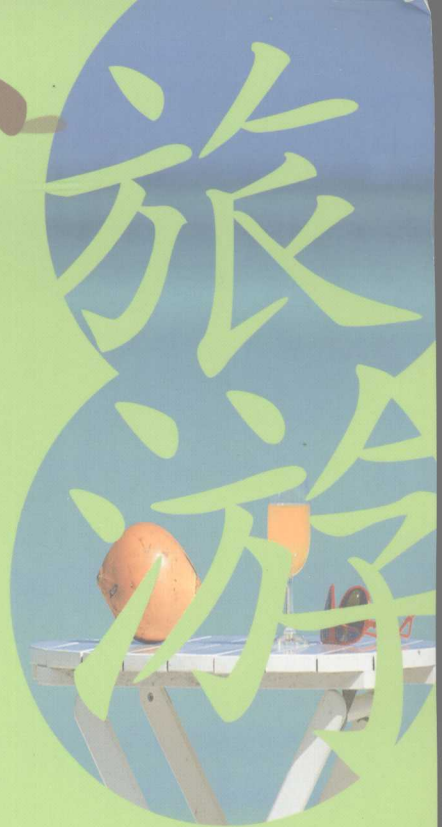




赵士德

主编

DANGDAI
LUYOUXUE
GUIHUA
JIAOCHENG

当代
旅游学

规划教程
旅游
经济学

丛书主编 胡善凤

安徽省高校“十一五”省级规划教材

LUYOU JINGJIXUE

罗明
万立军
副主编

赵士德
主编

当代旅游学规划教程

旅游 经济学

合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学/赵士德主编. —合肥:合肥工业大学出版社,2009.4

(当代旅游学规划教程)

ISBN 978-7-81093-859-4

I. 旅… II. 赵… 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(2009)第 006295 号

旅 游 经 济 学

赵士德 主编

责任编辑 朱移山

出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2009 年 4 月第 1 版
地 址	合肥市屯溪路 193 号	印 次	2009 年 4 月第 1 次印刷
邮 编	230009	开 本	710 毫米×1000 毫米 1/16
电 话	总编室:0551—2903038	印 张	19.5
	发行部:0551—2903198	字 数	328 千字
网 址	www. hfutpress. com. cn	印 刷	合肥学苑印务有限公司
E-mail	press@ hfutpress. com. cn	发 行	全国新华书店

ISBN 978-7-81093-859-4

定价: 30.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换。



总 序

随着世界经济快速发展,国际交往日益频繁,现代大众化旅游时代的到来,旅游日益成为文明社会人们重要的生活方式和社会经济活动。据联合国旅游组织预测,到2010年,全球旅游者人数将达到100亿人次,其中国际旅游者将达到10亿人次;到2020年,全球旅游者人数将达到160亿人次,其中国际旅游者将达到16亿人次,旅游业已经成为世界经济中产业规模最大和发展势头最强劲的产业。作为21世纪的“朝阳产业”,世界各国、各地区都纷纷把旅游业作为经济发展的先导产业和重点产业。

我国旅游业在20多年的发展历程中,取得了令人瞩目的成就,由传统的政府接待型转变成国民经济新的增长点,并由过去单一的观光型旅游发展为集观光、商务、会展等多功能于一体的复合型旅游产业。今天,我国旅游业的综合实力已居世界第五。据世界旅游组织预测:到2015年,中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国;国际旅游专家们预测:“21世纪,中国将成为世界主要的旅游中心。”

我国旅游业持续快速的发展,既依托于旅游教育整体水平的提高,也有有力地推动了旅游教育的迅速发展。旅游教育在旅游业发展中发挥着越来越重要的作用,目前我国已形成以研究生、本科、高等职业专科、中等职业专科等多层面全方位旅游教育体系,旅游教育的发展也呼吁高层次、高水平的旅游教材,以满足不断发展的旅游人才培养学习的需要。

为了提高旅游管理专业人才培养的效益和水平,黄山学院旅游学院在积累自身丰富的教学科研和从业实践经验基础上,并充分吸取前人及当今业内人士优秀的探索成果,组织编写了这套面向世界旅游发展的旅游管理系列规划教材。

