

335
面向 21 世纪课程教材
Textbook Series for 21st Century

F490-43

高等学校旅游管理专业主干课程教材

271e

旅游心理学

刘 纯 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/刘纯主编. —北京: 高等教育出版社,
2002.8

面向 21 世纪旅游管理专业本科教材

ISBN 7-04-010784-8

I. 旅... II. 刘... 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(2002)第 026467 号

责任编辑 李 芸 封面设计 杨立新 责任绘图 朱 静
版式设计 周顺银 马静如 责任校对 俞声佳 责任印制 宋克学

旅游心理学
刘纯 主编

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号
邮政编码 100009
传 真 010-64014048

购书热线 010-64054588
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所
排 版 高等教育出版社照排中心
印 刷 北京地质印刷厂

开 本 787×960 1/16
印 张 33
字 数 610 000

版 次 2002 年 8 月第 1 版
印 次 2002 年 9 月第 2 次印刷
定 价 34.10 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

总 前 言

当代旅游业已经发展为世界上产业规模最大和发展势头最强劲的产业,旅游业发展之快,产业带动力之强,使许多国家和地区都纷纷把旅游业作为经济发展的重点产业和先导产业。伴随着全球经济的不断发展,人们收入和闲暇时间的增多,交通和通讯技术的不断进步,以及冷战结束后政治隔障的消除等因素,全球旅游产业的规模正加速扩大,参加旅游的人数还将继续增加。据世界旅游组织预测:到 2010 年,全球旅游者将达到 100 亿人次,其中国际旅游者将达到 10 亿人次;到 2020 年,全球旅游者将达到 160 亿人次,其中国际旅游者将达到 16 亿人次。大众化旅游时代的到来,使旅游日益成为现代人类社会主要的生活方式和社会经济活动,旅游业也以其强劲的发展势头而成为全球经济产业中最具活力的“朝阳产业”。

在近二十年的发展历程中,中国旅游业取得了令人瞩目的成就,由传统的接待事业一跃转变为国民经济新的增长点,并由过去单一的观光型旅游发展成为集观光、度假、商务、会展、研修等多功能为一体的复合型旅游。中国旅游业的综合实力已被列为世界第五大旅游国。按照世界旅游组织的预测:到 2020 年,中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。专家们预测:“21 世纪,中国将成为世界主要的旅游中心”。中国旅游业持续高速增长,既依托于旅游教育整体水平的提高,也有力地推动了旅游教育的迅速发展。截止到 2001 年,全国高等旅游院校和已开办旅游专业的院校已发展到 200 多所,形成了培训、职高、大专、本科、硕士、博士层次完备的旅游教育体系,教育服务旅游、旅游促进教育的旅游与教育互促相长的格局已经形成。然而,瞬息万变的旅游活动实践和丰富多样的旅游形式,对与之相配套的旅游教育教材提出了新的要求,更新教材体系,丰富时代内容,注入新的成分,就成为旅游高等教育教材建设的当务之急,因而也成为 2001 年 3 月在海南大学召开的“新世纪高等学校旅游管理专业教育

与发展战略研讨会”的重要议题之一。

这次会议由面向 21 世纪旅游管理专业课程体系和教学内容改革与实践项目组、高等学校工商管理教学指导委员会(旅游管理专业组)、教育部高教司和国家旅游局人教司联合召开。为了保证旅游管理专业人才培养的基本规格,为了给该专业提高教学质量提供课程和教材支撑,会议在项目研究的基础上审议确定了 7 门课程作为旅游管理专业的主干课程,并面向全国遴选主编、组编了与主干课程对应的教材,这 7 门主干课程教材是:《旅游学》、《旅游经济学》、《旅游市场营销学》、《旅游心理学》、《旅游规划与开发》、《旅行社管理》、《饭店管理》。同时,为拓展教学内容,适应旅游专业对其他专业课程教材的需求,高等教育出版社在前期调研的基础上,依托工商管理教学指导委员会,在教育部高教司的支持下,组织编写了非主干课程的 7 门其他专业课程教材供旅游专业选用,它们是:《旅游法教程》、《旅游管理信息系统》、《旅游管理专业英语》、《前台与客房管理》、《餐饮管理》、《旅游行政管理》、《导游业务》。这 14 本系列教材后来又经过立项评审大部分是“十五”国家级规划教材。这套系列教材在总体策划和编写中突出了系统性、创新性、实用性三大特色。系统性,指系列教材较全面、系统地反映现代旅游的最新发展状况,多角度透视旅游这一特殊的社会现象和经济现象;创新性,指系列教材既注重历史内容的沉淀又关注当代旅游研究的最新成果,把普及与提高、理论与实践有机融合起来,突出教材的时代性;实用性,指系列教材具有较强的可读性和自学指导性,既有学理分析,又有案例剖析,注重方法的训练和技能的培养。因而,较适合于旅游高等院校、旅游研究机构、高等职业教育、自学考试的人员作为教材,也适合于旅游行业管理、旅游职业培训使用,对理论研究、学历教育、职业培训以及实际工作都具有实用性和参考价值。

