

遊客社經地位、渡假生活型態與其旅遊消費行為關係之研究 - 以墾丁地區遊客為例

黃裕智、鄭健雄，邊瑞芬

E-mail: 9226631@mail.dyu.edu.tw

摘要

消費者消費行為的特性和形成，會受到文化因素、社會因素、個人因素、心理因素的影響(Kotler, 1997)，從不同層面的影響因素去探討消費行為，有助於消費者行為的瞭解，本研究主要是從影響消費者行為中的個人因素和社會因素去探討旅遊消費行為，並加以檢視遊客的社經地位與渡假生活型態對於旅遊消費行為的影響。本研究運用鄭健雄教授在墾丁作問卷調查而取得的資料，該次調查抽樣地點選定墾丁地區，抽樣設計採便利抽樣，調查時間為2002年3-4月間，總計訪問443位遊客，有效問卷420份。將有效樣本進行驗證性因素分析，由12個題項抽取出四個渡假生活型態構面，分別為家庭旅遊者、週末旅遊者、社交聯誼者、享受生活者。另外，在信度檢定方面，以Cronbach's 係數來了解測量工具的內部、一致性；亦得到各個隱性變項都具有不錯的內部一致性。經由LISREL驗證社經地位、渡假生活型態與旅遊消費行為之關係，在配適度指標方面，得到卡方值比率為2.59，GFI為0.88、AGFI為0.83、RMSEA為0.068、RMR為0.1，顯示出整體模式之配適度尚可接受，研究所得的結果與發現如下：1.遊客的社經地位愈高其住宿消費水準愈高。2.遊客的社經地位愈高愈偏向渡假生活型態為高級享受者，愈不偏向渡假生活型態為社交聯誼者。3.渡假生活型態能夠有效解釋遊客的渡假行為，在住宿消費水準方面受到渡假生活型態為享受生活者的顯著正向影響，同時受到社交聯誼者的顯著負向影響，一如預期週末旅遊於住宿消費水準並無顯著影響。在旅遊頻率方面，家庭旅遊者對於旅遊頻率則有顯著的正向影響，也如預期社交聯誼者對於旅遊頻率並沒有顯著影響。4.社經地位、渡假生活型態同時皆會對旅遊消費行為產生影響。

關鍵詞：社經地位，渡假生活型態，旅遊消費行為，線性結構關係

目錄

第一章 緒論	1	第一節 研究緣起與目的	1	第二節 研究重要性	5	第三節 研究限制	7
第二章 文獻探討	8	第一節 消費者行為	8	第二節 社經地位與旅遊消費行為	16	第三節 渡假生活型態與旅遊消費行為	29
第三章 研究設計	40	第一節 研究架構及研究假設	40	第二節 變項的操作性定義與衡量	47	第三節 問卷設計與抽樣方法	51
第四章 研究結果	52	第一節 受訪遊客樣本基本特性與旅遊消費行為描述	58	第二節 內部一致性與整體模式配適度分析	68	第三節 驗證遊客社經地位與旅遊消費行為的關係	76
第五章 結論與建議	80	第一節 研究發現與結論	80	第二節 建議	84	第三節 驗證遊客渡假生活型態與旅遊消費行為的關係	86
第六章 參考文獻	90	第一節 研究發現與結論	90	第二節 建議	92	第四節 驗證社經地位、渡假生活型態與旅遊消費行為之關係	96
附錄	96	一、中文部份	96	二、英文部份	103	第五節 驗證遊客社經地位與旅遊消費行為的關係	103
附錄一	114	附錄二	114	附錄三	115	第六節 驗證遊客渡假生活型態與旅遊消費行為的關係	116
附錄四	116	附錄五	117	附錄六	118	第七節 研究結果總結	118
附錄六	118	附錄六	122				

