

甘朝有 编著

高等院校旅游管理专业大专教材



# 旅游心理学

LÜYOUXINLIXUE



90

南开大学出版社



99  
F590  
2202  
7

高等院校旅游管理专业大专教材

# 旅游心理学

甘朝有 编著

Y1506/07

南开大学出版社

旅游心理学  
甘朝有 编著

---

南开大学出版社出版  
(天津八里台南开大学校内)  
邮编 300071 电话 23508542  
新华书店天津发行所发行  
河北永清第一胶印厂印刷

---

1998年11月第1版      1998年11月第1次印刷  
开本:850×1168 1/32      印张:5.25  
字数:200千      印数:1—5000

ISBN 7-310-01144-9  
F·217 定价:8.00元

---

# 高等院校旅游管理专业大专教材编委会

主 编 马 勇

副主编 田 里 赵西萍

编 委 (按姓氏笔划)

马 勇 毛福禄 田 里

甘朝有 孙淑兰 李亚利

张国洪 罗明义 罗兹柏

段开成 赵西萍 黎 洁

## 出版说明

旅游业作为 21 世纪的第一大产业和重要经济增长点,以其强劲的发展势头,受到世界各国和地区的广泛关注和积极扶持。由于我国改革开放和市场经济的发展,促使旅游业也取得了举世瞩目的辉煌成就,成为国民经济部门中颇具生机和活力的强劲产业。

随着我国旅游业的迅速发展,旅游教育事业也取得了很大的发展。目前全国已有 160 多所院校设立了旅游专业,旅游专业的学科建设有了较大的进步。我国旅游专业已具备了多层次的学历教育,教材建设也日益完备。我社是出版旅游教材最早的出版社,曾出版了一批适用于旅游类教学的教材。之后,全国同类教材逐渐增多,但是,综览各类教材,可以看出相对成熟、多种版本的是本科教材,适用于旅游管理专业大专层次的教材还较少,且不够系统完整。因此,为了满足高等院校旅游管理专业大专层次的教学需要,我们特地组织全国众多长期从事旅游研究、旅游教学和管理的名专家、学者,共同编著了这套具有时代气息、可读性强、可操作性强的“旅游管理专业大专教材”。

这套教材先出版 10 册,分别为:《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游市场营销》、《旅游心理学》、《饭店管理概论》、《导游概论》、《中国旅游地理》、《旅游会计》、《旅游公共关系》、《旅游英语》。每册书约 18—20 万字。这套教材选题面宽,涵盖了旅游基础理论、旅游经济、旅游管理、旅游服务等几个方面,比较系统、全面地反映了当代国内外旅游专业的基本理论、方法和最新成果,适应了旅游管理大专层次教育的需要。

教材注意了知识的系统性、创新性和实用性。包括了旅游专业

主要的课程,使旅游管理专业大专层次的学生能够系统、全面地学习旅游专业知识;在编写内容上,既阐明了现代旅游学的基本理论和基本知识,又在此基础上有所创新和突破,具有较高的学术水平;同时充分考虑到教学的需要,既注重理论方法,又强调管理实务与技能培养,结合大专层次的教学要求和特点,具有很强的实用性和针对性。

这套教材由湖北大学旅游学院院长马勇教授担任主编,参与教材编写的单位有南开大学、湖北大学、云南大学、西安交通大学、武汉大学、青岛大学、苏州大学、重庆师范学院、暨南大学等院校,是众多专家、学者集体智慧的结晶,出版后对我国旅游管理专业大专层次的教学具有十分积极的意义。由于时间较紧,教材中所存缺点和不足在所难免,敬请广大专家、同行和读者批评指正。

南开大学出版社  
1998年8月1日

## 前 言

《旅游心理学》研究旅游活动中人的心理和行为规律,对于改善旅游业的经营管理和提高服务质量具有极其重要的作用。《旅游心理学》作为旅游教育中的一门重要学科已被专家、学者和旅游业界人士所公认。在当今中国旅游业进入大发展的时期,《旅游心理学》被列为南开大学出版社组织出版的旅游管理专业大专层次使用的教材,无疑具有十分积极的意义。

