

南華大學

文化創意事業管理學系碩士班

碩士學位論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION

Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University

自行車騎乘者參與動機、滿意度與重遊意願之研究

Study on The Participating Motivation, Satisfaction and Revisit Willingness of Cyclist

指導教授：黃昱凱 博士

ADADVISOR : Yu-Kai Huang, Ph.D

研究生：許登耀

GRADUATE STUDENT : Deng-You Shiu

中 華 民 國 一 〇 五 年 六 月

南 華 大 學

文化創意事業管理學系文創行銷碩士班

碩 士 學 位 論 文

自行車騎乘者參與動機、滿意度與重遊意願之研究

STUDY ON THE PARTICIPATING MOTIVATION, SATISFACTION AND
REVISIT WILLINGNESS OF CYCLIST

研究生： 許登耀

經考試合格特此證明

口試委員：

江夢媛

趙子仁

黃昱凱

指導教授：

黃昱凱

系主任(所長)：

林聰仁

口試日期：中 華 民 國 105 年 5 月 29 日

謝 誌

時光飛逝，校園生涯已是 18 年前的回憶了，隨著時代變遷，教師進修獲得碩士文憑已是時勢所趨。如今正值兩個活潑好動的兒子已脫離襁褓階段，此時不讀更待何時，趁著記憶力尚未完全退化之前再重拾書本，回到校園讀書一圓碩士夢已是水到渠成，而恰好南華大學到內人任教的和仁國小招生，當下就決定和內人一起就讀南華大華文創所。

就學期間，感謝幾位教授在研究所課業上的熱心指導：洪林伯教授在論文寫作大方向的建議與入學審查時的指導，讓本人獲益良多；趙家民教授所授課程不會枯坐於教室純講理論，而是會帶同學到各個具備文創元素的旅遊景點進行考察，經由教授的講解，同學們更能了解文創運用於各產業的作法，同時開拓視野、增廣見聞；楊聰仁教授在「論文導讀」方面的指導，讓我更能了解論文的架構，對於論文的寫作方向更加清晰；黃芳琪教授在會計學一科深入淺出的講解，讓沒接觸過會計學的我不致瞎子摸象，而能有所收穫；楊政郎教授於「研究方法」一科採用理論與實作並行教學，讓同學們更能掌握資料統計分析的訣竅；黃淑基教授於文化事業管理一科時談諧幽默的上課氣氛總能帶動同學們熱烈的討論，讓大家對文創事業管理各個議題更有概念。

當然這本論文能完成特別要感謝我的指導教授—黃昱凱博士，教授上課時幽默風趣，對於同學不懂的問題總不厭其煩地一再講解，在他身上我看到的是一位確實在做學問的學者，總把學生的需要擺在第一位。在與我們這群研究生 meeting 時，總是犧牲了自己的吃飯與休息時間，不斷的燃燒自己，貢獻自己所長督促、指導大家撰寫論文，可以說沒有教授的指點迷津，就沒有這篇論文的產出。教授默默耕耘、不求回報的精神更值得我學習，我祝福黃老師認真從事研究的同時，更能保持身體永遠健康。

其次，要特別感謝社口萬興宮的神轎班成員與志工大哥、大姐們協助問卷的發放，有了你們熱心無私的付出，本研究問卷的回收率才能在惡劣的天候下達到標準，而內人在百忙之中來到現場幫我發放問卷更讓我銘感於心；除此之外，在研究所一起努力的同學們，無論在課業的實質協助或是精神上的鼓勵都是我論文與研究得以持續進行的動力，有您們真好。

再來，我還要感謝我親愛的內人給予堅強後盾的支持，在我衝刺論文的關鍵時期還要辛苦地操持大部份家務與處理生活瑣事，感謝妳在這漫長而辛苦的日子裡陪著我度過，如今終能如願畢業，我願以同等的付出協助妳所面臨的考驗。還要感謝岳母與內人姐姐們這段時間的辛勞，由於假日兩人都需上課，照顧小孩的重責大任都交給她們，她們不僅毫無怨言還能甘之如飴，感謝她們無悔的付出。也要謝謝兩個寶貝兒子在求學期間乖巧聽話，常常想到你們可愛的容顏，就更增添了寫論文的與靈感與動力呢！

最後再度感謝所有幫助過我的人，儘管一路行來有些顛簸，因為有你們，行囊裡卻是充實而飽滿的。更期許自己碩士生涯結束的同時，還能讓自己為教育生涯投入新燃料，進而激發出更強大的能量，帶給自己與學生更不一樣的世界。

登耀 謹誌 2016 年 5 月 20 日

碩士論文中文摘要

論文題目：自行車騎乘者參與動機、滿意度與重遊意願之研究

研究生：許登耀

指導教授：黃昱凱 博士

論文摘要內容：

本研究旨在瞭解自行車騎乘者在參賽動機、滿意度與重遊意願之差異情形，並以參與 2015「萬眾騎 BIKE」單車活動的自行車騎士為研究對象，採用問卷調查法蒐集相關資料，問卷內容包括「自行車騎乘者個人基本資料」、「騎乘動機量表」、「滿意度量表」、「重遊意願量表」以及「參與單車活動車友之特質」等五個部分。本研究的取樣地點在起終點—社口萬興宮，共回收 377 份，經統計分析後，所得結論如下：

1. 參與動機中以「健康適能」得分最高，而「人際互動」的得分較低。
2. 多數人最重視「餐飲服務」，而對於「遊憩設施」的要求較小。
3. 騎乘者的職業與收入分別在「萬眾騎 BIKE」單車活動的參與動機與重遊意願上有顯著差異。舉例來說，相對「自由業」的族群來說，「服務業」的樣本在「學習新知與成長」構面更有顯著動機。
4. 自行車騎乘者之不同參與動機對重遊意願有顯著差異；自行車騎乘者之不同滿意度構面對重遊意願有顯著差異；自行車騎乘者之不同參與動機對重要度有顯著差異。例如「參與認知」的動機越高，騎乘者之重遊意願也越高。

此外，經由滿意度分析發現「餐飲服務」的得分較高，「路線規劃」與「遊憩設施」的得分較低，建議「萬眾騎 BIKE」單車活動相關承辦單位可在路線規劃、會場軟硬體設施各方面進一步改善其品質，將有助於參加者日後的重複參與活動的意願。

關鍵詞：萬眾騎 BIKE、自行車、參與動機、滿意度、重遊意願

Title of Thesis : Study on the participating motivation, satisfaction and revisit willingness of cyclist - A Case Study of “2015 Peoples to ride BIKE”

**Name of Institute : Department of Cultural & Creative Enterprise
Management, Nanhua University**

Graduate date : June 2016 Degree Conferred : M.B.A.

Name of student : Deng-You Shiu Advisor : Yu-Kai Huang, Ph. D.

Abstract

This study aims to understand differences in the participating motivation, satisfaction and revisit willingness of cyclist, and to take cyclists who participate in the cycling event of “2015 Peoples to ride BIKE” for the study subject. It collects relevant data by using questionnaires which includes five parts: “basic personal data of cyclist”, “scale of riding motivation”, “satisfaction scale”, “scale of revisit willingness” and “qualities of cyclists to participate in cycling”. In this study, sampling location sets in the start and finish lines—Wanxing Palace of Shekou. Questionnaires are conducted by convenient sampling with a total of 400 distributions, in which there are 377 complete questionnaires and 330 valid questionnaires, with the effective recovery rate of 82.5%.

Complete data is analyzed by SPSS12.0 software, according to research data and using descriptive statistics, factor analysis, reliability analysis, the independent sample T-test, one-way ANOVA and chi-square test, etc.; therefore it comes to results as follows:

1. In the participating motivation, the "Healthy Fitness" gets the highest average scores, while the “social interaction” gets lower average scores.
2. There is the greatest demand for the importance of "catering", while smaller for "recreational facilities".
3. In the satisfaction, facet with higher average score is "catering", while lower for "route planning" and "recreational facilities". Thus, there is still room for improvement in the aspects of route planning and soft & hardware facilities of the venue to the cycling event of “Peoples to ride BIKE”.
4. There are significant differences in participating motivation of cyclists from different professions; there is no significant difference in the importance and satisfaction of basic characteristics of different cyclists; there are significant differences to revisit willingness among cyclists who have different average monthly income and have different number of participation in the cycling event of “Peoples to ride BIKE”.
5. Different participating motivations of cyclists have significant difference in revisit willingness; different satisfactions of cyclists have significant difference in revisit willingness; and different participating motivations of cyclists have significant difference in the degree of importance.

Based on the above results, I would propose several suggestions to the organizer of the cycling event of “Peoples to ride BIKE” and subsequent researchers, hoping to be helpful to enhance the status of participation in cycling event.

Keywords : Peoples to ride BIKE, Cycling, Participating Motivation, Satisfaction, Revisit willingness

目 錄

謝誌	i
中文摘要	ii
英文摘要	iii
目錄	iv
表目錄	vi
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究動機	3
1.3 研究目的	6
1.4 名詞釋義	6
1.5 研究流程	8
1.6 研究範圍與限制	9
第二章 文獻探討	10
2.1 萬眾騎 BIKE 單車活動介紹及自行車活動相關研究	10
2.2 動機及相關理論研究	35
2.3 滿意度及相關理論研究	44
2.4 重遊意願及相關理論研究	51
第三章 研究方法	59
3.1 研究架構	59
3.2 研究假設	60
3.3 研究對象	62
3.4 研究工具	62
3.5 資料處理與統計分析	67
第四章 研究結果與討論	70
4.1 自行車騎乘者基本特性背景變項之分析	70
4.2 參與動機、重要度、滿意度、重遊意願之分析	78

4.3 相關構面探索性因素分析、信度之分析	80
4.4 不同騎乘者基本特性在參與動機之差異分析	83
4.5 不同騎乘者基本特性在重要度之差異分析	95
4.6 不同騎乘者基本特性在滿意度之差異分析	107
4.7 不同騎乘者基本特性在重遊意願之差異分析	119
4.8 參與動機、重要度、滿意度與重遊意願間之影響分析	124
第五章 結論與建議	134
5.1 研究結論	134
5.2 研究建議	139
5.2.1 對相關單位之建議	139
5.2.2 對後續研究之建議	141
參考文獻	142
附錄一 正式問卷	156
附錄二 騎乘者參與動機與重要度之卡方分析表	160

表目錄

表 2.1 萬眾騎 BIKE 單車活動歷年發展狀況	11
表 2.2 99 年度全國自行車道系統建設評比結果	20
表 2.3 104 年十大自行車經典路線	22
表 2.4 2016 年全國單車賽事活動表	31
表 2.5 動機定義彙整表	37
表 2.6 動機量表構面彙整表	41
表 2.7 滿意度定義彙整表	45
表 2.8 滿意度研究構面相關研究	47
表 2.9 重遊意願定義彙整表	53
表 2.10 重遊意願研究構面相關研究	54
表 3.1 騎乘動機量表編製	64
表 3.2 滿意度量表編製	65
表 3.3 重遊意願量表編製	66
表 4.1 自行車騎乘者性別分配統計表	70
表 4.2 自行車騎乘者年齡分配統計表	71
表 4.3 自行車騎乘者婚姻狀況分配統計表	71
表 4.4 自行車騎乘者教育程度分配統計表	72
表 4.5 自行車騎乘者職業分配統計表	72
表 4.6 自行車騎乘者居住地分配統計表	73
表 4.7 自行車騎乘者個人每月平均收入分配統計表	73
表 4.8 自行車騎乘者從事自行車運動的經驗分配統計表	74
表 4.9 自行車騎乘者平常有否騎乘自行車的習慣分配統計表	74
表 4.10 自行車騎乘者最常一起騎乘對象分配統計表	75
表 4.11 參加過「萬眾騎 BIKE」單車活動的次數分配統計表	75
表 4.12 「2015 萬眾騎 BIKE」活動與誰一起來參加分配統計表	76
表 4.13 下次會與誰一起來參加「萬眾騎 BIKE」分配統計表	76
表 4.14 此次「2015 萬眾騎 BIKE」活動是否有購物分配統計表	77
表 4.15 騎乘者參與動機、重要度、滿意度與重遊意願現況	79
表 4.16 參與動機因素分析與信度檢定	80
表 4.17 滿意度因素分析與信度檢定	81

表 4.18	重遊意願因素分析與信度檢定	82
表 4.19	不同性別在參與動機之獨立樣本 t 檢定表	83
表 4.20	不同年齡在參與動機之單因子變異數檢定表	84
表 4.21	不同婚姻狀況在參與動機之獨立樣本 t 檢定表	85
表 4.22	不同教育程度在參與動機之單因子變異數檢定表	86
表 4.23	不同職業在參與動機之單因子變異數檢定表	87
表 4.24	不同居住地在參與動機之單因子變異數檢定表	88
表 4.25	不同收入在參與動機之單因子變異數檢定表	89
表 4.26	從事自行車運動的不同經驗在參與動機之單因子變異數檢定表	91
表 4.27	平常騎乘自行車的不同習慣在參與動機之單因子變異數檢定表	92
表 4.28	最常一起騎乘的不同對象在參與動機之單因子變異數檢定表	93
表 4.29	參加單車活動不同次數在參與動機之單因子變異數檢定表	94
表 4.30	不同性別在重要度之獨立樣本 t 檢定表	95
表 4.31	不同年齡在重要度之單因子變異數檢定表	96
表 4.32	不同婚姻狀況在重要度之差異分析	97
表 4.33	不同教育程度在重要度之單因子變異數檢定表	98
表 4.34	不同職業在重要度之單因子變異數檢定表	99
表 4.35	不同居住地在重要度之單因子變異數檢定表	100
表 4.36	不同收入在重要度之單因子變異數檢定表	101
表 4.37	從事自行車運動的不同經驗在重要度之單因子變異數檢定表	103
表 4.38	平常騎乘自行車的不同習慣在重要度之單因子變異數檢定表	104
表 4.39	最常一起騎乘的不同對象在重要度之單因子變異數檢定表	105
表 4.40	參加單車活動不同次數在重要度之單因子變異數檢定表	106
表 4.41	不同性別在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	107
表 4.42	不同年齡在滿意度之單因子變異數檢定表	108
表 4.43	不同婚姻狀況在滿意度之單因子變異數檢定表	109
表 4.44	不同教育程度在滿意度之單因子變異數檢定表	109
表 4.45	不同職業在滿意度之單因子變異數檢定表	111
表 4.46	不同居住地在滿意度之單因子變異數檢定表	112
表 4.47	不同收入在滿意度之單因子變異數檢定表	113
表 4.48	從事自行車運動的不同經驗在滿意度之單因子變異數檢定表	115

表 4.49	平常騎乘自行車的不同習慣在滿意度之單因子變異數檢定表	116
表 4.50	最常一起騎乘的不同對象在滿意度之單因子變異數檢定表	117
表 4.51	參加單車活動不同次數在滿意度之單因子變異數檢定表	118
表 4.52	不同性別在重遊意願之獨立樣本 t 檢定表	119
表 4.53	不同年齡在重遊意願之單因子變異數檢定表	119
表 4.54	不同婚姻狀況在重遊意願之單因子變異數檢定表	120
表 4.55	不同教育程度在重遊意願之單因子變異數檢定表	120
表 4.56	不同職業在重遊意願之單因子變異數檢定表	120
表 4.57	不同居住地在重遊意願之單因子變異數檢定表	121
表 4.58	不同收入在重遊意願之單因子變異數檢定表	121
表 4.59	從事自行車運動的不同經驗在重遊意願之單因子變異數檢定表	122
表 4.60	平常騎乘自行車的不同習慣在重遊意願之單因子變異數檢定表	122
表 4.61	最常一起騎乘的不同對象在重遊意願之單因子變異數檢定表	123
表 4.62	參加單車活動不同次數在重遊意願之單因子變異數檢定表	123
表 4.63	參與動機之「參與認知」構面與重遊意願卡方分析表	124
表 4.64	參與動機之「健康適能」構面與重遊意願卡方分析表	125
表 4.65	參與動機之「人際互動」構面與重遊意願卡方分析表	125
表 4.66	參與動機之「學習新知與成長」構面與重遊意願卡方分析表	126
表 4.67	參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與重遊意願卡方分析表	127
表 4.68	滿意度之「遊憩設施」構面與重遊意願卡方分析表	128
表 4.69	滿意度之「人員服務」構面與重遊意願卡方分析表	129
表 4.70	滿意度之「餐飲服務」構面與重遊意願卡方分析表	129
表 4.71	滿意度之「路線規劃」構面與重遊意願卡方分析表	130
表 4.72	滿意度之「整體滿意」構面與重遊意願卡方分析表	131
表 4.73	參與動機與重要度卡方分析表	132
表 5.1	不同騎乘者基本特性在參與動機之差異分析檢定驗證表	136
表 5.2	不同騎乘者基本特性在重要度之差異分析檢定驗證表	137
表 5.3	不同騎乘者基本特性在滿意度之差異分析檢定驗證表	137
表 5.4	不同騎乘者基本特性在重遊意願之差異分析檢定驗證表	138
表 5.5	參與動機、重要度、滿意度與重遊意願間之影響分析檢定驗證表	139

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖	8
圖 2.1 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動起源	12
圖 2.2 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動說明	13
圖 2.3 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動路線圖	13
圖 2.4 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動照片	18
圖 2.5 自行車道系統分類圖	18
圖 2.6 宜蘭冬山河自行車道	22
圖 2.7 臺東池上大坡池（浮圳環線）暨藍線自行車道	23
圖 2.8 屏東大鵬灣環灣自行車道	24
圖 2.9 南投集集綠色隧道暨環鎮自行車道	25
圖 2.10 日月潭自行車道系統	25
圖 2.11 臺中東豐自行車綠廊—后豐鐵馬道	26
圖 2.12 新北大漢及新店溪自行車道	27
圖 2.13 新北淡水河左岸自行車道	28
圖 2.14 東北角舊草嶺環狀線自行車道	29
圖 2.15 臺北河濱自行車道	30
圖 3.1 研究架構圖	59

第一章 緒論

本研究旨在探討參加「2015萬眾騎BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動騎乘者之騎乘動機、滿意度與重遊意願，並且探討各變項間之關係。本章節共分為研究背景、研究動機、研究目的、名詞釋義、研究流程以及研究範圍與限制等共六小節。

1.1 研究背景

近幾年來，由於國人的環保意識提高以及健康樂活等觀念的推廣普及，自行車已逐漸擺脫以往代步或通勤工具的角色，因自行車有著節能減碳、機動性強、老少咸宜等特性，逐漸受到民眾青睞，因而選擇自行車來達到運動強身與觀光旅遊的目的。根據教育部體育署「102年（2013年）運動城市調查」，在國人主要的運動項目中騎腳踏車佔16.5%，台灣自行車規律運動人口達到245萬人。而在教育部體育署的「中華民國103年運動統計」中，國人規律運動比例，從99年的26.1%，成長至102年的31.3%（教育部體育署，中華民國103年運動統計）。交通部的「2010年自行車使用狀況調查摘要分析」也指出台灣地區使用自行車人口估計已達1,030萬人，其中騎乘自行車的主要生活型態第一名為「運動、休閒、旅行」，比例60.5%為最高。以騎乘頻率來看，每週騎乘自行車者比例最高佔40.4%，每週平均騎2.2次；另外，每天騎乘自行車者也有26.5%，足見國內民眾對自行車活動的投入與愛好程度（交通部，2010年自行車使用狀況調查摘要分析）。根據國家發展委員會（2008）指出，臺灣從事自行車活動之人數從1996年的33萬人，增加至1997年的46萬人，且由於政府多年來努力改善自行車道環境，目前已逐步展現成果，參與自行車活動及人數均有大幅成長，預估2008年將高達70萬人。由上述的數據得知，國人規律運動的人口持續增加，而參與自行車活動的人口數亦持續成長，由此可知自行車運動已成為全民最喜歡的休閒活動之一。

為了因應自行車運動人口不斷往上攀升，政府單位更加積極建設自行車路網，在臺灣各地闢建自行車道，地方政府及民間單車社團也舉辦各項單車賽事，皆吸引眾多車友熱烈參與。在自行車道方面，體育署自91年至100年止，即籌措新臺幣50億元，輔導各縣市政府規劃及建置自行車道，迄今已建置超過2,000

公里的自行車道。體育署自 102 年至 105 年規劃「自行車道整體路網串連計畫」，4 年預計投入 12 億元新建自行車道 470 公里（教育部體育署，2015）。另外，教育部體育署結合交通部運輸研究所、內政部營建署，將在民國 104 年底打造一條可以自行車環臺的「自行車國道」，屆時單車騎士不用再擔心騎乘路線出現斷點，沿著規劃好的單車道即可輕鬆環台（中時電子報，2015）。世界知名旅遊書「寂寞星球（LONELY PLANET）」也特別推薦臺灣得天獨厚的自行車道系統，並評選為 2012 全球最佳觀光聖地第九名（Loney Planet，2012）。

而單車活動近幾年也在自行車風潮的帶動下愈見蓬勃發展，經典路線賽事以及高評價單車活動常在開放報名後迅速額滿，報名人數動輒數千人。欣單車（2015）以 2014 年車友所參加過的單車活動進行了問卷調查，首先「2014 年度最佳路線單車活動」第一名由「美利達－瑪吉斯盃 2014 彰化經典百 K」以 11.78% 遙遙領先拿下第一名寶座，該賽事素以高規格交管、補給動線規劃佳、補給品品質高、活動路線風景優美、終點攝影等特色聞名於單車界，高居榜首實至名歸。第二名由「社團法人台灣樂活自行車協會」所主辦的不落系列之「台南不落 191」以 4.09% 拿下，其不落系列單車活動特色為不爭排名，享受慢騎悠活時光，盡量不騎主要汽車省道公路，結合在地鄉鎮道路與自行車道，深入了解當地景觀特色，並以交友與休閒的態度來提升騎乘自行車的另一樂趣。第三名則由欣單車所主辦的「2014 秋巡雙溪」以 3.44% 獲得最佳路線第三名，此活動是「欣單車」為推廣「運動旅遊」，精選國內自行車之經典路線，可充分感受到臺灣東北角山海之間的遼闊魅力。第三名至第十名依序為「2014 永不放棄 挑戰巔峰-武嶺」、「苗栗郵局 2014 萬人騎跡」、「2014 苗栗縣健康城市『遊山觀海-挑戰 100』」、「2014 環大臺北自行車挑戰」、「2014 八卦山脈美利達盃&單車嘉年華活動」、「AMD 環東台灣自行車賽」、「2014 永不放棄 挑戰陽金 P 字山道」、「台中不落 3」，上述賽事皆為單車界中頗負盛名的單車活動。

本次研究主題的單車活動是「2015 萬眾騎 BIKE－青春洋溢 樂遊台中」，為「2015 台中媽祖國際觀光文化節」其中一項活動，於 2015 年 4 月 11 日（六）由社口萬興宮出發，沿途經過社口萬興宮、大甲鎮瀾宮、豐原鎮清宮、台中朝聖宮、旱溪樂成宮、南屯萬和宮、大雅永興宮。此次活動媽祖會安座於前導車上，帶領所有自行車車友環遊臺中山、海、屯各地，並體驗七間媽祖宮廟宗教文化，總計

約100公里，形成另類的邊境文化，藉由創意加值蛻變成為臺中的新亮點特色。

「2015萬眾騎BIKE—青春洋溢 樂遊台中」此場單車活動結合「傳統信仰文化」、「健康樂活運動」、「產業整合」、「民俗特色」、「在地美食」等元素，主辦單位希望藉由「萬眾騎BIKE」自行車活動，吸引更多年輕人關注投入傳統文化，讓媽祖信仰年輕化之外，也將樂活健康的理念、傳統文化之美永續傳承給下一代。（2015萬眾騎BIKE，2015）

近來因為物價高漲，民眾多以環保又省錢的自行車為交通代步工具，並由於民眾對於休閒娛樂需求增加，顯示出自行車除了方便使用、攜帶方便、實用性高與其他活動的相容性高外，更富有遊憩、運動功能。因此，現今自行車已逐漸成為休閒生活的一項新興工具，顯示自行車功能已由過去的交通型逐步轉向運動休閒型，使得自行車騎乘活動漸漸發展出兼具遊憩及運動的價值與功能。

1.2 研究動機

近幾年來，由於政府和自行車業者的大力提倡，國人又較注重休閒生活及健康，因而逐漸帶動起國內自行車運動的風潮。目前全臺共有 2409 個自行車休閒運動社團或俱樂部組成的車隊（中華民國自行車騎士協會，2015）。小惡魔的單車俱樂部（2015）登錄的各地單車車隊中，台北車隊有 18 個，北部車隊有 26 個，中部車隊有 17 個，南部車隊有 16 個，海外車隊有 3 個。欣單車（2015）顯示 2013 年國內外各地舉辦過的單車活動總共有 126 場，2014 年國內外各地舉辦過的單車活動總共有 185 場，2015 年國內外已舉辦過及預計舉辦的單車活動總共有 198 場，由 2013 年至 2015 年的單車活動場次數變化，可看出其有增加的趨勢。如此多場的單車活動賽事，提供了各地車友更彈性的選擇，車友們可依該場單車活動的活動性質、單車活動舉辦區域、路線難易度、活動路線安全性、車友間的口碑與評價、報名費接受度、活動路線交管與指示是否完善、補給品與贈品品質、活動現場與補給站的整體規劃等條件挑選自己喜愛的單車活動場次。因此，為了積極且持續推廣單車運動，增加各單車賽事的人氣與知名度，增進民眾身心健康，以及提升單車運動產業的發展，故了解車友參與單車賽事的動機，車友參與賽事後對該活動各項措施的滿意度，與對該單車賽事的重遊意願調查，其

皆為重要的研究課題。

動機是引起及維持已引起的個體活動，並導引該活動朝向某個目標進行的內在歷程（張春興，2009）。陳梅君（2008）認為瞭解參與者之參與動機，可幫助休閒活動持續進行，內在或外在動機若能滿足，騎乘效益會呈現正面效果，甚至成為生活重心的一部分，故深入瞭解其參與動機是不可忽視之事。王明順（2009）認為由於動機影響個體騎乘行為因素、個體努力程度和持續活動時間，因此探討騎乘者的動機在自行車活動中是一個很好的研究角度。林偉立、林春鳳（2011）針對屏東縣單車國道自行車騎乘者參與動機與休閒效益做探討，認為任何一項休閒活動的參與動機都不盡相同，如能了解這些自行車騎乘者的動機，相關單位在自行車道路網的規劃及自行車相關活動的舉辦就能更完善。曾沈連魁（2014）認為動機有其不同的理論觀點、詮釋方式，但主要都在探討人開始從事某項活動的原因，故瞭解單車運動愛好者其參與動機內涵，將可進一步深入解釋單車運動的特殊性動機。Mannell 與 Kleiber（2011）認為個體所需要的滿足感若是透過活動參與之過程獲得而來，個體所產生的滿意感受則會提供其對該活動情境、經驗良好的回饋，而作為下一次選擇、參與活動動機之基礎。由上述可知，自行車騎乘者參與某項自行車賽事的動機層面相當多元，藉由調查自行車騎乘者參與「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的騎乘動機，有助於對其參與行為的瞭解與預測，進而改善單車活動環境，讓單車活動人口持續增加，此為本研究動機之一。

滿意度一直是衡量遊憩體驗、休閒活動的重要指標之一，遊客在活動前的期望心理與活動結束後的實際感受決定了該次遊憩行為的滿意度高低，並進而影響下次再度造訪或參與的意願，國內外學者在此方面的研究相當廣泛。Chris Ryan（1995）指出遊客於遊憩環境從事休閒活動，其期待心理及活動感受將會影響他們的休閒行為，並決定他們最後的休閒滿意度。Hwang（2005）研究遊客對台灣國家公園解說滿意度與地方依附的關係，發現地方依附對滿意度有顯著相關。王綉惠、邱冠閔&黃依萱（2012）在「高雄澄清湖環湖車道騎乘者之滿意度與休閒效益相關研究」中發現環湖車道騎乘者在整體滿意度及整體休閒效益兩者間，皆呈現正向相關，滿意度越高則休閒效益也會越高。吳柏勳（2011）對休閒滿意度的定義為為個體在參與休閒活動後，針對整個活動歷程所感受到的正向需求滿意程度，此種滿意程度是來自於過往經驗與實際體驗比較而來；研究結論發現休閒

滿意度中以「心理構面」滿意度最高，騎乘者之參與動機與休閒滿意度呈現高度正相關。所以本研究想透過自行車騎乘者參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動後滿意度之現況，探討自行車活動在各項軟硬體設施該如何作完善的規劃，促進自行車騎乘者之重遊意願，並從自行車騎乘者角度來檢驗「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動是否滿足其需求，此為本研究動機之二。

Kozak (2001) 認為，重遊行為是遊客對本身之前的旅遊經驗感到滿意，願意再次造訪同一個國家、觀光景點或其它活動場所，遊客也會因當地的物價水準、交通便利性、及服務滿意度作評估，這些原因都會影響遊客的重遊意願。換言之，遊客如能感受到正向的遊憩經驗時，將會表現出比他人更高的重遊意願。Oliverand & Swan (1989) 認為消費者會再次購買的意圖和意願，會依據消費者對產品或各項服務所帶來的滿意程度而做出選擇。相關研究中，蔡旻熹 (2009) 的研究結論中顯示，遊憩環境屬性與休閒滿意度能有效預測重遊意願，其聯合解釋變異量為 49.9%。古志銘 (2010) 的研究發現運動觀光吸引力對朴子溪自行車道遊客之重遊意願有顯著之直接與間接影響關係。謝博任 (2014) 的研究顯示自行車騎乘者之遊憩體驗與滿意度皆對重遊意願有顯著影響，滿意度在遊憩體驗與重遊意願間具有部分中介之影響效果。基於上述論點及相關研究結果，本研究認為重遊意願是指旅客在體驗某次活動後或在某地遊憩結束後，對該次行程產生滿意之態度，想要再度參與該活動或重遊該地的意願。對自行車活動承辦單位而言，單車活動結束後騎乘者滿意度越高，則相對的其重遊意願與向他人推薦的意願也會越高；而騎乘者之重遊意願愈高，才能夠有效地提升該場單車活動的能見度與參與率。假使單車活動騎乘者的重遊意願過低，很可能會因為車友參與率過低而使得單車活動面臨夭折的命運。因此，本研究透過自行車騎乘者的重遊意願來檢視「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動是否能夠永續發展，此為本研究動機之三。

自行車運動，不僅對空氣零污染，也可以達到強身健體的功能，更可以增進親人與朋友的情感交流，因此近年來已經躍升為國人熱門的休閒項目之一，各地單車活動如雨後春筍般更讓眾車友有更多選擇。

因此在政府積極提倡自行車使用率及發展自行車觀光之政策下，自行車活動的騎乘環境檢視、各項軟硬體服務與相關課題研究，勢必將成為日後重要的議題。而了解自行車騎乘者動機，才能解釋其參與單車活動的行為原因，也唯有知

道自行車騎乘者的需求，才能採取與改善相對應的措施與服務，來滿足自行車騎乘者的需求並提升對單車活動的滿意程度，車友於下個年度再度參與該單車活動的重遊意願也會提高。現階段檢視自行車相關的論文、期刊，較著重在「自行車道」方面的研究，以「單車活動」為主題探討自行車騎乘者個人特性、騎乘動機、滿意度及重遊意願的相關研究較少。透過本研究瞭解自行車騎乘者動機及對「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動滿意度、重遊意願之調查，最後研究結果提供給自行車騎乘者做為參考以提升對自行車運動的參與，並希望能提供地方政府及單車活動承辦單位日後整體規劃及改進相關設施之參考。在學術研究方面，由於各縣市政府對自行車運動漸漸重視，相信會有越來越多學者重視相關議題，希望能提供給後續研究者做參考。

1.3 研究目的

根據前述的研究動機，本研究擬以參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」之自行車騎乘者為施測對象，探討自行車騎乘者動機、滿意度與重遊意願的影響。因此，本研究的目的如下：

1. 瞭解自行車騎乘者之特性與屬性。
2. 分析自行車騎乘者參與動機、重要度、滿意度及重遊意願的現況。
3. 探討不同背景變項之自行車騎乘者在「2015 萬眾騎 BIKE」參與動機、重要度、滿意度及重遊意願之差異。
4. 瞭解自行車騎乘者參與動機、重要度、滿意度及重遊意願間的關係。

1.4 名詞釋義

1.4.1 自行車騎乘者

本研究所指之自行車騎乘者，係指 2015 年 4 月 11 日（六）在社口萬興宮參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」自行車活動的自行車騎乘者。

1.4.2 參與動機

彭怡憇（2010）指出參與動機為引起自行車騎士參與自行車活動之動機。謝宗霖（2012）的研究中所指的休閒活動動機是指閒暇時引起個體參與休閒活動意念、激發個人的內在驅力，並促使個體產生行動的過程。本研究所指的參與動機為自行車騎乘者參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動時，從開始騎乘活動持續到活動結束後一連串行為的參與原因。

1.4.3 滿意度

Beard 與 Ragheb（1980）將休閒滿意度定義為個體在從事休閒活動時，所獲得的正面的看法及感受，而此正面的感受來自個體自身所察覺到的需求滿足。湯雅琪（2014）認為滿意度可被視為個體對於所感受到的服務、購買到的產品及實際參與後所產生的心理評價。本研究中之滿意度為自行車騎乘者參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動過後，對於該自行車活動之滿意度，其中包含自行車騎乘者對於活動路線環境、各項軟硬體設施以及相關服務之滿意度

1.4.4 重遊意願

Ajzen 與 Fishbein（1980）把重遊意願定義為個體將某想法化為實際行動，是顧客將會再次購買此產品的一種行為意圖。陳俊宏（2012）認為重遊意願是指從事觀光遊憩者會同意針對相同之觀光旅遊景點，會在將來重遊一次或有多次重遊之行為表現。劉美忻（2013）認為重遊意願除了再購意願的明顯態度，還包括了重複購買的行為顯現、購買該公司其他產品及向他人推薦行為等。重遊意願在本研究中是指在參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動結束後，對該次行程產生滿意之態度，想要再度參與該活動的意願。

1.4.5 2015 萬眾騎 BIKE

「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動是本次研究的主題，為「2015 台中媽祖國際觀光文化節」其中一項活動，於 2015 年 4 月 11 日（六）

由社口萬興宮出發，沿途經過社口萬興宮、大甲鎮瀾宮、豐原鎮清宮、台中朝聖宮、旱溪樂成宮、南屯萬和宮、大雅永興宮。其結合「傳統信仰文化」、「健康樂活運動」、「產業整合」、「民俗特色」、「在地美食」等元素，讓參加者除可體驗媽祖遶境文化外，更可從事有益身心健康之單車樂活運動。

1.5 研究流程

本研究首先確定研究方向，依據研究背景與研究動機，確定研究目的，並確立研究主題；接著進行相關文獻的探討，主要就自行車騎乘者騎乘動機、重要度及滿意度及重遊意願等相關文獻進行彙整，奠定本研究的理論基礎；而後確定研究方法，並建立研究架構與假設，作為研究調查之基礎；再進行問卷設計與問卷前測作業，檢視問卷之信度、效度與修正；隨後針對研究對象實地進行正式問卷調查；將回收之問卷加以整理、資料處理分析，以描述性統計、單因子變異數分析、相關分析及卡方分析等統計分析、解釋及驗證因果關係，並據此提出研究結論與建議。本研究將每一個研究過程步驟確認連結後，形成本研究之流程圖，詳細流程如圖 1.1 所示。

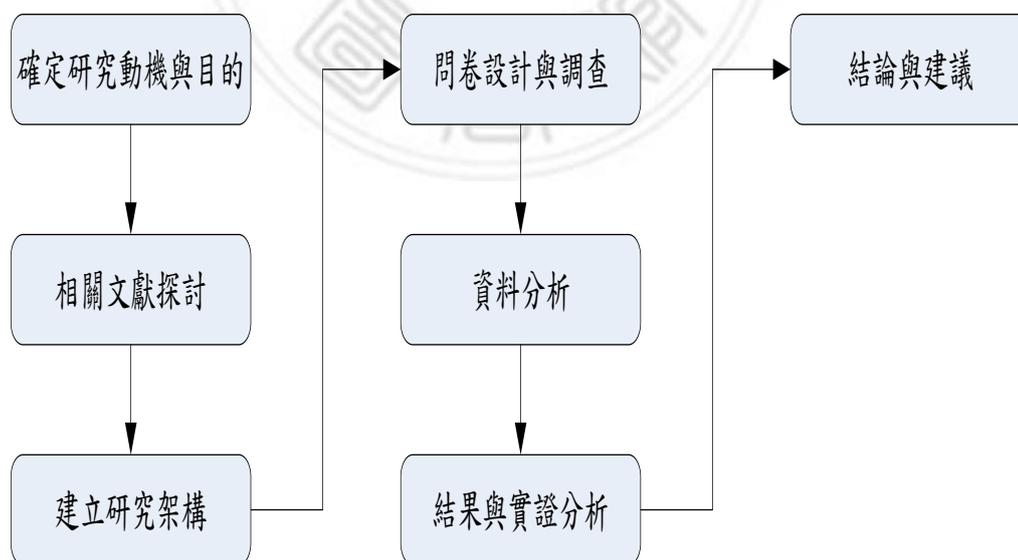


圖 1.1 研究流程圖

1.6 研究範圍與限制

本研究主要是針對參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的自行車騎乘者為調查對象，其限制如下：

- 1.時間限制：由於研究時間、經費與人力有限，無法長時間調查，因此本問卷調查未能足夠顯示全部參與車友之參與動機、滿意度及重遊意願。
- 2.對象限制：研究對象僅限於參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的自行車騎乘者，不能推論至其他類型運動的遊憩者，其他場次的單車活動也不在本研究結果可推衍之範圍。
- 3.取樣限制：本問卷調查地點以活動路線的終點會場進行問卷調查，採隨機取樣方式發放問卷填答，因此調查結果僅作預測及推估，無法完全推論至所有的參與車友。



第二章 文獻探討

本章節為文獻探討部分，共分四節，分別為「萬眾騎 BIKE」單車活動介紹及自行車活動相關研究，動機及相關理論研究、滿意度及相關理論研究、重遊意願及相關理論研究。

2.1 「萬眾騎 BIKE」單車活動介紹及自行車活動相關研究

2.1.1 「萬眾騎 BIKE」單車活動介紹

1. 「萬眾騎 BIKE」單車活動歷年發展狀況

媽祖是台灣最普遍信仰的神明，也是許多民眾的精神信仰與心靈寄託。台灣有許多大大小小的媽祖廟，有些媽祖廟甚至是跨鄉鎮或區域性的信仰中心。媽祖伴隨著我們經歷無數重要的人生階段，祂不僅是人民團結互助的所在，更是信仰、文化及政經的中心，具有慰藉民眾心靈、安定社會的功能。

自行車運動，不僅對空氣零污染，也可達到強身健體的功能，更可增近親人及朋友間的情感交流，因此近年來已經躍升為國人熱門的休閒項目之一。

「萬眾騎 BIKE」單車活動結合民間宗教信仰(媽祖)、台中地方特色產業(單車)，並且融入現代社會提倡的健康休閒概念(樂活)等相關元素，主辦單位希望藉著舉辦「萬眾騎 BIKE」自行車活動，讓優良的傳統廟宇文化能夠以創新、健康樂活的方式一直傳承下去，並能以媽祖信仰的力量與資源整合的概念帶動觀光旅遊、產業升級、文化創意與健康休閒等多元發展。

「萬眾騎 BIKE」單車活動有下列幾項活動目標：

(1) 媽祖信仰年輕化

為轉化民眾傳統觀念中對於宗教活動的刻板印象，讓進香活動不再是年長者的專利，更能吸引年輕世代的參與，因而此單車活動目標族群設定在年輕世代，加強年輕族群了解媽祖文化之動力與契機，賦予媽祖信仰年輕有活力的形象。

(2) 帶動地方產業發展

結合文化、信仰、健康與休閒運動，讓全國各地參與民眾走訪台中市，希望藉由活動之強力曝光和人潮湧進，深固既有市場、開發新興客源。

(3) 帶動城市行銷

藉由此次環繞行經台中宮廟的自行車活動，「串聯」各個產業，順勢以最大能量行銷台中市，創造商機，更帶動就業機會的增加、吸引投資活動等。而提倡以自行車盡可能代替其他使用油料之交通工具，也可為自身帶來健康身心，並在活動中，提倡參與民眾注意環保和保持路線環境整潔，創造樂活新生活。

(4) 媽祖信仰普及化

活動預估吸引全省各地名眾參與，有助於媽祖信仰的普及。同時，以此清新、健康的活動內容設計，建立生活化的形象，符合大眾生活品味之走向，更可達到推廣信仰的成效。

(5) 宮廟巡迴

「萬眾騎 BIKE」單車活動以巡迴宮廟的方式，路程環繞大台中山、海、屯區域，旨在增加宮廟間以至各宮廟之信徒間的交流，而非信徒之參賽民眾也可藉此機會運用單車參與媽祖宮廟的巡禮，進而對媽祖文化有更深層的認識。

(6) 形塑大台中建康樂活之城市印象

藉由相關活動之推廣，除了喚醒民眾對健康、運動之重視，更實際帶出商機，藉此推動相關產業，同時也塑造台中為健康樂活之城市。(資料來源：小惡魔的單車俱樂部，2016)

