

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM MANAGMENT

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感關係之研究

—以獨立山國家步道為例

A STUDY ON THE RELATIONSHIPS AMONG HIKERS' LEISURE BENEFITS, FAMILY  
SUPPORT AND WELL-BEING – A CASE ON INDEPENDENT HILL NATIONAL TRAIL

研 究 生：柯又綜

GRADUATE STUDENT : KO, YU-TSUNG

指 導 教 授：許伯陽 博士

ADVISOR : HSU, PO-YANG Ph.D.

中 華 民 國 一 〇 三 年 六 月

南 華 大 學  
旅遊管理學系旅遊管理碩士班  
碩 士 學 位 論 文

登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感關係之研究  
—以獨立山國家步道為例

研究生：柯 又 綜

經考試合格特此證明

口試委員：周 麗 山  
何 應 友

指導教授：許 俊 堯

系主任(所長)：陳 貞 吟

口試日期：中華民國 103 年 6 月 6 日

## 謝 誌

很幸運的我能有機會重返大學校園重溫當學生的幸福時光，兩年研究生的日子匆匆地就要畫下句點了，回想起來要感謝的人很多。首先要感謝我的指導教授 許伯陽老師，在尋找研究主題之初，老師給予我很大的啟發與鼓勵，耐心十足地引導我逐步思索出有興趣的研究主題；在研究進行中，對於我所遇到的任何難題，老師不厭其煩、一點一滴地詳加指導，讓我在研究的路途上一路走來獲益良多。

其次，感謝兩年研究所生涯伴我成長的朋友們，感謝 志紋老師在AMOS上的提點，感謝清和、國正同學對我的勉勵與協助，有好朋友一起同甘共苦的這段日子並不孤單。還要感謝龍山國小信峯校長對教師在職精進攻讀學位的支持，感謝學校主任和同事們這段時間的諸多包涵。

最後，要感謝我最親愛的父母與家人，感謝您們給我最大的包容與支持，讓我可以無後顧之憂、專心順利地完成學業。

又綜 于103年6月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班  
一百零二學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感關係之研究—以  
獨立山國家步道為例

研究生：柯又綜

指導教授：許伯陽 博士

摘要

本研究旨在探討登山健行者休閒效益、家庭支持、幸福感之關係，以獨立山國家步道之健行者為研究對象，採便利抽樣進行問卷調查，共得到418份有效問卷，再透過SPSS與AMOS統計套裝軟體，以獨立樣本t檢定、單因子變異數分析以及結構方程模式等統計方法，進行資料處理與分析。研究發現：部分不同人口背景的登山健行者，在休閒效益、家庭支持與幸福感上存在顯著差異；休閒效益與家庭支持呈現高度正相關；休閒效益直接正向影響幸福感；家庭支持直接正向影響幸福感。顯示休閒效益與家庭支持同為幸福感的重要來源，藉由休閒效益及家庭支持的提昇，可有效增進登山健行者之幸福感。

關鍵詞：休閒效益、家庭支持、幸福感

Title of Thesis : A Study on the Relationships among Hikers' Leisure  
Benefits, Family Support and Well-being - A Case on  
Independent Hill National Trail

Name of Institute : Master program of Tourism management, Department  
of Tourism Management ,Nan Hua University

Graduate Date : June 2014

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : KO, YU-TSUNG      Advisor : HSU, PO-YANG Ph.D.

## Abstract

This study aimed to explore hikers of the relationships among leisure benefits, family support and well-being, hikers of independent hill national trail were the research object, with convenience sampling questionnaire, 418 valid questionnaires were obtained, and SPSS & AMOS statistic program were used to analyze by t test, One-Way ANOVA and structural equation model (SEM). The study found: hikers partial different population backgrounds were exist significant difference on leisure benefits, family support and their happiness; leisure benefits and family support showed a high positive correlation; leisure benefits direct positive impact well-being; family support direct positive impact well-being. And display that both leisure benefits and family support were equally important source for well-being, which could enhance hikers well-being by improve leisure benefits and family support.

Keywords : leisure benefits, family support, well-being

# 目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
表目錄	v
圖目錄	vii
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	3
1.3 研究流程	4
1.4 研究範圍與限制	5
第二章 文獻探討	6
2.1 獨立山步道	6
2.2 休閒效益	10
2.3 家庭支持	12
2.4 幸福感	14
第三章 研究方法	17
3.1 研究架構	17
3.2 研究假設	18

3.3 研究變項之操作型定義	18
3.4 問卷設計	19
3.5 資料分析方法	27
第四章 研究結果與討論	30
4.1 人口統計變數分析	30
4.2 現況分析	33
4.3 差異分析	37
4.4 結構方程模式	54
4.5 路徑分析與研究假設檢定	66
第五章 結論與建議	69
5.1 研究結論	69
5.2 管理意涵	73
5.3 後續建議	74
參考文獻	76
附錄	83

## 表目錄

表 2.1	幸福感理論摘要表	15
表 3.1	KMO 係數與 Bartlett 球形檢定表	21
表 3.2	休閒效益各構面因素分析表	22
表 3.3	家庭支持各構面因素分析表	22
表 3.4	幸福感各構面因素分析表	23
表 3.5	各量表之 Cronbach's $\alpha$ 信度分析表	24
表 3.6	休閒效益量表	25
表 3.7	家庭支持量表	26
表 3.8	幸福感量表	27
表 4.1	遊客基本資料統計分析表	32
表 4.2	休閒效益現況分析表	34
表 4.3	家庭支持現況分析表	35
表 4.4	幸福感現況分析表	36
表 4.5	不同性別登山健行者各構面 T 檢定摘要表	37
表 4.6	不同婚姻狀況登山健行者各構面差異分析摘要表	39
表 4.7	不同年齡登山健行者各構面差異分析摘要表	41
表 4.8	不同教育程度登山健行者各構面差異分析摘要表	43
表 4.9	不同職業登山健行者各構面差異分析摘要表	45



表 4.10	不同收入登山健行者各構面差異分析摘要表	47
表 4.11	不同參與頻率登山健行者各構面差異分析摘要表	49
表 4.12	多元常態檢定表	56
表 4.13	休閒效益測量模式適配考驗表	58
表 4.14	家庭支持測量模式適配考驗表	59
表 4.15	幸福感測量模式適配考驗表	61
表 4.16	測量模型內在適配檢定表	63
表 4.17	區別效度檢定表	64
表 4.18	整體模式適配考驗表	65
表 4.19	整體模式參數估計表	66
表 4.20	結構模式之路徑分析與假設檢定表	68

## 圖目錄

圖 2.1	阿里山森林鐵路路線圖	7
圖 2.2	森林鐵路迴旋上山示意圖	8
圖 2.3	獨立山國家步道路線圖	9
圖 3.1	研究架構圖	17
圖 4.1	休閒效益標準化估計值模式圖	58
圖 4.2	家庭支持標準化估計值模式圖	59
圖 4.3	幸福感標準化估計值模式圖	60
圖 4.4	標準化整體模式路徑係數圖	66

# 第一章 緒論

本章共分為五節，首先說明研究背景與動機，進而針對研究動機說明研究目的，第三節根據研究目的提出研究流程，第四節為研究範圍與限制，第五節為論文架構。

## 1.1 研究背景與動機

由於時代的變遷，工業革命之後，機器取代人力、獸力成為生產的主力，人們因而獲得更多自由空閒的時間，從事休閒活動也就不再只是貴族富人的特權。台灣多年來經濟發展有成，根據行政院主計總處發布之「國民所得及經濟成長」統計資料指出，台灣 2012 年平均國民所得已達 17,738 美元。在國民所得增加之下，人民於是有多餘的金錢投入娛樂活動。

再則，拜現代科技進步之賜，生產力大幅提高，為使人們家庭生活與工作得以平衡，合理縮減工時、實施周休二日已成國際潮流。高俊雄(民 84)指出休閒活動可以讓人們獲得均衡生活體驗、提升生活品質、健全生活內涵等利益。國內亦自 1998 年起施行公務員隔周休二日，2001 年起實施周休二日，勞動基準法之基本工時調降為二周 84 小時後，國人一年的休假日可以達到 110 天以上(行政院人事行政局)。國人在經濟條件提升之後，所得增加；工作時間減少，空閒時

間增加；在有錢又有閒的條件配合下，休閒需求當然也跟著提升，於是各式各樣多元化的休閒活動蓬勃發展。

台灣土地近三分之二為山地地形，山地多平地少的地理環境，為民眾提供了豐富且優質的多樣化登山環境，登山健行活動普遍受到大眾的歡迎。步道之旅可提供民眾休閒健身、紓解壓力、自然體驗及環境教育的機會（林鴻忠、邱瓊慧，民 95）。2001 年起，行政院經濟建設委員會決議由林務局協調相關單位建置全國登山健行之步道系統，積極開發具有地方特色的步道，大幅提升民眾參與登山健行活動的便利性。根據 2010 年交通部觀光局統計，登山健行活動已成為國民休閒旅遊時，主要喜歡從事的休閒遊憩活動之一。

從休閒活動的觀點來看，幸福感是人類主動且專注地參與活動時的產物，個人可藉由休閒的歷程，發揮潛能並滿足個人需求，進而產生愉悅的成就感和價值感(Argyle, 1987)。

登山健行帶給人們什麼實質的休閒效益？是否與家庭支持產生關聯？是否能同時進而獲得更高層次的幸福感？本研究擬以登山健行者為對象，探討其休閒效益、家庭支持與幸福感之關係。

## 1.2 研究目的

基於上述研究動機，本研究以至於獨立山國家步道從事登山健行之遊客為研究對象，進行分析研究，主要研究目的如下：

- 一、 瞭解獨立山步道登山健行者的人口統計資料。
- 二、 瞭解登山健行者的休閒效益、家庭支持與幸福感現況。
- 三、 分析登山健行者的休閒效益、家庭支持與幸福感之差異情形。
- 四、 探討登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感之關係。



### 1.3 研究流程

根據研究內容、目的，建立本研究之流程，如圖 1.1 所示：



圖 1.1 研究流程圖

## 1.4 研究範圍與限制

本研究依研究目的而界定的研究範圍與限制如下：

### 1.4.1 研究範圍

為了進行獨立山國家步道登山健行者家庭支持、休閒效益與幸福感關係之研究，本研究選定位於嘉義縣竹崎鄉的「獨立山國家步道」為研究基地，並以前往獨立山國家步道進行登山健行者為研究對象。

問卷發放地點為登山步道頂端--奉天岩廣場，奉天岩是因為獨立山建造阿里山森林鐵道才遷移至此，廟旁有一棵百年的老梅樹，廟方備有免費的茶水、瓦斯、桌椅，登山健行遊客行至此地，可於廟前廣場稍作休息、泡茶、閒聊，欣賞此間富含歷史韻味的山嵐景致。

### 1.4.2 研究限制

本研究指針對前往獨立山國家步道進行登山的遊客作為受測對象，無法涵蓋全國各地的登山健行遊客。

## 第二章 文獻探討

本章節透過相關文獻探討以獲得休閒效益、家庭支持與幸福感之概念，並藉由文獻之回顧與推導釐清休閒效益、家庭支持與幸福感三者之關係，進而建立本研究之觀念性架構。

### 2.1 獨立山國家步道

獨立山位在嘉義縣竹崎鄉緞繻村，海拔 840 公尺，因其登山步道是位於林務局管轄的國家森林區域內之公共設施，故名為「獨立山國家步道」。獨立山國家步道前身為獨立山古道，是清朝時期當地居民的對外交通路線。步道區內另有聞名於世的阿里山森林鐵道通過，日治時期台灣總督府為運送阿里山木材資源而規畫興建森林鐵路，今時嚴然成為獨具特色的觀光登山鐵道。林務局於民國 86 年將古道擴建成獨立山國家步道，成為一條別具特色的登山步道。(引自農委會林務局嘉義區管理處網站)

#### 2.1.1 森林鐵道

##### (1) 興建歷史

阿里山森林鐵路興建於日據時代，阿里山上終年雲霧繚繞，孕育了世界上最繁盛的檜木群，日人來台後發現此一擁有三十萬餘株巨大檜木原始森林而雀躍不已，為取得珍貴木材資源，乃開始計畫興建阿



里山森林鐵路，於西元 1906 年動工，西元 1912 年完工通車，為世上著名的登山鐵路之一，如圖 2.1 所示。



圖 2.1 阿里山森林鐵路路線圖

## (2) 森林鐵路特色

阿里山森林鐵路沿途群山環抱，至獨立山坡度陡峭，使火車無法以正常坡度爬昇，築路工程師最後以仿蝸牛外殼形狀，螺旋式鋪設鐵道盤繞獨立山向上而升，克服了此一難題，獨特的鐵路興築工法，造就阿里山森林鐵路世界聞名的「螺旋狀登山鐵道」(引自農委會林務局嘉義區管理處網站)，如圖 2.2 所示。



圖 2.2 森林鐵路迴旋上山示意圖(引自嘉義縣竹崎鄉公所網站)

### (3) 用途轉變

阿里山森林鐵路開發以運送木材為目的，後山林木材資源砍伐殆盡，近年來發展高山森林遊樂區觀光成績斐然，為服務與日俱增的登山遊客，乃由木材貨運列車逐漸轉為客運的觀光鐵路列車。

#### 2.1.2 登山步道

獨立山步道全長約 5,000 公尺，走完全程約需 2 小時，坡度平緩，是一個老少咸宜的健行路線；沿線有枕木階梯 560 階、石板階梯 2125 階，其他部分都是平坦 或緩坡登山步道；步道沿線有完整的指示標誌和導覽設備，樟腦寮站成群老樟樹與鐵軌相互輝映，奉天宮更是遊客休憩好場所，美麗景致十分值得造訪(引自農委會林務局嘉義區管理處網站)，如圖 2.3 所示。



圖 2.3 獨立山國家步道路線圖(引自嘉義縣竹崎鄉公所網站)

