

# 美和學校財團法人美和科技大學

## 101 年度教師產學合作計畫

### 結案報告書

計畫名稱：各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究

計畫編號：101-GI-DRH-IAC-R-001

計畫期間：中華民國 101 年 4 月 1 日至 101 年 9 月 30 日

計畫主持人：劉照金教授

共同主持人：蔡永川助理教授

經費總額：308,000 元

經費來源：行政院體育委員會運動發展基金(231,000 元)

學校配合款含自籌(77,000 元)

行政院體育委員會運動發展基金補助

運動產業專題研究計畫

# 成果報告書

研究計畫名稱：各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究

申請單位：美和科技大學

計畫主持人：劉照金教授

協同主持人：蔡永川助理教授

中華民國 101 年 10 月 15 日

# 目錄

專題研究計畫申請表.....	2
專題研究計畫申請基本資料.....	4
申請人研究計畫書.....	6
申請人資料(計畫主持人).....	48
申請人資料(計畫協同主持人).....	55
經費收支結算表.....	58
研究成果報告表.....	59
研究成果報告書.....	60
附件.....	220
一、跨國運動觀光產業推動政策與輔導措施編碼	
二、焦點團體會議記錄	

**行政院體育委員會運動發展基金  
補助運動產業專題研究計畫申請表【新臺幣元】**

申請單位：美和科技大學			計畫名稱：各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究			
計畫期程：中華民國 101 年 4 月 1 日至 101 年 9 月 30 日						
計畫經費總額： 308000 元						
經費項目	計畫經費明細				本會核定計畫經費〔申請單位毋庸填寫〕	
	單價	數量	總價	說明	金額	說明
研究人員費	10000/月	6 月	60000	計畫主持人費		
研究人員費	8000/月	6 月	48000	協同主持人費		
專家訪談費	2000/人次	15 人次	30000	訪談費		
焦點團體座	2000/人次	12 人次	24000	出席費		
報告印刷費	15000/式	1 式	15000	報告印刷		
資料蒐集費	30000	1 式	30000	購買參考書籍及資料檢索		
差旅費	5000	15 人次	75000	國內差旅費		
審查費	2000 人次	6 人次	12000	報告書審查		
雜支	14000	1 式	14000	雜支		
<b>合 計</b>			<b>308000</b>			
<p>1. 各該申請單位負責人及申請人均應同意行政院體育委員會為本申請案審查需要而依據《個人資料保護法》規定蒐集處理或利用個人資料。</p> <p>2. 應配合詳列各該補助項目及向其他機關〔構〕團體申請或其他有已獲得補助情形。</p> <p>3. <input checked="" type="checkbox"/>補助申請而其屬共同研究者；<input type="checkbox"/>補助申請而非屬共同研究者。</p>						
承辦單位核章：			會計單位核章		學校機關長官或其負責人核章	
承辦人：						
聯絡電話：						
<p>本會補助方式：〔申請單位毋庸填寫〕</p> <p><input type="checkbox"/>全額補助</p> <p><input type="checkbox"/>部分補助【補助比率      %】</p> <p><input type="checkbox"/>酌予補助</p>						

**行政院體育委員會運動發展基金**  
**補助運動產業專題研究計畫申請表【新臺幣元】**

申請單位：美和科技大學	計畫名稱：各國運動觀光產業推動政策與輔導措施 之比較研究
計畫期程：中華民國 101 年 4 月 1 日至 101 年 9 月 30 日	
計畫經費總額： 308000 元	
備註欄：〔申請單位毋庸填寫〕	

填表說明：本表各該資料均應覈實填列。其有不敷使用者，得自行增頁或調整。

**行政院體育委員會運動發展基金  
補助運動產業專題研究計畫基本資料表**

申 請 人	姓 名	劉照金	國民身分證 字號	T120209239
	服 務 機 構 及 科 系〔所〕	美和科技大學 休閒運動保健系		
	職 稱	教授兼民生學院院長及 休閒運動保健系主任	聯絡電話	08-7799821#6101
			手機	0933621997
	研究計畫名稱	各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究		
	研究內容摘述	本研究方法以文獻分析蒐集各國運動觀光產業政策，以比較研究法呈現各國運動觀光產業政策之特色，並以半結構訪談方式，蒐集適合臺灣運動觀光產業發展之政策方向與輔導措施，以建構臺灣未來運動觀光產業政策之發展方向與措施。本研究的預期結果，可作為臺灣政府與產業界訂定未來運動觀光產業政策，以及改善臺灣運動觀光產業經營環境與輔導措施之參考。		
研究期間	自 101 年 4 月 1 日至 101 年 9 月 30 日止，合計 6 個月。 〔研究期間最長以 10 個月為限，含撰寫研究成果報告時間〕			
擬申請補助經費 項目及其金額	項 目	金額〔新臺幣元〕	說 明	
	研究人員費(主持人)	45,000	計畫主持人費	
	研究人員費 (協同主持人)	36,000	計畫協同主持人費	
	專家訪談費	22,500	訪談費	
	焦點團體座談會 出席費	18,000	出席費	
	報告印刷費	11,250	購買參考書籍及資料檢索	
	資料蒐集費	22,500	報告書審查	
	差旅費	56,250	專家交通費、住宿費、膳雜費、交通費	
	審查費	9,000		
	雜支	10,500		
	合計	231,000		

	合 計	231,000 元	總經費 75%以下
備註	1. 各該申請人及其申請單位負責人均應同意行政院體育委員會為本申請案審查需要而依據《個人資料保護法》規定蒐集處理或利用個人資料。 2. 應配合詳列各該補助經費項目及向其他機關〔構〕團體申請或其他有已獲得補助情形。		
申請單位 印信或圖記		負責人 簽名蓋章	
中華民國 100 年 11 月 24 日			

填表說明：本表各該資料均應覈實填列。其有不敷使用者，得自行增頁或調整。

# 申請人研究計畫書

壹、 研究計畫名稱：各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究

貳、 中英文摘要：

## 摘要

從國際運動觀光發展潮流可知，運動觀光已是觀光產業的主流市場，運動觀光不僅可以替主辦地點增加曝光度、能見度，也帶入龐大的觀光收益，因此各國政府開始高度重視運動觀光產業對國家經濟發展的重要性。然而要達成「運動觀光」目標，主要仍依賴國家有一套完整運動觀光產業政策規劃，亦即有好的政策引導，才會有良好的運動觀光產業的發展。因此，本計畫**主要目的**在探討各國運動觀光產業政策推動現況與輔導措施，跨國比較運動觀光產業推動政策與輔導措施之特色與方向，作為政府擬訂運動觀光政策方向之參考，以改善運動觀光產業之經營環境與效能。本**研究方法**以文獻分析蒐集各國運動觀光產業政策，以比較研究法呈現各國運動觀光產業政策之特色與方向，並以半結構訪談方式，蒐集適合臺灣運動觀光產業發展之政策方向與輔導措施，以建構臺灣未來運動觀光產業政策之發展方向與措施。本研究的**預期結果**為跨國呈現運動觀光產業推動政策與輔導措施之特色與方向，可作為政府與產業界訂定未來運動觀光產業政策，以及改善臺灣運動觀光產業經營環境與輔導措施之參考。

**關鍵詞**：運動觀光、運動觀光政策、輔導措施



# Cross-national Comparison of Sports Tourism Promotion Policies and Guidance Measures

## Abstract

Looking at current international trends, it is apparent that sports tourism has become a mainstream market within the wider tourism industry. Sports tourism not only increases the exposure and visibility of the host site, it can also deliver major benefits to the overall tourist sector. For these reasons, governments of many different countries have begun to stress the importance of sports tourism for overall national economic development. However, the achievement sports tourism objectives is still largely dependent on government delivering a set of comprehensive policies for the sports tourism industry and providing appropriate guidance to the industry. It is only with these measures that successful development of the sports tourism industry can be achieved. Therefore, the **main objective** of this project is to investigate the current state of sports tourism promotion policies and guidance measures across a number of countries, providing a reference for governments to formulate policies for the industry and improve its operating environment and efficiency. The **research method** is to use document analysis to gather information on sport tourism industry policies across a range of countries, and then to use the comparative method to reveal the unique characteristics of sports tourism industry policies in these countries. The research also makes use of semi-structured interviews to gather policy directions and guidance measures appropriate for the development of the sports tourism industry in Taiwan, providing a basis for the industry's future development. The **expected results** of this research can show sports tourism promotion policies and guidance measures across a number of countries, and can provide basis for the Taiwan government and industry to establish the sports tourism industry policies for the future, providing a reference for improving the operating environment of the industry and implementing industry guidance measures.

Keywords: sports tourism, sports tourism policies, guidance measures

## 參、 研究主旨

### 一、 主題

本研究主題為各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究。

### 二、 緣起

從總體經濟指標顯示，各國未來觀光發展將有越來越堅實的基礎，可以樂觀預期。根據世界觀光組織指出，2006年全球觀光人口超過8.4億人，將會帶來7.33兆的收入，觀光已成為許多國家賺取外匯的首要來源，世界觀光組織(World Tourism Organization, WTO)預估2020年全球觀光人數將成長至十六億二百萬人次，全球觀光收益亦將達到二兆美元，由此可知，觀光產業在全球，乃至於單一國家之經濟發展，均扮演重要之角色。根據世界觀光組織的統計全球各國的外匯收入中約有超過百分之八來自觀光休閒收益，東亞及太平洋區域特別是中國大陸，就佔世界總觀光人次的14.7%並逐年增加，其龐大的商機不言可喻（高宏華、張美莉、李乙廷，2008）。其次，從國際貨幣基金(IMF)表示，2010年初全球經濟復甦正「明顯」高於預期，世界旅遊組織更預測，2010年國際旅遊人數將增長的3%至4%(UNWTO, 2010)。按地區劃分，亞洲預計將繼續顯示強勁反彈，而歐洲和美洲可能是較溫和的復甦，尤其2012年倫敦奧運會的舉行將可提振歐洲的觀光產業；中東地區成長預計將重返強勁復甦，非洲則將繼續正向成長趨勢，尤其2010年世界杯足球賽在南非舉行，將可對此地區提供極大貢獻。因此，觀光產業雖然在2011年歐債風暴與景氣不明的陰影下，但仍是未來世界各國重要產業之

一。

隨著這股國民旅遊頻率的增加，追求更具附加價值的觀光體驗，促使運動觀光成為旅遊休閒者重要選擇(Martin & Mason, 1987)，也使其成為觀光產業中最具成長性的部分(WTO, 1985；Terry, 1996)。台灣運動觀光的蓬勃發展情形，如台北國際馬拉松、太魯閣國際馬拉松賽、國際名校划船賽、日月潭的馬拉松泳賽、恆春半島鐵人三項、秀姑巒溪與荖濃溪泛舟、綠島浮潛、溯溪、攀岩、職業高爾夫巡迴賽...等活動已成為國人旅遊活動的另一種新趨勢(邱芳斌，2008；郭秀玲，2007；潘振豪，2008)。

從國際運動觀光發展潮流可知，運動觀光已是觀光產業的主流市場，尤其是運動賽會，不僅可以替主辦國家增加在世界的曝光度、能見度，也替主辦國帶入龐大的觀光收益(黃金柱，2006)。然而，要達成「運動觀光」目的主要仍依賴「運動觀光政策」導引，亦即有好的政府政策引導，才會有良好的運動觀光產業的發展。因此，本計畫主要在探討各國運動觀光政策推動現況與輔導措施，作為政府擬訂運動觀光政策之參考，以實現臺灣運動觀光政策之願景，改善運動觀光產業之經營環境與效能。

### 三、 預期目標

基於上述，本研究計畫的主要目的如下：

- (一)探討各國運動觀光政策之發展現況。
- (二)比較各國運動觀光政策推動情形與輔導措施。

(三)歸納各國運動觀光政策之發展趨勢。

(四)建構臺灣運動觀光政策發展與輔導措施之方向。

## 肆、研究主題背景及有關研究探討

### 一、運動觀光之概念

運動觀光事實可追溯到古奧林匹克時代，而運動觀光概念發展可從 1887 年瑞典白爾克將「觀光與運動」介紹出來，現代運動觀光此名詞近年來被用以描述運動有關之休閒旅遊。從 1980 年代開始，活動假期(active vacations)的需求逐漸增加，其中與運動、體能活動有關旅行在觀光產業中快速成長，傳統海岸度假與風景觀光假期成為觀光主流，22%旅客選擇有運動參與的假期 (Elrick & Lavidge Inc, 1994)，運動與觀光被認為是一種「共生關係 (symbiotic relationship)」，兩者最有利的組合，可創造出極大運動觀光產業之產值 (Lavallo, 1997)。

#### (一) 運動觀光(sport tourism)之定義

最早把運動與觀光概念結合，可以追溯到 1887 年瑞典現代運動之父 Victor Baick，他曾在其書中專章介紹觀光與運動(Olson, 1993)。而有關「運動觀光」的定義如下：(1) Hall(1992)將「運動觀光」區分為旅行參加運動與旅行去觀賞運動兩大類別，凡以非商業性理由的旅行，離開居住地區去參與或觀賞運動活動，皆為「運動觀光」(p. 147)；(2) Standeven and De Knop (1999)除接受上述的定義外，更進一步包括了職業或商業的觀光，其將「運動觀光」

之定義為「以偶發機會或組織性方式，為非商業或職業的理由，離開其居住或工作地點，從事所有主動或被動涉入運動活動之旅行」。

## (二) 運動觀光之類型

有關運動觀光的類型分類，在相關文獻中不同學者提出不同的分類方式 (Gibson, 2002; Ritchie, & Adair, 2004)。以下綜合相關文獻分述如下：

1. 涉入運動方式分類：依照運動觀光參與者涉入運動的方式可區分為：  
(A) 主動性運動觀光(active sport tourism)：指親自參與運動 (Gibson, 1999)，包括純粹運動假期(如滑雪或打高爾夫)、假期運動(如旅館中運動健身)、私人運動假期(如沙灘排球)；(B) 被動性運動觀光(passive sport tourism)：個人旅行觀賞運動 (Hall, 1992)，依旅行目的可區分鑒賞者(Connoisseur observers)與偶發觀賞者(Casual observers)等類型 (Standeven, & De Knop, 1999)。

2. 運動觀光資源分類：依照運動觀光吸引參與者參與方式來區分運動觀光的類型 (Gibson, 2002; Kurtzman & Zauhar, 1997)，可區分為運動觀光吸引力、運動觀光渡假村、運動觀光旅遊、運動觀光賽會、運動觀光游輪、名人(celebrity)與懷舊(nostalgia)運動觀光等。

## (三) 臺灣民眾參與運動觀光之現況

### 1. 臺灣民眾參與運動觀光情形

台灣地區民眾國內旅遊狀況分析，2010年12歲以上國民至少曾從事一次國內旅遊的比例為93.9%，全年平均每人國內旅遊次數為6.08次，國人國內旅遊總旅為123,937,000次，每人每次平均花費為新台幣1,921元(60.81美元)，總消費計為新台幣2,381億元 (交通部觀光局，2011a)。顯示結合運動

與休閒的主動休閒(active leisure)受到民眾的喜愛，成為觀光旅遊另一種選擇。另依臺灣民眾參與運動觀光之狀況（劉照金，2005），國內年參與率為59.55%，年平均次數為1.64次/年(SD=2.99)。而出國旅遊者中，國外運動觀光的參與率為61.54%，年平均次數為0.90次/年(SD=1.02)。

## 2. 臺灣民眾參與運動觀光類型

臺灣民眾從事境內主動性運動觀光的類型，前十項依序為散步(14.62%)、泡溫泉(7.82%)、游泳(7.36%)、籃球(5.80%)、慢跑(5.59%)、羽球(5.16%)、健行(5.07%)、自行車(4.67%)、桌球(3.27%)及水療 SPA(2.91%)。曾出國者在境外從事運動觀光之類型前十名依序為水療 SPA(30.70%)、散步(13.31%)、泡溫泉(9.02%)、游泳(4.28%)、健行(3.90%)、慢跑(2.69%)、其他活動(2.47%)、遊艇(2.43%)、浮潛(2.28%)、自行車(2.20%)(劉照金，2005)。

## 3. 臺灣民眾參與運動觀光之動機與阻礙因素

影響臺灣民眾參與運動觀光之動機因素，依序為調劑與社交、焦點活動參與、體驗新奇事務、運動與健身及消磨與刺激等五項因素，其中尤以調劑與社交及焦點活動參與影響最大(劉照金，2005)，與一般休閒動機比較(Huan, Huang, & Yu, 2000；Swarbrooke & Horner, 1999)，顯示運動觀光動機有其特殊的動機。而影響臺灣民眾參與運動觀光之阻礙因素依序為結構因素阻礙、服務因素阻礙及個人因素阻礙，其中以結構因素阻礙及服務因素阻礙最具影響力，與一般休閒阻礙來比較(Jackson, 1988)，運動觀光的人際阻礙較不明顯，反而在「服務因素阻礙」上則較為顯著。

## 4. 臺灣民眾運動觀光花費情形

臺灣民眾參與國內運動觀光每次平均花費約1533元，約占臺灣民眾每次國內旅遊平均消費(6288元)的32.77%。而臺灣民眾參與國外運動觀光每次平均花費約7419元，約占國人每次國外旅遊平均消費(39490元)的18.79%（劉照金，2005）。對照英國及北美運動觀光花費約占旅遊花費的25%（Mintel International Group,1995; Standeven, & De Knop, 1999）。顯示臺灣民

眾參與國內運動觀光平均花費比例高於英美，而參與國外運動觀光平均花費比例與英美遊客的花費接近。

## 二、臺灣運動觀光政策推動情形

有關臺灣運動觀光政策推動情形牽涉到多個政府部門，本計畫僅針對觀光主管部門（交通部觀光局）及體育運動主管部門（行政院體育委員會）相關運動觀光政策之推動情形加以探討。

### (一)臺灣觀光產業政策推動之現況

近年來，台灣觀光產業被列為2008年訂定服務業發展綱領及行動方案（行政院經濟建設委員會，2008）中十二項重點服務產業之一，台灣服務業的GDP已佔全台GDP超過七成，而觀光產業的比例又超過一成五，顯示台灣觀光產業的重要性（高宏華、張美莉、李乙廷，2008）。政府積極推動「二十一世紀發展觀光新戰略行動執行方案」具體措施及落實「國內旅遊發展方案」具體執行計畫，研訂「觀光政策白皮書」，依據觀光政策目標，擬定觀光政策、策略、措施，並落實為具體可行之中長程執行計畫，顯見政府推動觀光產業的企圖心。有關臺灣觀光產業政策推動之現況如下（交通部觀光局，2011b）：

#### 1. 觀光政策目標與政策發展主軸

觀光的政策目標需順應世界的潮流，因應內在環境的變遷，在有限的資源限制下，兼顧環境融合，以「永續觀光」為導向適時調整修正，以滿足民眾的需求與國家發展的需要。基於此，觀光局擬定觀光政策，係以「打造台

灣成為觀光之島」為目標。

- (1) 在「供給面」建構多元永續與社會生活銜接的觀光內涵：以本土、文化、生態為特色之觀光內涵，其整體規劃與配套發展，是要建構在生活面、社會面之上，除了人文活動友善外、優質環境永續維護亦為重要課題。現階段的觀光是建構在多面向的基礎上。在區域發展上，觀光是縮小城鄉差距、均衡地方財富、創造原住民及偏遠地區居民就業機會的催化劑。檢視台灣廿三個縣市，除了少數具有先進科技發展基礎者外，絕大多數以農林漁業為經濟骨幹，當我國加入世界貿易組織(WTO)以後，農林漁業需要以觀光為介面轉型兼營休閒產業，惟有在產地購買以縮短產銷通路，才能增加農林漁產品的附加價值；離島及山區的縣市更需要用政策來鼓勵資金投入當地休閒產業，為地方過剩人力提供就業機會，鼓勵年輕人口回流。
- (2) 在「市場面」採取行銷優質配套遊程的策略：行銷優質配套遊程主軸之目的在迎合國內外觀光不同的需求，廣拓觀光市場，發揮兼容併存多方效益。檢視台灣觀光市場結構，由於國內旅遊總人日數(一億三千萬人日)遠超過來台旅客總人日數(一千九百萬人日)，國際觀光市場僅占總國內旅遊市場的 14.6%，再則，國際觀光市場旅遊地點多集中於北、高、花蓮等區域，對觀光遊憩地區離尖峰需求面的填補助益不大，造成長期以來國內觀光產業過



於依賴國民旅遊市場，致旅遊市場結構性失衡。反觀國內旅遊市場更是「不患寡而患不均」，70%旅遊人潮集中於週末假日，過分集中的人潮、僵硬的硬體供給，導致交通、旅遊設施、服務人力等之服務品質普遍因負荷過重而下降，而非假日期間各觀光景點平常卻門可羅雀，業者將用人費率、固定成本攤提在週末假日人潮，導致收費偏高，國人自然選擇前往價格較為低廉之國外地區旅遊。

## 2. 觀光政策之發展、擬定與政策指標之確立

- (1) 多元永續內涵供給面主軸：
  - (A) 觀光內容多元化政策：以本土、文化、生態之特色為觀光內涵，配套建設，發展多元化觀光；
  - (B) 觀光環境國際化政策：減輕觀光資源負面衝擊，規劃資源多目標利用，建構友善旅遊環境；
  - (C) 觀光產品優質化政策：健全觀光產業投資經營環境，建立旅遊市場秩序，提升觀光旅遊產品品質。
- (2) 行銷優質配套遊程市場面主軸：
  - (1) 觀光市場拓展政策：迎合國內外觀光不同的需求，拓展觀光市場深度與廣度，吸引國際觀光客來台旅遊；
  - (2) 觀光形象塑造政策：針對觀光市場走向，塑造具台灣本土特色之觀光產品，有效行銷推廣。

## 3. 觀光政策指標之確立

觀光政策需要量化「指標」來衡量其執行績效。惟指標如太多，其意義可能失之偏窄，太少則不能表現政策方向，故需從能否反映現況之偏差、未

來施政之方向、與民眾溝通之難易，及量化資料之能否取得等，予以檢討篩選確立。

- (1) 多元永續內涵供給面主軸：(A) 觀光內容多元化：(a) 觀光遊憩據點數；(b) 國家級風景區遊客數；(c) 建設飛行傘示範基地。(B) 觀光環境國際化：(a) 設置國家級風景區；(b) 來台旅客旅遊不便指數。(C) 觀光產品優質化：(a) 來台旅客滿意度；(b) 民眾對旅遊地點滿意度；(c) 國人於國定假日進行國內旅遊比率。
- (2) 行銷優質配套遊程市場面主軸 (A) 觀光市場拓展：(a) 來台觀光客年成長率；(b) 國民旅遊量；(c) 觀光收入占 GDP 比率。(B) 觀光形象塑造：來台旅客重遊意願比率

#### 4. 觀光策略與措施

- (1) 建構多元永續內涵供給面主軸：

(A) 觀光內容多元化政策：以本土、文化、生態之特色為觀光內涵，配套建設，發展多元化觀光：(a) 結合各觀光資源主管機關，推動文化、生態、健康旅遊，包括：(I) 推動生態觀光；(II) 發展鄉土、文化、歷史之旅；(III) 推動陸域遊憩活動；(IV) 推動海域遊憩活動；(V) 規劃建設空域遊憩活動設施。(b) 輔導地方節慶、推動地方工藝，增強本土特色，作為國際行銷的基礎，包括：(I) 提升地方節慶活動規模國際化；(II) 選擇重點鄉鎮，結合地方本土特色，發展鄉土遊程；(III)

推動「地方工藝」。

(B)觀光環境國際化政策：減輕觀光資源負面衝擊，規劃資源多目標利用，建構友善旅遊環境。(a)建構友善可親的觀光環境：包括(I)建構國際化旅遊環境；(II)落實「全民心中有觀光」之理念；(b)營造多元便利旅遊環境：(I)加速執行「溫泉開發管理方案」；(II)改善觀光遊憩地區聯外道路系統；(III)加強環境管理，建置無障礙之旅遊環境與設施。(c)妥善建設經營國家級風景區：(I)建設東北角海岸國家風景區成為「兜浪台北賞鯨豚」之親水樂園；(II)建設東部海岸國家風景區成為「熱帶風情遨碧海」之遊憩勝境；(III)建設澎湖國家風景區成為「海峽明珠、觀光島嶼」；(IV)建設大鵬灣國家風景區成為「瀉湖國際度假區」；(V)建設花東縱谷國家風景區成為「溫泉茶香田園度假區」；(VI)建設馬祖國家風景區成為「閩東戰地生態島」；(VII)建設日月潭國家風景區成為「明湖山色伴杵音」之度假勝地；(VIII)建設參山(獅頭山、八卦山、梨山)國家風景區成為「獅頭客、梨山果、八卦鷹休閒區」；(IX)建設阿里山國家風景區成為「高山青、澗水藍，日出雲海攬蒼翠」之觀光勝地；(X)建設茂林國家風景區成為「原住民、溫泉、生態冒險度假區」；(XI)達成縣縣有國家級風景區目標。

(C)觀光環境優質化政策：健全觀光產業投資經營環境，建立旅遊市場秩序，提升觀光旅遊產品品質：(a)突破法令瓶頸與限制，強化民間投資機制，包括：(I)簡化土地變更程序，提供公有土地，以促進民間投資觀光旅遊事業；(II)觀光發展相關法令研修；(III)輔導違規觀光業者(觀光遊樂業、旅館業)合法化；(IV)研究給予觀光業者低利融資貸款，協助業者更新及提升品質。(b)配合觀光業發展現況，檢討觀光業管理輔導機制，包括(I)建立「觀光衛星帳」；(II)強化旅行業經營管理體質；(III)整合旅館業管理系統；(IV)成立旅館業諮詢組織，提供業者專業輔助及輔導服務。(c)加強觀光人才質與量，強化政府觀光人力，全面提升服務品質，包括：(I)加強辦理觀光服務業職前及在職人員訓練；(II)開拓觀光人力資源。

(2)行銷優質配套遊程市場面主軸：

(A)觀光市場拓展政策：迎合國內外觀光需求，拓展觀光市場深度與廣度，吸引國際觀光客來台旅遊：(a)擴大旅遊商機，均衡離尖峰需求：(I)推動非假日旅遊遊程及優惠措施；(II)推廣大眾運輸與旅遊景點旅遊配套措施，提高便利性；(b)開放大陸人士來台觀光：(I)規劃開放配套措施；(II)規劃旅行業接待作業；(III)便利國際旅客來台；(IV)協調便利入出

境程序及措施；(V)拓展來台便捷交通服務。

(B)觀光形象塑造政策：針對觀光市場走向，塑造具台灣本土特色之觀光產品，有效行銷推廣：(a)開創台灣新形象，包括：(I)提高台灣新形象在國際上能見度；(II)編撰重新發現台灣、撰寫台灣傳奇，提供國內外觀光客追尋傳奇的新遊程；(III)建構以台灣為名之觀光網站；(b)針對目標市場研擬配套行銷措施：(I)研擬深耕既有市場的觀光推廣計畫(日本)；(II)研擬深耕既有市場的觀光推廣計畫(美加)；(III)研擬深耕既有市場的觀光推廣計畫(港澳)；(IV)鎖定 MICE 為目標市場；(V)針對次目標市場，研擬觀光推廣計畫。

前述為交通部觀光局之觀光政策白皮書之內容，部分可能因政黨輪替或滾動式政策微調而有更動，本計畫為更貼近目前臺灣推動之觀光政策現況，故以 2011 年執行觀光政策及施政重點進行整理：

#### (一) 2011 年觀光政策

2011 年觀光政策主要以推動「觀光拔尖領航方案」及「旅行臺灣·感動 100」工作計畫，朝「發展國際觀光、提升國內旅遊品質、增加外匯收入」之目標邁進，讓世界看見台灣觀光新魅力。

#### (一) 2011 年施政重點

1. 落實「觀光拔尖領航方案(98-101年)」，推動「拔尖」、「築

底」及「提升」三大行動方案，提升台灣觀光品質形象。

2. 執行「重要觀光景點建設中程計畫（97-100年）」，確立國家風景區發展方向及聚焦各地特色，集中資源，分級整建具代表性之重要觀光景點遊憩服務設施，打造觀光景點風華再現。
3. 推動健康旅遊，發展綠島、小琉球為生態觀光示範島，開創觀光發展新亮點；另持續執行「東部自行車路網示範計畫」，辦理經典自行車道設施整建、推出樂活行程、大型國際自行車賽事，落實節能減碳之綠色觀光。
4. 推動「旅行臺灣－感動一百」行動計畫，以「催生與推廣百大感動旅遊路線」、「體驗台灣原味的感動」及「貼心超值服務」為主軸，形塑台灣觀光感動元素，爭取國際旅客來臺觀光。
5. 推動臺灣 EASY GO，執行台灣好行(景點接駁)旅遊服務計畫，輔導地方政府提供完善之觀光景點交通串接、套票整合與便捷之旅遊資訊等貼心服務。

綜合前述為交通部觀光局之觀光政策白皮書之內容與 2011 年施政重點，發現觀光政策內容與施政重點主要針對國家整體性觀光規劃，部分政策可能牽涉到運動觀光活動之推動，然而整體而言，其有關運動觀光活動之政策推動內容仍十分稀少。

## (二)臺灣運動觀光產業政策推動之現況

針對運動觀光產業發展政策在我國體育政策中是較被忽略及發展較晚的領域，甚至運動產業政策直到2001年才被納入行政院體委會中程施政計畫（九十至九十三年度），而且當時只列在國際、兩岸體育交流拓展中之「加強兩岸體育運動產業交流」項目（行政院體育委員會，2011a）。有關臺灣運動觀光產業政策推動之現況分述如下：

### 1. 臺灣運動觀光政策之推動狀況

- (1) 2005行政院體育委員會中程施政計畫（九十四至九十七年度）：「運動產業」已被列為「現有策略、計畫執行成效與資源分配檢討\_海洋運動發展計畫」項目中，帶動國內觀光旅遊產業促進經濟成長。
- (2) 2010年運動產業政策發展重點：為振興運動產業，推動運動休閒服務，有助於體育運動推展及國家經濟發展，將發展職業運動、運動觀光、休閒服務等產業列入行政院體育委員會施政重點（行政院體育委員會，2011b）。
- (3) 民國100年6月13日立法院三讀通過之「運動產業發展條例」，第四條（運動事業及體育團體之範疇）已將「運動旅遊業」列入，使得運動觀光成為政府法定之運動產業，可提供民眾從事運動或運動觀賞所需產品或服務，或可促進運動推展之支援性服務，而具有增進國民身心健康、提升體能及生活品質（行政院體育委員會，2011c）。

## 2. 臺灣推展海洋運動觀光政策之推動現況

為配合海洋運動觀光政策之推展，現行「水域遊憩活動管理辦法」，已從觀光遊憩的觀點對水域遊憩活動作規範。另交通部觀光局（2002）在「21世紀台灣發展觀光新戰略」中，提到「發展本土、生態、三度空間的優質觀光新環境」，其具作法包括：迎合需求打造海陸空三度空間的旅遊環境、以海洋彌補陸域遊憩空間之不足及拓展海域遊憩空間，顯見對海洋運動觀光已是未來觀光政策重要議題。有關近年政府推動海洋運動觀光較密切之政策包括：

- (1) 吸引國外觀光客來台旅遊政策：如「觀光客倍增計畫」（交通部觀光局，2002），主要在整備台灣豐富多樣的人文與自然資源，以顧客導向之思維、套裝旅遊之模式、目標管理的方法，積極發展台灣觀光產業。
- (2) 推動國內旅遊方案：依據「台灣成為永續發展的綠色矽島」之政策宣示，訂定「國內旅遊發展方案」（行政院經建設委員會，2001），發展台灣生態旅遊，其中與海洋運動觀光有關政策，包括推動泛舟、船潛、海釣、風浪板、風帆等海上活動，並以龜山島、綠島、小琉球為海上基地，澎湖、金門、馬祖為遠程基地，建構海上遊憩網。
- (3) 建立水域遊憩管理政策：交通部觀光局（2003）配合行政院積極管理之指示，以積極有效推動水域遊憩活動，不新增阻



礙水域活動發展的行政作為，並排除現有限制水域活動發展之條件，例如「台灣省海水浴場管理規則」、「台灣地區近岸海域遊憩活動管理辦法」、「發展觀光條例」等管理辦法公告等，主要在建立水域遊憩活動管理辦法，確立水域遊憩活動管理機關權責，建立緊急救援系統，並制定與執行轄區活動查巡計畫。

- (4) 輔導推動地方重大水上節慶活動：例如端午節龍舟競賽列為地方重大節慶活動（交通部觀光局，2002）、2004西子灣海洋季、2004高雄海港季、2003年大鵬灣海洋運動嘉年華（李昱叡、許義雄，2005），主要以推展台灣具民俗特色水上競賽活動與觀光活動結合，並達成國際水準之觀光活動為目標。

綜合而言，目前行政院體育委員會已將運動觀光政策列入中程施政計畫，尤其經由「運動產業發展條例」通過，使得運動觀光政策具有法制化之基礎。其次，配合海洋運動觀光政策之推展，現行「水域遊憩活動管理辦法」，已從觀光遊憩的觀點對水域遊憩活動作規範，而「21世紀台灣發展觀光新戰略」中，迎合運動休閒之需求打造海陸空三度空間的旅遊環境，顯見對運動觀光已是未來觀光政策重要議題。

### 三、 政策分析途徑與政策評估

#### （一） 政策分析意義

所謂政策分析途徑乃是一種方法論上的發展，以掌握特定政策的結果，

及比較各種替代政策的可能結果的差異(Jenkins-Smith, 1990; Colebatch, 2002)。此一途徑是一種科學、技術與藝術的結合。所謂**科學**是指政策分析有其一套理論、概念與方法論的應用，不純粹是抽象理論的建構，而且是實際個案的檢證；所謂**技術**是指政策分析人員對於所分析之政策個案，必須具備相當之專業知識，方能掌握政策問題的核心，提出適切可行的政策建議；所謂**藝術**是指政策分析之目的不僅僅是對政策有所瞭解，且是期望分析結果能為決策者所採用，故政策倡導者必須擁有相當的政治技巧。

## (二) 政策分析研究的發展

以美國公共政策的研究途徑為例，早期係以政策規劃的個案分析(1970年代之前)、政策執行的分析與評估(1970年代之後)為主流。到了1990年代，公共政策的研究重點轉移到政策「最適化研究」或者政策分析(Lester & Stewart, 2000:28)。政策分析的研究途徑十分廣泛：(1)可針對政策循環的某個階段進行探討，再佐以不同個案為證；(2)針對特定公共政策進行剖析，並以不同的政策階段為切入點；(3)純理論的建構，由概念的發展與定義，到命題與假定的提出，勾勒出政策分析的規範性模型；(4)實務經驗的檢證，以量化或質化的研究方式，測量政策效果或驗證理論模型的適合性(Lester & Stewart, 2000)。

當然政策分析的研究途徑則是不一而足，然而在21世紀的政策分析的研究途徑，更強調科際整合的趨勢，不但理論與實務必須結合，不同學科領域的相互合作，才能全面地診斷問題、宏觀地設計方案、及徹底地解決問題。

因此，雖然政策分析並沒有所謂「標準」的研究途徑，但本研究仍以運動觀光政策為對象，選擇一個適合本分析目標的研究途徑，作為本研究之分析途徑。

### （三）政策評估理論與應用

Rossi and Wright 認為從 1960 年代到 1970 年代是評估研究的黃金年代，在這段時期，評估研究的領域乃是由講求隨機化、控制的實驗典範（the randomized, controlled experimental paradigm）所主導，在這個時期，評估研究的主要目的是要去驗證方案的影響效果，然而很多研究結果顯示，如果沒有全程參與整個方案執行的過程，將很難評估出其真正的影響效果（林文全，2002）。本計畫著重質的評估研究，以政策推動情形與成效，分析運動觀光政策推動情形與影響。

#### 1. 政策評估的概念

政策評估一向是政策分析中最重要的一環，在 1970 年代之後已逐漸形成一門特殊的專業社群，但就其發展而言，評估具有非常濃厚的跨科際性質，社會科學中任何一門學科都非常注重評估研究的活動，特別是公共政策、社會工作與教育方案等（林文全，2002）。Weiss (1998) 定義政策評估為：對某政策或方案之運作或結果進行系統化的評量，其方式是與一套明示或隱示的標準相互比較，做為改善政策或方案的一種手段。在眾多學說中，(Rossi & Freeman, 1989) 的定義最具廣博性，依 Rossi & Freeman 的說法，所謂評估（或評估研究），乃是指有系統的運用社會科學的研究程序，來檢

視社會干預方案的概念與規畫、執行及效用或結果。

## 2. 政策評估的目的

政策評估的目的係在於幫助政策制定者應用評估完成之結果，制定公共政策並改善政府政策的執行成效。以國內學者潘文章（1992）之目標管理觀點論述，其認為「評估就是衡量實際成果與目標或計劃下所訂定之標準，兩者間之差異情形」。此外，林水波、李長晏（2005）界定評估為：「在衡量一項進行中的計劃造成其目標之結果，並根據研究設計的原則，區別計劃效力及其他環境力量的差異，在進行決策時，透過執行上的修正達成其計劃的改良」。

## 3. 政策評估的理論基礎

張世賢與林水波（1997）綜合各家說法後，對政策評估定義如下：「政策評估乃基於有系統和客觀的資料蒐集與分析，進行合理判定政策的投入、產出、效能與影響的過程；而其主要的目的在於提供現行政策運行的實況及其效果之資訊，以為政策管理、政策持續、修正，或終結的基礎，擬訂未來決策的方針，發展更為有效和更為經濟的政策」；吳定（2002）則認為政策評估可以做以下的界定：「政策評估是指政策評估人員利用科學方法與技術，有系統的蒐集相關資訊，評估政策方案之內容、規劃與執行過程及執行結果的一系列活動。其目的在提供選擇、修正、持續或終止政策方案所需的資訊」。由此一定義可知，評估活動並非單指政策執行績效的評估，也包含政策執行前及執行中的評估。

#### 4. 政策評估的種類與標準

對於政策評估種類，學者們的主張並不相同，吳定（2002）認為可以從政策運作階段及所強調的重點加以分類。大致上說來，他把政策評估分成三大類：預評估（pre-evaluation）、過程評估（process evaluation）及結果評估（out comes evaluation）。茲將三種評估的內涵簡單說明如下：

1. 預評估：是指對於政策方案在規劃階段時進行可行性評估、優缺點評估、優先順序評估等。如果能在此階段即了解該政策方案的預期影響及預期效益，則在執行之前，將可適當修正該方案的內容，使資源作最適當分配，或是在政策方案執行一段時間後，先作探測性的評估，以做為未來全面評估該項政策執行之影響及效益的基礎。
2. 過程評估：過程評估是指對政策問題認定的整個過程，政策方案的規劃過程，與政策方案的執行過程進行評估的意思。藉著此類評估，可了解是否真正找出問題的癥結所在，是否正確的界定問題，以免落入以正確方法解決錯誤問題的陷阱；對規劃過程的評估，可了解是否相關的單位及人員均參與了政策規劃？是否主要相關因素均列入考慮？是否相關資料大多蒐集齊全？是否決策方式不盡妥當等；對執行過程的評估，可了解執行機關、人員、經費、程式、方法、技術等各層面是否妥當？是否配合無間等。
3. 結果評估：結果評估是指對於政策方案的執行結果加以評估的意思。此處所謂結果評估包括兩方面，一為產出評估(output evaluation)

它涉及執行機關對標的人口從事多少次的服務，給予多少數額的金錢補助，以及生產多少物品等。另一為影響評估（impact evaluation）它指當政策執行以後，對於標的人口產生何種有形無形，預期或非預期的影響，例如提高聲望、增加安全感、提高生活水準等。更詳細的說所謂影響評估是指研究某一政策方案造成標的人口或標的事務向期望方向改變的程度如何，包括對目標做操作性的界定，對政策成功的標準予以確定，並對達成目標的情況予以衡量等，影響涉及有形的與無形的，預期的與非預期的實際改變情況。一般來說，影響評估比產出評估要來得重要。

#### 四、 各國運動觀光政策發展

本研究針對擬探討之各國運動觀光發展情況，進行初步性探討，作為本研究進一步比較分析之基礎。

##### （一） 澳洲運動觀光發展概述

雖然澳大利亞沒有發布的運動觀光發展策略，然而運動觀光在澳大利亞是一片繁榮景象。運動在澳大利亞文化起著極其重要的作用，這有助於解釋澳洲運動高人均投資，以支持澳大利亞運動設施與運動培訓。經過 2000 年雪尼奧運會，可觀察政府在培訓運動員與辦理奧運會支出仍然處於同一水平。現在的澳大利亞多數人均承認在運動觀光對國家經濟的重要性，政府特別強調運動和旅遊之間的連接為特別活動，其中有許多涉及到運動活動舉行。2000 年夏季奧運會後，政府組織調整導致被運動與觀光之分割，兩者被

分配到兩個獨立的政府在運動和觀光部門。因此，阻礙總理有意採取一個混合策略的責任，在國家發展旅遊業的策略，包括未來十年計畫，在許多地區均在討論推動運動觀光策略草案，並公佈徵求大家意見(Commonwealth Department of Industry, 2000; Department of Industry Tourism Resources, 2002; Foo, 2000; Jago, 2003)。

## (二) 日本運動觀光發展概述

近年來，日本積極發展運動觀光產業，其中最大利基為豐富的運動資源。首先，在觀賞性運動方向，日本有大量的高水平職業棒球聯賽和 J-聯賽的遊戲，可以讓球迷感到自豪和強化眾多球迷。其次，在運動參與方向，有很多跑步、散步、騎自行車等普及運動項目，而且可以在運動賽事區域中可聚集眾人群。此外，在運動服務方向，如地區運動隊，可協助體育賽事，作為公民志願者，完全支持國家和地區最多的國際比賽的事件，以及運動營地景點密切合作的管理，並可作出景點最具吸引力之貢獻。

## (三) 印度運動觀光發展概述

近年來，印度一些“特別活動”多元的發展，成為許多旅遊目的地的促銷策略的核心特色，以發揮留住遊客的吸引力。這些特殊事件的類型一般可歸類為會議，主要有三個需要：(1)旅遊目的地的旅遊產品多樣化需求；(2)提供旅遊目的地非高峰期一個新的景點或活動，以提高對遊客吸引力；(3)為抵抗市場消費需求的下降。運動觀光成為一個特殊的事件是一個休閒的機會，社會或文化體驗，可提供觀光客跳脫日常範圍以外的選擇或超出日常經

驗。這種特殊活動包括「大型賽會」，就如 Ritchie (1984)所描述的事件如下：概念化建立有能力的大型事件，在短時間可以吸引全國和國際社會的關注。運動觀光強調運動成就為旅遊目的的首要地位。顯示印度在運動特別活動方向多元的發展 (Sasi, 2003)。

#### (四) 以色列運動觀光發展概述

近年來，以色列由於閒暇時間、收入和教育水平，以及對娛樂和運動活動的喜好，提昇運動觀光需求趨旺。在該國不斷增長的人口的需求增加，供應這些活動已經發生了變化，特別是在鄉村部門的回應，許多鄉村居所已打開或正在開放休閒活動、運動及遊憩業務。這種趨勢已經發生在許多西方國家。但是，我們必須記住，以色列是排除來自其他國家，因為該國是一個很小的國家，的國家從南到北的長度小於 600 公里，該國的寬度不到 100 公里平均。該國的整個西部均屬於地中海海岸相連，整個該國東部三分之一是沿約旦河谷一片沙漠，在過去的十年中進行了許多研究，試圖為那些希望投資於旅遊和娛樂的企業家的機會做定位。顯示以色列運動觀光產業尚在發展中，未來可尋求一個適合該國之發展方向 (Mashiach, 2005)。

近年來由於增加閒暇時間，收入和教育水平，在以色列運動觀光的需求有上升趨勢，以及普遍的汽車數量對娛樂和休閒活動愛好的高漲。這些活動的供給已經發生了變化，特別是在農村區域，在反應國內日益增長的人口而所增加的需求。許多農村的定居點已打開或正在開放休閒，體育和娛樂的業務。這種趨勢已經出現在許多西方國家。但是，我們必須記得以色列和這些



國家不同的是，因為它是一個非常小的國家。全國從北到南的長度平均水平不到 600 公里，寬度則是小於 100 公里。該國在過去投票人口是到 600 萬。

該國整個西海岸沿著地中海，該國整個東部地區的其中三分之二是沿約旦河谷一帶的沙漠。許多研究在過去的十年中，設法辨別和尋找商業機會，讓有意願在以色列投資旅遊和休閒的活動企業家。那麼多的研究被完成是因為下列原因：

1. 要確定在西方世界發展中運動觀光的趨勢可以應用在以色列。
2. 估算和描述休閒娛樂和體育活動在以色列的鄉郊區域。
3. 確定以色列的人口在運動觀光的活動利益，需要和需求。

結果發現鄉村旅遊的企業在企業的水平迅速發展。在鄉郊地區 1400 個旅遊業和娛樂產業有 25% 的均位於該國的北部地區。其中很重要的一點是，幾乎所有的業務都是國內的旅遊，只有少部分的海外旅遊服務。從需求方面看，7 個部分被發現。四個部分被認為活躍，佔了 41% 的成年人口，其餘三個部分被人為被動的，佔了 59% 的人口。當他們根據不同的休閒活動排序他們覺得有必要發展更多的類似活動，被發現活動與自然性質有關聯的，如自然保護區，公園，森林動物園，分別排在列表中的第一位。

在 50 歲年齡組現在被識別為具有主要的市場潛力。這部分族群在以色列的比重從 1995 年的 16%，將增加到超過 25%，在 2005 年初，他們在以色列的旅遊業佔有率應該是準備好容納及活化這個特殊的市場。在本次調查中的一些最顯著的結果是在 50 歲的年齡組，有 28% 的人希望旅遊的性質是

和大自然有關的，60 歲的年齡組中，36% 希望有旅遊的性質是和大自然有關的，最常見的回答是：“我繼續保持行動力，這是非常重要的” 因為我想學習新的課題。在世界旅遊業的新趨勢之一，已開發並行的運動觀光是旅遊和學習之間的結合。旅遊者在一個某景點，在那裡，他們學習文化，歷史，藝術和傳統連接到景點或任何其他“不受束縛”的主題。這類活動可以開發在以色列的一些領域。其中之一是的上部加利利海，在國家的北部，有一個結合自然的，文化遺產，歷史上得種族和體育探險活動。這項研究表明 9 個不同的模組，可以一起運動旅遊人口：

1. 步行穿過古老的猶太教堂。
2. 穿過該地區的歷史悠久的房子。
3. 探索各個聖地。
4. 在約旦河的源頭泛舟。
5. 通過基督教的開始。
6. 最初幾天在加利利和戈蘭高地的農業定居點的。
7. 觀察遷徙的候鳥
8. 該地區的史前時代。
9. 民族的經驗。

這種類型的旅遊文化，生態旅遊和運動觀光的結合。

抵達以色列的遊客大多數都是基督徒他們到達的目的有很大一部分是朝聖。目前在旅遊業有兩個重要的發展趨勢，會影響到以色列朝聖旅遊。一

種是在世界旅遊市場不斷增加的 50 歲的年齡組的觀光客的重要性。這是主要前往以色列朝聖的主要年齡組。第二個趨勢是越來越多的需求在積極參與與當地居民體驗地方活動在訪問期間，而不是只是在旁觀看。目前在旅遊業有兩個重要的發展趨勢，會影響到以色列朝聖旅遊。我們提出的建議，一個是耶穌在加利利和他的信徒的”路徑“ - 步行或搭乘小徑。第二個，“個人孤獨”和“重生” - 一個足跡，在朱迪亞沙漠和死海海域，其中將包括的要素有孤獨中沙漠旅遊景點與自然和他的創造者。

本研究的目的是檢查旅遊業的在以色列周邊城鎮和農村腹地基礎之間的相互關係。這種檢查會展示影響到什麼程度的經濟區域旅遊發展的以色列的周邊被實現為正向相互作用的結果和這些城市及其周圍鄉村的功能性之間的相互關係。以色列的埃拉特南部地區和謝莫納鎮在北方國家的一部分這兩個區域被選為分析的對象。40%的遊客在南方參加體育和戶外活動當他們的度假，並在 66%北方的遊客參加某種戶外和體育活動。

#### （五）土耳其運動觀光發展概述

在土耳其運動是受到國家和體育俱樂部之鼓勵和支持，包括財政援助。國家體育政策的主要目標是提高運動員的數量，在國際體育比賽達到卓越的成就，準備合適的運動環境，鼓勵和為每一個人提供各年齡層從事體育活動。在土耳其透過體育設施和投資，以實現一個偉大的國家的程度。此外，土耳其憲法中有保障運動的條文與特殊奧林匹克的條文，這是全世界唯一為奧林匹克的法律。然而，一個重要體育俱樂部和私人組織的體育設施的數量增加可提到與發展，可以感知近年來運動贊助與體育產業發展。全國有 2,574

