

國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所
碩士學位論文

由社經地位、家庭生命週期
探討家庭休閒消費分配之研究

The Distribution of Family Recreational
Expenditure Effected by Family Lifecycle and
Socio-Economic Status



研 究 生：廖振宏 撰
指 導 教 授：沈易利 教授

中 華 民 國 九 十 三 年 六 月

論文名稱：由社經地位、家庭生命週期探討家庭休閒消費分配之研究
總頁數：105

院校所組別：國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所

畢業時間及提要別：九十二學年度第二學期碩士論文提要

研究生：廖振宏

指導教授：沈易利 教授

中文摘要

本研究旨在探討家庭生命週期與社經地位對家庭休閒消費行為之影響，並根據研究結果提出結論與具體建議，以供相關休閒規劃人員參考。

本研究以便利隨機抽樣方式，針對台中市之家庭進行問卷調查，共得有效問卷 431 份，所得資料經描述性統計、交叉列聯分析、卡方檢定後，獲得以下結論：

- 一、台中市家庭最常參與休閒活動的時間為假日，最常參與的休閒活動類型為娛樂、消遣性活動及體育性活動，且家庭成立時間愈長，選擇娛樂、消遣性活動的比例愈高，而參與體育性活動的比例會隨著降低。
- 二、在休閒開銷部份，依家庭生命週期與社經地位不同而有不同的支出，但每次 501 元~1,000 元、每月 2,501 元~5,000 元仍是最普遍的消費程度，且會隨著社經地位愈高，消費支出愈多。以休閒活動參與次數而言，以每月 1~2 次者佔最多，且受到家庭月收入影響，收入愈高參與次數愈多。
- 三、家庭生命週期與社經地位並非影響休閒消費的主要因素，而主要收入者的教育程度為主要影響因素。
- 四、家庭最常在免費的場所從事休閒活動且距離遠近不再是阻礙家庭參與休閒活動的因素，而參與休閒活動的消息影響源主要是以「家人」為主。

關鍵字：家庭生命週期、社經地位、家庭休閒消費

Liao, Chen-hung(2004). The distribution of family recreational expenditure effected by family lifecycle and socio-economic status. Unpublish Master Thesis, National Taiwan College of Physical Education, Taichung.

Abstract

The purpose of this study was to know the influence of the family lifecycle and socio-economic status on the recreational expenditure, and to provide the conclusions and the specific suggestions based on the findings of the study for recreational programmer reference.

The method of this study was questionnaire survey and the subject focused on the families of Taichung city. The valid questionnaires were 431. Data analyses were frequency distribution, Chi square and Crosstabs. The findings were as following:

1. The families of Taichung City spent more holidays for recreational activities and the most popular activities were the entertaining and physical activities. The more period of family developing, the higher rate of the entertaining activities selection, and physical activities via vera.
2. The recreational expenditure was depended on different family lifecycle and socio-economic status. NT\$501~1,000 per time and NT\$2,501~5,000 per month were the most general consumption degree, and the higher socio-economic status, the more expenditure has. As to participating frequency, most of the families took part in recreational

activities once or twice per month. The frequency was affected by family monthly income, that was, the higher family income, the more frequency they participated.

3. The main factor of influencing family recreational expenditure was the level of the education, not family lifecycle and socio-economic status.
4. Families of Taichung City usually participated in recreational activities in free places and distance was not the obstruct factor anymore. "Family member" was the main influenced factor in participating in recreational activities.

Key words: Family Lifecycle, Socio-Economic Status, Family Recreational Expenditure

目錄

| | | |
|------|-----------------------|----------|
| 中文摘要 | | i |
| 英文摘要 | | ii |
| 目錄 | | iv |
| 表目錄 | | vi |
| 圖目錄 | | ix |
| 第壹章 | 緒論 | 1 |
| | 第一節 研究背景 | 1 |
| | 第二節 研究目的 | 3 |
| | 第三節 研究價值 | 4 |
| | 第四節 研究問題 | 5 |
| | 第五節 研究假設 | 5 |
| | 第六節 研究範圍與限制 | 5 |
| | 第七節 名詞釋義 | 7 |
| 第貳章 | 文獻探討 | 9 |
| | 第一節 休閒活動與消費之關係 | 9 |
| | 第二節 社經地位與休閒消費之相關研究 | 20 |
| | 第三節 家庭生命週期與休閒消費之相關研究 | 27 |
| 第參章 | 研究方法與步驟 | 34 |
| | 第一節 研究對象與抽樣方式 | 34 |
| | 第二節 研究架構與流程 | 34 |
| | 第三節 研究工具 | 37 |
| | 第四節 資料處理方式 | 37 |
| 第肆章 | 研究結果與討論 | 40 |
| | 第一節 受試家庭基本資料分析 | 40 |
| | 第二節 不同家庭生命週期之休閒消費行為分析 | 53 |

| | | |
|------|------------------------|-----|
| 第三節 | 社經地位與家庭休閒消費行為分析 | 62 |
| 第四節 | 不同家庭生命週期與社經地位之休閒消費行為分析 | 75 |
| 第五章 | 研究結論與建議 | 87 |
| 第一節 | 結論 | 87 |
| 第二節 | 建議 | 89 |
| 參考文獻 | | 92 |
| 附錄 | | 102 |

表目錄

| | | |
|--------|--------------------------|----|
| 表 4-1 | 受試家庭經濟來源者分佈情形 | 41 |
| 表 4-2 | 受試家庭成員人數分佈情形 | 41 |
| 表 4-3 | 受試家庭型態組成分佈情形 | 42 |
| 表 4-4 | 受試家庭生命週期(以最小子女年齡劃分)分佈情形 | 43 |
| 表 4-5 | 受試家庭主要經濟來源者教育程度分佈情形 | 44 |
| 表 4-6 | 受試家庭主要經濟來源者職業分佈情形 | 44 |
| 表 4-7 | 受試家庭月收入分佈情形 | 45 |
| 表 4-8 | 受試家庭成員最常參與休閒活動時間分佈情形 | 47 |
| 表 4-9 | 受試家庭成員最常參與休閒活動時段分佈情形 | 47 |
| 表 4-10 | 受試家庭成員最常參與休閒活動類型分佈情形 | 48 |
| 表 4-11 | 受試家庭成員最常參與休閒活動項目分佈情形 | 48 |
| 表 4-12 | 受試家庭成員最常參與休閒活動場所分佈情形 | 49 |
| 表 4-13 | 受試家庭成員到達休閒活動場所時間分佈情形 | 49 |
| 表 4-14 | 受試家庭每次參與休閒活動花費金額分佈情形 | 50 |
| 表 4-15 | 受試家庭每月參與休閒活動花費金額分佈情形 | 50 |
| 表 4-16 | 受試家庭參與休閒活動支出項目分佈情形 | 51 |
| 表 4-17 | 受試家庭每月參與休閒活動頻率分佈情形 | 52 |
| 表 4-18 | 影響受試家庭參與休閒活動消息來源分佈情形 | 52 |
| 表 4-19 | 家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動時間分析表 | 54 |
| 表 4-20 | 家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動時段交叉分析表 | 54 |
| 表 4-21 | 家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動類型分析表 | 55 |

| | | |
|--------|--------------------------------|----|
| 表 4-22 | 家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動項目交叉 分析表 | 56 |
| 表 4-23 | 家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動場所分析 表 | 57 |
| 表 4-24 | 家庭生命週期與家庭成員到達休閒活動場所時間 分析表 | 58 |
| 表 4-25 | 家庭生命週期與家庭成員每次參與休閒活動花費 金額分析表 | 59 |
| 表 4-26 | 家庭生命週期與家庭成員每月參與休閒活動花費 金額分析表 | 59 |
| 表 4-27 | 家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動花費項目 分析表 | 60 |
| 表 4-28 | 家庭生命週期與家庭成員每月參與休閒活動頻率 分析表 | 61 |
| 表 4-29 | 家庭生命週期與影響家庭成員參與休閒活動消息 來源分析表 | 61 |
| 表 4-30 | 社經變項與家庭成員參與休閒活動時間分析表 | 63 |
| 表 4-31 | 社經變項與家庭成員參與休閒活動時段交叉分析 表 | 64 |
| 表 4-32 | 社經變項與家庭成員參與休閒活動類型分析表 | 65 |
| 表 4-33 | 教育程度與家庭參與休閒活動項目交叉分析表 | 66 |
| 表 4-34 | 社經變項與家庭成員參與休閒活動場所分析表 | 67 |
| 表 4-35 | 社經變項與家庭成員到達休閒活動場所時間分析 表 | 68 |
| 表 4-36 | 社經變項與家庭成員每次參與休閒活動消費金額 分析表 | 70 |

| | | |
|--------|---------------------------------|----|
| 表 4-37 | 社經變項與家庭成員每月參與休閒活動消費金額 分析表 | 71 |
| 表 4-38 | 社經變項與家庭成員每月參與休閒活動頻率分析 表 | 72 |
| 表 4-39 | 社經變項與影響家庭成員參與休閒活動消息來源 分析表(一) | 73 |
| 表 4-40 | 社經變項與影響家庭成員參與休閒活動消息來源 分析表(二) | 74 |
| 表 4-41 | 家庭成員參與休閒活動時間多重列聯表 | 76 |
| 表 4-42 | 家庭成員參與休閒活動時間交叉分析表 | 76 |
| 表 4-43 | 家庭成員參與休閒活動類型多重列聯表 | 77 |
| 表 4-44 | 家庭成員參與休閒活動類型交叉分析表 | 77 |
| 表 4-45 | 家庭成員參與休閒活動場所多重列聯表 | 79 |
| 表 4-46 | 家庭成員參與休閒活動場所交叉分析表 | 79 |
| 表 4-47 | 家庭成員到達休閒活動場所時間多重列聯表 | 80 |
| 表 4-48 | 家庭成員到達休閒活動場所時間交叉分析表 | 81 |
| 表 4-49 | 家庭成員參與休閒活動每次花費金額多重列聯表 | 82 |
| 表 4-50 | 家庭成員參與休閒活動每月花費金額多重列聯表 | 82 |
| 表 4-51 | 家庭成員參與休閒活動每月花費金額交叉分析表 | 83 |
| 表 4-52 | 家庭成員每月參與休閒活動頻率多重列聯表 | 84 |
| 表 4-53 | 家庭成員每月參與休閒活動頻率交叉分析表 | 84 |
| 表 4-54 | 影響家庭成員參與休閒活動消息來源多重列聯表 | 85 |
| 表 4-55 | 影響家庭成員參與休閒活動消息來源交叉分析表 | 86 |

圖目錄

| | | |
|-------|-------|----|
| 圖 3-1 | 研究流程圖 | 35 |
| 圖 3-2 | 研究架構圖 | 36 |

第壹章

緒論

本研究旨在探討家庭生命週期、社經地位與家庭休閒消費之關係。本章共分七節：第一節說明研究背景；第二節為研究目的；第三節為研究價值；第四節為研究問題；第五節則為研究假設；第六節為研究範圍與限制；第七節為名詞釋義。

第一節 研究背景

以目前台灣社會而言，休閒將會是未來的發展趨勢。台灣地區受到工業化與都市化的影響，社會經濟蓬勃發展、國民所得大幅提高，民眾基本生活所需普遍已獲得改善與滿足，再加上政府於民國 87 年開始逐步實施週休二日制，使民眾的工作時間逐漸減少，閒暇時間增多，參與休閒活動的機會也較過去增加許多(陳宗玄，1996;王傳銘，1996;謝智謀，2001;高俊雄，2002)。黃千珊(1999)認為政府對工作時數的明文規定，直接使休閒時間增加，多項相關休閒發展的建設與政策不僅反應社會對休閒的重視與需求，更象徵休閒時代的來臨。

隨著社會發展與休閒時代的來臨，台灣地區民眾的消費結構產生明顯的改變，行政院主計處 2002 年家庭收支調查報告即指出，從民國 61 至 90 年，隨著國民可支配所得提高，民眾用於休閒消費支出的比例愈來愈高，而基本的食品消費支出相對減少。由報告中可知，國人基本的生活所需在獲得滿足後，會進一步想選擇消費非民生必需品，此現象可由馬斯洛的需求理論與經濟學的恩格爾法則獲得驗證，據此並可

預期國人對休閒需求將持續增加，延伸而來的就是休閒消費市場的成長(林怡珍，2003)，而休閒消費市場的成長會進一步促使休閒產業蓬勃發展，帶動整個經濟的發展。康箏(2000)即指出為休閒而進行的各項生產活動和服務活動正成為社會經濟繁榮的重要因素。馬惠娣(2000)亦認為從社會發展與消費結構的種種跡象顯示，在現在以消費為驅動的經濟模式中，休閒消費實已成為一個新的經濟增長點。

以家庭為中心的文化型態，一直以來皆是中國社會的核心課題，家庭不僅是家庭成員成長的場所，還提供家庭成員社會化、經濟與情感慰藉等功能，家庭也會影響一個人的消費行為。周秀華(1996)即認為，外顯的消費行為雖常透過個人完成，但背後常隱含對家庭經濟、家庭成員需求的考量，最終的消費表現往往來自於與家人的共同決策。

家庭就如同人的生命一般，會歷經生、老、病、死，經歷一定的週期，構成所謂的家庭生命週期(高淑貴，1991)。在家庭發展的每個階段裡，家庭的人口組成、經濟需求等因素都會有所差異，也會具體而微的表現在生產、消費、分配等層面上(唐祖湘，2001)。因此在進行消費支出的研究時，學者們建議以家庭生命週期為變項來探討消費行為(Wells & Gubar, 1966; Wilkes, 1995)。在 Danko 和 Schaninger(1993)的家庭消費研究即顯示，在控制所得之後，消費態度、休閒活動、食物與飲料消費、耐久財的擁有及服務性商品的消費等，皆有明顯的家庭生命週期的差異。由以上可知，家庭生命週期是影響家庭休閒消費行為的一個重要變項。因此，本研究以家庭生命週期為變項，期望能瞭解家庭生命週期的轉變對家庭休閒消費之影響及分配為何?此為動機之一。

在探討家庭休閒消費時，社經地位也是一個重要變項，白乙婷(1999)指出，在影響消費者行為的因素裡，社會階層扮演一個很重要的因素。不同的社會階層會有不同的社會風格，而在交通、穿著、居住、娛樂、活動、飲食等行為上，同一階層的人傾向於表現類似的行為。國內許多研究也證實了不同社經地位的消費者，其消費行為存有差異。社經地位對於家庭休閒消費支出也會有影響(陳顯文，2000；黃兆偉，2000；江佳慧，2002)。然不同的社經地位之家庭其休閒消費之差異與分配為何？是本研究動機之二。

而在探究家庭生命週期對家庭休閒消費影響時，也期望能瞭解社經地位對不同家庭生命週期之家庭休閒消費之影響為何？是本研究之第三項動機。

第二節 研究目的

隨著社會變遷，台灣的家庭型態已由大家族轉變為以核心家庭及折衷家庭為主，許多新的家庭型態，如單親家庭、重組家庭等也不斷成長，正如緒論所言，不同的家庭不管在生活或消費等層面上皆會有差異。因此本研究即以台中市家庭為研究對象，期望能透過本研究瞭解台中市的家庭在不同社經地位與不同家庭生命週期時，其休閒消費之差異，以作為休閒規劃者規劃休閒活動之參考依據。茲將研究目的分述如下：

一、瞭解在不同家庭生命週期與社經地位之家庭休閒行為。

二、瞭解不同家庭生命週期與社經地位家庭其家庭休閒消費特性。

三、瞭解家庭在不同家庭生命週期及在不同社經地位下，家庭休閒消費之差異。

四、依據研究結果提出休閒服務方案，提供休閒業者參考，期使各不同家庭組成與社經地位者均能共享精緻的休閒生活，美化人生。

第三節 研究價值

瞭解消費者行為是設計、促銷、販售觀光產品等行為活動之基礎，行銷者清楚消費者的行為模式，才能知道如何在決策過程中介入以獲得想要的結果(謝智謀，2001)。由於台灣已經進入了消費的時代，「顧客滿意」、「顧客永遠是對的」等詞已變成企業界常提的話題，現在已不似過去是生產者導向的時代，而是以消費者為導向的時代，尤其是在產業競爭激烈、利潤微薄和經濟景氣不佳的時代，了解消費者的需求，滿足他們的需要，創造消費者最大效用，已變成產業界常討論的話題。

近年來國人對於休閒的需求日益增加，產、官、學界也一致看好休閒市場的發展，林房儂(2003)指出，2008年國家發展計畫預計提昇我國運動休閒產業產值為3,800億元，初期目標預計在2006年時運動休閒產業產值達2,500億元，與兩兆雙星產業中的生物科技產業相等。但休閒產業一樣面臨了經濟景氣、競爭激烈和消費者需求不斷改變的多重壓力。不只私人部門(產業)如此，許多公立的休閒運動設施如：各縣市體育場也面臨閒置的問題。因此，了解消費者的休閒消費行為，是經營者與規劃者一個重要的課題，以期能掌握休閒未來的發展趨勢，使休閒產業能達到永續經營的目的，國人

能得到更適切、更好的休閒品質。

第四節 研究問題

依據研究動機與研究目的，本研究主要在探討不同社經地位與家庭生命週期，家庭休閒消費之狀況，以做為休閒產業之參考，因此本研究之研究問題如下：

- 一、家庭休閒消費在不同家庭生命週期之差異為何？
- 二、不同社經地位之家庭休閒消費差異為何？
- 三、家庭休閒消費在不同社經地位與家庭生命週期之差異為何？

第五節 研究假設

國內外雖有學者曾做過相關社經地位與家庭生命週期對於休閒消費之影響。但因時空背景、研究對象、研究方法的差異，故本研究將研究假設定為：

- 一、不同社經地位之家庭，其家庭休閒消費型態有顯著差異。
- 二、不同家庭生命週期之家庭，其家庭休閒消費型態有顯著差異。
- 三、不同社經地位與家庭生命週期之家庭，會呈現不同之家庭休閒消費型態。

第六節 研究範圍與限制

本研究礙於時間、人力與物力等因素，在研究過程中，所遭遇之困難及研究範圍與限制如下：

- 一、研究範圍

因考量研究經費、人力及時間，本研究僅以台中市之家庭為研究調查對象。研究內容主要為家庭參與休閒活動的類型及各項休閒消費行為，包含消費時機、消費金額、消費頻率、消息影響源等。

二、研究限制

(一)研究工具

本研究採因應研究之需所編定之問卷進行調查，其結果只能初步了解在不同家庭生命週期與社經地位下，家庭之休閒消費之差異，對於其背後之成因，無法同時於研究中一併進行深入去探討。

(二)變項選擇

1. 自變項

本研究只以家庭生命週期與社經地位(經濟主要來源者之教育程度與職業、家庭月收入等)為研究變項，其他涉及依變項之因素，如外在結構變化、個人之喜好、價值觀及其它非研究範圍內之主客觀因素等未予探討。

2. 依變項

消費行為之變項是複雜且多元的，因此本研究僅探討家庭休閒消費活動類型及各類家庭休閒消費行為(消費時機、消費頻率、消費金額等)，其他變項，如滿意度，品牌忠誠度等不列入考慮。

(三)相關理論依據

目前對於家庭休閒消費之研究仍然不多，在相關理論依據上資料略嫌薄弱，在文獻探討與研究事後比較上亦較少，故本研究將傾向於陳述家庭休閒消費之現狀，至於背後之成因、動機等，暫不討論。

第七節 名詞釋義

針對本研究之重要名詞與各項變項之意義，分述如下：

一、社經地位

指在相同的文化、社會中，以社會、經濟變項等標準所劃分之群體，群體中之成員具有相似之價值觀、地位與生活型態。消費者行為上所用之社經地位，類似於社會階層、社會階級、社會地位、社經背景等名稱(黃裕智，2003)，因此本研究對於社會階層、社會階級等概念均以社經地位來指稱。

社經地位的衡量方式，不同的學者所使用的方法不盡相同。一般而言，教育程度、職業、收入是最常用的(郭貞，1997)。因此本研究採用家庭經濟主要來源者之教育程度、職業及家庭月收入為測量指標。

(一)職業

本研究參考唐祖湘(2001)之劃分法，根據兩因子社會地位指數方法(two-factor index of social position)將職業類別及等級區分為六類，並因應社會狀況，增添無業一項。分為：高級專業人員、高級行政人員，專業人員、中級行政人員，半專業人員、一般性公務人員，技術性工人，無(非)技術性工人，無業，但為避免遺漏再加上其他一項。

(二)教育程度

分為小學畢業及以下、國中畢業、高中(職)畢業、大專畢業及以上等四項。

(三)家庭月收入

本研究以「元/月」為單位，並依據台中市九十年家庭收支調查報告，平均每戶家庭可支配所得總額為每年1,026,762元，每月平均約90,000元，因此本研究是以90,000

元為中間點，將家庭月收入分為：45,000 元以下；45,001 元~60,000 元；60,001 元~75,000 元；75,001~90,000 元；90,001 元~105,000 元；105,001 元~120,000 元；120,001 元~135,000 元；135,001 元以上等八個組群。

二、家庭生命週期

家庭生命週期就如同人生一般，有其生、老、病、死等過程。Mattessich & Hill(1987)指出，家庭生命週期源自家庭發展理論，視家庭猶如一團體或生命有機體，從出生到成長、成熟、衰退到死亡，經歷一連串階段或事件而呈現不同的發展任務與特質。

本研究以家庭生命週期為自變項來探討家庭休閒消費支出之情況，根據 Duvall(1977)的階段細分模式以及 Wells & Gubar (1966)以最子女為階段之區分點並依據本研究之研究目的與研究對象提出之家庭生命週期劃分之階段，將家庭生命週期劃分為四階段：(一)子女學齡前時期(最子女約 0~6 歲)；(二)兒童-青少年期(最子女約 7~18 歲)；(三)青年期以上之家庭(最子女 19 歲以上)，最子女未就業；(四)青年期以上之家庭(最子女 19 歲以上)，最子女已就業。

三、家庭休閒消費

以家庭為單位，其在參與休閒行為、使用休閒相關設備等休閒過程中的所有消費。

第貳章 文獻探討

本研究旨在瞭解家庭生命週期與社經地位對於家庭休閒消費之影響，並根據研究動機與目的，本節將分別從「休閒與消費之關係」、「社經地位與休閒消費之相關研究」、「家庭生命週期與休閒消費之相關研究」等三個層面，就國內外相關文獻進行探討。

第一節 休閒活動與消費之關係

葉智魁(1996)指出休閒與消費已成為現代資本主義社會的兩大象徵，消費的普及化與休閒受重視的程度，可以作為社會進步的指標。因此，本節即在探討休閒與消費之關係，以一、休閒的意義、功能與種類；二、消費行為理論；三、休閒消費為新的經濟增長點等三小節分別探討。

一、休閒的意義、功能與種類

由於不同的學者對於休閒有不同的看法，本小節即對休閒的定義做一簡單的探討，並說明休閒的功能與休閒活動的種類：

(一) 休閒的意義

休閒的意義，至今在學術界仍沒有定論。休閒的意義常因學者們從不同的文化背景、觀點及詮釋的角度而有差異(Cordes & Ibrahim, 1996; Bammel & Bammel, 1992; Edginton, Hanson & Hudson, 1992; 林東泰, 1992; 江貞昱, 1993)。

不僅休閒的意義學者沒有統一的想法，在 leisure 和 recreation 兩個名詞上，也常使人有混亂的感覺。薛銘卿

(1992)在其研究中即指出”一般人及有關休閒的研究，對於 Leisure 及 Recreation 兩個名稱或名詞，往往交相互為引用，導致此二詞在概念上常有混淆不清的現象。王傳銘(1996)也認為休閒包括 recreation and leisure 兩個相似又不相同的字，二字有其分合之處，在英文定義上有混淆的毛病，中文表達也左右為難。因此，對這兩個名詞實有釐清之必要。

陳定雄(1994)在其休閒運動相關術語之歷史研究中指出：

閒暇(leisure)活動重視時間、狀態與個人，屬於自然人的活動。休閒即休閒活動(recreation)的簡稱，著重目的、功能與社會，屬於社會人的活動。自然人並無任何信仰與規範，無所謂的善良與罪惡。社會人之行為表現受法律約束及社會義務使然(p.26)。

王傳銘(1996)在 *Recreation 與 Leisure 的含義* 一文中指出：

稱的上 leisure 的活動，有三個共通點：首先，以心智發展為重點；其次，以發掘真理為目的；最後，這些活動有其本身的意義與內在價值，而不是以此為追求名利的工具。recreation 則有四個特色：第一它與時間有關；第二點：它是一種活動而且是自願去做的活動；第三它有新生的意義；第四則是一種努力工作換來的報酬。Leisure 是生活的目的而 recreation 是手段(p.109)。

王宗吉(2000)在其所翻譯之 *運動社會學* 中也指出，休閒(Recreation)，大致上是為了恢復精神或有助身體健康，而出於自願之休閒活動。

綜合以上說法，本研究以為休閒即是休閒活動之簡稱

(recreation)。以下分述學者對於休閒之定義：

許義雄(1983)從歐洲語系國家對 recreation 一詞的解釋加以歸納後，將休閒活動定義為泛指在閒暇時間內從事能使人消愁解悶、身心愉悅的活動。

李明宗(1988)以為休閒活動之定義是：

1. 人類於閒暇時，依其興趣及需要追求滿足感的自然表現，個人或團體參與活動動機係基於其能獲得享受及滿足的體驗。

2. 個人或團體於閒暇時從事的任何活動，它是令人感到自由又愉悅的，它具有立即性的吸引力。

3. 休閒活動係任何型態之有意義的享受，有可能於任何時間，任何地點發生，只要從事活動的人認為該活動對他而言是具遊樂性的便可。

邱金松、謝智謀、吳志濱(1990)認為休閒活動的定義不出下列三種範圍：

1. 在一定條件下或含某種動機下實現的活動。

2. 一種過程或存在的狀態—當有既定期望而從事某種活動時存在活動者中之事物或狀態。

3. 一種社會制度，一種知識或常識或一種職業的領域。

本研究以為休閒活動是指在閒暇的時間內，從事可讓人心理與生理感到滿足，身心獲得愉悅，具有再創造，可恢復精神與體力的活動。

(二) 休閒活動的功能

學者們對於休閒活動功能論述很多，大多是正面肯定的看法，具體而言可從個人、家庭、社會、經濟等四個方面探討(邱金松等，1990; 薛銘卿，1992; 周佳慧，2001; 陳思倫、

