

旅游消费者行为

Tourism Consumer Behavior

李志飞 主编

华中科技大学出版社

第三章 动机与旅游消费者行为

■ 第一节 需要与动机

■ 第二节 旅游需要与旅游动机

■ 第三节 旅游消费者动机的经典理论

学习目标

- 了解需要的概念与分类，以及动机的概念、功能和种类
- 理解需要与动机的关系
- 掌握旅游需要的概念，理解旅游需要的单一性与复杂性之间的关系
- 掌握旅游动机的内涵、特征和产生条件
- 学会在实践中如何激发旅游动机
- 了解旅游动机的经典理论

第一节 需要与动机

二、动机概述

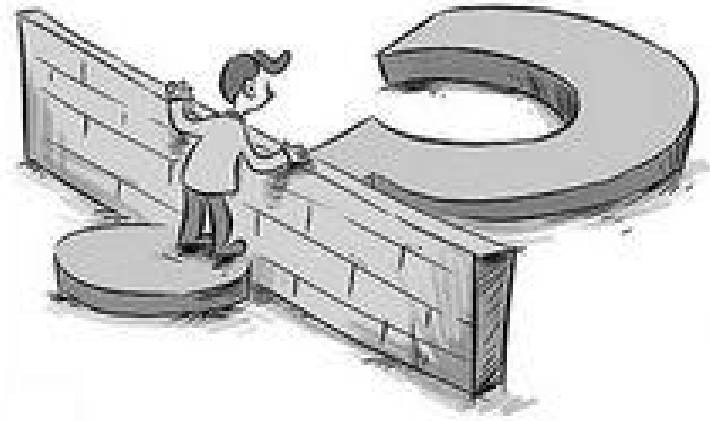
（一）动机的含义

- 动机（motivation）就是引发和维持个体行为，并导向一定目标的内部动力。

第一节 需要与动机

(二) 动机的功能

- (1) 激发功能。
- (2) 指向功能。
- (3) 维持和调整功能。



第一节 需要与动机

(三) 动机的种类

- (1) 动机的**性质**：生理动机、社会动机
- (2) 动机在行为中所起的**作用大小**：主导动机、辅助动机
- (3) 动机的**引发原因**：内在动机、外在动机
- (4) 动机行为与**目标远近**的关系：近景动机、远景动机

第一节 需要与动机

三、动机与需要的关系

需要转化为动机必须满足两个条件：

- (1) 需要必须有一定的强度。
- (2) 诱因的刺激是需要转为动机的重要条件，它既包括物质的刺激也包括社会性的刺激。



第三章 动机与旅游消费者行为

■ 第一节 需要与动机

■ 第二节 旅游需要与旅游动机

■ 第三节 旅游消费者动机的经典理论

第二节 旅游需要与旅游动机

一、旅游需要

(一) 旅游需要的概念

- 旅游需要是指旅游者或潜在旅游者感到某种缺乏而力求获得心理满足而产生的一种心理状态，即对旅游的愿望和要求。

第二节 旅游需要与旅游动机

(二) 旅游需要的单一性与复杂性

(1) 旅游需要的单一性

单一性需要指人们在各种活动中总是寻求平衡、和谐、相同、可预见性和没有冲突的需要满足。

(2) 旅游需要的复杂性

复杂性需要是指人们对新奇、出乎意料、变化和不可预见性事物的追求和向往。

(3) 单一性需要和复杂性需要的平衡

第二节 旅游需要与旅游动机

二、旅游动机的内涵

- 旅游动机是指引发、维持旅游者的旅游活动，并使该活动朝向特定目标的心理过程或内部动力。



图3-1 旅游动机的过程

第二节 旅游需要与旅游动机

1、旅游消费者动机产生的主观条件

(1) 旅游者的旅游需要

(2) 旅游者对旅游对象的感知

2、旅游消费者动机产生的客观条件（孙九霞、聂建波《旅游心理与行为》）

(1) 符合旅游需要的对象

(2) 经济条件

(3) 时间条件

(4) 社会条件

第二节 旅游需要与旅游动机

二、旅游动机的特征

- ☆内隐性
- ☆多重性
- ☆学习性
- ☆复杂性
- ☆共享性



第二节 旅游需要与旅游动机

三、旅游动机的激发

- 1、提升旅游资源的吸引力，开发特色鲜明的旅游产品
- 2、加强旅游企业管理，提高旅游服务质量
- 3、完善旅游基础设施
- 4、加强旅游宣传力度，为旅游者提供旅游信息

