



普通高等学校高职高专旅游管理专业应用型特色“十二五”规划教材

周耀进 主编

旅游心理学



书馆



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社



普通高等学校高职高专旅游管理专业应用型特色“十二五”规划教材

周耀进 主编

旅游心理学

广西师范大学出版社

· 桂林 ·

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学 / 周耀进 主编. — 桂林: 广西师范大学出版社, 2015.3

ISBN 978 - 7 - 5495 - 6357 - 9

I. ①旅… II. ①周… III. ①旅游心理学 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 027533 号

出品人: 刘广汉

责任编辑: 周 伟

封面设计: 沈晓薇

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码: 541001)
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人: 何林夏

全国新华书店经销

销售热线: 021 - 31260822 - 882/883

山东鸿杰印务集团有限公司印刷

(山东省桓台县唐山镇驻地 邮政编码: 256401)

开本: 787mm × 1 092mm 1/16

印张: 16 字数: 340 千字

2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

定价: 36.80 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷单位联系调换。

普通高等学校高职高专
旅游管理专业应用型特色
“十二五”规划教材

本书编写委员会

主	编	周耀进
副	主	编
		何丽萍 程远清 夏 兰
		李 琼 周程明 任世国
编	委	周 阳 杨 莎 段太香

前 言

中国旅游研究院武汉分院发布的《2014 中国旅游业发展报告》显示：2013 年中国出境旅游 9819 万人次，消费总额达 5582 亿元，人数和消费总额均位列世界第一；入境旅游接待人次和收入同列世界第四位，成为全球第四大入境旅游目的地；国内旅游总消费 26276.1 亿元，同比增长 15.72%，我国成为全球最大的国内旅游市场国。

伴随着中国旅游业快速、持续的发展，旅游消费者群体日益壮大，他们的消费经验日益丰富，对旅游服务的要求也越来越高。如何迎接国际挑战，增强本土旅游企业的管理能力；如何面对日益积累的市场竞争，开发适销对路、颇具体验性的旅游产品；如何洞悉旅游消费者心理需求，提高旅游服务质量；如何激励旅游企业员工，提升旅游服务人员的心理素质……这些都是旅游从业者和旅游人才培养机构需要共同研究的课题。

全国高等院校开设的旅游管理或酒店管理专业一般都设置有“旅游心理学”的课程。该课程的开设旨在使学生能够运用心理学的基本理论、基本方法指导旅游服务、旅游企业管理以及自我心理调适。这是一门充满趣味性、应用性强的课程，主要研究旅游活动中人的心理活动和行为规律，并试图运用心理学的方法来分析和解决旅游消费、旅游服务、旅游管理中的心理问题。

从 20 世纪 80 年代开始，以甘朝有、刘纯、齐善鸿等为代表的学者开始了心理学与旅游学的融合探索，他们的相关著作初步奠定了国内旅游心理学的理论体系。基于这些开创者的思路和架构，后续有更多的学者、教师编写了旅游心理学教材。本教材编写组通过企业调研，确定增加旅游从业人员的职业心理研究和强化客我心理互动的内容。本教材以培养旅游从业者在旅游服务工作中对客人心理的分析能力、员工心理分析与管理能力、自我心理调适能力及较高的职业心理素质为主线，以实用、够用的心理学理论知识为基础，再配之以相应的心理素质测试量表和课后实践方案，力求体现教材内容的系统性、针对性和应用性。在内容上，注重理论联系实际，涉及的都是旅游服务和旅游企业员工管理中的实际问题；在结构安排上，每章都设置有案例导入、课程导读、相关链接和课后练习等，进而引发读者独立地思考问题，并促使他们去付诸实践。

全书分为四个大篇，共十三章。第一篇为绪论；第二篇为旅游者心理，包括旅游消费动因、旅游者的认知、旅游者的态度与决策、旅游者个性心理等内容；第三篇为客我互动心理，包括客我交往心理、旅行社与导游服务心理、酒店服务心理、旅游投诉与售后服务心理等内容；第



