

<<旅游市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787030352521

10位ISBN编号：7030352521

出版时间：2012-8

出版时间：科学出版社

作者：李君轶

页数：246

字数：370000

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>

<<旅游市场调查与预测>>

内容概要

《旅游市场调查与预测》由李君轶编著，本书以实际应用为切入点，探讨了旅游市场调查、分析和预测的理论及方法。

调查方法主要包括文案调查、实地调查、抽样调查、问卷调查和网络调查等，结合常用Excel、SPSS等统计软件，对调查结果、数据进行整理和统计。

旅游市场预测主要包括定性预测法、时间序列预测法、回归分析预测法、A3-神经网络预测法和灰色预测法，并通过案例介绍了如何利用Excel、SPSS等统计软件和Matlab数学分析软件进行具体的市场预测。

《旅游市场调查与预测》适合作为旅游专业的本科生、研究生的教学参考书，亦可供地理科学、城市规划、经济管理等相关专业的师生和管理人员参考。

<<旅游市场调查与预测>>

书籍目录

前言

第一章 旅游市场调查基础

第一节 旅游市场调查基本知识

第二节 旅游市场调查程序

第三节 旅游市场调查内容

第四节 市场调查机构和人员

第五节 旅游市场调查资料搜集

第二章 文案调查法

第一节 文案调查的概念、应用与要求

第二节 文案调查的渠道

第三节 文案调查的方法和程序

第三章 实地调查法之访问调查法

第一节 标准化访问

第二节 非标准化访问

第三节 网络调查法

第四章 实地调查法之观察法与实验调查法

第一节 观察法

第二节 实验调查法

第五章 问卷设计技术

第一节 问卷的含义、设计原则与设计步骤

第二节 设计技术与技巧

第三节 态度测量技术

第六章 抽样方案设计

第一节 抽样调查概述

第二节 抽样设计的步骤与内容

第三节 随机抽样

第四节 非随机抽样

第五节 抽样设计的其他相关问题

第七章 旅游市场分析中的数据和资料处理

第一节 旅游市场调查资料分类或分组

第二节 单变量数据的描述分析

第三节 双变量及多变量数据的描述分析

第四节 多变量数据的深度分析

第八章 旅游市场预测基本理论

第一节 旅游市场预测概述

第二节 旅游市场预测原理

第三节 旅游市场预测内容和方法

第四节 旅游市场预测误差

第九章 定性预测方法

第一节 对比类推法

第二节 集合意见法

第三节 专家调查预测法

第四节 景气预测法

第五节 情景预测法

第十章 时间序列预测方法

<<旅游市场调查与预测>>

第一节 时间序列概述

第二节 传统时间序列法

第三节 现代时间序列分析预测

第十一章 回归分析预测方法

第一节 回归预测法概述

第二节 一元线性回归分析

第三节 多元线性回归分析

第四节 非线性回归分析

第五节 罗吉斯回归分析

第十二章 其他预测方法

第一节 人工神经网络模型

第二节 灰色预测理论

第十三章 旅游市场调研报告撰写

第一节 旅游市场调研报告概述

第二节 旅游市场调研报告的结构

第三节 撰写市场调研报告的准备

第四节 市场调研报告的写作技巧

参考文献

<<旅游市场调查与预测>>

章节摘录

版权页：插图：3.统计性原理 预测事物的发展变化，不能仅仅依据几次的观察结果或少量的数据，因为这样的结果往往具有随机性和偶然性，而多次的观察或大量的数据，也无法直接看到其内在的规律。

但是，建立在概率论基础上的数理统计的原理和方法，可以把这一切用统计表或图文的形式表现出来让预测者观察和分析，也就是使预测对象的内在规律呈现出来，也是定量预测方法和预测公式的基础。

从偶然性中揭示必然性所遵循的就是统计规律，预测者通过对历史数据的分析（每一个历史数据都具有偶然性）和统计理论的科学分析，便可找出其偶然性的必然性，也就是预测对象的规律性，最终运用这种规律性来推断预测对象未来的发展趋势。

4.供需平衡性原理 除上述基本原理外，旅游市场预测最终是根据市场的供需情况来预测的，在市场经济条件下，旅游供求矛盾主要依靠价值规律的作用进行调节，通过价格机制达到市场均衡。

在旅游市场上，当某种旅游产品供不应求时，该旅游产品的价格就会上升，促使需求量减少，而供给量则增加，直到供求大体相当为止；反之，当某种旅游产品供大于求时，该旅游产品的价格就会下降，促使旅游需求量上升，而旅游供给量则会减少，直到供求大体相当为止。

由于旅游产品的特殊性，旅游供需存在着多种矛盾，如数量矛盾、结构矛盾、质量矛盾等。

数量矛盾是指旅游接待能力与同时期旅游购买能力的矛盾；结构矛盾是指旅游供求在构成上的矛盾，主要表现在旅游供给的内容、档次、方式等与旅游需求不相适应；质量矛盾则主要表现为游客对旅游产品的期望与实际的旅游供给之间的差距。

为了更好的理解旅游的供需平衡，需要对影响旅游供给和需求的主要因素进行分析。

首先，旅游供给是指一定时期内旅游目的地和旅游企业在各种可能的价格下愿意并能够向市场提供的旅游产品的数量，具体包括旅游业经营者向游客提供的旅游资源、旅游设施和旅游服务等。

影响旅游供给的因素主要有以下几点。

（1）旅游生产要素的价格。

旅游生产要素价格的高低直接影响着旅游产品成本的高低，尤其对旅游产品这样一个包含食、住、行、游、购、娱等多种要素在内的综合性产品来说，各种要素价格的变化必然影响到旅游产品供给的变化。

通常，在旅游产品价格不变的情况下，若各种生产要素的价格提高了，就会导致旅游产品的成本增加而减少企业利润，从而引起旅游产品供给量也随之减少；反之，要素价格降低，则会刺激旅游产品供给量的增加。

<<旅游市场调查与预测>>

编辑推荐

《旅游市场调查与预测》突出全面性、前沿性和实践性。

在《旅游市场调查与预测》中，编者力求比较全面地介绍旅游市场调查、分析和预测的基本理论和方法；同时对于一些目前比较前沿的分析、预测理论和方法进行介绍；重视操作性和实战性，在书中通过众多的案例分析和软件操作演示，使读者在学习能够理论联系实际，尽可能在学习完成后，能够独立从事旅游市场调查、分析和预测工作。

为了减轻初学者的负担，《旅游市场调查与预测》尽量简化原理和公式的推导，试图通过实例操作（利用SPSS进行数据的处理和分析）让学习者掌握其基本的原理和方法。

因此，在学习《旅游市场调查与预测》内容之前，应该具备初步的统计和SPSS软件的基础知识。

<<旅游市场调查与预测>>

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>