

台灣運動觀光資源吸引力與民眾偏好之關係研究

劉照金¹ 呂銀益² 李森源¹ 陳志明¹ 蔡永川¹

¹美和科技大學休閒運動保健系

²真理大學運動事業經營學系

摘要

本研究目的在探討臺灣地區運動觀光資源之吸引力與民眾偏好之現況與關係。本研究方法乃從「運動觀光資源」的觀點，篩選臺灣地區451個具有發展運動觀光潛力的資源作為分析樣本，再以自行發展之「台灣地區運動觀光資源吸引力及偏好調查表」為工具，採便利抽樣調查臺灣地區年滿16歲以上且於一年內曾參與運動觀光活動之民眾，共回收有效問卷892份，經分析結果如下：(一)臺灣地區運動觀光資源較具吸引力的前10名依序為綠島潛水、合歡山登山賞雪、蘭嶼水域、旗津海灘、八仙溫泉主題樂園、野柳地質公園、日月潭國家風景區、秀姑巒溪泛舟、玉山國家公園及卑南溪泛舟，亦即臺灣運動觀光資源以水域資源、地質資源及人工資源較具吸引力；(二)民眾對運動觀光資源偏好前10名依序為綠島潛水、蘭嶼水域、合歡山登山賞雪、旗津海灘、秀姑巒溪泛舟、八仙溫泉主題樂園、野柳地質公園、日月潭國家風景區、卑南溪泛舟及玉山國家公園，亦即民眾較偏好水域資源及地質資源；(三)台灣地區運動觀光資源吸引力與民眾偏好之間具有高相關，亦即具有較高吸引力之運動觀光資源較能引起民眾偏好；(四)台灣地區運動觀光資源吸引力雖能引起民眾偏好，但是運動觀光資源吸引力明顯高於民眾對資源偏好，其間仍有顯著落差存在。綜合而論，臺灣地區運動觀光資源以較為豐富之水域資源及地質資源較具吸引力，民眾亦偏好這些自然資源，顯示民眾對運動觀光資源的偏好與資源吸引力有密切關係，然而受到內外因素的影響，運動觀光資源吸引力與民眾偏好仍有顯著落差存在，未來運動觀光資源若能有效規劃與運用，將有助於吸引民眾對運動觀光活動參與，並提昇臺灣的運動觀光產業之發展。

關鍵詞：運動觀光、運動觀光資源、吸引力、偏好

通訊作者：呂銀益，72147 台南市麻豆區北勢里北勢寮 70 之 11 號 真理大學運動事業經營學系

TEL：電話:+886-6-5703100 行動電話：+886-9-33991314

E-mail：luyy@mt.au.edu.tw

A Relationship Research on the Attractiveness and Public Preferences of Taiwan's Sport Tourism Resources

Chao-Chin Liu¹ Ying-Yi Lu² Sen-Yuan Lee¹ Zhi-Ming Chen¹ Yung-Chuan Tsai¹

¹Department of Recreation Sport and Health Promotion, Meiho University, Taiwan

²Department of Sports Business, Aletheia University.

Abstract

The **objective** of this study is to investigate current status and relationships of the attractiveness and current public preferences of Taiwan's sport tourism resources. The study therefore applies a "sport tourism resources" perspective, sampling 451 potential sport tourism resources in the Taiwan area. We then use the "Attractiveness and Public Preferences of Sport Tourism Resources in the Taiwan Area" questionnaire developed for this study and a convenience sampling method to survey individuals aged 16 and over who have participated in sport tourism within the previous year. In total, 892 valid questionnaires were returned. The **results** of the survey analysis are as follows: (1) The ten most attractive sport tourism resources in the Taiwan area are, in order: diving in Green Island, seeing snow on Hehuan Mountain, the ocean at Orchid Island, Qijin beach, Formosa Fun Hot Spring Park, Yeliu Geopark, Sun Moon Lake National Scenic Area, rafting on the Xiuguluan River, Yushan National Park, and rafting on the Beinan River. In other words, Taiwan's water-based and geological attractions are more attractive than its man-made attractions. (2) The ten sport tourism resources in the Taiwan area in terms of public preference are, in order: diving in Green Island, the ocean at Orchid Island, seeing snow on Hehuan Mountain, Qijin beach, rafting on the Xiuguluan River, Formosa Fun Hot Spring Park, Yeliu Geopark, Sun Moon Lake National Scenic Area, rafting on the Beinan River and Yushan National Park. (3) There has a high correlation between sport tourism resources attractions with the public preference, which is the high attractive sport tourism resources are more likely to cause the public preference. (4) Taiwan sport tourism resources attractive can cause the public preference, but the sport tourism resources attractive significantly higher than public preferences, during which is still a significant gap exists. In **conclusion**, in Taiwan water-based sport tourism resources are more plentiful, while geological sport tourism resources are most attractive. The public also prefer these natural resources, demonstrating the close relationship between preference for different sport tourism resources and their attractiveness. However, the influence of internal and external factors, sport tourism resources attractive people preference there is still a significant gap exists. With effective planning and use of these resources, more people will be attracted to participate in sport tourism activities, helping the development of Taiwan's sport tourism industry.

