



旅游经济发展系列丛书

旅游经济理论与实践

——以贵州为例——

李 裴 傅迎春 邓 玲 主编

- 旅游经济活动
- 旅游资源开发与管理
- 旅游产品开发与设计
- 旅游企业发展
- 旅游产业结构优化
- 旅游市场开拓
- 旅游生态环境建设
- 旅游扶贫与旅游惠民问题研究
- 旅游产业与区域经济发展

贵州人民出版社

旅游经济发展系列丛书

旅游经济理论与实践

——以贵州为例——

李 裴 傅迎春 邓 玲 主编

常州大学图书馆
藏书章

- 旅游经济活动
- 旅游资源开发与管理
- 旅游产品开发与设计
- 旅游企业发展
- 旅游产业结构优化
- 旅游市场开拓
- 旅游生态环境建设
- 旅游扶贫与旅游惠民问题研究
- 旅游产业与区域经济发展

贵州人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济理论与实践 / 李裴, 傅迎春, 邓玲主编. —贵阳:
贵州人民出版社, 2013.5

ISBN 978 - 7 - 221 - 10701 - 5

I. ①旅… II. ①李… ②傅… ③邓… III. ①旅游经
济学 - 教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 007326 号

书 名 旅游经济理论与实践
主 编 李 裴 傅迎春 邓 玲

出版发行 贵州人民出版社
出 品 人 曹维琼
责任编辑 谢丹华
装帧设计 熊 锋
印 刷 贵阳科海印务有限公司
规 格 710mm × 1000mm
开 本 16
印 张 25.25
字 数 400 千字
版 别 2013 年 7 月第 1 版
版 次 2013 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 221 - 10701 - 5
定 价 78.00 元

编 委 会

顾 问	王富玉				
主 编	李 裴	傅迎春	邓 玲		
编 委	陈朝伦	杨 俊	李三旗	郑 旭	曹维琮
	吴 迈	蒋兴勇	程联涛	谢丹华	丁蜀生
	史静一	欧阳立群	曾华艳	曾武佳	斯 劲
	郭丽娟	张银银	边燕燕	阮宝祥	李 照
	黄吉平	李文龙	吕 林	许 磊	

目 录

前言 旅游经济的发展要素与系统构成	001
第一章 旅游经济活动	019
第一节 旅游活动与旅游经济活动	019
第二节 旅游经济活动的特征	026
第三节 旅游经济活动的区域选择	033
第四节 旅游经济的发展阶段	039
第二章 旅游资源开发与管理	055
第一节 旅游资源开发理论	055
第二节 旅游资源开发模式	062
第三节 旅游资源管理理论	070
第四节 旅游资源信息化管理	074
第三章 旅游产品开发与设计	092
第一节 旅游产品的价值与价格	092
第二节 旅游产品的构成	099
第三节 旅游产品开发的原则和方法	102
第四节 旅游线路设计	106
第四章 旅游企业发展	124
第一节 旅游服务质量体系建设	124



第二节	旅游标准化建设	132
第三节	旅游人才培养	145
第五章	旅游产业结构优化	169
第一节	旅游产业结构优化理论研究	169
第二节	旅游产业结构优化的不同模式	175
第三节	旅游产业链的延伸与特色产品打造	179
第六章	旅游市场开拓	202
第一节	旅游市场营销战略与环境分析	202
第二节	旅游市场细分与选择	213
第三节	旅游市场定位策略	226
第四节	旅游市场区域合作	229
第七章	旅游生态环境建设	254
第一节	旅游环境保护的基本理论	254
第二节	旅游环境承载力管理	267
第三节	旅游景观的开发与保护	279
第四节	生态旅游开发模式及管理	300
第五节	旅游循环经济模式与环境审计	309
第八章	旅游扶贫与旅游惠民问题研究	326
第一节	旅游扶贫的基础理论	326
第二节	旅游扶贫发展模式	337
第三节	旅游发展与民生问题的相关性	340
第四节	旅游发展中的利益分享机制	344
第九章	旅游产业与区域经济发展	364
第一节	旅游产业在区域经济发展中的作用	364
第二节	旅游产业与区域经济发展的相互机理	372
第三节	区域旅游经济的可持续发展	377

