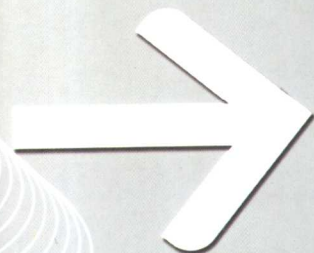
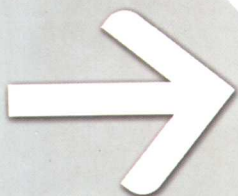


高等学校旅游管理硕士(T-MBA)
系列教材

旅游管理学 理论与方法

马勇 周娟 编著

THE METHODOLOGY AND CASE
STUDIES OF TOURISM MANAGEMENT



高等教育出版社

高等学校旅游管理硕士（T-MBA）系列教材

旅游管理学理论与方法

马 勇 周 娟 编著

高等教育出版社

内容简介

本书是高等学校旅游管理硕士学位课程系列教材之一。该系列教材由教育部工商管理学科教学指导委员会旅游专业组组编、主审,作者分别来自北京第二外国语学院、南开大学、浙江大学、湖北大学、福建师范大学、云南大学等旅游管理研究生教育水平较高的院校,均是长期从事研究生教学的骨干教师。此系列教材的出版将有助于目前高等院校旅游管理研究生教学和教材的建设。

本书以旅游发展中的管理热点问题为内容编写提纲,强调理论、方法与实践的结合,注重对当前旅游管理研究成果的系统总结。全书共分为十二章:前三章主要介绍了旅游管理学的溯源与发展、概念体系和基础理论;第四章至十二章全面揭示了旅游管理学的研究内容,包括旅游发展规划管理、旅游市场营销管理、旅游客户关系管理、旅游投资项目管理、旅游信息系统管理、旅游人力资源管理、旅游质量管理、旅游危机控制管理和旅游环境管理,并逐一阐述了各项管理的理论与方法。

本书不仅可作为高等学校旅游管理专业硕士研究生教材,也可供旅游系统各级管理者和专业人士参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理学理论与方法/马勇,周娟编著. —北京:
高等教育出版社, 2004.8

ISBN 7-04-015318-1

I. 旅... II. ①马...②周... III. 旅游经济-经济管理-研究生-教材 IV. F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 053834 号

策划编辑 李捷 齐维京 责任编辑 丁孝强 封面设计 李尘 责任绘图 吴文信
版式设计 王莹 责任校对 朱惠芳 责任印制 宋克学

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-82028899

经 销 新华书店北京发行所
印 刷 北京地质印刷厂

开 本 787×1092 1/16
印 张 15.25
字 数 370 000

购书热线 010-64054588
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>

版 次 2004 年 8 月第 1 版
印 次 2004 年 8 月第 1 次印刷
定 价 28.60 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

高等学校旅游管理硕士（T-MBA）系列教材

编 委 会

总 主 编 杜 江 马 勇

副总主编 田 里 李天元

编 委 （以姓氏拼音为序）

杜 江 谷慧敏 韩玉灵 李天元

刘 纯 马 勇 田 里 魏 卫

姚延波 郑耀星 邹益民

2014/10/2

总 前 言

随着经济的发展和人民生活水平的提高,在世界范围内旅游正成为现代人类社会重要的生活方式和社会经济活动之一。尤其是20世纪90年代以来,全球旅游业取得了长足的发展,成为继石油业、汽车业、房地产业之后世界经济中的重要支柱产业,显示出令人鼓舞的光明前景。

中国旅游业在改革开放的旗帜下,迅速转变职能,取得了辉煌的成就,充分显示出优势产业的勃勃生机与无限活力,成为国民经济新的增长点。进入21世纪,中国旅游业仍然保持着高速发展的态势。虽然在过去的一年多时间里,受到SARS的巨大冲击,但并没有动摇中国旅游业发展的市场基础和产业基础。相反,经过危机的洗礼,中国旅游业的产业素质和抗风险能力得到进一步增强,必将焕发出更大的生机与活力,中国旅游经济必将进入新一轮的持续增长。与旅游业的高速发展相适应,中国旅游教育和研究的整体水平也得到相应提升。高等院校旅游管理专业在本科教育的基础上,开始广泛加强硕士和博士研究生教育,全面提升旅游管理专业人才的学历层次,以期更好地服务旅游产业。