參考文獻

- 一、中文部份 1. 王淑琴，(1997)。兩岸三大都會區生活型態與購買決策過程之關係比較研究 - 以運動休閒用品為例。文化大學國際企業管理研究所碩士論文。
2. 左如芝，(2002)。商務旅館服務與住客消費行為之研究 - 以台中永豐棧麗緻酒店為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
3. 白乙婷，(1999)。社會階層和健康概念對農產品消費決策的影響 - 以水果消費為例。台灣大學農業推廣教育研究所碩士論文。
4. 朱文妮，(2000)。台灣地區文化消費行為中的區分現象。東吳大學社會學系碩士論文。
5. 江佳慧，(2002)。家庭休閒消費支出結構之研究。輔仁大學應用統計研究所。
6. 行政院主計處網站，<http://dgbasey/gov.tw>。
7. 何志南，(2001)。住宅消費意向模式之建構與分析。成功大學都市計劃學系碩士論文。
8. 何淑貞，(1996)。消費者行為之探討。育達學報，第10期，

頁60-65。9. 吳秀珍, (2000)。使用者態度與使用行為意向關係之研究---以農產品行銷資訊系統為例。中興大學行銷研究所碩士論文。

10. 吳幸容, (2002)。行動電話消費者滿意度之研究。私立長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。11. 吳明隆, (2000)。SPSS統計應用實務。台北:松崗圖書資料股份有限公司。12. 吳國順, (1993)。國人出國旅遊市場區隔及消費者行為分析」。中央大學企業管理研究所碩士論文。13. 李孟哲, (2001)。會員制休閒渡假中心會員生活型態與消費行為之實證研究 以統一健康世界鄉村俱樂部為例」。世新大學觀光學系碩士論文。14. 李昭蓉, (1994)。台北市家庭豬肉消費行為之研究。臺灣大學農業經濟學研究所碩士論文。15. 李詩琦, (2000)。統計方法應用於銀行顧客滿意度模式之研究。成功大學統計學系碩士論文。16. 李榮生, (2002)。台北市不同社經背景家庭飲食健康與消費型態研究。臺灣師範大學家政教育研究所碩士論文。17. 周宇貞, (1999)。知覺品質與參考價格對消費者知覺價值與購買意願之影響。東吳大學商學院企業管理學系碩士論文。18. 周麗芳, (1996)。不同社會階層、生命週期、區位之家庭消費型態研究。台灣大學農業推廣教育研究所碩士論文。19. 林介勝, (2000)。影響台灣電子股報酬之共通因素研究 - 以LISREL探討各影響因素間的可能關係。臺灣大學財務金融學研究所碩士論文。20. 林宏偉, (2002)。行為意圖整合模型中品質與價格知覺的角色 - 以加油站為例。大同大學事業經營研究所碩士論文。21. 林佩儀, (2000)。企業經理人之知覺品質、品牌聯想、生活型態與消費行為關聯性之研究 - 以國際觀光旅館業為例。成功大學企業管理研究所碩士論文。22. 林威呈, (2001)。台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究。中山大學企業管理研究所碩士論文。23. 林建宏, (2002)。社會階層與流行音樂關係探究。文化大學新聞研究所碩士論文。24. 林建煌, (2002)。