歐聖榮、林連聰，2001;周秀華，2002)茲將其重彙述如下：

1. 個人方面

休閒活動對於個人的影響主要在生理、心理、人際互動與自我概念上。

由於現代社會競爭激烈，許多官能性的疾病隨著壓力、緊張、焦慮而來，而休閒活動具有放鬆的功能，並可疏解某些情緒的困擾或障礙，如沮喪、焦慮等負面情緒，平衡現代人的生活重心，可有效解決現代人之心理問題。

此外，現代工商業社會，大量的機器取代了人工，降低人們勞動的機會，許多文明病因此產生，適度的休閒活動有助於增進各種生理效果，如促進心肺功能，增強肌肉能力以提高身體活力等。

參與休閒活動不僅有助於生理與心理方面的健全，還有助於發展社會互動技巧與社交網路，建立人際關係。而且更可培養良好的嗜好，有助自我統合，增加人格成長。

2. 家庭方面

參與休閒活動有助於鼓舞生活樂趣，促進家庭關係的凝結與和諧。

3. 社會方面

經由有益的休閒活動可促進人格成長，避免反社會行為的發生，獲得社會化的經驗而進入社會。研究也證明正當的休閒活動有助於預防犯罪行為，減低犯罪率。

休閒活動的參與有助於打破以工作關係為主之組合，重新組合各種屬性的社會團體，達到社會整合的功能。另外，透過義務性休閒活動的參與也可增進社會福利。

4. 經濟方面

休閒活動的參與可提升工作效率，減低員工流動率，休閒活動增多有助於休閒產業的發達，可以增加就業人口，促進經濟繁榮，提高國民所得。

綜上所述，正當的休閒活動在個人方面有助於人們從負面情緒中解脫出來，促進身體健康，增加人際互動並完成自我概念。在家庭方面則有助家庭關係的圓滿和諧。社會方面增加社會福利、改善社會治安，達到社會教育的功能。在經濟方面可以有效減低失業率，使經濟活絡，人民生活富足。

(三) 休閒活動的種類

休閒活動的內容十分廣泛且雜多，要將其分類並不是容易的事。不同的學者常會因不同的研究目的、研究方法及研究對象，會產生不同的休閒活動分類方式。陳彰儀(1989)指出，休閒活動類別的分法有三種：一為主觀分類法-由研究者主觀認定；一為因素分析法-依受試者所參與的每個活動的頻率加以分類，其假設頻率相當之活動是相似的可歸為同一類；另一種多元尺度評定法(Multidimensional Scaling, MDS)是將所列出的活動兩兩配對，受試者依自己對此兩種活動相似性之感覺加以評定，並可由受試者說明其相似處。

周海娟(1990)指出，國內學者大都使用主觀分類法及因素分析法，所得到的休閒活動的類型多為：知識型、娛樂性、社交性、運動性(體育性)、藝術性等五種類型，這些類型主要是以活動性質、活動方式及個人意願為區分標準。陳彰儀(1989)也認為，研究休閒活動的學者經常以一己的主觀之判斷，依據活動的項目、內容、場所、負責機構、活動進行的時間、活動對象、活動性質等標準來區分休閒活動。

以下則針對各種區分標準分述之：

1. 從活動項目區分

Russell(1982)將休閒活動分為：運動和遊戲、嗜好、音樂、戶外遊憩、心靈及文學、社會遊憩、藝術、手工藝、舞蹈、戲劇等十大類。

行政院主計處(1991)在*台灣地區國民休閒生活調查報告*中，將休閒活動分為：拜會親友、鄰居及應酬；逛街；散步、慢跑；郊遊、登山、健行；球類運動；練國術、拳、瑜珈、體操等；舞蹈(土風舞、社交舞、韻律操等)；游泳；釣魚、蝦；看電影；外出觀賞戲劇、音樂會；琴棋、書、畫、牌、攝影；做手工藝品、插花及茶道；參觀展覽(藝文、科技展等)；觀看現場體育競賽；宗教活動；其他等 18 項。

沈易利(2000)於*台灣省民眾休閒運動參與和需求之研究*將休閒活動分為球類、戶外活動、民俗運動、舞蹈、健身運動、技擊運動、水上活動、空中活動、其它等九項。

2. 從活動的場所來區分(邱金松等, 1990; 梁愛玲, 1995)

分為(1)家裡的休閒活動：大都屬於靜態的活動或精神上調劑的項目，包括與家人聊天、看電視、聽音樂、烹飪等；(2)社區的休閒活動：以社區為中心是當前社會發展的主要形態，其項目包括宗教聚會、俱樂部聯誼活動、派對等；(3)學校的休閒活動：學校除教授學識之外，必須培養學生休閒活動的觀念，提供學生休閒活動的各種選擇機會；(4)醫院的休閒活動：休閒活動的治療功效早為醫界所肯定，因此視病患的需要擬定計畫，安排適宜的休閒活動，以協助他們早日康復；(5)室內的休閒活動：下棋、打桌球、看電視、聽音樂會等；(6)室外的休閒活動：如旅遊、逛街等。

3. 依活動的性質區分(黃振球, 1970; 梁愛玲, 1995)

大致分為(1)體育(能)性休閒活動：包括田徑、體操、國術、游泳、划船、登山、健身運動、球類運動等；(2)學術性、知識性休閒活動：包括閱讀、朗誦、寫作、實驗、研究及參觀展覽等；(3)娛樂性休閒活動：包括看電影、聽廣播、棋藝、橋藝、攝影、釣魚、觀劇、聽唱歌、旅行及遊街等；(4)藝術性休閒活動：包括音樂、繪畫、雕塑、刺繡、舞蹈、縫紉、插花、烹飪、剪貼、歌唱等；(5)社交性、服務性休閒活動：包括宗教活動、聚會、環境清潔、整理花園、種花種菜、飼養動物、協助孤兒或老人、家庭服務、勞動服務及其他社會服務等五大類項。

4. 從負責的機構來區分

(1)公共的休閒活動；(2)私人的休閒活動；(3)商業性的休閒活動(邱金松等，1990；顏妙桂，2002)。

5. 從活動的時間區分

可分為晨間、中午或晚間的休閒活動(邱金松等，1990)。

6. 從活動的對象區分

包括年齡差別、工作環境不同、性別不同，其休閒活動的項目也不同(邱金松等，1990；顏妙桂，2002)。

除了以上分類法外，還有依活動進行的方式(Orthner，1975)、以資源開發與利用、地理空間的配置和個人條件等角度(周海娟，1990)、依各種休閒型態的哲學理念與本質涵養為分類標準(鄭健雄，1997)來進行休閒活動的分類。

從上述的分類標準來看，不管是用那一種的分類方法，還是有些活動難以劃分清楚。梁愛玲(1995)認為不管研究的分類方法為何，在某個程度上其活動重複性是相當高。而究竟那一種標準來區分休閒活動，至今也無定論。

本研究採用主觀分類法，綜整學者專家的分類，以活動內容之性質將休閒活動分為體育性、知識性、藝術性、娛樂消遣性及社交服務性等五類。但為避免遺漏，另加上其他這一類。

二、消費者行為理論

本小節探討消費者行為之定義與消費者行為模式，期能對消費者的行為有更進一步的瞭解。

(一)消費者行為的定義

現代人的生活離不開消費，食、衣、住、行、育、樂或多或少都與消費有關係，葉智魁(1996)指出，消費是現代社會的一大特徵，不但是現代資本主義社會中的樞紐環節，同時也是活絡經濟不可或缺的動力。消費是一種行為，一種滿足需求的行為。張清溪、許嘉棟、劉鶯釧、吳聰敏(2000)指出，就經濟學的觀點，消費是人類直接用來滿足需求、欲望的行為。而有關消費行為的定義，學者們的看法也不盡相同：

Engel, Blackwell & Minard (1993) 定義消費者行為是獲得、消耗及處置產品和服務的一連串活動，包括在這些活動前後的決策過程。

林靈宏(1999)認為消費者行為是消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念時，所表現出來的各種行為。

榮泰生(2000a)將消費者行為界定為探討採購單位(buying unit)及交換過程(exchange process)的學科，此交換過程涉及到對於產品、服務、經驗及構想的獲得、消費及處理。亦指人們在購買、使用產品的決策過程與行動。

陳桓敦(2001)指出消費行為是消費者在購買與使用產品或享用服務時，一種動態且連續的過程，消費者購買產品並不是為了商業上的目的，而是為了滿足自己家庭的需求。

由以上學者的定義可知，消費者行為是透過搜尋、評估、購買、使用和處理等連續的決策活動，經由這個活動去購買、使用所需之物品。

(二)消費者行為模式

由消費者行為之定義可知，消費者行為可說是決策的流程，從需求、評估、購買、使用和處理的過程。而消費者行為模式，則是以簡單的方式，描述在這些過程中，不同因素對消費者行為的影響(謝智謀，2001)。相關消費者行為模式的研究相當多。其中以 Engel, Kolter & Blackwell(EKB) 模式被公認是最成熟、最完整、最清晰也是消費者行為研究領域的主流消費者行為模式(吳國順，1993;陳桓敦，2002;鍾榮中，2003)。

EKB 模式是對消費者消費的數個階段之假設而成立的，並視消費者行為是一種程序，其中心為消費者決策過程，加以配合影響決策過程每一階段之其他因素而發展的理論模式(黃千珊，1999)。其模式包括四大部份，分述如下(Engle et al.，1993;黃千珊，1999;陳桓敦，2002;鍾榮中，2003):

1. 訊息輸入：消費者接受資訊的刺激，分為行銷來源與其他。

2. 訊息處理：包括消費者接觸、注意、理解、接受與訊息保留等階段，以後形成記憶。

3. 決策程序：為 EKB 模式的核心，可分為五階段，(1)問題、需求認知：瞭解那些因素引發消費者進行購買的決策過

程；(2)資訊尋求：蒐集相關資訊，以利購買決策之完成與進行；(3)方案評估：資訊蒐集後，即據以評估各種可能之方案，縮小欲購買的範圍；(4)購買：消費者於各可行方案中，做何種最佳選擇以滿足其需求；(5)購買結果：依購買後之經驗，做為下次購買之參考依據，滿意則存入記憶中，不滿意則產生認知失調後，加以修正。

4. 影響決策過程變數：影響的變數分為環境與個人的差異。

EKB 模式包含四個部份，最重要的是決策程序，是整個模式的中心，亦常是學者們所述之消費者行為的意義所在。而本研究以家庭生命週期與社經地位來探討家庭休閒消費行為，可依 EKB 模式之決策程序統整如下：

1. 問題、需求認知：家庭成員確認其休閒活動之需求進而引發其消費動機。

2. 資訊尋求：家庭成員依據其社經地位、家庭生命週期蒐集相關休閒活動之資訊，以利購買決策之完成與進行。

3. 方案評估：家庭成員依收集的資訊，進行比較與評估。

4. 購買：家庭成員經由評估等程序，選擇最適合之休閒活動。

5. 購買結果：家庭成員會依其參與之經驗，做為休閒消費之參考依據，滿意則存入記憶中，不滿意則產生認知失調後並加以修正。

三、休閒消費將成為新的經濟增長點

休閒時代的來臨，民眾愈來愈重視休閒生活。參與休閒活動雖然並不一定需要花錢，但往往人們仍需要花費金錢以取得休閒的服務與產品。早在 1920 年代，休閒就已被界定是

一種消費行為，在二次大戰後，消費本身成為主要的休閒娛樂(王昭正，2002)。周秀華(2002)引用 Dattilo(1999)在休閒的歷史意義上指出，二十世紀初，大眾休閒萌芽，人們開始安排活動，消費休閒的時期來臨。休閒是生活在後工業時代人類不可或缺的選擇，而休閒消費則是人們為了滿足休閒心理需求而進行的系列活動，從廣義上來說，休閒的行為有多少種，休閒消費的方式就有多少種，休閒消費的市場就有多少潛力(東方曉鳴，無日期)。

我們可以發現，由於社會進步、經濟發展、國民所得提高，民眾的基本生活所需的消費不斷減少，而休閒消費的支出卻日益提高。在美國，最近 100 年間，生活必需品消費佔總消費的比例下降了 60 個百分點；而休閒娛樂業是消費中增長最快的，其比重已佔到社會總消費的 67%(新浪讀書，無日期)。王昭正(2002)進一步指出，美國光是直接的休閒支出預計一年就超過 3,000 億。這個數字，含通貨膨脹率、至少是 1970 年兩倍，而家庭的收入有 8%是花費於在休閒用途上。反觀台灣也是如此，台灣家庭休閒消費支出也占可支配所得 13%以上。

正因為對休閒的重視與休閒消費支出日益擴大下，促使休閒產業的快速發展，在這種靠消費驅動的經濟模式中，休閒已成為美國第一位的經濟活動(康箏，2000)。在台灣方面，則預計在 2006 年運動休閒產業產值將達 2500 億元，與兩兆雙星產業中的生物科技產業相等(林房儻，2003)。西方學者普遍認為，二十一世紀休閒產業將取代信息產業成為推動全球經濟成長的最大動力，休閒是二十一世紀全球經濟發展的五大推動力中的第一引擎(新浪讀書，無日期)。

由以上學者的看法與見解可知，休閒與消費發展愈來愈密切(王昭正，2002)，休閒消費已是經濟發展的另一個動力。為休閒而進行的各項生產活動和服務活動亦正在日益成為社會經濟繁榮的重要因素(康箏，2000)，這足以說明休閒消費已經成為一個新的經濟增長點(馬惠娣，2000)。

第二節 社經地位與休閒消費之相關研究

本節主要是探討社經地位與休閒消費之關係，共分三個部份：一、社經地位之定義；二、社經地位之劃分方法；三、社經地位與休閒消費相關之研究。以下分述之：

一、社經地位之定義

社經地位(Social Economic Status, SES)、社會階層及社會階級是相似的名詞，但卻代表不同的概念，張華葆(1987)即指出社會階層意指財富、身份地位相同、生活情況類似的人，而社會階級更包含了政治和心理因素，範圍較社會階層更廣。而社經地位則是包含了資源與聲望的整合性指標，資源包括收入、財富、教育程度；聲望則是測量個人在社會階級中的地位 and 序位(郭怡汾，2001)。然而學者們在研究時常使用不同的名詞代表相同的意義，黃裕智(2003)整理相關消費行為時發現，許多學者在探討消費者行為時，其所使用的變項名稱並不相同，但卻採用相同衡量方式。因此本研究在研究家庭休閒消費行為時，皆以社經地位指稱相似之概念並援引相關社會階層、社會階級、社會地位、社經背景等文獻。

在文化裡有各種不同之社會階層，社會階層之所以存在是因為人企圖以自我期許和社會地位來區別他們之間的不同(榮泰生，2000b)。黃俊英(2002)說：社會階層是指在一具有

階層次序的社會中所分成的數個較具同質性和持久性的群體，同一階層的成員會有相似的價值觀、興趣和行為。

林建煌(2000)指出，社會階級就是社會分群上被認為具有相同社會地位的一群人，他們經常以正式化或非正式化的方式，在彼此間進行社會化，並具有類似的行為規範，其特性如下：(一)同一個社會階級代表具有相同的價值、興趣及行為；(二)社會階級也代表社會地位之高低；(三)社會階級是由許多變數綜合影響所成，比如職業、所得、財富、教育等；(四)社會階級之間存在著流動性，也就是社會的成員可以由某一個階級升降至另一社會階級。葉日武(2002)則認為一個維持不墜的社會階級系統，必須讓各個階級符合下列五個準則：(一)有界限；(二)有次序；(三)互斥；(四)涵蓋全部、以及(五)有影響力。

由上述學者之定義可知，社經地位是指在相同的文化、社會中，以社會、經濟變項等標準所劃分之群體，群體中之成員具有相似之價值觀、地位與生活型態。

在消費行為上，社會階層也扮演了重要的角色，大眾的消費行為會因社會階層不同而有差異，郭貞(1997)即指出，社會階層是常用的市場區隔變項，因為它涉及消費者的經濟能力與時間資源，同時它也會孕育不同的社會價值觀，進而導致差異化的消費習性。

二、社經地位之劃分方法

社經地位區分方式不一致在學術界是一個存在的事實，研究者仍使用不同的標準來區分社經族群(劉慈惠，2000)。然而較常使用之劃分法有：聲譽法、主觀認同法及客觀法等三種(蕭夙君，2001;郭怡汾，2001;黃裕智，2003;葉日武，

2002)。

(一) 聲譽法

聲譽法(Reputational method)是由社區知名人士或熟悉該社區者指認社區成員的社會階級(郭怡汾, 2001)。此種方式成功關鍵在於能否找到對於當地人都很熟悉之資訊提供者, 且資訊提供者能否以相同標準評定每一個人之社會階層。此法較適用於小社區, 不適用於大都市, 使用成本較高且費時。

(二) 主觀法

主觀法(Subjective method)又稱知覺衡量法, 係由個人對自己的社會階級做主觀的判定, 其結果受到參與者的自我知覺(self-perception)或自我意象(self-image)所影響。社經地位被視為是個人歸類的結果, 反映出個人的歸屬感或認同對象(黃裕智, 2003)。此法可能產生兩點的偏誤: 1. 人們往往會高估自身的地位, 2. 每個人的評量標準不一致, 且人們會避免極端的評量, 因而會趨於將自身歸類為中產階層(蕭夙君, 2001)。

(三) 客觀法

客觀法(Objective method)是較常用之測量法。主要是透過人口統計變項, 如職業、教育、所得、居住地區等來測量社經地位。客觀法因其採用之區分標準不同可再分為: 單一指標法與複合指標法。分述如下:

1. 單一指標法

只使用一個社經變項來衡量社經地位, 由於個人的地位同時受到若干個層面所影響, 因此單項指數在預測個人社會地位上, 通常不如嚴謹的複合指標法來得精確。然而, 單項

指標可以用來估計特定地位層面對消費過程的影響，最常用的單項指標有教育程度、職業及所得等三項。

教育程度是沒有例行性職業登記資料的國家(如美國)所常用的社經地位指標，象徵個人所擁有之取得實質的社會、心理、經濟資源的必要技能，亦可視為收入、職業之取得的前置因素(郭怡汾，2001)，在美國的文化中，教育一向受到高度重視，並成為力爭上游的捷徑。因此，教育被視為社會地位的直接指標，教育水準愈高則社會地位愈高(葉日武，2002)。

在行銷相關研究中，職業是最常用之指標，由職業來判定個人的社會階層是以職業在社會上的聲望而定(蕭夙君，2001;葉日武，2002;黃裕智，2003)。

所得一向是衡量購買力與社會地位的重要指標，所得的增加有助於提升社會地位，同時使人們有能力消費，所得本身並不像教育水準或職業，通常並不會直接衍生消費，也不足以引導消費，但為了維持某種生活型態，仍必須有一定水準之所得，因此所得愈高者，社會地位通常也愈高。

2. 複合指標法

結合多個社經變項，對社經地位作整體性的衡量。國外最常用之複合指標有:Hollingshead(1958)社會地位指標(Index of social position, ISP)、Warner(1949)地位特徵指標(Index of status characteristics, ISC)與美國人口普查局(1963)社會經濟地位指標(Socioeconomic status scale, SES)，在國內則有郭貞(1997)以Z分數來分層，以下分別介紹：

首先是 Hollingshead 社會地位指標(Index of social

position, ISP)係利用職業與教育程度兩個社經變項發展而成 ISP 指數，其方法為將職業分為 7 大類，教育程度也分為 7 類，評量值為 1 分至 7 分，1 分最好，7 分最差，並將職業評量值乘以權數 7，教育評量值乘以權數 4 後，再將此二類分數加總，得到 ISP 分數 ($ISP = \text{職業別評分} * 7 + (\text{教育程度} * 4)$)，最好為 11 分，最差為 77 分。

再來是 Warner 地位特徵指標 (Index of status characteristics, ISC) 考慮了職業、和所得來源、住家類型及居住地區等四種社經因素來衡量社經地位，發展出 ISC 指數，每個社經因素階分為 7 個等級，評量值從 1 到 7 分，職業構面給予權數 4，所得來源構面給予權數 3，住家類型給予權數 3，居住地區給予權數 2，再將上述四種加總得到 ISC 分數 ($ISC = (\text{職業} * 4) + (\text{所得來源} * 3) + (\text{住家類型} * 3) + \text{居住地區} * 2$)，最好為 12 分，最差為 84 分，並依所得分數將社經地位分為六個等級。

第三種是美國人口統計局根據職業、所得與教育三個變項所編製的社會經濟地位指標 (Socioeconomic status scale, SES)，SES 是職業、所得與教育三項分數之平均值 ($SES = (\text{所得} + \text{職業} + \text{教育}) / 3$)，並將社經地位分為四個等級。

最後一種是國內學者郭貞 (1997) 以職業地位評分、教育程度、個人收入和全家收入的 Z 分數分別加權後，再加總計算出一個總分數，最後再從這個複合指標分數的分佈情形，找出適當之分割點，分為上、中、下三個社會階層。

不同的學者對於社經地位的區分方式，至今仍有許多不同的看法。Hawkins, Best, Coney (2001) 指出：對於地位與階級的衡量並不存在一般公認之方法，因此無法判定何種方法

為佳，究竟該使用何種衡量方法，必須視其研究問題而定。一般說來，職業與教育程度是被用來區分社經地位最重要的兩個因素，在台灣也是如此。Wong(1981)根據其研究 *The changing Chinese family pattern in Taiwan* 的結果發現，教育程度和職業比收入更能反映台灣社經族群之間的差異性。雖然如此，收入仍然是衡量社經地位的一個重要指標，因為高教育程度與高階職業，其收入不見得比低教育程度、低階職業者高。因此本研究在社經地位之衡量上除了教育程度與職業外，一併將收入納入考量。

Laosa(1981)認為，社經地位這個變數在不同的文化社會中往往蘊含不同的意義，他建議在探討社經地位的影響時，不妨將含在社經地位中的變數分開來檢視。因此，本研究不採用將家庭主要經濟來源者之職業地位、教育程度及家庭月收入三個變項算成一個分數再予以分層，而是依據台灣社會之特性(攤販、地主、小商店老闆等較多)，將三個變項分開討論之。其中職業參考唐祖湘(2001)之劃分法，根據兩因子社會地位指數方法(two-factor index of social position)將職業類別及等級區分為六類，並因應社會狀況，增添無業一項，分為：高級專業人員、高級行政人員，專業人員、中級行政人員，半專業人員、一般性公務人員，技術性工人，無(非)技術性工人，無業，但為避免遺漏再加上其他一項。而教育程度則分為小學畢業及以下、國中畢業、高中(職)畢業、大專畢業及以上等四項。家庭月收入的部份則分為：45,000 元以下；45,001 元~60,000 元；60,001 元~75,000 元；75,001 元~90,000 元；90,001 元~105,000 元；105,001~120,000 元；120,001~135,000 元；135,001 元以上等八個群組。

三、社經地位與休閒消費相關之研究

不同的社經地位的人，往往會參與不同的休閒活動，許多學者的研究結果也顯示了這個現象，趙秋嚴(1969)翻譯 Veblen(1899)所著的 *Theory of the Leisure class* 一書中，即探討了休閒與社經地位的關係，他認為「休閒」是社會階層分化的產物、也是有產階級富裕的象徵。李晶(2001)引述 A. Cordes & M. Ibrahim(1999)的話指出：綜觀休閒發展的歷史，休閒生活主要是有錢人和貴族的享受，到了二十世紀經濟發達後，才有所謂的「大眾休閒」的產生。

雖然現在已是大眾休閒的時代，但休閒生活的機會，仍會藉著社會經濟地位，而有差異。王昭正(2002)指出有錢人可買到私密性、排他性的休閒，但對於窮人來說，休閒只是低成本娛樂和尋找逃離壓力條件的可能綜合體。曹勝雄(2001)也指出不同社經地位的人，其消費行為會展現出不同的偏好和回味，不同社經地位所從事的休閒活動及消費行為都具有差異性。

涂淑芳(1996)根據「遊憩趨勢：邁向 2000 年」(Recreation Trends: Toward the Year 2000)指出，窮人並不是許多休閒供應節目的主力市場，富裕的工作者外出活動的限制較少，但也是他們才有較隱私的生活和休閒形態，如私人的獨立露營地，只有上層或中上階層的美國人才有能力在場地中進行休閒活動。

Gladwell(1990)針對州立公園的遊客，探討消費者的社經地位與生活型態休閒消費行為研究，結果發現不同社經地位的遊客，其在生活型態及渡假型態上都有差異。

黃裕智(2003)在遊客社經地位、渡假生活型態與其旅遊

消費行為的關係之研究指出社經地位會對旅遊消費有影響。江佳慧(2002)在家庭休閒消費支出結構之研究中發現，家庭的經濟特性會影響家庭休閒消費支出。陳穎文(2000)研究台灣地區家庭旅遊消費支出與社會經濟與人口變項之間的關係，發現社經地位，是影響家庭國內外旅遊消費支出的絕對因素。

