

以德爾菲法探討單車旅遊地吸引力之決定性要素

李正慧* 黃薰毅**

實踐大學 吳鳳科技大學

摘要

本研究旨在探索單車旅遊地吸引力之決定性要素。根據專家群之意見，優美的風光景色和溫暖宜人的氣候是吸引單車遊客從事騎乘活動的主因，藉由規劃不同的騎乘路線，體驗一年四季不同面貌的美景，塑造悠閒舒適的旅遊地印象是永續經營單車觀光休閒事業之重點工作項目之一。由於單車遊客大多數的時間都待在戶外環境，特別是長程路線的遊客，因此在選擇騎程路線時，沿途是否有糧食補給暨單車維修站便成為重要的考量因素之一。便利商店在騎乘路線上不僅可以扮演糧食補給站的角色，也可以提供短暫休息的處所。最後，設置清楚的路線標示牌有助於增加單車遊客對騎乘路線的掌控能力；定期檢測及評估現有鋪面狀況與結構強度能夠確保整個騎程體驗活動的安全性。

關鍵字：單車旅遊、旅遊目的地吸引力、德爾菲法

*通訊作者

實踐大學 行銷管理學系 副教授

Associate Professor, Department of Marketing Management, Shih Chien University
高雄縣內門鄉內南村大學路 200 號, Tel:(07)667-8888, fei1999@hotmail.com

**吳鳳科技大學 餐旅管理系 講師

Lecturer, Department of International Business Management, Wu-Feng Institute of Technology
嘉義縣民雄鄉建國路二段一一七號, Tel:(05)2267125, tony7huang@yahoo.com

壹、緒論

一、研究動機

台灣素有單車王國的美譽，過去單車騎乘人口不多，但隨著能源危機、環保意識的抬頭，加上周休二日政策的實施，國人運動休閒風氣日盛，騎乘單車逐漸成為重要的休閒活動之一。行政院經濟建設委員會引述蓋洛普市場調查指出，台灣單車騎乘人口從2006年的33萬人成長到2008年的70萬人，其中八成單車族是以休閒作為用途。相較於2006年，2008年的單車族人口成長達112%(動腦新聞，2008)。台灣已逐漸從單車製造出口王國(最高紀錄一年出口1000萬台)，轉型為享受單車休閒生活的國家(洪震宇、林慧淳，2006)。

在單車族人口日益增多的情況下，以公司企業、坊間團體的單車車隊及大專校院的單車社團也紛紛成立。成立於1989年的「財團法人捷安特基金會」(2000年擴編更名為「財團法人自行車新文化基金會」)是國內第一個專門以推廣單車休閒運動為目的的基金會，其願景為推動台灣成一個理想的單車旅遊島，推廣重點包括：系統性推動單車騎乘普及化、長期推動鼓勵環台騎車與環台認證、充分運用公共單車租借站轉為休閒化生活使用、推展各類型活動建立「常騎單車是生活中的一部分」概念。成立於1999年的「中華民國自行車騎士協會」則是以推廣單車運動為目的，自成立以來持續推動國內各項單車活動，包含，假日單車旅遊、單車環島、國內外公路賽及挑戰賽等，希望在台灣能有更多屬於單車騎乘者所喜愛的活動與競賽，使單車騎士在單車活動或競賽中得到應有的活動品質及競賽應有的待遇。另外，

「台灣單車休閒旅遊協會」以及「中華單車文化協會」(原「中華單車休閒旅遊協會」)，主要以國外單車旅遊為主，積極推廣單車旅遊活動。其他如國內最大的社群網站Mobile01小惡魔的單車俱樂部，提供有關單車的各項資訊、技術、活動的討論區，集結了全台各地的單車車隊與同好，一起參與單車活動。由此可見，單車已經從傳統的交通工具演變為觀光休閒用途的器材。

除了民間團體與企業致力推動單車觀光休閒活動外，政府部門近年來也積極倡導騎單車運動，期望藉此拓展台灣觀光事業。例如：自2002年起推動「挑戰2008：國家發展重點計畫」，由行政院體委會(簡稱體委會)主導規劃以休閒自行車道為串聯各區域及本身地區之綠廊，逐步建構地方性路網，並銜接環島及區域路網，建構全國休閒自行車道系統。之後體委會、交通部、內政部營建署、環保署、教育部等亦陸續推動「自行車道整體路網規劃建設計畫」、「千里自行車道、萬里步道實施計畫」、「配合節能減碳東部自行車路網示範計畫」、「自行車道設置申請補助計畫」、「國中小學自行車推廣教育實施計畫」等多項自行車政策，以推廣自行車之使用。由此可知，政府部門對國內單車休閒旅遊活動的規劃與發展已經越來越重視。

隨著單車休閒旅遊活動的風行，國人對於自行車友善設施規劃等議題更加關注，提出包括設置自行車專用道路/車道、自行車停車設施、鼓勵自行車作為通勤通學運具及規劃環島休閒自行車路網等訴求，為台灣邁向友善的單車旅遊島提供了發展的契機。近年來，台灣騎乘單車的人口雖然大幅增加，但是騎

