

旅游

张国宪
主编

DANGDAI
LUYOUXUE
GUIHUA
JIAOCHENG

当代
旅游学

规划教程

心理学 | 旅游

合肥工

张国宪 主编
程双幸 陈丹 副主编
LUYOUXINLIXUE

当代旅游学规划教程

旅游 心理学

合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/张国宪主编. — 合肥:合肥工业大学出版社,2008.4

当代旅游学规划教程

ISBN 978-7-81093-735-1

I. 旅… II. 张… 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(2008)第 041888 号

旅 游 心 理 学

张国宪 主编

责任编辑

朱移山

出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2008 年 4 月第 1 版
地 址	合肥市屯溪路 193 号	印 次	2008 年 4 月第 1 次印刷
邮 编	230009	开 本	710×1000 1/16
电 话	总编室:0551-2903038	印 张	19.75
	发行部:0551-2903198	字 数	333 千字
网 址	www.hfutpress.com.cn	印 刷	合肥创新印务有限公司
E-mail	press@hfutpress.com.cn	发 行	全国新华书店

ISBN 978-7-81093-735-1

定价:28.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换。

前 言

旅游心理学是心理学的一个重要分支学科,是心理学的原理在旅游业的推广和应用。它对旅游服务质量及旅游企业经营管理水平的提高、科学合理地建设旅游设施和开发旅游资源以及正确调整旅游活动中的人际关系等方面有着积极的实际效用,已越来越引起旅游业的高度重视。

本书拟为安徽省“十一五”高职高专旅游管理专业规划教材之一,针对高职高专学生的特殊性和旅游服务的特殊性而编写。全书分四部分。第一部分(第一章),着重研究旅游心理学的基本问题;第二部分(第二至七章),着重分析旅游者的心理与行为;第三部分(第八至十章),着重分析旅游服务心理;第四部分(第十一至十二章),着重分析旅游企业管理心理。在编写过程中,我们努力将心理学原理与旅游实践相结合,力求使教材结构合理、理论系统、内容充实,涵容性大、实用性强,每章配有一定的课后阅读知识,以增强学生对于旅游心理学的感性认识并拓宽知识面。同时,在每章后均有课堂讨论、复习思考题和实训案例,以激发学生自主学习的积极性。本书既可作为高等院校旅游专业的教科书,又适合于旅游企业的管理人员和工作人员作为参考用书;对广大旅游者来说,也具有很吸引人的知识性和可读性。

本书由安徽省宣城职业技术学院张国宪任主编,宣城职业技术学院程双幸、合肥学院陈丹任副主编。具体编写分工如下:第一章、第二章、第三章、第十二章由宣城职业技术学院张国宪编写,第四章、第九章由宣城职业技术学院刘学凯编写,第五章由宣城职业技术学院詹先明编写,第六章、第七章、第十章由宣城职业技术学院牛自成编写,第八章、第十一章由宣城职业技术学院闵勇编写。张国宪负责全书的统稿工作,程双幸和陈丹提出了许多建议并参与了统编工作。

本书能够尽快出版,得益于许多同志的大力支持,在此,一并表示感谢。由于作者的水平有限,教材中难免有疏漏之处,恳请各相关教学单位和读者在使用本教材的过程中给予关注,并能将意见和建议及时反馈给我们,以便修订时改进。

所有意见和建议请寄往:xczyjglx@163.com

编 者
2008年2月

目 录

开篇—总论

第一章 旅游心理学概论	(1)
第一节 旅游心理学的研究对象和任务	(3)
第二节 学习和研究旅游心理学的意义	(6)
第三节 旅游心理学的研究方法	(9)

上篇—旅游者心理

第二章 旅游者知觉	(17)
第一节 旅游知觉的基本原理	(19)
第二节 旅游者活动中的社会知觉	(27)
第三节 旅游者对旅游条件的知觉	(32)
第四节 对旅游风险的知觉	(44)
第三章 旅游者的情绪情感	(49)
第一节 情绪情感概述	(51)
第二节 旅游者的情绪情感	(60)

