



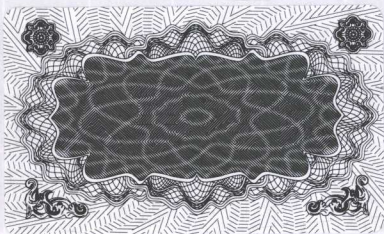
2009年版

全国经济专业技术资格考试用书

旅游经济

专业知识与实务

【中级】



全国经济专业技术资格考试用书编写委员会 编写
中国人事出版社

全国经济专业技术资格考试用书
(2009年版)

旅游经济专业知识与实务

(中 级)

主 编

陶汉军

编写人员

李 红 邹益民 徐 虹 梁 智

中国人事出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济专业知识与实务:中级/陶汉军主编. —北京:中国人事出版社,2009.5

全国经济专业技术资格考试用书:2009年

ISBN 978 - 7 - 80189 - 827 - 2

I. 旅…

II. 陶…

III. 旅游经济 - 经济师 - 资格考核 - 自学参考资料

IV. F59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 051485 号

2009 年版全国经济专业技术资格考试用书防伪标识别方法:

1. 将书平端于眼前,旋转 45°,逆光观看,可清晰看到隐藏在图案中的文字“人事考试”。

2. 用手触摸,有细腻而明显的凹凸手感。

出版发行:中国人事出版社

地 址:北京市朝阳区育慧里 5 号,100101

网 址:www.renshipublish.com

经 销:全国新华书店

印 刷:河北零五印刷厂

版 次:2009 年 5 月第一版

印 次:2009 年 5 月第一次印刷

开 本:787 × 1092 毫米 1/16

印 张:19.75

字 数:493.4 千字

定 价:45.00 元

人力资源社会保障部人事考试中心举报电话:(010)64401072

中国人事出版社举报电话:(010)84643937

如有印装差错,请与本社联系:(010)84642504

前 言

为做好全国经济专业技术资格考试工作,更好地评价经济专业技术人员的能力和水平,促进经济专业技术人员不断提高业务知识和能力,更好地为经济建设服务,充分体现党的“十七大”和十一届全国人大以来社会经济的发展方针、政策及法律法规的变化,根据原人事部颁布的《经济专业技术资格考试暂行规定》及其《实施办法》(人职发[1993]1号),在认真听取相关单位与应试人员意见的基础上,我们组织专家对全国经济专业技术资格考试大纲进行了重新编写。新版大纲的一个显著变化是,在“考试目的”中说明对知识和能力的要求,对“考试内容”取消了掌握、熟悉、了解的区分。

为更好地为广大应试人员服务,帮助广大应试人员正确理解新版考试大纲的精神,掌握考试的基本内容和要求,我们组织专家根据新版大纲重新编写了经济专业技术资格考试用书,供广大应试人员和有关人员复习参考。

书中疏漏及不足之处,恳请指正。

人力资源和社会保障部

人事考试中心

二〇〇九年四月

考试说明

为帮助广大应试人员熟悉全国经济专业技术资格考试的内容和要求,特作如下说明:

[考试性质] 全国经济专业技术资格考试属标准参照性考试。本考试成绩合格者,获得相应级别的经济专业技术资格,表明其具备担任相应级别的经济专业技术职务的专业水平和能力。本资格全国范围内有效。

[考试方式] 全国经济专业技术资格考试采用笔试。

[考试级别] 全国经济专业技术资格考试设置两个级别:经济专业初级资格和经济专业中级资格。初级资格含经济专业技术职务中经济员和助理经济师任职资格;中级资格指经济专业技术职务中经济师任职资格。

[考试专业] 全国经济专业技术资格考试共分工商管理、农业、商业、财政税收、金融、保险、运输、人力资源管理、邮电、房地产、旅游、建筑 12 个专业。其中运输分公路、水路、铁路、民航 4 个子专业。

[考试科目] 全国经济专业技术资格考试设两个科目:

一、经济基础知识。此科目为公共科目,初级涵盖经济学基础、财政、货币与金融、管理学、市场营销和法律等六部分内容;中级涵盖经济学、财政、货币与金融、统计、会计和法律等六部分内容。

