

高雄捷運通車對橋頭糖廠遊客出遊頻度之影響

陳建璋^{1*} 魏浚紘² 邱亞伯³

實踐大學休閒產業管理學系 助理教授 通訊作者 zzz.john@msa.hinet.net^{1*}

國立屏東科技大學生物資源研究所 博士班研究生²

國立屏東科技大學熱帶農業暨國際合作系 副教授³

摘要

高雄市為降低私人運具需求，減少交通擁擠程度，於 2008 年起開通高雄捷運，期將高雄市塑造為大眾運輸導向之永續發展城市。本研究以橋頭糖廠站為研究對象，探討高雄捷運興建對於遊客至捷運站週遭觀光地區之遊憩動機與頻度是否有明顯改變，透過問卷調查方式量化研究結果，以了解大眾對高雄捷運之意象與遊憩動機。結果顯示，遊客搭乘捷運出遊至橋頭糖廠，主要以交通可及性為影響地區觀光之重要因素，更間接影響景點知名度與遊客對於捷運之意象。根據以上結果，建議高雄捷運未來營運模式，相關捷運站點可與周遭休閒遊憩景點結合，藉由觀光作為推廣主題，增加遊客使用捷運從事觀光行為，建議業者可增加以觀光作為主之推廣活動，增加遊客出遊時搭乘意願，並藉由本研究結果，作為未來高雄捷運營運發展策略之參考基準。

關鍵詞：高雄捷運、橋頭糖廠、目的地意象

The Effect of Kaohsiung Mass Rapid Transit on Ciaotou Sugar Refinery's Visitors' Travel Frequency

Jan-Chang Chen¹ Chun-Hung Wei² Albert Linton Charles³

Abstract

Kaohsiung Mass Rapid Transit (MRT) was built in 2008 to decrease the demand for personal cars or motorcycles and heavy traffic. It indicated the reformation of public transit network transforming Kaohsiung into a modern city. In this study we investigated the effect tourists travelling by Kaohsiung MRT had on travel frequency and motivation. The results showed that while traveling to Ciaotou Sugar Refinery, tourists' choice of transportation was influenced not only by selection, but also by awareness of tourists' attractions and sites. Based upon the survey tourists' impressions, tourists can experience recreation when taking the Kaohsiung MRT. According to the above results, we recommend future



planning of Kaohsiung MRT to include combining nearby tourist spots like Ciaotou Sugar Refinery, Sanduo Shopping District, and Central Park Sizihwan, to increase and change visitor transportation behavior. We proposed that use of commercials and arranged tours as a means to increase some tourism activities. The study results can be used as reference resources for Kaohsiung city planning in the future.

Keyword: Kaohsiung Mass Rapid Transit (MRT), Ciaotou Sugar Refinery, Destination Image

壹、緒論

現代人生活忙碌，在大時代的環境下競爭激烈且工作壓力大；在經濟成長、交通發展便利及政府相關觀光導向政策等利多的因素下，「休閒」成為現今的主流趨勢，藉由參與休閒活動近而提升生活品質與工作效率，乃未來不可或缺的生活調劑方式。在經濟、交通等環境迅速成長變遷下，政府也大力提倡休閒健康國民生活，故提供眾多相關觀光導向政策如：週休二日的施行、訂定發揮地方特色之方向策略、觀光遊憩區之規劃建設、民間投資觀光產業之相關租稅優惠獎勵方案等。Leiper(1990)指出，觀光系統應有下列要素：觀光客、觀光客源地、觀光目的地、客源地與目的地之間的旅遊路線及旅遊與觀光產業；交通是觀光系統中一個重要的組成部分，它將觀光客源地和目的地連接起來，因此交通運輸是觀光業的基礎，也是發展旅遊的先決條件。

由於台灣政經環境影響下，民眾擁有自用汽機車比例高，高雄市政府交通局「2008年交通統計年報」指出，高雄市機車車輛登記有 1,202,501 輛，自用小客車有 358,472 輛，顯示高雄人習慣使用私人交通運具，此因素亦影響到高雄大眾運輸工具之使用率。高雄市為降低私人運具需求，導引全市回歸大眾運輸工具，王國材(2008)提出欲達成全市大眾運輸使用率為 15% 的政策目標，期將高雄市塑造成為大眾運輸導向之永續發展城市，2008 年起開通的高雄捷運，即為邁向大眾運輸導向之一大變革。

