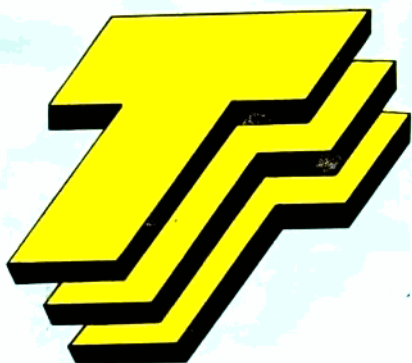


旅游系列教材



陕西旅游出版社

出版说明

旅游业是当今世界最令人瞩目的社会现象。改革开放以来,我国的社会主义现代化建设事业取得了迅猛发展。同其它各项建设事业一样我国的旅游业亦以超常的速度在发展。为了适应我国旅游业迅速发展的形势,1988年经国家教育委员会批准,在陕西师范大学开设旅游管理专业(非师范性质)并于当年开始招生。建系近10年来,在上级主管部门的大力支持和鼓励之下,全系教职员齐心协力,艰苦奋斗,克服了各种困难,在教学、科研和管理等实践活动中,进行了大量有益的尝试和探索,获取了许多宝贵的经验和教益,取得了一批成果,我们的事业亦从最初的地理系、旅游系改建为旅游与环境学院,建系初期的旅游实践部已发展成为被国家和省旅游局表彰的先进单位——陕西师范大学旅行社。学科建设已发展成具有旅游管理硕士学位点、旅游管理本科和专科三级办学体系;1996年经国家和陕西省自学考试委员会批准为高等教育自学考试旅游专业(旅游企业管理与景区开发专业方向)主考院校。为了总结交流近年来的教学与科研成果,适应旅游业特别是旅游教育、培训工作的急需,由我们陕西师范大学旅游与环境学院组织多年从事教学、科研工作的教师编写了这套旅游专业系列教材共“11本”:《旅游学概论》、《旅游资源概论》、《旅游公共关系学》、《旅游心理学》、《旅游法学》、《旅游企业经营管理》、《旅行社管理》、《旅游宾馆服务与管理》、《旅游风景区管理》、《旅游风景区开发与规划》、《旅游市场营销学》。

这套系列教材主要用于高等教育自学考试旅游专业,也可作为各高等院校旅游专业及旅游业岗位规范化培训的教材。

这套系列教材,按其内容大体上可分为两类:第一类包括《旅游学概论》、《旅游资源概论》、《旅游公共关系学》、《旅游心理学》、《旅游法学》等五册,主要阐述旅游专业的基本理论和基础知识,其目的是为专业课学习奠定基础;第二类包括《旅游企业经营管理》、《旅行社管理》、《旅游宾馆服务与管理》、《旅游风景区管理》、《旅游风景区开发与规划》、《旅游市场营销学》等六册,其既注意涉及基础理论和应用理论,也涉及操作性较强的管理实务和服务技艺。

在教材编写过程中,我们遵循理论联系实际的原则,在阐述基本知识、基本技艺的同时,力求在理论层次上给予充分说明,以求得其科学性。特别需要说明的是,教材尝试运用了国际上通行的案例教学方法,它不仅使教材内容更加充实,而且使教学方法显得更加生动具体。入选案例,均是国内外知名企业,其对于教学的作用是不言而喻的,同时它对企业可以起到广告所起不到的宣传作用,由于所选案例有一定时间跨度,许多情形可能已时过境迁,请读者学习时注意选择,在此我们对入选案例所涉及企业表示谢意和庆贺。

在这套教材编写过程中,我院任军号、马进福、师谦友、杜仲权、张军等同志做了大量工作,陕西旅游出版社的编辑同志们为教材的出版输出了辛勤的劳动,值此教材出版之际表示诚挚的谢意。

