



高等教育旅游管理专业“十二五”规划教材

第三版

旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

李广春 张宏慧 主编



郑州大学出版社



高等教育旅游管理专业“十二五”规划教材

第三版

旅游心理学

LÜ YÓU XÍN Lǐ XUE



李广春 张宏慧 主编

郑州大学出版社

郑州

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/李广春,张宏慧主编. —3 版, —郑
州:郑州大学出版社,2012.3
高等教育旅游管理专业“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5645-0707-7

I. ①旅… II. ①李…②张… III. ①旅游心理学—
高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 038732 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:王 锋

全国新华书店经销

河南地质彩色印刷厂印制

开本:787 mm×1 092 mm 1/16

印张:17

字数:413 千字

版次:2012 年 3 月第 3 版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

印次:2012 年 3 月第 3 次印刷

书号:ISBN 978-7-5645-0707-7

定价:29.00 元

本书如有印装质量问题,请向本社调换



作者名单

主 编	李广春 张宏慧
副主编	殷小燕 蒋冰华 刘 昱
编 委	(按姓氏笔画排序)
	丁雨莲 马宝霞 刘 昱
	李广春 张宏慧 殷小燕
	郭二艳 蒋冰华



内容提要

本书为高等教育旅游管理专业“十二·五”规划教材之一，全书系统地介绍了旅游心理学的基本内容：旅游消费心理、旅游服务心理、旅游企业管理心理等。

本书力求从旅游业的实践出发，理论联系实际，为激发学生学习兴趣，提高实际操作能力，每章均有学习目标、引导案例、本章小结、复习思考及案例分析等。既可作为高校旅游管理专业学生的教材用书，也可作为旅游从业人员与心理学爱好者的阅读和参考用书。

本书在编写过程中注重知识的系统性、准确性、实用性，在内容上力求难易适度，条理清楚。



编写说明

2002 年《高等教育旅游管理专业统编教材》和 2006 年《高等教育旅游管理专业“十一·五”规划教材》相继出版。近 10 年来,这两套教材得到了全国各地旅游院校的热情支持,在国内具有相当大的影响力。我们深怀感激,同时也感受到肩上那份沉甸甸的责任。

近 10 年来,我国旅游行业飞速发展,旅游业总收入从 2002 年的 0.56 万亿元增长到 2010 年的 1.57 万亿元。高等旅游院校数量从 2002 年的 400 余所增长到 2010 年的 800 余所;在校学生也从约 16 万人增长到 50 万人左右。接下来的“十二五”时期是我国旅游业大发展的黄金期,也是旅游业调整结构、转变发展方式的关键时期。《国务院关于加快发展旅游业的意见》提出把旅游业培育成为国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业,力争到 2020 年我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平的战略目标。旅游人才是实现战略目标、调整结构、转变发展方式的决定性因素,在旅游业发展中具有优先发展的战略地位,具有大专及以上学历的旅游人才,将由目前的 272 万人达到 2015 年的 347 万人。

这样的大环境要求旅游教材与时俱进,不断完善内容体系、吸纳新的研究成果、丰富表现形式,反复锤炼提升品质。近 10 年来,我们始终定位于服务培养应用型人才的目标,先后组织了数十次的调研活动,认真归纳了来自全国上百所旅游院校的反馈意见,不断改进,坚持“多些研究性成果,少些剪辑性成果”,“多些操作性内容,适度理论性内容”,“多些创新性东西,适度继承性东西”,力求做出精品教材。

本次的《高等教育旅游管理专业“十二五”规划教材》,正是在这个大背景下诞生的,已经算是第三版了。参照《国家中长期人才发展规划纲要(2010—2020年)》和《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》,我们组织了120多名专家、领导和一线教师,经过反复研讨,针对上版教材的最终调整和改进如下:

1. 优化教材体系。根据教学实际,舍弃了部分不合旅游业发展现状的教材品种,增加了新的品种。

2. 优化教材内容。综合实践和教学需要,合理构建教材内容,有些调整了章节内容,有些甚至调整了编写方向,内容较上版变化较大。同时吸纳了最新的研究成果,更新了知识陈旧的部分。

