

LÜYOUXUE

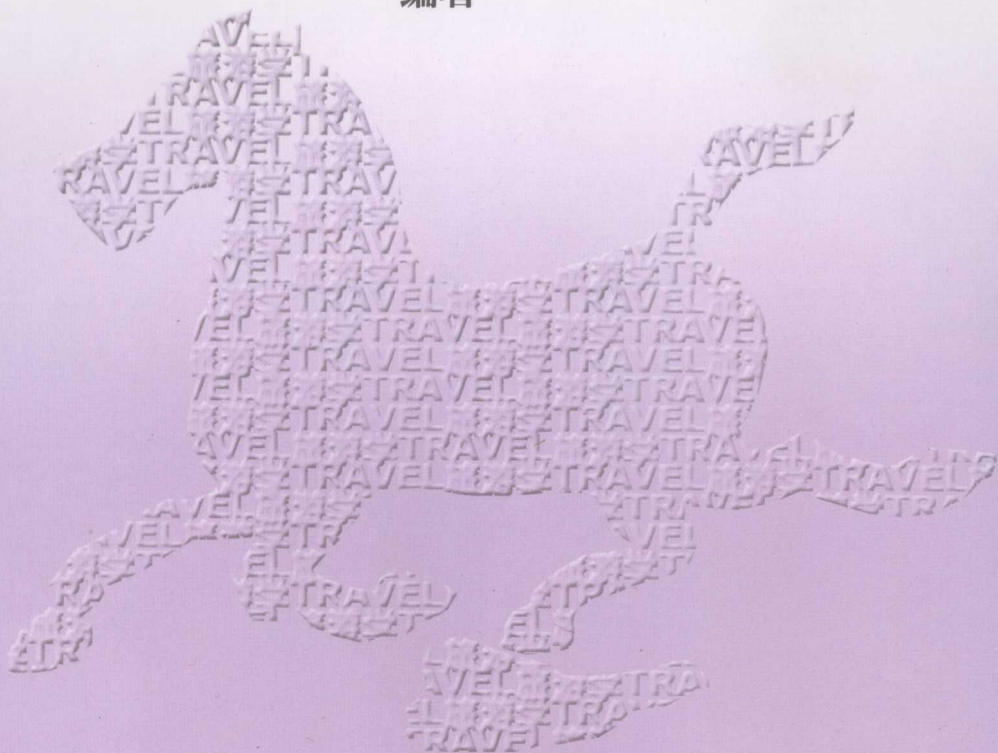
LÜYOUXUE

高等院校
旅游专业系列教材



旅游问卷调查 方法与实务

尹德涛 宋丽娜
编著



南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

旅游问卷调查方法与实务

尹德涛 宋丽娜 编著

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游问卷调查方法与实务 / 尹德涛, 宋丽娜编著. —天津:
南开大学出版社, 2008. 6

ISBN 978-7-310-02919-8

I. 旅… II. ①尹…②宋… III. 旅游—问卷法 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 065663 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

河北省迁安万隆印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 14.75 印张 267 千字

定价: 26.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

前 言

问卷调查是以书面或当面访谈提出问题的方式搜集资料的一种研究方法，广泛应用于市场调查等领域。旅游问卷调查已经成为国内外旅游研究的重要途径，日益受到旅游研究相关人士的重视。

本书内容分为两部分，第一部分是旅游问卷调查，包括问卷调查基本知识、旅游调查问卷的编制与统计分析；第二部分是国内外旅游调查问卷实例，包括旅游服务、旅游满意度、旅游管理、旅游目的地（景区）规划与市场调查、旅游者行为与旅游需求、旅游网站与会议、可持续旅游与生态旅游、户外用品市场等调查问卷。为节省版面，我们在保证调查内容完整的前提下，对本书引用的调查问卷实例做了尽可能的简化。