## 2.2 休閒效益(Leisure Benefits)

### 2.2.1 休閒效益的定義

Driver, Brown 和 Peterson(1991) 將「效益」視為是一種好處；亦即當個人、團體、社會、經濟、實質環境或其他情境有所改善時而言。Driver(1991)強調休閒效益對人而言是獲得正向的改變，包含人際關係、體適能、預防社會問題或穩定社群等。Bammel (1982)認為「休閒效益」簡單的說就是當人們從事休閒活動參與經驗中所獲得的利益。

Wankel 和 Berger(1991)提出效益為目標達成的觀點，評估休閒效益最重要的是活動是否能夠幫助人們達成目標。

Bammel and Burrus-Bammel(1982)為最早提出休閒效益六大面向觀念的學者，認為個人參與休閒活動有六項休閒效益，包含生理效益(physiological benefits)、社交效益(social benefits)、放鬆效益(relaxation benefits)、教育效益(educational benefits)、心理效益(psychological benefits)及美學效益(aesthetic benefits)等六大效益。

Tinsley (1986) 也指出休閒效益主要是受到活動經驗之主觀感受影響，而不是活動本身。許多休閒活動的效益是不能直接被觀察到的，如從事運動可以產生愉悅感，減輕壓力與焦慮，減緩抑鬱的程度



(黃榮賜，民 77)。個人主觀評估可以幫助改善身心狀況或滿足需求的個人主觀感受，即為休閒效益(陳中雲，民 90)。

綜合上述學者對休閒效益的定義，本研究之休閒效益是指登山健行參與者在參與活動過程中與後，經由個人主觀感受的評估，能幫助個人正向改變身心狀態與增進關係的主觀感受。

## 2.2.2 休閒效益相關研究

許雅琛(民 81)認為休閒運動具有多元效益，在心理健康方面：休閒活動有助於個人建立完整性的人格，鬆弛身心，消除鬱悶、浮躁等不良情緒；在社會健康方面：擴展生活經驗，增廣見聞及發展社交能力；在預防犯罪及治療方面：正當的休閒活動有助於預防犯罪，並且常用於心理保健和精神疾病防治等領域。

郭進財(民 99)以大學校院參與運動社團學生為研究對象，探討休閒效益與學業成就之關係，研究發現：不同性別運動社團學生的休閒效益、學業成就均有差異存在，亦即男性學生的休閒效益高於女性學生、男性學生的學業成就高於女性學生；運動社團學生的休閒效益會影響其學業成就。

陳晉彥(民 99)以桃米社區為對象，評估社區見學旅遊休閒效益，發現此地遊客在休閒效益的感受上平均值都相當的高，代表此地具有

良好的休閒效益，並且發現一般遊客與見學遊客在休閒效益的感受上有顯著差異。

連央毅(民 102) 以參與 2013 年北馬櫻花馬拉松選手為研究對象，進行參與動機、休閒效益與滿意度之研究，研究發現參與動機、休閒效益與滿意度之間具有顯著的正相關。

謝瑞萍(民 100)以 Cosplay 角色扮演者為對象，探討專門化程度、休閒效益與幸福感之關係，發現角色扮演者專業化程度愈高時，其休閒效益亦相對愈高；休閒效益愈高之角色扮演者，其幸福感之程度亦相對愈高。

## 2.3 家庭支持(Family Support)

### 2.3.1 家庭支持的定義

家庭支持可說是社會支持之主要來源，家庭是初級福利團體，相對於次級團體更具親密性、全面性與獨特性（江奇雲，民 92；吳寧遠，民 85；黃俐婷，民 93）。家庭支持是指來到自家庭成員的情感性支持，這種支持可以讓人感受關懷、肯定、自信心等(黃俐婷，民 93)。

Thoits(1986)認為社會支持是由他人所提供，包括家人、鄰居、朋友、同事和親戚，幫助處於壓力情境下的受困者一些因應的助力，如社會情緒性、工具性以及訊息的協助，以協助期其從事壓力的管理；黃俊勳（民 89）認為社會支持是指個體透過與其他入或之間的

互動，而獲得家人、同儕、其他重要他人，在實質與情緒上的幫助；蒲逸生（民 94）認為社會支持一般被認為是個體藉由他人之互動獲得心理或實質上的協助，以緩和壓力對生理及心裡所造成的衝擊，增進個人生活適應。

綜合上述學者對社會支持的定義，本研究僅就符合登山健行活動特性之家庭支持進行探討，並將家庭支持定義為登山健行參與者之家庭成員對其參與之登山健行活動，在自尊、訊息、情緒或工具性上所提供的正向助力。

### 2.3.2 家庭支持相關研究

Kelly(1978)認為家庭與休閒的結合事相得益彰，會促進家庭的凝聚力與親密感。家庭支持是社會支持中重要的一環，運動社會支持（exercise social support）是自覺家人及同儕對其各種運動行為的支持程度，運動參與者的運動社會支持會對運動參與者產生正面的效果，家人的運動社會支持與同儕的運動社會支持愈高，從事自我規律運動的行為也就愈多（龍炳峰，民 89）。

運動舞蹈的參與者因為參與的投入對家庭產生了示範的作用，受訪者的先生由從不跳舞到成為舞伴，孩子也會在舞會之前向受訪者學舞，不但增加了夫妻之間生活的樂趣及與孩子親密的互動，更增加了共同的嗜好及話題，能促進家庭的和諧與成長（周秀華，民 90）。

家庭支持是有效預測幸福感的重要因子，此與陳君怡(民93)之參與休閒活動高齡者其社會支持會正向影響幸福感之研究結果相似。由上可知，家庭的支持是趨勢亦與幸福感有相關，家人的支持力量，對休閒活動者而言是不可忽略的影響因素，因此，若能取得更多家人的共識與支持，參與休閒活動者的幸福感是更能提升的。

## 2.4 幸福感(Well-being)

### 2.4.1 幸福感的定義

何謂幸福感？呂政達（民76）認為幸福是一個人盡其所能，在為其所當為的努力過程中，所獲得的一種喜悅和滿足感；刑占軍(民94)亦指出幸福是人們對現實生活的主觀反映；Argyle(1987)提出幸福感是對整體生活品質的沉思評鑑，及反映出對生活滿意判斷的結果，藉由正向情緒的提高、負向情緒的降低與對生活的滿意來呈現；Diener（1993）認為幸福感是具有正向情緒，但無負面感受，對整體生活感到滿意。

綜合上述學者對幸福感的定義，本研究之幸福感是指登山健行參與者對自身生活的滿意程度、正向情緒與負向情緒強度的整體評估。

### 2.4.2 幸福感理論



幸福感理論發展蓬勃，陳騏龍(民90)、李清茵(民92)、何名娟(民93)將其歸納為四大相關理論，茲將各幸福感理論彙整，如表 2.1 所示。

表 2.1 幸福感理論摘要表

理論	派別	主要意涵	限制
特質理論	人格特質理論	幸福感是一種人格特質，此特質可能來自先天遺傳因素或後天學習的結果。	無法解釋生活事件對幸福感的影響。
	連結理論	人們透過認知系統運作，建立正向的態度。	
滿足需求理論	目標理論	幸福來自目標的達成或需求的滿足。	無法解釋人格特質對幸福感的影響。
	苦樂交雜理論	快樂與痛苦為一體兩面，無所匱乏的人不能體會真正的幸福。	
	活動理論	幸福是活動參與的產物。	
判斷理論	社會比較理論	以他人為比較的對象。	無法說明參照標準選擇運作時機。
	適應理論	幸福是和自己過去所有經驗相比較。	
	期望水平理論	以抱負和現實相比較。	
	多元差異理論	快樂是透過多方比較。	
動力平衡理論		幸福是同時受人格因素與生活事件影響的動力平衡狀態。	無法清楚分辨人格特質與生活事件的相對關係。

資料來源：彙整自葉建助(2010)

### 2.3.3 幸福感相關研究

王薇如(民 95)對大學生進行幸福感之需求滿足理論驗證研究，發現大學生之「休閒需求」會藉由「休閒參與」的中介對「幸福感」產生間接且正向的影響。

葉承鑫、陳文喜、葉時碩(民 98)以水域遊憩活動遊客為研究對象，探討其休閒涉入、知覺風險、休閒效益與幸福感之關係，研究顯示休閒效益對於幸福感中，其中自我成就之影響最大，對心理效益則無顯著之影響。

蔡瑋娟、王慶田、盧廷峻、黃孟立(民 98)在台南縣國小教師休閒涉入、休閒效益及幸福感相關之研究，研究發現休閒涉入與休閒效益、休閒涉入與幸福感及休閒效益與幸福感，互相之間皆具有顯著的相關存在，且休閒涉入與休閒效益對幸福感能有效預測。

蔡淑莉(民 98)以健身運動者為研究對象，探討運動熱情與運動幸福感及幸福感之關係，研究發現調和式熱情能正向預測幸福感，但強迫式熱情未能預測幸福感。

黃上芸(民 102)國中生基本需求與幸福感之相關研究，研究顯示基本需求符合程度可有效預測幸福感。王姿婷(民 101)以桃園縣國中導師為研究對象，探討人際關係及情緒管理與幸福感之關係，研究顯示人際關係及情緒管理皆與幸福感呈現正相關，且人際關係與情緒管理能有效預測幸福感。

### 第三章 研究方法

本章以第一章的研究背景、動機與目的及第二章的文獻探討為基礎，建立本研究的研究架構與研究方法。本章第一節先確立研究架構，第二節提出研究假設，第三節說明研究變項之操作型定義，第四節為問卷設計，第五節資料分析方法，茲分述如下：

#### 3.1 研究架構

本研究架構依據研究目的並參閱相關文獻的理論基礎，對於休閒效益、家庭支持與幸福感三項變數之關係進行邏輯推導後，提出研究架構圖，如圖 3.1 所示：

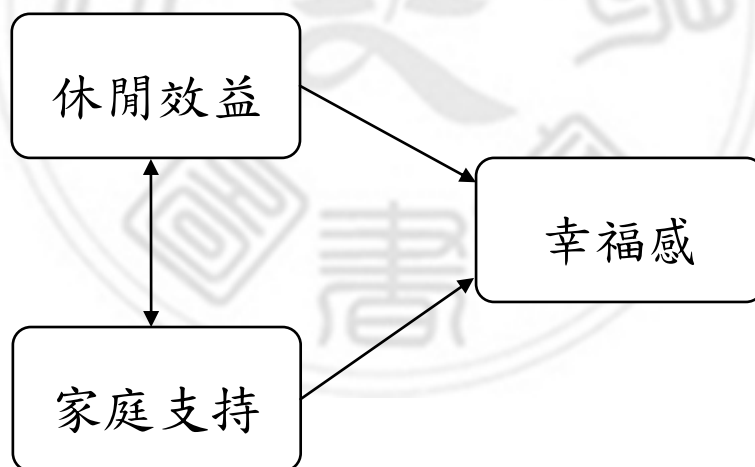


圖 3.1 研究架構圖

## 3.2 研究假設

本研究根據文獻探討與分析、研究目的與研究架構之建立，提出之研究假設如下：

H1：登山步道健行者之休閒效益對幸福感具有正向顯著影響。

H2：登山步道健行者之家庭支持對幸福感具有正向顯著影響。

H3：登山步道健行者之家庭支持與休閒效益具有正向顯著相關。

## 3.3 研究變項之操作型定義

本研究架構之變數分別是休閒效益、家庭支持與幸福感，各變數的操作型定義敘述如下：

### 3.3.1 休閒效益

休閒效益是指人們從事休閒活動參與經驗中所獲的之利益。本研究之休閒效益是指登山健行者在參與登山健行過程中與後，能幫助個人正向改變身體健康狀態、愉悅內心情感與提升個人內涵的主觀感受。

### 3.3.2 家庭支持

家庭支持乃是社會支持的一環。社會支持是指個體透過與他人或團體的互動，而獲得家人、同儕、其他重要他人的實質與情緒上的引

導和幫助(黃俊勳, 民 89)。支持的表現內容雖然不同, 但能滿足或提供個體部份所期望的需求。

### 3.3.3 幸福感

Argyle(1987)對幸福感的定義為: 對整體生活品質的沉思評鑑, 及反映出對生活滿意判斷的結果, 藉由正向情緒的提高、負向情緒的降低與對生活的滿意。據此, 本研究所指之幸福感是個人對整體生活品質的滿意度、正向情感的增加與負向情感的減少。

## 3.4 問卷設計

本研究以獨立山國家步道登山的遊客為研究對象進行預試, 本研究各構面所使用之問卷內容, 是經相關文獻探討並參考國內、國外學者所發展使用多次之量表, 預試發放時間為 103 年 1 月, 共計發放 100 份問卷, 回收整理有效問卷 85 份, 進行效度、信度分析, 根據分析結果修改問項完成正式問卷。

### 3.4.1 預試效度分析

效度分析是檢測測量過程是否測到真正想要測的事物屬性與真正特徵。本研究檢驗量表效度採用內容效度 (Content Validity) 和建構效度 (Construct Validity) 兩種方式。

內容效度主要反映測量工具本身內容的適切性，本研究各構面所使用之問卷內容，主要是參考國內、國外學者所發展使用多次之量表，經相關文獻探討及預試後修改而成，因此量表具有相當程度的內容效度。

建構效度係指測量工具能測得一個抽象概念獲特質程度。

Zaltman & Burger(1975)認為只要因素之初始特徵值大於 1，各題項之因素負荷量大於 0.3，且累積解釋變異量達 40%以上，即可有效解釋各因素代表之意義。

且在進行效度檢驗前，本研究分別對各量表先進行 KMO

(Kaiser-Meyer-Olkin)取樣適切性與巴氏球形檢定(Bartlett Test of Sphericity)兩項分析，以確定資料的分析效果及是否適合進行因素分析。Kaiser(1974)提出之「取樣適切性量表數」，KMO 值介於 0 至 1 之間，其值愈接近於 1 時，表示變項的相關程度愈高，愈適合進行因素分析。依據 Kaiser(1974)的觀點，若 KMO 值大於 0.7 以上，就表示問卷資料適合進行因素分析。

