

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
MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
NAN HUA UNIVERSITY**

遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖關係之研究

—以日月潭自行車道為例

**A STUDY ON THE RELATIONSHIPS AMONG RECREATIONAL
SETTING ATTRIBUTES, LEISURE BENEFITS, PLACE
ATTACHMENT AND BEHAVIORAL INTENTIONS
—A CASE OF THE SUN MOON LAKE BIKEWAY.**

研究生：李秀玉

GRADUATE STUDENT : HSIU-YU LI

指導教授：莊鎧溫 博士

ADVISOR : KAI-WAYNE CHUANG Ph.D.

中 華 民 國 一 〇 二 年 六 月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
一〇一學年度第二學期碩士論文摘要
論文題目：遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖關係之研究

-以日月潭自行車道為例

研究生：李秀玉

指導教授：莊鎧溫 博士

論文摘要內容：

近年來台灣觀光休閒產業吹起一股自行車旅遊風潮，結合地方景點設置之遊憩型自行車道如雨後春筍般林立，故遊憩環境的檢視極為重要。

本研究旨在探討自行車道之遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附和行為意圖之關係。研究對象以日月潭自行車道之騎乘遊客為主，採用便利抽樣法加以進行調查，共獲得有效樣本 386 份，經統計分析結果發現：一、遊客最認同遊憩環境屬性量表中的「周遭景觀」，此與 CNN (2012) 網路報導：「擁有如鏡面般優美的湖光山色，以及當地特有的生態環境」結果相符；而遊客最不認同遊憩環境屬性量表中的「服務設施」。二、遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數間是同向變化，即優良的自行車道環境屬性可以提升遊客的休閒效益與地方依附感，且若能提升環境屬性之體驗感受，未來向他人推薦、再次重遊之正向行為意圖也會愈高。三、經由迴歸分析後發現，休閒效益與地方依附對遊憩環境屬性與行為意圖皆具有部份中介效果。

研究者建議：遊憩環境屬性要能更體貼遊客的需求，並加強遊憩環境規畫及管理，進而提高休遊客的閒效益和對此地共鳴與肯定；積極宣傳在地文化特色，營造豐富、知性的單車騎乘環境。總而言之，營造一個與眾不同的車道環境，而非僅是到此遊玩的附屬遊憩活動，才能產生地方依附，吸引再次重遊。

關鍵字：自行車道、遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附、行為意圖

Title of Thesis: A Study on The Relationships among Recreational Setting Attributes,
Leisure Benefits, Place Attachment and Behavioral Intentions –A Case of
The Sun Moon Lake Bikeway.

Name of Institute: Master Program of Tourism Management, Department of Tourism
Management, Nan Hua University.

Graduate Date: June, 2013

Degree Conferred: M.B.A

Name of Student: Hsiu-Yu Li

Advisor: Kai-Wayne Chuang Ph.D.

Abstract

In recent years, the tourism and leisure industry in Taiwan blow surge of Cycling tourism trend. The activity combines local attractions put up recreation-type bikeway are everywhere. So, to take a through examination of the bikeway environment is extremely important.

The purpose of this research is to realize the relationships among recreational setting attributes, leisure benefits, place attachment and behavioral intentions. The Convenience sampling from the cycling tourists of the the Sun Moon Lake Bikeway were carried out and obtained 386 valid questionnaires. The statistical results shows that:

1. The most recognized dimension of the recreation setting attributes is the "surrounding landscape," this is consistent with CNN (2012) Network reported: "Having a beautiful mirror-like lake and mountains, as well as local ecology ". Most of the tourists do not agree dimension of the recreation setting attributes is the "services."

2. Between variables are the same direction, that is an excellent bikeway setting attributes can improve leisure benefits and the sense of place attachment. If we can improve the setting attributes experience, the positive behavioral intentions of recommending to others and visiting again will be higher.

3. The regression analysis revealed that the relationship between recreational setting attributes and behavioral intentions was mediated by leisure benefits, and were also mediated by place attachment.

In conclusions, the researcher recommended that recreational setting attributes be easy to access. In addition, managers could strengthen the recreational environment planning and management. Thus we can improve the leisure benefits. Feasibility of cultural resources in bikeway should be enforced. Thus we can create a rich, intellectual environment of bicycle riding. In order to produce the place attachment and attract tourists revisiting. We need to provide a different bikeway conditions. We should not just play ancillary recreational activities.

Keyword : Bikeway, Recreational Setting Attributes, Leisure Benefits, Behavioral Intentions.

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	5
1.3 研究流程	5
第二章 文獻探討	7
2.1 自行車道設施準則	7
2.2 實證研究場域概述	11
2.3 遊憩環境屬性及其相關理論	13
2.4 休閒效益及其相關理論	15
2.5 地方依附及其相關理論	20
2.6 行為意圖及其相關理論	23
2.7 遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖之關係	25
第三章 研究方法	29
3.1 研究架構	29
3.2 研究假設	30
3.3 研究工具	30
3.4 研究對象與抽樣方法	32

3.5 資料處理與分析.....	33
第四章 研究結果.....	37
4.1 樣本結構分析.....	37
4.2 因素分析與效度分析.....	39
4.3 信度分析.....	43
4.4 描述性統計分析.....	44
4.5 變異數分析與 T 檢定.....	49
4.6 遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖之相關分析..	60
4.7 迴歸分析－中介效果.....	63
4.8 總結.....	65
第五章 結論與建議.....	67
5.1 研究結論.....	67
5.2 研究結果討論.....	71
5.3 研究建議.....	73
參考文獻	77
一、 中文部份.....	77
二、 英文部份.....	81
附錄 正式問卷.....	85

表目錄

表 3.1 人口統計變項的衡量問項.....	32
表 4.1 遊客基本資料統計表.....	39
表 4.2 KMO 係數與 Bartlett 球形檢定值.....	40
表 4.3 遊憩環境屬性的因素分析表.....	41
表 4.4 休閒效益的因素分析表.....	42
表 4.5 地方依附的因素分析表.....	43
表 4.6 行為意圖的因素分析表.....	43
表 4.7 各量表之 Cronbach's α 信度分析.....	44
表 4.8 遊憩環境屬性描述性統計表.....	45
表 4.9 休閒效益描述性統計表.....	47
表 4.10 地方依附描述性統計表.....	48
表 4.11 行為意圖描述性統計表.....	48
表 4.12 性別之 T 檢定.....	49
表 4.13 年齡之變異數分析.....	50
表 4.14 婚姻之 T 檢定.....	51
表 4.15 教育程度之變異數分析.....	52
表 4.16 職業之變異數分析.....	53
表 4.17 居住地之變異數分析.....	55
表 4.18 騎乘伙伴之變異數分析.....	56
表 4.19 月收入之變異數分析.....	57
表 4.20 騎乘時間之變異數分析.....	58
表 4.21 騎乘次數之 T 檢定.....	59

表 4.22 研究變數的 Pearson 相關分析.....	60
表 4.23 Pearson 積差相關分析表.....	61
表 4.24 休閒效益在遊憩環境屬性對行為意圖的中介效果分析.....	64
表 4.25 地方依附在遊憩環境屬性對行為意圖的中介效果.....	65
表 4.26 本研究假設驗證結果摘要表.....	66

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	6
圖 2.1 休憩、景觀平台.....	10
圖 2.2 自行車道燈具.....	10
圖 2.3 研究範圍-日月潭自行車道路線圖.....	12
圖 3.1 本研究架構.....	29

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

近幾年來台灣觀光休閒產業引發新的變革，不再僅以汽機車做蜻蜓點水式的走訪知名景點，強調悠閒與漫遊的自行車騎乘體驗，更是受到遊客的青睞。首先因應地球暖化與世界性能源危機，政府單位及環保團體持續不斷推動「節能減碳」及「環境永續」的觀念，使得以自行車代步、運動的人與日俱增。而早在 2000 年，張探昭學者研究指出：自行車擁有節省能源、減少汙染、靈活、便利、環保、健康、安全、寧靜悠閒、減少擁擠、方便轉接大眾運輸系統、停車方便等優點被評為對環境最無汙染之交通工具。

其次是騎自行車的功能性改變，自 2007 年國片「練習曲」中的經典對白：「有些事現在不做，一輩子都不會做了……」，這句耐人尋味的話，在台灣更意外掀起了一股單車環島熱潮。這讓自行車不只是一種交通工具，更是遊憩的供給，自行車運動休閒在台灣已成為新興旅遊與健康活動的代名詞(張馨文，2008)。週休假期時，建置自行車道的知名景點，常見大批自行車同好前來體驗，男女老少，或親子同遊或好友結伴同行，享受著御風踩踏、汗水淋漓的樂趣。交通部統計處(2010)對國人自行車使用狀況調查報告指出：國人騎自行車的民眾其最主要的目的以從事「休閒、運動、旅行」的比例最高，占 60.5%，從事「社區型活動」的比例次之，占 26.4%，而「通勤」比例者，占 12.5%。顯見隨著臺灣社會的變遷，自行車由傳統「運輸」的功能，轉型為「觀光」的角色。第三是自民國 90 年全面週休二日後，國人休閒旅遊方式逐漸改變，追求健康自足與環境永續的「樂活」(LOHAS)概念，使得自行車除了交通、觀光、休

閒、運動與健康等目的外，也因「樂活」及「時尚流行」而更受重視(范智明，2008)。

政府自民國 91 年起在各縣市的河濱、山區、風景區規劃自行車道路網，使得地區性的小型自行車道數量相當多，結合地方景點設置之遊憩型自行車道更是多得不勝枚舉。行政院體委會(現為教育部體育署)負責運動休閒路網，內政部營建署負責都市計畫區內路網，交通部則負責以公路系統為骨幹串連各區域路網，可見政府在自行車道建設的不遺餘力。為了讓臺灣邁向自行車島的目標，體委會於民國 98~101 年以 4 年 40 億經費執行「自行車道整體路網規劃建設計畫」，截至民國 101 年止，已完成山線小環島、海線大環島的車道規劃，車道總長度達 3,823 公里，包括北、中、南、東部及離島等共 25 個縣市之行政區域、17 個區域路網，依城鄉風貌、精緻商圈、遊憩資源與地方文化特色(行政院體委會，2011)。除硬體建設外，為了提高自行車使用率，政府積極推行相關政策，例如體委會自 2007 年起，正式將每年 5 月訂為「台灣自行車月」，以健康、環保、運動、交通、遊憩為訴求理念。經建會亦在 2012 年「運動樂活島」專案中持續推廣全民單車休閒運動，並與觀光局合作舉辦國際自行車深度旅遊，冀望國人和國際觀光客能在優良的騎乘環境中享受到臺灣的好山好水(行政院經建會，2012)。

在我國積極提倡自行車觀光及使用率的政策之時，休閒自行車道環境的檢視更彰顯其重要性。然自行車道規劃的現實面上，政府部門多以設計者的角度著眼於實質環境，強調土木與道路建設、或景觀工程，較少從使用者的需求角度瞭解自行車騎士的環境偏好與設施的適宜性(張馨文，2008)，這是一個值得深入探討的問題，此為本研究的動機之一。

自民國97年政府全面開放陸客來台觀光以來，讓沉寂一段歲月的日月

潭風景區再度活躍，觀光人數由97年度的1,107,774人次至100年度已倍增至5,337,364人次(日月潭國家風景區管理處網頁)，突破過去「週休五日」的經營窘境，使風景區內各產業及地方繁榮得以雨露均霑。週休假期到日月潭旅遊成為當今時尚之旅，全方位體驗：陸-騎單車訪名勝或走步道、海-坐遊艇或泛舟、空-賞覽車，以及小吃飲食、伴手禮……等等豐富了旅遊的內涵。

根據CNN旗下生活旅遊網站「CNNGO」在2012年全球自行車道的網路票選活動中報導：「南投縣日月潭環湖公路，為台灣地區最大之環湖自行車道，全程騎乘3個小時，由於擁有迷人的傳統邵族原住民文化，如鏡面般優美的湖光山色，以及當地特有的生態環境，每年吸引了無數的國內外遊客競相前往報到。另外，許多詩人及畫家也因為受到美景感動而創作出無數動人的作品」。因以上優勢，日月潭環湖公路在2012年網路獲選為全球十大最美自行車道之一，享譽國際，故本研究選擇日月潭自行車道為研究場域，此為本研究動機之二。

國內遊憩自行車相關文獻中，涵蓋的議題有傾向於自行車道環境偏好(黃淑君、薛毓屏、林育慧，1999；張馨文，2008)或自行車使用者之行為(雷文谷、宋威穎、張涵筑、鄭子督、林聖峻、王顥羸，2009)的研究，近幾年來在強調生活品質與休閒環境的背景下，也有以自行車道環境的研究場域探討遊憩者休閒行為與休閒效益之研究(林偉立、林春鳳，2011)，但未有相關的實證研究探討遊憩自行車道的遊憩環境屬性對休閒效益、地方依附與日後行為意圖之間的關係，故欲以此四者為研究變數，探討其關聯性，或可對自行車相關活動的推展有所助益，補過去研究理論之不足，此為本研究動機之三。

休閒對現代人的生活和個人幸福有明顯的幫助，步調快的生活易導致

壓力，更多的休閒活動得以緩和生活的步調(Godbey, 1994)。而休閒效益可說是參與活動後所獲得需求的滿足或身心方面之改善的個人主觀感受(江昱仁、蔡進發、沈易儒、張翔，2008)，在個人方面的特殊心裡滿足經驗將成為下次行為的動機(Driver, 1994)。優良的單車遊憩環境能提升遊客的休閒效益與單車休閒活動之滿意度(李晉豪、劉照金，2011)，蔡旻熹(2009)在其研究中證實遊憩環境屬性會透過休閒效益正向影響行為意圖。

當個體經歷過某地點的體驗後，如該地與其他地相比，具不可替代且獨特之特質時，個體與環境的關係也從被動的角色轉為主動探求環境資源，並長期持續的接近該特殊地點的需求，亦即持續重遊，此狀態就是地方依附(Moore & Graefe, 1994；Lee, Backman & Backman, 1997)。在觀光休閒遊憩領域的相關研究中，可發現遊憩者對環境的使用經驗及感受均會影響地方依附，換言之，個體旅遊該地後，身心產生的休閒效益可能會促使其對遊憩地的移情，產生地方的偏好。雷文谷等人(2009)在淡水金色水岸自行車道研究中發現：使用者對淡水金色水岸自行車道遊憩體驗感受越高者其地方依附程度也會越高。

國內許多研究證實了地方依附會正向影響行為意圖(林裕強，2006；張淑青，2008；曹勝雄、孫君儀，2009)。黃國峻(2010)針對登山健行者的研究證實：遊憩環境屬性、地方依附與行為意圖等三個變數關係有顯著相關。

綜合上述原因，本研究以日月潭自行車道系統為研究場域，探討遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附及行為意圖之關聯性，希望提供自行車道規劃管理單位實務上的建議，給單車休閒者一個享受綠林、欣賞美景的友善遊憩環境。

1.2 研究目的

基於上述研究背景與動機，本研究探討下列三個問題：

- 一、探討自行車道之遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖之間的關係。
- 二、探討自行車道之單車騎乘者之休閒效益在遊憩環境屬性與行為意圖之中介效果。
- 三、探討自行車道之單車騎乘者之地方依附在遊憩環境屬性與行為意圖之中介效果。

1.3 研究流程

本研究流程分為五個章節，八個步驟依序進行，如圖 1.1 所示。

- 一、根據研究背景與動機蒐集相關資料，以形成初步研究構想。
- 二、依據研究主題，擬定研究目的、範圍與對象。
- 三、分析相關文獻與資料，針對自行車道、遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖的關聯性理論及研究，分析內容以建立本研究之理論基礎。
- 四、依據相關文獻資料蒐集與探討，建立研究假設與架構。
- 五、根據研究架構及參考文獻資料，設計預試問卷於實地施行前測之後，再修改成正式問卷。
- 六、實地做正式問卷調查。
- 七、將回收之問卷加以整理與資料分析，得到研究結果。
- 八、將本研究結果提出結論與建議。

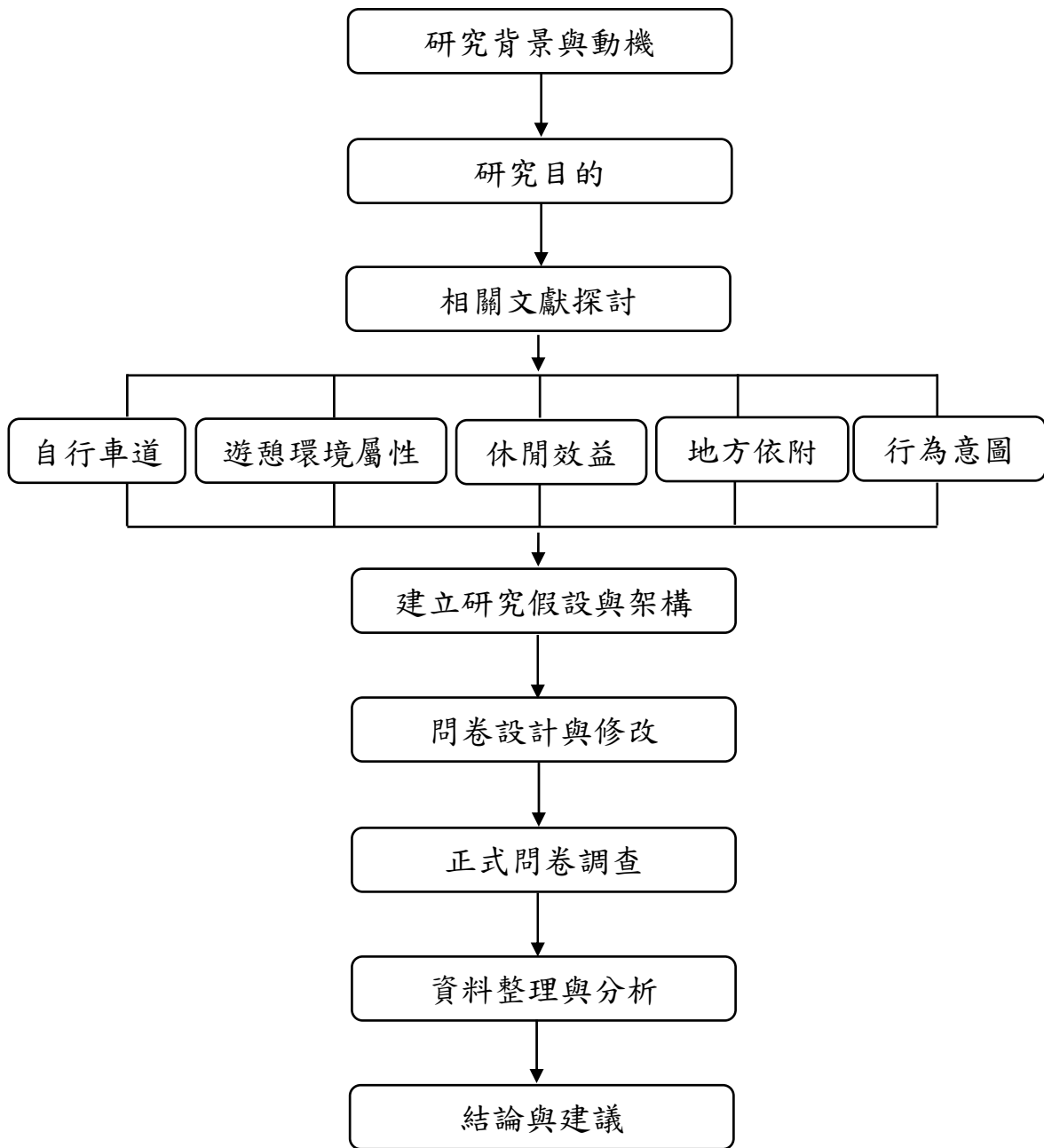


圖 1.1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

第二章 文獻探討

本章根據研究目的對相關文獻進行蒐集與探討，藉由整理歸納文獻的過程中，建立本研究的研究架構。本章的文獻內容包括自行車道、實證研究場域概述、遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等相關理論及其關聯性的文獻共七節。

2.1 自行車道設施準則

2.1.1 自行車道的設計要素與分類

自行車活動帶動觀光熱潮的今日，自行車道的規劃及設計更顯得重要。交通部運輸研究所(2010)將自行車道的設置要素：

一、依基本規劃設置原則分成三項

(一) 安全連續原則

設置自行車道時應該以安全、連續串連為優先考慮前提。用地足夠時優先採獨立路權；用地不足且交通量不高之路段則考量調整現有車道及路面設施；交通量高且市區道路狹窄無法以專用道方式佈設者，得採繞行巷道，以求安全與連貫。

