

21世纪高职高专旅游与饭店管理专业规划教材



旅游心理学

主编 曾力生



LUYOUXINLIXUE

中南大学出版社

21世纪高职高专旅游与饭店管理专业规划教材

旅游心理学

主 编/曾力生
副主编/蔡梅良 刘剑飞 刘慧莲



LUYOUXINLIXUE

中南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/曾力生主编. —长沙:中南大学出版社, 2005. 8
ISBN 7-81105-075-7

I. 旅... II. 曾... III. 旅游心理学 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 067968 号

旅游心理学

主编 曾力生

☐责任编辑 周兴武

☐责任印制 汤庶平

☐出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路

邮编:410083

发行科电话:0731-8876770

传真:0731-8710482

☐印 装 中南大学印刷厂

☐开 本 730×960 1/16 ☐印张 13.75 ☐字数 257 千字

☐版 次 2005 年 8 月第 1 版 ☐2005 年 8 月第 1 次印刷

☐书 号 ISBN 7-81105-075-7/G·004

☐定 价 20.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换

湖南省旅游学会旅游教育专业委员会组编

21 世纪高职高专旅游与饭店管理专业规划教材

编审委员会

主 任 刘绵松

副主任 郑 焱 温庆福 阎友兵 邓新华

委 员 (按姓氏笔画排序)

尹华光 江 波 伏六明 刘韵琴 余卫平

肖自心 李映辉 李细平 吴敏良 周大庆

周志宏 周丽洁 周静波 郑 敏 孟迪云

杨根培 杨美霞 袁正新 聂建波 曹 红

郭定芹 彭蝶飞 覃业银 曾力生 魏 敏





总序

随着我国加入 WTO, 旅游业作为服务贸易的一个重要组成部分, 迎来了空前的发展机遇。目前, 旅游业已成为我国经济 3 个新的增长点之一, 共有 20 多个省、市、自治区将旅游业作为支柱产业或先导产业。但与此同时, 我国的旅游业也面临着许多严峻的挑战, 外国资本正大量进入, 市场竞争与人才竞争越演越烈。为了应对这种挑战, 我国旅游业急需充实一大批高素质的应用型、外向型人才, 以提高参与国际竞争的能力。与之相适应, 近年来, 我国旅游高职高专教育发展迅猛, 2004 年全国高职高专院校旅游专业招生人数、在校生规模、毕业学生人数等指标都达到了历史最高水平。但在旅游高职高专教育迅速发展的同时, 既具有前瞻性、时代性, 又体现应用性、技能性等职业教育特点的教材却非常缺乏, 因此出版一套适合现代旅游高职高专教育的专业教材势在必行。

为此, 湖南省旅游学会旅游教育专业委员会、湖南省旅游局培训中心与中南大学出版社共同策划开发了一套“旅游与饭店管理”专业系列教材, 教材的编委会由业内权威专家组成, 作者均为有着丰富教学经验及旅游企业管理经验的教授、学者和骨干教师。编委会对每本书的大纲、内容进行了严格的审定, 确保了教材的权威性与专业性。

根据高职高专应用型人才培养目标, 这套教材既具有高等教育的知识内涵, 又具有职业教育的职业能力内涵, 主要体现了以下特点:

第一, 以综合素质为基础, 以能力为本位。

本套教材把提高学生的能力放在突出的位置, 符合教育部旅游高职高专教育的教学要求和人才培养目标。理论联系实际, 注重创新能力培养和综合素质培养, 力求把学生培养成为旅游企业一线迫切需要的高素质人才。突出了应用性、实践性等高等职业教育特色。

