

全国旅游专业规划教材

旅游 经济基础

LÜYOU JINGJI JICHU

李肇荣 高元衡 主编

旅游教育出版社

— 全国旅游专业规划教材 —

旅游 经济基础

LÜYOU JINGJI JICHU

李肇荣 高元衡 主编

旅游教育出版社

责任编辑:杨晓娟

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济基础 / 李肇荣, 高原衡主编. —北京: 旅游教育出版社,

2006.4

(全国旅游专业规划教材)

ISBN 7-5637-1353-0

I. 旅… II. ①李…②高… III. 旅游经济学—专业学校—教材
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 033114 号

全国旅游专业规划教材

旅游经济基础

李肇荣 高原衡 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx @ 163.com
排版单位	北京东远先行彩色图文中心
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	13.25
字 数	210 千字
版 次	2006 年 6 月第 1 版
印 次	2006 年 6 月第 1 次印刷
印 数	1—6000 册
定 价	19.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

改革开放以来,旅游业作为一个朝阳产业横空出世,现已成为我国国民经济新的增长点和支柱产业。随着旅游业的快速发展,对旅游人才的需求从质和量两个方面都越来越高;旅游企业面临激烈的市场竞争,要求从业人员,尤其是管理人员既是通晓旅游经济规律的行家,又是熟练掌握旅游专业技术的能人。

旅游经济学,是一门运用经济学的方法和理论来研究旅游经济活动的新兴的交叉学科,它是随着旅游经济活动的产生而产生的。旅游经济学自20世纪中叶产生以来,至今已延续了半个多世纪。我国对旅游经济学的研究起步较晚,然而,随着对外开放政策的实施及旅游业和旅游经济的蓬勃发展,我国学术界、教育界和政府有关部门对旅游经济问题的研究迅速展开,并取得了一定研究成果。

本书就是在吸收已有成果的基础上,结合我国旅游经济活动的实践,根据旅游教育的教学需求和旅游企业用人需求编写而成的旅游专业教学用书。它既可作为我国旅游高等职业院校旅游经济学课程教材,还可作为旅游从业人员的培训教材。

全书共有八章,分别分析了旅游产品、旅游需求、旅游供给、旅游市场、旅游价格、旅游者消费行为、旅游经济结构、旅游经济效益等旅游经济活动运行的各个环节,揭示了旅游经济活动过程中各种经济现象以及经济关系的本质。

本书具有以下特色:第一,根据旅游经济学理论性与应用性皆强的特点,本书在注重旅游经济理论的同时,又注重旅游经济的实践;第二,结构合理,层次清晰,逻辑性强;第三,充分照顾到了学生的认知水平,语言通俗易懂,内容深入浅出;第四,在对复杂的经济现象进行阐述时,能比较好地运用图示和表格加以说明,易于理解。

教材的出版,是一个不断完善的过程。作为国内唯一一家旅游教育专业出版社,我们希望得到广大师生一如既往的关心和支持。对教材使用中的问题,更希望得到广大师生的积极反馈,我们定会不断地以专业的精神提高我社教材的专业品质,回报广大师生与读者对我们的厚爱。

旅游教育出版社

目 录

绪论	(1)
第一节 旅游活动与旅游经济活动	(1)
一、旅游活动和旅游经济活动	(1)
二、旅游经济活动形成的社会背景和前提条件	(3)
三、现代旅游经济活动的发展	(8)
第二节 旅游经济学研究的基本内容	(10)
一、旅游经济学的产生和发展	(10)
二、旅游经济学的研究对象	(11)
三、旅游经济学研究的基本内容	(12)
四、旅游经济学的研究方法	(14)
思考与练习	(16)
第1章 旅游产品	(17)
本章导读	(17)
第一节 旅游产品的概念	(17)
一、国外对旅游产品概念的认识	(17)
二、国内对旅游产品概念的认识	(18)
三、本书界定的旅游产品概念与内涵	(19)
第二节 旅游产品的特征	(20)
一、旅游产品的综合性特征	(20)
二、旅游产品的依存性特征	(20)
三、旅游产品的同一性特征	(21)
四、旅游产品的敏感性特征	(21)
五、旅游产品的信息性特征	(22)
六、旅游产品的不可储存性特征	(22)
七、旅游产品的相对固定性特征	(23)
第三节 旅游产品的类型	(23)
一、专项旅游产品	(23)
二、主题型旅游产品	(24)
第四节 旅游产品的生命周期	(25)

