

【交通运输与管理】

道家文化对现代旅游企业经营管理实践的启示

席岳婷, 庞桂珍

(长安大学 地球科学与国土资源学院, 陕西 西安 710054)

摘要: 分析作为中国传统文化主要组成部分的道家文化对现代旅游企业经营管理实践的启示, 阐述道家思想体系中可适用于旅游企业管理的“无为”、“道法自然”、“上善若水”等道家文化精髓。结果表明, 这些体现了现代管理的辩证谋略、适可管理、首重“治人”等思想, 对旅游企业经营管理具有十分重要的现实意义。

关键词: 旅游企业管理; 道家文化; 道家管理思想; 现代旅游; 管理实践

中图分类号: B223

文献标识码: A

文章编号: 1671-6248(2006)04-0020-04

Enlightenment of Taoist culture on the management behaviors of tourist enterprises

XI Yue-ting, PANG Gui-zhen

(School of Earth Sciences and Land Resources, Chang'an University, Xi'an 710054, Shaanxi, China)

Abstract: Taoist culture, as China's subject component of traditional culture, contains profound management thought. It not only exerts a far-reaching influence in ancient times, but also has unique realistic value in the modern society. This article, through studying Taoist management thought, discusses its main management thought in the modern traveling management model, summarizes this old legacy to develop the management theory for modern tourist enterprise, and offers the management practice for the modern tourist enterprise, which has a very important realistic meaning.

Key words: tourist enterprise management; Taoist culture; Taoist management thought; modern tourist; management practice

0 引言

中国的管理活动自古有之。中华文明是人类历史上惟一没有中断过的古老文明, 具有延续几千年的丰富管理经验。道家学派思想的创始人老子的代表作《老子》是道家的经典, 它是一个相当完整的思想体系, 其中既有“治国之策”, 又有“用兵之道”; 既有宏观调控之理念, 又有微观权术之道理。道家管理哲学的基本精神是以“道”为中心, 在管理的规律、方式和艺术等方面有着独特见解, 自古以来为学术界、企业界所重视。本文就道家管理思想对现代

旅游企业经营管理实践的供鉴和启示进行分析。

1 道家管理思想精髓

道家思想主要蕴含于道家经典《老子》之中, 本文从《老子》的文本探索出发, 考察其管理艺术。归纳起来, 道家管理思想的精髓主要有以下几个方面。

1.1 “无为而治”的管理原则

《老子》哲学的最高范畴是“道”。《老子》把“道”作为宇宙本原, 认为万事万物都由“道”派生出来的。“道”是宇宙间一切事物借以形成的最终根源, 这个“道”是最先存在的实体, 这个存在是耳不闻目不见,

收稿日期: 2006-05-07

基金项目: 国家社会科学基金资助项目(03BJY088)

作者简介: 席岳婷(1973-), 女, 陕西彬县人, 讲师。

又寂静又空虚,不以人的意志为转移而永远存在,无所不至地运行而永不停止。“无为”成为宇宙法则,“为无为,则无不治。”^{[1] 42}也就是说,依照无为的原则办事,天下就能得到治理。可见,“无为”是道家管理思想的最高原则,并把它建立在“道法自然”哲学思想的基础上,从而使“无为而治”成了道家管理思想的核心内容。

1.2 “道法自然”的管理规律

《老子》中提出:“人法地,地法天,天法道,道法自然”^{[1] 43}。这里的“道”是指人类社会运行的规律,这句话的意思是说,人效法地,地效法天,天效法道,而道纯任自然。这种“人—地—天—自然”的循序渐进的公式是指人们必须按照自然规律办事,以自然为法,而不要把自己的意志强加给自然界。从管理的角度讲,管理者必须遵循管理的客观规律,一切顺其自然,才能取得良好的效果^[2]。

管理既然要按照“道”(即客观规律)办事,管理者就要“处无为之事,行不言之教”^{[1] 44}。“无”字的原意是“实有似无”,这里是指一种不为人注意却在实际发挥行为的方式。具体来说,无为而治的管理方式就是通过最少的、必要的、有效的法律制度把社会干涉行为减少到最低限度,从而实现组织的自然和谐与个人自由的协调发展。

1.3 “有无相生”的管理谋略

《老子》中指出:“天下万物生于‘有’,‘有’生于‘无’”^{[1] 47},意思是说,天下万物生于可见的、有形的具体事物,而具体事物的“有”却又产生于不见于形、不闻于声的“无”,即“道”^{[3] 189}。

