



高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划教材

旅游心理学

LUYOU XINLIXUE

主编 李长秋

 郑州大学出版社



高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划教材

江苏工业学院图书馆
藏书章

旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

主编 李长秋

郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/李长秋主编. —郑州:郑州大学出版社,
2006.6

(高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划教材)

ISBN 7-81106-298-4

I. 旅… II. 李… III. 旅游心理学-高等学校:
技术学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 066362 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

河南龙华印务有限公司印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:14.5

字数:311 千字

版次:2006 年 6 月第 1 版

邮政编码:450052

发行电话:0371-66966070

1/16

印数:3 101 ~ 5 100

印次:2007 年 2 月第 2 次印刷

书号:ISBN 7-81106-298-4/F·83 定价:22.50 元

本书如有印装质量问题,请向本社调换



编委会

■ 主 任 杨盛道 贾修国

■ 副主任单位 郑州旅游职业学院
河南职业技术学院烹饪系
开封大学管理科学学院
郑州航院信息统计职业学院
河南经贸职业学院外语旅游系
郑州经济管理干部学院经贸系
焦作大学经济管理学系

■ 委员单位 洛阳大学工商学院
黑龙江旅游职业学院
黄河水利职业技术学院管理系
秦皇岛职业技术学院旅游系
郑州华信职业技术学院管理系
鹤壁职业技术学院经管系
三门峡职业技术学院旅游管理教研室
商丘职业技术学院经贸系
许昌职业技术学院人文艺术教育系
济源职业技术学院经贸系
河南省旅游职业教育集团
海天大酒店

■ 办公室主任 杨秦予

作者名单

■主 编 李长秋 王利琴

李长秋 王利琴

■副主编 王利琴

王利琴

■编委(以姓氏笔画为序)

丁蕾 王利琴 吕占京

李长秋 张琪 崔慧敏

旅 游

内容提要

该书为高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划教材之一,主要介绍了在不同的动因驱动下旅游者的知觉、情绪情感、态度、个性、社会心理,不同的旅游消费活动中旅游者的心理特点及相应的接待技巧,以及旅游企业员工的心理特点、人际关系、心理健康的维护等内容。

本书资料丰富,图文并茂,以大量的实际案例、补充阅读资料及图表对相关理论作了鲜活的阐释,便于读者理解,突出了高职高专教材实用性与可借鉴性较强的特点。

本书既是高职高专旅游专业教材,又可以作为自学者及旅游从业人员的培训教材,还可以作为相关学科研究人员的参考用书。

旅游



旅游高等职业教育是旅游学科高等教育的重要组成部分,是近年来适应旅游行业的迅速发展需要,在我国旅游学科高等教育中发展最快、适应性最强、所培养的人才最受欢迎的高级专门人才的培养形式。旅游业的主要任务是向游客提供食、住、行、游、购、娱等各项旅游服务产品,在为游客提供旅游服务的每一个环节上,都有非常严格的要求和规定。因此,旅游从业者必须具有十分熟练的服务技巧和满腔热情的敬业精神。旅游高等职业教育以就业为导向,以能力为中心,以职业技能培训为主要学习内容,以培养具有专业文化知识和能力的高级技术型、应用型人才为目标,是我国目前旅游高等教育中重要的旅游人才培养形式。河南是旅游资源大省,同时又是我国人口最多的省份。近年来河南旅游业发展非常迅速,对于应用型职业旅游人才的需求越来越迫切,加快旅游高等职业教育的教学、教材建设的任务也越来越重要。

郑州大学出版社按照国家教育部关于高等职业教育教材改革的要求,从当前高等职业教育的特点和我国旅游行业对职业技能教育所提出的要求出发,组织一批具有丰富高等职业教育经验的高水平专家学者,经过多次论证和研究,组织编写了“高等职业教育旅游管理专业‘十一五’规划教材”。

