

南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文
THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCES DEPARTMENT OF TOURISM
MANAGEMENT
NAN HUA UNIVERSITY

養生休閒健康民宿顧客參與動機、阻礙、滿意度、承諾與效益影響關係之研究
A Study of the Relationship among Participative Motivation, Constraints, Satisfaction,
Commitments and Benefits for Preserving Health B & B



研究生：陳麗玉
GRADUATE STUDENT：CHEN,LI-YU.

指導教授：張清標 博士
ADVISOR：CHANG, CHING-PIAO.

中華民國九十六年六月

南 華 大 學

旅 遊 事 業 管 理 研 究 所 碩 士 學 位 論 文

養生休閒健康民宿顧客參與動機、阻礙、滿意度、承諾與效益影響關係之研究

研究生：陳麗玉

經考試合格特此證明

口試委員：沈耀威
趙文瓦
張博林

指導教授：張博林

系主任(所長)：丁慈敏

口試日期：中華民國 96 年 6 月 29 日

南華大學旅遊事業管理研究所九十五學年度第二學期碩士論文

論文題目：養生休閒健康民宿顧客參與動機、阻礙、滿意度、承諾與效益影響關係之研究

研究生：陳麗玉

指導教授：張清標 博士

論文摘要內容：

由於養生與旅遊的盛行，健康、養生及旅遊的整合發展，益顯其重要性。本研究以養生休閒健康民宿為研究對象，分析顧客參與動機、阻礙、滿意度、承諾與效益影響關係，並以台東縣常安養生民宿為實證研究對象，透過問卷調查，獲得以下結果：1. 參與動機以排毒及預防生病最強；產品及服務期望依序為空氣、定禪、民宿主人親切接待、養生飲食及飲食步驟；產品及服務滿意度依序為空氣、養生飲食、靈芝茶、民宿主人親切接待、飲食步驟及動禪；參與阻礙以家庭因素及個人偏好程度較高；參與效益為增進身體健康、增加抗體與延緩老化。2. 透過因素分析萃取出主要因素構面，參與動機為預防生病及休閒；產品與服務為健康旅遊、健康活動、養生飲食、健康環境與健康產品；參與效益為健康與自信。3. 經過徑路分析，預防生病與健康活動對承諾有正面影響；個人阻礙對承諾有負面影響；預防生病與健康活動會產生健康效益；預防生病與健康旅遊會產生自信效益。

關鍵詞：養生、健康、民宿、常安養生民宿

**Title of Thesis : A Study of the Relationship among Participative
Motivation, Constraints, Satisfaction,
Commitments and Benefits for Preserving
Health B & B**

Name of Institute : Department of Tourism Management, Nan Hua University

Graduate date : June 2007

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Chen,Li-Yu

Advisor : Chang,Ching-Piaoph.D.

Abstract

Due to the prevalence of preserving health and tourism, it is much important to integrate preserving health with tourism. The focus of analyses presented in this report is on the relationship among participative motivation, constraints, satisfaction, commitments and benefits for preserving health B & B. The questionnaire is adopted as the research method in CharnAn Health Home Stay, Taitung County. The major findings of this research are as follows:

1. The most important participative motivation is body detoxification and preventive illness. In products and service expectation, consumers focus on air, concentration zen, host's friendly attitude etc. In products and satisfaction, consumers focus on air, preserving diet and Ling-Zhi tea etc. In participative constraints, it showed a highly degree of family and individual factors. Then healthy condition is for participative benefits.

2. The data analyzed by factor analysis is issued that preventive illness and leisure are noticeable in participative motivation. Healthy tour and activities, and preserving diet and so on are noticeable in products and service expectation. Health and confidence are noticeable in participative benefits.

3. By path analysis, preventive illness and healthy activities have positive effect on commitments, and cause healthy benefit. Individual constraint has

a negative effect on commitments. Preventive illness and healthy tour will cause confident benefit.

Keywords: preserving health, health, B&B (Bed and Breakfast) , CharnAn Health Home Stay.

目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
目錄.....	iv
表目錄.....	vi
圖目錄.....	vii
第一章 緒論	1
1.1 研究動機與背景.....	1
1.2 研究目的.....	3
1.3 研究範圍與對象.....	3
1.4 研究流程.....	7
第二章 文獻探討	8
2.1 認真休閒.....	8
2.2 健康.....	9
2.3 養生與健康.....	10
2.4 參與動機.....	13
2.5 休閒阻礙.....	14
2.6 休閒承諾.....	16
2.7 休閒效益.....	16
第三章 研究方法	19
3.1 研究架構.....	19
3.2 研究假設.....	19
3.3 問卷設計.....	21
3.4 分析方法.....	21
第四章 實證分析	23

4.1 樣本結構分析.....	23
4.2 參與動機分析.....	24
4.3 產品與服務之重要度與滿意度分析.....	25
4.4 參與阻礙分析.....	27
4.5 學習承諾分析.....	28
4.6 參與效益分析.....	28
4.7 人口統計變數對各變數差異性分析.....	30
4.8 參與動機、產品滿意度、阻礙、承諾與效益的影響關係.....	31
第五章 結論與建議.....	36
5.1 結論.....	36
5.2 建議.....	37
參考文獻.....	39
附錄問卷.....	44

表 目 錄

表4.1 樣本結構分析.....	23
表4.2 參與動機分析表.....	24
表 4.3 參與動機因素分析及信度分析表.....	25
表4.4 產品與服務之重要度與滿意度分析.....	25
表4.5 產品與服務因素分析及信度分析表.....	26
表4.6 阻礙因素分析.....	27
表4.7 參與阻礙因素分析與信度分析.....	28
表4.8 學習承諾分析.....	28
表4.9 參與效益分析.....	29
表 4.10 參與效益因素分析及信度分析表.....	29
表4.11 人口統計變數對各變數單因子因變異數分析F檢定值.....	30
表4.12 年齡對預防生病動機的Scheffe檢定結果表.....	31
表4.13 性別對學習承諾的差異化分析.....	31
表4.14 參與動機與阻礙對產品滿意度影響迴歸分析.....	32
表4.15 參與動機、產品滿意度、阻礙對承諾影響迴歸分析.....	33
表 4.16 參與動機、產品滿意度、阻礙對效益影響迴歸分析.....	34
表 4.17 學習承諾對效益影響迴歸分析.....	34

圖 目 錄

圖1.1 達摩易筋經功與養生保健關係圖.....	6
圖1.2 研究流程圖.....	7
圖3.1 研究架構圖.....	19
圖4.1 參與動機、產品滿意度、阻礙、承諾對效益影響徑路分析 圖.....	35

第一章 緒論

1.1 研究動機與背景

隨著工業化的快速發展，人們的工作壓力愈來愈大。都市化的結果，使人們集中在都市，運動空間相形日益減少。加上國民所得提升，人們的飲食營養攝取過度增加，使得人們的健康狀況，有日益降低的趨勢。另一方面，隨著科技發展，醫藥技術發達以及環境的改善，人類壽命明顯延長。然而壽命的延長並不表示健康的延長，漫長的老年期生涯往往伴隨著一些慢性病。而且慢性病的發生年齡層，也有日益降低的趨勢。上述因素，使得社會大眾對健康的需求，日益增加。對於一些生理與心理方面的疾病，除了可藉由藥物控制加以治療之外，相關研究也指出「休閒治療」的方式，是一種更輕鬆且不具侵入性的方式而達到治療的目的。

隨著所得提高，政府倡導週休二日，國人休閒風氣日益蓬勃發展，民國九十四年國內旅遊總人次達一億二千萬人。由於國人生活壓力日增，接觸大自然的機會日益降低，休閒旅遊活動每每蒸蒸日上。都會區民眾利用假期湧入鄉間野，從事郊遊踏青活動，鄉村旅遊隨之日趨蓬勃發展。民國九十四年鄉村旅遊達四千四百萬人次，成為人們生活的一部份。由於鄉村旅遊具備有休閒旅遊及壓力抒解的功能，便成為人們追求健康的重要休閒活動，使得健康旅遊市場日趨蓬勃發展。為提供鄉村旅遊的住宿需求，國內

民宿業隨之蓬勃發展。台東縣擁有好山好水，自然資源豐富，有台灣的後花園之稱，也漸漸成為養生、休閒與健康旅遊的好去處。

由於高齡化社會的來臨，以及社會大眾對健康的需求日益增加，健康養生成為一股社會風潮。從飲食養生、休閒養生及運動養生，進而有養生度假村的設置，顯示社會大眾對養生的重視。社會大眾對健康的意識已從醫院診所治病的概念，轉為以自然方式調整身、心、靈健康之預防醫學的概念。除了生理健康的追求上，更進而追求環境及心靈的健康，漸而進入身心靈健康的保健與修護。

能量存在宇宙間，身體也是一個小宇宙，能量是人體構成的重要要素之一，人體能量的改變，人的體質也隨之改變，健康狀況當然也隨之改變。而影響人體的因素很多，大致可分為飲食、環境、生理及心理等四個層面。中華生命文化學會理事長蘇永安博士提出「能量養生」的主張，認為「能量養生」融合了中醫學及新的科技方法，運用人體經絡系統，直接攝取天、地、人的生命能量，達到良好的防治疾病效果。

由於外在環境的惡化，工作壓力的增加，飲食習慣的偏頗，運動的減少，造成人們健康的惡化，國人對健康需求的日益增加。再加上傳統醫學分科過細，未能對疾病能有整體的診治，使得總合自然療法日益受到重視。藉由維持人類生命之所有條件的正常化，來提高自然治癒能力，進而預防疾病的產生，提升免疫能力，延緩老化的產生。另一方面，由於鄉村旅遊風

氣日益興盛，民宿快速發展，市場競爭也日趨激烈。如何形塑民宿的獨特性，來吸引顧客的青睞，建立顧客的忠誠度，也是民宿發展所需面對的重要課題。相關業者有見於養生、健康與休閒的整合發展趨勢日益明顯，紛紛來思考民宿、養生、健康與休閒的有效整合，能否形塑民宿的獨特性，以滿足多樣化的需求。有鑑於此，本研究本著吃的健康及玩得快樂之養生的理念，以養生休閒健康民宿為研究主題，來探討顧客參與動機、滿意度、阻礙、效益與承諾之影響關係，並以台東常安養生民宿為實證分析對象，將研究成果，做為民宿發展養生健康休閒相關改善策略之參考。

