

旅游管理与信息化服务

LV YOU GUAN LI YU XIN XIH UA FU WU

尹占浩 徐方方 贾会迎 著



光明日报出版社

旅游管理与信息化服务

尹占浩 徐方方 贾会迎 著

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游管理与信息化服务 / 尹占浩, 徐方方, 贾会迎著. — 北京: 光明日报出版社, 2016. 8

ISBN 978-7-5194-1929-5

I. ①旅… II. ①尹… ②徐… ③贾… III. ①旅游经济—经济管理—信息化②旅游服务—信息化 IV. ①F590-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第228079号

旅游管理与信息化服务

著 者: 尹占浩 徐方方 贾会迎

责任编辑: 李 娟

总 策 划: 江 亮

封面设计: 信利文化

责任校对: 邓 贝

责任印制: 曹 净

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区珠市口东大街 5 号, 100062

电 话: 010-67022197(咨询), 67078870(发行), 67078235(邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn lijuan@gmw.cn

法律顾问: 北京德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷: 三河市明华印务有限公司

装 订: 三河市明华印务有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 710 × 1000 1/16

字 数: 201 千字

印 张: 13

版 次: 2017 年 5 月第 1 版

印 次: 2017 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5194-1929-5

定 价: 40.00 元

版权所有 翻印必究

前 言

随着社会的发展和人民生活水平的提高,我国旅游业已经越来越大众化。旅游业是国际公认的绿色产业、无烟产业,进入 21 世纪以来,在经济转型升级的大环境下,我国政府十分重视旅游业的发展,逐渐地把发展旅游经济放到更加重要的位置,不断推进旅游业转型升级。旅游业属于典型的资源依托型和劳动密集型产业,在传统旅游产业向现代服务业转型升级的过程中,信息化是旅游企业把握优越旅游资源、争取市场优势,抓住市场机遇、实现利益最大化的必须途径,信息的获得和利用是旅游企业生存和发展战略决策的关键。能为旅游企业迅速敏捷地了解、适应、占领、开发市场提供有力的保障,将极大地提高旅游企业的服务、经营管理水平,所以旅游信息化建设必不可少。

我国在旅游信息化建设方面,总体来说起步比较早,基础比较薄弱,但随着我国旅游业的飞速发展和信息化本身的巨大优势,我国旅游信息化建设发展具有后来居上的优势。在我国由旅游大国向旅游强国迈进的过程中,在促进旅游业成为国民经济的重要产业的过程中,旅游信息化已经成为重要的发展手段,这是我国旅游业发展的战略要求,也是我国旅游业与国际接轨、参与国际竞争的需要。

作者简介

尹占浩，女，1982.01.汉族，山东大学信息管理与信息系统专业毕业，山东烟台人，工作单位烟台南山学院，讲师。研究方向是信息管理与信息系统，旅游管理及信息化。自工作以来，一直致力于信息管理与信息系统专业的教学，具有丰富的教学经验。发表论文多篇，在信息管理与信息系统及信息化方面有一定的研究水平。主持2015年山东省青少年教育规划课题——信息管理与信息系统专业毕业生就业质量与教学相关性跟踪调查研究。

徐方方，女，1980.05.汉族，吉林柳河人，硕士学历。工作单位为河北金融学院，讲师，研究方向为市场营销、企业战略、旅游管理。

贾会迎，女，1979.01.汉族，学士学位，辽宁沈阳人，工作单位是烟台南山学院，讲师。研究方向是信息安全，旅游管理及信息化。自工作以来，一直致力于信息管理与信息系统专业的教学，具有丰富的教学经验，在信息安全及信息化方面具有一定的研究水平。工作期间发表多篇论文，主持2015年山东省青少年教育规划课题——民办高校青少年新网络环境净化的有效对策研究。

目录

第一章 现代旅游管理学概论	1
第一节 旅游管理学定义	1
第二节 旅游管理学的基本特征	4
第三节 旅游管理学的研究内容及对象	5
第四节 旅游管理的研究方法	8
第二章 科学管理理论	10
第一节 古典管理理论	10
第二节 行为科学管理理论	18
第三节 现代管理理论	21
第三章 旅游业管理	30
第一节 旅游项目管理	30
第二节 旅游目的的管理	35
第三节 旅游体验管理	40
第四节 旅游危机管理	48
第五节 旅游行业管理	54
第四章 酒店与旅游管理	61
第一节 一体的酒店与旅游	61
第二节 酒店与旅游管理尚存的问题	63
第三节 酒店与旅游的未来发展趋势	70
第五章 现代旅游行业	78
第一节 旅游行业状况分析	78
第二节 影响旅游业发展的要素	82
第三节 旅游业发展中的问题与对策	85
第四节 旅游业的发展趋势	97
第五节 现代旅游企业的使命	101
第六章 旅游信息化与信息管理	106
第一节 旅游信息化	106
第二节 旅游信息系	116

