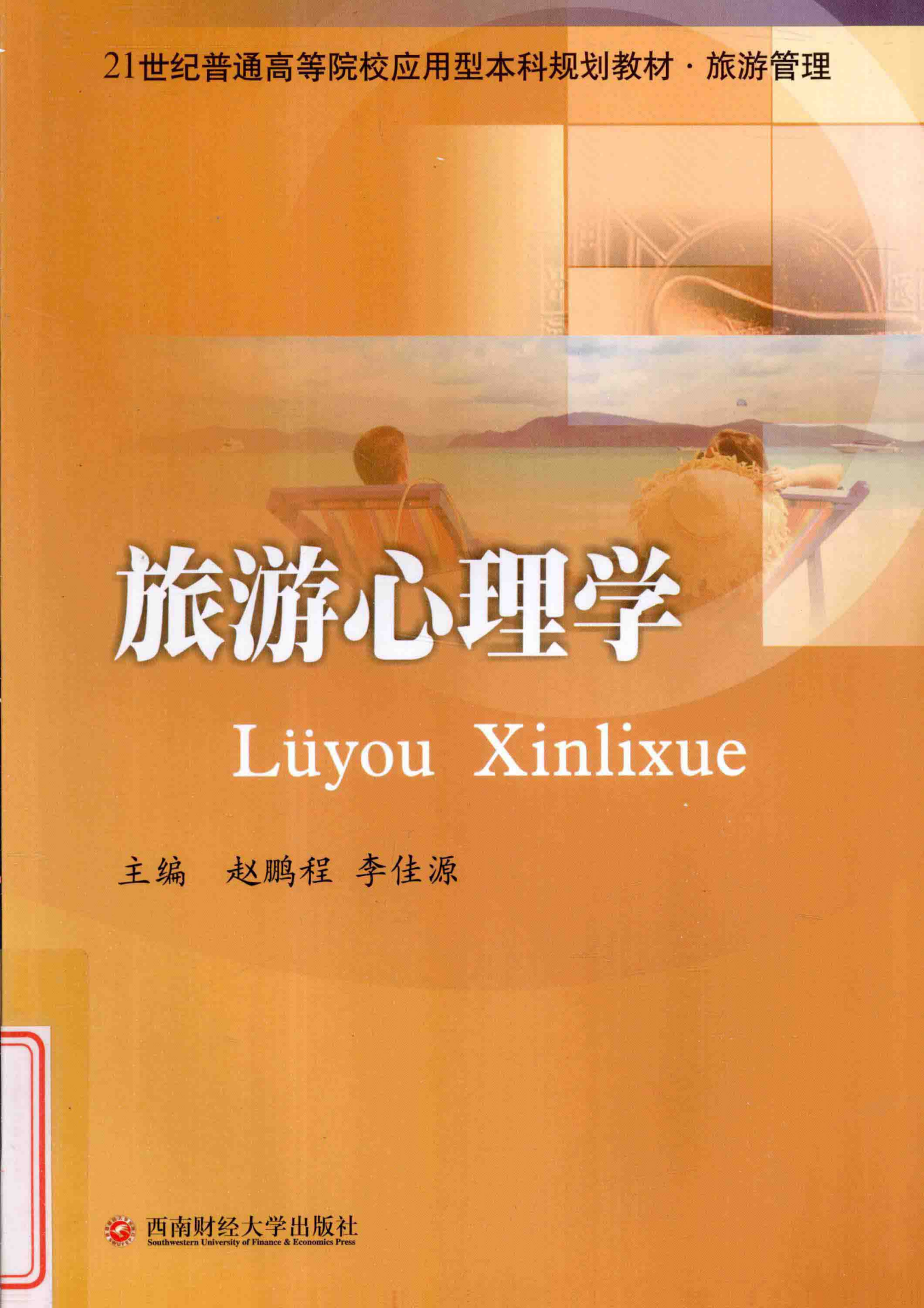


21世纪普通高等院校应用型本科规划教材·旅游管理



旅游心理学

Lüyou Xinlixue

主编 赵鹏程 李佳源



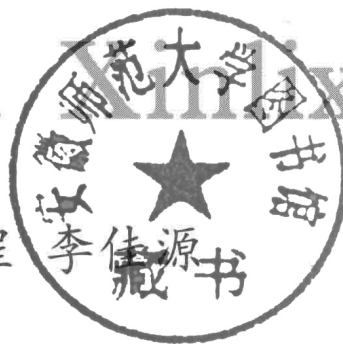
西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