(二) 景觀加強與設施減量原則

設置自行車道時應併同考量行人步行需求及考量沿線植栽綠化及景觀，工程施作應考量節能與減量等理念。

(三) 國際化原則

自行車道指示標誌、自行車網站雙語化與觀光局網站行程規劃納入自行車行程推廣(中、英、日文)。並於自行車道導覽、解說牌

資訊中，增加二維條碼(Two Dimensions Code)解說服務，以增加導讀與多國語言功能。

二、依路權分自行車使用道路型式有兩大類，每一大類又分兩種：

(一) 道路(way)

係指專提供腳踏自行車專用(或與行人共用)、無汽機車混用的路權形式。又分為自行車專用道路和自行車共用道路兩種。

(二) 車道(lane)

與汽機車共同使用一道路平面的路權形式。又分為自行車專用車道及自行車共用車道兩種。

行政院體育委員會(2002)提出「台灣地區自行車道系統規劃與設置」研究報告中，針對自行車道設置目的與使用機能：

一、依活動特性包含三大類型：

(一) 運動休閒型

提供運動休閒與遊憩，分為山岳丘陵型、海岸湖泊型、河濱型、田野型與特殊型五類。此類型之自行車道位處偏遠，沿線管理維護較為不易，規劃時需考量低管理、簡易性及自然性設施為主。

(二) 生活通勤型

提供通勤及鄰里性里程，主要設置於都會區或鄉鎮生活要道中，常出現於既有交通路網上。

(三) 運動競賽型

目前在台灣對於運動型自行車道系統並未做整體完善的規劃及設置，起因本運動項目非一般運動設施，它屬於線性的空間。

二、依層級分類為三大類型：

(一) 環島性路網

屬於第一級自行車道的設計標準，是全國自行車道的主軸，具休閒遊憩、環境教育與地方交通功能，適合多日之自行車旅遊。該路線串聯區域性路網，是區域之間民眾聯絡的要道。

（二）區域性路網

採用第二級自行車道的設計標準，主要功能係滿足各區域休閒遊憩、環境教學與地方交通之需求，適合 1-3 天的行程安排。本計畫依據地區環境特質與地理特色共將台灣全島規劃為九大區域性路網系統。

（三）地方性路網

採用第三級自行車道的設計標準，是自區域性路網再細分出來的分支，首重環境教育與地方交通功能，並兼具休閒遊憩功能。適合半日或一日之自行車行程規劃，沿途可停留參訪社區、地方產業與自然。

2.1.2 日月潭自行車道相關設施說明

本研究以南投縣日月潭自行車道路網系統「水社-環潭一號隧道口」為實例，本研究以下稱為「日月潭自行車道」。此車道位於低密度發展的日月潭國家風景區內，提供運動休閒與遊憩的活動特性，位處偏遠，沿線管理維護較為不易，自然林相生態豐富，屬於「運動休閒型自行車道」。且此車道適合半日或一日之自行車行程規劃，結合環境特色及地方產業為主，提供多樣之騎乘空間，故屬於「第三層級地方性路網」。

日月潭國家風景區內的自行車道因腹地有限及路權取得不易，除了私人土地徵收不易，公有用地亦需彙整水利局、公路總局、國產局與台電公司等相關單位同意，故在有限條件下，自行車道的設置環境因地制

宜而呈現多樣貌的路況。茲將本研究之自行車道設施說明如下：

一、鋪面

各路段依不同環境需求而採用不同的鋪面材質。如湖岸腹地採可架高延伸之木棧道，山徑則採低維護管理之洗石子路面。

二、護欄

護欄全線採相同之材質及語彙，以延續自行車道之意象。護欄高度依環境及安全性彈性調整，但皆考量到視覺之穿透性及視野之舒適度。

三、牌誌

牌誌配合護欄及視覺之高度設置。版面內容除有區位圖，尚有騎乘之公里數統計。

四、美觀原則

休憩、觀景平台周圍以竹子圍塑其空間感，並保持視覺穿透性。配合木棧道之意象，環湖自行車道之燈具以木質箱型矮燈為主，並降低高大量體對視覺所造成之衝擊。



圖 2.1 休憩、景觀平台



圖 2.2 自行車道燈具

資料及圖片來源：日月潭國家風景區自行車道設施規劃報告書(2000)

2.2 實證研究場域概述

日月潭國家風景區在民國 84 年底建置了月潭和日潭公路的連結，環湖公路(即台 21 線連接台 21 甲)全長約 33 公里。為台灣地區最大之環湖自行車道。其路線規劃多為沿著台 21 線公路潭側邊腹地設置，腹地足夠路段以花崗岩鋪面，遇狹窄或腹地不足路段，採自行車道與公路合用或建木棧道；無道路通過地區，則另尋山嶺便道取代，可享受幽靜之騎乘感受；而沿潭邊之自行車道另有架高之木棧道以強化空間感。因此日月潭環湖自行車道主要可分為「新闢自行車專用道路段」以及「自行車道與公路同線路段」兩類。依日月潭國家風景區自行車道設施規劃報告書(2000)中將本區自行車道主要分日月潭次系統、頭社次系統、水里溪次系統以及魚池次系統等四大次系統，透過交通接駁予以串聯。而「日月潭自行車道」隸屬「日月潭(次系統)環湖自行車道」其中一路段，以水社遊客中心為起點、行經水上自行車道、水社壩堤、向山遊客中心、露營區、月牙灣至環潭一號隧道口止。

遊客由水社遊客中心依順時針方向騎乘，沿途遊覽文武廟、孔雀園、大竹湖、日月湧泉、日月潭青年活動中心、伊達邵、玄奘寺、慈恩塔眺望日月潭風光、續往玄光寺、水社壩堰堤公園、涵碧半島、再到中山路或名勝街，即完成環湖一日遊，悠閒的深刻體會其間山水風光。本研究主要探討日月潭遊憩型自行車道騎乘者之環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖之關係。由於日月潭環湖公路幅員廣大，大部分路段山徑狹窄，僅容雙線通車，且騎程環境是汽機車夾雜並無人車分道的空間，較適合挑戰型的專業騎乘者，不太適合親子遊憩，故非本研究範圍。

本研究場域日月潭遊憩型自行車道(如圖 2.3)，係自行車道及人行步道共構，主要沿台 21 線公路規劃，屬環潭公路 33 公里其中的一部分，

其地理範圍北起水社遊客中心，南跨向山遊客中心迄環潭一號隧道口，全長約 6.4 公里，說明如下。

一. 向山自行車道

串連水社及向山遊客中心，全長約 3 公里，途經 400 公尺的水上自行車道、水社壩堤公園、日月潭出水口及永結同心橋。

二. 月潭自行車道

由向山遊客中心南行沿著月潭南岸，經過頭社壩、月牙灣至環潭一號隧道口止，全長約 3.4 公里，蜿蜒穿梭的小徑，南眺頭社盆地，北望青龍山脈。



圖 2.3 研究範圍-日月潭自行車道路線圖

資料來源：交通部觀光局 日月潭國家風景區管理

網址：<http://www.sunmoonlake.gov.tw/TW/02001185.aspx>

2.3 遊憩環境屬性及其相關理論

遊憩(recreation)是一種愉快的並得到社會承認的活動，recreation 源於拉丁語，有休養和娛樂兩層意思。在遊憩過程中除了遊憩者本身外，另一個重要的組合即為遊憩環境(葉茂生，2001)。

2.3.1 遊憩環境屬性之定義

遊憩環境(recreational setting)可定義為一個地方能提供自然的、社會的與經營管理的特徵或屬性組合以滿足休閒行為(Clark 與 Stankey, 1979)。Manning (1999)認為遊憩環境的資源環境是著重在遊憩資源的特性上，例如遊憩區土地為開發用地或保育地；而社會環境強調遊客與他人之間的互動關係；經營管理環境則為與經營管理單位有關的管理機制等。

而有關遊憩環境屬性(recreational setting attributes)在遊憩文獻的研究中多以環境屬性(setting attributes)定義之，是指某種遊憩活動進行時其所在地點之特性。McCool, Stankey, 與 Clark (1984)認為遊憩環境屬性是遊憩地點的自然資源、人為環境表現出來的象徵及經營管理單位塑造的環境特性。國內學者陳水源(1986)也提出的類似的想法：環境屬性意謂著某個地方中所擁有的實質生物環境、社會狀況與經營管理現況的總和。

周文賢(1992)的研究認為環境屬性意指發生遊憩活動的地點中，遊客可辨識的各種環境上的基本特徵，亦即遊客心中的活動機會之品質。

黃淑君、薛毓屏及林育慧(1999)在遊憩單車使用者對單車活動的實質環境屬性偏好之研究中，依據 McCool, Stankey, 與 Clark (1984)對環境屬性的看法，認為環境屬性是一遊憩場所自然和人為環境所表現出來的特徵，或經營管理單位可以經由規劃加以控制或改變的環境特性。

劉毓妮和林晏州(1993)認為環境屬性是藉由感官刺激而存於遊客心中，它與遊客過去經驗中所記得的其他屬性會有相互關係。瞭解遊客的需求，並與資源面密切的配合是遊憩規劃中非常重要的一環。經營者需有更充份的資訊以作為決策之依據，故遊憩研究方向應著重於前往該地從事活動之遊客特性、遊客所重視之環境特性、及影響遊客屬性偏好之因素。儘管眾多學者對環境屬性的看法分歧，但隨著不同類型的遊憩地點，具有完全不同的環境屬性(葉茂生，2001)。

2.3.2 遊憩環境屬性之衡量

McCool, Stankey, 與 Clark (1984)依遊憩環境的特性將遊憩環境屬性分成三類：自然資源、人為環境及經營管理單位。Brunson 與 Shelby (1990)則從需求層級亦將環境屬性分成三類，提出了環境屬性的層級性理論，分別是「必需屬性」(necessity attributes)、「體驗屬性」(experience attributes)及「適意屬性」(amenity attributes)。其中最重要的是「必需屬性」指供給活動基本所需的環境條件。其次為「體驗屬性」可增強遊客的良好體驗。最後為「適意屬性」此與上兩種屬性相較之下較無絕對必要，但其存在能增進基地環境的品質。

國外另有學者將遊憩環境屬性分為四大類，分別是實質環境、社會環境、活動環境及經營管理(Harris, Driver, & Bergersen, 1984；Virden & Schreyer, 1988)。而國內大多數學者則將遊憩環境屬性以實質環境、社會環境、活動設施及經營管理等四個屬性構面來衡量(葉茂生，2001；戴有德、黃文雄、李海清、陳冠仰，2012)。

在自行車遊憩活動的相關研究中，黃淑君等人(1999)認為環境屬性包含實質環境層面之特性及由其衍生而來的屬性，如活動體驗及經營管理

之特性，環境屬性之類型可能是具體或是抽象之特性，分為自然環境、人為設施環境、人文資源環境等三類。

顏妙珊(2006)與邱思慈、林欣怡、張家銘(2010)的研究中將車道環境屬性區分為自然環境、人為設施、經營管理和人文資源等屬性等四類。

李晉豪、劉照金(2011)將車道環境屬性分為路線規劃、標誌數量及環境維護。

徐正侃(2012)則將自行車道環境屬性區分為車道形式、沿線設施和周遭景觀等三大構面。

2.3.3 結語

有關於遊憩環境屬性的分類方式，依研究主題、領域的不同而有所差異，無論採何種方式都是為了協助研究者對研究主題有更深入的瞭解，希望能將遊憩環境的特性加以凸顯。

綜合上述，本研究採用 McCool, Stankey 與 Clark (1984)的看法，認為遊憩環境屬性是遊憩地點的自然資源、人為環境表現出來的象徵及經營管理單位塑造的環境特性。如何提高遊客在日月潭自行車道的遊憩環境中，體驗如 CNNGO 網站報導的優美自然環境、豐富的人文資源環境、生態環境，或是體驗經由經營管理單位規劃的各種環境的滿意度，進而再度重遊、推薦親友，實乃管理單位所至為關心的課題。

2.4 休閒效益及相關理論

效益是驅使個體前往特定地點從事某一活動希望能達成的目標，此非金錢足以衡量。在遊憩過程中及參與後，一個遊憩地若能使遊客獲得身心改善或滿足需求，往往能產生正向評價且再度重遊，故效益是休閒

市場中留住遊客的重要因素。

2.4.1 休閒效益之定義

休閒一詞(Leisure)源自拉丁文的Licere，意指被允許(to be permitted)，後來又引申為法文字Loisir，意指自由時間(Free time)。效益(benefits)被視為一種好處，當個人、團體、社會、經濟、實質環境或其它情境有所改善時，或是維持現狀；抑或是個人心裡獲得滿足時(Driver, 1997；Driver 與 Bruns, 1999)。

所謂「休閒活動」係指在工作以外的閒暇時間內，自由自在的選擇自己喜愛的活動，以達到消愁解悶、恢復、調劑身心的狀態(林連聰、陳墀吉、鄭健雄、沈進成，2012)。有關休閒效益(Benefits of leisure)一詞，文獻中也有以「休閒滿意度」(Leisure satisfaction)定義之，它的意義十分複雜廣泛，有從生理學、心理學、社會學及經濟學等觀點來探討，也有從功能、教育、需求及遊憩體驗的角度來研究(馬上鈞，2002)。

Ajzen (1991)認為休閒效益是休閒目標之達成，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的目標。

Driver (1997)認為休閒效益是個人在實質環境中需求獲得正向改善，也是一種特殊的心裡滿足經驗，當活動結束後感覺精神充沛，或與朋友在一起如同家人般的親密感。

黃榮賜(1988)認為許多休閒遊憩活動的效益是不能直接被觀察到的，如從事運動可以產生個人愉悅感與成長，減少壓力與焦慮，減緩抑鬱的程度。休閒效益是參與活動後所獲得需求的滿足或身心方面之改善的個人主觀感受(江昱仁、蔡進發、沈易儒、張翔，2008)。

2.4.2 休閒效益之衡量

Bammel 與 Burrus-Bammel (1982)認為個人參與休閒活動有六項效益，分別為：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。上述六項休閒效益之面向觀念，在國外或國內從事休閒研究的學者，多據此而進行相關之研究。Verduin 與 McEwen (1984)亦將休閒效益分為六構面，分述如下(引自塗淑芳譯，1996)：

- 一、生理效益：藉由休閒活動增進健康體適能、減少心肺血管方面疾病。
- 二、社交效益：休閒參與的時候，能與朋友及家人互動，分享生活樂趣，增進彼此的情誼。
- 三、放鬆效益：緩和身、心及生活壓力，如：遠離壓力環境、解除憂慮、恢復精神及心情愉快等。
- 四、教育效益：休閒提供多元的興趣的體驗，藉由正式與非正式參與，讓人得以吸收新知識、充實生活、提高個人生活品質。
- 五、心理效益：參與不同的休閒活動可得到肯定、認同的機會及價值，由角色的轉換獲得成就感。此外，對於心靈受創者也有舒緩、調適及恢復的醫療功效。
- 六、美學效益：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。

Driver與Peterson (1986)將休閒利益以兩種方式來評估，一為經濟性利益是指參與休閒導致經濟利益的改變，可以透過效率與公平來評估；另一為非經濟性的評估則和個人休閒時所追求的價值有關，而這些價值和效益，通常很難精確加以量化或測量。例如戶外遊憩冒險的休閒活動，

如攀岩、溯溪之旅、獨木舟漂流、專業性登山、筏木之旅、橡皮艇之旅、自行車之旅、熱氣球之旅及長途性旅行等，這些休閒的非經濟利益包括：個人發展、社會聯結、體能發展、刺激、幻想和逃離、回顧和反省、自主和自由、減少過量負荷、冒險機會、成就感、探索、價值澄清/問題解決、心靈提昇、心理健康、美的鑑賞等十五項。

Bright (2000)認為休閒效益是建構人類生活方式的全方面觀點，包含心理學的觀點、生物心理分析學的觀點、社會學的觀點、經濟學的觀點，以及環境學的觀點等五個層面。

馬上鈞(2002)與楊胤甲(2006)二者均將休閒效益分為生理效益、心理效益及社交效益等三個面向。生理效益：促進心肺耐力功能、降低血壓及膽固醇、促進血脂肪的改善、增加最大氧攝取量等。心理效益：降低疲勞及恢復活力、降低緊張、焦慮與憂鬱、降低失眠及沮喪、調解壓力、增加幸福感及提高自尊心、愉悅放鬆、自我認同、促進自我實現等。社交效益：增進家人或朋友的情誼、養成團隊精神及人際關係之處理。

2.4.3 結語

歸納上述不同層面的休閒效益，本研究認為休閒效益是一種個人主觀的感受，且有意義從事休閒活動可為參與者帶來不同程度的效益，然而不同使用者特性(遊客背景)與不同遊憩環境，對每個人對休閒效益的感受程度亦不盡相同，故造成研究者對休閒效益分類上的差異。據此，本研究以日月潭自行車道遊客為研究對象，探討不同遊客背景對休閒效益的差異情形，進而使日月潭自行車道能提供遊客更佳的遊憩環境與活動，增強遊客正向之行為意圖。

2.4.4 自行車活動的休閒效益

自行車擁有強大的行動力，除公路、鄉間小路、田埂中穿梭自如，山林路段更是專業騎士最佳的挑戰場。在樹叢林間陡降急下，享受馭風而行的暢快，或聆聽林間迴盪的鳥鳴，是人生何等之樂事。隨著台灣全島自行車旅遊環境的逐步健全，自行車步道與民宿串連等，結合樂活的健康概念以及節能減碳的環保意識，這股熱潮將台灣延續成單車之島，此活動為人類帶來諸多正面效益。

騎自行車與游泳、慢跑同屬有氧運動，運動時心跳不超過最高心跳率的 70%(超過 85%即為無氧運動)，女性從事有氧運動能增強心肺功能，可以改善手腳冰冷的現象，同時血中溶氧量增加，彰顯光彩氣色。自行車大部分使用下半身踩踏的圓週運動，既不會增加關節承重的負擔，也不會練就強壯的肌肉(引自國立科學工藝博物館，2007)。腳踩踏板的動作會促使血管壓縮，血液循環加速，使大腦攝入更多的氧氣，達到有氧運動的狀態，進而促進血液流動，增進心、肺功能與新陳代謝，亦可避免心臟病、高血壓的產生。此外，騎半小時單車大約可以燃燒 150 大卡熱量，達到減肥的功效(引自中華民國自行車騎士協會，2012)。

單車不像汽機車的高速度，它有種怡然自得的緩慢節奏，呼應目前全球流行的慢生活趨勢，反省狂飆的時間病帶來的壓力問題(洪震宇，2006)，所以單車活動令人愉悅放鬆、有效調解心理上的壓力。

結伴同行是騎車最大的樂趣，台灣有成千上萬的單車俱樂部，從 10 人到上百人的團體都有，加入俱樂部除了跟志同道合的朋友一起同行，讓騎乘單車的樂趣更豐富，還能參與不同的單車旅遊私房路線(洪震宇，2006)。而根據學術研究調查，到屏東縣蘭花蕨鐵馬道騎車的車友，騎乘同伴與家人或朋友/同事/同學者居多(黃任閔、林一貞，2011)，由此可見自行車也是一項有助社交的活動，有助於建立和諧的人際關係。

黃任閔與林一貞(2011)的研究中顯示，從事自行車運動的國人以生理效益為重，但在參與自行車活動中所接觸的對象多元化，對於與社會的互動、紓解精神壓力等仍有實質上的效益，整體休閒效益平均得分來看，每題平均得分皆大於普通 3 分，顯示自行車活動參與者的休閒效益認同度顯然達到中上。而根據林偉立與林春鳳(2011)的研究調查，每月騎乘國道自行車頻率 10 次以上整體休閒效益高於每月騎乘頻率 1~3 次，故投入單車活動愈多者，得到休閒效益愈高，可見自行車活動是一項非常有意義的休閒運動。

2.5 地方依附及相關理論

2.5.1 地方的定義

1970年代的人本主義地理學家(Sauer, Lukerman與Tuan)認為地方(place)表示的是一種對世界主觀體驗的態度，人們不是生活在地理空間的框架中，而是生活在充滿內涵的人的世界中。

Lukerman (1964)認為地方研究是地理學的主題，地方意識是立即而顯見的真實的一部分，地方知識是簡單的經驗事實。人文地理學先驅Edward Relph (1976)對地方下了新定義：「地方是通過對一系列因素的感知而形成的總體印象，這些因素包括環境設施、自然景象、風俗禮儀、日常習慣、對其他人的了解、個人經歷、對家庭的關注以及對其他地方的了解」。將人文思想與地理學知識結合的「人文主義地理學」大師Tuan (1977)把戀地情結(Topophilia)引入地理學中，首先提出地方感的概念，它包含了兩個含意，即地方自身固有屬性「地方性」和人們對此地方的依附感「地方依附」。Tuan (1977)指出：地方不只是一個單純的物理空間，僅僅容納自然物體，其可經由自然物體的相對的位置關係而界定，而且

