

宜蘭大學生物資源學刊 (2004)

第 1 期第 31 - 41 頁

「居家自己動手做家具」之休閒活動探討 -- 以宜蘭地區居民為例

張錫鈞*

國立宜蘭大學自然資源學系

摘 要

政府籌畫多年的週休二日制度終於在 2001 年 1 月 1 日正式實施，公教人員每週工作 5 天 40 小時，企業界之事業單位每兩週工作 84 小時，因此一般大眾有較多的閒暇時間可從事各種休閒活動。以宜蘭地區的民眾作為調查對象，希望以問卷的方式瞭解民眾在該制度實施後，能否將「居家 DIY 家具」納入休閒活動中呢？完成問卷後，經分析得到以下的結果：是否願意將「居家 DIY 家具」納入休閒活動者與答卷者之性別、教育程度有關；因時間因素和沒興趣是未能將「居家 DIY 家具」納入休閒活動的主要考慮者外，特殊手工具機具的取得、加工不易（技能的習得）和材料不易取得亦是重要原因；而將其納入休閒活動者，其最主要的目的依序為節省開銷、創造自我風格、選購五金材料多樣化和對於 DIY 有興趣，經因素分析、集群分析、鑑別分析後可將其分成節約型、休閒型和顧家型等三大類型；其在選擇店家時，最在意店家屬性有品質良好、商品陳列標示清楚、價格便宜；購買機具及五金材料時，最主要的三個考量條件是實用性、安全性和價格。

關鍵詞：問卷、自己動手做、因素分析、集群分析、鑑別分析

A Study on the Leisure Activities of DIY Furniture at Home-- Example for the I-Lan Residents

Shyi-Jiun Chang*

Department of Natural Resource, National I-Lan University

Abstract

It is for years that the Weekend Program had been planned. And the Official has put this idea into action on Jan. 1st, 2001. The employees of public administration work for 5 days a week, and those working for enterprises is 84 hours every two weeks. People have more and more disengaged time to arrange their leisure activities. The main purpose of this study is to understand (by using the questionnaire) their will to arrange for leisure activities by DIY furniture at home on the weekend. The analyses show as follow: There has relationship

between sexuality, degree of questionnaires and their will to arrange for leisure activities of DIY furniture at home. Except for busyness or not interesting in DIY furniture, the main reasons are for special tools or machines, hardware or materials, skills etc that can hardly gain. To economize, to create individuality, to buy various goods and interest in DIY are the main principals, engaging in leisure activities of DIY furniture at home. Economy, leisure and house - proud compose three questionnaires, which are divided by factor, cluster, and discriminant analysis. Good qualities, nice arrayal, legible labels, and inexpensive goods are great attributions when consumers pick up those tools, machines, hardware and materials they in need. Three terms in matter are: practicability, safety and price when consumers make their choices.

Key words : Questionnaire, DIY, Factor Analysis, Cluster Analysis, Discriminant Analysis

*Corresponding author E-mail: scchang@niu.edu.tw

前 言

一、研究動機

隨著週休二日制度的實施，連續兩天的假期讓民眾有更足夠的時間，且願意從事各種休閒活動，甚至能將「居家自己動手做 (Do it yourself, DIY)家具」的活動納入考慮。故嘗試探討宜蘭地區的民眾，將其納入休閒活動的可能性，以增加民眾休閒活動的多樣化。

二、研究目的

- (一)了解週休二日時，民眾未能將「居家 DIY 家具」納入休閒活動之原因；
- (二)探討民眾考慮將「居家 DIY 家具」納入休閒活動的目的；
- (三)了解民眾從事「居家 DIY 家具」時，選購機具、五金材料時對店家屬性所思考的層面和考量的條件。

三、研究範圍與對象

- (一)研究的範圍與對象是以居住在宜蘭、頭城、礁溪、壯圍、員山、羅東、三星、大同、五結、冬山、蘇澳、南澳等地方的宜蘭縣居民。
- (二)針對實施週休二日後民眾是否將「居家 DIY 家具」納入休閒活動的情形做問卷的施測。

四、研究限制

限於人力、時間、經費等諸多因素，故有以下的研究限制：

- (一)僅以居住在宜蘭地區的居民為研究對象，研究結果若要適用在其他地區，可能必須作某些方面的修改；
- (二)問卷內之各項變數間，可能彼此相互作用影響，此非本研究所能控制與衡量；
- (三)問卷中關於程度的高低，可能會因個人之概念及認知體驗的不同，而產生不同的標準。

