

不同人口變項與涉入程度運動觀光客之目的地選擇與參與 行為因素比較研究

劉照金*、黃仲凌**、陳志明***

摘要

近年來各國政府與民間企業無不積極推動運動觀光（sport tourism），為瞭解不同背景運動觀光客需求，提供擬定推廣政策、規劃產品、市場區隔、供給及行銷策略之參考。本研究目的為：（一）比較不同人口變項運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素差異；（二）比較不同涉入程度運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素差異。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 1,642 份有效問卷，所得資料以 SPSS 套裝軟體進行資料分析。結果如下：（一）不同人口變項比較分析，顯示除性別不顯著外，不同年齡層、教育程度及收入之運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖均有顯著差異，而且低年齡層有明顯高於高年齡層、研究所以上高於其他教育程度及月收入 20,000 元以上高於 19,999 元以下之運動觀光客；（二）不同運動涉入程度運動觀光客比較分析，除「運動觀光風險認知」沒有顯著差異外，其餘不同運動喜好程度、不同參與頻率及參與強度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖均有顯著差異，而且高運動觀光涉入程度者明顯高於低運動觀光型態者。綜合結論，不同人口變項與涉入程度運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素有顯不同，不同人口變項與涉入程度運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為都有顯著差異，因此政府擬定運動觀光推廣政策時宜考量不同民眾需求，運動觀光業者亦應瞭解不同運動觀光消費者需求，規劃不同的產品、市場區隔、供給模式及行銷策略，以滿足不同運動觀光客之消費需求。

關鍵字：運動觀光、觀光動機、觀光體驗、風險認知、目的地選擇

*美和科技大學運動與休閒系教授

**國立金門大學運動與休閒學系副教授

***美和科技大學運動與休閒系副教授（通訊作者）

壹、前言

一、研究背景

運動與觀光的聯結，近年來有越來越緊密的趨勢，形成觀光產業及運動產業共生發展（高曉光、蔡蘇南，2009；National Association of Sports Commissions [NASC], 2015；Standeven & DeKnop, 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，主要因為運動與觀光結合不但可提昇當地觀光之經濟價值，亦有助於運動人口增加與國民健康（Neirotti, 2003；Williams, 2012）。因此，各國政府與民間企業無不積極推動，使得運動觀光（sport tourism）成為近年各國推動觀光產業之重點。從運動觀光在全球觀光產業中的增長速度，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）。

過去有關旅遊目的地選擇與參與行為的研究指出，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、消費環境及時間的影響（林鈺穎、林晏州，2000）；而張嵐蘭與鄭健雄（2002）研究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顯著差異。有關遊客特質、旅遊動機與旅遊目的地選擇及參與行為關係的研究顯示亦有同樣的發現，例如 Beerli 與 Martin（2004）在研究中發現遊客動機會對遊客之目的地情感意象產生影響，而 Baloglu 與 McCleary（1999）對目的地意象形成過程之研究，發現旅遊動機與目的地意象具有顯著之關係。而遊客背景與旅遊目的地選擇意願的關係之研究，亦發現遊客的人格特質、旅遊動機、旅遊經驗及風險認知會顯著影響其旅遊目的地選擇及參與行為（Correia, Valle & Moço, 2007；Heidary et al., 2011；Kozak, Crofts, & Law, 2007）。

運動觀光領域經常在探討被動選擇與有意選擇（pseudo and intentional choices）之議題（Kurtzman & Zauhar, 2005）。通常參與者或觀眾在做運動觀光決策時，並沒有注意到微妙或隱藏的力量，然而被強力塑造或吸引做運動目的地選擇決定。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他人影響而做決定，而且在腦海更深一層的含義是運動涉入—作為個人參與者或觀賞者之主宰。但是，不管被動選擇與有意選擇，遊客均需對運動有基本的親和動力，若沒有特殊的運動親和動力，旅行的期望與目的地選擇則不會發生（Kurtzman & Zauhar, 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, & Vogt, 2007a, 2007b； Kurtzman & Zauhar, 2005； Pearce & Lee, 2005； Rinaldi, 2011），然而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則較少觸及。因此，本研究從台灣在地化觀點，探討不同背景與涉入程度之運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、運動觀光目的地選擇及參與行為之差異，本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。

二、研究目的

根據上述之研究背景，本研究主要在比較不同背景運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素差異。具體研究目的如下：

- (一) 比較不同人口變項運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素差異。
- (二) 比較不同涉入程度運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素差異。