参与此次系列旅游教材编写的单位有:南开大学、中国旅游学院、浙江大学、西安交通大学、湖北大学、云南大学、上海大学、北京旅游学院、暨南大学、海南大学、安徽师范大学、广州财贸管理干部学院等院校。在教材编写过程中,邀请了我国旅游教育界知名的教授和专家对此套教材进行了严格的审定。借此对支持和参与这套系列教材编、审工作的专家、学者表示感谢。

此套系列教材于 2002 年秋出版发行,欢迎全国有关院校师生和专业人士选用,并提出宝贵意见,以便逐步完善。

面向 21 世纪旅游管理专业课程体系和教学内容改革与实践项目组
教育部高等学校工商管理教学指导委员会(旅游管理专业组)

2002 年 4 月

前 言

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。1999年12月2日,在法国东南部冬季旅游胜地沙莫尼开幕的“世界旅游峰会”上,世界旅游组织秘书长费朗切斯科·费兰贾利预计,到2020年,全球游客人数将达15亿,旅游带来的收入总和将达两万亿美元。来自全球五大洲的近250名政界、经济界、学术界和业内专家们认为,20年以后,旅游业将成为世界第一大产业。

改革开放以来,我国的旅游事业取得了令人瞩目的辉煌成就。在21世纪,我们正面临着知识经济时代的来临。在知识经济时代,人的因素、智力因素在经济增长中的作用,要比农业时代和工业时代更加重要。如何提高中国旅游业的管理水平,迎接知识经济时代的到来,是我们面临的一个新的历史任务。其中,很重要的一个方面就是研究管理中的社会—心理因素,运用心理学的研究成果来提高旅游管理活动的科学水平。本书就是在这方面所进行的努力。

近年来,我国陆续出版了几部旅游心理学论著和教材,这对填补我国在这一领域研究的空白起了积极的作用。1986年,我编写的《旅游心理学》由上海科学技术文献出版社出版。该书着重从心理学、社会学及人类学的角度研究旅游行为。1990年根据饭店管理专业教学的需要,我编写的《旅游饭店现代管理心理学》由上海远东出版社出版,当时的国家旅游局局长刘毅同志为该书作序。该书除了研究旅游行为之外,着重介绍了管理心理学的理论、方法,探讨了这些理论和方法在饭店管理中的应用。1994年以来,我先后为管理科学与工程专业、工商管理专业和产业经济专业硕士研究生讲授管理心理学和人类工效学等课程,并承担了这些领域的一些科研课题。本书就是在上述著作所作研究的基础上,结合作者的教学和科研实践,经过必要的调查研究,总结了我国旅游管理工作的一些经验,同时,有选择地引进了国外在旅游心理学和管理心理学领域研究的最

新成果,编写而成的。

本书从全新的角度,全面、系统地阐述了旅游心理学的理论、方法及其在实践中的应用。全书共分四编,总计 25 章。第一编概论,主要介绍了旅游心理学的对象、任务和研究方法,以及旅游行为的研究模式;第二编旅游者心理,着重从心理学、社会学及人类学等学科的角度解释旅游行为,探讨了旅游市场营销策略和旅游者行为的关系;第三编旅游企业管理心理,详细阐述了各种经典和现代流派的管理心理学理论,研究了个体、群体、领导、组织各层次的行为特征及所蕴涵的心理规律;第四编旅游企业服务心理,概要介绍了被称为旅游业三大支柱的旅行社、旅游交通、饭店服务的心理因素。