乘環境的規劃與建設等各種軟硬體配套設施，和歐美日先進國家相較，卻還有很大的進步空間。本研究旨在探索單車旅遊地吸引力之決定性要素，提供經營管理單位訂定未來發展方向之優先重要順序。過去國內學者多以探討單車騎乘者的基本特性、參與動機、騎乘經驗以及騎乘環境為主(李瑋琪, 2007)，較少研究從資源需求者的角度討論一個有吸引力的單車旅遊地所必須具備的特質，特別是經營管理單位該如何運用單車旅遊地週邊的自然與人文資源，結合必要性與輔助性服務設施(例如：交通可及性、住宿餐飲、資訊服務、旅遊安全等)，提升整體吸引力。本研究以台灣單車觀光休閒事業為研究主題，從資源需求者的觀點來探討單車旅遊地吸引力之決定性要素，建構一個提升台灣單車觀光休閒事業吸引力之模式，其研究結果深具重要性。

二、研究目的

基於以上研究背景與動機，茲將本研究之探討目的列述如下：

- (一)分析單車旅遊地吸引力之決定性要素 (determinants of destination attractiveness)
- (二)衡量旅遊地吸引力之決定性要素對提升單車觀光休閒事業的重要程度；
- (三)訂定提升單車觀光休閒事業吸引力相關工作之執行優先順序。

貳、文獻探討

一、單車觀光定義與單車旅遊地特質

根據文獻回顧 Ritchie (1998, p. 569) 定義「單車觀光」為離家超過二十四小時以上或是在外停留一夜者，其目的是為了度假，而使用單車為交通工具是假期中絕對必要的交通工具之一，行程的安排可以透過旅行社或者自行安排，包含支援性的交通服務使用和正式或非正

式的住宿設施。Lumsdon (2000, p. 363) 認為只要遊客認為單車是構成郊遊或假日的一部份，無論是從事一天或半天長距離的單車遊憩活動，皆可以稱為單車觀光。此定義並未刻意強調旅行時間的長短，亦未刻意區分遊憩與觀光上的差異，只要從事單車騎乘活動即屬於單車觀光的範疇。此定義擴大單車觀光的定義，將單車遊憩納入單車觀光的一部份。

南澳洲旅遊局(South Australian Tourism Commission)進一步指出單車觀光的定義如果未能納入參與單車競賽的選手或觀賞單車競賽的遊客，無疑就顯得太狹隘。Lamont (2009)提出相似的觀點，並解釋遊客離開日常生活居住地，不論是積極地或消極地從事單車競賽活動，皆應屬於單車觀光的一部分。本研究參考上述學者的定義，將單車觀光定義為，不管旅遊的目的(休閒遊憩、觀光旅遊、運動競賽)、旅遊時間的長短(當天來回、離家超過二十四小時以上並在外過一夜以上)，單車扮演的角色(主要交通工具、轉運接駁工具)，從事任何單車騎乘活動皆屬於單車觀光的範疇。

隨著單車觀光逐漸成為擴大觀光旅遊市場的利基，產官學界紛紛從事相關研究，試圖從資源需求面的角度來建構單車旅遊地永續規劃與管理模式。例如，一份由坎伯蘭縣於2000年所發表的單車專用道路專案研究計畫(The Cumberland County Bike Trail Study)指出，如果要依賴單車觀光來帶動地方發展必須考慮以下要素：單車路線的可替代性、平坦且乾淨的單車專用車道/共用車道、交通量低且不危及單車騎乘者的安全、沿途有雜貨店或餐廳提供飲食服務、清楚易懂的單車暢遊地圖和交通號誌、單車指示標誌、自然景觀的多樣化、人煙罕至的旅遊景點、住宿/露營設施。緬因州交通運輸部(The Maine Department of Transportation)於2001年的調查發現，單車遊客會因騎乘技術的

不同和團員組成的不同而追求不同的騎乘體驗。至於單車遊客選擇旅遊目的地之優先考慮因素為：風光景色、單車專用車道/共同車道、專為單車遊客所設計之住宿設施、當地獨特文化風情等。

其他學者的研究也提出相似的論點，例如 Ritchie(1998)以在紐西蘭南島騎乘單車的遊客為研究對象，從需求面探討單車遊客對於單車旅遊地屬性之重視程度與滿意程度，藉此歸納紐西蘭南島發展單車觀光旅遊事業之機會、威脅、優勢、劣勢等。這些特殊旅遊地屬性涵蓋範圍從自然資源至人為設施與服務，主要包含：風光景色、天氣狀況、旅遊景點、騎乘品質、道路擁塞、鋪面品質、道路安全、住宿設施、休閒活動、餘興節目、單車租借或維修相關服務、交通號誌以及遊客服務中心。

Ritchie(1998)更進一步指出，永續經營與管理單車觀光旅遊事業必須從以下幾點著手：提供多樣性的住宿設施、沿路設置單車租借或維修站、規劃便利的接駁交通工具、建構通往主要道路之相關單車路線、基於安全考量或體驗自然環境推廣多樣性之單車路線、宣導單車騎乘活動有助於鄉村觀光發展的概念。Chang and Chang (2005)分析單車騎士對騎乘環境之屬性偏好，研究結果歸納 21 個環境屬性因素，主要包括：天氣與氣候、旅遊景點、風景與綠樹、旅遊活動、路線坡度、車流量、路線長度、標誌、標線號誌、鋪面品質、單車專用道路、單車暢遊地圖、食物補給站、中繼休息站、公共廁所、便利商店、住宿設施、寄物櫃、單車租借站等。Chang and Chang (2005)發現單車騎士對於環境屬性的重視程度會受到騎乘路線的影響，但騎乘環境的安全性是共同考量的因素。