研究方法與步驟

一、研究步驟

研究步驟如圖 1 之流程圖。

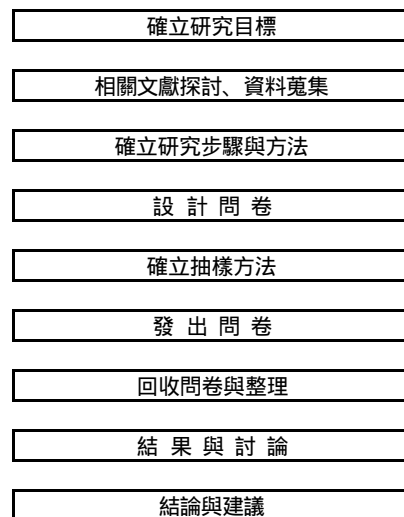


圖 1 研究流程圖

Fig 1 Research Flow Chart

二、問卷設計與資料收集

研究問卷以選擇題的方式，請答卷者作答；設計原則根據波德、魏斯佛與史塔斯克 (H. Bord, Jr. Wesfall & S. Stasch) 所提出的問卷設計步驟(中華徵信所, 1996)：確定所需的資訊、決定問卷類型、個別問題的內容、問題的形式、問題的用語、問題的先後順序、預先編碼、決定問卷版面之佈局；預試及修訂定稿。

三、調查實施與樣本結構

(一)調查實施：

正式調查時間自 2001 年 7 月 1 日起，至同年 8 月 31 日完成。共發出 300 份問卷，回收 257 份，回收率 85.67 %。而無效問卷的認定有二：其一、個人基本資料有誤（不符合本次研究所需要），影響分析者；其二：問卷共兩頁，若有一頁以上未填寫者，則視為無效問卷。部分問卷未答或漏答部分題目，若不影響分析過程，則仍將視其為部分遺漏值之有效問卷。因此統計出有效問卷 188 份，佔總回收問卷的 73.15 %。

(二)抽樣方法：

是採便利抽樣法，以居住在宜蘭地區的縣民為研究對象。問卷的發送則考慮：取得樣本之成本、填答問卷之意願、希望抽樣所涵蓋的範圍大且平均和回收率等四項因素，因而有兩個主要途徑：

1 定點訪問法 - 親自到各定點發送問卷訪問，或到各公司團體、機關行號，請其集體調查。

2 透過居住在宜蘭地區的親朋好友託送，請其對鄰居、朋友、同事進行個別或帶至其工作地點發放，填寫後回收。

3 樣本結構：答卷者基本資料如表 1：

四、分析方法

(一)變數處理：

問卷中關於態度屬性問題，採用區間尺度 Likert 五等第給分法，分別為：非常重要 5 分、重要 4 分、普通 3 分、不重要 2 分、非常不重要 1 分；分數愈高，表示在店家進行採購時所重視的項目愈重要。

(二)檢定方法：

1 獨立性檢定法：是用來檢定兩變數間的觀察次數與期望次數兩者是否具有顯著性；如果有的話，表示此兩

變數間存在著某種關係。要做獨立性檢定時，需先確保每一類別的次數都足夠大；至於需要多大，則視自由度的大小而定；當自由度等於 1 時，每一類別的期望次數至少要不低於 5；如果自由度大於 1，則若在期望次數中有百分之二十是低於 5，或者每一期望次數都小於 1，則本檢定便不適用；此時期望次數常可藉合併相鄰的類別而增加(謝安田, 1983)。

2 項目分析(Item Analysis)：在考驗一個測驗量表個別題目的可靠程度(邱皓政, 2002)。

3 因素分析法：使用 SPSS 統計軟體的因素分析法分析，其步驟：(1)計算各變數間的積差相關係數，得一相關係數矩陣，並估計共同性；(2)因素模式的選定：採用指定方法估計共同性，以得到未轉軸因素負荷量；(3)因素抽取方法的選擇：決定保留特徵值大於 1 的共同因素；(4)以最大變異直交轉軸法(Varimax)，使每個變數只歸屬於一個或少數幾個因素，得一因素結構；(5)結果的解釋：因素的命名，由因素中包括那些重要變數決定(張紹勳, 1998)。

4 集群分析：係根據樣本的某些特性之相似程度，利用階層式 (Hierarchical) 集群分析法將樣本劃分成幾個集群，使同一集群內的樣本具有高度之同質性，而不同集群間之樣本則具有較高度的異質性(張紹勳, 1998)。