作为教材,我的看法是,学术问题可以百家争鸣,教学问题却不能赶时髦,不

内 容 简 介

本书是教育部“高等教育面向 21 世纪教学内容和课程体系改革计划”的研究成果,是面向 21 世纪教材和教育部旅游管理专业主干课程教材之一。

本书从全新的角度,全面、系统地阐述了旅游心理学的理论、方法及其在实践中的应用。全书共分四编,计 25 章。第一编概论,主要介绍旅游心理学的对象、任务和研究方法,以及旅游行为的研究模式;第二编旅游者心理,着重从心理学、社会学及人类学等学科的角度解释旅游行为,探讨旅游市场营销策略和旅游者行为的关系;第三编旅游企业管理心理,详细阐述了各种经典和现代流派的管理心理学的理论,研究个体、群体、领导、组织各层次的行为特征及所蕴涵的心理规律;第四编旅游企业服务心理,概要介绍被称为旅游业三大支柱的旅行社、旅游交通、饭店服务的心理因素。全书体系严整、论述详尽,反映了本学科的最新成果和前沿动态,具有极强的实务指导性。

本书可作为旅游管理专业本科及研究生的教材,以及旅游企业和相关企业高级管理人员的培训教材。

目 录

第一编 概 论

第 1 章 导论	3
第一节 休闲与旅游	3
第二节 旅游心理学的对象和任务	7
第三节 旅游心理学的研究方法	12
复习与思考	15
第 2 章 旅游行为的研究模式	16
第一节 旅游者的决策	16
第二节 影响旅游者行为的因素	19
复习与思考	22

第二编 旅游者心理

第 3 章 旅游知觉	25
第一节 知觉	25
第二节 影响旅游者知觉的因素	27
第三节 旅游者的知觉过程	33
第四节 旅游者对距离的知觉	36
第五节 旅游者对旅游地的知觉	37
第六节 旅游者对旅游交通的知觉	38
复习与思考	39
第 4 章 学习与旅游行为	40
第一节 学习	40

第二节 旅游行为的学习	47
第三节 旅游者的学习过程	53
复习与思考	56
第5章 旅游动机	57
第一节 动机	57
第二节 旅游者动机与行为分析	65
第三节 旅游动机的多源性	68
复习与思考	79
第6章 态度与旅游行为	80
第一节 态度	80
第二节 态度理论	86
第三节 态度与旅游决策	89
第四节 改变旅游者的态度	94
复习与思考	98
第7章 个性与旅游行为	99
第一节 个性	99
第二节 个性与旅游行为	102
第三节 个性结构与旅游行为	113
复习与思考	117
第8章 社会群体对旅游行为的影响	118
第一节 群体与参考群体	118
第二节 群体与旅游角色	125
第三节 家庭群体与旅游行为	127
第四节 文化、亚文化与旅游行为	135
复习与思考	145

第三编 旅游企业管理心理

第9章 个体差异与管理	149
第一节 能力差异与管理	149
第二节 气质差异与管理	161
第三节 性格差异与管理	165
复习与思考	173
第10章 激励	174
第一节 激励	174
第二节 激励的理论	179

第三节 激励理论的应用	197
复习与思考	208
第 11 章 压力	209
第一节 压力	209
第二节 组织中的压力因素	216
第三节 压力的反应	222
第四节 组织减少压力的策略	230
复习与思考	231
第 12 章 劳动心理	233
第一节 疲劳	233
第二节 饭店工作环境研究	242
复习与思考	250
第 13 章 群体的形成与结构	252
第一节 正式群体和非正式群体	252
第二节 影响群体形成和保持的因素	254
第三节 群体结构及其影响	257
复习与思考	269
第 14 章 群体过程	270
第一节 群体如何影响它们的成员	270
第二节 遵从	272
第三节 社会化	278
第四节 群体的内聚力	281
复习与思考	286
第 15 章 沟通	288
第一节 沟通	288
第二节 沟通的形式	292
第三节 沟通的网络	298
第四节 沟通的障碍	303
第五节 有效的沟通	310
复习与思考	313
第 16 章 冲突	314
第一节 冲突	314
第二节 冲突的原因	318
第三节 冲突的过程	320
第四节 冲突管理策略	323