“有无相生”的思想对管理活动不无启发。首先,社会、企业管理者的创新概念是由“有生于无”的思想中产生出来的。《老子》曾形象地比喻说,开凿门窗,建造房子,而有了门窗、四壁的中空处,房子才具有供人居住的功能。“有”给人以便利,而“无”却赋予“有”以价值。因此,管理活动首先就不能墨守成规、因循守旧,应注重不断解放思想和开拓创新,力求“无中生有”;其次,创新过程应遵循渐进之原则,正所谓“合抱之木,生于毫末;九层之台,起于累土;千里之行,始于足下”,不能苛求一蹴而就;再次,管理者应牢记“不进则退”,“祸兮,福之所倚;福兮,祸之所伏”,“三十年河东三十年河西”,若满足于现状,“有”也可以蜕化为“无”^{[3] 172}。

1.4 “弱者道之用”的管理思维

“反者道之动,弱者道之用”^{[1] 41},这其实是管理的艺术。前一句话的意思是:事物向相反方向变化、

发展、运动,即一切事物无不向其相反的方向变化。这种矛盾双方向对立面的转化,是“道”的作用方式,也是事物运动、变化的普遍法则。而后一句话是运用“反者道之动”的原理,对刚强和柔弱这对矛盾进行剖析的必然结果。“弱”就是柔弱。“道之用”是“道”的作用性质。也可以说,“道”的作用是柔弱。为了证实“柔弱胜刚强”这一原理,《老子》中列举了不少自然界生动的事例。如:“天下莫柔弱于水,而攻坚强者莫之能胜,以其无以易之。弱之胜强,柔之胜刚。”^{[1] 42}。其意思是:天下没有比水更柔弱的东西。但没有什么东西的攻坚克难能力能胜过水,因为没有东西可以代替它,即弱能胜强,柔能胜刚。这里强调“弱”是“道”的最根本的属性,“守弱”才是保持事物符合于“道”的最妙的手段,这充分展现了道家辩证法的精湛之处。

1.5 “治大国,若烹小鲜”的管理决策

“治大国,若烹小鲜”^{[1] 43},是道家“无为而治”思想的完美体现。1987年这句话曾被美国前总统里根在该年度国情咨文中引用过,引发了美国人对《老子》的浓厚兴趣。“治大国,若烹小鲜”,就是说治理国家就像烹小鱼一样,要将调味、火候把握得适中,文火烹煮不急躁,不急于翻动,煮出的食物才能色鲜味美;若火候不对,下锅后常常翻动,最后煮出来的只会是一塌糊涂。治理国家与此同道,不应变化无常。如果制度朝令夕改,国民就会无所适从,就不知道该做什么不该做什么。如果制度稳定,国民就能心情稳定,专心工作。

“治大国,若烹小鲜”比喻形象,推理有序,从哲理上告诉我们,不要频频变政害民,不要处处立规制民,要如“烹小鲜”那样清静取道,无为而治,也就是治国不扰民,扰民不治国。“治大国,若烹小鲜”,用借喻的方式来议论治国这样的大事,它昭示人们处理事务,例如治社会、治事业、治家业等,更应该如“烹小鲜”那样治,其中自然包括治企业^[4]。这句话从其内涵分析,对现代旅游企业管理带来许多启示。

1.6 “上善若水”的管理品德

“上善若水,水善利万物而不争,处众人之所恶,故几于道”^{[1] 43}。意思是说,最高美德的人像水一样,水善于滋润万物而不与万物相争,停留在众人都不喜欢的地方,所以最接近于“道”。这充分表明了道家对领导者个人品德的重视。首先,它说明人要有自知之明。《老子》强调,知道自己还有所不知,就是最好;不知道而自以为知道,就是缺点;有道的圣人之所以不会犯错误,正是因为圣人把这种毛病当

作一种病来加以预防了,即人贵有自知之明。其次,人要无私奉献。《老子》认为具有高尚品格的人应如水一般,善于滋润万物却又不与万物相争利益,因而最接近于“道”。因此,管理者若要获取众人的拥戴与支持,就应该具有无私奉献的精神。第三,有容为大,“上德若谷”^{[3]182}。正所谓“海纳百川,有容乃大”;崇山峻岭,虚怀若谷。管理者率众成功的必备品格之一就是应具有容天地、纳万物的宽阔胸襟和崇高气度。

