

高等院校旅游学科“十二五”规划教材 夏林根 / 主编

旅游经济学 原理与应用

陶汉军 陶晓红 编著

上海人民出版社 格致出版社

旅游经济学 原理与应用

陶汉军 陶晓红 编著

上海人民出版社  格致出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学原理与应用/陶汉军,陶晓红编著. —上海:
格致出版社;上海人民出版社,2010
高等院校旅游学科“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5432-1747-8

I. 旅… II. ①陶…②陶… III. 旅游经济学-高等学校-
教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 054507 号

责任编辑 高 璇
美术编辑 路 静

高等院校旅游学科“十二五”规划教材
旅游经济学原理与应用
陶汉军 陶晓红 编著

出版 世纪出版集团 格致出版社
www.ewen.cc www.hibooks.cn
上海人民出版社
(200001 上海福建中路193号24层)



编辑部热线 021-63914988
市场部热线 021-63914081

发行 世纪出版集团发行中心
印刷 上海商务联西印刷有限公司
开本 787×1092 毫米 1/16
印张 19.75
插页 2
字数 323,000
版次 2010年5月第1版
印次 2010年5月第1次印刷
ISBN 978-7-5432-1747-8/F·269
定价 32.00元

经过两年多的努力,“高等院校旅游学科‘十二五’规划教材”(以下简称“规划教材”)终于付梓了!

改革开放以来,我国旅游业快速发展,产业规模不断扩大,产业体系日趋完善。以连续遭受金融危机和各种突发事件、不利因素冲击的2008年为例,国内旅游人数17.12亿人次,收入8749.30亿元人民币;出境旅游4584.44万人次;全国共接待入境游客1.30亿人次,实现国际旅游外汇收入408.43亿美元;旅游业总收入1.16万亿元人民币;全国星级饭店共14099家,拥有床位293.48万张;纳入统计范围的旅行社20110家,持有导游资格证书的人员约61万;全国各类旅游景区景点2万多个,最佳旅游城市3座,优秀旅游城市307座,旅游强县17个;全国旅游从业人员1100多万,加上间接就业人员6500多万,占全社会就业总人数的7%。入境过夜旅游者人数已经连续五年位居世界第四名;国际旅游外汇收入已经连续三年位居世界第五名。我国已经形成全球规模最大的国内旅游市场和最活跃的国际旅游市场,已经实现由旅游资源大国到世界旅游大国的历史性跨越。

大力发展旅游业是我国的一项基本国策。旅游业是战略性产业,资源消耗低,带动系数大,就业机会多,综合效益好,对提高国民素质、传播中华民族先进文化和文明成果、推进和谐世界建设具有积极作用。当前我国正处于工业化、城镇化快速发展时期,改革开放稳步推进,经济社会持续发展,综合国力不断提升,日益增长的大众化、多样化消费需求为旅

游业发展提供了新的机遇。与此同时,也面临着市场环境复杂多变、市场竞争日趋激烈、保持旅游市场快速增长的困难加大等新情况和新挑战。2009年12月国务院颁布《关于加快发展旅游业的意见》,提出了未来十年我国旅游业发展的战略目标:到2015年,旅游市场规模进一步扩大,国内旅游人数达33亿人次,年均增长10%;入境过夜游客人数达9000万人次,年均增长8%;出境旅游人数达8300万人次,年均增长9%;旅游消费稳步增长,城乡居民年均出游超过2次,旅游消费相当于居民消费总量的10%;经济社会效益更加明显,旅游业总收入年均增长12%以上,旅游业增加值占全国GDP的比重提高到4.5%,占服务业增加值的比重达到12%;每年新增旅游就业50万人;旅游服务质量明显提高,市场秩序明显好转,可持续发展能力明显增强,力争到2020年我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平。实现国家发展旅游业的战略目标,需要包括整个旅游行业、旅游院校在内的社会各界的共同努力。