1.2 研究目的

根據研究動機，本研究所欲達成的目的如下：

1. 分析養生健康休閒民宿顧客參與動機、阻礙、效益、產品滿意度、產品重要度與承諾的現況；
2. 分析養生健康休閒民宿顧客參與動機、阻礙、效益、產品滿意度、產品重要度與承諾的重要因素構面；
3. 分析遊客對產品與服務期望的差異化分析，以瞭解遊客的需求。
4. 應用徑路分析參與動機、參與阻礙、參與效益、產品滿意度與承諾等變數的影響關係。
5. 根據研究結論，提供業者在制訂營運改善策略之參考。

1.3 研究範圍與對象

本研究以養生休閒民宿為研究主題，以台東地區常安養生民宿，修習達摩易筋經顧客，為實證調查分析對象，透過問卷調查，來探討顧客參與動

機、滿意度、阻礙、效益與承諾之影響關係。

一、常安養生民宿

「常安養生民宿」位於台九線卑南鄉初鹿段附近，在這充滿綠野山林中，空氣清新自然，再加上浪漫雲霧、美妙鳥聲、清涼的山風，如同鑲鑽的天空，風景相當優美，可以說是好山、好水、好空氣，盡在常安養生民宿，鄰近景點還包括原生植物園區、初鹿牧場、紅葉溫泉、小黃山及杉原海水浴場，是我們休閒旅遊的最佳選擇。

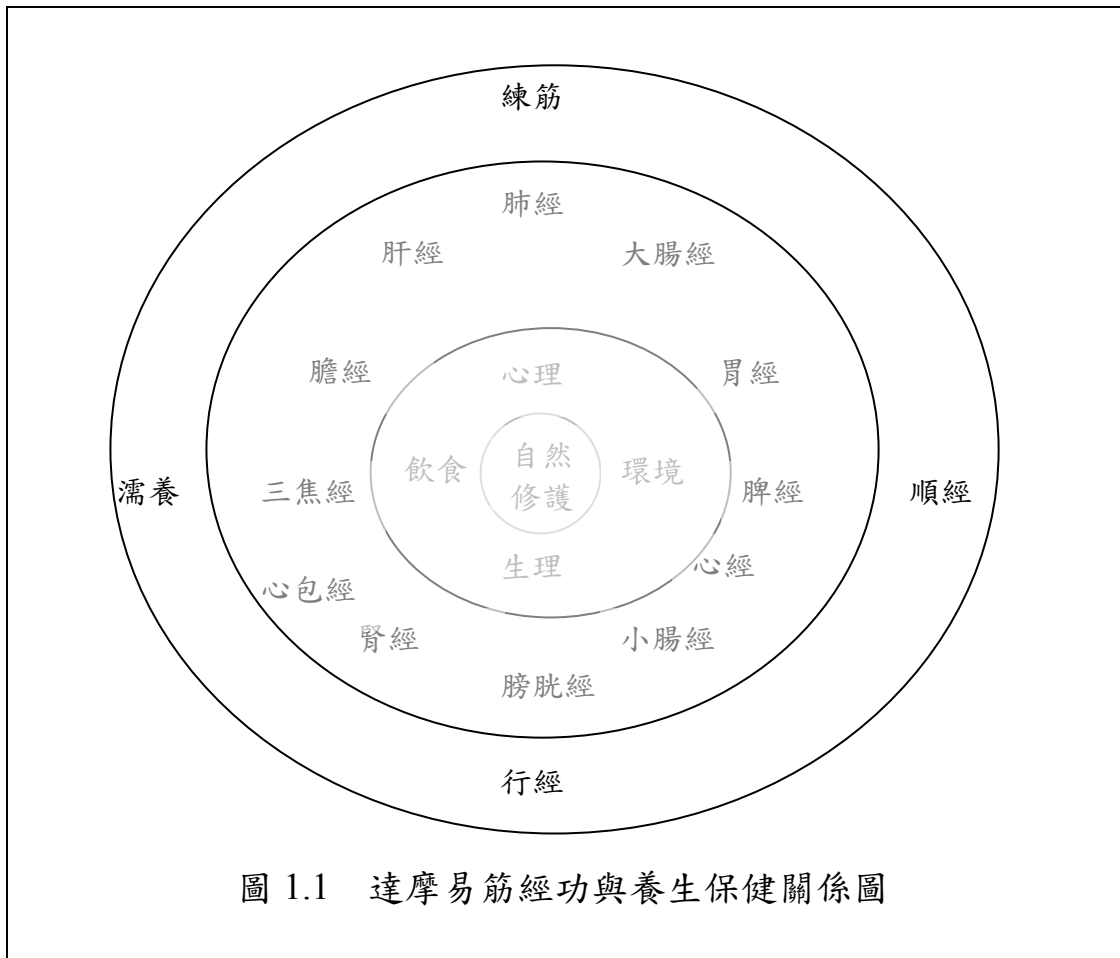
初鹿昔稱「初鹿通谷」，別號「巴哈利彎」，意指「休憩的地方」，在初鹿這塊布滿原始磁場的歡樂大地上，除了可欣賞各族原住民不同的歌舞表演之外，還可了解卑南族發源地的獨特文化，「原生植物園區」裡有數百種的珍貴藥草花園，亦是值得您來探訪。而「初鹿牧場」之美，不但有乳牛可以觀賞，還可品嚐新鮮牛奶及各式鮮美的農特產品。「紅葉溫泉」，屬野溪溫泉，泉水由河灘中滲出，清澈透明的碳酸泉，而且略帶硫磺味，自成臨時露天溫泉池，享受與天地共浴的美感。「小黃山」，隔著卑南溪與月世界相望，山壁黃土赤裸，斷崖地形綿延數公里，小山峰崢嶸，此地美景可比美大陸黃山，故有小黃山美名。「杉原海水浴場」位於都蘭灣南端，為東部海岸僅有的金色沙灘，海水清澈平靜，沙質細緻。海灘呈微弧形，是台東縣帆船活動基地。南北兩端的海域是海底珊瑚和魚類資源豐富之所在，實在是潛水的好去處。

「常安養生民宿」主人是一對非常好客，誠心誠意喜歡交朋友，且充滿熱情的夫妻。他們用心待人之道讓人倍感親切，宛如親朋好友般接待，讓每位旅客都有賓至如歸的感覺。雖然民宿裡沒有豪華的設備，但是整潔乾爽的居住環境讓人覺得舒適和溫馨，而且是最經濟的消費、最精緻的行程、保證讓您留下深刻的印象。民宿主人非常重視養生，對養生健康飲食有獨特的見解，在台九線初鹿段路旁，台東農會初鹿分部對面，開一家李記餐點，精選食材，高級食用油、低鹽及無污染食材，提供顧客健康養生飲食，他們希望顧客吃的健康，玩的盡興快樂。

二、達摩易筋經

易筋經是中國的一套養生功法，相傳為達摩祖師所創，共十三式。前十二式循十二經脈導引，最後一式為靜坐收功。透過身體姿勢的推、拉、擰、轉舒張人體肌腱、筋膜、韌帶、神經等；強健十二筋經以帶動十二筋脈運行的順暢來養生保健。達摩易筋功與養生保健關係圖如圖 1.1 所示。

易筋經練功法則依十二經脈的循環順序，以練「筋」、到順「經」、而行「經」達到濡養體內臟腑器官，遵循中國養生法則「不通則痛，通則不痛」。此功法是對任何身體毛病都有助益，例如精神疲勞、睡眠障礙、過敏性鼻炎、腹脹、頸肩、腰部酸痛、婦女病到心血管疾病、糖尿病及高血壓等等慢性疾病。



易筋經十二經脈對心理層面及生理層面都有交互影響，練習此法如能做到下列四點，更能強化其效果。

- (一)有恆心及毅力不間斷的練習功法。
- (二)調節飲食，注意營養的均衡攝取。
- (三)起居作息重新修正，力求正常化。
- (四)生活之中，心緒平靜，不強求，不要有過多的慾望。

1.4 研究流程

本研究流程圖如圖 1.2 所示。

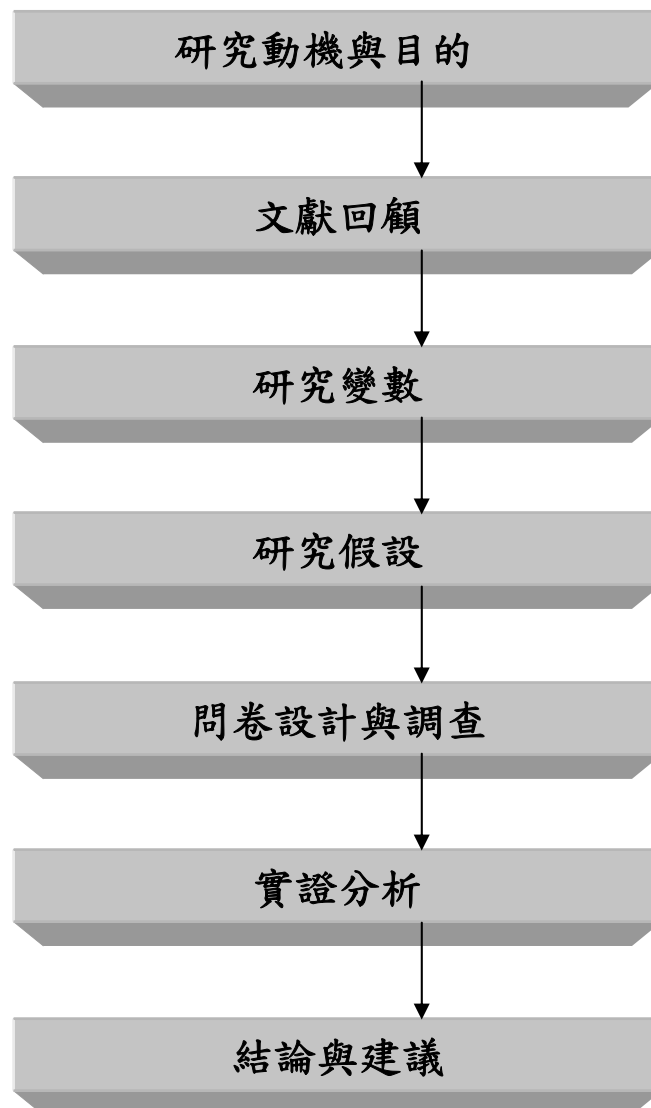


圖 1.2 研究流程圖

第二章 文獻探討

2.1 認真休閒

一、認真休閒之意義

認真有別於隨意，意味著專業、持久與投入。Stebbins 對「認真休閒」(serious leisure)的定義如下：「業餘愛好者 (amateur)、休閒嗜好者 (hobbyist)、志工 (career volunteer) 有系統、有計畫的從事某一活動，因其活動的錯綜複雜、豐富性、趣味性與挑戰性而深受吸引，進而持續的參與活動之行為，他們投入如事業般的專注，藉此機會獲得及展現特殊技巧，知識及經驗，這也使得參與者有非常充實及有趣的感覺」(Stebbins, 1982)。Stebbins (1994) 將從事認真性休閒活動者區分為三種類型，即：業餘從事者(amateur)、休閒嗜好者(hobbyist)與志工(career volunteer)等三類型。

