

Tourism

旅游管理

原理与方法

◎董观志 白晓亮 / 编著

中国旅游出版社

Tourism

旅游管理原理与方法

◎董观志 白晓亮 / 编著

 中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉

装帧设计：谭雄军

责任印制：李崇宝

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游管理原理与方法/董观志, 白晓亮编著. —北京: 中国旅游出版社, 2005. 4
ISBN 7-5032-2602-1

I. 旅... II. ①董... ②白... III. 旅游经济—经济管理 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 029670 号

书 名: 旅游管理原理与方法

编 著: 董观志 白晓亮

出版发行: 中国旅游出版社

地 址: 北京建国门内大街甲 9 号

邮政编码: 100005

<http://www.cttp.net.cn>

E-mail: cttp@ccta.gov.cn

印 刷: 北京市朝阳区小红门印刷厂

版 次: 2005 年 5 月第 1 版 2005 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 30.625

印 数: 5000 册

字 数: 530 千字

定 价: 38.00 元

版权所有

翻印必究

序

最近的确很忙，忙得连电脑也不常打开。可是，当我从信箱里读到董观志同志《旅游管理原理与方法》书稿的时候，却舍不得放下了；不只舍不得放下，而且还盼着能够尽早地读到全书的最后几章。因此，我十分乐意向大家推荐董观志同志的这本书。好书。

《旅游管理原理与方法》是一本具有创新意义的学术专著，它以现代旅游管理为研究主题，意在対旅游管理活动中已经出现和将要出现的理论和方法加以概括和研究。由于作者对研究的内容有着充分的准备和认真的思考，因此，该书对丰富和完善旅游管理理论体系，就明显地凸现出了它的建设性价值。

董观志同志是凭着他的勤奋和好学而引起旅游学术界注目的。他充分利用自己工作在中国游主题公园策源地——深圳华侨城的地缘优势和人缘条件，认真搜集资料，经过4年多的深入调研和系统分析，终于在2000年6月出版了他的成名之作——《旅游主题公园管理原理与实务》。这是国内第一部引起重视的系统研究旅游主题公园的学术著作。在书中，作者对主题公园发展过程中的现实热点和理论难点进行的细致阐述，不仅在学术界产生了积极的影响，而且受到了实业界的好评。听说，在那之后，深圳锦绣中华、深圳世界之窗、桂林乐满地等国内著名旅游企业，都邀请他去主持制定企业的发展战略规划。从此，他的学术视野，便从理论的基础研究开始延伸到实证研究；他的学术足迹，便从深圳的学院课堂开始走向全国各地。

我所认识的董观志同志，是一个充满朝气的年轻人。大约1997年2月，我所在的《旅游学刊》收到了一篇署名董观志的论文（这是他给《旅游学刊》的第一次投稿），论文的选题很新颖，学术气息跃然纸上，编辑们对选用都无异议，于是当年第4期刊物就登出了这篇标题为《区域旅游可持续发展潜力模型研究》的论文。尽管旅游可持续发展在当时还只是作为一种发展观念被引入到国内来，董观志同志却已经把敏锐的学术触角深入到了这个新兴的领域，而且文章中对数学方法的采用也很是得体，因此论文一发表，就引起了学界的普遍注目。1998年春天，董观志到北京来参加旅游学刊编辑部组织的“饭店集团化发展战略研讨会”，让我和我的同事们不仅面对面地感受到他对学术的严谨态

度,而且感受了他的开朗、热情和真诚;会议结束时,他到《旅游学刊》的旅游书刊服务部选购了一大批专业书籍,更让我们看到了一个年轻学者对旅游专业的情有独钟的执著精神。其后,1999年11月,深圳锦绣中华邀我去参加该园建园十年庆典,我又在深圳见到了董观志,尽管庆典的隆重待遇和丰富安排让我未能抽身与他多做交流,但是,在学术会上他发言(有关主题公园的)所反映的学术深度,却让我也着实认识到了他开始被实业界重视的原因。2001年6月,我见到的董观志已经是小有名气了,那是在旅游学刊编辑部主办的“全国旅游规划高峰论坛”上,当时,他已经开始应邀走南闯北服务全国,他风尘仆仆的样子,却仍透着原有的沉稳学风,在我的脑海里至今仍然清晰地印记着他在学术方面快速成长中的乐观向上的印象。