學者 Bartlett(1951)針對變項之相關矩陣提出 Bartlett 球形檢定，以  $\chi^2$  為檢定統計量，檢定相關係數是否不同且大於零，顯著的球形考驗表示相關係數足以作為因素分析抽取因素之用。若 Bartlett 球形檢定值達到 0.05 的顯著水準，則表示各題項的相關矩陣有共同因素存在。本研究問卷各變數 KMO 值均大於 0.7 以上，且 Bartlett

球形檢定值皆達顯著水準，故本研究量表適合進行因素分析，如表 3.1 所示。

表 3.1 KMO 係數與 Bartlett 球形檢定表

量表種類	KMO 係數	Bartlett 球形檢定值
家庭支持	0.729	0.000*
休閒效益	0.816	0.000*
幸福感	0.851	0.000*

\* $p < .05$

各量表先進行 KMO 取樣適切性與巴氏球形檢定兩項分析之後，接著進行因素分析如下：

#### 一、休閒效益構面因素分析

進行休閒效益構面探索性因素分析時，以因素負荷量 0.3 作為標準，12 個題項的因素負荷量皆達 0.3 以上，故不需刪題。同時指定初始特徵值大於 1 才被選取，得到共同因素有 3 個，分別命名為促進健康、愉悅情感和提升內涵，累積解釋變異量達 65%。為了讓各題項歸類到各個因素來區分，故採以最大變異法，對上述三個所得的三個因素成分進行轉軸，可使各成分所解釋的變異之分布更加均勻，容易解釋，如表 3.2 所示。

表 3.2 休閒效益各構面因素分析表

因素	衡量題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	累積解釋變異量%	因素命名
第一因素	可以提升心肺功能、鍛鍊體能。	0.533	5.382	25.836	25.836	促進健康
	可以消除疲勞、恢復活力。	0.626				
	可以有效改善睡眠情況。	0.664				
	可以改善或控制疾病。	0.599				
	可以消除緊張、紓解壓力。	0.617				
第二因素	可以使心情愉快、增添生活樂趣。	0.678	1.374	22.565	48.400	愉悅情感
	可以發洩情緒、舒暢身心。	0.649				
	可以促進同儕與朋友的情感。	0.792				
	可以促進家人間的感情。	0.713				
第三因素	可以獲得成就感並肯定自己。	0.709	1.089	16.976	65.377	提升內涵
	可以增進自我滿足、實現心中的理想。	0.743				
	可以拓展社交圈、結交新朋友。	0.522				

資料來源:本研究整理

## 二、家庭支持構面因素分析

進行家庭支持構面探索性因素分析時，以因素負荷量 0.3 作為標準，4 個題項的因素負荷量皆達 0.5 以上，可以接受題項，故無須刪題。同時指定初始特徵值大於 1 才被選取，得到 1 個共同因素，將之命名為家人支持，如表 3.3 所示。

表 3.3 家庭支持各構面因素分析表

因素	衡量題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	因素命名
第一因素	可以感覺到家人認同我的休閒活動。	0.816	3.057	76.425	家人支持
	家人對我投入休閒活動之程度的感覺是正向的。	0.788			
	家人會很關心的和我討論我的休閒活動。	0.708			
	家人是我能持續投入休閒活動之精神支持的重要來源	0.745			

資料來源:本研究整理



### 三、 幸福感構面因素分析

進行幸福感構面探索性因素分析時，以因素負荷量 0.3 作為標準，所有題項因素負荷量皆高於 0.3 以上，可以全數接受題項。同樣指定初始特徵值大於 1 才被選取，得到共同因素有 3 個，分別命名為負向情感、生活滿意和正向情感，如表 3.4 所示。

表 3.4 幸福感各構面因素分析表

因素	衡量題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	累積解釋變異量%	因素命名
第一因素	我常感受到沮喪、鬱卒的感覺。	.789	5.472	25.002	25.002	負向情感
	我常感受到不愉快、不高興的感覺。	.880				
	我常感受到生氣與充滿敵意的感覺。	.790				
	我常感受到擔心、焦躁的感覺。	.737				
第二因素	我的生活與我理想中的相差不遠。	.791	2.447	24.853	49.855	生活滿意
	我的生活狀況相當好。	.695				
	我很滿意現在的生活。	.717				
	我已經得到我生活中想要的重要事物。	.724				
第三因素	我幾乎不會想要做任何的改變。	.369	1.664	23.858	73.713	正向情感
	我常感受到快樂的感覺。	.767				
	我常感受到喜悅、興奮的感覺。	.768				
	我常感受到滿意的感覺。	.754				
	我常感受到享受、有趣的感覺。	.802				

資料來源:本研究整理

#### 3.4.2 預試信度分析

預試各量表之 Cronbach's  $\alpha$  信度分析，如表 3.5 所示。其中家庭支持變數之 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.902，休閒效益變數之 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.907，幸福感變數之 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.886。根據 Guelford(1965)提出之 Cronbach's  $\alpha$  係數的信度判

定準則，當  $\alpha$  大於 0.7 時，即代表擁有高信度。由於本研究各變數的 Cronbach's  $\alpha$  值皆大於 0.7，顯示本研究各變數內部一致性相當良好，表示本研究所使用的量表具有高信度。

表 3.5 各量表之 Cronbach's  $\alpha$  信度分析表

變數	構面	信度	總信度
家庭支持	家人支持	0.893	
	促進健康	0.823	
休閒效益	愉悅情感	0.848	0.879
	提升內涵	0.721	
幸福感	生活滿意	0.883	0.881
	正向情感	0.898	
	負向情感	0.912	

資料來源：本研究整理

### 3.4.3 正式問卷

經過預試進行效度、信度分析，根據分析結果純化確立正式問卷。本研究採用問卷調查法，由填答者依其感受自由填答，採用無記名之封閉型問卷。根據研究架構發展出三個研究構面，加上基本資料，問卷共分四部份，除基本資料採類別尺度外，另外三個構面的問項皆為等級尺度，採用李克特五點量表(Likert scale)測量：依「極不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「極同意」分別給予 1 分至 5 分。

#### 一、休閒效益量表

此量表採用馬上鈞(民91)的休閒立意量表，主要在測量休閒活動參與者主觀感受到的休閒效益，共計12項題目，可測量三種不同面向的休閒效益，在對預試資料進行探索性因素分析後命名為「促進健康」，「愉悅情感」和「提升內涵」，測量總分越高表示感受到的休閒效益越高，如表3.6所示。

表 3.6 休閒效益量表

構面	衡量項目
促進健康	可以提升心肺功能、鍛鍊體能。
	可以消除疲勞、恢復活力。
	可以有效改善睡眠情況。
	可以改善或控制疾病。
	可以消除緊張、紓解壓力。
愉悅情感	可以使心情愉快、增添生活樂趣。
	可以發洩情緒、舒暢身心。
	可以促進同儕與朋友的情感。
提升內涵	可以促進家人間的感情。
	可以獲得成就感並肯定自己。
	可以增進自我滿足、實現心中的理想。
	可以拓展社交圈、結交新朋友。

資料來源:本研究整理

## 二、家庭支持量表

家庭支持是指來到自家庭成員的情感性支持，這種支持可以讓人感受關懷、肯定、自信心等(黃俐婷，民92)。此量表依據歐人豪(民98)的研究發展而來，共四個題項，採用李克特五點量表為測量尺度，總分越高表示家庭支持的程度越高，如表3.7所示。

表 3.7 家庭支持量表

構面	衡量項目
家人支持	我可以感覺到家人認同我的休閒活動。
	家人對我投入休閒活動之程度的感覺是正向的。
	家人會很關心的和我討論我的休閒活動。
	家人是我能持續投入休閒活動之精神支持的重要來源。

資料來源:本研究整理

### 三、幸福感量表

本量表分為生活滿意量表、正向情感與負向情感三個部分。生活滿意量表依據Diener, Emmons, Larsen & Griffin(1985)發展之SWLS量表(The Satisfaction with Life Scale)，是個體對自身生活的綜觀性評價，由五個題項組成，採用李克特五點量表為測量尺度，總分越高表示幸福感的感受越高。

在正情感與負向情感方面，則採用Diener & Emmons(1985)所設計的八個情感性字彙，請受訪者回溯過去三個月內的實際狀況，勾選其所經歷之情感頻率，由八個題項組成，採用李克特五點量表為測量尺度：依「非常不同意」至「非常同意」分別給予1分至5分，正向情感感受程度越高表示幸福感越高，負向情感感受程度越高表示幸福感越低(負向情感題項須反向計分)，如表3.8所示。

表3.8 幸福感量表

構面	衡量項目
生活滿意	我的生活與我理想中的相差不遠。
	我的生活狀況相當好。
	我很滿意現在的生活。
	我已經得到我生活中想要的重要事物。
正向情感	我幾乎不會想要做任何的改變。
	我常感受到快樂的感覺。
	我常感受到喜悅、興奮的感覺。
	我常感受到滿意的感覺。
負向情感	我常感受到享受、有趣的感覺。
	我常感受到沮喪、鬱卒的感覺。
	我常感受到不愉快、不高興的感覺。
	我常感受到生氣與充滿敵意的感覺。
	我常感受到擔心、焦躁的感覺。

資料來源:本研究整理

### 3.5 資料分析方法

本研究以登山健行者為樣本，以便利抽樣法進行問卷調查，於獨立山國家步道進行施測。問卷回收後，先檢視問卷填答情形，並剔除無效問卷，再將有效問卷進行整理編碼及建檔，應用 SPSS 18.0 版及 AMOS 18.0 版套裝軟體為資料分析工具，進行實證資料分析以驗證研究假設。本研究所使用的統計方法主要有：描述性統計、量表信度與效度分析、因素分析、差異分析、結構方程模式，詳述如下：

#### 一、 描述性統計

對收集之有效問卷進行次數分配、百分比、平均數與標準

差來了解樣本的基本資料與各研究構面的現況。

#### 二、 量表信度與效度分析

信度分析是檢測一份問卷測量衡量的一致性與穩定性。目前社會科學研究中 Cronbach' s  $\alpha$  是最常見的一項檢測信度方式，Cronbach' s  $\alpha$  係數大於 0.7 表示信度相當高，介於 0.35~0.7 之間表示尚可。

效度分析是檢測測量過程是否測到真正想要測的事物屬性與真正特徵。本研究各構面所使用之問卷內容主要是參考國內、國外學者所發之量表直接修正沿用，因此量表具有相當程度的內容效度。

### 三、 因素分析

因素分析的主要目的是對資料找出其結構，以少數幾個因素來解釋一群互有關聯存在的變數，且能保有原本最多的資訊，再對此因素命名，以達到因素分析資料簡化與摘要的兩大目標。並且進行驗證性因素分析，建構事前已假設因素之存在與其所包含的項目，而後驗證其符合的程度，即為量表之建構效度。

### 四、 差異分析

根據不同的人口統計變項採用 T 檢定與單因子變異數分析方式，針對不同構面進行差異性分析比較。

### 五、 結構方程模式

結構方程模式亦即 SEM，主要目的是在考驗潛在變項與外顯變項之關係，它結合了因素分析與路徑分析/回歸分析，同時包含測量模式與結構模式。其中測量模式在於建立測量指標與潛在變項之間的關係，主要是透過驗證因素分析對測量模式的效度進行考驗。結構模式則是在考驗潛在變項間之因果路徑關係，透過對潛在變項進行路徑分析，以考驗結構模式的適配性。本研究的目的是在探討休閒效益與幸福感之關係，故利用 SEM 進行資料分析探究各變數間之關係。



## 第四章 研究結果與討論

本研究主要針對在獨立山國家步道從事登山健行活動之遊客進行問卷調查，經實際發放 460 份問卷後，實際回收 454 份，扣除填答不完整、亂填等無效回收問卷後，本研究之有效問卷為 418 份，有效回收率為 90.9%，所得之問卷資料分析結果如下：

### 4.1 人口統計變數分析

本研究之遊客基本資料統計分析結果如表 4.1 所示。研究中統計變項變數包含「性別」、「婚姻」、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「月收入」、「月登山次數」等七個項目，茲就所得的資料進行次數、百分比分析並分敘說明如下：

- 一、 受訪者之女性登山健行者（55.0%）比例高於男性登山健行者（45.0%）。
- 二、 受訪者之婚姻狀況為已婚者（55.7%）比例大於未婚者（37.1%）與其他（7.2%）。
- 三、 年齡的分佈以 41~50 歲(28.5%)佔多數，其次是 51~60 歲（18.9%），61 歲以上(5.3%)最少。
- 四、 教育程度以大學專科(48.3%)最多，高中(26.3%)居次。
- 五、 職業以服務業(22.7%)佔多數，其次是製造業(20.8%)與學生（19.9%），農牧(2.4%)最少。



六、 月收入以 2~4 萬(34.2%)最多，2 萬以下(32.3%)居次。

七、 月登山次數以 1 次以下(52.6%)最多，4 次以上(23.9%)居次。

經由上述人口統計變數分析得知，在獨立山國家步道從事山健行活動之遊客中，有相當比例屬於中老年齡層，已婚、女性居多，職業集中於服務業、製造業。在現今逐漸高齡化的工商社會中，此分佈顯示出中壯年以上人口較青少年，女性較男性，更樂衷於藉由從事登山健行休閒，來達到其紓解工作壓力、促進身心健康的需求。



表 4.1 遊客基本資料統計分析表(N=418)