由于编者专业水平和编写时间的制约，书中一定会有不足之处，敬请读者指正。

本书可供旅游管理及相关专业的广大师生作为教材或教学参考书，也可供旅游研究人员和旅游管理人员参考。

尹德涛

2008年4月8日

目 录

前 言

第 1 部分 旅游问卷调查	(1)
1.1 问卷调查基本知识	(3)
1.1.1 问卷调查	(3)
1.1.2 问卷调查的类型	(3)
1.1.3 问卷调查的步骤(过程)	(4)
1.1.4 旅游问卷调查的取样技术	(4)
1.2 旅游调查问卷的编制	(7)
1.2.1 旅游调查问卷设计的基本程序	(7)
1.2.2 旅游调查问卷的类型	(7)
1.2.3 旅游调查问卷的构成	(10)
1.2.4 旅游调查问卷的题型	(10)
1.2.5 旅游调查问卷中问句的类型	(11)
1.2.6 旅游调查问卷的编排技巧	(12)
1.2.7 模块化结构型问卷的设计	(12)
1.2.8 旅游调查问卷的评估	(13)
1.3 旅游调查问卷统计分析	(15)
1.3.1 定性分析	(15)
1.3.2 定量分析	(17)
参考文献	(22)
第 2 部分 旅游调查问卷实例	(23)
2.1 旅游服务、旅游满意度、旅游管理调查问卷	(25)
2.1.1 “福建省首届旅游消费满意度”调查	(25)
2.1.2 2005 年(宁夏)全区旅游综合情况调查问卷	(31)
2.1.3 (黑龙江)公众旅游意向调查问卷	(33)

2.1.4	贵州旅游问卷调查	(37)
2.1.5	中国旅游资源问卷调查	(38)
2.1.6	(浙江省)国内旅游抽样调查问卷	(39)
2.1.7	欧洲城市游客调查问卷	(42)
2.1.8	(浙江旅游)体验问卷调查	(51)
2.1.9	欢喜旅行社问卷调查	(53)
2.1.10	旅行社/公司会员问卷调查	(55)
2.1.11	(江西省)全省旅游行政执法检查问卷调查表	(57)
2.1.12	深圳旅游从业人员调查问卷	(59)
2.1.13	旅行社人力资源问卷调查	(63)
2.1.14	北海市旅游行业问卷调查	(65)
2.1.15	河南旅游服务质量调查问卷	(70)
2.1.16	修订《导游人员管理条例》网上调查问卷	(74)
2.1.17	《湖北省旅游条例》立法质量评估网络调查	(75)
2.1.18	广州旅游服务质量消费调查问卷	(77)
2.1.19	对旅游经营商(Tour Operators)的调查问卷	(80)
2.1.20	Otsego County 商会旅游业调查	(83)
2.2	旅游目的地(景区)规划与市场调查问卷	(85)
2.2.1	三峡旅游问卷调查	(85)
2.2.2	沙家浜风景区旅游调查问卷	(86)
2.2.3	《中部地区旅游发展规划》客源市场调查问卷	(89)
2.2.4	天津市五大道旅游景区市场调查问卷	(95)
2.2.5	千岛湖风景区观光旅游有奖调查问卷	(98)
2.2.6	主题公园问卷调查	(100)
2.2.7	(沈阳)世园会网上调查	(106)
2.2.8	福州市森林旅游客源市场调查问卷	(106)
2.2.9	汕头市旅游发展规划调查问卷	(109)
2.2.10	“凤凰山风景区总体规划”问卷调查表	(111)
2.2.11	湖北省旅游品牌感知调查问卷(A2)	(112)
2.2.12	城市旅游形象再定位关键因素调查问卷	(116)
2.2.13	库克群岛专门问卷	(120)
2.2.14	英国南威尔特(South Wiltshire)旅游策略问卷	(124)
2.2.15	英格兰中部高峰区旅游饮食商业调查问卷	(129)
2.2.16	2002年1月英格兰中部高峰区食品生产商调查问卷	(132)

