



全国高等院校旅游专业统编教材

Lüyou Xinlixue

旅游心理学

杜炜 / 主编



旅游教育出版社

全国高等院校旅游专业统编教材

旅 游 心 理 学

杜 炜 主 编

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:董茂永

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学 / 杜炜主编. —北京: 旅游教育出版社, 2005. 7
全国高等院校旅游专业统编教材
ISBN 7-5637-1298-4

I. 旅… II. 杜… 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 068413 号

全国高等院校旅游专业统编教材

旅游心理学

杜 炜 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx @ 163. com
排版单位	首都经贸大学出版社激光照排部
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	14
字 数	219 千字
版 次	2005 年 7 月第 1 版
印 次	2005 年 7 月第 1 次印刷
印 数	1 ~ 5000 册
定 价	20.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前 言

心理学,是探索人的内心世界和行为规律的一把钥匙。旅游心理学,是运用心理学的研究方法和研究成果对旅游活动中的相关问题展开研究的一门科学;其研究对象,就是旅游活动中人的心理现象和行为规律,主要包括旅游活动中的旅游者心理、旅游服务心理及旅游企业管理心理问题。

旅游心理学,为旅游工作者提供了一套基础的、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。

本教材在借鉴前人研究成果的基础上,努力做到:在内容上,注重打好理论基础,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;在结构安排上,每章开头有本章导读,结尾提供案例,引发思考和借鉴,最后提供思考与练习题,便于课堂教学的展开和培养学生主动思考问题、分析问题、解决问题的习惯。

全书分为十二章,第一章绪论,阐述旅游心理学的研究对象、意义、方法、理论基础及本书的结构体系;第二至七章研究旅游者心理,包括旅游行为动因、旅游者的认知心理、旅游者的态度与行为、旅游者的个性心理、旅游者的社会心理、旅游者的审美心理;第八至九章研究旅游服务心理,包括旅游服务心理和服务心理策略;第十至十二章研究旅游企业的管理心理,包括旅游企业员工的心理管理、群体心理管理和领导者心理。

在教材编写过程中,作者参阅了自20世纪80年代以来国内外专家学者的相关著作和论文,在此向各位尊敬的作者表示衷心的感谢。此外,本教材被列为旅游教育出版社的旅游院校本科系列教材之一,对于旅游教育出版社的大力支持,在此表示衷心的感谢。

本书由南开大学国际商学院旅游管理系副教授杜炜担任主编,负责全书的策

划、编写和统稿。以下人员参加了初稿的编写工作,她们是张洁、张露、邢雅楠、孙旻、洪燕、宋玲、苏静、刘方方、王会娟、马然。南开大学甘朝有教授对本书的写作给予了热情支持,在此一并表示衷心的感谢。

本书是一部面向高等院校旅游专业本科生的教材,亦可作为旅游从业人员的培训用书和自考教材。

书中如有疏漏不当之处,敬请广大读者不吝赐教。

杜 炜
2005年2月
于南开大学

目 录

第一章 绪论	1
第一节 心理学概述	1
一、心理的概念和实质	1
二、心理学的产生和发展	2
三、心理学研究的主要内容	3
第二节 旅游心理学的基本问题	6
一、旅游心理学的研究内容	6
二、旅游心理学的研究方法	8
三、研究旅游心理学的意义	10
第二章 旅游行为动因	12
第一节 旅游者的需要	12
一、需要的含义和特征	12
二、旅游者的需要体系	14
三、旅游者需要的发展趋势	18
四、研究旅游者的需要对旅游经营者的启示	19
第二节 旅游者的兴趣	20
一、兴趣的含义和本质	20
二、兴趣的特征及种类	20
三、兴趣对旅游行为的影响	21
第三节 旅游动机	22
一、旅游动机概述	22
二、旅游动机的分类	24
三、研究旅游动机对旅游经营者的启示	27
第四节 旅游目标	28
一、旅游目标的含义	28
二、旅游目标的动力功能	29
三、旅游目标与旅游行为	29