第四章 旅游者的态度	(71)
第一节 旅游者的态度及其构成	(73)
第二节 影响旅游者态度的因素	(77)
第三节 旅游者态度与旅游抉择	(83)
第五章 旅游者的个性	(93)
第一节 个性概述	(95)
第二节 旅游者个性与旅游行为	(98)
第三节 个性化旅游的兴起	(111)
第六章 旅游者的需要和动机	(121)
第一节 旅游需要	(123)
第二节 旅游动机	(131)
第七章 旅游团体	(145)
第一节 团体概述	(147)
第二节 团体对旅游者行为的影响	(152)

中篇—行业服务心理

第八章 饭店服务心理	(167)
第一节 饭店从业人员的基本心理要求	(169)
第二节 前厅服务心理	(176)
第三节 客房服务心理	(182)
第四节 餐饮服务心理	(188)
第五节 康乐服务心理	(194)

下篇—旅游管理心理

第十一章	管理者心理	(251)
第一节	管理者的职业特征	(253)
第二节	管理者的心理特质	(256)
第三节	开发管理人才	(261)
第四节	旅游企业管理者的领导艺术	(266)
第十二章	旅游企业员工管理心理	(273)
第一节	旅游企业员工激励心理	(275)
第二节	员工的心理疲劳和心理挫折	(288)
第三节	旅游企业员工的心理保健	(298)
参考文献		(309)

开篇——总论

第一章 旅游心理学概论

知识要点：

- 旅游心理学的产生
- 旅游心理学的研究对象
- 旅游心理学的研究任务
- 学习和研究旅游心理学的意义
- 旅游心理学的主要研究方法

第一节 旅游心理学的研究对象和任务

一、旅游心理学的产生

旅游作为一项经济事业加以运营出现在 19 世纪 40 年代。1841 年英国商人托马斯·库克包租了一列火车,运载了 540 人去参加“禁酒大会”,这是现代旅游业诞生的重要标志;此后,他多次组织团体旅游,开创了近代旅游服务;他设置了最早的导游,提供专业导游服务,编写了最早的旅游手册,由此,他被公认为现代旅游业的创始人。

20 世纪 50 年代以后,随着世界经济和科学技术、文化的发展,劳动条件的改善、个人经济收入和可自由支配时间的增加,旅游正逐步成为人们社会生活的一个重要组成部分,成为满足人们物质需要和精神需要的一种重要途径。人们在优美的自然风光中、在凝重的历史古迹中、在他乡异国的风俗文化中陶冶着身心、丰富着见闻、增添着乐趣。同时,着眼于全球经济,旅游业总产出占 GDP 总量的比例、居民旅游消费支出占总消费支出的比例、投资旅游业资本占全球总投资的比例都超过了 10%。2006 年,全球跨境旅游人数达 8.24 亿人次,比 2005 年增长 4.5%,全球直接或间接从事旅游业的人口达 2.5 亿以上。世界旅游组织预测,到 2020 年,全球旅游人数将达到 15 亿人次,总收入将达到 2 万亿美元,旅游业将取代石油、汽车成为世界头号产业。

旅游活动的普遍化使得这一大规模的社会经济和文化现象及其参与者日益受到人们的关注并引发了对一系列问题的思考:是什么原因促使人们离开自己的居住地,耗费大量的时间、金钱和精力去异地旅游?为什么有人去甲地而有的人去乙地?为什么同一旅游对象会使人产生不同的心理感受?如何使人们在旅游活动中得到愉快的感受和满足的心理体验?什么样的经营和管理才能使旅游企业创造出最佳的服务和效益?旅游心理学正是出于对旅游活动参与者进行研究的需要而产生和发展起来的。

二、旅游心理学的研究对象

世界旅游组织认为:“旅游是人们为了休闲、商务和其他目的,离开他们

惯常的生活环境，到某些地方以及在那些地方停留不超过一年的活动。”构成旅游活动的基本要素有：旅游主体（旅游者）、旅游客体（旅游资源）和旅游的媒体（旅游业）。这三个要素相互作用，紧密联系。旅游心理学的研究就是以这三个要素在相互作用过程中产生的各种心理现象为研究对象的。

