

高等职业教育旅游管理类专业系列教材

旅游心理学

主 编 刘晓杰

主 审 杨铭铎 王春玲



东 南 大 学 出 版 社

旅游心理学

第三版



• • • • •

高等职业教育旅游管理类专业系列教材

旅游心理学

主 编 刘晓杰

主 审 杨铭铎 王春玲

东南大学出版社

(南京四牌楼2号 邮编210000)

出版人: 江 双

南京东南大学出版社

开本: 787 mm × 1092 mm 1/16 印张: 15.2 字量: 304千字

2007年7月第1版 2007年7月第1次印刷

ISBN 978-7-264-07325-9

定价: 31.00元

(凡属质量问题, 可向各新华书店或东南大学出版社联系退换)

东南大学出版社

林德民系业专类型管教旅育德业照等高

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/刘晓杰主编. —南京:东南大学出版社,2007.7

(高等职业教育旅游管理类专业系列教材)

ISBN 978-7-5641-0752-9

I. 旅... II. 刘... 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(2007)第 066955 号

杰 刘 晓 主

晓 杰 主 审

东南大学出版社出版发行

(南京四牌楼2号 邮编210096)

出版人:江 汉

新华书店经销 南京京新印刷厂印刷

开本:787 mm×1092 mm 1/16 印张:12.5 字数:304千字

2007年7月第1版 2007年7月第1次印刷

ISBN 978-7-5641-0752-9/F·93

定价:21.00元

(凡因印装质量问题,可直接向读者服务部调换。电话:025-83792328)

东南大学出版社

出版说明

当前职业教育还处于探索过程中,教材建设“任重而道远”。为了编写出切实符合旅游管理专业发展和市场需要的高质量的教材,我们搭建了一个全国旅游管理类专业建设、课程改革和教材出版的平台,加强旅游管理类各高职院校的广泛合作与交流。在编写过程中我们始终贯彻高职教育的改革要求,把握旅游管理类专业课程建设的特点,体现现代职业教育新理念,结合各校的精品课程建设,每本书都力求精雕细琢,全方位打造精品教材,力争把该套教材建设成为国家级规划教材。

质量和特色是一本教材的生命。与同类书相比,本套教材力求体现以下特色和优势:

1. 先进性:①形式上:尽可能以“立体化教材”模式出版,突破传统的编写方式,针对各学科和课程特点,综合运用“案例导入”、“模块化”和“MBA 任务驱动法”的编写模式,设置各有特色的栏目。②内容上:重组、整合原来教材内容,以突出学生的技术应用能力训练与职业素质培养,形成新的教材结构体系。

2. 实用性:突出职业需求和技能为先的特点,加强学生的技术应用能力训练与职业素质培养;切实保证在实际教学过程中的可操作性。

3. 兼容性:既兼顾劳动部门和行业管理部门颁发的职业资格证书或职业技能资格证书的考试要求又高于其要求,努力使教材的内容与其有效衔接。

4. 科学性:所引用标准是最新国家标准或部颁标准,所引用的资料、数据准确、可靠,并力求最新;体现学科发展最新成果和旅游业最新发展状况;注重拓展学生思维和视野。

本套丛书聚集了全国最权威的专家队伍和由江苏、四川、山西、浙江、上海、海南、河北、新疆、云南、湖南等省市的近 60 所高职院校参加的最优秀的一线教师。借此机会,我们对参加编写的各位老师、各位审阅专家以及关心本套丛书的广大读者,致以衷心的感谢,希望在以后的工作和学习中为本套丛书提出宝贵的建议和意见。

高等职业教育旅游管理类专业教材编委会

高等职业教育旅游管理类专业 教材编委会名单

顾问委员会(按姓氏笔画排序)

华国梁 沙 润 沈家模 陈 耀 周武忠
袁 丁 黄震方

丛书编委会(按姓氏笔画排序)

