

旅游管理概论

LVYOU GUANLI GAILHU



余杰 荆怀芳 张龙 主编

国家一级出版社



中国纺织出版社 全国百佳图书出版单位

旅游管理概论

余 杰 荆怀芳 张 龙 主 编



中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理概论/余杰,荆怀芳,张龙主编.—北京:
中国纺织出版社,2019.5
ISBN 978-7-5180-3711-7

I. ①旅… II. ①余…②荆… ③张… III. ①旅游经
济—经济管理 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 147576 号

责任编辑:姚 君 责任设计:卷墨堂 责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码:100124

销售电话:010-67004422 传真:010-87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://www.weibo.com/2119887771>

天津千鹤文化传播有限公司印刷 各地新华书店经销

2019 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:13

字数:262 千字 定价:65.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前 言

我国旅游业自改革开放发展至今已经成长为一个庞大的产业。当前,中国旅游业进入了新的发展阶段,将全面转型升级,实现从世界旅游大国向世界旅游强国的新跨越。这一阶段的高等教育必须满足这一发展迅速且国际竞争日益激烈的产业的需求,这对今后十年旅游人才培养提出了更高要求,也对我国旅游教育提出了许多挑战。反思当前的旅游教育,距离这一要求还有很大差距。其突出表现在旅游人才的素质偏低,复合型、开放型、创新型高素质专门人才数量不足,使旅游教育不能对业态变化及时做出反应,高等旅游教育明显滞后于产业发展,对产业发展的贡献不足。究其原因,有教育模式落后、课程体系设置不科学和师资水平低等诸多因素,其中教材建设滞后是不容忽视的因素。因为教材奠定了旅游人才的基础理论功底,架构了旅游人才的知识结构,对引导科学的学习方式、培养创新思维和能力有直接的影响。

我国大部分高校都开设了旅游专业,其中旅游管理专业占相当比例。旅游管理及其相关专业虽然都提到了旅游管理,但仅就“旅游管理概论”这门课程来说,还少有学校开设这门基础课程,大多开设的都是“旅游(学)概论”。许多大学的旅游专业虽开设了“旅游(学)概论”以及相关专业基础课程,但由于这些课程重点介绍的大多为旅游相关知识,并没有涉及对管理理论的讲解,学生学习后并不具备对旅游的系统管理意识,不了解到底什么是旅游管理,旅游管理具体包含哪些内容,因此不少人毕业后工作一段时间走上旅游管理岗位时,面对旅游行业管理工作常常很困惑。

现实中,旅游行业急需旅游管理人才,特别是高级复合型的管理人才。出于此目的,我们把多年的教学及实践经验整理成系统的文字,编成此书,以期为我国旅游类管理应用技术型人才培养做出贡献。本书的特色是结合旅游行业的发展需求,以满足学生毕业后的就业发展所需为目标,为相关旅游机构的人才需求做好前期教育准备,完善旅游管理人才的知识储备;能使学习者全面了解旅游管理领域的真实需求及基本知识点,且融入了最新的社会实践及理论内容,比同类教材更具有时代性与先进性。

本书由重庆电子工程职业学院余杰老师统编,其中第五章至第九章由余杰老师编写;第一章至第四章由咸阳职业技术学院荆怀芳老师编写;第十、十一章由重庆电子工程职业学院张龙老师编写。如有不足还望广大读者批评指正。

编 者

2018年10月

目 录

第 1 章	旅游管理概述	1
1.1	旅游管理的基本含义	1
1.2	旅游管理的属性和特点	7
1.3	旅游管理学的研究对象与研究方法	10
第 2 章	旅游管理理论	12
2.1	行为管理理论	12
2.2	管理科学理论	19
2.3	现代管理理论的发展	26
第 3 章	旅游管理体制	35
3.1	我国旅游管理体制及其发展历程	35
3.2	旅游业管理模式国际比较	44
3.3	深化我国旅游管理体制改革的思考	53
3.4	国际国内旅游机构	58
第 4 章	旅游规划管理	63
4.1	旅游规划概述	63
4.2	旅游规划的内容	66
4.3	旅游规划的编制	69
4.4	旅游规划的导向模式	71
第 5 章	旅游组织管理	74
5.1	旅游组织管理概述	74
5.2	旅游组织结构设计	75
5.3	旅游组织人员配备	83
5.4	旅游组织文化管理	86
第 6 章	旅游企业管理	92
6.1	旅游企业的概念	92
6.2	旅游企业管理的概念	93
6.3	旅游企业管理的基本内容	97
第 7 章	旅游者管理	102
7.1	旅游需求	102

