

修平科技大學

觀光與遊憩管理系

騎乘 IBIKE 體驗價值與滿意度調查— 以台中 IBIKE 為例

指導老師：張千雲

姓名：陳思澐

學號：BG102009

姓名：王珮瑤

學號：BG102021

姓名：陳羿歲

學號：BG102031

姓名：呂冠儀

學號：BG102039

中華民國 105 年 6 月 08 日

致 謝

這份專題的完成，首先感謝本組組員的努力，從一開始不知從何下手，到慢慢了解內容，在這過程中我們也學習到如何跟組員合作以及溝通，雖然一路走來有過挫敗，但好在最後圓滿的結束了，真的很感謝組員們的互相幫忙。

我們也非常感謝張千雲老師這段時間不厭其煩的教導，讓我們撰寫有正確方向，受益良多，在此感謝老師的教導與帶領。

最後口試期間，感謝翁小芬老師、陳明義老師、黃文雄老師，來幫我們做最後的建議，並且告訴我們需要改進的地方，使我們更完善的把這份專題完成，大家辛苦了！

摘要

本文探討台中市 IBIKE 騎乘之滿意度與體驗價值之關係，以滿意度及體驗價值為本文之構面，研究台中市自行車發展及顧客滿意度、體驗價值，研究對象以騎乘過 IBIKE 的民眾進行滿意度及體驗價值進行調查，利用發放問卷的方式，共回收有效問卷 302 份，以「敘述行分析」、「迴歸分析」作為研究工具，使 IBIKE 的政策與推行是一個值得發展的方向。

目錄

摘要	i
目錄	ii
表目錄	iii
圖目錄	iv
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	2
第二節 研究目的	4
第三節 研究流程	5
第二章 文獻探討	6
第一節 台中公共自行車發展	6
第二節 滿意度定義	9
第三節 體驗價值定義	11
第三章 研究方法與架構	13
第一節 研究架構	13
第二節 研究假設	14
第三節 研究對象與工具	15
第四章 資料分析與討論	19
第一節 描述性統計	20
第二節 迴歸分析	23
第五章 結論與建議	24
第一節 研究結論	24
第二節 研究建議與限制	25
參考文獻	26
附錄	30

表目錄

表 2-1-1 台中 IBIKE 大記事.....	8
表 3-1 體驗價值問卷內容.....	17
表 3-2 滿意度問卷內容表.....	18
表 4-1-1 人口統計描述性分析.....	20
表 4-1-1 人口統計描述性分析 (續)	21
表 4-2-1 迴歸分析資料表.....	23

圖目錄

圖 1-1-1 台中 IBIKE 租賃次數圖.....	3
圖 1-4-1 研究流程.....	5
圖 2-1-1 租賃站點地圖.....	7
圖 3-1-1 研究架構.....	13

第一章 緒論

自行車的發展普及化，以及社會對於環境發展的日趨重視，還有期望能夠有效的改善都市交通擁擠的問題，本文將以台中市 IBIKE（微笑單車）的民眾使用滿意度及體驗價值作為研究重點，將其需要改進之處做深入研究，作為 IBIKE 未來使用上改善之處的參考，有效的發展為自行車生活與休閒之都，打造低碳城市的目標。

第一節 研究背景與動機

目前不論是國內或國外，都逐漸提倡所謂綠色運輸(註1)的概念，期望能夠藉由綠色運輸的發展，落實都市永續發展的政策。其中尤其以自行車的發展備受提倡，因為它具有近便性、零污染、省時性、健康性、佔有空間小等特性，成為了政府近年來普遍倡導與推行的政策。

張忠興(2004)指出近些年來，許多的已開發中國家都把自行車看做是都市的綠色交通工具，減少污染、節省能源，短程移動性又便利，又可在移動時運動，備受人們的青睞。

近年來都市發展的交通運輸趨勢與理念逐漸朝向永續發展與綠色運輸目標前進，並且提升都市內部的適居性為願景，希望提供給居民舒適、健康、安全、便利、又無污染的生活環境品質。因此現今交通發展逐漸朝向永續化的交通運輸政策與作法為主，台中市 IBIKE 「公共自行車」的政策就是在此理念下建置而成的綠色運輸工具之一，期望能提升台中市對於綠色運輸交工使用率。

台中 IBIKE 於 2013 年 7 月設置，目的是作為市區通勤接駁的工具，以強化大眾運輸的功能，再推出初期雖然因設置站點少、註冊不方便等問題造成使用人數下降，然而隨著站點的增加，還有國內騎乘自行車的風氣興起，民眾對於 IBIKE 的使用量慢慢增加，參考圖 1-1-1 台中市 IBIKE 租賃次數圖。



