



现代旅游丛书
总主编
陈传康 孙文昌



现代 旅游管理学

宋振春 张友臣 编著

青岛出版社

xian
dai
luyou

现代旅游丛书

总主编 陈传康 孙文昌



现代旅游管理学

宋振春 张友臣 编著

青岛出版社

鲁新登字 08 号

责任编辑 李忠东

封面设计 阿 伯

现代旅游管理学

宋振春 张友臣 编著

*

青岛出版社出版

(青岛市徐州路 77 号)

邮政编码:266071

新华书店北京发行所发行

胶州市装潢印刷厂印刷

*

1998 年 6 月第 1 版 1998 年 6 月第 1 次印刷

32 开(850×1168 毫米) 10.25 印张 2 插页 270 千字

印数 1~5000

ISBN 7-5436-1622-X/G · 728

定价:15.00 元

前 言

随着我国改革开放和社会主义市场经济的发展,我国的旅游业蓬勃兴旺,成为我国国民经济各部门中颇具生机活力的强劲行业。与此同时,我国的旅游教育事业以惊人的速度发展,目前已有150多所院校设有旅游专业。为了适应旅游教育发展形势的迫切需要,加强旅游学科建设,我们组织了北京大学、南开大学、同济大学、北京旅游学院、青岛大学、山东大学、武汉大学、杭州大学、东北师范大学、山东师范大学、上海旅游高等专科学校、燕山大学等院校的一批旅游学专家、学者编写了这套“现代旅游丛书”。

为了编写好这套丛书,我们考察了目前国内外出版的大批旅游教材和专著,力求这套丛书起点高、立意新、水平高,具有一定的权威性。因此,在选题上,我们争取几乎能覆盖旅游专业的所有基础学科,使广大高校旅游专业学生和社会旅游工作者、爱好者通过阅读该丛书能够全面系统地学习旅游专业知识;在作者队伍上,我们选定每本书的主要作者都是国内从事该学科研究颇有成就或影响的专家,以保证编写质量;在编写内容上,我们要求从世界旅游研究的大视角、大思路出发,大量吸收国内外旅游学科研究的成果、资料,阐明现代旅游学的基本理论和基础知识,做到既注意学术的共识性、定义的规范化,又在此基础上有所创新、有所突破,具有较高的学术水平。

旅游管理学是管理学的一个分支,旅游管理理论是建立在管理学基本理论基础上的,旅游管理就是管理学基本原理在旅游实践中的应用。同时,旅游管理又有其特殊性,不能用管理学的一般原

理代替旅游管理的特殊原理,应加强旅游管理的专门研究。从旅游的现实情况来看,旅游管理不仅是对旅游企业的管理,它有着更为广泛的内涵,还包括国家对旅游活动进行引导和管理,对旅游业的发展进行宏观管理,两者都是旅游管理学应该研究的问题。有鉴于此,这本《现代旅游管理学》以旅游管理基础理论、旅游企业经营管理、旅游行业管理三部分内容全书的总体框架。把这些内容有机地结合起来,形成一个科学而严谨的理论体系是相当不易的。我们只希望本书能起到抛砖引玉的作用,为旅游管理理论的教学与研究提供一点有益的启示,为旅游学科的建设与完善尽一点绵薄之力。

本书由宋振春与张友臣两人合著,其中第一、二篇由宋振春完成,第三篇由张友臣完成。最后由孙文昌审定。

目 录

前 言	(1)
第一篇 旅游管理基础理论	(1)
第一章 旅游管理概论	(3)
第一节 旅游管理	(3)
第二节 旅游管理的性质与特点	(11)
第二章 管理理论的发展演变	(18)
第一节 传统管理思想	(18)
第二节 古典管理理论	(25)
第三节 管理学中的行为科学理论	(35)
第四节 现代管理理论的新发展	(44)
第三章 现代管理的原理与方法	(52)
第一节 现代管理原理	(52)
第二节 现代管理方法	(60)
第四章 现代管理职能	(73)
第一节 管理过程与职能	(73)
第二节 决策	(74)
第三节 计划	(79)
第四节 组织	(85)
第五节 领导	(94)
第六节 控制	(110)
第二篇 旅游企业经营管理	(121)