21世纪普通高等院校应用型本科规划教材·旅游管理

旅游心理学

Lüyou Xīnlǐxue

主编 赵鹏程



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/赵鹏程,李佳源主编. —成都:西南财经大学出版社,
2014. 8

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1510 - 2

I. ①旅… II. ①赵…②李… III. ①旅游心理学—教材

IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 169473 号

旅游心理学

主编:赵鹏程 李佳源

责任编辑:张 岚

助理编辑:高 玲

封面设计:杨红鹰

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookej.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	15.25
字 数	280 千字
版 次	2014 年 8 月第 1 版
印 次	2014 年 8 月第 1 次印刷
印 数	1—2000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1510 - 2
定 价	29.80 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

Foreword 总序

为推进中国高等教育事业可持续发展,经国务院批准,教育部、财政部启动实施了“高等学校本科教学质量与教学改革工程”。这是深入贯彻科学发展观,落实“把高等教育的工作重点放在提高质量上”的战略部署,在新时期实施的一项意义重大的本科教学改革举措。“高等学校本科教学质量与教学改革工程”以提高高等学校本科教学质量为目标,以推进改革和实现优质资源共享为手段,按照“分类指导、鼓励特色、重在改革”的原则,加强课程建设,着力提升我国高等教育的质量和整体实力。为满足本科层次经济类、管理类教学改革与发展的需求,培养高素质有特色应用型创新型人才,迫切需要普通本科院校经管类教学部门开展深度合作,加强信息交流。值得庆幸的是,西南财经大学出版社给我们搭建了一个平台,协调组织召开了二十余所普通本科院校经管学院院长联席会议,就教学、科研、管理、师资队伍建设、人才培养等方面的问题进行了广泛而深入的研讨。

通过充分的研讨和沟通,共同打造了切合教育改革潮流、深刻理解和把握普通本科教育内涵特征、贴近教学需求的高质量的21世纪普通高等院校系列规划教材。截至2012年年底,共出版了70余种教材,并获得社会好评。

鉴于我国经济社会的发展,节假日改革、带薪休假的实行,旅游产业得到迅猛发展(2012年我国旅游业总收入约2.57万亿元),旅游业的持续升温、快速发展与旅游专业人才的短缺矛盾十分突出,旅游人才资源数量不足、层次不高;旅游产业发展必须培育和造就一支多功能、复合型、国际化的旅游专业队伍,教育部已将旅游管理专业从工商管理下独立出来,成为与工商管理平行的一级学科;加之,旅游管理专业教材存在集中于管理专业领域,旅游经济和会展旅游等方面严重缺失,教材中“文化”含量偏低,且“大而全、小而全”以及操作性不强等问题。因此,2013年院长联席会议确定单独建设21世纪普通高等院校应用型本科规划教材·旅游管理,以促进旅游管理专业课程体系和教学体系的合理构建,推动教学内容和教学方法的创新,形成具有鲜明特色的教学体系,从而为旅游业

的快速发展提供强有力的人才保证和智力支持。

鉴于此,本编委会与西南财经大学出版社合作,组织了十余所院校的教师共同编写本系列规划教材。

本系列规划教材编写的指导思想:在适度的基础知识与理论体系覆盖下,针对普通本科院校学生的特点,夯实基础,强化实训。编写时,一是注重教材的科学性和前沿性,二是注重教材的基础性,三是注重教材的实践性,力争使本系列教材做到“教师易教,学生乐学,技能实用”。

本系列规划教材以立体化、系列化和精品化为特色,包括教材、辅导读物、讲课课件、案例及实训等;同时,力争做到“基础课横向广覆盖,专业课纵向成系统”;力争把每种教材都打造成精品,让多数教材能成为省级精品课教材、部分教材成为国家级精品课教材。