Keywords: sports tourism, sports tourism resources, attractiveness, preferences

Corresponding author: Ying-Yi Lu, No.70-11, Beishiliao, Madou Dist., Tainan City 72147, Taiwan

Sports business management Department, Aletheia University

TEL : +886-6-570-3100 Mobile Phone: +886 933 991 314

E-mail: luyy@mt.au.edu.tw

壹、緒論

一、研究背景與目的

近年來運動與觀光的關連越來越緊密，形成觀光產業及運動領域之共生(Symbiosis)發展關係(高曉光、蔡蘇南，2009；Standeven & De Knop, 1999)，運動與觀光結合之旅遊更是現今廣受世界各國提倡的活動，各國政府與民間企業無不積極加以推動，使得運動觀光(sport tourism)成為世界各國推動觀光產業之發展重點(鄭家韻，2008)。運動對於觀光業的貢獻主要來自兩方面：首先，透過國內與國際遊客的到訪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(Sport and Recreation South Africa, 2012)。

2011年觀光業已佔全球國內生產總值(GDP)約在10%以上，而運動觀光是全球觀光產業增長最快的領域之一，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。根據Richie and Adair (2002)研究顯示，至2001年2月為止，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，歐洲的三個主要觀光市場明顯增加運動化假期(sports-oriented holidays)，德國每年出現3200萬人次，或是55%出境遊遊客是以運動為導向的假期，52%荷蘭遊客行程(700萬人次)均包含運動因素，而英國旅遊局(the English Tourism Council)亦指出，高達20%的旅遊人次是直接參與運動，而有50%的假期是有附加運動參與(DISR, 2000; Ritchie & Adair, 2004)。綜合而言，運動觀光業佔全球觀光產值約在5%至10%，估計約為250-500億美元(DEAT, 2006; SA Tourism, 2006)，在部分國家，運動方面的產值甚至高達觀光收入之25%，顯示運動觀光產業對國家或地區經濟越來越重要之趨勢。

從臺灣民眾國內旅遊類型分析，結合運動與觀光休閒的旅遊方式逐漸受到民眾喜愛，尤其隨著國民旅遊頻率增加，追求具附加價值的觀光體驗，促使運動觀光成為旅遊的重要選擇(邱芳斌，2008；郭秀玲，2007；潘振豪，2008；Martin & Mason, 1987；Terry, 1996)。為了達成「運動觀光」目的，並獲得滿意的運動觀光體驗，仍要依賴「運動觀光設施服務」，亦即遊客可否方便取得運動觀光資源，並獲得正確運動觀光資源資訊，以及提供具有吸引力與喜好的資源成為關鍵因素(Jackson & Weed, 2003; Iso-Ahola & Weissinger, 1985)。依觀光資源觀點，一般人在選擇旅遊據點時，會受到旅遊資源吸引力與偏好的影響，瞭解運動觀光資源對民眾吸引力為何？民眾對運動觀光資源偏好程度為何？運動觀光資源吸引力與民眾偏好之關係為何？兩者是否有落差存在？這些問題對發展運動觀光十分重要。因此，本研究針對臺灣地區運動觀光資源吸引力與民眾偏好進行調查，以作為發展與規劃臺灣運動觀光產業之基礎。本研究具體的目的如下：

1. 分析臺灣地區運動觀光資源對民眾之吸引力。
2. 分析臺灣地區民眾對運動觀光資源之偏好。
3. 分析臺灣地區運動觀光資源吸引力與民眾偏好之關係。
4. 分析臺灣地區運動觀光資源吸引力與民眾偏好之落差。

二、研究理論基礎

紐西蘭學者Leiper (1990)指出觀光系統包含觀光客、地理要素、觀光相關事業等三要素，其中地理要素可視為觀光地理發展的基礎概念。李銘輝、郭建興（2000）指出基本觀光地理的發展，係以地理學之自然、空間、人文、區域等基本觀念為基礎，並與當地之人文與自然環境產生互動關係，此說法也解釋運動觀光資源供需模式與交互作用的概念。

