

# 重型機車騎士的休閒旅遊動機及旅遊滿意度之研究 -以屏東地區為例

吳穌\*、林紀玲\*\*、陳飛谷\*\*\*、陳奕呈\*\*\*\*、張雲普\*\*\*\*\*

## 摘要

本研究目的為：探討屏東之大型重型機車騎士的休閒旅遊動機及旅遊滿意度之差異情形與其相關情形。以屏東縣 166 位大型重型機車之騎士做為研究對象。以 SPSS 13.0 for windows 版統計軟體作為資料整理及統計分析，統計方法為描述性統計、t 考驗、單因子變數分析及皮爾遜積差相關，顯著水準定為  $\alpha=.05$ ，結果發現：一、不同性別、年齡、月收入、旅遊季節騎乘大型重型機車騎士的休閒旅遊動機差異達顯著水準。二、不同教育程度騎乘大型重型機車騎士的休閒旅遊動機差異未達顯著水準。三、不同年齡、旅遊季節騎乘大型重型機車騎士的旅遊滿意度差異達顯著水準。四、不同性別、教育程度、月收入騎乘大型重型機車騎士的旅遊滿意度差異未達顯著水準。五、休閒旅遊動機與旅遊滿意度呈正中度相關。

關鍵字：重型機車、旅遊動機、旅遊滿意度

---

\*美和科技大學休閒運動保健系專任教授

\*\*大仁科技大學休閒運動管理系專任副教授

\*\*\*美和科技大學休閒運動保健系學生

\*\*\*\*美和科技大學休閒運動保健系學生

\*\*\*\*\*美和科技大學休閒運動保健系學生

## 壹、前言

### 一、研究背景與動機

現在的休閒活動不再是傳統意義的「休息」，更是一種生活方式或生活品質，人們透過工作以外的空暇時間參與不同的休閒活動，並獲得不同的體驗及感受，以達到生理及心理的恢復。因此休閒活動不再是舒壓工作壓力，恢復工作時積蓄的身心疲憊，其目的更希望能透過休閒活動的參與過程中，提升幸福感及自我價值，拓展自己的社交圈，進而滿足社交性需求 (Ios-Ahola & Graefe, 1988)。由於，休閒產業的開發與發展，健康意識與休閒觀念普及，運動性休閒活動興起另一波新的休閒風潮 (蕭佳修等, 2005)。運動休閒成為現代人在空閒時間中，所從事的一種，主要是體育性的類型，例如：慢跑、爬山、打球、騎腳踏車等一般常見活動之外 (詹博閔, 2007)。還有使用動力機械的運動，如水上摩托車賽、快艇、F-1 賽車、越野車賽、重型機車比賽 (GP) 等活動。國內推動觀光活動已蔚為風潮，各縣市政府默不利用其他地區特色，以及舉辦各式各樣的主題活動旅遊活動。從國內不老騎士的環島傳奇故事，以及外國影集「荒野大鏢客」介紹四位中年人士騎乘重型機車橫跨美國旅遊的故事，都闡述騎乘機車進行觀光旅遊所具有的背景與動機，無非是想享受御風的感受、欣賞沿途的風景，感受各地的人文風俗，接受同好的支持與鼓勵，以及對自我的肯定與認同之外，當然也有的是要一圓夢想，不虛此生。呂惠富 (2008) 指出鼓勵高齡者從事休閒活動具有其必要性，對具有活動與行動能力的高齡者而言，藉由參與運動型態的休閒活動延緩老化並促進身體健康。期盼藉由成功的觀光旅遊活動，可帶來可觀的地方收益以繁榮地方經濟 (周靜宜, 2011)。

馬惠玲 (2003) 認為觀光遊憩資源是指凡是能夠提供遊客參觀遊憩的地方，在其區域範圍內有能達到娛樂目的之一切自然資源和人為資源與觀光遊憩活動有關的設施，並能滿足遊客之需求者之所有物件。然而，遊客會依照不同的社經地位、特性，在不同的風俗文化影響下，產生多樣的態度、偏好及動機，並以不同的方式影響其他對旅遊滿意度及品質知覺 (侯錦雄, 1990)。Thomas 在 1964 年首先提出十八種重要的旅遊動機，並將之歸納成四大部分：1. 教育與文化。2. 休閒與娛樂。3. 種族傳統。4. 其他 (蔡麗伶譯, 1990)。McIntosh and Gupta 在 1977 年則提出基本的旅遊動機可分成四類：1. 生理動機。2. 文化動機。3. 人際動機。4. 地位和聲望動機 (謝淑芬, 1994)。盧雲亭 (1993) 指出觀光型旅遊是旅遊者被異鄉的風景、名勝所吸引，而透過旅行獲得美的享受，其中包括觀覽自然風光、名勝古蹟、社會風情等。Swarbrooke and Horner (1999) 則將旅遊型態分為拜訪親友、商務觀光、宗教觀光、健康觀光、社會性觀光、教育性觀光、文化性觀光、風景性觀光、活動性觀光等。陳信甫、陳永賓 (2003) 將旅遊型態分為文化型、休憩型、宗教型、會議形、產業型、特殊興趣型。詹博閔 (2007) 研究結果發現，大型重型機車活動參與者多為男性，年齡集中於 21 至 40 歲間，平均