旅游心理学一方面研究旅游者的心理活动及其客观规律，解释旅游行为产生的原因，找出影响旅游决策的因素；另一方面，研究提供旅游服务的从业人员的心理，探讨如何通过调整人际关系、激励动机、提高领导的水平和领导的艺术、增强组织的凝聚力等手段，提高旅游业的服务水平和管理水平，以最大限度地满足旅游者的心理需求。

因此，我们可以这样认为：旅游心理学就是运用心理学的原理和方法，研究旅游活动中人的心理现象及其发展规律的一门学科。其研究对象就是旅游活动中人的心理活动和行为规律，具体包括旅游者的心理活动、旅游从业人员的心理活动和旅游服务管理中的心理活动。

1. 研究旅游者心理

旅游者是旅游活动的主体。旅游心理学运用心理学的分析方法和研究成果，着重研究旅游者在旅游活动中的心理、行为及其规律性，具体包括旅游者的知觉、旅游者的情绪情感、旅游者的个性、旅游者的需要和动机及旅游团队的心理特点等内容。旅游者是旅游业的服务对象，是旅游业的主体，凡是从事这一行业的工作人员都有必要去熟悉和研究他们。虽然就个体而言，旅游活动的时间有限，每次和旅游服务人员接触的时间更有限，我们不可能对他们进行更深入的了解，更难用心理实验的手段对旅游者进行定量的心理分析和研究；但通过旅游心理学所揭示的旅游者的心理活动的种种规律可以帮助我们从一个一般推测到个别、从外表推测到内心，并在工作中不断积累经验，做到理论与实践相结合，更好地掌握并研究旅游者的心理特点。

2. 研究旅游从业人员的心理

这里所说的旅游从业人员是指与食、住、行、游、购、娱相关的旅游业的管理人员，如经理、主管以及从事具体工作的人员。其中工作人员包括旅游饭店的服务人员、旅行社的导游和领队、营销人员、旅游商场的售货员、旅游汽车上的司乘人员、旅游游乐场所的工作人员等等。旅游从业人员的服务态度、心理品质、职业能力和对顾客需求的了解与掌握程度都会直接影响旅游服务的质量。因此，如何培养从业人员优秀的心理品质、懂得每类各职业岗位的心理

素质要求是本部分学习的主要内容。

3. 研究旅游管理心理

旅游企业管理的成败是关系到能否向旅游者最终提供优质旅游服务的重要基础与前提,旅游服务质量提高和工作成效的关键在于科学的管理,管理最重要的职能是调动员工的工作积极性,使员工愉快地、积极主动地、创造性地做好服务工作,而这一切都需要以了解员工的心理活动特点、心理需求的特点为前提。因此,旅游企业领导心理、员工激励心理、心理保健也成为这部分学习的重要内容。

三、旅游心理学的任务

旅游心理学作为心理学的一门分支学科,产生于 20 世纪 80 年代。1981 年,美国 CBI 公司出版了由佛罗里达中心大学老迪克·波普旅游研究所所长小爱德华·J·梅奥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,第一次从行为科学角度考察旅游和旅游业,从心理学角度分析研究了旅游者的旅游行为,揭开了旅游心理学研究的序幕。因此,旅游心理学是一门十分年轻的学科,其主要任务包括:

第一,通过对旅游者心理的研究,来了解旅游者进行旅游活动的动机、需要,了解影响旅游者作出各种旅游决策的心理因素以及旅游者在整个旅游过程中的心理特征,从而为旅游市场的预测开发、旅游企业的经营管理提供心理学依据,促进旅游事业的发展。这是旅游心理学的首要任务。

