



高等职业教育“十二五”规划教材

# 旅游心理学实务

主编 杨亚芹 王慧元



 江苏大学出版社  
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

高等职业教育“十二五”规划教材

# 旅游心理学实务

主 编 杨亚芹 王慧元

副主编 陶艳红 张铁兵 杨 艳

曹晓慧 李中晶 孙金红

 江苏大学出版社  
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

镇 江

## 内 容 提 要

本书主要介绍了旅游心理学的相关知识,共11章,具体内容包括:绪论、旅游者的感知觉、旅游者的需要和动机、旅游者的消费学习、旅游者的情绪和情感、旅游者的态度、旅游者的人格、旅游者的消费决策、社会因素与旅游行为、旅游服务心理、旅游企业员工心理和旅游企业领导者心理等。

本书内容系统、学练结合、紧跟时代,可作为高等职业院校旅游管理等专业学生的教材,也可以作为旅游企业、旅游管理者、旅游工作人员的参考用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学实务 / 杨亚芹, 王慧元主编. — 镇江 :  
江苏大学出版社, 2014.9  
ISBN 978-7-81130-756-6

I. ①旅… II. ①杨… ②王… III. ①旅游心理学—  
高等职业教育—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第221433号

### 旅游心理学实务

Lüyou Xinlixue Shiwu

---

主 编 / 杨亚芹 王慧元  
责任编辑 / 张 平  
出版发行 / 江苏大学出版社  
地 址 / 江苏省镇江市梦溪园巷30号(邮编:212003)  
电 话 / 0511-84446464(传真)  
网 址 / <http://press.ujs.edu.cn>  
排 版 / 北京金企鹅文化发展中心  
印 刷 / 北京市科星印刷有限责任公司  
经 销 / 江苏省新华书店  
开 本 / 787 mm×1 092 mm 1/16  
印 张 / 20.25  
字 数 / 468千字  
版 次 / 2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷  
书 号 / ISBN 978-7-81130-756-6  
定 价 / 45.00元

---

如有印装质量问题请与本社营销部联系(电话:0511-84440882)

## 编者的话

随着经济的发展和人民生活水平的不断提高，旅游已经成为人们生活的重要内容之一。改革开放以来，我国旅游事业取得了举世瞩目的辉煌成就。

旅游业的迅速发展对旅游学科理论提出了更加迫切的要求。旅游心理学是一门新兴学科，也是一门实用性很强的学科，对旅游行业发展有着积极的指导作用。关注旅游活动中旅游者的心理变化能够帮助人们调整旅游活动中的人际关系，促进旅游企业管理水平的提高。

“旅游心理学”是旅游管理专业的一门基础必修课程。因此，在教材的编写上，我们采用了视角较为广泛的旅游者心理—旅游服务心理—旅游企业管理心理这一模式。与国内现有同类教材相比较，本教材具有以下特点：

(1) 注重实用性。本教材采用“项目教学”的模式，以“项目为主导，任务为驱动”。每个任务均以“任务导入”开始并提出“任务聚焦”，之后为理论知识的讲述，并以“任务小结”的形式对“任务聚焦”的要点进行解答和分析；在每个任务后面都配有“思考与练习”；在每个项目后都安排了“经典案例”和“实战演练”模块，目的是通过相关案例的分析和实训的模拟加强学生对此项目的认知和理解。

(2) 内容阐述深入浅出。本书在概念范畴的界定上力求严谨清晰，在对相关理论的阐述上，采用了“课堂讨论”“案例分析”“拓展阅读”等形式，使之明了易懂。

本书由邯郸学院的杨亚芹提出整体构想并修改定稿。杨亚芹和中国环境管理干部学院的王慧元担任主编；秦皇岛职业技术学院的陶艳红和张铁兵、河北外国语职业学院的杨艳、集宁师范学院的曹晓慧、秦皇岛职业技术学院的李中晶和孙金红担任副主编；中国环境管理干部学院的荣誉、邯郸学院的王科、秦皇岛职业技术学院的胡雪峰参编。具体编写分工如下：杨亚芹编写项目一、项目四和项目八；王慧元编写项目二；陶艳红编写项目三；张铁兵编写项目十一；杨艳编写绪论和项目六；曹晓慧编写项目七；胡雪峰编写项目十；荣誉编写项目九；王科编写项目五；李中晶和孙金红负责全书“实战演练”部分的校正。杨亚芹负责全书的统稿工作。

