

<<旅游劳动及其权益适用>>

图书基本信息

书名：<<旅游劳动及其权益适用>>

13位ISBN编号：9787503237010

10位ISBN编号：7503237015

出版时间：2009-10

出版时间：中国旅游出版社

作者：程国庆

页数：271

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>

<<旅游劳动及其权益适用>>

内容概要

本书是一部藉观光文化探索旅游劳动规律并揭示其法律适用方法的研究报告。

旅行社让古老的“观国之光”乡俗的“看光景”变成了一个绚丽缤纷的社会产业。

同时其究竟生产什么，其劳动创造的社会财富又是什么的质疑声也在工业社会或计划经济形态下一直伴随着旅行社的发展而不断高涨。

直到国际上“买春卖春”、“零负团费”等问题旅游经营模式的出现才将这一质问推向了白热化引发了其法律适用方法究竟何在的讨论。

本著作首先立足于马克思经典经济学的劳动价值论，选体验式旅游为样板采用通俗经济学与现代法学的方法论分析了国际国内正反两方面的旅游生产过程与不同消费形态的旅游劳动成果通过批判服务的社会经济形态论为旅游劳动的社会属性疏通了理论通道证实了旅游业是信息社会的产物揭示了旅游劳动的目标是引导旅游消费信息景观。

而景观作为信息业或信息社会的财富体现形式它的价值已经超越了商品的般价值属性是旅游劳动为其构建了消费价值的属性。

因此，旅游劳动应该像景观那样具有体验信息消费价值的属性由此推测其法律运用方法应该是权益与义务、接下来通过对国内外文献、判例、案例的考察证实了这点并且为利用遗产信息创造社会财富的旅游经营能利提出了权益适用的主张。

至此为解明上述质疑本著作继《中国旅游法学导论》又完成了一项化消费景观论为法学方法化信息能利论为权益文明的考察。

<<旅游劳动及其权益适用>>

作者简介

程国庆（1951-），女，祖籍山西岚县，生于内蒙古五原县。

法学硕士，现任青岛大学副教授、研究生导师。

北京大学本科毕业后即投身于旅游业，曾任内蒙古自治区政府外事办公室、旅游局公务员；中国国际旅行社呼和浩特分社市场开发部部长；国家旅游总局调干；日本全日本航空股份有限公司营业本部国际部交换调研员；日本亚大亚洲研究所研究员。