承載了人們對於一個空間的歷史、經驗、情感、意義與符號。由此可知，地方因與人的緊密結合和人所體驗的環境而使得空間充滿了價值和意義（李英弘、林朝欽，1997）。

2.5.2 地方依附之定義

Place attachment或稱為「地方依戀」、「地方依附」、「場所依戀」及「場所依附」。

地方依附的形成過程依 Edward Relph (1976)的看法：當個體愈將自己納入地方的內部，愈覺得自己屬於該地方，覺得該地方具有重要性，即是產生地方認同，此種認同可解釋為歸屬感、擁有感。當感覺自己是地方的一份子，即強烈的願意付出及維持它的永久性。地方依附不同於地方感，是因為當個體開始接觸一個地方時會產生地方感，但不一定會認同或強烈的依附地方，所以地方依附可視為一種行為。Moore 與 Graefe (1994)亦認為地方的依附會經由情感及行為而展現出被概念化為個體對於特殊地點的認同與評價。人們會依賴某一個地方是因為它能提供人們從事騎單車或是賞鳥等遊憩活動的場地。所以一般遊憩區若能滿足特定遊客的特定需求或心靈滿足，便有發展出地方依附關係的可能。國內的學者據此闡述地方依附的形成過程：當個體對地方的認同強烈並將自己納入環境的內部時，這種依附行為就有可能建立(李英弘等人，1997)。當體驗後發現該地具有它地無可替代之功能時就會有想要持續接近該地之需求，一段時間過後就會對這個地方產生感情，這種現象稱為地方依附(曹勝雄、孫君儀，2009)。雷文谷等人(2009)在淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究中發現：使用者對淡水金色水岸自行車道遊憩體驗感受越高者其地方依附程度也會越高。

早期在地方依附的研究專注於環境的行為問題(Tuan, 1976；Stokols 與Shumaker, 1981)。許多人類地理學家和環境心理學家認為，經由對地理景觀上地方依附的發展，人們逐漸對它們產生了不解之緣(Buttimer, 1980; Low與Altman, 1992; Tuan, 1980)。1980年代休閒研究人員建立在地理學家和環境心理學家的研究工作基礎上，並把地方依附的概念用在戶外休閒環境上。Schreyer, Jacob與White (1981)提出地方依附代表了使用者重視休閒環境，而此環境由兩方面組成：功能含義(有關特定的活動需求)和情感象徵意義。換句話說，一個地方可以受到休閒者的重視，是因為它是一個進行特別活動的「好地方」好地方，也可以是有價值的，因為它被看作是「特殊」的情感、象徵性的原因，或兩者皆是(Moore與Graefe, 1994)。因此地方依附包含了實體的環境層面及心理的情感認同與歸屬層面，在環境層面上，若是對於地方產生能滿足自己的機能性需求，則會發展出地方依賴(Place Dependence)；若是對於地方產生認同及歸屬感與其它情感層面的連結時，則會發展出地方認同(Place Identity)。

2.5.3 地方依附之衡量

Williams 與 Roggenbuck (1989)在 4 所大學中，對 129 名學生測試而發展出以李特克量表來衡量地方依附的構面。他們的研究結果顯示：休閒者對特別的環境會形成依附。以因素分析對樣本產生三個不同的子構面，第一個子構面是「地方依賴」對應於 Schreyer, Jacob 與 White (1981)等人所提出的功能含義，它包含不太願意使用其他區域作特定活動的主體的項目；第二個子構面是「地方認同」對應 Schreyer 等人(1981)所提出的情感性徵性的意義，它包含使用的受試者以此地為生活中心性的觀點的項目；第三個因素是對環境作出了負面評價的項目，被認為是一個

「地方冷漠」的子構面。隨後的研究者大都使用了 Williams 與 Roggenbuck (1992)的項目：地方認同和地方依賴的構面，這兩者在多樣化的樣本中是最可靠的構面(Moore 與 Graefe, 1994;Wazecha 與 Lime, 2000;Kyle, Graefe, Manning 與 Bacon, 2004)，然而也有學者將「生活型態中心」加入成為第三種構面(Bricker 與 Kerstetter, 2000)，然而此一分法仍有待進一步的驗證。

2.5.4 結語

綜合上述，本研究認為地方依附是指一遊憩地在功能性的實質環境及人文資源，能滿足使用者的目的及需求，並在心理上對此地發生情感上的連結。遊客以自行車的遊憩方式能更深入文化與環境的內涵，因此自行車遊客與一般走馬看花的遊客對於環境的地方依附程度應有不同，而且對於遊憩環境也產生較高的行為意圖。本研究之「地方」主要是指日月潭遊憩自行車道，包括向山及月潭自行車道，此地方除了包含活動的區域、場所、空間之概念外，亦指對自行車遊客具有意義及情感的中心，自行車道自然環境若具獨特性與特別意義定會引發自行車遊客對於該地方依附的感覺。日月潭所具有的獨特性，在於其提供豐富的人文歷史資源環境與優美的山川湖景氣氛，在同屬自行車道的遊憩地方中，此與眾不同的特色，被取代性較低。

2.6 行為意圖

意圖(Intention)是個人想從事某種行為的主觀機率，當個人對某一行為的意圖愈強，代表它愈有可能去從事該行為，所以行為意圖(Behavior Intention)係指個人從事某項特定行為的機率之主觀判斷，反映對表現某一行為的意願或願意投入的心力(Fishbein 與 Ajzen, 1975)。早期行為意圖

研究常用於企業對顧客的行銷學中，其中又以 Oliver (1980)的滿意決策認知模式最為被廣泛應用，它是探討購買者的行為因果關係，依循著心理學認知理論「知覺→態度→意圖」的階段性過程，主張購買行為所產生的滿意判斷與評估會影響行為意圖進而產生利與不利的結果。Zeithaml, Parasuraman 與 Berry (1996)針對服務品質之行為結果，主張服務品質之優劣將產生有利與不利的行為意圖，是後續購買行為發生與否之先驗判斷指標，再透過行為的驅動，將導致有利與不利的財務結果。有利的行為意圖包括再購意願、向他人推薦、忠誠等意涵，不利的行為意圖則包括抱怨、負面口碑、轉換離開等意涵，最後發展出口碑溝通、再購意願、價格敏感性及抱怨行為等四大類行為意圖衡量題項。

而近年來，探討旅遊活動有關遊客的行為意圖相繼出現在研究文獻中，Lam 與 Hsu (2006)將行為意圖歸納為後續想再拜訪的意願以及可能性。Chen 與 Tsai (2007)認為行為意圖是未來將此旅遊目的地推薦給其他人的意願。Baker 與 Crompton (2000)從觀光旅行的研究其遊客行為意圖，並依重遊意願、推薦及意見反應三個項指標來衡量行為意圖，研究結果指出，行為其實可從意圖去預測。

蘇秋君、鄭欽龍、陳瑩達、林麗貞(2011)以下坪植物園遊客為對象，分析遊客的遊憩體驗和行為意圖之間的關係，結果顯示對遊憩環境體驗愈同意的遊客再重遊和向親友推薦此園區的意圖愈明顯；黃孟立、鐘志強、林怡君、蔡瑋娟(2011)在東豐自行車綠廊與后豐鐵馬道的研究發現，自行車道服務品質會正向影響行為意圖；王韻、劉子利、彭品嘉、胡莉葦(2011)以原住民族文化園區探究服務品質、知覺價值對遊客遊後行為意圖的影響，得知服務品質對遊客遊後行為意圖有正向的影響，且遊客知覺價值對服務品質與遊後行為意圖間的關係有部分中介效果。

據上述文獻，本研究認為日月潭自行車道的遊憩環境屬性除了涵蓋自然資源，亦包含了車道沿線硬體設備，休憩設施、服務設施...等人為環境及經營管理單位塑造的環境特性，這些服務品質讓自行車道遊客在體驗後，產生的「認知」印象，在身心及社交上有良好的休閒效益，將自身的經歷體驗化為與此地情感的連結，願意與人分享此地的經驗、更進一步推薦他人前往或是再度重遊的「態度」，建立「行為意圖」的忠誠度。

2.7 遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖之關係

對此四個變數的關係於目前的文獻中尚未有相關的研究證實，然而其兩兩相關的研究已可找到多篇的文獻探討，以下將對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖的相關性作回顧。

一、 遊憩環境屬性與休閒效益之相關

蔡旻熹(2009)在旗津環島踩風自行車道遊客的遊憩環境屬性及休閒滿意度影響重遊意願的研究中發現：遊憩環境屬性與休閒滿意度能夠有效影響重遊意願，且休閒滿意度在遊憩環境屬性與重遊意願間扮演中介角色。

李晉豪與劉照金(2011)探討單車族休閒動機、休閒環境及休閒阻礙對休閒滿意度的影響，獲得結論：單車族從事單車休閒活動之身心需求、成就需求、環境維護對單車休閒活動的滿意度最具影響力，未來推動單車活動應加強單車休閒環境維護，以提昇單車族之休閒滿意度。

二、 遊憩環境屬性與地方依附之相關

當個體經歷過某地點的體驗後，如果該地點與其他地點相比，

具有不可替代且獨特的特質時，個體與環境的關係也從被動的角色轉變為主動探求環境資源，並長期的、持續的接近該特殊地點的需求，也就是持續重遊，這種狀態就是地方依附(Moore 與 Graefe, 1994；Lee, Backman 與 Backman, 1997)。

戴有德、黃文雄、李海清、陳冠仰 (2012)探討臺灣地區休閒潛水環境屬性與地方依附因果關係，於北海岸、東北角、墾丁、澎湖與綠島等進行潛水地區問卷調查。研究結果發現：實質環境屬性同意度會正面影響地方依賴，地方依賴會正面影響地方認同；經營管理環境屬性同意度會正面影響地方認同。

雷文谷等人(2009)在淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究中發現：使用者對淡水金色水岸自行車道遊憩環境體驗感受越高者其地方依附程度也會越高。

黃國峻(2010)以高雄柴山自然公園的登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖關係研究，結果顯示，環境屬性同意度對地方依附有顯著影響，其中「實質環境」及「活動設施」同意度愈高，地方依附也愈高；地方依附對行為意圖有顯著影響，顯示地方依附愈高，參與者之行為意圖也愈高。

邱思慈、林欣怡、張家銘(2010)以八卦山登山自行車騎士為研究對象探討登山自行車騎士專門化、環境屬性、流暢體驗與場所依戀之關係，發現如果騎士對八卦山車道的環境屬性感到認同，便會影響其對該車道的場所依戀及認同，且環境屬性在此專門化與場所依戀間有中介效果。

三、 遊憩環境屬性與行為意圖之相關

Howard 與 Sheth (1969)即指出，顧客滿意將會影響購買意願和購

買行為，包括品牌忠誠度、正面口碑等。吳忠宏、林士彥、王嘉麟(2006)探討溪頭森林遊樂區遊客環境屬性之實質生態環境、社會文化環境、活動設施環境、經營管理環境之表現程度與遊客忠誠度關係進行探討。研究發現：遊客對溪頭森林遊樂區遊憩環境屬性的表現程度愈同意，其對溪頭森林遊樂區的忠誠度也愈高。

當遊客對遊憩環境的服務品質或遊憩體驗同意度愈正向時，遊客會再重遊以及向親友推薦此地的意圖也愈明顯(蘇秋君、鄭欽龍、陳瑩達、林麗貞，2011；黃孟立、鐘志強、林怡君、蔡瑋娟，2011；王韻、劉子利、彭品嘉、胡莉苹，2011)。

四、休閒效益與行為意圖之相關

Driver (1997)認為休閒效益在個人方面是一種特殊的心裡滿足經驗，如活動結束後感覺良好和精神充沛，或與朋友在一起感覺像是家人一樣親密，這種經驗的滿足將成為下次行為的動機。

李銘升(2008)運用 Ajzen (1985)的計劃行為理論來預測並解釋泛舟遊客參與冒險性泛舟的行為意圖並探討與休閒效益之關係，結果發現，參與者態度、主觀規範及知覺行為控制對行為意圖皆呈現正相關及正向影響；行為意圖與休閒效益呈現正相關。而有關行為意圖之行為，參與者有正向的行為意圖，對於行為之推薦有正向的影響存在，行為意圖越高對於行為之推薦的意願也會越高。

五、地方依附與行為意圖之相關

林裕強(2006)針對陽明山國家公園的遊客調查地方依附程度的強弱對於生態旅遊地的管理可能有的意涵，研究結果顯示：依附程度較強的遊客伴隨而來的是比較願意重複到訪該地、會對親朋好友推薦該地方等較強的行為意圖；另外也發現地方認同與行為意圖之

間的相關程度比地方依賴還高。

張淑青(2008)在觀光意象、顧客滿意、地方依附與行為意圖的關係的研究中，研究發現：觀光意象→地方依附→行為意圖之影響效果相較於觀光意象→顧客滿意→行為意圖之影響力為強。觀光意象經由地方依附所誘發之情感影響效果的行為意圖結構中，地方依附可被視為關鍵中介變項。

曹勝雄、孫君儀(2009)在建構地方依附因果關係模式中結果證實：「忠誠度」及「負責任的環境行為」是地方依附的後果。戶外遊憩地的管理部門可從提升遊客對遊憩地的依附程度來產生保護環境的負責任行為。這有助於遊憩地的永續經營與發展。

六、 休閒效益與地方依附之相關

當個體在遊憩過程中及參與後，若該地能使其獲得身心改善或滿足需求的效益，往往能促使其對遊憩地的移情，產生地方的偏好、正向評價且再度重遊，故效益是休閒市場中留住遊客的重要因素。本研究認為：休閒效益與地方依附之間應存在著相互影響的關係。

七、 休閒效益及地方依附在遊憩環境屬性與行為意圖的中介效果

蔡旻熹(2009)研究旗津環島踩風自行車道之遊憩環境屬性與遊客休閒滿意度影響重遊意願，發現遊憩環境屬性與休閒滿意度能有效預測與影響重遊意願，而休閒滿意度在遊憩環境屬性與重遊意願間扮演中介角色。

黃國峻(2010)在登山健行的活動中，研究環境屬性、地方依附與行為意圖的關係，結果顯示環境屬性同意度透過高度的地方依附能正向影響登山健行者的行為意圖。

第三章 研究方法

本章討論有關於本研究所使用的方法，共分為五節。第一節為研究架構；第二節為研究假設；第三節為研究工具；第四節為研究對象與抽樣方法；第五節為資料處理與分析。

3.1 研究架構

綜合前述研究背景與動機，對文獻探討之後擬定本研究目的與實證研究計畫，以南投縣日月潭遊憩型自行車道的單車騎乘者為研究對象，探討遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖之關聯性，以及不同人口統計變項對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖是否有顯著差異，提出以下研究架構圖，如圖 3.1 所示。

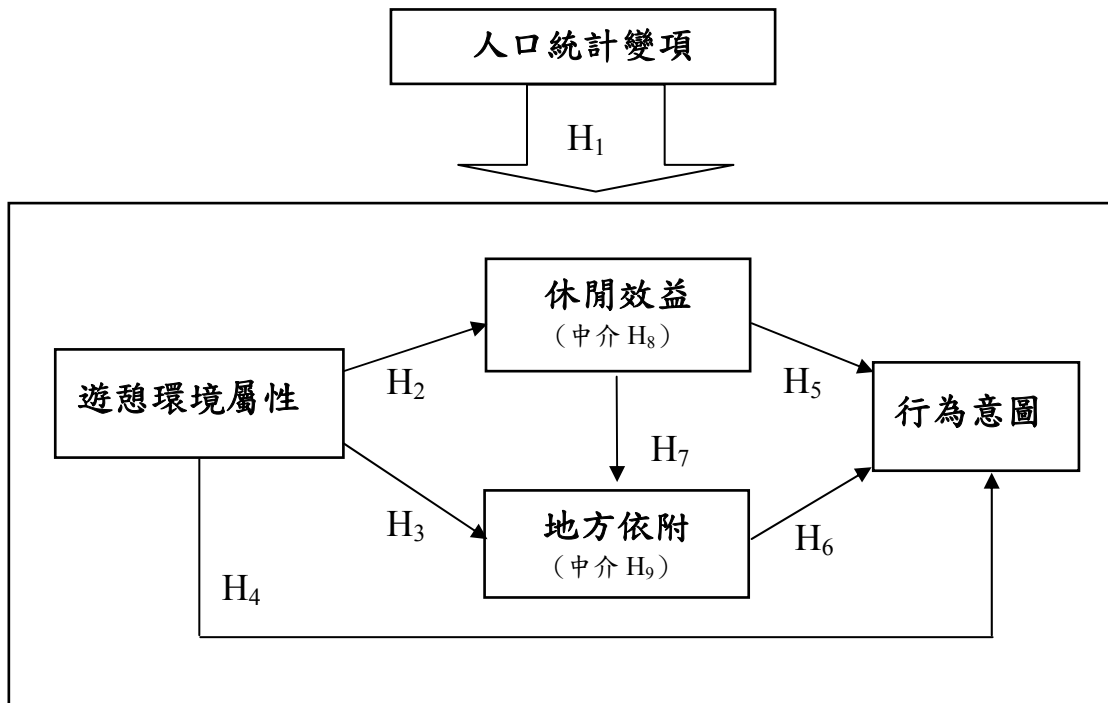


圖 3.1 本研究架構

3.2 研究假設

由第二章文獻探討推論，找出研究變數的關係，建立研究假設如下：

H₁：不同人口統計變項對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。

H₂：遊憩環境屬性與休閒效益有顯著的相關。

H₃：遊憩環境屬性與地方依附有顯著的相關。

H₄：遊憩環境屬性與行為意圖有顯著的相關。

H₅：休閒效益與行為意圖有顯著的相關。

H₆：地方依附與行為意圖有顯著的相關。

H₇：休閒效益與地方依附有顯著的相關。

H₈：休閒效益在遊憩環境屬性對行為意圖之間具有中介效果。

H₉：地方依附在遊憩環境屬性對行為意圖之間具有中介效果。

3.3 研究工具

本研究參考相關文獻、過去學者研究結論並配合本研究內容，對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數，分別予以定義及編製問卷量表。說明如下：

一、 遊憩環境屬性

此量表用以測量受試者對自行車道之環境體驗後的認同程度。參考 McCool, Stankey, 與 Clark (1984)、顏妙珊(2006)及徐正侃(2012)對遊憩環境屬性問項設計，並考量到自行車道設計準則所需要的因素作為分類依據，以求符合日月潭自行車道的遊憩特性，修改及增減問卷題項發展而成。

二、 休閒效益

此量表用以測量受試者在自行車騎乘的參與中及參與後的經驗，知覺可以改善身心狀況或滿足需求的個人主觀感受。參考 Beard 與 Ragheb (1980)、馬上鈞(2002)、楊胤甲(2006)編製的休閒效益量表的問項，刪減題目而成。

三、地方依附

本研究之「地方」主要是指日月潭遊憩自行車道，包括向山及月潭自行車道活動的區域、場所、空間之概念。地方依附是指日月潭遊憩自行車道在功能性的實質環境及人文資源，能滿足使用者的目的及需求，並在心理上對此地發生情感上的連結。此量表用以測量受試者對自行車道環境體驗後對此地的認同程度。量表來源主要參考 Williams 與 Roggenbuck (1992)、Kyle, Graefe, Manning 與 Bacon (2004)、黃國峻(2010)等人。

四、行為意圖

本研究之行為意圖是指日月潭自行車道騎乘者在體驗車道遊憩環境及服務設施後，會將自身經歷化為內在心理評斷依據，進而反映在對於此自行車道所可能採取的後續行為及表現。此量表參考 Zeithmal, Berry, 與 Parasuraman (1996)的分類方式但是採其中的「正向行為意圖」，並參考 Shu, Crompton 與 Willson (2002)、黃國峻(2010)研究中對於遊客行為意圖探討之問項，依據研究本身之目的及特性調整衡量問項，來衡量遊客至研究區從事自行車遊憩時之行為意圖。