基本資料	屬性	樣本數	百分比
性別	男	188	45.0
	女	230	55.0
婚姻	未婚	155	37.1
	已婚	233	55.7
	其它	30	7.2
年齡	20 歲以下	65	15.6
	21~30 歲	61	14.6
	31~40 歲	72	17.2
	41~50 歲	119	28.5
	51~60 歲	79	18.9
	61 以上	22	5.3
教育程度	小學以下	31	7.4
	國中	37	8.9
	高中	110	26.3
	大學專科	202	48.3
	研究所以上	38	9.1
職業	學生	83	19.9
	農牧	10	2.4
	製造	87	20.8
	服務	95	22.7
	軍公教	56	13.4
	自由業	26	6.2
	已退休	27	6.5
	其他	34	8.1
月收入	2 萬以下	135	32.3
	2~4 萬	143	34.2
	4~6 萬	89	21.3
	6~10 萬	34	8.1
	10 萬以上	17	4.1
月登山次數	1 次以下	220	52.6
	2 次	68	16.3
	3 次	30	7.2
	4 次以上	100	23.9

資料來源：本研究整理

## 4.2 現況分析

### 4.2.1 休閒效益現況分析

登山健行者之休閒效益的現況分析結果，如表4.2所示。本研究之休閒效益共有三個子構面，分別為「促進健康」、「愉悅情感」、「提升內涵」。三個子構面中以「愉悅情感」的總平均得分(4.26)最高，其次是「促進健康」(4.04)，而「提升內涵」的平均得分(3.96)則為最低。

在「愉悅情感」子構面中，以「可以促進同儕與朋友的情感」題項的平均得分(4.35)為最高，其次依序為「可以促進家人間的感情」(4.32)、「可以使心情愉快、增添生活樂趣」(4.24)，而「可以發洩情緒、舒暢身心」題項的平均得分(4.13)為最低。

在「促進健康」子構面中，以「可以提升心肺功能、鍛鍊體能」題項的平均得分(4.44)最高，其次依序為「可以消除緊張、紓解壓力」(4.07)、「可以有效改善睡眠情況」(3.95)、「可以消除疲勞、恢復活力」(3.89)，而「可以改善或控制疾病」題項的平均得分(3.84)為最低。

在「提升內涵」子構面中，以「可以獲得成就感並肯定自己」題項的平均得分(4.01)最高，其次為「可以拓展社交圈、結交新朋友」(3.98)，而「可以增進自我滿足、實現心中的理想」題項的平均得分(3.88)為最低。

表4.2 休閒效益現況分析表

題號	構面	衡量項目	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
1	促進健康	可以提升心肺功能、鍛鍊體能。	4.44	0.61	1	1	
2		可以消除疲勞、恢復活力。	3.89	0.71	4	10	
3		可以有效改善睡眠情況。	3.95	0.77	3	9	4.04
4		可以改善或控制疾病。	3.84	0.83	5	12	
7		可以消除緊張、紓解壓力。	4.07	0.65	2	6	
8	愉悅情感	可以使心情愉快、增添生活樂趣。	4.24	0.59	3	4	
9		可以發洩情緒、舒暢身心。	4.13	0.55	4	5	4.26
10		可以促進同儕與朋友的情感。	4.35	0.61	1	2	
11		可以促進家人間的感情。	4.32	0.58	2	3	
5	提升內涵	可以獲得成就感並肯定自己。	4.01	0.75	1	7	
6		可以增進自我滿足、實現心中的理想。	3.88	0.75	3	11	3.96
12		可以拓展社交圈、結交新朋友。	3.98	0.71	2	8	

資料來源:本研究整理

#### 4.2.2 家庭支持現況分析

登山健行者之家庭支持的現況分析結果，如表4.3所示。「家人支持」構面總平均數為4.12，其中以「家人對我投入休閒活動之程度的感覺是正向的」的平均數得分(4.30)最高，其次依序是「我可以感覺到家人認同我的休閒活動」(4.23)、「家人是我能持續投入休閒活動之精神支持的重要來源」(3.99)，而「家人會很關心的和我討論我的休閒活動」的平均得分(3.96)則為最低。

表4.3 家庭支持現況分析表

題號	構面	衡量項目	平均數	標準差	構面排序	構面平均
1	家人支持	我可以感覺到家人認同我的休閒活動。	4.23	.65	2	
2		家人對我投入休閒活動之程度的感覺是正向的。	4.30	.64	1	
3		家人會很關心的和我討論我的休閒活動。	3.96	.74	4	4.12
4		家人是我能持續投入休閒活動之精神支持的重	3.99	.81	3	

要來源

資料來源:本研究整理

#### 4.2.3 幸福感現況分析

登山健行者之幸福感的現況分析結果，如表4.4所示。本研究之幸福感共有三個子構面，分別為「生活滿意」、「正向情感」、「負向情感」。三個子構面中以「正向情感」的總平均得分(3.788)最高，其次是「負向情感」(3.785)，而「生活滿意」的平均得分(3.56)則為最低。

在「正向情感」子構面中，以「我常感受到快樂的感覺」題項的平均得分(3.86)為最高，其次依序為「我常感受到享受、有趣的感覺」(3.78)、「我常感受到喜悅、興奮的感覺」(3.76)，而「我常感受到滿意的感覺」題項的平均得分(3.75)為最低。

在「負向情感」子構面中，以「我常感受到生氣與充滿敵意的感覺」題項的平均得分(3.87)為最高，其次依序為「我常感受到不愉快、

不高興的感覺」(3.80)、「我常感受到擔心、焦躁的感覺」(3.74)，而「我常感受到沮喪、鬱卒的感覺」題項的平均得分(3.73)為最低。

在「生活滿意」子構面中，以「我很滿意現在的生活」題項的平均得分(3.83)為最高，其次依序為「我的生活狀況相當好」(3.78)、「我的生活與我理想中的相差不遠」(3.62)、「我已經得到我生活中想要的重要事物」(3.52)，而「我幾乎不會想要做任何的改變」題項的平均得分(3.06)為最低。

表4.4 幸福感現況分析表

題號	構面	衡量項目	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
1		我的生活與我理想中的相差不遠。	3.62	.809	3	11	
2	生活	我的生活狀況相當好。	3.78	.729	2	6	
3	滿意	我很滿意現在的生活。	3.83	.740	1	3	3.56
4		我已經得到我生活中想要的重要事物。	3.52	.843	4	12	
5		我幾乎不會想要做任何的改變。	3.06	.990	5	13	
6		我常感受到快樂的感覺。	3.86	.677	1	2	
7	正向	我常感受到喜悅、興奮的感覺。	3.76	.748	3	7	3.788
8	情感	我常感受到滿意的感覺。	3.75	.736	4	8	
9		我常感受到享受、有趣的感覺。	3.78	.760	2	5	
10		我常感受到沮喪、鬱卒的感覺。	3.73	.827	4	10	
11	負向	我常感受到不愉快、不高興的感覺。	3.80	.802	2	4	3.785
12	情感	我常感受到生氣與充滿敵意的感覺。	3.87	.791	1	1	
13		我常感受到擔心、焦躁的感覺。	3.74	.836	3	9	

### 4.3 差異分析

為探討不同人口統計變項登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感的差異情形，將休閒效益變數分為「促進健康」、「愉悅情感」及「提升內涵」三個層面，將家庭支持分為「家人支持」一個層面，將幸福感分為「生活滿意」、「正向情感」及「負向情感」三個層面。並以 T 考驗、單因子變異數分析等統計方法去探討各層面的差異情形。

#### 4.3.1 不同性別差異比較

為探討不同性別登山健行者的差異情形，將登山健行者的性別區分為男及女，並以 T 檢定去分析不同性別登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感的差異情形，如表 4.5 所示。

表4.5 不同性別登山健行者各構面T檢定摘要表

構面	T值	自由度	P值
促進健康	-.271	416	.786
愉悅情感	-.912	416	.362
提升內涵	-.744	416	.458
家人支持	-1.711	416	.088
生活滿意	-1.693	416	.091
正向情感	-1.763	416	.079
負向情感	.342	416	.732

註:\*p<.05

由表4.5分析得知，不同性別登山健行者的休閒效益、家庭支持與幸福感，在「促進健康」、「愉悅情感」、「提升內涵」、「家人支持」、「生活滿意」、「正向情感」及「負向情感」七個層面，均無差異性存在。顯示不同性別登山健行者在休閒效益、家庭支持與幸福感方面並無差異存在。

#### 4.3.2 不同婚姻狀況差異比較

為探討不同婚姻狀況登山健行者的差異情形，將登山健行者的婚姻狀況區分為未婚、已婚及其他，並以單因子變異數去分析不同婚姻狀況登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感的差異情形，如表 4.6 所示。



表 4.6 不同婚姻狀況登山健行者各構面差異分析摘要表

		平方和	自由度	平均 平方和	F值	P值	事後 比較
促進健康	組間	2.501	2	1.251	4.024*	.019	2>1
	組內	128.999	415	.311			
	總和	131.500	417				
愉悅情感	組間	1.401	2	.700	2.365	.095	
	組內	122.915	415	.296			
	總和	124.315	417				
提升內涵	組間	2.776	2	1.388	3.401*	.034	3>1
	組內	169.329	415	.408			
	總和	172.104	417				
家人支持	組間	2.540	2	1.270	3.374*	.035	2>1
	組內	156.234	415	.376			
	總和	158.774	417				
生活滿意	組間	9.284	2	4.642	10.91*	.000	2>1
	組內	176.588	415	.426			
	總和	185.873	417				
正向情感	組間	1.636	2	.818	1.901	.151	
	組內	178.590	415	.430			
	總和	180.226	417				
負向情感	組間	4.359	2	2.180	4.120*	.017	2>1
	組內	219.528	415	.529			
	總和	223.888	417				

註1:\*p<.05

註2:(1)未婚 (2)已婚 (3)其他

由表4.6分析得知，不同婚姻狀況登山健行者，在「促進健康」、「提升內涵」、「家人支持」、「生活滿意」及「負向情感」五個層面，有差異性存在。顯示出在「促進健康」層面上，已婚者的休閒效益高於未婚者；在「提升內涵」層面上，婚姻狀況為其他的休閒效益高於未婚者；在「家人支持」層面上，已婚者的家庭支持高於未婚者；在「生活滿意」層面上，已婚者的幸福感高於未婚者；在「負向情感」層面上，已婚者的幸福感高於未婚者。

研究者針對已婚者之休閒效益、家庭支持與幸福感普遍高於未婚者推論，可能形成因素為已婚者在進行休閒活動時，大都為偕同親子、夫妻與父母一同參與之家庭休閒形式，故連帶能在家庭支持與幸福感方面獲的更高的滿足。

#### 4.3.3 不同年齡差異比較

為探討不同年齡登山健行者的差異情形，將登山健行者的年齡區分為20歲以下、21~30歲、31~40歲、41~50歲、51~60歲及61歲以上，並以單因子變異數去分析不同年齡登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感的差異情形。如表4.7所示。

表4.7 不同年齡登山健行者各構面差異分析摘要表

		平方和	自由度	平均 平方和	F值	P值	事後 比較
促進健康	組間	5.533	5	1.107	3.619*	.003	5>1,2
	組內	125.967	412	.306			
	總和	131.500	417				
愉悅情感	組間	2.958	5	.592	2.009	.076	
	組內	121.357	412	.295			
	總和	124.315	417				
提升內涵	組間	4.672	5	.934	2.299*	.044	5>2
	組內	167.432	412	.406			
	總和	172.104	417				
家人支持	組間	4.358	5	.872	2.326*	.042	4>1
	組內	154.415	412	.375			
	總和	158.774	417				
生活滿意	組間	11.828	5	2.366	5.600*	.000	4,5,6>2
	組內	174.045	412	.422			
	總和	185.873	417				
正向情感	組間	3.226	5	.645	1.502	.188	
	組內	176.999	412	.430			
	總和	180.226	417				
負向情感	組間	2.800	5	.560	1.043	.392	
	組內	221.088	412	.537			
	總和	223.888	417				

註1:\*p<.05 註2:(1)20歲以下 (2)21~30歲 (3)31~40歲 (4)41~50歲 (5)51~60歲 (6)61歲以上

由表4.7分析得知，不同年齡登山健行者，在「促進健康」、「提升內涵」、「家人支持」及「生活滿意」四個層面，有差異性存在。顯示出在「促進健康」層面上，51~60歲者的休閒效益高於20歲以下與21~30歲者；在「提升內涵」層面上，51~60歲者的休閒效益高於21~30歲者；在「家人支持」層面上，41~50歲者的家庭支持高於20歲以下者；在「生活滿意」層面上，41~50歲、51~60歲與61歲以上者的幸福感高於21~30歲者。

由以上研究結果發現，中高齡者之休閒效益、家庭支持與幸福感普遍高於青少年者，推論人們在經過一段時間努力之後，人生各方面已有所成就，於是開始注重休閒生活與生活品質的經營，故中高年人的休閒效益、家庭支持與幸福感上普遍高於青少年人。

#### 4.3.4 不同教育程度差異比較

為探討不同教育程度登山健行者的差異情形，將登山健行者的教育程度區分為小學以下、國中、高中、大學專科與研究所以上，並以單因子變異數去分析不同教育程度登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感的差異情形。如表4.8所示。

表 4.8 不同教育程度登山健行者各構面差異分析摘要表

		平方和	自由度	平均 平方和	F值	P值	事後 比較
促進健康	組間	2.077	4	.519	1.657	.159	
	組內	129.423	413	.313			
	總和	131.500	417				
愉悅情感	組間	.423	4	.106	.353	.842	
	組內	123.892	413	.300			
	總和	124.315	417				
提升內涵	組間	2.406	4	.601	1.464	.212	
	組內	169.699	413	.411			
	總和	172.104	417				
家人支持	組間	.892	4	.223	.583	.675	
	組內	157.882	413	.382			
	總和	158.774	417				
生活滿意	組間	1.504	4	.376	.842	.499	
	組內	184.369	413	.446			
	總和	185.873	417				
正向情感	組間	3.334	4	.833	1.946	.102	
	組內	176.892	413	.428			
	總和	180.226	417				
負向情感	組間	1.710	4	.427	.794	.529	
	組內	222.178	413	.538			
	總和	223.888	417				