前 言

旅游经济的发展要素与系统构成

一、问题的提出

据世界旅行及旅游理事会在 2011 年 11 月提供的数据^[1],2010 年全球旅游直接创造的 GDP 为 17700 亿美元,预计 2011 年将达到 18500 亿美元的规模。在过去 10 年内,全球旅游对 GDP 的直接贡献率增长了 9.7%。如果将旅游直接和间接创造的 GDP 加总,那么其价值将达到 57609 亿美元。与 10 年前相比,其直接创造和间接贡献率增加了 16.6%。2010 年,旅游创造的直接就业岗位为 2600 万个,相比十年前增长率为 8.3%,预计 2011 年旅游创造就业岗位 9900 万个,旅游经济增长率为 4.2%。2012 年旅游人次将以 3~4% 适中的速度增长,其中以中国为代表的新兴经济体贡献将继续扩大,旅游业进入常态增长阶段。旅游对各国经济的巨大作用,促使不少国家和地区采用举国竞争机制。

从 20 世纪 90 年代开始,中国旅游业步入快速发展阶段,三大旅游市场快速发展,国内旅游收入的增长长期高于 GDP 的增长,出境旅游高速增长,入境游和旅游外汇收入在世界排名稳步上升,近年排名达到第四位(表 0-1),成为名副其实的旅游大国。经过 20 多年的快速发展,中国的旅游市场已经进入常态化发展阶段。2011 年,我国国内旅游人数达到 26.41 亿人次,比 2010 年增长 13.2%;入境旅游人数为 1.35 亿人次,比上年增长 1.2%;入境过夜旅游人数为 5758 万人次,比上年增长 3.4%;出境旅游人数为 7025 万人次,比上年增长 22.4%。2011 年,全国旅游业总收入达到 2.25 万亿元,比上年增长了 20.1%。^[2]2009 年底,国务院出台《关于加快发展旅游业的意见》,明确提出要将旅游业培育成为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。旅游业的战略地位得到前所未有的重视。



表 0-1 中国 1990—2010 年三大旅游市场基本情况

	入境旅游 人 数 (万人次)	国内居民 出境人数 (万人次)	国内旅游 人 数 (万人次、 百万人次)	国际旅游 (亿美元)	外汇收入 世界排名	国内旅游 收 入 (亿元)	国内旅游 收入同比 增长(%)
1990 年	2746.18		2.8	22.18	25	170	
1991 年	3334.98		3	28.45	21	200	17.6%
1992 年	3811.49		3.3	39.47	17	250	25.0%
1993 年	4152.69	374.00	4.1	46.83	15	864	245.6%
1994 年	4368.45	373.36	524	73.23	10	1023.5	18.5%
1995 年	4638.65	452.05	629	87.33	10	1375.7	34.4%
1996 年	5112.75	506.07	640	102.00	9	1638.4	19.1%
1997 年	5758.79	532.39	644	120.74	8	2112.7	28.9%
1998 年	6347.84	842.56	695	126.02	7	2391.2	13.2%
1999 年	7279.56	923.24	719	140.99	7	2831.9	18.4%
2000 年	8344.39	1047.26	744	162.24	7	3175.5	12.1%
2001 年	8901.29	1213.44	784	177.92	5	3522.4	10.9%
2002 年	9790.83	1660.23	878	203.85	5	3878.4	10.1%
2003 年	9166.21	2022.19	870	174.06	7	3442.3	-11.2%
2004 年	10903.82	2885.00	1102	257.39	7	4710.7	36.8%
2005 年	12029.23	3102.63	1212	292.96	6	5285.9	12.2%
2006 年	12494.21	3452.36	1394	339.49	5	6229.7	17.9%
2007 年	13187.33	4095.4	1610	419.19		7770.6	24.7%
2008 年	13002.74	4584.44	1712	408.43		8749.30	12.6%
2009 年	12647.59	4765.62	1902	396.75	5	10183.69	16.4%
2010 年	13376.22	5738.65	2103	458.14	4	12579.77	23.5%