五、人口統計變項

本研究問卷之人口統計變項包含「性別」、「年齡」、「婚姻」、「教育程度」、「職業」、「居住地」、「騎乘伙伴」、「平均月收入」、「騎乘

時間」及「到訪次數」等十個題項，如表 3.1。

表 3.1 人口統計變數的衡量問項

背景資料	衡量問項
1. 性別	<input type="checkbox"/> ①男 <input type="checkbox"/> ②女
2. 年齡	<input type="checkbox"/> ①16-25 歲 <input type="checkbox"/> ②26-35 歲 <input type="checkbox"/> ③36-45 歲 <input type="checkbox"/> ④46-55 歲 <input type="checkbox"/> ⑤56 歲以上
3. 婚姻	<input type="checkbox"/> ①單身未婚 <input type="checkbox"/> ②已婚
4. 教育程度	<input type="checkbox"/> ①國中以下 <input type="checkbox"/> ②高中職 <input type="checkbox"/> ③大學專科 <input type="checkbox"/> ④研究所以上
5. 職業	<input type="checkbox"/> ①無（學生、家管、退休…） <input type="checkbox"/> ②軍公教 <input type="checkbox"/> ③農林漁牧 <input type="checkbox"/> ④服務業 <input type="checkbox"/> ⑤工 <input type="checkbox"/> ⑥商 <input type="checkbox"/> ⑦其他
6. 居住地	<input type="checkbox"/> ①近程（南投縣市） <input type="checkbox"/> ②中部（苗栗、彰化、台中） <input type="checkbox"/> ③北部（台北、基隆、宜蘭、桃園、新竹） <input type="checkbox"/> ④東部（台東、花蓮） <input type="checkbox"/> ⑤南部（雲林、嘉義、台南、高雄、屏東） <input type="checkbox"/> ⑥離島（金、馬、澎） <input type="checkbox"/> ⑦國外
7. 騎乘伙伴	<input type="checkbox"/> ①自己 <input type="checkbox"/> ②家人、親戚 <input type="checkbox"/> ③朋友、同學 <input type="checkbox"/> ④旅行團
8. 平均月收入	<input type="checkbox"/> ①無經常性收入 <input type="checkbox"/> ②2 萬元以下 <input type="checkbox"/> ③2 萬~4 萬元 <input type="checkbox"/> ④4 萬~6 萬元 <input type="checkbox"/> ⑤6 萬~8 萬元 <input type="checkbox"/> ⑥8 萬元以上
9. 騎乘時間	<input type="checkbox"/> ①1 小時 <input type="checkbox"/> ②1~2 小時 <input type="checkbox"/> ③2~3 小時 <input type="checkbox"/> ④3 小時以上
10. 到訪次數	<input type="checkbox"/> ①第 1 次 <input type="checkbox"/> ②第 2 次以上

資料來源：本研究整理。

3.4 研究對象與抽樣方法

本研究採自編之「日月潭自行車道遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖關係之研究」問卷(如附錄)。在進行實證研究方面，採封閉式問卷調查法來進行資料的蒐集工作，作答型式採 Likert 五點式量表，「5」表示非常同意，「1」表示非常不同意。樣本蒐集期間為 2012 年 8 月 18 日至 10 月 28 日的週休假期，以南投縣日月潭自行車道的起點水社停車場、中點休憩區水社壩及向山遊客中心之自行車騎乘遊客為抽樣

對象，因考量受訪者填答能力，選擇以 16 歲以上的車道騎乘遊客為主要研究對象。

由於自行車騎乘活動遊客之數量、背景及分佈比例情形並無相關資料或架構可依循，故本研究難以隨機方法進行抽樣，因此採用便利抽樣法(convenience sampling)進行，現場填寫完畢後由研究者立即收回，共計發放 400 份問卷，剔除資料不全及過度集中的無效問卷 14 份，收回有效問卷共 386 份，有效回收率為 96.5%。

3.5 資料處理與分析

本研究以 SPSS 12.0 版統計軟體作為分析工具，藉由分析實證資料進行研究假設的驗證。所採用統計方法主要有：描述性統計分析、因素分析、信度與效度分析、T 檢定 (T-Test) 與變異數分析(Analysis of Variance)、Post Hoc 檢定、Pearson 積差相關分析及迴歸分析。茲說明如下：

3.5.1 描述性統計分析(Descriptive Statistics)

針對所蒐集的問卷資料中的對象，依基本背景資料的各題項進行分析，先以次數分配表進行初步的資料檢查，確定無誤後再說明各個變數之平均數、標準差、百分比，藉以瞭解樣本之特性，以及樣本於各構面間的分布狀況。

3.5.2 因素分析(Factor Analysis)

因素分析主要的目的是將一群為數眾多的相關題項濃縮成少數相互獨立不相關的新因素，而以較少的構面來代表原先的資料結構，並保存原有資料結構所提供的大部份資訊。它根據題項間彼此的相關，找出變

項間潛在的關係結構，題項間簡單的結構關係稱為「成分」(components)或「因素」(factors)。本研究藉由因素分析之主成份分析法(Principal Component Analysis)，主要萃取遊憩環境屬性、休閒效益與地方依附的因素，以最大變異法(Varimax)作直交轉軸(orthogonal rotations)，取特徵值大於1為原則來進行分析(Kaiser, 1960)。在遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數刪題標準上，採Nunnally (1978)認為題項之因素負荷量(factor loading)應大於0.4，因此本研究以0.4為刪題的臨界值。

3.5.3 信度與效度分析(Reliability & Validity Analysis)

信度也稱為可靠度，是指一份量表所測得的分數一致性與穩定性。評估一個系統的信度是以組成此系統各個題項的相關係數為基礎，故當一份問卷所問的題項相關性愈高，則代表其間的一致性愈高，信度也愈高。本研究依據 Guelford (1965)提出 Cronbach's α 係數的信度判定準則，當 α 係數愈大，表示構面內各問項間的相關性愈高，亦即內部一致性愈高。當 α 大於 0.7 時，即代表高信度，若介於 0.7 與 0.35 間的信度為尚可，而若低於 0.35 則表示低信度，則必須予以刪除。

效度即為正確性，是指量表衡量的結果，能夠測出研究者所欲衡量事物特性的程度，效度愈高表示愈能顯現所欲衡量對象的真正特徵，本研究採用內容效度(Content Validity)與建構效度(Construct Validity)做為衡量問卷效度的工具。

3.5.4 變異數分析(Analysis of Variance) (ANOVA)與 T 檢定(T-Test)

變異數分析與 T 檢定是用來比較族群平均數間是否有差異存在，T 檢定只能處理兩個平均數的比較；變異數分析(ANOVA)可處理兩個以上的平均數考驗，當達到顯著差異時，變異數分析(ANOVA)可以經由 Post Hoc

檢定，得知詳細差異為何。T 檢定則是由平均數高低即可得知差異，了解樣本在依變數上的平均高低是否會因自變項不同而有所差異。本研究以獨立樣本 T 檢定(性別、婚姻、到訪次數)和變異數分析(ANOVA) (年齡、職業、教育程度、居住地區、平均月收入)不同人口統計變數在遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖之整體平均數上是否有顯著差異，藉以檢定本研究所建立的假設是否成立。

3.5.5 Post Hoc 檢定

經變異數分析後，若達顯著水準，則須進一步以 Scheffe 進行事後比較，但由於此法是各種事後比較方法中最嚴格的方法，其事後比較較為保守，有時會發生整體考驗的 F 值達到顯著，但事後比較均不顯著情形，此時則改用以「實在顯著差異法」(honestly significant difference；HSD 法)作為事後比較方法，以便和整體考驗 F 值的顯著性相呼應。

3.5.6 相關分析(Correlate Analysis)

本研究以 Pearson 積差相關分析來確認遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數與構面的關聯性。

相關分析是檢定兩變數相關的方向與關係的程度，相關係數的特性為介於 +1 與 -1 之間，相關數值愈接近 +1 時，表示變數關聯性屬於正向相關；反之，則屬於負向相關。當數值等於 +1 時，稱為完全正相關。絕對值介於 0.70-0.99 之間為高度相關，0.40-0.69 之間為中度相關，0.10-0.39 之間為低度相關，0.10 以下為微弱或無關(邱皓政，2006)

3.5.7 迴歸分析(Regression)

本研究採迴歸分析探討變數的中介程度，藉以檢定本研究之假設是

否成立，即：休閒效益在遊憩環境屬性與行為意圖的中介效果；地方依附在遊憩環境屬性與行為意圖的中介效果。

Baron and Kenny (1986)指出檢驗中介效果主要有三個步驟：(1)自變數對中介變數影響的迴歸分析，但不包括依變數；(2)中介變數對依變數影響的迴歸分析；(3)自變數與中介變數同時對依變數影響的迴歸分析。

中介成立條件為：(1)自變數必定會影響中介變數、自變數也必定會影響依變數；(2)中介變數必定會影響依變數；(3)在中介變數影響依變數的情況會小於自變數影響依變數。(4)若自變數對依變數影響程度為 0，則為完全中介效果(Full Mediation)，若自變數對依變數影響程度為 0-1 之間，仍具有統計顯著性，則稱為具有部分中介效果(Partial Mediation)。

第四章 研究結果

本章乃針對研究回收之問卷做統計分析，包括人口統計變項之樣本結構分析、因素分析與效度分析、信度分析、描述性統計分析、Pearson 積差相關分析、T 檢定與變異數分析及中介效果等方法來分析資料。

4.1 樣本結構分析

本研究之樣本人口統計變數包含「性別」、「年齡」、「婚姻」、「教育程度」、「職業」、「居住地」、「騎乘伙伴」、「月收入」、「騎乘時間」及「騎乘次數」等十個項目，茲就所得的資料進行次數、百分比分析(如表 4.1)，並分敘說明如下。

- 一、 受訪者之男性自行車騎乘者(56.7%)比例高於女性自行車騎乘者(43.3%)。
- 二、 受訪者之年齡主要集中於 26-45 歲(67.8%)，其中 26-35 歲及 36-45 歲占一樣比例，是 33.9%。
- 三、 受訪者之婚姻狀況為已婚者(65.5%)的比例大於未婚者(34.5%)。
- 四、 受訪者之教育程度集中於大學專科(59.6%)，其次為高中(職)(24.1%)，國中(含)以下(4.4%)人數最少。
- 五、 受訪者之職業以服務業人員(24.6%)佔最多，其次為工業人員(21%)，若將服務業、工業、商業與軍公教四類別相加總，可得上班族占 77.9%。
- 六、 受訪者之居住地以中部地區(苗栗、彰化、台中)(39.4%)居多，其次為北部地區(台北、基隆、宜蘭、桃園、新竹)(28%)及南部地區(雲林、嘉義、台南、高雄、屏東)(27.2%)。

- 七、 受訪者之騎乘伙伴以家人、親戚(50.8%)比例最多，其次為朋友、同學(37.6%)。
- 八、 受訪者之月收入集中於 2-4 萬元(43.8%)，其次為 4-6 萬元(28.2%)，最少的是 2 萬元以下(3.9%)。
- 九、 受訪者之騎乘時間大多為 1-2 小時(49.7%)，其次為 2-3 小時(24.6%)。
- 十、 受訪者之到此騎乘次數以第 1 次(59.6%)的比例大於第 2 次(含)以上(40.4%)。但是第 2 次以上再次到此騎乘的比例亦達四成，可見日月潭自行車活動的再次騎乘意願相當高。

表 4.1 遊客基本資料統計表(N=386)

遊客基本資料		樣本數	比例 %	遊客基本資料		樣本數	比例 %
性別	男	219	56.7	近程(南投縣市)	10	2.6	
	女	167	43.3		中部(苗、彰、中)	152	39.4
婚姻	未婚	133	34.5	北部(北、基、宜、桃、竹)	108	28	
	已婚	253	65.5		東部(台東、花蓮)	1	0.3
年齡	16-25 歲	52	13.5	居住 地區	南部(雲、嘉、南、 高、屏)	105	27.2
	26-35 歲	131	33.9		離島(金、馬、澎)	0	0
	36-45 歲	131	33.9		國外	10	2.6
	46-55 歲	53	13.7		自己	25	6.5
	56 歲以上	19	4.9		騎乘 家人、親戚	196	50.8
教育 程度	國中(含)以下	17	4.4	伙伴	朋友、同學	145	37.6
	高中(職)	93	24.1		旅行團	20	5.2
	大學專科	230	59.6		無經常性收入	40	10.4
	研究所(含)以上	46	11.9		2 萬元以下	15	3.9
職業	無(學生、家管、退休...)	50	13	月收 入	2 萬-4 萬元	169	43.8
	軍公教	55	14.2		4 萬-6 萬元	109	28.2
	農林漁牧	6	1.6		6 萬-8 萬元	27	7
	服務業	95	24.6		8 萬元以上	26	6.7
	工	81	21		1 小時	58	15
	商	70	18.1		騎乘 1-2 小時	192	49.7
騎乘 次數	第 1 次	230	59.6	時間	2-3 小時	95	24.6
	第 2 次以上	156	40.4		3 小時以上	41	10.6

有效樣本數：386

資料來源：本研究整理

4.2 因素分析與效度分析

本研究採用內容效度(Content Validity)與建構效度(Construct Validity)來檢驗問卷的效度。

內容效度主要反映測量工具本身內容範圍廣度的適切性，本研究之問卷題項內容係參考國內外學者使用多次之研究量表，經相關文獻探討後適當修改而成，因此具有相當之理論基礎。且在問卷設計過程中，經

多次修訂及預試後才定稿，因此，本研究所使用之問卷內容應具有相當之內容效度。

建構效度係指測量工具能測得一個抽象概念或特質的程度。本研究各量表分別以主成分分析法進行因素分析，在進行因素分析之前，先進行 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 取樣適當性以及巴氏球形檢定 (Bartlett Test of Sphericity)，以確定資料的分析效果及是否適合進行因素分析。若 KMO 值大於 0.7 以上，表示問卷資料適合作因素分析。Bartlett 球形檢定值如果達到 0.05 的顯著水準，則表示量表各題項的相關矩陣有共同因素存在，檢定各題項所組成的相關矩陣，之後採用 Kaiser (1960) 建議選取構面因素特徵值須大於 1，且以最大變異數法做直交轉軸後，各題項因素負荷量大於 0.4 以上的主成分，依各因素構面內各題項的共通性予以適當命名。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性，故本研究量表適合進行因素分析，如表 4.2 所示。

表 4.2 KMO 係數與 Bartlett 球形檢定值

量表種類	KMO 值	Bartlett 球形檢定值
遊憩環境屬性	0.923	0.000
休閒效益	0.915	0.000
地方依附	0.870	0.000
行為意圖	0.765	0.000

資料來源：本研究整理

本研究因素分析與效度分析結果，整理如表 4.3, 4.4, 4.5, 4.6 所示，數據顯示各題項的因素負荷量皆大於 0.4，各構面的因素特徵值皆在 1 以上，解釋變異量也皆大於 60%，顯示本研究問卷除具備內容效度外，同時亦具有良好的建構效度。

4.2.1 遊憩環境屬性因素分析

本量表經由因素分析之主成份分析，25 個衡量題項萃取出五個因素

構面，累積解釋變異量達 61.237%。其中 1, 2, 3, 13 屬於第一因素，命名為「週遭景觀」，共 4 題；第 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 屬於第二因素，命名為「車道形式」，共 9 題；第 14, 15, 16, 17 屬於第三因素，命名為「休憩設施」，共 4 題；第 18, 19, 20, 21, 22 屬於第四因素，命名為「服務設施」，共 5 題；第 23, 24, 25 屬於第五因素，命名為「人文資源」，共 3 題。如表 4.3 所示。

表 4.3 遊憩環境屬性的因素分析表

因素構面	衡量題項	因素負荷量	特徵值	累積解釋變異量(%)
週遭景觀	1.擁有豐富的生態資源(蛙類、魚類、鳥類…)	0.746	9.661	61.237
	13.擁有多樣化的挑戰地形	0.716		
	3.自行車道串聯不同景點，豐富的遊憩體驗	0.706		
	2.自行車道擁有優美的自然景觀(山景、湖景…)	0.632		
車道形式	5.自行車道騎乘彎度適宜	0.733	1.806	
	6.自行車道騎乘坡度適宜	0.733		
	8.自行車道護欄設施完善，數量及位置恰當	0.710		
	4.自行車道騎乘寬度適宜	0.666		
	7.自行車道騎乘鋪面平整	0.663		
	11.自行車道沿線指示標誌明確、位置恰當	0.647		
	9.自行車道路線規劃設計之整體性完善	0.644		
	10.自行車道整體環境設施與週邊景觀和諧	0.493		
休憩設施	12.自行車道的遮蔭充足	0.439	1.484	
	14.自行車道週遭環境清潔	0.758		
	16.自行車道設施維護完善	0.663		
	15.沿途的自行車停放架充足	0.641		
服務設施	17.沿途休憩空間足夠(涼亭、觀景平臺、座椅…)	0.505	1.241	
	21.餐飲、零售業服務親切，價格合理	0.777		
	20.自行車出租車輛價格合理、種類齊全	0.776		
	19.自行車租車業者服務親切、保障完整	0.657		
	22.遊客中心提供多功能服務(旅遊諮詢、休憩…)	0.536		
人文資源	18.導覽解說牌及地圖的呈現明確、位置恰當	0.484	1.118	
	24.地方特色的推廣(邵族文化、紅茶…)	0.811		
	23.歷史古蹟的保存	0.793		
	25.文化展覽的舉辦	0.764		

資料來源：本研究整理

4.2.2 休閒效益因素分析

本量表經由因素分析之主成份分析，12 個衡量題項萃取出 3 個因素構面，累積解釋變異量達 60.503%。其中 1, 3, 6, 8 屬於第一因素，命名為「生理效益」，共 4 題；第 2, 7, 9, 10 屬於第二因素，命名為「心理效益」，共 4 題；第 4, 5, 11, 12 屬於第三因素，命名為「社交效益」，共 4 題。如表 4.4 所示。

表 4.4 休閒效益的因素分析表

因素構面	衡量題項	因素負荷量	特徵值	累積解釋變異量(%)
生理效益	3. 我覺得騎自行車能恢復活力、靈活筋骨。	0.906	3.044	60.503
	1. 我覺得騎自行車能保持健康、鍛鍊體力。	0.875		
	6. 我覺得騎自行車能改善睡眠的品質。	0.866		
	8. 我覺得騎自行車能改善或控制疾病。	0.841		
心理效益	9. 我覺得騎自行車讓我有自信心和成就感。	0.898	3.107	
	7. 我覺得騎自行車能發洩情緒、調適心情。	0.882		
	10. 我覺得騎自行車能消除緊張、舒解壓力。	0.878		
	2. 我覺得騎自行車能自我滿足、實踐心中的理想。	0.868		
社交效益	11. 我覺得騎自行車能促進朋友間的和諧關係。	0.915	2.862	
	5. 我覺得騎自行車讓我心情愉快、增加生活樂趣。	0.846		
	12. 我覺得騎自行車能促進親人間的感情。	0.830		
	4. 我覺得騎自行車能與他人互動、結交新朋友。	0.788		

資料來源：本研究整理

4.2.3 地方依附因素分析

本量表經由因素分析之主成份分析，8 個衡量題項萃取出 2 個因素構面，累積解釋變異量達 72.859%。其中第 1, 2, 3, 4, 5 屬於第一因素，命名為「地方依賴」，共 5 題；第 6, 7, 8 屬於第二因素，命名為「地方認同」，共 3 題，如表 4.5 所示。

表 4.5 地方依附的因素分析表

因素構面	衡量題項	因素負荷量	特徵值	累積解釋變異量(%)
地方依賴	2. 和其他自行車道路線比起來，在這裡騎自行車讓我得到更多滿足。	0.844	3.265	72.859
	1. 我願意多花一點時間在這裡騎自行車。	0.841		
	5. 這裡的環境氣氛是別的自行車道無法替代的。	0.808		
	4. 在這裡騎自行車，比到其他地方騎自行車重要。	0.688		
	3. 和其他自行車路線比起來，我比較喜歡在這裡騎自行車。	0.654		
地方認同	7. 我對這裡有很深厚的情感。	0.891	2.564	
	6. 我對這裡有很深入的瞭解。	0.881		
	8. 我對這裡有強烈的認同感。	0.790		

資料來源：本研究整理

4.2.4 行為意圖因素分析

本量表經由因素分析之主成份分析，3 個衡量題項萃取出 1 個因素構面，累積解釋變異量達 97.306%，如表 4.6 所示。

表 4.6 行為意圖的因素分析表

因素構面	衡量題項	因素負荷量	特徵值	累積解釋變異量(%)
行為意圖	3. 未來我仍願意前往這裡騎自行車。	0.929	2.619	97.306
	2. 我會推薦親朋好友到這裡騎自行車。	0.936		
	1. 我會和他人分享這裡的騎自行車經驗。	0.938		

資料來源：本研究整理

4.3 信度分析

本研究日月潭自行車道之遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附及行為意圖四個變數之構面，信度檢測結果整理如表 4.7 所示。

其中遊憩環境屬性變數之 Cronbach's α 值為 0.993，休閒效益變數之 Cronbach's α 值為 0.940，地方依附變數之 Cronbach's α 值為 0.900，行為意圖變數之 Cronbach's α 值為 0.927。依據 Guilford (1965) 提出

Conbanch's α 係數的信度判定準則，當 α 大於 0.7 時，即代表高信度。由此可知，各變數的 Conbanch's α 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 4.7 各量表之 Conbanch's α 信度分析

變數	構面	題項	信度	總信度
遊憩環境屬性	週遭景觀	1, 13, 3, 2	0.761	0.993
	車道形式	5, 6, 8, 4, 7, 11, 9, 10, 12	0.884	
	休憩設施	14, 16, 15, 17	0.805	
	服務設施	21, 20, 19, 22, 18	0.829	
	人文資源	24, 23, 25	0.851	
休閒效益	生理效益	3, 1, 6, 8	0.894	0.940
	心理效益	9, 7, 10, 2	0.904	
	社交效益	11, 5, 12, 4	0.865	
地方依附	地方依附	2, 1, 5, 4, 3	0.871	0.900
	地方認同	7, 6, 8	0.893	
行為意圖		1, 2, 3	0.927	0.927