7.2	旅游者行为及其特征	105
7.3	旅游体验与旅游者消费	114
7.4	游客管理原理与技巧	121
第 8 章	旅游服务质量管理	127
8.1	服务质量管理概述	127
8.2	旅游服务质量标准	133
8.3	旅游服务质量控制	142
第 9 章	旅游市场营销与策划	150
9.1	旅游市场营销综述	150
9.2	旅游目的地营销策划	152
9.3	旅游景区(点)营销策划	155
9.4	旅游交通营销策划	157
9.5	旅游饭店营销策划	159
9.6	旅行社营销策划	161
9.7	旅游节事活动策划	164
第 10 章	旅游信息化管理	169
10.1	信息、信息化与旅游信息化的概念	169
10.2	旅游信息管理	173
10.3	旅游目的地信息系统	183
第 11 章	旅游业危机管理	189
11.1	旅游业危机管理概述	189
11.2	旅游业危机管理体系	192
11.3	旅游业危机管理策略	197
11.4	中外旅游业危机管理实践	199

(2) 近代旅游

近代我国旅游主要表现在鸦片战争之后,一些政府官员及爱国游学人员为了民族振兴,出游东西洋,学习先进文化理念,大大提升了我国近代旅游的发展。1923年陈光甫创办了旅行部,标志我国近代旅游业真正诞生。

(3) 现代旅游

现代旅游业的发展是自新中华人民共和国成立起,特别是改革开放以后进入快速发展期。其发展主要是基于我国社会经济的巨大发展与进步,到目前为止,我国旅游业已进入稳步发展期,也进入了“大旅游”发展期,有专家学者称进入“后现代旅游”发展阶段,其前景非常可观,必定会给社会经济的发展带来新的动力。

1.1.1.2 现代旅游的含义

研究旅游含义必须考虑三个要素:出游目的、旅行的距离、逗留的时间。关于旅游的定义有多种说法,列举如下。

(1) 国际机构定义

国际上普遍接受的艾斯特(AIEST)定义,即1942年由瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫给出的定义:旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的一种现象及关系的总和。这些人不会因而永久居留,并且主要不从事赚钱的活动。

(2) 技术定义

各种旅游技术定义所提供的含义或限定在国内和国际范畴上都得到了广泛的应用。技术定义的采用有助于实现可比性国际旅游数据收集工作的标准化。世界旅游组织和联合国统计委员会推荐的技术性的统计定义:旅游,指为了休闲、商务或其他目的离开他(她)们的惯常环境,到某些地方并停留在那里,但连续不超过1年的活动。旅游目的包括六大类:休闲、娱乐、度假;探亲访友;商务、专业访问;健康医疗;宗教、朝拜;其他。

(3) 交往定义

1927年,德国的蒙根·罗德提出,从狭义的方面理解旅游是那些暂时离开自己的住地,为了满足生活和文化的需要,或各种各样的愿望,而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往。

(4) 目的定义

20世纪50年代,奥地利维也纳经济大学旅游研究所提出,旅游可以理解为是暂时在异地的人的空余时间的活动,主要是出于修养;其次是出于受教育、扩大知识和交际的原因的旅行;再是参加这样或那样的组织活动,以及改变有关的关系和作用。

