

愛河自行車道使用者之遊憩涉入、地方依附和滿意度關係之研究

劉珈灝^{1*}、李明聰²

¹國立高雄應用科技大學觀光與餐
旅管理研究所 研究生

²國立高雄應用科技大學觀光與餐
旅管理研究所 助理教授

摘要

隨著倡導永續發展及環保意識不斷的抬頭，遊憩活動亦鼓勵應對環境友善。自行車對環境的衝擊較小且低污染同時兼具運輸、休閒和運動等功能，成為政府推廣永續性的綠色交通工具，引導民眾騎乘自行車的習慣，使居民對自行車更生活化的使用。本研究旨在探討不同社經背景與遊憩特性之使用者對遊憩涉入程度與遊憩環境產生依附情感及其滿意度之間的因果關係，高雄市愛河自行車道的使用者則為研究對象，採用便利抽樣法取得 316 份有效問卷，以SPSS12.0 及 LISREL8.80 進行分析。研究結果顯示遊憩涉入之中心性對地方依附有較強烈的意見成正面影響，而地方依附程度較高的使用者對自行車道滿意度成正面影響，但遊憩涉入之自我表現會負向直接影響滿意度。提供管理單位改善愛河自行車道相關建議，以增進居民對自行車道之地方認同感及依賴感，提高滿意度使騎乘自行車意願增加，建立永續的綠色交通系統。

關鍵詞：自行車使用者、遊憩涉入、地方依附、滿意度

一、前言

1、研究背景與動機

隨著經濟成長與環保意識的提升，國人對於遊憩活動態度也隨之轉變，台北市從2002年開始舉辦「無車日」(Car free day)活動，鼓勵民眾多步行、使用自行車及搭乘大眾交通工具(古博文，2006)。為了正視自行車的多重正面功能，越來越多國家都把自行車看作都市的「綠色運具」並制定「自行車日」提倡自行車騎乘風氣，而行政院體委會為推展全民自行車運動，於2007年起5月為自行車月且選定每年5月5日為「臺灣自行車日」以寬廣的思維來正視自行車活動。

觀光局推動「觀光客倍增計畫」第五點中指出完成全國自行車道系統計劃，以休閒自行車道串聯各區域，建構「地方性路網」、「區域性路網」及「環島性路網」，逐步建構完整休閒自行車道系統，鼓勵民眾促進運動從事正當休閒活動(交通部觀光局，2007)。

高雄市政府定「2008高雄觀光年」推動觀光發展，愛河全長約16.4公里為高雄主要河川之一，近年整治成功並啟用愛河之心，形成有目共睹的地標，愛河同時也名列觀光旗艦熱門八大景點之一，高雄市以海港起家，與自行車道結合後形成獨特的「陽光、水岸、綠廊」運輸網。同時為迎接2009年世運會，推廣綠色運輸與愛護地球觀念，藉此配合大眾運輸系統，以減少汽、機車輛使用、能源消耗及空氣污染。建構優質安全、多樣化的都會自行車LOOP系統，造具節能、環保與健康有氧的自行車道路，以人文、生態、社區鄰里為主軸，提供社區居民舒適安全的騎乘空間，且對自行車道有密切關係。自行車使用者長時間參與或對自行車相關活動關注程度愈高，其涉入成分也愈高，個人會在較短時間內對某活動形成依賴感之後，會對與活動相關的遊憩環境產生認同感(張良漢、蘇士博和王偉琴，2006)。當人們投入自己喜好的休閒活動時會感受到興奮、投入、專注等心理狀態的程度，能了解及感受所接觸的區域，因此自行車使用者隨時間形成多重的感情，

較容易發展出對地方較強烈的情感，則形成地方依附(張良漢，2007)。

2、研究目的

本研究以高雄市愛河自行車道為實證研究基地，旨在瞭解自行車使用者之社經背景與遊憩特性對於自行車道的涉入程度、自行車使用者對於自行車道及其相關設施所產生的地方依賴感及長時間累積而成的地方認同感之間的關係。本研究冀希藉由結構方程模型來深入了解自行車使用者在從事自行車活動之遊憩涉入、地方依附和滿意度之因果關係及是否有顯著預測力。提供高雄市政府及其他地方政府在進行自行車道規劃時之實際參考。

二、文獻回顧

1、遊憩涉入

Zaichkowsky(1985)將涉入定義為個人基於內在需求、價值觀和興趣，對於某項事物所產生的知覺攸關性。Laurent 和 Kapferer(1985)認為涉入是在特定的刺激下所引發出來的，不同的涉入程度會影響資訊的搜集、處理與決策過程。涉入亦被視為個人的差異變數，一連串資訊處理和購買決策過程的結果，其可以影響到消費者購買行為和參與程度。

Havitz 和 Dimanche(1990)根據 Rothschild(1984)指出涉入是對於遊憩活動一種無法觀察的心理狀態，可能是參加活動後被激發出、因此而覺醒或是對此感興趣的狀態，藉著特定的刺激喚起，並驅動個體對該活動的參與。McIntyre 和 Pigram(1992)將遊客對休閒、遊憩及觀光等活動之持久涉入、情感依附及承諾，發展出對遊憩涉入之量表，將遊憩涉入區分為中心性(centrality)、吸引力(attraction)及自我表現(self expression)三構面，組合成休閒遊憩活動涉入之概念。Hammit、Backlund 和 Bixler(2006)指出，不同時間、過去的體驗、對環境認知、情感之反應、功能的相容性、穩定性與安全感等遊憩涉入，都會影響地方依附之行為構面。

