

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之相關性研究

A Research on the Relationship Between the Camper's
Involvement and the Flow Experience

林谷恆

Ku-Heng Lin

指導教授：于健 博士

Advisor: Chien Yu, Ph.D.

中華民國 107 年 6 月

June 2018

南 華 大 學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩 士 學 位 論 文

露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之相關性研究

A research on the relationship between the camper's involvement
and the flow experience

研究生：林谷恆

經考試合格特此證明

口試委員：吳信男

丁慧敏

于健

指導教授：于健

系主任(所長)：丁慧敏

口試日期：中華民國 107 年 6 月 8 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班 106 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之相關性研究

研究生：林谷恆

指導教授：于健 博士

論文摘要內容：

本研究應用典型相關分析探討露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之關係。問卷設計針對有露營經驗者以網路及紙本填寫，回收有效問卷 376 份，有效問卷回收率 97.66%。本研究發現：(1)兩組變項之間共有二對典型相關組合，第一對典型相關顯示涉入程度各變項與心流體驗各變項皆有高度相關，自變項涉入程度中的「吸引力」、「自我表現」與依變項心流體驗的「經驗的結果」、「特徵項」等呈正相關且相關度高。第二對典型相關較弱，顯示「自我表現」和「前置條件」是正相關，但與「經驗的結果」則為負相關；「吸引力」和「經驗的結果」是正相關，但與「前置條件」則為負相關，也就是說露營旅遊者對露營活動涉入程度越高，得到的心流體驗也越高。(2)ANOVA 分析顯示：不同人口背景變項的露營旅遊者之涉入程度與心流體驗有部分顯著差異，可知露營旅遊者之涉入程度與心流體驗間的確存在高度相關，本研究結果可提供露營旅遊活動規劃活動時參考。

關鍵詞：露營旅遊者、涉入程度、心流體驗、典型相關

Title of Thesis : A research on the relationship between the camper's involvement and the flow experience

Name of Institute : Master program in Tourism management, Department of Tourism Management , Nan Hua University

Graduate Date: June 2018

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Ku-Heng Lin

Advisor: Chien Yu Ph.D.

Abstract

The method to the research on the relationship between the camper's involvement and the flow experience is canonical correlation analysis. Questionnaire was designed for the campers in the network or on the paper. The recovery of valid questionnaire are 376, the effective rates is 97.66%. The results to this research were as followed: 1. There are two canonical correlational combinations in two variables. the first combination reveals the positive correlation, the highest variance between two aspects of involvement, the attraction, the self-expression and two aspects of flow experience, the consequences of experience, the characteristics. The second combination reveals the negative correlation, the higher variance between one aspect of involvement, the self-expression and one aspect of flow experience, the consequences of experience. And between one aspect of involvement, the attraction and one aspect of flow experience, the antecedent conditions. 2. The analysis from ANOVA reveals the camper's involvement and the flow experience were significantly different, assume part of different demographic background variables is valid. The results of this research can be taken as the reference in camp planning.

Keyword: Camper 、 Involvement 、 Flow experience 、 canonical correlation analysis

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
圖目錄	v
表目錄	vi
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	3
1.3 研究對象與範圍	3
1.4 研究流程	4
第二章 文獻探討	5
2.1 露營旅遊活動	5
2.1.1 臺灣露營活動發展	5
2.1.2 露營活動特點	8
2.2 涉入程度	10
2.2.1 涉入程度之定義	10
2.2.2 涉入程度之內涵	13
2.2.3 涉入程度構面之相關研究	15
2.3 心流體驗	18
2.3.1 心流體驗之定義	18
2.3.2 心流體驗之內涵	22
2.3.3 心流體驗構面之相關研究	26
2.4 露營旅遊、涉入程度與心流體驗之關係	28
2.4.1 涉入程度與心流體驗之關係	28
第三章 研究方法	32
3.1 研究假說	32
3.2 研究架構	33
3.3 研究對象與內容	34
3.4 問卷設計	35

3.4.1 涉入程度量表	35
3.4.2 心流體驗量表	36
3.4.3 人口背景變項	38
3.5 資料分析方法	39
3.6 預試信效度檢定	41
第四章 資料分析與結果	45
4.1 樣本基本資料分析	45
4.2 敘述性統計分析	48
4.2.1 涉入程度敘述性統計分析	49
4.2.2 心流體驗敘述性統計分析	51
4.3 涉入程度與心流體驗之典型相關分析	53
4.4 不同人口背景統計變項對各變數之差異分析	56
4.4.1 獨立樣本 t 檢定分析	57
4.4.2 單因子變異數分析	59
第五章 結論與建議	81
5.1 結論	81
5.1.1 研究假說檢定	85
5.2 建議	87
參考文獻	90
附錄 正式問卷	99

圖目錄

圖 1.1 Google 趨勢搜尋—露營.....	2
圖 1.2 研究流程圖.....	4
圖 2.1 遊憩專門化組成三環圖.....	14
圖 3.1 研究架構圖.....	34
圖 4.1 涉入程度與心流體驗之典型相關結構圖.....	56



表目錄

表 3.1 涉入程度量表.....	36
表 3.2 心流體驗量表.....	37
表 3.3 露營旅遊者基本資料.....	39
表 3.4 涉入程度量表因素分析.....	42
表 3.5 心流體驗量表因素分析.....	43
表 4.1 露營者背景資料分析.....	47
表 4.2 涉入程度變數敘述性統計總樣本分析.....	50
表 4.3 心流體驗變數敘述性統計總樣本分析.....	52
表 4.4 典型相關變量的統計結果.....	55
表 4.5 露營旅遊者性別對涉入程度與心流體驗差異之分析表.....	57
表 4.6 露營旅遊者是否參與社團對涉入程度與心流體驗差異分析表....	58
表 4.7 不同年齡露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異之分析表.....	60
表 4.8 露營旅遊者婚姻狀況對涉入程度與心流體驗差異之分析表.....	62
表 4.9 不同教育程度露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表....	64
表 4.10 不同職業露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異之分析表.....	66
表 4.11 不同個人收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表...69	
表 4.12 不同家庭收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表....	71
表 4.13 不同露營年資露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表...74	
表 4.14 不同露營頻率露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表....	77
表 4.15 不同累積花費露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表....	79
表 4.16 研究假說 1 結果檢定表.....	85
表 4.17 研究假說 2 結果檢定表.....	86

第一章 緒論

本章旨在說明本研究之背景與動機，提出研究目的、解釋研究相關名詞及說明研究範圍及限，全章共分為四節，第一節為研究背景與動機，第二節為研究目的，第三節為研究對象與範圍，第四節為研究流程。

1.1 研究背景與動機

隨著國民生活水準日益提升，加上 2001 年政府實施週休二日，國人對休閒活動的需求提高。同時台灣擁有獨特的自然景觀，也促使國內戶外休閒人口增加。而露營旅遊是台灣目前常見的戶外休閒活動之一。

露營是在戶外遊憩活動中，長時間待在戶外的一種休閒方式，目的就是希望延長戶外活動時間，在戶外得到和一般旅遊不同的樂趣和體驗。所以露營活動具有高度的自主性、自己動手做、體驗野外生活、活動生活化、團體活動、接近大自然以及費用低廉等七項特性(傅惠蘭，2005)

因應空間活化，有些縣市政府推動偏鄉小學轉型，學校廢校後，校地委由鄉公所維護管理，規劃露營區。2015 年春節連續假期，屏東縣政府開放 29 所學校供民眾露營過夜，體驗不一樣的年節走春。有 64 年歷史的雲林西螺大橋，在 2017 年農曆過年期間，更首次封橋當作露營區，開