为了促进我国旅游管理专业研究生教育的发展,适应高等学校旅游教育教材建设的迫切需要,教育部工商管理学科教学指导委员会旅游专业组和高等教育出版社精心策划、组织,汇集了全国重点高等旅游院校的专家、学者,由教育部工商管理教学指导委员会委员杜江教授与马勇教授任主编、田里教授与李天元教授任副主编,组织编写了这套旅游管理硕士(T-MBA)研究生系列教材,包括:《旅游管理学理论与方法》、《旅游业可持续发展研究》、《区域旅游规划、开发与管理》、《饭店管理——理论、方法与案例》、《现代旅行社管理研究》、《旅游人力资源开发与管理》、《旅游营销管理》等。本套教材在选题上,涵盖了旅游管理理论研究领域的前沿和重点问题,具有广泛性;在理论上,采用国内外最新的研究成果作为理论依据,具有前瞻性;在内容上,既揭示了旅游管理的基本原理,又进行了实务和方法的研究,具有系统性;在体例上,也创新了内容编排形式。本套教材既可以作为高等院校旅游管理专业硕士研究生和MBA旅游管理方向的专业教材,也可以作为旅游政府管理机构及旅游企业中高级管理人员的参考用书,还可以为其他专业人员提供培训参考与指导借鉴。在教材编写过程中,高等教育出版社还邀请了我国旅游教育界知名的教授和专家对本套教材进行了严格的审定。借此机会对支持和参与本套教材编、审工作的专家、学者表示衷心的感谢。

本套教材将于2004年7月陆续出版发行,欢迎全国旅游院校师生和旅游专业人士选用,并请提出宝贵意见,以利今后本套教材的修订完善。

高等学校旅游管理硕士(T-MBA)系列教材编委会

2004年5月

前 言

旅游是一种重要的社会经济活动。20 世纪 50 年代以来,大众化的群体旅游从和平与稳定的国际环境中脱颖而出,并以惊人的速度迅猛发展。尤其在 20 世纪 90 年代以后,全球旅游业进一步快速增长,旅游业的产业地位不断提升,逐步成为各国、各地区国民经济的重要组成部分。在这种背景下,旅游管理逐渐被提上日程,用以协调旅游业与国民经济其他产业的共同发展;同时,旅游业作为一个综合性产业,其内部各方面也必须在旅游管理理论的指导下协调发展。

我国改革开放以来,旅游业发挥了巨大的资源优势和市场优势,取得了辉煌的成就,实现了历史性突破。这充分显示了优势产业的勃勃生机与无限活力,旅游业已成为中国国民经济中最重要的新兴产业之一。1998 年 12 月,在国务院召开的全国经济工作会议上,旅游产业被明确确立为应积极培育的国民经济新的增长点。

但是我们还应看到,中国旅游业的发展仍处于初级阶段,虽然旅游产业在规模和经济效益上取得了十分显著的成绩,但在数量和规模扩张的背后也暴露出很多管理问题。比如,旅游业的管理体制有待改革,旅游业的规划管理需要规范,旅游业的营销管理需要创新,旅游业的质量管理需要加强,旅游业的环境管理需要重视等等。这些问题促使我们在进一步加速旅游业发展的同时,提高对旅游管理工作的认识,客观评价旅游管理的作用与意义。

旅游管理学作为一门伴随着旅游业的兴起而形成的新兴学科,目前国内外对它的研究还处于初始阶段。全面提高和完善旅游管理工作,并逐步走向管理现代化、科学化,这是旅游业发展的需要。

本着为旅游管理实践及人才培养提供理论依据和指导的初衷,笔者根据自身长期理论研究的成果,结合近些年来参与政府及企业旅游管理咨询的实践经验,同时吸收当前旅游管理学方面的一些前沿理论,撰写了这本《旅游管理学理论与方法》。在结构上,本书分为十二章,内容涉及旅游管理学的基础理论和各项管理方法,包括旅游管理学的溯源与发展、概念体系、基础原理,以及旅游规划管理、市场营销管理、客户关系管理、投资项目管理、信息系统管理、人力资源管理、旅游质量管理、危机控制管理和环境管理等。

创新是本书的一大特色,表现在:编写体例上,笔者以旅游发展中的管理热点问题为内容编写提纲,全面系统地揭示了旅游管理学的研究内容;内容上,笔者力求充分体现对旅游管理实践的指导作用,强调理论与实践的结合。

21 世纪,国际旅游业将继续保持强劲的增长势头。中国旅游业在“入世”和世界旅游热点向亚太地区转移的大好机遇下也将拥有更广阔的发展前景。因此,我们需要认真学习和总结借鉴国内外旅游管理的理论成果和实践经验,全面改善中国旅游业的管理现状,提高管理水平,提升中国旅游业的国际竞争力。

