

科技部補助專題研究計畫成果報告

(期中進度報告/期末報告)

運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知對目的地選擇與 參與行為影響之研究

計畫類別：個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：MOST 102-2410-H-276 -003 -

執行期間：102 年 08 月 01 日至 103 年 07 月 31 日

執行機構及系所：美和學校財團法人美和科技大學休閒運動保健系

計畫主持人：劉照金

共同主持人：

計畫參與人員：蔡永川、蔡鋒樺

本計畫除繳交成果報告外，另含下列出國報告，共 2 份：

執行國際合作與移地研究心得報告

出席國際學術會議心得報告

期末報告處理方式：

1. 公開方式：

非列管計畫亦不具下列情形，立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權，一年二年後可公開查詢

2. 「本研究」是否已有嚴重損及公共利益之發現：否 是

3. 「本報告」是否建議提供政府單位施政參考 否 是，體育署

中 華 民 國 103 年 10 月 1 日

目錄

| | |
|--|-----|
| 中文摘要關鍵詞..... | 2 |
| 英文摘要關鍵詞..... | 3 |
| 壹、報告內容..... | 4 |
| 一、前言..... | 4 |
| 二、研究目的..... | 6 |
| 三、文獻探討..... | 7 |
| 四、研究方法..... | 19 |
| 五、結果與討論..... | 27 |
| 六、結論與建議..... | 67 |
| 貳、參考文獻..... | 69 |
| 參、計畫成果自評..... | 76 |
| 肆、可供推廣之研發成果資料表..... | 78 |
| 附錄 | |
| 國科會補助專題研究計畫出席國際學術會議心得報告_1..... | 79 |
| 國科會補助專題研究計畫出席國際學術會議心得報告_2..... | 82 |
| 已發表之論文：..... | 86 |
| (1) Liu, C. C., Chang* S. M., and Chang, C. Y. (2014). A study of the impact factors on destination choice of sport tourists. 2014 International Conference on Tourism and Development: Growth and Diversity (29-30 August 2014, Chiang Mai University, Thailand). ----- | 86 |
| (2) 劉照金、蔡永川、翁守德、莊哲仁(2014)。臺灣運動觀光客之參與行為調查研究(A Study of Sports tourist participation behavior in Taiwan). 第六屆社會體育國際論壇(The 6th International Forum of Social Sport) (17-21 Oct 2014, 武漢, 中國)----- | 98 |
| (3) 劉照金、張俊一、張淑敏、董 燊(2014)。影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖量表編製之研究。國立金門大學學報, (審查中)----- | 105 |

摘要

遊客對目的地選擇與參與行為是旅遊決策過程之重要議題，通常受到微妙或隱藏的力量之影響，而被強力吸引做運動目的地選擇與參與行為。本研究目的為：(一)調查台灣地區運動觀光客對目的地選擇與參與行為之影響因素；(二)比較不同背景運動觀光客對目的地選擇與參與行為影響因素之差異；(三)建構運動觀光客對目的地選擇與參與行為之影響模式。本研究方法乃參考相關文獻與研究，編製「運動觀光客對目的地選擇與參與行為影響因素調查表」為工具，以台灣地區現有或潛在的運動觀光客為對象，採合目標取樣方法共回收 1642 份有效問卷，所得資料以 SPSS 套裝軟體及 AMOS(17)進行資料分析。結果如下：(一) 影響台灣運動觀光客對目的地選擇與參與行為因素包含「意義追求」與「投入行為」二特質因素，「拉力」與「推力」二動機因素，「互動體驗」與「活動體驗」二體驗因素，「人身風險」與「心理風險」二風險認知因素；(二) 不同台灣運動觀光客的年齡、職業、居住地區、運動觀光參與頻率、激烈程度在特質、動機、體驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖上有顯著差異；(三) 運動觀光客的參與行為受目的地選擇影響最大(.93)，其次依序為特質(.91)、動機(.60)、體驗(.32)及風險認知(.08)，而運動觀光客目的地選擇受其特質之影響最大(.97)，其次依序為動機(.65)、體驗(.34)、風險認知(.09)，運動觀光客體驗則受其特質影響較大(.96)，而受風險認知影響較小(.11)，運動觀光客動機受其特質影響較大(.99)，而受其風險認知影響較小(.07)，運動觀光客風險認知只受其特質之影響(.36)，上述運動觀光客之特質、動機、體驗、風險認知對其目的地選擇的解釋力高達 97%，而運動觀光客目的地選擇、特質、動機、體驗及風險認知對運動觀光客參與行為的解釋力為 86%。綜合結論，本研究之實證資料顯示各潛在變項對整體模式的解釋力均良好，亦即本研究所發展之模式能以運動觀光客特質、動機、體驗、風險認知預測其目的地選擇與參與行為，本研究結果可提供運動觀光業者瞭解消費者之需求，並作為政府擬定運動觀光推廣政策，運動觀光經營者規劃產品、市場區隔、供給及行銷策略之參考。

關鍵詞：運動觀光、觀光動機、觀光體驗、風險認知、目的地選擇

The Impact of the Personality Traits, Motivations, Experiences, and Risk Perception of Sport Tourists on Choice of Destination and Participation Behavior

Abstract

Choosing destinations and activities is an important part of the tourism decision-making process; sport tourists' choice of destination and participation is typically influenced by a number of hidden factors. The **aims** of this study are as follows: (1) Investigate factors that influence the choice of destinations for sport tourism and participation behavior in Taiwan; (2) Compare differences between people from different backgrounds engaged in sport tourism and factors that influence the choice of sport tourism destinations and participation behavior; (3) Produce a model to measure factors that influence the choice of destinations and participation behavior in sport tourism. The methodology used in the research project involved taking into account the personality traits, motivations, experiences, risk perception, choice of destination, and participation behavior of sport tourists. It also involved examining the relevant literature, and compiling a "Questionnaire of The Impact of Sport Tourists' Traits, Motivations, Experiences, and Risk Perception on Choice of Destination and Participation Behavior." A total of 1,642 valid questionnaires were distributed to potential sport tourists in the Taiwan area. All data was analyzed using SPSS (14) and AMOS (17) software. The results are as follows: 1) Factors that influence the destination choice and participation behavior of Taiwanese sport tourists include the following: the "meaning pursuit" and "involvement behavior" traits factors, the "pull" and "push" motivational factors, "interactive experience" and "activity experience" factors, and the "psychology risk" and "physical risk" perception factors. 2) There are significant differences in the personality traits, motivations, experiences, risk perception, choice of destination, and participation behavior of sports tourists in Taiwan. These differences are based on age, occupation, residence, participation frequency, and participation intensity and behavior. 3) Participation behavior in sport tourism is most impacted by the choice of destination (.93), followed by the personality traits of the tourist (.91) and their motivations (.60), experiences (.32), and risk perception (.08). The choice of destination is most influenced by tourists' personality traits (.97), followed by their motivations (.65), experiences (.34), and risk perception (.09). The experiences of sports tourists were influenced on a greater scale by tourists' personality traits (.96) and the effects of risk perception are less significant (.11). The motivations of sport tourists were influenced significantly more by tourists' personality traits (.99) than by their risk perception (.07). However, the sport tourists risk perception was only influenced by tourists' personality traits (.36). Ninety-seven percent of sport tourists' choices of destination can be explained by the above-mentioned factors, while 86% of the participation behavior of sport tourists can be explained by the above-mentioned factors. In conclusion, this study's empirical data displays that examining the explanatory power of each latent variable is a good overall model. This model is able to predict the choice of destination and participation behavior of sport tourists by examining their personality traits, motivations, experiences, and risk perceptions. These findings can be used to help the government develop policy to promote sport tourism, and to provide a strategic reference to sport tourism operators in terms of product planning, market segmentation, supply, and marketing.

Keywords: sport tourism, tourism motivation, tourism experiences, risk perception, and destination choice.

壹、報告內容

一、前言

(一)研究背景

近年來，運動與觀光的關連性越來越緊密，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，兩者結合不但可提昇當地觀光之經濟價值，亦可提昇運動人口與國民健康(Neirotti, 2003; Williams, 2012)。因此，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。從全球觀光業生產總值統計發現，2011 年全球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中增長最快的領域之一，顯示運動觀光在全球各地的城市、地區與國家的經濟將扮演越來越重要的角色(StudentKind, 2011; Williams, 2012)。

從經濟層面而言，運動觀光是觀光與運動產業中發展極高部門。在世界各國中重大運動賽事對於當地定經濟有極大貢獻，例如以澳洲為霍普曼杯(the Hopman Cup)為例，網球比賽發揮每年舉辦，2011 年觀眾出席記錄超過 75,000 名(Tourism WA, 2011)。2006 年霍普曼杯據報導，媒體與經濟影響估計為 7,300 萬美元，這是每 1 美元的投資有 11.40 美元回收(Tourism WA, 2007:7)。類似的案例，「the Red Bull Air Race」系列賽從 2005 年至 2010 年，每年吸引超過 30 萬觀眾到 Swan River 觀賞(Tourism WA, 2008)，其 2008 年的經濟利益超過 1,200 萬美元的旅客消費(Lawson, 2010)。另以紐約的城市馬拉松，不但成為城市嘉年華會的經典，其為城市經濟創造的效益，四年內成長高達六成，根據美國經濟研究協會(Economics Research Associates)估計，這場賽事，可望為紐約市帶來近新台幣 70 億元的經濟效益(林正峰，2006)。顯示運動觀光對地方發展與經濟效益可作出貢獻。

以台灣台東縣 2012 年的熱氣球嘉年華為例，吸引 85 萬觀光人次，創造高達新台幣 13 億的商機，2013 年台東熱氣球嘉年華將擴大舉辦，盼望揚名國際。另以 2012 年九月三日開放報名的太魯閣馬拉松網路報名，就印證了近年來路跑人口急速成長的事實，主辦單位當天早上九點開放報名，超過一萬個名額，不用廣告，四小時就額滿，就如中華民國路跑協會秘書長陳華恆觀察，跑步人口的確在近年來大幅增加，他推估目前已養成長期路跑運動習慣至少有四十萬人，而廣義的路跑人口應有兩百萬人之多，這也為台灣體育用品業帶來一年 600 億的路跑商機(林洧楨，2012)。可見運動觀光產業對未來觀光與休閒經濟的重要性。

近年來，研究者概念化運動觀光為活動(activity)、人(people)與地方(place)所產生交互作用產生一種現象(Weed and Bull, 2004; Weed, 2005)，並認為這三個要素中的任何經驗都將成為經驗關鍵部分，這三者的交互作用使運動觀光經驗成為獨特之體驗，這些體驗有時超過運動與觀光之總和(Weed, 2005)。應注意聚焦在運動遊客的特質會影響形成賽事與目的地意象的看法及整體行為。運動觀光可分為三個面向：被動(觀眾)、主動(參與者)及懷舊(旅遊到崇拜運動設施)(Gibson, 1998a)。了解運動觀光客的行為有關運動觀光事件是非常重要的事件與目的地主辦，因為它夠規劃與觀光益效最大化(Weed, 2008b)。然而有很多因素可能影響運動觀光客的行為與決策，例如對事件的看法(Gibson, Qi, & Zhang, 2008)、目的地意象(Tasci & Gartner, 2007)，和遊客個人特質和滿意程度(Bigne', Sanchez, & Sanjez., 2001)，尤其目的地意象影響旅遊行為(Tasci & Gartner, 2007)，瞭解形成如何影響是很重要的議題。運動觀光客特質影響旅遊目的地意象的形成，包括來自地理區、先前旅遊經驗與態度等(Tasci & Gartner, 2007)，以及對運動事件感知(Kaplanidou & Vogt, 2007a)。

目前我國體育主管機關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(行政院體育委員會，2011)。其次，配合 2010-2013 年行政院體委會因應國民健康之新挑戰，營造優質運動環境，推廣全民運動，在國家體育基金之支持下，推

動為期 6 年的「打造運動島」計畫(行政院, 2011), 亦將運動觀光納入計畫之執行, 顯見對運動觀光已成為國家重要政策議題。因此, 在推廣運動觀光活動與發展運動觀光產業之前, 必須瞭解影響民眾運動觀光目的地選擇與參與行為之關鍵因素, 有必要加以研究。

(二) 研究動機

過去有關旅遊目的地選擇與參與行為, 指出不同的遊客有不同的旅遊需求, 進而影響遊客對於旅遊目的地的選擇與參與行為(顏家芝, 1994), 而遊客在選擇遊憩區時, 會受到資訊環境、消費環境及時間所影響(林鈺穎, 2000); 而張嵐蘭(2002)也發現不同渡假族群與不同生活型態之遊客, 對於旅遊目的地的選擇有差異。對於遊客特質、旅遊動機與旅遊目的地選擇及參與行為關係探討, Beerli and Martin(2004)在研究中發現遊客動機會對遊客在目的地情感意象上產生影響, 而 Baloglu and McCleary(1999)探討目的地意象形成過程中, 發現旅遊動機與目的地認知意象具有顯著性關係。遊客在旅遊動機與旅遊目的地選擇意願的關係探討, 根據過去研究, 遊客的人格特質、旅遊動機、旅遊經驗及風險認知影響其旅遊目的地選擇及參與行為(Correia, Valle & Moço, 2007; Kozak, Crofts, & Law, 2007)。

運動觀光領域經常在處理被動選擇與有意選擇(pseudo and intentional choices)。有時, 參與者或觀眾在作運動觀光的決定時, 並沒有注意到微妙或隱藏的力量, 而被強力塑造或吸引做運動目的地之選擇。從本質而言, 旅遊與參加運動活動是受外部力量有意之導引, 如家人、朋友、社會同儕團體、企業媒體廣告影響, 個人受他人直接影響而非自己而到運動目的地旅遊, 這就所謂的「被動選擇(pseudo choices)」(Kurtzman & Zauhar, 2005)。對運動觀光客有意選擇(intentional choices)是指運動觀光客不受有關人士為他個人做決定, 而且在腦海更深一層的含義之運動涉入—作為一個參與者或觀賞者。但是, 不管被動選擇與有意選擇, 遊客均有對運動之基本的親和動力, 若沒有特別或特殊的運動親和動力, 旅行的期望與目的地移動則不會發生(Kurtzman et al., 2005)。而有關運動觀光客人格特質、旅遊動機、旅遊經驗及風險認知對其運動觀光目的地選擇及參與行為影響, 國外雖有相關研究探討(Bouchet, Lebrun, & Auvergne, 2004; Hennessey, MacDonald, & MacEachern, 2008; Kaplanidou, 2007; Kurtzman et al., 2005; Pearce & Lee, 2005; Rinaldi, 2011), 但多屬個別變項間之關係探討, 或非實證之回顧式探討, 缺乏整體探討運動觀光客人格特質、旅遊動機、旅遊經驗及風險認知對其運動觀光目的地選擇及參與行為影響模式, 且國內相關研究大都屬一般觀光之研究, 有關運動觀光之相關研究尚少有觸及。因此, 本研究計畫擬從台灣在地化觀點, 探討整體探討運動觀光客特質、動機、經驗及風險認知對其運動觀光目的地選擇及參與行為之影響, 並建構因果路徑模式, 此乃本研究計畫主要動機。

Biddiscombe (2004)認為運動觀光擁有幾十億美元的市場, 是全球觀光產業(產值 4.5 萬億兆美元)中成長最快的領域之一, 而且有一明顯趨勢, 全球有很多的城市、地區、國家的經濟越來越倚賴運動觀光客, 甚至有某些國家的運動產業收入佔全部觀光收入的 25%以上。因此, 運動觀光產業可作為達成提昇地方收入之工具, 增加新的工作機會, 並且可以改變觀光客對當地的認知。然而, 運動觀光是否如同一般觀光旅遊? 運動觀光客人格特質、參與動機、參與經驗及風險考量等因素, 對於運動觀光參與行為及目的地選擇是否影響? 其整體因果模式為何? 何種變數影響最大? 由於國內外尚少針對此議題加以整體性之探討。因此, 本研究計畫擬從運動觀光客之人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為加以探討, 其研究結果可提供政府擬定運動觀光推廣政策, 運動觀光經營者規劃產品、市場區隔、供給及行銷策略之參考。

(三) 本研究的重要性

本研究議題主要以運動觀光經驗本質為基礎, 從遊客人格特質、動機、經驗及風險認知之理論出發, 探討國內運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為之影響模式。綜觀國內外整體探討此議題文獻並不多見, 有者僅屬個別相關變項之探討或非實證之回顧探討。因此, 本研究有關運動觀光客目的地選擇與參與行為模式應極具學術研究與實務應用價值, 研究結果可提供政府擬定運動觀光推廣政策, 運動觀光經營者規劃產品、市場區隔、供給及行銷策略之參考。

具體而言，本研究重要性如下：

1. 建立國內潛在運動觀光客參與因素之基礎資料

有關一般旅遊目的地選擇與參與行為之研究雖有豐富之文獻，然而國內有關影響運動觀光客目的地選擇及參與行為之資料並不多見，且國內外有關運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為之相關研究仍相當少。因此，本研究以台灣地區潛在運動觀光客為研究對象，探討運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為之影響因素，其蒐集之資料應極具學術與實務參考價值。若能完成本研究計畫，可完整蒐集有關國內運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為之資料，此資料經整後可提供政府及相關業者作為規劃產品、市場區隔、供給及行銷策略之參考。

2. 發展在地化影響運動觀光客目的地選擇與參與行為因素之評估工具

目前國外雖有零散有關運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗、目的地選擇與參與行為之相關評估工具，然而，針對國內潛在運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗、目的地選擇與參與行為之評估工具尚不完整。因此，本研究計畫將完成「運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為量表」，其中次量表包括「包括運動觀光客人格特質量表」、「運動觀光客參與動機量表」、「運動觀光客參與經驗量表」、「包括運動觀光客風險知覺量表」、「運動觀光客目的地選擇量表」、「運動觀光客參與行為量表」等次量表。上述研究工具之完成，可供未來台灣地區運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗、目的地選擇與參與行為之相關評估工具之應用，對於運動觀光參與行為研究將極有助益。

3. 建構在地化運動觀光客影響目的地選擇及參與行為之影響模式

本研究計畫重要目的之一，在建構運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗、目的地選擇與參與行為之影響模式，透過文獻理論之探討，建立運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗、目的地選擇與參與行為之跨理論模式，並形成假設，再經由台灣地區潛在運動觀光客之資料蒐集，以線性結構方程式模式（SEM）建構「運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗、目的地選擇與參與行為之影響模式」，可作為瞭解運動觀光客目的地選擇與參與行為影響因素與徑路關係。由此影響模式之結果，不但能瞭解本研究各自變項與依變項之關係，其研究結果可發表於國外重要期刊，對國內外運動觀光參與行為之研究具有重要意義。

4. 探討影響運動觀光客目的地選擇與參與行為之關鍵因素

相關文獻顯示，運動觀光客需求相當多元性，這些需求的影響關鍵因素，對瞭解運動觀光客思考模式與參與行為十分重要。對於運動觀光經營者或規劃者而言，這些影響人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗、目的地選擇與參與行為之潛在因素具有實務與學術上價值，本研究透過相關文獻探討與實證資料，可找出影響運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗、目的地選擇與參與行為之關鍵因素。

5. 研究結果可作為運動觀光產業發展與推廣的參考

本研究結果可瞭解運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗、目的地選擇與參與行為之影響模式，蒐集之相關資料與研究結果可提供業者與政府整體行銷，在配合運動觀光業者之行銷與宣傳，提昇國人運動觀光參與意願。因此，本計畫若能完成，將對運動觀光規劃產品、市場區隔、供給及行銷策略等加以區分，進一步發展吸引和滿足運動觀光需求的產品。

二、研究目的

本研究從運動觀光客之特質、動機、風險認知、經驗對目的地選擇與參與行為現況之探討，比較不同背景運動觀光遊客在上述變項中之差異；同時進行建構運動觀光客之特質、動機、風險認知、經

驗對目的地選擇與參與行為之影響模式。具體研究目的如下：

1. 調查台灣地區運動觀光客對目的地選擇與參與行為之影響因素。
2. 比較不同背景運動觀光客對目的地選擇與參與行為之影響因素之差異。
3. 建構運動觀光客對目的地選擇與參與行為之影響模式。

三、文獻探討

(一) 運動觀光動機與運動觀光參與行為

動機是人們為滿足需要而產生行為的刺激或驅力，也是影響人類行為的重要因素(Petri & Govern, 2012)，觀光領域中動機是左右消費者行為因素(Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert, & Sherpherd, 1998)。遊客為滿足不同需求，會追求日常生活缺乏的身心因素，成為旅遊行為的各種理由，即為旅遊動機(Cooper, et al., 1998; Dann, 1981; Lau & Mckercher, 2004; Yoon and Uysal, 2005)，旅遊動機是影響遊客活動產生的內在因素(Crompton, 1979; Lau et al., 2004)。

1. 運動觀光之動機

當消費者之所見、所感、所想的需求與產品或服務及後續發展之誘因產生連結，消費動機(consumer motives)決定個人想要做的、想要擁有的，以及何種條件下個人想做的事或想擁有的 (Kurtzman & Zauhar, 2005)。對運動觀光而言，消費者價值觀的水準是主宰追求休閒活動目標與策略。因此，運動觀光客喜歡更新類似的經驗，從而成為既定的目的地、設施、服務及計劃之「心理擁有者(psychological owner)」。決定去旅行可被描述為「內在(intrinsic)」與「外在(extrinsic)」之性質，刺激或增強人們的行為，主要是內在滿意一如感情、成就、成功、享受屬於內在動機(intrinsically motivated)一此部份均屬於個人內在動機(Fridgen, 1971:55)。外在動機(External motivators)包括外部獎勵，如金錢、禮品、媒體認可及同儕名聲。連接此兩種內在與外在動機是最佳的覺醒理論(Optimal Arousal Theory)，運動觀光客往往尋求個人最適合之刺激水準。

(1) 運動觀光之動機因素

不同的因素驅動不同的人去旅遊，McIntosh, Charles, & Brent Ritchie (1996)發現四類的旅遊動機(travel motivators)可應用於運動旅遊(sports travel)，包括：(1)身體動機(physical motivators)：直接關係到身體的需求與驅力，如體適能、運動；(2)文化動機(cultural motivators)：連結傳統、習俗與遺產，如運動博物館、名人堂及歷史遺跡等；(3)人際交往動機(interpersonal motivators)：在運動勝地、遊輪及世界運動會之社會化潛能的發揮；(4)地位和聲望動機(status and prestige motivators)：尋求與高知名度運動名人目的地與獨特的運動賽事。

(2) 運動觀光之誘因

Reilly (1989:25)根據不同觀光旅遊的研究結果，歸納下列被認為可解釋運動觀光行為動機之理由：(1)冒險；(2)改變氣氛；(3)家庭拜訪；(4)教育；(5)家庭聚會；(6)逃避枯燥；(7)滿足異性交往機會；(8)異國風味佳餚。此 8 個基本動機各有不同，從人與人、地區與地區及文化與文化。這些誘因視個人財務、收入、教育程度及身體活動等狀況而有所不同。有時影響誘因與家庭成員願望、同儕慾望、政治局勢、安全性及永續發展環境有關。每個動機存在於相應的誘因之間，所有運動觀光類別，也隨著自覺或不自覺地、有意或無意、全部或部分而有所不同，以迎合個人之特殊旅遊原因。例如，某些馬術中心，以推廣文化遺產和教育為號召，而某些遊輪以提供運動活動之娛樂與享受為主要產品與服務。

2. 運動觀光動機之衡量

了解運動的動機，有助於發展運動觀光客動機量表(Funk, Mahony, Nakazawa, & Hirakawa, 2001; Robinson, Trail, Dick, & Gillentine, 2005; Wann, 1995; Wann, Schrader, & Wilson, 1999)，這些量表可供瞭解運動愛好者參加賽事之動機。Trail and James (2001) 曾使用 Wann (1995) 整理之結果並應用於運動

觀光客。Wann (1995)曾發展出運動愛好者量表(The Sport Fan Motivation Scale, SFMS)，發現有 8 種主要動機因素：良性壓力(eustress)、自尊、逃避、娛樂、經濟、美學、團體親和及家人，Wann (1999)擴大 SFMS，透過三項不同的研究規模，進一步證實其可靠性，並經由其他研究者開發應用在運動觀光客動機量表。

為突破過去量表之心理限制與內容效度問題，Trail and James (2001)開發運動消費動機量表(the Motivation Scale for Sport Consumption, MSSC)，可準確與適當評估運動觀光客的動機，其動機因素包括成就、獲取知識、美學、戲劇化/良性壓力、逃避、家庭、選手體能吸引、選手高超技能及社會互動。運動消費動機量表信效度近年來經過各種不同研究改進，如不同運動迷與觀賞者動機比較研究(Robinson, et al., 2005)、運動迷之動機與認同關係研究(Fink, Trail, & Anderson, 2002)、特殊球隊之男女性球迷異同分析(James & Ridinger, 2002)、球迷對參與不同大學賽會動機比較研究(James & Ross, 2004)、AFL 主場球迷參與模式與動機及忠誠度研究(Neale & Funk, 2006)，以及洲際運動會之旅遊動機等(Hoye & Lillis, 2008)。Trail and James (2001)之運動消費動機量表(MSSC)中有關運動觀光動機因素，對運動觀光決定旅行因素主要分為推、拉兩種因素，其中成就、戲劇化、球員吸引力因素是屬拉力因素，而獲取知識、逃避、家庭及社會互動則屬推力類別（見圖 2-1）。

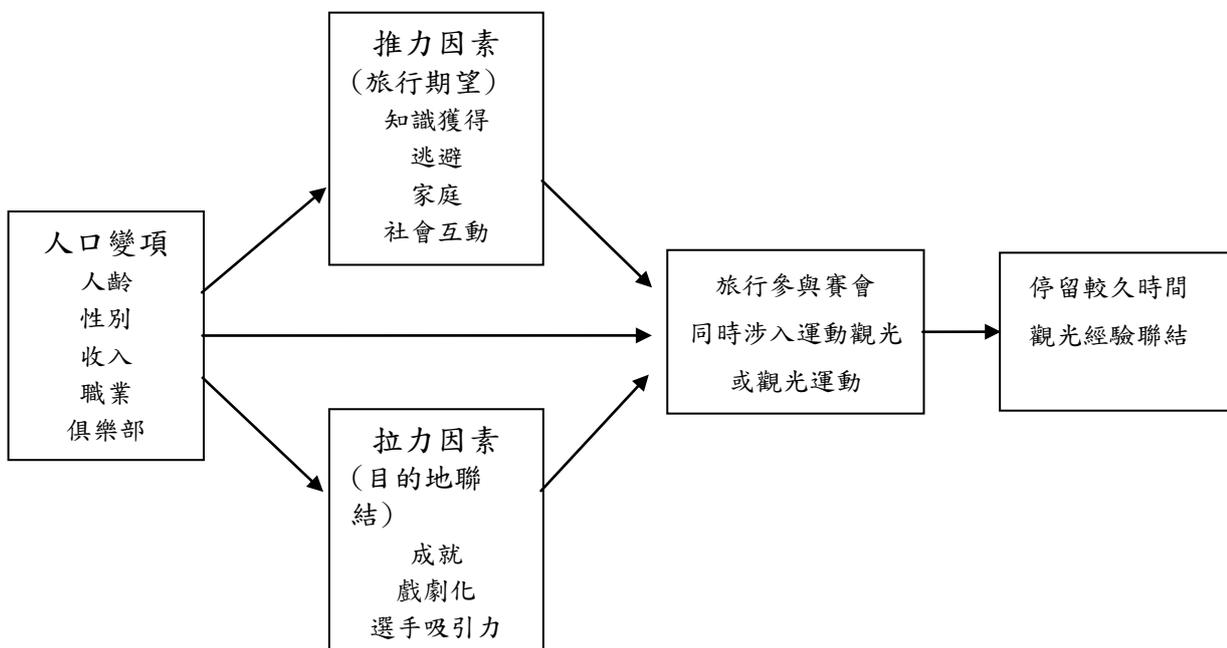


圖 1 運動觀光動機對運動賽會觀光與停留影響

資料來源：本研究參考 Rinaldi, G. (2011)繪製

3.運動觀光動機對運動觀光參與行為之影響

「運動在現代社會中具有特殊的角色，遠遠超出單純的娛樂」(Kahl, Kenneth, & Gregory, 1996:51)，運動活動(sporting activities)對於人與人的連接，不論是一個參與者、觀賞者或組織工作者都是相當獨特的。運動觀光客因很多理由而去旅行，在運動觀光中包括 5 種不同的活動類型：賽事、旅遊、度假營、吸引力及遊輪等。旅遊決定不僅是內在動機(如暫時逃避現實、感情、渴望參與等)，同時也有外在的原因(如獎勵、認同、名聲等)。此種單一或合併、正向或負向，以及基本動機與運動旅遊動機之交互作用形成動機「權重」，尤其影響決策的內在過程之可變或邊際因素，如健康狀況、財務狀況、年齡人口變項等項均會影旅遊決定(如圖 2-2)。

其次，在運動觀光產品服務中也有「無形(intangibility)」的服務，有時不能感測、感覺或觸及非標準化(non-standardization)服務，而有些則屬具體服務，消費者可感受與直接觸及的服務(Taylor,1994)。前者無形的服務是較難評價，後者則是相當具體有形的服務，這些服務結果也會影響運動消費者參與

意願。此外，熟悉或不熟悉的目的地，旅遊距離也有決定性之影響，例如當地可讓人有賓至如歸感覺，均有提昇興趣與驅力之影響力，前面這些模型與因素說明動機的交互作用，在運動遊客的決定過程，動機、誘因、理由均有其「重要性(preponderance)」與複雜性影響力，各因素交互作用之綜合效果，對於運動觀光客會產生行動與不行動之影響。

類似上述例子，旅遊動機亦會影響個人參與方式，例如互動型(interactional)與認知規範型(cognitive-normative)兩種類型。互動型運動觀光客：強調遊客一目的地之關係，例如認真(serious)網球選手之運動觀光，會尋求一個國際級度假勝地水準的設施與專業的氛圍。認知規範型運動觀光客：遊客期望與目的地居民相會、社交及享受當地文化。例如在香港龍舟競賽，就是認知規範型運動遊客的目的地之很好的例子(Kurtzman & Zauhar, 2005)。

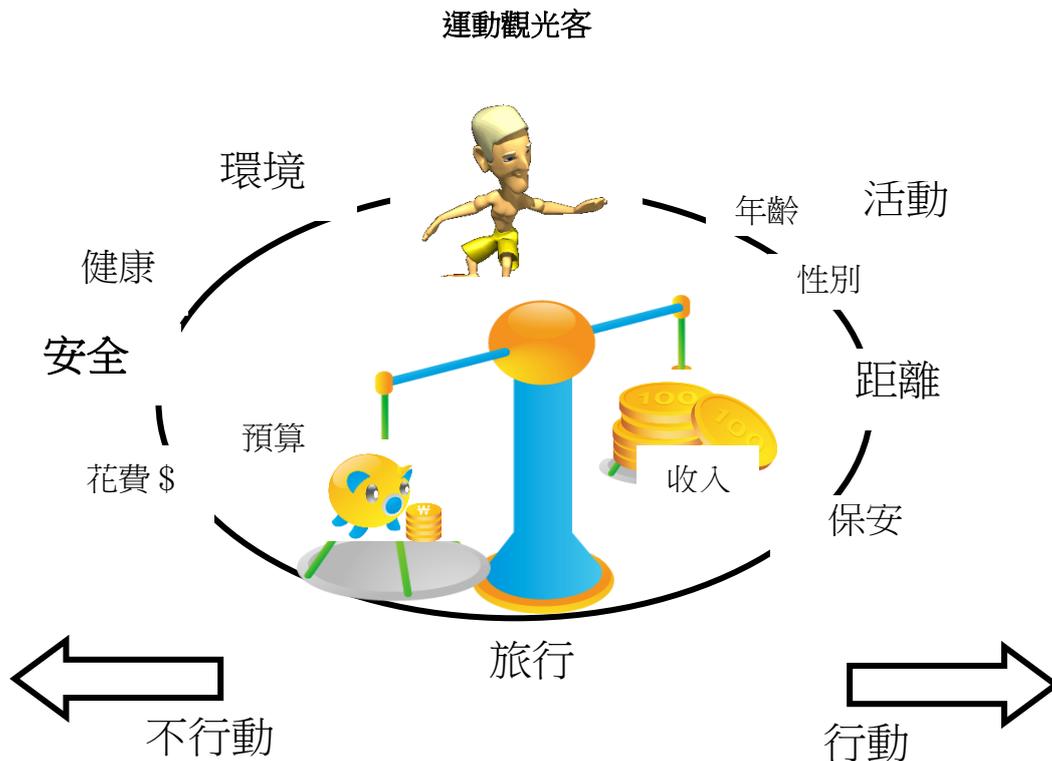


圖 2 運動觀光動機之互動圖
資料來源：參考文獻繪製

(二) 運動觀光客特質與運動觀光參與行為

根據心理學研究運動觀光客人格特質為人們對特別運動活動、情境與環境之不同理解與反應。因此，觀光客人格特質分析結果包括：侵略(aggression)、親和(affiliation)、主宰(dominance)及認同需求(need for recognition)(Fridgen, 1971, 1984)。「侵略性」的運動觀光客可能會追求高水準的競爭；「親和」運動遊客會期望親善於社會運動環境；「主宰」的運動觀光客，傾向急於在活動期間爭奪運動觀光前排的觀眾席；「認同需求」運動觀光客是自我解釋(self-explanatory)的一群。然而，特徵可能呈現在某種情況下，不一定會轉移到另一種情況。例如，參加世界青年冰球錦標賽(world youth hockey tournament)之家長觀眾，可能表現出「侵略性」，但若是冰壺(Curling)參與者，則瀟灑著的交際與輕鬆的態度。

1. 人格參數(personality parameters)

Settle and Pamela (1986)基於文獻回顧，綜合幾種性格參數(personality parameters)會反映消費者核心價值(core consumer values)，而且這些性格變數可移轉於運動觀光行為之影響，包涵：經濟導向消費者(economically oriented consumer)、理智導向消費者(intellectually oriented consumer)、社會導向消費者(socially oriented consumer)、政治導向消費者(politically oriented consumer)、互補型消費者(complementary oriented consumer)。

2. 旅遊人格特質

Plog 研究團隊(Plog Research Incorporated(PLOG), 1987)發現兩個極端之特別旅遊人格特質，即他物中心(Allocentric)與心理中心(Psychocentric)。前者是指一種旅遊趨勢之引領者、挑戰者、勇於成為新旅遊目的地之首發者。事實上這類觀光客可稱為領導者，例如第一個體驗滑翔傘或是降落歷史長河之人，便是這種他物中心運動觀光客(allocentric sports tourist)的最佳例子。另一方面，心理中心性格者(Psychocentric sports tourist)則喜歡跟隨家庭成員或長期追隨者到熟悉、安全的運動觀光目的地區(Plog, 1991)。雙極人格特質是指兩個極端之人格特質，但大多數旅客都在人格特質量表之平均之中。以下為他物中心與心理中心旅遊性格運動觀光客之比較表(如表 2-1)：

表2-1 他物中心與心理中心之旅遊性格比較表

| 他物中心性格 | 心理中心性格 |
|------------|-------------|
| 較頻繁的旅行 | 較少的旅行 |
| 敢於冒險 | 怯於冒險 |
| 自信 | 無自信 |
| 不抑制 | 抑制 |
| 不焦慮 | 日常生活中較焦慮 |
| 追求各種意義去旅行 | 旅遊像坐車一樣 |
| 選擇更多新穎之目的地 | 選擇熟悉與安全之目的地 |
| 在目的地花較多的錢 | 在度假中花較少的錢 |

資料來源：Kurtzman, & Zauhar (2005:25).

3. 個人行為之人際風格

另一種分類學，區分三種不同的人際交往風格的個人行為(interpersonal styles of personal behaviour)，可適用於運動觀光環境(Settle & Pamela, 1986:59)，包括：(1)隨合型消費者(Compliant Consumers)：追隨一般民群眾購買與採購傾向之旅客；(2)侵略型消費者(Aggressive Consumers)：有意與一般群眾購買與採購之忠誠度不同之遊客；(3)特立型消費者(Detached Consumers)：旅行者的採購和購買的標準是自我管理與個人化。

- (1)「隨和型」消費者，例如忠實粉絲因為追尋歸屬與聯繫之運動感，而追隨球隊客場比賽或競賽之旅行。其主要動機是團體價值與接受。另一個例子，是運動的參與者進入不同的國際賽事，全心全意接受各自的社會規範、傳統及規則慣例。
- (2)「侵略性」運動觀光消費者，完全不同於隨和型旅遊消費的需求，雖然具有親和性，並願意為運動高調參與活動，但還是會表現出不順從或非傳統的行為。例如，他們使用粗言穢語回應技術高超的運動員、官員或群眾，或是運動觀光觀賞者違反體育道德的方式，對高爾夫球選手在關鍵推桿時做出不適當之動作或反應。然而，上述這兩種類型運動觀光客之首要的旅行動機，仍對運動表現出親和力與熱愛。
- (3)「特立型」消費者雖然喜歡運動與願意經常旅遊，但還是有其典型的(conventional values)價值觀、規則、安全性與防衛心態。實際上，此類型遊客可能會導致破壞行為、對他人造成傷害或干擾規章執行，其特立獨行的態度，可被歸類為反社會的(anti-social)。「特立型」消費者的例子，如運動觀光的觀眾會干擾「飛球(棒球)」之捕手規則，因而影響參與者之發揮。其次，登山者違反適當的程序、政策和做法，偷偷努力實現他的攀登目標。

4. 運動觀光客人格特質對運動觀光參與行為之影響

從 Settle and Pamela (1986)文獻回顧結果顯示，6種性格參數會反映消費者核心價值，而且性格變數可移轉於運動觀光行為之影響。例如經濟導向消費者重視豪華與辦理完善的活動，選擇頂級活動與

設施；理智導向消費者追求美學、比較和競爭運動表現；社會導向的消費者喜愛與人接觸、親和關係、社會互動，競技或比賽則非主要的興趣所在；政治導向的消費者則重視地位、權力、運動符號，喜歡參與能張顯其地位或權力之運動觀光活動；互補型運動觀光客消費者價值較為多元，其參與運動觀光乃基於各種理由或特定地點與活動。而 Plog 研究團隊(PLOG, 1987)發現他物中心與心理中心，前者是指一種旅遊趨勢之引領者、挑戰者、及首發者，心理中心性格者則喜歡跟隨熟悉者、安全運動觀光目的地活動(Kurtzman, et al., 2005)。Settle and Pamela(1986)則發現人際交往風格對運動觀光參與行為影響，包括隨和型消費者遵守社會規範、傳統及規則之行為，侵略型消費者不同於一般忠誠度之群眾會有不當動作或反應，特立型消費者會有個人化反社會行為傾向(如圖 2-3)。

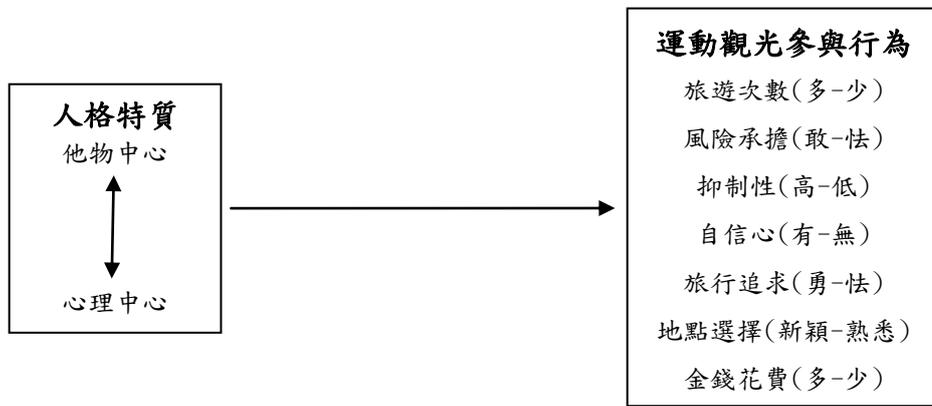


圖 3 運動觀光客人格特質對運動觀光活動參與影響

資料來源：本研究參考 PLOG (1987)繪製

(三) 運動觀光經驗與運動觀光參與行為

經驗(Experience)一詞源自於拉丁文的 *Experientia*，意指探查、試驗，由感覺產生記憶，累積多次相同的記憶而形成經驗 (項退結, 1989)。Kelly (1987)指出經驗的意涵為指經歷某特定活動及時間後的感知，並對此感知進行處理過程，體驗不僅止於單純的感覺，而是一種對感知的解釋性意識，一種與當時之時間和空間相聯繫的內在精神過程。Schmitt (1999)則主張體驗是個體回應刺激的個別事件，他並提出體驗的五項型態，包括感官體驗、情感體驗、思考體驗、行動體驗以及關聯體驗。另外 Caru and Cova(2003)認為體驗是個人的嘗試，是指個人親身參與所產生感官或心理的情緒領悟，且可以改變一個人的行為或思想。因此，經驗是探討運動觀光行為重要因素。

1. 運動觀光經驗之概念

Hass, Driver, and Brown (1980) 認為觀光經驗是人們參與旅遊活動，為滿足某些心理需要或達成某些目標，Otto and Ritchie (1996)則主張休閒及觀光的體驗可視為參與者主觀的心理狀態，故消費經驗是旅遊地區業者以消費者為中心，以服務為舞台，商品為道具，創造出值得消費者回憶難忘的活動。運動觀光產品(sport tourism product)定義為結合遊客停留在某一目的地，至少參與一種補充或預定之運動或體能活動，此產品與服務包括5個特徵要素：(1)該實際身體之參與不可或缺；(2)持續時間必須是至少兩天一晚，並與一般休閒環境不同；(3)住宿與否可能由客戶端安排；(4)基地可是固定或流動；(5)運動觀光產品常是一套無形的服務(Bouchet, Lebrun, & Auvergne, 2004)。

運動觀光消費者被認為是一種後現代改變，這些特殊觀光客動機與行為(Bouchet, et al., 2004)，其動機需求打破一般觀光客規則(Iso-Ahola, 1982)，其需求是僻靜逃避、冒險與尋求魅力、舒適、安全和健康有所不同(Besancenot, 1990)。他們從事動態的體能活動，並充分應用環境之利益，這與休假是在疏散累計壓力行為不同(Mermet, 1996)。因此，這些不同的消費行為和動機，並選擇各類旅遊消費行為出現，與自己本身、他人及空間新關係有關(Dienot & Theiller 1999; Amirou, 2000)。

大多數有關運動觀光之理論(approaches)，如同大多數理論對於運動與觀光，通常定義運動觀光為

一種**活動(activity)**，即將一般定義運動觀光為「離開家園之運動(sport away from home)」(如 Gibson, 1998a; Standeven & De Knop, 1999)。然而，現存的相關理論，也有將觀光定義為一個**產業或經濟部門(industry or economic sector)**(如 Hay, 1989)，就如同 Ryan (1991:5)將觀光產業定義為「供給住宿及支援服務給離家之需求，以獲得消費、收入及就業之結果模式」。有關運動觀光，其「分析單位(unit of analysis)」通常是遊程(trip)，其焦點通常在於遊程最重要的部分(或主要目的)是否為觀光活動或運動活動(Robinson & Gammon, 2004)。此種理論也許基於活動基礎(activity-based)來定義運動、觀光及運動觀光。

另一種理論是將運動觀光視為一種**經驗(experience)**。應用此理論就不衡量運動觀光遊程目的(purpose of the trip)的參與或行為之重要性，即是遊客遊程中主要的、第二或第三之目的之重要性，允許遊程中重要運動觀光經驗也有其他更多的目的(purposes)。僅將運動觀光視為一種經驗之討論之學者並在不少數(如 Gibson, 2004; Downward, 2005; Weed, 2006)，以此觀點者更側重於運動觀光行為之**理解(understanding)**而不是僅在**描述(describing)**。因此，問題關鍵在於運動觀光經驗是什麼？Weed and Bull (2004)曾概念化運動觀光是活動(activity)、人(people)與地方(place)所產生交互作用之觀點相當有用。Weed (2005)認為這三個要素中的任何或所可能的經驗將成為經驗關鍵部分，這些交互作用使得運動觀光經驗成為獨特之體驗，而且這些體驗有時超過運動與觀光之總和。

2. 運動觀光經驗研究之典型

有關探討運動觀光經驗之研究，大約可分為三種典型，大致上均在強調 Weed and Bull (2004)所建議之活動、人與地方互動之不同因素。第一種類型之焦點側重於**活動經驗(activity experience)**，例如 Hennessey, MacDonald & MacEachern (2008)有關「了解高爾夫遊客到目的地之架構」，其主要目的在於探討高爾夫球遊客行為與過去參與高爾夫經驗是否有差異，從行程長度、支出、旅遊決定及動機來了解高爾夫球觀光客對目的地滿意度、感知高爾夫體驗價值之貢獻。此研究顯示，有關運動觀光活動經驗之研究，對於運動觀光經驗之規劃、供給及行銷策略有極大助益。

第二種類型之焦點側重於地方經驗(place experience)，例如 Papadimitriou & Gibson (2008)有關探討「希臘伊庇魯斯主動山地運動觀光的效益追求與實現：遊程前與遊程後來分析」。此論文焦點在運動觀光目的地的意像探討，即比較主動性運動觀光客追求之目的地經驗，以及探討他們實現或滿足這些利益之程度，研究結果發現特別的運動經驗(地方經驗)效益，可讓運動觀光客得到地方與活動因素之**互動**效益，這項研究結果支持早期理論之建議，運動觀光應視為一種經驗優於是旅行的目的(trip purpose)。

第三種類型之焦點側重於人的經驗(people experience)探討，例如 Shipway and Ian (2008)有關「大郊區巔峰：『核心人士』的經驗觀點-2007年 Flora 倫敦馬拉松賽的經驗」之研究。此篇論文主要發現參與者透過慢跑活動強化其認同，在馬拉松前後，透過旅遊行為加深參與者(跑者)與倫敦居民認同感，參與者獨特的思想(ethos)、語言及行為，隨著特定的慢跑**次文化(running subculture)**與規定行為，導致在團體中服裝、行為及價值觀之同質化。這研究結果顯示人層面(people aspect)的運動觀光經驗，透過人與人之間的交互作用提供之關鍵經驗之認同，並進一步形成運動觀光參與者在思想、語言、行為、服裝、價值觀及態度的同質性(Bouchet, et al., 2004)。

上述最值得強調的是三種典型研究，以不同方法檢驗運動觀光經驗，這些類型之運動觀光研究方法與分析，曾在相關期刊出現(例如 Harris, 2006; Mansfield, 2007; Smith & Weed, 2007)，循此脈絡，假定最好之知識本體建構均採用多元研究方法。因此，應用在運動觀光方法廣泛(Weed, 2006)，此三類研究提供運動觀光不同研究方法之應用範例。

3. 分析運動觀光消費體驗之新架構

一般而言，應用於**運動觀光消費行為研究**約有4種不同的理論：(1)行為理論：主要焦點在觀光客團體活動與互動(Graburn, 1989; Smith, 1989)；(2)認知心理理論：強調遊客之價值、態度、需求、冒險行為和動機(Nickerson & Ellis, 1991; Locker & Perdue, 1992; Roehl & Fesenmaier, 1992)；(3)角色理論：

結合旅客心理變項與行為角色理論 (Pearce, 1982; Yiannakis & Cibson, 1992; Mo, Havitz, & Howard (1994)；(4)經驗模型理論：結合經驗模型在有關旅遊行為與情感之研究 (Holbrook, 1999)。

有關分析架構建議應考量不同的消費體驗的旅遊行為，以提供瞭解他們相關動機，以呈現觀光客尋求象徵、審美、享樂等因素的情緒和情感的特質。因此，運動消費者經驗之分析框架基於三種面向：新的自我關係(關於自我價值的變量)、地區(空間變量)及與他人(人際關係變量)(Bouchet, et al., 2004)。