放給民眾露營。台東縣政府為積極推動觀光，在台東縣東河鄉都蘭派出所附近設置露營區。台北 101 祭出耶誕平安夜(2016)在 382 公尺高的台北 101 觀景台搭帳棚夜宿，成為全台最高的露營地(蘇玩樺，2017)

露營活動近幾年在台灣蓬勃發展，從 Google 趨勢搜尋中以「露營」為關鍵字進行搜尋，得到如圖 1.1 結果。

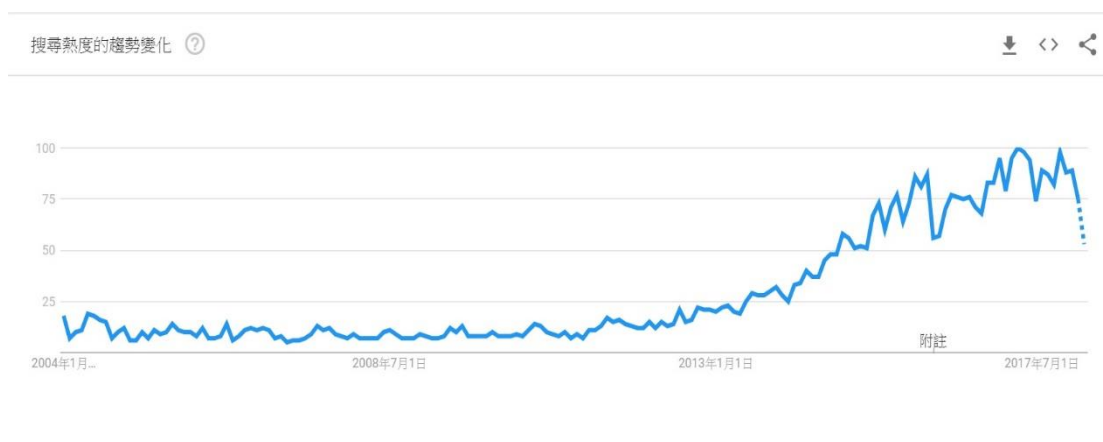


圖 1.1 Google 趨勢搜尋——露營

資料來源：網路資源

可知從 2013 年後露營搜尋量呈現爆炸性成長。此外，根據中華民國露營協會統計(2017 年 1 月)，臺灣常態性露營人口已突破 200 萬人，國內最大營地資料庫「露營窩」也統計，今年全台露營區已有 1500 多處，想預約熱門營地還得提早半年，可看出露營已成全台最熱門的戶外休閒活動。

研究者身邊也有越來越多的友人投入露營活動中，其中更不乏一試成主顧的露營深度上癮者。是什麼原因讓這麼多人對露營深深著迷呢？

基於這個疑問，研究者想瞭解不同的人口背景變項，是否會有不同的涉入程度，而不同的涉入程度是否會影響心流體驗的產生情形。國內目前對於露營旅遊者的涉入程度及心流體驗間之關係亦缺乏相關研究，因此本研究即希望能探討露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之間的相關性。

1.2 研究目的

基於上述的背景與動機，本研究針對露營旅遊者進行研究，歸納出本研究研究目的如下：

- 一、探討露營旅遊者的涉入程度情形。
- 二、探討露營旅遊者的心流體驗情形。
- 三、探討不同人口背景變項露營旅遊者之涉入程度與心流體驗之差異性。
- 四、探討露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之典型相關性。
- 五、提供政府或民間社團規劃露營活動時參考。

1.3 研究對象與範圍

本研究以露營旅遊者為研究對象，非旅遊性質之露營，如：童軍露營則不在本研究範圍內。研究內容主要以文獻探討與問卷調查所蒐集之資

料為主，瞭解露營旅遊者之涉入程度與心流體驗之相關性，最後針對本研究結果提出結論與建議。

1.4 研究流程

基於研究動機與目的，本研究先確定研究主題，蒐集與閱讀相關文獻，界定研究範圍與對象後，確立研究架構，再設計問卷後發放，回收後分析問卷資料，最後結合問卷分析與文獻資料，做出結論與建議。本研究流程圖如圖 1.2 所示

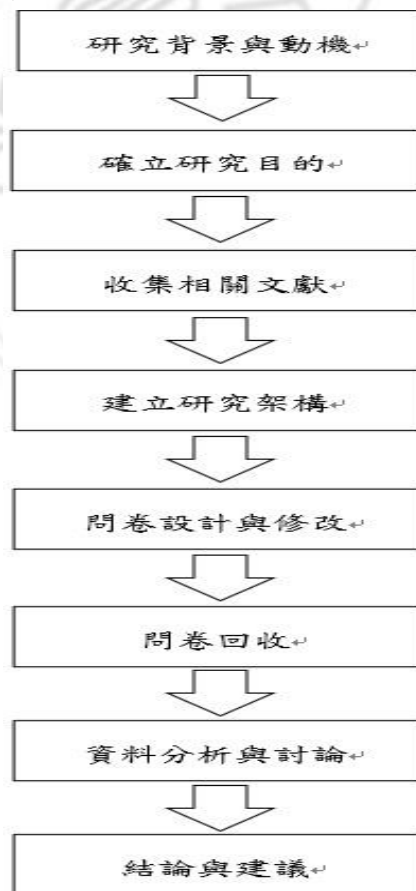


圖 1.2 研究流程圖

資料來源：本研究整理

第二章 文獻探討

本章分為四節，第一節介紹露營旅遊活動；第二節探討涉入程度定義及相關研究；第三節探討心流體驗定義及相關研究；第四節探討露營旅遊、涉入程度與心流體驗之關係。

2.1 露營旅遊活動

本節介紹臺灣露營活動發展與露營活動特點。

2.1.1 臺灣露營活動發展

根據教育部（2018）重編國語辭典，「露營」是一種戶外活動。指在野外搭帳篷或簡便草屋為臨時居所的露宿活動。

依據「臺灣地區觀光遊憩系統之研究」在 1983 年的定義「露營為離開住家在野外暫時性的住宿活動，包括享受活動本身或參與其他活動的機會而露營，其露營方式包括原始性露營（指曠野地區露宿）及帳篷或拖車露營，其動機為欣賞自然環境及與參加者有著互動之機會。」

綜言之，陳盛雄（2008）將露營界定為：「在野外不論是個人、家庭或團體，以營帳、露營車、小木屋、團體營舍或臨時搭建的遮蔽物，過宿生活均可稱之。」

而現代臺灣的露營活動的發展過程可歸納為三個階段(陳盛雄，2001)：

第一階段 (1950~1970)：教育／訓練露營 (現代前期)

本階段受國民黨政府撤退來台的強權政治力影響，將當時中學排入童軍教育的課程每週一小時，並要求每個中等學校，每年舉辦一次露營活動，而學校露營的主要目的為教育和訓練，此階段發展出臺灣獨特的「童軍露營」、「教育性班級露營」及「冬、夏令戰鬥營」。

第二階段 (1971~1987)：團體／遊憩露營 (現代中期)

此階段因應臺灣經濟漸趨繁榮，人民有較多的收入與時間，工業社會形成後，人口都市集中化，公司員工及工廠勞工開始尋求走向戶外；再加上 1968 年九年國教實行之後，國中生面臨聯考壓力，伴以 1971 年中華民國退出聯合國，政府的反攻大陸政策改為積極建設臺灣，使得童軍教育越來越不受到重視，因此休閒活動開始發展，有了「團體育樂性露營」的型式，也有以兒童為中心的各種「兒童冬、夏令營」。

第三階段 (1988 至今)：休閒／家庭露營 (現代近期)

1988 年，臺灣的 GNP 超過 6000 美元，世界銀行組織認定為世界高收入國家之一，民眾越來越有休閒觀念，全家出外露營或以 RV 休旅車出遊情況亦趨普遍，另外 1991 年月 9 日中華民國露營休閒車協會成立，提倡並推廣露營休閒活動，開始舉辦全國家庭、汽車大露營，迄今未曾間斷，這個階段露營活動已從早期的童軍教育與青少年教育活動轉變為適合全