Lamont (2009)針對自助旅行之單車遊客

進行研究調查發現，良好的騎乘環境(例如：自行車專用道路)、豐富的資源(例如：吸引人的自然景色)、週邊支援性觀光產業(例如：住宿餐飲)以及交通便利性都是自助旅行遊客選擇旅遊目的地進行單車騎乘活動的重要考慮因素。對自助旅行之單車遊客而言，結合自然風光景色的單車騎乘路線更能提升單車騎乘體驗。Lamont(2009)更進一步指出，一條能夠吸引一般遊客的旅遊路線對單車遊客而言具備相等的吸引力。最後，Lumsdon and Peeter (2009)歸納單車騎士選擇騎乘路線或騎乘環境時所考慮的 11 個特質，其中發現高度的安全性(低車流密度)、清楚的路標標示、多樣化的單車路線、高品質的路面、完善的住宿餐飲設施等特質之重要程度遠高於完整的路線資訊、便利的交通接駁工具、高密度的單車路線、簡易的單車維修站，完善的中繼休息空間等。

綜合上述研究可知，旅遊地的特質會影響單車遊客對於從事單車騎乘活動的吸引力，且直接影響單車騎乘的體驗。影響單車騎乘體驗之因素眾多，這些因素大致可以區分為四大類：觀光資源(例如：自然資源、人文風情)、交通可及性與便利性(例如：交通接駁工具、面品質)例如：週邊觀光服務性設施(例如：餐飲、住宿)以及其他附屬相關設施(例如：遊客服務中心、單車租借/維修站)。由此可知，除了當地豐富且獨特性的自然環境資源及人文歷史資源可以提供單車遊客多樣化的騎乘體驗，結合周邊支援性產業及相關附屬服務設施亦能充分滿足遊客身心靈需要，進而突顯單車旅遊地多元化的吸引力。

二、旅遊目的地吸引力組成構面 (dimensionsof estination attractiveness)

近年來探討旅遊目的地吸引力 (destination attractiveness)已成為關注的議題。回顧過去文獻發現，許多學者從

旅遊目的地屬性來建構提升旅遊目的地的吸引力之模式(Gearing, Swart, & Var, 1974; Ritchie & Zins, 1978; Ferrario, 1979; Hu & Ritchie, 1993; Kim, 1998; Cooper et al., 1998; Buhalis, 2000; 高俊雄, 1995), 如表 1 所示。旅遊目的地就像一般消費性產品和服務, 具備多面向屬性 (multidimensional attributes), 這些屬性無論是有形或是無形、實體或是潛在, 對旅遊目的地吸引力產生直接或間接的影響, 且具有引發旅客之旅遊動機並滿足旅客需求的力量 (Hu & Ritchie, 1993)。Laws(1995)將旅遊目的地屬性分成兩大類: 初級特色(primary features)和次級特色(secondary features)。初級特色是吸引遊客到旅遊目的地直接的基本吸引力, 包含氣候、生態、文化和傳統

建築等。而次級特色則是為了帶動旅遊目的地發展所提供的相關支援性設施及服務, 例如住宿、餐飲、交通、娛樂活動等。旅遊的目的主要是享受自然風光和人文景色, 雖然觀光相關支援性設施及服務不是遊客到當地旅遊的主要因素, 但卻會對遊客整個旅遊經驗產生重大的影響, 也能增強旅遊目的地吸引力 (Laws, 1995)。Crouch and Ritchie (1999)亦提出類似的觀點, 在旅遊目的地發展過程中, 當地資源稟賦所創造出來的吸引力是基本的, 如果基本吸引力足夠強的話, 將可降低缺乏相關支援性設施和服務, 即輔助吸引力, 所帶來的負面影響; 但是基本吸引力會因為輔助吸引力的增強而增強, 因輔助吸引力的削弱而削弱。Cooper et al. (1998)更進一步將旅遊目的地屬性細分為當地旅遊景點 (attractions)、聯外交通系統與交通運