随着我国旅游事业的快速发展,旅游管理的思想和理念也发生了深刻变

化。此套教材的编写更加突出教材的时代先进性、实用性和创新性。先进性,是指系列教材采用最新的世界旅游数据、全面反映现代旅游管理的最新发展状况,多角度透视旅游管理这一特殊的社会和经济现象,具有一定专业前瞻性;实用性,是指该教材在全国旅游业专家和业内人士的关心和指导下,具有较强的可读性和自学指导性,既有理论阐述,又有案例剖析,注重方法的训练和技能的培养;创新性,是指系列教材既注重历史经典的传承又关注当代及未来旅游研究的最新成果,把普及与提高、理论与实践有机的、系统的融合起来,突出教材的创新性。

我期待这套教材能满足旅游高等教育及旅游从业者技能及素质提高的迫切需求,为实现我国向世界旅游强国目标的跨越而贡献一份力量。同时这套教材的诞生得到了各位作者及合肥工业大学出版社的大力支持,在此谨向他们表示最诚挚的感谢,正是他们的努力为缩小旅游教育与企业之间的差距做了十分有意义的尝试。

胡善风

2008 年春于黄山



目 录

第一章 导 论	(1)
第一节 旅游经济活动概述	(2)
第二节 旅游经济学的产生与发展	(9)
第三节 旅游经济学研究的对象和内容	(11)
第四节 旅游经济学的研究方法	(14)
第五节 旅游经济学的学科地位及特点	(15)
第二章 旅游需求与旅游供给	(20)
第一节 旅游需求	(20)
第二节 旅游供给	(32)
第三节 旅游供求调节机制	(39)
第三章 旅游价格及策略	(47)
第一节 旅游价格特点及分类	(47)
第二节 旅游价格形成与定价	(54)
第三节 旅游定价的方法和策略	(66)
第四章 旅游消费行为	(80)
第一节 旅游消费的概念和特点	(80)
第二节 旅游者消费行为理论	(85)
第三节 旅游消费水平及衡量	(92)

第四节 旅游消费结构及评价	(96)
第五章 旅游企业成本管理	(102)
第一节 旅游企业成本理论	(102)
第二节 旅游服务企业成本和费用的核算	(109)
第三节 旅游企业成本费用控制与考核	(112)
第六章 旅游市场分析	(121)
第一节 旅游市场特点及功能	(121)
第二节 旅游市场的分类	(125)
第三节 旅游市场结构与机制	(130)
第四节 旅游市场开拓及策略	(134)
第七章 旅游收入及分配	(148)
第一节 旅游收入概述	(148)
第二节 旅游收入的衡量指标	(151)
第三节 旅游收入分配	(157)
第四节 旅游乘数和旅游卫星账户	(161)
第八章 旅游投资与决策	(175)
第一节 旅游投资的概念及方式	(175)
第二节 旅游投资决策	(178)
第三节 旅游投资可行性研究	(182)
第四节 旅游投资项目评价	(188)
第九章 旅游经济结构与优化	(198)
第一节 旅游经济结构概述	(198)

第二节	旅游经济结构的内容	(203)
第三节	旅游经济结构优化的重要意义	(210)
第四节	旅游经济结构优化目标和内容	(214)
第十章	旅游经济效益与评价	(222)
第一节	旅游经济效益及评价内容	(222)
第二节	旅游企业经济效益与评价	(228)
第三节	旅游宏观经济效益与评价	(233)
第四节	提高旅游经济效益的途径	(235)
第十一章	旅游经济增长与发展	(242)
第一节	旅游经济增长与波动	(242)
第二节	旅游经济发展模式	(249)
第三节	旅游经济的环境影响及可持续发展	(251)
第十二章	旅游经济运行调控	(272)
第一节	旅游市场失灵及政府干预	(272)
第二节	政府扶持旅游社会服务质量体系建设	(277)
第三节	政府完善旅游企业的规制建设	(284)
参考文献		(301)
后 记		(305)