5 鑑別分析：檢視依集群分析後的分群是否得當，以求出正確的鑑別率(張紹勳, 1998)。

結果與討論

一、答卷者是否將「居家DIY家具」納入休閒活動的看法

答卷者是否將「居家DIY家具」納入休閒活動與人口統計變數進行獨立性檢定，達顯著性者列在表 2，即性別和教育程度與是否將「居家DIY家具」納入休閒活動有關，並將其相關統計列示於表 3。

未考慮將「居家DIY家具」納入休閒活動者，不同性別間差異不顯著；至於曾考慮將「居家DIY家具」納入休閒活動，但卻尚未付諸行動者，則有意願的女性的比例較男性者高。將「居家DIY家具」納入休閒活動且

已行之多年的男性，則與女性有明顯的差異。可能的原因是：做家具是較需要花費體力的，一般在實際從事工作時，會因工作過程中的步驟如木材的鉋削、榫接、組立，或板料的搬運、鋸切、組立等皆為較粗重的工作，對女性而言可能是較無法獨立完成，所以真正從事此項休閒活動的男性較女性為多。

另教育程度愈高者希望藉從事此項休閒活動，可以獲得平常工作時，所無法得到的不同形式之樂趣。

二、何以未將「居家 DIY 家具」納入休閒活動？

本節是針對 82 位未考慮將「居家 DIY 家具」納入休閒活動的答卷者所做之討論。

此題為複選題，故總人次超過 82 位。答卷者未將「居家 DIY 家具」納入休閒活動的原因，除了時間因素和沒興趣外(張錫鈞, 2004)，特殊手工工具機具的取得、加工不易(技能的習得)和材料不易取得等亦是重要的原因，如表 4；因此如要提升民眾對「居家 DIY 家具」的興趣，首要的工作即是提供民眾便利購買從事此項活動所需的材料、機具和相關技能學習的管道。

材料五金方面：目前市面上有些大型賣場、材料行免費提供圓鋸機讓顧客自行鋸切大片板料，或幫忙鋸切再依鋸切次數的多寡而計費的服務，但各店家的計費單價略有出入；「至於一些較為特殊的零配件(如百葉門)，材料行、工廠都可以接受訂單生產交貨；當然購買的材料過重或過大不易攜帶時，答卷者能享有免費的運送服務或酌收運費；店家能解答一般答卷者的購物問題、安裝及使用問題、技術問題等應是促成推展此項休閒活動的重要因素(黃慶玫, 1997)。」

機具方面：在實際的訪價後發現：從事 DIY 所需機具的價格受其廠牌、形式、產地的影響頗大，有意從事此項休閒活動者，不妨採取逐步添購的方式擴充設備，初期建議購買的機具：手提式線鋸機、修邊機、F 型釘槍、空氣壓縮機、電鑽和較常用的手工具等，其花費應在新台幣壹萬伍仟元上下。另工具行應可考慮將一般較常用的動力機具，參考目前坊間常見的汽機車出租業者一樣出租之，讓有興趣從事「居家 DIY 家具」者，初期既可省下此項投資又可享受這方面的樂趣，待一些時日後再斟酌自己的需求添購所需的機具。

技能習得方面：目前有關 DIY 的書籍、賣場的指南(DIY 小手冊)、雜誌、教學錄影帶 VCD 或 DVD、「DIY 教室」(如：百貨公司的文化教室、大賣場免費提供或開設)、電視節目(如：公共電視的「打造我的夢想家」)，或相關國內外 DIY 網站(如：<http://www.bnq.com.tw>、<http://www.bbc.co.uk/homes> 等)都有相關的知識、材料及 DIY 的方法和問題解答，提供答卷者較多樣化的自助學習；當然某些縣市的社區大學或學校亦辦理類似的研習班，讓有興趣者可以有更多的選擇機會(黃慶玫, 1996)(潘玫均, 2001)。

三、考慮將「居家 DIY 家具」納入休閒活動的主要原因

本節是針對 84 位(另有 20 位屬遺漏值)考慮將「居家 DIY 家具」納入休閒活動或已行之多年的答卷者所做之分析。

答卷者考慮將「居家 DIY 家具」納入休閒活動者的最重要三個目的，依其重要程度高低分別給予 3 分、2 分、1 分，再各乘以其圈選人數加總後，得到其重要度分數；其最主要的目的依序為節省開銷、創造自我風格、選購五金材料多樣化和對於 DIY 有興趣，顯示「居家 DIY 家具」對於答卷者來說是希望能在低花費下製作出自己想要的家具款式，且在製作過程中得到興趣上的滿足。我們可以根據這點，考慮推廣「居家 DIY 家具」的休閒活動，讓民眾能有另類的新選擇，並藉此達到其舒緩身心、增進家庭和和睦和擴充生活體驗的目的，如表 5。