家共同參與的休閒活動，露營的人口在近幾年更是倍數成長，「親子家庭露營」已成為休閒活動的主流。

回顧臺灣露營活動發展歷史，則可追溯至 1911 年 1 月，嚴家麟先生創辦了中國童子軍，開啟了我國的露營活動。臺灣在 1945 年成立了臺北 Y.M.C.A. 之後，開始有了露營活動；1975 年 10 月中華民國露營協會成立，翌年透過日本引薦加入世界露營組織 F.I.C.C.(FEDERATION INTERNATIONALE DE CAMPING ET DE CARAVANNING) 成為會員國。成立以來積極推廣露營活動，1979 年 11 月中華民國露營協會於石門水庫舉辦第一屆全國家庭大露營。並於 1991 年成功爭取到主辦世界大露營，因而在臺北福隆闢建了一座可容納千人露營的龍門露營度假休閒中心，龍門露營場的規畫，是臺灣第一處具有國際水準的露營場地。同年中華民國露營休閒車協會也正式成立，自此中華民國露營協會及中華民國露營休閒車協會為臺灣兩大露營相關組織。中華民國露營休閒車協會秉持著提倡與推廣家庭露營的宗旨，提供安全、快樂、愉悅的露營活動，在 2005 年亦承接了第 70 屆國際露營大會活動，更於每個週末辦理週末露營，有完整的活動規畫，提供國人更多露營的體驗。自此，國人得以體驗到不同以往的露營經驗，促使了國內的露營活動正式走上家庭休閒的模式。

觀光局在「100 年國家風景區遊客調查報告」中，調查資料分析結果

發現在運動型活動項目中，有 64.94% 受訪遊客表示最喜歡的活動項目為「露營、登山、森林步道健行」。有鑑於國內露營風氣日益興盛，國人露營旅遊人數大增，為提供正確露營資訊與合格露營場地，交通部觀光局於 2018 年 1 月正式設立露營專區網頁(交通部觀光局，2018)，於露營專區網頁提供 84 家公有露營場、觀光遊樂業附設露營場及全國教育類童軍營地資料，並宣導露營時應注意事項，足見露營旅遊活動備受政府重視，已和國人休閒生活密不可分。

綜合以上論述可知，隨著經濟發展，臺灣露營活動已由早期制式童軍教育訓練轉變為自主性安排休閒戶外活動，追求生活品質與家人互動，民眾願意投注更多時間與金錢規劃露營，國內露營場地也如雨後春筍般地建立，顯而易見露營已成為國人重要的旅遊活動之一。

2.1.2 露營活動特點

露營是結合了觀光旅遊、運動休閒的戶外活動，「露營旅遊」是以露營場為據點，而從事其他戶外休閒活動(紀光慎，1993)，如泡湯、採果、登山、健行、單車、球類、水上運動或探索性活動等。根據陳盛雄(2009)所提出，露營旅遊具有以下五種特性：1.最能與大自然相結合、2.重視環境教育的活動、3.最沒有年齡限制、4.在戶外停留的時間最長、5.攜帶的器材最多。

露營活動的場域多選在自然風景優美之處，從搭營開始，所有的活動皆在自然中進行，是最能和自然互動的一種休閒活動，藉由親近自然，進而欣賞乃至於保護自然，所以也是落實環境教育的重要活動。參與露營的對象沒有年齡限制，都能從中得到樂趣。露營就是離開住家在野外暫時性的住宿活動，在戶外停留的時間相較於其他休閒活動長，食衣住行育樂都需在戶外進行，因此露營所需的器材也是最多的。而在自然的環境中停留的時間越長，越能消除緊張、紓解壓力，讓人放鬆身心，心情愉悅。

紀光慎(1993)指出露營活動可使人與人之間彼此的距離更為接近，並強化參與者彼此間互動關係的發展。在露營活動過程中，結交新的朋友、展現露營技巧及享受家庭時光(簡名佐，2012)。讓參與者在放鬆心情的情況下，很容易就融入於自然環境，擁抱大自然，紓解工作所帶來的壓力，達到情緒放鬆，調適緊張忙碌的生活節奏，藉由欣賞景色優美的大自然環境，轉而對於自我提索與思慮澄清，達成淨化心靈的目的(曹正、李瑞瓊，1989；王淑真 2012)。陳玟陵(2013)露營方式安排家庭休閒活動，可促進與家人間的感情並有效得到休閒效益，同時享受戶外生活樂趣。胡德旺(2013)參與露營休閒活動後，經由注意、感受所得到的各種情感和與夥伴們之間的互助合作是最能使自己在心靈上得到顯著成長的。林怡萍(2015)家庭露營者有較好的親子關係，有較佳的情緒智力，有較高的幸福感，對

生活滿意度極佳。吳雅雯(2017)研究顯示露營活動者休閒參與動機越高則可獲得越高的幸福感。

綜言之，露營是一項同時具有戶外遊憩、欣賞自然、社交活動、環境教育、情感交流、放鬆身心靈與獲得幸福感受的活動。露營在戶外休閒旅遊中，是最綜合性的活動，因此露營旅遊漸漸受到大家重視與喜愛，而成為一種新的生活型態。

2.2 涉入程度

涉入 (involvement) 概念一詞源自於社會判斷理論 (Social Judgment Theory) 之中，是由 Sherif and Cantril (1947) 所提出，他們認為個人之態度是經由社會環境的互動過程學習而來，因此個人如果對於某一事物之自我涉入 (ego involvement) 越深，對其相關事物的定見也會越深。涉入的概念在剛被提出時，引起行銷學者的注意，用來衡量消費者的態度和行為，之後才開始應用在休閒遊憩領域，本研究在探討露營旅遊者的涉入程度與心流體驗的關係，以下本節說明涉入程度的定義、內涵及構面之相關研究。

2.2.1 涉入程度之定義

Day (1970) 提及涉入是個人對於某特定目標感到興趣之程度，或者知覺該目標對於自我概念或價值產生的重要程度。Mitchell (1981) 認為

涉入是一個內心狀態的變數，因特殊刺激或情境而引起的衝動、吸引力或驅力。Engel and Blackwell (1982) 認為涉入是在某種特定情境之下，某一刺激所激發而察覺到的重要性與興趣之程度。Stone (1984) 談到涉入的概念時，認為涉入是個人在從事某特定行為時，所耗費的時間與精力的強度。Rothschild (1984) 提及涉入是一種無法看見的動機或激勵狀態，藉由特殊情境或刺激所引發的心理狀態。Zaichkowsky (1985) 認為涉入是個人基於本身的需求、價值觀和興趣，而對某項事物所感覺到的攸關程度。Celsi and Olson (1988) 提出涉入是基於本身價值、目標及自我概念，反應個人攸關的決策程度。Mittal (1989) 提及涉入是關心事物或活動的心理動機狀態，顯現出對事物或活動的關注程度。在此階段涉入的概念仍較多應用在消費者的行為研究。

1980 年代後，涉入的概念逐漸被應用於休閒遊憩的研究領域。Selin and Howard (1988) 整合了自我涉入與休閒相關研究後，認為休閒涉入存在於個人與休閒遊憩活動之間的連結狀態，可藉由休閒遊憩活動達到自我愉悅及表達自我生活態度。McIntyre (1989) 提及人們在參與的過程中獲得喜悅，並將活動視為有自我意涵、重要的，並且為休閒活動的中心時，參與者對活動的涉入就逐漸產生。Havitz and Dimanche (1990) 延伸 Selin and Howard 之概念，認為在休閒遊憩和旅遊的領域中，也提出