(数据来源:国家统计局网站、国家旅游局、中国旅游研究院资料)

近年来,在积极探索和不断实践中,贵州省形成了“三位一体”的领导体制和“五位一体”的工作机制,成功打造出“多彩贵州”旅游文化品牌,探索出了一条西部地区强力推进旅游业后发赶超、跨越发展之路。2011年,贵州省实现旅游总收入1429.48亿元,同比增长34.7%;接待旅游总人数1.7亿人次,同比增长31.8%。2011年旅游收入、接待人数增速分别高于全国13.9个百分点、19.3个百分点,总收入和接待人数在全国排名达到15位和19位^[5]。据中国旅游研究院研究,在我国31个省市自治区中(不含台湾、香港和澳门)贵州省旅游竞争力排名第13位^[1],旅游经济保持了良好的发展态势。《国务院关于进一步促进贵州经济社会又好又快发展的若干意见》(国发〔2012〕2号)明确贵州旅游发展的战略定位为:“文化旅游发展创新区。传承优秀传统文化,弘扬社会主义先进文化,探索特色民族文化与旅游融合发展新路子,努力把贵州建设成为世界知名、国内一流的旅游目的地、休闲度假胜地和文化交流的重要平台。”“把文化和旅游产业发展成为支柱产业。”

在全球旅游业平稳发展的背景下,中国旅游持续快速发展,旅游业重要性日益突出,同时,旅游业快速发展中面临许多新的问题和挑战,如何实现旅游业发展模式的转型,提高旅游业运行的质量和效益等一系列重大问题,急切呼唤先进旅游理论的指导。然而,中国当前旅游理论的研究是普遍滞后的,远远落后于世界水平,目前仍处于消化、吸收和借鉴国外研究成果的阶段。而且,国内有关旅游研究的视角窄小,主要局限于资源、客源、经济影响等方面,而且存在两个方面的弊端:理论界的研究与实践相距甚远,实践界的研究缺乏必要的理论指导。^[2]本书在借鉴国内众多学者有关旅游经济研究成果的基础上,借鉴旅游业先进国家经验,重点创新性地运用系统科学的思想成果,力图解释旅游经济的内在发展规律,并选择理论和实践的紧迫性与重要性突出的若干专题,以贵州省为案例,努力探讨理论研究和实践指导的统一。

二、旅游经济的发展要素

(一)旅游经济要素的分类

根据研究的目的,从不同的研究观察角度,对旅游发展的要素可以进行不同的分类和分析。按照不同要素对旅游经济的重要程度,可以分为核心要素、关键要素、一般配套要素、环境支持与约束要素等等。按照不同形态类型,可以将要素分为物质性要素和非物质性要素,物质性要素可以进一步分为自然和人工两大类要



素,非物质要素则可以分为品牌、环境、服务等要素。从要素的层次上看,可以分为宏观大环境的发展要素、中观行业与区域的发展要素、微观企业与地区的发展要素。从旅游要素的功能看,可以按照旅游者旅行时与相关产业的关系,划分为“六要素”(食住行游购娱)及其他支持服务要素。从运行的主体看,可以划分为旅游主体(旅游者)、旅游客体(目的地或吸引物)、旅游媒体(介质服务)的“三体”要素。从空间布局角度,可以划分为客源地要素、目的地要素与交通服务网络等介质服务要素。从旅游经济的发展目标看,可以分为经济功能要素、文化功能要素、可持续发展要素等诸多不同层次的多样化的目标要素。当然,根据研究者自身的需要,还可以进一步罗列出不同的要素类型划分方法。

(二)旅游经济的发展要素

在重点考察旅游业区域经济功能的前提下,需要按照经济学原理和市场运行的客观规律,依据旅游经济发展的本质特点,侧重从旅游经济运行的角度,重点考察旅游产品的需求、供给、交易消费和运行服务等影响旅游和相关经济产业的发展要素。据此研究思路,可以将旅游经济的发展要素划分为五大类。