月收入為 20,001 元至 60,000 元間。多數參與者每週會參與大型重型機車活動，具 2-3 年活動經驗者為多，每月用於重型機車之花費為 5,000 元以下，同伴人數多為 4 人以上，活動時段多為早上，以例假日型參與大型重型機車活動趨多，半數以上參與者擁有重機數超過 1 部。陳君圻（2008）研究結果發現遊客生活型態與旅遊型態具有顯著差異，規律活躍群、資訊充實群遊客旅遊以社交旅遊型為主，獨立社交群則是以玩樂旅遊型為主。李柏宏（2008）研究結果發現大型重型機車遊憩活動受訪者多為男性且活動經驗以 1 年至未滿 3 年居多。趙治俊（2009）的研究結果發現性別、年齡、教育程度、每月所得的旅遊動機有差異存在。林富真（2012）的研究結果發現大型重型機車騎乘者的性別、收入的參與動機有差異存在，而年齡、教育程度則無差異存在。林怡秀、陳文英（2012）指出主觀規範、對於重機旅遊之態度、知覺行為控制及對於重機旅遊之信念為重機旅遊意圖的顯著前因變項。謝振榮、謝政毓（2010）認為由於政府與民間的立場不同，對現行法規仍有許多爭議，以至於開放初期在路權、稅金、停車等問題處理上，有失公平原則，間接阻礙此項新興休閒活動（重機旅遊）的發展。

李志能（2009）認為滿意度主要衡量實際績效與期望的差距，若實際績效比期望還好則消費者會感到滿意；反之，若績效比期望還差，則消費者會感到不滿意。邱博賢（2003）認為滿意度是一種個人生理或心理的感受狀況，也是個人對於情境的主觀表現。顧客滿意度是「產品經驗至少與想像的一樣好的評價」（*Hunt, 1977*）。*Oliver (1998)* 認為顧客滿意是由顧客所預期的產品或服務的實現程度，反應出預期與實際結果是否成一致，如係滿意一致，則屬之。遊憩體驗是遊憩者在其周圍環境中，藉由選擇參與以較喜歡之遊憩活動，以獲得生理、心理上滿意之體驗（*陳水源, 1989*）。然而，觀光地本身就會帶給別人正面或是負面的感覺，其判斷的價值常因不同的觀光市場區隔或其情感牽連與結合而有所不同（*Davidoff & Davidoff, 1983*）。因此，個人的認知信念決定其對觀光地的滿意與否，消費者在心中產生了期待，這些期待感將決定觀光客後續的行為（*Pearce, 1982*）。*魏弘發 (1996)* 指出遊憩阻礙認知因素會影響遊客的總旅遊滿意度，當遊憩阻礙認知愈大時，遊客的遊憩總旅遊滿意度則愈低，遊客對各項資源（如、資源環境、經營管理）的旅遊滿意度愈高時，其對遊憩的總旅遊滿意度愈高，其中以資源環境的旅遊滿意度與總旅遊滿意度的關係最強。*楊志雄 (2011)* 的研究結果發現遊客特性與遊客參與行為皆與旅遊意象與滿意度呈顯著差異；其中指出目的地所提供的所有觀光資源、品質及風俗民情等，若能提高遊客對舒適度、吸引力的意向，相對的滿意度也會提升。*黃尹萱 (2005)* 表示透過分析特定族群之共同生活型態，可以了解族群之特性，並且預測其未來可能之消費行為。

台灣觀光事業隨著社會進步，發展出多元化的旅遊型態，因此舊有的休閒活動已無法滿足國民外出旅遊的需求，加上大型重型機車的開放，更讓大型重型機車運動發展崛起，機車運動與機車休閒已成了新的休閒風潮，更改變人們對機車使用的觀念，因此大型重型機車也被歸納為「休閒運動工具」（*大紀元時報, 2007*）。*林怡秀、陳文英 (2012)* 亦指出重機旅遊在台灣已成為一項受歡迎的休

閒活動。在開放大型重型機車後，已經是旅行的一股擋不住的新興趨勢與風潮，如果能提供車友一個安全無慮的停車環境，更能提供車友更多休閒的歡樂場所，帶動台灣觀光與重車產業界結合，達成旅遊業、重車業、消費者三贏局面，一同打造未來台灣觀光新願景（重車地平線，2011）。

