

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

探討遊客對愛河自行車道遊憩體驗及滿意度之調查

作者：

劉恩琪。私立樹德家喬。高三 20 班

楊婉伶。私立樹德家喬。高三 20 班

謝昕茹。私立樹德家喬。高三 20 班

指導老師：

廖家增老師

## 壹●前言

### 一、研究背景

隨著現在臺灣民眾對於休閒生活以及對健康概念的重視，自行車運動在現代人的觀念中已不再單純的只是一種交通工具。透過休閒活動的參與，可以從中獲得不同休閒的體驗與感受，舒緩生活壓力，使人放鬆心情並且減緩沮喪、焦慮（Biddle & Mutrie, 1991），幫助人們維持生理和心理的健康（Coleman & Iso-Ahola, 1993），休閒運動在民眾的生活扮演著重要的角色。

愛河自行車道沿著愛河兩岸河堤，北至蓮池潭、南至愛河出海口，全長約24.5公里。愛河源於高雄仁武的八卦寮埤潭，流經高雄等區域而注入高雄港第一港口，為高雄的生命之河。愛河自行車道採多樣化區型態規劃行車路線，整個自行車道系統皆兼具城市特色，將高雄的山水及海港特色融入其中，並以人文、生態及社區鄰里為主軸，遊客可依自身需求選擇單車休閒路線，提供遊客一便捷、自主且環保的選擇，是高雄市愛河沿線最完整也最宜人的一條單車步道（四方通行單車網，2015）。

### 二、研究動機

自行車休閒活動已經成為現代人生活中不可或缺的一部份，自行車道也逐漸在生活中扮演著舉足輕重的角色。透過此休閒之自行車騎乘者對高雄市愛河自行車道遊憩滿意度之現況，探討當地自然環境如何與自行車道路線的規劃作完善的搭配，以及如何的規劃方式才具有吸引力能吸引自行車騎乘者前來，並從自行車騎乘者角度來檢驗高雄市愛河自行車道是否能滿足自行車騎乘者的期待，為本研究動機。

本小組認為，愛河自行車道具有相當的發展觀光遊憩潛力，因此本研究欲探討遊客使用愛河自行車道遊憩體驗和滿意度之關聯，以及遊客對高雄愛河自行車道滿意度之現況。

### 三、研究目的

基於上述之研究目的，本研究的研究目的敘述如下：

- （一）探討遊客對於愛河自行車道之遊憩體驗
- （二）探討遊客對於愛河自行車道之整體滿意度

## 貳●正文

### 一、相關文獻定義

#### (一) 遊憩體驗

遊憩一詞由其英文名稱「recreation」字面上來看則是具有重新創造之意，是指遊客在閒暇時間內，從事各種具有吸引力的活動，並追求或享受自由、愉悅、個人滿足等體驗的各種活動（Fennell, 2002）。

體驗是在旅遊的過程中，令人產生難忘的經濟產品，每個人對體驗的感覺不會完全相同。現今顧客已將產品性能、效益、品質，以及一個正面的品牌形象視為理所當然的事，顧客進一步想要的是令他們感官暈眩、能觸動他們心靈與刺激遊客心思的活動或遊憩體驗（任維廉、胡凱傑、王鵬堯、林國銘，2008。）遊憩體驗（recreational experience）可定義為「遊客在其周圍環境中，經由選擇其喜愛的遊憩活動，進而獲得一種滿足的感受與經驗」（Driver & Brown, 1975）。