我认为董观志的《旅游管理原理与方法》具有创新意义,原因有三:

首先,从选题来看,这本书是针对旅游业经历快速发展阶段以后所面临的产业优化产业转型的现实问题而设计的,其创新之处在于突破了以往某些旅游管理学著作偏重已有理论研究的局限,特别注重了旅游管理实现技术与实现途径的理性研究和深度讨论,从而扩大了旅游管理学术研究的视野,深化了旅游管理学术研究的层面。

其次,从研究框架来看,该书虽然继承了旅游管理学阶段性著作有关理论论述的优点,但是并不拘泥于已有旅游管理学论述的框架体系,而是大胆探索,努力创新,从而构建了自己的具有系统性特色的模块式研究框架。全书紧紧围绕核心课题(优化配置资源、提高运作效率和实现发展目标)构建了3个模块,从而用以系统地阐述旅游管理的概念架构、理论基础、内容体系、操作方法和实现技术。其中,第一个模块是旅游管理的基本理论,重点论述了旅游管理的概念框架、学科体系和理论基础;第二个模块是旅游管理的实现技术,具体阐明了旅游业的流程化管理、标准化管理、信息化管理、战略化管理等的操作方法;第三个模块是旅游管理的实现途径,系统探讨了旅游业实现产业化发展、国际化和可持续发展的规律性问题。

第三,从研究方法来看,全书大量使用了文献综述、案例分析和实证研究的方法,对一些研究范式、概念性模型和实现技术的评价是深入浅出的,不仅表现出作者老老实实做学问的作风,而且对旅游业发展过程中的实际问题进行了深入分析,提出了许多具有建设性的理论观点和运作策略。

此外,从行文风格来看,《旅游管理原理与方法》在保持理论体系完整性的同时,注重了从内容到形式的可接受性。全书13章,每章都安排了学习目的、关键概念、基本内容、思考题目、个案简介、网络资源、参考文献等互为

呼应体系结构，不仅为旅游专业管理人士提供了学术研究路径，而且为旅游管理的业余爱好者提供了深入学习的背景材料。基于本书的这种务实性和通俗性，所以我还觉得，本书不仅是一部学术专著，而且也可以作为大学专业教材来使用。

正是基于这些认识，我才说《旅游管理原理与方法》具有创新意义，具有建设性的价值。

旅游科学作为一门独立的学科，在国内经过 20 多年的建设和发展，应该说是已经走过了概念的导入和理论的初级时期，目前正进入了构建理论体系的关键成长阶段。在这个欣欣向荣的学术园地里，不仅需要早年开拓者再立新功，而且更需要学术新人们茁壮成长。只有这样，咱们的旅游学科才能不断创新，才能发展成为根深叶茂的学科，咱们的旅游业才会更加发达兴旺。《旅游管理原理与方法》就是在这种背景下脱颖而出的一部对旅游管理理论与实践都有贡献的新作。我相信，这本书的出版必将有助于旅游管理学术研究的繁荣，必将有利于专业人才的培养，也必将起到它应有的对我国旅游业的可持续发展的积极推动作用。

刘德谦

2005 年 2 月

北京旅游学院

目 录

序	(1)
第一章 旅游管理的概念框架	(1)
第一节 旅游管理的概念定位	(1)
第二节 旅游管理学的学科性质	(6)
第三节 旅游管理学的学科体系	(10)
第四节 旅游管理学的研究方法	(13)
第二章 旅游管理的理论基础	(17)
第一节 旅游管理的思想基础	(17)
第二节 旅游管理的基本原理	(28)
第三节 旅游管理的实现技术	(36)
第三章 旅游业流程化管理	(47)
第一节 基于价值链的旅游管理	(47)
第二节 旅游业流程的模块管理	(59)
第三节 旅游企业业务流程再造	(91)
第四章 旅游业标准化管理	(103)
第一节 基于标准化的旅游管理	(103)
第二节 旅游业标准化实施体系	(116)
第三节 旅游业的服务质量管理	(122)
第五章 旅游业信息化管理	(141)
第一节 基于信息技术的旅游管理	(141)
第二节 旅游业信息化的实现技术	(157)
第三节 旅游业信息化的系统管理	(168)

