

淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗 與場地依戀之研究

雷文谷¹ 宋威穎¹ 張涵筑² 鄭子督¹ 林聖峻¹ 王顯斌¹

¹大葉大學運動事業管理學系
51591 彰化縣大村鄉學府路 168 號

²國立台灣體育大學體育研究所
404 台中市雙十路一段 16 號

摘要

隨著高油價時代來臨，加上溫室效應持續發燒引起的節能減碳熱潮，以及政府政策的推動，使得自行車運動蔚為盛行。本研究目的是在探討淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀間之關係，經統計分析後發現：1. 自行車道使用者在涉入程度上以滿足「自我表現」為主；在遊憩體驗上以「心理體驗」感受較為明顯；在場地依戀部份，地方依戀程度並不明顯。2. 不同性別及交通時間使用者在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀上並無顯著差異；不同婚姻狀況在遊憩體驗及場地依戀上有顯著差異；不同同行對象在遊憩體驗之「心理體驗」與場地依戀上有顯著差異；不同教育程度、不同月收入使用者在「生活型態」涉入程度上有顯著差異；不同職業使用者在「生活型態」涉入程度及場地依戀上有顯著差異；不同年齡使用者在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀上均達顯著差異。3. 使用者對淡水金色水岸自行車道涉入程度越高，其遊憩體驗及場地依戀感受也越明顯，而遊憩體驗感受越高其場地依戀程度也會越高。4. 對淡水金色水岸自行車道使用者的「場地依戀」最具預測力的構面為「心理體驗」、「實體環境體驗」與「生活型態中心」等變項，其預測力為 62%，根據研究分析結果，本研究不僅對政府相關單位及當地經營業者提出相關建議，亦針對此議題提出後續研究之建議。

關鍵詞：淡水金色水岸自行車道，涉入程度，遊憩體驗，場地依戀

Relationships among the Involvement Levels of Bikers on the Danshui Golden Shore Bike Path, Tourism Experience, and Location Dependency

WEN-GUU LEI, WEI-YING SUNG, HAN-CHU CHANG, ZI-DO CHENG, SHANG-JIUN LIN and HAO-RONG WANG

Department of Sport Business Management, Da-Yeh University

168 University Rd., Dacun, Changhua, Taiwan 51591, R.O.C.

Graduate School of Physical Education, National Taiwan Sport University

No. 16, Sec. 1, Shuang-Shih Rd., Taichung, Taiwan 404, R.O.C.



ABSTRACT

Due to the high prices of gasoline and the effects of global warming, reduction of carbon emissions as well as energy conservation have become trends in Taiwan. Moreover, the ROC government has endeavored to promote certain environmentally-friendly policies, such as biking, which has become a prevailing form of exercise within the country. This study is designed to understand and collect data on the relationships among the involvement levels of bikers on the Danshui Golden Shore Bike Path, tourism experience, and location dependency.

This research had five principal findings: (1) The involvement level of the bike path users predominantly lies in satisfaction of “self-expression.” As for tourism experience, “mental experience” is the major reason for using the Danshui Golden Shore Bike Path; however, there is only a little evidence to explain the disparity in location dependency. (2) In terms of the three principal variables, there is no difference between genders or commuting time; however, there is a remarkable dissimilarity in tourism experience and location dependency among users of differing marital status. This study also shows that when the bike path users have different companions, the level of their “mental experience” and location dependency significantly changes. Furthermore, users with various education and income levels show disparity in the “life style” involvement aspect. The study also indicates that users with various occupations are dissimilar with regard to both “life style” involvement levels and location dependency. Moreover, persons in different age groups do not share the same involvement level, tourism experience, or location dependency. (3) The results suggest that the higher the level of involvement in using the Danshui Golden Shore Bike Path, the better the tourism experience and location dependency; furthermore, the higher the tourism experience, the greater the location dependency. (4) “Mental experience,” “real environmental experience,” and “center of life style” are three major variables for predicting the Danshui Golden Shore Bike Path users’ location dependency, both the rate of accuracy and the predictive ability being 62%. The results of this study can not only provide the government and local businesses with relevant suggestions, but also help future researchers by establishing a foundation of information.

Keywords: Danshui Golden Shore Bike Path, involvement level, tourism experience, location dependency

一、緒論

(一) 研究背景與動機

隨著高油價時代的來臨，騎單車開始成爲一股風潮，越來越多人選擇騎乘單車代替汽機車，因爲騎乘單車不僅可以節能減碳又能省錢（黃如萍，2008）。行政院在最新宣示的節能減碳政策中就有提到未來政府將從「日常生活」及「交通運輸」兩方面推動改革，以落實節能減碳政策，其中在交通運輸部分，政府將補助地方於全國 25 縣市建設自行車道（中廣新聞網，2008），希望藉由逐步建構地方路網、銜接區域及環島路網來形成全島完整休閒自行車道系統。

近年來中央與地方積極建設自行車道，各鄉鎮縣市亦紛紛利用不同的地理環境，設置自行車專用道或自行車道，希望環島自行車道系統能早日完成（陳心怡，2004），政府的

立意雖好，但深入瞭解自行車專用道設置對遊客遊憩行爲影響的研究並不多（宋威穎、雷文谷、熊婉君，2008）。彭逸芝（2005）調查自行車道遊客遊憩行爲發現，自行車騎乘者的參與行爲會受其涉入程度及地方依戀的影響。陳心怡（2004）也指出，由於自行車道路線會隨著坡度、路況不同而產生不同程度的困難差異，騎乘者常會依照個人的騎乘技術與偏好來選擇騎乘環境。歐陽磐（2004）研究登山者遊憩專門化程度、情境偏好與地方依戀關係也發現，登山者對於地方依戀程度會受到登山者自身對於登山情境的挑戰性及吸引力偏好所影響。

另外，國內外相關研究發現，遊客的涉入程度及遊憩體驗會影響其地方依戀的程度，且不同人口背景變項及涉入程度的遊客在地方依戀上有顯著差異存在，Kyle, Graefe,



淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究

Manning, and Bacon (2003; 2004) 在登山健行活動涉入與地方依戀研究發現，遊客活動涉入程度的高低可以有效預測其地方依戀的程度，其中又以活動涉入的自我表現構面最能影響地方依戀的程度。Vorkinn and Reise (2001) 也發現遊憩者對於遊憩活動的涉入參與最能預測遊憩者的地方依戀關係。

彭逸芝 (2005) 調查自行車騎乘者遊憩涉入與地方依附關係發現，活動涉入的中心性會在影響地方認同，而活動涉入之吸引力會影響地方依賴。而朱家慧 (2001) 在研究遊客涉入程度、遊憩體驗及地方依戀三者關係時發現，遊客的涉入程度會正向影響遊憩體驗感受及地方依戀程度，而遊憩體驗感受亦會正向影響地方依戀程度。張良漢、蘇士博與王偉琴 (2001) 調查登山健行者活動涉入與地方依戀關係也發現兩者兼具有正相關且活動涉入可以預測地方依戀。Bricker and Kerstetter (2000) 發現不同涉入程度的遊客在地方依戀程度上會有顯著差異；而劉俊志 (2004) 也發現不同性別、教育程度、職業及行為活動在地方依附上有顯著差異存在。張靜泮 (2007) 調查八里自行車道遊客則發現不同學歷、居住地、騎乘次數、到達之交通工具及騎乘同伴在場所依戀上亦有顯著差異。