#### (二) 滿意度之定義

「滿意度」是一項用來測量人們生活中各種生活品質、工作、產品、社區，乃至於是遊憩活動方面品質的衡量工具（廖淑靜，2011）。認為滿意度是指一個人對於事前的信念與希望，而達成的一種情感愉悅的狀態（洪世全，1995）。對於消費者而言，滿意度是一種心理比較的過程。當經驗的服務價值和期待的一致或覺得受到公平對待時，消費者便感到滿意；反之，負向不一致及不公平對待時，消費者將會感到不滿意。認為滿意度是個人經過體驗之後的心理與情感狀況，若使用前的預期超過實質的結果，則產生滿意；反之則產生不滿意（Baker and Crompton, 2000）。而Swan and Combs（1976）提出產品績效對消費者滿意度的影響，來自於實體因素與心理因素兩方面，認為由工具面的需求先滿足後，才能由情感面產生對產品績效的滿意。Oliver（1981）表示滿意即時對隨附於產品取得時，或消費者經驗中的驚喜，所作的評價，為一種立即性的反應。顧客滿意度與服務品質的差異性在於，消費者對於服務品質的知覺是屬於持久性的，而顧客滿意度則針對特定交易的感受。Pedragosa and Correia（2009）認為期望、設施與服務為促成消費與服務之間的評價，亦即滿意的評價屬性。魏弘發（1996）認為滿意度是指遊客參與遊憩活動所獲得各項遊憩體驗的滿意程度，基於滿意程度的強弱程度是化為下一次活動動機的基礎，是心理狀態的表現。

