

# A Study on the Consumer Behaviors and Satisfaction for Biking at the Houfong Bikeway

吳淑華、呂崇銘

E-mail: 9805870@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This research aimed at discovering the participative behaviors and satisfaction of bicyclists who take the tour on the HouFong Bikeway, Taichung, Taiwan. Subjects were that of bicyclists riding on the HouFong Bikeway. By using a questionnaire survey, the researcher chose demographics, participative behavior, and satisfaction as the research tools. Totally 450 copies of questionnaires were sent, and the retrieval copies were 405 that made the retrieval rate counted for 90%. Data acquired from questionnaires then proceeded with statistical analysis through descriptive statistics, independent sample t-test, Pearson product t-moment correlation, and One Way ANOVA. The results are as follow:

1. For people coming visit the HouFong Bikeway, male are predominated than that of female consumers. In terms of age, people in their 31-40 are the biggest group. When referring to educational background, it is institute or high school graduates that are the most consumers to use this route. Speaking of occupations, people in the field of industrial and business take the biggest shares. Most users of the HouFong Bikeway have been married, and their average income hitting the range of 20,001-30,000 NT dollars counted the most. Most often than not that consumers will rent bicycles when they come down this route, and the rental information mostly provided by their friends or relatives. With regard to frequency, it is fewer than once that take the biggest share, and the riding time for 1-2 hours are the most common.
2. Different gender, age, occupation, educational background, marriage status, and monthly income of bicyclist consumers show significant differences on participative behaviors.
3. Different gender, age, occupation, educational background, marriage status, and monthly income of bicyclist consumers demonstrate significant discrepancy on the user satisfaction.
4. There are significant correlation between participative behaviors and user satisfaction of bicyclist consumers.

Keywords : bikeway、 behaviors、 satisfaction、 houfong bikeway

## Table of Contents

中文摘要 . . . . .	iii
英文摘要 . . . . .	iv
誌謝辭 . . . . .	vi
內容目錄 . . . . .	vii
表目錄 . . . . .	ix
圖目錄 . . . . .	xi
第一章 緒論 . . . . .	1
第一節 研究動機 . . . . .	1
第二節 研究目的 . . . . .	3
第三節 研究範圍與限制 . . . . .	3
第四節 名詞解釋 . . . . .	4
第二章 文獻回顧 . . . . .	6
第一節 后豐鐵馬道概述 . . . . .	6
第二節 自行車道及路網之定義與相關政策 . . . . .	7
第三節 消費者行為 . . . . .	15
第四節 運動參與行為 . . . . .	20
第五節 消費者滿意度與相關研究 . . . . .	24
第六節 自行車消費者參與行為與滿意度之相關研究 . . . . .	29
第三章 研究方法 . . . . .	32
第一節 研究架構 . . . . .	32
第二節 研究假設 . . . . .	33
第三節 研究流程 . . . . .	33

第四節 問卷調查 . . . . .	36
第五節 資料分析 . . . . .	38
第四章 結果與討論 . . . . .	41
第一節 自行車消費者之人口變項描述 . . . . .	41
第二節 不同背景變項受訪者之參與行為分析 . . . . .	50
第三節 不同背景變項受訪者之滿意度分析 . . . . .	60
第四節 自行車消費者參與行為與滿意度之相關分析 . . . . .	69
第五章 結論與建議 . . . . .	74
第一節 結論 . . . . .	74
第二節 建議 . . . . .	78
參考文獻 . . . . .	81
附錄 研究正式問卷 . . . . .	91

