

國立台灣體育學院舞蹈系碩士班
碩士學位論文

舞蹈休閒活動參與者之參與動機與
阻礙暨休閒利益研究

A Study of Relationships Among Motivations, constraints and
leisure benefits of the leisure-dancing activity participants



研究生：陳惠琪 撰

指導教授：林房儻 教授

中華民國九十六年六月

論文名稱：舞蹈休閒活動參與者之參與動機與阻礙暨休閒利益研究

總頁數：173

院校所組別：國立台灣體育學院舞蹈系碩士班學術理論組

畢業時間及提要別：九十五學年度第二學期碩士學位論文提要

研究生：陳惠琪

指導教授：林房儂博士

中文摘要

本研究目的在於探討舞蹈休閒活動參與者之參與動機、休閒阻礙、行銷滿意度及休閒利益之特徵，差異及相關情形。研究結果將提供政府相關機構、民間企業團體以及相關學術研究單位施政、行銷策略及研究參考依據。本研究以問卷調查方式，以北台中、中台灣及南台灣舞蹈休閒活動參與者為研究對象，採取隨機便利抽樣，研究工具為「舞蹈休閒活動消費行為研究問卷」。共發出問卷 450 份，回收有效問卷 432 份，有效問卷比率為 96%。問卷回收所得之資料，依研究目的及驗證假設所需，以 SPSS 統計套裝軟體既行描述性統計、項目分析、探索式因素分析、單因子多變量變異數分析、scheffe 事後比較法及典型相關分析等統計方法進行資料分析。結果發現：一、不同背景變項的舞蹈休閒活動參與者在參與動機、休閒阻礙及行銷滿意度上有顯著差異存在。二、舞蹈休閒活動參與者的參與動機及休閒阻礙與行銷滿意度之間有典型相關存在。三、舞蹈休閒活動參與者的參與動機、休閒阻礙及行銷滿意度與休閒利益之間有典型相關存在。

關鍵字：參與動機、休閒阻礙、行銷滿意度、休閒利益

Chen,Hui-Chi(2006). A study of relationships among motivations, constraints and leisure benefits of the leisure-dancing activity participants. Unpublished master thesis: National Taiwan College of Physical Education, Graduate Institute of Dance Education.

ABSTRACT

This study investigated the characteristics, differences, and relationships among participating motivations, constraints, satisfaction and leisure benefits of leisure-dancing participants. The results will provide as a reference for government, organizations and institutes to do the related policy implementation. The study used cluster and random sampling to select the subjects who participate in the dancing activities in their leisure time. The instrument of this study was the questionnaire of consumer behavior for leisure-dancing participants. 450 questionnaires were distributed, and 432 were valid. Thus, the validity rate was 96%. The methods of data analysis including of descriptive statistics, item analysis, factor analysis, one-way MANOVA, the Scheffe - post hoc test and canonical correlation. The major findings of the study were summarized as follows:

1. There were significant differences among participants with different backgrounds on their motivations, constraints, and satisfaction.
2. There were significant relationships among satisfaction, motivations and constraints.
3. There were significant relationships among leisure benefits, motivations, constraints and satisfaction.

Key words: participative motivations, leisure constraints, satisfaction, leisure benefits.

謝 誌

回首兩年來從舞蹈表演的領域跨足到學術研究的範疇裡，心中不時的被滿滿的求知慾及充實感填滿。從在舞台上跳舞的舞者，到走進研究室埋首專研的研究生；從生澀摸索研究雛形到了解執行研究的過程；從對統計感覺陌生恐懼到充滿興趣和熱忱。兩年的研究生涯，雖有辛苦，但也備覺甘甜。在研究過程中的每一個時刻，都是除了在研究的訓練以外，更臻豐美的人生歷練。學術發表會上的緊張、期末眾多報告的焦慮、完成學術發表的欣喜、反覆修改論文的焦急和煎熬，以及不斷和時間賽跑的分秒必爭，不知窗外晨昏晝夜的熬夜苦讀，書桌上沒有停過的咖啡和維他命，都是記錄兩年研究歷程的深刻回憶。

兩年的寒暑光陰，惠琪感謝家人無上限的後盾支持，讓惠琪能夠在研究的過程中心無旁騖的專注學習。在學業上惠琪幸逢多位師長的不棄指導，尤其感謝林房儻老師在研究上及人生視野上皆給予多方面的指導及照顧，除了學習做研究的方法之外，更深一步的瞭解做研究的態度及學習的精神。深深的感謝林房儻老師如同父親般在這兩年中對惠琪的照顧和教誨，在遇到學習瓶頸時給予清晰的指引，在遇到困難時給予最穩固的信心支持，在研究陷入膠著困頓、情緒低落時，給予我最正向的開導、最理性的分析，也教導惠琪在舞蹈視野以外拓展更廣闊的天空。

此外，深深的感謝多個深夜一同熬夜、在學術發表給予滿滿的信心鼓勵、在遇到困頓瓶頸時總是設身為惠琪著想，不厭其煩的給予支持鼓勵和安慰的口試委員陳碧涵主任，因為有您的深深支持，讓惠琪總有最大的勇氣度過每一次的低潮。以及多方細心指導的口試委員林宏恩教授，因為有您耐心的指導，讓惠琪的論文能夠更趨完備。另外也要感謝從大學時期到研究所階段，一路照顧叮嚀陪伴我成長如同家人般給予我支持的王玉英主任，在研究的生

涯中，也不斷同時給予我多方不同挑戰的淬鍊，讓我有更成熟、堅強的態度去迎接往後的挑戰。

最後更要感謝一路以來共渡難關、共享喜樂，有著深厚革命情感的戰友于貞、欣穎、繼良...等舞研所的好同學們，因為有你們的扶持，讓學習的路縱使辛苦也從不孤單徬徨。在論文即將付梓之際，惠琪獻上最誠摯的感謝與祝福，願您們在未來的人生道路上，都能平安、圓滿、喜樂。

惠琪 謹誌

中華民國九十六年七月

目 錄

中文摘要.....	I
英文摘要.....	II
謝誌.....	III
目錄.....	V
表目錄.....	V
圖目錄.....	V
第一章 緒論	
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 研究問題.....	2
第四節 研究範圍與限制.....	3
第五節 研究價值與貢獻.....	3
第六節 名詞釋義.....	4
第二章 文獻探討	
第一節 消費者行為理論.....	6
第二節 動機相關理論.....	16
第三節 休閒阻礙理論.....	23
第四節 行銷理論.....	29
第五節 休閒利益理論.....	33
第六節 參與動機、阻礙、行銷滿意度及休閒利益之相關性研究..	36
第三章 研究方法	
第一節 研究步驟與流程.....	38
第二節 研究架構.....	40
第三節 研究假設.....	40
第四節 研究樣本.....	41
第五節 研究工具.....	43
第六節 資料分析方法.....	61
第四章 結果與討論	
第一節 舞蹈休閒活動參與人口背景變項的統計特性.....	63
第二節 參與動機差異性分析.....	68
第三節 休閒阻礙差異性分析.....	83

第四節	行銷滿意度差異性分析.....	99
第五節	參與動機、阻礙及行銷滿意度對休閒利益之徑路分析...	113
第六節	參與動機與行銷滿意度之典型相關分析.....	114
第七節	休閒阻礙與行銷滿意度之典型相關分析.....	117
第八節	參與動機與休閒利益之典型相關分析.....	119
第九節	休閒阻礙與休閒利益之相關性分析.....	122
第十節	行銷滿意度與休閒利益之相關性分析.....	124
第十一節	綜合討論.....	126
第五章	結論與建議	
第一節	結論.....	144
第二節	建議.....	149
	參考文獻	
一、	中文部分.....	153
二、	外文部分.....	162
	附錄一：舞蹈休閒活動消費行為研究預試問卷.....	165
	附錄二：舞蹈休閒活動消費行為研究問卷.....	170

表目錄

表 1	消費者行為定義.....	7
表 2	預試問卷施測情況.....	42
表 3	參與動機量表項目分析各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表.....	45
表 4	參與動機量表因素構面矩陣摘要表.....	48
表 5	參與動機總量表及各分量表之信度.....	49
表 6	阻礙因素量表項目分析各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表.....	50
表 7	阻礙因素量表因素構面矩陣摘要表.....	52
表 8	阻礙因素總量表及各分量表之信度.....	53
表 9	滿意度量表項目分析各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表.....	54
表 10	滿意度量表因素構面矩陣摘要表.....	55
表 11	滿意度總量表及各分量表之信度.....	56
表 12	休閒利益項目分析各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表.....	57
表 13	休閒利益量表因素構面矩陣摘要表.....	59
表 14	休閒利益總量表及各分量表之信度.....	60
表 15	性別次數分配表.....	63
表 16	年齡次數分配表.....	64
表 17	教育程度次數分配表.....	64
表 18	居住地次數分配表.....	64
表 19	參與頻率次數分配表.....	65
表 20	職業次數分配表.....	65
表 21	每月平均收入次數分配表.....	66
表 22	同伴關係次數分配表.....	66
表 23	喜愛課程類型次數分配表.....	67
表 24	舞蹈休閒活動參與者在參與動機各構面之平均數與標準差.....	68
表 25	不同性別在參與動機上之單因子多變量分析.....	68
表 26	不同年齡在參與動機上之單因子多變量分析.....	69
表 27	不同年齡在參與動機上之單因子單變量分析.....	69
表 28	不同年齡在參與動機各構面的平均數和標準差.....	70
表 29	不同教育程度在參與動機上之單因子多變量分析.....	71
表 30	不同教育程度在參與動機上之單因子單變量分析.....	71
表 31	不同教育程度在參與動機各構面的平均數和標準差.....	72
表 32	不同居住地在參與動機上之單因子多變量分析.....	72
表 33	不同居住地在參與動機上之單因子單變量分析.....	73
表 34	不同居住地在參與動機各構面的平均數和標準差.....	74
表 35	不同參與頻率在參與動機上之單因子多變量分析.....	74
表 36	不同職業在參與動機上之單因子多變量分析.....	75

表 37	不同職業在參與動機上之單因子單變量分析.....	75
表 38	不同職業在參與動機各構面的平均數和標準差.....	76
表 39	不同平均收入在參與動機上之單因子多變量分析.....	77
表 40	不同同伴關係在參與動機上之單因子多變量分析.....	77
表 41	不同同伴關係在參與動機上之單因子單變量分析.....	78
表 42	不同同伴關係在參與動機各構面的平均數和標準差.....	79
表 43	不同喜愛課程類型在參與動機上之單因子多變量分析.....	79
表 44	不同喜愛課程類型在參與動機上之單因子單變量分析.....	80
表 45	不同喜愛課程類型在參與動機各構面的平均數和標準差.....	81
表 46	不同背景變項在參與動機的驗證結果彙整表.....	82
表 47	舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙各構面之平均數與標準差....	83
表 48	不同性別在休閒阻礙上之單因子多變量分析.....	84
表 49	不同性別在休閒阻礙上之邊際平均數.....	84
表 50	不同性別在休閒阻礙各構面的平均數和標準差.....	85
表 51	不同年齡在休閒阻礙上之單因子多變量分析.....	85
表 52	不同年齡在休閒阻礙上之單因子單變量分析.....	86
表 53	不同年齡在休閒阻礙各構面的平均數和標準差.....	86
表 54	不同教育程度在休閒阻礙上之單因子多變量分析.....	87
表 55	不同教育程度在休閒阻礙上之單因子單變量分析.....	87
表 56	不同教育程度在休閒阻礙各構面的平均數和標準差.....	88
表 57	不同居住地在休閒阻礙上之單因子多變量分析.....	89
表 58	不同居住地在休閒阻礙上之單因子單變量分析.....	89
表 59	不同居住地在休閒阻礙各構面的平均數和標準差.....	90
表 60	不同參與頻率在休閒阻礙上之單因數多變量分析.....	90
表 61	不同職業在休閒阻礙上之單因子多變量分析.....	91
表 62	不同職業在休閒阻礙上之單因子單變量分析.....	92
表 63	不同職業在休閒阻礙各構面的平均數和標準差.....	92
表 64	不同平均收入在休閒阻礙上之單因數多變量分析.....	93
表 65	不同同伴關係在休閒阻礙上之單因子多變量分析.....	93
表 66	不同同伴關係在休閒阻礙上之單因子單變量分析.....	94
表 67	不同同伴關係在休閒阻礙各構面的平均數和標準差.....	95
表 68	不同喜愛課程類型在休閒阻礙上之單因子多變量分析.....	96
表 69	不同喜愛課程類型在休閒阻礙上之單因子單變量分析.....	96
表 70	不同喜愛課程類型在休閒阻礙各構面的平均數和標準差.....	97
表 71	不同背景變項在休閒阻礙的驗證結果彙整表.....	98
表 72	舞蹈休閒活動參與者在休閒滿意度各構面之平均數與標準差..	99
表 73	不同性別在滿意度上之單因子多變量分析.....	99

表 74	不同年齡在滿意度上之單因子多變量分析.....	100
表 75	不同年齡在滿意度上之單因子單變量分析.....	100
表 76	不同年齡在滿意度各構面的平均數和標準差.....	101
表 77	不同教育程度在滿意度上之單因子多變量分析.....	101
表 78	不同的居住地在滿意度上之單因子多變量分析.....	102
表 79	不同居住地在滿意度上之單因子單變量分析.....	102
表 80	不同居住地在滿意度各構面的平均數和標準差.....	103
表 81	不同的參與頻率在滿意度上之單因子多變量分析.....	103
表 82	不同參與頻率在滿意度上之單因子單變量分析.....	104
表 83	不同參與頻率在滿意度各構面的平均數和標準差.....	104
表 84	不同職業在滿意度上之單因子多變量分析.....	105
表 85	不同職業在滿意度上之單因子單變量分析.....	105
表 86	不同職業在滿意度各構面的平均數和標準差.....	106
表 87	不同的平均收入在滿意度上之單因子多變量分析.....	107
表 88	不同的同伴關係在滿意度上之單因子多變量分析.....	107
表 89	不同的同伴關係在滿意度上之單因子單變量分析.....	108
表 90	不同的同伴關係在滿意度各構面的平均數和標準差.....	109
表 91	不同的喜愛課程類型在滿意度上之單因子多變量分析.....	110
表 92	不同的喜愛課程類型在滿意度上之單因子單變量分析.....	110
表 93	不同喜愛課程類型在滿意度各構面的平均數和標準差.....	111
表 94	不同背景變項在滿意度的驗證結果彙整表.....	112
表 95	參與動機與滿意度之典型相關分析摘要表.....	114
表 96	休閒阻礙與滿意度之典型相關分析摘要表.....	117
表 97	參與動機與休閒利益之典型相關分析摘要表.....	120
表 98	休閒阻礙與休閒利益之典型相關分析摘要表.....	122
表 99	滿意度與休閒利益之典型相關分析摘要表.....	124
表 100	不同背景變項在休閒動機的考驗結論摘要表.....	145
表 101	不同背景變項在休閒動機的考驗結論摘要表.....	146
表 102	不同背景變項在休閒動機的考驗結論摘要表.....	147

圖目錄

圖 1	E-B-K model 消費者決策過程.....	11
圖 2	修正後之 E-K-B 模式.....	12
圖 3	馬思洛的層次需要論.....	18
圖 4	休閒阻礙層次模式.....	26
圖 5	行銷計畫流程.....	32
圖 6	休閒利益三模式.....	34
圖 7	研究流程圖.....	39
圖 8	研究架構圖.....	40
圖 9	量表編製流程架構圖.....	43
圖 10	資料分析架構圖.....	62
圖 11	本研究控制變項之徑路分析圖.....	113
圖 12	參與動機與滿意度之典型相關分析圖.....	116
圖 13	休閒阻礙與滿意度之典型相關分析圖.....	119
圖 14	參與動機與休閒利益之典型相關分析圖.....	121
圖 15	休閒阻礙與休閒利益之典型相關分析圖.....	123
圖 16	滿意度與休閒利益之典型相關分析圖.....	126

第一章 緒論

本章共分為六節：第一節 研究背景與動機；第二節 研究目的；第三節 研究問題；第四節 研究範圍與限制；第五節 研究價值與貢獻；第六節 名詞釋義。敘述如下：

第一節 研究背景與動機

近年來，隨著國人對精神生活及健康養生之重視，休閒生活的品質要求也隨之提高，在休閒活動逐漸蓬勃發展之際，對文化藝術活動之重視及需求相對提高，其中舞蹈休閒活動亦是選擇之大宗，為此坊間相繼成立相關舞蹈休閒中心以因應其需求。然而，何種課程、設備及規劃之舞蹈休閒活動中心最能夠符合消費者之行銷滿意度？而消費者在參與舞蹈休閒活動之動機與阻礙又為何？消費者又期望在活動中得到何種參與回饋與利益？成為舞蹈休閒活動中心經營者無法漠視之重要議題。

任何一個團體在建立成功的行銷計畫以達到獲利之前，首要的是瞭解消費者在進行消費行為時的行為訊息，提供休閒、才藝與運動的舞蹈休閒活動亦如是。透過消費者行為調查研究掌握了正確消費者的消費訊息，讓結合舞蹈與健康休閒為取向之舞蹈休閒活動相關機構能更有效進行營運與推廣，並藉由健康休閒提升之風氣將舞蹈藝術融入休閒活動。除提升人民健康生活之水準，亦能將舞蹈藝術推廣至社會大眾，走入社區生活。將觀賞性質之表演藝術中的舞蹈藝術增加大眾參與機會，提高民眾參與感與了解，讓參與舞蹈活動不再僅僅成為專業舞者的領域範疇。除提高舞蹈藝術的推廣與參與，更進一步擴大舞蹈藝術之市場，落實藝術生活化之目標。

因此，本研究旨在探討舞蹈休閒活動參與者之參與動機、阻礙與休閒利益，並依照消費者行為理論、動機理論、休閒阻礙理論、行銷理論、休閒利

益理論作為依據進行研究工具問卷之構面設計，並依照問卷所得之資料進行分析，並提出適切的行銷計畫建議。

第二節、研究目的

本研究旨在探討舞蹈休閒活動參與者的參與動機、阻礙及休閒利益，並依照結果分析擬定建議之行銷組合，主要目的分別為：

- 一、 瞭解舞蹈休閒活動參與者之參與動機、阻礙及休閒利益。
- 二、 瞭解舞蹈休閒活動參與者之參與動機、阻礙及休閒利益間的相關情形。
- 三、 期望對業者在經營及課程上的規劃能夠更清楚的掌握目標顧客族群，以利制訂更適切的營運策略。

第三節、研究問題

問題一：不同人口背景變項之舞蹈休閒活動參與者參與動機為何？

問題二：不同人口背景變項之舞蹈休閒活動參與者休閒阻礙為何？

問題三：不同人口背景變項之舞蹈休閒活動參與者行銷滿意度為何？

問題四：舞蹈休閒活動參與者參與動機與行銷滿意度間是否有相關？

問題五：舞蹈休閒活動參與者休閒阻礙與行銷滿意間是否有相關？

問題六：舞蹈休閒活動參與者參與動機與休閒利益間是否有相關？

問題七：舞蹈休閒活動參與者休閒阻礙與休閒利益間是否有相關？

問題八：舞蹈休閒活動參與者行銷滿意度與休閒利益間是否有相關？

第四節 研究範圍與限制

本研究受試單位為進行舞蹈休閒活動課程並且有收取費用之單位，受試者限定為有經濟能力並有自主權力依照自己意願決定參與舞蹈休閒中心課程之學員。因本研究地域範圍為北、中南台灣進行抽樣調查，因此不對研究地區以外的地區進行類推的比較。

因本研究所指之消費者行為範圍限定為參與者進行購買行為之參與動機、阻礙因素與休閒利益，因此對於消費者進行購買行為之其他相關可能影響之心理因素或其他因素暫不進行討論。

第五節 研究價值與貢獻

- 一、藉由本研究瞭解參與者參與舞蹈休閒活動之動機、阻礙及休閒利益，以及使用資源過程中的滿意度，藉此幫助業者能掌握目標市場及客群，將有限資源更準確的使用在正確的焦點上。
- 二、藉由本研究分析參與者之參與行為習慣，並依照其所得資料幫助業者擬定適宜其目標客群消費習慣之定價、促銷及行銷資源之運用。
- 三、藉由本研究協助舞蹈休閒活動相關業者以更系統化瞭解其產品特性與市場發展性及目標客群消費行為，並以本研究之數據作為舞蹈休閒活動相關業者進行參考。

第六節 名詞釋義

一、舞蹈休閒活動：

本研究係指以業餘學習舞蹈才能、舞蹈技藝為教學主旨之活動。

二、舞蹈休閒活動業者：

於本研究中係指以休閒健康為取向教授並有收取費用之業餘學習舞蹈相關類別之教育單位、團體或企業。

三、消費者行為：

於本研究中係指消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念（idea）時，所表現的各種行為（林靈宏，1999）。

四、參與動機：

參與動機於本研究中係指形成消費者再進行購買行為時的動機因素。動機（motive）是引導消費者行為朝向滿足需求的驅動力。消費者現況和理想目標的差異越大，動機驅策行動以滿足需求的力量也就越大（黃明蕙，2006）。

五、休閒阻礙：

於本研究中係指可能降低個體參與休閒活動次數、減少參與的時間和影響個體從休閒活動中獲得滿足感的所有因素（Henderson，1991）。亦即參與舞蹈休閒活動消費者再進行購買行為時，阻礙其決策與參與情況之因素。

六、行銷滿意度：本研究中之行銷滿意度係指在參與及運用舞蹈休閒活動及資源的過程中，所得到對行銷層面的滿意程度。

七、休閒利益：

本研究中之休閒利益係指在運用休閒資源的過程中，能夠滿足休閒參與者個人或社會群體從需求進而改善現況的內容（高俊雄，2002）亦即舞蹈休閒中心消費者參與舞蹈休閒活動中，改善個人身心狀態或藉以滿足個人需求的狀況。

八、人口統計變項：

本研究之人口統計變項包含，性別、年齡、教育程度、職業、家庭總月收入、居住地、參與課程次數、同伴關係、喜愛的課程活動類型等九項。

第二章 文獻探討

本章旨在探討與本研究相關之理論與文獻，以作為研究發展之依據。全章共分為四節：第一節 消費者行為理論；第二節 動機相關理論；第三節 休閒阻礙 第四節 行銷理論；第五節 休閒利益理論。

第一節 消費者行為理論

一個企業或團體，希望產品能夠獲利的前提，必須要瞭解消費者的需求為何？何種規劃的產品形象及功能能夠符合消費者之需求？隨著消費者接觸更多的資訊和對價值的強調，他們更希望能密切配合個人需求(黃明蕙，2006)。追求個人化及以顧客需求為導向的產品設計，已成為企業及團體不可漠視的一股強大趨勢。

企業或團體必須先了解消費者所需要的產品或是服務，才能夠針對需求提供具有商機的產品與服務。因此，近年來對於消費者行為的研究日漸興盛。現今社會，不單單僅限於企業團體的營運需要對消費者行為進行瞭解，對以休閒健康為取向的舞蹈休閒中心的經營亦相對需要，本研究以消費者行為、動機理論及行銷組合相關文獻於此做進一步的探討。

一、消費者行為之定義

早期的消費者行為是以動機理論及經濟學為主項發展，到了近期已發展演變成跨學門的學科。消費者行為理論結合了行銷學、心理學、經濟學與社會科學等許多不同的領域，是科學整合的學科(周上富，2003)。消費者行為意指直接涉及、取得、消費及處理產品與服務的所有活動，包括這些活動前後所引發的決策程序(王志剛、謝文雀，1995)。

表 1 消費者行為定義

年代	學者	定義
1966	Nicosia	消費，即是以非轉售為目的之購買行為。
1982	Williams	認為一切與顧客在購買產品或勞務過程中，有關心理的、情緒的、生理方面的活動、反應與影響，即是消費行為。
1983	Zaltman and Wallendorf	消費者行為是一種行為、過程及存在於社會關係中的個人、群體、組織獲得和使用各種產品、服務及其它資源經驗的結果。
1983	Kanuk and Schiffman	消費者為滿足其需求，對產品與服務所進行的一連串搜尋、購買、使用、評價等處理之行為表現。
1984	Engel, Kollat and Blackwell	狹義的定義：「為獲得和使用經濟性商品和服務，個人所直接投入的行為，包含導致及決定這些行為的決策過程。」廣義的定義：「除了狹義的消費者購買行為外，還包括非營利組織、工業組織及中間商的採購行為。」
1991	Schiffman and Kanuk	消費者為滿足需求，所表現出對於產品、服務、構想的尋求、購買、使用、評價和處置等行為。
1995	Blackwell	消費者為獲得需求的滿足，而表現出其對產品、服務和想法的搜尋、評估、選擇、購買、使用、評價和處理等相關行為。
1995	Engel	與產品、服務的獲取、購買、使用和處理等有直接關係的行為，包括影響和決定這些行為發生的決策過程。
1998	Kotler	探討在滿足其需求與慾望時，個人、群體與組織如何選擇、購買、使用及處置商品、服務、理念或經驗。

1995	王志剛&謝文雀	消費者直接涉及、取得、消費及處置產品的所有活動，包括這些活動前後所引發的決策程序。
1998	方世榮	消費者購買與使用產品或享用服務時，所表現的各種行為與活動。
1999	榮泰生	人們在購買、使用產品的決策過程與行動。
1999	林靈宏	消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念（idea）時，所表現的各種行為。
1999	姚念周	人們取得、消費與處置各商品的行為。

資料來源:本研究整理

二、消費者行為取向

消費者行為可分為兩大取向，分別為管理取向（managerial approach）以及純科學取向（holistic）。管理取向解釋消費者行為屬性為應用社會科學，其目的是成為發展行銷策略的基底，而純科學取向則解釋消費者行為是純社會科學，而非應用社會科學。

（一）管理取向

管理取向的消費者行為較為注重個別消費者的態度與認知。並強調個別消費者的態度、知覺、生活形態和人口背景特色。管理取向同時也注重個別消費者的態度與認知（cognitive）。管理取向是賦予時代意義，管理取向的消費者行為則較容易被應用到行銷的相關決策上，蒐集的訊息也以消費者的需求、思考判別的過程特色為主。蒐集這些資訊後可以用來定義消費者的區隔性，並找出產品及市場的定位。管理觀點偏重購買行為而非單指消費。較

重視進行購買行為者而非是使用產品的使用者。

由此可知，除了持續的關注購買者的購買行為外，消費者在進行消費商品的過程中是否達到滿意以及消費者對商品的需求以及期待，是行銷者必須要購買行為產生前便必須關注到的，並在購買後持續與顧客維持關係以保持消費者的訊息來源。

(二)、純科學取向

純科學取向聚焦的焦點在於消費經驗的本質而不只是購買的過程，強調更廣闊的消費情境。純科學取向認為消費行為是具有象徵性意義的，也是功能性的。純科學取向重視的是社會的本質，而非有消費者才有消費者，而是有社會就有消費者。

在商業的情境及活動中，消費者行為的研究成果必須是可以轉換成具體的行銷策略，這便和是純科學取向的一個問題且和管理取向的消費者行為相反。管理取向對於預測消費者將來會做什麼有興趣，純科學取向則對於瞭解消費者目前行為的環境比較有興趣。

(三)、小結

研究消費者行為決策過程必須同時兼顧認知的資訊處理及產品的象徵價值，發展行銷策略以及調和個人的認知觀點同等重要。因此因在兩種觀點中取得一個平衡的觀點於消費者行為的研究中進行探究。

三、消費者行為模式

消費者行為的決策過程為影響消費結果的重要因素，因此對於消費者的決策模式便成為研究消費者行為議題必要討論的關鍵要點。行銷者必須深入瞭解消費者的決策過程，才能夠依照其進行行銷計畫的擬定。消費者行為決策模式相關文獻中，有幾項較具代表性之模式，本研究於其中擇一應用於研究中之對應模式。

(一)、EKB 消費理論模式

歷年來許多學者都嘗試解釋消費者行為，因此，有著各種研究模式的出現，主要模式有三種：Nicosia Model (尼克西亞模式)、Howard-Sheth Model (易理解模式)、Engel-Kollat-Blackwell Model (EKB 模式)。消費者行為模式中被公認最為完整且具有明確架構模式的為 EKB 模式，EKB 模式是由 Engel、Kollat、Blackwell 三位俄亥俄州立大學教授於 1968 年提出，並在 1984 年修正(引自黃懿諄, 2001)。將消費者行為歸納為資訊投入、資訊處理、決策過程與影響決策過程變項四個部分。其中決策過程含五個步驟問題認知 (problem recognition)、訊息蒐集(search)、選擇評估 (alternative evaluation)、購物選擇(choice)、購物結果(outcome)。

1. 訊息投入 (input): 消費者由企業的行銷活動和自己對問題的資訊蒐集產生刺激，而影響購買決策的過程。

2. 訊息處理 (information processing): 包括消費者對訊息之接觸、注

意、了解和認知、接受與訊息保存的階段。

3. 決策過程 (decision process)：此部分為該模式的核心，消費者的決策過程包含下列五個階段：

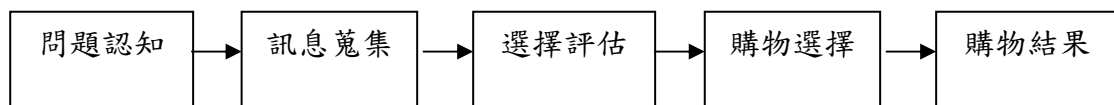


圖 1 E-B-K model 消費者決策過程

資料來源：Engel, J. F., Blackwell, R. D. and Minard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed. p. 237) Fort Worth, TX: The Dryden Press.

4. 決策過程影響變數 (decision process variables)：主要包括個人特質、環境和情境等影響消費者在購買行為中決策過程的三項重要因素。

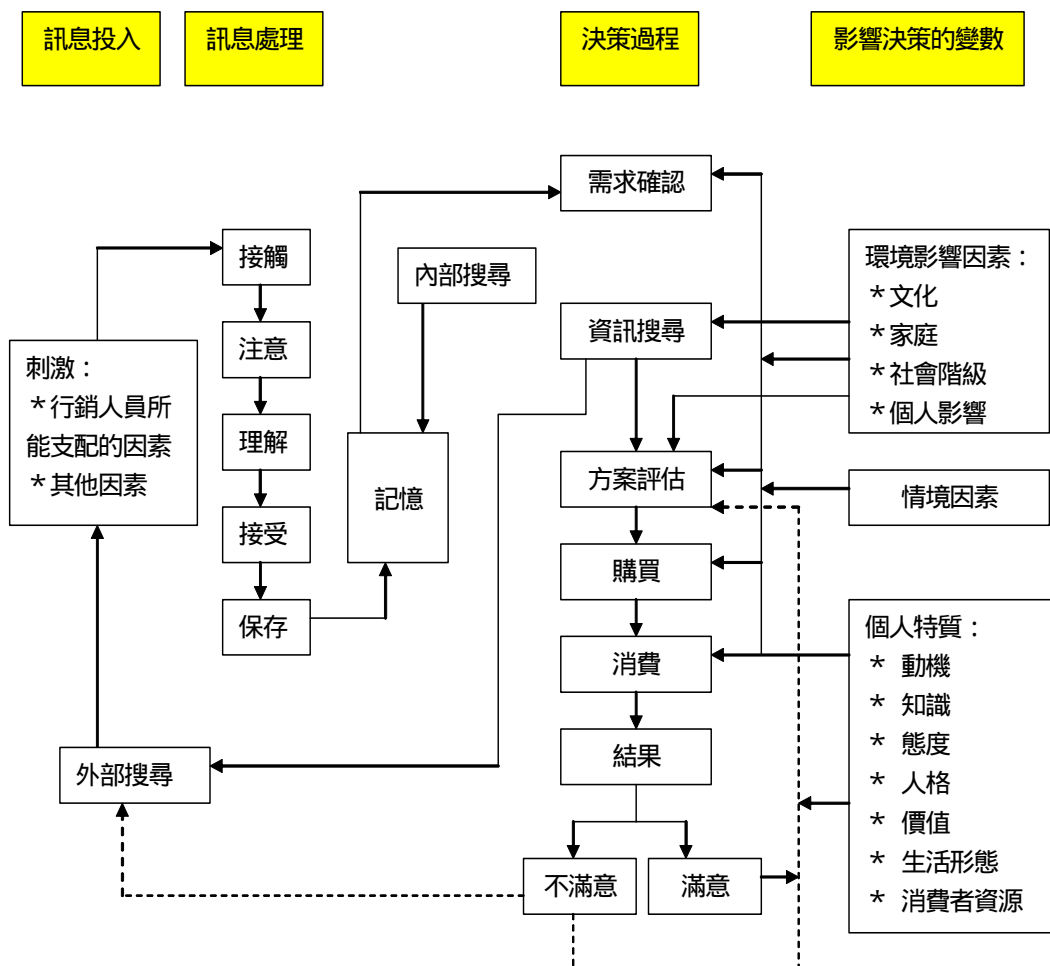


圖2 修正後之E-K-B 模式

資料來源：Engel, J. F., Blackwell, R. D. and Minard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8thed. p. 237) Fort Worth, TX: The Dryden Press.

