

《中国入境旅游流扩散驱动机制研》

图书基本信息

书名：《中国入境旅游流扩散驱动机制研究》

13位ISBN编号：9787514126259

10位ISBN编号：7514126252

出版时间：2012-12

出版社：经济科学出版社

页数：260

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《中国入境旅游流扩散驱动机制研》

作者简介

赵现红，河南安阳人，1968年12月生。1992年河南大学地理系毕业，获理学学七；2002年考入陕西师范大学旅游与环境学院，师从马耀峰、李天顺教授，主攻入境旅游市场研究，相继获得旅游管理硕士（2005年）、博士（2009年）学位。曾在安钢中学、安阳师范学院工作，现为河南财经政法大学旅游与会展学院副教授、教研室主任。主要从事旅游者行为、旅游产业管理等方面的教学研究工作。近年来在《旅游学刊》、《经济地理》、《旅游科学》、《地域研究与开发》、《社会科学家》等专业刊物上发表学术论文20多篇，其中2篇被人大复印资料全文转载。全程参与2项国家自然科学基金项目，主持教育部人文社科项目和河南省软科学项目各1项。

《中国入境旅游流扩散驱动机制研》

书籍目录

第1章引言 1.1选题背景和研究意义 1.1.1选题背景 1.1.2问题提出 1.1.3研究意义 1.2相关研究进展 1.2.1基本概念界定 1.2.2旅游流扩散研究进展 1.2.3旅游驱动机制研究进展 1.3研究方法和资料来源 1.3.1研究方法 1.3.2资料来源 1.4技术路线和研究内容 1.4.1技术路线 1.4.2研究内容 第2章入境旅游流空间扩散及其演化过程 2.1入境旅游流空间结构及其演化 2.1.1旅游流空间结构计量方法 2.1.2中国入境旅游流空间结构现状 2.1.3集聚现象分析 2.1.4入境旅游流空间结构演化 2.2入境旅游流空间扩散及其演化 2.2.1旅游流空间扩散计量方法 2.2.2区域之间的扩散 2.2.3 三大口岸入境旅游流扩散特征 2.2.4入境旅游流西向扩散分析 本章小结 第3章入境旅游流扩散动力机制分析框架 3.1旅游流扩散内驱力：旅游需要、动机和偏好 3.1.1 旅游需要的习得性 3.1.2旅游动机的复杂性 3.1.3 旅游偏好的多样性 3.1.4 内驱力的层次性 3.2旅游流扩散外引力：旅游目的地吸引力 3.2.1 旅游目的地吸引力含义 3.2.2 旅游资源吸引力 3.2.3 旅游设施和服务吸引力 3.2.4旅游环境吸引力 3.2.5 目的地形象吸引力 3.3旅游流扩散的中介力：收入、闲暇和可达性 3.3.1 收入条件 3.3.2 闲暇时间 3.3.3 可进入性 3.4旅游目的地选择：三种力量综合作用的反映 3.4.1 旅游目的地选择的本质：理想与现实之间的妥协 3.4.2 旅游目的地选择影响因素：三种类型的力量 3.4.3 旅游目的地选择过程：三种力量的合成 3.5旅游流空间扩散动力机制模型：一个需求视角的解释 第4章入境旅游流扩散的内驱力：旅游动机 第5章入境旅游流扩散的外动力：目的地吸引力 第6章入境旅游流扩散的中介力：收入、闲暇和可达性 第7章旅游目的地选择：三种力量综合作用的反映 第8章总结与展望 参考文献

版权页：插图：在旅游需要阶梯上的位置不断变化，而且随着社会的发展和进步，各社会阶层的旅游需要在旅行需要阶梯上的位置也都出现由低到高的动态变化过程。更为可贵的是，皮尔斯并没有把马斯洛的需要层次完全照单全收，实际上尽管旅游者也有生理和安全需要，但这些需要已经退居幕后，让位于其他形式的高级需要了，其中最典型的要数探险旅游者的需要了。因此，该模型利用动态和多需要方法解释旅游行为，为旅游流扩散研究提供了理论基础。

3.1.2 旅游动机的复杂性

(1) 旅游动机含义。“动机”(Motivation)来源于“激励”(Motivate)一词，其含义是促使人们以特定的方式采取行动或激发兴趣。心理学认为，产生行为的直接原因是动机，它能产生一股动力，引起人们的行动，维持这种行动朝向一定目标，并且能强化人的行动，因此动机也被称为驱动力。旅游行为作为一种特殊的社会行为方式，必然有其直接动机。虽然对旅游动机产生的确切原因及其研究的理论方法并未达成一致，然而在“旅游动机是促成旅游活动的动力源”上已经达成共识。比如，孙喜林(1999)认为，旅游动机具有三个功能：一是激活功能，即旅游动机直接导致旅游活动发生；二是指向功能，即旅游者在动机指引下奔向旅游目的地；三是强化功能，即当旅游活动发生后，动机可以维持和调整活动。因此，研究对旅游动机的界定主要侧重于实际应用，认为旅游动机是促成旅游行为的最直接的原动力，亦是旅游流扩散的直接原因。

(2) 旅游动机的影响因素。经验观察表明，在特定的社会环境、生活水平、文化背景、知识经验等诸多因素影响下，个体的旅游动机就有着显著性的差异。

文化背景。

旅游流扩散不仅是一种空间行为，更是一种文化行为，与旅游者本身的文化传统、教育背景、历史渊源等因素密切相关。而且，经验观察显示，不同国家或地区的游客，社会文化背景存在差异，旅游动机水平也不同。比如欧洲游客更喜欢来华休闲度假旅游，其次渴望了解中国人的生活方式、风土人情，文化交流动机也较突出。这与欧洲国家经济发达，人们生活富裕，外出旅游相当普遍，追求放松享受的旅游方式关系密切。美洲游客与亚洲游客，来华旅游动机呈现多样性，但是美洲游客以探求奇特的民族风情和体验富有内涵的文化交流为旅游动机的较多。亚洲游客则以探亲访友、宗教朝拜为目的的较多，主要—是由于血缘关系、文化传统等因素影响，偏爱选择到邻近国家旅游。

《中国入境旅游流扩散驱动机制研》

编辑推荐

《中国入境旅游流扩散驱动机制研究》认为，旅游流是不同于一般地理流质的具有主观能动性的流体，旅游流扩散的动力源来自内驱力、外引力和中介力。

《中国入境旅游流扩散驱动机制研》

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:www.tushu111.com