一、旅游产品的生命周期理论	(25)
二、旅游产品生命周期的变异	(27)
三、影响旅游产品生命周期的因素	(28)
第五节 旅游产品开发	(28)
一、旅游产品的开发原则	(28)
二、旅游产品开发方案的设计	(31)
三、旅游产品的创新设计	(32)
本章小结	(35)
思考与练习	(35)
第2章 旅游需求	(36)
本章导读	(36)
第一节 旅游需求的概念与特点	(36)
一、旅游需求的概念	(36)
二、旅游需求的类型	(37)
三、旅游需求的特点	(37)
第二节 产生旅游需求的条件	(39)
一、产生旅游需求的条件	(39)
二、影响旅游需求的因素	(43)
第三节 旅游需求规律	(48)
一、旅游需求量变化的规律性	(48)
二、旅游需求水平变化的规律性	(52)
第四节 旅游需求弹性	(53)
一、旅游需求弹性的含义	(53)
二、旅游需求价格弹性及其系数	(54)
三、旅游需求收入弹性及其系数	(58)
四、旅游需求的交叉弹性及其系数	(61)
本章小结	(64)
思考与练习	(64)
第3章 旅游供给	(65)
本章导读	(65)
第一节 旅游供给的内涵与性质	(65)
一、旅游供给的概念	(65)
二、旅游供给的内容	(66)
三、旅游供给的特点	(68)
四、影响旅游供给的因素	(69)

第二节 旅游供给规律	(71)
一、旅游供给量与旅游产品价格的关系	(72)
二、旅游供给量与其他因素的关系	(73)
三、旅游供给能力的相对稳定性	(74)
第三节 旅游供给弹性	(75)
一、旅游供给弹性的含义	(75)
二、旅游供给价格弹性	(75)
三、旅游价格预期弹性	(78)
第四节 旅游需求与旅游供给的矛盾与均衡	(79)
一、旅游需求与旅游供给的矛盾	(80)
二、旅游供给与旅游需求的均衡	(84)
三、旅游供求均衡的调控	(88)
本章小结	(92)
思考与练习	(92)
第4章 旅游市场	(93)
本章导读	(93)
第一节 旅游市场的概念与特点	(93)
一、旅游市场的概念	(93)
二、旅游市场的特点	(94)
三、旅游市场的功能与作用	(95)
第二节 旅游市场的分类	(96)
一、按地域划分旅游市场	(96)
二、按国境划分旅游市场	(96)
三、按消费状况划分旅游市场	(98)
四、按旅游目的划分旅游市场	(99)
五、按旅游组织形式划分旅游市场	(99)
第三节 旅游市场调查及预测	(100)
一、旅游市场调查	(100)
二、旅游市场预测	(102)
三、旅游市场细分	(103)
本章小结	(108)
思考与练习	(109)
第5章 旅游价格	(110)
本章导读	(110)
第一节 旅游价格概述	(110)

一、旅游价格的概念与构成	(110)
二、旅游产品价格分类	(111)
三、旅游价格的特点	(115)
第二节 影响旅游价格制定的因素	(116)
一、影响旅游价格制定的机制	(116)
二、影响旅游价格制定的因素	(117)
第三节 旅游差价与旅游优惠价	(121)
一、旅游差价	(121)
二、旅游优惠价	(124)
第四节 旅游产品定价目标与定价方法	(125)
一、旅游产品定价目标	(125)
二、旅游产品的定价方法	(126)
三、旅游产品的定价策略	(130)
本章小结	(133)
思考与练习	(134)
第6章 旅游者消费行为	(135)
本章导读	(135)
第一节 旅游消费概念及性质	(135)
一、旅游消费的概念与作用	(135)
二、旅游消费的特点	(137)
三、影响旅游消费及其消费构成的因素	(138)
第二节 旅游消费方式	(140)
一、旅游消费方式的内涵	(140)
二、影响旅游消费结构的因素	(141)
三、旅游消费结构的合理化	(143)
第三节 旅游消费效果的评价	(145)
一、旅游消费效果的含义	(145)
二、旅游消费效果的划分	(145)
三、旅游消费效果的评价原则	(146)
四、旅游消费效果的评价方法	(147)
本章小结	(150)
思考与练习	(151)
第7章 旅游经济结构	(152)
本章导读	(152)
第一节 旅游经济结构的含义	(152)