消費者行為。臺北:智勝文化事業有限公司。25. 林雯華, (2000)。連鎖速食餐廳消費者生活型態與折價券使用態度及行為之相關研究。文化大學觀光事業研究所碩士論文。26. 邱士榮, (1993)。休閒遊憩利益區隔之研究。逢甲大學土地管理研究所碩士論文。27. 邱家範, (2000)。高雄市家戶資源回收行為整合模式研究。中山大學公共事務管理研究所碩士論文。28. 邱皓政, (2000)。量化研究與統計分析:SPSS中文視窗版資料分析範例解析。台北:五南圖書出版股份有限公司。29. 姜惠娟, (1997)。休閒農業民宿特性與需求之研究。中興大學園藝學研究所碩士論文。30. 唐祖湘, (2001)。家庭服裝消費空間選擇之研究 - 以永和市婦女代理消費者為例。東吳大學社會學系碩士論文。31. 孫仁和, (1999)。溫泉遊憩區遊客特性之研究 - 以北投、陽明山、馬槽溫泉遊憩區為例。銘傳大學管理科學研究所碩士論文。32. 徐光輝, (1998)。臺灣休閒農業之消費者行為分析。台灣大學農業經濟研究所碩士論文。33. 康必松、黃俊英, (1994)。宏觀行銷學派行銷思想的發與評估。臺北銀行月刊, 第25卷第9期, 頁38-58。34. 康登春, (2000)。休旅車消費者行為特質與潛在市場探討之研究。成功大學工業管理研究所碩士論文。35. 張紹勳, (2001)。研究方法。台中:滄海書局。36. 張嵐蘭, (2002)。遊客渡假生活型態與旅遊目的地選擇偏好關係之研究。大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。37. 曹勝雄, (2001)。觀光行銷學, 台北:揚智文化事業股份有限公司。38. 梁伊傑, (2001)。台北市大學生參與休閒運動消費行為之研究。臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。39. 梁志隆, (2000)。台北大眾捷運系統服務品質與顧客滿意度之研究。中山大學公共事務管理研究所碩士論文。40. 許瓊文, (1992)。生活型態與休閒行為有關變項的研究:以台大學生為例。台灣大學心理學研究所碩士論文。41. 郭貞, (1996)。地域差異、社會階層對台灣地區民眾之外顯消費、綠色消費傾向與送禮文化之影響, 廣告學研究, 第九集, 頁1-20。42. 陳正昌、程炳林, (1998)。SPSS、SAS、BMDP 統計軟體在多變量統計上的應用第二版。台北:五南圖書出版公司。43. 陳桓敦, (2002)。台灣地區休閒旅館遊客消費行為之研究。世新大學觀光學系碩士論文。44. 陳彰儀, (1985)。臺北市已婚職業婦女之休閒興趣參與情形與生活型態。教育與心理研究。第8期, 頁191-120。45. 陳顯文, (2000)。臺灣地區家庭國內外旅遊消費支出之分析。臺灣海洋大學漁業經濟研究所碩士論文。46. 曾鵬庭, (2001)。以旅運者行為為探討中長程國道客運市場之行銷契機。交通大學運輸工程與管理系碩士論文。47. 游明宏, (1992)。商務俱樂部市場區隔之研究。成功大學企業管理研究所碩士論文。48. 黃月春, (1997)。消費者行為模型之釋評。臺中商專學報, 第29期, 頁415-427。49. 黃兆偉, (2000)。