

中 華 大 學

專 題 報 告

台灣如何將單車觀光推向國際化

學 系 別：國際企業學系四年甲班

學號姓名： B10113026 李 欣 禎

B10113030 鄭 郁 穎

B10113061 莊 羽 瑄

B10113307 王 祥 羽

指導老師： 陳 俊 安 老師

中 華 民 國 105 年 1 月

目錄

目錄.....	i
表目錄.....	ii
圖目錄.....	iii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 資料來源.....	3
第二章 文獻探討.....	4
第一節 台灣與單車.....	4
第二節 台灣單車運動建設發展情形.....	5
第三節 台灣本島單車觀光.....	5
第四節 單車環島.....	13
第五節 重要-表現分析法.....	17
第三章 研究方法.....	22
第一節 研究架構與假設.....	22
第二節 問卷設計.....	25
第三節 分析方法.....	25
第四章 研究結果分析.....	26
第一節 台灣單車國際化策略之七大構面重要與滿意程度之分析.....	26
第二節 單車旅遊國際化策略重要-滿意程度之象限圖分析	30
第五章 結論與建議	32
第一節 象限區之 I P A 分析結果建議.....	32
第二節 總體分析.....	38
參考文獻.....	39
附錄.....	41

表目錄

表 1 政府推動之自行車觀光政策.....	6
表 2 臺灣舉辦之自行車賽事.....	9
表 3 自行車環島路線類型.....	12
表 4 滿意程度分析表.....	22

圖目錄

圖1 表現-程度分析圖.....	15	圖2
重要—表現程度分析圖.....	17	圖3 研究
架構圖.....	19	圖4 IPA象限
分析圖.....	26	圖5 A象限分析
圖.....	28	圖6 B象限分析
圖.....	29	圖7 C象限分析
圖.....	30	圖8 D象限分析
圖.....	31	

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

近年來全世界風行「主題式旅行」，差異化的旅遊商品，幾年下來培養著一群忠實的客戶，而差異化的旅遊要看當地地區或者國家的特色來區分，例如鄰國日本有著滑雪的場地、氣候的優勢，而發展出「滑雪旅遊的產品」，讓日本的周邊國家想要滑雪第一時間就會想到去日本滑雪。

自行車活動在都市文明發展過程中，扮演著重要的角色。在國外，尤其歐洲及美洲，自行車除了當作通勤的交通工具外，在閒暇時刻，騎乘自行車賞景及健身亦逐漸成為休閒活動的主調；完整的自行車專用道、專用號誌、指示牌以及停車休息區，不僅普及且行之有年。因此，在現今台灣環境中，若能多利用自行車取代機車，除能避免塞車之不便外，並可提供人民另一種調劑身心，強化心肺機能之運動休閒方式；此外便可因周休二日後所帶來的休閒風潮創造新型態休閒風格。

發展自行車產業已逾五十多年的台灣，素來有「自行車王國」的美譽，大量台灣品牌自行車行銷至全世界，讓全世界一提到自行車第一時間就想到台灣這個國家。近幾年來，台灣環保意識抬頭加上休閒運動風吹起，自行車旅遊再度成為流行風氣，從城市的自行車觀光到自行車環台，都有一群愛好者來維護。台灣是個氣候宜人、景色佳、環島距離適中的一個國家，對於自行車旅遊產業來說，台灣是一個非常適合發展此產業的國家。雖然自行車環島已慢慢成為流行趨勢，但是如何推展出國際，卻還還是一道難題。期望藉由本研究獲知單車觀光客的個人特性是否影響他們對環境偏好的不同及對自行車環境不同的需求，瞭解對於軟硬體的建设對於國際單車客是否會有影響，期望透過此研究報告，可以提出台灣單車國際化未來發展之模式建議，可以提供規劃者在未來規劃自行車騎乘環境及相關配套措施。

第二節 研究目的

本研究以台灣自行車業界、學界以及政府相關部門為對象，以台灣單車騎乘者的角度去探討與台灣觀光發展之關聯，並利用經濟學常用之分析模式，亦即重要-表現程度分析法（Importance-Performance Analysis，IPA）進行系統分析，希望能對台灣單車旅遊環境的改善、軟硬體配套措施及觀光策略方向的改進有著一定的進步。此外，探討台灣單車旅遊國際化及相關產業未來發展趨勢。

本研究擬探討之研究目的如下：

- 一、 了解台灣單車觀光產業發展之現況。
- 二、 透過台灣景觀來分析單車核心之價值。
- 三、 以台灣之美為基底，藉以評估最適合發展為單車國際化。

第三節 資料來源

本研究資料分析所需來源主要是交通部觀光局國際組、技術組、公關室及業界各大自行車觀光協會等專家建議與意見；此外，並參照相關書籍以及文獻進行資料整理。本研究範圍乃是針對台灣觀光產業為對象。

第二章 文獻探討

第一節 台灣與單車

單車又稱為自行車、腳踏車、鐵馬、兩輪車、孔明車、自由車，結合人體工學、物理機械作用及空氣力學，現在通稱為自行車。然而，在東、西方各有不同的發展歷程及說法。在東方，中國古代皇帝出巡時，由四馬同時拉車，車有四輪後乘三人，諸侯用車則用一馬有兩輪，前設有一御手牽引，因為諸葛亮用這種車，又被稱為「孔明車」(林惠忠，2003)。在西方，早在1493年，義大利達文西遺留在世的手稿中，就出現自行車鏈條的概念，但到1791年後，法國人希夫洛才以木輪打造出第一台沒有坐墊的兩輪木馬車，騎乘時跨坐在橫桿上以腳滑動前進；1870年代初期，為追求效率，出現前輪大後輪小的腳蹬兩輪車，騎乘者跨坐在前輪上方騎乘，但無法有效使用剎車，1879年英國勞森發明了後輪傳動的自行車，才確立現代自行車的基本結構。到了近代，自行車發展更一日千里，各式鋼鐵、合金、碳纖材質的車架及零配件紛紛出現，造型各異、效能愈來愈高(陳柏蓉，2005；巴蘭坦和格蘭特，2008；朱慧珍、陳冠伶和鍾智偉，2010)。

台灣是單車生產王國，自行車產業的年產值更高達1100億。巨大(Giant)、美利達(Merida)等自行車生產大廠更是享譽國際，巨大公司曾是全球產值最高的自行車公司，全年產銷480萬台，營收150億元單車王國，在1980年外銷數量超過日本，成為全球最大的自行輸出國，贏得自行車王國的美譽(張文馨，2003；朱慧珍、陳冠伶和鍾智偉，2010；蕭介雲，2013)。自行車在台灣從早期的生產工具、通勤交通工具，目前已轉變成為休閒設施。行政院體委會在2004年推動「全國自行車道系統」計畫，就以自行車道串聯各區域的綠廊，希望就此帶動休閒及運動相關產業；行政院2006年再提出「千里自行車道、萬里步道」使自行車運動更上一層樓，根據行政院2008年統計

國內自行車運動人口已達23.5%，全省各縣市都有自行車專屬道路，數量持續增加中(朱慧珍、陳冠伶和鍾智偉, 2010);根據教育部體育署2013年委託世新大學所做的「102運動城市調查」國人最常從常運動中，自行車僅次於步行、跑步二項，已成為國人熱愛的休閒運動，單車已成為民眾重要的休閒方式(體育署，2014)。近年來，許多學校的成年禮就是騎長距離來挑戰自我，16歲青少年騎100公里、18歲500公里，20歲以上則建議環島之旅，根據體委會統計3年已突破10萬人次(鄭朝陽，2011)。單車運動在2007年「練習曲」電影上映後，引發觀影及仿效風潮，各大單車團體也趁此風潮熱烈舉辦單車環島，騎自行車環島已成為新的文化美學。

第二節 台灣單車運動建設發展情形

為配合國家建設永續發展，建構新世紀國民運動休閒生活，行政院體育委員會自91年起，即致力推動「全國自行車道系統計畫」，自98年起至100年間進一步推動及執行「自行車道整體路網規劃建設計畫」，在各縣市鄉鎮地區依其地形地貌，建構優質自行車道，以滿足民眾休閒、遊憩、運動等整體且多樣之需求，共計補助各縣市政府建置自行車道達2,272公里。另自102年起，教育部體育署持續致力推動「自行車道整體路網串連建設計畫」，以「串連」、「優質化」為重點工作，加強建設尚未串連之路網及路段，整合各縣市自行車道系統、建構優質自行車道，完成打造臺灣環島自行車道路網之目標，目前已補助各縣市政府建置自行車道共計575.15公里(教育部體育署，2014)。

第三節 台灣本島單車觀光

本節將對臺灣本島現有之自行車運動觀光活動進行活動上之分析。將運動觀光結合自行車之概念，依據本研究之上一節運動觀光類型架構推演至自行車運動觀光類型，之後再進一步探討歸納出臺灣本島自行車運動觀光之發展現況作分析。

一、自行車運動觀光之意涵

Lumsdon (2000) 提出，自行車觀光(Cycle Tourism)的定義為遊憩型的自行車活動，基本要件是遊客視騎乘自行車是構成此次郊遊或渡假之中完整的一部分。張馨文(2003)指出，自行車觀光是以自行車從事觀光旅遊活動，而自行車在旅遊的過程中扮演著重要的運輸工具。范智明(2008)也提出，所謂的自行車運動觀光，指的是在閒暇時間，離開居家住所或工作場域，以自行車為交通工具從事旅遊，參與異地或外縣市進行自行車觀光活動。由此可知，自行車運動觀光是以自行車作為觀光旅途中主要的運輸工具，為自行車活動體驗與觀光旅遊之結合。

二、自行車運動觀光之類型

依研究者對運動觀光類型之分類，可將自行車運動觀光依參與動機分主動與被動。

(一)主動性自行車運動觀光：根據研究者對運動觀光類型之分類，依據活動從事之型式可分為「休閒活動」、「移地訓練」以及「競技比賽」之三種自行車運動觀光類型。針對休閒活動之自行車運動觀光，以政府推動之自行車觀光政策作為探討，而移地訓練之自行車運動觀光以選手之移地訓練以及單車學習營作為探討，最後以臺灣舉辦過的國際性自行車運動賽事作為競技比賽之自行車運動觀光之探討。

1. 休閒活動之自行車運動觀光：我國自2002年起推動「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，由前行政院體委會主導規劃以休閒自行車道為串聯各區域及本身區域之綠廊，

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「臺灣地區自行車道系統規劃與設置計畫」、「配合節能減碳東部自行車路網示範計畫」、「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(行政院研究發展考核委員會，2011)。以下整理政府推動之自行車觀光政策