圖 1-1-1 台中 IBIKE 租賃次數圖

註 1：利用對於環境及健康與能源消耗等較為有利的運輸工具來達成同樣的社會經濟活動的目的、是一種全面改造交通系統及環境的做法、涉及都市空間結構的轉變，及民眾生活型態的改變、使得在交通的過程中，不只是不會遭到交通污染所帶來的危害，更可以透過交通過程帶來健康、「交通系統」不只是當成「生活工具」，也是「生活空間」

第二節 研究目的

這幾年來氣候變遷的速度快速，全球暖化的現象日益嚴重，其最主要是肇因於汽車的二氧化碳排放，因此世界各國的主要都市，莫不致力於努力的降低其都市的增溫效果，期待能減緩都市中的溫室效應，期望能夠建立一個符合綠色都市指標的都市，在此目標下，IBIKE 政策的推行與實施變是一個值得發展的方向，他可以有效減少都市中的碳排放，也可以創造一個對行人友善的都市型態，使都市在永續發展中成長與運作，因此本研究目的的包括：

- 一、探討台中市實施 IBIKE 現況，作為做為未來再發展 IBIKE 使用策略之參考。
- 二、選擇台中市實施 IBIKE 之地點並且進行民眾滿意度與體驗價值之調查，作為其未來再改善與再規劃設計的參考。

第三節 研究流程

本研究流程如圖 1 所示，共分為五章節說明，除本章之外，第二章主要內容為相關文獻回顧，第三章說明研究架構與方法，第四章為資料分析並說明結果，第五章提出本研究之結論與建議。確立此研究目的為：「騎乘 IBIKE 體驗價值與滿意度調查—以台中 IBIKE 為例」。

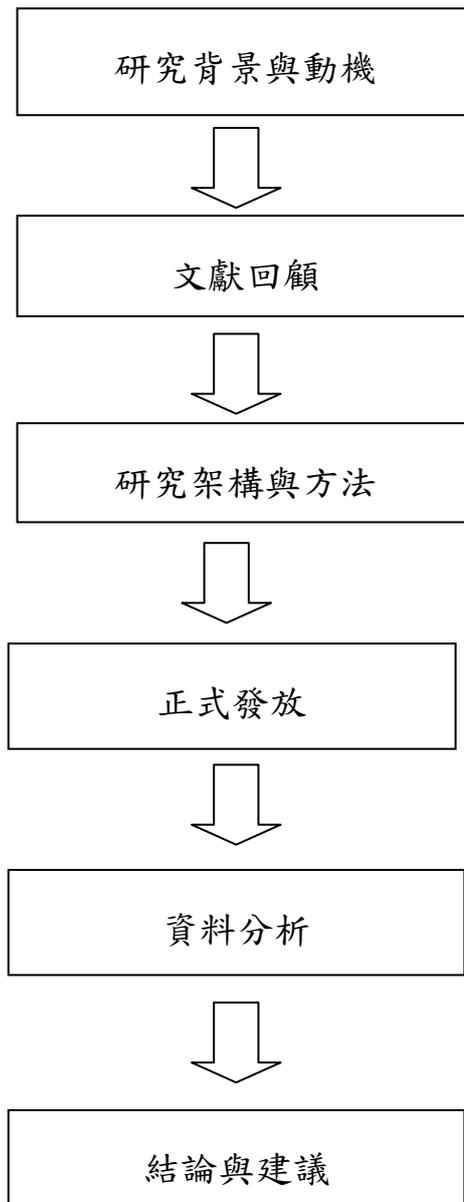


圖 1-4-1 研究流程

第二章 文獻探討

第一節 關於台中 IBIKE

臺中市公共自行車租賃系統（英文：IBIKE）是臺灣臺中市的公共自行車租賃系統，於 2014 年 7 月 18 日開始試營運。

初期從藍線 BRT（今臺灣大道幹線公車路線）市區路段車站周邊逐步設站。截至 2015 年 11 月 08 日，IBIKE 已在臺中市建置 60 個站點（已營運的有 60 個站點），預計 2015 年要增至 100 個站點，2017 年擴大到 200 個站點。

