

LÜYOUXUE

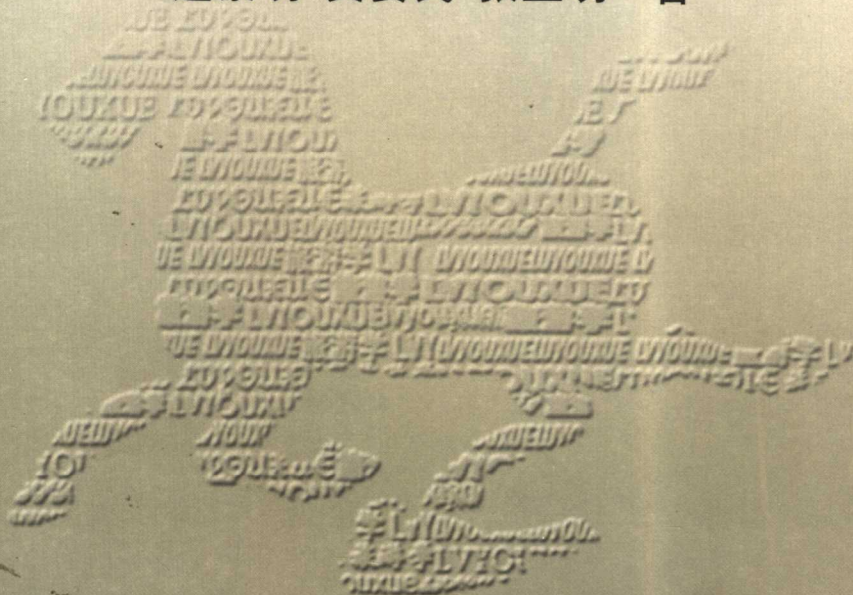
高等院校
旅游专业系列教材

LÜYOUXUE



旅游景区管理学

赵黎明 黄安民 张立明 著



南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

旅游景区管理学

赵黎明 黄安民 张立明 著

南开大学出版社

·天津·

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区管理学 / 赵黎明, 黄安民, 张立明著. — 天津: 南开大学出版社, 2002. 12
高等院校旅游专业系列教材
ISBN 7-310-01805-2

I. 旅... II. ①赵... ②黄... ③张... III. 旅游点
- 管理 - 高等学校 - 教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 081363 号

出版发行 南开大学出版社

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮编: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542

邮购部电话: (022)23502200

出版人 肖占鹏

承印 蓟县宏图印务有限公司印刷

经销 全国各地新华书店

版次 2002 年 12 月第 1 版

印次 2002 年 12 月第 1 次印刷

开本 880mm×1230mm 1/32

印张 15.375

插页 2

字数 437 千字

印数 1—3000

定价 23.00 元

出版说明

随着我国改革开放和社会主义市场经济的发展,旅游业以不断增长的势头迅速发展,已经被正式列入国民经济序列。与此同时,高等院校的旅游教育与研究也在长足发展,并且为旅游业的各个部门输送了大量的专业人才。目前设置旅游专业的高等院校已达 160 多所。

旅游形势的发展要求旅游教育从理论上跟踪、总结旅游业的成就得失,并及时反映到教学理论中来,目前极需要有一批适应形势发展、反映旅游学最新思想与动态的教材,服务于旅游学科建设,这是我们组织编写高等院校旅游专业系列教材的宗旨。

我社的旅游教材起步早,品种多,并且以理论基础扎实、实用性强,早已得到国内广大高校师生的认同。应许多高校旅游专业师生的要求,我社重新策划出版这套系列教材。我们以教育部指定的旅游管理专业的主干课程作为依据确定选题,以各高校旅游专业中有影响、有研究的教师、学者作为作者主体,以反映旅游学科的新观点、新材料、新成果作为教材编写内容的指导原则。新编旅游专业系列教材有如下特点:理论性较强,起点较高,既注重同国际旅游学术接轨,又反映我国旅游发展与研究的实际;注重实务性,可以直接服务于旅游业的不同部门;使用新鲜资料和例证,能反映旅游业的最新动态。

这次出版的新版教材,与我们原有的 30 余种教材,基本上涵盖了高等院校旅游专业教学的课程设置,而且我们将根据旅游业、旅游教育形势的需要,不断地修订原有教材,增加新选题,使之日臻完善,更好地为广大高等院校旅游专业的师生服务。

