

21

世纪

旅游管理

TMBA 系列丛书

旅游心理学

孙喜林 著

广东旅游出版社

T-5/0
S9861

21
世纪

旅游管理
TMBA 系列丛书

孙喜林 著

旅游心理学

广东旅游出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/孙喜林著. —广州: 广东旅游出版社, 2002. 6
ISBN 7-80653-277-3

I. 旅... II. 孙... III. 旅游心理学 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 002305 号

广东旅游出版社出版发行
(广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600)

广东省南海彩印制本厂印刷

(南海市桂城叠南)

广东旅游出版社图书网

[www. travel - publishing. com](http://www.travel-publishing.com)

广东旅游网

[www. gdtravel. com](http://www.gdtravel.com)

850 × 1168 毫米 32 开 10.5 印张 220 千字

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

定价: 18.00 元

目 录

第一篇 总 论

第一章 旅游心理学概述	(3)
第一节 旅游心理学的研究对象	(4)
第二节 旅游心理学的研究方法	(8)
第三节 研究旅游心理学的意义	(13)

第二篇 旅游者心理

第二章 旅游知觉	(23)
第一节 旅游知觉概述	(24)
第二节 旅游中的社会知觉	(41)
第三节 对旅游条件的知觉	(53)
第三章 旅游动机和方针的消费行为	(61)
第一节 动机概述	(62)

第二节	旅游者的旅游动机	(64)
第三节	旅游动机的激发	(85)
第四章	旅游者的学习和态度	(90)
第一节	学习与旅游消费者行为	(91)
第二节	旅游者的态度	(111)
第三节	态度与旅游行为	(116)
第四节	旅游者态度的改变	(124)
第五章	旅游者的人格	(140)
第一节	人格概述	(141)
第二节	旅游者的人格特征与旅游行为	(158)
第六章	旅游者的情绪情感	(173)
第一节	情绪和情感概述	(174)
第二节	旅游者的情绪情感	(191)

第七章 旅游者的消费决策	(198)
第一节 购买决策概述	(199)
第二节 消费者的购买决策过程	(201)

第三篇 旅游服务心理

第八章 旅游服务心理	(229)
第一节 服务市场中的消费者行为	(231)
第二节 旅游服务中的客我交往	(259)
第三节 客人的需求心理	(264)
第四节 前厅服务心理	(269)
第五节 客房服务心理	(274)
第六节 餐厅服务心理	(280)
第七节 导游服务心理	(286)
第八节 旅游者投诉心理	(291)

第四篇 旅游企业员工心理

第九章 旅游企业中的人际关系	(303)
第一节 人际关系概述	(304)
第二节 影响人际关系的因素	(311)
第三节 人际关系测量	(322)

第一篇

总 论

ZONG LUN

旅游心理学是一门新兴学科，作为心理学的家族的一个新成员，以问世二十几年的身世，其体系并不完善，知识积淀尚显单薄。在这一篇中我们不惜笔墨探讨旅游心理学的一些基本问题，目的在于使读者能较清晰了解这门新学科形成过程中的亲本关系，为今后的学习与研究奠定坚实基础，确定明确方向。这一篇共分两章，第一章旅游心理学概述，主要讲述旅游心理学的研究对象、方法和研究旅游心理学的意义；第二章旅游心理学与相关学科，阐述旅游心理学与相关学科的关系。普通心理学、社会心理学和管理心理学构成了旅游心理学最主要的知识和方法来源。



旅游心理学概述

学习目的

- 熟悉旅游心理学的学科性质、历史发展沿革并掌握学科的研究对象。
- 了解旅游心理学的基本研究方法。
- 知道学习旅游心理学的价值和理论及实践目的，使以后的学习带有目标。

基本内容

旅游心理学的研究对象

- 旅游心理学的研究对象
- 旅游心理学的研究内容

旅游心理学的研究方法

- 旅游心理学研究的基本原则
- 旅游心理学研究的主要方法

研究旅游心理学的意义

- 有助于旅游事业的发展和旅游服务质量的提高

- 有助于提高旅游企业的经营和管理水平
- 有利于科学合理地开发旅游资源和安排旅游设施

关键术语

案例分析

复习思考题

阅读文献

参考网站

第一节 旅游心理学的研究对象

旅游心理学是心理学的一门分支学科，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。旅游心理学的产生在世界上也不过二三十年，介绍到中国就十几年。在旅游心理学产生的初期主要是把心理学的知识方法移植过来，直到近些年才有独立研究成果出现，所积累的研究成果并不丰厚，所以说旅游心理学还不是一个很成熟的学科。

一、旅游心理学的研究对象

旅游心理学主要研究旅游消费心理、旅游服务心理和旅游企业职工心理。这三方面内容构成了旅游心理学的主体。旅游这一现象本身是一种复杂的社会、经济、文化和心理现象的综合，因而对心理规律的探讨常常不能单独进行，因为心理现象与旅游的其他方面交织在一起，通常旅游心理现象不能单独存