(5) 时间定义

1979年,美国通用大西洋有限公司的马丁·普雷博士提出,旅游是为了消遣而进行的旅行,在某一个国家逗留的时间应超过24小时。

(6)相互关系定义

1980年,美国密执安大学的伯特·麦金托什和夏西肯特·格波特提出,旅游可以定义为在吸引和接待旅游及其访问者的过程中,由于游客、旅游企业、东道政府及东道地区的居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。

(7)生活方式定义

1985年,我国经济学家于光远提出,旅游是现代社会中居民的一种短期性的特殊生活方式,这种生活方式的特点是异地性、业余性和享受性。

(8)世界旅游组织的定义

1963年由联合国国际旅游大会(IUOTO,即现在的世界旅游组织,UNWTO)提出:应采用“游客”(visitor)这个新词汇。游客是指离开其惯常居住地所在国到其他国家去,且主要目的不是在所访问的国家内获取收入的旅行者。游客包括两类不同的旅行者。

①旅游者(tourist),在所访问的国家逗留时间超过24小时且以休闲、商务、家事、使命或会议为目的的临时性游客。

②短期旅游者(excursionists),在所访问的目的地停留时间在24小时以内,且不过夜的临时性游客(包括游船旅游者)。

(9)综合定义

旅游是人们以体验、观光、休闲、娱乐、疗养、研学、商务及探望等为目的的,离开常住地到异地的非定居性的短暂停留所进行的活动的总和。

1.1.1.3 后现代旅游概念

近年来,伴随后现代概念的提出,后现代旅游也成为一种新的旅游模式被越来越多的人接受并认可。其全新的体验与感受必将成为一种主流的旅游方式,也将给中国的旅游业注入新的生机与活力。

(1)后现代旅游的发展因素

现代旅游进入后现代旅游的发展因素主要表现在以下几个方面:社会经济发展,人们可支配收入的增加;闲暇的增加;现代交通设施完善,交通工具发达。现代信息技术给人们出行带来了极大的便利,全球变为地球村。现代化的旅游服务及硬件设施的提升,这些都为旅游的进一步腾飞做了铺垫。

(2)后现代旅游概念

后现代旅游是建立在现代旅游的基础上,是对现代旅游不合理成分的扬弃,同时也是对现代旅游继承性的发展。其是对现代旅游中表现的功利性严厉批判后提出的一种新旅游观,是以一种人与自然和谐共处,以人为本的随心所欲的心态来重构旅游本质。其基本概念包括:后现代旅游的创新与经营模式是全新的;“以人为本”的理念是后现代旅游的核心文化;后现代旅游是一种完全自由的生活方式;后现代旅游是人与自然和谐共存的行为。

(3)后现代旅游的特征

后现代旅游的特征主要表现在:旅游形式多样化;旅游产品个性化、特色化、体验化;旅游服务的人性化得到加强;提高了旅游业效益;旅游消费意识的绿色化;旅游景区(点)的建设、设计更加合理化;旅游内容休闲化;旅游目的养生化。

1.1.1.4 旅游分类及功能

(1)旅游分类

旅游分类的种类较多。按旅游性质和目的分:休闲旅游、养生旅游、娱乐旅游、度假旅游、探亲旅游、访友旅游、商务旅游、专业访问旅游、健康医疗旅游、体育旅游、宗教朝圣旅游、探险旅游等;按旅行距离分:长途旅游、短途旅游(郊野游);按逗留时间分:过夜游客、一日游;按旅游者到达的目的地分:国际旅游、国内旅游、跨区域旅游、本区域旅游;按参加一次旅游活动的人数分:团队旅游、散客旅游。

(2)旅游的功能

发展旅游对国家或地区的作用巨大,主要表现在对社会经济及文化等方面的作用。

①拉动当地经济发展。首先,发展国际旅游,能够增加外汇收入;其次,发展国内旅游业,可以回笼货币、稳定市场;再次,带动相关产业发展,能提供大量就业机会;最后,促进地区经济的发展,缩小地区差异。另外,旅游还是国民经济新的增长点。