2、地方依附

地方不只是位在某個空間中，更為一個有意義、意象和感覺價值的中心，具有分享經驗情感的特徵，為情感所附著的焦點，令人感覺到充滿意義的地方(Galliano & Leoffler, 1999)。依附原自於心理學研究中嬰兒對母親產生的依附行為(Bowlby, 1958)。因此，地方對於個人是具有價值、有意義，若個人對於地方是正面評價，則會產生個人對於地方的依附感覺(Shannon & Edward, 1995)。

Bricker 和 Kerstetter(2000)將地方依附(place attachment)關係分為地方依賴(place dependence)與地方認同(place identity)，藉由態度、價值、思想、信仰、意義、行為及情感依附所延伸對於地方歸屬感。地方依賴反映出環境可以滿足使用者需求之重要性(Williams, Patterson, Roggenbuck & Watson, 1992)，就是某獨特環境特質的地方可以提供部分的實質資源讓使用者活動。鐘士佳、高育芸和李英弘(2006)認為當空間轉換成具有情感時，地方因個人的經驗不同而產生獨特的意義，隨著時間的延續，個人對地方的情感也會持續的累積。Moore 和 Grafe(1994)研究中指出，個人會在較短時間內對活動相關設施形成依賴感之後，會在對與活動相關的遊憩環境產生認同感。因此使用頻率的高低會對地方依賴的多寡，造成一定程度的影響，地方依賴程度及使用時間的長短又會進一步的影響地方認同。由此可知遊憩涉入與地方依附間存在著某種程度的關連性。Kyle et al., (2003)研究中指出遊憩涉入可以預測地方依附，其中遊憩涉入中的自我表現面向，最能顯著影響地方

依附的程度。

3、滿意度

Oliver(1981)認為消費者滿意度是對事物之間的情緒反應，來自消費者在購買經驗中所獲得的驚喜，即消費者第一次產生的態度是以期望為基礎，之後消費經驗的滿意與否來調整其購買的態度，提出期望失真模式，比較購前期望與購後實際的結果，若能符合期望，則顧客滿意。Fornell(1992)指滿意度包括分項滿意度及整體滿意度二種，分項滿意度是指遊憩活動各屬性的滿意度，而整體滿意度則是衡量遊客對遊憩活動的整體使用結果，為一個整體性的評估。Baker和Crompton(2000)指出遊憩滿意度為遊客個人經歷活動之後的真實經驗，起源於個人與目的地經歷後所產生的心理感覺與情感狀況。

三、研究方法

1、研究架構

本研究引用Hwang、Lee和Chen(2005)所提出的理論研究報告，並以文獻探討為參考基礎，設計出此研究架構，研究假設以及統計方法以達到本研究目的，分別對遊憩涉入、地方依附和滿意度三個構面，其中遊憩涉入包括吸引力、中心性、自我表現，地方依附則包括地方認同及地方依賴，以及滿意度共六個變項與自行車使用者之社經背景和遊憩特性作為本研究架構。歸納本研究目的和相關文獻之各種敘述，擬定本研究假設如下H1：自行車使用者之遊憩涉入與地方依附具有顯著相關。H2：自行車使用者之地方依附與滿意度具有顯著相關。H3：自行車使用者之遊憩涉入與滿意度具有顯著相關。H4：不同社經背景自行車使用者之遊憩涉入、地方依附與滿意度具有顯著差異。H5：不同遊憩特性自行車使用者之遊憩涉入、地方依附與滿意度具有顯著差異。H6：不同騎乘次數自行車使用者對地方依附具有顯著差異，H7：不同騎乘花費時間自行車使用者對遊憩涉入具有顯著差異，如圖1所示。

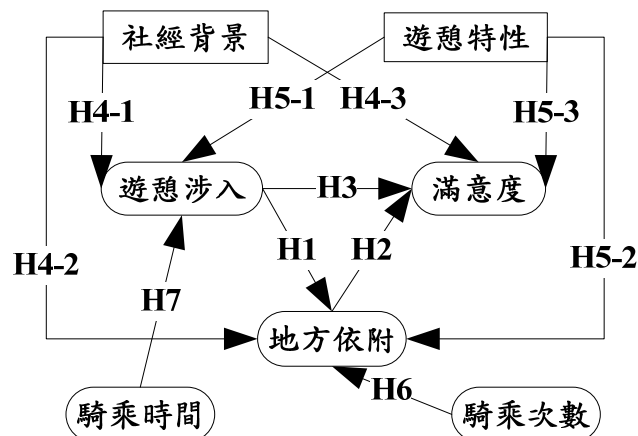


圖 1 研究架構

Figure1 Research framework

2、研究範圍

本研究的研究對象主要針對高雄市自行車道中之愛河自行車道，休閒遊憩自行車使用者，不包含以自行車為通勤、通學、購物之代步交通工具的騎乘者。研

究對象為考慮其填答能力，故選擇年滿 18 歲以上之騎乘者至四個不同 LOOP 進行發放做為填答問卷之對象。研究地點為 LOOP2 河堤社區、新上國小、體育公園、慈濟園區；LOOP3 農十六公園、愛河之心、三民一號公園、客家文物館、光之塔、市立美術館、雕塑公園與內惟埤溼地公園、同盟路椰林、中都窯場；LOOP4 中都橋、七賢國中、愛河沿岸親水公園、建國橋；LOOP5 七賢橋、音樂館、中正橋、歷史博物館、仁愛公園、河西、河東路親水公園與咖啡座、電影圖書館、河濱公園、真愛碼頭。