一、設置理念

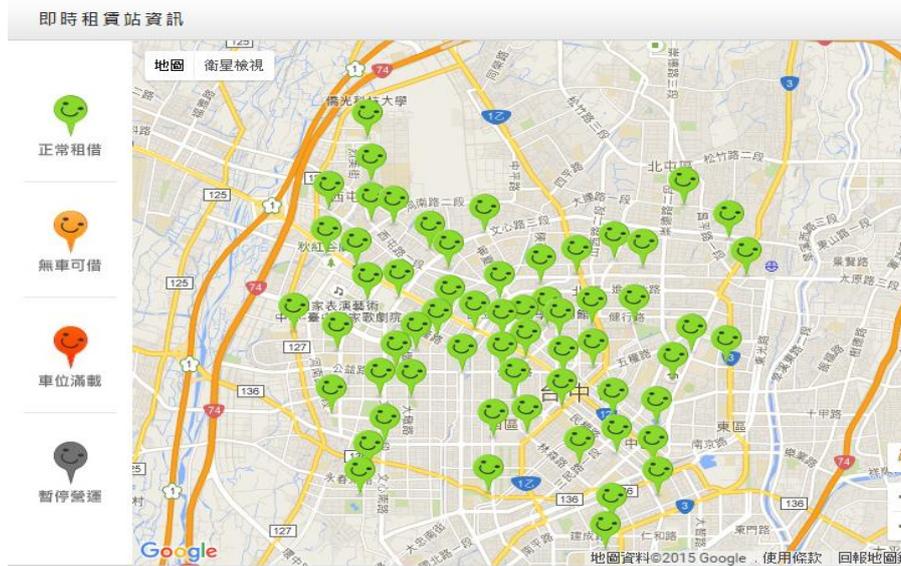
IBIKE 微笑單車使用電子無人自動化管理系統，提供自行車甲租乙還的租賃服務，盼以自行車做為大眾運輸系統最後一哩的接駁工具，藉此鼓勵更多民眾樂意使用大眾運輸系統，同時達到環保與節能的目標，打造全新的臺中通勤文化。

二、租賃站位置

截至 2015 年 11 月 8 日，IBIKE 已在臺中市建置 60 個站點，其中已營運的有 60 個站點，設點的行政區包括中區（2 個）、西區（14 個）、南區（3 個）、東區（2 個）、北區（13 個）、北屯區（3 個）、西屯區（14 個）、南屯區（9 個）。

IBIKE 服務中心設在西屯區河南路二段 117 號（捷安特臺中旗艦店），提供會員申請等協助。

圖 2-1-1 租賃站點地圖



三、租賃方式

目前臺中市與彰化縣系統可提供甲地租乙地還，租賃方式及操作系統與臺北 YouBike 皆相同，但臺中市可使用悠遊卡、一卡通及臺灣通（普通卡不適用）加入會員後進行租借；臺中系統收費為前半小時免費，4 小時內每 30 分鐘 10 元，4 小時到 8 小時每 30 分鐘 20 元，超過 8 小時每 30 分鐘 40 元。

四、台中 IBIKE 大記事

表 2-1-1 台中 IBIKE 大記事

2015-09-16	IBIKE 臺中使用次數突破 200 萬人次
2015-05-14	IBIKE 臺中使用次數突破 100 萬人次
2015-03-03	IBIKE 臺中使用次數突破 50 萬人次
2014-12-24	IBIKE 完成 20 站 iBike 站數增至 20 站，達成 2014 年底前設 20 站的目標
2014-07-18	IBIKE 臺中示範三站啟用 目前開放站點有：「逢甲大學」、「秋紅谷」、「市政府（文心樓）」

第二節 滿意度的定義

Lee, Shafer & Kang (2005) 指滿意度是對旅遊的全面性提升，定義為由特殊精彩片段造成心理愉悅。侯錦雄、姚靜婉 (1997) 指出滿意度是一項用來衡量行為的指標，極廣泛地運用在各行業上，目的為衡量消費者對產品、消費行為、戶外遊憩品質，或是民眾對工作、社區、生活品質等看法的研究工具。宋秉明 (1983) 研究後歸納出影響遊客滿意度的五項因素：遊客內在的心理性因子、遊憩區社會環境因子、自然環境因子、活動因子、其他因子。魏弘發 (1995) 遊客參與遊憩活動的滿意程度，是從資源環境、經營管理、遊憩設施等各項因子中所獲得的遊憩體驗。王彬如 (1996) 認為遊客遊憩屬性的滿意程度，乃是參與遊憩活動後對行程中之心理體驗、環境景觀、遊憩活動、遊程安排的感受程度。