「萬眾騎 BIKE」單車活動從 2011 年第一屆舉辦以來，至 2016 年已邁入第六屆，現將其歷年發展狀況介紹如表 2.1 所示。

表 2.1 萬眾騎 BIKE 單車活動歷年發展狀況

活動日期	活動主題	行經宮廟	活動距離	參加人數
2011 年 4 月 2 日	萬眾騎福 BIKE 媽祖	豐原鎮清宮、旱溪樂成宮 南屯萬和宮、大甲鎮瀾宮	80 公里	3000 人
2012 年 3 月 17 日	「龍」遊臺中 自行車「騎」福	南屯萬和宮、大甲鎮瀾宮 豐原鎮清宮、旱溪樂成宮	70 公里	4500 人
2013 年 3 月 30 日	「蛇」來運轉 悠遊台中	旱溪樂成宮、大甲鎮瀾宮 南屯萬和宮、豐原鎮清宮	82 公里	7000 人
2014 年 3 月 29 日	「馬」躍台中 跟著媽祖遊台中	豐原鎮清宮、大甲鎮瀾宮 社口萬興宮、大雅永興宮 南屯萬和宮、旱溪樂成宮	88 公里	10000 人

表 2.1 萬眾騎 BIKE 單車活動歷年發展狀況 (續)

活動日期	活動主題	行經宮廟	活動距離	參加人數
2015 年 4 月 11 日	青春「羊」溢 樂遊台中	社口萬興宮、大甲鎮瀾宮 豐原鎮清宮、北屯朝聖宮 旱溪樂成宮、南屯萬和宮 大雅永興宮	100 公里	10000 人
2016 年 3 月 26 日	「猴」你幸福	北屯朝聖宮、豐原鎮清宮 大甲鎮瀾宮、社口萬興宮 南屯萬和宮、旱溪樂成宮	100 公里	10000 人

資料來源：本研究整理

2. 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動介紹

(1) 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動起源

圖 2.1 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動起源

資料來源：2015 臺中媽祖國際觀光文化節活動手冊¹

¹ 2015 臺中媽祖國際觀光文化節活動手冊，台中市政府，2015。

(2) 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動說明

萬眾騎 BIKE 活動說明：

活動時間：2015年4月11日【星期六】06:00~17:30
 活動地點：萬興宮廟庭廣場（台中市神岡區社南里昌平路五段337號）
 集合地點：社口國小（台中市神岡區社南里社南街136號）
 報到時間：am 5:30 ~ am 06:30
 好運摸彩：pm15:30 ~ pm17:30

< 摸彩規則說明，請上官網查詢以免錯失個人權益 >

活動路線：社口萬興宮 → 大甲鎮瀾宮 → 豐原鎮清宮 →
 → 台中朝聖宮 → 旱溪樂成宮 → 南屯萬和宮 →
 大雅永興宮 → 社口萬興宮 全程約 100 公里

活動提供：紀念背袋、T恤、運動毛巾、完騎獎牌、完騎證書
 保險、飲水、活動手冊、摸彩券

早鳥優惠限時送!
 完成報名前 3000 名
 即贈紀念帽一頂

※ 報名辦法 < 活動當天恕無法現場報名，報名期限請把握 >
 網路報名：即日起至 2015/03/05 線上報名專區報名，並於指定時間
 內完成繳費方符合參加資格 bike.ymart.com.tw

繳費：線上報名專區填妥報名表後，依簡訊代碼至 **ibon** 繳費
 · 如有疑問請至社口萬興宮、大甲鎮瀾宮、豐原鎮清宮、台中朝聖宮、旱溪
 樂成宮、南屯萬和宮、大雅永興宮、社口萬興宮可協助線上報名及定點報名

※ 定點報名繳費者將無寄送服務，請於指定時間內至報名宮廟領取
 活動物品。

※ 領取時間公告請查詢活動官網，不個別通知。

※ 紀念品寄送
 ① 寄送至聯絡地址（僅限於網路報名）：
 ※ 運費收取方式 >> 1~10 人 100 元。11~20 人 200 元。21~30 人
 300 元。紀念品將於活動當天前二至三週寄送完畢
 ② 活動前親自領取：於官網、粉絲團另行公告，不個別通知。

※ 完騎證書兌換：
 參加者必須在七宮廟通行處蓋紀念戳章，憑活動手冊的通行戳章與完
 騎章，換取完騎證書、完騎獎牌。

注意事項：

- 1 基於安全考量，請配戴安全帽與相關護具，並穿著透氣舒適的服裝。
- 2 參加者請務必事先檢查單車車況，尤其是煞車系統，以確保安全無虞。
- 3 此次活動全程長達約 100 km，部分路段較陡且行經市區，民眾請務
 必考量個人體能與狀況參加。
- 4 「萬眾騎 BIKE」非競賽式自行車活動，參加者切勿危險超車，以安全
 為第一考量。
- 5 參加民眾請務必遵守交通號誌及交通管制人員指揮。
- 6 單車嚴禁行駛快車道，並注意前後方車輛。
- 7 騎乘時請禮讓公車等大型車輛，保持雙方安全。
- 8 騎乘中如有身體不適、單車零件損壞等影響人身安全，請立即停止騎
 乘，並連繫工作人員。
- 9 完成報名手續後。如因故不克參加，恕不退費。
- 10 活動中（含報到與休息）請自行保管車輛，主辦單位恕不負責單車
 失竊賠償。
- 11 如遇天候狀況不佳或不可抗力之因素，大會將隨時變更行程，或緊
 急終止活動。

< 安全措施 >
 ◆ 大會於隊伍後方準備醫護及支援車輛，體力不支或突發狀況請連繫
 緊急聯絡電話，大會將盡速到達處理。
 ◆ 騎乘自行車過程，如有發生身體不適狀況請於路旁休息，請勿勉強，
 一旁休息或等待支援車輛。

活動洽詢專線
 (04)26888955 轉分機 22、25、26
 萬眾騎 BIKE 活動小組 歡迎來電洽詢相關事宜

圖 2.2 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動說明

資料來源：2015 臺中媽祖國際觀光文化節活動手冊

(3) 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動路線圖



圖 2.3 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動路線圖

資料來源：「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動官網（2015）

(4)「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動照片



各宮廟媽祖神像



活動出發地點之宮廟－社口萬興宮



各宮廟媽祖神像安座於前導車上



前導車於雨中帶領車友出發



第一補給站之宮廟－大甲鎮瀾宮



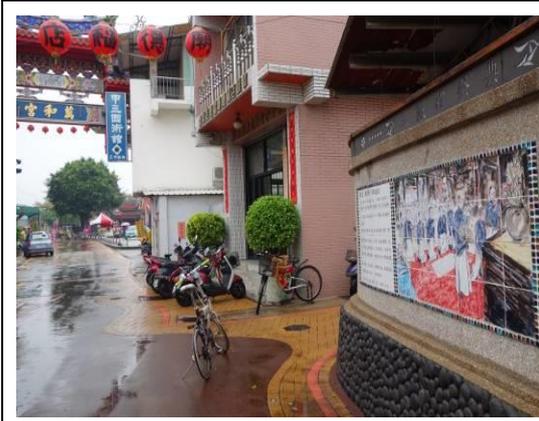
第二補給站之宮廟－豐原鎮清宮



第三補給站之宮廟－北屯朝聖宮



第四補給站之宮廟－早溪樂成宮



第五補給站之宮廟－南屯萬和宮



第六補給站之宮廟－大雅永興宮



回到起點宮廟－社口萬興宮



車友享用宮廟補給品情況



各宮廟用心提供多樣化補給品



各宮廟提供補給品給車友食用



廟方志工幫車友於集章頁蓋章



2015 萬眾騎 BIKE 摸彩活動



不畏風雨、努力堅持騎完全程的車友



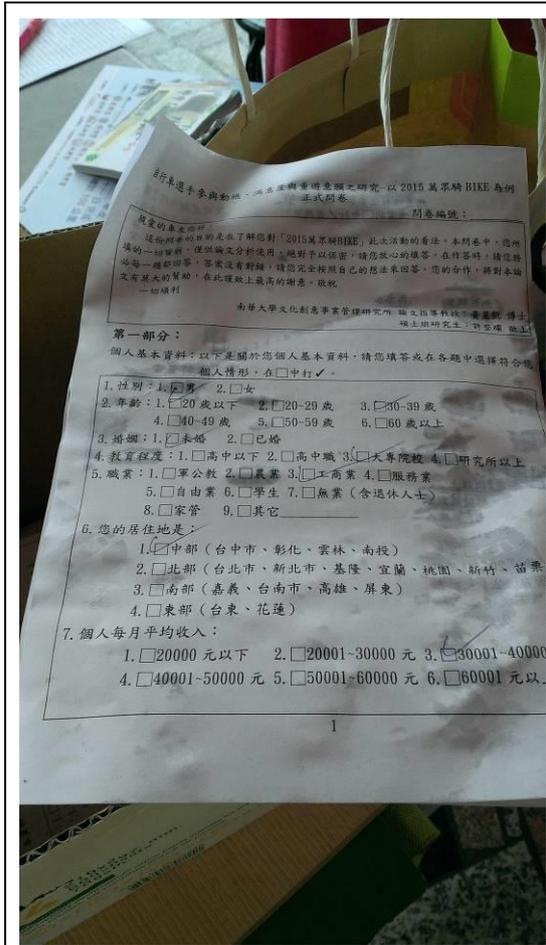
堅持心中理念、努力騎乘的車友



迎向風雨、只為堅持心中目標的車友



冒雨前進的車友、辛苦執勤的警察



感謝車友於完賽後填寫問卷

2015 萬眾騎 BIKE 會場佈置-1



2015 萬眾騎 BIKE 會場佈置-2

2015 萬眾騎 BIKE 會場佈置-3



2015 萬眾騎 BIKE 會場佈置-4

2015 萬眾騎 BIKE 單車活動紀念獎牌



圖 2.4 「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動照片

資料來源：本研究者、林辰陽、車友 jameslee599、欣單車、我們這一家&夢想起飛的日子

2.1.2 自行車運動與自行車道

依據「教育部體育署」委託「中華民國景觀學會」調查研究後出版的「自行車道設施設計準則彙編」(2015)，其內文將自行車道分為「運動休閒型」、「生活通勤型」、「運動競賽型」等三大類型(如圖 2.1 所示)。以下將「自行車道設施設計準則彙編」之說明整理如下：

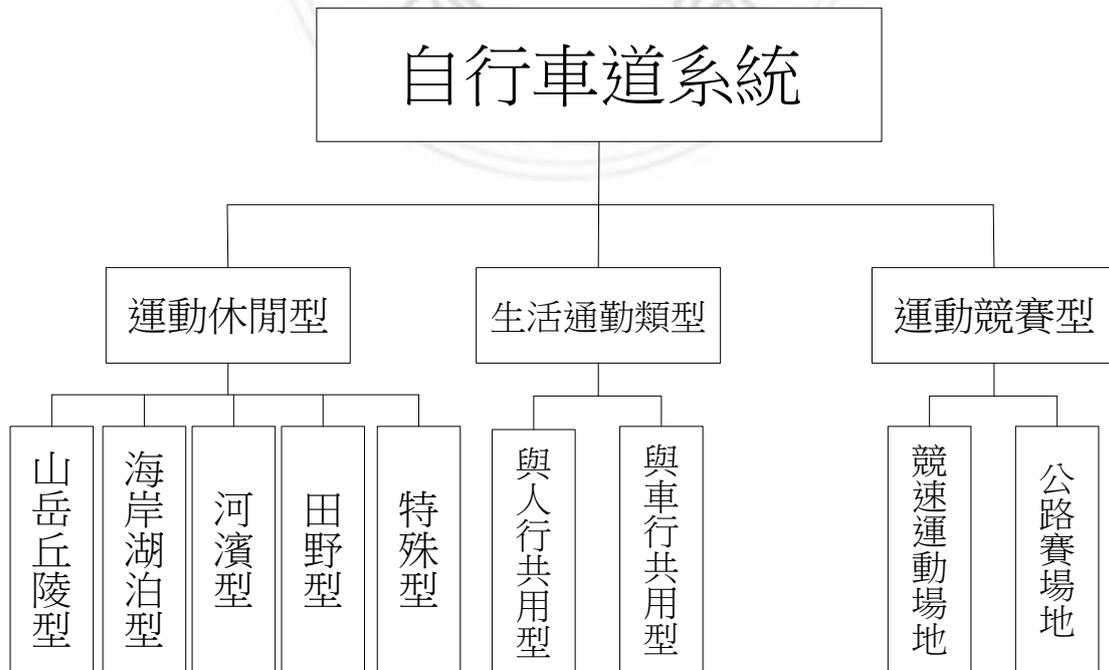


圖 2.5 自行車道系統分類圖

1.運動休閒型

此類自行車道主要為假日或特殊節日安排休閒活動行程使用，其涵蓋範疇極為廣泛，可串連高山、海岸、水岸、社區與鄰里空間，並能擴大延伸至觀光風景區、國家公園等地區。運動休閒類型自行車道亦是體觀光旅遊網路非常重要的一環，結合現有之景觀道路或步道系統，所呈現的形式可能有自行車專用道或利用國家公園步道、園區主題步道、景觀道路、林道、堤岸道路、農路、河濱步道、水圳或廢棄鐵道...等，此類型依其環境特色與設施需求依所處環境條件可再細分為以下五種類型：山岳丘陵型、海岸湖泊型、河濱型、田野型、特殊型。

2.生活通勤類型

台灣各地區生活城鎮的交通道路系統大多規劃完成，因此，生活通勤類型自行車道之設置必須在現有交通運輸設施的基礎下，重新規劃自行車道系統與其相關配套設施。自行車道形式依據使用的路權又可區分為自行車專用道路、無自行車道設計、自行車共用車道與自行車專用車道。

生活通勤類型之自行車道一般是指都會區、各鄉鎮市等主要生活要道，由於主要建構在既有交通路網之上，因此本類型自行車道多與車道、鐵路或人行道等並行。針對生活通勤類型自行車道的環境屬性，可再細分為人行共用型及與車行共用型兩種類型。

目前政府正積極推動、鼓勵民眾騎自行車轉乘大眾運輸系統政策，興建捷運系統與輕軌電車等交通設施配合自行車扮演短程接駁角色。相關配套措施除了在大眾運輸車站附近設置專業自行車停車場，並可在離峰時段開放捷運車廂放置自行車，或於公車、輕軌電車前或後加裝自行車架，以增加民眾騎乘自行車通勤的動力與便利性。

3.運動競賽類型

運動競賽型的自行車道可分為競速運動場地與公路賽場地兩種。目前台灣地區全面性完善的運動場館尚未有完善規劃，而既有之設施亦缺乏系統性之整合機制，導致民眾缺乏運動休閒場所使用。而各地的綜合性運動場館或各縣市體育館的設施功能取向也主要偏重於球類運動、游泳、體適能等為主，甚少設置自行車競賽或練習場地，由此可以看出臺灣自行車專業競賽場地的嚴重不足。

自行車/自由車運動（Cycling）是國際奧亞運競賽的重要項目之一，故政府

機關在建設體育運動場館的同時，也應設置自行車運動競賽場地，除了可提供自行車競賽與練習場地，也能積極培養國內自行車運動選手並與國際接軌。

行政院研考會、交通部、行政院體委會及內政部營建署共同於 2010 年 6 月至 8 月間，依「生活通勤型」及「運動休閒型」兩類，辦理 99 年度「全國自行車道系統建設評比作業」（如圖 2.2 所示）。藉由舉辦這樣的競賽，提供民眾優質的自行車騎乘環境，而能促使各縣市政府重視自行車道系統，互相學習觀摩，建設出更友善、更完備的自行車道系統。

表 2.2 99 年度全國自行車道系統建設評比結果

車道類型	獲得等第	所在縣市	獲獎自行車道
生活通勤型	優等	臺北市	信義區自行車道
		高雄市	美麗島大道
	甲等	臺北縣	土城優質捷運生活圈自行車道
運動休閒型	優等	臺中市	東豐自行車道
		臺北市	新店溪右岸自行車道
		新北市	河濱自行車道
		高雄市	愛河觀光自行車道
		宜蘭縣	冬山河自行車道
	甲等	南投縣	集集環鎮自行車道
		臺東縣	關山環鎮自行車道
		金門縣	金城－歷史古蹟線
		新竹市	17 公里海岸自行車道
		苗栗縣	竹南綠光海風自行車道
		臺中市	太原興大園道自行車道
花蓮縣	吉安鄉自行車道		

資料來源：內政部營建署，99 年度「全國自行車道系統建設評比作業」（2010）

另外，行政院並指示交通部、內政部與教育部等部會共同合作進一步強化自行車環境之軟硬體建設，並舉辦系列活動來對國內外遊客進行宣導。其中，臺灣「十大自行車經典路線」徵選就由教育部體育署負責執行。（十大自行車經典路線，2015）。

此次「十大自行車經典路線」徵選活動以「幸福」為主題，希望透過地方政府和全民共同參與，選出彰顯臺灣人文景觀、國際接軌等特色的經典自行車路線，以期塑造並帶動國民自行車運動的風氣、增進國人健康的體能，並吸引更多

國際觀光客經由自行車運動來體驗臺灣之美。

遴選流程分為報名收件 (6/15~7/20)、初選 (7/21~8/7)、複選－網路票選 (8/13~9/30)、複選－遴選委員會評選 (9/9~10 月中)、公布十大自行車經典路線獲選名單 (10 月底)。評分指標為「幸福 HAPPY」，包含了「Healthy 健康」、「Accessibility 親和」、「Participation 參與」、「Popularity 分享」和「Youthfulness 活力」等條件，從 6 月份起各提案單位均積極準備，8 月至 9 月份各地民眾亦踴躍參與投票。

本次徵選活動經過二階段評選程序，其中網路投票佔總得分的 60%，另外 40%的得分則是透過路勘委員實地踏勘每一條候選路線、蒐集各項資料，並經探訪各提案單位與縣市首長後，再交由徵選委員會依據 H.A.P.P.Y.的評分準則進行綜合評分。

104 年十大自行車經典路線得獎名單如表 2.3 所示，排序依地理位置自東北起順時針排列：「宜蘭冬山河自行車道」、「臺東池上大坡池（浮圳環線）暨藍線自行車道」、「屏東大鵬灣環灣自行車道」、「南投集集綠色隧道暨環鎮自行車道」、「日月潭自行車道系統」、「臺中東豐自行車綠廊－后豐鐵馬道」、「新北大漢及新店溪自行車道」、「新北淡水河左岸自行車道」、「東北角舊草嶺環狀線自行車道」、「臺北河濱自行車道」。

表 2.3 104 年十大自行車經典路線

<p>十大自行車經典路線之一</p>	<p>宜蘭冬山河自行車道</p>
<p>車道圖片介紹</p>	 <p>圖 2.6 宜蘭冬山河自行車道 (圖片來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>所在區域</p>	<p>宜蘭縣五結鄉及冬山鄉</p>
<p>提報單位</p>	<p>宜蘭縣政府</p>
<p>路線特色簡述</p>	<p>「冬山河自行車道」位於宜蘭冬山河畔，全長 24 公里的冬山河流域是運動、遊憩、休閒多元功能的河濱遊憩區。</p> <p>由美麗的冬山瓜棚火車站為起點，沿著冬山河道騎乘，沿途經過森林公園、親水公園、珍珠稻草社區、52 甲賞鳥溼地區、噶瑪蘭流流社、傳統藝術中心、清水大閘門與太平洋海邊。車道兩旁主要栽種風箱樹，綠意盎然，一路上可以看到田園稻浪景色，遠眺龜山島忽隱忽現，河面上獨木舟、西式划舟悠遊滑行，漁夫灑網或垂釣，魚鳥躍然於河邊嬉戲，欣賞冬山河畔波光粼粼的綠波，微風拂過鳴鳥啾啾的綠樹濃蔭，呈現出恬靜閒適的風光；而沿線景點也舉辦過各式活動，如國際童玩藝術節、亞太藝術節、龍舟競賽、馬拉松比賽、西式划舟比賽等可參與。</p> <p>冬山火車站及親水公園皆設立自行車出租站，平緩的車道適合全家親子一同運動休閒，春、夏、秋、冬四季皆宜，一探小河文化之美。(資料來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>其它設備</p>	<p>本路線有「無障礙廁所」、「車阻」、「活動式車阻」部分為活動式。</p>

表 2.3 104 年十大自行車經典路線（續）

<p>十大自行車經典 路線之二</p>	<p>臺東池上大坡池（浮圳環線）暨藍線自行車道</p>
<p>車道圖片介紹</p>	 <p>圖 2.7 臺東池上大坡池（浮圳環線）暨藍線自行車道 （圖片來源：十大自行車經典路線官方網站）</p>
<p>所在區域</p>	<p>台東縣池上鄉</p>
<p>提報單位</p>	<p>臺東縣池上鄉公所</p>
<p>路線特色簡述</p>	<p>池上大坡池車道（浮圳環線）： 池上大坡池為池上命脈之起源，老榕樹長年的駐守，行經於此時，猶如受到家中長輩們的保護，舒適放鬆地漫遊於此。</p> <p>藍線自行車道： 藍線自行車道一路不僅為純樸清新的田園景色令人心曠神怡，途中大水車已是必停下腳步拍張照之標地景物，農務期間亦可看到農業機具，不僅成為車道上新亮點亦逗起大人小孩新奇之心；另外隱藏於自行車道末端之池上圳進水口處，有進水口導水路、魚梯、溪岸生態景觀、涼亭休息區等等，有別於前段之田園景色，為認識水圳生態最佳景點。 （資料來源：十大自行車經典路線官方網站）</p>
<p>其它設備</p>	<p>本路線有「無障礙廁所」、「車阻」、「活動式車阻」部分為活動式。</p>

表 2.3 104 年十大自行車經典路線（續）

<p>十大自行車經典 路線之三</p>	<p>屏東大鵬灣環灣自行車道</p>
<p>車道圖片介紹</p>	 <p>圖 2.8 屏東大鵬灣環灣自行車道 (圖片來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>所在區域</p>	<p>屏東縣東港鎮/林邊鄉</p>
<p>提報單位</p>	<p>交通部觀光局大鵬灣國家風景區管理處</p>
<p>路線特色簡述</p>	<p>大鵬灣環灣自行車道為獨立自行車道，主要沿潟湖而行，當中可繞行人工濕地，沿途景色優美、海天一色、路況良好、行車安全，慢遊騎乘一圈約需兩小時，途經五大區域特色，分別是：「潟湖景緻」、「漁村風情」、「人文社區」、「碧海藍天海堤」、「紅樹林自然生態及濕地」，與其他各大都市之「都市自行車道」系統相較，視覺更開闊、心情更輕鬆，更符合樂活精神。</p> <p>沿途設有七處廁所、二處無障礙廁所、九處停車場及五處休憩涼亭，外加公路客運大鵬灣站，全線遊憩景點豐富，聯外交通便利性極佳，遊憩用餐喝咖啡及如廁需求一應俱全。(資料來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>其它設備</p>	<p>本路線有「無障礙廁所」、「車阻」、全線皆為活動式車阻。</p>

表 2.3 104 年十大自行車經典路線（續）

<p>十大自行車經典 路線之四</p>	<p>南投集集綠色隧道暨環鎮自行車道</p>
<p>車道圖片介紹</p>	 <p>圖 2.9 南投集集綠色隧道暨環鎮自行車道 (圖片來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>所在區域</p>	<p>南投縣集集鎮</p>
<p>提報單位</p>	<p>南投縣集集鎮公所</p>
<p>路線特色簡述</p>	<p>本路線行經本鎮市區重要景點，如集集火車站、明新書院、特有生物研究保育中心、武昌宮、大樟樹園區、綠色隧道、龍泉車站等景點，沿線景觀由城鎮風情街廓景觀，延伸至綠意盎然的鐵道風情，均可在本路線上飽覽無遺。(資料來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>其它設備</p>	<p>本路線有「無障礙廁所」、「車阻」、全線無活動式車阻。</p>
<p>十大自行車經典 路線之五</p>	<p>日月潭自行車道系統</p>
<p>車道圖片介紹</p>	 <p>圖 2.10 日月潭自行車道系統 (圖片來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>所在區域</p>	<p>南投縣魚池鄉</p>
<p>提報單位</p>	<p>交通部觀光局日月潭國家風景區管理處</p>
<p>路線特色簡述</p>	<p>日月潭自行車道亦受到美國有線電視 CNN 旗下的生活旅遊網站評選的青睞，選為全球十大最美自行車路線之一，並與全球 7 大最美單車路線的「日本瀨戶內島波海道</p>

表 2.3 104 年十大自行車經典路線（續）

路線特色簡述	自行車道」締結為姊妹車道。世界知名旅遊雜誌「寂寞星球」(LONELY PLANET) 也報導，臺灣以全世界少有環繞國度等級的自行車道系統獲選為 2012 全球最佳觀光聖地第九名。CNN 形容日月潭的自行車道擁有碧綠地日月潭湖面，不僅吸引國內外遊客前往，更激發許多藝術者的創作靈感。(資料來源：十大自行車經典路線官方網站)
其它設備	本路線有「無障礙廁所」、全線無活動式車阻。
十大自行車經典路線之六	臺中東豐自行車綠廊—后豐鐵馬道
車道圖片介紹	 <p>圖 2.11 臺中東豐自行車綠廊—后豐鐵馬道 (圖片來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
所在區域	南投縣魚池鄉
提報單位	交通部觀光局日月潭國家風景區管理處
路線特色簡述	<p>日月潭自行車道亦受到美國有線電視 CNN 旗下的生活旅遊網站評選的青睞，選為全球十大最美自行車路線之一，並與全球 7 大最美單車路線的「日本瀨戶內島波海道自行車道」締結為姊妹車道。</p> <p>世界知名旅遊雜誌「寂寞星球」(LONELY PLANET) 也報導，臺灣以全世界少有環繞國度等級的自行車道系統獲選為 2012 全球最佳觀光聖地第九名。</p> <p>CNN 形容日月潭的自行車道擁有碧綠地日月潭湖面，不僅吸引國內外遊客前往，更激發許多藝術者的創作靈感。(資料來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
其它設備	本路線有「無障礙廁所」、全線無活動式車阻。

表 2.3 104 年十大自行車經典路線（續）

<p>十大自行車經典 路線之七</p>	<p>新北大漢及新店溪自行車道</p>
<p>車道圖片介紹</p>	 <p>圖 2.12 新北大漢及新店溪自行車道 (圖片來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>所在區域</p>	<p>新北市三重區、新莊區、板橋區及新店區等</p>
<p>提報單位</p>	<p>新北市政府</p>
<p>路線特色簡述</p>	<p>為了讓大漢溪左右兩岸互動更直接、便捷，新北市政府潛心規劃新月橋之初，既以具時尚感的光雕橋型為雛形，意在創造新北市境內新的觀光景點，橋面設計專供行人及自行車使用之跨河結構，LED 光帶燈更創造橋面與欄杆間的嶄新光影變化，以視覺樂趣營造出迷人的夜間景致。</p> <p>另新店溪沿岸在每年 2 月初到 3 月上旬之間，春遊賞櫻成了最浪漫的事，賞櫻風潮及追櫻路線更是為人所津津樂道，而特別在新店陽光運動園區打造的河津櫻花大道，緋紅的櫻花沿著河濱步道綻放，櫻飛如雪的景致搭配園區特色主題花園，筆筆勾勒出令人讚詠的美麗圖畫。</p> <p>民眾在賞櫻的同時，亦可前往陽光橋下游左側草坪區欣賞混色波斯菊，花海面積共計約 14,000 平方公尺，足足有 2 個足球場大，豔麗的五顏色彩，美麗的波斯菊在風中搖曳，猶如花仙子下凡般，為河濱公園渲染成一片花花世界。</p> <p>喜愛賞櫻的民眾，不妨趁著花季盛開時節，邀請家人朋友一起來趟河濱單車賞櫻之旅，享受櫻花美景帶來的小確幸。</p> <p>(資料來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>其它設備</p>	<p>本路線有「無障礙廁所」、全線無活動式車阻。</p>

表 2.3 104 年十大自行車經典路線（續）

<p>十大自行車經典 路線之八</p>	<p>新北淡水河左岸自行車道</p>
<p>車道圖片介紹</p>	 <p>圖 2.13 新北淡水河左岸自行車道 (圖片來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>所在區域</p>	<p>新北市八里區</p>
<p>提報單位</p>	<p>新北市政府</p>
<p>路線特色簡述</p>	<p>八里左岸沿線的自行車道，一直是鐵馬族的最愛，尤其靠近渡船頭至左岸公園這一段，附近有眾多店家、特色美食、景觀餐廳，是八里左岸自行車道中最熱鬧的一段。</p> <p>新北市政府自 103 年 2 月起著手進行木棧步道之施作，以人車分道概念進行設計，於車道與人行木棧道間利用增設「」字型護欄，或採保留原有高差的方式來做區隔，形成「人車分道」的安定感，提供單車客與行人更舒適、安全的遊賞環境。</p> <p>此外，挖子尾生態保育區週邊的自行車道由於年久老舊，亦重新鋪設，翻新後有如返老還童，讓民眾得以盡情享受沿岸美麗的河景風光。</p> <p>而左岸碼頭旁的「BALI 廣場」，新設 BALI 字樣藝術雕塑。鮮豔的色彩與鏤空的造型結構，不僅將淡水河優美的景色和諧融合，民眾還可穿梭其中與雕塑互動連結，成為遊客們爭相拍照的新亮點。(資料來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>其它設備</p>	<p>本路線有「無障礙廁所」、全線無活動式車阻。</p>

表 2.3 104 年十大自行車經典路線（續）

<p>十大自行車經典 路線之九</p>	<p>東北角舊草嶺環狀線自行車道</p>
<p>車道圖片介紹</p>	 <p>圖 2.14 東北角舊草嶺環狀線自行車道 (圖片來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>所在區域</p>	<p>新北市、宜蘭縣</p>
<p>提報單位</p>	<p>交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處 交通部公路總局第一區養護工程處</p>
<p>路線特色簡述</p>	<p>「舊草嶺環狀線自行車道」總長約 20 公里，跨越了新北市和宜蘭縣，施工耗時 2 年多，以生態工法處理高低起伏的路段，保留了太平洋優美的天際線。</p> <p>民眾由福隆火車站出發，前往舊草嶺自行車隧道，出隧道南口後，可直通宜蘭縣石城，再經石城服務區、萊萊海蝕平台、四角窟觀景台、卯澳漁村、東興宮，回到福隆火車站。</p> <p>本路線行經鐵道邊，具鐵道鄉間自然景觀，體驗終年舒適涼爽及充滿歷史氣息的舊草嶺隧道，沿線欣賞變化多端的地質景觀，如有「魔鬼洗衣板」之稱萊萊海蝕平台，遠眺龜山島及遼闊的太平洋，路線途經具有在地歷史人文特色的馬岡及卯澳漁村。(資料來源：十大自行車經典路線官方網站)</p>
<p>其它設備</p>	<p>本路線有「無障礙廁所」、「車阻」、全線皆為活動式車阻。</p>

表 2.3 104 年十大自行車經典路線（續）

十大自行車經典路線之十	臺北河濱自行車道
車道圖片介紹	 <p>圖 2.15 臺北河濱自行車道 （圖片來源：十大自行車經典路線官方網站）</p>
所在區域	臺北市
提報單位	臺北市政府
路線特色簡述	<p>臺北市河濱自行車道總長 112 公里，串聯起 28 座河濱公園，包括淡水河、基隆河及新店溪等三大河系，如再依河系區分，則可分為「淡水河右岸」、「新店溪右岸」、「基隆河左岸」、「基隆河右岸」、「景美溪左右岸」、「雙溪左右岸」6 條各具特色的河濱遊憩路線。</p> <p>六大系統，南起景美、東自內湖，沿著河岸二側向下游延伸至關渡濕地，提供給民眾健康、親水、生態、親子、人文歷史多元休閒好去處。（資料來源：十大自行車經典路線官方網站）</p>
其它設備	本路線有「無障礙廁所」、全線無活動式車阻。

此外，日月潭自行車道系統在網路投票票數穩坐第一的人氣，獲得最佳人氣獎。

而各路線分數相近，委員會選出 6 條佳作：「臺東關山環鎮親水自行車道」、「臺東山海鐵馬道環市自行車道」、「高雄愛河及蓮池潭自行車道系統」、「苗栗綠光海風自行車道」、「新竹 17 公里海岸線自行車步道」，以及「新北二重環狀自行車道」。

最後特別頒發最具潛力獎：「嘉義朴子溪自行車道」、特別獎－四季景觀：「臺南後壁白河米蘭蓮花線」與特別獎－無障礙：「臺北河濱自行車道」。

2.1.3 自行車活動發展現況

除了上述政府大力興建與推廣自行車道外，官方與民間的自行車團體機構也積極籌辦各類型單車比賽或活動來推廣自行車運動，以下將 2016 年全國單車賽事活動整理如下表 2.3。

表2.4 2016年全國單車賽事活動表

日期	賽事	主辦單位
01/01 (五)	頭城迎曙光單車制霸挑戰賽	ezFUN
01/09 (六)	認識屏東環北屏東100K、80K挑戰	台灣超級鐵人三項協會
01/09 (六)	台北市市長柯文哲挑戰北高380K	
01/10 (日)	挑戰大三元	TWB
01/24 (日)	四重溪溫泉季悠活鐵馬行	屏東縣政府觀光傳播處
01/31 (日)	(1/6)不落系列-高雄不落	台灣樂活自行車協會
02/28 (日)	挑戰恆春半島	TWB
02/28 (日)	樂騎鐵瑪趣遊壽山(道卡斯4/6)	高雄市政府教育局
02/28 (日)	2016自行車嘉年華-樂騎臺北國際新年趴	財團法人自行車新文化基金會
03/05 (六)	(系列1/7)金星-北海岸櫻木花道挑戰	中華民國自行車騎士協會
03/13 (日)	五庫150K挑戰	南瀛單車發展協進會【籌備會】
03/20 (日)	雙主場-輪霸西濱200K	中華民國自行車協會
03/20 (日)	永不放棄探索新中橫	NeverStop
03/20 (日)	南國踩風行	台灣運動休閒產業發展協會
03/20 (日)	拜訪蘭陽	TWB
03/26 (六) 03/27 (日)	輪轉大鵬灣24小時單車馬拉松繞圈賽	台灣超級鐵人三項協會
03/26 (六)	萬眾騎拜BIKE猴你幸福	鎮瀾宮
04/09 (六)	台北市青年盃	NeverStop
04/10 (日)	2016后里遨遊自行車活動	臺中市后里體育會
04/16 (六) 04/17 (日)	春季場地賽	NeverStop
04/16 (六) 04/17 (日)	第一場：環花東自行車賽 (花蓮→台東) 第二場：環花東自行車賽 (台東→花蓮)	中華民國自行車騎士協會

表2.4 2016年全國單車賽事活動表（續）

日期	賽事	主辦單位
04/16 (六)	(系列2/7)木星-環花東365超級挑戰隊-花蓮	中華民國自行車騎士協會
04/17 (日)	(系列3/7)水星-環花東365超級挑戰隊-台東	中華民國自行車騎士協會
04/17 (日)	鐵騎探索太平山	台灣運動休閒產業發展協會
04/17 (日)	美利達－馬吉斯盃彰化經典百K	中華民國全民樂活促進協會
04/17 (日)	(2/6)不落系列-苗栗不落	台灣樂活自行車協會
04/24 (日)	葛瑪蘭追風挑戰賽	ezFUN
04/24 (日)	MIT愛高雄樂騎趣－45k	高雄市救國團鳳山區團委會
04/30 (六) 05/01 (日)	永不放棄極限挑戰 300K/100K	NeverStop
05/01 (日)	拜訪台中	TWB
05/22 (日)	永不放棄一騎來發財－紫南宮極限挑戰99.9K	NeverStop
05/22 (日)	桐花飛舞115單車挑戰賽	ezFUN
05/22 (日)	拜訪鹿港	TWB
05/28 (六)	第三場：宜蘭牛鬥公路賽	中華民國自行車騎士協會
05/28 (六)	極限認證－宇老大滿貫	中華民國自行車協會
05/29 (日)	第四場：思源啞口公路賽	中華民國自行車騎士協會
06/04 (六) 06/06 (一)	叁進武嶺	TWB
06/12 (日)	北濱100追風挑戰賽	ezFUN
06/12 (日)	環南200K挑戰賽	南瀛單車發展協進會【籌備會】
06/17 (五) 06/19 (日)	超越巔峰－中央山脈極致挑戰 06/17 (五) ~06/19 (日)	中華民國自行車協會
06/18 (六) 06/19 (日)	雙進武嶺	TWB
06/18 (六)	(3/6)不落系列－蘭陽不落	台灣樂活自行車協會
06/19 (日)	瑪吉斯國際登山賽	NeverStop
06/25 (六)	(系列4/7)火星－嘉南平原大挑戰	中華民國自行車騎士協會
06/25 (六)	極限認證－宇老大滿貫	中華民國自行車協會

表2.4 2016年全國單車賽事活動表（續）

日期	賽事	主辦單位
07/02 (六)	國際聽障自由車環臺賽聽人組資格選拔賽	國際聽障運動總會
07/09 (六)	(台灣騎跡1/4)登山王之路	中華民國自行車騎士協會
07/09 (六) 07/10 (日)	夏季場地賽	NeverStop
07/17 (日)	西螺好美160公里	NeverStop
07/24 (日)	全新活動	TWB
07/30 (六)	(系列5/7)土星－KHS詩情畫意羅馬公路挑戰	中華民國自行車騎士協會
07/31 (日)	西濱快速公路鐵人二項	中華民國自行車協會
08/01 (一) 08/04 (四)	(台灣騎跡2/4)跳躍音符馬祖颯高挑戰：08/01 (一)~08/04 (四)	中華民國自行車騎士協會
08/28 (日)	(4/6)不落系列－台中不落	台灣樂活自行車協會
08/28 (日)	拜訪日月潭	TWB
09/03 (六)	第五場：玉山塔塔加登山賽	中華民國自行車騎士協會
09/03 (六)	(系列6/7)天王星－玉山塔塔加挑戰	中華民國自行車騎士協會
09/03 (六) 09/05 (一)	The Devil Menu 魔鬼菜單 09/03 (六)~09/05 (一)	中華民國自行車協會
09/10 (六)	永不放棄系列 挑戰巔峰－武嶺	NeverStop
09/17 (六)	拜訪墾丁	TWB
09/24 (六)	(台灣騎跡3/4)環大台北自行車挑戰	中華民國自行車騎士協會
10/01 (六)	苗栗練五宮	中華民國自行車協會
10/02 (日)	(5/6)不落系列－嘉義不落	台灣樂活自行車協會
10/09 (日)	自行車海外騎乘認證-宮古島、沖繩	中華民國自行車協會
10/15 (六) 10/16 (日)	秋季場地賽	NeverStop
10/23 (日)	苗栗練五宮	中華民國自行車協會
10/28 (五)	(台灣騎跡4/4)台灣自行車登山王挑戰Taiwan KOM Challenge	中華民國自行車騎士協會
11/05 (六)	北高380認證	TWB
11/05 (六) 11/06 (日)	雙塔520認證	TWB
11/05 (六) 11/06 (日)	永不放棄系列極限挑戰 520K	NeverStop
11/19 (六)	台北市中正盃	NeverStop

表2.4 2016年全國單車賽事活動表（續）

日期	賽事	主辦單位
11/20（日）	(6/6)不落系列－雲林不落	台灣樂活自行車協會
11/26（六）	北高380極限認證	中華民國自行車協會
11/26（六）	(系列7/7)海王星－環日月潭	中華民國自行車騎士協會
12/04（日）	永不放棄系列挑戰陽金P字山道 30k&50k	NeverStop
12/10（六） 12/11（日）	花屏320k	TWB

資料來源：林上雯整理

狄懋昌（2014）在其研究「臺灣自行車運動觀光發展現況與展望」中指出，目前國內從事自行車運動的族群是以通勤用途、休閒運動涉入、流行時尚為分類，與以前一般民眾對自行車認知上只是交通工具的時代已經有所改變。而自2006年開始，國內受單車環島電影影響開始流行單車環臺壯舉，且帶動一波波到車友俱樂部或車隊休閒約騎風氣的人潮，使得騎乘自行車風氣在國內快速蔓延，因此有計畫的推行自行車運動或配套觀光活動已經變得極為重要。

陳韻竹&李晶（2013）分析「臺灣本島自行車運動觀光發展」時，認為運動觀光能結合運動與休閒，開發出獨特的旅遊方式。近年來，由於臺灣政府和自行車業者的大力提倡，逐漸帶動起自行車休閒運動風潮。其研究以文獻回顧法對運動觀光進行分類，並依循其結果分析臺灣自行車運動觀光發展之內涵。分析結果如下：（1）臺灣目前以主動性自行車運動觀光為主，其中又以休閒活動佔最大比例，而自行車移地訓練與自行車競技比賽次之。（2）被動性之觀賞自行車賽事與參觀自行車運動景點較為缺乏。兩位研究者建議如下：由於政府對於自行車道之硬體設施趨於完善，而對於自行車道軟體設施之建構較為缺乏，故可針對主動性自行車運動觀光之休閒活動進行更深入的探討，並加入軟體設施之相關自行車旅遊規劃'連結被動性參觀自行車運動景點。

自行車戶外活動除了辦理競賽或挑戰活動外，對於如何整合自行車運動參與動機、自行車環境與相關軟硬體來提供自行車運動觀光人士則是重要的議題。另外對參與自行車運動觀光者而言，多係以單車活動為主，但亦有許多以個人、家庭或車隊，只是為了騎車而騎車，這種隨性活動型態的族群亦是辦理自行車活動相關部門需關注的對象。