表1 政府推動之自行車觀光政策所示。

硬體設施方面	規劃及設置自行車道		
	推動單位	推動時間	計畫名稱
	前體委會	2002	臺灣地區自行車道系統規劃與設置計畫
			全國自行車道系統計畫
	內政部營建署	2009	既有市區道路景觀與人本環境改善計畫
交通部觀光局	2010	配合節能減碳東部自行車路網示範計畫	

軟體設施方面	建置自行車道之周邊服務與查詢資訊		
	推動單位	推動時間	計畫名稱
	臺北市政府	2002(2009)	公共自行車租賃系統(服務)計畫
	高雄市政府	2009	高雄市政府建置接駁型公共腳踏車系統示範計畫
	內政部營建署	2010	生活圈自行車道系統路況資訊查詢暨導航系統建置示範計畫
	行政院環保署	2011	全國自行車道地理資訊系統(GIS)
	新北市政府	2014	自動化公共自行車租借系統建置規劃計畫

推廣方面	推廣自行車騎乘體驗活動		
	推動單位	推動時間	計畫名稱
	教育部	2006	國中小學自行車推廣教育實施計畫

以下以政府推動之自行車觀光政策，分別從軟硬體及推廣三方面作描述：

(1) 硬體方面—規劃及設置自行車道

a. 前體委會：自 2002 年依據「臺灣地區自行車道系統規劃與設置計畫」提出有關自行車道規劃與設計之準則，將自行車道系統分類為環島、區域以及地方，依據活動特性分為「運動休閒」、「生活通勤」與「運動競賽」，同年，推動「全國自行車道系統計畫」建構臺灣各地區自行車道路網細部規劃（前體委會，2002）。

b. 內政部營建署：自2009年起推動「既有市區道路景觀與人本環境改善計畫」補助地方政府建置市區自行車道系統，以「生活通勤型」專用自行車道為主，也兼具通勤與休閒之用。

c. 交通部觀光局：交通部觀光局2010年執行「配合節能減碳東部自行車路網示範計畫」，辦理「一線一經典」進行5條經典路線，來進行串聯和補強（交通部觀光局，2009）。

(2) 建置自行車道之周邊服務與查詢資訊

a. 臺北市政府：於2002年推動「公共自行車租賃系統計畫」，設置了河濱公共自行車租借站，提供多種自行車車種，採專人收費管理，而2009年與臺灣捷安特推動「公共自行車租賃系統服務計畫」，簡稱為「YouBike 微笑單車」，為無人自動化收費，兩項計畫皆具「甲地租、乙地還」功能之自行車租借服務。

b. 高雄市政府：於2009年推動「建置接駁型公共腳踏車系統示範計畫」，建置營運自動化公共自行車租賃系統「C-bike」，提供了「甲地租、乙地還」之自行車租借服務。

c. 內政部營建署：於2010年進行「生活圈自行車道系統路況資訊查詢暨導航系統建置示範計畫」，提供自行車道路徑資訊平台，使民眾能透過網路查詢自行車租借點、周邊景點資訊、維修與停車站以及加氣站等即時服務資訊，也包含了自行車道路線搜尋、路線規劃、大眾運輸規劃等服務，同時也兼具生活通勤與休閒之功用。

d. 行政院環保署：於2011年建置全國自行車道地理資訊系統(GIS)，供民眾查詢及規劃交通與休閒旅遊行程（行政院環保署，2011）。此系統以不同顏色區分各自行車專用道之屬性，對於提供民眾生活通勤或是運動休閒之自行車規劃路線皆有其功能性。

e. 新北市政府：於2013年開始試營運自動化租借服務，為臺灣第三座啟用之公共自行車租賃系統，採無人自動化收費。將於2014年7月辦理「自動化公共自行車租借系統建置規劃計畫」委託研究案，方案內容包含新北市公共自行車整體規劃、財務分析、推動期程以及兩市整合方案等（新北市政府交通局，2014）。

(3)推廣自行車騎乘體驗活動：教育部於2006年推動「國中小學自行車推廣教育實施計畫」，辦理自行車假日體驗隊與自行車鄉土體驗營，兩者皆包含騎乘路線之人文自然鄉土解說，藉由生活體驗自行車運動休閒參與，建構學生的健康以及環保理念。

2. 移地訓練之自行車運動觀光：自行車選手之移地訓練、單車學習營。

(1)自行車選手之移地訓練：對於一些會下雪且無戶內自行車訓練場地之國家，臺灣氣候佔有一定優勢，於 2012 年落成之「臺中大甲鐵山腳單車運動村」為全臺一座唯一符合國際自由車總會 (International Cycling Union, UCI) 比賽標準的競速賽道與登山越野場地，而韓國由於地理位置的關係，於 1-2 月期間正處於冰天雪地，又由於只有戶外訓練場地，因此韓國自行車隊選擇臺灣作為自行車移地訓練之地點。因此，由於臺灣氣候終年炎熱之氣候優勢，故可發展為外國自行車選手移地訓練之選擇地點。

(2)單車學習營—墾丁悠活單車旅館、臺中大甲鐵山腳運動村 為提供安全的自行車學習環境而設置，墾丁悠活單車旅館提供單車學習坡道、專業指導教練以及全套專業護具 (悠活單車旅館網站，2013)。而臺中大甲鐵山腳單車運動村也提供單車學習營之課程，有單車種類介紹與自行車相關場地介紹，也有戶外騎乘。

3. 競技比賽之自行車運動觀光：自行車競賽可分為公路賽、場地賽、越野賽、登山車賽、極限自由車賽、室內自行車賽等六種。而臺灣主辦過國際性之自行車運動賽事依據比賽性質分為例行性與一般性，例行性賽事為國際自行車環臺公路大賽、環花東國際自行車大賽以及臺灣自行車登山王挑戰賽；一般性賽事則有 2001 年亞洲自由車錦標賽、1996 年與 2002 年亞洲登山車錦標賽以及 2004 年亞洲盃自由車場地賽 (中華民國自由車協會，2013)。以下將臺灣舉辦之自行車賽事，依據賽事大小分為國際賽與國內賽，依據比賽性質分為：

例行性與一般性，如表 2 臺灣舉辦之自行車賽事所示。

國	比賽性質	賽事名稱
---	------	------

國際賽	例行性	國際自由車環臺公路大賽
		環花東國際自行車大賽
		臺灣自行車登山王挑戰賽
	一般性	亞洲自由車錦標賽
		亞洲登山車錦標賽
		亞洲盃自由車場地賽

國內賽	比賽性質	賽事名稱
	例行性	全國自由車公路錦標賽
		全國登山錦標賽

資料來源:本研究整理 以下對於臺灣舉辦之自行車賽事依國際、國內賽與例行、一般賽作描述:

(1) 國際賽

a. 例行性—國際自由車環臺公路大賽、環花東國際自行車大賽、臺灣自行車登山王挑戰賽。國際自由車環臺公路大賽，由中華民國自由車協會於 1978 年首創，舉辦過

25 屆，並被國際自由車總會（UCI）評核為 2.1 級高級亞洲巡迴賽事（中華民國自由車協會，2013）；於 2005 年起，才被國際自由車總會列為重點賽事。而環花東國際自行車大賽自 2001 年開始，舉辦過 13 屆，分 2 天進行，2012 年吸引來自海外 150 位好手；而臺灣自行車登山王挑戰賽（Taiwan KOM challenge），自 2010 年開始，舉辦過 3 屆，邀集了世界各國頂尖的自行車選手來臺競技，以具有世界級騎乘特色的國際自行車挑戰活動之角度來行銷臺灣（中華民國自行車騎士協會，2013）。

b. 一般性—亞洲自由車錦標賽（Asian Cycling Championships）

由亞洲自由車總會（ACC）舉辦，為 UCI 亞洲巡迴賽。而臺灣於 2001 年舉辦第 21 屆，共有 19 國參賽，將近 500 名選手參賽（中央社，2001）。

(2) 例行性國內賽—全國自由車公路錦標賽、全國登山車錦標賽。

全國自由車公路錦標賽由臺東縣政府與中華民國自由車協會主辦，舉辦過 8 屆，且均在臺東舉行，主要作為選拔國手及國家代表隊之依據（自由時報，2012）。而全國登山車錦標賽之舉辦，主要作為選拔優秀國手參加亞洲登山車錦標賽越野賽 Cross-country 國家代表之資格。

(二) 被動性自行車運動觀光：觀賞自行車賽事、參觀自行車運動景點。

1. 觀賞自行車運動賽事—國際自由車環臺公路賽、環花東國際自行車大賽、臺灣自行車登山王挑戰賽。

國際自由車環臺公路賽為 UCI 一級賽事，分 7 天進行，共 7 站，由於地點較為分散，而各地區有加油團在賽場旁加油；環花東國際自行車大賽分 2 天進行，由於賽

程總計為 300 餘公里；而臺灣自行車登山王挑戰賽歷時 1 天，總長 105 公里，爬升高度 3,275 公尺，觀賞此三賽事皆以轉播來觀看居多。

2. 參觀自行車運動景點：參與旅遊者在旅程中參觀以自行車運動為主題之景點，以下分別對單車主題式旅館、自行車越野場地騎乘體驗敘述之。

(1)單車主題式旅館—臺灣首座單車旅館(墾丁悠活單車旅館)首創「Check-in 不落地之櫃檯」，有單車專用電梯、專屬度假套房，以及 Off-Road 越野體驗場(悠活單車旅館網站, 2013)。

(2)自行車越野場地騎乘體驗—臺灣首座臺中大甲鐵山腳單車運動村。由於臺灣自行車「運動競賽型」之場地較為缺乏，故可藉由特殊之自行車競賽道來吸引遊客從事體驗自行車運動景點觀光之活動。

第四節 單車環島

本研究指的環島，環繞台灣島一圈，又稱為環台。一般是沿著台灣島外圍的濱海公路行進一周，不論順時針方向或逆時針方向出發，再回到起點者稱之。環島的工具及方式非常多元，從機車環島、汽車環島、鐵路環島、單車環島、獨輪單車環島、徒步環島、溜冰環島、獨木舟環島、水上摩托車環島、帆船環島、飛行環島等等，各有不同的難度及特色(謝孟珈，2008)。

以自行車環島里程數而言，可分成大環島及小環島，大環島約1300公里、小環島約850-950公里(阮素琴, 2008)。方式上，則分成單次環島，一次的旅程中完成環島；分時環島則是多次分時、分段的方式完成環島。在路段方面，因為東部的蘇花公路道路狹窄、隧道易坍塌落石，又常有砂石車、大卡車通行，部份自行車騎士會選擇以搭火