- (1) 自我價值變項(variables related to self-worth)：運動觀光有關人的價值部分包括：(1)運動觀光意涵(implication for sport tourism)之啟示主要描述不同現象，尤其是不可觀察動機、刺激、興趣及創造(Strazzieri, 1994)，影響對某些產品追求、資訊處理與決定(Rothschild, 1984)，也意涵目的地與運動是運動觀光消費重要變項(Bouchet, et al., 2004)；(2)知覺風險(Perceived risk)認知引入，讓人瞭解風險存在於產品、購買服務或消費之中(Voile, 1995)，對於物理、財務與心理風險知覺會影響旅遊目的地的選擇(Ballofet & Rigaux-Bricmont, 1998)，因此旅遊目的地與運動服務提供與知覺風險有密切關係(Bouchet, et al., 2004)；(3)尋求最佳刺激水平(*Seeking an optimal stimulation level*, OSL)，是研究者期望從日常生活找出操作性尋求刺激改變及創新(Graillot, 1996)，透過感官體驗試圖對環境刺激回應達到尋求最佳刺激水平(Zuckerman, 1983)，因此運動觀光消費正好可實踐尋求體能活動與目的地(新環境)之尋求最佳刺激水平；(4)尋求多樣性和新穎性，與尋求最佳刺激水平是一體，尋找各種體能活動或旅遊目的地，滿足消費者的刺激需求，觀光的架構內求新求變是一個有趣的變數(Lee & Crompton, 1992)，因為從目的地可具有知覺新的目標(早期經驗)、新的環境(文化氛圍)及民眾(居民與觀光客)，因此新穎性尋求也是決定運動觀光客行為之重要因素。
- (2) 空間變項(Spatial Variables)：此空間概念是儀式、神聖或精神的層面 (例如喜馬拉雅山、夏威夷)，運動觀光在這些地點、目的地或旅遊景點發生。遠離平時的生活空間，這些位置被認為是強大、象徵性地方、天堂及特殊地方，有利遊客個人或組織的經驗展現(Bessiere, 2000)(如表 1)。其空間包括：(1)功能空間被認為現代空間(Functional space considered as modern space)，現代空間是個人被動觀察與消費的地方，觀光目的地正屬這種類的空間，個人只是離開日常生活方式，探尋其期望之目的地(Remy, 2000)，觀光服務依照Remy(1994)說法，這是功能性的空間和獨立地區，即服務結構提供特別的特權；(2)個人生活空間被認為後現代空間(Personal living space considered as postmodern space)，後現代空間區個人可以互動、感受歸屬感、分享新經驗，它不受限地域空間即可提昇個人經驗(Fischer, 1981)，成為個人生活空間，遊客試圖使自身感受擁有此區域，安頓下來建立一個社區(Bonnin, 2000)。如果這些要素移轉到運動觀光，觀光客想像感覺到自己擁有旅遊目的地，他們可主動參與各種運動活動(個人攀岩、衝浪)，或他們不想被發現(山徑中悠遊) (如表2-2)。

表2-2 運動觀光中空間類型

| 空間類型 | 「開放」空間 | 「封閉」空間 |
|-------------|--|-------------|
| 「物理」空間(現代) | 觀光目的地觀察(tourist destination observational) | 基礎觀光服務-功能空間 |
| 「生活」空間(後現代) | 觀光目的地互動(tourist destination interactive) | 運動觀光服務-體驗空間 |

資料來源：Bouchet, Lebrun, & Auvergne (2004:134)

- (3) 人際互動變數(Interpersonal variables)：本層面涉及與他人建立新的關係，由於觀光是從個人日常工作空間而進入不同的空間或地理位置，造成社會角色的改變(Poulain, 2000)，觀光雖是短暫的，社交、人性化關係、友好社會成為遊客動機，因此運動觀光具有社會化功能 (Bessiere, 2000)。運動觀光必須研究社會互動與空間涉入類型之關係，Aubert-Camet and Cova (1996)的二分法會有與後現代的空間互動不足問題，現代空間是「無垠」的，為研究這兩種類型的空間，

Bourgeon and Puhl (2000)考慮兩面向的社會關係，以「封閉」、「開放」、「分享」及「連續」來區分後現代、現代之社會互動（如表2）。運動觀光人際互動包括：(1)現代社會的互動空間(Interactions in modern space)，Aubert-Camet and Cova (1996)定義現代空間是個人孤獨於人群中匿名空間，因為個人不覺得這些空間屬於他們，在這封閉社會互動是沒有真正分享之「個人」互動，個人與他人是彼此平行分離，而在開放社會關係廣大群體社會接觸是不足的；(2)在後現代空間的相互作用(Interactions in postmodern space)，後現代的空間中個人體驗出歸屬感，在旅遊方面是擴展生活空間，在此空間不管開放或封閉，允許個人共享社會關係與情感體驗的互動，根據Maffesoli (1988)的概念，「分享與開放」社會互動是一種部落國度，其中分為親友穩定團體、友好關係團體及變動暫時團體等三種團體(如表3)。

表2-3 運動觀光中社會團體類型

| 互動類型 | 「封閉」社會關係 | 「開放」社會關係 |
|---------------|------------------------|---------------|
| 「連續」社會互動(現代) | 社會聯繫力(social intimacy) | 人群(crowd) |
| 「分享」社會互動(後現代) | 部落(tribe) | 社區(community) |

資料來源：Bouchet, Lebrun, & Auvergne (2004:136)

4. 運動觀光經驗對參與行為之影響

許多研究已經探討過去經驗與觀光動機之交互作用(Pearce, 1988; Pearce & Lee, 2005)。Pearce 有關旅遊生涯階梯探討，假定目前動機、購買決定及過去經驗之間有鏈接關係（即一個職涯），它假設當遊客有更多的旅遊經歷時，往往尋求更高階的需求(higher-order needs)。另一個 Pearce and Lee 探討旅遊經驗與旅遊動機之間關係之研究，研究結果顯示主場涉入動機(host-site-involvement motivation)(體驗不同的文化)和自然有關的動機（例如親近自然），對較具經驗遊客是較重要的因素，而刺激、個人發展、關係（安全）、自我實現、懷舊、浪漫及認同等動機因素則被經驗較少遊客列為較優先因素(如圖 2-4)。

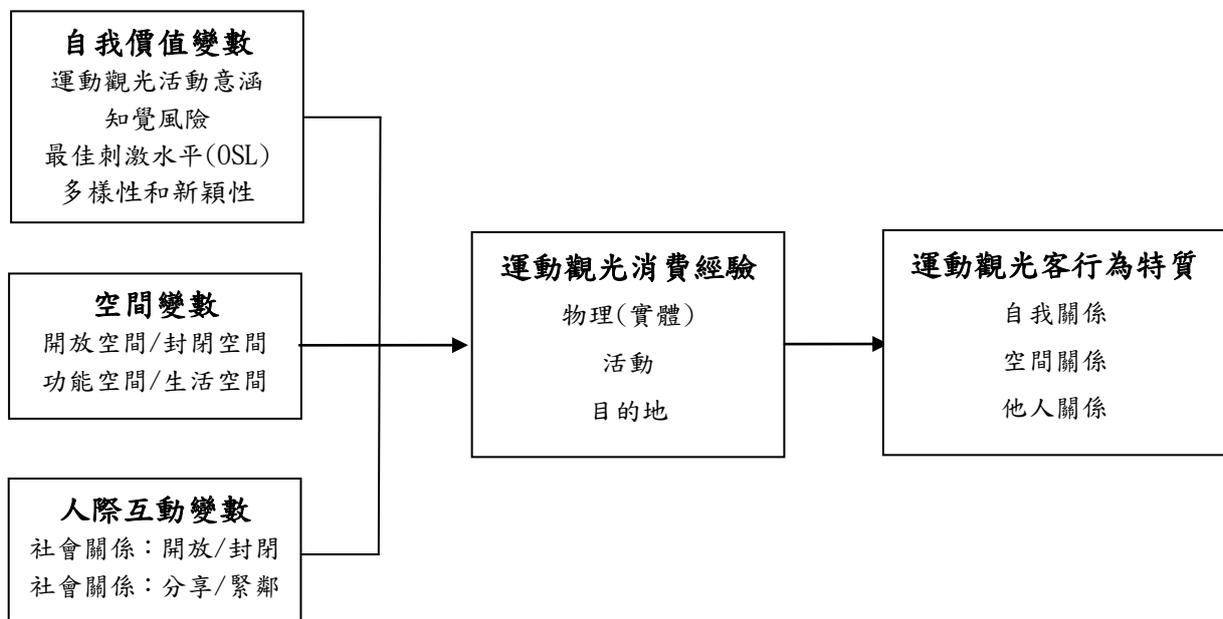


圖 4 運動觀光消費經驗：綜合模式(最佳刺激水平(OSL))

資料來源：Bouchet, Lebrun, & Auvergne(2004:137)

(四) 運動觀光風險認知與運動觀光參與行為

在觀光研究的文獻中，有關風險概念之探討並不多(Weber, 2001)。綜合相關戶外活動之文獻(Beedie, 1994; Dickson & Tugwell, 2000; Priest & Gass, 1997)，歸納風險類型為絕對風險(absolute risk)、風險認知

(perceived risk)及實際風險(real risk)等三種風險概念。絕對風險是指最高的固定風險情況（在沒有安全控制之狀況）；真實風險是指實際上在某時間、某時刻存在的風險（絕對風險經由安全控制與調整）；風險認知是指個人對於任何時間真正存在風險之主觀評估。如果風險認知(perceived risk)是個人對於真正風險(real risk)的主觀評估，而真正風險是安全控制上實際存在的風險(Haddock, 1993)；期望風險(desired risk)則是個人風險認知的次概念或延伸概念。

1. 風險認知

在社會情境中會影響個人風險認知，包括財富、人口、技術及媒體等因素所造成(Slovic, 1990)。此外，公眾的觀點也會影響風險認知，其中有超過 20 個因素會影響個人觀點，例如：(1)選擇接受或拒絕風險之自願程度；(2)個人必須預防或減輕風險的程度；(3)如何「公平」的評量風險的預期效益；(4)大眾對於組織的信認或關懷觀點；(5)個人對於該活動的熟悉程度(如足球與高空彈跳) (Sandman, 2003; Segal & Sandman, 1990)。因此，個人對於風險認知的看法並不同，即風險認知非常的個別化，同樣的結果可能每人願意承擔風險不同，願意承擔多大的風險亦不同。

Wilde (1999)從交通事故研究中，提出風險平衡理論(risk homeostasis theory)，即個人在任何時刻會比較風險認知與目標風險水準，並調整自己的行為，以試圖消除兩者之間的不一致。他並進一步指出，目標風險水準是一種成本與效益認知的綜合選擇結果（包括風險與安全），目的是獲取最大的淨效益。從交通事件的研究指出，喜歡冒險的「刺激尋求者(sensation seekers)」有較高的目標風險水準，而且風險認知水準遠低於「刺激迴避者(sensation avoiders)」，這主要刺激尋求者比刺激迴避者有較高的樂觀水準(Heino, van der Molen, & Wilde, 1996)。

2. 觀光風險之類型與定義

在探討消費行為之文獻中，將風險歸類為設備風險(equipment risk)、財務風險(financial risk)、生理風險(physical risk)、心理風險(psychological risk)、滿意風險(satisfaction risk)、社會風險(social risk)及時間風險(time risk)等7種風險，而上述之風險也常被用來作為檢視旅遊相關的決策，其定義如下：(1)設備風險：指假期時遭遇有關機械、設備或機構問題之可能性；(2)財務風險：指假期品質與所付出的金錢代價不相符；(3)生理風險：指假期發生有關人身安全、傷害或疾病的可能性；(4)心理風險：指假期時讓家人、朋友與同事失望或焦慮之可能性；(5)滿意風險：指假期無法讓個人滿意之可能性；(6)社會風險：指假期可能會影響別人生活之可能性；(7)時間風險：指假期花費太多時間或是浪費時間之可能性(Roehl & Fesenmaier, 1992)。

根據上述研究之觀點，Sönmez and Graefe (1998a)提出國際旅行的風險，包括：財務、健康、生理、政治不穩、心理、滿意度、社會、恐怖主義及時間等9種類型風險，對美國旅客而言，恐怖主義、交通、政治不穩定及滿意度的風險被認為與國際旅行意圖最具相關。此外，Lepp and Gibson (2003)之研究提出美國出生的青壯年對國際旅行風險的看法，包含衛生、政治不穩定、恐怖主義、奇特的食物、文化隔閡、政治與宗教教條及犯罪等7種危險因素，進一步利用 Cohen (1972)所提出的旅遊者角色類型(tourist role typology)分析，發現在旅行中追求新鮮感的遊客、探險家或喜歡流浪者，相較於一般遊客，其對國際旅遊相關的風險認知較低。

3. 觀光風險認知

風險認知與觀光地點之意象有關(Lepp & Gibson, 2003)，有關觀光地點意象之探討可追溯自1970年代(Gunn, 1972; Hunt, 1975)，此類研究通常聚焦在文化、自然、社會及基礎建設對觀光地點的貢獻(如 Baloglu & McCleary, 1999; Beerli & Martin, 2004等)，並且已經累積相當豐富的文獻(Tasci & Gartner, 2007)。雖然 Gallarza, Gil Saura, & Caldero'n Garcia (2002)認為此類研究尚缺乏一致性的概念化和操作性，然而，大多數有關觀光地點之意象量表均包含風險因素(如安全和政治等問題)，亦即風險認知本質部分來自觀光地點印象，分析影響風險認知因素，更有助於理解觀光地點意象與旅遊意願之間的關係，不過風險因素大都被視為獨立考量的因素。近年來，研究更強調旅遊安全與風險問題(Sönmez & Graefe,

1998b)，越來越多的文獻顯示，旅行地點相關的負面因素會影響旅行與觀光產業(Coshall, 2003)，因此，風險認知與運動觀光地點兩者相關性很高。

(1) 觀光風險認知之影響因素

從過去之研究顯示，觀光風險認知受到個人特質(Roehl & Fesenmaier, 1992; Sönmez & Graefe, 1998b)、遊客角色或類型(Roehl & Fesenmaier, 1992; Lepp & Gibson, 2003)、過去的旅遊經驗(Sönmez, 1998a, 1998b; Lepp & Gibson, 2003)、資訊搜尋與來源(Sönmez & Graefe, 1998b)、生命階段或年齡(Lepp & Gibson, 2003)、性別(Lepp & Gibson, 2003)、性格類型(Reisinger & Movondo, 2005; Lepp & Gibson, 2008)及國籍(Seddighi, Huttall, & Theocharous, 2001; Reisinger & Movondo, 2006; Kozak et al., 2007)等因素的影響。除此之外，社會階級指標的教育程度也會影響人們的觀光風險認知(Sönmez & Graefe, 1998b)。

(2) 人口變項與風險認知

過去經驗也會影響風險認知，有經驗遊客的風險認知較小(Sönmez & Graefe, 1998b; Lepp & Gibson, 2003; Kozak et al., 2007)。過去的旅行經驗可提供未來旅遊的信心，然而負面的經驗也導致未來旅遊選擇上的壓力。當規避風險之風險認知(perception of risk)對於旅行目的地有更強影響力時，過去的旅遊經驗將成為決定行為意圖的主要力量(Sönmez & Graefe, 1998b)。性別也會影響風險認知，雖然 Sönmez and Graefe (1998a)並未確定性別對風險認知的影響，不過多數研究者均發現性別會影響旅行的選擇(Lepp & Gibson, 2003; Kozak et al., 2007)。

4. 風險認知對運動觀光參與之影響

(1) 風險認知與運動觀光參與之理論基礎

Rogers (1975)提出保護動機理論(Protection Motivation Theory, PMT)曾被用來解釋旅行意圖與風險認知間的關係。此理論是一種預期-價值理論之應用(adaptation of expectancy-value theories)，強調風險認知與意願/態度的轉變(perception of risk and intention/attitude change)。此理論確認人們在面對威脅時可能經歷的情境，保護動機被激發，然後有行為意圖與態度的改變，這個保護動機理論至今已被應用在許多旅遊或觀光、運動行為(Leas & McCabe, 2007)及健康議題中(McMath, & Prentice-Dunn, 2005; Pechmann, Zhao, Goldberg, & Reibling, 2003)。

Sönmez and Graefe (1998a)應用 Roger 的保護動機理論(PMT)於觀光領域研究，發現飛機事故、犯罪或恐怖活動增加，代表危險程度的增加，以及觀光地點近期發生的危險程度及概率，會使遊客選擇較安全的觀光地點，若前往危險地區亦會採取額外預防措施或取消旅行計劃，並利用有效的行動來控制風險，當此風險因素被認同時，遊客的保護動機會被喚醒。同樣，運動觀光活動舉辦也與形象建設有關，雖然這個活動類似一般觀光地點的形象，然而運動觀光的風險認知常會與觀光地點的形象分開來檢視(Gibson, Qi, & Zhang, 2008)。

(2) 風險認知與運動觀光參與之關係

目前有關探討風險認知與運動觀光參與關係之研究並不多，而且多數研究聚焦在知名賽會(hallmark events)與大型活動(mega events)和恐怖主義威脅間的關係。恐怖主義被認為是大型活動(如奧運會)最主要風險認知(Cashman & Hughes, 1999)。例如1972年巴勒斯坦組織對慕尼黑奧運襲擊(Schmid & de Graaf, 1982)，1996年亞特蘭大奧運發生恐怖攻擊(Sönmez & Graefe, 1998b)，奧運會恐怖攻擊增加民眾的風險認知，也降低潛在遊客參加意願(Toohey, Taylor, & Lee, 2003)，也導致2002年英聯邦運動會、2004年雅典奧運會及2008年北京奧運會均採取更嚴格反恐措施，增加不少大型賽會安全預算(Lei, 2007)。其次，風險認知造成潛在觀光客降低旅遊意願，例如2002年 FIFA 世界杯遊客人數低於預期(Toohey et al., 2003)。Kim and Chalip (2004)研究發現多數受訪者並不認為風險認知是主要因素，但高收入者對世界杯的風險認知高於過去的經驗。Neirotti and Hilliard (2006)有關雅典奧運的研究指出，2/3受試者表示安全考慮會影響參與奧運會的決定，約有1/4表示基於安全考量而決定不參加，但也有人卻不受影響。Taylor and Toohey (2006)探討2003年橄欖球世界杯之觀眾，發現橄欖球迷比一般觀眾無視於

可能的風險威脅，「安全感(Feeling safe)」只是橄欖球迷決定參與的因素之一。綜合上述文獻，此結果與一般遊客風險認知的研究結果類似，但「運動-觀光客-獨特因素會影響運動觀光客的風險認知與參與程度，因為運動觀光風險尚包含活動內容風險存在。

(五) 運動觀光目的地選擇

1. 一般觀光目的地選擇之過程

旅遊目的地選擇過程是指遊客從可用的旅遊目的地作篩選(Ankomah, Crompton, & Baker, 1996)，其選擇過程所產生的行為結果會對觀光造成重要性影響(Mathieson & Wall, 1982)。Kotler, Bowen and Makens(2003)認為旅遊消費者的決策過程會有需求確認(need recognition)、資訊搜尋(information search)、方案評估(evaluation of alternatives)、購買決策(purchase decision)及購後行為(post purchase behavior)等五個階段。

Mathieson and Wall(1982)提出的旅遊決策過程中，則認為旅客決策過程分為產生旅遊需求、旅遊資訊搜集與評估、旅遊行程決策、旅遊行前準備、旅遊體驗與滿意度評估，在 Mathieson and Wall 之旅遊決策過程架構中，旅客的社經背景與行為特性、旅遊目的地資訊的察覺、旅遊行程的特性、目的地的旅遊資源及特性對旅遊的整個決策過程產生影響，亦即個人、外在環境皆對旅遊決策過程具主要影響性。Um and Crompton(1990)亦認為旅客的個人社會心理特性，如個人特性、價值觀等，皆對旅遊決策過程具其影響性。

Mayo and Jarvis(1981)認為旅遊決策和消費者其他決策相同，若個人的態度一旦形成，就會導致人們願意或企圖以某種方式行動，而各種的社會因素亦就會對這種偏好或意圖能否真正導致具體的行為產生重大的影響(蔡麗伶譯，1990：248)。意圖(intent)是一種產品購買的可能性，亦即為人們前往、造訪旅遊目的地的可能性(Pike & Ryan, 2004)，從 Mayo and Jarvis(1981)的旅遊決策過程架構中，旅客的個人態度將影響或引起旅客的旅遊意願。

2. 運動觀光目的地選擇之影響因素

過去對目的地的經驗可能影響其目的地形象與選擇(Fakeye & Crompton, 1991)。根據以往的經驗，在考慮不同目的地時，會正面影響行為的意圖和意像形成(Baloglu & McCleary, 1999a, 1999b, 2001; Kaplanidou, 2007)。對於目的地與活動事件意像，過去經驗在形成認知意圖時扮演重要角色。Kaplanidou and Vogt (2007b)發現對於小規模運動活動，觀眾誰前往出席活動受過去的經驗與事件直接影響，而間接影響整體運動事件意像與整體目的地意象及再訪目的地意圖。

Miranda and Andueza (2005)曾探討影響遊客至西班牙觀光目的地主要因素，包括好奇(佔26.5%)、宗教(24.6%)、夢想(24.6%)及觀賞(22.3%)。運動在觀光目的地之角色包括運動參與(56.42%)、設施(31.12%)、健康(6.46%)、非運動之休閒(5.49%)、航海運動(36.84%)、遊覽和散步(31.58%)、舞蹈(14.03%)及其他運動項目(17.54%)等，顯示運動所佔比例相當重要，進一步分析「運動」有關的主要產品仍與水域、漫步、舞蹈及其他運動項目為主。

前述 Crompton 也發現社會心理動機與目的地(destination)的歸因並不顯著，因此 Crompton 強調旅客應在考慮社會心理動機前，會先強調目的地之特點(features)與吸引力(attractions)(拉力)。Dann(1977)指出，儘管一個特定的度假勝地對潛在觀光客擁有一定的吸引力，實際決定造訪這個目的地的是取決於遊客先前之旅遊需要(prior need for travel)，邏輯上「推」動機檢定經常是「拉」動機檢定前之檢定。因此，一般觀光動機之研究著重於分析「推」動機(如運動觀光之根本動機)，而不是「拉」動機(主要以歸因特別觀光目的地之觀光動機)(Mak, Wong, & Chang, 2009)。此外，熟悉或不熟悉的目的地的旅遊距離也有決定性之影響，例如當地可讓人有賓至如歸的感覺，均有提昇興趣與驅力之影響力，這些因素交互作用之綜合效果，對於運動觀光客會產生行動與不行動之影響。

若從內在與外在動機是最佳的覺醒理論(Optimal Arousal Theory)，運動觀光客往往尋求個人最適合之刺激水準。如果個人的日常生活中發生太多的事情(過度刺激)，運動遊客將尋找較安靜、較輕鬆運

動目的地。相反地，如果日常工作是枯燥（刺激不足），運動觀光客尋求較冒險與令人興奮的運動環境 (Kurtzman & Zauhar, 2005)。

運動觀光客類型會影響其選擇目的地。互動型運動觀光客：強調遊客一目的地之關係，例如認真 (serious) 網球選手之運動觀光，會尋求一個國際級度假勝地水準的設施與專業的氛圍。認知規範型運動觀光客：遊客期望與目的地居民相會、社交及享受當地文化。例如在香港龍舟競賽，就是認知規範型運動遊客的目的地之很好的例子 (Kurtzman & Zauhar, 2005)。

Plog(1987)發現旅遊人格特質會影響目的地選擇與心理中心 (Psychocentric)。他物中心 (Allocentric) 會是旅遊趨勢之引領者、挑戰者、勇於成為新旅遊目的地之首發者。心理中心性格者 (Psychocentric sports tourist) 則喜歡跟隨家庭成員或長期追隨者到熟悉、安全的運動觀光目的地區 (Plog, 1991)。

綜合前述所有文獻探討，進而形成本研究之「運動觀光客特質、運動觀光動機、運動觀光經驗、運動觀光風險認知對參與行為與目的地選擇影響」之理論假設模式圖(如圖 5)。

(六) 運動觀光參與行為與衡量

1. 運動觀光參與行為之理論

有關運動參與行為的理論，已引入許多相關之理論模式，包括期望—價值理論 (expectancy-value theory)、理性行動理論 (theory of reasoned action, TRA)、計畫行為理論 (theory of planned behavior, TPB)、健康促進模式 (health promotion model) 以及跨理論模式 (transtheoretical model) 等 (吳姿瑩、卓俊伶, 1998; 林耀豐、丁文琴, 2003; 黃耀宗、季力康, 2001)。計畫行為理論 (TPB) 是由 Ajzen and Fishbein (1980) 所提出的理性行動理論 (TRA) 所延伸發展而來，該理論是從社會心理學的觀點，綜合態度、主觀規範以及行為控制知覺三個變項來解釋引發個人行為意圖及行為因素，TRA/TPB 兩項理論目前已被廣泛運用在運動參與行為研究，被證實可以有效解釋不同對象的運動參與行為 (Ajzen & Manstead, 2007; Downs & Hausenblas, 2005)。運動觀光客因很多理由而去旅行，旅遊決定不僅是內在動機 (如暫時逃避現實、感情、渴望參與等)，同時也有外在的原因 (如獎勵、認同、名聲等)。此種單一或合併、正向或負向，以及基本動機與運動旅遊動機之交互作用形成動機「權重」影響旅遊決定 (Kahl, Kenneth, & Gregory, 1996)。此外，熟悉或不熟悉的目的地，旅遊距離也有決定性之影響，各因素交互作用之綜合效果，對於運動觀光客會產生行動與不行動之影響 (Taylor, 1994)。

2. 運動觀光參與行為之衡量

Chalip, Green, & Vander (1998) 及 Qi, Gibson, and Zhang (2009) 衡量運動觀光之參與行為之因素，包括參加運動觀光的企圖、未來五年參與運動觀光的意願，過去曾參與運動觀光次數、注意有關運動觀光活動之信息，瞭解運動觀光活動賽會相關信息。有些學者則從運動觀光客旅遊次數、抑制性、自信心、旅行追求、金錢花費及活動尋求之水準加以衡量 (Kurtzman, & Zauhar, 2005; PLOG, 1987; Rinaldi, 2011; Settle and Pamela, 1986)。本研究則從過去、目前及未來參加運動觀光的企圖與意願，以及有關運動觀光活動之信息注意加以衡量 (Chalip et al., 1998; Qi, et al., 2009)。

(七) 運動觀光目的地選擇與參與行為之建構

綜合前述所有文獻探討，進而形成本研究之「運動觀光客特質、運動觀光動機、運動觀光經驗、運動觀光風險認知對參與行為與目的地選擇影響」之理論假設模式圖(如圖 5)。

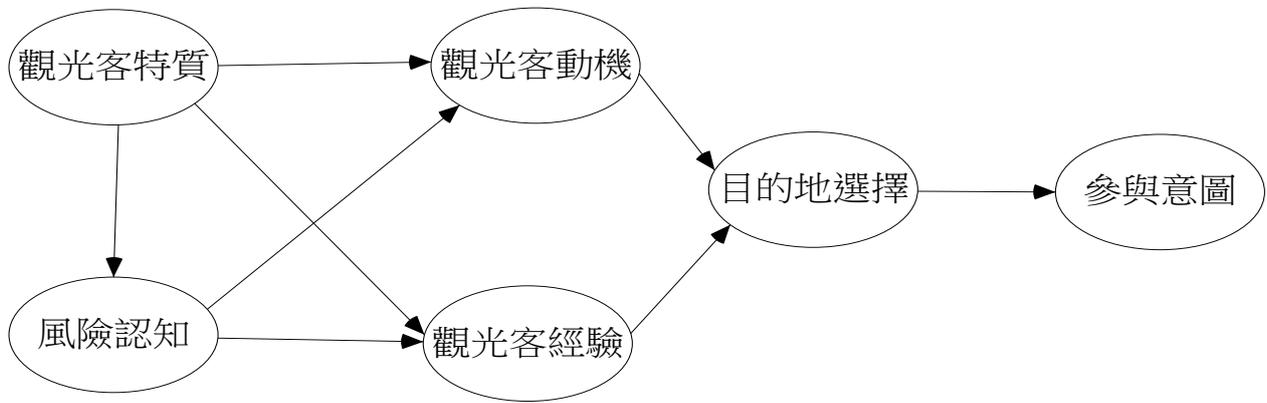


圖 2-5 理論假設模式圖

四、研究方法

本研究針對運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為之影響模式之建構與驗證，首先以台灣地區潛在運動觀光客為母群，進行抽樣問卷調查，藉以瞭解運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為之現況，同時比較不同背景運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為之差異，並進而建構運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與行為之影響模式。

(一) 研究架構

綜合前述國內外相關理論與文獻，形成本研究之研究架構(如圖 3-1)：

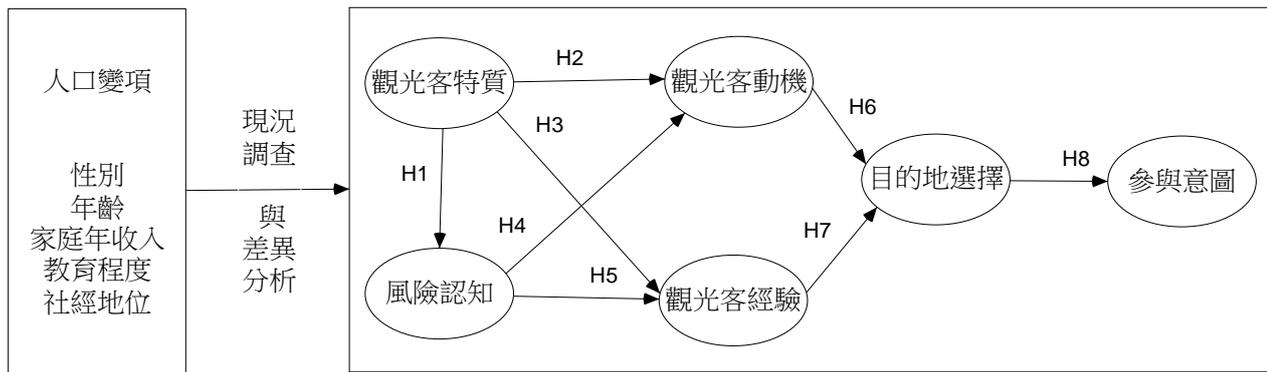


圖 3-1 研究架構圖

(二) 研究假設

根據研究目的三建構與驗證運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知對運動觀光客目的地選擇與參與意圖之影響模式，形成以下之研究假設：

- H1：運動觀光客特質對運動觀光客風險認知有顯著影響。
- H2：運動觀光客特質對運動觀光客動機有顯著影響。
- H3：運動觀光客特質對運動觀光客經驗有顯著影響。
- H4：運動觀光客風險認知對運動觀光客動機有顯著影響。
- H5：運動觀光客風險認知對運動觀光客經驗有顯著影響。
- H6：運動觀光客動機對運動觀光客目的地選擇有顯著影響。
- H7：運動觀光客經驗對運動觀光客目的地選擇有顯著影響。
- H8：運動觀光客目的地選擇對運動觀光客參與意圖有顯著影響。

(三) 研究對象

以居住於台灣地區 16-65 歲以上的國民，即以台灣地區一年內具運動觀光經驗（1 次以上/年）之民眾為母群體，並依台灣地區人口分布比例，採分合目標取樣(purposeful sampling)方式進行調查，問卷調查從 2014 年 1 月 5 日至 6 月 15 日在台灣地區進行，共計發出 1800 份問卷，回收 1680 份，扣除無效問卷，有效問卷共計 1642 份，有效回收率為 91.22%。

(四) 資料收集方法

本研究為橫斷面研究(cross-sectional study)，以臺灣地區運動觀光客為對象，採合目標便利取樣方法。資料蒐集方式採現場直接調查（旅遊景點）、郵寄問卷、電子郵件傳送及網際網路等方式進行。取樣步驟為先取得受試者同意自願受測（填寫同意書，未成年需取監護人同意），再由合格施測者（接受四小時訓練）說明研究目的，再進行施測試；寄發問卷者程序相同，惟會追綜回收之情形。受試者篩選條件，包括性別(男女比例)、年齡(16歲-65歲)以篩選合格的受試者。

(五) 研究工具

1. 量表初稿編制

本研究旨在探討運動觀光客特質、動機、體驗、風險認知對運動觀光客參與行為與目的地選擇之影響，研究工具基於文獻綜合回顧，包括六個量表及基本資料調查表，有關量表發展之文獻來源如下：

- (1) 運動觀光客特質量表：此量表參考相關文獻(Kurtzman & Zauhar, 2005; PLOG, 1987; Settle & Pamela, 1986)編製問卷，問題包括運動觀光客的人格參數、旅遊人格特質、人際互動特質等向度，以衡量運動觀光客之人格特質。
- (2) 運動觀光動機量表：運動觀光客動機衡量方法主要參考相關文獻(Crompton, 1979; Kurtzman & Zauhar, 2005; Rinaldi, 2011; Trail & James, 2001)，發展運動觀光客拉力與推力之動機因素問題。
- (3) 運動觀光體驗量表：運動觀光客體驗衡量主要參考相關文獻(Bouchet et al., 2004; Hennessey, et al., 2008; Pearce & Lee, 2005; Weed, 2008a)，發展運動觀光自我關係體驗、地方體驗及人際互動體驗。
- (4) 運動觀光風險認知量表：主要參考相關文獻發展問卷(Floyd et al., 2004; Lepp & Gibson, 2003; Qi et al., 2009; Shakya, 2011)，再考慮本研究有關運動觀光之風險認知之特性加以發展題目。
- (5) 運動觀光客參與行為量表：主要參考相關文獻發展問卷(Kurtzman, & Zauhar, 2005; PLOG, 1987; Rinaldi, 2011; Settle and Pamela, 1986)，以評估運動觀光客旅遊次數、抑制性、自信心、旅行追求、金錢花費及活動尋求之水準。
- (6) 運動觀光目的地選擇量表：主要參考相關文獻發展問卷(Ankomah, et al., 1996; Fakeye & Crompton, 1991; Miranda & Andueza, 2005; Plog, 1987)，以評估運動觀光客對目的地類型、新穎性、挑戰性、吸引力、服務、人際接觸等認知水準。
- (7) 基本資料調查表：人口變項包括受試者之性別、年齡、家庭年收入、教育程度、社經地位。

上述發展問卷之題項與內容，邀請五位運動休閒領域專家與學者建議後修編而成量表初稿。量表採李克特七點尺度量表計分，從「非常同意」、「同意」、「有點同意」、「普通」、「有點不同意」、「不同意」、「非常不同意」分別給予1-7分，所得分數愈高，表示對該題項愈同意，反之亦同。

2. 項目分析

本研究將影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖量表回收之有效問卷，利用 t 檢定及相關分析進行內部一致性效標分析及同質性考驗。前者將受試者在量表得分的總合依高低分排序，然後依受試者得分之前 27%與後 27%分為高也兩組，最後以 t 檢定考驗受試者在同一題之得分，其得到之 t 值即所謂的決斷值 (critical ratio; CR)，本研究各題項之 CR 值介於 5.75-32.17，皆達顯著水準 ($p < .05$)，故未刪除任何題項；後者則是計算各題項與總分之相關程度，經統計分析後，相關係數皆達.45 以上，均達.30 以上之標準 (吳明陸、涂金堂，2006)，故全數題項均予以保留 (如表 3-1)。

經由項目分析，本研究所建構之運動觀光客特質、運動觀光動機、運動觀光體驗、運動觀光風險認知、參與行為及目的地選擇等量表，每一問項的 CR 值均達顯著水準，顯示本研究所建構之量表具有鑑別度。其次，每問項之平均得分與該量表之總分相關係數均達顯著水準，顯示這些量表題項具有同質性（王俊明，1999；吳明隆、涂金堂，2000）。

表 3-1 影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖量表項目分析摘要表

| 項目 | 題目 | CR 值 | 總分相關 |
|--------------------|-------------------------|--------|------|
| 運動觀光客特質量表 | | | |
| A1 | 我經常參與運動觀光活動。 | 15.59* | .81* |
| A2 | 我和周遭朋友相比，我參與運動觀光活動是較多。 | 16.52* | .80* |
| A3 | 只要時間允許，我會儘量運動觀光活動。 | 16.56* | .80* |
| A4 | 我喜歡有冒險感覺的運動觀光活動。 | 14.22* | .74* |
| A5 | 我對參與運動觀光活動相當有自信。 | 21.13* | .86* |
| A6 | 我喜歡參與可自由發揮的運動觀光活動。 | 19.30* | .81* |
| A7 | 我喜歡參與對個人有特別意義的運動觀光活動。 | 16.24* | .78* |
| A8 | 我喜歡追求新奇的運動觀光經驗。 | 16.67* | .78* |
| A9 | 我喜歡嘗試體驗不同的運動觀光活動地點。 | 20.11* | .81* |
| A10 | 我捨得將錢花在參與運動觀光的消費。 | 16.02* | .78* |
| A11 | 我覺得將錢花在運動觀光的支出是值得的。 | 17.89* | .79* |
| A12 | 我在運動觀光的支出已投入不少金錢。 | 13.58* | .72* |
| 運動觀光客動機量表 | | | |
| B1 | 我會因追求知識與經驗成長而參與運動觀光活動。 | 19.80* | .82* |
| B2 | 我因想追求體能改善而參與運動觀光活動。 | 16.16* | .77* |
| B3 | 我因想逃避枯燥生活瑣事而參與運動觀光活動。 | 14.59* | .69* |
| B4 | 我因想追求冒險感覺而參與運動觀光活動。 | 16.86* | .74* |
| B5 | 我會因想多與親朋好友互動而參與運動觀光活動。 | 14.53* | .73* |
| B6 | 我會因想體驗不同經驗而參與運動觀光活動。 | 19.50* | .85* |
| B7 | 參與運動觀光活動讓我得到成就感。 | 19.01* | .83* |
| B8 | 參與運動觀光活動常會讓我有意外的驚喜。 | 19.56* | .81* |
| B9 | 運動觀光活動的豐富內容會吸引我的參與。 | 16.96* | .82* |
| B10 | 高知名度的運動觀光活動會吸引我的參與。 | 14.02* | .72* |
| B11 | 具有特色的運動觀光活動會吸引我的參與。 | 17.67* | .81* |
| B12 | 運動觀光的娛樂氣氛吸引我的參與。 | 17.54* | .79* |
| 運動觀光客體驗量表 | | | |
| C1 | 參與運動觀光活動的經驗對我個人深具價值與意義。 | 18.17* | .81* |
| C2 | 參與運動觀光活動可實踐我挑戰體能活動的表現。 | 19.24* | .85* |
| C3 | 參與運動觀光活動可滿足我體驗不同經驗之需求。 | 19.49* | .84* |
| C4 | 參與運動觀光讓我體驗不同於日常生活空間與環境。 | 21.86* | .87* |
| C5 | 參與運動觀光活動可讓我探尋期望之運動目的地。 | 20.41* | .83* |
| C6 | 參與運動觀光活動可讓我找到歸屬感的空間。 | 18.87* | .79* |
| C7 | 參與運動觀光活動可讓我與同好分享或互動的機會。 | 19.25* | .81* |
| C8 | 參與運動觀光活動可讓我找到團體的歸屬感。 | 20.02* | .84* |
| C9 | 參與運動觀光活動讓我與他人有更多情感互動機會。 | 16.32* | .81* |
| 運動觀光客風險認知量表 | | | |
| D1 | 參與運動觀光活動中可能造成我身體上的傷害 | 16.03* | .79* |
| D2 | 參與劇烈的運動觀光活動可能會造成我身體不適。 | 14.58* | .77* |
| D3 | 運動觀光活動的場所/設備不良可能會造成傷害。 | 9.64* | .53* |
| D4 | 參與運動觀光活動會讓我感到心情緊張。 | 16.84* | .82* |
| D5 | 參與運動觀光活動所提供服務可能讓人感到不滿意。 | 16.30* | .81* |
| D6 | 參與運動觀光活動我會擔心自己表現不理想。 | 15.35* | .77* |
| D7 | 參與運動觀光活動我會擔心影響我的個人形象。 | 17.66* | .81* |

| | | | |
|---------------------|-------------------------|--------|------|
| D8 | 參與運動觀光活動所獲得的服務常與付出不等值。 | 22.13* | .85* |
| D9 | 從事運動觀光活動造成我財務上的負擔。 | 18.55* | .85* |
| D10 | 從事運動觀光活動會排擠我其他的財務支配。 | 16.70* | .80* |
| 運動觀光客目的地選擇量表 | | | |
| F1 | 我喜歡選擇熟悉的地點從事運動觀光活動。 | 13.21* | .63* |
| F2 | 我喜歡在固定的地點從事運動觀光活動。 | 13.02* | .64* |
| F3 | 我喜歡在喚起舊回憶的地點從事運動觀光活動。 | 12.41* | .65* |
| F4 | 我喜歡選擇高度刺激的地點從事運動觀光活動。 | 14.32* | .71* |
| F5 | 我喜歡尋找冒險性的地點從事運動觀光活動。 | 13.48* | .73* |
| F6 | 我喜歡尋找挑戰性的地點從事運動觀光活動。 | 13.68* | .72* |
| F7 | 我喜歡選擇具有吸引力的運動觀光活動地點。 | 15.41* | .78* |
| F8 | 我喜歡選擇知名度高的運動觀光活動地點。 | 17.27* | .74* |
| F9 | 我喜歡選擇可享受當地文化的運動觀光活動地點。 | 14.51* | .70* |
| F10 | 我喜歡選擇具有專業服務的地點從事運動觀光活動。 | 16.36* | .77* |
| F11 | 我喜歡選擇圈內公認的運動觀光勝地從事活動。 | 17.91* | .77* |
| F12 | 我喜歡選擇設備專業的運動觀光地點從事活動。 | 14.64* | .75* |
| F13 | 我選擇可與圈內同好互動的地點從事運動觀光活動。 | 16.36* | .78* |
| F14 | 我選擇可接觸各階層同好的地點從事運動觀光活動。 | 17.11* | .79* |
| F15 | 我選擇可交流運動觀光經驗的地點從事活動。 | 14.60* | .76* |
| 運動觀光客參與意圖量表 | | | |
| G1 | 我喜歡選擇熟悉的地點從事運動觀光活動。 | 18.13* | .79* |
| G2 | 我喜歡在固定的地點從事運動觀光活動。 | 21.29* | .87* |
| G3 | 我喜歡在喚起舊回憶的地點從事運動觀光活動。 | 21.96* | .84* |
| G4 | 我喜歡選擇高度刺激的地點從事運動觀光活動。 | 22.42* | .89* |
| G5 | 我喜歡尋找冒險性的地點從事運動觀光活動。 | 19.90* | .86* |
| G6 | 我喜歡尋找挑戰性的地點從事運動觀光活動。 | 25.03* | .89* |
| G7 | 我喜歡選擇具有吸引力的運動觀光活動地點。 | 21.15* | .89* |
| G8 | 我喜歡選擇知名度高的運動觀光活動地點。 | 20.61* | .88* |
| G9 | 我喜歡選擇可享受當地文化的運動觀光活動地點。 | 18.67* | .85* |

*p<.05

3. 探索性因素分析

本研究以探索性因素分析作為量表之建構效度，採主成分分析法與最大變異法對運動觀光客之特質、動機、體驗、風險認知、參與行為及目的地選擇各構面變項進行因素分析。

(1) KMO 值及 Bartlett's 球體檢定

在因素分析前先進行 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 檢定，各量表分別進行 KMO 值之檢定，以了解各變項相關程度是否適合因素分析，檢定結果顯示六項運動觀光客之特質、動機、體驗、風險認知、參與行為及目的地選擇量表之 KMO 值均在 .907 上 (如表 2)，顯示本研究抽樣之適當性良好 (吳明隆、涂金堂，2006；Kaiser, 1974)。其次，本研究再進行 Bartlett's 球體 (sphericity) 檢定，經由 Bartlett's 球體 (sphericity) 檢定值均達顯著水準 (p 值 = 0) (如表 3-2)，顯示這些量表各因素間皆具有共同變異性 (吳明隆，2005)。因此，六項運動觀光客之特質、動機、體驗、風險認知、參與行為及目的地選擇量表均可以進行因素分析。

表 3-2 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) 檢定分析摘要表

| 量表名稱 | KMO 值 | Bartlett's 檢定值 | 自由度 | p 值 |
|-----------|-------|----------------|-----|------|
| 運動觀光客特質量表 | .92 | 2659.01 | 66 | .000 |
| 運動觀光客動機量表 | .91 | 1270.39 | 28 | .000 |

| | | | | |
|--------------|-----|---------|----|------|
| 運動觀光客體驗量表 | .93 | 1670.91 | 28 | .000 |
| 運動觀光客風險認知量表 | .85 | 1483.04 | 21 | .000 |
| 運動觀光客參與行為量表 | .90 | 2765.16 | 78 | .000 |
| 運動觀光客目的地選擇量表 | .93 | 2525.76 | 36 | .000 |

(2) 運動觀光客特質因素分析與命名

本研究有關運動觀光客特質量表參考相關文獻(PLOG, 1987; Kurtzman, & Zauhar, 2005; Settle and Pamela, 1986)編製問卷，問題包括運動觀光客的旅行頻率、冒險與自信及不抑制、追求旅行意義與新奇、旅行花費態度等向度，以衡量運動觀光客之人格特質，共 12 個題項。經探索性因素分析，運動觀光客特質量表共萃取出二個因素，其因素構面與原理論初稿略有不同，量表之累積解釋變異量為 71.61% (如表 3-3)，再依因素內容命名為「意義追求」與「投入行為」二因素。本研究結果對照 Plog(1987, 1991; Kurtzman, & Zauhar, 2005) 兩種極端之旅遊人格特質－他物中心 (Allocentric) 與心理中心 (Psychocentric)，兩者評構面略有不同，即雙極人格特質量表並不適合評估運動觀光客之特質，反而較適合從其投入運動觀光活動「意義追求」與「投入行為」二因素加以分辨，前者仍為追求與嚐試運動觀光新奇、意義、冒險之經驗，後者則為參與運動觀光之頻率、投入時間及消費支出。

表3-3 運動觀光客特質量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|-------|------------------------|-----|-------|-------|
| A8 | 我喜歡追求新奇的運動觀光經驗。 | .75 | .82 | |
| A9 | 我喜歡嘗試體驗不同的運動觀光活動地點。 | .76 | .80 | |
| A7 | 我喜歡參與對個人有特別意義的運動觀光活動。 | .73 | .80 | |
| A6 | 我喜歡參與可自由發揮的運動觀光活動。 | .74 | .77 | |
| A4 | 我喜歡有冒險感覺的運動觀光活動。 | .66 | .77 | |
| A5 | 我對參與運動觀光活動相當有自信。 | .76 | .71 | |
| A12 | 我在運動觀光的支出已投入不少金錢。 | .77 | | .86 |
| A11 | 我覺得將錢花在運動觀光的支出是值得的。 | .73 | | .79 |
| A1 | 我經常參與運動觀光活動。 | .71 | | .74 |
| A10 | 我捨得將錢花在參與運動觀光的消費。 | .67 | | .72 |
| A2 | 我和周遭朋友相比，我參與運動觀光活動是較多。 | .67 | | .70 |
| A3 | 只要時間允許，我會儘量運動觀光活動。 | .65 | | .60 |
| 特徵值 | | | 4.56 | 4.04 |
| 解釋量 | | | 37.94 | 33.64 |
| 累積解釋量 | | | 37.94 | 71.61 |

(3) 運動觀光客動機量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客動機評估量表發展初稿，主要參考運動觀光客動機相關文獻(Crompton, 1979; Kurtzman & Zauhar, 2005; Rinaldi, 2011)，以發展有關運動觀光客拉力與推力之動機因素問題，原共有 14 個題項。經探索性因素分析，共萃取出二個因素，其因素選項均與原理論大致相同，惟因 B1、B5、B6 及 B7 等四題在二因素均有重疊現象，故予以刪除，再進行第二次因素分析產生「拉力」及「推力」二因素 8 個題項，量表之累積解釋變異量為 72.64% (如表 3-4)。本研究結果對照早期研究仍是相符(Crompton, 1979; Kurtzman & Zauhar, 2005; Rinaldi, 2011; Trail and James, 2001)，顯示運動觀光客動機仍以拉力與推力因素為主，只是受試者對拉力與推力部分因素較不易分辨，故將容易重疊因素予以刪除。

表 3-4 運動觀光客動機量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|-------|-----------------------|-----|-------|-------|
| B9 | 運動觀光活動的豐富內容會吸引我的參與。 | .79 | .85 | |
| B10 | 高知名度的運動觀光活動會吸引我的參與。 | .69 | .81 | |
| B11 | 具有特色的運動觀光活動會吸引我的參與。 | .74 | .79 | |
| B12 | 運動觀光的娛樂氣氛吸引我的參與。 | .71 | .77 | |
| B8 | 參與運動觀光活動常會讓我有意外的驚喜。 | .68 | .74 | |
| B3 | 我因想逃避枯燥生活瑣事而參與運動觀光活動。 | .76 | | .84 |
| B4 | 我因想追求冒險感覺而參與運動觀光活動。 | .79 | | .84 |
| B2 | 我因想追求體能改善而參與運動觀光活動。 | .65 | | .69 |
| 特徵值 | | | 3.44 | 2.37 |
| 解釋量 | | | 43.04 | 29.61 |
| 累積解釋量 | | | 43.04 | 72.64 |