第三节 旅游信息管理	121
第七章 旅游信息化与现代旅游业	127
第一节 现代旅游业性质与特点	127
第二节 旅游业的趋势特征和信息的重要性	131
第三节 旅游信息化与现代旅游业的互动	135
第四节 信息化对现代旅游业的影响	136
第五节 旅游信息化对旅游市场营销的影响	142
第八章 旅游市场营销战略	152
第一节 旅游市场营销战略的概念及特点	152
第二节 旅游市场营销的基本战略与决策程序	154
第三节 旅游市场营销环境分析	159
第四节 旅游市场营销现存问题及对策	166
第五节 旅游市场营销策略的制定	171
第九章 旅游信息化服务道路的建设	179
第一节 旅游信息化建设的概念	179
第二节 旅游信息化建设的现状及对策	180
第三节 关于旅游信息化服务建设的思考	191
参考文献	197

第一章 现代旅游管理学概论

第一节 旅游管理学定义

旅游管理是随着经济的发展而兴起的一门新兴学科,与工商管理并列管理学下的一级学科,有庞大的发展空间和发展潜力。旅游管理是旅游学、管理学、文化学等学科交叉的一门综合性专业及学问。随着国际经济的全球化,中国加入 WTO,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活力的部分旅游业更加繁荣,因此对旅游的管理要求也随之提高。虽然这门学科的产生,在我国只有不到 20 年的时间,随着社会经济文化的迅速发展和对外交往的不断扩大,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、经济知识的经营管理人才。旅游管理学科正是在这种背景下逐步发展起来的,已成为工商管理学科体系中的一个重要的学科。

一、旅游管理的概念

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,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,建立旅游事业信息系统的活动,进行旅游事业开展预测和决策的活动,制定旅行游览事业发展计划的活动,以及对旅游事业发展的监督活动等等。

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,旅游财力资源管理活动,旅游科学技术管理活动等等。从旅游管理的业务经营看,旅游管理活动包括:旅游资源管理活动,旅游设施管理活动,旅游服务管理活动等。旅游资源管理,又可以分为旅游风景名胜管理,旅游文物管理,旅游建设成就管理活动,旅游设施管理又可以分为旅游交通包括民航、铁路、公路、水路管理,旅游宾馆、饭店、餐厅、游乐场所管理活动旅游服务管理,又可以分为旅游客房服务、餐饮服务、导游服务、司机服务、引导购物服务管理活动等等。从旅游管理的方法手段看,旅游管理活动包括用行政办法管理旅游事业的活动,用经济办法管理旅游事业的活动,用法律办法管理旅游事业的活动,用思想政治办法管理旅游事业的活动,用科学技术办法管理旅游事业的活动等等。

二、旅游管理学的学科性质

旅游管理学究竟是一门科学,还是一种学科?或者只不过是管理学底下的一个

研究领域?学术界曾为此争论不休。一门科学,它必须要有明显不同于其他学科的研究对象、研究方法和一整套从实践、大量的研究成果中总结出来、并经得起时间考验的科学原理。旅游管理学的研究对象尽管与其他科学或学科的研究对象有明显的不同,但考察国内外大量的研究成果,人们所沿用的研究方法绝大多数是其他一些科学或学科,如经济学、社会学、人类学、文化学、管理学所采用的研究方法,其完整、独立、清晰的理论体系架构也尚未建立起来。如果把它定位为管理学或是其属下某个分支的一个研究领域,又明显地让人感到忽视了它的特殊性,低估了它在现代管理科学中的地位与重要性。事实上,如果人们认真思考一下它的学科原理基本命题,回顾旅游管理研究所走过的漫长历程,就容易明白,旅游管理学的根基在管理科学中,管理学的理论与基本原理对旅游管理实践有很强的现实指导意义。旅游管理学是管理学的一个重要的分支,是一门综合性较强的应用学科。与其他部门、行业的研究或者说管理对象相比,旅游管理学研究对象的特殊性主要可以归结为以下几点:

(一)旅游活动的异地性:旅游活动的产生与发展总与旅游者的外出旅行与逗留分不开;接待同一对象通常必须由不同地方的旅游企业、旅游从业人员共同协作来完成。

(二)旅游产品的文化性:旅游产品表现为直接的或间接的、物化在旅游消费品上、有针对性的旅游服务。无论是有形的还是无形的旅游产品它都必须蕴涵着较强的文化性,这是因为旅游者在要求旅途中的物质需要得到满足的同时,他们的精神需要也需要得到满足。

(三)旅游消费的综合性:旅游者的消费需求通常是综合性的,虽然他们绝大多数都有比较单一的旅游动机,但在旅途中的食、住、行、游、娱、购六个方面的消费一般都会有。而且,近年来旅游消费需求还在向其他服务领域内延伸。

(四)旅游服务的社会性:旅游服务离不开人与人之间面对面的直接接触,供需双方的沟通与情感、思想交流,不仅有可能影响到彼此原有的意识倾向与价值观念,而且还可能从中缔造出一种新的公共或人际关系。

(五)旅游经济活动的普遍性:在当今世界上,绝大多数国家发展旅游业,首先是为了创汇、创收。旅游业在许多国家里已成为当地国民经济的重点产业甚至支柱产业。从全球的角度来看,以就业人数比例、所创造的利税等社会经济指标来衡量,旅游业已超过汽车、石油和化工等行业,成为全球第一大产业。

(六)旅游资源的二重性:凡是能造就对旅游者具有吸引力的任何因素,都可构成旅游资源。旅游资源既可以是自然的,也可以是人文的;既可以是历史的,也可以是现代的;既可以有形的,也可以是无形的;有些在空间上是不可以移动的,而且一旦遭到破坏就难以修复,如名胜古迹;另有一些则是可以移动的,而且是可以不

断地充实与更新的,如体育赛事、文娱节目表演、节日喜庆活动等等。

此学科点的研究范围侧重于研究旅游企业管理、旅游开发与旅游市场营销、会展服务与管理等业务领域。

三、研究方向

(一)旅游企业管理

旅游企业管理方向从旅游服务企业的特点出发研究旅游企业管理理论、方法及其应用,主要内容包括:旅游企业管理的基本理论;旅游需求的特点与旅游服务的组合问题;旅游企业经营管理特点;饭店旅行社企业集团化经营问题;旅游企业的跨文化管理;旅游服务文化与伦理;中外旅游企业管理比较;旅游行业管理的组织体制与产业政策;我国旅游行业管理现状及体制改革;全球化与旅游企业经营管理等问题。

(二)旅游开发与旅游市场营销

旅游市场开发与旅游市场营销方向包括对旅游企业营销和旅游目的地营销两个领域进行的专门研究。旅游企业营销主要是研究旅游市场规律和旅游产品特色;旅游企业营销的理论、方法、战略与策略。旅游目的地营销从现代旅游空间系统角度剖析目的地市场运动规律,结合对目的地管理的总体分析,研究和制定有针对性的区域旅游营销战略、营销计划以及营销控制方案。

(三)会展服务与管理

会展服务与管理方向包括会展服务与管理的基本理论和方法,熟悉会议、展览的组织流程,会展实务、会展营销与客户服务、场馆管理,展位设计、工程搭建、展品运输、商务服务、展馆清洁、垃圾处理、餐饮服务,展会营销理念、展会的组织、成本控制、展会服务、定期发布研究数据和报告,会展营销管理、会展服务承包商管理、会展项目管理、会展后勤管理、会展场馆管理、会展风险管理、会展融资管理、会展预算管理、会展人力资源管理。

四、管理活动

广义上看,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,基本对象是人,实施是通过计划组织、指挥、协调和控制等基本活动。

管理学中的管理具有三重概念,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。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。

管理活动的基本要素:组织面临的问题;该问题所处的环境;解决问题的目标;解决问题和实现目标可资利用的资源;管理活动的过程和策略。

管理活动的主要任务:明确目标并围绕目标开展活动;根据目标、环境和资源

确定战略和策略;研究管理机制,解决人的动力问题和资源的有效配置问题;战略、策略和机制的实施与调整。

管理者的基本任务:环境分析。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。资源分析。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。日常活动管理,包括规划和计划地制订、各种活动的组织实施等。

五、旅游管理和旅游管理学

旅游概念要素分解视图

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、文化和经历开放的结果
U	Undergo	经历	旅游者的旅游经历质量是旅游的关键
R	Renipeocity	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	旅游是大中广泛参与的社会文化活动