涉入是一種介於個人和遊憩活動、旅遊目的地或相關裝備之間的一種動機、覺醒或感興趣的心理狀態，可由重要性、愉悅價值、象徵價值、風險可能性和風險結果的認知程度來描述。在 1997 年他們更將涉入定義為一種對休閒遊憩活動或相關產品間，所沒有觀察到的動機、覺醒或感興趣的狀態，且是藉由特定的刺激或情境所喚起的。Wiely, Shaw and Havitz(2000) 則提到在休閒領域中，涉入是對於休閒活動的態度，能理解休閒活動帶給參與者的意義、重要性，是解釋參與者的休閒決策以及決策的過程，進而影響行為之產生，這態度雖然持續短暫，卻可以做為讓參與者持續下去的動力。張良漢、蘇士博、王偉琴(2006)提及涉入是個人在特定的休閒活動或特別情形下所投入心力之程度。戴有德、陳冠仰、李素馨(2008)認為當人們投入喜好的休閒活動時會感受得到興奮、投入、專注等心理狀態的認知程度，並可看出休閒活動對於個人所展現的重要性、愉悅程度、可藉由活動表現自我的程度，及某活動與個人生活網的行為連結程度。

由以上論述得知，涉入的觀念由早期消費者參與行為及心理感受之影響，目前已廣泛應用於在休閒與遊憩領域之研究。

歸納以上學者及研究者之觀點，涉入為個體在參與活動時的心理狀態、投入和關心之程度，是個體持續參與自己所喜愛的活動，從過程中獲得滿足感和成就感，並知覺到此活動之重要性。本研究依據涉入之相關理論，

將涉入程度定義為：露營旅遊者在旅遊過程中，所產生的個人認知的積極性、喜好與興趣等內在心理及外在行為表現出來的投入程度。

2.2.2 涉入程度之內涵

McIntyre and Pigram (1992)利用遊憩專門化觀點，發展出是經由認知系統(cognitive system)、行為系統(behavioral system)、情感系統(affective system)由三個系統組成，且相互影響密不可分的系統(如圖 2.1)。認知系統分為技術、環境屬性、知識三項因素所構成；行為系統由過去經驗與熟悉程度兩項因素所構成；而其中「情感系統」又被稱為「持續性涉入」，學者經過研究驗證後發現，重要性及愉悅感這兩個因素，常常會歸類在一起，進而合併產生出一個新的構面，將其命名為「吸引力」(attraction)，另外與「生活型態的中心性」(centrality)及「自我表現」(self-expression)等三個構面所延伸出休閒涉入的想法，也因此作為休閒涉入衡量的工具，被廣泛的應用在與休閒遊憩等相關研究當中(呂佳茹、劉佳哲、張碧峰、郭昱洵，2013；黃純湘，2014)。三種構面說明如下：

- 一、吸引力(attraction)：在特定之情境下，當個體接收到刺激，並知覺活動的重要性或興趣水準愈高，則涉入程度愈高。
- 二、生活型態中心性(centrality)：中心性可以反映出活動參與者的生活型態或社會網絡，與其所參加的遊憩活動之間的結合程度。

三、自我表現(self-expression)：活動參與者追求自我實現之需求，並進一步參與及認同此活動。

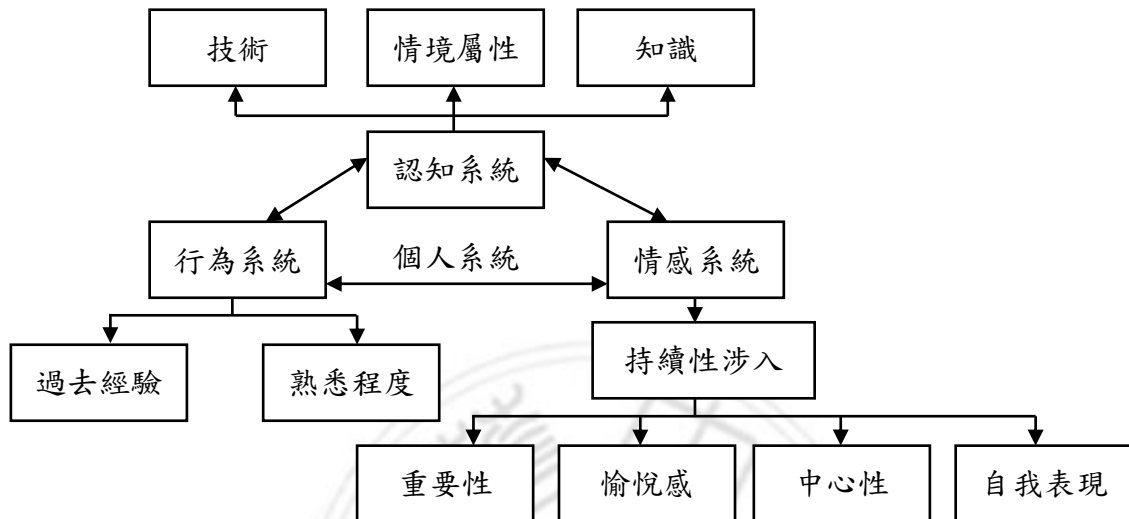


圖 2.1 遊憩專門化組成三環圖

資料來源：McIntyre, N., and Pigram, J. J. (1992)

朱珣琿 (2012) 指出個人在參與休閒活動時會受到認知、行為及情感系統的影響。在認知系統中，透過技術、情境屬性和知識等三要素，影響個人參與休閒活動的認知感受；在行為系統中，過去的經驗和對於活動的熟悉程度，會影響個人休閒行為之產生，決定個人是否選擇參與休閒活動；在情感系統中，重要性、愉悅感、中心性和自我表現影響個人的持續性涉入之程度。當個人會知覺休閒活動之重要性，透過參與會產生愉悅感受，愉悅感受越趨強烈時，個人參與的意願就會提高，使休閒活動成為個人的生活中心，並透過休閒活動追求自我之表現。

另外，在休閒遊憩研究領域上，還有多位學者指出涉入應同時包括行為與心理情感層面來衡量 (Gunter & Gunter, 1980; Kim, Scott, & Crompton, 1997)。前者能真實反應個人參與休閒活動的情形，後者能驅動個人參與休閒活動的內在心理歷程。行為涉入為個人花費在活動上的時間、金錢相關因素，行為涉入與社會心理涉入有顯著的相關性，涉入愈深時，對於未來參與活動的意願也愈高，且涉入與休閒滿意度、生活滿意度有顯著的正相關，顯示當個人對活動及對活動相關的事物參與度愈高時，愈能獲得滿足的休閒生活；社會心理涉入則是存在個人和遊憩活動間的狀態，透過活動達到愉快的感受和自我表現的程度 (張月玲, 2008)。

綜言之，學者在涉入程度之內涵多以吸引力、自我表現、生活型態中心性等三因素為內涵，而後續研究者亦以此為參考依據。

2.2.3 涉入程度構面之相關研究

涉入的概念廣泛運用於不同的領域，最初將涉入程度的觀念用來觀察消費者行為，曾鈺倫 (2014) 研究提到，最常被使用之兩個尺規為 Zaichkowsky 所提出的 PII (Personal Involvement Inventory)，Laurent 與 Kapferer 所發展的 CIP (Consumer Involvement Profile) 量表，兩者都以社會心理涉入的觀點來衡量涉入程度。PII 量表與 CIP 量表主要用於觀察消費行為，以下針對涉入程度所進行的研究量表進行討論。