四、研究旅游目标对旅游经营者的启示	30
第三章 旅游者的认知心理	33
第一节 认知过程	33
一、感觉	33
二、知觉	34
三、注意	35
四、思维	36
五、想象	38
六、记忆	39
第二节 旅游者对旅游条件的认知	40
一、对旅游时空的知觉	40
二、对交通设施的知觉	41
三、对旅游目的地的认知	42
四、对旅游商品的认知	43
第三节 影响旅游知觉的因素	43
一、影响旅游知觉的客观因素	43
二、影响旅游知觉的个体因素	48
第四章 旅游者的态度与行为	52
第一节 旅游者的态度	52
一、态度的概念和构成	52
二、态度的特性	53
三、态度的功能	54
第二节 旅游者的态度与行为决策	55
一、态度与行为的关系	55
二、旅游消费偏好	56
三、旅游决策过程	57
第三节 旅游消费态度的形成及改变	58
一、旅游消费态度的形成	58
二、旅游消费态度的改变	61
第五章 旅游者的个性心理	66
第一节 旅游者的个性及其特征	66
一、个性含义及其特征	66
二、个性相关理论	67
三、特质理论在旅游业中的应用	69
第二节 旅游者的个性表现	71

一、个性类型与旅游者行为表现	71
二、个性结构与旅游者行为表现	72
三、自我意识与旅游者行为表现	73
四、生活方式与旅游者行为表现	75
第三节 旅游者个性的测定方法	76
一、AIO 结构法	76
二、VALS 心理学方法	78
三、旅游者个性研究对旅游经营者的启示	79
第六章 旅游者的社会心理	82
第一节 群体与旅游行为	82
一、群体概述	82
二、参照群体与旅游行为	83
第二节 家庭群体与旅游行为	84
一、家庭形态与旅游消费决策	85
二、家庭生命周期与旅游消费决策	86
三、研究家庭群体因素对旅游经营者的启发	87
第三节 社会阶层与旅游行为	88
一、社会阶层概述	88
二、社会阶层与旅游行为	90
三、研究社会阶层因素对旅游经营者的启发	91
第四节 社会文化与旅游行为	91
一、文化概述	92
二、文化对旅游行为的影响	93
三、研究社会文化因素对旅游经营者的启发	95
第七章 旅游者的审美心理	98
第一节 旅游者的审美心理	98
一、旅游者的审美心理特征	98
二、旅游者的审美心理活动过程	101
第二节 旅游者的审美心理与旅游服务策略	104
一、让旅游者发现美,并善于发现旅游者身上的美	104
二、在旅游服务中加入能够唤起旅游者美感的因素	105
三、旅游者审美心理与个性化服务	105
四、审美疲劳与改进旅游服务质量	106
第三节 旅游者的审美心理与旅游经营策略	106
一、根据旅游者的审美心理特征设计旅游产品	106

二、根据旅游者的审美心理特征,开展能打动旅游者心理的旅游宣传和促销活动	108
三、加强旅游从业人员的美学修养	108
第八章 旅游服务心理	113
第一节 旅游服务与旅游服务质量	113
一、服务的内涵	113
二、旅游服务的内涵	114
三、旅游服务质量的内涵	119
第二节 优质服务与旅游者心理	121
一、服务态度与优质服务	121
二、服务语言与优质服务	123
三、服务技术与优质服务	125
四、服务时机与优质服务	126
五、个性化服务与优质服务	127
第九章 旅游服务心理策略	131
第一节 旅游过程中的顾客心理与服务策略	131
一、初始阶段的旅游者心理与行为	131
二、中间阶段的旅游者心理与行为	133
三、结束阶段的旅游者心理与行为	135
第二节 旅游者的性别、年龄、职业差异与服务策略	135
一、旅游者的性别心理与服务策略	136
二、旅游者的年龄心理与服务策略	137
三、旅游者的职业心理与服务策略	140
第十章 旅游企业员工的心理管理	143
第一节 旅游企业员工的个体差异与管理	143
一、个体差异分析	143
二、旅游企业员工差异管理的原则	145
三、旅游企业员工差异管理的方法	146
第二节 旅游企业员工的行为与激励	147
一、激励理论	147
二、激励在旅游企业管理中的应用	149
第三节 旅游企业员工的情绪控制	151
一、情绪概述	151
二、旅游企业员工的情绪控制与调节	152
第四节 旅游企业员工的挫折心理与管理	153

