

日月潭觀光客自行車活動 參與行為之研究

林仁彬¹ 賈凡² 簡彩完² 張家銘^{3*}

¹ 明道大學休閒保健學系助理教授

² 明道大學休閒保健學系講師

³ 國立嘉義大學體育與健康休閒研究所副教授

摘 要

本研究主要目的在瞭解運動觀光客之背景變項在運動觀光吸引力、運動觀光參與動機、運動觀光參與滿意度、運動觀光參與忠誠度上是否有差異存在，並進一步分析運動觀光客之運動觀光參與動機、運動觀光吸引力、運動觀光參與滿意度對參與忠誠度是否有顯著預測力，以及分析參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度。以參加 2007 年日月潭美利達單車逍遙遊 263 位運動觀光客為對象，進行問卷施測，資料回收經統計分析研究發現：（一）運動觀光客的背景變項（包括性別、教育程度、年齡、居住地區、及您是否有參加套裝旅遊方案等）在運動觀光參與動機、吸引力、滿意度、忠誠度上皆未有顯著差異。（二）運動觀光吸引力、運動觀光參與動機及運動觀光參與滿意度皆達顯著進入迴歸方程式可對運動觀光參與忠誠度進行預測，而此方程式能有效解釋參與者的參與忠誠度之解釋變異量為 68.6%。（三）參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度分析，經卡方分析結果達顯著，以認為「很重要」的人數比例最高（52.5%），而認為不重要的人數僅 5 位佔 2.0%而已，所以參與者是認為此活動對當地是有幫助的。以上結果提供日月潭主辦單位及未來相當研究參考。

關鍵字：運動賽會、運動觀光客、日月潭、單車

*通訊作者. Tel: 05-2263411 ext.3019

E-mail: gr5166@yahoo.com.tw

壹、緒論

一、問題背景

日月潭國家風景區經營管理範圍以日月潭為中心，北臨魚池鄉都市計劃區，東至水社大山之山脊線為界，南側以魚池鄉與水里鄉之鄉界為界，總面積約為 9,000 公頃。風景區未來發展目標將以「高山湖泊」與「邵族文化」為兩大發展主軸，並結合水、陸域活動，提供高品質、多樣化的休閒渡假遊憩體驗，其發展的主題是高山湖泊渡假體驗、文化保存及參與永續發展、水力發電解說、多樣化自然生態教育機會、湖泊溪流水域活動、山岳活動及登山健行、產業活動、夜間觀賞表演活動、主題館與主題園、整合資訊服務等，期藉此整合日月潭風景區之遊憩資源，注入多樣性遊憩活動，以帶動日月潭風景區之長遠發展，並充實改善周圍各項遊憩服務功能，掌握重新出發的契機，以期創造日月潭之新風貌(交通部觀光局日月潭國家風景區管理處，2007)。

二十一世紀休閒觀光事業是具有發展潛力的無煙鹵產業，可以推廣台灣的運動觀光與促進地區軟硬體的建設和區域發展。觀光的發展是一個國家國際化與現代化的指標，開發中國家為賺取外匯，創造就業機會，振興經濟，提昇國家形象，帶動其他產業發展等因素，發揮觀光資源潛力去創造人類福祉，同時維護環境品質，以永續發展觀光遊憩資源，營造優質運動觀光旅遊為發展目標，方能使觀光資源永續發展(邱思慈、李承翰，2006)。過去研究指出，花蓮太魯閣舉行的太魯閣國際馬拉松活動，數據顯示出將地方特色及特殊

景觀結合馬拉松路跑賽會後，將增加此一賽會之吸引力，並提高運動觀光客(參與路跑者與在旁觀賞者)之參與動機(張家銘，2006)。江中皓(2002)研究指出，運動賽會之參與者是否能逐年增加，運動觀光客的參與動機、參與滿意度與忠誠度是主辦單位重要的參考指標。運動迷會產生對比賽、球隊、選手的忠誠度，因此其觀看運動性節目會花費較多時間(Hunt, Bristol & Bashaw, 1999)。2004 年澎湖世界華人馬拉松賽會，研究發現參與者之運動觀光參與動機會顯著影響其運動觀光參與滿意度與運動觀光參與忠誠度(張家銘，2006)。