大力发展旅游产业,人才队伍建设是关键。旅游业的快速发展,对旅游人才的素质提出了新的更高的要求。目前我国旅游业的人才现状与旅游业的发展需要还有相当大的差距,旅游管理人员的数量和管理水平,旅游院校的培养模式、培养体制还难以与迅速发展的旅游业相适应。整合旅游教育资源,加强学科建设,优化专业设置,深化教学改革,提高旅游教育水平,为旅游行业输送更多高素质人才,是旅游院校的基本任务,也是促进旅游业持续快速健康发展,实现世界旅游强国宏伟目标的战略措施之一。

草创于改革开放初期的我国旅游教育事业,蓬勃发展。2008年末,全国共有高等旅游院校及开设旅游系(专业)的普通高等院校810所,在校学生44万人。另有旅游中等职业学校965所,在校学生40.46万人。我国已经形成了研究生教育、本科教育、专科教育、中等职业教育四个层次,全日制教育、业余教育、远程教育三种方式相结合的旅游教育体制,并呈现出院系(专业)数量迅速增长、办学规模不断扩大的趋势。旅游从业人员的培训工作,正朝着规范化、制度化的方向发展。但是,旅游院校在办学结构、办学特色、课程设置、实践环节等方面,还有不少亟待研究解决的问题。

教材建设是高等院校的一项基本任务,加强旅游学科教材建设是改善提高旅游教育水平的当务之急。我们既要有一支具有较高学术水平的师资队伍,又要有若干套有所创新、有所超前、体现时代特色的旅游教材,才有可能培养出适应社会

需要、为行业所欢迎的旅游人才。“规划教材”正是为此目标而设计编纂的。

“规划教材”作为高等院校旅游学科的通用教材,力求学术性与普及性并重,开拓性与稳定性结合,理论性与应用性兼具。为突出旅游学科应用性、实践性的专业特点,作者们站在世界旅游学科的前沿,吸收国内外最新研究成果,关注旅游产业的最新动态,在系统、准确、简明地阐述相关基础理论的基础上,结合案例,适当描述相关的操作程序和方法,还设置了“学习要点”、“复习思考”、“案例点评”、“实训练习”等模块。

高等院校的课程设置,体现了高校各自的办学思想和办学特色。不同的高校可以有不同的课程体系。“规划教材”计划出版三十余种,选题既包括旅游管理、酒店管理、会展经济等旅游学科的专业基础课和必修课,也包括相关专业主要的选修课,是目前国内规模最大、种类最多、涵盖面最广的一套专业教材。

“规划教材”的作者来自全国各地,他们大多是教育部、省级或校级的特色专业或重点专业的教授和副教授,执教的课程不少是教育部、省级或校级的精品课程或重点课程,多年研究讲授某一门课程,积累了丰富的教学经验和资料。此外,还有一些长期任职于旅游主管部门以及大型旅游企业的领导,他们具有丰富的管理实践经验。高等院校教师、行业主管部门专家和大型企业领导三方面的人才相互通力合作,将使用多年获得好评的讲义和多年的管理实践经验整理成书,这是编纂高校教材的一种新尝试,也将使这套教材更贴近旅游界的现实,更具权威性。

“规划教材”主要是为普通高等院校旅游学科,包括旅游管理、酒店管理、会展经济及相关专业的本科教学编写的,同时兼顾了民办高校、夜大学、网络教育、自学考试相关专业的教学需要,还可作为旅游企业高级管理人员培训教材、高职高专院校教学参考用书。我们真诚地希望旅游教育界的专家学者、使用这套教材的老师和学生及时提出批评建议,使其能够不断完善,更适应旅游教育改革的需要。

“规划教材”的编纂出版,得到了上海世纪出版集团格致出版社的大力支持。从选题的确定到书稿的修改,格致出版社提供了许多很有见地的建议,也得到了有关专家学者的鼎力相助,在此深表谢意!