一、挫折概述	153
二、挫折心理分析	155
三、旅游企业员工的挫折心理管理	156
第五节 旅游企业员工的心理培养与保健	158
一、心理健康的含义和标准	158
二、旅游企业员工的常见心理问题分析	158
三、旅游企业员工的心理培养与保健	159
第十一章 旅游企业的群体心理管理	163
第一节 旅游企业活动的群体行为	163
一、旅游企业员工群体的特点	163
二、旅游企业的群体行为分析	163
第二节 旅游企业的群体行为管理	167
一、旅游企业内部人际关系的建立	167
二、旅游企业活动中群体冲突管理	169
三、旅游企业活动中的团队管理	171
四、旅游企业中非正式群体作用的有效发挥	172
第三节 旅游企业的内部沟通与员工心理	174
一、企业内部沟通的概念和功能	174
二、旅游企业内部组织沟通的方式	176
三、旅游企业促进有效沟通的对策	177
第十二章 旅游企业领导者心理	181
第一节 领导者的管理角色与影响力	181
一、领导者的管理角色	181
二、领导者的影响力	183
第二节 旅游企业的领导风格与领导艺术	185
一、旅游企业的领导风格	185
二、旅游企业的领导艺术	190
第三节 旅游企业领导者的心理素质与心理调整	194
一、旅游企业领导者的心理素质	194
二、旅游企业领导者的心理调整	199
参考文献	206

本章导读

旅游心理学是从心理学的角度、运用心理学的研究方法探讨旅游活动中人的心理活动和行为规律的科学,它是在旅游学和心理学这两门学科的理论基础上产生的,它既是应用心理学的分支,又是旅游专业中的基础学科。在绪论中,我们首先概括介绍心理学的基本概念和理论框架,在此基础上,我们对旅游心理学的基本问题进行分析 and 阐述,主要涉及旅游心理学的学科性质、研究对象、研究方法和研究意义,目的在于使读者对旅游心理学的研究内容有一个整体的、系统的把握。

第一节 心理学概述

旅游心理学是心理学的分支应用学科,其主要理论和研究方法都来自心理学。因此,要理解并掌握旅游心理学的研究内容和研究方法,首先应对心理学有基本的了解和认识。

一、心理的概念和实质

(一) 什么是心理

心理是对心理现象、心理活动的简称。心理并不是人所独有的,动物亦有心理。心理学既研究人的心理又研究动物的心理,通过对动物心理的研究以及共性的量化分析,将规律性的研究结果放回到人类社会检验。而那些经过校验的理论就形成心理学的基本理论。

心理现象和每一个人息息相关,人在清醒状态下都受到心理活动的支配。正是在心理活动的调解下,人们的各种活动才能得以正常地进行,并达到预期的目的。心理活动是内隐的,行为是外显的,外显的行为受内隐的心理活动所支配。内隐的心理活动通过行为才能起作用 and 得到表现。心理和行为之间是有一定的活动规律的。因此,心理学既研究人的心理,也研究人的行为,是将人的心理和行为作为统一体进行研究的。