一、Zaichkowsky 編製「PII 量表 (Personal Involvement Inventory)」

PII 量表為個人涉入量表，使用單一構面來衡量涉入程度，以認知、自我關連、自我概念來衡量個人與產品間的涉入程度。認為影響涉入的前置因素有三個，分別是個人因素(需求、興趣、價值觀與重要性)、刺激因素(替代品的差異性、溝通來源與溝通型態)與情境因素(購買與使用目的、時機或情境)，其內容為 20 題形容詞的語意差別量表，屬於單一構面衡量指標。到了 1994 年 Zaichkowsky 將個人涉入量表的項目縮減為 10 題，用來衡量消費者在產品、廣告與購買決策的涉入程度。

二、Laurent 與 Kapferer 編製「CIP 量表 (Consumer Involvement Profile)」

CIP 量表為多面向複合構面量表，則由五個構面組成，將其分列為重要性、愉悅價值、象徵價值、誤購風險與誤購可能性。

Dimanche, Havitz & Howard (1991) 進一步將 CIP 量表應用在遊憩及觀光活動中，經信度、效度檢驗後，顯示其量表適用於休閒活動之研究。由於探討主題的不同，CIP 量表所呈現的構面項目也有所差異，CIP 量表經因素分析後，多位學者建議將「重要性」及「愉悅性」構面合併為同一構面(Kim, Scott & Crompton, 1997; Gursoy & Gavcar, 2003)。

Kyle & Chick(2002)與 Kyle, Graefe, Manning & Bacon(2003)等人亦認為「重要性」以及「愉悅感」常會聚合成為同一因素，進而將其合併成

為一個新構面，定名為：吸引力(attraction)，並且與自我表現(self-expression)及中心性(centrality)三個構面組成，並依此做為衡量的工具，目前亦被廣泛地運用在遊憩相關的領域當中。

官素珍(2008)和張月玲(2008)兩位研究者在研究露營者的涉入程度時，涉入量表都分為吸引力、自我表現和中心性三大構面。許允俐(2010)以關渡水岸公園河濱自行車道的使用者為對象，研究其涉入與幸福感的關係時，也是以吸引力、生活中心性、自我表現等三個構面為準則。陳品君(2016)以露營活動者為對象，探討涉入程度對體驗價值與休閒效益之研究與簡維民(2016)以旅遊攝影者為對象，探討涉入程度對心流體驗關係之研究，皆將涉入程度的構面分為吸引力、自我表現、中心性三者。李孟佺(2017)以國小教師為對象，探討休閒運動涉入程度與休閒效益關係之研究，將吸引力、生活型態中心性、自我表現三者列為涉入程度之構面。

根據上述學者與研究者之文獻，可歸納出當個體參與旅遊休閒活動時，吸引力、自我表現、中心性這三個構面確實能測量涉入的效益。綜合上述，本研究將涉入程度定義為：露營旅遊者在旅遊過程中，所產生的個人認知的積極性、喜好與興趣等內在心理及外在行為表現出來的投入程度。在探討涉入程度之構面時，各家學者所提出之構面不盡相同，因此本研究將根據 Kyle & Mowen(2005)所提出之休閒涉入量表為基礎，共分為

吸引力、自我表現、中心性三構面，藉由此三個構面來進行衡量。

2.3 心流體驗

當人們從事活動時，覺得有能力控制自己的行動、掌握自己的命運，不會被其他力量干擾，即 Csikszentmihalyi 所謂的「最佳經驗」(optimal experience)。此時，人們會感到無比的愉悅，日積月累下，最優經驗匯聚成一種主控感、一種能自行決定生命內涵的參與感，而此最佳經驗的理論建立於心流觀念的基礎上(Csikszentmihalyi；張定琦譯，1993)。本研究在探討露營旅遊者的涉入程度與心流體驗的關係，以下本節說明心流體驗的定義、內涵及構面之相關研究。

2.3.1 心流體驗之定義

心流理論最早是由 Csikszentmihalyi (1975) 提出，他以訪談及問卷方式研究藝術家、運動員、音樂家、棋手、及外科醫生，發現他們在從事活動時會達到全神貫注，完全融入於活動中的狀態。他認為「參與者進入一種共同經驗模式，參與者身在其中好像被吸引進去，意識集中在一個非常狹窄的範圍內，所以一些不相關的知覺和想法都被過濾掉，並且喪失自覺，只對具體目標和明確的回饋有反應，透過對環境的操控而產生一種控制感」。換言之，當人們進行某種活動時，在完全投入的情境當中，集中注意力，並過濾掉所有與活動不相關的知覺，讓人有種面臨稍有挑戰卻又

十分放鬆，彷彿飄浮在水中的感受，故名之為「心流體驗」(flow experience)。

Csikszentmihalyi (1990) 進一步說明，心流體驗會發生於動態與靜態的活動之中，當個人在活動進行過程中完全的投入於情境當中，便會自動排除所有不相關的知覺並進入一種心流之狀態，且享受、沉浸在此種感覺裡，亦即達到一種自我遺忘(self-forgetfulness)的境界；故在任何時間與活動之中，都可能會有心流體驗的感受發生，且其心流經驗因人而異，尤其當個人從事一項與自己能力與挑戰相當的活動，並且能夠完成該活動時，便會產生出這種心流經驗(Csikszentmihalyi, 1990)。

在心流理論中，技巧(skill)及挑戰(challenge)是兩個重要的因素，兩者必須達到平衡，且唯有在高技巧與高挑戰的平衡下心流體驗才會產生，讓參與者沒有意識到活動帶來的挑戰已經超越以往的程度，並使得參與者更加努力學習新技巧，進而自我肯定(Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 1988; Csikszentmihalyi & LeFevre, 1989)。所以，心流體驗並非發生在隨意的休閒娛樂中或放鬆的時刻，而是產生在發揮身心能力的體驗或具備冒險性的挑戰中，所強調的是全心全意投入參與的過程中，結果不論好壞，個人皆能透過心流體驗而得到快樂愉悅感受，而非直接性的追求快樂。心流體驗是一種自得其樂的經驗 (Optimal Experience)，也是一個短暫的經驗，隨著活動的停止而消失，因此個人會不斷從事相關活動並

隨時自我挑戰並重複經歷心流經驗所帶來的愉悅感(簡維民，2016)。

Henderson, Bialeschki & Powell(1992)研究發現，心流體驗經常發生在參與活動性的比賽、服務性的活動項目、戶外遊憩活動及創造性的活動中。Freeman(1992)認為心流體驗經常出自於自發性的活動中，尤其在具有高度的內在動機、自由感及正面情感休閒活動的參與中，心流體驗可以說是有益於促進個人滿意、報酬及能力的感覺，其體驗的結果更能展現出自我增強。

Webster, Trevino & Ryan(1993)認為心流原則上是一種主觀的人際互動經驗，涵蓋面包含遊戲(playful)和探索(exploratory)的兩種特性，個人的注意力必須專注在自己與遊戲的互動過程，必須覺得互動是有趣的與好奇心被激起，個人認知到自己可以操縱遊戲過程的進行。在人際互動期間，個體能夠主觀的感知而達到愉悅的境界，得到比較正面的情緒和滿意度，同時引發個體對探索的持續經歷。Ghani & Deshpande(1994)提出兩個心流的特徵，一是會在活動中完全專心(concentration)，二是會從活動中引發出享受(enjoyment)；而心流體驗所帶來的效果，會讓參與者相當重視過程而非結果，並且無視於時間的流逝。

Ellis, Voelkl & Morris(1994)提到心流體驗屬於暫時性的、主觀性，以及連續不斷的動態經驗；並且將心流體驗應用在個人生活經驗上的分

析探討，發現個別差異（individual difference）是影響心流體驗指標的重要變素。Clarke & Haworth (1994) 亦認為個人人格會反映在每個人的心流經驗上，所以在考慮心流時，應該了解心流會因個人特質的不同而有不同的呈現。