本套规划教材共计 17 种,包括专业核心课程(10 种):《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游市场营销》、《旅游资源开发》、《旅游法规实务》、《饭店管理》、《旅行社经营管理》、《旅游企业会计学》、《导游实务》、《旅游景区经营与

2 编写说明



管理》;专业基础课程(7种):《旅游饭店前厅客房服务与管理》、《旅游饭店餐饮服务与管理》、《旅游服务礼仪》、《旅游心理学》、《旅游文化》、《中外民俗》、《旅游地理》。

“高等职业教育旅游管理专业‘十一五’规划教材”以就业为导向,将实践教学落到实处,与“双证制”紧密衔接,打破原有的学科体系,建立以技能为本位的符合岗位需要的专业知识体系,凸显以下特色:

1. 教材名称和专业目录完全对应

本套教材名称以国家教育部最新颁布的《普通高等学校高职高专教育指导性专业目录(试行)》为依据,参照专业简介及课程设置制定和专业目录完全对应的教材名称。

2. 以理论够用为度,加强实践环节

克服以往高职高专教材理论知识讲授过多,缺乏实践教学环节的弊端,对理论教材进行“瘦身”,加强实践教材的建设,打造出真正具有高职高专特色的教材。

3. 以就业为导向,与“双证制”紧密衔接

“双证制”是高职教育的特色所在,它的实施要求学生不仅要获得学历证书,而且要取得相应的专业技术技能等级证书。但目前高职教材的编写与劳动部门颁发的职业资格证书或技能鉴定标准缺乏有效衔接。本套教材紧密贴近市场,以满足教师教学与人才培养的需要,尤其是在实践教材的开发上下大力气,做出了自己的特色。

4. 增加实训内容,校企合作编写

旅游高等职业教育培养的是具有创新精神的技能型高素质劳动者,为此,本套教材编写队伍由旅游院校的专业教

师、旅游饭店和旅行社中高层管理者组成,创造了校企合作编写教材的新模式。

5. 教材内容体现“五性”和“五个结合”

本套教材充分体现了先进性、前瞻性、新颖性、职业性、科学性,做到“与实际部门结合、与证书考试结合、与升学考试结合、与就业需求结合、与市场需求结合”。

本套教材的编写在继承原有高职高专和成人高等学校教材建设成果的基础上,充分体现了全体编者对旅游管理专业高等职业教育的规格、层次、教育对象的特点的把握,对职业教育与普通学科教育的区别以及对发达国家职业教育的借鉴。同时,独特而新颖的教材编写思路,最终通过在教材形式建设上颇具匠心的处理而进一步得以体现,使这套教材适合我国旅游高等职业教育所具有的学科特点和需求指向,对目前我国高职高专旅游专业教育、教材工作的发展发挥积极的推动作用。

由于旅游行业发展速度较快,加上编写时间比较仓促,本系列教材的疏忽和不足之处在所难免,恳请各位专家、读者不吝赐教,以便使之更加完善。

高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划

教材编写委员会

2005年9月

旅游业的快速发展以及国外旅游企业的不断进入,使得旅游企业之间的竞争越来越激烈,对旅游企业及其从业人员也提出了更高的要求。旅游心理学是旅游管理专业的基础课,它为旅游从业人员提供了一套基础的、科学的思维方式和分析方法。通过对旅游心理学的学习和研究,人们可以更好地掌握旅游者在旅游活动中各方面的需求、特点及规律,预测旅游行为的发展趋向,进而提供优质的旅游服务;还可以更好地培养符合旅游业发展需要并具有良好的心理素质的旅游管理人才,提高员工的工作积极性和工作效率,使旅游经营决策更加科学化和艺术化,旅游业得以更好的发展。

本书的基础内容主要包括旅游者心理、旅游服务心理、旅游从业者的心理三个方面。

本书在编写过程中首先注重做好理论的铺垫,使理论深入浅出,易于理解。其次在体例上、视角上力求有新的突破,并插入一定的图片,增加了教材的可读性。再次,增加了案例、补充阅读材料等内容,突出了高职教材的实用性特点。

