



高等院校旅游专业21世纪规划教材

旅游

旅游心理学

陈福义 田金霞 主编

湖南大学出版社

HUNAN UNIVERSITY PRESS



0-43
8:1/2



F590-43
C418.1/2

内容简介

本书以旅游心理学的基本理论、基本知识和基本技能为主线,以旅游心理学在旅游企业中的应用为重点,力求做到理论联系实际,注重培养学生的实践能力和创新精神。本书可作为高等院校旅游专业及相关专业的教材,也可供从事旅游工作的从业人员参考。

旅游心理学

图书在版编目(CIP)数据

陈福义 田金霞 主编

湖南大学出版社

HUNAN UNIVERSITY PRESS

旅游心理学

Lüyou Xīnlǐxue

文源: 青 华

主 编: 陈福义

副 编: 田金霞

责任编辑: 田金霞

封面设计: 田金霞

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙

电 话: 0731-88

真 传: 0731-80

电子邮箱: press@hn

网 址: http://press.hnu.net.cn



内 容 简 介

在对旅游者购买行为的心理过程、购买过程的心理活动、个性消费心理特征进行了具体而详尽的分析的基础上,扼要介绍了旅游者消费群体的消费心理特征、社会因素与旅游者的心理、旅游服务心理、旅游管理心理,同时,对旅游活动中旅游者的心理状况进行了剖析。不仅适用于高校旅游管理专业本专科学生,而且可供旅游从业人员和旅游爱好者自学之用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/陈福义,田金霞主编. —长沙:湖南大学出版社,2005.7

(高等院校旅游专业 21 世纪规划教材)

ISBN 7-81053-954-X

I. 旅... II. ①陈...②田... III. 旅游心理学—高等学校—教材

IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 078075 号

旅游心理学

Lüyou Xinlixue

作 者: 陈福义 田金霞 主编

责任编辑: 刘 锋

责任校对: 张建平

特约编辑: 刘世瑞

装帧设计: 吴颖辉

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731-8821691(发行部), 8649149(编辑室), 8821006(出版部)

传 真: 0731-8649312(发行部), 8822264(总编室)

电子邮箱: press@hnu.net.cn

网 址: <http://press.hnu.net.cn>

总 经 销: 湖南省新华书店

印 装: 长沙银都印务有限公司

开本: 787×1092 16 开

印张: 14.5

字数: 252 千

版次: 2005 年 8 月第 1 版

印次: 2005 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1~4 000 册

书号: ISBN 7-81053-954-X/F·109

定价: 22.00 元

版权所有,盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系

高等院校旅游专业 21 世纪规划教材编委会

总主编：许春晓

主 任：陈福义

副主任：钟永德 阎友兵 谢俊贵 尹华光

委 员(以姓氏笔画为序)：

尹华光	王文明	艾建玲	许春晓	刘建平
朱沁夫	朱晓媚	安应民	肖 星	李丰生
李映辉	杨永德	吴楚材	陈福义	金颖之
罗 文	郑 焱	钟永德	胡幸福	胡延龄
俞益武	郭英之	阎友兵	谢俊贵	董明辉

参编院校

复旦大学

广西大学

中南林学院

湖南科技大学

吉首大学

河南农业大学

湖南商学院

怀化学院

湖南理工学院

湖南文理学院

桂林旅游高等专科学校

湖南师范大学

湘潭大学

贵州大学

海南大学

广州大学

桂林工学院

浙江林学院

衡阳师范学院

邵阳学院

长沙学院

前言

20 世纪 90 年代中期,旅游业成为了世界上最大的产业,并以十分惊人的速度发展着。为此,国际知名的旅游学、经济学、未来学专家都看好旅游业的发展势头,作出了十分乐观的预测:大众化旅游时代已经到来,旅游业将成为“永远的朝阳产业”。

20 世纪 80 年代,中国旅游业开始快速发展,连续保持两位数字的增长速度,令不少国际知名的旅游学专家感到震惊。他们看好中国的旅游业发展前景,一致认为“21 世纪中国将成为世界主要的旅游中心”。

无疑,中国旅游业的快速发展带动了中国高等旅游教育的发展——涌出了大量的教育教学成果,培养了大量优秀的旅游管理人才。这对中国旅游业的进一步发展起到了巨大的促进作用。