1. 发展目标要素

最重要的要素首先是旅游经济的发展目标。目标决定一切,为什么要发展旅游经济?为谁而发展旅游经济?这是旅游经济发展目标要回答的问题。显然,旅游经济的发展目标具有多重性、层次性和阶段性特点,目标绝不是单一的,处于不同发展阶段或位于不同经济社会水平的区域,发展目标的侧重点也不一样。

旅游经济的发展初期和中期,经济功能是基本也是最重要的目标。经济功能目标进一步细化为:带动关联产业、创造就业岗位、改善投资环境、平衡国际收入、优化产业结构等具体经济目标。在欠发达地区,旅游经济还被赋予扶贫和惠民的经济功能目标。旅游经济发展到中期,除经济功能作为基本目标之外,根据阶段性发展特点附加了其他一些目标,目标出现多样化特征。典型的其他目标包括:文化功能目标以实现社会和谐与文化展示,可持续发展目标以实现生态环境保护与社会经济可持续发展。旅游经济进入成熟阶段后,主要目标演变成改善与享受生活品质的体验,经济功能不再是主要目标。

中国旅游经济大体处于中期发展阶段,以经济功能为主的多目标是主要特点。然而,由于中国社会经济和旅游经济发展的不平衡,一定程度上具有不同地区处于不同发展阶段的特征,因而旅游经济发展目标的多样性特点更加明显。

2. 旅游需求要素

旅游需求要素是旅游经济发展的原动力,可以进一步细分为经济水平要素、闲暇时间要素和旅游欲求要素三个要素。

(1)经济水平要素:根据旅游发达国家经验,旅游消费按照自身的发展规律,将随着经济发展水平的提高经历一个从起步到消费逐步升级的过程,即经历观光游(人均 GDP1000 美元时)到休闲游(2000~3000 美元)再到出国和度假旅游(4000~5000 美元)。2000 年,中国人均 GDP 接近 1000 美元,至 2009 年,达到 3590 美元。考虑到东部沿海经济发达地区的经济发展水平快于全国平均水平,中国旅游需求的启动时间早于 2000 年,在 20 世纪 90 年代中期就开始了。

(2)闲暇时间要素:旅游者除人均可自由支配收入符合一定条件以足够支付旅游消费支出外,还得有必要的时间用于异地旅行。一个国家的休假制度,在很大程度上影响着旅游经济发展和旅游产品的供应结构。近年来,中国休假制度的改革、节假日的增多,使居民有更多的闲暇时间用于旅游,推动了旅游经济快速发展。

(3)旅游欲求要素:经济水平(尤其人均可支配收入)和闲暇时间形成居民旅游的必要条件,旅游活动要得以最终实现,还需要居民具有旅游的欲求。旅游欲求的形成是多种因素综合作用的结果,就旅游者整体而言,主要受到目的地吸引物刺激的影响。

3. 产品供给要素

产品供给由旅游相关产品供应商提供,用于满足旅游者的旅游需求,产品供给要素形成旅游经济活动的供应端。产品供给要素按照地域空间角度考察,就是目的地要素,这是按照“块”的划分方法。如果按照经济产业划分,则分为“食住行游购娱”六要素,这是按照“条”的划分方法。在具体区域上,这两个供给要素在不同层级上有部分重叠交叉。

(1)目的地要素:目的地要素大体由 5 类子要素组成:①旅游吸引物(旅游资源):包括景观系统和旅游节庆活动等,是构成旅游产品的最核心要素。②设施:从旅游角度考察的硬件设施,包括基础设施、接待设施、度假娱乐设施和购物设施等。③旅游服务:目的地区域内的旅游服务,包括面向团队的旅游服务和面向散客的旅游服务。在散客方式增长迅速的背景下,面向散客的旅游服务显得尤其重要,针对散客的旅游服务至少由 4 项内容构成^[6]:信息服务系统,由旅游信息网、游客咨询服务中心和公示语组成;预订服务系统;消费服务系统;保障服务系统。④社会文化:作为目的地旅游的环境,社会文化环境的友好性是旅游经济十分重要的影响因素,