## 二、研究目的

基於上述的背景與動機，本研究目的為探討屏東地區重型機車旅遊者之不同背景對旅遊動機與滿意度之差異情形。以及旅遊動機與滿意度之間的相關情形。

## 貳、研究方法

### 一、研究架構

依據研究背景、動機與目的，提出本研究架構，如圖 1。

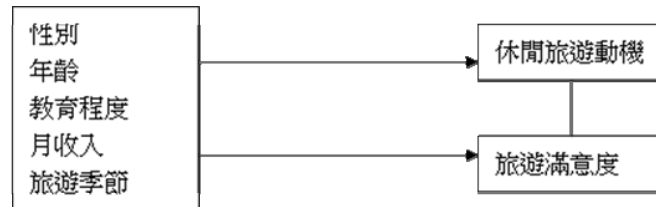


圖 1 研究架構圖

### 二、研究對象

以屏東地區 166 位擁有大型重型機車駕照，並曾騎乘大型重型機車出遊之騎士為研究對象。

### 三、研究工具

#### (一) 問卷設計

本問卷為自編問卷，係參考詹博閔（2007）、李柏宏（2008）、李志能（2009）的問卷，設計出「大型重型機車騎士的休閒旅遊動機及旅遊滿意度問卷」，內容共三部份，第一部分基本資料 5 題，包括性別、年齡、教育程度、月收入、旅遊季節。；第二部分騎乘大型重型機車休閒旅遊動機 11 題，並採用 Likert 五點尺度評分方式，依「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」五個尺度分別給予等距分數 5、4、3、2、1；第三部分騎乘大型重型機車旅遊滿意度 10 題，並採用 Likert 式五點尺度評分方式，依「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」五個尺度分別給予等距分數 5、4、3、2、1。

#### (二) 效度分析

1. 騎乘大型重型機車休閒旅遊動機：依各種因素內容與特性分析取出一個因素（特徵值 7.34、解釋變異量 66.73%）。

2. 騎乘大型重型機車旅遊滿意度：依各種因素內容與特性分析取出二個因素，分別命名為「地區概況」（特徵值 5.31、解釋變異量 53.05%）、「資訊服務」（特徵值 1.07、解釋變異量 10.72%）二個因素，解釋變異量累積為 63.77%。

#### (三) 信度分析

騎乘大型重型機車休閒旅遊動機內部一致性  $\alpha$  值 = 0.949；騎乘大型重型機車旅遊滿意度整體得  $\alpha$  值 = 0.897，「地區概況」因素得  $\alpha$  值 = 0.875、「資訊服務」因素得  $\alpha$  值 = 0.797。顯示本問卷具有良好的信度。

#### 四、資料處理

以 SPSS 13.0 版統計軟體作為分析工具進行分析與處理。並以描述性統計、獨立樣本 T 考驗 (T-test)、單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)、皮爾遜積差相關驗證分析所有問題。顯著水準訂為  $\alpha = .05$ 。

### 參、結果分析與討論

#### 一、不同背景對休閒旅遊動機之差異情形

##### (一) 不同性別對休閒旅遊動機之差異情形

由表 3-1-1 的結果顯示出不同性別騎乘大型重型機車的休閒旅遊動機差異達顯著水準 ( $t=6.91, p<.05$ )，男性 ( $M=4.38$ ) 旅遊動機高於女性 ( $M=3.52$ )。本研究結果顯示出男性騎乘重型機車的人數較多，而且旅遊動機亦較女性為高。此結果與詹博閔 (2007)、趙治俊 (2009)、林富真 (2012) 研究結果相符合。由於大型重型機車較一般機車大且重，我國一般女性身型較嬌小且輕，是否成為影響動機的因素之一，尚需做進一步的探究。

表 3-1-1

不同性別騎乘重型機車的休閒旅遊動機之 t 考驗分析摘要表

變項	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
整體	男	150	4.38	0.69	6.91*	.001
	女	16	3.52	0.44		

$p<.05$

##### (二) 不同年齡對休閒旅遊動機之差異情形

由表 3-1-2 的結果顯示出不同年齡騎乘大型重型機車的休閒旅遊動機差異達顯著水準 ( $F=8.10, p<.05$ )，經事後比較發現不同年齡層之間有差異存在，21-30 歲 ( $M=4.67$ ) 的休閒旅遊動機顯著高於 31-40 歲 ( $M=4.23$ )、41 歲以上 ( $M=4.11$ ) 二組。由此可知，騎乘大型重型機車的休閒旅遊動機以年輕族群 (21-30 歲組) 最高，而年齡層較高者 (41 歲以上組) 的休閒旅遊動機最低。本研究結果與詹博閔 (2007) 趙治俊 (2009) 的研究結果相符合。由於大型重型機車並必須年滿 20 歲才可考取駕照，且 21-30 歲年齡的年輕人，正值年輕氣盛的年紀，也嚮往自由自在、無拘無束的休閒生活，這是否成為影響動機的因素之一，尚需做進一步的探究。