其次，利用因素分析之主成份分析法萃取考慮將「居家 DIY 家具」納入休閒活動之目的答卷者屬性因素，獲得三個因素，其累積解釋變異量達 60.7%，經最大變異直交轉軸法後，以因素負荷量的絕對值大於 0.5 之變數作為各因素命名之依據，得到將「居家 DIY 家具」納入休閒活動目的屬性構面表，如表 6。

通常「居家 DIY 家具」時，受到材料、五金、機具和工作者本身的技藝影響，實際所製作的家具形式多屬簡易樸素，不像店家所販賣的家具多樣化，且無法顯示製作者本身獨特的風格，所以在因素結構表中對應變數的因素負荷量為負數。因素一包含變數打發時間，所以將此類型的答卷者命名為「休閒型」；因素二包含變數節

省開銷、對於 DIY 有興趣，所以將此類型的答卷者命名為「節約型」；同理因素三雖包含變數促進家庭和諧，所以將此類型的答卷者命名為「顧家型」。

為進一步了解答卷者將「居家 DIY 家具」納入休閒活動之目的所屬類型構面上的差異，利用 K-Mean 集群分析，而由於取三群要較取兩群或四群之平均數的群間變異最大，所以將 84 位答卷者分成三個群聚有不同目的的區隔，再利用鑑別分析檢視分群是否得當，只有 1 個樣本未正確落入分群中，其正確鑑別率為 98.8%和群聚區隔大小如表 7 所示。

運用 Scheffe 多重比較檢定得知集群間在各因素上有明顯差異；由於集群一答卷者在節約因素的平均值明顯高於其他因素，將其命名為「節約型」；同理，集群二答卷者可命名為「休閒型」；集群三答卷者可命名為「顧家型」，各集群之名稱與分佈情形，如表 8。

將「居家 DIY 家具」納入休閒活動所屬的類型和人口統計變數進行獨立性檢定，皆未達顯著性；各類型答卷者的基本特性描述如後：

(一) 節約型：31 - 40 歲，高中職學歷，目前從事於公共行政、社會服務或個人服務業且已婚女性，家庭月收入 10 萬元以上，擁有並居住在都市層的獨立房屋，家中每人可使用坪數在 12 坪以上。

(二) 休閒型：31 - 40 歲，大專院校(含)以上學歷，目前從事於公共行政、社會服務或個人服務業且已婚女性，家庭月收入 4 - 6 萬元，擁有並居住在都市層的獨立房屋，家中每人可使用坪數在 9 至 12 坪。

(三) 顧家型：41 歲(含)以上，大專院校(含)以上學歷，目前從事於商業、運輸倉儲及通信業、金融保險、不動產或工商服務業且已婚男性，家庭月收入 4 萬元以下，擁有並居住在都市層的獨立房屋，家中每人可使用坪數在 9 至 12 坪。

四、購買五金材料的金額

以下各節是針對 15 位（另有 3 位屬遺漏值）將「居家 DIY 家具」納入休閒活動已行之多年的答卷者所做之討論。

最近一次自製家具時購買五金材料金額中，以花費 1,000 元以下最多，其次是 1,001~5,000 元，其他金額的

人數較少或無，結果與前述將「居家 DIY 家具」納入休閒活動的主要原因 - 節省開銷一致，顯示一般民眾從事「居家 DIY 家具」的主要目的是可以節省開銷，所以其花在購買材料和五金的金額自然不會太高，如表 9 所示。

五、產品資訊來源

對於獲得「居家 DIY 家具」所需的機具和五金材料的產品資訊來源主要依序為書刊、親朋好友、大賣場和展覽會場；同好間意見的交換是重要訊息來源之一，大賣場提供的商品廣告、目錄亦是重要資訊來源；而答卷者從書報等靜態媒體比從電視、廣播等動態媒體較易獲得產品資訊，原因是書報上較會有專題報導或平面廣告的出現，且可以多次的瀏覽；而電視、廣播較少有出現相關的資訊，或不易掌握其播放的時間而無法多次瀏覽，如表 10 所示。