表 1 旅遊目的地吸引力之決定性要素

學者	研究目的	旅遊目的地屬性
Gearing, Swart & Var (1974)	比較不同觀光地區之吸引力	自然因素: 自然風景、氣候 社會因素: 建築物、節慶、民俗文化地區 歷史因素: 歷史古蹟、宗教聖地、具有歷史的重要性 購物與娛樂設施: 運動機會、博物館、花園、商店 觀光基礎建設: 道路、餐飲住宿設施
Ritchie & Zins (1978)	決定旅遊目的地吸引力要素之重要性	自然美和氣候、社會文化特徵、康體設施、購物和商業設施、當地基礎建設、可到達性
Ferrario (1979)	觀光產品的定義和觀光產品對遊客市場的內在價值	典型環境特徵: 風景、野生、自然植被 (natural vegetation) 當地居民生活方式 旅遊設施 康體活動
Hu & Ritchie (1993)	依據不同旅遊體驗衡量旅遊地吸引力	住宿品質和容量、康體機會、風景、氣候、美食、娛樂、歷史景點、當地居民生活方式、博物館和文化景點、可到達性、當地交通運輸品質、事件與慶典、購物、價格水準、當地居民對遊客的程度
高俊雄 (1995)	經營開發旅遊目的地的關鍵成功要素	吸引力焦點、餐飲及住宿之款待服務、互補性休閒遊憩、加強性外觀造型與服務、友善的當地居民、完善的基層建設、良好的治安、便利的交通、充分的資訊、地區整合
Kim (1998)	分析遊客對旅遊目的地屬性認知和季節性旅遊偏好	文化景點、優雅乾淨的旅遊環境、住宿與休閒設施品質、家庭式遊憩服務設施和安全性、可到達性、康體機會
Buhalis (2000)	進行旅遊目的地內觀光資源和景點的分類和評價	景點: 自然、人造、為特定目的建造的 (purpose built)、遺跡、特殊事件和慶典 可到達性: 交通運輸系統包括路線、運輸點、工具 觀光相關服務業: 住宿和餐飲設施、零售業、其他觀光服務 旅遊套裝行程: 旅遊中介商所提供之預定行程 活動: 遊客在旅遊地停留時間可從事之各項旅遊活動 便利性服務: 銀行、郵局、電訊、醫院

資料來源: 本研究

輸服務(access)、當地住宿、餐飲、娛樂、零售以及其他旅遊生活設施與相應的服務(amenities)以及當地旅遊組織提供的相關服務(ancillary services)。這些構成旅遊目的地的基本要素必須完善且符合一致性標準,以提供遊客優質的遊憩體驗。由此可知,不單只是當地資源稟賦牽引遊客前往某特定旅遊目的地,其他相關支援性設施和服務也需相互配合,增加旅遊目的地整體的吸引力。

參、方法

一、研究方法—德爾菲法(Delphi technique)

德爾菲法是一種結合會議與問卷調查優點的研究方法,藉由連續性匿名問卷調查,逐步達成專家群對某一特定議題之一致性意見與共識(Rowe, Wright & Bolger, 1991; Rowe & Wright, 1999)。其基本實行步驟包含成立專家小組,制定專家取擇標準;設計並進行反覆性問卷調查;分析質化與量化兩種資料型態,作為下一回合卷填答時之回饋性資訊。德爾菲法最大的優點在於參加者無須面對面溝通,故可降低意見受到特定權威人士之影響(Helmer, 1983)。再者,德爾菲法解除參加者時間和地理上的限制,提供更便利的溝通管道(Linstone & Turoff, 1975)。其主要缺點為過程比較複雜,花費時間比較長(Lang, 1998)。尤其是第一回合採取開放式調查問卷,對調查者而言,資料整理不方便,很難行編碼整理(Bryman, 2001),對參與者而言,可能會因為填寫費時費力而拒絕回答,減低問卷回收率(Frechting, 1996)。

本研究旨在探索影響單車旅遊地吸引力之決定性要素,透過德爾菲法對此一探索性議題進行深入瞭解,整合不同知識領域、經驗背景的專家意見以尋求

共識以決定未來提升單車旅遊地吸引力之優先工作順序。德爾菲法非常適用於強調團體和諧的台灣社會文化,不僅可收集思廣益之效,亦可得到專家獨立判斷之見解,避免個人的判斷被群體壓力扭轉(Linstone & Turoff, 1975)。但在考量時間、空間、人力、經費等客觀因素,本研究決定採用修正式德爾菲法,省略第一回合開放式問卷,先依據過去文獻擬定問卷初稿,接著進行兩次反覆性問卷調查。第一回合以封閉式徵詢方式不但可以節省填答者之時間與精力,也可以減少專家答覆開放性問卷之壓力,提高問卷回覆率(Rowe et al., 1991)。

二、專家問卷調查

德爾菲法目的在尋求相關領域專家群對於研究主題的一致性意見,達到對問題的共識。為使研究結果具有更佳的品質及前瞻性,挑選符合資格的專家是最重要的一環。Smith (1995)建議專家群必須由不同專業背景、經歷、能力的人才所組成。Rowe et al. (1991)強調專家群必須對特定研究領域有相當程度的瞭解與具備專業的知識與技術。考量符合條件資格的稀少性,本研究以雪球抽樣法(snowball sampling)作為選定專家小組成員的方式,邀請問卷填寫對象主要包括:(1)從事單車休閒活動至少五年以上且曾經擁有單車環台經驗的單車騎士;(2)曾參與單車競賽且目前為單車協會成員的單車選手。由於本研究將單車觀光定義為離開日常生活居住地,不論是以遊憩、觀光、運動為目的所從事之單車相關活動,皆應屬於單車觀光的範疇。雪球抽樣利用隨機方法或社會調查名義選出起始受訪者,然後從起始受訪者所提供之資訊去聯繫其他受訪者。此法在特定的母體成員難以找到時,是最為適合採用的方式(吳萬益&林清河, 2000)。Dalkey, Brown and Cochran