如治安状况、对旅游者态度,等等。⑤品牌建设:在现代信息社会环境下,目的地在旅游市场的品牌影响力,对客源地旅游者旅游欲求的刺激,十分显著。

(2)产业要素:“行住游购食娱”六要素分别对应六个产业:交通部门、住宿部门、旅游景区、旅游购物、餐饮部门、旅游娱乐部门。这六类产业要素,特指目的地范围内的要素,作为旅游发展的环境要素,不在此处产业要素范围之内。例如,交通要素,从客源地到目的地的交通属于交通环境要素予以规定,目的地景区之间或者景区内的交通状况,则由此处的交通要素来规定。

4. 交易消费要素

交易消费要素完成了旅游需求的满足和旅游产品供给的实现,使旅游经济活动的供求双方实现了各自的利益和目的。交易消费要素分为交易要素和消费要素两个方面,如表0-2所示。

表0-2 交易—消费要素特点

分析角度	交易要素	消费要素
主体	销售商、供应商、旅游者	旅游者
支持	交易市场	旅游服务
内容	旅游产品	旅游产品
执行	线上、线下	线下
方式	网络化	点一线

(1)交易要素:交易者和交易市场共同组成交易要素。①交易者:由旅游经济活动的主体组成,交易主体包括旅游产品供应商、销售商(含批发商、代理商/零售商)、旅游者三大类。在传统的旅游经济运行模式下,销售商(主要为批发商中的旅行社)是交易者中的核心,往往成为交易要素的主导性因素,旅游产品一般由销售商对供应商的产品进行组合性设计,再通过适当的销售手段,将组合性旅游产品最终销售给旅游者。在现代信息社会背景下,旅游经济的运行模式进入到网络模式,三类交易者(销售商、供应商、旅游者)中的任何一方,均可能成为一项旅游产品交易的主导者,运行模式成为网络化的点对点模式,任何一类交易者都可能主导交易要素。②交易市场:交易市场是旅游产品交易得以实现的平台,这个交易市场也许是无形的,但从功能和作用来说,却确实确实存在。交易市场交易的内容无疑是旅游产品,交易可以在线上或线下完成,现代的交易已经进入网络化方式时代。

(2)消费要素:旅游者和旅游服务共同组成消费要素。旅游者是旅游产品最终

实现消费的主体,旅游产品的消费是一个体验过程,具备服务类行业的所有属性和特征,旅游者需要全程参与产品的消费。旅游服务是旅游者消费过程的环境与支持因素,主要由旅游产品供应商和旅游经济活动运行的大环境综合形成,是影响旅游者体验过程因而影响旅游产品品质的重要因素之一。旅游产品的消费总是在线下完成的,消费过程的实现都是采取“点一线”模式。

交易要素和消费要素是软要素,受到旅游经济环境因素的影响和制约。影响交易消费要素的主要环境因素包括三个方面:①政策法规,通过法律法规和部门规章、规划等形式,规定旅游经济的战略定位、发展目标和法律、行政的政策措施等。②市场环境,通过构建完善的诚信文化和交易环境,保障交易和消费的顺利进行。③人力资源,通过基础性的旅游人力资源培训体系和使用体系,为旅游产品的交易和消费提供人力支撑和保证。

5. 运行环境要素

旅游经济处在社会经济大系统中,旅游经济的发展要素,必然与社会环境要素发生相互作用,受到社会要素的影响,同时也在一定程度上反过来影响相关社会要素的变化。旅游经济的运行环境要素主要包括七个方面的要素,如图0-1所示。