民國 88 年九二一大地震，造成日月潭及鄰近地區災情慘重，同年李登輝總統前來日月潭瞭解災情並裁示，日月潭應結合鄰近觀光據點，儘速提升為國家級風景區，而在整體規劃時也應盡量維護人民權益。本研究希望進一步將參與者之運動觀光參與動機、運動觀光吸引力、運動觀光參與滿意度、運動觀光參與忠誠度等變項進行研究，以瞭解運動觀光客之參與行為模式。並利用日月潭在所舉辦之「2007 年日月潭美力達單車逍遙遊」，因為日月潭有豐富的歷史與自然生態，運動觀光資源上具有一定程度之吸引力，結合運動賽會，將成為一項具有特色之運動賽會是非常適合做為本研究進行瞭解運動觀光客的參與行為模式。

二、研究目的

本研究主要目的，了解日月潭觀光客參加自行車活動之動機、滿意度和忠誠度情形，做為政府與民間休閒單位與機構訂定自行車運動策略和發展地方運動觀光之

參考。並進一步分析參與者之運動觀光參與動機、運動觀光吸引力、運動觀光參與滿意度對參與忠誠度是否有顯著預測力，以及分析參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度。本研究以參加 2007 年日月潭美力達單車逍遙遊之成人為對象，以進行上述之問題驗證分析。本研究結果可提供更深入的了解運動觀光客之參與行為模式。

三、研究問題

- (一) 參與者之背景變項在運動觀光參與動機上是否有差異？
- (二) 參與者之背景變項在運動觀光吸引力上是否有差異？
- (三) 參與者之背景變項在運動觀光參與滿意度是否有差異？
- (四) 參與者之背景變項在運動觀光參與忠誠度是否有差異？
- (五) 參與者之運動觀光參與動機、運動觀光吸引力、運動觀光參與滿意度對參與忠誠度是否有差異？
- (六) 參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度為何？

貳、方法

一、研究對象

本研究是以到日月潭參與 2007 年日月潭美力達單車逍遙遊之運動觀光客為研究範圍。研究對象是以方便取樣方式，受試對象（運動觀光客）包括路跑賽會參與者以及觀賞性運動賽會參與者（張孝銘、林樹旺，2003），以問卷調查方式於 2007 年日月潭美力達單車逍遙遊。施測問卷調查日期 2007 年 5 月 6 日，

共發出 300 份問卷，所有參與填答的受試者，都是經施測人員說明研究目的後同意施測。回收 285 份問卷，經刪除填答不完整之問卷後，得有效問卷 263 份，有效回收率為 87.7%。

二、研究工具

本研究中所使用之各量表說明如下：

(一)運動觀光吸引力量表

本量表乃改編自張家銘（2005）之運動觀光吸引力量表，量表共 15 個題項，題目是以李克特六點量表設計與計分，依回答「非常不同意」至「非常同意」之程度，分別給予 1、2、3、4、5、6 分數，所得分數愈高，表示對該題項愈同意。本量表 15 個題目皆通過內部一致性效標法及相關分析之檢定，此表示所有題目均具有鑑別力。因素分析結果得到四個因素共 15 個題目，總解釋變異量為 80.77%。總量表 Cronbach's α 係數.95，顯示吸引力量表具有高的信度。

(二)運動觀光參與動機量表

本量表乃改編自張家銘（2005）之運動觀光參與動機量表，共有 20 題項，題項均採李克特的六等距尺度分量表方式計分，視受試者對於問項之感受填答，依回答「非常不同意」至「非常同意」之程度，分別給予 1、2、3、4、5、6 之分數，所得分數愈高，表示對該項目愈同意。項目分析結果，本量表 20 個題目皆通過內部一致性效標法及相關分析之檢定，此表示所有題目均具有鑑別力。因素分析結果得到四個因素共 20 個題目，總解釋變異量為 76.13%。總量表 Cronbach's α 係數.96，顯示參與動機度量表具有高的信度。

(三)運動觀光參與滿意度量表

本量表乃改編自張家銘（2005）之運動觀光參與滿意度量表，本量表共有 13 題，以李克特六點式設計，題項採李克特的六等距尺度分量表方式計分，視受試者對於問項之感受填答，依回答「非常不同意」至「非常同意」之程度，分別給予 1、2、3、4、5、6 之分數，所得分數愈高，表示對該項目愈同意。本量表 13 個題目皆通過內部一致性效標法及相關分析之檢定，此表示所有題目均具有鑑別力。因素分析結果得到三個因素共 13 個題目，總解釋變異量為 81.46%。總量表 Cronbach's α 係數.95，顯示參與滿意度量表具有高的信度。