目前高雄市之大眾運輸交通工具使用情形，在捷運通車前，公車使用量一天為 8-9 萬人次，在捷運通車後捷運的使用量在平日一天為 10 萬人次，其中有 3 萬人次是從公車轉移過來，假日人數則比平日更多，一天 18 萬人次，2008 年的平均日運量是 12.5 萬人次，而在捷運通車後，轉移了 3 萬人次至捷運之後，公車使用量因捷運通車亦增加了 3 萬人次，一天使用人數為 9 萬人次(高雄市政府交通局，2009a)，由上述得知捷運通車對於高雄市居民之旅運工具之選擇，造成了一定程度之影響。高雄捷運通車至今，已對高雄市民眾產生使用交通運具的改變，大眾運輸的使用率自捷運通車前 2006 年底的 4.3%，提升至 2009 年底的 11.7%(高雄市政府交通局，2009b)，其捷運通車的效益實為可觀。搭乘捷運的人次在假日時成長更為明顯，尤其是對於原本觀光人數較少的觀光景點，更提升其遊客人數之成長幅度，故本研究將以橋頭糖廠為例，分析高捷通車是否會增加景點之遊客量及是否增加民眾之出遊意願。

高雄糖廠舊稱「橋仔頭糖廠」，是台灣第一座現代化機械式製糖工廠，在日據時期興建，創建至今已有百年歷史，被列為縣定古蹟，其對於糖業文史的保存相當重視，亦有行駛觀光五分仔列車，終點為高雄花卉農園中心，是高雄捷運推薦的行程之一。本研究探討高雄捷運之興建對於遊客至捷



運站週遭觀光地區之遊客遊憩動機是否增加，並以橋頭糖廠為建立架構之依據，以達到以下研究目的：一、瞭解搭乘高雄捷運至橋頭糖廠之遊客人數、出遊意願及遊客背景。二、分析高雄市居民和外縣市遊客至觀光景點使用捷運動機之差異。三、探究與建議高捷之未來發展方向。

貳、文獻探討

一、旅遊動機及決策行為

動機是一種被刺激的需求，促使消費者採取行動來滿足需求，消費者藉由需求獲得滿足來降低個人的焦慮與不安，亦即所有的消費者行為均由動機開始，因為動機是誘發消費者產生行為之原動力(Kotler & Armstrong, 1999)。動機為支配行為的最根本驅力，動機越強就越能驅使消費者迅速滿足需求，藉由消費產品或服務，使需求獲得滿足，進而降低個人的焦慮與不安，其作用在於保護、滿足個人或提高個人的身價。而動機也常被分為生理動機與心理動機，生理動機源於生物上的需求；心理動機是從個人的社會環境中所帶來的一種學習性的需求(陳思倫、劉錦桂, 1992)。由上述可知，動機為誘發遊客產生旅遊行為之原動力；休閒活動是人類基本需求，有了旅遊需求才會產生旅遊的動機進而有所行動，並產生休閒旅遊的外顯行為。參與旅遊活動是由許多因素所促成，需求與動機概念相互連結在一起，觀光動機並非單純出現，而是幾個相重疊出現的情形較多，因此旅遊行為的決定因素乃屬多重動機；即遊客之旅遊動機乃是相當複雜，不同的休閒活動能夠滿足不同遊客之不同動機，但相同的活動亦有可能滿足遊客之不同動機需求(Crandall, 1980)；旅遊動機乃直接推動一個人進行觀光旅遊活動之內在心理因素，與人類其他行為動機一樣，皆來自人的需求(Iso-Ahola, 1982)。

Crompton(1979)認為可以影響如何選擇觀光目的地的因素，皆為旅遊動機，在其研究中將旅遊動機分為推力與拉力因素動機，得出之結論為：一、旅遊動機七大推力因素：逃離世俗環境、探討與對自己的評價、放輕鬆、追求聲望、恢復、增進親屬關係、促進人際互動。二、旅遊動機二大拉力因素：新奇的事物、教育。Uysal and Hagan(1993)認為動機的推力和拉力因素是影響人們旅遊的原因，這些因素足以形成一股力量促使人們去旅遊，推力因素會影響個人的旅遊決定，而拉力因素是旅遊者對目的地吸引力的知覺。依據上述各項研究結果可知旅遊動機乃：基於個人對於休閒遊憩的需求，同時對遊憩地點產生吸引力，進而引起個人欲從事某種遊憩活動，前往遊憩景點從事旅遊活動之歷程。遊客對於前往觀光旅遊區的形象及整體感受會影響遊客是否想前往的因素，當遊客對於觀光旅遊區整體印象是好的、正向的，其前注意願也會較高(Milman & Pizam, 1995)。Gilbert(1991)提出觀光消費者之行為解釋，有兩個層次會影響消費者：第一層次是個人部分之心理影響，如認知和學習；第二層次為社會化過程中產生之部分，如參考團體及家庭的影響。個人具有多重參與遊憩活動之動機，且這些動機組成可反應出個人特殊之需求，藉此得知此種需求之特性將依個人的社會背景而異，對遊憩行為更有直接影響，亦對個人與遊憩機會情境的偏好關係產生影響。

