

從心理帳戶探討台灣大專院校教師之海外旅遊行為

Mental Accounting Approach of Outbound Travel Behavior of Taiwan Teachers in College and University

王素惠¹ 蔡善芳²

摘要

隨著全球化迅速發展的脚步，跨國界的觀光旅遊趨勢日益蓬勃。為了提升生活品質，出國旅遊在國內已蔚成風氣。民國九十五年度出國人數為 867 萬人，出國旅遊總支出達新台幣 2,600 億元；其中以觀光、遊憩和度假為目的者佔 50% 以上。Shaw & Williams (1994) 指出：可自由支配的收入、空閒時間及個人對旅遊的渴望是決定個人旅遊的三個主要因素。教師除了有穩定的收入外，寒暑假期間也多了可自由支配的空閒時間，而教師承受本身專業工作所面臨的變化及壓力，需要紓解與調劑生活的緊張，因此對旅遊的強烈渴望也並不亞於其他的從業人員。根據 Thaler (1985) 心理帳戶 (Mental Accounting) 的原則指出，人們在面對收入來源、收入支出及帳戶核算頻率等事件時，其心中將會設置的不同心理帳戶來產生決策行為及反應。當消費者運用不同的心理帳戶做消費時，其個人行為及反應是不盡相同的。本研究以大專院校教師選擇不同旅遊行為模式的情感反應來探討。利用二個經濟學理論的觀點：生命循環週期假說 (Life Cycle Hypothesis; LCH)、行為生命循環週期假說 (Behavioral Life Cycle Hypothesis; BLCH) 來進行教師族群的消費態度是否趨於理性或有限理性。

關鍵詞：心理帳戶、生命循環週期假說行為、生命循環週期假說

Abstract

The transnational sightseeing traveling is day by day vigorous arises along with globalization and aerospace science and technology footsteps. In order to promote the life quality, the majority people will travel regard as the use free time or achieve one of the life style leisure goals. To have the income, the idle time and a person which may control freely to the traveling hope are decide individual traveling three primary factors(Shaw and Williams, 1994). The teachers besides have stable income, winter & summer vacation period which has been possible to control freely idle time, they withstand the change and the pressure which the itself specialized work faces and need to relieve with the anxiety which regulates one's life. Therefore teachers also are not inferior to other jobholders to the traveling intense hope. According to Thaler (1985) the principle of Mental Accounting pointed out when people face different source of income, income disbursement and account calculation frequency, in their

¹ 僑光技術學院企業管理系副教授

² 三星電子人資部門

heart will be able to establish the different mental account and then will have the policy-making behavior and the response. In other words; the consumer establishes two sources of income the mental account is' which gains laboriously 'and 'unexpected fortune' respectively. This research chooses the different traveling behavior patterns by the universities, colleges and institutes teacher the emotion response to discuss. Using two economic theory viewpoint: Life Cycle Hypothesis; LCH and Behavioral Life Cycle Hypothesis; BLCH carries on the teacher tribal grouping tribal the expense manner whether tends to the rationality or the limited rationality.

Keywords : Mental Accounting、Life Cycle Hypothesis、Behavioral Life Cycle Hypothesis

1. 研究動機與目的

1.1 研究動機

隨著全球化、航太科技迅速發展的脚步，跨國界的觀光旅遊趨勢日益蓬勃。為了提升生活品質，大多數人將旅遊當成利用自由時間或達到休閒目的之一種生活方式。有鑒於此，休閒旅遊業者也紛紛看好這個市場。觀光局極力推廣國民旅遊，以吸引國人參與旅遊活動。根據觀光局『93 年度國人旅遊調查狀況』中發現，在國外旅遊市場中，從事高階工作者的市場約佔 20%，每年出國人數逐年增長。民國九十五年度出國人數為 867 萬人，出國旅遊總支出達新台幣 2,600 億元；其中以觀光、遊憩和度假為目的者佔一半以上，顯然出國旅遊在國內已蔚成風氣。

教師是社會中的成員之一，除了受社會變遷之影響重視休閒活動外，亦因工作所需知能的改變，不斷地承受著無形的壓力，需要紓解與調劑生活的緊張，才能以最佳的身心狀況從事教育工作，使才能發揮至最大效能。

從事休閒旅遊時，每個人因為個性、環境、及經濟等各種因素的影響對於旅遊的渴望程度有所不同。Shaw and Williams (1994)指出：可自由支配的收入、空閒時間及個人對旅遊的渴望是決定個人旅遊的三個主要因素。教師除了有穩定的收入外，扣除平時例假日的閒暇時間，寒暑假期間也多了可自由支配的空閒時間，另教師對旅遊的強烈渴望也並不亞於其他的從業人員。面對這極具潛力的市場，國內許多旅行與觀光業者將目標專注於教師族群，將教師市場定位為一個具有利潤的旅遊市場。大專院校教師為教師中可支配所得最高、空閒時間最長的一群，因此其從事海外旅遊活動之行為與動機非常值得研究。

每個不同的個體都會有不同的知覺和情感反應，若將其套用在旅遊行為中，旅遊者的情感反應也不盡相同，而這也是旅遊行為中最令人關心的一部份。根據 Thaler (1985) 心理帳戶 (Mental Accounting) 的原則，指出人們在面對收入來源、收入支出及帳戶核算頻率等事件時，其心中將會設置的不同心理帳戶來產生決策行為及反應。簡單來說，消費者設置二個收入來源的心理帳戶，分別為『辛苦賺來的』及『意外之財』，當消費者運用不同的心理帳戶做消費時，其個人行為及反應是不盡相同的。Neil (2005) 探討英

國北部大學生在旅遊方面的消費態度時，發現當學生面對不同的支付旅遊費用來源時，每個學生使用個人認知的心理帳戶去支付旅遊費用時，其消費態度是不一樣的。他還利用二個經濟學理論的觀點：生命循環週期假說 (Life Cycle Hypothesis; LCH)、行為生命循環週期假說 (Behavioral Life Cycle Hypothesis; BLCH)來進行消費行為的區分，從而得知學生族群的消費態度是否趨於有限理性。

消費者行為之研究者逐漸關心消費者的情緒反應，但是目前的研究較未著重在以旅遊消費者的角度來檢視其情緒反應，也尚未深入研究旅遊消費者選擇不同的旅遊方式對情感反應的影響。本研究欲從旅遊消費者的角度，將另一焦點放在『旅遊消費者選擇不同旅遊行為方式及支付旅費的來源的情感反應』，以大專院校教師為研究對象，探討當其選擇不同的旅遊方式（團體旅遊、半自助旅遊、自助旅遊、國際性學術交流活動附加當地旅遊行程）及支付海外旅遊費用主要來源（個人恒常所得、個人臨時所得、親友支助、補助經費、銀行貸款）時，其心中將產生何種情感反應。