我国高等旅游教育的教材建设,已经有了比较好的基础,许多出版社相继推出了各具特色的系列教材,其中既有国内知名学者联合攻关的教学研究成果,也有引进的外版教材。这些努力,都为繁荣我国高等旅游教育事业起到了独特的作用。然而,伴随着社会经济的发展、旅游产业的快速扩张以及旅游高等教育的不断进步,出现了一系列亟需解决的、与旅游相关的理论与实践问题。鉴于此,湖南大学出版社在深入调查研究的基础上,确定了“高等院校旅游专业 21 世纪规划教材”的重点选题,与此同时,湖南省旅游学会旅游教育委员会也正围绕旅游专业本科教育的多个学术问题进行着认真的研究。通过几次较大型的学术讨论会,双方确定以湖南省的学术群体为依托,借助全国知名学者的鼎力支持,打造一套全国性的高等院校旅游专业精品教材;并且确定了总主编,成立了编辑委员会。

高等旅游教育的发展需要高水平的教材作为支持,为此,我们力图通过众多专家教授、一线教师的通力合作,推出一套紧扣高等旅游教育改革的主方向,密切结合中国旅游业发展的主题,质量上乘,特色鲜明的精品规划教材。本套教材编写的基本理念是:根据教育部教育教学改革的要求和强化学生实践能力和创新

能力培养的精神，从本科教材入手，向着多层次、多风格的系列旅游教育书籍系统开发。这套规划教材的总体策划和编写，致力体现理论与实践紧密结合的特点，达到全（知识理论的全面性）、准（理论的准确性）、新（专业研究发展的前沿性）、实（突出适用性，便于教学使用）的水准。

我们这套教材第一批 8 种在 2005 年秋开始出版发行，欢迎全国有关院校师生和专业人士选用。同时，我们热忱欢迎各界人士提出宝贵意见，以便我们对教材不断完善和修正。

许春晓

2005 年 7 月

教材出版后，我们非常希望听到广大师生的意见和建议，以便我们不断改进，提高教材质量。

“本套教材的编写，得到了有关领导和专家的指导，在此表示衷心的感谢。”

本套教材的编写，得到了有关领导和专家的指导，在此表示衷心的感谢。

本套教材的编写，得到了有关领导和专家的指导，在此表示衷心的感谢。

本套教材的编写，得到了有关领导和专家的指导，在此表示衷心的感谢。

本套教材的编写，得到了有关领导和专家的指导，在此表示衷心的感谢。



(28)	绪论	第二章
(99)	第一章 旅游者购买行为的心理过程	第三章
(39)	第二章 旅游者购买过程的心理活动	第四章

目次

	绪论	第二章
(101)	第一节 旅游心理学的产生与发展	第三章
	第二节 旅游心理学的研究对象与内容	第四章
	第三节 研究旅游心理学的意义	(7)
	第四节 旅游心理学的研究方法	(8)

	第1章 旅游者购买行为的心理过程	第四章
(131)	第一节 旅游者对旅游产品的认识过程	第五章
	第二节 旅游者对旅游产品的情感过程	(12)
	第三节 旅游者对旅游产品的意志过程	(25)
	第四节 旅游者对旅游产品认识、情感、意志过程的综合考察	(30)
		(32)

	第2章 旅游者购买过程的心理活动	第五章
(141)	第一节 旅游者的消费需要心理	第六章
	第二节 旅游者的购买动机心理	(36)
	第三节 旅游者的购买决策心理	(48)
	第四节 旅游者的购买行为心理	(61)
		(68)

	第3章 旅游者的个性消费心理特征	第六章
(151)	第一节 旅游者的气质与购买行为	第七章
		(82)

第二节	旅游者的性格与购买行为	(86)
第三节	旅游者的消费能力与购买行为	(90)
第四节	旅游者的兴趣与购买行为	(96)



第4章 旅游消费者群体的消费心理特征

第一节	消费者群体概述	(101)
第二节	不同年龄旅游消费者群体的消费心理特征	(104)
第三节	不同性别旅游消费者群体的消费心理特征	(108)
第四节	不同家庭旅游消费者群体的消费心理特征	(109)

(7)



第5章 社会因素与旅游者心理

第一节	政治经济因素与旅游者心理	(116)
第二节	社会文化因素与旅游者心理	(123)

(51)



第6章 旅游活动中旅游者的心理状况

第一节	旅游活动开始时旅游者的心理	(137)
第二节	游览中旅游者的心理	(140)
第三节	旅游者的住宿心理	(146)
第四节	游览后旅游者的心理	(150)

(86)



第7章 旅游服务心理

第一节	导游服务心理	(155)
第二节	客房服务心理	(173)
第三节	餐厅服务心理	(180)
第四节	售后服务心理	(185)

