

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

許登耀¹、趙家民²、張惠琪³

摘要

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，以便利抽樣的方式進行問卷調查，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%。所得結論如下：(1) 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；(2) 對於「餐飲服務」重要度要求最高，而對於「遊憩設施」的重要度要求較小；(3) 在滿意度方面平均得分較高的構面為「餐飲服務」，對於「路線規劃」、「遊憩設施」滿意度平均得分較低，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；(4) 不同職業自行車騎乘者在參與動機上有顯著差異；不同騎乘者基本特性在重要度與滿意度方面無顯著差異；騎乘者不同平均月收入與「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；(5) 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。

關鍵詞：自行車、參與動機、滿意度、重遊意願

¹ 南華大學文化事業管理學系碩士班研究生

² 南華大學旅遊管理系助理教授

³ 南華大學文化事業管理學系碩士班研究生



一、前言

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)。

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。
5. 探討自行車騎乘者參與動機與自行車活動、重要度、滿意度、重遊意願之預測力。



二、 文獻回顧

2.1 動機及相關理論研究

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。

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」。

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:(一)身心鬆弛與修養。(二)人際關係與能力培養。(三)積極求知與學習。(四)獨處與靈感。(五)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。

2.2 滿意度相關研究

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。

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。

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)、賴汎儒(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 重遊意願及相關理論研究

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。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。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。

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。



三、 資料收集與分析

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%。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。，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。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。

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 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 1 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	



表 1 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
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	
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 2 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 2 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 2 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 3 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 3 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	



如表 4 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 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 < .05

如表 5 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 5 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%



表 5 參與動機之「健康適能」構面與重遊意願卡方分析表 (續)

		重遊意願構面		總和
		重遊意願低	重遊意願高	
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 < .05

如表 6 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 6 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%	
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 < .05

如表 7 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 7 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 < .05

如表 8 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 8 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%



表 8 參與動機之「自我肯定與挑戰」構面與重遊意願卡方分析表 (續)

		重遊意願構面		總和
		重遊意願低	重遊意願高	
總和	在重遊意願構面之內的%	23.2%	61.4%	39.4%
	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 < .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。

如表 9 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 9 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					



表 9 滿意度之「遊憩設施」構面與重遊意願卡方分析表 (續)

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 < .05

如表 10 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 10 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 < .05

如表 11 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 11 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%	
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 < .05

如表 12 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 12 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		
路線規劃構面	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%
	路線規劃高	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					



表 12 滿意度之「路線規劃」構面與重遊意願卡方分析表 (續)

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 < .05

如表 13 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 13 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 < .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。



四、 結論與建議

4.1 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，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。

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）佔大多數，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。

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。

4.2 研究建議

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。

五、 參考文獻

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social behavior Control. Englewood Cliffs, N J: Prentice-Hall.
- Baker, D.A., & Crompton, J.L. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioural Intentions. Annals of Tourism Research, 27 (3), 785-804.
- Hwang, S. N. (2005). The relationship among tourists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks. Tourism Management, 26, 143-156.



- 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*, 53 (2), 141-149.
- Oliver, Richard L. & John E. Swan (1989). Equity and Disconfirmation Perceptions as Influences on Merchant and Product Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 16, 372-383.
- 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*, 17 (3), 165-182.
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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」, 第 15 期第四卷, 頁 27-48。
- 張華保 (1986), 社會心理學, 第二版, 台北: 三民書局。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。