貳、文獻探討

一、運動觀光客特質與相關研究

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, 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。PLOG（1987）研究團隊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先行者，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。後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），例如跟團到開發完成運動休閒遊憩區從事運動觀光活動便是典型心理中心運動觀光客。張孝銘與邱姿菁（2011）人口變項均會影響運動觀光客吸引力的認知、態度及行為。Liu 與 Chang（2015）的研究亦指出，運動觀光客特質會影響其目的地選擇。Aicher 與 Brenner（2015）的研究亦指出個人特質對運動觀光參與動機與參與行為有密切關係。上述文獻探討顯示，運動觀光客之特質是影響其運動觀光參與行為重要因素。

二、運動觀光動機與相關研究

在觀光領域中動機是左右消費者行為的重要因素，這是影響遊客活動產生的內在因素（Lau & Mckercher, 2004； Yoon & Uysal, 2005）。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)。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)。而 Trail & James (2001) 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; Hoyer & Lillis, 2008)。綜合 Trail 與 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。Aicher 與 Brenner (2015) 的研究指出個人動機因素對其參與運動賽事與旅遊活動的個人控制或自主性有密切相關。Guo, Li, Liu (2013) 與 Kim (2013) 的研究均亦指出運動觀光客動機認知與其參與運動觀光賽會有顯著關係。上述文獻探討顯示，運動觀光客之動機是影響其運動觀光參與行為重要因素。

三、運動觀光體驗與相關研究

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 與 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 與 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。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。Peric (2010, 2015) 的研究指出目前旅遊目的地提供給遊客發展的經驗機會，透過參加各種運動與賽事的積極參與提

供個人發展各種經驗之潛能，包括娛樂、教育、審美及逃避現實的經驗，這些經可與其朋友及家人來分享。

四、運動觀光風險認知與相關研究

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、財務、生理、心理、滿意、社會及時間等 7 種，而上述風險常可檢視旅遊相關的決策 (Roehl & Fesenmaier, 1992)。Lepp 與 Gibson (2003) 探討美國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) 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 & Chuang (2013) 與 Liu, Chuang, Tsai, Lee, & Chen, 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與相關研究

旅遊目的地選擇過程 (tourism destination choice process) 是指遊客從可選擇的旅遊目的地作篩選過程 (Ankomah, Crompton, & Baker, 1996)，其選擇過程所產生的行為結果會對觀光決定造成重要性影響 (Mathieson & Wall, 1982)。Kotler, Bowen 與 Makens (2003) 認為旅遊消費者的決策過程包括：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，在此旅遊決策過程架構中，旅客的社經背景、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 與 Crompton (1991) 研究指出遊客過去之目的地體驗可能影響對目的地意象與選擇，並正面影響行為的意圖與意象形成，且會間接影響整體運動事件意象與整體目的地意象及再訪目的地意圖 (Baloglu, 2001; Kaplanidou, 2007a; Kaplanidou & Vogt, 2007)。不過 Crompton (1979) 發現社會心理動機與目的地選擇 (destination choice) 的歸因並不顯著，反而是強調目的地之特點 (features) 與吸引力 (attractions)，即拉力，然而實際決定造訪目的地的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 (即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,目的地如可讓人有賓至如歸的感覺,有提昇興趣與驅力之影響力 (Pike & Ryan, 2004)。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,依其生活型態尋求安靜、輕鬆運動目的地,或尋求冒險與興奮的運動環境 (Kurtzman & Zauhar, 2005; Hodeck & Hovemann, 2015) 探討冬季運動觀光目的地選擇,發現不同目的地之間的旅遊選擇差異顯著,因此經營策略乃在發展優目的地之特色優勢。Liu 與 Chang (2015) 的研究亦指出,運動觀光客動機、經驗、風險認知及個人特質會影響其目的地選擇,其中運動觀光的動機之影響最為顯著。

六、運動觀光參與行為與相關研究

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 與 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, 與 Vander (1998) 及 Qi, Gibson, 與 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 & 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)。Liu, Lee, Tsai, Chuang 與 Chen (2015) 發現運動觀光客角色、刺激尋求對運動觀光參與行為有顯著的影響,其刺激尋求對其參與意圖影響最為顯著。

七、不同人口變項運動觀光客參與行為差異

在性別比較方面,顯示男性運動觀光客參與頻率顯著高於女性 (劉照金、李晉豪, 2011; Chang, Liu, Liu & Ni, 2008), 早期 Nogawa, Yamaguchi, 與 Hagi