第一章 导 论

随着世界经济的发展和人们生活水平的提高,旅游已经成为人们休闲度假的主要方式之一。旅游业的发展不仅给许多国家提供了大量的就业机会,而且还为它们带来丰厚的外汇收入,因此,旅游业日益引起各国政府的重视。据世界旅游和旅行理事会(WTTC)消息,世界旅游业正迎来高速发展期,2005年全球旅游业的收入预计将达到60210亿美元,占全球生产总值的10%,从业人员达2.21亿。2015年,世界旅游业的收入将增至107000亿美元,从业人数将扩大至2.7亿。在21世纪的社会经济发展中,旅游业已成为现代经济中的“朝阳产业”,并展现出良好的发展势头。随着旅游业的快速发展,要求旅游经济理论不断完善和发展,需要大量通晓旅游经济理论和业务知识的专门人才。

一种社会现象能否成为研究者所关注的问题,在一定程度上取决于这种现象表现的时间维度以及它对社会经济发展的影响。研究者的兴趣随着社会现象对社会经济及人们生活的影响程度增加而增加。因此,社会科学研究往往是同研究领域或者研究对象的实践过程相联系的。与其他社会科学一样,旅游学科研究也是同旅游实践发展过程及其阶段性相联系的。从世界范围来看,旅游作为工业化阶段所形成的一种社会现象,其独立性始于近代。与旅游实践发展的历史相对应,有关旅游现象的研究也仅仅只有百年的历史,各项研究工作还是初步的,处于一个发展过程之中。作为研究旅游现象的经济学科,与一般经济学相比较,无论从研究方法、研究范式、理论框架,还是现象概括以及规律总结,都存在明显的差距和不足。因此可以说,到目前为止,旅游经济学科还处于一个初级认识和讨论阶段。



第一节 旅游经济活动概述

一、旅游活动与旅游经济活动

旅游活动早在古代便已出现，而旅游经济活动则是商品经济高度发展的产物。从旅游活动形成和发展的历史过程看，旅游最初只是少数人的活动，仅限于帝王、皇室成员、贵族及特权阶层，由于当时生产力水平很低，交通运输条件较差，旅游活动得以产生的物质条件尚不具备。因此，旅游最初表现为一种社会文化活动，其经济属性很少。

直到 19 世纪上半叶，随着资本主义登上历史舞台，商品经济迅速发展，全球市场逐步形成，社会生产力大幅度提高，产生了一大批新兴资产阶级，他们有足够的财富与闲暇时间，可以经常外出旅游，因而成为当时商务旅游和度假旅游的主要推动者和组成者。由此，旅游经济活动的需求要素基本形成。

作为旅游经济活动另一要素的旅游供给，在英国产业革命和世界经济浪潮的推动下，以前所未有的速度发展。在欧美一些国家，成立了专门为满足游客需要、以获取利润为目的的旅游经营行业，如餐饮业、旅馆业、交通运输业等，它们构成了最初的旅游供给体系。对旅游发展有决定意义的组织形式——旅行社则创建于 19 世纪中叶，旅行社作为旅游供给体系中的核心成员，将各自独立存在的旅游双方联起来，旅游活动开始呈现有组织、有计划的特点，旅游产业的进一步演进成为可能。

旅游经济活动是在旅游活动和商品经济发展到一定程度时萌生的，是在旅游供给与旅游需求的相互运动中完成的。可以设想，旅游者在外出旅游的过程中会不可避免地产生各种各样的需要，具体包括食、住、行、游、购、娱等，这必然会形成相当程度的商品与货币交换关系。首先，旅游者为满足旅游活动中的各种需要，必须支付一定数量的货币购买旅游产品，而旅游供给者则要投入大量的资金和人力，用来开发旅游资源，建造旅游设施，组织旅游服务，然后才能将旅游产品按一定的价格出售给旅游者。旅游供给与旅游需求的交换以价值为基础，以价格的形式在旅游市场上实现。由此可见，旅游经济活动是商品经济发展的结果，它本质上反映了旅游需求者与旅游供给者之间通过商品交



换发生的经济联系,是这些联系所产生的经济现象和经济关系的总和。

通过商品交换关系进行的旅游活动,就是旅游经济活动。随着世界范围内旅游活动的兴起,参与旅游活动的人越来越多,旅游者的活动范围不断扩大,旅游活动中的商品交换关系不断拓展,旅游业也逐渐成为世界上的最大产业。

[小资料]