第二,发展旅游心理学学科的理论体系。旅游是复杂并具有高度象征性的社会现象,旅游业的发展既有社会和经济的因素,又有心理和生理的因素,各种原因之间有着错综复杂的关联性。自旅游心理学学科产生以来,在众多学者的努力之下,学科理论本身已经取得了令人瞩目的成就,科学的理论体系已初步建立,但仍有许多问题没有得到解决,随着旅游业的发展,一些新的理论问题还在不断产生。例如,对未来大量闲暇时间如何利用;我国如何适应国际国内旅游市场多变的发展形势;如何发展大城市的会展旅游(根据国际大会和会议协会统计,全世界每年举办的参加国 4 个以上、与会外宾人数超过 50 人的各种会议有 40 万个,其市场价格超过 2500 亿美元,这意味着会展旅游将成为 21 世纪令人瞩目的旅游活动);如何提高社会主义旅游业的竞争能力的探讨和研究等。这些问题里,既有政治、经济、文化的因素,也有很多的心理问

题,类似这种属于旅游心理学研究内容的问题如果得到很好的解决,无疑将会充实和提高旅游心理科学的理论水平,不断完善和发展旅游心理学学科的理论体系。

第三,从实践方面来看,通过旅游心理学的研究,可以为旅游企业及其从业人员提供旅游者的需要、动机、个性、态度等因素对其旅游决策影响的心理学知识,使旅游企业和从业人员的工作更有预见性和针对性,以便做好相应行业管理和企业管理工作,提高旅游业的管理水平。

第四,研究旅游心理学的任务还包括能够准确、及时把握我国旅游者和旅游行业的动态,适应国际旅游市场多变的发展趋势,以提高我国旅游行业的整体竞争力,促进具有中国特色社会主义旅游事业的繁荣发展。

第二节 学习和研究旅游心理学的意义

旅游已成为当代发展势头最迅猛的社会活动之一,它作为精神和物质的全面感受,作为一种高层次的消费行为和生活方式,已逐步成为现代人们生活中自然需要和不可缺少的追求内容,越来越多的人积极投入到旅游活动当中。旅游心理学虽然年轻但却肩负着为旅游业的发展提供心理依据和心理理论指导的重要任务,旅游心理学的学习和研究对促进包括我国在内的各国旅游业的发展,使之成为21世纪全球经济新的支柱产业之一,都具有十分重要的意义。具体表现在以下几个方面:

一、有助于把握旅游者心理,提高旅游服务的针对性和预见性

这是由旅游业的工作性质所确定的。旅游业作为第三产业的组成部分,属于服务性行业,旅游业是通过为旅游者提供各种服务来获取经济利益的行业,因此,旅游业赖以生存和发展的生命线就在于提高服务质量,使所提供的旅游产品能够满足旅游者的心理需求。要做到这一点,首先必须充分了解所服务的对象。旅游服务工作面对的是具有丰富心理活动的、各种类型的旅游者,了解旅游者对食、住、行、游、购、娱各个方面的偏好和内在的心理需要,是旅游经营者和从业人员提供优质服务的前提,如果不了解旅游者的心理,所提供的服务只会是盲目的、滞后的。

要了解旅游者的心理,不能只凭主观来臆测或想象,必须经过科学、客观的分析研究,从旅游者心理本身出发。旅游心理学系统地阐明了旅游者在旅游活动中的心理特点及其规律性,这对于把握旅游者的心理、了解旅游者的需要具有重要的现实意义。

近年来,虽然我国很多地方都开始把旅游业当成地方经济发展的支柱产业来抓,旅游事业得到了飞速发展,在旅游设施的硬件建设上发展尤其明显,已经接近甚至赶上了世界发达国家水平,但从整体上看,我国旅游业依旧与旅游发达国家存在着一定的差距,这个差距突出表现为旅游服务落后。因此,将旅游设施转化为最佳服务,特别是有针对性、个性化的服务,已成为我国旅游业发展的当务之急。这就要求旅游从业人员必须努力探讨和研究旅游心理学,既要了解旅游者的一般心理,又要了解不同的旅游者在需要、动机、态度等方面的心理特点,区分不同国籍、民族、年龄、性别与不同职业和文化背景所造成的个体心理差异,有目的地预测旅游者的行为并加以引导,提供有预见性和针对性的服务,变被动服务为主动服务、自觉服务。只有这样,才能更好地赢得人心,获得更好的经济效益,推进旅游业的发展;也只有这样,才能使旅游者产生积极愉快的心理体验,真正实现让人们通过旅游促进生活质量提高的目标。