第二, 以社会需求为基本依据, 以就业为导向。

适应社会需求是职业教育生存和发展的前提, 也是职业教育课程设置的基本出发点。本套教材以旅游企业的工作需求为依据, 探索和建立根据企业用人“订

单”进行教育与培训的机制，既具有针对性，又兼顾适应性，既使学生具有较强的就业岗位实际能力，又有一定的相关岗位的适应能力和可持续发展职业基础。

第三，关注旅游专业的最新发展趋势，体现前瞻性、新颖性、时代性。

本套教材充分反映了旅游行业的最新发展和最新研究成果，反映了旅游业中的新知识、新方法、新理念，采用了最新的行业法规及最新的资料与数据。

第四，贯彻学历教育与职业资格证考试相结合的精神。

本套教材把职业资格证考证的知识点与教材内容相结合，将实践教学体系和行业职业资格鉴定标准实行捆绑，设计了与报考导游资格证、职业经理人资格证等基本相同的课程体系和标准版块，学生在获得学分的同时，也能获得职业资格证书考核的相关知识。

“百年大计，教育为本”，我曾经当过多年高校教师，深感教育事业的崇高与责任。当知识经济时代拂面而来，当 WTO 真实地走进了我们的生活，人才竞争已经成为一个国家、一个产业的关键。现在，我国旅游业面临着极好的发展机遇，而旅游从业人员的素质高低，关系到旅游产业的兴衰成败，编写好的教材，培养高素质人才比以往任何时候都显得更为重要。我诚恳地希望和期待旅游院校的老教师们和旅游业的全体同仁，奋发图强，再接再厉，努力培养高素质的旅游人才。同时，也恳切希望这套吸纳国内旅游学者最新研究成果、凝聚众多旅游专家心血的教材的出版，能为我国旅游教育事业的发展作出贡献。

刘绵松

2005年6月于长沙

（总序作者为湖南省旅游局副局长、湖南省旅游学会副会长）





前言

本书以教育部面向21世纪课程教材的要求和2005年经国务院同意印发《教育部等七部门关于进一步加强教育工作的若干意见》中关于增强职业教育主动服务经济社会发展的能力,切实加快技能人才培养的精神为指导思想,针对高职高专旅游与饭店管理专业的培养目标的要求,在编写中,力求做到“高层次性、职业性、可衔接性”的统一,以适应培养21世纪人才的需要。

本书以旅游心理与旅游行为之间的关系为主线,重点探讨旅游者心理与旅游行为、旅游服务心理与旅游服务行为、旅游企业管理心理与旅游企业管理行为之间的规律性及其应用。

本书的结构为:一论、三篇、十四章,即绪论,第一篇为旅游者的心理(第6章),第二篇为旅游服务心理(共4章),第三篇为旅游企业管理心理(共4章)。每章前安排有本章导读,章后安排有案例精选、思考题、自测题。读者通过案例分析(教师可重点组织几次案例分析会),能更好地理解本章的基本内容并初步培养和提高自己发现问题、提出问题、分析问题和解决问题的能力与创新精神;通过思考题、自测题的解答,能更好地巩固和应用自己学过的基础理论和基本知识并初步形成解答问题的基本技能。

本书在编写原则方面,坚持理论够用为度,紧密联系旅游实际,深入浅出,突出旅游心理学的职业性和应用性,博采众长,融汇最新研究成果于一体。

本书具有科学性、先进性、综合性、应用性、可读性和可教性的特

点。在基础理论、基本知识及其应用的论述与探讨方面，不面面俱到和详尽一切可能，给教师留有充分展开的空间。本书除作为高职高专院校旅游与饭店管理专业的学生学习旅游心理学的教科书外，还可作为旅游行业从业人员培训和旅游行业职业资格考试的教材。

本书由湖南涉外经济学院曾力生任主编，湖南广播电视大学蔡梅良、湖南环境生物职业技术学院刘剑飞、湖南生物机电职业技术学院刘慧莲任副主编。编写人员的分工：湖南涉外经济学院曾力生编写绪论，湖南生物机电职业技术学院许辉编写第一章、刘慧莲编写第二章，湖南对外经济贸易职业学院张燕编写第三、四章，吉首大学刘世雄编写第五、六章，湖南涉外经济学院左晓娟编写第七章，湖南环境生物职业技术学院刘剑飞编写第八章，湖南涉外经济学院吴红英编写第九、十章，邓光洁编写第十一、十二章，湖南广播电视大学蔡梅良编写第十三、十四章。本书由主编提出编写大纲，经全体参编人员集体讨论后，主编修订定稿。全书完稿后，由主编统稿、定稿。