1997年5月

前 言

经营管理,是旅游企业一项庞大的系统工程,涉及从控制中枢到神经末梢的每一个环节,具有牵一发而动全身之功效。随着我国社会主义市场经济体制的确定和不断完善,“管理出人才、管理出效益、管理促发展”的观点已经成为旅游界同仁的共识。

本书集作者 15 年的思索和近 8 年的耕耘,其本意是:在旅游企业经营管理的浩瀚海洋中采几粒珍珠,串一串项链,连同中国旅游企业经营管理赶超世界先进水平的美好祝愿,一并奉献给我们日新月异的旅游业,奉献给各位读者,奉献给今天和明天。

这几粒珍珠,就是本书的 9 章 35 节;虽然未必会粒粒闪光,但却集管理理论与管理业务于一身,宏观至整个行业,微观至一个具体企业;不刻求深奥而着意深入浅出,不贪大求全而力求突出实用。旨在抛砖引玉、开拓思路,为旅游专业的学生,为旅游行业的管理工作者,为即将从事旅游企业经营管理工作的有志之士提供一个学习管理、提高管理水平的基本素材或参考资料。

本书的基本源泉,是作者与张红同志在陕西师大旅游系旅游业管理、旅游企业管理、旅游管理学、旅行社管理等课程的教学和研究实践,并较多引用了王立纲教授张宝玉教授的观点。如果说全书的成功之处共一石,应有张红同志五斗。本次编辑出版,旅游系 92 级本科班王专、阎希娟、宋书楠、吕晓

玲、杜巧玲、高响鸣、沈禾等同学参与了部分章节的文字整理工作，作者对他们的才华颇为欣赏并对其辛勤的工作深表谢意。此外，本书字里行间都溶入了刘捷同志全身心的支持。

作为一本高等教育的教材，本书力图包容国内外最新的研究成果和著名学者的观点与论述。限于篇幅，引文出处未能一一列出，作者怀着十分钦佩的心情对这些专家学者表示衷心的感谢。考虑到本套教材的系列性，价格管理、市场营销、旅游产品设计等内容另课讲授，未收入本书。由于水平有限，本书的体系编排、内容取舍、观点引用都存在一些应深入商榷之处，挂一漏万及谬误之处恳请读者操利斧以正之。

作者

1997 年仲夏于西安

目 录

前 言

第一章 旅游管理概述	(1)
第一节 旅游管理学	(1)
第二节 旅游管理的性质和职能	(5)
第三节 旅游管理的原则和体制	(11)
第四节 资本主义企业管理的发展过程	(23)
第五节 我国旅游管理发展概况	(31)
实例分析与问题	(34)
第二章 旅游企业	(38)
第一节 旅游企业的经营形式	(38)
第二节 旅游企业的创立	(44)
第三节 旅游企业的组织结构	(48)
实例分析与问题	(59)
第三章 旅游管理的基本原理	(62)
第一节 系统整体性原理	(62)
第二节 主体能动性原理	(71)
第三节 动态相关原理	(76)
第四节 目标有效性原理	(79)
第五节 旅游企业管理模式	(82)
实例分析与问题	(88)
第四章 旅游预测管理	(92)

第一节 旅游预测的概念	(92)
第二节 旅游预测的原则和一般程序	(95)
第三节 旅游预测的几种常用方法	(98)
实例分析与问题	(115)
第五章 旅游决策管理	(118)
第一节 旅游决策的概念	(118)
第二节 旅游决策的一般程序	(120)
第三节 旅游决策方案评价的方法	(125)
第四节 旅游企业生产决策方法	(129)
实例分析与问题	(144)
第六章 旅游财务管理	(147)
第一节 旅游财务管理概述	(147)
第二节 旅游资金管理	(151)
第三节 旅游企业成本管理与利润管理	(160)
第四节 旅游经济核算	(165)
实例分析与问题	(171)
第七章 旅游质量管理	(174)
第一节 质量	(174)
第二节 质量分析	(181)
第三节 质量管理	(190)
实例分析与问题	(202)
第八章 劳动人事管理	(208)
第一节 人才的培养	(208)
第二节 旅游企业人才素质测评	(213)
第三节 部门经理的测评	(218)
第四节 旅游人才的有效管理	(225)