夏林根

于复旦大学光华楼

为适应旅游管理专业教学的需要,《旅游经济学》自1986年国家旅游局教育司组织编写的第一个版本问世以来,各院校在结合教学和科研的基础上已先后编辑出版了多个版本。纵观现有的各个版本,一个共同的特点是基本理论的内容篇幅较大,而实际应用方面则甚为不足。这种情况在我国旅游业和旅游教育发展的今天,在一定程度上已不利于旅游教学质量的进一步提升,也不利于贯彻学以致用原则。

为适应当今我国旅游业发展的形势和旅游专业人才培养的需要,本书就《旅游经济学》这本教材如何进一步贯彻理论与实际相结合的问题做了一些初步尝试。其主要特点是:

第一,对《旅游经济学》中关于旅游需求、旅游产品的供给、旅游产品价格的制定、旅游产品的市场营销、旅游产品的经营、旅游发展的宏观经济效益和旅游发展规划的编制等主要问题的基本原理做了进一步的深入探讨;第二,将上述主要问题的阐述与旅游实际工作的需要尽量结合起来,如在旅游产品的供给一章中,除叙述旅游产品供给的内容和供给规律外,还结合实际需要阐述了旅游工程项目可行性研究的内容、方法与投资效益的估算,以及旅游区域环境质量的分析与评价方法等;第三,应用了国际上经济学研究中的一些技法和方法,如旅游需求预测中主要定性和定量分析方法、旅游产品市场营销中的调查统计方法、旅游发展规划中的投入产出分析方法等。