由上可知，遊客對遊憩景點的涉入程度及遊憩體驗會影響其對該地的依戀關係。目前，大台北地區已設置數條戶外自行車道供從事休閒活動和交通目的使用，其中台北縣更闢建了總長度 150 公里的戶外自行車場地，串連河濱綠地與各鄉鎮生態、景觀與人文特色，是全台目前最具規模的「單車逍遙遊」路網。而其中，又以台北縣的「淡水金色水岸自行車道」最具特色，使用者的人數也最多。「淡水金色水岸自行車道」全長約十五公里，車道路線可遠眺八里觀音山，騎乘者能欣賞淡水河沿途的著名景點之優美景色，是條能飽覽淡水小鎮人文與自然景觀的自行車道，非常適合全家大小一同出遊騎乘 (台北縣市自行車道旅遊專刊，2006)。故本研究欲以台北縣「淡水金色水岸自行車道」為研究標的，調查使用者的涉入程度、遊憩體驗與地方依戀程度，並探討使用者涉入程度與遊憩體驗對地方依戀之影響，希望此研究結果可作為政府相關單位興建自行車道及推展自行車運動風氣參考之用。

(二) 研究目的

根據上述研究背景與動機所提出之具體研究目的如下：

1. 探討「淡水金色水岸自行車道」使用者之背景與使用現況。

2. 探討「淡水金色水岸自行車道」使用者之涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之情形。
3. 探討不同背景變項「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀上之差異。
4. 探討「淡水金色水岸自行車道」使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之關係。
5. 探討「淡水金色水岸自行車道」使用者涉入程度、遊憩體驗對場地依戀之預測情形。

(三) 研究範圍與限制

本研究是以台北縣「淡水金色水岸自行車道」為調查範圍。而由於本研究採用問卷調查法，係屬自陳量表，故無法確認受測者是否誠實填答，僅能假設皆為誠實填答，此為本研究之限制。

(四) 名詞解釋

1. 涉入程度

是個人對於遊憩活動整體的認知程度，從中可知此遊憩活動對個人所展現之吸引力、生活型態中心及可藉由活動表現自我的程度，且其相關程度可透過某情境的刺激或激勵使個人產生一種不易察覺的動機或興趣的喚起 (彭逸芝，2005)。本研究所稱之涉入程度是指使用者對至淡水金色水岸自行車道參與騎乘活動所產生之整體認知。

2. 遊憩體驗

是遊憩者在從事遊憩活動過程中，個人從各種環境 (自然、人文) 所獲得之訊息 (吳運全，2002；陳水源，1988)。本研究之遊憩體驗係指使用者至「淡水金色水岸自行車道」遊玩所獲得之心理及實質環境體驗。

3. 場地依戀

是指個人對感興趣活動的基本機能及功能被環境滿足後，人們會對當地進一步產生認同感、歸屬感與其他情感層面的連結 (彭逸芝，2005)。Williams and Patterson (1999) 指出場地依賴顯示該場地對使用者而言具有實質功能上的重要性，某些特質是其他場地無法替代，會讓使用者產生情產層面的寄託。本研究之場地依戀係指使用者對「淡水金色水岸自行車道」的場地認同及場地依賴情形。

二、研究方法

(一) 研究對象與取樣

本研究是以淡水金色水岸自行車道從事遊憩活動或騎乘自行車者為對象，採隨機偶遇便利抽樣方式進行問卷施



測。然而，由於淡水金色水岸自行車道有多處停留地點及銜接出入口，基於時間及人力成本並考量問卷發放及填答時遊客之安全與意願，因此本研究以使用者必經地點及易停留之地點做為問卷調查點。共計發出問卷 500 份，回收 490 份正式問卷，扣除廢卷（填答不完整、資料登錄時全部圈選相同答案）73 份，計得有效問卷 417 份，有效問卷回收率為 83.4%。

（二）研究工具

本研究工具包含三大量表，分別為「涉入程度量表」、「遊憩體驗量表」及「場地依戀量表」，共計 48 題。第一部分「涉入程度量表」主要係引用彭逸芝（2005）之「遊憩自行車使用者遊憩涉入量表」，並參考 Carmen, Enrique and David (2007)、Echtner and Richie (1991)、Olivia (1999) 之相關涉入程度量表進行編制，共有 19 個題項，採李克特五點尺度量表方式計分，受試者「非常不同意」至「非常同意」，分別給予 1-5 分，所得分數愈高，表示對該項目愈同意。

第二部份「遊憩體驗量表」主要係參考 Michael and Driver (1996) 建構之「遊憩體驗偏好量表」(recreation experience preference, REP)，並歸納國內外學者（王愛惠，2004；方怡堯，2002；吳運全，2002；胡潔欣，2007；黃淑君、林慧娟、郭家汝，2003；Kindal & David, 2007; Manfredo & Brown, 1983）所提出之相關遊憩體驗量表編制而成，量表共有 17 個題項，採李克特五點尺度量表計分，受試者「非常不同意」至「非常同意」，分別給予 1-5 分，所得分數愈高，表示對該項目愈同意。

第三部份「場地依戀量表」主要係參考彭逸芝（2005）遊憩自行車使用者地方依戀關係研究之架構，並歸納 Carmen, Enrique and David (2007)、呂長賜（2006）、陳弘尉（2005）之相關場地依戀關係量表進行編製而成，量表共有 12 個題項，採李克特五點尺度量表計分，受試者「非常不願意」至「非常願意」。分別給予 1-5 分，所得分數愈高，表示對該項目愈願意。

最後為遊客個人基本資料，題目為性別、婚姻狀況、年齡、教育程度、職業、個人月平均收入、居住地範圍、同行對象及到該目的地所花費的交通時間等共 9 題。

（三）資料處理與分析

本研究有效問卷在資料處理程序上包括：1. 以項目分析 (item analysis) 檢定量表鑑別力 (CR 值)，在檢定方法上採相關分析 (correlation analysis) 及 t 考驗 (t-test)；2. 以探索性因素分析 (exploratory factor analysis) 建構研究量表

效度，另再以 Cronbach's α 信度考驗衡量研究量表之信度；3. 以描述性統計 (descriptive statistics) 分析自行車道使用者人口統計變項項目上之反應情形；4. 以獨立樣本 t 檢定 (independent t-test) 分析不同人口背景使用者（性別、婚姻狀況）在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀上之差異情形；5. 單因子變異數 (one-way ANOVA) 分析不同人口背景（不同年齡、教育程度、職業、月平均收入、居住地範圍、同行對象及到達目的地所花費的交通時間）在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀之差異，當變異數分析發現群體間有顯著差異時，則以雪費法 (Scheffe's) 進行事後比較；6. 皮爾森積差相關 (Pearson correlation analysis) 分析使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之相關；7. 以多元迴歸分析 (multiple linear regression) 分析最能預測自行車道使用者場地依戀關係之涉入程度及遊憩體驗之因素。