旅游业对美国经济的贡献

- 美国在 1992 年用于旅游服务上的消费达到 3618 亿美元,其中,国内旅游消费占 85%,国际旅游消费占 15%。

- 1993 年美国旅游消费额为 3970 亿美元。

- 1993 年美国从 4600 万国际旅游者身上获取了 750 亿美元的收入,而同期 4500 万美国人到国外旅行只花去了 530 亿美元,创造了 220 亿美元的“旅游贸易”顺差。

- 旅游业在美国的 GNP 中占 6%,列第三,仅次于汽车业和食品业。

- 1992 年,有 600 万美国人直接从事旅游工作,使之成为雇佣劳动力最多的第二大行业,仅次于卫生服务业。旅游业就业人数在过去的 10 年中增加 56.3%,高于平均增长率的一倍。

- 1992 年,旅游业产生的工资收入为 992 万美元,是全国钢铁和制造业工资收入总和的 4 倍。

- 联邦政府、州和地方在 1992 年从旅游消费中征得的税收为 516 亿美元。

旅游业对中国经济的贡献

根据世界旅游及旅行理事会(WTTC)的研究,旅游及旅行业在促进中国及世界未来经济和社会发展方面有着巨大的经济潜力。2004 年中国旅游及旅行业创造了 1360 万个直接就业岗位,其对 GDP 贡献为 2892 亿元。

WTTC 的报告指出,中国未来 10 年旅游及旅行业前景十分乐观。截至 2013 年旅游及旅行业年增长率将达 10.9%,2013 年旅游及旅行业 GDP 贡献将达 8446 亿元。2013 年旅游及旅行业每年直接就业将达 1610 万个工作岗位。

WTTC 的总裁让·克劳德·鲍歌腾说:“我们认为中国将成为全世界前所未有的旅游经济大国。中国政府将为满足这种消费需求奠定基础,促进交通网络和基础设施的发展以及旅游目的地的规划和建设。”



二、旅游经济活动的特征

现代旅游经济活动具有以下四大特征：

（一）旅游经济活动的大众性

现代旅游的一个重要特征，就是旅游不再是少数富有阶层的特权，大众旅游成为旅游经济活动的主体。我国国内旅游的抽样调查结果可以反映这种大众性，1997年，我国国内旅游人数为6.44亿人次，国内旅游收入达2112亿元人民币。

（二）旅游经济活动的全球性

现代旅游不再局限于一国之内，其触角不仅遍布发达国家或地区，而且还向全世界延伸。国家疆界与地区范围的突破，使旅游经济活动表现全球性的特征。与此相应，世界或洲际性的旅游组织如PATA（Pacific Asia Travel Association）、WTO（World Tourism Organization）和WLRA（World Leisure and Recreation Association）等也相继成立。

（三）经济活动的综合性

旅游经济活动是一种包括吃、住、行、游、购、娱在内的综合性活动，相对于旅游消费的综合性，旅游供给也表现出综合性的特点，旅游产业既包括旅行社、饭店等核心行业，也包括交通、文物、园林、商业等相关行业。

（四）旅游经济活动的特殊性

与一般的商品经济活动一样，旅游经济活动即旅游产品的交换过程也是由购买环节与销售环节组成的，但旅游产品的交换并不引起产品的移动，而是旅游者产生了购买动机后，通过自身的移动实现对旅游产品的消费，旅游产品交换也不发生产品所有权的转移，而是旅游者对旅游产品具有暂时的使用权。旅行社出现以后，旅游产品的购销分为两个相对独立的环节，旅游产品可以一次组合、多次销售，所有权始终掌握在经营者手中，而使用权却可以多次转移，由此形成旅游经济活动中旅游产品不移动、旅游产品的所有权和使用权相分离的特殊性。