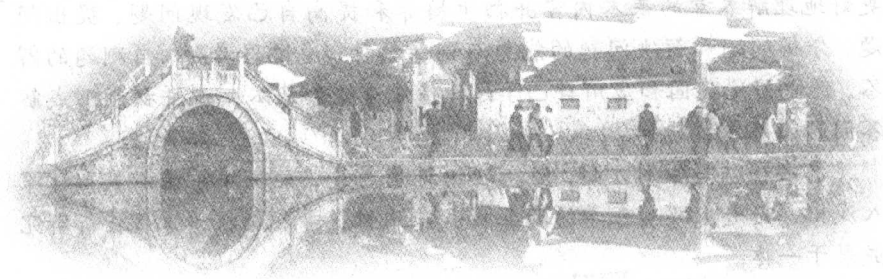
编写者在书中引用了国内外专家、学者的研究成果，恕不一一列出。编写者对专家、学者的研究成果及创造性的劳动表示十分珍惜和尊重。在此，表示由衷的敬意！

本书的编写与出版，得到参编高等院校的大力支持和精诚协作，在此一并致谢！

由于时间紧迫，编写人员的水平有限，书中难免有不足和疏漏之处，敬请读者、教者指正。

曾力生

2005年8月





目录

绪 论	1
本章导读	1
第一节 旅游心理学的研究对象	1
第二节 旅游心理学的研究意义	5
第三节 旅游心理学的研究方法	8
专 论	14
关键词	14
思考题	15
自测题	15

第一篇 旅游者的心理

第一章 旅游者的需要	16
本章导读	16
第一节 旅游者的需要概述	17
第二节 旅游者的需要与旅游行为	23
第三节 旅游者的需要的满足	25
案例精选	29
关键词	30
思考题	30

自测题	30
第二章 旅游者的动机	31
本章导读	31
第一节 旅游者的动机概述	32
第二节 旅游者的动机产生的条件	36
第三节 旅游者的动机的激发	38
案例精选	40
关键词	41
思考题	41
自测题	41
第三章 旅游者的知觉	42
本章导读	42
第一节 旅游者的知觉概述	42
第二节 旅游者的知觉的影响因素	45
第三节 旅游者对旅游条件的知觉	48
案例精选	54
关键词	54
思考题	54
自测题	55
第四章 旅游者的情绪情感	56
本章导读	56
第一节 旅游者的情绪情感概述	56
第二节 旅游者的情绪情感的影响因素	60
第三节 旅游者的情绪情感对旅游行为的影响	61
案例精选	63
关键词	63
思考题	63

自测题	64
第五章 旅游者的人格	65
本章导读	65
第一节 旅游者的人格概述	65
第二节 旅游者的人格与旅游行为	68
第三节 旅游者的生活方式与旅游行为	71
案例精选	73
关键词	74
思考题	74
自测题	74
第六章 旅游者的态度	75
本章导读	75
第一节 旅游者的态度概述	75
第二节 旅游者的态度与旅游行为	80
第三节 旅游者的态度的改变	84
案例精选	91
关键词	91
思考题	91
自测题	92

第二篇 旅游服务心理

第七章 旅游交通服务心理	93
本章导读	93
第一节 现代交通与旅游	93
第二节 旅游者对旅游交通服务的心理需求	96
第三节 改进旅游交通服务的心理策略	99

案例精选	103
关键词	103
思考题	103
自测题	104
第八章 导游服务心理	105
本章导读	105
第一节 导游服务中旅游者的心理	105
第二节 导游服务中的心理对策	111
第三节 导游员的心理素质	114
案例精选	118
关键词	118
思考题	119
自测题	119
第九章 旅游饭店服务心理	120
本章导读	120
第一节 旅游饭店前厅服务心理	120
第二节 旅游饭店客房服务心理	123
第三节 旅游饭店餐厅服务心理	125
案例精选	129
关键词	129
思考题	129
自测题	130
第十章 旅游购物服务心理	131
本章导读	131
第一节 旅游者的购物动机	131
第二节 旅游者对旅游商品开发的心理需求	134
第三节 旅游商品销售服务心理	138

