

酒店服务管理专业“十一·五”规划系列教材

服务

心理学

(修订本)

魏乃昌 魏虹 主编



中国物资出版社

酒店服务管理专业“十一五”规划系列教材

服务心理学

(修订本)



封面设计：彩风 书籍设计
装帧·插画·包装·展示
010 62190515/16

ISBN 7-5047-1677-4



9 787504 716774 >

ISBN 7-5047-1677-4/G·0377

定价：18.00元

酒店服务管理专业“十一五”规划系列教材

服务心理学

(修订本)

魏乃昌 魏虹 主编

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服务心理学/魏乃昌, 魏虹主编. —2 版 (修订本). —北京:
中国物资出版社, 2006.2

(酒店服务管理专业“十一五”规划系列教材)

ISBN 7-5047-1677-4

I. 服… II. ①魏…②魏… III. 商业服务—心理学—
技术培训—教材 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 150391 号

责任编辑 王秋萍

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

利森达印务有限公司印刷

开本: 850×1168mm 1/32 印张: 8.625 字数: 178 千字

2006 年 2 月第 2 版 2006 年 2 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-5047-1677-4/G·0377

印数: 0001—3000 册

定价: 18.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

修 订 说 明

《服务心理学》是中国物资出版社于1999年出版的中等职业院校教材，经过6年多的教学实践，受到学校的好评。但是原有的部分内容已不适应形势发展的需要，在广泛征求意见的基础上，决定在原版基础上进行修订。该书在修订时摒弃了陈旧过时的内容和数据，增加了近年来国内外的新成果、新工艺、新数据，使其更具时代性与前沿性。为了能适应职业院校的特点，该书浓缩了理论介绍和原理论述，突出实用性和操作性，该书主要在以下方面进行了改动和修订：

1. 增加内容

- ①第五章 情绪与情感 第三节 情商
- ②第七章 饭店前厅与客房服务心理
- ③第八章 饭店餐厅服务心理
- ④第九章 购物与康乐服务心理
- ⑤第十章 饭店管理心理 第一节 饭店服务员的职业心理素质 第二节 饭店服务员的职业意识

⑥心理练习 应变题 案例分析 心理测验

2. 删减内容

原书第十章 旅游服务心理

3. 合并改写内容

①原第七章修改为新版第七、八、九章。

②原第八章、第九章合并成新版第十章 饭店管理心理。

本书由魏乃昌、魏虹同志修订。由于时间仓促，加之水平有限，不当之处在所难免，敬请专家和学者提出宝贵意见，使之日臻完善。

2005年12月6日

编写说明

为适应社会主义市场经济体制的要求，原国内贸易部于1998年颁发了商品经营等7个专业教学计划和专业课教学大纲。《服务心理学》一书是根据新编的教学计划和教学大纲的要求，充分吸收和借鉴本学科国内外研究的最新成果，重点放在学科体系、内容体系、结构体系的创新，强化知识应用性和可操作性。本书是商贸中等职业技术学校的必用教材，也可供业务岗位培训和再就业培训使用，还可作为广大企业职工的自学读物。

《服务心理学》一书由魏乃昌任主编，朱红任副主编。参加编写的有南京市商业技校朱红（一、二、三章）、长沙市商业技校魏乃昌（四、五、六、十章）、济南市商业技校杨勇（七、八、九章）。全书由魏乃昌总纂，北京市服务学校徐东风、吉林市商业技工学校张传军主审。

本书在编写过程中，得到了许多学校领导和教师的大力支持，在此致以深切的谢意。

由于编写时间仓促，编者水平有限，书中难

免有疏漏之处，敬请广大读者不吝赐教，以便于修订，使之日臻完善。

内贸系统教材编审委员会

1999年7月1日



目 录

第一章 服务心理学概述.....	1
第一节 心理学基础知识.....	1
第二节 服务心理学.....	7
第二章 感觉与知觉	12
第一节 感知觉的一般知识	12
第二节 感知觉与宾客的行为要求	17
第三节 感知觉与服务工作	20
第三章 记忆与注意	28
第一节 记忆的一般知识	28
第二节 记忆与服务工作	31
第三节 注意的一般知识	34
第四节 注意与服务工作	38
第四章 需要与动机	42
第一节 需要的一般知识	42
第二节 需要与服务工作	46
第三节 动机的一般知识	52
第四节 动机与服务工作	54