1.2 研究目的

本研究以教育部統計處『93學年度高等教育大專院校概況統計』，登記在案的大專院校共計159所作為大專院校教師取樣的依據。以現職專任大專院校教師為研究對象，不包括助教、實習教師、代理、代課教師及約聘雇人員。施測時間為95年4月份，以線上問卷做為填答工具。主要目的乃期以透過實證調查研究，瞭解大專院校教師的海外旅遊動機與行為及旅遊心理帳戶之情感反應，提供休閒旅遊相關單位深入了解海外旅遊的主要客群之一的大專院校教師，作為旅遊相關業者規劃旅遊活動與制定行銷策略之參考，並可將研究結果應用於如何吸引本國教師從事國內旅遊及外國教師來台旅遊。

2. 文獻探討

2.1 旅遊動機

在旅遊動機的各项研究中，大都從心理層面的角度來探討，Iso-Ahola (1982)認為在整個旅遊活動歷程中，旅遊動機是驅使人們從事旅遊活動的一種動力，而驅使遊客滿足個人社會和心理的需求，是遊客從事旅遊活動的真正原因。旅遊動機經常是相互重疊出現，而旅遊行為的決定因素是由多重動機所引發(Crompton, 1979)。此外，共享動機也是相當重要的一部份，因為同行者可能會影響個人參與旅遊與否。大多數旅遊動機之實證研究是採用因素分析的方法將遊客對各動機問項之態度萃取出數項共同因素，目前雖沒有普遍認定的方法，但大致可歸納成下列五個大構面。

1.文化知性動機構面：概略歸納分成以下幾項 (1)看別的地方的人民如何工作、生活和娛樂(2)看特殊的風景名勝(3)對現在發生的事件作較深入的瞭解(4)去參加特別的節慶活動(5)瞭解和欣賞其他地方的國家文化、藝術、風俗、語言與宗教(6)參加學習、冒險、發現、思考、想像等成份的活動。2.社會人際動機：概略歸納成以下幾項 (1)為了取得他人的尊敬或注意(2)增進家人情誼(3)和異性接觸的浪漫體驗(4)去瞻仰自己祖先的故土(5)去訪問自己的家庭或朋友曾經去過的地方(6)在異地、異國結識各種新

朋友(7) 從事考察、會議及研究活動(8) 製造日後討論話題。3.自我成長的誘因動機: 概略歸納成以下幾項 (1) 提升自我價值(2) 增加個人知識(3) 尋找心靈寄託(4) 追求時髦(5) 追求新奇冒險(6) 參與歷史(7) 環遊世界的願望(8) 從事個人興趣所進行之研究。4. 自我逃避的誘因動機: 概略歸納成以下幾項 (1)想逃避過於刺激的生活(2)想逃離人群的糾紛(3)尋求自由獨立的感受(4)去放鬆自己、脫離每天例行的工作與職責(5)好好的玩一下,獲得樂趣(6)擺脫日常生活、工作、環境。(Beard & Ragheb, 1983 et al) 5.推拉因素: Dann 於 1977 年提出了推拉理論 (push and pull theory), 主張旅遊是被二個構面的力量所造成。其認為推的因素是因為社會及心理等需求, 而鼓勵人們去旅行; 而拉的因素則是一個人受到旅遊目的地的刺激或激起, 在被吸引情況下而從事旅遊的活動。換言之, 推的因素是個體對內在因素的考量及對於旅遊的渴望; 而拉的因素是個體透過外在因素而影響個人對於旅遊的動機及選擇。Crompton 於 1979 年探討推力因素及拉力因素。爾後學者依據不同的環境中分別探討出不同的旅遊動機因素。歸類文獻的推力因素有: 知識的尋求、休息放鬆、社交活動、逃避、戶外活動等; 拉力因素有: 花費預算、設施、安全、自然古蹟、娛樂等因素。(Cai & Combrink, 2000 et al)

2.2 旅遊行為

McIntosh and Goeldner (1990)定義旅遊為人們離開家裡外出從一地到他地, 從事日常工作以外之任何目的的行動與活動。而旅遊行為則是人們從事任何目的的旅行時, 基於個人意志, 所具體表現於外的行動與活動。Field (1999) 研究大學生之旅遊行為, 將旅遊行為分為三大部分: 旅遊活動、旅遊模式與旅遊特性。隨後的研究將旅遊活動細分為文化、獲得滿足、定點度假、被動或低注意力集中性、主動或高注意力集中性、團體等活動。旅遊模式細分為交通、住宿與餐食三大部分。旅遊特性細分為: 資訊來源(Lehto & Morrison,2004)、旅遊天數(Lehto & Morrison,2004; Neil,2005)、旅遊時機(Field,1999; Neil,2005)、經費來源(Lehto & Morrison,2004; Neil,2005)、旅遊目的地(Field,1999 ;Lehto & Morrison,2004; Neil,2005)、可自由支配金額。

2.3 心理帳戶

1. 心理帳戶之源起

Modigliani and Brumberg (1954) 提出著名的「生命週期假說」(Life cycle hypothesis; LCH)。其假設人們能夠事先估計一生的收入, 然後透過合理安排儲蓄和消費來平滑一生的消費, 以達到貨幣效用最大化。如果人一生中每個階段的效用函數都是邊際效用遞減, 同時每一期的消費衝動都相同且可以細分的話, 那麼總效用就可視為每一期效用的淨現值總和; 也只有在這種情況下, 這一理論才是可被接受的。生命週期假說還假設, 人們會將每一筆不同來源的收入加總在一起, 計算收入總和。所有的假設所表示的都是人們『應該』怎麼做, 是傳統規範性經濟學的代表。

然而由於現實生活與 LCH 假說有所出入, 學者們後續提出不同的解釋。行為生命週期假說(Behavioral life cycle hypothesis; BLCH)(Thaler & Shefrin, 1988)從一個全新的角度來看待這個完全理性的理論。BLCH 假說提出人不能完全理性地自我控制, 並率先利

用心理帳戶和心理框架的行為因素，提出如何透過外部干預來平滑一生消費的建議。BLCH認為人們即有充分選擇的權利，也不能自行做出效用最大化的消費與儲蓄分配決策。他們認為對LCH做一定程度的修正，就能增加該理論對現實的解釋力，於是在LCH假設中增加三個重要的行為學變數。分別為：自我約束變數、心理帳戶變數、心理框架變數。(1)自我約束變數(self control)：傳統經濟學假設人們有很強的自我約束力，但事實上對自身施加約束力也是一種成本。當金錢在手時，人往往無法克制消費的衝動。(2)心理帳戶變數(mental accounting)：很多家庭或個人在消費時將財產歸屬不同的心理帳戶，而不同的心理帳戶的消費傾向互有不同。(3)心理框架變數(framing)：行為學模型假設人們在做決策時會受參考點的影響。例如同樣一筆數額高的獎金，分做一次領取或按月領取對，對消費行為的影響就不盡相同。