案例精选	139
关键词	140
思考题	140
自测题	140

第三篇 旅游企业管理心理

第十一章 旅游企业个体员工心理差异与管理 141

本章导读	141
第一节 员工的个体心理差异与管理	141
第二节 员工的激励与管理	149
第三节 员工的挫折与管理	154
案例精选	158
关键词	158
思考题	158
自测题	159

第十二章 旅游企业员工群体心理与管理 160

本章导读	160
第一节 群体心理概述	160
第二节 群体士气与内聚力	162
第三节 群体冲突与管理	166
案例精选	171
关键词	171
思考题	171
自测题	172

第十三章 旅游企业中的人际关系与管理 173

本章导读	173
------------	-----

第一节 人际关系的概述	173
第二节 人际关系的影响因素	177
第三节 人际关系与管理	180
案例精选	185
关键词	186
思考题	186
自测题	186
第十四章 旅游企业领导心理与管理	187
本章导读	187
第一节 旅游企业的领导者与领导功效	187
第二节 旅游企业领导者的影响力	190
第三节 旅游企业领导者的心理品质	194
第四节 旅游企业领导者的领导艺术	196
案例精选	204
关键词	205
思考题	205
自测题	205
参考文献	206



绪 论



本章导读

绪论是旅游心理学的基础理论部分。学好它,有利于更好地学习其他各章的内容。通过绪论的学习,主要达到以下三个要求:了解旅游心理学的研究对象,即了解旅游者、旅游服务和旅游企业管理的心理活动及其规律;理解旅游心理学的研究意义,即它的理论意义和应用价值;掌握旅游心理学研究的具体方法,为今后学习与研究作必要的准备。

任何一门学科的开头,首先要回答四个相互关联的问题,即这门学科是什么样的一门学科、它研究些什么、为什么要研究以及怎样研究。旅游心理学是一门独立的学科,同样要回答上述四个相互关联的问题,即旅游心理学是怎样的一门学科,它研究的对象是什么,研究它有什么意义,用什么方法研究它。



第一节 旅游心理学的研究对象

旅游心理学是一门由多种学科交叉的新兴的应用性学科。它是心理学的一门分支学科。旅游心理学作为一门学科形态,诞生于20世纪70年代,80年代初期传入我国。所以说,它是一门十分年轻,具有发展前景的学科。

一、旅游心理学的研究对象

旅游心理学是研究旅游活动中人的心理活动及其规律的学科。任何一门学科都有它的研究对象,旅游心理学和其他学科一样具有特定的研究对象,并以自己特定的研究对象而与其他学科相区别。那么,旅游心理学的研究对象是什么?从高度抽象的意义上说,旅游心理学的研究对象是旅游活动中的人的心理活动及其规律。

旅游活动中的人是指旅游活动中的旅游者、旅游业的从业者和旅游企业的管理者。具体来说,旅游心理学的研究对象是:旅游者的心理及其规律;旅游服务的心理及其规律;旅游企业管理的心理及其规律。