註1: \*p<.05 註2:(1)小學以下 (2)國中 (3)高中 (4)大學專科 (5)研究所以上

由表4.8分析得知，不同教育程度登山健行者的休閒效益、家庭支持與幸福感，在「促進健康」、「愉悅情感」、「提升內涵」、「家人支持」、「生活滿意」、「正向情感」及「負向情感」七個層面，均無差異性存在。顯示不同教育程度登山健行者在休閒效益、家庭支持與幸福感方面並無差異存在。

#### 4.3.5 不同職業差異比較

為探討不同職業登山健行者的差異情形，將登山健行者的職業區分為學生、農牧、製造、服務、軍公教、自由業、已退休及其他，並以單因子變異數去分析不同職業登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感的差異情形。如表 4.9 所示。

表 4.9 不同職業登山健行者各構面差異分析摘要表

		平方和	自由度	平均 平方和	F值	P值	事後 比較
促進健康	組間	6.240	7	.891	2.918*	.005	4>1
	組內	125.260	410	.306			
	總和	131.500	417				
愉悅情感	組間	3.849	7	.550	1.871	.073	
	組內	120.466	410	.294			
	總和	124.315	417				
提升內涵	組間	4.368	7	.624	1.525	.157	
	組內	167.736	410	.409			
	總和	172.104	417				
家人支持	組間	7.157	7	1.022	2.765*	.008	4, 5>1
	組內	151.616	410	.370			
	總和	158.774	417				
生活滿意	組間	7.932	7	1.133	2.611*	.012	5>3
	組內	177.941	410	.434			
	總和	185.873	417				
正向情感	組間	3.671	7	.524	1.218	.292	
	組內	176.555	410	.431			
	總和	180.226	417				
負向情感	組間	3.546	7	.507	.942	.473	
	組內	220.342	410	.537			
	總和	223.888	417				

註1: \*p<.05 註2: 職業:(1)學生(2)農牧(3)製造(4)服務(5)軍公教(6)自由業(7)已退休(8)其他

由表4.9分析得知，不同職業登山健行者，在「促進健康」、「家人支持」及「生活滿意」三個層面，有差異性存在。顯示出在「促進健康」層面上，從事服務業者的休閒效益高於身為學生者；在「家人支持」層面上，從事服務業與軍公教者的家庭支持高於身為學生者；在「生活滿意」層面上，職業為軍公教者的幸福感高於從事製造業者。

由以上研究結果發現，從事服務業與軍公教者之休閒效益、家庭支持與幸福感普遍高於從事製造業與學生者，推論從事服務業人員平時可能久坐辦公室，故較需要運動健身，因此在「促進健康」層面上，其休閒效益較高。軍公教人員可能因為生活穩定，生活品質相對較高，故在「生活滿意」層面上，其幸福感高於從事製造業的勞工。

#### 4.3.6 不同收入差異比較

為探討不同收入登山健行者的差異情形，將登山健行者的月收入區分為2萬元以下、2~4萬元、4~6萬元、6~10萬元、10萬元以上，並以單因子變異數去分析不同收入登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感的差異情形。如表4.10所示。



表 4.10 不同收入登山健行者各構面差異分析摘要表

		平方和	自由度	平均 平方和	F值	P值	事後 比較
促進健康	組間	2.088	4	.522	1.666	.157	
	組內	129.412	413	.313			
	總和	131.500	417				
愉悅情感	組間	1.569	4	.392	1.320	.262	
	組內	122.747	413	.297			
	總和	124.315	417				
提升內涵	組間	1.111	4	.278	.671	.613	
	組內	170.993	413	.414			
	總和	172.104	417				
家人支持	組間	1.764	4	.441	1.160	.328	
	組內	157.010	413	.380			
	總和	158.774	417				
生活滿意	組間	5.603	4	1.401	3.209*	.013	4>1, 2, 3
	組內	180.270	413	.436			
	總和	185.873	417				
正向情感	組間	3.056	4	.764	1.781	.132	
	組內	177.169	413	.429			
	總和	180.226	417				
負向情感	組間	5.224	4	1.306	2.467*	.044	4>1, 2, 3
	組內	218.664	413	.529			
	總和	223.888	417				

註1: \*p<.05 註2: 月收入: (1)2萬元以下 (2)2~4萬元 (3)4~6萬元 (4)6~10萬元 (5)10萬元以上

由表4.10分析得知，不同收入登山健行者，在「生活滿意」及「負向情感」二個層面，有差異性存在。顯示出在「生活滿意」層面上，月收入6~10萬元者的幸福感高於月收入2萬元以下、2~4萬元與4~6萬元者；在「負向情感」層面上，月收入6~10萬元者的幸福感高於月收入2萬元以下、2~4萬元與4~6萬元者。

由以上研究結果發現，中高收入者之幸福感普遍高於從中、低收入者，推論經濟條件較佳者，相對而言更有能力支付、維持較高的生活品質，因此在「生活滿意」層面上，其幸福感較高；同時推論經濟條件較佳者，相對而言，承受生活上的經濟壓力與不安全感亦較低，因此在「負面情感」層面上，其幸福感較高。

#### 4.3.7 不同參與頻率差異比較

為探討不同參與頻率登山健行者的差異情形，將登山健行者的參與頻率區分為每月1次以下、2次、3次及4次以上，並以單因子變異數去分析不同收入登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感的差異情形。如表4.11所示。

表 4.11 不同參與頻率登山健行者各構面差異分析摘要表

		平方和	自由度	平均 平方和	F值	P值	事後 比較
促進健康	組間	3.859	3	1.286	4.172*	.006	3>2, 1
	組內	127.641	414	.308			
	總和	131.500	417				
愉悅情感	組間	.803	3	.268	.897	.443	
	組內	123.513	414	.298			
	總和	124.315	417				
提升內涵	組間	4.205	3	1.402	3.456*	.017	3>1
	組內	167.899	414	.406			
	總和	172.104	417				
家人支持	組間	5.963	3	1.988	5.385*	.001	3>2, 1
	組內	152.811	414	.369			
	總和	158.774	417				
生活滿意	組間	7.016	3	2.339	5.413*	.001	2, 4 > 1
	組內	178.856	414	.432			
	總和	185.873	417				
正向情感	組間	4.875	3	1.625	3.837*	.010	3>1
	組內	175.350	414	.424			
	總和	180.226	417				
負向情感	組間	10.343	3	3.448	6.684*	.000	2, 4>1
	組內	213.544	414	.516			
	總和	223.888	417				

註1: \*p<.05 註2: 每月登山次數: (1)1次以下 (2)2次 (3)3次 (4)4次以上

由表4.11分析得知，不同參與頻率登山健行者，在「促進健康」、「提升內涵」、「家人支持」、「生活滿意」、「正向情感」及「負向情感」六個層面，有差異性存在。顯示出在「促進健康」層面上，月登山次數3次者的休閒效益高於月登山次數2次及1次者；在「提升內涵」層面上，月登山次數3次者的休閒效益高於月登山次數1次者；在「家人支持」層面上，月登山次數3次者的家庭支持高於月登山次數2次及1次者；在「生活滿意」層面上，月登山次數2次及4次以上者的幸福感高於月登山次數1次者；在「正向情感」層面上，月登山次數3次者的幸福感高於月登山次數1次者；在「負向情感」層面上，月登山次數2次及4次以上者的幸福感高於月登山次數1次者。

由以上研究結果發現，當登山健行者參與頻率適當提高時，亦能普遍獲得較高之休閒效益、家庭支持與幸福感。由於人的生理影響著心理，因此透過參與頻率的增加，達到「促進健康」效果的同時，對憂鬱、悲觀等負面情緒的降低亦起有實際作用，故其幸福感受較高。

#### 4.3.8 不同人口變項登山健行者各構面的差異情形

##### 一、不同性別登山健行者各構面的差異情形

##### 1. 不同性別登山健行者休閒效益的差異情形

不同性別登山健行者的休閒效益無差異性存在。

##### 2. 不同性別登山健行者家庭支持的差異情形

不同性別登山健行者的家庭支持無差異性存在。

### 3. 不同性別登山健行者休幸福感的差異情形

不同性別登山健行者的幸福感無差異性存在。

## 二、不同婚姻狀況登山健行者各構面的差異情形

### 1. 不同婚姻狀況登山健行者休閒效益的差異情形

在「促進健康」層面顯示，已婚之登山健行者的休閒效益高於未婚之登山健行者的休閒效益。在「提升內涵」層面顯示，其他婚姻狀況之登山健行者的休閒效益高於未婚之登山健行者的休閒效益。

### 2. 不同婚姻狀況登山健行者家庭支持的差異情形

已婚之登山健行者的家庭支持高於未婚之登山健行者的家庭支持。

### 3. 不同婚姻狀況登山健行者幸福感的差異情形

在「生活滿意」層面顯示，已婚之登山健行者的幸福感高於未婚之登山健行者的幸福感。在「負向情感」層面顯示，已婚之登山健行者的幸福感高於未婚之登山健行者的幸福感。

## 三、不同年齡登山健行者各構面的差異情形

### 1. 不同年齡登山健行者休閒效益的差異情形

在「促進健康」層面顯示，51~60歲之登山健行者的休閒效益高於

20歲以下與21~30歲之登山健行者的休閒效益。在「提升內涵」層面顯示，51~60歲之登山健行者的休閒效益高於21~30歲之登山健行者的休閒效益。

#### 2. 不同年齡登山健行者家庭支持的差異情形

41~50歲之登山健行者的家庭支持高於20歲以下之登山健行者的家庭支持。

#### 3. 不同年齡登山健行者幸福感的差異情形

在「生活滿意」層面顯示，41~50歲、51~60歲和61歲以上之登山健行者的幸福感高於21~30歲之登山健行者的幸福感。

### 四、不同教育程度登山健行者各構面的差異情形

#### 1. 不同教育程度登山健行者休閒效益的差異情形

不同教育程度登山健行者的休閒效益無差異性存在。

#### 2. 不同教育程度登山健行者家庭支持的差異情形

不同教育程度登山健行者的家庭支持無差異性存在。

#### 3. 不同教育程度登山健行者幸福感的差異情形

不同教育程度登山健行者的幸福感無差異性存在。

### 五、不同職業登山健行者各構面的差異情形

#### 1. 不同職業登山健行者休閒效益的差異情形

在「促進健康」層面顯示，從事服務業之登山健行者的休閒效益高於學生之登山健行者的休閒效益。

## 2. 不同職業登山健行者家庭支持的差異情形

從事服務業與軍公教之登山健行者的家庭支持高於學生之登山健行者的家庭支持。

## 3. 不同職業登山健行者幸福感的差異情形

在「生活滿意」層面顯示，職業為軍公教之登山健行者的幸福感高於學生之登山健行者的幸福感。

## 六、不同收入登山健行者各構面的差異情形

### 1. 不同收入登山健行者休閒效益的差異情形

不同收入登山健行者的休閒效益無差異性存在。

### 2. 不同收入登山健行者家庭支持的差異情形

不同收入登山健行者的家庭支持無差異性存在。

### 3. 不同收入登山健行者幸福感的差異情形

在「生活滿意」與「負向情感」層面均顯示，月收入為6~10萬元之登山健行者的幸福感高於月收入為2萬元以下、2~4萬元與4~6萬元之登山健行者的幸福感。

## 七、不同參與頻率登山健行者各構面的差異情形

### 1. 不同參與頻率登山健行者休閒效益的差異情形

在「促進健康」層面顯示，每月登山3次之登山健行者的休閒效益高於每月登山1次以下和2次之登山健行者的休閒效益。在「提升內涵」層面顯示，每月登山3次之登山健行者的休閒效益高於每月登山1次以下之登山健行者的休閒效益。

### 2. 不同參與頻率登山健行者家庭支持的差異情形

每月登山3次之登山健行者的家庭支持高於每月登山1次以下和2次之登山健行者的家庭支持。

### 3. 不同參與頻率登山健行者幸福感的差異情形

在「生活滿意」與「負向情感」層面均顯示，每月登山2次和4次之登山健行者的幸福感高於每月登山1次以下之登山健行者的幸福感。在「正向情感」層面顯示，每月登山3次之登山健行者的幸福感高於每月登山1次以下之登山健行者的幸福感。

## 4.4 結構方程模式

結構方程模式可分為兩個部分，一為測量模型，另一部分為結構模型。首先通過多元常態與基本模式配適度檢定之後，再進行模式內在配適度與整體模式配適度檢定。

### 4.4.1 多元常態性檢定



在結構方程模式之中，統計分析的前提是資料多元常態化。可從兩個角度切入探討，一是觀測變項之常態性，二是觀測變項整合後之多元常態性（邱皓政，民95）。導致觀測變項無法常態分配之要素有二，即偏態和峰度係數。其偏態（Skewness）係數絕對值需小於2，而峰度（Kurtosis）係數絕對值則也需小於2（Kline, 1998），則可認定具有常態性。至於多元常態的問題，可借助Mardia係數判定多元常態性假設。當係數小於 $p(p+2)$ 時（ $p$ 為觀察變數之數量），可達到多元常態性基本要求（Bollen, 1989）。

本研究之休閒效益、家庭支持與幸福感三個構面之多元常態分析狀況，如表4.12所示。各觀察變項之偏態係數介於-.679至-.106之間，而峰度係數則介於-.218至1.962之間，顯示觀察變項之資料符合常態化假設。休閒效益、家庭支持與幸福感三個構面整體的Mardia係數為16.397，而 $p(p+2)$ 為899明顯大於Mardia係數，因此可確認資料具有多元常態性。

基於上述多元常態性分析，本研究觀測變數符合多元常態分配，因此可以採最大概似估計法進行模式的配適檢定工作。

表4.12 多元常態檢定表

構面	最小值	最大值	偏態 (skew)	峰度 (kurtosis)
家人支持	-4.390	1.417	-.449	.821
生活滿意	-3.740	2.091	-.327	.515
負向情感	-3.809	1.652	-.265	.011
正向情感	-2.732	1.840	-.106	-.218
提升內涵	-4.747	1.471	-.357	.441
促進健康	-5.462	1.431	-.679	1.962
愉悅情感	-4.725	1.226	-.666	1.052
Multivariate				16.397