另外,本书内容注重吸取本学科最新的研究成果,并融入旅游业发展的最新动向,具有时代性。

全书共分13章,第1、2、6、9章由李长秋(郑州旅游职业学院)编写,第3章由张琪(郑州旅游职业学院)编写,第4章由丁蕾(商丘职业技术学院)编写,第5、7、11章由吕占京(许昌职业技术学院)编写,第8章由崔慧敏(河南经贸职业学院)编写,第10、12、13章由王利琴(河南职业技术学院)编写。

本书由李长秋任主编,确定本书基本框架和基本内容,并最后统稿。王利琴任副主编。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

本书在编写过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果,在此表示感谢。由于编者学识水平和实践经验有限,本书错误与不足在所难免,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便充实完善。

旅游

1 绪 论 /1

1.1 心理学概述 /2

1.1.1 心理学的概念 /2

1.1.2 心理学的研究任务 /2

1.1.3 心理学的发展 /3

1.2 旅游心理学概述 /5

1.2.1 旅游心理学的研究对象 /5

1.2.2 旅游心理学的研究方法 /6

1.2.3 旅游心理学的研究意义 /8

2 旅游行为的动因 /12

2.1 旅游需要 /13

2.1.1 需要的概述 /13

2.1.2 旅游需要 /14

2.1.3 旅游需要对旅游者行为的影响 /17

2.1.4 旅游需要的发展趋势 /18

2.2 旅游动机 /19

2.2.1 旅游动机的含义 /19

2.2.2 旅游动机的功能 /19

2.2.3 旅游动机的分类 /20

2.2.4 研究旅游动机对旅游经营者的启示 /21

2 目 录

3 旅游知觉 /26

3.1 旅游知觉概述 /27

3.1.1 感觉、知觉的概述 /27

3.1.2 旅游知觉的特性 /28

3.1.3 影响知觉的因素 /34

3.1.4 知觉的类型 /35

3.2 对旅游条件的知觉 /37

3.2.1 对旅游时空的知觉 /37

3.2.2 对交通条件的知觉 /38

3.2.3 对旅游目的地的知觉 /40

3.2.4 对旅游风险的知觉 /40

3.3 旅游活动中的社会知觉 /41

3.3.1 对他人的知觉 /41

3.3.2 对自我的知觉 /41

3.3.3 对人际的知觉 /42

3.3.4 影响社会知觉的心理因素 /44

3.4 旅游者的审美心理 /46

3.4.1 审美心理学的主要理论 /46

3.4.2 旅游审美对象的内容 /47

3.4.3 旅游审美的特点 /50

3.4.4 提高审美效果的服务策略 /51

4 旅游者的情绪和情感 /56

4.1 情绪和情感的概述 /57

4.1.1 关于情绪和情感 /57

4.1.2 情绪和情感的分类 /58

4.1.3 情绪和情感对行为的影响 /59

4.2 旅游者的情绪和情感 /60

4.2.1 旅游者情绪和情感的特点 /60

4.2.2 影响旅游者情绪和情感的因素 /60

4.2.3 旅游者情绪和情感的激发与调控 /62

5 旅游者的态度 /67

5.1 态度的概述 /68

5.1.1 态度的概念 /68

5.1.2 态度的特征 /69

5.2 旅游者的态度 /71

5.2.1 影响旅游者态度的因素 /71

5.2.2 态度对旅游决策形成的影响 /72

5.2.3 旅游者态度的改变 /74

6 旅游者的个性 /80

6.1 个性概述 /81

6.1.1 个性的概念 /81

6.1.2 个性的特征 /81

6.1.3 影响个性的形成因素 /82

6.2 旅游者的个性与旅游行为 /83