由上述研究可知，家庭休閒消費行為會受到社經地位的影響，不同社經地位的家庭其休閒消費行為上會有差異存在。而在不同社經地位的前提下，家庭休閒消費分配之情形為何?值得進一步研究，也是本研究所欲探討的重點之一。

第三節 家庭生命週期與休閒消費之相關研究

本節旨在探討家庭生命週期與休閒消費之關係，共分三個部份：一、家庭生命週期之定義；二、家庭生命週期之劃分法；三、家庭生命週期與休閒消費相關之研究。茲分述之：

一、家庭生命週期之定義

家庭是人類社會最基本的單位，也是培養個人人格與觀念的團體，家庭提供成員社會化、情感慰藉、經濟與行為規範等重要功能(唐祖湘，2001)，人的一生也多在家庭中生活，受到家庭文化的影響也最早、最多。

家庭正如人的生命有其週期，Duvall 與 Hill 首先將生命週期與人類發展觀點結合，視家庭發展為組織一套促進家庭成員的發展與成長模式，之後 Glick 提出家庭生命週期一詞，將家庭發展劃分出象徵性的階段，並依初婚、子女撫養時間、子女數等作為家庭階段遞嬗的參照標準(羅安琪，1999)。家庭生命週期(family life cycle, FLC)的概念源自

發展學理論(Developmental Theory)，視家庭為一個有生命的個體，從出生、成長、成熟、衰退到死亡，自男女締結婚緣，共組家庭開始，歷經生兒育女、兒女長大成人、夫妻一方死亡為止，構成一個家庭生命週期(高淑貴，1991;黃千珊，1999)。而隨著家庭整個生命歷程的時期不同，呈現著不同的發展任務與特質，這些任務與特質不僅說明了此一家庭生命體的成長階段，更重要的是它深深的影響了生活於其中的個體(梁愛玲，1995)。

家庭生命週期中的各種家庭型態，因為面對著不同的情況，因此往往具有不同的需要(林建煌，2000)，其基本假定在於，大部份家庭在正常發展下都會逐步經歷若干階段，每個階段都有其獨特的財務狀況、生活型態與消費行為(葉日武，2002)。在每一個階段裡，家庭的人口組成、經濟需求等因素都會有所變異，也會具體而微的反應在生產、消費、分配等層面上(唐祖湘，2001)。

二、家庭生命週期之劃分

家庭生命週期是以家庭發展的過程來分析家庭中個人本身、家庭成員間、家庭與社會互動的改變與調適，因此階段的順序性與任務特質等皆為家庭生命週期所強調(梁愛玲，1995)。而家庭生命週期依不同的研究時期、地區文化及研究需要，也有不同的階段區分(周麗芳，1996)。然而受社會環境變遷轉換與家庭結構多樣化影響，家庭生命週期的分類方法，至今仍無定論(羅安琪，1999)。但一般將家庭生命週期分為傳統與現代兩大類：

(一)傳統家庭生命週期階段之劃分

傳統家庭生命週期劃分階段的標準，主要與子女的生活

事件有關，基本上是認為每個家庭皆會依序地歷經這些階段，沒有一個家庭可以越過任一階段(周麗芳，1996;羅安琪，1999;唐祖湘，2001)，其所強調的就是家庭生命週期的順序性，知名的學者有 Wells 與 Gubar(1966)、Duvall(1977)等，其分類法分述如下：

1. Sorokin, Zimmerman & Galpin(1931)提出四階段分類法

以家庭成員的組合改變為分類標準，分為：(1)剛結婚之夫妻；(2)夫妻剛生有一或多個子女；(3)夫妻有一個或一個以上能獨立自主的成年子女；(4)邁入老年的夫妻。

2. Bigelow(1942)分為七個時期

Bigelow 整合子女受教育情形與家庭收入與金錢支出方式，將家庭生命週期區分為七個時期：(1)家庭建立期；(2)養育子女及學齡前子女期；(3)小學期；(4)中學期；(5)大學期；(6)家庭經濟恢復期；(7)退休期。

3. Well 和 Gubar(1966)分為九個階段

以父母及最小子女之年齡以及就業狀況來劃分家庭生命週期，分為(1)年輕單身期；(2)年輕新婚期：無子女；(3)滿巢一期：最小子女六歲；(4)滿巢二期：最小子女大於等於六歲；(5)滿巢三期：較年長，子女皆未獨立；(6)空巢一期：仍就業，子女獨立；(7)空巢二期：已退休，子女獨立；(8)獨居一期：仍就業，空巢或離異；(9)獨居二期：已就業，空巢或離異。

此外，梁愛玲(1995)指出以最小子女年齡為劃分基準的還有 Witt 和 Goodale 在研究「家庭生命週期與家庭休閒障礙的關係」時，將家庭生命週期劃分為五個階段：(1)尚無小孩階段家庭；(2)幼稚階段家庭(1~5歲)；(3)國小階段家庭

(6~12歲);(4)中學階段家庭(13~18歲);(5)大學及以上階段家庭(19歲以上)。

4. *Duvall*(1977)分為八階段

最早以最大子女之成長階段來建構家庭生命週期的是1948年「美國家庭生命週期國家會議」，理由是最大子女經常是帶領家庭進入一個嶄新又陌生經驗的關鍵個體，父母必須隨著最大子女跨入新的階段而重新學習應對新的挑戰。*Duvall*在1977年時除了以最大子女為階段劃分的參考基點外，再依子女生長過程及教育階段，分為八個階段：(1)新婚家庭：無子女；(2)養育幼兒階段：第一個子女出生至二歲半；(3)學齡前期階段：第一個子女在二歲半至六歲間；(4)學齡兒童階段：第一個子女在六歲至十三歲之間；(5)青少年階段：第一個子女在十三至二十歲之間；(6)發射中心階段：第一個子女離家到最子女離家；(7)中年階段：由空巢至退休；(8)老年階段：由退休至死亡。

(二)現代家庭生命週期階段之劃分

隨著社會環境與社會結構的改變，初婚延遲、單親、離婚、不婚的比率愈來愈高，現在的家庭的發展已不若傳統家庭生命週期所說一般，認為家庭會依序的經過這些階段，且這些階段是不可跨越的。*Danko*和*Schaninger*便認為家庭發展不再必須依序、不可跳躍地經歷每一階段，而是可以選擇性或依不同情況，經歷不同階段的不同類型，甚至於可以重新經歷，跳躍進行某些階段(唐祖湘，2001)。彙整相關主要研究者及其分類如下所述：

1. *Murphy & Staples*(1979)

包含了傳統及非傳的生命週期，建構出五個階段、十三

種現代家庭生命週期。(1)年輕單身：未婚；(2)年輕已婚：無子女；(3)其他年輕階段：年輕離婚，無子女；年輕已婚，有子女、年輕離婚，有子女；(4)中年階段：中年已婚，無子女、中年離婚，無子女、中年已婚，有子女、中年離婚，有子女、中年已婚，無未獨立子女、中年離婚，無未獨立子女；(5)老年階段：老年已婚，無未獨立子女、老年未婚。

2. *Gilly & Enis(1982)*

依據現代家庭組成結構，以妻子年齡作為劃分基點，提出一個可轉換之家庭生命週期：(1)單身一期：小於三十五歲；(2)單身二期：三十五至六十五歲；(3)單身三期：大於或等於六十五歲；(4)新婚：無子女；(5)單親：年輕或中年單親；(6)滿巢一期：小於三十五歲且子女小於六歲；(7)延遲滿巢：大於三十五歲且子女小於六歲；(8)滿巢二期、三期：最小子女大於或等於六歲；(9)老夫婦。

(三)本研究之家庭生命週期階段劃分法

綜上所述，在傳統與現代的劃分法中可發現，其分類標準不外乎是以婚姻狀況、家庭組成、子女人數、年齡、工作狀況等。然而隨著社會快速發展，社會結構的改變，家庭結構已不再是只有核心家庭、延伸家庭等，而是有各式各樣的家庭結構產生，如單親家庭、同居、隔代教養、重組家庭。

因此本研究家庭生命週期之劃分，根據 Duvall 的階段細分模式和 Witt 和 Goodale 以最小子女為階段之區分點並依據本研究之研究目的與研究對象，將家庭生命週期劃分為：(1)子女學齡前時期(最小子女約 0~6 歲)；(2)兒童-青少年期(最小子女約 6~18 歲)；(3)青年期以上之家庭(約 19 歲以上)，最小子女未就業；(4)青年期以上之家庭(約 19 歲以上)，最小

子女已就業。

三、家庭生命週期與休閒消費相關之研究

而家庭自形成，經歷了結婚、生子、終至老年去世而解體，人口結構、經濟消費與社會面，會隨著每個階段的改變而不停轉變。因此，關於家庭各個階段變化過程的研究，則有「家庭生命週期」概念的提出與階段建構，而家庭生命週期亦成為研究家庭各項行為的基本參考概念(周麗芳,1996)。

休閒的參與會受家庭生命週期所影響，梁愛玲(1995)引述 Gordon 在其休閒發展模式中指出，休閒所扮演的角色會隨著家庭生命週期的改變而改變。謝秀芬(1986)的研究發現，隨著家庭週期的變化，每個階段家庭成員的休閒活動的影響程度亦有所不同。黃千珊(1999)從家庭生命週期探討核心家庭之休閒活動決策歷程中發現家庭在不同階段之家庭生命週期，其休閒活動之選擇不同。

家庭生命週期的差異不僅對於休閒活動的選擇有影響，休閒消費亦會隨著改變。Wilkie(1995)的研究中發現，當家庭由「年輕單身階段」進入「年輕新婚階段」時，旅遊支出會呈現大幅度的上升，而隨著子女的出生與成長，家庭消費的項目預算與支出比例將起顯著變化。羅安琪(1999)綜合 Wells & Gubar(1966)、Onkvisit & Shaw(1994)、Sternthal & Craig(1982)、Well & Prensky(1996)等學者的研究所分析的家庭生命週期與消費行為的研究顯示：在單身期時，傾向於將大多數收入花費於休閒活動、服裝、餐飲等消費商品與服務；在夫婦二人期時，仍持續花在休閒與服裝等消費層面；子女出生後，其花費明顯用於子女相關商品上。梁愛玲(1995)指出，子女出生前，夫妻可以比較沒有顧慮的把金錢花費在

一些休閒娛樂項目上，可是一旦子女出生後，夫妻倆就會把原先供休閒娛樂的預算費用挪至子女的奶粉、尿布、玩具等需要項目上。

由以上文獻可知，家庭生命週期的不同，不僅在休閒活動的選擇上會有不同，在休閒消費的支出也會有差異。然而究竟每個階段的家庭會選擇什麼樣的活動？其消費支出會有多少？其消費分配又是如何？台中市的家庭是否也有此傾向？若再加上社經地位等因素，家庭休閒消費的分配又是如何？是本研究所欲探究瞭解的。

第參章 研究方法與步驟

本章在瞭解本研究之研究方法與步驟。第一節為研究對象；第二節為研究架構與流程；第三節為研究工具；第四節為研究進度；第五節為資料處理方式。分述如下：

第一節 研究對象與抽樣方式

國內學者進行家庭消費行為之研究(李正俞，1994;林彥伶，1998;陳顯文，2000;張文玲，2002;蔡惠真，2002;江佳慧，2002;林益生，2003)，主要都以行政院主計處之家庭收支調查報告作為分析資料，資料中並未把休閒消費支出單獨列出，而是與教育文化等項目同列於娛樂教育與文化服務項下。且為了從事休閒活動所支出的交通運輸與食宿等費用未明確載入家庭休閒消費支出，並無法全盤了解家庭休閒消費。

有鑑於近來因國內不肖人士利用問卷套取國人資料進行詐騙，以致於國人填答問卷意願不高，影響研究進行，因此本研究以便利隨機抽樣方式，針對台中市之家庭進行問卷調查，總計發出問卷 600 份，回收共 504 份，回收率為 84%，經刪選未填答完整之無效問卷 73 份後，共獲得 431 份有效問卷，有效率達到 86.5%。

第二節 研究架構與流程

本節主要在敘述本研究之研究架構，及整個研究的研究流程。分述如下：

一、研究流程

本研究之流程主要分為研究背景與動機興起、資料蒐集

與整理(文獻探討)、研究方法、結果與討論和結論與建議等五部份，如圖 3-2 所示：

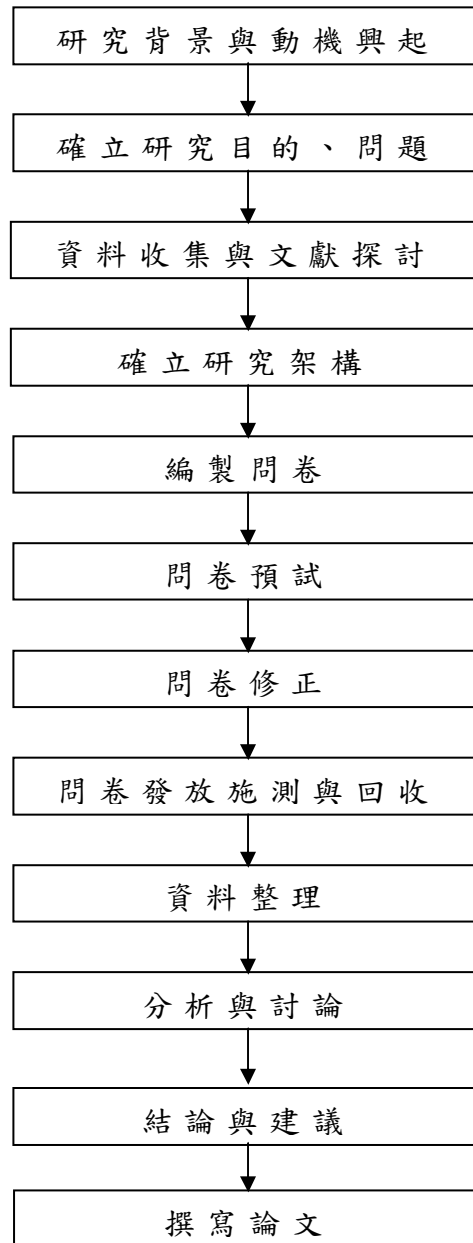


圖 3-1 研究流程圖

二、研究架構

本研究之研究架構，依據研究目的與相關文獻探討建立，主要是瞭解家庭生命週期、社經地位與家庭休閒消費行為間之相互關係。如圖 3-1 所示：

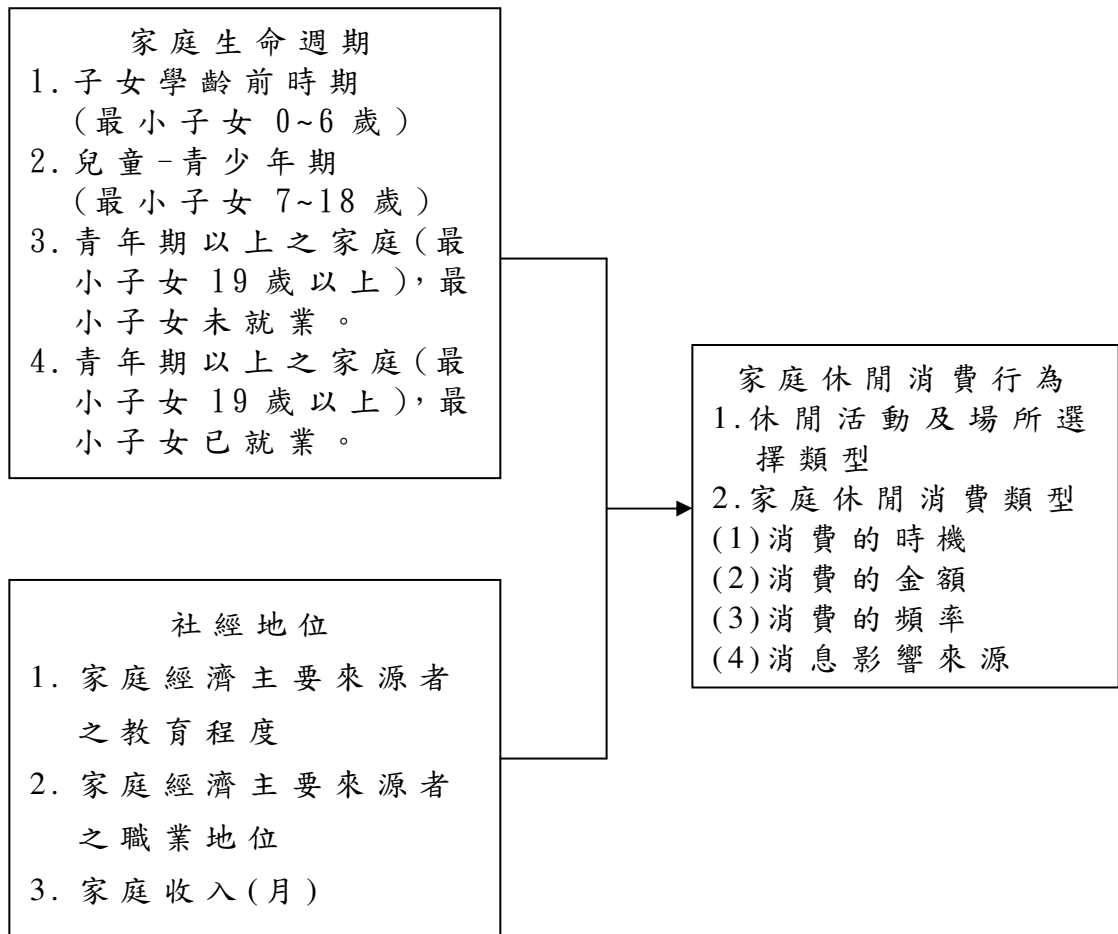


圖 3-2 研究架構圖

第三節 研究工具

本研究以設籍台中市之家庭為研究對象，並以最小子女年齡為家庭生命週期之劃分基礎，再加入社經地位(家庭經濟戶長之教育程度、職業及家庭月收入)來研討家庭在不同生命週期及社經地位下，其休閒活動與休閒消費型態之差異。

本研究使用問卷調查法進行資料之蒐集，以研究者參考國內相關領域專家學者之研究問卷，並依據本研究目的編製而成的「家庭休閒消費行為問卷」為研究工具，問卷內容分為「家庭基本資料」、「家庭休閒消費行為調查」二部份。

一、家庭基本資料

依據研究目的，蒐集受試者之基本資料，包含家庭生命週期及社經地位等資料。

二、家庭休閒消費行為調查

為瞭解家庭的休閒消費行為情況，此部份量表參考陳鴻雁、楊志顯(1999)「國民參與休閒運動現況調查問卷」、黃金柱(1999)「體育、休閒運動支出調查問卷(個人及家庭部份)」及沈易利(2000)編訂之「台灣省民眾參與休閒運動概況調查問卷」，再依本研究之目的修改而成。其內容包含家庭休閒活動參與情況、家庭休閒消費型態共十一個題目，採用勾選的方式蒐集原始資料，如附錄。

第四節 資料處理方式

依本研究之目的與架構，將蒐集之問卷整理編號、登錄後，以 SPSS for Windows 10.0 統計套裝軟體進行量化分析與比較，並採用以下之統計方法以完成研究目的：

一、信、效度考驗

「效度」是指使用的測量工具（問卷）能否正確衡量出研究者所欲瞭解的特質，「信度」是指所用的測量工具所衡量出來的結果之穩定性及一致性（謝邦昌，無日期）。為瞭解本研究問卷是否能達到本研究之研究目的，於問卷完成及預試後分別進行效度及信度分析，分述如下：

（一）效度

問卷完成後，為了解本問卷是否能達到研究者之研究目的，委請三位國內相關領域之學者專家進行內容效度之考驗，並依其建議進行修改，將內容不適或題意不清者，加以修改或刪除後，進行預試及正式施測。

（二）信度

為進一步了解問卷的一致性與穩定性，本研究於問卷完成預試後，以 Cronbach α 進行信度考驗，值愈大則表示問卷一致性程度愈高。

本研究問卷預試，採便利隨機抽樣方式，共發放 60 份問卷，共回收有效問卷 56 份。本問卷第一部份為基本資料，為自變項，未做信度考驗，第二部份為家庭休閒消費行為調查量表，以 Cronbach α 進行信度分析， $\alpha = 0.76 > 0.70$ 尚可接受（吳明隆，2003）。

二、描述性統計

本研究先以描述性統計了解受試者之家庭基本資料，包含家庭組成、家庭社經地位（經濟戶長之職業、教育程度及家庭月收入），及其休閒消費行為現況。

三、交叉列聯分析

檢視各家庭生命週期與社經地位在休閒活動的選擇與休閒消費上次數分配的差異。

四、卡方檢定

本研究使用卡方檢定以檢驗在不同社經地位(經濟主要來源者之教育程度、職業地位與家庭月收入)及家庭生命週期之家庭，其休閒消費行為，是否呈現顯著差異($p < 0.05$)。

第肆章 研究結果與分析

依據研究目的，本章針對問卷調查所得結果加以分析，期望能瞭解台中市不同生命週期與社經地位的家庭，其休閒消費行為之現況。本章分四節針對研究結果進行陳述，第一節以描述性統計結果進行對受試家庭各項基本資料進行整理與說明，第二節及第三節則以交叉列聯分析及卡方考驗，分別分析家庭生命週期與社經地位兩個變項對家庭休閒消費行為的影響，第四節更進一步探討在家庭生命週期與社經地位兩個變項交互作用下，家庭休閒消費行為的情況。

第一節 受試家庭基本資料分析

本研究以家庭為研究單位，探究台中市家庭成員休閒消費行為，第一節使用描述性統計方法，呈現受試家庭相關基本資料及各項家庭休閒消費行為現況，並依問卷題號逐題分析，分析內容主要分為二部份，一、受試家庭背景資料分析；二、受試家庭休閒消費行為分析，茲分述如下：

一、受試家庭背景資料

透過描述性統計方法，呈現受試家庭基本資料，以瞭解受試家庭之家庭生命週期與社經地位分佈情形，在本研究中分別以家庭主要經濟來源者之職業地位、教育程度及家庭月收入等三個社經變項做為社經地位衡量的指標。

(一)家庭主要經濟來源者分佈情形

由表 4-1 可知，受試家庭中經濟來源者以「夫妻雙薪，以夫為多」居多數，佔整體樣本 53.1%，其次是「夫」為經濟來源，佔整體樣本 28.3%，再來則是「夫妻雙薪，以妻為

多」，佔整體樣本 8.4%。值得注意的是樣本中竟有 6.7% 的收入以妻為主，此結果與刻板印象中父系社會的經濟收入結構並不相同。由分佈情形可看出，目前台灣地區之家庭主要仍是「父」系社會，台中市家庭經濟結構目前雖然仍是以夫為主，但雙薪結構的家庭比例和以妻為主要收入者卻已愈來愈高，此為兩性平等的充分寫照。

表 4-1

受試家庭經濟來源者分佈情形

| 經濟來源者 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|-----------|-----|--------|----------|
| 夫 | 122 | 28.3 | 28.3 |
| 妻 | 29 | 6.7 | 35.0 |
| 夫妻雙薪，以夫為多 | 229 | 53.1 | 88.2 |
| 夫妻雙薪，以妻為多 | 36 | 8.4 | 96.5 |
| 其他 | 15 | 3.5 | 100.0 |

n=431

表 4-2

受試家庭成員人數分佈情形

| 家庭人數 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|----------|-----|--------|----------|
| 4 人以下 | 237 | 55.0 | 55.0 |
| 5 人~8 人 | 180 | 41.8 | 96.8 |
| 7 人~12 人 | 10 | 2.3 | 99.1 |
| 13 人以上 | 4 | 0.9 | 100.0 |

n=431

(二) 家庭成員人數分佈情形

在原始問卷中，此題為開放式題項，人數分佈自 2 人至

16人皆有，本研究以4人為一組，所得資料如表4-2，家庭成員以4人以下居多(原始資料中家庭成員人數又以3人為多)，佔整體樣本55.0%，其次是5~8人41.8%，與台中市政府2004年2月人口統計調查平均每戶人口3.03人相符。

(三)家庭組成分佈情形

如表4-3，依受訪家庭之基本資料，家庭組成分佈情形如下：小家庭居多，共有306戶，佔整體樣本71.0%；三代同堂有86戶，佔整體樣本20.0%；單親家庭有28戶，佔整體樣本6.5%；旁系同居之大家庭則有11戶，佔整體樣本2.60%。與表4-2台中市家庭人數四人以下居多相呼應。此亦顯示台中市的家庭型態還是以小家庭為主。

表 4-3

受試家庭型態組成分佈情形

| 家庭組成 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|----------|-----|--------|----------|
| 小家庭 | 306 | 71.0 | 71.0 |
| 三代同堂 | 86 | 20.0 | 91.0 |
| 單親家庭 | 28 | 6.5 | 97.4 |
| 旁系同居之大家庭 | 11 | 2.6 | 100.0 |

n=431

(四)家庭生命週期分佈情形

本研究之研究對象為居住在台中市之家庭，並以最小子女之年齡為劃分家庭生命週期基準，經由文獻探討與研究設計將研究對象劃分為：1. 子女學齡前時期(0~6歲)；2. 兒童-青少年期(7~18歲)；3. 青年期以上之家庭且最小子女(19歲

以上)未就業;4.青年期以上之家庭且最小孩子(19歲以上)已就業,四個週期戶數之分佈情形如表4-4所示,其中以第二個階段兒童-青少年時期所回收之樣本數最多,有179份,佔整體樣本41.5%,其次是子女學齡前時期有92份,佔整體樣本21.3%。