二、認真休閒之特性

Stebbins (1992a)指出認真性休閒具有六種特性：(一)堅忍不拔的毅力 (need to persevere)：認真性休閒活動，面對危險時，需要堅持努力不懈，在活動來臨時，無論在任何情況下，都要克服困境。(二)生涯性(Career)：認真性休閒活動，參與者須有個人的生涯歷程，需要長期投入的活動。(三)個人努力的成果(significant personal effort)：參與者需要以知識、訓練、技術為基礎，進一步做顯著的努力。(四)持續的利益 (Long-lasting

benefits)：由參與過程中獲得(實踐)持久的利益，如：自我實現、自我充實、自我表達、自我恢復或自我更新、成就感、提昇自我形象、社會交互作用與親密安全的關係。(五) 次文化 (Subculture)：從事認真性休閒之參與者傾向與他們所追尋的娛樂有感同身受的感覺。(六) 強烈的認同感 (identify strongly)：認真休閒參與者對所從事的活動有強烈認同感。

養生健康休閒是一種專業的休閒活動，同時也是一項需要長期投入的活動。本研究常安養生民宿所結合達摩易筋功活動的遊客為研究對象，其休閒活動屬於認真性休閒活動的一種，需要長期投入方能達到其預期效益。而養生健康休閒的長久投入，便面臨許多阻礙，有何動力，能使參與者持續不斷的克服這些障礙，端視參與者的動機與活動所帶來的效益而定。

2.2 健康

一、健康行為

健康是指身體沒有任何疾病的病徵 (signs) 與症狀 (symptoms)，病徵與症狀的出現，代表了某些正常生理機能的降低，常需要適當的治療來恢復其原來的健康狀態。健康行為中，初級的預防是非常重要的，是指在疾病或身體功能損傷前，實行促進個人一般健康或針對某一疾病採取特殊保護的方法，通常包括生理和心理、情緒的健康。初級的預防又分為健康促進 (Health Promotion) 和預防疾病 (disease prevention) 或稱為特殊保護 (specific protection)。健康促進是一種趨近行為 (approach behavior)，以自我實現為導向 (Actualizing tendency)，指引個人維持或增進健康、

自我實現和幸福滿足的肯定態度，表示個人積極主動地建立新的正向行為。同時也結合教育、環境、支持等影響健康因素，以幫助健康生活的活動，其目的在於使人們對自己的健康能獲得更好的控制。健康促進生活型態之評估項目，應包括均衡營養、運動休閒、壓力處理、健康責任、發展社會支持系統及自我實現。

二、休閒與健康關係

休閒一般都被認為對於心理福祉與健康具有效益的結果(Kleiber, 1985; Iso-Ahola & Weissinger, 1984)。在休閒能力模式中，個體透過主控感(mastery)與自我決策、內在動機(intrinsic motivation)、內在控制感(internal locus of control)以及內在歸因(causal attribution)、自我選擇(choice)以及舒暢(flow)來達到治療的效果。在休閒動機模式中，社會支持也是影響心理健康的重要因素，休閒參與是很社會化，並且休閒通常由朋友同事或家人所組成，人們會為社交理由個別的參與休閒活動。

本研究將健康分為生理健康及心理健康，在生理健康包括肢體功能、生理疼痛及整體身體健康，而心理健康包括活力狀況、社會功能、情緒處理及心理健康。

2.3 養生與健康

能量無實體形象，卻常存在我們生活周遭。物質由能量所構成，能量變化，其體隨之變化。以水為例，從固態的冰，液態的水，到氣態的水蒸氣，

都是因為能量的變化，而產生變化。同理，能量也是人體構成的重要要素，而人體能量的改變，人的體質也隨之改變，健康狀況也隨之改變。因此，人的健康除了跟本身的生理條件有關之外，藉由飲食、環境、及心理與情緒的改變，促成身體能量的改變，進而影響到身體的健康（沈進成、張清標、陳麗玉，2007）。

飲食，人體飲用食物，先透過身體能量的釋出，才能轉化食物內的能量及熱量，經過消化吸收，供給身體活動所需的能量。而食物的種類不同，其消耗能量的多寡也有所不同，所產生新的能量也隨之不同。例如吃蔬果類所消耗的能量少，肉類、海產類消耗的能量多。

環境，能量會以不同的樣式充滿在生活空間，我們處於生活環境中，身體各部分與環境中的陽光、空氣、水、聲音等等能量，產生能量的吸收及釋出，因而改變身體的能量。而環境對人的影響，與人的體質息息相關。身體健康的人吸收到新鮮的空氣，看到美好的環境，或美麗的風景，聽到悅耳的音樂，都屬於正能量的一種。以前農業時代的純樸，大自然處處生機，空氣是新鮮的，水是甜美的，陽光是溫暖的，自然較少疾病纏身。而現代工業進步，對物質需求無度，美好的環境正被慢慢的破壞殆盡，臭氧層的破洞、空氣的污染、水質的污染、食物內的化學藥品等等，都違背大自然的法則，環境的惡化影響到動植物，進而威脅著人類的健康。

心理與情緒，人們從事養生時，通常只注意生理方面的調養，心理及情緒養生經常被忽略。現代人生活忙碌，工作壓力大，常造成睡眠不足，長

久以往，便造成生活失調。再加上氣候的變化，容易無端升起煩躁而亂發脾氣，以致內火攻心，情緒失衡。如何降低心火，讓情緒穩定下來，格外重要。養生專家都強調「身心要雙修」，當身體不好易影響心理，心理一急躁，身體就消耗負離子而快速老化與衰弱。培養好的生活習慣，逐步調節自己的脾氣、習氣和個性，情緒比較能穩定。中醫養生很注重「氣和」，如果氣的運行紊亂，不夠自然活暢，身心都易致病。靜心養身其實很重要，行住坐臥如果都能保持不急不緩的動作，讓呼吸勻稱有序，「氣」自然會「和」。氣順了，轉化為足夠的活動能量，身心獲得舒展放鬆，「心」自然而然「平」靜下來。

由於能量是人的重要構成要素之一，生命能量的多寡直接影響人的健康和壽命。中華生命文化學會理事長蘇永安博士「能量養生」的新主張，認為「能量養生」融合了中醫學及新的科技方法，運用人體經絡系統，直接攝取天、地、人的生命能量，達到良好的防治疾病效果。人體本來就是一個小宇宙，除了透過食物攝取大地的飲食能量，更直接經由人體能量系統，從大宇宙攝取無盡的天體生命能量。若能量吸收飽足且平衡，則五臟六腑、關節骨骸及經絡氣血運行正常，人體自我修護的免疫機能因而提升，血液循環良好，各組織細胞的代謝與再生能力強，自然可達到全方位的能量養生效果，是回春延壽，強健體魄最根本有效的方法。故本研究以民俗整合飲食、環境、活動、休閒等四個因素，來達成促進生理及心理健康的目的。

2.4 參與動機

動機是一種被刺激的需求，促使消費者用行動來滿足需求，消費者藉由需求獲得滿足來降低個人的焦慮與不安，即所有的消費者行為均由動機開始。動機是驅使消費者產生行為的原動力。動機是由內在心理需求的誘引，及外在環境的刺激，二者共同作用結果所形成的行為移動因素。張春興、楊國樞(1983)則指出人類動機的產生來自於刺激與需求。Maslow 提出的需求階層理論，認為人類有五種層級的需求，包含了社會需求、安全需求和生理需求，及成長需求，自我實現與自尊的需求。Kotler(1999)指出動機是一種被刺激的需求，會引發人們用行動來滿足它。陳思倫(2001)認為在觀光形成的過程中，動機被認為是支配旅遊行為之最根本驅力。謝淑芬(1994)動機是指引、啟動與維持身體與心理活動機能，並導引該活動朝向某一目標進行的一種內在歷程。

Ensel and Lin (1991)在生活壓力進程的因果模型中，提出阻斷理論(Deterring Models)及調適理論(Coping Models)。「調適理論」被用來探索哪些資源有助於個人處理外部的環境壓力，有研究顯示人格特質、調適技巧與策略、社會資源等，可用來改變壓力對健康的影響(Cohen & Wills, 1985; Wheaton, 1985)，即當壓力產生時，如何來加以排除與適應，以維持健康。Iwasaki and Mannell (2000b)研究休閒調適策略的「舒緩身心的休閒」構面發現，個體於低壓力時，舒緩身心的休閒不會對生理健康造成影響，然而當壓力增加時，則個體會增加「舒緩身心的休閒」行為來維繫生理健康，亦即「舒緩身心的休閒」在壓力及生理健康間是呈現緩衝模式。

阻斷模型 Deterring Models，說明休閒調適資源如何抑制或阻斷壓力對

個人身心健康的負面影響，即壓力預防的概念，平常強化抵抗壓力的能力，阻斷壓力的產生。心靈力量較強的人，比一般人感受到較少的生活壓力。具有正向靈性態度的人在情感、心理、和人際關係上應對壓力的表現比常人來的優異。