個體育設施，261 屬於私營部門和不同的 52 個體育聯合會。其次，全國有很多大自然環境適合發展各種野外運動活動，如爬山、反外冒險等活動，除此之外，空域活動也是推展重點，而三面環海的海岸也是發展海域活動優良環境 (Zorba, Micoogullari, Zorba, Tekin, 2004)。

## 伍、研究方法及過程：

本研究主要在探討影響台灣運動觀光服務品質因素，並進一步建構運動觀光服務品質指標。本研究之方法與過程如下：

### 一、研究設計

本研究主要探討各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究，並進一步建構臺灣運動觀光產業推動政策與輔導措施。依據研究目的與文獻探討結果，本研究擬採用文獻分析 (literature review)、半結構式訪談 (semi-structured interview) 等二種方法進行探討，分別說明如下：

#### (一) 文獻分析法

所謂**文獻分析法**(documentary analysis)乃透過文獻獲得資料，以解釋某特定時間某現象的狀態，或某段期間內，該現象的發展情形(王文科，1990：411-412)。其分析的類別可分為概念分析(conceptual analysis)、編纂(edition or compilation)、描述性敘述(descriptive narration)、詮釋性分析(interpretative analysis)、比較分析(comparative analysis)、普遍化的分析(universal analysis)(王文科，1990：413-415)。

蒐集國內外有關各國運動觀光政策推動之文獻，進行研讀，彙整和分析，以探討政策評估的概念、理論與模式，並分析運動觀光發展的現況和問

題，期待建立本研究理論與文獻基礎，與比較研究及訪談大綱之基礎。

## (二) 比較研究法

本研究預計在透過文獻分析描繪各國運動觀光政策之狀況的同時，也將一併完成比較研究法的前置作業(描述與解釋)。並於資料分析的後續作業中，以比較研究法的並列與比較等手法來檢視各國運動觀光政策的差異程度與特色。

### 1. 比較研究的意義

余鈺焜(2007)認為「比較」是一種普遍的心靈活動。而比較研究不僅僅是觀摩與學習其他對象所為，更可以從解釋歷程中，充分掌握研究主體之特性，產生批判性的瞭解。日本著名比較教育學家沖原豐(徐南號譯，1995)認為將比較學運用於研究時，係以研究主體(例如：運動觀光政策)的整個領域為研究對象，並對兩個以上國家或區域的現行狀況進行互相比較。

李淑芬(1989)則認為比較研究法乃是指分析兩種以上的制度與現象，找出其間的異同與優劣，將之歸納成趨勢、原則，以作為解決、改進問題與制度之參考。而且，比較研究的目的並不在於抄襲或模仿，乃為了達到創新與應用之目標。

莊逸萍(2003)則是提到「比較研究」乃是指針對同一主題，根據一定之標準，對不同的對象進行研究，找出其中之普遍規律或特殊規律的方法。比較按不同的角度可分為「橫向」比較與「縱向」比較。橫向比較是對於同時並存的事物進行比較，縱向比較則是對事物在不同時期的表現進行比較，藉

以分析發展變化的規律。

## 2. 貝氏比較研究法

系貝瑞岱(George Z. F. Bereday)所提出之實證主義取向比較研究法作為主要研究工具之一。此法為貝氏於六零年代所提出，由於多被運用於教育領域，故又稱為「比較教育研究法」（翁婉珣，2005）。其方法主要劃分為區域研究(area studies)及比較研究(comparative studies)兩種模式，前者係以一個國家或地區為焦點；後者則是同時關注許多國家或地區。其步驟如表1：

表1 比較研究步驟之說明

方法 類型	研究 步驟		說 明	資料處理
區域 研究	一	描述	對於比較對象(各國家或區域)的相關議題(政策、制度、現況)儘可能周延、客觀地敘述。	蒐集且客觀描述各國運動觀光相關的政策相關資料(背景、發展、輔導措施等)。
	二	詮釋	說明研究主體現狀，以便瞭解研究主體是如何產生(How)，而且瞭解其為何會成為目前狀態(Why)。並試著與一般社會現象進行串連思考與說明其意義。	根據上述相關資料分析解釋運動觀光相關的政策的動向與趨勢。
比較 研究	三	並列	首先將先前已描述並解釋過的現象進行分類整理，並按照可以進行比較的形式排列；然後再確定比較格局，並且設立比	以上階段所彙整的資訊將會作為比較標準(項目)與台灣目前運動觀光政策的現況(例如：政策發展、具體措施)進行後續比

		較的標準；最後進一步分析資料，提出比較分析假設。	較，藉以找出兩者的相似處及相異處。
	四	比較	依照研究目的，亦即所設定的焦點來同步處理及進行連續交互的比對。
			比較分析二研究主體在運動觀光相關的政策的發展經緯、相關理念與具體措施，並提出結論與建議。

修正自莊逸萍（2003）。台日小學體育課程改革之比較研究，頁10。國立屏東師範學院體育學系碩士學位論文。

### （三）半結構式訪談

1. 訪談的定義（interviewing），根據其型式而有多種不同解釋，普通的定義如下：「研究者與受訪者面對面的語言交換，企圖使受訪者表達他們的意見或認知等資料」（Maccoby & Maccoby, 1954）；簡而言之，訪談是一種獲得資料的方法，主要靠直接面對面的訪問完成，研究者可以透過此方式，了解受訪者正在做甚麼，或在想甚麼，以及為何要如此進行等議題。

2. 半結構式訪談：這是可量化導向或是質化導向模式的訪談型式，主要是研究者利用較寬廣的研究問題作為訪談的依據，導引訪談的進行；訪談指引（interview guide）或訪談表通常在訪談開始前被設計出來，做為訪談的架構，但他的用字及問題順序並不用太侷限，最主要的內容必須與研究問題相符，問題的形式或討論方式則採取較具彈性的方式進行，所以研究的可比較性可能降低，但優點是它可以提供受訪者認知感受較真實的面貌呈現（Williams, 1997; Minichiello et al., 1995）。

本研究採用半結構式訪談法，主要從各國運動觀光政策之發展現況、推動情形與輔導措施，歸納各國運動觀光政策之發展趨勢，從訪談者的觀點(經驗、認知、思維和心路歷程)，歸納臺灣運動觀光政策發展大綱之建議。

## 二、研究對象

本研究探討的國家對象為澳洲、日本、印度、以色列及土耳其等五國。利用二手文獻或網路資料以分析上述五國之運動觀光政策發展現況、推動情形與輔導措施。訪談部分瞭解政府訂定的臺灣運動觀光政策，擬針對運動觀光政策推動之標的對象及相關人員，包括政府官員、學者專家、民間組織及產業界人士，進行半結構式訪談。本研究之訪談對象包括政府運動觀光政策規劃與推動人員2人，大學運動相關系所與學者專家4人，運動觀光民間團體2人及產業經營組織與從業人員3人。

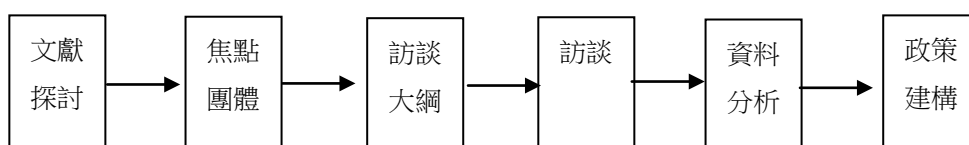
## 三、研究工具

本研究為建構台灣運動觀光政策，先以文獻分析及焦點團體座談，建立「運動觀光政策訪談綱」為工具，進行半結構式訪談，以期訂定臺灣運動觀光政策之層面與輔導措施。共同性的問題大致是以運動觀光在政策與法規、環境資源與保育開發、組織與人力資源、行政輔導、政策的推動成效、政策推動所面臨的問題，以及政策推動的建議，作為訪談的具體內容，個別性的問題則包括組織概況、人力資源、營運管理、服務與活動、運動觀光政策與法規、環境資源、場地設施、安全維護、民眾參與、國外發展情形、相關問題與建議等，作為訪談的內容依據。



#### 四、研究流程

本研究採用文獻分析、焦點團體及訪談等技術。首先，進行文獻基礎資料蒐集，建立各國運動觀光政策之基礎資料。其次，進行焦點團體座談，蒐集相關資料。最後，透過訪談及資料整理，建構台灣運動觀光政策大綱。研究流程如下圖：



#### 五、資料處理

訪談內容經錄音後留下完整紀錄，研究者在訪談結束後，儘速地依據訪談內容謄寫逐字稿，研究者自己本身謄寫訪談內容，再次浸濡於受訪者的經驗世界，再一次省思這個經驗對受訪者的意義，以幫助研究者對每個個別訪談有整體的了解與連貫。這些個別訪談的逐字稿完成後，並加以編號，便成了整個訪談內容資料可作為被分析的文本（text）內容，因此研究者經過閱讀、再閱讀，以期整體經驗的重要訊息，從經驗的大塊面中呈顯出來，以便捕捉一些主題的蛛絲馬跡。研究者並且將逐字稿傳送給受訪者，請其補充、更正或刪除，澄清可能的誤解或共同確認最能代表他們經驗的意義或主題（themes）。

#### 陸、研究進度及預期完成之工作項目

##### 一、研究進度

本計畫主要探討各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究，建構台灣運動觀光產業政策與輔導措施，改善運動觀光經營環境與效能。本研

究具體的預定進度如下：

月次 工作項目	第	第	第	第	第	第	備註
	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	
蒐集各國相關文獻	██████████						
資料分析與比較	██████						
整理各國政策大綱		████					
擬訂訪談初稿		████					
進行訪談			████				
逐字稿完成			██				
逐字稿傳送給受訪者			██				
分析			████				
撰寫研究報告初稿				████			
邀請學者報告初稿討論					████		
修改報告初稿						████	
完成研究報告						██	
送印研究報告						██	
預定進度累計百分比	15%	30%	60%	75%	85%	100%	

## 二、預期完成之工作項目

1. 完成本研究有關之國內外運動觀光產業政策之相關文獻蒐集工作，並作為本研究理論基礎架構。
2. 各國運動觀光政策之文獻蒐集工作。
3. 召開運動觀光產業政策之焦點團體訪談工作。
4. 發展本研究之「台灣運動觀光產業政策訪談大綱」。
5. 完成台灣地區運動觀光產業政策之訪談工作。

6. 台灣地區運動觀光產業政策訪談之資料分析工作。
7. 發表台灣運動觀光服務品質調查之論文。

### 三、研究預期發現及對相關施政之助益

1. 發展一套適合台灣運動觀光產業政策調查之工具與評估方法
2. 建立各國運動觀光政策之文獻基礎資料
3. 提供參與之工作人員研究與實務之訓練
4. 改善運動觀光經營環境
5. 探討運動觀光產業政策之各種層面
6. 改善國內運動觀光之產業結構

### 柒、研究經費配置

經費項目	計畫經費明細			
	單價	數量	總價	說明
研究人員費(主持人)	10000/月	6 月	60000	計畫主持人費
研究人員費(協同主持人)	8000/月	6 月	48000	計畫協同主持人費
專家訪談費	2000/人次	15 人次	30000	訪談費
焦點團體座談會出席費	2000/人次	12 人次	24000	出席費
報告印刷費	15000/式	1 式	15000	報告印刷
資料蒐集費	30000	1 式	30000	購買參考書籍及資料檢索
差旅費	5000	15 人次	75000	國內差旅費
審查費	2000 人次	6 人次	12000	報告書審查
雜支	14000	1 式	14000	雜支
<b>合 計</b>			<b>308000</b>	

## 捌、參考文獻

王文科(1990)：教育研究法。台北市：五南。

行政院經建設委員會 (2001)。國內旅遊發展方案。台北：行政院經建設委員會。

行政院經濟建設委員會 (2008)。2008 年服務業發展綱領及行動方案。

<http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0000550&ex=1&ic=0000015>

行政院體育委員會 (2011a)。施政重點\_行政院體委會中程施政計畫 (九十四至九十七年度)。

<http://www.sac.gov.tw/WebData/WebData.aspx?wmid=187&WDID=2135>,

2011 年 2 月 28 日檢索。

行政院體育委員會 (2011b)。施政重點\_行政院體委會中程施政計畫 (九十九至一〇二年度)。

<http://www.sac.gov.tw/WebData/WebData.aspx?wmid=187&WDID=2135>,

2011 年 2 月 28 日檢索。

交通部觀光局 (2002)。21 世紀台灣發展觀光新戰略。台北：交通部觀光局。

交通部觀光局 (2003)：水域遊憩活動管理政策與法規制度。台北市：交通部觀光局。

交通部觀光局(2011a)。2010 年台灣地區民眾旅遊狀況調查。2011 年 9 月 10 日，取自交通部觀光局網址

[http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200612/95\\_國人中摘.htm](http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200612/95_國人中摘.htm)。

行政院體育委員會 (2011c)。運動產業發展條例。

交通部觀光局(2011b)。觀光政策白皮書。2011年10月21日，取自交通部

觀光局網址交通部觀光局網址

[http://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/wpage/page1\\_20090902.htm?no=121](http://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/wpage/page1_20090902.htm?no=121)

余鈺焜(2007)。台美國民教育階段能源教育教材之比較。立德管理學院資源環境研究所碩士論文，未出版，台南市。

吳定(2002)。公共政策(全)。台北市：華視文化事業。

邱芳斌(2008)。日月潭泳渡之觀光效益影響研究。中國文化大學運動教練研究所碩士論文，未出版，台北市。

李昱叡、許義雄 (2005)：台灣海洋運動與觀光、文化資源整合推展個案分析—以交通部觀光局大鵬灣國家風景區為例。論文發表於台灣身體文化學會主辦之「2005 羅漢門傳統技藝、觀光與文化國際研討會」，高雄縣內門。

李淑芬(1989)。比較法。載於蔡保田等著，教育研究法(頁239-250)。高雄市：復文。

林文全 (2002)。我國警察機關戶口查察政策之執行評估—以台北縣政府警察局為例。警察大學碩士論文，未出版，桃園縣。

林水波、李長晏 (2005)。跨域治理。臺北：五南。

高宏華、張美莉、李乙廷 (2008)。台灣觀光產業發展創新價值研究。中華

- 創新價值協會成立大會論文集(2008/6/21)。台北：中華創新價值協會。
- 徐南號(譯)(1995)。比較教育學。台北：水牛。(沖原豐，1991)
- 翁婉珣(2005)。台灣與新加坡之十二年數學課程比較。國立中央大學數學研究所碩士論文。
- 莊逸萍(2003)。台日小學體育課程改革之比較研究。國立屏東師範學院體育學系碩士學位論文。
- 張世賢、林水波(1997)。公共政策。台北市：五南。
- 郭秀玲(2007)。運動觀光潛水假期參與者動機、期望與滿意度之研究。國立台灣體育學院/休閒運動管理研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 黃金柱(2006)。運動觀光導論。臺北市：師大書苑。
- 潘文章(1992)。企業管理：導論、功能、革新。台北：三民。
- 潘振豪(2008)。深度休閒、遊憩專業化、參與報酬與運動觀光參與行為關係之研究-以大型重型機車參與者為實證。大葉大學運動事業管理學系碩士論文，未出版，彰化縣。
- 劉照金(2005)。國人運動觀光參與狀況之研究。屏東縣：睿煜出版社。
- Colebatch, H. K. (2002). *Policy: Concepts in the social science* (2<sup>nd</sup> eds).  
Buckingham, PA: Open University Press.
- Commonwealth Department of Industry. (2000), *Science and Resources. Towards a National Sports Tourism Strategy (Draft) Canberra.*
- Department of Industry Tourism Resources. (2002). *The 10 Year Plan for Tourism; A Discussion Paper Canberra.*

- Elrick & Lavidge, Inc (1994). Unmet vacation expectations. Prepared for Marriott International. Washington DC, USA.
- Foo, L. (2000). Sports Tourism; An Australian Perspective, *Tourism Research Report Bureau of Tourism Research*. 2 (1); 9–17.
- Gibson, H. J. (1999). Research into action: Getting into the game. *Parks and Recreation*, 6, 40-45.
- Gibson, H. J. (2002). Sport tourism at a crossroad? Considerations for the future. In S. Gammon, & J. Kurtzman (Eds.), *Sport tourism: Principles and practice*. Eastbourne: Leisure studies Association.
- Hall, C. M. (1992). Adventure, sport and health tourism. In B. Weiler and C. M. Hall (Eds), *Special interest tourism*. London: Bellhaven Press.
- Huan, T. C., Huang, Y. W., & Yu, H. C. (2000). A study of the relationships of religious tourists' travel motivation, expectation, perception, and satisfaction. *Journal of Outdoor Recreation Study* , 13(3), 23-48.
- Jago, L. (2003). Sport Tourism in Australia. *Journal of Sport Tourism*, 8 (1), 7–8.
- Jenkins-Smith, H. C. (1990). *Democratic politics and policy analysis*. Pacific Grove, CA: Brooks-Cole.
- Kurtzman, J. & Zauhar, J. (1997). A wave in time: The sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 4(2), 5-20.
- Lavalle N.(1997). Understanding today's and tomorrow's sport tourist. Paper presented at Teaming for Success: A Forum on Sport Tourism, 6-8 March, Arlington, Virginia7.
- Lester, J. P., & Stewart, Jr. J. (2000). *Public policy* (2<sup>nd</sup> eds). Belmont, Calif: Thomson Learning.
- Mashiach, D. A. (2005). Sport Tourism in Israel. *Journal of Sport Tourism*, 10 (2), 139–141.

- Martin, B. and Mason, S. (1987). Social trends and tourism futures. *Tourism Management, June*, 112-114.
- Minichiello, V., Aroni, R., Timewell, E. & Alexander, L. (1995). *In-depth Interviewing (Sec ed.)*. South Melbourne: Longman.
- Mintel International Group (1995). Activity holidays in the UK. London: Author.
- Jackson, E. L. (1988). Leisure constraints: A survey of past research. *Leisure Science, 10*, 203-215.
- Olson, H. E. (1993). Leisure policy in Sweden. In P. Bramham, I. Henry, H. Mommaas, and H. Vander Poel, (Eds.) *Leisure policy in Europe* (pp.71-100). Wallingford, Great Britain: CAB International.
- Ritchie, B. W. & Adair, D. (2004). Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues. Channel View Books.
- Rossi, P. H. & Freeman, H. E. (1989). *Evaluation: A systematic approach*. Newbury Park, CA: Sage.
- Sasi, V. K. (2005). Sport Tourism in India. *Journal of Sport Tourism, 10* (2), 135–138.
- Standeven, J., and De Knop, P. D. (1999). *Sport tourism*. Canada: Human Kinetics.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). *Consumer behavior in tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Terry, L. (1996). Holidayseers seek thrills. *Leisure Management, 16*(6), 14.
- UNWTO (2010). World tourism barometer on track for a rebound. Magazine of the World Tourism Organization, Issue 1/2010. Retrieved May 28, 2010, from [http://www.unwto.org/media/mag/en/pdf/UNWTONews\\_2010\\_1.pdf](http://www.unwto.org/media/mag/en/pdf/UNWTONews_2010_1.pdf)
- Weiss, C. H. (1998). *Evaluation: Methods for studying programs & Policies* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Prentice Hall



Williams, M. (1997). Social surveys: Design to analysis. In: T. May ( Ed. ),  
*Social research issues, methods and process*. Buckingham: Open University  
Press.

World Tourism Organization. (1985). Guidelines for the collection and  
presentation of domestic and international tourism statistics. Madrid, Spain:  
Author.

Zorba, Z., Micoogullari, B. O., Zorba, E., Tekin, A. (2004). Sports tourism in  
Turkey. *Journal of Sport Tourism* 9(4), 325–329.

行政院體育委員會運動發展基金補助運動產業專題研究計畫申請人資料表			
姓名	劉照金	國民身分證字號	T120209239
服務機構及科系〔所〕	美和科技大學 休閒運動保健系		
職稱	教授兼民生學院院長及休閒運動保健系主任	電話	0972630286#6101 0933621997
學歷	國立體育大學體育研究所博士		
經歷	國立屏東科技大學人文暨社會學院院長；休閒運動保健系教授		
專長領域	運動觀光研究、運動休閒經營管理、體育政策		

<p>最近 3 年曾獲補助 專題研究計畫</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 劉照金(2007)。屏東六堆地區客家特色產業、行銷向度及行銷策略之研究。擔任職務：主持人；行政院客家委員會；96/01/01－96/12/31。225 仟元。</li> <li>2. 劉照金(2007)。體育專業人員知識分享行為及可行策略之研究。擔任職務：主持人；國科會 NSC 96-2413-H-020-002)；96/08/01－97/07/31。440 仟元。</li> <li>3. 劉照金(2008)。客家文化資源活化與產業化及其行銷策略之研究—以中堆(竹田)地區為例。擔任職務：主持人；行政院客家委員會；97/01/01－97/11/31。210 仟元。</li> <li>4. 劉照金(2009)。排灣部落區域文化資產環境保存及活化計畫。擔任職務：主持人；屏東縣政府；97/10/01－98/9/31。4350.00 仟元。</li> <li>5. 劉照金(2009)。從文化體驗行銷的觀點探討萬巒地區客家文化產業之行銷策略。擔任職務：主持人；行政院客家委員會；98/01/01－98/11/31。200 仟元。</li> <li>6. 劉照金(2009)。臺北縣體育政策執行成效影響因素之研究—以水域運動為例。擔任職務：主持人；臺北縣政府；98/04/15-98/10/15；80 仟元。</li> <li>7. 劉照金(2010)。客家文化資源與區域觀光遊憩開發計畫結合之研究—左堆客家文化資源與大鵬灣國家風景區建設案為例。擔任職務：主持人；行政院客家委員會；99/01/01－99/11/31。240 仟元。</li> <li>8. 劉照金(2010)。台灣地區運動觀光資源調查與整合策略之研究。擔任職務：主持人；國科會 NSC 99-2413-H-020-002)；99/08/01－100/07/31。554 仟元。</li> </ol>
<p>最近 3 年參與運動 產業專題研究計畫</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 劉照金(2007)。體育專業人員知識分享行為及可行策略之研究。擔任職務：主持人；國科會 NSC 96-2413-H-020-002)；96/08/01－97/07/31。440 仟元。</li> <li>2. 劉照金(2009)。臺北縣體育政策執行成效影響因素之研究—以水域運動為例。擔任職務：主持人；臺北縣政府；98/04/15-98/10/15；80 仟元。</li> <li>3. 劉照金(2010)。客家文化資源與區域觀光遊憩開發計畫結合之研究—左堆客家文化資源與大鵬灣國家風景區建設案為例。擔任職務：主持人；行政院客家委員會；99/01/01－99/11/31。240 仟元。</li> <li>4. 劉照金(2010)。台灣地區運動觀光資源調查與整合策略之研究。擔任職務：主持人；國科會 NSC 99-2413-H-020-002)；99/08/01－100/07/31。554 仟元。</li> </ol>

最近 5 年著作目錄

(一)期刊論文

1. 劉照金(2005)。大學評鑑制度對相關系所之衝擊。**運動管理**，**9**，17-26。
2. 劉照金、張家銘、劉一慧、黃靖淑(2005)。不同類型運動觀光參與者的旅遊動機、期望、滿意度及其觀光特性之比較研究。**運動休閒管理學報**，**2** (2), 24-36。(國科會 NSC 93-2413-H-020-003-)
3. 劉照金、周麗華、莊哲仁(2006)。運動觀光客參與動機、活動類型與經驗性質之研究--以恆春半島觀光旅遊地區為例。**體育學報**，**39**(4)，149-161。(國科會 NSC 93-2413-H-020-003-)
4. 劉照金(2007)。臺灣海洋運動觀光發展現況之分析。**國民體育季刊**，**36**(3)，22-31。(國科會 NSC 93-2413-H-020-003-)
5. 劉照金、莊哲仁、陳俊男、林怡秀、陳品辰、蔣明雄(2007)。運動觀光對當地社會文化衝擊之研究--以台灣墾丁旅遊地區為例。**體育學刊**，**14**，11-16(中國社會科學引文索引 CSSCI)。(國科會 NSC 94-2413-H-020-003-006)
6. 莊哲仁、劉照金、葉曉月、蔣明雄(2007)。**運動賽會旅遊糾紛之個案研究—以 2004 年雅典奧運棒球加油團事件為例**。**體育學刊**，**14**，17-22(中國社會科學引文索引 CSSCI)。
7. 劉照金、莊哲仁、鄭佳青、謝雪櫻、蔣明雄(2007)。不同承載量對休閒遊憩設施服務品質滿意之比較研究—以高雄布魯樂谷主題親水樂園為例。**體育學刊**，**14**，49-53(中國社會科學引文索引 CSSCI)。

8. 劉照金、呂銀益、鄭淇鎂、黃綠青、曾英臻、林鈺芳、蔡佩君(2008)。台灣民眾對地方節慶活動體驗行銷感受及涉入程度之研究。**運動知識學報**，5，353-369。
9. 高俊雄、劉照金(2008)。運動推廣策略介入對運動參與行為效果之研究。**運動休閒管理學報**，5(2)，32-43。(國科會 NSC-92-2413-H-179-008-)
10. 劉照金、劉一慧、孟祥仁(2008)建構參與者對台灣地方節慶活動效益認知模式之研究。**人文社會科學研究**，2(2)，134-155。
11. 劉照金、莊蘭英、陳和賢、李梁淑(2009)。客家特色產業消費心理向度與消費滿意度之研究－以屏東縣內埔地區為例。**人文社會科學研究**，3(1)，146-161。
12. 劉照金、劉一慧、馬上閔(2009)。體育專業人員知識分享行為之研究。**運動休閒管理學報**，6(2)，157-175。
13. 劉照金(2010)。運動產業發展之社會及經濟效益。**國民體育季刊**，39(1)，38-44。
14. 劉照金、呂銀益(2010)。運動觀光發展與國際化。**上海體育學院學報**，34，5-6。
15. 劉照金(2010)。當地居民對大型賽會場館設之施利益關係與衝擊認知對賽會效益認知之影響研究－以2009年高雄世界運動會為例。**運動休閒管理學報**，7(2)，30-41。
16. 劉照金(2010)。我國中央與地方體育行政組織之關係。**國民體育季刊**，39(4)，14-20。
17. 劉照金、李晉豪(2011)。台灣主動性運動觀光參與狀況及參與者特質之研究。**臺大體育學報**，20，(已接受2011/03/24)。
18. 李晉豪、劉照金(2011)，影響台灣單車族休閒滿意度之相關因素研究。**雲科大體育**，13，(已接受2011/04)。
19. 劉照金、劉一慧(2011)，台灣體育專業人員知識分享行為與成效之研究。**台灣體育運動管理學報**(已接受2011/04)，。
20. Liu, C. C., Lee, C. H. (2011). A study of the participation and consumption of sport tourism among different socio-economic status in Taiwan. **休閒運動期刊**，10，(已接受2011/04/26)。
21. 劉照金、呂銀益、顏鴻銘(2011)。台灣運動觀光資源分析架構之研究。**運動知識學報**，8(已接受2011/05/02)。
22. 劉照金、李晉豪、林子恩(2011)。影響台灣民眾對地方節慶活動忠誠度及效益認知相關因素研究。**運動休閒管理學報**，8(1)，(已接受2011/05/04)，

(二)研討會論文

1. Liu, C. C., Huang, C. H., Liu, Y. H. (2006). A study of motivation, constraints, participating classification and experience nature of sport tourism in Taiwan. The 9th World Leisure Congress (Oct, 6-11, 2006, Hangzhou China).
2. 劉照金、巫昌陽、吳崇旗(2006)。運動觀光對墾丁旅遊地區經濟衝擊之研究。2006 體育運動學術團體聯合會論文摘要集(國立台灣師範大學 2006/12/16-17)，34。(國科會 NSC 93-2413-H-020-003-)
3. 劉照金、巫昌陽、張世明(2006)。臺灣墾丁地區保健旅遊消費者購買動機與滿意度之研究。2006 體育運動學術團體聯合會論文摘要集(國立台灣師範大學 2006/12/16-17)，197。(國科會 NSC 94-2413-H-020-003-006)
4. 劉照金、李章賜、江旻秦、江沛蓉、陳明慧、許銘君(2007)。公共體育場館服務指標與服務品質之研究--以台南市、高雄市及屏東縣之體育場為例。2007 運動休閒產業管理學術研討會論文集 (建國科技大學 2007/04/28)，1，365-375。
5. 劉照金、莊蘭英、陳和賢 (2007)。客家特色產業消費心理向度量表之編製研究。客家文化之歷史與前瞻研討會壁報論文摘要集 (客家文化委員會主辦，國立屏東科技大學客家文化產業研究所主辦，2007年9月21-22日)，2。
6. 劉照金、馬惠萍、劉莉芬、沈裕盛 (2007)。台灣地區民眾身體活動量調查與比較研究。2007 身體活動與健康促進國際學術研討會會議手冊 (國立屏東科技大學，2007年11月10-11日)，113。
7. 劉照金、張伊蓉、陳俞陪、朱芳瑩、陳靜育 (2007)。不同休閒產業之服務產品與經營策略之比較研究--以體能訓練中心、都會氧身會館及渡假村為例。2007 全國體育運動學術團體聯合年會暨學術研討會論文集 (ISBN:978-957-29909-6-4)(2007/12/15-16 台灣體育運動管理學會主辦，台灣大學綜合體育館)，143-144。
8. 劉照金、陳俞陪、張伊蓉、朱芳瑩、陳靜育 (2007)。不同休閒運動產業之服務作業流程比較研究--以體能訓練中心、都會氧身會館及渡假村為例。2007 全國體育運動學術團體聯合年會暨學術研討會論文集 (ISBN:978-957-29909-6-4)(2007/12/15-16 台灣體育運動管理學會主辦，台灣大學綜合體育館)，145-146。

9. 劉照金、顏鴻銘、李政庭、劉小鳳、陳宣言、蔡偉志(2009)。台灣民眾對運動中心參與動機與需求之調查。2009 休閒暨運動產業管理國際學術研討會論文集 (2009/05/8-9 國立屏東科技大學), 341-350。
10. 劉照金、張伊蓉、賴淑堯、陳俞陪 (2009)。當地居民對2009 年世界運動會場館設施效益認知之研究。2009 休閒暨運動產業管理國際學術研討會論文集 (2009/05/8-9 國立屏東科技大學)。
11. 劉照金 (2009)。我國運動產業結構強化策略。2009 長榮大學產業論壇手冊, 23-29(長榮大學 2009 年 8 月 19 日)。
12. Liu, C. C., Lee, C. H., Tsai, F. H., Chen, Z. M., & Lee, S. Y. (2010). A Study of the Socialization into Sport and Motivations of Athletes in Taiwan. *Proceeding of The 4<sup>th</sup> Forum of Social Sport of China* (2010/09/19-22 上海師範大學)。
13. .Chang, C. J. & Liu, C. C. (2010). A Revised Leisure Model Base on the Older Adults' Recreation Sports Interaction. *Proceeding of The 16<sup>th</sup> Asian Games Science Congress, 82* (2010/10/9-12 中國廣州體育大學)。
14. 劉照金(2010)。運動休閒產業的市場發展與人才培育。南台科技大學運動與休閒管理研習會手冊, (南台科技大學 2010/11/19)。
15. 劉照金(2010)。運動觀光與健康促進。全民運動九九暨健康促進學術研討會手冊, 1-12。(高雄師範大學體育學系 2010/12/4)。
16. Liu, C. C., Lin, T. E., & Lee, C. H. (2011, April). The development and integration strategy of the sport tourism in Taiwan. **2011 International Conference on Education and sports Education (ESE 2011)**, April 17~18, 2011, Guangzhou (Guangzhou Jian Li Harmony Hotel), China.
17. Liu, C. C. & Tsai, T. F. (2011). **Knowledge Sharing of Physical Education and Sports Professionals in Taiwan.** The Institute of Electrical and Electronics Engineers.(已接受)

	<p>(三)專書及專書論文</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 劉照金(2005)。國人運動觀光參與狀況之研究。(國科會 NSC 93-2413-H-020-003-)。屏東縣：睿煜出版社 (ISBN 957-8747-47-0 平裝)。</li> <li>2. 劉照金(2007)。運動觀光對當地社會文化、環境與經濟衝擊之研究--以墾丁旅遊地區為例。(國科會 NSC 94-2413-H-020-003-006)。屏東縣：睿煜出版社 (ISBN 978-957-8747-66-1 平裝)。</li> <li>3. 劉照金、邱金松(2008)。我國體育政策變遷。台北市：華杏出版社。(ISBN 978-957-29909-7-1)</li> <li>4. 邱金松、劉照金、官文炎、陳金盈、張俊一、楊宗文(2009)。體育行政概論。台中市：華格納出版社。(ISBN-97898666335242 平裝)(2010 年)</li> <li>5. 劉照金(2010)。運動觀光。台北市：華都文化事業。(ISBN 978-986-6860-91-1)(2010 年 9 月)</li> </ol>
備註	
中華民國 100 年 11 月 25 日	

填表說明：

- 一、補助申請而其屬共同研究者，本申請人資料表應分別填具，並於各表備註欄分別敘明。
- 二、本表各該資料均應覈實填列。其有不敷使用者，得自行增頁或調整。



行政院體育委員會運動發展基金補助運動產業專題研究計畫申請人資料表			
姓名	蔡永川（協同主持人）	國民身分證字號	Q120470379
服務機構及科系〔所〕	美和科技大學休閒運動保健系		
職稱	助理教授	聯絡電話	08-7799821-8386
學歷	美國南達柯他大學健康體育休閒研究所碩士 輔仁大學體育系		
經歷	美和技術學院 課外活動指導組組長 5 年 美和技術學院 就業輔導組組長 2 年 美和技術學院 校友服務組組長 2 年		
專長領域	1.體適能 2.特殊族群運動 3.體重控制與健身健美 4.健身運動處方		
最近 3 年曾獲補助 專題研究計畫	<ol style="list-style-type: none"> <li>97 年度高屏地區大專院校推展社區規律運動產學合作計畫(共同主持人)</li> <li>教育部補助技專校院發展學校重點特色專案計畫。NEW 4R 計畫：建構銀髮族創新健康管理模式(共同主持人)</li> <li>九十八年度教師產學合作計畫：茂林國家風景區暫停收費政策效益及影響分析(協同主持人)計畫編號：98-MN-DRH-IAC-001 經費總額：98,000 元</li> <li>98 年度教師專題研究計畫案：高雄市雷鳥兒童足球營之體適能推廣成效調查計畫編號：MH-98-DRH-003 經費來源：50000 元(共同主持人)</li> <li>98 年教師專題研究計畫：高雄市雷鳥兒童足球營之推廣成效及家長滿意度調查(共同主持人)，經費來源：10000 元(98 年度教育部獎補助款)</li> <li>九十七年度教師專題研究計畫結案報告。計畫名稱：撞球 9 號球開球之類神經網路分析計畫編號：MH-97-DRH-005 (協同主持人)</li> <li>國內足球運動傷害之發生原因及處置策略分析 (共同主持人)</li> <li>銀髮族群生活型態運動型態參與動機與阻礙因素之調查研究(共同主持人)</li> <li>銀髮族休閒運動規劃與參與之效益研究-以屏東縣內埔鄉為例(主持人)</li> <li>參與不同規律運動之中高齡婦女其骨質密度調查及生活 (共同主持人)</li> </ol>		
最近 3 年參與運動 產業專題研究計畫	<ol style="list-style-type: none"> <li>97 年度高屏地區大專院校推展社區規律運動產學合作計畫(共同主持人)</li> <li>98 年度教師專題研究計畫案：高雄市雷鳥兒童足球營之體適能推廣成效調查計畫編號：MH-98-DRH-003 經費來源：50000 元(共同主持人)</li> <li>98 年教師專題研究計畫：高雄市雷鳥兒童足球營之推廣成效及家長滿意度調查(共同主持人)，經費來源：10000 元(98 年度教育部獎補助款)</li> <li>九十七年度教師專題研究計畫結案報告。計畫名稱：撞球 9 號球開球之類神經網路分析計畫編號：MH-97-DRH-005 (協同主持人)</li> <li>國內足球運動傷害之發生原因及處置策略分析 (共同主持人)</li> <li>銀髮族群生活型態運動型態參與動機與阻礙因素之調查研究(共同主持人)</li> <li>銀髮族休閒運動規劃與參與之效益研究-以屏東縣內埔鄉為例(主持人)</li> <li>參與不同規律運動之中高齡婦女其骨質密度調查及生活 (共同主持人)</li> </ol>		

## (一)期刊論文

1. 吳蘇、林紀玲、蔡永川(2006年4月)成就動機與自覺能力對大專生籃球罰球的工作難度選擇、內在動機及成敗歸因向度之影響。美和學院學報 25 卷 1 期, 95-101。
2. 吳蘇、林紀玲、林子恩、蔡永川(2007年4月)銀髮族骨質疏鬆症運動處方之探討。美和學院學報第 26 卷第一期, 73-84。
3. 蔡永川(2007年12月)三種不同訓練方式對大學女子運動員水平跳躍能力之影響。體育學刊第 14 卷增刊, 114-119。
4. 潘正宏、林保源、蔡永川(2009年2月)台灣鐵人三項比賽參與者對運動觀光服務品質、滿意度及重遊意願之研究-以 2008 宜蘭國華人壽盃為例。美和休閒運動保健學報第二期, 106-118。
5. 張美玉、蔡永川(2009年2月)活動規劃模式應用與實務分析-以悍創運動行銷公司為例。美和休閒運動保健學報第二期, 119-132。
6. 古國宏、黃長福、廖逢錦、蔡永川(2009年12月)標槍投擲時槍體受力型態及地面反作用力型態之探討。體育學報第 42 卷第 4 期, 1-12。
7. Tsai, Yung-Chuan (2009-12) AEROBIC DANCING TRAINING' S INFLUENCE ON THE PHYSICAL FITNESS AND BODY COMPOSITION OF THE STUDENTS-TAKING MEIHO INSTITUTE OF TECHNOLOGY AS AN EXAMPLE. International Journal of Asian Society for Physical Education, Sport and Dance, 2009, Vol. 7 No. 2, pp. 67-72。
8. Tsai, Yung-Chuan | Wu, Ming-Shien | Wu, Su | Gu, Guo-Hong (2009-12) THE EFFECT OF THE 12-WEEK COMPLEX TRAINING ON THE BASKETBALL TEAM PLAYERS IN MEIHO INSTITUTE OF TECHNOLOGY. International Journal of Asian Society for Physical Education, Sport and Dance, 2009, Vol. 7 No. 2, pp. 73-76。
9. Fuong-cheng William Liao | Tsai, Yung-Chuan | Wu, Su | Gu, Guo-Hong (2009-12) A COMPARISON OF COORDINATION PATTERNS BEFORE AND AFTER DROP JUMP TRAINING. International Journal of Asian Society for Physical Education, Sport and Dance, 2009, Vol. 7 No. 2, pp. 51-60。
10. 古國宏、蔡永川、廖逢錦、吳明憲(2010年2月)撞球九號球不同開球位置對進球率之運動學分析。屏東教大體育第 13 期, 326-331。
11. 吳蘇、林紀玲、蔡永川(2010年4月)花式 9 號撞球運動員比賽前、中狀態性焦慮之研究-以台灣美和技術學院為例。上海體育學報 Vol. 34, pp. 43-47
12. 蔡永川、古國宏、高錦勝、張家禎(2010年4月)大學生身體活動量與身體組成之相關研究-以美和技術學院學生為例。上海體育學報 Vol. 34, pp. 26-28。
13. 吳明憲、古國宏、蔡永川(2010年4月)台灣地區企業贊助足球運動個案分析-以台灣電力公司與大同公司足球隊為例。上海體育學報 Vol. 34, pp. 41-42。
14. 古國宏、蔡永川、吳明憲、林子恩(2010年8月)桌球弧圈球的動作技術與使用時機分析。2010年運動休閒及產業全球發展趨勢學術研討會專刊, 頁 12-18。
15. 蔡永川、林必寧、古國宏、張家禎(2010年8月)八週高壓電位治療儀對自主神經反應之影響-以女性為例。2010年運動休閒及產業全球發展趨勢學術研討會專刊, 頁 83-93。
16. 林保源、蔡永川、洪大程、廖本寬(2010年12月)台灣地方民俗藝陣八家將活動民眾觀賞行為之研究。休閒運動保健學報第三期, 72-82。
17. 古國宏、蔡永川、吳明憲、林子恩(2010年12月)休閒農場遊客背景與滿意度之調查分析-以台東東遊季溫泉度假村為例。休閒運動保健學報第三期, 107-115。
18. 蔡永川(2010年12月)銀髮族身體活動量對身體組成影響之相關探討-以屏東縣內埔鄉東勢村為例。休閒運動保健學報第三期, 172-186。

最近 5 年著作目錄

(二)研討會論文

1. 廖逢錦、古國宏、蔡永川 (2007 年 11 月) 個人化之深跳訓練法對立定跳高的爆發力與跳躍高度之影響的探討。2007 年台灣銀髮族休閒運動與健康產業發展學術研討會論文集，美和技術學院，頁 143-150。
2. Yung-Chuan Tsai, Guo-Hong Gu, Fong-Jing Liao (2007-11-1) The effect of three different training on the improvement of the university female athletes horizontal jumping ability. The 3<sup>rd</sup> International Forum on Sport for All Papers, Edited by School of Physical Education and Sports Science, SCNU, pp. 302-303。
3. 蔡永川、古國宏、廖逢錦 (2007 年 11 月) 三種不同增強及重量訓練模式對大學女子運動員爆發力之影響。2007 年國際運動生物力學研討會暨台灣運動生物力學年會論文集，國立台灣師範大學，頁 154-155。
4. 蔡永川、古國宏、廖逢錦 (2008 年 5 月) 運動介入對社區 55 歲至 80 歲老年人體適能之成效探討-以屏東縣內埔鄉東勢村老人為例。2007 年身體活動與健康促進國際學術研討會論文集，國立屏東科技大學，頁 270-279。
5. 蔡永川、古國宏 (2008 年 12 月) 老年人參與休閒運動之研究-以屏東縣內埔鄉東寧村為例。2008 年台灣銀髮族休閒運動與健康學術研討會論文集，美和技術學院，頁 145-161。
6. 吳蘇、古國宏、蔡永川、林子恩、劉靜茹 (2008 年 12 月) 國內高齡身心障礙者之休閒參與及休閒阻礙分析。2008 年台灣銀髮族休閒運動與健康學術研討會論文集，美和技術學院，頁 1-10。
7. 古國宏、林子恩、蔡永川 (2008 年 12 月) 高屏地區大型夜市消費者對夜市消費環境滿意度之研究。2008 年台灣銀髮族休閒運動與健康學術研討會論文集，美和技術學院，頁 31-42。
8. 林子恩、古國宏、蔡永川、廖逢錦 (2008 年 12 月) 屏東大鵬灣國家風景區遊客對自行車車道體驗之滿意度調查。2008 年台灣銀髮族休閒運動與健康學術研討會論文集，美和技術學院，頁 113-122。
9. 林子恩、古國宏、蔡永川、洪雪鳳 (2008 年 12 月) 原住民的休閒活動參與與阻礙因素之探討-以三地門鄉三地村為例。2008 年台灣銀髮族休閒運動與健康學術研討會論文集，美和技術學院，頁 195-203。
10. 蔡鋒樺、吳明憲、蔡永川 (2008 年 12 月) 休閒參與度與休閒滿意度之相關研究。2008 年台灣銀髮族休閒運動與健康學術研討會論文集，美和技術學院，頁 229-238。
11. 蘇蕙芬、陳敏弘、蔡永川 (2008 年 12 月) 2009 高雄世運運用高齡志工人力之可行性分析。2008 年台灣銀髮族休閒運動與健康學術研討會論文集，美和技術學院，頁 239-250。
12. 蔡永川、鄭勵君、鄭佩欣 (2009 年 3 月) 運動介入對社區居民健康體適能與健康生活型態營造之研究-以三民區為例。2009 年國際華人民俗體育學術研討會論文集，長榮大學，頁 98-104。
13. 蔡永川 (2009 年 11 月) 八週有氧舞蹈訓練對大學生體適能及身體組成之影響-以美和技術學院為例。2009 年休閒、運動與觀光管理學術研討會論文集，亞洲大學，頁 181-191。
14. 蔡永川、古國宏、高錦勝、張家禎 (2009 年 11 月) 大學生身體活量與身體組成之相關研究。2009 年海峽兩岸都市休閒體育、體育教育上海論壇，中國體育科學學會體育產業分會，頁 72。
15. 林紀玲、吳蘇、蔡永川 (2009 年 11 月) 一般大專花式 9 號撞球運動員比賽前、中狀態性焦慮之研究-以美和技術學院為例。2009 年海峽兩岸都市休閒體育、體育教育上海論壇，中國體育科學學會體育產業分會，頁 82。
16. 吳明憲、古國宏、蔡永川 (2009 年 11 月) 國內企業實質贊助台灣足球運動個案分析-以台灣電力公司足球隊及大同公司足球隊為例。2009 年海峽兩岸都市休閒體育、體育教育上海論壇，中國體育科學學會體育產業分會，頁 18。

備註

中華民國 100 年 11 月 25 日

**行政院體育委員會運動發展基金補助運動產業專題研究計畫  
經費收支結算表【金額新臺幣元】**

受補助單位	美和科技大學				
計畫名稱	各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究	計畫 期程	起	民國 101 年 4 月 01 日	
			迄	民國 101 年 10 月 15 日	
總收入	經費來源	金額	備註		
	本會補助款	231,000			
	自籌款	77,000			
	合計	308,000			
總支出	核定補助項目	金額	體委會補助款 (補助比例 75%)	自籌款	計算說明
	研究人員費(主持人)	60,000	45,000	15,000	10,000 元*6 人月
	研究人員費 (協同主持人)	48,000	36,000	12,000	8,000 元*6 人月
	專家訪談費	30,000	22,500	7,500	2,000 元*15 人次
	焦點團體座談會 出席費	24,000	18,000	6,000	2,000 元*12 人次
	報告印刷費	15,000	11,250	3,750	500 元*30 本
	資料蒐集費	30,000	22,500	7,500	500 元*60 篇
	差旅費	75,000	56,250	18,750	焦點團體 6,896 元(10 人次) 長短程 68,104 元(30 人次)
	審查費	12,000	9,000	3,000	2000 元*6 人次
	雜支	14,000	10,500	3,500	
	合計	308,000	231,000	77,000	
結餘	0				
承辦人員 〔簽名蓋章〕		單位主管 〔簽名蓋章〕		負責人 〔簽名蓋章〕	

填表說明：

1. 應依核定項目及實際執行金額填列。
2. 本表不敷使用者，得自行增頁或調整。

### 美和科技大學研究成果報告表

申請人服務機構及科系〔所〕	申請人姓名	研究計畫名稱	研究期程	繳交研究成果狀況	核定補助經費〔新臺幣元〕	備註
美和科技大學 休閒運動保健系	劉照金	各國運動觀光 產業推動政策 與輔導措施之 比較研究	民國 101 年 04 月 01 日 至 09 月 30 日	<input type="checkbox"/> 未繳交者，其原因 <input checked="" type="checkbox"/> 已繳交者，繳交日期 101 年 10 月 15 日	231,000 元	
受補助單位 印信或圖記			負責人 簽名蓋章			
填表人	劉照金		連絡電話	08-7799821-6101		
			手機	0933621997		
中 華 民 國 1 0 1 年 1 0 月 1 5 日						

# 成果報告書

研究計畫名稱：跨國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究

## 摘要

從國際運動觀光發展潮流可知，運動觀光已是觀光產業的主流市場，運動觀光不僅可以替主辦地點增加曝光度、能見度，也帶入龐大的觀光收益，因此各國政府開始高度重視運動觀光產業對國家經濟發展的重要性。然而要達成「運動觀光」目標，主要仍依賴國家有一套完整運動觀光產業政策規劃，亦即有好的政策引導，才會有良好的運動觀光產業的發展。因此，本計畫**主要目的**在探討各國運動觀光產業政策推動現況與輔導措施，跨國比較運動觀光產業推動政策與輔導措施之特色與方向，作為政府擬訂運動觀光政策方向之參考，以改善運動觀光產業之經營環境與效能。本**研究方法**以文獻分析蒐集各國運動觀光產業政策，以比較研究法呈現各國運動觀光產業政策之特色與方向，並以半結構訪談方式，蒐集適合臺灣運動觀光產業發展之政策方向與輔導措施，以建構臺灣未來運動觀光產業政策之發展方向與措施。本研究結果如下：(1)近年來各國運動觀光已有蓬勃發展趨勢，並成為經濟重要部分，各國針對運動觀光發展狀況，訂定國家級或地方級之運動觀光政策，以作國家或地方政府推動運動觀光之指導；(2)各國運動觀光政策之主要包括目標設訂、策略範籌釐訂、產業間的協調、教育與培訓、政府行政法規、基礎設施、研究與資料蒐集、賽事與活動之評估、政策執行；(3)運動觀光發展輔導措施包括建立協調機制、夥伴關係建立、檢視與修訂運動監管法規問題、持續地研究發展、制度程序與法制化、支持運動觀光關鍵經營者、大型賽事活動申辦等；(4)我國運動觀光產業推動政策與輔導措施以建立運動觀光產業經營策略、產品開發、經費補助措施為最重要，而目前實施現況仍十分不足，顯示

運動觀光產業輔導仍有極大改善空間。綜合而言，各國均認為運動觀光產業對於國家經濟越來越重要，推動運動觀光對於經濟、社會凝聚、運動發展具有效益，未訂定國家運動觀光政策與輔導措施有其必要，以改善臺灣運動觀光產業經營環境，提昇運動觀光產業經營績效。

**關鍵詞：**運動觀光、運動觀光政策、輔導措施

# Cross-national Comparison of Sports Tourism Promotion Policies and Guidance Measures

## Abstract

Looking at current international trends, it is apparent that sports tourism has become a mainstream market within the wider tourism industry. Sports tourism not only increases the exposure and visibility of the host site, it can also deliver major benefits to the overall tourist sector. For these reasons, governments of many different countries have begun to stress the importance of sports tourism for overall national economic development. However, the achievement sports tourism objectives is still largely dependent on government delivering a set of comprehensive policies for the sports tourism industry and providing appropriate guidance to the industry. It is only with these measures that successful development of the sports tourism industry can be achieved. Therefore, the **main objective** of this project is to investigate the current state of sports tourism promotion policies and guidance measures across a number of countries, providing a reference for governments to formulate policies for the industry and improve its operating environment and efficiency. The **research method** is to use document analysis to gather information on sport tourism industry policies across a range of countries, and then to use the comparative method to reveal the unique characteristics of sports tourism industry policies in these countries. The research also makes use of semi-structured interviews to gather policy directions and guidance measures appropriate for the development of the sports tourism industry in Taiwan, providing a basis for the industry's future development. The **expected results** of this research can show sports tourism promotion policies and guidance measures across a number of countries, and can provide basis for the Taiwan government and industry to establish the sports tourism industry policies for the future, providing a reference for improving the operating environment of the industry and implementing industry guidance measures.