另由原始資料中可知,在第三、四週期之家庭中,最小孩子與父母同住的年齡有偏高的傾向,最高者為38歲,此現象可能與現代人普遍晚婚或是如*CHEERS*快樂工作人雜誌(2003)等報章雜誌所報導現代青年人因經濟無法獨立、經濟不景氣、競爭壓力大所形成之青年回巢族的現象有關。

表 4-4

受試家庭生活週期(以最小孩子年齡劃分)分佈情形

| 家庭生活週期 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|--------------|-----|--------|----------|
| 子女學齡前時期 | 92 | 21.3 | 21.3 |
| 兒童-青少年期 | 179 | 41.5 | 62.9 |
| 青年期以上最小孩子未就業 | 79 | 18.3 | 81.2 |
| 青年期以上最小孩子已就業 | 81 | 18.8 | 100.0 |

n=431

(五)社經地位分佈情形

本研究以家庭生活週期與社經地位為自變項,探討家庭休閒消費分配情形,其中社經地位以家庭主要經濟來源者之職業、教育程度以及家庭月收入三個社經變項分開來探討。表4-5至表4-7分別為家庭主要經濟來源者教育程度、職業及家庭月收入分佈表,表4-5中,教育程度以「大專畢業及

以上」者 191 人居多，佔整體樣本 44.3%，其次是高、中職畢業者 161 人，佔有 37.4%，從樣本教育程度與家庭生命週期結構顯示台灣地區隨著社會進步，都會區中居民的教育程度普遍提高。

表 4-5

受試家庭主要經濟來源者教育程度分佈情形

| 教育程度 | 人數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|---------|-----|--------|----------|
| 小學畢業及以下 | 38 | 8.8 | 8.8 |
| 國中畢業 | 41 | 9.5 | 18.3 |
| 高中、職畢業 | 161 | 37.4 | 55.7 |
| 大專畢業及以上 | 191 | 44.3 | 100.0 |

n=431

表 4-6

受試家庭主要經濟來源者職業分佈情形

| 職業地位 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|---------------|-----|--------|----------|
| 高級專業人員、高級行政人員 | 32 | 7.4 | 7.4 |
| 專業人員、中級行政人員 | 85 | 19.7 | 27.1 |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 111 | 25.8 | 52.9 |
| 技術工人 | 126 | 29.2 | 82.1 |
| 無(非)技術性 | 59 | 13.7 | 95.8 |
| 無業 | 7 | 1.6 | 97.4 |
| 其他 | 11 | 2.6 | 100.0 |

n=431

表 4-6 為家庭主要經濟來源者職業分佈情形，採用唐祖湘(2001)分類方法，共分七類。由表中可發現家庭經濟來源者的職業以半專業人員、一般性公務人員及技術工人比例最

高有 55.0%，而職業等級最高及最低的兩組所佔的比例則較少，均不到百分之十。由本研究樣本的結構與一般社會大眾都自認為屬於中產階級(郭貞，1997)的情形相符，也和謝雨生(2000)台灣階級結構與社會流動的研究中所指出台灣地區以中產階級佔多數結果相同，證明在取樣上並未產生偏頗且足以代表各職業階層的分佈情形。

表 4-7 為家庭月收入分佈情形，以家庭月收入在 45,000 元以下這一組的家庭最多，有 128 戶，佔樣本數 28.8%，其次是家庭每月收入在 45,001 元~60,000 元間，有 90 戶，佔樣本數 20.9%，再來則是家庭每月收入在 60,001 元至 75,000 元之間的家庭，也佔有 20.0%的比例，家庭月收入在 75,000 元以下就佔了七成並有隨著收入增加而遞減的情形，惟在 135,001 元以上者因未設有收入上限，在區間擴大之條件下，所佔比例稍高，此為合理之情形。

表 4-7

受試家庭月收入分佈情形

| 家庭月收入 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|---------------------|-----|--------|----------|
| 45,000 元以下 | 124 | 28.8 | 28.8 |
| 45,001 元~60,000 元 | 90 | 20.9 | 49.7 |
| 60,001 元~75,000 元 | 86 | 20.0 | 69.6 |
| 75,001 元~90,000 元 | 41 | 9.5 | 79.1 |
| 90,001 元~10,500 元 | 38 | 8.8 | 87.9 |
| 10,501 元~120,000 元 | 18 | 4.2 | 92.1 |
| 120,001 元~135,000 元 | 9 | 2.1 | 94.2 |
| 135,001 元以上 | 25 | 5.8 | 100.0 |

n=431

由以上人口統計變項分析結果可知，台中市之家庭以小家庭居多，家庭成員以四人以下佔多數，經濟結構以雙薪結構為多且以夫為主。在社經地位部份，家庭經濟來源者之教育程度多為高中、職及大專以上畢業最多，職業地位則以中間階層最多，家庭月收入 75,000 元以下居多，從表 4-6 中可發現家庭月收入自 135,000 元以下，依不同分組有向下遞增比例的情形，但在 135,001 元之組別中又有向上增加百分比的情形，此結果並非是特定現象，造成此結果主要原因是在該組中並未如前幾組均有固定組距，由於該組未設上限，因此才有提昇百分比之情形，此亦為必需特別聲明之部份。

二、受試家庭休閒消費行為情況

表 4-8 至表 4-17 為家庭成員休閒消費行為參與情形，依統計結果分述如下：

由表 4-8 中發現家庭成員參與休閒活動的時間以假日為多，有 351 戶，佔整體樣本 81.4%，表示假日普遍為家庭成員一起參與休閒活動的時間，此項結果說明了在進入工商社會後，家庭成員在平時由於分職於各項生產與學習工作中，一同參與休閒活動的機會並不多，僅能利用假日時一起從事休閒活動。

表 4-9 則為家庭成員最常參與休閒活動時段統計表，由表中可知家庭成員最常參與休閒活動的時段為傍晚五點以後，有 216 次，佔整體樣本 31.5%，第二多的為下午二點以後至傍晚五點，有 190 次，比例也達到 27.7%。

以上兩項經統計分析後，其結果與沈易利(1998)針對台灣省民所做的研究成果一致。

表 4-8

受試家庭成員最常參與休閒活動時間分佈情形

| 參與時間 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|------|-----|--------|----------|
| 假日 | 351 | 81.4 | 81.4 |
| 非假日 | 32 | 7.4 | 88.9 |
| 皆有 | 48 | 11.1 | 100.0 |

n=431

表 4-9

受試家庭最常參與休閒活動的時段分佈情形

| 時段 | 次數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|------------|-----|--------|----------|
| 清晨八點以前 | 30 | 4.4 | 4.4 |
| 上午八點至十二點 | 169 | 24.6 | 29.0 |
| 午休十二點至下午二點 | 81 | 11.8 | 40.8 |
| 下午二點至傍晚五點 | 190 | 27.7 | 68.5 |
| 傍晚五點以後 | 216 | 31.5 | 100.0 |

如表 4-10 所示，家庭成員最常參與的休閒活動類型以娛樂、消遣性活動為最多，有 202 戶，佔整體樣本 46.9%，而受試家庭成員最少參與的休閒活動為知識、學術性與藝術性休閒活動，此與行政院主計處(2001)所公佈之八十九年台灣地區社會發展趨勢調查結果一致。可見娛樂、消遣性之休閒活動因為方便、簡單、經濟及易於從事(梁愛玲，1995)，仍為國人最愛與最常參與的項目。其次是體育性休閒活動，有 163 戶，佔整體樣本 37.8%。從受試家庭最常參與的休閒活動項目來看(表 4-11)，以戶外活動、看電視、電影、觀光旅遊及逛街購物等娛樂、消遣性及體育性活動項目最多，與表 4-10 相呼應，並與文獻探討的結果大致一致。

表 4-10

受試家庭成員最常參與休閒活動類型分佈情形

| 休閒活動類型 | 次數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|--------|-----|--------|----------|
| 體育性 | 163 | 37.8 | 37.8 |
| 知識、學術性 | 12 | 2.8 | 40.6 |
| 藝術性 | 15 | 3.5 | 44.1 |
| 娛樂、消遣性 | 202 | 46.9 | 91.0 |
| 社交服務性 | 39 | 9.0 | 100.0 |

n=431

表 4-11

受試家庭最常參與休閒活動項目分佈情形

| 活動細項 | 次數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|--------|-----|--------|----------|
| 運動 | 89 | 10.2 | 10.2 |
| 觀光旅遊 | 125 | 14.3 | 24.5 |
| 健身俱樂部 | 9 | 1.0 | 25.5 |
| 藝文活動 | 36 | 4.1 | 29.6 |
| 舞蹈 | 2 | 0.2 | 29.8 |
| 戶外活動 | 190 | 21.8 | 51.6 |
| 逛街購物 | 137 | 15.7 | 67.3 |
| 遊樂園 | 14 | 1.6 | 68.9 |
| 拜訪親朋好友 | 106 | 12.2 | 81.1 |
| 看電視、電影 | 160 | 18.3 | 99.4 |
| 其他 | 4 | 0.5 | 99.9 |

表 4-12 為家庭成員共同參與的休閒活動場所是否需要付費之分佈表，結果顯示家庭成員在選擇休閒活動的場所仍以免費的休閒活動場所居多，有 261 戶，佔整體樣本 60.6%，與黃金柱(1999)在政府與民間投資體育活動經費編配和消費概況之調查研究的結果一致，顯示前往免費的休閒活動場所仍是台中市大部份家庭的選擇，但表示前往需付費的休閒活

動場地進行休閒活動的家庭也佔有 31.3%，所佔比例亦不低。

表 4-12

受試家庭成員最常參與休閒活動場所分佈情形

| 休閒活動場所 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|--------|-----|--------|----------|
| 免費場所 | 261 | 60.6 | 60.6 |
| 需付費場所 | 135 | 31.3 | 91.9 |
| 皆有 | 35 | 8.1 | 100.0 |

n=431

由表 4-13 發現，家庭成員到達休閒活動的時間以「一小時以上」佔多數，有 282 次、65.4%，此與陳鴻雁(1999)在國民參與休閒運動人口調查研究中，民眾到達休閒活動場所「10 分鐘(含)以內」居多的結果有出入，分析可能是因本研究以家庭為研究單位，台中市的家庭為研究對象，而陳鴻雁(1999)之研究僅以個人為研究單位，且是以全國民眾為研究對象，才會造成結果不同。

表 4-13

受試家庭成員到達休閒活動場所時間分佈情形

| 到達時間 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|------------|-----|--------|----------|
| 10 分鐘(含以下) | 20 | 4.6 | 4.6 |
| 11~30 分鐘 | 59 | 13.7 | 18.3 |
| 31~60 分鐘 | 70 | 16.2 | 34.6 |
| 一小時(含以上) | 282 | 65.4 | 100.0 |

n=431

表 4-14 至 4-15 為家庭成員參與休閒活動消費支出情形分佈表，家庭成員每次消費金額以 501 元~1,000 元為最多，有 128 次 29.7%；每月消費金額則以 2,501 元~5,000 元佔多

數，有 146 次，佔整體樣本 33.9%，此項結果與黃金柱(1999)的調查結果中家庭成員休閒消費每次 100 元以下、每月 1,000 元以下居多不一致。此亦代表近年來，民眾對於休閒活動的重視，不吝於花費金錢，以求得更好的休閒品質，也顯示了整個休閒市場向上成長趨勢。

表 4-14

受試家庭每次參與休閒活動花費金額分佈情形

| 每次花費金額 | 次數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|-----------------|-----|--------|----------|
| 500 元(含)以下 | 69 | 16.0 | 16.0 |
| 501 元~1,000 元 | 128 | 29.7 | 45.7 |
| 1,001 元~1,500 元 | 82 | 19.0 | 64.7 |
| 1,501 元~2,000 元 | 75 | 17.4 | 82.1 |
| 2,001 元(含)以上 | 77 | 17.9 | 100.0 |

n=431

表 4-15

受試家庭每月參與休閒活動花費金額分佈情形

| 每月花費金額 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|------------------|-----|--------|----------|
| 1,000 元(含)以下 | 63 | 14.6 | 14.6 |
| 1,001 元~2,500 元 | 127 | 29.5 | 44.1 |
| 2,501 元~5,000 元 | 146 | 33.9 | 78.0 |
| 5,001 元~1,0000 元 | 76 | 17.6 | 95.6 |
| 1,0001 元(含)以上 | 19 | 4.4 | 100.0 |

n=431

再以表 4-16 來驗證，發現家庭成員最主要之休閒消費支出以食及交通費用佔最多，可與表 4-12 家庭到達休閒活動場所時間相對照，到達休閒活動場所的時間增加，其交通費用及食宿費用也會隨著增加，表示距離在民眾的認知上已不是

休閒參與的阻礙，民眾寧可多花時間，也要享受更好的休閒生活。雖然食與交通費用並非是休閒的主體，但若把休閒參與排除，則這二項費用亦可能產生改變，因此，受試者在認知上仍將參與休閒所導致的連帶性消費亦列為休閒費用，這是一件可以被理解與接受的認知。

表 4-16

受試家庭參與休閒活動支出項目分佈情形

| 支出項目 | 次數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|--------------|-----|--------|----------|
| 交通費用 | 245 | 25.2 | 25.2 |
| 服裝費用 | 41 | 4.2 | 29.4 |
| 會員費用 | 14 | 1.4 | 30.8 |
| 紀念品費用 | 27 | 2.8 | 33.6 |
| 設備使用費 | 25 | 2.6 | 36.2 |
| 住宿費用 | 102 | 10.5 | 46.7 |
| 保險費 | 14 | 1.4 | 48.1 |
| 食的費用 | 313 | 32.2 | 80.3 |
| 門票(場地)費用 | 146 | 15.0 | 95.3 |
| 購買參與活動必要之產品費 | 41 | 4.2 | 99.5 |
| 其他 | 3 | 0.3 | 99.8 |

表 4-17 為家庭成員參與休閒活動頻率分佈表，有 295 戶的家庭每月參加休閒活動的頻率以 1~2 次者為最多，佔整體樣本 68.4%，近七成的比例。其次是每月參加 3~4 次，有 88 戶，佔整體樣本 20.4%。黃金柱(1999)調查家庭參與休閒運動的頻率是以每週 1~2 次為多，分析兩項研究差異的原因，在於近年來休閒風氣與理念提昇、健康意識抬頭的結果。

表 4-17

受試家庭每月參與休閒活動頻率分佈情形

| 每月參與次數 | 戶數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|----------|-----|--------|----------|
| 無 | 12 | 2.8 | 2.8 |
| 1~2 次 | 295 | 68.4 | 71.2 |
| 3~4 次 | 88 | 20.4 | 91.6 |
| 5~6 次 | 13 | 3.0 | 94.7 |
| 7 次(含)以上 | 23 | 5.3 | 100.0 |

n=431

表 4-18 所示，家庭成員參與休閒活動的消息影響源主要是家人因素，佔有 247 戶，所佔比佔達到 57.3%，與緒論及文獻探討中所述個人在參與休閒消費行為時會以家人需求做為考量一致。再與前述台中市之家庭組成以四人以下之小家庭相對照，可知小孩子為家庭參與休閒活動時之決定性因素。

表 4-18

影響受試家庭參與休閒活動消息來源分佈情形

| 影響因素 | 次數 | 百分比(%) | 累積百分比(%) |
|------|-----|--------|----------|
| 配偶 | 49 | 11.4 | 11.4 |
| 家人 | 247 | 57.3 | 68.7 |
| 同儕 | 15 | 3.5 | 72.2 |
| 自己喜好 | 102 | 23.7 | 95.8 |
| 傳播媒體 | 14 | 3.2 | 99.0 |
| 銷售人員 | 2 | 0.5 | 95.0 |
| 其他 | 2 | 0.5 | 100.0 |

由台中市家庭參與休閒活動消費行為之描述性統計分析中可知，台中市之家庭最常參與休閒活動的時間以假日為主，最常參與的項目為娛樂、消遣性活動，免費的場所仍是

大部份家庭的選擇，而路程以一小時以上居多，此外，每次休閒參與的花費多為 501 元~1,000 元，每月花費平均為 2,501 元~5,000 元，支出項目以食、宿及交通費為主，每月參與休閒活動的頻率以 1~2 次佔大多數，且較易因家人影響而有不同休閒消費行為。

第二節 不同家庭生活週期之休閒消費行為分析

許瑛玲(1994)指出，家庭生活中，最容易被用來預測休閒行為的家庭變項為家庭生活週期。本節即以家庭生活週期為自變項，針對台中市家庭各項休閒消費行為進行卡方分析，以了解家庭生活週期與家庭休閒消費行為之關係，分述如下：

一、家庭生活週期與家庭參與休閒活動時間分析

梁愛玲(1995)指出在休閒中最容易受到家庭生活週期所影響的是休閒的時間。本研究樣本經由家庭生活週期與參與休閒活動時間之卡方分析中(表 4-19)，卡方值為 8.726，在六個自由度的情形下， $p=0.190$ ，表示台中市的家庭不論處於何種生命週期，在參與休閒活動的時間並沒有顯著差異，從交叉表的分佈中，各週期參與休閒活動的時間均以假日為主，但隨著家庭成立的時間愈長在假日家庭一同參與休閒活動的比例愈低，此可能小孩逐漸成長後，自主性提高，慢慢想脫離家庭的束縛有關，子女在假日常和同儕相聚而較少與家庭成員一同參與休閒活動。

再由表 4-20 家庭生活週期與休閒活動時段交叉分析中，發現各週期之家庭參與休閒活動的時段從下午二點以後的時間居多，此兩項與沈易利(1998)針對台灣省民休閒需求

所做之研究一致。由表 4-20 中又可發現，扣除中午十二點至下午兩點這個時段，在不同生命週期之家庭，參與休閒活動的時段愈晚，比例愈高。

表 4-19

家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動時間分析表

| 家庭生命週期 參與時間 | 學齡前時期 | | 兒童-青少年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | | df | χ^2 | p |
|----------------|-------|------|---------|------|------------------|------|------------------|------|----|----------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 假日 | 78 | 84.8 | 149 | 83.2 | 66 | 83.5 | 58 | 71.6 | | | |
| 非假日 | 6 | 6.5 | 9 | 5.0 | 6 | 7.6 | 11 | 13.6 | 6 | 8.726 | 0.190 |
| 皆有 | 8 | 8.7 | 21 | 11.7 | 7 | 8.9 | 12 | 14.8 | | | |

* $p < 0.05$

表 4-20

家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動時段交叉分析表

| 家庭生命週期 參與休閒活動時段 | 學齡前時期 | | 兒童-青少年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | |
|--------------------|-------|------|---------|------|------------------|------|------------------|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 清晨八點以前 | 3 | 2.0 | 16 | 5.0 | 8 | 7.3 | 3 | 2.6 |
| 上午八點至十二點 | 36 | 25.0 | 83 | 26.3 | 25 | 22.7 | 25 | 21.6 |
| 中午十二點至下午 二點 | 16 | 11.1 | 40 | 12.7 | 11 | 10.0 | 14 | 12.1 |
| 下午二點至五點 | 44 | 30.6 | 87 | 27.5 | 26 | 23.6 | 33 | 28.4 |
| 傍晚五點以後 | 45 | 31.3 | 90 | 28.5 | 40 | 36.4 | 41 | 35.3 |

二、家庭生命週期與家庭參與休閒活動類型分析

在家庭休閒活動類型的選擇上，家庭生命週期是一個重要變項(Kelly, 1990)，表 4-21 顯示不同家庭生命週期的家庭參與休閒活動類型之卡方分析，結果顯示 $p=0.037$ ，達到顯著差異水準，在刪除個數較少的知識、學術型後，再進行

卡方分析，卡方值為 20.244， p 值為 0.016 仍為顯著，代表台中市的家庭在選擇休閒活動類型會因處於不同家庭生命週期而有不同，再從百分比分析可發現隨著家庭的成長，參與娛樂、消遣性活動的比例隨之增高而體育性休閒活動的參與比例就愈低，學齡前時期與兒童-青少年時期之家庭以參與體育性休閒活動為多，而青年期以上之家庭則以參加娛樂、消遣性休閒活動為主。本項分析結果可提供休閒業者及體育主管機關，因應不同型態和週期的家庭需求，作為設計和提供休閒活動時之參考。

表 4-21

家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動類型分析表

| 家庭生命週期 休閒活動類型 | 學齡前時期 | | 兒童-青少年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | | df | χ^2 | p |
|------------------|-------|------|---------|------|------------------|------|------------------|------|----|----------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 體育型 | 43 | 46.7 | 75 | 41.9 | 25 | 31.6 | 20 | 24.7 | 12 | 22.086 | 0.037* |
| 知識、學術型 | 2 | 2.2 | 7 | 3.9 | 2 | 2.5 | 1 | 1.2 | | | |
| 藝術型 | 1 | 1.1 | 9 | 5.0 | 4 | 5.1 | 1 | 1.2 | | | |
| 娛樂、消遣性 | 42 | 45.7 | 72 | 40.2 | 39 | 49.4 | 49 | 60.5 | | | |
| 社交服務型 | 4 | 4.3 | 16 | 8.9 | 9 | 11.4 | 10 | 12.3 | | | |

* $p < 0.05$

再從表 4-22 交叉分析表驗證，當最小孩子為學齡前時期與兒童-青少年期兩個週期時，以參與戶外活動等體育休閒活動為主，而青年期以上之家庭則以看電視、電影、觀光旅遊等娛樂、消遣性休閒活動為主。梁愛玲(1995)即指出：

從發展心理學的角度來看，學齡兒童是正值活潑好動、喜歡探索、好奇心最強的時期，對於重視孩子教育的家庭，為了滿足孩子的需求會經常安排戶外遊憩性的休閒

活動 (p. 22)。

在青年時期以上的家庭則偏好娛樂消遣性的休閒活動，以筆者成長經驗，在此階段平時因上課、上班或是因同儕影響，僅在晚上才有機會和家人一同參與休閒活動，因家庭成員相聚時間短且集中於夜間，受制於時空因素，多從事看電視等室內娛樂、消遣性休閒活動。

表 4-22

家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動項目交叉分析表

| 家庭生命週期 參與休閒活動項目 | 學齡前時期 | | 兒童-青少年期 | | 青年期以上最小 子女未就業 | | 青年期以上最小 子女已就業 | |
|--------------------|-------|------|---------|------|------------------|------|------------------|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 運動 | 19 | 10.4 | 46 | 12.3 | 17 | 10.8 | 7 | 4.4 |
| 觀光旅遊 | 27 | 14.8 | 42 | 11.3 | 27 | 17.2 | 29 | 18.1 |
| 健身俱樂部 | 4 | 2.2 | 2 | 0.5 | 3 | 1.9 | 0 | 0.0 |
| 藝文活動 | 4 | 2.2 | 24 | 6.4 | 4 | 2.5 | 4 | 2.5 |
| 戶外活動 | 49 | 26.9 | 81 | 21.7 | 26 | 16.6 | 34 | 21.3 |
| 逛街購物 | 28 | 15.4 | 50 | 13.4 | 26 | 16.6 | 33 | 20.6 |
| 遊樂園 | 6 | 3.3 | 6 | 1.6 | 0 | 0.0 | 2 | 1.3 |
| 拜訪親朋好友 | 19 | 10.4 | 47 | 12.6 | 24 | 15.3 | 16 | 10.0 |
| 看電視、電影 | 25 | 13.7 | 74 | 19.8 | 28 | 17.8 | 33 | 20.4 |
| 其他 | 1 | 0.5 | 1 | 0.3 | 2 | 1.3 | 2 | 1.3 |

三、家庭生命週期與家庭參與休閒活動場所分析

休閒活動場所的分類有許多種，最常見的分類方式為以政府設立或由私人設立的場所、設施來區分，但近年來，許多公有的設施由於國家補助減少，往往需自籌經費或是交由民間廠商經營，場地設施維護運作所需之各項經費轉向使用者收取，以使用者所繳交的費用維持營運，因此本研究以參與休閒活動的場所、設施是否需付費來劃分。表 4-23 即是以卡方考驗分析台中市的家庭在不同家庭生命週期時，於選擇

休閒活動場所時，是否有顯著差異，考驗結果發現差異並不顯著，表示台中市的家庭不論處於那一個生命週期，從事休閒活動時均以選擇免費的場所居多，但選擇須付費的場所或是皆有的家庭亦不在少數，比對沈易利(1998)指出國人參加收費組織與收入成正比，推論應和國民收入增加有關。

除對照相關研究結果導出推論外，再對照表 4-32 亦可發現，當家庭月收入愈高，選擇需付費的場所的比例也愈高。另亦可能與近年來須收費之公有設施及民間許多設施，如健身俱樂部、主題遊樂園增多，甚或是出國旅遊風氣盛行有關，惟主要影響原因除與受試者社經條件和休閒行為習慣有關外，是否另有原因造成本現象，實仍值得進一步研究。

表 4-23

家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動場所分析表

| 家庭生命週期 休閒場所 | 學齡前時期 | | 兒童-青少年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | | df | χ^2 | p |
|----------------|-------|------|---------|------|------------------|------|------------------|------|----|----------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 免費場所 | 59 | 64.1 | 107 | 59.8 | 48 | 60.8 | 47 | 58.0 | 6 | 6.595 | 0.360 |
| 需付費場所 | 29 | 31.5 | 53 | 29.6 | 28 | 35.4 | 25 | 30.9 | | | |
| 皆有 | 4 | 4.3 | 19 | 10.6 | 3 | 3.8 | 9 | 11.1 | | | |

* $p < 0.05$

表 4-24 為家庭在不同生命週期時，到達休閒活動場所時間卡方分析表，在卡方值為 6.595， $p = 0.360$ 並未達到顯著差異之前題下，亦顯示家庭生命週期與家庭到達休閒活動場所的時間並無關聯。但由百分比上觀察，選擇一個小時以上路程時間前往休閒活動場所的家庭在各組幾佔最多，可見民眾在選擇休閒活動時，距離已不再是必要的考量因素，這個