陳玟榆(2007)探討志願服務者的內外控信念之人格特質，及其參與志願服務的休閒涉入、心流體驗與組織承諾之間的影響關係，顯示愈傾向內控信念者及對志願服務的休閒涉入愈高者，愈能有較高的心流體驗，進而愈能有較高的組織承諾。

心流體驗屬於個人的心理狀態，會因為個人的差異，有不同程度的心流體驗，而這些差異包含了個人內在動機、人格特質等因素。若心流程度越高，無論在生活滿意度、學習滿意度，或是對於創作者之創造力而言，皆會提高(林妙冠，2003；呂慧珊，2006；林靜宜，2007)。綜言之，心流體驗是人們持續從事某一項活動的動力來源之一，無論是對於工作、學習或休閒遊憩方面，感受到此種美好的體驗，使人們更樂於投入其中。

綜上所述，心流體驗是一種動態的過程，是一個人的主觀經驗，會依個人的人格特質、背景、所處的情境不同而有知覺上的差異，且心流體驗並沒有最大值的存在，當個體的技巧與所面臨的挑戰達到大致平衡時，會產生一種自我的和諧，享受完全投入活動過程的成

就感，並無視於其他事物的干擾或忘卻時間的消逝，這樣的經驗帶給人莫大的愉悅感；而個體為再次體驗心流的愉悅感受，便會尋求較高的挑戰目標，並隨時提升個人的技巧能力，進而讓個體成長朝向更高更複雜的境界，從而使其樂於繼續從事此活動。

本研究依據心流體驗之相關理論，將心流體驗定義為：露營旅遊者參與露營活動時，可以獲得一種自得其樂的滿足，並引發個人持續投入的動力，繼而產生愉悅的幸福感。

2.3.2 心流體驗之內涵

過去許多研究雖指出心流體驗有多種內涵，但多以 Csikszentmihalyi(1990)、Jackson &Csikszentmihalyi (1999) 所提出的九個特徵為主。其特徵包含以下九項：

一、清楚的目標 (clear goals)：

在心流狀態下，對於自我設定的目標有強烈的知覺，並清楚知道下一步要做什麼，這種感覺就如同音樂家永遠知道下一個音符是什麼、露營者清楚他的下一步該怎麼做。

二、明確的回饋 (unambiguous feedback)：

唯有當個體在活動中成功達到目標時，且其相對的回饋是即時、具體明確的狀態下，個體才會經歷心流，否則身處在一個不知何者當為，

也不知行為結果成效如何的情境中，個體則很難投入該項活動，亦不會產生心流，亦即「清楚的目標」、「明確的回饋」是心流體驗的先行條件。

三、技巧與挑戰平衡 (challenge-skills balance)：

個體在察覺到行為之後，需要靠此平衡的感覺才能將使心流維持較長的時間。個人技術與所面對的挑戰間，若要取得平衡，代表個人必須維持全神貫注於所面臨的挑戰，否則就難以再維持平衡狀態。這種維持平衡的努力，使得個體的技術得以提升，也導致個體不斷尋求挑戰的提升，以維持持續的平衡(楊純青、陳祥，2006)。

四、行為與知覺合一 (action-awareness merging)：

個體全神貫注在目前的活動上，一切動作不假思索，幾乎完全自動自發，人與行動完全合而為一彷彿是一體的。

五、全神貫注於眼前的事物 (concentration on the task at hand)：

對於活動中的任務，能全心全意的投入、專心與注意。對於與動作有關的線索或週遭的事物，參與者會完全加以注意，並把這些訊息當作是整體心流的一部分，並不會使得注意力分散，會把生活裡所有不愉快的事都忘得一乾二淨，將注意力集中在即將到來的事物，完全沒有空間容納不相干的資訊。

六、自我掌控感 (sense of control):

個體在心流狀態時，覺得一切都在掌握中的感覺，但個體並不是感覺到完全的主控與支配，而是不會去憂慮可能下一刻失去掌控或失敗。自我控制感是隨意自在所形成一種控制的感覺，但是並非真正主動地控制實際的情境，而是知覺到本身控制了工作或活動的感受。

七、失去自我意識(loss of self-consciousness)：

當個體完全投入一個活動時，行為不需要任何外來機制來協調，也沒有餘力再去考慮過去或未來，或當前任何不相干的刺激，此時「自我」從知覺中消失產生暫時性忘我，經歷此種狀態的個人，常以「超越自我」來描述這種感覺。

八、時間感的扭曲(transformation of time)：

在流暢狀態下，個體的時間感與平時不同，時間似乎過得特別快，或是特別慢，幾秒鐘的時間卻感覺像永恆般長久，或是幾小時的時間有如轉瞬間般迅速。

九、內發的自我酬賞(autotelic experience)：

「autotelic」字源於希臘文，auto 意為自己，telos 意為目標，所以也譯為「自成目標」，所指的是一種自我內在動機所引發的目標，它不追求未來或外在的報酬，從事一件事情的本身就是最大的回饋。即遊憩活動所形成的流暢經驗本身就是目標，不需要得到外在利益或酬賞，在遊憩行為

結束之後，個人會有內在酬賞產生，並覺得自尊心、自信得到提昇，並且願意一再付出相當代價從事相同的活動，期望藉此再次獲得心流經驗。內發的自我酬賞的經驗就是流暢，它能把生命歷程提升到不同層次。

Novak and Hoffman(1997)將上述心流體驗項特徵(其中「清楚的目標」與「立即的回饋」合併成一項特徵)區分成三個階段如下：

一、前提(antecedent condition)：

包含三個面向：清楚的目標、明確的回饋、技巧與挑戰的平衡。只有具備了這三個條件，才會激發心流體驗的產生。

二、特性(characteristic)：

意指個體處於心流體驗狀態時的感覺，包含三個面向：行為與知覺合

一、全神貫注於眼前的事物、自我操控感。

三、經驗結果(consequences of experience)：

意指經過心流體驗之後才會察覺到的感受，包含三個面向：失去自我意識、時間感的扭曲、內發的自我酬賞。

Chen, Wigand & Nilan(1999)亦有類似的分法，其研究將心流階段區分為：前提階段(antecedent)、經驗階段(experience)和效果階段(effects)。

綜上所述，心流體驗之所以可能發生，須植基於個人對於活動目標有明確的知覺且活動中有立即的回饋可供判斷如何反應，以及具備充分的

技能，足以回應難度略高的挑戰。再者，在活動過程中因為技巧與挑戰的平衡讓個人全心全意投入，短暫地失去了自我意識和時間感，只享受到意識與活動結合的喜悅，乃至有完成不可能任務的掌控感；這種讓人們自我肯定的感受經驗，會促使個人更加努力學習新的技巧來對應超乎以往所能處理的新挑戰。因此，當個人有心流經驗時，會對自我的評價不斷提升之後，這種感受會促使個人不斷地學習、更加努力，以繼續求得這種特殊感受的最佳經驗，並趨使自我朝向更高更複雜的層次（Csikszentmihalyi, 1988）。

2.3.3 心流體驗構面之相關研究

心流體驗是個人的感覺，是主觀的感受，它無法像測量溫度或心跳一樣的準確，因此在心流體驗的研究上，要慎選適當的測量工具，以避免測量上的誤差。

Csikszentmihalyi(1970)早期的研究是以經驗取樣法(experience sampling method, ESM)來評估心流的主觀經驗，以呼叫器或具有設定功能的手錶，來提醒受試者按時填寫隨身手冊中的問卷，然 ESM 雖被許多學者認為是最有效度與信度的流暢經驗工具，但在休閒遊憩研究的領域中，要活動參與者不時中斷活動來填答問卷的方式，並非妥適的方法。