二、觀光目的地意象

觀光目的地是觀光客停留與拜訪的地點，目的地之概念包含 6 種要素：可供選擇之套裝行程、



交通網路可接近性、景點、週邊設施(如住宿設施、餐飲業、娛樂設施等)、活動及相關附屬服務(尹駿編譯, 2007)。目的地意象(Destination image)是個人對目的地信念、想法與印象之總和, 乃人對於非居住地所特有的印象; 或者可說是一種態度, 且此態度會持續影響遊前決策選擇與選擇過程、遊後評估、以及未來決策(Hunt, 1975; Rittchainuwat et al., 2001); 謝淑芬(1994)指出當遊客選擇目的地時, 會以意象來做決策依據, 而遊客偏好、滿意度亦與目的地意象關聯性極為顯著。而意象是遊客對環境所產生的知覺, 此知覺受到經驗、期望、旅遊特性、資訊與個人因素來源等影響。遊客在選擇旅遊目的地時, 意象都會持續的存在與影響(Milman & Pizam, 1995)。

三、交通與觀光之連結

觀光產業之發展, 必須有好的交通建設相輔成; 以台灣為例, 早期觀光產業並不興盛, 但經過了經濟起飛、國民所得增加、各項交通的重大建設之後, 觀光產業亦隨之興起; 根據交通部觀光局(1999)統計資料國人國內旅遊狀況調查報告指出, 交通便利性和遊樂設施同時也是國人外出旅遊據點時所考慮之因素。高雄捷運系統之通車對於民眾日常休閒旅遊之機動性將大幅提升, 除了遊客平常可及之遊憩據點與交通路線受改變外, 高雄捷運之開通對於遊客在出遊次數與遊憩體驗之影響是不可忽略的。蔡長清(2007)表示觀光景點的交通便利性是影響旅客遊憩意願及選擇決策的重要因素之一, 捷運系統通車將可顯著改善高雄市及區內各景點的可及性與便利性; 在現代社會國民所得提升、對於觀光需求以及旅遊次數皆增加情形之下, 交通為觀光發展程度決定性因素之一(陳敦基, 1990、嚴勝雄, 1988、黃燦煌與陳武正, 2000)。

唐學斌(2002)認為觀光就是把觀光客送往何處的問題, 所以交通運輸是觀光客活動之必需項目, 也是觀光活動之主要因素; 黃燦煌與陳武正(2000)提出交通便利程度為民眾從事國內旅遊最關心因素之一, 交通因素將連帶影響對於觀光地區之評價; 以杜拜國家為例, 在全力發展觀光及商務活動之同時, 並未同時考量交通運輸之重要性, 進而造成市中心區間之壅塞及旅客抱怨, 事後才發現「發展交通建設與大眾運輸」才是真正能解決問題之良策。由上述可知, 交通建設與觀光發展是相輔相成的, 交通方式對於觀光發展而言, 具有相當重要程度之影響, 發展關鍵在於交通行為是否順暢, 交通運輸為其最基本的功能; 而大眾運輸系統的開發, 它兼顧旅客的交通需求, 提供了便捷的交通, 縮短了出遊的時間、還有更多景點可供選擇, 對於地方或都市在發展休閒遊憩政策上均極為重要。

四、台北捷運之成功經驗

大眾運輸交通工具的興建, 是為舒緩交通人潮, 當初台北捷運的興建, 即是為了舒緩都市人口眾多所造成的交通擁擠情況, 同時一項大型的大眾運輸改革, 也會增加一個都市的大眾運輸工具使用率, 並帶動相關產業的發展, 觀光休閒就是其中之一。

不同國家內的社會經濟環境不同, 捷運系統的發展狀況也不相同, 因此綜觀台灣目前只有台北捷運具實務之參考價值, 許創福(2000)指出捷運系統通車對於國民日常的休閒旅遊之機動性大幅提升, 除了遊客可及之遊憩據點與交通路線會受改變外, 新運具的加入對於遊客在遊憩體驗的影響應是不可忽略的。捷運的通車營運確實會改變遊客過往之旅遊行為, 同時也成為滿意最高之交通工具, 相關單位可利用其穩定、快捷與便利之特點, 鼓勵國民假日出遊多加利用, 進而抒解例假日旅