四篇为旅游从业者心理，包括旅游从业者的职业心理、旅游企业员工的心理保健、旅游企业员工个性与管理、旅游企业群体心理等内容。

本书由武汉商学院周耀进任主编，其承担了全书的总体设计、组织稿件、案例整理、修改定稿等工作；湖南科技职业学院何丽萍、重庆三峡职业学院程远清、四川华新现代职业学院夏兰、河南交通职业技术学院李琼、广东科学技术职业学院周程明、新乡职业技术学院任世国担任副主编；四川天一学院的周阳、杨莎、段太香参与了本书的编写工作。在教材的编写过程中，我们参阅了相关领域的一些教材或其他著作，并引用了有关资料。在此，谨向这些文献的作者致以诚挚的谢意。书中如有疏漏不当之处，敬请专家和读者批评指正，以便我们今后进一步修订完善。

周耀进

2014年冬于武汉

目 录

第一篇 绪论

第一章 旅游心理学概述 3

- 第一节 旅游心理学的产生与发展 4
- 第二节 旅游心理学的理论基础 8
- 第三节 旅游心理学的研究对象、意义及方法 10

第二篇 旅游者心理

第二章 旅游消费动因 19

- 第一节 旅游消费动机的功能和类型 20
- 第二节 产生旅游消费动机的内部条件 24
- 第三节 影响旅游消费动机的外部因素 28
- 第四节 激发旅游动机的策略 32

第三章 旅游者的认知 37

- 第一节 旅游者的认识过程 37
- 第二节 旅游者的感觉规律及应用 40
- 第三节 旅游者的知觉原理及应用 43

第四章 旅游者的态度与决策 55

- 第一节 旅游态度 55
- 第二节 旅游决策 64

第五章 旅游者个性心理 70

- 第一节 个性心理概述 71
- 第二节 人格结构与消费行为 81
- 第三节 旅游者的角色心理 83

第三篇 客我互动心理

第六章 客我交往心理 93

- 第一节 客我角色认知 94
- 第二节 客我交往心理策略 97
- 第三节 旅游服务中的客我沟通 105

第七章 旅行社与导游服务心理 112

第一节 旅行社及网点(门市)服务心理 113

第二节 旅游交通服务心理 119

第三节 游览服务心理 123

第四节 旅游购物心理 126

第八章 酒店服务心理 134

第一节 酒店客人的基本心理 134

第二节 前厅服务心理 137

第三节 客房服务心理 140

第四节 餐厅服务心理 143

第五节 康乐服务心理 146

第六节 商品部服务心理 148

第九章 旅游投诉与售后服务心理 152

第一节 旅游消费者投诉心理与应对 152

第二节 旅游售后服务 159

第四篇 旅游从业者心理

第十章 旅游从业者的职业心理 165

第一节 旅游从业者的心理素质要求 166

第二节 旅游从业者的职业意识 173

第三节 旅游从业者的职业适应 175

第十一章 旅游企业员工的心理保健 180

第一节 旅游企业员工的情绪控制 180

第二节 员工心理健康问题分析 190

第三节 员工心理保健 198

第十二章 旅游企业员工个性与管理 204

第一节 旅游企业员工个体差异与管理 204

第二节 旅游企业员工的个性判定工具——心理测验 214

第三节 旅游企业员工激励 218

第十三章 旅游企业群体心理 225

第一节 群体心理效应与团队建设 225

第二节 旅游企业中的人际交往心理 230

第三节 旅游企业中的沟通心理 237

参考文献 245



第一篇 绪论

第一章

旅游心理学概述

【本章导读】

旅游作为人类社会一项有益于身心的活动，是现代人生生活中的重要组成部分。由于心理活动是人类行为的基础，旅游者的行为总要受其心理活动规律的支配，因此，研究旅游行为必须要研究旅游心理。通过本章的学习，使学生熟悉和理解心理的实质、主要的心理学流派和心理心理学的基本应用情况；了解和掌握旅游心理学的研究对象、内容和研究方法；明确学习《旅游心理学》的现实意义。

【案例导入】

暗示效应

1968年，两位美国心理学家来到一所小学，他们从一至六年级中各选3个班，在学生中进行了一次煞有介事的“发展测验”。然后，他们以赞美的口吻将有优异发展可能的学生名单通知有关老师。8个月后，他们又来到这所学校进行复试，结果名单上的学生成绩有了显著进步，而且情感、性格更为开朗，求知欲望强，敢于发表意见，与教师关系也特别融洽。实际上，这是心理学家进行的一次期望心理实验。他们提供的名单纯粹是随机抽取的。他们通过“权威性的谎言”暗示教师，坚定教师对名单上学生的信心。虽然教师始终把这些名单藏在内心深处，但掩饰不住的热情仍然通过眼神、笑貌、音调滋润着这些学生的心田，这种影响是潜移默化的，学生们也因此变得更加自信。奋发向上的激流在他们的血管中荡漾，于是他们在行动上就不知不觉地更加努力学习，结果就有了飞速的进步。