依据南开大学出版社的要求,《旅游心理学》一书为适合旅游专业大专层次教学的需要,在编写过程中十分注意理论与实际的结合,力图体现理论的探索性、知识的综合性、实用的指导性和体系的完美性。为丰富本书的内容和学生求知的需要,在编写过程中还注意博采众长,广泛吸收国内外有关著作之精华。考虑到教学及学生学习的特点,本书的编写还注意到语言的简洁性、问题的清晰性及条理性。

本书在编写过程中,南开大学国际商学院旅游学系齐善鸿博士为本书第七章编写了部分内容,西安交通大学管理学院赵西萍教授对整个书稿进行了全面审读并提出了宝贵的意见,南开大学出版社马光琅、王德柄同志为完善本书在文字方面做了大量的工作。在此一并表示感谢。

由于编者水平所限,书中恐存有不少缺点和不足之处,敬请专家、学者、同行、朋友批评指正。

编 者

1998年7月于南开大学

## 旅游管理专业大专教材(第一批)

|        |         |    |
|--------|---------|----|
| 旅游学概论  | 田里      | 编著 |
| 旅游经济学  | 罗明义     | 编著 |
| 旅游市场营销 | 赵西萍     | 编著 |
| 旅游心理学  | 甘朝有     | 编著 |
| 饭店管理概论 | 黎洁 肖忠东  | 编著 |
| 导游概论   | 毛福祿 樊志勇 | 编著 |
| 旅游公共关系 | 张国洪     | 编著 |
| 旅游会计   | 李亚利 张慧凤 | 编著 |
| 旅游英语   | 段开成     | 编著 |
| 中国旅游地理 | 罗兹柏     | 编著 |



## 内 容 提 要

本书在有关旅游者心理的各章中,根据旅游者从旅游中寻求补偿和解脱的心理,阐述了旅游者对旅游产品和旅游服务的需求,并提出相应的对策。在有关旅游工作者心理的各章中,着重阐述了旅游工作者处理人际关系的原则和技巧。

本书有很强的实用性,有助于旅游工作者和即将从事旅游工作的大专院校学生走上成功之路。

## 旅游专业系列教材编委会

**主 任** 钱 炜  
**副主任** 徐莛耿 李翠霞  
**编 委** (以姓氏笔划为序)  
王柯平 吕和发 吴正平  
杜 学 汪福祥 李翠霞  
庞规荃 钱 炜 徐莛耿  
韩玉灵 蔡宗德

# 目 录

|                      |      |
|----------------------|------|
| 第一章 绪论               | (1)  |
| 第一节 旅游心理学的基本问题       | (2)  |
| 一、旅游心理学的研究对象         | (2)  |
| 二、旅游心理学的研究范围         | (3)  |
| 三、旅游心理学的研究方法         | (3)  |
| 四、旅游心理学的研究目的         | (6)  |
| 五、研究旅游心理学的意义         | (6)  |
| 第二节 研究旅游活动中人的行为模式    | (8)  |
| 一、研究行为是旅游心理学的重要课题    | (8)  |
| 二、行为的一般概念            | (9)  |
| 三、行为的决策过程            | (10) |
| 四、影响行为的因素            | (12) |
| 第二章 旅游心理学的基本理论       | (14) |
| 第一节 旅游消费者的心理活动过程     | (15) |
| 一、认识过程               | (15) |
| 二、情感过程               | (17) |
| 三、意志过程               | (17) |
| 第二节 旅游消费者的个性心理       | (18) |
| 一、个性倾向性              | (18) |
| 二、个性心理特征             | (19) |
| 第三节 旅游消费心理的实质        | (23) |
| 一、消费心理是旅游消费者脑的机能     | (23) |
| 二、客观现实是旅游消费心理的源泉     | (24) |
| 三、旅游实践活动是旅游消费心理发生发展的 |      |