新版旅游专业系列教材与作者分别为:

- | | |
|------------|-----------------|
| 旅游学概论(修订版) | 李天元编著(南开大学) |
| 旅游市场学(修订版) | 林南枝主编(南开大学) |
| 旅游经济学(修订版) | 林南枝 陶汉军主编(南开大学) |

- | | |
|---------------|-------------------|
| 旅游心理学 | 刘 纯编著(上海大学) |
| 旅游心理学(修订版) | 甘朝有编著(南开大学) |
| 旅游企业人力资源管理 | 赵西萍编著(西安交通大学) |
| 饭店经营管理原理 | 丁 力编著(浙江大学) |
| 餐饮经营管理 | 吴克祥编著(暨南大学) |
| 饭店前厅与客房管理 | 余炳炎 朱承强编著(上海旅专) |
| 旅游资源与开发 | 甘枝茂 马耀峰主编(陕西师大) |
| 旅行社经营与管理(修订版) | 杜 江编著(北京第二外国语学院) |
| 旅游法教程(修订版) | 王 健编著(南开大学) |
| 旅游饭店财务管理(修订版) | 徐 虹编著(南开大学) |
| 旅游美学(修订版) | 乔修业主编(南开大学) |
| 旅游管理信息系统 | 邱德海主编(西安交通大学) |
| 新编中国旅游地理 | 刘振礼 王 兵编著(北京旅游学院) |
| 旅游景区管理学 | 赵黎明 黄安民 |
| | 张立明编著(天津大学) |

这套教材除了适用于高等院校的旅游专业外,还可做为高职教育、自学考试的专业教材,以及旅游业高级人员的培训教材。

欢迎使用这套教材的师生与专业人员,提出宝贵意见,帮助我们改正其中的疏漏与不当之处。

南开大学出版社

前 言

旅游景区是我国旅游业发展的重要载体。随着我国旅游业的快速发展,我国旅游景区存在的问题日益凸现。旅游景区的开发与保护、管理与经营、旅游景区的经济效益、社会效益和环境效益、眼前利益和长远利益、全局利益和部局利益、地方利益与部门利益之间的矛盾日益突出。经营上的急功近利使旅游景区可持续发展受到严重威胁,景区城市化、商业化、人工化的日益明显给旅游景区的发展造成了潜伏危机。我国加入世界贸易组织之后,大量的海外资本也将转向景区,中国入世后承诺外商可以在中国投资景区,景区景点可以对外资实行转让经营、出租经营、委托经营等。《国务院关于进一步加快旅游业发展的通知》中也明确提出要鼓励多种经济成分参加旅游业发展,有计划有步骤地吸引外资和港澳台资参与开发旅游资源。这为旅游景区的发展提供了重要机遇,也是面临的严重挑战。面对知识经济时代全球一体化的日益激烈的市场竞争,我国的旅游景区正站在发展的十字路口上。

旅游景区是一个复杂的系统,涉及面广,因素众多。目前在我国尚没有一本系统地研究旅游景区管理的专著,这一情况与我国迅速发展的旅游业极不适应。本书从管理学的的全新视角,重新审视了旅游景区的管理问题,从管理学的角度探讨了旅游景区管理的理论和方法,初步构建了旅游景区管理学的理论体系,从资源管理、战略管理、投资管理、营销管理、组织管理、人力资源管理、财务管理、环境管理、质量管理及旅游景区的安全管理等方面对旅游景区管理进行了系统的研究。

《旅游景区管理学》具有系统性的特点。该书从资源管理、战略管理等13个方面对旅游景区管理进行了系统研究,进行了全方位、多层次的立体描述,构建了旅游景区管理系统体系,并对景区管理系统的优化进行了研究。

《旅游景区管理学》具有创新性的特点。该书是我国第一部系统论

述旅游景区管理的专著,在研究中该书将现代管理理论与旅游管理实践相结合,对景区管理多个子系统的定义、内涵、外延、原理等进行了开拓性的探讨和构建,为今后学术界、实业界进行这一问题的研究做了奠基性的工作