以台中市居民之旅遊偏好區隔溪頭森林遊樂區遊憩市場之研究。東海大學景觀學系碩士論文。50. 黃芳銘, (2002)。結構方程模式理論與應用。台北:五南圖書出版股份有限公司。51. 黃俊英, (2001)。行銷學的世界。台北:天下遠見出版股份有限公司。52. 黃星榕, (2000)。影響服務品質主要構面之探討 - 以元智單一服務櫃檯為例。國立元智大學工業工程研究所碩士論文。53. 楊恆馨, (2001)。行銷組合對消費者評價與購買意願影響之研究。大同大學事業經營研究所碩士論文。54. 楊玲琇, (1994)。國民旅遊之消費行為分析-以台北市地區居民為例。中山大學企業管理研究所碩士論文。55. 萬曉琪, (2001)。顧客關係品質影響因素之研究:以台灣地區行動電話服務產品為例。朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文。56. 葉美玲、高美玲, (1999)。線性方程模式與線性結構關係之簡介。護理研究, 第7卷第5期, 頁490-497。57. 葉展彰, (2001)。電視廣告、折價券的發放與兒童對速食餐廳品牌態度及消費意願之相關研究。世新大學觀光學系碩士論文。58. 劉文菁, (1993)。台北市民休閒生活之研究。臺灣師範大學社會教育研究所碩士論文。59. 劉純, (2001)。旅遊心理學, 台北:揚智文化事業股份有限公司。60. 劉耀光, (1998)。上海生活型態與消費行為研究。成功大學企業管理研究所。61. 歐聖榮、姜惠娟, (1997)。休閒農業民宿旅客特性與需求之研究。興大園藝, 第22卷第2期, 頁135-147。62. 蔡宏仁, (2000)。渡假俱樂部會員卡購買行為之研究 - 以小墾丁綠野渡假村為例。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。63. 鄭健雄、劉孟奇, (2001)。國人渡假生活型態量表建構之初探 - 以墾丁國家公園遊客為例。戶外遊憩研究, 第14卷第3期, 頁57-80。64. 鄭健雄、劉孟奇, (2002)。台灣本土化渡假生活型態量表信度與效度之檢定。嘉義大學第一屆服務業行銷管理研討會。65. 鄭健雄、劉孟奇、黃裕智、張嵐蘭, (2001)。不同景點高級渡假飯店旅客渡假生活型態之比較研究-以墾丁與知本地區為例。靜宜大學2001休閒、遊憩、觀光研究成果研討會。66. 蕭鳳君, (2001)。消費者之社會階層、家庭生命週期與其汽車產品屬性重視類別之關聯性研究-以台北市汽車潛在購買者為例。交通大學經營管理研究所碩士論文。67. 謝奇明, (2000)。臺灣地區休閒農業之市場區隔研究 - 以消費者需求層面分析。台灣大學農業經濟研究所碩士論文。68. 謝雨生、余欣皓, (1995)。大台北都會區不同社會階級之住宅特性。中央研究院經濟研究所。69. 魏錫玲, (2000)。行動電話消費購買行為及其市場區隔之研究 - 以北部地區居民為例。交通大學經營管理研究所碩士論文。70. 羅安琍, (1999)。不同家庭生命週期與社經背景婦女之服裝消費行為研究。臺灣師範大學家政教育研究所碩士論文。71. 羅基益, (2000)。高雄市地區產業國際化策略之研究。中山大學公共事務管理研究所碩士論文。72. 蘇懋坤, (1999)。臺灣職棒大聯盟現場