六、選購五金材料和機具的場所

宜蘭地區並沒有大型的量販店，答卷者都只能到一般材料行或五金店購買五金材料和機具，如表 11 所示。

七、已擁有的手工具和機具

將「居家 DIY 家具」納入休閒活動已行之多年者，他們所擁有的手工具和機具的種類已相當齊全，見表 12，但與最基本的配備相比，仍尚需添購其中短缺的必備機具和手工具，才可達所謂「工欲善其事，必先利其器」的境界。

八、購買機具、五金材料時對店家屬性需求

答卷者在選購所需的機具和五金材料時，對店家各種屬性的重視程度依其重要程度高低分別給予 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分，並求出各屬性的平均值和標準差，如表 13。

機具部分較注重之前四項店家屬性依序為：品質良好、種類多品牌齊全、商品陳列標示清楚、商品價格便宜、店員的專業知識；而「店家廣告」的重要性是最低的，可見的答卷者較注重的是店家的服務和商品的品質、價格；而店家廣告的有無對答卷者來說並不是最重要的，此亦可從前述的討論得到證實，即答卷者從親朋好友處獲得相關的資訊比例不低，所以較不會在乎店家是否對產品進行廣告。

五金材料部分較注重的前四項店家屬性依序為：品質良好、售後服務、商品價格便宜、商品陳列標示清楚；即答卷者到店家除了希望能買到品質好、價格合理的商品和商品的陳列相關資訊標示清楚外，因一般的木質材料尺寸較大、搬運不易，所以在購買五金材料時，更盼望店家能提供良好的售後服務（如材料的鋸切、運送等）。「店家廣告」的重要性如前述亦是最低的，因未曾見店家在媒體上刊登相關廣告或印發傳單，且他們可從親朋好友處獲得相關的資訊。

九、購買機具、五金材料時的考量條件

將答卷者購買機具和五金材料時考量的三個最重要條件，依其重要程度高低分別給予 3 分、2 分、1 分，再各乘以其圈選人數加總後，得到其重要度分數，如表 14。

購買機具時，其最注重的條件依次是安全性、功能、實用性和價格，即一般的機具只要安全性佳、功能全、實用性高，在合理的價格下，通常都可獲得答卷者的青睞。

購買五金材料時，實用性是答卷者最主要的考量，其次依前面「將居家 DIY 家具納入休閒活動的主要目的 - 節省開銷」和「有過半數的答卷者最近一次花費 1,000 元以下，購買居家 DIY 家具的五金材料」的這兩項討論得知，其購買五金材料所偏重的「價格」方面，應是以「省錢」為原則，所注重的「材質」方面應是以價廉物美的材料為主。至於若店家能提供大片板料的鋸切和類似「宅急便」等的售後服務 - 幫忙材料的運送，相信此項「居家 DIY 家具」的休閒活動必更能順利的推展。

實際上，比較以實木製作家具，除面臨榫接製作時的難題外，前置的材料鉋削所需的動力機具和產生的噪音、粉塵，完工後用塗料塗裝時所逸散的有機溶劑等諸現象，人造板料的運用是不錯的選擇。

「合板廣泛使用於家具、嵌壁家具、廚房櫥櫃及嵌板之人造材料。時至今日，猶有人誤解高級家具係完全用實木製造，並認為非實木製造者，即非高級家具。而事實上，而美國及各工業發達國家，精美家具所用材料，約百分九十以上為合板等人造板料。」(羅夢彬, 1983)

所以利用色澤及圖案多樣化且耐用的塑膠層積板

作為面板材料，雖然其價格稍高，但配合作為心板材料的如：粒片板、合板、木心板、纖維板等人造材料，其成本反而較以高級木材製作的家具為低，且又可與後者所作出的家具相媲美之質感。(羅夢彬, 1991)

結論與建議

一、結論

(一) 答卷者是否願意將「居家 DIY 家具」納入休閒活動者與其性別、教育程度有關。

(二) 未能考慮將「居家 DIY 家具」納入休閒活動者除了時間因素和沒興趣外，特殊手工具機具的取得、加工不易（技能的習得）和材料不易取得等亦是重要的原因；另曾考慮過將「居家 DIY 家具」納為居家休閒活動者，亦因機具、材料、加工技能、工作空間、適時的支援和諮詢等不易克服的原因，而降低了其從事此休閒活動的意願。

(三) 而將「居家 DIY 家具」納入休閒活動者，其最主要的目的依序為節省開銷、創造自我風格、選購五金材料多樣化和對於 DIY 有興趣；經因素分析、集群分析、鑑別分析可將其分為節約型、休閒型和顧家型等三大類型。