2.3 旅游者行为与旅游需求.....	(136)
2.3.1 《时尚旅游》杂志女性旅游报告问卷调查.....	(136)
2.3.2 2006 年旅游趋势问卷统计.....	(137)
2.3.3 国内旅游调查问卷 (A 卷)	(138)
2.3.4 国内旅游调查问卷 (B 卷)	(141)
2.3.5 港中旅国际在线——SARS 后的旅游问卷调查.....	(143)
2.3.6 国内自驾车旅游调查问卷 (网上调查)	(145)
2.3.7 (旅游咨询调查公司) 旅游问卷调查.....	(147)
2.3.8 旅游问卷调查.....	(148)
2.3.9 肢体障碍者参与海外团体旅游阻碍调查问卷.....	(161)
2.3.10 澎湖风旅游问卷调查表.....	(164)
2.3.11 “做精明旅行者”读者问卷调查.....	(167)
2.3.12 针对旅游自驾游的专项调查.....	(169)
2.3.13 (东方航空) 旅客需求调查问卷.....	(172)
2.3.14 伍斯特县 (Worcester County) 游客调查问卷.....	(174)
2.3.15 爱达荷州游客调查问卷.....	(176)
2.3.16 马赞德兰自然旅游调研问卷.....	(186)
2.3.17 回顾在一天之内出现的旅游相关的事件.....	(190)
2.3.18 对目的地游客的调查问卷.....	(191)
2.3.19 社会旅游调查问卷.....	(194)
2.4 旅游网站与会议.....	(197)
2.4.1 旅游网站使用者满意度调查问卷.....	(197)
2.4.2 提升观光竞争力国际学术研讨会问卷调查表.....	(199)
2.4.3 “中国旅游发展论坛·北京对话”调查问卷.....	(201)
2.4.4 对会议和团体认知 (观点) 的调查问卷.....	(203)
2.5 可持续旅游与生态旅游.....	(205)
2.5.1 关于可持续旅游和生态旅游的调查问卷.....	(205)
2.5.2 关于更加可持续旅游的策略、方针和手段的调查问卷.....	(210)
2.5.3 斯堪的纳维亚休闲组织关于旅游可持续发展问卷.....	(212)
2.5.4 旅游者对野生动植物影响的调查问卷.....	(214)
2.5.5 更新美国北卡罗来纳州历史保存计划的市民调查问卷.....	(218)
2.6 户外用品市场调查问卷.....	(222)
奥索卡户外用品市场调查问卷.....	(222)

第 1 部分 旅游问卷调查

1.1 问卷调查基本知识

1.1.1 问卷调查

问卷调查或称调查问卷法是旅游调查的重要途径。调查问卷法是指通过使用一系列精心设计的问题,从被调查者处获取信息的方法,是旅游调查研究的最常用方法之一,通常采用抽样调查的形式,从样本中推断调研总体的特征(杨明,2006)。

1.1.2 问卷调查的类型

问卷调查可以分为入户调查、街巷调查、定点调查、电话调查、信件调查、网络调查、可控群体调查、多方综合调查等8种(杨明,2006)。问卷调查的类型及特点见表1.1所示。

表 1.1 问卷调查的类型及其特点

类型	填写方式	花费	适用样本	问卷长度 (题量)	回收率
入户调查	被调查者或调查者	高	所有	长	高
街巷调查	调查者	中	大多数	短	中
定点调查	被调查者或调查者	中	设施/地点使用者	中	高
电话调查	调查者	中	有电话者	短	高
信件调查	被调查者	低	一般人群或特定人群	不一定	低
网络调查	被调查者	低	网民	中	中
可控群体调查	被调查者	低	特定群体	中	高
多方综合调查	被调查者或调查者	低	所有人	不一定	不一定

转引自:杨明,2006.休闲与旅游调研导论.北京:中国旅游出版社,第94页,有改动。

1.1.3 问卷调查的步骤（过程）

问卷调查一般包括以下4个步骤（阶段）（杨明，2006）：

（1）调查准备：确定调查群体、抽样方式、取样量、设计调查问卷、培训调查人员；

（2）预调查：测试、修改调查问卷，检验调查问卷实施的可行性，调整问卷调查安排；

（3）调查问卷的分发和收集；

（4）数据的统计分析。

1.1.4 旅游问卷调查的取样技术（张宏梅等，2006）

设计精良的问卷不能保证得到可靠的数据，样本的选择也是一个特别重要的问题。由于时间和经费的限制，不可能也没必要对研究对象总体进行调查，只须从总体中抽取一部分个体构成样本，通过对样本的调查分析来推断总体。要使样本更好地反映总体，样本必须具有代表性，取样时需要考虑取样方法、取样框架、样本规模、方便样本等问题。