觀眾生活型態與消費行為之研究。臺灣師範大學體系碩士論文。73. 觀光局網站, <http://www.tboc.gov.tw>。二、英文部分

1. Abbey, J. (1981). *Package Tour Design: A Comparative Study of Demographic and Lifestyle Information*. Travel and Tourism Research Association, Twelfth Annual Conference Proceedings, 297-310.
2. Abbey, J.R. (1979). Does Life-Style Profiling Work? *Journal of Travel Research*, 18, 8-14.
3. Andreson, A. R. (1967). Leisure, Mobility, & Life Style Patterns. *American Marketing Association Conference Proceedings*, winter, 56.
4. Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1984). The effects of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49, 155-173.
5. Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action* (6th Ed). Cincinnati, OH: South-Western College Publishing, p.440.
6. Baker, K. G., Hozier, Jr. G. C., & Rogers, R. D. (1994). Marketing Research Theory and Methodology and the Tourism Industry: A Nontechnical Discussion. *Journal of Travel Research*, 32, 3-7.
7. Bentler, P. M. (1990). Comparative Fit indexes in Structure Models. *Psychological Bulletin*, 107, 238-246.
8. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of Judgment of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
9. Bowles, T. (1988). Does Classifying People by Lifestyle really help the advertiser? *European Research*, 16(1), 17-24.
10. Brayley, R. E. (1990). The Quantification of Vacation Attractiveness and Its Implications for Tourism Marketing. Paper presented at the Tourism and Commercial Recreation Session. NRPA Symposium on Leisure Research, October, 12-15, Phoenix, Arizona.
11. Bucher, C. A., & Bucher, R. D. (1969). *Recreation for Today's Society*. Prentice Hall International.
12. Cai, A. L. (1999). Relationship of Household Characteristics and Lodging Expenditure on Leisure Trips. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 6(2), 5-18.
13. Cai, A. L., Hong, G. S., & Morrison A. M. (1995). Household Expenditure Patterns for Tourism Products and Services. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4(4), 15-40.
14. Calantone, R. J., & Mazanec, J. A. (1991). Marketing Management and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18, 101-119.
15. Calantone, R. J., di Benedetto, C. A., & Bojanic, D. C. (1987). A Comprehensive Review of the Tourism Forecasting Literature. *Journal of Travel Research*, 28(2), 28-39.
16. Calantone, R. J., di Benedetto, C. A., & Bojanic, D. C. (1988). Multi-method forecasts for Tourism Analysis. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 28-39.
17. Coleman, R. P. (1983). The Continuing Significance of Social Class to Marketing. *Journal of Australia*, 153, 265-280.
18. Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1995). *Business Research Methods* (5th Ed).
19. Cosmas, S. (1982). Lifestyles and Consumption Patterns. *Journal of Consumer Research*, 8(4), 453-455.
20. Darden, W. R., & Perreault, D. W. (1975). A Multivariate Analysis of Media Exposure and Vacation Life Style Covariates. *Journal of Consumer Research*, 2, 93-103.
21. Dardis, R., Derrick, F., Lehfeld, A., & Wolfe, K. E. (1981). Cross-Selection Studies of Recreation Expenditures in the United States. *Journal of Leisure Research*, 13(3), 181-194.
22. Dardis, R., Soberon-Ferrer, H., & Patro, D. (1993). Analysis of Leisure Expenditure in the United States. *The Proceedings of the American Council on Consumer Interests*, 39, 194-200.
23. Demby, E. (1974). Psychographics and From Whence it came. *Life Style and Psychographics*, 22-29.
24. Demby, Emanuel H. (1989). Psychographics Revisited: The Birth of a Technique. *Marketing News*, January 2, 21.