(4) 運動觀光客體驗量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客體驗量表發展初稿，主要參考相關文獻(Bouchet et al., 2004; Pearce & Lee, 2005; Hennessey et al., 2008; Weed, 2008a)，包括自我關係經驗(自我價值變量)、地方體驗(空間變量)及人際互動體驗，共 9 個題項。經探索性因素分析，共萃取出二個因素，其因素選項均與原理論初稿略有不同，由於題項 5 有重疊現象，故予以刪除，再進行第二次因素分析，產生「互動體驗」與「活動體驗」二因素，累積總解釋變異量為 77.50% (如表 3-5)。本研究結果對照早期研究(Bouchet, et al., 2004; Pearce & Lee, 2005; Hennessey, et al., 2008; Weed, 2008a)略有不同，顯示運動觀光客較重視「互動體驗」與「活動體驗」。

表 3-5 運動觀光客體驗量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|-------|-------------------------|-----|-------|-------|
| C7 | 參與運動觀光活動可讓我與同好分享或互動的機會。 | .78 | .83 | |
| C8 | 參與運動觀光活動可讓我找到團體的歸屬感。 | .80 | .81 | |
| C9 | 參與運動觀光活動讓我與他人有更多情感互動機會。 | .73 | .75 | |
| C6 | 參與運動觀光活動可讓我找到歸屬感的空間。 | .68 | .74 | |
| C1 | 參與運動觀光活動的經驗對我個人深具價值與意義。 | .81 | | .84 |
| C3 | 參與運動觀光活動可滿足我體驗不同經驗之需求。 | .81 | | .81 |
| C2 | 參與運動觀光活動可實踐我挑戰體能活動的表現。 | .82 | | .81 |
| C4 | 參與運動觀光讓我體驗不同於日常生活空間與環境。 | .76 | | .67 |
| 特徵值 | | | 3.17 | 3.03 |
| 解釋量 | | | 39.59 | 37.91 |
| 累積解釋量 | | | 39.59 | 77.50 |

(5) 運動觀光客風險認知量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客風險認知量表發展初稿，主要參考相關文獻 (Floyd et al., 2004; Lepp & Gibson, 2003; Shakya, 2009; Qi, Gibson, & Zhang, 2009)，再考慮運動觀光之特性加以發展題目，共分成人身風險認知。心理風險認知及財務風險認知等三構面，共 10 個題項。經探索性因素分析，共萃取出二因素，惟因 C4、C5 及 C6 等三題在二因素均有重疊現象，故予以刪除，再進行第二次因素分析，產生「社會風險」與「人身風險」二因素，累積總解釋變異量為 79.90%，其因素選項與原理論初稿略有不相同 (如表 3-6)。本研究結果對照早期研究 (Floyd, Gibson, Pennington-Gray, and Thapa, 2004; Lepp & Gibson, 2003; Shakya, 2009; Qi et al., 2009) 略有不同，顯示運動觀光客風險認知因素可簡化為「人身風險」與「社會風險」。

表 3-6 運動觀光客風險認知量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|-------|------------------------|-----|-------|-------|
| D10 | 從事運動觀光活動會排擠我其他的財務支配。 | .77 | .91 | |
| D8 | 參與運動觀光活動所獲得的服務常與付出不等值。 | .56 | .90 | |
| D9 | 從事運動觀光活動造成我財務上的負擔。 | .54 | .89 | |
| D7 | 參與運動觀光活動我會擔心影響我的個人形象。 | .67 | .82 | |
| D3 | 運動觀光活動的場所/設備不良可能會造成傷害。 | .67 | | .83 |
| D1 | 參與運動觀光活動中可能造成我身體上的傷害 | .67 | | .82 |
| D2 | 參與劇烈的運動觀光活動可能會造成我身體不適。 | .67 | | .79 |
| 特徵值 | | | 3.41 | 2.19 |
| 解釋量 | | | 48.69 | 31.21 |
| 累積解釋量 | | | 48.69 | 79.90 |

(6) 運動觀光客目的地選擇量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客目的地選擇量表發展初稿，主要參考相關文獻(Ankomah, Crompton, & Baker, 1996；Fakeye & Crompton, 1991；Miranda & Andueza, 2005；Plog, 1987)，以評估運動觀光客對目的地之熟悉性、挑戰性、吸引力、專業性及互動性等五構面，共 15 個題項。經探索性因素分析，共萃取出三個因素，惟因 F7、F8 二題與其他因素有重疊現象，故予以刪除，再進行第二次因素分析，產生「專業性」、「挑戰性」與「熟悉性」等三因素，累積總解釋變異量為 77.01% (如表 3-7)。本研究結果對照早期研究(Ankomah, et al., 1996；Fakeye & Crompton, 1991；Miranda & Andueza, 2005；Plog, 1987)略有不同，顯示運動觀光客對目的地選擇考量因素仍以「專業性」、「挑戰性」與「熟悉性」為優先。

表 3-7 運動觀光客目的地選擇量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 | 因素 3 |
|-------|------------------------|-----|-------|-------|-------|
| F10 | 我喜歡選擇具有專業服務的地點從事運動觀光活動 | .76 | .84 | | |
| F12 | 我喜歡選擇設備專業的運動觀光地點從事活動 | .73 | .82 | | |
| F13 | 我選擇可與圈內同好互動的地點從事運動觀光活動 | .75 | .81 | | |
| F11 | 我喜歡選擇圈內公認的運動觀光勝地從事活動 | .74 | .80 | | |
| F14 | 我選擇可接觸各階層同好的地點從事運動觀光活動 | .74 | .79 | | |
| F15 | 我選擇可交流運動觀光經驗的地點從事活動 | .68 | .77 | | |
| F9 | 我喜歡選擇可享受當地文化的運動觀光活動地點 | .61 | .75 | | |
| F5 | 我喜歡尋找冒險性的地點從事運動觀光活動 | .91 | | .90 | |
| F6 | 我喜歡尋找挑戰性的地點從事運動觀光活動 | .65 | | .90 | |
| F4 | 我喜歡選擇高度刺激的地點從事運動觀光活動 | .86 | | .88 | |
| F2 | 我喜歡在固定的地點從事運動觀光活動 | .84 | | | .86 |
| F1 | 我喜歡選擇熟悉的地點從事運動觀光活動 | .80 | | | .85 |
| F3 | 我喜歡在喚起舊回憶的地點從事運動觀光活動 | .73 | | | .78 |
| 特徵值 | | | 4.79 | 2.80 | 2.43 |
| 解釋量 | | | 36.82 | 21.50 | 18.69 |
| 累積解釋量 | | | 36.82 | 58.32 | 77.01 |

(7) 運動觀光客參與意圖量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客參與意圖量表發展初稿，主要參考 Chalip, et al. (1998)及 Qi, et al. (2009)之

問卷，以評估目前、未來參與運動觀光意願及對運動觀光活動訊息注意等二構面，共 9 個題項。經探索性因素分析，運動觀光客參與意圖量表共萃取出「訊息關注」與「參與意願」二個因素，累積解釋變異量為 82.26 % (如表 3-8)。本研究結果對照前述研究的觀點大致相同。因此，運動觀光客參與意圖主要可從其「訊息關注」與「參與意願」等二構面加以評估。

表 3-8 運動觀光客參與意圖量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|-------|-------------------------|-----|-------|-------|
| G7 | 我會留意運動觀光活動有關的訊息。 | .85 | .85 | |
| G9 | 我會與同好分享有關運動觀光活動的訊息。 | .80 | .83 | |
| G6 | 如果知道有運動觀光活動，我會儘量安排時間參加。 | .84 | .81 | |
| G5 | 我希望能有機會參加運動觀光的相關活動 | .79 | .81 | |
| G8 | 我會蒐集運動觀光活動有關的訊息。 | .80 | .80 | |
| G4 | 我未來(五年內)參與運動觀光活動意願很高。 | .80 | | .71 |
| G1 | 過去我相當積極的參與運動觀光活動。 | .85 | | .80 |
| G3 | 我現在已經在規劃參與運動觀光活動。 | .82 | | .79 |
| G2 | 我目前對參加運動觀光活動有很強的意願。 | .86 | | .87 |
| 特徵值 | | | 4.37 | 3.03 |
| 解釋量 | | | 48.60 | 33.66 |
| 累積解釋量 | | | 48.60 | 82.26 |

4. 信度分析

本研究係採 Cronbach's α 內部一致性效標為信度考驗方法，經分析後顯示影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之因素量表在各分量表之 Cronbach's α 信度均達 .90 以上，各因素構面之 Cronbach's α 亦在 .81 以上 (如表 3-9)，顯示本研究發展之影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之因素量表，無論是在各因素構面及總量表上均具有合理之信度(吳明隆、涂金堂，2006)，符合學術研究量表所需之一致性或穩定性 (邱皓政，2006)。

表 3-9 影響運動觀光客參與行為及目的地選擇量表信度分析摘要表

| 分量表名稱 | 因素名稱 | 因素的Cronbach's α | 整體的Cronbach's α |
|--------------|------|------------------------|------------------------|
| 運動觀光客特質量表 | 意義追求 | .92 | .94 |
| | 投入行為 | .91 | |
| 運動觀光客動機量表 | 拉力因素 | .90 | .90 |
| | 推力因素 | .81 | |
| 運動觀光客體驗量表 | 互動體驗 | .89 | .94 |
| | 活動體驗 | .91 | |
| 運動觀光客風險量表 | 人身風險 | .82 | .90 |
| | 社會風險 | .93 | |
| 運動觀光客目的地選擇量表 | 專業性 | .93 | .92 |
| | 挑戰性 | .94 | |
| | 熟悉性 | .86 | |
| 運動觀光客參與意圖量表 | 訊息關注 | .94 | .96 |
| | 參與意願 | .92 | |

由上述分析影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之因素量表，並檢驗量表之鑑別度、效度及信度，以台灣地區一年內曾參與運動觀光活動者 (N=250) 為研究對象，研究工具主要參酌運動觀光客參與行為相關研究編修而成，所得資料經項目分析、探索因素分析及信度檢驗，研究結果顯示：(一) 每一問卷項目的 CR 值與總分相關值均達顯著水準，顯示本研究所建構之量表具有鑑別度。(二) 因

素分析結果顯示運動觀光客特質量表產生「意義追求」與「投入行為」二因素，累積總解釋變異量為 71.61%；運動觀光客動機量表產生「拉力」與「推力」二因素，累積總解釋變異量為 72.64%；運動觀光客體驗量表產生「互動體驗」與「活動體驗」二因素，累積總解釋變異量為 77.50%；運動觀光客風險認知量表產生「人身風險」與「社會風險」二因素，累積總解釋變異量為 79.90%；運動觀光客目的地選擇量表產生「專業性」、「挑戰性」與「熟悉性」三因素，累積總解釋變異量為 77.01%；運動觀光客參與意圖量表產生「訊息注意」與「參與意願」二因素，累積總解釋變異量為 82.26%，顯示各構面均具有建構效度。（三）信度分析結果顯示各量表 Cronbach's alpha 係數均超過.90 以上，顯示各構面均具有可接受的內部一致性。根據結果，本研究所編製之影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖因素量表具有良好的鑑別度、效度及信度，可適用於衡量影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之評價與看法。

（六）資料分析

本研究以 1200 位運動觀光客為研究對象，施以問卷調查，所得有效問卷為資料分析之主體，主要以 SPSS12.0 及 AMOS 統計軟體進行分析，首先以 SPSS12.0 進行現況分析與差異比較，再以 AMOS 進行結構方成模式分析，檢定模式適配度、各變項之信效度及各研究假設檢定，建立適配模式，同時以另一組資料進行模式驗證，最後分析探討不同類型運動觀光客參與意圖模式之群組比較。本研究所得資料其分析步驟如下：

1. 現況分析：以 SPSS17.0 統計軟體之描述統計（次數分配、百分比、偏態與峰度），以瞭解回收樣本特性與現況；其次，以單因子變異數及 Scheffe 事後檢定來探討不同人口變項在運動觀光客特質、運動觀光動機、運動觀光經驗、運動觀光風險認知影響運動觀光客參與行為與目的地選擇之差異。
2. 運動觀光客特質、運動觀光動機、運動觀光經驗、運動觀光風險認知影響運動觀光客參與行為與目的地選擇模式之建立與驗證：先將所蒐集到可分析的 1200 份問卷調查資料，以 S P S S 隨機處理方式分成數目相同各 600 份的 A(測定樣本)、B(效度樣本)兩組資料，並且先以 A 組資料建立一個適配模式，再以 B 組資料進行模式之交叉驗證。其分析步驟如下：(1) 檢驗違犯估計；(2) 模型配適度評鑑(包含：驗正性因素分析與結構模式配適度評鑑)；(3) 檢驗模式變項之收斂效度(包含：因素負荷量、多元相關係數平方、組成信度、平均變異數萃取量)；(4) 檢驗模式變項之區別效度；(5) 研究假設之檢定、路徑效果分析與整體模式的解釋力(上述 1-5 均以 A 組資料進行)；(6) 模式之複合效化：以 B 組資料進行模式之交叉驗證，驗證模式的穩定性，亦即評鑑同一母群之下，不同樣本對同一模式之恆等性(黃芳銘，2004)。

五、結果與討論

（一）本研究受試者人口統計分析

由表 4-1 顯示，臺灣運動觀光客人口變項主要仍以男性(56.2%)、21-30 歲(48.6%)、大學學歷(57.7%)、居住於南部與北部等地區 (35.7%/31.7%)、學生(39.1%)、月收入 19999 元以下者(43.7%) 佔多數。本研究結果過去的研究結果 (劉照金、李晉豪，2011；Chang, Liu, Liu & Ni, 2008；Gibson, 1998b；Gibson, Attle, & Yiannakis, 1998) 類似，因為運動觀光是戶外的體能活動為主，也需要花費金錢與時間投入的活動。

表 4-1 本研究受試者人口變項統計分析(N=1642)

| 人口變項 | 類別 | 次數 | 百分比 |
|-----------------------------|---------------|-----|------|
| 性別 | 男性 | 923 | 56.2 |
| | 女性 | 719 | 43.8 |
| 年齡分組 M=32.88 SD=13.51 | 20歲以下 | 133 | 8.1 |
| | 21-30歲 | 798 | 48.6 |
| | 31-40歲 | 290 | 17.7 |
| | 41-50歲 | 180 | 11.0 |
| | 51歲以上 | 241 | 14.7 |
| 教育程度 | 國中以下 | 52 | 3.2 |
| | 高中 | 229 | 13.9 |
| | 專科 | 193 | 11.8 |
| | 大學 | 948 | 57.7 |
| | 研究所以上 | 220 | 13.4 |
| 居住地區 | 臺灣北部 | 521 | 31.7 |
| | 臺灣中部 | 300 | 18.3 |
| | 臺灣南部 | 587 | 35.7 |
| | 臺灣東部 | 151 | 9.2 |
| | 臺灣離島 | 83 | 5.1 |
| 職業 | 農林漁牧業 | 50 | 3.0 |
| | 製造業 | 178 | 10.8 |
| | 商業 | 107 | 6.5 |
| | 服務業 | 252 | 15.3 |
| | 軍公教人員 | 261 | 15.9 |
| | 家管(婦、夫) | 47 | 2.9 |
| | 退休人員 | 18 | 1.1 |
| | 學生 | 642 | 39.1 |
| | 待業中(含失業) | 28 | 1.7 |
| | 自由業 | 50 | 3.0 |
| | 其他 | 9 | .5 |
| 月收入(NTD) | 19,999(含)以下 | 718 | 43.7 |
| | 20,000-39,999 | 410 | 25.0 |
| | 40,000-59,999 | 298 | 18.1 |
| | 60,000-79,999 | 141 | 8.6 |
| | 80,000(含)以上 | 75 | 4.6 |

(二) 受試者參與運動觀光行為之現況分析

1. 運動觀光客參與頻率與強度分析

由表4-2顯示，運動觀光客一年內旅遊次數平均為6.95次(SD=8.92)，而運動觀光參與次數平均4.44次(SD=6.14)，其喜愛運動的程度平均為3.96(SD=.89)，參與運動觀光激烈程度4.32(SD=1.17)，顯示臺灣運動觀光客運動喜好及參與運動觀光強度約在中等程度。對照劉照金、李晉豪(2011)與 Chang, Liu, Liu

& Ni (2008)，顯示運動觀光客在旅遊頻率、運動觀光參與、運動喜好及運動觀光強度均明顯高於一般民眾。

表 4-1 運動觀光客參與頻率與強度統計分析 (N=1642)

| 參與行為類型 | 平均數 | 標準差 | 偏態 | 峰度 |
|-------------|------|------|------|-------|
| 一年內旅遊次數 | 6.95 | 8.92 | 5.13 | 39.11 |
| 一年內運動觀光參與次數 | 4.44 | 6.14 | 4.39 | 26.47 |
| 喜愛運動的程度 | 3.96 | .89 | -.84 | .95 |
| 參與運動觀光激烈程度 | 4.32 | 1.17 | -.27 | .77 |

2. 運動觀光客參與活動類型

由表4-3顯示，臺灣參與運動觀光活動主要類型為球類、健身、陸域及水域運動觀光，對照劉照金與李晉豪等研究結果 (劉照金、李晉豪，2011；Chang, Liu, Liu & Ni, 2008)，顯示臺灣運動觀光客參與活動與一般民眾有些差別，不過也呈現因臺灣在地活動與地理特性所形成之特色，這與國際運動觀光學會(STIC)研究發現：「運動觀光活動的參與是有其傳統與地理位置的主流特殊性」(Sport Tourism International Council Research Unit, 1997; Standeven & De Knop, 1999)，亦即在不同國家或地區均有其流行或受歡迎的運動觀光活動 (Mintel International Group, 1995; Zom & van Hal, 1997)。

表 4-3 最近一年內參與運動觀光活動主要類型(複選題)

| 參與類型 | 次數 | 百分比 | 排序 |
|--------|-----|------|----|
| 民俗活動觀光 | 270 | 16.4 | 8 |
| 舞蹈運動觀光 | 168 | 10.2 | 9 |
| 冒險運動觀光 | 321 | 19.5 | 7 |
| 陸域運動觀光 | 524 | 31.9 | 3 |
| 空域運動觀光 | 76 | 4.6 | 10 |
| 水域運動觀光 | 452 | 27.5 | 4 |
| 技擊運動觀光 | 74 | 4.5 | 11 |
| 健身運動觀光 | 546 | 33.3 | 2 |
| 球類運動觀光 | 709 | 43.2 | 1 |
| 賽會運動觀光 | 368 | 22.4 | 6 |
| 懷舊運動觀光 | 419 | 25.5 | 5 |
| 其他運動觀光 | 31 | 1.9 | 12 |

3. 運動觀光客特質因素分析

由表4-4顯示，臺灣運動觀光客主要特質可分為「意義追求」與「投入花費」兩項因素，其中「意義追求」因素則以「嘗試體驗不同的運動觀光活動地點」及「參與對個人有特別意義的運動觀光活動」得分較高；「投入花費」因素則以「只要時間允許會儘量參與運動觀光活動」及「將錢花在運動觀光的支出是值得的」得分較高。顯示台灣運動觀光客特質量評估並不適用雙極人格特質—他物中心 (Allocentric)與心理中心 (Psychocentric) (Kurtzman, & Zauhar, 2005; Plog Research Incorporated, 1987)，

反而較適合從其投入運動觀光活動之「意義追求」與「投入行為」二因素加以分辨，前者仍為追求與嚐試運動觀光新奇、意義、冒險之經驗，後者則為參與運動觀光之頻率、投入時間及消費支出。

表 4-4 運動觀光客特質因素分析摘要表

| 題項 | 題目 | 平均數 | 標準差 | 因素 |
|-----|------------------------|------|------|------|
| A8 | 我喜歡追求新奇的運動觀光經驗。 | 4.77 | 1.76 | 意義追求 |
| A9 | 我喜歡嘗試體驗不同的運動觀光活動地點。 | 4.84 | 1.76 | |
| A7 | 我喜歡參與對個人有特別意義的運動觀光活動。 | 4.85 | 1.78 | |
| A6 | 我喜歡參與可自由發揮的運動觀光活動。 | 4.77 | 1.70 | |
| A4 | 我喜歡有冒險感覺的運動觀光活動。 | 4.63 | 1.71 | |
| A5 | 我對參與運動觀光活動相當有自信。 | 4.62 | 1.63 | |
| A12 | 我在運動觀光的支出已投入不少金錢。 | 4.31 | 1.59 | 投入花費 |
| A11 | 我覺得將錢花在運動觀光的支出是值得的。 | 4.63 | 1.61 | |
| A1 | 我經常參與運動觀光活動。 | 4.61 | 1.72 | |
| A10 | 我捨得將錢花在參與運動觀光的消費。 | 4.59 | 1.55 | |
| A2 | 我和周遭朋友相比，我參與運動觀光活動是較多。 | 4.57 | 1.69 | |
| A3 | 只要時間允許，我會儘量參與運動觀光活動。 | 4.80 | 1.74 | |

4. 運動觀光客之動機因素分析

由表4-5顯示，臺灣運動觀光客動機因素主要可分為「拉力因素」與「推力因素」兩項，其中「拉力因素」則以「具有特色的運動觀光活動吸引」得分最高；「推力因素」因素則以「追求體能改善之運動觀光活動」得分較高。顯示台灣運動觀光客動機與早期研究結果類似 (Kurtzman & Zauhar, 2005; Rinaldi, 2011; Crompton,1979)，亦顯示運動觀光客動機仍以拉力與推力因素為主。

表 4-5 運動觀光客動機因素分析摘要表

| 題項 | 題目 | 平均數 | 標準差 | 因素 |
|-----|-----------------------|------|------|------|
| B9 | 運動觀光活動的豐富內容會吸引我的參與。 | 4.92 | 1.76 | 拉力因素 |
| B10 | 高知名度的運動觀光活動會吸引我的參與。 | 4.84 | 1.68 | |
| B11 | 具有特色的運動觀光活動會吸引我的參與。 | 4.97 | 1.80 | |
| B12 | 運動觀光的娛樂氣氛吸引我的參與。 | 4.92 | 1.78 | |
| B8 | 參與運動觀光活動常會讓我有意外的驚喜。 | 4.82 | 1.70 | |
| B3 | 我因想逃避枯燥生活瑣事而參與運動觀光活動。 | 4.67 | 1.65 | 推力因素 |
| B4 | 我因想追求冒險感覺而參與運動觀光活動。 | 4.64 | 1.65 | |
| B2 | 我因想追求體能改善而參與運動觀光活動。 | 4.77 | 1.63 | |

5. 運動觀光客體驗分析

由表4-6顯示，臺灣運動觀光客體驗因素主要可分為「互動體驗」與「活動體驗」兩項，其中「互動體驗」因素則以「與同好分享或互動的機會」及「與他人有更多情感互動機會」得分最高；「活動體驗」因素則以「體驗不同於日常生活空間與環境」及「滿足我體驗不同經驗之需求」得分較高。顯示台灣運動觀光客動機因素與早期研究 (Bouchet, Lebrun, & Auvergne, 2004; Hennessey, MacDonald, & MacEachern, 2008; Pearce & Lee, 2005; Weed, 2008) 略有不同，顯示臺灣運動觀光客較重視「互動體驗」與「活動體驗」。

表 4-6 運動觀光客體驗因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 平均數 | 標準差 | 因素 |
|----|-------------------------|------|------|------|
| C7 | 參與運動觀光活動可讓我與同好分享或互動的機會。 | 4.91 | 1.73 | 互動體驗 |
| C8 | 參與運動觀光活動可讓我找到團體的歸屬感。 | 4.80 | 1.67 | |
| C9 | 參與運動觀光活動讓我與他人有更多情感互動機會。 | 4.91 | 1.74 | |
| C6 | 參與運動觀光活動可讓我找到歸屬感的空間。 | 4.65 | 1.60 | |
| C1 | 參與運動觀光活動的經驗對我個人深具價值與意義。 | 4.80 | 1.69 | 活動體驗 |
| C3 | 參與運動觀光活動可滿足我體驗不同經驗之需求。 | 4.83 | 1.70 | |
| C2 | 參與運動觀光活動可實踐我挑戰體能活動的表現。 | 4.76 | 1.67 | |
| C4 | 參與運動觀光讓我體驗不同於日常生活空間與環境。 | 4.92 | 1.71 | |

6. 運動觀光客風險認知分析

由表4-7顯示，臺灣運動觀光客風險認知主要可分為「心理風險」與「身體風險」兩項因素，其中「心理風險」因素則以「擔心影響我的個人形象」及「排擠其他的財務支配」得分最高；「身體風險」因素則以「場所/設備不良可能會造成傷害」得分較高。顯示台灣運動觀光客風險認知與早期研究本研究結果 (Lepp & Gibson, 2002; Lepp, & Gibson, 2009; Shakya, 2009) 略有不同，顯示臺灣運動觀光客風險認知因素可簡化為「心理風險」與「身體風險」。

表 4-7 運動觀光客風險認知因素分析摘要表

| 題項 | 題目 | 平均數 | 標準差 | 因素 |
|-----|------------------------|------|------|------|
| D10 | 從事運動觀光活動會排擠我其他的財務支配。 | 3.88 | 1.51 | 心理風險 |
| D8 | 參與運動觀光活動所獲得的服務常與付出不等值。 | 3.89 | 1.44 | |
| D9 | 從事運動觀光活動造成我財務上的負擔。 | 3.80 | 1.46 | |
| D7 | 參與運動觀光活動我會擔心影響我的個人形象。 | 3.89 | 1.52 | |
| D3 | 運動觀光活動的場所/設備不良可能會造成傷害。 | 4.69 | 1.78 | 身體風險 |
| D1 | 參與運動觀光活動中可能造成我身體上的傷害 | 4.39 | 1.53 | |
| D2 | 參與劇烈的運動觀光活動可能會造成我身體不適。 | 4.39 | 1.52 | |

7. 運動觀光客目的地選擇因素分析

由表4-8顯示，臺灣運動觀光客目的地選擇因素主要可分為「專業性」、「挑戰性」及「熟悉性」三項，其中「專業性」因素則以「設備專業」、「圈內同好互動」及「享受當地文化」得分最高；「挑戰性」因素則以「尋找挑戰性的地點」得分較高；「熟悉性」因素則以「選擇熟悉的地點」得分最高。顯示台

灣運動觀光客目的地選擇因素與早期研究結果 (Plog Research Incorporated, 1987; Ankomah, Crompton, & Baker, 1996; Fakeye & Crompton, 1991; Miranda & Andueza, 2005)略有不同，顯示運動觀光客對目的地選擇考量因素仍以「專業性」、「挑戰性」與「熟悉性」為優先。

表 4-8 運動觀光客目的地選擇因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 平均數 | 標準差 | 因素 | |
|-----|------------------------|------|------|-----|-----|
| F10 | 我喜歡選擇具有專業服務的地點從事運動觀光活動 | 4.78 | 1.65 | 專業性 | |
| F12 | 我喜歡選擇設備專業的運動觀光地點從事活動 | 4.84 | 1.67 | | |
| F13 | 我選擇可與圈內同好互動的地點從事運動觀光活動 | 4.84 | 1.68 | | |
| F11 | 我喜歡選擇圈內公認的運動觀光勝地從事活動 | 4.76 | 1.60 | | |
| F14 | 我選擇可接觸各階層同好的地點從事運動觀光活動 | 4.77 | 1.65 | | |
| F15 | 我選擇可交流運動觀光經驗的地點從事活動 | 4.80 | 1.67 | | |
| F9 | 我喜歡選擇可享受當地文化的運動觀光活動地點 | 4.84 | 1.65 | | |
| F5 | 我喜歡尋找冒險性的地點從事運動觀光活動 | 4.36 | 1.59 | | 挑戰性 |
| F6 | 我喜歡尋找挑戰性的地點從事運動觀光活動 | 4.45 | 1.59 | | |
| F4 | 我喜歡選擇高度刺激的地點從事運動觀光活動 | 4.30 | 1.55 | | |
| F2 | 我喜歡在固定的地點從事運動觀光活動 | 4.36 | 1.53 | 熟悉性 | |
| F1 | 我喜歡選擇熟悉的地點從事運動觀光活動 | 4.52 | 1.61 | | |
| F3 | 我喜歡在喚起舊回憶的地點從事運動觀光活動 | 4.49 | 1.55 | | |

8. 運動觀光客參與意圖分析

由表9顯示，臺灣運動觀光客參與意圖因素主要可分為「訊息關注」與「參與意願」兩項，其中「訊息關注」因素則以「希望有機會參加運動觀光活動」得分最高；「參與意願」因素則以「未來(五年內)參與運動觀光活動意願」得分較高。顯示台灣運動觀光客參與意圖因素與早期研究結果 (Lepp & Gibson, 2002; Lepp, & Gibson, 2009; Shakya, 2009) 類似，亦顯示臺灣運動觀光客參與意圖可從其「訊息關注」與「參與意願」等二構面加以評估。

表 4-9 運動觀光客參與意圖因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 平均數 | 標準差 | 因素 |
|----|-------------------------|------|------|------|
| G7 | 我會留意運動觀光活動有關的訊息。 | 4.71 | 1.65 | 訊息關注 |
| G9 | 我會與同好分享有關運動觀光活動的訊息。 | 4.71 | 1.65 | |
| G6 | 如果知道有運動觀光活動，我會儘量安排時間參加。 | 4.78 | 1.65 | |
| G5 | 我希望能有機會參加運動觀光的相關活動 | 4.81 | 1.66 | |
| G8 | 我會蒐集運動觀光活動有關的訊息。 | 4.60 | 1.63 | |
| G4 | 我未來(五年內)參與運動觀光活動意願很高。 | 4.74 | 1.67 | |
| G1 | 過去我相當積極的參與運動觀光活動。 | 4.45 | 1.61 | |
| G3 | 我現在已經在規劃參與運動觀光活動。 | 4.52 | 1.58 | |
| G2 | 我目前對參加運動觀光活動有很強的意願。 | 4.63 | 1.58 | |

(三) 比較不同背景運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為之差異

為瞭解不同背景運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為之差異情形，本研究分別針對性別、年齡、教育程度、職業、月收入、居住地、婚姻狀況、喜愛運動程度、從事運動觀光頻率、參與運動觀光活動類型、參與運動觀光活動激烈程度等變項加以分析，以比較不同背景運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為之差異情形，作為未來區隔不同運動觀光參與者市場之參考。

1. 性別比較

由表4-10，發現不同性別運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異並不顯著，僅在運動觀光客目的地選擇因素中之「挑戰性」男性顯著高於女性外，其餘構面均無顯著差異。綜合上述分析顯示不同性別之運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異並不顯著，這項結果與過去研究顯示明顯不同，過去研究結果（劉照金、李晉豪，2011; Chang, Liu, Liu & Ni, 2008; Nogawa, Yamaguchi & Hagi, 1996; Pigeasseau, 1997)通常顯示男性對於運動觀光參與較為活耀或積極。

表4-10 不同性別運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表

| | 性別 | 個數 | 平均數 | 標準差 | t值 | 備註 |
|----------------|----|-----|------|------|--------|----|
| 運動觀光客特質 | | | | | | |
| 投入行為 | 男 | 923 | 4.61 | 1.55 | .842 | |
| | 女 | 719 | 4.55 | 1.31 | | |
| 意義追求 | 男 | 923 | 4.76 | 1.70 | .406 | |
| | 女 | 719 | 4.73 | 1.47 | | |
| 整體運動觀光客特質 | 男 | 923 | 4.68 | 1.59 | .634 | |
| | 女 | 719 | 4.64 | 1.33 | | |
| 運動觀光客動機 | | | | | | |
| 推力因素 | 男 | 923 | 4.73 | 1.57 | 1.095 | |
| | 女 | 719 | 4.65 | 1.37 | | |
| 拉力因素 | 男 | 923 | 4.86 | 1.72 | -.840 | |
| | 女 | 719 | 4.93 | 1.54 | | |
| 整體運動觀光動機 | 男 | 923 | 4.81 | 1.61 | -.167 | |
| | 女 | 719 | 4.83 | 1.42 | | |
| 運動觀光客體驗 | | | | | | |
| 活動體驗 | 男 | 923 | 4.79 | 1.71 | -1.082 | |
| | 女 | 719 | 4.88 | 1.48 | | |
| 互動體驗 | 男 | 923 | 4.78 | 1.67 | -1.092 | |
| | 女 | 719 | 4.87 | 1.48 | | |
| 整體運動觀光體驗 | 男 | 923 | 4.79 | 1.66 | -1.111 | |
| | 女 | 719 | 4.87 | 1.44 | | |

表 4-10 不同性別運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 性別 | 個數 | 平均數 | 標準差 | t值 | 備註 |
|-------------------|----|-----|------|------|--------|----|
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 身體風險 | 男 | 923 | 4.46 | 1.52 | -1.076 | |
| | 女 | 719 | 4.53 | 1.30 | | |
| 心理風險 | 男 | 923 | 3.82 | 1.37 | -1.580 | |
| | 女 | 719 | 3.92 | 1.18 | | |
| 整體風險認知 | 男 | 923 | 4.10 | 1.24 | -1.585 | |
| | 女 | 719 | 4.18 | 1.04 | | |
| 運動觀光客目的地選擇 | | | | | | |
| 熟悉性 | 男 | 923 | 4.47 | 1.52 | .464 | |
| | 女 | 719 | 4.44 | 1.33 | | |
| 挑戰性 | 男 | 923 | 4.47 | 1.60 | 3.208* | |
| | 女 | 719 | 4.24 | 1.36 | | |
| 專業性 | 男 | 923 | 4.79 | 1.60 | -.436 | |
| | 女 | 719 | 4.82 | 1.46 | | |
| 整體目的地選擇 | 男 | 923 | 4.64 | 1.46 | .662 | |
| | 女 | 719 | 4.60 | 1.23 | | |
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 未來參與意願 | 男 | 923 | 4.63 | 1.59 | -.162 | |
| | 女 | 719 | 4.64 | 1.35 | | |
| 資訊關注 | 男 | 923 | 4.70 | 1.64 | -.130 | |
| | 女 | 719 | 4.72 | 1.48 | | |
| 整體光參與意圖 | 男 | 923 | 4.66 | 1.59 | -.235 | |
| | 女 | 719 | 4.67 | 1.37 | | |

*p<.05

2. 年齡層比較

由表4-11，發現不同年齡組運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖大都有顯著差異，除21-30歲年齡層各項分數明顯低於其他年齡層外，其餘低年齡層仍有明顯高於高年齡層之趨勢。顯示年齡因素會影響運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖。此21-30歲年齡層各項分數為何明顯低於其他年齡層，有待進一步探究。

表4-11 不同年齡層運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表

| | 年齡層 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|----------|-----|------|------|---------|-------------------|
| 運動觀光客特質 | | | | | | |
| 投入行為 | A.20歲以下 | 133 | 4.94 | 1.11 | 13.542* | A,C,D >B C > E |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.35 | 1.42 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 4.95 | 1.29 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.80 | 1.51 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.57 | 1.68 | | |

表4-11 不同年齡層運動觀客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 年齡層 | 個數 | 平均數 | 標準差 | t值 | 事後考驗 |
|----------------|----------|-----|------|------|---------|------------------------|
| 意義追求 | A.20歲以下 | 133 | 5.46 | 1.04 | 16.600* | A>B,D,E C > B |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.48 | 1.72 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.11 | 1.32 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.87 | 1.55 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.70 | 1.60 | | |
| 整體運動觀光客特質 | A.20歲以下 | 133 | 5.20 | 1.00 | 15.671* | A,C,D > B A,C > E |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.41 | 1.52 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.03 | 1.26 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.83 | 1.50 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.63 | 1.60 | | |
| 運動觀光客動機 | | | | | | |
| 推力因素 | A.20歲以下 | 133 | 5.22 | 1.18 | 15.644* | A,C,D > B |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.43 | 1.55 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.04 | 1.22 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.84 | 1.47 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.76 | 1.53 | | |
| 拉力因素 | A.20歲以下 | 133 | 5.59 | 1.09 | 24.172* | A,C,D,E > B A > D |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.52 | 1.74 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.34 | 1.33 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 5.00 | 1.56 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 5.13 | 1.68 | | |
| 整體運動觀光動機 | A.20歲以下 | 133 | 5.45 | 1.03 | 22.362* | A,C,D,E > B |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.49 | 1.63 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.23 | 1.22 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.94 | 1.47 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.99 | 1.55 | | |
| 運動觀光客體驗 | | | | | | |
| 活動體驗 | A.20歲以下 | 133 | 5.52 | 1.09 | 21.767* | A,C,D,E > B A > D,E |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.50 | 1.72 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.29 | 1.31 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.92 | 1.55 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.93 | 1.64 | | |
| 互動體驗 | A.20歲以下 | 133 | 5.61 | 1.07 | 24.457* | A,C,D,E > B A > D,E |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.48 | 1.68 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.24 | 1.25 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.89 | 1.54 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.95 | 1.62 | | |

表4-11 不同年齡層運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 年齡層 | 個數 | 平均數 | 標準差 | t值 | 事後考驗 |
|-------------------|----------|-----|------|------|---------|------------------------|
| 整體運動觀光體驗 | A.20歲以下 | 133 | 5.57 | 1.02 | 24.047* | A,C,D,E > B A > D,E |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.49 | 1.67 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.26 | 1.24 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.91 | 1.51 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.94 | 1.59 | | |
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 身體風險 | A.20歲以下 | 133 | 5.06 | 1.35 | 13.302* | A,C > B C > E |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.29 | 1.36 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 4.80 | 1.41 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.57 | 1.47 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.41 | 1.54 | | |
| 心理風險 | A.20歲以下 | 133 | 4.06 | 1.26 | 1.752 | |
| | B.21-30歲 | 798 | 3.90 | 1.27 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 3.85 | 1.28 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 3.82 | 1.27 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 3.72 | 1.39 | | |
| 整體風險認知 | A.20歲以下 | 133 | 4.49 | 1.09 | 5.342* | A > B,E |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.07 | 1.14 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 4.26 | 1.13 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.14 | 1.15 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.01 | 1.23 | | |
| 運動觀光客目的地選擇 | | | | | | |
| 熟悉性 | A.20歲以下 | 133 | 5.10 | 1.16 | 16.695* | A,C,E > B A > D |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.22 | 1.48 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 4.70 | 1.25 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.35 | 1.34 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.69 | 1.52 | | |
| 挑戰性 | A.20歲以下 | 133 | 4.95 | 1.39 | 6.621* | A > B,D |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.29 | 1.56 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 4.49 | 1.35 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.28 | 1.41 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.25 | 1.54 | | |
| 專業性 | A.20歲以下 | 133 | 5.39 | 1.07 | 26.055* | A,C,D,E > B |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.43 | 1.63 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.23 | 1.16 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.98 | 1.50 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 5.07 | 1.57 | | |

表4-11 不同年齡層運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 年齡層 | 個數 | 平均數 | 標準差 | t值 | 事後考驗 |
|------------------|----------|-----|------|------|---------|--------------------|
| 整體目的地選擇 | A.20歲以下 | 133 | 5.22 | .99 | 20.270* | A,C,E > B A > D |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.35 | 1.47 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 4.94 | 1.06 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.67 | 1.28 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.79 | 1.34 | | |
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 未來參與意願 | A.20歲以下 | 133 | 5.11 | 1.07 | 15.626* | A,C,D > B |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.36 | 1.51 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.01 | 1.28 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.77 | 1.48 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.69 | 1.71 | | |
| 資訊關注 | A.20歲以下 | 133 | 5.19 | 1.07 | 15.394* | A,C,D > B |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.43 | 1.59 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.11 | 1.30 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.88 | 1.54 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.77 | 1.86 | | |
| 整體光參與意圖 | A.20歲以下 | 133 | 5.14 | 1.03 | 16.191* | A,C,D > B |
| | B.21-30歲 | 798 | 4.39 | 1.51 | | |
| | C.31-40歲 | 290 | 5.06 | 1.25 | | |
| | D.41-50歲 | 180 | 4.82 | 1.47 | | |
| | E.51歲以上 | 241 | 4.72 | 1.74 | | |

*p<.05

3. 教育程度比較

由表4-12，發現不同教育程度運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖，除心理風險與整體運動觀光風險沒顯著外，其餘構面均有顯著差異。經由事後比較結果，顯示研究所以以上畢業者各項分數高於其他教育程度，而在某此項目專科畢業者顯著高於大學畢業者。顯示教育程度因素會明顯影響運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖。

表4-12 不同教育程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表

| | 學歷 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|------------|-----|------|------|--------|-----------|
| 運動觀光客特質 | | | | | | |
| 投入行為 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.17 | 1.66 | 8.411* | E > A,B,D |
| | B.高中職 | 229 | 4.47 | 1.50 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.69 | 1.53 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.50 | 1.44 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.06 | 1.21 | | |

表4-12 不同教育程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 學歷 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|------------|-----|------|------|---------|--------------------|
| 意義追求 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.40 | 1.49 | 11.369* | E > A,B,D |
| | B.高中職 | 229 | 4.65 | 1.64 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.92 | 1.53 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.61 | 1.65 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.36 | 1.23 | | |
| 整體運動觀光客特質 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.29 | 1.53 | 10.477* | E > A,B,D |
| | B.高中職 | 229 | 4.56 | 1.53 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.81 | 1.48 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.57 | 1.50 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.21 | 1.16 | | |
| 運動觀光客動機 | | | | | | |
| 推力因素 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.19 | 1.23 | 10.699* | E > A,B,D |
| | B.高中職 | 229 | 4.70 | 1.65 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.83 | 1.42 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.57 | 1.51 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.22 | 1.13 | | |
| 拉力因素 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.86 | 1.65 | 14.058* | E > B,D |
| | B.高中職 | 229 | 4.85 | 1.73 | | |
| | C.專科 | 193 | 5.10 | 1.53 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.70 | 1.70 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.58 | 1.11 | | |
| 整體運動觀光動機 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.61 | 1.38 | 13.322* | E > A,B,D |
| | B.高中職 | 229 | 4.80 | 1.65 | | |
| | C.專科 | 193 | 5.00 | 1.43 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.65 | 1.59 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.45 | 1.03 | | |
| 運動觀光客體驗 | | | | | | |
| 活動體驗 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.52 | 1.48 | 14.998* | E > A,B,C,D |
| | B.高中職 | 229 | 4.75 | 1.75 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.95 | 1.45 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.67 | 1.68 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.56 | 1.12 | | |
| 互動體驗 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.39 | 1.46 | 12.315* | E > A,B,D C > D |
| | B.高中職 | 229 | 4.80 | 1.70 | | |
| | C.專科 | 193 | 5.05 | 1.43 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.69 | 1.66 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.41 | 1.09 | | |

表4-12 不同教育程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 學歷 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|------------------|------------|-----|------|------|---------|--------------------|
| 整體運動觀光經驗 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.45 | 1.40 | 14.042* | E > A,B,C,D |
| | B.高中職 | 229 | 4.77 | 1.69 | | |
| | C.專科 | 193 | 5.00 | 1.40 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.67 | 1.64 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.49 | 1.05 | | |
| 運動觀光風險認知 | | | | | | |
| 身體風險 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.59 | 1.46 | 5.049* | E > B,D |
| | B.高中職 | 229 | 4.39 | 1.56 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.54 | 1.39 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.41 | 1.40 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 4.87 | 1.36 | | |
| 心理風險 | A.國中(含)以下 | 52 | 3.79 | 1.19 | 1.473 | |
| | B.高中職 | 229 | 3.87 | 1.31 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.02 | 1.40 | | |
| | D.大學 | 948 | 3.87 | 1.27 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 3.72 | 1.29 | | |
| 整體運動觀光風險認知 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.13 | 1.07 | .902 | |
| | B.高中職 | 229 | 4.09 | 1.24 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.24 | 1.21 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.10 | 1.14 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 4.21 | 1.10 | | |
| 運動觀光目的地選擇 | | | | | | |
| 熟悉性 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.56 | 1.46 | 4.392* | C > D |
| | B.高中職 | 229 | 4.57 | 1.68 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.75 | 1.30 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.34 | 1.43 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 4.57 | 1.27 | | |
| 挑戰性 | A.國中(含)以下 | 52 | 3.73 | 1.53 | 6.873* | E > A,D C > A |
| | B.高中職 | 229 | 4.40 | 1.57 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.59 | 1.52 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.28 | 1.53 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 4.69 | 1.22 | | |
| 專業性 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.75 | 1.63 | 16.808* | E > A,B,D C > D |
| | B.高中職 | 229 | 4.79 | 1.71 | | |
| | C.專科 | 193 | 5.05 | 1.39 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.60 | 1.57 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.49 | 1.00 | | |

表4-12 不同教育程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 學歷 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|------------------|------------|-----|------|------|---------|----------------------|
| 運動觀光目的地選擇 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.47 | 1.26 | 11.738* | E > B, D C > D |
| | B.高中職 | 229 | 4.65 | 1.55 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.88 | 1.27 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.47 | 1.40 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.09 | .91 | | |
| 運動觀光客參與意圖 | | | | | | |
| 未來參與意圖 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.08 | 1.61 | 13.531* | E > A, B, D C > A |
| | B.高中職 | 229 | 4.61 | 1.62 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.84 | 1.46 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.49 | 1.49 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.21 | 1.14 | | |
| 資訊活動注意 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.13 | 1.70 | 14.207* | E > A, B, D C > A |
| | B.高中職 | 229 | 4.63 | 1.74 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.93 | 1.53 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.57 | 1.57 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.34 | 1.18 | | |
| 整體運動觀光參與意圖 | A.國中(含)以下 | 52 | 4.10 | 1.61 | 14.418* | E > A, B, D C > A |
| | B.高中職 | 229 | 4.62 | 1.64 | | |
| | C.專科 | 193 | 4.88 | 1.46 | | |
| | D.大學 | 948 | 4.52 | 1.50 | | |
| | E.研究所(含)以上 | 220 | 5.27 | 1.11 | | |

*p<.05

4. 職業比較

由表4-13，發現不同職業運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖，除心理風險與整體運動觀光風險沒顯著外，其餘構面均有顯著差異。經由事後比較結果，發現學生之分數大都明顯低於工業、商業、服務業及軍公教人員等從業人員。顯示職業因素會明顯影響運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖。

表4-13 不同職業運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表

| | 職業 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|------------|-----|------|------|--------|----------------|
| 運動觀光客特質 | | | | | | |
| 投入行為 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.69 | 1.60 | 9.900* | B, C, D, E > H |
| | B.工業 | 178 | 4.79 | 1.44 | | |
| | C.商業 | 107 | 4.92 | 1.49 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.73 | 1.43 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.07 | 1.23 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.50 | 1.61 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.18 | 2.01 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.27 | 1.40 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.49 | 1.49 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.49 | 1.52 | | |

表4-13 不同職業運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 職業 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|------------|-----|------|------|---------|-------------|
| 意義追求 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.86 | 1.58 | 8.880 | B,E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.02 | 1.50 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.12 | 1.53 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.88 | 1.54 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.20 | 1.24 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.65 | 1.45 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.15 | 1.84 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.43 | 1.70 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.57 | 1.74 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.71 | 1.64 | | |
| 整體運動觀光客特質 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.78 | 1.54 | 9.951* | B,C,E > H |
| | B.工業 | 178 | 4.91 | 1.42 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.02 | 1.47 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.80 | 1.44 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.14 | 1.19 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.58 | 1.48 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.16 | 1.88 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.35 | 1.50 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.53 | 1.56 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.60 | 1.52 | | |
| 運動觀光客動機 | | | | | | |
| 推力因素 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.83 | 1.50 | 11.048* | B,E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.02 | 1.35 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.00 | 1.45 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.77 | 1.48 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.21 | 1.10 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.72 | 1.32 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.19 | 1.51 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.36 | 1.55 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.60 | 1.51 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.62 | 1.61 | | |
| 拉力因素 | A.農林漁牧業 | 50 | 5.22 | 1.49 | 13.378* | B,C,D,E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.23 | 1.44 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.33 | 1.55 | | |
| | D.服務業 | 252 | 5.01 | 1.59 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.52 | 1.20 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.98 | 1.65 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.47 | 1.93 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.46 | 1.75 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.78 | 1.60 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.75 | 1.69 | | |