(58)



第8章 旅游管理心理

第一节 个体差异与管理	(189)
第二节 员工的期望、冲突与管理者的激励、沟通	(199)
第三节 管理者的心理品质	(210)
附 图	(214)
参考文献	(217)
后 记	(219)



绪论



教学目的

- 了解旅游心理学的学科性质及历史发展沿革
- 熟悉并掌握旅游心理学的研究对象、任务及方法
- 理解研究旅游心理学的重要意义

第一节 旅游心理学的产生与发展

旅游心理学是心理学的分支学科，是心理学的研究成果及基本原理在旅游领域的应用与发展。因此，我们有必要首先了解心理学的发展沿革。

一、心理学的产生与发展

心理学是一门渊源数千载而历史仅有百余年的学科。早在二千多年前，柏拉图、亚里士多德等哲学家就对人类的本性、本能、心灵、感觉、意识等问题从哲学的角度进行过探讨，我国杰出的思想家孔子、孟子的著作以及《黄帝内经》等古籍中，也都含有丰富的心理思想。但是，这些关于心理的知识并没有系统化，没有形成一门独立的科学。直到19世纪以后，自然科学得到迅速发展，特别是生物学、生理学等学科的发展积累了大量关于人体的知识，人们的思维受到启发，开始寻找研究心理的新方法。德国生理学家、哲学家冯特，在吸收前人成果的基础上，于1879年在莱比锡大学建立了世界上第一个心理学实验室，并主持开展了对感觉、知觉、情感和联想等问题的系统研究，至此，心理学才作为一门独立的科学正式诞生。

一百多年来,心理学的发展极为迅速。首先,心理学流派众多。其中最著名的是西方现代心理学的三大流派,即弗洛伊德创立的精神分析心理学、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。这三大学派对心理学的发展产生了极大的影响。其次,心理学在发展过程中出现了许多分支学科,特别是应用心理学方面更是取得了巨大的进展。如教育心理学、工业心理学、劳动心理学、工程心理学、军事心理学、医学心理学、文艺心理学、体育心理学、商业心理学、妇女心理学、儿童心理学、社会心理学、司法心理学、管理心理学、服务心理学、旅游心理学等等。各个分支都以各自的理论与材料服务于与之相应的某种具体实践活动,以其独特的应用价值产生了重要的作用和积极影响。

心理学有着极为广阔的发展前景。因为心理学研究人的心理与行为规律,探索的是人类自身心灵的秘密,这是人类认识和改造客观世界的必然发展趋势和结果,也是进一步认识和改造客观世界的必然要求。科学家们预言,心理学将是21世纪最重要的科学之一。

二、旅游心理学的产生与发展

旅游心理学是随着旅游业的发展而兴起的一门崭新的学科。

人类的旅游活动很早就出现了。早在公元前4000年,巴比伦王国的人们就用货币或货物支付旅游所花费的交通和食宿费用。我国历史上也记载了各种类型的旅游活动,如帝王巡游、士人漫游、科学考察、宗教朝拜等等。

但是,旅游作为一项经济事业始于19世纪40年代。1841年,英国商人托马斯·库克包租了一列火车,运载540人去参加一个禁酒大会,他由此创造了世界上最早的、有组织的近代旅游服务。之后,他又组织了最早的团体旅游、设置了最早的导游员、编写了最早旅游手册等等,他被公认为是现代旅游业的创始人。

旅游初步形成产业是在第二次世界大战后。20世纪60年代以后,世界各地社会化、大众化旅游时代来临,促使旅游业迅速发展并进一步确立了旅游业在经济中的产业地位。今天,旅游已成为世界上发展势头最猛、速度最快、最具有活力的产业之一,旅游作为一种休闲方式,已成为人们重要的精神享受和现代文明生活的一个标志,旅游活动已成为人们物质文化生活需要中不可或缺的内容之一。



日益活跃的旅游活动引起了众多心理学家的关注,飞速发展的旅游也对旅游业提出了更高的要求。作为最富有人性因素的一个行业,许多旅游管理者和服务人员从实践中看到了心理因素在旅游工作中的重要作用,开始积极探索针对旅游者心理搞好服务工作的措施。同时,旅游业本身的发展也迫切要求系统地、深入地研究旅游活动中各种复杂的心理现象,为提高旅游服务质量和培养优秀的旅游从业人员提供心理学依据。在这样一个背景之下,旅游心理学适应客观现实的需要,作为一门研究人在旅游活动中的心理活动及其规律的学科应运而生。