第五章 情绪与情感	60
第一节 情绪、情感的一般知识	60
第二节 情绪、情感与服务工作	64
第三节 情商	72
第六章 气质与性格	79
第一节 气质的一般知识	79
第二节 宾客的气质行为特征与服务策略	82
第三节 性格的一般知识	86
第四节 宾客的性格特征与行为需求	89
第七章 饭店前厅与客房服务心理	94
第一节 前厅服务与宾客心理	94
第二节 客房服务与宾客心理	102
第八章 饭店餐厅服务心理	117
第一节 宾客用餐的一般心理	117
第二节 宾客对餐厅服务的心理要求	129
第九章 购物及康乐服务心理	141
第一节 购物服务心理	141
第二节 康乐服务心理	149
第十章 饭店管理心理	161
第一节 饭店服务员的职业心理素质	161



第二节	饭店服务员的职业意识	169
第三节	服务人员的个体心理差异与管理	178
第四节	人际关系与服务交往心理	187
第五节	心理挫折与管理	196
第六节	投诉心理及处理技巧	201
心理练习		209
一、	应变题	209
二、	案例评析	211
三、	案例讨论	232
四、	心理测验	234
1.	气质测验	234
2.	推理能力测验	237
3.	聪明程度测验	242
4.	人格（个性）自测问卷	246
5.	职校学生心理素质测试	251
6.	餐厅服务质量调查表	257
7.	语言技巧练习	261
参考书目		265



第一章 服务心理学概述

第一节 心理学基础知识

一、心理和心理学

1. 心理的概念

心理一词的“心”在汉语中是指心思、心情、心意，通常也指人的思想、感情。“理”是指道理、条理、准则、规律。心理的含义是指人的思想、感情的规律。

人的心理是在动物进化到一定阶段，由于对周围环境的长期适应而产生的。最初出现的心理现象是简单的感觉。在外界环境的影响下，随着神经系统的发展，出现了知觉、记忆、思维、情感、性格、能力等心理现象，心理是这些心理现象的总称。

2. 心理学的概念

心理学是研究心理现象及其发生发展规律的科学。它所研究的对象是人类自身的心理现象，包括心理过程和个性心理特征两个方面。

人类经历了漫长的进化史，尽管心理现象早就与人类



同在，但它形成一门独立的科学仅有一百多年的历史。1879年德国心理学家冯特（Wilhelm Wundt，1832—1920）在莱比锡大学建立了世界上第一个心理实验室，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了研究，才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心理世界认识的深化和发展。由于社会进步和科学技术的发展，从而促进了心理学的进一步深化，心理学出现了许多专门为社会各部门服务的分支学科。如医学心理学、工程心理学、教育心理学、社会心理学、管理心理学、运动心理学、军事心理学、司法心理学、消费心理学、商业心理学、服务心理学、旅游心理学等。心理学分支的急速发展，反映了社会对心理学的需要。科学家们预言，心理学将成为21世纪的带头学科。

二、心理现象的实质

人的心理活动尽管早已存在，而且每个人都有切身体验，但是，对于人的心理活动究竟是怎样产生的，至今仍争论不休。早在公元前300多年前，古希腊哲学家亚里士多德（Aristoteles，前384—前322年）在他的名著《灵魂论》中，曾提出人的心理现象是灵魂活动的结果。认为人人睡做梦是灵魂离开人体所致。这种把人的心理现象看成是脱离物质、虚无缥缈的灵魂活动的产物，显然是唯心主义的错误观点。

我国在春秋战国时期，著名学者荀况认为“心所以万



殊者，成外物而不一也”，“味与声色，在物不在我，接于我之血气，能辨之而悦之”。明确提出人的心理现象是“物”引起的，是人“心”的活动的产物。在这种认识下，我国的象形文字，凡是与人的心理现象相关联的词汇，几乎都保留“心”或“忄”偏旁。苟况把人的心理活动归结为心脏的一种机能，尽管是唯物主义观点，但毕竟不是科学，也不符合事实。

随着科学技术的不断进步，尤其是生物学、生理学、神经解剖学和脑科学的产生和发展，人们逐步认识到，人的心理既不是物质之外的“灵魂”所产生，也不是心脏的属性，它是人脑的一种机能，人脑才是产生心理现象的器官。