本研究期望以更有效的方式瞭解舞蹈休閒中心消費者行為，因此採用EKB模式作為本研究探究消費者進行購買行為之參考模型。

四、影響消費者行為的微觀因素

消費者內在的個人因素會影響其外在的行為，這些因素可以稱做微觀因素，其中包括了動機、信念與價值、人格特質、自我概念與生活形態幾項要素（林建煌，2006），分述如下。

（一）、動機：所指為一種驅力，會使個人採取行動來進行滿足其需求。

（二）、信念與價值：

1. 信念 (belief)：意指所擁有並認為真實的一種具有組織的知識。
2. 價值 (value)：意指一種持續的信念，就個人或社會來看，某種行為優於另一種行為的情況。

（三）、人格特質、自我概念與生活形態

1. 人格特質(personality):意指內在的心理特性，基於這些特性，進而對環境有一些持續而穩定的反應。
2. 自我概念(self-concept):，意指消費者如何看待自己含對自我的態度、認知、信念與自我評價。自我概念是由「他人想的自我形象」與「真實的自我形象」兩者組成而成的。通常大多數人會希望自己能夠由「真實的自我」轉變為「理想的自我」。
3. 生活形態(life style):意指一種生活的模式，可藉由個人的活動、興趣與意見來加以辨別。

（四）、小結

舞蹈休閒活動參與者之參與動機、信念與價值、人格特質、自我概念與生活形態皆為本研究中所將討論之範疇並且有部分為直接相關之領域。譬如

於舞蹈休閒活動參與者希望能藉由參與舞蹈休閒活動達到瘦身減重美好體態之效果，便相同於自我概念中由「真實的自我」轉變為「理想的自我」。而究竟舞蹈休閒活動中心參與者其真實之情況及其他相關要點之狀態，本研究將以此作為立基點進行進一步的探究。

六、影響消費者行為的宏觀因素

消費者的決策過程會受到一些宏觀因素（包含文化、次文化、參考群體、意見領袖、家庭生命週期，以及社會階級）而受到影響，分述如下。

（一）、宏觀因素：

1. 文化（culture）：意指社會影響個人行為的主要方式。文化包括一個社會所共同認同的理念、價值觀、文化習慣。
2. 次文化（subculture）：是指一群具有同性質的人，能夠共同擁有並認同某些只對於此群體而言很專屬的的文化成分。同一個次文化中的個體，會擁有類似的行為態度、價值觀與購買行為。
3. 參考群體（reference group）：意指個人的態度、價值觀或行動時，會成為其參考對象的個人或群體。參考群體是直接或間接影響個人購買行為的團體。
4. 意見領袖（opinion leader）：意指族群中能夠影響其他人意見的個體，稱為意見領袖（opinion leader）。譬如許多休閒健身中心近幾年來分相效尤聘請具有相同形象之明星或名人來推廣其產品及企業形象，便是希望藉由名人及明星扮演意見領袖的角色，藉此吸引更多的消費者投入。
5. 家庭（family）：在影響消費群眾的價值觀、態度及個人信念，甚至購買行為及習慣方面，都扮演了相當重要的關鍵角色，小孩就由日

常生活中觀察父母的行為，塑造其日後發展的行為。

6. 家庭生命週期 (family life cycle)：是家庭從組成到分解期間所呈現不同的家庭型態。各種家庭型態，面對不同的情況，面對不同的需求，也會影響相當程度的消費行為。
7. 社會階級 (social class)：意指社會族群中被認為具有某種程度社會地位的族群，不同的階級代表著不同的喜好，興趣與特徵行為。社會階級的受到許多因素而行程。大多數的文化會同時採用多種指標性象徵作為分層的參據。

(二)、小結

本研究應用此七大項影響消費者行為之宏觀因素中之部分因素於研究工具問卷量表中之人口統計變數量表，以調查其不同之生活型態、不同屬性生活階層族群、不同家庭背景因素、不同生活文化等相關因素，藉以了解印證影響消費者行為之宏觀因素為何。

第二節 動機相關理論

一、動機理論

(一)、動機的定義

動機(Motivation)可以被視作為一種內在的驅使力，這種趨使力可以促使個人進行行動。此種趨使力會使個人進行動作以來滿足其需要。驅使力的形成是來自於某種需求但沒有得到滿足而產生的緊迫感。當消費者的緊迫感達到某種程度時，便會產生一種趨使力促使其執行行動來滿足需並降低緊迫感。

動機(Motivation)是引導消費者之行為邁向滿足需求的一種驅動力。消費者的現實情況和理想情況的差距若是越大，動機驅使力希望滿足需求的動力也就相對越大。動機驅使力能夠較直接的影響消費者評估品牌的準則。

(二)、動機理論釋義

動機理論中有三種較常見的學派分別為：馬思洛的需求層次論、穆雷的心因性需要理論、麥克里蘭的學習需要理論。根據馬思洛動機理論中發現，消費者的動機有正向、負向、理性、感性、明顯、不明顯及許多情況，且往往大部分的動機都是具有多重因素混合和不只單一某種因素所構成的。動機是一種用來解釋人們行為背後理由的一種觀念(林建煌，2002)。並由學者的相關研究提出理論來協助瞭解這樣的理念，因此需要透過行動的表徵來推測所引發行為的因素為何。

(三)、小結

馬思洛及穆雷皆在其提出的動機理論中指出，人們同時具備許多不同的動機，更複雜的是往往不同的動機也會導致相同的行為。因此需要透過細微

的觀察與客觀的比較，並應用先前研究所提出的經驗來輔助探討影響消費者產生購買行為的因素。本研究將以動機分為五種需求的馬思洛的層次需求論對應於本研究中之構面設計與解釋，探討影響消費者購買行為的因素，作為消費者動機的探討依據。

二、馬思洛的需要層次論

(一)、馬思洛的五種層次需要論

心理學家馬思洛(Maslow, 1954)提出需要層次論(hierarchy of needs)來說明人類的需要。將動機分為生理性需要(低層需要)與心因性需要(高層需要)兩大類。分為五個基本層次，依照其重要性排序分別為：

1. 生理的需要(physiological needs)：指來自人類生理所產生的需要，例如飢餓、寒冷、口渴及性的需要等。
2. 安全的需要(safety needs)：指對自身安全、未來保障及財產安全等的需要，例如人身安全，工作保障。
3. 社會的需要(social needs)：指希望被群體所接受，例如歸屬感，愛人與被愛的感覺。
4. 自尊他尊的需要(esteem needs)：指希望被群體所肯定，並能受到尊重，例如自我尊直重、被重視、受肯定。
5. 自我實現的需要(self-actualization)：指個人希望潛力能得到完全的發揮，例如潛能發揮。

(二)、層次需求之滿足

人們會先從低層的需要進行滿足繼而再追求高層的需要進行滿足。個人的行為會先受到最低層次需要的驅使，在滿足第一步的需求後，進而對較高層次需要產生需求。如此類推反覆的將需要往推升並引發行為的產生與執行。

低層次需要的優先順序雖然在高層次前面，但滿足低層次需要的方式

方法則比較多；而高層次需要優先順序在較後面。但滿足高層次需要的方法卻比較少。因此，低層次的需要雖然較為優先，且較容易被滿足，而高層次的需要順序雖較不優先，但相對的則卻不容易被滿足。

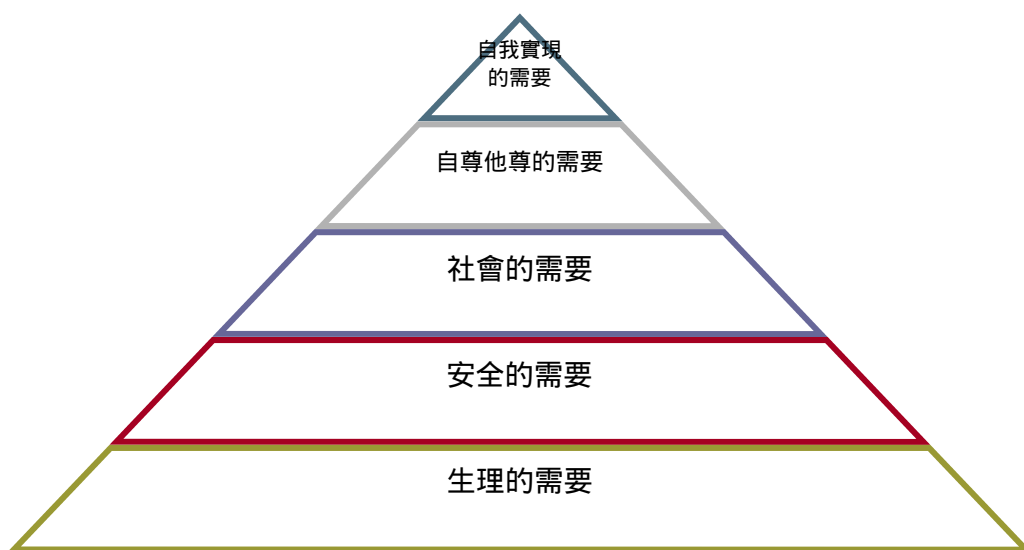


圖 3 馬思洛的層次需要論

(三)、小結

後期馬思洛的層次需要論亦演變為七種層次需要，由於本研究之特性需要，因而選定五種需要的需要層次論，並依據其五種層次，進行研究工具之問卷構面設計。

三、需要、慾求和需求

除了馬思洛需要層次論中的五種層次需要外，影響消費者之要素尚有「慾求」及「需求」兩種。

(一)、慾求

「慾求」意指能夠對某一特定需要之事物所產生的的慾望。「慾求」和「需求」是不相同的，譬如說感覺到冷是生理需要，但想要用美麗的衣飾來保暖則是「慾求」。慾求會受到文化、習慣和風俗民情的影響而不同，也會受到各社會局群的力量而被影響，而持續的被改變。

(二)、需求

「需求」是指具有購買能力所支持而得以滿足的「慾求」，一旦擁有購買能力，則「慾求」就有可能變成「需求」。例如很多人都想要擁有一輛名車或名牌服飾來滿足自尊與他尊的需要，但真正有購買能力消費這些昂貴物品的只有少數人，因此對於沒有足夠購買能力而言，名牌商品可說是停留在慾求的階段，還沒有達到需求的階段。

四、小結

「慾求」是潛在不一定會發生的市場機率，而「需求」則是真實的發生市場。業者必須能夠正確分辨目標客群對產品的「需要」、「慾求」和「需求」狀態，才能針對其狀態制訂更適宜的行銷策略，若對於還在「慾求」階段的族群投入大量的行銷活動資源，則並不一定能夠獲得同等報酬的回饋與獲利，而將同量的行銷活動資源置入「需求」客群則能夠明確的獲得或回收同等報酬的獲利。因此，清楚的瞭解及掌握目標客群之區隔對於行銷者制定行銷策略有著相當程度的助益。

根據馬思洛的層次需求論，人們會先尋求低層的需求滿足繼而再追求高層次的需要滿足，因而必須先滿足生理及安全方面的需求，進而才能逐漸的滿足社會、自尊他尊及自我實現的需求。在本研究中，將馬思洛的層次需求論的生理的需求及安全的需求視為實用需求，而社會的需求、自尊他尊的需求及自我實現的需求則視為感官需求。因此需要先滿足實用功能性的需求後，方能對感官情感性的產品產生需求。就如同人們必先滿足生活日常必需品，在生活基本起居無憂後，才能進一步的對其他感官享受或情感象徵號召的產品產生需求。

五、參與動機相關研究

(一)、性別與參與動機相關研究

何福田(1990)的研究顯示：不同性別在休閒參與上有顯著差異。男性青少年較喜愛新潮遊樂類及體能性的休閒活動；而女性青少年則較喜歡靜態欣賞、自我表現、社會服務、及新知學習等類的休閒活動。許義雄、陳皆榮、陳麗華、張少熙(1992)的研究發現，不同性別之青少年在最喜歡參加的休閒活動有顯著的差異，男性最喜歡參與的休閒活動在體能挑戰、心理挑戰、及刺激感受等功能上高於女性；而女性則在感性享受功能上高於男性。張少熙(1994)也指出，就青少年的休閒傾向來說，男生在刺激性活動、娛樂性活動、藝能性活動顯著高於女生；女生則在交誼性活動、閒意性活動、戶外性活動、休憩性活動中顯著高於男生。另外，翁玉珠(1995)的研究指出，女性青少年傾向於選擇靜態性休閒，而男性則多參加動態性活動。陳德海(1996)針對南區九所專科學校 1384 位學生進行休閒活動阻礙原因的調查，結果顯示：男生休閒活動的參與傾向於娛樂性與健身性休閒活動；女生則傾向於娛樂性、閒意性、與舞蹈性休閒活動。蘇慧君與劉玲君(1995)探討青少年之休

閒活動狀況調查報告中，針對男女一般青少年與少輔機構青少年進行調查，結果發現，男生多喜歡動態的活動，女生則偏向喜愛靜態活動。

但也有少數學者對性別的影響力持不同看法，如吳寶桂(1979)的研究指出，性別差異並不如一般人想像中來得大，兩性在休閒活動上的某些差異其實是社會習俗與態度所造成的。

(二)、居住地與參與動機相關研究

游家政(1986)的研究顯示，除了體育性休閒活動以外，台北市兒童參與藝文性、社交性、康樂性休閒活動的頻率顯著高於台北縣的兒童。而賴哲民(1989)的研究顯示，不同居住環境的兒童，除了在從事實用性活動會有明顯不同外，其餘在體育性、玩樂性、藝文性及社交性活動上皆無顯著差異；新住宅區的兒童較舊市區的兒童常從事實用性休閒活動。當張坤鄉(1997)調查國中生休閒活動狀況時，發現城市、鄉村、與山地的學生，其休閒活動參與狀況有顯著差異。

此外，蔡素琴(1997)調查兒童休閒態度及其相關因素時發現，不同居住地區之國小學生參與的休閒活動，除康樂性休閒活動外，其餘包括藝文性、社交性、體育性休閒活動項目上，皆未達顯著水準。

根據以上相關文獻，可得知：不同居住地對休閒參與會造成影響，但受影響的類型並不一致。由於城鄉的休閒設施、休閒資源、休閒機會尚未達到均等地步，是以居住地區不同，民眾的休閒也出現差異情形。一般而言，城市地區較鄉村或偏遠地區擁有豐富的資源，相對提供民眾較多元便利的休閒設施、休閒訊息，居住於城市之民眾，在休閒資源和休閒選擇上，將相對多於鄉村或偏遠地區的民眾。然而，鄉村民眾擁有較多的自然資源、較廣闊的休閒空間，較小的壓力等優勢，加上近年來交通發達縮短了城鄉距

離。因此，居住地區對民眾的休閒參與影響程度如何，尚待驗證。

(三)、社經地位與參與動機相關研究

文崇一(1981)的研究顯示，知識程度和社經地位較高的人，比較偏向於理性的休閒活動；知識程度和社經地位較低的人，比較偏向於情緒性的休閒活動。徐蒲玲(1986)的研究顯示，家庭為中上社經地位較低社經地位的兒童，更常從事社交性、運動性、藝文性及服務性之休閒活動，而康樂性休閒活動的差異則未達顯著水準。賴哲民(1988)的研究顯示，高社經地位兒童較中社經地位兒童常從事藝文性休閒活動；高社經地位兒童較低社經地位兒童常從事藝文性、社交性休閒活動。

然而，有關家庭社經地位與休閒參與的關係，亦有研究者提出不同看法：黃郁宜(1985)的研究顯示，國中生家庭社經地位的高低，與其所從事的休閒活動類別無顯著差異。黃立賢(1995)也指出，社經地位不同的專科學生喜歡的休閒興趣類型並無不同。

第三節 休閒阻礙理論

一、休閒阻礙的定義：

Henderson (1991) 認為可能降低個體參與休閒活動次數、減少參與的時間和影響個體從休閒活動中獲得滿足感的所有因素。

Jackson (1993) 將阻礙明確的界定在凡參與一項休閒活動中的所有阻礙的因子都統稱休閒阻礙。

張良漢 (2002) 將休閒阻礙定義為：影響個體在休閒時間內，不喜歡或不投入參與休閒運動，如：球類運動、戶外運動、民俗運動、舞蹈、健身活動、技擊運動及水上活動等身體活動的理由或因素。

連婷治 (1998) 在台北縣國小教師休閒態度和休閒參與的研究中認為休閒活動的選擇和參與可能受到某些因素的支配和影響，這些因素可能導致個體不願意參與休閒活動、中斷休閒活動、或使得個體無法獲得休閒滿足感，進而影響休閒生活的品質，這些因素統稱休閒阻礙。

二、休閒阻礙的因素

由於本研究中主要參與者為女性，而在涂淑芳 (1995) 曾指出女性在參與休閒活動的環境阻礙因素有：(1) 休閒設施與活動少，品質低落。(2) 綠地與開放空間不足。(3) 公共休閒設施嚴重缺乏。(4) 缺乏女性的休閒體系。Horna (1989) 認為一般女性對於家庭要負擔主要的養兒育女的責任，因此存在較多的休閒阻礙因素。Hultsman (1993) 也提出因為年輕女性較年長女性因為受到父母管教、經濟上較為匱乏和需要朋友等因素，而因此行程最主要的休閒阻礙因素。

陳思倫 (1995) 指出，會影響一個人參與休閒活動的阻礙因素有二：一為外在休閒阻礙因素，另一則為個人的阻礙因素，細部因子分述如下：

(一) 外在阻礙因素

1. 外在經濟因素
2. 人口因素
3. 社會結構
4. 社會型態
5. 罪犯和破壞公物、都市髒亂等情形
6. 資源
7. 大眾交通工具

(二)、個人阻礙因素

1. 個性
2. 知覺和態度
3. 知識和技能
4. 性別
5. 年齡和家庭生命週期
6. 文化和次文化的影響
7. 目標和生活形態、居住地區
8. 職業、收入、金錢分配
9. 可利用之休閒時間

Jackson (1993) 的研究分析得出十五項休閒阻礙因素，分別是：工作考量、住家附近有無參與機會、休閒需太過擁擠、休閒需設備收費偏高、缺乏相關資訊、遊樂區門票過高、缺乏同伴的陪伴、家庭責任、不知如何學習該項技術、害羞、石油價格花費的考量、體力不夠、缺乏適當交通工具、身體狀況不佳、缺乏創造力。

在休閒阻礙的分類上，Crawford 和 Godbey (1987) 曾提出一個休閒阻礙模式，將休閒阻礙分為三個類別，本研究將以此作為研究問卷的構面設計依據。

(一)、個人內在的阻礙：

係指個人心理的狀態和特質會互相影響休閒的選擇。如壓力、沮喪、信念、焦慮知覺的自我技巧對休閒運動適合性的主觀評價。

(二)、人際間的阻礙：

係指人與人之互相影響的結果或個人特質間的關係，此類的阻礙穢語休閒選擇交互作用而影響休閒參與。如某人可能無法找到合適的同伴或團體，因此減少參與休閒活動。

(三)、結構性的阻礙：

此類型的阻礙就是指除個人內在或人與人之間的因素外，任何會影響個體參與休閒活動的因子。通常這類的休閒阻礙包括家庭義務、財物來源、季節、氣候、工作時間、可得的機會、交通及機會的訓訊息。

Crawford 和 Godbey (1991) 進一步認為這三種阻礙是以階層方式來運作的，以圖示如下。

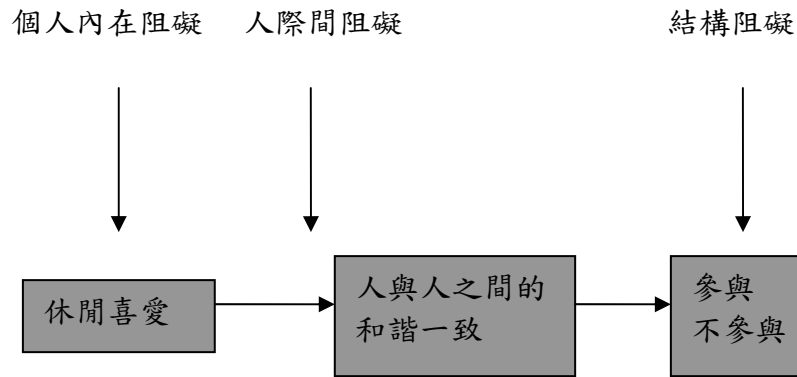


圖 4 休閒阻礙層次模式

資料來源：Crawford, Jackosn and Godbey(1991). A hierarchical of leisure constraints. *Leisure Sciences*, 13, p. 313.

階層模式係指當個體克服第一類的阻礙因素之後，才會面臨到第二類的阻礙因素，繼而去克服他，最後裁示影響個體是否持續參與休閒活動的主要因素。唯有三費的阻礙因素都克服後，個體才有可能持續參與該活動和從中獲得滿足感。

三、小結

隨著雙新家庭的增多，家庭與工作雙方壓力持續增長，而休閒生活支調劑亦成為許多人越來越重視的區塊，瞭解消費者休閒阻礙之因素為何，並進一步消除其阻礙因素，使其能達成消費行為及參與行動，並減低其參與休閒活動過程中阻礙因素提高其滿意度，在阻礙發生時提供鎖定問題要點提出因應之道。

三、阻礙相關研究

(一)、性別與休閒阻礙相關研究

許義雄等人(1992)於青少年休閒狀況及阻礙因素之研究中認為：就性別的角度言之，男生青少年與女生青少年在參與休閒活動時阻礙因素影響程度明顯不同，男性受場地設備及器材設施影響較高，女性則受家人的態度影響較大。而男性的休閒阻礙較偏向外在因素，女性多偏向受他人影響。

蘇振祥(2001)的研究指出中學學生受休閒阻礙三類型層面的影響，依序為：個體內阻礙、結構性阻礙及人際間阻礙；在參與休閒活動時，女生比男生更會出現阻礙的現象，而且受影響程度為高中學生高於國中學生。

陳德海(1996)針對南部地區九所專科學校學生進行休閒活動阻礙原因的調查，研究結果發現：影響休閒活動實際參與情況較大的因素為興趣、場地設備、經費、時間、同伴、技巧(能力)、體力及健康情形等因素。以上阻礙原因對高、低年級學生沒有明顯差異，女生阻礙指標較男生高。陳藝文(2000)的調查中也指出，北部男女大學生在整體休閒阻礙上有顯著差異存在，大學女生在整體休閒阻礙之程度較男生為高，而且大學女生在「個人內在」和「人際間」二層面所受的休閒阻礙均比男生來得高。然而，黃瓊妙(2000)針對台北市在學少年進行研究時卻發現：不同性別在「整體休閒阻礙」及各層面的「個體內阻礙」、「結構性阻礙」及「人際間阻礙」皆未顯著水準，顯示男女在學少年在休閒阻礙上沒有顯著差異。

由眾多研究結果都發現：女性在休閒參與的過程中比男性面臨更多個人內在阻礙以及人際間阻礙。從社會對男女角色期待來看，男生被鼓勵要勇於嘗試、具有冒險精神，女生則被期待多投注一些時間於家庭義務中，或許因此造成了男女生的休閒阻礙有所差異。而此等性別因素造成的差異情形是否

從兒童時期即可窺出端倪，則需透過進一步的研究進行談討。

(二)、社經地位與休閒阻礙相關研究

Howard and Crompton(1984)發現低收入戶的人們最少使用遊憩設施，Godbey(1985)證明低或中社經地位的人們更少知道公共休閒服務，於是根本不考慮參與一些可能參與的休閒活動。黃瓊妙(2000)研究台北市在學少年的休閒阻礙時便發現：不同家庭社經地位之在學少年在「整體休閒阻礙」及各層面「個體內阻礙」、「結構性阻礙」、「人際間阻礙」上皆未顯著水準，顯示不同社經地位之在學少年在休閒阻礙上沒有顯著差異。

綜合上述，社經地位對於個人在休閒參與過程中的確存在一些阻力及助力。職業，收入以及教育程度可相對反映出個體參與休閒時所擁有的時間量、經濟能力、休閒資源，對休閒阻礙的克服有不可忽視的影響力。社經地位對民眾的休閒參與是否也發揮了相當的影響力，高社經背景民眾是否就意味著享有較優越的休閒條件、較少的休閒阻礙，有待進一步的研究進行探討。

第四節 行銷理論

本研究以行銷的角度為出發，分析台中縣市舞蹈休閒活動中心消費者行為，並依照分析結果擬定一套以建議為目的之行銷計畫，因此於本節探討行銷理論及擬定行銷組合之過程。

一、行銷之定義

行銷大師 Kotler (1998) 為行銷下的定義是：個人或群體經由創造、提供與交換彼此的產品及價值以滿足其需要與慾望的社會過程；Kotler 更進一步指出，以比競爭者更有效率地將滿足帶給目標市場，便能成功地達到行銷的目的。

二、行銷之意義

根據美國行銷協會(American Marketing Association)的定義：「行銷是指針對創意、產品與服務所進行的概念化、訂價、推廣，與配銷等規劃與執行之程序，藉此創造出能滿足個人與組織目標的交換活動。」行銷是一種程序，意味著行銷活動可分成幾個特定的步驟來按部就班的進行。行銷包括兩類程序：社會程序和管理程序。行銷的社會程序(societal process)是指行銷活動能夠有效的調和社會的供需，以創造社會的最大總效果，其關切的是行銷活動如何影響社會。而行銷個管理程序(management process)則是指行銷活動是否能夠有效的預測到顧客的需求，並且將滿足該需求的產品與服務從生產廠商流向顧客(林建煌，2006)。

行銷是一種交換(exchange)活動行銷的產品範圍很廣，任則有價值的「客體」(包含有形的和無形的)均可作為行銷交換的標的物。行銷交換的代價也不侷限於金錢，因此以物易物也是一種行銷交換，行銷不僅是交易(transaction)活動而已，行銷還是一種交換活動。

行銷活動也不是組織的專利，單一的個人，也需要進行行銷活動。當人們在交朋友時，便是在行銷，他們行銷的產品是自己；當我們再說服別人時，亦是在行銷，而行銷的產品便是觀念（林建煌，2006）。因此，當教師在進行教學時，亦是一種行銷，行銷的產品便是知識。

行銷的標的物是產品，而產品可以包括有形或無形的物品或服務，如一個理念、觀念、資訊、事件都是無形的產品，因此行銷的標的物可以是一堂課程的內容、一個觀念的引導或者是一的想法的介紹，都是一種行銷的標的物。在本研究中，行銷的產品標的物便是舞蹈休閒活動中心的課程及服務，如參與舞蹈休閒活動過程中的氛圍、所吸收的知識及週邊服務。

三、行銷計畫的規劃流程

(一)、行銷組合與行銷目標

行銷管理人員用來促進其交換活動，以及達成其行銷目標的工具是行銷組合（marketing mix）。行銷組合包括產品（product）、訂價（price）、通路（place）以及推廣（promotion），此四種組合又稱為行銷 4ps。

要達到有效的行銷目標，必須來自於有系統、有執行力的行銷計畫，富有創意及規劃完整的行銷計畫能夠幫助執行者瞭解達成績效目標的機會以及需要化解的威脅。其步驟分述如下：

(二)、行銷計劃步驟流程

1. 情境分析：詳細檢驗市場力量、競爭定位，及目前績效。情境分析的主要目的，是要了解企業營運中較常被忽略的主要議題。
2. SWOT 分析：可以將他們分類為強勢（strengths）、弱勢（weaknesses）、機會（opportunity）、威脅（threats）進行討論。情境分析和 SOWT 之間有著相當緊密的連結關係，必須是環環相扣而非計畫中個體區塊。

3. 策略性市場規劃：從情境分析和 SOWT 分析中搜集到的資料，進而發展出策略性市場規劃，主要的目的則是提供策略性之方向，以設定機績效目標與設定發展行銷策略。
4. 行銷組合策略：行銷組合策略的每個因素皆是針對市場情況判別出主要績效議題的特定回應。因此，發展特定的行銷策略與情境分析發現的主要議題是一致的。
5. 行銷預算：預算需要依據策略性市場規劃和行銷組合策略來妥善分配資源。若沒有適當分配資源，行銷組合策略就無法有效的執行，甚至無法執行，最後促使無法達成績效目標。
6. 達成績效期限：在妥善資源分配之下，績效期限（performance timeline）對於用來解釋計畫期間外部市場度量和內部營運度量的績效程度重要性是非常高的。此步驟必須清楚描述指定的績效目標的所要達成的時間。
7. 績效評估：包括持續的了解市場動態和利潤的績效，及新達成之績效期限的比較。

（三）、小結

如果行銷計畫無法達成策略性市場規劃的期望績效目標，則必須根據流程所以的輸入值再重新評估行銷計畫，抑或重新檢視整個行銷計畫，進行情境分析及主要績效議題兩者是否有判定誤差之處，或是否還有更能達到預期績效目標得替代性行銷策略。

本研究將以此行銷計畫擬定之流程，配合參考消費者行為之資料分析，擬定一套以建議為目的之行銷計畫以作為本研究之參考建議。其擬定行銷計畫之步驟如圖 5 所示。

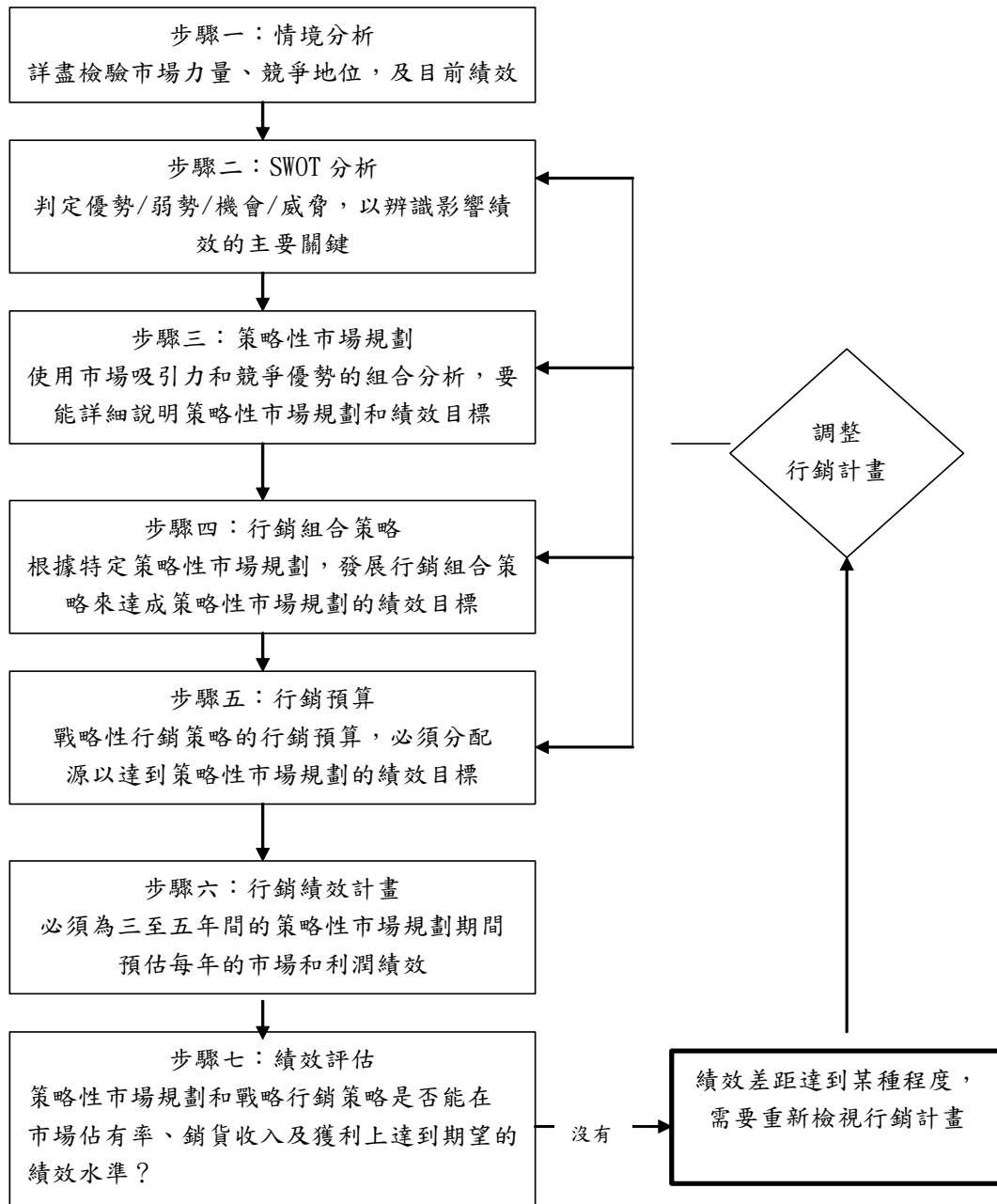


圖 5 行銷計畫流程

資料來源：Roger J. Best, 2005。行銷管理。臺北：台灣培生。

第五節 休閒利益理論

一、休閒利益的定義

休閒利益是指可以改善個人身心狀態或滿足個人需求的內容。一般而言，參與休閒可以改善身心狀態和滿足需求的內容很多。簡單而言，一個人參與休閒活動的過程中可以改善其身心狀態、滿足需求的內容，稱之為休閒利益(高俊雄，1995)。