3、調查方法

(1)、調查過程

2008 年 5 月在愛河自行車道，進行非隨機抽樣之便利抽樣法，發放 50 份測試問卷並進行信度分析與項目分析後加以修飾，修改不適當、語意模糊、引導作答等類型的問題。於 2008 年 7 月 4 至 7 月 8 日間進行問卷發放，發放時間為上午 7 時至 11 時，下午 3 時至晚上 11 時，包括假日與非假日之受訪者，發放問卷 350 份，有效問卷 316 份。

(2)、問卷設計

問卷之對象為至愛河自行車道騎乘之使用者，問卷共分為五個部份，第一部份測量遊憩涉入分為「中心性」、「吸引力」、「自我表現」三構面，共 19 題問項；第二部份地方依附則分為「地方認同」與「地方依賴」兩構面，共 11 題問項，採用 Likert 量表，由 1 至 5 分表示「同意」程度；第三部份整體滿意度為 5 題問項，採用 Likert 量表，由 1 至 5 分表示「滿意」程度；第四部份個人基本資料為年齡、教育程度、個人平均月收入、性別、婚姻、職業與目前居住地，共 7 個題項；第五部份為遊憩特性為騎乘同伴、參與自行車社團、訂閱自行車相關雜誌及書籍、自行車道相關資訊、騎乘次數、騎乘花費時間，共 6 個題項。

(3)、分析方法

正式問卷調查後，以統計套裝軟體 SPSS 12.0 以及 LISREL 8.80 進行分析檢定，包含母體的社經背景及遊憩特性資料，敘述性統計分析、信度分析、項目分析、獨立樣本 *t* 檢定、結構方程模式分析，基本分析以 SPSS 12.0 為分析工具；整體模式分析以 LISREL 8.80 為分析工具。

四、分析結果

1、樣本基本資料

有效受訪樣本中，男性佔 57.3 %；未婚者佔 56.0 %；25~34 歲佔最多數(49.7 %)；職業以服務業佔最多數(19.9 %)；教育程度以大學者佔最多數(46.5 %)；個人平均月收入以 30,001~40,000 元佔最多數(25.9 %)；居住地以三民區佔最多數(35.1 %)；騎乘同伴以家人親戚者佔最多數(34.5 %)；參與自行車社團中以否佔最多數(64.2 %)；自行車類型中以折疊車佔最多數(27.9 %)；此次騎乘預計花費時間中以 61-90 分鐘佔最多數(39.9 %)；裝備方面中以安裝頭燈佔最多數(46.7 %)；訂閱自行車雜誌及書籍以沒有佔最多數(64.2 %)；每月平均來此騎乘次數以 1-5 次最多達(47.5 %)；得知自行車道相關資訊以網路電腦佔最多數(29.1 %)。

2、差異性分析

以獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析來針對愛河自行車道之自行車使用者之社經背景與遊憩特性進行分析，探討其遊憩涉入(吸引力、中心性與自我表現)、地方依附(地方依賴與地方認同)和滿意度是否有差異性存在，如表 1、表 2 所示。

遊憩涉入中「吸引力」面向以花費時間 P 值為 0.028，達到顯著差異，經由事後檢定發現「121 分鐘以上」比「60 分鐘以下」有較高的程度，推論願意花費較長時間來騎乘自行車者較喜歡自行車活動，認為愛河自行車道易於親近，生活也與當地有關連推論。

「中心性」面向中以車燈、頭巾、自行車衣 P 值分別為 0.006、0.026、0.035，達到顯著差異；推論騎乘自行車時會安裝車燈、綁頭巾、穿著自行車衣使用者，大部份花較多的時間投入瞭解自行車且騎乘自行車為主要的生活重心，因此對自行車遊憩涉入的中心性程度較高。

「自我表現」面向中以性別、安全帽、車燈、頭巾、自行車社團、騎乘同伴、個人平均月收入 P 值分別為 0.050、0.004、0.043、0.044、0.001、0.000、0.036，達到顯著差異。推論男性使用者、有攜帶頭巾與安全帽、安裝車燈，大部份皆有參加過自行車相關活動或是參與自行車社團，在從事自行車活動時，比女性較願意真實的表現自己，同時也樂於其他人看見。經由事後檢定發現，騎乘同伴方面「獨自騎乘」和「車友」比「家人親戚」、「朋友」有較高的程度，而個人平均月收入 80,001 以上有較高可支配的金錢使用在自行車參與上，較好的相關備都需要付出一筆費用，因此收入高的受訪者則負擔較高級器材的費用。