此外,本书结合了实际工作需要,所阐述的应用方法对于从事旅游经济管理的人员也有重要的实际意义。

由于本人水平所限,书中不足或错误之处在所难免,诚请大家批评指正。

前言 001**第一章 绪论 001**

第一节 旅游产品与旅游经济活动 001

第二节 旅游经济学的研究对象和主要内容 006

第二章 旅游需求与预测 010

第一节 旅游需求的特征与规律 010

第二节 旅游需求的测量 026

第三节 旅游需求预测 031

第三章 旅游产品的供给 065

第一节 旅游供给与供给价格弹性 066

第二节 旅游资源的开发 073

第三节 旅游设施建设 083

第四节 旅游产品的设计和生产 105

第四章 旅游产品价格的制定 124

第一节 旅游产品价格的构成 124

第二节 旅游价格政策 129

第三节 旅游产品价格制定的方法 132

第五章 旅游产品的营销 148

第一节 市场营销与营销组合 149

第二节 旅游市场营销计划与预算 154

第三节 旅游促销中媒体广告的选择与效果的测量 168

第六章 旅游产品经营分析 178

第一节 成本分析与产量的最大化 179

第二节 收支平衡分析 186

第三节 目标利润分析 191

第四节 最佳利润与边际贡献分析 196

第五节 成本结构分析 203

第七章 旅游产品销售的宏观经济效益 212

第一节 旅游收入乘数效应的测量 212

第二节 旅游宏观经济效益指标与测定 225

第三节 宏观旅游成本和纯经济收益 237

第八章 旅游发展规划 248

第一节 旅游发展规划的编制程序和主要内容 248

第二节 旅游规划中的比例关系——投入产出模式 258

第三节 旅游规划中开发建设项目的评析方法 265

参考答案 283

附录 286

一 旅游规划和承载力标准(世界旅游组织) 286

二 贴现表 295

三 开平方值 302

参考文献 303

学习要点

- 旅游产品概念及其特性
- 旅游经济活动的含义及其产生、发展概况
- 旅游经济学研究的对象、主要内容、目的和任务

第一节 旅游产品与旅游经济活动

旅游产品是游客消费的对象物,其需求和供给已成为现代旅游经济活动的主要内容,其在旅游市场上表现为旅游产品需求者与旅游产品供给者之间的经济联系。

一、旅游产品的概念和特性

(一) 旅游产品的概念

旅游产品之所以称为产品不仅因为它能满足人们的某种需要,而且在于具有与物质产品共同的属性,即价值和使用价值。但是它又与物质产品不同,是无形

的。那么旅游产品是一种什么样的产品呢？它可分别从旅游供给和旅游需求两方面来考察。

从旅游供给角度说,旅游产品是旅游经营者凭借旅游吸引物、交通运输设施和旅游设施向游客提供的用以满足其旅游活动需要的全部服务。这些服务包括行、游、住、食、购、娱六大基本方面,它们分别由旅游目的地的不同部门和企业提供,旅行社则根据游客的需要,将它们组合成产品,向游客销售。可见,旅游产品是由多种单项服务组合成的复合产品,其典型表现是一条条的旅游线路,如北京—西安—重庆—桂林—广州,上海—杭州—长沙—昆明—广州等。对这种线路产品,旅行社多采取包价形式,即将游客在线路上各地所需要的各种服务的价格总和起来,再加上旅行社的经营管理费用和利润,按人或人天统一对外报价。这种产品称为整体旅游产品,主要为旅游团所购买,当然也有部分家庭旅游者或亲朋好友结伴旅游者购买这类产品。

与整体旅游产品由多种旅游服务组成不同,单项旅游产品则是旅游目的地的旅游企业或相关企事业单位直接向游客销售的单项服务。由于旅游形式多种多样,许多游客选择独自出游,或几个人结伴出游的方式,他们对旅游中所需要的服务采取了零星购买的办法,如需要住宿便自己或通过旅行社订房,需要去某景点游览就自己购买车票,需要用餐便自行到餐馆购买餐食等,总之,对需要的服务均现买现付。对于这种旅游方式的游客,饭店、餐馆、交通运输公司、旅游景点向他们提供的服务称为单项服务或单项旅游产品。这是因为提供这些服务的部门或企业在经营上是各自独立的,它们向游客提供的服务实际上是它们的员工凭借各自的设施设备生产的产品。它们除将其部分产品通过与旅行社签订合同构成旅行社线路产品的组成部分外,其余部分则由它们自行销售。

从旅游需求角度说,旅游产品是游客花费一定的费用、时间和精力所换取的一次旅游活动的经历或体验。它包括游客自离开常住地开始,直到旅游活动结束归来的全过程所见、所闻和享受的各种服务的综合感受。所以,从游客角度说,无论他(她)采取何种出游方式,是参加旅游团还是独自前往旅游目的地,抑或几人结伴同游,他(她)购买的是一次旅游经历,是对旅游目的地整体旅游产品的体验和感受。

以上从两个不同角度考察的旅游产品,虽然在表述上不同,然而实际上是同一问题的两个侧面,即从供给角度说是多种旅游服务,而从需求角度说则是对这些旅

游服务的感受,其实质是综合性旅游服务。

(二) 旅游产品的特性

从上面关于旅游产品定义的阐述中可以清楚看出,旅游产品是一种特殊的产品,既不同于物质生产部门生产的实物产品,也不完全同于其他服务部门向社会提供的服务产品。诚然,旅游产品也是一种服务产品,具有与其他服务产品共同的属性,如服务价值的不可贮存性(如客房服务,若一间客房当日无人租用,这一天该客房服务应分摊的价值就得不到实现和补偿。虽然第二天可以继续被租用,然而所补偿的价值则是第二天应实现的价值,不能像工农业产品那样暂时卖不掉可贮存起来,其应实现的价值不会受损)、服务生产和消费的不可分离性(旅游服务若没有服务对象—游客来消费,服务便不会发生)、服务所有权的不可转移性(在服务的生产和消费过程中,没有任何东西的所有权发生转移)和服务的差异性(同样的餐饮服务,由于每次服务的对象不同,其服务质量无论是在实际上还是客人心理感受上都会存在着差异)。

旅游产品除了与其他服务产品上述共同属性外,还有其独有的特性,即综合性和易波动性。

1. 综合性

综合性是整体旅游产品的典型特性。整体旅游产品的综合性,首先表现为它是由多种旅游吸引物、旅游设施和多种服务组成的复合型产品。它具有满足人们在旅游过程中对住宿、饮食、交通、游览、娱乐和购物等多种需要的功能;其次,还表现在它的组合涉及旅游目的地众多的部门和行业,其中,既有直接向游客提供产品和服务的部门和行业,又有间接向游客提供产品和服务的部门和行业,还有非经济性的政府有关部门和行业组织。澳大利亚 20 世纪 70 年代初期对其旅游业进行的投入产出分析表明,该国提供的旅游产品涉及其国民经济中 29 个经济部门中的 109 个行业,其中还不包括文教、卫生、公安、海关等非经济部门。我国 1992 年关于旅游业范围的规定中也覆盖了国民经济中的 74 个行业。