表4-13 不同職業運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 職業 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|------------|-----|------|------|---------|-------------|
| 整體運動觀光動機 | A.農林漁牧業 | 50 | 5.08 | 1.43 | 13.432* | B,C,D,E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.15 | 1.34 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.21 | 1.45 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.92 | 1.49 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.40 | 1.10 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.88 | 1.40 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.36 | 1.66 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.42 | 1.63 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.71 | 1.54 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.70 | 1.60 | | |
| 運動觀光客體驗 | | | | | | |
| 活動體驗 | A.農林漁牧業 | 50 | 5.19 | 1.43 | 11.897* | B,D,E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.14 | 1.46 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.06 | 1.55 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.94 | 1.50 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.46 | 1.24 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.86 | 1.52 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.53 | 2.07 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.44 | 1.72 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.86 | 1.61 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.61 | 1.68 | | |
| 互動體驗 | A.農林漁牧業 | 50 | 5.20 | 1.33 | 12.175* | B,C,D,E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.13 | 1.40 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.20 | 1.48 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.94 | 1.48 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.36 | 1.22 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.79 | 1.60 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.19 | 1.97 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.44 | 1.71 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.79 | 1.47 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.59 | 1.60 | | |
| 整體運動觀光體驗 | A.農林漁牧業 | 50 | 5.19 | 1.33 | 12.490* | B,C,D,E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.13 | 1.38 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.13 | 1.49 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.94 | 1.46 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.41 | 1.19 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.82 | 1.52 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.36 | 2.00 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.44 | 1.69 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.83 | 1.50 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.60 | 1.59 | | |

表4-13 不同職業運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 職業 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|------------------|------------|-----|------|------|--------|-------|
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 身體風險 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.52 | 1.30 | 3.698* | E > H |
| | B.工業 | 178 | 4.71 | 1.51 | | |
| | C.商業 | 107 | 4.60 | 1.41 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.52 | 1.28 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 4.79 | 1.41 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.64 | 1.41 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.70 | 1.82 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.26 | 1.42 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.85 | 1.57 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.44 | 1.63 | | |
| 心理風險 | A.農林漁牧業 | 50 | 3.90 | 1.42 | 1.593 | |
| | B.工業 | 178 | 3.81 | 1.33 | | |
| | C.商業 | 107 | 3.77 | 1.33 | | |
| | D.服務業 | 252 | 3.90 | 1.21 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 3.77 | 1.39 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 3.91 | 1.33 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.08 | 1.18 | | |
| | H.學生 | 642 | 3.88 | 1.25 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.07 | 1.33 | | |
| | J.自由業 | 59 | 3.98 | 1.30 | | |
| 整體運動觀光風險認知 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.17 | 1.14 | 1.200 | |
| | B.工業 | 178 | 4.20 | 1.20 | | |
| | C.商業 | 107 | 4.12 | 1.18 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.17 | 1.06 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 4.21 | 1.19 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.22 | 1.15 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.35 | .89 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.04 | 1.15 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.40 | 1.25 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.18 | 1.31 | | |
| 運動觀光目的地選擇 | | | | | | |
| 熟悉性 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.57 | 1.43 | 5.820* | E > H |
| | B.工業 | 178 | 4.54 | 1.42 | | |
| | C.商業 | 107 | 4.63 | 1.44 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.39 | 1.41 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 4.69 | 1.30 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 3.82 | 1.51 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 3.56 | 1.30 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.22 | 1.60 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.50 | 1.64 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.21 | 1.63 | | |

表4-13 不同職業運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 職業 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|-----------------|------------|-----|------|------|---------|-------------|
| 挑戰性 | A.農林漁牧業 | 50 | 5.27 | 1.24 | 4.884* | E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.13 | 1.41 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.26 | 1.45 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.86 | 1.43 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.35 | 1.09 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.91 | 1.56 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.36 | 1.74 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.38 | 1.64 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 5.10 | 1.42 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.83 | 1.72 | | |
| 專業性 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.94 | 1.10 | 13.816* | B,C,D,E > H |
| | B.工業 | 178 | 4.89 | 1.24 | | |
| | C.商業 | 107 | 4.96 | 1.29 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.66 | 1.27 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.06 | .99 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.60 | 1.33 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.12 | 1.40 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.31 | 1.49 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.87 | 1.25 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.61 | 1.47 | | |
| 目的地選擇 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.57 | 1.43 | 10.939* | B,C,E > H |
| | B.工業 | 178 | 4.54 | 1.42 | | |
| | C.商業 | 107 | 4.63 | 1.44 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.39 | 1.41 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 4.69 | 1.30 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 3.82 | 1.51 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 3.56 | 1.30 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.22 | 1.60 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.50 | 1.64 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.21 | 1.63 | | |
| 運動觀光參與意圖 | | | | | | |
| 未來參與意圖 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.94 | 1.60 | 11.382* | B,C,E > H |
| | B.工業 | 178 | 4.97 | 1.41 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.07 | 1.50 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.66 | 1.42 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.14 | 1.28 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.50 | 1.47 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.10 | 1.86 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.28 | 1.48 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.53 | 1.53 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.68 | 1.60 | | |

表4-13 不同職業運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 職業 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|------------|------------|-----|------|------|---------|-----------|
| 活動資訊關注 | A.農林漁牧業 | 50 | 5.00 | 1.75 | 11.758* | B,C,E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.08 | 1.47 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.12 | 1.59 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.77 | 1.50 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.27 | 1.33 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.70 | 1.66 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.18 | 1.74 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.33 | 1.56 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.41 | 1.61 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.61 | 1.65 | | |
| 整體運動觀光參與意圖 | A.農林漁牧業 | 50 | 4.97 | 1.64 | 12.026* | B,C,E > H |
| | B.工業 | 178 | 5.01 | 1.40 | | |
| | C.商業 | 107 | 5.09 | 1.51 | | |
| | D.服務業 | 252 | 4.71 | 1.42 | | |
| | E.軍公教人員 | 261 | 5.20 | 1.27 | | |
| | F.家管(婦、夫) | 47 | 4.59 | 1.52 | | |
| | G.退休人員 | 18 | 4.14 | 1.77 | | |
| | H.學生 | 642 | 4.30 | 1.49 | | |
| | I.待業中(含失業) | 28 | 4.48 | 1.54 | | |
| | J.自由業 | 59 | 4.65 | 1.59 | | |

*p<.05

5. 月收入比較

由表4-14，發現不同月收入運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖，除「心理風險」與「整體運動觀光風險」沒顯著外，其餘構面均有顯著差異。經由事後比較結果，發現月收入「19,999元(含)以下」運動觀光客其分數明顯低於其他等級收入之運動觀光客。顯示月收入因素會明顯影響運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖。

表4-14 不同月收入運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異分析表

| | 月收入 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|------------------|-----|------|------|---------|-------------|
| 運動觀光客特質 | | | | | | |
| 投入行為 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.28 | 1.42 | 15.610* | B,C,D,E > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.73 | 1.36 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.85 | 1.47 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 4.91 | 1.53 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.02 | 1.41 | | |
| 意義追求 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.43 | 1.70 | 13.415* | B,C,D,E > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.94 | 1.45 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.96 | 1.49 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.05 | 1.56 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.28 | 1.37 | | |

表4-14 不同月收入運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異分析表(續)

| | 月收入 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|------------------|-----|------|------|---------|------------|
| 整體運動觀光客特質 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.36 | 1.51 | 15.321* | B,C,D,E >A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.84 | 1.36 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.90 | 1.44 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 4.98 | 1.50 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.15 | 1.36 | | |
| 運動觀光客動機 | | | | | | |
| 推力因素 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.36 | 1.55 | 17.926* | B,C,D,E >A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.86 | 1.39 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.96 | 1.39 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.04 | 1.36 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.26 | 1.35 | | |
| 拉力因素 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.49 | 1.74 | 20.668* | B,C,D,E >A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 5.15 | 1.49 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 5.23 | 1.50 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.29 | 1.53 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.31 | 1.45 | | |
| 整體運動觀光動機 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.44 | 1.62 | 20.996* | B,C,D,E >A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 5.04 | 1.38 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 5.13 | 1.40 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.20 | 1.42 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.30 | 1.36 | | |
| 運動觀光客體驗 | | | | | | |
| 活動體驗 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.46 | 1.72 | 18.165* | B,C,D,E >A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 5.02 | 1.45 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 5.12 | 1.48 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.24 | 1.52 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.36 | 1.48 | | |
| 互動體驗 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.45 | 1.71 | 17.967* | B,C,D,E >A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 5.11 | 1.39 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 5.07 | 1.46 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.08 | 1.49 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.25 | 1.41 | | |
| 整體運動觀光體驗 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.46 | 1.68 | 18.633* | B,C,D,E >A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 5.06 | 1.39 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 5.10 | 1.44 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.16 | 1.46 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.31 | 1.40 | | |

表4-14 不同月收入運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異分析表(續)

| | 月收入 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|-------------------|------------------|-----|------|------|---------|-------------|
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 身體風險 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.30 | 1.42 | 6.558* | B,C > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.60 | 1.30 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.74 | 1.50 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 4.49 | 1.57 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 4.72 | 1.36 | | |
| 心理風險 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.49 | 1.43 | 1.768 | |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 3.90 | 1.24 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 3.92 | 1.30 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 3.86 | 1.38 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 3.60 | 1.37 | | |
| 整體運動觀光風險認知 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 3.80 | 1.25 | 2.230 | |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.07 | 1.14 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.21 | 1.12 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 4.24 | 1.24 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 3.98 | 1.20 | | |
| 運動觀光客目的地選擇 | | | | | | |
| 熟悉性 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.31 | 1.51 | 3.725* | B > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.59 | 1.34 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.59 | 1.40 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 4.45 | 1.38 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 4.64 | 1.37 | | |
| 挑戰性 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.20 | 1.59 | 5.806* | B > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.53 | 1.38 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.34 | 1.49 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 4.62 | 1.34 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 4.76 | 1.44 | | |
| 專業性 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.43 | 1.64 | 20.207* | B,C,D,E > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 5.04 | 1.37 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 5.11 | 1.39 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.15 | 1.44 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.23 | 1.41 | | |
| 整體目的地選擇 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.35 | 1.47 | 13.723* | B,C,D,E > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.82 | 1.21 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.81 | 1.24 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 4.86 | 1.22 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 4.98 | 1.28 | | |

表4-14 不同月收入運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異分析表(續)

| | 月收入 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|-----------------|------------------|-----|------|------|---------|-------------|
| 運動觀光參與意圖 | | | | | | |
| 未來參與意願 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.28 | 1.49 | 20.262* | B,C,D,E > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.76 | 1.39 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.96 | 1.47 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.06 | 1.48 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.15 | 1.47 | | |
| 活動訊息注意 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.34 | 1.56 | 18.863* | B,C,D,E > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.92 | 1.49 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 5.02 | 1.53 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.08 | 1.59 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.12 | 1.54 | | |
| 整體運動觀光參與意圖 | A.19,999元(含)以下 | 718 | 4.31 | 1.49 | 20.348* | B,C,D,E > A |
| | B.20,000-39,999元 | 410 | 4.83 | 1.40 | | |
| | C.40,000-59,999元 | 298 | 4.99 | 1.47 | | |
| | D.60,000-79,999元 | 141 | 5.07 | 1.49 | | |
| | E.80,000元(含)以上 | 75 | 5.14 | 1.46 | | |

6. 居住地區比較

由表4-15，發現不同居住地區運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖均有顯著差異。經由事後比較結果，發現居住南部地區運動觀光客其分數明顯低於其他地品之運動觀光客。顯示居住地區會明顯影響運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖。

表4-15 不同居住地區運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異分析表

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|--------|-----|------|------|---------|-------------|
| 運動觀光客特質 | | | | | | |
| 投入行為 | A.台灣北部 | 521 | 4.85 | 1.16 | 47.056* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 4.93 | 1.21 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.97 | 1.64 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.14 | 1.26 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.02 | 1.36 | | |
| 意義追求 | A.台灣北部 | 521 | 5.15 | 1.33 | 61.332* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.20 | 1.19 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.97 | 1.82 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.25 | 1.21 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.15 | 1.34 | | |
| 整體運動觀光客特質 | A.台灣北部 | 521 | 5.00 | 1.19 | 57.916* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.06 | 1.14 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.97 | 1.69 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.19 | 1.18 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.09 | 1.31 | | |

表4-15 不同居住地區運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|------------------|--------|-----|------|------|---------|------------|
| 運動觀光客動機 | | | | | | |
| 推力因素 | A.台灣北部 | 521 | 5.02 | 1.25 | 53.261* | A,B,D,E >C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.08 | 1.17 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 4.02 | 1.67 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.14 | 1.18 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.19 | 1.28 | | |
| 拉力因素 | A.台灣北部 | 521 | 5.30 | 1.36 | 66.933* | A,B,D,E >C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.34 | 1.23 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 4.07 | 1.87 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.46 | 1.24 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.51 | 1.17 | | |
| 整體運動觀光動機 | A.台灣北部 | 521 | 5.20 | 1.26 | 66.967* | A,B,D,E >C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.24 | 1.13 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 4.05 | 1.75 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.34 | 1.16 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.39 | 1.16 | | |
| 運動觀光客體驗 | | | | | | |
| 活動體驗 | A.台灣北部 | 521 | 5.18 | 1.32 | 65.127* | A,B,D,E >C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.30 | 1.17 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 4.04 | 1.86 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.45 | 1.25 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.47 | 1.27 | | |
| 互動體驗 | A.台灣北部 | 521 | 5.13 | 1.30 | 60.957* | A,B,D,E >C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.31 | 1.20 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 4.06 | 1.81 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.42 | 1.31 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.35 | 1.23 | | |
| 整體運動觀光體驗 | A.台灣北部 | 521 | 5.15 | 1.27 | 66.069* | A,B,D,E >C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.30 | 1.15 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 4.05 | 1.81 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.43 | 1.23 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.41 | 1.19 | | |
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 身體風險 | A.台灣北部 | 521 | 4.69 | 1.31 | 18.872* | A,B,D,E >C |
| | B.台灣中部 | 300 | 4.59 | 1.34 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 4.11 | 1.53 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 4.91 | 1.33 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 4.84 | 1.34 | | |
| 心理風險 | A.台灣北部 | 521 | 4.01 | 1.21 | 3.519* | A > B |
| | B.台灣中部 | 300 | 3.69 | 1.33 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.81 | 1.31 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 3.95 | 1.29 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 3.83 | 1.46 | | |

表4-15 不同居住地區運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異分析表(續)

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|-------------------|--------|-----|------|------|---------|-------------|
| 整體運動觀光風險認知 | A.台灣北部 | 521 | 4.30 | 1.07 | 9.121* | A,D > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 4.07 | 1.15 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.94 | 1.20 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 4.36 | 1.11 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 4.26 | 1.19 | | |
| 運動觀光客目的地選擇 | | | | | | |
| 熟悉性 | A.台灣北部 | 521 | 4.68 | 1.24 | 35.565* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 4.77 | 1.24 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.92 | 1.60 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 4.95 | 1.28 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 4.81 | 1.18 | | |
| 挑戰性 | A.台灣北部 | 521 | 4.65 | 1.36 | 28.543* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 4.61 | 1.35 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.86 | 1.62 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 4.62 | 1.41 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 4.90 | 1.24 | | |
| 專業性 | A.台灣北部 | 521 | 5.17 | 1.30 | 63.846* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.23 | 1.18 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 4.05 | 1.73 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.37 | 1.16 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.32 | 1.15 | | |
| 整體目的地選擇 | A.台灣北部 | 521 | 4.94 | 1.11 | 59.484* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 4.98 | 1.05 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.98 | 1.56 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.10 | 1.08 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.10 | 1.03 | | |
| 運動觀光參與意圖 | | | | | | |
| 未來參與意願 | A.台灣北部 | 521 | 4.93 | 1.23 | 48.245* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.01 | 1.25 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.99 | 1.68 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 4.97 | 1.27 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.29 | 1.26 | | |
| 活動訊息注意 | A.台灣北部 | 521 | 5.04 | 1.30 | 55.534* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.11 | 1.30 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.99 | 1.74 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.23 | 1.31 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.33 | 1.35 | | |
| 整體運動觀光參與意圖 | A.台灣北部 | 521 | 4.98 | 1.21 | 53.796* | A,B,D,E > C |
| | B.台灣中部 | 300 | 5.05 | 1.24 | | |
| | C.台灣南部 | 587 | 3.99 | 1.68 | | |
| | D.台灣東部 | 151 | 5.09 | 1.24 | | |
| | E.離島地區 | 83 | 5.31 | 1.27 | | |

7. 運動喜好程度比較

由表4-16，發現不同運動喜好程度之運動觀光客，除「身體風險」、「心理風險」、「整體運動觀光風險」及「熟悉性」等構面沒有顯著外，其餘構面均有顯著差異。經由事後比較結果，發現「運動喜好程度」越高之運動觀光客其分數明顯高於「運動喜好程度」較低之運動觀光客。顯示「運動喜好程度」會明顯影響運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖。

表4-16 不同運動喜好程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異表

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|---------|-----|------|-------|---------|-----------|
| 運動觀光客特質 | | | | | | |
| 投入行為 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.39 | 1.78 | 19.723* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 3.75 | 1.56 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.11 | 1.15 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.67 | 1.32 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.89 | 1.68 | | |
| 意義追求 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.50 | 1.88 | 14.395* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 3.99 | 1.42 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.29 | 1.23 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.84 | 1.49 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 5.03 | 1.89 | | |
| 整體運動觀光客特質 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.45 | 1.79 | 17.923* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 3.87 | 1.45 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.20 | 1.13 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.75 | 1.35 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.96 | 1.75 | | |
| 運動觀光客動機 | | | | | | |
| 推力因素 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.53 | 1.74 | 17.923* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.03 | 1.52 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.28 | 1.184 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.78 | 1.38 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.94 | 1.72 | | |
| 拉力因素 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.69 | 1.83 | 8.213* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.14 | 1.47 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.56 | 1.33 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.99 | 1.55 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 5.08 | 1.92 | | |
| 整體運動觀光動機 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.63 | 1.74 | 10.525* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.10 | 1.46 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.45 | 1.19 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.91 | 1.44 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 5.02 | 1.80 | | |
| 運動觀光客體驗 | | | | | | |
| 活動體驗 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.57 | 1.76 | 12.767* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.09 | 1.50 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.39 | 1.24 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.95 | 1.51 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 5.06 | 1.92 | | |

表4-16 不同運動喜好程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異表(續)

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|-------------------|---------|-----|------|------|---------|------------------|
| 互動體驗 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.61 | 1.72 | 9.587* | E > B,C D > C |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.20 | 1.48 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.44 | 1.24 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.90 | 1.51 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 5.03 | 1.86 | | |
| 整體運動觀光體驗 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.59 | 1.70 | 11.603* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.15 | 1.42 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.42 | 1.20 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.92 | 1.47 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 5.05 | 1.86 | | |
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 身體風險 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.39 | 1.34 | 1.696 | |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.85 | 1.29 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.35 | 1.20 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.51 | 1.40 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.54 | 1.63 | | |
| 心理風險 | A.非常不喜歡 | 34 | 3.64 | 1.28 | 2.368 | |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.40 | 1.31 | | |
| | C.普通 | 357 | 3.91 | 1.10 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 3.86 | 1.22 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 3.80 | 1.50 | | |
| 整體運動觀光風險認知 | A.非常不喜歡 | 34 | 3.96 | 1.13 | 1.894 | |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.59 | 1.13 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.10 | 1.01 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.14 | 1.09 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.12 | 1.34 | | |
| 運動觀光客目的地選擇 | | | | | | |
| 熟悉性 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.21 | 1.63 | 2.341 | |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.37 | 1.42 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.29 | 1.20 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.47 | 1.35 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.58 | 1.68 | | |
| 挑戰性 | A.非常不喜歡 | 34 | 3.81 | 1.79 | 10.185* | E > A,C D > C |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.15 | 1.55 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.04 | 1.23 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.39 | 1.36 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.65 | 1.79 | | |
| 專業性 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.66 | 1.83 | 7.158* | D,E > C |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.25 | 1.25 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.50 | 1.26 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.86 | 1.47 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 5.00 | 1.77 | | |

表4-16 不同運動喜好程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異表(續)

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|-----------------|---------|-----|------|------|---------|-----------|
| 整體目的地選擇 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.36 | 1.62 | 7.575* | D,E > C |
| | B.不喜歡 | 41 | 4.26 | 1.15 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.35 | 1.08 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.66 | 1.26 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.82 | 1.64 | | |
| 運動觀光參與意圖 | | | | | | |
| 未來參與意願 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.54 | 1.94 | 17.771* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 3.81 | 1.50 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.16 | 1.10 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.73 | 1.33 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.91 | 1.80 | | |
| 活動訊息注意 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.44 | 1.92 | 14.937* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 3.87 | 1.63 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.26 | 1.22 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.81 | 1.45 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.97 | 1.84 | | |
| 整體運動觀光參與意圖 | A.非常不喜歡 | 34 | 4.50 | 1.91 | 17.114* | D,E > B,C |
| | B.不喜歡 | 41 | 3.84 | 1.52 | | |
| | C.普通 | 357 | 4.21 | 1.11 | | |
| | D.喜歡 | 729 | 4.76 | 1.35 | | |
| | E.非常喜歡 | 481 | 4.94 | 1.80 | | |

*p<.05

8. 運動觀光參與頻率比較

由表4-17，發現不同參與頻率之運動觀光客，除「身體風險」、「心理風險」及「整體運動觀光風險」等構面沒有顯著外，其餘構面均有顯著差異。經由事後比較結果，發現「運動觀光參與頻率」越高之運動觀光客其分數明顯高於「運動觀光參與頻率」較低之運動觀光客。顯示「運動觀光參與頻率」會明顯影響運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖。

表4-17 不同參與頻率運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異表

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|-----------|-----|------|------|---------|-----------|
| 運動觀光客特質 | | | | | | |
| 投入行為 | A.1次/年 | 456 | 4.24 | 1.30 | 13.680* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.66 | 1.39 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.89 | 1.54 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.72 | 1.67 | | |
| 意義追求 | A.1次/年 | 456 | 4.37 | 1.50 | 12.265* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.87 | 1.52 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 5.01 | 1.63 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.83 | 1.88 | | |

表4-17 不同參與頻率運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異表(續)

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|------------------|-----------|-----|------|------|---------|-----------|
| 整體運動觀光客特質 | A.1次/年 | 456 | 4.31 | 1.34 | 13.668* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.77 | 1.41 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.95 | 1.56 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.77 | 1.74 | | |
| 運動觀光客動機 | | | | | | |
| 推力因素 | A.1次/年 | 456 | 4.36 | 1.42 | 11.227* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.78 | 1.41 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.92 | 1.50 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.85 | 1.72 | | |
| 拉力因素 | A.1次/年 | 456 | 4.52 | 1.58 | 11.352* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 5.04 | 1.55 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 5.08 | 1.67 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.99 | 1.89 | | |
| 整體運動觀光動機 | A.1次/年 | 456 | 4.46 | 1.46 | 12.001* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.95 | 1.44 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 5.02 | 1.56 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.94 | 1.77 | | |
| 運動觀光客體驗 | | | | | | |
| 活動體驗 | A.1次/年 | 456 | 4.50 | 1.54 | 9.050* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.97 | 1.51 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.97 | 1.69 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.91 | 1.90 | | |
| 互動體驗 | A.1次/年 | 456 | 4.46 | 1.52 | 11.056* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.96 | 1.49 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 5.03 | 1.62 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.88 | 1.86 | | |
| 整體運動觀光體驗 | A.1次/年 | 456 | 4.48 | 1.50 | 10.407* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.96 | 1.47 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 5.00 | 1.63 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.89 | 1.86 | | |
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 身體風險 | A.1次/年 | 456 | 4.40 | 1.36 | 1.521 | |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.54 | 1.36 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.60 | 1.54 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.41 | 1.64 | | |
| 心理風險 | A.1次/年 | 456 | 3.91 | 1.18 | 1.132 | |
| | B.2-4次/年 | 723 | 3.85 | 1.28 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 3.96 | 1.43 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 3.76 | 1.38 | | |

表4-17 不同參與頻率運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異表(續)

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|-------------------|-----------|-----|------|------|---------|-----------|
| 整體運動觀光風險認知 | A.1次/年 | 456 | 4.12 | 1.09 | 1.157 | |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.14 | 1.13 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.23 | 1.25 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.04 | 1.25 | | |
| 運動觀光客目的地選擇 | | | | | | |
| 熟悉性 | A.1次/年 | 456 | 4.22 | 1.34 | 6.242* | |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.52 | 1.42 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.58 | 1.49 | | C > A |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.62 | 1.58 | | |
| 挑戰性 | A.1次/年 | 456 | 4.17 | 1.46 | 4.410* | |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.40 | 1.43 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.57 | 1.56 | | C > A |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.48 | 1.71 | | |
| 專業性 | A.1次/年 | 456 | 4.47 | 1.48 | 10.353* | |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.94 | 1.47 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.97 | 1.54 | | B,C,D > A |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.87 | 1.76 | | |
| 整體目的地選擇 | A.1次/年 | 456 | 4.34 | 1.30 | 9.253* | |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.72 | 1.29 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.79 | 1.41 | | B,C,D > A |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.72 | 1.57 | | |
| 運動觀光參與意圖 | | | | | | |
| 未來參與意願 | A.1次/年 | 456 | 4.26 | 1.29 | 15.220* | B,C,D > A |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.69 | 1.43 | | |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.92 | 1.57 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.88 | 1.81 | | |
| 活動訊息注意 | A.1次/年 | 456 | 4.33 | 1.42 | 12.796* | |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.83 | 1.51 | | B,C,D > A |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.94 | 1.62 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.85 | 1.86 | | |
| 整體運動觀光參與意圖 | A.1次/年 | 456 | 4.29 | 1.31 | 14.445* | |
| | B.2-4次/年 | 723 | 4.75 | 1.44 | | B,C,D > A |
| | C.5-9次/年 | 229 | 4.93 | 1.56 | | |
| | D.10次以上/年 | 234 | 4.86 | 1.80 | | |

*p<.05

9. 參與運動觀光激烈程度比較

由表4-18，發現不同參與激烈程度運動觀光客，除「身體風險」、「心理風險」及「整體運動觀光風險」等構面沒有顯著外，其餘構面均有顯著差異。經由事後比較結果（「拉力因素」、「熟悉性」及「熟悉性」等構面組間無差異外），發現「參與激烈程度」越高之運動觀光客其分數明顯高於「參與激烈程度」較低之運動觀光客。顯示「參與激烈程度」會明顯影響運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖。

表4-18 不同參與激烈程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖之差異表

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|----------------|--------|-----|------|------|---------|------------------|
| 運動觀光客特質 | | | | | | |
| 投入行為 | A.不激烈 | 254 | 4.29 | 1.40 | 13.554* | C,D > A,B |
| | B.普通 | 729 | 4.44 | 1.34 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.83 | 1.46 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.89 | 1.69 | | |
| 意義追求 | A.不激烈 | 254 | 4.53 | 1.49 | 7.689* | C,D > A,B |
| | B.普通 | 729 | 4.62 | 1.51 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.97 | 1.65 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.98 | 1.85 | | |
| 整體運動觀光客特質 | A.不激烈 | 254 | 4.41 | 1.38 | 10.899* | C,D > A,B |
| | B.普通 | 729 | 4.53 | 1.37 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.90 | 1.52 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.93 | 1.73 | | |
| 運動觀光客動機 | | | | | | |
| 推力因素 | A.不激烈 | 254 | 4.49 | 1.38 | 6.010* | C > A,B D > A |
| | B.普通 | 729 | 4.60 | 1.41 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.87 | 1.49 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.89 | 1.75 | | |
| 拉力因素 | A.不激烈 | 254 | 4.80 | 1.52 | 3.497* | 組間無差異 |
| | B.普通 | 729 | 4.78 | 1.57 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 5.06 | 1.68 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 5.04 | 1.90 | | |
| 整體運動觀光動機 | A.不激烈 | 254 | 4.68 | 1.40 | 4.507* | C > A |
| | B.普通 | 729 | 4.72 | 1.46 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.99 | 1.56 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.99 | 1.81 | | |
| 運動觀光客體驗 | | | | | | |
| 活動體驗 | A.不激烈 | 254 | 4.58 | 1.52 | 5.885* | C,D > A |
| | B.普通 | 729 | 4.75 | 1.52 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.99 | 1.67 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 5.08 | 1.88 | | |

表4-18 不同參與激烈程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異表(續)

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|-------------------|--------|-----|------|------|---------|-----------|
| 互動體驗 | A.不激烈 | 254 | 4.52 | 1.46 | 6.393* | C,D > A |
| | B.普通 | 729 | 4.76 | 1.50 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.98 | 1.63 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 5.04 | 1.87 | | |
| 整體運動觀光體驗 | A.不激烈 | 254 | 4.55 | 1.44 | 6.353* | C,D > A |
| | B.普通 | 729 | 4.75 | 1.47 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.99 | 1.62 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 5.06 | 1.84 | | |
| 運動觀光客風險認知 | | | | | | |
| 身體風險 | A.不激烈 | 254 | 4.45 | 1.39 | 1.485 | |
| | B.普通 | 729 | 4.43 | 1.36 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.61 | 1.49 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.50 | 1.56 | | |
| 心理風險 | A.不激烈 | 254 | 3.92 | 1.19 | 1.028 | |
| | B.普通 | 729 | 3.90 | 1.29 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 3.85 | 1.28 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 3.74 | 1.42 | | |
| 整體運動觀光風險認知 | A.不激烈 | 254 | 4.15 | 1.08 | .541 | |
| | B.普通 | 729 | 4.13 | 1.15 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.18 | 1.15 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.06 | 1.27 | | |
| 運動觀光客目的地選擇 | | | | | | |
| 熟悉性 | A.不激烈 | 254 | 4.32 | 1.32 | 2.270* | 組織無差異 |
| | B.普通 | 729 | 4.41 | 1.37 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.56 | 1.52 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.56 | 1.61 | | |
| 挑戰性 | A.不激烈 | 254 | 4.01 | 1.48 | 11.155* | C,D > A,B |
| | B.普通 | 729 | 4.29 | 1.40 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.56 | 1.51 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.68 | 1.75 | | |
| 專業性 | A.不激烈 | 254 | 4.67 | 1.46 | 2.877* | 組間無差異 |
| | B.普通 | 729 | 4.73 | 1.46 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.94 | 1.59 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.93 | 1.76 | | |
| 整體目的地選擇 | A.不激烈 | 254 | 4.43 | 1.20 | 4.929* | C,D > A |
| | B.普通 | 729 | 4.55 | 1.28 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.77 | 1.43 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.79 | 1.61 | | |

表4-18 不同參與激烈程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖差異表(續)

| | 居住地區 | 個數 | 平均數 | 標準差 | F值 | 事後考驗 |
|-----------------|--------|-----|------|------|---------|-----------|
| 運動觀光參與意圖 | | | | | | |
| 未來參與意願 | A.不激烈 | 254 | 4.32 | 1.44 | 11.017* | C,D > A,B |
| | B.普通 | 729 | 4.52 | 1.36 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.85 | 1.51 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.92 | 1.82 | | |
| 活動訊息注意 | A.不激烈 | 254 | 4.42 | 1.53 | 8.874* | C,D > A,B |
| | B.普通 | 729 | 4.60 | 1.45 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.92 | 1.60 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.97 | 1.84 | | |
| 整體運動觀光參與意圖 | A.不激烈 | 254 | 4.36 | 1.44 | 10.430* | C,D > A,B |
| | B.普通 | 729 | 4.56 | 1.37 | | |
| | C.有點激烈 | 439 | 4.88 | 1.52 | | |
| | D.很激烈 | 220 | 4.94 | 1.80 | | |

*p<.05

綜合上述，比較受試者不同背景分析，主要結果如下：(1)性別比較結果，男性僅在「挑戰性」構面顯著高於女性，其餘構面並無顯著差異；(2)不同年齡層運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖大都有顯著差異，除「21-30歲」年齡層各項分數明顯低於其他年齡層外，其餘低年齡層有明顯高於高年齡層之趨勢；(3)不同教育程度運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖，除心理風險與整體運動觀光風險沒顯著外，其餘構面均有顯著差異；(4)不同職業運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖，除心理風險與整體運動觀光風險沒顯著外，其餘構面均有顯著差異；(5)不同月收入運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖，除「心理風險」與「整體運動觀光風險」沒顯著外，其餘構面均有顯著差異；(6)不同居住地區運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖均有顯著差異；(7)不同運動喜好程度之運動觀光客，除「身體風險」、「心理風險」、「整體運動觀光風險」及「熟悉性」等構面沒有顯著外，其餘構面均有顯著差異；(8)不同參與頻率之運動觀光客，除「身體風險」、「心理風險」及「整體運動觀光風險」等構面沒有顯著外，其餘構面均有顯著差異；(9)不同參與激烈程度運動觀光客，除「身體風險」、「心理風險」及「整體運動觀光風險」等構面沒有顯著外，其餘構面均有顯著差異(如表4-18)。從上述結果顯示，背景變項除性別外，其餘不同項背景變項對之運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖大都有顯著差異。

表4-18 不同背景運動觀光客者特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖比較差異表

| 背景變項 構面/因素 | 性別 | 年齡 | 教育 | 職業 | 月收入 | 居住地 | 運動喜好 | 參與頻率 | 激烈程度 |
|---------------|----|----|----|----|-----|-----|------|------|------|
| 運動觀光客特質 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 投入行為 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 意義追求 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 運動觀光動機 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 推力因素 | | * | * | * | * | * | * | * | * |

表 4-18 不同背景運動觀光客者特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖比較差異表(續)

| 背景變項 構面／因素 | 性別 | 年齡 | 教育 | 職業 | 月收入 | 居住地 | 運動喜好 | 參與頻率 | 激烈程度 |
|---------------|----|----|----|----|-----|-----|------|------|------|
| 拉力因素 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 整體運動觀光體驗 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 活動體驗 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 互動體驗 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 運動觀光風險認知 | | * | | | * | | | | |
| 身體風險 | | * | * | * | * | | | | |
| 心理風險 | | | | | * | | | | |
| 觀光風目的地選擇 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 熟悉性 | | * | * | * | * | | * | * | * |
| 挑戰性 | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 專業性 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 運動觀光參與意圖 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 未來參與意願 | | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 活動訊息注意 | | * | * | * | * | * | * | * | * |

*表示有顯著差異

(四) 建構運動觀光客對目的地選擇與參與意圖之影響模式

1. 驗證性因素分析

以驗證性因素分析(CFA)評鑑運動觀光客人格特質、參與動機、風險認知、參與經驗對目的地選擇與參與意圖影響模式中之各變項，檢驗各觀察變項能否正確測量潛在變項，及觀察變項與潛在變項之信效度，包含估計方法之選擇、檢驗違犯估計、CFA 模型配適度評鑑、檢驗證收效度、檢驗區別效度，茲分述如下。

(1) 估計方法之選擇

由於結構方程模式之估計方法選擇，受變數分配性質所影響，亦即以資料分配為依據，若樣本資料分配屬於多元常態，則以最大概似估計法(maximum likelihood, ML)為主，若資料分配屬非多元常態，則應以漸近分配自由法(asymptotically distribution free estimator, ADF)為之(張偉豪，2011)。當變項分配的偏態絕對值小於2，峰度絕對值在7以內，變數被視為符合單變數常態(Kline, 2005; SPSS, 2008)，至於多元常態假設之檢驗，一般常用之多元峰度指標為Mardia係數，當Mardia係數小於 $P(P+2)$ 時(P 為觀察變項之數量)，則資料具有多元常態性(陳寬裕、王正華，2010; Bollen, 1989)。

由影響運動觀光客對目的地選擇與參與意圖之問卷各構面的常態性檢驗表(如表4-19)，可發現偏態值介於-0.88到-0.20之間(偏態絕對值小於2)，峰度值則是介於-0.11到-0.57之間(峰度絕對值在7以內)，觀察變數符合單變數常態。其次，檢定多元常態，由表中多元峰度指標Mardia係數為45.76， $P(P+2)$ 為168(觀察變項有12個， P 為12)， $P(P+2)$ 明顯大於Mardia係數，因此，資料具有多元常態性，本研究採取最大概似法作為模式的估計法，進行參數估計。

表 4-19 影響運動觀光客對目的地選擇與參與意圖各構面之常態性檢驗表

| 潛在變項名稱 | 觀察變項 | 平均數 | 標準差 | 偏態 | 峰度 |
|------------|------|-------|------|------|------|
| 運動觀光客特質 | 意義追求 | 4.81 | 1.67 | -.74 | -.45 |
| | 投入花費 | 4.66 | 1.55 | -.46 | -.57 |
| 運動觀光客動機 | 推力因素 | 4.79 | 1.55 | -.74 | -.15 |
| | 拉力因素 | 4.97 | 1.64 | -.88 | -.17 |
| 運動觀光客體驗 | 活動體驗 | 4.88 | 1.64 | -.78 | -.22 |
| | 互動體驗 | 4.99 | 1.61 | -.87 | -.11 |
| 運動觀光客風險認知 | 人身風險 | 4.46 | 1.45 | -.22 | -.50 |
| | 心理風險 | 4.15 | 1.30 | -.20 | -.32 |
| 運動觀光客目的地選擇 | 挑戰性 | 4.38 | 1.54 | -.30 | -.56 |
| | 專業性 | 4.90 | 1.52 | -.83 | -.12 |
| 運動觀光客參與意圖 | 未來參與 | 4.86 | 1.64 | -.62 | -.42 |
| | 訊息關注 | 4.77 | 1.56 | -.55 | -.42 |
| Mardia係數 | | 45.76 | | | |
| P(P+2) | | 168 | | | |

(2) 檢驗違犯估計

在 CFA 模式評鑑之前，需先確立模式所估計的參數並未違反統計所能接受的範圍，亦即模式沒有不適當的解(improper solutions)產生，因此需檢視是否產生違犯估計(offending estimates)，一般常發生的違犯估計有以下三種現象(陳寬裕、王正華，2010；張偉豪，2011)：1. 有負的誤差變異數存在；2. 標準化係數超過或太接近1(≥ 0.95)；3. 有太大的標準誤。經 AMOS 程式處理資料後，得到各係數值如表4-20所示，誤差變異數介於.27與1.2之間，無負的誤差變異數存在，而標準化係數值介於.70與.94之間，皆未超過1或太過於接近1(≥ 0.95)，此外，標準誤介於.05與.08之間，顯示所有回歸係數都顯著，對照之標準誤其值不大。由上述分析結果可知，沒有違犯估計情形產生，亦即所估計的參數並未違反統計所能接受之範圍。

表 4-20 影響運動觀光客對目的地選擇與參與意圖各參數違犯估計之檢查表

| 變項 | 標準化參數值 | 標準誤 | t 值 | 誤差變異數 | t 值 |
|------|--------|-----|-------|-------|-------|
| 意義追求 | .94 | .06 | 28.13 | .33 | 8.24 |
| 投入花費 | .86 | .06 | 24.24 | .64 | 13.71 |
| 推力因素 | .91 | .05 | 26.93 | .42 | 13.44 |
| 拉力因素 | .94 | .05 | 28.66 | .30 | 10.79 |
| 活動體驗 | .93 | .06 | 27.92 | .37 | 11.53 |
| 互動體驗 | .94 | .05 | 28.33 | .31 | 10.76 |
| 人身風險 | .89 | .08 | 16.14 | .45 | 2.75 |
| 心理風險 | .73 | .07 | 14.10 | .79 | 7.99 |
| 挑戰性 | .70 | .06 | 18.06 | 1.20 | 10.49 |
| 專業性 | .93 | .05 | 26.95 | .31 | 8.45 |
| 未來參與 | .92 | .06 | 27.35 | .41 | 10.49 |
| 訊息關注 | .94 | .05 | 28.38 | .27 | 8.45 |

(3) 模型配適度評鑑

在驗證性因素分析模型中，由於卡方值達顯著水準(χ^2 之 $p=0.0$)，未能符合標準，通常 p 值顯著有兩種可能：一是大樣本所造成；另一個原因是模型配適度不好，為釐清此情形，本研究採用 Bollen-Stine bootstrap p 值校正法，利用取出放回的重抽樣技術，檢驗模型配適度(張偉豪, 2011; Bollen & Stine, 1992)。經 1000 次之 bootstrap 後，得到 1000 次模型是配適度良好，而下一次出現差的模型機率為 .001，因此，CFA 模式之 p 值為 .99，顯示最大概似法之 p 值顯著係樣本造成，而非模型之配適度不好所造成。

其次就 CFA 模式其他模式配適度指標評鑑(如表 4-21)，由絕對配適指標中檢定，除 χ^2/df 為 3.30，略高於受值 3，其餘之 GFI 為 .96、AGFI 為 .92、RMR 為 .04、SRMR 為 .02、RMSEA 為 .07、CN 值為 223，均符合標準；而從增值配適指標來看，NFI 為 .98、RFI 為 .97、NNFI 為 .98、IFI 為 .99、CFI 為 .99，均超過接受值 .90；再從簡效配適指標來看模式是否具備簡效性，除 PGFI 為 .48 略低於標準 .5 外、PCFI 為 .58、PNFI 為 .58、都大於接受值 .5，顯示該模式通過配適度之檢驗。

表 4-21 影響運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式配適指標表

| 配適度考驗指標 | 接受值 | 結構模式 | 是否接受 |
|-------------|-------------|---------------------|------|
| 絕對配適指標 | | | |
| χ^2 值 | $p > 0.05$ | 128.53($p = .00$) | 未接受 |
| χ^2/df | ≤ 3 | 3.30 | 接近 |
| GFI | ≥ 0.9 | .96 | 接受 |
| AGFI | ≥ 0.9 | .92 | 接受 |
| RMR | ≤ 0.05 | .04 | 接受 |
| SRMR | ≤ 0.05 | .02 | 接受 |
| RMSEA | ≤ 0.08 | .07 | 接受 |
| CN | ≥ 200 | 223 | 接受 |
| 增值配適指標 | | | |
| NFI | ≥ 0.9 | .98 | 接受 |
| RFI | ≥ 0.9 | .97 | 接受 |
| TLI(NNFI) | ≥ 0.9 | .98 | 接受 |
| IFI | ≥ 0.9 | .99 | 接受 |
| CFI | ≥ 0.9 | .99 | 接受 |
| 簡效配適指標 | | | |
| PGFI | ≥ 0.5 | .48 | 接近 |
| PCFI | ≥ 0.5 | .58 | 接受 |
| PNFI | ≥ 0.5 | .58 | 接受 |

(4) 檢驗收斂效度

整體而言運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式之 CFA 模式指標，不論是絕對配適指標、增值配適指標或簡效配適指標，大致通過所要求的接受值，顯示模式符合實證資料之模式，以下就該模式之收斂效度加以檢驗。收斂效度(convergent validity)是以同一構面中變數之間相關程度的大小加以評估，又稱內部一致性效度，主要是確保構面的變數間至少有中度相關。在 SEM 分析中，一個構面要具有收斂效度必須符合以下幾個標準(張偉豪, 2011; 陳寬裕、王正華, 2010)：1. 因素負荷量(measurement weight)須大於或等於 0.7；2. 多元相關係數平方(Square Multiple Correlation, SMC) 須大

於或等於0.5；3組成信度(Composite Reliability, CR) 須大於或等於0.7；4.平均變異數萃取量(Average Variance Extracted, AVE)須大於0.5 (Fornell & Larcker, 1981)。

由運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式的驗證性因素分析圖表(請參閱圖4-1及表4-22), 首先檢驗各觀察變項其所反映的因素標準化負荷量, 所有觀察變項對其潛在變項的因素負荷量(λ)值介於.70到.94之間, 皆高於.7, 符合標準, 顯示所有觀察變項皆足以反映其所建構的潛在變項; 其次檢定多元相關係數平方值(SMC), 發現觀察變項除了挑戰性的 SMC 值為.49略低於標準.50外, 其餘介於.52到.89間, 此結果符合 SMC 須大於或等於.5。此外, 對潛在變項而言, 所有潛在變項的組成信度皆介於.79到.93之間, 均高於.7的要求, 而潛在變項的平均變異抽取量介於.66到.87之間, 均大於.5之標準, 由上述之驗證性因素分析結果, 顯示運動觀光客對目的地選擇與參與意圖問卷中「運動觀光客特質」、「運動觀光客動機」、「運動觀光客經驗」、「運動觀光客風險認知」、「運動觀光客目的地選擇」、「運動觀光客參與意圖」之潛在構面均具有收斂效度。

綜合上述, 由表中的標準化係數, 可以瞭解哪一個觀察變項對潛在變項之貢獻較大, 對「運動觀光客特質」而言, 以「意義追求」此一觀察變項最具反映效果, 其次為「投入花費」; 對「運動觀光客動機」而言, 「拉力因素」高於「推力因素」之反映效果; 對「運動觀光客經驗」而言, 「互動體驗」、「活動體驗」均具有良好之反映效果; 對「運動觀光客風險認知」而言, 「人身風險」高於「心理風險」之反映效果; 對「運動觀光客目的地選擇」而言, 「專業性」遠高於「挑戰性」之反映效果; 而對「運動觀光客參與意圖」, 「未來參與」與「訊息關注」均具有良好之反映效果。

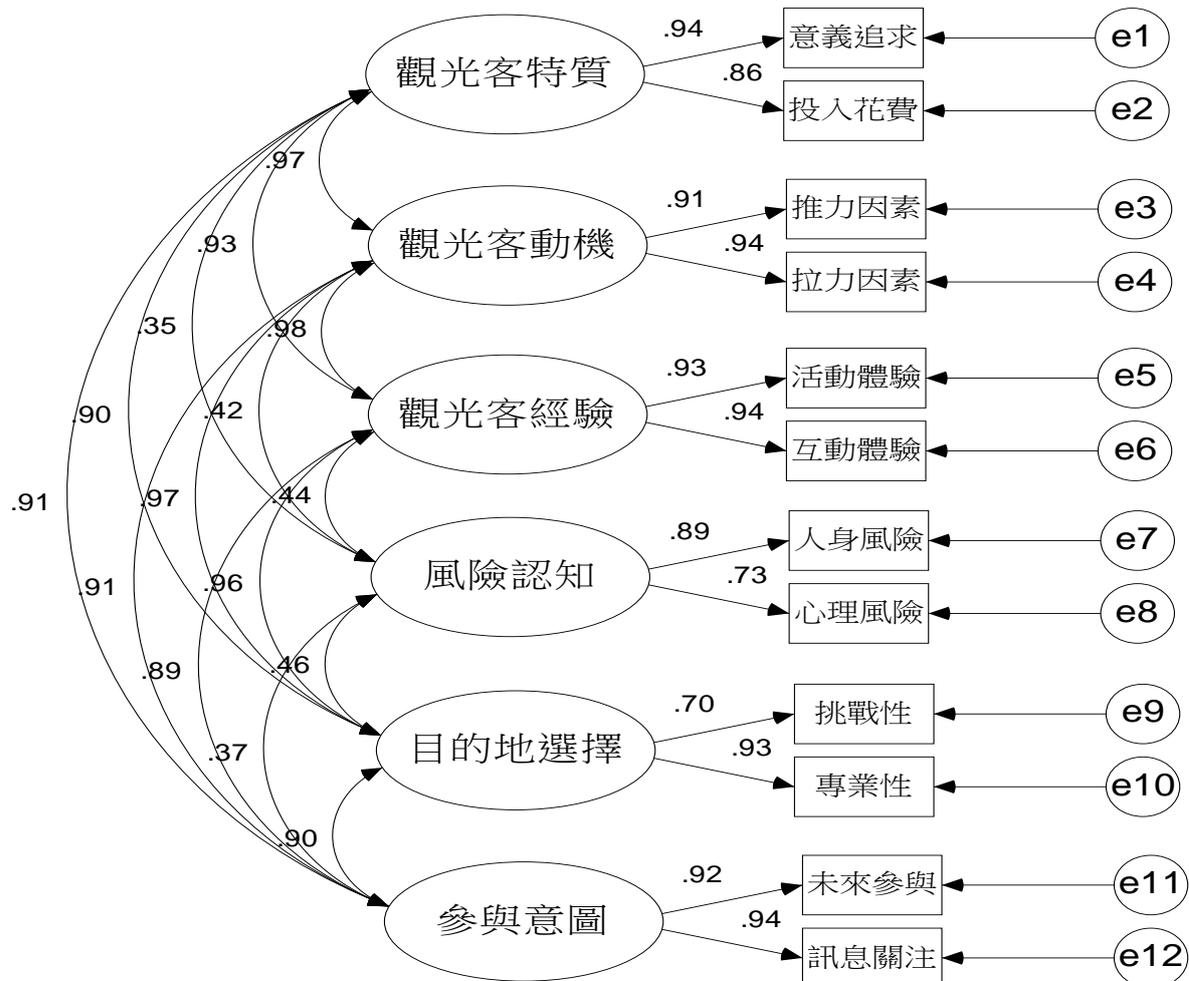


圖4-1 運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式之CFA圖

表 4-22 運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式各構面之驗證性因素分析表

| 潛在變項 | 觀察變項 | 因素負荷量 λ 值 | 多元相關係數平方(SMC) | 組成信度(CR) | 平均變異抽取量(AVE) |
|------------|------|-------------------|---------------|----------|--------------|
| 運動觀光客特質 | | | | .89 | .81 |
| | 意義追求 | .94 | .88 | | |
| | 投入花費 | .86 | .73 | | |
| 運動觀光客動機 | | | | .92 | .86 |
| | 推力因素 | .91 | .83 | | |
| | 拉力因素 | .94 | .89 | | |
| 運動觀光客經驗 | | | | .93 | .87 |
| | 活動體驗 | .93 | .86 | | |
| | 互動體驗 | .94 | .88 | | |
| 運動觀光客風險認知 | | | | .79 | .66 |
| | 人身風險 | .89 | .79 | | |
| | 心理風險 | .73 | .53 | | |
| 運動觀光客目的地選擇 | | | | .81 | .68 |
| | 挑戰性 | .70 | .49 | | |
| | 專業性 | .93 | .87 | | |
| 運動觀光客參與意圖 | | | | .93 | .87 |
| | 未來參與 | .92 | .85 | | |
| | 訊息關注 | .94 | .89 | | |