三、旅游经济活动对社会发展影响

（一）旅游经济活动对政治的影响

旅游经济的发展，不仅对经济具有影响作用，而且对国际政治及国内政治



均产生相应的影响及作用。从国内情况看,追求生活质量的提高是每一个国家的任务,而旅游经济的发展就在于创造了一种高质量的生活方式及内容,是物质文明和精神文明的结合。因此,大力发展国内旅游,使人民通过旅游活动而开拓眼界、敞开胸怀,更多地了解国家和民族状况,不仅有利于提高人们的爱国心和民族自豪感,而且使人们的身心健康也得到发展,从而提高整个民族的素质,促进政治的开放和民主。从国际上看,通过国际旅游活动,一方面可以增进旅游者对旅游接待国的认识和了解,澄清一些不正确的信息传播,提高旅游接待国在国际上的地位、知名度及影响;另一方面,旅游接待国也借此机会增进对世界各国的了解,宣传自己的政治立场及观点,从而加深了国家之间、人民之间的友谊。从对国际政治影响看,旅游经济的发展一般是以比较成熟的外交条件为基础的。如果国家之间没有建立外交关系,没有航空条约,通常是很难开展国际旅游业务的。因为,在跨国旅游中有关出入签证、外币兑换、人身保险、交通运输及保护本国公民的合法权益等问题都需要通过政府外交途径来解决。所以,国际旅游实际上相当于一种“准外交活动”,其在促进各国人民的相互了解及对世界的共同认识,在协调国家关系,缓和国际危机,以及争取世界和平方面都具有积极的促进作用。

(二) 旅游经济活动对经济的影响

1. 增加外汇收入。获取外汇的途径主要有两种:一是通过对外贸易获得外汇;二是通过非贸易途径获得外汇。在新的贸易保护主义的背景下,旅游业以较低的换汇成本(约为一般贸易成本的 $2/3$)和较高的换汇率,成为非贸易外汇收入的重要来源。又由于旅游业提供的主要是劳务性产品,因而消耗的物质产品相对较少,这对于发展中国家来说,具有重要的现实意义。通过旅游活动换取的外汇,在弥补外贸逆差、平衡国际收支方面发挥着越来越大的作用。

2. 加快货币回笼。就我国而言,货币回笼的主要渠道有商品回笼、财政回笼、信贷回笼、服务回笼等。在国家物质生产能力有限、消费的结构性矛盾突出的情况下,依靠商品回笼货币的能力显然是有限的。信贷回笼固然能在经济过热时缓解市场的供求矛盾,但仍然存在随时变成购买力冲击市场的可能。因此,转移人们的购买意向,鼓励人们多消费服务产品,则成为必要的货币回笼渠道。旅游货币回笼,是通过旅游接待服务收费,将旅游者多余的货币转归旅游经营单位,然后回笼到国家银行,实现了社会多余货币所有权的转移。资料表明,1998年,我国国内旅游总人次数达6.94亿人次,回笼货币2391.18

亿元人民币,这无疑给我国的经济建设积累了大量的资金。随着人们收入的增多和消费水平的提高,将会有更多的人把可自由支配的收入用于旅游活动。

3. 扩大就业机会。旅游业属于综合性的劳动密集型产业,它的发展可以带动其他产业的发展。根据世界旅游组织的测算,旅游资源丰富的第三世界国家,如果增加的旅游收入同为3万美元,将增加2个直接就业机会和5个间接就业机会。在我国,由于劳动力成本较低,旅游业吸纳劳动力就业的比例将会更高一些。因此发展旅游业可以大量增加直接从业人员和间接从业人员。

4. 带动相关产业的发展。发展旅游业能够直接或间接地带动或促进交通、金融、邮电、饮食服务、商业等相关行业的发展,使第三产业在国民经济中的比重加大。据有关人士测算,在我国,旅游业每收入1美元,第三产业则相应增加10.7美元。

5. 促进地区经济繁荣。国际旅游可以使物质财富从客源国转移到接待国,使国际财富在不同国家之间再分配,国内旅游则可以使社会财富在不同地区之间再分配,通过旅游者的流动,刺激各地旅游业的发展,进而推动各地区的发展,促进各地区的经济繁荣,缩小地区之间的经济差别。

6. 促进国际交流与国家稳定。通过旅游者的流动,可以加深世界各国人民之间的相互了解,增加国民的爱国意识,开拓人们的视野,提高人们的综合素质,从而对国家稳定与世界和平产生积极影响。

旅游对接待国的社会文化、社会环境、生活方式、价值观念和道德水准会产生一定的影响,如果政策得当,则有利于接待国民族文化的发掘与发展,有利于接待国资源开发与生态环境的相互促进,还可以改善当地居民的生活方式,提高其道德水平,尤其对落后国家和地区的现代文化进程具有显著的推动作用。