2.2 動機及相關理論研究

2.2.1 動機之定義

動機 (Motivation) 一詞於 1918 由 Woodworth 年首先應用於心理學界 (張華保, 1986)。國外學者 Fishbein & Ajzen (1975) 認為動機 (Motivation) 是指參與一個活動時考量其期望的價值理論, 也就是參與者參與活動的原因及其參與活動之預期程度。Mook (1987) 認為動機為可以被視為促使個人採取行動的原因, 它是一種個人內在的驅使力, 激發個體從事行為、活動。在運動心理學領域中, 動機可以簡單被定義為一個人努力的來源和強度 (Sage, 1977)。Yoon & Uysal (2005) 在其研究中將動機分為推拉動機。推動機可能被視為休息、遠離和放鬆、聲譽、健康、興奮、家庭聚會、社會互動和冒險的慾望, 拉動機則是因為目的地產生的吸引力而得到從事旅遊的引誘動力, 例如海灘、娛樂購物、文化產業、觀光景點和公園。

張月芬 (2004) 主張人類的動機是很複雜多元的, 動機背後牽涉到環境現況、滿足需求、個人成長歷程、累積之經驗...等, 是由一連串事件形成的, 無法以單一事項來解釋任何行為背後可能蘊藏著的動機。因此, 動機研究的目的是在了解行為產生的原因, 進而解釋個人的行為源由。

陳梅君 (2008) 認為遊憩動機係指在個人心理內產生之推動力與外在環境因素吸引力的需求下, 持續維持某種活動進行的一種歷程。

許宇中 (2009) 在其「基隆河沿岸自行車道騎乘者參與動機、車道設施滿意度、遊憩體驗與休閒效益關係之研究」中所指的參與動機, 是指騎乘者選擇前往基隆河沿岸自行車道並且維持自行車活動, 個人受到能夠促成此次行動並提供方向的內在力量影響, 促使我們從事自行車活動的無形因素。因此, 其研究所探討之騎乘者參與動機乃是指遊客選擇前往基隆河沿岸自行車道, 並引發其從事自行車騎乘活動行為之內在心理驅力。

謝清秀 (2003) 提出休閒參與動機的定義分為社會層面和心理層面兩方面觀點, 而參與動機通常有兩個基本特徵就是追求與逃避, 追求心理壓力的舒緩並使身體得到休息、鬆弛, 逃避生活環境中的過多刺激及避開社會不必要的接觸, 透過參與活動得到心理之滿足感。

蒲逸生（2004）認為參與動機是一個人願意參與活動的動機，是由個人內在的需求與外在的社會認定間互相作用的結果。當個人需求與社會認定均很強烈時，參與活動的意願就會更強；相反的，若有一樣較弱時，參與活動的意願就會減低。

林懷宗（2006）認為旅遊動機是引起人們旅遊的重要原因，是促使人們從事旅遊行為的內在動力，它驅使人們從事各項旅遊活動，滿足其旅遊需求與目的。

郭豐州（2008）指出運動動機是維持恆常運動的成功關鍵，當了解自己的目標是什麼，或當自身的動機越具體而明確時，越容易地將運動變成日常生活的一部分，其短期而容易達到的目標較容易執行且得到回饋。可見擁有確定的參與動機，對建立持續的運動習慣有其絕對的幫助，而當目標訂定之後，便可依照管理學的科學管理方法，對其進行管理、控制、組織、規劃，藉以掌控目標完成進度。

劉玉桂（2007）認為休閒運動之所以有別於其他類型的休閒活動，在於它能滿足人們各項休閒需求，而且是最能引起人們參與休閒活動的來源動機。因為現代人追求健康的企圖心非常強，而運動則促進身體健康的最佳良藥，從事運動性的休閒活動，不僅可以忘卻煩惱、放鬆身心，擺脫一成不變的生活型態，也兼具社交功能、休閒娛樂、滿足成就感、改善健康等諸多效果，是其他類型的休閒活動所無法具備的多元活動。

陳啟倫（2007）認為休閒運動參與動機具有積極並主動參與的特色，且是在非工作或非生活需求的狀態下，透過身體活動來獲得身心平衡發展與娛樂效果的歷程。

蔡佳蓉（2010）指出休閒動機是一種人們在內在動力與外在環境吸引力的雙重需求下，人們因此迫切得到滿足感，進而促使個體從事及維持某種活動進行的一種內在歷程。

呂美利（2013）認為運動參與動機是因人而異的，且動機是多元複雜的，可能有一個或多個動機，而這些動機是引起運動參與者參與運動行為並能持續運動的重要因素。在其論文中提到「嘉義地區運動參與者的運動參與動機」時，指出個人在受到內在動機驅使之後，因生理、心理上的需求目的而有參與運動行為，運動參與動機和運動行為可說相輔相成，兩者是一體兩面的。

劉國戰（2013）認為影響行為的潛在因素之一為行為動機，而旅遊動機則形

成旅遊行為的驅動力，促使遊客去滿足個人、心理和社會的需求與目的，是驅使旅客參與觀光旅遊的動力因源，並具備多樣性，且旅遊動機會影響遊客的體驗過程、重遊態度、滿意度等等，所以瞭解旅遊動機之特性將會助於更瞭解旅客旅遊行為。

許啓瑞（2015）的研究中指出，遊憩動機的定義為個體因休閒遊憩需求，利用空閒時間參與促進身體健康、紓解壓力、增加生活樂趣、激發潛能、體驗多元生活、擴展視野、滿足成就感、享受悠閒生活、建立自信心之活動。茲將國內外各學者對於動機之定義整理如表 2.4 所示。

表 2.5 動機定義彙整表

作者/年代	定義
Maslow (1970)	人類必先獲得「基本需求」滿足之後，接著「成長需求」便會出現，故成為推動人類行為的動機。
keller (1983)	動機是直接且重要的行為，也就是說當人面臨某種經驗或目標時，人們會做出獲得或避免的選擇，此努力程度即為他們會運用於動機行為的表現。
Kotler (1991)	動機，亦稱為驅力，是表現於體外強大的壓力，指引個人尋求各方面的需要，藉此降低焦慮與緊張感。
黃立博 (2010)	旅遊動機是引起遊客旅遊之原因及從事旅遊行為的內在動力，其旅遊行為之決定因素乃為多重動機，並能引導遊客從事各種旅遊活動，以滿足個人之需求與目的。
洪佑賢 (2011)	動機是一種持續性過程，藉以維持個體活動，是內在心理變化和外在環境交互作用的結果，為引領個體參與休閒活動並從中獲得收益的基本要素。
廖淑靜 (2011)	係指引起民眾選擇埔里自行車道從事休閒運動行為之心理驅力，從事並維持其活動持續進行的內在歷程。
蘇亞君 (2011)	動機整體而言是一種內在的驅動力，可藉由推拉理論的意涵加以整合，主要是個人內在的推力與目的地的外在拉力相互作用，而導致休閒行為的出現。
林富真 (2012)	即指個人主動參與活動的意願，為了達成某方面的願望或理想，或為了表現自我及想獲得良好人際互動等一種行動。
陳純寅 (2013)	引起個體利用閒暇時間，參與桌球休閒運動以追求生活樂趣與品質，促進身心健康，增進人際關係，滿足成就感之驅動力。
許惠娟 (2013)	國小足球選手因內在需求或外在誘因等動力，而從事足球運動。

表 2.5 動機定義彙整表（續）

作者/年代	定義
廖嫻閔（2014）	休閒動機是指參與者從事休閒活動的原因，而正向的休閒動機能激發並維持休閒行為。
陳素芬（2014）	指發自個人內在驅力，促使運動參與者進行休閒運動的各種原因。

資料來源：本研究整理

綜合以上文獻，本研究認為個體動機與活動行為的參與是相輔相成的，其形成原因相當複雜而多元，而且並非一成不變，會隨著個體心境的演進與外在環境的變化而產生更高層次的需求。因此，本研究將參與動機定義為：「個體受到其內心因素與外在環境的驅使刺激，並促使個體從事某項特定活動來完成既定目標或滿足自我需求的原動力。」

2.2.2 動機之衡量

Deci & Ryan（1991）將休閒運動參與動機分心理、生理及社會三方面。

Frederick-Recascino 與 Schuster-Smith（2003）以自行車選手與一般運動者為研究對象，研究結果將參與運動的動機構面分為：興趣、外表、能力表現、體適能、社會性。

Havenar & Lochbaum（2007）以馬拉松選手為研究對象，將運動參與的動機分為「心理的」、「身體健康的」、「社會需求和成就」三個因素。

Iso-Ahola & Allen（1982）以因素分析法探討大學生參加校內籃球比賽之參與動機，將其分類為：個人的能力、人際的轉變與控制、逃避日常雜務、積極的人際參與、人際能力、轉變輕鬆與遇見異性或與異性相處等七個因素。

Jang & Wu（2006）研究年台灣年長者的旅遊動機研究中提出了三個拉力因素與五個推力因素，其中發現「安全與潔淨」、「知識尋找」是最重要的動機因素。

Kim & Prideaux（2005）旅遊動機歸類為體驗觀光資源（Enjoying various tourist resources）、歷史文化（Culture and history）、逃離（Escaping from everyday routine）、社會化（Socialization）及社會地位（Social status）等五種。

Manning（1985）認為由許多的實證研究可以證實，人們參與活動是為滿足

各種不同需求的參與動機，若能對不同參與動機的群體進行分類，作為活動地區的整體規劃與經營管理者的依據，將更能直接滿足各種不同體驗之滿足的需要。

林威呈（2000）在「台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究」中，把遊客遊憩動機分為五個因素：（1）身心鬆弛與修養。（2）人際關係與能力培養。（3）積極求知與學習。（4）獨處與靈感。（5）親情與友情。其中主要動機分為「達到身體的放鬆」、「和家人相處增加感情」、「休息、放鬆生活步調」、「擺脫日常生活繁忙、紓解壓力和緊張」、「遠離都市吵雜、享受寧靜氣氛」、「增進他人互助機會」、「和朋友培養感情、增進友誼」。

張恕忠（2002）以從事休閒漁業活動族群為對象，動機量表包含參與休閒漁業可能之動機，並輔以一般性休閒動機，其動機概念分為學習、親近自然、尋求刺激、滿足口腹之慾、體驗漁業環境、生理健康、逃離壓力、家庭親近、社會接觸、自我實現等共十項。

周嘉琪、胡凱揚（2005）的研究，指出一般人參加健身運動的動機可以分為六大層面的理由，包括：（1）紓解壓力、改善情緒的動機。（2）改善外表、體重的動機。（3）維護健康體適能的動機。（4）社會影響。（5）從事社交休閒的需求。（6）建構個人自學的目的。

張瓊化（2006）以日月潭國家風景區的遊客為對象瞭解遊客從事休閒旅遊活動時之休閒動機中，將遊客休閒動機區分為身心放鬆與休養、學習與能力培養、人際關係培養、體驗當地特色與身體健康考量等五個構面。

徐新勝（2007）針對衝浪活動參與者作休閒動機研究，將休閒動機分為社會互動、紓解壓力、學習創新、自我成就四個構面。

陳梅君（2008）在「自行車參與者遊憩動機、深度休閒與遊憩專門化關係之研究」中，將遊憩動機主要分類為：人際互動關係、自我肯定與挑戰、身心釋放、健康適能、學習新知與成長等五個構面。

謝永得（2008）在旅遊動機與旅遊目的地意象對旅遊目的地選擇意願之影響研究中，將旅遊動機分為三個構面：「生理動機」、「知識動機」及「人際動機」。

王明順（2009）在「自行車騎乘者動機、意象與滿意度之研究—以高雄市自行車道為例」中，將自行車騎乘者動機分為健康管理、人際關係、遠離喧嘩、動機總分等四個構面。

林建興（2009）在「國小學童巧固球運動參與動機與社會支持之研究」中將參與動機分為健康適能，其次為技術需求、成就需求、社會需求、刺激避免。

黃立博（2010）將蔗埕文化園區遊客之旅遊動機分為：（1）學習週遭事物，欣賞田野之自然風光。（2）為了和朋友培養感情，增進友誼。（3）品嚐台糖冰品。（4）慕名而來，滿足好奇心。（5）為了跟家人相處增進感情。（6）避開都市吵雜的生活環境。（7）體驗糖廠小火車。（8）參觀歷史古蹟，體驗懷舊氣氛。（9）體驗烤肉休閒之樂趣。（10）自行車之運動健身等十個變項進行探討及分析。

洪佑賢（2011）透過因素分析萃取出五個騎乘者參與動機之構面，依序命名為「休閒舒壓」、「健康需求」、「人際互動」、「學習新知」、「目的取向」。

邱榮泰（2012）在「臺中市國中學生籃球運動參與動機及涉入程度對滿意度與休閒效益之影響研究」的參與動機量表設計中，包含「知性需求」、「社會需求」、「勝任感」與「刺激的避免」四個構面。

呂美利（2013）將嘉義地區運動參與者的運動參與動機分為「追求卓越」、「健康適能」及「心理需求」三構面來討論。

蘇元媚（2013）在「花蓮地區基督徒休閒動機、休閒參與及幸福感之研究」中將個體參與休閒之動機分為下列四大類：「智力性」、「社交性」、「勝任熟練性」、「刺激逃避性」四大構面。

李世雷（2014）在「2013 臺灣國際衝浪公開賽觀眾觀賞動機與觀賞滿意度之研究」中，在研究觀眾觀賞動機的程度時，將其分為「個人喜好」、「社會連結」、「運動美感」、「專業成長」等四個構面。

由下表 2.5 所示，可以看出近年來有很多研究學者對於參與動機做出很多的相關研究，並分類出相關不同的構面。

表 2.6 動機量表構面彙整表

作者/年代	構面
McIntosh, et al. (1990)	生理動機、文化動機、人際動機、地位與聲望動機
Hanqin & Lam (1999)	知識、聲望、放鬆、新奇、強化人群關係
許宇中 (2009)	休閒遊憩、自我挑戰、目的取向
蔡佳蓉 (2010)	人際互動關係、自我肯定與挑戰、身心釋放、健康適能、學習新知與成長
吳柏勳 (2011)	健康適能、學習成長、心靈舒壓、社會交流
廖淑靜 (2011)	健康適能、身心釋放、人際互動關係、自然體驗
鄭凱鴻 (2011)	健康適能、人際互動與成長、身心釋放、美好生活
蘇亞君 (2011)	增進陶藝知識、拓展人際關係、欣賞陶藝、逃避壓力、陶藝消費
王鈺文 (2012)	宗教心理需求、社交關係、調劑身心、口碑宣傳
李仲仁 (2012)	健康與體能的追求、個人成就感、紓解壓力
林富真 (2012)	理想實現、社交互動、身分表徵、自我信念
馬英華 (2013)	智力性成份、社交性成份、勝任－熟練性成份、刺激－逃避性成份
蔡佩璇 (2013)	宗教心靈、新奇與自我滿足、休閒調劑、宗教文物偏好、人際社交、宗教利益追求因素
鄭秀燕 (2013)	生理動機、心理動機、社會動機、成就動機
林吉童 (2014)	身心抒發、生活體驗

資料來源：本研究整理

綜合上述，本研究參考李培菁 (2006)、陳梅君 (2008)、王明順 (2009)、張燕萍 (2010)、邱麗穎 (2011)、周欣德 (2012)、鄭秀燕 (2013)、黃玉君 (2014) 等人研究論文中的動機量表，本研究修改後分為「參與認知」、「健康適能」、「人際互動」、「學習新知與成長」、「自我肯定與挑戰」等五個騎乘動機構面。

2.2.3 動機之相關研究

陳梅君 (2008) 研究自行車參與者的遊憩動機，分析結果顯示，參與者的遊憩動機認同度頗高，其中以「健康適能」構面最高；以題項來看，以「從事自行車活動可以使您身體健康」，可知多數自行車運動參與者參與自行車活動是為了到戶外接觸大自然及得到身體健康。透過迴歸分析顯示，遊憩動機對深度休閒呈現顯著正向影響，顯示當參與者遊憩動機愈高時，則深度休閒的程度愈高；遊憩

動機亦對遊憩專門化有顯著影響。另外，經多變量變異數分析結果顯示，自行車運動參與者之不同個人背景在遊憩動機有顯著差異，顯示遊憩動機會因為參與者的背景不同而有所差異。

王明順（2009）研究自行車騎乘者騎乘「高雄市自行車道」的騎乘動機，研究結果發現：（1）同年齡、婚姻狀況、教育程度、居住地、自行車運動經驗、每次自行車遊憩時間、自行車擁有、每月自行車遊憩次數在自行車騎乘者動機上具有顯著差異。（2）自行車騎乘者動機與自行車道意象之間具有顯著正相關。（3）自行車騎乘者動機與自行車道滿意度之間具有顯著正相關。

許宇中（2009）研究基隆河沿岸自行車道騎乘者的動機，發現基隆河沿岸自行車道騎乘者的參與動機大多以休閒遊憩為主；透過結構方程模式分析後，結果發現參與動機對遊憩體驗有正向顯著影響。

蔡佳蓉（2010）研究台中市居民騎乘自行車之休閒動機，研究結果顯示不同社經背景之受訪民眾對自行車休閒動機之差異情形，除了「主要職業」、「居住地區」對自行車休閒動機沒有顯著差異，性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、平均月收入等自行車休閒動機因素構面有顯著差異。騎乘特性不同之受訪民眾對於自行車休閒動機之差異情形，在「心理需求」與「健康適能」因素構面中有顯著差異。

吳柏勳（2011）研究烏松環湖自行車道騎乘者的參與動機，經研究分析結果發現：（1）參與動機中以「運動健身」為主。（2）性別、年齡、婚姻、騎乘同伴在參與動機上有顯著差異。（3）騎乘者之參與動機與休閒滿意度呈現高度正相關。

洪佑賢（2011）研究台中縣東豐自行車綠廊、后豐鐵馬道自行車騎乘者的參與動機，研究發現：（1）不同背景變項的自行車騎乘者參與動機在性別、婚姻狀況、年齡、教育程度、來訪次數、騎乘時間、每周騎乘頻率有顯著差異。（2）參與動機以「健康需求」為主要因素。（3）自行車騎乘者參與動機與滿意度之相關情形，呈現正相關。（4）自行車騎乘者參與動機與休閒效益之相關情形，呈現正相關。

廖淑靜（2011）研究埔里自行車道自行車休閒者的休閒動機，研究結果發現：（1）不同職業、居住地、騎乘同伴的自行車騎乘者，在休閒動機的「身心健康」方面呈現顯著的差異。不同居住地、騎乘時間與騎乘同伴的自行車騎乘者在休閒

動機的「人際互動」方面呈現顯著的差異。不同性別、居住地、月收入、騎乘同伴與騎乘次數的自行車騎乘者在休閒動機的「自然體驗」方面呈現顯著的差異。

(2) 休閒動機、休閒體驗與休閒滿意度之間具有顯著的關係。(3) 休閒動機與休閒體驗對休閒滿意度具有顯著的預測能力。

吳建璋(2013)研究中南部地區自行車參與者之參與動機，研究結果分別如下：

(1) 參與動機在不同性別、年齡、婚姻、教育程度、職業、個人月收入、參加車隊與否達顯著差異。(2) 自行車參與者在參與動機整體構面「體重控制」、「壓力釋放」、「健康體適能」、「社交」對持續涉入有顯著正向影響，其中以「社交」構面最佳。(3) 參與動機部份構面「體重控制」、「壓力釋放」、「健康體適能」對休閒效益有顯著正向影響，其中「體重控制」構面較佳。

陳文江&李正慧(2013)在「單車遊客休閒參與動機與幸福感關係之研究—以豐自行車道為例」的研究中發現：(1) 不同年齡、教育程度及月收入之單車遊客對於休閒參與動機具有顯著差異性。(2) 休閒參與動機與幸福感的相關情形皆屬於正向關，且皆達到顯著水準。

狄懋昌(2013)在研究自行車騎士參加自行車「永不放棄」極限挑戰活動其參與動機中發現：(1) 參加者的參與動機可分為「追求合諧」、「拓展社交」、「享受自然」與「肯定自我與促進健康」四項因素。(2) 不同性別、年齡、教育程度、騎車技術參加者的參與動機未有顯著差異，而不同婚姻狀況、月收入、從事自行車運動的時間及是否有加入自行車社團者的參與動機則有顯著差異。

蕭淑惠(2014)在其「臺南市國小教師自行車運動參與動機與阻礙因素之相關研究」的研究結果分析指出：(1) 在參與動機的四個構面中，以「健康適能」構面整體分數最高，前三名分別為「促進身體健康」、「增加自己的體力」、「培養身體的適應能力」。(2) 不同背景變項的臺南市國小教師在自行車參與動機的部分，不同性別、任教年資、自行車運動參與經驗、運動階段皆達顯著差異。

綜觀上述自行車騎乘者騎乘自行車道或參與自行車活動的參與動機相關研究，可以發現自行車騎士參與單車活動最主要的參與動機為「追求身體健康」，其次為「休閒遊憩」，而參與動機在自行車騎士不同背景變項中大部分有達顯著差異，而參與動機與其他變項亦顯示正相關。

2.3 滿意度及相關理論研究

2.3.1 滿意度之定義

國外學者部份，Howard（1969）率先將滿意度的概念應用於消費者理論，他認為滿意是付出後與實際獲得是否合理的一種感受。Driver（1970）認為遊憩滿意度可用差異理論之觀點來解釋，他強調滿意度是由遊客的期望與實際知覺感受間的差距來決定，而整體滿意度係由現況各層面差異的總合所決定。Oliver（1981）認為消費者滿意乃是在使用特定產品或接受服務之情境下，對於所使用的產品或服務所得的價值程度，產生的立即性情緒反應。Drogin（1991）認為滿意度(satisfaction)是參與者或使用者在參與行為完成後，對特殊的經驗可能產生一種符合或超越個人某種期望的心理狀態或感覺。Kotler（1994）則認為顧客遊客滿意度是來自於對產品的功能特性或結果的感官知覺，以及個人對於產品的期望，經由兩者比較後形成其感覺滿意或失望的程度，若功能特性遠不如期望者，則顧客將感到不滿意，反之則滿意。Engle, Blackwell, & Miniard（1995）認為顧客使用產品後會對商品績效與購買前之信念兩者間是否一致而加以評估，當兩者間有相當的一致性時，顧客將獲得滿足；反之，若消費者對產品之信念與產品實際績效二者之間不一致時，則顧客將會產生不滿意。

國內學者部份，陳冠璋（2006）在其研究「不同自行車類型與車道設施滿意度之研究—以東豐自行車道為例」中，對滿意度定義為「以不同自行車類型騎乘者，對於在各個類型車道設施項目之騎乘體驗後，騎乘滿意度及整體騎乘滿意度的評值。」

林秋權（2010）在其研究「自行車使用者對東豐綠廊的休閒涉入、地方依附與休閒滿意度之關係研究」中，認為休閒滿意是需要民眾去實際感覺、體驗的，而本身對休閒活動的認知與期望亦是休閒滿意的主要關鍵。休閒滿意度的條件受到個體需求、人格特質、動機目的、認知期望、活動時間、活動型態、主觀情感參與頻率等因素影響。因此其研究將休閒滿意度定義為個人從事休閒遊憩活動中，受到參與因素影響所能獲得的滿足期望，並且在遊憩經驗和整體環境情境中經歷活動之後的真實經驗，擁有正向知覺或感受的程度。

林幸君（2011）在其研究「國小教師參與休閒運動之目標取向、內在動機與

休閒滿意度之研究」中，對滿意度定義為個體因從事該休閒活動而形成或獲得的正向看法或感受。它是個體感覺自己目前的休閒經驗及環境情境而覺得滿意或滿足的程度，這種正向滿足感來自個體自身已察覺，或未察覺到的需求滿足。當個體發覺到自己處於休閒的狀態，並感受到需求被滿足的正向情緒，就產生的所謂的休閒滿意；正向的感受越強，表示休閒滿意度越高。

林裕昌（2012）在其研究「8大森林樂園遊客體驗滿意度與行為意向之研究」中，認為滿意度是遊客參與遊樂區遊程體驗後的主觀認定，當活動結束時其身心的自我滿意程度。」

沈承堯（2013）在其研究「休閒農場遊客遊憩體驗、滿意度及重遊意願之研究—以苗栗大湖地區草莓休閒農場為例」中，界定滿意度為「遊客入園參訪大湖地區各級草莓休閒農場，在體驗完所有活動後，遊客在生理與心理上產生滿意舒暢的體驗程度。」

杜氏美蓉（2014）在其研究「觀光工廠服務品質、滿意度與重遊意願之研究—以寶熊漁樂館為例」中，認為滿意度為旅遊後行為之感受，即行前期望和實際表現的比較。若行前預期超過實際表現，則顧客會感到不滿意；反之，若實際表現超過行前預期、則顧客會感到滿意。此即是反應「預期」和「實際」的一致性程度，而提高消費者滿意度一直是所有企業最想達成之目標。

以下列舉國內外學者對於滿意度之定義，如表 2.6 所示。

表 2.7 滿意度定義彙整表

作者/年代	定義
Fornell (1992)	滿意度是顧客對產品或服務的所有購買經驗的整體評量。
Day (1997)	認為滿意度是衡量顧客對產品的整體使用。
Baker & Crompton (2000)	滿意度是個人體驗過後之情感與心理狀態，受到心理與社會因素的影響，或是受到當時四周環境及群體互動等外在因素的影響，而形成的一種態度或意象。
Lien & Yu (2001)	消費者實際獲得的利益與希望獲到預期水準的利益時，於購買行為所付出的成本比較，在經過此種比較與評估過程以後，產生正面或負面的知覺和情感。
朱碧茹 (2010)	將滿意度定義為遊客在目的地遊憩之後，藉由心中所產生的情緒與感覺來評斷此次遊憩歷程滿意與否，及遊客認為整體過程其所接收到的利益是否能夠符合遊客本身的期望而決定滿意度強弱。

表 2.7 滿意度定義彙整表 (續)

作者/年代	定義
林君品 (2011)	滿意度是反映消費者在購買或使用某一產品或服務之後的整體態度，以及是否與期待相符合。
張廣順 (2012)	將消費者滿意度定義為自行車旅遊中，為旅客在參與安麗紐崔萊心騎日行程後，針對服務人員所提供的服務、旅客本身的認知與體驗過程中服務人員所給予的服務，以及體驗後所獲得的經驗，進而產生不同程度的情緒反應。
蔡民生 (2012)	將遊憩滿意度定義為遊客內心知覺的一種感受，遊客依自己本身的心理感覺與情感狀況來衡量參與活動的感受，在使用產品或服務後，一種發自內心的情緒反應，是遊客實際體驗後的結果。
連央毅 (2013)	滿意度是指馬拉松跑者實際感受到賽會主辦單位所提供的服務，經過整體評估後的滿意程度。
曹采君 (2013)	顧客滿意度是指顧客購買產品或接受服務之後獲得滿意、愉悅的感受，消費者會有較高的滿意度，反之則否。
黃梅芳 (2014)	將休閒滿意度定義為個體從休閒活動中得到的需求滿意程度，且為一種正向的感受，用來檢視休閒參與者的認真休閒滿意度，個體在參與休閒活動時滿足程度越高，滿意度越高。
黃麗學 (2014)	將滿意度定義為投入時間、財務、精力等從事此活動後，對自己實際體驗後的感受。
謝博任 (2014)	滿意度是消費者在使用一項產品或是一項服務之後對於該產品或服務所產生之評價。

資料來源：本研究整理

綜合上述文獻可以得知，滿意度可被視為一項個體對於購買行為、休閒服務或旅遊活動事前期望與實際參與後的所得價值而產生的心理評價。而滿意度是受「預期服務水準」與「實際感受服務水準」兩者之間差距的影響，滿意度會隨著兩者間差距的增加而提高，或隨著減少而降低。

評價自行車騎乘者對「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動滿意度的因素相當多元且複雜，可以涵蓋軟體服務方面，如：服務人員態度、報名費用方式，以及硬體設施像是活動路線的品質與安全性、活動會場停車位是否足夠、補給品是否充足、多樣化等。故將本研究的「滿意度」定義為自行車騎乘者參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動後，「預期服務品質」與「實際服務感受」的心理評價表現。

2.3.2 滿意度之衡量

Beard & Ragheb (1980) 依據個體在休閒活動中滿足個人需求的觀點建構出一套「休閒滿意度」的研究架構，並發展「休閒滿意度量表」，來評量個體透過自身休閒活動經驗之滿足程度。其休閒滿意量表的六個構面為：心理的、社會的、教育的、生理的、放鬆的以及美感的；量表上各項目得分愈高，表示休閒滿意度愈高。

國內許多研究者也根據上述之六項構面，進而衍生出許多探討滿意度的不同構面，以下將國內有關滿意度之研究與其量表之構面列於表 2.7。

表 2.8 滿意度研究構面相關研究

研究者	年代	研究主題	滿意度研究構面
王明順	2009	自行車騎乘者動機、意象與 滿意度 之研究－以高雄市自行車道為例	車道設施規劃、車道沿線環境
吳坤修	2009	目的地意象、地方依附與 遊客滿意度 關係之研究：以日月潭國家風景區為例	遊憩設施滿意度、服務滿意度、資訊滿意度、體驗滿意度
許宇中	2009	基隆河沿岸自行車道騎乘者參與動機、 車道設施滿意度 、遊憩體驗與休閒效益關係之研究	人文設施、經營管理、硬體設施
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	心理、教育、 社交、放鬆、生理、美學
朱碧茹	2010	公平性對 遊客滿意度 、信任、口碑與重遊意願影響之研究－以大坑休閒農場為例	設施及產品滿意、人員滿意、 整體服務
吳佩靜	2010	台中市自行車道之遊客特質與 遊憩滿意度 及忠誠度之研究	自行車道的安全性、便利性、 健康與人際關係、 自我成長的體驗感受。
林秋權	2010	自行車使用者對東豐綠廊的休閒涉入、地方依附與 休閒滿意度 之關係研究	社交、美感、生理、心理

表 2.8 滿意度研究構面相關研究（續）

研究者	年代	研究主題	滿意度研究構面
鄭凱鴻	2011	雲林縣自行車愛好者休閒運動參與動機與 滿意度 之研究	健康與放鬆、美好環境、社交學習、自我肯定
方怡潔	2012	運動觀光參與者之賽會形象、目的地意象、 賽會滿意度 與行為意圖之關係研究－以 2012 高雄國際馬拉松為例	服務與宣傳、規劃與評價
阮成中	2012	越南峰牙已榜國家公園的觀光意象、旅遊動機、 滿意度 與重遊意願之研究	服務人員、設施、產品、整體滿意度
林伶怡	2012	雲林縣國小教師休閒運動參與程度、 休閒運動滿意度 及節能減碳行為意向之研究	心理、教育、社會、放鬆、身體、美感
陳政位	2012	遊客旅遊動機、休閒體驗、 滿意度 與重遊意願之研究－以日月潭大陸觀光客為例	餐廳與住宿、遊覽與接待、購物、交通便利
林萇欽	2013	101 年全民運動會參與者動機、涉入程度、 滿意度 之研究	大會形象、場館規劃與服務、競賽執行
鍾聖偉	2013	大型重型機車參與者之生活型態、深度休閒與 滿意度 之研究	心理、放鬆、生理
陳伯群	2014	健身俱樂部團體有氧課程消費者參與動機與 滿意度 之研究－以雙北市世界健身俱樂部為例	設施設備、課程師資、課程內容、運動效益
楊昇峰	2014	新北市國小高年級學童運動社團參與動機與 學習滿意度 之相關性研究	教師教學、器材與場地設備、團隊關係、個人需求滿足
賴泯儒	2014	觀光意象、 滿意度 與行為意圖相關之研究－以台中市草悟道遊客為例	環境景觀、服務設施、活動體驗

表 2.8 滿意度研究構面相關研究 (續)

研究者	年代	研究主題	滿意度研究構面
馬承源	2015	住宿者期望及滿意度對再宿意願之影響－以溪頭民宿顧客為例	民宿環境、民宿價格、 民宿服務、整體滿意度
周砥如	2015	親子間的完美主義、人格特質嚴謹度與休閒嚴謹度、休閒滿意度關係的探討	娛樂、學習、 自尊、社交、健康

資料來源：本研究整理

本研究滿意度預試量表部分係依據文獻理論的基礎，參考龔琳晏（2009）、吳坤修（2009）、洪佑賢（2011）、方怡潔（2012）、黃美琪（2012）、鄭秀燕（2013）、賴泯儒（2014）等研究者之滿意度量表，並根據本研究之特性予以增加選項，完成預試量表，分為遊憩設施、人員服務、餐飲服務、路線規劃、整體滿意五個滿意度構面。

2.3.3 滿意度之相關研究

謝雯玲、孔仁華&謝雯萍（2011）在探討「龍潭三坑自行車道」遊客滿意度與重遊意願關係中發現：(1)自行車道各滿意度構面的「遊客內在心理性因子」、「環境因子」、「遊憩活動因子」對於「自行車道整體滿意度」呈現顯著差異。(2)重遊意願各變項皆會受到「自行車道的整體滿意度」的影響，因此遊客對於該自行車道整體滿意度越高，相對地下次仍願意再次騎乘該自行車道的意願也越高。

蔡永川、陳弘順、高錦勝&黃意文（2012）在探討「高雄市愛河連接蓮池潭自行車道系統」的周邊設施滿意度中發現：(1)高雄愛河自行車道的路線規劃以及環境滿意度 3.90 是三項滿意度調查中最高，出租管理和推廣服務的滿意度 3.43 是最低的。(2)自行車道的休閒效益結果高達 4.17。(3)不同居住地在路線規劃滿意度 F 值為 3.703* 達顯著性差異。

王綉惠、邱冠閔&黃依萱（2012）在其「高雄澄清湖環湖車道騎乘者之滿意度與休閒效益相關研究」中發現：(1)騎乘者在滿意度上，會受到性別、年齡、居住地、教育程度、職業之影響，但不會受到婚姻狀況之影響。(2)環湖車道騎

乘者在整體滿意度及整體休閒效益兩者間，皆呈現正向相關，滿意度越高則休閒效益也會越高。

陳寬裕、吳崇旗&鄭恆星（2013）在探討自行車騎士對單車旅館之體驗滿意度研究中發現：（1）「旅遊動機」對「滿意度」的路徑係數 0.30，「旅遊動機」對「滿意度」具有顯著正向影響效果，旅遊動機愈強烈則滿意度愈高。（2）「旅遊期望」對「滿意度」的路徑係數為 0.25，達顯著差異且為正向影響效果，遊客對旅遊期望愈高則滿意度愈高。（3）「旅遊意象」對「滿意度」的路徑係數為 0.23，亦呈顯著差異且為正向影響效果，遊客對旅遊意象認知愈深刻則滿意度愈高。

黃振紅&呂碧琴（2013）在探討「北海岸區域自行車休閒參與者持續涉入、休閒體驗與休閒滿意度之關聯性」的研究中發現：（1）持續涉入、休閒體驗與滿意度之影響模式符合各項適配度指標。（2）休閒體驗對滿意度有顯著正向影響。（3）持續涉入對休閒滿意度有直接顯著正向影響，經由休閒體驗亦有間接的正向影響，亦即休閒體驗是持續涉入影響滿意度的重要變數。

陳壽楚&黃娟娟（2014）在對「新屋石滬生態綠色走廊自行車道」的研究中發現：（1）自行車道騎乘者對本車道能紓解平時所累積的壓力最為滿意；但因為本車道旁的石滬知名度不高，所以本車道騎乘者對石滬所帶來的教育意義、生態價值及景觀較不滿意。（2）自行車道形象對休閒滿意度有正向顯著的影響；休閒滿意度對重遊意願有正向顯著的影響。

徐毓宏（2014）在其「苗栗舊山線遊客旅遊意象、滿意度與重遊意願關係之調查研究」中發現：（1）在滿意度方面，遊客普遍感到滿意，但值得重視的是對於公共設施與停車空間方面是感到不滿意的，尤其是在停車空間有待政府與民間單位加以重視。（2）發現遊客對於地方特色意象感受程度較強者，則對當地文化豐富性感到較為滿意。

于健&陳函妤（2015）在探討雲林縣國小教師休閒運動滿意度之研究中發現：（1）在休閒運動滿意度方面，男性、有任教體育科目及開放性人格特質之教師有較高的休閒運動滿意度。（2）休閒運動參與動機對休閒運動滿意度有顯著正面影響。（3）每月休閒運動時間對休閒運動滿意度有顯著正面影響。（四）每月休閒運動時間在休閒運動參與動機對休閒運動滿意度之影響方面具有中介效果。

廖冠傑&謝惠玲（2015）以騎自行車為主要休閒活動的高雄市自行車騎乘者

為研究對象，探討其休閒滿意度發現：(1) 參與動機之「行動體驗」對於「心理方面休閒滿意度」最具預測力。(2) 休閒效益之「社交效益」對於「社會方面休閒滿意度」最具預測力。(3) 休閒效益之「身心效益」對於「生理方面休閒滿意度」最具預測力。(4) 休閒體驗中「感官體驗」對於「環境方面休閒滿意度」最具預測力。(5) 最具預測力之變項對於休閒滿意度的影響皆為正向。

吳建祥(2016)在其研究「文創觀光對遊客之吸引力、滿意度與重遊意願之研究—以北門遊客中心為例」中得出結論：(1) 遊客職業及參觀次數在滿意度上有差異。遊客對於北門遊客中心的滿意度方面，以「水晶教堂是拍照攝影的好景點」同意度最高，其次為「遊客中心的牆壁彩繪是拍照攝影的好景點」，同意度最低的為「公共廁所數量充足」，是遊客認為較不具有滿意度之變項。(2) 遊憩吸引力、滿意度及重遊意願三者之間其正向顯著影響關係。遊憩吸引力各構面與滿意度各構面皆其有正向的顯著相關，其中又以「追求健康」構面與「景觀環境」構面之相關係數最高；滿意度各構面與重遊意願皆有正向的顯著相關，其中又以景觀環境與重遊意願之相關係數最高。

從以上文獻中可以了解，滿意度是一種受到生理、心理或外在環境因素影響而發出的個人主觀判斷，故而每個人對於滿意度的感知都有一套屬於自己的標準，因此若要增加自行車活動的知名度或自行車騎乘者對某單車活動的再參與率，探討自行車騎乘者對於自行車活動的滿意度是相當重要的研究課題之一。

2.4 重遊意願及相關理論研究

2.4.1 重遊意願之定義

Pritchard (2003) 探討遊客對於「目的地環境和環境設施」之滿意度，指出遊客對於目的地環境和環境設施滿意度愈高時，其重遊意願也會提升。

Wicker, Hallmann, & Zhang (2012) 研究遊客再次參與馬拉松活動會有幾個影響因素，這些可能包括過去的經驗和行為、滿意度、該活動吸引力與行為意象、目標動機、觀眾人數有關。

國內學者方面，朱碧茹(2010)在其研究中將重遊意願定義為「遊客到該休閒農場遊完後對未來願意再持續來此休閒農場的意願」，即遊客如果重遊意願越

高表示遊客對該休閒農場感到很滿意，再度來訪之機率也將越大。黃立博(2010)認為重遊意願乃指遊客再度前來遊玩的意願，而休閒遊憩滿意度會影響重遊意願。而重遊意願會建立在於遊憩區能否持續地讓遊客感到滿意，遊客在獲得滿意後，可能就會產生重遊意願，最後再透過遊客口碑宣傳及向他人推薦等行為，旅遊時便會優先選擇此景點。

陳純斌(2012)在其研究中認為重遊意願即是遊客再度遊玩某地的意願，亦可認定為忠誠度的再購意願，並且於下次在旅遊過後是否向他人推薦以及是否會考慮優先選擇此景點。黃美琪(2012)認為重遊意願是指遊客願意再度前往遊憩區的意願度，也就是遊客再購意願的忠誠度。重遊意願可就兩個層面來探討：(1)行為層面-重遊意願的程度。(2)心理層面—熟悉與信任感。

葉俊麟(2013)在其研究中將重遊意願定義為遊客騎乘日月潭自行車道後，因其體驗價值會使遊客再次重遊該自行車道之意願、與他人分享經驗及推薦他人前來之意願。曾相榮、涂富閔、林家瑞(2013)將重遊意願定義為當遊客實際體驗旅遊地區後，個人主觀感受美好，將願意再次來訪並向他人推薦之行為。

黃博任(2014)在其研究中認為臺南市安平自行車道的重遊意願，係指自行車騎乘者「是否願意再度前來」以及「是否願意將該地點推薦給親朋好友」等行為。

林慶堯(2015)認為重遊意願與再購買行為相當類似，如產品服務能讓消費者在短時間內滿意並留下良好印象，將會成為正向觀感良好口碑，因此大幅提升重遊意願。梁語宸(2015)在其研究中將重遊意願定義為遊客在新莊廟街遊憩、消費後願意再度重遊消費，且願意向他人分享推薦給予正面評價。