一、旅游经济结构的概念	(152)
二、旅游经济结构的特征	(152)
三、影响旅游经济结构的因素	(154)
第二节 旅游经济结构的内容	(156)
一、旅游市场结构	(156)
二、旅游产品结构	(157)
三、旅游产业结构	(158)
四、旅游区域结构	(159)
五、旅游投资结构	(161)
六、旅游经济管理结构	(161)
第三节 旅游产品结构	(162)
一、旅游产品结构的内容	(162)
二、旅游产品结构的比例关系	(163)
三、我国的旅游产品结构	(163)
四、旅游产品结构的合理化	(165)
五、改善我国旅游产品结构的对策	(166)
第四节 旅游区域结构	(167)
一、旅游区域结构的内容	(167)
二、影响旅游区域结构的因素	(168)
三、我国旅游经济地区结构	(168)
四、旅游区域结构的合理化	(170)
本章小结	(173)
思考与练习	(173)
第8章 旅游经济效益	(174)
本章导读	(174)
第一节 旅游经济效益及评价	(174)
一、旅游经济效益的含义	(174)
二、旅游经济效益的特点	(175)
三、影响旅游经济效益的因素	(176)
四、旅游经济效益的评价	(177)
第二节 旅游收入	(180)
一、旅游收入的概念	(180)
二、旅游收入的分类	(183)
三、衡量旅游收入的经济指标	(186)
第三节 旅游成本	(189)

一、按企业的生产要素分类	(189)
二、按企业费用的经济用途分类	(189)
三、按企业成本与业务量的关系分类	(190)
四、按企业产品成本性质分类	(191)
第四节 旅游经济效益分析与提高	(191)
一、旅游宏观经济效益分析	(191)
二、旅游微观经济效益分析	(193)
本章小结	(201)
思考与练习	(201)
后记	(202)

绪 论

旅游经济学是一门运用经济学的方法和理论来研究旅游经济活动的新兴的交叉学科,它以旅游经济活动作为研究对象。旅游经济学自 20 世纪中叶产生以来,至今已延续了半个多世纪。在发展过程中,不断明确自己的研究对象,吸收各个相关学科的理论,充实和发展自己,扩大研究范围,同时对旅游经济的迅速发展起到了积极促进作用。对旅游经济学的研究首先必须从分析旅游活动和旅游经济活动开始。

第一节 旅游活动与旅游经济活动

旅游经济活动属于旅游活动的范畴,要想了解什么是旅游经济活动,必须首先了解什么是旅游活动。

一、旅游活动和旅游经济活动

(一) 旅游

“旅游”一词有多种含义。汉语中,“旅”指人们离开原居住地前往某一新居住地,“游”一般是指人们无目的地行走。英语中,19 世纪多用 travel 一词,系由拉丁文“travail”转化而来,意为艰难、危险的行程;20 世纪以来则多用 tour 一词,系指人们在各地旅行、停留并感到满足。旅游是人类的一种社会活动,是人类社会所特有的一种文化现象。

(二) 旅游活动

1. 旅游活动

旅游活动是以游览为目的的旅行活动。旅行是指人们离开常住地到异地作短暂停留的行为。而游览则是以开阔视野、放松身心为目的的积极主动的活动。旅游是旅行和游览的结合,是旅游者在自己可自由支配的时间内,为了满足一定的文化享受目的,如休闲、娱乐、保健、求知等,通过异地游览的方式所进行的一项社会活动,并由此而形成的一系列社会反应和社会关系。随着旅游活动的发展,出现了一系列不是单纯以游览为目的的旅游活动,所以可以宽泛地将旅游定义为:包含游