1999年毕业于日本筑波大学大学院企业经营科学（MBA）研究科博士前期课程。

目前，主要从事国际旅游合作、旅游立法等政策与旅游科学的教学与研究。

独立完成《山东省国际旅游产品调研》项目。

共同完成《日中旅游合作政策共同研究》课题2项。

参与完成内蒙古旅游信息系统研制项目等。

在国内外出版专著7部、译著9部，发表论文及撰写调查报告百余篇。

<<旅游劳动及其权益适用>>

书籍目录

前言绪论	凡例	第一编 旅游法治的课题	第1章 旅游劳动法制建设遇到的挑战	1.1 旅游劳动问题的提出与考察
		1.1.1 一般旅游劳动的生产过程与方式的实验	1.1.2 问题旅游劳动的方式与过程	1.1.3 定义旅游劳动遇到的挑战
		1.2 从交易看旅游商行为的表现	1.2.1 价格结构与商行为的表现	1.2.2 从旅游交易看案例2商行为的表现形式
		1.2.3 从生产与服务看旅游商行为	1.3 关于旅游劳动要素的考察	1.3.1 旅游劳动特殊表象与要素结构分析方法的提出
		1.3.2 旅游劳动的目的及其活动	1.3.3 关于旅游劳动对象的考察	1.3.4 旅游劳动资料
		1.4 界定旅游劳动内涵的课题	1.4.1 界定旅游劳动的试金石是旅游消费	1.4.2 旅游劳动的三因素
		1.4.3 旅游劳动的社会结构	1.4.4 旅游劳动遗留的问题及其带给法律适用的课题	第2章 旅游门客的泛滥与旅游劳动及其法治的范畴与对象
		2.1 “根治”难在于旅游消费需要“门客	2.1.1 公法治理门客是近代法的创造	2.1.2 行政重拳规范导游叩响了现代法律的大门
		2.1.3 游客的委托权是由来已久的公序良俗	2.1.4 门客对旅游劳动具有创造消费性使用价值的一面	2.2 经营中滥用旅游门客的现象
		2.2.1 门客的回佣与旅游劳动价值的最大化	2.2.2 问题旅游劳动陷入不务正业的潜规律中	2.2.3 祸端来自社会旅游生产——商店的不法经营
		2.2.4 带给法律适用的契机与考察路径	2.3 建立长效机制的始末	2.3.1 法律规范和保护旅游门客的价值何在
		2.3.2 保护初级旅游劳动良性因素是当务之急——建筑起商务道德的法律底线	2.3.3 探明旅游劳动财富化轨迹是旅游业的百年大计	第二编 旅游劳动的价值形态
		第3章 何谓旅行社的生产活动	3.1 引言·旅游生产价值的考察路径	3.2 旅游生产的过程
		3.2.1 旅行社究竟在生产、销售什么	3.2.2 线路主题消费策划是旅游生产为遗产信息增值的过程	3.2.3 旅游“零负团费”为旅游生产敲响了警钟
		3.3 引导旅游消费是旅游劳动的生产方式	3.3.1 引导旅游消费是旅游生产的动机	3.3.2 动机体现了旅游劳动的行为特征
		3.3.3 假设引导旅游消费为旅游生产方式的公序良俗	3.4 旅游消费信息是旅游劳动的生产对象	3.4.1 旅游可消费信息是旅游生产的动因
		3.4.2 动因是旅游生产的价值表现	3.4.3 假设旅游消费信息是旅游劳动的生产对象	3.5 旅游生产的本质
		3.5.1 引导旅游消费作为生产方式的可行性分析	3.5.2 旅游消费信息作为生产对象的可行性分析	3.5.3 引导旅游活动消费信息是旅游生产的本质
		第4章 社会生产究竟该凭借什么来发旅游财	4.1 证实旅游生产本质社会适用性的意义与课题	4.1.1 社会旅游生产在为工业时代的商品遗产挖掘旅游消费价值
		4.1.2 社会旅游生产背离旅游生产价值观的后果	4.1.3 证实社会旅游生产本质遇到的课题	4.1.4 旅游“零负团费”为社会旅游生产敲响了警钟
		4.2 社会旅游生产的特点分析	4.2.1 社会旅游生产的现状	4.2.2 社会旅游生产与旅游生产的区别
		4.2.3 社会旅游生产与旅游社会生产的区别	4.2.4 社会旅游生产与导游服务的关系	4.3 社会旅游生产的商品如何步入旅游消费财富化之路
		4.3.1 社会旅游生产	4.3.2 旅游生产的价值对社会旅游生产的影响	4.3.3 来自问题社会旅游生产的反证
		4.3.4 旅游消费信息为一般商品注入了消费价值	第5章 导游服务的合理报酬在哪里	5.1 旅游劳动的诧异性与服务理论的考察
		5.1.1 服务带给旅游劳动的诧异性	5.1.2 对服务经济形态说的批判	5.1.3 旅程服务为旅游生产兑现了它的消费价值
		5.1.4 服务价值表现的推测	5.2 旅程服务	5.2.1 旅程服务是旅行社售出信息消费期权的售后服务
		5.2.2 旅程服务是信息景区化消费的使者	5.2.3 旅游信息消费时效的景致性使服务走向商品化	5.2.4 服务在旅游生产中的地位
		5.3 服务为社会旅游生产提供了商品消费财富化的契机	5.3.1 服务遭遇的挑战	5.3.2 导游或领队遇到的挑战——自身的社会属性
		5.3.3 旅游“零负团费”向服务如何为商品提供旅游发财机会敲响了警钟	5.3.4 社会及其旅游生产的发财机遇	5.4 从旅程服务带来的社会财富看旅游劳动的新型价值
		5.4.1 旅程服务是旅游信息从生产向消费双向转化的过程：	5.4.2 旅程服务与社会旅游生产构成了为商品创造消费财富的生产关系	5.4.3 从旅程服务带给商品的消费价值看旅游劳动
		5.4.4 旅游服务与信息实用技术的关系	5.5 旅程服务产出的消费性使用价值揭示了价值与使用价值的关系	5.5.1 通过旅游生产的主题策划过程看价值的内涵
		5.5.2 通过消费服务过程看交换价值与使用价值的关系	5.5.3 价值与使用价值的关系在旅游消费劳动财富化过程的表现	5.5.4 旅游消费生产三元论数理内涵的质变为信息消费理论开拓了新视角
		第6章 旅游劳动的实质		