在梁寧恩 (2014) 的研究中指出，遊客對旅遊地區事前期望及實際參與後的感受與整體認知，將構成個人獨特的參與經驗與對該地區形象評價，而遊客對旅遊地區重遊意願，即在地區停留時間的長短，就成為檢視遊客在過程中的滿意度指標。因此，透過自然環境、社會環境、車道規劃、周邊設施、及服務管理等因素的環境滿意度評估，可以了解影響民眾對騎乘特性與偏好。

消費市場是供應者與消費者之間互動的概念，對於戶外遊憩市場而言，供應者為據點，消費者即為遊憩者，遊憩者的滿意度是推動旅

遊市場活絡的重要因素之一，是遊憩者從事活動前預期心理程度與參與遊憩體驗活動後，對於遊憩據點與活動行程等各項綜合心理程度的比較結果。

第三節 體驗價值的定義

Holbook (1994) 認為價值會隨著人、時間、消費場所以及不同的消費者的消費經驗而產生，在服務上也會造成價值差異，進而將體驗價值架構分別為四個類型：服務優越性、消費者投資報酬、美感、趣味性。

一、服務優越性

Zeithaml (1988) 認為消費者可以從服務提供者傳遞專業技能及任務察覺優越的服務。

二、消費者投資報酬

Yadov & Monroe (1993) 包括有效的財務投資、時間、行為及心理上的潛在報酬，消費者來體驗後對品質的感受所產生的經濟方面之報酬。

三、美感

Albrecht (1994) 認為美感是顧客直接感受到的體驗，包括實體感覺、舒適度、內心感受。

四、趣味性

Unger & Keman (1983) 趣味性是反映內在快樂，能逃避現實生活之感受。

陳彥芳 (2004) 認為消費者會依照體驗的認知做評估後，才會判斷出在這過程中是否有正向價值，當價值越高，再次購買意願就更高。

楊琬琪(2009)藉由體驗的過程感受產品及服務超越預期的價值，留下深刻印象。

Mathwick, Malhotra and Rigdon (2001)認為體驗價值的認知來自顧客對於服務及產品的使用或遠距離欣賞所獲得。

袁蕙樺(2002)認為服務可以透過情感與功能價值讓顧客滿意，在星巴克咖啡中透過情感與功能價值來影響顧客滿意。

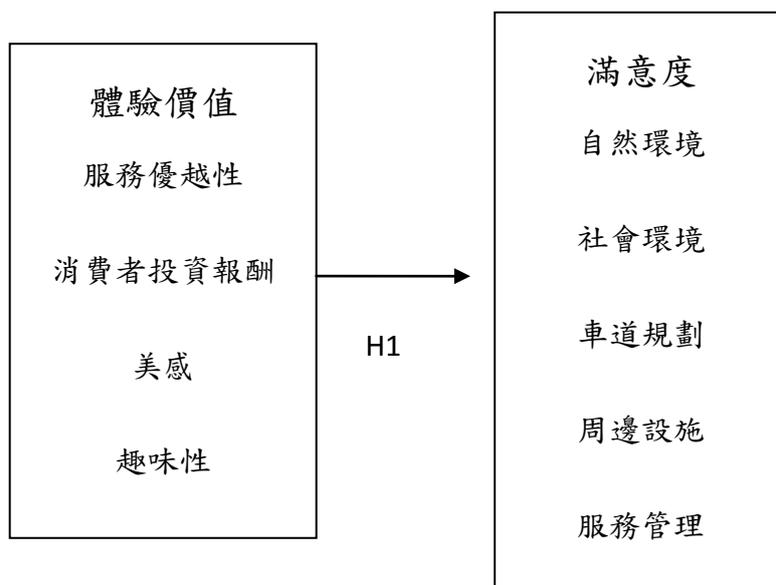
總結以上體驗價值之定義：當顧客在體驗的過程中會因為參與的程度跟動機而產生不同的體驗，進而產生不同的評價以及行為，當產品及服務評價越高就會留下深刻印象，而影響消費行為。本研究將體驗價值定義為顧客在騎乘 IBIKE 後衍生出來對服務優越性、投資報酬率、美感以及趣味性的評價來做衡量的基準。

第三章 研究方法與架構

第一節 研究架構

本研究為探討台中 IBIKE 騎乘滿意度與體驗價值之關係。本章分為四節，第一節彙整相關文獻，建立研究架構；第二節為研究假設；第三節敘述研究對象與分析；第四節為介紹採用的統計方法。問卷為本研究之主要研究工具，此問卷研究對象將針對來台中騎乘 IBIKE 之遊客，研究焦點是放在騎乘 IBIKE 過程中主要產生的「體驗價值」、「滿意度」之關聯上，問卷內容分為兩大部分：1、體驗價值；2、滿意度。經由相關文獻探討，建立本研究架構圖，如圖 3-1-1 研究架構所示：