第六章 旅游企业经济活动管理	(179)
第一节 旅游企业经济活动分析	(179)
第二节 旅游企业经营管理预测	(188)
第三节 旅游企业经营管理决策	(194)
第四节 旅游企业管理制度创新	(203)
第七章 旅游企业经营战略管理	(218)
第一节 企业战略的基本理念	(218)
第二节 企业战略的选择模式	(222)
第三节 旅游企业的战略管理	(229)
第四节 旅游企业的竞争战略	(243)
第八章 旅游业的公共管理	(249)
第一节 国家旅游管理的体制结构	(249)
第二节 国家旅游管理的政策法规	(263)
第三节 旅游行业管理的运行机制	(278)
第九章 旅游业的事件管理	(292)
第一节 事件旅游与事件管理	(292)
第二节 事件旅游策划与提升	(308)
第三节 事件旅游的市场营销	(315)
第十章 WTO 框架下的旅游发展战略	(323)
第一节 世界贸易组织的发展	(323)
第二节 中国加入世界贸易组织	(331)
第三节 中国“入世”后旅游发展战略	(340)
第十一章 旅游企业跨国经营管理	(358)
第一节 跨国经营的基本理论问题	(360)
第二节 国际竞争核心能力的培育	(372)
第三节 国际化经营的跨文化管理	(384)

第十二章 旅游业的风险管理	(396)
第一节 风险与风险管理	(396)
第二节 旅游产业风险管理	(403)
第三节 旅游企业风险管理	(416)
第十三章 旅游业的可持续发展	(426)
第一节 可持续发展的基本含义	(427)
第二节 旅游可持续发展的要点	(431)
第三节 世界旅游组织行动纲要	(445)
第四节 旅游可持续发展的策略	(449)
主要参考文献	(462)
主要旅游网站	(478)
后 记	(479)

第一章 旅游管理的概念框架

学习目的

- 掌握旅游、旅游管理、旅游管理学的概念；
- 了解旅游业的行业属性和旅游管理活动的基本范畴；
- 熟悉宏观旅游管理与微观旅游管理的基本内涵；
- 了解旅游管理学的理论基础和实践意义；
- 熟悉旅游管理学的学科性质和基本属性；
- 了解旅游管理学与相关学科之间的关系；
- 掌握旅游管理学的基本内容和基本任务；
- 熟悉旅游管理学的研究方法。

关键概念

旅游活动；管理活动；旅游管理；旅游管理学

第一节 旅游管理的概念定位

一、旅游管理活动的必要性

1. 旅游管理活动的客观要求

旅游是人类社会的一种短期性生活方式，是旅游者的旅行和暂时居留所引起的一切现象和关系的总和。随着科学技术的日益进步和社会经济的迅速发展，大众化旅游的群体规模不断扩大，促进旅游成为了一种重要的社会经济活动。旅游产业化的进程，客观地产生和形成了一系列的旅游管理活动。

(1) 旅游业是一个系统化的经营性行业。旅游是旅游者的一种空间跨越活动，按旅游活动的空间范围可分为国内旅游与国际旅游。国内旅游可分为地方性旅游、区域性旅游、全国性旅游；国际旅游可分为跨国旅游、洲际旅游、环

球旅游。旅游者在这种空间跨越活动过程中,既需要满足多样化的休闲娱乐需求,也需要满足生理性的物质享受需求,这就客观地要求旅游业为旅游者提供食、住、行、游、购、娱等方面的一体化服务。在市场经济条件下,旅游者的空间跨越活动实际上就是一种复杂的系列化旅游消费活动,因而,旅游业的接待服务活动也就是一种系统的经营性旅游供给活动。显然,旅游接待服务是一个系统的社会工程,必须要有科学的决策、计划、组织、指挥、监督、调节、创新等管理活动,才能保证旅游接待服务活动的正常运作。