表 3-1-2

不同年齡騎乘重型機車的休閒旅遊動機之單因子變異數分析摘要表

變項	年齡	個數	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
整體	a.21-30	40	4.67	0.42	8.10*	.001	a>b.c.
	b.31-40	77	4.23	0.71			
	c.41 以上	49	4.11	0.83			

$p<.05$

## (三) 不同教育程度對休閒旅遊動機之差異情形

由表 3-1-3 的結果顯示出不同教育程度騎乘大型重型機車的休閒旅遊動機差異未達顯著水準 ( $F=1.23$ ,  $p>.05$ )。顯見不同教育程度者騎乘重型機車均呈現較高的休閒旅遊動機，平均值均高於 4.20 以上。本研究結果與林富真 (2012) 的結果大致相符。但由各細格的平均數結果得知，呈現出教育程度越低者其休閒旅遊動機越高，這是頗值得令人深思的問題。

表 3-1-3 不同教育程度騎乘重型機車的休閒旅遊動機之單因子變異數分析摘要表

變項	教育程度	個數	平均數	標準差	F 值	p 值
整體	a.國中(含)以下	18	4.53	0.90	1.73	.180
	b.高中職	81	4.33	0.68		
	c.大專院校以上	67	4.20	0.70		

## (四) 不同月收入對休閒旅遊動機之差異情形

由表 3-1-4 的結果顯示出不同月收入騎乘大型重型機車的休閒旅遊動機差異達顯著水準 ( $F=5.54$ ,  $p<.05$ )，經事後比較發現不同月收入之間有差異存在，月收入 20,000 以下 ( $M=4.70$ ) 的休閒旅遊動機顯著高於 30,001-40,000 ( $M=4.09$ ) 及 40,001 以上 ( $M=4.07$ ) 兩組。本研究結果顯示月收入最低者，其騎乘重型機車的休閒旅遊動機最高。本研究結果與李柏宏 (2008)、趙治俊 (2009)、林富真 (2012) 研究結果相符合。由此可知，月收入較低者其從事休閒旅遊的動機不會低於收入較高者，反而有相反的趨勢。由於重型機車的售價或是租借費用並不便宜，這是否呈現出收入較低的騎乘者較會及時行樂，尚需做進一步的研究。

表 3-1-4 不同月收入騎乘重型機車的休閒旅遊動機之單因子變異數分析摘要表

變項	月收入	個數	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
整體	a.20,000 以下	37	4.70	0.33	7.36*	.001	a>c.d
	b.20,001-30,000	51	4.35	0.73			
	c.30,001-40,000	54	4.09	0.79			
	d.40,001 以上	24	4.04	0.69			

$p<.05$

## (五) 不同旅遊季節對休閒旅遊動機之差異情形

由表 3-1-5 的結果顯示出不同旅遊季節騎乘大型重型機車的休閒旅遊動機差異達顯著水準 ( $F=27.78$ ,  $p<.05$ )。經事後比較發現不同旅遊季節之間有差異存在，春季 ( $M=4.43$ ) 與夏季 ( $M=4.62$ ) 旅遊的動機顯著高於秋 ( $M=3.86$ )、冬 ( $M=3.38$ ) 兩季。由此可知，騎乘重型機車的騎士，對於春、夏二季進行旅遊的動機較高。春、夏兩季正值春暖大地、生機蓬勃的時節，兩季的氣候溫暖舒適，正是適合出外旅遊的時節。本研究結果與趙治俊 (2009) 發現春季為較佳的旅遊季節的研究結果相呼應。

表 3-1-5

不同旅遊季節騎乘重型機車的休閒旅遊動機之單因子變異數分析摘要表

變項	旅遊季節	個數	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
整體	a.春	43	4.43	0.75	27.78*	.001	a.b>c.d
	b.夏	75	4.62	0.47			
	c.秋	30	3.86	0.57			
	d.冬	18	3.38	0.61			