二、专业知识与实务。考生可从前述 12 个专业中任选 1 个专业(或子专业)报考。

[试卷题型题量] 全国经济专业技术资格考试试卷题型题量如下:

经济基础知识(初、中级)试卷题型为单项选择题和多项选择题,各级别题型的题量分布均为:单选 70 题,多选 35 题,试卷总题量为 105 题。

专业知识与实务(初、中级)试卷题型为单项选择题、多项选择题和案例分析题。各级别题型的题量分布均为:单选 60 题,多选 20 题,案例分析 20 题,试卷总题量为 100 题。

[考试时间] 全国经济专业技术资格考试在一天内进行,上午进行专业知识与实务科目考试,下午进行经济基础知识科目考试,时间均为 150 分钟。

目 录

考试大纲	(1)
------------	-------

第一部分 旅游经济基础知识

第一章 旅游需求与预测	(9)
第一节 旅游需求的特征与规律	(9)
第二节 影响旅游需求的因素与旅游需求测量指标	(18)
第三节 旅游需求预测方法	(22)
第二章 旅游供给	(28)
第一节 旅游供给的内容与规律	(28)
第二节 旅游资源开发价值评估	(34)
第三节 旅游设施建设	(38)
第三章 旅游供求矛盾与调节	(43)
第一节 旅游供求矛盾与市场机制	(43)
第二节 旅游价格调节机制	(45)
第三节 旅游竞争调节机制	(49)
第四节 旅游政策法规调节	(51)
第四章 旅游收入分配与旅游经济效益	(55)
第一节 旅游收入及其分配	(55)
第二节 旅游乘数效应	(60)
第三节 旅游微观经济效益及其评价	(64)
第四节 旅游宏观经济效益及其评价	(68)
第五章 旅游经济结构与政府调控	(72)
第一节 旅游经济结构及其优化	(72)
第二节 政府干预和旅游规制	(76)
第三节 旅游行业管理	(79)
第六章 旅游规划与旅游产业发展	(83)
第一节 旅游规划的编制	(83)
第二节 旅游产业发展模式	(88)

第二部分 饭店经营管理

第一章 饭店经营战略	(92)
第一节 饭店战略管理概述	(92)
第二节 饭店总体经营战略	(98)

第三节 饭店市场竞争战略	(101)
第二章 饭店集团与品牌经营	(111)
第一节 饭店集团概述	(111)
第二节 饭店连锁经营	(115)
第三节 饭店品牌经营	(119)
第三章 饭店营销策略	(129)
第一节 饭店营销与市场定位	(129)
第二节 饭店基本营销策略	(134)
第三节 饭店其他营销策略	(143)
第四章 饭店业务的管理	(151)
第一节 饭店房务管理	(151)
第二节 饭店餐饮管理	(159)
第三节 饭店安全管理	(167)
第四节 饭店设备管理	(174)
第五章 饭店服务质量管理	(181)
第一节 饭店服务质量管理概述	(181)
第二节 饭店服务质量控制体系	(183)
第三节 饭店质量管理基本方法	(191)
第六章 饭店人力资源管理	(197)
第一节 饭店人力资源管理概述	(197)
第二节 饭店招聘与用工管理	(201)
第三节 饭店员工职业生涯管理	(207)
第四节 饭店绩效考评体系	(212)
第五节 饭店薪酬管理	(215)
第七章 饭店财务管理	(223)
第一节 饭店筹资管理	(223)
第二节 饭店长期投资管理	(228)
第三节 饭店营运资金管理	(235)
第四节 饭店收益及分配管理	(238)
第五节 饭店财务分析	(244)

第三部分 旅行社经营管理

第一章 旅行社的业务经营	(251)
第一节 旅行社经营体系与业务经营	(251)
第二节 旅行社的诚信经营	(257)
第三节 旅行社核心竞争力的提升	(261)
第二章 旅行社的经营战略	(265)
第一节 旅行社经营战略与战略管理	(265)
第二节 我国旅行社经营战略的选择	(269)