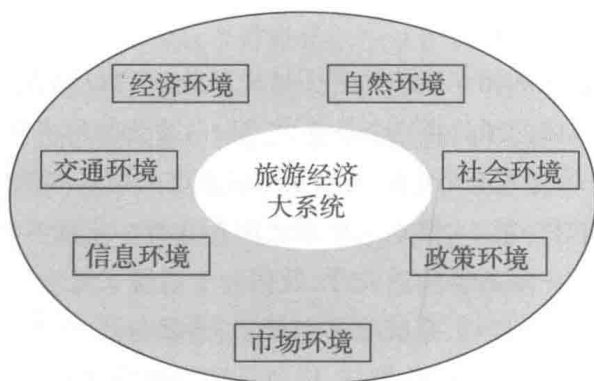


图0-1 旅游经济大系统的环境要素

(1)经济环境:经济发展水平的高低,不仅影响旅游需求的支出,同时影响目的地旅游经济活动的开发投入、相关产业配套的完善程度,也影响旅游产品交易和消费的效率。(2)交通环境:发达的交通网络是促进旅游经济良性发展的正面环境影响因素,可以保证目的地旅游吸引物的可达性和旅游集散地交通的畅通性。(3)信息环境:信息网络的充分发达,可以有效提高旅游经济发展的效率和质量,包括传



统媒体和新媒体等多种形式所指向的旅游信息。从地区来看,客源地和目的地的信息环境未必完全相同。例如作为客源地的上海旅游者普遍习惯上网搜索旅游信息,而作为目的地的贵州黄果树景区的服务接待人员,则不一定具备条件或喜欢上网搜索旅游者动向。(4)市场环境:完善的市场环境可以保证旅游经济活动的高效率,如旅游交易消费平台的搭建、市场诚信度建设、商品经济的高度发达、金融服务的便利性,等等,均属于市场环境的内容。(5)政策环境:政策对旅游经济的扶持程度、休假制度、管理组织体制机制、旅游业相关的管制、旅游经济的区域合作等,构成影响旅游经济的政策环境。(6)社会环境:安全稳定友好的社会环境,可以促进旅游经济的发展。不良的社会环境必然制约和妨碍旅游经济发展,比如战争和社会不稳定等。(7)自然环境:拥有优雅舒适和空气清新的自然环境,是旅游经济发展的起码要求。很难想象,在一个生态环境正遭到严重污染的地区,可以有效地发展旅游经济。

三、旅游经济的系统构成

(一)社会经济系统

1. 系统的概念

系统是由相互作用和相互依赖的若干组成部分(要素)结合而成的、具有特定功能的有机整体。系统必须具备三个条件^[3]:第一,系统必须由两个或两个以上的要素(或部分、元素、子系统)所组成,要素是构成系统的最基本单位,因而也是系统存在的基础和实际载体;第二,要素与要素之间存在着一定的有机联系,从而在系统的内部和外部形成一定的结构或秩序,任何一个系统又是它所从属的一个更大系统的组成部分(要素),这样,系统整体与要素、要素与要素、整体与环境之间,存在着相互作用和相互联系的机制;第三,任何系统都有特定的功能,这是整体具有的不同于各个组成要素的新功能,这种新功能是由系统内部的有机联系和结构所决定的。

系统具有以下共同属性:整体性、关联性、功能性、层次性、稳定性、能动性、环境适应性、集合性。这些属性区别了系统与非系统。对系统具有重大影响的是系统的结构、功能与系统环境。构成系统的各个层次和要素之间不是互不相干,而是相互联系和相互作用的,这种相互联系与相互作用的总体表现方式就是系统结构。系统整体与环境相互作用所反映的能力称为系统的功能。环境是指存在于系统以