案例评析：一个人不自觉地接受暗示而按暗示做出行为反应的心理现象叫暗示效应，暗示效应是社会生活中极为普遍的心理效应。在旅游工作中可以运用心理暗示效应，如旅游景区的宣传与促销、旅游投诉接待工作、导游服务工作、酒店服务工作、旅游管理工作等都可以巧妙地应用此心理效应来解决问题；同时，旅游工作是一项看似简单，实际上却是相当复杂、充满了挑战性的工作，在工作的过程中有可能导致一些员工产生不良心态，所以，学会给自己快乐的心理暗示也是旅游工作的需要。

◆—— 第一节 旅游心理学的产生与发展 ——◆

一、心理学的内涵与心理的实质

(一) 心理学的内涵

顾名思义,“心”为心思、思维、思想等内心活动;“理”为条理、机理、原理。“心理”是指人的头脑反映客观现实的过程,泛指人的思想、感情等内心活动,即关于人的思想、情感活动的规律。

心理学(英文名称 Psychology)就是研究人的心理现象发生、发展和活动规律的一门科学。有人说:“学心理学的人能看透别人的心理,知道他人心里想什么。”这实际是把心理学神化了。心理学学者只是尽可能地按照科学的方法,仔细地观察、研究或思考人的心理过程(包括感觉、知觉、注意、记忆、思维、想象等过程)是怎样的,人与人有什么不同,为什么会有这样和那样的不同,即人的人格或个性,包括需要、动机、能力、气质、性格和自我意识等,从而得出适用人类的一般性规律,继而运用这些规律更好地服务于人类的生产和实践。

(二) 心理的实质

首先,心理是脑的机能,脑是心理最重要的器官。

起初人们认为“心在心脏”,表示心理现象的字也多带有心字旁,如“思想、意念、恋、愁”等;一些成语也带有这种色彩,如“沁人心脾”、“心不在焉”、“心中有数”等。直到近代,“心在心脏”说才逐渐销声匿迹,确立了“心在脑中”之说。心理现象与物理现象不同,心理是物质的派生现象,它的产生需依附于一定的物质实体。现代科学表明,脑是心理的器官,心理是脑的机能。也就是说,人脑是人的心理活动的物质载体。

其次,客观现实是心理反映的源泉,即物质是第一性的,意识是第二性的。

脑是心理的物质载体,主要是说明一切心理活动只有依附于脑器官及其机能才能实现,但这并不等于说人脑本身就会自动产生心理现象。从心理的内容和源泉来看,人的心理是对客观现实的反映,是人脑与客观现实相互作用的结果。

第三,人的心理是一种能动的反映。

人的心理是一种主观反映,人的主观世界不同,对同样的客观现实,不同的人会有不同的反映。人能积极主动地认识客观世界及主观世界的本质和规律,并据此去改造客观世界和主观世界。

第四,社会实践活动是心理发展的必要条件。

科学心理学十分强调人的心理发展源于人类的社会实践活动,缺少社会实践活动,人的心智很难发展和成熟。人的心理虽然是脑的机能,但是它又不是由人脑单独决定的。人类的社会生活是人的心理形成和发展的决定性因素。一个人脱离了人类的社会生活,即使有一副正常的人脑,也不会形成和发展成人类的正常心理。

二、心理学的产生与发展

（一）心理学的产生

心理学是一门渊源数千载而历史近百余年的科学，自从有了人类就有了心理现象，但是作为一门学科，心理学产生较晚。19世纪以前的心理学隶属于哲学，从古希腊先哲苏格拉底、亚里士多德、柏拉图开始，人们就凭借主观臆测对人类的本性、本能、心灵、感觉、意识等作为哲学领域的概念展开讨论，但是未形成科学的理论体系和研究方法。19世纪后期，随着自然科学的发展，实验的方法逐渐引入心理学的研究，使心理学逐渐从哲学中分化出来成为了一门独立的学科。1879年德国哲学家、心理学家威廉·冯特在莱比锡大学创建了世界上第一个研究心理现象的实验室，这标志着科学心理学的诞生。