表 2 專家群基本資料

變項名稱	人數	百分比	變項名稱	人數	百分比
<u>專家類型</u>			<u>年齡</u>		
單車騎士	21	0.68	30歲以下	15	0.48
單車選手	10	0.32	31~40歲	10	0.32
			41~50歲	3	0.10
			51歲以上	3	0.10
<u>性別</u>			<u>教育程度</u>		
男性	25	0.81	高國中	3	0.07
女性	6	0.19	大專校院	22	0.75
			研究所(以上)	6	0.18
<u>月薪(台幣)</u>			<u>居住地</u>		
低於 25,000 元	5	0.17	北部	10	0.32
25,001~40,000 元	16	0.52	中部	4	0.13
40,001~55,000 元	6	0.19	南部	17	0.55
55,001~70,000 元	2	0.06	東部	0	0.00
高於 70,001 元	2	0.06			

(1969) 建議專家群人數至少 13 人以上，群體所獲得共識之誤差程度降低，群體的可信度明顯增加。本階段研究最

後篩選出 34 位單車選手與騎士，其中 31 位全程參與兩回合問卷調查，背景資料統計如表 2。

三、調查工具設計

本研究根據 Cooper et al. (1998) 所建立之旅遊目的地吸引力模式，將影響單車旅遊地吸引力之要素劃分為四大領域，並參考 Ritchie (1998)、Chang and

Chang (2005)、Lamont (2009)、Lumsdon and Peeters(2009)之研究，粗略擬定 27 項單車旅遊地吸引力之決定性要素，詳見表 3。

表 3 單車旅遊地吸引力之決定性要素

	主要構面	影響要素
旅遊景點	自然景觀資源	優美的風光景色、特殊的生態景觀、宜人的氣候
	人文歷史資源	節慶活動、人文景觀(寺廟、古蹟)
交通可及性 與便利性	聯外交通系統	與公共交通工具的連結(如公車、鐵路)、與當地主要幹道的連結、與其他單車路線的連結
	騎乘路線	交通流量、鋪路品質、騎乘坡度、與其他道路設施(如人行道、汽機車道)分隔、泊車設施
旅遊生活設施與相應服務	住宿設施	住宿旅館(如民宿、營地)、單車休息站/中繼站(公共廁所、淋浴設施、飲用水供給站)
	餐飲設施	便利商店、小吃攤、市集
附屬設施	資訊服務	遊客服務中心、路線標示牌、景點指示牌、提示距離標示柱、氣象預告看板
	環境安全與衛生	醫療服務站(消防暨救護站)、緊急救援系統(警察局)、日夜間照明系統、租車/單車維修站

資料來源:本研究

第一回合問卷以封閉式題目為主，輔以個別開放式問題。在第一回合問卷中，專家群依據專業針對 27 項單車旅遊地吸引力之決定性要素評定「適合」、「刪除」或「修正」，並在各題項後提供「意見欄」，讓答卷專家可就其經驗與觀點自由地表達意見，藉此可提升研究結果之廣度與深度。第一回合問卷回收後，研究者根據專家群填答意見，編制第二回合問卷。在第二回合問卷中，專家群對各項要素的重要程度，以李克氏五點量表：非常重要(5)、重要(4)、普通(3)、不重要(2)、非常不重要(1)勾選之。

四、資料蒐集

本研究採郵寄問卷的方式，進行資料蒐集。兩回合問卷調查歷時一個半月，各回合問卷發送實施之流程及回收情況如表 4。

表 4 實施流程進度及回收率統計表

類別	寄發日期	回收日期	寄發/回收人數	回收率
第一回合	2010 年 7 月 10 日	2010 年 7 月 21 日	34/34	100%
第二回合	2010 年 8 月 5 日	2010 年 8 月 25 日	34/31	91%

資料來源：本研究

五、資料處理分析

本研究對問卷資料結果的處理和分析，係依收集資料性質，採用質的分析及量的分析兩種方法並行。本研究透過內容分析法，根據文獻所導出的概念性架構，將相同或類似的意見歸併，不同的意見或看法亦予以整理歸納並分析內涵，最後依據「三分之二以上相同或相似的專家意見」作為下一回合問卷題項增刪或修改的依據。在統計處理方式採取次數百分比和四分位差作為專家意見一致性判定標準；採取平均數以瞭解各項決定性要素的重要性(平均數愈大，相對重要性愈大)。在本研究中專家群是否達成共識的主要依據為：(一)四分位差小於 1(四分位差越小，表示專家意見愈一般而言，德爾菲法在經過三次的調查

和意見回饋後，專家的意見大多可趨於一致，不過假使在第二回合問卷調查結果已達完全的一致或呈現極端的兩極化，則整個順序只需實施兩回合。Turoff & Hiltz (1996)指出，互動頻繁和有效回饋都有助於提高專家群參與問卷調查之意願。為提高問卷回收率，本研究採取了以下幾種方法，首先是在寄發問卷前以電話進行拜訪與知會；接著，在期限內未能收到問卷則以電話催收問卷；最後，贈送紀念品，表示感謝。上述策略也反映出，台灣文化和其他亞洲國家相同強調建立、維持與運用人際關係的重要性(Pablos, 2005)。