1981年,美国佛罗里达中心大学旅游研究所所长小爱德华·J. 梅粤和商业管理学院副院长兰斯 P. 贾维斯编著的《旅游心理学》一书出版。该书第一次从行为科学角度考察旅游和旅游业,从心理学的角度分析研究旅游者的旅游行为。该书的出版,标志着旅游心理学的诞生。此后,心理学家开始广泛关注旅游现象,研究的触角越来越多地伸向旅游心理学领域,研究成果也逐渐丰厚。但总的来说,旅游心理学由于发展时间短,从产生至今不过二三十年,介绍到中国就十几年,在其产生的初期主要是把心理学的知识方法移植到旅游心理学中来,直到近些年才有独立研究成果出现,因此,旅游心理学还不是一个很成熟的学科。但与此同时,旅游心理学又是一个充满生机、大有可为的学科领域,它将伴随着旅游业的飞速发展而走向广阔的未来。

第二节 旅游心理学的研究对象与内容

一、旅游心理学的研究对象

一门学科研究对象的确定,是决定这门学科的研究内容、学科的性质以及学科能否从它的主学科中分支出来,区别于临近相关学科的关键问题。旅游心理学的研究对象是旅游心理学理论中最基本的问题,它直接影响着这门学科的发展。

从旅游心理学的发展过程来看,旅游心理学是在心理学的基础上逐步发展并形成一门独立的分支。从今天的科学领域来看,旅游心理学只不过是构成心理学的一部分,是普通心理学的一门分支学科。可见旅游心理学与普通心理学有着科学史上的血缘关系。众所周知,心理科学及其分支学科的发展具有历史的继承性。心理科学传统的基本对象,对于各分支学科的对象,也具有规定性和制约性。因此,旅游心理学作为心理学的一门分支学科,可以不断发展、不断完善,

但无论如何也不能跳出心理科学总的范畴,既然如此,心理学的研究对象就必然要制约,甚至规定着旅游心理学的研究对象。不过,旅游心理学既然已经成为一门独立的分支学科,它的研究对象毫无疑问又应该具有自己的特点。据此,按照目前多数心理学家所持的“普通心理学是研究人的心理现象,即研究社会实践活动中人的心理现象产生、发展及其规律”的观点,就不难理解,旅游心理学应该是旅游者的消费心理现象,即研究旅游活动中旅游者的旅游消费心理现象产生、发展及其规律的科学。

旅游者的旅游消费需求是极其复杂的,旅游者对旅游产品的爱好是千差万别的,而且这些需求与爱好随着各种内在、外在因素的变化而变化,它不仅表现出旅游者的一般心理现象,而且表现出旅游者个性心理特征。在错综复杂的旅游市场营销活动中,如何揭示出旅游者消费心理活动的共同性、差异性和规律性,从而有目的地刺激和诱导旅游者的购买行为,有针对性地提供各种旅游产品和旅游服务,充分满足旅游者的需要,这一亟待解决的课题,理所当然地要由旅游心理学来完成。旅游心理学既要研究旅游者的一般消费心理规律,又要研究旅游者特有的旅游消费心理现象;既要研究旅游者消费心理现象的静态特征,又要研究旅游者消费心理现象的动态特征。旅游心理学的研究核心是旅游者购买行为中以特殊形式表现出来的一般心理规律,研究的重点是旅游者购买行为中的一般心理过程、旅游者购买过程中的心理活动和旅游者个性心理特征及各种外部因素对购买行为的影响。综上所述,旅游心理学是一门研究旅游者购买行为心理活动规律的科学。

二、旅游心理学的研究内容

(一) 研究旅游者购买行为的一般心理过程

对旅游者购买行为心理过程的研究,主要包括以下四个方面的内容。

- (1) 研究旅游者对旅游产品的认识过程、情感过程和意志过程的心理发展过程和心理状态,了解旅游者购买心理产生、发展的一般规律,预测旅游者的购买行为和消费倾向。
- (2) 研究旅游者心理活动的普遍倾向及其特征,通过对心理倾向的分析,把握旅游者心理变化规律。
- (3) 研究旅游者心理需求发展动态消费心理变化趋势,采用有效的营销手段