（二）心理学的发展

1. 心理学的理论发展与主要流派

科学心理学的发展经历了一百多年的时间。在发展的过程中，一方面，人们对心理学的研究对象与理论体系进行了数十年的争鸣，形成了各种不同的理论流派。这些学派，有从内在的意识去研究的，有从外在的行为研究；有从意识的表层研究，有从意识的深层研究；有从静态研究，有从动态研究；还有从生物学、民族学、文化学等其他不同角度去研究的。十大心理学派包括内容心理学派、意动心理学派、构造主义心理学派、机能主义心理学派、行为主义心理学派、格式塔心理学派、精神分析心理学派、日内瓦学派、人本主义心理学派、认知心理学派。其中以西方心理学的三大流派最为著名，即弗洛伊德的精神分析心理学、华生创立的行为主义心理学和以马斯洛为代表的人本主义心理学。

（1）精神分析心理学。奥地利心理学家弗洛伊德是从事心理治疗起家的，是心理治疗中精神分析学派的创始人。他认为心理上的病态是人的本能冲动被压抑的结果。当一个人觉得自己的冲动严重地违背了“做人的原则”时，他就会压抑这些冲动。压抑的结果是：虽然再也意识不到这些冲动，并且已经可以心安理得地相信自己“没有”这些冲动，但这些冲动依然存在于意识不到的内心深处。他认为，这种“冲动”与“对冲动的压抑”之间的冲突，就是导致心理失常的病因。他还发现，病人那些被压抑的冲动，往往会表现在他们的梦境中，他认为治疗者应该通过深入地分析去破译梦的含义。1900年，他正式出版了他的第一本且是最有影响的代表作《梦的解析》，同年他着手写了《日常生活的心理分析》一书，把对病人的研究扩大为对一般的正常人的研究。

弗洛伊德认为推动人们去做各种事情的“原动力”是那些人与动物共有的本能欲望的冲动，其中特别是“性冲动”和“攻击的冲动”。人按本性来说，总是想不择手段地为所欲为，但社会不允许人这样做。他并不主张放纵，相反，他认为对人的本能加以控制是完全必要的。如果人类放纵自己，必将自取灭亡。但他所从事的心理治疗又使他认为，一味地压抑人的本能冲动不仅会造成心理上的痛苦，还会导致生理上的疾病。他认为可取的办法既不是放纵，也不是压抑，而是“升华”，就是把原本用于做坏事的心理能量用来做好事。人类的命运就取决于人类的文化能在何种程度上使人的本能得到升华。

(2) 行为主义心理学。行为主义心理学于 20 世纪产生于美国, 创始人是华生。他反对研究意识, 把人和动物的行为作为研究对象。他从人和动物行为中所找到的基本因素是刺激和反应, 并断言: “我们能将我们的一切心理学问题及其解决, 都纳之于刺激和反应的规范中。” “刺激—反应” 公式就成为华生心理学的基本公式。

在—批“新行为主义”心理学家中, 最著名的是创立“强化学说”的斯金纳。他认为通过动物实验也能揭示人的行为规律, 因为人和动物的行为服从于同样的规律。最重要的问题不在于各种各样的行为是由什么样的刺激引起的, 而在于已经出现的行为有的能巩固下来, 有的没有。他用大量实验证明, 已经表现出来的行为因为得到奖励而增加它重复出现的可能性, 也就是给奖励能强化已经出现的行为。

【相关链接】

斯金纳箱

斯金纳箱是新行为主义心理学创始人之一斯金纳为研究操作性条件反射而设计的实验设备(见图 1-1)。箱内放进一只白鼠或鸽子, 并设一杠杆或键, 箱子的构造尽可能排除一切外部刺激。动物在箱内可自由活动, 当它压杠杆或啄键时, 就会有一团食物掉进箱子下方的盘中, 动物就能吃到食物。实验发现, 动物的学习行为是随着一个起强化作用的刺激而发生的。斯金纳通过实验提出了操作性条件反射理论。



图 1-1 斯金纳箱

(3) 人本主义心理学。美国的马斯洛等人本主义心理学家认为, 对于人来说, 最本质也是最珍贵的东西不是人与动物共有的那些本能, 而是那些动物所没有的、只有人才有的潜能。1954 年他所著的《动机与人格》一书问世, 提出了需要层次理论, 所谓自我实现是通过发挥人的潜能来实现人的价值。