第三章 旅行社的产品经营与品牌管理	(272)
第一节 旅行社产品开发	(272)
第二节 旅行社产品的价格管理	(275)
第三节 旅行社产品的销售管理	(279)
第四节 旅行社的信息管理	(282)
第五节 旅行社的品牌经营与管理	(283)
第四章 旅行社的质量管理与旅游保险	(287)
第一节 旅行社服务质量的管理	(287)
第二节 旅行社的风险管理	(291)
第三节 旅游保险	(295)
第五章 旅行社的经营核算与资产管理	(299)
第一节 旅行社的经营核算	(299)
第二节 旅行社的成本控制	(301)
第三节 旅行社的资产管理	(302)

考试大纲

第一部分 旅游经济基础知识

第一章 旅游需求与预测

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅游需求特征、旅游需求规律、影响旅游需求的因素和旅游需求测量指标等知识的认知程度,以提高其对旅游需求基本理论的应用能力。

考试内容

(一)旅游需求的特征与规律

旅游需求的类型与特征;旅游需求与产品价格、可自由支配收入和闲暇时间的关系;旅游需求价格弹性、收入弹性、相互制约弹性和替代品弹性及其计算;旅游需求与替代品、互补品之间的关系。

(二)影响旅游需求的因素与旅游需求测量指标

影响旅游需求的推力因素、拉力因素和客源地与目的地的距离因素;旅游需求测量指标与计算。

(三)旅游需求预测方法

营销人员综合意见法;游客意向调查法;专家意见法;一元线性回归法。

第二章 旅游供给

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅游供给内容、特点、供给规律、影响旅游供给的因素、旅游资源开发价值的评估和旅游设施建设项目的评价方法等知识的认知程度,以提高考生对运用旅游供给基本理论的运用能力和对旅游资源与旅游设施建设项目的评价能力。

考试内容

(一)旅游供给的内容与规律

旅游供给的主要内容和特点;旅游供给规律和供给弹性;影响旅游供给的因素。

(二)旅游资源开发价值评估

旅游资源开发价值评估的内容与评估方法;旅游资源开发中环境质量的测定;旅游资源开发地区的承载力与测算。

(三)旅游设施建设

旅游设施建设前可行性研究的类型与内容;旅游设施建设项目的静态(投资回收期法、投资利润率法)和动态(净现值法、内部收益率法)评价方法。

第三章 旅游供求矛盾与调节

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅游供求矛盾的表现形式、旅游价格调节、旅游竞争调节和旅

游政策法规调节等知识的认识程度,以提高考生对旅游供求矛盾的驾驭能力。

考试内容

(一) 旅游供求矛盾与市场机制

旅游供求矛盾的表现形式;旅游市场机制的内容和主要特征。

(二) 旅游价格调节机制

旅游价格对旅游供求关系的调节作用;旅游价格制定的目标与策略;影响旅游价格制定的因素。

(三) 旅游竞争调节机制

旅游竞争对旅游供求关系的调节作用;旅游竞争的目标与途径;旅游竞争策略。

(四) 旅游政策法规调节

旅游政策法规对旅游供求关系的调节作用:旅游规划调节;旅游产业政策调节;政府法规和旅游法规调节。

第四章 旅游收入分配与旅游经济效益

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅游收入分配和再分配过程、旅游乘数效应及作用机理、旅游经济效益评价指标以及宏观经济效益与微观经济效益的分析途径等知识的认识水平,以提高考生对旅游宏观经济效益和微观经济效益的分析能力。

考试内容

(一) 旅游收入及其分配

旅游收入分类与测量指标;旅游收入分配与再分配过程的内容及作用。

(二) 旅游乘数效应

旅游乘数效应的类型和作用阶段;旅游乘数效应的计算方法;影响旅游乘数效应大小的因素和提高旅游乘数效应的途径。

(三) 旅游微观经济效益及其评价

影响微观经济效益的因素;旅游微观经济效益的评价方法与计算;提高旅游微观经济效益的途径。

(四) 旅游宏观经济效益及其评价

旅游宏观经济效益的特点与分析的意义;旅游宏观经济效益的评价与旅游卫星账户;提高旅游宏观经济效益的途径。

第五章 旅游经济结构与政府调控

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅游经济结构的内容、优化和影响因素、政府干预旅游经济的途径、旅游规制的特点和原则、旅游产业政策的特征和内容等知识以及旅游行业管理的手段和内容等知识的理解程度,以提高考生对旅游经济结构优化和政府调控旅游经济的认识水平。