第二节 旅游管理学的基本特征

旅游管理学是一门部门管理学、基础性学科、应用性学科、综合性学科、边缘性学科。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。

一、旅游管理学的基本属性

(一)旅游管理的基本属性:系统性、比例性、权威性、前瞻性、科学性、创造性。

(二)旅游管理的社会属性:国家性、自主性、群众性、国际性。

二、旅游管理学的研究对象

协调旅游业发展过程中的各种关系;建立旅游管理体系;提高旅游管理效率;促进旅游业实现可持续发展。

三、旅游管理学的基本任务

解决旅游管理的认识问题;制定旅游产业发展战略;改革旅游产业宏观管理机

制;保护旅游者的合法权益;提高旅游企业的综合效益。

四、旅游管理学的基本内容

旅游系统的 O—P—D—E 结构体系

旅游客源地系统(Origin):地理要素系统、经济要素系统、社会要素系统、人口学要素系统、心理要素系统、行为要素系统。旅游通道系统 Passage:地缘要素系统、人缘要素系统、文脉要素系统、交通要素系统、信息要素系统、关贸要素系统。旅游目的地系统 Destination:地理要素系统、社会经济系统、旅游吸引物系统、接待设施系统、旅游服务系统、旅游营销系统。旅游支持系统 Ensure:上层建筑系统、经济基础系统、技术保障系统、安全保障系统、人文环境系统、自然环境系统。

五、其他旅游管理学基本知识

(一)旅游管理学体系的逻辑结构:旅游学、管理学

(二)旅游管理的基本理论:旅游管理的概念、理念、原理与方法。

(三)旅游管理的实现技术:旅游业的流程化管理、标准化管理、信息化管理、企业化管理、动态化战略。

(四)旅游管理的实现途径:旅游业的产业化发展、国际化发展和可持续发展。

(五)旅游管理学三个层次的内容:旅游管理的基本理论;旅游管理的实现技术;旅游管理的实现途径。

第三节 旅游管理学的研究内容及对象

旅游是由那些出于和平目的、不是为了定居与就业的人,离开其常住地外出旅行与逗留而引起的各种现象和关系的总和。旅游资源、旅游者与旅游业是旅游活动产生与发展的三个基本组成要素。所以,广义上的旅游管理学研究对象应包括对这三者的管理。由于旅游者的旅游动机激励、活动导向及其在旅途中的组织管理在很大程度上要受旅游企事业单位的影响与制约,旅游资源的开发利用与保护工作主要也由当地的旅游企事业单位负责。因此,狭义上的旅游管理学研究对象主要指的是对旅游业的管理。

一、旅游管理的研究内容

从目前旅游管理的书刊来看,旅游管理的内容也大致相同基本上从五个角度去划分了其研究的内容:

(一)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,建立旅游事业信息系统的活动,进行旅游事业开展预测和决策的活动,制定旅行游览事业发展计划的活动,以及对旅游事业发展的监督活动等等。

(二)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,旅游财力资源管理活动,旅游科学技术管理活动,等等。

(三)从旅游管理的业务经营看,旅游管理活动包括:旅游资源管理活动,旅游设施管理活动,旅游服务管理活动。

1.旅游资源管理主要包括旅游风景名胜管理,旅游文物管理,旅游建设成就管理活动。

2.旅游设施管理主要包括为旅游交通(包括民航、铁路、公路、水路)管理,旅游宾馆、饭店、餐厅、游乐场所管理活动。

3.旅游服务管理主要包括旅游客房服务、餐饮服务、导游服务、司机服务、引导购物服务管理活动等等。

(四)从旅游管理的体制建立看,旅游管理活动包括:建立和执行旅游事业管理体制的活动,建立和执行旅游部门管理体制的活动,建立和执行地区旅游体制的活动,建立和执行旅游企业管理体制的活动等等。

(五)从旅游管理的方法手段看,旅游管理活动包括:用行政办法管理旅游事业的活动,用经济办法管理旅游事业的活动,用法律办法管理旅游事业的活动,用思想政治办法管理旅游业的活,用科学技术办法管理旅游事业的活,等等。

从上面的总结可以看出,旅游管理的研究对象几乎囊括了旅游行业整个大环境的方方面面,无论从宏观还是微观都存在研究的必要性。国内的大多数关于旅游管理的研究,文章侧重于一般性实证分析,而关于旅游决策方面的研究,则重点研究的是旅游决策的形成过程。但是这两方面的研究大多停留在一般性的分析,缺乏模型的构建和深入的理论研究。