資料來源：本研究整理

4.4 描述性統計分析

本節針對各構面題項的得分情形，計算其平均數及標準差，並未作平均數差異檢定，表中題項或構面排序僅依平均數的點估計值排序，未作區間估計或差異檢定，因此只是初步反應一個概況，並無法證明各構面或題項分數有差異。

4.4.1 遊憩環境屬性描述性統計分析

由表 4.8 之描述性統計分析得之，參與自行車道騎乘活動之遊客在遊憩環境屬性變項上，構面平均數計算結果由高至低依序為「週遭景觀」(平均數=4.1375)、「休憩設施」(平均數=3.7700)、「車道形式」(平均數=3.7622)、「人文資源」(平均數=3.7500)、「服務設施」(平均數=3.5680)。

表 4.8 遊憩環境屬性描述性統計表

衡量構面	衡量題項	平均數	標準差	構面平均
週遭景觀	2.擁有優美的自然景觀(山景、湖景…)	4.46	0.648	4.1375
	3.車道網路串聯不同景點，豐富的遊憩體驗	4.07	0.745	
	13.擁有多樣化的挑戰地形	4.03	0.706	
	1.擁有豐富的生態資源(蛙類、魚類、鳥類…)	3.99	0.798	
車道形式	11.車道整體環境設施與週邊景觀和諧	3.87	0.780	3.7622
	7.車道騎乘鋪面平整	3.85	0.824	
	9.車道路線規劃設計之整體性完善	3.82	0.783	
	6.車道騎乘坡度適宜	3.81	0.790	
	5.車道騎乘彎度適宜	3.78	0.737	
	10.車道沿線的交通與指示標誌明確、位置恰當	3.74	0.834	
	8.車道護欄設施完善，數量及位置恰當	3.71	0.850	
	12.車道的遮蔭充足	3.70	0.824	
休憩設施	4.車道騎乘寬度適宜	3.58	0.877	3.7700
	14.車道週遭環境清潔	3.88	0.751	
	17.沿途休憩空間足夠(涼亭、觀景平臺、座椅…)	3.86	0.718	
	16.車道設施維護完善	3.81	0.705	
服務設施	15.沿途的自行車停放架充足	3.53	0.793	3.5680
	22.遊客中心提供多功能服務(旅遊諮詢、簡報…)	3.78	0.746	
	18.導覽解說牌及地圖的呈現明確、位置恰當	3.70	0.789	
	19.租車業者服務親切、保障完整	3.64	0.760	
	20.出租車輛價格合理、種類齊全	3.41	0.837	
人文資源	21.餐飲、零售業服務親切，價格合理	3.31	0.778	3.7500
	24.地方特色的推廣(邵族文化、紅茶…)	3.80	0.718	
	23.歷史古蹟的保存	3.74	0.718	
	25.文化展覽的舉辦	3.71	0.733	

資料來源：本研究整理

在「週遭景觀」的構面中，以「2.擁有優美的自然景觀(山景、湖景……)」的平均數(4.46)最高，也就是遊客在參與自行車遊憩的過程中，日月潭的優美自然景觀擁有豐富的視覺饗宴，最讓人滿意。

在「車道形式」的構面中，以「11.車道整體環境設施與週邊景觀和諧」的平均數(3.87)最高，也就是在參與過程中，自行車道遊客可以體驗車道與整體環境的和諧，如視覺之穿透性及視野之舒適度。

在「休憩設施」的構面中，以「14.車道週遭環境清潔」的平均數(3.88)最高，也就是在參與過程中，自行車道遊客可以體驗車道是清潔的、湖水是清澈的。

在「服務設施」的構面中，以「22.遊客中心提供多功能服務（旅遊諮詢、簡報……）」的平均數(3.78)最高，也就是在參與過程中，自行車道遊客可以體驗車道上的水社及向山遊客中心所提供的旅遊服務。

在「人文資源」的構面中，以「24.地方特色的推廣(邵族文化、紅茶……)」的平均數(3.80)最高，也就是在參與過程中，自行車道遊客可以體驗當地特色文化，如日月潭紅茶及邵族文化。

表 4.8 遊憩環境屬性的各衡量題項之平均數介於 3.31-4.46 之間(普通至非常滿意)，平均數大於 3，顯示自行車道遊客在遊憩環境屬性的體驗方面均趨於正向；標準差皆小於 1，顯示自行車道遊客對於問項的認同度相當一致。

4.4.2 休閒效益描述性統計分析

由表 4.9 之描述性統計分析得之，參與自行車道騎乘活動之遊客在休閒效益變數上，構面平均數計算結果由高至低依序為「社交效益」(平均數=4.3050)、「生理效益」(平均數=4.2525)、「心理效益」(平均數=4.1575)。

在「生理效益」的構面中，以「1.我覺得騎自行車能保持健康、鍛鍊體力」的平均數(4.35)最高，也就是遊客在參與日月潭自行車遊憩的過程中，體驗自行車活動所帶來的身體健康。在「心理效益」的構面中，以「7.我覺得騎自行車能發洩情緒、調適心情」的平均數(4.25)最高，也就是遊客在參與日月潭自行車遊憩的過程中，能抒發平日的生活壓力。在

「社交效益」的構面中，以「9.我覺得騎自行車讓我心情愉快、增加生活樂趣」的平均數(4.35)最高，也就是遊客在參與日月潭自行車遊憩的過程中，能獲得心情愉快和生活樂趣等休閒效益。

表 4.9 各衡量題項之平均數介於 4.04-4.35(滿意至非常滿意)之間，平均數均大於 4，顯示自行車道遊客在自行車活動的休閒效益方面，傾向同意整體自行車道的遊憩環境所帶來的休閒效益；標準差皆小於 1，顯示自行車道遊客對於問項的認同度相當一致。

表 4.9 休閒效益描述性統計表

衡量構面	衡量題項	平均數	標準差	構面平均
生理效益	1.我覺得騎自行車能保持健康、鍛鍊體力	4.35	0.615	4.2525
	3.我覺得騎自行車能恢復活力、靈活筋骨	4.33	0.620	
	6.我覺得騎自行車能改善睡眠的品質	4.19	0.654	
	8.我覺得騎自行車能改善或控制疾病	4.14	0.667	
心理效益	7.我覺得騎自行車能發洩情緒、調適心情	4.25	0.662	4.1575
	10.我覺得騎自行車能消除緊張、舒解壓力	4.24	0.662	
	9.我覺得騎自行車讓我有自信心和成就感	4.10	0.719	
	2.我覺得騎自行車能自我滿足、實踐心中的理想	4.04	0.699	
社交效益	5.我覺得騎自行車讓我心情愉快、增加生活樂趣	4.35	0.629	4.3050
	11.我覺得騎自行車能促進朋友間的和諧關係	4.34	0.622	
	12.我覺得騎自行車能促進親人間的感情	4.30	0.685	
	4.我覺得騎自行車能與他人互動、結交新朋友	4.23	0.654	

資料來源：本研究整理

4.4.3 地方依附描述性統計分析

由表 4.10 之描述性統計分析得之，參與自行車道騎乘活動之遊客在地方依附衡量變數上，構面以「地方依賴」(平均數=3.9135)得分為最高、其次為「地方認同」(平均數=3.5751)。

在「地方依賴」的構面中，以「1.我願意多花一點時間在這裡騎自行車」的平均數(4.02)最高，也就是遊客在體驗自行車道的遊憩環境所帶來

的各種休閒效益之後，對此地方依賴而願意多花一點時間更深入瞭解此地。在「地方認同」的構面中，以「8.我對這裡有強烈的認同感」的平均數(3.66)最高，也就是遊客對日月潭自行車道的遊憩環境有了依賴感之後，進而對此產生強烈的認同感。

表 4.10 看出，地方依附各衡量題項之平均數介於 3.53-4.02(普通至同意)之間，平均數均大於 3，顯示遊客對此車道環境的地方依附同意度均趨於正向；但是地方認同 3 題問項的平均得分並不高，可見日月潭自行車道要讓遊客引發情感上的地方連結，仍有些微的差距。

表 4.10 地方依附描述性統計表

衡量構面	衡量題項	平均數	標準差	構面平均
地方 依賴	1.我願意多花一點時間在這裡騎自行車	4.02	0.789	3.9135
	3.和其他單車路線相比，我較喜歡在這裡騎自行車	3.99	0.719	
	5.這裡的環境氣氛是別的自行車道無法替代的	3.97	0.792	
	2.和其他自行車路線相比，在這裡騎自行車讓我得到更多滿足	3.93	0.707	
	4.在這裡騎自行車，比到其他地方騎自行車重要	3.65	0.758	
地方 認同	8.我對這裡有強烈的認同感	3.66	0.797	3.5751
	7.我對這裡有很深厚的情感	3.54	0.776	
	6.我對這裡有很深入的瞭解	3.53	0.749	

資料來源：本研究整理

4.4.4 行為意圖描述性統計分析

表 4.11 行為意圖描述性統計表

衡量構面	衡量題項	平均數	標準差	構面平均
行為 意圖	3.未來我仍願意前往這裡騎自行車	4.28	0.657	4.2608
	2.我會推薦親朋好友到這裡騎自行車	4.26	0.657	
	1.我會和他人分享這裡的騎自行車經驗	4.24	0.642	

資料來源：本研究整理

由表 4.11 之描述性統計分析得之，參與自行車道騎乘活動之遊客在行為意圖變數上，整體平均得分達 4.2608，顯示遊客在行為意圖介於同

意至非常同意之間，其中以「3.未來我仍願意前往這裡騎自行車」的平均數最高，也就是遊客在參與日月潭自行車遊憩之後的體驗感受，都有極高的意願在未來的旅遊裡再度造訪日月潭自行車道，這是相當難能可貴也必須努力經營的資源。

4.5 變異數分析與 T 檢定

本節以 T 檢定、單因子變異數分析分別探討人口統計變項(性別、年齡、婚姻、教育程度、職業、居住地、騎乘伙伴、月收入、騎乘時間及騎乘次數等)與日月潭自行車道之遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附及行為意圖等變數之關係，衡量是否有顯著性差異。

4.5.1 性別

表 4.12 性別之 T 檢定

變數	構面	男性			女性			T 值	p 值
		個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差		
遊憩環境屬性		219	3.7790	0.4773	167	3.7880	0.4784	-0.184	0.854
遊憩環境屬性	週遭景觀	219	4.1210	0.5724	167	4.1572	0.5310	-0.635	0.526
	車道形式	219	3.7524	0.5975	167	3.77.8	0.5685	-0.356	0.722
	休憩設施	219	3.7523	0.5880	167	3.7904	0.5932	-0.629	0.530
	服務設施	219	3.5790	0.5840	167	3.5557	0.6292	0.376	0.707
	人文資源	219	3.7717	0.6080	167	3.7226	0.6733	0.751	0.453
休閒效益		219	4.2371	0.5139	167	4.2435	0.5065	-0.123	0.902
休閒效益	生理效益	219	4.2340	0.5679	167	4.2780	0.5429	-0.776	0.438
	心理效益	219	4.1804	0.6062	167	4.1320	0.6023	0.783	0.434
	社交效益	219	4.2968	0.5443	167	4.3200	0.5508	-0.419	0.675
地方依附		219	3.7888	0.5878	167	3.7874	0.5820	0.085	0.932
地方依附	地方依賴	219	3.8913	0.6086	167	3.9425	0.6186	-0.813	0.417
	地方認同	219	3.6180	0.7043	167	3.5190	0.6996	1.372	0.171
行為意圖		219	4.2451	0.6177	167	4.2814	0.5989	-0.581	0.562

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理

本研究的假設 H_{1-1} ：「不同性別對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數有顯著差異。」以 T 檢定分析。

表 4.12 顯示：車道騎乘者不同性別對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數皆無顯著差異，表示男性和女性的看法趨向一致，因此假設 H_{1-1} 不成立。

4.5.2 年齡

表 4.13 年齡之變異數分析(ANOVA)

變數	構面	年齡					F 值	p 值	Scheffe
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)56 歲			
		16-25 歲 N=52	26-35 歲 N=131	36-45 歲 N=131	46-55 歲 N=53	以上 N=19			
遊憩環境屬性		3.8008	3.6995	3.8144	3.8536	3.8947	1.724	0.144	
遊憩環境屬性	週遭景觀	3.9663	4.0573	4.2099	4.3019	4.1842	3.789	0.005*	4>1
	車道形式	3.7415	3.6548	3.8202	3.8281	3.9649	2.212	0.067	
	休憩設施	3.8702	3.6927	3.7939	3.7689	3.8421	1.062	0.375	
	服務設施	3.7077	3.4901	3.5313	3.6717	3.7053	2.023	0.091	
	人文資源	3.8205	3.7150	3.7684	3.7484	3.6842	0.334	0.855	
休閒效益		4.2276	4.1355	4.2767	4.3601	4.4035	2.827	0.025*	
休閒效益	生理效益	4.2260	4.1775	4.2882	4.3349	4.3816	1.307	0.267	
	心理效益	4.1779	4.0248	4.2004	4.3160	4.3158	3.060	0.017*	
	社交效益	4.2788	4.2042	4.3416	4.4292	4.5131	2.711	0.030*	
地方依附		3.6611	3.6555	3.8616	3.9363	4.0987	5.229	0.000***	5>2
地方依附	地方依賴	3.8192	3.7740	3.9939	4.0302	4.2526	4.677	0.001**	5>2
	地方認同	3.3974	3.4580	3.6412	3.7799	3.8421	3.955	0.004**	
行為意圖		4.2372	4.1654	3.028	4.3962	4.3158	1.684	0.153	

註：*表示 $p<0.05$ ，**表示 $p<0.01$ ，***表示 $p<0.001$ 。

資料來源：本研究整理

本研究的假設 H_{1-2} ：「不同年齡對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數有顯著差異。」以單因子變異數分析。

表 4.13 顯示：車道騎乘者不同年齡在遊憩環境屬性量表中的「周遭

景觀」、休閒效益及量表中「心理效益」、「社交效益」、地方依附量表產生顯著性差異，而在遊憩環境屬性量表中的「車道形式」、「休憩設施」、「服務設施」、「人文資源」、休閒效益量表中「生理效益」與行為意圖量表則無明顯差異。本研究針對遊憩環境屬性、休閒效益與地方依附量表進行 Scheffe 事後檢定得知，年齡 46-55 歲比 16-25 歲在遊憩環境屬性量表中的「周遭景觀」平均得分要來的高。因此假設 H₁₋₂ 實證結果部分成立。

4.5.3 婚姻

表 4.14 婚姻之 T 檢定

變數	構面	未婚			已婚			T 值	p 值
		個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差		
遊憩環境屬性		133	3.7194	0.4763	253	3.8163	0.4752	-1.902	0.058
遊憩環境屬性	週遭景觀	133	4.0207	0.5582	253	4.1976	0.5437	-3.011	0.003**
	車道形式	133	3.6583	0.5662	253	3.8160	0.5877	-2.536	0.012*
	休憩設施	133	3.7519	0.6189	253	3.7777	0.5750	-0.408	0.684
	服務設施	133	3.5564	0.6534	253	3.5755	0.5764	-0.295	0.768
	人文資源	133	3.7293	0.6463	253	3.7615	0.6326	-0.472	0.637
休閒效益		133	4.1642	0.4979	253	4.2796	0.5128	-2.124	0.034*
休閒效益	生理效益	133	4.1729	0.5489	253	4.2955	0.5576	-2.063	0.040*
	心理效益	133	4.0921	0.6026	253	4.1947	0.6033	-1.588	0.113
	社交效益	133	4.2274	0.5543	253	4.3488	0.5388	-2.082	0.038*
地方依附		133	3.6203	0.5415	253	3.8740	0.5884	-4.136	0.000***
地方依附	地方依賴	133	3.7579	0.5795	253	3.9953	0.6149	-3.676	0.000***
	地方認同	133	3.3910	0.6610	253	3.6719	0.7065	-3.795	0.000***
行為意圖		133	4.2130	0.5865	253	4.2859	0.6204	-1.117	0.265

註：*表示 p<0.05，**表示 p<0.01，***表示 p<0.001。

資料來源：本研究整理

本研究的假設 H₁₋₃：「不同婚姻狀況對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數有顯著差異。」以 T 檢定分析，結果如表 4.14。

已婚的遊客比未婚的遊客在遊憩環境屬性量表中的「周遭景觀」、「車道形式」、休閒效益及量表中的「生理效益」、「社交效益」與地方依附量表產生顯著性差異，且平均得分皆顯著較高。而在遊憩環境屬性量表中的「休憩設施」、「服務設施」、「人文資源」、休閒效益量表中的「心理效益」與行為意圖量表則無明顯差異。因此本研究假設 H₁₋₃ 實證結果部分成立。

4.5.4 教育程度

表 4.15 教育程度之變異數分析(ANOVA)

變數	構面	教育程度				F 值	p 值	Scheffe
		(1)	(2)	(3)	(4)			
		國中 以下 N=17	高中 (職) N=93	大學 專科 N=230	研究所 以上 N=46			
遊憩環境屬性		4.0988	3.6804	3.7887	3.8443	4.285	0.005**	1>2
遊憩 環境 屬性	週遭景觀	4.2500	4.0188	4.1707	4.1630	1.975	0.117	
	車道形式	4.0588	3.6129	3.7720	3.9010	4.486	0.004**	1>2
	休憩設施	4.1618	3.6505	3.7804	3.8043	3.935	0.009**	1>2 ; 1>3
	服務設施	4.0706	3.4903	3.5548	3.6130	4.701	0.003**	
	人文資源	3.9804	3.7885	3.7304	3.6884	1.072	0.361	
休閒效益		4.5000	4.2151	4.2373	4.2065	1.623	0.184	
休閒 效益	生理效益	4.5000	4.1935	4.2674	4.2120	1.610	0.187	
	心理效益	4.4853	4.1344	4.1446	4.1630	1.758	0.155	
	社交效益	4.5147	4.3172	4.3000	4.2446	1.042	0.374	
地方依附		3.9265	3.7083	3.8005	3.8234	0.984	0.400	
地方 依附	地方依賴	4.1412	3.7871	3.9278	4.0130	2.580	0.053	
	地方認同	3.5686	3.5771	3.5884	3.5072	0.170	0.917	
行為意圖		4.4706	4.0645	4.3072	4.3478	4.787	0.003**	3>2

註：*表示 p<0.05，**表示 p<0.01，***表示 p<0.001。

資料來源：本研究整理

本研究的假設 H₁₋₄：「不同教育程度對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數有顯著差異」，以單因子變異數分析。

研究結果如表 4.15 顯示：不同教育程度之車道遊客只在遊憩環境屬性

及量表中的「車道形式」、「休憩設施」、「服務設施」與行為意圖量表產生顯著性差異，而在遊憩環境屬性量表中的「周遭景觀」、「人文資源」、休閒效益量表與地方依附量表則無明顯差異。針對遊憩環境屬性與行為意圖量表進行 Scheffe 事後檢定得知，教育程度國中以下比高中(職)在遊憩環境屬性量表以及量表中的「車道形式」、「休憩設施」及「服務設施」平均得分要來的高。因此假設 H_{1.4} 實證結果部分成立。

4.5.5 職業

表 4.16 職業之變異數分析(ANOVA)

變數	構面	職業							F 值	p 值	HSD 法
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)			
		無 N=50	軍公教 N=55	農林漁牧 N=6	服務業 N=95	工 N=81	商 N=70	其它 N=29			
遊憩環境屬性		3.8192	3.7142	3.3467	3.7453	3.8598	3.7474	3.9352	2.115	0.051	
遊憩 環境 屬性	週遭景觀	4.0400	4.1273	3.9167	4.0842	4.2191	4.1714	4.2241	1.020	0.412	
	車道形式	3.7933	3.7212	3.2407	3.7287	3.8217	3.7222	3.9272	1.508	0.174	
	休憩設施	3.8200	3.7045	3.1250	3.6947	3.8488	3.7714	3.9483	2.358	0.030*	7>3
	服務設施	3.7080	3.4291	3.2667	3.5326	3.6519	3.5000	3.7103	1.945	0.073	
	人文資源	3.7867	3.6303	3.3333	3.7649	3.8560	3.6381	3.9310	1.942	0.073	
休閒效益		4.3350	4.1924	3.8056	4.1711	4.2922	4.2619	4.2816	1.593	0.148	
休閒 效益	生理效益	4.2950	4.1636	3.5833	4.1816	4.3333	4.3321	4.3103	2.622	0.017*	1>3 ; 5>3 6>3
	心理效益	4.3150	4.1909	3.8750	4.0895	4.1512	4.1464	4.1724	1.021	0.411	
	社交效益	4.3950	4.2227	3.9583	4.2421	4.3920	4.3071	4.3621	1.450	0.195	
地方依附		3.8225	3.7909	3.5625	3.6487	3.8873	3.8196	3.8534	1.576	0.153	
地方 依附	地方依賴	3.9760	3.9200	3.6667	3.7558	4.0074	3.9600	3.9862	1.773	0.103	
	地方認同	3.5667	3.5758	3.3889	3.4702	3.6872	3.5857	3.6322	0.799	0.571	
行為意圖		4.2467	4.2970	4.1111	4.1684	4.2922	4.2762	4.4253	0.855	0.528	