主 任 朱承强 陈云川 杨哲昆 张新南

副主任 毛江海 王春玲 支海成 叶骁军 刘卫民

邵万宽 张绍来 杜 雷 周国忠 胡 强

都大明 徐学书 董正秀

秘书长 张丽萍

编 委 丁宗胜 马洪元 马健鹰 王 兰 王志民

方法林 卞保武 朱云龙 刘江栋 朱在勤

任昕竺 汝勇健 朱 晔 吉根宝 刘晓杰

李广成 李世麟 邵 华 沈 彤 陈克生

陈苏华 陈启跃 吴肖淮 陈国生 张建军

李炳义 陈荣剑 杨 涌 杨海清 杨 敏

杨静达 易 兵 周妙林 周 欣 周贤君

孟祥忍 柏 杨 钟志慧 洪 涛 赵 廉

段 颖 唐 丽 曹仲文 黄刚平 巢来春

崔学琴 梁 盛 韩一武 彭 景 梁 赫

蔡汉权 端尧生 霍义平 戴 旻

高等职业教育旅游管理类专业教材

编委会会员单位名单

扬州大学旅游烹饪学院
上海旅游高等专科学校
江苏经贸职业技术学院
太原旅游职业学院
浙江旅游职业学院
海南职业技术学院
桂林旅游高等专科学校
青岛酒店管理职业技术学院
无锡商业职业技术学院
扬州职业大学
承德旅游职业学院
无锡城市职业技术学院
应天职业技术学院
江苏农林职业技术学院
盐城工学院
江苏食品职业技术学院
浙江工商职业技术学院
浙江育英职业技术学院
上海工会职业技术学院
上海思博学院
南京视觉艺术学院
湖南工学院
湖南财经工业职业技术学院
常州轻工职业技术学院
南京化工职业技术学院
成都市财贸职业高级中学
四川省商业服务学校
南昌女子职业学校

金陵旅馆管理干部学院
四川烹饪专科学校
镇江市高等专科学校
海南经贸职业技术学院
昆明大学
黑龙江旅游职业技术学院
南京铁道职业技术学院
苏州经贸职业技术学院
三亚航空旅游职业学院
无锡市旅游商贸专修学院
金肯职业技术学院
南京工业职业技术学院
江阴职业技术学院
湖南工业科技职工大学
安徽工商职业技术学院
苏州科技学院
登云科技职业学院
新疆职工大学
陕西职业技术学院
海口经济职业技术学院
海口旅游职业学校
长沙环境保护职业技术学院
成都商业高等专科学校
广东韩山师范学院
吴忠职业技术学院
吉林商业高等专科学校
河北旅游职业学院
安徽城市管理职业学院

前 言

旅游是人类在审视自己的过去,结识住在他方的同类,认识大自然奇观的一种文化震撼和审美的全过程。所以,旅游业与人类生产活动的其他领域相比,有着自身独特的产业特色,是最富有人性特征的产业。通过对旅游心理学的学习和研究,人们可以更好地了解现实旅游者和潜在旅游者的需要、兴趣等,掌握他们在旅游活动过程中各方面的需求、特点及规律,预测旅游行为的发展倾向;设计和提供更多的能够满足旅游者需要的旅游产品,提供优质的旅游服务;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工作者,提高员工的工作积极性和工作效率;使旅游经营管理决策更加科学化和艺术化,使旅游业得以更好地发展。

本教材是东南大学出版社组织国内旅游高职院校的一线教师和专家队伍,专门为高职高专旅游专业学生组织编写的系列教材之一。该教材共为十一章,分为总论和上、中、下编,上、中、下编分别为旅游者心理分析、旅游服务心理分析、旅游企业管理心理分析等内容。在编写过程中,较好地体现了特色与适用相结合的原则。本教材涵盖了旅游心理学的基本原理,介绍了旅游心理学最新研究成果和重要的实践应用案例,为读者提供了许多实用性和针对性很强的策略指导。本教材在借鉴前人研究成果的基础上,努力做到:

1. 在内容上,充分考虑高职高专学生的生源特点和培养目标。基础理论以必需够用为度,注重理论联系实际,引导学生逐渐掌握系统的心理分析方法,并启发学生结合旅游服务、旅游经营和管理问题进行主动思考。

2. 在结构安排上,每章前有学习目标、开篇案例;中有案例分析,引发思考和借鉴;后有提供注重模拟真实的职业环境以便提高学生的实践动手能力的实训练习。丰富的栏目和生动的体例,既方便教师的教学,也有助于激发学生的学习兴趣。

3. 理论教学结合案例教学,构建了相对独立的案例教学体系,充分体现理论与实践、知识与素质能力培养的结合,把技术应用能力和基本素质培养贯穿于案例实践教学全过程。

本教材由黑龙江旅游职业技术学院刘晓杰副教授任主编,太原旅游职业学院裴炜、扬州职业大学罗朝霞任副主编。太原旅游职业学院董红霞、扬州职业大学张伟、青岛酒店管理学院于英、苏州科技学院李晓、黑龙江旅游职业技术学院顾静参与了部分章节的编写工作。具体分工如下:刘晓杰撰写第1、8章;裴炜撰写第2、9章;罗朝霞撰写第4、10章;董红霞撰写第3章;张伟撰写第5章;于英撰写第6章;李晓撰写第7章;顾静撰写第11章。各位编写教师也准备了相应的电子教案,以方便老师的教学,黑龙江旅游职业技术学院赵甲申老师对电子教案进行了最后的合成制作。全书由刘晓杰设计编写大纲及目录,并最终修

改统稿。哈尔滨商业大学副校长杨铭铎教授、太原旅游职业学院院长王春玲副教授审阅了全稿,并提出了宝贵意见,在此表示感谢!