《旅游景区管理学》具有理论性的特点。该书将现代管理理论体系和最新的研究成果与动向成功地引入旅游管理中,弥补了当前旅游景区管理中理论的苍白和由于理论不足对实践的不良影响,使旅游景区管理学扎实地建立在现代管理理论基础上,支持其在这一基础上的全面展开。

《旅游景区管理学》具有可操作性的特点。该书建立在对国内外旅游景区管理实践研究的基础上,书中针对我国景区管理中存在的问题及解决办法进行了深层次的探讨,书中介绍了大量的旅游景区管理办法供读者使用,还附有案例供读者思考,书后附有有关的资料便于查找。

《旅游景区管理学》由天津大学管理学院教授、旅游管理与发展研究中心主任、博士生导师赵黎明创意策划,赵黎明、黄安民、张立明撰写,并由赵黎明最终统稿、审定。

此外天津大学博士生李振华参加了第八、九章的部分内容撰写工作,厦门大学张进福讲师参加了第十三章部分内容的撰写工作,在此深表谢意。

黄安民和张立明都是赵黎明教授的博士研究生,两人均是我国旅游学术界的青年学者,有众多科研成果。他们在课题研究中踏实肯干,积极进取,在本书研究与撰写中做了大量的卓有成效的工作。

在本书出版之际,我们感谢在管理理论和旅游管理与研究领域辛勤耕耘的各位专家、学者,他们的著作、案例给了我们重要启示。

感谢编辑同志为本书出版所付出的辛勤劳动。能够由南开大学出版社出版这本旅游专著,我们深感荣幸。

由于我们水平有限,书中一定有不少问题,敬请广大读者不吝指正。

作 者

2002年6月

目 录

第一章 旅游景区管理总论	(1)
第一节 旅游景区管理的基本理论	(2)
第二节 旅游景区管理体制与模式	(9)
第三节 旅游景区管理的过程	(12)
第四节 我国旅游景区管理	(21)
第二章 旅游景区资源管理	(34)
第一节 旅游景区资源的分类	(35)
第二节 旅游景区资源的评价	(43)
第三章 旅游景区规划管理	(63)
第一节 旅游景区规划的编制	(64)
第二节 旅游景区规划的评审	(78)
第三节 旅游景区规划的发展趋势	(81)
第四章 旅游景区战略管理	(85)
第一节 旅游景区战略分析	(86)
第二节 旅游景区战略管理过程	(92)
第三节 旅游景区的品牌战略	(94)
第四节 旅游景区竞争战略	(100)
第五章 旅游景区投资管理	(105)
第一节 旅游景区投资概述	(106)
第二节 旅游景区投资项目决策的原则和程序	(113)
第三节 旅游景区项目建议书和可行性研究报告的编制	(116)
第四节 旅游景区投资政策的制定	(123)

第六章 旅游景区组织管理	(128)
第一节 旅游景区组织理论概述	(129)
第二节 旅游景区组织结构设计与优化	(131)
第三节 旅游景区《员工手册》的制定与修订	(152)
第七章 旅游景区营销管理	(154)
第一节 旅游景区营销管理的基本理论	(155)
第二节 旅游景区市场调查与分析	(157)
第三节 旅游景区市场细分与定位	(178)
第四节 旅游市场预测	(185)
第五节 旅游景区产品开发	(209)
第八章 旅游景区财务管理	(223)
第一节 旅游景区财务管理观念和目标	(224)
第二节 旅游景区财务管理内容与方法	(228)
第三节 旅游景区成本费用控制	(230)
第四节 旅游景区全面财务预算	(238)
第五节 旅游景区资本经营战略	(243)
第九章 旅游景区人力资源管理	(255)
第一节 旅游景区人力资源管理的理论	(256)
第二节 旅游景区人力资源管理系统分析	(266)
第三节 旅游景区人力资源需求预测方法	(272)
第四节 旅游景区人力资源开发思路和策略	(275)
第十章 旅游景区形象管理	(283)
第一节 旅游景区形象策划的理论	(284)
第二节 旅游景区形象设计	(288)
第三节 旅游景区形象的传播策划	(306)
第十一章 旅游景区质量管理	(311)
第一节 旅游景区质量管理理论	(312)
第二节 旅游景区服务质量的内涵	(317)
第三节 旅游景区相关服务规范	(320)
第四节 旅游景区质量体系认证	(326)