圖 3-1-1 研究架構



第二節 研究假設

依據楊素蘭(2003)研究結果顯示：體驗價值與顧客滿意之關係
無論是情感、社會皆對顧客滿意產生正向顯著的關係：

H1：體驗價值正向影響顧客滿意度。

第三節 研究對象與問卷設計

一、研究對象

本研究主要針對騎乘台中市 IBIKE 民眾進行滿意度與體驗價值問卷調查，在進行調查前，會先確認受訪民眾確實為有騎乘過台中 IBIKE，經確認後才會進行問卷的發放，並且在進行調查之前，也會對問卷調查的目的與用途作為概略式的說明，使受調者了解後，在進行問卷的填答。

二、問卷說明

依據文獻回顧滿意度與體驗價值，彙整兩個構面之題項，資料收集後，刪除與一類似之題目，專題四位成員於 105 年 4 月 2 日到勤美綠園道及轉運站周圍進行問卷發放，總共發放 350 份問卷，過程中，專題成員仔細確實填寫問卷之完整性，有效問卷為 302 份。

三、問卷設計與建構

回顧滿意度與體驗價值文獻相關資料，彙整成問卷之題項，本問卷分為三大部分，第一部分為受測者基本資料，共 6 題；第二部分為體驗價值，共 9 題；第三部分為滿意度，共 13 題，分別說明如下：

本研究採用李克特五點量表進行衡量，分別為：「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，各構面之題項詳列如下：

第一部分：受測者基本資料

內容包括性別、年齡、教育程度、職業、居住地，與是否第一次來台中騎乘 IBIKE，題項詳列如下：

1. 性別：女、男
2. 年齡：20 歲以下、21-30 歲、31-40 歲、41-50 歲、51-60 歲、61 歲以上
3. 教育程度：國小、國中、高中/職、大專/大學、研究所以上
4. 職業：學生、工、商、軍公教、自由業、藝術文化界、退休人士、其他
5. 居住地：北部地區、中部地區、南部地區、東部地區、離島地區、其他國家

第二部分：體驗價值

本研究根據鄒文恩（2005）、黃淑貞（2009）、丁昭尤（2009）、張偉斌（2011）、李美宜（2011）、許芳瑜（2014）、廖珮玟（2015）之研究，彙整後修改為本研究體驗價值之題項，如表 3-1 所示：

表 3-1 體驗價值問卷內容

構面	問卷題項	學者
趣味性	1、騎乘 IBIKE 中，可以讓我暫時忘記煩惱。	鄒文恩（2005） 黃淑貞（2009） 丁昭尤（2009） 張偉斌（2011） 李美宜（2011） 許芳瑜（2014）
	2、我覺得 IBIKE 辦的活動很有趣。	
服務優越性	3、我覺得 IBIKE 有別的交通工具所沒有的特色。	
	4、IBIKE 的服務品質有待加強。	
	5、IBIKE 提供專業的導覽服務。	
消費者投資報酬	6、我覺得 IBIKE 的體驗沒有達到我原本的期待。	
	7、騎乘 IBIKE 讓我覺得物超所值。	
	8、IBIKE 的價格令我滿意。	
美感	9、我喜歡整體 IBIKE 的設施設計。	

第三部分：滿意度

本研究根據梁寧恩（2014）研究指出，係騎乘民眾對於自行車道環境的滿意程度。彙整修改後為本研究滿意度之題項，題項詳列如表

3-2 所示：

表 3-2 滿意度問卷內容表

構面	問卷題項	學者
自然環境	1、舒適的自然景觀（台中公園、勤美草悟道等） 2、人文景點串聯（科博館、台灣美術館、等）	梁寧恩（2014）
社會環境	3、可結識同好，增進人際關係。 4、騎乘人數剛剛好，不會太過擁擠。	
車道規劃	5、不太會受到散步及路跑民眾的干擾。 6、坡度、彎度的和緩，騎乘不會太費力。 7、足夠的路寬可以騎乘（會車時很安全） 8、路面平整、無凹損破洞。 9、自行車道標線不清晰，騎乘相當不安全。	
周邊設施	10、夜間照明充足。	
服務管理	11、管制汽、機車進入，騎乘相當安全。 12、動線規劃設計順暢。 13、IBIKE 租借數量充分足夠。	