(2) 旅游业是一个国际化的服务性行业。旅游活动是一种异地性活动,从旅游接待服务的业务类型来划分,旅游业务接待可分为3种类型:一是组织国内公民在本国进行的国内旅游活动;二是组织本国公民赴国外进行的出境旅游活动;三是接待国外游客到国内的入境旅游活动。其中,出境旅游和入境旅游是具有涉外性质的国际旅游活动。在全球经济一体化的格局下,旅游业的产业化和国际化程度日益提高,只有实行有效的管理,才能保证国际旅游和国内旅游的持续、稳定发展。

(3) 旅游业是一个人格化的精致性行业。人们旅游的动机是为了满足求知、求趣、求奇、求新的心理需要,旅游活动就是一种满足这种需要的体验过程。旅游者只有通过空间移动和实地感受,才能实现旅游目的,这就决定了旅游者的旅游消费与旅游业的接待服务具有同时性和不可转移性的特点,显然,旅游业的接待服务质量直接关系到旅游者旅游期望的满足程度。所以,旅游业必须提供精致的产品与精致的服务,让旅游者在人格化的消费环境氛围中体验旅游的感受。在人文主义日益深入社会生活的条件下,只有人格化的管理活动,才能保证旅游者的旅游活动在旅游业的人文关怀中达到旅游目的。

(4) 旅游业是一个产业化的综合性行业。旅游活动是在一定社会经济条件下产生的一种社会经济文化现象,实现旅游活动必然涉及政治、经济、文化、宗教、历史、地理、法律等诸多社会领域;旅游接待服务涉及交通、海关、邮电、保险、电力、园林、商业等社会行业;旅游业本身就包含旅行社、旅游饭店、旅游交通、旅游景区、旅游商品等部门。旅游业的这种关联性和综合性,客观地要求诸多专业化社会经济部门的分工与协作,因此,只有在科学管理的基础上,这种分工与协作才能高效、有序和持续地进行。

2. 旅游管理活动的基本范畴

旅游业是以旅游资源为凭借,以旅游设施为条件,为旅游者的旅行游览提供接待服务的社会经济产业部门。旅游管理同国民经济各个部门的管理一样,始终贯穿于旅游业发展的全过程中,具有一定的活动范畴。

(1) 从旅游管理的对象看, 旅游管理活动包括 3 个层面: 一是旅游企业经营活动的管理, 这里的旅游企业是指具有独立法人资格、提供旅游产品和服务的生产经营单位; 二是旅游行业组织活动的管理, 这里的旅游行业是指提供同类旅游产品和服务的旅游企业集合体, 如旅游饭店协会、旅行社协会、旅游景区协会和旅游教育机构协作组织等; 三是旅游产业运行活动的管理, 这里的旅游产业是指由提供各种旅游产品和服务的生产经营单位所构成的相对独立的国民经济部门。

(2) 从旅游管理的过程看, 旅游管理活动包括: 确立旅游管理目标的活动, 建立旅游信息系统的活动, 开展旅游预测与决策的活动, 制订旅游发展计划的活动, 以及对旅游发展的监督活动等等。

(3) 从旅游管理的内容看, 旅游管理活动包括: 旅游人力资源管理活动, 旅游物质资源管理活动, 旅游财务资源管理活动, 旅游信息资源管理活动, 旅游技术资源管理活动等等。

(4) 从旅游管理的业务看, 旅游管理活动包括: 旅游资源管理活动, 旅游设施管理活动, 旅游市场管理活动, 旅游服务管理活动等等。

(5) 从旅游管理的体制看, 旅游管理活动包括: 建立和执行旅游产业管理体制的活动, 建立和执行旅游部门管理体制的活动, 建立和执行区域旅游管理体制的活动, 建立和执行旅游企业管理体制的活动等等。

(6) 从旅游管理的方法看, 旅游管理活动包括: 用行政方法管理旅游业的活动, 用经济方法管理旅游业的活动, 用法律方法管理旅游业的活动, 用技术方法管理旅游业的活动, 用德育方法管理旅游业的活动等等。