二、休閒利益的分類及模式

Brown and Driver(1986)將休閒利益分為 17 類：享受自然、生理健康、減輕壓力、脫離噪音與擁擠、戶外教育、分享相似的價值觀、獨立、家庭關係、內省與體貼、細心的與人相處、成就與刺激、生理的休息、教育與領導他人、追求安逸、認識新朋友、懷舊等。

高俊雄(2002)認為休閒是一種行動，代表了參與者的喜好與自由意願的選擇，透過休閒參與的過程，促進個體表達自己探索的機會。對於參與休閒活動的過程中，個體可以改善其身心狀態、滿足需求的結果，稱做休閒利益。高俊雄(1995)整理歸納出其三個因素分別為：均衡生活體驗(包括：紓解生活壓力、豐富生活體驗、調劑精神情緒)，健全生活內涵(包括：維持健康體適能、啟發心思智慧、增進家庭親子關係、促進社會交友關係、關懷生活品質)，提昇生命品質(包括：欣賞創造真善美、肯定自我能力、實踐自我理想)三個因素。

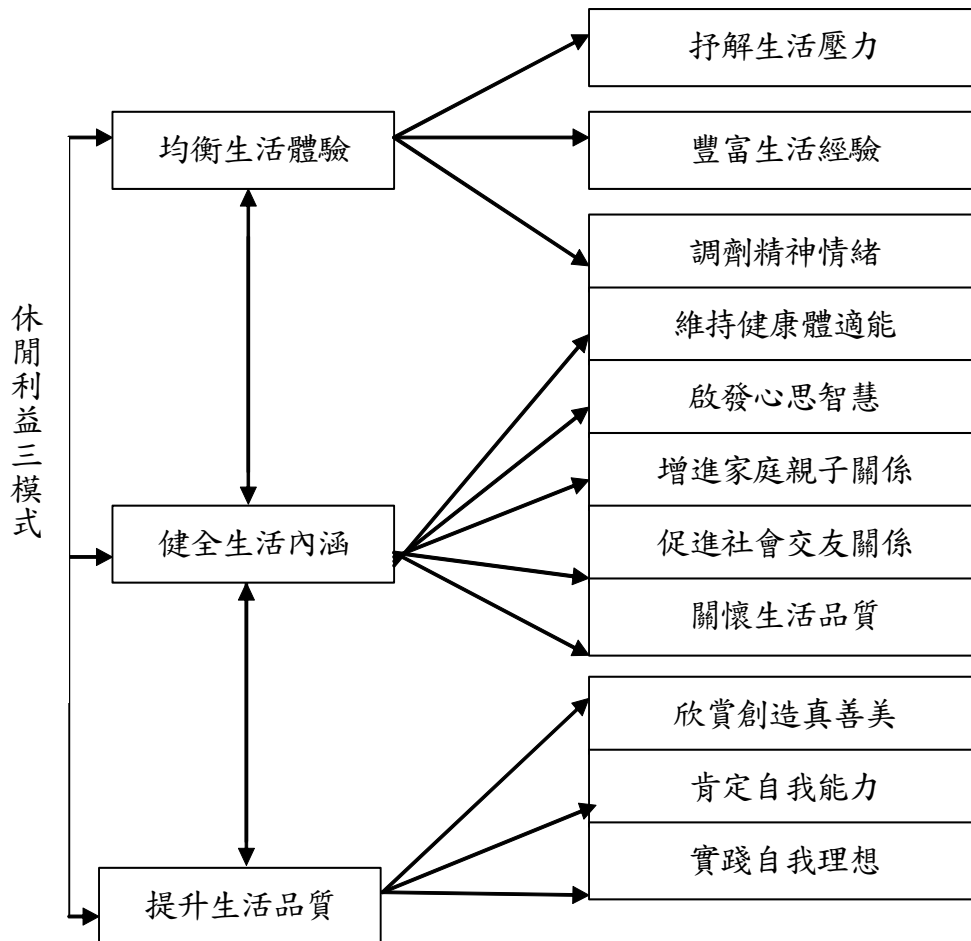


圖 6 休閒利益三模式

資料來源：高俊雄(1995)。休閒利益三模式。戶外休憩研究，8(1)，15-28。

Mannell & Stynes(1991)歸納出休閒利益的系統模式，所得到的結論是：社會大眾在所處的環境、活動、時間、心境下參與休閒，在參與過程中，對於參與者的生理、心理，以及社會的經濟、環境、社會文化會產生影響，而這些影響經由參與者或社會大眾的評價之後，遂產生所謂休閒利益或效益。

Bammel and Burrus-Bammel(1992)認為參與休閒活動中，包含有生理的利益、社交的利益、放鬆的利益、教育的利益、心理的利益、美學的利益。

三、小結

休閒利益是指可以改善個人身心狀態或滿足個人需求的內容。休閒參與者對於休閒參與活動可能獲得利益的評價越高，他參與的態度傾向越明顯，參與活動的行為表現也更積極。參與休閒活動中包含生理、社交、放鬆、教育、心理、美學等利益。綜合上述，可得知不同背景變項之舞蹈休閒中心參與者對休閒利益之認知，會產生不同影響。

五、休閒利益相關研究

林清山（1985）指出參與休閒運動的利益在個人方面，可以增進生理健康、心理健康、社會健康、智能發展；在社會方面可以建立家庭和諧關係、補充學校教育之不足、防止或減少青少年犯罪、增進工作效率、增進銀髮族之福利、休閒治療法及促進藝術與文化交流。陳思倫（1993）提出休息活動的利益為社會人際、體能增加與享受、內心自省、內心沈靜、教育學習、親密家庭生活及冒險等。

第六節 參與動機、阻礙、行銷滿意度及休閒利益之相關性研究

一、 參與動機和滿意度之相關研究

張佩娟(2003)以雲林醫院員工為例,進行休閒運動參與動機與滿意度之相關研究,結果為休閒運動動機與滿意度之間有顯著正相關存在,顯示動機越強則其滿意度也越高。謝清秀(2004)以參加九十二學年度大專校院東方錶盃第二次網球排名賽之325位大專網球選手為對象,進行休閒動機、休閒參與及休閒滿意之研究,結果發現大專網球選手休閒動機與休閒滿意之間有顯著正相關。余幸秀(2005)進行台北市社區大學學員參與休閒運動的動機與滿意度之研究,結果顯示參與動機中「建立人際關係」的因素項目,與滿意度的相關係最高;滿意度中「身心與體能情況」的因素項目,與參與動機相關性最高。

二、 休閒阻礙與休閒滿意度

劉佩佩(1999)在未婚女性休閒生活研究中指出,休閒滿意度與休閒阻礙之間呈現顯著負相關,其中個人心理阻礙越低,則休閒滿意度越高。李枝樺(2004)以台中縣市國小高年級學童為對象,進行休閒參與、休閒阻礙與休閒滿意度之相關研究,結果發現學童的六個休閒阻礙構面和六個休閒滿意度構面間具有顯著相關性,休閒阻礙越低者,則感受到的休閒滿意度越高。陳明勇(2005)以彰化縣國小教師為對象進行休閒阻礙及休閒滿意度相關之研究,結果為休閒阻礙與休閒滿意度構面間具有顯著相關,在「個人內在阻礙」、「結構性阻礙」、及「整體阻礙」越低時,其休閒滿意度越高。

三、 休閒動機與休閒利益

余玥林(2004)以單車活動參與者為對象,研究目標取向對休閒利益的影響,結果顯示工作取向或是自我取向的參與動機皆無直接性的影響,工作

取向的參與動機可以透過休閒型態間接對休閒利益產生影響,但是工作取向對於休閒利益沒有直接性的影響。

四、 休閒阻礙與休閒利益

陳淑珠(2005)針對大學圖書館員休閒認知、休閒阻礙與休閒效益進行相關研究後發現,休閒阻礙與休閒效益上,無顯著相關。

五、 休閒滿意度與休閒利益

羅明葵(2001)以臺中市及南投縣持續參與社區舞蹈班一年以上婦女313名為對象,探討不同變項社區舞蹈班婦女之持續參與行為在休閒滿意度、自覺運動利益及社區意識之差異比較研究。研究結果顯示休閒滿意度與自覺運動利益之間有兩組典型因素達顯著水準。邱秀玲(2003)以嘉義縣市婦女為例進行休閒運動參與者感受利益與滿意度之研究,結果縣市休閒運動參與者對利益認知與滿意度體驗有正相關,且達顯著水準。

第三章、研究方法與步驟

本章旨在說明本研究之流程及所使用之方法與工具，全章共分為五節，第一節 研究步驟與流程；第二節 研究架構；第三節 研究假設；第四節 研究對象；第五節 研究工具；第六節 資料分析方法，各小節分述如下。

第一節、研究步驟與流程

本研究於確主題方向後，進行蒐集相關文獻進行探討分析及自變項與依變項之確立。建立研究問題與假設並擬定研究架構，依據研究問題與假設及研究中所使用之理論支持設計編製問卷量表及構面。並進行問卷之因素分析與項目分析以檢定其信效度，進而做進一步的預試工作，並依照預試結果加以修正問卷構面，而後進行正式問卷施測。

由於部分受試者無法由研究者親自施測，因此由專門人員代為施測，並由研究者於施測前進行溝通與訓練以增加問卷填寫的信度與效度。依據所得到的資料加以分析，並作為本研究的結論與建議。

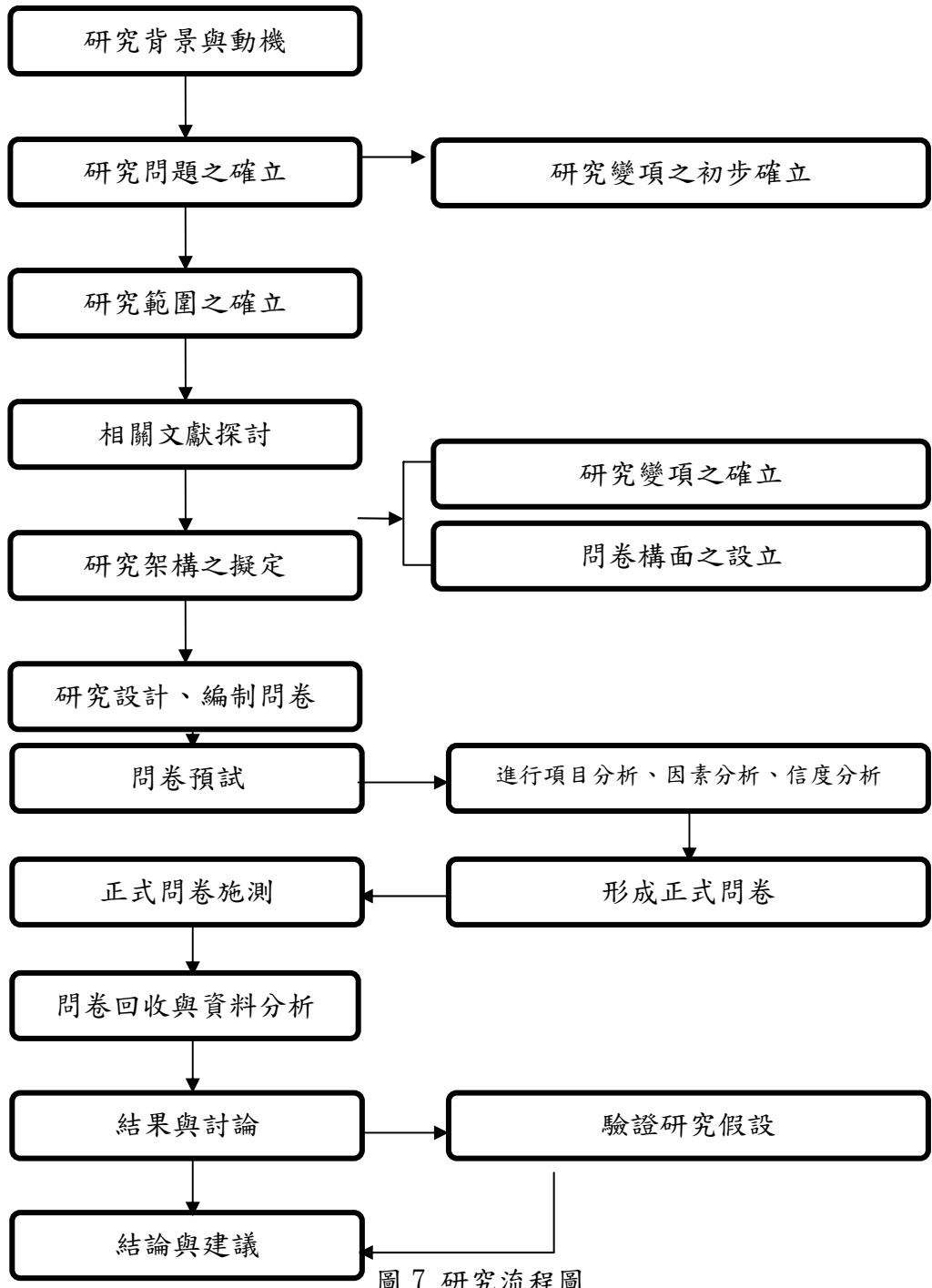


圖 7 研究流程圖

第二節、研究架構

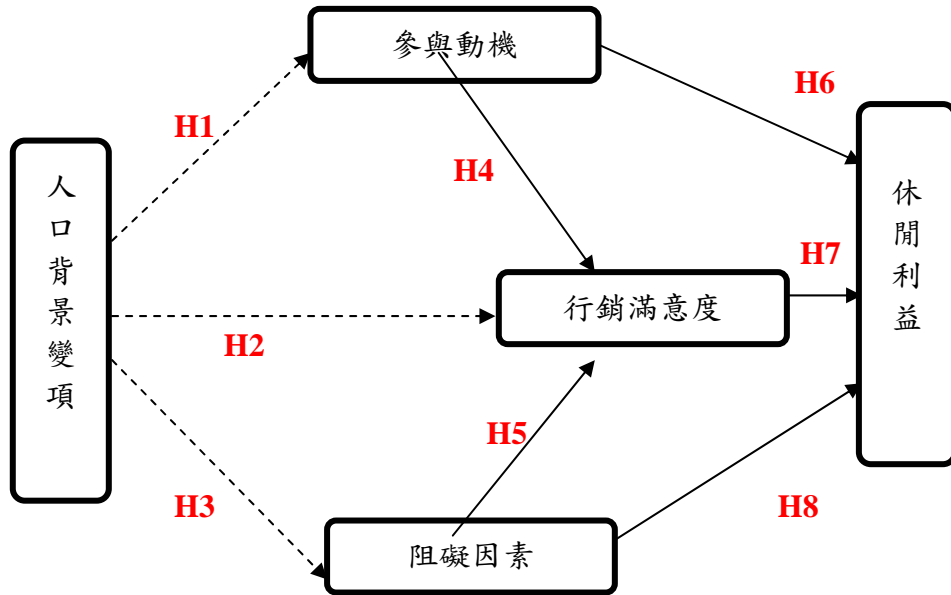


圖 8 研究架構圖

第三節 研究假設

本研究依照研究問題提出下列假設：

- 假設一：不同人口背景變項之舞蹈休閒活動參與者參與動機有顯著差異。
- 假設二：不同人口背景變項之舞蹈休閒活動參與者休閒阻礙有顯著差異。
- 假設三：不同人口背景變項之舞蹈休閒活動參與者行銷滿意度有顯著差異。
- 假設四：舞蹈休閒活動參與者參與動機與行銷滿意度兩變項間有顯著相關。
- 假設五：舞蹈休閒活動參與者阻礙因素與行銷滿意度兩變項間有顯著相關。
- 假設六：舞蹈休閒活動參與者參與動機與休閒利益兩變項間有顯著相關。
- 假設七：舞蹈休閒活動參與者阻礙因素與休閒利益兩變項間有顯著相關。
- 假設八：舞蹈休閒活動參與者行銷滿意度與休閒利益兩變項間有顯著相關。

第四節、研究樣本

本研究以有進行收費教授業餘舞蹈休閒活動之業者為調查樣本，並以有能力且能夠獨立決定參與舞蹈休閒活動課程之學員為主要調查對象。並以便利抽樣為採樣方式，以調查者至調查現場經徵詢願意配合填寫調查問卷之受試者進行調查。本研究為求問卷之信效度，因此分為預試施測及正式施測兩部分，其樣本施測情形分述如下：

一、預試樣本：

本研究之預試樣本以台中縣市政府立案合格之舞蹈休閒中心參與者進行問卷施測，並於施測前向施測人員進行妥善的訓練及溝通，並給予相同的指導語以減少施測過程中可能發生的誤差影響研究結果。並以預試問卷構面最高題數數量約三倍為預試數量，本研究預試問卷構面最高題數為二十二題，因此本研究預試施測數量為六十六份，實際回收有效問卷為六十一份，達最高題數約三倍之數量，問卷有效率達 92.4%，並依照受試者填答情形回收後進行信度和效度考驗，預試時間為九五年十一月十三日開始至十一月十七日結束。

表 2 預試問卷施測情況表

單位名稱 問卷數	A 單位	B 單位	C 單位	D 單位	E 單位	F 單位	G 單位	H 單位	總計
發放數	9	11	7	6	5	11	6	11	66
回收數	9	11	7	6	5	11	6	11	66
回收率	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
有效數	9	10	7	6	5	9	5	10	61
有效率	100%	90%	100%	100%	100%	81%	83%	90%	92.4%

二、正式樣本：

本研究之正式問卷樣本以舞蹈休閒活動參與者進行問卷施測，並以便利抽樣方法抽取參與舞蹈休閒活動之受試者，並於施測前像施測人員進行妥善的訓練及溝通，並給予相同的指導語以減少施測過程中可能發生的誤差影響研究結果。正式問卷施測時間為九六年三月初開始至四月上旬結束，預計發放 450 份，誤差率控制在 $\pm 5\%$ 左右。

第五節、研究工具

本研究採用抽樣問卷調查法，並經由文獻及相關理論之支持，結合研究問題與假設，擬定問卷之構面，並依照本研究之需求設計「舞蹈休閒中心消費者行為研究問卷」，探討舞蹈休閒中心消費者之參與動機、阻礙因素、滿意度與休閒利益之間的相互關係與影響。問卷共分五個部分：第一部份為「參與動機量表」、第二部分為「阻礙因素量表」、第三部分為「滿意度量表」、第四部分為「休閒利益量表」、第五部分為「人口背景變項量表」。

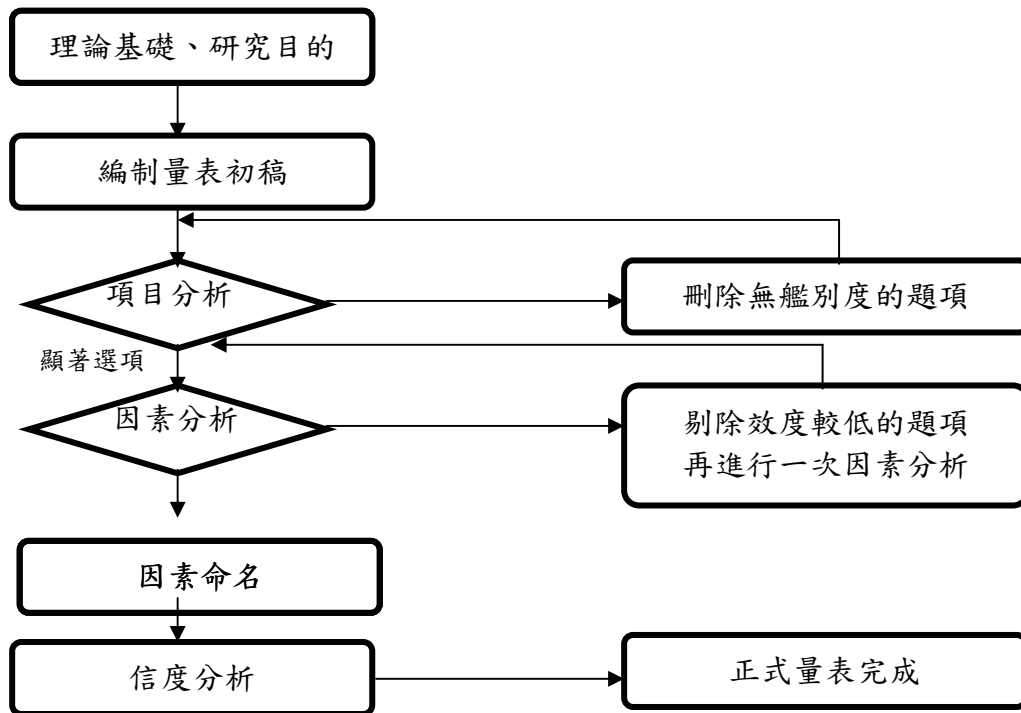


圖 9 量表編制流程架構圖

一、參與動機量表部分

本研究中的參與動機量表部分，根據研究目的、問題意識及理論文獻基礎進行編制，依照馬思洛(Maslow 1954)的需求層次論中的五個層次由低至高分別為：生理的需求、安全的需求、社會的需求、自尊他尊的需求與自我實現的需求，依照此五個因素為理論基礎自編為參與動機量表中的五個構面因素，共 22 道題目，作為舞蹈休閒中心參與者參與動機的預試工具。

(一)、計分方式：

本研究量表採用李克特氏 (likert-type scale) 五分制量表，從非「常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」，依序給予五分、四分、三分、兩分、一分。受試者可以在接近自己感受的選項上進行勾選，將此量表題項之得分進行相加，便為參與動機的分數，得分越高代表參與動機越高，得分越低，代表參與動機越低。

(二)、項目分析：

問卷回收後，依有效問卷 61 份的填答狀況進行各題項的項目分析工作，藉以刪除不適當的題目，並先將量表分為高分組（分數前 27% 高之受試者）與低分組（分數後 27% 低之受試者），然後以獨立樣本 t 檢定進行每一題項的平均數差異的比較， $p < .05$ 訂為達顯著水準，來作為各題項是否具有鑑別度之依據。刪除不適合之題項後，再以所剩之題項再次進行項目分析，直到題項完全符合研究需求為止。參與動機量表之各題項經由獨立樣本 t 檢定分析結果如表 3 所示。

表 3 參與動機量表項目分析各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表

題項內容	t 值	p 值
鍛鍊健康的身體	1.312	.198
雕塑美好的身體曲線	5.000***	<.001
改善現有的身體毛病	3.984***	<.001
發洩多餘的體力	5.430***	<.001
想要減重	2.637*	.013
抒解生活及工作中的壓力	6.298***	<.001
發洩不良情緒	5.831***	<.001
增加生活樂趣	4.499***	<.001
跟上社會流行與趨勢	6.460***	<.001
結交不同領域的新朋友	8.511***	<.001
增加與人互動的機會	6.379***	<.001
希望在其中得到團體歸屬的感覺	6.361***	<.001
同伴參加所以我也想參加	6.374***	<.001
想要和同伴一樣有舞蹈水準	7.160***	<.001
建立自信心	7.215***	<.001
增加個人魅力	5.657***	<.001
找到可以表現自己得舞台	7.929***	<.001
增加才藝為自己加分	6.438***	<.001
希望培養第二專長	5.764***	<.001
希望探索新事物增加對身邊事物的瞭解	3.158**	.003
更進一步的瞭解自己	4.331***	<.001
想學習美麗的舞蹈動作	5.114***	<.001

p<.01 *p<.001

由表 3 發現題一「鍛鍊健康的身體」未達顯著因此予以刪除。

(三)、因素分析：

本量表在編制過程中，經過專家學者及業者共四人之建議修改後，以具有相當程度之專家內容效度，而後再以探索性因素分析(exploratory factor analysis)作為此量表之效度建構，因素分析是以題項的主要成分來作為因素分析的抽取因素，以最大變異法(varimax)正交轉軸，取特徵值大於一和因素負荷量大於等於0.5，共同性大於.04以上，以作為量表建構效度的取捨標準。

本量表經由上述之分析後發現，KMO值(Kaiser-Meyer-Olkin)為.837，球形檢定值(Bartlett)為718.555， $p < .001$ ，達顯著水準。其中題一「鍛鍊健康的身體」未達顯著、題二「雕塑美好的身材」、題三「改善現有的身體毛病」、題十二「希望在其中得到團體歸屬的感覺」有兩個或兩個以上因素相互干擾影響，題五「想要減重」因單獨成為一個構面無法達成因素命名之需要，因此此五題予以刪除。經過上述之分析與刪除後，因素構面調整及命名分述如下：

第一因素構面包含題四「發洩多餘的體力」、題六「抒解生活及工作中的壓力」、題七「發洩不良的情緒」、題八「增加生活樂趣」。等四題，本量表依照因素分析所得結果及參照此四題內容，將第一因素構面命名為「抒壓需求」

第二因素構面包含題九「跟上社會流行與趨勢」、題十「結交不同領域的新朋友」、題十三「同伴參加所以我也想參加」、題十四「想要和同伴一樣有舞蹈水準」。等四題，本量表依照因素分析所得結果及參照此四題內容，將第二因素構面命名為「社會需求」。

第三因素構面包含題十五「建立自信心」、題十六「增加個人魅力」、題十七「找到可以表現自己的舞台」、題十八「增加才藝為自己加分」、題十九「希望培養第二專長」、題二十二「想學習美麗的舞蹈動作」。等六題，本量表依照因素分析所得結果及參照此四題內容，將第三因素構面命名為「成就需求」。

第四因素構面包含題十一「增加與人互動的機會」、題二十「希望探索新事物，增加對身邊事物的瞭解」、題二十一「更進一步的瞭解自己」。等三題，本量表依照因素分析所得結果及參照此四題內容，將第四因素構面命名為「知性需求」。其因素構面矩陣摘要表，如表 4 所示。

表 4 參與動機量表因素構面矩陣摘要表

預試題號及題項	共同性	成就需求	人際需求	知性需求	抒壓需求
A18 增加才藝為自己加分	.791	.853			
A17 找到可以表現自己得舞台	.799	.835			
A19 希望培養第二專長	.801	.754			
A22 想學習美麗的舞蹈動作	.635	.731			
A16 增加個人魅力	.675	.672			
A15 建立自信心	.612	.494			
A13 同伴參加所以我也想參加	.781		.866		
A9 跟上社會流行與趨勢	.718		.707		
A14 想要和同伴一樣有舞蹈水準	.651		.626		
A10 結交不同領域的新朋友	.818		.619		
A20 希望探索新事物增加對身邊事物的瞭解	.850			.886	
A21 更進一步的瞭解自己	.792			.807	
A11 增加與人互動的機會	.747			.603	
A6 抒解生活及工作中的壓力	.774				.859
A7 發洩不良情緒	.810				.833
A8 增加生活樂趣	.777				.715
A4 發洩多餘的體力	.961				.527
特徵值(λ)		4.207	3.077	2.760	2.569
解釋變異量(%)		24.749	18.102	16.234	15.27
累積解釋變異量(%)		24.749	42.852	59.085	74.356

(四)、信度考驗

此量表之信度 (reliability) 是以Cronbach's α 的內部一致性考驗來考驗量表本身是否具有「穩定性」和「可靠性」。而經由考驗結果，此量表的Cronbach's α 係數為.9193，而各個分量表的Cronbach's α 係數分別為抒壓需求=.7925、社會需求=.8436、成就需求=.9077、知性需求=.8218顯示本量表具有良好的內部一致性，如表5所示。

表 5 參與動機總量表及各分量表之信度

分量表	抒壓需求	社會需求	成就需求	知性需求
α 係數	.7925	.8436	.9077	.8218
題數	4	4	6	3
總量表	Cronbach' s α = .9193			

二、阻礙因素量表

本研究中的阻礙因素量表部分，根據研究目的、問題意識及理論文獻基礎進行編制，依照休閒阻礙理論中的休閒階層阻礙模式擬定構面，分別依照個人內在阻礙、人際間阻礙、結構阻礙三個因素設定為此量表中的三個構面因素，共 16 道題目，作為舞蹈休閒中心參與者阻礙因素的預試工具。

(一)、計分方式：

本研究量表採用李克特氏 (likert-type scale) 五分制量表，從非常同意、同意、普通、不同意、非常不同意，依序給予五分、四分、三分、兩分、一分。受試者可以在接近自己感受的選項上進行勾選，將此量表題項之得分進行相加，便為阻礙因素的分數，其分數高低便為阻礙程度高低。

(二)、項目分析：

問卷回收後，依有效問卷 61 份的填答狀況進行各題項的項目分析工作，藉以刪除不適當的題目，並先將量表分為高分組 (分數前 27% 高之受試者) 與低分組 (分數後 27% 低之受試者)，然後以獨立樣本 t 檢定進行每一題項的平均數差異的比較， $p < .05$ 訂為達顯著水準，來作為各題項是否具有鑑別度之依據。刪除不適合之題項後，再以所剩之題項再次進行項目分析，直到題項完全符合研究需求為止。休閒阻礙量表之各題項經由上述分析結果如表 6。

表 6 休閒阻礙量表項目分析各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表

題項內容	t 值	p 值
對此類休閒活動沒有太大的興趣	5.884***	<.001
生活壓力大沒有心情進行休閒活動	6.648***	<.001
覺得自己不適合此類休閒活動	6.985***	<.001
覺得自己做不來課程要求	6.476***	<.001
覺得自己年齡不適合參與此類課程	4.103***	<.001
覺得自己身體狀況不適合參與此類課程	5.791***	<.001
沒有同伴的陪同	7.702***	<.001
上課時感覺孤單沒有參與感	6.700***	<.001
身邊沒有朋友參加類似的活動	7.171***	<.001
和上課同學戶動不多	6.231***	<.001
經濟狀況是影響我減少參與課程次數或時間的原因	8.279***	<.001
家庭因素是影響我參與課程的阻礙因素	3.282**	<.01
交通不方便是影響我參與課程的阻礙因素	7.911***	<.001
缺乏資訊是影響我參與課程的阻礙因素	10.391***	<.001
工作忙碌是影響我參與課程的阻礙因素	3.185**	.003
教室場地設施是影響我參與課程的阻礙因素	4.806***	<.001

p<.01 *p<.001

(三)、因素分析：

本量表在編制過程中，經過專家學者及業者共四人之建議修改後，以具有相當程度之專家內容效度，而後再以探索性因素分析(exploratory factor analysis)作為此量表之效度建構，因素分析是以題項的主要成分來作為因素分析的抽取因素，以最大變異法(varimax)正交轉軸，取特徵值大於一和因素負荷量大於等於0.5，共同性大於.04以上，以作為量表建構效度的取捨標準。阻礙因素量表經由上述分析後發現，KMO值(Kaiser-Meyer-Olkin)為.848，球形檢定值(Bartlett)為774.747，p<.001，達顯著水準。其中題十一「經濟狀況是影響我減少參與課程次數或時間的原因」因有兩個因素