本教材在编写过程中,采用了学界同仁的一些新成果,在此谨向有关作者以及为本教材的编写付出辛勤劳动的东南大学出版社张丽萍编辑致以诚挚的谢意!

因时间仓促,学识所限,错误在所难免,恳请读者和专家批评指正。

编者

2007.3.20

目 录

总 论

第一章 旅游心理学概述	003
第一节 旅游心理学的研究对象	003
一、从心理学到旅游心理学	003
二、旅游心理学的研究对象	005
第二节 旅游心理学的研究方法	006
一、观察法	006
二、调查法	007
三、系统分析	010
第三节 学习旅游心理学的意义	011
一、可以提高旅游业服务质量	011
二、可以为旅游企业经营管理提供心理依据	012
三、可以帮助开发出符合旅游者需要的旅游产品	013
四、可以帮助旅游业建设一支高素质的人才队伍	014

上编 旅游者心理分析

第二章 旅游知觉	017
第一节 旅游知觉概述	018
一、旅游知觉的概念	018
二、旅游知觉的特性	019
三、影响旅游知觉的因素	020
四、错觉在旅游工作中的应用	021
第二节 旅游活动中的社会知觉	022
一、社会知觉	022
二、社会知觉的主要对象	022
三、影响人际关系发展的因素	023
第三节 对旅游条件的知觉	025
一、对旅游时间的知觉	025
二、对旅游距离的知觉	026
三、对旅游交通条件的知觉	027
四、对旅游目的地的知觉	027

五、对旅游娱乐服务的知觉	028
第四节 旅游者的风险知觉	028
一、旅游者风险知觉的种类	029
二、旅游者风险知觉产生的原因	029
三、旅游者减少风险的方法	030
四、旅游企业降低风险的对策	030
第三章 旅游者的需要与动机	033
第一节 旅游需要	034
一、什么是需要	034
二、需要的层次理论	034
三、旅游需要	036
第二节 旅游动机	040
一、什么是动机	041
二、旅游动机	041
三、旅游动机的分类	042
四、旅游动机的激发	044
第四章 态度与旅游行为	047
第一节 态度概述	048
一、态度	048
二、态度的特性	049
三、态度的形成	050
第二节 态度与旅游决策	052
一、态度与旅游偏好	052
二、旅游决策	055
第三节 旅游者态度的改变	055
一、影响旅游者态度改变的因素	055
二、改变旅游者态度的方法	057
第五章 个性与旅游行为	062
第一节 个性概述	063
一、个性的含义	063
二、个性形成及发展的影响因素	063
三、个性的特征	064
四、个性的基本理论	065
第二节 气质与旅游决策	067
一、气质的含义	067
二、气质的形成与改变	067
三、气质的学说	068
四、气质的类型及特征	069
五、旅游者的气质与旅游决策	070

六、不同气质旅游者的主要表现及接待技巧	070
第三节 性格与旅游倾向	072
一、性格的含义	072
二、性格特征分析	072
三、旅游者的性格类型与旅游行为	073
第四节 生活方式与旅游行为	075
一、舒适安宁型	075
二、活跃开放型	076
三、历史文化型	076
四、探险猎奇型	076
五、观光型	076
六、其他类型	076
第六章 旅游者的情绪情感	078
第一节 情绪情感概述	078
一、情绪情感的概念	079
二、情绪和情感的区别与联系	079
三、情绪的特点及其内容	080
四、情感的特点及其内容	081
第二节 旅游者的情绪情感	083
一、旅游者的情绪情感特征	083
二、影响旅游者情绪情感的因素	084
三、旅游者情绪情感的激发	086
第七章 旅游审美心理	088
第一节 审美心理概述	088
一、审美心理学的相关概念	089
二、审美心理要素	090
三、旅游审美效果	091
第二节 旅游审美态度	092
一、审美态度及其相关学说	093
二、旅游审美态度的一般心理功能	094
三、影响旅游者审美态度的因素	097
中编 旅游服务心理分析	
第八章 旅行社服务心理	103
第一节 旅行社接待服务心理	104
一、旅行社服务内容	104
二、客人对旅行社的服务要求	105
三、导游服务心理研究的内容	106
四、研究导游服务心理的意义	108