|                                 |             |
|---------------------------------|-------------|
| 必要条件.....                       | (24)        |
| 四、旅游消费心理的自觉能动性.....             | (24)        |
| 五、旅游消费心理的社会历史制约性.....           | (25)        |
| <b>第三章 旅游消费行为的基本动因 .....</b>    | <b>(26)</b> |
| <b>第一节 需要是旅游积极性的源泉 .....</b>    | <b>(27)</b> |
| 一、什么是需要.....                    | (27)        |
| 二、需要的特征.....                    | (27)        |
| 三、需要层次论.....                    | (28)        |
| 四、旅游是生活多样化的源泉.....              | (31)        |
| <b>第二节 动机是推动旅游的直接动力 .....</b>   | <b>(35)</b> |
| 一、什么是旅游动机.....                  | (35)        |
| 二、旅游动机的种类.....                  | (35)        |
| 三、动机与旅游行为.....                  | (41)        |
| <b>第三节 目标是引发旅游动机的重要诱因 .....</b> | <b>(42)</b> |
| 一、旅游目标.....                     | (42)        |
| 二、旅游诱因.....                     | (42)        |
| 三、旅游目标的诱发原因.....                | (43)        |
| <b>第四章 知觉、学习与旅游消费行为.....</b>    | <b>(46)</b> |
| <b>第一节 知觉与旅游消费行为 .....</b>      | <b>(47)</b> |
| 一、知觉的心理原理.....                  | (47)        |
| 二、知觉与旅游决策.....                  | (50)        |
| <b>第二节 学习与旅游消费行为 .....</b>      | <b>(54)</b> |
| 一、学习的概念.....                    | (54)        |
| 二、旅游要学习些什么.....                 | (56)        |
| 三、怎样学习才能旅游.....                 | (60)        |
| <b>第五章 态度、个性与旅游消费行为.....</b>    | <b>(65)</b> |
| <b>第一节 态度与旅游消费行为 .....</b>      | <b>(66)</b> |
| 一、态度的特征.....                    | (66)        |

|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| 二、旅游态度与行为改变·····            | (68)         |
| 第二节 个性与旅游消费行为·····          | (74)         |
| 一、个性特征与旅游行为·····            | (74)         |
| 二、生活方式与旅游行为·····            | (77)         |
| 三、个性结构与旅游决策·····            | (78)         |
| <b>第六章 社会群体与旅游消费行为·····</b> | <b>(82)</b>  |
| 第一节 群体与旅游消费行为·····          | (83)         |
| 一、群体的涵义·····                | (83)         |
| 二、参照群体对旅游消费行为的影响·····       | (83)         |
| 第二节 家庭与旅游消费行为·····          | (86)         |
| 一、家庭形态与旅游决策·····            | (86)         |
| 二、家庭生命周期与旅游决策·····          | (88)         |
| 第三节 社会阶层与旅游消费行为·····        | (92)         |
| 一、社会阶层的涵义·····              | (92)         |
| 二、社会阶层与旅游决策·····            | (93)         |
| 第四节 文化与旅游消费行为·····          | (94)         |
| 一、文化的概述·····                | (94)         |
| 二、文化价值观对旅游消费行为的影响·····      | (96)         |
| 三、文化差异与旅游消费行为·····          | (97)         |
| <b>第七章 旅游服务与服务心理·····</b>   | <b>(100)</b> |
| 第一节 旅游服务的涵义与性质·····         | (101)        |
| 一、旅游服务的涵义·····              | (101)        |
| 二、旅游服务的性质·····              | (102)        |
| 第二节 优质服务与服务心理·····          | (105)        |
| 一、良好的服务态度·····              | (105)        |
| 二、亲切的服务语言·····              | (106)        |
| 三、高超的服务技术·····              | (107)        |
| 四、科学的服务策略·····              | (108)        |