## 二、問卷分析

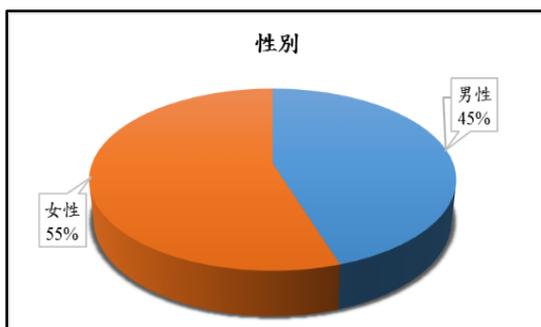


圖2-2-1

資料來源：本小組自行繪製

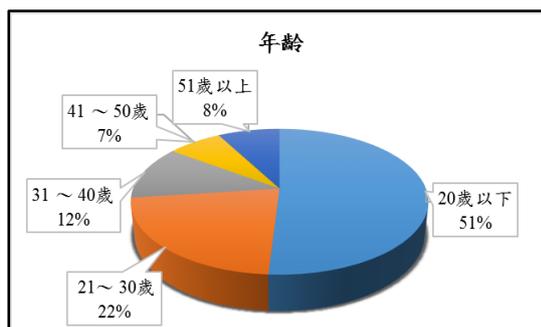


圖2-2-2

資料來源：本小組自行繪製

由圖2-2-1可得知，受訪遊客之性別以女性（55%）居多。

由圖2-2-2可得知，受訪遊客之年齡以20歲以下（51%）為居多，次為21~30歲（22%），最少是由41~50歲，僅佔（7%）。

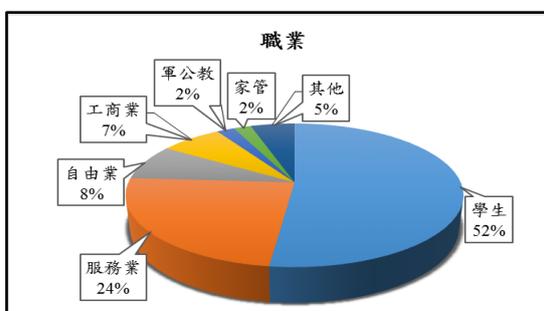


圖2-2-3

資料來源：本小組自行繪製

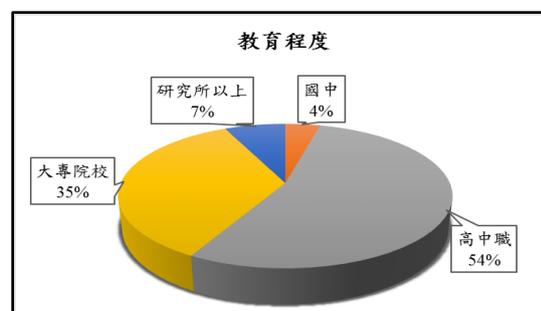


圖2-2-4

資料來源：本小組自行繪製

由圖2-2-3可知，受訪遊客之職業以學生（52%）為居多，次為服務業（24%）。

由圖2-2-4可得知，受訪遊客之教育程度以高中職（54%）為居多，次為大專院校（35%）。

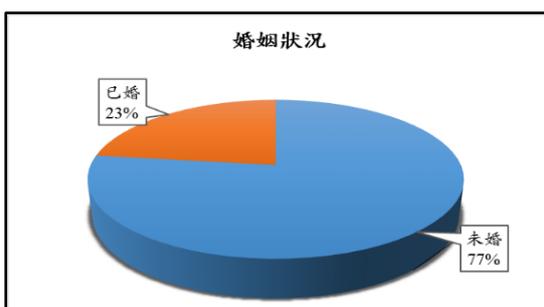


圖2-2-5

資料來源：本小組自行繪製

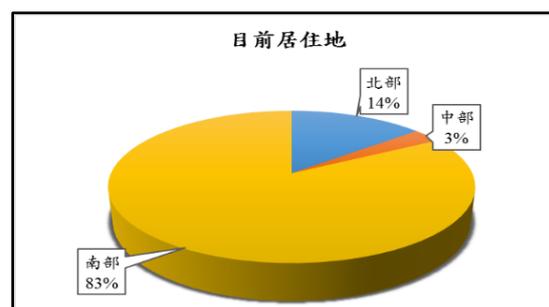


圖2-2-6

資料來源：本小組自行繪製

由圖2-2-5可得知，受訪遊客之婚姻狀況以未婚（77%）為居多。

由圖2-2-6可得知，受訪遊客之南部（83%）為居多，次為北部（14%）。

探討遊客對愛河自行車道遊憩體驗及滿意度之調查

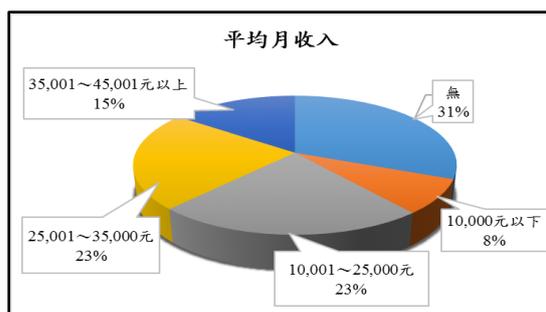


圖2-2-7 資料來源：本小組自行繪製