在。所以进行这方面的研究是比较复杂并有相当难度的。

(一) 旅游消费心理

人们的旅游消费行为是在其消费心理支配下发生的，因此了解旅游者消费心理的发生、发展变化规律是非常有必要的。美国著名心理学家勒温提出的行为公式有助于我们对这个问题的分析。

勒温的行为公式是：行为 = f (人格 × 环境)

他认为人的行为受两大因素影响，一个是人格，一个是人所处的环境，人的行为就是人格和环境的函数。所谓人格简单地说就是个人的心理特点系统。在我们研究旅游行为的规律时，对旅游者个人心理因素的探讨就成为最有价值的切入点。每个人的心理都具有与他人不同的特点，因而形成相互之间在心理因素上的差别。由于这种差别的影响，使得人们在面对相同的旅游条件产生不同的反应，有的产生旅游行为，有的不产生旅游行为，有的产生这种旅游行为，有的产生那种旅游行为。另外，环境是影响人的行为的另一个重要因素，人的行为就取决于人格和环境二者力量的对比以及它们之间的相互作用。所以我们一方面要探讨旅游者的人格因素，广而言之也就是旅游者的心理因素对旅游行为的影响，一方面要探讨旅游者所处的外部环境对旅游行为的影响。

探讨旅游者的旅游消费心理就是要探讨旅游行为产生的规律，探讨旅游者的旅游知觉、旅游动机、旅游态度、旅游者的人格、旅游者的情感以及旅游审美心理等方面。了解心理因素对旅游行为的产生、对旅游选择和旅游心理效果的影响。

对于旅游行业的从业者而言，了解旅游者的心理规律对他们正确理解并预测客人的行为有很大帮助，从而为影响和引导旅游者的行为打下基础。孙子兵法云：“知己知彼、百战不

殆”，在今天旅游业竞争极端激烈的情况下，了解自己的工作对象是非常有价值的。

（二）旅游服务心理

旅游业在当今世界上存在和发展的一个重要理由在于旅游业有“接待”这一特点，换句话说要通过人与人打交道来完成其生产过程。从心理学角度可以把旅游产品解释为：旅游者花费一定的时间、金钱和精力所获得的个人经历。从这个角度看旅游服务，那么旅游服务实质上是旅游服务人员通过与旅游者打交道，以帮助旅游者构造其美好经历的过程。要想使客人有好的经历、好的体验、好的感受并不是一件简单的事，它需要迎合旅游者心理，满足旅游者的需要。如果不了解旅游者的心理而进行的旅游服务则是无理性的，它无异于“盲人骑瞎马”，撞到哪儿是哪儿，这样是无法得到好的结果的。

（三）旅游企业员工心理

旅游心理学的研究对象也包括员工心理，它不是简单地把管理心理学搬过来，那样没有任何意义，而是根据旅游心理学的需要和特殊性，把管理心理学和工程心理学以及其它心理学学科相关内容有选择地运用于旅游企业中，为旅游企业的管理提供理论指导。

旅游企业经营的成败取决于它的管理和服务。由于旅游业的特殊性，旅游产品包括两大类：有形产品和无形产品。其无形产品要靠员工通过与客人交往和打交道来完成其生产过程，这类产品质量有很大的不确定性，对其生产过程进行监控非常困难，它的高质量生产只能依赖高素质的员工自觉完成。在旅游服务业人们常说的一句话：“顾客是上帝”，其含义无非是服务人员要尊重客人，永远把客人放在第一位。而要想使员工做到这一点并不是一件简单的事。针对这种情况有人提出了“员

工是第一位”的管理思想。作为管理者为了达到使顾客变成“上帝”这一目的，首先他要把员工放在第一位，尊重员工、善待员工，充分调动员工的积极性，科学地使用员工，使员工愉快地、主动地、创造性地做好服务工作，从而达到组织目标。而这一切都必须以了解员工的心理为前提。所以了解旅游企业员工心理，在实施管理行为时做到知己知彼、有的放矢，就成为管理成败的关键。

总而言之，旅游心理学是一门新兴的应用学科，是心理学的一个分支。它是把心理学的研究成果和一般原理运用到旅游领域而形成的一门新学科。它是应社会发展和旅游学科发展的需要而产生的，是旅游学科丛中重要的一门学科。旅游心理学的研究对象是旅游活动中人的心理活动和行为规律，这其中包括旅游消费心理、旅游服务心理以及旅游企业员工心理，并研究如何遵循这些规律以便搞好旅游服务和旅游管理工作。

二、旅游心理学研究的内容

旅游活动是一种综合性的活动，它是一种地理现象，一种商业活动，也是一种社会行为，一种人类经历。旅游心理学是解剖这一复杂现象的一个重要角度。根据旅游心理学的研究对象，我们认为旅游心理学的具体研究内容应包括以下几个方面：