本书由湖北大学旅游发展研究院院长马勇教授与宁波大学青年教师周娟共同撰写而成。本书的撰写主要结合了笔者自身的旅游管理实践与理论研究成果,同时借鉴和吸收了国内外旅游

II 前言

管理学界同仁的理论成果和实践经验，在此向他们表示深深的谢意！

在本书即将付梓之际，我们非常感谢湖北大学的肖轶楠、夏沫、唐娟、王勇、黄猛等同学，他们为本书的撰写提供了丰富的资料和可行的建议。同时，十分感谢参与书稿审阅的各位专家教授，他们为本书的修改和完善提供了宝贵的意见和建议。

由于时间和水平有限，书中不免存在一些错误和不足，恳请广大读者批评指正。

作 者

2004 年 2 月于武汉

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail：dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)64014089 64054601 64054588

目 录

第一章 旅游管理学的溯源与发展	(1)
第一节 旅游管理学的理论溯源	(1)
第二节 旅游管理学的产生与发展	(7)
第三节 国内外旅游管理学的研究热点	(10)
思考题	(18)
第二章 旅游管理学的概念体系	(19)
第一节 旅游管理的概念与特征	(19)
第二节 旅游管理学的性质与内涵	(25)
第三节 旅游管理者的类型与素质要求	(28)
思考题	(34)
第三章 旅游管理学的基础原理	(35)
第一节 系统管理原理及其应用	(35)
第二节 效益管理原理及其应用	(40)
第三节 人本管理原理及其应用	(45)
第四节 政府主导原理及其应用	(50)
思考题	(53)
第四章 旅游发展规划管理	(54)
第一节 旅游发展规划体系的构建	(54)
第二节 旅游发展规划功能的定位	(65)
第三节 旅游发展规划模式的选择	(68)
思考题	(76)
第五章 旅游市场营销管理	(77)
第一节 旅游市场营销的发展趋势	(77)
第二节 旅游品牌营销管理	(82)
第三节 旅游网络营销管理	(87)
第四节 旅游文化营销管理	(89)
思考题	(91)
第六章 旅游客户关系管理	(92)
第一节 CRM (客户关系管理) 概述	(92)
第二节 旅游企业 CRM 的实施背景与现状	(95)
第三节 旅游企业 CRM 的实施流程与策略	(98)
第四节 旅游企业 CRM 的实施保障体系	(102)
思考题	(106)
第七章 旅游投资项目管理	(107)
第一节 项目管理的概念、内涵与特征	(107)

II 目录

第二节 旅游投资项目的内涵与特征	(109)
第三节 旅游投资项目管理过程	(114)
第四节 旅游投资项目管理优化	(119)
思考题	(122)
第八章 旅游信息系统管理	(123)
第一节 旅游信息系统概述	(123)
第二节 旅游信息系统的管理理论	(125)
第三节 旅游信息系统的开发管理	(128)
第四节 旅游信息系统的安全管理	(135)
思考题	(139)
第九章 旅游人力资源管理	(140)
第一节 旅游人力资源管理的特点与目标	(140)
第二节 旅游人力资源管理定位	(142)
第三节 旅游人力资源管理内容体系	(144)
第四节 旅游企业人力资源管理模式创新	(162)
思考题	(166)
第十章 旅游质量管理	(167)
第一节 旅游质量管理概述	(167)
第二节 旅游质量管理体系	(172)
第三节 旅游质量管理方法	(176)
第四节 旅游质量管理标准化发展	(181)
思考题	(188)
第十一章 旅游危机控制管理	(189)
第一节 旅游危机概述	(189)
第二节 旅游危机的评估	(195)
第三节 旅游危机的控制管理	(200)
思考题	(208)
第十二章 旅游环境管理	(209)
第一节 旅游环境概述	(209)
第二节 旅游环境的综合评估	(215)
第三节 旅游环境的管理途径与创新	(223)
思考题	(228)
参考文献	(229)

第一章

旅游管理学的溯源与发展

旅游管理学是一门新兴的学科，目前国内外对它的研究都还处于初始阶段。为了更好地对旅游管理学的理论与方法进行研究，在本书开篇首先对管理理论的发展史进行系统回顾，以确立科学的研究视角，在此基础上分析旅游管理学的发展过程与未来发展趋势，并围绕当前国内外旅游管理学的三大研究热点进行初步探讨，使读者对旅游管理学有一个基本的认识。