$p<.05$

二、不同背景對旅遊滿意度之差異情形

(一) 不同性別對旅遊滿意度之差異情形

由表 3-2-1 的結果顯示出不同性別騎乘大型重型機車的整體旅遊滿意度 ( $t=1.82, p>.05$ )、地區概況旅遊滿意度 ( $t=1.82, p>.05$ )、資訊服務旅遊滿意度 ( $t=1.39, p>.05$ ) 差異未達顯著水準。本研究結果顯示男性之旅遊滿意度與女性無顯著差異存在。本研究結果與趙志俊 (2009)、楊志雄 (2011) 的結果不盡相符。但由各細格的比較中得知，男性之旅遊滿意度卻略高於女性。這與男性有較高的旅遊動機 ( $M=4.38$ )，卻僅有  $M=3.76$ 、 $3.81$ 、 $3.68$  的旅遊滿意度，可見在各種地區概況與資訊服務兩方面的滿意度規劃與服務上有進步的空間。

表 3-2-1

不同性別騎乘大型重型機車的旅遊滿意度之 t 考驗分析摘要表

變項	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
整體	男	150	3.76	0.59	1.82	.070
	女	16	3.48	0.45		
地區概況	男	150	3.81	0.66	1.82	.070
	女	16	3.50	0.51		
資訊服務	男	150	3.68	0.63	1.39	.164
	女	16	3.45	0.51		

(二) 不同年齡對旅遊滿意度之差異情形

由表 3-2-2 的結果顯示出不同年齡騎乘大型重型機車的旅遊滿意度 (整體) 差異達顯著水準 ( $F=3.80, p<.05$ )，經由事後比較發現不同年齡騎乘大型重型機車資訊服務旅遊滿意度，31-40 歲組的整體旅遊滿意度顯著高於 41 歲以上組。不同年齡騎乘大型重型機車的旅遊滿意度 (資訊服務) 差異達顯著水準 ( $F=3.42, p<.05$ )，經由事後比較發現不同年齡騎乘大型重型機車資訊服務旅遊滿意度，31-40 歲組顯著高於 41 歲以上組。不同年齡騎乘大型重型機車的旅遊滿意度 (地區概況) 差異未達顯著水準 ( $F=3.02, p>.05$ )。由此得知，31-40 歲組年齡騎乘大型重型機車不僅有較高的旅遊動機，亦有最高的旅遊滿意度。本研究與趙志俊 (2009)、楊志雄 (2011) 的研究結果不盡相符。然而，從各細格的平均數來看，41 歲以上組的騎乘者滿意度都在 3.46-3.60 之間，較各年齡層均偏低，顯見對於較高年齡層的滿意度需求，應再更進一步的了解。

表 3-2-2

不同年齡騎乘大型重型機車的旅遊滿意度之單因子變異數分析摘要表

變項	年齡	個數	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
整體	a21-30	40	3.81	0.57	3.79*	.025	b> c
	b31-40	77	3.81	0.57			
	c41 以上	49	3.54	0.60			
地區概況	a21-30	40	3.85	0.65	1.17	.062	
	b31-40	77	3.86	0.62			
	c41 以上	49	3.60	0.66			
資訊服務	a21-30	40	3.75	0.58	3.72*	.026	b> c
	b31-40	77	3.73	0.60			
	c41 以上	49	3.46	0.64			

$p<.05$

## (三) 不同教育程度對旅遊滿意度之差異情形

由表 3-2-3 的結果顯示出不同教育程度騎乘大型重型機車的旅遊滿意度（整體）差異未達顯著水準（ $F=0.64$ ， $p>.05$ ），不同教育程度騎乘大型重型機車的旅遊滿意度（地區概況）差異未達顯著水準（ $F=0.79$ ， $p>.05$ ），不同教育程度騎乘大型重型機車的旅遊滿意度（資訊服務）差異未達顯著水準（ $F=0.31$ ， $p>.05$ ）。雖然，差異未達顯著水準，但由各細格的平均數結果得知，學歷在大專院校以上的騎乘者整體滿意度較低，顯見，學歷愈高對於地區概況及資訊服務的要求愈高，以至於滿意度較低。本研究與楊志雄（2011）的研究結果略為相符。

表 3-2-3

不同教育程度騎乘重型機車的旅遊滿意度之單因子變異數分析摘要表

變項	教育程度	個數	平均數	標準差	F 值	p 值
整體	a.國中(含)以下	18	3.70	0.63	0.64	.530
	b.高中職	81	3.78	0.58		
	c.大專院校以上	59	3.69	0.54		
地區概況	a.國中(含)以下	18	3.77	0.62	0.79	.456
	b.高中職	81	3.84	0.65		
	c.大專院校以上	59	3.72	0.63		
資訊服務	a.國中(含)以下	18	3.59	0.80	0.31	.734
	b.高中職	81	3.69	0.59		
	c.大專院校以上	59	3.66	0.55		