（四）研究工具之信效度分析

1. 項目分析

針對本研究問卷，分別依涉入程度、遊憩體驗及場地依戀關係屬性，利用獨立樣本 t 檢定及相關分析進行內部一致性效標分析及同質性考驗，在「涉入程度量表」方面，各題項之 CR 值為 4.26~11.08 ($p < .01$)，相關係數為 0.23~0.58 ($p < .01$)，所有題項均達相關顯著，故未刪除任何題項而予以全數保留；在「遊憩體驗量表」方面，除題項 13 之 CR 值未達顯著外 ($p > .05$)，相關係數低於 0.30 以下且未達顯著相關，其餘各題項之 CR 值為 2.26~8.25 ($p < .05$)，相關係數為 0.40~0.72 ($p < .01$)；而在「場地依戀關係量表」方面，各題項之 CR 值為 6.16~12.18 ($p < .01$)，相關係數為 0.52~0.76 ($p < .01$)，故未刪除任何題項而予以全數保留。

2. 信度分析

在「涉入程度量表」方面，「生活型態」構面之 Cronbach's α 為 .91；「自我表現」構面之 Cronbach's α 為 .86；總量表之 Cronbach's α 為 .93；在「遊憩體驗量表」方面，「心理體驗」構面之 Cronbach's α 為 .91；「實體環境體驗」構面之 Cronbach's α 為 .86；總量表之 Cronbach's α 為 .93；在「場地依戀關係量表」方面，「地方依賴」構面之 Cronbach's α 為 .92；總量表之 Cronbach's α 為 .92，顯示本量表具有高度之信度。

3. 效度分析

本研究以探索性因素分析為量表建立建構效度，採主成分分析法與最大變異法對涉入程度、遊憩體驗與場地依戀關



淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究

係構面進行因素分析，在因素分析前先進行 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 檢定，涉入程度量表之 KMO 為值為 .952；遊憩體驗量表之 KMO 為值為 .948；場地依戀關係量表之 KMO 為值為 .932，表示研究抽樣之適當性尚可 (吳明隆、涂金堂，2006)。本研究再進行 Bartlett's 球體 (sphericity) 檢定，由檢定結果 (涉入程度量表之 Bartlett's 檢定值為 3858.657；遊憩體驗量表之 Bartlett's 檢定值為 3632.356；場地依戀關係量表之 Bartlett's 檢定值為 2610.490) 可知在各因素間具有共同變異性可進行因素分析。

(1) 涉入程度量表

經探索性因素分析之後，涉入程度共萃取出 2 個因素，依每個因素選項之特性分別命名為「生活型態」及「自我表現」，本量表之累積解釋變易量為 54.78%，即本研究可解釋使用者對淡水金色水岸自行車道之「涉入程度」之解釋力達 54.78%。

(2) 遊憩體驗量表

經探索性因素分析之後，遊憩體驗共萃取出 2 個因素，依每個因素選項之特性分別命名為「心理體驗」及「實體環境體驗」，本量表之累積解釋變易量為 58.32%，亦即本研究

可解釋使用者對淡水金色水岸自行車道之「遊憩體驗」之解釋力達 58.32%。

(3) 場地依戀關係

經探索性因素分析之後，重遊意願共萃取出 1 個因素，故仍稱此構面為「場地依戀」，量表之累積解釋變易量為 56.40%，亦即可解釋使用者對淡水金色水岸自行車道「場地依戀」之解釋力達 56.40%。

三、結果與討論

(一) 「淡水金色水岸自行車道」使用者背景現況

由表 1 結果可知，「淡水金色水岸自行車道」使用者之樣本資料，在性別方面，男性為 257 人 (61.6%)、女性為 160 人 (38.4%)；在婚姻狀況方面，已婚者共 196 人 (47.0%)、未婚者共 221 人 (53.0%)；在年齡方面，以 31~40 歲者最多，計有 122 人 (29.3%)，而以 51 歲以上者人數最少，計有 38 位 (9.1%)；在教育程度方面，以大學校院程度者所佔人數最多，計有 138 人 (33.1%)，最少為國中 (含以下) 者計有 47 人 (11.3%)；職業方面以學生及商業所佔人數最多，分別有 79 人 (18.9%) 及 76 人 (18.2%)，最少為自由業，

表 1. 淡水金色水岸自行車道使用者背景現況

項目名稱	組別	次數	百分比 (%)	項目名稱	組別	次數	百分比 (%)
性別	男性	257	61.6	職業	軍公教	50	12.0
	女性	160	38.4		服務業	75	18.0
婚姻狀況	已婚	196	47.0		製造業	47	11.3
	未婚	221	53.0		商業	76	18.2
年齡	15~20 歲	60	14.4		家管 (含退休人員)	45	10.8
	21~30 歲	107	25.7		學生	79	18.9
	31~40 歲	122	29.3		自由業	19	4.6
	41~50 歲	90	21.6	其他	26	6.2	
	51 歲以上	38	9.1	交通時間	30 分鐘以內	110	26.4
教育程度	國中 (含以下)	47	11.3		30 分鐘~1 小時	129	30.9
	高中職	100	24.0		1 小時~2 小時	102	24.5
	專科	78	18.7	2 小時以上	76	18.2	
	大學校院	138	33.1	同行對象	單獨前來	78	18.7
研究所 (含碩博士)	54	12.9	家人		157	37.6	
月收入	20,000 元以下	51	12.2		朋友	120	28.8
	20,001~40,000 元	119	28.5		同學	32	7.7
	40,001~60,000 元	102	24.5	同事	20	4.8	
	60,001 元以上	60	14.4	社團	3	.7	
	無收入	85	20.4	其它	7	1.7	



計有 19 人 (4.6%)；個人月收入方面以 20,001~40,000 元者所佔人數最多，計有 119 人 (28.5%)，最少為 20,000 元以下者，計有 51 (12.2%) 人；交通時間方面，以 30 分鐘~1 小時之使用者所佔比例最高，計有 129 人 (佔 30.95)，而以 2 小時上者所佔比例最低，計有 76 人 (佔 18.2%)，整體上有超過一半的使用者是在一小時以內可以到達「淡水金色水岸自行車道」；在同行對象方面，以與家人同來者所佔比例最高，計有 157 人 (佔 37.6%)，其次是與朋友同來者計有 120 人 (佔 28.8%)，最少的是與社團同來者，計有 3 人 (佔 0.7%)。由此可知，至淡水金色河岸騎乘自行車者大多居住在鄰近地區，偏好和家人、朋友一同出遊，此一結果和宋威穎、雷文谷、熊婉君 (2008)、林建堯 (1999)、黃顛芳 (2003) 的研究發現，到自行車道遊玩遊客以該旅遊目的地鄰近周遭縣市遊客為主，且多與家人及朋友一同前往遊玩結果一致。研究者認為「淡水金色水岸自行車道」是個非常適合闔家出遊、與朋友社交互動的場所，值得政府與業者多多行銷、推薦該旅遊景點。