現象除因為台灣南北縱徑在便利交通網路和私人車輛普及下，使民眾更能接受車程時間外，亦可由假日時風景名勝區或是舉辦特殊活動時(如宜蘭童玩節、彰化的花卉博覽會)，到處是擁擠的人潮，大排的車陣，以及近年來國內出國旅遊人數日增得到印證。

此外，觀察家庭到達休閒活動場所 11~30 分鐘這一組，發現家庭成立時間愈短(家庭最小子女愈小)則選擇 11~30 分鐘可到達的場所的家庭比例愈高，在 10 分鐘以內可到達的這一組也有相似的分佈，可知家庭生命週期愈前期的家庭，其選擇住家附近從事休閒活動的比例愈高。本現象亦充分說明了社區公園設置兒童遊樂設施的重要性。

表 4-24

家庭生命週期與家庭成員到達休閒活動場所時間分析表

| 家庭生命週期 到達時間 | 學齡前時期 | | 兒童-青少 年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | | df | χ^2 | p |
|----------------|-------|------|-------------|------|------------------|------|------------------|------|----|----------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 10 分鐘 (含)以下 | 4 | 4.3 | 11 | 6.1 | 4 | 5.1 | 1 | 1.2 | | | |
| 11~30 分鐘 | 15 | 16.3 | 28 | 15.6 | 8 | 10.1 | 8 | 9.9 | 9 | 10.604 | 0.304 |
| 31~60 分鐘 | 14 | 15.2 | 23 | 12.8 | 19 | 24.1 | 14 | 17.3 | | | |
| 一小時以上 | 59 | 64.1 | 117 | 65.4 | 48 | 60.8 | 58 | 71.6 | | | |

* $p < 0.05$

四、家庭生命週期與家庭休閒消費支出分析

表 4-25 及表 4-26 為台中市家庭不同家庭生命週期與家庭成員每次、月參與休閒活動消費支出金額的卡方分析表，分析結果均呈現不具顯著差異，此表示各不同階段的家庭，在休閒消費支出方面並不會受到家庭生命週期影響。家庭在

不同生命週期每次休閒消費支出均以花費 501 元~1,000 元為最多，而每月花費金額則以 2,501 元~5,000 元為最多。

但由表中亦可發現，若以四個生命週期做比較，以兒童-青少年時期休閒消費支出最多，應和表 4-22 所述，因為該時期的孩子活潑好動且好奇心最強，父母因重視孩子的教育，為滿足孩子的需求，故多參與戶外遊憩性休閒活動有關。

表 4-25

家庭生命週期與家庭成員每次參與休閒活動花費金額分析表

| 家庭生命週期 每次花費金額 | 學齡前時期 | | 兒童-青少 年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | | df | χ^2 | p |
|------------------|-------|------|-------------|------|------------------|------|------------------|------|----|----------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 500 元(含)以下 | 12 | 13.0 | 37 | 20.7 | 9 | 11.4 | 11 | 13.6 | | | |
| 501 元~1,000 元 | 28 | 30.4 | 52 | 29.1 | 24 | 30.4 | 24 | 29.6 | | | |
| 1,001 元~1,500 元 | 21 | 22.8 | 31 | 17.3 | 15 | 19.0 | 15 | 18.5 | 12 | 7.709 | 0.807 |
| 1,501 元~2,000 元 | 18 | 19.6 | 27 | 15.1 | 16 | 20.3 | 14 | 17.3 | | | |
| 2,001 元(含)以上 | 13 | 14.1 | 32 | 17.9 | 15 | 19.0 | 17 | 21.0 | | | |

* $p < 0.05$

表 4-26

家庭生命週期與家庭成員每月參與休閒活動花費金額分析表

| 家庭生命週期 每月花費金額 | 學齡前時期 | | 兒童-青少 年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | | df | χ^2 | p |
|------------------|-------|------|-------------|------|------------------|------|------------------|------|----|----------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 1,000 元(含)以下 | 11 | 12.0 | 34 | 19.0 | 4 | 5.1 | 14 | 17.3 | | | |
| 1,001 元~2,500 元 | 22 | 23.9 | 53 | 29.6 | 28 | 35.4 | 24 | 29.6 | | | |
| 2,501 元~5,000 元 | 40 | 43.5 | 53 | 29.6 | 27 | 34.2 | 26 | 32.1 | 12 | 18.464 | 0.102 |
| 5,001 元~10,000 元 | 15 | 16.3 | 30 | 16.8 | 19 | 24.1 | 12 | 14.8 | | | |
| 10,001 元(含)以上 | 4 | 4.3 | 9 | 5.0 | 1 | 1.3 | 5 | 6.2 | | | |

* $p < 0.05$

再觀察台中市家庭參與休閒活動支出細項表(表 4-27)

發現，花費最多的項目依序為食的費用、交通費用及住宿費用，此結果與表 4-22 家庭到達休閒活動場的時間分析表相呼應，因到達休閒活動的場所以一小時以上為主，故以這三項為主要消費支出，亦相當合理。

表 4-27

家庭生命週期與家庭成員參與休閒活動花費項目分析表

| 家庭生命週期 花費項目 | 學齡前時期 | | 兒童-青少年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | |
|------------------|-------|------|---------|------|------------------|------|------------------|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 交通費用 | 63 | 26.9 | 97 | 24.1 | 49 | 28.0 | 36 | 22.6 |
| 服裝費用 | 10 | 4.3 | 17 | 4.2 | 6 | 3.4 | 8 | 5.0 |
| 會員費用 | 4 | 1.7 | 6 | 1.5 | 3 | 1.7 | 1 | 0.6 |
| 紀念品費用 | 9 | 3.8 | 10 | 2.5 | 4 | 2.3 | 4 | 2.5 |
| 設備使用費 | 5 | 2.1 | 10 | 2.5 | 5 | 2.9 | 5 | 3.1 |
| 住宿費用 | 27 | 11.5 | 43 | 10.7 | 18 | 10.3 | 14 | 8.8 |
| 保險費 | 4 | 1.7 | 4 | 1.0 | 3 | 1.7 | 3 | 1.9 |
| 食的費用 | 68 | 29.1 | 128 | 31.8 | 58 | 33.1 | 59 | 37.1 |
| 門票(場地)費用 | 33 | 14.1 | 66 | 16.4 | 23 | 13.1 | 24 | 15.1 |
| 購買參與活動必 要之產品費 | 11 | 4.7 | 19 | 4.7 | 6 | 3.4 | 5 | 3.1 |
| 其他 | 0 | 0.0 | 3 | 0.7 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |

五、家庭生命週期與家庭參與休閒消費頻率分析

在探討家庭生命週期與休閒消費頻率方面，經卡方考驗後， $p=0.329$ ，表示台中市的家庭在處於不同生命週期時，於參與休閒活動的次數上並沒有顯著差異，在表 4-28 中，從百分比分佈可知，各週期的家庭參與休閒活動的次數方面以每月參與 1~2 次為最多，所佔比例皆超過一半以上，表示參與休閒活動每月次數仍以 1~2 次最為普遍。

表 4-28

家庭生命週期與家庭成員每月參與休閒活動頻率分析表

| 家庭生命週期 每月參與次數 | 學齡前時期 | | 兒童-青少 年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | | df | χ^2 | p |
|------------------|-------|------|-------------|------|------------------|------|------------------|------|----|----------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 無 | 0 | 0.0 | 7 | 3.9 | 1 | 1.3 | 4 | 3.9 | | | |
| 1~2 次 | 65 | 70.7 | 119 | 66.5 | 58 | 73.4 | 53 | 65.4 | | | |
| 3~4 次 | 17 | 18.5 | 40 | 22.3 | 12 | 15.2 | 19 | 22.5 | 12 | 13.566 | 0.329 |
| 5~6 次 | 3 | 3.3 | 3 | 1.7 | 5 | 6.3 | 2 | 2.5 | | | |
| 7次(含)以上 | 7 | 7.6 | 10 | 5.6 | 3 | 3.8 | 3 | 3.7 | | | |

* $p < 0.05$

表 4-29

家庭生命週期與影響家庭成員參與休閒活動消息來源分析表

| 家庭生命週期 消息影響源 | 學齡前時期 | | 兒童-青少 年期 | | 青年期以上最 小子女未就業 | | 青年期以上最 小子女已就業 | | df | χ^2 | p |
|-----------------|-------|------|-------------|------|------------------|------|------------------|------|----|----------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 配偶 | 21 | 22.8 | 19 | 10.6 | 8 | 10.1 | 1 | 1.2 | | | |
| 家人 | 44 | 47.8 | 101 | 56.4 | 45 | 57.0 | 57 | 70.4 | | | |
| 同儕 | 1 | 1.1 | 7 | 3.9 | 6 | 7.6 | 1 | 1.2 | | | |
| 自己喜好 | 22 | 23.9 | 44 | 24.6 | 16 | 20.3 | 20 | 24.7 | 18 | 36.083 | 0.007* |
| 傳播媒體 | 4 | 4.3 | 5 | 2.8 | 4 | 5.1 | 1 | 1.2 | | | |
| 銷售人員 | 0 | 0.0 | 1 | 0.6 | 0 | 0.0 | 1 | 1.2 | | | |
| 其他 | 0 | 0.0 | 2 | 1.1 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | | | |

* $p < 0.05$

六、家庭生命週期與家庭參與休閒活動消息影響源分析

表 4-29 顯示影響不同家庭生命週期之家庭成員參與休閒活動的主要消息影響來源，經卡方分析後，其自由度 18，卡方值 (χ^2) 為 36.083， p 值為 0.007，經剔除「傳播媒體」、「其他」等個數較少的項目後，卡方值為 31.241， p 值為 0.002 仍達顯著水準，表示影響不同家庭生命週期之家庭參與休閒活動之消息源有顯著差

異，再從交叉表來看，家人皆為主要影響源，且隨著子女成長、家庭成立愈久，愈易受到家人影響參與休閒活動，而配偶的影響力則較低。

第三節 社經地位與家庭休閒消費行為分析

許多專家學者的研究顯示，家庭的社經地位會影響休閒活動選擇（陳彰儀，1989），本研究目的之一即在瞭解社經地位與家庭休閒消費行為的關係，並將社經地位分別以家庭主要經濟來源者之教育程度、職業地位以及家庭月收入三個社經變項來分析家庭參與休閒活動消費行為。茲分述如下：

一、社經地位與家庭參與休閒活動時間分析

表 4-30 為以家庭主要經濟來源者之教育程度、職業地位及家庭月收入三個社經變項與台中市家庭參與休閒活動時間的卡方分析，由表中可以發現，在不同社經水準下，各組在參與休閒活動的時間上並沒有顯著差異，且 p 值均大於 0.05，表示台中市家庭從事休閒活動的時間並不會因為家庭主要經濟來源者教育程度的高低、職業地位的差異或是家庭月收入多寡而有所不同。

從各組之百分比分佈來看，皆是以假日為家庭參與休閒活動主要時間，且有高達七成以上的家庭在假日參與休閒活動。此亦說明了週休二日對休閒發展的重要性。

再以家庭成員參與休閒活動時段來分析，如表 4-31 所示，各組參與休閒活動的時段，皆以「上午八點至十二點」、「下午二點至五點」及「傍晚五點以後」居多，「清晨八點以前」從事休閒活動者較少，此與沈易利(1998)調查台灣省民休閒運動參中有五成以上的民眾利用晨間運動的結果有出入，推論因本研究是以家庭為研究單位，而不是以個人為主，

所以有此差異。

表 4-30

社經變項與家庭成員參與休閒活動時間分析表

| 參與時間 社經變項 | 假日 | | 非假日 | | 皆有 | | df | χ^2 | p |
|---------------------|-----|------|-----|------|----|------|----|----------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | | | |
| 教育程度 | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 30 | 78.9 | 3 | 7.9 | 5 | 13.2 | 6 | 2.543 | 0.864 |
| 國中畢業 | 32 | 78.0 | 5 | 12.2 | 4 | 9.8 | | | |
| 高中、職畢業 | 129 | 80.1 | 12 | 7.5 | 20 | 12.4 | | | |
| 大專畢業及以上 | 160 | 83.8 | 12 | 6.3 | 19 | 9.9 | | | |
| 家庭月收入 | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 100 | 80.6 | 7 | 5.6 | 17 | 13.7 | 14 | 10.598 | 0.717 |
| 45,001 元~60,000 元 | 70 | 77.8 | 9 | 10.0 | 11 | 12.2 | | | |
| 60,001 元~75,000 元 | 71 | 82.6 | 7 | 8.1 | 8 | 9.3 | | | |
| 75,001 元~90,000 元 | 36 | 87.8 | 2 | 4.9 | 3 | 7.3 | | | |
| 90,001 元~105,000 元 | 32 | 84.2 | 3 | 7.9 | 3 | 7.9 | | | |
| 105,001 元~120,000 元 | 14 | 77.8 | 2 | 11.1 | 2 | 11.1 | | | |
| 120,001 元~135000 元 | 7 | 77.8 | 2 | 22.2 | 0 | 0.0 | | | |
| 135,001 元以上 | 21 | 84.0 | 0 | 0 | 4 | 16.0 | | | |
| 職業地位 | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 23 | 71.9 | 5 | 15.6 | 4 | 12.5 | 12 | 19.352 | 0.080 |
| 專業人員、中級行政人員 | 77 | 90.6 | 2 | 2.4 | 6 | 7.1 | | | |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 97 | 87.4 | 7 | 6.3 | 7 | 6.3 | | | |
| 技術工人 | 98 | 77.8 | 11 | 8.7 | 17 | 13.5 | | | |
| 無(非)技術性 | 43 | 72.9 | 5 | 8.5 | 11 | 18.6 | | | |
| 無業 | 6 | 85.7 | 0 | 0.0 | 1 | 14.3 | | | |
| 其他 | 7 | 63.6 | 2 | 18.2 | 2 | 18.2 | | | |

* $p < 0.05$

表 4-31

社經變項與家庭成員參與休閒活動時段交叉分析表

| 參與時段 社經變項 | 清晨八點以 前 | | 上午八點至 十二點 | | 中午十二點 至下午二點 | | 下午二點至 五點 | | 傍晚五點以 後 | |
|-------------------|------------|------|--------------|------|----------------|------|-------------|------|------------|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 教育程度 | | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 3 | 6.5 | 13 | 28.3 | 2 | 4.3 | 9 | 19.6 | 19 | 41.3 |
| 國中畢業 | 3 | 4.5 | 18 | 26.9 | 8 | 11.9 | 15 | 22.4 | 23 | 34.3 |
| 高中、職畢業 | 8 | 3.0 | 68 | 25.2 | 34 | 12.6 | 77 | 28.5 | 83 | 30.7 |
| 大專畢業及以上 | 16 | 5.3 | 70 | 23.1 | 37 | 12.2 | 89 | 29.4 | 91 | 30.0 |
| 全家月收入 | | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 10 | 5.1 | 38 | 19.5 | 24 | 12.3 | 61 | 31.3 | 62 | 31.8 |
| 45,001~60,000 元 | 4 | 2.8 | 49 | 34.0 | 15 | 10.4 | 33 | 22.9 | 43 | 29.9 |
| 60,001~75,000 元 | 7 | 4.9 | 36 | 25.0 | 16 | 11.1 | 36 | 25.0 | 49 | 34.0 |
| 75,001~90,000 元 | 2 | 3.3 | 15 | 25.0 | 10 | 16.7 | 17 | 28.3 | 16 | 26.7 |
| 90,001~105,000 元 | 4 | 6.5 | 10 | 16.1 | 10 | 16.1 | 23 | 37.1 | 15 | 24.2 |
| 105,001~120,000 元 | 1 | 4.2 | 7 | 29.2 | 2 | 8.3 | 8 | 33.3 | 6 | 25.0 |
| 120,001~135,000 元 | 1 | 6.3 | 4 | 25.0 | 1 | 6.3 | 2 | 12.5 | 8 | 50.0 |
| 135,001 元以上 | 1 | 2.4 | 10 | 24.4 | 3 | 7.3 | 10 | 24.4 | 17 | 41.5 |
| 職業 | | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 6 | 11.8 | 11 | 21.6 | 4 | 7.8 | 9 | 17.6 | 21 | 41.2 |
| 專業人員、中級行政人員 | 7 | 5.2 | 33 | 24.6 | 12 | 9.0 | 42 | 31.3 | 40 | 29.9 |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 4 | 2.3 | 41 | 23.2 | 27 | 15.3 | 51 | 28.8 | 54 | 30.5 |
| 技術工人 | 6 | 2.9 | 56 | 26.7 | 23 | 11.0 | 62 | 29.5 | 63 | 30.0 |
| 無(非)技術性 | 6 | 7.3 | 18 | 22.0 | 8 | 9.8 | 19 | 23.2 | 31 | 37.8 |
| 無業 | 0 | 0.0 | 6 | 40.0 | 3 | 20.0 | 4 | 26.7 | 2 | 13.3 |
| 其他 | 1 | 5.9 | 4 | 23.5 | 4 | 23.5 | 3 | 17.6 | 5 | 29.4 |

二、社經地位與家庭參與休閒活動類型分析

表 4-32 為家庭成員參與休閒活動類型的卡方分析，結果顯示僅有家庭經濟來源者教育程度這個變項在自由度 12 的情形下，卡方值 23.569， $p=0.023$ ，達到顯著水準，但在剔除樣本個數較少之項目「小學畢業及以下」後再進行卡方分析，卡方值為 14.001， p 值為 0.082，並未達到顯著水準，表示此處因部份個數為 0 而影響其顯著水準。但由交叉表分

佈的情況可知，不論家庭主要經濟來源者之社經地位為何，娛樂、消遣性及體育性活動皆為其主要參與之休閒活動。

表 4-32

社經變項與家庭成員參與休閒活動類型分析表

| 活動種類 社經變項 | 體育性 | | 知識學 術性 | | 藝術性 | | 娛樂、消 遣性 | | 社交服 務性 | | df | χ^2 | p |
|-------------------|-----|------|-----------|------|-----|------|------------|------|-----------|------|----|----------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 教育程度 | | | | | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 8 | 21.1 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 25 | 65.8 | 5 | 13.2 | 12 | 23.589 | 0.023* |
| 國中畢業 | 19 | 46.3 | 0 | 0.0 | 2 | 4.9 | 12 | 29.3 | 8 | 19.5 | | | |
| 高中、職畢業 | 56 | 34.8 | 7 | 4.3 | 5 | 3.1 | 79 | 49.1 | 14 | 8.7 | | | |
| 大專畢業及以上 | 80 | 41.9 | 5 | 2.6 | 8 | 4.2 | 86 | 45.0 | 12 | 6.3 | | | |
| 家庭月收入 | | | | | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 40 | 32.3 | 1 | 0.8 | 7 | 5.6 | 65 | 52.4 | 11 | 8.9 | 28 | 28.365 | 0.445 |
| 45,001~60,000 元 | 36 | 40.0 | 1 | 1.1 | 4 | 4.4 | 41 | 45.6 | 8 | 8.9 | | | |
| 60,001~75,000 元 | 37 | 43.0 | 4 | 4.7 | 1 | 1.2 | 38 | 44.2 | 6 | 7.0 | | | |
| 75,001~90,000 元 | 14 | 34.1 | 3 | 7.3 | 1 | 2.4 | 16 | 39.0 | 7 | 17.1 | | | |
| 90,001~105,000 元 | 16 | 42.1 | 1 | 2.6 | 1 | 2.6 | 17 | 44.7 | 3 | 7.9 | | | |
| 105,001~120,000 元 | 5 | 27.8 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 12 | 66.7 | 1 | 5.6 | | | |
| 120,001~135,000 元 | 5 | 55.6 | 1 | 11.1 | 1 | 11.1 | 2 | 22.2 | 0 | 0.0 | | | |
| 135,001 元以上 | 10 | 40.0 | 1 | 4.0 | 0 | 0.0 | 11 | 44.0 | 3 | 12.0 | | | |
| 職業地位 | | | | | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 16 | 50.0 | 2 | 6.3 | 3 | 9.4 | 9 | 28.1 | 2 | 6.3 | 24 | 26.182 | 0.344 |
| 專業人員、中級行政人員 | 37 | 43.5 | 2 | 2.4 | 2 | 2.4 | 39 | 45.9 | 5 | 5.9 | | | |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 40 | 36.0 | 4 | 3.6 | 2 | 1.8 | 53 | 47.7 | 12 | 10.8 | | | |
| 技術工人 | 47 | 37.3 | 4 | 3.2 | 4 | 3.2 | 62 | 49.2 | 9 | 7.1 | | | |
| 無(非)技術性 | 15 | 25.4 | 0 | 0.0 | 3 | 5.1 | 33 | 55.9 | 8 | 13.6 | | | |
| 無業 | 2 | 28.6 | 0 | 0.0 | 1 | 14.3 | 3 | 42.9 | 1 | 14.3 | | | |
| 其他 | 6 | 54.5 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 3 | 27.3 | 2 | 18.2 | | | |

*p<0.05

由表 4-33 亦發現，教育程度為「高中、職畢業」及「大專畢業及以上」之家庭以參與戶外活動居多，而國中畢業以下之家庭則以看電視、電影等休閒活動較多，涂淑芳(1996)即指出，教育程度愈低，參與戶外活動的比率明顯減少。在

收入部份，與許瑛玲(1994)曾指出，收入愈低較常選擇看電視等低消費的娛樂型活動，與本研究結果一致。此外由表中也發現，教育程度愈高的家庭，參與知識學術性及藝術性休閒活動的比例愈高。

表 4-33

教育程度與休閒活動項目交叉分析表

| 教育程度 活動項目 | 小學畢業及以下 | | 國中畢業 | | 高中、職畢業 | | 大專畢業及以上 | |
|--------------|---------|------|------|------|--------|------|---------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 運動 | 1 | 1.0 | 8 | 9.0 | 27 | 30.0 | 53 | 60.0 |
| 觀光旅遊 | 8 | 6.0 | 10 | 8.0 | 47 | 38.0 | 60 | 48.0 |
| 健身俱樂部 | 0 | 0.0 | 1 | 11.0 | 3 | 33.0 | 5 | 56.0 |
| 藝文活動 | 0 | 0.0 | 4 | 11.0 | 12 | 33.0 | 20 | 56.0 |
| 舞蹈 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 100.0 |
| 戶外活動 | 10 | 5.0 | 18 | 9.0 | 67 | 35.0 | 95 | 50.0 |
| 逛街購物 | 16 | 12.0 | 12 | 9.0 | 46 | 34.0 | 63 | 46.0 |
| 遊樂園 | 2 | 14.0 | 0 | 0.0 | 4 | 29.0 | 8 | 57.0 |
| 拜訪親朋好友 | 18 | 17.0 | 9 | 8.0 | 47 | 44.0 | 32 | 30.0 |
| 看電視、電影 | 19 | 12.0 | 17 | 11.0 | 58 | 36.0 | 66 | 41.0 |
| 其他 | 0 | 0.0 | 1 | 25.0 | 1 | 25.0 | 2 | 50.0 |

三、社經地位與家庭參與休閒活動場所分析

在表 4-34 則是探討台中來的家庭在選擇休閒活動場所時，是否會受家庭主要經濟來源者的教育程度、職業及家庭月收入所影響，結果發現僅職業項與參與休閒活動場所有顯著差異，卡方值 21.424， $p=0.045$ ，在刪除「無業」、及「其他」等樣本個數較少之項目後，卡方值為 13.747， p 值為 0.089 並未達顯著水準，表示個數為 0 影響其顯著水準而造成此現象，再觀察交叉表分佈情形，各項職業類別皆選擇免費場所為主要從事休閒活動的地方，但職業地位愈高，選擇需付費的休閒活動場所也愈多。此外亦發現，雖然卡方檢定

家庭月收入與場所的選擇沒有關聯，但是隨著家庭月收入愈高，選擇需付費的比例愈高，此現象與沈易利(1998)的研究相符合。此亦為未來國人所得增加時，由民間投資興建付費性大型運動性質休閒場所的重要指標。

表 4-34

社經變項與家庭成員參與休閒活動場所分析表

| 活動場所 社經變項 | 免費場所 | | 需付費場所 | | 皆有 | | df | χ^2 | p |
|-------------------|------|------|-------|------|----|------|----|----------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | | | |
| 教育程度 | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 27 | 71.1 | 9 | 23.7 | 2 | 5.3 | 6 | 6.790 | 0.341 |
| 國中畢業 | 26 | 63.4 | 14 | 34.1 | 1 | 2.4 | | | |
| 高中、職畢業 | 97 | 60.2 | 46 | 28.6 | 18 | 11.2 | | | |
| 大專畢業及以上 | 111 | 58.1 | 66 | 34.6 | 14 | 7.3 | | | |
| 家庭月收入 | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 80 | 64.5 | 33 | 26.6 | 11 | 8.9 | 14 | 22.831 | 0.063 |
| 45,001~60,000 元 | 57 | 63.3 | 25 | 27.8 | 8 | 8.9 | | | |
| 60,001~75,000 元 | 49 | 57.0 | 26 | 30.2 | 11 | 12.8 | | | |
| 75,001~90,000 元 | 24 | 58.5 | 15 | 36.6 | 2 | 4.9 | | | |
| 90,001~105,000 元 | 26 | 68.4 | 11 | 28.9 | 1 | 2.6 | | | |
| 105,001~120,000 元 | 12 | 66.7 | 6 | 33.3 | 0 | 0.0 | | | |
| 120,001~135,000 元 | 2 | 22.2 | 5 | 55.6 | 2 | 22.2 | | | |
| 135,001 元以上 | 11 | 44.0 | 14 | 56.0 | 0 | 0.0 | | | |
| 職業地位 | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 18 | 56.3 | 12 | 37.5 | 2 | 6.3 | 12 | 21.424 | 0.045* |
| 專業人員、中級行政人員 | 46 | 54.1 | 32 | 37.6 | 7 | 8.2 | | | |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 68 | 61.3 | 39 | 35.1 | 4 | 3.6 | | | |
| 技術工人 | 85 | 67.5 | 26 | 20.6 | 15 | 11.9 | | | |
| 無(非)技術性 | 36 | 61.0 | 19 | 32.2 | 4 | 6.8 | | | |
| 無業 | 3 | 42.9 | 4 | 57.1 | 0 | 0.0 | | | |
| 其他 | 5 | 45.5 | 3 | 27.3 | 3 | 27.3 | | | |