(二) 心理的实质

1. 心理是人脑的机能

人脑是人的神经系统的核心部分,是人的心理活动的重要物质基础。心理学研究认为,心理活动是神经系统有规律性的活动的结果,没有大脑,人的心理和行为就会产生异常。

2. 心理是客观现实的反映

心理不是凭空产生的,人脑必须在客观事物的影响下才能实现反映机能,把客观事物变成主观映像。因此,客观现实是心理的源泉 and 内容。

3. 实践活动是心理发生发展的必要条件

大脑是心理产生的物质基础,客观世界是影响心理产生的原因,二者的具备并不意味着心理的产生,人只有在其实践活动中,通过人和客观事物的相互作用才能产生心理。

4. 心理具有自觉能动性

心理的自觉能动性表现在人对反映的对象、进程以及结果都可以清楚地意识到。同时,已有的主观世界(知识、经验、个性特点、心理状态等)会对现实反映的事物产生影响。在正常的情况下,不同的主观世界对同一事物常有不同的反应。

5. 心理的社会历史制约性

个体既是一个自然实体,又是一个社会实体,其心理的发生和发展必然受到这二者的制约和影响。而且,人的本质在于他的社会特质,因此,心理的发生和发展与人所处的社会环境和历史条件及生活方式等密切相关,其观念、习惯、心理都受到相应的制约。

二、心理学的产生和发展

心理学是一门以解释、预测和调控人的行为为目的,通过研究分析人的行为,揭示人的心理活动规律的科学。心理学作为一门科学,有它的独特性。心理活动在头脑中产生,必然受生物学规律的支配;同时人是最高等的社会性生物,一切活动都不能摆脱社会、文化方面的影响,又具有社会科学性质。因此,心理学兼有自然科学和社会科学的双重性质。

(一) 心理学的产生

心理学是一门既古老又年轻的科学。

人类从古代开始,历经中世纪、文艺复兴直至19世纪中叶,对心理的探索和研究,都是处于一种无明确的研究目的和目标、无明确的研究思想和方法的混沌状态下自发地或不自觉地夹杂在对哲学和神学的研究中进行的。心理学的内容融会在哲学和神学的内容体系中,心理学家是由哲学家、神学家、医学家或其他科学家兼任;心理学的研究方法,主要是思辨的方法。亚里士多德的《灵魂论》,可以说是世界上的第一部心理学专著。在中国古代的有关哲学、医学、教育学和文艺理论等许多著作中,也都蕴涵着丰富的心理学思想。

心理学的真正历史,是1879年,冯特(Wilhelm Wundt,1832~1920)在德国莱比锡大学建立世界上第一个心理实验室才开始的。冯特用自然科学的方法研究各种最基本的心理现象:感觉。这一行动使心理学开始从哲学中脱离出来,成为一门独立的科学,它标志着科学心理学的诞生。冯特是公认的第一个把心理学转变成一门正式独立学科的真正奠基者,也是心理学史上第一位真正的心理学家。他的《生理心理学原理》是心理学史上第一本真正的心理学专著。

（二）心理学的发展

1879年以来,整个心理学界出现了过去从未有过的热烈的学术研讨的繁荣局面。在冯特的内容心理学以后,又接二连三相继出现了或反对或继承冯特,或另辟蹊径、独树一帜的理论,出现了各种各样、大大小小的心理学派上百个。这些学派分布广泛,遍布世界各地。

这些学派,有从内在意识研究的,有从外在行为研究的;有从意识的表层研究的,有从意识的深层研究的;有静态的研究也有动态的研究;还有从生物学、数理学、几何学、物理学、拓扑学、民族学、文化学等等其他不同角度去研究的。所有的学派,包括相互继承的学派,在它们的心理研究对象、范围、性质、内容以及方法上都既有联系,又各不相同。这百余年心理学发展的速度以及研究成果,远远超过人类历史上对心理研究成果的总和,对心理现象探索研究的深度和广度,也都达到了前所未有的程度。

贯穿心理学百年史的主干线,是十大学派形成和发展的历史。这十大学派是: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。