(一) 觀光的基礎設施與資源

Smith (1995)指出觀光資源乃泛指能夠促進任何觀光活動之對象，且能夠提供觀光旅客達到滿足的活動空間。Schwarz, Thor and Elser (1976)認為凡是土地或水域等自然環境之組合，可提供遊憩機會，而且人類有需要利用此等場所，以滿足其遊憩需求者即為觀光遊憩資源。陳水源（1987）在《觀光、遊憩計劃論》書中對觀光遊憩資源之定義為「泛指能促進觀光、遊憩活動之對象，並能提供舒適活動之全部空間而言」。

(二) 運動觀光基礎建設與資源

運動是觀光產業中一個很特別的部分，因為運動觀光通常在運動與觀光的基礎建設中發生，而且從運動觀光的本質討論(MacCannell, 1996; Standeven & De Knop, 1999)，發現運動觀光為牽涉到運動與觀光經驗的交互作用。依Standeven and De Knop (1999)的分類，運動觀光的基礎建設包含自然景點(natural features)、服務、娛樂(entertainment)、運輸、建構設施(constructed facilities)、住宿、遺產(heritage)、附屬設施及組織(organizations)等九項。因此，運動觀光資源是一種把運動觀光活動作為吸引旅遊者的自然因素和社會文化因素，可激發觀光者的旅遊動機，為觀光業創造經濟、社會及生態效益之自然與社會實體物。本研究綜合相關文獻(高俊雄,2008; 盧媛、衛海燕,2005; Burton,1995; Haywood, Kew, Bramham, Spink, Capernerhurst, & Henry,1995)發展運動觀光資源類型架構（如圖2）。

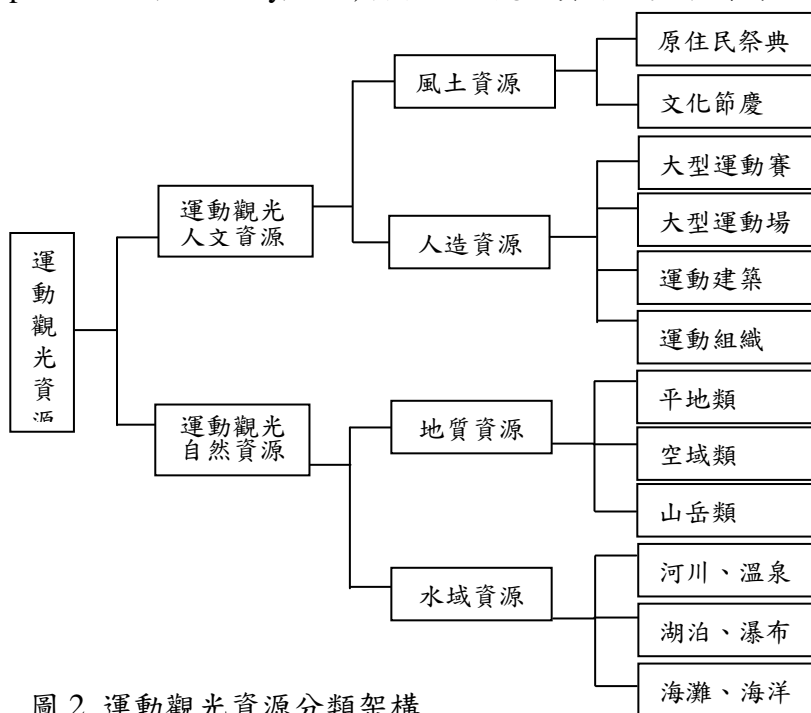


圖 2 運動觀光資源分類架構

(三) 運動觀光資源之吸引力

Gunn (1999)指出「如果行銷是對旅遊所提供的推力，而吸引力則是所提供的拉力」。Smith(1995)認為觀光是推力和拉力作用的結果，「推力」包括心理動機、性別、收入、教育及其他形成旅行模式之個體變量影響力，「拉力」則是吸引遊客至目的地或路徑的特徵，包括有形的資源及旅客的感應與期望。因此，有關運動觀光的吸引力，可從供給與資源等層面加以分析，前者「供給」之拉力來源包括運動觀光景點(attraction)、度假中心(resorts)、運動遊輪(cruises)、運動旅遊(tours)、運動賽會(events)等領域之供給資源(Hudson, 2003)。後者「資源」之拉力來源是指一個地點(location)具有的運動資源，無論是人工的(如水上樂園)或是天然的(如海灘)，則更能吸引觀光(Jouclas, 1995; Marshall & Cook, 1992)。