## REFERENCES

- 一、中文部份方世榮(1998), 行銷學, 台北:三民書局。方進隆(1993), 健康體能的理論與實際, 台北:漢文書店。王正平(2004), 登山健行遊客與登山自行車使用者遊憩衝突之研究, 戶外遊憩研究, 17(4), 71-91。向婉惠(2006), 臺北縣樹林市市民使用大漢溪河濱自行車道之現況與參與動機之研究, 臺北市立教育大學體育學系研究所未出版之碩士論文。行政院內政部營建署(2008), 市區道路工程規劃及設計規範, 台北:行政院內政部營建署。行政院體育委員會(2002), 臺灣地區自行車道系統規劃與設置, 台北:行政院體育委員會。沈進成, 方靜儀, 許志遠, 鍾武倫, 王鈞平(2003), 南華大學學生參與動機、阻礙因素、運動參與滿意度關聯性之研究, 發表於立德管理學院健康休閒暨觀光餐旅產官學研討會, 台南:私立立德管理學院。林建堯, 傅克昌, 歐聖榮(1999), 騎乘動機對自行車專用道環境屬性重要程度之影響, 興大園藝, 24(4), 95-106。林建煌(2002), 消費者行為(初版), 台北:智勝文化。林靈宏(1999), 消費者行為學(初版), 台北:五南圖書。侯錦雄(1990), 遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究, 國立台灣大學園藝學研究所未出版之博士論文, 台北。徐光輝(1998), 台灣休閒農業之消費行為分析, 國立台灣大學經濟研究所未出版之碩士論文。徐達光(2003), 消費者心理學, 台北:東華書局。高俊雄(1995), 台北市健康體適能俱樂部健康經營管理型態之研究, 運動休閒管理論文集(1), 219-313。張大春(2005), 政府觀光行銷 - 以後豐鐵馬道為例, 私立逢甲大學事業經營管理系研究所未出版之碩士論文。張良漢(1997), 選擇健康體適能俱樂部考慮因素探討, 國民體育季刊, 26(2), 107-113。張耿雄(2006), 健走、踩鐵馬有氧又健康, 自由時報, E29。張彩秀(1995), 國人運動行為、體適能及主觀健康狀況之研究, 學校衛生, 26, 2-23。張學孔(2001), 永續發展與綠色交通, 經濟前瞻, 76(1), 116-121。張馨文(2004), 各國自行車遊憩經驗之研究, 都市交通季刊, 19(1), 1-10。梁雯玟(2001), 顧客導向、服務補償與服務品質之關係研究 - 以國際觀光旅館為例, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。莊惠宜, 邱文彬, 黃耀輝, 廖志豪(2004), 國外自行車推動計畫, 代步與休閒產業雙月刊, 18, 17-20。許智政(2001), 臺北市國小校園休閒運動參與者生活型態及滿意度調查之研究, 臺北市立師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。陳佳媚(2008), 遊客目的地意象與重遊意願相關之研究 - 以潭雅神綠園道為例, 私立大葉大學運動事業管理學系研究所未出版之碩士論文。陳冠璋(2006), 不同自行車類型與車道設施滿意度之研究:以後豐自行車道為例, 私立朝陽科技大學建築及都市設計研究所未出版之碩士論文。陳鴻雁(2000), 台灣地區民眾參與休閒運動之研究, 台北:輔大出版社。黃宗成, 吳忠宏(2001), 玉山國家公園管理處服務品質之研究:以遊客滿意度為例, 國家公園公園學報, 11(2), 117-135。黃金宏(2006), 騎乘自行車健康行, 學校體育, 16(4), 103-106。黃啟榮(2002), 生活型態需求與附加價值創造關聯發展之研究:以登山自行車為例, 國立台灣師範大學設計學系研究所未出版之碩士論文。楊舒雯(2006), 自行車道遊客特性與遊憩服務品質之研究 - 以台中縣東豐自行車綠廊為例, 國立體育學院休閒產業經營學系研究所未出版之碩士論文。廖明豐(2003), 東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。廖俊儒(2004), 職棒現場觀眾消費體驗要素對體驗滿意度與忠誠意願影響之研究, 國立台灣師範大學體育學系博士班未出版之博士論文。榮泰生(1991), 行銷管理學, 台北:五南圖書。榮泰生(1999), 消費者行為, 台北:五南圖書。臺中縣觀光旅遊局(2005), 百里自行車道, 山海屯, 8, 台中縣:台中縣政府。蔡瑞宇(1996), 顧客行為學, 台北:天一圖書。鄭順瓏(2001), 臺北市YMCA 游泳訓練班消費者行為之研究, 國立體育學院論叢, 12(1), 175-188。賴金鑫(1993), 運動醫學講座第二輯, 台北:健康世界雜誌社。賴炫政(1999), 運動對憂鬱症的影響, 國立台灣師範大學體育研究所未出版之碩士論文。駱東明(2006), 自行車道參與民眾休閒行為與休閒利益研究 - 以東豐綠廊為例, 國立臺灣體育學院體育研究所未出版之碩士論文。觀大千(2005), 兩馬文化吹起自行車流行風, 山海屯, 7, 台中縣:台中縣政府。二、英文部份Blair, S.N. (1984). How to assess exercise habits and physical fitness. In N.E. Miller, J.D. Matarazzo, S.N. Weiss, J.A. Herd, & S.M. Weiss (Eds.), Behavioral health: A handbook of health enhancement and disease prevention (pp. 424-447), New York: Wiley.Camacho, T. C., Roberts, R. E., Lazarus, N. B., Kaplan, G. A., & Cohen, R. D. (1991). Physical activity and depression: evidence from the Alameda County Study. American Journal of Epidemiology, 34(2), 220-231.Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction. Journal of Marketing Research, 24, 244-249.Caspersen, C. J., Christenson, G. M., & Powell, K. E. (1985). Physical activity, exercise and physical fitness: definition and distinctions for health related research. Public Health Report, 100, 131-146.Churchill, G. A., & Suprenant, C. (1982). An investigation into determinants of customer satisfaction. Journal of Marketing Research, 19, 491-504.Cyert, R. M., & March, J. G. (1963). A behavioral theory of the firm. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.Czepiel, J. A., Larry, J. R., & Adebayo, A. (1974). Perspectives on consumer satisfaction. In R. Curham (Ed.), AMA Conference Proceedings (pp. 119-123). Chicago: American

