

<<旅游行政管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游行政管理>>

13位ISBN编号：9787040107081

10位ISBN编号：7040107082

出版时间：2006-1

出版时间：高等教育出版社

作者：张俐俐

页数：370

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

当代旅游业已经发展为世界上产业规模最大和发展势头最强劲的产业，旅游业发展之快，产业带动力之强，使许多国家和地区都纷纷把旅游业作为经济发展的重点产业和先导产业。伴随着全球经济的不断发展，人们收入和闲暇时间的增多，交通和通讯技术的不断进步，以及冷战结束后政治隔障的消除等因素，全球旅游产业的规模正加速扩大，参加旅游的人数还将继续增加。据世界旅游组织预测：到2010年，全球旅游者将达到100亿人次，其国际旅游者将达到10亿人次；到2020年，全球旅游者将达到160亿人次，其国际旅游者将达到16亿人次。大众化旅游时代的到来，使旅游日益成为现代人类社会主要的生活方式和经济社会活动，旅游业也以其强劲的发展势头而成为全球经济产业中最具活力的“朝阳产业”。

在近二十年的发展历程中，中国旅游业取得了令人瞩目的成就，由传统的接待事业一跃转变为国民经济新的增长点，并由过去单一的观光型旅游发展成为集观光、度假、商务、会展、研修等多功能于一体的复合型旅游。

中国旅游业的综合实力已被列为世界第五。

按照世界旅游组织的预测：到2020年，中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。

专家们预测：“21世纪，中国将成为世界主要的旅游中心。”

中国旅游业持续高速增长，既依托于旅游教育整体水平的提高，也有力地推动了旅游教育的迅速发展。

截止到2001年，全国高等旅游院校和已开办旅游专业的院校已发展到200多所，形成了培训、职高、大专、本科、硕士、博士层次完备的旅游教育体系，教育服务旅游、旅游促进教育的旅游与教育互促相长的格局已经形成。

然而，瞬息万变的旅游活动实践和丰富多样的旅游形式，对与之相配套的旅游教育教材提出了新的要求，更新教材体系，丰富时代内容，注入新的成分，就成为旅游高等教育教材建设的当务之急，因而也成为2001年3月在海南大学召开的“新世纪高等学校旅游管理专业教育与发展战略研讨会”的重要议题之一。

<<旅游行政管理>>

内容概要

《旅游行政管理》是教育部“高等教育面向21世纪教学内容和课程体系改革计划”的研究成果，是面向21世纪课程教材——全国高等学校旅游管理专业课程系列教材之一。

《旅游行政管理》运用现代管理学、行政学和旅游学的基本理论和方法，结合中外旅游管理的实践，探讨一个国家和地区的政府旅游行政管理部门对旅游业进行科学、有效管理和调控的问题。