(四) 實際從事以「居家 DIY 家具」為休閒活動者，對所需的機具和五金材料等產品資訊來源主要依序為書刊、親朋好友、大賣場和展覽會場；較常去材料行、五金店選購所需的機具和五金材料。

(五) 在購買機具及五金材料時，最在意店家的屬性有：品質良好、商品陳列標示清楚、價格便宜；購買時，最注重的三個考量條件是：實用性、安全性和價格。

二、建議

(一) 受到傳統根深蒂固不正確價值觀的影響，欲推行「居家 DIY 家具」的休閒活動，恐仍須假以時日；目前倒可考慮先行推廣利用例假日做「居家修繕」(如：更換燈泡、水龍頭、粉刷牆壁) 等較容易上手的動作，它除了可解決僱工不易的煩惱外，亦可讓答卷者藉以培養此方面的樂趣、技巧和充實休閒活動的內容，最終養成「居家 DIY 家具」的休閒活動。

(二) 此次調查只有 18 位答卷者實際從事「居家 DIY 家具」

的休閒活動，顯然此市場仍有待開發；所以店家可針對他們在購買五金材料及機具時，最在意的屬性，加以參考採納之，以迎合顧客的需要；並推出機具出租的辦法和提供裁切木料的服務，以吸引曾考慮將「居家 DIY 家具」納入休閒活動而未付諸行動者，有助於提昇其從事該活動的意願。

(三)「根據國外文獻及資料顯示，DIY 市場發展中應非常注重對消費者的教育、教育方式(如：成立 DIY 教室、DIY 協會等)(陳標山, 1999)。」所以學術單位、政府機關和廠商應加強相關資訊的提供，或開設系列的相關課程，以教導民眾「居家 DIY 家具」的技能，可解決對其有興趣的人卻求教無門的問題。

三、後續研究

問卷抽樣的地點為公家機關、公共場合隨機填寫或委託親朋好友幫忙發送填寫，所以獲得的樣本特性與母群體仍有諸多不符。如教育程度偏高、公教人員偏多等問題，使此次之統計資料與結論的適用性受到限制。建議爾後類似的問卷調查應先詢問答卷者的基本資料，以避免其同質性太高的缺點。

謝 誌

在問卷設計、發送、資料處理、論文書寫期間，承蒙林亞立老師、陳凱俐老師、王兆桓老師們和楊逸婷、林瑩琦、江文瑄、陳源鄧等同學的鼎力幫忙，在此表達由衷的謝意。

參考文獻

1. 中華徵信所企業股份有限公司。1996。市場調查手冊。一版。pp. 103-133。中華徵信所企業股份有限公司。台北。
2. 邱皓政。2002。量化研究與統計分析。二版。pp. 14-24。五南圖書出版股份有限公司。台北。
3. 張紹勳。1998。SAS for Windows 統計分析 - 高等統計。二版。pp. 7-1 7-21。松崗電腦圖書資料股份有限公司。台北。

4. 張紹勳等。2001。SPSS for Windows 多變量統計分析。二版。pp. 7-2 7-16。松崗電腦圖書資料股份有限公司。台北。
5. 張紹勳等。2001。SPSS for Windows 多變量統計分析。二版。pp. 8-2 9-52。松崗電腦圖書資料股份有限公司。台北。
6. 張錫鈞。2004。宜蘭地區居民休閒活動之探討。宜蘭大學學報。2：139-158。
7. 陳標山。1999。台灣 DIY 市場答卷者行為之研究。大葉大學事業經營研究所碩士論文。彰化。
8. 黃慶玫。1996。看好台灣的消費力和 DIY 市場潛能 - 英國 B&Q 在南崁成立特力量販店。零售市場。243：11-15。
9. 黃慶玫。1997。台灣特力屋的成功經驗為 B&Q 進軍亞洲市場的開路先鋒。零售市場 261：13-15。
10. 潘玫均。2001。DIY 族自己動手，旁人動心。自由時報生活藝文周刊。5 月 20 日。第 29 版。
11. 謝安田。1983。企業研究方法。一版。pp. 521-558。台北。
12. 羅夢彬。1983。木工與家具製造(上)。八版。pp. 95-120。徐氏基金會。台北。
13. 羅夢彬。1991。木工與家具製造(下)。二版。pp. 612-630。徐氏基金會。台北。