遊塞車之困擾。李葉田(2003)指出觀光景點的便利性影響遊客的遊憩意願甚鉅，建設捷運系統可解決此交通問題，且觀光事業的繁榮亦有助於捷運系統的運量與營收，兩者可謂相輔相成。

參、研究方法

一、研究架構

本研究以敘述性統計與推理性統計進行相關議題探討，敘述性統計包括蒐集、整理、表現、分析與解釋資料。意即它是討論如何蒐集、調查資料，以及將蒐集到的資料，加以整理、表現、解釋與分析。利用敘述性統計可以計算出各個變項之平均數(Mean)、標準差(Standard Deviation)、百分比等統計量，描述各個變項之分布情形及高低程度，作為後續分析的基礎資料。研究中採敘述性統計來分析與整理瞭解問卷受試者之背景資料，以瞭解遊客使用高雄捷運至橋頭糖廠各背景變項族群分佈之分配現況以及整理搭乘捷運遊客之使用動機之各項比例。推論性統計是將敘述統計由樣本資料所獲得之結果，將之一般化推論至母體，或是由樣本統計量去推論母體參數的方法。本研究採推論統計中之卡方分配(Chi-Square)-獨立性檢定(Test of independence)，試算出不同背景變項之遊客與搭乘捷運至橋頭糖廠意願是否有所相關。

二、研究對象及問卷設計

本文問卷的設計可分為五部分，第一部份為搭乘高捷至橋頭糖廠之遊客背景變項，內容包括性別、年齡、職業、居住地點、旅遊同伴與造訪次數；第二部份為搭乘高雄捷運至橋頭糖廠的次數以及使用捷運以外以哪項交通工具為多；第三部份為高雄市及外縣市選擇搭乘高雄捷運至橋頭糖廠其使用的動機之差異，包括交通方便、安全、快速省時、乾淨舒適、節省交通費用、同伴決定、流行時尚共七項；第四部份是否因興建了高雄捷運，而使橋頭糖廠成為觀光遊憩目的地之一；第五部份大眾對於搭乘高雄捷運的意象，劃分為單純為交通工具、觀光遊憩之行為兩種變項。

三、抽查與抽樣方式

橋頭糖廠位於高雄市橋頭區，於 91 年 9 月經高雄市政府公告為縣定古蹟後，糖廠即轉型成為休閒觀光產業，加上高雄捷運之開通，為橋頭糖廠增加更多可及性，因此以橋頭糖廠捷運站為本研究之調查地點。本研究採問卷隨機抽樣之方式，母群體為 2009 年 11 月 12 月間至橋頭糖廠出遊之遊客；調查時間分別為週五及週六假日時段，因假日遊客數量較多，故以此為區別。本次問卷發放共計 200 份，回收之有效樣本為 153 份。

肆、結果與討論

一、遊客背景屬性與對於高雄捷運意象分析

(一)性別

遊客對於高雄捷運意象受性別之相關性卡方檢定中，分析結果顯示不同性別之遊客對於高雄捷運意象比例上無明顯差異($P=0.315$)。遊客並未受性別之影響而對捷運意象有所不同，兩者對於高雄捷運亦具有觀光意象比例均占五成以上。

(二)年齡

遊客對於高雄捷運意象受年齡之相關性卡方檢定中，分析結果顯示不同年齡之遊客對於高雄捷運意象比例上無明顯差異($P=0.357$)。遊客並未受年齡之影響而對捷運意象有所不同，皆認為高雄捷運具有觀光意象比例為多，尤其 50 歲以上的遊客認為搭乘捷運為觀光行為人數占八成。

(三)職業

遊客對於高雄捷運意象受職業之相關性卡方檢定中，分析結果顯示不同職業之遊客對於高雄



捷運意象比例上無明顯差異(P=0.380)。遊客並未受職業之影響而對捷運意象有所不同，多認為搭乘高雄捷運亦具有觀光意象比例居多，尤其以事務工作人員及退休人員類別認為高捷具觀光意象比例達七成以上。

(四)居住地

遊客對於高雄捷運意象受居住地之相關性卡方檢定中，分析結果顯示不同居住地之遊客對於高雄捷運意象比例上無明顯差異(P=0.744)。遊客並未受居住地之影響而對捷運意象有所不同，多認為搭乘高雄捷運亦具有觀光意象，尤其以中部地區居多，有七成以上遊客認為搭乘捷運為觀光行為之一。