Neil(2005)利用BLCH理論來探討大學生在學期間的旅遊、享樂及借貸的態度。結果發現：部份的大學生認為就讀大學是項投資，在學期間所從事的消費活動（例如：旅遊）是為了增加見聞。他們認為將來畢業後可找到較好的工作機會並且有能力償還在學期間的借款。如果人是完全理性的，確實應該像LCH假設所預期的一樣，實現一生收入效用最大化。但現實生活中，人們的行為並非如此。Neil(2005)也指出：對大學生來說，如果在享樂消費上的花費認為是必然的，則學生將會持續這種非理性的消費，無法產生自我約束的能力。Scott and Lewis (2001)指出：個人在面對消費支出習慣時，總是容易不耐煩且缺乏自我控制的能力。他也建議，要改變借貸行為對所有人來說並非都是可行的。因為人是有限理性的，在面對未來消費及所得不確定的情形下，將會持續借貸的行為。

2. 心理帳戶之定義及其影響

心理經濟學家所謂的「劃分心理帳目」的概念。這種概念是芝加哥大學行為經濟學家理查泰勒所提出的，反映了一種最常見、也最浪費的財務錯誤：把某些錢看得比較不值錢，因此胡亂揮霍。說得更明白一點，劃分心理帳目意指人們會根據錢的來源、存放的地方和花用的方式，將金錢加以歸類，並賦予不同的價值。Tversky, A. & Kahneman, D. (1985)就下面問題訪問人們。

問題一：（訪問 183 人）若已決定要花\$10 元買門票看電影但尚未買票，進入戲院後卻發現丟了\$10。方案 a：願意再花\$10 買門票者佔 88%；方案 b：不願意再花\$10 買門票者佔 12%

問題二：（訪問 200 人）若已花\$10 買門票進入戲院後發現丟了門票。方案 a：願意再花\$10 買門票者佔 46%；方案 b：不願意再花\$10 買門票者佔 54%

其實問題一及問題二皆花費了\$20，但是在問題二之受訪者卻覺得要花\$20 買一張門票（因已買票卻遺失票），但在問題一之受訪者卻覺得只花\$10 買門票（因尚未買票而遺失錢），所以人們依情況不同會偏好於問題一，這種用迥然不同的方式看待兩個基本上相同的損失，反應了人們心理記帳方式的不同。

Thaler(1985)指出心理帳戶的影響範圍相當廣泛，它除了可以解釋並且預測人們的行為外，也可以解釋一般的經濟現象，並可說明家庭預算的決策行為。他引用了幾個生活中的例子加以解釋，使其能夠更了解心理帳戶的定義和內涵。所謂的心理帳戶就如同個

人、家庭或公司在做會計一樣，為了要記錄、加總、分析和報告交易或財務事件的結果，所以心理帳戶只是為了要做為這些事情的一種描述方式，人們在心中分別設置不同的帳戶和預算，以便分開處理不同的決策種類。個體或家計會根據心中所設置的不同心理帳戶來做不同的決策，因此有時行為反應會與一般的經濟原則不符，但是卻是他們最適化的決策。

如林先生將買外套給自己和買外套當作生日禮物分別設置不同的心理帳戶。心理帳戶的研究主要關注三個因素：「收入的來源」、「收入的支出」、「對心理帳戶的核算頻率」。(1)收入的來源：根據金錢來源的不同，人們會將它們歸入不同的帳戶中；而不同帳戶的邊際消費傾向是不一樣的。人們會把辛苦掙來的錢存起來不捨得花。但是，如果是一筆意外之財，可能很快就花掉了。這說明了人在心裡分別為不同收入來源立了不同的心理帳戶時，其收入來源是有區別的。Shefrin and Thaler (1988)認為個人將自己的所得分成三部份：目前的薪資所得、資產所得和未來所得，對於這三種所得個人的態度並不相同，譬如對於未來所得個人總是不太願意花掉它，即使這筆所得是確定所得。(2)收入的支出：van Raaij (1981) 認為個人對經濟狀況之認知會影響其行為。人們會將收入分配到不同的消費方案中，資金在各個方案之間不具有完全替代性。例如：當人們將本月收入的一部份挪為儲蓄用，剩餘部分再分攤到食、衣、住、行、育、樂項目上，爾後就很不願意再去動去儲蓄這個心理帳戶中的錢。但在其中帳戶之間，錢的流動性較強。(3)對心理帳戶核算的頻率：對心理帳戶是每天核算、每週核算、或是每年核算，對人們的決策行為有很大的影響。

綜上所述，消費者若如心理經濟學家所述設置心理帳戶支付海外旅遊費用，在面對不同的旅遊方式及支付海外旅遊費用之不同心理帳戶來源時，心中將產生不同的情感反應。

3. 研究方法

3.1 研究架構

本研究根據研究目的與相關文獻之回顧，建立了研究架構內容、變項操作性定義、問卷設計及分析方法。由於欲探討大專院校教師參與海外旅遊行為，應瞭解影響旅遊動機的因素。另須瞭解大專院校教師參與海外旅遊方式及心理帳戶如何影響其情感反應。本研究逐擬定如下架構加以分析探討，如圖 1 所示。

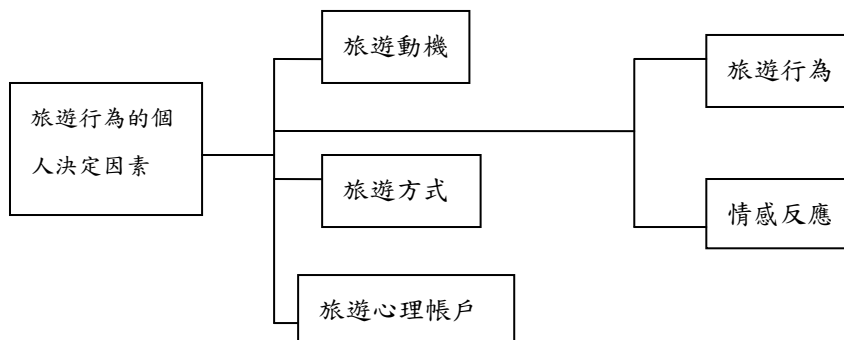


圖 1 研究架構

3.2 研究假說

針對歸納與探討文獻及本研究的目的，提出下列假說加以驗證：

H1：大專院校教師不同的旅遊動機在其旅遊行為上有顯著差異。

H2：大專院校教師不同的旅遊方式選擇對其情感反應上有顯著差異。

H3：大專院校教師不同的心理帳戶選擇對其情感反應上有顯著差異。

3.3 研究對象及研究工具

本研究以服務於大專院校現任專職教師為研究對象，顧及研究者人力和時間上的限制，於 2006 年 4 月 12 日至 30 日架設網路問卷於傲創廿一有限公司網路問卷 my3q 系統 (<http://www.my3q.com/home2/93/abc83/44989.phtml>) 以電子信箱大量寄發網路問卷之連結網址訊息。共回收 353 份問卷，扣除非專任大專院校教師填答的問卷 37 份、無效問卷 2 份，有效問卷共計 314 份，有效回收率為 88.9%。問卷篩檢大專院校教師之條件為：

