



高 职 高 专 酒 店 管 理 专 业 工 学 结 合 规 划 教 材

酒店服务心理

主 编 傅 昭 副主编 彭磊义 徐 峰



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社



高 职 高 专 酒 店 管 理 专 业 工 学 结 合 规 划 教 材

酒店服务心理

主 编 傅 昭 副主编 彭磊义 徐 峰



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店服务心理 / 傅昭主编. —杭州: 浙江大学出版社,
2009.9

高职高专酒店管理专业工学结合规划教材

ISBN 978-7-308-07006-5

I. 酒… II. 傅… III. 饭店—商业心理学—高等学校:
技术学校—教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 154817 号

酒店服务心理

傅 昭 主编

策划组稿 孙秀丽 樊晓燕

责任编辑 孙秀丽 (sunly428@163.com)

封面设计 卢 涛

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 杭州浙大同心教育彩印有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 15

字 数 343 千

版 印 次 2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-07006-5

定 价 29.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

本书是根据“任务驱动、项目导向”的教学改革需要进行编写的。全书以培养学生的职业能力为核心进行内容设计,在内容组织上打破了以知识为教学核心的理念,让知识为能力培养服务,介绍的基本知识以“够用、必须”为度,兼顾学生后续发展的需要,注重培养学生解决实际问题的能力。

本书在编写体例上将课程内容模块化,依据酒店服务业涉及的客人、员工、管理者三大对象,将酒店服务心理的内容分为九大模块共 16 个项目进行介绍,引导学生掌握酒店从业人员应具备的服务心理知识和技能。

本书可作为高职高专酒店管理专业和旅游管理类专业的教学用书,同时也适合成人高校、各职业高中以及一些培训学校或酒店内部培训使用。

PREFACE

前言

高等职业教育肩负着培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高技能人才的使命,因此,我们遵循“为用而学”、“能力为本”、“够用适用”的原则,编写《酒店服务心理》一书,为高职旅游酒店专业的学生提供一本实用的心理学教材。本教材以培养学生的职业能力为核心,兼顾学生后续发展的需要,介绍的基本理论知识以“必需、够用”为度,注重培养学生分析、解决实际问题的能力,为日后从事酒店服务工作打下扎实的基础。其主要特色如下:

1. 在编写体例上,将课程内容模块化,并实施项目化教学。依据酒店服务业涉及的客人、员工、管理者三大对象,将酒店服务心理研究的内容分为九大模块,编成既独立又互相联系的十六个项目进行介绍,引导学生掌握作为一名酒店从业人员应具备的服务心理知识和技能。具体内容和结构安排见下表。

模块名称		项目名称
		引论
客人消费心理	消费心理因素	项目一:客人的认知
		项目二:客人的情绪情感
		项目三:客人的个性
		项目四:客人的需要和动机
员工服务心理	消费环境因素	项目五:客人的态度和特殊心理反应
		项目六:消费的社会环境因素
		项目七:消费的商品环境因素
		项目八:客人的购买决策和行为
企业管理心理	消费决策过程	项目九:客人对服务的感知
		项目十:客人的心理需求和服务策略
		项目十一:酒店各部门服务心理
		项目十二:客人的投诉心理
心 理	前期服务心理	项目十三:企业员工的激励
		项目十四:企业员工的心理保健
		项目十五:企业群体的人际关系
		项目十六:企业的领导心理
心 理	中期服务心理	
心 理	后期服务心理	
心 理	个体管理心理	
心 理	群体管理心理	
心 理	组织管理心理	

2. 在教学方法上,形象生动的案例导入,激发学生积极思考问题。根据每一项目需要掌握的知识和能力点,选择具有一定普遍性、现实性,并有针对性 and 说服力的典型案例提出问题,展开讨论,引发学生产生联想、积极思考,从而导入基本理论知识的学习。

3. 在内容安排上,重视知识拓展,理论联系实际。理论知识的介绍,尽可能采用图、表、实例等生动形象的手段来说明问题、阐述道理。理论内容中灵活穿插的“知识链接”、“心理测试”和即问即答的“问题思考”,使教材内容和形式生动活泼、丰富多彩。