93 年 07 月 05 日投稿

93 年 10 月 06 日接受

附 錄

表 1 答卷者基本資料

Table 1 Basic datum of sample

變 數		人 數	百 分 比	變 數		人 數	百 分 比
性 別	女	85	45.2	婚 姻 狀 況	未 婚	47	25.0
	男	103	54.8		已 婚	137	75.0
合 計 (遺漏值)		188	(0)	合 計 (遺漏值)		184	(4)
年 齡	21 ~ 30 歲	51	27.1	家 庭 月 收 入	20,000 元以下	7	3.8
	31 ~ 40 歲	72	38.3		20,001 ~ 40,000 元	51	27.7
	41 ~ 50 歲	50	26.6		40,001 ~ 60,000 元	59	32.0
	51 歲 (含) 以上	15	8.0		60,001 ~ 80,000 元	23	12.5
合 計 (遺漏值)		188	(0)	合 計 (遺漏值)		184	(4)
教 育 程 度	國中 (含) 以下	33	17.5	居 住 地	100,001 元以上	22	12.0
	高中職	75	39.9		都 市 層	118	62.8
	大專院校 (含) 以上	80	42.6		城 鄉 層	70	37.2
合 計 (遺漏值)		188	(0)	合 計 (遺漏值)		188	(0)
行 業	農林漁牧業、礦業及土石採取業、製造業、營造業、水電燃氣業	44	23.5	每 人 使 用 坪 數	6 坪以下	19	11.5
	商業、運輸倉儲及通信業、金融保險、不動產、工商服務業	59	31.6		6 至未滿 9 坪	51	30.7
	公共行政、社會服務及個人服務業	63	33.7		9 至未滿 12 坪	46	27.7
	待業者、家管、退休、學生、其他	21	11.2		12 坪以上	50	30.1
	合 計 (遺漏值)	187	(1)		合 計 (遺漏值)		166
住 屋 狀 況	自 家	159	85.0	住 宅 型 態	獨 立 房 屋	109	58.3
	租 屋	21	11.2		公 寓	50	26.7
	其 他	7	3.8		大 廈 / 大 樓	21	11.2
	合 計 (遺漏值)	187	(1)		合 計 (遺漏值)		187

表 2 人口統計變數與是否將「居家 DIY 家具」納入休閒活動的獨立性檢定

Table 2 Independent test between basic datum and leisure activity of the will of DIY furniture

變數名稱	自由度	χ^2 值	P-value	樣本數	遺漏值
性 別	2	9.430	0.009 *	186	2
教 育 程 度	4	11.861	0.018 *	186	2

註：“*”表示達 0.05 顯著差異

表 3 性別、教育程度與是否將「居家 DIY 家具」納入休閒活動之統計表

Table 3 Statistic of leisure activity of the will of DIY furniture by sexuality, degree

將「居家 DIY 家具」納入休閒活動 人口統計變數	行之多年		是		否		合 計		
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	
性 別	女	2	2.38	43	51.19	39	46.43	84	100
	男	16	15.70	43	42.15	43	42.15	102	100
	合 計 (遺漏值)	18	9.68	86	46.24	82	44.08	186	(2)
教 育 程 度	國中 (含) 以下	2	6.25	10	31.25	20	62.50	32	100
	高中職	3	4.06	39	52.70	32	43.24	74	100
	大專院校 (含) 以上	13	16.25	37	46.25	30	37.50	80	100
	合 計 (遺漏值)	18	9.68	86	46.24	82	44.08	186	(2)

表 4 未將「居家DIY 家具」納入休閒活動之原因排名

Table 4 Rank of Main reason of leisure activity of undoing the will of

DIY furniture					
排名	原因	人次	排名	原因	人次
1	沒時間	30	6	缺乏工作空間	15
2	加工不易 (技能的習得)	27	7	得不到適時支援	11
2	特殊手工工具、機具的取得	27	8	工作圖的繪製	7
4	沒興趣	24	9	諮詢不易	6
5	材料不易取得	20	9	其他	6

表 5 將「居家DIY 家具」納入休閒活動內的主要原因

Table 5 Main reason of leisure activity of the will

of DIY furniture					
原因	重要程度	1	2	3	重要度分數
		人數	人數	人數	
節省開銷		28	16	8	124
創造自我風格		21	19	15	116
選購五金材料多樣化		13	19	11	88
對於DIY有興趣		14	10	16	78
促進家庭和諧		5	7	12	41
打發時間		2	9	9	33

表 6 將「居家DIY 家具」納入休閒活動之因素屬性構面表

Table 6 Structure of the factors' attribute of leisure

activity of the will of DIY furniture			
變數名稱	因素名稱 (特徵值)	因素負荷量	解釋變異量 (累積解釋變異量)
選購多樣化	休閒型	-0.756	0.226
打發時間	(1.581)	0.711	(0.226)
節省開銷	節約型	0.919	0.208
對於DIY有興趣	(1.458)	0.718	(0.434)
創造自我風格	顧家型	-0.763	0.173
促進家庭和諧	(1.208)	0.732	(0.607)