(四) 運動觀光資源之偏好

在心理學上，偏好可以設想作為個人對一標的對象之態度，可典型反映在明確的決策過程(Lichtenstein & Slovic, 2006)。亦可作為典型心理學評價判斷個體對標的對象的喜歡或不喜歡程度(Schere, 2005)。然而，並不意味著隨著時間的推移偏好是穩定的，偏好會隨著決策過程而作顯著修正，例如選擇(Sharot, De Martino, & Dolan, 2009)，甚至在無意識的狀態下進行(Coppin, Delplanque, Cayeux, Porcherot, & Sander, 2010)。Iso-Ahola and Weissinger (1985)指出社會影響對人選擇休閒或行為會有影響，而且藉由休閒目標或類型可反應社會環境之偏好，Crawford and Godbey (1987)亦認為休閒取向是主觀評量與複雜的，休閒偏好是個人社會化與學習產物，或是人格特質與社會互動，其活動心理取向包含活動偏好、參與特殊休閒活動之能力與相關技能及活動參與能力感受等三種因素。因此，遊客在選擇運動觀光活動時會受到個人對資源偏好的影響(鄧建中，2002)。

三、名詞界定

(一) 運動觀光

指離開日常生活地區參與旅遊，並以非商業性或商業性為由，其中包括運動活動的參與或觀賞運動競賽，涵蓋非商業性或商業性的行為(Standeven & De Knop, 1999)。本研究有關運動觀光之操作性定義，係指民眾離開日常生活居住地，參與運動性活動行為或觀賞性競賽等運動觀光活動。

(二) 運動觀光資源

觀光資源乃泛指能夠促進任何觀光活動之對象，且能夠提供觀光旅客達到滿足的活動空間與遊憩機會(Smith, 1995; Schwarz, Thor & Elser, 1976)，其分類亦有各種不同方法(盧媛、衛海燕，2005; Burton, 1995)。本研究其操作性定義，係以自然資源與人文資源為兩大類型。前者又分為風土資源、人工資源，並可再細分為民族祭典、運動文化節慶、運動賽事、運動場所、運動建築、運動組織與產業；後者分為地質資源及水域資源，並可再細分為山岳活動、空域活動、陸域活動、河川或溫泉、湖泊或瀑布、海灘或海洋等 12 種類型。

(三) 運動觀光資源吸引力

運動觀光為離開住所從事運動為主要目的之旅行，其中運動與賽會有關之身體活動是觀光目的是最主要特徵與吸引力(Hinch & Higham, 2001)。本研究有關運動觀光吸引力之操作性定義，係指運動觀光資源能吸引遊客離開居所，從事運動觀光活動之拉力 (Gunn, 1999)。

(四)運動觀光資源偏好

運動休閒的領域，人們所選擇最喜愛的休閒運動類項，該類項即是個人的休閒運動偏好 (方甄賢, 2005)。本研究有關運動觀光資源偏好之操作性定義，係指個人可自由選擇其喜好之運動觀光資源，以從事相關運動觀光活動。

貳、研究方法

一、研究對象

調查運動觀光資源為篩選出451個臺灣地區22縣市具有運動觀光價值之資源。受試者為臺灣地區年滿16歲以上且於一年內曾參與運動觀光活動之民眾，並於2011年5月10日至6月16日期間發放問卷，共計發放1050份，剔除無效問卷，實得有效問卷892份，有效問卷回收率為84.95%。

二、研究工具

本研究參考相關文獻 (高俊雄, 2008; 盧媛、衛海燕, 2005; 劉照金、周麗華、莊哲仁, 2006; Burton, 1995; Kurtzman & Zauhar, 1997; Standeven & De Knop, 1999)，自行發展「台灣地區運動觀光資源吸引力及偏好調查表」為工具，並請 10 位擁有休閒、運動、觀光相關之學者專家，針對內容進行檢視與考核評估，顯示研究工具具有內容信效度。

三、資料處理

本研究以 SPSS for windows 14.0 版統計軟體進行統計分析，以次數分配、平均數、標準差等分析方式來描述民眾對運動觀光資源之吸引力與偏好之情形。其次，並以 Pearson 積差相關及成對 t 檢定來檢定運動觀光資源之吸引力與偏好之相關情形，以及運動觀光資源之吸引力與偏好之間認知與實際落差。

參、結果與討論

一、台灣地區運動觀光資源對民眾之吸引力分析

由表1所示，臺灣地區運動觀光資源對民眾較具吸引力的前50名，依序為綠島潛水、合歡山登山賞雪、蘭嶼水域、旗津海灘、八仙溫泉主題樂園、野柳地質公園、日月潭國家風景區、秀姑巒溪泛舟、玉山國家公園及卑南溪泛舟，亦即臺灣運動觀光資源以水域資源、地質資源及人工資源較具吸引力。此結果顯示，臺灣地區運動觀光資源以較為豐富之水域資源及地質資源較具吸引力，本研究結果與林仁彬、賈凡、簡彩完、張家銘 (2007)、高玉娟 (1995)、龔貞 (2001) 及