《旅游行政管理》着重对旅游行政管理的基本概念和含义、组织与体制、职能与任务，以及中外旅游行政管够织的模式进行了系统论述。

《旅游行政管理》还汇编了部分中外旅游管理、政府管理的案例作为教学和阅读的辅助资料。

《旅游行政管理》既可以作为旅游高等院校旅游管理专业的教材，也可作抓事旅游行政管理活动人员的业务参考书。

<<旅游行政管理>>

书籍目录

第1章导论第一节 旅游行政管理的概念和内涵第二节 旅游行政管理中的基本关系第三节 旅游行政管理的宗旨第四节 旅游行政管理学第2章 行政组织理论的发展与行政管理组织模式第一节 古典组织理论与规制型行政管理组织第二节 行为科学组织理论与情感型行政管理组织第三节 系统权变组织理论与后规制型行政管理组织第3章 旅游行政管理体制第一节 旅游行政管理体制的含义及其影响因素第二节 旅游行政管理体制的基本模式第三节 中国旅游行政管理体制的历史沿革第四节 中国旅游行政管理体制改革第4章 旅游行政管理组织第一节 组织、行政管理组织与旅游行政管理组织第二节 旅游行政管理组织结构第三节 旅游行政管理组织的设立原则第四节 旅游行政管理组织的编制管理第5章 世界主要旅游组织比较研究第一节 全球性国际旅游组织第二节 区域性国际旅游组织第三节 国家旅游组织第四节 中国旅游组织第6章 旅游行政管理职能第一节 旅游行政管理决策职能第二节 旅游行政管理计划职能第三节 旅游行政管理组织职能第四节 旅游行政管理沟通职能第五节 旅游行政管理监督职能第六节 旅游行政管理服务职能第7章 旅游行政管理的主要内容第一节 制定旅游产业政策第二节 旅游法规建设第三节 旅游市场开拓与促销第四节 旅游人力资源开发与管理第五节 旅游规划管理第六节 旅游服务质量管理第七节 旅游市场秩序管理第八节 旅游信息与统计管理第九节 旅游企业管理第8章 旅游行政文化第一节 旅游行政文化的含义和形成第二节 旅游行政文化的范畴和类型第三节 旅游行政文化的影响第9章 旅游行政管理案例案例一 威尔逊对行政机构管理的透视案例二 帕金森笔下的"官场病"案例三 中国重点旅游景区管理体制的改革与创新案例四 领导者处理突发事件的艺术案例五 古局长的遭遇案例六 行政机关的差旅费应该如何报销案例七 餐厅营业额滑坡后的决策案例八 政府的作用是"掌舵"而不是"划桨"案例九 政府服务职能的重新定位案例十 夏威夷、香港、日本、新加坡、泰国旅游管理机构比较研究案例十一 日本、泰国、英国、韩国的国家级旅游管理体制及其管理职能案例十二 中国地方旅游管理体制模式案例十三 授权与受权案例十四 沟通的障碍与沟通"十戒"案例十五 摩托罗拉(Motorola)公司的12种沟通方式案例十六 美国、德国、意大利、日本、埃及旅游法律与规章制度案例十七 步入信息高速公路的政府——电子化政府案例十八 公共服务"承诺制"案例十九 中国加入WTO后政府重新为自己定位案例二十 用企业精神来重塑政府——"企业家政府"案例二十一 让格林威治成为真正的世界中心案例二十二 萨尔茨堡的绿色旅游参考文献后记

章节摘录

从1984年起,随着旅游业的飞速发展,游客的需求、旅游产品结构、旅游企业经营体制的变化,“大统一、小差别”与“中旅”、“国旅”的二元价格参照体系受到了来自全行业的严峻挑战。国家对旅游价格的管理开始有所松动,将一部分定价权下放到地方和旅游企业,国家只管最高限价和最低保护价,在宏观上予以控制。

经过旅游价格体制的初步改革,1989年之前,曾出现了某些旅游企业乱涨价的情况;1989年之后由于旅游市场的滑坡和旅游供给的大幅增长,供需失衡,又出现了削价竞争的现象。

这些都从不同的方面扰乱了旅游市场秩序,损害了国家、消费者和旅游企业自身的利益。

对价格的调整和管理是旅游行业管理的重要内容,对价格体制改革也是深化旅游管理体制改革的的重要组成部分。

1984年后的深化行业管理和价格体制改革的一个重头戏就是各级旅游行政管理部门积极行动起来治理削价竞争,采取的改革行动和措施有:进行全国性一、二类旅行社的价格大检查和专项审计。

将对外报价放开,对对内拨款价和基础价进行控制。

对饭店实行最低保护价,按照饭店的星级标准确定最低价。

通过清理整顿旅行社的手段来治理旅游市场秩序混乱和削价竞争。

多方开拓旅游客源市场,把蛋糕做大,改善供求关系,从宏观大环境上治理削价竞争的根源。

调整税率,统一税赋,使所有旅游企业站在同一条公平竞争的起跑线上。

积极扶持国有大中型旅游企业和经营能力强的旅游集团形成行业支柱,以他们规范的价格和经营行为主导市场,抵制一些不正规的小企业的不良行为。

1993年4月,国家旅游局会同物价局发出了《关于国际旅游价格管理方式改革的有关问题的通知》,对1994年的国际旅游价格作了规定:国家制定的旅游涉外星级饭店客房门市价和最低保护价,作为指导、平衡和衔接房价水平的参考标准;对餐费、车费、接团手续费等旅游基础服务项目的最低结算标准,国家不再作统一规定,由各省提出本地区的接待价格水平,作为全国旅行社对外售价的参考标准;国家不再制定统一的国际旅游保值固定汇率,旅行社对外报价以美元、日元、港元等可自由兑换货币报价,不以人民币对外报价;取消旅游价格地区类别划分的规定。

通知还要求,为了尽快建立适应社会主义市场经济体制的旅游价格运行模式,要逐步建立中央和地方两级协调制度,协调三个方面的关系。

即国家旅游局和物价局要会同有关部委局协调国内有关旅游价格和收费标准的调价幅度和出台时间,各省协商本地区的旅游价格和收费标准的调价幅度和出台时间。

协调国内市场价格水平与国际市场的衔接关系、有关行业和部门在价格方面与旅游业的协作关系、国内各地区之间价格的平衡关系。

通过上述的改革措施,随着国家进一步开放和经济发展,以及旅游市场的逐步恢复、走出低谷,削价竞争的现象基本上得到了制止,旅游市场的秩序也有明显好转。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>