二、旅游管理学的基本含义

1. 管理活动

(1) 管理的基本含义。“管理”是一个含义广泛的概念, 应该说迄今为止, “管理”还没有一个统一的定义。广义的管理, 是指一定组织中的管理者通过协调他人的活动以充分利用各种资源, 从而实现组织目标的一系列社会活动过程。管理的核心是组织, 管理的基本对象是人, 管理的实施是通过计划、组织、指挥、协调和控制等基本活动进行的。管理虽然不能直接生产出知识或物质产品, 但却是在生产经营活动中决定社会集体劳动生产力的关键。在管理学家看来, 管理具有三重概念: 管理是一种经济资源; 管理是一种职权系统或变动的领导方法; 管理是一批优秀人物或一种职业化阶层。

(2) 管理活动的最终目的。管理是对组织的资源进行有效整合以达到组织

既定目标与责任的动态创造性活动。这就意味着管理的最终目的都是针对面临问题的本身特点和所处的环境,通过组织和协调,以最小的资源消耗取得最大限度的目标实现。

(3) 管理活动的基本要素:

- ①组织面临的管理问题;
- ②该问题所处的环境;
- ③解决问题的目标;
- ④解决问题和实现目标可资利用的资源(一般包括人力、物资、资金、技术、时间、信息等);
- ⑤管理活动的过程和策略。

(4) 管理活动的主要任务:

- ①明确目标并围绕目标开展活动;
- ②根据目标、环境和资源确定战略和策略(优势、劣势、机会与威胁);
- ③研究管理机制,解决人的动力问题和资源的有效配置问题;
- ④战略、策略和机制的实施与调整。

(5) 管理者的基本任务:

- ①环境分析,包括外部环境和内部环境;
- ②目标和战略分析,包括长期目标和短期目标及其配合;战略、策略和措施及其衔接;
- ③资源分析,包括人力资源、投资或金融、信息系统、技术管理等;
- ④管理机制分析,包括组织设计、岗位设计、管理规范 and 制度设计等;
- ⑤日常活动管理,包括规划和计划的制订、各种活动的组织实施等。

2. 旅游管理

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与过程。从组织层面的角度讲,可以把旅游管理分为微观旅游管理和宏观旅游管理。

旅游微观管理是指旅游企业的经营管理活动。在现代旅游企业里,人们从事着既有分工又有协作的共同劳动,只有通过管理,才能使这些共同劳动协调有序地进行。所谓旅游企业管理就是企业管理者,根据一定的理论、原则、政策、法规、程序,运用一定的方式和方法,对企业所能支配的人、财、物、信息、能源等有形资产和无形资产,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,以求达到企业所预期实现的战略目标和策略目标。管理是搞好搞活旅游企业的基础,是实现旅游企业目标的可靠保证,是旅游企

业发展的基石。

旅游宏观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。它主要包括两个方面的内容：一是旅游活动的引导与管理。根据国民经济发展水平和社会进步的需要，对旅游活动制定促进或限制的政策，协调旅游活动与社会经济发展之间的关系。二是旅游行业管理。制定促进旅游业发展的各项政策、规划和标准，把握旅游业发展总量，对旅游企业进行宏观指导和间接协调。旅游宏观管理的职权行使者是政府部门或其授权的有关机构；管理的对象范围广泛，包括旅游者的活动、旅游企业、旅游资源、旅游信息等；管理者与管理对象之间的关系较为松散，管理者通过引导与监督等间接手段进行管理；宏观管理的主要目标是为了取得国家的整体利益。

3. 旅游管理学

旅游，既是一种经济现象，也是一种社会现象和文化现象，而且旅游活动的规模和影响越来越大，与相关产业的联系也越来越复杂。随着旅游活动乘数效应的日益扩大，旅游管理就成为旅游学研究的一个重要课题。表 1-1 反映了旅游活动是一个对象多元化、机制多样化、过程多谱化和效应多极化的复杂性活动，这种复杂性活动就是旅游管理学研究的基本内容。