②促进社会文化繁荣。文化是旅游的灵魂,始终蕴含在旅游活动中,表现极大的魅力,可以说没有文化就没有旅游的生存与发展空间。综观旅游发展史,虽然各个时期都有自己独特的表现形式,但在本质上有许多共同之处,即旅游者在旅游活动中所追求的文化享受。文化有很强的民族性和发展性,任何民族都有自己的文化,它们的地域性决定了文化的差异性。但是,地域文化在发展过程中,必然相互联系、相互交流,而人类的旅游活动,就是各种文化相互交流、相结合的运动。旅游的主旨和内涵主要是文化。因此,组织旅游和参与旅游的一切活动,必然与文化紧密结合在一起。旅游本身就是一种文化传播过程,发展旅游可以促进文化交流。旅游对文化的促进作用表现为:首先,能促进国民素质和生活质量的提高;其次,促进地域间的文化交流;最后,能传承地域特色文化。

③改善区域投资环境。首先,旅游业的蓬勃发展,在很多地方已经带动本地区基础设施、配套设施及相关产业的同步发展,为旅游地区发展新兴产业,如生态农业等绿色产业奠定了良好的基础,也为外来投资提供了一个良好的投资环境。实际上,少数民族地区多是经济欠发达地区,但同时也多是旅游资源富集的地区。与发达地区相比,这些地区往往存在基础设施差,进不来、出不去等问题,从而严重制约了当地的经济的发展。其次,从旅游企业的发展来说,也会对旅游地区投资

环境的改善起到积极的作用。在我国国民经济各行业,旅游企业率先走向国际市场,领风气之先,引进外资、人才和境外先进的经营方式,实现了与国际惯例接轨。发展旅游业,尤其是引进各类旅游企业,通过这些企业先进而规范的管理理念和运作模式,将对旅游地区当地政府部门和当地企业的管理和运作起到良好的示范效应,从而促使旅游地区总体投资环境的改善。再次,旅游业的发展可改善旅游地的生态环境,提高旅游地的地区形象和城市形象。旅游业发展与生态环境的保护、绿化工程、退耕还林等同时进行,协调发展,它不但使以往的山川更秀丽,也带来接待地环境形象的根本改变,绿化档次越来越高,环境也越来越好,这对改善投资环境、促进对外开放是极大的推动。最后,加快旅游业的发展,不仅有对基础设施等硬环境方面的要求,也有对良好的旅游环境和社会风气等软环境的要求。因此,在旅游业的发展中,旅游地还需要通过不断加强精神文明建设,使旅游经营服务者、旅游接待地居民文明礼貌,旅游环境整洁优美,旅游活动健康高雅,不但为旅游业的发展创造了优越的条件,同时也为旅游地区的总体投资软环境的改善提供了良好的基础。尤其是国际旅游的发展,能够带动旅游地人们思想观念、价值观念的转变和创新,使旅游地区居民在观念上进行超前思维和创新思维,这对推动地区的对外开放,有更为深远的意义。同时,旅游在引来人流的同时,还会引来资金流、技术流、信息流。旅游业的发展可从多方面改善投资环境,促进对外开放;还可改善当地的生态环境,提高资源综合利用水平,为社会经济提供可持续发展的基础。

与此同时,发展旅游也会引起负面效应,主要表现在以下几个方面:发展旅游也会产生一些消极影响,如可能引起当地物价上涨,可能引起当地的经济结构失衡;过重依赖旅游业会影响国民经济的稳定;过度发展旅游业会有损该地的经济发展。另外,发展旅游业可能会对当地文化产生冲击,还可能增加传染疾病的概率。

1.1.2 管理的基本概念

管理是一个含义非常广泛的概念,至今未能达成统一的共识,原因很简单,一方面是由于理论常常落后于实践;另一方面是由于管理活动太广泛、太复杂、太多多样化,人们从不同的角度去理解,必然会得出不同的认识和概括。因此,人们对管理一词所下的定义也就不同,其中有代表性的是:法约尔认为,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,并成为现代众多管理定义的基础。