(五)出遊同伴

遊客對於高雄捷運意象受出遊同伴之相關性卡方檢定中，分析結果顯示不同出遊同伴變數對於高雄捷運意象比例上無明顯差異(P=0.281)。遊客並未受出遊同伴之影響而對捷運意象有所不同，大致變數認為搭乘高雄捷運亦具有觀光意象比例高於五成，尤其以出遊同伴為朋友之遊客背景最多，占七成左右。

二、高雄捷運意象與搭乘捷運之決策行為分析

遊客對於高雄捷運意象與搭乘決策行為之相關性卡方檢定中，分析結果顯示遊客的決策行為與高雄捷運意象比例上具顯著相關(P=0.002)(表 1)。遊客對於搭乘決策行為受高雄捷運意象的不同而有所影響。是因興建高雄捷運而至橋頭糖廠多認為高雄捷運具有觀光意象(70.7%)，而並未因高雄捷運的興建而至橋頭糖廠的遊客多認為高雄捷運單純為通勤工具(54.1%)。

表 1 捷運意象與決策行為分析表

		對捷運之意向		X ²
		是觀光遊憩行為	單純為交通工具	
因興建高雄捷運而至橋頭糖廠				
是	個數	65	27	9.426
	捷運意象(%)	30.1	55.0	
N=92	因興建高雄捷運而至橋頭糖廠(%)	70.7	29.3	
60.1%	總和(%)	42.5	17.6	
否	個數	28	33	
	捷運意象(%)	69.9	45.0	
N=61	因興建高雄捷運而至橋頭糖廠(%)	45.9	54.1	
39.9%	總和(%)	18.3	21.6	
P=0.002				

三、遊客對於捷運之意象分析

從高雄捷運意象分析中，探討乘客對於使用捷運之決策行為的產生，高達六成民眾將搭乘捷運視為觀光遊憩行為，並非單純為通勤代步之交通工具，因此顯示大多數遊客認為搭乘高雄捷運也是觀光遊憩的行為之一(表 2)。



表 2 遊客對於高雄捷運意象統計表

對於捷運的意象	亦為遊憩觀光行為	單純為交通工具	總計
問卷樣本數(n)	93	60	153
選擇搭乘高雄捷運至橋頭糖廠之遊客	60.22%	39.78%	100%

本研究結果分析有下列幾項發現：

(一) 高雄捷運開通後初次造訪橋頭糖廠的遊客比例增加

研究結果發現，在高雄捷運開通後，初次造訪橋頭糖廠的遊客占總樣本數 37.3%，顯示其由於捷運的興建，使得初次造訪橋頭糖廠的遊客人數增加。而除了到橋頭糖廠第四次以上的遊客之外，其他因捷運的興建而出遊至橋頭糖廠的遊客對於搭乘捷運的意象皆有不同的看法。

(二) 因興建高雄捷運而至橋頭糖廠之遊客對搭乘高捷之意象

係因高雄捷運興建後而出遊至橋頭糖廠此一型態的遊客中，有部分遊客同時認為搭乘捷運亦為觀光遊憩行為之一。對於搭乘捷運至橋頭糖廠的遊客而言，多是因為高雄捷運的興建而來者，共占樣本數 60.2%，而此型態的遊客中有 42.5%認為，搭乘捷運同時也是涉入觀光遊憩行為的一環，並非單純為交通工具。本研究發現，高雄捷運的興建，不但增加了民眾出遊至橋頭糖廠的意願，也提升了橋頭糖廠的可及性；再者，從遊客對於搭乘高雄捷運的意象調查中發現，高雄捷運並不只是單純為大眾交通工具的使用，而亦有成為觀光遊憩行為之可能性。

(三) 高雄捷運開通後，二次以上造訪橋頭糖廠之遊客選擇搭乘捷運比例增加

研究結果發現，二次以上造訪橋頭糖廠的遊客交通工具之選擇，在高雄捷運未開通之前，以自行開車和機車的比例最高，占了 59 %。但在高雄捷運開通後，遊客至橋頭糖廠在交通工具選擇上則開始以捷運為主，顯示出捷運的開通對於遊客再次造訪橋頭糖廠之交通工具選擇上有極大關聯，其多以選擇搭乘捷運為主。