Keywords: sports tourism, sports tourism policies, guidance measures



## 目錄

中文摘要 .....	60
英文摘要 .....	62
第一章、緒論 .....	64
第二章、文獻探討 .....	71
第三章、研究方法 .....	95
第四章、研究結果 .....	102
第五章、結論與建議 .....	193
參考文獻 .....	165
附件 .....	209

一、跨國運動觀光產業推動政策與輔導措施編碼

二、焦點團體會議記錄

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

### 一、緣起

從總體經濟指標顯示，各國未來觀光發展將有越來越堅實的基礎，可以樂觀預期。根據世界觀光組織指出，2006年全球觀光人口超過8.4億人，將會帶來7.33兆的收入，觀光已成為許多國家賺取外匯的首要來源，世界觀光組織(World Tourism Organization, WTO)預估2020年全球觀光人數將成長至十六億二百萬人次，全球觀光收益亦將達到二兆美元，由此可知，觀光產業在全球，乃至於單一國家之經濟發展，均扮演重要之角色。根據世界觀光組織的統計全球各國的外匯收入中約有超過百分之八來自觀光休閒收益，東亞及太平洋區域特別是中國大陸，就佔世界總觀光人次的14.7%並逐年增加，其龐大的商機不言可喻（高宏華、張美莉、李乙廷，2008）。其次，從國際貨幣基金(IMF)表示，2010年初全球經濟復甦正「明顯」高於預期，世界旅遊組織更預測，2010年國際旅遊人數將增長的3%至4%(UNWTO, 2010)。按地區劃分，亞洲預計將繼續顯示強勁反彈，而歐洲和美洲可能是較溫和的復甦，尤其2012年倫敦奧運會的舉行將可提振歐洲的觀光產業；中東地區成長預計將重返強勁復甦，非洲則將繼續正向成長趨勢，尤其2010年世界杯足球賽在南非舉行，將可對此地區提供極大貢獻。因此，觀光產業雖然在2011年歐債風暴與景氣不明的陰影下，但仍是未來世界各國重要產業之一。

隨著這股國民旅遊頻率的增加，追求更具附加價值的觀光體驗，促使運動觀光成為旅遊休閒者重要選擇(Martin & Mason, 1987)，也使其成為觀光產業中最具成長性的部分(WTO, 1985；Terry, 1996)。台灣運動觀光的蓬勃發展情形，如台北國際馬拉松、太魯閣國際馬拉松賽、國際名校划船賽、日月潭的馬拉松泳賽、恆春半島鐵人三項、秀姑巒溪與荖濃溪泛舟、綠島浮潛、溯溪、攀岩、職業高爾夫巡迴賽…等活動已成為國人旅遊活動的另一種新趨勢(邱芳斌，2008；郭秀玲，2007；潘振豪，2008)。

從國際運動觀光發展潮流可知，運動觀光已是觀光產業的主流市場，尤其是運動賽會，不僅可以替主辦國家增加在世界的曝光度、能見度，也替主辦國帶入龐大的觀光收益(黃金柱，2006)。然而，要達成「運動觀光」目的主要仍依賴「運動觀光政策」導引，亦即有好的政府政策引導，才會有良好的運動觀光產業的發展。因此，本計畫主要在探討各國運動觀光政策推動現況與輔導措施，作為政府擬訂運動觀光政策之參考，以實現臺灣運動觀光政策之願景，改善運動觀光產業之經營環境與效能。

定義觀光產業並不容易。George(2008) 提出觀光(tourism)、休閒(leisure)、遊憩(recreation)這三者重疊性的關係，他表示觀光、遊憩和休閒的緊密關係，觀光活動需與休閒和遊憩配合。若一個人接受以下的概念：休閒為工作、睡眠and滿足其他需求之外所剩餘的時間，而遊憩則是我們在休閒時間所參與的活動(George, 2008)，那麼所有觀光活動都是以遊憩為基礎。觀光產業的成長和其潛在可刺激休閒、運動、遊憩和經濟發展的特色，形成多

數觀光文獻的重要重點(Shaw, Allan & Williams, 2002)。如Bennett (2000)強調的休閒、遊憩和觀光是如此的重要，沒有這些產業，有許多商業無法生存下去，這樣的商業有：運動俱樂部、旅館、航空業、旅行社、旅遊業 (tour operators)、假日飯店 (holiday resorts)、主題公園和國家公園。相應地，目前廣泛接受休閒活動 (free time activities) 是21世紀經濟的主要驅力，並且提高不容忽視的就業機會。但多數重要的觀光逐漸成為對世界經濟有重大貢獻的產業，並提供休閒和遊憩的出口，這對南非經濟也無例外。觀光已被視為對經濟帶來巨大的影響，使政府達成創造加速南非成長的期待。

運動觀光業約佔全球觀光價值之5%至10%，估計可能會達到250-500億美元 (DEAT & SA Tourism, 2006)。在一些國家，運動可以占觀光收入高達25%。由於觀光與其他產業強大的關聯效果，其對國內生產總值潛在的貢獻，觀光業對一個國家的經濟是有價值的產業。杜拜(Dubai)觀光部門的貢獻國內生產總值約18%—高於在石油部門—約17%(Ahmed Al Banna, Assistant General Co-Coordinator of Dubai, 2003)。運動在拓展觀光業有兩個方面：首先，透過國內與國際遊客的到訪問期間參加運動或休閒活動。其次，透過觀光客旅行到訪參與與觀賞重大運動賽事。運動也可能是觀光參訪唯一原因。

商務旅客參與會議不僅是出於商務的原因，也可能因為會議場地提供運動設施。一直強調運動與觀光的相互依存關係，它一直聲稱約有25%的國內假期的行程中，涉入以參與運動為主要目的活動的行程，約有50%的國內假期，涉入某種形式參與運動之行程。這顯示大型賽事活動可擴大市場潛在的

遊客吸引到訪一個國家，如果沒有賽事活動則無法到訪。例如，1988年加拿大卡爾加里冬季奧運會(the 1988 Winter Olympic Games in Calgary)40%的觀眾幾乎是第一次到訪該城市，27%到訪者之前從來沒有聽說過卡爾加里奧運會 (Sport Canada, 2008)。透過這種方式吸引第一次的訪客，可能會導致再訪或建議朋友或親戚到訪。一個獨立的運動個人也有能力影響到運動經濟。根據世界比賽遊戲 (the World Match Play) 贊助商進行的研究，估計老虎伍茲這個世界第一的高爾夫球手，在英國和愛爾蘭為期三週的2006年高爾夫球賽，創造經濟價為170萬英鎊，並吸引數以十萬計的額外球迷，至少提高25%媒體的報導，透通過觀光、餐旅、贊助，以及鼓鼓勵民眾嘗試參加高爾夫或俱樂部，產生數百萬英鎊產值。

耐人尋味的運動和觀光業之性質，它們沒有語言或文化業務、運動門檻、年齡、人口背景的障礙，包括旅行前往觀賞所選擇的運動。然而，應該認識到運動觀光與社會、文化、環境和經濟環境間的關係是不斷變化，成功的理解與管理這些影響，很可能會影響未來運動觀光發展的成敗。

運動觀光客一般都是熱情的、高消費，並享受新的運動經驗，往往帶動其他類型之觀光，運動觀光對觀光目的地直接利益是現金，間接的利益是未來的回訪遊客。

運動觀光是實現多項目標的一種工具，如賺錢、創造數以千計的工作機會，甚至幫助改變文化觀念，例如在中東、南非，以及最近的德國，它創造一個新的德國認同(2006 FIFA World Cup)。運動觀光是一個價值數十億美元

的業務，以及最迷人的現代服務行業之一。在過去的10年，運動觀光的增長，推動運動賽事背後衛星和數位電視覆蓋全球之利益大規模之擴張，例如，在2006年世界杯是電視史上最受關注的事件代表作之一，產生估計262.9億美元產值。最後一場比賽，估計吸引7億1510萬觀眾（World Cup and Television, FIFA: 2006）。隨著更多的閒暇時間、多的可支配所得與更便宜的旅行，運動不再是遊客附加的活動，在許多情況下，它可能是擺在首位的唯一原因。

運動觀光是全球旅行與觀光產業增長最快的領域之一，增長4,5萬億美元。到2011年，觀光業預計將佔全球國內生產總值（GDP）的10%以上，世界各地的城市、地區與國家的經濟將越來越依賴運動相關的觀光客。

研究(Richie & Adair, 2002)顯示，到2001年2月，世界觀光組織(the World Tourism Organisation與國際奧委會 (IOC Conference)的運動觀光會議說明，這三個主要市場在歐洲表現出明顯增加運動化假期(sports-oriented holidays)。德國每年出現3200萬人次，或是位55%的所有出境遊遊客，是以運動為導向假期，佔所有荷蘭遊客行程之52%（700萬人次）均包括運動因素。英國旅遊局和英國旅遊局（The British Tourist Board and the English Tourism Council，前身為the English Tourism Board）指出，多達20%的旅遊人次直接參與運動，而有50%的假期是有附加運動參與。

以台灣地區民眾國內旅遊狀況分析，2009年12歲以上國民至少曾從事一次國內旅遊的比例為93.4%，全年平均每人國內旅遊次數為4.85次，每人每次平均花費為新台幣1,866元(56.81美元)，總消費計為新台幣1,828億元(美金

55.69億元)，約占當年GDP之1.45%。隨著這股國民旅遊頻率的增加，追求更具附加價值的觀光體驗，促使運動觀光成為旅遊休閒者重要選擇(Martin & Mason, 1987)，也使其成為觀光產業中最具成長性的部分(WTO, 1985；Terry, 1996)。台灣運動觀光的蓬勃發展情形，如台北國際馬拉松、太魯閣國際馬拉松賽、國際名校划船賽、日月潭的馬拉松泳賽、恆春半島鐵人三項、秀姑巒溪與荖濃溪泛舟、綠島浮潛、溯溪、攀岩、職業高爾夫巡迴賽...等活動已成為國人旅遊活動的另一種新趨勢(邱芳斌，2008；郭秀玲，2007；潘振豪，2008；盧煥升，2005)。

近年來，政府積極推動「二十一世紀發展觀光新戰略行動執行方案」具體措施及落實「國內旅遊發展方案」具體執行計畫，研訂「觀光政策白皮書」，依據觀光政策目標，擬定觀光政策、策略、措施，並落實為具體可行之中長程執行計畫，顯見政府推動觀光產業的企圖心。此外，體育主管單位亦積極推動「運動人口倍增計畫」，期望大幅擴增運動人口，建立國民規律運動的習慣，以提昇國民生活品質。其實「健康」、「運動」、「休閒」的旅遊活動，便是「運動觀光」最重要的內涵，而要達成「運動觀光」目的主要仍依賴「運動觀光政策」指導，而使國家、產業界及社會大眾能有一種明確方向，而使其制定運動觀光計畫、投資計畫有所依循。

Youell (1998)主張遊憩和觀光持續發展，大量增加觀光政策面的發展和世界發展。這樣的政策面包含遊憩發展和觀光政策的大眾等級。大眾的遊憩和觀光政策發展調整為國家發展計畫的特點在於休閒、遊憩和觀光產業發展

及國家發展。例如南非在這方面，Namibia、Botswana和Kenya也立法發展和  
提升遊憩和觀光。在南非，主要的觀光政策敘述於1996的觀光白皮書，在內  
容裡政府重複表達自己的領導角色和發展觀光、休閒和遊憩的責任。在Sports  
commission Act the Minister of Sport授與對運動和遊憩事務提出建議的權  
力，當不同的運動體（sporting bodies）保留了管理的功能，以不同的規則推  
廣和發展運動與遊憩。南非的大眾運動、遊憩和觀光政策有基礎目標的成長  
和發展休閒、遊憩和觀光領域，而保留自然資源是壓倒性的原則，也使推廣  
觀光、休閒、運動和遊憩的策略框架也維持南非人民獲益（DEAT, 2000）。因  
此，本研究最主要的目標在檢視各國大眾的運動、遊憩和觀光政策(包含監  
督拳擊運動和無禁藥運動[drug-free sports])，歸納各國運動觀光政策之發展  
趨勢，建構臺灣運動觀光政策發展與輔導措施之方向。

## 第二節 研究目的

基於上述，本研究計畫的主要目的如下：

- 一、 探討各國運動觀光政策之發展現況。
- 二、 比較各國運動觀光政策推動情形與輔導措施。
- 三、 歸納各國運動觀光政策之發展趨勢。
- 四、 建構臺灣運動觀光政策發展與輔導措施之方向。



## 第二章 文獻探討

### 第一節 運動觀光之概論

#### 一、運動觀光(sport tourism)之定義

最早把運動與觀光概念結合，可以追溯到 1887 年瑞典現代運動之父 Victor Baick，他曾在其書中專章介紹觀光與運動(Olson, 1993)。而有關「運動觀光」的定義如下：(1)Hall(1992)將「運動觀光」區分為旅行參加運動與旅行去觀賞運動兩大類別，凡以非商業性理由的旅行，離開居住地區去參與或觀賞運動活動，皆為「運動觀光」(p. 147)；(2)Standeven and De Knop(1999)除接受上述的定義外，更進一步包括了職業或商業的觀光，其將「運動觀光」之定義為「以偶發機會或組織性方式，為非商業或職業的理由，離開其居住或工作地點，從事所有主動或被動涉入運動活動之旅行」。

#### 二、運動觀光之類型(forms)

有關運動觀光的分類，學者從不同分類學(typology)角度去分析，以下介紹幾位學者不同分類方式：(1)Hall(1992)將「運動觀光」區分為旅行參加運動與旅行觀賞運動兩種類型；(2)Gibson(1999)將運動觀光分為：(a)主動性運動觀光(active sport tourism)，亦即離家從事運動之旅行；(b)運動賽會觀光(event sport tourism)，即所謂觀賞運動之旅行；(c)懷舊運動觀光(nostalgia sport

tourism)，意指參觀運動名人堂、運動博物館及著名的運動場館等；

(3)Kurtzman and Zauhar(1997)將運動觀光分為五大類別，分別為：(a)運動觀光景點(sport tourism attractions)、(b)運動觀光渡假村(sport tourism resorts)、(c)運動觀光旅遊(sport tourism tours)、(d)運動觀光賽會(sport tourism events)、(e)運動觀光郵輪(sport tourism cruises)；(4)Standeven and De Knop(1999)將運動觀光分類為主動性(active)與被動性(passive)兩種類型。

### 三、 運動觀光參與模式

過去有一些學者嘗試將運動觀光或運動觀光客參與模式加以分類，惟因各家分類之依據不同而有差異，以下列舉其具代表性之分類方式：

#### (一) 需求類型的分類方法

Glyptis (1982)被認為是第一位提出分類模式之學者，將運動觀光分為「運動訓練(sport training)、高價位運動假期、運動假期(sport holidays)、活動假期(activity holidays)、普遍假期運動機會(sport opportunities on general holidays)及運動觀賞(sport spectating)等五種「需求類型」。

#### (二) 活動競爭程度的分類方法

Glyptis(1982)有關運動觀光之主動或被動的區別概念，隨後被其他學者引用，例如 Hall(1992)在其冒險、健康、運動觀光的概念架構研究，便依活動與競爭性劃分運動觀光為九種類別的基型，Hall 的模型可用來描述活動的範圍，由左上方的娛樂性到右下方的競爭性運動。

### (三) 運動與觀光關聯性分類方法

Stendeven and De Knop(1999)也使用主動或被動的概念，將運動觀光的「形式」加以區隔。從「觀光與運動關聯性」將假期和非假期旅程加以區分，每個分類前都先細分為主動與被動的旅程。這種分類方式雖然與 Glyptis(1982)主要與附屬分類很類似，但暗示運動觀光旅程要素的重要性。

### (四) 運動觀光三個向度之參與模式

Weed & Bull (2004: 82)提出運動觀光三個向度之參與模式，模型中顯示運動觀光參與者傾向於參與多種運動，有潛在極大數量活動「成長」圍繞中心的傾向者(Intender)，「活動參與類型」向度以比較個別運動觀光客之不同特色。

## 四、運動觀光現象

Kurtzman and Zauhar (1997)提出運動觀光現象(sport tourism phenomenon)之概念(如圖 2-1-1)，認為運動觀光現象包含運動觀光焦點、運動觀光型態、運動觀光環境型態、運動觀光週邊條件及運動觀光動機因素，此運動觀光現象模型描述運動的波浪隨著時間推移路徑，各種運動觀光能根據個體的需要、利益與願望而適應和調整。從圖中顯示意義如下：(1)輪軸是指運動觀光之焦點，涵蓋休閒與競技，或兩者兼具之體能活動；(2)輻條說明根據專門的觀光推廣分類之五種不同的運動觀光型態；(3)輪輻空隙展現運動觀光活動參與者、觀賞者或兩者兼具，所有可能會發生的五種可能

的環境；(4)輪環表示各種可能有助於運動觀光整體發展之區塊；(5)路徑指出促使參與者、觀賞者或兩者兼具觀光客的各種動機因素，在不同程度與不同方向而涉入特定的運動產品和機會。顯示運動觀光現象涉入社會各種層面亦相當廣泛。

### (一)運動觀光焦點

運動觀光焦點是指運動觀光現象的核心為聚焦在運動活動（focus sports），這些活動為休閒與競技，或兩者兼具之體能活動。

### (二)運動觀光之形式

從運動觀光以運動為焦點，向外輻射出去的屬觀光（含運動觀光）的形式。運動觀光會發生在坐船旅行、旅遊、娛樂場、其他的吸引景點和特別的比賽或活動上。以下為上述每一運動觀光環境的說明：以下為上述每一運動觀光環境的說明：

1. 遊輪觀光（cruises）：是指特別設計的坐船旅行參與運動比賽、學習、接受指導或與運動名人或球星見面等特別運動主題的行程，故又稱為運動遊輪（sport cruises）。這類旅遊如特別強調在船上從事運動指導（如高爾夫），或逐港參加運動活動（如高爾夫活動），或與職業運動結合，如「棒球船之旅（baseball cruises）」，如邀請芝加哥的小熊隊(Cubs)選手作為遊客，以討論和見面會方式體驗過去的球季。

2. 運動旅遊（sport tours）：包含許多類別的運動觀賞或比賽。這種旅遊可以是遊覽車式的旅行，如業者在 15 天的行程裡安排運動觀光客在 10 個不

同的運動場館，觀賞 10 場的棒球比賽。運動旅遊也可以是一種運動套裝產品，例如配合奧運會或世界杯橄欖球（Rugby）賽在英國舉行，旅遊業者推出的套裝產品：包含交通、餐飲、住宿，以及其他的娛樂。另一種運動旅遊方式，是由個別遊客以現有的吸引景點和服務加以組成。

3. 運動吸引景點（sporting attractions）：針對特定運動之經營，藉以吸引觀光客參與均可稱之為運動吸引景點。例如頗令旅客嚮往的知名古羅馬競技場，就是運動觀光景點的極佳例子。此外，像不同球類的運動博物館，以運動為主題的餐廳等，亦均能吸引喜好運動的觀光客之青睞。由此可知，可成為運動觀光客景點的，不只包含運動場地設施和運動會議、產品表演，且亦包括以運動為主題的相關聯經營活動。

4. 運動賽事或活動（events）：是指對運動觀光客以旅遊方式所參與、組織、觀賞或擔任行政管理職責等的比賽和活動。對運動觀光客而言，這種運動活動，乃是最為普及的活動。例如旅行社安排英國倫敦奧運會加油團，或是台灣目前相當流行日月潭泳渡、太魯閣跑、金門料羅灣泳渡等，即為此例之運動觀光活動。

5. 運動休閒渡假村（sport resorts）：是指觀光客可學習、練習和下場作運動比賽的場所。這些場所雖然也提供住宿和其他方面的服務（如國內揚昇高爾夫球場之經營），不過遊客的主要旅遊重心似仍在運動。不少的休閒渡假場所提供有夢幻營（fantasy camps）的服務，熱心運動迷可以體驗職業運動訓練營之活動，同時有退休的球星之指導。有些休閒渡假場所專精於某項

運動的經營；有些則包含觀賞和參與運動之經營。

### (三)運動觀光環境

Kurtzman and Zauhar (1997)指出運動觀光發生的環境，包括：(1)人造的環境—運動場館、運動博物館，和旅行乘坐之船（如，愛之船）；(2)社交環境—如酒吧、餐廳、城鎮；(3)經濟的環境—商業展示和會議召開；(4)自然的環境—山岳、丘陵、湖泊、海灘、河流（如，泛舟）和天空（滑翔翼或風箏活動）；(5)文化的環境—配合節慶所辦理的活動或儀式，如西班牙的鬥牛賽、阿美族的豐年祭。

### (四)其他的運動觀光

在運動觀光模式的外緣，輪環表示各種可能有助於運動觀光整體發展之區塊，主要為其他觀光形式，這些其他觀光類形，有的以自然的資源，作為吸引景點，如生態觀光（eco tourism）、野外觀光（wilderness tourism）、海洋觀光（marine tourism）和冒險觀光（adventure tourism）。有些以自然資源作為運動觀光景點的運動，有些具競技性，有些則具休閒性，如釣魚、登山，較屬休閒性的運動；跳水則較具競技性。有些觀光可歸類為文化或社交領域的觀光，如文化觀光、社交觀光和文化遺產觀光（heritage tourism）。就這些領域內的觀光言，運動可能是文化或社交吸引點的一部份，例如巴西各地所辦的足球賽，往往是特定目的地社交與文化組織的一部份。

### (五)運動觀光動機

驅使個人參與運動觀光的動機有不同類型。運動觀光客之動機各有不

同，視其需求、意願而定。運動觀光的動機包括：(1)非正式的運動—主要基於休閒目的親身參與運動或觀賞運動；(2)正式化的運動—參與或觀賞有組織的運動活動；(3)競技性運動—參與或觀賞運動比賽；(4)自我的實現—觀光客基於個人的內在益處，參與或觀賞運動。

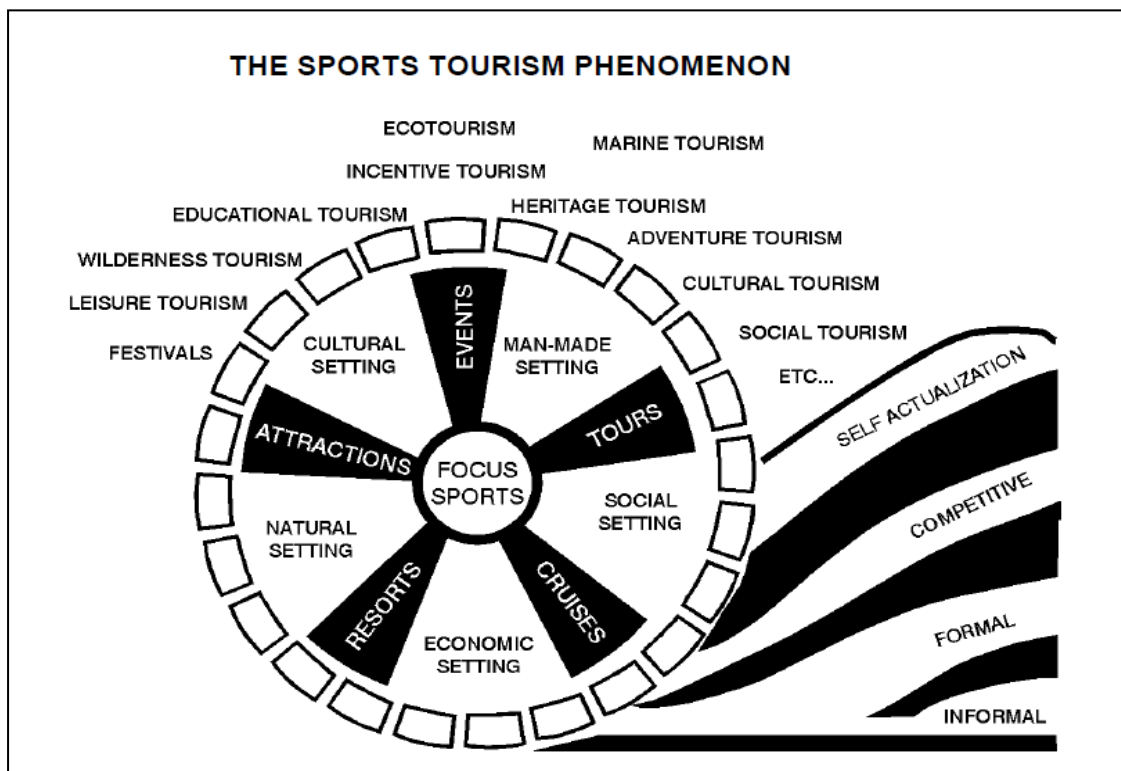


圖 2-1-1 運動觀光現象模式圖

資料來源：Kurtzman, J., & Zauhar, J. (1997). A wave in time: The sports tourism phenomena. *Journal of Sports Tourism*, 4(2), 5-20.

## 第二節 臺灣民眾參與運動觀光之現況

### 一、臺灣民眾參與運動觀光情形

台灣地區民眾國內旅遊狀況分析，2010年12歲以上國民至少曾從事一次國內旅遊的比例為93.9%，全年平均每人國內旅遊次數為6.08次，國人國內旅遊總旅為123,937,000次，每人每次平均花費為新台幣1,921元(60.81美元)，總消費計為新台幣2,381億元(交通部觀光局，2011a)。顯示結合運動與休閒的主動休閒(active leisure)受到民眾的喜愛，成為觀光旅遊另一種選擇。另依臺灣民眾參與運動觀光之狀況(劉照金，2005)，國內年參與率為59.55%，年平均次數為1.64次/年(SD=2.99)。而出國旅遊者中，國外運動觀光的參與率為61.54%，年平均次數為0.90次/年(SD=1.02)。

### 二、臺灣民眾參與運動觀光類型

臺灣民眾從事境內主動性運動觀光的類型，前十項依序為散步(14.62%)、泡溫泉(7.82%)、游泳(7.36%)、籃球(5.80%)、慢跑(5.59%)、羽球(5.16%)、健行(5.07%)、自行車(4.67%)、桌球(3.27%)及水療SPA(2.91%)。曾出國者在境外從事運動觀光之類型前十名依序為水療SPA(30.70%)、散步(13.31%)、泡溫泉(9.02%)、游泳(4.28%)、健行(3.90%)、慢跑(2.69%)、其他活動(2.47%)、遊艇(2.43%)、浮潛(2.28%)、自行車(2.20%)(劉照金，2005)。

### 三、臺灣民眾參與運動觀光之動機與阻礙因素

影響臺灣民眾參與運動觀光之動機因素，依序為調劑與社交、焦點活動參與、體驗新奇事務、運動與健身及消磨與刺激等五項因素，其中尤以調劑與社交及焦點活動參與影響最大(劉照金，2005)，與一般休閒動機比較(Huan, Huang, & Yu, 2000; Swarbrooke & Horner, 1999)，顯示運動觀光動機有其特殊的動機。而影響臺灣民眾參與運動觀光之阻礙因素依序為結構因素阻礙、服務因素阻礙及個人因素阻礙，其中以結構因素阻礙及服務因素阻礙最具影



響力，與一般休閒阻礙來比較 (Jackson, 1988)，運動觀光的人際阻礙較不明顯，反而在「服務因素阻礙」上則較為顯著。

#### 四、臺灣民眾運動觀光花費情形

臺灣民眾參與國內運動觀光每次平均花費約 1533 元，約占臺灣民眾每次國內旅遊平均消費(6288 元)的 32.77%。而臺灣民眾參與國外運動觀光每次平均花費約 7419 元，約占國人每次國外旅遊平均消費(39490 元)的 18.79% (劉照金，2005)。對照英國及北美運動觀光花費約占旅遊花費的 25% (Mintel International Group, 1995; Standeven, & De Knop, 1999)。顯示臺灣民眾參與國內運動觀光平均花費比例高於英美，而參與國外運動觀光平均花費比例與英美遊客的花費接近。

### 第三節 臺灣運動觀光政策推動情形

有關臺灣運動觀光政策推動情形牽涉到多個政府部門，本計畫僅針對觀光主管部門（交通部觀光局）及體育運動主管部門（行政院體育委員會）相關運動觀光政策之推動情形加以探討。

#### 一、臺灣觀光產業政策推動之現況

近年來，台灣觀光產業被列為 2008 年訂定服務業發展綱領及行動方案（行政院經濟建設委員會，2008）中十二項重點服務產業之一，台灣服務業的 GDP 已佔全台 GDP 超過七成，而觀光產業的比例又超過一成五，顯示台灣觀光產業的重要性（高宏華、張美莉、李乙廷 2008）。政府積極推動「二十一世紀發展觀光新戰略行動執行方案」具體措施及落實「國內旅遊發展方案」具體執行計畫，研訂「觀光政策白皮書」，依據觀光政策目標，擬定觀光政策、策略、措施，並落實為具體可行之中長程執行計畫，顯見政府推動觀光產業的企圖心。有關臺灣觀光產業政策推動之現況如下（交通部觀光

局，2011b)：

## 5. 觀光政策目標與政策發展主軸

觀光的政策目標需順應世界的潮流，因應內在環境的變遷，在有限的資源限制下，兼顧環境融合，以「永續觀光」為導向適時調整修正，以滿足民眾的需求與國家發展的需要。基於此，觀光局擬定觀光政策，係以「打造台灣成為觀光之島」為目標。

(1) 在「供給面」建構多元永續與社會生活銜接的觀光內涵：以本土、文化、生態為特色之觀光內涵，其整體規劃與配套發展，是要建構在生活面、社會面之上，除了人文活動友善外、優質環境永續維護亦為重要課題。現階段的觀光是建構在多面向的基礎上。在區域發展上，觀光是縮小城鄉差距、均衡地方財富、創造原住民及偏遠地區居民就業機會的催化劑。檢視台灣廿三個縣市，除了少數具有先進科技發展基礎者外，絕大多數以農林漁業為經濟骨幹，當我國加入世界貿易組織(WTO)以後，農林漁業需要以觀光為介面轉型兼營休閒產業，惟有在產地購買以縮短產銷通路，才能增加農林漁產品的附加價值；離島及山區的縣市更需要用政策來鼓勵資金投入當地休閒產業，為地方過剩人力提供就業機會，鼓勵年輕人口回流。

(2) 在「市場面」採取行銷優質配套遊程的策略：行銷優質配套遊程主軸之目的在迎合國內外觀光不同的需求，廣拓觀光市場，發揮兼容併存多方效益。檢視台灣觀光市場結構，由於國內旅遊總人

日數(一億三千萬人日)遠超過來台旅客總人日數(一千九百萬人日)，國際觀光市場僅占總國內旅遊市場的 14.6%，再則，國際觀光市場旅遊地點多集中於北、高、花蓮等區域，對觀光遊憩地區離尖峰需求面的填補助益不大，造成長期以來國內觀光產業過於依賴國民旅遊市場，致旅遊市場結構性失衡。反觀國內旅遊市場更是「不患寡而患不均」，70%旅遊人潮集中於週末假日，過分集中的人潮、僵硬的硬體供給，導致交通、旅遊設施、服務人力等之服務品質普遍因負荷過重而下降，而非假日期間各觀光景點平常卻門可羅雀，業者將用人費率、固定成本攤提在週末假日人潮，導致收費偏高，國人自然選擇前往價格較為低廉之國外地區旅遊。

#### 6. 觀光政策之發展、擬定與政策指標之確立

- (3) 多元永續內涵供給面主軸：(A) 觀光內容多元化政策：以本土、文化、生態之特色為觀光內涵，配套建設，發展多元化觀光；(B) 觀光環境國際化政策：減輕觀光資源負面衝擊，規劃資源多目標利用，建構友善旅遊環境；(C) 觀光產品優質化政策：健全觀光產業投資經營環境，建立旅遊市場秩序，提升觀光旅遊產品品質。
- (4) 行銷優質配套遊程市場面主軸：(1) 觀光市場拓展政策：迎合國內外觀光不同的需求，拓展觀光市場深度與廣度，吸引國際觀光客來台旅遊；(2) 觀光形象塑造政策：針對觀光市場走向，塑造

具台灣本土特色之觀光產品，有效行銷推廣。

## 7. 觀光政策指標之確立

觀光政策需要量化「指標」來衡量其執行績效。惟指標如太多，其意義可能失之偏窄，太少則不能表現政策方向，故需從能否反映現況之偏差、未來施政之方向、與民眾溝通之難易，及量化資料之能否取得等，予以檢討篩選確立。

- (3) 多元永續內涵供給面主軸：(A) 觀光內容多元化：(a) 觀光遊憩據點數；(b) 國家級風景區遊客數；(c) 建設飛行傘示範基地。(B) 觀光環境國際化：(a) 設置國家級風景區；(b) 來台旅客旅遊不便指數。(C) 觀光產品優質化：(a) 來台旅客滿意度；(b) 民眾對旅遊地點滿意度；(c) 國人於國定假日進行國內旅遊比率。
- (4) 行銷優質配套遊程市場面主軸 (A) 觀光市場拓展：(a) 來台觀光客年成長率；(b) 國民旅遊量；(c) 觀光收入占 GDP 比率。(B) 觀光形象塑造：來台旅客重遊意願比率

## 8. 觀光策略與措施

- (1) 建構多元永續內涵供給面主軸：

(A) 觀光內容多元化政策：以本土、文化、生態之特色為觀光內涵，配套建設，發展多元化觀光：(a) 結合各觀光資源主管機關，推動文化、生態、健康旅遊，包括：(I) 推動生態觀光；(II) 發展鄉土、文化、歷史之旅；(III) 推動陸域遊憩活動；(IV) 推動海域遊憩活動；(V) 規劃建設空域遊憩活動設施。(b)

輔導地方節慶、推動地方工藝，增強本土特色，作為國際行銷的基礎，包括：(I) 提升地方節慶活動規模國際化；(II) 選擇重點鄉鎮，結合地方本土特色，發展鄉土遊程；(III) 推動「地方工藝」。

(B)觀光環境國際化政策：減輕觀光資源負面衝擊，規劃資源多目標利用，建構友善旅遊環境。(a)建構友善可親的觀光環境：包括(I)建構國際化旅遊環境；(II)落實「全民心中有觀光」之理念；(b)營造多元便利旅遊環境：(I)加速執行「溫泉開發管理方案」；(II)改善觀光遊憩地區聯外道路系統；(III)加強環境管理，建置無障礙之旅遊環境與設施。(c)妥善建設經營國家級風景區：(I)建設東北角海岸國家風景區成為「兜浪台北賞鯨豚」之親水樂園；(II)建設東部海岸國家風景區成為「熱帶風情遨碧海」之遊憩勝境；(III)建設澎湖國家風景區成為「海峽明珠、觀光島嶼」；(IV)建設大鵬灣國家風景區成為「瀉湖國際度假區」；(V)建設花東縱谷國家風景區成為「溫泉茶香田園度假區」；(VI)建設馬祖國家風景區成為「閩東戰地生態島」；(VII)建設日月潭國家風景區成為「明湖山色伴杵音」之度假勝地；(VIII)建設參山(獅頭山、八卦山、梨山)國家風景區成為「獅頭客、梨山果、八卦鷹休閒區」；(IX)建設阿里山國家風景區成為「高山青、澗水藍，

日出雲海攬蒼翠」之觀光勝地；(X)建設茂林國家風景區成為「原住民、溫泉、生態冒險度假區」；(XI)達成縣縣有國家級風景區目標。

(C)觀光環境優質化政策：健全觀光產業投資經營環境，建立旅遊市場秩序，提升觀光旅遊產品品質：(a)突破法令瓶頸與限制，強化民間投資機制，包括：(I)簡化土地變更程序，提供公有土地，以促進民間投資觀光旅遊事業；(II)觀光發展相關法令研修；(III)輔導違規觀光業者(觀光遊樂業、旅館業)合法化；(IV)研究給予觀光業者低利融資貸款，協助業者更新及提升品質。(b)配合觀光業發展現況，檢討觀光業管理輔導機制，包括(I)建立「觀光衛星帳」；(II)強化旅行業經營管理體質；(III)整合旅館業管理系統；(IV)成立旅館業諮詢組織，提供業者專業輔助及輔導服務。(c)加強觀光人才質與量，強化政府觀光人力，全面提升服務品質，包括：(I)加強辦理觀光服務業職前及在職人員訓練；(II)開拓觀光人力資源。

(2)行銷優質配套遊程市場面主軸：

(A)觀光市場拓展政策：迎合國內外觀光需求，拓展觀光市場深度與廣度，吸引國際觀光客來台旅遊：(a)擴大旅遊商機，均衡離尖峰需求：(I)推動非假日旅遊遊程及優惠措施；(II)

推廣大眾運輸與旅遊景點旅遊配套措施，提高便利性；(b) 開放大陸人士來台觀光：(I)規劃開放配套措施；(II)規劃旅行業接待作業；(III)便利國際旅客來台；(IV)協調便利入出境程序及措施；(V)拓展來台便捷交通服務。

(B)觀光形象塑造政策：針對觀光市場走向，塑造具台灣本土特色之觀光產品，有效行銷推廣：(a)開創台灣新形象，包括：(I)提高台灣新形象在國際上能見度；(II)編撰重新發現台灣、撰寫台灣傳奇，提供國內外觀光客追尋傳奇的新遊程；(III)建構以台灣為名之觀光網站；(b)針對目標市場研擬配套行銷措施：(I)研擬深耕既有市場的觀光推廣計畫(日本)；(II)研擬深耕既有市場的觀光推廣計畫(美加)；(III)研擬深耕既有市場的觀光推廣計畫(港澳)；(IV)鎖定 MICE 為目標市場；(V)針對次目標市場，研擬觀光推廣計畫。

前述為交通部觀光局之觀光政策白皮書之內容，部分可能因政黨輪替或滾動式政策微調而有更動，本計畫為更貼近目前臺灣推動之觀光政策現況，故以 2011 年執行觀光政策及施政重點進行整理：

#### (一) 2011 年觀光政策

2011 年觀光政策主要以推動「觀光拔尖領航方案」及「旅行臺灣·感動 100」工作計畫，朝「發展國際觀光、提升國內旅遊品質、增加外匯收入」

之目標邁進，讓世界看見台灣觀光新魅力。2011 年施政重點如下：

1. 落實「觀光拔尖領航方案（98-101 年）」，推動「拔尖」、「築底」及「提升」三大行動方案，提升台灣觀光品質形象。
2. 執行「重要觀光景點建設中程計畫（97-100 年）」，確立國家風景區發展方向及聚焦各地特色，集中資源，分級整建具代表性之重要觀光景點遊憩服務設施，打造觀光景點風華再現。
3. 推動健康旅遊，發展綠島、小琉球為生態觀光示範島，開創觀光發展新亮點；另持續執行「東部自行車路網示範計畫」，辦理經典自行車道設施整建、推出樂活行程、大型國際自行車賽事，落實節能減碳之綠色觀光。
4. 推動「旅行臺灣－感動一百」行動計畫，以「催生與推廣百大感動旅遊路線」、「體驗台灣原味的感動」及「貼心超值服務」為主軸，形塑台灣觀光感動元素，爭取國際旅客來臺觀光。
5. 推動臺灣 EASY GO，執行台灣好行(景點接駁)旅遊服務計畫，輔導地方政府提供完善之觀光景點交通串接、套票整合與便捷之旅遊資訊等貼心服務。

綜合前述為交通部觀光局之觀光政策白皮書之內容與 2011 年施政重點，發現觀光政策內容與施政重點主要針對國家整體性觀光規劃，部分政策可能牽涉到運動觀光活動之推動，然而整體而言，其有關運動觀光活動之政策推動內容仍十分稀少。



## 二、臺灣運動觀光產業政策推動之現況

針對運動觀光產業發展政策在我國體育政策中是較被忽略及發展較晚的領域，甚至運動產業政策直到2001年才被納入行政院體委會中程施政計畫（九十至九十三年度），而且當時只列在國際、兩岸體育交流拓展中之「加強兩岸體育運動產業交流」項目（行政院體育委員會，2011a）。有關臺灣運動觀光產業政策推動之現況分述如下：

### 1. 臺灣運動觀光政策之推動狀況

- (1) 2005行政院體育委員會中程施政計畫（九十四至九十七年度）：「運動產業」已被列為「現有策略、計畫執行成效與資源分配檢討\_海洋運動發展計畫」項目中，帶動國內觀光旅遊產業促進經濟成長。
- (2) 2010年運動產業政策發展重點：為振興運動產業，推動運動休閒服務，有助於體育運動推展及國家經濟發展，將發展職業運動、運動觀光、休閒服務等產業列入行政院體育委員會施政重點（行政院體育委員會，2011b）。
- (3) 民國100年6月13日立法院三讀通過之「運動產業發展條例」，第四條（運動事業及體育團體之範疇）已將「運動旅遊業」列入，使得運動觀光成為政府法定之運動產業，可提供民眾從事運動或運動觀賞所需產品或服務，或可促進運動推展之支援性服務，而具有增進國民身心健康、提升體能及生活品質（行政院體育委員會，2011c）。

## 2. 臺灣推展海洋運動觀光政策之推動現況

為配合海洋運動觀光政策之推展，現行「水域遊憩活動管理辦法」，已從觀光遊憩的觀點對水域遊憩活動作規範。另交通部觀光局（2002）在「21世紀台灣發展觀光新戰略」中，提到「發展本土、生態、三度空間的優質觀光新環境」，其具作法包括：迎合需求打造海陸空三度空間的旅遊環境、以海洋彌補陸域遊憩空間之不足及拓展海域遊憩空間，顯見對海洋運動觀光已是未來觀光政策重要議題。有關近年政府推動海洋運動觀光較密切之政策包括：

- (1) 吸引國外觀光客來台旅遊政策：如「觀光客倍增計畫」（交通部觀光局，2002），主要在整備台灣豐富多樣的人文與自然資源，以顧客導向之思維、套裝旅遊之模式、目標管理的方法，積極發展台灣觀光產業。
- (2) 推動國內旅遊方案：依據「台灣成為永續發展的綠色矽島」之政策宣示，訂定「國內旅遊發展方案」（行政院經建設委員會，2001），發展台灣生態旅遊，其中與海洋運動觀光有關政策，包括推動泛舟、船潛、海釣、風浪板、風帆等海上活動，並以龜山島、綠島、小琉球為海上基地，澎湖、金門、馬祖為遠程基地，建構海上遊憩網。
- (3) 建立水域遊憩管理政策：交通部觀光局（2003）配合行政院積極管理之指示，以積極有效推動水域遊憩活動，不新增阻

礙水域活動發展的行政作為，並排除現有限制水域活動發展之條件，例如「台灣省海水浴場管理規則」、「台灣地區近岸海域遊憩活動管理辦法」、「發展觀光條例」等管理辦法公告等，主要在建立水域遊憩活動管理辦法，確立水域遊憩活動管理機關權責，建立緊急救援系統，並制定與執行轄區活動查巡計畫。

- (4) 輔導推動地方重大水上節慶活動：例如端午節龍舟競賽列為地方重大節慶活動（交通部觀光局，2002）、2004西子灣海洋季、2004高雄海港季、2003年大鵬灣海洋運動嘉年華（李昱叡、許義雄，2005），主要以推展台灣具民俗特色水上競賽活動與觀光活動結合，並達成國際水準之觀光活動為目標。

綜合而言，目前行政院體育委員會已將運動觀光政策列入中程施政計畫，尤其經由「運動產業發展條例」通過，使得運動觀光政策具有法制化之基礎。其次，配合海洋運動觀光政策之推展，現行「水域遊憩活動管理辦法」，已從觀光遊憩的觀點對水域遊憩活動作規範，而「21世紀台灣發展觀光新戰略」中，迎合運動休閒之需求打造海陸空三度空間的旅遊環境，顯見對運動觀光已是未來觀光政策重要議題。

## 第四節 政策分析途徑與政策評估

### 一、 政策分析意義

所謂政策分析途徑乃是一種方法論上的發展，以掌握特定政策的結果，及比較各種替代政策的可能結果的差異(Jenkins-Smith, 1990; Colebatch, 2002)。此一途徑是一種科學、技術與藝術的結合。所謂科學是指政策分析有其一套理論、概念與方法論的應用，不純粹是抽象理論的建構，而且是實際個案的檢證；所謂技術是指政策分析人員對於所分析之政策個案，必須具備相當之專業知識，方能掌握政策問題的核心，提出適切可行的政策建議；所謂藝術是指政策分析之目的不僅僅是對政策有所瞭解，且是期望分析結果能為決策者所採用，故政策倡導者必須擁有相當的政治技巧。

### 二、 政策分析研究的發展

以美國公共政策的研究途徑為例，早期係以政策規劃的個案分析(1970年代之前)、政策執行的分析與評估(1970年代之後)為主流。到了1990年代，公共政策的研究重點轉移到政策「最適化研究」或者政策分析(Lester & Stewart, 2000:28)。政策分析的研究途徑十分廣泛：(1)可針對政策循環的某個階段進行探討，再佐以不同個案為證；(2)針對特定公共政策進行剖析，並以不同的政策階段為切入點；(3)純理論的建構，由概念的發展與定義，到命題與假定的提出，勾勒出政策分析的規範性模型；(4)實務經驗的檢證，以量化或質化的研究方式，測量政策效果或驗證理論模型的適合性(Lester &

Stewart, 2000)。

當然政策分析的研究途徑則是不一而足，然而在21世紀的政策分析的研究途徑，更強調科際整合的趨勢，不但理論與實務必須結合，不同學科領域的相互合作，才能全面地診斷問題、宏觀地設計方案、及徹底地解決問題。因此，雖然政策分析並沒有所謂「標準」的研究途徑，但本研究仍以運動觀光政策為對象，選擇一個適合本分析目標的研究途徑，作為本研究之分析途徑。

### 三、 政策評估理論與應用

Rossi and Wright認為從1960年代到1970年代是評估研究的黃金年代，在這段時期，評估研究的領域乃是由講求隨機化、控制的實驗典範（the randomized, controlled experimental paradigm）所主導，在這個時期，評估研究的主要目的是要去驗證方案的影響效果，然而很多研究結果顯示，如果沒有全程參與整個方案執行的過程，將很難評估出其真正的影響效果（林文全，2002）。本計畫著重質的評估研究，以政策推動情形與成效，分析運動觀光政策推動情形與影響。