为了编好本系列规划教材,在西南财经大学出版社的支持下,经过了多次磋商和讨论成立了由经济学博士、西南财经大学教授、博士生导师、中国旅游协会区域旅游开发专业委员会理事张梦任主任,赵鹏程教授、邱云志教授任副主任,郑元同等教授任委员的编委会。

在编委会的组织、协调下,该系列规划教材由各院校具有丰富教学经验并有教授或副教授职称的教师担任主编,由各书主编拟订大纲,经编委会审核后再编写。同时,每一种教材均吸收多所院校的教师参加编写,以集众家之长。

根据各院校的教学需要,结合转变教学范式,按照理念先进(体现人才培养的宽口径、厚基础、重创新的现代教育理念)、特色鲜明(体现科学发展观要求的学科特色、人才质量水平和转变教学范式的最新成果)、理论前沿(体现学科行业新知识、新技术、新成果和新制度)、立体化建设(基于网络与信息技术支持,一本主教材加相对辅助的数字化资源,并辅助于教学网络平台的支撑形成的内容产品体系)、模块新颖(教材应充分利用现代教育技术创新内容结构体系,以利于进行更加生动活泼的教学,引导学生利用各种网络资源促进自主学习和个性化学习,兼具“客观化教材”、“开放性索引”、“研究性资料”和“实践性环节”的功能)的要求,引进先进的教材编写模块来编写新教材以及修订、完善已出版的教材。

希望经多方努力,力争将此系列规划教材打造成适应教学范式转变的高水平教材。在此,我们对各学院领导的大力支持、各位作者的辛勤劳动以及西南财经大学出版社的鼎力相助表示衷心的感谢!

21 世纪普通高等院校应用型本科规划教材·旅游管理编委会

2013 年 11 月

Foreword 前言

现代旅游业起源于 20 世纪 50 年代的西方发达国家,半个多世纪以来,旅游业从一个无足轻重的产业已然发展成为世界上最大的产业之一。随着我国国际交往的扩大、国际影响力的迅速提升、世界现代服务经济的快速发展,国家对旅游业服务内容与服务质量也提出了新的要求。现代旅游业的快速发展要求旅游从业人员不但要具有较高的功能服务技能,而且需要具备较高的心理服务能力。当前旅游心理服务能力已成为旅游市场竞争的核心,面对激烈的国际旅游市场竞争,学习掌握好旅游心理学的知识与技能,对促进旅游事业发展具有十分重要的现实意义。因此,作为一门研究旅游活动中人的心理与行为规律的学科,旅游心理学应运而生。旅游心理学是心理学的一个新兴应用分支,是旅游管理等专业的基础主干课程。其特点是运用心理学的原理与方法分析、解决旅游活动、旅游服务、旅游管理中的心理问题。本教材旨在使学生掌握心理学的基本理论,并培养学生将理论联系旅游实际分析解决问题的能力。

依照旅游活动的基本过程和规律以及高校旅游管理等专业应用型人才的培养目标与特点,全书理论架构,由旅游者心理、旅游管理心理、旅游服务心理三部分内容共同构成,共分十章。本书以案例教学为导向,每一章都设置了案例分析模块,并附有复习思考题,以方便教师教学和学生学习讨论。

第一部分“旅游者心理”是本教材的主体,也是国外学者对旅游心理学的研究的主导思路。本部分包括第一章到第八章,重点结合心理学的基础理论,以旅游消费者为对象,全面分析知觉、情感、动机、态度、人格、学习等心理过程与现象以及角色家庭、参照群体、社会阶层、文化和亚文化等社会因素对旅游消费行为的影响,并总结旅游者消费行为的一般规律。

第二部分“旅游企业管理心理”内容因与旅游管理、酒店管理等专业开设的先行课程交叉重合较多,因此本书未对“旅游管理心理”进行逐一详述,而是针对旅游从业者的实际工作需要,对人际沟通、群体心理以及旅游企业员工的心理健康与调适进行了阐释。

在第三部分中，本教材以“优质服务”的实现为中心，以旅游业的三大支柱产业即饭店业、旅行社以及旅游交通业为例，较为详尽地阐述了旅游服务的心理对策。

本书结构逻辑层次清楚、内容翔实、案例生动、贴近实际。书中融入了旅游心理学较新的教学理念，力求严谨，突出实用性，且采用统一的格式化体例设计。因此，本书既适用于普通高校大学本科旅游管理专业的教学，也可以作为专升本及高职高专院校旅游管理专业的教材，还适用于旅游企业从业者的职业教育与岗位培训。