地方依附中「地方認同」面向以年齡、騎乘次數 P 值為 0.011、0.000，達到顯著差異；以事後檢定發現 45 歲以上之受訪者皆高於其他年齡層，顯示年齡較高者對地方依附有較高的影響。每月平均來此騎乘次數愈多，以事後檢定發現在地方認同中來此騎乘次數 6-10 次與 16-20 次之受訪者比起 1-5 次有顯著性差異，推論 45 歲以上年齡層在當地居住時間較久且會定期來此騎乘自行車對當地的情感與責任感有較深的連結等因素。

「地方依賴」面向中以婚姻、自行車社團、年齡、居住地、騎乘次數 P 值分別為 0.009、0.027、0.004、0.005、0.000，達到顯著差異；推論已婚之自行車使用者其因有子女、家庭觀念及對當地的責任感與情感有較深的連結等因素，故對於在愛河自行車道有較多的互動關係之下，因而有較高之地方依賴程度。未參與自行車社團活動之受訪者較常在生活範圍之內騎乘自行車，故較常來此騎乘進而有較高的地方依賴。以事後檢定發現，每月平均來此騎乘次數愈多在地方依賴中來此騎乘次數 6-10 次與 16-20 次之受訪者比起 1-5 次有顯著性差異，推論 45 歲以上年齡層在愛河自行車道旁居住時間較久且會定期來此騎乘自行車對當地有較多的情感依賴。

「滿意度」頭巾、騎乘同伴、花費時間 P 值分別為 0.028、0.000、0.019，達到顯著差異；未戴頭巾騎乘自行車者有較高滿意度，來愛河自行車道時以休閒輕鬆的服裝配件騎乘自行車推論騎乘自行車為其遊憩活動，故對此整體滿意度相對較高。在騎乘同伴方面則是以「家人親戚」比「獨自騎乘」有較高的程度，推論來此騎乘時以家人親戚為主的受訪者以休閒為主故在滿意程度上高於獨自騎乘的受訪者。在花費時間方面「91-120 分鐘」比「121 分鐘以上」有較高的程度，推論長時間來愛河自行車道騎乘的使用者，接觸時間較長所要求也較高。

綜合以上結果顯示 H4：不同社經背景自行車使用者之遊憩涉入、地方依附與

滿意度皆具有顯著差異。H5：不同遊憩特徵自行車使用者之遊憩涉入、地方依附與滿意度具有顯著差異，有部分假設未達顯著性。

表 1 不同社經背景與遊憩特性對於遊憩涉入、地方依附與滿意度之獨立樣本 t 檢定
Table 1 The Independent-Samples T test of social demographic and recreation characteristic in recreation involvement, place attachment and satisfaction

項目	性別 P 值	婚姻 P 值	安全帽 P 值	車燈 P 值	頭巾 P 值	自行車衣 P 值	自行車社團 P 值
吸引力	0.290	0.469	0.651	0.547	0.686	0.214	0.058
中心性	0.085	0.319	0.071	0.006	0.026	0.035	0.111
自我表現	0.050	0.519	0.004	0.043	0.044	0.736	0.001
地方認同	0.585	0.277	0.441	0.863	0.921	0.633	0.065
地方依賴	0.843	0.009	0.942	0.665	0.667	0.336	0.027
滿意度	0.159	0.665	0.469	0.672	0.028	0.300	0.296

表 2 不同社經背景與遊憩特性對於遊憩涉入、地方依附與滿意度之單因子變異數分析
Table 2 The One-way ANOVA of social demographic and recreation characteristic in recreation involvement, place attachment and satisfaction

項目	年齡 P 值	職業 P 值	居住地 P 值	騎乘同伴 P 值	花費時間 P 值	騎乘次數 P 值	個人平均月收入 P 值
吸引力	0.104	0.405	0.485	0.059	0.028	0.062	0.233
中心性	0.374	0.495	0.873	0.239	0.132	0.504	0.552
自我表現	0.420	0.497	0.875	0.000	0.052	0.291	0.036
地方認同	0.011	0.649	0.318	0.285	0.123	0.000	0.978
地方依賴	0.004	0.800	0.005	0.108	0.050	0.000	0.795
滿意度	0.035	0.294	0.342	0.000	0.019	0.152	0.929

3、遊憩涉入、地方依附與滿意度的關係

為呈現遊憩涉入、地方依附與滿意度間之因果效果，本研究利用結構方程式對此三個變項的因果假設模型進行驗證性因素分析。測量模式參數估計的指標為因素負荷量在 0.5 以上、標準化殘差超過 ± 2.58 、 t 值必須大於 1.96、 R^2 則以 t 值大到顯著， R^2 就可接受，三個構面中之建構信度在 0.8 以上、平均萃取變異量大於 0.5，如表 3、表 5、表 7 所示；區別效度中相關信賴區間不能包含 1，如表 4、表 6 所示。驗證性因素分析達到模式適配標準要求，並將未達標準參數估計的測量變項刪除之。ATT1、ATT2、ATT3、ATT7、ATT8、ATT9、CEN1、CEN3、SEL4、PI4、PI5、PI6、PD4、PD5 等題項刪除後，進行整體模式適配。