註：*表示 p<0.05，**表示 p<0.01，***表示 p<0.001。

資料來源：本研究整理

本研究的假設 H_{1.5}：「不同職業對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數有顯著差異」，以單因子變異數分析，結果如表 4.16。

不同職業之車道遊客在遊憩環境屬性量表中的「休憩設施」與休閒效益量表中的「生理效益」產生顯著性差異，而在遊憩環境屬性及量表中的「周遭景觀」、「車道形式」、「服務設施」、「人文資源」、休閒效益及量表中的「心理效益」、「社交效益」、地方依附量表與行為意圖量表則無明顯差異。針對遊憩環境屬性以整體考驗時 F 值達到顯著水準，但是以 Scheffe 法進行事後比較卻未達顯著水準，改以「實在顯著差異法」(Honestly Significant Difference；HSD 法)作為事後比較方法，得知其它職業比農林漁牧職業在遊憩環境屬性量表中的「休憩設施」的平均得分高，且工商及無職業者比農林漁牧職業在休閒效益量表中的「生理效益」的平均得分高。因此假設 $H_{1.5}$ 實證結果部分成立。

4.5.6 居住地

本研究的假設 $H_{1.6}$ ：「不同居住地對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數有顯著差異。」以單因子變異數分析，結果如表 4.17。

因為居住地為東部的樣本數僅只 1 件，無法進行變異數分析，故在進行本項分析時，予以刪除。自行車道遊客會因居住地的不同，在遊憩環境屬性量表中的「服務設施」與休閒效益量表中的「生理效益」產生顯著性差異，而在遊憩環境屬性量表中的「周遭景觀」、「車道形式」、「休憩設施」、「人文資源」、休閒效益及量表中的「心理效益」、「社交效益」、地方依附量表與行為意圖量表則無明顯差異。因此假設 $H_{1.6}$ 實證結果部分成立。

表 4.17 居住地之變異數分析(ANOVA)

變數	構面	居住地					F 值	p 值	HSD 法
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
		近程 N=10	中部 N=152	北部 N=108	南部 N=105	國外 N=10			
遊憩環境屬性		3.7480	3.7545	3.8481	3.7425	4.0680	1.760	0.136	
遊憩 環境 屬性	週遭景觀	4.1500	4.1760	4.1968	4.0500	3.9750	1.401	0.233	
	車道形式	3.7667	3.6981	3.8642	3.7259	4.1000	2.258	0.062	
	休憩設施	3.5500	3.7484	3.8287	3.7262	4.1750	2.015	0.092	
	服務設施	3.5600	3.5158	3.6481	3.5181	4.1000	2.938	0.021*	5>2 ; 5>4
	人文資源	3.7333	3.7675	3.6944	3.7778	3.9000	0.421	0.793	
休閒效益		4.0333	4.2966	4.2593	4.1492	4.3834	1.966	0.099	
休閒 效益	生理效益	3.8750	4.3059	4.3125	4.1405	4.3636	3.046	0.017*	
	心理效益	3.9750	4.2171	4.1736	4.0857	4.0909	1.020	0.397	
	社交效益	4.2500	4.3668	4.2917	4.2214	4.5000	1.497	0.202	
地方依附		4.1750	3.7541	3.8287	3.7440	3.9625	1.742	0.140	
地方 依附	地方依賴	4.2000	3.8803	3.9907	3.8362	4.2000	2.081	0.083	
	地方認同	4.1333	3.5439	3.5586	3.5905	3.5667	1.689	0.152	
行為意圖		4.4667	4.2500	4.3519	4.1778	4.3333	1.471	0.210	

註：*表示 $p<0.05$ ，**表示 $p<0.01$ ，***表示 $p<0.001$ 。

資料來源：本研究整理

4.5.7 騎乘伙伴

本研究的假設 $H_{1.7}$ ：「不同騎乘伙伴對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數有顯著差異。」以單因子變異數分析，結果如表 4.18。

自行車道遊客會因騎乘伙伴的不同，在遊憩環境屬性及量表中的「週遭景觀」、「車道形式」、「休憩設施」、「服務設施」、休閒效益量表和地方依附及附量表中的「地方依賴」與行為意圖量表產生顯著性差異，而在遊憩環境屬性量表中的「人文資源」、地方依附量表中的「地方認同」則無明顯差異。因此假設 $H_{1.7}$ 實證結果部分成立。

表 4.18 騎乘伙伴之變異數分析(ANOVA)

變數	構面	騎乘夥伴				F 值	p 值	Scheffe
		(1) 自己	(2) 家人、 親戚	(3) 朋友、 同學	(4) 旅行團			
		N=25	N=196	N=145	N=20			
遊憩環境屬性		3.5312	3.8780	3.7073	3.7140	6.532	0.000***	2>1 ; 2>3
遊憩 環境 屬性	週遭景觀	3.7300	4.2105	4.1000	4.1875	6.145	0.000***	2>1 ; 3>1
	車道形式	3.4844	3.8736	3.6713	3.6667	5.812	0.001**	2>1 ; 2>3
	休憩設施	3.3800	3.8699	3.7155	3.6500	6.470	0.000***	2>1
	服務設施	3.5040	3.6735	3.4441	3.5300	4.260	0.006**	2>3
	人文資源	3.6533	3.7993	3.7195	3.6167	0.987	0.399	
休閒效益		3.8933	4.3087	4.2167	4.1667	5.456	0.001**	2>1 ; 3>1
休閒 效益	生理效益	3.7200	4.3418	4.2293	4.2250	10.061	0.000***	2>1 ; 3>1 ; 4>1
	心理效益	3.8500	4.2105	4.1483	4.1250	2.725	0.044*	2>1
	社交效益	4.1100	4.3737	4.2724	4.1500	2.840	0.038*	
地方依附		3.5350	3.9050	3.6836	3.6875	6.152	0.000***	2>1 ; 2>3
地方 依附	地方依賴	3.5680	4.0480	3.7959	3.8800	8.014	0.000***	2>1 ; 2>3
	地方認同	3.4800	3.6667	3.4965	3.3667	2.478	0.061	
行為意圖		3.8933	4.3963	4.1724	4.0333	8.703	0.000***	2>1 ; 2>3

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理

4.5.8 月收入

本研究的假設 H_{1-8} ：「不同月收入對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數有顯著差異。」以單因子變異數分析，結果如表 4.19。

自行車道遊客會因月收入的不同，在休閒效益及量表中的「心理效益」和地方依附量表中的「地方依賴」產生顯著性差異，而在遊憩環境屬性量表、休閒效益及量表中的「生理效益」、「社交效益」、地方依附及量表中的「地方認同」與行為意圖量表則無明顯差異。因此假設 H_{1-8} 實證結果部分成立。由分析中得知，月收入 8 萬元以上的遊客比 2-4 萬元的遊客對車道的「地方依賴」平均得分高，顯示高收入者更嚮往日月潭的山水

自然景致、悠閒的單車遊憩方式與體驗，對地方依賴程度較高。

表4. 19月收入之變異數分析(ANOVA)

變數	構面	月收入						F 值	p 值	HSD 法
		(1) 無經常 性收入	(2) 2 萬以下	(3) 2-4 萬	(4) 4-6 萬	(5) 6-8 萬	(6) 8 萬以上			
		N=40	N=15	N=169	N=109	N=27	N=26			
遊憩環境屬性		3.8850	3.7653	3.7427	3.7864	3.7585	3.9077	0.981	0.429	
遊憩 環境 屬性	週遭景觀	4.0625	4.1000	4.1183	4.1858	4.1019	4.2212	0.503	0.774	
	車道形式	3.8611	3.6074	3.7087	3.7778	3.8601	3.8718	1.073	0.375	
	休憩設施	3.9125	3.7833	3.7278	3.7615	3.6944	3.9135	1.043	0.392	
	服務設施	3.8000	3.6133	3.5183	3.5394	3.4889	3.7231	1.938	0.087	
	人文資源	3.8250	4.0222	3.7377	3.7248	3.5309	3.8974	1.638	0.149	
休閒效益		4.3271	4.3611	4.1479	4.2752	4.3056	4.4167	2.362	0.040*	
休閒 效益	生理效益	4.3000	4.3167	4.1820	4.2913	4.2685	4.4327	1.300	0.263	
	心理效益	4.2625	4.3667	4.0355	4.2041	4.3056	4.3462	3.016	0.011*	
	社交效益	4.4188	4.4000	4.2263	4.3303	4.3426	4.4712	1.705	0.133	
地方依附		3.8625	3.6833	3.7352	3.8016	3.7870	4.0000	1.200	0.308	
地方 依附	地方依賴	4.0500	3.7867	3.8331	3.9321	3.9185	4.2154	2.435	0.034*	6>3
	地方認同	3.5500	3.5111	3.5720	3.5841	3.5679	3.6410	0.085	0.995	
行為意圖		4.2500	4.2444	4.1696	4.3517	4.2963	4.4615	1.850	0.102	

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理

4.5.9 騎乘時間

本研究的假設 $H_{1.9}$ ：「不同騎乘時間對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數有顯著差異。」以單因子變異數分析，結果如表 4.20。

自行車道遊客會因騎乘時間的不同，在遊憩環境屬性量表中的「週遭景觀」、休閒效益量表中「心理效益」的和地方依附及量表中的「地方依賴」產生顯著性差異，而在遊憩環境屬性及量表中的「車道形式」、「休

憩設施」、「服務設施」、「人文資源」、休閒效益及量表中的「生理效益」、「社交效益」、地方依附量表中的「地方認同」與行為意圖量表則無明顯差異。由分析中得知，在自行車道騎乘時間3小時以上的遊客比1小時的遊客對周遭景觀有較高的滿意度和地方依賴感；而且對車道的地方依賴感隨時間的增加而更深，亦即騎乘時間3小時以上的遊客高於2-3小時的遊客，騎乘時間2-3小時的遊客又高於1小時的遊客。因此假設 H_{1.9} 實證結果部分成立。

表 4.20 騎乘時間之變異數分析(ANOVA)

變數	構面	騎乘時間				F 值	p 值	Scheffe
		(1)	(2)	(3)	(4)			
		1 小時 N=58	1-2 小時 N=192	2-3 小時 N=95	3 小時 以上 N=41			
遊憩環境屬性		3.6952	3.7758	3.8189	3.8566	1.176	0.319	
遊憩 環境 屬性	週遭景觀	3.9483	4.1289	4.1789	4.3415	4.407	0.005*	4>1
	車道形式	3.6705	3.7679	3.7918	3.7913	0.595	0.618	
	休憩設施	3.6983	3.7656	3.8079	3.7927	0.438	0.726	
	服務設施	3.5276	3.5542	3.5768	3.6780	0.580	0.629	
	人文資源	3.7069	3.7118	3.8386	3.7886	0.982	0.401	
休閒效益		4.1437	4.2444	4.2351	4.3658	1.536	0.205	
休閒 效益	生理效益	4.1897	4.2643	4.2526	4.2926	0.344	0.793	
	心理效益	4.0345	4.1589	4.1395	4.3841	2.790	0.040*	4>1
	社交效益	4.2069	4.3099	4.3132	4.4207	1.249	0.292	
地方依附		3.6379	3.7526	3.8750	3.9512	3.335	0.020*	
地方 依附	地方依賴	3.7276	3.8781	4.0274	4.0780	4.174	0.006**	3>1 ; 4>1
	地方認同	3.4885	3.5434	3.6210	3.7398	1.312	0.270	
行為意圖		4.1322	4.2448	4.3158	4.3902	1.792	0.148	

註：*表示 p<0.05，**表示 p<0.01，***表示 p<0.001。

資料來源：本研究整理

4.5.10 騎乘次數

本研究的假設 H₁₋₁₀：「不同騎乘次數對遊憩環境屬性、休閒效益、地

方依附與行為意圖等變數有顯著差異。」以 T 檢定，結果如表 4.21。

遊客的騎乘次數對遊憩環境屬性及量表中的「車道形式」、「服務設施」產生顯著性差異，且第 2 次以上到自行車道的遊客在平均數降低了，而在遊憩環境屬性量表中的「週遭景觀」、「休憩設施」、「人文資源」、休閒效益量表、地方依附量表與行為意圖量表皆無顯著差異。表示第 2 次以上到自行車道的遊客較初次造訪者對遊憩環境屬性量表及量表中的「車道形式」、「服務設施」的看法明顯不一致。在因此假設 H_{1-10} 部分成立。

表 4.21 騎乘次數之 T 檢定

變數	構面	第 1 次			第 2 次以上			T 值	p 值
		個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差		
遊憩環境屬性		230	3.8226	0.4862	156	3.7244	0.4589	1.993	0.047*
遊憩環境屬性	週遭景觀	230	4.1380	0.5416	156	4.1346	0.5746	0.060	0.953
	車道形式	230	3.8242	0.5840	156	3.6695	0.5748	2.569	0.011*
	休憩設施	230	3.8120	0.5857	156	3.7051	0.5919	1.751	0.081
	服務設施	230	3.6270	0.6092	156	3.4883	0.5858	2.308	0.022*
	人文資源	230	3.7377	0.6492	156	3.7692	0.6194	-0.477	0.633
休閒效益		230	4.2460	0.5149	156	4.2308	0.5044	0.288	0.774
休閒效益	生理效益	230	4.2913	0.5513	156	4.1971	0.5622	1.634	0.103
	心理效益	230	4.1554	0.6128	156	4.1651	0.5933	-0.153	0.878
	社交效益	230	4.2913	0.5438	156	4.3301	0.5514	-0.684	0.494
地方依附		230	3.7799	0.5591	156	3.7965	0.6219	-2.73	0.785
地方依附	地方依賴	230	3.9252	0.5934	156	3.8962	0.6416	0.457	0.648
	地方認同	230	3.5377	0.6661	230	3.6303	0.7531	-1.272	0.204
行為意圖		230	4.2913	0.5941	156	4.2158	0.6300	1.195	0.233

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理

4.6 遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖之相關分析

本研究以皮爾森相關分析(Pearson Correlation Analysis)來確認進行研

究變數間之相關分析，用以檢定假設 H₂-H₇。

表4.22 研究變數的 Pearson 相關分析

變數	遊憩環境屬性	休閒效益	地方依附	行為意圖
遊憩環境屬性	-	0.559**	0.640**	0.559**
休閒效益	0.559**	-	0.481**	0.513**
地方依附	0.640**	0.481**	-	0.643**
行為意圖	0.559**	0.513**	0.643**	-

**在顯著水準為0.01時 (雙尾)，相關顯著。

資料來源：本研究整理

表 4.22 顯示自行車道遊客在遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數之相關係數矩陣。實證結果可得知，相關係數絕對值介於 0.40-0.69 之間為中度相關(邱皓政，2006)，而相關程度最高是地方依附與行為意圖(相關係數為 0.643)，其次為遊憩環境屬性與地方依附(相關係數為 0.640)，最低的是休閒效益與地方依附(相關係數為 0.481)。

H₂: 遊憩環境屬性與休閒效益有顯著相關，相關係數為 0.559，p 值 < 0.01，假設成立。

H₃: 遊憩環境屬性與地方依附有顯著相關，相關係數為 0.640，p 值 < 0.01，假設成立。

H₄: 遊憩環境屬性與行為意圖有顯著相關，相關係數為 0.559，p 值 < 0.01，假設成立。

H₅: 休閒效益與行為意圖有顯著相關，相關係數為 0.513，p 值 < 0.01，假設成立。

H₆: 地方依附與行為意圖有顯著相關，相關係數為 0.643，p 值 < 0.01，假設成立。

H₇: 休閒效益與地方依附有顯著相關，相關係數為 0.481，p 值 < 0.01，假設成立。

據此，自行車道遊客其遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等兩兩變數間皆為顯著正相關，顯示自變數間的相關無負面之影響。

表4.23 Pearson 積差相關分析表

變數	構面	週遭景觀	車道形式	休憩設施	服務設施	人文資源	生理效益	心理效益	社交效益	地方依賴	地方認同	行為意圖
遊憩環境屬性	週遭景觀	-	0.546**	0.481**	0.401**	0.416**	0.463**	0.407**	0.432**	0.530**	0.408**	0.545**
	車道形式	0.546**	-	0.632**	0.602**	0.495**	0.449**	0.431**	0.434**	0.528**	0.387**	0.439**
	休憩設施	0.481**	0.632**	-	0.624**	0.538**	0.433**	0.408**	0.427**	0.492**	0.339**	0.466**
	服務設施	0.401**	0.602**	0.624**	-	0.545**	0.374**	0.350**	0.317**	0.524**	0.430**	0.402**
	人文資源	0.416**	0.495**	0.538**	0.545**	-	0.353**	0.347**	0.352**	0.471**	0.445**	0.439**
休閒效益	生理效益	0.463**	0.449**	0.433**	0.374**	0.353**	-	0.697**	0.678**	0.477**	0.280**	0.459**
	心理效益	0.407**	0.431**	0.408**	0.350**	0.347**	0.697**	-	0.735**	0.427**	0.322**	0.435**
	社交效益	0.432**	0.434**	0.427**	0.317**	0.352**	0.678**	0.735**	-	0.448**	0.303**	0.488**
地方依附	地方依賴	0.530**	0.528**	0.492**	0.524**	0.471**	0.477**	0.427**	0.448**	-	0.622**	0.679**
	地方認同	0.408**	0.387**	0.339**	0.430**	0.445**	0.280**	0.322**	0.303**	0.622**	-	0.439**
行為意圖		0.545**	0.439**	0.466**	0.402**	0.439**	0.459**	0.435**	0.488**	0.679**	0.439**	-

**在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

資料來源：本研究整理

遊憩環境屬性之構面、休閒效益之構面、地方依附之構面與行為意圖之構面的相關係數矩陣，由上表 4.23 中可看出：

- 一、對週遭景觀認同度愈高的遊客，對車道形式、休憩設施、服務設施、人文資源、生理效益、心理效益、社交效益、地方依賴、地方認同與行為意圖的認同度也愈高。

- 二、對車道形式認同度愈高的遊客，對週遭景觀、休憩設施、服務設施、人文資源、生理效益、心理效益、社交效益、地方依賴、地方認同與行為意圖的認同度也愈高。
- 三、對休憩設施認同度愈高的遊客，對週遭景觀、車道形式、服務設施、人文資源、生理效益、心理效益、社交效益、地方依賴、地方認同與行為意圖的認同度也愈高。
- 四、對服務設施認同度愈高的遊客，對週遭景觀、車道形式、休憩設施、人文資源、生理效益、心理效益、社交效益、地方依賴、地方認同與行為意圖的認同度也愈高。
- 五、對人文資源認同度愈高的遊客，對週遭景觀、車道形式、休憩設施、服務設施、生理效益、心理效益、社交效益、地方依賴、地方認同與行為意圖的認同度也愈高。
- 六、對生理效益認同度愈高的遊客，對週遭景觀、車道形式、休憩設施、服務設施、人文資源、心理效益、社交效益、地方依賴、地方認同與行為意圖的認同度也愈高。
- 七、對心理效益認同度愈高的遊客，對週遭景觀、車道形式、休憩設施、服務設施、人文資源、生理效益、社交效益、地方依賴、地方認同與行為意圖的認同度也愈高。
- 八、對社交效益認同度愈高的遊客，對週遭景觀、車道形式、休憩設施、服務設施、人文資源、生理效益、心理效益、地方依賴、地方認同與行為意圖的認同度也愈高。
- 九、對地方依賴認同度愈高的遊客，對週遭景觀、車道形式、休憩設施、服務設施、人文資源、生理效益、心理效益、社交效益、地方認同與行為意圖的認同度也愈高。

