

<<旅游社区战略管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游社区战略管理>>

13位ISBN编号：9787310026432

10位ISBN编号：7310026438

出版时间：2006-12

出版时间：南开大学出版社

作者：Murphy,

页数：535

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>

<<旅游社区战略管理>>

前言

如今，许多社区都以一种天真而危险的姿态加入到世界旅游市场中。危险之一是它们不能正确理解这个市场以及自己在市场中真正的竞争地位，由此导致不如人意的发展结果或财产损失。

另外一个危险之处在于，尽管有些社区在规划阶段做得比较成功，并且最终成为知名的旅游目的地，但是它们没有意识到旅游业给社区带来的变化。

这些变化可能是社区无法预见的，甚至是居民不想看到的。

尽管其中许多变化已经构成了一些旅游问题，可是很少有文章能够为社区提供一些实用且具有广泛适应性的方法，从而生产旅游供给品来同时满足旅游者和当地居民的需求。

这本书从企业和社区的角度出发，为战略性旅游管理提供指导。

这两个角度都建立在评价社区旅游抉择的经济可行性以及是否符合社区的理想与目标的基础之上。

旅游业是一个需要详细的计划、广泛的市场研究，并对其产品与服务进行投资的产业。

同时，旅游业也要依赖东道主社区。

当地人的态度、环境质量以及是否能得到想要的旅游产品和服务都关系着旅游业的成败。

如果对旅游企业和旅游社区状况没有充分的了解，那么旅游业就会偏离正确的发展方向，从而造成资源的浪费，更不能满足东道主社区和旅游者的期望。

<<旅游社区战略管理>>

内容概要

非常荣幸我们的书已被译为中文版本，出现在中国这一重要的旅游市场上。本书旨在提供一个理论框架，这将有助于各个尺度的社区在不同情形下以一种有效的、高效率的和灵敏的方式去充分发挥社区旅游业的潜力。

我们希望本书的中文读者发现它将有助于他们研究和应用旅游战略管理。

如果你想成为一名在旅游领域成功的研究者或从业人员，一个关键的要素就是你必须像企业经理人那样思考和行动。

这样看来，你必须考虑为旅游业和旅游社区提供“领导”，帮助其设想旅游社区应“计划”发展何种类型的旅游并提供能满足顾客期望的旅游产品。

你将有必要帮助旅游社区“组织”旅游业和所需的社区资源，从而生产出最有效的、具有可持续性的旅游目的地产品。

你还应该能够“控制”目的地社区的发展，监测和追踪社区旅游发展过程并做出必要的调整，从而保证像最初设想的那样坚持你的目标。

这就是本书通篇强调的四个管理职能。

本书特别强调的是，旅游业战略计划常常涉及众多利益相关者，他们之间必定会产生某种程度上的冲突。

对旅游业的战略计划而言，最重要的利益相关者群体是旅游者，因为如果不考虑他们的兴趣和利益，其他一切都将失败；但另外一些利益相关者群体，如居民、政府和产业等，也应被考虑，他们与旅游者一起形成强大的、有利可图的利益同盟。

此外，为了能理解利益相关者之间的冲突并从中受益，本书还提供了各种技术和程序用于在不同观点的差异中创造力量及和谐。

本书结尾部分建议个人和社区都要把社区旅游发展看作是一座引导旅游业承诺通往旅游业现实潜力的桥梁。

<<旅游社区战略管理>>

书籍目录

出版说明Preface中文译本序言致谢第一部分：序论前言背景目的本书结构小结1 概念、理论与实践有关旅游的概念与资料社区的概念社区旅游定义旅游理论发展小结2 企业管理的主要职能企业管理环境审视战略管理旅游的战略管理企业和社区文化执行案例分析：维多利亚港渡船公司小结第二部分：旅游业主要管理职能管理职能概述3 计划企业计划过程社区旅游的计划过程结合方法小结4 组织企业组织过程社区旅游组织过程小结5 领导企业领导企业家领导旅游领导小结6 控制企业控制旅游业控制质量控制社区旅游控制小结案例分析：维多利亚州的旅游战略规划第三部分：旅游社区的利益相关者利益相关者本部分概要7 顾客8 产业9 居民10 政府第四部分：一个新的范式参考文献译后记

章节摘录

在这次研究中有几个成员以他们对cuRES组织间的经验为基础，提出了一些重大研究结论。一个成员报告说：“目前，为做任何事情提供资金或做好任何事情的唯一方法就是与别人合作。”与此同时，另外一个成员观察到那儿总是会有一些障碍，但是“真正的挑战在于始终保持最初激情的状态，并且产生有利的结果，以便人们继续保持参与”（Selin&Myers，1998：93）。

组织又化 正如企业文献中所指出的并且为以上旅游研究所证实的那样，组织结构的效果在很大程度上依赖于组织内部和组织之间形成的文化。

在激励机制健全的、开放的地方，各种各样的捐助者对组织文化的实施过程都感到十分满意。

塞林和迈尔斯（Selin&Myers，1998）对旅游营销联盟的研究显示了行政组织支持的重要性，相互忍让、归属感、相互依赖感以及信任水平也是非常重要的变量。

这些都是公司文化的构成要素，同时它们也体现了共同契约的重要性。

有效的组织会鼓励员工创新并作出快速反应，这些组织会导致行为水平超过实现组织功能所必须要求的标准。

这些组织会采取合作与协作行动，表达改善和提升组织积极气氛的思想。

奥根（Organ，1998：4）把这些合作行动称为“组织公民行为”（OCBs），并且把它们定义为“可自由支配的个人行为”。

<<旅游社区战略管理>>

编辑推荐

本书可以看作是《旅游：一种基于社区的方法》一书的续篇。
本书更侧重于运用企业管理理论，将旅游业看作是一个社区，从多个方面补充完善了前书。
同时，本书与前书一样，两者都是建立在社区参与原理的基础之上的。
此外，本书还提出了协同决策程序，它可以确保众多利益相关者指导、评价旅游计划和战略，从而在实现各自目标的同时，也实现整个社区的发展目标。

<<旅游社区战略管理>>

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>