外的事物(物质、能量、信息)的总称。

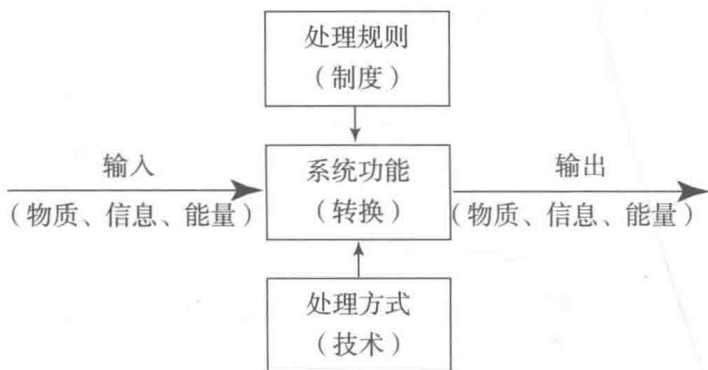


图 0-2 系统功能示意图

2. 经济社会系统的构成要素

人类生活的世界以及人类经历的整个历史过程,包括经济社会和文化的发展历史,就是以系统的形式存在和发展着。社会系统是个大系统,由七个主要构成要素组成^[4]:(1)目标要素。每个社会系统都有一定的目标,社会系统目标分为整体目标与运作目标。社会系统的运作目标是组织试图通过实际的运作达到的结果,目标具有多重性和多层次性的特点。(2)人员要素。人是社会系统行为的主体,各种决策和具体执行工作都是由人做出的,即社会系统其实是其成员的群体行为的结果。人是社会系统中最核心的因素,也是最重要、最活跃的要素。(3)资源要素。资源是指社会系统发展所必需的各类物质、能量和信息。社会系统的资源分为物质资源、非物质资源两种。物质资源分为两类:自然资源和人造资源,社会系统的非物质资源在以知识和信息的密集为特征的新经济条件下,非物质资源的作用越来越凸现。(4)流程要素。流程是指在一个组织中,为了达成某一个共同目的而需要多人协力,以顺序或平行工作的形式来共同完成的活动。流程可以看作是接收某一种类型的输入,在某种规则控制下,利用某种转换方式,经过变换转化为输出的过程。社会系统是各种流程的集合体。因此,流程要具有一定的灵活性和适应性,要能够在社会系统内外因的共同作用下,不断变化和调整,使其与社会系统所处的外部环境的需求适应,也与社会系统自身的结构、制度、目标等要素的要求相适应。(5)制度要素。制度是指社会组织、团体、个人等行为主体的行为规则,是关于这些行为主体的权利、义务和禁忌的规定。(6)结构要素。结构是指社会中各组