車、遊艇等方式，跳過此危險路段，也有騎士堅持一定要騎過。近年，公路總局也提出蘇花公路改善計畫並逐步施工改善，部分已完成，預計2017年可以全部完成，宜蘭蘇澳到清水將更順暢安全(交通部公路總局，2014)。有些單車環島者除了堅持騎蘇花段之外，以證明自己真正有環島，還刻意騎抵台灣島四個極點，極東的三貂角燈塔、極南的鵝鑾鼻燈塔、極西的七股國聖燈塔、極北的富貴角燈塔，以證明其環島的完整性；也有單車環島者在經每一個重要的城鎮都到郵局買明信片，寫上自己環島的感受或畫上漫畫寄給自己，成為自己獨有的環台認證明信片(卡達鴨，2009；阿昇，2009)，當然也有人選擇以科學方式來記錄自己的環島歷程，用GPS全球定位的導航手機軟體，用軌跡圖來做為完成單車環島的證明，上述的方式都是被認可的環島方式。單車環島因路程遠，加上路況、體能、天候、工作、請假、家庭等多種因素，需要有很強的決心及毅力才能完成，與登玉山、泳渡日月潭二項活動，併稱為台灣大三鐵，是台灣人自我挑戰及一生的夢想(沈盛圳，2008；游昌憲，2009；李宏培，2012)。

表 3 自行車環島路線類型

類型	路線	里程
大環島	1. 沿台灣濱海岸線公路，繞行台灣一圈 2. 包括北部的北海岸、台26及199縣道。 3. 部分環島者還會騎抵台灣島四極點， 極東（三貂角燈塔）極南（鵝鑾鼻燈塔） 極西（七股國聖燈塔）極北（富貴角燈塔）	1300km
小環島	1. 西半部台1線，東半部台9線。 2. 部分跳過蘇花公路，北宜公路危險路段。	850~950

從歷史觀點看環島

環島目的也各有不同,謝孟珈(2007)從近百年來台灣歷史變遷發展的觀點上,將環島的目的及類型概略分成「生產性」、「觀光性」與「挑戰性」三個典型。「生產性環島」是基於工作、統治上的需要,進行地形、地貌、交通、人口、自然資源、農林漁牧探勘,利用巡視的過程,掌握資源,宣示主權,這往往是外來者進入台灣,企圖掌控台灣的第一步,也是環島活動最早的樣貌,從十五世紀末,荷蘭人、西班牙佔領台灣,1661年鄭成功率軍將荷蘭人逐出台灣,到清朝統治台灣、日本殖民統治都是如此(張勝彥等,1996;陳鴻圖,2006;費德廉和羅效德,2006)。「觀光性環島」則發生在1960年到1980年間,台灣經濟起飛,人們因為生活富足,有休閒旅遊的需求,可視為大眾文化的一部分。「挑戰性環島」則發生在1980年以後,是針對大眾觀光所做的檢討與修正,強調人與土地的互動及個人心智的成長。強調自我特質及政治、社會、公益等訴求的環島方式應運而生,例如:自行車環島、機車環島、徒步環島、溜冰環島、獨木舟環島,就結合了健康、環保、民生、人權等不同議題,主辦單位從官方主導轉變為民間主導,性質也從嚴肅的政治經濟目的,轉為以休閒為主,成為全台普及的活動(謝孟珈,2007;游昌憲,2009)。

(1) 單車環島熱潮

1989年財團法人捷安特體育基金會成立,是台灣第一個專門推廣自行車休閒的基金會,2000年擴編更名為「財團法人自行車文化基金會」,其他知名的團體還包括1999年成立的自行車騎士協會(沈盛圳,2008)。休閒的模式從都會單車道騎乘、高山林道挑戰、單車環島,各地方政府為推廣單車運動積極建設自行車專用道(高雄市政府工務局,2014)。2007年4月台灣導演陳懷恩編導的電影「練習曲」上映,該片描述一位學生騎單車環台灣島一周的過程,紀錄了台灣迷人的風景、民俗、歷史故事及社會問題。片中經典的對話「有些事現在不做,一輩子都不會做了」,感動無數的觀眾,

同年暑假，全台掀單車環島熱潮。該片並在2007年創下全台最多播放戲院、最長放映期等多項紀錄(維基百科, 2014)。為讓一般人也能輕鬆以單車環島，自行車環島相關推廣單位及社團紛紛成立(詳見表4)，開辦單車環島業務，包括捷安特旅行社、中華民國自行車騎士協會、台灣自行車旅遊協會(鐵馬家庭)、台灣自行車環島運動協會、台灣單車壯遊聯盟、中華民國自行車協會、輔仁大學、嘉南科技大學單車社、台大單車社等團體，以專業的方式協助有意要單車環島者完成單車環島夢。由專業領騎人員，提供技術支援指導、安全維護、單車維修、交通引導；豪華團甚至有保姆車隨行支援，參與者不用自己攜帶行李，一路食宿都有專人安排，體能及精神上的負擔較輕，參與門檻大大降低，曾有81歲老爺爺及9歲小朋友，完成單車環島夢，年齡也不再成為限制；並且有些單位還提供租單車的服務，可甲地租乙地還，使用很便利(台灣自行車環島協會，2014；背包客棧，2014)。

許多學校團體更將單車環島與成年禮結合，2011年4月18日新北市私立康橋雙語實驗高中131位學生完成單車環島、2012年4月桃園后厝國小168名學童、2012年7月花蓮啟智學校17位身心障礙學生在校方陪同下完成環島，這也是他們的成年禮活動、2014年8月輔仁大學則已連續5年舉辦鐵馬環台，完成壯舉(聯合知識庫, 2014; 謝幸恩, 2014)。大專體育總會、體委會每年也都主辦單車成年禮活動；青輔會並曾舉辦「單車壯遊台灣徵文」、「企劃我的單車成年禮」等活動，募集令人感動的單車旅遊故事，也提供環島圓夢實踐基金，鼓舞青年從事單車環島活動，至此環島已成為全民運動(聯合知識庫，2014)。

第五節 重要-表現分析法

一、 IPA內容重要-表現程度分析法

(Importance-Performance Analysis：簡稱為IPA)

始於1977年由 Martilla and James 針對汽車企業對於服務研究中所提出的分析方法，此分析是一種低成本易了解的工具，主要是測量消費者對於服務屬性認知的重要程度和消費者體驗後的表現程度，之後將重要程度與表現程度的平均得分繪製於二維矩陣中，以確定要哪些屬性需要加強或是減少；而在眾多研究的應用之後，IPA已經成為廣泛使用於企業中品牌、產品、服務和建立銷售點的優劣勢修正分析的普遍管理工具(Chapman，1993)。

IPA 主要是藉由「重要」一對消費者的重要性，「表現」—消費者認為表現情形的程度，將特定服務或產品的相關屬性優先排序的技術。在IPA座標圖中，以重要(I)及表現(P)程度各自的總平均值(overall mean)為分隔點，比使用等級中點(middle point)的模式更具有判斷力。所以可採用問卷調查後之總平均值作為 X-Y 軸的分隔點，將消費者對各生態旅遊資源構面屬性之重視程度與滿意程度的評分結果，列示於容易瞭解的二維座標圖，如圖 1 所示(Martilla and James 1977, 陳墀吉 與陳桓敦, 2005)。

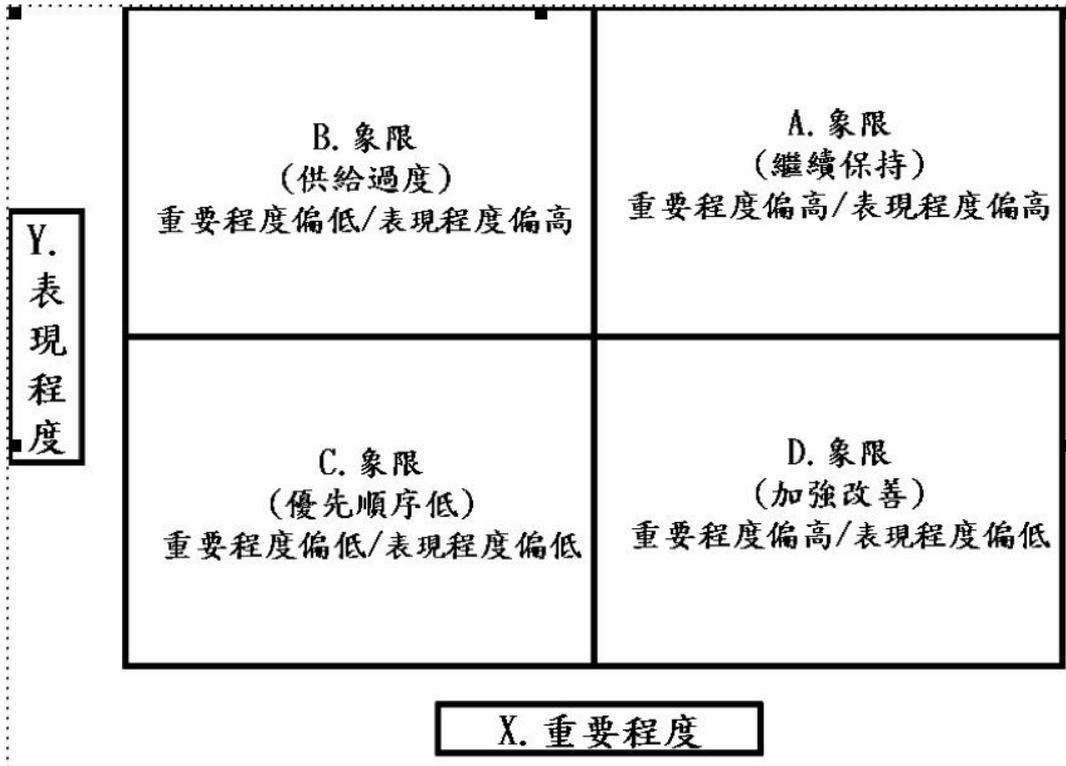


圖1 表現-程度分析圖

在IPA的應用方面,可以由此分析經營面的優劣勢,以求進一步提出該研究的經營策略。因此IPA經常被行銷專家用來檢視產品的屬性要求(朱珮瑩,2003)。

吳忠宏與黃宗成(2001)認為重要--表現程度分析法對於觀光休閒產業也極具價值,不僅可評估使用者對於產品(包含節目活動、服務屬性),還可評估供給者在這些屬性上的表現程度。

O'Sullivan(1991)指出IPA 的分析方法可分為四個步驟(黃章展、李素馨、候錦雄,1999):1.列出休閒活動或服務的各项屬性,並發展成為問卷的形式。2.讓使用者針對這些屬性分別在「重要度」與「表現度」二方面評定等級;重要度指的是使用者對產品或服務等屬性的偏好、重視程度;表現度則是該項產品或服務的提供者在這些方面的表現情形。3.以重要程度為縱軸,以表現程度為橫軸,以各屬性在重要程度與

表現程度評定的等級為座標，將各項屬性標示在二維的空間裡。4. 以等級中點為分隔點，將空間區分為四個象限(如圖2-3)。

IPA的四個象限說明如下(Martilla and James, 1977)