(四)運動觀光參與忠誠度量表

本量表乃改編自張家銘（2005）之，本量表共有 5 題，題項均採李克特的六等距尺度分量表方式計分，視受試者對於問項之感受填答，依回答「非常不可能」至「非常可能」之程度，分別給予 1、2、3、4、5、6 之分數，所得分數愈高，表示對該項目之可能性愈認同。本量表 5 個題目皆通過內部一致性效標法及相關分析之檢定，此表示所有題目均具有鑑別力。因素分析結果得到一個因素共 5 個題目，總解釋變異量為 72.86%。總量表 Cronbach's α 係數.91，顯示參與忠誠度量表具有高的信度。

最後為有關個人之基本資料，題目為性別、教育程度、年齡、居住地區、及您

是否有參加套裝旅遊方案等共 5 題以及詢問一題受試者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度如何，採李克特的六等距尺度分量表方式計分，依回答「非常不重要」至「非常重要」之程度，分別給予 1、2、3、4、5、6 之分數。

三、資料處理

本研究之資料分析以 SPSS10.0 for Windows 軟體進行分析，採用之統計方法包括描述統計、t 檢定、單因子變異量數分析、scheffe 事後比較、卡方分析、迴歸分析等進行處理資料，統計考驗顯著水準則均以 $\alpha=.05$ 為基準。

參、分析結果

一、受試者基本資料描述

受試者基本資料分析（如表一），在性別變項上男性 149 位(56.7%)、女生 114 位(43.3%)；教育程度方面，學歷國中以下有 59 位(22.4%)、高中及高職有 75 位(28.5%)、專科大學有 110 位(41.8%)、研究所以上有 19 位(7.2%)；年齡方面，20 歲以下有 42 位(16.0%)、21-40 歲 117 位(44.5%)、41 歲以上 104 位(39.5%)；居住地區，北部地區 35 位(13.3%)、中部地區 207 位(81.0%)、南部地區 13 位(4.9%)、東部地區 2 位(0.8%)；是否參加套裝旅遊，有參加 154 位(58.6%)、沒有參加 109 位(41.4%)。

表一 2007 年日月潭單車逍遙遊樣本之基本資料分析

變項	組別	人數	百分比
性別	男	149	56.7
	女	114	43.3
教育程度	國中以下	59	22.4
	高中職	75	28.5
	大專	110	41.8
	碩士以上	19	7.2
年齡	20 歲以下	42	16.0
	21-40 歲	117	44.5
	41 歲以上	104	39.5
居住地區	北部	35	13.3
	中部	213	81.0
	南部	13	4.9
	東部	2	0.8
是否參加套裝旅遊	有	154	58.6
	沒有	109	41.4

二、參與者背景變項在運動觀光參與動機、吸引力、滿意度、忠誠度上之差異分析

(一) 性別

參與者不同性別變項在運動觀光參與

動機、吸引力、滿意度、忠誠度上之差異分析，經 t 檢定分析結果發現皆未達顯著差異（如表二所示），此表示參與者的參與動機、吸引力、滿意度及忠誠度並不會受到性別變項影響而有不同。

表二 不同性別分析摘要表

	參與動機	吸引力	滿意度	忠誠度
男生(n=149)	4.61±0.75	4.61±0.73	4.47±0.71	4.76±0.85
女生(n=114)	4.71±0.74	4.63±0.71	4.62±0.69	4.63±0.82
t 值	-1.04	-0.18	-1.72	-1.24

p > .05

(二) 教育程度

參與者不同教育程度變項在運動觀光參與動機、吸引力、滿意度、忠誠度上之差異分析，經單因子變異數分析結果發現

皆未達顯著差異（如表三所示），此表示參與者的參與動機、吸引力、滿意度及忠誠度並不會受到教育程度變項影響而有不同。

表三 不同教育程度分析摘要表

	參與動機	吸引力	滿意度	忠誠度
X1(n=59)	4.71±0.74	4.61±0.69	4.63±0.71	4.65±0.85
X2(n=75)	4.72±0.83	4.62±0.74	4.56±0.71	4.70±0.88
X3(n=110)	4.60±0.64	4.64±0.73	4.48±0.70	4.71±0.84
X4(n=19)	4.56±1.06	4.56±0.76	4.51±0.80	4.86±0.73
F 值	0.62	0.09	0.29	0.29

p>.05；X1(國中以下),X2(高中職),X3(專科學校),X4(研究所以上)