第五节 领导艺术·····	(238)
实例分析与问题·····	(242)
第九章 企业竞争与企业文化·····	(246)
第一节 企业竞争·····	(246)
第二节 报价竞争·····	(256)
第三节 企业文化·····	(262)
实例分析与问题·····	(269)
附录·····	(273)
实习一 旅游管理专业五年后最佳课程设置 方案预测·····	(273)
实习二 旅游管理专业五年后最佳课程设置 方案决策·····	(276)
实习三 劳动人事管理·····	(279)

第一章 旅游管理概述

管理存在于人类社会的各种组织活动之中,是推动科学进步、促进经济发展、建设现代文明的重要支柱。中国的旅游业是一个朝气蓬勃、方兴未艾的事业。旅游管理学,既是管理科学的一个分支,又是旅游科学的组成部分;既是新兴的一个部门管理学,又是各旅游分支管理的总论;作为旅游事业的重要的神经中枢和网络运行驱动机制之一,而承担着前所未有的使命。

第一节 旅游管理学

一、旅游管理的概念

管理的基本含义,是指管理者为了一定目的,采用特定的理论和技能方法所从事的对人、财、物等资源的协调活动。

旅游管理是指为发展旅游事业,按照客观规律的要求,综合运用社会科学、自然科学和工程技术科学的原理和方法,选择最优方案而进行的计划、决策、组织、指挥、调节、监督等活动。旅游管理,涉及自然科学、社会科学和工程技术科学等许多科学及国民经济的许多部门,具有多要素、多层次、结构复杂和反馈效应显著等特点,是一个复杂的、开放的、多网络的系统工程。

二、旅游管理的必要性

旅游业是一种以旅游资源为凭借、以旅游设施为条件,以

为旅行游览提供服务的方式,进行时空广泛联系的行业,涉及社会生活的各个方面和国民经济的许多部门,不仅存在着旅游业和国民经济其它行业的分工协作,存在着旅游业务部门、各企事业单位的分工协作,存在着各行政区划单位、各社团组织的分工协作,存在着全体从业人员的分工协作和素质的提高,而且存在着社会环境、人文环境和旅游业的相互影响,存在着空间上和时序上的联系和影响。所有这一切,都直接影响着旅游业的整体效益。就像乐队必须有指挥一样,旅游业必须有自己的管理理论、管理方法和管理体系。旅游管理的必要性,可概括为:

1. 没有管理,就没有部门协作。旅游业是一个与国民经济许多部门密切联系的社会行业,涉及民航、铁路、水运、园林、文物、城建、饭店、商场、工艺、粮油、银行、海关、邮电、医疗、保险等等,随着包价旅游的发展,旅游者一次性付费而得到全程服务,对各部门的协调动作提出了更高要求。同时旅游业是一个跨国界的行业,涉及国与国的外交关系,国际法与国内法,中国企业与外国企业,涉及到国际旅游与国内旅游的关系。而且,旅游又是一个跨区域的综合性行业,各行政区划单位的管理规范、条例的差别,各地民族风情的差别,各旅游企业地位、作用的差别等等,都决定了旅游管理的必要性。没有良好的管理,就没有运行机制的协调,就不可能有全社会范围内的统一的计划、组织、指挥、监督、调节和决策,也就没有旅游事业的发展。

2. 没有管理,就没有效益。管理出效益,早已被社会发展所证实。通过科学的管理,使各级旅游系统协调动作,呈最佳运行状态,充分挖掘社会潜力和资源潜力,是获得最大社会和

经济效益的保证。旅游业大网络、多层次的复杂性决定了不同部门、不同地区、不同企业处于不同的地位、扮演不同的角色，创造不同的效益，彼此相辅相成，只有从全局出发，统一计划、组织和调节，才能使整体效益达到最高水平。