互相干擾影響，故予以刪除。經過上述之分析與刪除後，因素構面調整及命名分述如下：

阻礙因素量表第一個因素構面包含了題一「對此類休閒活動沒有太大的興趣」、題二「生活壓力大沒有心情進行休閒活動」、題三「覺得自己不適合此類休閒活動」、題四「覺得自己做不來課程要求」、題五「覺得自己年齡不適合參與此類課程」、題六「覺得自己身體狀況不適合參與此類課程」等六題，本構面依照因素分析所得結果及參照此六題內容，將第一個因素構面命名為「個人阻礙」。

第二個因素構面則包含了題七「沒有同伴的陪同」、題八「上課時感覺孤單沒有參與感」、題九「身邊沒有朋友參與類似活懂」、題十「和上課的同學戶動不多」等四題本構面依照因素分析所得結果及參照此四題內容，將第一個因素構面命名為「人際間阻礙」。

第三個構面因素則包含了題十二「家庭因素是影響我參與課程阻礙因素」、題十三「交通不方便是影響我參與課程阻礙因素」、題十四「缺乏課程資訊是影響我參與課程阻礙因素」、題十五「工作忙碌是影響我參與課程阻礙因素」、題十六「教室場地設施是影響我參與課程阻礙因素」等五題，本構面依照因素分析所得結果及參照此五題內容，將第一個因素構面命名為「結構性阻礙」。休閒阻礙量表因素構面矩陣摘要表如表7示。

表7休閒阻礙量表因素構面矩陣摘要表

預試題號及題項	共同性	個人阻礙	人際阻礙	結構阻礙
B3 覺得自己不適合此類休閒活動	.913	.930		
B1 對此類休閒活動沒有太大的興趣	.772	.872		
B5 覺得自己年齡不適合參與此類課程	.721	.831		
B6 覺得自己身體狀況不適合參與此類課程	.789	.827		
B4 覺得自己做不來課程要求	.772	.811		
B2 生活壓力大沒有心情進行休閒活動	.591	.689		
B7 沒有同伴的陪同	.842		.868	
B9 身邊沒有朋友參加類似的活動	.790		.801	
B10 和上課同學戶動不多	.732		.776	
B8 上課時感覺孤單沒有參與感	.807		.767	
B16 教室場地設施是影響我參與課程的阻礙因素	.787			.861
B13 交通不方便是影響我參與課程的阻礙因素	.852			.826
B15 工作忙碌是影響我參與課程的阻礙因素	.697			.804
B14 缺乏資訊是影響我參與課程的阻礙因素	.770			.706
B12 家庭因素是影響我參與課程的阻礙因素	.425			.525
特徵值(λ)		4.823	3.306	3.133
解釋變異量(%)		32.151	22.042	20.889
累積解釋變異量(%)		32.151	54.193	75.083

(四)、信度考驗

此量表之信度 (reliability) 是以Cronbach's α 的內部一致性考驗來考驗量表本身是否具有「穩定性」和「可靠性」。而經由考驗結果，此量表的Cronbach's α 係數為.9141，個分量表的Cronbach's α 係數分別為個人阻礙=.391、人際間阻礙=.9138、結構性阻礙=.8501，顯示本量表具有良好的內部一致性，如表8所示。

表8 休閒阻礙量表及各分量表之信度

分量表	個人阻礙	人際間阻礙	結構性阻礙
α 係數	.931	.9138	.8501
題數	6	4	5
總量表	Cronbach' s α = .9141		

三、行銷滿意度量表

本研究中的行銷滿意度量表部分，根據研究目的、問題意識及理論文獻基礎進行編制，依照行銷理論中的行銷組合 4p，產品、定價、通路、促銷四個因素設定為此量表中的四個構面因素，共 16 道題目，作為舞蹈休閒中心參與者滿意度的預試工具。

(一)、計分方式：

本研究量表採用李克特氏 (likert-type scale) 五分制量表，從非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意，依序給予五分、四分、三分、兩分、一分。受試者可以在接近自己感受的選項上進行勾選，將此量表題項之得分進行相加，便為滿意度的分數，得分越高代表滿意度越高，得分越低，代表滿意度越低。

(二)、項目分析：

問卷回收後，依有效問卷 61 份的填答狀況進行各題項的項目分析工作，藉以刪除不適當的題目，並先將量表分為高分組 (分數前 27% 高之受試者) 與低分組 (分數後 27% 低之受試者)，然後以獨立樣本 t 檢定進行每一題項的平均數差異的比較， $p < .05$ 訂為達顯著水準，來做為各題項是否具有鑑別度之依據。刪除不適合之題項後，再以所剩之題項再次進行項目分析，直到題項完全符合研究需求為止。行銷滿意度量表經由上述分析後結果如表 9 示。

表 9 行銷滿意度量表項目分析課題項之獨立樣本 t 檢定摘要表

題項內容	t 值	p 值
課程內容多樣性	-3.528***	<.001
課程內容吸收程度	-4.963***	<.001
課程進度	-5.438***	<.001
教師的專業度	-3.309**	.002
教室的硬體設備環境	-6.208***	<.001
上課的氣氛	-5.857***	<.001
工作人員的教學態度	-4.153***	<.001
課堂學費單價的適中	-5.857***	<.001
舞蹈用品及周邊使用商品的費用	-6.851***	<.001
舞蹈教室制訂的價格穩定性	-6.060***	<.001
課程相關訊息的接收	-5.109***	<.001
舞蹈用品及周邊商品購買的難易度	-7.220***	<.001
課程相關知識的取得	-5.875***	<.001
舞蹈教室推出的優惠折價活動	-5.945***	<.001
能夠參加舞蹈教室舉辦的團體演出	-3.827***	<.001
舞蹈教室所提供的贈品(物品或課程)	-5.066***	<.001

p<.01 *p<.001

(三)、因素分析:

滿意度量表 KMO 值(Kaiser-Meyer-Olkin)為.789，球形檢定值(Bartlett)為 660.51，p<.001，達顯著水準。其中各構面之因子皆達標準予以保留，而因素構面由原本設定四個構面轉為三個構面分別為：

第一個因素構面包含了題一「課程的內容多樣性」、題二「課程內容吸收程度」、題三「課程進度」、題四「教師的專業度」、題五「教室的硬體環境」、題六「上課的氣氛」、題七「工作人員的教學態度」等七題，本構面依照因素分析所得結果及參照此七題內容，將第一個因素構面命名為「產品滿意」。

第二個因素構面包含了題七「課程學費單價的適中」、題八「舞蹈用品及周邊使用商品的費用」、題九「舞蹈教室制訂的價格穩定性」、題十一「課程相關訊息的接收」、題十三「課程相關知識的取得」等五題，本構面依照因素分析所得結果及參照此五題內容，將第二個因素構面命名為「價格滿意」。

第三個因素構面包含了題十二「舞蹈用品及週邊產品購買的難易度」、題十四「舞蹈教室推出的優惠折價活動」、題十五「能夠參與舞蹈教室舉辦的團體演出」、題十六「舞蹈教室所提供的贈品（物品或課程）」等四題，本構面依照因素分析所得結果及參照此四題內容，將第三個因素構面命名為「促銷滿意」。行銷滿意度量表因素構面矩陣摘要表，如表 10 示。

表10 行銷滿意度量表因素構面矩陣摘要表

預試題號及題項	共同性	產品滿意	價格滿意	促銷滿意
C1 課程內容多樣性	.737	.856		
C2 課程內容吸收程度	.763	.833		
C3 課程進度	.712	.781		
C6 上課的氣氛	.812	.757		
C4 教師的專業度	.592	.700		
C7 工作人員的教學態度	.543	.671		
C5 教室的硬體設備環境	.547	.549		
C10 舞蹈教室制訂的價格穩定性	.865		.916	
C8 課堂學費單價的適中	.780		.854	
C9 舞蹈用品及周邊使用商品的費用	.786		.810	
C11 課程相關訊息的接收	.461		.639	
C13 課程相關知識的取得	.439		.534	
C16 舞蹈教室所提供的贈品（物品或課程）	.851			.886
C15 能夠參加舞蹈教室舉辦的團體演出	.778			.882
C14 舞蹈教室推出的優惠折價活動	.668			.736
C12 舞蹈用品及周邊商品購買的難易度	.559			.595
特徵值(λ)		4.119	3.877	2.859

解釋變異量(%)	25.746	24.234	17.871
累積解釋變異量(%)	25.746	49.979	67.85

(四)、信度考驗

此量表之信度 (reliability) 是以Cronbach's α 的內部一致性考驗來考驗量表本身是否具有「穩定性」和「可靠性」。而經由考驗結果，此量表的Cronbach's α 係數為.8974，個分量表的Cronbach's α 係數分別為產品滿意=.8913、價格滿意=.8732、促銷滿意=.836，顯示本量表具有良好的內部一致性，如表11所示。

表11 行銷滿意度總量表及各分量表信度

分量表	產品	價格	促銷
α 係數	.8913	.8732	.836
題數	7	5	4
總量表	Cronbach's α = .8974		

四、休閒利益量表

本研究中的休閒利益量表部分，根據研究目的、問題意識及理論文獻基礎進行編制，參考張良漢 (2002) 休閒利益量表編制而成，共 14 道題目，作為舞蹈休閒中心參與者休閒利益的預試工具。

(一)、計分方式：

本研究量表採用李克特氏 (likert-type scale) 五分制量表，從非常同意、同意、普通、不同意、非常不同意，依序給予五分、四分、三分、兩分、一分。受試者可以在接近自己感受的選項上進行勾選，將此量表題項之得分進行相加，便為滿意度的分數，得分越高代表滿意度越高，得分越低，代表滿意度越低。

(二)、項目分析：

問卷回收後，依有效問卷 61 份的填答狀況進行各題項的項目分析工作，藉以刪除不適當的題目，並先將量表分為高分組（分數前 27% 高之受試者）與低分組（分數後 27% 低之受試者），然後以獨立樣本 t 檢定進行每一題項的平均數差異的比較， $p < .05$ 訂為達顯著水準，來做為各題項是否具有鑑別度之依據。刪除不適合之題項後，再以所剩之題項再次進行項目分析，直到題項完全符合研究需求為止。休閒利益量表經由上述分析結果如表 12 所示。

表 12 休閒利益量表項目分析課題項之 t 檢定摘要表

題項內容	t 值	p 值
D1 可以獲得生活樂趣	9.235***	<.001
D2 抒解生活壓力	6.169***	<.001
D3 豐富生活體驗	9.269***	<.001
D4 調整精神情緒	9.992***	<.001
D5 維持健康的體能	7.562***	<.001
D6 啟發心思智慧	6.266***	<.001
D7 增進開朗身心	6.839***	<.001
D8 促進社會交友關係	12.044***	<.001
D9 提升生活品質	10.555***	<.001
D10 感受團隊合作感	12.963***	<.001
D11 欣賞創造真善美	10.241***	<.001
D12 肯定自我能力	10.443***	<.001
D13 實踐自我心中理想	10.107***	<.001
D14 自我超越或自我挑戰	10.241***	<.001

*** $p < .001$

(三)、因素分析：

休閒利益量表 KMO 值(Kaiser-Meyer-Olkin)為.884，球形檢定值(Bartlett)為 984.957， $p < .001$ ，達顯著水準。其中題七「參與舞蹈休閒

活動可以增進開朗身心」因受到兩個共同因素影響干擾，故予以刪除此一題項。構面因子分述如下：

第一個因素構面包含了題一「參與舞蹈休閒活動可以獲得生活樂趣」、題二「參與舞蹈休閒活動可以舒解生活的壓力」、題三「參與舞蹈休閒活動可以豐富生活體驗」、題四、「參與舞蹈休閒活動可以調整精神情緒」、題五「參與舞蹈休閒活動可以維持健康的體能」等五題，本構面依照一素分析所得結果及參照此四題內容將第一個因素構面命名為「身心健康」。

第二個因素構面包含了題六「參與舞蹈休閒活動可以啟發心思」、題八「參與舞蹈休閒活動可以測進社會交友關係」、題九「參與舞蹈休閒活動可以提升生活環境品質」、題十「參與舞蹈休閒活動可以感受團隊合作感」、題十一「參與舞蹈休閒活動可以欣賞創造真善美」、題十二「參與舞蹈休閒活動可以可以肯定自我的能力」、題十三「參與舞蹈休閒活動可以實踐自我中心理想」、題十四「參與舞蹈休閒活動可以自我超越或自我挑戰」等八題，本構面依照一素分析所得結果及參照此四題內容將第一個因素構面命名為「自我實現」。

休閒利益量表因素構面矩陣摘要表，如表13所示。

表13 休閒利益量表因素構面矩陣摘要表

預試題號及題項	共同性	自我肯定	身心健康
D10 感受團隊合作感	.852	.898	
D9 提升生活品質	.876	.849	
D13 實踐自我心中理想	.849	.836	
D11 欣賞創造真善美	.799	.833	
D8 促進社會交友關係	.732	.818	
D12 肯定自我能力	.867	.785	
D14 自我超越或自我挑戰	.768	.773	
D6 啟發心思智慧	.612	.652	
D5 維持健康的體能	.888		.910
D2 抒解生活壓力	.814		.869
D4 調整精神情緒	.891		.843
D1 可以獲得生活樂趣	.851		.839
D3 豐富生活體驗	.798		.774
D7 增進開朗身心	.754		.641
特徵值(λ)		5.899	4.686
解釋變異量(%)		45.378	36.044
累積解釋變異量(%)		45.478	81.422

(四)、信度考驗

此量表之信度 (reliability) 是以Cronbach's α 的內部一致性考驗來考驗量表本身是否具有「穩定性」和「可靠性」。而經由考驗結果，此量表的Cronbach's α 係數為.9656，個分量表的Cronbach's α 係數分別為自我肯定因素=.9836、身心健康因素=.9596，顯示本量表具有良好的內部一致性，如表14所示。

表14休閒利益總量表及分量表信度

分量表	自我肯定	身心健康
α 係數	.9836	.9656
題數	5	8
總量表	Cronbach' s α = .9656	

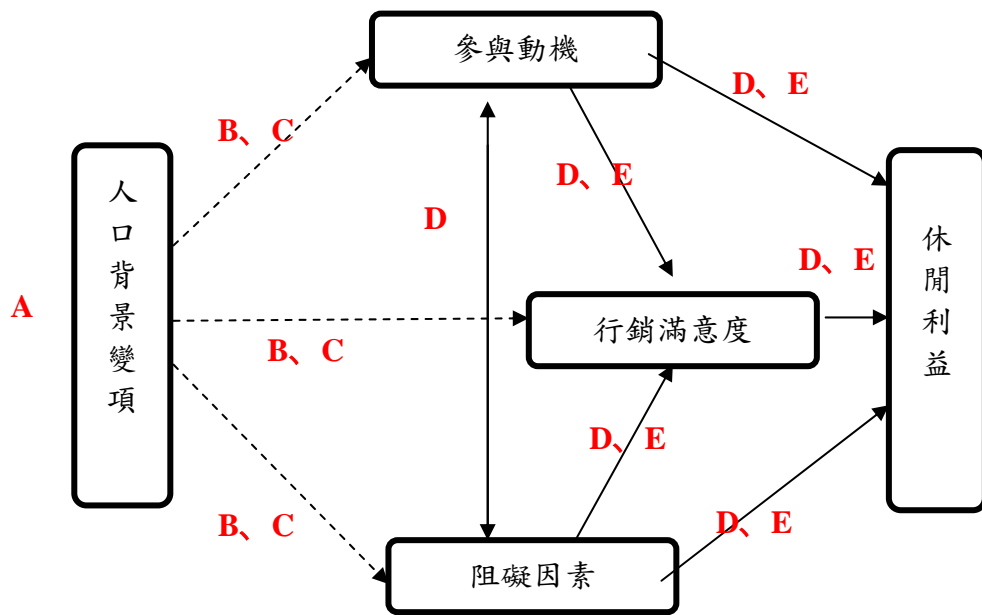
五、人口背景變項量表：

本研究中的人口背景變項量表部分，根據研究目的、問題意識及理論文獻基礎進行編制，題項分別為性別、年齡、教育程度、職業、收入、居住地、參與次數、同伴關係、喜歡課程類型共9題，作為舞蹈休閒中心參與者樣本描述的預試工具。

第六節、資料分析方法

本研究根據研究假設，使用 SPSS for windows 10.0 版統計本研究將回收之有效問卷統整並進行 SPSS10.0 版統計軟體分析，以考驗本研究支各項變項與假設，所使用的統計方法共計四項：

- 一、次數分配與百分比：使用於描述本研究中人口背景變項之特性。
- 二、平均數與標準差：使用於樣本在各構面量表上的特性描述。
- 三、單因子多變量變異數分析：用以考驗不同人口背景在參與動機、休閒阻礙與滿意度上是否具有顯著差異。
- 四、單因子單變量變異數分析：經多變量分析後之結果若達顯著，再進行單因子單變量變異數分析，以檢視各構面的差異情形。
- 五、scheffe 法事後比較：在單因子單變量變異數分析後，F 值若達到顯著差異水準，便進行事後比較法對組別間的差異進行瞭解。
- 六、徑路分析：採用多元迴歸分析法求出參與動機與滿意度、休閒阻礙與滿意度、參與動機與休閒利益、休閒阻礙與休閒利益、滿意度與休閒利益之間的路徑迴歸係數，以考驗本研究架構中各控制變項之間的路徑是否存在。
- 七、典型相關分析：在徑路存在達顯著時進行變項之間的典型相關分析，以求出參與動機、休閒阻礙與滿意度以及參與動機、休閒阻礙、滿意度與休閒利益之間是否具有顯著的典型相關。
- 八、本研究中，所有具差異性考驗之顯著水準皆訂為.05。



A: 次數分配與百分比

B: 平均數、標準差及因素分析

C: 單因子多變量變異數分析

D: 徑路分析

E: 典型相關分析

圖 10 資料分析架構圖

第四章 結果與討論

本章旨在依據正式問卷施測之結果與分析，以及研究假設之驗證，本章共分為十一節進行說明解釋。第一節：不同背景變項之參與人口統計特性；第二節：參與動機調查結果與驗證；第三節：休閒阻礙調查結果與驗證；第四節：行銷滿意度調查結果與驗證；第五節：參與動機、休閒阻礙與行銷滿意度對休閒利益之徑路分析結果；第六節：參與動機對休閒滿意度之影響；第七節：休閒阻礙因素對行銷滿意度之影響；第八節：參與動機與休閒利益之相關性分析；第九節：休閒阻礙因素與休閒利益之相關性分析；第十節行銷滿意度與休閒利益之相關性分析；第十一節：綜合討論。

第一節 舞蹈休閒活動參與人口背景變項的統計特性

一、舞蹈休閒活動參與人口背景變項性別分佈情形

(一) 本研究調查的受試者在性別的分佈情形如表 4-1 所示：其中受試者主要以女性居多，有 382 人，佔 88.4%；男性其次有 50 人，佔 11.6%。

表 15 性別次數分配表

性別	次數	百分比
女	382	88.4%
男	50	11.6%
總和	432	100%

(二) 本研究調查的受試者在年齡分佈情形如表 4-2 所示：其中受試者以 31 歲以下者居多，有 171 人，佔 39.6%；其次為年齡 31 至 40 歲者，有 99 人，佔 22.9%；再其次為年齡 41 至 50 歲者，有 98 人，佔 22.7%；年齡 50 歲以上則人數最少，有 64 人，佔 14.8%。

表 16 年齡次數分配表

年齡	次數	百分比
30 歲以下	171	39.6%
31 至 40 歲	99	22.9%
41 歲以上	162	37.5%
總和	432	100%

(三) 本研究調查的受試者在教育程度分佈情形如表 4-3 所示：其中受試者的教育程度以大學或大專者為最多，有 227 人，佔 52.5%；其次為高中或高職者，有 134 人，佔 31%；再其次為碩士，有 28 人，佔 6.5%；再其次為國中或初中，有 26 人，佔 6.0%；教育程度為小學者，有 8 人，佔 1.9%；博士則有 5 人，佔 1.5%；自修則人數最少，有 4 人，佔 0.9%。

表 17 教育程度次數分配表

教育程度	次數	百分比
國中/初中以下	38	8.8%
高中/高職	134	31.0%
大學/大專	227	52.5%
碩士以上	33	7.6%
總和	432	100%

(四) 本研究調查的受試者在居住地的分佈情形如表 4-4 所示：其中受試者居住南台灣者為最多，有 240 人，佔 55.6%；其次為中台灣者為多，有 104 人，佔 24.0%；北台灣者則人數最少，有 88 人，佔 20.4%。

表 18 居住地次數分配表

居住地	次數	百分比
北台灣	88	20.4%
中台灣	104	24.0%
南台灣	240	55.6%
總和	432	100

(五) 本研究調查的受試者在每週參與頻率的分佈情形如表 4-5 所示：其中受試者每週參與頻率為中頻率者為最多，有 203 人，佔 47.0%；其次為高頻率者為多，有 188 人，佔 43.5%；再其次為低頻率者，有 41 人，佔 9.5%。

表 19 參與頻率次數分配表

參與頻率	次數	百分比
低頻率	41	9.5%
中頻率	203	47.0%
高頻率	188	43.5%
總和	432	100%

(六) 本研究調查的受試者在職業上分佈情形如表 4-6 所示：其中受試者職業以家管者為最多，有 101 人，佔 42.4%；其次為學生者為多，有 100 人，佔 21.2%；其次為從商者，有 83 人，佔 30.0%；其次為從教者，有 42 人，佔 30.0%；其次為從公者，有 41 人，佔 30.0%；其次為其他者，有 29 人，佔 30.0%；其次為工者，有 25 人，佔 30.0%；其次為軍者，有 8 人，佔 30.0%；農林漁畜牧者則人數最少，有 3 人，佔 6.4%。

表 20 職業次數分配表

職業	次數	百分比
農工	28	6.5%
商	83	19.2%
軍公教	91	21.1%
家管	101	23.4%
學生	100	23.1%
其他	29	6.7%
總和	432	100%

(七) 本研究調查的受試者在每月平均收入上分佈情形如表 4-7 所示：其中受試者每月平均收入以 10000~30000 元者為最多，有 144 人，佔 33.3%；其次為 30000~50000 元者為多，有 136 人，佔 31.5%；其次為 10000 元以下者，有 84 人，佔 19.4%；其次為 50001 元以上者，有 68 人，佔 15.7%。

表 21 每月平均收入次數分配表

每月平均收入	次數	百分比
10000 元以下	84	19.4%
10001~30000 元	144	33.3%
30001~50000 元	136	31.5%
50001 元以上	68	15.7%
總和	432	100%

(八) 本研究調查的受試者在同伴關係上分佈情形如表 4-8 所示：其中受試者同伴關係以朋友關係者為最多，有 104 人，佔 24.1%；其次為同事朋友者為多，有 84 人，佔 19.4%；其次為親戚家屬者，有 78 人，佔 18.1%；其次為其他者，有 59 人，佔 14.1%；其次為同學關係者，有 54 人，佔 13.1%；其次為鄰居關係者，有 29 人，佔 7.1%；夫妻關係者為最少，有 24 人，佔 6.5%。

表 22 同伴關係次數分配表

同伴關係	次數	百分比
同事朋友	84	19.4%
親戚家屬(含姐妹)	78	18.1%
夫妻關係	24	6.5%
朋友關係	104	24.1%
鄰居關係	29	7.1%
同學關係	54	13.1%
其他	59	14.1%
總和	432	100%

(九) 本研究調查的受試者在喜愛課程類型上分佈情形如表 4-9 所示：其中受試者喜愛課程類型以動態類（如有氧、爵士、街舞）者為最多，有 229 人，佔 53%；其次為靜態類（如瑜珈、皮拉提司）者為多，有 93 人，佔 22.1%；其次為藝術類（如芭蕾舞、現代舞、民族舞、民俗舞）者，有 24 人，佔 6.5%；其次為社交類（如國際標準舞、社交舞）者，有 66 人，佔 15.2%；各國民俗風情類（如佛朗明歌、肚皮舞）者為最少，有 20 人，佔 5.1%。

表 23 喜愛課程類型次數分配表

喜愛課程類型	次數	百分比
動態類（如有氧、爵士、街舞）	229	53%
靜態類（如瑜珈、皮拉提司）	93	22.1%
藝術類（如芭蕾舞、現代舞、民族舞、民俗舞）	24	6.5%
社交類（如國際標準舞、社交舞）	66	15.2%
各國民俗風情類（如佛朗明歌、肚皮舞）	20	5.1%
總和	432	100%

第二節 參與動機差異性分析

一、舞蹈休閒活動參與者參與動機量表各構面的反應結果：

表 24 舞蹈休閒活動參與者在參與動機各構面之平均數與標準差

因素名稱	平均數	標準差	題數	排序
抒壓需求	3.89	0.65	4	1
社會需求	3.57	0.75	4	4
成就需求	3.79	0.79	6	3
知性需求	3.88	0.65	3	2

由表 24 舞蹈休閒活動參與者在參與動機量表各因素構面的反應中發現，各分量表平均數的高低依序為「抒壓需求」(M=3.89)、「社會需求」(M=3.57)、「成就需求」(M=3.79)和「知性需求」(M=3.88)。顯示舞蹈休閒活動參與者較主要的參與動機是為了能夠從活動中達到抒解壓力的需求及對個人知性成長上的提升，其次為在成就上的需求。另外在社會上的需求則同樣也具有相當程度的認同。

二、舞蹈休閒活動參與者在參與動機量表各因素構面的差異性考驗：

(一) 性別

本研究以單因子多變量變異數分析 (one-way MANOVA) 來考驗研究假設 1-1，來瞭解不同性別的舞蹈休閒活動參與者在參與動機之差異情形，驗證結果如下表 25 所示。

表 25 不同性別在參與動機上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
性別	0.98	1.55	4	427	0.188

由表 25 可以發現不同性別的舞蹈休閒活動參與者在參與動機的差異未達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .986$, $p = .19$)，顯示不同性別的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上沒有顯著差異存在，此結果不支持本研究假設 1-1。

(二) 年齡

本研究以單因子多變量變異數分析 (one-way MANOVA) 來考驗研究假設 1-2，來瞭解不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在參與動機之差異情形，驗證結果如表 26 所示。

表 26 不同年齡在參與動機上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
年齡	0.95**	2.66	8	852	.007

** $p < .01$

由表 4-12 可以發現不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在參與動機的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .952$, $p < .01$)，顯示不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 1-2。

為了更進一步瞭解不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在參與動機的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析 (one-way ANOVA) 來探討其差異情形，結果如表 27 所示。

表 27 不同年齡在參與動機上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	scheffe 事後比較
抒壓需求	0.48	2	0.24	0.57	.562	
社會需求	6.60	2	3.30	6.04 ***	.000	1>2
成就需求	7.91	2	3.96	6.57 ***	.000	1>2,3
知性需求	0.35	2	0.18	0.41	.661	

註：1=30 歲以下 2=31 至 40 歲 3=41 歲以上

由表 27 的的分析中發現：其中「社會需求」(F=6.040, p<.001) 和「成就需求」(F=6.573, p<.001) 的差異達到顯著水準；而在「抒壓需求」和「知性需求」並沒有顯著差異存在。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「社會需求」的動機層面上，30 歲以下的族群得分明顯高於 31 至 40 歲的族群，而 41 歲以上組得分則介於兩組之間；而在「成就需求」的動機層面上，30 歲以下族群得分明顯高於 31 至 40 歲組和 41 歲以上的族群。

不同年齡在參與動機各構面的平均數與標準差請參閱表 28 所示。

表 4-14 不同年齡在參與動機各構面的平均數和標準差

年齡	統計量	抒壓需求	社會需求	成就需求	知性需求
30 歲以下 N=171	平均數	3.93	3.72	3.96	3.91
	標準差	0.62	0.71	0.80	0.61
31 至 40 歲 N=99	平均數	3.84	3.41	3.70	3.85
	標準差	0.68	0.85	0.79	0.68
41 歲以上 N=162	平均數	3.88	3.52	3.68	3.86
	標準差	0.66	0.69	0.74	0.67
總和 N=432	平均數	3.89	3.57	3.79	3.88
	標準差	0.65	0.75	0.79	0.65

(三) 教育程度

本研究以單因子多變量變異數分析 (one-way MANOVA) 來考驗研究假設 1-3，來瞭解不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在參與動機之差異情形，驗證結果如表 29 所示。

由表 29 可以發現不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在參與動機的差異未達到顯著水準 (Wilks' λ =.948, p<.05)，顯示不同教育程度的舞蹈休閒活動在參與動機上沒有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 1-3。

表 29 不同教育程度在參與動機上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
教育程度	0.94*	1.89	12	1124.736	.031

*p<.05

為了更進一步瞭解不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在參與動機的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 30 所示。

表 30 不同教育程度在參與動機上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	scheffe 事後比較
抒壓需求	1.02	3	0.34	0.81	0.489	
社會需求	2.49	3	0.83	1.49	0.216	
成就需求	3.49	3	1.16	1.89	0.129	
知性需求	1.54	3	0.51	1.22	0.300	

註：1= 國中初中以下 2=高中職 3=大專大學 4=碩博士

由表 4-15 的的分析中發現：其中「抒壓需求」(F=0.810, p=.489) 和「社會需求」(F=1.491, p=.216)、「成就需求」(F=1.896, p=.129) 及「知性需求」(F=1.225, p=.300) 上皆沒有顯著差異存在。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「抒壓需求」、「社會需求」、「成就需求」、「知性需求」的動機層面上，各族群皆沒有顯著差異。不同教育程度在休閒動機各構面的平均數與標準差請參閱表 31 所示。

表 31 不同教育程度在參與動機各構面的平均數和標準差

教育程度	統計量	抒壓需求	社會需求	成就需求	知性需求
國中初中 以下	平均數	3.77	3.72	3.88	4.05
N=38	標準差	0.67	0.77	0.70	0.72
高中職	平均數	3.95	3.52	3.67	3.90
N=134	標準差	0.65	0.73	0.59	0.62
大專大學	平均數	3.88	3.55	3.83	3.84
N=227	標準差	0.63	0.76	0.89	0.66
碩博士	平均數	3.87	3.76	3.96	3.86
N=33	標準差	0.76	0.71	0.78	0.58
總和	平均數	3.89	3.57	3.79	3.88
N=432	標準差	0.65	0.75	0.79	0.65

(四) 居住地

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 1-4，來瞭解不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在參與動機之差異情形，驗證結果如表 4-18 所示。

表 32 不同居住地在參與動機上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
居住地	0.96*	1.95	8	852	0.049

*p<.05

由表 32 可以發現不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在整體參與動機的差異達顯著水準 (Wilks' $\lambda = .964$, $p < .05$)，顯示不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上有顯著差異存在，結果支持本研究假設 1-4。

為了更進一步瞭解不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在參與動機的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 33 所示。

表 33 不同居住地在參與動機上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
抒壓需求	0.91	2	0.45	1.08	.339	
社會需求	4.62	2	2.31	4.18*	.016	3>1
成就需求	5.75	2	2.88	4.73**	.009	3,2>1
知性需求	1.14	2	0.57	1.36	.257	

註：1= 北台灣 2=中台灣 3=南台灣

由表 33 的分析中發現：其中「社會需求」(F=4.188, p<.05) 和「成就需求」(F=4.737, p<.01) 的差異達到顯著水準；而在「抒壓需求」和「知性需求」並沒有顯著差異存在。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「社會需求」的動機層面上，南臺灣的族群得分明顯高於北臺灣族群而中臺灣族群則居於兩者之間；而在「成就需求」的動機層面上，中臺灣和南臺灣族群得分明顯高於北臺灣族群。