Marketing Association. Day, R. L., & Landon, E. L. (1977). Towards a theory of consumer complaining behavior. In A. Woodside, J. Sheth & P. Bennett (Eds.), *Consumer and Industrial Buying Behavior* (pp. 425-437). Amsterdam: North-Holland Publishing Company Press.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). New York: Dryden.

Engle, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1984). *Consumer behavior* (4th ed.). II: Dryden Press.

Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*, 55, 1-21.

Fox, K. R. (1987). Physical self-perceptions and exercise involvement. Arizona State University.

Gionet, N. J., & Godin, G. (1989). Self reported exercise behavior of employee: a validity study. *Journal of Occupation Medicine*, 31(12), 969-973.

Goodman, J. (1989). The nature of customer satisfaction. *Quality Progress*, 37-40.

Haskell, W. L. (1988). Overview: Health benefits of exercise. *Handbook of Life Stress, Cognition, and Health*. New York: John Wiley and Sons, Inc., 259-294.

Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A., (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (8th ed), New York: McGraw-Hill.

Hempel, D. J. (1977). Consumer satisfaction with the buying process: Conceptualization and measurement. In H. K. Hunt (Ed.), *The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, Cambridge, Mass: Marketing Science Institute.

Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Wiley and Sons Inc.

Kelly, J. R. (1989). Later-life leisure. Beginning a new agenda. *Leisure Sciences*, 11(1), 47-59.

Kotler, P. (1999). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Muller, W. (1991). Gaining competitive advantage through customer satisfaction. *European Management Journal*, 3, 201-221.

Oliver, R. L. (1993). Contitive, affective, and attribute bases of the satisfaction. *Journal of Customer Research*, 20(40), 418-430.

Oliver, Richard L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision, *Journal of Marketing Research*, 17(3), 460-469.

Parker, S. R. (1971). *The future of Work and Leisure*. London: MacGibbon and Kee.

Peterson, R. A., & Wilson, W. R. (1992). Measuring customer satisfaction: Fact and artifact, *Journal of Academy of Marketing Science*, 20, 61-71.

Pfaff, M. (1977). The index of customer satisfaction measurement problem and opportunity. In H. K. Hunt (Ed.), *The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction* (pp. 24-27), Cambridge, Massachusetts: Marketing Science Institute.

Rossmann, J. R. (1989). *Recreation programming designing leisure experience*, sagamore publishing. Illions: Champaign.

Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer Behavior* (2nd Ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Singh, J. (1991). Understanding the structure on consumer satisfaction evaluation of service delivery. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19, 223-234.

Siscovick, D. S., Laporte, R. E., & Newman, J. M. (1985). The disease-special benefits and risks of physical activity and exercise. *Public Health Reports*, 100(2), 180-188.

William, T. G. (1982). *Consumer Behavior Fundamental and Strategies*. St. Paul Minn : West Publishing Co.