3. 没有管理，就没有全体从业人员主观能动性和劳动积极性的高度发挥。旅游管理的主要意图可简单概括为：“人尽其才，物尽其用”。而其根本的环节和主要的手段，是调动人的积极因素，发挥人的主观能动性。科学地选拔和调配人才，科学地进行劳动人事管理，是促进旅游业发展的关键环节。正如马克思所说：“一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动，都或多或少地需要指挥，以协调个人的活动，并执行生产总体的运动——不同于这一总体的独立器官的运动——所产生的一般职能。一个单独的提琴手是自己指挥自己，一个乐队就需要一个乐队指挥”。（《马克思恩格斯全集》第23卷，第367页。）

三、旅游管理学的研究对象

旅游管理学是一门自然科学、社会科学和工程技术科学相互渗透而形成的综合性学科，研究对象具有多属性的特点，包括理论和实践两个方面，宏观与微观两个视角。

从理论上讲，旅游管理学就是将生产力、生产关系和上层建筑三个方面统一起来，研究其在旅游管理中的内在规律。包括：

1. 研究生产力方面的内容。即研究如何把旅游设施和旅游服务人员合理地、有效地组织起来，如：旅游网点的布局、旅游项目的设立、旅游交通的组织、旅游人才的培养招聘考核、旅游饭店的建造等等。

2. 研究生产关系方面的内容。研究旅游部门与国家的关系。

系,旅游业部门之间、企业之间的关系,旅游经营活动中人与人之间的关系以及管理体制,劳动工资人事制度等等。

3. 研究上层建筑方面的内容。研究国家关于旅游事业的方针、政策,旅游部门的计划、规章、制度等等。

从旅游实践上讲,旅游管理学要研究旅游吸引力、旅游接待能力以及旅游管理制度等诸多方面的问题,研究人、财、物、信息的运行机制,研究投入产出和经济效益,研究各因素的相互作用、相互影响,研究现代科学技术的运用,研究旅游管理学的自身发展与完善等等。

可以说,旅游管理学的研究对象,涉及旅游业的各个方面。作为一个学科,它根植于旅游业之中,但却超越各个部门、各个企业、各项业务的具体规则,而研究其内在运动规律,研究其共性和一般特点,研究它们在管理学上的共同属性,研究那些具有普遍意义的原理、原则、模式和方法。

四、旅游管理学与相邻学科的关系

旅游管理学作为一门交叉学科或称边缘学科,与自然科学、社会科学和技术科学等众多学科紧密相联。既是一门理论体系严密的科学,又是一门实践特点突出的应用科学,还是一门以不断运动和变化的事物为研究对象的动态科学。把握旅游管理学与相邻学科的联系与区别,是研究这一学科的良好出发点。

1. 旅游管理学与马克思主义政治经济学。马克思主义政治经济学以人类社会生产关系发展的一般规律为研究对象,是一门侧重于理论研究的基础学科,是在我们社会主义国家研究旅游管理的重要理论基础之一,属于社会科学范畴。旅游管理学则以旅游业中的生产力、生产关系和上层建筑的最佳

组合和特殊矛盾运动为研究对象,是一门实践性很强的应用科学,属于社会管理科学的范畴。

2. 旅游管理学与系统论、控制论、数学、计算机科学的关系。从现代观点看,旅游管理本身就是一个庞大的系统工程,研究这一系统的结构,系统内部信息的传递、交换、存贮,研究反馈机制、模拟与控制手段而使系统整体效应优化,就是旅游管理的根本任务。而数学方法和计算机技术的广泛应用,则是旅游管理由定性走向半定量、定量,由经验走向模式,由一般推测走向模拟预报和研究分析的重要标志,是旅游管理客观化、现代化、高效率的保证。也就是说,旅游管理是系统论、控制论、数学、计算机科学等现代科学的应用领域之一,而系统论、控制论、数学和计算机科学则是旅游管理必不可少的方法与手段。