第三章 动机与旅游消费者行为

■ 第一节 需要与动机

■ 第二节 旅游需要与旅游动机

■ 第三节 旅游消费者动机的经典理论

第三节 旅游消费者动机的经典理论

一、普洛格的旅游动机理论

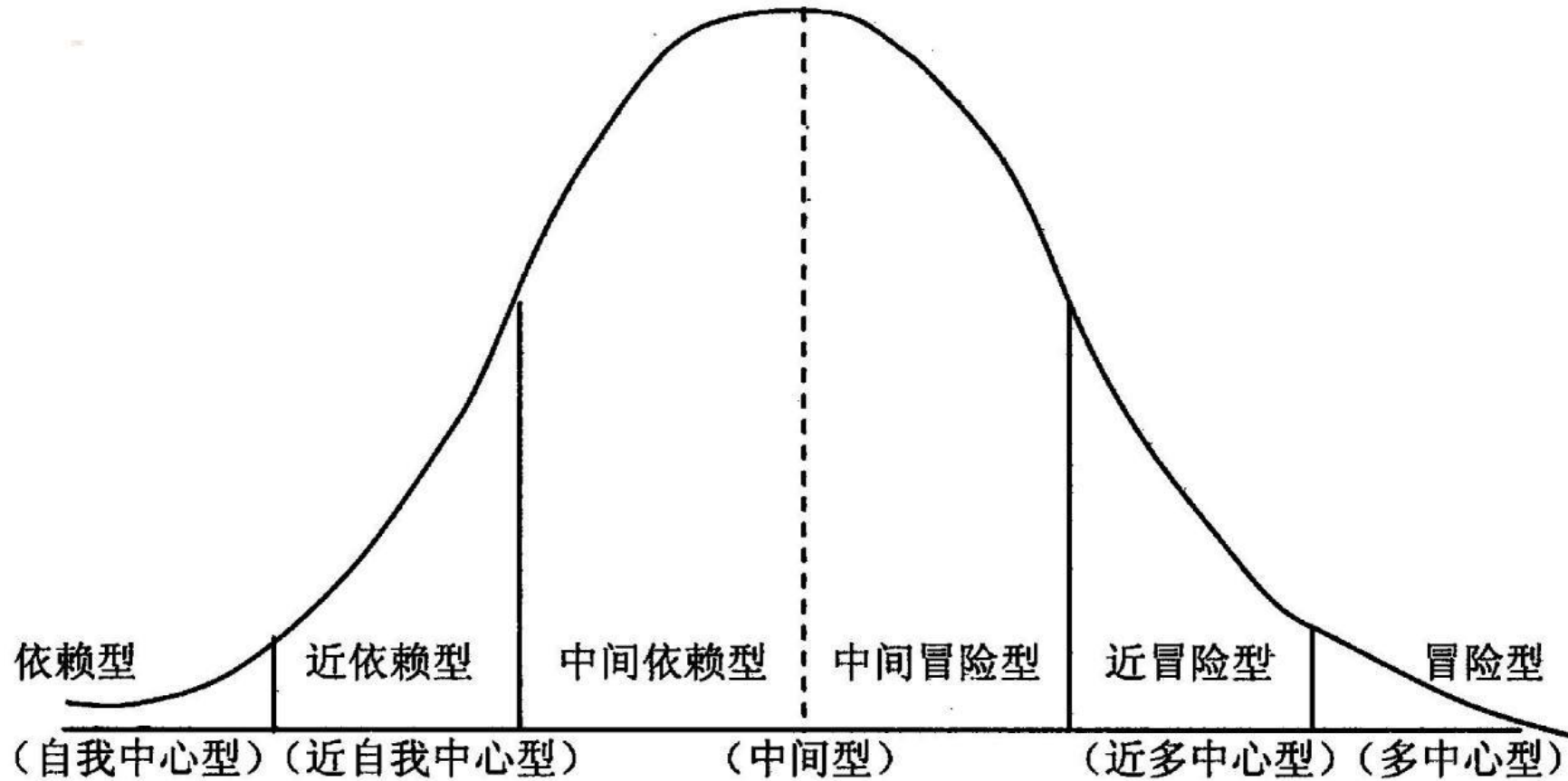


图3-2 普罗格的人格类型划分

第三节 旅游消费者动机的经典理论

二、麦金托什的旅游动机理论

美国麦金托什（McIntosh, 1995）将旅游动机划分为四类：

- （1）身体动机
- （2）文化动机
- （3）交际动机
- （4）地位和声望动机

第三节 旅游消费者动机的经典理论

三、皮尔斯的旅行生涯模式（TCP）理论

1、旅行生涯阶梯理论（TCL）

皮尔斯（Pearce and Caltabiano, 1983）

2、旅行生涯模式

皮尔斯和李（Pearce and Lee, 2003）

第三节 旅游消费者动机的经典理论

四、推拉因素理论

1977年，美国学者丹恩（Dann）提出了旅游动机的推拉理论。

7种类型的旅游动机：

- （1）旅游是一种缺失和欲望的反应。
- （2）因旅游目的地的吸引而产生的旅游动机，是指主观意愿和外部拉力的共同作用下产生的旅游动机。
- （3）因幻想产生的旅游动机。
- （4）分类动机。
- （5）与旅游者类型相关的动机。
- （6）与旅游者经历相关的旅游动机。
- （7）追求深层次自我认知的动机。

知识拓展

旅游动机的种类：

- (1) 休闲、健康的旅游动机
- (2) 探索、冒险的旅游动机
- (3) 精神审美的旅游动机
- (4) 社会交往的旅游动机
- (5) 宗教信仰的旅游动机
- (6) 商务、公务的旅游动机