#### （一）政策評估的概念

政策評估一向是政策分析中最重要的一環，在1970年代之後已逐漸形成一門特殊的專業社群，但就其發展而言，評估具有非常濃厚的跨科際性質，社會科學中任何一門學科都非常注重評估研究的活動，特別是公共政策、社會工作與教育方案等（林文全，2002）。Weiss（1998）定義政策評估為：

對某政策或方案之運作或結果進行系統化的評量，其方式是與一套明示或隱示的標準相互比較，做為改善政策或方案的一種手段。在眾多學說中(Rossi & Freeman, 1989)的定義最具廣博性，依Rossi & Freeman的說法，所謂評估（或評估研究），乃是指有系統的運用社會科學的研究程序，來檢視社會干預方案的概念與規畫、執行及效用或結果。

## （二）政策評估的目的

政策評估的目的係在於幫助政策制定者應用評估完成之結果，制定公共政策並改善政府政策的執行成效。以國內學者潘文章（1992）之目標管理觀點論述，其認為「評估就是衡量實際成果與目標或計劃下所訂定之標準，兩者間之差異情形」。此外，林水波、李長晏（2005）界定評估為：「在衡量一項進行中的計劃造成其目標之結果，並根據研究設計的原則，區別計劃效力及其他環境力量的差異，在進行決策時，透過執行上的修正達成其計劃的改良」。

## （三）政策評估的理論基礎

張世賢與林水波（1997）綜合各家說法後，對政策評估定義如下：「政策評估乃基於有系統和客觀的資料蒐集與分析，進行合理判定政策的投入、產出、效能與影響的過程；而其主要的目的在於提供現行政策運行的實況及其效果之資訊，以為政策管理、政策持續、修正，或終結的基礎，擬訂未來決策的方針，發展更為有效和更為經濟的政策」；吳定（2002）則認為政策評估可以做以下的界定：「政策評估是指政策評估人員利用科學方法與技術，

有系統的蒐集相關資訊，評估政策方案之內容、規劃與執行過程及執行結果的一系列活動。其目的在提供選擇、修正、持續或終止政策方案所需的資訊」。由此一定義可知，評估活動並非單指政策執行績效的評估，也包含政策執行前及執行中的評估。

#### (四) 政策評估的種類與標準

對於政策評估種類，學者們的主張並不相同，吳定（2002）認為可以從政策運作階段及所強調的重點加以分類。大致上說來，他把政策評估分成三大類：預評估（pre-evaluation）、過程評估（process evaluation）及結果評估（out comes evaluation）。茲將三種評估的內涵簡單說明如下：

1. 預評估：是指對於政策方案在規劃階段時進行可行性評估、優缺點評估、優先順序評估等。如果能在此階段即了解該政策方案的預期影響及預期效益，則在執行之前，將可適當修正該方案的內容，使資源作最適當分配，或是在政策方案執行一段時間後，先作探測性的評估，以做為未來全面評估該項政策執行之影響及效益的基礎。
2. 過程評估：過程評估是指對政策問題認定的整個過程，政策方案的規劃過程，與政策方案的執行過程進行評估的意思。藉著此類評估，可了解是否真正找出問題的癥結所在，是否正確的界定問題，以免落入以正確方法解決錯誤問題的陷阱；對規劃過程的評估，可了解是否相關的單位及人員均參與了政策規劃？是否主要相關因素均列入考慮？是否相關資料大多蒐集齊全？是否決策方式不盡妥當等；對執行

過程的評估，可了解執行機關、人員、經費、程式、方法、技術等各層面是否妥當？是否配合無間等。

3. 結果評估：結果評估是指對於政策方案的執行結果加以評估的意思。此處所謂結果評估包括兩方面，一為產出評估（output evaluation）它涉及執行機關對標的人口從事多少次的服務，給予多少數額的金錢補助，以及生產多少物品等。另一為影響評估（impact evaluation）它指當政策執行以後，對於標的人口產生何種有形無形，預期或非預期的影響，例如提高聲望、增加安全感、提高生活水準等。更詳細的說所謂影響評估是指研究某一政策方案造成標的人口或標的事務向期望方向改變的程度如何，包括對目標做操作性的界定，對政策成功的標準予以確定，並對達成目標的情況予以衡量等，影響涉及有形的與無形的，預期的與非預期的實際改變情況。一般來說，影響評估比產出評估要來得重要。



## 第三章 研究方法

本研究主要在探討影響台灣運動觀光服務品質因素，並進一步建構運動觀光服務品質指標。本研究之方法與過程如下：

### 第一節 研究設計

本研究主要探討各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究，並進一步建構臺灣運動觀光產業推動政策與輔導措施。依據研究目的與文獻探討結果，本研究擬採用文獻分析（literature review）、半結構式訪談（semi-structured interview）等二種方法進行探討，分別說明如下：

#### 一、 文獻分析法

所謂文獻分析法(documentary analysis)乃透過文獻獲得資料，以解釋某特定時間某現象的狀態，或某段期間內，該現象的發展情形(王文科，1990：411-412)。其分析的類別可分為概念分析(conceptual analysis)、編纂(edition or compilation)、描述性敘述(descriptive narration)、詮釋性分析(interpretative analysis)、比較分析(comparative analysis)、普遍化的分析(universal analysis)(王文科，1990：413-415)。

蒐集國內外有關各國運動觀光政策推動之文獻，進行研讀，彙整和分析，以探討政策評估的概念、理論與模式，並分析運動觀光發展的現況和問題，期待建立本研究理論與文獻基礎，與比較研究及訪談大綱之基礎。

#### 二、 比較研究法

本研究預計在透過文獻分析描繪各國運動觀光政策之狀況的同時，也將一併完成比較研究法的前置作業(描述與解釋)。並於資料分析的後續作業中，以比較研究法的並列與比較等手法來檢視各國運動觀光政策的差異程度

與特色。

## 1. 比較研究的意義

余鈺焜(2007)認為「比較」是一種普遍的心靈活動。而比較研究不僅僅是觀摩與學習其他對象所為，更可以從解釋歷程中，充分掌握研究主體之特性，產生批判性的瞭解。日本著名比較教育學家沖原豐(徐南號譯，1995)認為將比較學運用於研究時，係以研究主體(例如：運動觀光政策)的整個領域為研究對象，並對兩個以上國家或區域的現行狀況進行互相比較。

李淑芬(1989)則認為比較研究法乃是指分析兩種以上的制度與現象，找出其間的異同與優劣，將之歸納成趨勢、原則，以作為解決、改進問題與制度之參考。而且，比較研究的目的並不在於抄襲或模仿，乃為了達到創新與應用之目標。

莊逸萍(2003)則是提到「比較研究」乃是指針對同一主題，根據一定之標準，對不同的對象進行研究，找出其中之普遍規律或特殊規律的方法。比較按不同的角度可分為「橫向」比較與「縱向」比較。橫向比較是對於同時並存的事物進行比較，縱向比較則是對事物在不同時期的表現進行比較，藉以分析發展變化的規律。

## 2. 貝氏比較研究法

系貝瑞岱(George Z. F. Bereday)所提出之實證主義取向比較研究法作為主要研究工具之一。此法為貝氏於六零年代所提出，由於多被運用於教育領域，故又稱為「比較教育研究法」(翁婉珣，2005)。其方法主要劃分為區域研究(area studies)及比較研究(comparative studies)兩種模式，前者係以一個國家或地區為焦點；後者則是同時關注許多國家或地區。其步驟如表 1：

表3-1 比較研究步驟之說明

方法 類型	研究 步驟		說 明	資料處理
區域 研究	一	描述	對於比較對象(各國家或區域)的相關議題(政策、制度、現況)儘可能周延、客觀地敘述。	蒐集且客觀描述各國運動觀光相關的政策相關資料(背景、發展、輔導措施等)。
	二	詮釋	說明研究主體現狀，以便瞭解研究主體是如何產生(How)，而且瞭解其為何會成為目前狀態(Why)。並試著與一般社會現象進行串連思考與說明其意義。	根據上述相關資料分析解釋運動觀光相關的政策動向與趨勢。
比較 研究	三	並列	首先將先前已描述並解釋過的現象進行分類整理，並按照可以進行比較的形式排列；然後再確定比較格局，並且設立比較的標準；最後進一步分析資料，提出比較分析假設。	以上階段所彙整的資訊將會作為比較標準(項目)與台灣目前運動觀光政策的現況(例如：政策發展、具體措施)進行後續比較，藉以找出兩者的相似處及相異處。
	四	比較	依照研究目的，亦即所設定的焦點來同步處理及進行連續交互的比對。	比較分析二研究主體在運動觀光相關的政策的發展經緯、相關理念與具體措施，並提出結論與建議。

修正自莊逸萍(2003)。台日小學體育課程改革之比較研究，頁10。國立屏東師範學院體育學系碩士學位論文。

### 三、 半結構式訪談

1. 訪談的定義(interviewing)，根據其型式而有多種不同解釋，普通的定義如下：「研究者與受訪者面對面的語言交換，企圖使受訪者表達他們的意見或認知等資料」(Maccoby & Maccoby, 1954)；簡而言之，訪談是一種獲得資料的方法，主要靠直接面對面的訪問完成，研究者可以透過此方式，了解受訪者正在做甚麼，或在想甚麼，以及為何要如此進行等議題。

2. 半結構式訪談：這是可量化導向或是質化導向模式的訪談型式，主要

是研究者利用較寬廣的研究問題作為訪談的依據，導引訪談的進行；訪談指引（interview guide）或訪談表通常在訪談開始前被設計出來，做為訪談的架構，但他的用字及問題順序並不用太侷限，最主要的內容必須與研究問題相符，問題的型式或討論方式則採取較具彈性的方式進行，所以研究的可比較性可能降低，但優點是它可以提供受訪者認知感受較真實的面貌呈現（Williams, 1997; Minichiello et al., 1995）。

本研究採用半結構式訪談法，主要從各國運動觀光政策之發展現況、推動情形與輔導措施，歸納各國運動觀光政策之發展趨勢，從訪談者的觀點（經驗、認知、思維和心路歷程），歸納臺灣運動觀光政策發展大綱之建議。

## 第二節 研究對象

本研究選擇探討運動觀光政策之國家，由於目前世界各國訂有運動觀光政策之國家並不多，大都屬研議或草案階段，因此本研究選擇探討運動觀光政策之國家，主要以該國主管機關訂有國家級或地方級訂有運動觀光政策（含草案），或有文獻呈現該國運動觀光政策者為主，經篩選後選擇澳洲、南非、加拿大、希臘、印度及菲律賓等六國為主，利用二手文獻或網路資料以分析上述六國之運動觀光政策發展現況、推動情形與輔導措施。焦點團體與訪談對象部分，則以瞭解政府訂定的臺灣運動觀光政策，擬針對運動觀光政策推動之標的對象及相關人員，包括政府官員、學者專家、民間組織及產業

界人士，進行焦點團體討論或半結構式訪談。本研究之焦點團體與訪談對象包括政府運動觀光政策規劃與推動相關人員、大學運動相關系所與學者專家，運動觀光民間團體及產業經營組織與從業人員等共20人，其名單如表3-2-1。

表 3-2-1 跨國運動觀光產業推動政策與輔導措施研究之受訪名單

	受訪者	專長	服務單位	職稱	受訪時間	編碼	備註
1	康正男	學術專家	國立台灣大學	副教授	1010926	P1_U1_S1_T2_Q	
2	廖俊儒	學術專家	國立中正大學	助理教授	1011005	P2_U2_S1_T3_Q	
3	張家銘	學術專家	國立嘉義大學	主任	1011005	P3_U3_S1_T7_Q	
4	彭小惠	學術專家	國立臺南大學	教授	1010926	P4_U4_S1_T1_Q	
5	董 燊	學術專家	國立金門大學	教授	1010926	P5_U5_S1_T1_Q	
6	馬上閔	學術專家	國立屏東科技大學	助理教授	1010926	P6_U6_S1_T3_Q	
7	邱文信	學術專家	國立新竹教育大學	學務長	1010926	P7_U7_S1_T5_Q	
8	林國棟	學術專家	國立台灣師範大學	教授	1011005	P8_U8_S1_T1_Q	
9	許建民	學術專家	國立新竹教育大學	副教授	1011005	P9_U9_S1_T2_Q	
10	李城忠	學術專家	大葉大學	副教授	1010926	P10_U10_S1_T2_Q	
11	郭正德	學術專家	真理大學	教授	1010926	P11_U11_S1_T1_Q	
12	陳天賜	學術專家	真理大學	院長	1010926	P12_U12_S1_T6_Q	
13	張景弘	學術專家	樹德科技大學	助理教授	1011005	P13_U13_S1_T3_Q	
14	鄭峰茂	學術專家	樹德科技大學	助理教授	1011005	P14_U14_S1_T3_Q	
15	張于庭	學術專家	亞洲大學	助理教授	1011005	P15_U15_S1_T3_Q	
16	方信淵	學術專家	實踐大學	助理教授	1011005	P16_U16_S1_T3_Q	
17	郭志偉	業界專家	智林運動行銷公司	經理	1010926	P17_U17_S2_T9_Q	
18	簡鴻檳	業界專家	救國團總團部	副處長	1010926	P18_U18_S2_T8_Q	
19	林秉乾	業界專家	二級頭潛水中心	經理	1010926	P19_U19_S2_T9_Q	
20	黃東政	業界專家	讚全旅行社	經理	1010926	P20_U20_S2_T9_Q	

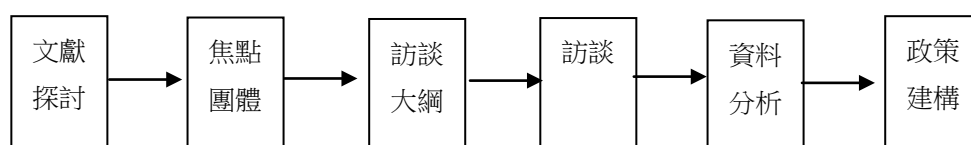
### 第三節 研究工具

本研究為建構台灣運動觀光政策，先以文獻分析及焦點團體座談，建立

「運動觀光政策訪談綱」為工具（如附錄二），進行半結構式訪談，以期訂定臺灣運動觀光政策之層面與輔導措施。共同性的問題大致是以運動觀光在政策與法規、環境資源與保育開發、組織與人力資源、行政輔導、政策的推動成效、政策推動所面臨的問題，以及政策推動的建議，作為訪談的具體內容，個別性的問題則包括組織概況、人力資源、營運管理、服務與活動、運動觀光政策與法規、環境資源、場地設施、安全維護、民眾參與、國外發展情形、相關問題與建議等，作為訪談的內容依據。而量化之「臺灣運動觀光產業推動政策與實施現況之比較分析問卷」則由前述訪談之專家學者提供意見編訂出問卷。

#### 第四節 研究流程

本研究採用文獻分析、焦點團體及訪談等技術。首先，進行文獻基礎資料蒐集，建立各國運動觀光政策之基礎資料。其次，進行焦點團體座談，蒐集相關資料。最後，透過訪談及資料整理，建構台灣運動觀光政策大綱。研究流程如下圖：



量化之「臺灣運動觀光產業推動政策與實施現況之比較分析問卷」調查則於訪談或焦點團體實施時，請專家學者填寫問卷。



## 第五節 資料處理

訪談內容經錄音後留下完整紀錄，研究者在訪談結束後，儘速地依據訪談內容謄寫逐字稿，研究者自己本身謄寫訪談內容，再次浸濡於受訪者的經驗世界，再一次省思這個經驗對受訪者的意義，以幫助研究者對每個個別訪談有整體的了解與連貫。這些個別訪談的逐字稿完成後，並加以編號，便成了整個訪談內容資料可作為被分析的文本（text）內容，因此研究者經過閱讀、再閱讀，以期整體經驗的重要訊息，從經驗的大塊面中呈顯出來，以便捕捉一些主題的蛛絲馬跡。研究者並且將逐字稿傳送給受訪者，請其補充、更正或刪除，澄清可能的誤解或共同確認最能代表他們經驗的意義或主題（themes）。質性資料之分析則依本研究目的脈絡，訂定分析之主軸，進而訂定之關鍵詞加以抽取，進而描述、詮釋、併列及比較。



## 第四章 結果與討論

本研究主要目的，在探討各國運動觀光政策之發展現況、政策推動情形與輔導措施，歸納各國運動觀光政策之發展趨勢，以及建構臺灣運動觀光政策發展與輔導措施之方向。

### 第一節 各國運動觀光政策之文獻分析

因此，本研究針對擬探討之各國運動觀光政策之現況，進行初步性探討，作為本研究進一步比較分析之基礎。

#### 壹、澳洲運動觀光政策分析

##### 一、前言

雖然澳大利亞沒有發布的運動觀光發展策略，然而運動觀光在澳大利亞是一片繁榮景象。運動在澳大利亞文化扮演極其重要的角色，這也有助於解釋大量的人力及資金均投入到運動設施和運動訓練。現在回憶2000年雪尼奧運會，更可觀察政府在培訓運動員與辦理奧運會支出仍然處於同一水平。對旅遊業而言，多數澳洲人均認為觀光對國家經濟的重要性，政府特別強調運動與觀光之間的連結為特別活動(special events)，其中有許多活動會涉及到運動活動舉行。

##### 二、澳洲運動觀光發展現況

雖然澳洲的運動觀光沒有明確的定義，澳洲的觀光定義的推導被用來定

義2000年發布「運動觀光策略草案 (Draft Sport Tourism Strategy)」中的運動觀光，這定義為：

**國內的運動觀光**：任何運動相關的旅程超過 40 公里以上，包括離家至少有一個晚上；**國際的運動觀光**：任何到澳洲主要目的是參與運動活動之遊程，無論是作為一個觀眾、參賽者或政府官員(Commonwealth, 2000:12)。

事實上，從事國內運動觀光的遊客比起其他類型的遊客會有更高的收益，他們每天的開銷平均高出16%以上(Commonwealth Department of Industry, Science and Resources, 2000)。在同一文件中，同時估計運動觀光約佔澳洲整體觀光市場的5%，相當於每年超過三十億美元。依照Foo (2000)報告，在1988年澳洲人約有6%的一日遊與5%過夜旅行是為了運動目的。澳洲提供一些具競爭優勢的基礎，為發展一個強而有力的運動觀光產業。澳洲作為一個強大的運動大國的美譽，它在運動科學與運動醫學的專業受到認可，並且具有眾多良好的運動設施，而且具有很多吸引眾多觀光客的旅遊勝地。

### 三、 澳洲運動觀光政策發展

為了領導辦理2000年的夏季雪梨奧運會，運動與旅遊的權職被分配到同一個單一的聯邦政府部會(Federal Government Minister)。這樣做是為了在舉辦時奧運時，最大限度地發揮旅遊業，並提供一個平台去促進運動觀光政

策。經過廣泛的協商計劃，運動觀光策略的草案是在2000年由聯邦政府(Federal Minister)大臣公佈的。澳洲運動觀光策略方案(the draft sports tourism strategy)提出主要關鍵要素為產業合作、教育和訓練、政府法規、基礎設施、經濟效益評估與研究及執行。在每個領域的戰略文件草案提供背景分析，並確定一系列有關於反饋尋求支持計劃的最終策略等問題。然而，令人遺憾的是，這些策略從未超出方案加以執行。

2000年夏季奧運會後，政府重組導致運動與觀光被分割分配到兩個政府部門。因此，為了政策的推動，總理似乎有意採取混合策略的責任(taking responsibility for a hybrid strategy)。新的觀光部長，在國家發展觀光業的策略未來十年計畫，在許多地區均在討論推動運動觀光策略草案，並公佈徵求大家意見(Commonwealth Department, 2000; Department of Industry Tourism Resources, 2002; Foo, 2000; Jago, 2003)。

未能完成的運動觀光策略，歸責運動與觀光分配到不同的政府部門的結果，突顯了阻礙運動觀光發展之關鍵問題。旅遊業實現澳洲主辦2000年奧運會，並獲得國際掌聲之結果，這些成就可以歸結為一個事實，運動與觀光活動在聯邦層級進行合作，並整併為一個部門。在2000年，由永續觀光合作研究中心(Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism, CRC)所進行奧運會重大研究計畫，初步結果顯示，運動與觀光的整併(combined)或至少協調(at least coordinated)，運動與旅遊部門的活動對國家與地區具有較為有利。雖然運動與旅遊分開單獨有利於管理，不過對於運動觀光作為一個領域

蓬勃發展，兩個領域協調及凝聚是有必要的。

在十年觀光計劃討論文件(the Ten Year Plan for Tourism Discussion paper)，有部分引用運動觀光區隔市場，但幾乎沒有其他直接提及運動觀光。主要強調到特殊事件領域，這些往往是具體涉及到運動觀光。事件肯定會協助的運動觀光領域的發展，然而如果在國家運動觀光政策的支持下將會有更大發展。澳洲政府在運動觀光策略方案(the draft sports tourism strategy)中所提出主要策略 (Commonwealth Department, 2000)。

### (一)產業間的協調(industry coordination)

顯然地，主要（大型）運動賽事對於國內和國際規模的觀光活動扮演主要角色，這些賽事會產生積極的經濟效益和社會效益，這些事實近年來已被各級政府所認知，並成為國家觀光業及整體經濟發展之重要策略（如圖4-1），(Commonwealth of Australia, 1999)。政府對於運動賽事的支持策略形式，主要由聯邦、州和地方政府之運動部門提供資金與基礎設施，並設置各洲的專門活動運作機構，由於運動賽事的投資增加，各地方政府也要求必須證明這些投資花費之效益，即如何提高運動賽事成為旅遊產品之最大效益回收。主要採取策略如下：

1. 發展的戰略方針(**Developing a Strategic Approach**): 澳洲聯邦政府曾制定一項國家戰略計劃(Strategic National Plan)，以發展運動及休閒服務業，該計劃將明確的願景為使澳洲運動及休閒服務業，成為行世界一流的運動休閒用品及服務供給業與方式。為成功為實現這一目標，需要先進的經營網絡

和更好的企業、政府、體育組織及休閒活動消費者之關係。運動觀光部門亦面臨一個類似的挑戰，即運動觀光部門需要確定自己為一個獨立的產業群體，並建立必要的聯繫以獲取商業機會。目前缺乏一個認證與凝聚日益增長的運動觀光部間的主要障礙之一。此外，由於缺乏認識政府與私營部門運動觀光的經濟潛力，已經導致許多機會流失。對此需要解決的關鍵問題為如何激勵運動觀光的增長，包括建立聯繫關係提昇意識、建立聯盟、互惠互利之優勢，統籌規劃、共享資源與信息，並使運動觀光效益最大化的機會和機制。

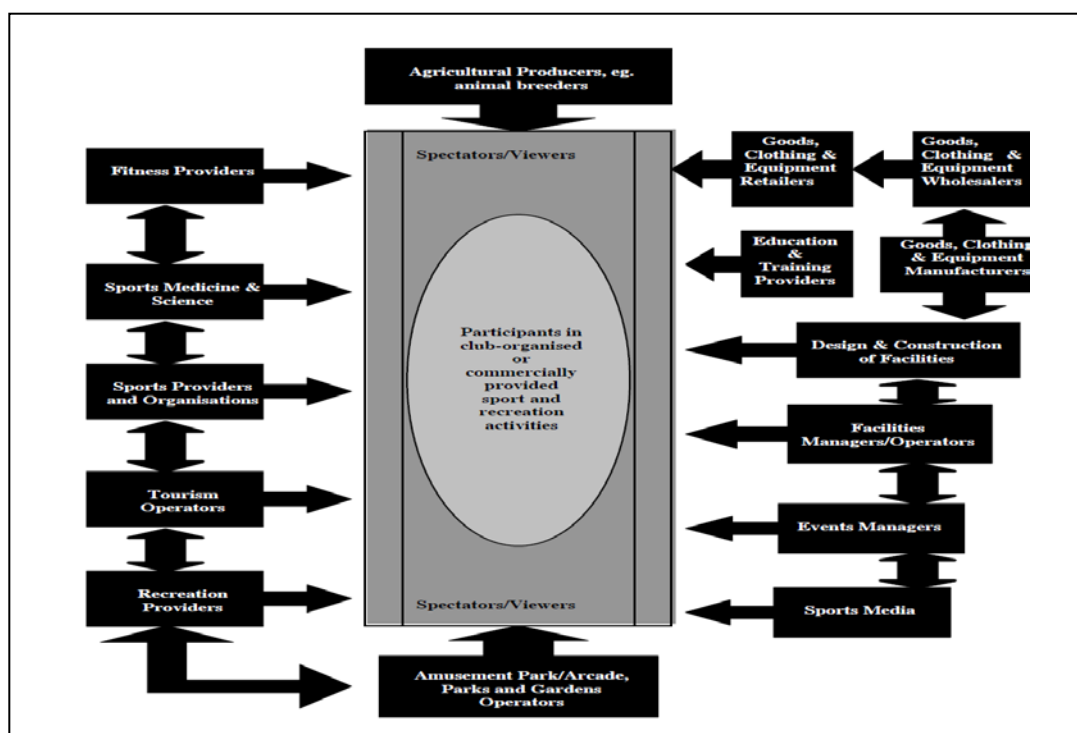


圖4-1 澳洲國家發展策略圖

資料來源：Commonwealth of Australia (1999). A Strategic National Plan for the Sport and Recreation Industry (p.4).

<http://fulltext.ausport.gov.au/fulltext/1999/feddep/eg2006.pdf>

2. 建立聯繫 (Establishing Linkages)：事實上，大多數運動賽事多由運動機構所主辦，這也成為運動賽事首要也是最重要的與旅遊業合作幾乎是一個額外的選擇，代表了一種失敗的市場。運動機構可以說是沒有什麼動力去追求旅遊效益，只當一般運動活動(sporting activities)來辦理，特別是運動賽事(sporting events)，因為他們本身也不能直接獲得許多這些利益，絕大多數的這些利益均歸屬其他機構—旅遊經營者、住宿供應者、公共交通經營者、零售商及餐飲業等。然而，許多人可能沒有察覺，運動機構從運動賽事之觀光活動的受益更為顯著。在一定程度上，各州與地方政府已經開始注意解決這個問題，建置重大賽事公司，以整合運動與旅遊業者等來申辦活動，這工作非常適用於某些賽事—規模較大、知名度較高的運動賽事。然而，二線或區域型活動的需要，不一定適合此一過程。在區域層級上，政府可以發揮作用，推動建立「群集 (cluster)」的群體，包括全系列的運動觀光過程中的利益關係人者。典型模式是在昆士蘭州凱恩斯郡所形成焦點團體-「運動熱帶北昆士蘭 (Sports Tropical North Queensland)」，值得注意的是，經濟發展業者協調所形成凱恩斯集團反映出廣泛的利益集合，顯示運動觀光活動可提供整個區域經濟效益。

3. 資源與信息的共享 (Sharing of Resources and Information)：在區域層面，集群或網絡可以發揮一些作用，幫助協調活動在共享硬體資源，協助和鼓勵信息共享，為較小的運動機構舉辦路跑賽事所需的資源（如標牌、柵欄及跑馬燈），以及首次舉辦單位缺乏知識。簡單地共享這些資源可以有助於

規劃與成功運作賽事，並與全區運動及觀光團體分享利益。在國家層面上，聯邦政府可以扮演角色，尤其是提供的信息，包括提供鏈接和轉介的大範圍已有的信息，其中大部分已在其他州和地區所經驗過的，而目前沒有主辦機構或旅遊團體所取得訊息。

4. 觀光效益之最大化 (Maximising the Tourism Benefits)：使運動賽事投資回報的方式很多，這些措施包括：(A)從現有賽事提高價值；(B)舉辦更多的活動；(C)提供旅遊方面的目標與配套活動最大的潛在回收；(D)散播新創和現有賽事效益到更多的地區，而不是僅僅的主要都市中心；(E)與其他旅遊相關活動更好地協調，最大限度地提高運動賽事之遊客住宿和產量。這些活動的成功主要依賴於運動與觀光之間的聯盟成立各級機構—全國、州/地區及區域間之更加合作規劃和協調。因此，運動和旅遊部門的合作創建與鼓勵聯盟的實際優勢。純粹的運動賽事與旅遊業舉辦的運動賽事繼續舉辦成為次要的考慮因素，充分把握商機發展運動觀光仍然有其困難。如何將賽事或活動之運動觀光的機會與主辦者需求給予同等的地位，其運作之技術和管理是成功運動賽事與機會，透過適當的旅遊套裝行程可極大化遊客人數和產量。

5. 聯邦政府可能角色 (Possible Commonwealth Facilitation Role)：聯邦政府在澳大利亞運動觀光發展可能發揮的角色，聯邦政府可以幫助解決普遍缺乏私營部門、政府、運動和旅遊機構之協調不足問題，並導正無效整個運動觀光產業訊息傳播無效的機制，這種促進角色可集中在提供和傳播的信息，轉介到適當的機構，並鼓勵主要運動和旅遊業者之間更好的溝通。

6. 大型計畫促進 (Project Facilitation)：聯邦政府也可在促進大型活動發揮作用，所謂的大型活動 (mega events) 這對國家利益的影響，如同個別之州/地區的利益。例如申辦奧運會所採取的做法就是一個可能模式，協調單位整合聯邦機構促成活動之圓滿成功，這個角色之開展建立在「需要」的基礎上，賽事之規模是考量或規劃焦點。

7. 網絡的便利：必要以協助建立運動觀光網絡或群集，特別是在區域的層級，以確保機會都沒有流失及效益的最大化。現有其他行業的模式，例如家具產業行動綱領(the Furnishing Industry Action Agenda)，其目的是提高家具業的競爭力，聯邦政府工業、科學與資源部(the Department of Industry, Science and Resources)內成立的家具工業單位 (Furnishing Industry Unit)，這個單位將作為聯邦政府內關注焦點問題，旨在提高網絡和收集統計數據。運動觀光亦可建立類似的機制，以發揮類似的作用，例如加拿大的拿大旅遊委員會與騰飛國際 (Soar International in Canada) 運動訊息和賽件管理公司簽約，以協助地方促進運動觀光網絡的發展。

## (二)教育與培訓

一個高層次的業務專業知識和管理技能是運動觀光產業至關重要的議題，要成功地滿足日益挑剔的運動觀光消費者。適當和無障礙的教育需求、訓練，特別是在管理領域，有許多非營利為目的之運動組織依靠兼職工作人員或志願者。同樣，旅遊組織亦從運動觀光的機會中受益已是不爭事實，適當的教育和培訓可使他們能夠最大限度地發揮運動賽事與活動潛力。



1. 運動與休閒(Sport and Recreation)部門：運動與休閒行業的具體的教育和培訓可透過大學與研究所學位、職業教育和訓練 (vocational education and training, VET)、在職訓練 (job training, 有具有VET成份)、產業基礎的訓練(industry based training)和資格認證( accreditation)及一系列的短期課程 ( a range of short courses)。最常見的職業教育和訓練提供者是技術與繼續教育 ( the technical and further education, TAFE ) 的機構，但也有一些行業，例如健身行業，主要是採用私營專屬的培訓機構(private training providers)。其他的培訓機構包括以社區為基礎的組織，個人企業(individual businesses)和一些高中課程。全國性的行業培訓諮詢機構，澳洲運動休閒訓練協會(Sport and Recreation Training Australia)，這是由雇主和受僱者代表及政府共同出資，提行業培訓需求的建議，例如一個國家運動產業訓練課程(A National Sport Industry Training package)便在1999年開始提供。一些領域的行業紛紛推出指導員(instructors)的訓練和認證系統(training and accreditation systems)，主要針對參與者高風險的領域之訴訟威脅，受僱這些領域主要依賴於擁有行業資格(industry qualification)與特定行業技能。

2. 旅遊(Tourism)部門：如同運動與休閒部門，旅遊業已進入特定行業的，需要與大學學位/研究所結合的教育和訓練、職業教育和訓練 (VET)、在職訓練、行業訓練及資格認證和短期課程。全國性的行業培訓諮詢機構如澳大利亞旅遊培訓協會 (Tourism Training Australia, TTA)，已發展和旅遊業提供的綜合培訓課程。許多類型的管理和員工的培訓，包括內部或在職培

訓、自學和遠距學習，正式課程有TAFE學院、大學及私立旅遊培訓企業所提供。TTA認證範圍包括未來中、小型企業的管理與企業技能發展、行銷技巧，以及會議、展覽及活動部門的專業之管理與技能。

3. 運動觀光(sports Tourism)部門：儘管教育和培訓的機會可在運動、休閒及旅遊行業取得，但仍然需要持續提高員工能力與管理技能。這個領域特色是由志願者或低工資的員工、兼職員工及高流失率之趨勢。特別是，組織依靠政府撥款，並難以吸引和留住技術熟練的員工。在高等教育方面，專門運動觀光之新的課程開始出現，例如Southern Cross University運動觀光之學位課程。運動觀光全面的教育和培訓機會，包括通過行業培訓課程、發展各種職業資格、技能要求及專門培訓課程，以獲得這些專門技能。開發這些專業課程需要專業協會、政府運動和旅遊組織、產業培訓機構、大學及TAFE院校共同參與，亦可發展一系列的專業認證機會，以提高員工、學員及志願者的專業發展機會。

4. 改進與提昇員工的管理課程，有助於協助企業改善員工表現，特別是對許多非營利運動組織人員提昇技術與知識，他們具有高度運動知識與技術，但對企業管理卻不太熟練，志願者亦可在時間和資源的限制帶來管理培訓的挑戰。提高管理培訓的手段之一，是增加一般管理課程應用於運動觀光產業的元素，例如，策略規劃與發展應用於賽事之行事曆，如何建立和保持運動與旅遊組織之聯繫，以及如何為特定運動市場準備合適的運動觀光套裝遊程。其次，有必要政府建立一個運動觀光認證制度，對於運動組織執行保

持相關資格，或進行適當的課程，或在現有的志願者參與和管理改進方案，並對各州、地區機構或組織提供資金，對於各地方安排行動「在職」訓練。特定運動觀光發展課程，也可以協助運動觀光產業集群的形成和發展，例如一個建立在昆士蘭州凱恩斯郡所建立課程，它可為地方區域發展和旅遊協會聯盟開發並提供「增值（value adding）」的作用，包括檢核表、組織委員會的指導方針，以及包括運動觀光組織與企業對於賽事參與者之產品與資訊之行銷。

### **(三)政府行政法規問題(regulatory issue)**

各級政府可以借由管理行政作為對運動觀光的賽事與活動產生影響，這些廣泛的要求，例如需要國際參賽選手或運動賽事的觀眾獲得簽證或電子旅遊簽證，以進入澳大利亞或參與特定的賽事，例如，封閉道路舉辦一個有趣的路跑或鐵人三項。協助處理與聯邦、州/地區政府及地方政府部門和機構申請，以克服活動主辦組織者之困難，尤其對那些第一次在運動志願者既沒有經驗，可依循處理此工作任務來舉辦活動，以應付處理與監管要求之行政事務。

對活動申辦單位而言，政府的監管要求經常成為成功申辦運動賽事與活動的重大障礙，並阻礙這些活動的旅遊機會的最大化，在此情況下，政府可以發揮作用提供活動主辦單位協助機制，以處理複雜的監管要求。

在許多州和地區政府已經制定配套措施，以提供協助的服務。例如，坎培拉旅遊活動局（the Canberra Tourism and Events Corporation, CTEC）已

發展出名為「協助特別活動主辦單位手冊(Assistance for Special Events Information Handbook for Event Organisers)」，其中包含政府與相關單位聯絡，如警察、緊急服務、道路及詳細聯繫方式、交通機構、場地租用及垃圾處置等。該手冊還提供如何組織活動及問題之指導，如賽事之預算、贊助商、媒體關係、一般組織技巧及結果評估。

這種協助並非適用於所有州和地區，即使透過活動企劃公司建議，也可能並適用於所有層級之本地或區域-即細節可能並不適用於所有當地政府機構的活動主辦單位。另外，CTEC手冊並無聯繫聯邦機構部分，如涉及國際參賽選手有關海關、移民及檢疫處理等問題。活動主辦者在有效處理各級政府機構仍有些明確的信息鴻溝，因此，需要聯邦、州/地區政府及地方政府提供更充分地合作，以協助填補這些信息鴻溝。在聯邦政府層級，有些機構的監督監管規定會對活動主辦者造成影響，特別是在有些國際參賽者、觀眾或其他參與者。

1. 簽證(Visas)：到澳大利亞的遊客都必須獲得簽證才准進入，在一般的情況下觀光客需要電子簽證(ETA)的形式，即「隱形簽證」效果。澳洲有不同類別的簽證，包括商務簽證及運動簽證，後者適用於職業運動人士，可在澳大利亞停留一段時間追求運動興趣。根據運動活動的性質和持續時間承諾，前往澳大利亞的人士將參加某種形包式的運動觀光活動，以選擇這些不同的簽證類型旅遊。負責管理澳大利亞的簽證制度移民和多元文化事務部(the Department of Immigration and Multicultural Affairs, DIMA)，有兩項重要

創新措施，將協助主辦單位和國際參與者在澳大利亞的運動賽事，國際事件協調員 (These are the International Event Coordinator Network, IECN)，以及簡化的短期商務入關(Streamlined Short Term Business Entry)，IECN是網絡入境事務官員進駐於各州和地區的省會城市之DIMA商務中心，這些人員扮演協助提醒活動主辦單位入境要求，並處理澳大利亞海外舉辦的活動的細節。網路對活動主辦單位具有潛在的巨大利益，包括運動賽事的組織者沒有不利用它來服務道理。短期商務入境 (The Streamlined Short Term Business Entry) 安排，已經配合奧運會到來而實施，使運動員適用商務簽證進入澳大利亞，包括ETA版本的商務簽證，可提供運動員更快、更精簡的選項，並有助於前往澳大利亞參加運動活動，這項措施在奧運會後可能會繼續實施。

2. 海關(Customs)：澳大利亞海關服務(The Australian Customs Service) 主要在維護澳大利亞邊界的完整性，確保違禁品是不能帶入澳洲，並且在永久或暫時攜入任何商品支付相應的關稅，包括國際遊客因運動競賽所帶來的運動產品。針對此移民的要求，澳大利亞海關服務可以作出特別安排，以迎合運動隊伍在國際賽事的需要，提供即將舉辦的活動足夠的知會。例如，特別豁免運動賽事的取得，使暫時免稅入境的物品。在2000年雪梨奧運會的特別安排，提供寶貴的經驗，促使未來主要體育賽事貨物和人員移動的便利。

3. 檢疫(Quarantine)：澳大利亞檢疫檢驗局 (The Australian Quarantine Inspection Service, AQIS) 旨在保護澳大利亞免於引進外來植物和動物，可能會造成澳大利亞的獨特的環境和農業產業疾病的風險。基於這個原因，澳大

利亞檢疫檢驗局(AQIS)檢查所有進入澳大利亞之貨物，包括運動器材、食品補充劑及治療藥物。帶到澳大利亞競賽或馬術比賽之馬匹，必需隔離一段時間是必要的。早期接觸澳大利亞檢疫檢驗局(AQIS)有助於大幅減少任何檢疫的困難，否則可能會影響運動賽事。澳大利亞檢疫檢驗局(AQIS)預期，從奧運會中獲得的知識和經驗，將有助於採用最佳務實方法來因應未來的重大運動賽事。

#### **(四)基礎設施(infrastructure)**

城市或地區成功舉辦運動觀光活動和賽事的能力取決於足夠的基礎設施，包括境內的運動設施、住宿、航空、公路和鐵路運輸網絡，以及其他旅遊相關設施，如餐廳、零售商店及娛樂場所。雖然活動主辦單位焦點往往在於實際的運動基礎設施，足夠的運動設施並非保證在某地可以舉行賽事。如果住宿和交通的要求不能得到滿足或不足，即使是很小的區域活動也是難以舉辦。因此，策略之方針是策劃運動賽事和活動時，應考慮所有相關基礎設施的充分性與可用性。

運動設施是一種昂貴的供給，基於這個原因，他們的資金幾乎總是由政府所投資—地方、州、地區及聯邦政府。這可能導致其他因素的影響扭曲所提供的設施，其優先順序無法超越社區的利益。如此導致某些地區運動設施過度投資，以及隨之而來的產能過剩(excess capacity)。這種產能過剩代表一個真正的運動觀光發展的機會，即明顯的好處是可以獲得更好的設施利用，而不需要進一步昂貴的投資。

設施與賽事主辦的關係是複雜的，僅用於大型運動賽事對於設施投資很少能得到合理的基礎。此外，它不保證提供高品質的運動設施，將保證地區或州可流暢舉辦重要運動觀光的機會。最終，目前區域透過舉辦賽事「催化(catalytic)」吸引設施資金投入，此後至「賣出」這些設施給活動主辦，並協助確保其可永續使用。吸引設施資金的成本效益(Cost-effectiveness)是一個重要的考慮因素，因為以國家級或國際標準的設施建置與維護，根本沒有道理由社區單獨使用，或即使考慮用來主辦國家級或國際級賽。商業上的可行性設施還可以進一步降低，住宿與交通基礎設施若不足舉辦大型活動還是不夠。近年來多功能設施的建設是一個趨勢，如此可用於各種社區和娛樂功能，以及舉行的各種運動活動與賽事，這種設施證明比傳統針對狹隘特定運動或運動類型的設施更具成本效益。

考慮設施的投資也很重要，無論是政府和私人投資者均會考慮區域的設施環境，以避免重複(duplication)，並和鄰近地區的配套設施具有最大化協同效應(maximise the synergies)，發展為區域運動特別運動之「樞紐(hubs)」，並有助於降低建構運動專門設施，在經濟上無法永續經營之風險。

更普遍的趨勢，政府和運動組織「分享(sharing)」州級與國家級賽事的策略，有助於證明區域財務投資可確保一個更公平的分配相關的經濟利益之運動賽事。

1. 國家/地區設施及資產審計：設施基金之設施投資和優先順序，可以加強改進地區運動基礎設施的供應和需求信息。這也有助解決賽事的推動

者、主辦者或潛在的主辦者所面臨缺乏意識的困難，在不同地區之何種設施和何種標準。目前，聯邦和地區政府進行州、國家和國際標準的設施的審計工作，如果進行類似的審計，對於在區域層級對執行這項工作之區域可以受益。在一般情況下，賽事被認知不清者、或主觀認為、或同時規劃其他活動者舉辦，這可能導致當時舉行活動之嚴重後果，同時多種基礎設施和服務的需求，可能超過容量的區域管理。因此，運動設施利用率是重要數據，尤其是可能有較強的季節性變化（seasonal variations）。在這種情境下，運動觀光的活動及其他賽事件為基礎的旅遊活動，宜針對低峰或離峰時間（low or shoulder season times），以有助於減少波峰與波谷之變化。

2. 住宿基礎設施：運動活動與賽事的旅遊效益最大化的關鍵問題之一，是提供一系列的住宿設施，包涵奢侈品市場之預算在內。各地區的資源之審核，住宿指南應詳細說明各市場部門的住房數。通過範圍內的住宿可利用數，當地運動觀光的組織者便能夠更有效地針對特定的賽事，瞭解對於特定的市場合適的住宿。例如，根據分齡錦標賽不同於大師賽的住宿需求。此住宿核計的一部分，可以考慮使用或升級現有的設施，如學校的宿舍、軍營等，這可提供補足住宿低端的市場。區域鼓勵發展運動觀光的重要組成部分，是認知可以產生整個社區的利益，特別是企業直接提供服務，應該瞭解的重要客人的需求，以確保他們有很好的受服務經驗。住宿的供應商需要解決運動員的特殊需要，包括床的長度和足夠和適當的飲食。

3. 交通基礎設施：澳大利亞區間與區內之運輸成本高，並缺乏運輸能



力，無法將大量的參與者在短的時間內作進出。交通運輸部門正在進行的改革和放鬆管制，尤其是國內航空，有助於澳大利亞地區性重大利益，並有助於鼓勵發展運動觀光，以及旅遊為基礎之澳大利亞地區性之其他賽事。

#### **(五)研究與資料蒐集(research and data collected)**

運動觀光是一個相對較新的研究領域，成為最近澳大利亞旅遊業中快速發展之重要利基部門。許多澳大利亞的研究人員已經開始注意到這個領域，但目前的資料庫提供給業界仍然相對較少，需要進行一系列的研究，雪梨奧運會的效應無疑提供許多研究未來數年的努力焦點，但這些需要輔以更紮根的方法在一系列的運動觀光活動的研究。

更多與更好的品質研究的主要障礙是目前缺乏可用的數據。目前收集的資料大都屬個別事件，在所有運動觀光活動沒有廣泛或有系統的一系列全國性或全州性之數據。目前觀光研究局(Bureau of Tourism Research, BTR)所進行之國際遊客調查(The International Visitor Survey, IVS)全國意見調查(National Visitor Survey, NVS)有關旅遊活動的問題，包括有限足跡遍布澳大利亞的遊客。NVS的調查形式訪問的主要目的，調查類別包括運動參與者或觀賞者。調查個人參加或觀賞一個有組織的運動賽事，是影響受訪者訪問澳大利亞的決定。

- 建議在運動觀光之領域的基礎上，一系列的研究數據類型（國內和國際遊客）：

- 涉入參與運動活動的旅程之支出（包括總行程開支和「運動」部分開支）
  - 更詳細的旅遊動機問題，特別是國內旅客；
  - 滿意度信息；
  - 停留的時間長度（包括總行程住宿天數及為「運動」部分）；
  - 人口變項的信息（年齡、性別、收入、職業）；
  - 旅遊中因運動目的之住宿類型；
  - 旅遊中因運動目的使用的交通工具類型；
- 可能是有用於產業領域的研究包括：
    - 運動賽事之潛力評估與建議；
    - 新的或擬議的運動觀光市場的估計；
    - 運動觀光基礎設施需求之確認；
    - 新的觀光使用運動觀光基礎設施；
    - 修改現有的運動觀光基礎設施以提升旅遊價值的建議；
    - 剖析的運動觀光之區隔（例如訓練營、設施旅遊）；
- 其他可能的研究領域是：
    - 評估區域、州/地區和國家層級的運動賽事的經濟衝擊水準；
    - 評估運動基礎設施對經濟的衝擊；

- 評估運動觀光的社會衝擊；
- 評估運動基礎設施與運動觀光客對環境的衝擊

## (六) 賽事與活動之評估(evaluation of event)

政府觀光主管部門與運動組織持續的公共部門改革和合理化，符合成本效益運作的壓力越來越大，政府機構須為政策、計畫及投入資金之決定負責，這些投入資金包括運動賽事的投資。政府決定支持賽事活動之基礎，須從財務到社會與文化活動之成本與效益。這些賽事可能有能力在短期內創造收入與就業，並在長期產生更多的到訪觀光客與相關投資。

確定運動賽事的價值，一直是政府難以解決的問題，因為沒有標準評估舉辦活動的經濟意義，而且也缺乏嚴格而全面的標準，以評估政府資金投入觀光活動，對國家、地區及研發公司之評估方法有很大的差距，無論是在經濟影響評估及無形的文化與社會影響評估。

這些不同評估方法造成政府困難，不僅在賽事活動花費支出證明，也在各種賽事活動之經濟成功比較。因此，必須採用具信譽之業者，以合理的方法來衡量的投資報酬，而且這些方法要廣泛被接受。

一個被普遍被接受的評估架構之發展，須經由活動主辦單位比較與預測同類型規模活動之結果，建立地區可比性（以及差異）的能力是很重要，以獲得在澳大利亞評估運動觀光產業的規模與特質的總體看法，這也可以方便進行全國性與國際的比較。

鑑於組織預算之有限，賽事的評估方法往往是複雜，評估的架構通常針對小規模/區域組織，有些州發展出基本活動評價模型是適當，但主要針對較小的運動與觀光組織的經濟評估，這可能適合制定全國級規模與性質之標準模式，這可能是基於現有的模型之一。

針對2000年雪梨奧運會之規模，個別發展方法來評估對區域、州及國家級的影響，許多的準備工作已經完成，研究人員針對奧運會期間及賽後評估。值得注意的是聯邦政府出版的「奧運效應評估(The Olympic Effect)」，似乎較像奧運會對觀光影響之評估。未來的挑戰是確保創新評估模式與方法之適用性，例如活動期間、賽會類型，而且可以適用於規模較小的活動。

### **(七)執行(implementation)**

在這運動觀光之策略所載的建議，如果要成功地執行及發揮運動觀光部門充分發揮潛力，將需要一系列組織的共同努力，這些組織包括各級政府部門（聯邦、州/地區及地方）、觀光產業、運動部門（包括國家、各州/地區的體育組織和研究人員）。這策略的關鍵問題是需要進行更好的協調，包括各種涉入運動觀光部門的利益關係人。缺乏溝通和協調，特別是在運動團體和旅遊部門之間溝通，已被確定為發揮運動活動與賽事觀光潛力之最大障礙。