览内容的旅行活动就是旅游活动。

旅游活动反映了人与自然的关系、人与社会的关系以及人与人之间的关系。首先,人是生活在自然环境中的,必然要和自然发生各种各样的关系。人通过自然界获取自己所需要的各种各样的物质,在大自然的哺育下不断发展。在旅游活动中,旅游者认识自然、欣赏自然、挑战自然,借此还可以扩大自己的知识面,寻求精神上的满足与享受。这是人与自然的较高层次的关系,是人类和自然双向互动的关系。人与自然的关系是旅游活动中最重要的关系。其次,作为处在一定社会关系中的人,不仅生活在自然环境中,而且也是生活在一定的社会环境中,因此,人们的活动必然和社会发生这样或那样的联系。在旅游活动中,旅游者与旅游目的地的接触过程中,一方面,旅游者在感受旅游目的地的民风民俗、道德观念、文化理念和价值观等时,会受到不同文化背景带来的冲击;另一方面,旅游者的行为又会对旅游目的地的许多方面产生一定的影响。这些都是旅游活动过程中,人与社会之间相互接触发生作用的反映。最后,是人与人的关系。人与人的关系在旅游活动中表现尤为突出,这些关系一方面表现为各种旅游服务中服务人员与旅游者之间的关系,服务的过程是人与人之间交流的过程,它促进了人与人之间的相互了解,促进了人与人之间友谊的建立和发展。另一方面,表现为旅游者和当地居民之间的交流,通过旅游活动,来自不同国家或地区的人们了解了不同地域的风情百态、不同的文化理念、不同的价值观,这也积极促进了地区间的交流与合作。

旅游活动就其社会性质来说,体现了一种主体和客体的关系。旅游活动是以旅游者为主体,以旅游资源和旅游设施为客体,通过旅游者的流动来表现的一种社会经济和文化活动。

2. 旅游活动的发展

古代社会中就已经有了旅游活动,但是当时的生产力水平低下,真正意义上的以游览为目的的旅行非常少,只限于王公贵族、富贵人家等有钱、有闲阶级,而市民百姓只能为生计而奔波。那个时候的人们或是客观上没有旅游的物质基础,或是主观上缺乏外出旅游的愿望,所以,旅游活动的主体——旅游者的产生都是偶然事件。在这种情况下,也就难以产生旅游供给。总之,那时的旅游活动都是不具有现代意义上的旅游活动,因为现代意义上的旅游活动是要考虑旅游供给的。

从旅游活动的发展历史来看,首先,18世纪的英国工业革命带来了劳动生产率的提高和科学技术的进步,使全社会和个人的剩余财富大量增加,社会必要劳动时间大大缩短,为人类旅游活动的产生和发展奠定了物质基础和提供了闲暇条件。按照马斯洛的需求理论,人们对旅游活动的需求是较高层次的需求,必须在满足了生理和安全的需求之后才有可能产生真正意义上的旅游需求,产业革命带来的社会财富的增加为旅游活动奠定了经济基础,个人收入的增加提高了人们的消费能力,人们的需求层次上升,这其中就包括了对旅游活动的需求。

其次,经济的发展和人们受教育程度的普遍提高,扩大了有闲暇、有可能自由支配收入、有一定动机的旅游者的规模。有需求就有供给,需求与供给产生交换。一方面,旅游者为了实现自己的旅游活动,必须以货币为媒介,向旅游资源和旅游设施的拥有者购买旅游资源和旅游设施的使用权;另一方面,旅游资源和旅游设施的拥有者为了谋取自身的经济利益,也愿意向旅游者提供这种使用权,因此,两者之间的交换成为可能。旅游资源和旅游设施的多样性给了旅游者更多的选择,同时也激发了旅游供给者的竞争。旅游活动自此有了自己独特的经济色彩。随着旅游产品交换的进一步发展,出现了专门从事旅游活动的组织和经营机构,如餐饮业、旅馆业、旅行社业等。尤其是旅行社的出现,它把原来个别的、分散的旅游活动联结成集中的活动,将分散的各种旅游景点和旅游服务组合成旅游产品,旅游活动开始社会化。旅游活动的社会化使旅游者与旅游服务相关行业之间的联系建立在全社会的基础上,旅游活动的经济性日趋明显起来,出现了一个新兴的行业——旅游业,这就是一个向旅游者提供旅游产品的行业。

(三) 旅游经济活动

从以上分析可以看出,旅游经济活动是在商品生产和商品交换充分发展的基础上,在旅游活动过程中所表现出来的各种经济现象和经济关系的总和。

随着旅游活动商品化和社会化程度的不断提高,旅游活动的经济性愈加明显,旅游经济活动对社会经济的作用和影响也越来越大。在商品经济条件下,旅游市场上存在着大量有旅游需求的旅游者,以及为旅游者提供各种旅游产品、满足旅游者各种需求的旅游经营者。旅游者通过购买旅游经营者的产品来满足他对旅游的需求,即对食、住、行、游、购、娱等的需求。旅游经营者则是希望通过旅游产品价值的实现,达到利润最大化的目标。因此,旅游经济活动还可以表述为通过商品交换而实现的旅游活动。