4. 在能力训练上,注重联系实际进行设计。紧扣项目学习,把真实环境和模拟环境结合起来,根据每一项目的特点和知识要素来设计能力训练项目,在巩固所学知识的同时,培养和提高学生的职业能力。

5. 在思考与练习的安排上,注重知识性和应用性相结合。每个项目均辅以问答思考和案例分析。问答思考主要帮助学生掌握和巩固必备的理论知识,案例分析旨在突出知识的应用性和实用性,提高学生分析、解决问题的能力。

本书由湖州职业技术学院的傅昭任主编,浙江商业职业技术学院的彭磊义、义乌工商职业技术学院的徐峰任副主编,杭州万向职业技术学院的陈惠源、史学锋和湖州职业技术学院的罗建基参与编写。具体分工如下:傅昭编写导言、项目三、项目四、项目五、项目十二;彭磊义编写项目一、项目八、项目九、项目十;徐峰编写项目二、项目十三、项目十四;陈惠源编写项目六、项目七;史学锋编写项目十五、项目十六;罗建基编写项目十一。傅昭设计全书的编写大纲并负责最后的修改、统稿工作。

在编写工作中,我们参阅了许多相关的著作和研究成果(附列在书后),还有一些网站资料,在此谨向有关作者表示诚挚的谢意!

由于编者视野及水平有限,书中难免有不足和疏漏之处,敬请读者和同行批评指正。

傅 昭

2009 年 7 月

CONTENTS 目 录

导 言/1

客人消费心理

模块一：消费心理因素 12

项目一：客人的认知/12

项目二：客人的情绪情感/29

项目三：客人的个性/44

项目四：客人的需要和动机/60

项目五：客人的态度和特殊心理反应/71

模块二：消费环境因素 84

项目六：消费的社会环境因素/84

项目七：消费的商品环境因素/95

模块三：消费决策过程 105

项目八：客人的购买决策和行为/105

员工服务心理

模块四：前期服务心理 122

项目九：客人对服务的感知/122

模块五：中期服务心理 136

项目十：客人的心理需求和服务策略/136

项目十一：酒店各部门服务心理/148

模块六：后期服务心理 162

项目十二：客人的投诉心理/162

企业管理心理

模块七:个体管理心理	174
项目十三:企业员工的激励/174	
项目十四:企业员工的心理保健/191	
模块八:群体管理心理	206
项目十五:企业群体的人际关系/206	
模块九:组织管理心理	221
项目十六:企业的领导心理/221	
参考书目/231	

导 言

学习目标

能力目标

- ◎熟练运用观察法、访谈法、问卷法、案例法研究酒店服务中的有关心理现象

知识目标

- ◎了解心理学的概念和研究内容
- ◎了解现代西方心理学的三大流派
- ◎掌握酒店服务心理研究的对象和内容
- ◎掌握几种研究酒店服务心理的常用方法

工作任务

◎任务 1:通过案例分析,了解心理学的概念和内容,掌握酒店服务心理研究的对象和内容。

◎任务 2:运用观察法、访谈法、问卷法,分析被调查对象的消费心理需求。

导入案例

在一条街相隔不到 200 米有两个火锅店,一家生意爆满,一家门前冷落。当记者的周小姐,是平时最不愿长时间等吃饭的人,一次正好被一位朋友强行“拽”到了食客爆满的火锅店。她见“人满为患”,正想提议换一家的时候,满脸微笑的服务生先是搬来椅子,上了茶水和果盘,接着再递上一张等座位的序号卡,然后对他们说:“对不起,让你们久等了,有什么需要尽管吩咐。”一位服务生还拿来擦皮鞋的工具,蹲下来为他们擦皮鞋。迈进餐馆不就是为了来填饱肚子的吗?想不到吃饭期间还可以享受如此周到的服务,周小姐一股暖流涌上心头。就这样,他们居然耐心地等了半小时。