(1996)、Pigeasseau (1997) 的研究亦顯示類似結果，顯示男性運動觀光客參與行為較為活躍；在年齡比較方，青壯年齡層運動觀光客參與頻率顯著高於「20歲以下組」(劉照金、李晉豪，2011；Chang, Liu, Liu & Ni, 2008)，這與 Tourism Research Group (1988)、Kaynok, Kucukemiroglu, Kara, 與 Tevfik (1996) 等研究之部分結果類似，主要參與者與消費者仍集中在社會中堅份子 (Mintel International Group, 1995)；在教育程度比較方面亦有顯著差異，而且「專科以上組」均顯著高於「高中職組」及「國中以下組」(劉照金、李晉豪，2011；Chang, Liu, Liu & Ni, 2008)，這與 Yiannakis (1992) 對美國及 Mintel International Group (1995) 對英國運動觀光參與者研究均發現同樣的現象，顯示運動觀光參與者主要還是集中在受過高等教育程度的社會上層階級 (upper socioeconomic groups)，畢竟他們的經濟條件、休閒時間、休閒技能較能符合運動觀光參與條件—有錢與有閒 (Standeven & DeKnop, 1999)；在收入方面亦有顯著差異，而且「51-100 萬組」、「101-200 萬組」、「201 萬以上組」均顯著高於「50 萬以下組」，「101-200 萬組」及「201 萬以上組」顯著高於「51-100 萬組」(劉照金、李晉豪，2011；Chang, Liu, Liu & Ni, 2008)，這項結果與 Yiannaki (1992)、Mintel International Group (1995)、Leisure Consultants (1992) 研究結果類似，因為運動觀光是需要花費金錢與投入時間的活動，故參與者需要一定的經濟條件。上述文獻分析顯示，不同人口變項運動觀光客在運動觀光參與行為均達顯著差異 (Gibson, Attle, & Yiannakis, 1997)。

八、不同涉入程度運動觀光客參與行為差異

運動喜好程度與運動觀光客參與行為有密切關係 (劉照金，2012)。從運動觀光的定義而言，運動觀光是指「個人暫時性離開平日居住地區，參與體能活動 (主動運動觀光)、觀賞體能活動 (賽會運動觀光)，或瞻仰具吸引力之體能活動 (懷舊運動觀光) 之休閒為基礎旅行 (Gibson, 1998；Standeven & DeKnop, 1999)。另從運動觀光涉入運動方式包括主動性運動觀光 (Gibson, 1999) 或被動性運動觀光 (Standeven & DeKnop, 1999) 均與運動喜好有顯著相關。另從運動觀光的產業關聯而言，運動的特性乃吸引觀光客的好奇或留下特別的經驗主要因素 (Standeven & DeKnop, 1999)。運動觀光參與頻率比較，劉照金 (2012)、劉照金、李晉豪 (2011) 及 Gibson, Attle, 與 Yiannakis (1998) 探討典型主動性運動觀光參與者的輪廓圖 (profile of the typical active sport tourist)；另從德國 Studienkreis für Tourismus (1990) 及 Smith 與 Jenner (1990) 研究指出觀光客在度假期間曾從事一些運動活動，顯示運動觀光參與頻率越高，其運動觀光之目的地選擇與參與行為越明顯。參與運動觀光強度比較，Hall (1992) 從分類學角度，將運動觀光客的活動程度劃分成非參與 (被動) 觀賽者、中等程度參與者 (如草地滾木球等) 及積極參與者 (如喜歡從事海上競賽活動者)，Tourism Research Group (1988) 從體能需求程度與個人運動觀光的參與經驗分析，發現運動觀光客自覺強度越高者，對其運動觀光目的地選擇與參與行為更為明顯。

綜合前述運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、運動觀光目的地選擇及參

與行為之相關文獻探討,以及不同人口變項與涉入程度運動觀光客參與行為差異分析,發現不同運動觀光客類型,其特質、動機、經驗、風險認知、運動觀光目的地選擇及參與行為可能有差異存在。因此,本研究從不同人口變項與涉入程度探索性視角切入,推導下列研究假設,作為本研究假設驗證之基礎:

H1: 不同人口變項運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素有顯著差異。

H2: 不同涉入程度運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素有顯著差異。

參、研究方法

一、研究對象與抽樣實施

本研究以台灣地區 16-65 歲一年內曾參與運動觀光活動之居民為對象,並依台灣地區人口分布比例,採分合目標取樣 (purposeful sampling) 進行調查,從 2014 年 1 月 5 日至 6 月 15 日在台灣地區進行調查,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,共計發出 1,800 份問卷,回收 1,680 份,扣除無效問卷,有效問卷共計 1,642 份,有效回收率為 91.22%。

二、量表編製

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:

(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 (Bouchetet al., 2004; Hennessey et al., 2008; Pearce & Lee, 2005; Weed, 2008),發展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 (Lepp & Gibson, 2003; Qi et al., 2009),再考慮有關運動觀光之風險認知特性加以發展題目。

