发内容·····	(329)
第四节	旅游企业产品的管理·····	(335)
案例分析	·····	(343)

第四篇 旅游市场管理

第十三章	旅游市场体系和机制	
第一节	旅游市场概念和特征·····	(349)
第二节	旅游市场的分类·····	(354)
第三节	旅游市场体系和功能·····	(361)
第四节	旅游市场机制和运行·····	(366)
案例分析	·····	(371)
第十四章	旅游市场竞争与结构	
第一节	旅游市场竞争内容和方式·····	(374)
第二节	旅游市场竞争的因素·····	(381)
第三节	旅游市场竞争结构与特点·····	(386)

第四节	旅游市场竞争环境的完善	(393)
	案例分析	(397)
第十五章	旅游市场开拓与促销	
第一节	旅游市场开拓与分析	(400)
第二节	旅游市场细分与选择	(404)
第三节	旅游市场开拓战略和策略	(409)
第四节	旅游市场促销和方式	(417)
	案例分析	(425)
第十六章	旅游市场规制与监管	
第一节	旅游市场失灵与管理	(428)
第二节	旅游市场规制特点和类型	(435)
第三节	旅游市场监督和管理	(441)
	案例分析	(451)

第五篇 旅游宏观管理

第十七章	旅游宏观管理概述	
第一节	旅游宏观管理概念和特征	(455)
第二节	旅游宏观管理目标和任务	(462)
第三节	旅游宏观管理的内容	(467)
第四节	旅游宏观管理方法和手段	(475)
	案例分析	(480)
第十八章	旅游管理体制和组织	
第一节	旅游管理体制概念和模式	(483)
第二节	我国旅游管理体制的发展	(489)
第三节	旅游管理组织	(494)
第四节	旅游企业管理体制	(504)
	案例分析	(509)
第十九章	旅游行业管理	
第一节	旅游行业管理任务和特点	(512)
第二节	旅行社行业管理	(518)
第三节	旅游饭店行业管理	(526)
第四节	旅游交通行业管理	(532)
第五节	旅游从业人员行业管理	(537)
	案例分析	(542)

第二十章 旅游区域管理	
第一节 旅游区域划分和类型·····	(544)
第二节 旅游区域管理特点和体制·····	(549)
第三节 旅游区域规划管理·····	(553)
第四节 旅游区域开发建设和管理·····	(557)
第五节 旅游城镇建设和管理·····	(563)
第六节 旅游区域质量等级管理·····	(570)
案例分析·····	(576)
主要参考文献·····	(578)

第一篇 旅游管理原理

旅游活动,是人类在一定的经济社会条件下所产生,并随着经济社会发展而发展的一种经济社会活动。现代旅游系统,是一种以旅游活动为核心的经济社会子系统,包括了旅游者活动、旅游经营活动、旅游市场竞争和旅游经济运行。因此,旅游管理就是对现代旅游系统的管理。

旅游管理原理篇,应用现代旅游学、管理学、经济学等多学科的理论和方法,全面探讨了旅游管理的理论基础,阐述了旅游管理的任务、原则、方法和基本原理,分析了加强旅游管理必不可少的管理基础工作,为加强旅游管理提供重要的理论依据和指导。

通过本篇的学习,在正确认识旅游活动和现代旅游系统的基础上,明确旅游管理的性质、职能、任务、原则和方法,了解和掌握现代管理演进、管理思想和方法等旅游管理理论知识,熟悉和掌握旅游管理的科学原理、系统原理、人本原理、效益原理、创新原理等主要内容,明确加强旅游管理必须做好的各项旅游管理基础工作等。



第一章 旅游管理概述

科学管理的基本原理适用于人的一切行为——从我们最简单的个人行为到大公司的业务运行,后者要求最精心复杂的协作……无论何时,这些原理如能得到正确运用,都能够立竿见影,其成效令人震惊。

——弗雷德里克·泰罗

第一节 旅游活动与现代旅游系统

一、旅游活动的概念

旅游活动,是人类在一定的经济社会条件下所产生,并随着经济社会发展而发展的一种经济社会活动。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,因此旅游活动也是一种综合性经济社会活动,是人类经济社会活动的重要组成部分。

旅游活动的概念具有狭义和广义之分。狭义的旅游活动,是指旅游者的旅游活动,即旅游者为了满足特定的需求,短期暂时离开其通常居住和工作的地方,前往旅游目的地所进行的包括食、住、行、游、购、娱等内容的经济社会活动。广义的旅游活动,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旅游活动的概念。

(一) 旅游者的旅游活动

旅游者是旅游活动的消费主体,旅游者的旅游活动通常简称为旅游者活动。

旅游者活动内容,包括旅游者从购买旅游产品并离开居住地开始,经过一定距离的空间移动而到达旅游目的地,并通过在旅游目的地的旅游活动来满足自己的旅游需求,再返回旅游者居住地的全部过程。

旅游者活动内容和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行消费过程;三是在旅游目的地的所有旅游消费过程,是满足旅游者的旅游需求的主要内容,也是旅游者活动的核心内容。

(二)旅游企业的经营活动

旅游企业是旅游活动的经营主体,也是旅游产品和服务的主要供给者,旅游企业的经营活动简称为旅游经营活动。旅游经营活动,是为了保证旅游者活动顺利进行,对各种旅游生产要素进行配置而形成不同的旅游产品和服务,并销售给旅游者的全部过程。