不同居住地在參與動機各構面的平均數與標準差請參閱表 34 所示。

表 34 不同居住地在參與動機各構面的平均數和標準差

年齡	統計量	抒壓需求	社會需求	成就需求	知性需求
北台灣 N=88	平均數	3.80	3.43	3.57	3.80
	標準差	0.71	0.82	0.98	0.65
中台灣 N=104	平均數	3.89	3.49	3.84	3.84
	標準差	0.62	0.68	0.63	0.64
南台灣 N=240	平均數	3.92	3.66	3.86	3.92
	標準差	0.63	0.74	0.76	0.65
總和 N=432	平均數	3.89	3.57	3.79	3.88
	標準差	0.65	0.75	0.79	0.65

(五) 參與頻率

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 1-5，來瞭解不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在參與動機之差異情形，驗證結果如表 35 所示。

表 35 不同參與頻率在參與動機上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
參與頻率	0.98	0.79	8.00	852.00	0.610

由表 35 中可以發現不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在整體參與動機的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .985$, $p = .610$)，顯示不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上有顯著差異存在，此結果支持不本研究假設 1-5。

(六) 職業

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 1-6，來瞭解擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在參與動機之差異情形，驗證結果如表 36 所示。

表 36 不同職業在參與動機上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
職業	0.81 ***	4.38	20	1403.882	.000

***p<.001

由表 36 可以發現擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在整體參與動機的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .818$, $p < .001$)，顯示擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 1-6。

為了更進一步瞭解擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在參與動機的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 37 所示。

表 37 不同職業在參與動機上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
抒壓需求	7.53	5	1.51	3.71**	.003	5,4>1
社會需求	23.49	5	4.70	9.19***	.000	5>1,2,4,6
成就需求	22.40	5	4.48	7.82***	.000	5>2>1
知性需求	11.22	5	2.24	5.63***	.000	5>1

註：1=農工 2=商 3=軍公教 4=家管 5=學生 6=其他

由表 37 的分析中發現：其中「抒壓需求」(F=3.710, $p < .01$)、「社會需求」(F=9.197, $p < .001$) 以及「成就需求」(F=7.826, $p < .001$)、「知性需求」(F=5.633, $p < .001$) 上皆達到顯著差異存在。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「抒壓需求」的動機層面上，學生的族群及家管族群得分明顯高於農工組而商、軍公教、其他族群則介於學生家管族群及農工族群之間；在「社會需求」的動機層面上，學生族群得分明顯高於農工、商、家管、其他族群而軍公教族群而介於兩者之間；在「成就需求」的動機層面上，學生族群得分高於商族群而家管、其他、軍公教族群則介於學生和商族群之間，而軍公教族群得分高於農工組，商、家管、其他族群則介於軍公教及農工族群之間；而在「知性需求」的動機層面上學生族群得分明顯高於農工族群，而商、軍公教、家管及其他族群得分則介於學生和農工族群之間。

擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在參與動機各構面的平均數與標準差請參閱表 38 所示。

表 38 不同職業在參與動機各構面的平均數和標準差

職業	統計量	抒壓需求	社會需求	成就需求	知性需求
農工 N=28	農工 N=28	3.55 0.62	3.43 0.79	3.39 0.45	3.54 0.54
商 N=83	商 N=83	3.76 0.69	3.30 0.88	3.54 0.83	3.78 0.74
軍公教 N=91	軍公教 N=91	3.86 0.58	3.66 0.62	3.95 1.02	3.79 0.62
家管 N=101	家管 N=101	3.97 0.69	3.46 0.68	3.70 0.65	3.94 0.66
學生 N=100	學生 N=100	4.04 0.59	3.94 0.68	4.10 0.58	4.11 0.58
其他 N=29	其他 N=29	3.89 0.59	3.36 0.64	3.70 0.70	3.75 0.51
總和 N=432	總和 N=432	3.89 0.65	3.57 0.75	3.79 0.79	3.88 0.65

(七) 平均收入

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 1-7，來瞭解擁有不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在參與動機之差異情形，驗證結果如表 39 所示。

表 39 不同平均收入在參與動機上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設 自由度	誤差自由度	顯著性
平均收入	0.96	1.26	12	1124.736	0.235

由表 39 可以發現不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在參與動機的差異未達到顯著水準 (Wilks' $\lambda=0.965$, $p=0.235$)，顯示不同不同平均收入的舞蹈休閒活動在參與動機上沒有顯著差異存在，此結果不支持本研究假設 1-7。

(八) 同伴

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 1-8，來瞭解擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在參與動機之差異情形，驗證結果如表 40 所示。

表 40 不同同伴關係在參與動機上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設 自由度	誤差自由度	顯著性
同伴關係	0.88**	2.20	24	1473.392	0.001

** $p<.01$

由表 40 可以發現擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在整體參與動機的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda=0.884$, $p<.01$)，顯示擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 1-8。

為了更進一步瞭解擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在參與動機

的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 4-27 所示。

表 41 不同同伴關係在參與動機上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
抒壓需求	6.38	6	1.06	2.59 **	0.018	
社會需求	6.49	6	1.08	1.96	0.070	
成就需求	10.41	6	1.74	2.88 **	0.009	
知性需求	5.40	6	0.90	2.18 *	0.044	

註：1=同事關係 2=親戚關係（含姊妹） 3=夫妻關係 4=朋友關係
5=鄰居關係 6=同學關係 7=其他

由表 41 的分析中發現：其中「抒壓需求」(F=2.597, p<.05) 以及「成就需求」(F=2.884, p<.01)、「知性需求」(F=2.180, p<.05) 上皆達到顯著差異存在，而「社會需求」(F=1.961, p=.07) 則未達到顯著差異。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「抒壓需求」、「社會需求」、「成就需求」、「知性需求」的動機層面上，各族群皆沒有顯著差異。

擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在休閒動機各構面的平均數與標準差請參閱表 42 所示

表 42 不同同伴關係在參與動機各構面的平均數和標準差

同伴關係	統計量	抒壓需求	社會需求	成就需求	知性需求
同事朋友 N=84	平均數	3.86	3.59	3.92	3.80
	標準差	0.62	0.77	1.10	0.68
親戚家屬 (含姊妹) N=78	平均數	3.78	3.46	3.53	3.74
	標準差	0.64	0.73	0.79	0.69
夫妻關係 N=24	平均數	3.69	3.50	3.72	3.92
	標準差	0.63	0.59	0.36	0.46
朋友關係 N=104	平均數	3.87	3.64	3.88	3.94
	標準差	0.63	0.70	0.64	0.63
鄰居關係 N=29	平均數	3.82	3.50	3.55	3.70
	標準差	0.60	0.62	0.56	0.49
同學關係 N=54	平均數	4.00	3.82	3.93	4.06
	標準差	0.67	0.74	0.72	0.57
其他 N=59	平均數	4.13	3.42	3.84	3.95
	標準差	0.68	0.89	0.67	0.74
總和 N=432	平均數	3.89	3.57	3.79	3.88
	標準差	0.65	0.75	0.79	0.65

(九) 喜愛課程類型

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 1-9，來瞭解擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在參與動機之差異情形，驗證結果如表 43 所示。

表 43 不同喜愛課程類型在參與動機上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
喜愛課程	0.91**	2.46	16	1295.979	.001

**p<.01

由表 43 可以發現擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在整體

參與動機的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda=912$, $p<.01$)，顯示擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 1-9。

為了更進一步瞭解擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在參與動機的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 44 所示。

表 44 不同喜愛課程類型在參與動機上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
抒壓需求	3.16	4	0.79	1.90	0.109	
社會需求	5.30	4	1.32	2.39 *	0.050	
成就需求	10.07	4	2.52	4.19 **	0.002	
知性需求	4.41	4	1.10	2.66 *	0.032	

註：1=動態類 (如有氧、爵士舞) 2=靜態類 (如瑜珈皮拉提司) 3=藝術類 (如芭蕾舞、現代舞、民族民俗舞蹈)
4=社交類 (如國際標準舞、社交舞) 5=各國風情類 (如佛朗明歌、肚皮舞)

由表 44 的分析中發現：其中「社會需求」($F=2.398$, $p<.05$) 以及「成就需求」($F=4.199$, $p<.01$)、「知性需求」($F=2.664$, $p<.05$) 皆達到顯著差異存在，而其中「抒壓需求」($F=1.903$, $p=.109$) 則未達顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「抒壓需求」、「社會需求」、「成就需求」、「知性需求」的動機層面上，各族群皆沒有顯著差異。

擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在休閒動機各構面的平均數與標準差請參閱表 45 所示

表 45 不同喜愛課程類型在參與動機各構面的平均數和標準差

喜愛課程類型	統計量	抒壓需求	社會需求	成就需求	知性需求
動態類 (如有氧、爵士舞) N=229	平均數	3.93	3.58	3.86	3.91
	標準差	0.59	0.76	0.88	0.64
靜態類 (如瑜珈、皮拉提司) N=93	平均數	3.86	3.45	3.54	3.70
	標準差	0.65	0.69	0.67	0.74
藝術類 (如芭蕾舞、現代舞、民族民俗舞蹈) N=24	平均數	4.01	3.71	4.03	4.10
	標準差	0.66	0.92	0.63	0.67
社交類 (如國際標準舞、社交舞) N=66	平均數	3.71	3.74	3.90	3.92
	標準差	0.72	0.55	0.52	0.45
各國風情類 (如佛朗明歌、肚皮舞) N=20	平均數	3.96	3.29	3.60	3.88
	標準差	0.86	1.09	0.82	0.64
總和 N=432	平均數	3.89	3.57	3.79	3.88
	標準差	0.65	0.75	0.79	0.65

(十) 小結

不同背景變項的舞蹈休閒活動參與者在參與動機各構面上的驗證結果彙整摘要表如下表 46

表 46 不同背景變項在參與動機的驗證結果彙整表

背景變項	因素	性別	年齡	教育程度	居住地	參與頻率	職業	平均收入	同伴關係	喜愛課程類型
參與動機	抒壓需求						✓		✓	
	社會需求		✓		✓		✓			✓
	成就需求		✓		✓		✓		✓	✓
	知性需求						✓		✓	✓

註：✓表示該選項滿動機因素在參與動機上有顯著差異

第三節 休閒阻礙差異性分析

一、舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙量表各因素構面的反應情形：

表 47 舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙各構面之平均數與標準差

因素名稱	平均數	標準差	題數	排序
個人阻礙	2.67	0.92	6	3
人際阻礙	2.75	0.91	4	2
結構阻礙	2.95	0.89	5	1

由表 47 舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙量表各因素構面的反應中發現，各分量表平均數的高低依序為「個人阻礙」(M=2.67)、「人際阻礙」(M=2.75)和「結構阻礙」(M=2.95)。此結果顯示舞蹈休閒活動參與者對於家庭、交通、課程資訊、工作及教室場地等因素視為阻礙的認同程度較大於個人及人際間的影響因素。

二、舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙量表各因素構面的差異性考驗：

(一) 性別

本研究以單因數多變量變異數分析來考驗研究假設 2-1，來瞭解不同性別的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙之差異情形，驗證結果如表 4-34 所示。

由表 48 可以發現不同性別的家長在休閒阻礙的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda=971$, $p<.01$)，顯示不同性別的家長在休閒阻礙上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 2-1。

表 48 不同性別在休閒阻礙上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
性別	0.97	4.28	3	428	.005

**p<.01

為了更進一步瞭解不同性別的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙各構面的差異情形，再以邊際平均數來探討其差異情形，結果如表 4-35 所示。由表 49 的邊際平均數分析中發現：在「結構阻礙」、「個人阻礙」和「人際阻礙」中女性的舞蹈休閒活動參與者平均數皆高於男性參與者，其中又以「結構阻礙」為差距最大。

表 49 不同性別在休閒阻礙上之邊際平均數

依變數	性別	平均數	標準誤	95% 信賴區間	
				下限	上限
個人阻礙	男	2.49	0.13	2.24	2.75
	女	2.69	0.05	2.60	2.78
人際阻礙	男	2.58	0.13	2.32	2.83
	女	2.77	0.05	2.68	2.87
結構阻礙	男	2.56	0.12	2.32	2.80
	女	3.00	0.04	2.91	3.09

不同性別在休閒阻礙各構面的平均數與標準差請參閱表 50 所示。其中發現在「個人阻礙」和「人際阻礙」及「結構阻礙」上女性的平均數接高於男性。

表 50 不同性別在休閒阻礙各構面的平均數和標準差

性別	統計量	個人阻礙	人際阻礙	結構阻礙
男 N=50	平均數	2.49	2.58	2.56
	標準差	0.98	0.94	0.90
女 N=382	平均數	2.69	2.77	3.00
	標準差	0.91	0.91	0.87
總和 N=432	平均數	2.67	2.75	2.95
	標準差	0.92	0.91	0.89

(二) 年齡

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 2-2，來瞭解不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙之差異情形，驗證結果如表 51 所示。

表 51 不同年齡在休閒阻礙上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
年齡	0.93***	4.97	6	854	.000

*** $p < .001$

由表 51 可以發現不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .934$, $p < .001$)，顯示不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 2-2。

為了更進一步瞭解不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 52 所示。

表 52 不同年齡在休閒阻礙上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
個人阻礙	16.03	2	8.02	9.92 ***	.000	1,2>3
人際阻礙	20.00	2	10.00	12.68 ***	.000	1,2>3
結構阻礙	4.67	2	2.34	2.02	.11	

註：1=30 歲以下 2=31 至 40 歲 3=41 歲以上

其中「個人阻礙」(F=9.924, p<.001) 和「人際阻礙」(F=12.687, p<.001) 的差異達到顯著水準，而「結構阻礙」並沒有顯著差異存在。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「個人阻礙」及「人際阻礙」的層面上，41 歲以上族群得分皆高於 30 歲以下族群及 31 至 40 歲族群。不同年齡在休閒阻礙各構面的平均數與標準差請參閱表 4-39 所示。

表 53 不同年齡在休閒阻礙各構面的平均數和標準差

年齡	統計量	個人阻礙	人際阻礙	結構阻礙
30 歲以下 N=171	平均數	2.83	2.96	3.04
	標準差	1.02	0.95	0.92
31 至 40 歲 N=99	平均數	2.78	2.82	3.02
	標準差	0.83	0.86	0.89
41 歲以上 N=162	平均數	2.42	2.48	2.82
	標準差	0.80	0.84	0.84
總和 N=432	平均數	2.67	2.75	2.95
	標準差	0.92	0.91	0.89

(三) 教育程度

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 2-3，來瞭解不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙之差異情形，驗證結果如表 54 所示。

表 54 不同教育程度在休閒阻礙上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢 定	假設自由度	誤差自由度	顯著 性
教育程度	0.94**	2.86	9	1037	.002

**p<.01

由表 54 可以發現不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .942$, $p < .01$)，顯示不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 2-3。

為了更進一步瞭解不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 55 所示。

表 55 不同教育程度在休閒阻礙上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
個人阻礙	12.93	3	4.31	5.27**	.001	4>3,2
人際阻礙	17.69	3	5.90	7.41***	.000	4>3,2
結構阻礙	12.85	3	4.28	5.61*	.001	4>3,2

註：1= 國中初中以下 2=高中職 3=大專大學 4=碩博士

其中「個人阻礙」(F=5.278, p<.01) 和「人際阻礙」(F=7.414, p<.001) 及「結構阻礙」(F=5.611, p<.01) 的差異皆達到顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「個人阻礙」、「人際阻礙」及「結構阻礙」的層面上碩博士族群得分明顯高於高中職族群及大專大學族群，而國中初中以下組得分則介於兩者之間。

不同教育程度在休閒阻礙各構面的平均數與標準差請參閱表 56 所示。

表 56 不同教育程度在休閒阻礙各構面的平均數和標準差

教育程度	統計量	個人阻礙	人際阻礙	結構阻礙
國中初中 以下 N=38	平均數	2.76	2.91	3.13
	標準差	1.06	1.12	1.01
高中職 N=134	平均數	2.49	2.53	2.82
	標準差	0.73	0.70	0.84
大專大學 N=227	平均數	2.68	2.77	2.92
	標準差	0.92	0.91	0.84
碩博士 N=33	平均數	3.18	3.31	3.48
	標準差	1.18	1.13	1.02
總和 N=432	平均數	2.67	2.75	2.95
	標準差	0.92	0.91	0.89

(四) 居住地

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 2-4，來瞭解不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙之差異情形，驗證結果如表 57 所示。

表 57 不同居住地在休閒阻礙上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
居住地	0.93***	4.69	6	854	.000

***p<.001

由表 57 可以發現不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .937$, $p < .001$)，顯示不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 2-4。

為了更進一步瞭解不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析 (one-way ANOVA) 來探討其差異情形，結果如表 58 所示。

表 58 不同居住地在休閒阻礙上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
個人阻礙	20.06	2	10.03	12.56***	.000	3>2
人際阻礙	18.91	2	9.45	11.95***	.000	3>2
結構阻礙	14.13	2	7.06	9.31***	.000	3>2

註：1=北台灣 2=中台灣 3=南台灣

其中「個人阻礙」($F=12.563$, $p < .001$) 和「人際阻礙」($F=11.953$, $p < .001$) 及「結構阻礙」($F=9.313$, $p < .001$) 的差異皆達到顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「個人阻礙」及「人際阻礙」、「結構阻礙」的層面上，南台灣族群得分高於高於中台灣族群；而北台灣族群則介於兩族群之間。

不同居住地在休閒阻礙各構面的平均數與標準差請參閱表 59 所示。
表 59 不同居住地在休閒阻礙各構面的平均數和標準差

居住地	統計量	個人阻礙	人際阻礙	結構阻礙
北台灣 N=88	平均數	2.59	2.68	2.85
	標準差	0.90	0.92	0.85
中台灣 N=104	平均數	2.32	2.42	2.68
	標準差	0.71	0.74	0.78
南台灣 N=240	平均數	2.84	2.92	3.10
	標準差	0.96	0.94	0.92
總和 N=432	平均數	2.67	2.75	2.95
	標準差	0.92	0.91	0.89

(五) 參與頻率

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 2-5，來瞭解不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙之差異情形，驗證結果如表 60 所示。

表 60 不同參與頻率在休閒阻礙上之單因數多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
參與頻率	0.97	2.03	6	854	.059

由表 60 可以發現不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .972$, $p = .059$)，顯示不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上有顯著差異存在，此結果不支持本研究假設 2-5。

(六) 職業

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 2-6，來瞭解不同職業的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙之差異情形，驗證結果如表 61 所示。

表 61 不同職業在休閒阻礙上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
職業	0.91**	2.67	15	1171	.001

** $p < .01$

由表 61 可以發現不同職業的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .911$, $p < .01$)，顯示不同職業的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 2-6。

為了更進一步瞭解不同職業的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 62 所示。

表 62 不同職業在休閒阻礙上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
個人阻礙	13.26	5	2.65	3.23 **	.007	
人際阻礙	12.28	5	2.46	3.02 *	.011	
結構阻礙	5.03	5	1.01	1.28	.271	

註：1=農工 2=商 3=軍公教 4=家管 5=學生 6=其他

其中「個人阻礙」(F=3.234, p<.01) 及「人際阻礙」(F=3.024, p<.05) 的差異達極顯著水準;而「結構阻礙」的差異則未達到顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現,在「個人阻礙」及「人際阻礙」的層面上,各族群間則沒有顯著的差異。

不同職業在休閒阻礙各構面的平均數與標準差請參閱表 63 所示。

表 63 不同職業在休閒阻礙各構面的平均數和標準差

職業	統計量	個人阻礙	人際阻礙	結構阻礙
農工 N=28	平均數	2.51	2.71	2.74
	標準差	0.82	0.81	0.69
商 N=83	平均數	2.56	2.64	2.82
	標準差	0.77	0.85	0.81
軍公教 N=91	平均數	2.68	2.77	2.91
	標準差	0.96	0.95	0.89
家管 N=101	平均數	2.53	2.58	3.06
	標準差	0.80	0.80	0.95
學生 N=100	平均數	2.97	3.03	3.05
	標準差	1.09	1.03	0.95
其他 N=29	平均數	2.49	2.66	2.92
	標準差	0.82	0.80	0.75
總和 N=432	平均數	2.67	2.75	2.95
	標準差	0.92	0.91	0.89

(七) 平均收入

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 2-7，來瞭解不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙之差異情形，驗證結果如表 64 所示。

表 64 不同平均收入在休閒阻礙上之單因數多變量分析

平均收入	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
	0.98	0.86	9	1037	.555

由表 64 發現不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的差異未達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .982$, $p = .555$)，顯示不同不同平均收入的舞蹈休閒活動在參與動機上沒有顯著差異存在，此結果不支持本研究假設 2-7。

(八) 同伴關係

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 2-8，來瞭解不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙之差異情形，驗證結果如表 65 所示。

表 65 不同同伴關係在休閒阻礙上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
同伴關係	0.91**	2.10	18	1197	.005

** $p < .01$

由表 65 可以發現不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .916$, $p < .01$)，顯示不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 2-8。

為了更進一步瞭解不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 66 所示。

表 66 不同同伴關係在休閒阻礙上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
個人阻礙	11.08	6	1.85	2.23 *	.039	
人際阻礙	14.48	6	2.41	2.98 **	.007	6>5
結構阻礙	11.37	6	1.90	2.45 *	.024	

註：1=同事關係 2=親戚關係（含姊妹） 3=夫妻關係 4=朋友關係 5=鄰居關係
6=同學關係 7=其他

其中「個人阻礙」(F=2.234, p<.05) 的差異達到顯著水準;「人際阻礙」、
「結構阻礙」的差異則皆達到顯著水準。

另外再針對進行 scheffe 事後比較發現，在「人際阻礙」的層面上，同學關係族群得分明顯高於鄰居關係族群，而同事關係、親戚關係（含姊妹）、夫妻關係、朋友關係及其他關係族群的得分則介於這兩族群之間。

不同同伴關係在休閒阻礙各構面的平均數與標準差請參閱表 67 所示。

表 67 不同同伴關係在休閒阻礙各構面的平均數和標準差

同伴關係	統計量	個人阻礙	人際阻礙	結構阻礙
同事朋友 N=84	平均數	2.73	2.86	3.07
	標準差	0.95	0.92	0.84
親戚家屬 (含姊妹) N=78	平均數	2.52	2.68	2.96
	標準差	0.76	0.78	0.92
夫妻關係 N=24	平均數	2.59	2.63	2.59
	標準差	0.94	0.91	0.98
朋友關係 N=104	平均數	2.69	2.86	2.92
	標準差	0.93	0.94	0.84
鄰居關係 N=29	平均數	2.32	2.26	2.54
	標準差	0.63	0.64	0.61
同學關係 N=54	平均數	2.98	2.98	3.15
	標準差	1.11	1.01	0.93
其他 N=59	平均數	2.63	2.58	2.98
	標準差	0.89	0.95	0.97
總和 N=432	平均數	2.67	2.75	2.95
	標準差	0.92	0.91	0.89

(九) 喜愛課程類型

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 2-9，來瞭解不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙之差異情形，驗證結果如表 68 所示。

表 68 不同喜愛課程類型在休閒阻礙上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
喜愛課程	0.94*	2.12	12	1125	0.013

*p<.05

由表 68 可以發現不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .942$, $p < .05$)，顯示不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 2-9。

為了更進一步瞭解不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 69 所示。

表 69 不同喜愛課程類型在休閒阻礙上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
個人阻礙	5.03	4	1.26	1.50	.201	
人際阻礙	4.45	4	1.11	1.34	.253	
結構阻礙	3.88	4	0.97	1.23	.295	

其中「個人阻礙」($F=1.501$, $p=.201$) 的差異達到顯著水準;「人際阻礙」($F=1.344$, $p=.253$);「結構阻礙」($F=1.235$, $p=.295$) 的差異則皆未達到顯著水準。

不同喜愛課程類型在休閒阻礙各構面的平均數與標準差請參閱表 70 所示。

表 70 不同喜愛課程類型在休閒阻礙各構面的平均數和標準差

喜愛課程類型	統計量	個人阻礙	人際阻礙	結構阻礙
動態類 (如有氧、爵士舞) N=229	平均數	2.74	2.83	3.01
	標準差	1.01	0.96	0.92
靜態類 (如瑜珈皮拉提司) N=93	平均數	2.63	2.61	2.98
	標準差	0.80	0.85	0.83
藝術類 (如芭蕾舞、現代舞、民族民俗舞蹈) N=24	平均數	2.51	2.90	2.78
	標準差	0.85	0.76	0.96
社交類 (如國際標準舞、社交舞) N=66	平均數	2.46	2.64	2.81
	標準差	0.80	0.86	0.87
各國風情類 (如佛朗明歌、肚皮舞) N=20	平均數	2.80	2.69	2.74
	標準差	0.62	0.85	0.68
總和 N=432	平均數	2.67	2.75	2.95
	標準差	0.92	0.91	0.89

(十) 小結

不同背景變項的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙各構面上的驗證結果彙整摘要表如下表 71

表 71 不同背景變項在休閒阻礙的驗證結果彙整表

背景變項	因素	性別	年齡	教育程度	居住地	參與次數	職業	平均收入	同伴關係	喜愛課程類型
休閒阻礙	個人阻礙		√	√	√		√		√	
	人際滿意		√	√	√		√		√	
	結構滿意	√		√	√				√	

註：√表示該選項滿動機因素在休閒阻礙上有顯著差異

第四節 行銷休閒滿意度差異性分析

一、舞蹈休閒活動參與者行銷滿意度量表各因素構面反應情形：

表 72 舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度各構面之平均數與標準差

因素名稱	平均數	標準差	題數	排序
產品滿意	3.93	0.59	7	3
價格滿意	3.75	0.82	5	1
促銷滿意	3.53	0.71	4	2

由表 72 舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度量表各因素構面的反應中發現，各分量表平均數的高低以「產品滿意」(M=3.93) 較高，其次是「價格滿意」(M=3.75)，在其次為「促銷滿意」(M=3.53) 為最低。就平均而言，舞蹈休閒活動參與者對整體舞蹈休閒活動有著相當程度的行銷滿意度，尤其是在對產品部分，包含了課程、教師、教室環境、工作人員等因素。

二、舞蹈休閒活動參與者行銷滿意度量表因素構面差異性考驗：

(一) 性別

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 3-1，來瞭解不同性別的舞蹈休閒活動參與者在滿意度之差異情形，驗證結果如表 73 所示。

表 73 不同性別在行銷滿意度上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
性別	0.98	2.26	3	428	0.080

由表 73 可以發現不同性別的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度的差異未達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .984$, $p = .08$)，顯示不同性別的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上沒有顯著差異存在，此結果不支持本研究假設 3-1。

(二) 年齡

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 3-2，來瞭解不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度之差異情形，驗證結果如表 74 所示。

表 74 不同年齡在行銷滿意度上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
年齡	0.96*	2.57	6	854	0.018

*p<.05

由表 74 可以發現不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .965$, $p < .05$)，顯示不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在滿意度上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 3-2。

為了更進一步瞭解不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 75 所示。

表 75 不同年齡在行銷滿意度上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
產品滿意	3.84	2	1.92	5.66 **	.004	1>3
價格滿意	3.44	2	1.72	2.59	.076	
促銷滿意	3.51	2	1.76	3.55 *	.029	

註：1=30 歲以下 2=31 至 40 歲 3=41 歲以上

其中「產品滿意」($F=5.669$, $p<.01$)及「促銷滿意」($F=3.555$, $p<.05$)的差異達到顯著水準；而「價格滿意」的差異皆未達到顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「產品滿意」的層面上，30 歲以下族群得分高於 40 歲以上族群，31 至 40 歲則介於兩族群之間。

不同年齡在行銷滿意度各構面的平均數與標準差請參閱表 76 所示。

表 76 不同年齡在行銷滿意度各構面的平均數和標準差

年齡	統計量	產品滿意	價格滿意	促銷滿意
30 歲以下 N=171	平均數	4.03	3.84	3.64
	標準差	0.52	1.00	0.71
31 至 40 歲 N=99	平均數	3.96	3.77	3.46
	標準差	0.63	0.72	0.72
41 歲以上 N=162	平均數	3.82	3.64	3.45
	標準差	0.62	0.63	0.69
總和 N=432	平均數	3.93	3.75	3.53
	標準差	0.59	0.82	0.71

(三) 教育程度

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 3-3，來瞭解不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度之差異情形，驗證結果如表 77 所示。

表 77 不同教育程度在行銷滿意度上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
教育程度	0.98	0.58	9	1037	0.807

由表 77 可以發現不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在滿意度的差異並沒有達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .988$, $p = .807$)，顯示不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上沒有顯著差異存在，此結果不支持本研究假設 3-3。

(四) 居住地

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 3-4，來瞭解不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度之差異情形，驗證結果如表 78 所示。

表 78 不同的居住地在行銷滿意度上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
居住地	0.90***	7.18	6	854	.000

***p<.001

由表 78 可以發現不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在滿意度的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .906$, $p < .001$)，顯示不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上沒有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 3-4。

為了更進一步瞭解不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 79 所示。

表 79 不同居住地在行銷滿意度上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
產品滿意	9.31	2	4.65	14.29***	.000	3>2,1
價格滿意	6.02	2	3.01	4.58 *	.011	3>1
促銷滿意	14.84	2	7.42	15.86***	.000	3>2,1

註：1=北台灣 2=中台灣 3=南台灣

其中「產品滿意」($F=14.290$, $p < .001$)和「價格滿意」($F=4.580$, $p < .05$)及「促銷滿意」($F=15.862$, $p < .001$)的差異皆達到顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「產品滿意」及「促銷滿意」的層面上，南台灣族群得分高於中台灣及北台灣族群；而「價格滿意」的層面上，南台灣族群得分高於高於北台灣族群，而中台灣族群則介於兩族群之間。

不同居住地在行銷滿意度各構面的平均數與標準差請參閱表 80 所示。
表 80 不同居住地在行銷滿意度各構面的平均數和標準差

居住地	統計量	產品滿意	價格滿意	促銷滿意
北台灣 N=88	平均數	3.69	3.58	3.26
	標準差	0.64	0.64	0.75
中台灣 N=104	平均數	3.86	3.64	3.38
	標準差	0.55	0.67	0.63
南台灣 N=240	平均數	4.06	3.85	3.69
	標準差	0.55	0.92	0.68
總和 N=432	平均數	3.93	3.75	3.53
	標準差	0.59	0.82	0.71

(五) 參與頻率

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 3-5，來瞭解不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度之差異情形，驗證結果如表 81 所示。

表 81 不同的參與頻率在行銷滿意度上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
參與頻率	0.96**	2.87	6	854	.009

**p<.01

由表 81 可以發現不同參與參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度的差異有達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .961$, $p < .01$)，顯示不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 3-5。

為了更進一步瞭解不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在滿意度的主要差異情形，再以單因子單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 82 所示。

表 82 不同參與頻率在行銷滿意度上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
產品滿意	1.67	2	0.83	2.42	.090	
價格滿意	1.93	2	0.96	1.44	.237	
促銷滿意	4.98	2	2.49	5.07 **	.007	1>2

註：1=低頻率 2=中頻率 3=高頻率

其中「產品滿意」和「價格滿意」的差異皆未達到顯著水準，「促銷滿意」(F=5.078, p<.01) 的差異達到顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，「促銷滿意」的層面上低頻率族群得分高於中頻率族群，而高頻率族群得分則介於兩族群之間。

不同參與頻率在行銷滿意度各構面的平均數與標準差請參閱表 83 所示。

表 83 不同參與頻率在行銷滿意度各構面的平均數和標準差

參與次數	統計量	產品滿意	價格滿意	促銷滿意
高頻率 N=188	平均數	3.82	3.80	3.75
	標準差	0.58	0.73	0.61
中頻率 N=203	平均數	3.89	3.68	3.42
	標準差	0.53	0.65	0.69
低頻率 N=41	平均數	4.00	3.81	3.59
	標準差	0.64	0.98	0.73
總和 N=432	平均數	3.93	3.75	3.53
	標準差	0.59	0.82	0.71

(六) 職業

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 3-6，來瞭解擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度之差異情形，驗證結果如表 84 所示。

表 84 不同職業在行銷滿意度上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
職業	0.90***	2.97	15	1171	.000

***p<.001

由表 84 可以發現擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .902$, $p < .001$)，顯示擁有不同職業的家長在行銷滿意度上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 3-6。