綜合以上所述，在休閒養生的過程中，參與動機也可能來自兩種情況，一種是身體不健康，迫切追求健康；另一種則是預防疾病產生的動機。

2.5 休閒阻礙

一、休閒阻礙之定義

個人參與休閒時，常受到許多因素的影響所造成，導致個人無法參與休閒活動者，均屬休閒阻礙(Leisure Constraints)。Ellis and Rademacher (1986)認為休閒阻礙是任何阻止或限制個人參與休閒活動的次數、持久性及品質的因子。Crawford & Godbey (1987)認為休閒阻礙是個體主觀知覺不喜歡或無法繼續參與休閒活動之影響因素。Jackson (1983)認為阻礙是凡偏好一項活動，但受到干擾以致無法參與此項活動的任何因子，皆視為阻礙。Henderson (1991)認為休閒阻礙是指任何能抑制個人去參與休閒活動、減少參與的時間及妨礙個人獲得滿足感的所有原因。相關學者認為休閒阻礙係指抑制、中斷或減少休閒活動參與次數和愉快感的種種因素。(鍾瓊珠,1997；陳藝文，2000；陳信安，2000；賴家馨，2002)。

二、休閒阻礙的類型與衡量

Chubb & Chubb (1981) 將阻礙參與休閒活動因素分為外在阻礙及個

人阻礙等兩類，外在阻礙因素包括外在的經濟因素、社會態度、社會結構、人口因素、罪犯、破壞公物、都市紊亂的情形、資源變化與交通運輸問題；個人阻礙因素包括知覺與態度、知識和技能、個性、性別、年齡與生命週期、文化及次文化的影響、目標、生活型態、居住地區、職業類型、可利用之休閒時間與個人的收入及分配。 McGuire (1984) 提出成年人休閒阻礙包括下列五大類的阻礙因子：外部資源、時間、受到家庭成員或朋友的支持、參與休閒活動的知識和技能、健康和福利。 Crawford & Godbey (1987) 將休閒阻礙分為個人內心的阻礙、人與人之間互相影響的阻礙、結構性的阻礙。 Crawford, Jackson, & Godbey(1991)認為休閒阻礙係從個體內在的阻礙延伸至人際間形成阻礙，個體在克服上述兩個阻礙後，最後會面對結構性的阻礙；個體如能克服結構性的阻礙就可能參與休閒活動，反之則影響個體而未參與休閒活動。陳南琦(2000)、張孝銘、高俊雄(2001)等人整理相關休閒阻礙之研究，將休閒阻礙的影響因素歸納為個人內在阻礙、人際間阻礙及結構性阻礙等三類，(一) 個人內在阻礙 (Intrapersonal Constraints)：指個體因內在的心理狀態或態度，而影響其休閒喜好或參與，如壓力、憂慮、信仰、焦慮、自我能力及對適當休閒活動之主觀評價等。(二) 人際間阻礙(Interpersonal Constraints)：是人際互動或是個人特質之間關係影響的結果。(三) 結構性阻礙 (Structural Constraints)：係指介入休閒偏好與阻礙之間的因素，包括家庭生命週期、氣候、工作時間。綜合以上所述，本研究係以健康休閒養生活動為主，較

偏向個體行為，故以個人阻礙與結構性阻礙為衡量之主要因素構面。

2.6 休閒承諾

一、休閒承諾之意義

承諾是為持續一段時間之行為，促使參與者持續提升個人能力與知識的原動力。承諾也可能是因為在追求的過程中會提供個人一些心理報酬，包括能力、成就感、自我形象(self-image)的提升，以及對此活動的情感依附。休閒承諾是在一段廣泛的時間內，穩定的參與此休閒活動，參與者需要對此活動具有堅持力(Buchanan, 1985; Stebbins, 1982)。個人在參與活動的歷程中，常需要承擔各種重要的決定，逐漸成為認真型或忠誠的參與者(Haworth, 1984)。Buchanan(1985)以長跑者為例，提出休閒承諾的要素包括行為一致、情感依附和附屬成本等三項。其中「行為一致」是指休閒者在一段期間內表現出一致和專注的行為；「情感依附」是指休閒者願意接受此一活動成為他的生活興趣、規範、重心與價值觀；「附屬成本」是指休閒者為了維持行為一致所需的機會成本。由此可知，休閒承諾可能會驅使認真休閒者對其喜愛之活動投入較多的參與程度。

2.7 休閒效益

一、休閒效益之意義

效益(benefits)是一種目標的達成，包括參與休閒能達成之目標，以及參與者相信休閒能幫助他們達成目標(Ajzen, 1991)。Driver(1997)強調效益對人或實質環境中，是需求獲得正向的改變，包含人際關係、體

適能、預防社會問題、或穩定社群等。在個人方面也可以說是一種特殊的心理滿足體驗，如活動結束後感覺很好，與朋友在一起感覺像與家人一樣親密和精神充沛等（洪煌佳，2002）。休閒效益是個人在參與休閒的過程中與參與後所獲對身心改善或滿足需求的主觀感受。Bammel & Burrus-Bammel(1982)提出休閒六大效益，包括：1.生理效益(Physiological benefits)：保持體適能水準、改善體適能、減少心肺血管方面之疾病。2.社交效益(Social benefits)：能與志同道合，且能分享其共同嗜好的成人來一起參與休閒活動，則更容易培養出珍貴的友情與親情。3.放鬆效益(Relaxation benefits)：休閒活動能使人遠離環境、解除憂慮、精力恢復，使參與者達到絕對放鬆的目的。4.教育效益(Education benefits)：休閒活動提供多元的興趣領域，來滿足個人的求知慾、創作慾，及提高個人的知識領域。5.心理效益(Psychological benefits)：參與不同的休閒活動可得到肯定及認同的機會及價值，也可藉由情境角色之轉換來獲得成就感。6.美學效益(Aesthetic benefits)；從休閒活動中可學習到對美的欣賞，並且可獲得心靈、情感上的充實及滿足，更可確認個人的價值與觀念。高俊雄（1995）則認為休閒效益是指在參與休閒遊憩的過程中，可以幫助參與者個人改善身心狀態，或滿足個人需求的現象，稱之為休閒效益。

Stebbins（1997）認為認真休閒效益分為個人及社會兩方面，在個人方面包括 1.自我充實（personal enrichment）：從認真性休閒活動的過程中學到知識與技巧。(2) 自我實現（self-actualization）：展現個人技巧與

能力。(3) 自我表現 (self-expression)：表現已學得的技巧及能力。(4) 自我形象 (self-image)：被他人認為是某一類型認真性休閒參與者。(5) 自我滿足 (self-gratification)：包括表面享樂式的愉悅與內心深層的滿足。(6) 個人重建 (recreation or regeneration)：從認真休閒參與可以使人在經過一天工作後，有一種再生的感覺。(7) 經濟獲得 (financial return)：從認真休閒活動中獲得金錢的回饋。社會方面包括(1) 社會吸引 (social attraction)：熱衷認真性休閒者會因趣味相投而群聚一堂。(2) 集體成就 (group accomplishment)：集合每一位認真休閒者的努力，創造出一個休閒作品。(3) 團體維持與發展之貢獻：助人及被需要的感覺，貢獻性的利他行為。

綜合以上所述，本研究以生理、放鬆、心理與美學等四個構面作為休閒效益量的衡量基礎。

第三章 研究方法

3.1 研究架構

本研究旨在探討養生健康休閒之參與動機、產品滿意度、阻礙、效益與承諾的影響關係，經由相關文獻的回顧，以及業者之訪談，提出研究架構如圖3.1所示。

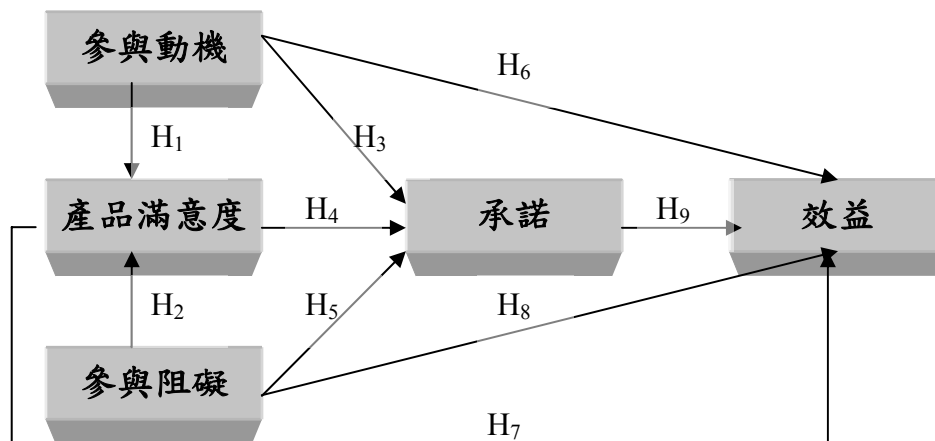


圖3.1 研究架構圖

3.2 研究假設

戴宜臻(2002)以亞歷山大健康休閒俱樂部台南分部為例，研究結果發現會員的參與動機愈高，其實際體驗也愈高；會員實際體驗愈高，其滿意度也愈高。馮家騏(2003)研究顯示休閒動機與其滿意度有顯著線性相關。沈進成等人(2003)認為運動參與動機對滿意度有顯著的正向影響。林佳蓉(2002)以225位居住在台灣地區六十歲以上的老人為研究對象，研究結果發現老人的個人休閒阻礙對生活滿意有顯著的負面影響。Goff、Fick與Oppliger(1997)研究結果發現當配偶支持其跑步活動時，則家庭衝突

就會相對降低。相對地，若配偶對跑步活動不支持時，則家庭衝突也會增多。江盈如（1999）研究發現健康體適能俱樂部，其顧客滿意度皆會正向影響顧客忠誠度。Lu 與Argyle（1994）研究結果發現民眾在休閒滿意度愈高，其對休閒的承諾越高。休閒可提昇個人自決感與社會支持並有效的應用於調適生活壓力，社交型休閒所提供的社會支持能幫助人們有效調適壓力與維持健康(Coleman & Iso-Ahola, 1993)。Iso-Ahola & Weissinger (1984) 提到與休閒體驗有關的休閒特質(leisure disposition)會造成因為壓力影響的健康層面之緩和。Hull(1990)提出藉由休閒活動可促進正向的心境而影響健康。而在認真性休閒活動中，休閒承諾越高，其休閒效益愈高(Stebbins, 1982)。依據相關文獻，為達成研究目的及研究架構，本研究提出下列九個假設：