(三) 年齡

參與者不同年齡變項在運動觀光參與動機、吸引力、滿意度、忠誠度上之差異分析，經單因子變異數分析結果發現皆未

達顯著差異（如表四所示），此表示參與者的參與動機、吸引力、滿意度及忠誠度並不會受到年齡變項影響而有不同。

表四 不同年齡分析摘要表

	參與動機	吸引力	滿意度	忠誠度
X1(n=42)	4.78±0.78	4.78±0.79	4.73±0.72	4.70±0.90
X2(n=117)	4.61±0.81	4.53±0.77	4.44±0.73	4.64±0.91
X3(n=104)	4.66±0.66	4.65±0.68	4.58±0.67	4.78±0.74
F 值	0.83	1.87	2.84	0.79

p>.05；X1(20 歲以下), X2(21-40 歲), X3(41 歲以上)

(四) 居住地區

參與者不同居住地區變項在運動觀光參與動機、吸引力、滿意度、忠誠度上之差異分析，由於東部地區之人數僅 2 位，會影響變異數同質性的統計基本假定，因

此東部地區將排除不列入比較，其他組別經單因子變異數分析結果發現皆未達顯著差異（如表五所示），此表示參與者的參與動機、吸引力、滿意度及忠誠度並不會受到居住地區變項影響而有不同。

表五 不同居住地區分析摘要表

	參與動機	吸引力	滿意度	忠誠度
X1(n=35)	4.54±1.04	4.63±0.77	4.61±0.66	4.71±0.86
X2(n=213)	4.67±0.70	4.60±0.74	4.53±0.72	4.69±0.85
X3(n=13)	4.78±0.76	4.87±0.69	4.73±0.77	4.92±0.76
F 值	0.55	0.84	0.94	0.34

p>.05；X1(北部地區), X2(中部地區), X3(南部地區)

(五) 是否有參加套裝旅遊方案

參與者是否有參加套裝旅遊方案變項在運動觀光參與動機、吸引力、滿意度、忠誠度上之差異分析，經 t 檢定分析結果

發現皆未達顯著差異（如表六所示），此表示參與者的參與動機、吸引力、滿意度及忠誠度並不會受到是否有參加套裝旅遊方案變項影響而有不同。

表六 不同性別分析摘要表

	參與動機	吸引力	滿意度	忠誠度
男生(n=154)	4.67±0.79	4.64±0.78	4.58±0.77	4.72±0.94
女生(n=109)	4.63±0.70	4.58±0.69	4.49±0.62	4.68±0.69
t 值	0.40	0.73	1.10	0.42

p>.05

三、參與者之運動觀光參與動機、運動觀光吸引力、運動觀光參與滿意度對參與忠誠度之預測力分析

參與者之運動觀光參與動機、運動觀光吸引力、運動觀光參與滿意度對參與忠誠度之預測力分析，經多元逐步迴歸分析結果顯示：運動觀光吸引力、運動觀光參

與動機及運動觀光參與滿意度皆達顯著進入方程式，此方程式之 F 值為 188.36 (p<.05)，其 r^2 為.686，表示此方程式能有效解釋參與者的參與忠誠度之解釋變異量為 68.6%。其中以運動觀光吸引力的解釋力最高，有 63.5%之解釋變異量，如表六所示。

表六 參與者之運動觀光參與動機、運動觀光吸引力、運動觀光參與滿意度對參與忠誠度之迴歸分析摘要

投入變項	多元相關係數 R	決定係數 R^2	增加解釋量 ΔR	未標準化迴歸係數	標準化迴歸係數	t 值	F 值
(常數)				-.053		-.259	188.36*
運動觀光吸引力	.797	.635	.635	.596	.524	9.402*	
運動觀光參與動機	.822	.676	.041	.228	.203	3.684*	
運動觀光參與滿意度	.828	.686	.010	.208	.174	2.839*	

*p<.05

四、參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度分析

參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度分析，經卡方分析結果達顯著 χ^2 為 341.45 ($p < .05$)，此表示參與者對本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度看

法有不同，從百分比可知以認為「很重要」的人數比例最高（52.5%）、其次為「非常重要」的人數比例（27.0%）。從分析中亦可知認為不重要到完成不重要的人數僅 5 位佔 2.0%而已，所以參與者是認為此活動對當地是有幫助的（如表七所示）。