二、有助于提高旅游企业的经营和管理水平

旅游业是在环境不断变化、技术日益革新、竞争日趋激烈的情况下向前发展的,一个国家的旅游业或某个旅游服务性企业,若想要在市场变化的大环境中通过竞争取得优势,就要在经营上灵活多变,不断调整经营方针、改善经营措施、制定经营策略。这样做,就需要进行科学的预测和决策,其最终目的就是要吸引旅游者,保证客源市场。旅游心理学就可以帮助我们运用心理学原理去分析旅游者的心理规律和今后的发展趋势,开展有效的旅游宣传和招徕活动,制定符合旅游者心理需求的经营策略,从而不断提高经营效益;而离开了对消费对象的心理研究,企业的经营和服务就会失去应有的针对性。国际上旅游发达的国家和部门,都是把注意力放在旅游市场的变化和趋势上面,密切注意游客的动向,不断调整着经营方针和政策,旅游市场的竞争在很大程度上就是心理战。

同时,旅游企业要在市场竞争中取胜,企业的内部管理状况如何也是一个



重要因素。旅游心理学有助于提高旅游管理者的管理水平和领导艺术。管理主要是管人，管人要管心，学习旅游心理学可以通过分析掌握员工的心理状态和心理需求，有的放矢地做好员工的思想工作、解决员工的心理问题，按照“以人为本”的原则在满足员工正常、合理的心理需要的基础上，极大地调动员工的工作自觉性、积极性，从而创造性地实现企业目标。

三、有助于科学合理地安排旅游设施和开发旅游资源

旅游设施和旅游资源是旅游业生存和发展的基础。一般情况下，缺乏旅游资源和完备的旅游设施，旅游业就无法进一步得到发展，但是，有了旅游资源并要把它变为现实的旅游产品，其前提是要为广大旅游者知晓、接受和喜爱，要做到这一点，就有必要遵循和利用旅游心理学的知识。旅游资源的开发和利用是以旅游者的需要为前提的，以能否满足旅游者的需要为制定旅游开发建设方案的依据。旅游风景点的设计开发首先要考虑它是否能够对旅游者产生吸引力，然后才能进一步考虑其经济价值和社会价值等其他方面特点。因此，在旅游资源的开发和利用过程中要根据旅游者的心理特点，充分考虑旅游者的兴趣、爱好、知觉特点、审美习惯和个性需求。总之，旅游者所喜欢的，是旅游资源开发利用的先决条件。做不到这一点，没有旅游者光顾便什么也谈不上。

旅游设施的安排也需要以旅游者的心理规律为出发点。作为旅游业必备的工作条件和服务手段，这些设施的现代化、智能化程度越高，它的效率和效益也可能相应增加。这些设施的安排必然要考虑它的物理性、化学性和工艺性，但前提是首先要充分考虑到旅游者的心理和生理特点。成功的旅游产品在其硬件建设上都注重旅游者的心理因素，使旅游者在旅游活动中得到最大的满足感。现代化的旅游交通设施是完全在认识到旅游者需要安全、快捷、舒适的心理特点时得到改进和发展的；现代饭店为旅游者创造方便、恬静、雅致的生活环境方面，在设施上力求做到能吸引游客。但是不一定是高档、豪华的四星、五星级宾馆，因为旅游者的经济收入、生活条件、心理需求都存在着差异。在旅游娱乐设施的设计和建设方面也离不开旅游心理学知识的支持，根据现代人生活和工作的特点，开发和设计那些具有强烈参与性、冒险性、挑战性的特色娱乐项目，则能够更好地达到吸引旅游者的目的。