(1) 受訪者為現任大專院校專任教師者 (2) 受訪者資料無漏填現象，若勾選答案皆在同一尺度視為無效問卷而予以刪除。

3.4 問卷設計及操作性定義

本研究問卷內容乃參酌國內外相關學者之研究內容，對研究架構中的各項變數，提出相關的衡量變項。在問卷初稿完成後，為求問卷於正式發放時能獲得良好之測量效果，先請 29 位受測者進行問卷預試作探討性研究，經量表信度檢定及針對受測者各問項措辭及意見修正後，才進行大規模網路線上問卷網頁普查。問卷設計及操作性定義如下：

1. 旅遊行為：係指從事旅遊時，消費者從計劃階段開始到實際執行旅遊結束期間的行為。由於本研究選定大專院校教師為研究對象，因此在旅遊行為變項上參考文獻的實證研究結果，將旅遊行為變項包含旅遊時點、旅遊天數、旅遊同行者、旅遊主要目的、是否接受補助、支付旅遊經費方式、個人平均旅遊花費、旅遊頻率共計九項。
2. 旅遊動機：本研究之教師旅遊動機，主要參考學者所發展出來之旅遊動機問項(Beard and Ragheb, 1983 et al)，再經過專家建議作適度修正擬定符合大專院校教師需求動機量表。量表的旅遊動機問項採用李克特 (Likert) 五點量表作為測量尺度，其問項共計二十九項。
3. 旅遊方式：是指旅遊者花費一定的時間進行旅遊或者旅行所採用的方式。依據世界觀光組織(WTO)對於旅遊業者販售旅遊商品的方式來看，可將旅遊者分為團體旅遊、半自助旅遊、自助旅遊；另外，近來國際性學術性研討或文化交流活動大多會藉會議舉行的前後時間，設計一套當地的旅遊行程供與會者自行選擇參加。因此，本研究對於旅遊方式分成四種類別：團體旅遊(全盤接受旅行社的安排，包括交通運輸、食宿等)、半自助旅遊(即俗稱的自由行，或是機票加酒店的商品販售)、自助旅遊(僅購買機票者)及國際性學術交流活動附加當地旅遊行程(活動設計供與會者自行選擇參加的旅遊行程)。
4. 旅遊心理帳戶：支付海外旅遊費用主要來源：心理帳戶區分為五種選擇，為個人恒常

所得（個人本業薪資所得）、個人臨時所得（個人本業薪資所得以外之所得，如：年終獎金、兼職所得、版稅、獎金、競賽獎金等）、親友支助（由親戚或朋友贊助旅遊費用）、補助經費（經由計劃、校方補助或廠商補助旅遊費用）、銀行貸款（個人逕向金融機構申貸，支付旅遊費用）。

5.情感反應：分為正面及負面。正面情感包括愉悅的、有價值的、滿意的、充實的、振奮的；負面情感包括不安的、失望的、生氣的、恐懼的、悲傷的。

4. 實證分析與結果

4.1 旅遊動機認知分析

1. 旅遊動機同意程度排序

對大專院校教師參與海外旅遊二十九項動機因素作探討如表1所示，總平均值為3.48，分數依序為「為了擴展知識」、「為了達到身體上的放鬆」、「為了達到心理上的放鬆」、「為了擺脫日常生活的繁忙感、紓解壓力和緊張」及「為了休息、放慢生活步調」平均分數高於4；而「為了向他人炫耀或獲得他人的尊重」、「為了保持體態」及「因為有時我喜歡一個人獨處」等三項，其平均數小於3，由此結果可知，大專院校教師參與海外旅遊不是向他人炫耀其旅遊經驗，他們除了想讓生理及心理達到休息和放鬆外，滿足其求知的慾望更是重要因素。

表1 旅遊動機同意程度排序

旅遊動機變項	平均數	標準差	旅遊動機變項	平均數	標準差
為了擴展知識	4.12	0.80	為了啟發新點子，尋求靈感	3.48	0.97
為了達到身體上的放鬆	4.07	0.85	利用參加國際性各項活動之便，順便旅遊	3.44	1.11
為了達到心理上的放鬆	4.07	0.85	為了認識新的朋友或接觸不同類型的人	3.41	0.93
為了擺脫日常生活的繁忙感、紓解壓力和緊張	4.04	0.87	可以逃避日常忙碌的工作	3.37	1.16
為了休息、放慢生活步調	4.01	0.92	為了挑戰自我的能力	3.22	1.03
為了維持身心健康	3.96	0.87	為了在朋友及家人中擁有歸屬感	3.21	1.01
為了和家人相處、增進感情	3.95	0.93	為了發揮自己的想像力	3.21	0.98
為了學習周遭的事物、體驗海外旅遊生活	3.86	1.03	為了更具社交能力和技巧	3.20	0.98
為了提供國際觀的教學內容	3.82	0.96	為了自我肯定獲得成就感	3.16	1.03
為了滿足好奇心	3.75	0.97	為了使自己更了解自己	3.04	1.02
增進國際性學術或文化交流	3.69	0.97	為了鍛鍊體能技巧和能力	3.03	0.97
為了增加和他人互動的機會	3.61	0.94	因為有時我喜歡一個人獨處	2.98	1.13
為了讓自己生活得更積極	3.56	0.98	為了保持體態	2.58	0.96
為了和朋友培養感情、增進友誼	3.55	0.95	為了向他人炫耀或獲得他人的尊重	2.09	0.94
為了豐富旅遊經驗，增加未來進一步旅遊的技巧	3.49	0.97			
			總平均值	3.48	

資料來源：本研究整理

2. 旅遊動機因素分析

本研究進行因素分析萃取問項之共同因子之前，先以 Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數檢定與 Bartlett's 球形檢定，KMO 值 0.9 為，接近 1；Bartlett's 球形檢定的 χ^2 值為 4500.334 ($p < 0.001$)。代表量表間有共同因素存在，適合進行因素分析。並以主成份分析法與 Kaiser 之特徵值大於 1 為原則，採用最大變異數法進行直交轉軸以方便因素之命名與解釋。旅遊動機經選取各因素之因素負荷量大於 0.6 者作為因素命名之主要依據。二十九個問項縮減萃取為六個因素分別為：「自我促進」、「休閒放鬆」、「學習體驗」、「學術交流」、「拓展社交」及「情感增進」。其餘十項之因素負荷量小於 0.6 予以刪除。問卷之信度則以 Cronbach's α 係數評估，旅遊動機總體信度指標為 0.92，總可解釋變異量為 63.35% (如表 2 所示)，各因素命名與分析如下：