旅游产品的综合性来源于旅游活动是一种涉及经济、社会、文化等多方面的综合性活动,这种活动涉及游客行、游、住、食、购、娱等多方面的物质和精神需求。旅游产品的综合性要求目的地的旅游经营者全面规划、综合安排产品的组合。

2. 易波动性

旅游产品的易波动性又称易受影响性或脆弱性。这是因为影响和制约旅游

产品的生产和销售因素很多,其中任何一项因素的变化都可能对其生产和销售产生较大的影响。引起旅游产品生产和销售易波动性的原因主要有以下几个方面:

(1) 构成旅游产品各个部分之间的比例关系。整体旅游产品是一种组合产品,各部分之间存在着一定的比例关系,在目的地旅游产品供给中有一个合理的数量结构,而各组成部分又是分别由许多相关行业提供的,其中某一组成部分或某一行业供给的超前或滞后,都会对旅游产品的整体效能产生影响。

(2) 季节性因素。旅游活动,尤其是消遣性旅游活动具有较强的季节性,它是旅游目的地和旅游产品经营者无法控制的,从而使旅游产品的生产和供给难以适应季节性变化的要求,常常造成旺季供不应求,而在淡季大量设施闲置。形成旅游产品季节性波动的因素一是目的地的自然气候条件,气候温和,来访游客多,气候寒冷,来访游客少;二是客源地居民的假日时间。假日期间,居民出游多,非假日时间,居民出游就少。

(3) 政治、社会、经济因素。旅游目的地国家或地区和国际的政治、社会和经济因素的较大变动也会对旅游产品的生产和销售带来较大影响,这些影响同样是旅游经营者无法控制的。例如,政治因素中的国内政治动乱、国家间关系的恶化、政府政策的变化和战争等,经济因素中的经济危机、目的地的通货膨胀,社会因素中的社会动荡、暴力恐怖活动的猖獗,自然因素中的地震以及疫病的流行等。

总之,上述因素的变化都会在不同程度上使旅游产品的生产和销售形成波动。

二、旅游经济活动的产生

人类的旅行活动早在原始社会末期便已产生,由于第一次社会大分工,原始饲养业从原始农业中分离出来;第二次社会大分工,手工业从农业和畜牧业中分离出来,社会中产生了交换的需要,从而引起了第三次社会大分工,即初期的商业活动从农业、畜牧业和手工业中分离出来,从而产生了商人队伍,他们来往于不同地区、不同部落之间从事商品交换活动,这就是早期的商业旅行。随着商品生产的发展和私有制的形成,人类社会依次进入奴隶制社会和封建社会,其间商业旅行有了进一步发展,而且一些非经济目的的旅行活动如帝王将相巡游、士人漫游、宗教旅行等也有所发展。但是,在资本主义社会以前,这些旅行活动只是社会中少数人的行为,并未形成社会性需求,另一方面在社会经济结构中也未出现针对其旅行活动需

要的专门服务体系。因此在这段漫长的岁月中旅游经济活动还未形成。

随着资本主义经济的发展,特别是自18世纪60年代至19世纪,西欧和北美一些国家完成了产业革命,使社会生产力快速发展、内外贸易更趋活跃、城市化程度不断提高,从而为旅游经济活动的产生和发展创造了必要的条件。一方面,在经济发展的基础上,不仅从事商贸的人数在增多,而且随着人们收入的增加,为缓解大机器生产对人们身心造成的紧张和单调,出外经商、观光、度假的人次数不断增多,从而形成了出游的社会性需求;另一方面,铁路、蒸汽轮船和私人汽车的出现,为人们出游提供了快速、便利的交通,铁路旅馆、城市旅馆和餐馆、酒吧、咖啡屋的迅速发展,为人们的出游准备了舒适的住宿和餐饮条件,以托马斯·库克旅行社为代表的欧美一批旅行社的设立标志着旅游业的诞生。总之,一方面是社会性旅游需求的规模在不断扩大,另一方面是社会性旅游供给体系在逐步发展。这种旅游供需之间的商业性运作便构成了旅游经济活动的主要内容。