黃靖雅(2001)等三人之研究結果類似，遊客對台灣自然資源與文化資源較具吸引力，陳好甄(2009)亦發現水域資源及地質遊憩資源較具吸引力。

表1 民眾對台灣運動觀光資源吸引力前50名分析表

題數	名稱	平均數	標準差	單排序	總排序
風土資源					
24	鹽水蜂炮	6.34	2.493	1	23
25	西拉雅飛番走鏢觀光季	5.6	2.349	2	79
55	世界原住民族樂舞節	6.11	2.349	3	43
56	阿美族聯合豐年祭	6.32	2.301	4	26
人工資源					
12	八仙溫泉主題樂園	6.89	2.224	1	5
44	高空彈跳	6.41	2.462	2	16
1	小巨蛋體育館	6.35	2.317	3	22
16	后里馬場	6.32	2.12	4	25
15	朝馬漆彈場	6.28	2.283	5	28
36	風力運動公園	6.22	2.254	6	32
30	澄清湖青年活動中心	6.13	2.213	7	42
28	國際龍舟邀請賽	6.00	2.167	8	49
地質資源					
71	合歡山登山賞雪	7.19	2.187	1	2
68	玉山國家公園	6.79	2.283	2	9
80	奮起湖風景區	6.54	2.162	3	13
38	觀霧國家森林遊樂區	6.47	2.133	4	14
45	拉拉山森林遊樂園	6.41	2.223	5	17
58	茶與飛行傘博覽會	6.40	2.231	6	18
17	大坑風景區	6.39	2.035	7	19
70	八通關古道	6.39	2.260	8	20
74	集集自行車道環線系統	6.37	2.213	9	21
37	雪霸國家公園	6.34	2.223	10	24
72	秀姑巒山	6.22	2.247	11	33
91	賽嘉航空運動公園	6.20	2.318	12	34
61	嘉明湖	6.18	2.300	13	37
49	松羅湖國家步道	6.18	2.280	14	36
48	太平山南湖國家步道	6.18	2.253	15	35
73	九九峰自然保留區	6.17	2.248	16	39
89	茂林國家風景區	6.16	2.182	17	40
8	貢寮龍洞攀岩	6.10	2.329	18	44
88	北大武山	6.05	2.308	19	47
18	環市自行車道鐵道	6.04	2.159	20	48
14	南湖大山	5.99	2.104	21	50
水域資源					
57	綠島潛水	7.40	2.201	1	1

59	蘭嶼	7.18	2.197	2	3
29	旗津海邊	7.02	2.06	3	4
13	野柳地質公園	6.89	2.147	4	6
69	日月潭國家風景區	6.89	2.162	5	7
53	秀姑巒溪泛舟	6.88	2.281	6	8
60	卑南溪泛舟	6.74	2.225	7	10
92	月鯉灣	6.57	2.323	8	11
90	大鵬灣風景區	6.55	2.247	9	12
87	後壁湖	6.43	2.294	10	15
94	青螺海灘	6.30	2.306	11	27
21	台江國家公園	6.28	2.159	12	29
46	大溪蜜月灣	6.27	2.234	13	30
62	富岡漁港	6.25	2.216	14	31
34	大武崙沙灘	6.17	2.147	15	38
93	星光牧場磯釣、船釣	6.14	2.389	16	41
47	外澳服務區	6.10	2.231	17	45
81	三條崙海水浴場	6.09	2.315	18	46
總平均		5.97	1.477		

二、民眾對台灣地區運動觀光資源偏好之程度

由表2所示，台灣民眾對運動觀光資源偏好前50名依序為綠島潛水、蘭嶼水域、合歡山登山賞雪、旗津海灘、秀姑巒溪泛舟、八仙溫泉主題樂園、野柳地質公園、日月潭國家風景區、卑南溪泛舟及玉山國家公園，此結果顯示，臺灣民眾偏好水域資源及地質資源，顯示民眾對運動觀光資源的偏好與資源吸引力有密切關係，雖然黃憲政（2009）研究指出偏好與景觀代表性並沒有呈現明顯的關係，因為偏好與代表性認知的途徑並不相同，而以「個人特質」之不同對於休閒偏好及參與亦不同，而王玉娟（1995）、黃仲凌（2004）研究指出在各類戶外遊憩活動中，以空域、陸域、水域活動及各型設施型及環境型活動的偏好最被接受，這也說明日常生活中較不取得水域、地質及人工之運動觀光資源較受民眾青睞。