在现代旅游发展中,为了满足旅游者的旅游需求和消费,旅游企业需要根据旅游者需求变化和发展趋势,以旅游资源为基础,结合各种旅游生产要素条件,不断开发旅游产品,为旅游者提供包括食、住、行、游、购、娱等内容的旅游服务,才能满足旅游者日益增长的旅游需求和消费。因此,旅游企业开发产品和提供旅游服务的活动就构成旅游经营活动,并成为旅游管理的主要对象和内容。

(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。由于旅游者在旅游过程中,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,就必须科学组织和统筹协调地提供各种旅游服务,并对各种旅游活动进行有效的管理,由此决定了旅游地活动也是旅游管理的重要对象和内容。

二、现代旅游系统结构

现代旅游系统,是一种以旅游活动为核心的经济社会子系统。由于旅游活动既是一种社会文化活动,更是一种综合性经济社会活动,从而构成了以旅游活动为核心,以旅游经营和服务为基础,以旅游宏观管理为保障,内容复杂、涉及面广的现代旅游系统。因此,为了满足理论分析和科学研究的要求,需要把现实、复杂

的旅游活动抽象化和简单化,就必须运用系统方法进行分析和研究。

从系统理论看,一个系统可定义为一系列要素的集合及其相互联系和运动的过程。因此,所谓现代旅游系统,就是指旅游活动各组成要素的集合及它们之间的内在联系和运行过程,它们之间的内在联系和运行过程可以用现代旅游系统模型(见图 1-1)来反映。从现代旅游系统模型看,现代旅游系统一般应包含以下组成要素:旅游客源地、旅游目的地、旅游者、旅游经营者和旅游管理组织等,它们相互联系、相互衔接和相互作用而构成现代旅游系统的结构。

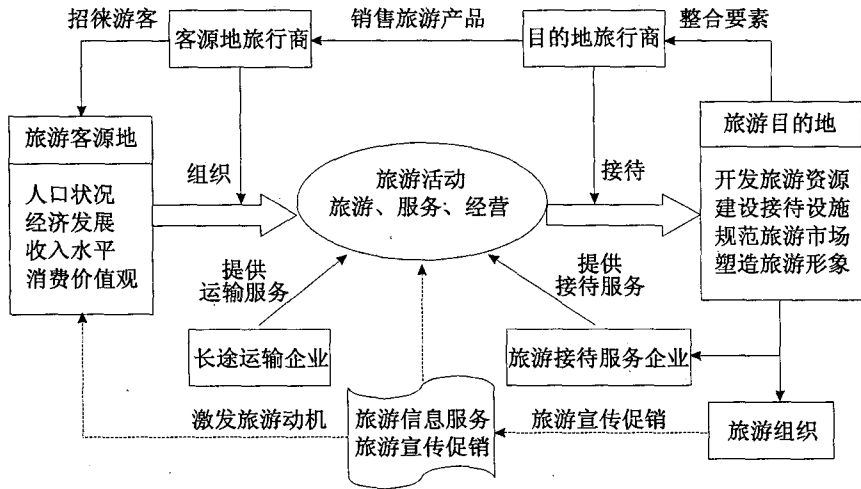


图 1-1 现代旅游系统模型

(一) 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。

(二) 旅游目的地

旅游目的地,简称旅游地,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总称。旅游目的地是一个泛指的概念,其可以是一个包括多个国家和地区在内的较大区域,也可以仅指一个国家或一个国家的某个地区。但是,无论其地域范围大小,要成为真正的旅游目的地,通常必须具备以下两个基本条件:一是拥有丰富的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能力与水平。

(三) 旅游者

旅游者,是指为满足个体旅游需求而离家外出到异地或异国进行旅游的人员。旅游者是旅游活动的主体,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。由于实践中旅游者的旅游活动往往与其他活动相联系和融合,因此世界旅游组织和各国政府旅游机构都对旅游者作出了明确的定义和规范^①。

(四) 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旅游企业的总称。旅游经营者,一般包括旅行商、旅游饭店、旅游景区景点、旅游交通运输、旅游娱乐、旅游购物等旅游企业,以及部分为旅游者提供旅游产品和服务的其他企业。旅游经营者与旅游组织的最大区别在于其是以营利为目的,并遵循市场经济规律,依法成立、自主经营、自负盈亏的经济实体。

(五) 旅游管理组织

旅游管理组织,是指在一定的地域或行业范围内设立的,负责管理该地域或行业内旅游事务,并促进旅游发展的政府行政管理部門和非官方组织的统称。旅游管理组织一般可以划分为政府旅游组织和非政府旅游组织。政府旅游组织,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門,如各级政府的旅游局、旅游管理委员会等。非政府旅游组织,是由企业、团体和个人根据共同的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的统称。

三、现代旅游系统的运行

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,围绕系统核心而有效地运转。现代旅游系统的核心就是旅游活动,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与规律。从旅游活动的实践看,现代旅游系统运行通常是由四个方面的旅游活动所组成,即旅游者活动、旅游经营活动、旅游市场竞争和旅游经济活动。

(一) 旅游者活动

旅游者活动,是旅游者从产生旅游动机和需求开始,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活动后,再返回居住地的全部活动过程。旅游者活动不仅是现代旅游系统运行的基础,也是现代旅游管理的基本出发点。在旅游管理中,没有旅游者活动,旅游系统就失去了运行目标和内容,旅游企业

^① 参见本书第六章“旅游者行为与管理”。