3. 突出案例教学。增加了大量具有经典性和代表性的新案例,更加贴合“应用型人才”培养目标要求。另外也配备了教学课件,以方便教学需要。

本次教材的顺利出版,离不开全国广大旅游院系的大力支持,我们再次深表谢忱,囿于篇幅在此不一一列举。

教材总是随着时代发展而不断完善,对于书中出现的不尽如人意之处,敬请各位专家和读者继续给予批评指正。



前 言

旅游心理学是心理学的一个分支,是把心理学的研究成果和一般原理运用到旅游领域而形成的一门新兴学科。它是应社会发展和旅游学科发展的需要而产生的,是旅游学科丛中一门重要的学科。近年来,旅游业的竞争日趋激烈,旅游企业作为市场竞争的主体,要想争取到更多的客源、获取更大的市场份额,就必须以旅游者为中心,对旅游者进行全面、系统的研究。与其他消费者不同,旅游者除了物质需要外,更注重的是精神需要和心理满足。因此,学习和研究旅游心理学,有助于了解和把握不同旅游者的特点,有针对性地提供旅游产品和服务,提高旅游服务水平和旅游者的满意度。此外,旅游从业人员对旅游心理学基本理论和方法的学习和掌握,有助于科学合理地开发旅游资源和安排旅游设施;有助于旅游业建立一支高素质的人才队伍;有助于提高旅游企业的经营和管理水平。

国外对旅游心理学的研究始于20世纪70年代末,最早散见于一些学者在报刊上发表的关于旅游心理学问题的研究文章。1981年,美国佛罗里达大学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.贾维斯共同编著的《旅游心理学》一书出版,标志着旅游心理学的诞生。1985年南开大学旅游系编译出版了这本书,这部书的翻译出版为中国旅游心理学研究和发展起到了重要的启示作用,随后我国学者主编的《旅游心理学》也相继问世。在二十多年的研究中,出现了大量有关旅游心理学研究的论文、教材和专著。这些教材论著对旅游心理学的研究大致分为三种思路:其一,以旅游消费者为对象,研究旅游者消费行为的规律。旅游部门的一切活动都是围绕旅游者展开的,没有旅游者一切都是空谈。其二,研究旅游者和旅游工作者的互动关系。其三,将旅游心理学定义为研究旅游活动中人的心理现象和行为规范,其研究对象包括旅游者、旅游从业人员和旅游企业管理者,主要内容则包括了旅游者心理、旅游服务心理及旅游企业管理心理等。其中,第三种思路在我国最具代表性,使用也最为广泛,它较为全面地

展示了旅游心理学的学科理论体系。本书的编写采用了第三种编写思路,在借鉴前人研究成果、结合新形势、研究新问题的过程中,力求做到:

(1)理论上的系统性 旅游心理学是心理学的一个应用分支学科,它的理论来源具有广泛性,不仅有普通心理学的理论,还有社会心理学、管理心理学、行为科学和社会学等学科的基础理论。因此,本书在编写过程中,注重借鉴多学科的理论知识,从而保证旅游心理学理论的系统性和综合性。

(2)内容上的完整性 旅游心理学研究对象涉及的旅游活动主体为旅游者、旅游从业人员和旅游企业管理者。本书在内容编排上围绕这三大主体展开,即旅游消费心理、旅游服务心理和旅游企业管理心理。在研究旅游消费心理时,从影响旅游者决策和旅游消费心理及行为的内部原因和外部原因进行分析,其中内部影响因素主要有旅游者的需要、动机、态度、学习等,外部影响因素主要有社会环境和群体因素等。旅游服务心理,主要包括旅游服务的心理要求、旅游服务的心理策略、导游服务心理、旅游服务人员的心理素质与职业意识等。旅游企业管理心理,主要包括旅游企业员工心理和领导心理。本书在兼顾以上三方面内容的同时,突出了对旅游者消费心理的研究。

(3)结构上的合理性 在结构安排上,每章前有学习目标、学习重点与难点、引导案例,既使教师清楚教学思路,又使学生领会本章主旨;中有案例分析和资料拓展,案例引发学生的思考和借鉴,资料拓展则丰富学生相关方面的知识;后有每章小结、重点概念、思考与练习、案例分析等,既方便教师教学,也有助于学生自我检测和提高。

(4)理论与实践相结合 本书在编写中,十分注重将理论教学和案例教学相结合,注重将案例教学贯穿整个教材始终,构建了一套相对完整的案例教学体系。每一章以引导案例的形式,引发学生对某一旅游活动现象的思考和学习兴趣;章节中间,通过案例分析的应用加深学生对基本理论知识的学习和掌握;每章课后的案例分析题,则能有效地培养学生分析问题和解决问题的能力,充分体现理论与实践、知识与素质能力培养的结合。