人的心理状态是在一定条件下的反映，具有能动性和可变性，所以我们在旅游资源的开发和旅游实施的安排上要密切关注不同时代和不同文化背景下的



人的心理需求特点,遵循人的心理活动的普遍规律;否则就可能事倍功半、浪费人力物力、甚至原生态的旅游资源,使设施和资源发挥不出应有的经济效益和社会效益。

第三节 旅游心理学的研究方法

旅游心理学作为心理学的应用学科,其研究方法主要来自心理学比较成熟的研究方法,只不过在使用这些方法时,需要从旅游心理学特定的学科领域出发,有选择、有变化地使用。

一、旅游心理学研究的基本原则

旅游心理学研究的基本原则就是在研究过程中应当遵循的基本要求,它主要包括:

1. 客观性原则

旅游者的心理活动是丰富多彩千变万化的,但是无论他们的心理活动怎样复杂,其本质都是人脑对客观现实的反映。同其他心理现象一样,有其发生发展的规律性。客观性原则就是指研究者按照旅游活动中的人的心理活动的本来面目研究其特点与规律时所应遵循的法则或标准。客观性原则要求研究者必须坚持实事求是的科学态度,按照旅游活动中的人的心理现象的本来面目去考察、研究其特点及规律,而不能附加任何个人的主观猜测和臆想。研究者在研究过程中要运用一定的方法去获得旅游活动中人的心理和行为表现的大量材料和数据,即第一手资料,并对其进行客观的科学分析,从而作出能基本符合旅游者心理真实状况的结论。如果违背了客观性原则的上述要求,就无法保证研究结论的科学性。

2. 系统性原则

系统性原则要求研究者在对旅游者心理活动进行研究时,必须要考虑到影响旅游者心理状态的各种外部和内部因素之间的相互联系和相互制约的关联度,注意把某一心理现象放在多层次、多因素的系统当中进行分析。旅游活动中人的心理活动是一个极其复杂的动态系统,它与外部因素、旅游内容、旅游设施、旅游服务及其他心理现象都有密切的联系,其中任何一种因素的变化都



会引起个人的心理状态发生不同程度的改变。因此,研究者在研究人的现象时,必须全面系统地加以分析、观察,特别是要注意分析影响个人心理的内外各因素之间的本质与非本质联系、必然和偶然联系、主要和次要联系,绝不能把旅游活动中人的心理现象当作孤立的东西进行简单研究。

3. 发展性原则

世界上任何事物都处在永恒的运动和不断发展变化之中,旅游活动中人的心理现象是对客观事物的主观反映,它也是随着客观事物的发展变化而不断发展变化的。就个体旅游者来看,在不同的旅游活动对象和旅游设施中,在不同的年龄阶段和生活方式下,其心理状态都会发生相应的变化,因此,要防止和反对用静止的、一成不变的眼光去看待人的心理现象;只有这样,才能对旅游活动中人的心理活动作出符合实际状态的结论,也才能够对其将来的变化发展作出预测,以便自觉地、超前地引导旅游者的旅游活动,促进旅游消费,发展旅游事业。

4. 理论联系实际的原则

理论联系实际的原则要求研究课题要从实践中来,研究成果要与实践服务并接受实践检验。也就是说,旅游心理学要密切联系旅游业发展的实际状态,了解现代社会生活状况下人们对旅游活动新的需要、新的动机、新的兴奋点和旅游服务中存在的实际差距,从中提出有关心理学的研究课题,只有这样,旅游心理学的研究才能更好地为拓展旅游业市场、提高服务质量和管理水平提供及时、科学的心理学依据。

二、旅游心理学的研究方法

在上述旅游心理学研究原则的基础之上,从高职高专学生学习的角度出发,旅游心理学简便易行的研究方法有观察法、调查法和案例法。

1. 观察法

观察法是指,研究者在自然条件下有目的、有计划、有系统地直接观察研究对象的外部行为表现,了解其心理活动产生和发展规律的方法。旅游心理是旅游者大脑内部的一种主观活动,无法被直接观察到,但它决定、支配着旅游活动中人的行为表现,并通过旅游者和旅游企业从业人员的言语、表情、动作表现出来。研究者只要有目的、有计划、有系统地观察、研究,是可以了解他们的心理状态、心理特征及其规律性的。在旅游心理学的研究中,观察法可以