紀世宏(2016)在其研究中將重遊意願定義為曾經參與月津港燈節活動之遊客，再次前往鹽水觀賞文創花燈的再遊與推薦意願。

以下列舉國內外學者對於重遊意願之定義，如表 2.8 所示。

表 2.9 重遊意願定義彙整表

作者/年代	定義
Hu (2003)	根據再購意願的論點，將重遊意願定義為「在任何的情況下遊客重遊一次或多次相同之旅遊目的地。」
蔡旻熹 (2009)	其研究是指高雄市旗津環島踩風自行車道遊客對於該自行車道再次前往遊憩之意願。
古志銘 (2010)	其研究是指嘉義縣朴子溪自行車道遊客再次重遊該自行車道之意願、向他人推薦之意願與向他人分享經驗之意願。
蔡民生 (2012)	研究飛牛牧場遊客之重遊意願時將其定義為「消費者透過個人旅遊感受，對旅遊目的地所提供的產品具有正面評價時，會優先選擇再次消費或推薦給他人的程度。」
陳政位 (2012)	在其研究中認為「重遊意願為遊客參與活動或旅遊之後，願意再次造訪某一目的之意願。」
沈承堯 (2013)	認為重遊意願係指遊客願意再次旅遊某一目的地景點或進入其所在行政區域內同質性園區從事消費性體驗的行為。
謝凱惠 (2013)	認為重遊意願即是馬來西亞華人旅客感到滿意後再度前往臺灣旅遊的行為。
黃麗學 (2014)	將重遊意願的定義為，再次參與節慶並建議親友參與節慶的意願，客家文化雲火龍節會是遊客最先考量的活動。
薛月蓮 (2015)	將重遊意願定義為「遊客在結束一地的旅遊後，會給予正向評價，與他人分享或向他人推薦，甚至產生忠誠度並願意在未來一次或多次重遊相同之觀光旅遊景點。」
吳建祥 (2016)	將重遊意願定義為「當遊客對北門遊客中心產生滿意而造成再次前往旅遊的意念甚至行為。」

資料來源：本研究整理

綜合以上研究，本研究認為遊客的重遊意願會受到旅客旅遊前後心理期待落差的影响。當旅客獲得滿意的體驗後，可能會產生重遊的行為，而旅遊地區可透過遊客的評價，加強旅客對該旅遊地點的行銷與形象的提升，亦能增加旅客向他人推薦的機會，因此在遊憩休閒活動的研究課題方面，「重遊意願」一直是相當重要的一環。

綜合各學者之研究，本研究將重遊意願定義為自行車騎乘者在參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動結束後，對該次行程產生滿意之態度，想要再度參與該單車活動，進而向親友推薦該單車活動的意願與行為表現。

2.4.2 重遊意願之衡量

Bigne et al. (2001) 以「再訪意願」和「推薦意願」衡量海洋度假村之遊客購後行為。朱碧茹 (2010) 的研究當中，則以旅遊優先考量、樂於推薦他人及轉換等三個變數來做為衡量重遊意願此構面之變項。黃立博 (2010) 在其研究中將重遊意願的構面設定為以下三個變項進行探討及分析：(1) 下次再光臨蔗埕文化園區的意願。(2) 建議親友前來蔗埕文化園區的旅遊意願。(3) 蔗埕文化園區是未來旅遊最優先考量景點。阮成中 (2012) 將重遊意願分成兩個構面，分別為 (1) 再訪意願。(2) 推薦意願。蔡民生 (2012) 對於消費者之重遊意願測量，以二項構面「消費意願」和「購後意向」作為量表發展的基礎。匡立中 (2013) 則以「自己重遊意願」、「推薦他人前來」此兩個構面來衡量重遊意願之變項。謝凱惠 (2013) 在其研究中以「重遊意願」與「推薦意願」作為重遊意願的構面，問項設定為：(1) 願意再考慮再度到臺灣旅遊。(2) 願意推薦親朋好友前來臺灣旅遊這兩個變項進行探討及分析。林吉童 (2014) 以「口碑宣傳」、「重遊意願」及「推薦意願」作為衡量重遊意願之問項。張紫韻 (2014) 在其研究中將重遊意願的構面設定為以下二個題項進行探討及分析：(1) 是否願意再次造訪溪湖糖廠。(2) 是否願意推薦溪湖糖廠給您的親友或正在尋找旅遊地點的人。

以下將國內各研究學者對重遊意願研究構面及其問項整理，如下表 2.9 所示。

表 2.10 重遊意願研究構面相關研究

作者/年代	研究構面	題項
王鈺文(2012)	◎重遊意願 ◎推薦意願	1. 我願意下次再來台北聖殿。 2. 我願意推薦給認識教友到聖殿。
黃美琪(2012)	◎重遊意願 ◎推薦意願 ◎口碑宣傳	1. 我以後還會來八卦山大佛風景區。 2. 我會向親朋好友推薦八卦山大佛風景區。 3. 我會跟其他人宣傳八卦山大佛風景區的優點。
陳俊宏(2012)	◎重遊意願 ◎推薦意願 ◎口碑宣傳	1. 將來有機會仍願意再次騎乘本自行車道。 2. 我會向他人推薦本自行車道。 3. 我會與他人分享騎乘本自行車道之經驗。 4. 遇見須改善之處，我會很樂意向相關旅遊主管單位人員建議。

表 2.10 重遊意願研究構面相關研究（續）

作者/年代	研究構面	題項
沈承堯(2013)	◎重遊與推薦意願 ◎價購意願	◎「重遊與推薦意願」有 4 個選項： 1. 您會再度光臨大湖地區草莓休閒農場之意願。 2. 大湖地區風景好即使草莓季過後，我還會到當地一遊。 3. 即使其它地區有草莓休閒農場我還是會到大湖採草莓。 4. 本次遊玩後我會推薦親朋好友前往大湖體驗田園樂趣。 ◎「價購意願」有 3 個選項： 1. 草莓休閒農場收入園卷不會影響您光臨消費該農場。 2. 我會希望草莓休閒農場採先收費後入園採摘方式。 3. 我能接受草莓休閒農場採入園體驗及消費分別收費。
杜氏美蓉(2014)	◎重遊意願 ◎推薦意願	1. 下次我願意再來「寶熊漁樂館」消費。 2. 我願意介紹親友來體驗「寶熊漁樂館」的活動。 3. 整體而言、我對「寶熊漁樂館」感到相當滿意。
黃純湘(2014)	◎重遊意願 ◎推薦意願 ◎口碑宣傳 ◎優先考量	1. 我很期待參加下一次的健走旅遊。 2. 我會推薦親友參加健走旅遊。 3. 未來我參加旅遊將優先考量健走旅遊。 4. 我會主動蒐集健走旅遊的訊息。 5. 為了再次參加健走旅遊，我會養成每天健走。
黃麗學(2014)	◎重遊意願 ◎推薦意願 ◎優先考量	1. 下次再參與雲火龍節的意願。 2. 建議親友參與雲火龍節的意願。 3. 對於了解客家文化節慶雲火龍節是最先考量的活動。
梁語宸(2015)	◎重遊意願 ◎推薦意願 ◎口碑宣傳	1. 我以後還會來新莊廟街。 2. 我會向親朋好友推薦新莊廟街。 3. 我會向朋友宣傳介紹新莊廟街的商品、美食、景點等。
薛月蓮(2015)	◎重遊意願 ◎推薦意願 ◎口碑宣傳	1. 我會樂意在社群網站或與親朋好友分享生態之旅的經驗。 2. 如果還有機會，我會想再參加生態之旅遊程。 3. 如果有人問我，我會推薦他們到澎湖旅遊。 4. 如果有人徵詢我有關澎湖旅遊意見我會推薦

表 2.10 重遊意願研究構面相關研究（續）

作者/年代	研究構面	題項
薛月蓮(2015)	<input type="radio"/> 重遊意願 <input type="radio"/> 推薦意願 <input type="radio"/> 口碑宣傳	生態之旅。 5. 即使生態之旅價格調漲，我仍會參加此活動。
吳建祥(2016)	<input type="radio"/> 推薦意願 <input type="radio"/> 重遊意願 <input type="radio"/> 口碑宣傳	1. 我會向親朋好友推薦北門遊客中心。 2. 我以後還會再來北門遊客中心。 3. 我會跟其他人宣傳北門遊客中心的優點。
紀世宏(2016)	<input type="radio"/> 重遊意願 <input type="radio"/> 推薦意願 <input type="radio"/> 優先選擇	<input type="radio"/> 「重遊意願」有 3 個選項： 1. 我願意再度觀賞月津港燈節花燈或參與相關活動。 2. 我會主動注意月津港燈節的舉辦資訊。 3. 我是月津港燈節的忠實遊客。 <input type="radio"/> 「推薦意願」有 2 個選項： 4. 我願意為月津港燈節做正面宣傳。 5. 我會向親朋好友推薦月津港燈節活動。 <input type="radio"/> 「優先選擇」有 3 個選項： 6. 參與月津港燈節活動，對我來說是最好的選擇。 7. 若要欣賞花燈，我會優先選擇參加月津港燈節。 8. 月津港燈節比其他燈會更值得來參加。

資料來源：本研究整理

綜合上述各學者觀點及相關實證研究，重遊意願最直接的表現為旅遊者或消費者對旅遊過程會評價滿意程度的高低，其可用來衡量遊客的重遊意願。重遊意願常出現在遊憩滿意度的研究文獻中，研究者會探討遊憩滿意度是否會影響遊客的重遊意願，並可做為評估消費者是不是再度遊玩的重要因素。

本研究為探討自行車騎乘者對於「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動再次參與之意願，因此，在重遊意願的量表部分則是參考古志銘（2009）、陳俊宏（2012）、謝博任（2014）等人之研究進行編修，完成預試量表，以「重遊意願」、「推薦意願」、「口碑宣傳」、「衍生行為」為研究構面，題項共計 4 題，包含「將來有機會仍願意再參加此次活動」、「我會向他人推薦此次活動」、「我會與他人分享參加此次活動之經驗」、「遇見須改善之處，我會很樂意向相關主辦、協辦單位人員建議」。

2.4.3 重遊意願之相關研究

吳柏翰、蔡青宏、張淑君&張家豪（2015）研究 2013 台中爵士節的遊客滿意度，包含 2013 台中爵士節的基礎設施、交通便利性、服務與環境各項設施來探討遊客的滿意度，並且調查遊客對 2013 台中爵士節的重遊意願，以了解遊客的再回遊意圖。以有參與過 2013 台中爵士節的遊客為發放對象，採用便利性抽樣問卷調查發出 100 份問卷，回收有效問卷 100 份，問卷回收率為 100%。其研究結果顯示：台中爵士節之遊客的滿意度與重遊意願具有關聯性；另外，遊客的滿意度越高，其重遊意願也越高。

黃士瑩、莊寶月、蔡維鈞&陳瑩達（2015）研究日本遊客到台南古蹟觀光的旅遊動機、滿意度與重遊意願。經由回收 449 份日客有效問卷並經研究統計後，發現遊客之年齡、職業、教育程度、到台南次數、婚姻狀況等變數會影響遊客之旅遊動機與滿意度；而強化日客之文化體驗動機、身心抒發動機，並提高其環境規劃滿意度、導覽與活動滿意度，可增加其重遊意願。

鄭啓瑞（2015）其研究以前往大甲鎮瀾宮的遊客為調查對象，從遊客觀點探討旅遊動機、滿意度與重遊意願之間關係，利用問卷調查法為主要研究工具，採用立意抽樣發放，共回收有效問卷 385 份。其研究結果顯示：（1）遊客滿意度與重遊意願有顯著差異。（2）遊客社經背景與旅遊特性的不同，其旅遊動機與滿意度皆有顯著差異。

陳秀芬、劉姚伶、劉旭冠&黃舒暖（2015）探討駁二藝術特區遊客的旅遊動機和遊客滿意度是否會影響重遊意願，以及遊客的行前期望與滿意度是否會有落差。研究對象是以駁二藝術特區之遊客進行便利抽樣調查，發放 500 份問卷，有效回收 466 份。其研究結果顯示：（1）在旅遊動機構面當中，以「活動參與」及「放鬆身心」對重遊意願的影響力最大，而「人際關係」動機則不會影響重遊意願。（2）在滿意度構面當中，則以「藝術新知」和「商品服務」對重遊意願的影響力較大，「環境設施」則不具影響力。

張清源、陳健麟&謝文芳（2015）以日月潭自行車道的遊客探討運動觀光吸引力對重遊意願影響之研究，回收有效樣本 478 份。研究結果顯示：（1）不同性別的日月潭自行車道遊客在運動觀光吸引力和重遊意願上無顯著差異存在。（2）

不同年齡、婚姻、居住地、月收入的日月潭自行車道遊客在運動觀光吸引力和重遊意願上有顯著差異存在。(3) 運動觀光吸引力會正向顯著地影響重遊意願。

張偉雄&林子堯(2015)的研究試圖以旅遊行為觀點探討遊客對澄清湖觀光意象與重遊意願方面之相關性,並於民國 104 年 1 月至民國 104 年 2 月進行調查,取得有效問卷 150 份。研究結果如下:(1) 部分遊客背景變項在觀光意象與重遊意願達顯著性差異。(2) 觀光意象與重遊意願具高度顯著性正相關。

李安娜、邱長光&陳瑩育(2015)的研究以鹿港老街為研究基地,選擇品嚐當地飲食之現地遊客進行問卷調查,研究目的為探討旅遊地飲食吸引力、知覺品質與重遊行為意圖間之關係,資料收集共計獲得 405 份有效問卷。經資料分析結果顯示:(1) 遊客重遊行為意圖分別受到飲食吸引力與知覺品質兩個因素的影響,且飲食吸引力影響知覺品質。(2) 本研究成果為確認旅遊地飲食相關因素會影響遊客再度前往的意願,且旅遊地之飲食吸引力為遊客再次到訪的主要原因。

葉子明、白允芸&黨海珍(2015)以假日旗津區遊客為研究對象,探討如何讓遊客滿意並吸引遊客重遊,並瞭解遊客旅遊動機與遊客滿意度之關係,並分析兩者之關聯性,採問卷調查法進行資料蒐集,共回收有效問卷 331 份。研究結論發現:(1) 總體旅遊動機、總體滿意度對重遊意願具正向影響,但旅遊動機子構面中,唯放鬆身心、社交互動對重遊意願具顯著影響。(2) 滿意度子構面中,唯旅遊環境、整體滿意對重遊意願具顯著影響,顯示旅遊環境對重遊意願的重要性。

溫明桂&張鈺崑(2015)以新竹縣內灣風景區之遊客為調查對象,探討如何將遊憩景點之魅力及特色建立為觀光吸引力,提供消費者滿意的資源與服務,以符合消費者的需求,進而提高遊客之重遊意願。採便利抽樣方法,共計蒐集 415 份有效問卷,回收率 83%。研究結果顯示:(1) 觀光吸引力的地方屬性、服務設施、交通易達性三個面向對重遊意願具有正向影響。(2) 遊客滿意度在觀光吸引力的地方屬性面向與重遊意願間具有部分中介效果。(3) 遊客滿意度在觀光吸引力的服務設施、交通易達性等兩面向與重遊意願間具有完全中介效果。

第三章 研究方法

本章共分為五小節，第一節為研究架構，第二節為研究假設，第三節為研究對象，第四節為研究工具，第五節為資料分析方法。分別說明如下：

3.1 研究架構

根據本研究之目的，並經由文獻探討，提出本研究架構，擬了解自行車騎乘者其人口背景變項、騎乘動機、重要度、滿意度及重遊意願之間的關係。本研究之架構如圖 3.1 所示，主要探討：(1) 自行車騎乘者不同背景變項對參與動機有顯著差異。(2) 自行車騎乘者不同背景變項對重要度有顯著差異。(3) 自行車騎乘者不同背景變項對滿意度有顯著差異。(4) 自行車騎乘者不同背景變項對重遊意願有顯著差異。(5) 自行車騎乘者之不同參與動機對重遊意願有顯著差異。(6) 自行車騎乘者之不同滿意度構面對重遊意願有顯著差異。(7) 自行車騎乘者之不同參與動機對重要度有顯著差異。

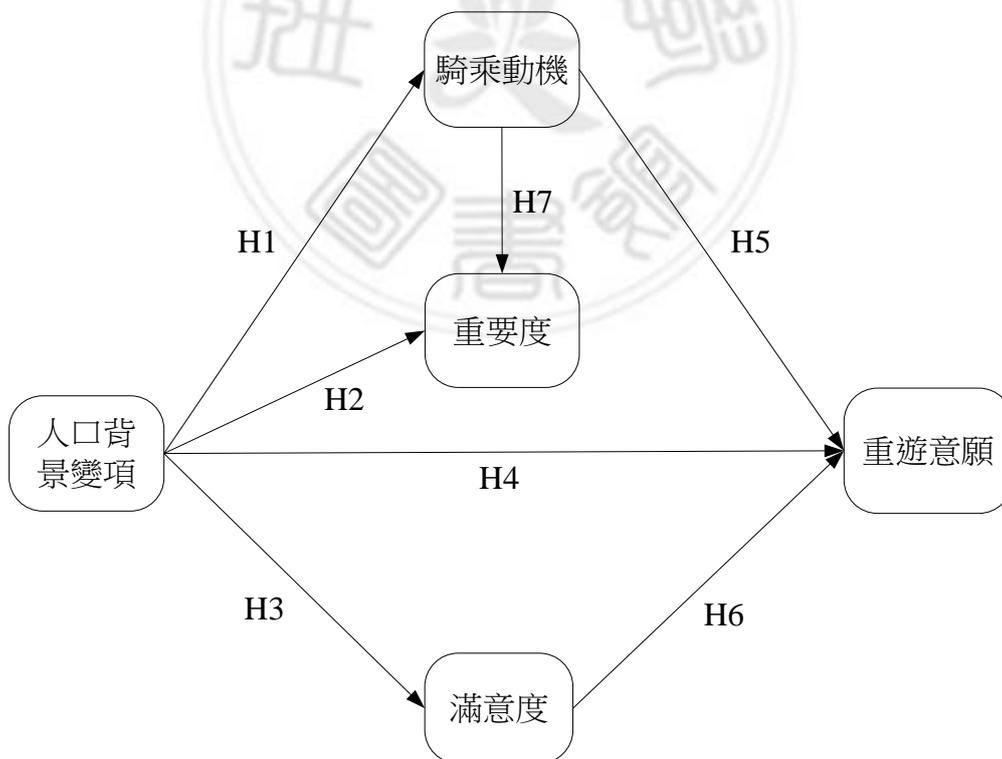


圖3.1 研究架構圖

3.2 研究假設

假設一 (H1)：自行車騎乘者不同背景變項對參與動機有顯著差異。

- H1.1：不同性別自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。
- H1.2：不同年齡自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。
- H1.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。
- H1.4：不同教育程度自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。
- H1.5：不同職業自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。
- H1.6：不同居住地自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。
- H1.7：不同平均月收入自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。
- H1.8：不同自行車運動經驗在參與動機上有顯著差異。
- H1.9：不同的騎乘自行車習慣在參與動機上有顯著差異。
- H1.10：不同的一起騎乘對象在參與動機上有顯著差異。
- H1.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在參與動機上有顯著差異。

假設二 (H2)：自行車騎乘者不同背景變項對重要度有顯著差異。

- H2.1：不同性別自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。
- H2.2：不同年齡自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。
- H2.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。
- H2.4：不同教育程度自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。
- H2.5：不同職業自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。
- H2.6：不同居住地自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。
- H2.7：不同平均月收入自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。
- H2.8：不同自行車運動經驗在重要度上有顯著差異。
- H2.9：不同的騎乘自行車習慣在重要度上有顯著差異。
- H2.10：不同的一起騎乘對象在重要度上有顯著差異。
- H2.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在重要度上有顯著差異。

假設三 (H3)：自行車騎乘者不同背景變項對滿意度有顯著差異。

- H3.1：不同性別自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。
- H3.2：不同年齡自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。

- H3.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。
- H3.4：不同教育程度自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。
- H3.5：不同職業自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。
- H3.6：不同居住地自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。
- H3.7：不同平均月收入自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。
- H3.8：不同自行車運動經驗在滿意度上有顯著差異。
- H3.9：不同的騎乘自行車習慣在滿意度上有顯著差異。
- H3.10：不同的一起騎乘對象在滿意度上有顯著差異。
- H3.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在滿意度上有顯著差異。

假設四（H4）：自行車騎乘者不同背景變項對重遊意願有顯著差異。

- H4.1：不同性別自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。
- H4.2：不同年齡自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。
- H4.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。
- H4.4：不同教育程度自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。
- H4.5：不同職業自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。
- H4.6：不同居住地自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。
- H4.7：不同平均月收入自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。
- H4.8：不同自行車運動經驗在重遊意願上有顯著差異。
- H4.9：不同的騎乘自行車習慣在重遊意願上有顯著差異。
- H4.10：不同的一起騎乘對象在重遊意願上有顯著差異。
- H4.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在重遊意願上有顯著差異。

假設五（H5）：自行車騎乘者之不同參與動機對重遊意願有顯著差異。

假設六（H6）：自行車騎乘者之不同滿意度構面對重遊意願有顯著差異。

假設七（H7）：自行車騎乘者之不同參與動機對重要度有顯著差異。

3.3 研究對象

本研究之研究對象為參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動 15 歲以上之自行車騎乘者。本研究將研究對象設定在 15 歲以上，其最主要原因是 15 歲以上者在較能理解問卷文字意義及其判斷能力較為成熟，較能清楚表達自我意見或想法。

由於人力、時間、經費與自行車遊憩型態的限制下，同時顧及受訪者的安全與意願，本研究的取樣地點在起終點—社口萬興宮，取樣方式為便利取樣法。由現場訪談人員對騎乘者進行問卷調查的意願試探，在獲得騎乘者的應允之後，才提供問卷請求受訪者填答。填答後，現場訪談人員略做檢查，確認問卷的填答沒有遺漏，方完成問卷的施測。

本研究於 2015 年 4 月 11 日（六）當日採取「便利抽樣」進行正式問卷之發放，共計發出問卷 400 份，回收 377 份，有效問卷 330 份，有效回收率為 82.5%。

3.4 研究工具

本研究旨在探討參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動騎乘者之騎乘動機、重要度、滿意度與重遊意願之關係。擬使用問卷調查法作為相關資訊的蒐集以完成本研究。經探討與彙整相關文獻後，決定參考諸位學者所提出之測量方法，並加以編修作為本研究之研究工具。問卷內容包括「自行車騎乘者個人基本資料」、「騎乘動機量表」、「滿意度量表」、「重遊意願量表」以及「參與單車活動車友之特質」等五個部分。

3.4.1 自行車騎乘者個人基本資料

此部分為了解參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動騎乘者的基本資料，其內容包含性別、年齡、婚姻、教育程度、職業、居住地、個人每月平均收入等。

一、性別：區分為男性和女性。

二、年齡：區分為 20 歲以下、20~29 歲、30~39 歲、40~49 歲、50~59 歲、60 歲以上。

- 三、婚姻：區分為未婚和已婚。
- 四、教育程度：區分為高中以下、高中職、大專院校、研究所以上。
- 五、目前從事的職業：區分為軍公教、農業、工商業、服務業、自由業、學生、無業（含退休人士）、家管、其它。
- 六、了解參加「2015 萬眾騎 BIKE -青春洋溢 樂遊台中」單車活動騎乘者的居住地區分為中部（台中市、彰化、雲林、南投）、北部（台北市、新北市、基隆、宜蘭、桃園、新竹、苗栗）、南部（嘉義、台南市、高雄、屏東）、東部（台東、花蓮）。
- 七、個人每月平均收入：區分為 20000 元以下、20001~30000 元、30001~40000 元、40001~50000 元、50001~60000 元、60001 元以上。

3.4.2 騎乘動機量表

本次研究的騎乘動機量表係參考相關研究者之文獻，並根據本研究之需求予以修改，分為參與認知、健康適能、人際互動、學習新知與成長、自我肯定與挑戰五個騎乘動機構面，共 25 題。問項測量方式採 Likert Scale 五點量表加以測量計分，從 1 分到 5 分，分別代表非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意。分數越高則代表受試者對於該題項之認同度也越高。原始量表之編製如下頁表 3.1 所示。

表 3.1 騎乘動機量表編製

構面	本研究問卷題項	量表參考文獻
參與認知	1.您認為參加此活動能增加自己對當地文化的認識	周欣德 (2012)
	2.您認為參加此活動能讓自己的文化素養有所提升	李培菁 (2006)
	3.您認為此次活動的舉辦能行銷當地文化的特色	張燕萍 (2010)
	4.您認為此次活動的舉辦是社區的重要慶典活動	李培菁 (2006)
	5.您認為此次活動的舉辦有助於將媽祖文化推向國際化	黃玉君 (2014)
健康適能	6.從事自行車活動可以使您身體健康	陳梅君 (2008)
	7.從事自行車活動可以讓您接觸大自然	陳梅君 (2008)
	8.從事自行車活動可以讓您感到活力充沛	陳梅君 (2008)
	9.您從事自行車活動是為了達到運動效果	陳梅君 (2008)
	10.騎乘自行車可以讓我避免疾病產生	王明順 (2009)
人際互動	11.您從事自行車活動是為了發展人際關係	陳梅君 (2008)
	12.您從事自行車活動是為了與同價值觀的人一起活動	陳梅君 (2008)
	13.您從事自行車活動是受到他人影響而參加	陳梅君 (2008)
	14.您從事自行車活動是可以與他人分享騎乘經驗	王明順 (2009)
	15.您從事自行車活動是可以增加親子感情	鄭秀燕 (2013)
學習新知與成長	16.您喜歡在參與自行車過程中，那種學習與進步的感覺	陳梅君 (2008)
	17.您從事自行車活動可以學到更多自行車相關知識	陳梅君 (2008)
	18.您從事自行車活動可以發揮更多自己的運動才能	陳梅君 (2008)
	19.您從事自行車活動能讓您經歷到不同的體驗	陳梅君 (2008)
	20.您從事自行車活動是為了探索更多新的事物	陳梅君 (2008)
自我肯定與挑戰	21.您從事自行車活動時可以感到成就感	陳梅君 (2008)
	22.您非常樂意對一些尚未經歷過的事物作嘗試	陳梅君 (2008)
	23.您從事自行車活動是為了測試自己能力	陳梅君 (2008)
	24.您從事自行車活動可以表現出與他人能力的不同	陳梅君 (2008)
	25.參加自行車運動，讓我感覺我有為社會環境盡一份心力	邱麗穎 (2011)

3.4.3 滿意度量表

滿意度預試量表部分係依據文獻理論的基礎，參考龔琳晏（2009）、吳坤修（2009）、洪佑賢（2011）、方怡潔（2012）、黃美琪（2012）、鄭秀燕（2013）、賴泯儒（2014）等研究者之滿意度量表，並根據本研究之特性予以增加選項，完成預試量表，分為遊憩設施、人員服務、餐飲服務、路線規劃、整體滿意五個滿意度構面，共計 25 題。問項測量方式採 Likert Scale 五點量表加以測量計分，從 1 分到 5 分，分別代表非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意。分數越高則代表受試者對於該題項之認同度也越高。原始量表之編製如表 3.2 所示。

表 3.2 滿意度量表編製

構面	本研究問卷題項	量表參考文獻
遊憩設施	1.活動會場之整體規劃	龔琳晏(2009)
	2.補給站之整體規劃	龔琳晏(2009)
	3.停車位之數量	龔琳晏(2009)
	4.廁所整齊清潔	龔琳晏(2009)
	5.活動路線車道之安全性	龔琳晏(2009)
人員服務	6.會場工作人員服務態度	方怡潔(2012)
	7.補給站工作人員服務態度	方怡潔(2012)
	8.活動會場服務人員的數量充足	吳坤修(2009)
	9.在車友需要協助時能有適時的人員幫忙	吳坤修(2009)
	10.各路口交管人員執行勤務情形	本研究
餐飲服務	11.活動會場之餐飲品質	本研究
	12.領取補給品之動線規劃	本研究
	13.補給點設置之數量及間距	本研究
	14.補給品品質良好	本研究
	15.補給品數量足夠	鄭秀燕(2013)
路線規劃	16.報到動線之規劃	本研究
	17.出發動線之規劃	本研究
	18.活動路線之交通管制情形	本研究
	19.活動路線之導覽指示	本研究
	20.領取完賽證書、紀念品之流程	本研究

表 3.2 滿意度量表編製 (續)

構面	本研究問卷題項	量表參考文獻
整體滿意	21.活動起訖時間之安排	本研究
	22.參加這場活動能讓自己有成就感	洪佑賢(2011)
	23.參與這場單車活動之選手素質	本研究
	24.沿途自然、人文景觀	黃美琪(2012)
	25.整體而言，參加這場單車活動的滿意度	賴泯儒(2014)

3.4.4 重遊意願量表

在重遊意願的量表部分則是參考古志銘 (2009)、陳俊宏 (2012)、謝博任 (2014) 之研究進行編修，完成預試量表，計 4 題，包含「將來有機會仍願意再參加此次活動」、「我會向他人推薦此次活動」、「我會與他人分享參加此次活動之經驗」、「遇見須改善之處，我會很樂意向相關主辦、協辦單位人員建議」。問項測量方式採 Likert Scale 五點量表加以測量計分，從 1 分到 5 分，分別代表非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意。分數越高則代表受試者對於該題項之認同度也越高。重遊意願的量表如表 3.3 所示。

表 3.3 重遊意願量表編製

本研究問卷題項	參考問卷題項	量表參考文獻
1.將來有機會仍願意再參加此次活動	將來有機會仍願意再次騎乘該自行車道	古志銘(2009)
2.我會向他人推薦此次活動	我願意向其他人推薦該自行車道	謝博任(2014)
3.我會與他人分享參加此次活動之經驗	我願意與其他人分享騎乘該自行車道之經驗	謝博任(2014)
4.遇見須改善之處，我會很樂意向相關主辦、協辦單位人員建議	遇見需改善之處，我會很樂意向相關旅遊主管單位人員建議	陳俊宏(2012)

3.4.5 參與「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動車友之特質

此部分為了解參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動車友之特質，其內容包含從事自行車運動的經驗、平常有否騎乘自行車的習慣、最常一起騎乘對象、參加過幾次「萬眾騎 BIKE」單車活動、此次「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動您與誰一起來參加、下次還要參加「萬眾騎 BIKE」單車活動可能想和誰一起來參加、此次「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動是否有購物等七題。

一、您從事自行車運動的經驗：

1. 1 年以下 2. 1 年以上~2 年以下 3. 2 年以上~3 年以下
4. 3 年以上~4 年以下 5. 4 年以上

二、您平常有否騎乘自行車的習慣：

1. 每週 2 次以上 2. 每週 1 次 3. 每月少於 2 次 4. 無

三、最常一起騎乘對象：

1. 獨自 2. 親人 3. 車友 4. 朋友、同學 5. 其他_____

四、您參加過幾次「萬眾騎 BIKE」單車活動：

1. 1 次 2. 2 次 3. 3 次 4. 4 次 5. 4 次以上

五、此次「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動您與誰一起來參加：

1. 獨自 2. 親人 3. 車友 4. 朋友、同學 5. 其他_____

六、如果下次還要參加「萬眾騎 BIKE」單車活動，您可能想和誰一起來參加：

1. 獨自 2. 親人 3. 車友 4. 朋友、同學 5. 其他_____

七、此次「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動，您是否有購物：

1. 是 2. 否

3.5 資料處理與統計分析

本研究問卷回收後，先經過人工檢查，而後將使用資料與以編碼，並使用 SPSS21 統計軟體作為實證分析之工具，依據研究目的與研究假設需要，採取之資料分析方法分述如下。

在資料分析方面，遊客人口背景各變項、參與動機、滿意度、重要度、重遊意願，採用平均值之檢定。參與動機、滿意度、重要度、重遊意願各構面之題項

則以因素分析及信度做檢測。遊客之基本資料及其屬性對自行車騎乘者參與動機、重要度、滿意度、重遊意願之差異，採獨立樣本 t 檢定和單因子變異數分析 (one-way ANOVA)。為探討騎乘者參與動機對重遊意願之影響、騎乘者滿意度對重遊意願之影響與騎乘者參與動機對重要度之影響，則採卡方檢定。

3.5.1 描述性統計分析

本研究依問卷中項目，經由編碼後予以量化，以計算各問項之平均數及標準差。平均數代表樣本數字之集中趨勢，平均數愈高代表該屬性較被受訪者重視，標準差愈小，表示受訪者對該問項較有一致性的看法。

3.5.2 敘述性統計分析

1.效度檢定

在測驗上，效度是指一個測驗能夠測到該測驗所欲測心理或行為特質到何種的程度。效度的分類有內容效度、效標關聯效度、建構效度和專家效度，本研究有關問卷編製參考相關文獻資料，設計題項後請指導教授逐一檢視，題項內容是否能真正測出構念所包括的內涵，提供修正意見再編製成預試問卷，以考驗測驗之信度效度。

2.信度檢測

信度是指測量結果是否具有一致性或穩定性的程度，本研究利用 Cronbach's α 值，來測量量表的可靠性和穩定性，Nunnally (1978) 認為 α 值等於 0.70 是可接受的量表邊界值。DeVellis (1991) α 值界於 0.65 至 0.70 是可接受值； α 值界於 0.70 至 0.80 是相當好； α 值界於 0.80 至 0.90 之間非常好。本研究取構面信度值大於 0.6 為原則。

3.因素分析

利用因素分析，抽取共同相關性的因素，以構面命名可以簡化大量的問項，

方便統計上的操作，本研究採用因素分析主成份法以及最大變異法做直交轉軸，取因素負荷量大於 0.5 為原則。

4.獨立樣本 t 檢定

獨立樣本 t 檢定的目的在於檢定抽樣自某兩個母體的獨立樣本，經計算兩獨立樣本平均值後，推論原本的兩個母體之平均值是否存在顯著性差異。本問卷對於受訪者之基本資料中的性別和婚姻狀況採 t 檢定，以探討受訪者對於各因素構面是否有顯著差異。

5. 單因子變異數分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 是用以同時檢定兩組以上樣本是否有顯著差異存在；本研究透過檢定單因子多變量分析來檢驗不同的人口變數對各因素構面是否有顯著性差異，如有顯著差異，即 P 值達到顯著水準(如*表 $P < 0.05$ 顯著差異)，再以雪費法 Scheffe 多種比較檢定分析，可進一步了解各群組間差異的大小情形如何。

6. 卡方檢定

卡方檢定又稱百分比同質性檢定，用以處理兩個類別變項或次序變項的問題，當卡方檢定之 p 值小於 0.05，則檢定結果為顯著水準。本研究用以檢視騎乘者參與動機對重遊意願之影響，騎乘者滿意度對重遊意願之影響，騎乘者參與動機對重要度之影響。

第四章 研究結果與討論

本章主要採用問卷調查法，針對參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的自行車參與者為研究對象，將所得到資料經統計分析，其結果依據理論基礎、研究目的及驗證研究假設，綜合加以分析與討論。全章共分為七小節，第一節自行車騎乘者基本特性背景變項之分析；第二節自行車騎乘者參與動機、重要度、滿意度、重遊意願之分析與相關構面探索性因素分析、信度之分析；第三節不同騎乘者基本特性在參與動機之差異分析；第四節不同騎乘者基本特性在重要度之差異分析；第五節不同騎乘者基本特性在滿意度之差異分析；第六節不同騎乘者基本特性在重遊意願之差異分析；第七節參與動機、重要度、滿意度與重遊意願間之相關分析。

4.1 自行車騎乘者基本特性背景變項之分析

本節將回收有效樣本，進行自行車騎乘者背景變項分析，以次數分配及百分比分別敘述如下所示：

(一) 性別方面

由表 4.1 得知，參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的騎乘者之性別方面，在 330 份有效問卷中，男性騎乘者 256 人占總樣本數 77.6%，女性騎乘者 74 人占總樣本數 22.4%，顯示男性騎乘者多於女性。

表 4.1 自行車騎乘者性別分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
性別	男性	256	77.6
	女性	74	22.4
	合計	330	100.0

(二) 年齡方面

由表 4.2 得知，20 歲以下之騎乘者為 20 人，占總樣本數之 6.1%；20~29 歲者為 49 人，占總樣本數 14.8%；30~39 歲者為 123 人，占總樣本數 37.3%；40~49 歲者為 105 人，占總樣本數 31.8%；50~59 歲以上者為 29 人，占總樣本數 8.8%；

60 以上者僅 4 人，占總樣本數 1.2%。由此可知騎乘者的年齡集中於 30~49 歲最多，60 歲以上最少。

表 4.2 自行車騎乘者年齡分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
年齡	20 歲以下	20	6.1
	20~29 歲	49	14.8
	30~39 歲	123	37.3
	40~49 歲	105	31.8
	50~59 歲	29	8.8
	60 歲以上	4	1.2
	合計	330	100.0

(三) 婚姻狀況

由表 4.3 得知，騎乘者當中未婚者有 147 人，占總樣本數 44.5%；已婚者有 183 人，占總樣本數 55.5%。此可知行騎乘者的婚姻狀況以「已婚」最多。

表 4.3 自行車騎乘者婚姻狀況分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
婚姻狀況	未婚	147	44.5
	已婚	183	55.5
	合計	330	100.0

(四) 教育程度

由表 4.4 得知在騎乘者教育程度方面，高中以下者有 18 人，占總樣本數 5.56%；高中職者有 67 人，占總樣本數 20.3%；大專院校者有 180 人，占總樣本數 54.5%；研究所（含）以上者有 65 人，占總樣本數 19.7%。由此可知騎乘者的教育程度以大專院校最多，高中以下最少。

表 4.4 自行車騎乘者教育程度分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
教育程度	高中以下	18	5.5
	高中職	67	20.3
	大專院校	180	54.5
	研究所以上	65	19.7
	合計	330	100.0

(五) 職業方面

由表 4.5 得知騎乘者在職業方面，從事軍公教者有 67 人，在總樣本數占 20.3%；從事農業者有 3 人，在總樣本數占 0.9%；從事工商業者有 148 人，在總樣本數占 44.8%；從事服務業者有 46 人，在總樣本數占 13.9%；從事自由業者有 13 人，在總樣本數占 3.9%；學生有 26 人，在總樣本數占 7.9%；無業（含退休人士）有 4 人，在總樣本數占 1.2%；從事家管者有 4 人，在總樣本數占 1.2%；其它者有 19 人，在總樣本數占 5.8%。由此可知騎乘者的職業以「工商業」最多人，「農業」最少人。

表 4.5 自行車騎乘者職業分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
職業	軍公教	67	20.3
	農業	3	0.9
	工商業	148	44.8
	服務業	46	13.9
	自由業	13	3.9
	學生	26	7.9
	無業(含退休人士)	4	1.2
	家管	4	1.2
	其它	19	5.8
	合計	330	100.0

(六) 居住地方面

由表 4.6 得知騎乘者在居住地方面，住在中部地區者有 262 人，占總樣本數 79.4%；住在北部地區者有 50 人，占總樣本數 15.2%；住在南部地區者有 14 人，占總樣本數 4.2%；住在東部地區者有 4 人，占總樣本數 1.2%。由此可知騎乘者的居住地以「中部地區」最多，「東部地區」最少。因「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的舉辦地點及活動範圍以大台中為主，顯示出騎乘者會考量單車活動是否離家遠近，其「地緣性」會影響騎乘者是否參加某單車活動。

表 4.6 自行車騎乘者居住地分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
居住地	中部	262	79.4
	北部	50	15.2
	南部	14	4.2
	東部	4	1.2
	合計	330	100.0

(七) 收入方面

由表 4.7 得知騎乘者在收入部分，20000 元以下有 31 人，占總樣本數 9.4%；20001~30000 元有 50 人，占總樣本數 15.2%；30001~40000 元有 100 人，占總樣本數 30.3%；40001~50000 元有 56 人，占總樣本數 17.0%；50001~60000 元有 43 人，占總樣本數 13.0%；60001 元以上有 50 人，占總樣本數 15.2%。由此可知騎乘者的收入以 30001~40000 元最多，以 20000 元以下最少。

表 4.7 自行車騎乘者個人每月平均收入分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
個人每月平均收入	20000 元以下	31	9.4
	20001~30000 元	50	15.2
	30001~40000 元	100	30.3
	40001~50000 元	56	17.0
	50001~60000 元	43	13.0
	60001 元以上	50	15.2
	合計	330	100.0

(八) 從事自行車運動的經驗方面

由表 4.8 得知騎乘者在從事自行車運動的經驗方面，1 年以下有 70 人，占總樣本數 21.2%；1 年以上~2 年以下有 70 人，占總樣本數 21.2%；2 年以上~3 年以下有 65 人，占總樣本數 19.7%；3 年以上~4 年以下有 25 人，占總樣本數 7.6%；4 年以上有 100 人，占總樣本數 30.3%。由此可知騎乘者在從事自行車運動的經驗以 4 年以上最多，以 3 年以上~4 年以下最少。

表 4.8 自行車騎乘者從事自行車運動的經驗分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
從事自行車運動的經驗	1 年以下	70	21.2
	1 年以上~2 年以下	70	21.2
	2 年以上~3 年以下	65	19.7
	3 年以上~4 年以下	25	7.6
	4 年以上	100	30.3
	合計	330	100.0

(九) 自行車騎乘者平常有否騎乘自行車的習慣方面

由表 4.9 得知騎乘者在平常騎乘自行車的習慣方面，每週 2 次以上有 104 人，占總樣本數 31.5%；每週 1 次有 132 人，占總樣本數 40.0%；每月少於 2 次有 79 人，占總樣本數 23.9%；平常沒有騎乘自行車的習慣有 15 人，占總樣本數 4.5%。由此可知騎乘者平常騎乘自行車的習慣以每週 1 次最多，平常沒有騎乘自行車習慣的最少。

表 4.9 自行車騎乘者平常有否騎乘自行車的習慣分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
平常有否騎乘自行車的習慣	每週 2 次以上	104	31.5
	每週 1 次	132	40.0
	每月少於 2 次	79	23.9
	無	15	4.5
	合計	330	100.0