(资料来源:曾郁娟.餐饮消费心理分析.广州:广州出版社,2004)

思考:该案例中所体现出的顾客心理是_____

火锅店的应对做法是_____

提示:酒店企业要在竞争中获胜,不仅要关注产品本身的质量,更要注重研究客人的心理需求。学习一些心理学知识,在服务时就能把握客人的心理,从而吸引客人消费。

理论知识

一、酒店专业为什么要学习心理学

(一) 有助于提高服务水平

为客人提供优质的服务,是酒店的奋斗目标。高质量的服务离不开高素质的员工。

客人来自不同的国家、地区,他们的民族、性别、年龄、职业、爱好、性格、收入等都存在差异,体现在消费活动中的心理、行为表现也不尽一致。客人选择酒店,不仅注意酒店的地理位置、设备设施、建筑装饰、服务项目、服务方式、卫生条件等,而且还会对服务态度、服务质量、价格、管理水平等产生心理评价。学习酒店服务心理,一方面能帮助酒店员工掌握客人消费的心理需求和规律,从而恰当地为客人提供周到的服务,让客人产生宾至如归的心理感受。另一方面,能帮助酒店员工了解酒店对从业人员的气质、性格、情感、意志、能力等方面的要求,懂得怎样与人交往、怎样处理矛盾冲突、怎样保持一个良好的心态去面对工作,在实践中不断提高自己的服务水平。

(二) 有助于提高酒店的竞争水准

近年来,随着旅游事业的快速发展,酒店业之间的竞争也越来越激烈,要使企业在竞争中立于不败之地,就必须依赖于科学的经营与管理。学习酒店服务心理,可以帮助我们研究客人的心理变化特点和趋势,开展有效的宣传活动,及时调整经营方针和策略,可以帮助我们深入地研究员工,了解员工的心理状态和个性心理,充分调动和激发员工的工作积极性,搞好企业的管理工作。

(三) 有助于搞好市场预测

客人的消费需要和动机是多种多样的,聪明的经营者会根据地理、人口、心理、行为、购买力等因素,对客源市场进行细分,了解客人的需要和动机,及时掌握市场的供需变化,做好市场调研和预测工作。学习酒店服务心理,就是通过对客人心理和行为规律的研究,帮助酒店从业人员科学地预测客人的消费心理、行为变化规律,从而有针对性地进行酒店产品的生产和销售,最大限度地满足客人的需要。

总之一句话,学习一点心理学,可以帮助我们“知己知彼”,为社会提供符合市场需求的高质量的酒店产品。

二、了解心理学的基础知识

酒店服务心理属于应用心理学的一个分支,它是心理学原理和相关研究成果及研究方法在酒店服务中的具体应用,要了解酒店服务心理必须先掌握心理学的一些基本知识。

(一) 心理学及其研究内容

1. 心理学的概念

简单地说,心理学是研究人的心理现象及其发生发展规律的科学。

心理学是一门古老而又年轻的科学。在古代,无论中外,研究心理的都是哲学家和医生,心理学属于哲学范畴。心理学真正成为一门独立的科学仅有 100 多年的历史,其标志是 1879 年德国哲学家、心理学家威廉·冯特在莱比锡大学创建了世界上第一个心理实验室。冯特采用自然科学的实验方法,对感觉、知觉、注意、情绪等心理现象进行研究,把心理学从哲学中分化出来,使其成为一门独立的新学科。

心理学的产生标志着人类对自身世界认识的深化和发展。100 多年来,心理学研究形成了理论心理学和应用心理学两大研究领域。

2. 心理学研究的内容

心理学研究人类自身的心理现象,而人的心理现象包括心理过程和个性心理两个方面,因此可以说,心理学是研究心理过程和个性心理规律的科学。

(1)心理过程。心理过程是指人在客观事物的作用下,在一定时间内大脑反映客观事物的活动过程。它是心理现象的动态形式,包括认识过程、情感过程、意志过程。

认识过程是人最基本的心理过程,是人从感性认识到理性认识的发展过程,包括感觉、知觉、记忆、思维和想象等过程。在酒店的消费活动中,客人通过观察、聆听、嗅闻、辨味、触摸等感受活动,去获得餐饮、客房等消费场所的个别属性,并形成对酒店的整体印象,然后通过分析、综合、比较、想象等心理活动,概括出酒店的服务水平,为自己的消费决策提供依据。因此,认识过程是形成正确心理的前提条件。