第五章 现代旅游企业	(123)
第一节 旅游企业.....	(123)
第二节 现代企业制度.....	(130)
第三节 中国旅游企业制度改革.....	(136)
第六章 旅行社经营管理	(145)
第一节 旅行社与现代旅游.....	(145)
第二节 旅行社的类型及服务内容.....	(153)
第三节 旅行社经营管理.....	(161)
第七章 旅游饭店经营管理	(180)
第一节 旅游饭店概述.....	(180)
第二节 中国饭店业.....	(187)
第三节 旅游饭店业务管理.....	(192)
第三篇 旅游行业管理	(205)
第八章 旅游行业与国民经济的关系	(207)
第一节 旅游业的构成与性质.....	(207)
第二节 旅游业在国民经济中的作用与影响.....	(212)
第三节 旅游行业管理的任务与目标.....	(219)
第九章 旅游行业管理组织	(231)
第一节 国际旅游机构.....	(231)
第二节 中国旅游管理组织机构.....	(239)
第十章 旅游业监督与管理(上)	(245)
第一节 旅游标准化管理.....	(245)
第二节 旅游质量管理.....	(253)
第三节 旅游价格管理.....	(259)
第十一章 旅游业监督与管理(下)	(269)
第一节 旅行社行业管理.....	(269)
第二节 旅游饭店行业管理.....	(284)
第三节 旅游涉外专项行业管理.....	(295)

第十二章 旅游活动的引导	(307)
第一节 国内旅游的管理与引导.....	(307)
第二节 出境旅游的管理与引导.....	(314)
主要参考文献	(320)

第一篇 旅游管理基础理论

第一章 旅游管理概论

第一节 旅游管理

一、管 理

社会生活的各个方面都需要管理,如企业管理、行政管理、财务管理、社会生活管理等等。人们从不同的角度对管理来进行认识和研究,也就多从自己认识问题的角度对管理进行定义,所以迄今为止“管理”一词还没有一个统一的定义。具有代表性的观点主要有以下几种:

现代管理理论的创始人法约尔认为,管理是由计划、组织、指挥、协调及控制等职能为要素组成的活动的过程。法约尔的定义经过后人的研究与实践证明基本上是正确的,并成为现行众多管理定义的基础。当然,随着管理理论研究的不断深入,法约尔关于管理职能的提法已被大大地发展了。

美国哈佛大学教授德鲁克提出,管理是一种以绩效责任为基础的专业职能。他认为:管理与所有权、地位或权力完全无关,是一种专业性的工作,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。管理的本质和基础是执行任务的责任。由于管理是一种专业职能,因此管理人员是一个专业的管理阶层。美国的约瑟夫·L. 梅西对管理的提法与德鲁克相似。他认为:管理是一个合作的群体将各种行动引向共同目标的过程。这个过程包括一群

才能出众的人(管理人员)用以协调其他人活动的各种方法,而管理人员本人实际上很少亲自执行这些活动。这实际上也是把管理看成是一种专业工作。

诺贝尔奖获得者西蒙提出,管理就是决策。他认为决策可分为四个阶段:一是调查情况,收集信息,分析形势,找出决策的理由;二是制定可能的行动方案,以应付面临的形势,寻找达到目的的方法;三是在预定的方案中进行选择,确定最优方案付诸实施;四是了解检查所选方案的实施情况,作出评价,并由此导致新的决策。西蒙提出的这一决策过程实际上是任何管理工作解决问题时所必须经过的过程。从这个意义上说,“管理就是决策”是有道理的。

由于管理的研究领域日益扩大,不少人提出应从更广泛的角度来认识管理的内涵。管理学家哈比森与迈尔斯提出了来自不同视野的管理的三重概念:管理是一种经济资源、一种职权系统或领导方式、一个阶层或一批优秀人物。在经济学家看来,管理同土地、劳力、资本一样,都是一种生产因素。随着国家工业化程度的提高,对管理的需要也将相应地增长,因为人们可以用管理来代替资本和劳力,通过管理大幅度提高生产效率。在行政管理专家看来,管理是一种职权系统,是变动的领导方式。从历史上看,最初的管理是独裁式的,即由少数上层人物决定普通成员的一切行动;随后发展起来的是家长式的管理;再后来出现了规章制度,管理者用明确一贯的政策和程序进行管理;随着被管理者的素质不断提高,出现了民主参与式管理;最后,现代的管理可以看成是上述几种观念的综合。在社会学家看来,管理是一种社会地位系统。现代管理要求管理人员必须成为智力和教育方面的优秀分子,随着管理人员数量的不断增加,必然会形成一个阶层、一种职业的管理阶层。