三、旅游经济活动的发展

19世纪末以后,特别是20世纪50年代以来,由于科学技术的进步,世界经济获得了较快发展,使旅游经济活动不仅由欧美地区内和地区之间的区域性进一步扩展至世界范围,而且规模越来越大,使旅游业成为一个全球性的最大产业,由旅游需求和旅游供给的矛盾运动所推动的旅游经济活动对世界和各国经济产生的影响也在不断增强。

经济的不断发展使人们的收入水平大大提高。据荷兰格罗林根大学经济学名誉教授安格斯·麦迪逊的计算(《人类在1820年前都很贫穷》1999年1月11日《华尔街日报》),在人类进入20世纪后的100年中,世界其他地区的人均收入增长了7倍,而西方发达国家的国内生产总值平均增长了49倍。人们收入的增加,生活条件的改善,对旅游的需求也在不断增长,从而使旅游活动演变为一种世界范围的群众性活动。据世界旅游组织和世界旅游理事会的数据,世界国际旅游人次由1950年的2528万增至2000年的6.97亿,国内旅游人次在2000年达到了62.825亿,二者合计为69.8亿,即世界平均每人出游1.15次,旅游总产值达6.2万亿美元,占当年世界国内生产总值的10.6%。

科学技术的不断进步使人们出游的交通运输发生了革命性的变革,大型宽体喷气式飞机取代了涡轮螺旋桨飞机,高速列车替代了蒸汽火车,大型远洋豪华游轮

更替了蒸汽客轮,不仅载客量大,而且速度更快、更加舒适,为人们出游创造了快速、高效和便捷的条件。其次,现代电子网络的发展不仅增进了人们对世界各地新奇事物的兴趣和了解,而且为人们进行电子查询和旅游预订提供了便利。最后,各种现代科学技术在旅游住宿设施、游乐设施等方面的广泛运用也为人们的出游增添了舒适和乐趣。

第二节 旅游经济学的研究对象和主要内容

一、国内外对旅游经济的研究

对旅游经济活动的研究早在 19 世纪后期便已开始,当时一些专家和学者已敏锐地觉察到人们的商业性出游行为对国家经济的重要性(1899 年意大利统计局局长博奥迪:《关于外国人在意大利的移动及其消耗的费用》),提出了旅游活动的经济性质(1927 年罗马大学讲师马里奥蒂:《旅游经济讲义》),论述了促进旅游业发展的政策措施和手段(1935 年德国柏林大学教授葛留克斯曼:《旅游总论》)。第二次世界大战结束以后,对旅游经济活动的研究不仅参加的专家、学者更多,而且不少旅游企业集团、旅游行业组织和政府有关部门也参与了进来,使这种研究的范围进一步扩大,研究的内容更加深入细化。我国专家、学者对旅游经济的研究虽然起步较晚,但伴随着我国旅游业的发展,也在逐步深入,取得了一定的成果。

二、旅游经济学的研究对象

旅游业的综合性和旅游消费是最终消费的特点决定了旅游经济除了具有与其他门类经济相同的性质外,还有自身的特点,即与其他行业相比,它的产业链更长,其运行与国民经济中许多行业有着直接和间接的经济联系。这种特点规定了旅游经济学的研究对象有别于其他门类经济学。

旅游经济学的研究对象是旅游经济活动的运行及其运行过程中所产生的经济现象、经济关系和经济规律。旅游经济活动的运行集中表现为旅游需求与旅游供给的矛盾运动,它既贯穿于旅游经济活动的始终,又牵涉到经济社会的方方面面,

从而在其运行过程中会呈现出多种经济现象、经济关系,以及支配这些经济现象和经济关系的规律。因为在这个过程中,旅游产品的供给要不断适应旅游需求,社会劳动要在旅游产业中以及与旅游产业直接和间接相关的行业中进行合理分配,旅游产品生产的各要素要进行合理的配置,旅游产业内外的各利益主体的经济关系要彼此协调等等。