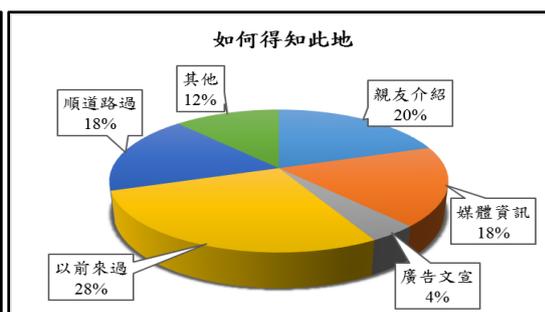


圖2-2-8 資料來源：本小組自行繪製

由圖2-2-7可得知，受訪遊客之平均月收入以無收入（31%）為居多，次為25001~35000元（23%）。

由圖2-2-8可得知，受訪遊客如何得知此地，以前來過（28%）為居多，次為親友介紹（20%），最少是由廣告文宣得知，僅佔（4%）。

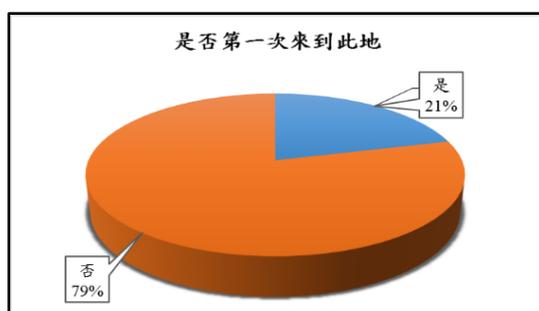


圖2-2-9 資料來源：本小組自行繪製

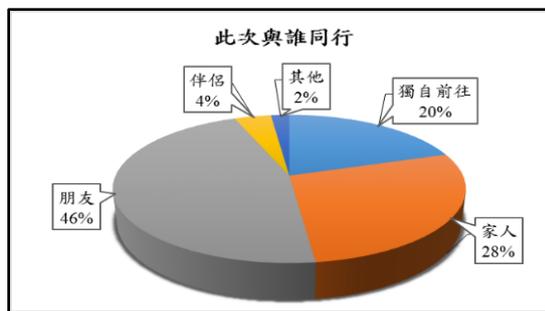


圖2-2-10 資料來源：本小組自行繪製

由圖2-2-9可得知，受訪遊客是否第一次來到此地（79%）為居多。

由圖2-2-10可得知，受訪遊客此次與誰同行以朋友（46%）為居多，次為家人（28%）最少是由伴侶，僅佔（4%）。

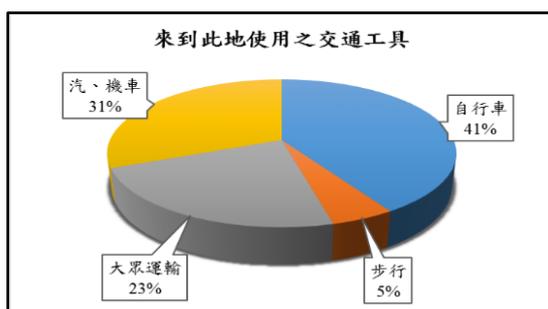


圖2-2-11 資料來源：本小組自行繪製

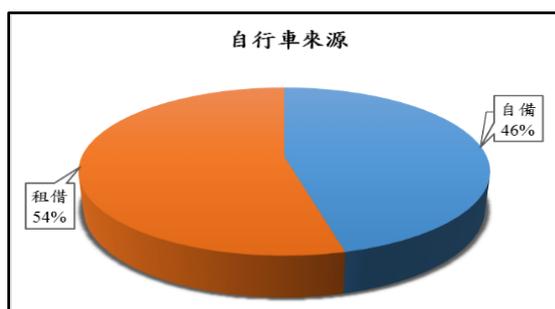


圖2-2-12 資料來源：本小組自行繪製

由圖2-2-11可得知，以自行車（41%）為居多，次為汽、機車（31%），最少是步行，僅佔（5%）。

由圖 2-2-12 可得知，以租借自行車來源（54%）為居多。

探討遊客對愛河自行車道遊憩體驗及滿意度之調查

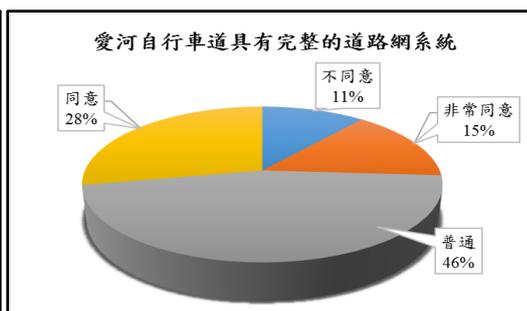
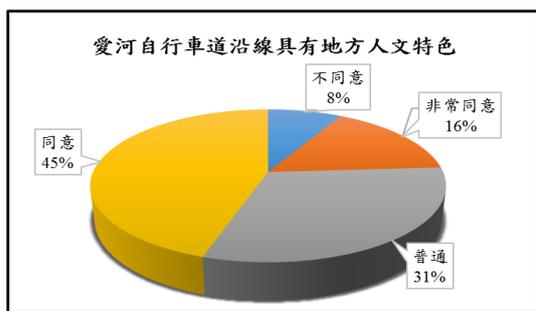