(二)「淡水金色水岸自行車道」使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀現況

1. 淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度之現況

由表 2 結果可知，淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度的兩個構面，以「自我表現」(M=3.85) 得分較高，而「生活型態」(M=3.58) 得分較低，代表淡水金色水岸自行車道使用者在自我表現的涉入程度較高，而在生活型態的涉入情形並不明顯。此一結果和彭逸芝 (2005) 針對東豐綠廊自行車道遊客遊憩涉入程度調查發現，遊客涉入程度之重視程度依序為「吸引力」、「自我表現」及「生活型態中心」結果大致一致。也就是說，自我表現認知及平常的生活型態涉入會是影響使用者對淡水金色水岸自行車道涉入程度高低的關鍵因素。

2. 淡水金色水岸自行車道使用者遊憩體驗之現況

由表 3 結果可知，淡水金色水岸自行車道使用者遊憩體驗構面中，以「心理體驗」的感受程度較高 (M=3.78)，而以「實體環境體驗」的感受程度較低 (M=3.46)。此一結果

表 2. 淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度分析表

構面名稱	平均數	標準差	排序
自我表現	3.85	.63	1
生活型態	3.58	.65	2

表 3. 淡水金色水岸自行車道使用者遊憩體驗分析表

構面名稱	平均數	標準差	排序
心理體驗	3.78	.64	1
實體環境體驗	3.46	.68	2

和宋威穎、雷文谷 (2005) 調查東豐綠廊自行車道遊客遊憩體驗發現，遊客在遊憩體驗上以心理體驗為主；其次才是實體環境之體驗。也就是說，使用者在淡水金色水岸自行車道的遊憩過程中以心理層面的體驗感受最為明顯，此一發現亦和李宗鴻 (2005) 認為心理體驗是最能直接反應遊客遊憩過程體驗感受的論點一致。

3. 淡水金色水岸自行車道使用者場地依戀之現況

由表 4 結果可知，使用者對淡水金色水岸自行車道場地依戀的程度不高，也就是說使用者對場地依戀的情形並不明顯 (M=3.48)。此一結果和彭逸芝 (2005) 研究發現東豐綠廊自行車道遊客在地方依戀程度上以「地方依賴」最為重視之結果大致一致。

(三)不同背景「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀上之差異

1. 不同性別「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之差異

由 t 考驗結果顯示，不同性別淡水金色水岸自行車道使用者在涉入程度之「生活型態」(t=0.09, p>.05)、「自我表現」(t=0.99, p>.05)；遊憩體驗之「心理體驗」(t=-1.95, p>.05)、「實體環境體驗」構面(t=-1.96, p>.05)；及場地依戀(t=-1.24, p>.05)上均沒有顯著差異(如表 5、表 6、表 7)，顯示不同性別淡水金色水岸自行車道使用者在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀上並無明顯差異。此一結果和劉俊志 (2004) 研究發現遊客的性別在地方依附上會顯著差異存在不同。研究者推測此結果可能與遊客的型態及類型不同有直接關係，劉俊志的研究對象中，外來遊客及當地居民各佔一半，和淡水金色水岸的使用者大多為遊憩地點周遭的民眾有極大的差別，此一差別可能是造成其研究結果差異的主要原因。

表 4. 淡水金色水岸自行車道使用者場地依戀分析表

構面名稱	平均數	標準差	排序
場地依戀	3.48	.68	1



淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究

表 5. 不同性別使用者在涉入程度之差異

構面名稱	性別	人數	平均數	標準差	T 值	P 值
生活型態	男	257	3.85	.65	0.09	.93
	女	160	3.84	.60		
自我表現	男	257	3.61	.66	0.99	.32
	女	160	3.54	.65		

表 6. 不同性別使用者在遊憩體驗之差異

構面名稱	性別	人數	平均數	標準差	T 值	P 值
心理體驗	男	257	3.73	.66	-1.95	.05
	女	160	3.86	.59		
實體環境體驗	男	257	3.43	.68	-1.56	.12
	女	160	3.53	.67		

表 7. 不同性別使用者在場地依戀之差異

構面名稱	性別	人數	平均數	標準差	T 值	P 值
場地依戀	男	257	3.45	.68	-1.24	.22
	女	160	3.53	.67		

2. 不同婚姻狀況「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之差異

由 t 考驗結果顯示，不同婚姻狀況淡水金色水岸自行車道使用者在涉入程度之「生活型態」($t=1.73, p>.05$)、「自我表現」($t=0.99, p>.05$)上沒有顯著差異。但在遊憩體驗之「心理體驗」($t=2.70, p<.01$)、「實體環境體驗」構面 ($t=2.30, p<.05$)及場地依戀 ($t=4.25, p<.01$)上卻有顯著差異存在(如表 8、表 9、表 10)，其中，已婚者在「心理體驗」、「實體環境體驗」及地方依賴上均顯著高於未婚者。此一結果和林政萩(2004)研究發現，已婚遊客在遊憩體驗之心理層面感受上明顯高於未婚者一致。此結果可能與之前(表 6)發現淡水金色水岸自行車道使用者的同行對象多為家人有關。根據研究者實地觀察發現，淡水金色水岸自行車道使用者大都是和家人一同闔家出遊的。

3. 不同年齡「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之差異

由單因子變異數分析結果顯示，不同年齡淡水金色水岸

表 8. 不同婚姻狀況使用者在涉入程度之差異

構面名稱	婚姻狀況	人數	平均數	標準差	T 值	P 值
生活型態	已婚	196	3.91	.55	1.73	.09
	未婚	221	3.80	.69		
自我表現	已婚	196	3.62	.63	0.99	.32
	未婚	221	3.55	.67		

表 9. 不同婚姻狀況使用者在遊憩體驗之差異

構面名稱	婚姻狀況	人數	平均數	標準差	T 值	P 值
心理體驗	已婚	196	3.87	.57	2.70**	.01
	未婚	221	3.70	.68		
實體環境體驗	已婚	196	3.55	.63	2.30*	.02
	未婚	221	3.40	.71		

註：* $p<.05$ ；** $p<.01$

表 10. 不同婚姻狀況使用者在場地依戀之差異

構面名稱	婚姻狀況	人數	平均數	標準差	T 值	P 值
場地依戀	已婚	196	3.62	.59	4.25**	.01
	未婚	221	3.35	.73		

註：* $p<.05$ ** $p<.01$

自行車道使用者在涉入程度之「生活型態」($F=9.28, p>.01$)、「自我表現」($F=4.78, p>.01$)；遊憩體驗之「心理體驗」($F=3.80, p<.01$)、「實體環境體驗」($F=2.89, p<.05$)；及場地依戀 ($F=4.53, p<.01$)均有顯著差異(如表 11、表 12、表 13)，經事後比較發現，年齡在 21~30 歲、31~40 歲、41~50 歲及 51 歲以上使用者在生活型態涉入程度上顯著高於年齡在 15~20 歲使用者；年齡在 21~30 歲與 51 歲以上使用者在自我表現涉入程度上明顯高於 15~20 歲使用者；年齡在 51 歲以上使用者在遊憩體驗之心理體驗及實體環境體驗程度上顯著高於年齡在 15~20 歲使用者；年齡在 41~51 歲以上使用者在場地依戀上顯著高於年齡在 15~20 歲使用者；而年齡在 51 歲以上使用者在場地依戀之地方依賴程度上顯著高於年齡在 31~40 歲使用者。從研究結果可知，年紀大者無論是在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀上均有較年輕者高的趨勢。此結果可能與使用者的心智年齡有直接的關係，年齡較低者(15~20 歲)在騎乘上可能僅以玩樂為主，較心智較為成熟者而言，較難對淡水金色水岸有深刻的體驗感受及涉入，相對來說，心智成熟之成年人會願意花較多心思去體驗得來不易的休閒遊憩時間，自然會在涉入程度、遊憩體驗及地方依賴上高於心智年齡較輕之年輕族群，此一原因可能是造成年長者在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀較年輕者有顯著差異的主因。