(十) 自行車騎乘者最常一起騎乘對象方面

由表 4.10 得知騎乘者在最常一起騎乘對象方面，獨自騎乘的有 100 人，占總樣本數 30.3%；與親人一起騎乘的有 88 人，占總樣本數 26.7%；與車友一起騎乘的有 64 人，占總樣本數 19.4%；與朋友、同學一起騎乘的有 76 人，占總樣本數 23.0%；其它的有 2 人，占總樣本數 0.6%。由此可知騎乘者最常一起騎乘的對象以獨自騎乘最多，其它的最少。

表 4.10 自行車騎乘者最常一起騎乘對象分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
最常一起 騎乘對象	獨自	100	30.3
	親人	88	26.7
	車友	64	19.4
	朋友、同學	76	23.0
	其它	2	0.6
	合計	330	100.0

(十一) 自行車騎乘者參加過「萬眾騎 BIKE」單車活動的次數方面

由表 4.11 得知騎乘者在參加過「萬眾騎 BIKE」單車活動的次數方面，參加過 1 次的有 202 人，占總樣本數 61.2%；參加過 2 次的有 77 人，占總樣本數 23.3%；參加過 3 次的有 32 人，占總樣本數 9.7%；參加過 4 次的有 6 人，占總樣本數 1.8%；參加過 4 次以上的有 13 人，占總樣本數 3.9%。由此可知騎乘者在參加過「萬眾騎 BIKE」單車活動的次數以 1 次最多，以 4 次最少。

表 4.11 參加過「萬眾騎 BIKE」單車活動的次數分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
參加過 「萬眾騎 BIKE」 單車活動的次數	1 次	202	61.2
	2 次	77	23.3
	3 次	32	9.7
	4 次	6	1.8
	4 次以上	13	3.9
	合計	330	100.0

(十二) 自行車騎乘者「2015 萬眾騎 BIKE」活動與誰一起來參加方面

由表 4.12 得知騎乘者在本次「2015 萬眾騎 BIKE」活動與誰一起來參加方面，獨自騎乘的有 60 人，占總樣本數 18.2%；與親人一起騎乘的有 83 人，占總樣本數 25.2%；與車友一起騎乘的有 70 人，占總樣本數 21.2%；與朋友、同學一起騎乘的有 111 人，占總樣本數 33.6%；其它的有 6 人，占總樣本數 1.8%。由此可知騎乘者在本次「2015 萬眾騎 BIKE」活動與誰一起來參加方面以與朋友、同學一起騎乘最多，以其它最少。

表 4.12 「2015 萬眾騎 BIKE」活動與誰一起來參加分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
此次「2015 萬眾騎 BIKE」活動與誰一起來參加？	獨自	60	18.2
	親人	83	25.2
	車友	70	21.2
	朋友、同學	111	33.6
	其它	6	1.8
	合計	330	100.0

(十三) 自行車騎乘者「2015 萬眾騎 BIKE」活動與誰一起來參加方面

由表 4.13 得知騎乘者在下次如參加「萬眾騎 BIKE」，會與誰一起來參加方面，獨自騎乘的有 19 人，占總樣本數 5.8%；與親人一起騎乘的有 103 人，占總樣本數 31.2%；與車友一起騎乘的有 78 人，占總樣本數 23.6%；與朋友、同學一起騎乘的有 126 人，占總樣本數 38.2%；其它的有 4 人，占總樣本數 1.2%。由此可知騎乘者在下次如參加「萬眾騎 BIKE」，會與誰一起來參加方面以與朋友、同學一起騎乘最多，以其它最少。

表 4.13 下次會與誰一起來參加「萬眾騎 BIKE」分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
下次如參加「萬眾騎 BIKE」，會與誰一起來參加？	獨自	19	5.8
	親人	103	31.2
	車友	78	23.6
	朋友、同學	126	38.2
	其它	4	1.2
	合計	330	100.0

(十四) 自行車騎乘者此次「2015 萬眾騎 BIKE」活動是否有購物方面

由表 4.14 得知騎乘者在此次「2015 萬眾騎 BIKE」活動是否有購物方面，有購物行為者為 79 人，占總樣本數 23.9%，無購物行為者有 251 人，占總樣本數 76.1%。由此可知騎乘者參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動無購物行為者多於有購物行為者。

表 4.14 此次「2015 萬眾騎 BIKE」活動是否有購物分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
此次「2015 萬眾騎 BIKE」活動 是否有購物？	是	79	23.9
	否	251	76.1
	合計	330	100.0



4.2 參與動機、重要度、滿意度、重遊意願之分析

「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動活動自行車騎乘者在參與動機、重要度、滿意度、重遊意願之現況分析如表 4.15 所示。

在參與動機五個構面中，以健康適能之平均得分 (M=19.07) 最高，其他依序為學習新知與成長 (M=18.18)、自我肯定與挑戰 (M=17.76)、參與認知 (M=17.29)、人際互動 (M=16.10)，而整體參與動機平均得分為 17.68。研究結果顯示自行車騎乘者在參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的參與動機中以健康適能平均得分最高，而在人際互動方面的平均得分較低，表示自行車騎乘者參與動機以健康適能為主要考量。

重要度方面，平均分數較高的為人員服務 (M=18.13)、餐飲服務 (M=18.45)、路線規劃 (M=18.07)、整體滿意 (M=18.25)，而整體重要度之平均得分為 17.96。結果顯示自行車騎乘者在參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的過程中，對於餐飲服務之重要度要求最高，而對於遊憩設施 (M=16.91) 的重要度需求較小。

滿意度方面，平均分數最高的為餐飲服務 (M=17.62)，依序為整體滿意 (M=16.66)、人員服務 (M=15.88)、路線規劃 (M=14.98)、遊憩設施 (M=14.02)，而整體滿意度之平均得分為 15.83。結果顯示自行車騎乘者在參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動時，在滿意度方面較高的構面為餐飲服務，可知車友對各宮廟的補給品相當滿意；而對於路線規劃、遊憩設施滿意度較低，可見「萬眾騎 BIKE」單車活動在路線規劃、會場軟硬體設施各方面仍有許多可改善的空間。

重遊意願的平均得分為 15.06，顯示自行車騎乘者對「萬眾騎 BIKE」單車活動的重遊意願普通。研究者推測由於許多前往參加活動的騎乘者目的不一，有規律性從事單車運動及對「萬眾騎 BIKE」單車活動忠誠度較高者，其重遊意願較高；而單純觀光性質之騎乘者或因對其單車活動整體表現失望者，重遊意願較低，此兩者相互混雜平均的結果造成重遊意願平均分數並無特別高分之表現。

表 4.15 騎乘者參與動機、重要度、滿意度與重遊意願現況

變項	個數	總分	標準差
參與認知	330	17.29	2.34
健康適能	330	19.07	2.18
人際互動	330	16.10	2.31
學習新知與成長	330	18.18	2.29
自我肯定與挑戰	330	17.76	2.48
遊憩設施之重要度	330	16.91	1.92
人員服務之重要度	330	18.13	2.09
餐飲服務之重要度	330	18.45	2.43
路線規劃之重要度	330	18.07	2.12
整體滿意之重要度	330	18.25	2.53
遊憩設施之滿意度	330	14.02	2.40
人員服務之滿意度	330	15.88	2.21
餐飲服務之滿意度	330	17.62	2.75
路線規劃之滿意度	330	14.98	3.15
整體滿意之滿意度	330	16.66	2.46
重遊意願	330	15.06	2.08

4.3 相關構面探索性因素分析、信度之分析

本研究將參與動機量表二十五個題項、重要度與滿意度量表二十五個題項及重遊意願量表四個題項，分別以最大變異法轉軸進行探索性因素分析做為量表之建構效度，採主成份分析（principal component analysis；PCA）進行因素分析，進而萃取出因素負荷量大於 0.5 之法則做為選取題項之準則，其目的在刪除不適用的題項，另外再以 Cronbach's α 值來測量信度。若 Cronbach's α 值大於 0.7，則表示萃取出因子達到信賴的水準。

1. 參與動機因素分析與信度檢定

本研究將參與動機量表五個構面，共二十五個題項進行因素分析與信度檢定，如下表 4.16 所示。結果顯示「參與認知」等五個構面選項之因素負荷量均大於 0.7，表示各構面效度良好；「參與認知」等五個構面選項之信度值均大於 0.8，表示各構面信度良好。

表 4.16 參與動機因素分析與信度檢定

構面	題項	因素負荷量	構面信度
參與認知	2.您認為參加此活動能讓自己的文化素養有所提升	0.857	0.883
	3.您認為此次活動的舉辦能行銷當地文化的特色	0.848	
	1.您認為參加此活動能增加自己對當地文化的認識	0.846	
	4.您認為此次活動的舉辦是社區的重要慶典活動	0.825	
	5.您認為此次活動舉辦有助於將媽祖文化推向國際化	0.752	
健康適能	8.從事自行車活動可以讓您感到活力充沛	0.899	0.892
	6.從事自行車活動可以使您身體健康	0.883	
	9.您從事自行車活動是為了達到運動效果	0.867	
	7.從事自行車活動可以讓您接觸大自然	0.860	
	10.騎乘自行車可以讓我避免疾病產生	0.714	
人際互動	12.您從事自行車活動是為了與同價值觀的人一起活動	0.845	0.826
	14.您從事自行車活動是可以與他人分享騎乘經驗	0.831	
	11.您從事自行車活動是為了發展人際關係	0.811	
	13.您從事自行車活動是受到他人影響而參加	0.720	
	15.您從事自行車活動是可以增加親子感情	0.691	

表 4.16 參與動機因素分析與信度檢定（續）

構面	題項	因素負荷量	構面信度
學習新 知與 成長	18.您從事自行車活動可以發揮更多自己的運動才能	0.870	0.899
	17.您從事自行車活動可以學到更多自行車相關知識	0.861	
	19.您從事自行車活動能讓您經歷到不同的體驗	0.838	
	20.您從事自行車活動是為了探索更多新的事物	0.826	
	16.您喜歡在參與自行車過程中學習與進步的感覺	0.824	
自我肯 定與 挑戰	23.您從事自行車活動是為了測試自己能力	0.854	0.858
	24.您從事自行車活動可以表現出與他人能力的不同	0.851	
	22.您非常樂意對一些尚未經歷過的事物作嘗試	0.777	
	25.參加自行車運動，讓您感覺有為社會環境盡份心力	0.776	
	21.您從事自行車活動時可以感到成就感	0.757	

2.滿意度因素分析與信度檢定

本研究將滿意度量表五個構面，共二十五個題項進行因素分析與信度檢定，如下表 4.17 所示。結果顯示「遊憩設施」等五個構面選項之因素負荷量均大於 0.5，表示各構面效度良好；「遊憩設施」等五個構面選項之信度值均大於 0.8，表示各構面信度良好。

表 4.17 滿意度因素分析與信度檢定

構面	題項	因素負荷量	構面信度
遊憩設 施	1.活動會場之整體規劃	0.801	0.800
	2.補給站之整體規劃	0.781	
	3.停車位之數量	0.760	
	5.活動路線路面之品質	0.721	
	4.廁所整齊清潔	0.684	

表 4.17 滿意度因素分析與信度檢定 (續)

構面	題項	因素負荷量	構面信度
人員服務	7.補給站工作人員服務態度	0.841	0.800
	8.活動會場服務人員的數量充足	0.833	
	9.車友需要協助時能有適時的人員幫忙	0.786	
	6.會場工作人員服務態度	0.786	
	10.各路口交管人員執行勤務情形	0.565	
餐飲服務	14.補給品品質良好	0.900	0.916
	12.領取補給品之動線規劃	0.891	
	13.補給點設置之數量及間距	0.871	
	15.補給品數量足夠	0.849	
	11.活動會場之餐飲品質	0.815	
路線規劃	17.出發動線之規劃	0.884	0.860
	18.活動路線之交通管制情形	0.847	
	16.報到動線之規劃	0.825	
	19.活動路線之導覽指示	0.784	
	20.領取完賽證書、紀念品之流程	0.681	
整體滿意	24.沿途自然、人文景觀	0.860	0.878
	22.參加這場活動能讓自己有成就感	0.837	
	23.參與這場單車活動之選手素質	0.834	
	25.整體而言，參加這場單車活動的滿意度	0.809	
	21.活動起訖時間之安排	0.769	

3.重遊意願因素分析與信度檢定

本研究將重遊意願量表一個構面，共四個題項進行因素分析與信度檢定，如下表 4.18 所示。結果顯示「重遊意願」此構面四個選項之因素負荷量均大於 0.7，表示各構面效度良好；「重遊意願」此構面選項之信度值均大於 0.8，表示各構面信度良好。

表 4.18 重遊意願因素分析與信度檢定

構面	題項	因素負荷量	構面信度
重遊意願	2.我會向他人推薦此次活動	0.916	0.898
	3.我會與他人分享參加此次活動之經驗	0.891	
	1.將來有機會仍願意再參加此次活動	0.911	
	4.會很樂意向主辦單位提出改善之建議	0.790	

4.4 不同騎乘者基本特性在參與動機之差異分析

4.4.1 不同性別在參與動機之差異分析

表 4.19 為不同性別騎乘者對參與動機 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同性別騎乘者在參與動機各構面中均未達到顯著差異，表示不同性別之騎乘者在參與動機方面無顯著差異。

假設 H1.1：不同性別自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異，不成立。

表 4.19 不同性別在參與動機之獨立樣本 t 檢定表

構面	性別	個數	總分	標準差	t 值	p 值
參與認知	男性	256	17.36	2.30	0.99	0.32
	女性	74	17.05	2.50		
健康適能	男性	256	19.05	2.20	-0.24	0.81
	女性	74	19.12	2.13		
人際互動	男性	256	16.12	2.33	0.25	0.80
	女性	74	16.04	2.27		
學習新知與成長	男性	256	18.12	2.35	-0.91	0.36
	女性	74	18.39	2.05		
自我肯定與挑戰	男性	256	17.77	2.55	0.09	0.93
	女性	74	17.74	2.27		

註：* $p < 0.05$

4.4.2 不同年齡在參與動機之差異分析

因 60 歲（含）以上（N=4）人數過少，故將其與 50 歲-59 歲（N=29）合併為 60 歲（含）以上（N=33），使收入部分縮減成五個組別，再進行單因子變異數分析，分析結果如表 4.20 所示，自行車騎乘者的不同年齡僅在「健康適能」（ $F=2.77$ ， $p < .05$ ）達到顯著差異，再以 Scheffe 法進行事後比較，結果發現不同年齡騎乘者在健康適能構面方面，20~29 歲的族群與 40~49 歲的樣本可能有所不同。

由上述結果可得知參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的騎乘者年齡多在 30 歲~49 歲之間，而健康適能構面則是以 40 歲~49 歲之騎乘者平均得分最高，顯示自行車參與者多數為中年者。這些車友在事業及家庭各方面處於穩定高峰期，較

有金錢支持、空閒時間而能參與單車活動；但另一方面，隨著年齡增加或體能逐漸老化等原因，所以對自身的健康狀況會特別的重視，因此中年者在從事自行車運動的動機較其他年齡層的騎乘者更為強烈。

假設 H1.2：不同年齡自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異，部分成立。

表 4.20 不同年齡在參與動機之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
參與認知	1：20 歲以下	20	18.49	2.04	1.84	0.12	
	2：20~29 歲	49	16.90	2.16			
	3：30~39 歲	123	17.15	2.53			
	4：40~49 歲	105	17.38	2.34			
	5：50 歲以上	33	17.38	1.85			
健康適能	1：20 歲以下	20	19.45	1.85	2.77	0.03*	n.s.
	2：20~29 歲	49	18.40	2.09			
	3：30~39 歲	123	18.92	2.31			
	4：40~49 歲	105	19.54	2.15			
	5：50 歲以上	33	18.87	1.84			
人際互動	1：20 歲以下	20	17.18	1.82	1.55	0.19	
	2：20~29 歲	49	15.82	2.24			
	3：30~39 歲	123	16.18	2.24			
	4：40~49 歲	105	15.89	2.59			
	5：50 歲以上	33	16.21	1.88			
學習新知 與成長	1：20 歲以下	20	19.12	1.87	1.26	0.29	
	2：20~29 歲	49	18.09	2.16			
	3：30~39 歲	123	18.28	2.30			
	4：40~49 歲	105	18.04	2.51			
	5：50 歲以上	33	17.80	1.82			
自我肯定 與挑戰	1：20 歲以下	20	18.59	2.51	1.47	0.21	
	2：20~29 歲	49	17.73	2.11			
	3：30~39 歲	123	18.00	2.45			
	4：40~49 歲	105	17.46	2.71			
	5：50 歲以上	33	17.36	2.25			

註：* $p < 0.05$

4.4.3 不同婚姻狀況在參與動機之差異分析

表 4.21 為不同婚姻狀騎乘者況對參與動機 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同婚姻狀況的騎乘者僅在「健康適能」(F=-2.47, p<.05) 達到顯著差異，由平均數得知已婚 (M=19.33) 騎乘者在「健康適能」的參與動機高於未婚 (M=18.74) 之騎乘者。研究者推測從事自行車活動當中的已婚者因為已成家，必須承擔起照顧家庭的重責大任，而保持良好的運動習慣則有助於身心健康，故已婚者在「健康適能」的參與動機上更為強烈。

假設 H1.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異，部分成立。

表 4.21 不同婚姻狀況在參與動機之獨立樣本 t 檢定表

構面	婚姻	個數	總分	標準差	t 值	p 值
參與認知	未婚	147	17.23	2.36	-0.42	0.67
	已婚	183	17.34	2.33		
健康適能	未婚	147	18.74	2.23	-2.47	0.01*
	已婚	183	19.33	2.11		
人際互動	未婚	147	16.24	2.26	1.02	0.31
	已婚	183	15.98	2.35		
學習新知與成長	未婚	147	18.37	2.25	1.35	0.18
	已婚	183	18.03	2.31		
自我肯定與挑戰	未婚	147	17.99	2.48	1.49	0.14
	已婚	183	17.58	2.48		

註：* p<0.05

4.4.4 不同教育程度在參與動機之差異分析

如表 4.22 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同教育程度在「人際互動」(F=2.85, p<.05)、「學習新知與成長」(F=2.63, p<.05) 達到顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，結果發現不同教育程度的騎乘者在人際互動、學習新知與成長構面各組間無明顯差異。

假設 H1.4：不同教育程度自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異，部分成立。

表 4.22 不同教育程度在參與動機之單因子變異數檢定表

構面	教育程度	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
參與認知	1：高中以下	18	18.15	2.20	2.21	0.09	
	2：高中職	67	17.74	2.29			
	3：大專院校	180	17.10	2.32			
	4：研究所以上	65	17.12	2.42			
健康適能	1：高中以下	18	19.22	2.32	1.26	0.29	
	2：高中職	67	19.31	1.94			
	3：大專院校	180	18.86	2.31			
	4：研究所以上	65	19.36	1.99			
人際互動	1：高中以下	18	17.32	1.94	2.85	0.04*	n.s.
	2：高中職	67	16.46	2.19			
	3：大專院校	180	15.89	2.37			
	4：研究所以上	65	15.97	2.26			
學習新知與成長	1：高中以下	18	18.90	2.09	2.63	0.05*	n.s.
	2：高中職	67	18.64	2.19			
	3：大專院校	180	18.11	2.33			
	4：研究所以上	65	17.68	2.23			
自我肯定與挑戰	1：高中以下	18	17.99	2.24	0.80	0.49	
	2：高中職	67	18.11	2.41			
	3：大專院校	180	17.71	2.57			
	4：研究所以上	65	17.47	2.40			

註：* $p < 0.05$

4.4.5 不同職業在參與動機之差異分析

如表 4.23 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同職業在參與認知 ($F=2.91$, $p < .05$)、健康適能 ($F=3.02$, $p < .05$)、人際互動 ($F=3.24$, $p < .05$)、學習新知與成長 ($F=4.02$, $p < .05$)、自我肯定與挑戰 ($F=3.32$, $p < .05$) 皆達到顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，結果發現不同職業的騎乘者在參與認知、健康適能、人際互動、自我肯定與挑戰等四個構面中各組間皆無明顯差異，僅在學習新知與成長構面中，服務業 ($M=19.42$) 顯著高於自由業 ($M=16.42$)。

假設 H1.5：不同職業自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異，成立。

表 4.23 不同職業在參與動機之單因子變異數檢定表

構面	職業	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
參與認知	1：軍公教	67	17.26	2.39	2.91	0.00*	n.s.
	2：農業	3	17.57	2.70			
	3：工商業	148	16.87	2.28			
	4：服務業	46	18.19	2.17			
	5：自由業	13	17.15	2.39			
	6：學生	26	18.35	1.81			
	7：無業(含退休人士)	4	19.63	0.76			
	8：家管	4	16.67	3.00			
	9：其它	19	16.72	2.80			
健康適能	1：軍公教	67	19.69	1.66	3.02	0.00*	n.s.
	2：農業	3	18.60	2.23			
	3：工商業	148	18.68	2.17			
	4：服務業	46	19.88	1.83			
	5：自由業	13	18.15	3.57			
	6：學生	26	19.21	1.92			
	7：無業(含退休人士)	4	19.62	1.10			
	8：家管	4	19.70	1.90			
	9：其它	19	18.16	2.95			
人際互動	1：軍公教	67	15.74	2.26	3.24	0.00*	n.s.
	2：農業	3	17.39	1.97			
	3：工商業	148	15.78	2.21			
	4：服務業	46	17.16	2.21			
	5：自由業	13	15.02	3.28			
	6：學生	26	17.03	1.77			
	7：無業(含退休人士)	4	17.92	1.12			
	8：家管	4	16.18	2.59			
	9：其它	19	16.12	2.47			
學習新知 與成長	1：軍公教	67	17.78	2.17	4.02	0.00*	4>5
	2：農業	3	18.85	2.12			
	3：工商業	148	17.96	2.24			
	4：服務業	46	19.42	1.74			
	5：自由業	13	16.42	3.57			
	6：學生	26	18.92	2.02			
	7：無業(含退休人士)	4	19.83	1.46			

表 4.23 不同職業在參與動機之單因子變異數檢定表 (續)

構面	職業	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
學習新知 與成長	8：家管	4	18.14	2.01	4.02	0.00*	4>5
	9：其它	19	17.98	2.24			
自我肯定 與挑戰	1：軍公教	67	17.30	2.52	3.32	0.00*	n.s.
	2：農業	3	19.39	1.69			
	3：工商業	148	17.59	2.24			
	4：服務業	46	18.73	2.29			
	5：自由業	13	16.36	3.67			
	6：學生	26	18.85	2.26			
	7：無業(含退休人士)	4	19.82	2.02			
	8：家管	4	18.35	1.99			
9：其它	19	17.01	2.99				

註：* $p < 0.05$

4.4.6 不同居住地在參與動機之差異分析

如表 4.24 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同居住地僅在健康適能 ($F=3.14$, $p<.05$) 有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，發現住在中部 ($M=19.14$) 的騎乘者在健康適能構面明顯高於東部 ($M=15.84$) 的騎乘者。據研究者推測不同居住地在健康適能有顯著差異的原因，在於除了中部騎乘者以外，其他區域騎乘者可能以觀光旅遊為主要訴求才會參加此單車活動，故其健康適能方面會有比較明顯的差異。

假設 H1.6：不同居住地自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異，部分成立。

表 4.24 不同居住地在參與動機之單因子變異數檢定表

構面	居住地	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
參與認知	1：中部	262	17.31	2.32	0.32	0.81	
	2：北部	50	17.09	2.57			
	3：南部	14	17.73	1.97			
	4：東部	4	16.69	2.53			
健康適能	1：中部	262	19.14	2.09	3.14	0.03*	1>4
	2：北部	50	18.94	2.18			
	3：南部	14	19.09	2.30			
	4：東部	4	15.84	5.31			

表 4.24 不同居住地在參與動機之單因子變異數檢定表 (續)

構面	居住地	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
人際互動	1：中部	262	16.10	2.27	0.78	0.51	
	2：北部	50	16.04	2.40			
	3：南部	14	16.60	2.02			
	4：東部	4	14.62	4.91			
學習新知 與成長	1：中部	262	18.15	2.29	2.03	0.11	
	2：北部	50	18.32	1.94			
	3：南部	14	18.93	2.09			
	4：東部	4	15.82	5.31			
自我肯定 與挑戰	1：中部	262	17.66	2.52	2.05	0.11	
	2：北部	50	18.22	2.06			
	3：南部	14	18.56	1.93			
	4：東部	4	15.82	5.31			

註：* $p < 0.05$

4.4.7 不同收入在參與動機之差異分析

如表 4.25 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同收入在參與認知 ($F=2.39$, $p < .05$)、健康適能 ($F=4.99$, $p < .05$) 及學習新知與成長 ($F=2.62$, $p < .05$) 構面均有顯著差異存在。再以 Scheffe 法進行事後比較，結果發現不同收入的騎乘者在參與認知、學習新知與成長等構面中各組間皆無明顯差異，僅在健康適能構面中，收入 60001 元以上 ($M=19.75$) 顯著高於收入 30001~40000 元 ($M=18.49$)。顯示騎乘者因收入不同導致價值觀有所差別，而對「萬眾騎 BIKE」單車活動參與動機亦會有所不同。

假設 H1.7：不同平均月收入自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異，部份成立。

表 4.25 不同收入在參與動機之單因子變異數檢定表

構面	每月平均月收入	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
參與認知	1：20000 元以下	31	18.18	1.98	2.39	0.04*	n.s.
	2：20001~30000 元	50	16.88	2.10			
	3：30001~40000 元	100	16.87	2.53			

表 4.25 不同收入在參與動機之單因子變異數檢定表 (續)

構面	每月平均月收入	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
參與認知	4 : 40001~50000 元	56	17.57	2.27	2.39	0.04*	n.s.
	5 : 50001~60000 元	43	17.26	2.37			
	6 : 60001 元以上	50	17.71	2.27			
健康適能	1 : 20000 元以下	31	19.27	1.83	4.99	0.00*	6>3
	2 : 20001~30000 元	50	18.35	2.34			
	3 : 30001~40000 元	100	18.49	2.56			
	4 : 40001~50000 元	56	19.66	1.80			
	5 : 50001~60000 元	43	19.54	1.63			
	6 : 60001 元以上	50	19.75	1.70			
人際互動	1 : 20000 元以下	31	16.75	1.94	1.97	0.08	
	2 : 20001~30000 元	50	15.62	2.11			
	3 : 30001~40000 元	100	16.05	2.51			
	4 : 40001~50000 元	56	16.68	2.22			
	5 : 50001~60000 元	43	15.97	2.18			
	6 : 60001 元以上	50	15.73	2.41			
學習新知 與成長	1 : 20000 元以下	31	18.98	1.95	2.62	0.02*	n.s.
	2 : 20001~30000 元	50	17.57	2.25			
	3 : 30001~40000 元	100	18.06	2.44			
	4 : 40001~50000 元	56	18.82	1.88			
	5 : 50001~60000 元	43	18.03	2.27			
	6 : 60001 元以上	50	17.93	2.44			
自我肯定 與挑戰	1 : 20000 元以下	31	18.69	2.35	1.54	0.18	
	2 : 20001~30000 元	50	17.26	2.49			
	3 : 30001~40000 元	100	17.66	2.58			
	4 : 40001~50000 元	56	18.07	2.39			
	5 : 50001~60000 元	43	17.63	2.36			
	6 : 60001 元以上	50	17.65	2.51			

註：* $p < 0.05$

4.4.8 從事自行車運動的不同經驗在參與動機之差異分析

如表 4.26 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者從事自行車運動的不同經驗在參與動機各個構面中均未達顯著差異。由此得知騎乘者從事自行車運動的不同經驗不會受到參與動機的影響。

假設 H1.8：不同自行車運動經驗在參與動機上有顯著差異，不成立。

表 4.26 從事自行車運動的不同經驗在參與動機之單因子變異數檢定表

構面	自行車運動之經驗	個數	總分	標準差	F 值	p 值
參與認知	1：1 年以下	70	17.24	2.30	0.54	0.71
	2：1 年以上~2 年以下	70	17.31	2.30		
	3：2 年以上~3 年以下	65	16.96	2.30		
	4：3 年以上~4 年以下	25	17.48	2.60		
	5：4 年以上	100	17.48	2.38		
健康適能	1：1 年以下	70	18.88	2.09	0.30	0.88
	2：1 年以上~2 年以下	70	19.20	2.04		
	3：2 年以上~3 年以下	65	19.06	2.09		
	4：3 年以上~4 年以下	25	18.84	2.46		
	5：4 年以上	100	19.16	2.34		
人際互動	1：1 年以下	70	15.94	2.17	0.72	0.58
	2：1 年以上~2 年以下	70	16.48	2.22		
	3：2 年以上~3 年以下	65	15.89	2.37		
	4：3 年以上~4 年以下	25	16.20	2.18		
	5：4 年以上	100	16.05	2.48		
學習新知 與成長	1：1 年以下	70	18.24	2.11	0.31	0.88
	2：1 年以上~2 年以下	70	18.36	2.29		
	3：2 年以上~3 年以下	65	17.95	2.40		
	4：3 年以上~4 年以下	25	18.29	2.18		
	5：4 年以上	100	18.13	2.38		
自我肯定 與挑戰	1：1 年以下	70	17.57	2.39	0.90	0.47
	2：1 年以上~2 年以下	70	18.11	2.78		
	3：2 年以上~3 年以下	65	17.38	2.59		
	4：3 年以上~4 年以下	25	17.85	2.08		
	5：4 年以上	100	17.87	2.35		

註：* $p < 0.05$

4.4.9 平常騎乘自行車的不同習慣在參與動機之差異分析

如表 4.27 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者平常騎乘自行車的不同習慣在參與動機各個構面中均未達顯著差異。由此得知騎乘者騎乘自行車運動的不同習慣不會受到參與動機的影響。

假設 H1.9：不同的騎乘自行車習慣在參與動機上有顯著差異，不成立。

表 4.27 平常騎乘自行車的不同習慣在參與動機之單因子變異數檢定表

構面	自行車運動之習慣	個數	總分	標準差	F 值	p 值
參與認知	1：每週 2 次以上	104	17.42	2.37	0.42	0.74
	2：每週 1 次	132	17.33	2.13		
	3：每月少於 2 次	79	17.16	2.61		
	4：無	15	16.79	2.62		
健康適能	1：每週 2 次以上	104	18.95	2.37	0.23	0.88
	2：每週 1 次	132	19.15	2.08		
	3：每月少於 2 次	79	19.12	2.02		
	4：無	15	18.84	2.63		
人際互動	1：每週 2 次以上	104	16.36	2.34	0.97	0.40
	2：每週 1 次	132	15.91	2.27		
	3：每月少於 2 次	79	16.17	2.30		
	4：無	15	15.62	2.52		
學習新知 與成長	1：每週 2 次以上	104	18.48	2.35	0.97	0.41
	2：每週 1 次	132	18.04	2.21		
	3：每月少於 2 次	79	18.08	2.28		
	4：無	15	17.77	2.48		
自我肯定 與挑戰	1：每週 2 次以上	104	18.06	2.46	2.01	0.11
	2：每週 1 次	132	17.69	2.39		
	3：每月少於 2 次	79	17.74	2.48		
	4：無	15	16.42	3.21		

註：* $p < 0.05$

4.4.10 最常一起騎乘的不同對象在參與動機之差異分析

如表 4.28 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者最常一起騎乘的不同對象在參與動機各個構面中，人際互動 ($F=4.76$, $p < .05$)、自我肯定與挑戰 ($F=2.8$, $p < .05$) 均有顯著差異存在。再以 Scheffe 法進行事後比較，

發現在人際互動、自我肯定與挑戰兩個參與動機構面中，車友選項都明顯高於獨自選項。據研究者推測騎乘者覺得和車友一起騎乘不但能增進人際互動，能結交志同道合的車友，而且與車友一起從事單車活動能更有自信接受生活各方面的挑戰，所以表現出比較明顯的差異。

假設 H1.10：不同的一起騎乘對象在參與動機上有顯著差異，部分成立。

表 4.28 最常一起騎乘的不同對象在參與動機之單因子變異數檢定表

構面	最常騎乘對象	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
參與認知	1：獨自	100	16.93	2.34	1.38	0.24	
	2：親人	88	17.49	2.40			
	3：車友	64	17.70	2.32			
	4：朋友、同學	76	17.17	2.29			
	5：其它	2	18.16	1.27			
健康適能	1：獨自	100	18.84	2.22	1.26	0.29	
	2：親人	88	19.32	2.01			
	3：車友	64	19.39	2.08			
	4：朋友、同學	76	18.82	2.38			
	5：其它	2	18.12	1.74			
人際互動	1：獨自	100	15.45	2.25	4.76	0.00*	3 > 1
	2：親人	88	15.94	2.42			
	3：車友	64	16.93	2.08			
	4：朋友、同學	76	16.43	2.24			
	5：其它	2	16.35	1.08			
學習新知 與成長	1：獨自	100	17.77	2.27	1.92	0.11	
	2：親人	88	18.27	2.21			
	3：車友	64	18.74	2.00			
	4：朋友、同學	76	18.12	2.54			
	5：其它	2	18.99	2.98			
自我肯定 與挑戰	1：獨自	100	17.19	2.50	2.88	0.02*	3 > 1
	2：親人	88	17.85	2.49			
	3：車友	64	18.50	2.20			
	4：朋友、同學	76	17.80	2.58			
	5：其它	2	16.88	0.00			

註：* $p < 0.05$

4.4.11 參加過「萬眾騎 BIKE」活動不同次數在參與動機之差異分析

如表 4.29 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者參加過「萬眾騎 BIKE」活動不同次數在參與動機各個構面中均未達顯著差異。由此得知騎乘者參加過「萬眾騎 BIKE」活動的不同次數不會受到參與動機的影響。

假設 H1.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在參與動機上有顯著差異，不成立。

表 4.29 參加單車活動不同次數在參與動機之單因子變異數檢定表

構面	參加次數	個數	總分	標準差	F 值	p 值
參與認知	1：1 次	202	17.20	2.24	0.87	0.48
	2：2 次	77	17.25	2.62		
	3：3 次	32	17.49	2.31		
	4：4 次	6	18.71	1.86		
	5：4 次以上	13	17.83	2.500		
健康適能	1：1 次	202	19.10	2.03	0.62	0.65
	2：2 次	77	19.03	2.30		
	3：3 次	32	18.66	2.89		
	4：4 次	6	20.00	1.28		
	5：4 次以上	13	19.33	2.19		
人際互動	1：1 次	202	16.07	2.26	0.09	0.99
	2：2 次	77	16.07	2.34		
	3：3 次	32	16.31	2.64		
	4：4 次	6	16.26	2.53		
	5：4 次以上	13	16.17	2.43		
學習新知與成長	1：1 次	202	18.26	2.22	0.24	0.92
	2：2 次	77	18.11	2.27		
	3：3 次	32	17.98	2.75		
	4：4 次	6	17.57	2.24		
	5：4 次以上	13	18.11	2.57		
自我肯定與挑戰	1：1 次	202	17.71	2.47	0.60	0.66
	2：2 次	77	17.62	2.46		
	3：3 次	32	18.12	2.85		
	4：4 次	6	17.43	1.83		
	5：4 次以上	13	18.56	2.18		

註：* $p < 0.05$

4.5 不同騎乘者基本特性在重要度之差異分析

4.5.1 不同性別在重要度之差異分析

表 4.30 為不同性別騎乘者對重要度 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同性別騎乘者在滿意度各構面中的重要度均未達到顯著水準，顯示不同性別之騎乘者在滿意度構面的重要度並無顯著差異。研究者推測騎乘者無論是男性或是女性，都認為單車活動的素質好壞與各構面是否讓騎乘者滿意皆非常重要。

假設 H2.1：不同性別自行車騎乘者在重要度上有顯著差異，不成立。

表 4.30 不同性別在重要度之獨立樣本 t 檢定表

構面	性別	個數	總分	標準差	t 值	p 值
遊憩設施	男性	256	16.80	1.96	-1.94	0.05
	女性	74	17.29	1.74		
人員服務	男性	256	18.08	2.11	-0.75	0.46
	女性	74	18.29	2.03		
餐飲服務	男性	256	18.43	2.38	-0.34	0.74
	女性	74	18.54	2.62		
路線規劃	男性	256	17.96	2.11	-1.73	0.09
	女性	74	18.44	2.12		
整體滿意	男性	256	18.28	2.51	0.38	0.71
	女性	74	18.15	2.61		

註：* $p < 0.05$

4.5.2 不同年齡在重要度之差異分析

如表 4.31 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同年齡僅在整體滿意 ($F=4.01$, $p<.05$) 的重要度有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，發現在整體滿意此構面的重要度感受中，20 歲以下 ($M=20.04$) 車友與 20~29 歲 ($M=17.65$)、30~39 歲 ($M=18.15$) 及 50 歲以上 ($M=17.68$) 車友有明顯差異。研究者推測 20 歲以下的車友甚少有參加單車活動的機會，或者必須要有家長陪同才能參與單車活動，所以對於單車活動整體滿意構面的重要度感受方面會比其他年齡層的車友要來得強烈。

假設 H2.2：不同年齡自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。部分成立。

表 4.31 不同年齡在重要度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
遊憩設施	1: 20 歲以下	20	17.70	1.86	1.29	0.27	
	2: 20~29 歲	49	16.57	2.31			
	3: 30~39 歲	123	16.95	1.84			
	4: 40~49 歲	105	16.91	1.92			
	5: 50 歲以上	33	16.76	1.56			
人員服務	1: 20 歲以下	20	18.90	1.92	1.57	0.18	
	2: 20~29 歲	49	17.63	2.46			
	3: 30~39 歲	123	18.22	2.15			
	4: 40~49 歲	105	18.18	1.86			
	5: 50 歲以上	33	17.87	1.99			
餐飲服務	1: 20 歲以下	20	19.42	1.85	1.86	0.12	
	2: 20~29 歲	49	17.88	2.68			
	3: 30~39 歲	123	18.46	2.58			
	4: 40~49 歲	105	18.64	2.30			
	5: 50 歲以上	33	18.07	2.06			
路線規劃	1: 20 歲以下	20	18.85	1.88	1.96	0.10	
	2: 20~29 歲	49	17.75	2.18			
	3: 30~39 歲	123	18.04	2.23			
	4: 40~49 歲	105	18.29	1.86			
	5: 50 歲以上	33	17.47	2.35			
整體滿意	1: 20 歲以下	20	20.04	1.64	4.01	0.00*	1 > 2 1 > 3 1 > 5
	2: 20~29 歲	49	17.65	2.72			
	3: 30~39 歲	123	18.15	2.64			
	4: 40~49 歲	105	18.48	2.36			
	5: 50 歲以上	33	17.68	2.34			

註：* $p < 0.05$

4.5.3 不同婚姻狀況在重要度之差異分析

表 4.32 為不同婚姻狀況騎乘者對重要度 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同婚姻狀況騎乘者在滿意度各構面中的重要度均未達到顯著水準，顯示未婚與已婚之騎乘者在滿意度構面的重要度並無顯著差異。研究者推測騎乘者無論是未婚者或已婚者，都認為單車活動的素質好壞與各構面是否讓騎乘者滿意皆非常重要。

假設 H2.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在重要度上有顯著差異，不成立。

表 4.32 不同婚姻狀況在重要度之差異分析

構面	性別	個數	總分	標準差	t 值	p 值
遊憩設施	未婚	147	16.91	2.13	0.04	0.97
	已婚	183	16.90	1.74		
人員服務	未婚	147	18.17	2.27	0.36	0.72
	已婚	183	18.09	1.94		
餐飲服務	未婚	147	18.54	2.58	0.58	0.56
	已婚	183	18.38	2.32		
路線規劃	未婚	147	18.13	2.23	0.46	0.65
	已婚	183	18.02	2.02		
整體滿意	未婚	147	18.32	2.69	0.47	0.64
	已婚	183	18.19	2.41		

註：* $p < 0.05$

4.5.4 不同教育程度在重要度之差異分析

如表 4.33 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同教育程度僅在整體滿意 ($F=3.72$, $p<.05$) 的重要度有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，發現在整體滿意此構面的重要度感受中，教育程度在高中以下 ($M=19.77$) 的車友表現明顯高於教育程度在研究所以上 ($M=17.72$) 的車友。

假設 H2.4：不同教育程度自行車騎乘者在重要度上有顯著差異，部分成立。

表 4.33 不同教育程度在重要度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
遊憩設施	1：高中以下	18	18.04	1.16	2.28	0.08	
	2：高中職	67	16.85	1.91			
	3：大專院校	180	16.82	1.95			
	4：研究所以上	65	16.90	1.96			
人員服務	1：高中以下	18	19.18	1.49	2.05	0.11	
	2：高中職	67	18.09	2.09			
	3：大專院校	180	18.15	2.18			
	4：研究所以上	65	17.81	1.92			
餐飲服務	1：高中以下	18	19.35	1.89	1.63	0.18	
	2：高中職	67	18.69	2.43			
	3：大專院校	180	18.42	2.52			
	4：研究所以上	65	18.05	2.27			
路線規劃	1：高中以下	18	18.85	1.700	1.10	0.35	
	2：高中職	67	18.20	1.94			
	3：大專院校	180	18.00	2.27			
	4：研究所以上	65	17.90	1.93			
整體滿意	1：高中以下	18	19.77	2.32	3.72	0.01*	1>4
	2：高中職	67	18.61	2.50			
	3：大專院校	180	18.15	2.52			
	4：研究所以上	65	17.72	2.48			

註：* $p < 0.05$

4.5.5 不同職業在重要度之差異分析

如表 4.34 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者的不同職業在重要度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測不同職業的騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常重要。