資料來源：本研究整理

#### 4.4.2 模式基本配適度檢定

對模式作整體評鑑前，必須先檢視是否有違犯估計現象產生。違犯估計檢視主要在確認所估計的參數是否有違反統計所能接受的範圍，應避免：1.不能有負的誤差變異；2.標準化迴歸係數避免大於1 或太接近1；3.標準誤不能太大（黃芳銘，2006）。整體模式適配度檢定主要在檢定整體模式與觀察資料的整體配適程度，也就是理論模式與實際觀察資料的差距有多大，模式適配度愈高，代表模式可用性愈高。

經檢定休閒效益、家庭支持與幸福感三個假設模式之輸出結果發現各觀察變項間，測量誤差變異數(EV)介於0.00至.83之間，全屬正；

標準化因素負荷量(SFL)參數除家人支持為1外(因該變數僅一構面，所以仍屬合理)，其餘介於0.25至0.85之間，皆小於0.95;標準誤(SE)介於0.036至0.084之間，無太大標準誤產生，至此完成違犯估計的檢查。經完成違犯估計檢查後，研究者進行整體適配度考驗檢定。

#### 4.4.3 模式內在配適度檢定

本研究模式內在配適度之評鑑，首先採用AMOS進行驗證性因素分析(CFA)操作，以探究量表的因素結構模式是否與實際蒐集的資料契合，指標變項是否可以有效作為因素構念(潛在變項)的測量變項，再進行分析內容包含信度評鑑、收斂效度及區別效度之檢定。

##### 一、驗證性因素分析(CFA)

##### 1. 休閒效益測量模型之驗證性因素分析

根據第三章探索性因素分析(EFA)所發現之因素結構，建立「休閒效益量表」驗證性因素分析之概念模式，計算估計值之後，模式可以收斂識別，如圖4.1所示。但配適指標不盡理想，故依據AMOS提供的MI值( $MI > 3.84$ )修正指標進行模式修正，由表4.13得知修正之後測量模型的配適度指標大都在標準值內，顯示休閒效益測量模型的配適度尚屬良好。

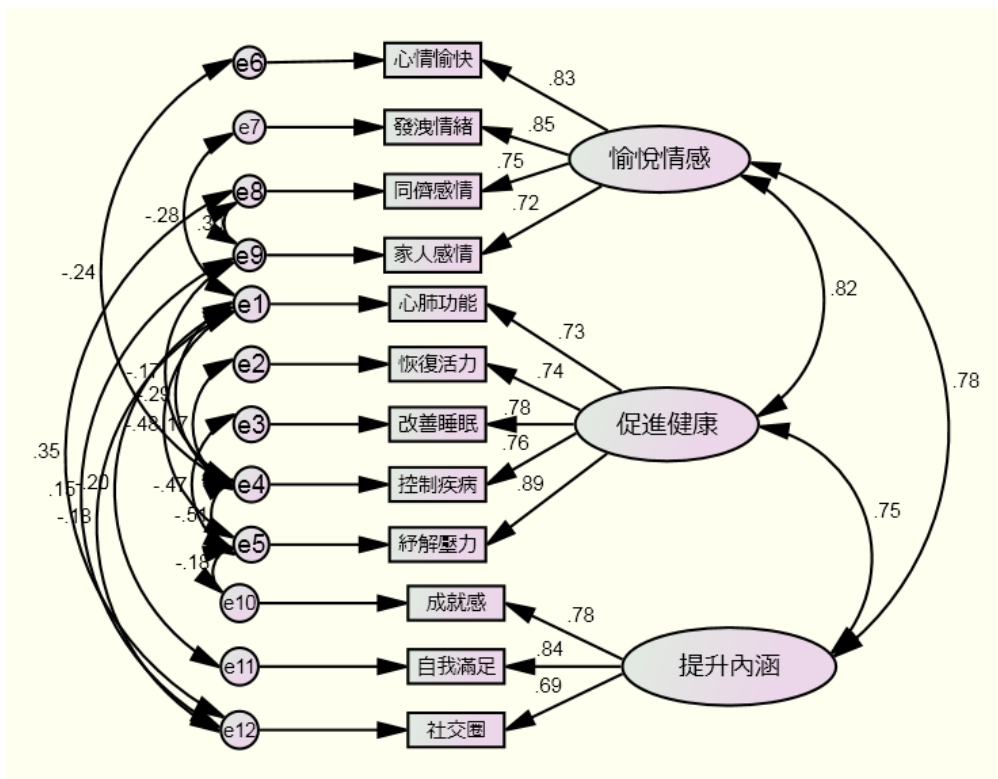


圖 4.1 休閒效益標準化估計值模式圖

表 4.13 休閒效益測量模式適配考驗表

	模式指標	理想數值	模式值	模式考驗結果
絕對配適指標	$\chi^2(df)$	越小越好 ( $P > .05$ )	61.940(37) .006	符合 不符合
	GFI	$> .90$	.975	符合
	AGFI	$> .90$	.948	符合
	RMR	$< .05$	.018	符合
	RMSEA	$< .08$	.040	符合
	相對配適指標	TLI	$> .90$	.983
IFI		$> .90$	.896	接近
CFI		$> .90$	.942	符合
簡效配適指標	PNFI	$> .50$	.490	接近
	CN	$> 200$	352	符合
	$\chi^2/df$	1~5	1.674	符合

資料來源：本研究整理

## 2. 家庭支持測量模型之驗證性因素分析

根據探索性因素分析(EFA)所發現之因素結構，建立「家庭支

持量表」驗證性因素分析之概念模式，計算估計值之後，模式可以收斂識別，如圖4.2所示。但配適指標不盡理想，故依據AMOS提供的MI值(MI>3.84)修正指標進行模式修正，由表4.14得知修正之後測量模型的配適度指標大都在標準值內，顯示休閒效益測量模型的配適度尚屬良好。

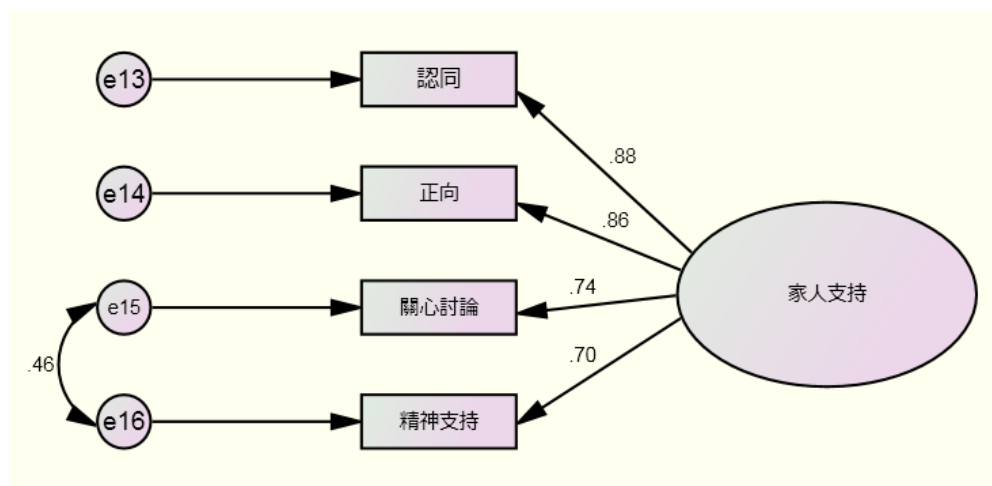


圖4.2 家庭支持標準化估計值模式圖

表 4.14 家庭支持測量模式適配考驗表

	模式指標	理想數值	模式值	模式考驗結果
絕對配適指標	$\chi^2(df)$	越小越好	.002(1)	符合
		( $P > .05$ )	.960	符合
	GFI	> .90	1.000	符合
	AGFI	> .90	1.000	符合
	RMR	< .05	.000	符合
	RMSEA	< .08	.000	符合
相對配適指標	TLI	> .90	1.028	符合
	IFI	> .90	1.005	符合
	CFI	> .90	1.000	符合
簡效配適指標	PNFI	> .50	.167	不符合
	CN	>200	648986	符合
	$\chi^2/df$	1~5	.002	不符合

資料來源：本研究整理

### 3. 幸福感測量模型之驗證性因素分析

根據探索性因素分析(EFA)所發現之因素結構，建立「幸福感量表」驗證性因素分析之概念模式，計算估計值之後，模式可以收斂識別，如圖4.3所示。但配適指標不盡理想，故依據AMOS提供的MI值(MI>3.84)修正指標進行模式修正，由表4.15得知修正之後測量模型的配適度指標全部都在標準值內，顯示幸福感測量模型的配適度良好。

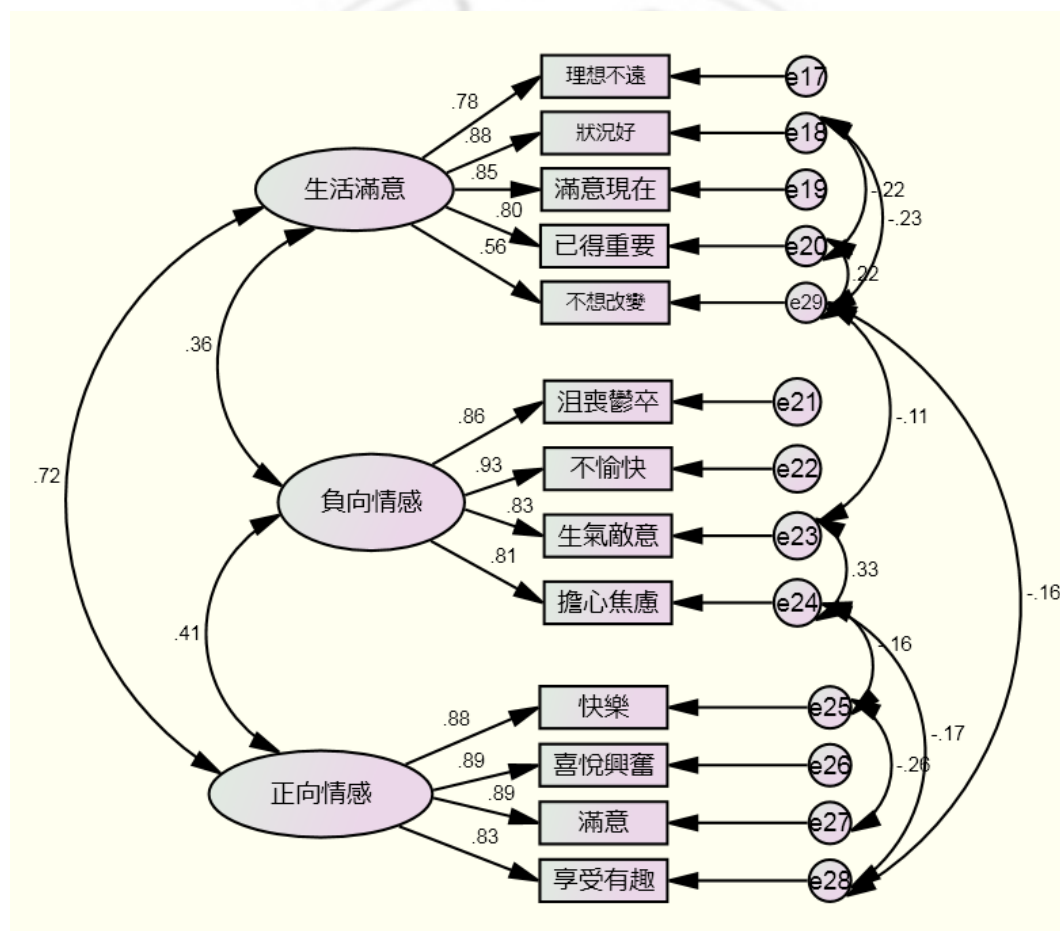


圖4.3 幸福感標準化估計值模式圖

表 4.15 幸福感測量模式適配考驗表

	模式指標	理想數值	模式值	模式考驗結果
	$\chi^2(df)$	越小越好 ( $P > .05$ )	59.651(53) .247	符合 符合
絕對配適指標	GFI	$> .90$	.978	符合
	AGFI	$> .90$	.962	符合
	RMR	$< .05$	.021	符合
	RMSEA	$< .08$	.017	符合
	TLI	$> .90$	.982	符合
相對配適指標	IFI	$> .90$	.988	符合
	CFI	$> .90$	.988	符合
	PNFI	$> .50$	.613	符合
簡效配適指標	CN	$> 200$	497	符合
	$\chi^2/df$	1~5	1.125	符合

資料來源：本研究整理

## 二、信效度檢定

模式內在結構適配度是指模式的內在品質，亦即測量模式的收斂效度與區別效度。收斂效度方面的衡量指標為個別觀察題項之標準化因素負荷量(SFL)、潛在變項組合信度(CR)和平均變異萃取量(AVE)等。

### (一)、收斂效度

#### 1. 個別項目信度

考慮每個題項的信度，亦即每個觀察題項能被潛在變數所解釋的程度，Hair et al.(1992)建議因素負荷量(SFL)應該都在0.5以上，本研究所有觀察題項之因素負荷量介於.56至.93之間，皆大於0.5，如表4.16所示，顯示本研究的測量指標具有良好的信度。

## 2. 潛在變項組合信度

信度是指測驗結果的一致性、穩定性，一般是以「內部一致性」來表現該測驗的信度高低。根據 Fornell and Larcker(1981)建議標準，CR值大於0.6時，代表潛在變項內部的一致性佳；本研究各構面之組合信度(CR)介於.81至.93之間，皆高於0.6，如表4.16所示，顯示本研究測量模式內部一致性頗高。

## 3. 平均變異萃取量(AVE)

測量相同潛在特質的題項會落在同一個因素構面上，代表具有收斂效度，且觀測變項彼此之間應具備高度的相關性。根據 Fornell and Larcker(1981)建議標準，AVE值大於0.5時，代表構面的解釋力越強，亦代表潛在變項具有收斂效度。本研究各構面平均變異萃取量(AVE)介於.59至.76之間，皆高於0.5，如表4.16所示，顯示本研究測量模式具有收斂效度。