第二节 旅游过程服务心理	109
一、旅游初始阶段	109
二、旅游中间阶段	112
三、旅游终结阶段	118
第三节 旅游服务中的客我交往	119
一、角色和个人的关系	119
二、客我交往的特点	119
三、正确认识客我之间的“平等”和“不平等”	120
四、正确看待和对待旅游者	121
第九章 旅游饭店服务心理	124
第一节 旅游者的需求心理	125
一、旅游者的一般需求	125
二、旅游者的个性差异	126
三、服务人员应遵循的原则	126
第二节 前厅接待心理	129
一、旅游者在前厅的一般心理	129
二、如何做好前厅服务工作	129
第三节 客房服务心理	133
一、旅游者在客房的心理需求	133
二、服务员的接待技巧	135
第四节 餐厅服务心理	138
一、旅游者在餐厅的一般心理	138
二、服务员的接待策略	139
第十章 其他旅游服务心理	143
第一节 旅游交通服务心理	144
一、旅游交通概述	144
二、旅游者对交通的心理需求	144
三、改进旅游交通服务的主要对策	146
第二节 旅游商品服务心理	148
一、游客对旅游商品的一般心理动机	149
二、旅游商品的设计和生 产	150
三、如何做好旅游商品销售工作	151
第三节 旅游者投诉心理	153
一、游客投诉的原因	153
二、游客投诉时的心理表现	154
三、游客投诉的处理	156
四、投诉的预防	157

下编 旅游企业管理心理分析

第十一章 旅游企业管理心理	163
第一节 管理心理学概述	164
一、什么是管理心理学	164
二、管理心理学的产生与发展	164
三、管理心理学的研究对象与任务	165
第二节 旅游企业的个体心理与管理	166
一、能力差异与管理	166
二、气质差异与管理	167
三、性格差异与管理	168
四、劳动心理与心理保健	169
第三节 旅游企业的群体心理与管理	172
一、群体心理与管理	172
二、人际关系心理与管理	176
第四节 旅游企业的领导心理	179
一、领导与领导者	179
二、领导的功能	180
三、领导者的根本任务	180
四、领导者的影响力	181
五、领导者的基本素质	182
主要参考文献	186

总 论

第一章 旅游心理学概述

学习目标

旅游心理学是研究旅游活动中人们的心理活动及其规律的一门科学。通过本章的学习,使学生能够了解旅游心理学的学科性质、研究对象,掌握旅游心理学的基本研究方法,理解学习旅游心理学的意义。

引导案例

由不成功的广告引起的

美国人曾经为了开拓英国的旅游市场,对英国人进行了调查,问他们在决定访问美国时,他们考虑的最重要的因素是什么?英国人毫不犹豫地回答:“费用。”根据这些调查,美国人在英国展开了一场昂贵的广告宣传。广告说:“去美国旅游的费用,要比你们想象的更便宜,一天花 15 美元,就能观赏美国。”按照这个推广计划,理应有成千的新游客去美国旅游。可是事与愿违,只去了数百名游客。

美国旅游部决定对英国人的心理状态进行深层次的调查。最后发现,从表面上看,英国人认为费用是一个障碍,而他们真正害怕的是在美国可能看到的那些东西——耸入云霄的摩天大楼、复杂的公路系统、令人毛发悚然和没有个人感情的消费经济;更令人担忧的是,英国正步美国的后尘,休闲宁静正遭到破坏,几年或几十年后,英国将变成美国。在深知英国人的旅游心理后,美国改变了宣传的内容,大力宣传科罗拉多大峡谷、尼亚加拉瀑布、黄石公园等自然风光,这种着眼于旅游心理的宣传吸引了众多的英国游客。

分析提示:旅游活动是人的活动,其中包含着多种心理因素,是最富有人性特征的活动。而旅游业的发展也迫切需要系统、深入地研究旅游活动中各种复杂的心理现象,为发展旅游业、提高旅游服务质量和效率提供心理学依据。

第一节 旅游心理学的研究对象

一、从心理学到旅游心理学

(一) 心理学

一提到心理学,人们总会有一种神秘玄妙之感,这是由于不了解心理学的研究对象和学科的性质所致。那么,什么是心理学呢?