25. Douglas, S. P., & Urban, C. D. (1977). Life-Style Analysis to Profile Women in International Markets. *Journal of Marketing*, 41, July, 46-54.
26. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, D. (1987). *Consumer Behavior* (3rd ed.). Hinsdale, Ill: Dryden Press.
27. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer Behavior* (5th ed.). Hinsdale, Ill: Dryden Press.
28. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers.
29. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001). *Consumer Behavior* (9th ed.). Harcourt, Inc.
30. Erikson, R., & Goldthorpe J. H. (1992). *The Constant Flux: A Study of Class Mobility in Industrial Societies*. Clarendon: Oxford.
31. Fussell, P. (1983). *Class*. NY: Summit Books.
32. Gilbert, F. W., & Warren, W. E. (1995). Psychographics Constructs and Demographic Segments. *Psychology & Marketing*, 12(3), 223-237.
33. Gilbert, D., & Kahl, J. A. (1982). The American Class Structure: A Synthesis, in *The American Class Structure: A New Synthesis*. Chicago: Dorsey Press.
34. Gladwell, N. (1990). A Psychographic and Sociodemographic Analysis of State Park Inn Users. *Journal of Travel Research*, 28(4), 15-20.
35. Goodrich, J. V., (1978). The Relationship between Preference of Vacation Destinations: Application of a Choice Model. *Journal of Travel Research*, 17, 8-13.
36. Gronhang, K., & Trapp, P. S. (1988). Perceived Social Class Appeals of Branded Goods. *Journal of Consumer Marketing*, 5(4), 25-30.
37. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th Ed). Prentice Hall International: UK.
38. Hawes, D. K. (1993). Travel-Related Lifestyle Profiles of Older Women. *Journal of Travel Research*, 27(2), 22-32.
39. Hawes, D.K. (1977). Psychographics Are Meaningful...Not Merely Interesting. *Journal of Travel Research*, 15, 1-7.
40. Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (8th Ed.). McGraw Hill Company.
41. Hollingshead, A. B. & Redlich, F. C. (1958). *Social Class and Mental Illness: A Community Study*. NY: John Wiley & Sons.
42. Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behaviour*. NY: John Wiley and Sons.
43. Hui, M., Joy, A., Kim, C., & Laroche, M. (1993). Equivalence of Lifestyle Dimensions across Four Major Subcultures in Canada. *Journal of International Consumer Marketing*, 3,15-35.
44. Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1989). *LISREL 7-A Guide to the Program & Applications* (2th ed.). Chicago: SPSS Publications.
45. Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1993). *DOS EXTENDER LISREL 8.03*. Chicago: Scientific Software International, Inc..
46. Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1995). *LISREL & Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language* (7th ed.). Homewood, & Control, Englewood, Cliff, NJ: Prentice-Hall.
47. Kelly, J. R. (1996). *Leisure* (3rd ed). Boston: Allyn and Bacon.
48. Kline, R. B. (1998). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. NY: The Guilford Presws.
49. Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. London: Routledge.
50. Kotler, P. (1997), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed.). NJ: Prentice-Hall.
51. Lastovicka, J. L., Murry, J. P., & Joachimsthaler, E. A. (1990). Evaluating the Measurement Validity of Lifestyle Typologies with Qualitative Measures and Multiplicative factoring. *Journal of Marketing Research*, 27(1), 11-23.
52. Lawson, R. (1991). Patterns of Tourist Expenditure and Types of Vacation Across the Family Life Cycle. *Journal of Travel Research*, 29(4), 12-18.
53. Lazer, W. (1963). *Life Style Concepts and Marketing*. Toward Scientific Marketing, in Stephen Greyserm. Ed. pp.140-151.
54. Lesser, J. A., & Hughes, M. A., (1986). The