(一) 旅游者的心理及其规律

旅游者是旅游活动中的主体。旅游者的心理及其规律是旅游心理学的主要研究对象。

旅游者个体的心理因素是旅游行为的内在动力,它决定着旅游行为的产生、行为的方向和行为达到目标后的心理体验的性质。可以说,旅游者的心理影响着旅游活动的全过程。旅游者的类型是多种多样的,他们不仅国籍、民族、肤色、语言、职业、经济收入、文化背景和生活方式不同,而且在需要、动机、兴趣、爱好、信仰、价值观念、气质、性格和行为习惯等方面也有很大的差异。这些千差万别的旅游者在旅游活动中接触各具特色的旅游景点、不同规格的旅游设施、不同级别的旅游服务消费而产生的心理和行为表现也是完全不同的。旅游者的上述“差异”和“不同”,在旅游活动中的具体表现,可以从四个方面加以概括和把握:①不同的旅游者,对不同的旅游景点、不同的旅游设施和旅游服务会产生不同的心理和行为表现。如不同的旅游者,有的喜欢游览自然景观,有的喜欢游览人文景点;有的选择乘飞机旅游,有的则选择坐火车旅游。②不同的旅游者对同一旅游景区产生不同的心理和行为表现。如不同的旅游者对湖南的南岳衡山这一旅游景区,有的愿意去游览,有的则不感兴趣,因而没有产生去游览的行为。③同一个旅游者对不同的旅游景点会产生不同的心理和行为表现。如同一个旅游者为了满足自己欣赏自然美和探险的需要愿意去湖南张家界(武陵源风景区)旅游;为了满足自己欣赏社会生活美和学习毛泽东同志的革命实践的需要,而选择湖南韶山这一革命圣地,进行一次红色旅游。④即使是同一个旅游者,由于受主观和客观条件的影响,在不同的时候对同一个旅游景区也会产生不同的心理感受和体验。如某个旅游者在不同季节去游览湖南长沙岳麓山的自然景观时,岳麓山一年四季的景色变化引起他产生不同的心理感受。春天去游览,感到岳麓山是红花满山,春意盎然;夏天去游览,感到岳麓山是古木参天,绿树成荫;秋天去游

览,感到岳麓山是“万山红遍,层林尽染”。同样,由于旅游者的心情变化在不同时间去游览某一个旅游景区也会产生不同的心理体验。他心情好时去游览,千姿百态、寓意含蓄的景点景物像一首首诗一样打动着他的心,使他沉浸在美的享受之中;当他心情不好时去游览,他会触景生情,伤春悲秋,深深体验某段不愉快的人生经历。上述事例充分说明:旅游者的心理活动始终影响其行为反应,始终影响着旅游活动的全过程。因此,旅游者的心理活动及其规律是旅游心理学主要的研究对象。

旅游心理学为什么把旅游者的心理及其规律作为自己的主要的研究对象?为了解旅游者的心理及其规律,有助于旅游研究者和实际工作者科学地、正确地了解旅游业的工作对象。只有对旅游者的心理及其规律有了科学的正确的了解,才能够科学地、合理地、有针对性地向旅游者提供优质的旅游产品,激发旅游者的旅游动机,促进旅游者的旅游行为,通过旅游活动满足旅游者的需要。

(二) 旅游服务的心理及其规律

旅游业最大的特点是接待,即服务。通过旅游服务,旅游者花费一定的金钱、时间和精力来购买旅游的物质产品和非物质产品(服务);旅游服务人员通过服务,向旅游者销售其所需要的旅游的物质产品和非物质产品,以满足旅游者的生理需要和心理需要,使旅游者获得最美好的旅游经历和最理想的旅游享受。为了实现这样一个服务目标,主要解决三个问题:一是要研究和了解旅游者在旅游服务过程中的心理需求和通过何种方式满足其心理需求;二是要研究服务人员需要具备什么样的心理品质与如何根据服务过程中旅游者的心理需求,采取相应的心理策略(对策)搞好服务工作,以满足旅游者的心理需要。三是要研究旅游产品的规划和开发中的心理问题,即旅游产品怎样才能满足旅游者的心理需求。

旅游服务心理。旅游业的职能和宗旨,主要是向旅游者提供优质服务,满足其需要。提供优质服务不是抽象的,而是非常具体的。它需要通过导游、前厅、客房、餐厅、商店等服务的客观过程和具体环节来实现。所以,必须研究旅游者在接受导游、前厅、客房、餐厅、商店等服务过程中的心理特点及服务人员应采取的心理策略。

旅游服务人员心理。旅游服务人员的服务主要是通过导游、前厅、客房、餐厅、商场的服务过程和具体环节来实现的。所以,必须研究在上述服务过程和具体服务环节中的服务人员的心理品质及其服务的心理策略。

旅游产品的规划、设计和开发的心理问题。旅游产品在这里主要是指旅游的物质产品,即旅游资源、旅游设施及旅游者购买的日常生活消费品和旅游纪念品。旅游心理学要从分析旅游者对旅游产品的规划、开发及设施的建造的需求入手,研究怎样运用心理学原理精心规划、设计和开发旅游资源,安排旅游设施,