(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 & 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:參考相關文獻發展問卷 (Ankomahet al., 1996; Fakeye & Crompton, 1991; Miranda & Andueza, 2005; PLOG, 1987),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、運動觀光激烈程度、運動觀光參與次數、喜愛運動的程度。

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，預試有效問卷 350 份，經項目分析（CR 值與總分相關值均達顯著水準）、探索因素分析（解釋變異量為 71.61%－82.26%）及信度檢驗（Cronbach's alpha 係數均超過 90 以上），並從正式問卷隨機抽取 520 份進行驗證性因素分析，修正後模式適配度各項指標、收斂效率及區別效率均能符合標準（劉照金、張俊一、張淑敏、董燊，2015）。顯示本研究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、效率及信度，可適用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。

（八）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，以描述統計、t 檢定及單因子變異數分析及 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。

肆、結果與討論

一、受試者人口統計分析

由表 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, 1998；Gibson, Attle, & Yiannakis, 1998）類似，因為運動觀光是戶外的體能活動為主，需要花費金錢與時間投入的活動。

表 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	高中以下	281	17.1
	專科	193	11.8
	大學	948	57.7
	研究所以上	220	13.4

續後頁

接前頁

表 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
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、受試者涉入運動觀光程度之現況分析

由表 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以上程度。對照劉照金、李晉豪 (2011) 與 Chang, Liu, Liu 與 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 2

受試者涉入運動觀光程度統計分析 (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

續後頁

接前頁

表 2

受試者涉入運動觀光程度統計分析 (N=1642)

參與行為類型	平均數	標準差	偏態	峰度
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

三、不同背景運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素差異比較

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，本研究分別針對不同性別、年齡、教育程度、月收入等人口變項加以比較分析。

(一).性別比較

由表 3，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。這項結果與過去研究明顯不同，過去研究結果(劉照金、李晉豪，2011；Chang, Liu, Liu & Ni, 2008；Nogawa, Yamaguchi & Hagi, 1996)大都顯示男性參與運動觀光較為活躍或積極，本研究結果明顯不同，可能與台灣男女運動觀光客參與行為已日趨接近。

表 3

不同性別運動觀光客的目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	性別	個數	平均數	標準差	t值	備註
運動觀光客特質	男	923	4.68	1.59	.634	
	女	719	4.64	1.33		
運動觀光動機	男	923	4.81	1.61	-.167	
	女	719	4.83	1.42		
運動觀光體驗	男	923	4.79	1.66	-1.111	
	女	719	4.87	1.44		
運動觀光風險認知	男	923	4.10	1.24	-1.585	
	女	719	4.18	1.04		
運動觀光目的地選擇	男	923	4.64	1.46	.662	
	女	719	4.60	1.23		
運動觀光參與意圖	男	923	4.66	1.59	-.235	
	女	719	4.67	1.37		

*p<.05

(二).年齡層比較

由表 4，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都有顯著差異，除 21-30 歲年齡組各項分數明顯低於其他年齡組外，其餘低年齡組仍有明顯高於高年齡組之趨勢。顯示不同年齡運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖會有明顯差異。這項結果對照過去研究，顯示不同年齡層在運動觀光客特質 (Kurtzman, et al., 2005；Settle &

Pamela, 1986)、運動觀光動機(Reilly, 1989; Rinaldi, 2011)、運動觀光體驗(Bouchet, Lebrun, & Auvergne, 2004; Caru & Cova, 2003)、運動觀光風險認知(Lepp & Gibson, 2003)、運動觀光目的地選擇(Kurtzman & Zauhar, 2005; Um & Crompton, 1990)、運動觀光參與意圖(Tourism Research Group, 1988; Kaynok, Kucukemiroglu, Kara, & Tevfik, 1996)等研究之部分結果類似，主要參與者與消費者仍集中在社會中堅份子(Mintel International Group, 1995)有差異，而21-30歲年齡組可能因就學與經濟條件使其運動觀光參與行為較不積極。因此，年齡是運動觀光客參與行為差異之重要因素。

表 4
不同年齡運動觀光客的目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	年齡層	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
運動觀光客特質	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

(三).教育程度比較

由表5，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。本研究結果與台灣（劉照金、李晉豪，2011）、美國（Yiannakis, 1992）、英國（Mintel International Group, 1995）之運動觀光客的研究均發現同樣的現象，顯示高教育程度的運動觀光客參與行為較為活躍，畢竟他們的經濟條件、休閒時間、休閒技能較能符合運動觀光參與條件—有錢與有閒（Standeven & DeKnop, 1999）。顯示不同教育程度是運動觀光客特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖差異之重要因素。