Contents 目录

第一章 绪论	1
第一节 旅游心理学的研究对象、内容与方法	2
第二节 旅游心理学研究的意义	7
第三节 旅游心理学的理论基础	9
第二章 旅游知觉	14
第一节 感觉与知觉	15
第二节 影响旅游者知觉的因素	25
第三节 旅游距离的知觉	30
第四节 旅游交通知觉	32
第三章 旅游者的情绪与情感	35
第一节 情绪与情感概述	36
第二节 旅游者的情绪和情感	45
第四章 旅游动机	51
第一节 动机	52
第二节 旅游动机	58
第三节 旅游是多样性生活之源	65

第五章 态度与旅游行为	72
第一节 态 度	73
第二节 态度理论	79
第三节 态度与旅游决策	81
第四节 通过改变态度影响旅游行为	83
第六章 旅游者人格	91
第一节 人格概述	92
第二节 人格类型与旅游行为	105
第三节 人格结构与旅游行为	113
第七章 旅游者的学习	119
第一节 学习概述	120
第二节 学习基本理论	125
第三节 旅游态度的学习	134
第四节 减少风险知觉和购买后失调的学习	136
第五节 旅游者学习的过程	142
第八章 社会因素对旅游行为的影响	147
第一节 群体与参考群体	148
第二节 群体与旅游角色	152
第三节 家庭与旅游行为	153
第四节 社会阶层与旅游行为	158
第五节 文化与旅游行为	162

第九章 旅游企业管理心理	167
第一节 沟通	168
第二节 旅游从业人员的群体心理	179
第三节 旅游从业人员的心理保护和调适	186
第十章 旅游服务心理	208
第一节 酒店服务心理需求与服务策略	209
第二节 旅行社服务心理及服务策略	218
第三节 旅游交通服务心理	225
参考文献	229
后记	232

第一章 绪论



学习目标

通过本章学习，了解旅游心理学的研究对象与学科性质、理论基础，掌握研究方法，明确本学科基本内容和学习意义。



重点难点

旅游心理学研究内容
旅游心理学的理论基础
科学的心理观
心理的实质
现代心理学三大流派及观点



本章内容

旅游心理学研究对象与内容
旅游心理学的学科性质
旅游心理学的理论基础
旅游心理学研究方法
旅游心理学研究意义

心理学是研究人的心理现象与行为发生、发展及其规律的科学，是一门既古老又年轻的学科。旅游心理学的形成和发展，一方面是心理学的发展为旅游心理学的形成和发展提供了理论和方法；另一方面是商品经济的发展，尤其是旅游自身的发展，对旅游心理学的形成和发展提出了客观要求。

第一节 旅游心理学的研究对象、内容与方法

心理学是研究心理与行为历程的科学。旅游心理学是心理学的分支学科，属于应用心理学，是将心理学的研究成果及其一般原理运用到旅游工作而形成的一门新兴学科。旅游心理学所以为旅游心理学，是因为用心理学的视角透视旅游，捕捉并研究的必然是与旅游相关的人的心理与行为。旅游现象所涉及的人员如此众多，旅游心理学不可能也没有必要一一去研究，这就涉及研究对象的选择问题，这是一个有争议的问题。

一、旅游心理学的研究对象

旅游主体即旅游者的行为是旅游者在其一系列心理活动的支配下产生的异地探险、调换环境、改变生活体验和认识世界的行为，是旅游心理的外部表现，通过外显的旅游行为我们可以了解旅游者的内隐心理。而旅游行为是在旅游心理的支配下发生并随着旅游心理的发展变化而发展变化的，因而研究旅游心理有助于我们了解、预测、影响旅游行为。旅游心理与行为密不可分。那么，旅游心理学的研究对象究竟是什么呢？有学者认为旅游心理学只研究旅游者即旅游行为主体的心理；而有学者从更广义的视角构建旅游心理学的研究对象，认为旅游心理学主要研究旅游者的心理，但也离不开对为旅游者提供服务的旅游企业的管理心理与旅游从业人员服务心理的研究。