(四) 搭乘捷運至橋頭糖廠之遊客年齡層分布狀況

研究結果發現，年齡層的分部大多為 19 歲以下與 20-29 歲此兩選項之遊客比例最高，共占了樣本數 62%，證明會選擇搭乘高雄捷運至橋頭糖廠的客層以年輕族群為最多，顯示出高雄捷運對橋頭糖廠之觀光效益以此年齡層的影響為最大。

(五) 遊客職業背景分布

研究結果發現，職業類別以學生族群為最多，占了樣本數 31.37%。因此可從數據中推測，高雄捷運的興建，對於學生族群前往橋頭糖廠的交通工具選擇使用上造成較大影響，與王龍輝(2003)提出捷運遊客生活型態與捷運一日票使用態度及滿意度之研究中所抽樣結果相同，以女性、未婚、20 歲以下、大學生比例較高。

(六) 搭乘捷運遊客之主要同伴類型

結果顯示，在主要同伴的項目中以朋友為最多占 39%，其次為家人占 33%，顯示出高雄捷運開通後，吸引以捷運作為交通工具至橋頭糖廠遊客之主要同伴類型以朋友和家人為主。

(七) 高雄市居民對於搭乘高雄捷運至橋頭糖廠的意願比例增加

高雄捷運開通後，是因為捷運興建而出遊至橋頭糖廠的高雄市居民占了 57.4%，顯示出高雄捷運的開通確實有效增加本縣市居民至橋頭糖廠的觀光意願，以及橋頭糖廠的可及性(表 3)。



表 3 本縣市與外縣市因興建高雄捷運而至橋頭糖廠分析

因捷運而至橋頭糖廠	高雄市	外縣市
是	57.4%	65.4%
否	42.6%	34.6%
總計	100%	100%

(八) 外縣市居民對於搭乘高雄捷運至橋頭糖廠的意願比例增加

高雄捷運開通後，是由於捷運興建而出遊至橋頭糖廠的外縣市居民占外縣市遊客樣本數 65.4%，本研究推測，外縣市對於前往橋頭糖廠的路線或環境較不甚熟悉，或亦是以大眾運輸工具至高雄市從事遊憩行為，故其百分比相對於高雄市的遊客顯得較高，由此亦可瞭解捷運對於外縣市遊客的影響。捷運的開通，對於原本不是熱門觀光景點的橋頭糖廠而言，明顯地提升了曝光率，對於不熟悉高雄的外縣市居民而言，高雄捷運有效地影響了外縣市居民至橋頭糖廠的觀光意願。

(九) 高雄市與外縣市搭乘高雄捷運至橋頭糖廠的動機差異

由表 4 可知，對於遊客產生搭乘高雄捷運至橋頭糖廠動機，促使高雄市與外縣市居民做出決策行為多為通勤因素，包含避免塞車、搭乘方便、節省通勤時間等相關條件，與李葉田(2003)所提到觀光景點的便利性影響遊客遊憩意願甚鉅相呼應；其次才為心理因素，包含安全顧慮、舒適寬敞等條件。

表 4 高雄市與外縣市搭乘高雄捷運至橋頭糖廠的動機差異

影響因素	高雄市	外縣市
心理因素	13.9%	13.5%
通勤因素	77.2%	84.6%
其他	8.9%	1.9%
總計	100%	100%

(十) 高雄市與外縣市居民對於搭乘高雄捷運之意象

由表 5 可知，外縣市居民有 65.4%的民眾認為搭乘高雄捷運亦是遊憩觀光行為，外縣市居民對於高雄捷運具有觀光遊憩意象價值高；而在高雄市居民樣本數中有 58.4% 認為高雄捷運並非單純為交通工具，因此可表示多數乘客認為當自身有搭乘捷運至觀光景點之行為時，亦認為捷運附有觀光遊憩價值。

表 5 高雄市與外縣市居民對於高雄捷運的意象

	高雄市	外縣市
遊憩觀光的行為	58.4%	65.4%
單純為交通工具	41.6%	34.4%
總計	100%	100%

(十一) 遊客選擇搭乘捷運之動機與其對捷運意象間之差異

由表 6 得知，有 79.7%之遊客搭乘捷運至橋頭糖廠是由於交通因素，其中選項包含避免塞車、搭乘方便及省時，由高達近 8 成的受訪者認為交通便利性與可及性對於觀光地有重要相聯關係，呼應了黃燦煌與陳武正(2000)所提出交通便利程度為民眾從事國內旅遊最關心因素之一。而選擇搭乘捷運至橋頭糖廠之動機是因通勤因素中有 51.6%之旅客對於捷運意象是