考试内容

(一) 旅游经济结构及其优化

旅游经济结构的特征、内容和影响因素;旅游经济结构优化的标志和途径。

(二) 政府干预和旅游规制

政府干预旅游经济的必要性和实现干预的途径;旅游规制的主要内容、特点和制定旅游规

制应遵循的原则。

(三) 旅游行业管理

旅游行业管理组织与职能;旅游行业管理的手段和行业管理的内容。

第六章 旅游规划与旅游产业发展

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅游规划的特征、分类、旅游发展总体规划的编制程序和内容、旅游产业发展模式的特征、类型和我国旅游产业发展模式等知识的认识水平,以提高考生编制旅游发展规划、促进旅游经济发展的能力。

考试内容

(一) 旅游规划的编制

旅游规划的内涵、特征与分类;旅游规划编制的要求与编制程序;旅游发展总体规划和旅游区规划的内容。

(二) 旅游产业发展模式

旅游产业的特点;旅游产业发展模式的含义与特征;旅游产业发展模式的类型;我国旅游产业发展模式与特点。

第二部分 饭店经营管理

第一章 饭店经营战略

考试目的

通过本章考试,检查考生对饭店战略的特征、饭店战略管理的内容、饭店战略分析工具、饭店总体经营战略、饭店竞争战略等知识的掌握程度,从而增强考生的战略管理意识,提高考生科学的战略决策水平。

考试内容

(一) 饭店战略管理概述

饭店战略的含义与基本特征;饭店战略管理的基本内容;SWOT 矩阵、波士顿矩阵、战略聚类模型等战略分析工具的内容及应用。

(二) 饭店总体经营战略

饭店发展战略的基本含义与类型;饭店维持战略的含义、适用情况与基本形式;饭店紧缩战略的含义、适用情况与基本策略。

(三) 饭店市场竞争战略

饭店市场竞争的含义与构成要素;饭店市场竞争的基本准则;饭店竞争力的构成要素;饭店核心竞争力的含义与特征;饭店行业竞争力分析的基本原理;饭店低成本、差异化、集中化等常规竞争战略的功能、应用条件及具体策略。

第二章 饭店集团与品牌经营

考试目的

通过本章的考试,检查考生对饭店集团、饭店连锁经营、饭店品牌经营等知识的掌握程度,

从而提高考生对饭店集团化与品牌经营意义的认识,并掌握饭店集团化与品牌经营的知识和能力。

考试内容

(一)饭店集团概述

饭店集团的类型;饭店集团的主要优势;国际饭店集团的发展历程与发展趋势;中国饭店集团的形成与发展。

(二)饭店连锁经营

饭店直接经营方式的特征与途径;饭店特许经营方式的类型与管理;饭店委托管理方式的特征与运作。

(三)饭店品牌经营

饭店品牌特征与功能;饭店品牌定位与设计;饭店品牌组合策略;饭店品牌维护与管理;饭店品牌资产与评估。

第三章 饭店营销策略

考试目的

通过本章考试,检查考生对饭店营销管理的概念、营销管理任务、目标市场选择、市场形象定位、4P 营销策略、4C 营销策略、关系营销策略、网络营销策略、分时营销策略、绿色营销策略等知识的掌握程度,从而帮助考生确立正确的营销观念,提高考生运用市场营销原理分析和解决实际问题的能力。

考试内容

(一)饭店营销与市场定位

饭店营销活动的特点;饭店营销活动的基本环节;饭店营销管理的任务;饭店目标市场的选择与策略;饭店市场形象定位的内容与策略。

(二)饭店基本营销策略

饭店产品组合、产品特色、产品寿命周期策略的基本内容和要求;饭店营销渠道策略;饭店定价原理、方法与策略;饭店广告促销、人员推销、销售推广和公关促销的基本原理与方法。