## (四) 不同月收入對旅遊滿意度之差異情形

由表 3-2-4 的結果顯示出不同月收入騎乘大型重型機車的旅遊滿意度(整體)差異未達顯著水準（ $F=1.91$ ， $p>.05$ ），不同月收入騎乘大型重型機車的旅遊滿意度（地區概況）差異未達顯著水準（ $F=1.63$ ， $p>.05$ ），不同月收入騎乘大型重型機車的旅遊滿意度（資訊服務）差異未達顯著水準（ $F=1.56$ ， $p>.05$ ）。由各細格的平均數結果得知，收入在 40,001 以上的騎乘者滿意度均較低，而收入在 20,000 以下的滿意度較高。本研究與楊志雄（2011）的研究結果指出高收入的消費者會有較高的要求不相符。由此可知，月收入較高者的要求均較高，以至於滿意度呈現較低的情形。

表 3-2-4

不同月收入騎乘重型機車的旅遊滿意度之單因子變異數分析摘要表

變項	月收入	個數	平均數	標準差	F 值	p 值
整體	a.20,000 以下	37	3.87	0.49	1.91	.130
	b.20,001-30,000	51	3.69	0.59		
	c.30,001-40,000	54	3.76	0.58		
	d.40,001 以上	24	3.52	0.66		
地區概況	a.20,000 以下	37	3.91	0.64	1.63	.185
	b.20,001-30,000	51	3.74	0.64		
	c.30,001-40,000	54	3.82	0.63		
	d.40,001 以上	24	3.55	0.70		
資訊服務	a.20,000 以下	37	3.81	0.44	1.56	.202
	b.20,001-30,000	51	3.60	0.61		
	c.30,001-40,000	54	3.68	0.65		
	d.40,001 以上	24	3.48	0.75		

## (五) 不同旅遊季節對旅遊滿意度之差異情形

由表 3-2-5 的結果顯示出不同旅遊季節騎乘大型重型機車的旅遊滿意度（整體）差異達顯著水準（ $F=12.67$ ， $p<.05$ ），不同旅遊季節騎乘大型重型機車的旅



遊滿意度（地區概況）差異達顯著水準（ $F=8.68$ ， $p<.05$ ），不同旅遊季節騎乘大型重型機車的旅遊滿意度（資訊服務）差異達顯著水準（ $F=13.23$ ， $p<.05$ ）。由事後比較結果得知，春、夏兩季旅遊的滿意度在整體、地區概況、資訊服務均顯著高於冬季旅遊滿意度；另外秋季旅遊滿意度在整體與資訊服務方面顯著高於冬季。而夏季在整體的旅遊滿意度高於秋季。本研究結果與馬惠玲（2003）研究結果相符合。冬季氣候較寒冷且東北季風亦較強，不如春、夏、秋季正值春暖大地、生機蓬勃、秋高氣爽的時節，氣候溫暖舒適，適合出外旅遊。

表 3-2-5

不同旅遊季節騎乘重型機車的旅遊滿意度之單因子變異數分析摘要表

變項	旅遊季節	個數	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
整體	a.春	43	3.85	0.52	12.67*	.001	a.b.c>d b>c
	b.夏	75	3.88	0.54			
	c.秋	30	3.56	0.56			
	d.冬	18	3.08	0.41			
地區概況	a.春	43	3.88	0.56	8.68*	.001	a.b>d.
	b.夏	75	3.93	0.63			
	c.秋	30	3.60	0.62			
	d.冬	18	3.18	0.56			
資訊服務	a.春	43	3.81	0.60	13.23*	.001	a.b.c>d
	b.夏	75	3.80	0.53			
	c.秋	30	3.50	0.57			
	d.冬	18	2.94	0.57			

$p<.05$

### 三、不同背景之騎士其旅遊動機與旅遊滿意度之相關情形

由表 3-3-1 的結果顯示出年齡與休閒旅遊動機、資訊服務滿意度呈現負低相關，也就是說，年齡越高者其休閒旅遊動機、以及對資訊服務旅遊滿意度越低。教育程度與休閒旅遊動機及旅遊滿意度無相關存在。月收入與休閒旅遊動機呈現負中度相關，也就是說，月收入越高者其騎乘重型機車的休閒旅遊動機越低。旅遊季節與休閒旅遊動機、地區概況滿意度、資訊服務滿意度呈現負中度相關。休閒旅遊動機與地區概況滿意度及資訊服務滿意度均呈現正中度相關，也就是說，休閒旅遊動機越高者其滿意程度也越高。地區概況及資訊服務的旅遊滿意度與整體滿意度成高度正相關。也就是說，重型機車騎士隊於地區概況與資訊服務的滿意度越高，整體滿意度也越高。本研究結果與魏弘發（1996）指出遊客對各項資源（如、資源環境、經營管理）的旅遊滿意度愈高時，其對遊憩的總旅遊滿意度愈高，其中以資源環境的旅遊滿意度與總旅遊滿意度的關係最強相呼應。