第一节 旅游管理学的理论溯源

旅游管理学是随着旅游活动由单一化向大众化，由区域化向世界化扩展而产生并不断深入发展的一门管理科学。管理理论的系统化发展为旅游管理学研究奠定了坚实的理论基础。因此，在对旅游管理学的原理与方法进行系统阐述以前，有必要追本溯源，全面回顾人类管理理论的发展史，以确立科学的研究视角。纵观一个世纪以来管理理论的发展演变，大致可以分为四个阶段。

一、古典管理理论阶段（20 世纪初—20 世纪 30 年代）

这一阶段是管理理论形成的初始阶段，其间的研究侧重于从管理职能、组织方式等方面研究效率问题，对人的心理因素考虑很少或根本不去考虑。这一阶段，在美国、法国、德国分别活跃着具有奠基人地位的管理大师，即“科学管理之父”——泰罗（F. W. Taylor）、“管理理论之父”——法约尔（H. Fayol）以及“组织理论之父”——马克斯·韦伯（M. Weber）。

（一）泰罗的科学管理理论

1911 年，美国人弗雷德·温斯洛·泰罗出版了其代表作《科学管理原理》，创立了科学管理理论，从此标志着人类管理理论的正式诞生，其本人也被誉为“科学管理之父”。

泰罗的科学管理理论主要包括以下原理：

（1）工作定额原理。泰罗认为，科学管理的中心问题是提高劳动生产率。为此必须配备“第一流的工人”，即根据人的能力和天赋把他们分配到最适合的工作岗位上去，在科学实验的基础上，为他们制定出较高的劳动定额，并通过培训使他们掌握科学的工作方法，这样工人就能顺利地完 成定额，提高工效。

（2）标准化原理。泰罗通过一个工具标准化的实验证明，铲运工人工作时，根据不同的物料，统一使用按不同物料设计制作的标准铲子，将大大提高生产效率。后来这种工具的标准

化原理普及到操作方法的标准化以及工人所使用的工具、机器、材料、作业环境等的标准化上。

(3) 差别计件工资制。泰罗认为,要提高生产效率,就要取得雇主和工人两方面的合作。而当时社会付酬制度存在问题,造成雇主与工人之间的对抗,阻碍生产效率的提高。为此泰罗提出了差别计件工资制,在科学定额的前提下,采用差别计件工资制来鼓励工人完成和超额完成工作任务。这种工资制度大大提高了工人的积极性,同时由于利润的提高幅度大于工资的提高幅度,所以对雇主也是有利的,因此成为雇主和工人协调与合作的基础。

在泰罗的科学管理理论指导下,传统的经验工作方法逐渐转变为科学工作方法,管理职能同执行职能开始分离,为管理理论的进一步发展建立了基础。同时泰罗还首先提出,领导的权力要与员工共享,而非加诸于员工,并把这个想法叫做参与式管理。

(二) 法约尔的管理理论

1916年,法国的法约尔发表了他的著作《工业管理与一般管理》,标志着一般管理理论的形成,从此也确立了他“管理理论之父”的历史地位。

法约尔的一般管理理论主要包括以下内容:

(1) 从企业经营活动中提炼出了管理职能。法约尔区别了经营和管理,认为这是两个不同的概念,管理包括在经营之中。他通过对企业全部活动的分析,将管理活动从经营职能(包括技术、商业、业务、安全和会计等五大职能)中提炼出来,成为经营的第六项职能。同时进一步得出了普遍意义上的管理定义,即“管理是普遍的一种单独活动,有自己的一套知识体系,由各种职能构成,是管理者通过完成各种职能来实现目标的一个过程”。

(2) 倡导管理教育。法约尔认为管理能力可以通过教育来获得,“缺少管理教育”是由于“没有管理理论”。每一个管理者都按照他自己的方法、原则和个人的经验行事,但是谁也不曾设法使那些被人们接受的规则和经验变成普遍的管理理论。

(3) 提出五大管理职能。法约尔将管理活动分为计划、组织、指挥、协调和控制等五大管理职能,并进行了相应的分析和讨论。同时他认为管理的五大职能并不是企业管理者个人的责任,它同企业经营的其他五大活动一样,是一种分配在领导人与整个组织成员之间的工作。