复习与思考	326
第 17 章 人际关系	327
第一节 人际关系	327
第二节 社会知觉	330
第三节 人际吸引和人际关系需求类型	335
第四节 人际关系的调节	341
复习与思考	345
第 18 章 领导	346
第一节 领导	346
第二节 领导理论	350
第三节 领导功效与领导者影响力	369
第四节 领导者的心理素质	375
复习与思考	379
第 19 章 决策	380
第一节 决策	380
第二节 群体决策	389
第三节 改进组织中的决策	394
复习与思考	398
第 20 章 组织	399
第一节 组织	399
第二节 现代组织理论	403
第三节 组织结构	406
第四节 组织的外部环境	424
复习与思考	433
第 21 章 组织变革和组织开发	434
第一节 组织变革	434
第二节 组织开发	443
复习与思考	453

第四编 旅游企业服务心理

第 22 章 旅行社服务心理	457
第一节 旅游者在旅游活动中的心理状态	457
第二节 导游服务心理	462
复习与思考	480
第 23 章 旅游交通服务心理	481

第一节 旅游者对旅游交通服务的心理需求	481
第二节 旅途中旅游者的心理状态及改进旅游交通服务的对策	484
复习与思考	486
第 24 章 饭店服务心理	487
第一节 旅游者的住宿心理	487
第二节 前厅服务心理	491
第三节 客房服务心理	495
第四节 餐厅服务心理	499
复习与思考	506
第 25 章 旅游企业售后服务心理	507
第一节 旅游者的挫折与投诉心理	507
第二节 售后服务心理	509
复习与思考	510
参考书目	511
后记	513

第一编

概 论

第 1 章

导 论

旅游心理学既属于旅游科学范畴,又属于心理科学范畴。旅游行为是在旅游心理的支配下发生,并随着旅游心理的发展变化而发展变化的。

在导论中,我们将讲述休闲与旅游、旅游业与旅游科学,明确旅游心理学的定义,说明研究旅游心理学的重要性。然后,我们将从旅游心理学的角度考察旅游产品及其特点,确定服务一词的定义。最后,我们将讨论旅游心理学的任务,扼要介绍旅游心理学的研究方法。

第一节 休闲与旅游

一、休闲活动与旅游

随着世界经济和科学技术、文化的发展,个人经济收入及自由支配时间的增加,劳动与休闲就成为人类生活不可分割的两个方面。如何利用闲暇时间,是人类生活中面临的一个新问题。

“休闲”或“闲暇”的英语是 Leisure,源于拉丁语的 Licere,意指摆脱生产劳动后的自由时间或自由活动,包含时间与活动两个层面。法国社会学家乔弗里·杜马泽迪尔(Joffre Dumazedier)在《走向休闲的社会》一书中提出了他对休闲的看法:“所谓休闲,就是个人从工作岗位、家庭、社会义务中解脱出来的时间。”一般

地讲,我们可以把休闲解释为当一个人干完了他的工作,并满足了他的基本需要之后,这个人就有了属于他自己自由支配的时间。有了休闲的“资本”,人们可以根据其周期性和时间的长短,以不同的方式加以利用。

(1) 业余时间,可以用于看电视、看书读报、听音乐、看戏或参加其他文体活动。

(2) 周末时间,可赴下述地点短途旅游:

① 别墅、饭店、疗养胜地。

② 野营营地。

③ 凡可以让人“躲避一下”的地方。

(3) 两三周短期休假到七周以上的长期休假,可以作一次异地旅行或度假。

当今,世界各国最为广泛的休闲活动当数休闲运动和旅游两项了。所谓休闲运动,是人们为了向外界表现自己、享受运动所创造的美感和愉悦的活动。其中,有许多运动并不单纯地追求“高度”、“速度”、“力量”等衡量运动水平高低的标准。诸如滑翔、跳伞、潜水、登山、坐热气球、钓鱼等都属于休闲运动。