<<旅游劳动及其权益适用>>

与权益 6.1 从旅游生产看旅游劳动的价值形成 6.1.1 旅游生产的概念 6.1.2 旅游生产活动的社会结构 6.1.3 从旅游生产看其劳动及成果的价值形成轨迹 6.2.在财富模式基础上看消费性劳动与商品化劳动的区别 6.2.1 工业化劳动在消费财富理论上的表现 6.2.2 信息消费化生产在财富理论上的表现 6.2.3 旅游劳动的生产要素与权益适用 6.3 从社会旅游生产看旅游劳动的新特征 6.3.1 信息作为生产要素是社会旅游生产消费价值的必要条件 6.3.2 引导旅游活动消费是旅游劳动的基本生产方式 6.3.3 旅游活动消费信息是旅游劳动的一般规律 6.4 旅游劳动的概念与权益适用的提出 6.4.1 旅游劳动的定义 6.4.2 结构变迁说明旅游交易的期权性 6.4.3 导游服务报酬的争议在哪里 6.4.4 旅游劳动的价值轨迹与权益适用的提出

第三编 旅游劳动的公序良俗 第7章 自带酒水与旅游劳动权益适用渊源的考察 7.1 序·自带酒水合法化引发的权益互享问题 7.1.1 判例2《王子英诉湘水之珠大酒楼侵权案》案情概述 7.1.2 自带酒水合法性引发的权益公平互享问题 7.1.3 消费服务权益夭折之后 7.2 案中争议焦点及其课题的考察 7.2.1 服务脱离菜肴成为餐馆兼营业务之 7.2.2 争议的焦点在于消费服务的价值量 7.2.3 判决依据的事实背景 7.3.消费服务兼营方式权益适用的可行性 7.3.1 何谓“权益”与权益适用现状

第四篇 旅游劳动权益纠纷分析 第8章 从司法救助遇难导游的现状看其权益适用的课题 第9章 旅游劳动权益适用对象及其实质要件的考察 第五篇 权益适用扔考察——从日本旅游立国推进政策的宪法化看权闪适用时代的到来 第10章 旅游类消费性劳动权益归属的唯一性分析 第11章 权益适用于法律的规范的考察 第12章 从日本旅游立国推进政策的宪法化看消费者的权益保护 结束语——今后的课题附录主要参考文献后记