表5
不同教育程度運動觀光客的目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	學歷	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
運動觀光客特質	A.高中職(含)以下	281	4.51	1.53	13.474*	D>A,C
	B.專科	193	4.81	1.48		
	C.大學	948	4.56	1.50		
	D.研究所(含)以上	220	5.21	1.16		
運動觀光動機	A.高中職(含)以下	281	4.76	1.60	17.552*	D>A,B,C
	B.專科	193	5.00	1.43		
	C.大學	948	4.65	1.59		
	D.研究所(含)以上	220	5.45	1.03		
運動觀光經驗	A.高中職(含)以下	281	4.71	1.64	18.121*	D>A,B,C
	B.專科	193	5.00	1.40		
	C.大學	948	4.67	1.64		
	D.研究所(含)以上	220	5.49	1.05		
運動觀光風險認知	A.高中職(含)以下	281	4.10	1.21	1.185	
	B.專科	193	4.24	1.21		
	C.大學	948	4.10	1.14		
	D.研究所(含)以上	220	4.21	1.10		
運動觀光目的地選擇	A.高中職(含)以下	281	4.62	1.50	15.399*	D>A,C
	B.專科	193	4.88	1.27		
	C.大學	948	4.47	1.40		
	D.研究所(含)以上	220	5.09	.91		
運動觀光參與意圖	A.高中職(含)以下	281	4.52	1.65	17.466*	D>A,C
	B.專科	193	4.88	1.46		
	C.大學	948	4.52	1.50		
	D.研究所(含)以上	220	5.27	1.11		

*p<.05

(四).月收入比較

由表6，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「運動觀光風險認知」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。本研究結果與劉照金、李晉豪（2011）、Yiannaki（1992）、Mintel International Group（1995）、Leisure Consultants（1992）研究結果類似，發現運動觀光參與行因素是需要花費金錢與投入時間的活動，故參與者需要一定的經濟條件。顯示不同收入是運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖差異之重要因素。

表6

不同月收入運動觀光客的目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	月收入	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
運動觀光客特質	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		
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		
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		

*p<.05

四、不同涉入程度運動觀光客之目的地選擇與參與行為因素差異比較

為瞭解不同涉入程度運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為之差異情形，本研究分別針對不同喜愛運動程度、運動觀光頻率、參與運動觀光活動激烈程度等變項加以比較分析。

(一).運動喜好程度比較

由表7，發現不同運動喜好程度之運動觀光客，除「運動觀光風險認知」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。本研究結果與劉照金（2012）研究結果類似；另從運動觀光的定義而言，運動觀光是指「個人暫時性離開平日居住地區，參與體能活動（主動運動觀光）、觀賞體能活動（賽會運動觀光），或瞻仰具吸引力之體能活動（懷舊運動觀光）之休閒為基礎旅行（Gibson, 1998； Standeven & DeKnop, 1999）。另從運動觀光涉入運動方式包括主動性運動觀光（active sporttourism）（Gibson, 1999）或被動性運動觀光（passive sporttourism）（Standeven & DeKnop, 1999）均與運動喜好有顯著相關。另從運動觀光的產業關聯而言，運動的特性乃吸引觀光客的好奇或留下特別的經驗主要因素（Standeven & DeKnop, 1999）。顯示不同「運動喜好程度」是運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖差異之重要因素。

表 7

不同運動喜好程度運動觀光客目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	運動喜好程度	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
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		

續後頁

接前頁
表 7

不同運動喜好程度運動觀光客目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	運動喜好程度	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
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

(二).運動觀光參與頻率比較

由表8，發現不同參與頻率之運動觀光客，除「運動觀光風險認知」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「高運動觀光頻率」其分數明顯高於「低運動觀光頻率」。本研究結果與劉照金（2012）研究結果類似，而且本項結果與劉照金、李晉豪（2011）及Gibson, Attle, 與 Yiannakis（1998）所發展出典型主動性運動觀光參與者的輪廓圖（profile of the typical active sport tourist）頗為類似，運動觀光參與頻率越高，其運動觀光之目的地選擇與參與行為越明顯。顯示不同「運動觀光參與頻率」是運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖差異之重要因素。

表 8

不同參與頻率運動觀光客目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	參與頻率	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
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		
運動觀光目的地選擇	A.1次/年	456	4.34	1.30	9.253*	B,C,D > A
	B.2-4次/年	723	4.72	1.29		
	C.5-9次/年	229	4.79	1.41		
	D.10次以上/年	234	4.72	1.57		