A象限：繼續保持(keep up the good work)

當屬性落入此區時，即是顧客對這些服務屬性的重視程度與滿意程度皆高。表示此區的服務屬性是顧客滿意的指標，也是管理者取得競爭的優勢來源。因此管理者應繼續維持其屬性的表現水準。

B象限：供給過度(possible overkill)

當屬性落入此區域時，即指顧客對於這些屬性的重視程度不高，但是滿意程度高，表示此區之服務屬性對提升顧客滿意度的影響不大，而管理者卻投入太多的資源在此。管理者應避免將資源投入在此象限內，而造成資源浪費。但是可以針對此區的服務屬性，加強顧客對其重要性的認知，並將其提升到具優勢且具重要性的區域，否則這些屬性可說是沒有必要的。

C象限：優先順序低(low priority)

當屬性落入此區時，即指顧客對於這些服務屬性的重視程度與滿意程度都不高，並且管理者所投入的資源也有限，或是管理者沒有提供此屬性。管理者應將此區的服務屬性，作為次要改善之目標，避免資源配置不當。而值得注意的是，若競爭對手成功地將這些屬性策劃成功，並創造出市場需求，將會是一種威脅。

D象限：加強改善重點(concentrate here)

當屬性落入此區時，即顧客認為這些屬性非常重要，但是感到表現普通或是滿意較低。針對此區的服務屬性，管理者應將其視為優先改善之目標，避免造成顧客的流失。



圖2 重要—表現程度分析法

資料來源: Martilla and James (1977)

Martilla and James (1977)指出，重要程度與表現程度兩者有密切的關聯，重要程度會影響表現程度的評分。若顧客對該屬性認為越重要，則顧客越有可能覺得該屬

性的表現程度越高。Hollenhorst et al. (1992) 也在研究中發現，重要程度與表現程度之間存在著高度的正相關，並會影響後續的研究結果及建議。

二、IPA相關研究Evans and Chon (1989)利用重要表現分析法發展和評估美國二個目的地的旅遊政策，發現了IPA為一個有效的工具。Chu and Choi (2000)比較香港商業遊客和休閒遊客在 26 間飯店重要程度與表現程度的屬性，他們認為飯店管理者可以根據四象限結果顯示來制定市場行銷策略。Duke and Persia (1996)利用IPA調查旅行的滿意度他們認為IPA可以提供理解客戶對關鍵問題的評價利用 IPA 矩陣比較重要程度與表現程度提供管理者界定與成功旅行相關的特性。

林慧瑜(2006)研究結果顯示，墾丁海域遊憩區參與者整體行前重視程度與實際體驗滿意度評價結果中，以「自然景觀優美」、「空氣品質清新」、「海水水質清澈」等8項為發展上應繼續保持；「停車場有足夠之停車位」、「有無醫療設備」、「衛浴設備數量充足」等8項為管理者首要加強改善之重點。

許立群(2007)探討太魯閣國家風景區遊客之遊憩預期與實際滿意度,其分析結果發現「人車分道設施」、「垃圾桶」、「飲水設備」、「醫療救護設施」、「遮陰場所」、「解說多媒體」、「展示設施」及「專人解說」等八項屬服務品質良好而應繼續保持之服務項目,而「餐飲設施」、「自導式步道」、「解說人員服務態度」、「解說人員的解惑」等四項是遊客認為重要而實際表現不如期待之服務項目,應列為首要之改善重點。

陳勁甫等人(2004) 嘉義農場旅遊之遊客就其所提供之各項服務實施品質問卷訪談，依遊客之特性、服務屬性重要度、實際表現度及其間之關係進行分析。應用重要-表現程度分析法(IPA)，以服務屬性重要度及服務屬性實際表現度矩陣分析表分析

嘉義農場遊客對各項服務品質之評價。分析結果發現「住宿設施完善」、「遊憩環境」及「遊憩設施完善」等三項屬服務品質良好而應繼續保持之服務項目，而「交通便利性」及「符合遊客需求」二項是遊客認為重要而實際表現不如期待之服務項目，建議經營單位應列為首要之改善重點。

綜合上述的研究，可以得知大多研究將遊客的期望作為重要程度，並且以遊客體驗之滿意程度代替表現程度，並且透過遊客對於服務屬性的重視程度與實際體驗之滿意程度差異情形作為結果之建議。因此本研究將依據IPA相關理論及各項研究作為參考，並且將遊客旅遊的事前期望作為重要程度，遊客實際體驗之滿意程度代替表現程度，之後根據重要程度和滿意程度差異情形，提出相關建議。

第三章 研究方法

第一節 研究架構與假設

一、本研究的研究架構

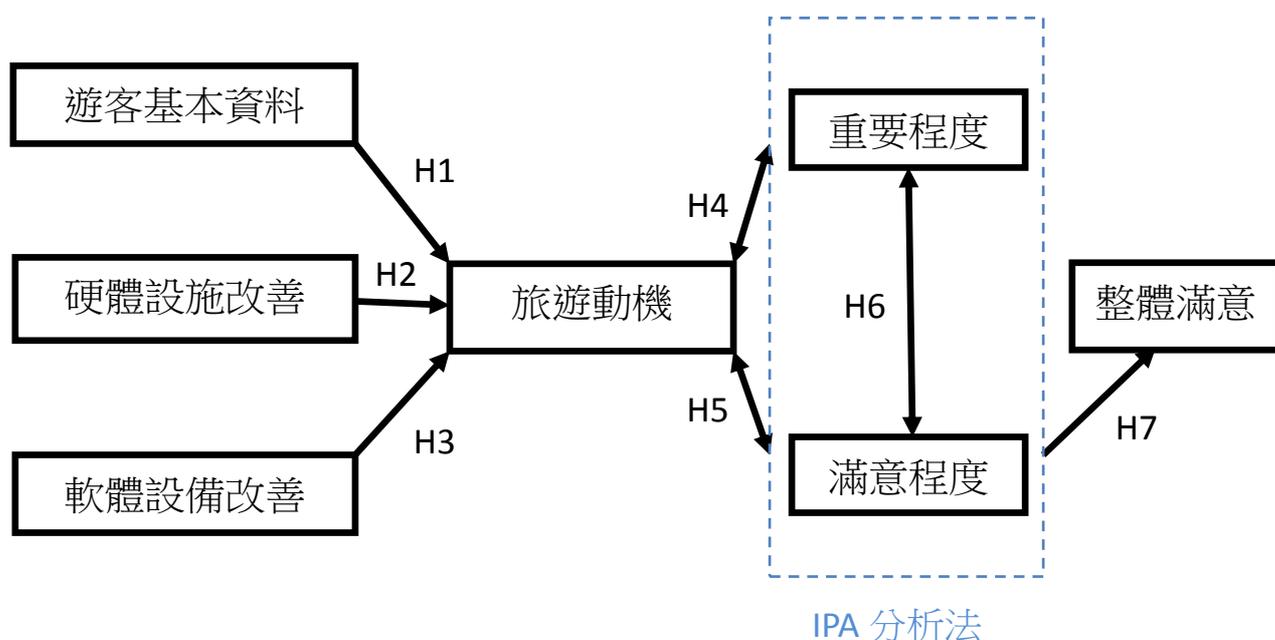


圖 3 研究架構

二、研究假設

依據研究架構及研究目的,本研究提出可供統計上進行驗證之虛無假設,具體說明如下:

假設一:遊客基本資料的不同,其旅遊動機會有顯著差異。(1-1)遊客性別的不同,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-2)遊客年齡的不同,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-3)遊客職業的不同,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-4)遊客教育程度的不同,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-5)遊客婚姻狀況的不同,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-6)遊客個人月平均收入的不同,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-7)遊客家庭月平均收入的不同,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-8)遊客居住地區的不同,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-9)遊客最久居住地的不同,其旅遊動機會呈現顯著差異。

假設二:硬體設施的改善,其旅遊動機會有顯著差異。

(2-1)提供各種類型多樣化單車,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(2-2)提供單車甲地租乙地還租借服務,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(2-3)結合鐵路自行車運輸措施,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(2-4)提供旅遊過程影像紀錄服務,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(2-5)規劃設立綿密的單車驛站,其旅遊動機會呈現顯著差異。

假設三:軟體設施的改善,其旅遊動機會有顯著差異。

(1-1) 與節慶活動結合的單車行程,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-2) 拍攝單車旅遊相關宣傳影片,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-3) 培訓相關人員具有多國語言能力,其旅遊動機會呈現顯著差異。

(1-4)結合風光景色的深度遊程,其旅遊動機會呈現顯著差異。

假設四:遊客的旅遊動機與重要程度會有顯著相關。

假設五:遊客的旅遊動機與滿意程度會有顯著相關。

假設六:遊客的重要程度與滿意程度彼此之間會有顯著差異。

第二節 問卷設計

根據本研究的動機、目的及文獻回顧進行問卷初步設計，設計完成後，進行專家預試剔除不適切之題項與修改，並且為測試本研究所設計之問卷量表是否能使受訪者了解問卷本身之內容的清楚性與確題性，是否偏離主題或語意不清。正式問卷共分為兩個部分，分別說明如下：

(一) 個人基本資料 (含性別、教育程度、服務單位、工作年資、年齡)

(二) 旅遊重要度及滿意度此部分共 69 題, 每個題目標明「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」及「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非常不重要」五種，資料統計時分別給予 5、4、3、2、1 分，分數越高表示越滿意或越重要。

第三節 分析方法

重要表現程度分析法(Important-Performance Analysis, IPA)

重要—表現程度分析法, 對參與者對於單車旅遊國際化之期望視為「重要程度」; 實際體驗後的滿意程度作為「表現程度」進行分析，並以重要程度與滿意程度之平均值為中點，分別繪出IPA矩陣圖進行比較，做為提升單車旅遊國際化之建議。

第四章 研究結果分析

改善單車旅行國際化的重要程度與表現程度之分析，

本節主要探討單車旅行國際化推廣重要度與滿意度概況。

第一節 台灣單車國際化策略之七大構面重要滿意程度之分析

表 4 滿意程度分析表

變項	重要程度	滿意程度
	平均值	平均值
1. 與節慶活動結合單車行程	3.889	3.333
2. 結合風光景色的深度遊程	4.615	3.722
3. 結合台灣特色小吃的遊程	3.778	3.222
4. 結合台灣民情風俗和文化的遊程	4.222	3
5. 結合探險活動的單車行程	3.889	3
6. 依旅客需求來客製化行程	4.333	3.167
7. 騎乘能力規劃單車旅遊創意路線	3.389	3.056
8. 安排有特色住宿	3.833	3.056
9. 規劃鐵路加單車觀光行程	4.222	3.222
10. 邀請國際人士參加單車節日活動	4.111	3.167
11. 舉辦各種國際自行車賽事	4.333	3.167