在州與地區的層級，活動籌劃公司(events corporations)負責去建立這些鏈接，在地方層級更有發展網絡的需要，或集合運動觀光發展的「群集(clusters)」。在國家層級，也可能需要這種性質的總體協調機制的作用。這種

國家級的團體(national-level group)，類似加拿大的體育旅遊聯盟 (the Canadian Sports Tourism Coalition)，主要由整個產業的關鍵利益相關人代表及政府所組成，並發揮重要的作用：

- 產業與政府共同提昇運動觀光部門的認識水準；
- 確定和尋求具體的研究需要和優先事項；
- 識別和監督任何促進策略執行的單位；
- 監督和實施策略執行情況的報告。

## 貳、南非運動觀光政策之分析

南非共和國 (Republic of South Africa)，除南非荷蘭語、英語外，南非還有9種獲得官方地位的地方語言，這個非洲國家有「彩虹之國」之譽。南非是世界上獨一無二的擁有三個首都的國家：行政首都（中央政府所在地）為普勒托利亞，司法首都（最高法院所在地）為布隆泉，立法首都（議會所在地）為開普敦(Crush, 2006)。1940年代後期，南非的種族歧見日益嚴重，「南非種族隔離」成為南非的政策，黑非洲人不能和白人交往，他們的生活都受到歧視。1960年代，南非內部出現反對種族隔離政策的騷亂和鬥爭，導致國際對南非的制裁。1994年4月南非議會通過第一部臨時憲法，規定所有南非人都有權利得到法律的平等保護，種族隔離政策從法律上廢除。南非於2010年6月起舉行了世界盛事2010年世界盃足球賽，吸引大量遊客前往，但南非的治安問題一直備受關注。南非雖地處非洲南方一隅，但其運動與觀光產業

均十分發達，尤其運動觀光政策值得參考，以下為2012年南非運動觀光政策(NATIONAL SPORT TOURISM STRATEGY)之重點分析(George, 2008; Spencer & Zembani, 2011; Sport and Recreation South Africa, 2012)。

## 一、緒論

運動一直是社會的重要組成部分，但與全球運動觀光的出現，它也成為越來越重要的經濟部分。因此，對於運動賽事舉辦目的地與社區測量和評估成本和效益（經濟影響）已成為越受關注的焦點，某些團體，包括政策制定者和運動官員，基於運動所傳遞的對國家的經濟利益與影響，世界各國政府越來越支持運動進一步投資和資金。

運動觀光業約佔全球觀光價值之5%至10%，估計可能會達到250-500億美元（DEAT & SA Tourism, 2006）。在一些國家，運動可以占觀光收入高達25%。由於觀光與其他產業強大的關聯效果，其對國內生產總值潛在的貢獻，觀光業對一個國家的經濟是有價值的產業。杜拜(Dubai)觀光部門的貢獻國內生產總值約18%—高於在石油部門—約17%(Ahmed Al Banna, Assistant General Co-Coordinator of Dubai, 2003)。

運動在拓展觀光業有兩個方面：首先，透過國內與國際遊客的到訪問期間參加運動或休閒活動。其次，透過觀光客旅行到訪參與與觀賞重大運動賽事。運動也可能是觀光參訪唯一原因。

商務旅客參與會議不僅是出於商務的原因，也可能因為會議場地提供運動設施。一直強調運動與觀光的相互依存關係，它一直聲稱約有25%的國內

假期的行程中，涉入以參與運動為主要目的活動的行程，約有50%的國內假期，涉入某種形式參與運動之行程。

這顯示大型賽事活動可擴大市場潛在的遊客吸引到訪一個國家，如果沒有賽事活動則無法到訪。例如，1988年加拿大卡爾加里冬季奧運會(the 1988 Winter Olympic Games in Calgary)40%的觀眾幾乎是第一次到訪該城市，27%到訪者之前從來沒有聽說過卡爾加里奧運會 (Sport Canada, 2008)。透過這種方式吸引第一次的訪客，可能會導致再訪或建議朋友或親戚到訪。

一個獨立的運動個人也有能力影響到運動經濟。根據世界比賽遊戲 (the World Match Play) 贊助商進行的研究，估計老虎伍茲這個世界第一的高爾夫球手，在英國和愛爾蘭為期三週的2006年高爾夫球賽，創造經濟價為170萬英鎊，並吸引數以十萬計的額外球迷，至少提高25%媒體的報導，透通過觀光、餐旅、贊助，以及鼓鼓勵民眾嘗試參加高爾夫或俱樂部，產生數百萬英鎊產值。

耐人尋味的運動和觀光業之性質，它們沒有語言或文化業務、運動門檻、年齡、人口背景的障礙，包括旅行前往觀賞所選擇的運動。然而，應該認識到運動觀光與社會、文化、環境和經濟環境間的關係是不斷變化，成功的理解與管理這些影響，很可能會影響未來運動觀光發展的成敗。

運動觀光客一般都是熱情的、高消費，並享受新的運動經驗，往往帶動其他類型之觀光，運動觀光對觀光目的地直接利益是現金，間接的利益是未來的回訪遊客。

運動觀光是實現多項目標的一種工具，如賺錢、創造數以千計的工作機會，甚至幫助改變文化觀念，例如在中東、南非，以及最近的德國，它創造一個新的德國認同(2006 FIFA World Cup)。

運動觀光是一個價值數十億美元的業務，以及最迷人的現代服務行業之一。在過去的10年，運動觀光的增長，推動運動賽事背後衛星和數位電視覆蓋全球之利益大規模之擴張，例如，在2006年世界杯是電視史上最受關注的事件代表作之一，產生估計262.9億美元產值。最後一場比賽，估計吸引7億1510萬觀眾 (World Cup and Television, FIFA: 2006)。隨著更多的閒暇時間、多的可支配所得與更便宜的旅行，運動不再是遊客附加的活動，在許多情況下，它可能是擺在首位的唯一原因。

運動觀光是全球旅行與觀光產業增長最快的領域之一，增長4,5萬億美元。到2011年，觀光業預計將佔全球國內生產總值 (GDP) 的10%以上，世界各地的城市、地區與國家的經濟將越來越依賴運動相關的觀光客。

研究(Richie & Adair, 2002)顯示，到2001年2月，世界觀光組織(the World Tourism Organisation與國際奧委會 (IOC Conference)的運動觀光會議說明，這三個主要市場在歐洲表現出明顯增加運動化假期(sports-oriented holidays)。德國每年出現3200萬人次，或是位55%的所有出境遊遊客，是以運動為導向假期，佔所有荷蘭遊客行程之52% (700萬人次)均包括運動因素。英國旅遊局和英國旅遊局 (The British Tourist Board and the English Tourism Council, 前身為the English Tourism Board) 指出，多達20%的旅遊



人次直接參與運動，而有50%的假期是有附加運動參與。

下表顯示如何在舉辦大型活動產生旅遊業中增長的「賽會年 (games-year)」，以及在未來數年之前和之後的事件（通常為10至15年）申辦。例子包括國內和國際旅遊業和政府稅收收入，其他業務收入（如零售）。

表4-1-2 主辦城市/國家產生利益（賽前或賽後之觀光期間）

大型運動賽會	賽會觀光衝擊
Calgary Winter Games 1988	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The number of annual visitors to Alberta doubled from 500K to 1 million in the 10 years preceding the Olympics<sup>1</sup>.</li> </ul>
Lillehammer, Norway 1994 Winter Games	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourism in the Lillehammer region grew by 57% from 1989 – 1994<sup>1</sup>.</li> <li>• Foreign visitor nights in Norway increased by 43% in the four years leading up to the event (from 2,7 million to 3,9 million)<sup>1</sup>.</li> </ul>
1988 FIFA World Cup France	<ul style="list-style-type: none"> <li>• International visitor arrivals increased by 13,1% in 1998; over 350K foreigners visited Paris alone during the World Cup tournament<sup>2</sup>.</li> </ul>
Sydney 2000 Olympic Games	<ul style="list-style-type: none"> <li>• An incremental 1,6 million international visitors visited Australia between 1997 to 2004<sup>3</sup>.</li> </ul>
2006 FIFA World Cup Germany	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Approximately 850K to 1 million foreign visitors visited Germany to watch the World Cup matches in 2006<sup>4</sup>.</li> </ul>

1. The Olympic Effect: A report on the potential tourism impacts of the Sydney 2000 Games. The Sydney Tourism Forecasting Council, 1998.
2. Socio-Economic Analysis of the 2006 Football World Cup in Germany. German Football Association, 2000.

到2006年，在南非旅遊業被認為是第二個增長最快的部門，南非的經濟（DEAT, 2006）。南非的國外旅客人數成倍增長，因為該國在1994年成為一個民主國家，在南非的外國移民增加超過100%，1994年從64萬到2005年740萬，2006年則增長到840萬（SA Tourism 2006, 2007）。

運動與休閒業也顯著增長，因為南非重新加入國際運動。在國際舞台上比以往任何時候都更多南非隊伍參加，自然提高運動觀光及相關的機會。下圖(如圖2)反映南非1998至2003年期間的入境旅遊人數變化。

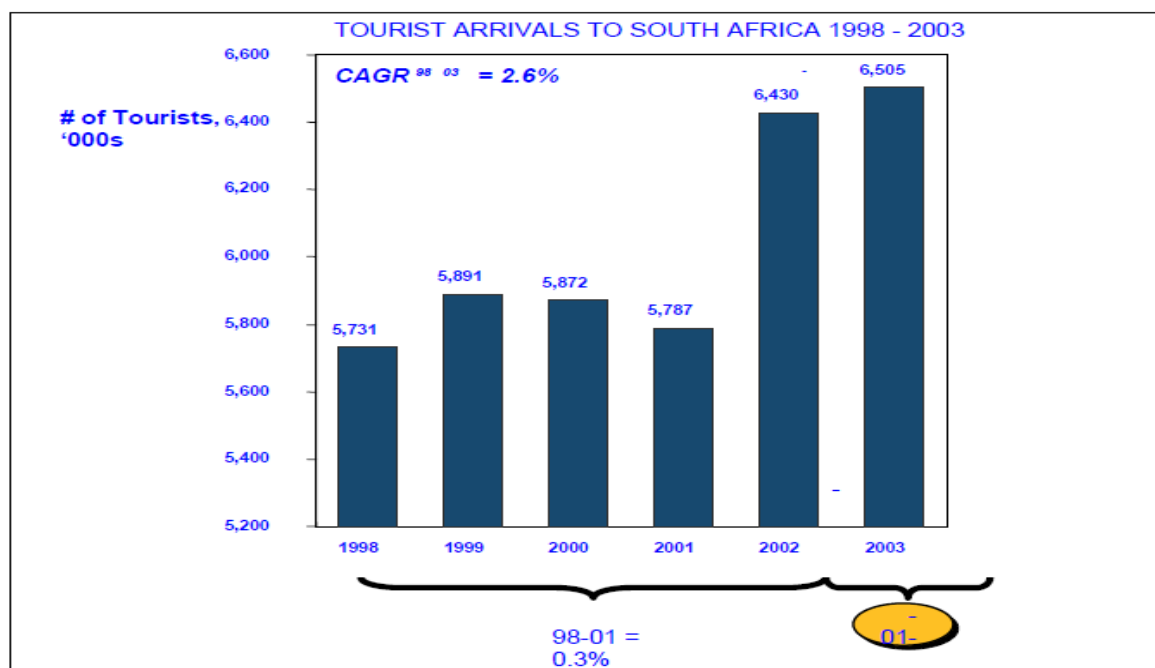


圖2 南非運動觀光入境人數

運動觀光在南非，估計對南非旅遊業貢獻超過60億美元，超過10%的外國遊客來到南非觀賞或參與運動賽事，觀眾佔這些外國遊客60%至80% (SA Tourism, 2006)。運動觀光在南非經濟增長的長期前景，預期為正面與強勁，也被確認為定為南非極富增長潛力之旅遊利基市場。

在20世紀70年代的大型運動賽事是虧損的，20世紀80年代才認為大型運動賽事越來越多的重要，對主辦城市和城鎮地方經濟有助益，而且可更廣泛的區域影響整體國家經濟。1984年的洛杉磯奧運會上，經濟上的成功改變城

市與政府對舉辦大型活動看法。

舉辦重大運動賽事對經濟的影響可能是顯著的，特別是如果該賽事對地方經濟再生的豐富多彩的活動。然而，作為世界賽事件，聯邦或非洲冠軍並不能自動保證，這將是一個經濟上的成功，無論是對主辦城市或舉辦活動的理事機構。的規模和類型的事件，它的籌資水準和它的地理位置是決定是否將是一個經濟上的成功的關鍵因素。

運動賽事的經濟影響可以被定義為從運動賽事造成的經濟淨變化，變化是由於活動涉及採購、經營、開發與利用運動設施和服務，產生遊客的消費、公共支出、就業機會及稅收(如圖4-1-3)。

重大運動賽事的舉辦帶來主辦國的經濟活動與就業機會。最初，它可以來自運動場館和設施的建設和改造，然後從參與運動的組織者和熱情好客的工作人員需要舉辦這樣的活動。

運動賽事的具體好處可以被定義為直接歸因的收入來源和具體的規劃、行銷及傳遞的運動賽事。大型運動賽事的好處是顯著的，可量化評估，推動創收的幾個關鍵之變數，例如轉播權、全球與地方的贊助、門票和授權等。其他直接好處來自於在活動現場，並在周邊地區使用的運動訓練設施，並從廣告、票證印製和銷售，以及食品和飲料銷售。間接來自交通、住宿、酒吧和餐廳等產業也將受益。

雖然人們普遍認同舉辦大型活動所產生的經濟效益和社會效益，但面臨的挑戰是社區和地區，投資在運動的資金的多重效益是否表現出有形價值。

而潛在的社會與經濟效益最大化，則需要針對目標與結果進行創造性和創新性的設計，依運動系統的策略架構執行與管理。



圖 4-1-3 大型運動賽事的經濟利益

## 二、目標

認識運動觀光的效益相當大，南非運動與休閒部(SRSA)支持運動觀光有兩個主要的目標。首先，運動觀光使用運動為媒介，對國家政府的優先事項有所貢獻。其次，它能促進運動的發展。這兩個目標均屬於國家政府部門之職責。

### 1. 運動觀光與國家政府的優先事項：

運動觀光的重要貢獻，擴展支持下列三個國家級的政府工作重點：包括經濟發展、社會凝聚力和發展，以及政治穩定。

## (1) 經濟發展

在南非舉辦大型和重要賽事，具有以下優點：

- A. 它增強投資者的信心。
- B. 創造工作機會人力資源技能提昇。
- C. 直接與間接的花費是經濟進一步發展的催化劑。
- D. 捐贈者和贊助商的資金收入。
- E. 創造永續經營資金的潛力。
- F. 成功舉辦活動提供無與倫比的行銷。
- G. 大型和主要活動往往需要大量的基礎設施的發展，其範圍不僅是運動設施，尚包括交通運輸和通信網絡。

## (2) 社會凝聚力和發展

與經濟發展同樣重要，運動觀光的社會效益亦有其重要性。這些措施包括：

- A. 民族自尊心。
- B. 健康的國家。
- C. 利用運動促進發展。
- D. 廣泛的社區發展。
- E. 掃除社會弊病。
- F. 對青少年有正向的影響。
- G. 永續累積遺產計劃的潛力。

H. 遊說未來舉辦「非傳統」領域賽事之機會。

### (3) 政治穩定

有人認為，運動觀光是一個國家內部權力的連續性，成為國家的政治穩定和社會繁榮的最重要的標誌。發展運動觀光可鞏固和平、友誼與運動全球化，以及利用運動觀光強化國民認同之最終發展目標。

## 2. 運動發展

針對運動發展，運動觀光是一個催化劑：

- (1) 專門運動規則的發展，無論是在能力建設方面（運動員、官員、志願者和活動組織者）以及豐富的志願/人力資源數據庫。
- (2) 提昇參與之特定規則。
- (3) 建立角色模型的運動規則。

## 3. 國家運動觀光策略之目標

- (1) 提供的國家策略，以指導、整合和鞏固在此領域的努力。
- (2) 定義執行策略必要機構之關係。
- (3) 提供關鍵方向有關南非申辦和舉辦大型活動的優先次序。
- (4) 提供政府有支持國內賽事的優先方向。
- (5) 提出政府提供支持的類型之大綱。

## 三、國家運動觀光策略之範圍

國家運動觀光策略包括南非申辦、主辦大型運動賽事指導方針，為了避

免潛在風險，以為國家利益的最大化，南非運動與休閒部(SRSA)將持續更新這些指導方針。這些指導方針將包括標準的申辦和舉辦的活動手冊，詳細介紹核准及建議活動。

在過去提供大量的機會宣傳彩虹之國，而賽事與南非舉辦大型活動也造成經濟與社會發展。在未來還會有很多其他的國際主辦的機會。儘管南非已經成功地舉辦多次大型運動賽事，但它必須有一個積極的計劃目標，旨在2010後爭取舉辦大型國際運動賽事。南非政府為了主辦2010年FIFA世界杯，需要持續的投資。

該策略還需要考慮到這些遊客到訪我們的國家，這些主要的遊客能夠參加某些運動或其他運動活動。南非運動與休閒部(SRSA)作為導導的部門，需要鼓勵與進一步與觀光部發展友好關係。SRSA需要加大努力探討運動觀光效益。在這方面，南非運動與休閒部(SRSA)將聚焦在下面幾個領域：

- 運動觀光的研究。
- 發展策略和政策提供國家運動觀光之指導。
- 處理雙邊和多邊的國際運動關係，以影響運動旅遊的協議。
- 與SASCOC和NFS合作。
- 利用運動促成南非成為運動觀光之目的地。
- 提昇專業知識與信息的交換。
- 最大化地提高運動觀光的效益。
- 運動觀光之組織的研習/研討會/會議舉行。

- 行銷南非成為一個運動觀光首選之目的地。
- 獲得世界運動觀光領域最佳執行的認同。

南非運動與休閒部(SRSA)將支持國家協會(National Federations)，從政府的角度申辦大型賽事活動，包括協調政府間和政府內申辦賽事活動所需的支持。

考慮發展出機制，以協助較小的運動團體申辦和舉辦活動，這種方式可以開發豐富的專業知識，較小的運動組織在協助下，在國內推廣本身成為頂級賽事，以減少出國比賽之有成本。

國際的賽事需要政府的參與發展，更大賽事更需要政府的參與促成。因此，在南非，沒有南非運動與休閒部(SRSA)的合作，NF就無法申辦國際賽事。

#### 四、執行策略

運動觀光發展戰略的執行，需要注意在以下五個方面：

- 建立兩個協調論壇。
- 檢視與修訂運動監管法規問題。
- 持續地研究發展。
- 制度程序與法制化。
- 支持運動觀光之關鍵經營者

##### 1. 協調論壇



下面需要建立協調：

(1) 運動觀光經理人論壇(Sports Tourism Executive Forum)

A. 成員:

- 國家財政部(National Treasury)
- DTi
- SALGA
- COGTA
- SRSA
- SASCOG
- BUSA
- Dept of Communication
- Dept of Home Affairs
- Dept of Tourism

B. 運動觀光執行論壇主要功能(Core functions of the Sports Tourism Executive Forum)

- 董事會制度之安排。
- 安全的資金承諾。
- 確定主要賽事活動之日程。
- 處理政府擔保適用。

(2) 國家協調委員會 (NATCCOM)

有必要建立國家之協調機制，以確保沒有重複或衝突的賽會申辦。

這應包括旅遊業的發展。沒有國家的指導方針，風險是存在的，運動的

規則將互相抵觸，省與地方政府獨立申辦，當組織者出現錯誤和資金短缺時，國家政府將出面解決。

A. Members:

- Foreign Affairs
- Dept of Transport
- Dept of Tourism
- IMC
- SASCO
- SRSA
- SAPS
- Health
- Home Affairs
- SARS
- GCIS

B. 國家協調委員會（NATCCOM）主要功能

- 對大型活動提供政府之支持。
- 根據賽事活動之要求，提供政府在相關各級政府的支持。
- 執行政府之擔保

## 2. 監管問題

關於政府監理的問題，我們需要評估現行的法律和政策，以評估是否適用或阻礙運動觀光。我們需要一個法律環境，有利於促進南非作為首選的運動觀光目的地。檢視以下要求：

- 簽證

- 海關
- 申辦與主辦規則（需要更新）
- 招標與託管指引
- 通信廣播（通訊部）
- ICASA 法規
- 稅項（SARS）

### 3. 研究

- 資料蒐集
- 賽事註冊
- 南非主辦之可行性
- 事件後評估—SEIM

### 4. 制度安排

- 資金承諾
- 政府與企業/贊助商之關係
- 角色和職責

### 5. 經營(Drivers)

- 運動觀光發展計劃— 2013 年—2030 年（配合國家發展計畫 NDP）
- 國際關鍵人物之遊說
- Ekhaya
- 市場行銷之經營

- 行銷南非為運動目的地
  - SAT 辦事處國際
  - IMC
  - 南非駐外 (SA DIRCO)
  - 貿易代表團
- 媒體

## 6. 大型賽事活動申辦

國家運動觀光策略需要綜合性大型活動的實施計劃之支持。這些賽事可以根據客觀和主觀的標準事先篩選，篩選主要依下面四個文件條件：

### (1) 客觀標準

- 政府支持
- 法律問題
- 輿論
- 運輸和基礎設施
- 場地及運動員基礎設施
- 環境條件
- 住宿
- 安全與保全
- 先前的經驗
- 預算與財務

## (2) 主觀標準

- 申辦之概念
- 行銷與溝通
- 遊說

## (3) 過濾器

- 運動或地理上的限制
- 策略上凝聚
- 影響
- 可行性

## 參、加拿大運動觀光政策

加拿大為北美洲最北的一個國家，西抵太平洋，東至大西洋，北濱北冰洋，領土主張直到北極，領土面積達990萬平方公里，為全世界面積第二大國家。加拿大政治體制為聯邦制、君主立憲制及議會制，伊莉莎白二世為國家首領及象徵，並無實際權力。得益於豐富的自然資源和高度發達的科技，加拿大是世界上最大的經濟體之一，也是世界上擁有最高生活品質的國家之一(Derek, 2008)。由於加拿大為聯邦制之國家，並無全國性運動觀光政策，故本研究以卑詩省大溫哥華地區的蘭里區 (Township of Langley) 行政區為例，以說明加拿大地方政府之運動觀光政策(Township of Langley, 2012)。蘭里區是一個位於加拿大卑詩省大溫哥華地區的地方行政區。蘭里

區位於菲沙河南岸，西鄰素里，北面隔河與匹特草原和楓樹嶺對望，東臨亞博斯福，南接美加邊境，並從三方包圍蘭里市。蘭里市和蘭里區為各自獨立的地方行政區。據2006年人口普查，蘭里區有93,726名居民(City of Langley (2012)。以下針對蘭里區 (Township of Langley) 運動觀光政策(Township of Langley, 2012)重點加以分析。

### (一)緒論

觀光業是一個重要的企業部門，並在地方經濟可以發揮重要的作用。吸引遊客的原因很多，包括運動、文化活動、博物館、當地景點及購物等。最近出現全球認可運動觀光成為一個有效的行業類別，與此相似的趨勢發展文化旅遊、農業旅遊、生態旅遊等，這些都是由社區提供，成為整體觀光產業的重要組成部分 (參見圖1)。

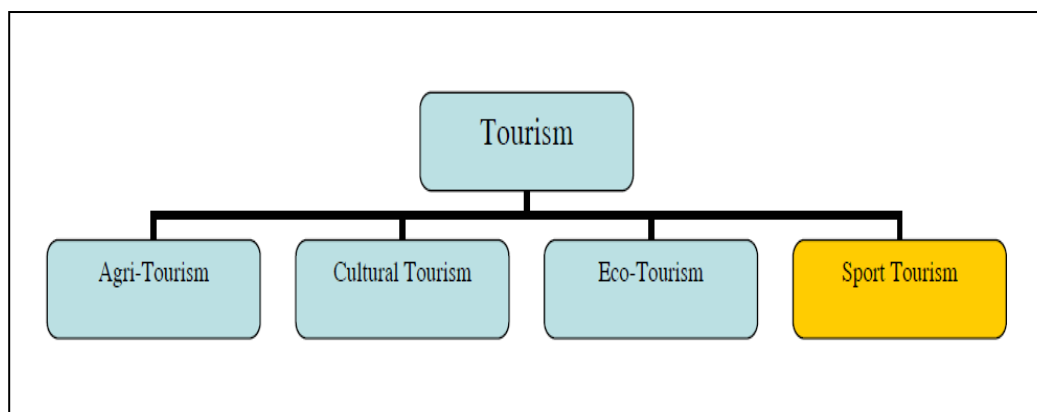


圖1 觀光模式圖

在加拿大，運動觀光許多國家和省級機構組織已經建立，以支持這一不斷增長的旅遊部門 (如加拿大運動觀光聯盟 (Canadian Sport Tourism Alliance, CSTA)。社區現在認識到這些潛力，並整合運動觀光策略納入其

經濟發展和旅遊計劃。這一策略是單一針對運動與運動相關的活動。運動觀光產業帶來運動和旅遊。雖然行業有很大的不同，其在結構、價值和目標及合作夥伴機會是巨大的，雖然定義比比皆是，大多數定義，建議運動觀光是任何活動、經驗、活動的主要焦點是運動或體能活動。運動觀光客無論是參與者還是觀眾，運動的程度與性質決定如何涉入運動觀光程度。

## (二)為何運動觀光

運動觀光不僅吸引遊客，還可吸引媒體的關注、提高社區的形象、促進經濟發展、提高本地運動發展、增加運動參與、有助於改善和發展設施及提昇促進社區光榮感。社會和健康的效益是運動觀光部門的重要成果。運動觀光是一個重要的經濟推動器。在加拿大，目前運動觀光是一個20億美元產業，也是旅遊業中增長最快的部門。它也是旅遊行業波動的穩定力量。目前加拿大運動觀光的遊客35%來自美國，31%的海外遊客前往加拿大參加運動或戶外活動。在地方層級，運動觀光對經濟的影響是非常明顯的。例如78,000人口的坎盧普斯(Kamloops)，2001年透過運動觀光產生的經濟影響如下：

- 90場的比賽
- 13,000訪客
- 28,000間住宿夜
- 800萬美元的直接旅遊支出

蘭利有利用運動觀光的潛力，它有一系列的運動和旅遊相關的設施和可以利用，尤其特別靠近溫哥華首都。蘭利目前擁有許多地方、區域及各種

大型運動比賽之強大的潛力，擴大這方面的能力。值得注意的是，公共運動與休閒設施必須滿足當地居民的需要。雖然運動觀光之「經濟學(economics)」是重要，不過它也應該是互補的其他社區的需要，而不應替代當地居民供給（即目標是互利）。一個重點運動與運動員共識是發展當地居民利益，同時增加運動觀光潛力的旅遊的機會。

### (三)蘭利需要之運動觀光策略

要積極開展運動觀光機會，策略是需要設定一些行動程序。該策略需要戰術和行動為導向（tactical and action-oriented），必須 方向：

- 專注於現實的目標。
- 導出結果。
- 建立社區的優勢和機會。
- 整合到整體的經濟發展策略。
- 評估結果

蘭利運動觀光策略聚焦於三方面的機會：

- 1) 運動系統的開發：改善和提高運動基礎設施，加強行政、教練和志願者的發展和提高運動員的表現；
- 2) 經濟發展：最大化提高運動觀光對社區之經濟影響；
- 3) 社會和社區的遺產：提昇公民體能與身體健康，年青人參與和發展，以及成為社區慶祝和公民的光榮感。

### (四)成功的關鍵



下列因素是蘭利運動觀光策略成功重要關鍵：

- 紮根基礎方法來推動運動觀光
- 社區資產增長
- 對主辦比賽服務的重視
- 社區涉入與網絡建立
- 加強申辦活動的能力
- 市政局的支持
- 商界、運動團體、政府、社會團體和志願者隊伍的支持和參與
- 周邊社區的支持和參與
- 溝通（合作夥伴、社區和其他人）

#### （五）“*Sport Langley*”之夥伴關係

Sport Langley被設想為一個以社區為基礎的夥伴關係的重要機構工作，提出共同制定的任務和完成的目標和策略目標。鑑於這個運動觀光策略的重點，此時對應的領導機構公園和休閒。下面列出建議的合作夥伴和工作計劃，確定和分配所需的關鍵行動執行蘭利運動旅遊策略(the Langley Sport Tourism Strategy)。因此，運動蘭利是“執行團隊(implementation team)” 。該策略的目的是一個活文件，每個合作夥伴將指派工作人員代表有關運動觀光持續發展，以及支持問題的處理的工作計劃，它的發展出現新的機會。合作夥伴如下(如圖2中的模型)：

- 公園和休閒（鎮、市）

- 加盟運動團體（例如Langley田徑運動協會，游泳池諮詢組，冰上用戶組，等等）；
- 大蘭利商會(Greater Langley Chamber of Commerce)；
- Langley企業（例如酒店業）
- 經濟發展局（鎮、市）；
- 專上院校（昆特蘭，TWU）；
- 學區35。

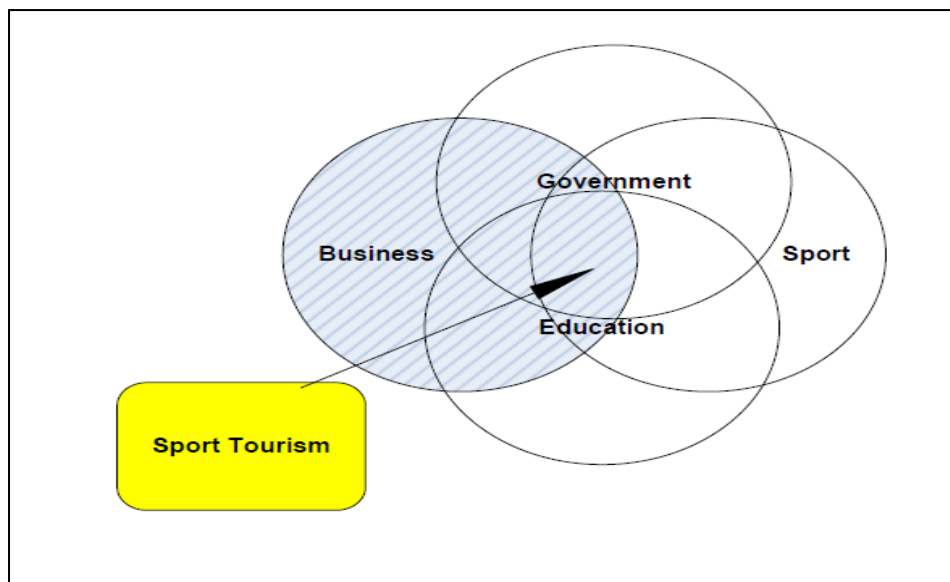


圖2 Langley運動觀光伙伴關係模式圖

Sport Langley預期將隨著時間的推移，根據資源在Sport Langley運動觀光更快或更廣泛的現有與未來的旅遊活動投資機會。然而，圖2所列出的機構是重要的資產，Langley運動觀光策略的執行。作為這一策略是成功的實施後，上面圖2中的陰影部分（即運動觀光）將增長為更大。

## **(六)願景與使命**

根據先前確定的三個方面的機會，下列願景加以發展：

### **1. 願景**

為了吸引人們到Langley從事運動和相關活動旅遊。

### **2. 任務**

完成下列各項工作：

- 在社區創建一個有利的環境
- 促進運動發展和促進運動
- 強調指導和運動的發展
- 支持高品質的地方、區域和省級賽事
- 創建的協作和交流的機會
- 促進社區志願服務

## **(七)策略目標與目的**

目標1—建立一個全面和綜合的溝通策略，以促進運動觀光的價值和效益。

- 評估運動觀光的經濟和社會成本和效益 “它是什麼？為什麼它

是重要的？它有什麼影響？”

- 開發相關資訊“軟體”，定義為居民、合作夥伴、企業決策者、
- 制定一項策略，以慶祝里程碑（關鍵目標）達到時，
- 創建一個有關運動之健康社會形象

目標2—發展的組織架構，支持與加強Langley運動觀光業。

- 創建“運動Langley”
- 開發工具，並提供資源，以協助運動與支持運動觀光（如在線數據庫的庫存、賽事和資源）

目標3—提高Langley承辦地方、區域和省級運動賽事件的能力

- 通過舉辦省級和國家運動賽事，提高Langley區域形象，
- 有能力作為運動賽事理想的主辦單位
- 制定一個協調的過程，以申辦和舉辦運動賽事
- 與各運動組織共同努力，從當地的比賽擴大到更大的活動。

目標4—最大化利用運動賽事以增加居民、組織和企業之社會效益、經濟效益。

- 促進運動在蘭利作為經濟增長的發動機
- 參與組織和企業通過合作夥伴關係

- 運動賽事的營銷計劃和其他旅遊合作機會

目標5—創建運動的遺產，在蘭利建設社區運動和運動觀光之能力。

- 讓居民通過志願服務
- 改善現有的和建立新的運動設施（強調多運動，多租戶場地）
- 支持各級運動發展和參與

#### (八)擬議的行動計劃

下表為未來2-3年內建議的行動計劃，根據上述所提到的目標。能夠提供相關的資源，由著名團體提供支持。以下圖例介紹了簡短的形式，在所有列出的團體如下表所示：

- Affiliated Sport Groups ASG
- City of Langley COL
- Economic Development Office (TOL) EDO
- Greater Langley Chamber of Commerce GLCOC
- Sport Langley SL
- Sport Tourism Strategy STS
- Township of Langley

#### (九)工作計劃表

以下為各年度之目標行動

## 2005年目標的行動

2005	Goal Oriented Action	Organization(s) Involved	Description of Deliverable	Target Completion
Goal 1	Join CSTA and access resources	COL/TOL	Gain membership on trial basis.	Q1-2005
Goal 1	Develop evaluation tools to assess the benefits of the sport tourism strategy	COL/TOL	Incorporate measurable outcomes in the strategy	Q2-2005
Goal 1	Foster relationships with the local media to promote the benefits of being involved in sport and sport tourism benefits	ASG/COL/TOL	Media relations package	Q3-2005
Goal 2	Establish the Sport Langley (network)	COL/TOL	Bring partners together formally	Q2-2005
Goal 2	Update tourism inventory: 10 key categories	EDO	Sport Tourism inventory that can be searched and updated while hosted on TOL website	Q2-2005
Goal 2	Add sport tourism elements: organizations, facilities, events	TOL		Q2-2005
Goal 2	Place inventory on website	TOL		Q2-2005
Goal 2	Provide a link from C.O.L website to Sports Tourism Website	COL	Link established.	Q3-2005
Goal 3	Work cooperatively on bidding package for 2008/2010 BC Summer Games	TOL	Complete bid package.	Q1-2005
Goal 3	Work cooperatively on bidding package for future BC Seniors Games	COL/TOL	Complete bid package.	Q3-2005
Goal 3	Identify opportunities and focus on key sports (priorize)	SL	Develop database of sport event capacities.	Q4-2005
Goal 4	Sport Langley network to source funds (businesses, grants, etc)	SL	Staff, volunteers to review best practices, pursue partnerships	Q3-2005
Goal 4	Identify benefitting businesses and bring them to the table for support.	SL	Set up sport/business event.	Q4-2005
Goal 4	Learn and test Sport Tourism Economic Impact Model (STEAM) for Langley	EDO/SL	Rudimentary cost/benefit model that can be used to estimate the economic impact of a sporting event on the local economy	Q3-2005
Goal 4	Facilitate training session for selected Langley staff to use STEAM	EDO/SL		Q4-2005
Goal 4	Use STEAM model to evaluate 2 sport events.	EDO/SL		Report on economic benefit.
Goal 4	Work with local businesses to develop "care packages" for participants in sporting events which will promote local businesses and provide attractions for visitors during sporting events	ASG/GLCOC/SL	Program developed.	Q4-2005
Goal 4	Develop liasons with Langley schools to promote sport and involvement	ASG/COL/TOL/SL	Increase direct "network" of support.	Q4-2005

## 2006年目標的行動

2005+	Goal Oriented Action	Organization(s) Involved	Description of Deliverable	Target Completion
Goal 1	Join provincial sport tourism network (if available)	SL	Membership or affiliation/association to provincial network.	Ongoing
Goal 1	Promote upcoming events on the City and Township web sites.	COL/TOL	Events web pages	Ongoing
Goal 2	Support for Sport Langley	All	Evaluation and update of annual and long range objectives and business plans	Ongoing
Goal 2	Provide meeting space for Sport Langley initiatives	COL/TOL	Provide rooms at no charge for official SL business.	Ongoing
Goal 2	Coordination of agenda packages and minutes	COL/TOL	Staff provide clerical support for SL meetings.	Ongoing
Goal 2	Assist with the management of the tourism inventory through administrative and technical support	EDO/SL/TOL	Maintain web-based, on-line database.	Ongoing
Goal 3	Identify event/tournament opportunities	SL	Report opportunities to event hosts and coordinators	Ongoing
Goal 4	Actively seek sponsorship opportunities with local businesses for sporting events.	SL	Use sponsor packages developed.	Ongoing
Goal 5	Active promotion of the benefits of volunteerism and sports and recreation	COL/TOL/ASG	Improve volunteer recruitment and recognition programs.	Ongoing
Goal 5	Promotion of local athletes - increasing recognition/profile (past, present & future)	All Groups	Athlete recognition programs.	Ongoing
Goal 5	Build on athlete, coach and officials training and development programs	SL	Host clinics.	Ongoing
Goal 5	Identify facilities needed	COL/TOL/SL	Place "requests" in long term capital development plans.	Ongoing
Goal 5	Develop new sport facilities that will accommodate sport tournaments in addition to meeting community needs	COL/TOL	Long range capital programs.	Budget time each Year

## (十)結果：成功樣態

### 1. 經濟

- 業務創造
- 創造就業機會
- 越來越多的遊客
- 增加遊客的支出
- 改進影響之追蹤

### 2. 社會的

- 運動發展
- 青年發展
- 加強當地參與運動
- 促進健康的生活方式

### 3. 社區

- 提高形象和較強的圖像
- 主辦容量之增加
- 志願者參與
- 增加社區的驕傲
- 社區的認可，支持和合作
- 社會資產的整體增長

### 3. 策略



- 集中
- 現實
- 分階段

### (十一) 確保策略之執行

沒有評估的策略往往仍然只是一個願景而已。通過的策略發展過程，闡述的運動觀光策略價值、利益和預期結果。然而，它是評估因素，確定是否是被設置要實現。換句話說，評估因素提供職責背後之預期效益。同時，它會創建知識，能夠在知情的方式向前推進。

### (十二) 顯著的好處

正如上面提到，評估過程中是否顯示投資委員會、員工、合作夥伴和社會實現預期的結果。在有限的情況下，這是納稅人的錢、時間和資源，公民要求企業負責資源是如何被使用。除“責任制”的評估過程中，還有其他一些引人注目的優點。它們分別是：

1. 以證據為基礎：數據收集主要是定量的數據和數據收集過程中會很嚴格的。連同這將提供一個堅實的易守難攻的基礎評估的好處。
2. 數據之定位：將提供的信息的類型（邏輯，徹底和結果為主）的合作夥伴和志願者需要感覺很舒服，運動觀光的投資。
3. 明智決策：鏈接的指標，以短期、中期和長期的結果實施團隊的能力，專門針對需要重新校正。
4. 連續性：全面的數據收集程序數據的基礎上，將創建數據的基礎上，

實施過程中進行追蹤隨著時間的推移，以一致的方式。程序確保數據的收集以同樣的方式從相同的源起一年。這提供了連續性—隨著時間的推移和人事變動。

### (十三) 成功關鍵因素

要定位策略的成功執行，將設計與評估過程如下因素：

1. 結果基礎：成功的指標都與短期，中期和長期結果，福利和運動旅遊策略的結果。有缺陷的評估過程中的重點活動即舉行的活動，創建的營銷手段，數量等簡單的“做”，這些活動在自己既不意味著，也不表明，他們有一個的影響。同時使用基於活動的成果為基礎的指標和將它們鏈接到的結果，將確保測量工具，表明正在做什麼是實現載實現的。
2. 短期的結果：對於大多數組織正在實施一個新的挑戰，策略是在短期內展示成果。這種評價過程中解決了這個問題，包括：
  - (1) 過程的結果（即結果與啟動階段如越來越多的合作夥伴參與的廣度，增加值資源的投入，完成工作計劃，等等）。
  - (2) 組織結果（即結果相關聯的定位實施團隊的成功實施策略，如團隊實施的效率和效益，團隊的知識需要掌握管理策略等）。短期的結果將補充中期和長期的策略結果勾勒出的策略（即中期 - 運動發展，教練和運動員的發展，增加運動基礎設施，更高的質量事件，加強合作，網絡和社區志願者，長期 - 經濟發展，健康的公民，社區的自豪感，等）。

3. 品質指標：評價指標將開發與關鍵利益相關者確保它們是有意義的，相關的和廣泛支持，並充分利用現有的信息來源。
4. 聯合分析：評估過程將最終的利益相關者研討會坦誠檢討結果評估數據和確定是成功的，是那些需要注意的領域。氣氛將是一個學習判斷。這樣的好處是“生活經驗”，更好地理解所有利益相關者，有廣泛的最後的評估，支持和積極勢頭創建向前移動。
5. 簡單的報告：相結合的評估從工作討論出來的數據，將形成一個易於閱讀的策略“報告卡”的基礎。報告卡勾勒出的成果表現全面。該報告卡將是一個功能強大的通信工具為理事會、合作夥伴、投資者和社區成員的策略地位。

## 肆、希臘之運動觀光政策分析

### 一、前言

近三十年以來，觀光產業在希臘快速增長，觀光在希臘一直保持著高成長數字，但是觀光產業的品質與每位遊客花費並不如預期。這顯然與旅遊經營者的經濟政策有關，尤其與鄰近旅遊目的地的競爭與其他複雜的原因有關(Glinia, 2002)。

除了改善服務和其他政策外，希臘旅遊部門在 2000-1010 年期間開始推動一個雄心勃勃的計劃，即是發展另類旅遊形式(alternative tourism forms)。這種競爭性的政策優先考慮運動觀光，並作為 2004 年奧運會引入

投資及其他運動事業之興趣。

在希臘運動觀光市場包括四個不同的業務領域：1)奧運會與其他運動賽事；2)度假酒店與套裝(all inclusive)俱樂部；3)戶外活動的機構(Outdoor Activities Agencies)；4)運動觀光行銷套裝產品(sport tourism marketing programs)。有關這些市場領域之服務和經濟重要性，說明如下：

## 二、 奧運會及其他賽事

### (一) 奧運會

近年來，運動被看作是地方和區域經濟恢復和再生(revived and regenerated)之一種手段。奧運會的一生描繪成一個旅遊的機會，同時也是一個財務黑洞(financial disaster)，造成地方和國家納稅人必須為這賽事付出多年代價。

希臘認為短暫性質的奧運會對經濟有極大的影響。但是，為辦理奧運會需求而投入的設備投資和基礎設施的構建服務，可為國家帶來極大的利益，包括其他的社會效益和經濟效益，這些投入可為雅典及其他四個奧運城市—薩洛尼卡(Thessalonica)、佩特雷(Patras)、伊拉克利翁(Heraklion)及沃洛斯(Volos)帶來短期與長期的回報。

1. 短期利益：從市外而來的遊客、投資，為商業與就業福利所帶來之經濟影響。
2. 長期利益：有關資本投資之回報（包括旅館、餐飲事業）；人力資本

投資（提高技能）；持續而來的遊客、生產力的提高、外來投資、基礎設施和相關服務的業務發展等。

希臘期望獲得百萬遊客觀賞 2004 年奧運會，Peter Taylor (2002)曾建議善用雅典和希臘長期的潛力需要兩個策略：

(1)首先，開發長期的增長計劃，尤其是來自運動、休閒及商務遊客需求，以維持永續發展：

- 設施與住宿之強化：主要聯賽球隊的主場、持續辦理重要賽事活動，但要注意，這不是一個簡單或萬無一失的策略。在1996年謝菲爾德(Sheffield)歐洲杯超支£590萬元花費，世界大師游泳賽(World Masters Swimming)也超支£39萬花費)，已經有非常顯著的影響，但其他的重大運動賽事，如英國就有很低的影響的例子，預測有40,000名觀眾，實際上只來了1,233人觀眾。
- 基礎設施建設：應適用於各種形式之遊客，例如休閒、文化、會議及展覽(leisure, culture, conferences, and exhibitions)等。

(2)其次，這些初始之投資設施，應更好地設計並建立臨時承載量(temporary capacity)，確認所需的容量，奧運會並不常舉辦，應針對隨後舉辦賽事來考量承載量。例如雪梨奧運主場館便為往後賽事而減少承載量(Taylor, 2002)。

## (二) 其他賽事

休閒運動活動從主要正式的運動賽事區隔，包括其他休閒運動賽事與錦

標賽，如沙灘手球、沙灘足球等經常在希臘的度假勝地舉辦。這些不太重要的賽事在國家運動協會及贊助者(如 酒店企業、市政府及地方政府)支持下，可吸引本地遊客，並增加度假勝地的名氣。

在某些地區，極限運動賽事(如高空彈跳 bungee jumping 與飛行傘 parapente)舉辦，可為當地城市增加不少吸引力。例如，一個集合不同的極限運動推廣之迷你奧林匹克運動，每年都在希臘北部的 Konitsa 的舉辦，可吸引 400 名運動員參加。這個賽事計劃包括 38 公里漂流、42 公里山地自行車和山地馬拉松跑，以及四天的飛行傘飛行活動(Souliotis, 2004)，其預期的經濟回報包括遊客服務、參與費用及銷售。

### 三、 度假酒店與套裝(all inclusive)俱樂部

度假村提供度假休閒中心的設施，越來越多的這些度假中心提供設施參與各種運動，不僅包括網球場、游泳池、慢跑道和其他設施，也包括最喜愛的高爾夫球。迄今為止，在希臘提供這些設施旅館包括 Grete、Rhodes、Chalkidiki 及 Gorfou。此外，酒店另一種活動服務，提供休閒運動項目，如射箭、沙灘排球和豐富遊客的休閒遊戲。另外一些提供住宿的酒店，提供酒店內的成人和兒童娛樂活動，在一天約希臘幣 162 元 (Costa, 2004)。

促進健康與放鬆是度假設施發展主要特色。在希臘，遊客期望的健身中心和健康俱樂部，在任何稱號同等級旅館提供這些設施是強制性的。2000 年以來，溫泉酒店的數量已增加至 20%，這些酒店出現在傳統的溫泉名勝地

點，如豪華伯羅奔尼撒半島的 Killini Spa hotels 及 Evia 的 Edipsos 酒店，以及較偏遠的目的地，如珍珠羅伊在幹尼亞克里特島溫泉度假酒店(Pearl Roe Spa Resort Hotel)等。

這種新的保健、健身和時尚運動度假趨勢，為在運動與觀光勞力市場帶來經濟的發展。明顯地，在希臘度假勝地，在健康、運動等設施每年季節性需求，約雇用 2500 至 7000 之間的年輕人提供健身和娛樂服務，這些受雇者包括來自中歐國家與希臘的體育教師及學生。

#### 四、戶外活動的機構(Outdoor Activities Agencies)

戶外活動之運動計劃(kinetic programs)，旨在促進參與者與自然環境的互動。2002 年統計，在希臘約有 65 個戶外活動、私營機構及冒險運動機構(Glinia, 2002)。其中一些是位於主要都會地區與更廣泛的市場營銷和銷售網絡，其他則位於較偏遠地區，靠近國家公園和保留地方之戶外活動場地。

這部分的運動觀光市場在希臘仍然沒有得到專業承認，但它已經存在了 15 年以上。為了企業的運作，個人都要從希臘國家旅遊組織(the Greek National Tourism Organization)獲得旅行社證\照。最近，如度假村經理、漂流指導已通過希臘旅遊和旅遊機構協會(the Hellenic Association of Travel and Tourism Agencies, HATTA)認證，在這法規中，被認為是第一加強是發展這個市場與提供專業服務，並提升教育機構及旅遊經營者對於戶外活動興趣。

大多數機構地處山區以提供多種套裝活動，如滑雪、徒步旅行、飛行傘、山地自行車之旅，賞鳥、登山及漂流等，而其他位於海濱旅遊目的地活動，如專門從事水上運動，較成功的如海邊活動，如衝浪和潛水(Souliotis, 2004)。不幸的是多數機構的經濟效益，均受限於季節性的基礎上，並需要其他業務的輔助。前面提到的極限運動(Extreme sports)賽事，有助於推廣本專業市場。

在希臘參與戶外活動之旅遊和旅行者，大多屬年輕人、男性居多、高教育和高經濟背景，大多以從事三天旅行或套裝運動活動為首選。一般而言，他們的興趣是對環境的關心和愛護，一旦他們獲得滿意服務，他們往往會重複過去行程。