管理是一种以绩效责任为基础的专业职能。这是美国哈佛大学教授德鲁克(Peter F. Drucker)提出的观点。这一概念包含三层含义。

①管理是专业性的工作,与其他技术性工作一样,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(ElwoodS.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,求出最优解答,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。

以上这些关于管理概念的观点从各个不同角度描绘了管理的面貌。总的来说,它们各有真知灼见,也各有不足之处,但这些定义都着重从管理的现象来描述管理本身,而未揭示出管理的本质。那么,如何对管理这一复杂的概念进行比较全面和一般的概括呢?让我们对管理活动的一般情况先做一个剖析。

我们知道,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:

第一,要有管理主体,即说明由谁来进行管理的问题。

第二,要有管理客体,即说明管理的对象或管理什么的问题。

第三,要有管理目的,即说明为何而进行管理的问题。

同时,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。以上分析说明,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,回答为何而营的问题。

④组织环境或条件,回答在什么情况下管的问题。

根据上述管理要素在实际管理活动中的作用和地位以及它们之间的内在逻辑联系,我们可以从一般意义上来概括管理,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。

这个定义有五层含义。

①管理的目的是为了实预期目标。世界上既不存在无目标的管理,也不可能实现无管理的目标。

②管理的本质是协调。协调就是使个人的努力与集体的预期目标一致,每一项管理职能、每一次管理决策都需要进行协调。

③协调必定产生在社会组织之中。当个人无法实现预期目标时,就要寻求别人的合作,形成各种社会组织,原来个人的预期目标也就必须改变为社会组织全体成员的共同目标。个人与集体之间,以及各成员之间必然会出现意见和行动的

不一致,这就使协调成为社会组织必不可少的活动。

④协调的中心是人。在任何组织中都同时存在人与人、人与物的关系,但人与物的关系最终仍表现为人与人的关系,任何资源的分配也都是以人为中心的。由于人不仅有物质的需要,还有精神的需要,因此,社会文化背景、历史传统、社会制度、人的价值观、人的物质利益、人的精神状态、人的素质、人的信仰,都会对协调活动产生重大的影响。

⑤协调的方法是多样的,需要定性的理论和实践,也需要定量的专门技术。计算机的应用与管理信息系统的发展,将促进协调活动发生质的飞跃。

1.1.3 旅游管理的定义

从学科划分来说,旅游管理学学科是工商管理学科《一级学科》下的二级学科。旅游管理学是一门研究旅游业经济管理的新兴学科。旅游管理专业是旅游学、管理学、经济学、社会学及文化学等学科交叉的综合性专业。其目标是培养具有旅游管理专业知识,能在各级旅游行政管理部门、旅游企事业单位与各类企业从事旅游事业管理与现代企业管理的高级专门人才。

对旅游管理的定义,暂没有权威性的说法,研究的文献也不多。马勇曾提出旅游管理的概念,即“在特定的社会环境下,在特定的区域范围内,在社会旅游组织,为了实现旅游业发展的预期目标,通过市场调节和宏观调控,使社会资源和生产力各要素在整个旅游行业内有效配置,推动旅游业持续发展的协调活动”。这一概念体现了旅游管理四个方面的内涵:旅游管理的目的是实现旅游目标;旅游管理的本质是协调旅游关系;旅游管理的存在有赖于社会组织;旅游管理的方法因环境不同而有所不同。王立刚认为旅游管理是指为发展旅游事业而进行的计划、组织、指挥、调节和监督的活动。旅游管理活动具有多层次、多结构、多方面的内容,它贯彻于旅行游览管理事业的全过程之中。

笔者认为旅游管理可定义为:旅游组织通过市场调节及宏观调控等手段,实施计划、组织、领导、控制等职能,协调各种资源在旅游业中有效配置,从而实现既定目标的活动过程。这里说的旅游组织既有行政事业组织,也有企业组织。这些组织都可运用市场与宏观调节手段,调配各种实物资源及人力资源,做好旅游服务,才能使游客满意,使旅游企业、旅游业的相关行业及从业人员等得到更多利益并共享旅游发展成果。