表 3 遊憩涉入變項的描述性統計與驗證性因素分析
Table 3 The descriptive statistics and confirmatory factor analysis of the recreation involvement variables

代號	測量變項	平均數	標準差	因素負荷量	標準化殘差	t 值	R^2	建構信度	平均萃取變異量
	吸引力(構面)	4.02						0.87	0.44
ATT1	騎自行車對我而言很重要	3.72	0.85	0.41	0.54	8.29	0.24		
ATT2	騎自行車很有趣	4.19	0.72	0.45	0.54	11.18	0.39		

代號	測量變項	平均數	標準差	因素負荷量	標準化殘差	t 值	R ²	建構信度	平均萃取變異量
ATT3	騎自行車很愉快	4.30	0.69	0.44	0.29	11.31	0.40		
ATT4	我非常喜愛騎自行車	4.18	0.76	0.57	0.24	14.55	0.58		
ATT5	騎自行車對我而言是一件很滿意的活動	4.40	0.64	0.51	0.15	15.24	0.63		
ATT6	騎自行車對我而言是一件很開心的活動	4.36	0.65	0.53	0.14	15.98	0.67		
ATT7	我喜歡與朋友討論騎自行車的相關事情	3.79	0.88	0.56	0.46	11.68	0.41		
ATT8	我對自行車的知識非常瞭解	2.96	0.88	0.37	0.64	17.24	0.18		
ATT9	壓力增加時，騎自行車讓人放鬆心情	4.30	0.71	0.32	0.39	8.09	0.21		
	中心性(構面)	3.45						0.86	0.51
CEN1	我的生活與騎自行車息息相關	3.36	0.88	0.57	0.45	11.78	0.42		
CEN2	騎自行車在我的生活中扮演重要角色	3.50	0.81	0.59	0.30	13.77	0.53		
CEN3	騎自行車是我主要的休閒活動	3.91	0.92	0.55	0.53	10.74	0.36		
CEN4	我的朋友大部分都有在騎自行車	3.40	0.99	0.66	0.54	12.26	0.45		
CEN5	騎自行車是主要的生活重心	3.27	0.85	0.67	0.27	14.96	0.62		
CEN6	我花許多時間在騎乘自行車	3.23	0.85	0.62	0.34	13.30	0.53		
	自我表現(構面)	3.79						0.83	0.55
SEL1	騎自行車時，可以呈現我的休閒風格	4.08	0.83	0.62	0.30	13.68	0.57		
SEL2	騎自行車時，可以看出一個人的個性	3.81	0.91	0.70	0.34	13.87	0.60		
SEL3	騎自行車時，可以真實表現自己	3.73	0.92	0.69	0.37	13.33	0.56		
SEL4	騎自行車時，樂於讓其他人注意我	3.52	1.09	0.56	0.88	8.73	0.26		

表 4 遊憩涉入區別效度檢定表

Table 4 The discriminate validity chart of recreation involvement

潛在變數		吸引力	中心性	自我表現
吸引力	相關係數	1.00		
	標準差	-		
	相關信賴區間	-		
中心性	相關係數	0.46	1.00	
	標準差	0.05		
	相關信賴區間	[0.362,0.558]		
自我表現	相關係數	0.43	0.48	1.00
	標準差	0.05	0.05	
	相關信賴區間	[0.332,0.528] [0.382,0.578]		

表 5 地方依附變項的描述性統計與驗證性因素分析
Table 5 The descriptive statistics and confirmatory factor analysis of the place attachment variables

代號	測量變項	平均數	標準差	因素負荷量	標準化殘差	t 值	R ²	建構信度	平均萃取變異量
	地方認同(構面)	3.93						0.90	0.61
PI1	對我而言，這條自行車道很有意義	3.80	0.91	0.66	0.40	14.19	0.52		
PI2	我覺得這自行車道是我生活的一部分	3.61	0.90	0.70	0.32	15.91	0.61		
PI3	我非常喜歡到這條自行車道騎乘	4.10	0.80	0.65	0.21	17.09	0.67		
PI4	我強烈認同這條自行車道	3.95	0.82	0.69	0.20	17.80	0.70		
PI5	我願意再來騎這條自行車道	4.39	0.66	0.44	0.23	13.15	0.46		
PI6	我對這條自行車道有特別情感	3.75	0.85	0.63	0.32	14.90	0.55		
	地方依賴(構面)	3.44						0.81	0.48
PD1	相對其他自行車道，我比較喜歡這條自行車道	3.78	0.81	0.69	0.19	15.92	0.72		
PD2	相對其他自行車道，我更滿意這條自行車道	3.67	0.84	0.69	0.24	14.94	0.66		
PD3	相對其他自行車道，到這騎自行車比較重要	3.46	0.93	0.70	0.37	13.26	0.57		
PD4	我不會到其他自行車道騎自行車	2.46	1.04	0.54	0.77	9.22	0.28		
PD5	這自行車道是騎乘自行車的好地方	3.82	0.83	0.51	0.42	11.20	0.39		

表 6 地方依附區別效度檢定表
Table 6 The discriminate validity chart of place attachment

潛在變數	地方認同	地方依賴
相關係數	1.00	
地方認同 標準差	-	
相關信賴區間	-	
相關係數	0.69	1.00
地方依賴 標準差	0.03	
相關信賴區間	[0.592,0.788]	