(5) 檢驗區別效度

上述各潛在變項均具有收斂效度，以下分析各變項間之區別效度，AMOS 提供三種信賴區間的估計方式，分別為：(1) bias-corrected percentile method；(2) percentile method 估計；(3) 點估計值 ± 2 倍標準誤($\Phi \pm 2\sigma$) (張偉豪，2011)。以 AMOS 之 bootstrap 信賴區間法，重複抽樣1000次，在95%信心水準下，若相關係數信賴區間不包含1 (1表完全相關)，稱此兩構面具有區別效度。結果顯示此三種方法之估計結果，所有相關係數信賴區間均未包含1(如表4-23)，因此表示在運動觀光客對目的地選擇與參與意圖問卷中「運動觀光客特質」、「運動觀光客動機」、「運動觀光客經驗」、「運動觀光客風險認知」、「運動觀光客目的地選擇」、「運動觀光客參與意圖」之各構面之間具有區別效度，各問卷題項能有效反映其所代表之潛在變項。

表 4-23 運動觀光客對目的地選擇與參與意圖問卷構面相關係數信賴區間估計表

| Parameter | 相關 | $\Phi \pm 2\sigma$ | | Bias-corrected percentile method | | | |
|------------------|-----|--------------------|-------|----------------------------------|-------|-------|-------|
| | | 估計值 | Lower | Upper | Lower | Upper | Lower |
| 觀光客特質 <--> 觀光客動機 | .97 | .95 | .99 | .95 | .99 | .96 | .99 |
| 觀光客特質 <--> 觀光客經驗 | .93 | .90 | .96 | .90 | .96 | .90 | .96 |
| 觀光客特質 <--> 風險認知 | .35 | .25 | .46 | .23 | .46 | .24 | .46 |
| 觀光客特質 <--> 目的地選擇 | .90 | .86 | .95 | .85 | .94 | .86 | .95 |
| 觀光客特質 <--> 參與意圖 | .91 | .87 | .94 | .87 | .94 | .87 | .94 |
| 觀光客動機 <--> 觀光客經驗 | .97 | .95 | .99 | .96 | .99 | .96 | .99 |
| 觀光客動機 <--> 風險認知 | .41 | .30 | .52 | .30 | .52 | .30 | .52 |
| 觀光客動機 <--> 目的地選擇 | .97 | .94 | .99 | .94 | .99 | .94 | .99 |
| 觀光客動機 <--> 參與意圖 | .91 | .89 | .94 | .89 | .94 | .89 | .94 |
| 觀光客經驗 <--> 風險認知 | .44 | .33 | .55 | .32 | .54 | .32 | .54 |
| 觀光客經驗 <--> 目的地選擇 | .96 | .93 | .99 | .93 | .99 | .93 | .99 |
| 觀光客經驗 <--> 參與意圖 | .89 | .86 | .92 | .86 | .92 | .86 | .92 |
| 風險認知 <--> 目的地選擇 | .46 | .34 | .57 | .33 | .57 | .34 | .57 |
| 風險認知 <--> 參與意圖 | .37 | .26 | .48 | .26 | .47 | .26 | .47 |
| 目的地選擇 <--> 參與意圖 | .90 | .86 | .95 | .86 | .94 | .86 | .94 |

2. 結構模式分析

(1) 結構模式配適度分析

由運動觀光客對目的地選擇與參與意圖之 CFA 模式檢驗各變項信效度皆符合標準，因而針對整體結構模式進行配適度評鑑(請參閱表 4-24)。模式配適指標之絕對配適指標中，除檢定 χ^2 之 p 值為顯著，如前所述 χ^2 之 p 值顯著有兩種可能：一是大樣本所造成；另一個原因是模型配適度不好，為釐清此，本研究採用 Bollen-Stine bootstrap p 值校正法，利用取出放回的重抽樣技術，檢驗模型配適度(張偉豪，2011；Bollen & Stine, 1992)。經 1000 次之 bootstrap 後，得到 1000 次模型是配適度良好，而下一次出現差的模型機率為.001，因此，CFA 模式之 p 值為.99，顯示最大概法之 p 值顯著係樣本造成，而非模型之配適度不好所造成。

其次就模式其餘之配適度指標評鑑(如表 4-24)，由絕對配適指標中檢定，除 χ^2/df 為 4.02，高於受值 3，其餘之 GFI 為.94、AGFI 為.90、RMR 為.05、SRMR 為.02、RMSEA 為.08、CN 值為 202，均符合標準；而從增值配適指標來看，NFI 為.97、RFI 為.96、NNFI 為.97、IFI 為.98、CFI 為.98，均超過接受值.90；再從簡效配適指標來看模式是否具備簡效性，PGFI 為.55、PCFI 為.68、PNFI 為.67，皆大於接受值.5，顯示該模式通過配適度之檢驗。

綜合上述，顯示由樣本資料分析所得之模式是一個配適良好的模式，能解釋運動觀光客特質、運動觀光客風險認知、運動觀光客動機、運動觀光客經驗對運動觀光客目的地選擇與運動觀光客參與意圖之影響，研究假設之運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式配適度良好成立，以下將驗證研究模式各變項間的路徑效果分析及整體研究模式之解釋力。

表 4-24 運動觀光客對目的地選擇與參與意圖結構模式配適指標表

| 配適度考驗指標 | 接受值 | 結構模式 | 是否接受 |
|-------------|-------------|---------------|------|
| 絕對配適指標 | | | |
| χ^2 值 | $P > .05$ | 184.81(p=.00) | 未接受 |
| χ^2/df | ≤ 3 | 4.02 | 未接受 |
| GFI | ≥ 0.9 | .94 | 接受 |
| AGFI | ≥ 0.9 | .90 | 接受 |
| RMR | ≤ 0.05 | .05 | 接受 |
| SRMR | ≤ 0.05 | .02 | 接受 |
| RMSEA | ≤ 0.08 | .08 | 接受 |
| CN | ≥ 200 | 202 | 接受 |
| 增值配適指標 | | | |
| NFI | ≥ 0.9 | .97 | 接受 |
| RFI | ≥ 0.9 | .96 | 接受 |
| TLI(NNFI) | ≥ 0.9 | .97 | 接受 |
| IFI | ≥ 0.9 | .98 | 接受 |
| CFI | ≥ 0.9 | .98 | 接受 |
| 簡效配適指標 | | | |
| PGFI | ≥ 0.5 | .55 | 接受 |
| PCFI | ≥ 0.5 | .68 | 接受 |
| PNFI | ≥ 0.5 | .68 | 接受 |

(2) 路徑效果分析與討論

運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式經由 SEM 估計各構面間的徑路關係(表 4-25)，其徑路值係採用標準化係數，各路徑係數分別是：觀光客特質→風險認知(.36)；觀光客特質→觀光客動機(.97)；觀光客特質→觀光客經驗(.92)；風險認知→觀光客動機(.07)；風險認知→觀光客經驗(.11)；觀光客動機→目的地選擇(.65)；觀光客經驗→目的地選擇(.34)；目的地選擇→參與意圖(.93)，上述模式中所有路徑值皆達到顯著水準。

表 4-25 運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式路徑關係檢定表

| 路 徑 | 路徑值 | 徑路之 t 值 |
|-----------------------|-----|---------|
| 觀光客特質 → 風 險 認 知 | .36 | 6.38* |
| 觀光客特質 → 觀 光 客 動 機 | .97 | 33.23* |
| 觀光客特質 → 觀 光 客 經 驗 | .92 | 31.83* |
| 風 險 認 知 → 觀 光 客 動 機 | .07 | 3.08* |
| 風 險 認 知 → 觀 光 客 經 驗 | .11 | 4.21* |
| 觀 光 客 動 機 → 目 的 地 選 擇 | .65 | 5.06* |
| 觀 光 客 經 驗 → 目 的 地 選 擇 | .34 | 2.73* |
| 目 的 地 選 擇 → 參 與 意 圖 | .93 | 19.21* |

在探討變項間之路徑效果時，對內生潛在變項而言，包含外生潛在變項的直接效果及其透過其他變項所產生的間接效果，因此，總效果係為直接效果與間接效果的加總。針對本研究運動觀光客對目的地選擇與參與意圖結構模式，顯示顯示運動觀光客風險認知顯著受到運動觀光客特質直接影響；運動觀光客動機與運動觀光客經驗皆受到運動觀光客風險認知直接顯著影響，同時受到運動觀光客特質之直接與間接影響；運動觀光客目的地選擇受到運動觀光客動機與運動觀光客經驗的直接顯著影響，同時受到運動觀光客特質與運動觀光客風險認知之間接影響；運動觀光客參與意圖受到運動觀光客目的地選擇之直接顯著影響，同時受到運動觀光客特質、運動觀光客風險認知、運動觀光客動機、運動觀光客經驗之間接影響（請參閱表 4-26）。

其次，就各變項分析之，從樣本資料中發現運動觀光客參與意圖受到運動觀光客目的地選擇之影響最大(.93)，以下依序為運動觀光客特質(.91)、運動觀光客動機(.60)、運動觀光客經驗(.32)、運動觀光客風險認知(.08)；運動觀光客目的地選擇受到運動觀光客特質之影響最大(.97)，以下依序為運動觀光客動機(.65)、運動觀光客經驗(.34)、運動觀光客風險認知(.09)；運動觀光客經驗則受運動觀光客特質影響較大(.96)，而受運動觀光客風險認知影響較小(.11)；運動觀光客動機亦受運動觀光客特質影響較大(.99)，而受運動觀光客風險認知影響較小(.07)；至於運動觀光客風險認知只受到運動觀光客特質之影響(.36)。此外，由運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式得知（請參閱圖 4-3-2），各潛在變項對模式的變異解釋力(R^2)分別為：運動觀光客特質、運動觀光客動機、運動觀光客經驗、運動觀光客風險認知對運動觀光客目的地選擇的解釋力高達 97%，而運動觀光客目的地選擇、運動觀光客特質、運動觀光客動機、運動觀光客經驗、運動觀光客風險認知對運動觀光客參與意圖的解釋力為 86%。因此，本研究之實證資料中顯示各潛在變項對整體模式的解釋力均良好，亦即本研究理論所發展之模式確實能以運動觀光客特質、運動觀光客動機、運動觀光客經驗、運動觀光客風險認知預測其影響運動觀光客對目的地選擇與參與意圖。

表 4-26 運動觀光客對目的地選擇與參與意圖模式潛在變項間各項效果值

| | | 風險 認知 | 觀光客 動機 | 觀光客 經驗 | 目的地 選擇 | 參與 意圖 |
|-------|------|----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| 觀光客特質 | 直接效果 | .36 | .97 | .92 | — | — |
| | 間接效果 | — | .02 | .04 | .97 | .91 |
| | 整體效果 | .36 | .99 | .96 | .97 | .91 |
| 風險認知 | 直接效果 | — | .07 | .11 | — | — |
| | 間接效果 | — | — | — | .09 | .08 |
| | 整體效果 | — | .07 | .11 | .09 | .08 |
| 觀光客動機 | 直接效果 | — | — | — | .65 | — |
| | 間接效果 | — | — | — | — | .60 |
| | 整體效果 | — | — | — | .65 | .60 |
| 觀光客經驗 | 直接效果 | — | — | — | .34 | — |
| | 間接效果 | — | — | — | — | .32 |
| | 整體效果 | — | — | — | .34 | .32 |
| 目的地選擇 | 直接效果 | — | — | — | — | .93 |

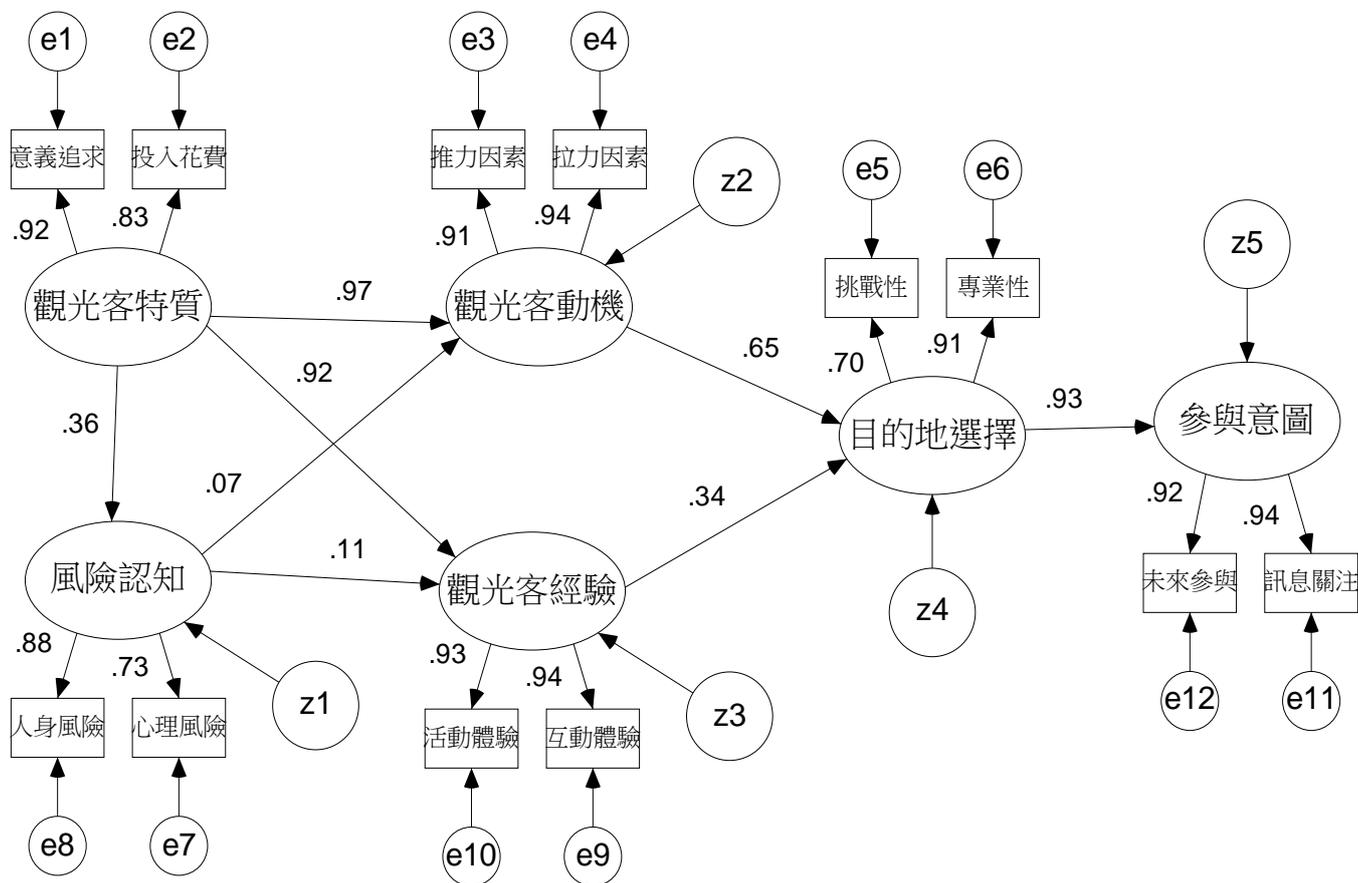


圖 4-2 運動觀光客對目的地選擇與參與意圖結構模式圖

六、結論與建議

本研究從運動觀光客之特質、動機、風險認知、經驗對目的地選擇與參與行為現況之探討，比較不同背景運動觀光遊客在上述變項中之差異，同時進行建構運動觀光客之特質、動機、風險認知、經驗對目的地選擇與參與行為之影響模式。經由回收有效問卷 1,642 份之分析，所得結果與建議如下：

(一) 結論

- 由現況調查顯示，主要結論如下：(1) 臺灣運動觀光客人口變項以男性、21-30 歲、大學、居住南部、學生、月收入 19999 元以下者佔多數；臺灣運動觀光客參與頻率與強度為一年旅遊與運動觀光參與高於一般民眾，運動喜好及參與運動觀光強度約在中等程度；(3) 臺灣運動觀光客參與類型主要為球類、健身、陸域及水域運動觀光；(4) 臺灣運動觀光客特質主要為「意義追求」與「投入行為」兩類；(5) 臺灣運動觀光客參與動機主要為「拉力因素」與「推力因素」兩類；(6) 臺灣運動觀光客體驗主要為「互動體驗」與「活動體驗」兩類；(7) 臺灣運動觀光客風險認知主要為「社會風險」與「人身風險」；(8) 影響臺灣運動觀光客目的地選擇因素主要為「專業性」、「挑戰性」及「熟悉性」；(9) 影響臺灣運動觀光客參與意圖主要為「訊息關注」及「參與意願」。
- 比較受試者不同背景分析結果如下：(1) 性別比較結果，男性僅在「挑戰性」構面顯著高於女性，其餘構面並無顯著差異；(2) 不同年齡層運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖大都有顯著差異，除「21-30 歲」年齡層各項分數明顯低於其他年齡層外，其餘低年齡層有明顯高於高年齡層之趨勢；(3) 不同教育程度運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認

知、目的地選擇及參與意圖，除心理風險與整體運動觀光風險沒顯著外，其餘構面均有顯著差異；(4)不同職業運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖，除心理風險與整體運動觀光風險沒顯著外，其餘構面均有顯著差異；(5)不同月收入運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖，除「心理風險」與「整體運動觀光風險」沒顯著外，其餘構面均有顯著差異；(6)不同居住地區運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖均有顯著差異；(7)不同運動喜好程度之運動觀光客，除「身體風險」、「心理風險」、「整體運動觀光風險」及「熟悉性」等構面沒有顯著外，其餘構面均有顯著差異；(8)不同參與頻率之運動觀光客，除「身體風險」、「心理風險」及「整體運動觀光風險」等構面沒有顯著外，其餘構面均有顯著差異；(9)不同參與激烈程度運動觀光客，除「身體風險」、「心理風險」及「整體運動觀光風險」等構面沒有顯著外，其餘構面均有顯著差異。從上述結果顯示，背景變項除性別外，其餘不同項背景變項對之運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知（部分背景變項不顯著）、目的地選擇及參與意圖大都有顯著差異。

3. 以驗證性因素分析(CFA)評鑑遊客角色、風險認知與刺激尋求對運動觀光參與意圖影響模式中各變項，檢驗各觀察變項能否正確測量潛在變項，及觀察變項與潛在變項之信效度，包含估計方法之選擇、檢驗違犯估計、CFA 模型配適度評鑑、檢驗證收效度、檢驗區別效度，其各項適配度評鑑指標均屬適配範圍，顯示本研究所建構之模式是一個適配良好的模式。其次，運動觀光客的參與行為受目的地選擇影響最大，其次依序為特質、動機、體驗及風險認知，而運動觀光客目的地選擇受其特質之影響最大，其次依序為動機、體驗、風險認知，運動觀光客體驗則受其特質影響較大，而受風險認知影響較小，運動觀光客動機受其特質影響較大，而受其風險認知影響較小，運動觀光客風險認知只受其特質之影響，上述運動觀光客之特質、動機、體驗、風險認知對其目的地選擇的解釋力高達 97%，而運動觀光客目的地選擇、特質、動機、體驗及風險認知對運動觀光客參與行為的解釋力為 86%。顯示本研究之實證資料顯示各潛在變項對整體模式的解釋力均良好，亦即本研究所發展之模式能以運動觀光客特質、動機、體驗、風險認知預測其目的地選擇與參與行為。

(二) 建議

1. 從參與者現況分析，發現臺灣運動觀光客人口變項以男性、21-30 歲、大學、居住南部、學生、月收入 19999 元以下者佔多數，參與運動觀光之頻率與強度為高於一般民眾，而運動喜好及參與運動觀光強度約在中等程度，而參與類型主要為球類、健身、陸域及水域運動觀光，顯示運動觀光活動逐步在台灣民眾休閒行選擇上有提昇之趨勢。顯示未來政府的運動休閒政策應可考投入更多的資源與人力，對於提升國民健康與運動人口應有極大效益。而產業亦可針對運動觀光人口的提升，規劃相關產品與活動吸引民眾的加入，對產業經營、就業市場與國民健康均有助益。
2. 從不同背景運動觀光客參與行為比較，發現運動觀光客在年齡、職業、居住地區、運動觀光參與頻率、激烈程度在特質、動機、體驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖上有顯著差，顯示不同背景運動觀光客有其不同消費需求，經營者宜針對不同背景運動觀光客需求加以規劃合與設計合適的產品，以滿足其不同的需求與選擇。而政府或活動主辦單位，在規劃或辦理運動觀光活動宜考量不同參與者需求，規劃不同運動觀光活動滿足他們需求。
3. 從運動觀光客目的地選擇與參與意圖影響因素模式驗證分析，運動觀光客的參與意圖受目的地選擇影響最大，其次依序為特質、動機、體驗及風險認知，而運動觀光客目的地選擇受其特質之影響最大，其次依序為動機、體驗、風險認知，而運動觀光客體驗則受其特質影響較大，運動觀光客動機受其特質影響較大，上述運動觀光客之特質、動機、體驗、風險認知對其目的地

選擇的解釋力高達 97%，而運動觀光客目的地選擇、特質、動機、體驗及風險認知對運動觀光客參與行為的解釋力為 86%，顯示各潛在變項對整體模式的解釋力均良好，亦即本研究所發展之模式能以運動觀光客特質、動機、體驗、風險認知預測其目的地選擇與參與行為。運動觀光產業經營者若能針對運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知加以規劃與設計合適的產品，並滿足不同特質、動機、經驗、風險認知之運動觀光客需求，應能有效提昇其消費選擇與意願。尤其業者更應針對不同特質與動機之運動觀光客設計不同產品，因為這二項因素對運動觀光客目的地選擇與參與行為影響最為關鍵。

4. 針對未來研究方面，從本研究結果顯示運動觀光客的風險認知對參與意圖與目的地選擇之解釋力並不高，與過相關文獻研究有些不同，其原因不知是量表內容效度或有其他原因所造成，未來可進一步針對運動觀光客的風險認知衡量指標加探討，或針對運動觀光客的風險認知與參與行為關係加以探討，以確認運動觀光客的風險認知衡量指標，或深入瞭解運動觀光客的風險認知與參與行為關係。其次有關「性別」在各項運動觀光客目的地選擇與參與意圖影響因素不顯著，以及「21-30 歲」年齡層運動觀光客之目的地選擇與參與意圖影響因素顯著低於其他年齡層之原因，未來可進一步加以探討。

參考文獻

- 王俊明(1999)。問卷與量表的編製及分析方法。載於張至滿、王俊明主編：**體育測驗與評價**（139-158 頁）。台北市：中華民國體育學會。
- 行政院(2011)。改善國民運動環境與打造運動島計畫(99年1月7日核定：院臺體字第0990090194號)。2011年12月21日，取自行政院網址<http://www.ey.gov.tw/ct.asp?xItem=66262&ctNode=2907>
- 行政院體育委員會(2011)。施政重點_行政院體委會中程施政計畫(九十九至一0二年度)。2011年12月21日，取自行政院體委會網址<http://www.sac.gov.tw/WebData/WebData.aspx?wmid=187&WDID=2135>。
- 吳明隆(2005)。問卷分析與應用統計—統計應用學習實務SPSS(二版)。台北：知城數位科技。
- 吳明隆、涂金堂(2006)。SPSS與統計應用分析。台北市：五南圖書。
- 吳姿瑩、卓俊伶(1998)。健康促進模式與健身運動促進。**中華體育季刊**，12(1)，51-62。
- 邱皓政(2006)。量化研究與統計分析-SPSS中文視窗版資料分析範例解析。台北：五南圖書。
- 林正峰(2006)。一場馬拉松帶進七十億元經濟效益。商業周刊，991，12-15。
- 林洧楨(2012)。跑瘋了！飆汗飆出600億商機。Yahoo!奇摩部落格，2012年11月20日取自<http://tw.myblog.yahoo.com/yahoo-godfather/article?mid=21806>
- 林鈺穎(2000)。情境因素對選擇遊樂區影響之研究。未出版，台灣大學園藝學研究所碩士論文，台北市。
- 黃耀宗、季力康(2001)。養成良好運動習慣的行為改變策略及方法。**大專體育**，53，86-91。林耀豐、丁文琴(2003)。規律運動行為對健康促進效果之影響—以臺灣地區論文為析論主體。**成大體育**，36(3)，32-47
- 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。
- 項退結(1989)。邁向未來的哲學思考。台北市：三民。
- 張嵐蘭(2002)。遊客度假生活型態與旅遊目的地選擇偏好關係之研究。未出版，大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文，彰化縣。
- 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**，20，49-62。
- 蔡麗伶譯(1990)。旅遊心理學(譯自E. J. Mayo & L. P. Jarvis, 93-231)。台北：揚智文化。
- 顏家芝(1994)。旅遊目的地選擇過程及策略之探討。**戶外遊憩研究**，7(1)，105-119。
- Aubert-Gamet, V. Gova & C, B. (1996). The design of the service areas to the test of postmodernity.

- Management*, 2, 131-152.
- Amirou, R. (2000). Lmaginaire cultural tourism in Local tourism: A culture of l'exotisme. L'Harmattan, tourism and companies.
- Ankomah, P. K., Crompton, J. L. and Baker, D., (1996). Influence of cognitive distance in vacation Choice. *Annals of Tourism Research*, 23 (1), 138-150.
- Baloglu, S., & McCleary, K.W. (1999a). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999b). US international pleasure travelers' images of four Mediterranean destinations: A comparison of visitors and nonvisitors. *Journal of Travel Research*, 38(2), 144 – 152.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999a). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868 – 897.
- Ballofet, P. Rigaux-Bricmont & B. (1998). The importance of risk in the choice of infusion tourist trips. *Management*, 6 (11-12), 37-51.
- Beedie, P. (1994). Risk Taking: The Consensus View. *The Journal of Adventure Education and Outdoor Leadership*, 11(2), 13-17.
- Berli, A., & Martin, J. D. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: A quantitative analysis – A case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25(5), 623–636.
- Besancenot, P. (1990). *Climat et Tourisme*. Paris: Masson Editeur.
- Bessiere, J. (2000). *Values and imaginary rural tourism in Local tourism: A culture l'exotisme Q25*. Harmattan: tourism and companies.
- Biddiscombe, R. (2004). The business of sports tourism. Deloitte, UK: Sport Business Group.
- Bonnin, G. (2000). *The shopping experience: conceptualization and exploration of the roles of the physical behavior and management of space*. for PhD Thesis management science, Dijon.
- Bigne, E. J., Sanchez, I. M., & Sanjez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter-relationship. *Tourism Management*, 22, 607-616.
- Bourgeon, D. C & Puhl, M. (2000). The behavior of attendance of cultural events: the individual experience in search of social ties. in XV the day national IAE, Q27 Biarritz, 1-18.
- Bouchet, P., Lebrun, A. M. & Auvergne, S. (2004). Sport tourism consumer experiences: A comprehensive model. *Journal of Sport Tourism* 9(2), 127-140.
- Chang, C. Y., Liu, C. C., Liu, Y. H., & Ni, K. L. (2008). A study of active sport tourism participation and the characteristics of sport tourists in Taiwan. The 7th Asia Pacific Forum for Graduate Students' Research in Tourism & Hospitality. 3-4 June 2008, 2008, 325-326.
- Caru, A. & Cova, B. (2003). Revisiting consumer culture experience: A more humble and complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3(2), 267-286.
- Chalip, L., Green, B. C., & Vander, L. (1998). Sources of interest in travel to the. Olympic Games. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 7-22.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Sociological Research*, 39 (1), 164–182.
- Cooper C., Fletcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D., & Sherpherd, R. (1998). *Tourism principles and practice* (2nd ed.). New York: Addison Wesley Longman.
- Correia, A., do Valle, P., & Moço, C. (2007). Why people travel to exotic places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1):45-61.
- Coshall, J. T. (2003). The threat of terrorism as an intervention of international travel flows. *Journal of Travel Research*, 42(1), 4-12.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism research*, 8(2), 187-219.
- Dickson, T. J., & Tugwell, M. (Eds.). (2000). The risk management document: strategies in risk management for outdoor and experiential learning. Sydney, NSW: Outdoor Recreation Industry Council (NSW).
- Dienot, J. & Theiller, D. (1999). *Les nouveaux loisirs sportifs en montagne. Les aventuriers du quotidien*. Bordeaux: Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.
- Downward, P. (2005). Critical (realist) reflection on policy and management research in sport, tourism and sports tourism. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 302-322.
- Fink, J. S., Trail, G. T., & Anderson, D. F. (2002). An examination of team identification: Which motives are most salient to its existence? *International Sport Journal*, 6, 195-207.

- Fridgen, J. (1971). Educational Institute, American Hotel and Motel Association.
- Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L. and Thapa, B. (2004). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15 (2), 19-38.
- Fridgen, J. (1984). Environmental psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 11, 19–39.
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.
- Eischer, G. N. (1981) . La psychosociologie de l'espace (Paris: PUE, coll Que sais je? n°1925).
- Funk, D. C., Mahony, D. F., Nakazawa, M., & Hirakawa, S. (2001). Development of the sport interest inventory (SII): Implication for measuring unique consumer motives at team sporting events. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 3(3), 291-317.
- Gallarza, M., Gil Saura, I., & Calderón Garcia, H. (2002). Destination image: towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56–78.
- Gibson, H. J. (1998a). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45–76.
- Gibson, H. J. (1998b). Active sport tourism: Who participates? *Leisure Studies*, 17(2), 155-170.
- Gibson, H. J, Attle, S. P. and Yiannakis, A. (1998). Segmenting the active sport tourist market: A life-span Perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 4 (1), 52–64.
- [41] Sport Tourism International Council Research Unit. (1997). Content analysis of tourism schedules. *Journal of Sport Tourism*, 4(1). 1998, 12, 21.
- Gibson, H. J. (2004). Moving beyond the ‘what is and who’ of sport tourism to understanding ‘why’. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 247-265.
- Gibson, H.J., Qi, C., & Zhang, J. (2008). Destination image and intent to visit china, and the 2008 Beijing Olympic games. *Journal of Sport Management*, 22(4), 427-450.
- Graburn, N. H. H. (1989). Tourism: The sacred journey. In V. Smith (Ed.), *Hosts and Guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Graillot, L. (1996). *Segmentation, choice of targets and product positioning tourism: a methodological approach*. Thesis for PhD, Management Science, Dijon.
- Gunn, C.A. (1972). *Vacationscape: Designing tourist regions*. Austin, TX: Bureau of Business Research, University of Texas.
- Haddock, C. (1993). *Managing risks in outdoor activities*. Wellington, NZ: New Zealand Mountain Safety Council.
- Harris, J. (2006) The science of research in sport and tourism: some reflections upon the promise of the sociological imagination. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 153-171.
- Hass, G. E., Driver, B.L., & Brown, P. J. (1980). *Measuring Wildness Recreation Experience*. Durham, New Hampshire: *Proceedings of the Wildness Psychology Group*.
- Hay, B. (1989) Leisure day trips: the new tourism. In D. Botterill (Ed.), *Tourism and leisure (part two): Markets, users and sites*. Eastbourne: Leisure Studies Association.
- Heino, A., van der Molen, H. H., & Wilde, G. J. S. (1996). Risk perception, risk taking, accident involvement and the need for stimulation. *Safety Science*, 22(1-3), 35-48.
- Hennessey, S. M., MacDonald, R. M., & MacEachern, M. (2008). A framework for understanding golfing visitors to a destination. *Journal of Sport and Tourism*, 13 (1), 5-35. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1621702>
- Holbrook, M. B. (1999). *Consumer value. A framework for analysis and research*. London: Routledge.
- Hoye, R., & Lillis, K. (2008). Travel motivations of Australian football league fans: An exploratory study. *Managing Leisure*, 13(1), 13-22.
- Hunt, J. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research*, 13(winter), 1-7.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: a rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9, 256-262.
- James, J. D., & Ridinger, L. L. (2002). Female and male sport fans: A comparison of sport consumption motives. *Journal of Sport Behavior*, 25(3), 260-278.
- James, J. D., & Ross, S. D. (2004). Comparing sport consumer motivations across multiple sports. *Sport Marketing Quarterly*, 13(1), 17-25.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31-36.
- Kahl, L. R., Kenneth, M. K., & Gregory, M. R. (1996). A functional model of fan attendance motivations for college football. *Sport Marketing Quarterly*, 5(4), 51–61.

- Kaplanidou, K. (2007). Affective event and destination image: their influence on Olympic travelers' behavioral intentions. *Event Management, 10*(2), 159–173.
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007a). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport & Tourism, 12*(3-4), 183-206.
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007b). Path analysis of sport event image influence on spectators' intentions to revisit the hosting destination. Paper presented at the 22nd North American Society for Sport Management, Ft. Lauderdale.
- Kelly, J. R. (1987). *Freedom to be – A new sociology of leisure*. NY: Macmillan.
- Kim, N., & Chalip, L. (2004). Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest, and constraints. *Tourism Management, 25* (6), 695–707.
- Kotler, P., Makens, J. C., & Bowen, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism* (3rd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kozak, M., Crotts, J., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travelers. *International Journal of Tourism Research, 9*(4), 233–242.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2005). Sports tourism consumer motivation. *Journal of Sport Tourism 10*(1), 21-31.
- Lau, L. S., & Mckercher, B. (2004). Exploration versus acquisition: A comparison of first-time and repeat visitors. *Journal of Travel Research, 42*(3), 279-285.
- Lawson, R. (2010). Red bull air race cancelled worldwide. Retrieved 19th September 2012, from <http://www.perthnow.com.au/business/business-old/red-bull-airrace-cancelled-worldwide>.
- Leas, L. and McCabe, M. (2007). Health behaviors among individuals with schizophrenia and depression. *Journal of Health Psychology, 12*(4), 563-579.
- Lee, T. H. & Grompton, J. (1992). Measuring novelty seeking in tourism. *Annals of Tourism Research, 19*(4), 732-751.
- Lei, H. (2007). Olympic budget raised to \$ 2 billion. Chinadaily.com.cn. Retrieved on July 11, 2008 from http://www.chinadaily.com.cn/china2007-10/19/content_6191317.htm.
- Lepp, A., & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research, 30*(3), 606–624.
- Lepp, A., & Gibson, H. (2008). Sensation seeking and tourism: Tourist role, perception of risk and destination choice. *Tourism Management, 29*(4), 740-750.
- Locker, L. E. & Perdue, R. R. (1992). A benefit based segmentation of a nonresident summer travel market. *Journal of Travel Research, 31*(1), 30-35.
- Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., & Chang, R. C. Y. (2009). Health or self-indulgence? the motivations and characteristics of spa-goers. *International Journal of tourism research, 11*(2), 185-199.
- Mansfield, L. (2007). Involved-detachment: A balance of passion and reason in feminisms and gender-related research in sport, tourism and sports tourism. *Journal of Sport & Tourism, 12i*(2), 115-142.
- Maffesoli, M. (1988). *The time of the tribes: the decline of individualism companies in mass*. klincksiek Meridians: The Pocket Book.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Harlow, UK: Longman.
- Mayo, E. & Jarvis, L. (1981). *The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel services*. Boston: CBI Publishing Co., Inc.
- McIntosh, R. W., Charles R. G. & Brent Ritchie, J. R., (1996). *Tourism principles, practices and philosophies*. New York: John Wiley & Sons.
- McMath, B. F. & Prentice-Dunn, S. (2005). Protection motivation theory and skin cancer risk: The role of individual differences in responses to persuasive appeals. *Journal of Applied Social Psychology, 35*(3), 621-643.
- Mermet, G. (1996). *Trends, new consumer*. Paris: Larousse.
- Mintel International Group. (1995). *Activity holidays in the UK*. London: Author.
- Miranda, J. & Andueza, J. (2005). The role of sport in the tourism destinations chosen by tourists visiting Spain. *Journal of Sport Tourism 10*(2), 143–145.
- Mo, C., Havitz, D. R., & Howard, M. E. (1994). Segmenting travel markets with the International Tourist Role (ITR) scale. *Journal of Travel Research, 33*(1), 24-31.
- Neale, L., & Funk, D. (2006). Investigating motivation, attitudinal loyalty and attendance behaviour with fans of Australian football. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship, 7*(4), 307-317.
- Neirotti, L. D. (2003). An introduction to sport and adventure tourism. In Hudson, S. (Ed.), *Sport and*

- adventure tourism*. Haworth: Binghamton, NY, 1-25.
- Neirotti, L. D., & Hilliard, T. W. (2006). Impact of Olympic spectator safety perception and security concerns on travel decisions. *Tourism Review International*, 10 (4), 269-284.
- Nickerson, N. P. & Ellis, G. D. (1991). Traveler types and activation theory: a comparison of two models. *Journal of Travel Research*, 29(3), 26-31.
- Nogawa, H., Yamaguchi, Y., & Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in Sport-for-All events. *Journal of Travel Research, Fall*, 35(2), 46-54.
- Otto, J. E. & Ritchie, J. R. B., (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165-174.
- Papadimitriou, D., Gibson, H. (2008). Benefits sought and realized by active mountain sport tourists in Epirus, Greece: Pre- and post-trip analysis. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (1), 37-60.
- Pechmann, C., Zhao, G., Goldberg, M. E., and Reibling, E. T. (2003). What to convey in antismoking advertisements for adolescents: The use of protection motivation theory to identify effective message themes. *Journal of Marketing*, 67(2), 1-18.
- Pearce, P. (1982). *The social psychology of tourist behaviour*. Oxford: Pergamon.
- Pearce, P. L. (1988). The Ulysses factor: Evaluating visitors in *tourist settings*. New York: Springer Verlag.
- Pearce, P. L., Lee, U. I. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237.
- Petri, H. L. Govern J. M. (2012). *Motivation: Theory, research, and application* (6th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Pigeasseau, C. (1997). Sports and tourism: The emergence of sport into the offer of tourism. An overview of the French situation and perspective. 1998/12/21 Available at <http://www.Mcb.co.uk/journals/jst/archive/vol4nol/htm>.
- Pike, S., & Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective and conative perceptions. *Journal of Travel Research*. 42(4), 333-342.
- Plog Research Incorporated (1987). "California travelers' perception of British Columbia and Vancouver: Results of the Research", Prepared for Ministry of Tourism, Recreation and Culture, Government of British Columbia. Victoria, Canada. May 1987. pp. 1-35.
- Plog, S. C. (1991). *Leisure travel: Making a growth market ...again!* New York: Wiley and Sons.
- Poulain, J. P. (2000). *The gastronomic heritage and tourist leirs valuations in Local tourism: a culture of l'exotisme*. L'Harmattan, tourism and companies.
- Priest, S., & Gass, M. A. (1997). *Effective leadership in adventure programming*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Qi, C., Gibson, H., & Zhang, J. (2009). Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14 (1), 43-67.
- Reilly, R. T., (1989). *Travel & tourism marketing techniques*. Albany: Delmar Publishers.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43, 212-225.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2006). Cultural differences in travel risk perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1), 13-31.
- Remy, E. (2000). *The social link exchanges merchants service: service concept link and trim social*. Doctoral Thesis in Management Science, University of Rouen.
- Remy, J. (1994). The paradoxical involvement in the tourist experience. *Sociological Research*, 2, 61-78.
- Rinaldi, G. (2011). *Sport tourism: An exploration of the motivations and tourism experiences of Australian Football League Sport Tourists Travelling to Western Australia*. Australia: Edith Cowan University.
- Robinson, T., & Gammon, S. (2004). A question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 221-233.
- Robinson, M. J., Trail, G. T., Dick, R. J., & Gillentine, A. J. (2005). Fans vs. spectators: An analysis of those who attend intercollegiate football games. *Sport Marketing Quarterly*, 14 (1), 43-53.
- Roehl, W. S. & Fesenmaier, D. R. (1992). Tourism land use conflict in the United States. *Annals of Tourism Research*, 14 (4), 471-485.
- Rogers, R. W. (1975). A protection motivation theory of fear appeals & attitude change. *Journal of psychology*, 91(1), 93-114.
- Rothschild, M. L. (1984). Perspectives on involvement: current problems and future directions. *Advances in Consumer Research*, 11 (1), 216-217.

- Ryan, C. (1991). *Recreational tourism: A social science perspective*. London: Routledge.
- Sandman, P. M. (2003). Beyond panic prevention: Addressing emotion in emergency communication. *Emergency Risk Communication CDC Synergy*.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1), 53-67.
- Seddighi, H., Huttall, M., & Theocharous, A. (2001). Does cultural background of tourists influence the destination choice? An empirical study with special reference to political instability. *Tourism Management*, 22(2), 181-191.
- Schmid, A. and J. de Graaf (1982). *Violence as communication: Insurgent terrorism and the western news media*. Beverly Hills, CA., Sage.
- Segal, M., & Sandman, P. (1990). Is it worth the worry? Determining risk. *FDA Consumer*, 24 (5), 1-4.
- Settle, R. B. & Pamela L. A. (1986). *Why they buy*. New York: John Wiley and Sons.
- Shakya, M. (2009). Risk, vulnerability and tourism in developing countries: The case of Nepal, *Logos-Verlag. Bochum Studies in International Development*, 56, 40-41.
- Shipway, R. & Ian, J. (2008). The great suburban Everest: An 'insiders' perspective on experiences at the 2007 Flora London Marathon. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (1), 61-77.
- Smith, G. V. (1989). The European conference market. *Tourism and Travel Analyst*, 4, 60-76.
- Smith, B., & Weed, M. (2007). The potential of narrative research in sports tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3/4), 249-269.
- Slovic, P. (1990). The legitimacy of public perceptions of risk. *Journal of Pesticide Reform*, 10(1), 13-15.
- Sönmez, S., & Graefe, A. (1998a). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk & safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 172-177.
- Sönmez, S., & Graefe, A. (1998b). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144.
- Sport Tourism International Council Research Unit. (1997). Content analysis of tourism schedules. *Journal of Sport Tourism*, 4(1), 12-21.
- Standeven, J., & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Champaign: Human Kinetics.
- Strazzeri, A. (1994). Measuring sustainable involvement overlooked a product regardless of the risk perçu. *Marketing Research and Applications*, 9 (1), 73-91.
- StudentKind; Sport Tourism Growing Trend; January 19, 2011. Retrieved Dec 10, 2012. <http://www.studentkind.com/blog/?p=116>
- Tasci, A., & Gartner, W.C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.
- Taylor, G. S. (1994). An analysis of the relationship between sources of new employees and attitudes toward the job. *Journal of Social Psychology*, 134 (1), 99-110.
- Taylor, T., & Toohey, K. (2006). Impacts of terrorism-related safety and security measures at a major sport event. *Event Management*, 9 (4), 199-209.
- Toohey, K., Taylor, T., & Lee, C. (2003). The FIFA World Cup 2002: the effects of terrorism on sport tourists. *Journal of Sport Tourism*, 8 (3), 167-185.
- Tourism WA. (2007). Western Australia clinches Hofman Cup for another six years. Retrieved 11th June 2012, from <http://tourism.wa.gov.au>.
- Tourism WA. (2008). Past event highlights. Retrieved 3rd June 2012, from http://tourism.wa.gov.au/Events/Pages/Past_Event_Highlights.aspx.
- Tourism WA. (2011). Hopman Cup XXIII sets new attendance and television ratings records Retrieved 10th of May 2012, from <http://www.tourism.wa.gov.au>.
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-128.
- Um, S, Crompton, J. L. (1999). The roles of image and perceived constraints at different stages in the tourist's destination decision process. In A. Pizam, Y. Mansfeld (Eds.), *Consumer behavior in travel and tourism* (pp. 81-102). New York: Haworth Press.
- Voile, P. (1995). The concept of perceived risk in consumer psychology: Theoretical background and status. *Research and marketing applications*, X, 39-56.
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport & Social Issues*, 19, 377-396.
- Wann, D. L., Schrader, M. P., & Wilson, A. M. (1999). Sport fan motivation: Questionnaire validation, comparisons by sport, and relationship to athletic motivation. *Journal of Sport Behavior*, 22(1), 114-139.

- Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*, 28 (2), 360-377.
- Weed, M. (2005). Sports tourism theory and method: concepts, issues & epistemologies. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 229-242.
- Weed, M. (2006). Sports tourism research 2000–2004: A systematic review of knowledge and a meta-evaluation of method. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1), 5-30.
- Weed, M. (2008a). Sports tourism experiences. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (1), 1–4.
- Weed, M. (2008b). Olympic tourism. Burlington, MA: Elsevier.
- Weed, M., & Bull, C. (2004). *Sports tourism: Participants, policy and providers*. Oxford: Elsevier.
- Wilde, G. J. S. (1999). Risk homeostasis theory: An overview. Paper presented at The 1999 Wilderness Risk Management Conference, Sierra Vista, AZ.
- Williams, B. (2012). Sports Tourism & Health Benefits. USA Today, Travel Trip, 2012, 11, 10. Retrieved Dec 10, 2012. <http://traveltips.usatoday.com/sports-tourism-health-benefits-100378.html>
- Yiannakis, A. & Gibson, H. (1992). Roles tourists play. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 287-303.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- Zom, J., and van Hal, W. (1997). Holiday decision-making in The Netherlands; selection processes with regard to domestic and foreign holiday destinations. *Revue De Tourisme*, 3, 19-26.
- Zuckerman, M. (1983), Sensation seeking and sport. *Personality and Individual Differences*, 4(3), 285-293.

科技部補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現（簡要敘述成果是否有嚴重損及公共利益之發現）或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以 100 字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

論文： 已發表 未發表之文稿 撰寫中(部分投稿撰寫中) 無

專利： 已獲得 申請中 無

技轉： 已技轉 洽談中 無

其他：(以 100 字為限)

(1) Liu, C. C., Chang* C. Y., and Chang, S. M. (2014). Development of the impact of on destination choice and participation intention scale for sport tourists. **The 10th Asian Association for Sport Management Conference** (24-26 June 2014, Taiwan Society for Sport Management, The Garden Villa of Kaohsiung).

(2) Liu, C. C., Chang* S. M., and Chang, C. Y. (2014). A study of the impact factors on destination choice of sport tourists. 2014 International Conference on Tourism and Development: Growth and Diversity (29-30 August 2014, Chiang Mai University, Thailand).