情感过程是人们对客观事物表现出的鲜明的态度体验,渗透着感情色彩。在酒店消费活动中,舒适的环境、周到的服务、完美的设施、热情的态度、礼貌的举止等,能让客人产生满意、愉悦、赞赏、崇敬等心理反应。如果事不如意,就会出现不满、厌恶、烦躁、鄙视等心理反应。

意志过程是指人为了认识和改造世界,主动地提出目标,并有意识地克服内心障碍与外部困难,努力实现预期目标的心理活动过程。在酒店消费活动中,客人的意志活动主要表现在抑制和决断两个方面。当发现所选的酒店或接受的服务不尽如人意时,便会提出投诉,甚至终止消费;与服务员发生矛盾冲突时,客人会自我调节、控制情绪和态度;当有多种服务可供选择时,客人的意志特点会促使其作出决断。

认识、情感和意志过程彼此既有区别,又有联系。认识过程是情感、意志过程的基础,“知之深,爱之切”,说明没有认识,情感既不能产生,也不能发展。只有在认识和情感的基础上,人才能自觉地进行意志行动。反过来,情感和意志过程又能巩固和深化人的认识过程。

(2)个性心理。个性心理是一个人在活动中表现出来的比较稳定的带有倾向性的各种心理特征的总和。它是心理现象的静态形式,包括个性倾向性和个性心理特征。

个性倾向性包括需要、动机、兴趣、信念、理想和世界观等,它是人进行活动的基本动力,也是个性心理中最活跃的因素。

个性心理特征包括能力、气质和性格,是人个性心理的具体表现,它集中反映了一个人心理面貌的独特性和个别性。

个性倾向性和个性心理特征有机、综合地体现在一个人身上,就形成了一个人完整的个性心理,简称个性。心理学研究的内容,可用图 0-1 表示。

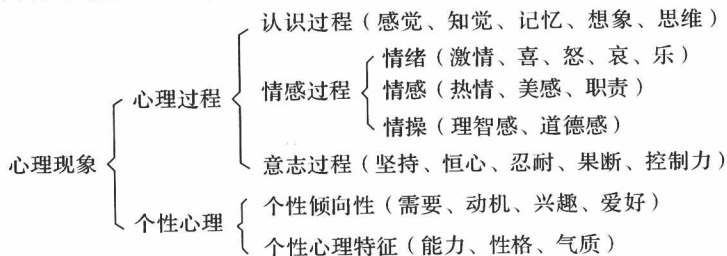


图 0-1 心理学研究的内容

(二) 心理学的主要流派

现代心理学历史不长,但流派很多,其中最著名的是西方现代心理学三大流派:弗洛伊德主义心理学、行为主义心理学和人本主义心理学。

1. 弗洛伊德主义心理学

也称精神分析心理学,学派的创始人是奥地利心理学家弗洛伊德。他认为心理上的病态是人的本能冲动受到压抑的结果,这些隐藏在人内心深处的冲动长期得不到宣泄,就会使人心理失常。

2. 行为主义心理学

创始者是美国的心理学家华生,他强调环境对人的影响,认为人是由环境塑造出来的。新行为主义的代表人物是斯金纳。斯金纳学说的核心是强化,他认为对一个人好的行为进行强化,就能使其向好的方向发展;而对一个人坏的行为进行强化,就会使人向坏的方向发展。

3. 人本主义心理学

以马斯洛为代表的人本主义心理学,则强调人类高层次的潜能,注重分析人的不同需求,提出了需要层次学说。自20世纪70年代以来,在人本主义心理学的发展中又兴起了一个新的心理学派别——超个人心理学。该学派认为,人要实现自我,就必须“超越”自我,以宇宙为中心,而不是以人的需要和兴趣为中心。