表 7 滿意度變項的描述性統計與驗證性因素分析
Table 7 The descriptive statistics and confirmatory factor analysis of the satisfaction variables

代號	測量變項	平均數	標準差	因素負荷量	標準化殘差	t 值	R ²	建構信度	平均萃取變異量
	滿意度(構面)	3.27						0.92	0.69
SA1	自行車道路線指標	3.54	0.96	0.85	0.20	19.57	0.78		

代號	測量變項	平均數	標準差	因素負荷量	標準化殘差	t 值	R ²	建構信度	平均萃取變異量
SA2	自行車道路線規劃	3.54	0.93	0.88	0.18	19.76	0.79		
SA3	自行車道之安全性	3.02	1.04	0.84	0.37	17.08	0.66		
SA4	綠蔭遮陽效果	2.53	0.92	0.68	0.42	14.16	0.50		
SA5	整體而言，騎乘自行車體驗滿意度	3.71	0.83	0.70	0.20	18.18	0.71		

整體而言受訪者各項認知的平均數介於 2.53-4.40 之間，就遊憩涉入而言得分最高的問項為「騎自行車對我而言是一件很滿意的活動」(4.40)，最低者為「我花許多時間在騎乘自行車」(3.23)；就地方依附而言得分最高的問項為「我非常喜歡到這條自行車道騎乘」(4.10)，最低者為「相對其他自行車道，到這騎自行車比較重要」(3.46)；就滿意度而言得分最高的問項為「整體而言，騎乘自行車體驗滿意度」(3.71)，最低者為「綠蔭遮陽效果」(2.53)。

本研究經驗證性因素分析後，進行整體SEM分析，遊憩涉入可分為吸引力、中心性和自我表現，地方依附構面則是由地方認同與地方依賴，如圖 2 所示。該模式的適配度如下： χ^2 值 = 318.62、 χ^2/df = 1.68、GFI = 0.92、AGFI = 0.90、CFI = 0.98、NFI = 0.95、NNFI = 0.97、IFI = 0.98、RFI = 0.94、RMR = 0.036、RMSEA = 0.046。以上所有配適度指標皆符合標準值，顯示本模式具有良好適配度。整體而言顯示遊憩涉入之中心性對地方認同有較強烈的意見成正面影響(0.22)，且中心性對滿意度為正向且直接的顯著(0.20)，自我表現對地方依賴是正向且直接的顯著(0.16)，地方依賴對滿意度為正向且直接的顯著(0.31)，自我表現及吸引力對滿意度為負向且直接的顯著(-0.12)。此次騎乘預計花費時間不同之使用者對吸引力構面呈顯著正相關(0.18)，每月平均來此騎乘次數不同之使用者對地方認同呈顯著正相關(0.25)。

綜合以上結果顯示 H1：自行車使用者之遊憩涉入與地方依附具有顯著相關。H2：自行車使用者之地方依附與滿意度具有顯著相關。H3：自行車使用者之遊憩涉入與滿意度具有顯著相關。H6：不同騎乘次數自行車使用者對地方依附具有顯著差異，H7：不同騎乘花費時間自行車使用者對遊憩涉入具有顯著差異。