* $p < .05$

表 4-35

社經變項與家庭成員到達休閒活動場所時間分析表

| 社經變項 | 10 分鐘 (含)以下 | | 11~30 分 鐘 | | 31~60 分 鐘 | | 一小時以 上 | | df | χ^2 | p |
|-------------------|----------------|------|--------------|------|--------------|------|-----------|------|----|----------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| | 教育程度 | | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 1 | 2.6 | 6 | 15.8 | 6 | 15.8 | 25 | 65.8 | 9 | 7.881 | 0.546 |
| 國中畢業 | 1 | 2.4 | 6 | 14.6 | 3 | 7.3 | 31 | 75.6 | | | |
| 高中、職畢業 | 8 | 5.0 | 16 | 9.9 | 32 | 19.9 | 105 | 65.2 | | | |
| 大專畢業及以上 | 10 | 5.2 | 31 | 16.2 | 29 | 15.2 | 121 | 63.4 | | | |
| 家庭月收入 | | | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 11 | 8.9 | 24 | 19.4 | 22 | 17.7 | 67 | 54.0 | 21 | 38.334 | 0.012* |
| 45,001~60,000 元 | 0 | 0.0 | 13 | 14.4 | 13 | 14.4 | 64 | 71.1 | | | |
| 60,001~75,000 元 | 2 | 2.3 | 11 | 12.8 | 12 | 14.0 | 61 | 70.9 | | | |
| 75,001~90,000 元 | 2 | 4.9 | 3 | 7.3 | 5 | 12.2 | 31 | 75.6 | | | |
| 90,001~105,000 元 | 3 | 7.9 | 4 | 10.5 | 8 | 21.1 | 23 | 60.5 | | | |
| 105,001~120,000 元 | 0 | 0.0 | 2 | 11.1 | 5 | 27.8 | 11 | 61.1 | | | |
| 120,001~135,000 元 | 2 | 22.2 | 2 | 22.2 | 2 | 22.2 | 3 | 33.3 | | | |
| 135,001 元以上 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 3 | 12.0 | 22 | 88.0 | | | |
| 職業地位 | | | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級 行政人員 | 0 | 0.0 | 4 | 12.5 | 4 | 12.5 | 24 | 75.0 | 18 | 15.409 | 0.634 |
| 專業人員、中級行 政人員 | 5 | 5.9 | 11 | 12.9 | 10 | 11.8 | 59 | 69.4 | | | |
| 半專業人員、一般性 公務人員 | 3 | 2.7 | 12 | 10.8 | 24 | 21.6 | 72 | 64.9 | | | |
| 技術工人 | 6 | 4.8 | 19 | 15.1 | 19 | 15.1 | 82 | 65.1 | | | |
| 無(非)技術性 | 4 | 6.8 | 11 | 18.6 | 12 | 20.3 | 32 | 54.2 | | | |
| 無業 | 1 | 14.3 | 1 | 14.3 | 1 | 14.3 | 4 | 57.1 | | | |
| 其他 | 1 | 9.1 | 1 | 9.1 | 0 | 0.0 | 9 | 81.8 | | | |

* $p < 0.05$

涂淑芳(1996)認為到達休閒活動場所的交通距離，是參與休閒活動的另一個考慮因素，表 4-35 即是探討社經變項與到達休閒活動場所時間卡方分析表，從表中顯示在三個社經變項中，家庭選擇到達休閒活動場所的時間皆以一小時以上

居多，經卡方分析後， p 值為 0.012，但在剔除樣本個數較少之「135,001 以上」這一組後， p 值為 0.039，表示不同家庭月收入，會影響家庭在選擇休閒活動場所的遠近，由百分比可知，不論家庭月收入多寡，均以選擇「一個小時以上」居多，當收入在 45,001 元到 135,000 元間時，收入愈低有比例愈高之趨向，惟當收入低於 45,000 元時則又相對降低，此應和消費能力、交通工具、設備與時間因素等有關，惟真象仍有待更進一步去分析。

而選擇「31~60 分鐘」則隨著收入增加而比例愈高，這種情況與一般認為收入愈多參與休閒活動的能力愈強的觀點不一致，是因為更有能力加入附近的休閒俱樂部或對時間有較強烈的感覺？值得進一步探討。

四、社經地位與家庭休閒消費支出分析

表 4-36、4-37 以教育程度、家庭月收入及職業地位三個社經變項透過卡方分析來瞭解家庭每次、每月參與休閒活動花費金額的情況。在每次休閒消費支出金額方面(表 4-36)，僅有家庭月收入有顯著差異($p = 0.004$)，但由交叉表發現在「120,001~135,000」這組的個數皆小於 5，剔除該組後再進行卡方分析， p 值為 0.003 仍達到顯著水準，表示隨著家庭月收入增加，每次消費金額也增加，但在教育程度及職業地位兩變項分佈則呈現一致，以每次花費 501 元~1,000 元居多。此亦說明了目前家庭參與休閒活動時，花費在 501 元~1,000 元已成為普遍的消費額，再依此推估，當全國都達到相當注重家庭休閒時，因參與休閒的各種直接與間接消費，將成為一項極為重要的經濟活動，休閒相關產業的榮景亦可藉此得到美好的預測。

表 4-36

社經變項與家庭成員每次參與休閒活動消費金額分析表

| 社經變項 | 500 元 (含)以下 | | 501~ 1,000 元 | | 1,001~ 1,500 元 | | 1,501~ 2,000 元 | | 2,001 元 (含)以上 | | df | χ^2 | p |
|-------------------|----------------|------|-----------------|------|-------------------|------|-------------------|------|------------------|------|----|----------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| | 教育程度 | | | | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 5 | 13.2 | 12 | 31.6 | 5 | 13.2 | 6 | 15.8 | 10 | 26.3 | 12 | 10.246 | 0.594 |
| 國中畢業 | 9 | 22.0 | 12 | 29.3 | 8 | 19.5 | 4 | 9.8 | 8 | 19.5 | | | |
| 高中、職畢業 | 31 | 19.3 | 49 | 30.4 | 30 | 18.6 | 24 | 14.9 | 27 | 16.8 | | | |
| 大專畢業及以上 | 24 | 12.6 | 55 | 28.8 | 39 | 20.4 | 41 | 21.5 | 32 | 16.8 | | | |
| 家庭月收入 | | | | | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 31 | 25.0 | 46 | 37.1 | 19 | 15.3 | 18 | 14.5 | 10 | 8.1 | 28 | 51.625 | 0.004* |
| 45,001~60,000 元 | 11 | 12.2 | 33 | 36.7 | 19 | 21.1 | 14 | 15.6 | 13 | 14.4 | | | |
| 60,001~75,000 元 | 12 | 14.0 | 18 | 20.9 | 22 | 25.6 | 14 | 16.3 | 20 | 23.3 | | | |
| 75,001~90,000 元 | 7 | 17.1 | 10 | 24.4 | 5 | 12.2 | 8 | 19.5 | 11 | 26.8 | | | |
| 90,001~105,000 元 | 3 | 7.9 | 8 | 21.1 | 10 | 26.3 | 9 | 23.7 | 8 | 21.1 | | | |
| 105,001~120,000 元 | 2 | 11.1 | 6 | 33.3 | 3 | 16.7 | 4 | 22.2 | 3 | 16.7 | | | |
| 120,001~135,000 元 | 0 | 0.0 | 4 | 44.4 | 1 | 11.1 | 3 | 33.3 | 1 | 11.1 | | | |
| 135,001 元以上 | 3 | 12.0 | 3 | 12.0 | 3 | 12.0 | 5 | 20.0 | 11 | 44.0 | | | |
| 職業 | | | | | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 2 | 6.3 | 10 | 31.3 | 5 | 15.6 | 7 | 21.9 | 8 | 25.0 | 24 | 27.405 | 0.286 |
| 專業人員、中級行政人員 | 9 | 10.6 | 23 | 27.1 | 22 | 25.9 | 17 | 20.0 | 14 | 16.5 | | | |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 19 | 17.1 | 37 | 33.3 | 17 | 15.3 | 23 | 20.7 | 15 | 13.5 | | | |
| 技術工人 | 25 | 19.8 | 38 | 30.2 | 24 | 19.0 | 19 | 15.1 | 20 | 15.9 | | | |
| 無(非)技術工人 | 9 | 15.3 | 17 | 28.8 | 13 | 22.0 | 8 | 13.6 | 12 | 20.3 | | | |
| 無業 | 2 | 28.6 | 1 | 14.3 | 0 | 0.0 | 1 | 14.3 | 3 | 42.9 | | | |
| 其他 | 3 | 27.3 | 2 | 18.2 | 1 | 9.1 | 0 | 0.0 | 5 | 45.5 | | | |

* $p < 0.05$

但在每月花費金額上，則教育程度等三個變項皆會影響休閒消費的支出，如表 4-37 顯示，皆呈現顯著差異，將三個社經變項中，個數小於 5 或等於 0 的組別剔除後，再進行卡方考驗，得到 p 值分別為 0.017、0.00、0.017，均達顯著水準，代表每月休閒活動的支出與家庭主要經濟來源者之職業地位較無規律性變動外，其餘家庭月收入多寡及職業地位高

低在每月休閒消費 5,001 元以上有成正比之趨勢，即是除教育程度外、職業地位愈高，家庭月收入愈多的家庭，愈有能力從事休閒活動，其休閒消費支出也愈多，相關的研究也指出，全家收入愈高，可用之休閒娛樂費用也愈高，可選擇的休閒類別也愈多(陳彰儀，1989;郭榮文，2003)，更充分證明了本研究的取樣並未偏離，與結果的正確性。

表 4-37

社經變項與家庭成員每月參與休閒活動花費金額分析表

| 社經變項 | 1,000 元 (含)以下 | | 1,001~ 2,500 元 | | 2,501~ 5,000 元 | | 5,001~ 10,000 元 | | 10,000 元 (含)以上 | | df | χ^2 | p |
|-------------------|------------------|------|-------------------|------|-------------------|------|--------------------|------|-------------------|------|----|----------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 教育程度 | | | | | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 11 | 28.9 | 12 | 31.6 | 4 | 10.5 | 8 | 21.1 | 3 | 7.9 | 12 | 22.246 | 0.035* |
| 國中畢業 | 7 | 17.1 | 15 | 36.6 | 14 | 34.1 | 5 | 12.2 | 0 | 0.0 | | | |
| 高中、職畢業 | 27 | 16.8 | 45 | 28.0 | 53 | 32.9 | 28 | 17.4 | 8 | 5.0 | | | |
| 大專畢業及以上 | 18 | 9.4 | 55 | 28.8 | 75 | 39.3 | 35 | 18.3 | 8 | 4.2 | | | |
| 家庭月收入 | | | | | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 35 | 28.2 | 40 | 32.3 | 32 | 25.8 | 13 | 10.5 | 4 | 3.2 | 28 | 72.499 | 0.00* |
| 45,001~60,000 元 | 8 | 8.9 | 40 | 44.4 | 28 | 31.1 | 12 | 13.3 | 2 | 2.2 | | | |
| 60,001~75,000 元 | 8 | 9.3 | 20 | 23.3 | 39 | 45.3 | 16 | 18.6 | 3 | 3.5 | | | |
| 75,001~90,000 元 | 3 | 7.3 | 9 | 22.0 | 17 | 41.5 | 11 | 26.8 | 1 | 2.4 | | | |
| 90,001~105,000 元 | 3 | 7.9 | 10 | 26.3 | 14 | 36.8 | 9 | 23.7 | 2 | 5.3 | | | |
| 105,001~120,000 元 | 2 | 11.1 | 4 | 22.2 | 7 | 38.9 | 4 | 22.2 | 1 | 5.6 | | | |
| 120,001~135,000 元 | 1 | 11.1 | 1 | 11.1 | 2 | 22.2 | 4 | 44.4 | 1 | 11.1 | | | |
| 135,001 元以上 | 3 | 12.0 | 3 | 12.0 | 7 | 28.0 | 7 | 28.0 | 5 | 20.2 | | | |
| 職業 | | | | | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級 行政人員 | 0 | 0.0 | 9 | 28.1 | 14 | 43.8 | 7 | 21.9 | 2 | 6.3 | 24 | 42.327 | 0.012* |
| 專業人員、中級行 政人員 | 7 | 11.1 | 19 | 22.4 | 39 | 45.9 | 16 | 18.8 | 4 | 4.7 | | | |
| 半專業人員、一般 性公務人員 | 13 | 11.7 | 41 | 36.9 | 31 | 27.9 | 19 | 17.1 | 7 | 6.3 | | | |
| 技術工人 | 23 | 18.3 | 38 | 30.2 | 41 | 32.5 | 20 | 15.9 | 4 | 3.2 | | | |
| 無(非)技術性工人 | 17 | 28.8 | 18 | 30.5 | 13 | 22.0 | 10 | 16.9 | 1 | 1.7 | | | |
| 無業 | 2 | 28.6 | 0 | 0.0 | 4 | 57.1 | 0 | 0.0 | 1 | 14.3 | | | |
| 其他 | 1 | 9.1 | 2 | 18.2 | 4 | 36.4 | 4 | 36.4 | 0 | 0.0 | | | |

* $p < 0.05$

表 4-38

社經變項與家庭成員每月參與休閒活動頻率分析表

| 社經變項 | 無 | | 1~2次 | | 3~4次 | | 5~6次 | | 7次以上 | | df | χ^2 | p |
|-------------------|---|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|----|----------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | | |
| 教育程度 | | | | | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 3 | 7.9 | 28 | 73.7 | 4 | 10.5 | 1 | 2.6 | 2 | 5.3 | 12 | 14.997 | 0.242 |
| 國中畢業 | 0 | 0.0 | 29 | 70.7 | 8 | 19.5 | 2 | 4.9 | 2 | 4.9 | | | |
| 高中、職畢業 | 6 | 3.7 | 98 | 60.9 | 40 | 24.5 | 5 | 3.1 | 12 | 7.5 | | | |
| 大專畢業及以上 | 3 | 1.6 | 140 | 73.3 | 36 | 18.8 | 5 | 2.6 | 7 | 3.7 | | | |
| 家庭月收入 | | | | | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 8 | 6.5 | 79 | 63.7 | 26 | 21.0 | 2 | 1.6 | 9 | 7.3 | 28 | 41.323 | 0.050* |
| 45,001~60,000 元 | 1 | 1.1 | 66 | 73.3 | 17 | 18.9 | 2 | 2.2 | 4 | 4.4 | | | |
| 60,001~75,000 元 | 1 | 1.2 | 64 | 74.4 | 17 | 19.8 | 2 | 2.3 | 2 | 2.3 | | | |
| 75,001~90,000 元 | 1 | 2.4 | 30 | 73.2 | 8 | 19.5 | 1 | 2.4 | 1 | 2.4 | | | |
| 90,001~105,000 元 | 0 | 0.0 | 26 | 68.4 | 5 | 13.2 | 4 | 10.5 | 3 | 7.9 | | | |
| 105,001~120,000 元 | 0 | 0.0 | 11 | 61.1 | 5 | 27.8 | 0 | 0.0 | 2 | 11.1 | | | |
| 120,001~135,000 元 | 0 | 0.0 | 4 | 44.4 | 2 | 22.2 | 2 | 22.2 | 1 | 11.1 | | | |
| 135,001 元以上 | 1 | 4.0 | 15 | 60.0 | 8 | 32.0 | 0 | 0.0 | 1 | 4.0 | | | |
| 職業地位 | | | | | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 1 | 3.1 | 21 | 65.6 | 7 | 21.9 | 1 | 3.1 | 2 | 6.3 | 24 | 23.225 | 0.507 |
| 專業人員、中級行政人員 | 1 | 1.2 | 59 | 69.4 | 16 | 18.8 | 4 | 4.7 | 5 | 5.9 | | | |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 0 | 0.0 | 77 | 69.4 | 26 | 23.4 | 3 | 2.7 | 5 | 4.5 | | | |
| 技術工人 | 6 | 4.8 | 87 | 69.0 | 22 | 17.5 | 3 | 2.4 | 8 | 6.3 | | | |
| 無(非)技術性 | 4 | 6.8 | 42 | 71.2 | 9 | 15.3 | 2 | 3.4 | 2 | 3.4 | | | |
| 無業 | 0 | 0.0 | 4 | 57.1 | 2 | 28.6 | 0 | 0.0 | 1 | 14.3 | | | |
| 其他 | 0 | 0.0 | 5 | 45.5 | 6 | 54.5 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | | | |

* $p < 0.05$

五、社經地位與家庭參與休閒活動頻率分析

表 4-38 中為在不同社經地位之條件下，台中市的家庭每月參與休閒活動頻率之卡方分析表，三變項中僅有家庭月收入勉強達到顯著水準，但因「120,001~135,000」中各細格個數均小於 5，將之刪除後再進行卡方考驗，得到 p 值為 0.190，

並未達到顯著水準，表示家庭月收入的高低並不會影響家庭成員參與休閒活動的次數。觀察交叉表發現台中市家庭成員每月一同參與休閒活動次數並不會因家庭主要經濟來源者之教育程度、職業地位及家庭月收入之影響而改變，每月均以1~2次最多。

表 4-39

社經變項與影響家庭成員參與休閒活動消息來源分析表(一)

| 消息影響源 社經變項 | 配偶 | | 家人 | | 同儕 | | 自己喜好 | |
|-------------------|----|------|-----|------|----|------|------|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 教育程度 | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 1 | 2.6 | 19 | 50.0 | 4 | 10.5 | 9 | 23.7 |
| 國中畢業 | 3 | 7.3 | 28 | 68.3 | 1 | 2.4 | 8 | 19.5 |
| 高中、職畢業 | 13 | 8.1 | 97 | 60.2 | 5 | 3.1 | 39 | 24.2 |
| 大專畢業及以上 | 32 | 16.8 | 103 | 53.9 | 5 | 2.6 | 46 | 24.1 |
| 家庭月收入 | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 9 | 7.3 | 75 | 60.5 | 3 | 2.4 | 30 | 24.2 |
| 45,001~60,000 元 | 8 | 8.9 | 59 | 65.6 | 3 | 3.3 | 18 | 20.0 |
| 60,001~75,000 元 | 10 | 11.6 | 50 | 58.1 | 3 | 3.5 | 19 | 22.1 |
| 75,001~90,000 元 | 10 | 24.4 | 19 | 46.3 | 1 | 2.4 | 10 | 24.4 |
| 90,001~105,000 元 | 4 | 10.5 | 22 | 57.9 | 3 | 7.9 | 7 | 18.4 |
| 105,001~120,000 元 | 1 | 5.6 | 9 | 50.0 | 0 | 0.0 | 7 | 38.9 |
| 120,001~135,000 元 | 1 | 11.1 | 4 | 44.4 | 0 | 0.0 | 3 | 33.3 |
| 135,001 元以上 | 6 | 24.0 | 9 | 36.0 | 2 | 8.0 | 8 | 32.0 |
| 職業地位 | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 5 | 15.6 | 12 | 37.5 | 0 | 0.0 | 14 | 43.8 |
| 專業人員、中級行政人員 | 12 | 14.1 | 53 | 62.4 | 2 | 2.4 | 15 | 17.6 |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 10 | 9.0 | 67 | 60.4 | 7 | 6.3 | 23 | 20.7 |
| 技術工人 | 19 | 15.1 | 72 | 57.1 | 2 | 1.6 | 28 | 22.2 |
| 無(非)技術性 | 2 | 3.4 | 32 | 54.2 | 3 | 5.1 | 19 | 32.2 |
| 無業 | 0 | 0.0 | 4 | 57.1 | 1 | 14.3 | 1 | 14.3 |
| 其他 | 1 | 9.1 | 7 | 63.6 | 0 | 0.0 | 2 | 18.2 |

表 4-40

社經變項與影響家庭成員參與休閒活動消息來源分析表(二)

| 消息影響源 社經變項 | 傳播媒體 | | 銷售人員 | | 其他 | |
|-------------------|------|------|------|-----|----|-----|
| | N | % | N | % | N | % |
| 教育程度 | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 3 | 7.9 | 1 | 2.6 | 1 | 2.6 |
| 國中畢業 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 2.4 |
| 高中、職畢業 | 6 | 3.7 | 1 | 0.6 | 0 | 0.0 |
| 大專畢業及以上 | 5 | 2.6 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 家庭月收入 | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 4 | 3.2 | 1 | 0.8 | 2 | 1.6 |
| 45,001~60,000 元 | 2 | 2.2 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 60,001~75,000 元 | 4 | 4.7 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 75,001~90,000 元 | 1 | 2.4 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 90,001~105,000 元 | 1 | 2.6 | 1 | 2.6 | 0 | 0.0 |
| 105,001~120,000 元 | 1 | 5.6 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 12,0001~135,000 元 | 1 | 11.1 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 135,001 元以上 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 職業地位 | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 1 | 3.1 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 專業人員、中級行政人員 | 3 | 3.5 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 3 | 2.7 | 1 | 0.9 | 0 | 0.0 |
| 技術工人 | 4 | 3.2 | 0 | 0.0 | 1 | 0.8 |
| 無(非)技術性 | 2 | 3.4 | 1 | 1.7 | 0 | 0.0 |
| 無業 | 1 | 14.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 其他 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 9.1 |

六、社經地位與家庭參與休閒活動消息影響源分析

由表 4-39 及 4-40 社經地位與影響家庭成員參與休閒活動消息來源交叉表發現，不論社經地位為何，家庭成員在選擇休閒活動上，「家人」皆為主要消息影響源，亦即是說，家庭成員在選擇休閒活動時會以家人的需求為主要考量，而教育程度愈高、職業地位愈高者則有較高比例以自己喜好來選擇休閒活動。此外表中亦發現因銷售人員影響而選擇休閒活動的比例幾乎為 0，表示銷售人員在休閒消費市場上的影響

不大，其仍有極大的發揮空間，行銷人員的專業能力亦將成為未來休閒產業所應注意的重要課題。

第四節 不同家庭生命週期與社經地位之休閒消費行為分析

本節以多重列聯分析探討在家庭生命週期與家庭主要經濟來源者的教育程度、職業地位及家庭月收入三個社經變項之交互作用下對台中市家庭休閒消費行為的影響，即是以家庭生命週期為控制變項，分別進行三個社經變項與家庭休閒消費行為卡方分析，但在分析時發現，部份細格內之樣本個數小於 5，恐會影響本研究之結果，故本研究針對有顯著之部份再列出其交叉表，依其分佈情形進行分析，以對家庭休閒消費現況有進一步之瞭解。茲分述如下：

一、家庭參與休閒活動時間分析

表 4-41 為家庭在不同家庭生命週期與社經變項交互作用下參與休閒活動時間之多重列聯分析，由表中發現，不論家庭之社經地位為何，均以假日為主要參與休閒活動的時間，但台中市家庭在家庭生命週期屬於青年期以上且最小孩子已就業階段時，家庭月收入高低與參與休閒活動時間等部份均呈現顯著差異，代表台中市的家庭當處於青年期以上且最小孩子已就業階段時，其參與休閒活動的時間會受家庭月收入影響。再由交叉表的百分比資料(表 4-42)可知，隨著家庭月收入提高，在假日參與休閒活動的比例也會跟著提高。

此外，當家庭在青年期以上最小孩子未就業的階段時，三個社經變項與參與休閒活動的時間沒有顯著差異，其中職業變項中， p 值高達到 0.982，呈現出極高的一致性，表示不管職業地位高低，假日均為其主要休閒時間，職業地位亦不

會造成台中市家庭選擇參與休閒活動時間考量因素。

表 4-41

家庭成員參與休閒活動時間多重列聯表

| 家庭生命週期 | 子女學齡前時期 | 兒童-青少年期 | 青年期以上最 小子女未就業 | 青年期以上最 小子女已就業 |
|--------|---------|---------|------------------|------------------|
| 參與時間 | | | | |
| 教育程度 | 0.111 | 0.766 | 0.605 | 0.431 |
| 職業地位 | 0.423 | 0.286 | 0.982 | 0.348 |
| 家庭月收入 | 0.751 | 0.411 | 0.554 | 0.033* |

* $p < 0.05$

表 4-42

家庭成員參與休閒活動時間交叉分析表

| 參與時間 交互作用 | 假日 | | 非假日 | | 皆有 | |
|--------------------------------|----|-------|-----|-------|----|-------|
| | N | % | N | % | N | % |
| 青年期以上最 小子女 已就業*家庭 月收入 | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 13 | 61.9 | 3 | 14.3 | 5 | 23.8 |
| 45,001~60,000 元 | 15 | 75.0 | 3 | 15.0 | 2 | 10.0 |
| 60,001~75,000 元 | 11 | 68.8 | 3 | 18.8 | 2 | 12.5 |
| 75,001~90,000 元 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 100.0 |
| 90,001~105,000 元 | 9 | 90.0 | 0 | 0.0 | 1 | 10.0 |
| 105,001~120,000 元 | 2 | 100.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 120,001~135,000 元 | 0 | 0.0 | 2 | 100.0 | 0 | 0.0 |
| 135,001 元以上 | 8 | 88.9 | 0 | 0.0 | 1 | 11.1 |