去满足旅游者的需要。) 需求是 (person) 个体 (behavior) 式行为中其

(4) 研究旅游者的消费心理在整个购买行为中的综合表现, 把握旅游者的个性心理特征和共性心理规律。

(二) 研究旅游者的个性心理特征及其对购买行为的影响

要准确把握旅游者的心理, 必须深入开展对旅游者个性心理特征的研究。研究消费者个性心理特征及其对购买行为的影响, 主要包括以下四个方面的内容:

(1) 研究旅游者的气质类型及其对购买行为的影响;

(2) 研究旅游者的性格类型及其对购买行为的影响;

(3) 研究旅游者的能力差异及其对购买行为的影响;

(4) 研究旅游者的兴趣类型及其对购买行为的影响。

(三) 研究不同旅游群体消费心理特征及其对个性消费行为的影响

不同的消费群体有着不同的消费心理特征。旅游心理学要从千差万别的消费心理现象中, 区分出不同类型的消费群体, 研究消费群体的变化和发展, 揭示主要消费群体的消费心理和行为特征, 以及消费群体对个人消费行为的影响。

(四) 研究旅游者购买过程的心理活动

在购买活动中, 旅游者会发生一系列具体的心理变化。研究和了解旅游者购买过程中的心理活动, 可以从旅游者的具体购买行为中探寻其心理发展变化的一般规律。

旅游者的消费需求和购买动机等一系列心理活动, 是旅游者购买行为的动力。研究旅游者需求特点、购买动机心理的表现、购买决策的类型和购买行为的理论, 有助于旅游市场营销活动的开展。所以, 研究旅游与消费需求、购买动机、购买决策和购买行为形成和发展规律, 应该是旅游心理学研究的重要内容之一。

(五) 研究旅游消费心理

旅游心理学既研究旅游者的旅游消费心理活动规律, 又研究旅游者的旅游消费行为规律, 两者是密不可分的统一体。因为心理支配行为, 而行为又是心理的外在反映。人们的旅游消费行为是在消费心理的支配下发生的。因此, 旅游者的消费心理是旅游心理学的主要研究对象。

美国心理学家勒温曾提出了一个著名的行为公式:

$$b = f(pe)$$

其中 b 是行为 (behavior), p 是个体 (person), e 是环境 (environment), f 是函数 (function)。

勒温认为人的行为受两大因素影响, 其一是人格, 其二是人所处的环境, 人的行为就是人格和环境的函数。

人格由人格特征和人格倾向性构成。人格特征是一个人经常地、稳定地表现出来的心理特征的综合, 集中反映了人与人之间的典型差异, 它又包括气质、性格和能力。人格倾向性是人对客观事物的意识倾向, 是人的心理活动与行为的基本动力, 包括需要、动机、兴趣、理想、信念、人生观、世界观、价值观等。总之, 每个人的个性心理都与他人不同, 而正是这种不同, 使人们的旅游行为有了差异。另外, 人的行为除了取决于个体的状态以外, 也取决于环境, 在勒温的行为公式中, 假使个体条件保持不变, 如果环境条件发生了变化, 那么旅游行为也会随之变化。

我们探讨旅游消费心理就是要探讨旅游行为产生的规律, 一方面要探讨旅游者的人格因素即旅游者的个性心理因素对旅游行为的影响, 另一方面要探讨旅游者所处的外部环境对旅游行为的影响。

(六) 研究旅游服务心理

旅游服务是旅游业的灵魂, 服务质量关系到旅游企业的知名度和美誉度, 决定旅游者对旅游企业的“向心力”和“离心力”。在了解旅游者旅游消费心理的基础上, 旅游心理学要在酒店服务、导游服务、旅游商品服务和交通服务等方面进行分析研究, 总结出符合旅游者心理的服务规律, 帮助旅游业服务人员有效地开展工作, 争取最佳的服务效果。

(七) 研究旅游企业管理心理

旅游企业经营的成败取决于它的管理和服务, 因此对管理心理的研究也至关重要。研究旅游企业管理心理, 即探讨旅游企业中个体、群体、领导、组织的心理活动规律, 探讨如何有效调动员工积极性和创造性, 如何针对旅游企业员工的各种需求, 采取有效措施和方法, 以达到科学有效管理的目的。作为旅游企业管理者应该熟练掌握和运用旅游管理心理方面的知识, 以提高旅游企业的管理水平, 使之最大限度地满足旅游者的需求。



第三节 研究旅游心理学的意义

随着世界经济的发展和人民生活水平的提高,旅游已成为现代人类社会重要的生活方式。改革开放以来,我国的旅游业取得了令人瞩目的成就。新世纪开始,2000年1月,国家旅游局正式提出了“到2020年把中国建成世界旅游强国”的奋斗目标。在这样一个旅游业大发展的时代,旅游心理学研究旅游活动中人的心理和行为规律就具有特别重要的现实意义。