管理是一个不断发展的概念。根据管理学界对管理活动的认识,我们可以认为:管理是通过行使各种职能来协调各种资源,高

效率地实现组织目标的过程。

从管理的定义来看,管理必定是产生在社会组织之中的。人们在社会生活过程中形成了各种社会组织,个人与组织之间、组织中各个个体之间必然会出现不同的意见和不一致的行动,这就需要管理来协调人们的意见与行动。由于劳动日趋专业化,分工越来越细,组织中的各种关系错综复杂,管理就越发显得重要。管理的本质是对组织活动过程的协调。现代管理理论认为,管理是一个集体为了实现预定的目标,充分行使各种职能的过程。

管理是为更好地获得、分配和使用各种资源。人类社会的早期,生产力水平低下,生活品来源匮乏。为了获得生存的资源,人们成立了经济的、社会的、政治的组织,管理活动应运而生。可以说,获取生存资源是管理产生的一个基本动力。在高度发达的现代社会,资源也是相对稀缺的,尽可能经济地获得、分配和使用资源依然是管理工作的重要任务。

管理的目的是为了实现组织预期的目标。如果没有目标,就不需要管理,而没有管理也就不可能实现组织的目标。管理是为了更有效率地实现组织的目标。效率是指以最少的资源消耗达到目标,体现在:增加产出量,但投入量不变;或减少投入量,但保持原先的产出量;或者增加产出量,但减少投入量。

随着社会进步与经济的不断发展,管理的作用日趋重要。现代生产经营活动是社会化大生产,广泛采用现代科学技术,分工细密,专业化水平空前提高,人与人、人与机器、机器与机器之间的关系日益复杂。这样大规模、复杂的系统能够正常运转,是离不开管理的。

世界各国经济发展的实践证明,一个国家经济水平的高低在很大程度上取决于其管理水平的高低。美国制造业在第二次世界大战期间曾创造出惊人的业绩,其主要原因是美国企业的管理水平当时远远领先于其他国家。二战后许多国家纷纷学习美国的管

理经验与理论来发展本国经济,并取得了举世瞩目的成效。日本经济的迅速发展被认为主要是得益于其在学习西方管理理论的过程中,结合本国文化特点,创造出了独特的管理方法。

我国是一个发展中国家,迅速提高管理水平是更为迫切的要求。只有尽快提高管理水平,才能有效地利用有限的资源,协调好社会发展过程中的各种关系,使科学技术更好地转化为生产力,使企事业组织产生更高的效益,顺利实现社会发展的根本目标,充分体现社会主义制度的优越性。

二、管理者

组织是由一些为了完成特定目标的人群所构成的系统,如学校、政府机构、军队、企业等。每一个组织都会发育出一种系统性的结构,用以规范和限制其成员的行为,如规定各成员在组织中的位置、应完成的工作任务和承担的责任等。组织的成员按其工作性质可分为两种类型:操作者和管理者。操作者直接从事某项工作或任务,不具有监督他人工作的职责,如旅游饭店的餐饮服务员、客房服务员等。管理者是指指挥别人工作的人。管理者有时可能也担负一些作业职责,如餐厅管理者承担一部分服务工作、仓库管理者负责一些原料发放工作等。与操作者不同的是:管理者处于操作者之上的组织层次中,管理者一定会有下属人员;管理者不仅要对自己的工作负责,还要对下属员工的工作情况承担管理责任。

管理者在组织中要扮演三个方面的重要角色:

一是人际关系方面的角色。管理者要履行礼仪性和象征性的义务,在一些正式场合作为组织的代表出现;在组织的内部各部门之间或组织与外部环境之间,管理者是一种联络员的角色;管理者还是组织的领袖,要鼓励或惩罚员工。

二是信息传递方面的角色。管理者是组织的代言人,向外界传递组织的重大信息;管理者是信息传播者,向组织的成员传递所需

信息;管理者是监听者,时刻注意外部与组织有关的情况,如公众需求的变化、竞争者的动向等。

三是制定决策方面的角色。管理者是混乱的驾驭者,要果断处理突发事件;管理者是资源的分配者,在组织内分配人力、物质和金融资源;管理者是谈判者,为了组织的利益与其他组织进行讨价还价。