12. 邀請名人當形象大使推廣行銷活動	3.722	3.333
13. 拍攝單車旅遊相關宣傳短片	4.278	3.5
14. 拍攝有單車活動的影劇節目	3.722	2.944
15. 設置單車旅遊專門網頁	4.167	2.889
16. 推廣成為海外選手訓練基地	3.667	2.722
17. 出刊各式單車旅遊書籍	3.833	3.222
18. 廣邀海外職業選手來台訓練帶動台灣名氣	3.5	3.167
19. 政府設立專責推廣機構	3.611	2.944
20. 提供各種類型多樣化自行車	4.056	3.389
21. 提供自行車設備租借服務	4.278	3.444
22. 提供人身裝備出借或銷售	3.889	3.278
23. 提供自行車維修設備租借服務	4	3.167
24. 隨時檢修自行車設備的完善	4.167	3.056
25. 提供單車專用GPS系統	4.167	3
26. 廣設單車租借站	3.889	3.333
27. 提供單車甲地租乙地還租借服務	4.556	3.333
28. 合理的租借費用	4.278	3.444
29. 建立自行車旅遊的專業人員認證制度	3.833	3.111
30. 培訓專業的自行車領騎者	3.944	3.333
31. 培訓相關人員具有多國語言能力	4.056	3
32. 加強領騎人員對路線的熟悉度	4.222	3.167

33. 領騎人員擁有沿途豐富人文歷史知識	4.222	3.222
34. 從業人員具單車維修人力	4.333	3.667
35. 從業人員具緊急應變能力	4.556	3.333
36. 從業人員具天候判斷能力	4.278	3.389
37. 培訓個地區的當地陪騎員	3.611	3.167
38. 成立個是單車旅遊組織	3.889	3.444
39. 提供單車旅遊褕母車服務	4.3	3.111
40. 褕母車具有簡易醫護設施	4.222	3.167
41. 與各地醫療機構結合成完整醫療支援體系	4.167	3.278
42. 投保完善的旅遊保險	4.444	3.278
43. 規劃設立綿密的單車驛站	3.833	3.111
44. 在各大公共運輸站設立單車租借站	4.833	3.889
45. 結合鐵路的自行車運輸措施	4.111	3.167
46. 結合公路自行車運輸措施	3.889	2.944
47. 舉辦詳細的行前說明會	3.944	3
48. 提供行前騎乘單車訓練活動	3.944	3
49. 提供旅遊過程的影像紀錄服務	3.5	3.167
50. 隨時提供補給品的支援服務	3.722	3.167
51. 推行自行車為綠色交通工具之風氣	4.167	3.444
52. 推動單車旅遊成為學生畢業旅行活動	3.222	2.889
53. 推動單車環島旅遊為成年禮象徵	2.833	2.944

54. 設立並推廣可記錄已完成單車活動簽證	3.333	3
55. 各地景點規劃完善的自行車專用道	4.278	3.111
56. 規劃完整的環台自行車道	4.889	2.944
57. 全台設有專為單車客設計的旅館	4.167	3
58. 教育民眾對單車騎士友善的氛圍	4.167	3
59. 推廣以單車旅遊認識台灣的教育	4.111	2.944
60. 設立國際人士單車旅遊資訊諮詢交流平台	4.167	2.944
61. 提供完善定型化的旅遊契約書	3.833	3.167
62. 提供旅遊地外語語音導覽系統	3.667	2.944
63. 路標及公共設施牌示清楚易懂	4.389	2.944
64. 單車旅遊資訊取得方便	4.056	3.222
65. 提供各種語言單車旅遊地圖	4.056	3
66. 提供單車旅遊地圖的等高線圖資訊	3.778	2.778
67. 提供詳細的景點介紹	3.889	3.333
68. 提供詳細的食宿 租車服務資訊	4	3.167
69. 開發單車觀光行動 A P P	3.667	2.833

透過此重要度與滿意度數據的分析與排列，能將此69組數據做一重要度與滿意度象限分析圖，來此判斷未來台灣單車旅遊國際化的改善方向。

第二節 單車旅遊國際化策略重要-滿意程度之象限圖分析

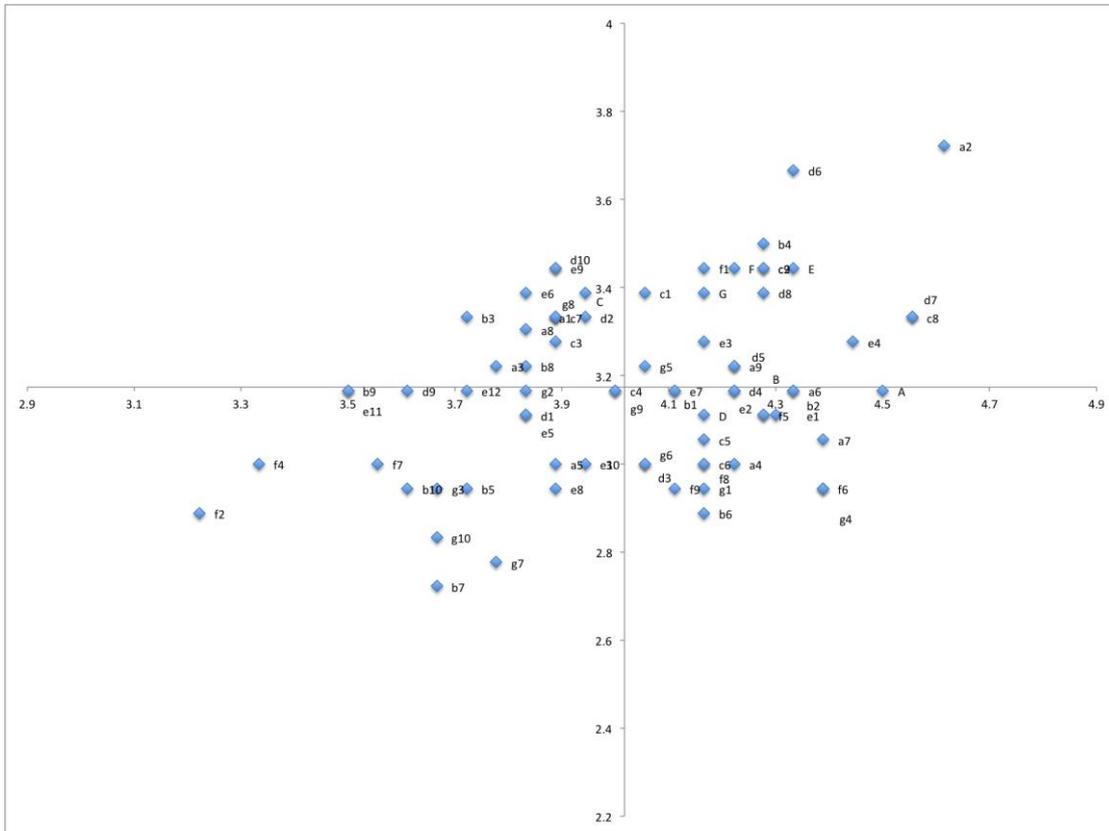


圖 4 IPA象限分析圖

以重要程度為X縱軸，以表現程度為Y橫軸，以個屬性在重要程度與表現程度評定的等級為座標，以總重要程度與表現程度的均點為中點分隔點將空間區分為四個象限。

(1)座落在A象限：a2 a9 b4 c1 c2 c8 c9 d6 d7 e3 e4 f1 g5 E F G

此區為重要程度高表現程度高，屬繼續維持。

(2)座落在B象限：a1 a3 a8 b3 b8 c3 c7 d2 d10 e6 e9 g8 C

此區為重要程度低但表現程度過高，屬供給過度。

(3)座落在 C 象限：a5 b5 b7 b9 b10 c4 d1 d9 e5 e8 e10 e11 e12 f2 f4 f7 g2 g3 g7 g9 g10

此區為重要程度與表現程度皆低，屬優先順序低。

(4)座落在 D 象限：a4 a6 a7 b1 b2 b6 c5 c6 d3 d4 e1 e2 e7 f5 f6 f8 f9 g1 g4 g6 A D

此區為重要程度高但表現程度為低，屬加強改善。

第五章 討論

第一節 象限區之 IPA 分析結果建議

A 象限屬 (Keep up good work)

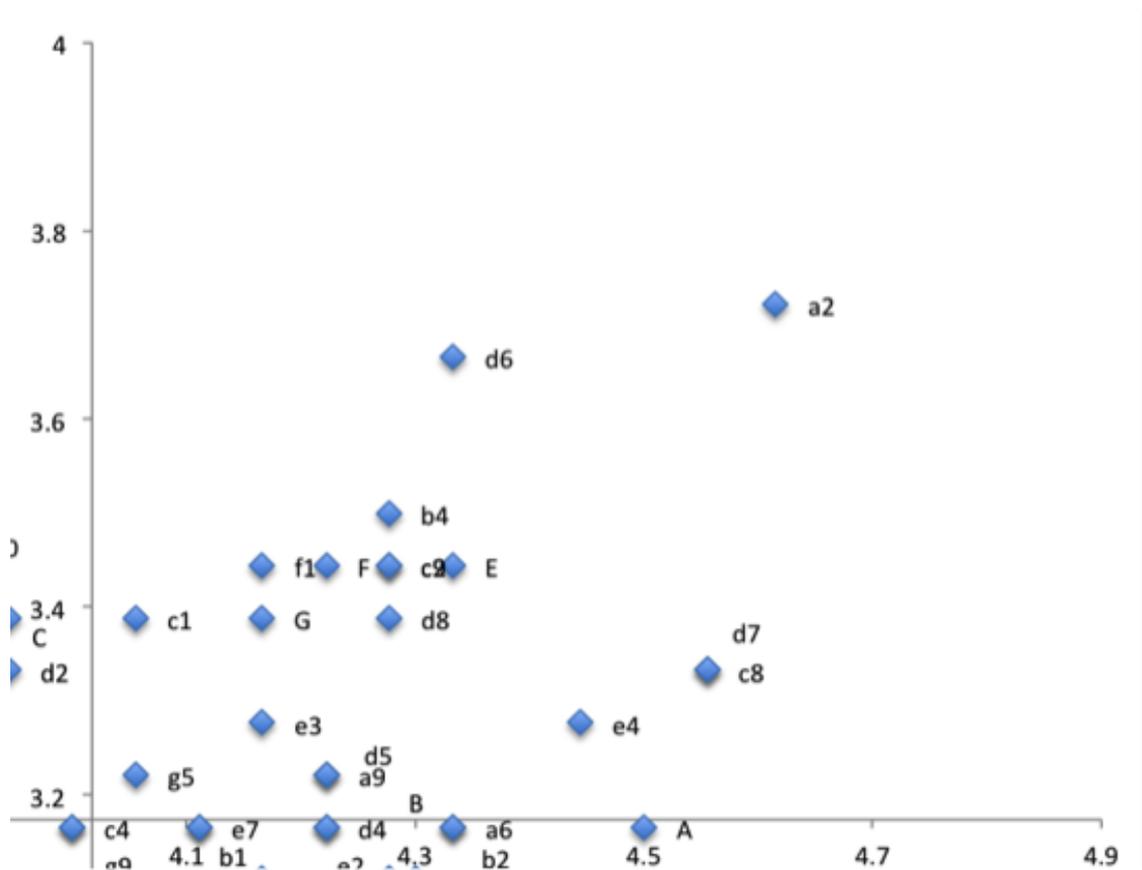


圖 5 A 象限分析圖

(1)重要程度

座落在此區之單車旅遊國際化策略重要度為高度區，此區策略都是非常能幫助推廣單車旅遊國際化之策略，需要維持此區策略並持續檢視及即時改進。

(2)表現程度

在A象限區之表現程度都屬良好，是競爭的優勢來源。只需繼續維持其屬性的表現程度即可。

B 象限屬 (Possible overkill)