假設 H2.5：不同職業自行車騎乘者在重要度上有顯著差異，不成立。

表 4.34 不同職業在重要度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：軍公教	67	17.32	1.71	1.31	0.24
	2：農業	3	16.63	1.18		
	3：工商業	148	16.58	2.10		
	4：服務業	46	17.06	1.78		
	5：自由業	13	17.44	1.10		
	6：學生	26	17.21	2.24		
	7：無業(含退休人士)	4	16.49	1.31		
	8：家管	4	16.28	1.78		
	9：其它	19	17.15	1.32		
人員服務	1：軍公教	67	18.18	1.97	0.23	0.99
	2：農業	3	18.02	2.18		
	3：工商業	148	18.03	2.23		
	4：服務業	46	18.34	2.17		
	5：自由業	13	17.94	1.81		
	6：學生	26	18.19	2.28		
	7：無業(含退休人士)	4	19.05	1.25		
	8：家管	4	17.85	1.94		
	9：其它	19	18.09	1.48		
餐飲服務	1：軍公教	67	18.55	2.49	0.25	0.98
	2：農業	3	18.26	1.32		
	3：工商業	148	18.31	2.51		
	4：服務業	46	18.57	2.44		
	5：自由業	13	18.15	2.700		
	6：學生	26	18.89	2.29		
	7：無業(含退休人士)	4	19.05	1.48		
	8：家管	4	18.37	2.27		
	9：其它	19	18.50	2.26		
路線規劃	1：軍公教	67	18.27	1.93	0.81	0.60
	2：農業	3	19.03	2.35		
	3：工商業	148	17.88	2.15		
	4：服務業	46	18.15	2.15		
	5：自由業	13	17.51	3.00		
	6：學生	26	18.30	2.13		
	7：無業(含退休人士)	4	17.74	1.45		

表 4.34 不同職業在重要度之單因子變異數檢定表 (續)

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
路線規劃	8：家管	4	17.34	2.86	0.81	0.60
	9：其它	19	18.78	1.62		
整體滿意	1：軍公教	67	18.16	2.45	0.98	0.45
	2：農業	3	18.68	1.47		
	3：工商業	148	17.99	2.600		
	4：服務業	46	18.49	2.63		
	5：自由業	13	18.42	2.44		
	6：學生	26	19.37	2.43		
	7：無業(含退休人士)	4	18.90	1.75		
	8：家管	4	17.62	3.700		
9：其它	19	18.28	2.200			

註：* $p < 0.05$

4.5.6 不同居住地在重要度之差異分析

如表 4.35 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者的不同居住地在重要度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測不同居住地的騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常重要。

假設 H2.6：不同居住地自行車騎乘者在重要度上有顯著差異，不成立。

表 4.35 不同居住地在重要度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：中部	262	16.89	1.90	1.92	0.13
	2：北部	50	16.96	1.87		
	3：南部	14	16.37	2.45		
	4：東部	4	18.97	0.38		
人員服務	1：中部	262	18.09	2.07	1.01	0.39
	2：北部	50	18.30	2.18		
	3：南部	14	17.78	2.40		
	4：東部	4	19.69	1.61		

表 4.35 不同居住地在重要度之單因子變異數檢定表 (續)

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
餐飲服務	1：中部	262	18.42	2.40	1.49	0.22
	2：北部	50	18.50	2.57		
	3：南部	14	18.29	2.67		
	4：東部	4	20.98	0.83		
路線規劃	1：中部	262	18.05	2.07	1.10	0.35
	2：北部	50	18.07	2.27		
	3：南部	14	17.89	2.64		
	4：東部	4	19.96	0.86		
整體滿意	1：中部	262	18.28	2.45	1.74	0.16
	2：北部	50	17.90	2.85		
	3：南部	14	18.07	2.82		
	4：東部	4	20.81	0.84		

註：* $p < 0.05$

4.5.7 不同收入在重要度之差異分析

如表 4.36 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者的不同收入在重要度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測不同收入的騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常重要。

假設 H2.7：不同平均月收入自行車騎乘者在重要度上有顯著差異，不成立。

表 4.36 不同收入在重要度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：20000 元以下	31	17.16	2.18	0.97	0.44
	2：20001~30000 元	50	16.57	1.89		
	3：30001~40000 元	100	16.84	2.10		
	4：40001~50000 元	56	17.19	1.64		
	5：50001~60000 元	43	17.17	1.66		
	6：60001 元以上	50	16.68	1.90		
人員服務	1：20000 元以下	31	18.43	2.15	1.67	0.14
	2：20001~30000 元	50	17.68	2.16		
	3：30001~40000 元	100	17.91	2.36		
	4：40001~50000 元	56	18.70	1.84		

表 4.36 不同收入在重要度之單因子變異數檢定表 (續)

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
人員服務	5：50001~60000 元	43	18.21	1.62	1.67	0.14
	6：60001 元以上	50	18.09	1.96		
餐飲服務	1：20000 元以下	31	18.97	2.33	1.19	0.31
	2：20001~30000 元	50	18.20	2.51		
	3：30001~40000 元	100	18.21	2.68		
	4：40001~50000 元	56	19.00	2.39		
	5：50001~60000 元	43	18.43	2.21		
	6：60001 元以上	50	18.30	2.07		
路線規劃	1：20000 元以下	31	18.45	2.05	1.13	0.35
	2：20001~30000 元	50	17.72	2.23		
	3：30001~40000 元	100	17.92	2.42		
	4：40001~50000 元	56	18.52	1.83		
	5：50001~60000 元	43	18.11	1.85		
	6：60001 元以上	50	17.92	1.86		
整體滿意	1：20000 元以下	31	19.34	2.42	1.86	0.10
	2：20001~30000 元	50	17.90	2.66		
	3：30001~40000 元	100	17.94	2.70		
	4：40001~50000 元	56	18.56	2.36		
	5：50001~60000 元	43	18.33	2.42		
	6：60001 元以上	50	18.12	2.29		

註：* $p < 0.05$

4.5.8 從事自行車運動的不同經驗在重要度之差異分析

如表 4.37 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同經驗在人員服務 ($F=3.35$, $p<.05$) 與路線規劃 ($F=3.62$, $p<.05$) 的重要度有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，發現在人員服務此構面的重要度感受中，單車經驗在 4 年以上 ($M=18.51$) 的車友明顯高於單車經驗在 1 年以上~2 年以下 ($M=17.46$) 的車友。研究者推測從事單車經驗時間越久的車友對於單車活場現場工作人員的服務態度及其專業表現要求較高，在其重要度的感受上自然也會更加強烈；而在路線規劃構面經 Scheffe 法進行事後比較則為不顯著。

假設 H2.8：不同自行車運動經驗在重要度上有顯著差異，部分成立。

表 4.37 從事自行車運動的不同經驗在重要度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
遊憩設施	1：1 年以下	70	17.15	1.76	1.86	0.12	
	2：1 年以上~2 年以下	70	16.68	1.96			
	3：2 年以上~3 年以下	65	16.49	2.19			
	4：3 年以上~4 年以下	25	16.82	1.44			
	5：4 年以上	100	17.19	1.88			
人員服務	1：1 年以下	70	18.46	1.83	3.35	0.01*	5 > 2
	2：1 年以上~2 年以下	70	17.46	2.17			
	3：2 年以上~3 年以下	65	18.01	2.30			
	4：3 年以上~4 年以下	25	17.80	1.69			
	5：4 年以上	100	18.51	2.06			
餐飲服務	1：1 年以下	70	18.38	2.47	1.12	0.35	
	2：1 年以上~2 年以下	70	18.19	2.53			
	3：2 年以上~3 年以下	65	18.19	2.54			
	4：3 年以上~4 年以下	25	18.42	1.92			
	5：4 年以上	100	18.86	2.38			
路線規劃	1：1 年以下	70	18.49	1.72	3.62	0.01*	n.s.
	2：1 年以上~2 年以下	70	17.53	2.39			
	3：2 年以上~3 年以下	65	17.71	2.36			
	4：3 年以上~4 年以下	25	17.64	1.97			
	5：4 年以上	100	18.48	1.91			
整體滿意	1：1 年以下	70	18.22	2.26	2.19	0.07	
	2：1 年以上~2 年以下	70	18.02	2.65			
	3：2 年以上~3 年以下	65	17.67	2.72			
	4：3 年以上~4 年以下	25	18.30	2.44			
	5：4 年以上	100	18.79	2.46			

註：* $p < 0.05$

4.5.9 平常騎乘自行車的不同習慣在重要度之差異分析

如表 4.38 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者的不同習慣在重要度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測不同騎乘習慣的自行車騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常重要。

假設 H2.9：不同的騎乘自行車習慣在重要度上有顯著差異，不成立。

表 4.38 平常騎乘自行車的不同習慣在重要度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：每週 2 次以上	104	16.73	2.05	1.68	0.17
	2：每週 1 次	132	16.81	1.94		
	3：每月少於 2 次	79	17.32	1.66		
	4：無	15	16.82	1.96		
人員服務	每週 2 次以上	104	17.86	2.27	1.03	0.38
	每週 1 次	132	18.16	2.07		
	每月少於 2 次	79	18.40	1.93		
	無	15	18.24	1.77		
餐飲服務	每週 2 次以上	104	18.38	2.52	0.18	0.91
	每週 1 次	132	18.44	2.30		
	每月少於 2 次	79	18.62	2.58		
	無	15	18.26	2.44		
路線規劃	每週 2 次以上	104	17.94	2.28	1.85	0.14
	每週 1 次	132	17.87	2.15		
	每月少於 2 次	79	18.53	1.83		
	無	15	18.23	1.85		
整體滿意	每週 2 次以上	104	18.31	2.60	0.44	0.72
	每週 1 次	132	18.22	2.48		
	每月少於 2 次	79	18.33	2.54		
	無	15	17.55	2.60		

註：* $p < 0.05$

4.5.10 最常一起騎乘的不同對象在重要度之差異分析

如表 4.39 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者最常一起騎乘的不同對象在重要度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測最常一起騎乘的不同對象之自行車騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常重要。

假設 H2.10：不同的一起騎乘對象在重要上有顯著差異，不成立。

表 4.39 最常一起騎乘的不同對象在重要度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：獨自	100	16.61	1.92	0.96	0.43
	2：親人	88	17.05	1.84		
	3：車友	64	17.15	1.97		
	4：朋友、同學	76	16.93	1.98		
	5：其它	2	16.86	0.03		
人員服務	1：獨自	100	17.92	2.01	0.87	0.49
	2：親人	88	18.22	2.13		
	3：車友	64	18.49	2.06		
	4：朋友、同學	76	18.00	2.16		
	5：其它	2	17.66	4.01		
餐飲服務	1：獨自	100	18.25	2.35	0.90	0.47
	2：親人	88	18.36	2.43		
	3：車友	64	18.93	2.33		
	4：朋友、同學	76	18.47	2.60		
	5：其它	2	17.49	4.25		
路線規劃	1：獨自	100	18.04	1.93	0.44	0.78
	2：親人	88	18.07	2.07		
	3：車友	64	18.33	2.02		
	4：朋友、同學	76	17.86	2.47		
	5：其它	2	18.35	2.88		
整體滿意	1：獨自	100	18.04	2.58	0.38	0.83
	2：親人	88	18.25	2.54		
	3：車友	64	18.50	2.50		
	4：朋友、同學	76	18.28	2.52		
	5：其它	2	19.11	3.00		

註：* $p < 0.05$

4.5.11 參加過「萬眾騎 BIKE」活動不同次數在重要度之差異分析

如表 4.40 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者參加過「萬眾騎 BIKE」活動的不同次數在重要度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測參加過「萬眾騎 BIKE」活動的不同次數之自行車騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常重要。

假設 H2.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在重要度上有顯著差異，不成立。

表 4.40 參加單車活動不同次數在重要度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：1 次	202	16.96	1.87	0.74	0.56
	2：2 次	77	17.00	2.03		
	3：3 次	32	16.40	2.10		
	4：4 次	6	17.23	1.14		
	5：4 次以上	13	16.62	1.99		
人員服務	1：1 次	202	18.15	2.10	0.34	0.85
	2：2 次	77	18.23	2.05		
	3：3 次	32	17.74	2.14		
	4：4 次	6	18.31	2.31		
	5：4 次以上	13	18.03	2.30		
餐飲服務	1：1 次	202	18.43	2.43	0.21	0.93
	2：2 次	77	18.51	2.58		
	3：3 次	32	18.60	2.22		
	4：4 次	6	18.83	1.81		
	5：4 次以上	13	17.96	2.63		
路線規劃	1：1 次	202	18.16	1.99	0.35	0.85
	2：2 次	77	17.94	2.35		
	3：3 次	32	17.75	2.19		
	4：4 次	6	18.08	2.34		
	5：4 次以上	13	18.18	2.55		
整體滿意	1：1 次	202	18.20	2.42	0.57	0.69
	2：2 次	77	18.12	2.87		
	3：3 次	32	18.40	2.54		
	4：4 次	6	19.24	2.33		
	5：4 次以上	13	18.94	2.20		

註：* $p < 0.05$

4.6 不同騎乘者基本特性在滿意度之差異分析

4.6.1 不同性別在滿意度之差異分析

表 4.41 為不同性別騎乘者對滿意度 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同性別騎乘者在遊憩設施 ($t=2.04$, $p<.05$)、人員服務 ($t=2.26$, $p<.05$) 及餐飲服務 ($t=1.99$, $p<.05$) 三項滿意度構面有顯著差異，且此三項構面中男性得分的平均數均大於女性，此結果顯示出男性騎乘者普遍認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動在此三項構面的滿意度明顯高於女性騎乘者。

假設 H3.1：不同性別自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異，部份成立。

表 4.41 不同性別在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

構面	性別	個數	總分	標準差	t 值	p 值
遊憩設施	男性	256	14.16	2.39	2.04	0.04*
	女性	74	13.52	2.40		
人員服務	男性	256	16.03	2.17	2.26	0.02*
	女性	74	15.37	2.26		
餐飲服務	男性	256	17.78	2.68	1.99	0.05*
	女性	74	17.06	2.90		
路線規劃	男性	256	15.08	3.12	1.10	0.27
	女性	74	14.63	3.24		
整體滿意	男性	256	16.79	2.49	1.82	0.07
	女性	74	16.21	2.30		

註：* $p<0.05$

4.6.2 不同年齡在滿意度之差異分析

如表 4.42 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同年齡在遊憩設施 ($F=2.98$, $p<.05$)、人員服務 ($F=2.54$, $p<.05$)、餐飲服務 ($F=3.04$, $p<.05$)、整體滿意 ($F=4.12$, $p<.05$) 的滿意度有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，發現在「遊憩設施」構面的滿意度感受中，20 歲以下 ($M=15.79$) 車友得分明顯高於 30~39 歲 ($M=13.90$)、40~49 歲 ($M=13.90$)；在「整體滿意」構面的滿意度感受中，20 歲以下 ($M=18.54$) 車友得分明顯高於 30~39

歲 (M=16.65)、40~49 歲 (M=16.49)、50 歲以上 (M=15.87)；而在「人員服務」、「餐飲服務」兩個構面經 Scheffe 法進行事後比較後各年齡組間則為不顯著。

假設 H3.2：不同年齡自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異，部分成立。

表 4.42 不同年齡在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
遊憩設施	1：20 歲以下	20	15.79	2.37	2.98	0.02*	1>3 1>4
	2：20~29 歲	49	13.85	2.75			
	3：30~39 歲	123	13.90	2.23			
	4：40~49 歲	105	13.90	2.43			
	5：50 歲以上	33	13.96	2.08			
人員服務	1：20 歲以下	20	16.90	2.06	2.54	0.04*	n.s.
	2：20~29 歲	49	16.18	2.24			
	3：30~39 歲	123	15.99	2.08			
	4：40~49 歲	105	15.64	2.33			
	5：50 歲以上	33	15.19	2.11			
餐飲服務	1：20 歲以下	20	18.99	2.84	3.04	0.02*	n.s.
	2：20~29 歲	49	17.41	2.75			
	3：30~39 歲	123	17.93	2.71			
	4：40~49 歲	105	17.41	2.79			
	5：50 歲以上	33	16.62	2.32			
路線規劃	1：20 歲以下	20	17.03	2.80	2.34	0.06	
	2：20~29 歲	49	14.84	3.10			
	3：30~39 歲	123	14.85	3.47			
	4：40~49 歲	105	14.92	3.00			
	5：50 歲以上	33	14.64	2.23			
整體滿意	1：20 歲以下	20	18.54	2.44	4.12	0.00*	1>3 1>4 1>5
	2：20~29 歲	49	16.82	2.34			
	3：30~39 歲	123	16.65	2.58			
	4：40~49 歲	105	16.49	2.42			
	5：50 歲以上	33	15.87	1.71			

註：* p<0.05

4.6.3 不同婚姻狀況在滿意度之差異分析

表 4.43 為不同婚姻狀況騎乘者對滿意度 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同婚姻狀況騎乘者僅在「人員服務」(t=2.12, p<.05) 此滿意度構面達到顯著水準，且未婚者 (M=16.17) 得分高於已婚者 (M=15.65)，顯示未婚者比已婚者更滿意「萬眾騎 BIKE」單車活動在「人員服務」的表現，而在其他構面則無顯著差異。

假設 H3.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異，部份成立。

表 4.43 不同婚姻狀況在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	性別	個數	總分	標準差	t 值	p 值
遊憩設施	未婚	147	14.18	2.61	1.14	0.25
	已婚	183	13.88	2.21		
人員服務	未婚	147	16.17	2.29	2.12	0.04*
	已婚	183	15.65	2.11		
餐飲服務	未婚	147	17.92	2.92	1.76	0.08
	已婚	183	17.38	2.58		
路線規劃	未婚	147	15.15	3.37	0.87	0.39
	已婚	183	14.84	2.96		
整體滿意	未婚	147	16.88	2.65	1.44	0.15
	已婚	183	16.49	2.28		

註：* p<0.05

4.6.4 不同教育程度在滿意度之差異分析

如表 4.44 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者的不同教育程度在滿意度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測不同教育程度的騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常滿意。

假設 H3.4：不同教育程度自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異，不成立。

表 4.44 不同教育程度在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：高中以下	18	15.10	3.03	1.66	0.18
	2：高中職	67	14.20	2.62		

表 4.44 不同教育程度在滿意度之單因子變異數檢定表 (續)

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	3：大專院校	180	13.84	2.21	1.66	0.18
	4：研究所以上	65	14.01	2.46		
人員服務	1：高中以下	18	17.11	1.73	2.08	0.10
	2：高中職	67	15.83	2.21		
	3：大專院校	180	15.76	2.23		
	4：研究所以上	65	15.93	2.20		
餐飲服務	1：高中以下	18	19.19	2.85	2.19	0.09
	2：高中職	67	17.61	2.85		
	3：大專院校	180	17.46	2.72		
	4：研究所以上	65	17.64	2.60		
路線規劃	1：高中以下	18	16.66	3.94	2.26	0.08
	2：高中職	67	15.11	3.38		
	3：大專院校	180	14.94	2.95		
	4：研究所以上	65	14.51	3.13		
整體滿意	1：高中以下	18	18.05	2.59	2.31	0.08
	2：高中職	67	16.81	2.60		
	3：大專院校	180	16.54	2.35		
	4：研究所以上	65	16.46	2.50		

註：* $p < 0.05$

4.6.5 不同職業在滿意度之差異分析

如表 4.45 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同職業僅在遊憩設施 ($F=2.15$, $p<.05$) 的滿意度構面有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，發現不同職業的自行車參與者在遊憩設施構面則為不顯著。

假設 H3.5：不同職業自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異，部分成立。

表 4.45 不同職業在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
遊憩設施	1：軍公教	67	14.17	2.06	2.15	0.03*	n.s.
	2：農業	3	14.28	1.23			
	3：工商業	148	13.78	2.15			
	4：服務業	46	13.75	3.34			
	5：自由業	13	14.21	2.82			
	6：學生	26	15.46	2.27			
	7：無業(含退休人士)	4	16.36	2.19			
	8：家管	4	13.48	1.07			
	9：其它	19	13.48	2.28			
人員服務	1：軍公教	67	15.62	2.24	1.66	0.11	
	2：農業	3	16.70	1.29			
	3：工商業	148	15.71	2.10			
	4：服務業	46	15.98	2.54			
	5：自由業	13	15.58	2.99			
	6：學生	26	17.07	1.94			
	7：無業(含退休人士)	4	17.48	1.29			
	8：家管	4	15.05	0.39			
	9：其它	19	16.15	1.76			
餐飲服務	1：軍公教	67	17.18	2.68	1.06	0.39	
	2：農業	3	17.32	0.83			
	3：工商業	148	17.58	2.59			
	4：服務業	46	17.43	3.29			
	5：自由業	13	17.51	3.78			
	6：學生	26	18.77	2.68			
	7：無業(含退休人士)	4	18.60	2.28			
	8：家管	4	17.30	0.00			
	9：其它	19	18.35	2.35			
路線規劃	1：軍公教	67	15.48	2.49	1.74	0.09	
	2：農業	3	15.77	1.96			
	3：工商業	148	14.64	3.16			
	4：服務業	46	14.35	3.87			
	5：自由業	13	14.70	3.83			
	6：學生	26	16.47	2.83			
	7：無業(含退休人士)	4	17.05	2.12			
	8：家管	4	16.08	0.00			

表 4.45 不同職業在滿意度之單因子變異數檢定表 (續)

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
路線規劃	9：其它	19	14.75	3.18	1.74	0.09	
整體滿意	1：軍公教	67	16.75	2.11	1.77	0.08	
	2：農業	3	17.25	2.20			
	3：工商業	148	16.46	2.44			
	4：服務業	46	16.45	2.61			
	5：自由業	13	16.07	2.71			
	6：學生	26	18.00	2.52			
	7：無業(含退休人士)	4	18.92	2.77			
	8：家管	4	15.82	0.80			
	9：其它	19	16.66	2.87			

註：* $p < 0.05$

4.6.6 不同居住地在滿意度之差異分析

如表 4.46 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同居住地僅在路線規劃 ($F=3.45, p<.05$) 的滿意度構面有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，發現不同居住地的自行車參與者在路線規劃構面則為不顯著。

假設 H3.6：不同居住地自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異，部分成立。

表 4.46 不同居住地在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
遊憩設施	1：中部	262	14.07	2.25	2.53	0.06	
	2：北部	50	13.63	2.72			
	3：南部	14	14.97	2.24			
	4：東部	4	11.68	5.82			
人員服務	1：中部	262	15.88	2.17	0.29	0.83	
	2：北部	50	15.79	2.25			
	3：南部	14	16.35	2.32			
	4：東部	4	15.43	4.19			
餐飲服務	1：中部	262	17.56	2.70	0.73	0.54	
	2：北部	50	17.66	2.61			
	3：南部	14	18.65	3.01			
	4：東部	4	17.26	6.20			

表 4.46 不同居住地在滿意度之單因子變異數檢定表 (續)

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
路線規劃	1：中部	262	15.16	2.97	3.45	0.02*	n.s.
	2：北部	50	13.85	3.66			
	3：南部	14	16.13	3.72			
	4：東部	4	13.40	2.80			
整體滿意	1：中部	262	16.78	2.35	1.25	0.29	
	2：北部	50	16.12	2.70			
	3：南部	14	16.67	3.55			
	4：東部	4	15.63	1.14			

註：* $p < 0.05$

4.6.7 不同收入在滿意度之差異分析

如表 4.47 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車參與者的不同收入在遊憩設施 ($F=2.59$, $p<.05$) 與整體滿意 ($F=3.01$, $p<.05$) 的滿意度有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，發現在「整體滿意」此構面的滿意度感受中，平均月收入 20000 元以下 ($M=18.09$) 的車友明顯高於平均月收入 20001~30000 元 ($M=15.97$) 的車友；而在「遊憩設施」構面經 Scheffe 法進行事後比較則為不顯著。

假設 H3.7：不同平均月收入自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異，部分成立。

表 4.47 不同收入在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
遊憩設施	1：20000 元以下	31	15.17	2.57	2.59	0.03*	n.s.
	2：20001~30000 元	50	13.74	2.45			
	3：30001~40000 元	100	13.59	2.23			
	4：40001~50000 元	56	14.10	2.65			
	5：50001~60000 元	43	13.89	2.13			
	6：60001 元以上	50	14.43	2.31			
人員服務	1：20000 元以下	31	16.83	1.96	1.97	0.08	
	2：20001~30000 元	50	15.34	2.12			
	3：30001~40000 元	100	15.76	2.14			

表 4.47 不同收入在滿意度之單因子變異數檢定表（續）

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
人員服務	4：40001~50000 元	56	16.09	2.26	1.97	0.08	
	5：50001~60000 元	43	15.96	2.14			
	6：60001 元以上	50	15.77	2.44			
餐飲服務	1：20000 元以下	31	18.56	2.63	1.66	0.14	
	2：20001~30000 元	50	17.11	3.00			
	3：30001~40000 元	100	17.32	2.58			
	4：40001~50000 元	56	18.09	3.00			
	5：50001~60000 元	43	17.68	2.48			
	6：60001 元以上	50	17.57	2.70			
路線規劃	1：20000 元以下	31	16.25	2.98	1.42	0.22	
	2：20001~30000 元	50	14.56	2.68			
	3：30001~40000 元	100	14.67	3.40			
	4：40001~50000 元	56	15.08	3.49			
	5：50001~60000 元	43	15.16	3.04			
	6：60001 元以上	50	14.98	2.78			
整體滿意	1：20000 元以下	31	18.09	2.45	3.01	0.01*	1 > 2
	2：20001~30000 元	50	15.97	2.17			
	3：30001~40000 元	100	16.59	2.45			
	4：40001~50000 元	56	16.63	2.67			
	5：50001~60000 元	43	16.73	2.09			
	6：60001 元以上	50	16.60	2.55			

註：* $p < 0.05$

4.6.8 從事自行車運動的不同經驗在滿意度之差異分析

如表 4.48 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者的不同經驗在滿意度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測不同自行車運動經驗的騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常滿意。

假設 H3.8：不同自行車運動經驗在滿意度上有顯著差異，不成立。

表 4.48 從事自行車運動的不同經驗在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：1 年以下	70	13.98	2.54	0.09	0.99
	2：1 年以上~2 年以下	70	14.14	2.51		
	3：2 年以上~3 年以下	65	13.92	2.49		
	4：3 年以上~4 年以下	25	14.12	1.73		
	5：4 年以上	100	13.99	2.35		
人員服務	1：1 年以下	70	15.89	1.98	0.28	0.89
	2：1 年以上~2 年以下	70	16.10	2.21		
	3：2 年以上~3 年以下	65	15.84	2.37		
	4：3 年以上~4 年以下	25	15.63	1.68		
	5：4 年以上	100	15.81	2.38		
餐飲服務	1：1 年以下	70	17.36	2.670	0.41	0.80
	2：1 年以上~2 年以下	70	17.81	2.73		
	3：2 年以上~3 年以下	65	17.76	2.68		
	4：3 年以上~4 年以下	25	17.23	2.92		
	5：4 年以上	100	17.67	2.82		
路線規劃	1：1 年以下	70	14.84	3.21	0.31	0.87
	2：1 年以上~2 年以下	70	15.03	3.19		
	3：2 年以上~3 年以下	65	14.70	3.62		
	4：3 年以上~4 年以下	25	15.36	2.74		
	5：4 年以上	100	15.13	2.89		
整體滿意	1：1 年以下	70	16.77	2.18	0.29	0.88
	2：1 年以上~2 年以下	70	16.58	2.46		
	3：2 年以上~3 年以下	65	16.44	2.61		
	4：3 年以上~4 年以下	25	16.97	2.40		
	5：4 年以上	100	16.71	2.57		

註：* $p < 0.05$

4.6.9 平常騎乘自行車的不同習慣在滿意度之差異分析

如表 4.49 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者的不同習慣在滿意度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測不同騎乘習慣的自行車騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常滿意。

假設 H3.9：不同的騎乘自行車習慣在滿意度上有顯著差異，不成立。

表 4.49 平常騎乘自行車的不同習慣在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：每週 2 次以上	104	13.86	2.43	0.43	0.73
	2：每週 1 次	132	14.04	2.19		
	3：每月少於 2 次	79	14.08	2.70		
	4：無	15	14.56	2.53		
人員服務	1：每週 2 次以上	104	15.94	2.31	0.07	0.98
	2：每週 1 次	132	15.89	2.13		
	3：每月少於 2 次	79	15.82	2.28		
	4：無	15	15.73	1.85		
餐飲服務	1：每週 2 次以上	104	17.72	2.63	0.11	0.95
	2：每週 1 次	132	17.63	2.68		
	3：每月少於 2 次	79	17.49	3.09		
	4：無	15	17.47	2.33		
路線規劃	1：每週 2 次以上	104	14.93	3.16	0.04	0.99
	2：每週 1 次	132	15.02	2.98		
	3：每月少於 2 次	79	14.94	3.38		
	4：無	15	15.20	3.62		
整體滿意	1：每週 2 次以上	104	16.87	2.61	0.38	0.77
	2：每週 1 次	132	16.58	2.24		
	3：每月少於 2 次	79	16.53	2.61		
	4：無	15	16.66	2.50		

註：* $p < 0.05$

4.6.10 最常一起騎乘的不同對象在滿意度之差異分析

如表 4.50 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者最常一起騎乘的不同對象在滿意度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測最常一起騎乘的不同對象之自行車騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常滿意。

假設 H3.10：不同的一起騎乘對象在滿意度上有顯著差異，不成立。

表 4.50 最常一起騎乘的不同對象在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：獨自	100	13.90	2.21	0.17	0.96
	2：親人	88	14.15	2.22		
	3：車友	64	13.94	2.72		
	4：朋友、同學	76	14.08	2.62		
	5：其它	2	14.30	2.08		
人員服務	1：獨自	100	15.66	2.10	0.72	0.58
	2：親人	88	15.79	2.44		
	3：車友	64	15.96	2.18		
	4：朋友、同學	76	16.18	2.08		
	5：其它	2	16.73	3.28		
餐飲服務	1：獨自	100	17.50	2.52	0.50	0.74
	2：親人	88	17.48	2.90		
	3：車友	64	17.91	2.86		
	4：朋友、同學	76	17.75	2.79		
	5：其它	2	15.99	3.01		
路線規劃	1：獨自	100	14.72	3.11	0.31	0.87
	2：親人	88	15.04	3.01		
	3：車友	64	15.13	3.26		
	4：朋友、同學	76	15.11	3.35		
	5：其它	2	16.08	0.00		
整體滿意	1：獨自	100	16.56	2.48	0.19	0.94
	2：親人	88	16.67	2.31		
	3：車友	64	16.58	2.35		
	4：朋友、同學	76	16.84	2.73		
	5：其它	2	17.21	1.10		

註：* $p < 0.05$

4.6.11 參加過「萬眾騎 BIKE」活動不同次數在滿意度之差異分析

如表 4.51 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者參加過「萬眾騎 BIKE」活動的不同次數在滿意度各個構面中均未達顯著差異。研究者推測參加過「萬眾騎 BIKE」活動的不同次數之自行車騎乘者，都認為「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動能否讓騎乘者滿意的各個影響構面皆非常滿意。

假設 H3.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在滿意度上有顯著差異，不成立。

表 4.51 參加單車活動不同次數在滿意度之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
遊憩設施	1：1 次	202	13.97	2.38	1.31	0.27
	2：2 次	77	13.77	2.54		
	3：3 次	32	14.55	2.04		
	4：4 次	6	13.49	1.36		
	5：4 次以上	13	15.06	2.92		
人員服務	1：1 次	202	15.87	2.18	0.63	0.64
	2：2 次	77	15.73	2.18		
	3：3 次	32	16.24	2.02		
	4：4 次	6	15.15	2.66		
	5：4 次以上	13	16.37	3.02		
餐飲服務	1：1 次	202	17.61	2.65	0.45	0.77
	2：2 次	77	17.46	2.91		
	3：3 次	32	17.94	2.43		
	4：4 次	6	16.85	4.08		
	5：4 次以上	13	18.23	3.51		
路線規劃	1：1 次	202	14.94	3.14	1.04	0.39
	2：2 次	77	14.76	3.58		
	3：3 次	32	15.16	2.10		
	4：4 次	6	14.87	1.86		
	5：4 次以上	13	16.64	3.14		
整體滿意	1：1 次	202	16.65	2.48	1.23	0.30
	2：2 次	77	16.43	2.61		
	3：3 次	32	16.63	1.89		
	4：4 次	6	17.13	2.71		
	5：4 次以上	13	18.03	2.22		

註：* $p < 0.05$

4.7 不同騎乘者基本特性在重遊意願之差異分析

4.7.1 不同性別在重遊意願之差異分析

表 4.52 為不同性別騎乘者對重遊意願 t 檢定之摘要表，由表中可得知不同性別之騎乘者在重遊意願 ($t=1.92$, $p>.05$) 上並無顯著之差異，表示重遊意願並不會因性別不同而有所影響。

假設 H4.1：不同性別自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異，不成立。

表 4.52 不同性別在重遊意願之獨立樣本 t 檢定表

構面	性別	個數	總分	標準差	t 值	p 值
重遊意願	男性	256	15.17	2.09	1.92	0.06
	女性	74	14.65	2.00		

註： $*p<0.05$

4.7.2 不同年齡在重遊意願之差異分析

如表 4.53 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，由表中可得知不同年齡之騎乘者在重遊意願 ($F=1.27$, $p>.05$) 上並無顯著之差異，表示重遊意願並不會因年齡不同而有所影響。

假設 H4.2：不同年齡自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異，不成立。

表 4.53 不同年齡在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
重遊意願	1：20 歲以下	20	15.84	1.55	1.27	0.28
	2：20~29 歲	49	14.66	2.05		
	3：30~39 歲	123	15.13	2.35		
	4：40~49 歲	105	15.06	1.94		
	5：50 歲以上	33	14.86	1.68		

註： $*p<0.05$

4.7.3 不同婚姻狀況在重遊意願之差異分析

表 4.54 為不同婚姻狀況騎乘者對重遊意願 t 檢定之摘要表，由表中可得知不同婚姻狀況之騎乘者在重遊意願 ($t=-1.26$, $p>.05$) 上並無顯著之差異，表示重遊意願並不會因婚姻狀況不同而有所影響。

假設 H4.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異，不成立。

表 4.54 不同婚姻狀況在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	性別	個數	總分	標準差	t 值	p 值
重遊意願	未婚	147	14.89	2.29	-1.26	0.21
	已婚	183	15.19	1.89		

註：* $p < 0.05$

4.7.4 不同教育程度在重遊意願之差異分析

如表 4.55 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，由表中可得知不同教育程度之騎乘者在重遊意願 ($F=1.33$, $p>.05$) 上並無顯著之差異，表示重遊意願並不會因教育程度不同而有所影響。

假設 H4.4：不同教育程度自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異，不成立。

表 4.55 不同教育程度在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
重遊意願	1：高中以下	18	15.49	2.20	1.33	0.27
	2：高中職	67	15.28	1.76		
	3：大專院校	180	14.85	2.17		
	4：研究所以上	65	15.27	2.07		

註：* $p < 0.05$

4.7.5 不同職業在重遊意願之差異分析

如表 4.56 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，由表中可得知不同職業之騎乘者在重遊意願 ($F=1.24$, $p>.05$) 上並無顯著之差異，表示重遊意願並不會因職業不同而有所影響。

假設 H4.5：不同職業自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異，不成立。

表 4.56 不同職業在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
重遊意願	1：軍公教	67	15.09	2.01	1.24	0.27
	2：農業	3	15.51	1.82		
	3：工商業	148	14.85	2.13		
	4：服務業	46	15.25	2.24		
	5：自由業	13	14.86	2.09		

表 4.56 不同職業在重遊意願之單因子變異數檢定表 (續)

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
重遊意願	6：學生	26	15.86	1.63	1.24	0.27
	7：無業 (含退休人士)	4	16.89	0.81		
	8：家管	4	15.14	1.66		
	9：其它	19	14.67	2.17		

註：* $p < 0.05$

4.7.6 不同居住地在重遊意願之差異分析

如表 4.57 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，由表中可得知不同居住地之騎乘者在重遊意願 ($F=0.58$, $p>.05$) 上並無顯著之差異，表示重遊意願並不會因居住地不同而有所影響。

假設 H4.6：不同居住地自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異，不成立。

表 4.57 不同居住地在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
重遊意願	1：中部	262	15.10	2.04	0.58	0.63
	2：北部	50	14.78	2.22		
	3：南部	14	15.41	2.22		
	4：東部	4	14.45	2.99		

註：* $p < 0.05$

4.7.7 不同收入在重遊意願之差異分析

如表 4.58 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，由表中可得知不同收入之騎乘者在重遊意願 ($F=3.20$, $p<.05$) 上有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較發現不同平均月收入的自行車騎乘者在重遊意願構面則為不顯著。

假設 H4.7：不同平均月收入自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異，成立。

表 4.58 不同收入在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
重遊意願	1：20000 元以下	31	15.59	1.60	3.20	0.01*	n.s.
	2：20001~30000 元	50	14.19	2.02			
	3：30001~40000 元	100	14.85	2.08			
	4：40001~50000 元	56	15.45	2.25			
	5：50001~60000 元	43	15.30	2.04			

表 4.58 不同收入在重遊意願之單因子變異數檢定表 (續)

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
重遊意願	6：60001 元以上	50	15.36	2.01	3.20	0.01*	n.s.