在自然经济条件下,旅游活动主要表现为依靠自己力量来满足自我需求的活动,一般不涉及产品的生产和交换,它主要体现的是旅游者、旅游资源和旅游媒介三者之间的关系。随着商品生产和商品交换的发展,旅游活动逐步商品化。在旅游活动商品化的过程中,旅游活动的经济性愈显突出,同整个社会的经济关联更加紧密起来,对整个社会经济的影响作用也越来越大。旅游经济活动集中体现了旅游需求者和旅游供给者两者之间的关系。

因此,作为旅游活动的一部分,旅游经济活动是从经济学的角度来看旅游活动,它揭示旅游活动在经济领域中更为丰富的内涵。

二、旅游经济活动形成的社会背景和前提条件

(一) 社会背景

旅游经济活动形成有其深刻的社会背景,社会背景可以从经济背景、科学技术

背景和政治背景等几方面来考虑。

1. 经济背景

旅游活动转变为旅游经济活动,是以商品经济的一定发展为前提条件的。19世纪中叶,无论是国内旅游还是国际旅游都有了突破性的发展,这在很大程度上和工业革命的影响是分不开的。工业革命始于18世纪的英国,到19世纪三四十年代,世界上主要资本主义国家都相继完成了工业革命。工业革命给人类社会带来了一系列的变化,给旅游活动也带来了重大的影响。

工业革命使社会财富急剧增加。资本主义制度在西方确立以后,西方国家的生产力水平大大提高,社会财富积累加快,并且流向了更多的阶层。新兴的资产阶级成为社会的主流,他们思想开放,要求自由,在拥有金钱和时间的基础上,他们更倾向于满足自己的享受,他们更倾向于选择旅游作为他们的享受方式。另外,产业工人的生活也有了明显的改善,大多数工人在满足生活必需的情况下,手上还有了多余的积蓄,同时,工人阶级的余暇也不断增多,这使得工人阶级加入旅游者的行列成为可能。可以看出,旅游者的成分发生了变化,规模也在不断扩大。工业革命加速了城市化进程,人们工作和生活的中心从农村转移到城市。同时,人们的工作性质也发生了变化,人们的工作由原来多样的农业生产劳动变为枯燥单一、重复性的大机器工业生产劳动。紧张的城市生活和拥挤嘈杂的生活、工作环境,给人们的生活带来了巨大的压力,使人们产生回归自然的向往,人们希望通过旅游来缓解压力,调整身心状态。工业革命以后,资本主义国家为了攫取廉价的劳动力和劳动原料,到处侵略扩张。它们在世界各地建立殖民地,掠夺资源,倾销商品,商业旅游活动也得到了迅速的发展。

2. 科学技术背景

工业革命中科学技术的进步促进了新式交通工具的出现,人类的交通大为改观,这使大规模的人员流动成为可能。

1769年,詹姆斯·瓦特发明了蒸汽机,它很快被作为新交通工具的动力。1807年,美国人富尔顿发明的汽船“克莱蒙特”号已在哈德森河上开始载人运货。1838年,英国蒸汽轮船“阿斯”号 and “大西洋”号首次横渡大西洋成功,更是大大缩短了欧美之间的距离。1814年,英国的乔治·史蒂文森发明了蒸汽机车,1825年,他建造的斯托克顿至达林顿的铁路正式投入运营。1883年,德国工程师戴姆制造了汽油燃料内燃机。内燃机的发明解决了交通运输工具的动力问题,使交通运输领域又有了革命性的突破。其最大的成果就是汽车和飞机的发明。19世纪80年代,德国人本茨发明了汽车。自莱特兄弟发明飞机后,飞机的优点很快显现出来。1914年,美国开始了客机飞行;1919年8月,伦敦至巴黎的国际航班开通。到20世纪30年代末,欧美各主要城市都有了定期客运航班。新的交通工具的出现对旅游经济活动的产生和发展起到了重要的推动作用;新的交通工具使旅行速度大大加快,缩短