假設一 (H₁)：參與動機對產品滿意度有顯著的正向影響關係。

假設二 (H₂)：參與阻礙對產品滿意度有顯著的反向影響關係。

假設三 (H₃)：參與動機對承諾有顯著的正向影響關係。

假設四 (H₄)：產品滿意度對承諾有顯著的正向影響關係。

假設五 (H₅)：參與阻礙對承諾有顯著的負向影響關係。

假設六 (H₆)：參與動機對效益有顯著的正向影響關係。

假設七 (H₇)：產品滿意度對效益有顯著的正向影響關係。

假設八 (H₈)：參與阻礙對效益有顯著的反向影響關係。

假設九 (H₉)：承諾對效益有顯著的正向影響關係。

3.3 問卷設計

本研究問卷內容主要依據文獻回顧，以及業者之訪談，來加以設計，共包括參與動機、產品滿意度、產品期望度、參與阻礙、效益、承諾及個人基本資料七方面。在參與動機方面，主要考量健康與休閒等因素。在產品滿意度及期望度，主要考慮飲食、活動、環境、休閒及產品等因素。在阻礙方面，主要考慮個人阻礙與結構阻礙等因素。在承諾方面，主要考慮個人投入方面。在效益方面，主要考慮生理與心理健康等因素。除了個人基本資料採取類別尺度來加以衡量外，其餘個變數皆採順序尺度加以衡量。

3.4 分析方法

本論文在處理數量之統計應用上，是以SPSS 10.0中文版套裝軟體作為統計分析之用。以下就本論文會使用到的統計分析方法做一簡述：

(一) 描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)

本研究使用描述性統計分析法中的平均數、標準差、次數分配及百分比等描述性統計數值，以瞭解樣本結構在各問項所呈現的分佈情形，有助於對研究樣本の確認與瞭解。

(二) 信度分析 (Reliability Analysis)

本研究採用的信度指標是以Cronbach α 係數作為衡量問項間的內部一致性。信度越高，表示存在於潛在變數中之各題項對於該項潛在變數之相關性越強 (Hair, Anderson Tatham and Black, 1995)。Cuieford (1965) 認為當Cronbach' α 係數大於0.7時，屬高信度；當Cronbach's α 係數介於

0.35~0.7之間，屬中信度；當Cronbach's α 係數小於0.35時，屬低信度。

（三）因素分析

目的在簡化資料，萃取問項之共同因子，以較少的構面數目來表示原先的資料結構，且又能保存住原有資料結構所提供的大部分資訊（黃俊英，2000）。本研究採用研究中最常用的主成份分析法（principal component analysis）進行因素萃取，再根據Kaiser準則，取特徵值大於1，來決定同因素的個數找出適當的因素數目。之後，再利用最大變異數法（varimax）予以直交轉軸（orthogonal rotation），將共同因素與其對應的變數找出，以方便因素命名。

（四）單因子變異數分析（One-way of Analysis of Variance）

本研究將利用單因子變異數分析，來檢定人口統計變數在各因素上是否存在顯著的差異。若經過單因子變異數分析後，差異性達到顯著的水準，則進一步以Scheffe多重檢定法來檢定哪些群體間存在顯著差異。

（五）徑路分析

為分析顧客參與動機、滿意度、阻礙、效益與承諾之影響關係，以及重要影響路徑，本研究採徑路分析來進行深入的分析。

第四章 實證分析

4.1 樣本結構分析

樣本結構特性分析如表4.1所示，顯示女生略多於男生。年齡以31歲～40歲最多，其次為41歲～50歲與21歲～30歲，年齡層分佈非常廣。職業以工業最多，其次為警察。居住地以南部最多，其次為中部，東部地區較少，顯示外來客居多。在教育程度方面，以國小最多，其次為大專程度。平均月收入以60,001元以上，其次為50,001-60,000元，大都屬於高所得者。學習時間以一年為最多，其次為二年及三年，學習時間頗長。先天體質以好的最多，其次為普通，顯示先天體質大致良好。

表4.1 樣本結構分析

項次	次數	百分比	項次	次數	百分比		
性別	男	31	43.7	教育程度	博士	1	1.4
	女	40	56.3		碩士	4	5.6
年齡	20歲以下	11	15.5	大專科學	大專科學	18	25.4
	21-30	13	18.3		高中(職)	13	18.3
	31-40	24	33.8		國中小	30	42.3
	41-50	13	18.3	學習時間	半年	11	15.5
	51-60	8	11.3		一年	23	32.4
	61-70	2	2.8		二年	17	23.9
	71歲以上	11	15.5		三年	13	18.3
職業	教育	5	7.0		四年	3	4.2
	公務員	7	9.9		五年(含)以上	4	5.6
	軍人	1	1.4		平均所得	20,000元以下	9
	警察	18	25.4	20,001-30,000		9	12.7
	商業	4	5.6	30,001-40,000		10	14.1
	工業	21	29.6	40,001-50,000		7	9.9
	自由業	15	21.1	50,001-60,000		16	22.5
	其他	5	7.0	60,001元以上		20	28.2

居住地	北部	12	17.1	先天體質	不好	15	22.1
	中部	22	31.4		普通	32	47.1
	南部	24	34.3		好	19	27.9
	東部	10	14.3		很好	2	2.9
	其他	2	2.9				

4.2 參與動機分析

學員參與動機分析如表4.2所示，顯示參與動機中以排毒及預防生病最強，其次才是因為生病而來，顯示學員中希望學習易筋功來預防疾病。

表4.2 參與動機分析表

參與動機	平均數	標準差
1.生病	3.8333	1.1986
2.工作疲勞	3.5833	0.8999
3.休閒	3.6250	0.8630
4.好奇	3.1250	0.8212
5.預防生病	4.3194	0.7659
6.排毒	4.5000	0.6920

遊客參與動機因素分析，KMO 取樣適切性檢定，發現檢定值為 0.775，球形檢定卡方值為 72.56，均達顯著水準，表示參與動機之問項適合進行因素分析。透過因素分析，萃取服務品質問項的二個因素，累積解釋變異量 65.352%，分析結果如表 4.3 所示。因素一的因素包括預防生病、排毒及生病，故命名為預防生病，解釋變異量為 39.112，信度分析 Cronbach α 值為 0.6007。因素二的因素包括休閒及工作疲勞，故命名為休閒，解釋變異量為 26.240，信度分析 Cronbach α 值為 0.6657。

表 4.3 參與動機因素分析及信度分析表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量	Cronbach α
預防生病	預防生病	0.823	1.956	39.112	39.112	0.6007
	排毒	0.783				
	生病	0.687				
休閒	休閒	0.816	1.312	26.240	65.352	0.6657
	工作疲勞	0.796				

4.3 產品與服務之重要度與滿意度分析

產品與服務之重要度與滿意度分析如表4.4示，結果顯示前五項產品及服務依序為空氣、定禪、民宿主人親切接待、養生飲食及飲食步驟。最滿意的六項產品及服務依序為空氣、養生飲食、靈芝茶、民宿主人親切接待、飲食步驟及動禪。對於其他戶外休閒旅遊活動的重視度及滿意度相對較為低。

表4.4 產品與服務之重要度與滿意度分析

項次	重要度		滿意度	
	平均數	標準差	平均數	標準差
1.靈芝茶	4.3750	0.6594	4.5278	0.5807
2.養生飲食	4.4306	0.6241	4.5556	0.5787
3.飲食步驟	4.4028	0.6426	4.5000	0.6051
4.動禪	4.3889	0.7032	4.5000	0.6920
5.定禪	4.4930	0.6065	4.4722	0.7501
6.空氣	4.6197	0.5442	4.5972	0.5731
7.視覺景觀	4.2394	0.6859	4.2778	0.6548
8.紅葉溫泉之旅	3.8592	0.7030	3.9583	0.6377
9.原生植物園之旅	3.6761	0.7126	3.7222	0.8088
10.東海岸之旅	3.7324	0.7360	4.0972	0.5607
11.關山親水公園之旅	3.6479	0.7578	3.8750	0.6700
12.民宿主人親切接待	4.4366	0.5538	4.5000	0.5566

產品與服務問項KMO取樣適切性檢定，發現檢定值為0.560，球形檢定卡方值為.342.97，均達顯著水準，表示產品與服務之間項適合進行因素分析。透過因素分析，萃取產品與服務問項的五個因素，累積解釋變異量75.818%，分析結果如表4.5所示。因素一的因素包括東海岸之旅等旅遊問項，命名為健康旅遊，解釋變異量為19.21%，信度分析Cronbach α 值為0.7399。因素二的因素包括動禪與定禪，故命名為健康活動，解釋變異量為17.476%，信度分析Cronbach α 值為0.8792。因素三包括養生飲食與飲食步驟，故命名為養生飲食，解釋變異量為15.981%，信度分析Cronbach α 值為0.8911。因素四包括空氣與視覺景觀，較屬於環境，命名為健康環境，解釋變異量為14.117%，信度分析Cronbach α 值為0.6611。因素五為靈芝茶，屬於健康產品，故命名為健康產品，解釋變異量為9.033%。

表4.5 產品與服務因素分析及信度分析表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量	Cronbach α
健康旅遊	東海岸之旅	0.815	2.305	19.210	19.210	0.7399
	關山親水公園之旅	0.807				
	紅葉溫泉之旅	0.593				
	民宿主人親切接待	0.575				
	原生植物園之旅	0.913				
健康活動	動禪	0.914	2.097	17.476	36.686	0.8792
	定禪	0.879				
養生飲食	養生飲食	0.924	1.918	15.981	52.668	0.8911
	飲食步驟	0.915				
健康環境	空氣	0.792	1.694	14.117	66.785	0.6611
	視覺景觀	0.747				
健康產品	靈芝茶	0.85	1.084	9.033	75.818	