為了更進一步瞭解擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上的主要差異情形，再以單因數單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 85 所示。

表 85 不同職業在行銷滿意度上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
產品滿意	12.63	5	2.53	7.88***	.000	5,6,4,3,2>1
價格滿意	9.50	5	1.90	2.90*	.014	5>1
促銷滿意	6.63	5	1.33	2.70*	.020	

註：1=農工 2=商 3=軍公教 4=家管 5=學生 6=其他

其中「產品滿意」($F=7.889$, $p<.001$)及「價格滿意」($F=2.907$, $p<.05$)、
「促銷滿意」($F=2.702$, $p<.05$)的差異皆達到顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「產品滿意」的行銷滿意度層面上，商、軍公教、家管、學生、其他族群得分明顯高於農工族群。而「價格滿意」的層面上學生族群得分高於農工族群而商、軍公教、家管、其他族群則介於這兩族群之間；「促銷滿意」的層面上族群間得分則相差不多。

擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度各構面的平均數與標準差請參閱表 86 所示。

表 86 不同職業在行銷滿意度各構面的平均數和標準差

職業	統計量	產品滿意	價格滿意	促銷滿意
農工 N=28	平均數	3.44	3.39	3.30
	標準差	0.50	0.49	0.64
商 N=83	平均數	4.00	3.81	3.47
	標準差	0.60	0.70	0.80
軍公教 N=91	平均數	3.88	3.73	3.49
	標準差	0.50	0.62	0.68
家管 N=101	平均數	3.88	3.66	3.47
	標準差	0.66	0.68	0.66
學生 N=100	平均數	4.15	3.95	3.74
	標準差	0.55	1.20	0.74
其他 N=29	平均數	3.85	3.59	3.48
	標準差	0.32	0.57	0.44
總和 N=432	平均數	3.93	3.75	3.53
	標準差	0.59	0.82	0.71

(七) 平均收入

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 3-7，來瞭解擁有不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度之差異情形，驗證結果如表 87 所示。

表 87 不同的平均收入在行銷滿意度上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
平均收入	0.97	1.48	9	1037	0.155

由表 87 可以發現擁有不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度的差異未達到顯著水準 (Wilks' $\lambda=0.970$, $p=0.155$)，顯示擁有不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上有顯著差異存在，此結果不支持本研究假設 3-7。

(八) 同伴關係

本研究以單因子多變量變異數分析來考驗研究假設 3-8，來瞭解擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度之差異情形，驗證結果如表 88 所示。

表 88 不同的同伴關係在行銷滿意度上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
同伴關係	0.91**	2.27	18	1197	.002

** $p < .01$

由表 88 可以發現擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda=0.910$, $p < .01$)，顯示擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 3-8。

為了更進一步瞭解擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上的主要差異情形，再以單因數單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 89 所示。

表 89 不同的同伴關係在行銷滿意度上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由 度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
產品滿意	9.48	6	1.58	4.80 ***	.000	1,2,3,6,7>5
價格滿意	9.46	6	1.58	2.40 *	.027	
促銷滿意	10.81	6	1.80	3.74 **	.001	1,4>5

註：1=同事關係 2=親戚關係（含姊妹）3=夫妻關係 4=朋友關係
5=鄰居關係 6=同學關係 7=其他

其中「產品滿意」(F=4.809, p<.001)、「價格滿意」(F=2.406, p<.05)及「促銷滿意」(F=3.742, p<.01)的差異皆達到顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現，在「產品滿意」的滿意度構面上同事關係、親戚關係（含姊妹）、夫妻關係、同學關係及其他關係族群得分明顯高於鄰居關係族群，而朋友關係組則介於兩族群之間；「促銷滿意」的滿意度構面上，同事關係、朋友關係族群的得分高於鄰居關係族群，而親戚關係（含姊妹）、夫妻關係、同學關係及其他關係族群得分則介於這兩族群之間；「價格滿意」的滿意度構面上族群間得分則沒有顯著的差異。

擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度各構面的平均數與標準差請參閱表 90 所示。

表 90 不同的同伴關係在行銷滿意度各構面的平均數和標準差

同伴關係	統計量	產品滿意	價格滿意	促銷滿意
同事朋友 N=84	平均數	4.04	3.91	3.72
	標準差	0.56	1.25	0.74
親戚家屬 (含姊妹) N=78	平均數	3.97	3.78	3.52
	標準差	0.52	0.62	0.62
夫妻關係 N=24	平均數	3.79	3.50	3.41
	標準差	0.56	0.69	0.69
朋友關係 N=104	平均數	3.91	3.69	3.55
	標準差	0.62	0.68	0.71
鄰居關係 N=29	平均數	3.44	3.34	3.03
	標準差	0.48	0.52	0.53
同學關係 N=54	平均數	4.04	3.78	3.52
	標準差	0.64	0.68	0.68
其他 N=59	平均數	3.99	3.84	3.52
	標準差	0.56	0.71	0.76
總和 N=432	平均數	3.93	3.75	3.53
	標準差	0.59	0.82	0.71

(九) 喜愛課程類型

本研究以單因數多變量變異數分析來考驗研究假設 3-9，來瞭解擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度之差異情形，驗證結果如表 91 所示。

表 91 不同的喜愛課程類型在行銷滿意度上之單因子多變量分析

效應項	Wilks' Lambda	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	顯著性
喜愛課程類型	0.93**	2.34	12	1125	.005

**p<.01

由表 91 可以發現擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度的差異達到顯著水準 (Wilks' $\lambda = .935$, $p < .01$)，顯示擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上有顯著差異存在，此結果支持本研究假設 3-9。

為了更進一步瞭解擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上的主要差異情形，再以單因數單變量變異數分析來探討其差異情形，結果如表 92 所示。

表 92 不同的喜愛課程類型在行銷滿意度上之單因子單變量分析

因素名稱	平方和	自由度	均方和	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
產品滿意	2.65	4	0.66	2.65	.105	
價格滿意	12.83	4	3.21	12.83**	.001	5>4
促銷滿意	7.64	4	1.91	7.64**	.004	

註：1=動態類 (如有氧、爵士舞) 2=靜態類 (如瑜珈皮拉提司)
 3=藝術類 (如芭蕾舞、現代舞、民族民俗舞蹈) 4=社交類 (如國際標準舞、社交舞) 5=各國風情類 (如佛朗明歌、肚皮舞)

其中「價格滿意」(F=4.976, p<.01) 和「促銷滿意」(F=3.922, p<.01) 的差異皆達到顯著水準;而「產品滿意」

的差異則未達到顯著水準。

另外再進行 scheffe 事後比較發現, 在「價格滿意」的滿意度構面上, 各國風情類(如佛朗明歌、肚皮舞)族群高於社交類(如國際標準舞、社交舞)族群, 而動態類(如有氧、爵士舞)、藝術類(如芭蕾舞、現代舞、民族民俗舞蹈)及靜態類(如瑜珈皮拉提司)則介於這兩族群之間;而在「產品滿意」及「促銷滿意」的滿意度構面上, 族群間得分則沒有顯著差異。

擁有不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度各構面的平均數與標準差請參閱表 93 所示。

表 93 不同喜愛課程類型在行銷滿意度各構面的平均數和標準差

喜愛課程類型	統計量	產品滿意	價格滿意	促銷滿意
動態類 (如有氧、爵士舞) N=229	平均數	4.00	3.86	3.62
	標準差	0.58	0.93	0.72
靜態類 (如瑜珈皮拉提司) N=93	平均數	3.86	3.62	3.37
	標準差	0.64	0.64	0.64
藝術類(如芭蕾舞、現代舞、民族民俗舞蹈) N=24	平均數	3.96	3.75	3.72
	標準差	0.60	0.62	0.58
社交類(如國際標準舞、社交舞) N=66	平均數	3.81	3.45	3.34
	標準差	0.55	0.62	0.68
各國風情類(如佛朗明歌、肚皮舞) N=20	平均數	3.95	4.10	3.53
	標準差	0.53	0.57	0.92
總和 N=432	平均數	3.93	3.75	3.53
	標準差	0.59	0.82	0.71

(十) 小結

不同背景變項的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度各構面上的驗證結果彙整摘要表如下表 94

表 94 不同背景變項在行銷滿意度的驗證結果彙整表

背景變項	因素	性別	年齡	教育程度	居住地	參與次數	職業	平均收入	同伴關係	喜愛課程類型
滿意度	產品滿意		√		√		√		√	
	價格滿意				√		√		√	√
	促銷滿意		√		√	√	√		√	√

註：√表示該選項滿動機因素在滿意度上有顯著差異

第五節 參與動機、阻礙及行銷滿意度對休閒利益之徑路分析

本節主要目的是分析本研究架構中各控制變項與效標變項間的路徑是否存在。徑路分析結果如下圖 4-1 所示。由徑路分析圖中得知，在舞蹈休閒活動參與者休閒利益影響的路徑中，有五條顯著路徑：一、參與動機→休閒利益，直接效果值為.28；二、休閒阻礙→休閒利益，直接效果值為-.19；三、行銷滿意度→休閒利益，直接效果值為.34；四、休閒動機→行銷滿意度→休閒利益，間接效果值為.12；五、休閒阻礙→行銷滿意度→休閒利益，間接效果值為.03。

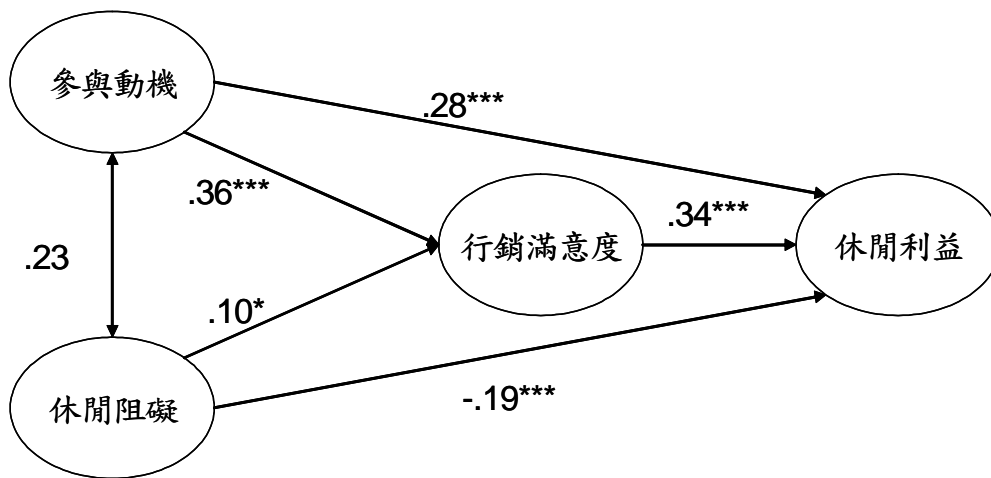


圖 11 本研究控制變項之徑路分析圖

由於參與動機對於休閒阻礙的路徑未達顯著，以下僅針對參與動機與休閒阻礙對行銷滿意度；以及參與動機、休閒阻礙和行銷滿意度對休閒利益進行典型相關分析。

第六節 參與動機與行銷滿意度之典型相關分析

本節的目的主要在探討參與動機和行銷滿意度兩個變項之間是否有典型相關存在。研究變項以參與動機（抒壓需求、社會需求、成就需求、知性需求）作為控制變項（X 變項），而以行銷滿意度（產品滿意、價格滿意、促銷滿意）作為效標變項（Y 變項），以求出兩組變項間的相關情形。經典型相關分析後發現，有二組典型相關路徑存在，其相關係數分別為 0.417、0.178 且達顯著水準。參與動機與行銷滿意度之典型相關分析結果如表 95 所示。

表 95 參與動機與行銷滿意度之典型相關分析摘要表

控制變項 (X 變項)	典型因素(Kai)		效標變項 (Y 變項)	典型因素(Eta)	
	$\chi 1$	$\chi 2$		$\eta 1$	$\eta 2$
抒壓需求	.656	-.625	產品滿意	.878	-.396
社會需求	.828	.189	價格滿意	.669	-.224
成就需求	.735	.489	促銷滿意	.816	.554
知性需求	.824	-.020			
抽出變異數	58.353		抽出變異數	62.817	
百分比(%)	16.649		百分比(%)	17.134	
重疊(%)	10.147		重疊(%)	10.924	.542
	.527				
			ρ^2	.174	.001 .032
			ρ (典型相關係數)	.417***	.035 .178*

*** p<.001 *p<.05

由表 95 之典型相關分析表中可以發現：

- 一、有二個典型相關路徑之相關係數達到顯著水準，第一典型相關係數為 0.417 ($p < .001$)，第二典型相關係數為 0.178 ($p < .05$)。此四個控制變項係透過二個典型因素來影響效標變項。
- 二、參與動機的四個控制變項（抒壓需求、社會需求、成就需求、知性需求）與第一典型因素之相關結構係數(χ_1)分別為.656、.828、.735 和.824，而第一典型因素(η_1)與行銷滿意度的三個效標變項（產品滿意、價格滿意、促銷滿意）之相關結構係數分別為.878、.669 和.816。從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異 10.924%。
- 三、參與動機的四個控制變項（抒壓需求、社會需求、成就需求、知性需求）與第二典型因素之相關結構係數(χ_2)分別為-.625、.189、.489 和-.020，而第一典型因素(η_2)與行銷滿意度的三個效標變項（產品滿意、價格滿意、促銷滿意）之相關結構係數分別為-.396、-.224 和.554。從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異.542%。

四、參與動機的四個控制變項透過二個典型因素對行銷滿意度

三個效標變項總解釋變異量為 11.466%(即 10.924+.542)。參與動機與行銷滿意度之典型相關徑路分析如圖 4-2 所示。

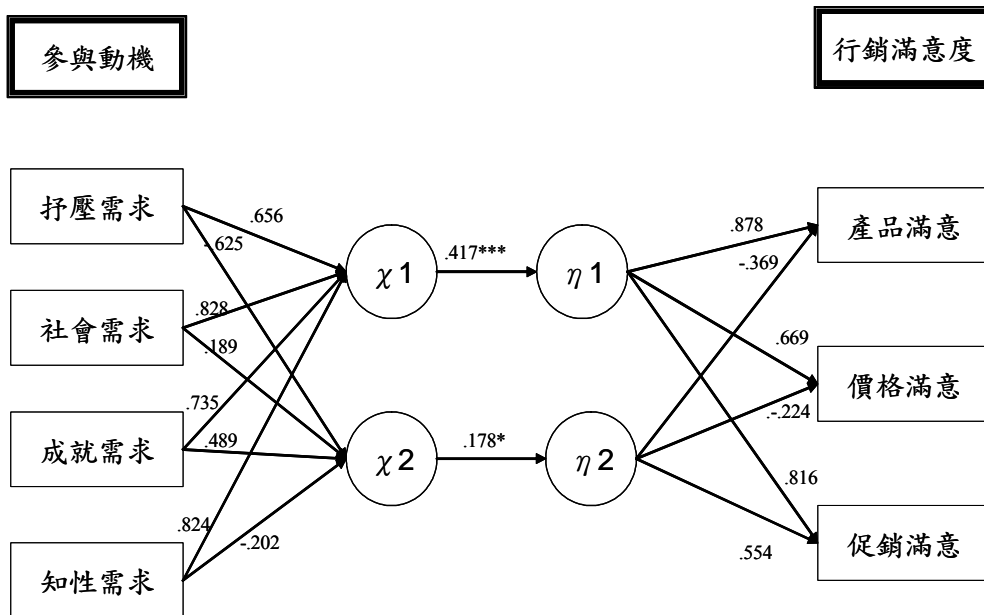


圖 12 參與動機與行銷滿意度之典型相關分析圖

第七節 休閒阻礙與行銷滿意度之典型相關分析

節的目的主要在探討休息阻礙和滿意兩個變項之間是否有典型相關存在。研究變項以參與動機（個人阻礙、人際阻礙、結構阻礙）作為控制變項（X 變項），而以行銷滿意度（產品滿意、價格滿意、促銷滿意）作為效標變項（Y 變項），以求出兩組變項間的相關情形。經典型相關分析後發現，有二組典型相關路徑存在，其相關係數分別為 0.335、0.141 且達顯著水準。休閒阻礙與行銷滿意度之典型相關分析結果如表 96 所示。

表 96 休閒阻礙與行銷滿意度之典型相關分析摘要表

控制變項 (X 變項)	典型因素(Kai)		效標變項 (Y 變項)	典型因素(Eta)	
	χ^2 1	χ^2 2		η^2 1	η^2 2
個人阻礙	.583	-.636	產品滿意	.630	.696
人際阻礙	.871	-.489	價格滿意	.171	.055
結構阻礙	.893	.111	促銷滿意	.849	-.324
抽出變異數	63.149		抽出變異數	38.196	
百分比(%)	21.856		百分比(%)	19.737	
重疊(%)	7.103		重疊(%)	4.296	.394
	.437				
			ρ^2	.112	.007 .020
			ρ (典型相關係數)	.335***	.085 .141*

*** p<.001 *p<.05

由表 96 之典型相關分析表中可以發現：

- 一、有二個典型相關路徑之相關係數達到顯著水準，第一典型相關係數為 0.335 ($p < .001$)，第二典型相關係數為 0.141 ($p < .05$)。此四個控制變項係透過二個典型因素來影響效標變項。
- 二、休閒阻礙的三個控制變項（個人阻礙、人際阻礙、結構阻礙）與第一典型因素之相關結構係數(χ_1)分別為 .583、.871 和 .893，而第一典型因素(η_1)與行銷滿意度的三個效標變項（產品滿意、價格滿意、促銷滿意）之相關結構係數分別為 .630、.171 和 .849。從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異 4.296%。
- 三、休閒阻礙的三個控制變項（個人阻礙、人際阻礙、結構阻礙）與第二典型因素之相關結構係數(χ_2)分別為 -.636、-.489 和 .111，而第二典型因素(η_2)與行銷滿意度的三個效標變項（產品滿意、價格滿意、促銷滿意）之相關結構係數分別為 .696、.055 和 -.324。從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異 .394%。
- 四、參與動機的四個控制變項透過二個典型因素對行銷滿意度三個效標變項的總解釋變異量為 4.960%(即 4.296+.394)。休閒阻礙與行銷滿意度之典型相關徑路分析如圖 4-3 所示。

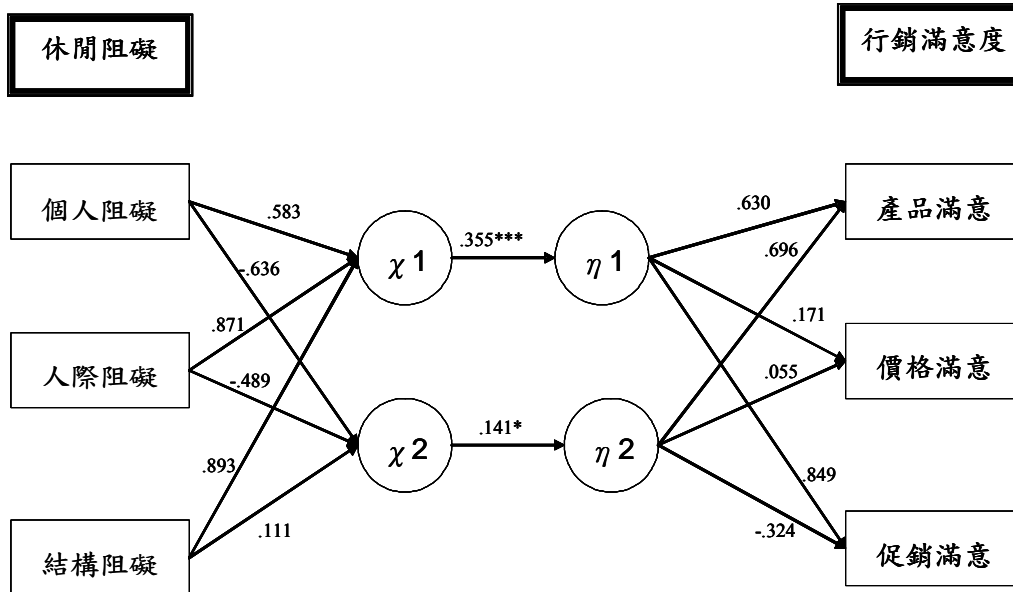


圖 13 休閒阻礙與行銷滿意度之典型相關分析圖

第八節 參與動機與休閒利益之典型相關分析

本節的目的主要在探討參與動機和休閒利益兩個變項之間是否有典型相關存在。研究變項以參與動機（抒壓需求、社會需求、成就需求、知性需求）作為控制變項（X 變項），而以休閒利益（自我肯定、身心健康）作為效標變項（Y 變項），以求出兩組變項間的相關情形。經典型相關分析後發現，共有一組典型相關路徑存在，其相關係數分別為 0.421 且達顯著水準。休閒動機與休閒利益之典型相關分析結果如表 97 所示。

表 97 參與動機與休閒利益之典型相關分析摘要表

控制變項 (X 變項)	典型因素(Kai) χ^2	效標變項 (Y 變項)	典型因素(Eta) η^2
抒壓需求	.875		
社會需求	.493	自我肯定	.843
成就需求	.699	身心健康	.936
知性需求	.677		
抽出變異數 百分比(%)	48.869	抽出變異數 百分比(%)	79.360
重疊(%)	8.645	重疊(%)	14.039
		ρ^2	.177
		ρ (典型相關係數)	.421***
			.016
			.126

*** p<.001

由表 97 之典型相關分析表中可以發現：

- 一、 僅有一個典型相關路徑之相關係數達顯著水準，相關係數為 0.421(p<.001)，此四個控制變項係透過這一個典型因素來影響效標變項。
- 二、 參與動機的四個控制變項（抒壓需求、社會需求、成就需求、知性需求）與第一典型因素之相關結構係數(χ^2)分別為 .875、.493、.699 和 .677，而第一典型因素(η^2)與休閒利益的二個效標變項（自我肯定、身心健康）之相關結構係數分別為 .843 和 .936。從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異 14.039%。
- 三、 參與動機的四個控制變項透過一個典型因素對休閒利益的二個效標變項的總解釋變異量為 14.039%。參與動機與休閒利益之典型相關徑路分析如圖 4-4 所示。

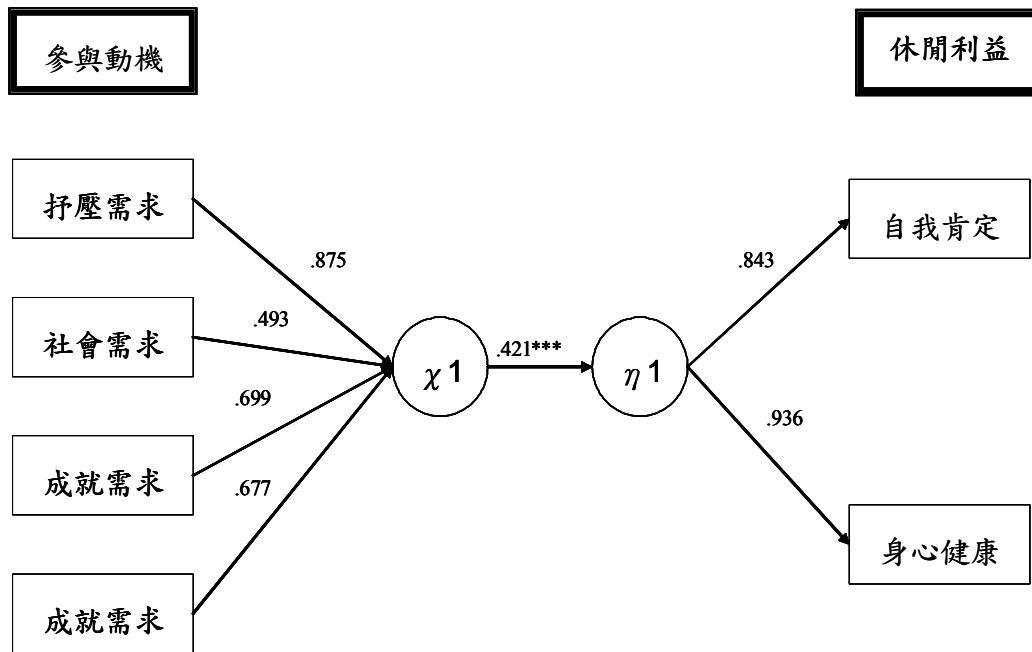


圖 14 參與動機與休閒利益之典型相關分析圖

第九節 休閒阻礙與休閒利益之相關性分析

本節的目的主要在探討休閒阻礙和休閒利益兩個變項之間是否有典型相關存在。研究變項以休閒阻礙（個人阻礙、人際阻礙、結構阻礙）作為控制變項（X 變項），而以休閒利益（自我肯定、身心健康）作為效標變項（Y 變項），以求出兩組變項間的相關情形。經典型相關分析後發現，共有一組典型相關路徑存在，其相關係數為.387，且達顯著水準。休閒阻礙與休閒利益之典型相關分析結果如表 98 所示。

表 98 休閒阻礙與休閒利益之典型相關分析摘要表

控制變項 (X 變項)	典型因素(Kai) χ^2	效標變項 (Y 變項)	典型因素(Eta) η^2
個人阻礙	-.723	自我肯定	.950
人際阻礙	-.282	身心健康	.322
結構阻礙	-.008		
抽出變異數 百分比(%)	20.061	抽出變異數 百分比(%)	50.344
重疊(%)	1.507	重疊(%)	3.783
		ρ^2	.075
		ρ (典型相關係 數)	.274***
			.023

*** p<.001

由表 98 之典型相關分析表中可以發現：

- 一、僅有一個典型相關路徑之相關係數達顯著水準，第一典型相關係數為 0.274，(p<.001)。此三個控制變項係透過一個典型因素來影響效標變項。

二、 休閒阻礙的三個控制變項（個人阻礙、人際阻礙、結構阻礙）與第一典型因素($\chi 1$)之相關結構係數分別為-.723、 -.282 和-.008，而第一典型因素($\eta 1$)與休閒利益的二個效標變項（自我肯定、身心健康）之相關結構係數分別為.950 和.322。又以重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為 3.783%。

三、 休閒動機的四個控制變項透過一個典型因素對休閒利益的二個效標變項的總解釋變異量為 3.783%。休閒動機與休閒利益之典型相關徑路分析如圖 4-5 所示。

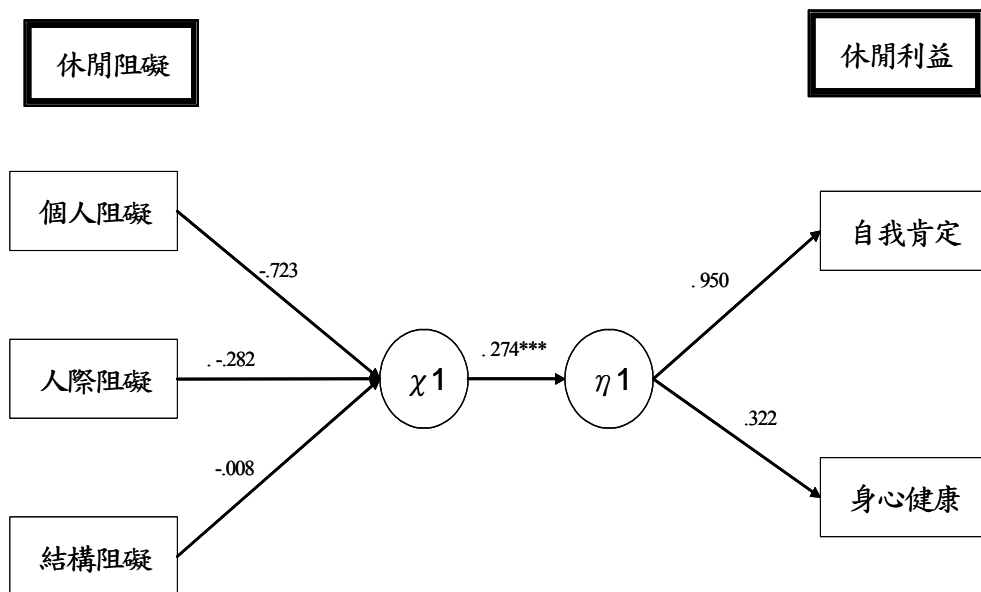


圖 15 休閒阻礙與休閒利益之典型相關分析圖

第十節 行銷滿意度與休閒利益之相關性分析

本節的目的主要在探討行銷滿意度和休閒利益兩個變項之間是否有典型相關存在。研究變項以行銷滿意度（產品滿意、價格滿意、促銷滿意）作為控制變項（X 變項），而以休閒利益（自我肯定、身心健康）作為效標變項（Y 變項），以求出兩組變項間的相關情形。經典型相關分析後發現，只有二組典型相關路徑存在，其相關係數分別為 0.530、0.131，且達顯著水準。行銷滿意度與休閒利益之典型相關分析結果如表 99 所示。

表 99 行銷滿意度與休閒利益之典型相關分析摘要表

控制變項 (X 變項)	典型因素(Kai)		效標變項 (Y 變項)	典型因素(Eta)	
	χ_1	χ_2		η_1	η_2
產品滿意	.983	-.151	自我肯定 身心健康	.996	-.084
價格滿意	.567	-.081		.665	.747
促銷滿意	.606	-.733			
抽出變異數 百分比(%)	55.179	18.876	抽出變異數 百分比(%)	71.760	28.240
重疊(%)	14.924	0.323	重疊(%)	19.409	.483
			ρ^2	.270	.017
			ρ (典型相關係數)	.530***	.131*

*** p<.001 *p<.05

由表 99 之典型相關分析表中可以發現：

- 一、有二個典型相關路徑之相關係數達到顯著水準，第一典型相關係數為 0.530(p<.001)，第二典型相關係數為 0.131(p<.05)。此三個控制變項係透過二個典型因素來影響效標變項。

- 二、滿意度三個控制變項（產品滿意、價格滿意、促銷滿意）與第一典型因素(χ_1)之相關結構係數分別為.983、.567和.606，而第一典型因素(η_1)與休閒利益的二個效標變項（自我肯定、身心健康）之相關結構係數為.996、.665。又以重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為 19.409%。
- 三、滿意度三個控制變項（產品滿意、價格滿意、促銷滿意）與第二典型因素(χ_2)之相關結構係數分別為-.151、-.081和-.733，而第一典型因素(η_2)與休閒利益的二個效標變項（自我肯定、身心健康）之相關結構係數為.084、.747。又以重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為.483%。
- 四、行銷滿意度三個控制變項由二個典型因素對休閒利益二個效標變項總解釋變異量為 19.892%（即 19.409%+.483%）行銷滿意度與休閒利益之典型相關徑路分析如圖 4-6 所示。

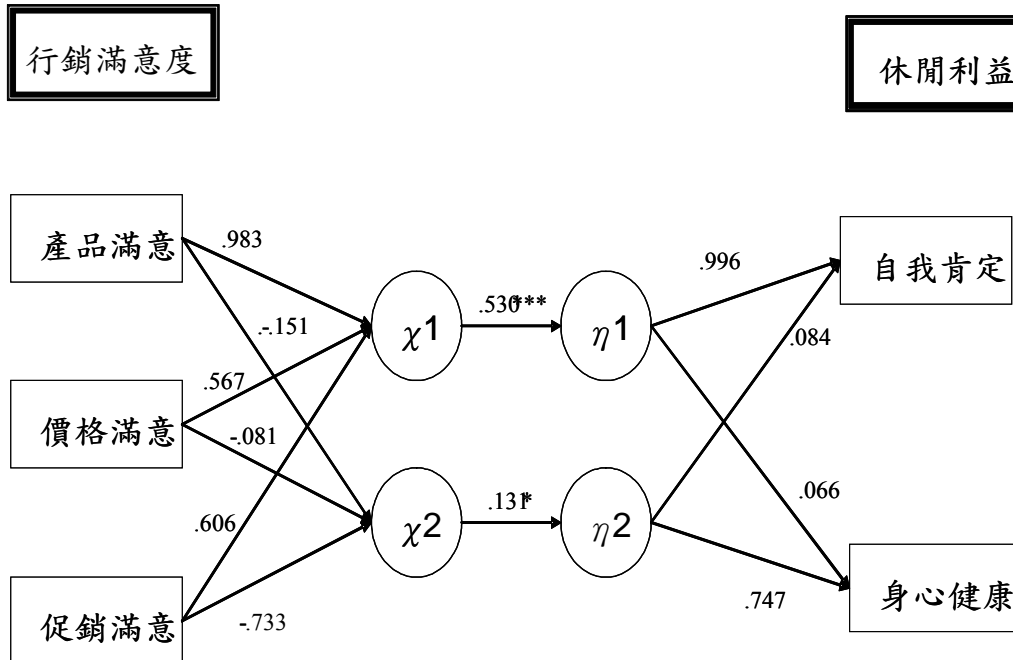


圖 16 行銷滿意度與休閒利益之典型相關分析圖

第十一節 綜合討論

本節目的主要在對於上述各節的驗證結果作進一步的分析和討論。首先先探討不同人口背景的舞蹈休閒活動參與者的參與動機、休閒阻礙和行銷滿意度的差異情形。第二步再探討其參與動機、休閒阻礙對行銷滿意度的典型相關情形。最後則是探討其參與動機、休閒阻礙和行銷滿意度與休閒利益的典型相關情形。茲分述如下：