（1）取样框架

取样框架是指在实际取样时使用的样本单元的清单，框架内的每个个体都有同等被抽取的机会。在所有调查单元的姓名和地址都明确时，研究者才能列出完整的取样框架，但大多数旅游研究由于各种原因不太容易取得完整的取样框架，例如在旅游旺季进行的调查就可能不能完全代表全年的情况。Paul Brunt提出了在样本框架不完整时要特别考虑下面几个问题：调查谁、在什么时间收集数据、在游览的什么阶段收集数据、调查的地点和团体的调查等。Paul Brunt介绍了“下一个经过者”（next-to-pass）技术，即调查者选择一个合适的地点后，首先调查第一个经过的游客，对该游客的调查结束后再调查正在经过的游客，依此类推，这样可避免选择调查对象时的主观性。另外应该避免调查者自己填问卷，因为这样可能造成“专家型”答卷比例偏高。

（2）取样方法

选取样本单元的方法总体上分为两类：随机抽样（概率抽样）和非随机抽样（非概率抽样、有目的抽样），二者被学者们广泛运用。前者可计算抽样误差；后者节约经费和时间，但概括性差。定量研究的目的大多是通过样本数据的分析来推断总体的特征，因而要求样本有较高代表性，但某些研究无法使用随机抽样。在旅游研究中，这两种方法都在选择具体的取样方法前，首先必须明确总体和样本单元。如果总体的数量是明确的，则有可能使用概率抽样。

随机抽样,是在旅游研究中用得相对较多的概率抽样方法。有人在研究土耳其的目的地形象的形成时,确定其调查总体为1994年11月至1995年10月期间,在土耳其旅游局纽约办事处了解土耳其旅游信息的4600名潜在旅游者。土耳其旅游局提供的4600名潜在旅游者的名单,就成了该次调查的取样框架样本,规模确定为1530人,用4600除以1530得到3,即在名单上每隔两人选一个。

非随机抽样,适合于总体的数量不知道或没有足够的时间建立取样框架的情况。经常使用的非随机抽样方法有:

①判断抽样,以研究者感觉有代表性为基础,通常是方便样本。如有人在研究中国居民去香港旅游的动机时,就选取广东省作为抽样区域。

②定额抽样,是根据一定的标准确定样本构成,如事先将性别比例确定为1:1,在具体调查时则参照该比例选择调查对象。虽然增加样本规模可提高样本的代表性,但是,单考虑样本规模是不够的,样本构成也是影响样本代表性的重要因素,无论样本规模有多大,都无法消除由取样方法或选择调查对象所带来的误差。

③滚雪球抽样,研究者首先选定符合条件的回答者,要求这些回答者再提供符合条件的其他回答者,以此类推,就形成了一个链条。这种方法可用于评估居民对旅游影响的态度。如有人在旅游体验研究时采用滚雪球技术,首先从澳大利亚大学抽取100名学生完成问卷,然后要求每个学生负责寻找三个非大学生完成问卷。

(3) 方便样本

随机抽样也经常用到无法确定取样框架的情境中,得到的样本其实仍是方便样本。有人在研究英国、德国旅游者去土耳其和马约卡岛旅游的动机时,在土耳其国际机场的出口选择每第十个客人进行调查,在马约卡岛则选择每架班机的前十位客人进行调查。还有人在用随机抽样法向节事参观者分发2277份问卷时,采用的基本方法是事先确定好调查地点和选择第n个过客作调查。这两个例子中“n”的确定较主观,但却能避免调查者根据个人喜好选择调查对象所造成的问题。

其实,在旅游研究中使用方便样本是非常普遍的,随机抽样和上文介绍的“下一个经过者”技术是尽量避免主观性的较好的方法。

(4) 样本规模

确定样本规模是十分重要的问题,需要确定样本规模的最低线。确定样本规模时需考虑4个问题:

①调查目的。如果调查是为了预测,样本规模应该足够大,但大多数描述

性研究对样本规模要求并不十分严格。

②统计技术的要求。一般来说,各种统计技术对样本规模会有一个最低要求,如多元回归分析和路径分析要求样本量在 200~400 之间,因子分析要求样本量是变量数的 5~10 倍,且总样本量不得少于 100 或 150。