(三)饭店其他营销策略

饭店 4C 营销的含义、内容与方法;饭店关系营销的特征类型及策略;饭店网络营销的特点、基本措施;饭店分时营销的特点与运作思路;饭店绿色营销的特征与措施。

第四章 饭店业务的管理

考试目的

通过本章的考试,检查考生对饭店房务管理、饭店餐饮管理、饭店安全管理、饭店设备管理等知识的掌握程度,从而提高考生对饭店接待业务的组织与管理水平。

考试内容

(一)饭店房务管理

饭店房务管理的含义与职能;饭店前厅气氛控制的基本环节和要求,饭店前厅客房预订管理的环节与方法,饭店前厅接待服务管理的环节与要求;饭店客房管理的基本要求,客房设计与布置,客房服务管理的环节与方法;饭店客房收益管理的原理与方法。

（二）饭店餐饮管理

饭店餐饮管理的特点；饭店餐饮设施规划与设计；饭店餐饮菜肴质量与服务控制；饭店美食节的策划与控制；饭店餐饮收入与成本管理的基本环节与方法。

（三）饭店安全管理

饭店消防管理的方针、环节与措施；饭店治安管理的特点、要求与环节；饭店意外与突发事件的处理。

（四）饭店设备管理

饭店设备管理的特点；饭店设备管理的要求；饭店设备的使用要求与制度；饭店设备的维修管理；饭店设备更新改造的客观依据与基本要求。

第五章 饭店服务质量管理

考试目的

通过本章的考试，检查考生对饭店服务质量重要性的理解和认识；检验考生对饭店服务质量的构成、特点以及饭店服务质量管理过程、体系与方法等知识的认知程度，以帮助考生增强对饭店服务质量管理重要性的认识，提高考生对饭店服务质量管理的能力与水平。

考试内容

（一）饭店服务质量管理概述

饭店服务质量的构成；饭店服务质量的特点；饭店服务质量管理的基本内容。

（二）饭店服务质量控制体系

饭店服务调查过程的控制；饭店服务设计过程的控制；饭店服务提供过程的控制；饭店服务评价过程的控制。

（三）饭店质量管理基本方法

PDCA 循环管理法基本环节与要求；无缺点管理法的含义、特点与工作程序；质量管理认证法的程序与要求。

第六章 饭店人力资源管理

考试目的

通过本章考试，检查考生对在新的经济形态下加强人力资源管理重要性的理解和认识；检验考生对饭店人力资源管理对象、特点、目标、要求与饭店招聘与用工管理、职业生涯管理、绩效考评、薪酬管理等知识的掌握程度；考察考生运用人力资源管理的基本原理分析和解决饭店实际问题的能力，从而增强考生“以人为本”的管理意识，提高考生的人力资源管理的政策和业务水平。

考试内容

（一）饭店人力资源管理概述

饭店人力资源管理的对象、职能与目标；饭店人力资源管理的特点；饭店人力资源管理的发展趋势；饭店人力资源管理的基本要求。

（二）饭店招聘与用工管理

饭店员工招聘管理；饭店员工配置管理；饭店劳动合同管理；饭店员工离职管理。

(三) 饭店员工职业生涯管理

饭店员工职业生涯规划;饭店员工职业发展通路;饭店员工职业发展培训。

(四) 饭店绩效考评体系

饭店绩效的特征;饭店绩效考评的内容;饭店绩效考评的类型;饭店绩效考评的主体、周期与方法;饭店绩效反馈面谈的要求与技巧。

(五) 饭店薪酬管理

饭店薪酬的构成;饭店薪酬管理基础工作;饭店员工薪酬制度;饭店员工薪酬策略及管理。

第七章 饭店财务管理

考试目的

通过本章的考试,检查考生对饭店筹资管理、投资管理、饭店营运资金管理、饭店收益及分配管理、饭店财务分析等方面知识与实务的认识水平,以提高其运用饭店财务管理基本原理和基本方法解决实际问题的能力。