- (7) 家庭责任的旅游动机



本章小结

(1) 旅游需要是指旅游者或潜在旅游者感到某种缺乏而力求获得心理满足而产生的一种心理状态，即对旅游的愿望和要求。

(2) 旅游者并不仅仅需要单一性或复杂性，而需要的是单一性和复杂性的有机结合。单一性的需要在一定程度上要用复杂性来平衡，复杂性的需要在一定程度上要用单一性来平衡。

(3) 旅游动机是指引发、维持旅游者的旅游活动，并使该活动朝向特定目标的心理过程或内部动力。

(4) 旅游动机的过程：一个人一旦产生旅游需要之后，动机就推动其为满足旅游需要而进行种种努力，把行为指向特定的方面：做出旅游决策，开始旅游活动，维持旅游活动的进行并达到目的，满足需要，最终消除心理紧张。

本章小结

(5) 旅游动机产生受到旅游需要、旅游感知等主观因素的制约，也受到客观条件的影响，如符合旅游消费者的旅游对象、时间条件、经济条件、社会条件等。

(6) 旅游动机的特征体现在五个方面：内隐性、多重性、学习性、共享性和复杂性。

(7) 有关旅游动机的经典理论：普洛格的旅游动机理论、麦金托什的旅游动机理论、皮尔斯的旅行生涯模式（TCP）理论、推拉因素理论、逃离和寻求二维理论。

核心关键词

需要 (need)

动机 (motivation)

旅游需要 (tourism need)

旅游动机 (tourism motivation)



思考与练习

- 1、简述马斯洛的需要层次理论。举例能分别满足不同需要层次的旅游产品，并找出能同时满足多种层次需要的旅游产品。
- 2、如何理解需要与动机的关系？旅游动机是为了满足什么需要？请举例说明。
- 3、旅游消费者动机有哪些经典理论？简要概述下。
- 4、结合实际情况，举例说明如何激发旅游消费者的旅游动机。