几乎所有管理者都要扮演上述三个方面的角色,只是由于管理者在组织中的地位不同,其侧重点会有所变化。

在组织结构中,管理者也处于不同的层次。通常情况下,将管理者分为三个层次:基层管理者、中层管理者和高层管理者。基层管理者一般是直接管理操作者,如工厂中的监工、旅游饭店中的主管等。中层管理者是基层管理者之上的组织层次,多是组织子系统的负责人,如部门经理、办事处主任等。处于或接近组织最高领导位置的管理者是高层管理者。高层管理者通常要对某一方面的事务负责,或领导几个子系统的工作。在组织中,各层次的人员呈金字塔形排列,操作者处于组织结构的最低层,以上依次是基层管理者、中层管理者、高层管理者。

管理者需要具备三种基本的技能:概括分析能力,指分析问题、解释情况与解决问题的抽象概括能力;人际关系能力,与人交往过程中能够有效地进行协作,对他人产生积极的影响;业务技术能力,是从事一个企业或部门具体业务的技术水平。其中,人际关系能力对于各层次的管理者来说都是非常重要的,不能与上下级或同事进行协作与沟通就无法完成管理任务。当然,各层次处理人际关系的方法与技巧有很大差异。专业技术能力对于基层管理者来说是重要的,其重要程度随着管理人员层次的提高而降低。概括分析能力则相反,对于基层管理人员来说它处于次要地位,随着管理人员层次的不断升高,这种能力会变得越来越重要。

三、旅游管理

旅游管理是对旅游活动这一社会经济行为进行的管理。旅游科学专家国际联合会采用的旅游定义为:旅游是非定居者的旅行和暂时停留而引起的现象和关系的总合。美国学者麦金托什认为:旅游是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合。^①

从旅游的定义可以看出,旅游是一项综合性的社会经济活动,涉及到社会经济、政治的各个方面。旅游管理相应地也就具有丰富的内涵,涉及到受旅游活动影响的各个方面,如对旅游者活动的管理、对旅游服务企业的管理、对旅游资源的管理、对国家旅游政策的管理等。由于管理是存在于组织之中的,组织形态与组织层次的差异形成了管理的特色。从组织层面的角度,可以把旅游管理分为微观管理与宏观管理。

旅游微观管理是指旅游服务企业的经营管理活动。为旅游者提供服务的企业涉及许多经济部门,如交通、轻工、园林、商业等。由于国民经济管理体制的原因,这里所说的旅游服务企业是指旅行社与旅游饭店两类接受旅游主管部门行业管理的企业。旅游企业经营管理是旅游企业在国家宏观管理政策既定的前提下,利用各种资源,达到企业目标的过程。管理者是企业的各级管理人员,管理对象是企业的人力和物质资源,管理的目标是使企业获得理想的经济与社会效益。

旅游宏观管理是指旅游主管部门从促进国家旅游事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:第一,旅游活

^① 关于旅游的定义,国内外旅游学界迄今为止尚无统一的意见,本文引用影响较大的艾斯特定义和麦金托什的论述对旅游活动加以说明。

动的引导与管理。根据国民经济发展水平和社会发展与进步的需要,对旅游者的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。第二,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,控制旅游业发展总量,对旅游服务企业进行间接的调控与管理。例如:国家旅游主管部门或有关委托机构制定旅游产业政策、行业服务标准等,引导和监督企业的经营与发展。主管部门要通过出台政策与科学规划,指导旅游资源的开发与利用。宏观旅游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、旅游服务企业、旅游资源等;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取得国家的整体利益,而不是为了个别组织的经济利益。

四、旅游管理的任务

旅游是综合性的活动,旅游业是综合性的产业,需要科学的管理来处理各种关系与矛盾,调动各方面的积极性,促进旅游事业的发展。旅游管理在旅游事业发展过程中所应承担的任务主要有以下几个方面:

第一,促进旅游活动健康发展,提高人民生活质量。健康的旅游活动是高质量的休闲生活,有益于人的身心健康。政府部门应通过制定政策,进行宣传教育,大力提倡和发展旅游活动,提高人民生活质量,促进社会文明与进步。主管部门要对旅游活动进行规范,发展健康的旅游产品,防止旅游活动中的不良倾向,控制旅游污染。

第二,科学确定旅游产业发展目标。旅游管理部门要根据国家经济发展的要求和世界旅游业发展的状况制定产业发展目标。旅游业的发展离不开相关产业的支持,国民经济的发展水平是制定旅游产业目标的依据。我国旅游业的重点是吸引外国旅游者来