<<旅游劳动及其权益适用>>

章节摘录

插图：旅行社经营旅游服务，目的是赢利。

所以，直接切入价格结构必然是展现问题的捷径。

从这些旅游的主要劳动价值走偏的体现环节上来看，团费是阐明价值结构的关键性概念，对它的曲解则意味着价值观的走偏。

这种走偏是否与上述集中在方法上的焦点有关，值得探讨。

§1旅游产品价格的一般结构既然称案例2是以消费为目标的旅游产品，那么，依据商行为论，这种消费品自然是旅行社承包旅游消费服务行为的劳动结果。

其价格应由购进成本加上旅行社自己的加工成本和利润构成。

其中，为组合旅游产品，旅行社用于购买进项旅游服务产品费用之和，被称为旅行社购进成本。

对于地接社而言，它的购进成本包括旅游消费地的车费、住宿费、餐饮费、景点门票费、导游服务费等。

在此基础上加上加工成本、利润和税收后，就构成旅游线路地接团报价。

而组团社的购进成本包括旅游产品的地接报价格、往来目的地的交通费、全陪服务费，在此基础上加上加工成本、利润和税收后，就构成旅游线路的组团报价，该报价即为旅游者交纳的团费，也是旅游产品的价格。

这就是产品形成的一般经济规律（以下简称“产品形成规律”）。

案例2是脱离这一承包服务经济规律的劳动行为，其成果则应属非旅游产品。

§2案例I的团费结构与承包商行为的表现形式案例1的团费最终价格是4700元。

这个价格是经过山口旅游局确认后，报给旅行社的价格。

其中包括：往返国际船票（包餐）900元、前三天空调巴士（包车）700元、所列用餐（当地现付）800元、所列景点门票210元、日本境内三星级酒店或商务旅馆住宿、团队签证费用、专业日语领队及旅行社劳务成本费、旅游意外保险、当地司机小费等。

这样的团费，对中日双方的旅行社来说赢利有限，因为经过现地消费核实，团费在5000元左右较合适，而最终以4700元的价格成交。

这是依据消费成本核算出的结果。

其计项结构，没有自费项目和追加项目等。

按照《合同法》的规范，这种表现形式，属于委托、承包行为的正常交易关系。

日本境内不安排当地导游。

日方旅行社，接受了华青国旅预订住房与用车的委托，为本次旅游提供了订房、订车的代理服务。

所以，我们说这次旅游的生产是由青岛华青国旅承包完成的，比较恰当。

<<旅游劳动及其权益适用>>

后记

在完成这部探讨旅游活动基本规律和劳动本质的著作后，我已经在前人研究的基础上，沟沟坎坎走过了30年旅游研究的生涯。

今天，在完成下关大学——青岛大学《日中旅游人流》共同研究项目的课题考察后，才在科学的轨迹上形成了一个比较完整的报告。

如今，在中国旅游出版社的鼎力支持下，问世了。

众所周知，学科没有研究对象就会使学科的方法论失去客体，而无法构成学科体系。

化学是这样，经济学也是这样，旅游学科的诞生最终也不会例外。

不同的是化学、经济学的研究对象诞生于近代工业社会，而旅游学却诞生于现代信息社会。

所以，当化学、经济学等传统学科在步入信息社会，追求现代化研究新领域的时候，旅游学科才在旅游业所处的新兴信息领域，开始澄清自身的研究对象。

而该学科及其不可缺失的方法论，必将随着研究对象的诞生而诞生。

对于旅游学科的研究对象，常有人说，旅游服务或景观等就是旅游学科的研究对象，甚至用旅游研究的范畴取代其对象。

然而，根据社会学研究的准则，旅游服务或景观乃至范畴中的某一内容等作为一种社会现象，充其量只能作为考察的对象。

如果研究对象仅限于此类现象，那么，研究的意义完全可以被考察取代，学科也会因此失去存在的意义。

而通过30多年的海内外考察，获得的各种社会形态下、不同旅游生产水平的信息和身临其境的体验，给了我一种坚定的信念，那就是在信息社会，旅游科学就是一门独立的学科。

<<旅游劳动及其权益适用>>

编辑推荐

《旅游劳动及其权益适用》：旅游能利，能在信息，利在景区，它们让您丰厚的劳动报酬来路光明磊落；权益的内涵是信息能利，它的公平机制让重新整合世界财富的旅游劳动有了法律保障。

<<旅游劳动及其权益适用>>

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>