## 五、運動中心或營地之運動觀光行銷套裝產品(sport tourism marketing programs in Sport Centers and Camps)

很多私營部門採用都會地區的全新發展之法規，以提升他們的運動設施，結合它們住宿與其他接待服務(Terzakis, 2004; Greek Ministry of Development, 2002)。這項法規支持建設和或改造高爾夫球場、水上遊樂公園、游泳池、理療及健身中心等，這些設施必須根據希臘觀光部(Greek Ministry of Tourism)所訂之標準來建置。

到現在為止，很多的運動中心、運動訓練營及運動酒店均包括在奧林匹克訓練地圖中，並接受提供國外具代表性的體育團體服務。這些活動均聚焦



在前述與休閒與企業非相關機構國際運動觀光的客戶業務，被認為是私營部門具創意的投資與長期回報。最這些機構已經提出營銷計劃，主要在吸引國家代表隊與運動員的準備，以適應參與奧運環境（如 Grecotel 家庭度假中心及 Maris 飯店等）。

## 六、結論

在希臘運動觀光與生態觀光及健康觀光相關之利基。企業在這方面也才剛剛開始創業，並包括多重跨業之合作與舉措，例如當地的戶外活動機構提供郵輪的客人下錨在希臘島嶼，從事海上皮艇活動。透過運動觀光這個未開墾的領域，作為經濟與社會發展是有很多的機會。對於公共部門而言，進行更多市場研究是首要需求步驟，這些機構如國際運動觀光的希臘研究組在這方面是最有幫助的。

## 伍、印度運動觀光發展概述

### 一、前言

觀光(tourism)是一個基本的和最令人嚮往的人類活動，也是政府單位極力鼓勵活動 (UNCITT, 1963)。它所關注的焦點是吸引人們到目的地、運輸他們到那裡、住宿、膳食及娛樂他們，並送返他們的家園。(Abbey and Sapienza, Tourism Today, p. 1)。在 25 年前，休閒旅行僅限於富豪與特權階級。最早的旅客是探險家，目前旅遊經常是結合的商業利益與探訪。印度旅遊最流行的形式是朝聖(pilgrimage)，這已成為社交及休閒活動對宗教的另外一種承諾。在印度，較受青睞地點為醫學專業所推薦具治療價值之溫泉或礦泉旅遊景

點。

近年來，印度一些「特別活動」之多元的發展，成為許多旅遊目的地的促銷策略的核心特色，以發揮留住遊客的吸引力。這些特殊事件的類型一般可歸類為會議，主要有三個需要：(1)旅遊目的地的旅遊產品多樣化需求；(2)提供旅遊目的地非高峰期一個新的吸引力或活動；(3)抵抗市場消費需求的下降。

特別活動是提供休閒、社會或文化體驗之機會，使觀光客跳脫日常範圍以外的選擇或日常經驗。這種特殊活動包括「大型賽會(hallmark)」，就如Ritchie (1984)所描述的事件如下：概念化建立大型事件之能力，在短時間可吸引全國和國際社會的關注。運動觀光所強調是遊客目標超越運動成就為首要，其活動通常不歸屬於傳統之運動範圍（Sasi, 2003）。

## 二、印度之觀光

在Jawaharlal Nehru所著《印度的歷史全景》寫道：「這裡的人們似乎瞭解生活，在其智慧所體悟建立的結構維持印度文化的穩定，並持續了幾千年的」。在其光榮傳統與深厚的文化下蘊育印度旅遊事業的發展。印度有非常不同的氣候，從高海拔地區極端寒冷的平原到炎熱的夏天。這些氣候條件，豐富的文化傳統延伸幾千年，自然環境、建築作品、音樂、舞蹈、體育、繪畫、習俗及語言等，這些所有使印度成為一個遊客的天堂。

### (一)印度的多樣性

印度氣候從熱帶地區至雪線的地方，印度是全球人口第二多國家，也是

世界上第六大的國家，完全在北半球，全國佔地面積有 37,870,000 平方公里（北緯 8.4 度至 37 度 68 度 7 至 22 東經 97 度）。印度 5000 年的歷史為遊客提供許多見識。與其他亞洲國家相比，印度對許多人來說，提供許多遊客更多之旅遊理由。從北到南，從東到西，人民語言和習俗並不相同，印度所提供的在地球上是有種類繁多之國家。

## (二)印度作為一個馬賽克的生活傳統

印度極端多樣性的物理特性十分明顯，它提供了豐富多樣的一切—山地和丘陵、山谷、最高的山峰、海海灘、風景、風景秀麗、運動和紀念館、傳統藝術及舞蹈、集市和節日、許多其他珍貴的東西，形成的馬賽克生活傳統之國家。觀光需要多樣性，而印度擁有巨大範疇及多樣性，正好提供各類遊客其他地方未發現的事物，從耍蛇人到永恆的白雪皚皚的喜馬拉雅山，從民間舞蹈系統到大遊戲之丘陵。

## 三、運動觀光

運動觀光現象已經證明，透過全球範圍內普及運動—如奧運會和專業的「超級錦標賽」，現今的通信網絡、道路、航空、水路、電腦化節目、維護通信世界各地，促進和刺激運動迷(sport-interested people)的流動性，破除語言、文化、習俗、信仰或地理位置之隔閡。

在印度的國家慶典節日，有一些地方與時間不容錯過。在節日來臨，人們以不同類型的運動活動作為娛樂和享受。除此之外，印度人民從事各種運動，包括曲棍球、足球及板球。Kabbadi 和 khokho 是風行整個印度。觀光客

在印度也可以體驗傳統競技方式，以下為印度主要的運動觀光活動：

#### 4. 尼赫魯杯蛇競渡

在喀拉拉邦，尼赫魯杯蛇競渡是年度大活動之一，每年八月第二個星期六，在阿拉普扎（Allapetty）水域舉行，在這一天，分數長形與低矮的獨木舟，裝飾多達 100 個閃閃發光的綢傘的陰影賽艇運動員競爭的杯子。這項活動約有數千名觀眾觀看比賽。在印度沒有任何其他的運動可讓遊客與參加者如此驚險刺激，這個大型競渡活動可刺激國內與國外旅行動機。

#### 5. 冬季運動

在克什米爾有許多運動的景點。冬季運動在印度尚處在起步階段。然而，人們可以在山中度假村滑雪，或在克什米爾與 Kufri (從西姆拉 10 英里) 滑冰。運動員、釣客、滑雪愛好者在此徒步旅行，找到山谷是極大樂趣，並能度過假期的船屋。冬季運動活動帶來許多遊客，達爾湖(Dal Lake)的船屋也可作為迷人的住宿。在克什米爾的 Apharwat 山頂滑雪是一個有趣的旅遊運動，這裡的斜坡變化可從初級到中級，設備的租用亦相當便宜，白天有升降機操作服務。

#### 6. 徒步旅行

徒步(Treks)在克什米爾地區特別受歡迎，並已有些年頭了，帕哈幹阿馬爾納特洞徒步(The Pahalgam to Amarnath Cave Trek)的是眾所周知的活動，不僅可以享受優美的風景，也可在洞穴內參與偉大的宗教節慶，徒步旅行的收費主要基於徒步旅行的長度。

## 7. 高爾夫

在印度，高爾夫一直是有錢人的運動。然而，最近的高爾夫熱度造成「風暴活動(storm of activity)」。高爾夫球場在全國各地如雨後春筍般冒出，例如在印度北方邦 Uttar Pradesh 的一個 Sarvasti 小鎮，變成一個 9 洞的高爾夫球場，因為它受到「高爾夫狂(golf-crazy)」日本遊客的經常光顧。印度旅遊公司 (The Indian Tourist Corporation) 在印度的最大的高爾夫贊助商。隨著國際高爾夫的興趣提昇，「國際標準」和「錦標賽球場」級高爾夫球場成為印度的新口頭禪。

### (三)結語

運動觀光是世界和平的重要力量，可增進了解與相互依存。運動觀光在世界各地，可以有助於建立一個新的國際經濟秩序，這將有助於消除日益擴大的經濟發達國家和發展中國家的運動觀光發展國家之間的差距，確保穩定的經濟和社會的發展和進步，特別是加速發展中國家的發展。

### 陸、菲律賓運動觀光政策發展概述

菲律賓自全球金融危機後，連續歷經 2008 年 3.7% 及 2009 年 1.1% 之低經濟成長率，隨著風暴逐漸平歇，2010 年菲國經濟成長率 7.3%，不遜於馬來西亞、印尼、泰國及越南等鄰國表現，亦超出政府原先預期的 5% 至 6% 目標。尤其甫上任之艾奎諾政府對外招商，以及追上經濟高度成長之東協鄰國，顯示近年來菲律賓經濟成長已不能小噓。菲律賓隨著國內經濟的成長，

近年來亦開始發展觀光產業，尤其運動觀光產業近來亦大幅成長，運動觀光政策開始受到政府重視。本研究以 Sison (2007)提交總統瑪莉亞·葛洛麗雅·馬卡帕加爾-雅羅育 (Maria Gloria Macapagal-Arroyo) 辦公室之菲律賓運動觀光政策草案(Philippines-Sports-Tourism-Strategy-2007)為文本，以探討菲律賓運動觀光政策之內容，並作為本研究分析各國運動觀光政策之基礎。

## 一、前言

### (一) 目的

本文的目的是向讀者提供關於運動-觀光的基本信息，並指出過去的 10 年來越來越受歡迎的旅遊產品—運動-觀光的概念。一般指引策略是指非法制化的意見和建議，經整理最終形成一個共同的國家策略基礎，這策略將涉及廣泛的利益相關人的諮詢。

本策略之形成需要菲律賓各地組織一系列的專題小組研討，從大綱草案的研究到初步的討論文件產生。在這份規劃報告的目標在凝聚運動、觀光及社會經濟永續發展的互利關係。希望菲律賓政府納入高成長產業於各級政府之優先議程中，以推動菲律賓在 2020 年之經濟達到世界一流的地位。

發展運動觀光的策略必須被總統格洛麗亞·馬卡帕加爾·阿羅約內閣優先考慮。在她的領導下，觀光部 (the Department of Tourism, DOT)、菲律賓運動委員會 (the Philippine Sports Commission, PSC) 及運動主管機構，即菲律賓奧林匹克委員會 (the Philippine Olympic Committee, POC)，全國運動協會的領導(the National Sports Associations, NSA)，以及地方政府部門(Local

Government Units, LGUs)和當地政府領導等，「論壇(Forum)」僅針對如何利用這個巨大的潛在市場，以對菲律賓經濟產生影響之策略。

## (二) 理由：為何要發展國家運動觀光策略？

觀光業是世界上最大的產業之一，而且運動與休閒相生相伴，在此領域集合旅遊、服務、娛樂及健康，通過合併這兩項活動，**運動觀光**現在已經成為全球增長最快的部門。世界旅遊組織（WTO）預測，到2020年**運動觀光**將成為第二個最重要的旅遊領域。此外，**運動觀光**將在任何研究基礎上，均認為是一個表現出巨大的潛力發展，確定是一個全方位的「利基」旅遊產品，促進旅遊業未來的強勁增長與多樣化。因此，有必要計劃性與一致性方法來建立永續發展的運動觀光部門，必須立即建立國家運動觀光政策。在2006年，國際旅客達8.42億人，並有4.5%的增長幅度，觀光產業部門在世界各地的收入達數兆美元（WTO，2006），結合這個業界的估計，其中5,000億來自全球運動產業部門（sports business.com 2006），運動觀光部門快速成為一個重要產業，是各國政府不容忽視的產業。

## (三) 機會與挑戰(OPPORTUNITIES AND CHALLENGES)

從最近國內與國際環境發展，菲律賓面臨著一系列的機會與挑戰，它對運動觀光未來發展的方向與狀態將取決於：

1. 在世界上最有活力的地區的經濟增長和發展。
2. 國際入境旅客人數的增加，預計到2010年為10億人次。
3. 改革國內政策，面對菲律賓經濟增長。

4. 在菲律賓和亞洲的中產階級的可支配所得的增長。
5. 國際觀光與運動產業之顯著成長。
6. 亞洲與旅遊相關的運動活動之成長與普及。
7. 亞洲和太平洋地區旅遊與短途旅行增加。
8. 觀光與運動設施需求之擴大。
9. 觀光與運動產業鏈接之需求。
10. 經營人員、操作人員、教練、教師及運動員之訓練。

● 一般準則

鑑於這些機會與挑戰，制定國家策略發展的總的指導方針如下：

1. 確定運動與觀光的發展對國家和地區的影響貢獻。
2. 最大限度地提高私營部門參與各級政府協調。
3. 充分利用現有資源與現有基礎設施的更新。

(四) 策略的目標

策略目標主要在促進一個可行的與具有國際競爭力的運動觀光產業，並確保這個利基市場的利益最大化與遍佈菲律賓全國。本策略主要在發展運動觀光產業的機會，以及確定這個產業成長限制，其關鍵的策戰因素為行動範圍，如此可以有助於制定策略：

1. 協調運動與觀光產業的操作者。
2. 評估運動觀光的潛力與經濟效益。



3. 確認產業研究與數據收集要求。
4. 確定與處理產業的基礎設施需求。
5. 確認產業之教育與培訓要求。
6. 協調策略的執行。

#### (五) 觀光與運動的經濟衝擊(Economic Impact of Sports)

##### 1.觀光的經濟衝擊(Economic Impact of Sports)

在過去的 50 年，觀光業有超常的增長，是 20 世紀最顯著的經濟和社會現象之一。如前所述，入境旅遊人數的演變過程，從在 1950 年只有 2,500 萬人次，到 2000 年的 6.98 億人次，這代表著 50 年間年平均增長率超過 7%，遠遠高於同期的年均經濟增長率，旅遊業已明顯優於所有其他的經濟部門，並已經發展成為世界最重要的經濟活動。2010 年國際旅客將超過 10 億人次，到 2020 年預估將達到 16 億人次(2006 年聯合國世界旅遊組織的報告)。這種持續增長的原因包括旅遊客源國更多可支配所得，特別是在一些亞洲的新興經濟體，更多的閒暇時間、提前退休、基礎設施與交通的改善，以及消費者的消費偏好的變化。

##### 2.運動的經濟衝擊(Economic Impact of Sports)

運動是大生意，結合世界各地的足球、籃球、美式足球、棒球聯賽約可帶來約 120 億美元的年收入，但是這僅僅是冰山的一角。僅以美國為例，運動器材零售業年銷售大約有 430 億美元，運動服裝約有 430 億美元和運動鞋 180 億美元。美國運動市場的合理估計，每年約有 \$3,750 到 \$4,250 億產值。

要放的角度來看，美國的零售食品產業，包括超級市場，僅比運動產業稍微大一點而已。然而，運動產業是如此複雜，從門票銷售到證照許可產品，從運動媒體遊戲到收藏品，從運動商品、運動相關的廣告、代言收入、球場命名費及跑鞋到設施收入，它是很難用一個包羅萬象的年收入數字所能含蓋。

## (六) 中國因素

### 1. 中國觀光的興起

據世界旅遊組織預測，到 2020 年，中國每年將有 1 億人次出境遊客。出境旅遊市場增長非常快：從 2003 年的 2,000 萬人次躍升至 2005 年的 3,100 萬人次，這數字包括所有來自中國大陸旅客，包括前往香港和澳門的出境旅遊。在 2005 年，71% 的中國出境遊客會到這兩個地方，在 2005 年中國出境旅客在海外共花費，從 2004 年的 190.1 億美元增長為 210.8 億美元(+14%)，但是，要把中國出境旅遊市場成為一個有利可圖，它可能是一個挑戰，尤其價格競爭相當激烈，在許多情況下，處理的時間相當短（65% 的所有預訂在抵達歐洲前 2-4 週），不過眾所皆知，中國遊客在購物的消費力相當可觀，法國、意大利、英國和德國是最大的吸引力的目的地，購物「觀光(scenery)」與習俗是最被重視的銷售主張。

### 2. 中國運動產業的潛力

曾經被忽視，從來沒有舉辦全球性奧運會規模的運動賽會國家，現在是一個休閒運動蓬勃發展的國家。對於大多數中國人，長久以來運動主要用來改善健康，目前中國人認為運動的追求理想是一種為國爭光方式。然而，2008

年北京奧運會的舉行，在中國出現休閒運動成為一個新的經濟推力，運動目前在經濟中扮演重要角色。2003年，中國國內生產總值達到14,000億美元，這是中國的經濟發展創紀錄的一年，因為該國實現人均國內生產總值1000美元的目標。近年來，中國的一些地區，尤其是較發達的地區，已經經歷的休閒運動產業的增長帶來的好處，這個行業不局限於唯一的運動場館與運動領域，運動用品及運動相關的旅遊，以及在城市的運動場館數量快速增長的結合起來，形成一個大的休閒運動產業。

#### (七) 菲律賓與亞洲市場

2005年東南亞運動會的舉辦，提供菲律賓一個獨特的學習機會。雖然能夠展示於亞洲鄰國和世界，無論是作為一個旅遊目的地，或是一個國家的競爭能以贏得整體錦標賽，2005年的運動會經驗，給菲律賓留下許多有待改進的基礎設施，如世界一流的運動場館、運動宿舍/旅館、運輸服務、運動產業組織的專業知識。運動觀光發展所面臨的挑戰，是要充分利用一切機會來展現。菲律賓有很多運動觀光市場的競爭優勢，包括一個有利於戶外活動和各種各樣的運動活動是「自然的環境」，開發運動設施與旅遊基礎設施（如道路、住宿設施）開發，並進入可以帶來巨大變化，一個作為一個運動與旅遊目的地之國家形象。

根據歐洲國際觀察(Euromonitor International)的資料，在亞太地區的短程旅行正變得比以往任何時候都更受歡迎。不僅短程市場在亞洲占主導地位，而且也迅速成長，從2000年到2005年約有20%成長率，相較於同時期長程

的旅行增長率為 12%。未來的 10 年，由於正面因素加入將促使增長，這種趨勢將進一步加劇。這意味著在近期內，菲律賓的國際運動觀光市場將聚焦在中國、韓國及日本的遊客。上中等與高收入的亞洲經濟體，包括香港、台灣在內的新興增長潛力相當類似的承諾，財富的分配是不斷改變與可支配所得水準不斷擴大的中產階層。發展國際標準的運動設施、賽前訓練設施的升級換代，發展是一個明顯的和有形的遺產。建設高品質的運動與觀光設施以結合成功舉辦賽會，將會給菲律賓有申辦重大運動賽事的一個良好開端。同樣重要的，由政府、運動組織與企業已經學到的經驗，在未來運動觀光產業發展將扮演重要的角色。

## 二、定義與目的：運動、觀光及運動觀光

### (一) 運動的定義

運動對不同人可能意味著不同的事情，作為全球性的現象，在世界各地的國家，運動可以挑起深刻的激情在觀眾與球員。對某人而言，運動可能是一個賭博的地點，也可能是個人娛樂和健身方式，無論是滑雪、騎自行車、跑步或打網球。對於企業人士而言，運動提供一個值得投資的利潤豐厚和不斷增長的市場。對運動員而言，運動可能是追求高水準的個人成就，而職業運動可以帶來名與利。對設施開發商和地方政府，運動是一種從遊客和當地球迷增加收入的方式。運動也是深深紮根於教育，從小學至大學教育，運動

使我們的生活更加充實，增加我們的信心，但肯定以娛樂人口占世界人口的很大部分。

今天的運動是什麼？主要可分為主動與被動參與者。運動可以被定義在許多方面，從不同的角度或獨特的視角。定義僅僅是工具、服務或協助指定某種精度的精度和特性，下面說明運動活動作為我們的社會世界之證明：

1. 競技運動是一種制度化的競爭活動，包括強大的體力消耗，或使用相對複雜的個人身體技能，參與動機是由個人內在和外在因素的組合 (Coakley, 1982)。
2. 競技運動包括大肌肉群之體能活動，並涉及一套公認的規則，以及產生贏家和輸家之協同活動 (Coakley, 1982)。
3. 休閒運動特質乃參與及享受遊戲，其服務的主要在提供參與者 (Chu, 1982)。

競技運動的特點是歸為正式結構、組織性、正式的、明確行為規則和程序之活動。主要特點包括一定程度的競爭和體力消耗。此外，競技運動是正式的、合理的、目標定向努力，並提供或允許很少幻想或信念機會之參與者或旁觀者(Edwards, 1973)。

休閒運動的特點是，這些活動是非正式結構之有限組織在物理環境及自願參加的情況下活動。此外，休閒運動是自我導向的活動，可以是具有挑戰性的個人參與者，也可以是沒有競爭在自然環境之觀賞者。

## (二) 運動的目的

運動是一個普遍的活動，而且相當了解運動活動之目的，說明這類活動的承諾是最重要的：

1. 運動競賽是自願的、約定的、人類的事件，其中有個人或更多的人參加對抗至少一個人，以尋求所有參與者的相互評價的相對能力，並時間和空間的利用身體移動中所展出運動技能，生理和心理承受能力和社會認可的戰略和戰術（Fraleigh, 1984）。
2. 對運動參加者而言，掌握技能的發展，特別是身體素質是必備的。對旁觀者而言，技術完善與紀律的運動員表現出之完美，並成為崇拜派愛和成功的象徵。很明顯，這些普遍的需求將不同的感覺投注在各種表現，由於各式各樣的原因，包括他們的智力、情感、心理、社會或其他等(Schwartz, 1973)。
3. 運動的目的已經被解釋為非常滿意人類實現自我的慾望，並完全通過測試和身體的延伸。休閒運動有許多獨特的機會，包括個人或團體參與等因素刺激、挑戰、自我實現和轉移。
4. 競技運動也有特殊的誘惑觀眾，這些人都有一個共同的身份與參加。實際上，觀眾對今日運動最重要性，比以往任何時候更為明顯(Vinoker, 1988)。

5. 通信革命對於運動競賽、運動活動和休閒運動的機會有更多的了解。政府利用運動賽事以獲取政治優勢，因為運動可以增強國家的識別，而造成正向的影響（Vinoker, 1988）。

6. 在過去的十年，運動已經成為一種社會現象中極為重要，或許因其複雜性，運動滲透到任意數量的當代社會，它觸及有著深刻的影響等不同的元素，如地位、種族關係、企業生命、汽車設計、服裝款式、英雄概念及道德價值（McPherson and Curtis, 1989）。

Stevens and Nixonin 透過分析文獻，1972 年建立運動科學架構 (Sportwissenschaft)，分離運動的五大基本功能，即：

1. 社會情感的功能：在個人層面，關注的是個人的社會心理穩定的。
2. 社會化功能：在個人層面，關注的文化習俗和信仰的灌輸，和與個性特徵的發展。
3. 整合功能：工作的總體水平，並關心的和諧統一不同的個人，他們的認同，集體。
4. 政治功能：這是為主手術的民族國家的水平，關注運動作為政治工具的功能。
5. 社會流動功能：關注於個人、集體和國家的水平，具體涉及與個人之間的社會定義的類別的移動（Stevenson & Nixon, 1972）

### (三) 觀光的定義

世界觀光組織(WTO)提供的觀光一般定義如下：

1. 觀光活動為個人旅遊及停留在他們的日常環境之外的地方不超過連續一年，從事休閒、商業及其他用途不相關的有償的地方參觀的活動。

2. 觀光與旅行是有不同，為了觀光之發生，必須有一個移動：個人去旅行，使用任何類型的運輸方式（他可能甚至徒步旅行：它通常發生在較貧窮的社會，亦發生在較發達的國家，關注的朝聖者、徒步旅行者....），但所有旅行並一定是觀光。

有關觀光的定義，有三個標準同時之使用，可呈現遊程屬於觀光之特質。其移動必須符合下列要求：

1. 移動：離開日常的生活環境之移動。

2. 目的：旅行必須發生有償內的任何目的不同類型的訪問：以前觀光僅限於娛樂和探親訪友的限制，現在擴大到包括了各種的目的。

3. 時間：最長持續時間有被提及，但並不是最小的，觀光移動可以過夜或不過夜。

#### (四) 觀光的目的是

一般認為觀光對經濟發展重要之理由不能忽視，統計數據證明顯示國際入境旅客數量增加，顯示從 1950 年的 2500 萬人次到 2000 年的 6.98 億人次。因此，觀光是一個重要資本積累策略。



旅行的原因可能不同於目的。例如，某人可能需要「休息」或「廣告滲透吸引」或簡單的「陪朋友」。而不需解釋意圖或為何旅行。以下為根據世界旅遊組織與聯合國文件有關「旅行目的之分類」之現行做法與建議：

### 1. 閒暇

- (1) 海邊或湖邊。
- (2) 農村或山區。
- (3) 文化（藝術節、戲劇、歌劇-作為一個觀賞者）。
- (4) 狂歡節（作為一個觀賞者）。
- (5) 運動賽事（作為一個觀賞者）
- (6) 溫泉度假。
- (7) 康復。
- (8) 休息與休養。
- (9) 蜜月、浪漫假期。
- (10) 賭博。
- (11) 購物。

### 2. 觀光與欣賞風光

- (1) 以目的地中心為目標。
- (2) 一個國家-根據一個以上的中心。
- (3) 有幾個國家。

### 3. 運動（活動）

- (1) 冬季運動。
- (2) 水上運動（遊艇、駁船等）。
- (3) 潛水（水肺潛水等）。
- (4) 活動（奧運會、世界盃）。
- (5) 打獵、捕魚。
- (6) 滑水。
- (7) 高爾夫、網球。
- (8) 其他。

#### 4. 探訪親友（VFR）

- (1) 探訪居住在國外之直系家屬（家屬）。
- (2) 其他探訪居住在國外的國民。
- (3) 其他「家族」之 VFR 假期。
- (4) 出國探訪住在國外親友之假期。

#### 5. 特殊興趣之假期

- (1) 朝聖、宗教。
- (2) 冒險（登山、沙漠長途跋涉）。
- (3) 業餘愛好（賞鳥、歷史、音樂）。
- (4) 夏令營（Gunn, 1988）

#### 6. 郵輪

- (1) 多個目的地。

- (2) 單一目的地。
- (3) 賭場遊輪。
- (4) 運動巡航。
- (5) 海洋航行。
- (6) 河流的旅行。
- (7) 其他。

了解觀光客動機的關鍵在於度假旅行需求和慾望之滿足，動機產生於個人期望滿足一種需求。如果一種傾向足夠強烈的引起行動或動作，在一定程度上，個人會作出滿足個人需求之決定。觀光心理學的重要部分，人們平時會因多種理由去旅行，實際上，一種動機可以由另一個動機來增強，這些動機可分為四類（McIntosh, Goeldner & Ritchie, 1995）：

- 1. 身體休息、運動參與及健康等所引起之身體動機。
- 2. 音樂、藝術及文物等所引起之文化動機。
- 3. 結交新朋友、探親等所引發之人際動機。
- 4. 關於自我的需求與個人發展所引發之地位與和聲望的動機。

#### (五) 何謂運動觀光？

運動觀光部門的規模的估計各不相同，這主要是因為沒有一個唯一公認的定義什麼是「運動觀光(sport tourism)」。雖然觀光的定義廣泛接受，並在世界各地相當一致，而運動觀光的定義範圍，從狹意的參與競技運動活動，

到廣義參與非競技的運動活動，「運動」活動可能是主要旅遊目的中之附帶休閒或冒險活動。

運動學者一直在爭論運動的定義，運動限制競爭活動所設定的規則管理風格和領域發揮？運動是否包括非競技，更自由結構的體能活動？商務(公差)旅行包括在運動觀光的定義？如果是這樣，適當考慮到運動型遊客前往客場比賽的職業運動員嗎？畢竟，就像參加會議的人員和企業的商務旅客，職業運動員貢獻給當地社區的酒店住宿、餐飲等等。其實還是應該支付職業運動員參加運動（因此並非休閒旅客）。以下為運動觀光有關定義：

- (1) 運動觀光是任何人們被吸引到一個特定的地點，作為一個運動賽事的參與者，或賽事的觀賞者，或參加運動的景點或商務會議。
- (2) 運動觀光可為當地活動的組織者、運動友好企業及一般的運動創造新的收入來源和資源。
- (3) 運動觀光是每年可數十億美元的產業。

世界旅遊組織(WTO)定出一個限制工作定義，而且被產業界使用一段時間。運動與運動活動根據這定義是組織活動。非結構化個人開展活動是被排除在外，因為會影響活動的能力是相當有限的（WTO 2005, Tourism Market Trends），它是：

- (1) 國際運動觀光：任何到另一個國家參與運動活動為主要目的之旅程行，無論是作為一個觀賞者、參與者或官員；

(2) 國內運動觀光：任何運動相關超過 50 公里或離家停留至少一個晚之前述距離之旅程。

不同的觀光形式中可以被觀光客定義在何種休閒形態所進行的旅遊，如此可以被認定為類型（WTO, 2006）：

- (1) 運動觀光（以體能活動為中心）。
- (2) 醫療觀光（福祉與保健活動）
- (3) 冒險觀光（實體經驗）
- (4) 獎勵觀光（產生動機性之技術）
- (5) 文化觀光（生活形態之遺跡）
- (6) 文物遺跡觀光（輝煌的過去）
- (7) 海洋觀光（水域活動）
- (8) 嘉年華觀光（不同節日之慶祝）
- (9) 休閒觀光(遠離工作時間)
- (10) 生態觀光（外來的風景經驗）
- (11) 教育觀光（地點訪問學習）
- (12) 荒野觀光（有關自然）

#### 1. 運動觀光度假中心

這種分類表示良好的規劃與整合度假中心的複合物或別墅，此與運動作為它們主要的焦點與行銷策略。在許多情況下，這些度假中心提供運動觀光客高標準的設施與服務（Smith, 1989）。

一般來說，度假中心提供之類型：

- (1)提供高水準專業知識和個人知名度之教師、培訓師及教練。
- (2)提供高科技的教學計劃之練習與競賽。
- (3)提供競爭、訓練與練習功能、調整及全面的策略。
- (4)提供一般運動活動之場地、場所和設施。

這些度假中心地點通常聚焦在特定、高度的技能，配合休閒運動之活動。但是，這些配備可能會有所不同，從站點到站點，從「高水準」國際化標準可延伸到營地服務(campground services)。

## 2. 運動觀光景點

此類別是指那些景點提供運動相關之體能活動作為「激勵動力(energizing power)」焦點。這些景點通常座落於地方、鄉間或城市環境，以提供個人與社會的期望實現之不同程度觀光景點。這些景點可能是自然的(公園、山脈、野生動物)，或人造的(博物館、建築物)。在這一核心領域的運動觀光產品的一般特性包括探訪：

- (1)國家的最先進的運動設施，或獨特的運動設施，一般室內運動的運動村、運動場館、運動場、運動碗、巨蛋等等。
- (2)博物館是指運動遺產，如在希臘古奧林匹亞。
- (3)運動文物古蹟是指創始人、開發者與特殊事件。
- (4)名人堂是指致力於履行特定的運動英雄、領導者和組織者。
- (5)龐大而獨特的運動設施，如滑水道、夏季滑雪、高空彈跳。

(6) 運動主題公園，如迪斯尼運動世界。

(7) 運動表演節目，如水上表演等。

在其他情況下，一些觀光客吸引導致參與使用與互動參與的觀光景點。此外，這種吸引力提供多種攝影與藝術表現的機會。實際上，運動觀光行程的特徵包括：

- (1) 特別探訪一個或多個運動景點，超過指定的天數（運動博物館、名人堂及主題公園等）。
- (2) 結合運動景點與大型運動賽事（遺址、名人牆、科技波池及運動賽事）。
- (3) 出席特定場次之大型運動賽事（在一個或多個地點舉行之職業籃球）。
- (4) 參加會議、研討會、工作坊、實務研討、論壇及出席大型運動賽事。
- (5) 觀光客追求美學或生理上與自然特徵之遊程（徒步旅行、騎自行車及皮划艇等）。

從本質上，這類表示「新奇尋求者(novelty seekers)」和「探險家(explorers)」在追求真實和高品質的運動觀光體驗。不同運動觀光環境可依形勢的經驗加以區別，並根據下列環境加以識別：

- (1) 文化環境
- (2) 天然環境
- (3) 人造環境

(4) 社會環境

(5) 經濟環境

### 三、政策大綱架構(Guideline Framework)

確定關鍵措施之目的，主要在執行促進運動觀光產業的增長，發展策略指導方針主要建議如下：

1. 產業之協調(Coordination of Industry)。
2. 基礎建設-設施與資產評估(Infrastructure - Facilities and Asset Audits)。
3. 教育和培訓(Education and Training)。
4. 研究和數據收集(Research and Data Collection)。
5. 活動評估(Evaluation of Events)。
6. 執行(Implementation)。

#### (一) 產業協調(Coordination of Industry)

事實上，大多數的事件舉辦大都由運動組織優先以運動賽事來主辦，而最重要的觀光幾乎只是一個可選擇的外加行程，這種運作方式已經注定是失敗市場。運動組織認為從運動活動(特別是運動賽事)獲得觀光利益誘因不大，因為他們不能直接取得這些好處。在菲國運動活動(特別是賽事)，傳統上皆由運動組織為純粹的運動目的來舉辦。讓賽事的觀光潛力最大化，從來就不是主辦單位主要考慮因素，這代表潛在市場的失敗。許多運動組織依賴



志願者，大都沒有良好經營或組織的技能或經驗，以常能化來維持這些經營活動，因此失去觀光的機會。

這主要結盟必須建立在國家、區域、省級之運動與觀光團體，創造一個合併的運動與觀光組織，以匯集這兩個領域的相關知識較為可行，以進一步結合研究及知識轉移的合作，並對觀光與運動之貢獻加以經濟評估，這是一個值得迫切關注的研究課題，相信這是合適的時間之倡議，在這一領域的合作與協調將是互惠互利的。隨著目標的確定需要實現的關鍵問題，包括下列之鼓勵：

1. 建立聯繫以提高互惠互利之認識，並建立聯盟之優勢
2. 協調、規劃和資源與資訊之共享。
3. 確認建大化運動活動與觀光效益之最大化的機會和機制。

## (二) 基礎設施(Infrastructure)

所有運動活動與事件莫不依靠適當的基礎設施，最明顯的基礎設施是運動設施本身。在解決這些問題的首要出發點將進行設施審核，以確定使用哪些運動設施與適用標準，並進一步邏輯步驟依此標準進行更廣泛的相關設施之「資產審計(asset audit)」，協助主辦單位在評估區域支持特定的運動活動或事件的能力。其策劃運動賽事與活動時需採取的策略方法，主要為確認所有相關設施的充足性與可用性。

## (三) 教育訓練(Education and Training)

教育和訓練(education and training)是運動與觀光部門成功之關鍵，對於運動觀光，教育與訓練的議題顯得尤為重要保證，尤其是運動組織成功執行所需的特殊業務能力(business skills)，並在協辦活動認知與利用觀光效益之機會。在國內，這方面的訓練仍然並未準備完成，如果要運動觀光部門要成功滿足日益提高的運動觀光消費的需求，高水準的運動業務專業知識和管理技能至關重要。運動觀光發展需要適當與可取得的教育和訓練，特別是在管理方面，有許多不以營利為目的(not-for-profit)之運動組織依賴兼職人員或志願者。觀光組織受益於對運動觀光機會與清晰的認識，教育與訓練能夠使運動賽事與活動之觀光潛力最大化。

#### (四) 研究與資料蒐集(Research and Data Collection)

研究必須集中於運動觀光市場的整體理解，以及如何可以在國家或地區的層級運作，如果是針對個別事件則必須儘量避免。運動觀光部門第一步驟是收集數據建立一套統一的運動觀光的定義標準，並採用此標準定義以比較跨運動觀光部門研究所產生數據。一種廣泛被接受之定義應予制定，使研究人員能夠選擇那些需要特定的數據，同時並能保持數據之通用性。

##### 1. 在運動觀光領域的基礎數據類型包括（國內和國際遊客）：

- (1) 參與運動活動旅程之花費（包括總旅程與運動參與之支出）。
- (2) 更詳細的有關旅行動機，特別是國內旅客之動機。
- (3) 滿意度之資訊
- (4) 停留天數的數據（包括總行程住宿天數及運動之參與）。

- (5) 人口統計資料（年齡，性別，收入，職業）；
  - (6) 旅行中有關運動目的之住宿。
  - (7) 旅行中有關運動目的之使用交通工具。
2. 研究領域可能對產業有用之議題，包括：
- (1) 評估運動賽事的潛力與建議
  - (2) 估計新的或擬議的運動觀光市場。
  - (3) 確認運動觀光需求的基礎設施。
  - (4) 新的觀光遊規範使用於現有的運動基礎設施。
  - (5) 建議修改現有的運動基礎設施，提升觀光價值。
  - (6) 運動觀光區隔市場之分析（訓練營、使用的設備）。
3. 其他可能的研究領域
- (1) 測量在省級或國家級運動賽事的經濟影響。
  - (2) 測量的運動基礎設施對經濟的影響。
  - (3) 測量運動觀光對社會影響。
  - (4) 評估運動基礎設施與運動觀光客對環境的影響。

#### (五) 活動評估賽(Evaluation of Events)

為 2005 年舉行的東南亞運動會，在全國各地進行的基礎評估是一個好的開始。政府可從財務、社會及文化方面的成本和效益的決定的賽事活動之基礎上給予支持，這些事件可能在短期內有能力創造收入和就業，或長期產生更多的願景與投資。沒有標準來評估舉辦活動的經濟意義，要確定運動賽

事的價值一直是困難的問題，如此可為政府解決的問題。全方位評估政府投資運動與觀光活動之標準，應包括有形的經濟影響與無形的文化與社會影響的評估。

#### (六) 執行(Implementation)

在這策略中所載的建議，如果要成功地實施與運動觀光部門充分發揮其潛力，將需要各種組織的共同努力，這些組織包括各級政府、觀光業及運動部門之運動組織與研究人員。該策略的關鍵主題是運動與觀光部門之間的協調，這些部門是一個非常多元化的操作者，特別是運動團體與觀光部門之間的溝通與協調，將運動活動與事件的觀光潛力最大化是主要關鍵，主要運作者代表透過產業與政府能扮演重要的角色：

1. 提昇產業及政府部門有關運動觀光部門之認知水準。
2. 確認與追求具體的研究需求與優先事項。
3. 確認與監督策略的實行所建立的任何便利設施單位所扮演之角色。
4. 監督與報告有關策略執行的進展情況。

#### (七) 結論與建議(Conclusion and Recommendations)

目前的觀光不能忽視運動，運動賽事不能沒有某種形式的觀光之支持，它們通常依賴於一個旅遊目的地，明顯的在菲律賓運動觀光產業發展具有巨大的潛力。積極發展運動觀光，可以帶來巨大的收益，包括入境旅遊業的成長，運動與觀光基礎設施，這些部門通過發展運動觀光的利基市場，將可獲得相當大的經濟、運動和社會利益。社區運動觀光可以改進的運動的發展、

增強社區的榮譽感，以及更活耀的群眾，也許它也可能有助於治療社會弊病，如沉迷於毒品、性、非法賭博「jueteng」、酗酒及缺乏參與和方向所導致的抑鬱症。民眾可立刻感覺的政府在經濟方面取得的進展，並看到日常生活有具體活動的改善。當運動觀光的正面效果的最大化，它是一個強大與具有成本效益方式支持發展與和平的目標。領導人可充分發揮運動觀光潛力，作為國家發展可行與實用的工具的時機已經成熟。有關運動觀光之策略一般建議如下：

1. **運動觀光之發展議程**：將運動觀光活動納入當地政府的發展政策及國家發展組織的發展議程中。
2. **運動觀光作為計畫之工具**：敦促地方政府與國家機構，包括將運動觀光作為一種目標與工具，以實現 2020 年國家政府推動國家經濟世界一流的地位。
3. **運動觀光計畫**：建議根據當地評估的需求，將運動觀光相關的舉措納入所有機構的施政計畫中。
4. **合作夥伴**：建議敦促地方政府與機構認識與運用的資源支援：
  - (1) 運動觀光的措施：最大限度地參與，並與地方共同攜手合作。
  - (2) 敦促合作夥伴：包括私營部門、運動組織和民間社團，共同支持運動觀光發展活動之物資與資金。

5. **溝通**：尋求新的和創新的方法，利用運動觀光傳播和社會動員，特別是在國家、區域和地方層級，使民間社團積極參與和確保目標群眾能感受到。

## 柒、各國運動觀光政策之比較分析

本部分綜合上述各國運動觀光政策之分析，列表比較分析各國運動觀光政策之特點。以下綜合焦點團體及專家訪談意見與建議，分析如表 4-1-1。顯示各國運動觀光政策發展有其國家發展之歷史背景，包括運動觀光策略主管機關、是否訂有國家級或地方級運動觀光策略，以及運動觀光主要策略均有極大差異。綜觀各國運動觀光政策大都尚屬研議或草案階段，大都尚未納入國家政策之中，不過各國政府對運動觀光推動策略越來越受重視。其次，從各國運動觀光主要策略分析，顯示產業間協調、教育與培訓、政府行政法規修正、基礎設施改善、研究與資料之蒐集、賽事與活動之評估及政策之落實執行等為各國運動觀光策略之主要方向。

表 4-1-1 各國運動觀光政策之比較分析表

國家比較項目	澳洲	南非	加拿大	希臘	印度	菲律賓
運動觀光策略主管機關	觀光與運動主管機關	運動休閒部	主管機關	不詳	不詳	總統內閣
是否訂有國家級運動觀光策略	草案	有	否	否	否	草案
是否訂有地方級運動觀光策略	有	有	有	否	否	否
運動觀光主要策略	1. 產業間協調 2. 教育與培訓 3. 政府行政	1. 建立協調論壇。 2. 檢視與修訂運動監管法規。	1. 專注於現實的目標。 2. 引導出成果。	1. 運動賽事申辦 2. 強化度假村與俱樂部之經營	1. 傳統競技運動體驗與推動。 2. 冬季運動觀光推展。	1. 產業之協調。 2. 基礎建設-設施與資產評估。

	法規修正 4. 基礎設施改善 5. 研究與資料之蒐集 6. 賽事與活動之評估 7. 執行	3. 持續地研究發展。 4. 制度程序與法制化。 5. 支持運動觀光之關鍵經營者 6. 大型賽事活動申辦	3. 建立社區的優勢和機會。 4. 整合到整體的經濟發展策略。 5. 評估結果	與設施。 3. 戶外活動之運動計劃推動。 4. 運動中心或營地之運動觀光套裝產品行銷。 5. 多重跨業之合作與措施。	3. 結合宗教旅行之運動觀光活動推動。 4. 高爾夫運動觀光吸引國外旅客。	3. 教育和培訓。 4. 研究和數據收集。 5. 活動評估。 6. 執行。
--	--	---	---	---	--	--

## 第二節 焦點團體對各國運動觀光政策發展之分析

本部分採用邀請國內相關學者成立焦點團體及專家訪談等技術推行資料蒐集與討論，並獲得相關意見與建議。以下綜合焦點團體及專家訪談意見與建議，分析如下：

### 壹、各國運動觀光產業與政策之發展現況分析

目前行政院體育委員會已將運動觀光政策列入中程施政計畫，尤其經由「運動產業發展條例」通過，使得運動觀光政策具有法制化之基礎。其次，配合海洋運動觀光政策之推展，現行「水域遊憩活動管理辦法」，已從觀光遊憩的觀點對水域遊憩活動作規範，而「21世紀台灣發展觀光新戰略」中，迎合運動休閒之需求打造海陸空三度空間的旅遊環境，顯見對運動觀光已是未來觀光政策重要議題。綜合焦點團體及專家訪談意見（如附錄一）結論重點如下：

## 一、臺灣運動觀光產業的發展仍處於起步與開發階段

從台灣民眾參與的數據與現象，目前臺灣運動觀光產業的發展仍處在起步且於開發階段，(黃東政，回應 3：M44；林國棟，回應 3：M57；邱文信，回應 3：M63；馬上閔，回應 3：M3；邱文信，回應 3：M63；彭小惠，回應 3：M23；彭小惠，回應 5：V15)，運動觀光產業尚未完全發展僅屬於小眾旅遊市場，國內職業運動內需市場不興盛將影響運動觀賞性人口，減少的運動觀光的人數(鄭峰茂，回應 3：M85；康正男，回應 3：M52)，全民對運動觀光之觀念尚未完全建立，整體交通與場館設施仍需加強(張景弘，回應 3：M76)，政府體育主管機關對運動觀光的概念還甚為模糊，沒有具體的思想，偶而提出的政策似是運動觀光，政府與民間合作的力量沒有整合下去推動，政策與企業始終無法有效整合利用(郭志偉，回應 3：M13)，不管是教育、文化、經濟、民生有關的議題，這些政治人物或政黨總喜歡短線的操作(郭志偉，回應 3：M10)，再加上目前僅依賴學術界少數人力及產業界分散的人力資源，進行整體規劃，統整資源(彭小惠，回應 4：D19)。此外，國內經濟情勢也是關鍵，物價不斷上漲，導致大部份國人保守消費，這些是台灣目前運動觀光產業之經營所面臨的最大問題(郭志偉，回應 3：M14)。

## 二、臺灣運動與觀光產業政策與配套措施尚待加強

我國在於運動與觀光的整合，相關的輔導措施雖然都已有政策的制定，但對於和過國內之旅遊業者配合似乎尚未有實質上的配套措施，日前體委會



曾舉行過運動遊程甄選，可以看出旅遊業者對於運動的觀念稍嫌不足，尚還停留於觀光景點的**遊憩概念**，較缺乏包裝與行銷，也缺乏整體性與長期性的規劃(李城忠，回應 3：M1)，應該多強化運動與觀光的整合(康正男，回應 2：C35)。所以，台灣政府體育主管機關有必要再教育，確認運動觀光的意義與前瞻性(林國棟，回應 3：M61；林國棟，回應 3：M62)。

在明星級的運動項目及觀賞性和懷舊性等條件似乎都不足(簡鴻檳，回應 3：M28；許建民，回應 3：M81)，缺乏涉足運動以及觀光旅遊的人才(康正男，回應 4：D62)，另外在**人員培訓、活動開發、場域建構**等均尚不足(張景弘，回應 3：M77)，從上述可見運動和觀光部門無法有效整合運作。

### 三、臺灣運動觀光產品與基礎設施尚待加強

在台灣觀賞性運動產品品質尚待考驗，**國際性賽事**又無適當場地且所處國際地位的不利因素，使得台灣每次申辦國際性的大型運動賽會，幾乎無法達成目的(彭小惠，回應 4：D21；黃東政，回應 5：V40；P10：U10：S1：T2：Q2：C2)，台灣運動觀光產業若與其他國家比較台灣則是欠缺此優勢(黃東政，回應 3：M47)。因此，建議可以參考**運動觀光發展策略**內容，並進行修改(馬上閔，回應 1：S7)，可能需要考量要以哪種運動為主體，發展運動觀光(馬上閔，回應 2：C7)，而運動觀光類型廣泛，政府要齊頭照顧可能相當困難，因此可以擇國人較感興趣或者運動人口較多的項目進行**重點輔導**，亦即投資重點地帶及具有地方特色的項目，也可以考慮和地方政府合作開發(許建

民，回應 2：C46)。

#### 四、臺灣運動觀光產業之機會與威脅

隨著醫療以及科技的進步，人類對於自我的生活品質要求的提高，維持健康餘命的年限，身體活動的意識也日漸高漲，順應而生的運動產業更是蓬勃興盛(康正男，回應 1：S53)，提供的產品包括運動、體適能、娛樂或休閒相關活動、貨品、服務、人員、場地及觀念(康正男，回應 1：S54)，打造健康城市的風潮正在台灣展開，如何將運動觀光發展發揮至台灣各地的景點，吸引更多的人潮，而台灣擁有的民俗風情正是一大優勢(張于庭，回應 5：V49)，再加上台灣屬於亞熱帶海島型的國家，主要發展的之運動觀光多為水域遊憩活動(康正男，回應 3：M48)，水上遊憩各國皆有，需要開發出更具台灣特色的海上活動(康正男，回應 3：M53)，但潛水方面大都以民間團體自行發展，無國家資金介入活援助(林秉乾，回應 1：S38)。

#### 五、臺灣運動觀光產業之發展方向

國際化及民主化的來臨，對我國的運動觀光發展是一大助力(張于庭，回應 3：M70)，國內發展運動觀光或職業運動不及歐、美或日、韓國家發展的健全，依照我國持續的努力下去，打好職業運動經營的基礎、對參與者進行教育、充實運動設施及打造國際標準的場館、屆時將運動觀光產業的發展更為擴大，結合當地國家自然景觀的優勢(張于庭，回應 1：S92)，並透過台灣政府勢必與企業通力合作(郭志偉，回應 4：D12)，推廣台灣現有的環境資