(3) 劉照金、蔡永川、翁守德、莊哲仁(2014)。臺灣運動觀光客之參與行為調查研究(A Study of Sports tourist participation behavior in Taiwan)。第六屆社會體育國際論壇(The 6th International Forum of Social Sport) (17-21 Oct 2014, 武漢，中國)。

(4) 劉照金、張俊一、張淑敏、董 燊(2014)。影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖量表編製之研究。《**國立金門大學學報**》，。(審查中)

3.請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性），如已有嚴重損及公共利益之發現，請簡述可能損及之相關程度（以500字為限）

- (1) 學術成就：本研究主要從運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為理論出發，以探討台灣地區運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為之現況，並比較不同背景運動觀光遊客在上述變項中之差異；並進一步建構運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知對其目的地選擇及參與行為影響模式。本研究結果蒐尋相關資料庫結果，應尚少有類似研究文獻，故本研之工具、在地基礎資料及驗證「運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為模式」之成果應可在相關國內外期刊發表，並提供類似運動觀光學術研究之參考。
- (2) 技術創新：本研究主要探討台灣地區運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為影響模式。國內外應尚少有類似整合性行為模式研究文獻，故本研工具與評估方法及行為模式驗證之研究成果，具有研究議題與研究方法之創新成果。
- (3) 社會影響：本研究焦點為有關台灣地區運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為影響模式之探討，經由此實證研究結果顯示本研究所建構之模式可有效解釋運動觀光客目的地選擇及參與行為。運動觀光產業經營者若能針對運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知加以規劃與設計合適的產品，並滿足不同特質、動機、經驗、風險認知之運動觀光客需求，應能有效提昇其消費選擇與意願。尤其業者更應針對不同特質與動機之運動觀光客設計不同產品，因為這二項因素對而運動觀光客目的地選擇與參與行為影響最為關鍵。

科技部補助計畫衍生研發成果推廣資料表

日期：__年__月__日

| | | | |
|--------------------------|---|----------------------|--|
| 科技部補助計畫 | 計畫名稱：運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知對目的地選擇與參與行為影響之研究 | | |
| | 計畫主持人：劉照金 | | |
| | 計畫編號：NSC 102-2410-H-276 -003 - | | |
| | 領域：運動行政與管理 | | |
| 研發成果名稱 | (中文) | | |
| | (英文) | | |
| 成果歸屬機構 | | 發明人 (創作人) | |
| 技術說明 | (中文) | | |
| | (200-500 字) | | |
| | (英文) | | |
| 產業別 | | | |
| 技術/產品應用範圍 | | | |
| 技術移轉可行性及預期 效益 | | | |

註：本項研發成果若尚未申請專利，請勿揭露可申請專利之主要內容。

科技部補助專題研究計畫出席國際學術會議心得報告_1

日期：102年11月21日

| | | | |
|--------|--|---------|----------------------------|
| 計畫編號 | MOST 102-2410-H-276 -003 - | | |
| 計畫名稱 | 運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知對目的地選擇與參與行為影響之研究 | | |
| 出國人員姓名 | 劉照金 | 服務機構及職稱 | 美和科技大學/教授 |
| 會議時間 | 102年11月17日至 102年11月18日 | 會議地點 | 泰國清邁市 Chiang Mai, Thailand |
| 會議名稱 | (中文)2013 亞洲觀光與文化國際學術研討會 (英文)2013 International Conference on Tourism and Culture in Asia | | |
| 發表題目 | (中文)：遊客角色、風險認知、刺激尋求及運動觀光參與意圖之關係研究 (英文)：The Relationship between Tourist Roles, Perceived Risk, Sensation Seeking, and Participation Intentions in Sport Tourism | | |

一、 參加會議經過

本次會議主要出席泰國清邁市(Imperial Mae Ping Hotel, Chiang Mai, Thailand)舉行兩天 2013 亞洲觀光與文化國際學術研討會。本次研討會由泰國清邁大學(**Chiang Mai University**)觀光系(Department of Tourism)及 Regional Center for Social Science and Sustainable Development [RCSD])主辦，共有全球 24 國 100 餘位學者參與，可說是東南亞重要之觀光與文化國際學術研討會。

二、 與會心得

1. 會議主題為會議主題：(1)提供國際學者、研究人員和學生一個平台，展示亞洲公眾觀光與文化領域之學習和研究成果；(2)加強亞洲觀光和文化等領域之進一步研究與發展的機會；(3)強化亞洲觀光與文化之研究品質。
2. 專題演講 (Keynote speakers)：共有五位學者發表主題演講，演講者及主題如下：(1) Professor Ning Wang, Sun Yat-Sen University, Guangzhou, China, Consumerism, Authenticity and Experiential Embeddedness；(2) Professor Victor T. King, The School of Oriental and African Studies, University of London (SOAS) Professor Michael Hitchcock, Macau University of Science and Technology；(3) Panel Chair: Dr. Chayan Vaddhanaphuti, UNESCO World Heritage Sites in Southeast Asia: Problems and Prospects；(4) professor Erik Cohen, The Hebrew University of Jerusalem, Israel Beyond Eurocentrism in Tourism: A Paradigm Shift to Mobilities；(5) Dr. Stroma Cole, University of the West of England, UK, Commodification of Authenticity。所邀請之專題演講者均為各領域知名學者或知名期刊之主編，對各國新進學者在投稿期刊與學術研究應有極大啟示作用。

3. 口頭發表：本次研討會共有 2 日，共有 24 國 43 篇論文口頭發表，大會安排分文化與觀光及社會動態 (Culture, Tourism and Social Dynamics)、文化遺產與觀光 (Cultural Heritage and Tourism)、觀光與文化和社區 (Tourism, Culture and Community)、動機與認知與偏好及文化遊客 (Motivations, Perceptions, Preferences and Cultural Tourists)、節慶與禮儀和觀光 (Festivals, Rituals and Tourism)、文化與觀光需求 (Culture and Tourist Demand)、民族文化與美食及觀光 (Ethnic Culture, Gastronomy and Tourism)、生態觀光與生態觀光及和當地社區 (Ecotourism, Eco-Tourist and Local Community)、當代文化與觀光議題 (Contemporary Issues in Culture and Tourism) 及文化觀光的規劃與管理 (Planning and Management of Culture for Tourism) 等 10 個議場來分享各國學者之研究成果，顯示主辦單位之認真與用心。
4. 本次參加有關亞洲觀光和文化等領域重要之學術研討會外，本人亦利用空檔考查當地觀光與文化設施與資源，包含當地市區觀光、夜市觀光、廟宇觀光、國家公園及動物園等，發現清邁市內名勝古蹟遍佈，林蔭街道、曲徑幽深、廟宇寶塔林立、奇山秀水、碧波盪漾、煞是迷人，清邁的文化、風俗可說是一個典型傳統泰國風俗文化的發源地及中心點，不愧被國際知名旅遊雜誌《Travel and Leisure》票選 2005 年榮登十大旅遊城市之第五名，清邁擊敗「紐約」、「巴黎」、「東京」、「香港」等知名城市，更於 2010 年獲得亞洲最佳城市獎，顯見清邁迷人之處。

三、發表論文全文或摘要

ABSTRACT

Chao-Chin Liu, Chun-Yi Chang, Yung-Chuan Tsai, Che-Jen Chuang

The purpose of this study is to investigate the relationship between sport tourist roles, perceived risk, sensation seeking, and sport tourists' participation intention in the Taiwan area. The methodology used in the research project therefore focuses on sport tourist roles, perceived risk, and sensation seeking, examining relevant literature and research, and compiling a "Questionnaire on Tourist Roles, Perceived Risk, Sensation Seeking, and Intention to Participate in Sport Tourism." A total of 1,200 questionnaires were distributed to potential sport tourists in the Taiwan area, from which 1,151 valid questionnaires were collected. All data were analyzed using SPSS, and the following results generated: 1) Tourist roles, perceived risk, and sensation seeking were closely related to the participate intention on sport tourists. 2) 53.1% of the variation in sport tourism participation intention were explained by tourist roles, perceived risk, and sensation seeking. Of the other factors, boredom susceptibility was the most significant factor explaining variance (35.2%), followed by thrill and adventure seeking (9.8%), familiarity (4.2%), disinhibition (2.3%), experience seeking (0.9%), equipment risk (0.3%), psychological risk (0.2%) and social risk (0.2%). In conclusion, these results will help us understand the relationship between tourist roles, perceived risk, sensation seeking, and the intention to participate in sport tourism. The results of this research can be provided to operators in the sport tourism industry to help them understand consumer demand for perceived risk and sensation seeking and provide a reference for operators to design products and achieve market differentiation.

KEYWORDS: sport tourism, tourist role, perceived risk, sensation seeking, participation intentions

四、 建議

1. 此次 2013 亞洲觀光與文化國際學術研討會，發現本項會雖然是首次在泰國舉辦，但他們在投入有限之人力與資源下，主辦單位仍將其辦理的頗具特色，包括邀請之專題演講者均為各領域知名學者或知名期刊之主編。
2. 此次 2013 亞洲觀光與文化國際學術研討會，成功吸引各國學者參與頗為踴躍，能吸引 24 個國家及 44 幾篇不同觀光和文化領域論文參與發表，相信除清邁之觀光環境與知名度及消費合理之吸引學者投稿外，主辦單位收費合理及宣傳之努力亦不可或缺。
3. 本次口頭發表共有 24 國 43 篇論文口頭發表，大會安排 10 個不同領域議場來分享各國學者之研究成果，主辦單位能依不同領域與研究主題分享成果，讓學者能充分討論與溝通。
4. 本人利用與大會主席旁坐之機會，建議其明年能繼續主辦此項會議，本人可協助台灣地區宣傳，邀請有興趣學者前往參與學術研討會。

五、 攜回資料名稱及內容

1. 大會手冊一本。
2. 大會論文全文光碟一片。
3. 相關發表者發表摘要四本。
4. 大會宣傳資料三本。

六、 其他

無

科技部補助專題研究計畫出席國際學術會議心得報告_2

日期：103年7月21日

| | | | |
|--------|---|---------|-----------|
| 計畫編號 | MOST 102-2410-H-276 -003 - | | |
| 計畫名稱 | 運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知對目的地選擇與參與行為影響之研究 | | |
| 出國人員姓名 | 劉照金 | 服務機構及職稱 | 美和科技大學/教授 |
| 會議時間 | 103年7月9日至 103年7月12日 | 會議地點 | 大陸四川成都市 |
| 會議名稱 | (中文) 2014年海峽兩岸暨國際體育運動史學術研討會 (英文) 2014 Cross-Strait and International Seminar Of Sports History | | |
| 發表題目 | (中文) 18世紀前運動與觀光之聯結發展對現代運動觀光發展之影響 (英文) The Development of Connections between Sports and Tourism before the 18th Century on Modern Sports Tourism | | |

一、參加會議經過

本次會議主要出席 2014 年大陸四川成都市舉行之「2014 年海峽兩岸暨國際體育運動史學術研討會」。本次研討會由大陸「中國體育科學學會體育史分會」主辦，並由及及成都體育學院承辦，共有澳洲、中、台、日、韓及蒙古等國 150 多位學者參與，可說是兩岸及亞洲體育運動史重要之學術研討會。

二、與會心得

1. 本次會議主題為：「體育·文化：傳承與對話」，研究討會除鼓勵兩岸學者參與外，並歡迎旅日、美、英等學者返國參加研討，本次會議行程包含專題演講、口頭發表及海報發表，其發表內容相當豐富，除可瞭解國際體育運動史研究之趨勢，參與者對體育運動史學之知識與研究方法均相當有收穫。
2. 專題演講共有學者發表主題：(1) 大陸郝勤教授發表「近年中国大陆体育与体育文化研究的进展与问题」；(2) 台灣王建台教授發表「台湾体育文化的传承与发展」；(3) 澳洲西澳大學 (University of Western Australia) Professor Fan Hong發表國際體育史及運動社會研究進展與趨勢等主題，尤其Professor Fan Hong擔任國際運動史期刊 (SSCI) 主編多年，掌握國際運動史學與運動社會學研究趨勢，聽其演講應可充分掌握國際研究趨勢，對於有興趣投稿該期刊應有極大助益。
3. 發表論文：此次本人發表論文題目為「18世紀前運動與觀光之聯結發展對現代運動觀光」，主要在探討探討18世紀前運動與觀光的連結發展，以及對現代運動觀光發展的影響，此主題與本人運動觀光研究專長相符合，只題從歷史方法探討運動觀光發展之脈絡，發表會中雖因時間相當有限無法暢所欲言，但從交流中獲得與會人員不少回饋，可見此運動觀光主題在歷史方法研究中仍有不少發展空間，從中亦可提供與會人員不少有關運動史研究之材料與方向。
4. 口頭發表：本次研討會共有二日發表行程，相關論文內容頗為豐富，除分享研究主要成果外，並提供國際或亞洲及兩岸體育運動史學研究之趨勢，以作為未來推動體育運動史學研究交

流之參考。發表論文全文或摘要

5. 海報發表：本次研討會共有百餘篇海報發表論文，大都為兩岸年輕學者或研究生論文發表，其內容相當多元，除了有世界體育運動史學研究內容外，也有多篇兩岸體育運動文化之史學研究論文。
6. 運動觀光考察：本次參加2014年海峽兩岸暨國際體育運動史學術研討會外，本人亦利用空檔考查當地民眾之運動觀光參與行為及設施與規劃，包含四川旅遊地區民眾參與運動觀光之行為與設施，本人粗淺認為為大陸民眾旅遊中從事運動情形仍不多，行程中雖發現有少數民眾從事運動觀光與體育旅遊廣告，但在整體民眾旅遊行仍屬少數，多數民眾仍以社區之運動休閒為主，有關運動觀光設施與產業仍未見開發，其觀念與產業發展仍待開發。

三、 發表論文全文或摘要

The Development of Connections between Sports and Tourism before the 18th Century on Modern Sports Tourism

Chao-Chin Liu Mei-Hsiu Hsu Chih-Hao Tsao

Abstract

The **purpose** of this article is to investigate the development of the connections between sports and tourism before the 18th Century as well as their impact on modern sports tourism. The research **method** used a historical perspective from a literature review that examines the development of these connections in ancient Greece, ancient Rome, the Middle Ages, and the pre-modern period as well as the impact of these developments. The **results** of the study are as follows: (1) The development of the connections before the 18th century includes the following: in ancient Greece, where it became the main purpose for travel with the development of an embryonic industry to meet the demand for tourist travel to tournaments and providing related services. In ancient Rome, travel for sports was also common. At the same time spa travel as well as the ball games and sports entertainment culture were also prevalent. During the Middle Ages, sporting power, tours, travel documents, a professional sports training and coaching system, and international sports tourism emerged gradually. During the pre-modern period, the spread of the Grand Tour, spa medicine, colonial sports, and Chinese martial arts had a considerable effect on the development of sports tourism. (2) The effects of the development of the links between sports and tourism on modern sports tourism include: sports tourism in ancient Greece and the development of an embryonic industry, the effect of ancient Rome on the establishment of sports entertainment culture, the establishment of the concept and institutions of sports tourism during the Middle Ages, and the dissemination of sports tourism and its development as an industry during the pre-modern period. The development of these connections was crucial for modern sports tourism. Overall **conclusion**: The development of these connections has a long history. Although the effect of these early connections was quite weak on the principles of modern sports tourism, these factors had a clear effect on contemporary participation in sport tourism and related preferences. Therefore, it had a critical influence on the development towards comprehensive modern sports tourism.

Keywords: sports tourism, sports tourism development history, sports entertainment culture

四、 建議

1. 此次 2013 亞洲觀光與文化國際學術研討會，發現本項會雖然是首次在泰國舉辦，但他們在投入有限之人力與資源下，主辦單位仍將其辦理的頗具特色，包括邀請之專題演講者均為各領域知名學者或知名期刊之主編。

2. 有關體育與運動史研究內容與方法交流建議：目前有關臺灣體育史學者經常參加的學術研討會，除國內舉辦的活動之外，還有每2年1次的東北亞體育史學術研討會和海峽兩岸體育史學術研討會，以及每年1次的國際體育史學術研討會，前二項活動也吸引不少跨領域的學者參與，透過跨領域交流相關學術心得，也可互相激盪不同研究理念與方法，對研究領域與內容開發應有其正面意義。
3. 體育與運動史研究國際化：目前兩岸有關體育與運動史研究人才相當多，惟限於語言仍以兩岸或東北亞學者之交流為主，其實華人與亞洲有十分豐富之研究題材與內容，應該可介紹到國際或全球，因此投稿國際期刊或研討會應是一個重要平台，只是如何破除語言障礙，讓豐富研究成果與內容可與國際交流。
4. 運動史研究與現代生活聯結：目前體育史研究仍在考古，如果仍以古鑑今將更有價值，以運動觀光發展脈絡為例，若能從古代運動觀光發展之脈絡，發展出現代運動觀光之趨勢或方向應更具意義，例如有運動觀光政策擬訂定者與業者應掌握運動觀光發展脈絡，從民眾需求、休閒文化、觀念與制度及行銷等層面，發展適合運動觀光產品，並調整經營策略，促使運動觀光國際化之交流。其次，從過去不同歷史階段之運動觀光的發展因素及社會背景，是否找出過去與現代運動觀光發展之聯結。
5. 交流平台建立：破除語言隔閡可透過建立「體育史學術研網站」或「體育運動史學研究群」社團，學者可將研究簡易成果上傳，並以此為溝通平台，強化體育史學者的凝聚力與溝通機會，不僅可以增加與亞洲各國及歐美等其他國家學者交流，而且透過 Google 的翻譯系統，加強不同語言學者之交通效果。

五、 攜回資料名稱及內容

1. 大會手冊一本。
2. 大會論文全文光碟一片。
3. 相關發表者發表摘要四本。
4. 大會宣傳資料三本。

七、 其他

無

A STUDY ON FACTORS INFLUENCING THE DESTINATION CHOICE OF SPORT TOURISTS IN TAIWAN

Chao-Chin Liu, Chun-Yi Chang* (corresponding author) and Shumin Chang

Tel: +886-8-7799821 # 6102 Fax: +886-8-7789837

E-Mail: liu5348@ms2.hinet.net

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the factors influencing the destination choice of sport tourists in Taiwan. From the review of literature sport tourist traits, motivation, experiences, and risk perception were identified as salient factors influencing tourists' destination choice for sport events. A questionnaire was developed for this quantitative research to examine the relationship between these factors and destination choice. A total of 1800 questionnaires were distributed to the respondents who had participated in sport tourism within a year in Taiwan, of which 1658 valid questionnaires were collected. All data were analyzed using SPSS 17, and the results revealed that: 1) Sport tourists' motivation, experiences, risk perception and personality traits were positively related to destination choices of sport tourists. 2) 82.5% of the variation in sport tourists' destination choices was explained by their motivation, experiences, risk perception and personality traits. Among them, motivation was the most significant factor in explaining variance (78.5%), followed by experiences (2.4%), risk perception (1.4%), and personality traits (0.2%). In conclusion, these results will help understand the relationship between motivation, experiences, risk perception, personality traits, and the destination choices in sport tourism. The results show that motivation plays a key role in the destination choices of sport tourists. In particular, the "pull factor" impacts significantly on destination choices, while the impact of risk perception and personality trait is less obvious. Also found is the importance of sport tourism destination having special features and being attractive.

KEYWORDS: sport tourism, motivation, experience, risk perception, personality trait, destination choice

1. Introduction

1-1. Background

Sports tourism has become a primary catalyst for tourism activities. Gibson (2003) noted that “The last decade of the Twentieth Century was marked by a growing recognition of the inherent relationship between sport and tourism”. In more recent years, sport tourism has become a truly global phenomenon crossing the traditional barriers of geography and culture (Cassidy & Pegg, 2008). Over the last few decades, both sport and tourism have been the subjects of research that led to better understanding of the close connection between them. This is evidenced by the fact that sport and tourism often share common resources, such as: natural environment, transport, services and receptivity (Giorgio & Spinell, 2009). This close connection between sport and tourism has helped develop a symbiotic relation between the tourism industry and the sports field in recent years (Kao & Tsei, 2009; Standeven & De Knop, 1999). More importantly, sport tourism today is a significant and growing global industry with notable economic implications for the specific sport and/or the event. In addition there is a variety of flow-on benefits for tourism and travel derived from staging the events for the host destination. (Cassidy & Pegg, 2008). Therefore, the sport tourism industry can be used as a tool to increase local revenue, create new jobs, and change perceptions of local tourists.

There are many factors that impact on sport tourist's behavior. Understanding the behavior of tourists towards sport tourism is very important for event organizers as it helps plan the right activities to maximize the benefits (Weed, 2008b). However, there are many factors that may affect the sport tourist's behavior and decision-making, examples are tourist's personality traits (Bigne´, Sanchez, & Sanjez., 2001; Kurtzman & Zauhar, 2005; PLOG, 1987; Settle and Pamela, 1986), motivation (McIntosh, Charles, & Brent Ritchie, 1996; Kahl, Kenneth, & Gregory, 1996; Reilly, 1989), experiences (Hennessey, MacDonald & MacEachern, 2008; Pearce & Lee, 2005; Weed and Bull, 2004), risk perception (Kim & Chalip, 2004; Kozak, Crotts, & Law, 2007; Lepp & Gibson, 2003), and destination image (Tasci & Gartner, 2007; Gibson, Qi, & Zhang, 2008). This study is to explore the factors influencing the destination choice of sport tourists with emphasis on tourist's personality traits, motivation, experience, and risk perception.

Sport tourist's personality traits have a significant impact on destination choice. Settle and Pamela (1986) identified six personality parameters which reflect on core consumer values and have transferable applicability

to sports tourism. The economically oriented sports tourist places great emphasis on economy, luxury. The well organized, intellectually oriented vacationer appreciates aesthetics, comparisons, and contests, particularly in highly skilled athletic performances. The socially oriented consumer emphasizes on social values which are the basic motives, the love of people, the affiliation rapport, the social interactions and cooperative spirit are the main characteristics. As for the politically oriented sports, the importance of participation or visitation is highly influenced by status, power, sport icons and symbols. The drive and motive here for the complementary oriented sport tourist is a combination of two or more “core” consumer values in varying degrees. Plog (1987) found distinctive travel personality traits with two extremes - the Allocentric and the Psychocentric. The former was seen as the trend setter, the challenger, the courageous person who willfully desires to be the first traveller to a new destination, setting or environment and as a leader. The Psychocentric is a follower who prefers to travel to familiar and safe sports tourism areas after some family member or acquaintances have had the sought after experiences as the person who paraglide long after its introduction.

Tourist motivations can be viewed as a function of the self-perceived needs of the travelers, which drive the decision making process and the purchase of tourism products (Collier, 1999). In the tourism and leisure field, a widely accepted theory of motivation (Seeking and Escaping Model) was developed by Iso-Ahola (1982). Iso-Ahola's Model suggests that people are simultaneously motivated to seek rewards and to escape from their routine, both on personally and interpersonal dimension. Considering that various factors move different people to travel, McIntosh and Goelder (1990) identified four categories of travel motivators that could be applied to sports travel. They are physical motivators, cultural motivators, interpersonal motivators and status and prestige motivators. The seven sport tourism motivation factors used by Trail and James (2001) are separated into push and pull factors; each making a different contribution to a person's decision to travel. These factors are currently in alphabetical order ('achievement', 'acquisition of knowledge', 'drama', 'escape', 'family', 'physical attractiveness of players' and 'social interaction'). The pull factors are those associated with the destination which 'pull' tourists to that destination (such as attractions and safety), while the push factors are associated with the economic and social forces of tourists to 'push' them away from their normal routine (Richardson & Fluker, 2004). The literature on sport tourism motivation indicates that the push/ pull factors combined with the demographic background may impact on a sport tourist's decision to travel and destination

choices (Rinaldi, 2011).

Sport tourism experiences are derived from the interaction between the features of sport and tourism, rather than primarily from either the sport or the tourism element (Weed, 2009). The objective is to understand how to transform the sport event participation into a tourism experience and to convert the tourism destination into a sport practice venue (De Villers, 2003). Most approaches to sports tourism tend to define sports tourism as an activity (e.g. Gibson, 1998; Standeven & De Knop, 1999) or experience (e.g. Gibson, 2004; Downward, 2005; Weed, 2006). There should be a greater focus on understanding rather than describing sports tourism behaviors. Weed & Bull (2004) suggested that there are three substantive papers studying sports tourism experiences, each emphasizes on different element of experiences - activity experience (Hennessey, et al., 2008), people experience (Shipway and Ian, 2008) and place experience (Papadimitriou & Gibson, 2008). Bouchet, Lebrun and Auvergne (2004) proposed a new framework for analyzing sport tourism consumption experience. The framework, developed based on variables related to self-worth, spatial and interpersonal, illustrates that consumer choices depend upon vacation destinations and sport services offered in relation to the experiences that vacationers are seeking. Many studies have investigated the interaction of past experience, tourism motivation, and destination choices (Pearce & Lee, 2005). It is assumed that the more tourists travel experiences, the higher-order needs.

Risk considerations are an important factor for sport tourists participating in activities (Chiul, & Lin, 2011; Kozak, et al., 2007; Lepp & Gibson, 2008). The tourist may be concerned about equipment risk, financial risk, physical risk, psychological risk, satisfaction risk, social risk, timing risk, or pleasure and excitement risks. Most studies have focused on the threat of terrorism on hallmark and mega events (Cashman & Hughes, 1999). For example, terror attacks targeting Olympic Games reduced the willingness of tourists to participate in the international sporting event (Toohey, Taylor, & Lee, 2003). However Kim and Chalip (2004) argued that most people do not think that risk perception is a major factor. Taylor and Toohey (2006) found that football fans who ignored the possible risks threatened the general audience's perception of "feeling safe". Based on the above findings, we argue that the risk perception of sport tourists is similar to that of general tourists. However "sport-tourist-specific factors" affects the sport tourists' risk perception and participation behavior, due to the active nature of sport tourism risks.

About impact factors of sport tourism destination choices, Fakeye and Crompton (1991)

indicated that past experiences may affect the destination image and choices of destination. When sport tourists consider various destinations, past experiences will positively influence the behavior intentions (Kaplanidou, 2007). While Fakeye and Crompton also found that social psychological motivations and destination are not significantly attributed, tourists emphasize first on the features and the attractiveness of destinations (pull motivations) (Mak, Wong & Chang, 2009). From the intrinsic and extrinsic motivation of the optimal arousal theory, sports tourists tend to seek the most appropriate personal stimulus level (Kurtzman & Zauhar, 2005). It is also indicated that sport tourist type will affect tourist's destination choice. Plog (1987) found that personality traits affect tourism destination choice; Allocentric sport tourists are travel trend leaders and challengers, encouraged to become the first person in the new tourist destination, while Psychocentric sports tourists like familiar and safe sport tourism destinations (Plog, 1991).

Drawing on the aforementioned theories, this paper aims to investigate the relationship between sport tourist personality traits, motivation, experiences, risk perception, and destination choices in Taiwan.

1-2. Purpose of Research

- 1) To investigate the relationship between sport tourist personality traits, motivation, experiences, risk perception and sport tourists' destination choices.
- 2) To predict sport tourists' destination choices by sport tourist personality traits, motivation, experiences and risk perception.

2. Method

2.1 Research Framework

Comprehensive aforementioned theories and literature form the basis of this research framework (Figure

1):

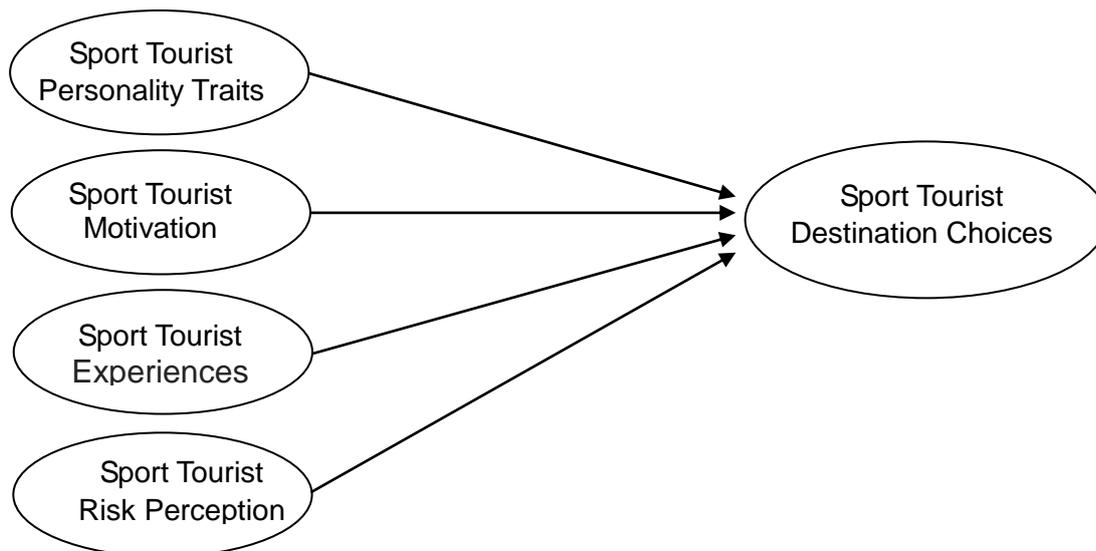


Figure 1: The framework of this study.

2.2 Data collection

This study targeted sport tourists who have participated in sport tourism activities over the past year in Taiwan. A purposive convenience sampling and convenient method was adopted to collect data from those aged 16 or more. A total of 1800 questionnaires were distributed to the respondents who had participated in sport tourism within a year in Taiwan, of which 1658 valid questionnaires were collected. The participant demographics analysis comprising of 932 male responses (56.2%) and 726 female responses (43.8%), was shown in Table 1.

Table 1: Participant demographics analysis.

N=1658

| Variable | Category | Frequency | Percentage |
|----------------------------------|----------------------------|-----------|------------|
| Gender | Male | 932 | 56.2% |
| | Female | 726 | 43.8% |
| Age Group M=32.88 SD=13.51 | 20 years old & below | 135 | 8.1% |
| | 21-30 years old | 806 | 48.6% |
| | 31-40 years old | 290 | 17.5% |
| | 41-50 years old | 182 | 11.9% |
| | 51 years old & over | 245 | 14.8% |
| Education Degree | Junior high school & below | 52 | 3.1% |
| | Senior high school | 236 | 14.2% |
| | College | 193 | 11.6% |
| | University | 956 | 57.7% |
| | Institute & above | 221 | 13.3% |
| Residence Area | Northern Taiwan | 524 | 31.6% |
| | Central Taiwan | 304 | 18.3% |
| | Southern Taiwan | 594 | 35.8% |
| | Eastern Taiwan | 152 | 9.2% |
| | Outer Islands of Taiwan | 84 | 5.1% |
| Monthly Income (NTD) | 19,999 (inclusive) | 725 | 43.7% |
| | 20,000-39,999 | 415 | 25.0% |
| | 40,000-59,999 | 300 | 18.1% |
| | 60,000-79,999 | 141 | 8.5% |
| | 80,000 (more) | 77 | 4.7% |

2.3 Instruments

The questionnaire was developed based on relevant sport, tourism and sport tourism literature and the opinions of experts (Bouchet, et al., 2004; Hennessey, et al., 2008; Kurtzman, & Zauhar, 2005; Lepp & Gibson, 2003; Miranda and Andueza, 2005; Pearce & Lee, 2005; PLOG, 1987; Rinaldi, 2011; Qi, et al., 2009; Settle and Pamela, 1986; Weed, 2008a). The questionnaire contains five sections: Sport Tourist Personality Traits,

Sport Tourist Motivation Scale, Sport Tourist Experience Scale, Sport Tourist Perception Scale and Sport Tourist Destination Choice Scale. The five scales revealed that: (1) the critical ratio values and total correlation coefficients for each item reached a significant level, showing construction of the scale has discrimination; (2) Factor analysis showed that the total cumulative reading of the five scales explained 69.21 - 82.26% of the variance, and the above shows all research instruments had construct validity; (3) Reliability analysis showed that each scale's Cronbach's alpha coefficients was above .93, suggesting that the internal consistency was acceptable. The above five scale demonstrated sound discrimination, validity, and reliability, it is suited to measure sport tourists' opinions regarding future destination choices (Chiou, 2010).

2.4 Data Analysis

SPSS version 17.0 was used, which provides a descriptive statistics analyses of participant demographics. The Pearson's correlation coefficient was used to analyze the relationship between sport tourists personality traits, motivation, experiences, risk perception, and destination choices. The Stepwise Regression Analysis was chosen to predict sport tourist destination choices (independent variables) by their personality traits, motivation, experiences, and risk perception.

3. Result and Discussion

3.1 The analysis of participants *in the study*

As listed in Table 2, the average frequency annual away home travel is 6.89 (SD=8.88), and the average annual sport tourism participation is 4.42 (SD=6.12). The participants' favorite sports degree average is 3.96 (SD=0.89), and the average intensity of participation in sport tourism is 4.32 (SD=1.17). Regarding the type of sport tourism, the one with the highest percentage is ball activities (42.9%), followed by fitness & health activities (33.4%), mountaineering & hiking, water sports (27.6%), nostalgic sightseeing (25.4%), sport events (22.4%), adventure sports, (19.4%), folk sports activities (16.3%), and the others. The analysis of participants' leisure lifestyle shows that participants were involved in sport activities several times a year and participated in moderately intense sport tourism. The following types of sport tourism gained the highest ranking: ball games, fitness & health activities, mountaineering & hiking, water sports, nostalgic sightseeing and sport events.

Table 2: Summary of leisure lifestyle of participants in the study N=1658

| Leisure Lifestyle | n | Mean | SD |
|---|------|------|------|
| Annual travel frequency | 1658 | 6.89 | 8.88 |
| Annual participation in sport tourism | 1658 | 4.42 | 6.12 |
| Favorite sport degree | 1658 | 3.96 | .89 |
| Intensity of participation in sport tourism | 1658 | 4.32 | 1.17 |

Table 3: Summary of sport tourism types of participants in the study N=1658

| Types of sport tourism | n | % |
|-------------------------------|-----|-------|
| Folk sports activities | 271 | 16.3% |
| Dance sport | 168 | 10.1% |
| Adventure sports | 322 | 19.4% |
| Mountaineering & hiking | 529 | 31.9% |
| Airspace sports | 77 | 4.9% |
| Water sports | 457 | 27.6% |
| Martial arts | 75 | 4.5% |
| Fitness and health activities | 553 | 33.4% |
| Ball activities | 712 | 42.9% |
| Sport events | 371 | 22.4% |
| Nostalgic sightseeing | 421 | 25.4% |

3.2 The relationship between sport tourist personality traits, motivation, experiences, risk perception and destination choices

Analysis based on a correlation coefficient matrix (Table 4) shows that the sport tourist personality traits, motivation, experiences, risk perception and destination choices have a significant positive correlation ($p < .05$), with correlation coefficients ranging between .312 and .927. The results are similar to the relevant literature, sport tourist destination choices are significantly correlated with personality traits, motivation, experiences, and risk perception. (Bouchet, et al., 2004; Hennessey, et al., 2008; Kurtzman, & Zauhar, 2005; Lepp & Gibson, 2003; Miranda and Andueza, 2005; Pearce & Lee, 2005; PLOG, 1987; Rinaldi, 2011; Qi, et al., 2009; Settle and Pamela, 1986; Weed, 2008a).

Table 4: Summary of Pearson correlation coefficient for the relationship between sport tourist personality traits, motivation, experiences, risk perception and destination choices.

| Variables | M | SD | STPT | STM | STE | STRP |
|--|------|------|--------|--------|--------|--------|
| Sport Tourist Personality Traits (STPT) | 4.67 | 1.48 | | | | |
| Sport Tourist Motivation (STM) | 4.82 | 1.54 | .907** | | | |
| Sport Tourist Experiences (STE) | 4.82 | 1.57 | .886** | .927** | | |
| Sport Tourist Risk Perception (STRP) | 4.14 | 1.16 | .312** | .328** | .322** | |
| Sport Tourist Destination Choices (STDC) | 4.63 | 1.37 | .839** | .886** | .880** | .408** |

** P < .01 (two-tailed).

3.3 Stepwise regression analysis of sport tourists' destination choices

The relevant factors for sport tourists' destination choices were chosen according to the stepwise regression analysis results. The chosen variables include sport tourist personality traits, motivation, experiences, and risk perception. Before undertaking the stepwise regression analysis, tests were conducted on the hypothesis which includes destination choices' normal distribution, independency of independent variables autocorrelation, and linear modeling's goodness of fit. From the sport tourists' destination choices fixed standard, residual figures in frequency histogram, normal probability distribution, the collinearity between normal distribution and independent variable matched the variance inflation factor. VIF=9.482 and the max. CI was 27.40 (Kleinbaum, Kupper, & Muller, 1988). Thus, no significant collinearity exists among independent variables in this research, and the test for residual autocorrelation (Durbin-Watson D=1.901) revealed no autocorrelation. An equation was generated from all influencing factors of sport tourists' destination choices analyzed by stepwise regression (Table 4):

Table 4: The regression coefficient of sport tourists' Destination Choices N=1658.

| Model | R ² | F | Unstand. coefficients | Stand. coefficients | t | Collinearity | | Durbin-Watson |
|----------------------------------|----------------|----------|-----------------------|---------------------|--------|--------------|-------|---------------|
| | | | | | | Toler | VIF | |
| Intercept | | | .283 | | 4.68* | | | 1.900 |
| Sport Tourist Motivation | .785 | 6051.95* | .368 | .414 | 13.05* | .105 | 9.482 | |
| Sport Tourist Experiences | .809 | 211.09* | .322 | .370 | 12.89* | .128 | 7.788 | |
| Sport Tourist Risk Perception | .823 | 127.69* | .145 | .123 | 11.25* | .890 | 1.124 | |
| Sport Tourist Personality Traits | .825 | 14.61* | .090 | .097 | 3.82* | .163 | 6.133 | |

Dependent variable = sport tourists' destination choices; *p<.05.

$$\text{Sport Tourists' Destination Choices} = .283 + .368 (\text{Sport Tourist Motivation}) + .322 (\text{Sport Tourist Experiences}) \\ + .145 (\text{Sport Tourist Risk Perception}) + .090 (\text{Sport Tourist Personality Trait}) + e (.060)$$

The above equation reveals sport tourists' destination choices can be explained by their motivation, experiences, risk perception and personality traits. The total explained variance is 82.5%, with motivation being the most significant factor in explaining variance (78.5%), followed by experiences (2.4%), risk perception (1.4%), and personality traits (0.2%). Foregoing results show that sport tourists' motivation is the most salient factor impacting on the destination choices of sports tourists, while the impact of personality traits is less obvious. The results of this study are similar to those of Dann's (1977, 1981) who argued that tourist's actual decision to visit the destination is determined by 'prior need for travel', often "push" motivation before "pull" motivation. Tourist "push" motivation serves as the sports tourism fundamental motivation, rather than the "pull" motivation which mainly attributes to tourist destination motivation (Mak, et al., 2009). From the intrinsic and extrinsic motivation of the optimal arousal theory, sports tourists tend to seek the most appropriate personal stimulus level (Kurtzman & Zauhar, 2005), and they also indicated that sport tourists' main motivation and secondary motivation will affect tourists destination choice. While this result is somewhat different to that of previous research, past study indicated that past experiences and destination image may affect the choices destination of sport tourists. (Fakeye & Crompton, 1991; Kaplanidou, 2007) The findings from this study results and from previous studies indicate that motivation has key effect on sport tourism destination choices. Especially the pull factor which shows that sport tourism destinations with special features and attractiveness (Mak, et al., 2009), as well as activities organized to meet sports tourists' appropriate personal stimulus level (Kurtzman & Zauhar, 2005), can enhance the visiting motivation of tourists.

4. Conclusion and Recommendations

4.1 Conclusion

The main findings of this study reveal that sport tourists' motivation, experiences, risk perception and personality traits were all positively related to the destination choices of sport tourists. Furthermore, 82.5% of the variation in sport tourists' destination choices was explained by their motivation, experiences, risk perception and personality traits. Among them, motivation was the most significant factor in explaining

variance (78.5%), followed by experiences (2.4%), risk perception (1.4%), and personality traits (0.2%). In conclusion, these results can help understand the relationship between motivation, experiences, risk perception, personality traits, and the destination choices in sport tourism. The results show that motivation plays a key factor in the destination choices of sport tourists. In particular, the “pull factor” impact significantly on destination choices, while the impact of risk perception and personality traits is less obvious. Also found is the importance of sport tourism destination having special features and being attractive.

4.2 Recommendations

The results of this research can help the operators and organizers in the sport tourism industry to better understand sport tourists' demand for destination. The emphasis should be placed on sport tourists' motivation as it is a key factor in their decision to engage in sport tourism activities. The visiting intention of sport tourists can be motivated by enhancing sport tourism destinations with special features and attractiveness as well as organizing activities which meet sports tourists' appropriate personal stimulus level.

References

- Bigne, E. J., Sanchez, I. M., & Sanjez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter-relationship. *Tourism Management*, 22: 607-616.
- Bouchet, P., Lebrun, A. M. & Auvergne, S. (2004). Sport tourism consumer experiences: A comprehensive model. *Journal of Sport Tourism* 9(2): 127-140.
- Cashman, R. & Anthony, H. (1999). *Staging the Olympics: the event and its impact*. Sydney: UNSW Press.
- Cassidy, F. & Pegg, S. (2008). Exploring the motivations for engagement in sport tourism. 3 July 2014 Retrieved from http://eprints.usq.edu.au/4211/1/Cassidy_Pegg.pdf.
- Chiou, H. J. (2010). *Quantitative research and statistical analysis*. Taipei: Wu Nan Book.
- Chiul, S. P. & Lin, S. Y. (2011). Study on risk perceptions of international tourists in India. *African Journal of Business Management* 5 (7): 2742-275.
- Collier, A. (1999). *Principles of tourism: A New Zealand perspective* (5th ed.). Auckland: Longman.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4): 184-194.
- Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism research*, 8(2): 187-219.
- De Villers, D.J. (2003). Presentation summaries: Session I – sport: New form of tourism: Inter-relationship between sport and tourism. *Journal of Sport Tourism*, 8(2): 94-115.
- Downward, P. (2005). Critical (realist) reflection on policy and management research in sport, tourism and sports tourism. *European Sport Management Quarterly*, 5(3): 302-322.
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2): 10–16.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1): 45-76.
- Gibson, H. J. (2003). Sport tourism: An introduction to the special issue. *Journal of Sport Management*, 17, 205-213.
- Gibson, H. J. (2004). Moving beyond the ‘what is and who’ of sport tourism to understanding ‘why’. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 247-265.

- Giorgio, A. & Spinell, G. (2009). Sports tourism role in IRT theory: A conceptual frame work. Proceedings (Vol. II) of 3rd IRT International Scientific Conference, 2, 287-296. (Helwan , Egypt, 24-26 October 2009).
- Gibson, H. J., Qi, C., & Zhang, J. (2008). Destination image and intent to visit china, and the 2008 Beijing Olympic games. *Journal of Sport Management*, 22(4): 427-450.
- Hennessey, S. M., MacDonald, R. M., & MacEachern, M. (2008). A framework for understanding golfing visitors to a destination. *Journal of Sport and Tourism*, 13 (1): 5-35. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1621702>
- Iso-Ahola, S. (1982). Towards a social psychology of tourism motivations: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9 (3), 256-261.
- Kahl, L. R., Kenneth, M. K., & Gregory, M. R. (1996). A functional model of fan attendance motivations for college football. *Sport Marketing Quarterly*, 5(4): 51-61.
- Kao, X. G. & Tsei S. N. (2009). Analysis of the current situation of China's sport tourism. *Journal of Jia Da of Physical Education, Health and Leisure*, 8 (2): 214-219.
- Kaplanidou, K. (2007). Affective event and destination image: their influence on Olympic travelers' behavioral intentions. *Event Management*, 10(2): 159-173.
- Kim, N., & Chalip, L. (2004). Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest, and constraints. *Tourism Management*, 25 (6): 695–707.
- Kleinbaum, D. G., Kupper, L. L., & Muller, K. E. (1988). *Applied regression analysis and other multivariable methods* (3rd eds.). Belmont, CA: Duxbury.
- Kozak, M., Crotts, J., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travelers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4): 233–242.
- Kurtzman, K. & Zauhar, J. (2005). Sports tourism consumer motivation. *Journal of Sport Tourism*, 10 (1): 21-31.
- Lepp, A., & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3): 606–624.
- Lepp, A., & Gibson, H. (2008). Sensation seeking and tourism: Tourist role, perception of risk and destination choice. *Tourism Management*, 29 (4): 740-750.
- Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., & Chang, R. C. Y. (2009). Health or self-indulgence? the motivations and characteristics of spa-goers. *International Journal of tourism research*, 11(2): 185-199.
- McIntosh, R. W., and C. R. Goeldner (1990). *Tourism: Principles, Practices*. Philosophies. New York: John Wiley.
- McIntosh, R. W., Charles R. G. & Brent Ritchie, J. R., (1996). *Tourism principles, practices and philosophies*. New York: John Wiley & Sons.
- Miranda, J. & Andueza, J. (2005). The role of sport in the tourism destinations chosen by tourists visiting Spain. *Journal of Sport Tourism* 10(2): 143-145.
- Papadimitriou, D., Gibson, H. (2008). Benefits sought and realized by active mountain sport tourists in Epirus, Greece: Pre- and post-trip analysis. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (1): 37-60.
- Pearce, P. L., Lee, U. I. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3): 226-237.
- Plog Research Incorporated (1987). California travelers' perception of British Columbia and Vancouver: Results of the Research, Prepared for Ministry of Tourism, Recreation and Culture, Government of British Columbia. Victoria, Canada. May 1987. pp. 1–35.
- Plog, S. C. (1991). *Leisure travel: Making a growth market...again!* New York: Wiley and Sons.
- Reilly, R. T., (1989). *Travel & tourism marketing techniques*. Albany: Delmar Publishers.

- Richardson J. and Fluker M., (2004). *Understanding and Managing Tourism*. Frenchs Forest: Pearson
- Rinaldi, G. (2011). *Sport tourism: an exploration of the motivations and tourism experiences of Australian Football League interstate sport tourists travelling to Western Australia*. 3 July, 2014 Retrieved from http://ro.ecu.edu.au/theses_hons/34.
- Settle, R. B. & Pamela L. A. (1986). *Why they buy*. New York: John Wiley and Sons.
- Shipway, R. & Ian, J. (2008). The great suburban Everest: An 'insiders' perspective on experiences at the 2007 Flora London Marathon. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (1): 61–77.
- Standeven, J. & Knop, P. D. (1999). *Sport tourism*. Canada: Human Kinetics.
- Tasci, A., & Gartner, W.C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4): 413-425.
- Taylor, T., & Toohey, K. (2006). Impacts of terrorism-related safety and security measures at a major sport event. *Event Management*, 9 (4): 199-209.
- Toohey, K., Taylor, T., & Lee, C. (2003). The FIFA World Cup 2002: the effects of terrorism on sport tourists. *Journal of Sport Tourism*, 8 (3): 167-185.
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1): 108-128.
- Weed, M. (2006). Sports tourism research 2000–2004: A systematic review of knowledge and a meta-evaluation of method. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1): 5-30.
- Weed, M. (2008a). Sports tourism experiences. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (1): 1-4.
- Weed, M. (2008b). *Olympic tourism*. Burlington, MA: Elsevier.
- Weed, M. (2009). Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30: 615-628.
- Weed, M., & Bull, C. (2004). *Sports tourism: Participants, policy and providers*. Oxford: Elsevier.