表 1-1 旅游概念的要素分解系统

Tourism		简短解释	
T	Travel	旅行	旅游是由旅游者空间跨越行为所引起的
O	Open	开放	旅游是社会、文化和经济开放的结果
U	Undergo	经历	旅游者的旅游经历质量是旅游的关键
R	Reciprocity	互惠	利益相关者共享旅游活动的成果
I	Integrative	整合	旅游依赖于对各类资源的整合能力
S	Service	服务	服务是旅游经历不可或缺的重要组成部分
M	Mass	大众	旅游是大众广泛参与的社会文化活动

旅游管理学是旅游学与管理学相互交叉与融合而形成的一门边缘性学科。现代旅游业的发展以及相应的管理实践，是建立旅游管理学的客观基础。

旅游管理学是研究旅游管理活动中各种矛盾运动规律的科学。具体而言，旅游管理学是以管理学的基本理论为指导，研究旅游管理的基本概念、基本特征、基本过程、基本方法、基本要求和基本规律，以便实现旅游业发展目标的科学。

4. 旅游管理方法论

从最一般的意义上说,方法是指人们为了解决某种问题所采取的特定活动方式,既包括认识世界的方式,也包括改造世界的方法。方法的基本含义是办法、技术和手段。在汉语体系中,“论”的含义有两个方面:一是表现为理论和学说;二是说明道理,表示规律。因此,方法论可以理解为对方法的理论探讨,即关于方法的一门学说。方法论可以看作是方法学。

旅游管理方法是人们为了解决某种旅游管理问题所采取的特定活动方式。在一定程度上,旅游管理方法可以解释为管理学知识在旅游活动中的应用。旅游管理方法论的创新与发展,是旅游管理学理论(或学派)形成与发展的基础。离开了旅游管理方法论的创新与发展,任何一门旅游管理学理论(或学派)就无法形成,更不用说发展了。旅游管理方法论是对旅游管理方法的理论探讨,或者干脆把“旅游管理方法论”理解为“旅游管理学所运用的科学哲学”。旅游管理方法论不仅仅是对旅游管理方法的概括和总结,还应该研究一般旅游管理方法的功能和特点,以及旅游管理方法在总体上的相互联系。

第二节 旅游管理学的学科性质

任何一门学科的形成,都是人类社会发展到一定历史阶段的产物,都是人们社会实践活动的概括和总结。旅游管理学是伴随着旅游活动的产生与发展而形成的一门新兴学科,是对旅游管理活动的理论概括和总结。

一、旅游管理学的基本特征

1. 旅游管理学是一门部门管理学

旅游管理学本质上属于工商管理学的范畴,是工商管理学的二级学科,所以,旅游管理学是一门部门管理学。部门管理学是针对某一部门或领域的管理活动进行研究,从而揭示该部门管理运行的内在规律及其外在表现形式的科学。旅游管理学作为一门部门管理学,是研究旅游管理活动过程中各种管理活动之间的内在联系,揭示旅游管理运行中的特殊矛盾及其规律,并把管理学的一般原理用于指导旅游管理活动,以促进旅游业的可持续发展。

2. 旅游管理学是一门基础性学科

旅游学的研究对象是旅游活动的内在矛盾,旅游学的任务就是要通过研究来认识这种矛盾的性质及其发生原因、形态结构、运动规律和它所产生的各种外部影响。旅游管理学则是在旅游学理论的指导下,揭示旅游活动在管理领域中所发生的矛盾运动及其规律,以提高旅游活动运行的效率和效益。

3. 旅游管理学是一门应用性学科

旅游管理学是管理学和旅游学的重要组成部分。现代旅游业的发展,以及与其相应的管理实践的发展,是建立旅游管理学的客观载体。随着科学技术的进步和旅游业社会化程度的提高,加强对旅游业的系统化管理显得尤为重要。旅游业的发展必须遵循自然规律和经济规律的要求,旅游管理学就是研究旅游活动发展规律以及管理原理和方法的科学,因而具有鲜明的实用性特征。