表4.16 測量模型內在適配檢定表

構面	測量題項	SFL	SE	SMC	EV	CR	AVE
促進健康	心肺功能	.73	.026	.53	.47	.89	.61
	恢復活力	.74	.032	.55	.45		
	改善睡眠	.78	.032	.61	.39		
	控制疾病	.76	.037	.58	.42		
	紓解壓力	.89	.030	.78	.22		
愉悅情感	心情愉快	.83	.026	.68	.32	.87	.62
	發洩情緒	.85	.027	.73	.27		
	同儕感情	.75	.028	.56	.44		
	家人感情	.72	.027	.52	.48		
提升內涵	成就感	.78	.033	.61	.39	.81	.59
	自我滿足	.84	.034	.71	.29		
	社交圈	.69	.034	.47	.53		
家人支持	認同	.88	.027	.78	.22	.87	.64
	正向	.86	.027	.74	.26		
	關心討論	.74	.033	.55	.45		
	精神支持	.70	.037	.48	.52		
生活滿意	理想不遠	.79	.034	.62	.38	.89	.61
	狀況好	.88	.029	.78	.22		
	滿意現在	.85	.030	.73	.27		
	已得重要	.80	.036	.64	.36		
	不想改變	.56	.048	.31	.69		
負向情感	沮喪鬱卒	.86	.033	.74	.26	.92	.74
	不愉快	.93	.031	.86	.14		
	生氣敵意	.83	.032	.69	.31		
	擔心焦慮	.81	.035	.65	.35		
正向情感	快樂	.88	.027	.78	.22	.93	.76
	喜悅興奮	.89	.029	.78	.22		
	滿意	.89	.029	.79	.21		
	享受有趣	.83	.031	.69	.31		

註：SFL為標準化之因素負荷量；SE為標準誤；SMC為多元相關平方數值；EV為誤差變異數；

CR為組合信度；AVE為平均變異萃取量

## (二)、區別效度

區別效度是指對兩個不同的構念進行測量，若此兩個構念經相關

分析後，其相關程度很低，則表示此兩個構念具有區別效度(Anderson and Gerbing, 1988; Churchill, 1979)。在區別效度檢定方面，本研究之判斷準則為，每一個構面的AVE平方根大於各構面的相關係數之個數，至少須佔整體的比較個數75%以上(Hair, Anderson, Tatham and Black, 1998)。如表4.17所示，本研究各構面之AVE 的平方根介於.77~.87之間，均大於各構面間的相關係數（最大值為.71），顯示本研究測量模式具有區別效度。

表4.17 區別效度檢定表

	家人支持	生活滿意	負向情感	正向情感	提升內涵	促進健康	愉悅情感
家人支持	.80						
生活滿意	.44	.78					
負向情感	.22	.33	.86				
正向情感	.44	.66	.33	.87			
提升內涵	.59	.36	.18	.44	.77		
促進健康	.63	.39	.20	.39	.64	.78	
愉悅情感	.65	.39	.20	.40	.66	.71	.79

註：對角線之值為此一潛在變數之平均變異抽取量（AVE）的平方根，該值應大於非對角線之值。

#### 4.4.4 整體適配度評鑑

模式配適度評估的指標值很多，供研究者選擇評估的組合也有很多種，Hair(1988)將這些指標分為以下三種類型:1. 絕對配適檢定。

2. 增量配適檢定。3. 精簡配適檢定。並以 $\chi^2$  和 RMSEA 為判斷整體模式適配的主要指標依據(Dunn, Everitt & Pickles,1993 )，判斷標準為 $\chi^2$  需不顯著 ( $p > 0.05$ )，但樣本數過大時，此數值容易達到顯著水準，故本研究以 RMSEA 為主要評鑑依據，若 RMSEA 值低於 0.05 表示適配度高，低於 0.08 則仍為合理範圍。另外再以  $\chi^2/df$  比值為輔助方法，判斷標準為小於 3。

本研究整體模式適配適度呈現於表 4.18 中，其中指標皆符合良好配適度標準，表示本研究所提的概念性模型與實際資料的配適度頗佳，顯示測量模式具有相當程度的建構效度，可以進一步檢驗研究假設並探究其相關性。

表 4.18 整體模式適配考驗表

	模式指標	理想數值	模式值	模式考驗結果
	$\chi^2(df)$	越小越好 ( $P > .05$ )	20.146(12)	符合
絕對配適指標	GFI	>.90	.987	符合
	AGFI	>.90	.969	符合
	RMR	<.05	.019	符合
	RMSEA	<.08	.040	符合
	TLI	>.90	.989	符合
相對配適指標	IFI	>.90	.994	符合
	CFI	>.90	.994	符合
	PNFI	>.50	.563	符合
簡效配適指標	CN	>200	436	符合
	$\chi^2/df$	1~5	1.679	符合

資料來源：本研究整理

## 4.5 路徑分析與研究假設檢定

結構模型部分以路徑分析方式，探討登山健行者休閒效益、家庭支持與幸福感等潛在變數之關係，建構三者之線性結構關係模式，如圖 4.4 所示，並驗證本研究之各項假設。

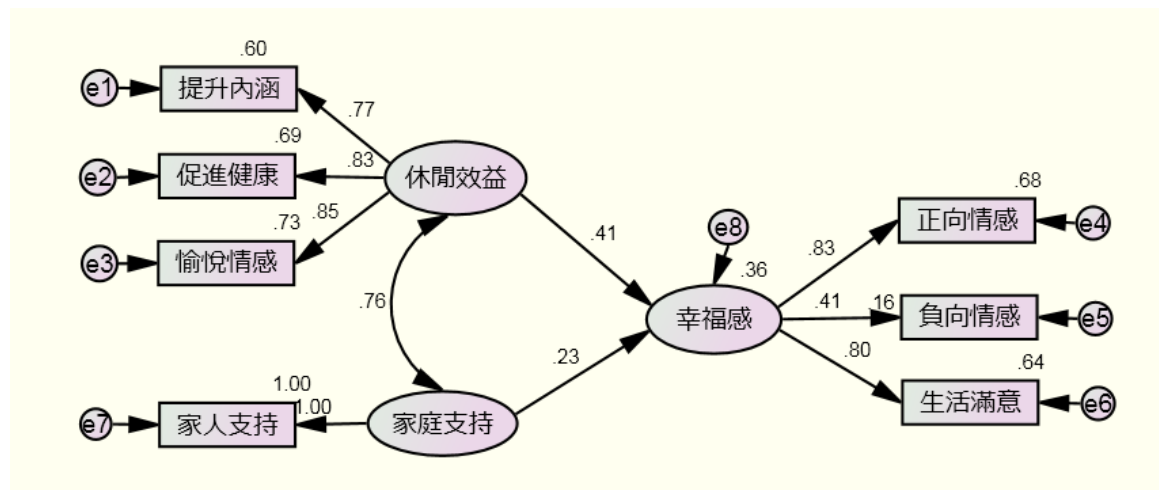


圖 4.4 標準化整體模式路徑係數圖

表 4.19 整體模式參數估計表

			共同性	標準誤	T 值	P 值
幸福感	<--	休閒效益	.403	.086	4.699	.005*
幸福感	<--	家庭支持	.186	.066	2.829	.001*
休閒效益	<-->	家庭支持	.645	.057	11.256	.001*

註:\* $p < .05$

由圖 4.4 與表 4.19 顯示的結構參數，進行假設檢定，如表 4.20 所示。

一、假設一：登山健行者的休閒效益顯著正向影響其幸福感。

研究結果顯示，登山健行者的休閒效益對其幸福感的標準化參數值為.415，T 值為 4.699>1.96，達顯著水準，因此該假設成立，即表示登山健行者的休閒效益程度可有效預測其幸福感。

本研究結果發現休閒效益對幸福感有預測能力，支持 Godbey (1999) 提出休閒在人類生活中扮演極為重要的角色，甚至是創造生活品質不可或缺的因素，也就是透過休閒活動參與對幸福感受會有所助益的論點。

二、 假設二：登山健行者的家庭支持顯著正向影響其幸福感。

研究結果顯示，登山健行者的家庭支持對其幸福感的標準化參數值為.225，T 值為 2.829>1.96，達顯著水準，因此該假設成立，即表示登山健行者的家庭支持程度可有效預測其幸福感。

本研究結果發現家庭支持對幸福感有預測能力，印證了心理學家 Thomas L. Campbell(1992)提出家庭對個人的健康信念和行為具有強大的影響力，家庭是促進個人健康與幸福感的最主要社會機構的論點。

三、 假設三：登山健行者的家庭支持與休閒效益呈現顯著正相關。

研究結果顯示，登山健行者的家庭支持與休閒效益的標準化參數值為.758，T 值為 11.256>1.96，達顯著水準，因此該假設成立，即表示登山健行者的家庭支持度越高，其休閒效益越大。

依據陳超塵(民 85)指出，相關係數之絕對值在 0.7 以上者可視為高度相關；0.3 至 0.7 之間者為中度相關；0.3 以下者為低度相關；本研究中家庭支持與休閒效益之相關係數為 0.758，故登山健行者之家庭支持與休閒效益之間為高度正相關，可見兩者之間關係十分密切。

表 4.20 結構模式之路徑分析與假設檢定表

假設	路徑	標準化參數	T 值	成立與否
假設一	休閒效益影響幸福感	.415	4.699*	是
假設二	家庭支持影響幸福感	.225	2.829*	是
假設三	家庭支持與休閒效益相關	.758	11.256*	是

註：\*p<.05

## 第五章 結論與建議

本章根據研究之理論建構與研究目的為基礎，經歸納分析作成研究結論、管理意涵與建議，提供登山健行者之參考，並對未來後續研究提出繼續探討方向。

### 5.1 研究結論

本節根據前章實證分析所獲得的結果，提出以下結論：

#### 5.1.1 受訪者基本資料分析

本研究藉由問卷調查的方式，蒐集前往獨立山國家步道從事登山健行之遊客的意見，經由人口統計變數分析得知，受訪者以女性、已婚者居多；年齡以 41~50 歲佔多數；教育程度以大學專科居多；職業以服務業為佔多數；月收入 2~4 萬佔多數；月登山次數 1 次以下居多。顯示獨立山步道的登山人口以中年人為主，與人們到中年之後開始較注重身體健康，願意多花時間從事運動養生相符。

#### 5.1.2 各構面之現況分析

##### 一、休閒效益現況分析

本研究之休閒效益共有三個子構面，分別為「促進健康」、「愉悅情感」、「提升內涵」。其中以「愉悅情感」的總平均得分最高，「促進健康」居次，而「提升內涵」則為最低。

## 二、家庭支持現況分析

本研究之家庭支持共有四個題項，其中各題平均數得分以「家人對我投入休閒活動之程度的感覺是正向的」最高，而「家人會很關心的和我討論我的休閒活動」則為最低。

## 三、幸福感現況分析

本研究之幸福感共有三個子構面，分別為「生活滿意」、「正向情感」、「負向情感」。其構面總平均得分以「正向情感」最高，「負向情感」居次，而「生活滿意」則為最低。

### 5.1.3 人口統計變項之差異分析

#### 一、人口統計變項之休閒效益差異分析

由人口統計變項之休閒效益差異分析結果得知，不同性別、教育程度與收入的登山健行者之休閒效益無顯著差異，顯示不同性別、教育程度與收入不影響登山健行者之休閒效益。其次，不同婚姻狀況、年齡、職業及參與頻率的登山健行者之休閒效益存在顯著差異，顯示不同婚姻狀況、年齡、職業及參與頻率等因素會影響登山健行者之休閒效益。

#### 二、人口統計變項之家庭支持差異分析



由人口統計變項之家庭支持差異分析結果得知，不同性別、教育程度與收入的登山健行者之家庭支持無顯著差異，顯示不同性別、教育程度與收入不影響登山健行者之家庭支持。其次，不同婚姻狀況、年齡、職業及參與頻率的登山健行者之家庭支持存在顯著差異，顯示不同婚姻狀況、年齡、職業及參與頻率等因素會影響登山健行者之家庭支持。

### 三、人口統計變項之幸福感差異分析

由人口統計變項之幸福感差異分析結果得知，不同性別與教育程度的登山健行者之幸福感無顯著差異，顯示不同性別與教育程度不影響登山健行者之幸福感。其次，不同婚姻狀況、年齡、職業、收入及參與頻率的登山健行者之幸福感存在顯著差異，顯示不同婚姻狀況、年齡、職業、收入及參與頻率等因素會影響登山健行者之幸福感。

#### 5.1.4 各變數之因果關係

本研究主要目的是探討休閒效益、家庭支持與幸福感之因果關係，就整體模式而言，整體模式的卡方值為 20.146(df=12),  $p=.064$ , 卡方自由度比值為 1.679, 小於 3, 故配適結果十分良好。此外, GFI 為 .987、AGFI 為 .969、RMR 為 .019、TLI 為 .989、IFI 為 .994、CFI 為 .994、PNFI 為 .563, 皆在理想數值之中;且 RMSEA 為 .040, 遠低

於.08，整體來說，本研究之因果關係模式其整體配適度已達良好標準。

### 一、休閒效益與幸福感的關係

本研究從文獻中建構休閒效益與幸福感間的關係模式，經驗證後發現，登山健行者之休閒效益對幸福感具有直接且正向的影響，也就是說，當登山健行者感受到較高的休閒效益時，其感受到的幸福感也因而愈好。

### 二、家庭支持與幸福感的關係

本研究從文獻中建構家庭支持與幸福感間的關係模式，經驗證後發現，登山健行者的家庭支持對幸福感有直接且正向的影響，也就是說家庭支持的程度會影響登山健行者的幸福感受。

### 三、家庭支持與休閒效益的關係

一般對家庭支持的研究概括於社會支持之中，本研究將家庭支持由社會支持裡獨立出來，以便對家庭支持進行研究分析。經驗證後發現，登山健行者的家庭支持與休閒效益呈現正相關，也就是說，登山健行者擁較高程度的家庭支持的同時，也會獲得較更高程度的休閒效益。

