

Layout
Guanli

(英) 道格拉斯·福斯特 著
余建伟 郭震宇 译

旅 游 经

营

管

理



云南人民出版社

作者序

旅游业包含种类繁多的业务活动。它包括各种各样的食宿招待、国际和地方的交通运输、不尽其数的娱乐活动和其它各种辅助服务所产生的吸引力。加之近些年来新发展起来的消闲中心、游艇停泊港、体育胜地和新形式的旅游。诸如海上巡游、空中驾机巡游、驾车度假、坐马车观光等,使这个产业的范围扩大了。最后它还包括各种国家旅游组织机构。

要在一本书中对这些问题作完全细致的论述是不可能的。所以,这本书打算集中论述这一产业过程的主要方面。那些希望深入细致地探究旅游业各个方面的读者们,由于他们正在或将在旅游业各部门中就业,因此必须阅读各种关于招待设施、运输、零售旅游贸易等等的专业书籍。本书打算成为一本阐述有关旅游的一般总体原则的综合书籍。

此书是专门为职业学校和高等学校的学生掌握旅游课程以及业务学习和其它课程的基础课和选修课的教材而写的。它对那些在旅游业上想要达到一流水平和同等程度的人,或者想在这个产业工作的人学习专业来说是一本恰当的有特色的书;它有助于那些已经在这个产业中工作的人提高业务水平,进一步增进他们的职业前途。与旅游业发展和管理有关的中央或地方政府的官员和政治家们会发现,阅读此书将对他们获益匪浅。

道格拉斯·福斯特

1985年于沃金

译者序

亲爱的读者,《旅游经营管理》一书由英国著名旅游管理学者道格拉斯·福斯特著,英国MACMILLAN教育有限公司1985年第一次出版。全书共九章五十八节,约二十多万字。是最新旅游经营管理方面的权威性专著,从内容讲实际上是一本旅游经营管理人员和经理必备的工作手册;也是一本综合性的旅游管理教科书,适合于大学、职业学校的学生及旅游服务业的广大从业人员学习使用,也适合于党政部门有关领导和干部学习使用。此书还有观念新、信息新、内容翔实、材料丰富、文字篇幅长短适中,附有各种图表数据说明等特点。

道格拉斯·福斯特是英国伊令学院的商业顾问,并在该校讲授商业和管理课程。在此书之前他已写了六本关于市场学和产品计划学的专著,还写了四本关于管理方面的专著。他先后在欧洲、北美、远东等地广泛讲学,被公认为旅游、管理、市场学等方面的专家。

旅游业或确切地说旅游文化在我国尚处于发展阶段,需要学习外国的先进经验,而目前国内用于培训、教学用的旅游管理方面的书籍有缺。我们经过寻找和挑选,发现英国新近出版的这本《旅游经营管理》独具特色。希望此书的问世能有助于改善我国旅游业急需专业书籍的状况。

本书由余建伟翻译第一至第四章,郭震宇翻译第五至第九章,张云翎对全文进行了校译。错误之处在所难免,请读者给予指正。

1988年7月

译者序

亲爱的读者，《旅游经营管理》一书由英国著名旅游管理学者道格拉斯·福斯特著，英国MACMILLAN教育有限公司1985年第一次出版。全书共九章五十八节，约二十多万字。是最新旅游经营管理方面的权威性专著，从内容讲实际上是一本旅游经营管理人员和经理必备的工作手册；也是一本综合性的旅游管理教科书，适合于大学、职业学校的学生及旅游服务业的广大从业人员学习使用，也适合于党政部门有关领导和干部学习使用。此书还有观念新、信息新、内容翔实、材料丰富、文字篇幅长短适中，附有各种图表数据说明等特点。

道格拉斯·福斯特是英国伊令学院的商业顾问，并在该校讲授商业和管理课程。在此书之前他已写了六本关于市场学和产品计划学的专著，还写了四本关于管理方面的专著。他先后在欧洲、北美、远东等地广泛讲学，被公认为旅游、管理、市场学等方面的专家。

旅游业或确切地说旅游文化在我国尚处于发展阶段，需要学习外国的先进经验，而目前国内用于培训、教学用的旅游管理方面的书籍奇缺。我们经过寻找和挑选，发现英国新近出版的这本《旅游经营管理》独具特色。希望此书的问世能有助于改善我国旅游业急需专业书籍的状况。