表七 參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度之卡方分析

變項	組別	次數	百分比	卡方值
本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度分析	完全不重要	2	0.8	341.45*
	很不重要	1	0.4	
	不重要	2	0.8	
	有點重要	49	18.6	
	很重要	138	52.5	
	非常重要	71	27.0	
總和		263	100.0	

* $p < .05$

五、討論

從以上運動觀光參與結果發現，本活動參與者的背景變項，包括性別、教育程度、年齡、居住地區、及您是否有參加套裝旅遊方案等，在運動觀光參與動機、吸引力、滿意度、忠誠度上皆未有顯著差異。此與張家銘(2006)研究澎湖世界華人馬拉松路跑賽會、李城忠、沈德裕（2007）研究日月潭萬人泳渡等結果不同，此可能與賽會之規模大小或運動類型有關。

本次單車逍遙遊活動參與者的運動觀光吸引力、運動觀光參與動機及運動觀光參與滿意度可顯著的作為預測參與忠誠度，透過迴歸方程式能有效解釋參與者的參與忠誠度之解釋變異量有 68.6%，是具有不錯的解釋能力。此符合過去研究發現，運動觀光客之參與動機亦會顯著影響

其運動觀光參與忠誠度（陳利光，2002；廖俊儒，2003）。運動觀光客之參與動機會顯著影響其參與滿意度（彭小惠，2005；黃仲凌、高俊雄，2005；劉照金，2003）。Gunn & Var(2002)認為吸引力是構成觀光系統的原動力，具有引起旅客動機與行動力的觀點。李城忠、沈德裕（2007）研究指出運動觀光愈具特色時，遊客所認知的價值就會愈高，同時也具較高的忠誠度。而認知價值程度愈大，遊客所感受到的滿意程度愈高，其影響效果亦會顯著增加。

參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度分析，經分析結果達顯著，以認為「很重要」的人數比例最高（52.5%），而認為不重要的人數僅 5 位佔 2.0%而已，所以參與者是認為此活動對當地是有幫助的。Edginton and Mills(1996)指出運

動賽會會增加觀光客在舉辦地的消費，可創造出新的工作機會與可觀的收入。Donovan(1998)指出美國許多城市積極爭取主辦運動賽會是因為它可以提昇城市的形象(civic image)與經濟發展。因此對本次舉辦地日月潭而言，在歷經 2000 年 921 大地震後，要想快速恢復以往繁榮觀光面貌，以運用地區特色並結合運動賽會方式進行推動運動觀光行銷活動，將可重獲經濟契機促進當地發展。

肆、結論與建議

一、結論

本研究主要目的，了解日月潭觀光客參加自行車活動之動機、滿意度和忠誠度情形，做為政府與民間休閒單位與機構訂定自行車運動策略和發展地方運動觀光之參考。並進一步分析參與者之運動觀光參與動機、運動觀光吸引力、運動觀光參與滿意度對參與忠誠度是否有顯著預測力，最後再分析參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度。以參加 2007 年日月潭美利達單車逍遙遊參與者進行驗證分析，分析結果說明如下：

- (一) 本活動參與者的背景變項(包括性別、教育程度、年齡、居住地區、及您是否有參加套裝旅遊方案等)在運動觀光參與動機、吸引力、滿意度、忠誠度上皆未有顯著差異。
- (二) 運動觀光吸引力、運動觀光參與動機及運動觀光參與滿意度皆達顯著進入迴歸方程式可對運動觀光參與忠誠度進行預測，其中以運動觀光吸引力的解釋力最高，而此方程式

能有效解釋參與者的參與忠誠度之解釋變異量為 68.6%。

- (三) 參與者認為本次單車逍遙遊活動對本地的重要程度分析，經卡方分析結果達顯著，以認為「很重要」的人數比例最高(52.5%)、其次為「非常重要」的人數比例(27.0%)。而認為不重要的人數僅5位佔2.0%而已，所以參與者是認為此活動對當地是有幫助的。

二、建議

日月潭風管處應該多加規劃具有吸引力之運動觀光活動，以帶動新的國外觀光客人潮進入台灣，而非倚靠舊有之觀念認為台灣的生態景觀(例如：墾丁國家公園、日月潭等風景區)可吸引許多外國觀光客到訪。而應採主動出擊方式，以舉辦具有吸引力之運動觀光活動，透過效益評估，及行銷策略規劃，以發揮運動觀光之最大影響力，以繁華地方建設並增加地方經濟收入，此亦有助於國內觀光旅遊事業發展及提升台灣在國際上之知名度。