这十大心理学派无论从其研究的对象、任务、范围、方法,还是从其规模和波及的领域来看,对心理研究的客观推动作用都是巨大的。它们都曾经充当过心理研究过程中的主角,代表过一个时期的心理学历史发展的倾向,对心理学的发展产生过重大影响。当代心理学基本理论的主体,主要是博采十大学派学说之长,汲取它们的合理的有价值的部分而形成的。如今,我们选用的任何一本《普通心理学》教材,其内容实际上都是对十大学派的精华部分进行了汇集的结果,是十大学派学说的主要结晶。

经过一百多年的发展,心理学已具有众多分支学科,形成了一个庞大的学科体系。诸如普通心理学、社会心理学、教育心理学、法律心理学、管理心理学、商业心理学、经济心理学、消费心理学、咨询心理学等,都是心理学庞大学科体系中的成员。旅游心理学,也是其中的一员。随着人类社会实践活动的发展,心理学及其分支学科还会不断发展。

三、心理学研究的主要内容

（一）普通心理学

普通心理学是心理学的主干分支学科,其研究对象是一般正常人的心理现象及其基本规律。普通心理学的具体研究内容包括:心理动力、心理过程、心理状态和个性心理四个方面。

1. 心理动力

心理动力系统,决定着个体对现实世界的认知态度和对活动对象的选择与偏好。它主要包括动机、需要、兴趣和世界观等心理成分。

人的一切活动,无论是简单的还是复杂的,都是在某种内部驱动力的推动下完成的,这种引起并维持个体活动,并使之朝向已定目标和方向进行的内在驱动力就是动机。个体在动机的作用下,产生行为并使其朝向已定目标,在行为进行过程中不断调节行为的强度、持续时间和方向,使个体最终达到预定目标。

动机的内在心理基础,是需要。需要,是个体缺乏某种东西的一种主观状态,它是客观需求的反应。这种需要,既包括人体内的生理需要,也包括外部的社会需要。兴趣,是一种对事物进行深入认知的需要,是需要的体现。世界观,则是人对需要进行调解和控制,并由此确定的个体对客观世界的总体看法与基本态度。

2. 心理过程

心理过程是指人的心理活动发生、发展的过程,即客观事物作用于人脑并在一定的时间内大脑反映客观现实的过程,包括认识过程、情感过程和意志过程。三者合在一起简称为“知情意”。认识过程是指人获取各种知识和经验所表现出来的心理活动过程;情感过程是指由客观现实引起的、以各种情绪或情感表现出来的态度体验;意志过程是指人为实现预定的目的有意识地支配和调节自己的行动的心理活动过程。认识、情感和意志三个过程相互联系、相互促进、相互影响,构成心理活动的整个过程,其中,认识是基础,情感和意志是动力。这三部分都是人的内部主观活动,是人所共有的。

3. 心理状态

心理状态是介于心理过程与个性心理之间的既有暂时性又有稳固性的一种心理现象,是心理过程与个性心理统一的表现。人的心理活动总是在睡眠状态、觉醒状态或注意状态下展开的。在睡眠状态下,脑功能处于抑制状态,心理激活程度极低,人对自己的心理活动意识不到。从睡眠到觉醒以后,人开始能意识到自己的活动,并能有意识地调节自己的行为。觉醒状态存在不同的性质和水平,如振奋状态使人的心理活动积极有效,疲惫状态则相反。注意状态使人的心理活动积极有效,是意识活动的基本状态,它使人的心理活动指向和集中在一定的对象上。

4. 个性心理

个性心理是显示人们个性差异的心理现象。由于每个人的先天因素不同、生活条件不同、所受的教育影响不同、所从事的实践活动不同,因此心理过程在每一个人身上产生时总是带有个人特征,这样就形成了每个人的兴趣、能力、气质、性格的不同。如不同的人的兴趣广泛性,兴趣的中心、广度和兴趣的稳定性方面会有不同;在观察力、注意力、记忆力、想象力、思考力方面会有差异,有的能力高,有的能力低;不同的人的情感体验的深浅度、表现的强弱以及克服困难的决心和毅力的大