台湾运动观光客之参与行为调查研究

刘照金¹，蔡永川²，翁守德³，庄哲仁⁴

(1.美和科技大学 运动与休闲系,台湾 屏东 91202; 2.美和科技大学 运动与休闲系,台湾 屏东 91202; 3.美和科技大学 观光系,台湾 屏东 91202; 4.万能科技大学 观光与休闲系,台湾 桃园 32061)

摘 要: 本研究目的旨在探讨台湾地区运动观光客的参与行为之现况与样态。研究方法以台湾地区一年内曾参与运动观光活动者(N=1642)为研究对象,研究工具则参酌运动观光参与行为相关研究编修而成,问卷调查从2014年1月5日至6月15日在台湾地区进行调查,研究结果如下:(1)分析运动观光客人口变项以男性、21-30岁、大学、居住南部、学生、月收入19999元以下者占多数;(2)运动观光客参与频率与强度为一年旅游平均 6.95 ± 8.92 次,运动观光参与 4.44 ± 6.14 次,喜爱运动及参与运动观光激烈程度约在中等程度;(3)参与运动观光活动主要类型为球类、健身、陆域及水域运动观光;(4)运动观光客特质主要为「意义追求型」与「投入行为型」两类;(5)运动观光客参与动机主要为「拉力因素」与「推力因素」两类;(6)运动观光客体验主要为「互动体验」与「活动体验」两类;(7)运动观光客风险认知主要为「社会风险」与「人身风险」;(8)影响运动观光客目的地选择因素主要为「专业性」、「挑战性」及「熟悉性」;(9)影响运动观光客参与意图主要为「讯息关注」及「参与意愿」。综合结论:本研究分析虽仅以描述统计加以分析,惟这些背景变项、参与频率与强度、参与类型、特质、动机、体验、风险认知、目的地选择因素及参与意图因素,应可明显呈现台湾地区运动观光客整体轮廓。

关 键 词: 运动观光; 运动观光客; 参与行为

A Study of Sports tourist participation behavior in Taiwan

LIU Chao-Chin¹, Tsai Yung-Chuan², Weng Shou-Der³, Che-Jen Chuang⁴

(1. Department of Sport and Recreation, Meiho University, Pingtung 912, Taiwan; 2. Department of Sport and Recreation, Meiho University, 912 Pingtung, Taiwan; 3. Department of Tourism, Meiho University, 912 Pingtung, Taiwan; 4. Department of Tourism and Leisure management, Vanung University, Tao-Yuan 32061, Taiwan)

Abstract: This study investigates the present participation behavior situation and pattern of sport tourists in Taiwan. The participants of the study were potential sport tourists (N=1642) who had participated in sport tourism within the previous year in Taiwan. The scale was modified from the research and literature concerning sport tourism participation behavior. The questionnaires were distributed in Taiwan from 5 January to 15 June 2014. The results revealed the following: 1) Demographic variables of participants: the majority are male, aged between 21–30, university educated, living in the South, currently students, and have a monthly income of 19,999 NTD or less; 2) The frequency and intensity of sport tourists average annual travel time of participants: 6.95 ± 8.92 , sport tourism times: 4.44 ± 6.14 , and participation degree of sport and sport tourism is moderate; 3) The main type of participation in sports tourism activities includes ball games, health fitness, land sport, and water sports; 4) Sport tourist traits can be divided into “meaningful pursuit” and “involvement act”; 5) The motivation for participating in sports tourism can be divided into “push factors” and “pull factors”; 6) The experience of sports tourists is an “interactive experience” and “event experience”; 7) The main risk perceptions of sports tourists are “psychological risk” and “physical risk”; 8) The factors that influence the destination choice for sports tourists are “professional”, “challenging”, and “familiarity”; and 9) The factors that influence sports tourist participation intention are “message concern” and “willingness to participate”. In conclusion, while this study only employed descriptive statistics analysis to sport tourists’ behavior in Taiwan, the results included the following details: demographic, frequency and intensity, participation type, trait, motivation, experience, risk perception, destination choice, and participation intention. The study clearly shows the participation behavior pattern and profile of sports tourists in Taiwan.

Key words: sport tourism; sport tourist; participation behavior

1 前言—研究背景

过去有关影响观光客参与行为之研究，指出不同的游客有其不同的需求，进而影响其旅游目的地之选择与参与行为^[1]，而游客做目的地选择决定时，会受到信息环境、消费环境及时间所影响^[2]；而张岚兰^[3]也发现不同族群与生活型态之游客，对于旅游目的地的选择有差异存在。此外，运动观光客的特质会影响对赛事与目的地意象及整体行为，包括来自地理区、早期旅游体验与态度^[4]，以及对运动事件感知等^[5]。对于赛事的看法^[6]、目的地意象^[7, 8]、观光动机^[9, 10]、运动观光体验^[11, 12, 13]与风险认知^[14, 15]，以及观光客之特质与满意程度^[16]等因素，均会影响观光客的参与行为^[17, 18]。

有关运动观光客人格特质、动机、体验及风险观念对其参与行为有显著影响，国外虽有相关研究之探讨^[19, 20, 21, 23, 24]，但多属个别变项之关系探讨，或非实证之回顾式探讨，缺乏探讨运动观光客人格特质、旅游动机、旅游体验及风险认知等因素，而且相关研究大都属一般观光之研究，有关运动观光客参与行为综合性之调查尚少触及，这些基础数据的建立是发展运动观光产业之重要参考数据。因此，本研究从台湾在地化观点，调查运动观光客背景资料、特质、动机、体验、风险认知、目的地选择及参与行为，以作为发展运动观光产业之基础资料，并可作为探讨运动观光参与行为之影响模式建构之基础。本研究具体研究目的如下：

- (1) 调查台湾运动观光客之背景变项、参与频率与强度及活动类型。
- (2) 分析影响台湾运动观光客参与行为因素之现况。

2 研究方法

2.1 研究对象与抽样实施

本研究调查是以台湾地区一年内曾参与运动观光活动者为研究对象，问卷调查从 2014 年 1 月 5 日至 6 月 15 日在台湾地区进行，采便利取样方法(convenience sampling method)，共计发出 1800 份问卷，回收 1680 份，扣除无效问卷，有效问卷共计 1642 份，有效回收率为 91.22%。

2.2 研究工具

本研究研究工具基于文献的综合回顾，包括六个量表及基本资料调查表，有关量表发展之文献来源如下：1)运动观光客特质量表^[22, 25, 26]，以评估运动观光客的人格参数、旅游人格特质、人际互动特质等向度，以衡量运动观光客之人格特质；2)运动观光动机量表^[22, 24, 27, 28]，以评估运动观光客拉力与推力之动机因素；3)运动观光体验量表^[19, 20, 29, 30]，以评估运动观光自我关系体验、地方体验及人际互动体验；4)运动观光风险认知量表^[31, 32, 33]，以评估运动观光之风险认知；5)运动观光目的地选择量表^[25, 34, 35, 36]；6)运动观光客参与意图量表^[22, 24, 25, 26]，以评估运动观光客过去参与状况、现在参与意愿、未来参与意愿、活动信息注意及活动寻求之水平，以评估运动观光客对目的地类型、新颖性、挑战性、吸引力、服务、人际接触等考虑因素；7)基本资料调查表，调查受试者之性别、年龄、家庭年收入、教育程度、社经地位。上述量表采李克特七点尺度量表计分，从「非常同意」、「同意」、「有点同意」、「普通」、「有点不同意」、「不同意」、「非常不同意」分别给予 7-1 分，所得分数愈高，表示对该题项愈同意，反之亦同。

2.3 数据处理与分析

本研究回收之有效问卷利用 SPSS 17.0 for windows 统计软件包进行分析，本研究主要的分析方法以描述性统计为主，主要以次数、平均数、标准偏差、百分比及排序呈现，以了解运动观光客之参与行为概况。

3 结果与讨论

3.1 运动观光客人口统计分析

由表 1 显示，台湾运动观光客人口变项主要仍以男性(56.2%)、21-30 岁(48.6%)、大学学历(57.7%)、居住于南部与北部(35.7%/31.7%)、学生(39.1%)、月收入 19999 元以下者(43.7%)占多数。本研究结果与刘照金与李晋豪等研究结果^[37, 38, 39, 40]类似，因为运动观光是户外的体能活动为主，也需要花费金钱与时间投入的活动。

表 1 运动观光客人口变项统计分析 (N=1642)

| 人口变项 | 类别 | 次数 | 百分比 |
|-----------------------------|---------------|-----|------|
| 性别 | 男性 | 923 | 56.2 |
| | 女性 | 719 | 43.8 |
| 年龄分组 M=32.88 SD=13.51 | 20 岁以下 | 133 | 8.1 |
| | 21-30 岁 | 798 | 48.6 |
| | 31-40 岁 | 290 | 17.7 |
| | 41-50 岁 | 180 | 11.0 |
| | 51 岁以上 | 241 | 14.7 |
| 教育程度 | 国中以下 | 52 | 3.2 |
| | 高中 | 229 | 13.9 |
| | 专科 | 193 | 11.8 |
| | 大学 | 948 | 57.7 |
| | 研究所以上 | 220 | 13.4 |
| 居住地区 | 台湾北部 | 521 | 31.7 |
| | 台湾中部 | 300 | 18.3 |
| | 台湾南部 | 587 | 35.7 |
| | 台湾东部 | 151 | 9.2 |
| | 台湾离岛 | 83 | 5.1 |
| 职业 | 农林渔牧业 | 50 | 3.0 |
| | 制造业 | 178 | 10.8 |
| | 商业 | 107 | 6.5 |
| | 服务业 | 252 | 15.3 |
| | 军公教人员 | 261 | 15.9 |
| | 家管(妇、夫) | 47 | 2.9 |
| | 退休人员 | 18 | 1.1 |
| | 学生 | 642 | 39.1 |
| | 待业中(含失业) | 28 | 1.7 |
| | 自由业 | 50 | 3.0 |
| 其他 | 9 | .5 | |
| 月收入(NTD) | 19,999 (含)以下 | 718 | 43.7 |
| | 20,000-39,999 | 410 | 25.0 |
| | 40,000-59,999 | 298 | 18.1 |
| | 60,000-79,999 | 141 | 8.6 |
| | 80,000 (含)以上 | 75 | 4.6 |

3.2 运动观光客参与频率与强度分析

由表 2 显示, 运动观光客一年内旅游次数平均为 6.95 次(SD=8.92), 而运动观光参与次数平均 4.44 次(SD=6.14), 其喜爱运动的程度平均为 3.96(SD=.89), 参与运动观光激烈程度 4.32(SD=1.17), 显示台湾运动观光客运动喜好及参与运动观光强度约在中等程度。对照刘照金与李晋豪等研究^[37, 38], 显示运动观光客在旅游频率、运动观光参与、运动喜好及运动观光强度均明显高于一般民众。

表 2 运动观光客参与频率与强度统计分析 (N=1642)

| 参与行为类型 | 平均数 | 标准偏差 | 偏态 | 峰度 |
|-------------|------|------|------|-------|
| 一年内旅游次数 | 6.95 | 8.92 | 5.13 | 39.11 |
| 一年内运动观光参与次数 | 4.44 | 6.14 | 4.39 | 26.47 |
| 喜爱运动的程度 | 3.96 | .89 | -.84 | .95 |
| 参与运动观光激烈程度 | 4.32 | 1.17 | -.27 | .77 |

3.3 运动观光客参与活动类型

由表 3 显示, 台湾参与运动观光活动主要类型为球类、健身、陆域及水域运动观光, 对照刘照金与李晋豪等研究结果^[37, 38], 显示台湾运动观光客参与活动与一般民众有些差别, 不过也呈现因台湾在地活动与地理特性所形成之特色, 这与国际运动观光学会(STIC)研究发现:「运动观光活动的参与是有其传统与地理位置的主流特殊性」^[41, 42], 亦即在不同国家或地区均有其流行或受欢迎的运动观光活动^[43, 44]。

表 3 最近一年内参与运动观光活动主要类型(复选题)

| 参与类型 | 次数 | 百分比 | 排序 |
|--------|-----|------|----|
| 民俗活动观光 | 270 | 16.4 | 8 |
| 舞蹈运动观光 | 168 | 10.2 | 9 |
| 冒险运动观光 | 321 | 19.5 | 7 |
| 陆域运动观光 | 524 | 31.9 | 3 |
| 空域运动观光 | 76 | 4.6 | 10 |
| 水域运动观光 | 452 | 27.5 | 4 |
| 技击运动观光 | 74 | 4.5 | 11 |
| 健身运动观光 | 546 | 33.3 | 2 |
| 球类运动观光 | 709 | 43.2 | 1 |
| 赛会运动观光 | 368 | 22.4 | 6 |
| 怀旧运动观光 | 419 | 25.5 | 5 |
| 其他运动观光 | 31 | 1.9 | 12 |

3.4 运动观光客特质因素分析

由表 4 显示，台湾运动观光客主要特质可分为「意义追求」与「投入花费」两项因素，其中「意义追求」因素则以「尝试体验不同的运动观光活动地点」及「参与对个人有特别意义的运动观光活动」得分较高；「投入花费」因素则以「只要时间允许会尽量参与运动观光活动」及「将钱花在运动观光的支出是值得的」得分较高。显示台湾运动观光客特质质量评估并不适用双极人格特质—他物中心(Allocentric)与心理中心(Psychocentric) [22, 25]，反而较适合从其投入运动观光活动之「意义追求」与「投入行为」二因素加以分辨，前者仍为追求与尝试运动观光新奇、意义、冒险之经验，后者则为参与运动观光之频率、投入时间及消费支出。

表 4 运动观光客特质因素分析摘要表

| 题项 | 题目 | 平均数 | 标准偏差 | 因素 |
|-----|------------------------|------|------|------|
| A8 | 我喜欢追求新奇的运动观光经验。 | 4.77 | 1.76 | 意义追求 |
| A9 | 我喜欢尝试体验不同的运动观光活动地点。 | 4.84 | 1.76 | |
| A7 | 我喜欢参与对个人有特别意义的运动观光活动。 | 4.85 | 1.78 | |
| A6 | 我喜欢参与可自由发挥的运动观光活动。 | 4.77 | 1.70 | |
| A4 | 我喜欢有冒险感觉的运动观光活动。 | 4.63 | 1.71 | |
| A5 | 我对参与运动观光活动相当有自信。 | 4.62 | 1.63 | |
| A12 | 我在运动观光的支出已投入不少金钱。 | 4.31 | 1.59 | 投入花费 |
| A11 | 我觉得将钱花在运动观光的支出是值得的。 | 4.63 | 1.61 | |
| A1 | 我经常参与运动观光活动。 | 4.61 | 1.72 | |
| A10 | 我舍得将钱花在参与运动观光的消费。 | 4.59 | 1.55 | |
| A2 | 我和周遭朋友相比，我参与运动观光活动是较多。 | 4.57 | 1.69 | |
| A3 | 只要时间允许，我会尽量参与运动观光活动。 | 4.80 | 1.74 | |

3.5 运动观光客之动机因素分析

由表 5 显示，台湾运动观光客动机因素主要可分为「拉力因素」与「推力因素」两项，其中「拉力因素」则以「具有特色的运动观光活动吸引」得分最高；「推力因素」因素则以「追求体能改善之运动观光活动」得分较高。显示台湾运动观光客动机与早期研究结果类似[22, 24, 27, 28]，亦显示运动观光客动机仍以拉力与推力因素为主。

表 5 运动观光客动机因素分析摘要表

| 题项 | 题目 | 平均数 | 标准偏差 | 因素 |
|-----|-----------------------|------|------|------|
| B9 | 运动观光活动的丰富内容会吸引我的参与。 | 4.92 | 1.76 | 拉力因素 |
| B10 | 高知名度的运动观光活动会吸引我的参与。 | 4.84 | 1.68 | |
| B11 | 具有特色的运动观光活动会吸引我的参与。 | 4.97 | 1.80 | |
| B12 | 运动观光的娱乐气氛吸引我的参与。 | 4.92 | 1.78 | |
| B8 | 参与运动观光活动常会让我有意外的惊喜。 | 4.82 | 1.70 | |
| B3 | 我因想逃避枯燥生活琐事而参与运动观光活动。 | 4.67 | 1.65 | 推力因素 |
| B4 | 我因想追求冒险感觉而参与运动观光活动。 | 4.64 | 1.65 | |
| B2 | 我因想追求体能改善而参与运动观光活动。 | 4.77 | 1.63 | |

3.6 运动观光客体验分析

由表 6 显示，台湾运动观光客体验因素主要可分为「互动体验」与「活动体验」两项，其中「互动体验」因素则以「与同好分享或互动的机会」及「与他人有更多情感互动机会」得分最高；「活动体验」因素则以「体验不同于日常生活空间与环境」及「满足我体验不同经验之需求」得分较高。显示台湾运动观光客动机因素与早期研究^[19, 20, 29, 30]略有不同，显示台湾运动观光客较重视「互动体验」与「活动体验」。

表 6 运动观光客体验因素分析摘要表

| 项目 | 题目 | 平均数 | 标准偏差 | 因素 |
|----|-------------------------|------|------|------|
| C7 | 参与运动观光活动可让我与同好分享或互动的机会。 | 4.91 | 1.73 | 互动体验 |
| C8 | 参与运动观光活动可让我找到团体的归属感。 | 4.80 | 1.67 | |
| C9 | 参与运动观光活动让我与他人有更多情感互动机会。 | 4.91 | 1.74 | |
| C6 | 参与运动观光活动可让我找到归属感的空间。 | 4.65 | 1.60 | |
| C1 | 参与运动观光活动的经验对我个人深具价值与意义。 | 4.80 | 1.69 | 活动体验 |
| C3 | 参与运动观光活动可满足我体验不同经验之需求。 | 4.83 | 1.70 | |
| C2 | 参与运动观光活动可实践我挑战体能活动的表现。 | 4.76 | 1.67 | |
| C4 | 参与运动观光让我体验不同于日常生活空间与环境。 | 4.92 | 1.71 | |

3.7 运动观光客风险认知分析

由表 7 显示，台湾运动观光客风险认知主要可分为「心理风险」与「身体风险」两项因素，其中「心理风险」因素则以「担心影响我的个人形象」及「排挤其他的财务支配」得分最高；「身体风险」因素则以「场所/设备不良可能会造成伤害」得分较高。显示台湾运动观光客风险认知与早期研究本研究结果^[31, 32, 33]略有不同，显示台湾运动观光客风险认知因素可简化为「心理风险」与「身体风险」。

表 7 运动观光客风险认知因素分析摘要表

| 题项 | 题目 | 平均数 | 标准偏差 | 因素 |
|-----|------------------------|------|------|------|
| D10 | 从事运动观光活动会排挤我其他的财务支配。 | 3.88 | 1.51 | 心理风险 |
| D8 | 参与运动观光活动所获得的服务常与付出不等值。 | 3.89 | 1.44 | |
| D9 | 从事运动观光活动造成我财务上的负担。 | 3.80 | 1.46 | |
| D7 | 参与运动观光活动我会担心影响我的个人形象。 | 3.89 | 1.52 | |
| D3 | 运动观光活动的场所/设备不良可能会造成伤害。 | 4.69 | 1.78 | 身体风险 |
| D1 | 参与运动观光活动中可能造成我身体上的伤害 | 4.39 | 1.53 | |
| D2 | 参与剧烈的运动观光活动可能会造成我身体不适。 | 4.39 | 1.52 | |

3.8 运动观光客目的地选择因素分析

由表 8 显示，台湾运动观光客目的地选择因素主要可分为「专业性」、「挑战性」及「熟悉性」三项，其中「专业性」因素则以「设备专业」、「圈内同好互动」及「享受当地文化」得分最高；「挑战性」因素则以「寻找挑战性的地点」得分较高；「熟悉性」因素则以「选择熟悉的地点」得分最高。显示台湾运动观光客目的地选择因素与早期研究结果^[25, 34, 35, 36]略有不同，显示运动观光客对目的地选择考虑因素仍以「专业性」、「挑战性」与「熟悉性」为优先。

表 8 运动观光客目的地选择因素分析摘要表

| 项目 | 题目 | 平均数 | 标准偏差 | 因素 |
|-----|------------------------|------|------|-----|
| F10 | 我喜欢选择具有专业服务的地点从事运动观光活动 | 4.78 | 1.65 | 专业性 |
| F12 | 我喜欢选择设备专业的运动观光地点从事活动 | 4.84 | 1.67 | |
| F13 | 我选择可与圈内同好互动的地点从事运动观光活动 | 4.84 | 1.68 | |
| F11 | 我喜欢选择圈内公认的运动观光胜地从事活动 | 4.76 | 1.60 | |
| F14 | 我选择可接触各阶层同好的地点从事运动观光活动 | 4.77 | 1.65 | |
| F15 | 我选择可交流运动观光经验的地点从事活动 | 4.80 | 1.67 | |
| F9 | 我喜欢选择可享受当地文化的运动观光活动地点 | 4.84 | 1.65 | 挑战性 |
| F5 | 我喜欢寻找冒险性的地点从事运动观光活动 | 4.36 | 1.59 | |
| F6 | 我喜欢寻找挑战性的地点从事运动观光活动 | 4.45 | 1.59 | |
| F4 | 我喜欢选择高度刺激的地点从事运动观光活动 | 4.30 | 1.55 | |
| F2 | 我喜欢在固定的地点从事运动观光活动 | 4.36 | 1.53 | 熟悉性 |
| F1 | 我喜欢选择熟悉的地点从事运动观光活动 | 4.52 | 1.61 | |
| F3 | 我喜欢在唤起旧回忆的地点从事运动观光活动 | 4.49 | 1.55 | |

3.9 运动观光客参与意图分析

由表 9 显示,台湾运动观光客参与意图因素主要可分为「讯息关注」与「参与意愿」两项,其中「讯息关注」因素则以「希望有机会参加运动观光活动」得分最高;「参与意愿」因素则以「未来(五年内)参与运动观光活动意愿」得分较高。显示台湾运动观光客参与意图因素与早期研究结果^[31, 32, 33]类似,亦显示台湾运动观光客参与意图可从其「讯息关注」与「参与意愿」等二构面加以评估。

表 9 运动观光客参与意图因素分析摘要表

| 项目 | 题目 | 平均数 | 标准偏差 | 因素 |
|----|-------------------------|------|------|------|
| G7 | 我会留意运动观光活动有关的讯息。 | 4.71 | 1.65 | 讯息关注 |
| G9 | 我会与同好分享有关运动观光活动的讯息。 | 4.71 | 1.65 | |
| G6 | 如果知道有运动观光活动,我会尽量安排时间参加。 | 4.78 | 1.65 | |
| G5 | 我希望能有机会参加运动观光的相关活动 | 4.81 | 1.66 | |
| G8 | 我会搜集运动观光活动有关的讯息。 | 4.60 | 1.63 | |
| G4 | 我未来(五年内)参与运动观光活动意愿很高。 | 4.74 | 1.67 | 参与意愿 |
| G1 | 过去我相当积极的参与运动观光活动。 | 4.45 | 1.61 | |
| G3 | 我现在已经在规划参与运动观光活动。 | 4.52 | 1.58 | |
| G2 | 我目前对参加运动观光活动有很强的意愿。 | 4.63 | 1.58 | |

3 结语

本研究目的旨在探讨台湾地区运动观光客的参与行为之现况与样态,以台湾地区一年内曾参与运动观光活动者为研究对象,所得数据分析结果如下:(1)台湾运动观光客人口变项以男性、21-30岁、大学、居住南部、学生、月收入1999元以下者占多数;(2)台湾运动观光客参与频率与强度为一年旅游与运动观光参与高于一般民众,运动喜好及参与运动观光强度约在中等程度;(3)台湾运动观光客参与类型主要为球类、健身、陆域及水域运动观光;(4)台湾运动观光客特质主要为「意义追求」与「投入行为」两类;(5)台湾运动观光客参与动机主要为「拉力因素」与「推力因素」两类;(6)台湾运动观光客体验主要为「互动体验」与「活动体验」两类;(7)台湾运动观光客风险认知主要为「社会风险」与「人身风险」;(8)影响台湾运动观光客目的地选择因素主要为「专业性」、「挑战性」及「熟悉性」;(9)影响台湾运动观光客参与意图主要为「讯息关注」及「参与意愿」。综合而言,本研究虽仅以描述统计加以分析,惟这些背景变项、参与频率与强度、参与类型、特质、动机、体验、风险认知、目的地选择因素及参与意图因素,应可明显呈现台湾地区运动观光客之整体样态与轮廓。

参考文献:

- [1] 颜家芝. 旅游目的地选择过程及策略之探讨. *户外游憩研究*, 1994, 7(1): 105-119.
- [2] 林钰颖. 情境因素对选择游乐区影响之研究. 台北:台湾大学, 2000.
- [3] 张岚兰. 游客度假生活型态与旅游目的地选择偏好关系之研究. 彰化:大叶大学休闲事业管理研究所硕士论文, 2002.
- [4] Tasci, A., & Gartner, W. C. Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 2007, 45(4), 413-425.
- [5] Kaplanidou, K., & Vogt, C. The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport & Tourism*, 2007, 12(3-4), 183-206.
- [6] Gibson, H. J., Qi, C., & Zhang, J. Destination image and intent to visit china, and the 2008 Beijing Olympic games. *Journal of Sport Management*, 2008, 22(4), 427-450.
- [7] Beerli, A., & Martin, J. D. Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: A quantitative analysis - A case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 2004, 25(5), 623-636.
- [8] Tasci, A., & Gartner, W. C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 2007, 45(4), 413-425.
- [9] Baloglu, S., & McCleary, K. W. A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 1999, 26(4), 868-897.
- [10] McIntosh, R. W., Charles R. G. & Brent Ritchie, J. R., (1996). *Tourism principles, practices and philosophies*. New York: John Wiley & Sons, 11-12.
- [11] Weed, M. Sports tourism theory and method: concepts, issues & epistemologies. *European Sport Management Quarterly*, 2005, 5(3), 229-242.
- [12] Weed, M. *Olympic tourism*. Burlington, MA: Elsevier, 2008, 23-24.
- [13] Weed, M., & Bull, C. (2004). *Sports tourism: Participants, policy and providers*. Oxford: Elsevier, 2004, 56-57.

- [14] Roehl, W. S. & Fesenmaier, D. R. Tourism land use conflict in the United States. *Annals of Tourism Research*, 1992, 14 (4), 471-485.
- [15] Sönmez, S., & Graefe, A. Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk & safety. *Journal of Travel Research*, 1998, 37(2), 172-177.
- [16] Bigne, E. J., Sanchez, I. M., & Sanjez, J. Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter-relationship. *Management*, 2001, 22, 607-616.
- [17] Correia, A., do Valle, P., & Moço, C. Why people travel to exotic places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2007, 1(1), 45-61.
- [18] Kozak, M., Crotts, J., & Law, R. The impact of the perception of risk on international travelers. *International Journal of Tourism Research*, 2007, 9(4), 233-242.
- [19] Bouchet, P., Lebrun, A. M. & Auvergne, S. Sport tourism consumer experiences: A comprehensive model. *Journal of Sport Tourism*, 2004, 9(2), 127-140.
- [20] Hennessey, S. M., MacDonald, R. M., & MacEachern, M. A framework for understanding golfing visitors to a destination. *Journal of Sport and Tourism*, 2008, 13 (1), 5-35. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1621702>
- [21] Kaplanidou, K., & Vogt, C. Path analysis of sport event image influence on spectators' intentions to revisit the hosting destination. Paper presented at the 22nd North American Society for Sport Management, Ft. Lauderdale, 2007.
- [22] Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2005). Sports tourism consumer motivation. *Journal of Sport Tourism* 10(1), 21-31.
- [23] Pearce, P. (1982). *The social psychology of tourist behaviour*. Oxford: Pergamon.
- [24] Rinaldi, G. Sport tourism: An exploration of the motivations and tourism experiences of Australian Football League Sport Tourists Travelling to Western Australia. Australia: Edith Cowan University, 2011, 11-14.
- [25] Plog Research Incorporated. California travelers' perception of British Columbia and Vancouver: Results of the Research, Prepared for Ministry of Tourism, Recreation and Culture, Government of British Columbia. Victoria, Canada. May 1987, 1987, 1-35.
- [26] Settle, R. B. & Pamela, L. A. *Why they buy*. New York: John Wiley and Sons, 1986, 2-5.
- [27] Crompton, J. L. Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 1979, 6(4), 408-424.
- [28] Trail, G. T., & James, J. D. The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 2001, 24(1), 108-128.
- [29] Pearce, P. L., Lee, U. I. Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 2005, 43(3), 226-237.
- [30] Weed, M. Sports tourism experiences. *Journal of Sport & Tourism*, 2008, 13 (1), 1-4.
- [31] Lepp, A., & Gibson, H. Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 2003, 30(3), 606-624.
- [32] Qi, C., Gibson, H., & Zhang, J. Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 2009, 14 (1), 43-67.
- [33] Shakya, M. Local perceptions of risk and tourism: A case study from rural Nepal. *Recreation and Society in Africa, Asia and Latin America*, 2011, 1 (2), 31-64.
- [34] Ankomah, P. K., Crompton, J. L. and Baker, D., Influence of cognitive distance in vacation Choice. *Annals of Tourism Research*, 1996, 23 (1), 138-150.
- [35] Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 1991, 30(2), 10-16.
- [36] Miranda, J. & Andueza, J. The role of sport in the tourism destinations chosen by tourists visiting Spain. *Journal of Sport Tourism*, 2005, 10(2), 143-145.
- [37] 刘照金、李晋豪. 台湾主动性运动观光参与状况及参与者特质之研究. *台大体育学报*, 2011, 20 : 49-62.
- [38] Chang, C. Y., Liu, C. C., Liu, Y. H., & Ni, K. L. (2008). A study of active sport tourism participation and the characteristics of sport tourists in Taiwan. The 7th Asia Pacific Forum for Graduate Students' Research in Tourism & Hospitality. 3-4 June 2008, 2008, 325-326.
- [39] Gibson, H. J. Active sport tourism: Who participates? *Leisure Studies*, 1998, 17(2), 155-170.
- [40] Gibson, H. J., Attle, S. P. and Yiannakis, A. Segmenting the active sport tourist market: A life-span Perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 1998, 4 (1), 52-64.
- [41] Sport Tourism International Council Research Unit. (1997). Content analysis of tourism schedules. *Journal of Sport Tourism*, 4(1). 1998, 12, 21.
- [42] Standeven, J. & De Knop, P. D. Sport tourism. Canada: Human Kinetics, 1999, 34-40.
- [43] Mintel International Group. Activity holidays in the UK. London: Author, 1995, 23-30.
- [44] Zom, J., and van Hal, W. (1997). Holiday decision-making in The Netherlands; selection processes with regard to domestic and foreign holiday destinations. *Revue De Tourisme*, 1997, 3, 19-26.

影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖量表編製之研究

Development of the Impact of Destination Choice and Participation Intention Scale for Sport Tourists

劉照金 Chao-Chin Liu¹ 張俊一 Chun-Yi Chang² 張淑敏 Shu-Min Chang³ 董 燊 Shen Tung⁴

1 美和科技大學運動與休閒系

Department of Recreation Sport and Health Promotion, Meiho University

2 國立新竹教育大學體育系

Department of Physical Education, National Hsinchu University

3 馬來西亞聯合理工大學旅館管理系

Department of Hotel Management, Universiti Teknologi MARA (UiTM)

4 國立金門大學運動與休閒學系

Department of Sports & Leisure, National Kinmen University.

摘要

本研究目的旨在編製影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之因素量表，並檢驗量表之鑑別度、效度及信度。研究方法以台灣地區一年內曾參與運動觀光活動者（N=350）為研究對象，研究工具參酌運動觀光參與行為相關研究編修而成，問卷測試從2014年1月5日至4月15日在台灣地區進行調查，所得資料經項目分析、探索因素分析及信度檢驗，研究結果如下：（一）每一問卷項目的CR值與總分相關值均達顯著水準，顯示本研究所建構之量表具有鑑別度。（二）探索性因素分析結果顯示，運動觀光客特質量表產生「意義追求」與「投入行為」二因素，累積總解釋變異量為71.61%；運動觀光客動機量表產生「拉力」與「推力」二因素，累積總解釋變異量為72.64%；運動觀光客體驗量表產生「互動體驗」與「活動體驗」二因素，累積總解釋變異量為77.50%；運動觀光客風險認知量表產生「人身風險」與「社會風險」二因素，累積總解釋變異量為79.90%；運動觀光客目的地選擇量表產生「專業性」、「挑戰性」與「熟悉性」三因素，累積總解釋變異量為77.01%；運動觀光客參與意圖量表產生「訊息注意」與「參與意願」二因素，累積總解釋變異量為82.26%，顯示各構面均具有建構效度。（三）信度分析結果顯示各量表Cronbach's alpha係數均超過.90以上，顯示各構面均具有可接受的內部一致性。綜合結論：本研究所編製影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之因素量表具有良好的鑑別度、效度及信度，可適用於衡量影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之因素評價與看法。

關鍵詞：運動觀光客、目的地選擇、參與意圖

通訊作者：董燊，89250 金門縣金寧鄉大學路一號，國立金門大學管理學院

電話：+886-82-312702 行動電話：+886-9-37135701

E-mail：tungshen@nqu.edu.tw

Abstract

The **purpose** of this study was to develop the impact of destination choice and participation intention scale for sport tourists, and to examine its discrimination, reliability, and validity. The **method** of this study, which participants of the study was potential sport tourists who had participated in sport tourism within the previous year in the Taiwan area; a total of 250 valid questionnaires were collected. The scale was modified from the research and literature concerning sport tourism participation behavior. The questionnaires were distributed in the Taiwan area from the 5th January to 15th April 2014. The statistical analyses included item analysis, exploratory factor analysis, and reliability test. The **results** revealed that (1) the critical ratio values and total correlation coefficients for each item reached a significant level, showing construction of the scale has discrimination. (2) Factor analysis showed that the sport tourist trait scale generated two factors: "meaning pursuit" and "involvement act," with a total cumulative explained variance of 71.61%; the sport tourist motivation scale generated two factors: "pull" and "push," with a total cumulative explained variance of 72.64%; the sport tourist experience scale produced two factors: "interactive experience" and "activity experience," with a total cumulative explained variance of 77.50%; the sports tourist risk perception scale generated two factors: "personal risk" and "social risk," with a total cumulative explained variance of 79.90%; the sports tourist destination choice scale generated three factors: "professional," "challenging," and "familiarity," with a total cumulative explained variance of 77.01%; the sports tourist participation intention scale generated two factors: "message concern," and "participation willingness," with a total cumulative explained variance of 82.26%. The above shows all research instruments had construct validity. (3) Reliability analysis showed that each scale Cronbach's alpha coefficients were above .93, suggesting that the internal consistency was acceptable for each factor. In **conclusion**, based on the results, the scale demonstrated sound discrimination, validity, and reliability; the scale is suited to measure sport tourists' opinions regarding future destination choices and participation intentions.

Keywords: sport tourist, destination choices, participation intentions

壹、緒論

一、研究背景與目的

運動觀光領域經常在處理被動選擇與有意選擇(pseudo and intentional choices)之問題。參與者或觀眾在作運動觀光的決定時，並未注意到微妙或隱藏的力量，而被強力塑造或吸引做運動目的地之選擇(Kurtzman & Zauhar, 2005)。從本質而言，旅遊與參加運動活動是受外部力量有意之導引，如家人、朋友、社會同儕團體、企業媒體廣告影響，而非本身主動到運動目的地旅遊，這就所謂的「被動選擇(pseudo choices)」。而運動觀光客有意選擇(intentional choices)是指運動觀光客不受他人影響做決定，而是自我涉入成為運動參與者或觀賞者。然而不管被動選擇與有意選擇，遊客均對運動有其基本的親和動力，若沒有特殊的運動親和動力，則目的地選擇與旅行的行為則不會發生(Kurtzman & Zauhar, 2005)。因此，這股未受注意之微妙或隱藏的力量，卻是影響運動觀光目的地選擇與參與行為之重要因素，尤其了解運動觀光客的決策行為，可作為運動觀光活動主辦單規劃活動之重要參考，並可讓運動觀光益效最大化(Weed, 2008b)。

過去有關影響觀光客旅遊目的地選擇與參與行為之研究，指出不同的遊客有其不同的需求，進而影響其旅遊目的地的選擇與參與行為(顏家芝, 1994)，而遊客做目的地選擇決定時，會受到資訊環境、消費環境及時間所影響(林鈺穎, 2000)；而張嵐蘭(2002)也發現不同族群與生活型態之遊客，對於旅遊目的地的選擇有差異。此外，運動遊客的特質會影響形成賽事與目的地意象及整體行為，包括來自地理區、先前旅遊體驗與態度(Tasci & Gartner, 2007)，以及對運動事件感知等(Kaplanidou & Vogt, 2007a)。對於賽事的看法(Gibson, Qi, & Zhang, 2008)、目的地意象(Beerli and Martin, 200; Tasci & Gartner, 2007)、觀光動機(Baloglu and McCleary, 1999; McIntosh, Charles, & Brent Ritchie, 1996)、運動觀光體驗(Weed, 2005; Weed, 2008b; Weed and Bull, 2004)及風險認知(Roehl & Fesenmaier, 1992; Sönmez and Graefe, 1998)，以及觀光客之特質與滿意程度(Bigne, Sanchez, & Sanjez., 2001)等因素，均會影響觀光客旅遊目的地選擇與參與行為(Correia, Valle & Moço, 2007; Kozak, Crofts, & Law, 2007)。

有關運動觀光客人格特質、動機、體驗及風險觀念對其目的地選擇及參與行為影響，國外雖有相關研究之探討(Bouchet, Lebrun, & Auvergne, 2004; Hennessey, MacDonald, & MacEachern, 2008; Kaplanidou, 2007; Kurtzman & Zauhar, 2005; Pearce & Lee, 2005; Rinaldi, 2011)，但多屬個別變項之關係探討，或非實證之回顧式探討，缺乏探討運動觀光客人格特質、旅遊動機、旅遊體驗及風險認知等因素，對運動觀光目的地選擇及參與行為影響模式建構，而且相關研究大都屬一般觀光之研究，有關運動觀光研究尚少觸及。這些問題將是發展運動觀光之重要議題，然而要進一步探討這些相關問題，需要一個有效的評估工具。因此，本研究從台灣在地化觀點，發展運動觀光客特質、動機、體驗、風險認知、目的地選擇及參與行為評估工具，以作為進一步探討影響運動觀光客目的地選擇及參與行為之影響模式建構之基礎。本研究具體研究目的如下：

- (一) 分析運動觀光客之特質、動機、風險觀念、體驗對目的地選擇與參與行為因素之量表之鑑別度。
- (二) 驗證運動觀光客之特質、動機、風險觀念、體驗對目的地選擇與參與行為因素之量表之效度。
- (三) 驗證運動觀光客之特質、動機、風險觀念、體驗對目的地選擇與參與行為因素之量表之信度。

貳、文獻探討

一、運動觀光客特質與衡量

根據心理學研究，運動觀光客人格特質會對運動活動、情境與環境有不同理解與反應，觀光客人格特質包括侵略(aggression)、親和(affiliation)、主宰(dominance)及認同需求(need for recognition)等特質(Fridgen, 1971, 1984)。「侵略」的運動觀光客可能會追求高水準的競技；「親和」運動遊客會期望親善於社會運動環境；「主宰」的運動觀光客會急於在活動期間爭取前排的觀眾席；「認同需求」運動觀光客則是需要被認同(self-explanatory)的一群。然而，這些特徵可能呈現在某種情況下，不一定會轉移到另一種情境。例如，參加世界青年冰球錦標賽(world youth hockey tournament)的家長觀眾，當時可能表現出「侵略性」，但若是參與冰壺(Curling)運動賽事，則可能瀟灑著的交際與輕鬆的態度。

Plog (1987)研究團隊(Plog Research Incorporated)發現兩個極端之旅遊人格特質，即他物中心(Allocentric)與心理中心(Psychocentric)。前者是指一種旅遊趨勢之引領者、挑戰者、勇於成為新旅遊目的地之首發者。事實上這類觀光客可稱為領導者，例如第一個體驗滑翔傘挑戰者，便是他物中心運動觀光客之典型例子。心理中心性格者則喜歡跟隨家庭成員或追隨者到熟悉、安全的運動觀光目的地(Plog, 1991)。雙極人格特質是指兩個極端之人格特質，大多數旅客都在人格特質量表之平均左右。以下為他物中心與心理中心旅遊性格運動觀光客之比較表(如表1)：

表 1 他物中心與心理中心之旅遊性格比較表

| 他物中心性格 | 心理中心性格 |
|------------|-------------|
| 較頻繁的旅行 | 較少的旅行 |
| 敢於冒險 | 怯於冒險 |
| 自信 | 無自信 |
| 不抑制 | 抑制 |
| 不焦慮 | 日常生活中較焦慮 |
| 追求各種意義去旅行 | 旅遊像坐車一樣 |
| 選擇更多新穎之目的地 | 選擇熟悉與安全之目的地 |
| 在目的地花較多的錢 | 在度假中花較少的錢 |

資料來源：Kurtzman, & Zauhar (2005:25).

二、運動觀光動機與衡量

動機是人們為滿足需求而產生行為的刺激或驅力，也是影響人類行為的重要因素(Petri & Govern, 2012)。在觀光領域中動機是左右消費者行為的重要因素(Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert, & Sherpherd, 1998; Lau & Mckercher, 2004; Yoon and Uysal, 2005)，這是影響遊客活動產生的內在因素(Crompton, 1979; Lau & Mckercher, 2004)。不同的動機驅動不同的人去旅遊，McIntosh, et al. (1996)發現身體動機(physical motivators)、文化動機(cultural motivators)、人際互動動機(interpersonal motivators)及地位和聲望動機(status and prestige motivators)等四種動機可應用於運動旅遊(sports travel)。Reilly (1989:25)根據不同運動觀光的研究結果，歸納運動觀光參與動機包括冒險、改變氣氛、家庭拜訪、教育、家庭聚會、逃避枯燥、滿足異性交往機會及享受異國風味佳餚等八項。

學者發展運動觀光客動機量表，通常會參考運動動機以瞭解運動愛好者之動機(Funk, Mahony, Nakazawa, & Hirakawa, 2001; Robinson, Trail, Dick, & Gillentine, 2005; Wann, 1995; Wann, Schrader, &

Wilson, 1999)。而Trail and James (2001)曾使用Wann (1995) 整理之「運動愛好者量表(The Sport Fan Motivation Scale, SFMS)」應用於運動觀光客之動機研究，發現有正向壓力(eustress)、自尊、逃避、娛樂、經濟、美學、團體親和及家人等8種動機因素，經其開發與修正發展出「運動消費動機量表(the Motivation Scale for Sport Consumption, MSSC)」，可準確與適當評估運動觀光客的動機，其動機因素包括成就、獲取知識、美學、戲劇化/正向壓力、逃避、家庭、選手體能吸引、選手高超技能及社會互動等因素，近年來已被應用在各種不同運動研究(Robinson, et al., 2005; Fink, Trail, & Anderson, 2002; James & Ridinger, 2002; James & Ross, 2004; Neale & Funk, 2006; Hoye & Lillis, 2008)。綜合Trail and James之運動消費動機量表(MSSC)有關運動觀光動機因素，主要可歸納為推、拉兩種因素，其中成就、戲劇化、球員吸引力因素是屬拉力因素，而獲取知識、逃避、家庭及社會互動則屬推力類別（見圖1）。

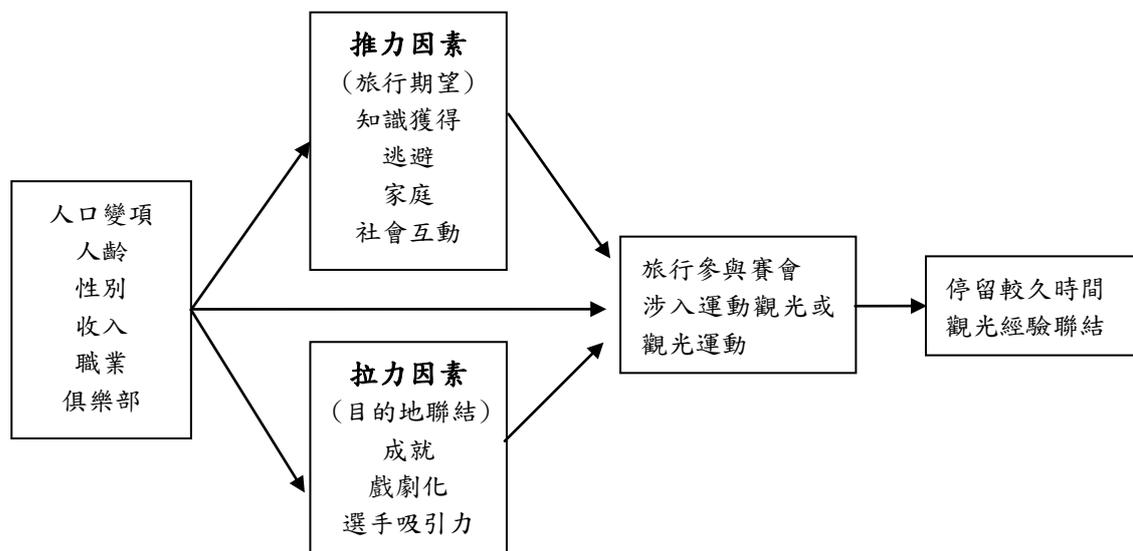


圖 1 運動觀光動機對運動賽會觀光與停留影響
資料來源：參考 Rinaldi, G. (2011)研究繪製

三、運動觀光體驗與衡量

Kelly (1987)指出體驗是指經歷某特定活動及時間後的感知，並對此感知進行處理過程，體驗不僅止於單純的感覺，而是一種對感知的解釋性意識，一種與當時之時間和空間相聯繫的內在精神過程。Schmitt (1999)則主張體驗是個體回應刺激的個別事件，包括感官體驗、情感體驗、思考體驗、行動體驗及關聯體驗等五種型態。Caru and Cova (2003)認為體驗是個人的嘗試，是指個人親身參與所產生感官或心理的情緒領悟，且可以改變一個人的行為或思想。有關探討運動觀光體驗之研究約可分為三種典型，就如Weed and Bull (2004)所歸納之活動、人及地方互動之三種因素。第一種類型之焦點側重於活動體驗(activity experience)探討(Hennessey, et al., 2008)；第二種類型之焦點側重於地方體驗(place experience)探討(Papadimitriou & Gibson, 2008)；第三種類型之焦點側重於人的體驗(people experience)探討(Shipway & Ian, 2008)。

應用於運動觀光消費行為研究，約有探討觀光客團體活動與互動之行為理論(Graburn, 1989; Smith, 1989)，或強調遊客之價值、態度、需求、冒險行為與動機之認知心理理論(Nickerson & Ellis, 1991; Locker & Perdue, 1992; Roehl & Fesenmaier, 1992)，或結合旅客心理變項與行為角色理論之角色理論(Pearce, 1982; Yiannakis & Gibson, 1992; Mo, Havitz, & Howard, 1994)，以及結合體驗模型在有關旅遊行為與情感研究之體驗模型理論(Holbrook, 1999)等四種。有關分析架構建議應考量不同的消費體驗的旅遊行為，以提供瞭解其相關動機，以呈現觀光客尋求象徵、審美、享樂等因素的情緒和情感的特質。因此，Bouchet, et al. (2004)建議運動觀光客體驗之分析框架，主要基於自我價值(variables related to self-worth)、地區(空間變量)(Spatial Variables)及與他人(人際關係變量)(Interpersonal variables)

等構面加以衡量。

四、運動觀光風險認知與衡量

綜合相關戶外活動之文獻(Dickson & Tugwell, 2000; Priest & Gass, 1997)，歸納風險類型為絕對風險(absolute risk)、風險認知(perceived risk)及實際風險(real risk)等三種風險概念。在社會情境中會影響個人風險認知，包括財富、人口、技術及媒體等因素所造成(Slovic, 1990)。此外，公眾的觀點也會影響風險認知，其中有超過20個因素會影響個人觀點 (Sandman, 2003; Segal & Sandman, 1990)。因此，個人對於風險認知的看法並不同，同樣的結果可能每人願意承擔風險不同，願意承擔多大的風險亦不同。

在探討消費行為之文獻中，將風險歸類為設備風險、財務風險、生理風險、心理風險、滿意風險、社會風險及時間風險等7種風險，而上述之風險也常被用來作為檢視旅遊相關的決策(Roehl & Fesenmaier, 1992)。Sönmez and Graefe (1998)根據上述研究之觀點，提出國際旅行的風險包括財務、健康、生理、政治不穩、心理、滿意度、社會、恐怖主義及時間等9種類型風險，Lepp and Gibson (2003)研究美國出生的青壯年對國際旅行風險的看法，包含衛生、政治不穩定、恐怖主義、奇特的食物、文化隔閡、政治與宗教教條及犯罪等7種危險因素，並進一步利用Cohen (1972)所提出的旅遊者角色類型(typology)分析，發現在旅行中追求新鮮感的遊客、探險家或喜歡流浪者，相較於一般遊客對國際旅遊相關的風險認知顯著較低。依Liu, Chang, Tsai and Chuang (2013) 與Liu, Chang, Tsai, and Chuang (2013)有關運動觀光客風險認知對參與意圖影響研究，發現風險認知對運動觀光客參與意圖影響並不高，其中僅以設備風險(3.4%)、社會風險(1.1%)及心理風險(0.7%)較為顯著。