本书由余建伟翻译第一至第四章，郭震宇翻译第五至第九章，张云翎对全文进行了校译。错误之处在所难免，请读者给予指正。

1988年7月

目 录

作者序.....	1
译者序.....	2
第一章 旅游的特点和动机.....	1
第一节 概念和定义.....	5
第二节 旅游的意义.....	13
第三节 旅游的影响.....	23
第四节 动机和决定因素.....	33
第五节 旅游计划和发展.....	40
第六节 例子说明.....	50
第二章 旅游——产业.....	53
第一节 结构和组织.....	54
第二节 住宿.....	72
第三节 运输.....	73
第四节 其它组成部分.....	74
第五节 一些实例.....	78
第三章 旅游产品 and 市场.....	83
第一节 旅游者和他们需求的类型.....	83
第二节 旅游产品.....	90
第三节 旅游市场的特性.....	104

第四节	旅游的特性	112
第五节	旅游需求预测	117
第六节	一些实例	121
第四章	住宿接待和膳食供应	126
第一节	对住所的需求	130
第二节	位置和分类	140
第三节	有关的一些经济问题	143
第四节	备办食物	149
第五节	一些实例	152
第五章	交通运输	155
第一节	交通运输的作用	157
第二节	交通运输的方式	158
第三节	旅游交通的需求类型	166
第四节	交通运输经济学和规则	173
第五节	一些例子	181
第六章	基础设施和地面建筑	185
第一节	计划与开发	187
第二节	代理人和发展类型	192
第三节	舒适与吸引力	194
第四节	资源评价和分析	197
第五节	未来的政策	200
第六节	天堂里的冲突——一个澳大利亚的例子	201
第七章	市场销售组合	203
第一节	活动和目的	203
第二节	销售组合	224

第三节	销售研 究	225
第四节	销售战略和政 策	228
第五节	市场战略和政 策	232
第六节	产品战略和策略	242
第七节	价格和利润战略及策 略	250
第八节	销售计 划	258
第九节	评估销售努 力	263
第十节	分 配	263
第十一节	情报流和预定系 统	264
第十二节	实例解释	266
第八章	信息传播组合	271
第一节	购买决 策	271
第二节	人员销 售	278
第三节	促销活 动	284
第四节	旅游作 家	293
第五节	介 绍	299
第六节	促销活动预 算	300
第七节	计划促销活 动	301
第八节	实例说 明	303
第九章	资金和组织	308
第一节	旅游业项目资金筹 措	308
第二节	资金来 源	314
第三节	投资评 估	318
第四节	组织机 构	319
第五节	未来的可 能 性	327

第一章 旅游的特点和动机

旅游产业能使人们从世界的一个地区到另一个地区作几个星期有目的的观光活动，旅游业使那些度假者们和业务旅行者们在外地能正常地生活和工作。旅游业与那些居住在旅游地的人们的活动也密切相关。

对于度假者和消闲旅游者（以后若无特别说明都称为旅游者）来说，旅游业还可定义为“梦想机器”（‘dream machine’），它能帮助人们在辛劳生活之外一个短暂的时刻里实现他们的梦想或渴望。对于业务旅行者来说，旅游业为他在世界范围的业务活动，提供了旅行和其它至关重要的服务。近代度假旅游通常采用从始至终包价旅游的形式。然而，近几年来旅游者在旅游时，已变得更加喜欢冒险和避开这种包价旅游。个体旅游者已不再非得依赖这种囊括一切的包价旅游，而可以从一系列广泛的非团体包价旅游安排中进行选择（这一点放在后几章里讨论）。

这种选择的自主程度和风险程度取决于这些人对休假的支付能力。表1·1表明了50年代以来北半球的旅游流向，以及使旅游业迅速发展的主要因素。人们主要的旅游动机是寻找阳光。

表1·1旅游：动机因素

消遣和享乐的因素：

- 1 休息——从日常工作和生活中解脱出来
- 2 寻求一段娱乐的时间
- 3 获得冒险或浪漫

文化的和教育的因素：

- 1 参观别国——人民和文化
- 2 参观特别有趣的地方——历史名城、博物馆、美术馆等等
- 3 访问当代发生重大事件的地方
- 4 参加特别的活动，包括音乐会、展览会
- 5 学习更多有关个人业余爱好的东西，以及别的兴趣