- (1) 因素一：「自我促進」動機-本因素包含「為了使自己更了解自己」、「為了發揮自己的想像力」、「為自我肯定獲得成就感」、「為了鍛鍊體能技巧和能力」、「為了保持體態」等五項變項，相關問項著重自我追求及自我實現，故命名為自我促進。
- (2) 因素二：「休息放鬆」動機-本因素包含「可以逃避日常忙碌的工作」、「為了休息、放慢生活步調」、「為了達到身體上的放鬆」、「為了達到心理上的放鬆」、「為了擺脫日常生活的繁忙感、紓解壓力和緊張」等五項變數，相關問項以追求個人休息及身心放鬆為主。
- (3) 因素三：「學術交流」動機-本因素包含「增進國際性學術或文化交流」、「利用參加國際性各項活動之便順便旅遊」等二項變數，相關問項以滿足學術文化交流需求為主，故命名為學術交流。
- (4) 因素四：「學習體驗」動機-本因素包含「為了學習周遭的事物、體驗海外旅遊生活」、「為了滿足好奇心」、「為了擴展知識」等三項變數，相關問項以滿足個人學習慾望為主，故命名為學習體驗。
- (5) 因素五：「情感需求」動機-本因素包含「為了和家人相處、增進感情」、「為了在朋友及家人中擁有歸屬感」等二項變數，相關問項以個人情感需求為主，故命名為情感需求。
- (6) 因素六：「拓展社交」動機-本因素包含「為了增加和他人互動的機會」、「為了認識新的朋友或接觸不同類型的人」等二項變數，相關問項以結交新朋友及增加互動機會為主，故命名為拓展社交。

表 2 旅遊動機因素分析表

因素名稱	變數名稱	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
自我促進	為了使自己更了解自己	0.802	9.121	32.575	0.876
	為了保持體態	0.783			
	為了鍛鍊體能技巧和能力	0.755			
	為了發揮自己的想像力	0.692			
	為了自我肯定獲得成就感	0.621			
休息放鬆	為了擺脫日常生活的繁忙感、紓解壓力和緊張	0.835	3.274	11.692	0.855
	為了達到心理上的放鬆	0.817			
	為了達到身體上的放鬆	0.795			
	為了休息、放慢生活步調	0.782			
	可以逃避日常忙碌的工作	0.670			
學術交流	利用參加國際性各項活動之便，順便旅遊	0.849	1.800	6.429	0.720
	增進國際性學術或文化交流	0.757			
學習體驗	為了學習周遭的事物、體驗海外旅遊生活	0.760	1.355	4.839	0.708
	為了滿足好奇心	0.649			
	為了擴展知識	0.633			
情感需求	為了和家人相處、增進感情	0.788	1.126	4.021	0.626
	為了在朋友及家人中擁有歸屬感	0.679			
拓展社交	為了增加和他人互動的機會	0.703	1.062	3.793	0.653
	為了認識新的朋友或接觸不同類型的人	0.636			
總解釋變異量				63.349	

資料來源：本研究整理

4.2 大專院校教師旅遊動機與旅遊行為之差異分析

經Wilks'Lambda 鑑別檢定大專院校教師旅遊行為，出國時點僅鑑別函數1達顯著水準；海外旅遊同行者鑑別函數1與2達顯著水準；海外旅遊的主要目的鑑別函數1達顯著水準；海外旅遊是否有補助鑑別函數1達顯著水準；如表3所示。

表3 大專院校教師旅遊行為Wilks'Lambda鑑別檢定

1.出國時點	特徵值	χ^2 值	df	Sig.	3.海外旅遊目的	特徵值	χ^2 值	df	Sig.
1	0.891	30.66	12	0.002**	1	0.583	143.3	18	0.000***
2	0.978	5.947	5	0.311	2	0.971	7.717	10	0.656
2.海外旅遊同行者					3	0.996	0.965	4	0.915
1	0.667	107.5	24	0.000***	4.海外旅遊補助	特徵值	χ^2 值	df	Sig.
2	0.862	39.3	15	0.001***	1	0.751	76.07	18	0.000***
3	0.954	12.6	8	0.126	2	0.964	9.749	10	0.463
4	0.986	3.75	3	0.290	3	0.989	2.835	4	0.586

依表 4 所示單變量之邊際檢定所得結果與經 Scheffe 差異檢定比較分析相同，大專院校教師為「學術交流」動機因素利用學期中出國高於寒暑假兩時點出國、其他動機因素者出國時點則無明顯差異；為「學術交流」動機因素由同事或學生同行；為「情感增進」動機者由配偶或直系血親同行；海外旅遊主要目的為「休閒放鬆」動機因素「個人需求」明顯多於「學術交流」；為「學術交流」動機因素「個人需求」明顯多於「學術交流」和「工作需求」；為「休閒放鬆」動機因素「無補助」多於「計劃/廠商補助」方從事海外旅遊；為「學術交流」動機因素「有各式各樣補助」多於「無補助」方從事海外旅遊。

即假設一：「大專院校教師不同的旅遊動機在其旅遊行為上有差異性」部分成立。

表4 大專院校教師旅遊行為與動機因素之差異分析表

旅遊行為	自我促進	休閒放鬆	學術交流	學習體驗	情感增進	拓展社交
最近一次出國時點						
1. 學期中	2.964	3.689	4.009	3.869	3.348	3.357
2. 暑假	3.014	3.922	3.531	3.993	3.611	3.351
3. 寒假	3.094	4.061	3.431	3.898	3.639	3.604
F 值	0.682	2.957	6.587**	1.797	1.381	2.121
Scheffe 差異檢定	1>2;1>3					
最近一次海外旅遊的同行者						
1. 自己	2.922	3.644	3.667	3.63	3.028	3.375
2. 配偶/直系血親	3.053	3.995	3.385	3.962	3.824	3.412
3. 親戚/朋友	3.085	4.023	3.596	4.051	3.462	3.692
4. 同事/學生	2.948	3.748	4.14	4.033	3.39	3.700
5. 其他	3.267	4.200	3.5	3	3.333	3.500
F 值	1.309	1.970	8.458***	3.305*	10.664***	2.093
Scheffe 差異檢定			4>2; 4>3	2>1;2>3;2>4		
最近一次海外旅遊的主要目的						
1. 個人需求	3.025	6.049	4.285	3.934	3.688	3.460
2. 學術交流	3.002	3.686	3.944	3.925	3.376	3.591
3. 工作需求	3.289	3.467	3.813	4.074	3.167	3.611
4. 其他	3	4.225	3.603	4.167	3.688	3.625
F 值	0.892	6.820***	42.620***	0.279	2.002	0.406
Scheffe 差異檢定	1>2		1>2 1>3			
最近一次海外旅遊是否有補助						
1. 無補助	3.067	4.019	3.374	3.966	3.649	3.500
2. 校方補助	2.749	3.718	4.09	3.735	3.359	3.564
3. 計劃/廠商補助	3.001	3.473	4.233	3.956	3.267	3.500
4. 其他補助	3.425	3.85	4.438	4.333	3.625	3.688
F 值	2.173	4.619**	16.516***	1.116	1.338	0.329
Scheffe 差異檢定	1>3		2>1;3>1;4>1			