2 道家管理思想与旅游企业经营管理

古为今用是管理现代化所面临的课题,对旅游企业管理更是如此。上述道家的主要思想精髓都涉及到管理学的重要原则,对现代旅游企业经营管理有许多启示。

2.1 管理要适度

现代旅游企业在经营管理中应注意“度”的把握。“治大国,若烹小鲜”,是用形象的方式来议论治理国家这样的大事。现代旅游企业经营管理不外乎两个方面的内容:治事与治人。所谓治事,是指从事旅游企业的生产与经营;所谓治人,是指处理好旅游企业内外各种人际关系。

“治大国,若烹小鲜”意在说明:从管理的开始就要确定管理的方法,但又必须适可而止以免遭失败;不能以主观意志随意左右旅游企业经营,朝令夕改,朝三暮四,忽左忽右,旅游企业的员工就会无所适从;相反,若旅游企业制定的政策法规能够坚定不移地贯彻执行,就会收到良好的效果。

旅游企业的管理要适可,还表现在旅游企业的领导者应善于规划,将具体工作分配到具体的机构和人员,而不是事无巨细一切亲自动手。“清静”、“无为”,管理者“让职工自己管理自己”。管理者并不一定要案牍劳形,应善于授权,能够懂得为自己保留较具弹性的决策空间。

2.2 应有“孔德之容,唯道是从”的修养

两千多年前,《老子》就关注领导者个人素质和修养。“上善若水”,就是要求具有上善的领导者应为国、为家、为乡、为邦、为天下去奢去侈,不断加强修养。什么是“德”?《老子》指出:“孔德之容,唯道是从。”这意思是说,大德的形态,是由“道”所决定的。人世间最大的“德”,就是领导者能循“道”而行^[5]。因此,在旅游企业管理中,主管人员首先应有良好的修养,遵循纯朴的原则处理业务。

旅游企业的主管人员为了管好企业,需要权力

和权威。权力是管理者凭借拥有职权所直接产生的力量,是一种外来之力;而权威是管理者自身产生的,是从一个人内在的实力和人格中自然渗透出来的,这样的权威应该充分发挥。所以对旅游企业管理者来说,最大的要求就是管理好自己,而不是管理别人。这要管理者充分利用上级授予的权力,还要靠人格魅力和管理才能建立良好的人际关系,创造和谐的企业氛围^[6]。

2.3 体现道家“守柔”的管理特色

《老子》从世间万物由强到弱的转化中看到了“守柔”的必要性。《老子》认为,要永远立于不败之地,就应处于柔弱和谦下的地位,以退为进,以守为攻,以不为而为。而“守柔”的目标正是要追求这种“上善”,这也正是“守柔”之意义所在。由此不难看出,《老子》所倡导的“守柔”,从本质而言还是以适应民众需要和追求大众幸福为目标,达到不治而治的最终目的^[7]。

管理者在旅游企业的经营管理中,无论是对待员工还是旅游者,都应处于谦下的地位。旅游行业提倡的“员工第一”的理念,并不是忽略旅游者的感受,而是要求提供服务的旅游企业员工追求服务的创新,在人性化、个性化、情感化等方面进一步深化,更好地为旅游者服务^[8]。同时,应注重旅游者的感受,对待旅游者柔和、谦下,如许多酒店提出“服务如水,无所不至”的服务理念,建立相关游客档案,为每一位客人提供个性化、亲情化服务,了解游客需求和意见,都是守柔的表现。例如,针对过去在旅游商品销售中,品种单一和购物环境差,影响游客消费,苏州在开发旅游商品时注重对旅游者消费心理的“守柔”,实行“活态景观销售”,从而促使苏州旅游商品质量螺旋上升。因为在旅游产业链中,旅游商品是重要元素,以“活态景观销售”分析旅游者购物心理,通过商品的情节展示,生动地传递“物有所值”这个信息,营造和释放客人的购物欲望;在产品质量、参观线路上精心设计“商品景观走廊”。例如江苏丝绸研究所设计了一条传统工艺的养蚕、选茧、煮茧、复摇、织绸等纺织的“动态流程”,为游客展示了传统丝绸特色工艺,就是以适应和满足旅游者的需要和幸福为目标的。

2.4 道家辩证的管理谋略

“有无相生,以退为进,欲夺固予”^{[1]45},是道家管理谋略的主要内容,即道家主张以“退”为进的策略来获取最后的胜利。旅游企业应用辩证的态度看待旅游行业的发展,尤其要正确处理旅游经济发展

中的各种矛盾问题,注意旅游经济发展中的“现在”和“潜在”、“分离”和“整合”、“进入”和“退出”、“开放”与“封闭”,旅游企业的领导者应当顺应自然,所谓“君道无为,臣道有为”^{[1] 46}。