Jackson and Marsh(1996)以心流體驗的九個特徵為構面，發展出適合

運動與休閒遊憩活動所使用的心流狀態量表(Flow State Scale, FSS)，讓受訪者的特定事件後，再填答評估當時感受經驗。其後又發展特質性心流量表(Dispositional Flow Scale, DFS)，用在受訪者選定的活動中，衡量其心流體驗的頻率。上述兩個量表都是由心流的九個特徵為構面，每個構面問項四題，共計 36 個題項。

陳耀棋、蔡俊傑(2011)在長、短式流暢經驗量表之發展一文中指出，隨著量表研究的進展，為了能更方便測量流暢經驗，出現了流暢短式量表的需求。因此，Jackson et al.(2008)除針對 FSS-2、DFS-2 進行驗證性因素分析外，更編製短式 9 題的流暢量表(short 9-item flow scales)。該短式流暢量表的建構是總結於長式流暢量表，並鑑於長式量表的高階模型而保有原整體九構面的流暢結構，且每一題項都能代表其流暢構面，因此，短式流暢量表的題目來源，是以長式流暢量表九構面的四題中，取因素負荷量最高的一題來作為依據。由於短式流暢經驗量表的題目來自於長式流暢經驗量表，所以在初步的驗證研究中，Jackson et al.(2008)以 Jackson & Eklund(2002)的研究資料進行嵌入式驗證式因素分析(embedded CFA analyses)，在項目鑑定與複核效化上都有不錯的適配度與內部一致性，因此選出的短式 9 題版本，提供合適的流暢經驗短式測量方式(簡維民，2016)。

綜合上述，本研究將心流體驗定義為：露營旅遊者參與露營活動時，可以獲得一種自得其樂的滿足，並引發個人持續投入的動力，繼而產生愉悅的幸福感。在探討心流體驗之構面時，各家學者所提出之構面不盡相同，因此本研究結合 Jackson et al.(2008)短式 9 題項心流量表(short 9-item flow scales)與 Novak, Hoffman & Yung(1999)將心流特徵的向度區分為三個組群：前置條件(antecedent conditions)、特徵項(characteristics)、經驗的結果(consequences of experience)，作為研究心流體驗之衡量構面。

2.4 露營旅遊、涉入程度與心流體驗之關係

本研究主要探討露營活動者的涉入程度與心流體驗之相互關係，本節整理國內外的相關研究結果，以建立本研究假說的依據。

2.4.1 涉入程度與心流體驗之關係

在涉入程度與心流體驗相關的實證研究中，Csikszentmihalyi (1975)指出，流暢體驗只發生在高度投入的活動者身上，當運動員經歷流暢時，會覺得自己很強健而不感到害怕，他們可以將注意力集中、身心合一，並且可以不費力的完成動作，這種經驗往往也是運動員從事運動時感受最甜美的時刻，而深植在人們心中。

Moneta and Csikszentmihalyi (1996)亦曾提及心流體驗的形成主要源於高度的活動涉入。Havitz & Mannell(2005)對於 185 項休閒及非休閒活

動參與者的研究中發現，其對活動的持久涉入(Enduring Involvement)及情境涉入(Situational Involvement)對於流暢體驗的產生具有強烈的相關性，當活動參與者的情境涉入程度愈高時，容易產生高頻率和較強烈的流暢體驗。

Huang (2006)認為涉入與心流皆是指個體對於某產品或事件產生高度的興趣與專注力，兩者間具有高度相關性。根據心流理論，心流體驗多源自於對結構性活動高度的參與(張定綺譯，1993；陳秀娟譯，1998；Csikszentmihalyi,1990; Csikszentmihalyi,1997)。

在高涉入程度的狀況下，參與者可以自由地參與活動，努力提升自己與該活動的相關程度，從中得到較高樂趣與愉悅感，並且會將注意力集中於該活動，而因涉入所獲致之知識、技能與經驗等，將使個體更勇於面對挑戰，對參與休閒活動時有正面助益，加深其心流感受，因此參與者選擇所喜愛的休閒活動時，其涉入程度越高，心流體驗也會越高(Gunter &Gunter, 1980; McIntyre, 1989; Zaichkowsky, 1985)。

吳忻儒(2009)針對登山健行者研究顯示，涉入程度會正向影響心流體驗。涂繼元(2011)研究登山自行車騎乘者休閒涉入與心流體驗之關係，發現休閒涉入影響心流體驗，其中以吸引力、中心性、社交連結與身分表達正向影響力較強。陳淑娟(2011)探討童軍活動參與者之休閒涉入及心流體

驗關係，結果發現參與者之社會心理涉入與心流體驗間有顯著正向相關，而休閒涉入對心流體驗具有顯著預測力。鄭家瑜(2012)研究高齡者休閒涉入對心流體驗與幸福感之關係，研究結果顯示涉入程度對心流體驗有正向影響，心流體驗對幸福感亦有正向影響。

柯虹仔(2014)以 2014 高雄國際馬拉松參與者為研究對象，探討活動涉入、心流體驗、知覺價值與行為意圖之關係，顯示涉入程度正向影響心流體驗。馮育豪(2014)探討網球參與者休閒涉入、流暢體驗與運動幸福感之關係，顯示網球參與者休閒涉入之「吸引力」、「生活型態中心性」、及「自我表現」可正向影響流暢體驗與運動幸福感；流暢體驗之「自成性經驗」、「清楚的目標」及「全神貫注」可正向影響運動幸福感。

簡維民(2016)針對旅遊攝影者，探討其認知程度、涉入程度與心流體驗之關係，顯示涉入程度越高，心流體驗感受越顯著。蕭祐詠(2016)探究休閒涉入、投入與心流體驗三者間之關係，調查中高海拔之登山遊憩者，結果發現休閒涉入愈深的遊憩者，愈能增強其對活動投入的程度，當活動涉入與投入愈深者，愈易誘發心流體驗的發生。再者，投入在休閒涉入與心流體驗間扮演著完全中介的角色，意即休閒涉入會完全透過投入增強心流的發生。

陳雅惠(2017)以雪山登山者為對象，探討登山活動涉入、心流體驗

與生活品質之關係，顯示涉入程度正向影響心流體驗；心流體驗正向影響生活品質；登山活動涉入經由心流體驗正向影響生活品質。陳庭君(2017)探討高雄市高齡者休閒運動涉入程度、心流體驗與自我價值之關係，發現涉入程度對心流體驗具有正向影響；心流體驗對自我價值有正向影響；涉入程度藉由心流體驗對自我價值具有正向影響。

由上述不同領域的研究可以了解，當個體參與活動時能投入高度專注在特定的目標上，便較容易引發心流經驗，可推知涉入程度與心流體驗有正向相關的影響。本研究提出以下假說：露營旅遊者的涉入程度會影響心流體驗。