註：* 代表 $P \leq 0.05$ ，**代表 $P \leq 0.01$ ，***代表 $P \leq 0.001$

資料來源：本研究整理

4.3 情感樣本分析

1. 旅遊方式情感反應程度排序

以旅遊方式:「團體旅遊」、「半自助旅遊」、「完全自助旅遊」、「國際性學術交流活動附加當地旅遊行程」四種選擇探討情感反應程度排序,同意正面情感包括:愉悅的、有價值的、滿意的、充實的、振奮的。其平均分數皆高於3分;反之,反面情感皆低於3分。「團體旅遊」、「半自助旅遊」在情感程度排序上並無差異,其程序皆為愉悅的、有價值的、滿意的、充實的、振奮的。「完全自助旅遊」、前三順位分別為:有價值的、滿意的、愉悅的。「國際性學術交流活動附加當地旅遊行程」、前三順位分別為:有價值的、充實的、愉悅的。由表5結果可知,大專院校教師參與海外旅遊採用不同旅遊方式時其情感反應是不一樣的。「團體旅遊」及「半自助旅遊」所提供的行程或選擇,無須讓大專院校教師在參與海外旅遊過程中費心思,爾後有愉悅的情感產生。而參與「完全自助旅遊」、「國際性學術交流活動附加當地旅遊行程」,凡事親力親為,對自我能力提昇有助益,故爾後覺得有價值的情感反應。

2. 支付海外旅遊費用主要來源心理帳戶情感反應程度排序

支付海外旅遊費用主要來源心理帳戶可區分為五種選擇:「個人恒常所得」、「個人臨時所得」、「親友支助」、「補助經費」、「銀行貸款」探討其情感程度排序結果之,反面情感皆低於3分。其中「親友支助」的樣本數為1,故不列入考慮分析。

如表6所示。五項支付方式皆呈現同意正面情感。其平均分數皆高於3分;反使用「個人恒常所得」、「個人臨時所得」、「補助經費」做為支付旅遊費用來源時,情感程度排序上並無差異,前三順位分別為值得的、爽快的、慎重考慮的;而支付方式為「銀行貸款」、前三順位分別為:值得的、慎重考慮的、爽快的。

表5 旅遊方式之情感程度排序

團體旅遊				半自助旅遊			完全自助旅遊			國際性學術交流		
排序	情感變項	μ	σ	情感變項	μ	σ	情感變項	μ	σ	情感變項	μ	σ
1	愉悅的	3.94	0.88	愉悅的	4.25	0.64	有價值的	4.39	0.58	有價值的	4.30	0.62
2	有價值的	3.93	0.73	有價值的	4.25	0.69	滿意的	4.36	0.54	充實的	4.16	0.60
3	滿意的	3.86	0.71	滿意的	4.13	0.63	愉悅的	4.35	0.59	愉悅的	3.97	0.56
4	充實的	3.84	0.78	充實的	4.13	0.59	充實的	4.30	0.60	滿意的	3.91	0.60
5	振奮的	3.70	0.84	振奮的	3.86	0.79	振奮的	4.05	0.79	振奮的	3.77	0.68
6	不安的	2.01	0.82	不安的	2.33	0.89	不安的	2.00	0.81	不安的	2.27	0.91
7	失望的	1.90	0.82	生氣的	1.80	0.66	恐懼的	1.68	0.73	失望的	1.72	0.74
8	生氣的	1.84	0.75	恐懼的	1.72	0.70	生氣的	1.62	0.61	恐懼的	1.66	0.75
9	恐懼的	1.67	0.70	失望的	1.72	0.70	失望的	1.56	0.55	生氣的	1.61	0.59
10	悲傷的	1.49	0.62	悲傷的	1.52	0.69	悲傷的	1.46	0.54	悲傷的	1.52	0.56

資料來源:本研究整理

考慮到銀行貸款涉及個人信用及資產,所以大專院校教師利用銀行貸款做為支付海

外旅遊費用來源時，慎重考慮的情感比重將會增加。由表 6 結果可知，大專院校教師參與海外旅遊採用不同支付費用來源時，其情感反應是不一樣的。

表 6 支付海外旅遊費用主要來源之情感程度排序

排 序	個人恒常所得			個人臨時所得			銀行貸款			補助經費		
	情感變項	μ	σ	情感變項	μ	σ	情感變項	μ	σ	情感變項	μ	σ
1	值得的	4.03	0.69	值得的	4.25	0.46	值得的	4.50	0.70	值得的	3.96	0.89
2	爽快的	3.83	0.74	爽快的	4.12	0.64	慎重考慮的	3.50	2.12	爽快的	3.44	0.77
3	慎重考慮的	3.52	0.87	慎重考慮的	3.37	1.18	爽快的	3.00	1.41	慎重考慮的	3.39	0.94
4	心痛的	1.90	0.79	心痛的	2.37	1.30	心痛的	2.50	0.70	心痛的	1.83	0.74
5	不情願的	1.68	0.67	不情願的	2.00	1.06	不情願的	1.50	0.70	不情願的	1.78	0.81
	總平均值	2.99		總平均值	3.22		總平均值	3.00		總平均值	2.88	

資料來源：本研究整理

4.4 旅遊方式與心理帳戶之情感反應差異分析

1. 旅遊方式與情感反應之差異分析

經 Scheffe 差異檢定比較，「完全自助旅遊」的各種不同正面情感程度皆高於其他旅遊方式；「完全自助旅遊」對於「愉悅的」情感反應較「團體旅遊」有顯著差異；「完全自助旅遊」和「國際性學術交流活動附加當地旅遊行程」對於「有價值的」情感反應較「團體旅遊」有顯著差異；「完全自助旅遊」對於「滿意的」情感反應較「團體旅遊」和「國際性學術交流活動附加當地旅遊行程」差異顯著；「完全自助旅遊」對於「充實的」、「振奮的」等情感反應較「團體旅遊」有顯著差異；至於負面情感反應「完全自助旅遊」對於「恐懼的」情感反應較「團體旅遊」差異顯著，顯示「完全自助旅遊」較「團體旅遊」不「恐懼」。見表 7。

假設二：「不同旅遊方式對其情感反應有差異性」部分成立。

表 7 旅遊方式心理帳戶情感反應之差異分析表

旅遊方式	團體旅遊	半自助旅遊	完全自助旅遊	國際性學術交流活動 附加屬當地旅遊行程	F 值	Scheffe 差異檢定
愉悅的	3.914	4.231	4.333	4.022	6.686***	3>1
有價值的	3.898	4.205	4.373	4.267	9.906***	3>1,4>1
滿意的	3.828	4.103	4.333	3.933	11.601***	3>1,3>4
充實的	3.789	4.077	4.284	4.133	9.660***	3>1
振奮的	3.695	3.821	4.049	3.689	4.204**	3>1
不安的	2.094	2.436	2.000	2.289	3.167*	
失望的	1.859	1.846	1.637	1.800	2.154	
生氣的	1.711	1.795	1.686	1.756	0.265	
恐懼的	1.914	1.795	1.598	1.778	3.796*	1>3
悲傷的	1.539	1.564	1.490	1.600	0.398	