现在旅游业内有专家提出打破常规的“自主式”旅游,就是道家管理思想中的辩证法的真实体现,即“自主式”旅游的内涵就在于完全由旅游者说了算。这看似无章法,实际是调整旅游结构的新尝试,充分体现出旅游服务的个性化、多样化、灵活化、自由化,彰显出服务者对游客的人文关怀与细微体贴,同时也有利于避免导游人员因“偷工减料”、“任意宰客”、“质价不符”等引起的投诉。“自主式”旅游的接待方式表现为:除了按组团旅行社的要求,按照标准提前做好饭店预定和车辆预订外,其他接待方面原则上都由客人“点击”说了算。玩多长时间,旅游者自己说了算;吃什么菜,旅游者说了算;去什么购物场所,旅游者说了算;参观什么景点,旅游者说了算;旅游者可以自选导游等。这种旅游方式可以最大限度地满足旅游者的体验和期望,打破了一切由旅行社设计和安排产品的传统管理方式,这些都和道家的辩证管理思想有异曲同工之妙,这种方式应该引起旅游界的重视与研究。

2.5 重视旅游者心理和谐

旅游业管理中“人”的因素是核心。这里的“人”不仅仅是提供旅游产品和服务的员工,还包括接受旅游服务的旅游者。因此,除了前文提到的对待旅游者要谦和以外,还表现在重视旅游者鉴赏旅游资源的内心需求与感受的满足因素,从而创造一个和谐旅游过程。

和谐旅游文化是旅游者、旅游接待地区、旅游企业共同追求的最高境界。道家文化的“有无相生”可以理解成一种阴阳相成的和谐关系,对旅游经营管理带来的启示就在于要注重和谐共生。例如为了给旅游者营造一个美好的旅游体验,在进行乡村聚落景观设计与乡村旅游规划时,应合理布置,依林就势,宜藏忌显,错落有致,与环境有机结合;建筑风格应结合当地乡土建筑特色,宜少忌多,遵循小体量、分散化的原则;充分体现自然、休闲、朴素、简洁的风格,突出环保化和生态化,让旅游者有美妙的旅游经历。

这种体现道家思想的和谐旅游还可以提升旅游

者在游览时所体验到的美好的园林意境。作为旅游资源的古典园林的核心吸引力,从一定角度上讲,就是园林的意境。它的终极追求不是创造呈现于人们眼前的具体景观,而是要表达一种“形外之意”、“象外之象”^[9],也就是所谓的意境。所以,园林意境的开发应保护并适当改变园林周围的环境,以提供园林“生存”的氛围,增加背景音乐等,如“秋阴不散霞飞晚,留得枯荷听雨声”就是帮助旅游者深刻理解园林意境^[10],从而创造出一个和谐旅游过程。

3 结语

概而言之,道家管理思想尤其是《老子》寓意深刻,言有尽而意无穷,给我们提供了无限解读的广阔空间,对现代旅游企业的经营管理更是带来颇多借鉴和启示。因此,如果旅游企业能够实行“无为而治”的修养,培养自己“大巧若拙”、“大辩若讷”的品德,追求自然,不粉饰,使旅游企业顺道重人;旅游企业在经营管理时若用“守柔”、“反者道之用”、“上善若水”等管理思想实施领导,就一定会有好的效果,真正达到旅游企业经营管理中的无为而胜。

参考文献:

- [1] 老子.道德经[M].韩宏伟,何宏,译.合肥:安徽人民出版社,2005.
- [2] 许庆瑞.管理学[M].北京:高等教育出版社,2001.
- [3] 王德清.中外管理思想史[M].重庆:重庆大学出版社,2005.
- [4] 杨先举.老子管理学[M].北京:中国人民大学出版社,2005.
- [5] 曾宪年.老子领导思想研究[M].长沙:湖南师范大学出版社,2005.
- [6] 潘承烈,虞祖尧.中国古代管理思想之今用[M].北京:中国人民大学出版社,2001.
- [7] 祁金燕,李明.传统自然认识论中的人文性与当代人聚环境[J].长安大学学报:社会科学版,2005,7(1): 89-91.
- [8] 葛荣晋.道家哲学智慧与企业家的潇洒人生[J].长安大学学报:社会科学版,2005,7(3): 55-66.
- [9] 魏峰群.旅游体验管理在旅游业经营实践中的影响[J].长安大学学报:社会科学版,2006,8(3): 22-25.
- [10] 张春梅.提升古典园林意境的旅游体验价值[N].中国旅游报,2006-03-27(7)