1. 心理是人脑的机能

人的大脑是以特殊方式组织起来的物质，其内部结构非常复杂。就它的机能作用而言，到目前为止，世界上还没有发现能与人脑相比的其他物质。一个人如果大脑发育不全，不仅表现为神情呆滞、智力低下，而且难以生存。即使一个人大脑健全，如果意外事故使大脑发生损伤或发生病变，也会严重破坏其心理活动的正常进行。在饭店工作中，我们常见到的醉酒客人胡言乱语、行为反常，就是因为大脑组织在酒精作用下所产生的暂时性障碍所致。

2. 心理是客观现实的反映

心理是人脑的机能。但如果单纯依靠人脑本身，离开了客观现实，没有客观现实作用于大脑，同样不能产生心理现象。



这里的客观现实是指独立存在于人的意识之外的物质世界，包括被自己意识到或未意识到的。“反映”是一切物质的普遍属性。当某一物质受到其他物质影响时，就在其自身表现出这种影响的痕迹。痕迹的表现就是反映。人脑对客观现实的反映，既不像泥塑，任外界压力打下印记；也不像照镜子，仅照出外界事物的影像。人脑对客观事物的反映，表现为当大脑的感受器接触了客观现实后，大脑中就形成了这一客观事物的影像。同时通过内部语言这一中介，揭示客观事物的意义，导致人对这一事物的看法和所持的行动倾向，从而产生了一系列的心理活动。

人的大脑对客观现实的反映不是消极被动的。人们为了学习、工作、生活、人际交往等，会积极主动参与这些实践活动。人的一切心理现象、一切反映形式，如认识、情感、意志、动机、兴趣、能力、性格等，都是在上述实践活动中发生发展的。

综上所述，从心理产生的生理机制来看，心理是人脑的机能，人脑是心理的器官；从其内容来看，心理是对客观现实的反映，客观现实是心理活动的内容的源泉；从其产生的条件来看，心理是在实践活动中发生发展的。实践活动是心理发生发展的基础。

3. 心理学研究的内容

心理学研究的是人的心理现象。人的心理现象包括心理过程和个性心理两个方面。

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。这个过程包括三个阶段：



认识过程、情感过程、意志过程。

认识过程是指人们认识客观事物获得知识的心理活动过程。这个过程包括注意现象和感觉、知觉、记忆、想象、思维等心理活动。认识过程的实质是感受信息、处理信息，其功能是揭示事物的本质以及事物之间的关系和规律。

认识过程在宾客消费心理中占有重要的地位和作用。在饭店经营活动中，宾客心理活动指向某个饭店便产生了注意；宾客通过观察、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，并形成对饭店的整体印象；进而通过分析、综合、比较、想象等心理活动，概括揭示饭店的服务水准，为饭店消费抉择提供依据。因此，认识过程是形成正确心理的前提条件。

情感过程是指人们对外界事物的内心体验的心理活动过程。人在外界事物作用下，总会产生满意、愉悦、赞赏、崇敬等反应；而事不遂愿时，则会出现不满、厌恶、烦躁、鄙视等反应。在饭店消费活动中，宾客对饭店环境、设施、服务项目及服务人员的语言态度等方面存在这种内心体验。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、温暖的语言……会使宾客愉悦，产生宾至如归的心理反应。

意志过程是指人们自觉提出目标，有意识克服内心障碍与外部困难而努力实现目标的心理活动过程。意志活动具有目的性、果断性、坚韧性、自制性等特点，对人的活动有着支配或调节作用。宾客在饭店的消费活动过程中，



其意志活动主要表现在抑制和决断两方面。当宾客发觉选择的饭店或接受的服务，在环境、设施设备、服务项目、价格、服务态度等方面不适合、不完美时，便会提出投诉，甚至终止消费。当与服务员发生矛盾冲突时，宾客会自我调节、控制情绪和态度。当有多种餐饮酒水品牌提供选择时，宾客的意志特点会促使其迅速决断。

认识过程、情感过程、意志过程彼此既有区别，又有联系，在人的心理活动中是作为一个统一的整体表现出来的。

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，在西方被心理学家称为“人格”。它包括个性倾向性和个性心理特征。

个性倾向性，是指在复杂的现实生活中，由于个人的种种因素和条件的不同，人们在形成需要、动机、兴趣、信念、理想和世界观等方面总会有差异，在心理学中被看作是人们表现出来的不同倾向性。它是人进行活动的基本动力，也是个性心理中最活跃最积极的因素。

个性心理特征，是指人们在处理各种事物的过程中，表现在能力、气质和性格等方面的差异，心理学统称为个性心理特征，它集中反映了人们的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的身上，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，用下图表示便一目了然：