十、對地方認同認同度愈高的遊客，對週遭景觀、車道形式、休憩設施、服務設施、人文資源、生理效益、心理效益、社交效益、地方依賴與行為意圖的認同度也愈高。

十一、對行為意圖認同度愈高的遊客，對週遭景觀、車道形式、休憩設施、服務設施、人文資源、生理效益、心理效益、社交效益、地方依賴與地方認同的認同度也愈高。

4.7 迴歸分析－中介效果

Oliver (1980)的滿意決策認知模式：「知覺→態度→意圖」的階段性過程，指出態度是知覺與意圖之中介因素。在「遊憩環境屬性→休閒效益→行為意圖」及「遊憩環境屬性→地方依附→行為意圖」的關係中，遊憩環境屬性屬於知覺變數，休閒效益及地方依附屬於態度變數，行為意圖屬於行為變數。本研究以行為意圖為結果變數，希望藉由車道遊客在體驗日月潭自行車道的自然環境、週邊服務設施及人文資源產生的「認知」印象後，體驗良好的休閒效益，將自身的經歷體驗化為與此地情感的連結，願意與人分享此地的經驗、更進一步推薦他人前往或是再度重遊的「態度」，建立「行為意圖」的忠誠度。蔡旻熹(2009)研究旗津環島踩風自行車道之遊憩環境屬性及遊客休閒滿意度影響重遊意願，發現休閒滿意度在遊憩環境屬性與重遊意願/行為意圖之間扮演中介角色。黃國峻(2010)在登山健行的活動中，研究環境屬性、地方依附與行為意圖的關係，證實在環境屬性與登山健行者行為意圖關係中地方依附具有中介角色。因此本研究提出在參與自行車道遊憩的過程中：

4.7.1 休閒效益在遊憩環境屬性對行為意圖的中介效果

本研究假設 H₈：休閒效益在遊憩環境屬性對行為意圖之間具有中介

效果，採用階層迴歸分析，將自變項(遊憩環境屬性與休閒效益)依序投入模型中，以行為意圖做為依變數，觀察加入控制中介變數(休閒效益)前後，對結果變數(行為意圖)的影響力(β 值)及解釋能力(調整過R平方)的變化，檢定結果整理如表 4.24 所示。

表 4.24 休閒效益在遊憩環境屬性對行為意圖的中介效果分析

	模式 I	模式 II	模式 III	模式 IV
依變數	休閒效益	行為意圖	行為意圖	行為意圖
自變數	β	β	β	β
遊憩環境屬性	0.559**	0.559**		0.292**
休閒效益			0.513**	0.396**
R 平方	0.313	0.312	0.263	0.371
調整過 R 平方	0.311	0.310	0.261	0.368
F 值	174.553**	174.320**	137.258**	112.884**
P 值	0.000	0.000	0.000	0.000

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理

模式 I 顯示遊憩環境屬性對休閒效益有顯著影響。在模式 IV 中，以行為意圖為依變數，遊憩環境屬性與休閒效益為自變數進行迴歸分析。比較模式 II 與模式 IV 可以發現，模式 II 遊憩環境屬性對行為意圖有顯著影響($\beta = 0.559$, p 值 < 0.001)。在模式 IV 加入休閒效益後，遊憩環境屬性對行為意圖仍然有顯著影響($\beta = 0.292$, p 值 < 0.001)，但 β 值由 0.559 降為 0.292，因此休閒效益在遊憩環境屬性對行為意圖的影響之間具有部分中介效果，因此研究假設 H_8 獲得支持。

4.7.2 地方依附在遊憩環境屬性對行為意圖的中介效果

本研究假設 H_9 ：地方依附在遊憩環境屬性對行為意圖之間具有中介效果，如表 4.25 所示。

模式 I 顯示遊憩環境屬性對地方依附有顯著影響。在模式 IV 中，以

行為意圖為依變數，遊憩環境屬性與地方依附為自變數進行迴歸分析。比較模式 II 與模式 IV 可以發現，模式 II 遊憩環境屬性對行為意圖有顯著影響($\beta = 0.559$, p 值 <0.001)。在模式 IV 加入休閒效益後，遊憩環境屬性對行為意圖仍然有顯著影響($\beta = 0.250$, p 值 <0.01)，但 β 值由 0.559 降為 0.250，因此地方依附在遊憩環境屬性對行為意圖的影響之間具有部分中介效果，因此研究假設 H₉ 獲得支持。

表 4.25 地方依附在遊憩環境屬性對行為意圖的中介效果

	模式 I	模式 II	模式 III	模式 IV
依變數	地方依附	行為意圖	行為意圖	行為意圖
自變數	β	β	β	β
遊憩環境屬性	0.640**	0.559**		0.250**
地方依附			0.643**	0.483**
R 平方	0.409	0.312	0.413	0.450
調整過 R 平方	0.408	0.310	0.412	0.447
F 值	265.897**	174.320**	270.661**	156.841**
P 值	0.000	0.000	0.000	0.000

註：*表示 $p<0.05$ ，**表示 $p<0.01$ ，***表示 $p<0.001$ 。

資料來源：本研究整理

4.8 總結

本研究經由實證分析探討遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數之關係。其結果與本研究之假設作一驗證，茲將各假設之結論整理如表 4.26 所示。

表 4.26 本研究假設驗證結果摘要表

研究假設	實證結果
假設 H ₁ ：不同人口統計變項對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部份成立
假設 H ₁₋₁ ：不同性別對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	不成立
假設 H ₁₋₂ ：不同年齡對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部份成立
假設 H ₁₋₃ ：不同婚姻狀況對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部份成立
假設 H ₁₋₄ ：不同教育程度對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部份成立
假設 H ₁₋₅ ：不同職業對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部份成立
假設 H ₁₋₆ ：不同居住地對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部分成立
假設 H ₁₋₇ ：不同騎乘伙伴對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部分成立
假設 H ₁₋₈ ：不同月收入對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部分成立
假設 H ₁₋₉ ：不同騎乘時間對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部分成立
假設 H ₁₋₁₀ ：不同騎乘次數對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。	部分成立
假設 H ₂ ：遊憩環境屬性與休閒效益有顯著的相關。	成立
假設 H ₃ ：遊憩環境屬性與地方依附有顯著的相關。	成立
假設 H ₄ ：遊憩環境屬性與行為意圖有顯著的相關。	成立
假設 H ₅ ：休閒效益與行為意圖有顯著的相關。	成立
假設 H ₆ ：地方依附與行為意圖有顯著的相關。	成立
假設 H ₇ ：休閒效益與地方依附有顯著的相關。	成立
假設 H ₈ ：休閒效益在遊憩環境屬性對行為意圖之間具有中介效果。	成立
假設 H ₉ ：地方依附在遊憩環境屬性對行為意圖之間具有中介效果。	成立

第五章 結論與建議

本研究主要在探討日月潭自行車道上不同之騎乘遊客在遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數間的差異情形及變數間的彼此關係，經實證資料分析、比較及驗證後所得結論整理如下，並加以討論，提出建議，希望能提供日月潭國家風景區管理處及相關學術研究參考。

5.1 研究結論

5.1.1 日月潭自行車道遊客之樣本結構分析

以男性、已婚、大學專科、26~45歲之青壯年族群、月收入以2萬~4萬元的中低收入上班族群居多。居住於中部(苗、彰、中)地區、和家人、親戚同遊占大多數，且大部分為第1次到日月潭自行車道，騎乘時間以1~2小時最多，其次為2~3小時。

由此可知，大學專科學歷以上的自行車遊客較重視其休閒活動及身心健康，而此戶外遊憩的活動，較受到男性的歡迎，且騎乘自行車活動因為經濟實惠、省錢又環保，對收入不高的上班階層遊客較具有吸引力，是他們生活上紓壓的運動方式。本活動與地緣性高度相關，日月潭自行車道因地利之便，到此活動的遊客以鄰近地區較多一些(39.4%)，但因國道六號的開通而容易到達，對北部(28%)及南部(27.2%)的民眾，仍具有一定程度的吸引力。網路流行語：在美麗的台灣寶島一生要完成三件事才不會遺憾，一是登玉山、二是泳渡日月潭、三是騎自行車環島。顯然這句話已影響初訪的北部、南部民眾以另一種旅遊方式體驗水沙蓮——騎自行車遊憩日月潭。研究結果亦可推知，自行車騎乘活動是傾向於團體

活動，是親戚同遊、親子戶外休閒活動的首選方式，在實際觀察結果亦如此，16歲以下由父母陪同之騎乘遊客不在少數。

日月潭自行車道全長雖只有 6.4 公里，往返路程只需約 1 小時，但沿途群巒疊翠、優美湖光景緻，讓遊客願意花上 1 小時以上，悠然遊湖漫遊其間，若能在終點處環潭一號隧道口設置餐飲或休憩處，相對的遊客停留時間也會更長。騎乘伙伴為家人、親戚的樣本佔 50.8%，而朋友、同學的樣本佔 37.6%。為了適合全家人共同出遊，自行車道規劃設計應考慮不同年齡層之使用，例如沿途可設置遊戲器材滿足較小的學童遊玩，向山遊客中心親水區的規畫要更符合遊憩者的需求。

5.1.2 不同人口統計變數的 T 檢定或變異數分析

性別經過 T 檢定統計方法，對環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等變數皆無顯著差異。不同人口統計變數經過 T 檢定或變異數分析均對車道的人文資源構面沒有顯著差異。所以實證結果假設 H_1 ：不同人口統計變數對遊憩環境屬性、休閒效益與行為意圖有顯著差異，僅獲得部分支持。檢定結果，說明如下：

- 一、假設 H_{1-1} ：「不同性別對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。」驗證假設不成立。研究者推論原因可能是，遊客對遊憩環境留下不錯的印象，一致認為日月潭自行車道適合一般大眾遊憩的好地方，因此無男女性別的差異。
- 二、假設 H_{1-2} ：「不同年齡對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。」驗證假設部份成立。年齡 46-55 歲比 16-25 歲在遊憩環境屬性量表中的「周遭景觀」平均得分要來的高。研究者推論原因可能是，46-55 歲肩負家庭經濟重擔，生活緊張，因而

較喜歡接觸大自然的山水寧靜、放鬆心情；而 16-25 歲的年輕族群較喜歡追求冒險、刺激與多變的景觀。年齡 56 歲以上比 26-35 歲有更高得分的地方依附。原因可能是地方依附是指一遊憩地在功能性的實質環境及人文資源，能滿足使用者的目的及需求，並在心理上對此地發生情感上的連結。日月潭自行車道遊憩地實質環境挑戰性並不大，對 56 歲以上遊客較能滿足其使用目的與需求，且此年齡層多屬退休人士，多能以欣賞開放的心態去享受體驗景色，認同此地、珍惜資源；而 26-35 歲的遊客可能比較喜歡體驗不同自行車道的氛圍，或許覺得日月潭的自行車道環境景物較無新鮮感，較難引發對此地的共鳴與肯定，故亦表現出較低的地方依附程度。此外，26-35 歲的遊客對於遊憩環境屬性、休閒效益、行為意圖等變數皆表現出較低的同意度。建議融合當地特色，提供多元有趣的體驗活動(如：製茶體驗、邵族舞蹈表演，與遊艇業者結合優惠方案)，才能吸引年輕族群的遊客對遊憩環境的同意度與再度前來遊玩。

三、假設 $H_{1.3}$ ：「不同婚姻狀況對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。」驗證假設部份成立。由此推論，已婚的遊客普遍對遊憩環境的「周遭景觀」與「車道形式」較容易滿足，從中體驗休閒樂趣進而認同此地。

四、假設 $H_{1.4}$ ：「不同教育程度對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。」驗證假設部份成立。而教育程度國中以下比高中(職)遊客在遊憩環境屬性量表以及量表中的「車道形式」、「休憩設施」及「服務設施」平均得分要來的高。其原因可能是國中以下教育程度之遊客較容易滿足，對自行車道硬體的遊憩環境和服務品質要求較不高，相較之下高中(職)教育程度之遊客則較

為挑剔，要求較嚴格。而教育程度以大學專科比高中(職)的遊客在行為意圖量表平均得分要來的高。

- 五、 假設 $H_{1.5}$ ：「不同職業對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。」驗證假設部份成立。
- 六、 假設 $H_{1.6}$ ：「不同居住地對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。」驗證假設部份成立。由分析中得知，居住國外的遊客比居住中部及南部的遊客同意遊憩環境的周邊服務。根據研究者發放問卷的實地觀察訪問，國外的遊客多來自中國，對此自行車道的服務設施評價是肯定的。
- 七、 假設 $H_{1.7}$ ：「不同騎乘伙伴對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。」驗證假設部份成立。不管是在遊憩環境、休閒效益的同意度或是地方依附的依賴感，依序為：和家人、親戚同遊的遊客較和朋友、同學同遊的遊客來得高，且又高於自己前往的遊客。如果和家人、親戚同遊也會比自己旅遊有較高的行為意圖。形成此結果的原因可能是日月潭自行車道是一個開放的空間，不需太多花費又可以紓解壓力，是和家人、親戚、朋友及同學休閒散心的好去處，因此表現出較高的依賴感，值得推薦此地給他人或下次再重遊。
- 八、 假設 $H_{1.8}$ ：「不同月收入對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。」驗證假設部份成立。月收入 8 萬元以上的遊客比 2-4 萬元的遊客對「地方依賴」平均得分高，顯示高收入者更嚮往日月潭的山水自然景緻與悠閒的自行車遊憩方式，故對地方依賴程度較高。
- 九、 假設 $H_{1.9}$ ：「不同騎乘時間對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附

與行為意圖有顯著差異。」驗證假設部份成立。騎乘時間 3 小時以上的遊客比 1 小時的遊客對周遭景觀有較高的同意度和地方依賴感；而且對此自行車道的地方依賴感隨時間的增加而更深，亦即騎乘時間 3 小時以上的遊客高於 2-3 小時的遊客，騎乘時間 2-3 小時的遊客又高於 1 小時的遊客。這與 Moore 與 Graefe (1994)提出的地方依賴感是相同的：一個地方可以受到休閒者重的重視，是因為它是一個進行特別活動的「好地方」。所以，日月潭自行車道對遊客而言是個進行自行車休閒活動的好去處。

十、假設 H_{1-10} ：「不同騎乘次數對遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖有顯著差異。」驗證假設部份成立。遊憩環境屬性量表及量表中的「車道形式」、「服務設施」在第 2 次以上的遊客比第 1 次造訪的遊客平均數低，研究者推論形成此結果的原因可能是，遊客在遊後對於日月潭自行車道之遊憩環境雖然留下不錯的印象，但是隨著造訪次數的增加，對此車道的遊憩環境同意度卻降低，這是一個值得日月潭風景區管理處深思的問題。

十一、在變異數分析發現，人口統計變數中的各題項對人文資源構面並無顯著差異，研究者認為可能是在問卷發放期間，日月潭管理處並未積極推展與人文資源有關的行銷活動，故受試者中無論何種人口統計變數對日月潭自行車道的遊憩環境屬性-人文資源構面，反應均不顯著。

5.2 研究結果討論

遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖之關聯性，本研究經實證結果，獲得下列重要結論：

- 一、自行車道遊客的對遊憩環境屬性同意度與其所感受到的休閒效益同意度是同向變化，印證李晉豪、劉照金(2011)與劉子利、陳靜慧、曾瓊慧(2012)的研究結果：優良的自行車遊憩環境可以提升遊客的休閒效益與滿意度。假設二(H₂)：遊憩環境屬性與休閒效益有顯著的相關，成立。
- 二、自行車道遊客的遊憩環境屬性同意度與其地方依附同意度是同向變化。假設三(H₃)：遊憩環境屬性與地方依附有顯著的相關，成立。
- 三、自行車道遊客對遊憩環境屬性同意度與其產生正向的行為意圖同意度是同向變化。此與宋威穎、雷文谷、熊婉君(2010)的研究結果一致，遊客對遊憩體驗之實體環境與行為意圖間呈顯著正相關，此意味著若能提升自行車道遊客在騎乘時之體驗感受，則其未來向他人推薦的意願、再次重遊之正向行為意圖也會越高。假設四(H₄)：遊憩環境屬性與行為意圖有顯著的相關，成立。
- 四、自行車道遊客感受的休閒效益同意度與其產生正向的行為意圖同意度是同向變化。此與李銘升(2008)研究東豐綠廊自行車休閒活動之休閒效益愈高，愈能產生正向的行為意圖之結果相同。假設五(H₅)：休閒效益與行為意圖有顯著的相關，成立。
- 五、自行車道遊客的地方依附同意度與其產生正向的行為意圖同意度是同向變化。此結果與林裕強(2006)以陽明山國家公園探討地方依附在生態旅遊地管理上的意涵之研究結果相符，又與曹勝雄、孫君儀(2009)研究結果一致。假設六(H₆)：地方依附與行為意圖有顯著的相關，成立。
- 六、自行車道遊客的休閒效益同意度與其地方依附程度同意度是同向變化。此乃本研究結果中發現，並無相關文獻研究可供佐證。假設

- 七(H₇)：休閒效益與地方依附有顯著的相關，成立。
- 七、 休閒效益在遊憩環境屬性對行為意圖之間具有中介效果，實證假設八(H₈)獲得支持。這表示這些變數是相輔相成，所以，如果要提高遊客對日月潭自行車道之分享、推薦及未來再次前往此地的行為意圖，也可以從促進遊客的騎乘自行車的休閒效益方面著手。此與蔡旻熹(2009)對旗津環島踩風自行車道之研究發現：休閒滿意度在遊憩環境屬性與重遊意願/行為意圖之間扮演中介角色結果是相一致。
- 八、 地方依附在遊憩環境屬性對行為意圖之間具有中介效果，實證假設九(H₉)獲得支持。這表示這些變項是相輔相成，當民眾對地方產生了較強烈的依附感，自然的就會提高對日月潭自行車道之分享、推薦及未來前往此地的行為意圖。此與黃國峻(2010)對柴山登山者之研究發現：地方依附在遊憩環境屬性與重遊意願/行為意圖之間扮演中介角色結果是相一致。

5.3 研究建議

5.3.1 遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖的描述性統計分析

經由描述性統計分析遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖等各變項，對相關單位提出下列建議：

- 一、 改善服務缺口：研究結果顯示，遊憩環境屬性量表中以「服務設施」構面的同意度平均數(3.568)最低，經研究者實地調查亦發現，自行車道的導覽指示不夠明確，如在水社壩堤公園的木棧道與花崗岩銜接處指引方向並不清楚，初次造訪者誤以為水社壩堤公園就是終點。此外，在遊客騎乘次數分析結果顯示，第2次以上的遊客比第

1 次造訪的遊客對自行車道的遊憩環境同意度低。研究者推論可能是：本場域得天獨厚的水上自行車道及沿線的山水景緻怡人對初次造訪的遊客而言，充滿了驚艷與新鮮感，但是對再次造訪的遊客而言，景色的新奇感不再那麼強烈。尤其是終點處--環潭一號隧道口並無相關的休憩設施可提供遊客休憩的機會。因此建議相關單位在服務設施方面(如：導覽解說牌、租車價格、餐飲價格及遊客中心服務品質等)，要能更體貼遊客的需求，以引發對此地的肯定。

二、運用策略聯盟方式：建議日月潭自行車道可以融合當地特色，提供多元有趣的體驗活動(如：製茶體驗、邵族舞蹈表演，與遊艇業者結合優惠方案)，才能吸引年輕族群的遊客對遊憩環境的同意度與再度前來遊玩。

三、加強維護遊憩環境屬性：

研究結果顯示，遊憩環境屬性量表中以「2. 擁有優美的自然景觀(山景、湖景……)」問項的平均數(4.46)最高，即遊客在參與自行車遊憩體驗中，日月潭的優美自然景觀擁有豐富的視覺饗宴，最讓人同意。本調查與 CNN(2012)網路報導：「擁有如鏡面般優美的湖光山色，以及當地特有的生態環境，每年吸引了無數的國內外遊客競相前往報到。另外，許多詩人及畫家也因為受到美景感動而創作出無數動人的作品」結果相符。管理者應利用此優勢加強維護遊憩環境屬性。

四、加強人文資源環境之規劃：積極宣傳在地文化特色(如：代表邵族文化的景觀意象、圖騰；藝文活動的舉辦、露天音樂會；紅茶文化的體驗單車路線)，以營造豐富、知性的遊憩環境。因此日月潭自行車道應該營造一個與眾不同的環境，而非僅是到此遊玩的附屬遊

憩活動，如此才能產生場所依戀，吸引再次重遊。

5.3.2 中介效果分析

經由迴歸分析休閒效益與地方依附對遊憩環境屬性與行為意圖的中介效果，對相關單位提出下列建議以促進騎乘自行車的遊客休閒效益與地方依附：

應經常舉辦團體自行車活動，而非僅是「年度競賽」，藉著活動過程中，推廣全民來日月潭休閒騎自行車，不僅有益身心健康與增進親友情感交流，更使自行車騎乘者對此地的行為意圖同意度提高，進而對此車道產生依賴感與更深的情感聯繫及認同感。下次造訪日月潭時，將騎自行車活動列為行程安排的首選方式。