集中)；(三)百分之七十五以上的專家意見集中在 1-5 重要等級之其中兩個等級(次數百分比越高，表示專家同意程度高)。

肆、結果

經連續性兩回合專家問卷調查後，專家群對於 24 項影響單車旅遊地吸引力之要素達成共識。為有效設定工作目標及施政優先順序，本研究依照達到共識之影響要素進行平均數排列，比較各要素對提升台灣單車觀光休閒事業之相對重要性，如表 5 所示。本節將達成共識之決定性要素依「旅遊景點」、「交通可及性與便利性」、「旅遊生活設施與相應服務」及「附屬設施」等四大領域分別進行討論。

一、旅遊景點

經由兩回合問卷調查發現，「人文歷史資源」構面中的「節慶活動」要素並未達到專家群共識，有些專家認為節慶活動可以豐富旅遊體驗，增加單車遊客旅程的可看性。但有些專家認為騎乘單車主要目的是要放鬆心情，節慶活動場合通常人車擁擠，反而破壞出遊的好心情。專家群對「自然景觀資源」構面中的「優美的風光景色」、「宜人的氣候」等兩項要素有高度的共識與重視。依據平均重要程度排名結果，「自然景觀資源」構面中的「宜人的氣候」、「優美的風光景色」均可視為最重要的決定性要素之一，平均數達到 4.50 以上，介於 4.52~4.61 之間。天氣型態不僅影響單車騎乘活動的進行，也考驗騎乘單車活動的安全性。對單車遊客而言，一個四季溫和的旅遊地比起氣候過冷或過熱的旅遊地更具吸引力且更適合從事戶外活動。Klenosky(2000)指出，溫和的氣候是構成一個吸引遊客前往旅遊地的要件，特別是從事心情放鬆和享受陽光的活動，例如單車騎乘活動。除此之外，一條能夠結合自然風光景色的單車騎乘路線也有助於提升單車騎乘體驗。此研究結果與 Lamont(2009)的論點相似，一條能夠吸引一般遊客的旅遊路線對單車遊客而言具備相等的吸引力。由此可推論，一個擁有優美的風光景色及宜人的氣候的旅遊地因為能夠提供舒服悠閒的單車騎乘環境，所以特別能夠吸引單車遊客前往。相對來說，人文歷史資源對於提升單車旅遊地吸引力之影響程度較低，純粹扮演輔助騎乘體驗的角色。

二、交通可及性與便利性

兩回合反覆調查結果顯示，專家群對「騎車路線」構面中的「泊車設施」要素未達到共識，其餘七項「交通可及性與便利性」要素皆獲得相當程度的肯定與認同。專家群大致上認同泊車設施與騎乘路線長短有關；但對於是否應該在中長程路線上設置特定泊車設施有不同的見解。依據平均重要程度排名結

果，「騎車路線」構面中的「鋪面品質」列入最重要的決定性要素之一，平均數為 4.52。專家群一致認為單車路線之鋪面品質直接影響遊客安全騎乘體驗。例如，坑坑洞洞或有水溝蓋的路面不僅直接危害單車騎乘者的安全，也間接增加單車騎乘者的精神壓力。Ritchie(1998)提出相似的論點，鋪面品質是影響單車遊客選擇旅遊地的關鍵因素；唯有不斷地改進和維持高品質的道路品質才能確保單車騎乘環境的安全性與舒適性。

三、旅遊生活設施與相應服務

兩回合反覆調查結果顯示，專家群普遍肯定與認同所有「旅遊生活設施與相應服務」要素，其中「餐飲娛樂設施」構面的「便利商店」被視為最重要的影響要素之一，平均數為 4.61。對於單車遊客而言，便利商店不僅是短暫停泊的休憩地，更是重要的糧食補給站。在台灣，便利商店不僅供應多樣化的冷熱飲食，也提供桌椅供遊客休憩與飲食，是一項具有高度便利性的旅遊生活設施與相應服務。單車騎乘活動需要長時間暴露在戶外，停留在室內的時間相對而言較短，但由於住宿餐飲設施扮演休息與補充體力的中繼站，因此仍然是建構單車旅遊地必要的服務性設施之一(Ritchie, 1998)。

四、附屬設施

經由兩回合反覆調查發現，除了「資訊服務」構面中的「遊客服務中心」未達共識之外，「附屬設施」項下之所有決定性要素皆獲得專家群高度的共識。部份專家認為騎乘單車是需要付出體力的戶外活動，所以遊客在從事單車騎乘活動前，最好針對路線、補給等事宜進行事先規劃，因此遊客服務中心所扮演的角色變顯得沒有那麼重要；惟部份專家對於此論點仍抱持反對的意見。依據平均重要程度排名結果，「資訊服務」構面中的「路線標示牌」可視為最重要的影響要素之一，平均數為 4.65。就如 Ritchie(1998)所說，明確的路線標示牌能夠引導單車遊客抵達預定的目的地，帶

給單車遊客高度的安全感，避免騎乘單車時因不熟悉環境而迷失方向。

伍、結論與建議

一、結論

本研究藉由反覆兩回合問卷調查，篩選得到 24 項單車旅遊地吸引力之決定性要素。根據重要程度排名，本研究建議經營管理單位可從下述三方面循序漸進地進行，作為提升台灣單車觀光休閒事業工作優先順序之依據：