續後頁

接前頁
表 8

不同參與頻率運動觀光客目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	參與頻率	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
運動觀光參與意圖	A.1次/年	456	4.29	1.31	14.445*	B,C,D > A
	B.2-4次/年	723	4.75	1.44		
	C.5-9次/年	229	4.93	1.56		
	D.10次以上/年	234	4.86	1.80		

*p<.05

(三).參與運動觀光強度比較

由表9，發現不同參與強度運動觀光客，除「運動觀光風險認知」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「參與強度」越高之運動觀光客其分數明顯高於「參與強度」較低之運動觀光客。本研究結果與劉照金（2012）研究結果類似，Hall（1992）從分類學角度，將運動觀光客的活動程度劃分成非參與（被動）觀賽者、中等程度參與者（如草地滾木球等）及「積極參與者」觀光客（如喜歡從事海上競賽活動者），不過從體能需求程度來區分是有些主觀程度（Tourism Research Group, 1988），可能尚需考量個人運動觀光的參與經驗，不過可明顯發現運動觀光客自覺強度越高者，對其運動觀光目的地選擇與參與行為更為明顯。顯示不同運動觀光「參與強度」是運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖差異之重要因素。

表 9

不同參與強度運動觀光客目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	參與強度	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
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		

續後頁

接前頁

表 9

不同參與強度運動觀光客目的地選擇與參與行為因素比較分析表

	參與強度	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
運動觀光目的地選擇	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		
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

伍、結論與建議

一、結論

綜合上述分析與討論，有關不同人口變項運動觀光客比較，主要發現：(1)不同性別運動觀光客在特質、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，顯示與過去男性參與運動觀光活動較為活躍之研究結果不同，台灣男性與女性運動觀光參與行為已日趨接近；(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，「21-30歲」年齡層因就學與經濟條件使其參與行為較不積極，社會中堅年齡層有明顯高於高年齡層之趨勢，顯示年齡是影響運動觀光客目的地選擇及參與意圖重要因素；(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有顯著差異，顯示高教育程度的運動觀光客在經濟條件、休閒時間、休閒技能優勢下，較具運動觀光「有錢有閒」之參與條件；(4)不同收入運動觀光客之特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖有顯著差異，顯示經濟條件是影響運動觀光參與重要因素，畢竟運動觀光需要花費金錢與投入時間。其次，不同涉入程度運動觀光客比較，主要發現：(1)不同運動喜好程度之運動觀光客在特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖有顯著差異，顯示從運動觀光涉入運動方式與經驗，均與運動觀光客對運動喜好有密切關聯；(2)不同參與頻率之運動觀光客在特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖有顯著差異，顯示運動觀光參與頻率越高，其運動觀光之目的地選擇與參與行為影響因素越明顯；(3)不同參與強度之運動觀光客在特質、動機、經驗、目的地選擇及參與意圖有顯著差異，顯示從體能需求程度與參與經驗，自覺強度越高者對其運動觀光目的地選擇與參與行為因素更為明顯。綜合而言，從人口變項比較，除性別因素不明顯外，不同年齡層、教育程度及收入之運動觀光客特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖均有顯著差異。不同涉入程度運動觀光客比較，除「運動觀光風險認知」沒有顯著差異外，不同運動喜好程度、參與頻率及參與強度運動觀光客特質

、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與意圖均有顯著差異，而且高運動觀光涉入程度者明顯高於低運動觀光型態者，顯示不同人口變項與涉入程度運動觀光客之特質、動機、經驗、風險認知、目的地選擇及參與行為都有顯著差異，這些差異會形成不同消費需求，也是規劃運動觀光產品、市場區隔、供給模式及行銷策略重要因素。

二、建議

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。其次，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，運動觀光產業亦應針對不同背景運動觀光人口，規劃適合的相關產品與活動以吸引民眾的加入，對於產業經營效益與就業市場與國民健康均有極大助益。針對未來研究方面，從本研究結果顯示不同背景運動觀光客的風險認知差異並不顯著，與過相關文獻研究並不相同，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

- 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、林晏州（2000）。情境因素對選擇遊樂區影響之研究。戶外遊憩研究，13（2），67-82。
- 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。
- 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。
- 張嵐蘭、鄭健雄（2002）。遊客旅遊目的地選擇偏好之研究。載於大葉大學休閒事業管理研究所主編，第四屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集，167-182。彰化縣：大葉大學休閒事業管理研究所。
- 張孝銘、邱姿菁（2011）。影響運動賽會觀光客運動觀光參與行為因素之研究—以金門國家公園馬拉松路跑賽為實證。休閒產業管理學刊，4（2），57-76。
- 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。
- 劉照金（2012）。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之研究。國科會專題研究報告（NSC 101-2410-H-276-005），2015。
- 劉照金、張俊一、張淑敏、董 桑（2015）。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，5(2)，77-106。
- 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。
- Aicher, T. J. & Brenner, J. (2015). Individuals' motivation to participate in sport tourism: A self-determination theory perspective. *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*, 18, 56-81.
DOI: 10.5199/ijsmart-1791-874X-18d
- 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. & Baker, D., (1996). Influence of cognitive distance in vacation Choice. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 138-150.