註：* $p < 0.05$

4.7.8 從事自行車運動的不同經驗在重遊意願之差異分析

如表 4.59 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，由表中可得知自行車活動參與者的不同經驗在重遊意願 ($F=2.02$, $p>.05$) 上並無顯著之差異，表示重遊意願並不會因騎乘者從事自行車運動的不同經驗而有所影響。

假設 H4.8：不同自行車運動經驗在重遊意願上有顯著差異，不成立。

表 4.59 從事自行車運動的不同經驗在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
重遊意願	1：1 年以下	70	14.75	2.02	2.02	0.09
	2：1 年以上~2 年以下	70	14.97	2.02		
	3：2 年以上~3 年以下	65	14.72	2.26		
	4：3 年以上~4 年以下	25	15.26	1.65		
	5：4 年以上	100	15.50	2.09		

註：* $p < 0.05$

4.7.9 平常騎乘自行車的不同習慣在重遊意願之差異分析

如表 4.60 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，由表中可得知自行車騎乘者的不同習慣在重遊意願 ($F=0.75$, $p>.05$) 上並無顯著之差異，表示重遊意願並不會因自行車騎乘者的不同習慣而有所影響。

假設 H4.9：不同的騎乘自行車習慣在重遊意願上有顯著差異，不成立。

表 4.60 平常騎乘自行車的不同習慣在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
重遊意願	1：每週 2 次以上	104	15.26	2.06	0.75	0.52
	2：每週 1 次	132	15.06	2.01		
	3：每月少於 2 次	79	14.83	2.19		
	4：無	15	14.79	2.35		

註：* $p < 0.05$

4.7.10 最常一起騎乘的不同對象在重遊意願之差異分析

如表 4.61 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，由表中可得知自行車騎乘者最常一起騎乘的不同對象在重遊意願（ $F=0.69$ ， $p>.05$ ）上並無顯著之差異，表示重遊意願並不會因自行車騎乘者最常一起騎乘的不同對象而有所影響。

假設 H4.10：不同的一起騎乘對象在重遊意願上有顯著差異，不成立。

表 4.61 最常一起騎乘的不同對象在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值
重遊意願	1：獨自	100	14.81	2.26	0.69	0.60
	2：親人	88	15.17	1.80		
	3：車友	64	15.25	2.02		
	4：朋友、同學	76	15.10	2.22		
	5：其它	2	14.03	0.00		

註：* $p<0.05$

4.7.11 參加過「萬眾騎 BIKE」活動不同次數在重遊意願之差異分析

如表 4.62 所示，本研究經單因子變異數分析結果發現，自行車騎乘者參加過「萬眾騎 BIKE」活動的不同次數在重遊意願（ $F=2.80$ ， $p<.05$ ）的構面上有顯著差異。再以 Scheffe 法進行事後比較，發現自行車騎乘者參加「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的次數在重遊意願構面則為不顯著。

假設 H4.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在重遊意願上有顯著差異，成立。

表 4.62 參加單車活動不同次數在重遊意願之單因子變異數檢定表

構面	組別	個數	總分	標準差	F 值	p 值	事後比較
重遊意願	1：1 次	202	14.78	2.18	2.80	0.03*	n.s.
	2：2 次	77	15.36	1.90			
	3：3 次	32	15.52	1.79			
	4：4 次	6	16.09	1.72			
	5：4 次以上	13	15.99	1.60			

註：* $p<0.05$

4.8 參與動機、重要度、滿意度與重遊意願間之影響分析

4.8.1 騎乘者參與動機對重遊意願之影響

4.8.1.1 參與動機之「參與認知」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.63 所示，本研究經卡方分析結果發現，參與動機之「參與認知」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 52.818，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示參與動機之「參與認知」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「參與認知」動機越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.63 參與動機之「參與認知」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和	
		重遊意願低	重遊意願高		
參與 認知 構面	參與 認知 低	個數	140	47	187
		在參與認知構面之內的%	74.9%	25.1%	100%
		在重遊意願構面之內的%	73.7%	33.6%	56.7%
	參與 認知 高	個數	50	93	143
		在參與認知構面之內的%	35%	65%	100%
		在重遊意願構面之內的%	26.3%	66.4%	43.3%
總和		個數	190	140	330
		在參與認知構面之內的%	57.6%	42.4%	100%
		在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方 = 52.818 ^a					
自由度 df = 1					
顯著性 p 值 = 0.000*					

a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 60.67。

註：* p < 0.05

4.8.1.2 參與動機之「健康適能」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.64 所示，本研究經卡方分析結果發現，參與動機之「健康適能」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 22.836，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示參與動機之「健康適能」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「健康適能」動機越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.64 參與動機之「健康適能」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和	
		重遊意願低	重遊意願高		
健康 適能 構面	健康 適能 低	個數	103	39	142
		在健康適能構面之內的%	72.5%	27.5%	100%
		在重遊意願構面之內的%	54.2%	27.9%	43%
	健康 適能 高	個數	87	101	188
		在健康適能構面之內的%	46.3%	53.7%	100%
		在重遊意願構面之內的%	45.8%	72.1%	57%
總和		個數	190	140	330
		在健康適能構面之內的%	57.6%	42.4%	100%
		在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=22.836 ^a					
自由度 df=1					
顯著性 p 值=0.000*					

a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 60.24。

註：*p<0.05

4.8.1.3 參與動機之「人際互動」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.65 所示，本研究經卡方分析結果發現，參與動機之「人際互動」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 35.106，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示參與動機之「人際互動」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「人際互動」動機越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.65 參與動機之「人際互動」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和	
		重遊意願低	重遊意願高		
人際 互動 構面	人際 互動 低	個數	129	49	178
		在人際互動構面之內的%	72.5%	27.5%	100%
		在重遊意願構面之內的%	67.9%	35%	53.9%
	人際 互動 高	個數	61	91	152
		在人際互動構面之內的%	40.1%	59.9%	100%
		在重遊意願構面之內的%	32.1%	65%	46.1%
總和		個數	190	140	330
		在人際互動構面之內的%	57.6%	42.4%	100%
		在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%

表 4.65 參與動機之「人際互動」構面與重遊意願卡方分析表（續）

Pearson 卡方=35.106 ^a
自由度 df=1
顯著性 p 值=0.000*

a. 0 格（0.0%）的預期個數少於 5。最小的預期個數為 64.48。

註：* p<0.05

4.8.1.4 參與動機之「學習新知與成長」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.66 所示，本研究經卡方分析結果發現，參與動機之「學習新知與成長」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 55.469，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示參與動機之「學習新知與成長」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「學習新知與成長」動機越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.66 參與動機之「學習新知與成長」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和	
		重遊意願低	重遊意願高		
學習新知與成長構面	學習新知與成長低	個數	133	40	173
		在學習新知與成長構面之內的%	76.9%	23.1%	100%
		在重遊意願構面之內的%	70%	28.6%	52.4%
	學習新知與成長高	個數	57	100	157
		在學習新知與成長構面之內的%	36.3%	63.7%	100%
		在重遊意願構面之內的%	30%	71.4%	47.6%
總和		個數	190	140	330
		在學習新知與成長構面之內的%	57.6%	42.4%	100%
		在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=55.469 ^a					
自由度 df=1					
顯著性 p 值=0.000*					

a. 0 格（0.0%）的預期個數少於 5。最小的預期個數為 66.61。

註：* p<0.05

4.8.1.5 參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.67 所示，本研究經卡方分析結果發現，參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 49.449，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「自我肯定與挑戰」動機越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.67 參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和	
		重遊意願低	重遊意願高		
自我肯定與挑戰構面	自我肯定與挑戰低	個數	146	54	200
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	73%	27%	100%
		在重遊意願構面之內的%	76.8%	38.6%	60.6%
	自我肯定與挑戰高	個數	44	86	130
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	33.8%	66.2%	100%
		在重遊意願構面之內的%	23.2%	61.4%	39.4%
總和		個數	190	140	330
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	57.6%	42.4%	100%
		在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方 = 49.449 ^a					
自由度 df = 1					
顯著性 p 值 = 0.000*					

a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 55.15。

註：* p < 0.05

由以上卡方分析檢定所示，參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動的自行車騎乘者，其參與動機之「參與認知」、「健康適能」、「人際互動」、「學習新知與成長」、「自我肯定與挑戰」五個騎乘動機構面皆與「重遊意願」構面有顯著差異，顯示自行車騎乘者參與動機越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

假設五 (H5): 自行車騎乘者之不同參與動機對重遊意願有顯著差異，成立。

4.8.2 騎乘者滿意度對重遊意願之影響

4.8.2.1 滿意度之「遊憩設施」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.68 所示，本研究經卡方分析結果發現，滿意度之「遊憩設施」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 13.987，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示滿意度之「遊憩設施」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「遊憩設施」滿意度越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.68 滿意度之「遊憩設施」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和	
		重遊意願低	重遊意願高		
遊憩設施構面	遊憩設施低	個數	106	49	155
		在遊憩設施構面之內的%	68.4%	31.6%	100%
		在重遊意願構面之內的%	55.8%	35%	47%
	遊憩設施高	個數	84	91	175
		在遊憩設施構面之內的%	48%	52%	100%
		在重遊意願構面之內的%	44.2%	65%	53%
總和	個數	190	140	330	
	在遊憩設施構面之內的%	57.6%	42.4%	100%	
	在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%	
Pearson 卡方 = 13.987 ^a					
自由度 df = 1					
顯著性 p 值 = 0.000*					

a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 65.76。

註：* p < 0.05

4.8.2.2 滿意度之「人員服務」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.69 所示，本研究經卡方分析結果發現，滿意度之「人員服務」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 69.454，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示滿意度之「人員服務」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「人員服務」滿意度越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.69 滿意度之「人員服務」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和	
		重遊意願低	重遊意願高		
人員服務構面	人員服務低	個數	142	40	182
		在人員服務構面之內的%	78%	22%	100%
		在重遊意願構面之內的%	74.7%	28.6%	55.2%
	人員服務高	個數	48	100	148
		在人員服務構面之內的%	32.4%	67.6%	100%
		在重遊意願構面之內的%	25.3%	71.4%	44.8%
總和		個數	190	140	330
		在人員服務構面之內的%	57.6%	42.4%	100%
		在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方 = 69.454 ^a					
自由度 df = 1					
顯著性 p 值 = 0.000*					

a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 62.79。

註：*p < 0.05

4.8.2.3 滿意度之「餐飲服務」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.70 所示，本研究經卡方分析結果發現，滿意度之「餐飲服務」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 78.623，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示滿意度之「餐飲服務」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「餐飲服務」滿意度越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.70 滿意度之「餐飲服務」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和	
		重遊意願低	重遊意願高		
餐飲服務構面	餐飲服務低	個數	153	45	198
		在餐飲服務構面之內的%	77.3%	22.7%	100%
		在重遊意願構面之內的%	80.5%	32.1%	60%
	餐飲服務高	個數	37	95	132
		在餐飲服務構面之內的%	28.0%	72%	100%
		在重遊意願構面之內的%	19.5%	67.9%	40%
總和		個數	190	140	330
		在餐飲服務構面之內的%	57.6%	42.4%	100%
		在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%

表 4.70 滿意度之「餐飲服務」構面與重遊意願卡方分析表（續）

Pearson 卡方=78.623 ^a
自由度 df=1
顯著性 p 值=0.000*

a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 56.00。
 註：*p<0.05

4.8.2.4 滿意度之「路線規劃」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.71 所示，本研究經卡方分析結果發現，滿意度之「路線規劃」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 23.717，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示滿意度之「路線規劃」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「路線規劃」滿意度越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.71 滿意度之「路線規劃」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和
		重遊意願低	重遊意願高	
路線 規劃 低	個數	104	39	143
	在路線規劃構面之內的%	72.7%	27.3%	100%
	在重遊意願構面之內的%	54.7%	27.9%	43.3%
	個數	86	101	187
	在路線規劃構面之內的%	46%	54%	100%
	在重遊意願構面之內的%	45.3%	72.1%	56.7%
總和	個數	190	140	330
	在路線規劃構面之內的%	57.6%	42.4%	100%
	在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=23.717 ^a				
自由度 df=1				
顯著性 p 值=0.000*				

a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 60.67。
 註：*p<0.05

4.8.2.5 滿意度之「整體滿意」構面與重遊意願卡方分析

如表 4.72 所示，本研究經卡方分析結果發現，滿意度之「整體滿意」構面與重遊意願交叉檢定卡方值為 23.717，顯著性 p 值為 0.000 (<.05)，顯示滿意度之「整體滿意」構面與重遊意願有顯著差異，自行車騎乘者對於「整體滿意」

滿意度越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

表 4.72 滿意度之「整體滿意」構面與重遊意願卡方分析表

		重遊意願構面		總和	
		重遊意願低	重遊意願高		
整體滿意構面	整體滿意低	個數	162	51	213
		在整體滿意構面之內的%	76.1%	23.9%	100%
		在重遊意願構面之內的%	85.3%	36.4%	64.5%
	整體滿意高	個數	28	89	117
		在整體滿意構面之內的%	23.9%	76.1%	100%
		在重遊意願構面之內的%	14.7%	63.6%	35.5%
總和	個數	190	140	330	
	在整體滿意構面之內的%	57.6%	42.4%	100%	
	在重遊意願構面之內的%	100%	100%	100%	
Pearson 卡方 = 23.717 ^a					
自由度 df = 1					
顯著性 p 值 = 0.000*					

a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 60.67。

註：* p < 0.05

由以上卡方分析檢定所示，參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動的自行車騎乘者，其滿意度之「遊憩設施」、「人員服務」、「餐飲服務」、「路線規劃」、「整體滿意」五個滿意度構面皆與「重遊意願」構面有顯著差異，顯示自行車騎乘者滿意度越高，騎乘者的「重遊意願」也越高。

假設六 (H6)：自行車騎乘者之不同滿意度構面對重遊意願有顯著差異，成立。

4.8.3 騎乘者參與動機對重要度之影響

由卡方分析法檢定參與動機對重要度之影響，如表 4.73 所示，詳細分析結果請參閱「騎乘者參與動機與重要度之卡方分析表」(見附錄二)。結果發現參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動的自行車騎乘者，其參與動機之「參與認知」、「健康適能」、「人際互動」、「學習新知與成長」、「自我肯定與挑戰」五個騎乘動機構面皆與「遊憩設施」、「人員服務」、「餐飲服務」、「路線規劃」、「整體滿意」五個構面的重要度有顯著差異，顯示自行車騎乘者參與動機越強烈，能否讓騎乘者滿意的五個影響構面也越形重要。

假設七 (H7)：自行車騎乘者之不同參與動機對重要度有顯著差異，成立。

表 4.73 參與動機與重要度卡方分析表

		Pearson 卡方	自由度df	漸近顯著性(雙尾)
參與認知構面	遊憩設施構面之重要度	17.925	1	0.000*
	人員服務構面之重要度	19.726	1	0.000*
	餐飲服務構面之重要度	15.645	1	0.000*
	路線規劃構面之重要度	12.496	1	0.000*
	整體滿意構面之重要度	24.415	1	0.000*
健康適能構面	遊憩設施構面之重要度	15.079	1	0.000*
	人員服務構面之重要度	23.033	1	0.000*
	餐飲服務構面之重要度	25.508	1	0.000*
	路線規劃構面之重要度	15.305	1	0.000*
	整體滿意構面之重要度	24.556	1	0.000*
人際互動構面	遊憩設施構面之重要度	10.021	1	0.000*
	人員服務構面之重要度	17.073	1	0.000*
	餐飲服務構面之重要度	20.274	1	0.000*
	路線規劃構面之重要度	9.901	1	0.002*
	整體滿意構面之重要度	30.127	1	0.000*

表 4.73 參與動機與重要度卡方分析表 (續)

		Pearson卡方	自由度df	漸近顯著性(雙尾)
學習新知與成長構面	遊憩設施構面之重要度	20.861	1	0.000*
	人員服務構面之重要度	26.460	1	0.000*
	餐飲服務構面之重要度	32.680	1	0.000*
	路線規劃構面之重要度	24.955	1	0.000*
	整體滿意構面之重要度	36.516	1	0.000*
自我肯定與挑戰構面	遊憩設施構面之重要度	22.119	1	0.000*
	人員服務構面之重要度	22.767	1	0.000*
	餐飲服務構面之重要度	32.205	1	0.000*
	路線規劃構面之重要度	17.656	1	0.000*
	整體滿意構面之重要度	35.878	1	0.000*

註：* $p < 0.05$

第五章 結論與建議

本研究旨在探討參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動騎乘者之騎乘動機、重要度、滿意度與重遊意願，並且探討各變項間之關係。根據分析結果對本研究做出結論，並對實務面及後續研究提出相關的建議與限制，希望承辦單車活動更瞭解騎乘者之實際需求，在自行車活動之籌辦及軟硬體服務規劃維護方面能夠更加周全。

5.1 研究結論

本研究採用問卷調查法進行資料的收集與分析。以 2015 年 4 月 11 日（六）在社口萬興宮參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」自行車活動的自行車騎乘者為研究對象，共發出問卷 400 份，回收有效問卷 330 份，有效回收率達 82.5%。以「自行車騎乘者參與動機、滿意度與重遊意願之研究-以 2015 萬眾騎 BIKE 為例」之正式問卷作為研究工具，在騎乘動機量表部分共計 25 題，分為參與認知、健康適能、人際互動、學習新知與成長、自我肯定與挑戰五個騎乘動機構面；滿意度量表部分共計 25 題、分為遊憩設施、人員服務、餐飲服務、路線規劃、整體滿意五個滿意度構面；重遊意願量表部分共 4 題。茲將本研究結果歸納整理為以下結論：

5.1.1 自行車騎乘者基本特性背景變項之分析結果

參加「2015 萬眾騎 BIKE—青春洋溢 樂遊台中」單車活動的騎乘者中，以男性較多，年齡方面以 30~49 歲之騎乘者最多，婚姻狀況以已婚者居多，教育程度則是大專院校學歷者最多，職業部分則是從事工商業者最多，居住地則以來自中部（台中市、彰化、雲林、南投）佔最多數，收入方面則以 30001~40000 元最多，從事自行車運動的經驗方面以 4 年以上最多，平常有否騎乘自行車的習慣方面以每週 1 次最多，自行車騎乘者最常一起騎乘對象方面以獨自騎乘最多，參加過「萬眾騎 BIKE」單車活動的次數方面以 1 次最多，騎乘者與誰一起來參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動方面以與朋友、同學一起騎乘最多，騎乘者此次「2015 萬眾騎 BIKE」活動是否有購物方面則是無購物行為者多於有購物行為者。

5.1.2 參與動機、重要度、滿意度、重遊意願相關構面之分析結果

在參與動機五個構面中，以健康適能之平均得分（ $M=19.07$ ）最高，其他依序為學習新知與成長（ $M=18.18$ ）、自我肯定與挑戰（ $M=17.76$ ）、參與認知（ $M=17.29$ ）、人際互動（ $M=16.10$ ），而整體參與動機平均得分為 17.68。研究結果顯示自行車騎乘者在參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的參與動機中以「健康適能」平均得分最高，而在「人際互動」方面的平均得分較低，表示自行車騎乘者參與動機以「健康適能」為主要考量。

重要度方面，平均分數較高的為人員服務（ $M=18.13$ ）、餐飲服務（ $M=18.45$ ）、路線規劃（ $M=18.07$ ）、整體滿意（ $M=18.25$ ），而整體重要度之平均得分為 17.96。結果顯示自行車騎乘者在參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的過程中，對於「餐飲服務」之重要度要求最高，而對於「遊憩設施」（ $M=16.91$ ）的重要度需求較小。

滿意度方面，平均分數最高的為餐飲服務（ $M=17.62$ ），依序為整體滿意（ $M=16.66$ ）、人員服務（ $M=15.88$ ）、路線規劃（ $M=14.98$ ）、遊憩設施（ $M=14.02$ ），而整體滿意度之平均得分為 15.83。結果顯示自行車騎乘者在參加「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動時，在滿意度方面較高的構面為「餐飲服務」，可知車友對各宮廟的補給品相當滿意；而對於「路線規劃」、「遊憩設施」滿意度較低，可見「萬眾騎 BIKE」單車活動在路線規劃、會場軟硬體設施各方面仍有許多可改善的空間。

重遊意願的平均得分為 15.06，顯示自行車騎乘者對「萬眾騎 BIKE」單車活動的重遊意願普通。研究者推測由於許多前往參加活動的騎乘者目的不一，有規律性從事單車運動及對「萬眾騎 BIKE」單車活動忠誠度較高者，其重遊意願較高；而單純觀光性質之騎乘者或因對其單車活動整體表現失望者，重遊意願較低，此兩者相互混雜平均的結果造成重遊意願平均分數並無特別高分之表現。

5.1.3 相關構面探索性因素分析、信度之分析結果

在參與動機因素分析與信度檢定方面，本研究將參與動機量表五個構面，共二十五個題項進行因素分析與信度檢定。結果顯示「參與認知」等五個構面選項

之因素負荷量均大於 0.7，表示各構面效度良好；「參與認知」等五個構面選項之信度值均大於 0.8，表示各構面信度良好。

在滿意度因素分析與信度檢定方面，本研究將滿意度量表五個構面，共二十五個題項進行因素分析與信度檢定。結果顯示「遊憩設施」等五個構面選項之因素負荷量均大於 0.5，表示各構面效度良好；「遊憩設施」等五個構面選項之信度值均大於 0.8，表示各構面信度良好。

重遊意願因素分析與信度檢定方面，本研究將重遊意願量表一個構面，共四個題項進行因素分析與信度檢定。結果顯示「重遊意願」此構面四個選項之因素負荷量均大於 0.7，表示各構面效度良好；「重遊意願」此構面選項之信度值均大於 0.8，表示各構面信度良好。

5.1.4 不同騎乘者基本特性在參與動機之差異分析結果

本研究為探討自行車騎乘者基本特性在參與動機之差異分析，進行 t 檢定與單因子變異數分析，檢定驗證結果如表 5.1 所示。

表 5.1 不同騎乘者基本特性在參與動機之差異分析檢定驗證表

假 設	檢定結果	參照頁數
H1.1：不同性別自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。	不成立	P83
H1.2：不同年齡自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。	部份成立	P83
H1.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。	部份成立	P85
H1.4：不同教育程度自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。	部份成立	P85
H1.5：不同職業自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。	成立	P86
H1.6：不同居住地自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。	部份成立	P88
H1.7：不同平均月收入自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異。	部份成立	P89
H1.8：不同自行車運動經驗在參與動機上有顯著差異。	不成立	P91
H1.9：不同的騎乘自行車習慣在參與動機上有顯著差異。	不成立	P92
H1.10：不同的一起騎乘對象在參與動機上有顯著差異。	部份成立	P92
H1.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在參與動機上有顯著差異。	不成立	P94

5.1.5 不同騎乘者基本特性在重要度之差異分析結果

本研究為探討自行車騎乘者基本特性在重要度之差異分析，進行 t 檢定與單因子變異數分析，檢定驗證結果如表 5.2 所示。

表 5.2 不同騎乘者基本特性在重要度之差異分析檢定驗證表

假 設	檢定結果	參照頁數
H2.1：不同性別自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。	不成立	P95
H2.2：不同年齡自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。	部份成立	P95
H2.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。	不成立	P97
H2.4：不同教育程度自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。	部份成立	P97
H2.5：不同職業自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。	不成立	P98
H2.6：不同居住地自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。	不成立	P100
H2.7：不同平均月收入自行車騎乘者在重要度上有顯著差異。	不成立	P101
H2.8：不同自行車運動經驗在重要度上有顯著差異。	部份成立	P102
H2.9：不同的騎乘自行車習慣在重要度上有顯著差異。	不成立	P103
H2.10：不同的一起騎乘對象在重要度上有顯著差異。	不成立	P104
H2.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在重要度上有顯著差異。	不成立	P1055

5.1.6 不同騎乘者基本特性在滿意度之差異分析結果

本研究為探討自行車騎乘者基本特性在滿意度之差異分析，進行 t 檢定與單因子變異數分析，檢定驗證結果如表 5.3 所示。

表 5.3 不同騎乘者基本特性在滿意度之差異分析檢定驗證表

假 設	檢定結果	參照頁數
H3.1：不同性別自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。	部份成立	P107
H3.2：不同年齡自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。	部份成立	P107
H3.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。	部份成立	P109
H3.4：不同教育程度自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。	不成立	P109
H3.5：不同職業自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。	部份成立	P110
H3.6：不同居住地自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。	部份成立	P112
H3.7：不同平均月收入自行車騎乘者在滿意度上有顯著差異。	部份成立	P113

表 5.3 不同騎乘者基本特性在滿意度之差異分析檢定驗證表（續）

假 設	檢定結果	參照 頁數
H3.8：不同自行車運動經驗在滿意度上有顯著差異。	不成立	P114
H3.9：不同的騎乘自行車習慣在滿意度上有顯著差異。	不成立	P115
H3.10：不同的一起騎乘對象在滿意度上有顯著差異。	不成立	P116
H3.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在滿意度上有顯著差異。	不成立	P117

5.1.7 不同騎乘者基本特性在重遊意願之差異分析結果

本研究為探討自行車騎乘者基本特性在重遊意願之差異分析，進行 t 檢定與單因子變異數分析，檢定驗證結果如表 5.4 所示。

表 5.4 不同騎乘者基本特性在重遊意願之差異分析檢定驗證表

假 設	檢定結果	參照 頁數
H4.1：不同性別自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。	不成立	P119
H4.2：不同年齡自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。	不成立	P119
H4.3：不同婚姻狀況自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。	不成立	P119
H4.4：不同教育程度自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。	不成立	P120
H4.5：不同職業自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。	不成立	P120
H4.6：不同居住地自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。	不成立	P121
H4.7：不同平均月收入自行車騎乘者在重遊意願上有顯著差異。	成立	P121
H4.8：不同自行車運動經驗在重遊意願上有顯著差異。	不成立	P121
H4.9：不同的騎乘自行車習慣在重遊意願上有顯著差異。	不成立	P122
H4.10：不同的一起騎乘對象在重遊意願上有顯著差異。	不成立	P122
H4.11：「萬眾騎 BIKE」單車活動不同的參加次數在重遊意願上有顯著差異。	成立	P123

5.1.8 參與動機、重要度、滿意度與重遊意願間之影響分析結果

本研究為探討自行車騎乘者參與動機、重要度、滿意度與重遊意願間之影響分析，進行卡方分析，檢定驗證結果如表 5.5 所示。

表 5.5 參與動機、重要度、滿意度與重遊意願間之影響分析檢定驗證表

假 設	檢定結果	參照頁數
H5：自行車騎乘者之不同參與動機對重遊意願有顯著差異。	成立	P124~p127
H6：自行車騎乘者之不同滿意度構面對重遊意願有顯著差異。	成立	P128~p131
H7：自行車騎乘者之不同參與動機對重要度有顯著差異。	成立	P132~p133 附錄二 P 158

5.2 研究建議

5.2.1 對相關單位之建議

1.安排導覽志工介紹廟宇文化：

「2015 萬眾騎 BIKE」為結合傳統信仰文化與健康樂活運動的單車活動，活動過程會行經大台中地區七座歷史悠久的媽祖宮廟。據本研究者參加過此活動的經驗與實際觀察，參與本活動的車友在各媽祖廟停留時，無非是蓋證明章、食用補給品、宮廟外拍照留念或上廁所等行為，等稍作休息過後便會再直接往下一座宮廟出發，並不會深入了解所行經媽祖宮廟其文化內涵。建議各宮廟承辦活動的志工可安排導覽人員向車友們介紹此七座媽祖廟的發展歷史、在地風俗文化、周遭環境特色等，讓來參加活動的各地車友能對各媽祖宮廟之各層面文化信仰更加了解。

2.視天候狀況決定是否舉行活動：

活動當天天候不佳，主辦單位多方考量後仍決定如期舉行，致使堅持參加之車友冒雨騎乘，增加其危險發生機率。建議可參照同一天舉辦的「苗栗郵局萬人單車活動」其做法，雖然活動取消，但到現場的車友可直接領取紀獎牌、證書及紀念品等，而未到的車友事後主辦單位也會將相關物資免運郵寄到府。

3.增加路線指示牌與加強路口引導志工教育：

本次「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動由於是民間主辦而非國際賽事，所以並無封路申請，活動路線也常會經過路況繁忙的市區，主辦單位在幾個重要路口規

劃放置路線指示牌與安排志工於路口引導交通。據本研究在滿意度方面的調查顯示，「路線規劃」此構面的滿意度較低，而發放問卷時與有參加本屆活動車友簡單的訪談過程中，亦得知車友們普遍反應路線指標太少或不清楚以及某些重要路口無志工引導路線。研究者建議可再增加路線指示牌的數量且擺放位置能明確地被看到；再來有些路口的志工可能由於下雨並未執勤或引導車友往正確路線騎乘，也希望承辦單位下次能加強指引方式與志工引導的行前教育。

4.增加各宮廟補給品多樣化：

「萬眾騎 BIKE」單車活動的補給點為行經的各媽祖廟，由於餐點豐富可口，歷來頗受車友好評。據本研究者參加過此活動的實際經驗還有跟車友的交流後發現，各宮廟提供之補給品重複性太高，例如炒麵。建議主辦單位與各宮廟承辦人員互相協調討論，補給品之餐點以不重複為原則，且可加入當地具有特色及名氣之點心、特產，順便推廣在地飲食文化。另外也建議各宮廟視天候冷熱狀況調整補給品內容，此貼心舉動必能讓參加車友增加對此單車活動的印象分數。

5.虛心接收各方意見，完善活動過程：

本研究結果顯示，自行車騎乘者不同背景變項對「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動之參與動機、重要度、滿意度與重遊意願均有不同程度的影響。單車活動的舉辦過程雖然無法讓所有的自行車騎乘者都滿意，建議承辦「萬眾騎 BIKE」單車活動相關部門仍可考慮在自行車活動的設計規劃方面做出更完善、更友善、更多元化的統籌，以滿足不同族群之自行車騎乘者，藉以提升「萬眾騎 BIKE」單車活動之評價、知名度、再度參與人次。

6.結合單車活動與沿線自然、人文特色，讓騎乘者獲得身、心、靈滿足：

除了藉由軟硬體設施提升自行車騎乘者之滿意度外，本研究亦發現騎乘者之參與動機也會與滿意度有關。因此，若承辦「萬眾騎 BIKE」單車活動相關部門可以善用自行車道的沿線豐富的自然人文環境、歷史悠史的古蹟景觀或地方特色等，使自行車騎乘者能夠獲得身、心、靈等方面的優質體驗與滿足，勢必能夠大幅提升其滿意度與重遊意願，也進而對「萬眾騎 BIKE」單車活動有優良的評價。

5.2.2 對後續研究之建議

1.研究對象方面

本研究以參與「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的自行車騎乘者為研究對象，建議未來可以擴大研究對象，針對全台各地較熱門的自行車活動進行調查研究。另外，因本研究受訪者皆主要以中部地區之自行車騎士為主，所以研究結果可能難以推論到其他區域之單車活動騎乘者，因此建議後續研究者可針對中北部或東部之單車活動進行調查，以比較各地單車活動的研究變項與其結論是否有相關之要素，藉以深入了解全台各地自行車活動發展的現況。

再來女性參與單車活動的比例明顯低於男性，後續研究者可以把女性列為主要研究對象，進行相關議題探討，了解女性從事單車活動時可能遇到哪些阻礙及問題，以利於政府及民間在推廣單車運動時，能有所參考改善之方針。

2.研究變項方面

本研究之研究變項主要在探討參與「2015 萬眾騎 BIKE」單車活動的自行車騎乘者之參與動機、重要度、滿意度與重遊意願之關聯，建議後續研究者可以加入或變更其它變項進行探討，如休閒效益、觀光意象、休閒阻礙、行為意圖、遊憩體驗、持續涉入、體驗價值等。

3.研究方法方面

本研究主要是採用問卷調查法的量化研究，建議後續研究者能在發放問卷的同時，亦可透過深度的訪談以質性的方式進行探討，使我們更能夠瞭解單車活動參與者的想法與感受。如能從更多角度加以觀察與探討，將能更豐富充實相關議題之內涵，提昇研究內容的可靠性且呈現更多元的樣貌，使研究能獲得較齊備資訊來源，藉此提供政府及民間相關單位在未來舉辦自行車活動之參考。

參考文獻

一、中文部分

【書籍】

1. 教育部體署（2013）。102年運動城市調查。臺北市。
2. 教育部體署（2013）。中華民國103年運動統計。臺北市。
3. 張春興（2009）。現代心理學。臺北市：東華書局。
4. 張華保（1986）。社會心理學（第二版）。台北：三民書局。
5. 郭豐州&夏偉恩（2008）。當自己的跑步教練。臺北市：三聯科技教育基金會。

【期刊】

1. 于健&陳函妤（2015），雲林縣國小教師休閒運動參與動機、休閒運動行為及休閒運動滿意度之相關研究，管理資訊計算，4（1），317-333頁。
2. 王綉惠、邱冠閔&黃依萱（2012），高雄澄清湖環湖車道騎乘者之滿意度與休閒效益相關研究，2011運動與休閒產業經營發展學術研討會，195 – 195頁。
3. 李安娜、邱長光&陳瑩育（2015），鹿港老街飲食吸引力、知覺品質與遊客重遊行為意圖之研究。建國科大社會人文期刊，34（2），1-17頁。
4. 吳柏翰、蔡青宏、張淑君&張家豪（2015），2013年台中爵士節遊客滿意度與重遊意願之調查研究，運動與遊憩研究，9（3），77-91。
5. 狄懋昌（2013），自行車「永不放棄」極限挑戰活動參與動機之研究，嘉大體育健康休閒期刊，12（3），161-171頁。
6. 狄懋昌（2014），臺灣自行車運動觀光發展現況與展望。運動管理，23期，37-43頁。
7. 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，7期，155-172頁。
8. 周嘉琪&胡凱陽（2004），健身運動參與動機量表的編製，大專體育學刊，7（11），17-130頁。

9. 徐毓宏 (2014), 苗栗舊山線遊客旅遊意象、滿意度與重遊意願關係之調查研究, 育達科大學報, 39期, 129-155頁。
10. 陳文江&李正慧 (2013), 單車遊客休閒參與動機與幸福感關係之研究—以后豐自行車道為例, 運動休閒餐旅研究, 8 (1), 98-116 頁。
11. 陳秀芬、劉姚伶、劉旭冠&黃舒暖 (2015), 從遊客的旅遊動機、滿意度與重遊意願來探討城市行銷—以駁二藝術特區為例, 觀光與休閒管理期刊, 3(1), 215-226 頁。
12. 陳壽楚&黃娟娟 (2014), 新屋石滬生態綠色走廊自行車道形象、休閒滿意度與重遊意願關係之研究, 中原體育學報, 5期, 20-30頁。
13. 陳寬裕、吳崇旗&鄭恆星 (2013), 自行車騎士對單車旅館之旅遊動機、旅遊期望、旅遊意象與體驗滿意度關係之研究, 運動休閒管理學報, 10 (2), 21-40頁。
14. 陳韻竹&李晶 (2013), 臺灣本島自行車運動觀光發展分析, 長榮運動休閒學刊, 7期, 99-109頁。
15. 張恕忠 (2002), 遊客休閒漁業活動之態度與體驗之研究, 戶外遊憩研究, 15 (4), 27-48頁。11-10
16. 張偉雄&林子堯 (2015), 觀光意象與重遊意願相關性之探討—以高雄市澄清湖風景區為例, 休閒運動保健學報, 9期, 25-35頁。
17. 張清源、陳健麟&謝文芳 (2015), 探討運動觀光吸引力對重遊意願影響之研究—以日月潭自行車道為例, 運動與健康研究, 4 (1), 48-65頁。
18. 黃士瑩、莊寶月、蔡維鈞&陳瑩達 (2015), 日本遊客對台南古蹟的旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究, 觀光與休閒管理期刊, 3 (1), 25-40頁。
19. 曾沈連魁 (2014), 單車騎士運動參與動機、阻礙因素及持續涉入之研究, 國立臺灣體育運動大學學報, 3 (2), 47-64頁。
20. 曾相榮、涂富閔&林家瑞 (2013), 探討九份地區觀光意象、滿意度與重遊意願之研究—以日籍遊客與本國遊客為例, 觀光與休閒管理期刊, 1 (1), 183-208頁。
21. 黃振紅&呂碧琴 (2013), 北海岸區域自行車休閒參與者持續涉入、休閒體驗與休閒滿意度。 臺灣體育學術研究, 54期, 73-92頁。

22. 葉子明、白凡芸&黨海珍 (2015), 觀光港區遊客旅遊動機、旅遊滿意度對重遊意影響之研究, 休閒事業研究, 13 (3), 40-64頁。
23. 溫明桂&張鈞崑 (2015), 觀光吸引力對遊客滿意度與重遊意願影響之研究—以新竹縣內灣風景區為例, 休閒事業研究, 13 (2), 1-19頁。
24. 廖冠傑&謝惠玲 (2015), 探討騎自行車為主要休閒活動者的休閒滿意度—以高雄市為例, 海洋休閒管理學刊, 5期, 53-68頁。
25. 蔡永川、陳弘順、高錦勝&黃意文 (2012), 自行車道服務品質、周邊設施滿意度與休閒效益之研究—以高雄市愛河連接蓮池潭自行車道系統為例, 2011運動與休閒產業經營發展學術研討會, 143 – 156頁。
26. 謝宗霖 (2012), 台南市自行車騎士從事休閒活動參與動機與休閒效益之研究, 運動健康休閒學報, 3期, 141-156頁。
27. 謝雯玲、孔仁華&謝雯萍 (2011), 自行車道遊客滿意度與重遊意願之研究—以龍潭三坑自行車道為例, 南亞學報, 31期, 515-530頁。

【學位論文】

1. 王明順(2009), 自行車騎乘者動機、意象與滿意度之研究—以高雄市自行車道為例, 南台科技大學休閒事業管理系碩士論文。
2. 王鈺文 (2012), 宗教旅客旅遊動機、滿意度與重遊意願關係研究以耶穌基督後期聖徒教會台灣台北聖殿為例, 大葉大學管理學院碩士班碩士論文。
3. 方怡潔 (2012), 運動觀光參與者之賽會形象、目的地意象、賽會滿意度與行為意圖之關係研究—以2012高雄國際馬拉松為例, 國立臺灣體育運動大學休閒運動管理研究所碩士學位論文。
4. 古志銘 (2010), 運動觀光吸引力、自行車道形象、休閒滿意度與重遊意願關係之研究—以嘉義縣朴子溪自行車道為例, 國立嘉義大學體育與健康休閒研究所碩士論文。
5. 匡立中 (2013), 台灣觀光意象與地方依附感對陸客來台滿意度與重遊意願之影響, 南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文。
6. 朱碧茹 (2010), 公平性對遊客滿意度、信任、口碑與重遊意願影響之研究

- 以大坑休閒農場為例，國立屏東科技大學農企業管理系碩士學位論文。
7. 杜氏美蓉（2014），觀光工廠服務品質、滿意度與重遊意願之研究—以寶熊漁樂館為例，朝陽科技大學企業管理系碩士論文。
 8. 李世雷（2014），2013臺灣國際衝浪公開賽觀眾觀賞動機與觀賞滿意度之研究，國立臺灣師範大學體育學系在職進修碩士班碩士論文。
 9. 李仲仁（2012），警察人員休閒運動參與動機與參與阻礙之研究—以屏北地區警察分局為例，大仁科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文。
 10. 阮成中（2012），越南峰牙已榜國家公園的觀光意象、旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。
 11. 沈承堯（2013），休閒農場遊客遊憩體驗、滿意度及重遊意願之研究—以苗栗大湖地區草莓休閒農場為例，醒吾科技大學觀光休閒系碩士班碩士論文。
 12. 吳坤修（2009），目的地意象、地方依附與遊客滿意度關係之研究—以日月潭國家風景區為例，國立臺中教育大學環境教育研究所碩士論文。
 13. 吳佩靜（2010），台中市自行車道之遊客特質與遊憩滿意度及忠誠度之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
 14. 吳建祥（2016），文創觀光對遊客之吸引力、滿意度與重遊意願之研究—以北門遊客中心為例，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
 15. 吳柏勳（2011），烏松環湖自行車道騎乘者參與動機與休閒滿意度之相關研究，國立屏東教育大學進修暨研究學院生態休閒教育碩士學位學程班碩士論文。
 16. 呂美利（2013），運動參與動機、運動設施滿意度、休閒效益與生活品質之研究—以嘉義地區運動參與者為例，南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所碩士論文。
 17. 周砬如（2015），親子間的完美主義、人格特質嚴謹度與休閒嚴謹度、休閒滿意度關係的探討，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士論文。
 18. 林吉童（2014），糖業鐵道遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究—以烏樹林糖廠觀光五分車為例，嘉南藥理大學休閒保健管理研究所碩士論文。
 19. 林伶怡（2012），雲林縣國小教師休閒運動參與程度、休閒運動滿意度及節能減碳行為意向之研究，康寧大學休閒資源暨綠色產業學系碩士論文。

20. 林君品 (2011) , 體驗行銷、顧客滿意度與忠誠度之關聯性分析—以大臺北地區運動護具消費者為例 , 國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所在職碩士班碩士論文。
21. 林幸君 (2011) , 國小教師參與休閒運動之目標取向、內在動機與休閒滿意度之研究 , 國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士班碩士論文。
22. 林威呈(2000) , 台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究 , 國立中山大學企業管理系研究所碩士論文。
23. 林建興 (2009) , 國小學童巧固球運動參與動機與社會支持之研究 , 台北市立教育大學體育學系體育碩士班論文。
24. 林秋權 (2010) , 自行車使用者對東豐綠廊的休閒涉入、地方依附與休閒滿意度之關係研究 , 景文科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。
25. 林萈欽 (2013) , 101 年全民運動會參與者動機、涉入程度、滿意度之研究 , 國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班碩士論文。
26. 林裕昌 (2012) , 8大森林樂園遊客體驗滿意度與行為意向之研究 , 國立屏東教育大學進修暨研究學院生態休閒教育教學碩士學位學程班碩士論文。
27. 林富真 (2012) , 大型重型機車騎乘者參與動機、休閒效益與生活型態之研究 , 大仁科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文。
28. 林慶堯 (2015) , 國立海洋科技博物館遊客滿意度與重意願之研究 , 國立臺灣海洋大學海洋環境資訊學系碩士學位論文。
29. 林懷宗 (2006) , 旅遊動機和阻礙因素對職業軍人海外旅遊參與意願影響之研究—以航特部為例 , 南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
30. 邱榮泰 (2012) 。臺中市國中學生籃球運動參與動機及涉入程度對滿意度與休閒效益之影響研究 , 國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班碩士學位論文。
31. 洪佑賢 (2011) , 台中縣東豐自行車綠廊、后豐鐵馬道自行車騎乘者參與動機、滿意度與休閒效益關係之研究 , 國立東華大學體育與運動科學系碩士論文。
32. 馬承源 (2015) , 住宿者期望及滿意度對再宿意願之影響—以溪頭民宿顧客為例 , 大葉大學休閒事業管理學系碩士班碩士論文。

33. 馬英華（2013），藝文活動參與者之休閒動機、休閒涉入對休閒效益之影響—以松山文化創意園區為例，中國文化大學商學院觀光事業學系碩士論文。
34. 徐新勝（2007），衝浪活動參與者之休閒動機、涉入程度與休閒效益關係之研究，中正大學運動與休閒教育所碩士論文。
35. 張月芬（2004），家庭教育中心志工參與動機、內外控信念與其組織承諾之研究，國立嘉義大學家庭教育研究所碩士論文。
36. 連央毅（2013），馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之研究，國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所碩士學位論文。
37. 許宇中（2009），基隆河沿岸自行車道騎乘者參與動機、車道設施滿意度、遊憩體驗與休閒效益關係之研究，國立臺灣體育大學（臺中）運動管理系碩士班碩士學位論文。
38. 許啓瑞（2015），遊憩動機與環境契合度對態度之影響-以五酒桶山登山者為例，大葉大學管理學院碩士班碩文論文。
39. 許惠娟（2013），嘉義縣國小足球選手參與動機、訓練滿意度及忠誠度之研究，國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班碩士學位論文。
40. 曹采君（2013），臺中市羽球運動消費者參與動機、滿意度與忠誠度之研究，國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班碩士學位論文。
41. 陳伯群（2014），健身俱樂部團體有氧課程消費者參與動機與滿意度之研究—以雙北市世界健身俱樂部為例，臺北市立大學體育學系碩士在職專班碩士論文。
42. 陳俊宏（2012），愛河連接蓮池潭自行車道使用者對運動觀光吸引力、自行車道形象與重遊意願之研究，大仁科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文。
43. 陳政位（2012），遊客旅遊動機、休閒體驗、滿意度與重遊意願之研究-以日月潭大陸觀光客為例，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士班碩士論文。
44. 陳素芬（2014），休閒運動參與動機、家庭支持、休閒阻礙及休閒效益關係之研究—以網球活動為例，南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文。
45. 陳純寅（2013），桌球運動參與者參與動機、休閒效益與生活滿意度之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。