二、其他与旅游管理相关的研究对象

在国内很多跟其他学科交叉的研究对象和现象也都被已经纳入旅游管理研究的范畴,而这些研究也在很大程度上为实现旅游行业更好的管理有着不可磨灭的作用。

(一)旅游行为和心理研究

这方面的研究最主要的研究对象是旅游者,其次是旅游业主、旅游地居民,再次是旅游从业者。例如有关旅游者的行为和心里的分析,对有关旅游动机的真实性等方面的理论和实证研究,对影响旅游行为的因素的一些探讨,诸如国籍、地理知觉和环境对旅游行为的影响以及对从业者的心理行为的研究。

(二)旅游市场

在旅游市场研究方面,研究者主要关注的是旅游市场需求分析与预测、旅游营销和旅游细分市场的实证分析,而有关旅游市场的供给和旅游市场的价格方面的研究成果则比较少。也有少量关于旅游供给和旅游价格的研究,比如研究博物馆的供给以及旅馆的供给价格等。

(三)文化旅游

在文化旅游的研究中,除了文化与旅游关系的一般分析外,文化遗产旅游的研究处于核心地位,而文化旅游的真实性和商业性方面的研究也被有所关注。

(四)旅游效应

关于旅游效应一般主要是从旅游的经济效应、社会效应及其综合效应以及生态环境效应等方面来研究的。

(五)生态环境与旅游

旅游与生态环境的关系一直是个热议的问题,这方面的研究一般集中在认为两者能协调发展和认为两者存在着冲突的两种观点中的争论。

(六)战争、政治与旅游

由于西方国家的参政意识比较强,因此,从政治的角度研究旅游学的文章也比较多见,从理论上讲,战争对于旅游而言是一把双刃剑,在战争时期,旅游业的发展必将受到巨大的打击,但是一旦战争结束,这些发生过战争的地点又可以开发成旅游景区(点),促进旅游业的发展。

(七)探险旅游和旅游安全

通常情况下,旅游者出游考虑的一个重要的问题就是安全风险问题,而影响旅游安全的最重要因素是旅游事故和旅游犯罪,这些也是旅游管理不得不考虑的方面,同时,对于一些喜欢探险的驴友来说,他们往往会去一些景区的未开发区域,从而也会给旅游管理的带来一些麻烦,所以对旅游探险的研究也被有所关注。

(八)旅游伦理

随着旅游业的发展,大量的旅游者涌向各旅游地,由此也带来了人与人、人与自然及人与环境关系的诸多伦理问题,从伦理学的角度对旅游管理进行他欧诺,不仅有利于人们更理性地看待旅游,也有利于人类文明的进步。

(九)旅游弱势群体

由于旅游是一种离开居住地的活动,所以居民要转化成为旅游者,需要具备多方面的条件,这些条件包括经济支出、闲暇时间支出及合适的身体状况等。但是,由于社会及个人等方面的原因,造成了对于出游而言,总有一些人处于弱势,比如残疾人、老年、妇女及儿童等群体。为了照顾这些群体的出游,加强这方面的研究不仅是旅游管理发展的需要,也同时是社会进步的表现。

经过上面的统计分析,就目前旅游管理所涉及的对象基本都处于一些很大的方面,而且往往是空有理论而没有实际的应用,这对于旅游管理这个实际性很强的领域,这样的研究似乎并不是很有价值。从政府的相关部门和旅游管理的研究者自身来看,都没有把旅游管理作为一门应用科学去研究,对于大部分旅游管理的研究成果也没有被应用到相应的领域而最终成为一只控温。另外,国内对于旅游管理对

象的研究范围过于泛泛,范围太大使得研究的主题不够明确,就似乎大部分的研究者都站在国家领导人的角度,从很宏观的角度去看待问题,而真正的旅游企业和旅游者的体会和实际感受却被这纯理想化的研究所忽视。

如果旅游管理的研究对象的研究仅仅是企业管理对象研究的照抄照搬,仅仅是在企业研究对象的前面加上旅游两个字,那么这个领域的研究就显得非常的空洞,我们应该在旅游管理对象的大范围中尽量地把研究对象细节化,从小的细节中去总结出大的道理,这样才能真正的引导旅游企业,服务与旅游者,现在的中国,旅游设施已经达到世界发达水平,但是旅游服务质量则是差到不能再差,为什么欧洲的旅游业主要是靠回头客存活,而中国的旅游总是面临游客的一去而不复返,怎样的制度和管理能让导游人员热爱自己的工作,怎样才能让旅游摆脱人看人的局面,这些都是需要旅游管理的学者去思考的问题,从中找出解决办法,从而实现中国旅游软件的不断进步。