考试内容

(一) 饭店筹资管理

饭店资金成本的概念,饭店各种来源资金的资金成本计算,加权平均资金成本的计算,资金成本在饭店财务管理中的应用;饭店负债的概念、分类及其利息的财务处理;资金时间价值的概念及其在财务上的应用;筹资风险的概念,筹资风险衡量的方法及其相关指标的含义与计算,筹资风险的处理对策。

(二) 饭店长期投资管理

饭店内部长期投资的内容及决策评价方法;饭店对外直接投资的决策及应注意的问题;饭店长期投资风险报酬的计算及证券组合风险报酬的计算。

(三) 饭店营运资金管理

饭店现金的管理及最佳现金余额的确定;饭店存货的概念、内容范围及控制方法;饭店应收账款的概念及回收检查分析的方法;饭店应收票据的管理办法。

(四) 饭店收益及分配管理

饭店收入的概念及计量,饭店营业收入的收回方式,饭店营业收入控制的基本环节和方法;饭店成本费用的分类、概念及其具体的各项构成内容;饭店成本核算的组织、原则,饭店成本控制的方法及其应用;饭店交纳税金的种类以及交纳税金的计算方法;饭店利润的概念、构成及其各构成部分的具体含义、内容与计算;饭店利润的日常管理;饭店亏损弥补、所得税交纳、利润分配等方面的具体规定和要求。

(五) 饭店财务分析

财务分析的目的、方法及局限性;饭店基本的财务比率。

第三部分 旅行社经营管理

第一章 旅行社的业务经营

考试目的

通过本章考试,检查考生对我国旅行社业务经营的类型、特点和内容、旅行社诚信经营、旅

行社核心竞争力提升的认识水平,以提高考生在旅行社业务经营上的能力。

考试内容

(一)旅行社经营体系与业务经营

旅行社经营体系中旅行社集团、旅行社联合体和单体旅行社的业务经营特点及其在市场竞争中各自业务经营的优势和劣势;旅行社主要经营业务的运作;不同经营形式旅行社的发展方向。

(二)旅行社的诚信经营

旅行社诚信经营的必要性和诚信经营的主要特征;旅行社诚信经营涵盖的范围;旅行社诚信体系的建立和健全。

(三)旅行社核心竞争力的提升

旅行社核心竞争力的含义和主要特征;旅行社核心竞争力的内容;提高旅行社核心竞争力的途径。

第二章 旅行社的经营战略

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅行社经营战略的特点、经营战略管理的内容、经营战略分析和不同规模旅行社应选择的经营战略的认识水平,以提高考生的经营战略观念和经营战略的管理能力。

考试内容

(一)旅行社经营战略与战略管理

旅行社经营战略的特点;旅行社经营战略分析;旅行社经营战略管理的内容。

(二)我国旅行社经营战略的选择

我国大型旅行社经营战略的选择;我国中小旅行社经营战略的选择。

第三章 旅行社的产品经营与品牌管理

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅行社产品开发、价格管理、销售管理、客户管理、信息管理和品牌管理的认知程度,以提高考生的经营观念和品牌意识以及运用各种经营手段改进经营管理水平的能力。

考试内容

(一)旅行社产品开发

旅行社产品设计应遵循的原则;旅行社产品的类型;旅行社新产品设计的环节;旅行社现有产品的改良;旅行社仿制型产品的研制。

(二)旅行社产品的价格管理

旅行社产品价格构成;影响旅行社产品价格制定的因素;旅行社产品定价程序、定价原则和定价目标;旅行社产品价格的变更。

(三)旅行社产品的销售管理

旅行社产品直接销售渠道的管理;旅行社产品间接销售渠道的管理与销售策略;旅行社客户关系管理和客户关系管理系统。

(四)旅行社的信息管理

旅行社应用信息技术的意义;旅行社管理信息系统;旅行社电子商务的战略选择。

(五)旅行社的品牌经营与管理

旅行社品牌建设的意义;旅行社品牌管理的对象;旅行社品牌的创建和传播;旅行社品牌模式的选择。

第四章 旅行社的质量管理与旅游保险

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅行社质量管理、风险管理和旅游保险在旅行社经营中所发挥作用的理解程度,以提高考生的风险意识和质量管理水平。