小也不同。所有这些都是个性的不同特点。人的心理现象中的兴趣、能力、气质和性格,称为个性的心理特征。

心理现象的各个方面并不是孤立的,而是彼此互相联系的。不仅在认识、情感、意志过程之间,而且在个性心理特征和心理过程之间也密切联系。没有心理过程就无法形成个性心理特征。同时,已经形成的个性心理特征又制约着心理过程,在心理过程中表现出来。例如,具有不同兴趣和能力的人,对同一首歌、同一幅画、同一出戏的评价和欣赏程度是不同的;又如,一个具有先人后己、助人为乐性格特征的人,往往表现出坚强的意志行动。

事实上,既没有不带个性特征的心理过程,也没有不表现在心理过程中的个性特征。二者是同一现象的两个不同方面。因此,要深入了解人的心理现象就必须分别地对这两个方面加以研究,在掌握一个人的心理全貌时,也需要将两方面结合起来进行考察。

心理学,研究心理过程及其机制、个性心理特征的形成过程及其机制、心理过程和个性心理特征相互关系的规律性。这是普通心理学研究的核心内容。

(二) 社会心理学

人不是孤立存在的,作为社会的人,彼此之间必然要发生一定的关系,进行社会交往;交往既存在于个人与他人之间,也存在于群体之间。人需要作为社会的一员发挥作用,因此,研究人的心理离不开对社会环境和社会群体的考察和分析。社会心理学,是研究人的社会或文化行为发生、发展、变化的过程及其规律的科学。社会心理学主要研究以下内容:

1. 社会化

从社会心理学的角度看,社会化关心的是自然的人如何变成社会的人,以及在这个过程中为什么个体形成了独特的人格特征。

社会化的基本途径,是社会教化和个体内化。社会教化即广义的教育,其形式包括家庭、学校、社会团体、大众传播媒介,以及法庭、监狱和劳动教养所等的教育。个体内化是指个体通过学习、接受社会教化,将社会目标、价值观、规范和行为方式等转化为自身认定的人格特质和行为反映模式的过程。社会化的主要内容有,政治社会化、道德社会化以及性别角色社会化等。

2. 社会认知

社会认知是指对人及其行为的认知,而不是对物对事的认知。社会认知的结果影响着人的社会行为。社会认知包括感知、判断、推测和评价等社会心理活动。对人的知觉、印象、判断以及对人的外显行为原因的推测和判断,是社会认知活动发生和进行所经历的几个主要过程。

社会认知的途径,主要是对他人的言谈举止、神情仪表以及行为习惯等方面的观察和了解,并通过这些方面完成社会认知。社会认知的内容包括社会知觉、社会

归因等。社会知觉,又称对人的知觉或人际知觉,它是社会认知的第一步。社会归因指的是,根据所获得的信息对他人的行为进行分析,从而推断其原因的过程。社会归因的结果,直接影响到人的社会行为。所以,了解社会归因的规律,有助于认识和预测他人的社会行为。

3. 社会沟通

广义的社会沟通,是指人类的整个社会的互动过程,即人们交换观念、思想、知识、兴趣、情感等过程。社会沟通是社会赖以形成的基础。社会沟通主要有语言沟通和非语言沟通两种。

4. 社会态度

社会态度,是社会心理学的基本内容之一。态度是指个人对某一对象所持有的评价与行为方向。人们对一个对象会作出赞成或反对、肯定或否定的评价,同时还会表现出一种反应的倾向性,这种倾向性就是心理活动的准备状态。所以,一个人的态度会影响到他的行为取向。

5. 人际关系

人际关系,是人与人之间心理上的关系、心理上的距离。这种关系,是在人与人之间发生社会性交往和协同活动的条件下产生的,是具有普遍意义的现象,在小群体中体现尤为明显。人际关系的形成包含认知、情感和行为三方面的心理因素,其中情感因素起主导作用,制约着人际关系的亲疏、深浅和稳定程度。