#### 四、小結

本研究經結構方程模型驗證，證實了登山健行者之休閒效益對幸福感具有直接且正向的影響、登山健行者的家庭支持對幸福感有直接且正向的影響與登山健行者的家庭支持與休閒效益呈現正相關。可見，休閒效益與家庭支持乃是登山健行者幸福感的重要來源，藉由休閒效益的提升與家庭成員的認同，將可有效提升其幸福感受。

從事任何的休閒活動都有可能排擠到家人相處的時間，若能將休閒活動與家庭生活妥善安排分配，獲得家人的認同、支持或能一同參與，相信在幸福感上必能達到加分的效果。

#### 5.2 管理意涵

本研究結果顯示休閒效益與家庭支持乃是登山健行者幸福感的重要來源，同時，本研究模型經實證分析將提供登山遊客與休閒遊憩區之相關業者以下的經營管理意涵：

##### 一、多安排家庭休閒提升幸福感

提供登山健行者參考，休閒帶來幸福感，而在投入休閒活動之前，如果能夠先與家人們進行良好的溝通，了解家人感興趣的休閒項目，多安排適合全家人一同參與的家庭休閒，必能獲得最大的家人支

持與認同。如此，在滿足全家休閒需求的同時，又能促進家人互動與家庭美滿，在兼顧家庭與休閒之下，相信其幸福感將具加乘效果。

## 二、步道與社區發展合為一體

獨立山國家步道每到假日登山人潮眾多，人潮同時帶來商機，當地居民有的在此擺攤販賣一些當地蔬果土產、有的開起餐館小吃店、有的提供院子空地充當停車場收取停車費。

然而，大量遊客的到來同時給社區帶來不小的衝擊，交通擁塞、停車場地不足的問題、環境維護、垃圾處理、遊客如廁問題等等，都給社區帶來不少負擔。

因此社區居民在得利的同時，有必要與登山步道管理單位積極合作，共同承擔管理此地遊憩環境的責任，妥善運用當地自然生態與環境資源，一同打造良好的社區生活品質與營造一個永續、優質的登山步道社區。

## 5.3 後續建議

本研究受限於研究者的時間、人力、財力及其他因素，無法做完善且周延的深入研究，僅以下列建議提供給後續研究者進行類似或相關研究的參考：

## 一、友善環境行為方面

本研究未能針對研究結果繼續作深入探討，例如：獨立山步道登山健行者高參與頻率遊客，是否會發展出使命感，進而對獨立山步道產生環境友善行為？如：自願成為當地環境維護志工、志願解說人員等等問題，因此建議後續研究者可針對這部分做更深入的研究，以期能對休閒遊憩區的管理維護更有助益。

## 二、研究方法方面

本研究僅針對前往獨立山國家步道從事登山健行之遊客做研究，研究者可考慮將研究對象擴及其他地區，以探求研究模式的適用性。其次，休閒效益是否透過家庭支持對幸福感產生中介或干擾效果等亦值得更進一步探究；另外，本研究是透過問卷調查進行量化研究，然而心理感受問題標準較模糊，因此建議可再依問卷議題進行半結構深度訪談，運用質量並重的方式，更加深入探討登山健行者的休閒議題。

## 參考文獻

### 一、中文部分

王薇如(民 96)，大學生之休閒需求、參與、滿意度及幸福感之研究

—幸福感之需求滿足理論驗證，世新大學觀光研究所碩士論文。

王姿婷(民 101)，人際關係及情緒管理與導師幸福感關係之研究-以

桃園縣國民中學為例，政治大學學校行政碩士班碩士論文。

江奇雲(民 92)，家庭支持對慢性病患遵醫囑行為的影響，台北醫學

大學醫學研究所碩士論文。

李清茵(民 92)，家庭互動行為、心理需求滿足、關係滿意度與幸福

感之相關研究，國立屏東師範學院教育心理與輔導學系研究所碩

士論文。

何名娟(民 93)，國小高年級學童氣質、情緒智力與幸福感之研究，

國立嘉義大學家庭教育研究所碩士論文。

吳寧遠(民 85)，老年人之家庭支持研究——以高雄市為例，社會發

展研究學刊，民 85.04，153-173 頁。

邱皓政(民 95)，量化研究與統計分析，台北：五南。

邢占軍(民 94)，對主觀幸福感的反思，本土心理學研究，24 期，

301-323 頁。

阿里山森林鐵路介紹，民國 103 年 5 月 15 日，取自：農委會林務局嘉

義區管理處網頁：

<http://chiayi.forest.gov.tw/ct.asp?xItem=45747&CtNode=4377&mp=340>

呂政達(民 76) , 中國人的幸福觀—命運與幸福 , 台北:張老師文化。

周秀華 (民 90) , 深度休閒者學習經驗之研究 , 國立高雄師範大學成人教育研究所博士論文。

林鴻忠、邱瓊慧 (民 95) , 步道整建及公眾參與—以羅東林區為例 , 臺灣林業 , 32(3)期 , 17-24 頁。

高俊雄(民 84) , 休閒利益三因素模式 , 戶外遊憩研究 , 8 (1)期 , 15-28 頁。

馬上鈞 (民 91) , 休閒效益與生活壓力關係之研究—以高雄地區郊山登山者為例 , 國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文。

陳超塵(民 85) , 高等統計學 , 台北:台灣商務印書館。

陳騏龍 (民 90) , 國小學童情緒智力與幸福感、人際關係及人格特質之相關研究 , 國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。

陳中雲 (民 90) , 國小教師休閒參與、休閒效益與工作滿意關係之研究 , 國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。

陳晉彥(民 99) , 社區見學旅遊休閒效益之評估研究-以桃米社區為例 , 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。

陳君怡 (民 93) , 參與休閒活動之高齡者其健康知覺、經濟知覺、社會支持、休閒覺知自由、休閒滿意度與幸福感關係之研究—以高

雄市長青學苑為例，國立嘉義大學休閒事業管理研究所碩士論文。

許雅琛(民 81)，服務業職業婦女休閒活動之研究，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。

連央毅(民 102)，馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之研究，國立台灣師範大學碩士論文。

郭進財(民 99)，我國大學院校優秀運動員的休閒參與、自由時間管理、休閒效益與訓練效果之研究，國立台灣體育大學研究所博士論文。

黃俐婷(民 93)，家庭支持的結構與功能分析，社區發展季刊，105 期，367-380 頁。

黃俊勳(民 89)，國中學生與犯罪少年社會支持與刺激忍受力之相關研究，國立彰化師範大學教育研究所碩士論文。

黃榮賜(民 77)，青年公園遊憩需求與遊憩效益之研究，中興大學都市計畫研究所碩士論文。

黃上芸(民 102)，國中生基本需求與幸福感之相關研究，高雄師範大學諮商心理與復健諮商研究所碩士論文。

黃芳銘(民 95)，結構方程模式：理論與應用，台北市：五南書局。

葉建助(民 99)，溯溪參與者休閒涉入、休閒效益與幸福感之研究，國立東華大學體育學系教學碩士班碩士論文。



葉承鑫、陳文喜、葉時碩（民 98），遊客對其休閒涉入、知覺風險、  
休閒效益與幸福感之研究，運動休閒餐旅研究，4（4）期，1-25  
頁。

蒲逸生（民 94），台北市國民中學籃球校隊參與動機與社會支持之研  
究，台北市立體育學院運動科學研究所碩士論文。

蔡瑋娟、王慶田、盧廷峻、黃孟立（民 98），台南縣國小教師休閒涉  
入、休閒效益及幸福感相關之研究，休閒運動健康評論，1(1)  
期，10-22 頁。

蔡淑莉、陳益祥、林清和（民 98），健身運動者的運動熱情與運動幸  
福感及幸福感之關係研究，國立臺北教育大學體育學術研討會，  
55-59 頁。

歐人豪(民 98)，認真休閒特質與幸福感之研究：兼論配偶支持的干  
擾效果，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。

獨立山步道簡介，民國 103 年 5 月 15 日，取自：農委會林務局嘉義區  
管理處網頁：

<http://chiayi.forest.gov.tw/ct.asp?xItem=34697&ctNode=2309&mp=340>

獨立山國家步道路線圖，民國 103 年 5 月 15 日，取自：嘉義縣竹崎鄉  
公所網頁：<http://www.chuchi.gov.tw/03tour/01view.asp?id=3181>

謝瑞萍(民 100)，Cosplay 角色扮演者之專門化程度、休閒效益與幸  
福感之研究，國立體育大學休閒產業經營學系碩士論文。

龍炳峰 (民 89), 國民小學學童規律運動行為及其相關因素之研究,  
體育學報, 29 期, 81-91 頁。

## 二、英文部分

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988), Structural Equation Modeling  
In Practice: A Recommended Two-Step Approach, Psychological  
Bulletin, vol.103, pp.411-423.

Argyle, M.(1987), The psychology of happiness, London: Methuen.

Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1982), Leisure and human  
behavior, Dubuge,IA : Wm.C. Brown Company Publisher.

Bartlett, M. S. (1951), A Further Note on Tests of Significance in Factor  
Analysis, British Journal of Statistical Psychology, vol.4(1), pp. 1-2.

Bollen, K. A. (1989) , Structural equations with latent variables, New  
York: John Wiley & Sons.

Churchill, G. A., Jr. (1979), A Paradigm for Developing Better Measures  
of Marketing Constructs, Journal of Marketing Research, vol.16,  
pp.64-73.

Diener, E., Emmons, R.A., Larsen, R.J., & Griffin, S. (1985), The  
Satisfaction with Life Scale, Journal of Personality Assessment, vol.  
49, pp. 1-5.

Dinner, E. (1984), Subjective well-being, Psychological Bulletin, vol.95,  
pp.542-575.

Driver, B. L., Brown, P. J., & Peterson, G. L. (1991), Benefits of  
leisure, State College, PA : Venture Publishing, Inc.

Driver, B.(1997) , The definig moment of benefits, Parks and Recreation,

vol.32, no.12, pp. 38-41.

Dunn G, Everitt B, Pickles A (1993), Modelling Covariances and Latent Variables Using EQS, London and New York: Chapman and Hall.

Fornell, C. R. & Larcker, F. F. (1981), Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, Journal of Marketing Research, vol.18, pp.39-51.

Godbey, G.(1999),leisure in your life: An exploration, 5th edition, State Collage:Venture Publishing.

Guilford, J. P. (1965), Fundamental Statistics in Psychology and Education, 4th Edition, New York:McGraw-Hill.

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998), Multivariate Data Analysis (5th ed.), New Jersey:Prentice-Hall International.

Kaiser, H.F. (1974), An index of factorial simplicity, Psychometrika, Vol. 39, pp.31-36.

Kelly, J. R. (1978), Family leisure in three communities, Journal of Leiusre Research, vol.10, pp.47-60.

Kline, R. B. (1998), Principles and practice of structural equation modeling, New York: Guilford Press.

Thomas L. Campbell(1992), Family interventions in physical health, Family Health Care, R. Sawa. Beverly Hills, CA: Sage Press.

Thoits, P.(1982), Conceptual, methodological and theoretical problems in studying social support as a buffer against life stress, Journal of Health and Social Behavior, vol3, pp.145-149.

Tinsley, H. E. A. and Tinsley, D.J. (1986), A theory of the attributes, benefits and causes of leisure experience, Leisure Sciences, vol.8, pp.1-45.

Wankel, L. M., & Berger, B. G. (1991), Their personal and social benefits of sport and physical activity, In B. L. Driver, P.J. Brown & G. L. Peterson (Eds.), Benefits of leisure, pp.121-144. Stage College, PA: Venture Publishing.

Likert, R. (1932), A Technique for the Measurement of Attitudes, Archives of Psychology, vol.140, pp.1–55.

Zaltman, G. and Burger, P.C. (1975), Marketing Research: Fundamentals and Dynamics, New York: Macmillian College Publishing Company.



## 附 錄

### 正式問卷

親愛的先生、小姐您好：

這是一份學術性的研究問卷，目的在瞭解登山健行者休閒效益、家人支持與幸福感之關係，而您提供的寶貴意見，將是本研究成功的最大關鍵。問卷採不記名方式，全部資料僅作統計分析之用，絕不對外公開，請安心填寫。最後懇請您撥冗填寫，謝謝您的熱心參與。

敬祝您 順 心 如 意

南華大學旅遊事業管理研究所 指 導 教 授：許伯陽 博士

研 究 生：柯又綜 敬上

<b>第一部分：休閒效益</b> <span style="margin-left: 20px;">請於□中打✓</span>	極 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	極 同 意
此部分在探究，您從事登山健行活動的體驗感受					
1. 可以提升心肺功能、鍛鍊體能。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 可以消除疲勞、恢復活力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 可以有效改善睡眠情況。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 可以改善或控制疾病。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 可以獲得成就感並肯定自己。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 可以增進自我滿足、實現心中的理想。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 可以消除緊張、紓解壓力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 可以使心情愉快、增添生活樂趣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 可以發洩情緒、舒暢身心。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 可以促進同儕與朋友的情感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 可以促進家人間的感情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 可以拓展社交圈、結交新朋友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**第四部分 基本資料**，請於中打✓。

1. 性別：男 女                      2. 婚姻狀況：未婚 已婚 其他
3. 年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50歲  
51~60歲 61以上
4. 教育程度：小學以下 國中 高中 大學專科 研究所以上
5. 目前職業：學生 農牧 製造 服務 軍公教  
自由業 已退休 其他\_\_\_\_\_
6. 月收入：2萬以下 2~4萬 4~6萬 6~10萬 10萬以上
7. 月登山次數：1次以下 2次 3次 4次以上

**問卷到此結束!非常感謝您耐心填答，謝謝!!**