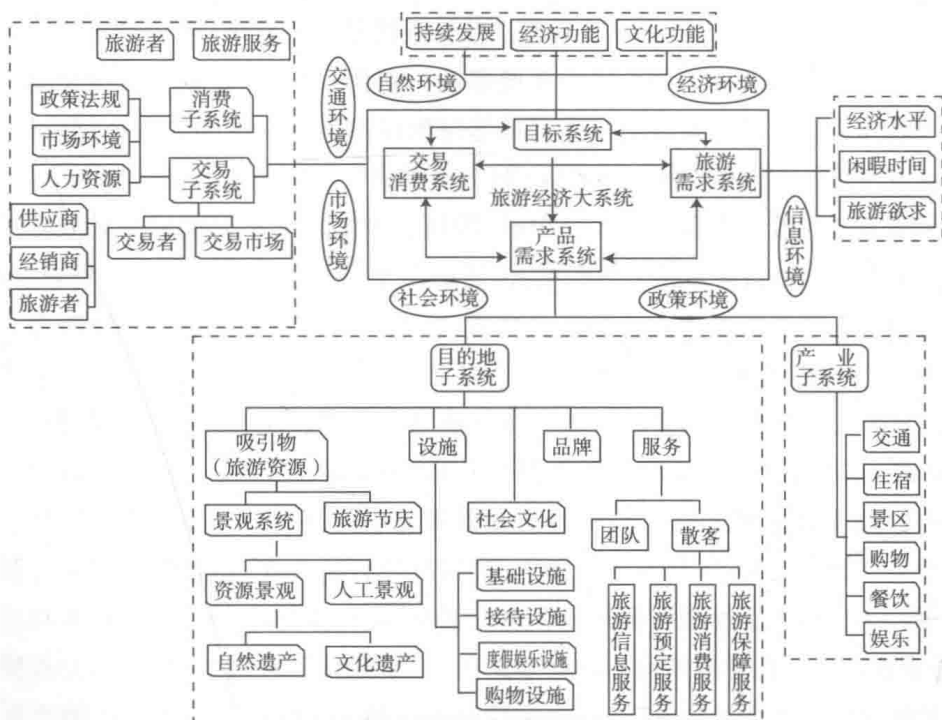


织部门与管理层次的划分以及它们的联结方式。(7)文化要素。社会系统文化是指组织全体成员共同接受的价值观念、行为准则、团队意识、思维方式、工作作风、心理预期和团体归属感等群体意识的总称,它是一个组织区别于其他组织的特色。

3. 经济社会系统的运行

在社会系统整体中,目标是“灵魂”,资源要素是社会系统赖以生存、形成的关键,流程要素规定了社会系统和子系统的工作步骤,制度要素是社会系统目标得以实现的保障,结构要素则起着“联结”的作用,而所有这些都需要活动的主体即人来完成,在上述全部要素中都贯穿着社会系统的文化,并且以上各项缺一不可。^[4]同时,社会系统内各要素之间每两项都是一种对立关系,并且它们又与目标要素发生相互作用,这些作用相互交织,就构成一个能完成一定功能的社会系统。按照所承担的任务和执行的函数的不同,可以对社会系统中所包含的要素进行划分,形成不同的子系统。社会系统典型的子系统包括:边界联系子系统、执行子系统、管理子系统、控制子系统。

(二) 旅游经济的系统构成



从旅游经济的发展要素和系统科学原理可以看出,旅游经济活动具有系统尤其是社会经济大系统的全部特征,具备按照现代系统科学理论进行研究的基础和条件。因此,通过综合运用系统科学、经济学、旅游学以及其他相关学科的理论与方法,主要依据旅游经济要素的经济功能和相互间的有机联系,对旅游经济发展要素进行系统分析,从而形成旅游经济要素相对完整的系统构成与运行体系。

1. 旅游经济大系统

旅游经济的五大类发展要素,通过分别形成有机联系和相互作用的四个系统和七类环境,共同构成了旅游经济大系统,见图0-3。根据系统的层次性特征,全国旅游经济大系统是贵州旅游经济系统的环境要素,贵州的旅游经济系统是全国大系统的子系统。旅游经济大系统由各具经济功能的四个系统与七个边界环境约束构成。

(1) 目标系统(控制系统)

按照结构主义的观点,任何系统都存在目标。在社会经济系统中,目标居于核心地位,制度、资源等要素都是围绕着目标进行配置,这些要素反过来又影响目标的实现。在旅游经济大系统中,目标系统具有控制系统的功能,对旅游经济大系统内的旅游需求系统、产品供给系统、交易消费系统三个系统实施控制,同时,这三个系统通过反馈影响目标系统的目标制定和实现。目标系统由旅游经济的发展目标要素组成,对系统内的其他系统实施控制是该系统的主要功能。

旅游经济系统与任何其他社会经济系统一样,目标具有多重性和层次性特点,多重性目标由目标系统与旅游经济大系统外的七个运行环境和系统内其他三个系统相互作用共同决定,系统中的每个参与主体目标不尽相同,比如旅游产品供应商、销售商、旅游者、目的地居民、政府等,尽管在旅游经济发展目标上一致,但在阶段性目标和执行目标上,却可能存在差异甚至相互抵触的现象。在中国现阶段,旅游经济的整体目标主要有经济发展目标、文化建设和可持续发展目标。目标系统的层次性体现在其余三个系统都有特定的目标,旅游需求系统的目标主要是旅游者在支出最小的情况下,旅游需求得到最大满足。旅游产品供给系统的目标,则是产品供应商在成本最小条件下实现收益最大化。交易消费系统的目标,可以描述为实现旅游产品需求与供给双方的同时满足。当然,这三个系统自身目标受到大系统内整个目标系统的制约。

(2) 旅游需求系统(动力系统)

旅游需求系统由旅游需求要素组成,该系统具有旅游经济大系统内动力系统