第五节 《旅游景区完全手册》的编写	(331)
第十二章 旅游景区环境管理	(335)
第一节 旅游景区环境质量标准	(336)
第二节 旅游景区环境容量	(343)
第三节 旅游景区环境的保护与管理	(364)
第四节 旅游景区的可持续发展研究	(369)
第五节 绿色旅游景区的创建和旅游景区环境质量认证	(373)
第十三章 旅游景区安全管理	(379)
第一节 旅游景区安全概述	(380)
第二节 旅游景区安全管理体系	(384)
第三节 旅游景区旅游安全事故处理	(392)
附 录	
附录 1 旅游区(点)质量等级评定有关文件	(400)
附录 2 旅游景区服务质量标准与操作规范	(437)
附录 3 风景名胜区管理有关文件	(451)
附录 4 国家级旅游度假区名录	(459)
附录 5 我国国家级自然保护区名录(截止 2001 年)	(461)
附录 6 中国的世界遗产地	(476)
主要参考文献	(477)

第一章 旅游景区管理总论

学习目的

通过本章的学习,了解旅游景区的基本概念、类别及不同景区的发展与管理现状,了解我国旅游景区管理的体制与模式,掌握旅游景区管理的基础理论,全面认识景区管理的过程和内容。

主要内容

- 旅游景区的定义
- 旅游景区管理的定义、特性、理论基础
- 旅游景区管理的过程
- 旅游景区的管理体制与模式

第一节 旅游景区管理的基本理论

一、旅游景区的定义

一般而言,景区(点)是一个可供人们前来休闲、娱乐、游览、观光、度假等的专门场所,该场所具有明确的范围界限和专业化的组织管理。1999年6月14日国家质量技术监督局发布的中华人民共和国国家标准(GB/T17775-1999)《旅游区(点)质量等级的划分与评定》中,将“旅游区”定义为:“经县级以上(含县级)行政管理部门批准成立,有统一管理机构,范围明确,具有参观、游览、度假、康乐、求知等功能,并提供相应旅游服务设施的独立单位。包括旅游景区、景点、主题公园、度假区、保护区、森林公园、动物园、植物园、博物馆、美术馆等。”

二、旅游景区管理的定义

旅游景区管理是对旅游景区的人、财、物、信息等多种资源进行有效整合,为实现旅游景区经济效益、社会效益和环境效益最大化,并实现旅游景区可持续发展的动态创造性活动。

三、旅游景区管理的特性

旅游景区管理具有如下特性:

1. 综合性

旅游景区管理的综合性是由旅游景区本身的特点和管理的目的所决定的。旅游景区是由旅游吸引物、配套服务设施(含游览辅助设施和各种相关服务设施)和动态的服务过程所组成的地域综合体,其内部构成要素复杂多样,要求管理者既要管理好旅游资源及其生存的环境,又要对旅游资源进行合理有效的开发利用,使之成为游客喜爱的旅游产品;同时为游客提供周到、舒适、安全、快捷的服务,使旅游景区管理的

内容和过程均具有明显的综合性。

2. 动态性

旅游景区运行中的人、财、物、信息等多种资源的配置是在一种不确定的环境中进行的,管理活动本身应能适应组织的各种动态环境,对变动中的组织资源进行有效配置。由于旅游景区所处的区域环境、市场供求关系处于动态变化之中,对应于不同的经营环境需对旅游景区内部的各项资源进行不同的配置,因此,旅游景区管理的内容、方法和模式具有动态的特性。

3. 科学性

现代旅游景区各构成要素个体及其相互组合的管理活动有程序性活动和非程序性活动之分。前者是指有章可循,照章运作的管理活动,如旅游景区财务管理;后者是指无章可循,需要边运作边探讨的管理活动,如旅游景区内与游客活动有关的管理。程序性活动和非程序性活动虽然不同,但可以相互转化。一般而言,旅游景区管理中的程序性活动往往是在对非程序性活动规律的总结基础上形成的,旅游景区中新的管理活动也是在过去已有的相关科学结论基础上进行的,这是管理活动的科学性所决定的。