我们认为旅游心理学的研究对象是旅游活动中旅游者及与旅游相关人的心理与行为规律。本书明确以旅游者心理为首要研究对象，无论学者提出各种旅游心理学不同的研究对象，但从可得资料可以看出，旅游者的心理都是首要的、没有争议的研究对象。如果把旅游心理学的研究对象笼统归为对旅游活动中旅游者心理、旅游企业管理心理、旅游从业人员服务心理的研究，则必然涉及各自充分的、具体的研究。但三者的研究重要性在旅游心理学科领域中显然是不尽相同的。简而言之，对旅游者的心理研究是我们认识、了解旅游者的必由之路。而对旅游者的深入认识 and 了解，是进行旅游管理工作 and 开展旅游服务工作的基础，理应是旅

游心理学的首要研究对象。而对旅游管理者的心理研究,主要是通过管理心理学的原理来认识和指导管理者的心理活动,从而为搞好旅游管理工作打下基础。对旅游服务者的心理研究,涉及的是如何运用营销学和心理学以及营销服务心理的原理来认识和指导旅游服务者的心理活动,从而为搞好旅游服务工作打下基础。三者研究重点的不同,必然涉及内容体系安排的不同。以上三个研究任务不可能在一门课程里、一本教材中同等量齐观,那样只会陷入学科研究对象不明,理论体系架构重叠,各个研究任务的学习都止步于蜻蜓点水的怪圈。因此,尽管旅游管理心理与旅游从业人员服务心理也在研究内容的范畴之中,但基于旅游者是旅游管理工作和旅游服务工作的出发点,我们沿用了一些学者的观点,把旅游者视为旅游工作最根本的部分来作为旅游心理学的研究对象。

二、旅游心理学的研究内容

旅游心理学研究的是与旅游现象有关的人的心理。现代旅游心理学研究的广度和深度都有了很大提高。

(一) 旅游心理学的理论基础

旅游心理学是心理学的一个新的应用性较强的学科,是研究旅游活动中旅游者和旅游从业者的心理和行为规律的学科。旅游心理学的主要理论和研究方法都来自于心理学与旅游学的研究结果,是将基础心理学、社会心理学、管理心理学等基本原理、规律应用到旅游业实践的结果,具有多学科综合交叉的特点。这一特点要求我们要掌握心理学的理论基础。认识研究旅游心理学的意义,掌握好旅游心理学的基础理论,是研究旅游心理学的基本前提。

(二) 旅游者心理

旅游者是旅游行为的决策者,是旅游活动的主体,因此,他们是旅游服务质量和服务水平的评价主体。例如,旅游者的旅游动机是什么,旅游者的个性与旅游行为有什么关系,社会风气、文化习俗对旅游者有什么影响,旅游者在旅游活动中在生理上、心理上需要得到什么样的满足,怎样的服务和管理能使旅游者感到满意等,这些都需要从心理学的角度进行深入研究。

(三) 旅游企业员工心理

如前所述,旅游心理学虽然不专门研究旅游企业员工心理,但它的研究内容必然涉及员工心理,因为旅游业服务质量的提高和经营成败的关键以及企业的效益从某种程度上讲都是由员工决定的。旅游企业员工的沟通、群体心理以及心理健康都将直接影响其服务理念、服务质量和服务水平,因此旅游企业员工心理是研究内容中不可或缺的一部分。

（四）旅游服务心理

旅游服务人员要充分了解和把握旅游者的心理变化规律，学会察言观色，有针对性地满足不同旅游者的现实需要和潜在需要，要通过旅行社、饭店、旅游交通等具体环节来实现。为旅游者提供优质服务是旅游业存在和发展的宗旨，因此旅游心理学必须研究旅游者在游览过程中或在酒店的前厅、客房、餐厅等场所的心理需求以及我们应采取的心理服务措施，帮助旅游服务人员迎合旅游者的心理、满足旅游者的需要，使旅游者在整个旅游活动过程中获得美好的经历、美好的体验和美好的感受。