1.2 旅游管理的属性和特点

1.2.1 旅游管理的属性

管理工作具有双重属性,即自然属性与社会属性。旅游管理工作也一样,具

有双重性。

自然属性是一切社会管理活动的共性,不以人意志为转移的属性。旅游管理的自然属性,首先,是旅游活动的必然存在的重要活动。旅游资源开发、各种关系协调、旅游服务的监控与督查都需要管理。其次,管理活动是一切经济活动中的必然过程,旅游业本身就是一种社会经济现象,旅游管理是为提升生产力的发展服务的。

社会属性即管理学中所说的管理社会关系的属性,人们的生产过程受生产方式、生产关系、政治制度和意识形态的影响与制约。管理社会属性是为了维护统治阶级的利益、生产资料所有者利益的管理过程。具体来说,旅游管理的社会属性是指管理旅游组织之间、旅游组织与从业人员之间、旅游从业人员之间的各种行为关系。

1.2.2 旅游管理的特点

管理是一门科学,也是一门特殊的艺术活动。旅游管理既有一般管理的特点,又具有自己的特性,其主要特点概括如下。

旅游管理的综合性。旅游包括吃、住、行、游、购、娱、闲、商、景(点)等诸多要素,每个要素都影响旅游业的发展,每个方面都决定旅游服务的质量及满意度。旅游管理所涉及的内容并非仅仅这些方面,还包括由此派生的各种业务及各种关系。旅游效益的好坏是由这些要素所组成的庞大系统决定的,因此,旅游管理活动是综合性的活动。

旅游管理的复杂性。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,比其他行业更具有复杂性。旅游管理是种服务活动,同时其又有着明确的交易,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。

旅游管理的开放性及动态性。旅游管理对象的复杂,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社会这个大环境中相互关联的,其中的信息流、物质流等都是开放的,且是不断变化的,必然要求管理具有开放性,几要有动态性,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。

旅游管理的目的性。发展旅游业的终极目标是提升当地经济,改善人们的生活水平,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。社会是要兼顾公正公平的竞争发展,不能损失公共利益,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。

旅游管理的风险性。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。只要市场中竞争,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,需考虑的因素较多,稍有不周,后果不可设想。

旅游管理的创新性。旅游业与社会、经济、科技及文化等密切相关。现代人的生活标准不断提高,需求不断提升;现代科技瞬息万变,且管理离不开科技。旅游管理的方式与方法都需要创新,只有不断创新才能满足日益增长的游客的需求。同时,管理观念也要不断创新,只有管理适应了变化着的现代环境,才能有创新式服务,才能使旅游业持续发展,旅游业才能真正成为永不落幕的阳光产业。

旅游管理的超前性与灵活性。旅游业的发展受各种环境因素影响,特别是受天气、疾病及战争等灾害性因素影响严重,因此做好旅游管理工作首先要做好预警工作,也就是对面临的环境要有超前预测,并做好预案,不能滞后管理,否则会产生非常严重的后果。旅游业有明显的淡旺季之分,淡季与旺季业务差别较大,各相关行业针对这一特殊现象,都有资源调配文案,以提高效益。旅游管理工作也必须做到灵活性,要针对不同的业务而调整管理工作的内容及重点,确保旅游业的有序发展,使旅游业淡季不淡,旺季不会产生瓶颈现象。

1.2.3 旅游管理学的发展

旅游管理学从学科划分来论,是工商管理学科(一级学科)下的二级学科,旅游管理学是一门研究旅游业经济管理的新兴学科。随着国际经济的一体化、中国加入 WTO,“一带一路”的提出及实施,中国旅游经济和旅游产业已成为中国国民经济和世界经济产业体系中最具有活力的部分。世界旅游组织预测,到 2020 年中国将成为世界第一大旅游目的地国家和第四大客源输出国。国内外各级政府、学者及业界对旅游业进行现代化管理这一问题早已达成了共识,且越来越受到重视。虽然这门学科的产生在我国只有不到 20 年的时间,但随着经济文化的迅速发展和对外交流的不断扩大,我国旅游业迅速发展,不但成为我国第三产业的重要方面,而且已形成一个新的经济增长点,因而迫切需要兼有人文、地理、农村、经济知识的经济管理人才。旅游管理学科正是在这种背景下逐步发展起来的,并已成为工商管理学科体系中的一个重要学科。