从大的方面来讲旅游管理本身就是一个实证性很强的学科,我们不必过分追求基础学科的所谓体系的规范性、完整性、严谨性。作为一个实证性很强的学科,它的学术含量主要表现在能不能拉动产业发展上,而不是非要把明明白白的话说得让人听不懂了才叫学术学科。尤其是在中国这样一个发展中国家,旅游管理学科建设不是简单的服务于发展,而是要拉动发展。

第四节 旅游管理的研究方法

由于旅游是一种错综复杂的社会、经济、文化现象,旅游管理学的研究方法也应视具体研究问题的不同,分别采用经济学、管理学、社会学、人类学、文化学等相关学科的研究方法来研究问题。

从定性分析描述问题到定量分析描述问题,这是一门学科日渐成熟的一个重要的发展标志。在信息时代,旅游管理研究人员要能熟练地掌握、使用计算机,并在可能的情况下,用统计学、经济数学、管理数学的定量分析方法来分析描述旅游管理研究所碰到的问题,以推动旅游管理学向更高的层次发展。

那么,一般我们习惯从哪几个小方面来讲述呢?

一、旅游管理学研究的基本阶段

选择课题与提出假设;设计研究方案;收集资料;整理与分析资料;解释结果与检验假设。

二、旅游管理学研究的基本方法

系统分析方法;理论分析与实际调查相结合的方法;定性分析与定量分析相结合的方法;多学科综合研究的方法。

三、逻辑系统分析模式

5W+H 模式:

为什么(why)——目的

做什么(what)——对象

何处做(where)——地点

何时做(when)——时间

谁去做(who)——主体人

如何做(how)——方法

第二章 科学管理理论

第一节 古典管理理论

在 20 世纪初,由泰罗发起的科学管理革命导致了古典管理理论的产生。古典管理理论代表人物泰罗、法约尔、韦伯从三个不同角度,即车间工人、办公室总经理和组织来解决企业和社会组织的管理问题,为当时的社会解决企业组织中的劳资关系、管理原理和原则、生产效率等方面的问题,提供了管理思想的指导和科学理论方法。

管理科学产生于 19 世纪末 20 世纪初,是随着资本主义工业的发展而逐渐形成和发展起来的。一般认为,管理科学是从美国管理学家弗雷德里克·温斯洛·泰勒开始出现的,至今历经古典管理理论、行为科学理论和现代管理理论个发展阶段。

一、泰罗理论

(一)泰罗生平简介

科学管理理论体现在泰罗的《科学管理原理》一书中。泰罗出生于美国一个富裕的律师家庭,良好的家庭教育使他从小培养了追求真理、观察核对事实的强烈欲望和根除浪费与懒惰弊病的热忱,对处理任何事情都想探究一种最好的方法。18 岁时,泰罗以优异成绩考入哈佛大学,第二年因视力与健康原因而中止学业,到一家小机械厂当徒工。22 岁进入费城米德维尔钢铁公司作技工,后来迅速提升为工长、总技师。28 岁时任钢铁公司总工程师。他对工人处境、劳动状况有着丰富的实践体验,并由此引发了他对通过提高低效率工作工人的劳动效率来改变企业工作状况的思考。理解这种思考,就有必要了解他在米德韦尔和伯利恒钢铁公司亲眼目睹的现象——仍处于较原始状态的企业管理水平,因为,泰罗改进工厂中工作方式的决心正是由这种亲身感受所唤起的。泰罗的一系列实验就是从此开始的。1901 年以后,他用大部分时间从事写作、讲演,宣传他的一套管理理论。1911 年发表其代表著作《科学管理原理》。泰罗在《科学管理原理》中,认为科学管理思想应遵循四条重大的管理原则。

第一,建立一种严格的科学。对一个人工作各个组成部分出科学规律,以代替旧的、只凭经验的做法。

第二,科学地挑选、培训、教育和发展工作。为实现工作的标准化和差别计件工资制,必须科学挑选工人,保证他们具备与工作相应的体力和智力上的条件。然后,工人还必须接受系统培训并给予进一步发展的机会,使其能够胜任“最高级、最有