表 3-3-1

不同背景之騎士其休閒旅遊動機與旅遊滿意度之相關分析摘要表

項目	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1.000								
2	0.060	1.000							
3	.165*	-.426*	1.000						
4	.160*	.614*	-.124	1.000					
5	.150	.167*	.132	.145	1.000				
6	-.353*	-.280*	-.143	-.331*	-.468*	1.000			
7	-.141	-.178*	-.051	-.141	-.376*	.511*	1.000		
8	-.141	-.151	-.069	-.130	-.314*	.488*	.947*	1.000	
9	-.109	-.182*	-.012	-.126	-.392*	.437*	.865*	.660*	1.000

p.s.:1.性別。2.年齡。3.教育程度。4.月收入。5.旅遊季節。6.休閒旅遊動機。7.整體旅遊滿意度。8.地區概況滿意度。9.資訊服務旅遊滿意度。

## 肆、結論與建議

基於結果分析與討論的結果，提出以下結論與建議：

### 一、結論

- (一) 性別方面，男性騎士的休閒旅遊動機顯著高於女性，但在滿意度方面則無差異存在。
- (二) 年齡方面，21-30 歲騎士的休閒旅遊動機顯著高於 31 歲以上者，而 31-40 歲騎士的整體與資訊服務滿意度顯著高於 41 歲以上者。
- (三) 教育程度方面，在休閒旅遊動機與滿意度差異都未達顯著水準。
- (四) 月收入方面，收入在 20,000 以下的騎士，其休閒旅遊動機顯著高於 30,001 以上者，但在滿意度方面則均無差異存在。
- (五) 旅遊季節方面，在春季旅遊的騎士其休閒旅遊動機顯著高於秋、冬兩季者，而在整體滿意度則是春、夏、秋三季的騎士顯著高於冬季，另外，夏季的滿意度亦顯著高於秋季。
- (六) 相關方面，休閒旅遊動機與地區概況滿意度及資訊服務滿意度均呈現正中度相關。

### 二、建議

- (一) 女性騎士的參與人數較低，未來可針對適合女性騎士騎乘的車款加以推廣，以增加女性騎乘的參與動機。
- (二) 41 歲以上的休閒旅遊動機平均值雖然在同意之上，但滿意度卻較低，如何增加該族群的休閒旅遊滿意度，未來可做進一步的深度訪談，探究原因。
- (三) 月收入較低的重機騎士卻有較高的休閒旅遊動機，未來可針對月收入較高族群的愛好與需求，做進一步的規劃與設計，以提升其休閒旅遊動機。
- (四) 春、夏季是重機騎士旅遊的季節，未來各公立、私立單位，如何推展各季節的旅遊特色，可以作為各地觀光資源整合的規劃策略之一。

### 參考文獻

- 大紀元時報 (2007 年 1 月 12 日)。立院三讀開放大型重型機車行駛快速道路。  
資料取自 2011 年 3 月 28 日 <http://www.epochtimes.com/b5/7/1/12/n1587992.htm>
- 呂惠富 (2008)。休閒運動之參與動機與休閒校一關係之研究。《休閒產業管理期刊》，1，41-53。
- 李志能 (2009)。台灣高山遊憩地區旅遊滿意度及重遊意願之研究-以霧社-清境-合歡山遊憩區為例。未出版博士論文，逢甲大學交通工程與管理所，台中市。
- 李柏宏 (2008)。大型重型機車遊憩活動參與者知覺風險與知覺勝任關係之研究。未出版碩士論文。靜宜大學觀光事業學系，台中市。
- 周靜宜 (2011)。大鵬灣風景特定區遊客旅遊動機與滿意度之研究。未出版碩士論文。國立屏東教育大學社會發展學系，屏東縣。
- 林怡秀、陳文英 (2012)。An Exploratory Study on Taiwanese Heavy Bikers; Intention to Engage in Heavy Bike Tours: The Moderating Effect of Web-Based Social Media。《運動休閒管理學報》，9 (2)，278-291。
- 林富真 (2012)。大型重型機車騎乘者參與動機、休閒效益與生活型態之研究。未出版碩士論文。大仁科技大學休閒事業管理研究所，屏東縣。
- 邱博賢 (2003)。觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究-以宜蘭地區四大休閒農場為例。未出版碩士論文，世新大學研究所。台北市。
- 侯錦雄 (1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩任之間關係之研究。未出版博士論文，台灣大學園藝研究所。台北市。
- 重車地平線 (2011)。重車旅行生活家。2011 年 3 月 28 日，資料取自 2011 年 3 月 27 日 <http://www.moto-lines.tw/mototravel/index.asp>
- 馬惠玲 (2003)。台灣地區國內旅遊市場區隔變數之研究。未出版碩士論文，私立逢甲大學建築及都市計畫研究所，台中市。
- 陳水源 (1989)。遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究。《戶外遊憩研究》，1 (3)，56-79。
- 陳君圻 (2008)。生活型態、旅遊型態與旅遊路線之研究-以花蓮地區旅遊為例。未出版碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系，台中市。
- 陳信甫、陳永賓 (2003)。台灣國民旅遊概論。台北市：五南。
- 黃尹萱 (2005)。N 市代生活型態與國內旅遊消費行為之研究。未出版碩士論文，世新大學觀光研究所。台北市。
- 楊志雄 (2011)。旅遊意象對滿意度與重遊意願隻影響研究-以搭乘貓空纜車為例。未出版碩士論文，中國文化大學觀光休閒事業管理研究所。台北市。
- 詹博閔 (2007)。大型重型機車參與者認真性休閒特質與休閒動機、休閒阻礙關係之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系，台中市。
- 趙治俊 (2009)。台灣民眾經小三通前往泉州旅遊消費行為之研究。未出版碩士論文，銘傳大學觀光研究所，台北市。