五、運動觀光目的地選擇

旅遊目的地選擇過程是指遊客從可用的旅遊目的地作篩選(Ankomah, Crompton, & Baker, 1996)，其選擇過程所產生的行為結果會對觀光造成重要性影響(Mathieson & Wall, 1982)。Kotler, Bowen and Makens(2003)認為旅遊消費者的決策過程會有需求確認、資訊搜尋、方案評估、購買決策及購後行為等五個階段。Mathieson and Wall (1982)提出的旅遊決策過程架構，認為旅客決策過程分為產生旅遊需求、旅遊資訊蒐集與評估、行程決策、行前準備、旅遊體驗與滿意度評估，在此旅遊決策過程架構中，旅客的社經背景與行為特性、目的地資訊察覺、旅遊行程特性、旅遊資源及特性對旅遊整個決策過程產生影響。其次，旅客的個人社會心理特性 (Um & Crompton, 1990)、個人的態度(Mayo & Jarvis, 1981)及意圖(intent) (Pike & Ryan, 2004)亦會對旅遊偏好或意圖產生影響。

Fakeye and Crompton (1991) 研究指出過去對目的地體驗可能影響其目的地形象與選擇，並正面影響行為的意圖和意像形成，且會間接影響整體運動事件意像與整體目的地意象及再訪目的地意圖(Baloglu, 2001; Kaplanidou, 2007; Kaplanidou & Vogt, 2007b)。不過Crompton (1979) 也發現社會心理動機與目的地選擇(destination choice)的歸因並不顯著，而先強調目的地之特點(features)與吸引力(attractions) (即拉力)，然而實際決定造訪這個目的地的是取決於遊客原始旅遊需要(prior need for travel) (Dann, 1977)，邏輯上「推」動機應先於「拉」動機。因此，一般觀光動機之研究著重於分析「推」動機(如運動觀光之根本動機)，而不是「拉」動機(歸因特別觀光目的地之觀光動機)(Mak, Wong, & Chang, 2009)。此外，熟悉的目的地之旅遊距離也有決定性之影響，例如當地可讓人有賓至如歸的感覺，有提昇興趣與驅力之影響力 (Milman & Pizam, 1995; Pike & Ryan, 2004)。另外，從最佳的覺醒理論(Optimal Arousal Theory)觀點，運動觀光客往往尋求個人最適合之刺激水準，依其生活型態尋找較安靜、較輕鬆運動目的地，或尋求較冒險與令人興奮的運動環境(Kurtzman & Zauhar, 2005)。Plog(1987)發現旅遊人格特質會影響目的地選擇，他物中心運動觀光客是旅遊趨勢之引領者、挑戰者、勇於成為新旅遊目的地之首發者，心理中心運動觀光客則喜歡跟隨家庭成員或長期追隨者到熟悉、安全的運動觀光目的地區(Plog, 1991)。

六、運動觀光參與行為與衡量

有關運動參與行為的理論，已引入許多相關之理論模式，包括期望－價值理論 (expectancy-value theory)、理性行動理論 (theory of reasoned action, TRA)、計畫行為理論 (theory of planned behavior, TPB)、健康促進模式 (health promotion model)以及跨理論模式 (transtheoretical model)等 (吳姿瑩、卓俊伶, 1998; 林耀豐、丁文琴, 2003; 黃耀宗、季力康, 2001)。計畫行為理論(TPB)是由Ajzen and Fishbein (1980) 所提出的理性行動理論(TRA)所延伸發展而來，該理論是從社會心理學的觀點，綜合態度、主觀規範以及行為控制知覺三個變項來解釋引發個人行為意圖及行為因素，TRA/TPB兩項理論目前已被廣泛運用在運動參與行為研究，被證實可以有效解釋不同對象的運動參與行為(Ajzen & Manstead, 2007; Downs & Hausenblas, 2005)。運動觀光客因很多理由而去旅行，旅遊決定不僅是內在動機(如暫時逃避現實、感情、渴望參與等)，同時也有外在的原因(如獎勵、認同、名聲等)。此種單一或合併、正向或負向，以及基本動機與運動旅遊動機之交互作用形成動機「權重」影旅遊決定(Kahl, Kenneth, & Gregory, 1996)。此外，熟悉或不熟悉的目的地，旅遊距離也有決定性之影響，各因素交互作用之綜合效果，對於運動觀光客會產生行動與不行動之影響(Taylor, 1994)。

Chalip, Green, & Vander (1998)及Qi, Gibson, and Zhang(2009) 衡量運動觀光之參與行為之因素，包括參加運動觀光的企圖、未來五年參與運動觀光的意願，過去曾參與運動觀光次數、注意有關運動觀光活動之信息，瞭解運動觀光活動賽會相關信息。有些學者則從運動觀光客旅遊次數、抑制性、自信心、旅行追求、金錢花費及活動尋求之水準加以衡量(Kurtzman, & Zauhar, 2005; PLOG, 1987; Rinaldi, 2011; Settle and Pamela, 1986)。本研究則從過去、目前及未來參加運動觀光的企圖與意願，以及有關運動觀光活動之信息注意加以衡量 (Chalip et al., 1998; Qi, et al., 2009)。

參、研究方法

一、研究對象與抽樣實施

本研究調查是以台灣地區一年內曾參與運動觀光活動者為研究對象，問卷測試則從2014年1月5日至4月15日在台灣地區進行調查，採便利取樣方法(convenience sampling method)，共計發出420份問卷，回收383份，扣除無效問卷，計有有效問卷350份，有效問卷回收率為83.33%。

二、量表初稿編制

本研究旨在探討運動觀光客特質、動機、體驗、風險認知對運動觀光客參與行為與目的地選擇之影響，研究工具基於文獻的綜合回顧，包括六個量表及基本資料調查表，有關量表發展之文獻來源如下：

- (一) 運動觀光客特質量表：此量表參考相關文獻(Kurtzman & Zauhar, 2005; PLOG, 1987; Settle & Pamela, 1986)編製問卷，問題包括運動觀光客的人格參數、旅遊人格特質、人際互動特質等向度，以衡量運動觀光客之人格特質。
- (二) 運動觀光動機量表：運動觀光客動機衡量方法主要參考相關文獻(Crompton, 1979; Kurtzman & Zauhar, 2005; Rinaldi, 2011; Trail & James, 2001)，發展有關運動觀光客拉力與推力之動機因素問題。
- (三) 運動觀光體驗量表：運動觀光客體驗衡量主要參考相關文獻(Bouchet et al., 2004; Hennessey, et al., 2008; Pearce & Lee, 2005; Weed, 2008a)，發展有關運動觀光自我關係體驗、地方體驗及人際互動體驗。
- (四) 運動觀光風險認知量表：主要參考相關文獻發展問卷 (Floyd et al., 2004; Lepp & Gibson, 2003; Qi et al., 2009; Shakya, 2011)，再考慮本研究有關運動觀光之風險認知之特性加以發展題目。

- (五) 運動觀光客參與行為量表：主要參考相關文獻發展問卷(Kurtzman, & Zauhar, 2005; PLOG, 1987; Rinaldi, 2011; Settle and Pamela, 1986)，以評估運動觀光客旅遊次數、抑制性、自信心、旅行追求、金錢花費及活動尋求之水準。
- (六) 運動觀光目的地選擇量表：主要參考相關文獻發展問卷(Ankomah, et al., 1996; Fakeye & Crompton, 1991; Miranda & Andueza, 2005; Plog, 1987)，以評估運動觀光客對目的地類型、新穎性、挑戰性、吸引力、服務、人際接觸等認知水準。
- (七) 基本資料調查表：人口變項包括受試者之性別、年齡、家庭年收入、教育程度、社經地位。

上述發展問卷之題項與內容，邀請五位運動休閒領域專家與學者建議後修編而成量表初稿。量表採李克特七點尺度量表計分，從「非常同意」、「同意」、「有點同意」、「普通」、「有點不同意」、「不同意」、「非常不同意」分別給予1-7分，所得分數愈高，表示對該題項愈同意，反之亦同。

三、資料處理與分析

本研究回收之有效問卷利用SPSS 17.0 for windows 統計套裝軟體進行分析，本研究主要的分析方法如下：

(一) 項目分析(Item Analysis)：檢定量表各題項的鑑別力(CR值)，在檢定方法上採極端組比較法及積差相關進行檢定。前者高、低分組並進行兩組在各題項分數之t考驗，以考驗題項之鑑別度；後者則是分析各題項分數與量表總分的相關程度，以考驗題項之同質性，未滿.30則予以刪題(吳明隆、涂金堂，2006)。

(二) 探索性因素分析：先以KMO法了解各變項相關程度是否適合因素分析(KMO值>.70為標準)(榮泰生，2009)。其次，進行Bartlett's球體(sphericity)檢定各因素間具有共同變異性(吳明隆，2005)。再以主成份分析法及直交轉軸法進行因素負荷量的估計與各因素構面的區別，在因素負荷量上以大於.50之因素為保留標準(Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998)，並根據Nie, Hull, Jenkins, Steinbrenner, and Bent (1975)之建議，萃取因素之標準為構念內的每一個因素負荷值(factor loadings)與其他因素負荷值至少需差距0.1以上才能保留。另外，在因素構面的選取上則以特徵值大於1之因素構面為保留標準(陳正昌、程炳林、陳新豐、劉子建，2009)。

(三) 信度分析：本研究採用整體量表與分量表Cronbach's α 檢定，檢定問卷中各因素之衡量變數其內部一致性程度，其判斷準則大於.70之標準(邱皓政，2006)。

肆、結果與討論

一、項目分析

本研究將影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖量表回收之有效問卷，利用 t 檢定(t-test)及相關分析(correlation analysis)進行內部一致性效標分析及同質性考驗。前者將受試者在量表得分的總合依高低分排序，然後依受試者得分之前 27%與後 27%分為高也兩組，最後以 t 檢定考驗受試者在同一題之得分，其得到之 t 值即所謂的決斷值(critical ratio; CR)，本研究各題項之 CR 值介於 5.75-32.17，皆達顯著水準($p < .05$)，故未刪除任何題項；後者則是計算各題項與總分之相關程度，經統計分析後，相關係數皆達.45 以上，均達.30 以上之標準(吳明陸、涂金堂，2006)，故全數題項均予以保留(如表 1)。

經由項目分析，本研究所建構之運動觀光客特質、運動觀光動機、運動觀光體驗、運動觀光風險認知、參與行為及目的地選擇等量表，每一問項的 CR 值均達顯著水準，顯示本研究所建構之量表具有鑑別度。其次，每問項之平均得分與該量表之總分相關係數均達顯著水準，顯示這些量表題項具有同質性(王俊明，1999；吳明隆、涂金堂，2000)。

表 1 影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖量表項目分析摘要表

| 項目 | 題目 | CR 值 | 總分相關 |
|---------------------|-------------------------|--------|------|
| 運動觀光客特質量表 | | | |
| A1 | 我經常參與運動觀光活動。 | 15.59* | .81* |
| A2 | 我和周遭朋友相比，我參與運動觀光活動是較多。 | 16.52* | .80* |
| A3 | 只要時間允許，我會儘量運動觀光活動。 | 16.56* | .80* |
| A4 | 我喜歡有冒險感覺的運動觀光活動。 | 14.22* | .74* |
| A5 | 我對參與運動觀光活動相當有自信。 | 21.13* | .86* |
| A6 | 我喜歡參與可自由發揮的運動觀光活動。 | 19.30* | .81* |
| A7 | 我喜歡參與對個人有特別意義的運動觀光活動。 | 16.24* | .78* |
| A8 | 我喜歡追求新奇的運動觀光經驗。 | 16.67* | .78* |
| A9 | 我喜歡嘗試體驗不同的運動觀光活動地點。 | 20.11* | .81* |
| A10 | 我捨得將錢花在參與運動觀光的消費。 | 16.02* | .78* |
| A11 | 我覺得將錢花在運動觀光的支出是值得的。 | 17.89* | .79* |
| A12 | 我在運動觀光的支出已投入不少金錢。 | 13.58* | .72* |
| 運動觀光客動機量表 | | | |
| B1 | 我會因追求知識與經驗成長而參與運動觀光活動。 | 19.80* | .82* |
| B2 | 我因想追求體能改善而參與運動觀光活動。 | 16.16* | .77* |
| B3 | 我因想逃避枯燥生活瑣事而參與運動觀光活動。 | 14.59* | .69* |
| B4 | 我因想追求冒險感覺而參與運動觀光活動。 | 16.86* | .74* |
| B5 | 我會因想多與親朋好友互動而參與運動觀光活動。 | 14.53* | .73* |
| B6 | 我會因想體驗不同經驗而參與運動觀光活動。 | 19.50* | .85* |
| B7 | 參與運動觀光活動讓我得到成就感。 | 19.01* | .83* |
| B8 | 參與運動觀光活動常會讓我有意外的驚喜。 | 19.56* | .81* |
| B9 | 運動觀光活動的豐富內容會吸引我的參與。 | 16.96* | .82* |
| B10 | 高知名度的運動觀光活動會吸引我的參與。 | 14.02* | .72* |
| B11 | 具有特色的運動觀光活動會吸引我的參與。 | 17.67* | .81* |
| B12 | 運動觀光的娛樂氣氛吸引我的參與。 | 17.54* | .79* |
| 運動觀光客體驗量表 | | | |
| C1 | 參與運動觀光活動的經驗對我個人深具價值與意義。 | 18.17* | .81* |
| C2 | 參與運動觀光活動可實踐我挑戰體能活動的表現。 | 19.24* | .85* |
| C3 | 參與運動觀光活動可滿足我體驗不同經驗之需求。 | 19.49* | .84* |
| C4 | 參與運動觀光讓我體驗不同於日常生活空間與環境。 | 21.86* | .87* |
| C5 | 參與運動觀光活動可讓我探尋期望之運動目的地。 | 20.41* | .83* |
| C6 | 參與運動觀光活動可讓我找到歸屬感的空間。 | 18.87* | .79* |
| C7 | 參與運動觀光活動可讓我與同好分享或互動的機會。 | 19.25* | .81* |
| C8 | 參與運動觀光活動可讓我找到團體的歸屬感。 | 20.02* | .84* |
| C9 | 參與運動觀光活動讓我與他人有更多情感互動機會。 | 16.32* | .81* |
| 運動觀光客風險認知量表 | | | |
| D1 | 參與運動觀光活動中可能造成我身體上的傷害 | 16.03* | .79* |
| D2 | 參與劇烈的運動觀光活動可能會造成我身體不適。 | 14.58* | .77* |
| D3 | 運動觀光活動的場所/設備不良可能會造成傷害。 | 9.64* | .53* |
| D4 | 參與運動觀光活動會讓我感到心情緊張。 | 16.84* | .82* |
| D5 | 參與運動觀光活動所提供服務可能讓人感到不滿意。 | 16.30* | .81* |
| D6 | 參與運動觀光活動我會擔心自己表現不理想。 | 15.35* | .77* |
| D7 | 參與運動觀光活動我會擔心影響我的個人形象。 | 17.66* | .81* |
| D8 | 參與運動觀光活動所獲得的服務常與付出不等值。 | 22.13* | .85* |
| D9 | 從事運動觀光活動造成我財務上的負擔。 | 18.55* | .85* |
| D10 | 從事運動觀光活動會排擠我其他的財務支配。 | 16.70* | .80* |
| 運動觀光客目的地選擇量表 | | | |
| F1 | 我喜歡選擇熟悉的地點從事運動觀光活動。 | 13.21* | .63* |

| | | | |
|-----|-------------------------|--------|------|
| F2 | 我喜歡在固定的地點從事運動觀光活動。 | 13.02* | .64* |
| F3 | 我喜歡在喚起舊回憶的地點從事運動觀光活動。 | 12.41* | .65* |
| F4 | 我喜歡選擇高度刺激的地點從事運動觀光活動。 | 14.32* | .71* |
| F5 | 我喜歡尋找冒險性的地點從事運動觀光活動。 | 13.48* | .73* |
| F6 | 我喜歡尋找挑戰性的地點從事運動觀光活動。 | 13.68* | .72* |
| F7 | 我喜歡選擇具有吸引力的運動觀光活動地點。 | 15.41* | .78* |
| F8 | 我喜歡選擇知名度高的運動觀光活動地點。 | 17.27* | .74* |
| F9 | 我喜歡選擇可享受當地文化的運動觀光活動地點。 | 14.51* | .70* |
| F10 | 我喜歡選擇具有專業服務的地點從事運動觀光活動。 | 16.36* | .77* |
| F11 | 我喜歡選擇圈內公認的運動觀光勝地從事活動。 | 17.91* | .77* |
| F12 | 我喜歡選擇設備專業的運動觀光地點從事活動。 | 14.64* | .75* |
| F13 | 我選擇可與圈內同好互動的地點從事運動觀光活動。 | 16.36* | .78* |
| F14 | 我選擇可接觸各階層同好的地點從事運動觀光活動。 | 17.11* | .79* |
| F15 | 我選擇可交流運動觀光經驗的地點從事活動。 | 14.60* | .76* |

運動觀光客參與意圖量表

| | | | |
|----|------------------------|--------|------|
| G1 | 我喜歡選擇熟悉的地點從事運動觀光活動。 | 18.13* | .79* |
| G2 | 我喜歡在固定的地點從事運動觀光活動。 | 21.29* | .87* |
| G3 | 我喜歡在喚起舊回憶的地點從事運動觀光活動。 | 21.96* | .84* |
| G4 | 我喜歡選擇高度刺激的地點從事運動觀光活動。 | 22.42* | .89* |
| G5 | 我喜歡尋找冒險性的地點從事運動觀光活動。 | 19.90* | .86* |
| G6 | 我喜歡尋找挑戰性的地點從事運動觀光活動。 | 25.03* | .89* |
| G7 | 我喜歡選擇具有吸引力的運動觀光活動地點。 | 21.15* | .89* |
| G8 | 我喜歡選擇知名度高的運動觀光活動地點。 | 20.61* | .88* |
| G9 | 我喜歡選擇可享受當地文化的運動觀光活動地點。 | 18.67* | .85* |

*p<.05

二、探索性因素分析

本研究以探索性因素分析作為量表之建構效度，採主成分分析法與最大變異法對運動觀光客之特質、動機、體驗、風險認知、參與行為及目的地選擇各構面變項進行因素分析。

(一) KMO 值及 Bartlett's 球體檢定

在因素分析前先進行 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 檢定，各量表分別進行 KMO 值之檢定，以了解各變項相關程度是否適合因素分析，檢定結果顯示六項運動觀光客之特質、動機、體驗、風險認知、參與行為及目的地選擇量表之 KMO 值均在 .907 上 (如表 2)，顯示本研究抽樣之適當性良好 (吳明隆、涂金堂，2006；Kaiser, 1974)。其次，本研究再進行 Bartlett's 球體 (sphericity) 檢定，經由 Bartlett's 球體 (sphericity) 檢定值均達顯著水準 (p 值 = 0) (如表 2)，顯示這些量表各因素間皆具有共同變異性 (吳明隆，2005)。因此，六項運動觀光客之特質、動機、體驗、風險認知、參與行為及目的地選擇量表均可以進行因素分析。

表 2 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) 檢定分析摘要表

| 量表名稱 | KMO 值 | Bartlett's 檢定值 | 自由度 | p 值 |
|--------------|-------|----------------|-----|------|
| 運動觀光客特質量表 | .92 | 2659.01 | 66 | .000 |
| 運動觀光客動機量表 | .91 | 1270.39 | 28 | .000 |
| 運動觀光客體驗量表 | .93 | 1670.91 | 28 | .000 |
| 運動觀光客風險認知量表 | .85 | 1483.04 | 21 | .000 |
| 運動觀光客參與行為量表 | .90 | 2765.16 | 78 | .000 |
| 運動觀光客目的地選擇量表 | .93 | 2525.76 | 36 | .000 |

(二) 運動觀光客特質因素分析與命名

本研究有關運動觀光客特質量表參考相關文獻 (PLOG, 1987；Kurtzman, & Zauhar, 2005；Settle and

Pamela,1986)編製問卷,問題包括運動觀光客的旅行頻率、冒險與自信及不抑制、追求旅行意義與新奇、旅行花費態度等向度,以衡量運動觀光客之人格特質,共 12 個題項。經探索性因素分析,運動觀光客特質量表共萃取出二個因素,其因素構面與原理論初稿略有不同,量表之累積解釋變異量為 71.61% (如表 3),再依因素內容命名為「意義追求」與「投入行為」二因素。本研究結果對照 Plog(1987, 1991; Kurtzman, & Zauhar, 2005)兩種極端之旅遊人格特質—他物中心(Allocentric)與心理中心(Psychocentric),兩者評構面略有不同,即雙極人格特質量表並不適合評估運動觀光客之特質,反而較適合從其投入運動觀光活動「意義追求」與「投入行為」二因素加以分辨,前者仍為追求與嚐試運動觀光新奇、意義、冒險之經驗,後者則為參與運動觀光之頻率、投入時間及消費支出。

表3 運動觀光客特質量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|-------|------------------------|-----|-------|-------|
| A8 | 我喜歡追求新奇的運動觀光經驗。 | .75 | .82 | |
| A9 | 我喜歡嘗試體驗不同的運動觀光活動地點。 | .76 | .80 | |
| A7 | 我喜歡參與對個人有特別意義的運動觀光活動。 | .73 | .80 | |
| A6 | 我喜歡參與可自由發揮的運動觀光活動。 | .74 | .77 | |
| A4 | 我喜歡有冒險感覺的運動觀光活動。 | .66 | .77 | |
| A5 | 我對參與運動觀光活動相當有自信。 | .76 | .71 | |
| A12 | 我在運動觀光的支出已投入不少金錢。 | .77 | | .86 |
| A11 | 我覺得將錢花在運動觀光的支出是值得的。 | .73 | | .79 |
| A1 | 我經常參與運動觀光活動。 | .71 | | .74 |
| A10 | 我捨得將錢花在參與運動觀光的消費。 | .67 | | .72 |
| A2 | 我和周遭朋友相比,我參與運動觀光活動是較多。 | .67 | | .70 |
| A3 | 只要時間允許,我會儘量運動觀光活動。 | .65 | | .60 |
| 特徵值 | | | 4.56 | 4.04 |
| 解釋量 | | | 37.94 | 33.64 |
| 累積解釋量 | | | 37.94 | 71.61 |

(三)運動觀光客動機量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客動機評估量表發展初稿,主要參考運動觀光客動機相關文獻(Crompton, 1979; Kurtzman & Zauhar, 2005; Rinaldi, 2011),以發展有關運動觀光客拉力與推力之動機因素問題,原共有 14 個題項。經探索性因素分析,共萃取出二個因素,其因素選項均與原理論大致相同,惟因 B1、B5、B6 及 B7 等四題在二因素均有重疊現象,故予以刪除,再進行第二次因素分析產生「拉力」及「推力」二因素 8 個題項,量表之累積解釋變異量為 72.64% (如表 4)。本研究結果對照早期研究仍是相符(Crompton, 1979; Kurtzman & Zauhar, 2005; Rinaldi, 2011; Trail and James, 2001),顯示運動觀光客動機仍以拉力與推力因素為主,只是受試者對拉力與推力部分因素較不易分辨,故將容易重疊因素予以刪除。

表 4 運動觀光客動機量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|-------|-----------------------|-----|-------|-------|
| B9 | 運動觀光活動的豐富內容會吸引我的參與。 | .79 | .85 | |
| B10 | 高知名度的運動觀光活動會吸引我的參與。 | .69 | .81 | |
| B11 | 具有特色的運動觀光活動會吸引我的參與。 | .74 | .79 | |
| B12 | 運動觀光的娛樂氣氛吸引我的參與。 | .71 | .77 | |
| B8 | 參與運動觀光活動常會讓我有意外的驚喜。 | .68 | .74 | |
| B3 | 我因想逃避枯燥生活瑣事而參與運動觀光活動。 | .76 | | .84 |
| B4 | 我因想追求冒險感覺而參與運動觀光活動。 | .79 | | .84 |
| B2 | 我因想追求體能改善而參與運動觀光活動。 | .65 | | .69 |
| 特徵值 | | | 3.44 | 2.37 |
| 解釋量 | | | 43.04 | 29.61 |
| 累積解釋量 | | | 43.04 | 72.64 |

(四) 運動觀光客體驗量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客體驗量表發展初稿，主要參考相關文獻(Bouchet et al., 2004; Pearce & Lee, 2005; Hennessey et al., 2008; Weed, 2008a)，包括自我關係經驗(自我價值變量)、地方體驗(空間變量)及人際互動體驗，共 9 個題項。經探索性因素分析，共萃取出二個因素，其因素選項均與原理論初稿略有不同，由於題項 5 有重疊現象，故予以刪除，再進行第二次因素分析，產生「互動體驗」與「活動體驗」二因素，累積總解釋變異量為 77.50% (如表 5)。本研究結果對照早期研究(Bouchet, et al., 2004; Pearce & Lee, 2005; Hennessey, et al., 2008; Weed, 2008a)略有不同，顯示運動觀光客較重視「互動體驗」與「活動體驗」。

表 5 運動觀光客體驗量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|-------|-------------------------|-----|-------|-------|
| C7 | 參與運動觀光活動可讓我與同好分享或互動的機會。 | .78 | .83 | |
| C8 | 參與運動觀光活動可讓我找到團體的歸屬感。 | .80 | .81 | |
| C9 | 參與運動觀光活動讓我與他人有更多情感互動機會。 | .73 | .75 | |
| C6 | 參與運動觀光活動可讓我找到歸屬感的空間。 | .68 | .74 | |
| C1 | 參與運動觀光活動的經驗對我個人深具價值與意義。 | .81 | | .84 |
| C3 | 參與運動觀光活動可滿足我體驗不同經驗之需求。 | .81 | | .81 |
| C2 | 參與運動觀光活動可實踐我挑戰體能活動的表現。 | .82 | | .81 |
| C4 | 參與運動觀光讓我體驗不同於日常生活空間與環境。 | .76 | | .67 |
| 特徵值 | | | 3.17 | 3.03 |
| 解釋量 | | | 39.59 | 37.91 |
| 累積解釋量 | | | 39.59 | 77.50 |

(五) 運動觀光客風險認知量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客風險認知量表發展初稿，主要參考相關文獻 (Floyd et al., 2004; Lepp & Gibson, 2003 Shakya, 2011; Qi, Gibson, & Zhang, 2009)，再考慮運動觀光之特性加以發展題目，共分成人身風險認知。心理風險認知及財務風險認知等三構面，共 10 個題項。經探索性因素分析，共萃取出二因素，惟因 C4、C5 及 C6 等三題在二因素均有重疊現象，故予以刪除，再進行第二次因素分析，產生「社會風險」與「人身風險」二因素，累積總解釋變異量為 79.90%，其因素選項與原理論初稿略有不相同 (如表 6)。本研究結果對照早期研究 (Floyd et al., 2004; Lepp & Gibson, 2003 Shakya, 2011; Qi et al., 2009) 略有不同，顯示運動觀光客風險認知因素可簡化為「人身風險」與「社會風險」。

表 6 運動觀光客風險認知量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|-------|------------------------|-----|-------|-------|
| D10 | 從事運動觀光活動會排擠我其他的財務支配。 | .77 | .91 | |
| D8 | 參與運動觀光活動所獲得的服務常與付出不等值。 | .56 | .90 | |
| D9 | 從事運動觀光活動造成我財務上的負擔。 | .54 | .89 | |
| D7 | 參與運動觀光活動我會擔心影響我的個人形象。 | .67 | .82 | |
| D3 | 運動觀光活動的場所/設備不良可能會造成傷害。 | .67 | | .83 |
| D1 | 參與運動觀光活動中可能造成我身體上的傷害 | .67 | | .82 |
| D2 | 參與劇烈的運動觀光活動可能會造成我身體不適。 | .67 | | .79 |
| 特徵值 | | | 3.41 | 2.19 |
| 解釋量 | | | 48.69 | 31.21 |
| 累積解釋量 | | | 48.69 | 79.90 |

(六) 運動觀光客目的地選擇量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客目的地選擇量表發展初稿，主要參考相關文獻(Ankomah, Crompton, & Baker, 1996; Fakeye & Crompton, 1991; Miranda and Andueza, 2005; Plog, 1987)，以評估運動觀光客對目的地之熟悉性、挑戰性、吸引力、專業性及互動性等五構面，共 15 個題項。經探索性因素分析，共萃取出三個因素，惟因 F7、F8 二題與其他因素有重疊現象，故予以刪除，再進行第二次因素分析，產生「專業性」、「挑戰性」與「熟悉性」等三因素，累積總解釋變異量為 77.01% (如表 7)。本研究結果對照早期研究(Ankomah, et al., 1996; Fakeye & Crompton, 1991; Miranda & Andueza, 2005; Plog, 1987)略有不同，顯示運動觀光客對目的地選擇考量因素仍以「專業性」、「挑戰性」與「熟悉性」為優先。

表 7 運動觀光客目的地選擇量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 | 因素 3 |
|-------|------------------------|-----|-------|-------|-------|
| F10 | 我喜歡選擇具有專業服務的地點從事運動觀光活動 | .76 | .84 | | |
| F12 | 我喜歡選擇設備專業的運動觀光地點從事活動 | .73 | .82 | | |
| F13 | 我選擇可與圈內同好互動的地點從事運動觀光活動 | .75 | .81 | | |
| F11 | 我喜歡選擇圈內公認的運動觀光勝地從事活動 | .74 | .80 | | |
| F14 | 我選擇可接觸各階層同好的地點從事運動觀光活動 | .74 | .79 | | |
| F15 | 我選擇可交流運動觀光經驗的地點從事活動 | .68 | .77 | | |
| F9 | 我喜歡選擇可享受當地文化的運動觀光活動地點 | .61 | .75 | | |
| F5 | 我喜歡尋找冒險性的地點從事運動觀光活動 | .91 | | .90 | |
| F6 | 我喜歡尋找挑戰性的地點從事運動觀光活動 | .65 | | .90 | |
| F4 | 我喜歡選擇高度刺激的地點從事運動觀光活動 | .86 | | .88 | |
| F2 | 我喜歡在固定的地點從事運動觀光活動 | .84 | | | .86 |
| F1 | 我喜歡選擇熟悉的地點從事運動觀光活動 | .80 | | | .85 |
| F3 | 我喜歡在喚起舊回憶的地點從事運動觀光活動 | .73 | | | .78 |
| 特徵值 | | | 4.79 | 2.80 | 2.43 |
| 解釋量 | | | 36.82 | 21.50 | 18.69 |
| 累積解釋量 | | | 36.82 | 58.32 | 77.01 |

(七) 運動觀光客參與意圖量表因素分析與命名

本研究有關運動觀光客參與意圖量表發展初稿，主要參考 Chalip, Green, and Vander (1998)及 Qi, Gibson, and Zhang(2009)之問卷，以評估目前、未來參與運動觀光意願及對運動觀光活動訊息注意等二構面，共 9 個題項。經探索性因素分析，運動觀光客參與意圖量表共萃取出「訊息關注」與「參與意願」二個因素，累積解釋變異量為 82.26% (如表 8)。本研究結果對照前述研究的觀點大致相同。因此，運動觀光客參與意圖主要可從其「訊息關注」與「參與意願」等二構面加以評估。

表 8 運動觀光客參與意圖量表因素分析摘要表

| 項目 | 題目 | 共同性 | 因素 1 | 因素 2 |
|----|-------------------------|-----|------|------|
| G7 | 我會留意運動觀光活動有關的訊息。 | .85 | .85 | |
| G9 | 我會與同好分享有關運動觀光活動的訊息。 | .80 | .83 | |
| G6 | 如果知道有運動觀光活動，我會儘量安排時間參加。 | .84 | .81 | |
| G5 | 我希望能有機會參加運動觀光的相關活動 | .79 | .81 | |
| G8 | 我會蒐集運動觀光活動有關的訊息。 | .80 | .80 | |
| G4 | 我未來(五年內)參與運動觀光活動意願很高。 | .80 | | .71 |
| G1 | 過去我相當積極的參與運動觀光活動。 | .85 | | .80 |

| | | | |
|-------|---------------------|-------|-------|
| G3 | 我現在已經在規劃參與運動觀光活動。 | .82 | .79 |
| G2 | 我目前對參加運動觀光活動有很強的意願。 | .86 | .87 |
| 特徵值 | | 4.37 | 3.03 |
| 解釋量 | | 48.60 | 33.66 |
| 累積解釋量 | | 48.60 | 82.26 |

三、信度分析

本研究係採 Cronbach's α 內部一致性效標為信度考驗方法，經分析後顯示影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之因素量表在各分量表之 Cronbach's α 信度均達.90 以上，各因素構面之 Cronbach's α 亦在.81 以上（如表 9），顯示本研究發展之影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之因素量表，無論是在各因素構面及總量表上均具有合理之信度(吳明隆、涂金堂，2006)，符合學術研究量表所需之一致性或穩定性（邱皓政，2006）。

表 9 影響運動觀光客參與行為及目的地選擇量表信度分析摘要表

| 分量表名稱 | 因素名稱 | 因素的Cronbach's α | 整體的Cronbach's α |
|--------------|------|------------------------|------------------------|
| 運動觀光客特質量表 | 意義追求 | .92 | .94 |
| | 投入行為 | .91 | |
| 運動觀光客動機量表 | 拉力因素 | .90 | .90 |
| | 推力因素 | .81 | |
| 運動觀光客體驗量表 | 互動體驗 | .89 | .94 |
| | 活動體驗 | .91 | |
| 運動觀光客風險量表 | 人身風險 | .82 | .90 |
| | 社會風險 | .93 | |
| 運動觀光客目的地選擇量表 | 專業性 | .93 | .92 |
| | 挑戰性 | .94 | |
| | 熟悉性 | .86 | |
| 運動觀光客參與意圖量表 | 訊息關注 | .94 | .96 |
| | 參與意願 | .92 | |

伍、結論與建議

一、結論

本研究目的為編製影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之因素量表，並檢驗量表之鑑別度、效度及信度，以台灣地區一年內曾參與運動觀光活動者（N=250）為研究對象，研究工具主要參酌運動觀光客參與行為相關研究編修而成，問卷測試則從 2014 年 1 月 5 日至 4 月 15 日在台灣地區進行調查，所得資料經項目分析、探索因素分析及信度檢驗，研究結果顯示：（一）每一問卷項目的 CR 值與總分相關值均達顯著水準，顯示本研究所建構之量表具有鑑別度。（二）因素分析結果顯示運動觀光客特質量表產生「意義追求」與「投入行為」二因素，累積總解釋變異量為 71.61%；運動觀光客動機量表產生「拉力」與「推力」二因素，累積總解釋變異量為 72.64%；運動觀光客體驗量表產生「互動體驗」與「活動體驗」二因素，累積總解釋變異量為 77.50%；運動觀光客風險認知量表產生「人身風險」與「社會風險」二因素，累積總解釋變異量為 79.90%；運動觀光客目的地選擇量表產生「專業性」、「挑戰性」與「熟悉性」三因素，累積總解釋變異量為 77.01%；運動觀光客參與意圖量表產生「訊息注意」與「參與意願」二因素，累積總解釋變異量為 82.26%，顯示各構面均具有建構效度。（三）信度分析結果顯示各量表 Cronbach's alpha 係數均超過.90 以上，顯示各構面均具有可接受的內部一致

性。根據結果，本研究所編製之影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖因素量表具有良好的鑑別度、效度及信度，可適用於衡量影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖之評價與看法。

二、建議

本研究所編製之「編製之影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖因素量表」，以台灣地區一年內曾參與運動觀光活動者為施測對象，施測後發現具有不錯的鑑別度、效度及信度，國外學者 Diamantopoulos and Siguaw (2000)指出，一個有效的量表應能接受更嚴謹的重覆檢驗，才能顯示量表穩定的建構效度，黃芳銘 (2007)、邱皓政 (2003) 及吳明隆 (2006, 2008) 等學者亦指出欲考驗量表信效度是否穩定，宜進行三階段工具測試，即以探索性因素分析 (EFA)，以獲得量表指標之因素結構，以驗證因素分析 (CFA)，以建構量表指標之信度與效度，以多群體模式分析 (multiple-group analysis) 作為複核效化之評鑑，以確保量表指標之穩定性及預測力。因此，本研究建議可根據發展之量表，以台灣地區運動觀光參與者為對象，蒐集適當數量有效問卷 (約 800 份)，進行二階段測試：(一) 第一階段進行以驗證因素分析 (CFA)，以建構影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖因素指標之信度與效度；(二) 第二階段進行多群體模式分析 (multiple-group analysis) 作為複核效化之評鑑，以確保影響運動觀光客目的地選擇與參與意圖因素指標之穩定性及預測力，並檢驗本研究量表跨樣本的信度與效度。

參考文獻

- [1] 王俊明 (1999)。問卷與量表的編製及分析方法。載於張至滿、王俊明主編：**體育測驗與評價** (139-158 頁)。台北市：中華民國體育學會。
- 邱皓政 (2006)。量化的研究與統計分析-SPSS 中文視窗版資料分析範例解析。台北：五南圖書。
- 吳明隆 (2005)。問卷分析與應用統計—統計應用學習實務 SPSS (二版)。台北：知城數位科技。
- 吳明隆、涂金堂 (2006)。SPSS 與統計應用分析。台北市：五南圖書。
- 吳姿瑩、卓俊伶 (1998)。健康促進模式與健身運動促進。**中華體育季刊**, 12 (1), 51-62。
- 林鈺穎 (2000)。情境因素對選擇遊樂區影響之研究。未出版，台灣大學園藝學研究所碩士論文，台北市。
- 林耀豐、丁文琴 (2003)。規律運動行為對健康促進效果之影響—以臺灣地區論文為析論主體。**成大體育**, 36 (3), 32-47。
- 陳正昌、程炳林、陳新豐、劉子建 (2009)。多變量分析方法-統計軟體應用。台北：五南圖書。
- 張嵐蘭 (2002)。遊客渡假生活型態與旅遊目的地選擇偏好關係之研究。未出版，大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文，彰化縣。
- 黃耀宗、季力康 (2001)。養成良好運動習慣的行為改變策略及方法。**大專體育**, 53, 87-93。
- 顏家芝 (1994)。旅遊目的地選擇過程及策略之探討。**戶外遊憩研究**, 7(1), 105-119。
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I., & Manstead, A. S. R. (2007). Changing health-related behaviors: An approach based on the theory of planned behavior. In K. van den Bos, M. Hewstone, J. de Wit, H. Schut & M. Stroebe (Eds.), *The scope of social psychology: Theory and applications* (pp. 43-63). New York: Psychology Press.
- Ankomah, P. K., Crompton, J. L. and Baker, D., (1996). Influence of cognitive distance in vacation Choice. *Annals of Tourism Research*, 23 (1), 138-150.
- Baloglu, S. (2001). Image variations of Turkey by familiarity index: information and experiential dimensions. *Tourism Management*, 22(2), 127-133.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Berli, A., & Martin, J. D. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: A quantitative analysis – A case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25(5), 623-636.
- Bigne, E. J., Sanchez, I. M., & Sanjez, J. (2001). Tourist destination image, evaluation variables and after purchase behavior: inter-relationship. *Management*, 22, 607-616.

- Bouchet, P., Lebrun, A. M. & Auvergne, S. (2004). Sport tourism consumer experiences: A comprehensive model. *Journal of Sport Tourism* 9(2), 127-140.
- Caru, A. & Cova, B. (2003). Revisiting consumer culture experience: A more humble and complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3(2), 267-286.
- Chalip, L., Green, B. C., & Vander Velden, L. (1998). Sources of interest in travel to the Olympic Games. *Journal of Vacation Marketing*, 4 (1), 7-22.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Sociological Research*, 39 (1), 164–182.
- Cooper C., Fletcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D., & Shepherd, R. (1998). *Tourism principles and practice* (2nd ed.). New York: Addison Wesley Longman.
- Correia, A., do Valle, P., & Moço, C. (2007). Why people travel to exotic places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 45-61.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Dickson, T. J., & Tugwell, M. (Eds.). (2000). The risk management document: strategies in risk management for outdoor and experiential learning. Sydney, NSW: Outdoor Recreation Industry Council (NSW).
- Downs, D. S., & Hausenblas, H. A. (2005). The theories of reasoned action and planned behavior applied to exercise: A meta-analytic update. *Journal of Physical Activity and Health*, 2 (1), 76-97.
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.
- Fink, J. S., Trail, G. T., & Anderson, D. F. (2002). An examination of team identification: Which motives are most salient to its existence? *International Sport Journal*, 6, 195-207.
- Fridgen, J. (1971). Educational Institute, American Hotel and Motel Association.
- Fridgen, J. (1984). Environmental psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 11, 19–39.
- Funk, D. C., Mahony, D. F., Nakazawa, M., & Hirakawa, S. (2001). Development of the sport interest inventory (SII): Implication for measuring unique consumer motives at team sporting events. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 3(3), 291-317.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45-76.
- Gibson, H. J., Qi, C., & Zhang, J. (2008). Destination image and intent to visit china, and the 2008 Beijing Olympic games. *Journal of Sport Management*, 22(4), 427-450.
- Graburn, N. H. H. (1989). Tourism: The sacred journey. In V. Smith (Ed.), *Hosts and Guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Hair, T. D., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hennessey, S. M., MacDonald, R. M., & MacEachern, M. (2008). A framework for understanding golfing visitors to a destination. *Journal of Sport and Tourism*, 13 (1), 5-35. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1621702>
- Holbrook, M. B. (1999). *Consumer value. A framework for analysis and research*. London: Routledge.
- Hoye, R., & Lillis, K. (2008). Travel motivations of Australian football league fans: An exploratory study. *Managing Leisure*, 13(1), 13-22.
- James, J. D., & Ridinger, L. L. (2002). Female and male sport fans: A comparison of sport consumption motives. *Journal of Sport Behavior*, 25(3), 260-278.
- James, J. D., & Ross, S. D. (2004). Comparing sport consumer motivations across multiple sports. *Sport Marketing Quarterly*, 13(1), 17-25.
- Kahl, L. R., Kenneth, M. K., & Gregory, M. R. (1996). A functional model of fan attendance motivations for college football. *Sport Marketing Quarterly*, 5 (4), 51-61.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31-36.
- Kaplanidou, K. (2007). Affective event and destination image: their influence on Olympic travelers' behavioral intentions. *Event Management*, 10(2), 159-173.
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007a). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 183-206.
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007b). Path analysis of sport event image influence on spectators' intentions to revisit the hosting destination. Paper presented at the 22nd North American Society for Sport Management, Ft. Lauderdale.
- Kelly, J. R. (1987). *Freedom to be – A new sociology of leisure*. NY: Macmillan.
- Kotler, P., Makens, J. C., & Bowen, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism* (3rd ed.). Upper Saddle

- River, NJ: Prentice Hall.
- Kozak, M., Crotts, J., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travelers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2005). Sports tourism consumer motivation. *Journal of Sport Tourism* 10(1), 21-31.
- Lau, L. S., & Mckercher, B. (2004). Exploration versus acquisition: A comparison of first-time and repeat visitors. *Journal of Travel Research*, 42(3), 279-285.
- Lepp, A., & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606–624.
- Liu, C. C., Chang, C. Y., Tsai, Y. C., & Chuang, C. J. (2013). The relationship among tourist roles, perceived risk, sensation seeking and participate intentions in sport tourism. *Proceeding of International Conference on Tourism and Culture in Asia 2013* (pp.283-193) (17-18 November 2013, Chiang Mai University, Thailand).
- Liu, C. C., Chuang, C. J., Tsai, Y. C., Lee, C. H., & Chen, Z. M. (2013). The influence of sport tourist risk perception on participation intentions. *Proceeding of 2013 Global Sport Management Summit & WASM Annual General Meeting* (pp.283-193). (25-27 October, 2013, Aletheia University, Taipei).
- Locker, L. E. & Perdue, R. R. (1992). A benefit based segmentation of a nonresident summer travel market. *Journal of Travel Research*, 31(1), 30-35.
- Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., & Chang, R. C. Y. (2009). Health or self-indulgence? the motivations and characteristics of spa-goers. *International Journal of tourism research*, 11(2), 185-199.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Harlow, UK: Longman.
- Mayo, E. & Jarvis, L. (1981). *The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel services*. Boston: CBI Publishing Co., Inc.
- McIntosh, R. W., Charles R. G. & Brent Ritchie, J. R., (1996). *Tourism principles, practices and philosophies*. New York: John Wiley & Sons.
- Milman, A., & Pizam, A. (1995). The role of awareness and familiarity with a destination: The central Florida case. *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-27.
- Mo, C., Havitz, D. R., & Howard, M. E. (1994). Segmenting travel markets with the International Tourist Role (ITR) scale. *Journal of Travel Research*, 33(1), 24-31.
- Neale, L., & Funk, D. (2006). Investigating motivation, attitudinal loyalty and attendance behaviour with fans of Australian football. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 7(4), 307-317.
- Nie, N., Hull, C., Jenkins, K., & Bent, D. (1975). *SPSS: Statistical package for the social sciences*. New York: McGraw-Hill.
- Nickerson, N. P. & Ellis, G. D. (1991). Traveler types and activation theory: a comparison of two models. *Journal of Travel Research*, 29(3), 26-31.
- Papadimitriou, D., Gibson, H. (2008). Benefits sought and realized by active mountain sport tourists in Epirus, Greece: Pre- and post-trip analysis. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (1), 37-60.
- Pearce, P. (1982). *The social psychology of tourist behaviour*. Oxford: Pergamon.
- Pearce, P. L., Lee, U. I. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237.
- Petri, H. L. Govern J. M. (2012). *Motivation: Theory, research, and application* (6th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Pike, S., & Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective and conative perceptions. *Journal of Travel Research*. 42(4), 333-342.
- Plog Research Incorporated (1987). California travelers' perception of British Columbia and Vancouver: Results of the Research, Prepared for Ministry of Tourism, Recreation and Culture, Government of British Columbia. Victoria, Canada. May 1987. pp. 1-35.
- Plog, S. C. (1991). *Leisure travel: Making a growth market ...again!* New York: Wiley and Sons.
- Priest, S., & Gass, M. A. (1997). *Effective leadership in adventure programming*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Qi, C., Gibson, H., & Zhang, J. (2009). Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14 (1), 43-67.
- Reilly, R. T., (1989). *Travel & tourism marketing techniques*. Albany: Delmar Publishers.
- Rinaldi, G. (2011). *Sport tourism: An exploration of the motivations and tourism experiences of Australian Football League Sport Tourists Travelling to Western Australia*. Australia: Edith Cowan University.

- Robinson, M. J., Trail, G. T., Dick, R. J., & Gillentine, A. J. (2005). Fans vs. spectators: An analysis of those who attend intercollegiate football games. *Sport Marketing Quarterly*, 14 (1), 43-53.
- Roehl, W. S. & Fesenmaier, D. R. (1992). Tourism land use conflict in the United States. *Annals of Tourism Research*, 14 (4), 471-485.
- Sandman, P. M. (2003). Beyond panic prevention: Addressing emotion in emergency communication. Emergency Risk Communication CDC Synergy.
- Segal, M., & Sandman, P. (1990). Is it worth the worry? Determining risk. *FDA Consumer*, 24 (5), 1-4.
- Slovic, P. (1990). The legitimacy of public perceptions of risk. *Journal of Pesticide Reform*, 10(1), 13-15.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1). 53-67.
- Settle, R. B. & Pamela, L. A. (1986). *Why they buy*. New York: John Wiley and Sons.
- Shipway, R. & Ian, J. (2008). The great suburban Everest: An 'insiders' perspective on experiences at the 2007 Flora London Marathon. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (1), 61-77.
- Smith, G. V. (1989). The European conference market. *Tourism and Travel Analyst*, 4, 60-76.
- Sönmez, S., & Graefe, A. (1998). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk & safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 172-177.
- Tasci, A., & Gartner, W. C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.
- Taylor, G. S. (1994). An analysis of the relationship between sources of new employees and attitudes toward the job. *Journal of Social Psychology*, 134 (1), 99-110.
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-128.
- Um, S, Crompton, J. L. (1999). The roles of image and perceived constraints at different stages in the tourist's destination decision process. In A. Pizam, Y. Mansfeld (Eds.), *Consumer behavior in travel and tourism* (pp. 81-102). New York: Haworth Press.
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport & Social Issues*, 19, 377-396.
- Wann, D. L., Schrader, M. P., & Wilson, A. M. (1999). Sport fan motivation: Questionnaire validation, comparisons by sport, and relationship to athletic motivation. *Journal of Sport Behavior*, 22(1), 114-139.
- Weed, M. (2005). Sports tourism theory and method: concepts, issues & epistemologies. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 229-242.
- Weed, M., & Bull, C. (2004). *Sports tourism: Participants, policy and providers*. Oxford: Elsevier.
- Weed, M. (2008a). Sports tourism experiences. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (1), 1-4.
- Weed, M. (2008b). Olympic tourism. Burlington, MA: Elsevier.
- Yiannakis, A. & Gibson, H. (1992). Roles tourists play. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 287-303.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.