

<<旅游者行为>>

图书基本信息

书名：<<旅游者行为>>

13位ISBN编号：9787030218117

10位ISBN编号：7030218116

出版时间：2008-8

出版时间：科学出版社

作者：马耀峰，李天顺，刘新平 著

页数：383

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>

## &lt;&lt;旅游者行为&gt;&gt;

## 前言

我国旅游业经过30年快速发展,已跻身全球旅游大国行列。其中入境旅游保持持续快速增长,增幅超过全球同期平均水平。我国已成为世界上最具生机与活力、最安全的旅游目的地之一,是全球第四大入境旅游接待国和第五大旅游创汇国。

据联合国世界旅游组织预测,到2015年中国将成为世界上第一大入境旅游接待国、第四大出境旅游国。

我国旅游业发展潜力巨大。

旅游科学作为一门综合性、交叉性、经济性和实用性很强的新兴边缘学科,几十年来得到了快速发展。

但目前的研究还只是借助于其他学科理论,其学科独立性还未被确认。

究其原因一是因旅游业的综合、复杂的关联性;二是因为该学科发展时间短、未形成自身的理论体系。

我国旅游乃至世界旅游仍是实践超前理论相对滞后。

时至今日,“三体学说”、“过夜学说”、“六要素学说”、“旅游系统学说”等较为成熟的有限理论被业界和学界同仁所接受,而新理论、新学说需要不断地去创新,去挖掘,去实践。

我国旅游业取得的巨大成绩毋庸置疑,旅游业地位日显重要并不可替代。

同时,也应看到我国许多景区一哄而上、重复建设、仓促上马、缺乏科学论证,造成巨大损失的旅游项目并不少见。

这固然有投资环境、建设方向、文化内涵、规律、开发时序、市场前景及投入产出分析没有科学依据等诸因素影响,但其中重要的原因之一就是:一些旅游景区(点)开发仅从资源条件和市场规模条件出发论证,而忽视了第3个条件即游客行为规律。

游客对一个景区的显行为,是对景区开发、产品设计最好的检验和反馈。

游客的旅游决策、空间行为(包括偏好、目的地评价等)、客主交互效应等可为旅游管理、资源评价、产品设计、规划等提供科学佐证,并使其更切合实际。

我国的旅游开发规划、旅游管理、旅游决策等,应该非常重视以游客的旅游行为作参照系。

本书是国家自然科学基金项目“中国不同群体入境游客旅游行为模式研究”(NO.40271038)的总结性成果。

作者以旅游者行为作为研究对象,以中国6个旅游热点城市(北京、上海、广州、西安、成都和昆明)为样本点,选择我国主要入境旅游者群体(日韩、东南亚、欧洲、北美和大洋洲五大群体)为切入面,凭借深入的旅游市场调查和国家旅游局统计、抽样等数据文字资料,融合旅游地理学、消费行为学、旅游心理学、旅游市场学、旅游管理学和计算机科学等多种学科,运用心理测试调查、归纳演绎推理法和内省实验法。

## <<旅游者行为>>

### 内容概要

本书旨在跟踪近年来中国入境旅游者的行为特征，通过对旅游者行为与市场营销策略的理论论述，对现代旅游者行为特征、时空规律与市场营销策略进行归纳和总结，试图较为系统地揭示出现代旅游者行为的研究现状、市场调查、影响因素、行为模式、决策评估、时空规律、市场细分以及营销策略，从理论上试图初步建立以现代旅游者行为研究为主体的旅游者行为与市场营销策略的理论体系，从方法上尝试理论分析与实际应用相结合，从实用价值上力求为中国旅游机构和旅游企业的管理战略提供一定的科学依据。

本书主要读者对象是旅游、地理、经济学、环境等专业研究生及旅游管理部门从业人员。

## &lt;&lt;旅游者行为&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第1章 引言 1.1 旅游者行为的研究目的、意义 1.2 旅游者行为的国内外研究现状 1.3 研究目标和方法 1.4 主要研究内容及其进展第2章 旅华外国游客旅游市场调查 2.1 市场调查的内容和方法 2.2 旅华外国游客市场结构特征第3章 中国主要旅游客源市场 3.1 东北亚客源市场 3.2 东南亚客源市场 3.3 欧洲客源市场 3.4 北美洲客源市场 3.5 大洋洲客源市场第4章 外国游客的旅游决策行为分析 4.1 旅游动机与旅游需求 4.2 影响旅游决策的因素分析 4.3 旅游购买决策过程模型第5章 旅游流时空分析 5.1 旅游流的概念和特征 5.2 旅游流时间序列分析 5.3 旅游流的空间分析 5.4 中国入境旅游流第6章 外国游客的旅游选择偏好 6.1 旅游目的地选择 6.2 旅游资源和旅游产品选择 6.3 旅游交通、住宿和饮食的选择 6.4 娱乐项目选择 6.5 旅游商品选择第7章 客主文化交互行为分析 7.1 国内外研究现状 7.2 客主文化差异 7.3 旅游交往 7.4 客主文化交互效应第8章 外国游客的旅游评价与认知分析 8.1 旅游体验 8.2 旅游评价 8.3 旅游认知 8.4 旅游认知地图第9章 日韩游客旅游行为模式 9.1 旅游决策行为模式 9.2 旅游时空动态模式 9.3 旅游选择偏好行为模式 9.4 旅游交往模式 9.5 旅游评价与认知模式第10章 东南亚游客旅游行为模式 10.1 旅游决策行为模式 10.2 旅游时空动态模式 10.3 旅游选择偏好行为模式 10.4 旅游交往模式 10.5 旅游评价与认知模式第11章 欧洲游客旅游行为模式 11.1 欧洲客源市场分析 11.2 旅游决策行为模式 11.3 旅游时空动态模式 11.4 旅游选择偏好行为模式 11.5 旅游交往模式 11.6 旅游评价与认知模式第12章 北美游客旅游行为模式 12.1 旅游决策行为模式 12.2 旅游时空动态模式 12.3 旅游选择偏好行为模式 12.4 旅游交往模式 12.5 旅游评价与认知模式第13章 大洋洲游客旅游行为模式 13.1 旅游决策行为模式 13.2 旅游时空动态模式 13.3 旅游选择偏好行为模式 13.4 旅游交往模式 13.5 旅游评价与认知模式第14章 旅游行为的数量化分析 14.1 海外客源市场结构的数量化分析 14.2 外国游客旅游决策行为分析的数学模式 14.3 境外游客的旅游选择偏好分析的数学方法 14.4 客主交互行为分析 14.5 入境游客对我国服务质量综合评价的数学模型 14.6 入境游客对各景点的旅游认知分析主要参考文献

<<旅游者行为>>

章节摘录

插图：

<<旅游者行为>>

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>