本书在编写过程中参考了大量国内外专家学者的相关著述和文献，在此一并向他们表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，书中难免存在不当之处，敬请读者批评指正。

编者

2014年8月

# 目 录

绪 论 .....	1
一、心理学概述 .....	2
二、旅游心理学概述 .....	4
思考与练习 .....	9
项目小结 .....	9
经典案例 .....	10
实战演练 .....	11
项目一 旅游者的感知觉 .....	12
任务一 感知觉概述 .....	12
一、感觉 .....	13
二、知觉 .....	16
三、感觉和知觉的关系 .....	21
思考与练习 .....	22
任务二 旅游者的知觉 .....	23
一、旅游知觉的概念 .....	23
二、旅游知觉的影响因素 .....	24
思考与练习 .....	28
任务三 旅游者的社会知觉 .....	28
一、旅游者社会知觉的类型 .....	29
二、社会知觉偏差 .....	31
思考与练习 .....	35
任务四 旅游者对旅游条件的知觉 .....	35
一、旅游者对旅游时间的知觉 .....	36
二、旅游者对旅游距离的知觉 .....	37
三、旅游者对旅游点的知觉 .....	39
四、旅游者对旅游交通的知觉 .....	41
思考与练习 .....	42
项目小结 .....	42
经典案例 .....	43

实战演练 .....	44
项目二 旅游者的需要和动机 .....	47
任务一 旅游者的需要 .....	47
一、需要的概念 .....	48
二、需要的分类 .....	48
三、需要的特征 .....	51
四、对旅游者需要的剖析 .....	52
五、旅游与人的需要 .....	53
六、旅游者需要的划分 .....	55
思考与练习 .....	60
任务二 旅游者的旅游动机 .....	61
一、旅游动机的特征 .....	61
二、旅游动机的作用 .....	63
三、旅游动机的类型 .....	64
四、旅游动机的激发 .....	67
思考与练习 .....	77
项目小结 .....	78
经典案例 .....	78
实战演练 .....	80
项目三 旅游者的消费学习 .....	81
任务一 旅游者的消费学习概述 .....	81
一、相关学习理论 .....	82
二、旅游消费学习的含义和类型 .....	85
三、旅游消费者学习的一般特征 .....	85
四、旅游者通过学习变成成熟旅游者 .....	87
思考与练习 .....	88
任务二 旅游消费学习的过程和内容 .....	88
一、旅游消费学习的过程 .....	89
二、旅游消费学习的内容 .....	90
思考与练习 .....	93
项目小结 .....	93
经典案例 .....	93
实战演练 .....	94

项目四 旅游者的情绪和情感	95
任务一 情绪和情感概述	95
一、情绪和情感的定义	96
二、情绪和情感的区别与联系	96
三、情绪和情感的特点与内容	97
四、情绪和情感的两极性	100
五、情绪和情感的作用	101
思考与练习	105
任务二 旅游者的情绪和情感	105
一、影响旅游者情绪和情感的因素	107
二、旅游者情绪的特征	108
三、情绪和情感对旅游者行为的影响	109
四、旅游者情绪和情感的调控与激发	110
思考与练习	112
项目小结	112
经典案例	113
实战演练	114
项目五 旅游者的态度	115
任务一 态度概述	115
一、态度的概念	116
二、态度的心理结构	117
三、态度的特性	118
四、态度的形成	119
思考与练习	122
任务二 旅游态度与旅游行为	122
一、旅游态度	123
二、旅游偏好的形成	123
三、旅游态度对旅游决策形成的影响	125
四、旅游行为	128
思考与练习	130
任务三 旅游者态度的改变	131
一、态度改变理论	131
二、旅游态度的改变形式	134
三、旅游者态度改变的途径和方法	134