|                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| 五、准确的服务时机 .....                   | (109) |
| 六、针对性的人际交流 .....                  | (110) |
| 七、坚持“旅客永远是对的”的思想 .....            | (117) |
| 八、客观理智地对待旅客的投诉 .....              | (118) |
| <b>第八章 旅游服务人员的心理素质与职业意识</b> ..... | (120) |
| <b>第一节 旅游职业对服务人员心理素质的要求</b> ..... | (121) |
| 一、旅游职业对服务人员气质的要求 .....            | (121) |
| 二、旅游职业对服务人员性格的要求 .....            | (122) |
| 三、旅游职业对服务人员情感的要求 .....            | (123) |
| 四、旅游职业对服务人员意志的要求 .....            | (125) |
| 五、旅游职业对服务人员能力的要求 .....            | (126) |
| <b>第二节 旅游服务人员的职业意识</b> .....      | (130) |
| 一、旅游服务人员的角色意识 .....               | (130) |
| 二、旅游服务人员的形象意识 .....               | (131) |
| 三、旅游服务人员的服务意识 .....               | (134) |
| 四、旅游服务人员的信誉意识 .....               | (136) |
| <b>第九章 旅游企业家的心理风貌与风范</b> .....    | (138) |
| <b>第一节 旅游企业家的素质</b> .....         | (139) |
| 一、旅游企业领导者 .....                   | (139) |
| 二、旅游企业家的素质 .....                  | (140) |
| 三、旅游企业家的影响力 .....                 | (142) |
| <b>第二节 旅游企业家的领导风格与艺术</b> .....    | (145) |
| 一、旅游企业家的领导风格 .....                | (145) |
| 二、旅游企业家的领导艺术 .....                | (151) |
| <b>参考书目</b> .....                 | (157) |

# 第一章 绪 论

## 学习目的

- 熟悉心理学的研究对象范围
- 初步掌握旅游心理学研究方法的基本知识
- 了解旅游心理学的研究模式

## 基本内容

### 旅游心理学的基本阐述

- 旅游心理学是研究旅游活动中人的心理和行为规律的科学
- 旅游活动是旅游者和旅游业从业人员的共同活动
- 旅游心理学采用的是系统的科学的研究方法
- 旅游心理学具有重要的实际意义

### 旅游消费行为的研究模式

- 基本概念：行为、一般决策、重大决策
- 行为是无数个决定的总和
- 行为是一个复杂的过程
- 人的行为要受到心理的和社会的因素的影响

## 第一节 旅游心理学的基本问题

### 一、旅游心理学的研究对象

旅游心理学既研究人的心理活动规律,又研究人的行为规律,是把这两者作为一个统一体来研究的。因为心理支配行为,行为反映心理,两者是密不可分的。具体说来,旅游心理学的研究对象主要是三个方面的:

1. 旅游者、旅游业从业人员在旅游活动中以某种形式表现出来的心理现象和行为表现

在旅游活动中,旅游者作为消费者总是按照自己的兴趣、意图和偏好购买和选择自己所需要的旅游产品和服务,而旅游业从业人员则要按照企业及自身的原则、利益行事。于是双方在旅游产品和服务的提供与接受之间,在其形式、内容和要求上会表现出一致、矛盾或冲突,旅游者和旅游业从业人员则会表现出程度不同的兴奋、惊奇、愉悦、满足、平淡、紧张、愤怒等各种复杂的心理活动和行为表现。而所有这些正是旅游心理学所要研究的基本内容之一。

2. 旅游者、旅游业从业人员在旅游活动中所反映出的一般心理和行为规律

旅游者和旅游业从业人员在旅游活动中所反映出的种种心理现象,必然要受其个性心理的影响表现出明显的个性性。因而,作为消费者的旅游者或作为为旅游者服务的旅游业从业人员,不论其每次具体的消费行为或服务行为是如何形成的,他们总是把自己以独特形式保持的那些稳定的、本质的心理特点即个性反映出来,并构成其旅游消费行为或服务行为的基础。所以,在对旅游者或对旅游业从业人员的心理活动过程分析中,可以发现并应研究