(三) 旅游经济活动对文化的影响

文化是人类在社会发展过程中所创造的全部物质财富和精神财富的总和。文化作为一种社会现象,是以一定的物质基础为前提的,其内容随社会物质生产的发展而发展,具有很大的内涵性,以至有人认为:人类社会的发展实质上是一种文化的变迁。因此,旅游经济的发展必然与文化产生密切的关联性。一方面,旅游经济活动中的各个过程及内容,无一不是与文化的接触,有旅游就必然有文化,文化是旅游业发展的基础;另一方面,旅游活动是一种流动的活动,是一种文化与另一种文化的交流过程。随着旅游者的流动,就为不同的社

会群体及民族文化的接触和交流创造了良好的条件,因而旅游经济的发展过程,也就是世界各个民族文化频繁交流的过程。

旅游对文化的影响及作用,主要表现在:一是旅游经济的发展促使民族优秀的传统文化得到发掘、振兴和光大。在旅游经济活动中,旅游者神往的是各民族独特的文化,它是各国发展旅游业必须珍重并充分利用的旅游资源。许多趋向于衰退和消失的优秀传统文化,只有在旅游的发展中才能重新复活并被振兴和光大;二是旅游经济的发展促使民族文化的个性更加突出。现代文明的发展,促使世界各民族文化的交流,在文化交流中必然有选择和淘汰。旅游经济活动是推动世界各民族文化交流中最广泛、最深刻的方式。在旅游中,通过各种物质文化、非物质文化及语言的广泛交流,使民族文化的精华得到锤炼、保留及发扬,而落后的东西则将逐步淘汰,使各民族文化的个性更加突出,又增强了民族文化特色对旅游者的吸引力;三是旅游经济的发展促进了整个人类精神的进步。通过旅游交往来了解其他国家和人民,是文化交流的重要途径。因此,旅游经济的发展有利于世界文化的共同发展,有利于促进整个人类精神文明的进步。因为,旅游经济活动促使各国人民具有国际观念和开放意识,增强了人们对经济改革与发展的紧迫感,加深了各国人民之间的相互了解与友谊,促进了国家之间科技、文化的交流,等等,这些都从不同角度促进了整个世界文明的进步。

但是,旅游经济发展对文化也有一定的消极影响。一方面,随着外国旅游者带来的外来文化的冲击,可能会造成民族自卑心理的滋生和发展,可能使优秀珍贵的民族文化发生蜕变、甚至消退,可能带来一些腐朽的生活方式,等等,从而使民族文化的健康发展受到冲击;另一方面,适应旅游经济发展的要求,会使许多优秀的传统文化变成一种商业性的娱乐内容,从而失去其原有文化蕴含的特色及内容,并促使一些优秀传统文化的实质发生改变。总之,旅游经济与文化是相辅相成的,从文化角度看,旅游经济也是一种文化现象。因此,在发展旅游经济的同时,必须对民族文化进行分析,以促使民族文化的特色及精华能随旅游经济的发展而发展。

(四) 旅游经济活动对环境的影响

旅游经济的发展促进了国民经济的发展,使世界上许多国家竞相大力发展旅游业,并促使各国重视对旅游资源及生态环境的保护,以实现可持续旅游发展。例如,国际、国内进行的各种世界遗产保护、自然保护区、风景名胜区、

历史文物的评级和保护,既保护了人类社会的生存环境、优秀文化遗产,又为旅游经济的发展提供了丰富的内容。但是,旅游业的发展也带来了一系列生态破坏、环境恶化的情况。例如,泰国著名旅游风景区帕蒂亚海滩,曾是诗一般的秀丽,而今到处充斥着游客丢下的各种垃圾,大量的排泄物使海水也受到污染;世界登山圣地喜马拉雅山,由于大量的登山者的光顾,而失去昔日“纯洁”的形象;埃及的金字塔及狮身人面像,在许多游客的不文明行为下正遭受着侵蚀性的破坏;中国的故宫由于数以万计的游客参观和游览,使宫墙受损,各种走道、门槛变得坑坑洼洼;一些原始森林因旅游开发而遭破坏。总之,旅游业的发展,对环境造成的破坏性影响也是突出的。