一、舞蹈休閒活動參與者的參與動機之差異性討論

(一) 不同性別的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上之差異性討論

依據研究結果發現，不同性別的舞蹈休閒活動參與者在「抒壓需求」、「社會需求」、「知性需求」及「成就需求」上皆沒有顯著差異，顯示男性和女性的舞蹈休閒活動參與者參與的主要動機目的和性別沒有直接影響。此結果與如吳寶桂(1979)、Wolf and Chandler(1980)相符，但與翁玉珠(1995)、蘇慧君、劉玲君(1995)、陳德海(1996)之結果不符。

(二) 不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上之差異性討論

依據研究結果發現，不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在「抒解壓力」和「知性需求」上是沒有顯著差異的，而在「社會需求」及「成就需求」上有明顯的差異，顯示無論是各年齡層的舞蹈休閒活動參與者較主要是為了在社會關係與增進個人專長成就而來。至於在「社會需求」方面上，30歲以下族群得分明顯高於31至40歲族群，而41歲以上族群得分則介於兩族群之間，顯示年齡層較年輕及年紀較長的舞蹈休閒活動參與者更重視促進社會關係的增進。而在「成就需求」上，30歲以下族群得分明顯高於31至40歲族群和41歲以上族群，顯示年齡愈輕的舞蹈休閒活動參與者越重視個人專長成就的增進。

(三) 不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上之差異性討論

依據研究結果發現，不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在「抒壓需求」、「社會需求」、「成就需求」及「知性需求」的動機層面上有微幅差異，但不同學歷的族群間則沒有顯著差異。顯示舞蹈休閒活動參與者參與的主要動機目的和教育程度沒有直接影響

(四) 不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上之差異性討論

依據研究結果發現，不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在「社會需求」上南臺灣參與者明顯高於北臺灣參與者顯示居住於南臺灣的舞蹈休閒活動參與者對於社會關係的重視較高於北臺灣的參與者，而中臺灣的參與者則介於南北中間；而「成就需求」上中臺灣和南臺灣的舞蹈休閒活動參與者分明顯高於北臺灣的舞蹈休閒活動參與者，顯示中南部的舞蹈休閒活動參與者對個人專長成就的增進重視程度高於北臺灣的舞蹈休閒活動參與者。此結果不符合游家政(1987)、張坤鄉(1991)、而賴哲民(1989)、劉興漢(1992)居住在都市者比居住在鄉鎮者更期望從事休閒活動的研究結果，不符合的原因可能在於受試者年齡的不同而注重的層面亦不同，到了本研究所界定有能力決定且負擔課程選擇的受試者，年紀都以較大，因此所相對也較為重視自身在社會上的學習及提升。

(五) 不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上之差異性討論

依據之前的研究結果可發現，不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在「抒壓需求」、「社會需求」、「成就需求」、「知性需求」的四個構面上是沒有差異的，顯示並不會因為想要有上述四項功能，因而影響其參與的頻率。這點可能是因為舞蹈休閒活動是在參與者有閒暇時間下次要選擇安排的客體活動，因此不具備提升生活功能的主體需求。

(六) 不同職業的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上之差異性討論

依據研究結果發現，擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在「抒壓需求」、「社會需求」以及「成就需求」、「知性需求」上皆有顯著差異存在，而其中在「抒壓需求」的動機層面上，學生族群及家管族群得分明顯高於農工族群而商、軍公教、其他族群則介於學生家管族群及農工族群之間，顯示學生及家管的參與者族群在需要在舞蹈休閒活動中得到抒解壓力的需求，對此類需求最低的為農工族群；「社會需求」的動機層面上，學生組得分明顯高於農工、商、家管、其他族群而軍公教族群而介於兩者之間，顯示學生族群的參與者較為期望能夠在舞蹈休閒活動中得到社會關係的提升，其次則為軍公教族群；在「成就需求」的動機層面上，學生族群得分高於商族群而家管、其他、軍公教族群則介於學生和商族群之間，而軍公教族群得分高於農工族群，商、家管、其他族群則介於軍公教及農工族群之間，顯示學生族群的參與者較為期望藉由參與舞蹈休閒活動提升個人專長成就，其次則為軍公教族群，對此類需求最低的為農工族群；而在「知性需求」的動機層面上學生組得分明顯高於農工族群，而商、軍公教、家管及其他族群得分則介於學生和農工族群之間，顯示學生族群的參與者較期望藉由舞蹈休閒活動提升知性與人互動的機會、探索新事物和更進一步的瞭解自己，而農工組則是此項需求最低的族群；在四個動機需求構面中，最重視的族群皆為學生身份的參與者，而最不重視的則皆為農工身份的參與者，可能是因為學生身份的參與者仍處於充實自我的學習階段，因此時間較為彈性的情況下，對於提升及滿足個人各方面的需求較有自由的選擇權，而農工身份的參與者則可能受限於工作忙碌及勞累程度的限制較無法自由的對於學習事物有著選擇權。此結果符合賴哲民(1989)、徐蒲玲(1987)、文崇一(1986)的研究結果，皆顯示社經較高的民眾

叫常從事藝文性質、社交性質的休閒活動，而能夠自行決定及負擔舞蹈休閒活動課程的學生身份族群，往往皆具有一定程度的社經水準，因此符合上述之研究結果。

(七) 不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上之差異性討論

依據研究結果發現，擁有不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在「抒壓需求」、「社會需求」以及「成就需求」、「知性需求」上皆沒有顯著差異存在，顯示不同的平均收入不會影響參與者對於舞蹈休閒活動的動機考量。

(八) 不同同伴的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上之差異性討論

依據研究結果發現，「抒壓需求」以及「成就需求」、「知性需求」上皆達到顯著差異存在但各組別間則沒有顯著的差異，而「社會需求」則未達到顯著差異；顯示因大多數為結伴參與舞蹈休閒活動因此在社會需求上則不是參與者主要重視的需求；而在不同同伴關係中的平均數顯示，同事關係對於顯著效果的動機構面得分為最高，而夫妻關係得分則為最低，顯示同事關係對於動機重視的程度為最高，可能是因為同事長時間於工作環境中相處，較容易在價值觀上的概念相互影響以及帶起群起仿效的功能；而夫妻關係為重視程度最低，可能是因為夫妻參與舞蹈休閒活動較多為增加不同的相處經驗，而對於其他的動機需求重視程度則相顯較低。

(九) 不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上之差異性討論

依據研究結果發現，在「社會需求」、「成就需求」、「知性需求」的三個構面上皆達到顯著差異存在但各族群間則沒有顯著的差異，而其中「抒壓需求」則未達顯著水準。顯示不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者，對於「抒壓需求」是較為不重視的動機因素。

二、舞蹈休閒活動參與者的休閒阻礙之差異性討論

(一) 不同性別的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上之差異性討論

依據研究結果發現，不同性別的舞蹈休閒活動參與者在「個人阻礙」、「人際阻礙」和「結構阻礙」上有顯著差異，其中邊際平均數分析中發現，在各阻礙構面中女性的舞蹈休閒活動參與者平均數皆高於男性參與者，其中又以「結構阻礙」為差距最大。顯示女性的舞蹈休閒活動參與者對於三種阻礙程度皆高於男性參與者，其中又以「結構阻礙」為甚，顯示女性在家庭、交通、工作、接收課程資訊等問題克服能力較低男性。此研究結果符合許義雄等人(1992)、張玉玲(1998)、陳藝文(2000)女性的阻礙程度皆大於男性，且主要的阻礙因素皆在於結構性阻礙，顯示社會對於女性之身分所因負責的工作依然有明顯的刻板印象。

（二）不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上之差異性討論

依據研究結果發現，不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在「個人阻礙」及「人際阻礙」上是有顯著差異，而「結構阻礙」上是沒有差異的。而在「個人阻礙」及「人際阻礙」兩方面皆顯示年齡越高則內在及外來的阻礙因素亦相對增多，阻礙程度越高，而年紀越小則越能克服此兩方面的阻礙因素。

（三）不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上之差異性討論

依據研究結果發現，不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在「個人阻礙」、「人際阻礙」、「結構阻礙」上皆有達到顯著差異水準，等其中「人際阻礙」顯著性最高，比較後發現，在三種阻礙層面上皆顯示碩博士以上的參與者阻礙的影響最大，顯示教育程度越高，越重視在課程中的參與感與互動以及同伴的陪同。

（四）不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上之差異性討論

依據研究結果發現，不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在「個人阻礙」、「人際阻礙」、「結構阻礙」上皆有達到極顯著差異水準，且南台灣的參與者阻礙程度為最高，其次為中台灣參與者，而北台灣參與者則介於兩者之間。顯示南台灣的舞蹈休閒活動參與者對於三種類型的阻礙因素克服程度最低，而中台灣參與者克服能力則最高。

(五) 不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上之差異性討論

依據研究結果發現，不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在「個人阻礙」、「人際阻礙」、「結構阻礙」上皆沒有達到顯著差異水準，顯示參與頻率的高低並不影響參與者對於活動本身的阻礙程度。

(六) 不同職業的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上之差異性討論

依據研究結果發現，不同職業的舞蹈休閒活動參與者在「個人阻礙」及「人際阻礙」上有顯著差異，且兩構面在不同的職業身份組別中沒有顯著差異，但「個人阻礙」的顯著性為最高，在平均數分析中顯示，學生身份為阻礙程度最高，顯示學生族群對於喜愛的休閒活動選擇性較多，因此對於個人之於活動的適合度確定性相對減低，同時也提高了其阻礙程度。

(七) 不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上之差異性討論

依據研究結果發現，不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在「個人阻礙」、「人際阻礙」、「結構阻礙」上皆沒有達到顯著差異水準，顯示平均收入的高低並不影響參與者對於活動本身的阻礙程度。此結果不符合 Howard and Crompton(1984)、Jackson and Searle(1985)、Kay and Jackson(1991)不符合的原因可能是因為社會背景文化的不同，因此會有不同的研究結果。

(八) 不同同伴的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上之差異性討論

依據研究結果發現，擁有不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在「個人阻礙」、「人際阻礙」、「結構阻礙」上皆有達到極顯著差異水準，而其中「人際阻礙」中同學關係族群為阻礙程度最大，顯示學生身份的同伴關係對於同伴間的陪伴最為重視，可能跟同學間重視同儕認同陪伴感而影響對人際間阻礙的克服程度；而「個人阻礙」及「結構阻礙」組別間則沒有顯著差異。

(九) 不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上之差異性討論

依據研究結果發現，不同喜愛課程類別的舞蹈休閒活動參與者在「個人阻礙」、「人際阻礙」、「結構阻礙」上皆沒有達到極顯著差異水準，顯示不同喜愛課程類別的參與者並不影響參與者對於活動本身的阻礙程度。

三、舞蹈休閒活動參與者的行銷滿意度之差異性討論

(一) 不同性別的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上之差異性討論

依據研究結果發現，不同性別的舞蹈休閒活動參與者在「產品滿意」、「價格滿意」及「促銷滿意」上皆沒有顯著差異，顯示不同性別的舞蹈休閒活動參與者對行銷滿意度沒有直接影響

（二）不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上之差異性討論

依據研究結果發現，不同年齡的舞蹈休閒活動參與者在「產品滿意」及「促銷滿意」上有顯著差異的，其中「產品滿意」顯示隨著年齡的增高參與者對舞蹈休閒活動的行銷滿意度隨之下降，顯示年紀越輕的參與者對舞蹈活動的課程內容、價錢及促銷方式較容易獲得滿意；換言之，年紀越輕的參與者對舞蹈活動的課程內容、價錢及促銷方式要求也較低。

（三）不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上之差異性討論

依據研究結果發現，不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在「產品滿意」、「價格滿意」及「促銷滿意」上皆沒有顯著差異，顯示不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者對行銷滿意度沒有直接影響

（四）不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上之差異性討論

依據研究結果發現，不同居住地的舞蹈休閒活動參與者在「產品滿意」及「促銷滿意」上有極顯著差異，經過比較後發現，南台灣參與者滿意度明顯高於中台灣與北台灣參與者，而「價格滿意」亦為南台灣參與者滿意度高於北台灣，中台灣參與者則居於中間。顯示南台灣的舞蹈休閒活動業者提供了較能夠符合參與者需求的服務、價格與促銷活動，亦可能北台灣的參與者對於舞蹈休閒活動的要求與期待比南台灣的參與者更高選擇亦更多，因此滿意度隨之降低。

(五) 不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上之差異性討論

依據研究結果發現，不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在「促銷滿意」的構面上是有顯著差異的，且是低頻率滿意度高於中頻率，而高頻率介於兩者之間，顯示參與頻率越低的參與者因參與程度較低而尚未遇到較多不滿意的狀況，而進入中頻率則滿意度隨之下降，但在高頻率族群可能因為對環境的適應與熟悉，滿意度又隨之攀升。

(六) 不同職業的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上之差異性討論

依據研究結果發現，擁有不同職業的舞蹈休閒活動參與者在「產品滿意」、「價格滿意」及「促銷滿意」上有顯著差異，其中在「產品滿意」及「價格滿意」中學生身份的參與者滿意度最高，而農工職業的參與者滿意度最低。顯示課程、教師及相關價格是能夠符合學生的期待與能力負擔，而舞蹈休閒活動的課程、教師及相關價格則最不能符合農工職業的參與者的期待及需要。

(七) 不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上之差異性討論

依據研究結果發現，不同平均的舞蹈休閒活動參與者在「產品滿意」、「價格滿意」及「促銷滿意」上皆沒有顯著差異，顯示不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者對滿意度沒有直接影響。

(八) 不同同伴的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上之差異性討論

依據研究結果發現，不同同伴關係的舞蹈休閒活動參與者在「產品滿意」、「價格滿意」及「促銷滿意」上皆有顯著差異。其中「產品滿意」及「促銷滿意」皆為同事關係滿意度最高，鄰居關係滿意度最低，顯示同事

間的相處時間較多，能夠互相討論的程度亦相對較高，能夠彼此交流意見與心得，並且是經過同伴間的討論結伴參加，因此對課程、教師及促銷方式會有較高的滿意度分數。而鄰居關係則相處時間較少，較沒有時間可以相互討論參與的感受與心得，只能進行淺層的建議交流或討論，因此對課程、教師及促銷方式在滿意度上亦有相對的影響性。

(九) 不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上之差異性討論

依據研究結果發現，不同喜愛課程類型的舞蹈休閒活動參與者在「價格滿意」及「促銷滿意」上皆有顯著差異。其中在「價格滿意」上各國風情類的舞蹈滿意度為最高，而社交類舞蹈類則為最低，顯示舞蹈休閒活動參與者對於近年來盛行的社交類舞蹈滿意度不高，可能因為有較多的舞蹈教師可選擇，以及參與人口的增多，參與者專業性的提升，對社交類舞蹈的要求隨之提高，滿意度亦隨之降低。而各國風情類舞蹈因較為罕有，較容易有著奇貨可居的心態，因此再新鮮其且對其認知度不高的情況下，滿意度亦隨之提高。

四、參與動機、休閒阻礙和行銷滿意度與休閒利益之徑路分析討論

從徑路分析結果中得知，影響舞蹈休閒活動參與者的休閒利益有五條顯著路徑存在：一、參與動機→休閒利益，直接效果值為.28；二、休閒阻礙→休閒利益，直接效果值為-.19；三、行銷滿意度→休閒利益，直接效果值為.34；四、休閒動機→行銷滿意度→休閒利益，間接效果值為.12；五、休閒阻礙→行銷滿意度→休閒利益，間接效果值為.03。

因此共有三個直接效果和二個間接效果影響著舞蹈休閒活動參與者在休閒利益上的獲得。行銷滿意度可以視為休閒動機和休閒利益的仲介變項。

五、參與動機與行銷滿意度之典型相關分析討論

依據研究結果發現，參與動機的四個控制變項係透過二個典型相關因素來影響滿意度的三個效標變項。

- (一) 參與動機的四個控制變項與第一典型因素之間有不同程度的相關結構係數，其係數分別為.656、.828、.735和.824，其中影響程度的高低依序為「社會需求」、「知性需求」、「成就需求」及「抒壓需求」。而第一典型因素與行銷滿意度的三個效標變項間也有不同程度的相關結構係數，其係數分別為.878、.669和.816，其受影響的程度大小依序為「產品滿意」、「促銷滿意」及「價格滿意」。故「社會需求」的動機愈高，所獲得的「產品滿意」滿意度則愈高。再從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量 10.924%。由此可見在第一典型因素中，滿意度的三個控制變項與效標變項間有高度的關係存在。

(二) 參與動機的四個控制變項與第二典型因素之間有不同程度的相關結構係數，其係數分別為-.625、.189、.489 和-.020，其中影響程度的高低依序為「成就需求」、「社會需求」、「知性需求」及「需壓需求」。而第二典型因素與滿意度的三個效標變項間也有不同程度的相關結構係數，其係數分別為-.396、-.224 和.554，其受影響的程度大小依序為「促銷滿意」、「價格滿意」及「產品滿意」。故「成就需求」的動機愈高，所獲得的「促銷滿意」的滿意度則愈高。再從重疊量來看，控制變項透過第二典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為.542%。由此可見在第二典型因素中，參與動機的四個控制變項與效標變項間有著低程度的關係存在，且在本研究中顯示的相關性似乎不大。顯示參與動機的四個控制變項主要是透過第一典型相關路徑影響休閒利益的高低。

(三) 參與動機四個控制變項透過兩個典型因素對滿意度三個效標變項的總解釋變異量為為 11.466%。此結果與張佩娟（2003）、謝清秀（2004）、余幸秀（2005）等人的研究結果相符合。

六、休閒阻礙與行銷滿意度之典型相關分析討論

依據研究結果發現，休閒阻礙的三個控制變項係透過二個典型相關因素來影響滿意度的三個效標變項。

(一) 休閒阻礙的三個控制變項與第一典型因素之間有不同程度的相關結構係數，其係數分別為.583、.871 和.893，其中影響程度的高低依序為「結構阻礙」、「人際阻礙」及「個人阻礙」。而第一典型因素與滿意度的三個效標變項間也有不同程度的相關結構係數，其係數分

為.630、.171和.849，其受影響的程度大小依序為「促銷滿意」、「產品滿意」及「價格滿意」。故「結構阻礙」的阻礙程度愈高，所獲得的「促銷滿意」滿意度則愈高。再從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為4.296%。由此可見在第一典型因素中，滿意度的三個控制變項與效標變項間有高度的關係存在。

(二) 休閒阻礙的三個控制變項與第二典型因素之間有不同程度的相關結構係數，其係數分別為-.636、-.489和.111，其中影響程度的高低依序為「結構阻礙」、「人際阻礙」及「個人阻礙」。而第二典型因素與滿意度的三個效標變項間也有不同程度的相關結構係數，其係數分別為.696、.055和-.324，其受影響的程度大小依序為「產品滿意」、「價格滿意」及「促銷滿意」。故「結構阻礙」的阻礙程度愈高，所獲得的「產品滿意」滿意度則愈高。再從重疊量來看，控制變項透過第二典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為.394%。由此可見在第二典型因素中，休閒阻礙的三個控制變項與效標變項間有著低程度的關係存在，且在本研究中顯示的相關性似乎不大。顯示休閒阻礙的四個控制變項主要是透過第一典型相關路徑影響休閒利益的高低。此結果與劉佩佩(1999)、李枝樺(2004)、陳明勇(2005)的研究結果相符。

(三) 休閒阻礙三個控制變項透過兩個典型因素對滿意度三個效標變項的總解釋變異量為4.960%。

七、參與動機與休閒利益之典型相關分析討論

依據研究結果發現，參與動機的四個控制變項係透過一個典型相關因素來影響休閒利益的二個效標變項。

(一) 休閒動機的四個控制變項與第一典型因素之間有不同

程度的相關結構係數，其係數分別為.875、.493、.699和.677，其中影響程度的高低依序為「抒壓需求」、「知性需求」、「成就需求」及「社會需求」動機。而第一典型因素與休閒利益的三個效標變項間也有不同程度的相關結構係數，其係數分別為.843和.936，其受影響的程度大小依序為「身心健康」及「自我肯定」。故「抒壓需求」動機愈強烈，所獲得的「身心健康」利益則愈高。再從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為14.039%。由此可見在第一典型因素中，參與動機的四個控制變項與效標變項間有相當程度的關係存在。以結果與余珮林(2004)的研究結果不符，可能是因為單車活動與舞蹈休閒活動的性質不甚相符，因此研究結果也不甚相同。

八、休閒阻礙與休閒利益之典型相關分析討論

依據之前的研究結果可發現，休閒滿意度的三個控制變項係透過一個典型相關因素來影響休閒利益的三個效標變項。

(一) 休閒阻礙的三個控制變項與第一典型因素之間有不同程度的相關結構係數，其係數分別為-.723、-.282和-.008，其中影響程度的高低依序為「個人阻礙」、「人際阻礙」及「結構阻礙」。而第一典型因素與休閒利益的二個效標變項間也有不同程度的相關結構係數，其係數分別為.950和.322，其受影響的程度大小依序為「自我肯定」及「身心健康」。故「個人阻礙」的阻礙程度愈高，所獲得的「自我肯定」利益則愈高。再從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為3.783%。由此可見在第一典型因素中，休閒阻礙的三個控制變項與效標變項間有著低程度的關係存在，且在本研究中顯示的相關性似乎不大。此研究結果與陳淑珠（2005）相符。

九、行銷滿意度與休閒利益之典型相關分析討論

依據研究結果發現，滿意度的三個控制變項係透過二個典型相關因素來影響休閒利益的三個效標變項。

(一) 行銷滿意度的三個控制變項與第一典型因素之間有不同程度的相關結構係數，其係數分別為.983、.567和.606，其中影響程度的高低依序為「產品滿意」、「促銷滿意」及「價格滿意」之滿意度。而第一典型因素與休閒利益的二個效標變項間也有不同程度的相關結構係數，其係數分別為.996及.665，其受影響的程度大小依序為「自我肯定」及「身心健康」。故「產品滿意」的行銷滿意度愈高，所獲得的「自我肯定」利益則愈高。再從重疊量來看，控制變項透過第一典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為19.409%。由此可見在

第一典型因素中，滿意度的三個控制變項與效標變項間有高度的關係存在。

(二) 行銷滿意度的三個控制變項與第二典型因素之間有不同程度的相關結構係數，其係數分別為-.151、-.081 和-.733，其中影響程度的高低依序為「價格滿意」、「產品滿意」及「促銷滿意」之行銷滿意度。而第二典型因素與休閒利益的二個效標變項間也有不同程度的相關結構係數，其係數分別為.084 及.747，其受影響的程度大小依序為「身心健康」及「自我肯定」。故「價格滿意」的滿意度愈高，所獲得的「身心健康」利益則愈高。再從重疊量來看，控制變項透過第二典型因素可以有效解釋效標變項的解釋變異量為.483%。由此可見在第二典型因素中，滿意度的三個控制變項與效標變項間有著低程度的關係存在，且在本研究中顯示的相關性似乎不大。顯示滿意度的三個控制變項主要是透過第一典型相關路徑影響休閒利益的高低。

(三) 行銷滿意度三個控制變項透過兩個典型因素對休閒利益二個效標變項的總解釋變異量為為 19.892%。

第五章 結論與建議

第一節 結論

一、 舞蹈休閒活動參與者綜合特徵部分

(一) 不同背景變項的舞蹈休閒活動參與者人口統計特性

本研究依據調查結果顯示，不同背景變項特徵在性別方面以女性居多，佔 88.4%；在年齡方面以 31 歲以下者居多，佔 39.6%；在教育程度方面以大學或大專者為最多，佔 52.5%；在居住地方面居住南台灣者為最多，佔 55.6%；在參與頻率方面中頻率者為最多，佔 47.0%；在職業方面以家管者為最多，佔 42.4%；在平均收入方面以 10000~30000 元者為最多，佔 33.3%；在同伴關係方面以朋友關係者為最多，佔 24.1%；在喜愛課程類別方面以動態類（如有氧、爵士、街舞）者為最多，佔 53%。

(二) 舞蹈休閒活動參與者在整體參與動機上的特徵

舞蹈休閒活動參與者的參與動機各因素中，強烈程度依序為「成就需求」、「社會需求」、「知性需求」、「抒壓需求」。

(三) 舞蹈休閒活動參與者在整體休閒阻礙上的特徵

舞蹈休閒活動參與者的休閒阻礙各因素中，「個人阻礙」與「人際阻礙」程度同高於「結構阻礙」。

(四) 舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上的特徵

舞蹈休閒活動參與者的滿意度各因素中，強烈程度依據為「產品滿意」與「價格滿意」程度同低於「促銷滿意」。

二、不同背景變項的舞蹈休閒活動參與者在參與動機、休閒阻礙及滿意度假設驗證

(一) 不同背景變項的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上的假設驗證

表 100 不同背景變項在休閒動機的考驗結論摘要表

背景變項	結論
性別	不同性別的舞蹈休閒活動參與者在動機四個因素上沒有顯著的差異
年齡	1、「社會需求」的動機層面上，30 歲以下組得分明顯高於 31 至 40 歲，而 41 歲以上組得分則介於兩組之間。 2、「成就需求」的動機層面上，30 歲以下組得分明顯高於 31 至 40 歲組和 41 歲以上組。 3、「抒壓需求」和「知性需求」的動機層面上，各年齡組之間的的得分則相差不多。
教育程度	在「抒壓需求」、「社會需求」、「成就需求」、「知性需求」的動機層面上，不同教育程度各組皆沒有顯著差異。
居住地	1、「社會需求」的動機層面上，南臺灣組得分明顯高於北臺灣組而中臺灣組則居於兩組之間。 2、「成就需求」的動機層面上，中臺灣和南臺灣組得分明顯高於北臺灣組。 3、「抒壓需求」和「知性需求」的動機層面上，各年齡組之間的的得分則相差不多。
參與頻率	不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上有顯著差異存在
職業	1、「抒壓需求」的動機層面上，學生組及家管組得分明顯高於農工組而商、軍公教、其他組則介於學生家管組及農工組

之間。

2、「社會需求」的動機層面上，學生組得分明顯高於農工、商、家管、其他組而軍公教組而介於兩者之間。

3、「成就需求」的動機層面上，學生組得分高於商組而家管、其他、軍公教組則介於學生和商組之間，而軍公教組得分高於農工組，商、家管、其他組則介於軍公教及農工組之間。

4、「知性需求」的動機層面上學生組得分明顯高於農工組，而商、軍公教、家管及其他組得分則介於學生和農工組之間。

平均收入	不同平均收入的舞蹈休閒活動在參與動機上沒有顯著差異存在。
同伴關係	在「抒壓需求」、「社會需求」、「成就需求」、「知性需求」的動機層面上，不同的同伴關係各組皆沒有顯著差異。
喜愛課程類別	在「抒壓需求」、「社會需求」、「成就需求」、「知性需求」的動機層面上，不同喜愛課程類別各組皆沒有顯著差異。

(二) 不同背景變項的舞蹈休閒活動參與者在休閒阻礙上的假設驗證

表 101 不同背景變項在休閒阻礙的考驗結論摘要表

背景變項	結論
性別	「結構阻礙」、「個人阻礙」和「人際阻礙」中女性的舞蹈休閒活動參與者平均數皆高於男性參與者，其中又以「結構阻礙」為差距最大。
年齡	1、「個人阻礙」及「人際阻礙」的層面上，41歲以上組得分皆高於30歲以下組及31至40歲組。 2、「結構阻礙」組別之間得分則相差不多。
教育程度	1、「個人阻礙」、「人際阻礙」及「結構阻礙」的層面上碩博士組得分明顯高於高中職組及大專大學組，國中初中以下組得分則介於兩者之間。
參與頻率	不同參與頻率的舞蹈休閒活動參與者在參與動機上有顯著差異存在
職業	在「個人阻礙」及「人際阻礙」的層面上，不同職業各組別間則沒有顯著的差異。
平均收入	不同平均收入的舞蹈休閒活動在參與動機上沒有顯著差異存在。

同伴關係	<p>一、「個人阻礙」及「結構阻礙」的層面上各組間沒有顯著差異。</p> <p>二、「人際阻礙」的層面上，同學關係組得分明顯高於鄰居關係組，三、同事關係、親戚關係（含姊妹）、夫妻關係、朋友關係及其他關係組的得分則介於這兩組之間。</p>
喜愛課程類別	<p>在「抒壓需求」、「社會需求」、「成就需求」、「知性需求」的動機層面上，不同喜愛課程類別各組間沒有達到顯著水準。</p>

(三) 不同背景變項的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上的假設驗證

表 102 不同背景變項在行銷滿意度的考驗結論摘要表

背景變項	結論
性別	不同性別的舞蹈休閒活動參與者在動機四個因素上沒有顯著的差異
年齡	<p>1、「產品滿意」的層面上，30 歲以下組得分高於 40 歲以上組，31 至 40 歲則介於兩組之間。</p> <p>2、「價格滿意」及「促銷滿意」的層面上，組別間則沒有顯著差異。</p>
教育程度	不同教育程度的舞蹈休閒活動參與者在行銷滿意度上沒有顯著差異存在。
居住地	<p>1、「產品滿意」及「促銷滿意」的層面上，南台灣組得分高於中台灣及北台灣組。</p> <p>2、「價格滿意」的層面上，南台灣組得分高於高於北台灣組，而中台灣組則介於兩組之間。</p>
參與頻率	<p>1、「促銷滿意」的層面上低頻率組得分高於中頻率組，而高頻率組得分則介於兩組之間。</p> <p>2、「產品滿意」及「價格滿意」的層面上各組間則差異性不大。</p>
職業	<p>1、「產品滿意」的層面上，商、軍公教、家管、學生、其他得分明顯高於農工組。</p> <p>2、「價格滿意」的層面上學生組得分高於農工組而商、軍公教、家管、其他組則介於這兩組之間。</p> <p>3、「促銷滿意」的層面上組別間得分則相差不多。</p>

平均收入	不同平均收入的舞蹈休閒活動參與者在滿意度上有顯著差異存在。
同伴關係	1、「產品滿意」的滿意度構面上同事關係、親戚關係（含姊妹）、夫妻關係、同學關係及其他關係組得分明顯高於鄰居關係組，而朋友關係組則介於兩組之間。 2、「促銷滿意」的構面上，同事關係、朋友關係組的得分高於鄰居關係組，而親戚關係（含姊妹）、夫妻關係、同學關係及其他關係組得分則介於這兩組之間。 3、「價格滿意」的構面上組別間得分則沒有顯著的差異。
喜愛課程類別	1、「價格滿意」的構面上，各國風情類（如佛朗明歌、肚皮舞）組高於社交類（如國際標準舞、社交舞）組，而動態類（如有氧、爵士舞）、藝術類（如芭蕾舞、現代舞、民族民俗舞蹈）及靜態類（如瑜珈皮拉提司）則介於這兩者之間。 2、「產品滿意」及「促銷滿意」的構面上，組別間得分則沒有顯著差異。