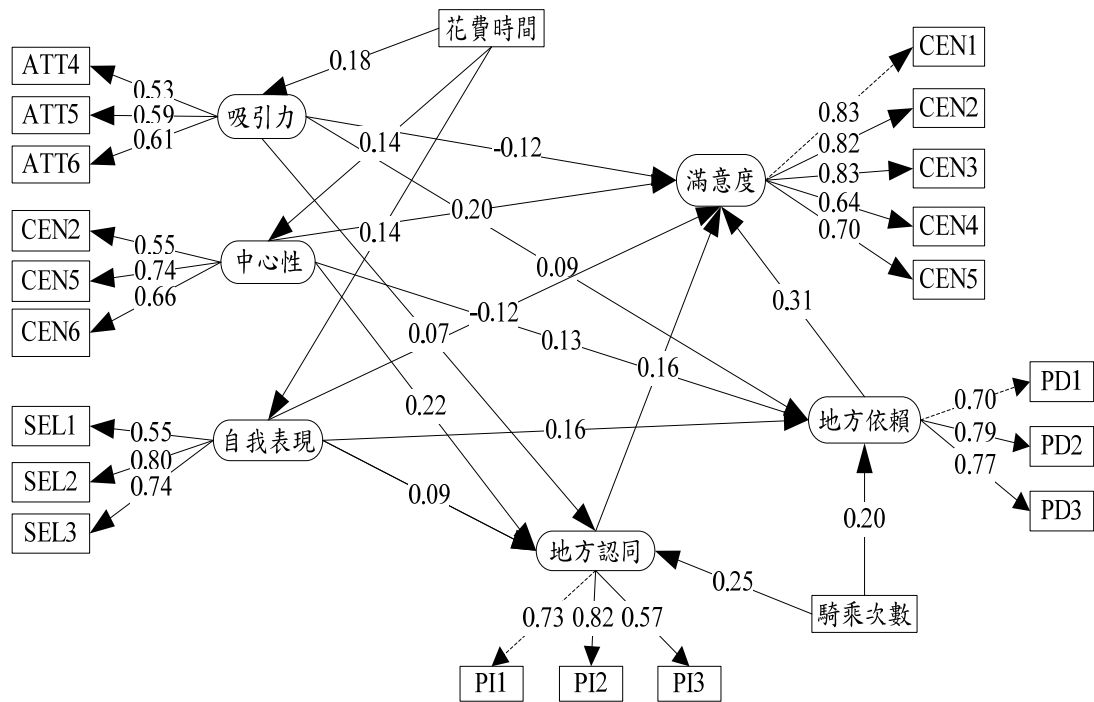


圖 2 各構面模式徑路分析
Figure 2 Each aspect model path analysis

五、結論與建議

1、結論

研究發現前往愛河自行車道使用者以男性居多，在年齡層方面分佈於 25-34 歲；婚姻狀況大部份為未婚者；個人平均月收入為 30,001-40,000 元；受訪者學歷以大學和專科學歷者為主；職業主要是服務業，其次是製造業，依序是軍公教警；大部份受訪者居住地為三民區，其次是苓雅區；騎乘同伴主要以家人親戚為主，其次為獨自騎乘；自行車類型以折疊車和變速腳踏車為主；大部分受訪者沒有參與自行車社團也沒有訂閱自行車雜誌及書籍；此次騎乘預計花費時間主要為 61-90 分鐘；每月平均來次騎乘次數以 1-5 次為主；網路電腦則為主要來此騎乘時所得知之相關資訊；而車燈則為大多數自行車使用者會安裝的基本配備。

經由結構方程式，研究結果顯示愛河自行車道受訪者對於「騎自行車對我而言是一件很滿意的活動」、「我非常喜歡到這條自行車道騎乘」、「整體而言，騎乘自行車體驗滿意度」較為同意，而受訪者對「我花許多時間在騎乘自行車」、「相對其他自行車道，到這騎自行車比較重要」、「綠蔭遮陽效果」較不同意；意謂大部分的受訪者認為騎乘自行車為一項滿意的休閒活動，而騎乘自行車的時分卻相對較少，雖然對愛河自行車道整體滿意程度不錯且願意再次前來，但還是會到其他自行車道進行自行車活動，同時大部分受訪者都希望應再加強綠樹遮陽或休憩涼亭，提供自行車者休息使用，以改善遮陽效果。

遊憩涉入以中心性對地方認同有較強烈的意見成正面影響，中心性對滿意度也為正面影響。顯示居住愛河附近的居民，把愛河自行車道當成主要的生活重心同時對愛河自行車道的滿意度也相對較高。而自我表現對地方依賴為正面影響，地方依賴對滿意度也為正面影響，但自我表現對滿意度卻為負向影響。顯示來此騎乘的受訪者對愛河自行車道的滿意度相對較不滿意，但若對愛河自行車道有一

定情感依賴的受訪者對滿意度就呈現較高的滿足程度，因此自我表現的受訪者在短時間內對自行車活動相關設施形成依賴感，但尚未對愛河自行車道產生認同感。可將此族群設定為主要行銷目標，應增加其對自行車道之地方認同感及依賴感，提高滿意度以推動自行車成為主要都市中的綠色運具。

同時發現騎乘預計花費時間不同之使用者對遊憩涉入呈正向影響，及每月平均來此騎乘次數不同之使用者對地方依附呈正向影響，顯示花費時間和騎乘次數被納為重要控制變數的合理性，環境的使用頻率以及對環境的熟悉度確實會影響地方依附和遊憩涉入。

2、建議

自行車道規劃設置方面，由於高油價時代來臨，自行車不只是假日或休閒時的遊憩工具，同時也形成一般通勤的交通工具。政府規劃自行車道時應該規劃市區自行車道，給上班族在城市中有安全的騎單車環境。另外，自行車使用者已普遍認為高雄自行車道之環境、設施及資源符合從事自行車活動場所之條件，卻在研究假設 H3 的檢定中，本研究得到自行車使用者之吸引力和自我表現對滿意度具有顯著的負相關性，顯示涉入程度越高者反而對滿意度越低，仍有部分建議相關單位需多加強，因提高滿意度使騎乘自行車意願增加，建立永續的綠色交通系統。

自行車道安全性的部份，認為局部的路段因木板鋪面施工品質較差，木板容易斷掉、凹陷或隆起，且維修工程實施時間較長，常造成自行車使用者受傷；其次為夜間照明設施明顯不足，易造成騎乘時安全上的顧慮；再者為自行車道設計上不夠寬敞，會車時造成無法同時騎乘而必須將速度減緩以策安全。

舉辦自行車相關活動，推動無污染健康城市環境，號召喜愛自行車休閒運動的民眾，結合相關資源，建議自行車業者一同推廣親子同遊、增進家庭和樂及全民自行車運動風氣，喚起以騎自行車健身的方式，體驗騎乘自行車的逍遙與自在，暨提倡市民正當的休閒活動。