思考与练习 .....	137
项目小结 .....	137
经典案例 .....	138
实战演练 .....	138
<b>项目六 旅游者的人格</b> .....	<b>139</b>
<b>任务一 人格概述</b> .....	<b>139</b>
一、人格的含义 .....	140
二、人格的特征 .....	140
三、人格形成和发展的影响因素 .....	141
思考与练习 .....	145
<b>任务二 旅游者的气质</b> .....	<b>145</b>
一、气质的概念 .....	145
二、气质的类型和特点 .....	146
三、旅游者的气质与旅游活动 .....	148
思考与练习 .....	150
<b>任务三 旅游者的性格</b> .....	<b>150</b>
一、性格的含义 .....	151
二、性格形成的主要影响因素 .....	151
三、性格的特征 .....	152
四、性格的类型 .....	154
五、旅游者的性格与旅游方式 .....	156
思考与练习 .....	157
<b>任务四 旅游者的能力</b> .....	<b>158</b>
一、能力的含义 .....	160
二、能力的类型 .....	160
三、旅游者的能力与旅游活动 .....	161
思考与练习 .....	163
项目小结 .....	163
经典案例 .....	164
实战演练 .....	164
<b>项目七 旅游者的消费决策</b> .....	<b>165</b>
<b>任务一 旅游者的消费决策概述</b> .....	<b>165</b>
一、旅游者消费决策的定义 .....	166
二、旅游者消费决策的过程 .....	166



三、旅游者消费决策的类型	167
四、旅游者消费决策的方式	168
思考与练习	170
任务二 旅游者消费决策的影响因素	170
一、作为个体的旅游者	171
二、作为决策者的旅游者	173
思考与练习	176
项目小结	176
经典案例	177
实战演练	177
项目八 社会因素与旅游行为	180
任务一 文化与旅游行为	180
一、文化的概念	180
二、文化的特点	181
三、文化对消费者行为的影响	181
四、文化对旅游行为的影响	187
思考与练习	192
任务二 群体与旅游行为	192
一、群体	192
二、参考群体与旅游行为	195
思考与练习	197
任务三 社会阶层与旅游行为	198
一、社会阶层	198
二、社会阶层与旅游消费行为	202
思考与练习	203
任务四 家庭与旅游行为	204
一、家庭结构与旅游行为	204
二、家庭生命周期与旅游行为	206
三、儿童在家庭旅游消费行为中的作用	207
思考与练习	208
项目小结	208
经典案例	209
实战演练	209

项目九 旅游服务心理	211
任务一 酒店服务心理	211
一、酒店从业人员的职业意识与心理素质	212
二、前厅服务心理	215
三、客房服务心理	218
四、餐厅服务心理	222
思考与练习	229
任务二 导游服务心理	229
一、旅游者在旅游过程中的心理趋向	230
二、导游的心理品质	234
三、导游服务的主要心理策略	236
思考与练习	242
任务三 其他服务心理	242
一、风景名胜区服务心理	243
二、旅游交通服务心理	245
三、旅游者投诉心理	249
思考与练习	254
项目小结	254
经典案例	255
实战演练	260
项目十 旅游企业员工心理	261
任务一 员工个体心理差异与管理	261
一、气质差异与管理	262
二、性格差异与管理	266
三、能力差异与管理	268
思考与练习	271
任务二 企业员工激励心理	271
一、激励理论	272
二、激励理论在旅游企业中的应用	275
思考与练习	277
任务三 员工的心理保健	277
一、员工心理健康	278
二、员工挫折心理	280
三、员工心理保健	287

思考与练习	290
项目小结	290
经典案例	290
实战演练	292
项目十一 旅游企业领导者心理	293
任务一 旅游企业领导者的素质及影响力	293
一、旅游企业领导者	293
二、旅游企业领导者的素质	294
三、旅游企业领导者的影响力	296
思考与练习	298
任务二 旅游企业领导者的领导风格与艺术	298
一、旅游企业领导风格	299
二、旅游企业领导者的领导艺术	303
思考与练习	307
项目小结	307
经典案例	308
实战演练	309
参考文献	310

## 绪论

旅游心理学是心理学的一个分支，是一门应用性很强的学科。掌握好心理学的基础知识，树立科学的心理观，是研究旅游心理学的重要前提。

通过本项目学习，学生可以了解旅游心理学的学科性质和理论基础；理解旅游心理学的研究对象和研究方法；明确学习旅游心理学的意义和基本内容。



### 【任务导入】

#### 旅游心理学研究什么

心理学是研究人的行为和心理历程的科学。而旅游心理学研究的是“旅游”这一社会现象中与人有关的心理过程和行为。旅游现象所涉及的人员众多，旅游心理学不可能也没有必要一一去研究，这就涉及研究对象的选择。这是一个有争议的问题。