旅游经济发展对环境的不良影响主要表现在:一是旅游产品生产过程所造成的不良影响,如自然景观的破坏,原始森林的砍伐,各种污染物的排放等;二是旅游活动过程中的破坏,如旅游者排放的各种垃圾,各种车辆、运输工具排放的废气、噪音等;游客的过多而造成的人为破坏,交通拥塞等。因此,发展旅游经济必须同保护环境协调起来。通过对环境的保护,为发展旅游业创造更好的条件;通过发展旅游业,改善环境,提高环境的美感,从而把发展旅游经济和保护旅游资源、旅游环境有机统一起来,达到既发展旅游经济,又保护环境的目的。

(五) 旅游经济活动对社会行为的影响

旅游经济发展对社会的影响,主要是指对旅游接待国社会的影响。当旅游经济活动发生时,旅游者和旅游接待国人们之间就发生接触并产生一种特殊的社会关系。一方面,旅游者,在一个非平常生活的地方,正沉浸于各种新鲜感受之中,因而精神放松,情绪良好,花费随意大方;另一方面,作为旅游接待国的服务人员通常是固定的,他们大部分时间是为满足游客的需求而提供各种服务,因而他们只是日复一日地重复相同内容的工作。正是由于这种特殊的社会关系,使旅游经济对社会形成不同的影响及作用。

首先,从其对国际社会的影响看,大规模的旅游经济活动,使社会信息得到充分地交流,从而传播了现代文明,促进了各种社会关系的协调及进步。即使是一些非常落后的国家,也因旅游经济发展的影响而不得不打破陈腐的观念及限制,实行对外开放的政策,接受现代文明的洗礼,从而推动了整个人类社会的进步。其次,从其对国内社会的影响看,外国旅游者进入旅游接待国的影响表现在:一是通过旅游者的“示范效应”,引起旅游接待国价值观念和道德

准则的变化,如对生活方式的看法,对人生价值标准的转变等;二是引起旅游接待国社会结构的变化,特别是由于旅游业收入较高,女性就业率较高等特点,使旅游接待国的就业结构发生相应变化;三是引起旅游接待国生活方式的变化,特别是青年人受到国外旅游者的“示范”,有些人可能从中受到鼓励,而努力向上,成为社会中富有朝气的人才,也有些人可能更注重外国人的衣着及日用品,从而在生活消费方式上发生改变;四是引起社会环境的改善,例如在交通条件、住宿设施、餐饮特色,乃至个人安全等方面都促使旅游接待国必须加以改善,才能满足国外旅游者的需求。

但是,旅游经济的发展对旅游接待国也会产生一些消极的社会影响。例如,旅游业把过多的基础设施和良好的旅游条件提供给国外旅游者消费,使国内人民产生不平等的社会心理;而国外旅游者的挥霍消费,把富裕展现于贫穷之中,造成人们价值准则、心理压力的影响;国外一些不健康的思想、行为的渗入,造成一些令人不满的社会行为。总之,旅游经济发展对旅游接待国的社会影响是多方面的,有些是可见的、显在的,但有些也是潜移默化的;有些是积极的,但有些也是消极的。因此,要注意分析和研究,制定正确的对策和措施,促使旅游业健康地发展。

第二节 旅游经济学的产生与发展

任何一门学科的形成,都是人类社会发展到一定历史阶段的产物,是对人们社会实践活动的概括和总结。旅游经济学是伴随着旅游经济的产生和发展而形成的一门新兴学科,是对旅游经济活动的理论概括和总结。

一、国际旅游经济学的产生与发展

1840年托马斯·库克在英国创建旅行社以后,其他一些旅行社在欧洲和北美相继成立,推动了旅游活动的迅速发展。在社会经济现实的影响下,19世纪末到20世纪初,欧洲成为旅游经济学研究的发源地。1883年斯达内[奥]提出旅游业是一种为外国参观者服务的经济活动;1885年巴博[法]发表《从文艺复兴到大革命以来在法国的旅行者》的总结;1898年博迪奥[意](L. Bodio)《在意大利的外国人的流动及其消耗费用》被认为是旅游经