本书由李广春任主编,负责大纲的设置、内容的统编、稿件的审定。参编人员以旅游心理学教学第一线的任课教师为主,确保了教材的实用性。具体分工如下:第1、7、10章由许昌学院张宏慧编写;第2、5章由平顶山学院马宝霞编写;第3章由郑州航空工业管理学院李广春编写;第4、6章由郑州航空工业管理学院殷小燕编写;第8章由安徽农业大学丁雨莲编写;第9章由河南农业大学郭二艳编写;第11、12章由安阳师范学院蒋冰华编写;第13、14章由郑州大学刘昱编写。

本书在编写过程中,参考了部分心理学、社会心理学、管理心理学、社会学和旅游心理学等论著和教材,借鉴了同行的研究成果及最新研究文献,在此向各位专家学者表示最衷心的感谢!

由于旅游心理学是一门新兴的学科,也是一门应用性很强的学科,还需要在实践中不断地丰富和发展其内容,从而完善其学科体系,因此,尽管各位编者在编纂过程中作出了很大努力,但囿于时间仓促和水平有限,疏漏之处在所难免,敬请各位同行、专家与读者不吝赐教。

编者

2011年7月



目 录

1	旅游心理学概述	1
1.1	旅游心理学的基本问题	2
1.2	旅游心理学的理论基础	8
2	旅游消费行为的基本动因	17
2.1	旅游者的需要	18
2.2	旅游者的兴趣	26
2.3	旅游动机	28
2.4	旅游者的目标	35
3	旅游者的感觉与知觉	40
3.1	旅游者的感觉	41
3.2	旅游者的知觉	45
3.3	旅游中的社会知觉	52
4	旅游者的情绪和情感	59
4.1	情绪和情感概述	60
4.2	旅游者的情绪和情感	66
5	旅游者的态度和行为决策	72
5.1	态度概述	73
5.2	旅游者的态度与旅游行为决策	78
5.3	旅游者消费态度的改变	83
6	旅游者的学习	89
6.1	学习概述	90
6.2	旅游者的学习	95

7	旅游者的个性	103
	7.1 个性概述	104
	7.2 个性与旅游行为	108
	7.3 旅游者的个性表现	116
8	旅游者的社会心理	122
	8.1 群体与旅游消费行为	123
	8.2 家庭与旅游消费行为	129
	8.3 社会阶层与旅游消费行为	132
	8.4 社会文化与旅游消费行为	136
9	旅游服务概述	141
	9.1 旅游服务与旅游服务质量	142
	9.2 优质服务与服务心理	145
10	旅游环节服务心理	151
	10.1 旅游饭店服务心理	152
	10.2 旅游交通服务心理	156
	10.3 旅游商品服务心理	159
	10.4 导游服务心理	163
11	旅游服务人员的心理素质与职业意识	173
	11.1 旅游服务人员应具备的心理素质	174
	11.2 旅游服务人员的职业意识	181
12	旅游企业员工心理	191
	12.1 旅游企业员工的个体差异与管理	192
	12.2 旅游企业员工工作动机的激发	202
	12.3 旅游企业员工的情绪管理	206
	12.4 旅游企业员工的挫折心理与管理	211
13	旅游企业领导者心理	221
	13.1 领导者的管理角色与影响力	222
	13.2 旅游企业领导者的风格与艺术	228
	13.3 旅游企业领导者的心理素质与心理调整	235

14	旅游企业的群体心理管理	242
14.1	旅游企业活动中的群体行为	243
14.2	旅游企业的群体行为管理	249

旅游心理学概述

学习目标→

旅游心理学是一门研究旅游活动中人们的心理活动及其规律的科学。通过本章的学习,一方面,要求学生明确旅游心理学的学科性质,认识学习旅游心理学的重要意义,了解旅游心理学的研究内容,掌握旅游心理学的研究方法,并在此基础上形成初步的研究旅游者心理的能力;另一方面,使学生了解旅游心理学的主要理论支柱,并能够全面运用心理学和行为科学的理论,去揭示旅游活动中人的心理和行为规律。