争议的焦点集中在要不要把旅游从业人员（包括管理者）纳入旅游心理学的研究范围。以邱扶东、贾静为代表的一派承袭了小爱德华·J. 梅奥等的观点——旅游心理学只研究旅游者，并认为这样做更具心理学色彩；而以屠如骥、刘纯等为代表的一派则认为，除了旅游者之外，旅游心理学还应当研究旅游从业人员。

近年来，随着旅游业的迅速发展及旅游研究的深入，又产生了一个新的问题，要不要研究旅游者与旅游业的互动。孙喜林等认为，研究旅游者与旅游从业者的互动是旅游心理学的取向之一。随着电子商务的发展，旅游电子商务心理进入了旅游心理学的研究范畴。

此外，旅游地居民是否应当纳入旅游心理学的研究范畴，也是一个需思考的问题。当地人的好客程度是旅游者所关注的一项重要内容。当地居民对旅游的认知、学习及其行为与心理承载力都是值得关注的话题。而事实上，一些论文已经开始关注旅游地

居民了。

(资料来源:晏鲤波:《中国旅游心理研究二十年述评》,《旅游科学》,2004年第18期,第65-69页。)

任务聚焦

旅游心理学的研究对象包括哪些?

### 理论知识

## 一、心理学概述

笼统地讲,人们的内心所进行的一切活动都属于心理活动的内容。例如,人们对客观世界的认识、人们感兴趣的活动、喜怒哀乐等情绪、克服困难完成一项工作或任务等。

### (一) 心理的实质

心理是客观世界在人脑中主观能动的反映。人的心理内容来源于客观现实和周围的环境,这是唯物主义的观点。

#### 1. 心理是人脑的机能

人类高度发达的大脑是在长期进化过程中,在生产劳动和社会生活实践中逐渐形成的。人的神经系统是大脑和大脑皮质进化的结果,经历了很长时间的进化和发展才达到现在这样高的水平,是人精神活动的器官和思维的物质基础。现代生理学充分证明了:人的意识、思维等心理活动是通过物质的器官转化而成的,是大脑的产物,也是物质的最高产物。

人的心理活动与人脑的活动密不可分。专家研究表明,人处于不同心理状态下,所获得的脑电图不同。患流行性脑炎的病人如果医治不及时或不得当,即使能保全生命,其智力也会发生障碍,严重的还会变成痴呆。日常生活的大量事实也表明,醉酒的人容易胡言乱语、失去自控能力甚至昏迷不醒,这是因为酒精影响了大脑,使大脑失去正常工作的能力,以至于不能控制机体的活动。以上事实都可以说明心理是人脑的机能,人脑是心理的器官,没有大脑是不可能产生心理活动的。

#### 2. 心理是对客观现实的反映

如果没有客观现实的作用,人脑本身是不可能凭空产生人的心理活动的。例如,当我们看到万紫千红的春天,才会产生春意盎然的有关春天的知觉。所以人的心理是对客观现实的反映。

对旅游消费者来说,客观事物主要是旅游产品和服务。旅游产品和服务以各种不同的形式(直接的、间接的,形象的、语言的,单一的、复合的、联系的等)作用于旅游消费

者的各种感官，引起脑神经的活动，便产生了感知、记忆、思维、情感、意志、个性等各种观念（或看法）形式。如若没有旅游产品和服务这个“原材料”，旅游消费者不可能凭空产生旅游消费心理。因此，旅游产品和服务的客观现实是旅游消费者消费心理的源泉和内容。

心理世界与客观现实之间不是一种机械的联系。人们面对的信息纷繁复杂，有的信息能够引起人的反应，有的则不然。另外，不同的人对客观现实的反应有不同的特点：有的人对娱乐消费兴趣大，有的人对野外探险兴趣强烈。要正确理解心理活动与客观现实之间的关系。

### 3. 心理活动是在实践中发生的

人的心理是人对客观现实积极的、能动的反映，是在实践中发生的。人对客观现实的反映受个人过去经验和个性特征（如气质、性格）的制约。因此，不同的人对于同一事物的反映是有差别的。例如，一个常住在大海边的人和一个第一次来到海边的人，对于大海的反应是不同的；一位历史系的教授和一位老农民对龙门石窟的评价是有差异的。