參考文獻

1. 古博文，「邁向自行車島：從遊憩型到運輸型的自行車」，國民體育季刊，第三十五卷，第一期，pp.83-87(2006)。
2. 交通部觀光局，旅行台灣年工作計畫核定版，同作者，台北(2007)。
3. 張良漢、蘇士博和王偉琴，「不同活動涉入程度對地方依戀之研究」，運動休閒管理學報，第三卷，第二期，pp.1-18(2006)。
4. 張良漢，「登山健行活動涉入量表信度與效度之建構」，運動休閒管理學報，第四卷，第一期，pp.34-43(2007)。
5. Zaichkowsky, J. L. "Measuring the Involvement Construct," Journal of Consumer Research, 12, pp.341-352(1985).
6. Laurent, G., & Kapferer, J. N. "Measuring Consumer Involvement Profiles," Journal of Marketing Research, 22(1), pp.41-53(1985).
7. Havitz, M. E., & Dimanche, F. "Propositions for Testing the Involvement Construct in Recreational and Tourism Contexts," Forest Science, 12, pp.179-195(1990).
8. Rothschild, M. L. "Perspectives on Involvement: Current Problems and Future Directions," Advances in Consumer Research, 11, pp.216-217(1984).
9. McIntyre, N., & Pigram, J. "Recreational Specialization Reexamined: The Case of Vehicle-Based Campers," Leisure science, 14, pp.3-15(1992).

10. Hammitt, W. E., Backlund, E. A., & Bixler, R. D. "Place Bonding for Recreation places: Conceptual and Empirical Development," *Leisure Studies*, 25(1), pp.17-41(2006).
11. Galliano, S. J., & Loeffler G. M. "Place Assessment: How People Define Ecosystem. Pacific Northwest Research Station. Portland, Oregon," U. S. Department of Agriculture, Forest Service General Technical Report, PNW-GTR-462(1999).
12. Bowlby, J. "The Nature of a Child's Tie to His Mother." *International Journal of Psycho-Analysis*, 39, pp.350-373(1958).
13. Shannon, G., & Edward, J. R. "The Effect of Goal Orientation and Place Dependence on Select Goal Interferences among Winter Backcountry Users," *Leisure Science*, 17, pp.171-183(1995).
14. Bricker, K. S., & Kerstetter, L. "Level of Specialization and Place Attachment: An Exploratory Study of Whitewater Recreationists." *Leisure Sciences*, 22(4), pp.233-257(2000).
15. Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., & Watson, A. E. "Beyond the Commodity Metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place," *Leisure Sciences*, 14, pp.29-46(1992).
16. 鐘士佳、高育芸和李英弘, "高雄市城市光廊場所依戀之研究", *中華建築學刊*, 第二卷, 第二期, pp.3-16(2006)。
17. Moore, R. L., & Graefe, A. R. "Attachments to Recreation Settings: The Case of Rail-Trail Users," *Leisure Sciences*, 16, pp.17-31(1994).
18. Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. "An Examination of the Relationship between Leisure Activity Involvement and Place Attachment Among Hikers along the Appalachian Trail." *Journal of Leisure Research*, 35(3), pp.249-273(2003).
19. Oliver, R. L. "Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Settings," *Journal of Retailing*, 57(3), pp.25-48(1981).
20. Fornell, C. "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience," *Journal of Marketing*, 56(1), pp.6-21(1992).
21. Baker, D. A., & Crompton, J. L. "Quality, Satisfaction Behavioral Intentions," *Annals of Tourism Research*, 27(3), pp.785-804(2000).
22. Hwang, S. N., Lee, C., & Chen, H. J. "The Relationship among Tourists' Involvement, Place attachment and Interpretation Satisfaction in Taiwan's National Parks," *Tourism Management*, 26, pp.143-156(2005).

A study on relationships among recreation involvement, place attachment and satisfaction for Love River bike path

Chia-Hao Liu^{1*}, and Ming-Tsung Lee²

¹Graduate student, Tourism and Hospitality Management Graduate School, National Kaohsiung University of Applied Sciences, Kaohsiung city, 807, Taiwan

²Assistant Professor, Tourism and Hospitality Management Graduate School, National Kaohsiung University of Applied Sciences, Kaohsiung city, 807, Taiwan

Abstract

Along with awaking of sustainable development and eco-awareness, recreation activities should be encouraged being more environmental friendly. Bicycle is less to the environment impact and low pollution and it's a multi-functional traffic tool with the capabilities of the transportation, leisure, sport and so on. To become the government promotes a demonstrative of most sustainable Green Modes, guide the habit that people ride the bicycle, and make residents to the usage that the bicycle even can live to turn. The purpose of the study is to investigate the different social demographic and recreation characteristic bikers' relationships among recreation involvement, place attachment and satisfaction for Love River bike path in Kaohsiung city. A total of 316 effective questionnaires are received. The analysis was conducted by SPSS 12.0 and LISREL 8.80. The results of SEM showed that the path analysis demonstrated recreation involvement of centrality specificity influent place attachment. The stronger in the place attachment of biker significantly affected satisfaction. But recreation involvement of self expression negative directly influences satisfaction. The results are suggested to be useful references for the managerial sector while improving the Love River bike path, in order to increase the sense of place identity and place dependence of the residents. Enhances the satisfaction to cause will to ride the bicycle, and set up a sustainable traffic system.

Keywords: biker, recreation involvement, place attachment, satisfaction