心理学的这些研究成果,对我们探寻客人的消费行为规律有很高的参考价值。现代社会竞争激烈,压力大,因此人就会寻找宣泄的途径,用旅游、度假、休闲等消费方式来缓解压力,在这些消费活动中实现自我、超越自我,使自己的需要不断得到满足。

三、酒店服务心理研究的对象和内容

(一) 酒店服务心理研究的对象

酒店服务心理是心理学在酒店服务中的具体运用,属于应用心理学的一个分支。酒店服务心理就是专门研究酒店消费活动中人们的心理活动及其行为规律的科学。它研究的主要对象是客人的消费心理、员工的服务心理和企业管理心理。

客人进入酒店,无论是用餐、住宿,还是娱乐、购物,或者外出旅游,他们的这些消费活动都是在一定心理活动驱使下进行的,酒店服务心理就是要研究客人在酒店消费的各种心理活动及其规律。

酒店提供服务产品离不开员工的服务,员工心理素质的高低决定了酒店服务质量的优劣,因此酒店服务心理要研究员工在服务过程中的心理活动变化和规律。

由于酒店行业的特殊性,其产品的销售要通过酒店员工与客人打交道来完成,因此酒店经营中对人的管理是各项管理中的重中之重。管理者掌握必要的心理知识,就可以把握员工的心理活动和行为规律,做到知己知彼,有的放矢,不断提高经营管理水平。

(二) 酒店服务心理研究的内容

明确了酒店服务心理研究的对象,接下来就是弄清它的研究内容。酒店服务心理研究的主要内容包括三大部分:客人消费心理、员工服务心理、企业管理心理。

1. 客人消费心理

主要从认知、情绪情感、个性、需要和动机、态度等方面研究影响客人消费的心理因素;从社会环境和商品环境两个方面来研究影响客人消费的环境因素;从客人的购买决策和行为来研究客人消费的决策过程。

2. 员工服务心理

从客人消费的前、中、后三个阶段的不同心理特点出发,来研究酒店员工的服务心理。前期服务心理,主要针对客人初到酒店时对服务的感知来研究;中期服务心理,主要针对客人到酒店后的心理需求来研究各部门的服务心理和策略;后期服务心理,主要针对客人的投诉心理来研究处理和预防投诉的方法。

3. 企业管理心理

主要包括个体管理心理、群体管理心理、企业组织管理心理三方面的内容。个体管理心理侧重研究员工的激励、员工的心理保健;群体管理心理侧重研究企业群体的人际关系;企业组织管理心理侧重研究企业的领导心理。

四、研究酒店服务心理的常用方法

酒店服务心理的学习既有很强的理论性,又有广泛的实践性,必须遵循客观性原则和理论联系实际的原则,掌握科学的研究方法。

(一) 观察法

观察法又称现场观察法,是在不施加人为影响的自然情况下,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、分析其心理活动规律的一种方法。

运用观察法的要求:在观察前,要确立明确的观察目的、制订可行的观察计划、写好详细的观察提纲;在观察过程中,要敏锐捕捉各种现象,准确、详细地做好记录;观察后,要及时整理、分析材料,引出科学结论。

根据观察时的情境,观察法可以分为自然观察和控制观察(即自然实验法和实验室实验法);根据观察者和被观察者的关系,可以分为参与观察和非参与观察。

观察法的优点:被观察者的活动是在不受外部因素的影响下被观察到的,因而能保持被观察者心理及行为规律的自然性和客观性,所得材料客观可靠,操作简便易行,可以涉及相当广泛的内容。

观察法的缺点:观察者处于被动地位,不能有意识地对被观察者的心理活动施加任何影响,只能消极地等待其所需要的现象发生,因而对所观察到的现象不易作出精确的分析。在自然条件下,对被观察者的心理、行为难以重复观察,致使对观察的结果难以进行检验和证实。此外,观察的结果还容易受观察者自身因素的影响。