(4) 提出14项管理原则。法约尔提出了一般管理的14项原则:劳动分工、权力与责任、纪律、统一指挥、统一领导、个人利益服从整体利益、人员报酬、集中、等级制度、秩序、公平、人员稳定、首创精神、团队精神。

(三) 马克斯·韦伯的组织理论

德国的马克斯·韦伯在其著作《社会和经济理论》中,提出了“理想的”行政管理体制,对古典管理组织理论做出了重大贡献,因此被誉为“组织理论之父”。

韦伯主张建立一种高度结构化的、正式的、非人格化的“理想的行政组织体系”。他认为这是对个人进行强制控制的最合理手段,是达到目标和提高劳动生产率的最有效形式,而且在精确性、稳定性、纪律性和可靠性方面优于其他组织。

上述三位及其他一些先驱者创立的古典管理理论被后来的许多管理学者广泛研究和传播,并加以系统化。其中贡献较为突出的是英国的厄威克(L. F. Urwick)和美国的古利克(L. Gulick)。前者提出了他认为适用于一切组织的十条原则,后者概括提出了“POSDCRB”,

即管理的七项职能——计划、组织、人事、指挥、协调、报告和预算。

二、现代管理理论阶段（20 世纪 30 年代—60 年代）

这一阶段，以梅奥（G. E. Mayo）为代表的一批管理学家在古典管理理论的基础上，对行为科学理论进行了集中的研究，产生了许多具有代表性的，至今依然非常著名的现代管理理论成果。同时在这一时期，许多管理学者（包括社会学家、数学家、人类学家、计量学家等）都从各自不同的角度发表自己对管理学的见解，涌现了一大批著名的现代管理理论学派，美国管理学家哈罗德·孔茨（H. Koontz）称其为“管理理论丛林”。

（一）行为科学理论

20 世纪 20 年代末到 30 年代初，全世界出现经济大危机。在美国，罗斯福政府从宏观上对经济实施管制，管理学者们则开始从微观上研究“硬件”以外的造成企业效率下降的影响因素。因此以研究人的心理、行为等对高效率地实现组织目标（效果）的影响作用为重心的行为科学理论开始萌芽。

行为科学理论早期被称为人际关系学说。它的研究起源于以梅奥为首的美国国家研究委员会与西方电气公司合作进行的霍桑实验（1924—1932）。该实验的结论如下：

第一，工人是“社会人”而非“经济人”。这对古典管理理论的“经济人”假设提出了异议。在此基础上梅奥等人认为，金钱并不是刺激工人工作积极性的惟一动力，要调动工人的生产积极性，首先要从社会心理方面对工人进行鼓励。

第二，企业中存在着“非正式组织”。梅奥认为，正式组织与非正式组织有着很大的区别，前者以效率准则为其行动标准，后者则出于某种感情而采取行动。因此，在认为企业中存在“非正式组织”的基础上，梅奥指出，在管理过程中不仅要依据效率逻辑，而且不能忽视感情逻辑，否则非正式组织就将对企业的生产效率产生负面影响。

第三，新型的领导能力在于提高员工的满意度。从社会人和非正式组织的观点来看，金钱或者刺激对于提高工人劳动生产率只能起第二位的作用，而起第一位作用的是工人的满意度。因此新型的领导能力在于保持正式组织的经济需求与非正式组织的社会需求之间的平衡，通过增强员工满意度，提高生产效率。

上述结论形成了人际关系学说。此后，西方许多行为科学家以此为基础进行了更加深入细致的研究，包括个体行为、团体行为和组织行为三个层次。其中比较有代表性的理论主要集中在对个体行为的研究中，具体包括：

（1）马斯洛（A. H. Maslow）的需求层次理论。他认为人的需求分为生理的需求、安定或安全的需求、社交和爱情的需求、自尊与受人尊重的需求以及自我实现的需求等五个层次，当某一层次的需求满足之后，该需求就不再具有激励作用。在任何时候，主管人员都必须因地制宜地对待人们的各种需求。

（2）赫茨伯格（F. Herzberg）的双因素理论。他把影响人员行为绩效的因素分为“保健因素”与“激励因素”。前者指“得到后则没有不满，得不到则产生不满”的因素，后者指“得到后则感到满意，得不到则没有不满”的因素。主管人员必须抓住能促使职工满意的因素。