- 蔡麗伶譯 (1990)。《旅遊心理學》。台北市：揚智文化事業股份有限公司。
- 盧雲亭 (1993)。《現代旅遊地理學》，台北市：地景。
- 蕭佳修、雷文谷、林智翔、林艾梅、李詩偉、郭紋琪 (2005)。大葉大學不同職等教師休閒運動參與類型、動機、阻礙因素及需求之分析探討。《人文暨社會科學期刊》，1 (2)，33-44。
- 謝振榮、謝政毓 (2010)。臺灣新興的休閒活動--大型重型機車初探。《國立臺灣體育學院學報》，23，77-88。
- 謝淑芬 (1995)。《觀光心理學》。台北市：五南出版社。
- 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》。未出版碩士論文，私立逢甲大學建築及都市計畫研究所，台中市。
- Davidoff, P. G., & Davidoff, D. S. (1983). *Sales and marketing for travel and tourism*, Rapid City: National Publishers.
- Hunt, H. K. (1977). *CS/D-Overview and Future Research Direction: The Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, Marketing Science Institute, Cambridge, MA.
- Ios-Ahola, S. E., & Graefe, A. R. (1988), Perceived competence as a mediator of the relationship between high risks sports 90 participation and self-esteem. *Journal of Leisure Research*, 21 (1), 32-39。
- Oliver, R. L. (1998). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision, *Journal of Marketing Research*, 17 (4), 491-504.
- Pearce, P. L. (1982). Perceived Changes in Holiday Destinations. *Annals of Tourism Research*, 9, 145-164.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer behaviour in tourism*. Butterworth-Heinemann.

# Heavy Motorcycle Rider Leisure Travel Motivation and Travel Satisfaction- A Case Study in Pingtung

Su Wu \*, Chi-ling Lin \*\*, Fei-gu Cheng \*\*\*, Yi-chen Cheng \*\*\*\*, Yun-pu

Chang \*\*\*\*\*

## Abstract

The purpose of this study were to investigate the heavy motorcycle riders leisure travel motivation and satisfaction in Pingtung, and the relationships between their travel motivation and satisfaction. The subjects were 166 heavy motorcycle drivers in Pingtung County. With SPSS 13.0 for windows statistical software version as the data compilation and statistical analysis, statistical methods of descriptive statistics, t-test, one-way ANOVA and Pearson correlation analysis, a significant level was set at  $\alpha = .05$ , the results showed that: 1. In the different gender, age, monthly income, the tourist season heavy motorcycle riders leisure travel motivations difference were significant level. 2. In the different levels of education heavy motorcycle riders leisure travel motivations difference did not reach significance level. 3. In the different ages, the tourist season heavy motorcycle rider tourist satisfaction difference were significant level. 4. In the different gender, education level, monthly income heavy motorcycle rider tourist satisfaction difference did not reach significance level. 5. The leisure travel motivation and tourism satisfaction were positively correlation.

Keywords: motorcycle, travel motivation, tourist satisfaction

---

\* Professor , Department of Recreation Sports and Health Promotion, Mei-Ho University.

\*\* Associate Professor, Department of Recreation, Sports, and Management, Tajen University.

\*\*\* student, Department of Recreation Sports and Health Promotion, Mei-Ho University.

\*\*\*\* student, Department of Recreation Sports and Health Promotion, Mei-Ho University.

\*\*\*\*\* student, Department of Recreation Sports and Health Promotion, Mei-Ho University.