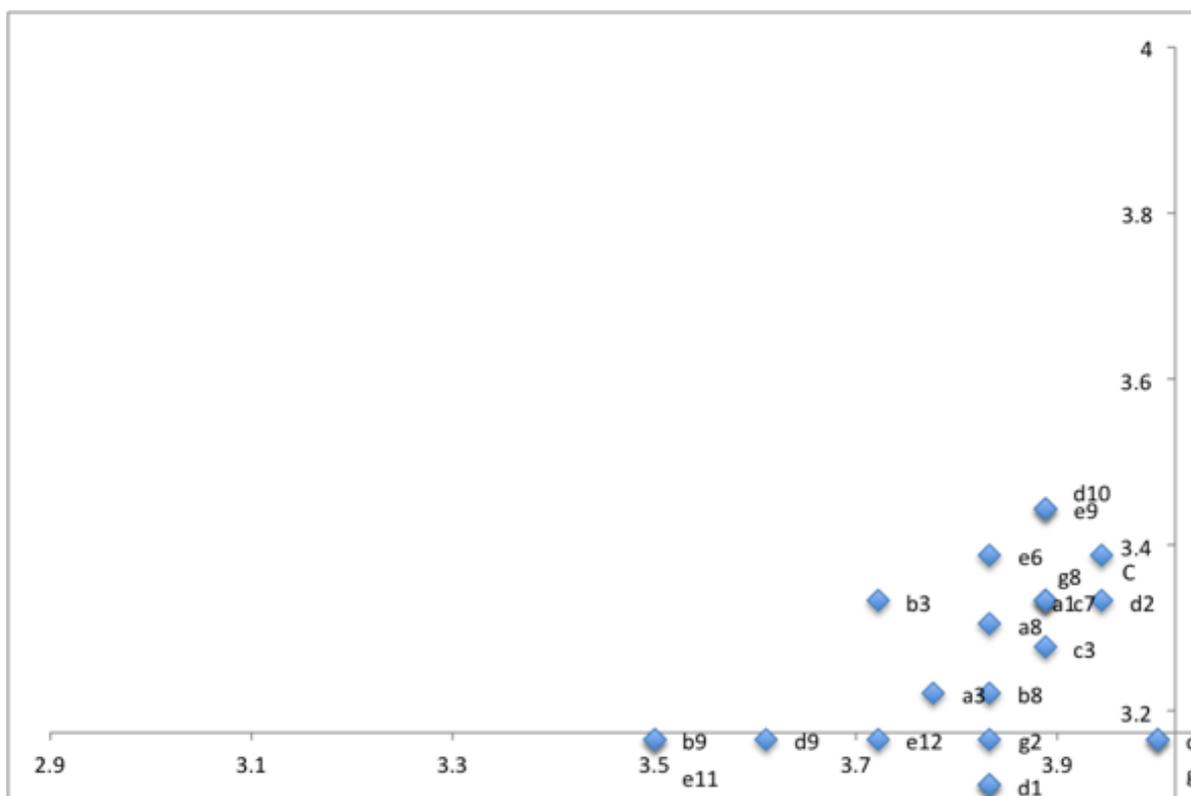


圖 6 B 象限分析圖

(1) 重要程度

座落在此區之單車旅遊國際化策略重要程度屬低，此區策略並無明顯幫助單車旅遊國際化的推廣，建議改變此區之策略並重新評估策略對於推廣單車旅遊國際化的重要程度。

(2) 表現程度

對於此區策略之表現程度都屬偏高，但是策略之重要度偏低，有呈現供給過度的現象，由於此區都以維持高度的表現程度，建議只需在策略上加以改善即可偏向於A象限區平衡供給過度的現象。

C 象限屬 (Low priority)

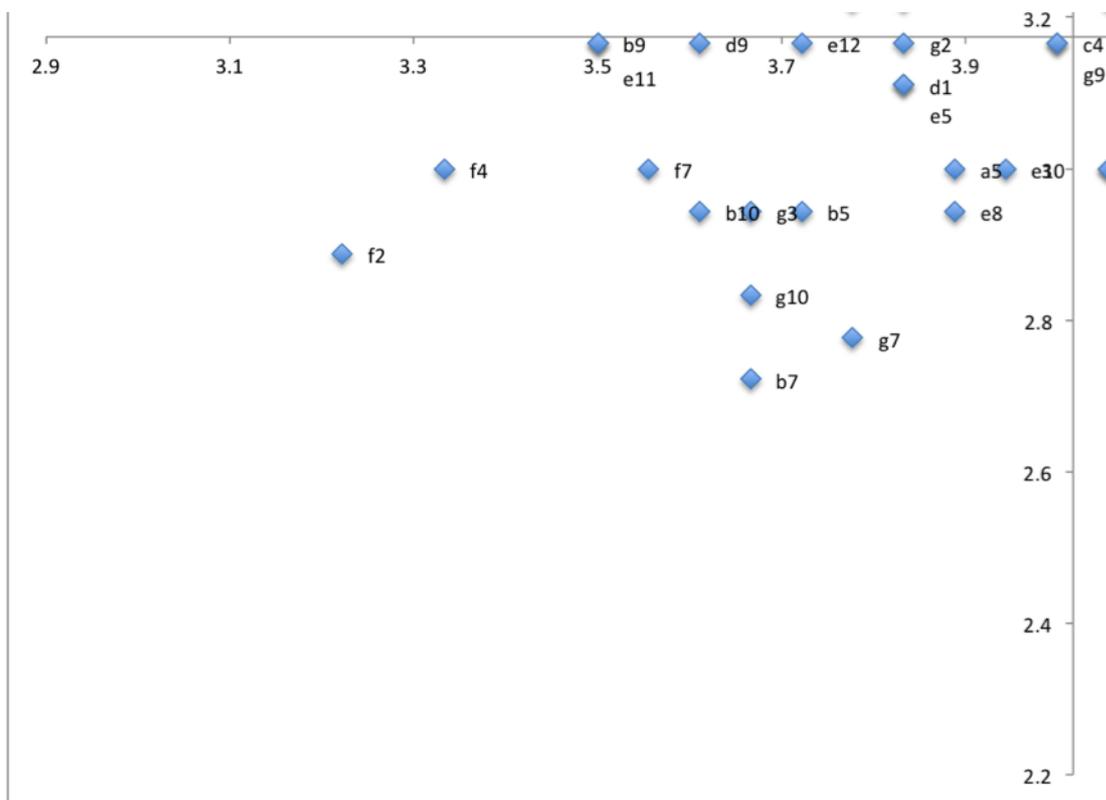


圖 7 C 象限分析圖

(1) 重要程度

座落在此區之策略重要程度極低，在 C 象限區域之策略可考慮全面重新策劃或著放為次要改善目標，避免資源的浪費及配置不當。

(2) 表現程度

對於此區策略的表現程度都屬極低，對於此區表現程度低的狀況，建議可暫時停止此區策略的運行以免造成資源的浪費，也可將此區策略重新規劃，若能成功有極高機會創造新的市場需求。

D 象限屬 (Concentrate here)