种族因素：

- 1 访问祖国
- 2 拜访亲戚或朋友。
- 3 到遥远的地方去参观鲜为人知的文化、风俗、习惯

其它各种因素：

- 1 重大体育比赛活动
 - 2 气候或者天气的变化
 - 3 冒险
 - 4 社会学方面的——了解世界
 - 5 业务、会议、宗教等旅行
-

大量的人口流动，要求在运输设施方面大量投资。没有健全和有效的运输系统，大规模的旅游是不可能的。然而，工业

技术的发展并不是总能降低运输的相对成本。在许多情形下（例如协和式飞机〈Concorde〉的使用）就出现了费用增高的情况。70年代末80年代初的世界经济衰退期中，削减投资和大量的失业，削弱了很多进行长距离旅游的能力，但是即使某些增长率降低了，对旅游的需求仍保持相对稳定。

（例如，与1977年的450万人相比，1983年英国有900万人继续度假，大部分是去国外）。旅游业通过提供各种便宜的包价旅游来对付上述不利的经济趋势。它们使用了较少的花费，低档次的旅馆，国家定期航班以及到旅游地航班的次数减少了；非必要的、奢侈的附加项目均取消了。这些节约办法和其它价格上的经济措施，为消费者提供了仍然可以支付的假期旅游。此外，1984年，英国几家主要的旅游业巨头大幅度降低旅游实际价格，接着在他们之间发生了一场“价格战”。

旅游使那些平时没有机会外出的人们能够领略到一点外部世界、别的国家和文化的快乐和刺激。事实上，对于旅游的人们来说，旅游也会遇到象他们正常生活中所要面临的困难一样的困难，但这并不重要。他们也许对安全的要求比较高，但这通常可以通过他所熟知的东西而实现。他们和自己的同胞一起乘国内航班去旅游，由来自国内的旅游服务员照顾和导游，住在那种几乎不反映地方文化的全世界各地都有的旅馆里，吃国内也可以买到的熟悉的食物。这就是现代普遍的“包价旅游”。为了适应更多的不断增长的单独和冒险旅行的需求，就产生了非包价旅游和“活动旅游”，后者的范围包括到南极洲旅行、喜马拉雅山脉的丘陵地带乘牛车漫游、亚马孙河上游历，以及到丛林和沙漠地带狩猎等等。但

是，对于普通的旅游者来说，度假仍然是他们美好梦想的一个短暂现实。旅游业必须以此为宗旨，如果作相反的广告，他们的广告费将会增加，但由于现实与消费期望不相称，结果会令人失望。

当今我们所说的旅游是二次大战后的现象，这时“旅游”这个词成为英语中通用词汇。不过旅游一词最早被使用则是十八世纪，它专指那些有钱人的外出游历（即所谓“遍游欧洲大陆”〈从前英国贵族认为此是教育子弟们所必须的一项〉，始于十八世纪四十年代）或者指管弦乐队、剧团、歌剧团的外出活动。只有这些人才有钱单独或者全家或者几个朋友一块去旅行。这个词当时含有相当程度的冒险的含义。旅游者通过旅游活动与当地人和 社会接触，其结果是各种思想的互相影响和真正的文化交流。

现在，旅游的重要性已经发展到了这种程度，许多第三世界（或叫发展中的）国家，如果没有他们的相当可观的旅游收入的话，其外贸额便不能平衡。由此，也带来了一些尚未解决的问题。25年前的假设还有根据吗？旅游真的如想象的那样有益于东道国家吗？它会不会毁坏东道国民族的文化和生态？旅游的大规模发展，会不会使野生动植物和自然区减少？例如，为了满足大众旅游而建设基础设施和相应设施的需要，相应的就要增加矿产和其它原材料的开采，扩大资源的开发，会破坏世界上的自然生态，如热带雨林，而这对于所有生命形式的生存都是至关重要的。内容合理而单纯的社会变得不满足和渴望旅游这种“奢侈”（是无用的吗？）了吗？

国际航空业、旅馆集团、旅游经营者以及旅游代理商保

证将旅游收入的绝大部分留在或汇返旅游者的国家。这是否有利于以农业为基础的发展中国家的经济转变为季节性商业经济，例如以旅游为基础的服务型经济呢？旅游发展得太快，会不会限制其它稳定的经济活动及其平衡增长？是否需要各个方面的协调增长？过度开发旅游地是有害的，事实无言地证明了这一点。诸如此类的问题，在本书的其它部份里作进一步的讨论。要使旅游业的发展达到平衡协调，就需要详细地研究上述问题。