註：* 代表 $P \leq 0.05$ ，**代表 $P \leq 0.01$ ，***代表 $P \leq 0.001$

資料來源：本研究整理

2. 支付海外旅遊費用主要來源心理帳戶之情感反應差異分析

探討各心理帳戶間情感反應是否具有差異，分析結果如表 8。支付海外旅遊費用主要來源為「個人恒常所得」明顯地較來自「補助經費」情感反應為「爽快的」；支付海外旅遊費用主要來源為「親友支助」明顯地比來自「個人恒常所得」或「補助經費」情感反應為「不情願的」；支付海外旅遊費用主要來源為「親友支助」明顯地比來自「個人恒常所得」或「補助經費」情感反應為「心痛的」。

假設三：「不同的心理帳戶對其情感反應有顯著差異」部分成立。

表 8 支付海外旅遊費用主要來源心理帳戶情感反應之差異分析表

支付來源	個人 恒常所得	個人 臨時所得	親友支助	補助經費	銀行貸款	F 值	Scheffe 差異檢定
值得的	4.013	3.909	4.000	3.969	4.500	0.312	
爽快的	3.821	4.000	4.000	3.469	3.000	3.671**	1>4
慎重考慮的	3.549	3.545	4.000	3.391	3.500	0.577	
心痛的	1.919	2.545	3.500	1.859	2.500	4.106**	
不情願的	1.723	2.273	3.500	1.813	1.500	4.664***	3>1,3>4

註：* 代表 $P \leq 0.05$ ，**代表 $P \leq 0.01$ ，***代表 $P \leq 0.001$

資料來源：本研究整理

5. 結論與建議

5.1 結論

本研究主要目的在瞭解大專院校教師參與海外旅遊活動之動機，進而分析旅遊動機影響如何旅遊行為。並探討大專院校教師在面對不同旅遊方式與心理帳戶選擇時，其情感反應的不同。根據研究結果得到下列結論：

1. 大專院校教師海外旅遊動機為了「擴展知識」、「達到身心上的放鬆」、「擺脫日常生活的繁忙感、紓解壓力和緊張」及「休息、放慢生活步調」。經由因素分析後，將其縮成六個構面，「自我促進」、「休閒放鬆」、「學術交流」、「學習體驗」、「情感增進」及「拓展社交」等因素構面。總解釋變異量為 63%。
2. 大專院校教師旅遊行為與旅遊動機之差異分析知「出國時點」、「同行者」、「海外旅遊主要目的」、「海外旅遊是否有補助」、「旅遊方式」及「支付海外旅遊費用主要來源」會影響旅遊動機。大專院校教師為了「學術交流」動機因素利用學期中出國高於寒暑假兩時點出國、其他動機因素者則於寒暑假兩時點出國；為「學術交流」動機因素由同事或學生同行；為「情感增進」動機者由配偶或直系血親同行；為「休閒放鬆」動機因素進行海外旅遊「個人需求」明顯多於「學術交流」；為「學術交流」動機因素出國旅遊「個人需求」明顯多於「學術交流」和「工作需求」；為「休閒放鬆」動機因素「無補助」多於「計劃/廠商補助」方從事海外旅遊；為「學術交流」動機因素「有各式各樣補助」多於「無補助」方從事海外旅遊。

- 3.大專院校教師參與海外旅遊採用不同旅遊方式時，其情感反應是不一樣的。「完全自助旅遊」的對旅遊各種不同正面情感程度皆高於其他旅遊方式；「完全自助旅遊」認為旅遊是「愉悅的」情感反應明顯高於「團體旅遊」；「完全自助旅遊」和「國際性學術交流活動附加當地旅遊行程」認為旅遊是「有價值的」情感反應明顯高於「團體旅遊」；「完全自助旅遊」對於旅遊是「滿意的」情感反應顯著地較「團體旅遊」和「國際性學術交流活動附加當地旅遊行程」高；「完全自助旅遊」對於旅遊是「充實的」、「振奮的」等情感反應較「團體旅遊」顯著地高；至於負面情感反應「完全自助旅遊」對於旅遊是「恐懼的」情感反應在顯著水準5%下較「團體旅遊」顯著低，顯示「完全自助旅遊」較「團體旅遊」不「恐懼」。
- 4.大專院校教師選擇支付海外旅遊費用不管以「個人恒常所得」、「個人臨時所得」、「銀行貸款」及「補助經費」做為支付來源時，情感反應皆認為旅遊是「值得的」。此反應出無論大專院校教師所支付旅費的方式為何，皆認為旅遊活動「值得的」是最重要的。惟使用「銀行貸款」為支付來源時，其情感反應認為旅遊是需「慎重考慮的」緊列於後。支付海外旅遊費用主要來源為「個人恒常所得」明顯地較來自「補助經費」認為旅遊是「爽快的」；支付海外旅遊費用主要來源為「親友支助」明顯地比來自「個人恒常所得」或「補助經費」認為旅遊是「不情願的」；支付海外旅遊費用主要來源為「親友支助」明顯地比來自「個人恒常所得」或「補助經費」認為旅遊是「心痛的」。

此顯示大專院校教師從事海外旅遊行為時是在有限理性下作旅遊支出，在做決策時，並不是去計算旅遊的真正價值，而是用某種比較容易評價的線索來判斷。大專院校教師只要情感反應上覺得旅遊活動為「值得的」，不管以「個人恒常所得」、「個人臨時所得」、「銀行貸款」及「補助經費」做為支付來源皆可行。但若使用「銀行貸款」為支付來源時需「慎重考慮的」。若使用「個人恒常所得」為支付來源認為旅遊是「爽快的」。然而用「親友支助」旅費認為旅遊是「不情願的」和「心痛的」。可見在大專院校教師心中存在著心理帳戶。由於大專院校教師心中拿去旅遊的心理帳戶「個人恒常所得」穩定，從事海外旅遊頻率又高，旅遊業者若能設計各地不同新穎旅程或提供各地區新奇旅遊資訊以利教師從事較富彈性的完全自助旅遊參考，確實掌握大專院校教師特性，則必能創造更多商機。

5.2 研究限制

本研究抽樣方式雖採普查方式，回收樣本以上網填答問卷之大專院校教師為主體，然而未填答問卷教師可能是較不熱衷海外旅遊者或較少上網者，因此所得結果難免有所偏頗與誤差存在，建議後續研究者可將訪問期間延長或做事後追蹤以提高回件率，將能使研究結果更為完整。旅遊動機及旅遊行為研究範圍包羅萬象，實非單一研究所能窮盡，且影響消費者行為之因素亦有許多，本研究僅對大專院校教師族群進行探討。建議後續研究者，可針對不同學制的教師或其他特定族群分析其旅遊動機與行為，比較其異同性。