4.4 參與阻礙分析

參與阻礙因素分析結果如表4.6所示，顯示阻礙因素在普通水準之下，其中以家庭因素及個人偏好程度較高。

表4.6 阻礙因素分析

阻礙因素	平均數	標準差
1.家庭因素	2.8333	0.91928
2.工作因素	2.6389	0.81024
3.經濟因素	2.7639	0.84742
4.交通因素	2.7500	0.83497
5.時間因素	2.6389	0.79267
6.個人偏好程度	2.7778	0.84290

參與阻礙問項KMO取樣適切性檢定，發現檢定值為0.715，球形檢定卡方值為 180.45，均達顯著水準，表示產品與服務之間項適合進行因素分析。透過因素分析，萃取參與阻礙問項的二個因素，累積解釋變異量75.818%，分析結果如表4.7所示。因素一的因素包括經濟與家庭等五項因素，命名為結構阻礙，解釋變異量為44.045%，信度分析Cronbach α 值為0.8450。因素二的因素包括個人偏好程度與身體狀況不好程度，故命名為個人阻礙，解釋變異量為24.951%，信度分析Cronbach α 值為0.8013。

表4.7 參與阻礙因素分析與信度分析

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量	Cronbach α
結構阻礙	經濟因素	0.888	3.083	44.045	44.045	0.8450
	交通因素	0.842				
	時間因素	0.745				
	工作因素	0.700				
	家庭因素	0.689				
個人阻礙	個人偏好程度	0.923	1.747	24.951	68.996	0.8013
	身體狀況不好程度	0.865				

4.5 學習承諾分析

學員學習承諾分析如表4.8所示，結果顯示學習承諾在中上水準，以學習投入認真程度為最高，其次為學習時間與次數。

表4.8 學習承諾分析

承諾	平均數	標準差
1.平時練習時間	3.6389	0.6566
2.學習時間與次數	3.7083	0.5919
3.學習投入認真程度	3.8750	0.5551

4.6 參與效益分析

學員參與效益分析結果如表4.9所示，顯示以增進身體健康為最高，其次為增加抗體與延緩老化，再其次為紓解壓力，顯示防老的重要性。

表4.9 參與效益分析

參與效益	平均數	標準差
1.增加抗體	4.4167	0.7268
2.延緩老化	4.4028	0.8164
3.紓解壓力	4.3333	0.6500
4.增進身體健康	4.5278	0.5300
5.社交歸屬感	3.6944	0.7625
6.成就感	3.7639	0.7598
7.調整身材	4.1528	0.8164

遊客參與效益問項 KMO 取樣適切性檢定，發現檢定值為 0.720，球形檢定卡方值為 148.033，均達顯著水準，表示參與效益之問項適合進行因素分析。透過因素分析，萃取參與效益問項的二個因素，累積解釋變異量 65.807%，分析結果如表 4.10 所示。因素一的因素包括增加抗體、延緩老化、增進身體健康及紓解壓力，故命名為健康解釋變異量為 42.767%，信度分析 Cronbach α 值為 0.7849。因素二的因素包括成就感及調整身材，跟自信與美麗有關，故命名為自信，解釋變異量為 23.040%，信度分析 Cronbach α 值為 0.670。

表 4.10 參與效益因素分析及信度分析表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量	Cronbach α
健康	增加抗體	0.875	2.566	42.767	42.767	0.7849
	延緩老化	0.859				
	增進身體健康	0.690				
	紓解壓力	0.597				
自信	成就感	0.953	1.382	23.040	65.807	0.670
	調整身材	0.608				

4.7人口統計變數對各變數差異性分析

本研究為探討人口統計變數對各變數差異性分析，進行單因子因變異數分析，F檢定值如表4.11所示。由表4.11可知，除了年齡及教育程度對預防生病動機，以及性別對學習承諾，達顯著水準外，其餘人口統計變數對各變數均未達顯著水準。

表4.11 人口統計變數對各變數單因子因變異數分析F檢定值

構面	因素	性別	年齡	職業	居住地	教育程度	學習時間	平均所得	身體狀況
參與動機	預防生病	3.22	3.36**	0.88	0.81	2.53*	2.22	0.86	2.78
	休閒	0.03	0.98	0.56	2.20	0.35	1.95	1.40	0.22
產品及服務滿意度	健康旅遊	0.07	0.86	1.62	0.40	1.23	1.08	1.44	2.99
	健康活動	0.28	1.61	1.27	0.80	0.57	0.77	0.76	0.86
	健康飲食	2.06	1.40	2.15	0.33	1.22	1.88	0.74	2.37
	健康環境	3.89	0.86	0.72	0.31	1.25	0.63	0.84	0.53
	健康產品	0.89	0.41	0.37	0.69	0.36	0.39	0.72	0.82
參與阻礙	結構阻礙	2.27	1.29	0.93	0.12	1.65	0.82	0.97	1.64
	個人阻礙	2.62	1.06	0.61	0.60	1.55	1.85	0.12	1.46
學習承諾		0.08	0.97	0.99	0.73	0.15	1.92	2.11	0.18
參與效益	健康	5.16*	1.94	1.86	0.63	1.04	0.67	0.59	0.70
	自信	2.60	1.52	0.82	0.41	1.12	0.98	0.83	0.82

為探討年齡及教育程度對預防生病動機的影響，進行Scheffe檢定，年齡對預防生病動機的Scheffe檢定結果如表4.12所示。教育程度對預防生病動機的Scheffe檢定，則未達顯著水準。由表4.12可知，21-30歲的遊客，其預防生病的動機較低。整體而言，年齡越高，其預防生病動機也愈強。

表4.12 年齡對預防生病動機的Scheffe檢定結果表

年齡	個數	平均數	標準	F 值	顯著性	scheffe
A.21-30	11	3.5758	0.8575	3.357	0.009	A<C,D,E,F
B.31-40	13	4.1538	0.8673			
C.41-50	24	4.4444	0.4980			
D.51-60	13	4.3333	0.3849			
E.61-70	8	4.4167	0.3883			
F.71 歲以上	2	4.5000	0.2357			
總和	71	4.2347	0.6700			

性別對學習承諾的差異化分析結果如表4.13所示，顯示女性的學習承諾高於男性。

表4.13 性別對學習承諾的差異化分析

性別	個數	平均數	標準	F 值	顯著性
A.男性	31	4.2581	0.6406	5.164	0.026
B.女性	40	4.5438	0.4156		
總和	71	4.4190	0.5408		

4.8 參與動機、產品滿意度、阻礙、承諾與效益的影響關係

一. 參與動機與阻礙對產品滿意度影響關係

參與動機與阻礙對產品滿意度影響迴歸分析結果如表4.14所示。顯示休閒動機對健康旅遊滿意度有正面顯著影響，而結構阻礙對健康旅遊滿意度有負面顯著影響，其中以休閒動機影響最大。預防生病動機對健康活動滿意度有正面顯著影響，而個人阻礙對健康活動滿意度有負面顯著影響，其

中以個人阻礙影響最大。預防生病動機對健康飲食滿意度有正面顯著影響，而個人阻礙對健康飲食滿意度有負面顯著影響，其中以預防生病影響最大。結構阻礙對健康環境滿意度有負面顯著影響。個人阻礙對健康產品滿意度有負面顯著影響。由以上分析可知，旅遊動機不同，對產品及服務滿意度的影響也有所不同。預防生病動機對健康飲食與健康活動影響較大。休閒動機對健康旅遊影響較大。整體而言，參與動機對產品及服務滿意度確實會有正面顯著的影響，故假設H₁成立。參與阻礙不同，對產品及服務滿意度的影響也有所不同。結構阻礙對健康旅遊與健康環境影響較大。個人阻礙對健康飲食、健康活動及健康產品影響較大。整體而言，參與阻礙對產品及服務滿意度確實會有負面顯著的影響，故假設H₂成立。

表4.14 參與動機與阻礙對產品滿意度影響迴歸分析

健康旅遊 = 0.315休閒 - 0.166結構阻礙				
T值	(2.795)	(-1.471)	P值	(0.007) (0.146)
F值=5.616	P值=0.005		R ² =0.374	
健康活動 = 0.176預防生病 - 0.281個人阻礙				
T值	(1.546)	(-2.461)	P值	(0.127) (0.016)
F值=4.057	P值=0.022		R ² =0.105	
健康飲食 = 0.312預防生病 - 0.198個人阻礙				
T值	(2.796)	(-1.771)	P值	(0.007) (0.081)
F值=5.717	P值=0.005		R ² =0.142	
健康環境 = -0.259結構阻礙				
T值	(-2.245)		P值	(0.028)
F值=5.036	P值=0.028		R ² =0.067	
健康產品 = -0.279個人阻礙				
T值	(-2.431)		P值	(0.018)
F值=5.909	P值=0.018		R ² =0.078	

二. 參與動機、產品滿意度、阻礙對承諾的影響關係

參與動機、產品滿意度、阻礙對承諾的影響關係迴歸方程式如表4.15所示。結果顯示預防生病動機與健康活動對學習承諾有正面顯著影響關係，而個人阻礙對學習承諾有負面影響關係，其中又以個人阻礙的影響最大。可知，參與動機與產品滿意度對學習承諾確實有正面顯著影響，研究假設H₃和H₄成立。而阻礙對學習承諾確實有顯著負面影響關係，研究假設H₅成立。

表4.15 參與動機、產品滿意度、阻礙對承諾影響迴歸分析

承諾 =	0.279預防生病	- 0.304個人阻礙	+ 0.235健康活動	
T值	(2.549)	(-2.713)	(2.066)	
P值	(0.013)	(0.008)	(0.043)	
	F值=6.229	P值=0.001		R ² =0.216

三. 參與動機、產品滿意度、阻礙對效益的影響關係

參與動機、產品滿意度、阻礙對效益的影響關係迴歸方程式如表 4.16 所示。顯示預防生病動機與健康活動對健康效益有正面顯著影響，其中以預防生病動機影響最大。預防生病動機與健康旅遊對自信效益有正面顯著影響，其中以預防生病動機影響最大。可知，參與動機與產品滿意度對效益有正面顯著影響關係，研究假設H₆和H₇成立。而阻礙對健康效益確實沒有顯著負面影響關係，研究假設H₈不成立。