Generalizability of Psychographics Market Segments Across Geographic Locations. *Journal of Marketing*, 50(1), 18-27. 55. Mathios, A. D. (1996). Socioeconomic Factors, Nutrition, and Food Choice. *Journal of Policy & Marketing*, 15(1), 45-54. 56. Mayo, E. F. (1975). Tourism and the National Parks: A Psychographic and Attitudinal Study. *Journal of Leisure Research*, 14(1), 14-18. 57. Mayo, E. J. & Jarvis, P. L. (1981). *The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services*. Boston, MA: CBI Publishing Co., Inc. 58. Middleton, V. T. C. (1988). *Marketing and Travel and Tourism*. Oxford, UK: Heinemann. 59. Moutinho, L. (1987). Consumer Behavior in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 1-44. 60. Parameswaran, R. & Yaparak, A. (1987). A Cross-national Comparison of Consumer Research Measures. *Journal of International Business Studies*, 18(1), 35-49. 61. Perreault, D. W., Darden, D. K., & Beard, J. G. (1982). Measuring Leisure Attitude. *Journal of Leisure Research*, 15, 155-167. 62. Perreault, D. W., Darden, D. K., & Darden, W. R. (1977). A Psychographic Classification of Vacation Life Styles. *Journal of Leisure Research*, 9, 208-224. 63. Peter J. P., & Olson J. C. (2000). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (5th ed.). McGraw-Hill, Inc. 64. Pizam, A., & Mansfeld, Y. (1999). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. The Haworth Hospitality Press, an imprint of The Haworth Press. Inc. 65. Plog, S. C. (1994). Understanding Psychographics in Tourism Research. In *Travel, Tourism, and Hospitality Research*, In Ritchie J.R.B., & Goeldner C. R. (Eds.), NY: John Wiley, 209-18. 66. Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Chicago. Journal of Marketing*, 38(1), 34. 67. Plummer, J. T. (1977). Consumer Focus in Cross-national Research. *Journal of Advertising*, 6(2), 5-15. 68. Reynolds, F. D., & Darden, W. R. (1974). Constructing Life Style and Psychographics, In Wells W. D.(Ed.), *Life Style and Psychographics*, pp.174, Chicago: American Marketing Assn. 69. Schewe, C. D., & Calantone, R. (1978). Psychographic Segmentation of Tourists. *Journal of Travel Research*, 16(3), 4-20. 70. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). Prentice Hall Inc.. 71. Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 72. Silverberg, K. E., Backman, S. J., & Backman, K. F. (1996). A Preliminary Investigation into the Psychographics of Nature-Based Travelers to the Southeastern United States. *Journal of Travel Research*, 30, 19-28. 73. Sivadas, E., Mathew, G., & Curry, D. J. (1997). A Preliminary Examination of the Continued Significance of Social Class to Marketing: A Geodemographic Replication. *Journal of Consumer Marketing*, 14(6), 469. 74. Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. Butterworth Heinemann. 75. Tai, S. H. C., & Tam, J. L. M. (1996). A Comparative Study of Chinese Consumers in Asian Markets. *Journal of International Consumer Marketing*, 1, 25-42. 76. U.S. Bureau of the Census. (1963). *Methodology and Scores of the Socioeconomic Status*. Working Paper, No.15 Washington, D. C.: U.S. Government Printing Office. 77. Wahlers, R. G., & Etzel, M. J. (1985). Vacation Preference as a Manifestation of Optimal Stimulation and Lifestyle Experience. *Journal of Leisure Research*, 17, 283-295. 78. Warner, W. L., Meeker, M., & Eels, K. (1949). *Social Class in America: Manual of Procedure for the Measurement of Social Status*. Chicago: Science Research, Associates. 79. Weber, M. (1958). *Class, Status, and Party, From Max Weber: Essays in Sociology*. Trans and edit by H. H. Gerth and Wright Mills, NY: Oxford University Press. 80. Wells, W. D. (1972). Life-Style in Selecting Media for Travel Advertising. *The Values of Travel Research. Proceedings of the Third Annual Conference*, Salt Lake City: Travel Research Association, 63-74. 81. Wells, W. D. (1985). Attitudes and Behavior: Lessons from the Needham Lifestyle Study. *Journal of Advertising Research*, 25(1), 40-45. 82. Wells, W. D. (1985). Psychographics: A Critical Review. *Journal of marketing Research*, 12, 196-213. 83. Wells, W., & Guber, G. (1966). Life Cycle Concepts in Marketing Research. *Journal of Marketing Research*, 3(4), 355-363. 84. Wells, W., & Tigert, D. (1971). Activities, Interests and Opinions. *Journal of Advertising Research*, 11(4). 85. White, T. H. (1975). The Relative Importance of Education and Incomes are Predicators in Outdoor Recreation Participation. *Journal of Leisure*, 7(3), 191-199. 86. William, D., Perrault, J., & McCarthy, E. J. (1999). *Basic Marketing: A Global Managerial Approach*. Boston: McGraw-Hill Companies, Inc, pp.164. 87. Williams, R. (1958). *Culture and Society*. London: Chatto & Windus. 88. Wind, Y., & Green, P. E., (1974). Some conceptual, measurement, analysis problems in life style research. In Wells W. D. (Ed), *Life Style and Psychographics*, Chicago: AMA, pp.97-127. 89. Witt, P. A., & Bishop, D. W. (1970). Situational Antecedents to Leisure Behavior. *Journal of Leisure Research*, 2, 64-77. 90. Woodside, A.G., & Lysonski, S. (1989). A General Model of Traveler Destination. *Journal of Travel Research*, 27(4), 7-14. 91. Woodside, A. G. & Pitts, R. (1976). Effects of Consumer Life Style, Demographic and Travel Activities on Foreign and Domestic Travel Behavior. *Journal of Travel Research*, 14, 13-15. 92. Zins, A. (1998). Leisure Travel Choice Models of Theme Hotels Using Psychographics. *Journal of Travel Research*, 36, 3-15.