圖 2-2-13

資料來源：本小組自行繪製

圖 2-2-14

資料來源：本小組自行繪製

由圖 2-2-13 可得知，以同意（45%）為居多，且仍有（8%）的人表示不同意，因此相關單位可多增加地方人文特色，讓造訪者更為印象深刻。

由圖 2-2-14 可得知，以普通（46%）為居多，次為同意（28%），但仍有（11%）的人表示不同意，因此在完整的道路網系統，還需要加強建構。

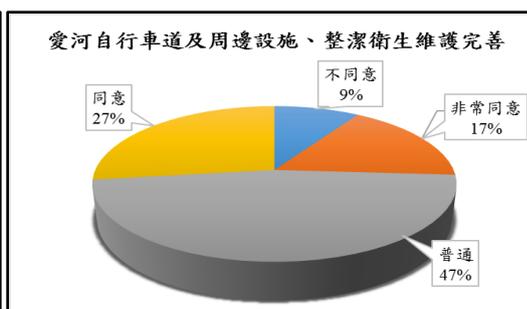
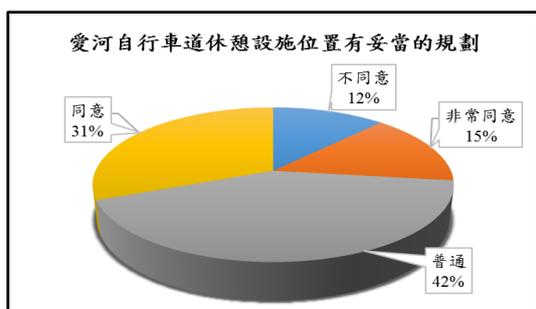


圖 2-2-15

資料來源：本小組自行繪製

圖 2-2-16

資料來源：本小組自行繪製

由圖 2-2-15 可得知，以普通（42%）為居多，次為同意（31%），但仍有（12%）的人表示不同意，因此在休憩設施位置妥當規劃，還需要多改善。

由圖 2-2-16 可得知，以普通（47%）為居多，次為同意（27%），但仍有（9%）的人表示不同意，因此在周邊設施及整潔衛生還需要多改善及維護。

探討遊客對愛河自行車道遊憩體驗及滿意度之調查

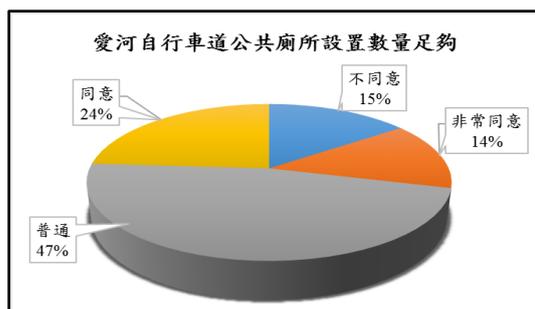


圖 2-2-17

資料來源：本小組自行繪製

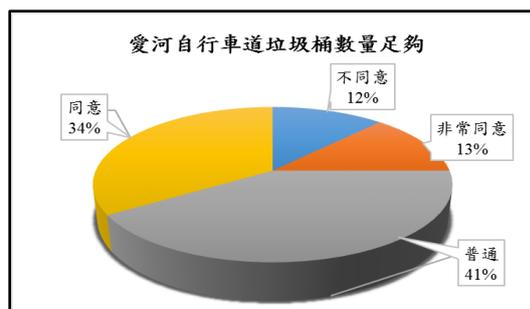


圖 2-2-18

資料來源：本小組自行繪製

由圖 2-2-17 可得知，以普通（47%）為居多，次為同意（24%），但仍有（15%）的人表示不同意，因此在公共廁所設置數量，可能讓些許受訪者感到不滿意，還需要多加改善。

由圖 2-2-18 可得知，以普通（41%）為居多，次為同意（34%），但仍有（12%）的人表示不同意，因此在垃圾桶數量，可能讓些許受訪者感到不滿意，還需要多加設置。