旅游者或旅游业从业人员心理现象中的一致性；在对旅游者或旅游业从业人员的个性心理活动的分析中，可以发现并应研究旅游者和旅游业从业人员心理现象中的差异性；而对旅游者或旅游业从业人员心理现象的综合研究，则可以找出旅游消费过程中旅游者和旅游业从业人员的一般心理规律。

### 3. 旅游者心理发展、变化的一般趋势和旅游业从业人员的心理适应

随着社会的发展，生活水平的提高，人们对旅游的消费越来越迫切。由于科学技术的发展，人们的信息更为灵通，故而人们更有权利意识、更精明、更成熟、更有教养。这反映在旅游消费活动中，便是人们的消费更趋精神产品，要求上也更趋个人化。而快速、友好、高效的服务将是旅游消费者对旅游服务标准的最起码的要求。所有这些变化趋势，都将构成旅游心理学研究对象的重要组成部分。

## 二、旅游心理学的研究范围

旅游活动是旅游者和旅游业从业人员的共同协同活动。在旅游活动中，旅游者是活动的主体，是活动的首要条件，没有旅游者就没有旅游活动。旅游业从业人员是为旅游者服务的，没有旅游业从业人员的服务，旅游者的活动是不可能存在的。因此，旅游心理学研究范围是包括旅游者、潜在旅游者和旅游业所有从业人员诸如旅行社、饭店、交通运输部门和景区组织在内的服务人员、管理人员、领导人员等人，在旅游活动的整个过程，在旅游服务的每一个环节，在整个旅游活动的方方面面所表现出来的心理活动及其行为规律。

## 三、旅游心理学的研究方法

旅游心理学是采用系统分析的方法，并以综合运用心理学、社



社会学、社会心理学、经济学、管理学等学科的知识为手段,把旅游者作为旅游消费的决策者来研究的。旅游者作为旅游消费行为的决策者,要真正实现旅游并非易事,而要经过一个包括心理因素在内和社会因素影响的复杂决策过程。因此,只有综合运用上述各学科的知识,才能对旅游活动中人的心理和行为作全面科学的解释。旅游心理学的心理理论基础是普通心理学,因此,在具体的研究方法上旅游心理学主要借用普通心理学的一些方法。通常采用的方法主要有以下几种:

### 1. 观察法

观察法是指在旅游活动中通过感官或仪器,有目的、有计划地观察和记录旅游活动中人的行为、动作、表情、言论等方面的表现,分析其内在原因、了解其内心活动的基本规律的方法。

在旅游活动中,旅游消费者在旅游这个特定的环境中活动,一般是无拘无束的,因此,观察到的情况除直观外,所获得的材料比较真实、切合实际。但观察到的往往只是表面现象,很难揭示现象背后的本质或因果规律,因此,观察法最好与其他方法结合使用。

### 2. 访谈调查法

访谈调查法简称访谈法。它是通过调查人员面对面地对调查对象进行交谈、收集口头资料的一种调查方法。此种方法具有直接性、灵活性、适应性、回答率高、效度高等特点。访谈人员的访谈技巧、人品气质、性格特征会直接影响调查的结果。

在实际应用中,访谈人员可携带事先设计好的访问调查表或访谈提纲,依据调查对象的特点,采取集体式、个别式、横断式、纵向型方式,选择不同的地点进行访谈。访谈法也有其局限性,主要是标准化程度低、规模小、费时多。如果访谈法和问卷法相结合则可避免访谈法标准化程度低和问卷法回收率有限的弊端,并可以对一些问卷法所不能深入的问题进行调查。

### 3. 问卷调查法