3. 旅游管理学与旅游行业各部门管理学的关系。旅游管理学把整个旅游部门作为一个整体,从全局的范围和相互联系的深度来研究旅游管理,并源于各部门管理而又高于其上。而旅行社、旅游饭店管理等部门旅游管理学则以某一具体行业、具体部门为研究对象。研究具体部门的特殊矛盾运动,专用管理原则、手段和方法。二者之间是系统与子系统、整体与局部的关系。旅游管理学对于部门旅游管理具有指导意义,并规定部门管理在整个管理系统中的地位和作用,而部门旅游管理的深入和突破,必将促进旅游管理学的丰富和发展。

· 第二节 旅游管理的性质和职能

一、旅游管理的性质

管理都有二重性,即自然属性和社会属性。自然属性即管理作为一门科学,研究为了协调人、财、物的合理配置而采用什么样的理论和技能方法。而管理的社会属性,即管理不是脱离社会环境而单独运作的,它必然会受到诸如社会性质、国家政策、社会意识形态、文化传统、生活习惯等诸多社会因素的影响和制约。

旅游管理作为一种部门管理,同样具有这两种属性,研究这两种属性对发展我国的旅游管理有着重要的意义。

首先,我国旅游业起步较晚,而旅游管理的实践自觉地在旅游行业的各部门中运用科学的理论和手段以及站在理论的高度对我国进行旅游管理的理论研究则更晚。理论体系很不严密,理论不能很好地概括实践与指导实践,以使旅游业的各环节实现优化组合,实现人员配置、资源利用的最佳组合。现阶段,旅游从业人员整体素质偏低,诸如员工缺乏必要的职业培训,高层次的管理人员缺乏相应的专业管理知识培训。这种情况使许多旅游企业的资源优势及其深层次的潜力没有得到应有的充分有效的发挥,从而在相当程度上造成了人、财、物、资源的浪费。在市场开发与市场销售,集团化经营,开发特色旅游产品,参与国际市场竞争等众多方面,我们的旅游企业经营管理还处于一个较落后的水平上。这些现状的存在,很大程度上源于我国旅游行业的管理水平未上档次。落后更应该虚心学习。现代旅游业首先在英国产生:从1841年托马斯·库克组织团队旅游开始,已经有150多年的历史。在国外的旅游业发展过程中,许多国家根据本国的资源特色及旅游业发展的优势与不足,扬长补短,勇于开拓,走出具有本国特色的发展旅游业的路子、模式,成了旅游业发达国家。如:经济发达国

家发展旅游的代表美国模式；旅游发达国家的代表西班牙模式；不发达国家旅游的模式代表印度模式；还有诸如澳大利亚、日本、英国、新西兰等经济发达、面积比较大的岛国在发展旅游业过程中形成的岛国模式等等。

我国在汲取国外先进经验时，可以采用纵向和横向相结合的方法，纵向即特定国家和地区发展旅游的经验积累，横向即同一时间段不同国家和地区是如何从其本身的特点出发来推进旅游业发展，学习他们如何进行旅游促销，市场开拓，提高服务质量，以至国家如何对旅游业进行政策引导和行业规范，以及如何完善旅游行业自主调节，协调发展等等。但是在借鉴和学习国外较成熟经验的时候，特别要注意坚持“洋为中用”的原则，即剔除糟粕，取其精华。国外许多国家由于跟我国存在着各种各样的差别，诸如：社会制度、价值观念、生活习惯、意识形态等差别，在发展旅游业时，积累了丰富的科学管理经验的同时，也可能掺杂着许多腐朽、落后的东西。诸如有些国家和地区为了追求经济效益，而不顾社会效益，以色情、吸毒、赌博等方式大做文章招揽游客，以至造成一系列社会问题，甚至使本国或本地区的文化传统受外来游客的冲击而消失殆尽。我们国家发展旅游业，一开始就明确了其目的，体现了社会主义价值观的精神文明。即发展旅游的目的是为了扩大国际交往，加强各国人民的往来，加快改革开放的步伐和拓宽开放的广度和深度，展现中华民族优秀的文化传统和社会主义建设的繁荣局面，使国内人民的物质文化需求得到进一步满足。虽然我国现阶段实行市场经济，也强调了争取经济效益，通过旅游争创外汇，为国内人民创造更多的就业机会。但是我们不象国外一些国家为了追求经济利益，而不择手段。我