学习重点与难点→

1. 旅游心理学的含义。
2. 旅游心理学的研究内容。
3. 旅游心理学的研究方法。
4. 人的个性心理及心理实质。

引导案例:由不成功的广告引起的

美国人曾经为了开拓英国的旅游市场,对英国人进行了调查,问他们在决定访问美国时考虑的最重要的因素是什么。英国人毫不犹豫地回答:“费用。”根据这些调查,美国人在英国展开了一场昂贵的广告宣传。广告说:“去美国旅游的费用,要比你们想象的更便宜,一天花 15 美元,就能观赏美国。”按照这个推广计划,理应有成千的新游客去美国旅游。可是事与愿违,只去了数百名游客。

美国旅游局决定对英国人的心理状态进行深层次的调查。最后发现,从表面上看,英国人认为费用是一个障碍,而他们真正害怕的是在美国可能看到的那些东西——耸入云霄的摩天大楼、复杂的公路系统、令人毛骨悚然的消费经济;他们担忧的是,英国正步美国的后尘,休闲宁静正遭到破坏,几年或几十年后,英国将变成美国。在深知英国人的旅游心理后,美国改变了宣传的内容,大力宣传科罗拉多大峡谷、尼亚加拉瀑布、黄石公园等自然风光,这种着眼于旅游心理的宣传吸引了众多的英国游客。



美国人的旅游心理宣传为什么能取得成功?旅游者在旅游活动中有哪些心理现象?什么是旅游心理学?旅游心理学研究的对象是什么?研究旅游心理学有何重要意义?旅游心理学作为一门新兴学科,它的理论基础又是什么?这些都是我们本章需要解决的问题。

【本章导读】

我国古代有句谚语:“在家千日好,出门一时难。”但当今社会为什么每年都有数以百万、千万计甚至数以亿计的人,离开他们温暖的家,不畏劳苦,千里跋涉,出去旅游?同为旅游者,为什么有人愿意游山,而有人愿意玩水?在选择交通工具时,为什么有人喜欢坐飞机,而有人喜欢坐火车或轮船?所有这些都是旅游心理学要解决的问题。旅游心理学是从心理学的角度,运用心理学的研究方法探讨旅游活动中人的心理活动和行为规律的科学,它是在旅游学和心理学这两门学科的理论基础上产生的,既是心理学的分支,又是旅游专业中的基础学科。因此,了解旅游心理学的研究对象、研究方法和研究意义,弄清旅游心理学的理论基础,这对于提高旅游服务质量,促进旅游业的发展将具有重要意义。

1.1 旅游心理学的基本问题

1.1.1 旅游心理学是一门科学

旅游心理学是一门介于旅游学和心理学之间,有自己独立研究对象的边缘学科,也是一门应用性很强的学科。它的起步与发展,一方面是因为旅游的普及、旅游人数的激增和旅游业的兴旺;另一方面也得益于相关学科的研究成果。

旅游是一项很古老的活动,中外历史上都有不少关于古代旅行家的记载。两千多年以前,我国就有“仁者乐山”、“智者乐水”之说。古代的旅游常常是以贸易、战争、宗教活动、探险求知以及文化交流等为目的而进行的,只有少数达官显贵是为了娱乐而旅游的。产业革命以来,科技进步、生产力提高、经济发展为现代旅游业的形成提供了可能。第二次世界大战后,随着世界经济高速发展,交通运输工具进步,人们休闲假期增多,因此,大众化旅游迅速普及,现代旅游业也随之蓬勃兴起。1999年12月2日,世界旅游组织秘书长弗朗切斯科·弗兰贾利在法国沙莫尼召开的“世界旅游峰会”上说:“1960年,全球游客人数仅7 000万,旅游收入只有70亿美元;1998年,游客增至6.35亿人次,收入达到4 450亿美元。”他预测,2020年全球游客人数将达15亿,旅游收入总和将达20 000亿美元。

我国历史悠久,文化丰富,地域广阔,民族众多,旅游资源多样而独特。改革开放以来,旅游事业迅速发展。据统计,1978年,我国入境游客为180.9万人次,居世界第48位,旅游创汇仅2.63亿美元,居世界第41位;而到1998年,我国入境游客为6 437.8万,居世界第6位,旅游创汇收入126亿美元,居世界第7位。短短20年间,我国实现了由旅游资源大国向旅游经济大国的历史性跨越。