（3）麦克莱兰（D. C. Maclelland）的成就激励理论。他指出任何一个组织及每个人都代表

了实现某种目标而集合在一起的工作群体,不同层次的人具有不同的成就需求。因此,主管人员要根据不同人的不同需求来实施激励,尤其应设法提高人们的成就需要。

(4) 麦格雷戈(D. M. McGregor)的“X理论-Y理论”的人性问题理论。他把传统的“经济人”假设概括为X理论,认为人的本性是懒惰的,组织要完成目标必须对工人加强管制和监督;而Y理论是根据“社会人”、“自我实现人”的假设提出的,认为人并不是懒惰的,在正常情况下人愿意承担责任,只要给人创造一定的条件,他们就会努力工作。这是行为科学理论中较有代表性的观点。他认为只有Y理论才能在管理实践中获得成功。随着对人的假设发展至“复杂人”,又有人提出了超Y理论。

(5) 波特(L. M. Porter)和劳勒(E. E. Lawler)合作提出的波特-劳勒模式。该模式指出,激励不是一种简单的因果关系,人们努力的程度取决于报酬的价值、自认为所需要的能力及实际得到报酬的可能性,管理者应当仔细评价其报酬结构,把“努力-成绩-报酬-满足”这一连锁关系结合到整个管理系统中去。

(二) 管理理论丛林

在古典管理理论和行为科学理论产生之后,特别是第二次世界大战后的40年代到60年代,随着科学技术的进步和生产力的巨大发展,生产社会化程度日益提高,管理理论的研究也出现了空前繁荣的局面,涌现出众多的管理理论学派。这一阶段被孔茨称为“管理理论丛林”。其中较有影响力的管理理论学派有:

(1) 社会系统学派。创始人是美国的巴纳德(C. Barnard),代表作是1938年出版的《经理的职能》。巴纳德利用社会学和心理学的理论与方法,用社会的系统的观点来分析管理,将法约尔等人的组织理论向前推进一大步。他认为社会的各级组织都是一个协作的系统,即由相互进行协作的两人或两人以上组成的系统。正式组织的存在需要有三个条件:明确的目标、协作意愿和意见交流。这三个条件中若有一条不满足,组织就要解体。组织中管理人员的权威并不是来自上级的授予,而是来自下级的认可。

(2) 决策理论学派。它在社会合作系统学派的基础上发展而来,吸收了行为科学、系统理论、运筹学、计算机程序等学科的内容。主要代表人物是赫伯特·西蒙(Herbert A. Simon)、马奇(March)等人,主要著作有《组织》、《管理决策新科学》等。该理论认为管理的关键在于决策,决策贯穿于管理的全过程,管理就是决策,组织是由作为决策者的个人所组成的系统,决策分为程序性决策和非程序性决策。该学派对决策的过程、决策的准则、决策组织的建立与决策过程的联系等问题进行了研究与分析。

(3) 经验主义学派。代表人物是美国的德鲁克(Peter F. Drucker)、戴尔(E. Dale)等人,主要著作有《管理:任务、责任和实践》、《有效的管理者》、《伟大的组织者》、《企业管理的理论与实践》等。该学派认为,古典管理理论和行为科学都不能完全适应组织发展的实际需要,而成功的组织管理者的经验是最值得借鉴的。因此,有关组织管理的科学应该从组织管理的实际出发,分析管理人员的经验,然后加以理论化和系统化的概括。

同一时期,还有一个新的现象不容忽视,就是对顾客需求的重视。经济的发展与市场的繁荣促使卖方市场开始向买方市场转变。于是,由美国质量管理专家费根堡姆(A. V. Feigenbaum)首倡的全面质量管理(TQM)“始于顾客,终于顾客”的思想开始引起管理界的重视,并为世界各国广为传播和接受。与其说TQM是质量管理,不如说它是以质量为

中心的企业管理,而质量好坏的评判是由顾客说了算的,因此要首先从外部了解需要,然后实施内部质量控制,最后落脚于使“顾客满意”。

三、现代管理理论的再思考阶段(20世纪60年代中后期—90年代初)

这一阶段,美国经济内部面临石油危机,外部受到崛起的日本及欧洲的挑战,国际经济环境发生剧烈变化,美国一向认为最先进的企业管理发生了危机,难以适应高度变化的环境的要求。管理学界开始对现代管理理论进行进一步的探索。此时“战略”一词被引入管理界。管理学家们开始从战略管理的角度研究企业组织与环境的关系。进入20世纪80年代后,管理学界从日本企业的成功中发掘出了一系列以企业文化理论为核心的创新管理经验,开始对美国现代管理理论进行全面反思。