1. 強化便利商店多樣性功能

台灣的便利商店密度很高，平均每 500 多公尺就有一家便利商店，大多集中於大都會區。便利商店提供服務琳瑯滿目，不僅是國人生活中的好鄰居，也是外國遊客來台觀光的重要景點。由於便利商店密度與可及性高，加上全日營業，因此往往成為單車族旅途中重要的中繼休息站。近年來隨著台灣單車騎乘活動的盛行，單車族在騎乘中難免遇到突發情況，如果剛好發生在郊區，附近是否有便利商店的存在就顯得非常重要。著眼於單車族的龐大商機，單車業者可以與便利商店合作，進駐特定單車路線之便利商店，提供免費簡易維修和車胎打工具，甚至比照自助旅館的經營模式，讓單車遊客可以進行短暫休息。至於政府單位則需確認其管轄地區之單車路線沿途是否有足夠的便利商店可以提供類似的服務，以確保單車族在當地旅遊時的便利性。

2. 建構四季如春、風景優美的旅遊地印象

溫暖的氣候以及四周的優美景色對於提升單車旅遊地吸引力有絕對的影響力。台灣地處於熱帶與亞熱帶區，氣候溫和，地貌多樣，自然條件優越。但由於台灣一直被認為是工業製造國家，觀光旅遊地印象並不鮮明，因此政府單位在推廣單車觀光休閒事業時可以藉由不同媒體進行廣告宣傳及發送旅遊導覽手冊，強化台灣四季如春、風景優美的旅遊地印象。此外，政府單位必須結合地

方政府開發各種不同類型的單車騎乘路線，例如蘊藏著豐富生態資源的國家/地方風景區適合在炎熱的夏季進行單車騎乘活動，可以規劃成為「山岳挑戰型」路線；擁有漂亮海岸線的國家/地方風景區適合在微涼的春秋進行單車騎乘活動，可以規劃成為「濱海型」路線；最後，擁有多樣化旅遊景點的國家/地方風景區適合在寒冷的冬天進行單車騎乘活動，可以規劃成為「觀景休閒型」路線。藉由串連不同類型的騎乘路線，台灣一年四季都可以迎接遊客進行單車騎乘活動。

3. 持續改善單車路線品質

如同一般道路，單車專用道路/專用車道也是必須進行定期檢測和維修。假使未能進行定期保養和維護則有可能造成路面不平、損壞及坑洞等，形成騎乘時威脅單車族安全的潛在危機。因此，政府單位，不論是中央層級或是地方層級，都必須體認單車專用道路/專用車道相關設施之定期檢測和維修工作的重要性。政府單位可以藉由訂定檢測和維修標準，亦或是隨時調查與檢討單車族的意見回饋，進而排定保養和維護工作之優先順序。例如，針對車流量大、國家級的單車騎乘路線，政府單位應該於每個月進行例行性的保養和維護工作；車流量中等、地方級的單車騎乘路線則可以每季進行一次例行性的保養和維護工作。另外，在單車騎乘路線上設立單車遊客即時回饋信箱，定期的調查與檢討單車遊客的意見也是提升單車旅遊地吸引力最有效率最省時省錢的方法的方式。

表 5 單車旅遊地吸引力之決定性要素選取結果

領域	構面	影響要素	同意程度	重要程度	選取結果		
旅遊 景點	自然景觀	優美的風光景色	100%	4.52 [*]	0		
		特殊的生態景觀	91%	4.16	0		
		宜人的氣候	100%	4.61 [*]	0		
	人文歷史	節慶活動	71%	3.52	X		
		人文景觀(寺廟、古蹟)	78%	4.06	0		
交通可及性與 便利性	聯外交通系統	與公共交通工具的連結(如 公車、鐵路)	75%	3.65	0		
		與當地主要幹道的連結	91%	4.00	0		
		與其他單車路線的連結	75%	3.94	0		
	騎車路線	交通流量	100%	4.45	0		
		鋪路品質	100%	4.52 [*]	0		
		騎乘坡度	81%	4.06	0		
		與其他道路設施(如人行道、汽 機車道)分隔	91%	4.23	0		
		泊車設施	71%	3.35	X		
		旅遊生活設施 與相應服務	住宿休憩設施	住宿旅館(如民宿、營地)	91%	4.13	0
				單車休息站/中繼站(公共廁 所、淋浴設施、飲用水供給 站)	100%	4.29	0
餐飲娛樂設施	便利商店		100%	4.61 [*]	0		
	小吃攤		75%	3.87	0		
市集	81%	3.74	0				
附屬 設施	資訊服務	遊客服務中心	72%	3.42	X		
		路線標示牌	100%	4.65 [*]	0		
		景點指示牌	97%	4.29	0		
		提示距離標示柱	87%	4.13	0		
		氣象預告看板	84%	3.45	0		
	環境安全與衛生	醫療服務站(消防暨救護站)	85%	3.90	0		
		緊急救難系統(警察局)	81%	3.94	0		
		日夜間照明系統	91%	4.45	0		
		租車/單車維修站	75%	3.90	0		

*=最重要的決定性要素前五名

資料來源:本研究

二、建議

由於本研究僅屬探索性研究，在資料蒐集及探討上恐有諸多不足之處，希望後續研究者能朝以下幾個方向繼續努力：

1. 本研究從資源需求面的角度探討影響單車旅遊地吸引力之要素，建議後續研究可從資源供給面的觀點來探討此議題。
2. 本研究專家群包括單車選手和騎士共 31 人。雖然參與者對本研究之研究議題均有深入的了解與豐富的經驗，有助於