源優勢，建立國人**主動性運動觀光**的概念，運用台灣現有的豐富海洋、山岳等資源，只需要透過**相關資源整合**(郭志偉，回應 5：V10)，以**社會階層**論述，國家發展運動觀光產業和該國人民的「**生活型態**」息息相關(黃東政，回應 1：S44)，不同的社會階層的需求並不相同，社會發展因市民的教育、收入、職業的不同將是影響發展的另一種變數(張于庭，回應 3：M68)。政府是一體的，體委會推出發展台灣成為運動島是一個很有**吸引力**的議題及政策願景(簡鴻濱，回應 5：V21)，藉此臺灣各大專校院廣設**運動休閒觀光相關科系**，更要配合**實務上的演練**(康正男，回應 4：D63)。以上述政府擔任的角色僅是基礎設施的建設與支援，主要產品「**運動活動或賽事**」本身要有一定的**吸引力**(彭小惠，回應 3：M22)，以目前所發展的運動觀光人口可先以國內及中國大陸為主要的消費對象(廖俊儒，回應 4：D85)，期望台灣運動觀光產業以短期靠政府、發揮台灣現有環境優勢，中期靠教育、未來靠人民的認同(郭志偉，回應 5：V7)。

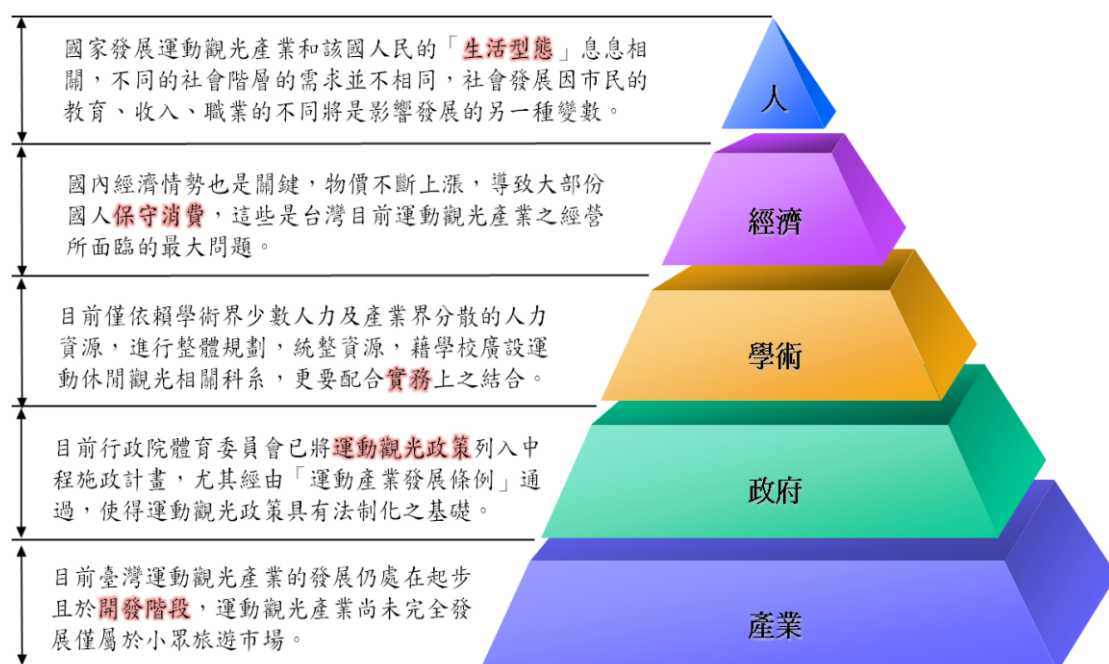


圖 4-2-1 台灣運動觀光產業與政策之發展現況圖

## 貳、各國運動觀光政策推動情形與輔導措施之分析

### 一、台灣推展運動觀光政策推動情形與輔導措施之現況

我國政府運動觀光產業的概念，2000 年訂頒「公務人員週休二日實施辦法」、「陽光健身計畫」，實施週休二日的政策間接幫助上班族對休閒觀念的重視(張于庭，回應 3：M66)；2001 年交通部配合修正「發展觀光條例」訂頒「水域遊憩活動管理辦法」將「水域活動」納入「觀光」管理；2002 年政府提出「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，藉由觀光客倍增計畫，協調與整合會議展覽、娛樂、文化、教育、遊憩、休閒、運動、農林漁牧業等產業資源(黃東政，回應 4：D39)，使各式陸海空的休憩活動也有「運動觀光」的雛形，並訂定「國內旅遊發展方案」(行政院經建設委員會，2001)，發展台灣生態旅遊，其中與海洋運動觀光有關政策，包括推動泛舟、船潛、海釣、風浪板、風帆等海上活動，並以龜山島、綠島、小琉球為海上基地，澎湖、金門、馬祖為遠程基地，建構海上遊憩網(董榮，回應 4：D26)；2002 年政府提出「觀光政策白皮書」及「觀光客倍增計畫」，板巡迴賽列為 12 項大型民俗節慶活動；2003 年交通部提出「2004 台灣觀光年工作計畫」及「賽會節慶計畫」；2004 年政府提出「服務業發展綱領及行動方案」將「觀光運動休閒服務業發展綱領及行動方案」列為十四項「發展綱領及行動方案」之一；2005 年行政

院體委會實施計畫「**海洋運動發展計畫**」；2006年行政院發布「**海洋政策白皮書**」，依「**船舶法**」(2002年修)、「**小船管理規則**」(2007年修)、「**水域遊憩活動管理辦法**」(2004)及「**娛樂漁業管理辦法**」(2007年修)作為法源依據；2007年交通部因應2008年北京奧運及2009年高雄世運、台北聽障奧運之舉辦提出「**2008-2009旅行台灣年工作計畫**」，推出「**節慶賽會計畫**」；2008年交通部提出「**觀光拔尖領航方案**」，以自行車環台之旅作為運動旅遊主軸；2009年交通部繼續推出「**觀光拔尖領航方案行動計畫**」，配合「**二岸大三通**」的新契機，推動登山健行慢遊、高爾夫快樂遊、自由車環台休閒遊等運動旅遊行程；2010年將**運動產業政策**列為重點發展；2011年交通部推出「**旅行台灣感動100**」，將自由車列為四大系列活動之一，而立法院三讀通過之「**運動產業發展條例**」列入**國家中程發展計畫**(郭志偉，回應4：D9)，第四條(運動事業及體育團體之範疇)已將「**運動旅遊業**」列入，可提供民眾從事運動或運動觀賞所需產品或服務，或可促進運動推展之支援性服務，而具有增進國民身心健康、提升體能及生活品質，(郭正德，回應4：D5；郭正德，回應3：M5；董燦，回應4：D25)，根據上述運動觀光政策具有法制化之基礎，顯見我國對運動觀光發展極為重視。(張于庭，回應4：D70；林國棟，回應4：D66)。

觀光局與體委會應進行溝通，建立**運動觀光產業管理與認證制度**之合作方式(張家銘，回應4：D91)，積極作為：鬆綁法令、將運動觀光列為施政重點(李城忠，回應1：S2)，**輔助企業投資轉型**，投入廣泛的運動觀光產業經

營外，**減免稅賦降低企業負擔**，都是值得思考操作的方式(郭志偉，回應 4：D14)，除此之外將**運動觀光產業分類**：以陸、海、空三種屬性，進行產業的分類(康正男，回應 4：D57)，將海陸空三種遊憩活動進行連結，串連成套裝遊程(康正男，回應 4：D58)，**建立整合型的運動觀光產業**(康正男，回應 4：D56)，配合海洋運動觀光政策之推展，現行「**水域遊憩活動管理辦法**」，已從觀光遊憩的觀點對水域遊憩活動作規範(郭正德，回應 3：M6)，以上述期望台灣可以參考國外運動觀光發展現況(彭小惠，回應 1：S28)。

## 二、世界各國運動觀光產業政策推動與輔導措施之現況

環顧當今全球運動觀光產業的發展成熟度，主要分成兩大類，從**已開發國家和開發中國家**的狀況分類(郭志偉，回應 1：S17)，其推動運動觀光產業的國家分為**主動性及被動性**的兩種(郭志偉，回應 2：C9)及一般常見的運動觀光分類總離不開參與性、觀賞性和懷舊性三種類型(許建民，回應 3：M80)，其實運動觀光產業，可以說是**大型運動賽會運動觀光主導整體運動觀光發展**(馬上閔，回應 1：S4)，各國極力發展的產業，運動與觀光兩者產業的結合更促使經濟效益的成長，現今隨著閒暇時間的增加、老年社會的來臨、民生財富的增加、**交通運輸工具的改善**、休閒態度的改變及**運動賽會商業化**等各項因素，使得運動觀光產業更具**未來性、發展性**(張于庭，回應 1：S85)，因應各國國情不一，**國情不同、地理區域、位置、大小、參與與觀賞性運動發展的規模**也不同(彭小惠，回應 1：S27)，做法要因地制宜，部分國家是以辦

大型賽會為推動運動觀光的主要手段(李城忠，回應 2：C1)，國外多仰賴政府政策或相關促進方案帶動產業活化(鄭峰茂，回應 5：V59)，由「運動」結合「觀光」，帶動與發展旅遊產業(彭小惠，回應 1：S25)，各國主要運動觀光產業市場，因運動觀光每年吸引無數的國內外觀光客，帶動經濟、文化、藝術及都市更新的各項發展(張于庭，回應 1：S86)，每一個人力組織都須透過完善的規劃管理、計畫、教育訓練才可將專業知識發揮到最大，面對運動觀光產業最需要的即是專業的人才，提到運動觀光則住宿與飯店更為重要，如何將服務品質提升，吸引更多觀光客參與更是重要的一環，然而依照不同的住宿方式，訂定出合理價格、提供優良品質的住宿設施等，更是促進運動觀光產業的助力，更顯示出人力的重要性(張于庭，回應 2：C41)。

申辦國際運動會不單是促進經濟單一方面，而是全面性的提升各項發展，當參與者從最基本的生活中培養起對運動健康的概念，保持對運動觀光的熱衷、積極參與大型賽會(張于庭，回應 1：S89)，尤其在體育先進國家明星運動員常擁有很高的知名度，成為社會上注目的焦點，吸引一些優秀的人才從事這個行業，也帶動運動觀光產業的發展(簡鴻濱，回應 2：C21)。以永續觀光合作研究中心所進行的奧運重大研究計畫(康正男，回應 1：S56)，洛杉磯在 1984 年奧運會首次採用商業化模式運作(黃東政，回應 5：V37)，倫敦在 2012 年奧運為例，奧運是全球運動盛事，想當然爾是全球媒體和運動迷聚焦的地方，也是想親身體驗奧運盛會的觀光客聚集的地方(方信淵，回應 1：S97)，奧運會皆由主辦國出資舉辦，隨賽事規模日益擴大，經費投入

不斷增加(黃東政，回應 5：V36)，**奧運經濟**成為當今世界經濟發展中具有**獨特性的運動觀光經濟現象**(黃東政，回應 5：V38)，以**澳洲**每年參與運動觀光(深度旅遊)遊客，產值超過 30 億(張景弘，回應 1：S71)，而在**亞洲**國家運動觀光產業發展目前著重在**運動賽會舉辦**(黃東政，回應 2：C30)，提供就業機會促進經濟發展，促進國家經濟發展是目前全球最重要的課題，運動觀光產業是一個整合的產業(張于庭，回應 5：V54)，若該國的休閒運動觀光風氣較盛行，**制度**就相對較完善，如**日本、土耳其、比利時**(郭志偉，回應 2：C10)、**韓國**滑雪、**英國**滑雪、**美國**紐約看職業運動(NBA、MLB)比賽、**澳洲**衝浪黃金海岸等等(張于庭，回應 4：D77)，**美加**地區運動產業是以**職業運動**為主軸；**職業運動**可以賺錢，所以自然形成以**運動為主體**的運動觀光市場(馬上閔，回應 2：C6)，事實上，**美加**地區運動觀光較少從聯邦政府(國家政府)來推動(馬上閔，回應 1：S8)，**美國**職業運動，甚至是大學 NCAA 的 4 強決賽時，只要政府不採取干預，這個市場機制早已行之有年，主要還是由消費者來決定市場規模(彭小惠，回應 3：M21)，隨著時代的轉變，許多外國觀光客將旅遊地點轉向鄰近封閉的大陸地方及泰國等國家(張于庭，回應 4：D72)，其他國家如**亞洲**韓國和日本在**冬季運動渡假村**發展且大部分偏重於靜態活動(黃東政，回應 1：S46；黃東政，回應 1：S49)，**泰國**馬來西亞海洋休閒渡假村，對該國整體觀光產業發展佔有很重要的地位(黃東政，回應 1：S50)，相反的，**歐美紐澳**等國則偏重運動休閒活動(黃東政，回應 1：S45)。



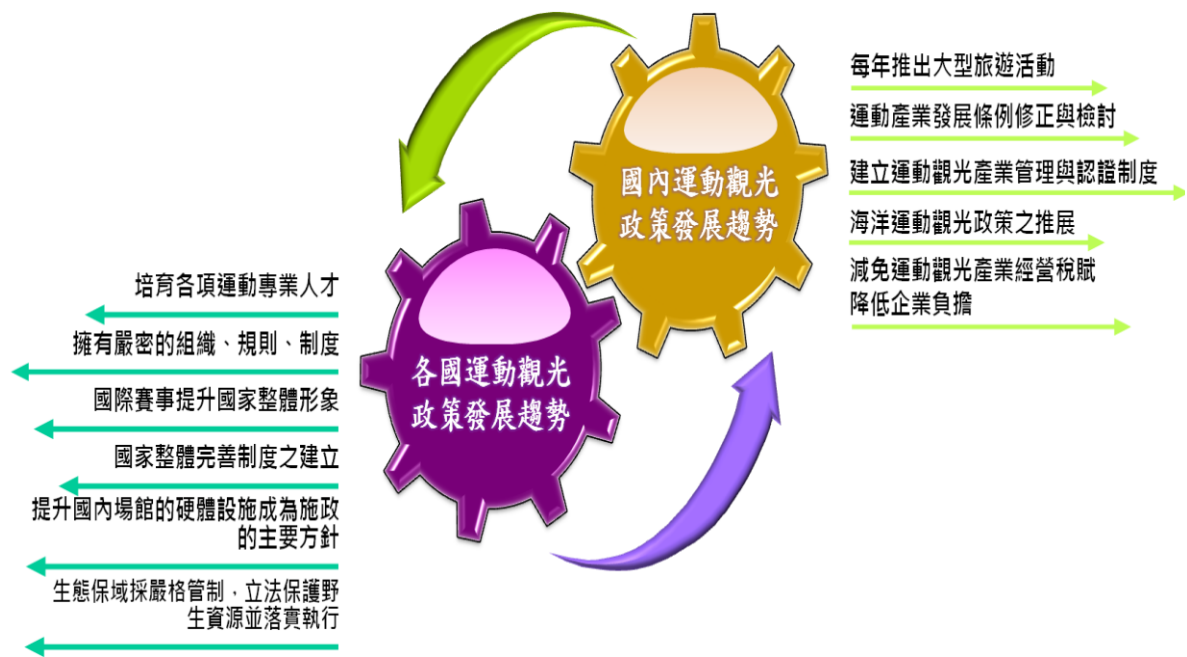


圖 4-2-2 各國運動觀光政策推動情形與輔導措施之比較圖

### 參、歸納各國運動觀光政策之發展趨勢

各國推動運動觀光產業所採取的輔導措施及政策主要為培育各項運動專業人才，從教育做起徹底落實運動課程等教育方針、各國也與當地旅遊飯店業者做結合，將經濟效益發揮到最大、積極建設各項運動場館與設施(張于庭，回應 2：C40)，有嚴密的組織、規則、制度外，並塑造很多明星級運動員(簡鴻楨，回應 1：S35)，大型國際運動賽會扮演極重要的角色，申辦國際賽事不僅對國家整體形象及知名度的提升有益處，對國家打造健康城市、具體的提高國民生活品質，也是一大推手，在申辦國際賽事時對整體都市更新及興建新建設有很大的幫助(張于庭，回應 1：S88)，在開發中國家的發展情況上，因人既要求生活無虞，又要滿足心靈感受，加上國家在整體運動觀光產業制度的建立上還未成熟，有關民生、經濟、政治等問題仍在努力朝

穩定發展的情況下，人民休閒生活的議題就表現出較**無統整性**的步調，單靠**國家文化**或具**地理環境優勢**的運動觀光特點，顯然是還有很多的努力空間(郭志偉，回應 1：S19)，當已開發國家的發展情況來說，國民生活水準到達一個地位後，人們開始有了享受生活的生活型態出現，生活態度上不在是為了生存上的追求開始注重精神層面的追求，如同馬斯洛主義所訴：人們到了開始追求自我實現的階段，透過**國家整體完善制度**的建立下，運動觀光產業的整合帶動整個產業鏈，很容易就能達到**目標績效**(郭志偉，回應 1：S18)，透過運動觀光，作為經濟與社會發展(郭正德，回應 1：S11)，**減少旅遊的障礙**，如**減少**入出境通關時間和不必要觀光客稅賦支出，以及**簽證便利性**或者**免簽證**(黃東政，回應 2：C28)，反之，較被動性的國家，相對發展輔導措施就較為不明確，往往有走一步算一步的風格出現，政府政策就隨著看甚麼風就開甚麼船的情況，扣除掉如**印度**這樣的國家有豐富的環境資源做為利用發展外(郭志偉，回應 2：C12)，其各國政策如下：

一、**澳洲**而言，會將整體運動觀光之活動與當地觀光產業結合；**澳洲** 2000 年所舉辦的**雪梨奧運**為例，國家將運動旅遊分到同一個單一的聯邦政府部會，旅遊業成功實現主辦 2000 年奧運會，並獲得國際的掌聲，便可知道運動與旅遊整合於一起，並藉由大型賽會的辦理，提供運動觀光良好的平臺；**澳洲墨爾本**一月至二月會舉辦 **AustraliaOpen 澳網**，然後接著三月有 **F1 賽車**，十一月有**世界知名馬賽 MelbourneCup**。這些都是舉辦定期之國際賽事，他們會結合**旅館業、旅行社、交通、企業、政府**等

舉辦一系列活動；澳洲運動觀光政策將運動與旅遊的權職被分配到同一個單一的聯邦政府部會是可以參考；澳洲潛水產業，對生態保域採嚴格管制，立法保護野生資源並落實執行，澳洲和希臘透過國際賽事奧運的舉辦，間接整合了政府部門聯合推動基礎建設與環境、人力規劃來發展運動觀光，因此帶來的效益可說是全世界皆有目共睹，另外，澳洲訂定運動觀光策略草案(the draft sports tourism strategy)主要關鍵元素是產業合作、教育訓練、政府法規、基礎設施、經濟效益評估與研究(張景弘，回應 1：S67；康正男，回應 2：C33；董燦，回應 3：M27；董燦，回應 1：S31；林秉乾，回應 2：C23；康正男，回應 2：C36；郭志偉，回應 2：C15；郭正德，回應 1：S14；張景弘，回應 1：S68)。

- 二、日本主動輔導漁民轉型漁業兼潛水觀光，並設立責任保育區以確保觀光資源可永續經營(林秉乾，回應 2：C25)，另外，日本職業運動為觀光主要的結合對象，借用日本職棒的高水準比賽提高觀賞性觀光人口(康正男，回應 1：S59)。
- 三、美國運動觀光產業的發展是以州以下的層級來發展，是以商業法則自然發展，沒有所謂政府訂定運動觀光推動政策(馬上閔，回應 1：S9)，美國職業運動以透過電視行銷，搭配欣賞美國職籃或職棒大聯盟的比賽之類的觀光相當盛行(邱文信，回應 1：S65)，在美國關島，全島污水控管，生態保育週全，水域活動發展蓬勃(林秉乾，回應 2：C24)，美國已經對台開放免簽證這項利多，下半年國人出國的運動觀光市場(郭志偉，回應 3：M11)。
- 四、根據歐洲或美國經驗，運動觀光都與強大的職業運動市場結合，觀光是

依存在運動產業中，形成運動觀光市場(馬上閔，回應 5：V4)。

- 五、**澳大利亞**作為一個運動大國之美譽，除了發布運動觀光策略草案，訂定出許多有關運動觀光之政策，積極在**大學中制定專業的運動觀光項目**，由此可知澳大利亞也相當重視**專業人才培訓**(張于庭，回應 2：C42)。
- 六、以**比利時**這國家來說，運動觀光在**比利時**是屬專門的一個市場，因此**旅遊產品種類繁多**，許多商業化的企業就會對運動觀光有積極的規劃及做為，國家政府除了**投入基礎建設**外，政府部門的整合，提供**全盤規劃管理**，當然還會提供誘因，來鼓勵更多的企業投入該產業發展，讓運動與旅遊共生，就能產生更多利益(郭志偉，回應 2：C11)。
- 七、**瑞典**和**希臘**長期的潛力需要兩個策略：1.首先，開發長期的增長計畫，尤其是來自運動、休閒及商務遊客需求，以維持永續發展：(1) **設施與住宿之強化**，(2) **基礎設施建設**；2.初始之投資設施，應更好地設計並**建立臨時承載量(temporarycapacity)**，確認所需的容量，奧運會並不常舉辦，應針對隨後舉辦賽事來考量承載量(董燦，回應 2：C19)。
- 八、**英國**倫敦奧運主要是以**奧運場館的介紹、節慶活動**為主，有關於旅行或遊客的部分，僅是介紹如何以走路或單車的簡易交通方式抵達比賽場館或觀賞比賽(方信淵，回應 1：S101)，**英國**為例，除了政府的支持外，相關的運動與觀光機構也應參與其工作(陳天賜，回應 1：S42)，**倫敦市**政府理應可藉由這次的**全球頂級運動盛會**，大肆**吸引更多觀光客**進入英國，屬運動賽會觀光模式的一種(方信淵，回應 1：S98)。

九、希臘則是以長期潛力為考量，首先開發長期的增長計畫(設施與住宿之強化、基礎設施建設)，然而這些基礎的建設更要考慮相關的**臨時承載量**，以期能達到**永續利用的價值**(康正男，回應 2：C34)。藉由**運動觀光政策**，舉辦**大型國際賽事、運動觀光套裝行程、各種類型的度假中心、戶外活動機構**等(張于庭，回應 1：S93)，其希臘之運動觀光市場，以業務領域可細分成四種，加上**歷史文化**的使然，成為天然的運動與觀光的**優質場所**。提供專業的**軟體服務**，並提升國內場館的**硬體設施**成為施政的主要方針，**強制規定**各旅遊場館設有運動休閒設施，以**厚實觀光旅遊的硬體設備**，以厚實觀光旅遊的硬體設備(康正男，回應 1：S58)，最特別的運動觀光遊憩為**戶外活動**(極限運動、飛行傘…等)，政府對於非主流項目也相當支持。承辦賽會活動也是一大主因，除了大型賽會之外，還包括其他綜合賽事的辦理(沙灘排球、高爾夫球…)(康正男，回應 3：M55)。

十、土耳其更有**奧林匹克**的特殊條文，以保障運動發展(康正男，回應 1：S60)。

十一、南韓在主管單位上設**文化觀光體育部**，在這方面溝通上應比我們的雙頭馬車「觀光局」、「體委會」來的好(許建民，回應 1：S95)，對不同市場進行了區隔外，也和其他**國家策略聯盟**(許建民，回應 1：S94)，南韓能以國家的力量整合創造奇蹟，台灣為什麼不能(郭志偉，回應 4：D13)，預定在 2014 舉辦仁川舉辦**亞運會**，和 2018 年在平昌舉辦**冬奧會**就是顯著的例子，其主要目的是要在國際運動賽會中，驅動運動觀光發展(黃東政，回應 2：C32)。

- 十二、**英國**作法如下：(1)應有客觀的**統計資訊**，佐證運動觀光可能帶來的好處。(2)應將運動與觀光的**資源整合發揮**其最大效益。(3)大城市或區域，提出**區域性的運動觀光發展計畫**(陳天賜，回應 1：S43)。
- 十三、**葡萄牙**的旅館除加上服務費外，另須加上**3%的觀光稅**(張家銘，回應 1：S106)。
- 十四、**義大利**也開始**抽觀光稅**，遊覽車到每個城市都是要繳錢才能入城(張家銘，回應 1：S104)。
- 十五、**新加坡**方面，觀光客在各餐廳、酒店消費需付**10%的服務費、3%政府稅及 1%的觀光稅**(張家銘，回應 1：S105)。
- 十六、**瓜地馬拉**購買機票或住宿旅館時另加**觀光稅百分之十**(張家銘，回應 1：S103)。
- 十七、**雪梨**奧運主場館便為往後賽事而**減少承載量**，較值我國參考(董燊，回應 2：C20)。
- 十八、**中國**以「**運動休閒**」作為富陽未來發展的制高點，積極實施**運動休閒、創新創意、生態人居「三位一體」**的城市建設理念和發展模式(林國棟，回應 1：S77)，**中國富陽把打造運動休閒之城提昇為城市特色定位和未來發展戰略**(林國棟，回應 1：S76)，1994 年以後中國推動整合體育與旅遊行業的節慶活動，如 2008 年北京奧運和 2010 年廣州亞運會(黃東政，回應 2：C31)。
- 十九、**印度**運動觀光產業輔導措施如**國家慶典節日**，有一些地方與時間不

容錯過；以不同類型的運動活動作為娛樂和享受(郭正德，回應 2：C4)，如觀光客在印度也可以體驗傳統競技方式(郭正德，回應 2：C5)。

**建立運動觀光產業政策推動與輔導措施之基礎**

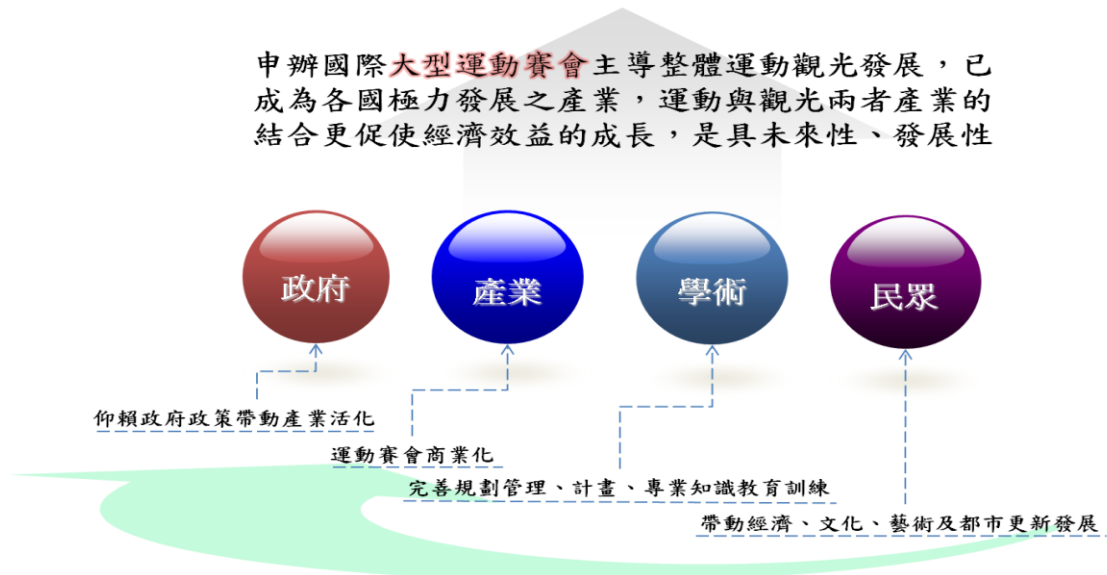


圖 4-2-3 各國運動觀光政策之發展趨勢圖

#### 肆、臺灣運動觀光政策發展與輔導措施之建構方向

##### 一、建構台灣運動觀光政策發展與輔導措施

政府的政策方向對一項產業的影響相當深遠(許建民，回應 5：V56)，列入中央政府主管機關施政重點(林秉乾，回應 3：M40)，觀光休閒法令訂立應與國際同步並嚴格執行，才能吸引更多的外國觀光客對本國的認同及接受(林秉乾，回應 3：M37)，政府推動策略應以服務業的態度來執行，避免官僚的做秀場面發生，第一線的公職人員層級須提升，執行面避免簡單的事情複雜化(林秉乾，回應 5：V28)，推動運動觀光稅立法，以作為運動觀光產業管理與輔導基金(張家銘，回應 4：D92)，先擬定實施草案試辦三年，並每年

提改進以及檢討會議，進行**產業輔導**(鄭峰茂，回應 3：M88)，避免運動休閒專業領域引用閉門造車的草率政策，多接受**國外專業組織的技術及經驗**，並學習引進(林秉乾，回應 3：M36)及強化**運動與觀光單位職權和功能的統整**(如成立中央部門的協調機制、落實運動觀光政策、戶外休閒、健康與適能、有品質保證的賽會等)( 陳天賜，回應 5：V35)、**強化運動產業本身做起**，**打造國際級運動賽會公園**，強化大型賽會的**競標成功率**，才有籌碼與觀光業結合，產生**實質互利共生的創新產業-運動觀光**(馬上閔，回應 5：V3)。運動產業政策發展重點：**振興運動產業**，推動運動休閒服務，有助於體育運動推展及國家經濟發展，將發展**職業運動、運動觀光、休閒服務**等產業列入行政院體育委員會施政重點(康正男，回應 1：S61)，落實**導潛、導遊導覽專業制度**，並提升**專業層級和國際接軌**(林秉乾，回應 5：V25)，聘請有經驗的公關公司，協助**建立品牌**的操作，與公共關係的經營維繫，以**創造中華職棒的品牌價值**(郭志偉，回應 4：D17)，假如要全面訂定運動觀光政策及輔導措施(馬上閔，回應 2：C8)，依**培育運動觀光人才**，發展出屬於台灣的運動觀光業為**出發點**(彭小惠，回應 4：D24)，希望政府能**有效整合運動與觀光主管部門**(董榮，回應 5：V17)，藉由**重大運動賽會**去推展運動觀光的主要**成功模式**的機會，若與其他國家比較台灣則是欠缺此優勢(黃東政，回應 5：V41)，提升國家**知名度、增加國際競爭力**，**打造專屬台灣的品牌**是提升國家知名度的一大因素(張于庭，回應 5：V55)，建立**健康城市的環境**、提升國人休閒生活：提供多元化的選擇，提高**民眾參與休閒運動的動機**(張于庭，回應 5：V53)，提



升健康運動概念的教育等都是有密切的關聯性(張于庭，回應 5：V50)，最後有效定位運動觀光之存在價值，不只可有效提升國家形象，更可帶動台灣轉型，發展更具生活品質環境條件的台灣(張景弘，回應 1：S74)，並發展出特色性的運動賽事，不僅僅著眼奧運、亞運的爭辦，才能另闢蹊徑(康正男，回應 3：M56)，各縣市規劃有關運動觀光發展活動：我國每個縣市的文化、風俗、生態、景觀都不同，各縣市結合當地特色創造出獨特的運動觀光文化(張于庭，回應 5：V52)，鼓勵企業多利用運動觀光的行程結合員工旅遊，及學校學生在國內的運動觀光旅遊，既有正面教育的形象(郭志偉，回應 5：V13)。政府因該有更具體的促進方案，輔導(鼓勵就業)方案，並降低申請門檻(如體委會運動產業貸款、青輔會創業輔導方案)(張景弘，回應 1：S73)，公司聘任運動產業相關系所畢業之專業人才比例來評估貸款審核，如此才有實質促進運動產業市場人力需求的效用(方信淵，回應 4：D90)，形成社會普遍之話題，並與民眾生活結合在一起，觀眾才能普及，並發展出多元的週邊產業，例如場館門票、運動廣告、紀念品、運動器材等等，並帶動國內外運動觀光產業的發展(簡鴻檳，回應 1：S37)，政府應加強運動觀光景點的基礎建設，如適合發展水域運動觀光的地點，即應建置沐浴間、更衣室、上、下岸的碼頭、停車場…等(廖俊儒，回應 3：M84)，在生態環境保育法令須貫徹執行(提高罰則)(林秉乾，回應 5：V24)。

## 二、 台灣運動觀光產業可能遭遇之問題

倫敦奧運也估計多吸引了約 300 萬遊客在奧運期間湧入，這看在倫敦市

民的眼裡，反而是一項災難(方信淵，回應 1：S99)，參加人數眾多的比賽如日月潭游泳以及馬拉松路跑等等，但仍欠缺各方面的整合(邱文信，回應 3：M64)，政府部門目前在專業人力認證上除登山嚮導證外，體適能的相關證照，在專業認證的數度上有些緩慢(許建民，回應 4：D82)，在潛水方面各自為政，呈現先搶先贏(林秉乾，回應 3：M31)，開放船潛但對水上活動的業者在海洋法規上，卻是放任不管嚴重影響國際形象(林秉乾，回應 4：D32)，又因經費不足(專業水域救生人員編制)而禁止以及相關水域發展政策(管理辦法)根本跟不上產業發展(鄭峰茂，回應 3：M86)。在我國興建運動場館之通盤考量不甚縝密，為了舉辦大型賽會而建設之場館，幾年之後淪為蚊子館，應先確認所需的承載量以及使用需求，以其獲得最大化的使用(康正男，回應 2：C37)，沒有做到有效管理，沒有遊戲規則來好好管理一些休閒運動度假中心，導致官商勾結的情況(郭志偉，回應 4：D10)，加上簽賭及打假球事件，使民眾喪失興趣(簡鴻濱，回應 3：M29)，最後舉僅是引導畢業生投入創業市場，沒有其他配套的輔導機制，可能最後僅是徒增創業失敗倒閉的失業人口而已(方信淵，回應 4：D89)。

### 三、專家推崇運動觀光產業之政策方向及願景

台灣也有豐富的天然環境資源，適合國際競賽的場地(郭志偉，回應 3：M12)，運動與觀光的整併至少協調，運動與旅遊部門的活動對國家與地區較為有利(康正男，回應 1：S57)，先將國家政策施政重心擺在，如何能擴大運動產業的市場，除了要評估觀光的基本要素(地理、社會、人文、氣候、歷

史)之外，更是要提升國內運動商品及服務(康正男，回應 1：S64)，運動觀光產業活化，提供更好的消費品質活化國內市場，吸引國外遊客消費市場(張景弘，回應 1：S72)，政府不必刻意強調輔導所謂運動觀光業者，反而強化輔導運動產業業者，自然能輔導到運動觀光業者(馬上閔，回應 5：V6)。從學校教育做起，培養專業人才必須從教育做起，加強實習課程與產業結合(張于庭，回應 5：V51)，由政府部門整合出一條鞭的整合策略與措施，接著再透過公關及行銷手法，在國內甚至是國際間表現出台灣的特色，達到鼓勵國人參與運動觀光的實際作為，同時吸引國外觀光客進來台灣參與運動觀光行程(郭志偉，回應 2：C17)，在各國運動產業發展規模不同條件下，台灣必須找出適合目前運動產業現況的策略(彭小惠，回應 5：V16)，才能成為提升觀光旅遊品質的最佳利器，在運動與觀光的相互協調與合作下對各國的觀光旅遊業更是一大挹注(康正男，回應 1：S55)。

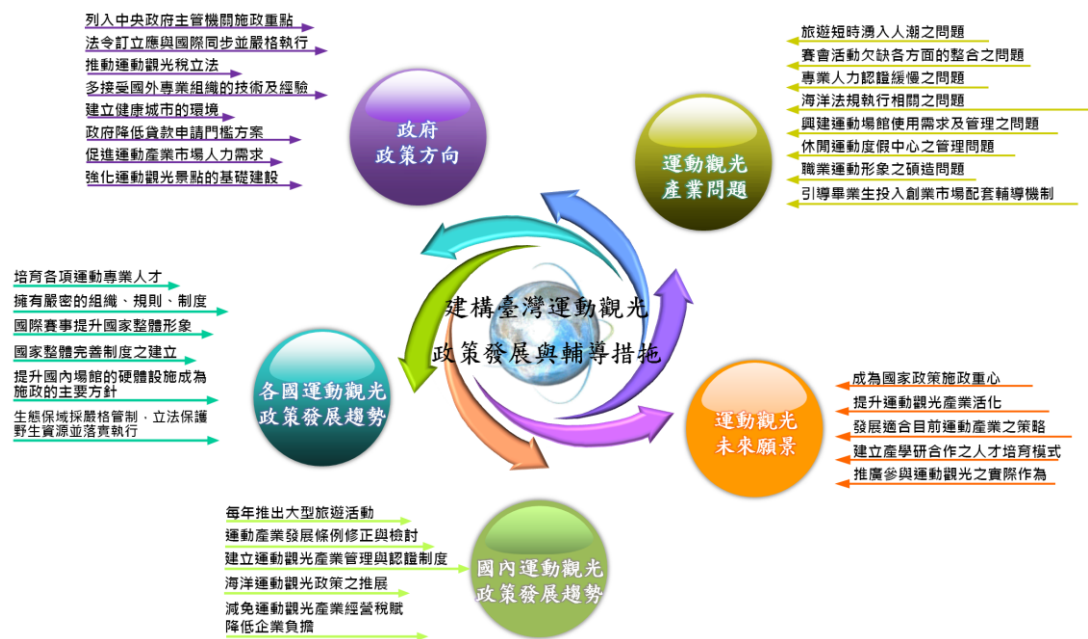


圖 4-2-4 建構臺灣運動觀光政策發展與輔導措施方向之模式

### 第三節 臺灣運動觀光產業推動政策與實施現況之比較分析

#### 壹、法規訂定層面

由表 4-4-1 得知專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之法規制定的重要性看法，「以訂定水域遊憩活動管理辦法」4.72 為最高，「修訂阻礙運動觀光產業發展之法規」4.08 為最低。其次，專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之法規制定的實施現況看法，「以通過發展觀光條例」3.56 為最高，「擬訂運動觀光服務設施與設備標準」及「修訂阻礙運動觀光產業發展之法規」2.56 為最低。整體而言，在法規訂定層面專家學者對重要性與實施現況看法各題項之平均數 t 檢定均達顯著差異(.00)，且重要性之平均數明顯高於實施現況，顯示專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之法規制定的重要性與實施現況看法差異頗大，亦即在法規訂定層面上，專家學者雖均持較肯定之看法，但在目前實施現況上卻有明顯之不足。

表 4-4-1 運動觀光法規訂定之重要性與實施現況之比較

題 項	屬 性	個數	平均數	標準差	t 值
1. 通過運動產業發展條例	重要性	25	4.68	.48	6.98*
	實施現況	25	3.36	.86	
2. 通過發展觀光條例	重要性	25	4.68	.56	5.77*
	實施現況	25	3.56	.77	
3. 訂定運動產業輔導獎助辦法	重要性	25	4.64	.57	11.07*
	實施現況	25	3.20	.87	
4. 訂定優良運動產業及其從業人員表揚辦法	重要性	25	4.12	.83	6.65*
	實施現況	25	3.04	.54	
5. 訂定水域遊憩活動管理	重要性	25	4.72	.61	7.14*

辦法	實施現況	25	3.36	.99	
6. 擬訂運動觀光從業人員 證照法規或辦法	重要性	25	4.56	.77	9.28*
	實施現況	25	2.68	.75	
7. 擬訂運動觀光服務設施 與設備標準	重要性	25	4.36	.81	13.94*
	實施現況	25	2.56	.72	
8. 修訂阻礙運動觀光產業 發展之法規	重要性	25	4.08	.91	7.27*
	實施現況	25	2.56	.87	
法規訂定題項總分平均	重要性	25	4.48	.49	14.00*
	實施現況	25	3.04	.57	

## 貳、政策推動

由表 4-4-2 得知專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之政策推動的重要性看法，以「運動與觀光主管機關推動政策之整合」4.60 為最高，「補助地方申辦大型運動賽會之政策」4.28 為最低。其次，專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之法政策推動的實施現況看法，以「列入中央政府主管機關施政重點」3.29 為最高，「運動與觀光主管機關推動政策之整」2.92 為最低。整體而言，在政策推動層面專家學者對重要性與實施現況看法各題項之平均數 t 檢定均達顯著差異(.00)，且重要性之平均數明顯高於實施現況，顯示專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之政策推動的重要性與實施現況看法差異頗大，亦即在政策推動層面上，專家學者雖均持較肯定之看法，但目前實施現況上卻有明顯之不足。

表 4-4-2 運動觀光政策推動之重要性與實施現況之比較

題 項	屬 性	個 數	平 均 數	標 準 差	t 值
1. 納入中央政府主管機關	重要性	25	4.52	.71	8.98*

中程施政計畫	實施現況	25	3.16	.90	
2.列入中央政府主管機關 施政重點	重要性	25	4.52	.65	7.46*
	實施現況	25	3.28	.94	
3.輔導列入地方重大節 慶活動	重要性	25	4.44	.58	6.57*
	實施現況	25	3.24	.83	
4.納入觀光局國內旅遊發 展方案	重要性	25	4.56	.58	5.87*
	實施現況	25	3.12	1.05	
5.納入觀光局吸引國外觀 光客來台旅遊政策	重要性	25	4.52	.65	6.54*
	實施現況	25	2.96	.98	
6.運動與觀光主管機關推 動政策之整合	重要性	25	4.60	.58	7.12*
	實施現況	25	2.92	1.07	
7.補助地方申辦大型運動 賽會之政策	重要性	25	4.28	.84	6.82*
	實施現況	25	3.12	.78	
政策推動題項總分平均	重要性	25	4.49	.45	8.66*
	實施現況	25	3.11	.79	

### 參、人力資源管理

由表 4-4-3 得知專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之人力資源管理的重要性看法，以「訂定運動觀光從業人員專業證照」4.64 為最高，「企業人力資源運用標準化流程(SOP)」4.08 為最低。其次，專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之人力資源管理實施現況的看法，以「發展大學運動觀光相關課程架構」及「訂定運動觀光各類從業人員職前訓練課程」2.80 為最高，「運動觀光服務設施人員配置標準」2.44 為最低。整體而言，在人力資源管理層面專家學者對重要性與實施現況看法各題項之平均數 t 檢定均達顯著差異(.00)，且重要性之平均數明顯高於實施現況，顯示專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之人力資源管理的重要性與實施現況看法差異頗大，亦即在人力資源管理層面上，

專家學者雖均持較肯定之看法，但目前實施現況上卻有明顯之不足。

表 4-4-3 運動觀光人力資源管理之重要性與實施現況之比較

題 項	屬 性	個數	平均數	標準差	t 值
1.訂定運動觀光從業人員 專業證照	重要性	25	4.64	.49	10.67*
	實施現況	25	2.76	.72	
2.訂定運動觀光各類從業 人員專業能力要求	重要性	25	4.48	.59	10.67*
	實施現況	25	2.60	.82	
3.發展大學運動觀光相關 課程架構	重要性	25	4.56	.51	10.59*
	實施現況	25	2.80	.71	
4.訂定運動觀光各類從業 人員職前訓練課程	重要性	25	4.44	.58	8.24*
	實施現況	25	2.80	.82	
5.企業人力資源運用標準 化流程(SOP)	重要性	25	4.08	.76	8.28*
	實施現況	25	2.64	.81	
6.建立整體運動觀光人力 資源管理資料庫	重要性	25	4.32	.69	9.66*
	實施現況	25	2.60	.82	
7.運動觀光服務設施人員 配置標準	重要性	25	4.28	.79	9.75*
	實施現況	25	2.44	1.04	
人力資源管理題項總分平 均	重要性	25	4.40	.43	13.47*
	實施現況	25	2.66	.67	

#### 肆、產業合作

由表 4-4-4 得知專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之產業合作的重要性看法，以「運動與觀光產業之交通及資訊合作」4.48 為最高，「運動觀光產業之國際合作」4.20 為最低。其次，專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之產業合作實施現況的看法，以「運動觀光產業之服務及設施合作」2.88 為最高，「運動觀光產業之國際合作」2.48 為最低。整體而言，在產業合作層面專家學者對重要性與實施現況看法各題項之平均數 t 檢定均達顯著差異(.00)，且重要性之平均數明顯高於實

施現況，顯示專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之產業合作的重要性與實施現況看法差異頗大，亦即在產業合作層面上，專家學者雖均持較肯定之看法，但目前實施現況上卻有明顯之不足。

表 4-4-4 運動觀光產業合作之重要性與實施現況之比較

題 項	屬 性	個數	平均數	標準差	t 值
1.運動與觀光之客群合作行銷	重要性	25	4.40	.71	12.39*
	實施現況	25	2.80	.82	
2.運動與觀光產業之交通及資訊合作	重要性	25	4.48	.65	12.86*
	實施現況	25	2.84	.69	
3.運動觀光產業之國際合作	重要性	25	4.20	.71	9.66*
	實施現況	25	2.48	.92	
4.運動觀光產業之服務及設施合作	重要性	25	4.36	.70	10.36*
	實施現況	25	2.88	.83	
產業合作題項總分平均	重要性	25	4.36	.59	14.04*
	實施現況	25	2.75	.72	

## 伍、基礎設施

由表 4-4-5 得知專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之基礎設施的重要性看法，以「運動觀光產業基礎設施之建設」及「建立國家級運動觀光平台」4.56 為最高，「提供給遊客的遊憩資源承載量評估」4.08 為最低。其次，專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之基礎設施實施現況的看法，以「運動觀光產業基礎設施之建設」3.00 為最高，「提供給遊客的遊憩資源承載量評估」2.44 為最低。整體而言，在基礎設施層面專家學者對重要性與實施現況看法各題項之平均數 t 檢定均達顯著差異(.00)，且重要性之平均數明顯高於實施現況，顯示專家學者對「我國



運動觀光產業推動政策與輔導措施」之基礎設施的重要性與實施現況看法差異頗大，亦即在基礎設施層面上，專家學者雖均持較肯定之看法，但目前實施現況上卻有明顯之不足。

表 4-4-5 運動觀光基礎設施之重要性與實施現況之比較

題 項	屬 性	個數	平均數	標準差	t 值
1.運動觀光產業基礎設施之建設	重要性	25	4.56	.77	8.97*
	實施現況	25	3.00	.87	
2.輔助設施與住宿之強化	重要性	25	4.20	.87	9.90*
	實施現況	25	2.80	.76	
3.政府補助私人企業建設運動觀光產業基礎設施	重要性	25	4.16	.90	9.53*
	實施現況	25	2.52	.87	
4.運動與觀光產業之基礎設施互補運用	重要性	25	4.36	.76	10.12*
	實施現況	25	2.72	.79	
5.運動觀光資源調查與分級	重要性	25	4.24	.78	8.72*
	實施現況	25	2.72	.79	
6.建立國家級運動觀光平台	重要性	25	4.56	.65	12.04*
	實施現況	25	2.68	.95	
7.提供給遊客的遊憩資源承載量評估	重要性	25	4.08	.64	10.83*
	實施現況	25	2.44	.77	
基礎設施題項總分平均	重要性	25	4.31	.66	14.54*
	實施現況	25	2.70	.69	

## 陸、經濟效益評估與研究

由表 4-4-6 得知專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之經濟效益評估與研究的重要性看法，以「發揮本地特色之運動觀光產品之開發」4.60 為最高，「對於運動觀光產業自我企業行銷計劃開發新通路」4.04 為最低。其次，專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之經濟效益評估與研究實施現況的看法，以「建立運動觀光活動經濟效益評估模

式」及「對於運動觀光市場調查與評估研究」 2.80 為最高，「對於運動觀光新產品研發」 2.52 為最低。整體而言，在經濟效益評估與研究層面專家學者對重要性與實施現況看法各題項之平均數 t 檢定均達顯著差異(.00)，且重要性之平均數明顯高於實施現況，顯示專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之經濟效益評估與研究的重要性與實施現況看法差異頗大，亦即在經濟效益評估與研究層面上，專家學者雖均持較肯定之看法，但目前實施現況上卻有明顯之不足。

表 4-4-6 運動觀光經濟效益評估與研究之重要性與實施現況之比較

題 項	屬 性	個數	平均數	標準差	t 值
1.建立運動觀光活動經濟 效益評估模式	重要性	25	4.36	.64	9.51*
	實施現況	25	2.80	.71	
2.建立整體財務收支平衡 管理制度	重要性	25	4.20	.58	9.24*
	實施現況	25	2.68	.80	
3.發揮本地特色之運動觀 光產品之開發	重要性	25	4.60	.65	10.95*
	實施現況	25	2.60	.96	
4.對於運動觀光新產品研 發	重要性	25	4.12	.78	8.00*
	實施現況	25	2.52	.87	
5.對於運動觀光產業自我 企業行銷計劃開發新通路	重要性	25	4.04	.79	7.60*
	實施現況	25	2.76	.83	
6.對於運動觀光市場調查 與評估研究	重要性	25	4.24	.72	8.28*
	實施現況	25	2.80	.87	
7.運動觀光產業對當地衝 擊之評估研究	重要性	25	4.36	.57	9.33*
	實施現況	25	2.68	.85	
經濟效益評估與研究題項 總分平均	重要性	25	4.27	.52	11.70*
	實施現況	25	2.69	.73	