4. 不同教育程度「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之差異

由單因子變異數分析結果顯示，不同教育程度淡水金色水岸自行車道使用者在涉入程度之「自我表現」($F=4.5$,



表 11. 不同年齡使用者在涉入程度之差異

因素構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值	事後比較
生活型態	15~20 歲	60	3.41	.78	9.28**	21~30 歲、31~40 歲、41~50 歲、 51 歲以上>15~20 歲
	21~30 歲	107	3.94	.59		
	31~40 歲	122	3.88	.57		
	41~50 歲	90	3.94	.55		
	51 歲以上	38	3.99	.58		
自我表現	15~20 歲	60	3.36	.70	4.78**	21~30 歲、51 歲以上>15~20 歲
	21~30 歲	107	3.68	.63		
	31~40 歲	122	3.53	.64		
	41~50 歲	90	3.56	.61		
	51 歲以上	38	3.88	.64		

註：*p<.05 **p<.01

表 12. 不同年齡使用者在遊憩體驗之差異

因素構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值	事後比較
心理體驗	15~20 歲	60	3.55	.77	3.80**	51 歲以上>15~20 歲
	21~30 歲	107	3.86	.60		
	31~40 歲	122	3.73	.63		
	41~50 歲	90	3.82	.61		
	51 歲以上	38	3.99	.47		
實體環境體驗	15~20 歲	60	3.34	.76	2.89*	51 歲以上>15~20 歲
	21~30 歲	107	3.55	.61		
	31~40 歲	122	3.40	.71		
	41~50 歲	90	3.42	.64		
	51 歲以上	38	3.74	.63		

註：*p<.05 **p<.01

表 13. 不同年齡使用者在場地依戀之差異

因素構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值	事後比較
場地依戀	15~20 歲	60	3.26	.83	4.53**	41~50 歲、51 歲以上>15~20 歲； 51 歲以上>31~40 歲
	21~30 歲	107	3.47	.64		
	31~40 歲	122	3.42	.67		
	41~50 歲	90	3.59	.62		
	51 歲以上	38	3.79	.56		

註：*p<.05 **p<.01

p>.05)；遊憩體驗之「心理體驗」(F=1.45, p>.05)、「實體環境體驗」(F=.57, p>.05)；及場地依戀 (F=1.88, p>.05)，並沒有顯著差異。但在涉入程度之「生活型態」(F=6.62, p<.01) 構面則有顯著差異 (如表 14、表 15、表 16)，經事後比較發現，教育程度為高中職、專科、大學校院及研究所 (含碩博士) 使用者在生活型態涉入程度上明顯高於教育程度在國中 (含以下) 的使用者。此一結果可能與高學歷者跟低學歷者在休閒認知上一定程度的落差有關，高學歷者通常在生活品味及休閒需求上會高於學歷較低者，比較注重工作時間以

外的休閒生活，此一差異可能是造成學歷較高者在涉入程度之生活型態中心上高於較低學歷者之原因。

5. 不同職業「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之差異

由單因子變異數分析結果顯示，不同職業淡水金色水岸自行車使用者在涉入程度之「自我表現」(F=1.19, p>.05)；及遊憩體驗之「心理體驗」(F=1.54, p>.05)、「實體環境體驗」(F=1.88, p>.05) 構面上沒有顯著差異。但在涉入程度及場地依戀之「生活型態」(F=3.55, p<.01) 與場地依戀



淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究

表 14. 不同教育程度使用者在涉入程度之差異

因素構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值	事後比較
生活型態	國中(含以下)	47	3.46	.73	6.62**	高中職、專科、大學校院、研究所(含碩博士)>國中(含以下)
	高中職	100	3.83	.65		
	專科	78	3.87	.62		
	大學校院	138	3.96	.59		
	研究所(含碩博士)	54	3.91	.51		
自我表現	國中(含以下)	47	3.53	.70	.45	
	高中職	100	3.59	.59		
	專科	78	3.60	.63		
	大學校院	138	3.61	.68		
	研究所(含碩博士)	54	3.49	.68		

註：*p<.05；**p<.01

表 15. 不同教育程度使用者在遊憩體驗之差異

因素構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值
心理體驗	國中(含以下)	47	3.57	.70	1.45
	高中職	100	3.79	.61	
	專科	78	3.81	.67	
	大學校院	138	3.80	.64	
	研究所(含碩博士)	54	3.84	.56	
實質環境體驗	國中(含以下)	47	3.38	.75	.57
	高中職	100	3.53	.58	
	專科	78	3.50	.73	
	大學校院	138	3.45	.66	
	研究所(含碩博士)	54	3.42	.74	

表 16. 不同教育程度使用者在場地依戀之差異

因素構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值
場地依戀	國中(含以下)	47	3.41	.82	1.88
	高中職	100	3.57	.57	
	專科	78	3.59	.69	
	大學校院	138	3.38	.70	
	研究所(含碩博士)	54	3.48	.64	

($F=2.82, p<.01$) 上則有顯著差異存在(如表 17、表 18、表 19)，經事後比較發現，職業為軍公教、服務業、商業及自由業的使用者在生活型態中心涉入程度上顯著高於職業為學生之使用者；職業為軍公教、家管(含退休人員及自由業之使用者在地方依賴程度上顯著高於職業為學生之使用者。此一結果和劉俊志(2004)研究發現遊客的職業在地方依附會上顯著差異存在相符，顯示淡水金色水岸自行車道使用者在場地依戀及部分涉入程度上會因為職業的不同有顯著差異。研究者推論此結果可能與學生族群的休閒運動參與動機有關，據研究者觀察，至淡水金色水岸騎乘自行車之學生多為大學生，大學生平日的休閒時間較一般社會人士為

多，且休閒時間較充裕，不似一般上班族群可運用的休閒時間有限，此一差異可能是造成學生族群跟上班族群兩者在涉入程度及場地依戀關係上有顯著差異的原因，但是否如此，則尚待後續研究作更深入的探討。

6. 不同月收入「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之差異

由單因子變異數分析結果顯示，不同月收入淡水金色水岸自行車使用者在涉入程度之「自我表現」($F=1.80, p>.05$)；遊憩體驗之「心理體驗」因素($F=1.12, p>.05$)、「實體環境體驗」($F=.25, p>.05$)；及場地依戀($F=.76, p>.05$)上沒有顯著差異，但在涉入程度之「生活型態」($F=7.22, p<.01$)構面，則有顯著差異存在(如表 20、表 21、表 22)，經事後比較發現，月收入在 20,001~60,001 元以上之使用者在生活型態中心涉入程度上顯著高於無收入之使用者。此結果可能與使用者的社經地位有關，高社經地位者通常月收入較高，對生活品質的品味也會較高，通常會自備等級及價位較高的單車，而月收入較低者則無力購買昂貴的個人設備，