(一) 旅游者心理。具体包括旅游知觉、旅游动机、旅游者的人格、旅游者的态度、旅游者的情绪和情感、旅游审美心理。

(二) 旅游服务心理。具体包括导游与风景区服务心理、酒店服务心理、旅游交通服务心理、旅游商品服务心理。

(三) 旅游企业员工心理。具体包括旅游企业中的人际关

系、员工的心理保健、员工劳动心理、旅游企业领导心理。

【补充阅读资料 1-1】

旅游心理学研究范畴的其他观点

狭义的旅游心理学只研究旅游者即旅游行为主体的心理；广义的旅游心理学则不仅研究旅游者的心理，而且研究旅游业的开发、经营与管理的心理依据。

第二节 旅游心理学的研究方法

旅游心理学是心理学的一个新兴的分支应用学科，其研究方法主要来自于心理学中已经非常成熟的研究方法，同时从旅游心理学的学科特点出发，有选择有变化地使用这些研究方法。心理学的发展为旅游心理学的研究发展提供了知识和方法上的基础，这使得旅游心理学的研究发展变得迅速而有效。此外，社会学的知识和研究方法也成为旅游心理学的重要知识和方法的来源。这些构成了旅游心理学发展的先天优势，其后天优势则是强大的社会需要。

一、旅游心理学研究的基本原则

(一) 客观性原则

任何事物的发生、发展和变化都有其本身的客观规律，心理现象也不例外。因此，研究旅游心理学必须采取客观性原

则。所谓客观性原则，就是对任何心理现象必须按照它的本来面貌加以考察，必须在人的生活和活动中进行研究，这是因为心理现象是人脑对外部事物的反映。根据客观性的原则，在设计旅游心理学研究方法时，应该注意以下几个问题：

第一，要确定一定的外部活动，在这种活动中，可以表现所要研究的心理现象。例如，研究旅游者的旅游偏好，就要根据研究的需要选定课题（如在金钱和时间允许的情况下你选择哪些地方去旅游），作为确定旅游偏好的某种指标，通过旅游者完成这些课题的活动中来考察和研究旅游者的旅游偏好。

第二，控制外部条件。心理现象是受外部条件制约的。心理学的研究很大一部分是要确定心理现象与外部条件的关系，旅游心理学也不例外：一定的心理现象依存于什么样的外部条件；一定的外部条件的变化会引起心理现象什么样的变化。控制和改变一定的外部条件，可以确定外部条件与所要研究的心理现象的关系。

第三，确定观察心理现象的生理指标。对心理现象的生理指标方面的研究，标志着从对心理现象的描述到本质的说明。在许多心理现象的研究中，都要确定心理现象与生理变化的关系，要说明在发生一定的心理现象时会有什么样的生理变化，或者一定的生理变化的产生会引起什么样心理现象的出现。所以在研究某种旅游心理现象时，有时要记录、观察生理的变化，使旅游心理现象的研究建立在客观的、科学的基础上。当然这相对于难以控制的旅游者而言困难较大。

第四，对于旅游心理学研究所获得的材料或数据必须进行全面的分析，特别要注意分析那些矛盾的材料，力图对矛盾的材料作出解释或者再进行补充的研究。

（二）发展性原则

世界上的任何事物，都是处在永恒的运动和不断的变化之中，人的心理也是随着客观刺激物的发展变化而变化的。不仅如此，作为人的心理的物质基础——人的大脑，也是历史发展的产物。这都要求我们坚持发展的原则来进行旅游心理学研究。

二、旅游心理学研究的主要方法

心理学是一门边缘学科，其研究方法往往兼有自然科学和社会科学两方面的特点，作为心理学的分支学科的旅游心理学的研究方法也具有此类特点。旅游心理学的基本研究方法主要是观察法和实验法。此外，还有调查法、个案法、测验统计法等。

（一）观察法

观察法是在自然情况下，有计划、有目的、有系统地直接观察被研究者的外部表现，了解其心理活动，进而分析其心理活动规律的一种方法。观察法应在自然条件下进行，研究者不应去控制或改变有关条件。否则，被试者行为表现的客观性将受到影响。

运用观察法，首先应有明确的目的，要制定研究计划，拟定详细的观察提纲。观察过程中要敏锐捕捉各种现象，准确、详细地记录下来，及时予以整理和分析，以利于科学结论的产生。由于观察法很少干扰或不干扰被观察者的正常活动，因而得出的结论比较符合实际情况，另外，观察法简便易行，可以涉及相当广泛的内容。但由于观察者往往处于被动地位，他只能等待需要观察的现象自然出现，不能在必要时反复观察，因而对观察所得的材料往往不足以区别哪些是偶然的、哪些是规律性的事实。此外，观察法对研究者要求较高，表面看起来观