马斯洛所说的人所特有的潜能, 如爱的潜能、创造的潜能, 都是善的, 而不像弗洛伊德所

说的本能那样是恶的,但人的潜能与人的动物本能相比要软弱得多,它们只有在良好的环境条件下,才能由潜在的可能性变为现实,在恶劣的环境中是很容易被摧残的。理想的社会就是能使人潜能得到充分实现的社会。

20世纪50年代末,马斯洛与弗洛姆、罗杰斯等人共同发起,于1962年成立了“人本主义心理学会”,他们所确定的人本主义心理学的基本原则之一,是“心理学应该关心人的尊严和人的提高”。

2. 现代心理学的分支学科

以实验心理学的建立为标志,现代心理学的发展在理论上已脱胎于哲学,形成了一门科学的独立体系。心理学的主干学科有理论心理学和应用心理学等。理论心理学主要有比较心理学、动物心理学、发展心理学(儿童心理学、青年心理学、老年心理学等)、生理心理学(生物心理学、神经心理学等)、普通心理学(以一般正常人的心理现象及其基本规律作为研究对象)等。

心理学在应用上与社会各实践领域建立了广泛的联系,从而形成许多分支学科,主要有教育心理学、劳动心理学、文艺心理学、体育运动心理学、航空航天心理学、组织管理心理学、临床或医学心理学、司法与犯罪心理学、公关心理学、消费心理学等。随着实践的发展,还会出现更多分支学科。心理学巨大的实践价值,越来越受到人们的欢迎和国际社会的重视。

三、旅游心理学的产生与发展

现代旅游心理学是心理学的分支学科,属应用心理学,是将心理学的研究成果及其一般原理运用到旅游工作中而形成的一门新兴学科。心理学自身的发展和完善为旅游心理学的形成与发展提供了理论和方法;同时,旅游业自身的发展又对旅游心理学的形成和发展提出了客观要求。

现代旅游业的发展,对旅游业提出了更高的要求。从旅游业的需要来看,人们不仅仅满足于沿袭已久的旅游服务项目,而是不断地追求新的刺激;从旅游者的自身来看,人数不断增多,境外旅游者也逐年增多,文化程度不断提高,旅游经验日益丰富;从旅游业内部来看,竞争日趋激烈。现代旅游的这些特点要求旅游业必须研究旅游活动中人的心理因素,以满足旅游者的需要,处理好旅游活动中的各种关系,提供优质服务,以质取胜。于是旅游心理学作为一门研究人在旅游活动中的心理及其规律的学科应运而生。

旅游心理学产生于20世纪70年代,最早散见于一些学者在报刊上发表的关于旅游中的心理学问题的研究文章。1981年,美国CBI公司出版了佛罗里达中心大学老迪克·波普旅游研究所所长小爱德华·J.梅奥和商业管理学院副院长兰斯·P.贾维斯编著的《旅游心理学》。该书第一次从行为科学角度考察旅游和旅游业,从心理学角度分析研究旅游者的旅游行为,揭开了旅游心理学研究的序幕。日本等一些国家的学者也相继开展了旅游心理学的研究。

目前,旅游心理学在我国正处于初创时期。20世纪80年代初以来,我国旅游心理学的专家、学者在这一领域不断探索,勤奋工作,先后有一些教材问世。这些教材在吸收借鉴国外理论的同时,注意结合中国国情和我国旅游业的实际进行编撰和研究,为我国旅游心理学的发展奠定了基础。

◆—— 第二节 旅游心理学的理论基础 ——◆

一、人格心理学

“人格”是一个有着颇多歧义、颇多界说的概念。美国著名人格理论家、人格特质论学派的创始人高尔顿·阿尔波特(Gordon Allport),曾综合性地阐述了自古以来不同学派的50种定义,对人格范畴的定义做了经典式的介绍和历史性总结。同时他根据自己对这50个各具特色的定义的研究,得出了自己的定义。阿尔波特认为,人格简单地说就是“一个人真正是什么”,更具体地说:“人格是在个体内在心理物理系统中的动力组织,它决定人对环境适应的独特性。”阿尔波特的定义包括层次性、整合性、适应性和区别性等定义的基本论点。因此,这一定义代表了现代人格心理学中的人格习惯用法的综合。阿尔波特对人格所下的定义,代表了现代西方心理学对这类范畴所做的形而上的解释。