表 17. 不同職業使用者在涉入程度之差異

因素構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值	事後比較
生活型態	軍公教	50	3.96	.57	3.55**	軍公教、服務業、商業、自由業>學生
	服務業	75	3.89	.60		
	製造業	47	3.89	.57		
	商業	76	3.96	.60		
	家管(含退休人員)	45	3.75	.63		
	學生	79	3.58	.76		
	自由業	19	4.08	.52		
	其他	26	3.96	.44		
自我表現	軍公教	50	3.60	.79	1.19	
	服務業	75	3.59	.60		
	製造業	47	3.49	.54		
	商業	76	3.71	.59		
	家管(含退休人員)	45	3.59	.74		
	學生	79	3.45	.70		
	自由業	19	3.74	.58		
	其他	26	3.55	.57		

註：*p<.05, **p<.01

表 18. 不同職業使用者在遊憩體驗之差異

因素構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值
心理體驗	軍公教	50	3.88	.75	1.54
	服務業	75	3.78	.62	
	製造業	47	3.66	.62	
	商業	76	3.87	.53	
	家管(含退休人員)	45	3.89	.62	
	學生	79	3.63	.72	
	自由業	19	3.87	.61	
	其他	26	3.73	.47	
實質環境體驗	軍公教	50	3.52	.83	1.88
	服務業	75	3.43	.64	
	製造業	47	3.26	.58	
	商業	76	3.56	.65	
	家管(含退休人員)	45	3.67	.55	
	學生	79	3.44	.73	
	自由業	19	3.53	.65	
	其他	26	3.27	.63	

表 19. 不同職業使用者在場地依戀之差異

因素構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值	事後比較
場地依戀	軍公教	50	3.67	.73	2.82**	軍公教、家管(含退休人員、自由業>學生)
	服務業	75	3.49	.66		
	製造業	47	3.37	.63		
	商業	76	3.49	.54		
	家管(含退休人員)	45	3.73	.62		
	學生	79	3.28	.84		
	自由業	19	3.56	.48		
	其他	26	3.36	.58		

註：*p<.05 **p<.01



表 20. 不同月收入使用者在涉入程度之差異

構面名稱	組別	人數	平均值	標準差	F 值	事後比較
生活型態	無收入	85	3.56	.74	7.22**	20,001~40,000 元、 40001~60,000 元、60,001 元以上 >無收入
	20,000 元以下	51	3.81	.68		
	20,001~40,000 元	119	3.99	.55		
	40,001~60,000 元	102	3.85	.56		
	60,001 元以上	60	4.00	.57		
自我表現	無收入	85	3.45	.74	1.80	
	20,000 元以下	51	3.64	.65		
	20,001~40,000 元	119	3.65	.59		
	40,001~60,000 元	102	3.53	.67		
	60,001 元以上	60	3.67	.60		

註：*p<.05 **p<.01

表 21. 不同月收入使用者在遊憩體驗之差異

構面名稱	組別	人數	平均值	標準差	F 值
心理體驗	無收入	85	3.67	.70	1.12
	20,000 元以下	51	3.77	.65	
	20,001~40,000 元	119	3.85	.59	
	40,001~60,000 元	102	3.78	.66	
	60,001 元以上	60	3.82	.57	
實體環境體驗	無收入	85	3.46	.61	.25
	20,000 元以下	51	3.52	.73	
	20,001~40,000 元	119	3.50	.60	
	40,001~60,000 元	102	3.42	.76	
	60,001 元以上	60	3.45	.72	

表 22. 不同月收入使用者在場地依戀之差異

構面名稱	組別	人數	平均值	標準差	F 值
場地依戀	無收入	85	3.42	.73	.76
	20,000 元以下	51	3.37	.80	
	20,001~40,000 元	119	3.53	.60	
	40,001~60,000 元	102	3.49	.68	
	60,001 元以上	60	3.53	.63	

通常僅會向當地的租車業者租借平價化的單車進行騎乘，此一原因可能是造成不同月收入使用者在生活型態中心上有顯著差異的主因。

7. 不同交通時間「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之差異

由單因子變異數分析結果顯示，不同交通時間淡水金色水岸自行車道使用者在涉入程度之「生活型態」(F=0.26, p>.01)、「自我表現」(F=1.08, p>.01)；遊憩體驗之「心理體驗」(F=2.12, p<.05)、「實體環境體驗」(F=1.21, p<.05)；及

場地依戀 (F=1.04, p<.05) 均沒有顯著差異存在 (如表 23、表 24、表 25)，顯示淡水金色水岸自行車道使用者在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀上並沒有因為交通時間不同而產生明顯差異。據研究者在地觀察的結果發現，至淡水金色水岸騎乘自行車的使用者大部分是居住在台北及周遭縣市的民眾，大多選擇搭乘便捷的大眾運輸工具 (捷運、公車) 或自行開車至淡水金色水岸騎乘自行車，彼此所花的交通時間差異不大，故不易有顯著差異。



表 23. 不同交通時間使用者在涉入程度之差異

構面名稱	組別	人數	平均值	標準差	F 值
生活型態	30 分鐘以內	110	3.86	.69	0.26
	30 分鐘~1 小時	129	3.86	.60	
	1 小時~2 小時	102	3.89	.59	
	2 小時以上	76	3.79	.68	
自我表現	30 分鐘以內	110	3.64	.66	1.08
	30 分鐘~1 小時	129	3.54	.67	
	1 小時~2 小時	102	3.65	.63	
	2 小時以上	76	3.48	.63	

表 24. 不同交通時間使用者在遊憩體驗之差異

構面名稱	組別	人數	平均值	標準差	F 值
心理體驗	30 分鐘以內	110	3.76	.71	2.12
	30 分鐘~1 小時	129	3.82	.59	
	1 小時~2 小時	102	3.88	.60	
	2 小時以上	76	3.61	.63	
實質環境體驗	30 分鐘以內	110	3.36	.74	1.21
	30 分鐘~1 小時	129	3.53	.68	
	1 小時~2 小時	102	3.53	.62	
	2 小時以上	76	3.43	.64	

表 25. 不同交通時間使用者在場地依戀之差異

構面名稱	組別	人數	平均值	標準差	F 值
場地依戀	30 分鐘以內	110	3.45	.76	1.04
	30 分鐘~1 小時	129	3.48	.68	
	1 小時~2 小時	102	3.58	.63	
	2 小時以上	76	3.39	.61	

8. 不同同行對象「淡水金色水岸自行車道」使用者在涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之差異