此外，就是同一个人，在不同时间、不同环境和不同的主观状态下，对同一事物的反映也不尽相同。例如，一个人刚搬进新家的反映与久居后的反映一定是不同的。

## （二）心理学的概念

心理学是研究人的心理现象的科学。所谓心理现象，就是指人的感觉、知觉、记忆、思维、想象、情感、意志、能力、气质、性格等。

心理现象与每一个人息息相关，人在有意识状态下每时每刻都离不开它。人们无论从事什么活动，都伴随着心理现象，而且正是在心理现象的调节下，人们的各种活动才能得以正常进行，并达到预期的目的。

## （三）心理学的发展

心理学是一门古老的科学，大约已有 2 500 年的历史。在公元前 5 世纪，苏格拉底就有了心理学方面的论述。随后，古希腊哲学家亚里士多德著有《论灵魂》一书，柏拉图提出了有关记忆理论的“蜡板假说”。17 世纪的笛卡尔等许多的哲学家，都有心理学方面的论述。中国春秋战国时代孟子的“性善论”、荀子的“性恶论”等都是对人的本性的探索。由此可见，人类在其发展的历史过程中从未中止过对自身心理因素的探索。那时，心理学属于哲学范畴，研究心理学的都是些哲学家和医生。

心理学真正成为一门独立的学科只有 130 多年的时间。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学的实验室，用自然科学的实验方法研究心理学，这使心理学从哲学中分化出来，成为一门独立的实验科学。

100 多年来，心理学研究取得了很大的进展，人们对自身心理活动的规律已经有了较

深刻的认识，并且能够利用心理活动的规律去指导实践活动。心理学对人类来说已不再是神秘而不可捉摸的了。至今，心理学已形成一个由主干学科和众多分支学科所构成的庞大体系。

### 拓展阅读

#### 人为什么会做梦

人在睡眠时，大脑仍在活动。这种活动分两种情况：熟睡状态和半睡眠状态。熟睡状态的大脑是缓慢而有规律的，这个阶段不会做梦。半睡眠状态时，大脑活动处于紧张、活跃的阶段，睡者会断断续续地做梦。

一般成年人在8小时的睡眠中，大约有20%的时间处于半睡眠状态。先是熟睡状态，接着是半睡眠状态，以后又是熟睡状态、半睡眠状态。每个周期平均大约90分钟，交替出现。

当人处于半睡眠状态时，白天的活动在大脑皮质中所遗留下来的印象及睡眠中来自体内和体外的刺激传达到大脑皮质，就会构成梦境。有时我们会感到一个梦境持续很长的时间，但实际上只有1~20分钟。而且做梦又是断断续续的，所以好像是做了几个小时的梦，其实仅仅是一种错觉。

（资料来源：丁照福：《心理现象分析百例》，农村读物出版社，1986年。）

## 二、旅游心理学概述

### （一）旅游心理学的研究对象

人是旅游活动的主体，人的心理活动对旅游活动有着决定性影响。例如，旅游者的旅游动机是什么；旅游者的个性与旅游行为有什么关系；社会风气、文化习俗对旅游者有什么影响；旅游者在旅游活动中在生理上、心理上需要得到什么样的满足；怎样的服务和管理才能使旅游者感到满意等，这些都需要从心理学的角度进行深入研究。

旅游心理学就是专门研究旅游活动中人的心理和行为及其规律的科学。其主要研究对象包括旅游者心理、旅游服务心理和旅游从业人员心理等。

#### 1. 旅游者心理

旅游活动的主体是旅游者，因此，旅游者心理及其旅游行为的发生、发展及变化规律是旅游心理学首先要研究的内容，也是旅游心理学研究的出发点和核心。对旅游者心理的研究包括旅游者的感知觉、旅游者的需要和动机、旅游者的情绪和情感、旅游者的态度、旅游者的人格、旅游者的消费决策及旅游者的旅游行为等内容。

从旅游业发展角度而言，了解旅游者是做好旅游工作的前提。要真正了解旅游者，就

必须了解旅游者的心理和行为规律,在此基础上才能正确理解并预测旅游者的行为,从而更好地为旅游者服务,开展旅游经营活动,发展旅游业。

### 2. 旅游服务心理

旅游服务心理包括旅游企业的消费服务心理、旅游交通服务心理、旅游饭店服务心理、旅行社服务心理、旅游企业售后服务心理等。

### 3. 旅游从业人员心理

旅游企业经营的成败取决于其管理和服务。旅游产品包括有形产品和无形产品两大类。其中,无形产品要通过员工与旅游者打交道来完成其生产、消费过程。这类产品质量具有不确定性,对其生产过程非常难控制,它的高质量生产只能依赖高素质的员工自觉完成。作为管理者,首先要把员工放在第一位,尊重员工、善待员工,充分调动员工的积极性,而要做到这些,就要了解员工的心理。



