第一图书网, tushu007.com

<<旅游经济学>>

图书基本信息

书名：<<旅游经济学>>

13位ISBN编号：9787040306088

10位ISBN编号：7040306085

出版时间：2011-1

出版时间：李炳义 高等教育出版社 (2011-01出版)

作者：李炳义 编

页数：247

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

内容概要

《旅游经济学》是高等学校旅游管理专业应用型本科系列教材之一。

李炳义主编的《旅游经济学》应用现代市场经济学和西方经济学的理论和方法，在充分吸收和借鉴旅游学研究最新成果的基础上，较为全面系统地分析了旅游经济运行的各个主要方面和环节。

全书共分八章，主要内容有导论、旅游需求与旅游消费、旅游供给与旅游开发、旅游市场机制、旅游企业与旅游产业、政府在旅游经济中的作用、旅游经济效益与经济影响、旅游经济发展。

各章均包含学习目标、引导案例、本章小结、本章的关键概念、实践环节、复习思考题、案例讨论题等栏目。

理论知识的介绍以简明易懂、深入浅出为原则，体现了“夯实基础、强化实训”的指导思想。

《旅游经济学》还附有电子课件，含电子教案、案例点评分析等，作为对教材的补充与延伸，体现立体化教材的特点。

《旅游经济学》可作为应用型本科旅游管理专业的教材，亦可供旅游从业人员培训使用。

<<旅游经济学>>

书籍目录

第一章 导论第一节 旅游经济活动一、旅游活动与旅游经济活动的含义二、旅游经济的产生与发展三、旅游经济活动的性质和特点第二节 旅游经济学的研究体系和学科特点一、国内外对旅游经济的研究二、旅游经济学的研究体系三、旅游经济学的学科特点第二章 旅游需求与旅游消费第一节 旅游需求概述一、旅游需求的概念和特点二、旅游需求的产生条件三、旅游需求的衡量指标第二节 旅游需求规律与弹性一、旅游需求的影响因素二、旅游需求规律三、旅游需求弹性第三节 旅游消费一、旅游消费的概念和特点二、旅游消费的作用三、旅游消费结构第三章 旅游供给与旅游开发第一节 旅游供给概述一、旅游供给的概念和特点二、旅游供给的构成第二节 旅游供给规律与弹性一、旅游供给的影响因素二、旅游供给规律三、旅游供给价格弹性第三节 旅游产品开发一、旅游产品的构成二、旅游产品开发的内容三、旅游产品开发的原则四、旅游产品开发的策略第四章 旅游市场机制第一节 旅游市场机制概述一、旅游市场与旅游市场机制的含义二、旅游市场机制的表现形式三、旅游市场机制的功能四、旅游市场机制的特征第二节 旅游市场供求均衡一、旅游供给与需求的矛盾二、旅游供给与需求的均衡分析三、旅游供求规律第三节 旅游价格一、旅游价格的构成二、旅游价格的分类三、旅游价格的定价机制四、旅游价格的实现五、旅游价格的监督管理第四节 旅游市场竞争一、旅游市场竞争的概念与必然性二、旅游市场竞争的类型三、旅游市场竞争的目标四、旅游市场的过度竞争第五章 旅游企业与旅游产业第一节 旅游企业组织一、企业及其类型二、现代企业制度的含义与特征三、旅游企业组织治理第二节 旅游产业的形成一、产业的概念与分类二、旅游产业的含义与特点三、旅游产业的构成第三节 旅游产业结构一、产业结构的含义二、旅游产业结构的含义及其优化三、中国旅游产业结构现状及其优化第六章 政府在旅游经济中的作用第一节 市场失灵与政府干预一、旅游市场失灵二、旅游发展中的政府干预第二节 旅游行业管理一、旅游行业管理概述二、旅游行业管理的手段三、旅游行业管理的内容四、提高旅游行业管理能力第三节 旅游产业政策一、旅游产业政策的概念与特点二、旅游产业政策的内容三、制定旅游产业政策的必要性及原则四、中国旅游产业政策的形成过程第七章 旅游经济效益与经济影响第一节 旅游经济效益一、旅游经济效益概述二、旅游微观经济效益三、旅游宏观经济效益第二节 旅游经济影响一、对旅游客源地的经济影响二、对旅游目的地的经济影响第三节 旅游经济影响的衡量一、旅游乘数二、旅游卫星账户第八章 旅游经济发展第一节 旅游经济发展模式一、旅游经济发展模式概述二、国际旅游经济发展模式比较三、中国旅游经济发展模式第二节 旅游经济发展战略一、旅游经济发展战略概述二、中国旅游经济发展战略参考文献

章节摘录

版权页：插图：5.旅游产品的质量发展旅游业不但需要一定数量的旅游产品，而且需要高质量的产品。
如果旅游产品的数量符合旅游需求的总量，但其质量差、生产效率低、使用价值小，则仍然不能满足旅游者的消费需求，就必然要影响到旅游消费的数量、结构和旅游消费的满足程度。
旅游产品的质量包括三个方面：一是向旅游者提供称心如意、物美价廉的旅游产品，即提供的旅游产品要达到适销、适量、适时和适价的要求；二是旅游服务效率，即对每一项旅游服务都要求做到熟练敏捷，为旅游者节约时间，提供方便；三是旅游服务态度，即在旅游服务过程中要礼貌、热情、主动、周到。
只有提高旅游产品质量，使旅游者获得物质与精神上的充分满足，提高他们的消费水平，才能使旅游消费结构日趋完善。
6.旅游产品的价格旅游产品价格的变化影响着旅游者的消费数量和消费结构。
由于旅游产品的需求弹性大，所以当旅游产品的价格上涨而其他条件不变时，人们就会把旅游消费转向其他替代商品的消费，使客源量受到很大影响。
反之，当旅游产品价格下跌，或者旅游价格不变而增加了旅游产品的内容时，人们又会把用于其他商品的消费转向于旅游，当单项旅游产品价格发生相对变化时人们的旅游支出也有可能随之发生改变。
因此，旅游产品价格的变化不仅影响旅游消费结构，而且影响旅游需求量的变化。
7.旅游者的心理因素旅游者的消费习惯、购买经验、周围环境等都会不同程度地影响到旅游消费选择、旅游消费行为，从而影响着消费结构。
消费方式的示范性及旅游者的从众心理也影响旅游者的支出投向，如历史上兴起的温泉旅游热、海滨旅游热以及现代的文化旅游热、休闲旅游热等。
（三）旅游消费结构的合理化根据我国旅游消费结构的状况，再结合国际上旅游需求的发展趋势，合理的消费结构应满足以下要求。
1.努力实现旅游市场的供求平衡旅游者的个人消费，从总体上构成了旅游市场上的需求。
由于受时间、地点、政治、经济、社会心理等因素的影响，旅游需求存在很大的变动性，而旅游需求是依靠供给得以满足的，旅游供给能力一旦形成，就具有一定的稳定性，为此，要做到旅游市场供求平衡是一件很困难的事情，这就要求旅游供给一定要从旅游需求出发，以适应旅游消费的需要。

编辑推荐

《旅游经济学》是高等学校旅游管理专业应用型本科系列教材,教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游专业组推荐教材。

第一图书网, tushu007.com

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