二、家庭參與休閒活動類型分析

家庭參與休閒活動類型在不同家庭生命週期與社經地位的影響分析中(表 4-43)，僅有在家庭處於子女學齡前時期的階段，職業及家庭月收入兩個社經變項與家庭參與休閒活動類型有顯著差異， p 值接近於 0，表示該時期的家庭受到職業地位的高低、家庭月收入的多寡而會選擇不同休閒活動類型。

表 4-43

家庭成員參與休閒活動類型多重列聯表

| 家庭生命週期 | 子女學齡前時期 | 兒童-青少年期 | 青年期以上最 小子女未就業 | 青年期以上最小 子女已就業 |
|--------|---------|---------|------------------|------------------|
| 活動類型 | | | | |
| 教育程度 | 0.913 | 0.062 | 0.819 | 0.567 |
| 職業地位 | 0.000* | 0.348 | 0.818 | 0.181 |
| 家庭月收入 | 0.008* | 0.226 | 0.657 | 0.880 |

* $p < 0.05$

表 4-44

家庭成員參與休閒活動類型交叉分析表

| 活動類型 | 體育性 | | 知識學術性 | | 藝術性 | | 娛樂消遣性 | | 社交服務性 | |
|-------------------|-----|-------|-------|------|-----|------|-------|------|-------|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 交互作用 | | | | | | | | | | |
| 子女學齡前時期* | | | | | | | | | | |
| 家庭月收入 | | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 11 | 45.8 | 1 | 4.2 | 0 | 0.0 | 12 | 50.0 | 0 | 0.0 |
| 45,001~60,000 元 | 6 | 28.6 | 0 | 0.0 | 1 | 4.8 | 14 | 66.7 | 0 | 0.0 |
| 60,001~75,000 元 | 12 | 60.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 8 | 40.0 | 0 | 0.0 |
| 75,001~90,000 元 | 3 | 27.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 5 | 45.5 | 3 | 27.3 |
| 90,001~105,000 元 | 4 | 66.7 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 16.7 | 1 | 16.7 |
| 105,001~120,000 元 | 2 | 50.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 50.0 | 0 | 0.0 |
| 120,001~135,000 元 | 2 | 66.7 | 1 | 33.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 135,001 元以上 | 3 | 100.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 子女學齡前時期* | | | | | | | | | | |
| 職業地位 | | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 1 | 33.3 | 1 | 33.3 | 1 | 33.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 專業人員、中級行政人員 | 11 | 64.7 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 5 | 29.4 | 1 | 5.9 |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 11 | 42.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 13 | 50.0 | 2 | 7.7 |
| 技術工人 | 15 | 44.1 | 1 | 2.9 | 0 | 0.0 | 17 | 50.0 | 1 | 2.9 |
| 無(非)技術性 | 4 | 40.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 6 | 60.0 | 0 | 0.0 |
| 無業 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 其他 | 1 | 50.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 50.0 | 0 | 0.0 |

由交叉表可知(表 4-44)，家庭在最小孩子仍是學齡前的

階段，而家庭主要經濟來源者之職業地位為半專業人員、一般公務人員及技術工人時，選擇休閒活動以參與娛樂、消遣性活動為主，且隨著家庭月收入減少，參與娛樂、消遣性活動的家庭會隨著增加。

從表 4-43 也發現，最小子女在學齡前時期的家庭，家庭主要經濟來源者的教育程度高低對活動選擇影響極小，而家庭處於青年期以上且最小子女未就業時期，教育程度及職業不同也不會有影響；家庭在青年期以上且最小子女已就業時期，家庭月收入高低也是相同的情形，在這四組中 p 值均在 0.8 以上，表示彼此的關聯性極低，亦即四組中，各不同社經變項對其休閒活動類型的選擇影響，可說是微乎其微。

三、家庭參與休閒活動場所分析

在家庭生命週期與社經地位兩個變項交互作用下，家庭在活動場所選擇部份，經卡方分析後發現僅有在最小子女為學齡前及青年期以上且最小子女已就業階段的家庭，分別在教育程度及職業地位高低交互作用下， p 值均小於 0.05，有顯著差異（如表 4-45），表示這兩組家庭在休閒活動的選擇均會受到該組變項交互作用影響，由表 4-46 交叉分析表即可看出當家庭為子女學齡前時期，均以選擇免費的場所居多，但會隨著教育程度提高而選擇需付費場所的家庭比例也跟著增加。在青年期以上且最小子女已就業的家庭，在不同的職業地位也是選擇免費場所居多，但家庭主要經濟來源者之職業地位愈高，選擇免費的場所之家庭愈少而需付費場所的比例也愈高，此與家庭可支配餘額中可作為休閒活動開銷費用提昇的影響有關。

另在青年期以上且最小子女未就業時期之家庭，職業地

位的高低並不會對休閒活動場所的選擇有任何影響，檢視 p 值超過 0.9，表示分佈極為一致。

表 4-45

家庭成員參與休閒活動場所多重列聯表

| 家庭生命週期 | 子女學齡前時期 | 兒童-青少年期 | 青年期以上最 小子女未就業 | 青年期以上最小 子女已就業 |
|--------|---------|---------|------------------|------------------|
| 場所 | | | | |
| 教育程度 | 0.039* | 0.430 | 0.283 | 0.202 |
| 職業地位 | 0.280 | 0.249 | 0.934 | 0.026* |
| 家庭月收入 | 0.199 | 0.120 | 0.461 | 0.489 |

* $p < 0.05$

表 4-46

家庭成員參與休閒活動場所交叉分析表

| 交互作用 | 免費場所 | | 需付費場所 | | 皆有 | |
|-----------------------|------|-------|-------|-------|----|------|
| | N | % | N | % | N | % |
| 子女學齡前時期*教育程度 | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 0 | 0.0 | 2 | 66.7 | 1 | 33.3 |
| 國中畢業 | 1 | 100.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 高中、職畢業 | 23 | 63.9 | 10 | 27.8 | 3 | 8.3 |
| 大專畢業及以上 | 35 | 67.3 | 17 | 32.7 | 0 | 0.0 |
| 青年期以上最小孩子 已就業*職業地位 | | | | | | |
| 高級專業人員、高 級行政人員 | 2 | 33.3 | 3 | 50.0 | 1 | 16.7 |
| 專業人員、中級行 政人員 | 7 | 58.3 | 4 | 33.3 | 1 | 8.3 |
| 半專業人員、一般 性公務人員 | 17 | 63.0 | 8 | 29.6 | 2 | 7.4 |
| 技術工人 | 11 | 64.7 | 4 | 23.5 | 2 | 11.8 |
| 無(非)技術性 | 9 | 64.3 | 5 | 35.7 | 0 | 0.0 |
| 無業 | 0 | 0.0 | 1 | 100.0 | 0 | 0.0 |
| 其他 | 1 | 25.0 | 0 | 0.0 | 3 | 75.0 |

四、家庭到達休閒活動場所時間分析

表 4-47 為家庭生命週期與社經變項對於家庭到達休閒活動場所時間的多重列聯分析，結果發現社經變項為家庭月收入且家庭生命週期在兒童-青少年期及青年期以上且最小子女已就業時，會有顯著差異，亦即在這兩組中的家庭對於休閒活動場所距離住家遠近的選擇有差異。

表 4-47

家庭成員到達休閒活動場所時間多重列聯表

| 家庭生命週期 | 子女學齡前時期 | 兒童-青少年期 | 青年期以上最小子女未就業 | 青年期以上最小子女已就業 |
|------------|---------|---------|--------------|--------------|
| 到達休閒活動場所時間 | | | | |
| 教育程度 | 0.337 | 0.352 | 0.386 | 0.577 |
| 職業地位 | 0.441 | 0.226 | 0.344 | 0.695 |
| 家庭月收入 | 0.919 | 0.012* | 0.903 | 0.009* |

* $p < 0.05$

續觀察表 4-48，雖然兩組皆以選擇「一個小時以上」居多，但卻可發現有向中間集中的趨勢，即是家庭月收入在 45,001 元至 90,000 元選擇至遠地從事休閒活動的比例較高，與第三節社經地位與家庭休閒消費分析中當家庭月收入愈高，參與休閒活動的能力愈好之結果不一致，足見台中市之家庭休閒活動對子女考量仍居極重因素。而在最小子女為學齡前時期及青年時期且子女未就業兩個階段，家庭月收入的高低並不會對家庭成員選擇到達休閒活動場所遠近有影響，在 p 值高達 0.9 以上，表示分佈極一致。

表 4-48

家庭成員到達休閒活動場所時間交叉分析表

| 到達時間 | 10分鐘(含)以下 | | 11~30分鐘 | | 31~60分鐘 | | 一小時以上 | |
|-------------------|-----------|------|---------|------|---------|------|-------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 兒童-青少年期*家庭 | | | | | | | | |
| 月收入 | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 8 | 12.9 | 12 | 19.4 | 11 | 17.7 | 31 | 50.0 |
| 45,001~60,000 元 | 0 | 0.0 | 8 | 22.9 | 3 | 8.6 | 24 | 68.6 |
| 60,001~75,000 元 | 1 | 3.1 | 4 | 12.5 | 4 | 12.5 | 23 | 71.9 |
| 75,001~90,000 元 | 0 | 0.0 | 1 | 5.0 | 2 | 10.0 | 17 | 85.0 |
| 90,001~105,000 元 | 0 | 0.0 | 1 | 11.1 | 2 | 22.2 | 6 | 66.7 |
| 105,001~120,000 元 | 0 | 0.0 | 1 | 12.5 | 1 | 12.5 | 6 | 75.0 |
| 120,001~135,000 元 | 2 | 50.0 | 1 | 25.0 | 0 | 0.0 | 1 | 25.0 |
| 135,001 元以上 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 9 | 100.0 |
| 青年期以上最小子女 | | | | | | | | |
| 已就業*家庭月收入 | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 0 | 0.0 | 4 | 19.0 | 3 | 14.3 | 14 | 66.7 |
| 45,001~60,000 元 | 0 | 0.0 | 1 | 5.0 | 2 | 10.0 | 17 | 85.0 |
| 60,001~75,000 元 | 1 | 6.3 | 1 | 6.3 | 3 | 18.8 | 11 | 68.8 |
| 75,001~90,000 元 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 100.0 |
| 90,001~105,000 元 | 0 | 0.0 | 1 | 10.0 | 2 | 20.0 | 7 | 70.0 |
| 105,001~120,000 元 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 100.0 |
| 120,001~135,000 元 | 0 | 0.0 | 1 | 50.0 | 1 | 50.0 | 0 | 0.0 |
| 135,001 元以上 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 3 | 33.3 | 6 | 66.7 |

五、家庭參與休閒活動消費支出分析

表 4-49 至表 4-50 分別為家庭受到家庭生命週期及社經地位交互作用時，成員參與休閒活動每次、月花費金額多重列聯表，在表 4-49 中，兩變項交互作用下，並不會影響家庭成員每次休閒消費的支出，特別是在青年期以上且最小子女已就業時期的家庭，家庭成員參與休閒活動每次的花費極不易因職業地位高低而有所不同。

表 4-50 為家庭成員每月休閒消費支出多重列聯表，只有

在家庭生命週期為兒童-青少年時，會因社經地位不同而影響每月休閒消費的支出，表中該組 p 值均接近於 0，可見處在兒童-青少年期的家庭，社經地位高低與每月休閒消費支出多寡的關聯性極強，更說明了兒童與青少年因生長在不同社經地位的家庭中，對休閒相關消費有著極大的差異，此亦說明了政府有責任提供社經地位較低的兒童與青少年同樣有機會參與各式休閒活動，養成其健康的身心與人格。由表 4-51 交叉百分比可發現在兒童-青少年時期的家庭，隨著家庭主要經濟來源者的教育程度提高、職業地位上升，以及家庭月收入愈高，其每月休閒消費支出的金額會跟著增加。

表 4-49

家庭成員參與休閒活動每次花費金額多重列聯表

| 家庭生命週期 | 子女學齡前時期 | 兒童-青少年期 | 青年期以上最 小子女未就業 | 青年期以上最小 子女已就業 |
|--------|---------|---------|------------------|------------------|
| 每次花費金額 | | | | |
| 教育程度 | 0.770 | 0.270 | 0.381 | 0.621 |
| 職業地位 | 0.352 | 0.351 | 0.137 | 0.893 |
| 家庭月收入 | 0.134 | 0.136 | 0.415 | 0.608 |

* $p < 0.05$

表 4-50

家庭成員參與休閒活動每月花費金額多重列聯表

| 家庭生命週期 | 子女學齡前時期 | 兒童-青少年期 | 青年期以上最 小子女未就業 | 青年期以上最小 子女已就業 |
|--------|---------|---------|------------------|------------------|
| 每月花費金額 | | | | |
| 教育程度 | 0.130 | 0.006* | 0.791 | 0.477 |
| 職業地位 | 0.748 | 0.000* | 0.465 | 0.862 |
| 家庭月收入 | 0.238 | 0.000* | 0.258 | 0.745 |

* $p < 0.05$

表 4-51

家庭成員參與休閒活動每月花費金額交叉分析表

| 花費金額 | 1,000 元 (含)以下 | | 1,001 元~2,500 元 | | 2,501 元~5,000 元 | | 5,001 元~10,000 元 | | 10,000 元 (含)以上 | |
|-------------------|------------------|------|--------------------|------|--------------------|------|---------------------|------|-------------------|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 兒童-青少年期*教育程度 | | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 7 | 58.3 | 5 | 41.7 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 國中畢業 | 5 | 23.8 | 7 | 33.3 | 5 | 23.8 | 4 | 19.0 | 0 | 0.0 |
| 高中、職畢業 | 17 | 22.4 | 18 | 23.7 | 21 | 27.6 | 15 | 19.7 | 5 | 6.6 |
| 大專畢業及以上 | 5 | 7.1 | 23 | 32.9 | 27 | 38.6 | 11 | 15.7 | 4 | 5.7 |
| 兒童-青少年期*家庭月收入 | | | | | | | | | | |
| 45,000 元以下 | 23 | 37.1 | 19 | 30.6 | 12 | 19.4 | 7 | 11.3 | 1 | 1.6 |
| 45,001~60,000 元 | 5 | 14.3 | 16 | 45.7 | 8 | 22.9 | 5 | 14.3 | 1 | 2.9 |
| 60,001~75,000 元 | 3 | 9.4 | 7 | 21.9 | 15 | 46.9 | 6 | 18.8 | 1 | 3.1 |
| 75,001~90,000 元 | 1 | 5.0 | 3 | 15.0 | 8 | 40.0 | 7 | 35.0 | 1 | 5.0 |
| 90,001~105,000 元 | 0 | 0.0 | 4 | 44.4 | 4 | 44.4 | 1 | 11.1 | 0 | 0.0 |
| 105,001~120,000 元 | 1 | 12.5 | 2 | 25.0 | 3 | 37.5 | 2 | 25.0 | 0 | 0.0 |
| 120,001~135,000 元 | 1 | 25.0 | 0 | 0.0 | 1 | 25.0 | 1 | 25.0 | 1 | 25.0 |
| 135,001 元以上 | | 0.0 | 2 | 22.2 | 2 | 22.2 | 1 | 11.1 | 4 | 44.4 |
| 兒童-青少年期*職業地位 | | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 0 | 0.0 | 4 | 30.8 | 6 | 46.2 | 2 | 15.4 | 1 | 7.7 |
| 專業人員、中級行政人員 | 3 | 7.7 | 9 | 23.1 | 19 | 48.7 | 5 | 12.8 | 3 | 7.7 |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 4 | 10.0 | 16 | 40.0 | 10 | 25.0 | 8 | 20.0 | 2 | 5.0 |
| 技術工人 | 13 | 23.6 | 19 | 34.5 | 13 | 23.6 | 9 | 16.4 | 1 | 1.8 |
| 無(非)技術性工人 | 13 | 54.2 | 5 | 20.8 | 2 | 8.3 | 3 | 12.5 | 1 | 4.2 |
| 無業 | 1 | 25.0 | 0 | 0.0 | 2 | 50.0 | 0 | 0.0 | 1 | 25.0 |
| 其他 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 25.0 | 3 | 75.0 | 0 | 0.0 |

六、家庭參與休閒消費頻率分析

在一般人的認知裡，消費的次數增加，往往消費支出也會增加，然而影響因素是否一致，卻需要加以研究，表 4-52 即是探討在不同家庭生命週期時，社經地位的高低對於家庭成員參與休閒活動的頻率有影響，表中顯示，在兒童-青少年期的家庭，其家庭主要經濟來源者的教育程度與每月參與休

閒活動的次數有關聯， $p = 0.009$ 並由交叉百分比(表 4-53)中可知教育程度愈高，每月參與休閒活動的次數就愈多。

表 4-52

家庭成員每月參與休閒活動頻率多重列聯表

| 家庭生命週期 | 子女學齡前時期 | 兒童-青少年期 | 青年期以上最 小子女未就業 | 青年期以上最 小子女已就業 |
|--------|---------|---------|------------------|------------------|
| 每月參與次數 | | | | |
| 教育程度 | 0.413 | 0.009* | 0.735 | 0.646 |
| 職業地位 | 0.151 | 0.377 | 0.391 | 0.886 |
| 家庭月收入 | 0.433 | 0.354 | 0.095 | 0.009* |

* $p < 0.05$

表 4-53

家庭成員每月參與休閒活動頻率交叉分析表

| 參與次數 | 無 | | 1~2次 | | 3~4次 | | 5~6次 | | 7次以上 | |
|------------------------|---|------|------|-------|------|------|------|------|------|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 兒童-青少年期*教育程度 | | | | | | | | | | |
| 小學畢業及以下 | 3 | 25.0 | 9 | 75.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 國中畢業 | 0 | 0.0 | 16 | 76.2 | 5 | 23.8 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 高中、職畢業 | 3 | 3.9 | 43 | 56.6 | 23 | 30.3 | 2 | 2.6 | 5 | 6.6 |
| 大專畢業及以上 | 1 | 1.4 | 51 | 72.9 | 12 | 17.1 | 1 | 1.4 | 5 | 7.1 |
| 青年期以上最 小子女已就業*家庭月收入 | | | | | | | | | | |
| 45,000元以下 | 1 | 4.8 | 13 | 61.9 | 7 | 33.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 45,001~60,000元 | 0 | 0.0 | 13 | 65.0 | 5 | 25.0 | 1 | 5.0 | 1 | 5.0 |
| 60,001~75,000元 | 0 | 0.0 | 7 | 70.0 | 2 | 20.0 | 0 | 0.0 | 1 | 10.0 |
| 75,001~90,000元 | 0 | 0.0 | 2 | 100.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 90,001~105,000元 | 0 | 0.0 | 1 | 50.0 | 0 | 0.0 | 1 | 50.0 | 0 | 0.0 |
| 105,001~120,000元 | 1 | 11.1 | 5 | 55.6 | 3 | 33.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 120,001~135,000元 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 135,001元以上 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |

另在青年期以上且最小子女已就業的家庭中，也顯示 $p = 0.009$ 家庭月收入會對家庭成員每月參與休閒活動的頻率有影響。家庭主要經濟來源者的職業地位高低不僅不影響參與休閒活動的頻率，且其分佈極為平均。

七、家庭休閒消費消息影響源分析

人是社會的動物，在做決策時常會受他人所影響，表 4-54 即是探討在不同家庭生命週期時，社經地位與家庭參與休閒活動消息影響源的關聯。經卡方分析後，僅有在兒童-青少年時期的家庭，家庭主要經濟來源者的職業地位高低與消息影響有顯著差異， $p = 0.002$ ，在交叉分析(表 4-55)中，雖然大部份之細格個數小於 5 影響考驗結果，但仍可由表中看出影響家庭成員參與休閒活動之消息影響源集中在「家人」、「自己喜好」及「配偶」三項因素，不管職業地位高低，家人都是主要消息影響源，且隨著職業地位愈高，依「自己喜好」參與休閒活動的比例愈高，足見職業地位愈高家庭，對於休閒活動參與有較高的自主性，此應與消費型態有關，惟其真實原因為何？頗值得後續研究針對其活動概況進行深入研究。

表 4-54

影響家庭成員參與休閒活動消息來源多重列聯表

| 家庭生命週期 | 子女學齡前時期 | 兒童-青少年期 | 青年期以上最小子女未就業 | 青年期以上最小子女已就業 |
|--------|---------|---------|--------------|--------------|
| 消息影響源 | | | | |
| 教育程度 | 0.272 | 0.121 | 0.581 | 0.601 |
| 職業 | 0.538 | 0.002* | 0.384 | 0.960 |
| 家庭月收入 | 0.929 | 0.398 | 0.895 | 0.692 |

* $p < 0.05$

表 4-55

影響家庭成員參與休閒活動消息來源交叉分析表

| 消息影響源 | 配偶 | | 家人 | | 同儕 | | 自己喜好 | | 傳播媒體 | | 銷售人員 | | 其他 | |
|---------------|----|------|----|------|----|------|------|------|------|------|------|-----|----|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 兒童-青少年期* | | | | | | | | | | | | | | |
| 職業地位 | | | | | | | | | | | | | | |
| 高級專業人員、高級行政人員 | 2 | 15.4 | 4 | 30.8 | 0 | 0.0 | 7 | 53.8 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 專業人員、中級行政人員 | 4 | 10.3 | 26 | 66.7 | 2 | 5.1 | 6 | 15.4 | 1 | 2.6 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 半專業人員、一般性公務人員 | 4 | 10.0 | 21 | 52.5 | 2 | 5.0 | 12 | 30.0 | 1 | 2.5 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 技術工人 | 8 | 14.5 | 36 | 65.5 | 1 | 1.8 | 9 | 16.4 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 1.8 |
| 無(非)技術性 | 0 | 0.0 | 11 | 45.8 | 1 | 4.2 | 9 | 37.5 | 2 | 8.3 | 1 | 4.2 | 0 | 0.0 |
| 無業 | 0 | 0.0 | 1 | 25.0 | 1 | 25.0 | 1 | 25.0 | 1 | 25.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 其他 | 1 | 25.0 | 2 | 50.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 25.0 |

從傳播媒體與銷售人員對本研究樣本所能引起的參與效益極低，說明了國人對於休閒活動參與仍處於「家庭考量」，亦可說休閒活動的行銷仍無法有效的打動消費者參與消費，其原因除了和國人的觀念有關外，如何透過市場調查分析，針對需求提供服務方案且能自有效的市場區隔中進行行銷，將可有效改善行銷上的盲點，使銷售人員能藉由傳播媒體的觀念與訊息傳導，獲致較佳的行銷效果。

第五章 結論與建議

本研究以問卷調查法進行資料蒐集，旨在瞭解台中市家庭參與休閒活動之消費行為，並分析在家庭生命週期與社經地位對其消費行為之影響，根據研究結果的討論與分析，提出結論與建議，以供相關休閒規劃人員參考。

第一節 結論

本研究以台中市之家庭為樣本進行抽樣調查分析，藉以取得台中市家庭的基本屬性及各項休閒消費行為之資料，並配合統計分析了解台中市家庭與各項休閒消費行為之關係，研究結果獲得以下五點結論：

一、本研究發現，無論從家庭生命週期或是社經變項等因素作個別觀察，台中市家庭成員一起從事休閒活動的時間以假日為主，而主要參與時段為下午兩點以後。此外台中市家庭最常參與的休閒活動類型為娛樂、消遣性活動，其中又以看電視、電影等靜態活動為主。

經由卡方分析得知，參與休閒活動的時間不會因家庭生命週期及社經地位之不同而有差異，但休閒活動類型的選擇則會因不同家庭生命週期而呈現顯著差異，其中隨著家庭成立時間愈長，選擇娛樂、消遣性活動的比例愈高，而參與體育性活動的比例會隨著降低，學齡前時期與兒童-青少年時期之家庭以參與體育性休閒活動為多，而青年期以上之家庭則以參加娛樂、消遣性休閒活動為主。在家庭生命週期與社經地位交互作用下，則僅有在最子女為學齡前時期的家庭，

選擇參與娛樂、消遣性活動的比例會隨著家庭月收入的減少及職業地位愈低而增加，而其他階段則不見顯著差異，可見娛樂、消遣性的休閒活動因為方便、簡單、經濟及易於從事，仍為國人最愛且最常參與的休閒活動。

二、在休閒開銷部份，依家庭生命週期與社經地位不同而有不同的支出，但每次花費 501 元~1,000 元、每月花費 2,501 元~5,000 元仍是最普遍的消費程度，且會隨著社經地位愈高，消費支出愈多，經分析發現大部份家庭主要支出項目為交通、食、宿及門票(場地)費用。以休閒活動參與次數而言則以每月 1~2 次者佔最多，且受到家庭月收入影響，收入愈高參與次數愈多。

三、家庭生命週期與社經地位並非影響休閒消費的主要因素而主要收入者的教育程度為主要影響因素

休閒活動的內容與項目繁多，消費方式各有不同，經由本研究發現不同家庭生命週期與社經地位者對於休閒型態與喜好部份具有差異，如休閒活動型態、消息影響源、家庭每月收入、家庭成立時間、主要收入者教育程度等部份均具有顯著差異。而每月參與休閒活動的花費亦會因家庭經濟來源者之教育程度及職業地位而呈現差異，每月花費的金額會隨著家庭經濟來源者之教育程度及職業地位提高而增加。