表 7 將「居家DIY 家具」納入休閒活動之集群的樣本數和鑑別分析

Table 7 Samples & Discriminant Analysis of the different cluster of

leisure activity of the will of DIY furniture

實際群別	樣本數	預測群別		
		集群一	集群二	集群三
集群一	17	17	0	0
集群二	42	0	42	0
集群三	25	0	1	24

正確鑑別率 = 98.8%

表 8 將「居家 DIY 家具」納入休閒活動之集群平均值、單因子變異數分析及命名

Table 8 Name, Means & One-way ANOVA of the different cluster of leisure activity of the will of DIY furniture

群別 平均值 因素	集群一 (A)	集群二 (B)	集群三 (C)	P- value	Scheffe' test		
					AB	AC	BC
休閒型	-0.816	0.394	0.227	0.000	*	*	-
節約型	0.991	-0.368	-0.548	0.000	*	*	-
顧家型	-0.174	-0.542	1.594	0.000	*	*	*
集群命名	節約型	休閒型	顧家型				
樣本數	17	42	25				
百分比(%)	20.2	50.0	29.8				

註：* 表示兩集群間達顯著差異

表 9 購買五金材料的金額之統計表

Table 9 Statistic of the amount of purchasing hardware, materials

金額	人數	金額	人數
1,000 元以下	6	5,001~10,000 元	2
1,001~5,000 元	5	20,001 元以上	2

表 10 購買機具和五金材料產品資訊來源之統計表

Table 10 Statistic of the source of information of buying tool, machine, or hardware, material

排名	產品資訊來源	人次	排名	產品資訊來源	人次
1	書刊	8	5	報紙	5
2	親朋好友	7	6	網路	3
3	大賣場	7	7	電視	2
4	展覽會場	6	8	廣播	2

註：本題為複選題

表 11 選購五金材料和機具的場所之統計表

Table 11 Statistic of the place of buying tool, machine, or hardware, material

店家	物品	
	五金材料 人次	機具 人次
材料行	9	8
五金店	7	5
大賣場	4	3

註：本題為複選題

表 12 擁有的手工具和動力式機具之統計表

Table 12 Statistic of the amount of hand tool or power machine

手工具名稱	鐵槌	螺絲起子	鋸子	捲尺	鋼尺	直角規	鋼絲鉗	鑿刀	手鉋刀	畫線刀	水平儀	其他
人次	14	14	13	13	8	7	7	7	7	6	5	1
機具名稱	電鑽	釘槍	空氣壓縮機	圓鋸機	砂磨機	砂輪機	電動鉋	線鋸機	修邊機	起子機	其他	
人次	12	7	6	6	6	5	4	4	4	4	3	

註：本題為複選題

表 13 購買機具和五金材料時店家屬性之統計表

Table 13 Statistic of the stores' attribute when bought tool, machine & hardware, material

購買機具			店 家 屬 性	購買五金材料		
排名	平均值	標準差		排名	平均數	標準差
4	4.133	0.834	商品價格便宜	3	4.000	0.756
1	4.800	0.414	品質良好	1	4.400	0.632
2	4.267	0.704	種類多, 品牌齊全	7	3.733	0.884
4	4.133	0.640	店員的專業知識	6	3.800	1.082
6	4.067	0.884	售後服務	2	4.000	0.929
7	3.867	0.834	特價、折扣活動	5	3.867	0.916
8	3.467	1.246	店家廣告	8	3.133	1.060
2	4.267	0.704	商品陳列標示清楚	4	3.933	0.961

表 14 購買機具和五金材料時考量的重要條件

Table 14 The conditions of considering when bought tool, machine & hardware, material

考量的條件	購買機具				考量的條件	購買五金材料			
	重要程度	1	2	3		重要程度	1	2	3
	人數	人數	人數	分數		人數	人數	人數	分數
安全性	5	1	3	20	實用性	7	4	2	31
功能	3	5	1	20	價格	3	3	4	19
實用性	3	4	3	20	材質	1	3	4	13
價格	2	2	3	13	售後服務	0	3	3	9
使用說明	1	1	1	6	廠牌	1	2	1	8
廠牌	0	1	3	5	安裝說明	2	0	0	6
售後服務	0	1	1	3					