46. 陳純斌 (2012), 大陸遊客來花蓮旅遊動機、滿意度與未來重遊意願之研究, 明新科技大學服務事業管理研究所碩士學位論文。
47. 陳啟倫 (2007), 健康體適能俱樂部會員參與動機、滿意度與再購意願之研究—以活力工場健身會館忠孝分館為例, 天主教輔仁大學體育研究所。
48. 陳梅君(2008), 自行車參與者遊憩動機、深度休閒與遊憩專門化關係之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
49. 梁語宸 (2015), 新莊廟街對遊客的吸引力、滿意度與重遊意願之關係研究, 醒吾科技大學觀光休閒系碩士班碩士論文。
50. 張紫韻 (2014), 產業文化資產之觀光吸引力與滿意度對遊客重遊意願之研究—以溪湖糖廠為例, 逢甲大學景觀與遊憩碩士學位學程碩士論文。
51. 張廣順 (2012), 自行車遊憩體驗與滿意度關聯性之研究-以2011安麗紐崔萊心騎日為例, 國立臺灣體育運動大學運動管理碩士班碩士學位論文。
52. 張瓊化 (2006), 遊客從事休閒旅遊活動之資訊搜尋策略與休閒動機之研究—以日月潭國家風景區為例, 朝陽科技大學企業管理系碩士論文。
53. 彭怡憇 (2010), 自行車騎士之專業化程度、參與動機與環島自行車道環境屬性重視度之研究, 國立體育大學休閒產業經營學系碩士論文。
54. 湯雅琪 (2014), 主題性路跑參與者參與動機、涉入程度與滿意度之研究, 國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所碩士學位論文。
55. 黃立博 (2010), 蔗埕文化園區遊客旅遊動機、滿意度及重遊意願之研究, 稻江科技暨管理學院休閒遊憩與旅運管理學系碩士班碩士論文。
56. 黃美琪 (2012), 八卦山大佛風景區對遊客的吸引力、滿意度與重遊意願之研究, 國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士學位論文。
57. 黃純湘 (2014), 健走旅遊之休閒涉入、休閒效益與再遊意願, 臺北市立大學休閒運動管理學系碩士班碩士學位論文。
58. 黃梅芳 (2014), 國營企業員工休閒參與動機與幸福感之關係研究—以休閒滿意度為中介, 中國文化大學商學院觀光事業學系觀光休閒事業管理碩士論文。
59. 黃麗學 (2014), 文化認同對旅遊滿意度和重遊意願相關分析—以三義雲火龍節為例, 育達科技大學行銷與流通管理系碩士學位論文。

60. 楊昇峰 (2014), 新北市國小高年級學童運動社團參與動機與學習滿意度之相關性研究, 臺北市立大學體育學系體育教學碩士學位班碩士論文。
61. 葉俊麟 (2013), 運動觀光吸引力、自行車道形象與重遊意願關係之研究—以日月潭自行車道為例, 國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班碩士學位論文。
62. 廖嫻閔 (2014), 女性健身中心會員參與動機、服務品質顧客滿意度與忠誠之研究-以Curves 為例, 南臺科技大學國際企業研究所碩士學位論文。
63. 廖淑靜 (2011), 自行車休閒者休閒動機、休閒體驗與休閒滿意度之研究—以埔里自行車道為例, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
64. 劉玉桂 (2007), 休閒運動者參與動機、休閒利益與生活滿意—以快樂桌球俱樂部會員為例, 國立體育學院體育推廣研究所。
65. 劉美忻 (2013), 國中教師對於隔宿露營重視度、滿意度與重遊意願之研究, 國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所碩士學位論文。
66. 劉國戰 (2013), 旅遊動機、體驗及滿意度之研究—以越南三島國家公園為例, 高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。
67. 蔡民生 (2012), 服務品質、遊憩滿意度與重遊意願之研究—以飛牛牧場遊客為例, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
68. 蔡佳蓉 (2010), 台中市居民對騎乘自行車之休閒動機、休閒阻礙與休閒促進之研究, 逢甲大學土地管理所。
69. 蔡佩璇 (2013), 宗教觀光涉入、旅遊動機、體驗及忠誠度之相關研究—以佛陀紀念館為例, 國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。
70. 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。
71. 鄭秀燕 (2013), 馬拉松選手參與動機與賽會滿意度研究—以2011建國百年「嘉市GO!」雙潭馬拉松為例, 南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
72. 鄭凱鴻 (2011), 雲林縣自行車愛好者休閒運動參與動機與滿意度之研究, 國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士班碩士論文。
73. 賴泯儒 (2014), 觀光意象、滿意度與行為意圖相關之研究—以台中市草悟

道遊客為例，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。

74. 蕭淑惠（2014），臺南市國小教師自行車運動參與動機與阻礙因素之相關研究，國立臺南大學體育科教學碩士班碩士論文。
75. 薛月蓮（2015），澎湖生態觀光吸引力、體驗價值與重遊意願關係之研究，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。
76. 謝清秀(2003)，大專網球選手休閒動機、休閒參與與休閒滿意之研究，國立體育學院體育研究所論文。
77. 謝博任（2014），自行車騎乘者遊憩體驗、滿意度及重遊意願之研究－以臺南市安平自行車道為例，南臺科技大學休閒事業管理系碩士學位論文。
78. 謝凱惠（2013），臺灣對馬來西亞華人旅客觀光吸引力、旅遊滿意度與重遊意願之研究，國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所碩士學位論文。
79. 鍾聖偉（2013），大型重型機車參與者之生活型態、深度休閒與滿意度之研究，國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所碩士學位論文。
80. 蘇元媚（2013），花蓮地區基督徒休閒動機、休閒參與及幸福感之研究，大仁科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文。
81. 蘇亞君（2011），文化觀光之遊客動機、遊憩涉入與滿意度關連性研究－以鶯歌鎮為例，國立臺灣師範大學地理學系第十屆教學碩士論文。
82. 龔琳晏（2009），自行車道遊客特性、行前期望與體驗滿意度之研究－以大鵬灣國家風景區環灣自行車道為例，國立高雄餐旅學院旅遊管理研究所論文。

【網路】

1. 2015 萬眾騎 BIKE (2015)。2015 萬眾騎 BIKE－青春洋溢、樂遊台中。上網瀏覽日期：2015 年 7 月 7 日，網址：<http://bike.ymart.com.tw/>。
2. 2016 萬眾騎 BIKE (2016)。2016 萬眾騎 BIKE－猴你幸福。上網瀏覽日期：2016 年 2 月 4 日，網址：<https://bike.ymart.com.tw/index.html>。
3. 99 年度「全國自行車道系統建設評比作業」(2010)。內政部營建署。上網瀏覽日期：2015 年 10 月 1 日，網址：
http://myway.cpami.gov.tw/way/cht/index.php?code=list&flag=detail&ids=18&article_id=307。評比作業網路連結：

http://www.taipeilink.net/cgi-bin/Message/MM_msg_control?mode=viewnews&ts=4f25fc58:74b&theme=taipeilink/Msg。

4. 十大自行車經典路線 (2015)。教育部體育署。上網瀏覽日期：2015 年 12 月 7 日，網址：<http://www.top10cycling.tw/>。
5. 小惡魔的單車俱樂部 (2015)。小惡魔的單車俱樂部，單車討論區。上網瀏覽日期：2015 年 7 月 15 日，網址：
<http://www.mobile01.com/forumtopic.php?c=24>。
6. 小惡魔的單車俱樂部 (2016)。單車討論區，2013 萬眾騎 BIKE 蛇來運轉，悠遊台中。上網瀏覽日期：2016 年 2 月 4 日，網址：
<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=287&t=3188349>。
7. 小惡魔的單車俱樂部 (2016)。單車討論區，2015 萬眾騎 BIKE，媽祖洗路祈雨之旅。上網瀏覽日期：2016 年 2 月 5 日，網址：
<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=320&t=4343988&p=1>。
8. 中時電子報 (2015)。單車國道一年底上路。上網瀏覽日期：2015 年 7 月 3 日，網址：<http://www.chinatimes.com/newspapers/20150118000297-260114>。
9. 中華民國自行車騎士協會 (2015)。自行車俱樂部。上網瀏覽日期：2015 年 7 月 14 日，網址：
<http://www.cyclist.org.tw/index.php?fn=infoteam&fn1=list2&no5=C>。
10. 自行車道設施設計準則彙編 (2015)。教育部體育署。上網瀏覽日期：2015 年 9 月 30 日，網址：
<http://www.sa.gov.tw/wSite/ct?xItem=6590&ctNode=882&mp=11&idPath=214226>。
11. 交通部統計處 (2010)。自行車使用狀況調查摘要分析。上網日期：2015 年 7 月 2 日。網址：
<http://www.motc.gov.tw/ch/home.jsp?id=55&parentpath=0,6&mcustomize=statistics101.jsp>。
12. 欣單車 (2015)。單車活動調查 彰化經典百 K 路線再奪冠。上網瀏覽日期：2015 年 7 月 3 日，網址：<http://solomo.xinmedia.com/bike/16507-survey>。
13. 欣單車 (2015)。自行車活動列表-欣單車-2013。上網瀏覽日期：2015 年 7

- 月 7 日，網址：<http://solomo.xinmedia.com/bike/events/2013>。
14. 欣單車 (2015)。自行車活動列表-欣單車-2014。上網瀏覽日期：2015 年 7 月 7 日，網址：<http://solomo.xinmedia.com/bike/events/2014>。
 15. 欣單車 (2015)。自行車活動列表-欣單車-2015。上網瀏覽日期：2015 年 7 月 7 日，網址：<http://solomo.xinmedia.com/bike/events/2015>。
 16. 欣單車 (2016)。2015 萬眾騎 BIKE 活動照片。上網瀏覽日期：2016 年 2 月 5 日，網址：<http://solomo.xinmedia.com/bike/album/detail/828/0/4>。
 17. 教育部體育署 (2015)。環臺自行車道路網 苗栗「三縱六橫」給您全新體驗。上網瀏覽日期：2015 年 7 月 3 日，網址：
<http://www.edu.tw/news1/detail.aspx?Node=1088&Page=19070&Index=1&WID=d5f7055e-a9e5-4311-9d7f-6831202fa970>。
 18. 國家發展委員會 (2008)。政府規劃推動自行車道路網，成果已逐步展現。上網瀏覽日期：2015 年 7 月 2 日，網址：
<http://www.ndc.gov.tw/ml.aspx?sNo=0010363>。
 19. 痞客邦 (2016)。我們這一家 & 夢想起飛的日子。上網瀏覽日期：2016 年 2 月 5 日，網址：<http://justinean0508.pixnet.net/blog/post/196530582>。
 20. Lonely Planet.(2012). Lonely Planet's Best in Travel: top 10 countries for 2012.Retrieved July 3, 2015, from
<http://www.lonelyplanet.com/europe/travel-tips-and-articles/76856>。

二、英文部分

1. Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (2011), A social psychology of leisure (2nd). State College, PA: Venture Publishing.
2. Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980), Understanding Attitudes and Predicting Social behavior Control. Englewood Cliffs, N J: Prentice-Hall.
3. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000), Quality, Satisfaction and Behavioural Intentions, Annals of Tourism Research, Vol. 27, No. 3, pp. 785-804.
4. Bigné, J. E., Sanchez, M. I. & Sanchez, J. (2001), Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter-relationship, Tourism Management,

- Vol. 22, No. 6, pp. 607-616.
5. Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980), Measuring leisure satisfaction. Journal of Leisure Research, Vol. 12, No. 1, pp. 20-33.
 6. Chris, Ryan. (1995), Researching tourist satisfaction: issues, concepts, problems, London and New York: Routledge.
 7. Day, R. L. (1997), Extending the concept of consumer satisfaction, Association for Consumer Research, Vol. 4, No. 1, pp. 149-154.
 8. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1991), Intrinsic motivation and self-determination in human behavior, New York: Plenum.
 9. DeVellis, R. F. (1991), Scale development: Theory and application, Newbury Park, CA: Sage.
 10. Driver, B. L. and R. C. Toucher. (1970), "Toward a Behavioral Interpretation of Recreation of Planning", "Element of outdoor recreation Planning", pp. 91-102.
 11. Drogin, E. B. (1991), Evaluating the boater experience: The interrelationship of recreational use, user contacts, experiential impacts, satisfaction and displacement, Unpublished Doctoral dissertation, The Pennsylvania State University.
 12. Engle, F. J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995), Consumer behavior, New York: Dryden press.
 13. Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975), Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research, Reading, Massachusetts: Addison-Wesley, 578p.
 14. Fornell, C. (1992), A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience, Journal of Marketing, Vol. 56, No. 1, pp. 6-21.
 15. Frederick-Recascino, C. M. , & Schuster-Smith, H. (2003), Competition and intrinsic motivation in physical activity: A comparison of two groups, Journal of Sport Behavior, Vol. 26, pp. 240-254.
 16. Hanqin, Z. Q. & Lam, T. (1999), An analysis of Mainland Chinese visitors motivations to visit Hong Kong, Tourism Management, Vol. 20, No. 5, pp.

587-594.

17. Havenar, J., & Lochbaum, M. (2007), Differences in participation motives offirst-time marathon finishers and pre-race dropouts, Journal of SportsBehavior, Vol. 30, pp. 270-279.
18. Howard, J. A. and J. N. Sheth. (1969), The Theory of Buyer Behavior, New York: John Willey and Sons.
19. Hu, B. (2003), The Impact of Destination Involvement on Traveler's Revisit Intention, Unpublished doctoral dissertation, Purdue University, West Lafayette, USA.
20. Hwang, S. N. (2005), The relationship among tourists' involvement, placeattachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national arks, Tourism Management, Vol. 26, pp. 143-156.
21. Iso-Ahola, S. E., Allen J. R. (1982), The dynamics of leisure motivation: The effects of outcome on leisure needs. Research Quarterly for Exercise and Sport, Vol. 53, No. 2, pp. 141-149.
22. Jang, S., Wu, C. E. (2006), Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors, Tourism Management, Vol. 27, No. 2, pp. 306-316.
23. Keller, J. M. (1983), Motivational design of instruction. In C. M. Reigeluth (Ed.), Instructional-design theories and models: An overview of their Current Status, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 383-434.
24. Kim, S. S., Prideaux, B. (2005), Marketing implications arising from a comparative study of international pleasure tourist motivations and other travel-related characteristics of visitors to Korea, Tourism Management, Vol. 26, No. 3, pp. 347-357.
25. Kozak, M. (2001), "Repeaters' behaviour at two distinct destinations", Annals of Tourism Research, Vol. 28, No. 3, pp. 784-807.
26. Lien, T. B. & Yu, C. C. (2001), An Integrated Model for the Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer

- Satisfaction and Loyalty, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, Vol. 14, pp. 125-140.
27. Manning, R. E. (1985), Crowding Norms in Backcountry Settings, Journal of Leisure Research, Vol. 17, No. 2, pp. 75-89.
 28. McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (1990), Tourism principles, Practices, Philosophies. 6th (ed.), New York: John Wiley & Sons Inc.
 29. Maslow (1970), Motivation and personality (2nd ed.). New York: Harper & Row.
 30. Mook, D. G. (1987), Motivation: The Organization of Action, New York: W. W. Norton.
 31. Nunnally J C. (1978), Psychometric Theory, New York: McGraw Hill.
 32. Oliver, R., John E. S. (1989), Equity and Disconfirmation Perceptions as Influences on Merchant and Product Satisfaction, Journal of Consumer Research, Vol. 16, pp. 372-383.
 33. Oliver, R. L. (1981), Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting, Journal of retailing, Vol. 57, No. 3, pp. 25-48.
 34. Pritchard, M. P. (2003), The attitudinal and behavioral consequences of destination performance, Tourism analysis, Vol. 8, No. 1, pp. 61-73.
 35. Sage, G. (1977), Introduction to motor behavior: A neuropsychological approach(2nded). Reading, MA: Addison-Wesley.
 36. Wicker, P., Hallmann, K., & Zhang, J. J. (2012), What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? An investigation of marathon events, Journal of Sport & Tourism, Vol. 17, No. 3, pp. 165-182.
 37. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005), An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model, Tourism Management, Vol. 26, No. 1, pp. 45-56.

附錄一 正式問卷

自行車騎乘者參與動機、滿意度與重遊意願之研究

-以 2015 萬眾騎 BIKE 為例

正式問卷

問卷編號：_____

親愛的車友您好：

這份問卷的目的是在了解您對「2015萬眾騎BIKE」此次活動的看法。本問卷中，您所填的一切資料，僅供論文分析使用，絕對予以保密，請您放心的填答。在作答時，請您務必每一題都回答，答案沒有對錯，請您完全按照自己的想法來回答。您的合作，將對本論文有莫大的幫助，在此謹致上最高的謝意。敬祝

一切順利

南華大學文化創意事業管理研究所 論文指導教授：黃昱凱 博士

碩士班研究生：許登耀 敬上

第一部分：

個人基本資料：以下是關於您個人基本資料，請您填答或在各題中選擇符合您個人情形，在□中打✓。

1. 性別：1. 男 2. 女
2. 年齡：1. 20歲以下 2. 20~29歲 3. 30~39歲
4. 40~49歲 5. 50~59歲 6. 60歲以上
3. 婚姻：1. 未婚 2. 已婚
4. 教育程度：1. 高中以下 2. 高中職 3. 大專院校
4. 研究所以上
5. 職業：1. 軍公教 2. 農業 3. 工商業 4. 服務業
5. 自由業 6. 學生 7. 無業（含退休人士）
8. 家管 9. 其它_____
6. 您的居住地是：
 1. 中部（台中市、彰化、雲林、南投）
 2. 北部（台北市、新北市、基隆、宜蘭、桃園、新竹、苗栗）
 3. 南部（嘉義、台南市、高雄、屏東）
 4. 東部（台東、花蓮）
7. 個人每月平均收入：
 1. 20000元以下 2. 20001~30000元
 3. 30001~40000元 4. 40001~50000元
 5. 50001~60000元 6. 60001元以上

第二部分：

參與動機：以下問題是請教您參加「萬眾騎 BIKE」活動的**動機**，請根據您的同意程度，在適當的□中打✓或改變顏色，以表示您對每個題目的看法。

題號	請問您參加此次「2015 萬眾騎 BIKE」的動機是什麼？	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1	您認為參加此活動能增加自己對當地文化的認識。	<input type="checkbox"/>				
2	您認為參加此活動能讓自己的文化素養有所提升。	<input type="checkbox"/>				
3	您認為此次活動的舉辦能行銷當地文化的特色。	<input type="checkbox"/>				
4	您認為此次活動的舉辦是社區的重要慶典活動。	<input type="checkbox"/>				
5	您認為此次活動舉辦有助於將媽祖文化推向國際化。	<input type="checkbox"/>				
6	從事自行車活動可以使您身體健康	<input type="checkbox"/>				
7	從事自行車活動可以讓您接觸大自然	<input type="checkbox"/>				
8	從事自行車活動可以讓您感到活力充沛	<input type="checkbox"/>				
9	您從事自行車活動是為了達到運動效果	<input type="checkbox"/>				
10	騎乘自行車可以讓我避免疾病產生	<input type="checkbox"/>				
11	您從事自行車活動是為了發展人際關係	<input type="checkbox"/>				
12	您從事自行車活動是為了與同價值觀的人一起活動	<input type="checkbox"/>				
13	您從事自行車活動是受到他人影響而參加	<input type="checkbox"/>				
14	您從事自行車活動是可以與他人分享騎乘經驗	<input type="checkbox"/>				
15	您從事自行車活動是可以增加親子感情	<input type="checkbox"/>				
16	您喜歡在參與自行車過程中，那種學習與進步的感覺	<input type="checkbox"/>				
17	您從事自行車活動可以學到更多自行車相關知識	<input type="checkbox"/>				
18	您從事自行車活動可以發揮更多自己的運動才能	<input type="checkbox"/>				
19	您從事自行車活動能讓您經歷到不同的體驗	<input type="checkbox"/>				
20	您從事自行車活動是為了探索更多新的事物	<input type="checkbox"/>				
21	您從事自行車活動時可以感到成就感	<input type="checkbox"/>				
22	您非常樂意對一些尚未經歷過的事物作嘗試	<input type="checkbox"/>				
23	您從事自行車活動是為了測試自己能力	<input type="checkbox"/>				
24	您從事自行車活動可以表現出與他人能力的不同	<input type="checkbox"/>				
25	參加自行車運動，讓您感覺有為社會環境盡一份心力	<input type="checkbox"/>				

2 (※背面尚有題目，請繼續翻面填寫)

第三部分：

重要與滿意分析：以下問題是請教您參加「萬眾騎 BIKE」活動的重要度與滿意度為何？請在適當的□中打✓或改變顏色，以表示您對每個題目的看法。

重要度					題號	請根據您參加此次 「2015 萬眾騎 BIKE」的 <u>重要度</u> 與 <u>滿意度</u> 來填寫下面問項的意見	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要			非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	1	活動會場之整體規劃	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	2	補給站之整體規劃	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	3	停車位之數量	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	4	廁所整齊清潔	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	5	活動路線路面之品質	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	6	會場工作人員服務態度	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	7	補給站工作人員服務態度	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	8	活動會場服務人員的數量充足	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	9	車友需要協助時能有適時的人員幫忙	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	10	各路口交管人員執行勤務情形	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	11	活動會場之餐飲品質	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	12	領取補給品之動線規劃	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	13	補給點設置之數量及間距	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	14	補給品品質良好	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	15	補給品數量足夠	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	16	報到動線之規劃	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	17	出發動線之規劃	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	18	活動路線之交通管制情形	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	19	活動路線之導覽指示	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	20	領取完賽證書、紀念品之流程	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	21	活動起訖時間之安排	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	22	參加這場活動能讓自己有成就感	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	23	參與這場單車活動之選手素質	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	24	沿途自然、人文景觀	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	25	整體而言，參加這場單車活動的滿意度	<input type="checkbox"/>								

第四部分：

重遊意願：以下問題是請教您參加「萬眾騎BIKE」活動的重遊意願為何？請根據您的同意程度，在適當的□中打✓或改變顏色，表示您對每個題目的看法。

題號	請問您針對此次「2015 萬眾騎BIKE」的重遊意願	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1	將來有機會仍願意再參加此次活動	<input type="checkbox"/>				
2	我會向他人推薦此次活動	<input type="checkbox"/>				
3	我會與他人分享參加此次活動之經驗	<input type="checkbox"/>				
4	遇見須改善之處，我會很樂意向相關主辦、協辦單位人員建議	<input type="checkbox"/>				

第五部分：參與「2015 萬眾騎BIKE」單車活動車友之特質：

此部分想了解參與「2015萬眾騎BIKE」單車活動車友之特質，選項沒有好壞之分，請在適當的□中打✓或改變顏色，表示您對每個題目的看法。

一、您從事自行車運動的經驗：

1. 1年以下 2. 1年以上~2年以下 3. 2年以上~3年以下
4. 3年以上~4年以下 5. 4年以上

二、您平常有否騎乘自行車的習慣：

1. 每週2次以上 2. 每週1次 3. 每月少於2次 4. 無

三、最常一起騎乘對象：

1. 獨自 2. 親人 3. 車友 4. 朋友、同學 5. 其他_____

四、您參加過幾次「萬眾騎BIKE」單車活動：

1. 1次 2. 2次 3. 3次 4. 4次 5. 4次以上

五、此次「2015萬眾騎BIKE」單車活動您與誰一起來參加：

1. 獨自 2. 親人 3. 車友 4. 朋友、同學 5. 其他_____

六、如果下次還要參加「萬眾騎BIKE」單車活動，您可能想和誰一起來參加：

1. 獨自 2. 親人 3. 車友 4. 朋友、同學 5. 其他_____

七、此次「2015萬眾騎BIKE」單車活動，您是否有購物：

1. 是 2. 否

本問卷到此結束，請檢查有無漏答之題目，再次感謝您的協助！

附錄二 騎乘者參與動機與重要度之卡方分析表

1. 參與動機之「參與認知」構面與「遊憩設施」重要度卡方分析表

		遊憩設施構面		總和	
		重要度低	重要度高		
參與認知構面	參與 認知 低	個數	108	79	187
		在參與認知構面之內的%	57.8%	42.2%	100%
		在遊憩設施重要度之內的%	68.8%	45.7%	56.7%
	參與 認知 高	個數	49	94	143
		在參與認知構面之內的%	34.3%	65.7%	100%
		在遊憩設施重要度之內的%	31.2%	54.3%	43.3%
總和	個數	157	173	330	
	在參與認知構面之內的%	47.6%	52.4%	100%	
	在遊憩設施重要度之內的%	100%	100%	100%	
Pearson 卡方 = 17.925 ^a 自由度 df = 1 顯著性 p 值 = 0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 68.03。 註： p < 0.05 達顯著水準。					

2. 參與動機之「參與認知」構面與「人員服務」重要度卡方分析表

		人員服務構面		總和	
		重要度低	重要度高		
參與認知構面	參與 認知 低	個數	118	69	187
		在參與認知構面之內的%	63.1%	36.9%	100%
		在人員服務重要度之內的%	68.2%	43.9%	56.7%
	參與 認知 高	個數	55	88	143
		在參與認知構面之內的%	38.5%	61.5%	100%
		在人員服務重要度之內的%	31.8%	56.1%	43.3%
總和	個數	173	157	330	
	在參與認知構面之內的%	52.4%	47.6%	100%	
	在人員服務重要度之內的%	100%	100%	100%	
Pearson 卡方 = 19.726 ^a 自由度 df = 1 顯著性 p 值 = 0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 68.03。 註： p < 0.05 達顯著水準。					

3. 參與動機之「參與認知」構面與「餐飲服務」重要度卡方分析表

		餐飲服務構面		總和	
		重要度低	重要度高		
參與 認知 構面	參與 認知 低	個數	113	74	187
		在參與認知構面之內的%	60.4%	39.6%	100%
		在餐飲服務重要度之內的%	67.3%	45.7%	56.7%
	參與 認知 高	個數	55	88	143
		在參與認知構面之內的%	38.5%	61.5%	100%
		在餐飲服務重要度之內的%	32.7%	54.3%	43.3%
總和		個數	168	162	330
		在參與認知構面之內的%	50.9%	49.1%	100%
		在餐飲服務重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方 = 15.645 ^a 自由度 df = 1 顯著性 p 值 = 0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 70.20。 註： p < 0.05 達顯著水準。					

4. 參與動機之「參與認知」構面與「路線規劃」重要度卡方分析表

		路線規劃構面		總和	
		重要度低	重要度高		
參與 認知 構面	參與 認知 低	個數	106	81	187
		在參與認知構面之內的%	56.7%	43.3%	100%
		在路線規劃重要度之內的%	66.7%	47.4%	56.7%
	參與 認知 高	個數	53	90	143
		在參與認知構面之內的%	37.1%	62.9%	100%
		在路線規劃重要度之內的%	33.3%	52.6%	43.3%
總和		個數	159	171	330
		在參與認知構面之內的%	48.2%	51.8%	100%
		在路線規劃重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方 = 12.496 ^a 自由度 df = 1 顯著性 p 值 = 0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 68.90。 註： p < 0.05 達顯著水準。					

5. 參與動機之「參與認知」構面與「整體滿意」重要度卡方分析表

		整體滿意構面		總和	
		重要度低	重要度高		
參與 認知 構面	參與 認知 低	個數	118	69	187
		在參與認知構面之內的%	63.1%	36.9%	100%
		在整體滿意重要度之內的%	69.8%	42.9%	56.7%
	參與 認知 高	個數	51	92	143
		在參與認知構面之內的%	35.7%	64.3%	100%
		在整體滿意重要度之內的%	30.2%	57.1%	43.3%
總和		個數	169	161	330
		在參與認知構面之內的%	51.2%	48.8%	100%
		在整體滿意重要度之內的%	10.0%	100%	100%
Pearson 卡方=24.415 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 69.77。 註： p<0.05 達顯著水準。					

6. 參與動機之「健康適能」構面與「遊憩設施」重要度卡方分析表

		遊憩設施構面		總和	
		重要度低	重要度高		
健康 適能 構面	健康 適能 低	個數	85	57	142
		在健康適能構面之內的%	59.9%	40.1%	100%
		在遊憩設施重要度之內的%	54.1%	32.9%	43%
	健康 適能 高	個數	72	116	188
		在健康適能構面之內的%	38.3%	61.7%	100%
		在遊憩設施重要度之內的%	45.9%	67.1%	57.0%
總和		個數	157	173	330
		在健康適能構面之內的%	47.6%	52.4%	100%
		在遊憩設施重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=15.079 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 67.56。 註： p<0.05 達顯著水準。					

7. 參與動機之「健康適能」構面與「人員服務」重要度卡方分析表

		人員服務構面		總和	
		重要度低	重要度高		
健康 適能 構面	健康 適能 低	個數	96	46	142
		在健康適能構面之內的%	67.6%	32.4%	100%
		在人員服務重要度之內的%	55.5%	29.3%	43%
	健康 適能 高	個數	77	111	188
		在健康適能構面之內的%	41%	59%	100%
		在人員服務重要度之內的%	44.5%	70.7%	57%
總和		個數	173	157	330
		在健康適能構面之內的%	52.4%	47.6%	100%
		在人員服務重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=23.033 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 67.56。 註： p<0.05 達顯著水準。					

8. 參與動機之「健康適能」構面與「餐飲服務」重要度卡方分析表

		餐飲服務構面		總和	
		重要度低	重要度高		
健康 適能 構面	健康 適能 低	個數	95	47	142
		在健康適能構面之內的%	66.9%	33.1%	100%
		在餐飲服務重要度之內的%	56.5%	29%	43%
	健康 適能 高	個數	73	115	188
		在健康適能構面之內的%	38.8%	61.2%	100%
		在餐飲服務重要度之內的%	43.5%	71%	57%
總和		個數	168	162	330
		在健康適能構面之內的%	50.9%	49.1%	100%
		在餐飲服務重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=25.508 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 69.71。 註： p<0.05 達顯著水準。					

9. 參與動機之「健康適能」構面與「路線規劃」重要度卡方分析表

		路線規劃構面		總和	
		重要度低	重要度高		
健康 適能 構面	健康 適能 低	個數	86	56	142
		在健康適能構面之內的%	60.6%	39.4%	100%
		在路線規劃重要度之內的%	54.1%	32.7%	43%
	健康 適能 高	個數	73	115	188
		在健康適能構面之內的%	38.8%	61.2%	100%
		在路線規劃重要度之內的%	45.9%	67.3%	57%
總和		個數	159	171	330
		在健康適能構面之內的%	48.2%	51.8%	100%
		在路線規劃重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方 = 15.305 ^a 自由度 df = 1 顯著性 p 值 = 0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 68.42。 註： p < 0.05 達顯著水準。					

10. 參與動機之「健康適能」構面與「整體滿意」重要度卡方分析表

		整體滿意構面		總和	
		重要度低	重要度高		
健康 適能 構面	健康 適能 低	個數	95	47	142
		在健康適能構面之內的%	66.9%	33.1%	100%
		在整體滿意重要度之內的%	56.2%	29.2%	43%
	健康 適能 高	個數	74	114	188
		在健康適能構面之內的%	39.4%	60.6%	100%
		在整體滿意重要度之內的%	43.8%	70.8%	57%
總和		個數	169	161	330
		在健康適能構面之內的%	51.2%	48.8%	100%
		在整體滿意重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方 = 24.556 ^a 自由度 df = 1 顯著性 p 值 = 0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 69.28。 註： p < 0.05 達顯著水準。					

11. 參與動機之「人際互動」構面與「遊憩設施」重要度卡方分析表

		遊憩設施構面		總和	
		重要度低	重要度高		
人際 互動 構面	人際 互動 低	個數	99	79	178
		在人際互動構面之內的%	55.6%	44.4%	100%
		在遊憩設施重要度之內的%	63.1%	45.7%	53.9%
	人際 互動 高	個數	58	94	152
		在人際互動構面之內的%	38.2%	61.8%	100%
		在遊憩設施重要度之內的%	36.9%	54.3%	46.1%
總和		個數	157	173	330
		在人際互動構面之內的%	47.6%	52.4%	100%
		在遊憩設施重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=10.021 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 72.32。 註： p<0.05 達顯著水準。					

12. 參與動機之「人際互動」構面與「人員服務」重要度卡方分析表

		人員服務構面		總和	
		重要度低	重要度高		
人際 互動 構面	人際 互動 低	個數	112	66	178
		在人際互動構面之內的%	62.9%	37.1%	100%
		在人員服務重要度之內的%	64.7%	42%	53.9%
	人際 互動 高	個數	61	91	152
		在人際互動構面之內的%	40.1%	59.9%	100%
		在人員服務重要度之內的%	35.3%	58 %	46.1%
總和		個數	173	157	330
		在人際互動構面之內的%	52.4%	47.6%	100%
		在人員服務重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=17.073 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 72.32。 註： p<0.05 達顯著水準。					

13. 參與動機之「人際互動」構面與「餐飲服務」重要度卡方分析表

		餐飲服務構面		總和	
		重要度低	重要度高		
人際 互動 構面	人際 互動 低	個數	111	67	178
		在人際互動構面之內的%	62.4%	37.6%	100%
		在餐飲服務重要度之內的%	66.1%	41.4%	53.9%
	人際 互動 高	個數	57	95	152
		在人際互動構面之內的%	37.5%	62.5%	100%
		在餐飲服務重要度之內的%	33.9%	58.6%	46.1%
總和		個數	168	162	330
		在人際互動構面之內的%	50.9%	49.1%	100%
		在餐飲服務重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=20.274 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 74.62。 註： p<0.05 達顯著水準。					

14. 參與動機之「人際互動」構面與「路線規劃」重要度卡方分析表

		路線規劃構面		總和	
		重要度低	重要度高		
人際 互動 構面	人際 互動 低	個數	100	78	178
		在人際互動構面之內的%	56.2%	43.8%	100.0%
		在路線規劃重要度之內的%	62.9%	45.6%	53.9%
	人際 互動 高	個數	59	93	152
		在人際互動構面之內的%	38.8%	61.2%	100.0%
		在路線規劃重要度之內的%	37.1%	54.4%	46.1%
總和		個數	159	171	330
		在人際互動構面之內的%	48.2%	51.8%	100.0%
		在路線規劃重要度之內的%	100.0%	100.0%	100.0%
Pearson 卡方=9.901 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.002*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 73.24。 註： p<0.05 達顯著水準。					

15. 參與動機之「人際互動」構面與「整體滿意」重要度卡方分析表

		整體滿意構面		總和	
		重要度低	重要度高		
人際 互動 構面	人際 互動 低	個數	116	62	178
		在人際互動構面之內的%	65.2%	34.8%	100%
		在整體滿意重要度之內的%	68.6%	38.5%	53.9%
	人際 互動 高	個數	53	99	152
		在人際互動構面之內的%	34.9%	65.1%	100%
		在整體滿意重要度之內的%	31.4%	61.5%	46.1%
總和		個數	169	161	330
		在人際互動構面之內的%	51.2%	48.8%	100%
		在整體滿意重要度之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=30.127 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 74.16。 註： p<0.05 達顯著水準。					

16. 參與動機之「學習新知與成長」構面與「遊憩設施」重要度卡方分析表

		遊憩設施構面		總和	
		重要度低	重要度高		
學習 新知 與成 長 構面	學習 新知 與成 長 低	個數	103	70	173
		在學習新知與成長 構面之內的%	59.5%	40.5%	100%
		在遊憩設施構面之內的%	65.6%	40.5%	52.4%
	學習 新知 與成 長 高	個數	54	103	157
		在學習新知與成長 構面之內的%	34.4%	65.6%	100%
		在遊憩設施構面之內的%	34.4%	59.5%	47.6%
總和		個數	157	173	330
		在學習新知與成長 構面之內的%	47.6%	52.4%	100%
		在遊憩設施構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=20.861 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 74.69。 註： p<0.05 達顯著水準。					

17. 參與動機之「學習新知與成長」構面與「人員服務」重要度卡方分析表

		人員服務構面			總和
		重要度低	重要度高		
學習新知與成長構面	學習新知與成長低	個數	114	59	173
		在學習新知與成長構面之內的%	65.9%	34.1%	100%
		在人員服務構面之內的%	65.9%	37.6%	52.4%
	學習新知與成長高	個數	59	98	157
		在學習新知與成長構面之內的%	37.6%	62.4%	100%
		在人員服務構面之內的%	34.1%	62.4%	47.6%
總和		個數	173	157	330
		在學習新知與成長構面之內的%	52.4%	47.6%	100%
		在人員服務構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=26.460 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 74.69。					
註： p<0.05 達顯著水準。					

18. 參與動機之「學習新知與成長」構面與「餐飲服務」重要度卡方分析表

		餐飲服務構面			總和
		重要度低	重要度高		
學習新知與成長構面	學習新知與成長低	個數	114	59	173
		在學習新知與成長構面之內的%	65.9%	34.1%	100%
		在餐飲服務構面之內的%	67.9%	36.4%	52.4%
	學習新知與成長高	個數	54	103	157
		在學習新知與成長構面之內的%	34.4%	65.6%	100%
		在餐飲服務構面之內的%	32.1%	63.6%	47.6%
總和		個數	168	162	330
		在學習新知與成長構面之內的%	50.9%	49.1%	100%
		在餐飲服務構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=32.680 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 77.07。					
註： p<0.05 達顯著水準。					

19. 參與動機之「學習新知與成長」構面與「路線規劃」重要度卡方分析表

		路線規劃構面		總和	
		重要度低	重要度高		
學習新知與成長構面	學習新知與成長低	個數	106	67	173
		在學習新知與成長構面之內的%	61.3%	38.7%	100%
		在路線規劃構面之內的%	66.7%	39.2%	52.4%
	學習新知與成長高	個數	53	104	157
		在學習新知與成長構面之內的%	33.8%	66.2%	100%
		在路線規劃構面之內的%	33.3%	60.8%	47.6%
總和		個數	159	171	330
		在學習新知與成長構面之內的%	48.2%	51.8%	100%
		在路線規劃構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=24.955 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 75.65。					
註： p<0.05 達顯著水準。					

20. 參與動機之「學習新知與成長」構面與「整體滿意」重要度卡方分析表

		整體滿意構面		總和	
		重要度低	重要度高		
學習新知與成長構面	學習新知與成長低	個數	116	57	173
		在學習新知與成長構面之內的%	67.1%	32.9%	100%
		在整體滿意構面之內的%	68.6%	35.4%	52.4%
	學習新知與成長高	個數	53	104	157
		在學習新知與成長構面之內的%	33.8%	66.2%	100%
		在整體滿意構面之內的%	31.4%	64.6%	47.6%
總和		個數	169	161	330
		在學習新知與成長構面之內的%	51.2%	48.8%	100%
		在整體滿意構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=36.516 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 76.60。					
註： p<0.05 達顯著水準。					

21. 參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與「遊憩設施」重要度卡方分析表

		遊憩設施構面		總和	
		重要度低	重要度高		
自我肯定與挑戰構面	自我肯定與挑戰低	個數	116	84	200
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	58.0%	42.0%	100%
		在遊憩設施構面之內的%	73.9%	48.6%	60.6%
	自我肯定與挑戰高	個數	41	89	130
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	31.5%	68.5%	100%
		在遊憩設施構面之內的%	26.1%	51.4%	39.4%
總和		個數	169	161	330
		在學習新知與成長構面之內的%	51.2%	48.8%	100%
		在整體滿意構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=22.119 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 61.85。					
註： p<0.05 達顯著水準。					

22. 參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與「人員服務」重要度卡方分析表

		人員服務構面		總和	
		重要度低	重要度高		
自我肯定與挑戰構面	自我肯定與挑戰低	個數	126	74	200
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	63.0%	37.0%	100%
		在人員服務構面之內的%	72.8%	47.1%	60.6%
	自我肯定與挑戰高	個數	47	83	130
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	36.2%	63.8%	100%
		在人員服務構面之內的%	27.2%	52.9%	39.4%
總和		個數	173	157	330
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	52.4%	47.6%	100%
		在人員服務構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=22.767 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 61.85。					
註： p<0.05 達顯著水準。					

23. 參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與「餐飲服務」重要度卡方分析表

		餐飲服務構面		總和	
		重要度低	重要度高		
自我肯定與挑戰構面	自我肯定與挑戰低	個數	127	73	200
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	63.5%	36.5%	100%
		在餐飲服務構面之內的%	75.6%	45.1%	60.6%
	自我肯定與挑戰高	個數	41	89	130
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	31.5%	68.5%	100%
		在餐飲服務構面之內的%	24.4%	54.9%	39.4%
總和		個數	168	162	330
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	50.9%	49.1%	100%
		在餐飲服務構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=32.205 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 63.82。					
註： p<0.05 達顯著水準。					

24. 參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與「路線規劃」重要度卡方分析表

		路線規劃構面		總和	
		重要度低	重要度高		
自我肯定與挑戰構面	自我肯定與挑戰低	個數	115	85	200
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	57.5%	42.5%	100%
		在路線規劃構面之內的%	72.3%	49.7%	60.6%
	自我肯定與挑戰高	個數	44	86	130
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	33.8%	66.2%	100%
		在路線規劃構面之內的%	27.7%	50.3%	39.4%
總和		個數	159	171	330
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	48.2%	51.8%	100%
		在路線規劃構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=17.656 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 62.64。					
註： p<0.05 達顯著水準。					

25. 參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與「整體滿意」重要度卡方分析表

			整體滿意構面		總和
			重要度低	重要度高	
自我肯定與挑戰構面	自我肯定與挑戰低	個數	129	71	200
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	64.5%	35.5%	100%
		在整體滿意構面之內的%	76.3%	44.1%	60.6%
	自我肯定與挑戰高	個數	40	90	130
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	30.8%	69.2%	100%
		在整體滿意構面之內的%	23.7%	55.9%	39.4%
總和		個數	169	161	330
		在自我肯定與挑戰構面之內的%	51.2%	48.8%	100%
		在整體滿意構面之內的%	100%	100%	100%
Pearson 卡方=35.878 ^a 自由度 df=1 顯著性 p 值=0.000*					
a. 0 格 (0.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 63.42。					
註： p<0.05 達顯著水準。					