(一) 战略管理理论

这一时期战略管理理论有了系统的发展。

1965年,安索夫(Ansoff)的《公司战略》一书的问世,开了战略规划的先河。1975年,安索夫的《战略规划到战略管理》一书出版,标志着现代战略管理理论体系形成。该书将战略管理明确解释为“企业高层管理者为保证企业的持续生存和发展,通过对企业外部环境与内部条件的分析,对企业全部经营活动所进行的根本性和长远性的规划与指导”。他认为,战略管理与以往经营管理的不同之处在于它面向未来,动态地、连续地完成从决策到实现的过程。

同一时期,论述企业组织与外部环境关系的著作还有很多,如:1969年出版的劳伦斯(Laurence)与罗斯奇合著的《组织与环境》,提出公司要有应变计划,以求在变化及不确定的环境中得以生存;1979年出版的卡斯特(F. E. Kast)与罗森茨韦克(J. E. Resenzweig)合著的《组织与管理——系统权变的观点》,虽然是权变理论学派的代表作,但其分析的问题亦是长期角度看待企业如何适应环境,认为在企业管理中要根据企业所处的内外条件随机应变,组织应在稳定性、持续性、适应性、革新性之间保持动态的平衡。

1980年,迈克尔·波特(M. E. Porter)的《竞争战略》一书出版,把战略管理的理论推向了高峰。书中许多思想被视为战略管理理论的经典。比如,五种竞争力(进入威胁、替代威胁、买方砍价能力、供方砍价能力和现有竞争对手的竞争),三种基本战略(成本领先、标新立异和目标集聚),价值链的分析等。该书通过对产业演进的说明和对各种基本产业环境的分析,得出不同的战略决策。这一套理论与思想在全球范围产生了深远的影响。《竞争战略》一书与后来出版的《竞争优势》、《国家竞争优势》成为著名的“波特三部曲”,中国的管理学界以及很多实际工作者对此都不陌生。

(二) 企业文化理论

通过对不同国家管理制度的比较研究,尤其是对日美两国管理的比较研究,企业文化的管理理论开始受到人们关注。进入80年代以后,许多管理专家在企业文化理论方面进行了深入的研究。

1981年,威廉·大内发表的《Z理论》一书,首先以企业文化理论轰动了美国管理界。在这本书中,作者引用了美国公司一位副总经理的话:“美国企业在90年代里将要面临的关键问题不是技术或投资,也不是规章制度或通货膨胀,关键问题将是我们如何对这一事实做出

反应——日本人比我们更懂得怎样管理企业。”作者直率地指出：“作为一个国家，我们已经认识到技术的价值，也愿意采用科学方法对待技术，然而却从不重视人的作用。”威廉·大内系统地比较了美国企业管理同日本企业管理的差别，提出了如何从采用美国式管理的组织——A型组织向采用日本式管理的组织——Z型组织转变的许多措施，其核心就是要信任和关心职工。

1982年中期，汤姆·彼得斯和华特曼出版的《成功之路》一书，再一次使企业文化理论在美国和全世界掀起了轩然大波，将现代管理理论的再思考运动推到了高潮。“作者在书中用大量的事实证明，企业成功之路并不需要什么神奇的魔力，也不是靠那些神乎其神的现代管理理论，而只是要求领导者紧靠顾客，多到下边去‘转悠’，提倡按常识办事而已。”^①

除此以外，理查德·帕斯卡和托尼·阿索思在《日本的管理艺术》一书中也详尽地描述了日本企业如何重视“软性的”管理技能，而美国的企业则过分依赖“硬性的”管理技能；特理·迪尔和阿伦·肯尼迪在他们的著作《企业文化》中进一步证明了企业文化对企业具有起死回生的作用。

到20世纪80年代后期，虽然美国经济开始复苏并达到了持续的繁荣，但对现代管理理论的再思考仍在继续进行，并基本朝着“在完善企业及一切公共部门的管理技术的同时，应当更加信任、重视、依靠组织的职工和自己的顾客”^②的方向发展。

四、全球化和知识经济时代的管理变革阶段（20世纪90年代以后）

这一阶段，信息化和全球化浪潮迅速席卷世界，人类进入知识经济时代，信息和知识成为重要的战略资源，信息处理和传递技术的发展正在或仍将继续使企业生产经营活动及其组织产生重大变革。在这一环境的影响下，现代企业管理在管理思想、经营目标、经营战略、生产系统和企业组织等方面开始了全面创新，管理理论学界则主要针对学习型组织及虚拟组织问题展开了研究。