- 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.
- 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.
- 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. *Proceeding of The 7th Asia Pacific Forum for Graduate Students' Research in Tourism & Hospitality*. 3-4 June 2008, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Malaysia, Shah Alam, Selangor, MALAYSIA.
- 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.
- Correia, A., do Valle, P., & Moco, 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(2), 195-207.
- Fridgen, J. (1984). Environmental psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 11(1), 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). Active sport tourism: Who participates? *Leisure Studies*, 17(2), 155-170.
- Gibson, H. J.(1999). Research into action: Getting into the game. *Parks and Recreation*, 6, 40-45.
- Gibson, H. J., Attle, S. & Yiannakis, A.(1998).Segmenting the sport tourist market: a lifespan perspective.*Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 52–64.
- 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.
- Guo, Y. Li, X., Liu, D.(2013). A case study of tourists' perceived motivation and impacts of sport tourism event.*Journal of Tourism and Hospitality Management*,1(2), 89-94.
- Hall, C. M.(1992).Adventure, sport and health tourism.In B. Weiler and C. M. Hall (Eds), *Special interest tourism*(pp.141-58). London: Bellhaven Press.
- Heidary, A.,Sajjadi, S.N., Farahani, M.J., IskandariPour, S., Meshkini, A. &Heidary, T.(2011).A consideration of the factors influencing sport tourism in Zanjan-Iran. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 1(2), 52-55. Available online at:www.hrmars.com/journals
- 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>
- Hodeck, A. & Hovemann, G.(2015). Destination choice in German winter sport tourism: Empirical findings.*Polish Journal of Sport and Tourism*, 22(2), 114–117. ISSN (Online)2082-8799, DOI: 10.1515/pjst-2015-0019.
- 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.
- Kaplanidou, K., & Vogt, C.(2007).The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours.*Journal of Sport & Tourism*,

- 12(3-4), 183-206.
- Kelly, J. R.(1987). *Freedom to be – A new sociology of leisure*.NY: Macmillan.
- 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.
- Kim, Y. H.(2013).An Assessment of Sport Event Tourists' Motivation with a Framework: A Case Study at a Southeast Conference Football Game. *Journal of Tourism Res Hospitality*, 2(2), <http://dx.doi.org/10.4172/2324-8807.1000115>.
- Kotler, P., Makens, J. C., & Bowen, J.(2003).*Marketing for hospitality and tourism*(3rded.). 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.
- Kaynok, E., Kucukemiroglu, O., Kara, A., & Tevfik, D.(1996). Holiday destinations: Modeling vacationers' preferences. *Journal of vacation Marketing*, 2(4), 299-314.
- 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.
- Leisure Consultants (1992). *Activity holidays: The growth market in tourism*. Suffolk, Great Britain: Author.
- 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 Asia2013*(pp. 283-293)(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.*Proceedingof 2013 Global Sport Management Summit & WASM Annual General Meeting*(pp.62-71).(25-27 October, 2013, Aletheia University, Taipei).
- Liu, C. C. & Chang, S.(2015).Factors influencing the destination choice of sport tourists in Taiwan. *The Journal of Global Business Management*, 11(2), 104-113.(October 2015 issue).
- Liu, C. C., Lee, C. H., Tsai, Y. C. Chuang, C. J. and Chen, C. Y.(2015).Research on relationship between roles, risk perception, excitement seeking and participation intentions of sports tourism participants. *Asian Sports Science*, 4(2)(February),

77-85.

- 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.
- McIntosh, R. W., Charles, R. G. & Brent Ritchie, J. R., (1996). *Tourism principles, practices and philosophies*. New York: John Wiley & Sons.
- Mayo, E. & Jarvis, L.(1981).*The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel services*. Boston: CBI Publishing Co., Inc.
- 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.
- NationalAssociation of Sports Commissions(NASC)(June 2015).*Report on the sport travel industry*. Available online at:https://www.sportscommissions.org/Portals/sportscommissions/Documents/About/STI_report_June_15_final.pdf
- 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: Binghampton, NY, 1-25.
- 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*, 35(2), 46-54.
- 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.
- Peric, M.(2010).Sportstourismandsystem of experience. *Tourism and Hospitality Management*, 16(2), 197-206.
- Peric, M.(2015). Managing sports experiences in the context of tourism. UTMS