4. 旅游管理学是一门综合性学科

旅游管理学是把旅游业作为一个独立的产业部门来进行研究的。旅游产业的运行管理涉及产业发展计划管理、产业政策法规管理、旅游活动引导管理以及行业标准和质量管理等。旅游活动是一种综合活动,不仅包括休闲、娱乐、购物、修学、健身等方面,而且包括吃、住、行、游等方面,因而需要多种相关的企业为旅游活动提供产品和服务,所以必须加强旅游企业的管理。旅游企业的管理涉及旅游饭店经营管理、旅行社经营管理、旅游景区经营管理、旅游交通企业管理、旅游咨询企业管理等,因此,旅游管理学是一门综合性很强的学科。

5. 旅游管理学是一门边缘性学科

旅游管理学是随着旅游产业的形成和发展而逐渐形成的一门相对独立的学科。同时,旅游管理学在旅游科学体系中与其他相近的学科之间,存在着既有联系又有区别的关系。

旅游管理学与旅游学,它们是子系统与母系统、局部与整体的关系。旅游学是从总体上研究旅游战略、旅游发展、旅游模型、旅游性质、旅游作用等一些具有根本性、综合性的内容,揭示旅游生存、发展的一般规律。而旅游管理学仅仅是从旅游管理活动的角度来研究问题,揭示其规律性。也就是说,它主要是为旅游管理提供科学的依据、合理的途径与有效的方法。

旅游管理学与旅游经济学,它们在学科性质,研究对象、内容和任务等方面具有明显的区别。旅游经济学属于旅游科学体系中的基础学科,它研究的是旅游经济的本质及其发展运动的客观规律。与之相对照,旅游管理学是旅游科学体系中的一门应用性的基础学科。它研究的是旅游管理活动的一般规律及其

有效的管理方法,其中,旅游经济管理是旅游经济学在旅游管理中的具体运用。

旅游管理学与旅游规划学也有密切的关系。旅游规划学主要是从旅游资源的开发、旅游产业的布局、旅游经济的发展等方面来研究旅游,多侧重于旅游资源的开发利用与合理布局。从总体上说,旅游规划学是旅游管理学的一个重要组成部分,因为旅游规划是旅游管理的基本内容之一。同时,旅游规划学又是一个独立的学科,它所研究的许多具体的专业技术问题,是旅游管理学所包括不了的。

二、旅游管理学的基本属性

管理是人的社会活动。一方面,管理是进行社会化的必要条件,是组织协作劳动过程的一般要求,只要有许多人共同劳动或进行经济活动,就要求对劳动过程或经济活动进行组织、指挥、协调和监督,从而形成管理的自然属性。另一方面,管理又是在一定的生产关系中,是在一定的生产条件下进行的,由此形成管理的社会属性。因此,管理既要适应生产力发展运动的规律,又要适应生产关系发展变化的规律。

1. 旅游管理的自然属性

随着科学技术的发展和社会分工的深化,旅游业的社会化程度不断提高,在旅游业再生产过程中,旅游部门、行业和企业之间客观上存在密切的关系。旅游管理的任务就在于保证旅游业再生产过程的客观联系得到顺利实现,从而保证整个旅游业再生产的正常进行。因此,旅游管理必然具有以下主要特征:

(1) 系统性。旅游业是由以饭店为代表的住宿业、旅行社业、旅游交通运输业和旅游景区业等相互依赖的四大支柱性产业部门所组成的,每一个产业部门又是由许多相互依赖的企业群所组成的,管理工作必须把旅游作为一个有机整体,作为一个系统来研究,只有这样,才能保证旅游业有序、高效和可持续发展。

(2) 比例性。旅游业再生产过程中,旅游支柱性产业部门之间、旅游企业之间,都存在着相互联系和相互依赖的关系,客观上提出了整个旅游业要按比例发展的要求。旅游管理必须保证旅游资源在旅游产业部门和企业之间按比例进行合理配置,保证旅游生产和服务在种类、数量、质量上符合旅游市场的客观要求,保证旅游产业链在时间、空间和要素上的相互衔接。

(3) 权威性。权威意味着意志的统一。旅游管理本身就是一种权威,没有这种权威,就无法组织和协调各旅游产业部门与旅游企业的活动,旅游业就不能正常发展。生产的社会化越发展,管理越要具有权威性。