③研究者可用的资源数量,如时间和经费。

④回收率。如前述土耳其的目的地形象研究中,研究者首先根据多元回归分析和路径分析对样本量的要求及调查中需要,去除一部分以前去过土耳其的人,确定最终的目标样本量为 400,然后考虑以往类似调查方法的回收率(26%~40%),保守一点假设该次调查回收率为 26%,则可计算出调查的样本量为 1530 ($400/26\% \approx 1530$)。

1.2 旅游调查问卷的编制

调查问卷又称调查表,是为了达到调查目的和收集必要数据而设计出的由一系列问题、备选答案及说明等组成的向被调查者收集资料的工具(杨明,2006)。

1.2.1 旅游调查问卷设计的基本程序

旅游调查问卷设计大致包括准备阶段、初步设计、试答和修改、定稿制作等几个阶段。

准备阶段,一是确定调查主题的范围和调查项目,分析相关资料;二是分析调查对象的社会特征、文化特征、心理特征等;三是在征求有关人员意见和分析二手资料的基础上,确定问卷调查项目的实际需要。

初步设计,需要确定问卷的结构,拟定编排问题;确定每个调查项目的提问方式,详尽地列出各种问题;对各种问题进行检查、筛选、编排,检查每个问题及其答案选项是否必要、合理;考虑是否或如何向被调查者说明调查目的、要求、注意事项等,是否需要编码。

试答和修改,进行小范围的试验性调查,检查问卷初稿中的问题,掌握问卷对被调查者的适合程度及存在的问题,并对这些问题进行修改,进一步完善问卷。

定稿制作,将修改后的问卷制作成正式的调查问卷。

1.2.2 旅游调查问卷的类型

依据调查问卷的使用方法、出题方式、发放方式、实现目的等,可以将其分为不同的类型(董明伟,2004)。

(1) 依据问卷在调查中使用的方法,可以分为自填式问卷和访问式问卷。

自填式问卷是由被调查者自己填写的问卷,多用于留置调查和邮寄调查。

访问式问卷是由调查者按照问卷或问卷提纲向被调查者提问,并根据被调查者的回答填写问卷。

(2) 依据问卷的出题方式,可以将其分为结构型问卷、半结构型问卷、无结构型问卷。

结构型问卷是指问卷的设计是有结构的,需要按一定的提问方式和顺序安排。

无结构型问卷是指问卷中的问题只是围绕调查研究目的提问,没有严格设计和安排的组织机构。

半结构型问卷是指结构型问卷和无结构问卷相结合的问卷。

(3) 依据问卷的发放方式,可以将其分为留置问卷、邮寄式问卷、报刊式问卷、面谈式问卷、电话访问式问卷、网上问卷 6 种,其中前 3 类又属于自填式问卷,后 3 类属于访问式问卷。

留置问卷是由调查者将问卷分发给被调查者,在被调查者填答完之后收回。

邮寄式问卷是将问卷邮寄给被调查者,要求其按要求填写并回寄给调查者。

报刊式问卷是随报刊分发的问卷,要求报刊读者如实填写后寄给报刊编辑部。

面谈式问卷是调查者根据问卷或调查提纲向被调查者提问,根据被调查者的口头回答填写问卷。

电话访问式问卷是调查者通过电话对被调查者进行调查并填写问卷。

网上问卷是通过因特网进行调查的问卷。

各种问卷类型比较见表 1.2 所示。

表 1.2 各种问卷类型比较

问卷类型	特点与适用范围
自填式问卷	多用于留置调查和邮寄调查
访问式问卷	主要用于面访调查、电话调查、小组访谈、深度访谈等
结构型问卷	调查人员不能随意变动问题和字句,适用于大规模的市场调查
无结构型问卷	调查人员可以根据需要增加或减少问题,适用于较小规模의 深层访谈调查
邮寄式问卷	匿名性较好,回收率低
报刊式问卷	传递渠道稳定,匿名性好,费用低,适用范围广,回收率低
面谈式问卷	便于调查需要深入讨论的问题,不便于涉及敏感性问题,回收率高
电话访问式问卷	受通话时间、听觉功能等限制,需要考虑记忆规律和记录等因素;适用于问题简单明确,需要及时获得调查结果的调查项目
网上问卷	不受时间、空间限制,便于获得大量信息;相对而言,对于一些敏感问题容易获得满意的答案
表格式问卷	将对一个或若干个被调查者的相同调查项目列于同一表中,适用于调查项目较少、要求打分问题的回答,便于比较、汇总
问答式问卷	适用于调查项目较多的问卷