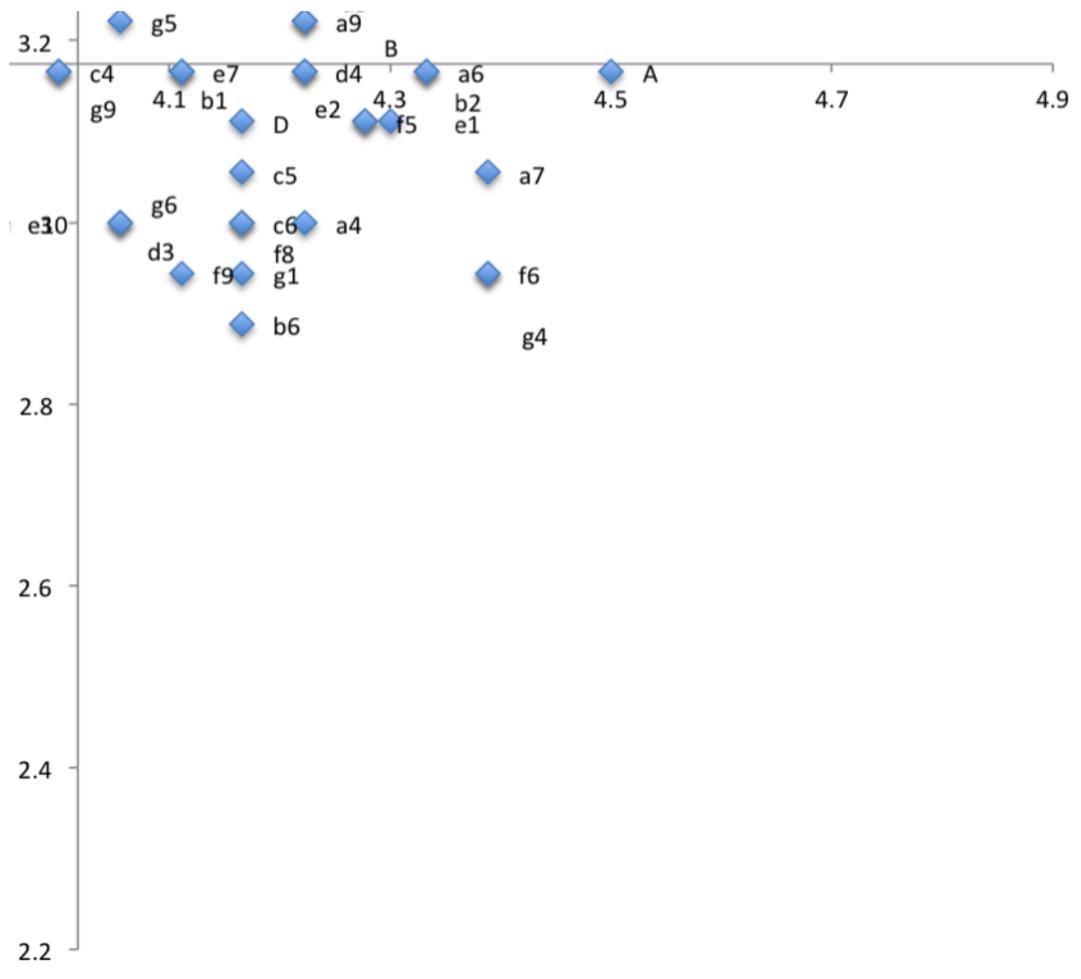


圖 8 D 象限分析圖

(1) 重要程度

座落此區之策略重要程度極高，需持續維持及定期檢視。

(2) 表現程度

此區表現程度偏低，總體策略算是對的，但是執行起來的表現程度不理想，需要在策略點上面作些微的改善已調整策略執行上的表現程度。

(3) 改善方向

a4：建議可與文化部建立一個平台，規劃符合各縣市的風俗文化騎旅。例：台北市

屬不夜城大都市，可規劃出屬於臺北市夜景的騎乘之旅，欣賞在這白天腳步快速的都市另一面，夜晚的寧靜之美。

a6：建議可與對台灣景點熟悉的旅行社業者結合再搭配他國旅行業者的推廣，達成客製化一條龍的服務，避免造成從他國到台灣兩地間的想法及做法斷層。

a7：依騎乘能力大致可分為 1. 娛樂級 2. 玩家級 3. 專家級。

娛樂級：可規劃都市輕旅遊類型路線，與各都市商家做結合踩線行程。

玩家級：可與極限運動業者做結合，規劃山林越野路線配合朔溪 高空彈跳等極限運動，創造出創新的單車玩法。

專家級：利用台灣獨特的地理優勢（一天裡能上山下海）安排出專家級騎者渴望突破極限的騎乘路線，以及模擬國際賽事的騎乘路線給予想要晉升單車運動員的騎者一個跳板。

b1：邀請單車屆聲望極高的單車運動員來台參加有關於單車節日的活動，以利於推廣台灣單車環境在國際上的認識及認可，例：可邀請前世界車王阿母斯壯、英杜蘭等來台做宣傳。

b2：需與政府積極推廣及爭取亞洲自由車總會及國際自由車總會(International Cycling Union, UCI)，對於在台灣站舉辦的賽事對各大運動賽事有積分的認證，例：奧運、世錦賽等各大賽事錄取取積分。

b6：建議設至多國語言之單車旅遊網頁給予外籍騎者查閱資訊，不要只設置英文網站，可設置英文、西班牙文、法文、德文、俄文等全球大型語系網站。

c5：對於單車租借站租借的單車設置單車租借前檢查表，且出車前表單需給租借站中維修人員簽名已確定單車出車前確實檢查，且設 A 車站單車可至 B 車站維修之服務。

c6：與業界或學術界結合開發出屬於單車路線專用的 GPS APP 城市，不用再多出一台 GPS 器，只需自身手機下載 APP 程式即可。

- d3：加強多國語言單車旅遊相關人員的專業術語及旅遊用語的加強。
- d4：各地區騎領人員應定期去巡視及開發新路線，隨時調整對於自己地區路線的熟識度。
- e1：與租車業者做結合，並可客製化騎者對於租車的需求，且能甲地租車乙地還的服務。
- e2：應與政府做溝通，明定法令讓租車具有強制的簡易醫護設備。
- e7：可與鐵路業者結合，專門為單車設置停置車廂且騎者安排在單車停滯車廂旁，以及單車及騎者的票價優惠。
- e5：可在各地區的景點古蹟周邊建設專門自行車道，創造特色的騎乘特色，例：單車遊日月潭、單車遊西湖。
- e6：在市與市的連接處間建設好銜接的自行車道，規劃出獨自的自行車道，不與車爭道。
- e8：政府與業者須做結合，做宣傳影片或者單車勵志微電影，讓人民對於單車的氛圍深植人心。
- e9：推廣學校戶外教學以單車導覽附近民情古蹟的風氣，達到有單車旅遊結合教育的氛圍。
- g1：設立類似於 C to C 窗口的單車旅遊諮詢交流平台，並透國外交部積極推廣。
- g4：設置專為單車騎者的路標及牌示，並且統一用一種顏色區隔，再用國際通用之單車術語作為標示。
- g6：研發多國語言單車旅遊地圖 APP 程式，並且有複合式的功能，例：設有建議路線及大致到達時間等。

第二節 總體分析

台灣單車旅遊策略現狀多是針對台灣島內居民為發想，在地化策略近乎成熟，

且表現程度有穩定中持續提升的趨勢，稍嫌不足地方為各縣市的銜接，各縣市單車旅遊的軟硬體設施大都獨立作業，沒有整合通用，銜接各縣市的單車道也有斷層的狀況，單車資源多集中在北部區域。

軟硬體的設施及銜接縣市單車道的建設由於跨越各縣市區域為避免各縣市各成一國的狀況出現，應由中央統合各縣市來做此建設。單車資源也需鼓勵業者多往東部、中部、南部，以針灸法的方式擴散。

台灣單車旅遊國際化策略重要程度支比例近乎 5：5 的趨勢存在，顯示出還是有很多資源是浪費掉的，應盡快避免這些資源被浪費，不重要之策略須盡快改進或著停止運行。要把台灣單車旅遊推銷至國際需要產、官、學緊密的配合，例如鄰國韓國，利用媒體力量靠著拍攝韓劇推銷韓國美食與名勝景點讓全世界認識。日本，政府部門積極與業者配合出訪國外推銷本國滑雪旅遊，並利用外交部（簽證）（推廣）、航空業（機票）、運輸業（高鐵）、飯店業（滑雪山莊）、旅遊業（滑雪行程）的緊密結合一條龍的策略，把自身優勢推自最高點行銷全世界。

台灣借鏡鄰國，需體認到要把單車旅遊推銷至全球，僅有政府部門與各相關業者的緊密結合才能把推廣的效能發揮到最大。

參考文獻

- 王偉琴、吳崇旗(2013)。自行車騎士對高雄市愛河/西臨港車道環境屬性之重要性與滿意度探究-IPA 之應用。島嶼觀光期刊，6(1)，1-26。
- 王俊明(1999)。問卷與量表的編製及分析方法。載於張至滿、王俊明主編：體育測驗與評價(139-158頁)。台北市：中華民國體育學會。
- 王怡菁(1998)。休閒能力涉入程度與休閒利益關係之研究—以自行車參與者為例(未出版之碩士論文)。國立體育學院，桃園
- 林家楨(2008)。中部地區自行車活動參與者之深度休閒、休閒體驗對休閒承諾的影響(未出版碩士論文)。國立雲林科技大學，雲林縣。
- 殷士閔(2011)。無疆的騎路—一個人，一台單車，三千公里歐洲跨國手記。台北市：允晨文化。
- 曾喜鵬、陳宥蓉(2010)。亞洲旅遊市場之競爭群組及其競爭優勢分析—多元尺度法的應用。休閒產業管理學刊，3(2)，1-21。
- 謝鳳翰(2009)。青少年運動員的運動承諾之研究以發展性的觀點為基礎(未出版碩士論文)。國立台北教育大學，台北市。
- 譚瑾瑜(2005)。台灣觀光產業的現況與未來發展。財團法人國家政策研究基金會國政研究報告。2011年12月1日，取自
<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/TE/094/TE-R-094-023.htm>。
- 譚瑾瑜(2005)。台灣觀光產業的現況與未來發展。財團法人國家政策研究基金會國政研究報告。2011年12月1日，取自
<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/TE/094/TE-R-094-023.htm>。
- 鐘麗娟(2010)。節慶活動觀光效益探討—以「碧潭龍舟文化季」為例。未出版之碩士論文，私立淡江大學公共行政學系公共政策碩士在職專班，新台市。

劉還月 (1991)。台灣的歲節祭祀。台北市：自立晚報。

附錄

推動台灣單車旅遊國際化策略之調查問卷

敬愛的觀光旅遊先進：

您好！本研究為探討台灣推動單車旅遊國際化策略。素仰您在觀光旅遊領域之專精與見解獨到，特邀請您填寫本問卷，您的寶貴意見俾對台灣之單車旅遊國際化發展有具體之貢獻。本調查結果僅供作研究統計分析之用，絕對不會將個人資料對外公開，請您安心填寫。煩請您就各策略指標的重要性及滿意度，逐項填寫各指標項目之符合程度，

非常感謝您的協助。此

敬祝 萬事如意

中華大學 國企系

指導老師 陳俊安

學

生 李欣禎 鄭郁穎 莊羽瑄 王祥羽

敬啟

2015 年 7 月

個人基本資料

姓名：_____ 性別： 男性 女性

教育程度： 高中及以下 大學 碩士 博士

服務單位：_____ 服務部門：_____ 職務名稱：_____

- 工作年資： 1. 5 年以下 2. 6~10 年 3. 11~20 年
4. 21~30 年 5. 31 年以上

- 年 齡： 1. 30 歲(含)以下 2. 31~40 歲(含)
3. 41~50 歲(含) 4. 51 歲以上

推動台灣單車旅遊國際化策略之研究

本研究之整體架構共分為七大構面，每個構面下有 9 至 12 個指標。

A. 規劃具有特色的單車旅遊行程

1. 與節慶活動結合的單車行程
2. 結合風光景色的深度遊程
3. 結合台灣特色小吃的遊程
4. 結合台灣民情風俗和文化的遊程
5. 結合探險活動的單車行程
6. 依旅客需求來客製化行程
7. 騎乘能力規畫單車旅遊創意路線
8. 安排有特色住宿
9. 規劃鐵路加單車觀光行程

B. 加強國際行銷活動

1. 邀請國際人士參加單車節日活動
2. 舉辦各種國際自行車賽事
3. 邀請名人當形象大使參加推廣行銷活動
4. 拍攝單車旅遊相關宣傳短片

5. 拍攝有單車活動的影劇節目
6. 設置單車旅遊專門網頁
7. 推廣成為海外選手訓練場地
8. 出刊各式單車旅遊書籍
9. 廣邀海外職業選手來台訓練帶動台灣之名氣
10. 政府設立專責推廣機構

C. 提供完備的自行車旅遊器材

1. 提供各種類型多樣化的自行車
2. 提供自行車設備租借服務
3. 提供人身裝備的出借或銷售
4. 提供自行車維修設備租借服務
5. 隨時檢修自行車設備的完善
6. 提供單車專用的 GPS 系統
7. 廣設單車租借站
8. 提供單車甲地租乙地還的租借服務
9. 合理的租借費用