第四章 資料分析與討論

一、描述性統計

描述性統計只針對資料進行準確、正面的描述，是研究中最常見的研究方法。本研究針對人口統計進行敘述性統計分析，以簡單次數分配、百分比、平均數顯示相關基本資料。以了解騎乘 IBIKE 之性別、年齡、教育程度、職業、居住地，及是否第一次來台中騎乘 IBIKE 等所佔比例，加以瞭解樣本的基本特性。

二、迴歸分析

本研究利用迴歸分析方法進行資料分析，目的在於了解兩個變數間是否有相關方向與強度，通過迴歸分析我們可以瞭解是否有顯著的差異性。

第一節 描述性統計

一、問卷樣本分析

根據所回收之有效問卷，進行受訪者基本資料之敘述性統計分析。

資料分析結果為：性別以女性居多，有 187 人，佔 61.9%；年齡以 21 至 30 歲佔大多數，有 154 人，佔 50.9%；教育程度以大專/大學佔大多數，有 233 人，佔 77.5%；職業以學生佔大多數，有 184 人，佔了 60.9%；居住地區以中部地區佔大多數，有 258 人，佔 85.4%；是否第一次來台中騎乘 IBIKE 以否居多，有 174 人，佔 57.6%；詳細受訪者基本資料參考表 4-1-1 人口描述性分析：

表 4-1-1 人口統計描述性分析

		樣本數	百分比
性別	男	115	38.1%
	女	187	61.9%
	總計	302	100%
年齡	20 歲以下	90	29.8%
	21-30 歲	154	50.9%
	31-40 歲	33	10.9%
	41-50 歲	20	6.6%
	51-60 歲	5	1.6%
	61 歲以上	0	0%
	總計	302	100%
教育程度分析	國小	1	0.3%
	國中	4	1.3%
	高中/職	52	17.2%
	大專/大學	233	77.1%
	研究所以上	12	3.9%
	總計	302	100%

表 4-1-1 人口統計描述性分析 (續)

職業分析	學生	184	60.9%
	工	10	3.3%
	商	53	17.5%
	軍公教	8	2.6%
	自由業	21	6.9%
	藝術文化界	4	1.3%
	退休人士	1	0.3%
	其他	21	6.9%
	總計	302	100%
居住地	北部地區	29	9.6%
	中部地區	258	85.4%
	南部地區	10	3.3%
	東部地區	2	0.6%
	離島地區	2	0.6%
	其他國家	1	0.3%
	總計	302	100%
第一次來到台中 騎乘 ibike	是	128	42.3%
	否	174	57.6%
	總計	302	100%

第二節 迴歸分析

為了解滿意度之體驗價值之關係，經統計資料分析結果如表 4-2-1 所示。結果發現趣味性對於自然環境、社會環境、車道規劃與周邊設施有顯著的影響；消費者投資報酬對於車道規劃、服務管理皆有顯著的影響；美感與自然環境、社會環境、周邊設施與服務管理，有達到顯著的影響，服務優越性對於自然環境、社會環境、車道規劃、周邊設施、服務管理皆沒達到顯著影響，所以不論自然環境、社會環境、車道規劃、周邊設施、服務管理都無法影響服務優越性的變化。除了服務優越性外，其他的各個面項皆與楊素蘭(2003)之研究相符，故 H1 假設成立。

表 4-2-1 迴歸分析資料表

	自然環境	社會環境	車道規劃	週邊設施	服務管理
趣味性	0.2390**	0.3340**	0.1431**	0.1984**	0.1069
	(0.0592)	(0.0577)	(0.0573)	(0.0776)	(0.0615)
服務優越性	-0.0220	0.0369	0.0933	0.0868	0.0967
	(0.0766)	(0.0747)	(0.0741)	(0.1004)	(0.0796)
消費者投資 報酬	0.0198	-0.0873	0.1812**	0.0702	0.1994**
	(0.0831)	(0.0811)	(0.0805)	(0.1090)	(0.0864)
美感	0.2782**	0.1751**	0.0946	0.1904**	0.1718**
	(0.0520)	(0.0507)	(0.0504)	(0.0682)	(0.0541)

註：***為 1%之顯著水準，**5%之顯著水準，*為 10%之顯著水準。

第五章 結論與建議

第一節 研究結論

本研究探討台中 IBIKE 的騎乘滿意度與體驗價值之關係，採用問卷調查法，其基本資料以居住中部地區居多，年齡以 21 至 30 歲者最多，受訪者的職業類別以學生居多，教育程度以大專/大學佔大多數，以性別來看女性比男性佔多數。