由單因子變異數分析結果顯示，不同同行對象淡水金色水岸自行車使用者在涉入程度之「生活型態」(F=2.10, $p>.05$)、「自我表現」(F=.59, $p>.05$)；及遊憩體驗之「實體環境體驗」構面(F=.77, $p>.05$)沒有顯著差異，但在遊憩體驗及場地依戀之「心理體驗」(F=2.86, $p<.01$)、場地依戀(F=3.83, $p<.01$)則有顯著差異存在(如表 26、表 27、表 28)，經事後比較發現，同行對象為家人之使用者在遊憩體驗之心理體驗顯著高於同行對象為朋友及同事的使用者；同行對象為家人之使用者在場地依戀上顯著高於同行對象為朋友之使用者。研究者推論，此一結果可能與淡水金色水岸自行車道使用者的同行對象多為家人及朋友有關(表 1)，據研究者在當地觀察的結果發現，至淡水金色水岸自行車道騎乘單車的使用者大致可分為單獨騎乘、陪同家

表 26. 不同同行對象使用者在涉入程度之差異

構面名稱	組別	人數	平均值	標準差	F 值		
生活型態	無	78	3.86	.59	2.10		
	家人	157	3.91	.60			
	朋友	120	3.88	.61			
	同學	32	3.57	.85			
	同事	20	3.66	.70			
	社團	3	4.24	.72			
	其他	7	3.53	.62			
	自我表現	無	78	3.63		.72	0.59
		家人	157	3.58		.63	
朋友		120	3.59	.57			
同學		32	3.53	.70			
同事		20	3.41	.88			
社團		3	4.06	.81			
其他		7	3.55	.73			

表 27. 不同同行對象使用者涉入程度在遊憩體驗之差異

構面名稱	組別	人數	平均值	標準差	F 值	事後比較
心理體驗	無	78	3.81	.74	2.86**	家人>朋友， 同事
	家人	157	3.91	.59		
	朋友	120	3.68	.61		
	同學	32	3.49	.61		
	同事	20	3.70	.67		
	社團	3	4.07	.63		
	其他	7	3.78	.48		
實質環境 體驗	無	78	3.43	.71	0.77	
	家人	157	3.53	.61		
	朋友	120	3.41	.66		
	同學	32	3.38	.75		
	同事	20	3.46	.96		
	社團	3	3.57	.99		
	其他	7	3.80	.38		

表 28. 不同同行對象使用者在場地依戀之差異

構面名稱	組別	人數	平均值	標準差	F 值	事後比較
場地依戀	無	78	3.56	.73	3.83**	家人>朋 友
	家人	157	3.61	.61		
	朋友	120	3.29	.69		
	同學	32	3.23	.64		
	同事	20	3.53	.80		
	社團	3	3.48	.45		
其他	7	3.78	.49			

註：* $p<.05$ ，** $p<.01$

人及陪同朋友三種類型(表 1)，其中，會陪同家人一同出遊的使用者大多為全家一同出遊，和陪同朋友及同事出遊者不同的是，和家人一同出遊的使用者幾乎都固定跟家人一同



淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究

騎乘淡水金色水岸，而陪同朋友及同事的騎乘者則每次騎乘淡水金色水岸的陪同者不太一致，此一差別可能是造成兩者（家人同行、朋友同行）在遊憩體驗之心理體驗及場地依戀上會有顯著差異的關鍵。

(四)「淡水金色水岸自行車道」使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之關係

由表 29 相關分析的結果顯示，淡水金色水岸自行車道使用者的涉入程度和場地依戀關係呈現顯著正相關（ $r=.63$, $p<.01$ ）；其遊憩體驗和場地依戀關係亦呈現顯著正相關（ $r=.41$, $p<.01$ ），代表使用者在淡水金色水岸自行車道的涉入程度越高其遊憩體驗感受及場地依戀的程度也會越高；而遊憩體驗與場地依戀關係兩者也呈顯著正相關（ $r=.75$, $p<.01$ ），此一結果和朱家慧（2001）研究發現遊客的涉入程度會正向影響遊憩體驗感受及地方依戀程度，而遊憩體驗感受亦會正向影響地方依戀程度之發現一致，亦符合張良漢、蘇士博、王偉琴（2001）發現遊客的活動涉入和地方依戀關係兩者間呈現正相關之結果，代表使用者在淡水金色水岸自行車道的涉入程度越高、遊憩體驗感受越正向，其場地依戀的程度也會越高。

(五)「淡水金色水岸自行車道」使用者涉入程度、遊憩體驗對場地依戀之影響

表 30 係以使用者「涉入程度」、「遊憩體驗」為預測變項，以場地依戀為效標變項，採強迫進入法進行迴歸分析。由表 30 中可知投入的 5 個預測變項中有 3 個變項達顯著水準，所以對淡水金色水岸自行車道使用者之「場地依戀」最具預測力的變項依序為：「心理體驗」、「實體環境體驗」與「生活型態」，而上述 3 個變項對重遊意願具有 .62 的解釋力，可解釋遊客的「場地依戀」達 62%。

此研究所得和過去相關研究發現遊客的涉入程度及遊憩體驗均能顯著預測其地方依戀關係之結果相符（張良漢、蘇士博、王偉琴，2001；Kyle, Graefe, Manning, & Bacon,

表 29. 淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之關係

構面名稱	涉入程度	遊憩體驗	場地依戀關係
涉入程度	1.00		
遊憩體驗	.63**	1.00	
場地依戀	.41**	.75**	1.00

註：* $p<.05$ ；** $p<.01$

表 30. 使用者涉入程度、遊憩體驗感受對場地依戀關係迴歸分析摘要表

投入變項	B	Std. Error	Beta	t 值	Sig
生活型態	-0.23	0.05	-0.22	-4.49**	0.000
自我表現	0.92	0.05	0.09	1.81	0.071
心理體驗	0.62	0.05	0.58	11.55**	0.000
實質環境體驗	0.32	0.05	0.32	6.55**	0.000
R=.79	R ² =.62	Adjusted R ² =.61	F=165.19**		

註：* $p<.05$ ；** $p<.01$

2003; 2004; Vorkinn & Reise, 2001)。由此可推論，遊客的活動涉入程度及遊憩體驗感受能有效預測其場地依戀關係。此外，本研究發現：使用者的生活型態中心、心理體驗及實質環境體驗可以反映出對淡水金色水岸的場地依賴情形，亦即淡水金色水岸自行車道所提供的功能性及實用性非常重要，能深深影響使用者對其的觀感跟態度。

四、結論與建議

根據研究之動機與目的經調查分析後，本研究根據研究結果做出以下的結論與建議：

(一) 結論

1. 淡水金色水岸自行車道使用者在涉入程度上以「自我表現」（ $M=3.85$ ）較明顯；在遊憩體驗方面，則以心理體驗感受較為明顯（ $M=3.78$ ）；而在場地依戀的程度並不明顯（ $M=3.48$ ）。
2. 不同性別及交通時間使用者在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀上並無顯著差異；不同婚姻狀況在遊憩體驗及場地依戀上有顯著差異；不同同行對象在遊憩體驗之「心理體驗」與場地依戀上有顯著差異；不同教育程度、不同月收入使用者在「生活型態」涉入程度上有顯著差異；不同職業使用者在「生活型態」涉入程度及場地依戀上有顯著差異；不同年齡使用者在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀上均達顯著差異。
3. 使用者對淡水金色水岸自行車道涉入程度越高者其遊憩體驗越高；而涉入程度越高者其場地依戀感受越明顯；遊憩體驗感受越高者其場地依戀程度也會越高。
4. 對淡水金色水岸使用者的「場地依戀」最具預測力的構面為「心理體驗」、「實體環境體驗」與「生活型態」等變項，其預測力為 62%。