国际旅游业的迅速发展促成旅游学的产生。旅游学研究旅游活动的发生原因、形态





结构、运动规律和它所产生的各种外部影响,旅游活动包含旅游者活动和旅游产业活动两方面。旅游活动的主体是人,要想深入了解旅游现象,就必须了解人的行为,把握旅游者和旅游从业人员的心理。随着旅游学研究的深入,人们逐渐把视线投向人的心理,借鉴心理科学的研究成果,探寻旅游行为的规律。在这种情况下,一门新的科学——旅游心理学应运而生。旅游心理学是心理学科领域的一个新的分支,是心理学基本原理在旅游领域的应用。它不仅研究旅游者和旅游从业人员在旅游活动过程中产生的心理活动及其变化规律,还要研究如何遵循这些规律去指导旅游业的服务、管理工作。

1.1.2 旅游心理学研究的对象

每一门学科都有自己的研究对象,旅游心理学也有其独特的研究对象和领域。狭义的旅游心理学,只研究旅游者即旅游主体的心理;广义的旅游心理学则不仅研究旅游者的心理,而且研究旅游业开发、经营、管理、服务的心理依据。所以,旅游心理学的研究对象主要是旅游者心理、旅游服务心理、旅游管理心理,这三方面构成了旅游心理学的主体。

1.1.2.1 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。具体来说,旅游心理学应该研究旅游者的旅游知觉、旅游需要、旅游动机、旅游学习、旅游态度、个性,以及社会客观因素对旅游行为的影响。

从旅游业发展的角度来讲,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规律和行为规律,在此基础上才能更好地为旅游者服务,正确理解并预测旅游者的行为,从而更好地开展旅游经营活动,发展旅游业。

1.1.2.2 旅游服务心理

旅游活动是旅游者和旅游从业人员的共同协作活动,旅游从业人员是为旅游者服务的。在现代旅游中,没有旅游从业人员服务的旅游活动是不可想象的。旅游从业人员包括企业经理、部门经理、主管及从事具体服务工作的人员,如服务员、导游、售货员、司乘人员、医务人员、救生员、清洁工等。旅游服务的优劣,会对旅游者的心理产生很大影响。旅游服务如果能适应旅游者的需要、动机、兴趣,就会获得较好的旅游心理效应。因此,旅游从业人员心理活动的特点、心理调适、旅游服务与旅游者心理的协调都是旅游心理学的研究对象。

1.1.2.3 旅游管理心理

旅游活动要想顺利进行并取得良好效果,离不开旅游业的管理工作。旅游企业兴衰的关键在服务质量,而服务质量取决于企业管理。搞好旅游管理工作,必须重视研究旅游管理心理,即研究如何调控旅游企业中的个体行为、群体行为与领导行为,研究如何在管理工作中遵循人的心理规律而采取有效的措施,充分调动员工的积极性,激励员工创造性地开展工作,针对企业员工的心理特点开发利用人力资源。

1.1.3 旅游心理学研究的原则

科学研究只有在一定的方法论的指导下,才能取得较大的进展和丰硕的成果。在旅



游心理学研究过程中,要想得出正确的结论,建构严密的体系,必须从学科特点出发,遵循科学的原则。

1.1.3.1 客观性原则

在旅游活动中,人们的心理活动不断受到外界环境的刺激而发生变化,同时,心理活动的内容也来源于客观现实,是对客观现实的反映。因此,研究者应该遵循实事求是的基本原则,选用正确的研究方法,如观察法、调查法、问卷法,对旅游活动中人们心理活动作客观的深入分析,只有这样,才能够科学地去理解人们在旅游活动中的心理和行为特点,找出其规律性,以达到旅游心理学的研究目的。

遵循客观性原则来研究旅游心理,要求研究者要用辩证唯物主义的观点,坚持实事求是的科学态度,从获得的真实材料出发,运用科学方法去分析和发现事物的内在规律,反对主观臆测、妄加论断,反对唯心主义。

1.1.3.2 发展性原则

世界上万事万物都处于不断运动和发展变化中,旅游活动中人的心理也是如此。一个旅游者面对不同的旅游对象,会产生不同的心理状态,即使面对同一旅游对象,在不同时期产生的心理状态也会不一样。当今世界日新月异,整个社会的旅游心理正发生着深刻的变动,这就要求研究者把旅游心理看做是一个动态发展的过程,防止用静止、凝固的眼光看待心理现象。

1.1.3.3 系统性原则

人的心理本身是一个复杂的、多层次的动态系统,和外在的社会、文化、客观对象存在着互动关系。因此,旅游心理学一定要对旅游者心理现象进行全面的、系统的考察和分析,必须考虑到各种内外因素的影响及制约,考虑到心理活动的动态性,决不能把研究对象当做孤立的事物来研究,防止在研究中只抓住一点就得出片面结论的做法。