1.2.4 旅游管理学与其他学科的关系

旅游管理学与管理学既有联系又有区别,而且同旅游经济学、饭店管理学、饭店业人力资源管理学及旅行社管理学也是相互联系又相互区别的不同学科。

①旅游管理学是从属于管理学的分支学科。其研究的从本框架是相似的,都以对人、事物的各种关系的管理为主要核心任务,无任何种管理。其任务基本相

似。但不同的管理学科有各自的重点任务,不同的专业领域任务有相应的专属性,旅游管理的重点是发生在旅游业中的各种人与事物关系,旅游业是新兴产业,其内容复杂,因而管理任务较其他专业领域的管理任务更为复杂,有宏观的管理,更多的是各种行业协作,各种关系协调与资源整合的管理。

②旅游管理学和旅游经济学是从不同的角度研究旅游业。旅游经济学是把旅游业作为国民经济的一个独立部门看待。研究旅游经济活动及其发展规律。旅游经济学是研究旅游需求和供应之间的矛盾运动规律,研究旅游消费的产生、发展和变化规律,研究旅游经济的不同部门、不同单位在实现旅游供应方面专业化协作的规律性等。而旅游管理学也是把旅游业当作国民经济的一个独立部门,研究旅游管理活动及其发展现状。旅游管理学要研究国家对旅游事业的部门管理、地区管理、企业管理以及其下形成的规律性研究旅游作为一个经济部门,其行业内的人力资源管理、物力资源管理、财力资源管理以及它们相互之间的规律性,还要从行政、经济、法律、技术等层面研究旅游管理的相关问题。

③旅游管理学与饭店管理学、饭店业人力资源管理学及旅行社管理学等具体的旅游部门学科之间是整体与局部、大系统和子系统之间的关系。旅游管理学是从旅游事业的整体和全局的范围深度研究旅游事业的管理,它所阐述的旅游管理规律性的理论、原则、方法对旅游各个具体部门管理具有指导的意义和作用。目前,旅游管理学无论从内容到体系,都还很成熟,还有待不断完善。

1.3 旅游管理学的研究对象与研究方法

旅游业的发展在我国处于新兴产业,其学科理论还不完善,也滞后于实际。旅游管理学科是随旅游业发展而产生的。也是一门新学科,属交叉型学科,同时也是应用型学科,目前理论体系还不完善,研究深度也有待进一步提升。

(1) 旅游管理学的研究对象

旅游管理学的研究对象具有多属性的特点,具体地说,其研究对象包括对旅游人力资源、物力资源、财力资源和科学技术管理的研究,对旅游部门管理、旅游地区管理、旅游企业管理和旅游涉外经济管理的研究,对旅游经济的发展目标、预测、决策、计划、监督和信息的研究,对旅游管理中运用经济方法、行政方法、思想政治方法、法律方法和科学技术方法的研究等。

(2) 旅游管理学的研究方法

旅游管理学的研究方法与管理学有相似之处,但也有其不同之处。具体来说其主要研究方法如下。

①理论与实践相结合。从管理学发展史看,其理论主要来自于实践,是对实践的总结,已形成一套理论体系。研究旅游管理同样要全面考察管理学的历史演变,重要的管理思想和流派,重要的管理案例,从中找出规律性的东西,寻求对

旅游业发展有重要意义的管理原则、方式和方法。同时,又要注重现实旅游业的新的发 展态势,总结旅游业的发展规律,从中找出旅游管理的精髓,再回到实践中去指导旅游业,不断地从实践中来又到实践中去,循环往复。只有这样才能做到真正的理论与实践相结合。