三、旅游心理学研究方法

（一）观察法

观察法，是指在自然环境情况下，有计划、有目的、有系统地直接观察被研究者的外部表现，了解其心理活动，进而分析其心理活动规律的一种方法。观察法应在自然环境条件下进行，研究者不应去控制或改变有关条件，否则，被试者行为表现的客观性将受到影响。观察法的优点在于能保持被观察者心理及行为的自然性和客观性，所得材料客观可靠；缺点是由于研究者处于被动地位，只能消极地等待其所需要的现象发生，对所观察到的现象不易做定量分析。

（二）个案法

个案法，是指研究者深入旅游业，对旅游企业、旅游者以及旅游工作人员进行全面的、较长时间的、连续的观察了解和调查，研究其心理发展的全过程，在掌握各方面情况的基础上进行分析整理，得出结果。

例如，研究者对某一著名的旅游探险者进行跟踪记录，用较长的时间记录其活动的内容和方式，积累素材，进行深入分析研究，整理出能反映这一旅游探险者的详尽材料，个案产生的全过程就称为个案研究过程。个案研究的时间跨度往往较大，个体的状态成为时代的代表，完整而典型的个案研究所花费的成本十分巨大。个案研究的优点在于揭示行为产生的原因，它可以使人们通过典型案例了解旅游活动中人的心理、行为及其发展规律，支持某些心理学理论，探索补充行为规律。但个案法研究的特定性，使之具有极大的限制性和个体性。个案研究的缺点在于信度和效度较差，很难得到因果关系的结论，容易出现解释偏差，数据收集可能存在误差，个案研究的结果有特殊性，往往不能从一个个体推广到总体。

（三）实验法

实验法，是指有目的地严格控制或创设一定的条件，操纵某种心理现象产生，从而对它进行分析研究的方法。实验法有两种形式：实验室实验法和自然实验法。

实验室实验法,是在专门的实验室内借助于各种仪器来进行的,得到的结果一般较精确,但对于旅游心理学的研究而言,操作起来难度较大,使用较少;自然实验法,是在自然条件下(即在正常的旅游活动、社会生活中),严格控制影响心理活动的因素(即控制自变量),尽量排除无关因素使自变量尽量单一化,从而引起相应的心理与行为改变(即因变量)的研究方法,使用较多。自然实验法能把对情境条件的适当控制与实际旅游活动的正常进行有机地结合起来,因此具有较大的现实意义。例如,同一导游员对同一旅游景点在同样长的时间内,在为条件大致相同的不同的旅游团进行导游服务时,采用平铺直叙式、故事悬念式或说明评价式等不同的讲解方式进行讲解。旅游者听完讲解后用选择笑脸图案的多少表示满意度,根据获得的笑脸图案数的多少,来分析不同的讲解方法对旅游者满意度的影响。不同组被试者接受的讲解是实验设计中确定的,称为自变量;不同组被试者所显示的满意度,称为因变量。

许多问题经过反复的实验和结果的积累,可揭示所要探知的某些问题的规律。自然实验法的特点是简便易行,而且把科学研究跟人们经常进行的社会活动结合起来,所得结果符合实际情况,具有实践意义。但是,在自然实验的设计中必须注意使实验组和控制组的年龄、性别、受教育程度、家庭、社会诸方面的条件大致相同,人数相等,控制质量和实验顺序的影响,实验的结果要做统计处理,以揭示实验结果的意义。

总之,实验法也有其缺陷或不足。一方面,有些问题可能由于涉及伦理、道德或难以直接控制,无法使用实验法。例如,很难研究投诉对旅游工作者心理的影响。另一方面,由于实验法中严格控制了变量和条件,与现实生活总不免有一定的差距,在推广应用实验结论时受到一定的限制。例如,导游员讲解时的语言速度快慢,会间接地影响旅游者的满意度高低,没有明确地体现讲解水平和满意度的相关性。

(四) 访谈法

谈话法是研究者通过与对象面对面对话,在口头信息沟通的过程中了解对象心理状态的方法。按照访谈过程中结构模式的差异,访谈分为结构化访谈和非结构化访谈。

1. 结构化访谈

结构化访谈,是指主试者根据事先拟定的提纲提出问题,受访者针对所提出的问题回答。结构化谈话结构严密、层次分明,具有固定的谈话模式,可以事先设计成口头问卷。例如,在旅游咨询中的首次接待谈话,旅游工作者通过结构化谈话具体了解旅游咨询者的年龄、性别、职业、国籍、旅游动机等信息资料。