台中 IBIKE 因價格合理、與周遭活動的舉辦，加上本身車體的設計風格，吸引了 21 歲至 30 歲的年輕人前來騎乘，加上佔點設置多，在佔點與佔點交流方便，所以年輕人會透過 IBIKE 在佔點與佔點中往返，使佔點周遭皆會因 IBIKE 的人潮流通，而變得熱鬧起來。

由迴歸分析結果我們可以知道，趣味性跟美感最為重要；對騎乘 IBIKE 的民眾，騎乘的過程，感受到放鬆與舒壓，對於身邊的週遭環境、人文景點的串聯，使得民眾使用率提高；在美感的部分，在車體上的設計，會使得民眾的使用率提高。

第二節 研究建議與研究限制

一、依據問卷調查顯示，IBIKE 的導覽解說流程、及一些路線規劃等問題，令騎乘 IBIKE 的民眾感到不舒服，建議設置使用流程及該注意的事項等告示牌，並詳盡的告知，應能改善民眾對於騎乘 IBIKE 能有更進一步的認識。

二、台中地區範圍廣大，交通運輸工具也不及台北地區便利，可再多增設一些地區，如南屯區、新社區、大雅區以及東海都會地區等，使交通運輸更加便利。

三、在騎乘的性別中女性相較於男性占大多數，未來可以多針對女性做一些活動規劃，把握住騎乘 IBIKE 的女性市場。

四、在騎乘 IBIKE 的性別中，男性的比例較少，未來可以做一些規劃，多吸引一些男性的遊客騎乘 IBIKE。

五、在發放問卷過程中，僅選在勤美綠園道做為問卷受測地點，故未來問卷可增加其它設有 IBIKE 的地點做發放，或許能獲得夠多關於本研究未發現之因素。

參考文獻

中文部分：

1. 葉凱莉、喬友慶（2000）。從管理機會方格看顧客滿意度—以百貨公司為例」。企銀季刊，第 23 卷，第 4 期，第 67～86 頁。
2. 林叔娥（2003）。顧客滿意度與忠誠度之關聯性研究—以某驗證公司為例。中原大學工業工程學系碩士論文，第 32～35 頁。
3. 梁寧恩（2014）。民眾對景美溪自行車道的環境識覺及滿意度之研究。國立臺灣師範大學地理學系。
4. 鄒文恩（2005）。體驗行銷、體驗價值、顧客滿意與行為意向關係之研究—以華納威秀電影院為例。朝陽科技大學企業管理系碩士班。
5. 黃淑真（2009）。應用體驗行銷工具創造體驗價值以提升顧客滿意度與忠誠度之研究—以台中市主題餐廳為例。東海大學食品科學系，台中市。
6. 丁昭尤（2009）。體驗行銷、體驗價值、觀光意象、遊客滿意度與忠誠度關係之研究—以台東青山休閒農場為例。國立臺東大學資訊管理學系碩士班，台東縣。
7. 張偉斌（2011）。服務品質、體驗行銷、體驗價值對顧客滿意度之影響—以 2010 台北國際花卉博覽會為例。國立中正大學企業管理研究所，嘉義縣。

8. 李美宜 (2011)。體驗行銷、體驗價值與顧客忠誠度關係之研究—以宜蘭地區民宿為例。高雄餐旅大學餐旅管理研究所在職專班，高雄市。
9. 許芳瑜 (2014)。以體驗行銷來探討遊客體驗價值對老街的重遊意願之因素—以鹿港老街為例。逢甲大學企業管理學系，台中市。
10. 楊素蘭 (2003)。環境體驗、體驗價值、顧客滿意與行為意向之研究。國立台北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文。
11. 劉維群、何坤龍、蕭如吟、賴惠玉、李茗慧 (2004)。以體驗行銷觀點探討主題餐廳消費體驗與消費動機之研究—以高雄 E 音樂餐廳為例。高雄餐旅學院餐旅行銷管理系。高雄市。
12. 陳彥芳 (2004)。價格促銷、認知價值與商店形象對購買意願影響之研究—以大台北地區 3C 連鎖家電為例。
13. 楊婉琪 (2005)。顧客體驗，體驗價值與品牌權益影響關係之研究—以劍湖山王子大飯店為例。
14. 袁蕙樺 (2002)。體驗行銷、體驗價值與顧客滿意度關係之研究。
15. 侯錦雄、姚靜婉 (1997)。市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究。東海大學景觀學系。台中市。
16. 宋秉明 (1945)。遊樂容納量的研究。國立臺灣大學森林研究所。台北市。