三、旅游经济学研究的主要内容

旅游经济学研究的内容概括地说,就是研究旅游经济活动运行的主要环节及其相互关系。

(一) 旅游需求以及旅游需求与旅游供给的矛盾运动和调节机制

旅游需求是推动旅游经济发展的原动力,需求不足或需求过旺都会阻碍旅游经济的发展,前者会导致旅游供给设施的闲置,后者会引起旅游供给设施的紧张、旅游服务质量的下降。因此需要运用经济手段乃至行政和法律的手段对其进行调节,以实现旅游经济的持续发展。它是旅游经济学研究的重要内容之一。

(二) 旅游产品的生产和供给

要使旅游产品的生产和供给适应旅游需求,需要做好旅游规划,开发旅游资源,设计适销对路的旅游产品,部署相应的旅游设施建设,保护好环境,协调好相关产业的发展等,以实现旅游供给与旅游需求的协调发展。

(三) 旅游经济效益、社会效益和环境效益

要实现旅游的可持续发展,需要处理好三方面的利益关系,即游客、旅游经营者和旅游目的地国家或地区政府之间的利益关系。其中游客的利益表现为通过购买旅游产品以实现身心的最大享受和满足,旅游经营者的利益表现为通过销售旅游产品和服务以取得最佳利润,而旅游目的地国家或地区政府的利益则是通过支持旅游业的发展以获取最大的经济效益、社会效益和环境效益。三者的利益既互相制约又相互依存,寻求、研究和协调三者之间的利益关系既是旅游业顺利而健康发展的保障,也是旅游经济学研究的重要内容。

四、旅游经济学研究的目的和任务

邓小平 1979 年 1 月 2 日在接见美国众议院银行、财政、城市事务委员会访华团之前,同国家旅游总局负责人谈话时说:“搞旅游业要千方百计地增加收入。既然

搞这个行业,就要看看怎样有利可图。”邓小平的讲话直截了当地指出了发展旅游就是要千方百计地获取经济效益,这就是旅游经济学研究的主要目的和任务。具体地说,有如下几点:

(1) 为旅游目的地国家或地区政府有关部门制定旅游发展方针、政策、法规、标准奠定理论基础。如为旅游市场监管,旅游企业经营行为,旅游资源的评价,旅游经济效益的评估等提供理论支持和帮助。

(2) 为旅游目的地国家或地区编制旅游发展规划提供选择和方法。如开展旅游市场的调查、分析与预测,制定各个时期的旅游发展战略、发展时序,规划旅游产品的发展、资源开发和旅游设施建设,部署和协调旅游业同相关行业的发展等。

(3) 为旅游经营者提高经营管理水平提供指导,以减少和避免决策上的盲目性,减少资金的浪费和损失,从而取得较好的经济效益。如在旅游工程建设项目的投资上如何在经过充分的经济论证基础上,选择经济上最优或较优、财务上可行的工程方案,在经营管理上如何有效地节约成本、提高经济效益和进行经济评价等。

(4) 在总结我国旅游发展经验的基础上,汲取国外可行的研究成果和经济评价方法,以丰富、提高我国旅游经济研究水平,为发展旅游业和培养旅游专门人才服务。

本章小结

旅游产品是一种能满足游客旅游需求的综合性服务,既具有一般服务产品的共性,又有其自身的特性。旅游经济活动是旅游需求与旅游供给之间的矛盾运动及其运动过程中所产生的经济联系和经济关系。旅游经济学研究的就是这一主要矛盾及其运动过程中的经济联系、经济关系和经济规律,以为旅游企业、旅游目的地国家和地区的旅游经营和管理提供指导。

专题讨论

20世纪80年代以来,为适应我国旅游业和旅游教育发展的需要,国内专家、学者先后撰写和出版了多个版本的《旅游经济学》,对其研究对象提出了各自的看法。现摘录一部分,供比较研究。