②定性 与定量相结合。任何事物都有质和量的规定性,质是有别于其他事物的内在规定性,是事物内部特殊矛盾决定的;质是事物存在的规模和发展程度,是一种可用数量表示的规定性。量变会引起质变,任何事物都是质和量的辩证统一。定性分析就是对事物本质特征的分析,旅游管理是一项复杂的活动,在做某项决策之前要详尽分析其背后的影响因素,避免工作失误。定量分析就是研究量的变化对事物的影响。做好旅游业的各项数据的统计预测工作十分重要,其是对旅游业的发展前景预测及做出重要决策的科学依据。

③比较研究法。比较研究法是指把不同或相类似的事物加以比较、对照,从而确定它们之间的相同点和差异点的一种研究方法。旅游业是由多个行业协作的一个新兴产业,有旅行社、酒店、旅游景区、交通部门、服务部门等协作,这些部门的业务运作及管理有些非常相似,对其研究时要运用比较法,找出不同点,抓住事物的本质不同,才能做好管理工作。

④案例分析法。案例分析法是指在学习、研究管理学的过程中,通过对典型案例的分析讨论,总结管理的经验、方法和原则。研究旅游管理问题时可运用此方法分析一些成功的旅游企业经营管理案例,如国内外知名酒店案例、知名旅行社案例及品牌景区案例,从中总结旅游企业管理的先进经验及方法,推广运用到旅游行业中。

⑤归纳演绎法。归纳和演绎是两种不同的推理和认识事物的科学方法。归纳是指由个别到一般、由事实到概括的推理方法;演绎是指由一般到个别、由一般原理到个别结论的推理方法。在研究旅游管理问题时要善于总结行业管理的新思维,同时也要关注成功个案。

第2章 旅游管理理论

通过本章学习,熟悉管理理论在20世纪的发展过程及主要流派,掌握行为管理理论及现代管理理论主要派别的发展过程、代表人物及理论观点。

2.1 行为管理理论

20世纪初,资本主义世界经济进入了一个新的时期,生产规模扩大,社会化大生产程度提高,新技术成就广泛应用于生产部门,新兴工业不断出现。同时,社会经济中劳资矛盾进一步加剧,工人不满和对抗的情绪日益严重。在这种情况下,古典管理理论重物轻人,强调严格管理的思想,已不能适应新的形势要求。一些管理学者从进一步提高劳动生产率的角度,把人类学、社会学、心理学等运用到企业管理中去,从20世纪20年代开始逐渐形成了行为科学理论。所谓行为科学,就是对工人在生产中的行为及行为产生的动机进行分析,以便调节人际关系,提高劳动生产率。行为科学理论研究的内容早期被称为人际关系学说,以后发展成行为科学,即组织行为理论。行为科学理论研究的内容主要包括人的本性和需要、行为动机、生产中的人际关系等。行为科学方面的研究至今昌盛不衰,构成管理学的一个重要方面。现在的人本管理可以说是行为科学的发展。

2.1.1 早期的行为科学——人际关系学说

2.1.1.1 早期的倡导者

尽管我们认为行为科学产生于20世纪初,但在此之前已有许多人认识到人的因素对组织成功的重要性,其代表人物有罗伯特·欧文、玛丽·福莱特等。

被后人称为“人事管理之父”的欧文是一位成功的苏格兰商人,他于1789年买下他的第一家工厂时只有18岁。欧文指出,把钱花在提高劳动者素质上是一企业经理最好的投资之一,他认为关心雇员既能为企业带来高利润,同时又能减轻人们的痛苦。他早在1825年提出,应在法律上规定工作日时间、制定童工法、普及教育、由公司提供工作餐,以及企业参与社区发展计划。

玛丽·福莱特出生于美国波士顿,是最早认识到应当从个人和群体行为的角度考察组织的学者之一。作为一个变革者,她的著作虽然写作于科学管理时代,但却提出了更富人本导向的思想,她在20世纪第一个10年里就开始讨论关于团队合作和责任的问题。认为组织应该维护群体道德而不是个人主义,个人的潜能