了旅行时间;新的交通工具费用低廉,运载能力大大高于公共马车,使得大规模外出旅游成为可能。

经济的发展和交通运输能力的增强,为更多的人外出旅游创造了条件。人们由于缺乏旅游的经验,因此迫切需要有提供服务的专门机构和人士来帮助他们完成旅游活动。在这种历史背景下,托马斯·库克(Thomas Cook)作为世界上第一位专职的旅行代理商登上了历史舞台。1845年,托马斯·库克在英国的莱斯特正式成立了托马斯·库克旅行社,开始专门从事旅行代理业务,成为世界上第一位专职的旅行代理商。旅行社的出现是近代旅游业诞生的标志。旅行社的发展和普及,为人们的旅行提供了众多的方便,从而进一步促进了世界旅游业的发展。

3. 政治背景

在推动旅游经济活动形成和发展的活动中,18世纪末19世纪初的民主运动也起了很大的作用。产业革命以后,阶级的深刻变化反映在政治领域里就是资产阶级激进派的民主运动。1774年,英国的威尔克斯首次提出改革议会的要求。1829年,“伯明翰政治同盟”提出只有把真正的“市民和镇民”选到议会中去,工人阶级的权益才能得到适当的维护和保证。1832年,改革方案在英国通过,中产阶级取得了选举权,这进一步推动了政府进行民主改革。但是以上的运动都是资产阶级带领人民群众完成的,运动的成果被资产阶级独占,而广大的人民群众并没有享受到真正的民主。1836年经济危机爆发以后,英国掀起了以争取男性公民普选权为主的宪章运动。经过一次次的议会改革,英国的资产阶级议会制度的民主化得到进一步的发展。1867年改革使工人阶级大部分获得选举权,1884年改革使农业工人和矿工得到了选举权,1918年部分妇女也获得了选举权,1928年,所有成年妇女都获得了选举权,英国的民主改革终告完成。

18世纪末19世纪初的民主运动在很大程度上是受到了自由主义思潮的影响。资产阶级为了本阶级的利益,借鉴了卢梭等启蒙思想家关于天赋人权的学说。卢梭认为,“自由不仅在于实现自己的意志,而尤其在于不屈服于别人的意志,还在于不使别人的意志屈服于我们的意志”,社会自由比自然自由更广泛、更高级,自由的存在是离不开在法律面前人人平等的。18、19世纪的资产阶级从卢梭等启蒙思想家的思想中总结出了资产阶级的政治思想,他们宣扬“公民自由”和“财产安全”,国家保障公民的权利,他们借助人民群众的力量建立起了以资产阶级利益为核心的民主政治。

民主政治的兴起使大多数人在思想上得到了解放,广大人民群众更加意识到应为自己的利益作不懈的斗争。这些都为旅游者群体的形成提供了政治思想上的基础。

在这种社会背景下,旅游活动逐步发展成为旅游经济活动。

(二)前提条件

旅游经济活动的本质特征是在旅游需求和旅游供给的矛盾运动中达到相对的

平衡,它主要是通过市场来调节。旅游经济学中的一个十分重要的任务就是研究旅游需求和旅游供给的这种矛盾运动,以及它们达到相对平衡的条件,这对旅游经济学理论的丰富和旅游经济学在实践中的运用具有重要的理论意义和现实意义。

旅游活动的内容主要包括食、住、行、游、购、娱六方面,通过旅游者的流动来实现。而旅游经济活动的形成条件相对于旅游活动来说比较严格,体现出了较为明显的经济性和社会性,归纳起来主要有主观和客观两个方面的因素。

1. 主观因素

就主观因素而言,一个人能否产生旅游动机,成为一名旅游者,主要受到以下两个条件的制约:一是可自由支配的收入;二是可自由支配的时间,即余暇。这两个条件既是联合互补的,又存在一定的相互替代性。

第一,可自由支配的收入。旅游是一项经济消费活动,一个旅游者在实现旅游活动的过程中,需要购买一定的旅游产品,这就要求旅游者必须具有一定的经济实力。旅游消费还不同于一般的商品消费,它不是生存性消费,它是在基本生活资料得到满足后,追求更高精神上的享受需要。因此,一个人要成为旅游者,必须在基本物质资料得到满足以后还有剩余的货币,才有可能产生旅游的愿望和动机。大量研究表明,旅游动机能否实现,主要取决于可自由支配收入。所谓可自由支配收入就是在一定的时期(通常是1年)内的全部收入扣除生活必须的物质消费部分、全部税收及社会消费之后所余下的收入。可自由支配收入是旅游活动得以实现的基础,从经济学角度考虑,它应属于收入中的储蓄部分。它反映了一个人的旅游支付能力,同时它还决定了旅游者的消费结构、消费水平以及消费方式。一般来说,可自由支配收入越多,在旅游目的地和旅游消费方式的选择方面余地越大。