四、家庭最常在免費的場所從事休閒活動且距離遠近不再是阻礙家庭參與休閒活動的因素，而參與休閒活動的消息影響源主要是以「家人」為主。

本研究除達到研究目的外，於研究中同時發現，台中市之家庭成員在選擇休閒活動時，會以「家人」的需求為考量，小孩子之喜好為主要決定因素，家庭成立愈久其比例愈高，

雖然教育程度、職業地位愈高，受自己喜好的影響愈深，但仍是以「家人」需求為主。

本研究亦發現受訪家庭在活動場所的選擇皆有某種程度之一致性，前往免費的休閒活動場所仍是大部份家庭所喜歡的選擇，僅在最小孩子學齡前時期與青年期以上最小孩子已就業時期，分別因家庭主要經濟來源者的教育程度及職業不同而有差異，其中教育程度愈低、職業愈低者，選擇免費場所的比例就愈高，再調查家庭到達休閒活動場所的時間，各組均以需要一個小時以上者居多，推論應與交通便利、週休二日實施有關，而從家庭到達休閒活動場所的時間，會因家庭月收入之不同而有差異，收入愈高愈不易受距離影響。此時為未來休閒活動設計的重要參考訊息與依據。

這個結果給予休閒規劃者一項重要訊息，目前台中市鄰近且符合民眾需求的休閒設施與活動明顯不足，民眾才需遠赴他地從事休閒活動，而經濟能力愈低者愈無法享受有品質的休閒生活。

第二節 建議

經由分析與結論，本節針對研究結果提出具體的建議，供相關人士參考。

一、本研究結果之建議

(一) 研究中，家庭參與休閒活動的時間集中在假日，表示政府實週休二日之政策已有成效，但往往在假日時居所附近缺乏適當之休閒活動，以致於民眾常需長途跋涉至遠處從事休閒活動，影響其參與休閒活動的品質，此外台中市家庭最常參與的休閒活動為娛樂、消遣性活動亦反應台中市休閒

活動及設施的缺乏，因此建議市府有關單位可於假日多安排符合民眾需求且富有意義之休閒活動以增進市民的生活品質。另在兒童-青少年期的家庭參與之休閒活動以體育性休閒活動居多，而兒童-青少年期正是小孩性格轉變與家庭關係改變的關鍵期，父母親應提昇自我參與體育活動的能力與意願，如此不僅可增加親子關係更可減少社會問題。

(二)研究結果顯示，免費的休閒活動場所仍是大部份家庭的選擇，民眾普遍的消費程度為每次次花費 501 元~1,000 元、每月花費 2,501 元~5,000 元，但其花費之項目卻為交通、食、宿及門票(場地)費用，此結果亦顯示台中市休閒活動及設施的不足，休閒規劃者應多加思考提供適合的休閒活動，不僅民眾可獲得良好的休閒生活，更可促進地方的繁榮，使休閒產業蓬勃發展，達到三贏的局面。

此外，家庭月收入多寡會影響家庭成員參與休閒活動的次數，家庭月收入愈高，參與休閒活動的次數也愈多，足見所得收入代表的是一個家庭從事休閒活動的能力，而休閒活動是民眾舒解生活壓力的利器，建議政府應保持經濟的穩定成長，使家庭有能力參與休閒活動，如此不僅有助於促進家庭氣氛融洽、減少社會問題、增進人民身心健康，對執政者而言更是未來繼續執政的助力。

(三)相關休閒研究指出，距離為民眾參與休閒活動的阻礙因素之一，但根據本研究調查之結果發現，距離遠近不再是台中市之家庭在選擇家庭休閒活動的主要考量，小孩子的需求及喜好為主要之影響因素。台中市之家庭寧可多花費時間及交通、食宿費用到遠地進行休閒活動，此結果顯示出台中市休閒活動及設施之貧乏，政府相關單位及休閒規劃者可

針對家庭中之主要影響者「小孩」為對象，規劃適宜全家一起參與的休閒活動及相關設施，並有良好的配套措施，如便捷之交通運輸及休閒指導人員等，如此不僅可使民眾獲得高品質的休閒生活，對政府而言，不僅可增加財政收入，促進地方繁榮，更可提高民眾支持度，而對於休閒產業而言，則可達到永續經營的目的。

二、對後續研究之建議

(一)本研究進行統計分析時發現，有樣本個數過於集中或是等於 0 的情形發生，此現象可能會影響本研究之研究結果，此為本研究之缺憾，建議後續研究可加大樣本，以使研究更臻完善，更能反應大眾休閒消費現況。

(二)本研究僅探討家庭生命週期及社經地位對家庭休閒消費的影響，並未對家庭型態的差異與家庭休閒消費關係進行深入研究，且現代新型態的家庭組成愈來愈多，如隔代教養家庭、重組家庭、單親家庭等，值得再進一步探討這些新型態家庭之休閒消費行為。此外，對於家庭參與休閒活動之成因，本研究並未探討，建議進一步研究，以得到更大之研究價值。

本研究在樣本選取上，以便利隨機抽樣方式，只選取家庭從有小孩至最小子女已就業但未離家之樣本，未包含家庭成立初期及最小子女已離家僅有夫妻二人的階段，建議後續研究能將之納入，以對整個家庭生命週期之休閒消費行為有一全面性瞭解。

參考文獻

中文部份：

- 行政院主計處(1991)。國民休閒生活調查報告。台北：行政院主計處。
- 行政院主計處(2001)。89年台灣地區社會發展趨勢調查。台北：行政院主計處。
- 行政院主計處(2002)。台灣地區家庭收支調查報告。台北：行政院主計處。
- 王宗吉(譯)(2000)。Howard L. Nixon II & James H. Frey 著。運動社會學。台北：洪葉文化。
- 王昭正(譯)(2002)。Kelly, John R 著。休閒導論。台北：品度。
- 王傳銘(1996)。Recreation 與 Leisure 的含義。戶外遊憩研究，9(1)，107-114。
- 白乙婷(1999)。社會階層和健康概念對農產品消費決策的影響-以水果消費為例。台北：國立臺灣大學農業推廣學研究所未出版之碩士論文。
- 江佳慧(2002)。家庭休閒消費支結構之研究。新莊：輔仁大學應用統計研究所未出版之碩士論文。
- 江貞昱(1994)。經濟發展中社經結構變遷與休閒活動關係之探討。台北：國立政治大學社會研究所未出版之碩士論文。
- 李晶(譯)(2001)。Cordes K.A. & Ibrahim H.M. 著。休閒遊憩事業概論。台北：桂魯。
- 李正俞(1994)。臺灣地區消費與休閒之實證研究。台北：文化大學經濟學研究所未出版之碩士論文。

- 李明宗(1988)。Leisure, Recreation, Outdoor Recreation。戶外遊憩研究，1(1)，83-86。
- 沈易利(1998)。台灣省民眾休閒運動參與和需求之研究。台中：霧峰出版社。
- 沈易利(2000)。台灣省民眾休閒運動參與和需求之研究（以北、中、南地區為例）。台中：霧峰出版社。
- 邱金松、謝智謀、吳志濱(1990)。台灣地區國民休閒活動之發展。桃園：國立體育學院。
- 林彥伶(1998)。休閒價值與家庭消費行為。新莊：輔仁大學經濟學研究所未出版之碩士論文。
- 林房儼(2003)。台灣運動產業組織現況分析。桃園：台灣體育運動管理學會學術研討會，7-12。
- 林怡珍(2003)。台灣家計單位休閒需求之研究。台中：朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班未出版之碩士論文。
- 林東泰(1992)。休閒教育與其宣導策略之研究。台北：師大書苑。
- 林建煌(2000)。行銷管理。台北：智勝文化。
- 林益生(2002)。家戶所得、縣市及都市化程度對消費需求支出影響之研究。台北：國立臺灣大學農業經濟學研究所未出版之碩士論文。
- 林靈宏(1999)。消費者行為學。台北：五南圖書出版公司。
- 陳定雄(1994)。休閒運動相關術語之歷史研究。國立臺灣體育專學報，4，1-29。
- 陳宗玄(1996)。臺灣休閒消費支出分析與預測--卡門濾波方法之應用。臺灣經濟金融月刊，35(7)，61-72。
- 陳思倫、歐聖榮、林連聰(2001)。休閒遊憩概論。台北：世新

- 大學。
- 陳桓敦(2002)。台灣地區休閒旅館遊客消費行為之研究。台北：世新大學觀光學系碩士班未出版之碩士論文。
- 陳彰儀(1989)。工作與休閒：從工業心理學的觀點探討休閒現況與理論。台北：淑馨出版社。
- 陳鴻雁、楊志顯(1999)。國民參與休閒運動人口調查研究(初探)。台北：行政院體委會。
- 陳顥文(2000)。臺灣地區家庭國內外旅遊消費支出之分析。台北：臺灣海洋大學漁業經濟研究所未出版之碩士論文。
- 周海娟(1990)。臺灣居民休閒活動的選擇與類型。台北：東吳大學社會研究所未出版之碩士論文。
- 周麗芳(1996)。不同社會階層、生命週期、區位之家庭消費型態研究。台北：台灣大學農業推廣學研究所未出版之碩士論文。
- 周佳慧(2001)。休閒活動與休閒阻礙。中華體育，15(3)，144-149。
- 周秀華(2002)。深度休閒者學習經驗之研究。高雄：高雄師範大學成人教育研究所未出版之碩士論文。
- 吳明隆(2003)。SPSS統計應用實務。台北：松崗圖書。
- 吳國順(1993)。國人出國旅遊市場區隔及消費者行為分析。桃園：國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文。
- 許瑛玲(1994)。女性公務人員休閒生活之研究-以某一事業單位女性職員為例。台北：私立東吳大學社會工作研究所未出版之碩士論文。
- 許義雄(1983)。體育學原理。台北：文景書局。
- 高淑貴(1991)。家庭社會學。台北：黎明文化。

- 高俊雄(2002)。運動休閒事業管理。桃園：志軒。
- 涂淑芳(譯)(1996)。Cene Bammel& Lei Lane Burrus-Bammel 著。休閒與人類行為。台北：桂冠。
- 梁愛玲(1995)。台北市雙薪家庭休閒與生命週期關係之探討。台北：台灣師範大學教育研究所未出版之碩士論文。
- 唐祖湘(2001)。家庭服裝消費空間選擇之研究---以永和市婦女代理消費者為例。台北：東吳大學社會學系未出版之碩士論文。
- 郭怡汾(2001)。社經地位、地區剝奪與老人存活狀況。台北：台灣大學公共衛生學院衛生政策與管理研究所未出版碩士論文。
- 郭貞(1997)。地域差異、社會階層對臺灣地區民眾之外顯式消費、綠色消費傾向與送禮文化之影響。廣告學研究，9，1-20。
- 郭榮文(2003)。單親家庭休閒態度與休閒參與之相關研究。嘉義：國立嘉義大學家庭教育研究所未出版之碩士論文
- 康箏(譯)(2000)。Geoffrey Godbey 著。你生命中的休閒。昆明：雲南人民出版社。
- 黃千珊(1999)。家庭生命週期與家庭休閒活動決策歷程之研究—以基隆市核心家庭為例。高雄：高雄師範大學成人教育研究所未出版之碩士論文。
- 黃兆偉(2000)。以台中市居民之旅遊偏好區隔溪頭森林遊樂區遊憩市場之研究。台中：東海大學景觀學系未出版之碩士論文。
- 黃金柱(1999)。政府與民間投資體育活動經費編配和消費概況之調查研究(初稿)。台北：行政院體委會。

- 黃振球(1970)。休閒活動理論與實施。國立臺灣師範大學教育學報創刊號，545-694。
- 黃俊英(2002)。行銷學的世界。台北：天下遠見出版股份有限公司。
- 黃裕智(2003)。遊客社經地位、渡假生活態與其旅遊消費行為關係之研究-以墾丁地區遊客為例。彰化：大葉大學休閒事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。
- 張文玲(2002)。台灣地區家庭保健及醫療支出行為之分析。基隆：國立台灣海洋大學應用經濟研究所未出版之碩士論文。
- 張清溪、許嘉棟、劉鶯釗、吳聰敏(2000)。經濟學-理論與實際。台北：翰蘆圖書出版有限公司。
- 張華葆(1987)。社會階層。台北：三民書局。
- 趙秋嚴(譯)(1969)。Veblen, T. B. 著。有閒階級論。台北：台灣銀行經濟研究室。
- 葉智魁(1996)。消費與休閒：另一種「台灣經驗」。戶外遊憩研究，9(1)，79-106。
- 葉日武(譯)(2002)。Hawkins, Best & Coney 著。消費者行為。台北：前程企業管理有限公司。
- 劉慈惠(2000)。社經地位與教養相關文獻的評析與再思。新竹師院學報，13，359-374。
- 榮泰生(2000a)。消費者行為。台北：五南文化出版社。
- 榮泰生(2000b)。現代行銷管理。台北：五南文化出版社。
- 蔡惠真(2002)。台北市家庭消費支出之實證分析。台北：中國文化大學經濟學研究所未出版之碩士論文。
- 鄭健雄(1997)。休閒的哲學理念內涵及分類。1997 休閒、遊

- 憩、觀光研究成果研討會。中華民國戶外遊憩學會。
- 薛銘卿(1992)。休閒及休閒活動定義之詮釋：非規範及規範性觀點。戶外遊憩研究，5(3/4)，71-89。
- 蕭夙君(2001)。消費者之社會階層、家庭生命週期與其汽車產品屬性重視類別之關聯性研究-以台北市汽車潛在購買者為例。新竹：國立交通大學經營管理研究所未出版之碩士論文。
- 曹勝雄(2001)。觀光行銷學。台北：揚智文化事業股份有限公司。
- 鍾榮中(2003)。幼教服務市場消費者行為之研究。彰化：大葉大學事業經營管理研究所未出版之碩士論文。
- 謝智謀(譯)(2001)。John Swarbrooke & Susan Horner 著。觀光消費行為理論與實務。台北：桂魯。
- 謝秀芬(1986)。家庭與家庭服務。台北：五南文化出版社。
- 顏妙桂(譯)(2002)。Christopher R. Edginton、Carole J. Hanson、Susan R. Edginton、Susan D. Hudson 著。休閒活動規劃與管理。台北：桂魯。
- 藍麗娟(2003)。妳是青春回巢族嗎？*CHEERS* 快樂工作人雜誌，38，100-105。
- 羅安琍(1999)。不同家庭生命週期與社經背景婦女之服裝消費研究。台北：國立台灣師範大學家政教育研究所未出版之碩士論文。
- 英文部份：
- Bammel, C. & Bammel, L. L. B(1992). *Leisure and human behavior*. Dubuque, Iowa : Wm. C. Brown.
- Bigelow, H. F.(1942). *Marriage and the Family* , Boston:

- Heath.
- Cordes, K. A. & Ibrahim, H. (1996). *Applications in recreation & leisure : for today and the future*. Boston. : WCB/McGraw-Hill
- Danko, W. D. & Schaninger, C. M. (1993). A conceptual and empirical comparison of alternative household life cycle models. *Journal of Consumer Research*. 19(March), 580-593.
- Duvall, E. M. (1977). *Family Development*. Philadelphia: J. B. Lippincott.
- Edginton, C. R. , Hanson, C. J. , Edginton , S. R. , Hudson, S. D. (1992). *Leisure programming : concepts, trends, and professional practice*. Dubuque, Iowa : Brown & Benchmark.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1993). *Consumer Behavior*. New York: The Dryden Press.
- Gladwell, N. (1990). A Psychographic and Sociodemographic Analysis of State Park Inn Users. *Journal of Travel Research*, 28(4), 15-20.
- Gilly, M. C., & Enis, B. M. (1982). Recycling then Family Life Cycle: a Proposal for Redefinition. *Advances in Consumer Research*, 9, 271-276.
- Hollingshead, A. B., Redlich, F. C. (1958). *Social Class and Mental Illness: A Community Study*, New York: John Wiley & Sons.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2001). *Consumer*

- Behavior: Building Marketing Strategy (8th Ed.)*.
Boston. : WCB/McGraw-Hill.
- Kelly, J. R. (1990). *Leisure*. New Jersey: Prentice Hall.
- Laosa, L. M. (1981). Maternal behavior: Sociocultural diversity in modes of family interaction. In R. W. Henderson (Ed.), *Parent-child interaction-theory, research, and prospects*. New York: Academic Press, Inc.
- Mattessich, P., & Hill, R. (1987). *Handbook of Marriage and The Family*. New York: Plenum Press.
- Murphy, P. E., Staples, W. A. (1979). A Modernized Family Life Cycle. *Journal of Consumer Research*, 6, 12-22, June.
- Orthner, D. K. (1975). Reinforcing the leisure component in family life. *The Family Coordinator*, 24:175-183.
- Russell R. V. (1982). *Planning programs in recreation*. St. Louis : Mosby.
- Sorokin, P. A., Zimmerman, C. C., & Galpin, C. J. (1931). *A Systematic Sourcebook in Rural Sociology*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- U. S. Bureau of the Census (1963). *Methodology and Scores of the Socioeconomic Status*. Working Paper, No. 15
Washington, D. C.: U. S. Government Printing Office.
- Wells, W., & Gubar, G. (1966). Life cycle concept in marketing research. *Marketing Research*, 3(November), 355-363.

Wilkes, R. E. (1995). Household Life-Cycle Stages, Transitions, and Product Expenditures, *Journal of Consumer Research*, 22, 22-42.

Warner, W. L., Meeker, M. & K. Eels (1949). *Social Class in America: Manual of Procedure for the Measurement of Social Status*. Chicago: Science Research Associates.

Wong, C. K. J. (1981). The changing Chinese family pattern in Taiwan. *Dissertation Abstracts*. 41/08, 37-45.

網路部份：

台中市政府主計室(2003)。台中市九十年家庭收支調查結果簡析。2003年10月30日，取自

<http://www.tccg.gov.tw/intro/institution/sys/upload/台中市九十年家庭收支調查報告一.doc>

台中市政府主計室(2004)。台中市現住戶數、人口密度及性比例。2004年4月1日，取自

<http://www.tccg.gov.tw/sys/unit/sys/upload/現住戶數、人口密度及性比例.xls>

馬惠娣(2000)。休閒消費已成為我國新的經濟增長點。2003年11月15日，取自

<http://www.bjkg.gov.cn/gkjy/rkx/k20519-04.htm>

東方曉鳴。生命時間的1/3給「休閒」找個理由。2002年11月15日，取自

<http://www.shenmeijingji.com/lylwww/sm-jj/qcsh/qcsh02.htm>

新浪讀書。休閒中國從「申閒」開始。2002年11月1日，
取自

<http://book.sina.com.cn/2003-07-04/3/11078.shtml>

謝邦昌。問卷設計。2003年3月15日，取自

[http://www.104poll.com.tw/AboutResearch/Efficecy
.asp](http://www.104poll.com.tw/AboutResearch/Efficecy.asp)

謝雨生(2000)。台灣階級結構與社會流動。2003年4月30
日，取自

[http://hsc.social.ntu.edu.tw/old/program2000/cou
rse/000712-2.html](http://hsc.social.ntu.edu.tw/old/program2000/course/000712-2.html)

附錄： 家庭休閒消費調查問卷

親愛的朋友，您好：

感謝您撥冗填答本問卷，使本研究得以順利進行。這是一份有關家庭休閒消費行為的調查問卷，主要目的在瞭解家庭參與休閒活動時，其消費的情況。希望調查結果能顯示不同家庭的休閒消費取向。

本研究結果僅供學術研究之用，對於各項填答只作集體資料處理，**毋需具名，敬請放心填答。填答時請以整個家庭為考量。**再次感謝您的幫忙！敬祝

身體健康 萬事如意

台灣體育學院休閒運動管理研究所

指導教授 沈易利

研究生 廖振宏 敬上

中華民國九十二年十二月

壹、家庭基本資料

*這部份題目是有關於您家庭狀況之基本資料，本研究僅作研究分析之用，絕不對外公佈，請選擇適當選項編號填入_____中。

一、請問您居住在台中 縣 市

二、請問您的家庭中，主要之經濟來源者：_____

夫 妻 夫妻雙薪，以夫為多

夫妻雙薪，以妻為多 其他 _____請說明

三、請問您的家庭成員：_____人

四、請問您的家庭組成屬於：

小家庭 三代同堂 單親家庭

旁系同居之大家庭 其他 _____請說明。

五、請問您家中，最小孩子年齡：_____歲， 有 無工作
(拜託一定要填!!)

六、請問您的家庭中，主要經濟來源者之教育程度：

小學畢業及以下 國中畢業

高中、職畢業 大專畢業及以上

七、您家庭每月平均總收入(整個家庭的收入)：

- 45,000 元以下 45,001 元~60,000 元
 60,001 元~75,000 元 75,001~90,000 元
 90,001 元~105,000 元 105,001 元~120,000 元
 120,001 元~135,000 元 135,001 元以上。

八、請問您的家中，主要經濟源者之職業：_____ (請參閱下列分類表，選擇適當的編號填入，若無合適之答案，請直接填寫職稱。)

| | |
|---|---|
| 1 | 大專校長、大專教師、醫師、大法官、公務員(特任或簡任)、立法委員、監察委員、考試委員、董事長、總經理、將級軍官 |
| 2 | 中小學校長、中小學老師、會計師、法官、推事、律師、工程師、建築師、公務員(薦任)、公司行號科長、院轄市議員、經理、襄理、協理、副理、校級軍官、警官、作家、畫家、音樂家、新聞及電視、一般企業負責人 |
| 3 | 技術員、技佐、公務員(委任)科員、行員、出納員、縣市議員、鄉鎮民代表、批發商、代理商、包商、尉級軍官、女警、秘書、代書、電影或電視演員、服裝設計師、室內設計師、小型企業負責人 |
| 4 | 技工、水電匠、店員、小店主、零售員、推銷員、自耕農、司機、裁縫、廚師、美容師、理髮師、郵差、士(官)兵、打字員、領班、監工、保險員 |
| 5 | 工廠工人、學徒、小販、佃農、漁夫、清潔工、雜工、工友、建築物看管人員、門房、傭工、侍者 |
| 6 | 無業、家庭主婦 |
| 7 | 其他 _____ 請說明 |

貳、家庭休閒消費行為調查

*以下問題是為了瞭解家庭成員參與家庭休閒活動的情況及其消費的金額與分配。請選擇適當選項編號填入_____中。

一、家庭休閒活動參與情況

本量表主在瞭解家庭成員在參與休閒活動時，參與的情況。

(一)您和家人經常參與家庭休閒活動的時間：

假日 非假日 其他(都有)。

(二)您和家人每次參與休閒活動的時段(可複選)：

清晨 8：00 以前 上午 8：00~12：00
 午休 12：00~14：00 14：00~17：00
 傍晚 17：00 以後

(三)您和家人經常參與的休閒活動是：_____ (請參閱下列分類表，選擇適當的編號填入。單選題。拜託一定要填!! 若有未列出請直接填於第六項其他)

| | | |
|---|--------|--|
| 1 | 體育性 | 跑步、太極拳、內外丹功、水上運動、球類運動、舞蹈(街舞)、健身運動、爬山、健行、散步、體操 放風箏 |
| 2 | 知識、學術性 | 閱讀、朗誦、寫作、實驗、研究、參觀展覽、收集物品、學語文、上圖書館 |
| 3 | 藝術性 | 音樂、繪畫、雕塑、刺繡、舞蹈、縫紉、插花、烹飪、剪貼、歌唱、書法、陶瓷 |
| 4 | 娛樂、消遣性 | 看電影、看電視、聽廣播、棋藝、橋藝、攝影、釣魚(蝦)、觀劇、聽唱歌、旅行及遊街、網咖、電動玩具、看比賽 |
| 5 | 社交服務性 | 聚餐、聚會、宗教活動、社會服務、家庭服務環境清潔、整理花園、種花種菜、飼養動物、協助孤兒或老人 |
| 6 | 其他 | 請說明_____ |

(四)您和家人最常參與的休閒活動歸納的細項有：_____

(請選擇 1~2 項，若有未列出，請直接填於其他項下。)

運動 觀光旅遊 健身俱樂部 藝文活動
 舞蹈 戶外活動 逛街購物 遊樂園
 拜訪親朋好友 看電視、電影
 其他 _____ 請說明

(五)您和家人最常參與家庭休閒活動的場所：

免費的場所 須付費之場所
 其他 _____ 請說明。

(六)您和家人通常到達從事家庭休閒活動地點的時間：

- 10分鐘(含以下) 11~30分鐘
 31~60分鐘 一小時以上。

二、家庭休閒消費型態

本量表在瞭解家庭於參與家庭休閒活動時，其消費型態及其消費支出分配的情形。

(一)您和家人參與家庭休閒活動時，平均每次花費的金額？

- 500元(含)以下 500元~1000元
 1000元~1500元 1500元~2000元
 2000元(含)以上。

(二)您和家人參與家庭休閒活動時，平均每月花費的金額？

- 1000元(含)以下 1000元~2500元
 2500元~5000元 5000元~10000元
 10000元(含)以上。

(三)您和家人參與家庭休閒活動時，最主要的支出項目？(可複選，若有未列出，請直接填於其他項下。)

- 交通費用 服裝費用 會員費用
 紀念品費用 設備使用費 住宿費用
 保險費 食的費用 門票(場地)費用
 購買參與活動必要之產品費 其他____請說明。

(四)您和家人每月參與家庭休閒活動的次數：

- 無 一~二次 三~四次
 五~六次 七次(含)以上。

(五)您和家人參與家庭休閒活動時，最主要受何種因素影響？

- 配偶 家人 同儕 自己喜好
 傳播媒體 銷售人員 其他_____(請說明)

本問卷到此結束，請您再檢查一下，是否有漏答之題目，再次感謝您抽空填答本問卷！！