提升研究結果的可信和有效性。惟後續研究建議可增加樣本數，期使研究結果更具代表性。

參考文獻

一、中文部份

- 李瑋琦, (2007), 單車旅遊者之社會資本與深度休閒關係研究, 逢甲大學景觀與遊憩所未發表之碩士論文。
- 吳萬益、林清河, (2000), 企業研究方法, 台北:華泰。
- 洪震宇、林慧淳, (2006), 單車悠遊風現在最流行, 康健雜誌, 頁 89。
- 高俊雄, (1995), 觀光旅遊地區經營開發之規劃與推動, 觀光研究學報, 1(3), 29-43。
- 動腦雜誌, (2008), 單車族群漸壯大, 釋放新行銷機會, 2010 年 12 月 24 日。

二、英文部份

- Bryman, A. (2001). *Social Research Methods*, New York:Oxford University Press.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future, *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Chang, H-L. & Chang, H-W. (2005). Comparison between the Differences of Recreational Cyclists in National Scenic Bikeway and Local Bike Lane. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 6, 2178-2193.
- Cooper, C., J, Fletcher., D. Gilbert., R. Shepherd., & S. Wanhill. (1998). *Tourism: Principles and Practice* (2nd ed.), England: Longman.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity, *Journal of Business Research*, 44, 137-152.
- Cumberland County Bike Trail Study. (2000). Cumberland County Bike Trail Study. Available at http://www.sjtpo.org/Documents/Cum_bCoBikeStudy_Dec2000.pdf (accessed 5 December 2010).
- Dalkey, N. C., Brown, B., & Cochran, S. (1969). *The Delphi Methods III: Use of Self Rating to Improve Group Estimates*, USA, The Rand Corporation.
- Ferrario, F. F. (1979). The Evaluation of Tourist Resources: An Applied Methodology, *Journal of Travel Research*, 17(3), 18-22.
- Frechtling, D. C. (1996), *Practical Tourism Forecasting*, UK: Butterworth-Heinemann.
- Gearing, C., Swat, W., & Var, T. (1974). Establishing a Measure of Touristic Attractiveness, *Journal of Travel Research*, 12(4), 1-8.
- Helmer, O. (1983). *Looking Forward: A Guide to Futures Research*, Beverly Hills: Sage Publications.
- Hu, Y. & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach, *Journal of Travel Research*. 32(2), 25-34.
- Klenosky, D.B. (2002). The “pull” of tourism destinations: a means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40 (4), 385-395.
- Lamont, M. (2009). Reinventing the Wheel: a Definitional Discussion of Bicycle Tourism. *Journal of Sport and Tourism*, 14(1), 5-23.
- Lang, T. (1998). An Overview for Four Future Methodologies. Available at www.futures.hawaii.edu/j7/LANG.html. (accessed 20 June 2010)
- Laws, E. (1995). *Tourism Destination Management: Issues, Analysis, and Policies*, New York, Routledge.
- Linstone, H. A., & Turoff, M. (1975). Introduction. In H. A. Linstone & M. Turoff (Eds.), *The Delphi Method: Techniques and Application*, Massachusetts: Addison-Wesley.
- Lumsdon, L. (2000). Transport and Tourism: Cycle Tourism- a Model for Sustainable Development? *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 361-377.
- Lumsdon, L., & Peeters, P. (2009). The European Cycle Route Network enroute: Challenges and Opportunities for Sustainable Tourism. European Parliament. Available at http://www.ecf.com/files/2/8/EuroVelo_EN.pdf (accessed 8 December 2010).

- Kim, H. -B. (1998). Perceived Attractiveness of Korean Destinations. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 340-361.
- Maine Department of Transportation. (2001). Bicycle Tourism in Marine. Available at <http://www.maine.gov/mdot/opt/pdf/biketourismexecsumm.pdf> (accessed 5 November 2010).
- Pablos, P. (2005). Western and Eastern Views on Social Networks, *The Learning Organization*, 12(5), 436-456.
- Rowe, G., & Wright, G. (1999). The Delphi Technique as a Forecasting Tool: Issues and Analysis, *International Journal of Forecasting*, 15, 353-375.
- Rowe, G., Wright, G., & Bolger, F. (1991). A Reevaluation of Research and Theory, *Technological Forecasting and Social Change*, 39, 235-251.
- Ritchie, W.R. (1998). Bicycle Tourism in the South Island of New Zealand: Planning and Management Issues. *Tourism Management*, 19(6), 567-582.
- Ritchie, J. R. B., & Zins, M. (1978). Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Region, *Annals of Tourism Research*, 5(2), 252-267.
- Smith, S. L. J. (1995). *Tourism Analysis: A Handbook* (2nd ed), England: Longman.
- South Australian Tourism Commission. (2005). Cycle Tourism Strategy 2005-2009, Paper presented at 17th Annual Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference, Manly, NSW, 11-14 February, University of Technology Sydney, Sydney, NSW.
- Turoff, M., & Hiltz, S. R. (1996). *Computer Based Delphi Processes*, available at <http://eies.njit.edu/~turoff/Papers/delphi3.html> (accessed 16 May 2010).