第一节 概念和定义

人类基本的、原始的动机是恐惧、欲望、爱和贪婪，也需要通过变化和做一些不同的事来获得刺激、兴奋和获得新奇感。旅游和游历就可以为人们提供在听音乐、欣赏艺术和文学作品时的那种对身心刺激的实际感受。许多旅游产品就是为了满足这两种形式的刺激而设计的。从你所熟悉的地方到远处去旅行会给你带来不同的生活感受和合意的生活刺激。去参加音乐会、欣赏艺术馆和别的文化中心，短途旅行，能刺激感官。简言之，旅游使人们从他们单调乏味的日常生活中解脱出来。正如马克·吐温说的：“即使是天堂，呆长了也会使人生厌的”。

人这种动物需要变化，即使生活在最佳水平线上也是需要变换的。旅游提供了这种变化。不过从旅游得到的满足程度依个人的年龄、健康、精力以及阅历和期望等情况而定，如果时间和货币是一定的。年纪比较轻的和受教育较好的人比那些年纪较大的和受教育较差的旅游更多一些。对某人可能

是诱人的挑战性的活动，对另一个精力不足的人来说则可能会遭到挫折。在五六十岁的人看来是太困难的事，而在二三十岁的人看来可能却是令人惬意的娱乐！甚至在同一年龄组的范围内，对待旅游的态度和从事旅游的人也是各不相同，多种多样的。

目前，猎奇性旅游在增多。然而，在每天的活动结束后，大多数旅游者还是比较喜欢回到基地（旅馆或是别的什么落脚点）。基地提供了归属感和安全感（对于探险队，世界性的现代基地提供这种服务）。即便是深于旅行世故的人，他们也能找到一个具有一定“地方色彩”的基地。

一、概念

旅游是一个包含有物质的和心理学成份的综合意义的概念。物质方面有住宿设施、运输、吸引游人的事物和可利用的文娱活动。心理学方面的因素包括如前所述的态度和表1·1中所列的期望等广泛的观念。这些观念和期望包括，从纯粹为了逃避现实到为了实现一个梦想或渴望，为了休息、消遣、教育以及其它社会利益等广大范围。所有这些取决于旅游者主观的估计和评价。这就给旅游经营者提出了一个问题，如何找到一种评价“价值”的可靠方法。另外，当他们不能肯定地向旅游者提供他们想要的东西时，旅游需求的形式和性质就不能准确地估价。

旅游通常包括了旅游者不同于在家时的常规习惯和行为习惯的活动。这些活动代表了对此有兴趣的潜在旅游者。另一方面，这些活动与旅游者本国的活动存在着很大的差异，并且会引起民族之间的摩擦。

旅游经营者应该设法把这种不一致的可能性减小到最低

程度。

进一步说，旅游的费用一般说来是从消费者纯收入中的剩余部分里开支的，只占他们总收入中的很小一部分。因此，50年代大多数人的开支单上，旅游被排在很低的地位，旅游虽然合乎需要，但并非必不可少。旅游经营者通过说服消费者购买新奇产品，创造旅游需求。到了60年代，旅游已经具有了相当重要的意义，人们的需求也有了很大的增长。80年代初期，世界经济再一次衰退，由于较高通货膨胀率和普遍的失业，迫使人们把对度假的需求降到了一个比较低的程度。所以一个时期对旅游的需求是随当时经济状况的盛衰而波动的，很不稳定。

在经济状况好的60年代，度假购买意向曾经是“冲动型”的。人们有钱，加上旅游小册子宣传的影响，导致了人们“迅速购买”。渐渐地，当消费者变得越来越世故，越来越有经验，富裕的程度下降时，购买决定是经过仔细地比较旅游经营者们竞争所提供的最低价后作出的。现在潜在的顾客都尽量多地寻找关于这方面的价格信息。近些年来，旅游经营者的失望，管理不善，顾客索赔要求增多以及小公司的破产，导致了消费者选择的更加小心谨慎。现在旅游业的专业化发展已必不可少。当今旅游者中的大多数人，在他们作出旅游决定时，也像他们在决定购买一辆小汽车时那样谨慎。他们会追随那些被证明是令人满意的和在可信赖方面有着良好印象的旅游经营者。

二、定义

国际联盟统计学专家委员会(The Committee of Statistical Experts of the League of Nations) 1937年第一次给

“外国旅游者”下的定义是：“到居住地以外的其它国家游访、时间超过24小时的人。”少于24小时的人作为“短途旅行者”对待。在这个定义里，旅游者是指那些为了寻求愉快、为了家庭的缘故、为了健康而去旅行的人，或者由于业务会议、集会、外交的和宗教的目的等等而到国外去的人们，即使他们逗留的时间不足24小时也属于旅游者的范畴。那些没有在一个国家停留的人、到达后开始居住下来的人、国境线附近的居民、在一个国家居住又到另一个国家去工作的人（如那些习惯于每天到直布罗陀做工的西班牙工人）、到大学学习的学生和青年人以及那些由于没有工作或未被允许去找工作的人，或者在一个国家从事商业活动的人等等，都不算作旅游者。相应地，在其它国家服役的武装部队成员，无论是否经条约协定同意，这些人也不算作旅游者。