们进行旅游业的开发前提是要有中国特色,即社会主义精神文明和价值取向在旅游业中的体现,使旅游业以一个健康的机体出现在世人的面前。这是我们中国旅游业的最大特色。我们不是以低级庸俗的东西去吸引海外游客,而是以我国中华民族悠久、灿烂的文化传统和博大精深的内涵,中国人民进行现代化建设的瞩目成果,具有东方韵味的优势接待服务以及美丽的自然风光,民风民俗等来吸引游客。

所以,我们发展旅游业,提高旅游管理水平,就必然要学习借鉴国外先进理论和经验。盲目排外或者全盘西化都是不利于我国旅游管理水平的提高,甚至使之走入歧途。我们要针对我国旅游业管理的特点尤其是从业人员在社会心理、价值观念、文化传统所具有的东方特色,借鉴国外经验,走出具有我国旅游管理特色的路子。

同时,旅游管理又具有一定的时代性和系统性。所谓时代性,是指旅游管理的时代特点。现代旅游管理,强调旅游管理系统的战略研究,重视人际关系和人的行为的研究,重视相邻学科的渗透,重视现代科学成就、定量方法和计算机手段的应用,要求管理民主化,机构高效化,方法科学化,手段现代化,人员专业化。所谓系统性,是指由平行的专业分工构成一定的管理层次,并由从上到下的不同层次构成权力的等级链,形成责权利明确、上下左右协调、控制灵活有效的运行系统。

二、旅游管理的职能

旅游管理的职能,指旅游管理的职责与功能,概括起来主要有:

1. 决策:决策是指为了达到一定目的,按照最优化要求,抉择行动方案的过程。决策以预测为依据。能否在掌握大量

信息的基础上进行科学的分析、综合、判断和预测,是决策成败的关键。例如,在旅游市场需求预测、客源发展速度预测和投资可能等预测的基础上,做出旅游饭店建造决策;在区位特点、客源分析、资源优势等预测的基础上,做出开拓旅游商品决策等等。

决策是旅游管理最重要、最关键的一环,处于核心地位,所有计划、组织、指挥、监督、调节、创新活动,都围绕决策展开。故决策的正确与否关系到整个管理活动的成败。正确的决策,将促进旅游管理系统的优化运行,促进旅游事业的发展,带来明显的社会效益和经济效益。反之,错误的决策将注定会带来失败,使旅游业蒙受损失。

2. 计划:计划指制定决策付诸实施的行动纲领和具体措施,是整个系统协调动作的准绳。

市场经济是自由竞争的商品经济。为旅游企业进行市场营销提供了充分的自主权。但是在旅游业整体发展的问题上,必须有一定的计划作总体的引导,从而合理有效地调配和组织人、财、物等资源,取得物质效益和精神文明的稳定、协调发展。同时,一个地区、一个企业或一个时段上的旅游业,又必须在周密的计划指导下协调发展。计划是促进决策实施的保证,没有计划指导下的实施,决策实际上就不再是决策,而只是一种想法。同时,计划又是关系决策目标能否实现的保证。计划的指导职能运用得好,工作就有条理,系统运转就正常并能不断优化,就能保证决策目标的顺利实现;反之,工作就会混乱,系统就会盲目运转并有可能失控,就会使决策目标化为泡影。

3. 组织:组织是人们为了达到某个特定的目标而共同活动构成有效协调动作的系统。旅游活动包括食、行、宿、游、购、