- Journal of Economics*, 6(1), 85–97.
- 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](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.
- 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.(Dec 10, 2003).*Beyond panic prevention: Addressing emotion in emergency communication*. Emergency Risk Communication CDCSynergy.[On-line]. Available online at: <http://www.psandman.com/articles/beyond.pdf>
- Schmitt, B. H.(1999). Experiential marketing.*Journal of Marketing Management*, 15(1).53-67.
- 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.
- 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.
- Slovic, P.(1990). The legitimacy of public perceptions of risk.*Journal of Pesticide Reform*, 10(1), 13-15.
- Smith, G. V.(1989). The European conference market.*Tourism and Travel Analyst*, 4, 60-76.
- Smith, C. & Jenner, P. (1990). Activity holidays in Europe. *Travel and Tourism Analyst*, 5, 58-78.
- 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.
- StudentKind(January 19, 2011). *Sport Tourism* Growing Trend. Retrieved Dec 10, 2012. <http://www.studentkind.com/blog/?p=116>
- Studienkreis für Tourismus(1990). *Reiseanalyse* [Analysis of the holiday]. Starnberg, German: Author.
- 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.
- Tourism Research Group(1988). *Adventure travel in western Canada*. Ottawa, ON: Tourism Canada.
- 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.
- Weed, M.(2008).Sports tourism experiences. *Journal of Sport & Tourism*, 13(1), 1-4.
- Weed, M., & Bull, C.(2004). Sports tourism: Participants, policy and providers. Oxford: Elsevier.
- Williams, B.(Dec 10, 2012).*Sports tourism & health benefits*.USA Today, Travel Trip, 2012, 11, 10. Retrieved <http://traveltips.usatoday.com/sports-tourism-health-benefits-100378.html>
- Yiannakis, A.(1992). Some predictors of tourist role preference: A logistic regression approach. In J. Sugden and C. Knox(Ed.), *Leisure in the 1900s: Rolling back the welfare state*.Conference paper No. 46(pp. 227-235). Eastbourne, Great Britain: Leisure Studies Association.
- 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.

A Comparison of the Factors on Destination Choice and Participation Behavior between Sport Tourists with Different Demographic Variables and Involvement

Chao-Chin Liu*, Chung-Ling Huang**, Zhi-Ming Chen ***

Abstract

In recent years, the governments and private sector are all actively promote sports tourism, for understanding the needs of different background sport tourist, and offering promotion policy formulation, product planning, market segmentation, and marketing strategies of the reference supply. The aims of this study are to compare factors on destination choice and participation behavior between sport tourists with (1) different demographic variables and (2) different types of participation involvement. This study's methodology considers sport tourists' personality traits, motivations, experiences, risk perception, on choice of destination, and participation behavior; examines relevant literature; and compiles the "Questionnaire of The Impact of Sport Tourists' Traits, Motivations, Experiences, and Risk Perception on Choice of Destination and Participation Behavior." We distributed 1,642 valid questionnaires to potential sport tourists in the Taiwan area. All data were analyzed using SPSS software (version 17) . The results are as follows: (1) A comparative analysis of different demographic variables, except gender is not significant, but different age groups, education levels, and incomes of sports tourists' personality traits, motivation, experience, risk perception, destination choice, and participation behavior are significant differences, and younger age groups significantly higher than older age groups, and master education degrees were higher than other education degrees, and the more than monthly income of NT\$ 20,000 were higher than less NT\$ 19,999. (2) A comparative analysis of different involvement levels in sport tourism found that, except for risk perception, significant differences exist between sport tourists' personality traits, motivation, experience, destination choice, and participation behavior and different levels of sport preferences, participation frequency, and participation intensity; high involvement in sports tourism was significantly higher

*Professor, Department of Recreation Sport and Leisure, Meiho University.

**Associate Professor, Department of Sport and Leisure, National Quemoy University.

***Associate Professor, Department of Recreation Sport and Leisure, Meiho University. (Corresponding Author)

than the low involvement in sports tourism. In conclusion, significant differences exist among the factors on destination choice and participation behavior between sport tourists with different demographic variables and levels of involvement ; significant differences were found between sport tourists with different demographic variables in terms of sport involvement based on personality traits, motivation, experience, destination choice, and participation behavior. These findings indicate that the government should consider the needs of different people when developing sports tourism promotional policies; in addition, they indicate that sports tourism industry operators should consider the different consumer demands among sports tourists in their plans for products, market segments, supply models, and marketing strategies to meet the consumption demands of different sports tourists.

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