二、认知心理学

1967年,美国心理学家奈瑟出版了《认知心理学》,预示着心理学发展到了一个新的阶段,亦成为认知心理学正式建立的标志。认知心理学探讨人类认知的信息加工过程,并把人视为一个主动的信息加工系统,努力揭示认知过程的内部心理机制,揭示人对信息的获得、存储、加工和使用的过程。认知心理学所探讨的问题,涉及人类心理活动深层次的心理机制及其过程,诸如人是如何进行知觉、注意、记忆、语言、思维与推理、问题解决、意识、创造性等方面的心理活动过程。

三、社会心理学

社会心理学是研究人的社会或文化行为发生、发展、变化的过程及规律的科学。它是研究人的社会行为的。人的社会行为主要有三个特征:第一,社会行为是对各种社会刺激的反应,同时它又可以成为对他人的社会刺激;第二,社会行为既包括人的内在心理现象,也包括外在的行为表现;第三,社会行为的主体既包括个体,也包括由这些个体组成的群体。社会心理学的研究主要有以下三个层面:

(一) 个体社会心理

这一层面的研究包括社会化、社会认知、社会动机、社会感情、社会态度等几个领域。社会化理论包括社会化的内涵、过程、作用、途径、基础、影响因素等;社会认知本质上是对人的认知,包括社会认知的内涵、过程、途径、作用、影响因素等;社会动机理论包括社会动机的含义、特征、模式、种类等内容;社会感情理论包括社会感情的形成与意义、社会感情研究的方法、社会感情的存在与表现形式等;社会态度理论包括社会态度的内涵、结构、功能、形成、影响因素等。

（二）社会交往心理

这一层面的内容包括对人际沟通、人际影响、人际关系的研究。

人际沟通包括对人际沟通的过程、种类、途径及沟通心理的分析与揭示；人际影响主要分析在社会交往中，人所受到的心理影响的方式，如暗示、感染、模仿等；人际关系的研究则揭示了人际关系的本质与作用、影响人际吸引的因素、人际交往的基本规律等。

（三）群体心理

社会中的人无不处于各种各样的群体之中。社会心理学中的群体心理研究，既包括对小群体心理的研究，如揭示小群体在一定社会环境中的行为模式和心理状态，小群体对群体成员行为的影响作用，群体领导人的地位、作用及行为方式等；也包括对大群体心理现象，如民族心理、性别差异心理等的研究；此外，还要研究大众心理现象。

通过对社会心理学基本内容的简单介绍不难发现，研究旅游心理，离不开社会心理学的理论。旅游交往心理、旅游认知、旅游态度、旅游动机、旅游需要等研究成果就是建立在社会心理学理论基础之上的。旅游心理学的研究方法同样也借鉴了社会心理学的研究方法。

四、管理心理学

管理心理学诞生于 20 世纪 20 年代，其诞生的标志是 1924—1932 年间，在美国芝加哥西方电器公司的霍桑工厂梅奥进行的“霍桑试验”。其早期的核心理论之一就是人际关系学说。管理心理学的研究对象是企业中的人的心理规律，其目的在于调动人的积极性，以达到最大的工作绩效。管理心理学的迅速发展使企业管理进入一个新阶段，企业管理由以“物”为中心转变为以“人”为中心；以“纪律”为中心转变为以“行为”为中心；以“监督”为中心转变为以“动机激发”为中心；以“独裁式”管理为中心转变为以“参与式”管理为中心。

管理心理学研究的内容是企业中具体的社会心理现象，包括个体心理、群体心理、组织心理和领导心理四个主要方面。

五、消费心理学

旅游活动，在某种意义上可以这样认为，它是旅游者这一特殊的消费者围绕旅游内容而进行的消费过程。所以旅游心理学与消费心理学有着密切的关系。

消费心理学是一门以观察、说明、记述和预测消费者活动为目的，研究消费者心理活动的科学。它借鉴和吸收了应用心理学、社会学、管理学、经济学等不同学科领域所发展起来的理论、概念和研究成果，是上述这些学科的边缘学科。消费心理学已为产业界、商业界和消费者本身广泛应用，成为当今最流行的一门学科。研究消费心理学，借鉴和吸收消费心理学的现有理论、概念和成果，有助于推动和促进旅游心理学的研究。

消费心理学不仅从客观的角度进行观察，即以明显存在的心理活动为研究对象，还以不能直接进行观察、潜在的心理活动为研究对象。消费心理学研究的是消费者的心理活动及其规律，而消费者的概念已经由狭义的商品购买者扩大泛指为现实生活中所有的人。“消费者”常常与“生