(1) 有助于提高旅游服务质量。旅游业是服务性行业,其服务对象主要是具有丰富心理活动的各种类型的旅游者,所提供的服务,包含极为生动的精神因素亦即心理因素。如何提高服务质量以满足旅游者在心理上的需要,这是旅游工作的重要方面,甚至是旅游业赖以生存和发展的生命线。旅游心理学研究旅游者的心理和行为规律,为提高旅游服务质量提供理论上的指导。同时,旅游心理学还研究旅游服务人员的心理和行为规律,这对于提高服务人员的心理素质具有重要作用,从而为提高旅游服务质量奠定基础。

(2) 有助于合理安排旅游设施和开发符合旅游者需要的旅游产品。旅游设施和旅游产品是旅游业生存和发展的基础,如果缺乏完备的旅游设施和旅游者需要的旅游产品,旅游业就无法得到发展。旅游心理学的研究为合理安排旅游设施和开发旅游产品提供了心理依据。旅游设施的安排和旅游产品的开发都必须以满足旅游者的需要为前提,以能否满足旅游者的需要为制订方案的依据,应充分考虑旅游者的生理和心理特点,而旅游者的需要是旅游心理学研究的重要课题。

(3) 有助于旅游企业提高经营管理水平。随着我国旅游业的迅猛发展,旅游企业之间的竞争也日趋激烈,要想在激烈的竞争中取胜,就必须对市场进行科学的分析和决策,然后在此基础上制定出正确的经营策略,采取切实可行的措施,采用先进的管理方法,提供符合旅游者需要的旅游产品,其最终的目的就是要能吸引旅游者,以保持充足的客源。旅游心理学可以帮助旅游企业运用心理学原理去分析旅游者的心理和行为趋向,有针对性地开展旅游宣传和旅游招商,制定受欢迎的经营措施,提高经营效果。

(4) 有利于旅游企业建设一支高素质的人才队伍。发展旅游业,人才是关键。旅游业竞争的成败已经演变为旅游从业人员素质优劣的竞争。旅游业的未来发展,在很大程度上也取决于旅游人才的质量。因此,建设一支高素质的人才队

伍,已是旅游业面临的紧迫问题。旅游心理学作为一门专业的科学知识,对于有针对性地培养和提高旅游从业人员的素质和能力,帮助他们运用这门学科的基本理论和知识,正确认识自己的服务对象,创造性地指导工作实践将会产生积极而深远的影响。

(5) 有助于正确掌握旅游者的心理特征,有针对性地做好各种服务工作。旅游者在购买过程中,不仅想购买称心如意的旅游产品,而且希望得到热情的旅游服务。要在众多旅游者千变万化的购买活动中,正确掌握旅游者的心理特征,发现旅游者的心理活动变化规律,确实是一个极其复杂的工作,营销人员在现场是难以做到的。但是,旅游心理学在这方面的研究成果,可以指导市场营销人员的心理训练,帮助他们自如地根据所掌握的理论去分析旅游者的心理特点,揣摩旅游者的心理状态,按照各种旅游者的心理特征,主动热情地开展旅游服务。

第四节 旅游心理学的研究方法

旅游心理学是一门综合性、边缘性学科,它广泛地吸收了心理学及其他相关学科的研究方法,逐渐形成了一系列能够科学地研究旅游心理与旅游行为问题的基本方法。主要有观察法、实验法、访谈法、问卷调查法、心理测量法等。

一、观察法

观察法有自然观察法与实验室观察法之分。我们着重介绍自然观察法。自然观察法又称为现场观察法,是一种在不施加人为干预的自然状态下,对研究对象的行为、动作、表情、言论等通过感官或仪器,有目的、有计划地进行系统观察、记录、分析的研究方法。观察的种类很多,有长期观察和定期观察,有全面观察和重点观察等。观察是一种专门的技术。观察者必须对所要观察的问题先有基本的了解,观察的目的要明确,要使被观察者尽量处于自然的状态;观察时要做到客观和精确;要善于记录有关的事实,最好配合使用照相、录音、录像等先进手段。观察后要整理、分析,并提出进一步研究的意见。由于人的心理是很复杂的,现象与本质有时又是矛盾的,所以必须积累大量的观察材料,才能通过偶然发现必然,透过现象认识本质。