2. 非结构化访谈

非结构化访谈，是指没有一个固定模式，主试者只提出一个范围较大的问题，受访者可以根据自己的想法，主动性、创造性地进行回答。非结构化谈话结构较为松散，层次交错，气氛活跃。通过非结构化谈话方法，双方不仅交换了意见，也交流了感情，能获得较多的第一手资料。例如，在长城导游过程中问旅游者为什么要建长城，和旅游者一起探讨修筑万里长城的原因，互相交流信息，提高旅游者游览兴趣。

访谈法的运用既要有明确目标，又要讲究方式方法，对访谈内容进行有效的控制引导，同时保持轻松愉快的气氛。访谈法的优点是简单易行，便于迅速取得第一手资料，因而使用较为广泛。但关于受访者心理特点的结论，只能从受访者的回答中去分析寻找，所以访谈具有较大的局限性。

(五) 问卷调查法

问卷法是指运用内容明确、表达简练的问卷，让被试者自己填写，然后进行统计分析的方法。问卷法采用的是问卷量表的形式。常用的问卷法有以下几种：

1. 是非法

是非法（二项选择法）指对每个试题作出“是”与“否”的回答的问卷方法。要求回答不能模棱两可或不作回答。

例如，你喜欢去南充旅游吗？

是 否

2. 选择法

选择法（多项选择法）指列出一些有多种并列答案的问题，让被试者任选一个或几个答案的问卷方法。

例如：我参加旅游活动的原因是（请根据实际选择一个或多个答案）：

A. 丰富我的人生经历。

B. 有了多余可支配的钱。

C. 为了炫耀。

D. 旅游是时尚的标志。

E. 增加知识。

3. 等级排列法

等级排列法（顺位题法）指列出可供选择的多种方案，被试者按其对自己的重要性的次序予以排列的问卷法。

例如，按照个人的偏爱程度给下列的旅游方式排序：观光游、探险游、休闲游、度假游、生态游。

4. 开放式问卷法

开放式问卷法,也称自由回答法,即对所调查的项目,让被调查者自由回答,不受任何约束。

例如:请写出你对去西藏旅游的看法?

问卷法的优点是可以在较短的时间内取得广泛的材料,易于分类统计并使结果尽可能量化。问卷法的缺点是所取得的材料一般很难进行质量分析,因而无法把所得结论直接与被试的实际行为进行比较。

(六) 心理测量法

心理测验法是运用具有一定的信度和效度的标准化量表对人的心理特征进行测量和评定的方法。第一个制定这种测验量表的是英国的高尔顿(F. Galton),他当时的目的是为了研究优生学和个别差异等问题。20世纪初,法国心理学家比奈(A. Binet)为鉴别低能儿编制了智力量表,以后又有许多心理学家编制了测定人的情绪、人格的量表。这些科学量表的制定,使人的心理特征可以用客观的工具来衡量,并加以数量化。这一方法往往用在旅游从业人员的心理测试上,用以研究员工的心理品质与服务行为的关系,对选拔、配置旅游人才有积极作用。

总之,旅游心理学的研究方法是多种多样的。在进行研究时,不应孤立地采用一种方法,而应根据研究的需要综合采取各种方法,或者以某种方法为主,辅之以其他方法,这样才能获得全面、准确而客观的数据资料,以利对旅游心理作出一个完整的评定。

第二节 旅游心理学研究的意义

旅游业在我国是朝阳产业,它已成为国民经济中一个重要的支柱产业,受到各级政府部门和企业的高度重视。估计到2020年,我国的入境旅客将是世界第1位,出境旅客将是世界第4位。随着旅游业的飞速发展,不言自明,旅游心理学的研究意义深远。

研究旅游心理学的意义,具体表现在以下几个方面:

一、有助于促进文明旅游环境与平安社会的构建

旅游心理学所揭示的旅游者心理规律对服务态度的产生和调节有着重要影响。要想提高服务质量,首先就要了解服务对象的心理,掌握旅游者的心理活动及其规律,从而减少服务的盲目性,增强针对性。现代旅游业要求从业人员具有现代