4. 文化性

旅游景区是供人们休闲、娱乐、观光游览的地域单元,人们来到景区旅游是为了获得精神上的放松,为了增长知识;这种消费不同于物质产品的购买和消费,具有典型的文化特性。旅游景区作为旅游产品的重要构成部分,必须注入文化内涵才会有生命力和竞争力;尤其是以人文资源为主体构成的旅游景区,充分挖掘其文化内涵,最大限度地表现其文化价值是提高旅游景区文化品位和旅游吸引力的根本途径。对文化特性明显的旅游景区进行管理,管理活动过程中必须注入文化理念。在旅游景区的经营中,对旅游主体——游客的服务要求能使其得到精神上的愉悦和审美享受,因此,对游客的管理及对员工的管理必须体现人本主义思想,让游客、员工处处时时感受到一种强烈的文化气息、一种美的享受。

5. 创新性

旅游景区是为游客服务的地域单元,对旅游景区内每一个具体的管理对象的管理是很难用某种固定的模式来进行的;要想在动态变化的市场经营环境中把握旅游景区管理活动,需要有一定的创新性。在旅游吸引物的创意设计与开发建设上,对游客行为管理与服务中管理的创新性得到了最好的体现。管理的创新性源于管理的动态性,是旅游景区文化特征和综合特征在管理过程中的具体体现。

旅游景区管理特性之间是有机关联、共同作用于管理过程之中的。旅游景区管理的五种特性相互关联可用图示如下:

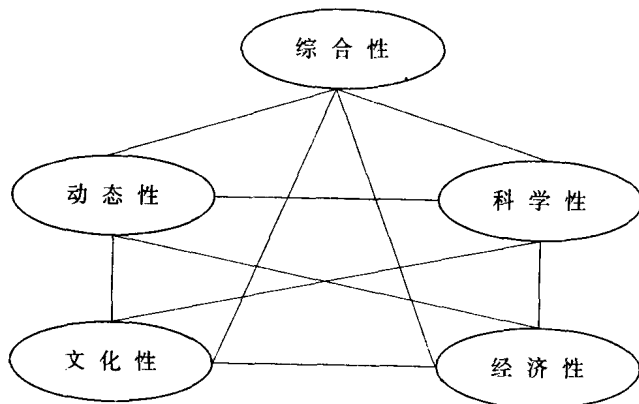


图 1-1 旅游景区管理特性网络

四、旅游景区管理的理论基础

1. 科学管理理论

科学管理理论是 19 世纪末 20 世纪初在美国形成的,其代表人物是美国古典管理学家弗雷德里克·泰罗(Frederick W. Taylor, 1856~1915)。泰罗在他 1911 年出版的著作《科学管理原理》一书中,全面地叙述了他的管理思想与理论,他首创的科学管理制度对管理思想的发展有着重大的影响,泰罗也因此被称为“科学管理之父”。

科学管理的产生是管理从经验走向理论的标志,也是管理走向现代化、科学化的标志;科学管理对管理理论体系的形成与发展有着巨大

的贡献。

2. 行为科学理论

行为科学理论产生于 20 世纪 30 年代,是一种人群关系理论,它产生于有名的“霍桑实验”,代表人物是梅奥教授。

行为科学作为新一轮管理学说的发展替代了科学管理而风行一时。以此为基础出现了一系列代表性的行为科学理论,著名的主要有马斯洛(A. H. Maslow)的“需要层次理论”,赫兹伯格(F. Herzberg)的“双因素理论”,麦克雷戈(D. McGregor)的“X 理论—Y 理论”,布莱克(R. Blake)和穆顿(J. S. Mouton)的“管理方格图理论”等等。行为科学既是管理理论的发展又是管理实践的总结,它的产生与发展对管理理论及管理实践都有巨大的贡献。

3. 管理科学理论

管理科学理论是继科学管理理论、行为科学理论之后,管理理论与实践发展的结果。这一理论源于运用科学的方法解决生产和作业管理的问题。

管理科学的理论特征有四点:

① 以决策为主要的着眼点,认为管理就是决策,给定各种决策分析模型。

② 以经济效益标准作为评价管理行为的依据,为此建立诸如量、本、利等模型以讨论行为的结果及变化。

③ 依靠正规数学模型。这些模型实际上是以数学形式表达的解决问题的可行办法,为此,建立合适的模型就成为管理行为可行性的前提。

④ 依靠计算机运算,以便计算复杂的数学方程式,从而得出定量的结论。

4. 现代管理理论

20 世纪 50 年代以来,在原有的科学管理、行为科学和管理科学等理论的基础上,又出现了许多新的理论和学说,形成了许多学派,主要代表学派有社会合作系统学派、经验或案例学派、社会技术系统学派、人际关系行为学派、群体行为学派、决策理论学派等。在这些管理理论

相互融合渗透的过程中,逐步形成了应用广泛的系统管理理论和权变理论。

现代管理理论的发展可以体现在以下方面:管理内涵进一步拓展,管理组织多样化,管理方法科学化,管理手段现代化,管理实践丰富化。

现代管理理论实为一个综合性的管理理论体系,它广泛吸收了社会科学和自然科学的最新成果,把组织看作一个系统,进行多方面有效管理;从而有效整合组织资源,达到组织既定目标和应负的责任。

表 1-1 现代管理学基本理论在旅游景区管理中的应用

管理学基本理论	在旅游景区中的最适宜应用领域
科学管理理论	旅游景区服务质量管理(标准化、规范化)、设施与工程管理等
行为科学理论	旅游景区人力资源开发与管理、员工激励、旅游景区人文环境营造、游客行为管理等
管理科学理论	旅游景区物资管理、财务管理,旅游景区安全管理,旅游景区计划管理等
现代管理理论	旅游景区战略管理、规划管理、信息管理与管理系统设计等

5. 可持续发展理论

可持续发展可理解为:满足当代的发展需求,应该以不损害不掠夺后代的发展需求作为前提,它意味着我们在空间上应遵循互利互补的原则,不能以邻为壑;在时间上遵循合理分配的原则,不能在赤字状态下发展运行;在伦理上应遵守“只有一个地球”、“人与自然平衡”、“平等发展权利”、“互惠互济”和“共建共享”等原则。一个区域可持续发展的水平通常由区域资源的承载能力、生产能力、景区环境的缓冲能力、景区进程的稳定能力、景区管理的调节能力等五个基本要素及其间的复杂关系去衡量。这五个基本要素分别构成区域可持续发展的基础支持系统、供给支持系统、容量支持系统、过程支持系统、智力支持系统。

五、旅游景区管理学的研究内容

旅游景区管理学是以旅游景区为研究对象,对景区开发与管理的各个环节进行宏观和微观研究,促进旅游景区可持续发展的边缘性学科。该学科是现代管理学、旅游学、区域科学、文化学、经济学等学科的交叉学科。

旅游景区是由旅游景点、旅游服务设施、服务和游客组成的人一地相关的地域单元,具有休闲观光、娱乐、度假或其他专题旅游功能。旅游景区要想在激烈竞争的现代旅游市场上取得竞争优势,必须不断地维护和创新开发旅游景点,提供运行良好的旅游设施和高质量的旅游服务,创新旅游环境,所有这些都需要高水平的旅游景区管理。旅游景区管理的内容包括:

(1)旅游景区战略管理

主要研究旅游景区发展方向和远景发展战略,并对实施战略的步骤进行确定。旅游景区经营处在不断变化的市场环境中,区域经济、社会、文化和旅游产业本身发展、旅游产品供求关系的变化都将影响到旅游景区的生存与发展;了解市场竞争态势,把握旅游景区发展方向,必须对旅游景区战略问题进行分析和管理。

(2)旅游景区组织管理

现代旅游景区的战略实施、计划的落实和一切管理活动的完成都需要有健全的组织机构和完善的组织制度来保障,旅游景区组织管理的目的在于根据旅游景区所处环境的变化,为实现其战略目标而创新组织架构,不断调整和完善组织管理制度,确保旅游景区有一个战斗力强、凝聚力强、高效率的组织结构和规范完善的管理制度。

(3)旅游景区投资管理

旅游景区创建伊始就与投资结下了不解之缘,投资是维持旅游景区生存、促进旅游景区发展、增强旅游景区竞争实力的重要保证。旅游景区从一个旅游项目的创意设计、规划咨询、任务设计、建设,到建成后的经营管理都需要从投资管理的角度进行科学论证。投资管理是实施旅游景区战略、履行旅游景区计划和开展旅游景区经营管理活动的重