1.1.3.4 综合性原则

作为一门边缘学科和新兴学科,旅游心理学的研究必须根据本学科的特点,综合运用心理学、旅游学、经济学、管理学、社会学等相关学科的知识,吸收有益的养分,借鉴有效的研究方法。这些知识和研究方法将使旅游心理学研究的进展迅速而有效。

1.1.3.5 实践性原则

旅游心理学的研究要分析旅游者以及旅游从业人员在旅游活动、旅游服务工作中的心理特点和行为特征,而他们的心理和行为特征是与旅游、旅游服务这个社会实践不可分离的,社会实践活动对人的心理起着制约作用。脱离旅游活动的实际来“闭门造车”,或者把自己的主观臆测和客观存在混为一谈,理论与实际相脱节,旅游心理学的研究工作就会走到歪路上去,就不可能取得可靠的研究成果。

1.1.4 旅游心理学的研究方法

旅游心理学是一门应用性学科,它的研究对象是旅游活动中活生生的人。这一特点要求我们一方面要掌握心理学的理论基础,因为旅游心理学是心理学的分支学科,是以心理学、行为科学等理论为指导的;另一方面,还要研究旅游这种社会现象以及旅游业的工作特点,熟悉旅游业务。总之,研究现代旅游心理学的前提条件是,既要借助于心理学的





基础理论,又要深入旅游实践活动。

心理学是一门边缘学科,其研究方法往往兼有自然科学和社会科学两方面的特点,旅游心理学是心理学的分支学科,其研究方法也具有此类特点。由于旅游心理学的主要研究对象旅游者,是一个特殊群体,具有空间上的流动性、时间上的短暂性与构成上的复杂性等特点,因此在研究方法上与普通心理学有不同之处,可重点采用以下一些基本方法进行。

1.1.4.1 观察法

观察法是在自然情况下,有计划、有目的、有系统地直接观察被研究者的外部表现,了解其心理活动,进而分析其心理活动规律的一种方法。观察法应在自然条件下进行,研究者不应去控制或改变有关条件。否则,被研究者行为表现的客观性将受到影响。观察法的优点在于能保持被观察者心理及行为的自然性和客观性,所得材料客观可靠;缺点是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,对所观察到的现象不易作定量分析。

1.1.4.2 调查法

调查法是通过调查、访问、谈话、问卷等方法搜集有关资料,间接了解被研究者心理和行为的一种方法。调查法主要包括访谈法、问卷法、材料分析法等。

访谈法是研究者通过与访谈对象面对面的交流,在口头信息沟通中了解访谈对象的心理状态,从而掌握所需材料,实现调查目的的一种方法。访谈法具有较好的灵活性和适应性。访谈者也可以根据访谈时的情况变化而调整访谈的内容与时空,为达到预期的调查目的而灵活运用这种方法。访谈对象可以不受文化程度、价值观念、个人性格及年龄的限制,为访问者提供所需要的口头资料。它的不足之处是标准化程度低、规模小、费时多,常常给最后的分析带来一些困难。所以,这种方法一般应用于对那些深层次旅游心理问题的探讨研究上。

问卷法是调查者根据研究内容的要求设计调查表,由被调查者填写,然后汇总调查表,进行整理、分类、分析研究的方法。问卷法可将调查的目的和内容通过调查表清楚地反映出来,并能在较短的时间内大面积地了解消费者的需求倾向、兴趣、态度、购买动机和价值观念等因素。通过问卷调查,不仅可以了解消费者现期的心理和行为,而且可以了解消费者预期的消费心理和行为。

材料分析法是指研究者利用各种资料对旅游活动中的有关人员进行全面分析,并对各类对象进行旅游心理比较的研究方法。比如,对不同年龄、性别、职业、文化程度、宗教信仰的旅游者进行分析;对不同国家、地区、种族、民族的旅游者进行分析,从而找出同类人群共有的心理特点,并对不同群体的人进行比较,从中发现他们的差异,制定差异化的产品策略和服务策略,满足旅游者个性化的需求。这种方法花费时间较少,费用较低。虽然所用资料与调研对象有一定差距,准确性和时效性都较差,结论对解决问题也不太适用,但目前多数市场调研都是采用此种方法。

1.1.4.3 实验法

实验法是有目的地严格控制或创设一定的条件,人为地引起某种心理现象产生,从而对它进行分析研究的方法。实验法有两种形式:实验室实验法和自然实验法。

