

<<旅游管理研究>>

图书基本信息

书名：<<旅游管理研究>>

13位ISBN编号：9787030149558

10位ISBN编号：7030149556

出版时间：2006-1

出版时间：科学出版社

作者：罗明义

页数：480

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<旅游管理研究>>

内容概要

本书系云南大学“旅游管理”省级重点学科建设成果之一。

全书收入论文72篇，紧密围绕旅游管理相关理论和社会主义市场经济建设问题，就旅游经济管理基础理论、旅游企业经营管理、旅游产品设计与开发、旅游文化建设、旅游资源开发与保护、区域旅游发展与规划、国际旅游发展、以及旅游研究8个方面进行了广泛研究，对深入开展旅游管理的学术研究和旅游业发展，具有重要理论价值和实践意义。

本书可供高等类师生、科研人员以及中高级旅游企业院校管理学科管理人员和旅游行政管理人员参考、使用。

书籍目录

一、旅游经济管理 论旅游服务贸易比较优势与分析方法 刍论旅游产业的发展——试以云南省旅游业成长为例 云南省旅游产业发展现状及产业升级条件分析 论云南旅游产业发展创新 试论云南旅游产业市场竞争力的培育二、旅游企业经营管理 旅游饭店业可持续发展的辩证分析 述评政府管理旅游业职能的转变 饭店的人力资源管理和开发 云南省旅游饭店人力资源开发研究 云南旅游饭店集团化发展策略研究 饭店业的集团化经营 饭店的CIS战略浅析 加入WTO中国旅行社业机遇与挑战 浅论中国旅行社业的现状及发展对策 浅论旅行社顾客管理中的“情景管理” 云南省旅行社人力资源开发研究 导游与旅行社的矛盾和谐分析 规范导游行为的分析和思考 旅游企业的顾客管理三、旅游产品设计与开发 论云南旅游度假区可持续发展战略 云南省武定县狮子山风景名胜区管理与营销策略 旅游景区竞争力模型研究 区域旅游者行为模式及影响研究——以滇西北、大理为例 首届中国河口国际界河漂流旅游节策划报告 论中国发展国际旅游的风险与机遇 昆明开发分时度假旅游产品的初步分析 中国旅游商品的可持续发展思考 浅议网络环境下的旅游市场问卷调查 云南旅游电子商务发展状况及制约因素分析四、旅游文化 云南花卉旅游产品开发初探” 昆明市“农家乐”的问题及对策——以西山区为例 旅游是一种现代朝圣 旅游过程中的意境问题研究 旅游业开发与“舞台真实”——一种西方旅游人类学的观点 从旅游人类学角度看旅游对旅游目的地传统文化的影响及对策分析 试论宗教旅游形态——以佛教旅游为例五、旅游资源开发与保护 生态旅游的文化可持续发展探讨 旅游开发与族群文化认同的变迁——以滇东南仙人洞撒尼族群为例 旅游目的地国家营销的战略探讨 生态旅游：起源和定义 自然保护区生态旅游环境承载力综合评价指标体系研究 滇西北香格里拉生态旅游示范区环境效应初步研究 泸沽湖区生态环境及村落生态系统特征 生态旅游景区管理质量的游客满意度动态监测为例 关于“旅游资源”认识的几个误区 农业生态旅游项目开发策划研究——以昆明市西山区为例 森林公园生态旅游开发与项目设计——以富源县十八连山为例 再论我国民俗风情旅游面临的挑战、机遇与发展前景 论民族文化旅游产品的品牌化经营——以云南民族文化旅游产品为例 云南民族文化旅游资源保护性开发的新思路 从旅游资源审美看旅游资源的开发 西部大开发环境下云南民族风情旅游开发创新 论民俗旅游学的研究方法 普洱茶文化及相关旅游资源开发探索 定位论与旅游资源开发 论GIS与GPS相结合在现代旅游景区发展中的应用六、区域旅游发展 澜沧江—湄公河次区域旅游一体化研究 加强区域合作，联合打造中国西南喀斯特大观园 滇西南旅游协作可行性分析 云南澄江县旅游开发的思考 耿马县旅游开发现状研究及对策分析 县域旅游线路规划初探——以云南江川县为例 孟连旅游资源开发研究七、国际旅游发展 哥斯达黎加生态旅游的发展及对我国的借鉴意义 中美酒店业管理模式比较 美国国家公园发展初期经验借鉴八、旅游研究综述 世界旅游管理体制研究综述 我国饭店业可持续发展研究综述 中国旅游资源保护研究综述 中国旅行社业制度法规与经营管理研究回顾 休闲旅游业的研究综述 关于假日旅游的研究综述

章节摘录

二、旅游服务贸易比较优势的分析依据 旅游服务贸易是国际服务贸易的重要组成部分，因此有关阐述服务贸易发展的基本理论和方法也适用于阐释旅游服务贸易的产生和发展，比较优势理论适用于旅游服务贸易的前提和基础，是因为该理论经过修正和改进后适用于服务贸易的分析。但为了更好地掌握旅游服务贸易比较优势的分析方法，还需要进一步了解旅游服务的供给特点，旅游服务贸易比较优势分析工具，以及应用比较优势分析方法的假设前提和条件。

1. 旅游服务的供给特点 旅游产品是一种以服务为主的特殊性产品，因而旅游服务供给也是一种特殊的供给，其除了有一般服务产品的市场供给特征外，还具有不同于一般服务产品供给的特殊性。

这种特殊性是由旅游服务的供给特点所决定的，主要表现在以下几方面。

(1) 旅游服务供给内容的多样性。

旅游服务产品的使用价值在于满足旅游者的生理和心理的需求，而旅游者的需求又是千差万别、多种多样的，从而使旅游服务供给也具有多样性和个体性的特点，即一方面为了满足所有旅游者进行旅游活动的基本需求，必须提供标准而无差别的旅游服务；但另一方面，为了满足每一个旅游者的需求，又要求提供个性化的旅游服务，即使是采用组团旅游方式来提供的组合旅游服务产品，也要注意满足团队中个别旅游者的特殊需求。

因此，旅游服务的供给较之于一般服务的供给具有多样性的特点，这一特点对于旅游服务贸易比较优势的分析具有十分重要的影响。

(2) 旅游服务供给消费的产地性。

通常，一般物质产品的消费是产品通过流通环节而离开生产地消费，但在旅游服务消费中，一般是通过流通环节使旅游者移动到旅游服务生产地消费。

这种特点决定了旅游服务供给既要考虑旅游地的可进入性（包括交通运输能力、出入境因素等），又要考虑旅游地的旅游接待能力（包括住宿餐饮服务能力、景区景点的环境容量等）。

从旅游服务贸易的角度，还要考虑旅游地的吸引力，即旅游资源的特色、比较优势和在国际旅游市场上的吸引力和竞争力等。

因此，旅游服务贸易的供给既不同于商品贸易的供给，也不同于一般服务贸易的供给。

(3) 旅游服务供给计量的特殊性。

旅游服务具有综合性服务的特点，还决定了旅游服务供给的特殊性，即旅游服务必须依托于多种资源、多种设施的有效组合来提供，如交通运输、景区景点、住宿餐饮等。

由于旅游服务构成要素具有异质性的特点，因此旅游服务供给既不能用单一的某种服务设施数量来反映，也无法用各种要素服务的综合累加数量来测度，只能用接待的旅游者数量来表征，也就是用旅游地可能接待旅游者人数来反映旅游服务供给的数量及生产能力水平（容量）。

这种生产能力（容量），不是指单一的要服务要素能力，而是用各要素服务的组合能力来反映，这是旅游服务供给的最重要的特征。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>