(二) 调查法

调查法是指对那些不可能深入了解的心理现象,通过调查、访问、谈话、问卷等方法收集有关资料,间接地了解被调查者的心理和行为的一种方法。调查法主要有访谈调查法、电话调查法和问卷调查法。

运用调查法的要求:在调查前,应确定调查的目的、制订可行的调查计划、编写调查提纲或问卷、拟定被调查对象的范围;在调查过程中,要准确、详细地做好记录,及时回收调查问卷;在调查后,认真整理、分析获得的所有调查资料,得出比较科学的结论。

运用调查法的最大好处在于,它可以对大范围内的调查对象进行调查研究。其中访谈法简便易行,调查者与被调查者可以面对面直接、反复地交谈。

调查法的缺点是:它需要选择合适的地点,花费被调查者一定的时间,因此不能随时随地开展。访谈法的谈话内容会受到被调查者主观因素(有心理准备)的影响,不一

定可靠,故对调查者的谈话技巧有较高的要求。问卷法存在真伪难辨、回收率偏低等问题,这样就不能将卷面答案与被调查者的心理与行为表现进行核实与对比分析。

知识链接 0-1

访谈调查法

访谈法是研究者通过与研究对象的交谈,来收集有关对方心理与行为资料的研究方法。访谈法可以分为结构性访谈法和无结构访谈法。结构性访谈法又称为标准化访谈法或控制性访谈法,它的特征是预先对要提出的问题、提问的方式和回答的方式等作出严格的规定;在访谈过程中,研究者与研究对象都必须在规定的基础上进行交流与沟通。无结构访谈法则是预先不严格规定要提出的问题、提问的方式和回答的方式等,由研究者与研究对象就某些问题自由交谈,研究对象可以随便提出自己的问题和意见,不管研究者要的是什么。

任何一个成功的访谈应该具备三方面条件:①资料的可及性。研究者要收集的资料是研究对象完全能够得到并愿意提供的。一般情况下,接受访谈的研究对象的知识、经验、记忆、情绪等主体特征,可能影响资料的可及性。②研究对象的认知。接受访谈的研究对象对自己在访谈中的角色、访谈要求、问题意义等的理解与认知,对访谈效果有非常直接的影响。③研究对象的动机。接受访谈的研究对象的谈话动机、价值观以及访谈目的与他们需要的一致程度等因素,都会对访谈效果造成影响。影响研究对象动机的因素很多,如竞争意识、不愿意表现出无知、对访谈后果的担心、研究机构的声望、对研究者的喜欢或厌恶、行为规范、情绪情感等,都可能导致不同的谈话动机。

访谈法的优点是:①适用面比较广;②比较灵活;③能够同时收集多种资料。主要缺点是:①结果的分析与处理相当复杂,尤其是进行量化处理非常困难;②进行访谈的研究者的心理与行为特征会影响研究对象的反应;③访谈工作花费的时间与精力都比较多。

(资料改编自:李一文.旅游心理学.大连:大连理工大学出版社,2006)

知识链接 0-2

问卷调查法

问卷调查法是通过被调查者回答一定的问题来研究心理现象的一种方法。在具体设计问卷时应注意以下几点:

1. 避免多义性问题。问卷的用词必须简单明了,含义清楚。
2. 问题要具体。提问的目的是要取得某些特定的资料,因此问题不能太一般,否则会使被调查者提供的意见没有实际意义。
3. 避免诱导性问题。问卷提问中所采用的措词或语气不能带有某种倾向,或者暗示调查人员自己的观点或希望获得的答案。
4. 避免困窘性问题。凡涉及个人隐私或有碍声誉的问题,以及不能为社会道德规范和文化风俗所接受的问题,都应予以回避。
5. 避免假设性问题。先假设一种情况,然后要求被调查者回答在假设情况下将采取何种行动,这种提问方式不会得到真实的答案。

问卷上的问题,根据调查项目的性质以及调查要求,可以分为自由式问题和封闭式问题两大类。

在采用自由式问题时,问卷中没有事先规定的答案,应答者可以自由回答,不受限制。例如:您认为哪家酒店最受顾客欢迎?为什么?