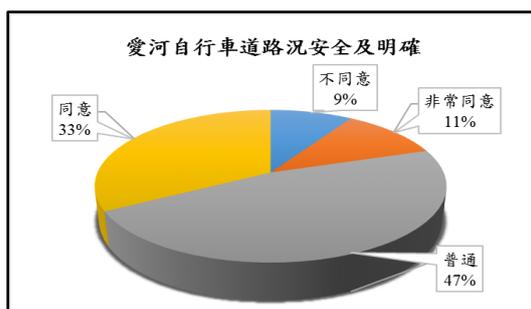


圖 2-2-19

資料來源：本小組自行繪製

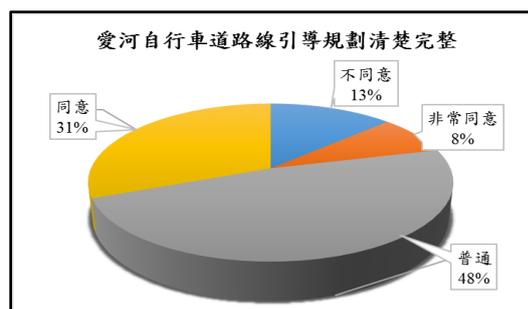


圖 2-2-20

資料來源：本小組自行繪製

由圖 2-2-19 可得知，以普通（47%）為居多，次為同意（33%），但仍有（9%）的人表示不同意，因此在車道路況安全及明確相關單位可多加改善，讓騎乘者感到更清楚。

由圖 2-2-20 可得知，以普通（48%）為居多，次為同意（31%），但仍有（13%）的人表示不同意，因此在路線引導規劃清楚相關單位可多加改善，讓騎乘者感到更清楚。

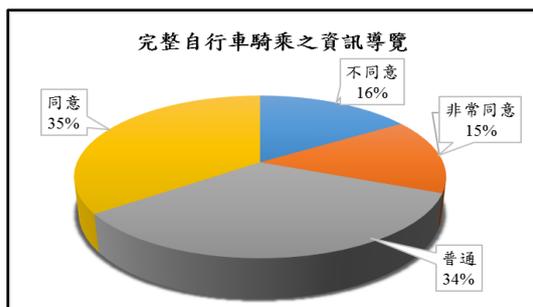


圖 2-2-21

資料來源：本小組自行繪製

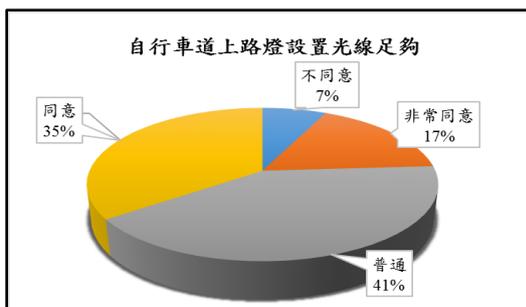


圖 2-2-22

資料來源：本小組自行繪製

由圖 2-2-21 可得知，以同意（35%）為居多，次為普通（34%），但仍有（16%）的人表示不同意，因此相關單位可再多加提供資訊導覽方面的資料。

由圖 2-2-22 可得知，以普通（41%）為居多，次為同意（35%），但仍有（7%）的人表示不同意，因此相關單位在路燈設置光線方面，可多加改善。

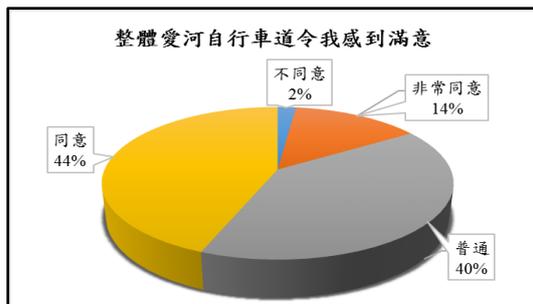


圖 2-2-23

資料來源：本小組自行繪製

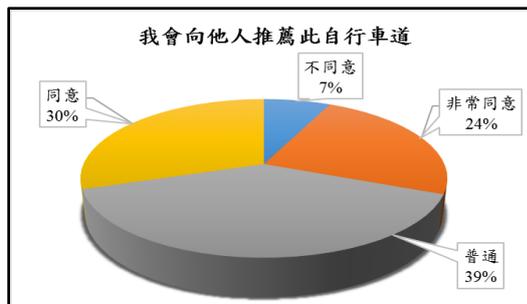


圖 2-2-24

資料來源：本小組自行繪製

由圖 2-2-23 可得知，以同意（44%）為居多，次為普通（40%）。

由圖 2-2-24 可得知，以普通（39%）為居多，次為同意佔（30%），以整體同意（54%），一半的人會向他人推薦此自行車道。

## 參●結論

（一）愛河自行車道騎乘者，以20歲以下無收入的南部高中職學生及未婚女性居多，每個月至少一次和朋友同行租借自行車前往愛河自行車道，平均騎乘2小時且大多數人都不是第一次來到此地，也沒有參加過高雄市政府舉辦的自行車活動。