## 柒、輔導措施

由表 4-4-7 得知專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」

之輔導措施的重要性看法，以「建立運動觀光產業經營策略輔導」4.48為最高，「建立運動觀光產業產品開發輔導」4.20為最低。其次，專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之輔導措施實施現況的看法，以「建立運動觀光產業經費補助措施」3.00為最高，「建立運動觀光產業產品開發輔導」2.68為最低。整體而言，在輔導措施層面專家學者對重要性與實施現況看法各題項之平均數 t 檢定均達顯著差異(.00)，且重要性之平均數明顯高於實施現況，顯示專家學者對「我國運動觀光產業推動政策與輔導措施」之輔導措施的重要性與實施現況看法差異頗大，亦即在輔導措施層面上，專家學者雖均持較肯定之看法，但目前實施現況上卻有明顯之不足。

表 4-4-7 運動觀光輔導措施之重要性與實施現況之比較

題 項	屬 性	個數	平均數	標準差	t 值
1.建立運動觀光產業經費補助措施	重要性	25	4.24	.93	6.40*
	實施現況	25	3.00	.96	
2.建立運動觀光產業經營策略輔導	重要性	25	4.48	.77	8.72*
	實施現況	25	2.96	.94	
3.建立運動觀光產業創業輔導	重要性	25	4.24	.97	6.06*
	實施現況	25	2.84	1.03	
4.建立運動觀光產業產品開發輔導	重要性	25	4.20	.82	8.72*
	實施現況	25	2.68	1.03	
輔導措施題項總分平均	重要性	25	4.29	.77	9.66*
	實施現況	25	2.87	.90	

## 第五章 結論與建議

本章針對本研究計畫執行之結果作總結，共分成三節。第一節為結論，將本研究之結果經由相關文獻討論獲得結論；第二節為建議，比較各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之研究所探討出的結果，對相關發展單位與後續研究，提出建議。

### 第一節 結論

本研究主要目的，在探討各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之研究。本研究擬採用文獻分析(literature review)、半結構式訪談(semi-structured interview)等二種方法進行探討後，並將結果與相關理論與文獻進行討論，綜合結論如下：

- 一、 近年來各國運動觀光已有蓬勃發展趨勢，並成為經濟重要部分，各國針對運動觀光發展狀況，訂定國家級或地方級之運動觀光政策，以作國家或地方政府推動運動觀光之指導。
- 二、 各國運動觀光政策之主要包括目標設訂、策略範籌釐訂、產業間的協調、教育與培訓、政府行政法規、基礎設施、研究與資料蒐集、賽事與活動之評估、政策執行。
- 三、 運動觀光發展輔導措施包括建立協調機制、夥伴關係建立、檢視與修訂運動監管法規問題、持續地研究發展、制度程序與法制化、支持運動觀光關鍵經營者、大型賽事活動申辦等。
- 四、 我國運動觀光產業推動政策與輔導措施以建立運動觀光產業經營策略、產品開發、經費補助措施為最重要，而目前實施現況仍十分不足，

顯示運動觀光產業輔導仍有極大改善空間。

針對本研究目的所得結論如下：

## 壹、各國運動觀光政策之發展現況

本研究針對以下各國運動觀光政策與輔導措施之現況做結論。

### 一、澳洲運動觀光政策分析結論

澳洲政府在運動觀光策略方案(the draft sports tourism strategy)中所提出主要策略 (Commonwealth Department, 2000) 如下：

(一)產業間的協調(**industry coordination**)主要採取策略如下：1.發展的戰略方針(**Developing a Strategic Approach**)。2.建立聯繫 (Establishing Linkages)。3.資源與信息的共享 (Sharing of Resources and Information)。4.觀光效益之最大化 (Maximising the Tourism Benefits)。5.聯邦政府可能角色 (Possible Commonwealth Facilitation Role)。6.大型計畫促進 (Project Facilitation)。7.網絡的便利。

(二)教育與培訓：1.運動與休閒(Sport and Recreation)部門。2.旅遊(Tourism)部門。3.運動觀光(sports Tourism)部門。4.改進與提昇員工的管理課程。

(三)政府行政法規問題(**regulatory issue**):針對以下修訂 1.簽證(Visas)。2.海關(Customs)。3.檢疫(Quarantine)。

(四)基礎設施(**infrastructure**):城市或地區成功舉辦運動觀光活動和賽事的能力取決於足夠的基礎設施，包括境內的運動設施、住宿、航空、公路和

鐵路運輸網絡，以及其他旅遊相關設施，如餐廳、零售商店及娛樂場所。雖然活動主辦單位焦點往往在於實際的運動基礎設施，足夠的運動設施並非保證在某地可以舉行賽事。運動設施是一種昂貴的供給，基於這個原因，他們的資金幾乎總是由政府所投資—地方、州、地區及聯邦政府。配合以下 1. 國家/地區設施及資產審計。2. 住宿基礎設施。3. 交通基礎設施。

#### **(五)研究與資料蒐集(research and data collected)**

#### **(六)賽事與活動之評估(evaluation of event)**

政府觀光主管部門與運動組織持續的公共部門改革和合理化，符合成本效益運作的壓力越來越大，政府機構須為政策、計畫及投入資金之決定負責，這些投入資金包括運動賽事的投資。政府決定支持賽事活動之基礎，須從財務到社會與文化活動之成本與效益。這些賽事可能有能力在短期內創造收入與就業，並在長期產生更多的到訪觀光客與相關投資。

**(七)執行(implementation):**1. 產業與政府共同提昇運動觀光部門的認識水準。2. 確定和尋求具體的研究需要和優先事項。3. 識別和監督任何促進策略執行的單位。4. 監督和實施策略執行情況的報告。

## **二、南非運動觀光政策之分析結論**

針對運動發展，運動觀光是一個催化劑：1. 專門運動規則的發展，無論是在能力建設方面（運動員、官員、志願者和活動組織者）以及豐富的志願/人力資源數據庫。2. 提昇參與之特定規則。3. 建立角色模型的運動規則。

國家運動觀光策略之目標:1.提供的國家策略，以指導、整合和鞏固在此領域的努力。2.定義執行策略必要機構之關係。3.提供關鍵方向有關南非申辦和舉辦大型活動的優先次序。4.提供政府有支持國內賽事的優先方向。5.提出政府提供支持的類型之大綱。

南非運動觀光與國家政府的優先事項：運動觀光的重要貢獻，擴展支持下列三個國家級的政府工作重點：包括經濟發展、社會凝聚力和發展，以及政治穩定。

(一)經濟發展:在南非舉辦大型和重要賽事，具有以下優點：1.它增強投資者的信心。2.創造工作機會人力資源技能提昇。3.直接與間接的花費是經濟進一步發展的催化劑。4.捐贈者和贊助商的資金收入。5.創造永續經營資金的潛力。6.成功舉辦活動提供無與倫比的行銷。7.大型和主要活動往往需要大量的基礎設施的發展，其範圍不僅是運動設施，尚包括交通運輸和通信網絡。

(二)社會凝聚力和發展:與經濟發展同樣重要，運動觀光的社會效益亦有其重要性。這些措施包括：1.民族自尊心。2.健康的國家。3.利用運動促進發展。4.廣泛的社區發展。5.掃除社會弊病。6.對青少年有正向的影響。7.永續累積遺產計劃的潛力。8.遊說未來舉辦「非傳統」領域賽事之機會。

(三)政治穩定:有人認為，運動觀光是一個國家內部權力的連續性，成為國家的政治穩定和社會繁榮的最重要的標誌。發展運動觀光可鞏固和平、友誼與運動全球化，以及利用運動觀光強化國民認同之最終發展目標。

- 運動觀光發展戰略的執行，注意在以下五個方面：1.建立兩個協調論壇。
- 2.檢視與修訂運動監管法規問題。
  - 3.持續地研究發展。
  - 4.制度程序與法制化。
  - 5.支持運動觀光之關鍵經營者。

### 三、加拿大運動觀光政策

要積極開展運動觀光機會，策略是需要設定一些行動程序。該策略需要戰術和行動為導向（tactical and action-oriented），必須方向：1.專注於現實的目標。2.導出結果。3.建立社區的優勢和機會。4.整合到整體的經濟發展策略。5.評估結果。

蘭利運動觀光策略聚焦於三方面的機會：1.運動系統的開發。2.經濟發展。3.社會和社區的遺產。

**策略目標與目的:**1.建立一個全面和綜合的溝通策略，以促進運動觀光的價值和效益。2.發展的組織架構，支持與加強Langley運動觀光業。3.提高Langley承辦地方、區域和省級運動賽事件的能力。4.最大化利用運動賽事以增加居民、組織和企業之社會效益、經濟效益。5.創建運動的遺產，在蘭利建設社區運動和運動觀光之能力。

### 四、希臘之運動觀光政策分析

#### (一)奧運會及其他賽事:

- 1.短期利益：從市外而來的遊客、投資，為商業與就業福利所帶來之經濟影響。



2. 長期利益：有關資本投資之回報（包括旅館、餐飲事業）；人力資本投資（提高技能）；持續而來的遊客、生產力的提高、外來投資、基礎設施和相關服務的業務發展等。

(二) 度假酒店與套裝(all inclusive)俱樂部

(三) 戶外活動的機構(Outdoor Activities Agencies)

(四) 運動中心或營地之運動觀光行銷套裝產品(sport tourism marketing programs in Sport Centers and Camps)

在希臘運動觀光與生態觀光及健康觀光相關之利基。企業在這方面也才剛剛開始創業，並包括多重跨業之合作與舉措，例如當地的戶外活動機構提供郵輪的客人下錨在希臘島嶼，從事海上皮艇活動。透過運動觀光這個未開墾的領域，作為經濟與社會發展是有很多的機會。對於公共部門而言，進行更多市場研究是首要需求步驟，這些機構如國際運動觀光的希臘研究組在這方面是最有幫助的。

## 五、印度運動觀光發展概述

(一) 印度之觀光

在 Jawaharlal Nehru 所著《印度的歷史全景》寫道：「這裡的人們似乎瞭解生活，在其智慧所體悟建立的結構維持印度文化的穩定，並持續了幾千年的」。在其光榮傳統與深厚的文化下蘊育印度旅遊事業的發展。印度有非常不同的氣候，從高海拔地區極端寒冷的平原到炎熱的夏天。這些氣候條

件，豐富的文化傳統延伸幾千年，自然環境、建築作品、音樂、舞蹈、體育、繪畫、習俗及語言等，這些所有使印度成為一個遊客的天堂。

## (二)印度運動觀光的多樣性

運動觀光現象已經證明，透過全球範圍內普及運動一如奧運會和專業的「超級錦標賽」，現今的通信網絡、道路、航空、水路、電腦化節目、維護通信世界各地，促進和刺激運動迷(sport-interested people)的流動性，破除語言、文化、習俗、信仰或地理位置之隔閡。

在印度的國家慶典節日，有一些地方與時間不容錯過。在節日來臨，人們以不同類型的運動活動作為娛樂和享受。除此之外，印度人民從事各種運動，包括曲棍球、足球及板球。Kabbadi 和 khokho 是風行整個印度。

運動觀光是世界和平的重要力量，可增進了解與相互依存。運動觀光在世界各地，可以有助於建立一個新的國際經濟秩序，這將有助於消除日益擴大的經濟發達國家和發展中國家的運動觀光發展國家之間的差距，確保穩定的經濟和社會的發展和進步，特別是加速發展中國家的發展。

## 貳、各國運動觀光政策推動情形與輔導措施比較

目前行政院體育委員會已將運動觀光政策列入中程施政計畫，尤其經由「運動產業發展條例」通過，使得運動觀光政策具有法制化之基礎。其次，配合海洋運動觀光政策之推展，現行「水域遊憩活動管理辦法」，已從觀光遊憩的觀點對水域遊憩活動作規範，而「21世紀台灣發展觀光新戰略」中，迎

合運動休閒之需求打造海陸空三度空間的旅遊環境，顯見對運動觀光已是未來觀光政策重要議題。綜合焦點團體及專家訪談意見（如附件二）結論重點如下：1.臺灣運動觀光產業的發展仍處於起步與開發階段。2.臺灣運動與觀光產業政策與配套措施尚待加強。3.臺灣運動觀光產品與基礎設施尚待加強。4.臺灣運動觀光產業之機會與威脅。5.臺灣運動觀光產業之發展方向。

上述五點專家學者說明出臺灣在政策推動情形與輔導措施仍有很大改善空間。而針對各國分析結果如下：

環顧當今全球運動觀光產業的發展成熟度，主要分成兩大類，從已開發國家和開發中國家的狀況分類，其推動運動觀光產業的國家分為主動性的及被動性的兩種及一般常見的運動觀光分類總離不開參與性、觀賞性和懷舊性三種類型，其實運動觀光產業，可以說是大型運動賽會運動觀光主導整體運動觀光的發展，各國極力發展的產業，運動與觀光兩者產業的結合更促使經濟效益的成長，現今隨著閒暇時間的增加、老年社會的來臨、民生財富的增加、交通運輸工具的改善、休閒態度的改變及運動賽會商業化等各項因素，使得運動觀光產業更具未來性、發展性，因應各國國情不一，國情不同、地理區域、位置、大小、參與與觀賞性運動發展的規模也不同，做法要因地制宜，部分國家是以辦大型賽會為推動運動觀光的主要手段，國外多仰賴政府政策或相關促進方案帶動產業活化，由「運動」結合「觀光」，帶動與發展旅遊產業，各國主要運動觀光產業市場，因運動觀光每年吸引無數的國內外觀光客，帶動經濟、文化、藝術及都市更新的各項發展，每一個人力組織都

須透過完善的規劃管理、計畫、教育訓練才可將專業知識發揮到最大，面對運動觀光產業最需要的即是專業的人才，提到運動觀光則住宿與飯店更為重要，如何將服務品質提升，吸引更多觀光客參與更是重要的一環，然而依照不同的住宿方式，訂定出合理的價格、提供優良品質的住宿設施等，更是促進運動觀光產業的助力，更顯示出人力的重要性。

申辦國際運動會不單是促進經濟單一方面，而是全面性的提升各項發展，當參與者從最基本的生活中培養起對運動健康的概念，保持對運動觀光的熱衷、積極參與大型賽會，尤其在體育先進國家明星運動員常擁有很高的知名度，成為社會上注目的焦點，吸引一些優秀的人才從事這個行業，也帶動運動觀光產業的發展。以永續觀光合作研究中心所進行的奧運重大研究計畫，洛杉磯在 1984 年奧運會首次採用商業化模式運作，倫敦在 2012 年奧運為例，奧運是全球運動盛事，想當然爾是全球媒體和運動迷聚焦的地方，也是想親身體驗奧運盛會的觀光客聚集的地方，奧運會皆由主辦國出資舉辦，隨賽事規模日益擴大，經費投入不斷增加，奧運經濟成為當今世界經濟發展中具有獨特性的運動觀光經濟現象，以澳洲每年參與運動觀光(深度旅遊)遊客，產值超過 30 億，而在亞洲國家運動觀光產業發展目前著重在運動賽會舉辦，提供就業機會促進經濟發展，促進國家經濟發展是目前全球最重要的課題，運動觀光產業是一個整合的產業，若該國的休閒運動觀光風氣較盛行，制度就相對較完善，如日本、土耳其、比利時、韓國滑雪、英國滑雪、美國紐約看職業運動比賽、澳洲衝浪黃金海岸等等，美加地區運動產業是以

職業運動為主軸；職業運動可以賺錢，所以自然形成以運動為主體的運動觀光市場，事實上，美加地區運動觀光較少從聯邦政府(國家政府)來推動，美國職業運動，甚至是大學 NCAA 的 4 強決賽時，只要政府不採取干預，這個市場機制早已行之有年，主要還是由消費者來決定市場規模，隨著時代的轉變，許多外國觀光客將旅遊地點轉向鄰近封閉的大陸地方及泰國等國家，其他國家如亞洲韓國和日本在冬季運動渡假村發展且大部分偏重於靜態活動，泰國馬來西亞海洋休閒渡假村，對該國整體觀光產業發展佔有很重要的地位，相反的，歐美紐澳等國則偏重運動休閒活動。

### 參、歸納各國運動觀光政策之發展趨勢比較

各國推動運動觀光產業所採取的輔導措施及政策主要為培育各項運動專業人才，從教育做起徹底落實運動課程等教育方針、各國也與當地旅遊飯店業者做結合，將經濟效益發揮到最大、積極建設各項運動場館與設施有嚴密的組織、規則、制度外，並塑造很多明星級運動員，大型國際運動賽會扮演極重要的角色，申辦國際賽事不僅對國家整體形象及知名度的提升有益處，對國家打造健康城市、具體的提高國民生活品質，也是一大推手，在申辦國際賽事時對整體都市更新及興建新的建設有很大的幫助，在開發中國家的發展情況上，因人既要求生活無虞，又要滿足心靈感受，加上國家在整體運動觀光產業制度的建立上還未成熟，有關民生、經濟、政治等問題仍在努力朝穩定發展的情況下，人民休閒生活的議題就表現出較無統整性的步調，

單靠國家文化或具地理環境優勢的運動觀光特點，顯然是還有很多的努力空間，當已開發國家的發展情況來說，國民生活水準到達一個地位後，人們開始有了享受生活的生活型態出現，生活態度上不在是為了生存上的追求開始注重精神層面的追求，如同馬斯洛主義所訴：人們到了開始追求自我實現的階段，透過國家整體完善制度的建立下，運動觀光產業的整合帶動整個產業鏈，很容易就能達到目標績效，透過運動觀光，作為經濟與社會發展，減少旅遊的障礙，如減少入出境通關時間和不必要觀光客稅賦支出，以及簽證便利性或者免簽證，反之，較被動性的國家，相對發展輔導措施就較為不明確，往往有走一步算一步的風格出現，政府政策就隨著看甚麼風就開甚麼船的情況，扣除掉如印度這樣的國家有豐富的环境資源做為利用發展外，其各國政策如下：

**1.澳洲:**會將整體運動觀光之活動與當地觀光產業結合；澳洲 2000 年所舉辦的雪梨奧運為例，國家將運動旅遊分到同一個單一的聯邦政府部會，旅遊業成功實現主辦 2000 年奧運會，並獲得國際的掌聲，便可知道運動與旅遊整合於一起，並藉由大型賽會的辦理，提供運動觀光良好的平臺；澳洲墨爾本一月至二月會舉辦 AustraliaOpen 澳網,然後接著三月有 F1 賽車，十一月有世界知名馬賽 MelbourneCup。這些都是舉辦定期之國際賽事，他們會結合旅館業、旅行社、交通、企業、政府等舉辦一系列活動；澳洲運動觀光政策將運動與旅遊的權職被分配到同一個單一的聯邦政府部會是可以參考；澳洲潛水產業，對生態保域採嚴格管制，立法保護野生資源並落實執行，澳洲

和希臘透過國際賽事奧運的舉辦，間接整合了政府部門聯合推動基礎建設與環境、人力規劃來發展運動觀光，因此帶來的效益可說是全世界皆有目共睹，另外，澳洲訂定運動觀光策略草案(the draft sports tourism strategy)主要關鍵元素是產業合作、教育和訓練、政府法規、基礎設施、經濟效益評估與研究

**2.日本:**主動輔導漁民轉型漁業兼潛水觀光，並設立責任保育區以確保觀光資源可永續經營，另外，日本職業運動為觀光主要的結合對象，借用日本職棒的高水準比賽提高觀賞性觀光人口。

**3.美國:**運動觀光產業的發展是以州以下的層級來發展，是以商業法則自然發展，沒有所謂政府訂定運動觀光推動政策，美國職業運動以透過電視行銷，搭配欣賞美國職籃或職棒大聯盟的比賽之類的觀光相當盛行，在美國關島，全島污水控管，生態保育週全，水域活動發展蓬勃，美國已經對台開放免簽證這項利多，下半年國人出國的運動觀光市場。根據歐洲或美國經驗，運動觀光都與強大的職業運動市場結合，觀光是依存在運動產業中，形成運動觀光市場。

**4.比利時:**這國家來說，運動觀光在比利時是屬專門的一個市場，因此旅遊產品種類繁多，許多商業化的企業就會對運動觀光有積極的規劃及做為，國家政府除了投入基礎建設外，政府部門的整合，提供全盤規劃管理，當然還會提供誘因，來鼓勵更多的企業投入該產業發展，讓運動與旅遊共生，就能產生更多利益。

**5.瑞典和希臘:**長期的潛力需要兩個策略:1.首先,開發長期的增長計畫,尤其是來自運動、休閒及商務遊客需求,以維持永續發展:(1)設施與住宿之強化,(2)基礎設施建設;2.初始之投資設施,應更好地設計並建立臨時承載量(temporarycapacity),確認所需的容量,奧運會並不常舉辦,應針對隨後舉辦賽事來考量承載量。

**6.英國:**倫敦奧運主要是以奧運場館的介紹、節慶活動為主,有關於旅行或遊客的部分,僅是介紹如何以走路或單車的簡易交通方式抵達比賽場館或觀賞比賽,英國為例,除了政府的支持外,相關的運動與觀光機構也應參與其工作,倫敦市政府理應可藉由這次的全球頂級運動盛會,大肆吸引更多觀光客進入英國,屬運動賽會觀光模式的一種。

**7.希臘:**則是以長期潛力為考量,首先開發長期的增長計畫(設施與住宿之強化、基礎設施建設),然而這些基礎的建設更要考慮相關的臨時承載量,以期能達到永續利用的價值。藉由運動觀光政策,舉辦大型國際賽事、運動觀光套裝行程,各種類型的度假中心、戶外活動機構等,其希臘之運動觀光市場,以業務領域可細分成四種,加上歷史文化的使然,成為天然的運動與觀光的優質場所。提供專業的軟體服務,並提升國內場館的硬體設施成為施政的主要方針,強制規定各旅遊場館設有運動休閒設施,以厚實觀光旅遊的硬體設備,以厚實觀光旅遊的硬體設備,最特別的運動觀光遊憩為戶外活動(極限運動、飛行傘…等),政府對於非主流項目也相當支持。承辦賽會活動也是一大主因,除了大型賽會之外,還包括其他綜合賽事的辦理(沙灘排球、



高爾夫球…)。

**8.土耳其:**更有奧林匹克的特殊條文，以保障運動發展。

**9.南韓:**在主管單位上設文化觀光體育部，在這方面溝通上應比我們的雙頭馬車「觀光局」、「體委會」來的好，對不同市場進行了區隔外，也和其他國家策略聯盟，南韓能以國家的力量整合創造奇蹟，台灣為什麼不能，預定在 2014 舉辦仁川舉辦亞運會，和 2018 年在平昌舉辦冬奧會就是顯著的例子，其主要目的是要在國際運動賽會中，驅動運動觀光發展。

**10.英國:**作法如下：(1)應有客觀的統計資訊，佐證運動觀光可能帶來的好處。(2)應將運動與觀光的資源整合發揮其最大效益。(3)大城市或區域，提出區域性的運動觀光發展計畫。

**11.葡萄牙:**的旅館除加上服務費外，另須加上 3%的觀光稅。

**12.義大利:**也開始抽觀光稅，遊覽車到每個城市都是要繳錢才能入城。

**13.新加坡:**觀光客在各餐廳、酒店消費需付 10%的服務費、3%政府稅及 1%的觀光稅。

**14.瓜地馬拉:**購買機票或住宿旅館時另加觀光稅百分之十。

**15.雪梨:**奧運主場館便為往後賽事而減少承載量，較值我國參考。

**16.中國:**「運動休閒」作為未來發展的制高點，積極實施運動休閒、創新創意、生態人居「三位一體」的城市建設理念和發展模式，中國把打造運動休閒之城提昇為城市特色定位和未來發展戰略，1994 年以後中國推動整合體育與旅遊行業的節慶活動，如 2008 年北京奧運和 2010 年廣州亞運會。

**17.印度:**運動觀光產業輔導措施如國家慶典節日，有一些地方與時間不容錯過;以不同類型的運動活動作為娛樂和享受，如觀光客在印度也可以體驗傳統競技方式。

## **肆、建構臺灣運動觀光政策發展與輔導措施之方向模式**

### **(一)建構台灣運動觀光政策發展與輔導措施**

政府的政策方向對一項產業的影響相當深遠，列入中央政府主管機關施政重點，觀光休閒法令訂立應與國際同步並嚴格執行，才能吸引更多的外國觀光客對本國的認同及接受，政府推動策略應以服務業的態度來執行，避免官僚的做秀場面發生，第一線的公職人員層級須提升，執行面避免簡單的事情複雜化，推動運動觀光稅立法，以作為運動觀光產業管理與輔導基金，先擬定實施草案試辦三年，並每年提改進以及檢討會議，進行產業輔導，避免運動休閒專業領域引用閉門造車的草率政策，多接受國外專業組織的技術及經驗，並學習引進及強化運動與觀光單位職權和功能的統整(如成立中央部門的協調機制、落實運動觀光政策、戶外休閒、健康與適能、有品質保證的賽會等)、強化運動產業本身做起，打造國際級運動賽會公園，強化大型賽會的競標成功率，才有籌碼與觀光業結合，產生實質互利共生的創新產業-運動觀光。運動產業政策發展重點：振興運動產業，推動運動休閒服務，有助於體育運動推展及國家經濟發展，將發展職業運動、運動觀光、休閒服務等產業列入行政院體育委員會施政重點，落實導潛、導遊導覽專業制度，並

提升專業層級和國際接軌)，聘請有經驗的公關公司，協助建立品牌的操作，與公共關係的經營維繫，以創造中華職棒的品牌價值，假如要全面訂定運動觀光政策及輔導措施，依培育運動觀光人才，發展出屬於台灣的運動觀光業為出發點，希望政府能有效整合運動與觀光主管部門，藉由重大運動賽會去推展運動觀光的主要成功模式的機會，若與其他國家比較台灣則是欠缺此優勢，提升國家知名度、增加國際競爭力，打造專屬台灣的品牌是提升國家知名度的一大因素，建立健康城市的環境、提升國人休閒生活：提供多元化的選擇，提高民眾參與休閒運動的動機，提升健康運動概念的教育等都是有密切的關聯性，最後有效定位運動觀光之存在價值，不只可有效提升國家形象，更可帶動台灣轉型，發展更具生活品質環境條件的台灣，並發展出特色性的運動賽事，不僅僅著眼奧運、亞運的爭辦，才能另闢蹊徑，各縣市規劃有關運動觀光發展活動：我國每個縣市的文化、風俗、生態、景觀都不同，各縣市結合當地特色創造出獨特的運動觀光文化，鼓勵企業多利用運動觀光的行程結合員工旅遊，及學校學生在國內的運動觀光旅遊，既有正面教育的形象。政府因該有更具體的促進方案，輔導(鼓勵就業)方案，並降低申請門檻(如體委會運動產業貸款、青輔會創業輔導方案)，公司聘任運動產業相關系所畢業之專業人才比例來評估貸款審核，如此才有實質促進運動產業市場人力需求的效用，形成社會普遍之話題，並與民眾生活結合在一起，觀眾才能普及，並發展出多元的週邊產業，例如場館門票、運動廣告、紀念品、運動器材等等，並帶動國內外運動觀光產業的發展，政府應加強運動觀光景點

的基礎建設，如適合發展水域運動觀光的地點，即應建置沐浴間、更衣室、上、下岸的碼頭、停車場…等，在生態環境保育法令須貫徹執行(提高罰則)。

## **(二)台灣運動觀光產業可能遭遇之問題**

倫敦奧運也估計多吸引了約 300 萬遊客在奧運期間湧入，這看在倫敦市民的眼裡，反而是一項災難，參加人數眾多的比賽如日月潭游泳以及馬拉松路跑等等，但仍欠缺各方面的整合，政府部門目前在專業人力認證上除登山嚮導證外，體適能的相關證照，在專業認證的數度上有些緩慢，在潛水方面各自為政，呈現先搶先贏，開放船潛但對水上活動的業者在海洋法規上，卻是放任不管嚴重影響國際形象，又因經費不足(專業水域救生人員編制)而禁止以及相關水域發展政策(管理辦法)根本跟不上產業發展。在我國興建運動場館之通盤考量不甚縝密，為了舉辦大型賽會而建設之場館，幾年之後淪為蚊子館，應先確認所需的承載量以及使用需求，以其獲得最大化的使用，沒有做到有效管理，沒有遊戲規則來好好管理一些休閒運動度假中心，導致官商勾結的情況，加上簽賭及打假球事件，使民眾喪失興趣，最後舉僅是引導畢業生投入創業市場，沒有其他配套的輔導機制，可能最後僅是徒增創業失敗倒閉的失業人口而已。

## **(三)專家推崇運動觀光產業之政策方向及願景**

台灣也有豐富的天然環境資源，適合國際競賽的場地，運動與觀光的整併至少協調，運動與旅遊部門的活動對國家與地區較為有利，先將國家政策

施政重心擺在，如何能擴大運動產業的市場，除了要評估觀光的基本要素(地理、社會、人文、氣候、歷史)之外，更是要提升國內運動商品及服務，運動觀光產業活化，提供更好的消費品質活化國內市場，吸引國外遊客消費市場，政府不必刻意強調輔導所謂運動觀光業者，反而強化輔導運動產業業者，自然能輔導到運動觀光業者。從學校教育做起，培養專業人才必須從教育做起，加強實習課程與產業結合，由政府部門整合出一條鞭的整合策略與措施，接著再透過公關及行銷手法，在國內甚至是國際間表現出台灣的特色，達到鼓勵國人參與運動觀光的實際作為，同時吸引國外觀光客進來台灣參與運動觀光行程，在各國運動產業發展規模不同條件下，台灣必須找出適合目前運動產業現況的策略，才能成為提升觀光旅遊品質的最佳利器，在運動與觀光的相互協調與合作下對各國的觀光旅遊業更是一大挹注。

## 第二節 建議

本節依先前研究結果之發現提出建議，期能提供各運動觀光產業業者、政府機關相關部門、運動觀光愛好者之參考與啟思，並期許能將研究發現貢獻給未來研究者之後續研究，其本研究建議茲分如下：

### 壹、實務建議

本研究之有關台各國運動觀光產業推動政策與輔導措施之比較研究，提供給予政府研擬政策與產業界經營方向一些實務建議，使台灣運動觀光產業在未來能更完整、更完善，才可讓民眾能更清楚了解運動觀光產業發展之重要性，以下提出八點建議，可做為台灣運動觀光發展未來方向。

#### 一、研究建議及發現對相關施政之助益

1. 可發展一套適合台灣運動觀光產業政策調查之工具與評估方法。
2. 建立各國運動觀光政策之文獻基礎資料做為台灣借鏡。
3. 可提供參與之工作人員研究與實務之訓練。
4. 改善運動觀光經營環境。
5. 探討運動觀光產業政策之各種層面。
6. 改善國內運動觀光之產業結構。

上述結果可提供有關單位規劃與改善運動觀光產業推動政策與輔導措施，進而台灣提昇運動旅遊服務品質、訂定未來運動觀光發展策略及學術研究之參考。

## 二、降低運動觀光業者的營運成本

Corsby(1984)曾指出一家服務公司可以最高浪費它 35%的成本於產出無品質(non-quality)的服務，其更進一步估計鑑定和失敗成本大約佔此浪費成本的 95%，然而預防成本(prevention costs)只占 5%而已。換言之，對於運動觀光產業者而言，如果更加注重運動觀光產業的服務品質、服務錯誤的預防，將會有巨大的潛力來降低整體運動觀光產業成本。成本研究的目的之一，為分析我國運動觀光產業之服務失誤狀況，蒐集與分析有關國人接受國內運動觀光服務之資料，應可改善運動觀光產業第一線服務技巧，並可為運動觀光產業節省大幅的成本。

## 三、改善國內運動觀光之產業結構

運動觀光旅遊是一個多元化市場的行業，其服務供給基本上是由五部份所構成，包括旅遊仲介服務、運輸、餐飲住宿、觀光地區運動設施服務、旅遊地區行政與推廣組織，其中旅遊仲介服務是運動觀光重要的促進組織，而旅行社永續存在的四項基本基礎包括：尋求市場、諮詢建議、交易處理、解決問題(高俊雄，2002)。因此，經由本研究探討，發現運動觀光之產業服務

品質因素雖與相關產業相同，但可發現運動觀光產業仍有其特殊性，而且改善運動觀光服務品質仍需其他相關產業配合，如旅遊仲介服務、運輸、餐飲住宿、運動設施服務及行政與推廣組織，均列加入共同考量。

#### **四、改善國內運動觀光之整體品質與滿意度**

要達到運動觀光之產業服務品質永續發展的目標，則高度的運動觀光滿意度是必備條件，如此才能正面影響運動觀光消費者再度前來消費，並有效開發潛在運動觀光消費者的首次購買意願。而高水準的運動觀光之服務品質是獲得高度滿意的必要方法，然而要達到高水準的觀光服務品質，則需多方面的配合，例如政策與法令、服務設施、服務軟體、人力品質、教育訓練及當地居民的正確認知等(陳思倫，2005：409)。因此，對於國內外運動觀光之產業服務整體品質作一整體檢測與分析，包含政策與法令、服務設施、服務軟體、人力品質、教育訓練及當地居民的觀念等，對於不良運動觀光服務品質的原因、服務失誤的類型及補救措施，應可提昇運動觀光產業整體服務品質。

#### **五、建構國人對參與運動觀光服務品質之模式**

本研究建構國人對參與運動觀光服務品質與滿意程度之模式。本研究從運動觀光服務品質構面，其對消費者參與意願、滿意與再次購買意願具有顯著的影響力。經由服務品質理論為基礎，以國內潛在運動觀光消費者為對象，以線性結構方程式(SEM)建構「國人對參與運動觀光服務品質模式」，來探討影響國人參與運動觀光之服務品質與滿意程度之因素與效果，這些結果應可作為我國發展運動觀光政策，改進運動觀光之服務品質的參考。

#### **六、打造專屬運動觀光套裝行程服務系統**

本研究完成之運動觀光服務品質之資料結果，藉此結果提供給業者與政府觀光局打造運動觀光夢幻百大行程。另外，本研究結果發現民眾對於綠島潛水、合歡山登山賞雪、蘭嶼、旗津海邊、秀姑巒溪泛舟、八仙溫泉主題樂園等景點大多屬於水域活動，期盼政府政策能夠規範證照制度，讓水域相關

專業人員，擁有如救生員、急救員、水域指導員等證照，才可提升台灣水域活動的安全品質。在未來期盼政府能夠在這些景點多投入精神與經費，使民眾能更了解台灣運動觀光等特色，亦可讓這些地區能夠受到更多保護，進而達到永續經營的成果。此外，民眾對**運動觀光服務品質**的需求程度更高，表示民眾對運動觀光很高的吸引程度，而缺少運動產業、旅遊產業、餐飲產業的共同合作，如果可以共同合作創造出一個服務系統網絡，此成果因該可以導出一個不錯的運動經營體系。

## 七、加強運動產品媒體宣傳

本研究發現民眾對運動觀光參與大多都以一次且許多運動觀光活動亦停留於「知道」階段，實際參與比例與消費金額仍偏低，僅聽聞運動觀光活動以舉辦較多屆或知名度較高之運動觀光資源為主。因此，充分發揮市場機制與政府政策，進而發展形成運動觀光產品，且透過政府、觀光產業、協會組織的協同合作，讓地方政府單位應運用有深度的廣告媒介，將當地運動觀光資源生動化並有效發揮，增進消費者印象與消費者進行溝通，並擴大運動觀光的傳播訊息範圍，將運動觀光資源有效地融入民眾生活，提高民眾對運動觀光服務品質與關心程度，才可有效地吸引民眾，提升名民眾參與運動觀光意願與台灣運動觀光服務系統的整體效能與品質。

## 八、創造多元效益，增進地方發展

本研究發現台灣運動觀光資源擁有豐富自然資源與人工資源，期盼業者與政府能夠善加管理與運用此資源，並針對台灣地區目前運動觀光資源現況與市場結構，如：人才培育、證照制度、安全管理、救援措施、預算等的完善支持體系，建立全面性之政策、管理體制與營運機制之整合模式，並透過運動節慶活動的舉辦，提高地方就業機會，增加活動工作與收入提昇，減少活動對舉辦地造成之負面生活影響，並加以運用居民對運動地方文化熟識之知識，對運動觀光客進行當地運動導覽與解說，進而間接強化當地運動的發展，也能使得活動的效益能再向上提升。



## 貳、未來研究建議

本研究受限於研究者的人力、財力、時間及其他因素，無法作一完善且周延的深入研究，故提出以下研究方向供後續研究者參考。

### 一、增加運動觀光不同領域之區辨研究分析

台灣運動觀光應發展為運動觀光產業重要基礎，而且不同領域政策與輔導措施需求並不相同，建議未來可用區辨研究，以瞭解各領域潛在運動觀光政策與輔導措施需求差異性，它可作為區隔台灣運動觀光市場之基礎，並可提出不同之行銷策略。

### 二、各國運動觀光產業服務品質之比較研究

針對各國運動觀光產業服務品質現況，可進一步加以比較，以瞭解各國消費者對運動觀光產業服務品質認知，並作為我國運動觀光產業服務品質改善之基礎。

### 三、台灣運動觀光產業之整體發展與策略分析

台灣少有人研究運動觀光策略分析，包括政府層面的旅遊環境整合、產業層面的旅遊產業整合、產品層面的旅遊產品整合、市場層面的旅遊市場整合，並針對台灣地區不同運動觀光資源特色，規劃運動觀光活動與產品善加利用，可以創造出對台灣未來運動觀光發展更有價值之貢獻，相信調查出之結果可提供作為政府與運動產業主管之經營與規劃重要參酌依據。

## 參考文獻

王文科(1990)：教育研究法。台北市：五南。

行政院經建設委員會（2001）。國內旅遊發展方案。台北：行政院經建設委員會。

行政院經濟建設委員會（2008）。2008年服務業發展綱領及行動方案。

<http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0000550&ex=1&ic=0000015>

行政院體育委員會（2011a）。施政重點\_行政院體委會中程施政計畫（九十四至九十七年度）。

- <http://www.sac.gov.tw/WebData/WebData.aspx?wmid=187&WDID=2135>,  
2011年2月28日檢索。
- 行政院體育委員會(2011b)。施政重點\_行政院體委會中程施政計畫(九十九至一〇二年度)。
- <http://www.sac.gov.tw/WebData/WebData.aspx?wmid=187&WDID=2135>,  
2011年2月28日檢索。
- 交通部觀光局(2002)。21世紀台灣發展觀光新戰略。台北：交通部觀光局。
- 交通部觀光局(2003)。水域遊憩活動管理政策與法規制度。台北市：交通部觀光局。
- 交通部觀光局(2011a)。2010年台灣地區民眾旅遊狀況調查。2011年9月10日，取自交通部觀光局網址  
<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200612/95國人中摘.htm>。
- 行政院體育委員會(2011c)。運動產業發展條例。
- 交通部觀光局(2011b)。觀光政策白皮書。2011年10月21日，取自交通部觀光局網址交通部觀光局網址  
[http://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/wpage/page1\\_20090902.htm?no=121](http://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/wpage/page1_20090902.htm?no=121)
- 余鈺焜(2007)。台美國民教育階段能源教育教材之比較。立德管理學院資源環境研究所碩士論文，未出版，台南市。
- 吳定(2002)。公共政策(全)。台北市：華視文化事業。
- 邱芳斌(2008)。日月潭泳渡之觀光效益影響研究。中國文化大學運動教練研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 李昱叡、許義雄(2005)。台灣海洋運動與觀光、文化資源整合推展個案分析—以交通部觀光局大鵬灣國家風景區為例。論文發表於台灣身體文化學會主辦之「2005 羅漢門傳統技藝、觀光與文化國際研討會」，高雄縣內門。
- 李淑芬(1989)。比較法。載於蔡保田等著，教育研究法(頁239-250)。高雄市：復文。
- 林文全(2002)。我國警察機關戶口查察政策之執行評估—以台北縣政府警察局為例。警察大學碩士論文，未出版，桃園縣。
- 林水波、李長晏(2005)。跨域治理。臺北：五南。
- 高宏華、張美莉、李乙廷(2008)。台灣觀光產業發展創新價值研究。中華創新價值協會成立大會論文集(2008/6/21)。台北：中華創新價值協會。
- 徐南號(譯)(1995)。比較教育學。台北：水牛。(沖原豐，1991)
- 翁婉珣(2005)。台灣與新加坡之十二年數學課程比較。國立中央大學數學研究所碩士論文。

- 莊逸萍(2003)。台日小學體育課程改革之比較研究。國立屏東師範學院體育學系碩士學位論文。
- 張世賢、林水波(1997)。公共政策。台北市：五南。
- 郭秀玲(2007)。運動觀光潛水假期參與者動機、期望與滿意度之研究。國立台灣體育學院/休閒運動管理研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 黃金柱(2006)。運動觀光導論。臺北市：師大書苑。
- 潘文章(1992)。企業管理：導論、功能、革新。台北：三民。
- 潘振豪(2008)。深度休閒、遊憩專業化、參與報酬與運動觀光參與行為關係之研究-以大型重型機車參與者為實證。大葉大學運動事業管理學系碩士論文，未出版，彰化縣。
- 劉照金(2005)。國人運動觀光參與狀況之研究。屏東縣：睿煜出版社。
- Ahmed Al Banna, Assistant General Co-Coordinator of Dubai (2003). The Annual Meetings of the Boards of Governors of the World Bank Group and the International Monetary Fund.
- Colebatch, H. K. (2002). *Policy: Concepts in the social science* (2<sup>nd</sup> eds). Buckingham, PA: Open University Press.
- Clinia, E. (2002). Sport Tourism development in Greece Paper presentation to Tourism and Sports Symposium, Philoxenia International Tourism Exhibition,
- Commonwealth of Australia (1999). A Strategic National Plan for the Sport and Recreation Industry (p.4). Retrieved November 6, 2012. <http://fulltext.ausport.gov.au/fulltext/1999/feddep/eg2006.pdf>.
- Commonwealth of Australia (2000). Towards A National Sports Tourism Strategy. Retrieved November 6, 2012. <http://www.ausport.gov.au/fulltext/2000/feddep/SportTourismStrategy.pdf>.
- Crowther, G., Raj, P. A., Wheeler, T., Finlay, H., Bryn, T. (1995). INDIA – A Travel Survivor Kit. *India Today*, January, 15.
- Crush, J. (2006)(ed). The perfect storm: Realities of xenophobia in contemporary South Africa, Southern African Migration Project. Canada: Cape Town & Queen's University.
- Department of Industry Tourism Resources. (2002). *The 10 Year Plan for Tourism; A Discussion Paper Canberra*.
- Elrick & Lavidge, Inc (1994). Unmet vacation expectations. Prepared for Marriott International. Washington DC, USA.
- Foo, L. (2000). Sports Tourism; An Australian Perspective, *Tourism Research*

- Report Bureau of Tourism Research. 2 (1); 9–17.*
- Gibson, H. J. (1999). Research into action: Getting into the game. *Parks and Recreation, 6*, 40-45.
- Gibson, H. J. (2002). Sport tourism at a crossroad? Considerations for the future. In S. Gammon, & J. Kurtzman (Eds.), *Sport tourism: Principles and practice*. Eastbourne: Leisure studies Association.
- George, R. (2008). *Managing Tourism in South Africa (2nd impression)*. Oxford University Press. Cape Town, South Africa.
- Greek Ministry for Development (2002). *Entrepreneurship in the athletic sector, official paper and guide for planning*, Greek Ministry for Development, June 2002.
- Hall, C. M. (1992). Adventure, sport and health tourism. In B. Weiler and C. M. Hall (Eds), *Special interest tourism*. London: Bellhaven Press.
- Huan, T. C., Huang, Y. W., & Yu, H. C. (2000). A study of the relationships of religious tourists' travel motivation, expectation, perception, and satisfaction. *Journal of Outdoor Recreation Study* , 13(3), 23-48.
- Jago, L. (2003). Sport Tourism in Australia. *Journal of Sport Tourism, 8 (1)*, 7–8.
- Jackson, E. L. (1988). Leisure constraints: A survey of past research. *Leisure Science, 10*, 203-215.
- Jenkins-Smith, H. C. (1990). *Democratic politics and policy analysis*. Pacific Grove, CA: Brooks-Cole.
- Kurtzman, J. & Zauhar, J. (1997). A wave in time: The sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism, 4(2)*, 5-20.
- Lavalle N.(1997). Understanding today's and tomorrow's sport tourist. Paper presented at Teaming for Success: A Forum on Sport Tourism, 6-8 March, Arlington, Virginia7.
- Lester, J. P., & Stewart, Jr. J. (2000). *Public policy (2<sup>nd</sup> eds)*. Belmont, Calif: Thomson Learning.
- Mashiach, D. A. (2005). Sport Tourism in Israel. *Journal of Sport Tourism, 10 (2)*, 139–141.
- Martin, B. and Mason, S. (1987). Social trends and tourism futures. *Tourism Management, June*, 112-114.
- Minichiello, V., Aroni, R., Timewell, E. & Alexander, L. (1995). *In-depth Interviewing (Sec ed.)*. South Melbourne: Longman.
- Mintel International Group (1995). *Activity holidays in the UK*. London: Author.

- Nair, U. S. (2003). Sports and its management in Kerala: A historical overview.
- Olson, H. E. (1993). Leisure policy in Sweden. In P. Bramham, I. Henry, H. Mommaas, and H. Vander Poel, (Eds.) *Leisure policy in Europe* (pp.71-100). Wallingford, Great Britain: CAB International.
- Ritchie, B. W. & Adair, D. (2004). Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues. Channel View Books.
- Rossi, P. H. & Freeman, H. E. (1989). *Evaluation: A systematic approach*. Newbury Park, CA: Sage.
- Sasi, V. K. (2005). Sport Tourism in India. *Journal of Sport Tourism*, 10 (2), 135–138.
- Sison, V. B. (2007). Philippine Sports Tourism Strategy. Retrieved Nov. 16, 2012 <http://zh.scribd.com/doc/49182306/Philippines-Sports-Tourism-Strategy-2007>
- Sofield, T. H. B. and Sivan, A. (2003). From cultural festival to international sport. *Journal of Sport Tourism*, 8 (1), 5–22.
- South African Tourism. (2006). *2005 Annual Tourism Report*. Retrieved September 6, 2012. <http://www.pmg.org.za/docs/2006/061024sat.pdf>
- Spencer, J. and Zembani, P. (2011). An analysis of a national strategic framework to promote tourism, leisure, sport and recreation in South Africa. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance (AJPHERD)*, 17 (2), 201-218.
- Souliotis, J. (2004). "Sports that seek for your limits- LIFE," publication in Newspaper "I Kathimerini" on Sunday, 02/05/2004.
- Sport and Recreation South Africa (2012). *Draft National Sports Tourism Strategy\_ First draft – September 2012*. Retrieved November 6, 2012. <http://www.srsa.gov.za/pebble.asp?relid=1553>.
- Standeven, J., and De Knop, P. D. (1999). *Sport tourism*. Canada: Human Kinetics.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). *Consumer behavior in tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Taylor, P. (2002). Sport and Tourism Presentation to Tourism and Sports Symposium, Philoxenia International Tourism Exhibition, Thessaloniki, 1/11/2002.
- Terzakis, D. (2004). Sport Tourism today Publication in the electronic newspaper [www.traveldailynews.gr/alternative](http://www.traveldailynews.gr/alternative) [in greek], tourism

- Terry, L. (1996). Holidayseers seek thrills. *Leisure Management*, 16(6), 14.
- The Handbook of India, The Tourism Department.
- The Sports Tourism International Council (1993). *Journal of Sport Tourism*, 1 (4), 43–50.
- UNWTO (2010). World tourism barometer on track for a rebound. Magazine of the World Tourism Organization, Issue 1/2010. Retrieved May 28, 2010, from [http://www.unwto.org/media/mag/en/pdf/UNWTONews\\_2010\\_1.pdf](http://www.unwto.org/media/mag/en/pdf/UNWTONews_2010_1.pdf)
- Weiss, C. H. (1998). Evaluation: Methods for studying programs & Policies (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Prentice Hall
- Williams, M. (1997). Social surveys: Design to analysis. In: T. May ( Ed. ), *Social research issues, methods and process*. Buckingham: Open University Press.
- World Tourism Organization. (1985). Guidelines for the collection and presentation of domestic and international tourism statistics. Madrid, Spain: Author.
- Zorba, Z., Micoogullari, B. O., Zorba, E., Tekin, A. (2004). Sports tourism in Turkey. *Journal of Sport Tourism* 9(4), 325–329.