5.3.3 對後續研究者的建議

- 一、 擴大研究範圍及對象：本研究僅以日月潭環潭公路之遊憩型自行車道為範圍，並無包括其他類型自行車道或完整的環潭公路 33 公里，然而遊客在不同類型的自行車道環境同意度是否有不同？本研究對象主要針對在現場參與自行車騎乘的遊客為主，因此並無法全面獲得不在現場卻曾經前往騎乘者的遊憩同意度的資料與意見，或者是因產生不佳的遊憩體驗而不再對遊憩地的忠誠支持的意見更顯得寶貴的，建議後續研究者可以南投縣日月潭自行車道路網系統為研究場域，配合網路問卷的方式，擴大研究對象，以獲得更客觀的結果。
- 二、 不同變數的研究證實：本研究僅針對遊憩環境屬性對休閒效益、地方依附及行為意圖關係的探討，然而由文獻可知，遊客選擇遊憩環境時的遊憩動機對休閒效益、地方依附與行為意圖間也具有影響

性，仍有待後續研究者由更多不同的變數加以研究證實。

參考文獻

一、中文部分

- 1.日月潭國家風景區管理處(2007)，為民服務白皮書，交通部觀光局。
- 2.王韻、劉子利、彭品嘉、胡莉苹(2011)，服務品質、知覺價值對遊客遊後行為意圖的影響—以原住民族文化園區為例，休閒運動健康評論第三卷第一期，76-94 頁。
- 3.中華民國自行車騎士協會(2012)，自行車正確騎乘手冊。
- 4.交通部觀光局日月潭國家風景區管理處（無日期），取自 <http://www.sunmoonlake.gov.tw/TW/02001185.aspx>
- 5.交通部統計處(2010)，「自行車使用狀況調查」摘要分析。
- 6.交通部運輸研究所(2010)，自行車道系統規劃設計參考手冊(第二版)。
- 7.行政院體育委員會(2002)，自行車道設施設計準則彙編。
- 8.行政院體育委員會(現為教育部體育署)(2011)，自行車道整體路網規劃建設計畫。
- 9.行政院經濟建設委員會(2012)，加值全民運動服務培育國家運動人才，台灣經濟論衡月刊，第 10 卷第 4 期，20 頁。
- 10.江昱仁、蔡進發、沈易儒、張翔(2008)，激流泛舟遊客刺激尋求、休閒效益與幸福感之研究-以荖濃溪為例，生物與休閒事業研究，6 卷 2 期，33-56 頁。
- 11.李英弘、林朝欽(1997)，地方情感概念在戶外遊憩研究上之探討，休閒遊憩觀光研究成果研討會論文集，282-294 頁，台北：中華民國戶外遊憩學會。
- 12.李銘升(2008)，冒險性泛舟運動參與者行為意圖與休閒效益相關性之研究，大葉大學運動事業管理學系碩士論文。

- 13.李堯賢、孔秀琴、陳煌儒、李靖瑜(2008)，遊憩專門化、地方依戀與遊憩體驗投入之動態研究，臺灣地方鄉鎮觀光產業發展與前瞻學術研討會論文集，台北縣景文科技大學，78-81 頁。
- 14.李晉豪、劉照金(2011)，單車族休閒動機、休閒環境及休閒阻礙對休閒滿意度的影響，雲科大體育 13：81-89 頁。
- 15.吳忠宏、林士彥、王嘉麟(2006)，森林遊樂區遊客環境屬性與忠誠度之研究，運動休閒管理學報第三卷第一期，42-56 頁。
- 16.宋威穎、雷文谷、熊婉君(2010)，自行車道遊客旅遊目的地意象與行為意圖之關係—以遊憩體驗為中介變項之研究，休閒產業管理學刊第三卷第二期，22-37 頁。
- 17.林裕強(2006)，地方依附在生態旅遊地管理上的意涵—以陽明山國家公園為例，國家公園學報，第 16 卷第 2 期，41-59 頁。
- 18.林偉立、林春鳳(2011)，屏東縣單車國道自行車騎乘者參與動機與休閒效益之研究，屏東教大運動科學學刊第七期，155-172 頁。
- 19.林連聰、陳墀吉、鄭健雄、沈進成(2012)，休閒農業與民宿管理，國立空中大學。
- 20.邱思慈、林欣怡、張家銘(2010)，登山自行車騎士專門化、環境屬性、流暢體驗與場所依戀之關係研究，臺灣體育運動管理學報第 10 卷第 1 期，65-92 頁。
- 21.周文賢(1992)，國民旅遊模式及遊憩行為分析，國立政治大學統計研究所，交通部觀光局出版。
- 22.邱皓政(2006)，量化與統計分析，第三版，台北：五南圖書出版。
- 23.洪震宇(2006)，單車悠遊風現在最流行，康健雜誌第 89 期，38 頁。
- 24.范智明(2008)，自行車運動觀光參與者之社會資本、深度休閒及心流

- 體驗之研究，師範大學體育學系博士論文。
- 25.徐正侃(2012)，從環境知覺的角度探討單車騎乘者對台中自行車道之體驗與滿意度，逢甲大學土地管理學系碩士論文。
- 26.馬上鈞(2002)，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。
- 27.涂淑芳譯，G. Bammel & L. L. Burrus-Bammel 著(1996)，休閒與人類行為，台北：桂冠出版社。
- 28.張探昭(2000)，從世界自行車交通的發展看綠色交通，南開大學中國城市與區域經濟研究中心。
- 29.張淑青(2008)，觀光意象、顧客滿意、地方依附與行為意圖的關係，管理創新與新願景研討會論文集。
- 30.張馨文(2008)，新竹科技城自行車使用者之偏好研究，國立交通大學運輸科技與管理學系博士論文。
- 31.陳水源(1986)，遊憩經營管理策略之探討，遊憩體驗理論與實證研究專論選集(二)，245-266頁，台北：淑馨出版社。
- 32.國立科學工藝博物館(2007)，踩動夢想自行車運動休閒展展示規劃書。
- 33.曹勝雄、孫君儀(2009)，建構地方依附因果關係模式，地理學報第五十五期，43-63頁。
- 34.黃榮賜(1988)，都市公園遊憩需求與遊憩效益之研究:以青年公園為例，國立中興大學都市計劃所碩士論文。
- 35.黃淑君、薛毓屏、林育慧(1999)，遊憩單車使用者對單車活動的實質環境屬性偏好之研究，戶外遊憩研究 12(4)，43-60頁。
- 36.黃國峻(2010)，登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖關係之研究-以高雄柴山自然公園為例，國立臺灣體育學院運動管理學系碩士

論文。

- 37.黃任閔、林一貞(2011)，自行車活動參與者休閒涉入與休閒效益之研究，屏東教大運動科學學刊第七期，223-234 頁。
- 38.黃孟立、鐘志強、林怡君、蔡瑋娟(2011)，遊客涉入程度、服務品質與行為意圖之相關研究—以東豐自行車綠廊、后豐鐵馬道為例，休閒運動期刊第十期，1-15 頁。
- 39.楊胤甲(2006)，愛好自行車休閒運動者之流暢體驗、休閒效益與幸福感之研究，靜宜大學碩士論文。
- 40.雷文谷、宋威穎、張涵筑、鄭子督、林聖峻、王顥弑(2009)，淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究，人文暨社會科學期刊第五卷第一期。
- 41.葉茂生(2001)，澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究，世新大學觀光學系碩士論文。
- 42.蔡旻熹(2009)，自行車道遊憩環境屬性及遊客休閒滿意度影響重遊意願之研究—以旗津環島踩風自行車道為例，國立嘉義大學體育與健康休閒研究所碩士論文。
- 43.劉子利、陳靜慧、曾瓊慧(2011)，大鵬灣自行車騎乘者休閒效益與車道使用滿意度相關研究，運動與休閒產業經營發展學術研討會，183 頁。
- 44.劉毓妮、林晏州(1993)，遊客對激流泛舟環境屬性之偏好，戶外遊憩研究 6(3)：53-75 頁。
- 45.戴有德、黃文雄、李海清、陳冠仰(2012)，在休閒潛水活動中環境屬性滿意度與場所依戀關係之研究，戶外遊憩研究 25(1)：25-55。
- 46.顏妙珊(2006)，台北縣八里左岸自行車道遊客與管理者對環境屬性知覺差異之研究，國立體育學院休閒產業經營學系碩士論文。

- 47.蘇秋君、鄭欽龍、陳瑩達、林麗貞(2011)，遊憩體驗、滿意度與行為意圖之研究—以下坪植物園遊客為例，中華林學季刊 44(1)，73-86 頁。

二、英文部分

1. Ajzen, I. (1991). Benefits of Leisure: A Social Psychological Perspective. In Driver, B. L., Brown, P. J. and Peterson, G. L. (Eds.), Benefits of Leisure, 411-418. Stage College, PA: Venture Publishing.
2. Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1982). Leisure and Human Behavior. Dubuque, IA: Wm. C. Brown.
3. Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. Journal of Personality and Social Psychology, 51(6), 1173-1182.
4. Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. Journal of Leisure Research, 12(1), 20-33.
5. Bright, A. D. (2000). The role of social marketing in leisure and recreation management. Journal of Leisure Research, 32(1), 12-17.
6. Bricker, K. S., & Kerstetter, D. L. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists. Leisure Sciences, 22, 233–257.
7. Brunson, M. and B. Shelby (1990) A hierarchy of campsite attributes setting. Leisure Sciences 12:179-209.
8. Buttimer, A. (1980). Home, reach, and sense of place. In A. Buttimer, & D. Seamon (Eds.), The Human experience of space and place, 73–85, London: Croom Helm.
9. Clark, R. N. & Stankey, G. H. (1979), The Recreation Opportunity Spectrum: A Framework for Planning, Management, and Research, USDA Forest Service Research, 76-98.

10. CNN Travel, (2012).
<http://travel.cnn.com/explorations/play/10-best-cycling-routes-world-902676>
11. Driver, B.L.; Peterson, G. (1986). The values and benefits of outdoor recreation. In: Szwak, B., manager. A literature review, President's Commission on Americans Outdoors. Washington, DC: U.S. Government Printing Office. 426 p.
12. Driver, B. L. (1997). The defining moment of benefits. Parks and Recreation, 32(12), 38-41.
13. Driver, B., & Bruns, D. (1999). Concepts and uses of the benefits approach to leisure. In E. Jackson & T. Burton (Eds.), Leisure studies: Prospects for the twenty-first century, 349 – 369, State College, PA: Venture.
14. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research Reading, MA: Addison-Wesley.
15. Gerard Kyle, Alan Graefe, Robert Manning and James Bacon (2004), Predictors of Behavioral Loyalty Among Hikers Along the Appalachian Trail, Leisure Sciences, 26: 99–118.
16. Godbey, G. (1994), Leisure in your life: An exploration. State College, PA: Venture Publish.
17. Guieford, J. P., (1965), Fundamental Statistics in Psychology and Education, 4th Edition, New York: McGraw Hill.
18. Harris, C. C., Driver, B. L., Bergersen, E. P. (1984), Do choices of sport fisheries reflect angler preferences for site attributes? In proceedings-Symposium on recreation choice behavior, (USDA Forest Service Gen. Tech. Rep. No. INT-184, 46-54.
19. Howard, J. A. & J. N. Sheth (1969), The Theory of Buyer Behavior, New York: John Willey & Sons.
20. Kaiser, H. F., 1960. The Application of Electronic Computer to Factor

- Analysis. Educational Psychology Measurement, 20:141-151.
21. Lee, C. Backman, K. & Backman, S. (1997), Understanding antecedents of repeat visitation and tourists' loyalty to a resort destination in Proceedings of the 1997 Travel and Tourism Research Association Annual Conference, Boulder, CO: TTRA.
 22. Low, S., & Altman, I. (1992), Place attachment: a conceptual inquiry, In I. Altman, & S. Low (Eds.), Human Behavior and Environments: Advances in Theory and Research, Volume 12: Place Attachment , 1-12, New York: Plenum Press.
 23. Lukerman, F. (1964), Geography as a Formal Intellectual Discipline and the Way in Which It Contributes to Human Knowledge Canadian Geographer, 8(4), 167-172.
 24. Manning, R.E. (1999), Studies in Outdoor Recreation: Search and Research for Satisfaction, 2nd. Ed, Oregon State University Press, OR: Corvallis.
 25. McCool, S.F., Stankey, G . H., and Clark, R.N. (1984), Choosing recreation setting: Processes, finding, and research directions, In Proceedings-Symposium on Recreation Choice Behavior, USDA General Technical Report, INT-184, 1-8.
 26. Moore, R. L. and Graefe, A. R. (1994), Attachments to recreation settings: the case of rail-trail users, Leisure Sciences, 16: 17-31.
 27. Nunnally, J.C., (1978), Psychometric Theory, New York: McGraw-Hill.
 28. Oliver, R. (1980), A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions, Journal of Marketing Research, 17, 460-469.
 29. Relph, E. (1976), Place and placelessness, London: Pion.
 30. Schreyer, R., Jacob, G., & White, R. (1981), Environmental meaning as a determinant of spatial behavior in recreation, In J. Frazier & B. Epstein (Eds.), Proceedings of the Applied Geography Conferences, 294-300,

- Binghamton, NY:Dept. of Geography, SUNY Binghamton.
31. Stokols, D., & Shumaker, S. A. (1981), People and places: A transactional view of settings, In J. Harvey (Ed.), Cognition, social behavior, and the environment , 441–488), Hillsdale, NJ : Erlbaum.
 32. Shu, T. C.,Crompton, J. L.,Willson, V. L.(2002), An empirical investigation of the relationships between service quality, satisfaction and behavioral intentions among visitors to a wildlife refuge, Journal of Leisure Research, 34(1), 1-24.
 33. Tuan, Y. F.(1977), Space and place: the perspective of experience, Minneapolis:University of Minnesota Press.
 34. Tuan, Y. F. (1980), Rootedness versus sense of place, Landscape, 24, 3-8.
 35. Virden, R.J. & Schreyer, R. (1988), Recreation specialization as an indicator of environment preference. Environment and Behavior, Vol. (20) No. 6, 721-739.
 36. Warzecha, C. & Lime, D.W. (2000), Place attachment on the Colorado and Green Rivers in Canyonlands National Park: Examining the relationship between place and encounter norms, In Book of abstracts: Eighth International Symposium on Society and Resource Management, 332–333.
 37. Williams, D. R. & Roggenbuck, J.W. (1989), Measuring place attachment : Some preliminary results,In L. H. McAvoy & D. Howard (eds.), Abstracts: 1989 Leisure Research Symposium, p.32.
 38. Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., & Watson, A. E. (1992), Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place, Leisure Sciences, Vol.14, 29-46.
 39. Zeithmal,V.A., Berry, L.L. and Parasuraman A. (1996),The Behavioral Consequences Service Quality, Journal of Marketing, Vol.60, 31-46.

附錄 正式問卷

問卷編號：_____

親愛的朋友，您好：

這是一篇學術研究，主要目的想瞭解自行車活動參與者對於日月潭自行車道遊憩環境屬性、休閒效益、地方依附與行為意圖關係之研究。您的協助對本研究極為重要，打擾您幾分鐘，懇請您能填答此份問卷。

本問卷沒有標準答案，您所感覺的真實情況，就是最好的答案！（請勿留空或漏答） 問卷採不計名方式進行，所得資料僅供學術研究之用，絕不對外公布，敬請安心作答。感謝您的熱心協助，敬祝您身體健康、旅途平安！

南華大學 旅遊事業管理研究所

指導教授：莊鎧溫 博士

研究生：李秀玉

【第一部分：遊憩環境屬性量表】	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
在此騎乘自行車之後，請問您對日月潭自行車道的遊憩環境屬性的看法？請依滿意程度圈選。					
1. 擁有豐富的生態資源（蛙類、魚類、鳥類…）	5	4	3	2	1
2. 擁有優美的自然景觀（山景、湖景…）	5	4	3	2	1
3. 自行車道串聯不同景點，豐富的遊憩體驗	5	4	3	2	1
4. 自行車道騎乘寬度適宜	5	4	3	2	1
5. 自行車道騎乘彎度適宜	5	4	3	2	1
6. 自行車道騎乘坡度適宜	5	4	3	2	1
7. 自行車道騎乘鋪面平整	5	4	3	2	1
8. 自行車道護欄設施完善，數量及位置恰當	5	4	3	2	1
9. 自行車道路線規劃設計之整體性完善	5	4	3	2	1
10. 自行車道整體環境設施與週邊景觀和諧	5	4	3	2	1
11. 自行車道沿線指示標誌明確、位置恰當	5	4	3	2	1
12. 自行車道的遮蔭充足	5	4	3	2	1
13. 自行車道擁有多樣化的挑戰地形	5	4	3	2	1

〈尚有題目，請繼續填答〉

續上頁	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
14. 自行車道週遭環境清潔	5	4	3	2	1
15. 沿途的自行車停放架充足	5	4	3	2	1
16. 自行車道設施維護完善	5	4	3	2	1
17. 沿途休憩空間足夠(涼亭、觀景平臺、座椅…)	5	4	3	2	1
18. 導覽解說牌及地圖的呈現明確、位置恰當	5	4	3	2	1
19. 自行車租車業者服務親切、保障完整	5	4	3	2	1
20. 自行車出租車輛價格合理、種類齊全	5	4	3	2	1
21. 餐飲、零售業服務親切，價格合理	5	4	3	2	1
22. 遊客中心提供多功能服務(旅遊諮詢、休憩…)	5	4	3	2	1
23. 歷史古蹟的保存	5	4	3	2	1
24. 地方特色的推廣(邵族文化、紅茶…)	5	4	3	2	1
25. 文化展覽的舉辦	5	4	3	2	1

【第二部分：休閒效益量表】	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
在此騎自行車之後，請問您對日月潭自行車道帶給您的休閒效益如何？請依滿意圈選。					
1. 我覺得騎自行車能保持健康、鍛鍊體力。	5	4	3	2	1
2. 我覺得騎自行車能自我滿足、實踐心中的理想。	5	4	3	2	1
3. 我覺得騎自行車能恢復活力、靈活筋骨。	5	4	3	2	1
4. 我覺得騎自行車能與他人互動、結交新朋友。	5	4	3	2	1
5. 我覺得騎自行車讓我心情愉快、增加生活樂趣。	5	4	3	2	1
6. 我覺得騎自行車能改善睡眠的品質。	5	4	3	2	1
7. 我覺得騎自行車能發洩情緒、調適心情。	5	4	3	2	1
8. 我覺得騎自行車能改善或控制疾病。	5	4	3	2	1
9. 我覺得騎自行車讓我有自信心和成就感。	5	4	3	2	1
10. 我覺得騎自行車能消除緊張、舒解壓力。	5	4	3	2	1
11. 我覺得騎自行車能促進朋友間的和諧關係。	5	4	3	2	1
12. 我覺得騎自行車能促進親人間的感情。	5	4	3	2	1

<尚有題目，請繼續填答>

【第三部分：地方依附量表】	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
在此騎乘自行車之後，請問您對日月潭自行車道的依附情形？對於「日月潭自行車道」以下將以「這裡」代表。請依同意程度圈選。					
1. 我願意多花一點時間在這裡騎自行車。	5	4	3	2	1
2. 和其他自行車路線相比，在這裡騎自行車讓我得到更多滿足。	5	4	3	2	1
3. 和其他自行車路線相比，我較喜歡在這裡騎自行車。	5	4	3	2	1
4. 在這裡騎自行車，比到其他地方騎自行車重要。	5	4	3	2	1
5. 這裡的環境氣氛是別的自行車道無法替代的。	5	4	3	2	1
6. 我對這裡有很深入的瞭解。	5	4	3	2	1
7. 我對這裡有很深厚的情感。	5	4	3	2	1
8. 我對這裡有強烈的認同感。	5	4	3	2	1
【第四部分：行為意圖量表】	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
您在此騎乘自行車之後，請問您對日月潭自行車道日後可能採取的行為？請依同意程度圈選。					
1. 我會和他人分享這裡的騎自行車經驗。	5	4	3	2	1
2. 我會推薦親朋好友到這裡騎自行車。	5	4	3	2	1
3. 未來我仍願意前往這裡騎自行車。	5	4	3	2	1

【第五部分：遊客基本資料】

- 性別：男 女
- 年齡：16-25歲 26-35歲 36-45歲 46-55歲 56歲以上
- 婚姻：單身未婚 已婚
- 教育程度：國中以下 高中職 大學專科 研究所以上
- 職業：無（學生、家管、退休…） 軍公教 農林漁牧 服務業
工 商 其他
- 您目前的居住地是：
近程（南投縣市） 中部（苗栗、彰化、台中）
北部（台北、基隆、宜蘭、桃園、新竹） 東部（台東、花蓮）
南部（雲林、嘉義、台南、高雄、屏東） 離島（金、馬、澎）
國外
- 您此次騎乘自行車的伙伴是：自己 家人、親戚 朋友、同學
旅行團
- 平均月收入：
無經常性收入 2萬元以下 2萬~4萬元 4萬~6萬元
6萬~8萬元 8萬元以上

9. 您在此自行車道騎乘大約花了 1 小時 1~2 小時 2~3 小時
3 小時以上
10. 請問您這是第幾次到日月潭自行車道騎車：第 1 次 第 2 次以上

※本問卷到此結束，感謝您耐心填答！