### 【任务小结】

旅游心理学主要研究旅游者心理、旅游服务心理和旅游从业人员心理。这三方面构成了旅游心理学的主体。



### 拓展阅读

#### 旅游心理学的产生与发展

旅游心理学产生于20世纪70年代末,最早散见于一些学者在报刊上发表的有关于旅游中心理问题研究的文章。1981年,美国CBI公司出版了由佛罗里达中心大学老迪克·波普旅游研究所所长小爱德华·J.梅奥和商业管理学院副院长兰斯·P.贾维斯编著的《旅游心理学》。该书首次从行为科学角度考察旅游和旅游业,从心理学角度分析研究旅游者的旅游行为,由此揭开了旅游心理学研究的序幕。日本等一些国家的学者也相继开展了旅游心理学的研究。目前,旅游心理学的研究在我国还处于开创时期。20世纪80年代以来,我国旅游心理学的专家、学者在这一领域勤奋工作、不断探索,先后出版了一些著作。这些著作在吸收、借鉴国外理论的同时,注意结合我国国情和旅游业的实际,为我国旅游心理学的发展奠定了基础。

(资料来源:麻益军等:《旅游心理原理与实务》,旅游教育出版社,2005年。)

#### (二) 旅游心理学的研究方法

##### 1. 观察法

观察法是指研究者在自然条件下,有目的、有计划地直接观察被观察者的外部表现,



了解其心理活动产生和发展规律的方法。旅游心理是旅游中的人在脑内进行的，不可能被直接观察到。但它决定、支配旅游活动中的行为，必然通过旅游者和旅游从业人员的言语、表情、动作表现出来。研究者只要有目的、有计划地系统观察、研究，是可以了解他们的心理状态、心理特征及规律的。

运用观察法，要求观察者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，要注意捕捉各种现象，准确、详细地做好观察记录；观察后，要认真整理和分析观察记录的材料，从而引出科学的结论。

观察法的优点在于能保持被观察者的心理及行为的自然性和客观性，所得材料客观可靠；缺点是由于研究者处于被动地位，只能消极地等待其所需要的现象发生，对所观察的现象不易做定量分析。

### 2. 调查法

调查法是指对不能直接观察的心理现象，通过调查、访问、谈话、问卷等方式搜集有关资料，以间接了解被调查者的心理和行为的一种方法。调查法主要包括谈话法、问卷法等。

#### (1) 谈话法

谈话法是通过研究者与被调查者进行面对面的交谈，收集口头资料的一种调查方法。这种方法具有直接性、灵活性、适应性、高效性等特点，但谈话者的谈话技巧、知识与能力、性格等会直接影响调查的结果。因此，需要选择合适的谈话者并加以培训。

#### (2) 问卷法

问卷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。

问卷设计是问卷法的关键环节，也是一项科学而严谨的工作，一般要有专业人员参与，或在专业人员的指导下来做。

问卷法在实际应用中，可采取开放型问题和封闭型问题两种类型。

- **开放型问题：**让被调查者对每一个问题根据自己的情况自由作答。例如，你对某旅游景点有何评价？您希望旅行社还应该在哪些地方进行改进？此类问卷常用于探索性研究。开放型问卷能得到生动、丰富的原始资料，有时还能得到研究者没有考虑到的信息，但所得资料不易进行编码和统计分析。
- **封闭式问卷：**在提出问题的同时提供若干个备选答案，要求被调查者从中选择符合自己意愿的答案。例如，你认为本酒店还应该在哪些方面进行改进？（交通、饮食、住宿、购物）

问卷法的优点是能同时进行大规模的群体调查，快速收集大量资料，而且对结果可以进行定量分析。问卷法的缺点是纸笔测验受文化水平的限制；同时，被调查者回答问卷的认真程度各不相同，将会影响结果的分析，降低研究结果的可信度。因此，只有问卷回答的质量高，问卷才能成为一种有效的测量工具。