表 4.16 參與動機、產品滿意度、阻礙對效益影響迴歸分析

健康	= 0.500預防生病 + 0.242健康活動			
T值	(5.070)	(2.459)		
P值	(0.000)	(0.016)		
	F值=18.407	P值=0.000	R ² =0.348	
自信	= 0.332預防生病 + 0.229健康旅遊			
T值	(2.990)	(2.064)		
P值	(0.004)	(0.043)		
	F值=6.263	P值=0.003	R ² =0.154	

四.承諾對效益的影響關係

承諾對效益的影響關係迴歸方程式如表 4.17 所示，顯示學習承諾對學習效益有顯著影響關係，學習投入越多，健康效益越高。可知，學習承諾對健康效益有顯著正向影響關係，研究假設H₉成立。

表 4.17 學習承諾對效益影響迴歸分析

健康	= 0.329承諾			
T值	(2.920)	P值 (0.000)		
	F值=8.524	P值=0.005	R ² =0.109	
自信	= 0.263承諾			
T值	(2.285)	P值 (0.025)		
	F值=5.222	P值=0.025	R ² =0.069	

五. 參與動機、產品滿意度、阻礙、承諾對效益影響徑路分析

參與動機、產品滿意度、阻礙、承諾對效益影響徑路分析結果如圖4.1所示。顯示預防生病動機的強度，會直接影響到健康效益與自信效益，同時也會透過學習承諾，影響到健康效益與自信效益。個人阻礙會影響到健康活動的滿意度，進而影響健康效益；另外一方面，個人阻礙會透過學習

承諾，對健康效益與自信效益有負面的影響。由此可知，預防生病、個人阻礙、學習承諾及建康活動，是影響健康效益與自信效益的重要因素。

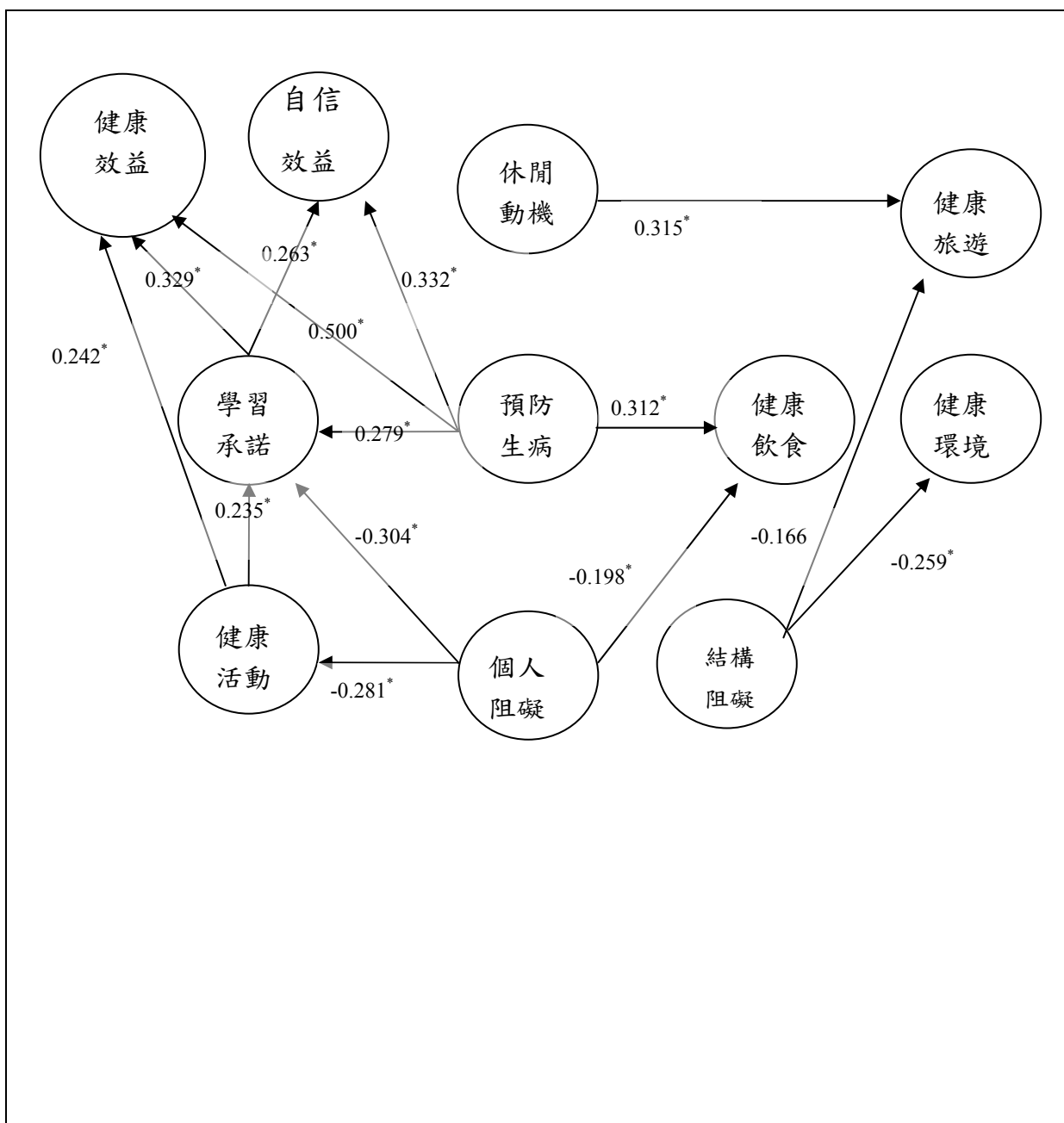


圖4.1 參與動機、產品滿意度、阻礙、承諾對效益影響徑路分析圖

伍、結論與建議

隨著人們對健康、養生及旅遊需求的日益重視，健康、養生及旅遊等活動的整合發展，漸漸蔚成一股風潮。以台東縣常安養生民宿為例，提供學員修習達摩易筋功，同時提供一個健康的環境、飲食及旅遊，從飲食、環境、心理及生理等構面，讓學員能在追求健康的過程，兼顧養生及旅遊的需求。經由本研究分析，獲致以下結論與建議：

5.1 結論

1. 學員年齡層分佈非常廣，先天體質良好，月收入較高，來自中南部，學習時間頗長，顯示養生健康意識日益普及。
2. 學員參與動機中以預防生病及排毒最強，其次才是因為生病而來，顯示預防疾病學員參與活動的主要目的。
3. 產品及服務的重要度依序為空氣、定禪、民宿主人親切接待、養生飲食及飲食步驟。最滿意的前六項產品及服務依序為空氣、養生飲食、靈芝茶、民宿主人親切接待、飲食步驟及動禪。
4. 參與阻礙程度在普通水準之下，其中以家庭因素及個人偏好程度較高。
5. 學員參與效益主要為增進身體健康，其次為增加抗體與延緩老化，再其次為紓解壓力，顯示防老的重要性。
6. 藉由因素分析萃取出各變數的主要因素構面，遊客參與動機為預防生病及休閒；產品及服務為健康旅遊、健康飲食、健康活動、健康環境及健康產品；參與阻礙為結構性阻礙及個人阻礙；參與效益為健康與

自信。

7. 人口統計變數中，除了年齡及教育程度對預防生病動機，以及性別對學習承諾，達顯著水準外，其餘人口統計變數對各變數均未達顯著水準。
8. 旅遊動機不同，對產品及服務滿意度的影響也有所不同。預防生病動機對健康飲食與健康活動影響較大。休閒動機對健康旅遊影響較大。
9. 參與阻礙不同，對產品及服務滿意度的影響也有所不同。結構阻礙對健康旅遊與健康環境影響較大。個人阻礙對健康飲食、健康活動及健康產品影響較大。
10. 參與動機與產品滿意度對學習承諾確實有正面顯著影響，而阻礙對學習承諾確實有顯著負面影響關係。
11. 參與動機與產品滿意度對效益有正面顯著影響關係，而阻礙對健康效益沒有顯著負面影響關係。
12. 學習承諾對學習效益有顯著影響關係，學習投入越多，健康效益越高。
13. 經由徑路分析，顯示預防生病、個人阻礙、學習承諾及健康活動，是影響健康效益與自信效益的重要因素。

5.2 建議

1. 預防生病、個人阻礙、學習承諾及健康活動，是影響健康效益與自信效益的重要因素。常安養生民宿可以加強預防保健觀念的推廣，降低

個人阻礙因素，強化健康活動，促進學員的學習承諾，以增加其健康效益。

2. 健康飲食受到預防生病及個人偏好所影響，常安養生民宿可以加強預防保健觀念與健康飲食相結合的觀念，以改變顧客對健康飲食的重視程度。
3. 健康旅遊與健康環境主要受到休閒與結構阻礙所影響，台東雖然有好山好水好空氣。但是其位於台灣東部，對西部民眾要前往台東，所需的時間與花費較多。故在旅遊活動的安排上，應進一步瞭解顧客需求，以增旅遊吸引力。

參考文獻

1. 江盈如(1999)，大台北地區健康俱樂部顧客滿意度、忠誠度以及滿意構面重視度之研究，國立交通大學經營管理研究所碩士論文。
2. 吳芳儀（2005），認真休閒者之動機、承諾與休閒結果關係之研究--以非營利組織志工為例，銘傳大學管理研究所碩士論文。
3. 沈進成、張清標、陳麗玉（2007），健康養生旅遊整合發展之研究，中華民國能量醫學學會第四屆第五次學術研討會，中華民國能量醫學學會。
4. 沈進成、方靜儀、許志遠、鍾武倫、王鈞平（2003），南華大學學生參與動機、阻礙因素、運動參與滿意度關聯性之研究，2004健康休閒暨觀光餐旅產官學研討會，立德管理學院。
5. 李卓倫（1985）。健康的定義與假說，公共衛生，12（2），146-159頁。
6. 張春興、楊國樞(1993)，心理學，第13版，三民。
7. 洪煌佳（2002），突破休閒活動之休閒效益研究，國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
8. 高俊雄（1995），休閒利益三因素模式，戶外研究遊憩，8（1），15-28頁。
9. 翁振益、林若慧、吳芳儀(2006)，認真休閒之動機、承諾與休閒結果關係之研究-以非營利組織志工為例，戶外遊憩研究，19（1），77-100頁。