另外,按回答形式,可分为表格式问卷、问答式问卷(李享,2005)。表格式问卷是以填表的形式回答问题。问答式问卷是在每一提问之后,有若干个备选项目,或由被调查者自由回答。

按每份问卷被调查者的多少,可分为单一式问卷、一览式问卷。单一式问卷又称卡片式问卷,将一个被调查者的调查内容列于一个表上。常用调查方式见表1.3所示。

表 1.3 常用调查(问卷)方式比较

项目	访问问卷		自填问卷	
	面访调查	电话调查	邮寄调查	网络调查
调查范围	较窄	较广	较广	较广
调查对象	可以选择和控制	可以选择和控制	可以在一定程度上选择和 控制,但回收问卷代表性 难以控制	难以选择和控 制,样本代表 性难掌握
调查周期	时间较长	时间较短	时间长且不易控制	时间较短
调查内容	内容广泛且可以 比较复杂,但不 适用于敏感 性问题	内容有较大限 制,只适用于简 短的调查	内容有一定限制,但匿名 方式可以调查敏感性问题	内容广泛,但 质量难控制
调查费用	较高	较少	较少	少
回答率	较高	较低	低	较低
投入人力	较多且不易控 制	较少且易于控 制	少	少
数据质量	收集的数据较 准确、可靠,但 容易产生访员 和被调查者引 起的非抽样误 差	较少非抽样误 差,而且调查过 程中可以对访 问进行控制	没有访员指导,容易产生 误答、错答、漏答,影响 数据质量,但减少了访问 引起的非抽样误差	没有访员指 导,容易产生 误答、错答、 漏答,且样本 代表性差

引自:董明伟,2004. 问卷设计手册. 北京:中国时代经济出版社,第28页,有改动。

1.2.3 旅游调查问卷的构成

旅游调查问卷通常包括标题、开头、被调查者基本情况、调查主题内容、编码、作业记录等部分（董明伟，2004；李亨，2005）。

（1）标题

问卷标题要能够概括说明调查问卷的主题，做到简明扼要，引起被调查者的兴趣。

（2）开头

问卷开头主要包括引言和填写说明。开头部分宜短不宜长，应该力求简明扼要。访问式问卷的开头一般很简短，自填式问卷开头可以长一些，但也应该控制在300字以内。引言一般包括调查的目的、内容、实施调查的组织、调查结果的使用、保密措施，请求被调查者合作、合作的重要性，以及感谢合作等礼貌用语，力求得到被调查者的积极配合。如果有礼品赠送给被调查者，或被调查者有机会参加抽奖活动，也应该在这里说明。

填写说明包括问卷的填写方法、填写要求、相关注意事项，也可以包括对相关概念的解释。

（3）被调查者基本情况

被调查者基本情况是对调查资料进行分组统计、分析所需要基本数据，也就是被调查者的主要特征，如旅游者的性别、年龄、民族、婚姻状况、家庭人口、文化程度、职业、单位、收入状况、所在地区等；旅游组织或企业的名称、地址、经营范围等。

（4）调查主题内容

本部分是调查问卷的主体，即最重要的部分，也是占篇幅最大的部分，由若干个具体问句组合而成。

（5）编码

问卷中的编码是对问卷本身、问卷中的各种因素等赋予一定的编号，以便于计算机处理和统计分析。

（6）作业记录

作业记录是为满足问卷调查实施管理和监督的需要，一般包括被调查者姓名或名称、访问地点、访问时间、调查者姓名。

1.2.4 旅游调查问卷的题型

调查问卷中的题型主要是开放式问题和封闭式问题。开放式问题的答案是事先不确定的，被调查者有自由回答的空间，适用于探索性调查。封闭式问题