旅游和休闲是密不可分的,闲暇时间是旅游的必要条件。没有可自由支配的闲暇时间,就不可能有旅游活动。旅游是休闲的形式和手段之一,而且是综合性的高层次的休闲活动。

旅游和休闲活动的区别在于,只有离开居住地到异地一定时间,并以观光、度假、健身、娱乐、探亲访友为主要目的的休闲活动,才是真正意义上的旅游活动。

20世纪50年代,由于大型喷气式飞机的出现,国际航线星罗棋布,住宿条件大为改观,旅游作为休闲活动的一种形式,越来越被人们接受。在一些发达国家,人们甚至产生了这样一种观念:假日期间不外出旅游是生活中的一大损失。休闲活动的一些形式,如休闲运动,完全可以在旅游活动的过程中实现。因此,人们一般也称旅游为“休闲旅游”或“闲暇旅游”。

二、旅游与旅游业

旅游是一项很古老的活动,中外历史上都有不少关于古代旅行家的记载。两千多年以前,我国就有“仁者乐山”、“智者乐水”之说。古代的旅游常常是随着贸易、战争、宗教活动、探险、求知,以及文化交流等目的而进行的,只有一部分达官显贵是为了娱乐而去旅游的。

有人认为世界最早的旅游活动是在大约公元前4000年出现的,当时的巴比伦王国发明了钱币、文字和车轮,人们既可以用货币,也可以用货物来支付他们的交通和食宿费用。这时的旅游活动是由于贸易的发展而产生的。公元前1490年,古埃及霍茨海贝赛女王的奔达诸国(即现在的索马里)之行,或许是有

史以来第一次以寻求安宁和观光为目的的旅游。在埃及的狄爱耳拜哈里神庙的墙上,记载着这次重大巡游事件的经过。

我国历史记载最早的、行程最远的旅行家应数西汉的张骞。他于公元前139年奉汉武帝之命出使西域,越过葱岭,亲历大宛、居、大月氏、大夏(今中亚一带)等地,在外共13年。他这次旅行探明了亚洲内陆交通,加强了中原和西域少数民族的联系,进一步发展了汉朝与中亚各地人民的友好关系,促进了东西方经济、文化的交流。

旅游作为一种经济产业却是近代的事。国际上一般认为,现代旅游业的创始人是英国的托马斯·库克(Thomas Cook)。他在19世纪40年代创造了世界上最早的有组织的旅游服务。国际旅游业近年来的发展速度,已超过了许多其他产业而成为世界第二大产业。据有关研究分析,在不远的将来,有可能超过石油工业而成为世界第一大产业。

目前,国外尚有将“旅游”称为“观光”或“休闲旅行”的,它还没有一个统一的确切定义。美国密执安大学商学院旅馆和餐饮管理系的罗伯特·麦金托什(Robert W. McIntosh)教授在《旅游的原理、体制和科学》一书中给旅游下的定义是:“在吸引和接待旅游者及其他访问者的过程中,由于旅游者、旅游企业、东道政府及东道地区居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。”“它是吸引旅游者、运送旅游者、向旅游者提供食宿、热情友好地满足旅游者需求的一门科学和一项艺术。同时,它又是一种商业。”

上述定义基本总结和归纳了西方学者的研究成果,概括了旅游的范围,并提出了旅游业的综合性。不足的是,这些定义并未揭示出旅游的本质属性,即旅游是在一定社会经济条件下发生和发展的一种社会经济活动,是受社会风气影响和制约的一种物质文化生活活动。

三、国际旅游业与旅游科学

为了适应国际旅游业迅猛发展的需要,一门新的科学——旅游学应运而生。旅游囊括了我们社会生活的各个方面。因此,可以从不同角度对它进行研究:

1. 从机构角度研究

这是用统计的方法研究各种从事旅游经营活动的中间商和旅游机构,尤其是像旅行社这样的机构,要摸清其组织情况、经营方法、经营成本及经济实力等。这种统计结果可以为旅游学的进一步研究提供可靠的依据。

2. 从产品角度研究

这是对各种旅游产品的研究,看它们是如何生产、销售和消费的。但该方法太浪费时间,而且很难在短期内抓住旅游的本质所在。

3. 从经营管理角度研究