此外,社会心理学还研究社会动机、个人行为、自我意识、团体心理、群体性社会现象。

普通心理学和社会心理学,是旅游心理学的研究基础。

第二节 旅游心理学的基本问题

旅游在当今世界是一种普遍的、具有重要的社会、经济、文化等价值的社会现象。随着旅游活动的不断开展,人们对它的研究日益深入,相关研究亦从多个角度展开,包括经济、社会、文化、环境等多个方面。旅游心理学是研究旅游现象的一个重要学科,它是把心理学的相关研究成果和有关原理及研究方法运用到分析、了解旅游这一现象上来而产生的新兴应用学科,是研究旅游者和旅游从业人员在旅游活动和旅游经营活动过程中产生的心理活动和行为表现及其变化发展规律的学科。旅游心理学既是心理学的一门分支学科,又是旅游学中的基础学科。

一、旅游心理学的研究内容

现代旅游活动是旅游者和旅游从业人员的共同协同活动。旅游者是旅游活动的主体,没有旅游者,旅游活动、旅游业也就无从谈起。旅游从业人员是为旅游者

提供服务的,在现代旅游活动中,旅游从业人员的各种服务贯穿于旅游活动的各个环节。因此,旅游心理学以旅游者(包括现实旅游者和潜在旅游者)和旅游从业人员(包括各类旅游企事业单位的服务人员和管理人员)为研究对象,研究其在旅游活动整个过程和旅游服务的每一个环节中所表现出来的心理活动和行为规律。

(一) 旅游心理学研究的三个方面

1. 旅游者心理

旅游活动的主体是旅游者,因此,了解旅游者心理及其旅游行为的发生、发展及变化规律是旅游心理学首先研究的课题,也是旅游心理学研究的出发点和核心内容。对旅游者心理的研究包括旅游者的行为动因、旅游者的认知心理、旅游者的态度、旅游者的个性、旅游者的社会心理以及审美心理等方面的内容。

从旅游业发展角度而言,了解旅游者是做好旅游工作的前提。要真正了解旅游者就必须了解旅游者的心理规律和行为规律。在此基础上才能更好地为旅游者服务,更好地开展旅游经营活动,更好地发展旅游业。

2. 旅游服务心理

服务是旅游业的基本性质。旅游服务的生产过程是通过人与人的交往来完成的。旅游服务实际上就是旅游服务人员通过与旅游者的交往以帮助旅游者获得美好经历的过程。要完成这一工作,旅游工作者需要懂得旅游者的心理、满足旅游者的需要,有针对性地提供适宜的周到的服务,才能最终达到令旅游者满意的效果。优质服务的实质就是心理服务,只有从旅游者的心理需要出发,针对旅游者的心理特点才能实现优质服务。因此,旅游服务心理是旅游心理学不可缺少的研究课题。本书主要阐述旅游服务心理及旅游服务心理策略两方面的内容。

3. 旅游企业管理心理

现代旅游离不开旅游企业的经营活动,旅游者的旅游活动质量与旅游企业提供的产品和服务直接相关。而旅游产品和服务的提供是由旅游工作者(或称旅游从业人员)来完成的。旅游工作者是旅游企业经营成败的核心要素,是旅游企业的第一生产力。旅游企业管理心理就是以旅游企业活动中的人为对象展开研究的,它是旅游心理学必要的组成部分,主要包括旅游企业的员工心理管理、旅游企业的群体心理管理和旅游企业的领导者心理。

(二) 旅游心理学研究的三个层次

旅游心理学要研究三个层面的问题,即旅游者和旅游工作者在旅游活动各环节中所表现出的心理现象和行为表现、心理和行为的一般规律以及心理和行为的变化的发展趋势。

1. 研究心理现象和行为表现

在旅游活动中,旅游者是按照自己的兴趣、意图和偏好购买和选择所需要的旅游产品和服务的,而从业人员则要按照企业及自身的原则、利益行事。于是双方在