6.2.1 旅游者的个性类型与旅游行为 /83

4 目 录

6.2.2	生活方式与旅游行为	/87
6.3	个性结构与旅游行为	/88
6.3.1	弗洛伊德的个性学说	/88
6.3.2	自我状态	/88
6.3.3	自我状态与旅游决策	/89
7	旅游者的社会心理	/93
7.1	家庭群体与旅游行为	/94
7.1.1	消费决策的概念	/94
7.1.2	家庭形态与旅游消费决策	/96
7.1.3	家庭生命周期与旅游消费决策	/97
7.1.4	研究家庭群体因素对旅游经营者的启发	/99
7.2	社会阶层与旅游行为	/101
7.2.1	社会阶层	/101
7.2.2	社会阶层与旅游行为	/103
7.3	社会文化与旅游行为	/104
7.3.1	社会文化	/104
7.3.2	社会文化对旅游行为的影响	/105
8	旅行社服务心理	/108
8.1	旅行社服务概述	/109
8.1.1	旅行社提供的主要服务内容	/109
8.1.2	旅游者对旅行社服务的整体心理需求	/109
8.2	旅行社售前服务心理	/110
8.2.1	旅游者在购买行为前的心理需求	/110
8.2.2	旅游者的心理期望值	/111
8.2.3	售前阶段服务策略	/112

8.3 旅行社售中服务心理 /114

8.3.1 不同旅游活动阶段旅游者的心理需求及相应的服务策略 /114

8.3.2 不同类型旅游者常见的旅游心理及相应的接待措施 /116

8.4 售后服务 /120

9 景区服务心理 /123

9.1 票务服务心理 /124

9.1.1 门票为游客带来的心理功能 /124

9.1.2 门票设计的心理策略 /124

9.1.3 游客对景区票务服务的心理需求 /126

9.1.4 景区票务服务的心理策略 /126

9.2 交通服务心理 /127

9.2.1 旅游者对景区交通服务的心理需求 /127

9.2.2 景区交通服务的心理对策 /129

9.3 购物服务心理 /131

9.3.1 旅游购物的心理意义 /131

9.3.2 旅游者的购物动机 /133

9.3.3 对旅游购物服务的心理需求 /134

9.3.4 旅游购物服务的心理策略 /135

10 饭店服务心理 /139

10.1 前厅服务心理 /140

10.1.1 客人对前厅接待的心理需求 /140

10.1.2 针对旅游者的心理提供优质的前厅服务 /141

10.2 客房服务心理 /144

6 目 录

- 10.2.1 客人对客房服务的心理需求 /144
- 10.2.2 针对客人的心理提供优质的客房服务 /146
- 10.3 餐饮服务心理 /149
 - 10.3.1 客人对餐饮服务的心理需求 /149
 - 10.3.2 提供优质的餐厅服务 /153
- 10.4 康乐服务心理 /154
 - 10.4.1 客人对康乐服务的心理需求 /155
 - 10.4.2 康乐服务接待心理策略 /157
- 11 投诉服务心理 /162
 - 11.1 引起旅游者投诉的原因及心理分析 /163
 - 11.1.1 旅游者投诉的原因 /163
 - 11.1.2 投诉者的心理分析 /165
 - 11.2 旅游者投诉的处理 /166
 - 11.2.1 旅游者投诉的处理原则 /166
 - 11.2.2 处理旅游者投诉的基本程序 /167
 - 11.2.3 预防投诉 /168
 - 11.2.4 旅游者的挫折感 /170
 - 11.3 旅游从业者针对旅游者投诉的服务策略 /171
- 12 旅游企业员工的心理健康 /173
 - 12.1 员工的心理健康 /174
 - 12.1.1 心理健康的含义 /174
 - 12.1.2 心理健康的标准 /175
 - 12.2 员工的疲劳心理 /180
 - 12.2.1 疲劳的分类 /180
 - 12.2.2 疲劳时的状态 /180