遊憩觀光行為，當民眾選擇搭乘捷運是把它當成遊憩觀光行為時，表示民眾在進行旅遊行為時，才會將選擇搭乘捷運，這也是高雄捷運的乘載量無法到達預期人數的原因之一。

表 6 遊客搭乘捷運至橋頭糖廠動機與對於捷運之意象比較

搭乘捷運至橋頭糖廠動機	對於捷運的意象		
	亦為遊憩觀光行為	單純為交通工具	總計
心理因素	6.6%	7.2%	13.8%
交通因素	51.6%	28.1%	79.7%
其他	2.6%	3.9%	6.5%
總計	60.8%	39.2%	100%

伍、結論與建議

本文藉由高雄捷運之開通對橋頭糖廠的影響來進行調查分析，針對搭乘捷運之遊客，瞭解遊客之基本屬性、背景、搭乘動機以及捷運對於遊客之觀光意象等資料，並配合統計分析以了解捷運對遊客的各構面間之相關關係。其研究結果所獲結論如下：

一、在遊客背景資料中，受訪者皆以搭乘捷運之遊客為主。調查結果顯示，遊客以女性居多，年齡層多在 29 歲以下的學生族群，大多為高雄市居民，因為興建高雄捷運而初次造訪橋頭糖廠者占大多數，所結伴對象以朋友家人為主。

二、在假說檢定結果分析方面，高雄捷運的開通對於橋頭糖廠影響，在動機方面都以第一類的通勤因素(避免塞車、方便、省時)為主，而帶動了本縣市和外縣市居民利用搭乘高雄捷運至糖廠的比例，且都以初次造訪者為多；而二次以上造訪者再重遊糖廠的比例也有明顯增幅，顯示高雄捷運確實成功的帶動橋頭糖廠的觀光發展與觀光人潮。

三、在高雄捷運的觀光意象分析方面，高雄市與外縣市居民在分析高雄捷運至橋頭糖廠的意象為單純為交通工具或是觀光遊憩行為數據上，以認為搭乘高雄捷運是觀光遊憩行為者比例較高，顯示高雄捷運對於乘客而言，不單純只為通勤工具，同時也是一種觀光遊憩之行為，有效塑造了捷運的觀光新意象。

四、在造訪橋頭糖廠的遊客中，初次造訪者多數認為是由於高雄捷運的興建而至橋頭糖廠，由此顯示出，高雄捷運增加了遊客出遊至橋頭糖廠的意願；而高雄捷運亦成為二次以上造訪者選擇的交通工具，是以捷運為橋頭糖廠帶來的便利性，提升了遊客出遊至橋頭糖廠的頻度。

五、對於本縣市與外縣市居民搭乘高雄捷運至橋頭糖廠分析方面，本縣市居民及外縣市居民願意搭乘捷運的比例皆有五成以上，其亦是由於捷運的興建而至橋頭糖廠，由此顯示，搭乘高雄捷運至橋頭糖廠對本縣市及外縣市居民的可及性及便利性，且間接增加民眾至橋頭糖廠出遊的意願。

高雄捷運之興建，目的是將大幅縮短民眾通勤旅行時間，擴大都市居民的生活版圖，讓民眾感受到安全、舒適、便捷、創新的運輸服務，亦是作為一個都市型態的塑造，營造優質的捷運文化，同時提供市民一個親近藝文生活的場域，由此可知高雄捷運的興建除了以交通便捷為其主要之外，還包含了觀光、文化、藝術的特質。但在 2008 年高捷虧損 22 億元，營運後並沒有達到收支平衡、



營運量不如預期，在本研究中顯示，民眾利用高捷做大眾交通工具之意願不高，大部分民眾認為搭乘高捷是觀光遊憩的行為，因此只有在出遊意願下才選擇搭乘高雄捷運；另一項原因則為高雄捷運興建成本達 1800 億元，還須負擔折舊及貸款利息，在營運前就是一大負擔。當捷運無法被民眾單純視為交通工具時，可設法讓其運輸功能與觀光做連結，例如高雄捷運公司為吸引更多遊客前往橋頭糖廠，進而提升橋頭鄉的繁榮，與台糖公司異業結盟，首度合作發行「糖廠散步套票」，自 2009 年七月初發行後頗受好評，並且提供新式月台，促成台糖五分車復駛，使其路線與捷運結合，增加觀光效益。由高雄捷運部分站點的「運輸」功能轉型為「觀光」功能亦為一可參考的方向，此新興發展趨勢可以從現今先進國家傳統鐵路轉型成結合鐵道運輸與觀光活動裡得到驗證，高雄捷運也可以朝這個方向發展，此與蔡長清(2007)、唐學斌(2002)、黃燦煌與陳武正(2000)表述觀光景點交通便利性是影響旅客遊憩意願及選擇決策的重要因素，也是民眾國內旅遊最關心之議題相應。