表2 民眾對台灣運動觀光偏好分析表

題數	名稱	平均數	標準差	單排序	總排序
風土資源					
56	阿美族聯合豐年祭	6.06	2.347	1	21
24	鹽水蜂炮	5.92	2.543	2	29
55	世界原住民族樂舞節	5.79	2.343	3	44
39	國際花鼓藝術節	5.68	2.182	4	48
人工資源					
12	八仙溫泉主題樂園	6.58	2.303	1	6
44	高空彈跳	6.1	2.495	2	15

15	朝馬漆彈場	6.03	2.329	3	23
16	后里馬場	5.99	2.19	4	26
36	風力運動公園	5.91	2.285	5	30
30	澄清湖青年活動中心	5.83	2.252	6	41
1	小巨蛋體育館	5.77	2.303	7	45
26	龍騰世運主場館	5.63	2.289	8	50

地質資源

71	合歡山登山賞雪	6.83	2.264	1	3
68	玉山國家公園	6.42	2.288	2	10
80	奮起湖風景區	6.24	2.172	3	13
74	集集自行車道環線系統	6.1	2.225	4	16
38	觀霧國家森林遊樂區	6.09	2.133	5	17
58	茶與飛行傘博覽會	6.09	2.267	6	18
17	大坑風景區	6.08	2.085	7	19
45	拉拉山森林遊樂園	6.03	2.256	8	24
70	八通關古道	6.03	2.27	9	25
37	雪霸國家公園	5.97	2.265	10	27
72	秀姑巒山	5.9	2.206	11	32
49	松羅湖國家步道	5.89	2.284	12	33
89	茂林國家風景區	5.89	2.238	13	34
91	賽嘉航空運動公園	5.87	2.383	14	36
48	太平山南湖國家步道	5.86	2.282	15	37
73	九九峰自然保留區	5.85	2.26	16	38
61	嘉明湖	5.84	2.332	17	39
18	環市自行車道鐵道	5.81	2.206	18	43
88	北大武山	5.75	2.314	19	46
8	貢寮龍洞攀岩	5.64	2.371	20	49

水域資源

57	綠島水域	7.11	2.358	1	1
59	蘭嶼水域	6.89	2.261	2	2
29	旗津海邊	6.82	2.112	3	4
53	秀姑巒溪泛舟	6.63	2.347	4	5
13	野柳地質公園	6.55	2.253	5	7
69	日月潭國家風景區	6.52	2.213	6	8
60	卑南溪泛舟	6.5	2.303	7	9
90	大鵬灣風景區	6.33	2.292	8	11
92	月鯉灣	6.29	2.378	9	12
87	後壁湖	6.2	2.364	10	14
94	青螺海灘	6.08	2.357	11	20
21	台江國家公園	6.04	2.214	12	22
62	富岡漁港	5.94	2.273	13	28
46	大溪蜜月灣	5.9	2.263	14	31
34	大武崙沙灘	5.88	2.219	15	35

93	星光牧場磯釣、船釣	5.84	2.45	16	40
81	三條崙海水浴場	5.83	2.328	17	42
47	外澳服務區	5.72	2.294	18	47
總平均		5.67	1.488		

三、台灣地區運動觀光資源吸引力與偏好之相關程度

由表3所示，台灣地區運動觀光資源吸引力與偏好之相關係數達.673至.933，兩者之相關程度為高相關，顯示台灣地區運動觀光資源吸引力與民眾偏好之間具有高相關，亦即具有較高吸引力之運動觀光資源較能引起民眾偏好。因此，運動觀光資源吸引力是吸引遊客至目的地或路徑的特徵，包括有形的資源及旅客的感應與期望，而供給與資源之特徵(Hudson, 2003; Jouclas, 1995; Marshall & Cook, 1992)可反映民眾的選擇運動觀光資源決策過程(Lichtenstein & Slovic, 2006)，或是影響個體對運動觀光資源喜歡程度(Schere, 2005)。

表3 台灣地區運動觀光資源吸引力與偏好之相關程度摘要表

	風土資源吸引力	人工資源吸引力	地質資源吸引力	水域資源吸引力	資源吸引力總分
風土資源偏好	.920(**)	.761(**)	.687(**)	.681(**)	.803(**)
人工資源偏好	.713(**)	.933(**)	.680(**)	.673(**)	.827(**)
地質資源偏好	.680(**)	.706(**)	.926(**)	.746(**)	.866(**)
水域資源偏好	.688(**)	.723(**)	.755(**)	.930(**)	.850(**)
資源偏好總分	.789(**)	.859(**)	.863(**)	.833(**)	.926(**)