第二,人们的可自由支配的时间。所谓可自由支配时间,即余暇是指人们除去谋生和自我生存所需的时间以外,可用以自由支配、从事消遣娱乐或其他自己所感兴趣的事情的时间。由于旅游的异地性,客观上要求旅游者在具备一定的经济收入的基础上还必须有足够的余暇。余暇是旅游经济活动形成的必要条件,虽然它本身不是一个经济范畴,但它却是以整个社会的经济发展水平为基础的。社会经济发展水平越高,生产物质资料的社会必要劳动时间就越少,人们获得的休息时间就会越多。旅游活动需要有较为集中的余暇,即余暇必须有一定的持续性。从量上界定,它必须大于或至少等于旅途往返所需的时间长度。余暇一般有四种分布情况:每日余暇、每周余暇以及公共假日和带薪假期。每日余暇时间较短,可用于休息或娱乐活动,无法用于旅游活动。每周余暇指周末休息时间,由于时间短,一般只适合进行一些近距离的旅游活动。公共假日一般时间较长,可用于中长途旅游。带薪假期是经济发达国家以法律形式规定的对就业员工实行的优惠制度。西方国家大多数旅游者都利用带薪假期进行国际旅游。目前,我国也开始逐步实行带薪假期制度。总之,人们拥有的余暇越多,旅游经济活动形成的条件就越充分。

2. 客观因素

从客观因素来看,影响旅游经济活动形成的条件主要有以下几个方面:

第一,旅游地的旅游资源状况。旅游资源是旅游活动的客体,是旅游业赖以存在的基础。旅游资源是自然界和人类社会中凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素,它包括自然旅游资源、人文旅游资源和社会旅游资源。旅游资源是自然、历史、社会共同作用的结果。旅游资源作为地理环境的一部分,具有地理环境组成要素所具有的时空分布特征和动态分布特征,同时,旅游资源的社会文化因素又赋予旅游业特有的经济特征。一个国家或地区旅游资源越丰富,旅游业发展的潜力就越大。

第二,旅游地的设施条件。旅游设施是旅游者实现旅游活动的凭借物,如交通工具、旅馆、餐厅、娱乐场所及基本的生活设施。由于旅游者居住地与旅游目的地有一定的时空距离,因此,必须借助一定的交通工具。旅游目的地的交通状况以及国际旅游中的旅游签证、服务水平等问题都影响到旅游目的地的可进入性。旅游者在旅游活动中,需要有住宿设施和娱乐设施,它们是保证旅游者参观、游览过程正常进行的物质基础。

第三,旅游地的服务水平。旅游服务是旅游业从业人员借助各种设施、设备向旅游者提供的各种劳务,如咨询服务、导游服务、餐饮服务和住宿服务等。旅游目的地国的服务水平也是吸引旅游者前来旅游的一个重要因素。服务水平越高,旅游者在旅游活动中得到的满足越大,他成为回头客的可能性就越大,也影响到旅游目的地的可进入性。因此,服务水平是制约旅游经济活动形成的重要条件。在现代旅游活动中,旅游服务这个软件受到了各旅游目的地政府的重视,旅游服务对旅游经济活动的进行具有越来越重要的意义。

第四,旅游地的社会条件。这主要是指一个国家的政治制度、社会政治环境以及社会治安等方面。一般来说,旅游者总是选择社会政治稳定、社会治安良好的国家或地区作为自己的旅游目的地,而不会选择一个政局动荡或社会治安很差的国家或地区作为旅游目的地。

另外,旅游经济活动的形成还受到国家或地区的经济发展水平、社会发展水平、政府政策的影响和制约。

第一,一个国家或地区的经济发展水平决定了它在旅游业上能有多大的投入,能形成多大的旅游接待能力,这些都直接影响到这个国家或地区的旅游业发展水平。一个国家或地区的经济发展水平越高,其对旅游业投入的人力、物力、财力越多,所能形成的旅游接待能力也就越大。同时,一个国家或地区的经济发展水平还决定了这个国家人民的生活水平,国家或地区的生活水平越高,人民出游的积极性就越大,成为旅游者的可能性就越大,旅游者的消费能力也就越强。

第二,一个国家或地区的文化、教育和卫生等社会发展水平也是影响旅游经济