17. 魏弘發 (1996)。遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究：以臺灣民俗村為例。逢甲大學建築及都市計畫研究所。台中市。
18. 王彬如 (1996)。遊憩體驗歷程之探討分析-以環島鐵路花蓮二日遊為例。文化大學觀光事業學系。

英文部分：

1. Mathwick, C., Malhotra, N. K., & Rigdon, E. (2001).
Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment.
Journal of Retailing, 77 (1), 39-56.
2. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49(3), 41-50
3. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001), Consumer behavior, 9th Ed., The Dryden Press, Fort Worth, TX.
4. Holbrook Morris B. (1994). The Nature of Customer Value: An Axiology of Service in the Consumption Experience, Service Quality: New Direction in Theory and Practice, by Roland t. Rust and Richard L. Oliver, eds. Thousand Oaks, CA: Sage publications, 21-71.
5. Mathwick, C., Malhotra N., Rigdon E. (2001) Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and Internet shopping environment. Journal of Retailing, Vol. 77, 39-56.
6. Zeithaml, V. A., "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, Journal of Marketing, (1988), Vol. 52, No3, pp. 2-22"
7. Mano, H. and Oliver, R. L. "Assessing the dimensionality and structure of the consumption experience: Evaluation, feeling, and satisfaction," Journal of Consumer Research (1993), Vol. 20, No.3

pp.451-466.

8. Albrecht, K. "Customer value, Executive Excellence, (1994), Vo1 11, No 9, pp.14-15.
9. Unger, L. S. and Keman, J. B. "On the meaning of leisure: An investigation of some determinants of the subjective experience, Journal of Consumer Research", (1983), Vo1 9, No 3, pp.381-392.

10. Lee, B., Shafer, C.S., & Kang, I. (2005) .Examining relationships among perceptions of self, episode-specific evaluations, and overall satisfaction with a leisure activity. Leisure Sciences, 27, 93-109.

附錄 問卷

您好：

這是一份關於您對 IBIKE 騎乘後的體驗價值與滿意度調查，希望藉由您的協助，使本研究順利完成。

問卷中之各項問題沒有標準答案，只是瞭解您個人的看法和實際感受，問卷採無記名方式，所有資料僅提供本研究使用，絕對不對外開放，敬請放心填寫，謝謝合作。

性 別： 1. 女 2. 男

年 齡： 1. 20 歲以下 2. 21-30 歲 3. 31-40 歲 4. 41-50 歲
 5. 51-60 歲 6. 61 歲以上

教育程度： 1. 國小 2. 國中 3. 高中/職 4. 大專/大學
 5. 研究所以上

職 業： 1. 學生 2. 工 3. 商 4. 軍公教 5. 自由業
 6. 藝術文化界 7. 退休人士 8. 其他_____

居 住 地： 1. 北部地區 2. 中部地區 3. 南部地區
 4. 東部地區 5. 離島地區_____

6. 其他國家_____

一 請問您是第一次來到台中騎乘 IBIKE 嗎？

1. 是 2. 否（這次是第_____次騎乘）

修平科技大學觀光與遊憩管理系

指導教授：張千雲 教授

研究生：王珮瑤 呂冠儀 陳羿崴 陳思澐

第一部分「體驗價值」	意	非常不同	不同意	普通	同意	非常同意
1、騎乘 ibike 中，可以讓我暫時忘記煩惱。						
2、我覺得 ibike 辦的活動很有趣。						
3、我覺得 ibike 有別的交通工具所沒有的特色。						
4、我覺得 ibike 的服務品質有待加強。						
5、我覺得 ibike 的體驗沒有達到我原本的期待。						
6、ibike 官網提供專業的導覽服務。						
7、騎乘 ibike 讓我覺得物超所值。						
8、ibike 的價格令我滿意。						
9、我喜歡整體 ibike 的設施設計。						

接下來針對市民廣場至經國園道（草悟道）路線填寫：

第二部分「滿意度」	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1、舒適的自然景觀（台中公園、勤美草悟道等）					
2、人文景點串聯（科博館、台灣美術館、等）					
3、可結識同好，增進人際關係。					
4、騎乘人數剛剛好，不會太過擁擠。					
5、不太會受到散步及路跑民眾的干擾。					
6、坡度、彎度的和緩，騎乘不會太費力。					
7、足夠的路寬可以騎乘（會車時很安全）					
8、路面平整、無凹損破洞。					
9、自行車道標線不清晰，騎乘相當不安全。					
10、夜間照明充足。					
11、管制汽、機車進入，騎乘相當安全。					
12、動線規劃設計順暢。					
13、ibike 租借數量充分足夠。					