** 在顯著水準為0.01時(雙尾)，相關顯著。

四、台灣地區運動觀光資源吸引力與偏好之落差

由表3之分析顯示，台灣地區運動觀光資源吸引力與偏好具有高相關，然而表4顯示台灣地區運動觀光資源吸引力與民眾偏好之間仍有顯著差異，亦即較高吸引力之運動觀光資源雖較能引起民眾偏好，但是運動觀光資源吸引力明顯高於民眾對資源偏好，其間仍有顯著落差存在。此結果說明運動觀光資源有形的資源及旅客的感應與期望特徵(Hudson, 2003; Jouclas, 1995; Marshall & Cook, 1992)雖可反映民眾的選擇運動觀光資源決策過程(Lichtenstein & Slovic, 2006)，或是影響個體對運動觀光資源喜歡程度(Schere, 2005)。不過民眾對運動觀光資源實際選擇時，仍會受到諸多外在因素之影響(Sharot, De Martino, & Dolan, 2009; Coppin, Delplanque, Cayeux, Porcherot, & Sander, 2010)，例如社會時尚流行因素(Iso-Ahola & Weissinger, 1985)，或個人活動偏好、參與特殊休閒活動之能力與相關技能及活動參與能力感受等(鄧建中, 2002; Crawford & Godbey, 1987)，另外耗費時間、金錢及友伴影響等因素亦會影響個人對運動觀光資源選擇與決定。

表4 台灣地區運動觀光資源吸引力與偏好之之認知落差摘要表

成對比較樣本	個數	平均數	標準差	T值
風土資源吸引力－風土資源偏好	892	64.59	18.75	14.14*
		61.04	18.79	
人工資源吸引力－人工資源偏好	892	169.12	47.60	16.12*
		159.64	47.99	
地質資源吸引力－地質資源偏好	892	218.08	58.56	14.89*
		206.85	58.94	
水域資源吸引力－水域資源偏好	892	146.19	36.69	14.12*
		139.59	37.61	
資源吸引力總分－資源偏好總分	892	597.98	147.80	16.11*
		567.12	148.88	

肆、結論與建議

一、結論

運動觀光資源是運動觀光開發的重要條件，亦是發展運動觀光產業之基礎，調查運動觀光資源實有其必要性，本研究以「台灣地區運動觀光資源吸引力及偏好調查表」為工具，並以臺灣地區年滿 16 歲以上且於一年內曾參與運動觀光活動之民眾為對象，調查台灣地區民眾對運動觀光資源吸引力及偏好。本研究結果發現，臺灣地區運動觀光資源以較為豐富之水域資源及地質資源較具吸引力，民眾亦偏好此類自然資源，顯示民眾對運動觀光資源的偏好與資源吸引力有顯著相關，但運動觀光資源吸引力顯著高於偏好，顯示民眾實際選擇運動觀光資源仍受諸多外在因素之影響，資源吸引力與個人偏好之間仍有顯著落差存在。

二、建議

綜合本研究之結果，提供運動觀光發展政策與產業界經營以下建議：(一) 配合觀光產業開發台灣地區有商業經營價值之運動觀光資源，舉辦運動比賽或運動活動來促銷地方與企業形象，例如金夏泳渡、台東鹿野高台飛行傘等活動；(二) 建立台灣地區運動觀光資源分級制度，可讓喜好運動觀光之民眾與業者可以清楚辨識運動觀光級別，促使觀光客能清楚運動觀光資源等級與個人挑戰能力；(三) 結合通訊業者建構台灣地區運動觀光資源地圖與資訊系統，使民眾方便取得運動觀光資源資訊與行動導覽服務；(四) 未來研究可針對台灣運動觀光資源吸引力與偏好之關係進行分析，並進一步瞭解台灣運動觀光資源吸引民眾之拉力因素，以及偏好運動觀光資源之影響因素。

參考文獻

- 方甄賢 (2005)。賴氏人格與休閒運動偏好關係之研究。國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 王玉娟 (1995)。從市場分析的觀點探討台中市民眾之戶外遊憩偏好。國立成功大學工學院建築研究所碩士論文，未出版，台南市。
- 李銘輝、郭建興 (2000)。觀光遊憩資源規劃。台北市：揚智文化。
- 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。
- 高玉娟 (1995)。墾丁國家公園觀光遊憩資源對遊客的吸引力研究。國立東海大學景觀研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 高俊雄 (2008)。運動休閒管理。臺北市：華都。
- 高曉光、蔡蘇南 (2009)。我國運動觀光現況之分析。嘉大體育健康休閒期刊，8 (2)，214-219。
- 林仁彬、賈凡、簡彩完、張家銘 (2007)。日月潭觀光客自行車活動參與行為之研究。明道學術論壇，3 (2)，113-123。
- 郭秀玲、林房儼 (2005)。台灣推展運動觀光現況與發展性分析。運動管理，7，91-100。
- 陳水源 (1987)。遊憩體驗實證之研究—以陽明山國家公園為例。台北：淑馨出版社。
- 陳妤甄 (2009)。觀光遊憩資源吸引力及觀光產業對觀光發展影響之研究-以澎湖縣為例。逢甲大學景觀與遊憩研究所碩士論文，未出版，台中。
- 黃仲凌 (2004)。澎湖地區運動觀光發展之現況分析。大專體育，74，71-77。
- 黃靖雅 (2001)。鹿港龍山寺對遊客之文化觀光吸引力研究。國立東海大學景觀學研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 黃憲政 (2009)。大學生看台灣—台灣代表性景觀研究。臺灣大學生物資源暨農學院園藝研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 鄧建中 (2002)。綜合高中教師休閒需求及參與之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，台中市。
- 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。
- 鄭家韻 (2008)。探討運動觀光之發展—以 2007 年太魯閣國際馬拉松為例。國立東華大學環境政策研究所碩士論文，未出版，花蓮縣。
- 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。
- 盧媛、衛海燕 (2005)。咸陽市旅遊資源的分類調查與評價[J]。陝西師範大學學