（二）愛河自行車道騎乘者會事先規劃路線，讓騎乘者覺得既新鮮又好玩且內心充滿喜悅與成就感，不僅能充實休閒需求還能夠看到新的事物滿足自身好奇心，對於以上的敘述均以普通居多。

愛河自行車道騎乘者在過程中很少感到枯燥乏味，覺得輕鬆不費力、動作敏捷、踩踏輕盈，能引起自行車運動興趣，又能短暫逃離擁擠環境更接近大自然，且與家人同伴也更為親近，為生活增添色彩，對於以上的敘述均以同意居多。

(三) 愛河自行車道騎乘者對於休憩設施位置規劃、道路系統、周邊設施衛生、公廁設置、路線引導規劃、路況安全、自行車停放空間、路燈設置、整體整潔的滿意度均以普通居多。對於使用過後覺得不虛此行，且願意向他人推薦並分享經驗，也均以普通居多。

騎乘愛河自行車道資訊導覽，沿線具有吸引力及地方人文特色，整體的愛河自行車道令我感到滿意，會再次騎乘此車道。對於以上敘述已同意佔多數。

## 肆●引註資料

### 一、參考文獻

#### (一) 網站

- 1.高雄市政府工務局(2008)。http://pwb.kcg.gov.tw/Web/取自2015年10月8日)。
- 2.高雄旅遊網(2008)。http://khh.travel/ (取自2015年3月8日)。
- 3.維基百科(2015)。(取自2015年4月3日)。
- 4.四方通行單車網(2012)。http://bike.easytravel.com.tw/(取自2015年3月8日)。

#### (二) 中文資料

1. 劉珈灝(2008)。自行車使用者對遊憩涉入、地方依附和滿意度之、地方依附和滿意度之關係-以愛河自行車道為例。國立高雄應用科技大學。
2. 陳懷駿(2015)。自行車騎乘者參與動機、遊憩專門化與休閒效益之研究。南華大學。
3. 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。
4. 呂新捷(2012)。新屋綠色走廊自行車騎乘者遊憩體驗與滿意度之研究。國立臺灣師範大學
5. 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。
6. 任維廉、胡凱傑、王鵬堯、林國銘(2008)。觀光遊樂區遊客體驗與新奇追求對滿意度與行為意圖之影響
7. 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。未出版碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系，臺中市。

8. 洪世全（1995）。服務品質、服務價值與顧客滿意度的關係。未出版碩士論文，臺灣大學商學研究所，臺北市。
9. 魏弘發（1996）。遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究—以台灣民俗村為例。未出版之逢甲大學建築及都市計劃研究所碩士論文。

（三）英文資料

1. Driver, B. L., & Brown, P. J. (1975)。A social-psychological definition of recreation demand, with implications for recreation resource planning. *Assessing Demand for Outdoor Recreation*。
2. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000)。Quality, satisfaction behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*。
3. Swan, J. E. & L. J. Combs (1976)。“Product Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept”，*Journal of Marketing*。
4. Oliver, R. L. (1981)。Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retailing Setting. *Journal of Retailing*。
5. Pedragosa, V. and A. Correia(2009)。Expectations, satisfaction and loyalty in health and fitness clubs, *International Journal of Sport Management and Marketing*。
6. Coleman, D., Iso-Ahola, S. E. (1993)。Leisure and health: The role of social support and self-determination. *Journal of Leisure Research*。
7. Biddle, S., Mutrie, N. (1991)。Psychology of physical activity and exercise. London: Springer-Verlag。
8. Fennell (2002)。  
Fennell, D. A., *Ecotourism programme planning*, Wallingford, Oxon: CABI, 2002。