三、 參與動機、休閒阻礙及行銷滿意度對休閒利益之徑路分析驗證

影響舞蹈休閒活動參與者的休閒利益有五條顯著路徑存在：(一)、參與動機→休閒利益，直接效果值為.28；(二)、休閒阻礙→休閒利益，直接效果值為-.19；(三)、行銷滿意度→休閒利益，直接效果值為.34；(四)、休閒動機→行銷滿意度→休閒利益，間接效果值為.12；(五)、休閒阻礙→行銷滿意度→休閒利益，間接效果值為.03。因此共有三個直接效果和二個間接效果影響著舞蹈休閒活動參與者在休閒利益上的獲得。行銷滿意度可以視為休閒動機和休閒利益的仲介變項。

四、 參與動機對行銷滿意度之典型相關假設驗證

參與動機與行銷滿意度之間有二個典型相關存在，且皆達顯著水準，研究假設四成立。

五、 休閒阻礙對行銷滿意度之典型相關假設驗證

休閒阻礙與行銷滿意度之間有二個典型相關存在，且皆達顯著水準，研究假設五成立。

六、 參與動機與休閒利益之典型相關假設驗證

參與動機與休閒利益之間有一個典型相關存在，且達顯著水準，研究假設六成立。

七、 休閒阻礙與休閒利益之典型相關假設驗證

休閒阻礙與休閒利益之間有一個典型相關存在，且達顯著水準，研究假設七成立。

八、 行銷滿意度與休閒利益之典型相關假設驗證

行銷滿意度與休閒利益之間有二個典型相關存在，且皆達顯著水準，研究假設八成立。

第二節 建議

一、 鎖定顧客需求，以顧客為導向調整行銷策略、產品設計與服務規劃

近年來由於社會結構及型態的轉變，社會、經濟、就業等壓力持續攀升，因此為供應平衡需求，投身於休閒活動的參與者日趨增多。因此，對於休閒相關活動之發展及規劃，在廣大的市場需求下更顯重要。此外，由於服務業為現今市場的大宗趨勢，因此在廣大的服務市場中必須瞭解顧客之需求，才能因應制訂具有市場需求之產品及服務，以顧客為導向之行銷策略與產品服務規劃，是業者首要調整的要件。依據本研究調查

結果顯示，不同的人口背景變項的舞蹈休閒活動參與者在抒壓、社會、成就、知性等各方面皆有相當程度的參與動機；在產品、價格及促銷方面亦有相當高的滿意度，並且在參與舞蹈休閒活動中獲得自我肯定及身心健康方面獲得非常高的休閒利益。

另外，再以參與者行為的各控制變項之間的相關性來看，要獲得「自我肯定」、「身心健康」兩方面的休閒利益，就必須提高參與者的「抒壓需求」動機以及降低「個人阻礙」的因素及提高對「產品滿意」及「促銷滿意」的滿意度；而提高這二個層面的滿意度，首要提高參與者的「社會需求」及降低「結構阻礙」的阻礙程度。意即，舞蹈休閒活動參與者越是想要發洩更多的體力、抒解生活或工作中的壓力、發洩不良的情緒、增加生活的樂趣，並且要提高對休閒活動的興趣、降低生活的壓力、增進自己參與活動的信心，並且提高對課程、教師、環境工作人員的滿意度，及業者推出的促銷活動或贈品的滿意度，則其參加舞蹈休閒活動的利益就會相對提高。而參與者越是能夠跟上社會流行與趨勢、結交更多的朋友、能夠和同伴一起參加並且達到和同伴一樣的舞蹈水準及降低家庭因素、交通因素、工作忙碌、教室場地及資訊缺乏的阻礙，則其對課程、教師、環境工作人員的滿意度，及業者推出的促銷活動或贈品的滿意度就會相對提高。

因此，業者必須提出有效的行銷策略，以抒解壓力及結交朋友、吸收新的舞蹈流行趨勢與增進健康為主軸，並且提高參與者對舞蹈活動參與的信心，並且強化促銷活動的宣傳強度，並提高課程、教師的專業度及正面形象的提升，抑或結合知識性的課程與活動，以提高參與者在身體活動外心靈的充電與進修，並且藉由對舞蹈知識的瞭解，降低對舞蹈

課程難度的阻礙並提高其自我實現的成就感。

此外，由於舞蹈活動是群體的活動，因此建議業者將促銷及課程設計規劃重心放在參與者的同伴關係或群組關係之中，提升參與者的同伴任同感及歸屬感，以增加參與者的顧客忠誠度。

二、 鎖定目標客群，開設符合族群特性之課程

由於不同職業、年齡、同伴關係、喜愛課程類別的舞蹈休閒活動參與者在參與動機、休閒阻礙及滿意度皆有明顯的影響，而其中滿意度對參與者在舞蹈休閒活動中所獲得的休閒利益有著最明顯的影響，因此建議業者歸納單位大宗屬性族群，開設符合族群特性之課程，提高課程相關的滿意度。並且有效的掌握目標客群後，集中宣傳資源進行有效的行銷溝通，提高目標市場接觸率，進而達到有效的行銷績效及獲利。

三、 利用同伴關係及喜愛課程類別族群善用拉式行銷溝通策略

由於不同同伴關係及喜愛課程類型對參與動機、休閒阻礙及滿意度中皆有明顯的影響性，表示舞蹈休閒活動參與者有明顯的群組關係，因此建議業者以口碑行銷之概念，將行銷重心聚焦在現有的顧客及同伴上，進行拉式行銷溝通，以提高單位知名度、吸引力及提高客戶忠誠度並經由客戶建立的興趣而把產品拉進通路中，並且達到降低尋找新客群之成本，並提高目標市場的接觸率及行銷宣傳的有效度。

四、 運用通路功能，節省宣傳資源以達擴大獲利功效

本研究中經過量表預試後發現，在行銷滿意度的量表中，通路構面整體遭刪除。經研究者觀察發現國內舞蹈休閒活動據點較缺乏通路資源運用，因此造成行銷宣傳必須耗費較大的資源在同一焦點上，而形成資源的消耗及浪費。因此建議舞蹈休閒活動相關經營業者，可將行銷宣傳妥善運用通路資源，以達到事半功倍之效果。

參考文獻

一、中文部份

1. 方世榮 (1998)。行銷學。台北。三民書局。
2. 文崇一 (1981)，*台灣居民的休閒生活*，台北：東大圖書股份有限公司。
3. 王志剛、謝文雀 (譯) (2001)。Engel, J .F.,Blockwell,R.D.&Miniard,P.W. 著。消費者行為。台北:華泰。
4. 王志剛、謝文雀編譯 (1995)。消費者行為學(Engle,J.T.，Blackwell,R.D.& Miniard,P.W.原著，1995年出版)。台北：華泰書局。
5. 何福田、蔡培村、周甘逢、黃顯政 (1990)。青少年生活適應與休閒活動規劃之研究。行政院青年輔導委員會出版。
6. 吳明隆(2005)。SPSS 統計應用實務。臺北市：松崗。
7. 呂長民 (1994)。行銷研究。台北：前程管理。
8. 呂長民 (2001)。行銷研究:研究方法與實例應用。台北:前程企管。
9. 李鍾元(1982)。社會報告之生活素質評估。明德基金會生活素質研究中心，台北市。
10. 林建煌(2002)。消費者行為。台北：智勝文化。
11. 林建煌 (2006)。行銷學。台北。華泰書局。

12. 林靈宏 (1999)。消費者行為學。台北：五南書局。
13. 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。
14. 孫拓(譯) (1993)。P.N.Hague,P.Jackson 著。市場調查的實務與技巧。台北：小知堂。
15. 涂淑芳(1995)。從媒體報導看婦女的休閒阻礙原因。婦女休閒研討會，中華民國戶外遊憩學會。
16. 高俊雄(2002)。運動休閒事業管理。桃園：志軒。
17. 許義雄(1992)。青年休閒活動現況及其阻礙因素之研究。行政院青年輔導委員會。
18. 許義雄(1992)。青年休閒活動現況及其阻礙因素之研究。行政院青年輔導委員會。
19. 許義雄、陳皆榮、陳麗華、張少熙(1992)：青年休閒活動現況及其阻礙因素之研究。青年輔導報告。
20. 陳思倫、歐聖榮、林連聰(1996)。休閒遊憩概論。台北：國立空中大學。
21. 陳琇玲(譯)(2002)。新消費者心理學。台北：城邦文化。
22. 黃志文 (1994)。市場調查。台北：華泰。

23. 黃明蕙(譯)(2006)。H,Assael。消費者行為:策略性觀點。台北，雙葉。
24. 楊和炳(1990)。市場調查。台北:五南。
25. 葉日武(譯)(2001)。Del I.Hawkins,Roger J.Best,Kenneth A. Coney 著。消費者行為:建立行銷策略。台北:前程企管。
26. 蔡泰生 (1999)。消費者行為。台北：五南。
27. 蔡瑞宇(主編)(1996)。顧客行為學。台北:天一。
28. 林麗華，施光隆 (1994)。以動機理論探討青少年運動行為。成大體育，28，71-79。
29. 姚念周 (1999)。消費者如何進行消費行為。食品資訊，162，39-45。
30. 唐未兵 (1995)。性格與消費行為漫議。消費經濟，5，31-32。湖南師大消費經濟研究所。
31. 高俊雄 (1995)。休閒利益三因素模式。戶外休憩研究，8(1)，15-28。
32. 張百清 (1994)。顧客滿意萬歲:全球企業經營新戰略。台北:商週文化。
33. 張連民，丁冬云，衛喆，良平 (2003)。北京市商業體育俱樂部消費者行為研究。首都體育學院學報，1，17-19。
34. 陳在頤 (1982)。休閒活動指導與管理。臺中市：台灣省立體專。
35. 陳思倫 (1993)。休閒遊憩參與阻礙因素區隔之研究。戶外遊憩研究，

- 6(3), 頁 25-52。
36. 陳思倫 (1995)。休閒遊憩參與阻礙區隔之研究。戶外遊憩研究, 3(6), 25-52。
 37. 陳德海 (1996) 南亞專科學校學生休閒活動阻礙原因之探討。台灣體育, 87 期, 52-58。
 38. 陳德海 (1996) 南區專科學校學生休閒活動阻礙原因之探討。台灣體育,
 39. 蘇慧君、劉玲君 (1995) 青少年之休閒活動狀況調查報告。學生輔導通訊, 40 期, 122-125 頁。
 40. 87 期, 52-58 頁。
 41. 江佳樺 (2005)。彰化地區家長對其國小子女選擇安親才藝班消費決策傾向之探討。未出版大葉大學事業經營研究所, 台中縣。
 42. 余幸秀 (2005)。台北市社區大學學員參與休閒運動的動機與滿意度之研究。未出版, 私立輔仁大學, 台北縣。
 43. 余玥林 (2004)。單車活動參與者的目標取向、社會支持和休閒形態對休閒效益的影響。未出版, 國立雲林科技大學, 雲林縣。
 44. 何福田 (1969)。國民中學學生(一年級)行為困擾的調查研究。已出版, 國立政治大學, 台北市。

45. 李枝樺 (2004)。台中縣市國小高年級學童休閒參與、休閒阻礙與休閒滿意度之相關研究，臺中市，未初版。
46. 李枝樺 (2004)。台中縣市國小高年級學童休閒參與、休閒阻礙與休閒滿意度之相關研究。未出版，國立台中示範學院，台中市。
47. 周上富 (2003)。國產休旅車消費者購買行為及其市場區隔之研究-以北部地區居民為例。未出版，國立交通大學經營管理研究所，新竹市。
48. 林清山 (1985)。休閒活動的理論與實務。台北市，輔仁大學。
49. 邱秀玲 (2003)。婦女休閒運動參與者感受利益與滿意度之研究-以嘉義縣市婦女為例。未出版，台北市立體育學院，台北市。
50. 胡信吉 (2003)。花蓮地區青少年休閒活動現況與休閒阻礙因素之研究，彰化市，未出版。
51. 徐蒲玲 (1987)。台北市國小兒童性別、年級、學業成績及家庭社經地位對其休閒活動類型影響之調查研究。未出版，中國文化大學，台北縣。
52. 翁玉珠 (1995)。青少年休閒活動傾向、凝聚力、與情緒調適之相關研究。未出版，中國文化大學家政研究所，台北市。
53. 張少熙 (1994)。青少年自我概念與休閒活動傾向及其阻礙因素之研究。未出版，國立台灣大學體育研究所，台北市。

54. 張玉鈴 (1999)：大學生休閒內在動機、休閒阻礙與其休閒無聊感及自我統合之關係研究。未出版，國立高雄師範大學輔導研究所，高雄市。
55. 張良漢 (2002)。休閒運動參與動機、身體活動態度、休閒運動阻礙及滿意度相關研究。台北，師大。
56. 張佩娟 (2003)。休閒運動參與動機與滿意度之相關研究-以雲林醫院員工為例。未出版，國立雲林科技大學，雲林縣。
57. 張坤鄉 (1997)。原住民國中生中途輟學相關因素與形成過程之研究---以屏東縣為例。未出版，國立政治大學，台北市。
58. 連婷治 (1998)。台北縣國小教師休閒態度與休閒參與之相關研究。未出版，國立新竹師範學院，新竹市。
59. 連婷治 (1998)。台北縣國小教師休閒態度與休閒參與之相關研究。未出版，國立新竹師範學院國民教育研究所，新竹市。
60. 陳文長 (1995)。大學生運動性休閒參與動機與興趣分組體育課滿意度之相關研究。未出版論文，國立體育學院，桃園縣。
61. 陳明勇 (2005)。國小教師休閒阻礙即休閒滿意度相關之研究-以彰化縣為例。未出版，私立大葉大學，彰化縣。
62. 陳珠淑 (2005)。大學圖書館員休閒認知、休閒阻礙與休閒效益之相關研

- 究。未出版，私立大葉大學，彰化縣。
63. 陳淑珠 (2005)。大學圖書館原休閒認知、休閒阻礙與休閒效益之相關研究。未初版論文，私立大業大學，彰化縣。
64. 陳學棉 (2000)。舞蹈才藝班消費者行為之研究-以臺中市綿綿舞蹈班為例。台灣體育學院體育研究所碩士論文，未出版，臺中市。
65. 陳藝文 (2000)。休閒阻礙量表之建構-以北部大學為例。未出版，國立體育學院，桃園縣。
66. 陳麗華 (1991)。台北市大學女生休閒運動態度與參與狀況之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
67. 游家政 (1986)。台北縣市國民小學中高年級兒童在學期間校外休閒活動之研究。未出版，國立臺灣師範大學，台北市。
68. 游淑如 (2003)。彰化縣國小教師休閒需求、阻礙、滿意度之研究。未初版碩士論文，國立台東教育大學，台東縣。
69. 黃立賢 (1995)。專科學生休閒興趣相關因素之研究。未出版，國立高雄師範大學，高雄市。
70. 黃郁宜 (1985)。國中學生在學期間校外生活之研究。未出版，國立臺灣師範大學，台北市。

71. 黃瓊妙 (2000)。臺北市在學少年不同休閒參與類型之刺激尋求動機、休閒阻礙對其心理社會幸福感之探討。已出版，台北縣。
72. 黃懿諄 (2001)。網路訂餐消費行為之研究—由決策過程分析。未出版，國立東華大學，花蓮市。
73. 楊書銘 (2003)。休閒運動消費者行為之研究-以台南市立與球場為例。台灣體育學院體育研究所碩士論文，未出版，臺中市。
74. 楊智強 (2002)。國小學童對舞蹈運動之消費行為研究—以高雄市為例。台灣體育學院體育研究所碩士論文，未出版，臺中市。
75. 詹雅婷 (2004)。台中市咖啡連鎖店消費者行為研究。未出版，大葉大學休閒事業管理學系，台中縣。
76. 劉佩佩 (1999)。未婚女性休閒生活之研究。未出版，國立高雄師範大學，高雄市。
77. 劉佩佩 (1999)。未婚女性休閒生活之研究。未出版，國立高雄師範大學，高雄市。
78. 蔡素琴 (1997)。兒童休閒態度及其相關因素之研究。未出版，國立高雄師範大學，高雄市。
79. 賴哲民 (1988)。臺北市國小兒童休閒活動之調查研究。未出版，中國文

- 化大學，台北縣。
80. 謝清秀 (2004)。大專網球選手休閒動機、休閒參與及休閒滿意之研究。未出版，國立體育學院，桃園縣。
 81. 羅明葵 (2001)。持續參與社區舞蹈班婦女在休閒滿意、自覺運動利益與社區意識之研究。未出版，國立體育學院，桃園縣。
 82. 嚴詠智 (2006)。台南縣國民小學行政人員休閒運動參與及休閒滿意度之研究，台南市，未出版。
 83. 蘇振祥 (2001)。正心中學學生休閒活動阻礙因素研究。未出版，國立臺灣體育學院體育研究所，台中市。
 84. 蘇睦敦 (2002)。婦女運動休閒參與者感受利益與滿意度之研究—以高雄地區為例。未出版，國立體育學院，桃園縣。
 85. 鐘榮中 (2003)。幼教服務市場消費者行為研究。未出版，大葉大學事業經營研究所，台中縣。

二、外文部份

1. Brown,P.J.& Driver, B. L.(1986).Probable Personal Benefits of Outdoor Recreation.The President's Commission on Americans Outdoors.
2. Bammel,G., & Burrus-Bammel,L.L.(1992).Leisure and Human behavior . Wm.C.Brown Publishers.
3. Crawford, D.W., & Godbey, G.C. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9(2), 119-127.
4. Crawford , Jackosn & Godbey(1991).A hierarchical of leisure constraints. *Leisure Sciences*,13,p313.
5. Engel,J.F. , Blackwell,R.D.& Minard,P.W.(1995).*Consumer behavior* (8thed. p. 237) Fort Worth, TX: The Dryden Press.
6. Engle, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1984). Consumer behavior. (4th ed.). Hinsdale, IL: Dryden Press.
7. Engle,J.F. Blackwell & Miniard, W. M. (1995) .Consumer Behavior (8th ed).Fort Worth,TX:The Dryden Press.
8. Henderson, K.A. (1991). The contribution of feminism to an understanding of leisure constraints. *Journal of Leisure Research*, 23(4), 363-377.
9. Horna, J. (1989) The leisure component of the parental role. *Journal of*

Leisure Research, 21(2), 228-241.

10. Hultsman, W. (1993). The influence of others as a barrier to recreation participation among early adolescents. *Journal of Leisure Research*, 25 (1), 150-164.
11. Henderson, H.A. (1991). The contribution of feminism to an understanding of leisure constraint. *Journal of leisure research*, 23(4), 363-377.
12. Jackson, E.L. (1993). Recognizing patterns of leisure constraints: Results from alternative analysis. *Journal of leisure research*, 25(2), 129-149.
13. Kotler, P. (1998). *Marketing management: Analysis* Mannell, R. C. & Stynes, D. J. (1991). *A retrospective : The benefits of leisure*. In B. L. Driver, P. J. Brown & G. L. Peterson (Eds.), *Benefits of leisure* (pp.1-5). State College, PA : Venture Publishing.
14. Mannell, R.C. & Stynes, D.J. (1991). *A retrospective: The benefits of leisure*. In B.L. Burton (Eds.), *Leisure studies: Prospects for the Twenty-First Century*. State College, PA: Venture Publishing.
15. Nicosia, F. M. (1966). *Consumer decision process, marketing and advertising implication*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
16. Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (1983). *Consumer behavior* (2nd ed.).

Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

17. Schiffman, L. G., & Kanuk, L.L. (1991) Consumer behavior (2nded.).
Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
18. Williams, T. G. (1982). Consumer behavior fundamental and strategies, St.
Paul, Brazil: West.
19. Zaltman, G., & Wallendorf, M. (1983). Consumer behavior basic findings
and management implications, New York: John-Wiley & Sons.

舞蹈休閒活動消費行為研究預試問卷

親愛的朋友 您好：

感謝你的協助使本研究得以順利進行。本問卷主要的目的在瞭解舞蹈休閒中心參與者的消費行為，調查結果僅供研究分析使用，並絕對的保密個人隱私，請放心作答。各項答題無所謂對錯，你的寶貴意見對本研究相當重要，亦關乎每一個消費者的權益，請依個人實際情形勾選，再次感謝你熱心的協助。

敬祝 安康

國立台灣體育學院舞蹈系碩士班

指導教授：林房儼 博士

研究生：陳惠琪 敬上

電話：0923276651

E-MAIL:ani0430@hotmail.com

第一部份：參與動機量表

【說明】下列問題是關於您參與舞蹈休閒活動之原因及動機，請根據個人實際情形及想法填寫，並依照文字所描述情況之同意程度在□內打勾，謝謝！

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 鍛鍊健康的身體-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 雕塑美好的身體曲線-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 改善現有的身體毛病-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 發洩多餘的體力-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 想要減重-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<hr/>					
6. 抒解生活及工作中的壓力-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 發洩不良的情緒-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 增加生活樂趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<hr/>					
9. 跟上社會流行與趨勢-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 結交不同領域的新朋友-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 增加與人互動的機會-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 希望在其中得到團體歸屬的感覺-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 同伴參加所以我也想參加-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- | | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 14. 想要和同伴一樣有舞蹈水準----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. 建立自信心----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. 增加個人魅力----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. 找到可以表現自己的舞台----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. 增加才藝為自己加分----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
-
- | | | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 19. 希望培養第二專長----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. 希望探索新事物，增加對身邊事物的瞭解----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21. 更進一步的瞭解自己----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22. 想學習美麗的舞蹈動作----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第二部份：阻礙因素量表

【說明】下列問題是關於您參與舞蹈休閒活動中造成阻礙的因素，阻礙因素為可能降低您參與次數、減少參與的時間和影響您從中獲得滿足感的所有因素。請根據個人實際情形及想法填寫，並依照文字所描述情況之同意程度在□內打勾，謝謝！

- | | 非常
同意 | 同
意 | 普
通 | 不
同
意 | 非
常
不
同
意 |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 對此類休閒活動沒有太大的興趣----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 生活壓力大沒有心情進行休閒活動----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 覺得自己不適合此類休閒活動----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 覺得自己做不來課程要求----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 覺得自己年齡不適合參與此類課程----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. 覺得自己身體狀況不適合參與此類課程----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
-
- | | | | | | |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 7. 沒有同伴的陪同----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 上課時感覺孤單沒有參與感----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. 身邊沒有朋友參加類似活動----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. 和上課的同學互動不多----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
-
- | | | | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 11. 經濟狀況是影響我參與課程的阻礙因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. 家庭因素是影響我參與課程阻礙因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. 交通不方便是影響我參與課程的阻礙因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. 缺乏課程資訊是影響我參與課程的阻礙因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. 工作忙碌是影響我參與課程的主要因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. 教室場地設施是影響我參與課程的阻礙因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第三部份：滿意度量表

【說明】下列問題是關於您參與舞蹈休閒活動中的滿意程度，請根據個人實際情形及想法填寫，並依照文字所描述情況之同意程度在□內打勾，謝謝！

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 課程的內容多樣性-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 課程內容吸收程度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 課程進度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 教師的專業度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 教室的硬體環境-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 上課的氣氛-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 工作人員的教學態度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<hr/>					
8. 課堂學費單價的適中-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 舞蹈用品及周邊使用商品的費用-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 舞蹈教室制訂的價格穩定性-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<hr/>					
11. 課程相關訊息的接收-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 舞蹈用品及周邊商品購買的難易度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 課程相關知識的取得-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<hr/>					
14. 舞蹈教室推出的優惠折價活動-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 能夠參與舞蹈教室舉辦的團體演出-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 舞蹈教室所提供的贈品（物品或課程）-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份：休閒利益量表

【說明】指參與活動過程中，可以幫助個人改善身心狀態或滿足個人需求的現象，稱之為休閒利益。請根據個人實際情形及想法填寫，並依照文字所描述情況之同意程度在□內打勾，謝謝！

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 參與舞蹈休閒活動可以獲得生活樂趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 參與舞蹈休閒活動可以舒解生活的壓力-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 參與舞蹈休閒活動可以豐富生活體驗-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. 參與舞蹈休閒活動可以調整精神情緒-----
5. 參與舞蹈休閒活動可以維持健康的體能----
-
6. 參與舞蹈休閒活動可以啟發心思智慧-----
7. 參與舞蹈休閒活動可以增進開朗身心-----
8. 參與舞蹈休閒活動可以促進社會交友關係--
9. 參與舞蹈休閒活動可以提升生活環境品質--
10. 參與舞蹈休閒活動可以感受團隊合作感----
-
11. 參與舞蹈休閒活動可以欣賞創造真善美----
12. 參與舞蹈休閒活動可以肯定自我的能力----
13. 參與舞蹈休閒活動可以實踐自我心中理想--
14. 參與舞蹈休閒活動可以自我超越或自我挑戰-

請接續下一頁

第五部份：個人基本資料

【說明】下列為您的個人基本資料，採不記名方式，並將資料絕對保密不外流，亦不會要求您留下聯絡方式，請放心填寫。請在您認為對的答案□中打勾，謝謝！

1. 性別

男 女

2. 請問您的年齡是：

30 以下 30-40 40-50 50 以上

3. 請問您的教育程度為：

自修 小學 國中/初中 高中/職 大學/大專 碩士
博士 其他(請說明)_____

4. 請問您的職業為：

工 商 軍 公 教 農林漁畜牧 家管
其他(請說明)_____

5. 請問您家庭每月的平均所得為：(包括您和您配偶，及其他收入)

10000 以下 10001-30000 30001-50000 50001-70000
70001-90000 90000 以上

6. 居住地

台中市 台中縣 其他縣市

7. 參與課程次數

每週三~四次 每週一~二次 每月一~二次 偶爾來一次 只來過一、兩次

8. 同伴關係

同事朋友 親戚家屬 夫妻關係 朋友關係 鄰居關係 其他

9. 喜愛的課程活動類型

動態類(如有氧)_ 靜態類(如瑜珈)
藝文類(如芭蕾、民族舞蹈)社交類(國際標準舞、社交舞)

本量表到此全部結束，為避免遺漏請再檢查一次。謝謝您！

舞蹈休閒活動消費行為研究問卷

親愛的朋友 您好：

感謝你的協助使本研究得以順利進行。本問卷主要的目的在瞭解舞蹈休閒中心參與者的消費行為，調查結果僅供研究分析使用，並絕對的保密個人隱私，請放心作答。各項答題無所謂對錯，你的寶貴意見對本研究相當重要，亦關乎每一個消費者的權益，請依個人實際情形勾選，再次感謝你熱心的協助。

敬祝 安康

國立台灣體育學院舞蹈系碩士班

指導教授：林房儻 博士

研究生：陳惠琪 敬上

電話：0928480092

E-MAIL:ani0430@hotmail.com

第一部份：參與動機量表

【說明】下列問題是關於您參與舞蹈休閒活動之原因及動機，請根據個人實際情形及想法填寫，並依照文字所描述情況之同意程度在□內打勾，謝謝！

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
23. 發洩多餘的體力-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. 抒解生活及工作中的壓力-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. 發洩不良的情緒-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. 增加生活樂趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. 跟上社會流行與趨勢-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. 結交不同領域的新朋友-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. 同伴參加所以我也想參加-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. 想要和同伴一樣有舞蹈水準-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. 建立自信心-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. 增加個人魅力-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. 找到可以表現自己的舞台-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. 增加才藝為自己加分-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. 希望培養第二專長-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. 想學習美麗的舞蹈動作-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. 增加與人互動的機會-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. 希望探索新事物，增加對身邊事物的瞭解-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. 更進一步的瞭解自己-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第二部份：阻礙因素量表

【說明】下列問題是關於您參與舞蹈休閒活動中造成阻礙的因素，阻礙因素為可能降低您參與次數、減少參與的時間和影響您從中獲得滿足感的所有因素。請根據個人實際情形及想法填寫，並依照文字所描述情況之同意程度在□內打勾，謝謝！

非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

- | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 17. 對此類休閒活動沒有太大的興趣----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. 生活壓力大沒有心情進行休閒活動----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. 覺得自己不適合此類休閒活動----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. 覺得自己做不來課程要求----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21. 覺得自己年齡不適合參與此類課程----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22. 覺得自己身體狀況不適合參與此類課程----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- | | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 23. 沒有同伴的陪同----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 24. 上課時感覺孤單沒有參與感----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 25. 身邊沒有朋友參加類似活動----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 26. 和上課的同學互動不多----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- | | | | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 27. 家庭因素是影響我參與課程阻礙因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 28. 交通不方便是影響我參與課程的阻礙因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 29. 缺乏課程資訊是影響我參與課程的阻礙因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 30. 工作忙碌是影響我參與課程的主要因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 31. 教室場地設施是影響我參與課程的阻礙因素----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第三部份：滿意度量表

【說明】下列問題是關於您參與舞蹈休閒活動中的滿意程度，請根據個人實際情形及想法填寫，並依照文字所描述情況之同意程度在□內打勾，謝謝！

非常滿意 同意 普通 不滿意 非常不滿意

- | | | | | | |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 17. 課程的內容多樣性----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. 課程內容吸收程度----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. 課程進度----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. 教師的專業度----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21. 教室的硬體環境----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

22. 上課的氣氛-----
23. 工作人員的教學態度-----
-
24. 課堂學費單價的適中-----
25. 舞蹈用品及周邊使用商品的費用-----
26. 舞蹈教室制訂的價格穩定性-----
27. 課程相關訊息的接收-----
28. 課程相關知識的取得-----
-
29. 舞蹈用品及周邊商品購買的難易度-----
30. 舞蹈教室推出的優惠折價活動-----
31. 能夠參與舞蹈教室舉辦的團體演出-----
32. 舞蹈教室所提供的贈品（物品或課程）-----

第四部份：休閒利益量表

【說明】指參與活動過程中，可以幫助個人改善身心狀態或滿足個人需求的現象，稱之為休閒利益。請根據個人實際情形及想法填寫，並依照文字所描述情況之同意程度在□內打勾，謝謝！

- | | 非常
同意 | 同
意 | 普
通 | 不
同
意 | 非
常
不
同
意 |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 15. 參與舞蹈休閒活動可以獲得生活樂趣----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. 參與舞蹈休閒活動可以舒解生活的壓力----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. 參與舞蹈休閒活動可以豐富生活體驗----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. 參與舞蹈休閒活動可以調整精神情緒----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. 參與舞蹈休閒活動可以維持健康的體能----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. 參與舞蹈休閒活動可以增進開朗身心----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <hr/> | | | | | |
| 21. 參與舞蹈休閒活動可以啟發心思智慧----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22. 參與舞蹈休閒活動可以促進社會交友關係----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 23. 參與舞蹈休閒活動可以提升生活環境品質----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 24. 參與舞蹈休閒活動可以感受團隊合作感----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 25. 參與舞蹈休閒活動可以欣賞創造真善美----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 26. 參與舞蹈休閒活動可以肯定自我的能力----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 27. 參與舞蹈休閒活動可以實踐自我心中理想----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 28. 參與舞蹈休閒活動可以自我超越或自我挑戰----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第五部份：個人基本資料

【說明】下列為您的個人基本資料，採不記名方式，並將資料絕對保密不外流，亦不會要求您留下聯絡方式，請放心填寫。請在您認為對的答案□中打勾，謝謝！

10. 性別

- 男 女
11. 請問您的年齡是：
30 以下 30-40 40-50 50 以上
12. 請問您的教育程度為：
自修 小學 國中/初中 高中/職 大學/大專 碩士
博士 其他(請說明)_____
13. 請問您的職業為：
工 商 軍 公 教 農林漁畜牧 家管 學生
其他(請說明)_____
14. 請問您家庭每月的平均所得為：(包括您和您配偶，及其他收入)
10000 以下 10001-30000 30001-50000 500001-70000
70001-90000 90000 以上
15. 居住地
台中市 台中縣 其他縣市
16. 參與課程次數
每週三~四次 每週一~二次 每月一~二次 偶爾來一次 只來過一、兩次
17. 同伴關係
同事朋友 親戚家屬(含姐妹) 夫妻關係 朋友關係 鄰居關係 同學關係
其他_____
18. 喜愛的課程活動類型(請單選最為喜愛或參與次數最為頻繁的類型)
動態類(如有氧、爵士舞、街舞) 靜態類(如瑜珈、皮拉提斯)
藝術類(如芭蕾舞、現代舞、民族舞蹈、民俗舞蹈)
社交類(國際標準舞、社交舞) 各國民俗風情類(如佛朗明哥、肚皮舞)

本量表到此全部結束，為避免遺漏請再檢查一次。謝謝您