- 報 (自然科學版), 6, 153。
- 簡惠貞 (2001)。外籍旅客對台灣民俗慶典活動參與意願之研究。世新大學觀光學系碩士論文, 未出版, 台北。
- Burton, R. (1995). *Travel geography*. London: Pitman Publishing.
- Coppin, G., Delplanque, S., Cayeux, I., Porcherot, C., & Sander, D. (2010). I'm no longer torn after choice: How explicit choices can implicitly shape preferences for odors. *Psychological Science*, 21, 489-493.
- Crawford, D. W. & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9, 119-127.
- DEAT (Department of Environmental Affairs and Tourism) (2006) Annual Tourism Report. Retrieved September 6, 2012.
<http://www.pmg.org.za/docs/2006/061024sat.pdf>.
- Department of Industry, Science and Resources (DISR) (2000). Towards a National Sports Tourism Strategy (Draft). Canberra: Commonwealth of Australia.
- Gunn, C. A. (1999). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Washington, D. C: Taylor & Francis.
- Haywood, L., Kew, F. C., Bramham, P., Spink, J., Capernerhurst, J., & Henry, I. (1995). *Understanding leisure*. Cheltenham, Great Britain: Stanley.
- Hinch, T. D., and Higham, J. E. S. (2001). Sport tourism : A framework for research. *International Journal for Tourism Research*, 3, 45-58.
- Hudson, S. (2003). *Sport and adventure tourism*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Iso-Ahola, S. E., & Weissinger, E. (1985). Relationship between Type A coronary-prone behavior and leisure patterns. Paper presented at NRPA Leisure Reassurance Symposium, USA, Dallas, Tx.
- Jackson, G. A. M. & Reeves, M. R. (1998). *Evidencing the sport-tourism interrelationship: A case study of elite British athletes*. In Collins, M.F. & Cooper, I. (Eds.), *Leisure management: Issues and applications*. London: CABI.
- Jouclas, S. (1995). Easy in the islands. *High Life*, pp. 11-18.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (1997). Wave in time – the sport tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 4(2), 5-20.
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction system. *Annals of Tourism Research*, 1(3), 367-384.
- Lichtenstein, S., & Slovic, P. (2006). *The construction of preference*. New York: Cambridge University Press.

- MacCannell, D. (1996). *The tourist or traveler?* London: BBC educational Developments.
- Marshall, D. W. & Cook, G. (1992). The Corporate (Sports) Sponsor. *International Journal of Advertising*, 11(4), 307-324.
- Martin, B. and Mason, S. (1987). Social trends and tourism futures. *Tourism Management*, June, 112-114.
- Ritchie, B. W. & Adair, D. (2002). The growing recognition of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 5(1), 1-6.
- Ritchie, B. W. & Adair, D. (2004). Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues. Clevedon: Channel View Publications.
- Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44, 695-729.
- Schwarz, C. F., Thor, E. C. & Elser, G. H. (1976). *Wildland Planning Glossary USDA Ror Serv. Gen. Tech. Rep.*, PRW- 13.
- Sharot, T., De Martino, B., & Dolan, R. J. (2009). How choice reveals and shapes expected hedonic outcome. *Journal of Neuroscience*, 29, 3760-3765.
- Smith, S. L. J. (1995). *Tourism analysis: A handbook*. London: Longman Group Limited.
- South African Tourism. (2006). 2005 Annual Tourism Report. Retrieved September 6, 2012. <http://www.pmg.org.za/docs/2006/061024sat.pdf>
- 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. & Knop, P. D. (1999). *Sport tourism*. Canada: Human Kinetics.
- Terry, L. (1996). Holidayseers seek thrills. *Leisure Management*, 16(6), 14.