捷運系統是社會福利政策的一環，在此建議高雄捷運的營運策略除了設置觀光地區站點與行程安排外，在公共藝術方面，可善加利用每站獨有的裝置藝術使其有更深的延續，增加文化性，如讓民眾生活與高捷更貼近，以當地人文地方文化為主軸，開放畫家展示其作品或徵選高雄市民優秀的彩繪、攝影作品，讓各個站點成為小型地方文化特展，達到交通、觀光、地方結合；另外政府在高捷營運初期，應致力培養運量，養成市民習慣，達到環保節能目的，而從高雄捷運官方網站數據顯示，目前高雄捷運運量已漸漸回穩，對初期效益而言頗佳，後續如何再提升，仍有賴政府繼續努力。

陸、參考文獻

- 1.尹駿(2007)。現代觀光綜合論述與分析。台北市：鼎茂圖書。
- 2.王國材(2008)。高雄市大眾運輸改革 - 捷運接駁公車。2010 年 3 月 25 日，取自 http://www.cit.org.tw/Special_Column/Kaohsiung14.pdf
- 3.王龍輝(2003)。捷運遊客生活型態與捷運一日票使用態度及滿意度之研究。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 4.交通部觀光局(1999)。國人國內旅遊狀況調查報告，交通部觀光局。
- 5.李葉田(2003)。捷運系統與都市觀光發展之研究 - 以高雄市為例。長榮大學經營管理研究所碩士論文。
- 6.唐學斌(2002)。觀光事業概論。台南市：復文書局。
- 7.高雄市政府交通局(2009)。塑造大眾運輸為導向之永續城市，高雄市政府交通局。
- 8.高雄市政府交通局(2009)。交通統計資訊。2010 年 1 月 23 日，取自 <http://www.tbkc.gov.tw/census-02-06.asp>
- 9.許創福(2000)。搭乘捷運對遊客之旅行模式及遊憩滿意度之影響 - 以台北捷運為例。世新大學觀光學系碩士論文。
- 10.陳思倫、劉錦桂(1992)。影響旅遊目的地選擇之地點特性及市場區隔之研究。戶外遊憩研究，5(2)，39-70 頁。
- 11.陳敦基(1990)。交通運輸於觀光部門扮演之角色。交通建設，39(9)，15-18 頁。
- 12.黃燦煌、陳武正(2000)。台灣地區都市交通品質與旅遊路線選擇型態之研究。中華道路，39(4)，28-37 頁。
- 13.蔡長清(2007)。後高鐵、捷運時代高雄市觀光發展與區域觀光資源整合策略之研究。高雄市政府研究發展考核委員會委託研究。高雄應用科技大學觀光系。
- 14.謝淑芬(1994)。觀光心理學。台北：五南圖書出版股份有限公司。
- 15.嚴勝雄(1988)。先進國家的經驗看台灣國民旅遊活動之發展。戶外遊憩研究，1(2)，41-50 頁。
- 16.Crandall, R. (1980), Motivations for Leisure, Journal of Leisure Research, 12(1), 45-54.



17. Crompton, J. (1979), Motivations for pleasure vacation, *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
18. Gilbert, D.C. (1991), An examination of the consumer decision process related to tourism, In C.P. Cooper (ed.) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, Vol 3 Belhaven Press, London.
19. Hunt, J.D. (1975), Image as a Factor in Tourism Development, *Journal of Travel Research*, 13, 1-7.
20. Iso-Ahola, S.E. (1982), Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder, *Annals of Tourism Research*, 12(1), 256-262.
21. Kotler, P., & Armstrong, G. (1999), *Principles of Marketing*, (8th ed.), New Jersey: Prentice-Hall.
22. Leiper, N. (1990), Tourist attraction system, *Annals of Tourism Research*, 17, 367-384.
23. Milman, A. & Pizam, A. (1995). The role of awareness and familiarity with a destination : The central Florida case. *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-27.
24. Rittichainuwat, B.N., H. Qu, & Brown, T.J. (2001), Thailand's International Travel Image, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 24, 82-59.
25. Uysal, M., & Hagan, L.A.R. (1993), Motivation of Pleasure Travel and Tourism. *Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, 798-810.