自由式问题让应答者有机会尽量发表自己的意见,可以形成有利于调查的气氛。但自由回答的答案整理起来比较困难,而且容易受到被调查者受教育程度的影响。

封闭式问题与自由式问题相反,其答案事先已经由调查人员拟定,应答者只能从问卷上已准备好的答案中做出选择。这种类型的问题,应答者回答起来既方便又节省时间,而且调查人员在对答案的统计整理上也比较方便,其主要缺点是被调查者缺乏自主性表达。

封闭式问题主要有以下几种:

(1)是非法:这类问题的答案只有肯定和否定两种,回答者只需选择其一。例如:

您的客房干净吗? ☐是 ☐否

(2)多项选择法:列出许多答案,让调查对象选择适合自己看法的答案。例如:

您来大连旅行的主要目的是什么?

☐度假 ☐公务 ☐会议 ☐观光 ☐探亲访友 ☐其他

(3)差别尺度法:把提出的问题分不同的程度列出答案,让调查对象选择,便于调查人员对调查结果进行定性、定量的分析。通常方法只使用一个形容词,调查对象在“非常同意”与“极不同意”的范围内选择答案。例如:

☐非常同意 ☐比较同意 ☐相等 ☐不大同意 ☐极不同意

(4)分类法:让被调查者将所需要调查的项目归成几类。例如:在调查家庭购物由谁决定时,对独立生活的一对夫妇可以这样提问:“你家购买下列物品时主要由谁决定?”请按规定的符号填在各项物品后面:

自己决定(A) 妻子(或丈夫)决定(B) 两人一起决定(C)

家具☐ 家用电器☐ 衣服☐ 食品☐ 工艺品☐

附:酒店“宾客意见调查表”实例

宾客意见调查表

尊敬的客人:

如果您能花几分钟的时间填好这份意见调查表,我们将非常感谢。请您对酒店提供的服务及设施提出宝贵的意见,作为我们今后改进和提高服务质量的参考依据。

预祝您在本地旅行愉快,并希望您再次光临。

谢谢!

酒店总经理

姓名_____ 入住酒店名_____ 房间号_____ 入住日期_____

通讯地址_____

酒店服务及设施

前厅服务	满意	一般	不满意	餐饮服务	满意	一般	不满意
行李	☐	☐	☐	服务	☐	☐	☐

入住手续	☐	☐	☐	卫生	☐	☐	☐
问询	☐	☐	☐	食品质量	☐	☐	☐
电话总机	☐	☐	☐	其他服务	满意	一般	不满意
公共卫生间	☐	☐	☐	康乐服务	☐	☐	☐
客房服务	满意	一般	不满意	商务服务	☐	☐	☐
房间卫生	☐	☐	☐	商场	☐	☐	☐
设施设备	☐	☐	☐	安全	☐	☐	☐
卫生间卫生	☐	☐	☐	酒店印象	☐	☐	☐
卫生间设施	☐	☐	☐				
洗衣熨衣	☐	☐	☐				
客房送餐	☐	☐	☐				

您在酒店下榻夜数为____夜?

您会再次下榻我酒店吗? ☐是 ☐可能 ☐不

您选择本酒店的原因是什么? ☐位置 ☐服务 ☐设施

☐物有所值 ☐广告宣传 ☐其他

感谢您花费宝贵的时间给我们提出以上意见,这些情况将予以保密。

(资料来源:孙喜林.现代饭店服务心理学.大连:东北财经大学出版社,1999)

(三) 案例法

案例法,是指研究者深入相关案例单位,对研究对象进行全面的、较长时间的观察、了解、调查,研究其心理发展的全过程,在掌握各方面情况的基础上,进行分析整理,得出结果的研究方法。

案例法的优点是:焦点特别集中,对现象的了解深入、详细、全面,能够较好地反映事物或事件发生、发展及变化的过程,能为后来较大的总体研究提供理论假设,因此,这种方法在心理学研究中发挥着重要的作用。从教学角度讲,案例法深入、全面的优点,能帮助学生将心理学的理论知识与实际情况结合起来。