（一）建立学习型组织

1990年，彼得·圣吉（P. M. Senge）在其所著的《第五项修炼》一书中首次指出，企业应成为一个学习型组织，并提出了建立学习型组织的四条标准：①人们能否不断地检验自己的经验；②人们有无生产知识；③大家能否分享组织中的知识；④组织中的学习是否和组织的目标息息相关。^③该书出版不久，就在全球范围内引起轰动，并于1992年荣获世界企业管理协会最高荣誉奖——开拓奖，作者本人也被冠以90年代的“管理学宗师”称号。

随后，在阿里·德赫斯（Arie de Geus）所著的《长寿公司》一书中，作者通过考察40家国际长寿公司，得出了结论——“成功的公司是能够有效学习的公司”。在他看来，知识是未来的资本，只有学习才能为不断的变革做好准备。此外，罗勃特·奥伯莱（R. Aubrey）与保罗·科恩（P. M. Cohen）合著的《管理的智慧》一书则描述了管理者在学习型组织中角色的变化——他们不仅要学会管理学习的技巧，也要使自己扮演学习的领导者、师傅和教师等多重

① 周三多等：《管理学——原理与方法》，上海：复旦大学出版社，1999，78

② 周三多等：《管理学——原理与方法》，上海：复旦大学出版社，1999，79

③ 周三多等：《管理学——原理与方法》，上海：复旦大学出版社，1999，82

角色。

（二）建立虚拟化组织

1990年,《哈佛商业评论》第6期发表文章《公司核心能力》,作者建议公司将经营的焦点放在不易被抄袭的核心能力上,由此引发后来的“虚拟组织”热。虚拟组织与传统的实体组织不同,它是围绕核心能力,利用计算机信息技术、网络技术及通信技术与全球企业进行互补、互利的合作,合作目的达到后,合作关系随即解散,以此种形式能够快速获取处于全球各处的资源为我所用,从而缩短“观念到现金流”的周期;不仅如此,灵活的“虚拟组织”可避免环境的剧烈变动给组织带来的冲击。

此后,1994年出版了由史蒂文·戈德曼(S. L. Glodman)、罗杰·内格尔(R. N. Nagel)及肯尼斯·普瑞斯(K. Preiss)合著的《灵捷竞争者与虚拟组织》一书,是一部反映虚拟组织理论与实践的较有代表性的著作。

第二节 旅游管理学的产生与发展

一、旅游管理学产生与发展的历史回顾

旅游管理学是一门新兴的学科,它的产生和发展与旅游业的发展息息相关。综观世界各地旅游活动的产生与发展,不难看出旅游活动的出现需要一些客观条件的存在,其一是旅游者的可自由支配收入要达到一定的水平;其二是旅游者需要拥有一定的闲暇时间;其三是其他的一些因素,诸如旅游者的身体健康状况,旅游目的地的交通状况,旅游目的地的旅游环境等^①。西方国家自工业革命以来尤其是在第二次世界大战(以下简称“二战”)之后,由于各国均致力于本国经济力量的恢复和发展,许多战时的军用技术转化为民用技术,国家的生产力水平得到了极大的提高,国民经济也获得较快的发展。经济的发展提高了西方国家居民的收入水平和可自由支配收入,同时生产力水平的巨大进步也提高了生产的效率,从而增加了人们的闲暇时间。战后这些因素的出现以及长期的和平安定环境对西方国家旅游的迅速发展和普及起到了巨大的推动作用,旅游的发展又促进了一系列管理活动的形成与发展,于是以研究旅游管理活动为内容的旅游管理学应运而生。从二战后开始,旅游管理学的研究与发展过程可以被大致分为以下四个阶段:

（一）旅游管理学的萌芽阶段（20世纪40年代中期—60年代末）

二战后,随着各国社会经济的发展,城市化进程的加快和科技教育的进步,大众旅游迅猛发展。与此同时,管理学的发展已经进入现代管理理论阶段,对各行业管理行为的研究普遍展开,并被逐步引入到旅游业中。不少旅游经营者开始意识到管理行为的重要性,开始尝试运用管理学原理指导旅游企业的经营活动。但在这一阶段,旅游管理还不是一种普遍的行为,旅游科学理论也没有系统化,因此还没有人将管理科学与旅游科学结合起来,将旅游管理学作为管理科学的一个学科分支开展独立研究。所以,从二战结束一直到60年代末,旅游管理学都处于萌芽阶段。

^① 马勇,李玺.旅游规划与开发.北京:高等教育出版社,2002