本研究分析方法採 Scheffe 差異檢定與 Wilks' Lambda 鑑別檢定 Likert 的五點量表，以總分來代表受試者在該特質上的程度。總分是等距（或量化）這方面的問題值得

探討、有必要發展不同衡量方法如 Ridit 分析來改善之。

心理帳戶這種從心理學角度研究經濟學，在個人購物消費，企業的風險決策，與財富現象有關的研究較多，對旅遊動機及旅遊行為研究目前尚非常有限，本研究係參考國外文獻及心理帳戶等相關研究予以定義，研究結果的客觀性尚待檢驗。

參考文獻

1. 交通部觀光局網站 (2006), 中華民國九十三年國人旅遊狀況調查。
<http://www.tboc.gov.tw>
2. 教育部統計處。93學年度高等教育大專院校概況統計。台北市：教育部統計處。
3. 陳勁甫與吳劍秋(2005),「銀髮族海外旅遊動機與市場區隔之研究」, 旅遊管理研究, 第五卷第一期, 1-16頁
4. 黃榮鵬與蔡憲唐 (2002),「銀髮族旅遊消費行為之研究-以北高兩市老人活動中心為例」, 旅遊管理研究, 第二卷第一期 2 (1), 79-99 頁。
5. 楊雲明 (2005),「總體經濟學」, 第三版, 台北：智勝文化。
6. 薛求知、黃佩燕、魯直、張曉容 (2005),「行為經濟學理論與應用」, 台北：智勝文化。
7. 賴其助譯 (2001),「消費者行為」, 台中：滄海。(原著出版年: 1999 年)
8. 謝淑芬 (1994),「觀光心理學」, 台北：五南文化。
9. Ando, A., & Modigliani, F. (1963), The life cycle hypothesis of saving: aggregate implications and tests, *American Economic Review*, 53, pp.55-84.
10. Beard, J. G. & Ragheb M. G. (1983), Measuring Leisure Motivation, *Journal of Leisure Research*, 15(3), pp.219-228.
11. Cai, L.A. & Combrink, T.E.(2000), Japanese Female Travelers-A unique outbound market, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 5(1), pp.16-24.
12. Crandall, Rick (1980), Motivations for leisure, *Journal of Leisure Research*, 12(1), pp.45-54.
13. Crompton, J. (1979), Motivations for pleasure vacation, *Annals of Tourism Recreation*, 6, pp.24-408.
14. Dann, G. (1977), Anomie, ego-enhancement and tourism, *Annals of Tourism Research*, 4, pp.184-194.
15. Field, A. M.(1999), The college student market segment: A comparative study of travel behaviors of international and domestic students at a southeastern university, *Journal of Travel Research*, 37(4), pp.375-381.
16. Frank, M. H., Ohlendorf, G. W., and McBroom, L.W. (1981), “The Ambition Achievement Complex: Values as Organizing Determinants”, *Rural Sociology*, 46(3), pp.465-82。
17. Graham, F. & Isaac, A. G. (2000), The behavioral life-cycle theory of consumer behavior: survey evidence, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 48(4), pp.391-401.
18. Holbrook, M. B. (2000), The Millennial Consumer in the Texts of Our Times: Experience and Entertainment, *Journal of MacroMarketing*, 20(2), pp.178-192.
19. Huang L., & Tsai, H. (2002), The study of senior traveler behavior in Taiwan, *Tourism Management*, 24(4), pp.561-574.

20. Iso-Ahola, S. E. (1982) , Toward a social psychological theory of tourism motivation, A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9, pp.256-262.
21. Iso-Ahola, S. E., & Crowley E. D. (1991), Adolescent Substance Abuse and Leisure Boredom, *Journal of Leisure Research*, 23(1), pp.260-271.
22. Jang, S. & Wu, C. E.(2006) , Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors, *Tourism Management*, 27, pp.306-316.
23. Lehto, X. Y., O'Leary, J. T. & Morrison, A. M.(2004), The effect of prior experience on vacation behavior, *Annals of Tourism Research*, 31(4), pp. 801-818.
24. Manning, R. E. (1985), *Motivations for Recreation : A Behavioral Approach Studies in Outdoor Recreation Search and Research for Satisfaction* , Mineographed, Oregon State University Press, Oregon.
25. McIntosh, R. W. and C. R. Goeldner (1990), *Tourism :Principles, Practices, Philosophies*, New York: Wiley.
26. Modigliani, Franco, & R. Brumberg.(1954) , *Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-section Data*. In Post Keynesian Economics, Kurihara, Kenneth K. Eds. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
27. Neil, C. (2005), Poverty, debt, and conspicuous consumption: university students' tourism experiences, *Tourism Management*, 26, pp.797-806.
28. Oliver, R. L.(1994), Conceptual issues in the Structural Analysis of Consumption Emotion , Satisfaction , and Qualit., *Advances in Consumer Research*,. 21(1), pp.16-23.
29. Ragheb, M .G (1980), Interrelationships among leisure participation leisure satisfaction and leisure attitudes. *Journal of Leisure Research*, 12(2), pp.138-149.
30. Scott, A. Lewis, & S. Lee (2001.), *Student debt: The causes and consequences of undergraduate borrowing in the UK*, The Policy Press, Bristol.
31. Scott, A., Lewis, A., & Lea, S. (2001) , *Student debt: The causes and consequences of undergraduate borrowing in the UK*, Bristol:The Policy Press.
32. Shaw, G., & Williams, A. (1994), *Critical issues in tourism: A geographical perspective*, Oxford: Blackwell.
33. Shefrin, H. M., & Thaler, R. H. (1988), The behavioral life-cycle hypothesis, *Economic Inquiry*, 26(4),pp. 609-643.
34. Swarbrooke, J., & Horner, S.(1999) , *Consumer Behavior in Tourism*, Oxford:. Butterworth Heinemann.
35. Thaler , R. H. (1985), Mental Accounting and Consumer Choice, *Marketing Science*, (3) ,pp.199-214.
36. Thomas, D.W. & Butts, F.B.(1998), Assessing Leisure Motivators and Satisfaction of International Elderhostel Participant, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(1), pp.31-38.
37. Thomas, J. A. (1964), What Makes People Travel, *ASTA Travels News*, Aug., pp.169-172.

38. Tversky, A. & Kahneman, D.(1985) , The Framing of Decisions and the Psychology of Choice in George Wright (ed.) , *Behavioral Decision Making*. Plenum Press, New York, pp.25-41.
39. Van Raaij, W.F. (1981), Economic Psychology., *Journal of Economics Psychology*, Vol.1(1), pp. 1-24.