(二) 建議

1. 對政府單位的建議：本研究發現到淡水金色水岸騎乘單車的使用者以大台北地區週遭的民眾居多，故建議未來政府相關單位可針對此一族群設計一套適合轉乘或搭乘的交通方式，並降低捷運單車族攜帶單車上捷運的費用（NT\$100），以讓更多的單車族願意選擇此一方式到淡水騎乘，真正做到所謂的「節能減碳」政策。
2. 對業者的建議：本研究發現淡水金色水岸自行車道使用者的涉入程度越高、遊憩體驗感受越正面，其場地依戀的程度也會越高，故建議業者未來可針對不同類型（單車族、外地遊客）使用者規劃不同的旅遊行程及方案，以讓更多的使用者願意再到淡水金色水岸進行騎乘體驗。
3. 對未來研究的建議：本研究在研究中比較不同人口背景使用者在涉入程度、遊憩體驗及場地依戀關係間差異時發現有部份人口背景變項（性別、教育程度）和過去相關遊憩研究之結果差異頗大，研究者僅能就現場觀察到的現象欲以解釋，但觀察到的現象是否為完整的原因，則尚待後續研究者進一步證實，故建議後續可採質性研究中的訪談法或高等統計中的二因子多變量變異數分析進行相關的分析比較，以對所得結果作更完整的解釋。

參考文獻

中廣新聞網（製作人）（2008，8月5日）。**節能減碳政策 8 成 8 民眾支持**。台北：中國廣播公司。

王愛惠（2004）。**休閒農場生態活動與遊憩體驗關係之研究**。銘傳大學觀光研究所碩士論文，未出版，台北市。

方怡堯（2002）。**溫泉使用者遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究-以北投溫泉區為例**。台灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文，未出版，台北市。

自行車道旅遊專刊（2007）。**金色水岸自行車道**。台北縣自行車道網。2007年5月20日，引自 http://tour.tpc.gov.tw/bicycle/a2_1.htm

朱家慧（2007）。**涉入、體驗、依戀之影響關係研究-以鶯歌地區為例**。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。

宋威穎、雷文谷、熊婉君（2008）。**東豐綠廊自行車遊客旅遊資訊來源與旅遊目的地意象之研究**。*人文暨社會科學期刊*，4(2)，83-91。

呂長賜（2006）。**集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究**。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。

吳明隆、涂金堂（2006）。**SPSS 與統計應用分析**（2版）。台北市：五南圖書。

李宗鴻（2005）。**國家森林遊樂區遊客遊憩體驗之研究**，*真理觀光學報*，3，49-72。

吳運全（2002）。**環境態度與遊憩體驗關係之研究-以綠島生態旅遊為例**。國立體育學院體育研究所碩士論文，未出版，桃園縣。

林政萩（2004）。**內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究**。逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士論文，未出版，台中市。

林建堯（1999）。**自行車專用道環境屬性重要度之研究**。中興大學園藝研究所碩士論文，未出版，台中市。

胡潔欣（2007）。**不同遊憩機會類型之步道對使用者的遊憩體驗之影響-以花蓮卓溪及佐倉區域步道為例**。逢甲大學景觀與遊憩研究所碩士論文，未出版，台中市。

陳弘尉（2005）。**旅遊意象對滿意度與重遊意願之影響研究-以 2006 台灣燈會為例**。南台科技大學休閒事業管理研究所碩士論文，未出版，台南縣。

陳心怡（2004）。**自行車騎乘者遊憩專業化程度與場所依戀關係之研究-以台中大度山區騎乘者為例**。逢甲大學建築研究所碩士論文，未出版，台中市。

陳水源（1988）。**遊憩體驗理論與實證專論選輯-基礎理論與實證研究之探討**。台北：淑馨出版社。

彭逸芝（2005）。**遊憩自行車使用者之遊憩涉入與地方依附關係之研究**。銘傳大學觀光研究所碩士論文，未出版，台北縣。

黃如萍（2008）。**全民瘋單車 打造環島自行車網**。*中時電子報*。2008年9月25日，取自 <http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/080803/4/ecr.html>

黃淑君、林慧娟、郭家汝（2003）。**解說內容之涉入程度對使用者之環境認知、遊憩體驗和滿意度之影響-以陽明山國家公園魚路古道為例**。*觀光研究學報*，9(1)，79-90。

黃顛芳（2002）。**自行車觀光客環境偏好之研究-以新竹縣峨眉湖為例**。中華大學建築與都市計劃研究所碩士論文，未出版，新竹縣。



- 張靜泚 (2007)。遊客屬性、環境認知與場所依戀之關係研究-以八里左岸自行車道為例。中國文化大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文，未出版，台北縣。
- 張良漢、蘇士博、王偉琴 (2001)。不同活動涉入程度與地方依戀之研究。運動休閒管理學報，3(2)，1-18。
- 劉俊志 (2004)。居民與遊客對於鯉魚潭風景特定區之地方依戀差異探討。東華大學自然資源管理研究所碩士論文，未出版，花蓮縣。
- 歐陽馨 (2004)。登山者遊憩專門化程度、情境偏好與地方依戀關係之研究。東海大學景觀研究所碩士論文，未出版，台中市。
- Bricker, K. S., & Kerstetter, D. L. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater receptionists. *Leisure Sciences*, 22(4), 233-257.
- Carmen, B. C., Enrique, M. A., & David, M. R. (2007). The influence of market Hetero-geneity on the relationship between a destination image and tourist future behavior. *Tourism Management*, 28, 175-187.
- Echtner, C., & Ritchie, J. (1991). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2-12.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian trail. *Journal of Leisure Research*, 35(3), 249-273.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Effect of activity involvement and place attachment on recreationist's perception of setting density. *Journal of Leisure Research*, 36(2), 209-231.
- Kindal, S., & David, S. (2007). The relationship of individual time perspective and recreation experience preferences. *Journal of Leisure Research*, 39(1), 28-59.
- Manfredo, M. J., Driver, B. L., & Brown, P. J. (1983). A test of concepts of inherent in experience based setting management for outdoor recreation areas. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 263-283.
- Michael, J. M., & Driver, B. L. (1996). Measuring leisure motivation: A meta-analysis of the recreation experience preference scales. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 188-213.
- Olivia, H. J. (1999). Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research*, 1, 1-15.
- Vorkinn, M., & Reise, H. (2001). Environmental concern in a local content. *Environment and behavior*, 33(2), 249-263.
- Williams, D. R., & Patterson, M. E. (1999). Environmental psychology: Mapping landscape meanings for ecosystem management. In H. K. Cordell, & J. C. Bergstrom (Eds.), *Integrating social sciences and ecosystem management: Human dimension assessment, policy and management* (141-160). Champaign, IL: Sagamore Press.

收件：97.10.24 修正：97.11.14 接受：97.12.02