案例法的不足之处在于,如何发掘案例研究所具有的概括意义,以及推广价值,是研究者难以把握的地方。

(四) 实验法

实验法是有目的地通过严格控制或创设一定的条件,人为地引起或改变被研究者某种心理现象的产生,从而对其心理现象进行分析研究的方法。实验法分为实验室实验法和自然实验法两种形式。

实验室实验法是在专门的实验室内借助各种仪器来进行的。在设备完善的实验室研究心理现象,从呈现刺激到记录被测试者的反应、数据的计算和统计处理,都采用计算机、录音、录像等现代化手段,实行自动控制,因而对被测试者心理现象的产生、大脑生理变化以及行为表现的记录和分析都比较精确。这种方法研究难度大,不适合研究酒店服务心理。

自然实验法,又称现场实验法,由研究者有目的地创造或变更一些条件,在比较自然的条件下给被测试者心理一定的刺激或诱导,来研究其心理活动的一种方法。这种

实验法具有主动性,应用范围也比较广,既可用于研究一些简单的心理活动,又可用于研究比较复杂的心理活动。在实际运用中,此方法经常被用于测试消费者对于价格变动、商品包装变动、零售商店调整店内商品的陈设和柜台分布变化后发生的心理反应等。例如,在餐饮服务中,可以用现场实验法研究餐厅服务人员的服务方式改变对客人就餐行为的影响,解决服务工作的实际问题,提高餐饮服务质量和效率。

(五) 测量法

测量法是指使用特定的仪器或标准化的测验量表对具有某一属性的对象给出可以比较的数值而采取的方法。测量时所使用的工具称为测验。例如,用智力测验作为测量工具,测出某人的智力商数,然后将所得数值与一般人的智商进行比较,从而判断出此人的智力水平。测量法在研究酒店员工心理方面用途比较大,用它对酒店服务人员进行心理测试,可以研究酒店员工的心理事实与服务行为之间的关系。

心理学的研究方法有很多,各自都有自己的优缺点,在此不一一介绍。我们在学习和研究中,要具体问题具体分析,根据研究对象的情况采用一种或多种方法。

能力训练

训练项目:调查大学生的餐饮消费需求

训练方式和步骤:

1. 4人为一个调查小组,以餐饮消费需求为内容,设计一份问卷调查表,到大学生中做一次真实的问卷调查(发放问卷不少于40份)。
2. 同时结合观察法或访谈法,观察、了解大学生的餐饮消费行为,并做好记录。
3. 对回收的问卷、调查中的各种记录进行统计、分析,得出结论,并写成调查报告。

思考与练习

一、有问有答

1. 什么是心理学? 心理学研究的内容有哪些?
2. 现代西方有哪三大心理学流派? 请说出它们各自的主要观点和代表人物。
3. 酒店服务心理研究的对象有哪些?
4. 学习酒店服务心理的意义何在? 研究酒店服务心理有哪些常用方法?

二、案例分析

中国第一个歌舞餐厅

现在外出旅游,在歌舞餐厅就餐是一件很普通的事情。可是你知道是谁创办了中国第一家歌舞餐厅? 这种形式为什么至今仍能得到大家普遍的认可和欢迎?

1987年,曾任云南省旅游局副局长的张宝贵在考察了泰国,比较了中泰两国的国情和旅游业发展水平后,觉得可以移植到中国的形式是歌舞餐厅,就是在为客人提供地方特色餐饮的同时表演民族歌舞,以满足客人在最短的时间里尽可能了解民族文化的心理需求。他找到昆明南园饭店总经理翁启林先生,两人一拍即合。他们投资不到5万元购买了乐器和道具,从云南少数民族地区招收了10多名有文艺专长的年轻人,稍加培训后就在餐厅的简易舞台上进行民族歌舞表演。这些歌舞不是简单地照搬舞台演出,而是根据旅游者的心理和爱好,突出地方传统文化,注重娱乐性、参与性。南园