考试内容

(一)旅行社服务质量的管理

影响旅行社服务质量的因素;旅行社服务质量的评价标准与方法;旅行社质量管理的内容(产品质量、采购质量、接待质量、环境质量)。

(二)旅行社的风险管理

旅行社风险的类型;旅行社经营风险的识别方法与损失的界定;旅行社经营风险的评价;旅行社风险管理的原则与方法。

(三)旅游保险

旅游保险的主要险种(责任险、意外险、航意险等);旅游保险的保险责任与保险期间;旅游保险的办理程序和赔付程序。

第五章 旅行社的经营核算与资产管理

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅行社经营核算、成本控制和资产管理等财务管理方法的认知程度,以提高考生关于旅行社成本控制和资产管理的能力。

考试内容

(一)旅行社的经营核算

旅行社经营核算的方面和内容;旅行社经营核算的审核方法。

(二)旅行社的成本控制

旅行社成本费用的构成;旅行社成本费用控制的内容;旅行社成本费用的控制方法、检查与考核。

(三)旅行社的资产管理

旅行社资产的构成特点;旅行社资产的主要类型;旅行社资产管理的内容和方法;旅行社财务危机的管理。

第一部分 旅游经济基础知识

第一章 旅游需求与预测

第一节 旅游需求的特征与规律

一、旅游需求的概念与特征

(一) 旅游需求的含义

在经济学中,需求是指在一定时期内,消费者以某种可能的价格愿意并且能够购买的某种产品或服务的数量。它分为有效或现实的旅游需求与受抑制的旅游需求。

由于旅游活动是一种异地消费活动,它具有不同于一般产品消费的异地性和时限性,所以定义旅游需求时必须加入时间因素。因此,有效或现实的旅游需求是指具有一定支付能力和闲暇时间的人们在一定时期内,愿意按照一定的旅游价格购买的旅游产品的数量。受抑制的旅游需求是指那些因各种原因在一定时期内不能或暂缓购买旅游产品的需求状态,它又分为潜在旅游需求和延缓旅游需求。前者是指由于某些形成旅游需求的条件暂时不具备的状态,一旦条件具备了,如购买力提高了或有权享受更多的带薪假日,这部分潜在旅游需求就可转化为有效旅游需求;后者是指那些已具备了旅游基本条件但由于主客体方面的原因而推迟的旅游需求,如在主体方面,人们有时会受家中严重疾病成员或幼子女的拖累而不能出游,而在客体方面,旅游目的地供给条件不足,或发生流行疾病等也会使人们出游的时间后推。当这类主客体条件改善后,延缓的旅游需求也同潜在的旅游需求一样会转化为有效的旅游需求。

受抑制的旅游需求作为有效旅游需求的基础,它反映了旅游市场的潜力。所以,从长期来看,旅游目的地国家或地区以及旅游经营者应对这部分旅游需求予以足够的重视,特别是在有效旅游需求不足的情况下,如何创造条件,实现受抑制的旅游需求的有效转化,将具有重要的现实意义。

旅游经济学所讲的旅游需求是指有效的或现实的旅游需求,而旅游市场学所讲的旅游需求除有效或现实的旅游需求外,还包括受抑制的旅游需求。但无论如何划分,旅游需求总是旅游市场形成的基础,缺乏旅游需求,旅游经济活动运行的市场基础就不牢固,旅游产品价值实现就会遇到障碍,因此,要实现旅游经济运行的良性循环,就必须时刻关注旅游需求及其变化趋势,提供与旅游需求相适应的旅游产品和服务。

(二) 旅游需求产生的条件

从旅游需求的定义中可以看出,要成为现实的旅游需求主体,必须具备相应的主客观条件,即主观上要具有旅游动机,客观上要具有支付能力和闲暇时间。另外,由于旅游需求的实现需要在一定的空间位移下才能实现,因此具备旺盛的精力和体力也是支撑旅游者完成旅游活动所必需的,但是那不属于旅游经济学的范畴。