表1·1说明了旅游的各种不同目的和旅游者与短途旅行者之间的差别。它表明在实践中定义有了一些变化。那些居住在本国的本国侨民回国，只要他们逗留的时间达到24小时，就被作为旅游者看待了。最近几年，通常使用的“旅游者”这个词指所有那些为了度假的、消闲的、娱乐的、文化的、人种的、教育的和运动的等等目的而去旅行的人。“业务旅行者”这个术语，专指所有那些为了业务的目的而旅行的人，或者为了业务方面的事而去参加集会、会议和展览会等的人。这个概念在本书中如果不加其它限定就是在这个意义上使用的。对来自航海巡游的乘客，旅游业也应该给予其正确的对待，将其作为短途旅行者（如果不是官方统计），因为他们的需求、期望更与短途旅游者相一致。不过，非本地居民

工作小组（通常是飞机机组人员）在一个国家逗留二十四小时或者更长一点时间也被作为旅游者计算，所有低于这个限定时间的航班工作人员都是短途旅行者。

1963年，联合国在罗马关于国际旅游和旅游的会议上，对访问或者旅行的目的下了个一般的定义。对旅游者也作了定义：“‘旅游者’（或旅行者）是指任何一个不是为了报酬而游访别国的人”。罗马会议的这个定义得到了国际官方旅游组织联合会（IUOTO）的认可。但是直到1968年联合国统计委员会才同意这个定义。（国际官方旅游组织联合会现在已被世界旅游组织——WTO代替）

1965年，联合国统计委员会在纽约召开的一次会议上指出，由于相当一些国家之间（如斯堪的那维亚〈半岛〉国家和欧洲共同体国家之间）缺少边境手续形式。所以，按照1963年罗马会议的定义收集数据是不可能的。进一步说，由于通过一国的边境在一个国家获得居住和工作必须获得许可，那么根据旅游统计确定的分类（参看图1·1）这个问题是肯定可以解决的。为了分析国际旅游，区分各种产业的地域运动是很重要的，因为这些活动有不同的特征。他们的发展也是受到相当不同的因素影响的。例如，商业的日益国际化已经导致了很多外国公民到国外居住和工作。但无论如何，在没有能够提出更好的统计体系之前，1937年国际联盟对旅游下的那个一般的定义还是适用的。

必须进一步区分两种类型的旅游。首先，国际旅游指那些为度假或是业务的目的而去国外的所有旅行者。它也包括国外侨民（外流者）和进入国内的外国游客（流入者）。其次，国内旅游指一个国家里那些为了度假而去国内其它地方

旅行的本国公民和居民。

1960年国际货币基金（IMF）为了计算旅游收入和支出对国家收支平衡的影响，提出了几种分类方法。这些方法如下：

（a）旅游包括所有外国游客在国内的消费（贷方）和所有国内居民（借方）到国外游览在海外的消费。

（b）旅游应该包含（在一个国家里）用于旅游的所有费用（如用于非商业性的运输和购货）。支付给外国运输公司（而不是国内运输公司）的费用要单独记录，不包含在“旅游”的名目内。

（c）记在旅游收入和旅游消费栏下的有五种消费者：旅游者、业务旅行者、学生、政府官员和其它人。

（d）国际运输公司的成员、军事人员、迁移工人、外交人员和外国政府的人员不包括在旅游消费范围内。

三、统计

统计，一般情况下是统计旅游者到达的数量和旅游时间。大约有40个国家是从各种接待处的登记获得这方面的资料数据。大约有六十个国家是在边境入口处进行登记。

如果各种接待处的工作是有效率的，并且在实施详细登记的手续上是合法的，那么接待处的记录是很有用的。特别是在边境登记不可能（例如，在欧洲经济共同体各国之间）的情况下或是在象加拿大和美国之间那样保持边境开放的情况下，这种记录就显得尤其重要了。然而，实际上接待处并非都能将旅游者包括无遗（如，私人家庭、小膳宿店、露营地，或者在非正式场地临时举行的野营）。所以，用上述方式编出的官方统计量很难包括全部游客运输量。有时候在某