10. 陳信安(2000)，休閒活動的知覺自由與阻礙之研究—以台北縣淡水鎮國小六年級為例，國立體育學院體育研究所碩士論文。
11. 陳藝文(2000)，休閒阻礙量表之建構-以北部大學生為例。國立體育學院體育研究所碩士論文，未出版，桃園。
12. 陳思倫(2000)，觀光學概論，世新大學。
13. 陳正昌、程炳林（2001），SPSS、SAS、BMDP統計軟體在多變量統計上的應用，五南圖書出版。
14. 曾慈慧（2005），休閒行為與健康模式之研究計劃書，國立新竹師範學院教育研究所，國科會研究計劃書。
15. 馮家騏（2003），台北市健康俱樂部會員休閒動機、參與行為與其滿意度之研究，大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
16. 謝淑芬(1994)，觀光心理學，五南。
17. 鍾瓊珠(1997)，大專運動員休閒行為之研究-以國立台灣體專專長學生為例，國立體育學院體育研究所碩士論文。
18. 賴美娟（1997），基層警察工作壓力與休閒參與現況及期望之研究，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
19. 賴家馨(2002)，休閒阻礙量表之編製—以台北市大學生為例，國立體育學院研究所碩士論文。
20. 戴宜臻（2002），健康休閒俱樂部會員參與動機、限制因子、實際體驗與滿意度之研究-以亞歷山大健康休閒俱樂部為例，國立嘉義大學管理

研究所碩士論文。

21. Ajzen , I. (1991) , Benefits of leisure: A Social Psychological Perspective.
In B. L. Driver, P. J. Brown & G. L. Peterson (Eds.) , Benefits of Leisure,
pp.411-417. Stage College,PA: Venture Publishing.
22. Bammel, G .& Burrus-Bammel, L. L.(1982), Leisure and Human
Behavior . Dubuge, IA : Wm.C. Brown Company Publisher.
23. Buchanan, T. (1985) , Commitment and Leisure Behavior: A Theoretical
Perspective, Leisure Research, 7 (4) , pp. 401-420.
24. Cohen, S., & Wills, T. A. (1985), Stress, Social support, and the Buffering
Hypothesis, Psychological Bulletin, 98(2), pp.310-357.
25. Coleman, D. (1993), Leisure Based Social Support, Leisure Dispositions
and Health, Journal of Leisure Research, 25(4), pp.350-361.
26. Coleman, D. & Iso-Ahola, S. E. (1993), Leisure and Health : The Role of
Social Support and Self-determination, Journal of Leisure Research,25(2),
pp.111-128.
27. Crawford, D.W. & Godbey, G. (1987), Reconceptualizing Barriers to
Family Leisure. Leisure Sciences, 9, pp.119-127.
28. Ensel, W. M., & Lin, N. (1991), The Life Stress Paradigm and
Psychological Distress, Journal of Health and Social Behavior, 32(4),
pp.321-341
29. Ellis, S. J. & Noyes, K. K. (1990), By the People : A History of Americans
as Volunteers, San Francisco : Jossey-Bass.
30. Goff, S. J., Fick, D. S. and Oppliger, R. A. (1997) , The Moderating

- Effect of Spouse Support on the Relation between Serious Leisure and Spouses' Perceived Leisure-Family Conflict, Journal of Leisure Research, 29 (1) , pp. 47-60.
31. Hall, C. M., & Sharples, L. (2003), The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism to Taste, In C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), Food Tourism Around the World: Development, Management and mMarkets , pp. 1-24. Oxford: Butterworth Heinemann.
32. Henderson, K. A. (1991), The Contribution of Feminism to Anunderstanding of Leisure Constraints, Journal of Leisure Research, 23, pp.363-377.
33. Iwasaki, Y., & Mannell, R. (2000a). Hierarchical Dimensions of Leisure Stress Coping. Leisure Sciences, 22(3), pp.163-181.
34. Iwasaki, Y., & Mannell, R. (2000b), The Effects of Leisure Beliefs and Coping Strategies on Stress-Health Relationships : A Field Study. Leisure/Loisir : The Journal of the Canadian Association for Leisure Studies, 24(1), pp.3-57.
35. Iso-Ahoal, S. E. & Wessinger, E., (1984) , Leisure and Well-bBeing : Is There a Connection ? Parks and Recreation, 19(6), pp.40-44.
36. Jackson, E. L. (1983), Recognizing Patterns of Leisure Constrains: Results from Alternative Analysis, Journal of Leisure Research, 25 (2) , pp.129-149.
37. Jackson, E. L. (1983) , Recognizing Patterns of Leisure Constrains: Results from Alternative Analysis, Journal of Leisure Research, 25(2),

pp.129-149

38. Kessler, R. C., & McLeod, J. D. (1985), Social Support and Mental Health in Community Samples. In S. Cohen & S. L. Syme(eds.), Social Support and Health, pp. 219-240. Orlando, FL : Academic press.
39. Kotler,P.(1999), Marketing Management-Analysis, Planning, Implementation, and Control, 9th ed., New Jersey:Prentice-Hall inc.
40. McGuire. F. A. (1984), A Factor Analysis Study of Leisure Constraints in Advanced Adulthood. Leisure Science, 6, pp.313-326.
41. Lu, L. and Argyle, M. (1994), Leisure Satisfaction and Happiness as a Function of Leisure Activity, Journal of Medical Sciences, 10, pp. 89-96.
42. Stebbins, R. A. (1982), Serious Leisure: a Conceptual statement, Pacific Sociological Review, 25, pp.251-272.
43. Stebbins, R. A. (1992a), Amateurs, Professionals, and Serious Leisure. Montreal, Quebec: McGill-Queen's University Press.
44. Stebbins, R.A. (1992b), Hobbies as Marginal Leisure: The Case of Barbershop Singers. Society and Leisure, 15, pp.375-386.
45. Stebbins, R. A. (1993), Social world, Life-style, and Serious leisure: Toward a Mesostructural Analysis. Quebec: McGill-Queen's University Press.
46. Wheaton, B. (1985), Models for the stress-buffering functions of coping resources, Journal of Health and Social Behavior, 26(2), pp.352-364.

附錄一 問卷調查表

本研究以「健康與休閒整合效益之研究為研究主題」，以「常安養生民宿」之遊客為調查分析對象，進行遊客參與動機、產品滿意度與重要度、參與阻礙、承諾與效益的影響關係分析。誠摯期盼您能撥冗惠賜寶貴意見，以利本研究的進行。本研究調查所得資料，僅做學術研究分析之用，個人資料將會嚴守保密之規範。再一次感謝您的協助。祝您

旅途愉快 萬事如意

南華大學旅遊事業管理研究所
指導教授：張清標 博士
學生：陳麗玉

一、參與動機	
1.生病	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
2.工作疲勞	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
3.休閒	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
4.好奇	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
5.預防生病	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
6.排毒	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
二、參與效益	
1.增加抗體	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
2.延緩老化	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
3.紓解壓力	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
4.增進身體健康	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
5.社交歸屬感	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
6.成就感	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
7.調整身材	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
三、產品與服務滿意度	
1.靈芝茶	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
2.養生飲食	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
3.飲食步驟	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
4.動禪	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
5.定禪	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
6.空氣	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
7.視覺景觀	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
8.紅葉溫泉之旅	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
9.原生植物園之旅	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
10.東海岸之旅	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意

11.關山親水公園之旅	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
12.民宿主人親切接待	<input type="checkbox"/> 非常滿意 <input type="checkbox"/> 滿意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不滿意 <input type="checkbox"/> 非常不滿意
四、阻礙因素	
1.家庭因素	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
2.工作因素	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
3.經濟因素	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
4.交通因素	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
5.時間因素	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
6.身體狀況不好程度	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
7.個人偏好程度	<input type="checkbox"/> 非常同意 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 非常不同意
五、承諾	
1.平時練習時間	<input type="checkbox"/> 非常強 <input type="checkbox"/> 強 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不強 <input type="checkbox"/> 非常不強
2.學習時間與次數	<input type="checkbox"/> 非常強 <input type="checkbox"/> 強 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不強 <input type="checkbox"/> 非常不強
3.學習投入認真程度	<input type="checkbox"/> 非常強 <input type="checkbox"/> 強 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不強 <input type="checkbox"/> 非常不強
六、產品與服務重要度	
1.靈芝茶	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
2.養生飲食	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
3.飲食步驟	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
4.動禪	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
5.定禪	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
6.空氣	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
7.視覺景觀	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
8.紅葉溫泉之旅	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
9.原生植物園之旅	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
10.東海岸之旅	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
11.關山親水公園之旅	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
12.民宿主人親切接待	<input type="checkbox"/> 非常重要 <input type="checkbox"/> 重要 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不重要 <input type="checkbox"/> 非常不重要
七、個人基本資料	
1.性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
2.年齡	<input type="checkbox"/> 20歲以下 <input type="checkbox"/> 21-30 <input type="checkbox"/> 31-40 <input type="checkbox"/> 41-50 <input type="checkbox"/> 51-60 <input type="checkbox"/> 61-70 <input type="checkbox"/> 71歲以上
3.職業	<input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> 公務員 <input type="checkbox"/> 軍人 <input type="checkbox"/> 警察 <input type="checkbox"/> 商業 <input type="checkbox"/> 工業 <input type="checkbox"/> 自由業 <input type="checkbox"/> 其他
4.居住地	<input type="checkbox"/> 北部 <input type="checkbox"/> 中部 <input type="checkbox"/> 南部 <input type="checkbox"/> 東部
5.先天體質	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 不好 <input type="checkbox"/> 很不好
6.教育程度	<input type="checkbox"/> 博士 <input type="checkbox"/> 碩士 <input type="checkbox"/> 大學 <input type="checkbox"/> 專科 <input type="checkbox"/> 高中(職) <input type="checkbox"/> 國中小
7.學習時間	<input type="checkbox"/> 半年 <input type="checkbox"/> 一年 <input type="checkbox"/> 二年 <input type="checkbox"/> 三年 <input type="checkbox"/> 四年 <input type="checkbox"/> 五年(含)以上
8.平均月所得	<input type="checkbox"/> 20,000元以下 <input type="checkbox"/> 20,001-30,000 <input type="checkbox"/> 30,001-40,000 <input type="checkbox"/> 40,001-50,000 <input type="checkbox"/> 50,001-60,000 <input type="checkbox"/> 60,001元以上