D. 培訓單車旅遊的專業人員

1. 建立自行車旅遊的專業人員認證制度
2. 培訓專業的自行車領騎者
3. 培訓相關人員具有多國語言能力
4. 加強領騎人員對路線的熟悉度
5. 領騎人員擁有沿途豐富人文歷史的知識

6. 從業人員具單車維修能力
7. 從業人員具緊急應變能力
8. 從業人員具天候判斷能力
9. 培訓各地區的當地陪騎員
10. 成立各式單車旅遊組織

E. 提供完善的支援活動

1. 提供單車旅遊的褫姆車服務
2. 褫姆車具簡易醫護設施
3. 與各地醫療機構結合成完整醫療支援體系
4. 投保完善的旅遊保險
5. 規劃設立綿密的單車驛站
6. 在各大公共運輸站設立單車租借站
7. 結合鐵路的自行車運輸措施
8. 結合公路自行車的運輸措施
9. 舉辦詳細的行前說明會
10. 提供行前騎程單車訓練活動
11. 提供旅遊過程的影像紀錄服務
12. 隨時提供補給品的支援服務

F. 塑造自行車的友善環境與風氣

1. 推行自行車為綠色交通工具之風氣
2. 推動單車旅遊成為學生畢業旅行活動
3. 推動單車環島旅遊成為成年禮象徵
4. 設計並推廣可記錄已完成單車活動的簽證

5. 各地景點規畫完善的自行車專用道
6. 規劃完整的環台自行車道
7. 全台設有專為單車客設計的旅館
8. 教育民眾對單車騎士友善的氛圍
9. 推廣以單車旅遊認識台灣的教育

G. 提供完整的旅遊服務資訊

1. 設立國際人士單車旅遊資訊諮詢及交流平台
2. 提供完善定型化的旅遊契約書
3. 提供旅遊地外語語音導覽系統
4. 路標及公共設施牌示清楚易懂
5. 單車旅遊資訊取得方便
6. 提供各種語言的單車旅遊地圖
7. 提供單車旅遊地圖的等高線圖資訊
8. 提供詳細的景點介紹
9. 提供詳細的食宿、租車服務資訊
10. 開發單車觀光行動 APP

【填寫說明】

問卷之填答分為兩欄，請分別勾選出您認各項指標的重要性及滿意程度。

範例：

I. 規劃具有特色的單車旅遊行程	重要程度					滿意程度				
	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
請問 您認為下列事項對於” 規劃具有特色的單車旅遊行程”的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？										
a1. 與節慶活動結合的單車行程	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a2. 結合風光景色的深度遊程	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

正式問卷

A. 規劃具有特色的單車旅遊行程	重要程度					滿意程度				
	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
請問 您認為下列事項對於” 規劃具有特色的單車旅遊行程”的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？										
a1. 與節慶活動結合的單車行程	<input type="checkbox"/>									
a2. 結合風光景色的深度遊程	<input type="checkbox"/>									
a3. 結合台灣特色小吃的遊程	<input type="checkbox"/>									
a4. 結合台灣民情風俗和文化的遊程	<input type="checkbox"/>									
a5. 結合探險活動的單車行程	<input type="checkbox"/>									

a6. 依旅客需求來客製化行程	<input type="checkbox"/>									
a7. 騎乘能力規畫單車旅遊創意路線	<input type="checkbox"/>									
a8. 安排有特色住宿	<input type="checkbox"/>									
a9. 規劃鐵路加單車觀光行程	<input type="checkbox"/>									

B. 加強國際行銷活動	重要程度					滿意程度				
	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
請問 您認為下列事項對於” 加強國際行銷活動” 的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？										
b1. 邀請國際人士參加單車節日活動	<input type="checkbox"/>									
b2. 舉辦各種國際自行車賽事	<input type="checkbox"/>									
b3. 邀請名人當形象大使參加推廣行銷活動	<input type="checkbox"/>									
b4. 拍攝單車旅遊相關宣傳短片	<input type="checkbox"/>									
b5. 拍攝有單車活動的影劇節目	<input type="checkbox"/>									
b6. 設置單車旅遊專門網頁	<input type="checkbox"/>									
b7. 推廣成為海外選手訓練場地	<input type="checkbox"/>									
b8. 出刊各式單車旅遊書籍	<input type="checkbox"/>									
b9. 廣邀海外職業選手來台訓練帶動台灣之名氣	<input type="checkbox"/>									
b10. 政府設立專責推廣機構	<input type="checkbox"/>									

C. 提供完備的自行車旅遊器材	重要程度					滿意程度				
	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
請問 您認為下列事項對於” 提供完備的自行車旅遊器材” 的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？										
c1. 提供各種類型多樣化的自行車	<input type="checkbox"/>									
c2. 提供自行車設備租借服務	<input type="checkbox"/>									
c3. 提供人身裝備的出借或銷售	<input type="checkbox"/>									
c4. 提供自行車維修設備租借服務	<input type="checkbox"/>									
c5. 隨時檢修自行車設備的完善	<input type="checkbox"/>									
c6. 提供單車專用的 GPS 系統	<input type="checkbox"/>									
c7. 廣設單車租借站	<input type="checkbox"/>									
c8. 提供單車甲地租乙地還的租借服務	<input type="checkbox"/>									
c9. 合理的租借費用	<input type="checkbox"/>									

D. 培訓單車旅遊的專業人員	重要程度					滿意程度				
	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
請問 您認為下列事項對於” 培訓單車旅遊的專業人員” 的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？										
d1. 建立自行車旅遊的專業人員認證制度	<input type="checkbox"/>									
d2. 培訓專業的自行車領騎者	<input type="checkbox"/>									

d3. 培訓相關人員具有多國語言能力	<input type="checkbox"/>									
d4. 加強領騎人員對路線的熟悉度	<input type="checkbox"/>									
d5. 領騎人員擁有沿途豐富人文歷史的知識	<input type="checkbox"/>									
d6. 從業人員具單車維修能力	<input type="checkbox"/>									
d7. 從業人員具緊急應變能力	<input type="checkbox"/>									
d8. 從業人員具天候判斷能力	<input type="checkbox"/>									
d9. 培訓各地區的當地陪騎員	<input type="checkbox"/>									
d10. 成立各式單車旅遊組織	<input type="checkbox"/>									

E. 提供完善的支援活動	重要程度					滿意程度				
	非常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
請問 您認為下列事項對於” 提供完善的支援活動” 的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？										
e1. 提供單車旅遊的褸姆車服務	<input type="checkbox"/>									
e2. 褸姆車具簡易醫護設施	<input type="checkbox"/>									
e3. 與各地醫療機構結合成完整醫療支援體系	<input type="checkbox"/>									
e4. 投保完善的旅遊保險	<input type="checkbox"/>									
e5. 規劃設立綿密的單車驛站	<input type="checkbox"/>									
e6. 在各大公共運輸站設立單車租借站	<input type="checkbox"/>									
e7. 結合鐵路的自行車運輸措施	<input type="checkbox"/>									

e8. 結合公路自行車的運輸措施	<input type="checkbox"/>									
e9. 舉辦詳細的行前說明會	<input type="checkbox"/>									
e10. 提供行前騎程單車訓練活動	<input type="checkbox"/>									
e11. 提供旅遊過程的影像紀錄服務	<input type="checkbox"/>									
e12. 隨時提供補給品的支援服務	<input type="checkbox"/>									

F. 塑造自行車的友善環境與風氣	重要程度					滿意程度				
	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
請問 您認為下列事項對於” 塑造自行車的友善環境與風氣” 的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？										
f1. 推行自行車為綠色交通工具之風氣	<input type="checkbox"/>									
f2. 推動單車旅遊成為學生畢業旅行活動	<input type="checkbox"/>									
f3. 推動單車環島旅遊成為成年禮象徵	<input type="checkbox"/>									
f4. 設計並推廣可記錄已完成單車活動的簽證	<input type="checkbox"/>									
f5. 各地景點規畫完善的自行車專用道	<input type="checkbox"/>									
f6. 規劃完整的環台自行車道	<input type="checkbox"/>									
f7. 全台設有專為單車客設計的旅館	<input type="checkbox"/>									
f8. 教育民眾對單車騎士友善的氛圍	<input type="checkbox"/>									
f9. 推廣以單車旅遊認識台灣的教育	<input type="checkbox"/>									

G. 提供完整的旅遊服務資訊	重要程度					滿意程度				
----------------	------	--	--	--	--	------	--	--	--	--

請問 您認為下列事項對於” 提供完整的旅遊服務資訊” 的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？	非	不	普	重	非	非	不	普	滿	非
	常	重	通	要	常	常	滿	通	意	常
	不	要			重	不	意			滿
	重				要	滿				意
	要					意				
g1. 設立國際人士單車旅遊資訊諮詢及交流平台	<input type="checkbox"/>									
g2. 提供完善定型化的旅遊契約書	<input type="checkbox"/>									
g3. 提供旅遊地外語語音導覽系統	<input type="checkbox"/>									
g4. 路標及公共設施牌示清楚易懂	<input type="checkbox"/>									
g5. 單車旅遊資訊取得方便	<input type="checkbox"/>									
g6. 提供各種語言的單車旅遊地圖	<input type="checkbox"/>									
g7. 提供單車旅遊地圖的等高線圖資訊	<input type="checkbox"/>									
g8. 提供詳細的景點介紹	<input type="checkbox"/>									
g9. 提供詳細的食宿、租車服務資訊	<input type="checkbox"/>									
g10. 開發單車觀光行動 APP	<input type="checkbox"/>									

推動台灣單車旅遊國際化	重要程度					滿意程度				
	非	不	普	重	非	非	不	普	滿	非
	常	重	通	要	常	常	滿	通	意	常
	不	要			重	不	意			滿
	重				要	滿				意
	要					意				
請問 您認為下列事項對於” 推動台灣單車旅遊國際化” 的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？	<input type="checkbox"/>									

A. 規劃具有特色的單車旅遊行程	<input type="checkbox"/>									
B. 加強國際行銷活動	<input type="checkbox"/>									
C. 提供完備的自行車旅遊器材	<input type="checkbox"/>									
D. 培訓單車旅遊的專業人員	<input type="checkbox"/>									
E. 提供完善的支援活動	<input type="checkbox"/>									
F. 塑造自行車的友善環境與風氣	<input type="checkbox"/>									
G. 提供完整的旅遊服務資訊	<input type="checkbox"/>									

	重要程度					滿意程度				
	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
整體而言，請問 您認為台灣對於推動單車旅遊國際化的 <u>重要程度</u> ，及目前的 <u>滿意程度</u> 分別為何？										
台灣推動單車旅遊國際化	<input type="checkbox"/>									

本問卷至此結束，請再次確認是否遺漏之項目

感謝您撥冗填寫，在此由衷致上萬分謝意！