參考文獻

- 李城忠、沈德裕(2007)。運動觀光特色對遊客認知價值與滿意度影響之研究——以日月潭萬人泳渡為例。**人文暨社會科學期刊**，3(1)，17-26。
- 邱思慈、李承翰(2006)。運動觀光與區域發展。**中華體育**，20(2)，46-54。
- 張家銘(2006)。運動賽會之運動觀光客參與行為模式之研究：以 2004 年澎湖世界華人馬拉松路跑賽會為例。**大專體育學刊**，8(2)，37-50。

- 張孝銘、林樹旺（2003）。**台灣中部區運動觀光吸引力之評估**。論文發表於九十二年度運動觀光及休閒產業管理學術研討會。屏東縣，屏東科技大學。
- 江中皓（2002）。**運動觀光高爾夫假期遊客參與動機與滿意度之研究**。國立體育學院體育研究所碩士論文，未出版，桃園縣。
- 陳利光（2002）。**台灣旅行業顧客關係對顧客滿意及忠誠度影響－以台北縣市之實證研究**。未出版碩士論文，輔仁大學，台北。
- 廖俊儒（2003）。**職棒現場觀眾消費體驗要素對體驗滿意度與忠誠意願影響之研究**。國立臺灣師範大學體育學系博士論文，未出版，台北市。
- 黃仲凌、高俊雄（2005）。台灣離島大專學生休閒參與動機與滿意度之相關研究。**大專體育學刊**，7(1)，51-66。
- 劉照金（2003）。**我國大學生運動觀光的參與動機、參與頻率、參與類型與滿意度之研究**，屏東縣：睿昱出版社。
- 彭小惠（2005）。UBA 主場運動觀眾之觀賞動機與滿意度研究。**台灣體育運動管理學報**，3，1-24。
- 交通部觀光局日月潭國家風景區管理處（2007）。**交通部觀光局調查與統計**。2007 年 3 月 15 日，資料引自 http://smlch.sunmoonlake.gov.tw/web_show.php?news_id=68
- Donovan, M. E. (1998). *The economic benefits of a sporting event to a community*. Unpublished master degree thesis. Springfield College.
- Edginton, C., & Mills, G. (1996). Tourism curricular initiatives leading to a proposal for the establishment of an institute for tourism research and service at the university of northern Iowa. In P. H. Fu & P. P. C. Chan(Eds.), *Recreation, sport, culture & tourism for the 21st century*(pp. 346-364). Hong Kong: Hong Kong Baptist University.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concept, cases* (4th ed.). New York: Routledge.
- Hunt, K. A., Bristol, T., & Bashaw, R. E. (1999). A conceptual approach to classifying sports fans. *Journal of Services Marketing*, 13(6), 439-452.

The Study of Participation Behavior model of Sport Tourists on the Sun Moon Lake Bike Activity

Zen-Pin Lin¹ Fan Chia² Tsai-Wan Chien² Chia-Ming Chang^{3*}

¹Assistant Professor of Department of Holistic Wellness, MingDao University

²Lecturer of Department of Holistic Wellness, MingDao University

³Associate Professor of Department of Physical Education,
National Chiayi University

Abstract

This study was investigated the participation behavior model of sport tourists on the 2007 Sun Moon Lake Activity. 263 Subjects were invited to fill out the questionnaires for testing the structural relationships among variables of the participants' exercise experience, watching sports programs experience, the attractive of sport tourism, participation motivation, satisfaction, and participation loyalty. The results were showed: (1) The sports tourist's background variables (including sex, education level, age, area of residence) have no significant difference on participant motive, attractiveness, satisfaction, and loyalty. (2) Tour appeal of the movement, sport is it participate in motive and sport is it participate in satisfaction reach apparent to is it return to equation preface to can is it participate in loyalty predict to visit to sport to enter all to visit to visit, and this equation preface can explain participation explanation of loyalty of participant make a variation quantity 68.6% effectively. (3) The results of chi-square analyzing sport tourist think the activity carefreely to the local important degree on this bicycle activity. The result to reach apparently, in order to think ' very important number of people ' is the highest in proportion (52.5%), only 5 account for 2.0% for the number of people is not important, and the participant this activity is helpful to the locality. The findings provided the participation behavioral models for the sports tourists to understand. It's helpful for the sponsor to do promotion and marketing in holding kayak Marathon in Sun Moon Lake in the future.

Keywords : sports tourists, participation, bike, Sun Moon Lake