第三章 研究方法

本章節分為研究假說、研究架構、研究對象與內容、問卷設計、資料分析方法、預試信效度檢定等六節。

3.1 研究假說

基於前述的研究目的與文獻探討，本研究提出下列研究假說，探討露營旅遊者的人口變項、涉入程度、心流體驗之關係，以待進一步驗證。

H1：不同背景變項的露營旅遊者之涉入程度有顯著差異。

H1.1 露營旅遊者性別對涉入程度有顯著差異。

H1.2 露營旅遊者是否參與社團對涉入程度有顯著差異。

H1.3 不同年齡露營旅遊者對涉入程度有顯著差異。

H1.4 露營旅遊者婚姻狀況對涉入程度有顯著差異。

H1.5 不同教育程度露營旅遊者對涉入程度有顯著差異。

H1.6 不同職業露營旅遊者對涉入程度有顯著差異。

H1.7 不同個人收入露營旅遊者對涉入程度有顯著差異。

H1.8 不同家庭收入露營旅遊者對涉入程度有顯著差異。

H1.9 不同露營年資露營旅遊者對涉入程度有顯著差異。

H1.10 不同露營頻率露營旅遊者對涉入程度有顯著差異。

H1.11 不同累積花費露營旅遊者對涉入程度有顯著差異。

H2：不同背景變項的露營旅遊者之心流體驗有顯著差異。

H2.1 露營旅遊者性別對心流體驗有顯著差異。

H2.2 露營旅遊者是否參與社團對心流體驗有顯著差異。

H2.3 不同年齡露營旅遊者對心流體驗有顯著差異。

H2.4 露營旅遊者婚姻狀況對心流體驗有顯著差異。

H2.5 不同教育程度露營旅遊者對心流體驗有顯著差異。

H2.6 不同職業露營旅遊者對心流體驗有顯著差異。

H2.7 不同個人收入露營旅遊者對心流體驗有顯著差異。

H2.8 不同家庭收入露營旅遊者對心流體驗有顯著差異。

H2.9 不同露營年資露營旅遊者對心流體驗有顯著差異。

H2.10 不同露營頻率露營旅遊者對心流體驗有顯著差異。

H2.11 不同累積花費露營旅遊者對心流體驗有顯著差異。

H3：露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之間有典型相關性。

3.2 研究架構

根據前文所論述的研究背景、研究動機與國內外相關文獻理論，建立

本研究之架構如圖 3.1。

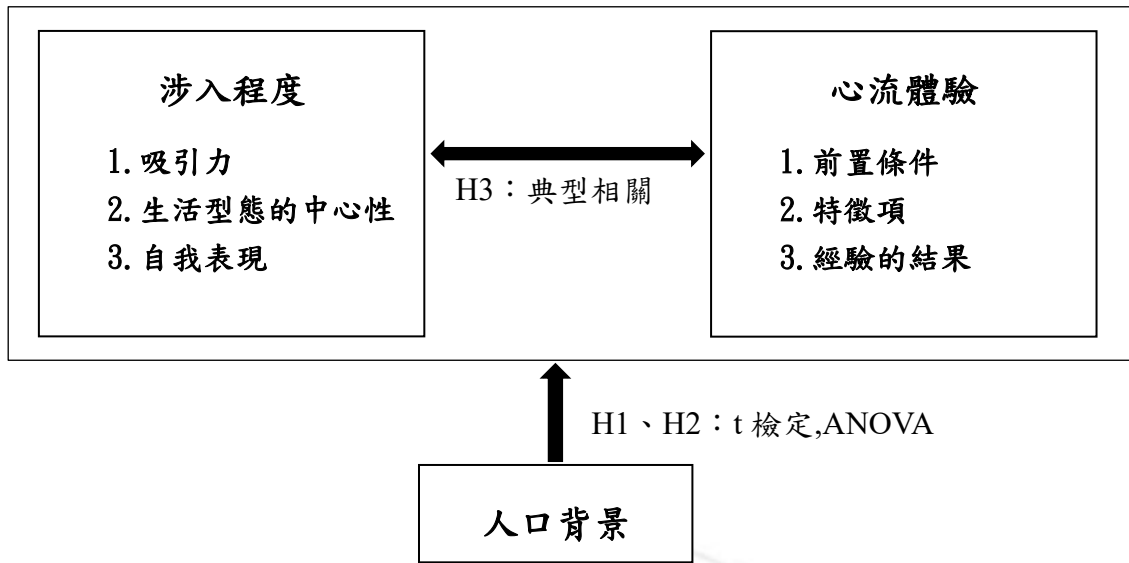


圖 3.1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

3.3 研究對象與內容

本研究以曾有露營旅遊經驗者為研究對象。研究內容主要以文獻探討與問卷調查所蒐集之資料為主，瞭解露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之相關性。

本研究採用問卷調查法，並以隨機抽樣的方式進行資料的蒐集。研究問卷設計屬於量化研究，量表依據國內外相關文獻探討編製成前測問卷初稿，再和專家學者討論編修而成。本研究正式問卷總共回收 385 份，扣除填答不完整的無效問卷 9 份後，有效問卷共 376 份，有效問卷回收率為 97.66%。

3.4 問卷設計

本研究採用問卷調查法，並以隨機抽樣的方式進行資料的蒐集。研究問卷設計屬於量化研究，量表依據國內外相關文獻探討編製成前測問卷初稿，再和專家學者討論編修而成。

本研究共有二個研究變項，加上基本資料，問卷共分為三個部分。問卷設計以李克特(Likert Scale)五點尺度量表，依照「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」分別給予 1、2、3、4、5 的分數。以下說明涉入程度、心流體驗這二個研究變項的量表設計。

3.4.1 涉入程度量表

本研究參考 Kyle & Chick(2002)及 Kyle & Mowen(2005)等研究，共分為：

一、吸引力(attraction)：在特定之情境下，當個體接收到刺激，並知覺活動的重要性或興趣水準愈高，則涉入程度愈高。

二、生活型態的中心性(centrality of lifestyle)：中心性可以反映出活動參與者的生活型態或社會網絡，與其所參加的遊憩活動之間的結合程度。

三、自我表現(self-expression)：活動參與者追求自我實現之需求，並進一步參與及認同此活動。

三個構面，並經由專家問卷審查修正。對於本研究露營旅遊者的涉入程度，

操作型定義為：露營旅遊者在露營過程中，所產生的個人認知的積極性、喜好與興趣等內在心理及外在行為表現出來的投入程度，如表 3.1 所示。

表 3.1 涉入程度量表

構面	構面衡量變項	參考文獻
吸引力 (attraction)	1.我非常喜歡露營。 2.對我而言，露營充滿了吸引力。 3.露營對我而言是非常重要的休閒活動。 4.安排假期休閒，我會優先選擇露營活動。 5.露營可以增進我與家人、朋友間的情感。 6.我樂於與朋友分享露營的經驗 7.露營可以使我親近自然 8.露營可以讓我放鬆心情，紓解壓力	Kyle & Chick(2002)及 Kyle & Mowen(2005)
生活型態的中心性(centrality of lifestyle)	9.我的生活和露營是息息相關的。 10.我認為露營可以充實我的生活。 11.露營是我生活中不可或缺的活動。 12.我喜歡和同好討論露營相關訊息。 13.透過露營活動可以聯繫和朋友之間的感情。 14.露營是我家庭的主要休閒活動 15.露營能促進家庭生活的和諧氣氛 16.露營是我和家人之間聊天的話題	Kyle & Chick(2002)及 Kyle & Mowen(2005)
自我表現(self-expression)	17.在露營時，可以展現真實的自我。 18.透過露營活動可以表現我的露營技巧。 19.透過露營活動使我更瞭解自己的能力。 20.參與露營活動，使我更肯定我自己。 21.參與露營活動讓我很有成就感。 22.家人、朋友都樂於邀請我一起參與露營活動	Kyle & Chick(2002)及 Kyle & Mowen(2005)

資料來源：本研究整理

3.4.2 心流體驗量表

本研究參考 Csikszentmihalyi(2000)、Novak, Hoffman & Yung(2000)

及 Jackson, S.A., Martin, A.J. & Eklund, R.C.(2008)短式 9 題項心流量表(short 9-item flow scales)修編而成，共分為：

- 一、前置條件(antecedent conditions)：明確的目標(clear goals)、立即的回饋(unambiguous feedback)、挑戰與能力的適配(challenge-skills balance)
- 二、特徵項(characteristic)：全神貫注(concentration on the task at hand)、控制感(sense of control)、行動與意識的結合(action-awareness merging)
- 三、經驗的結果(consequences of experience)：自我意識的消失(loss of self-consciousness)、時間感的扭曲(transformation of time)、自成性目標(autotelic)

三大構面，並經由專家問卷審查修正。對於本研究露營旅遊者的心流體驗，操作型定義為：個人參與露營旅遊活動時，可以獲得一種自得其樂的滿足，並引發個人持續投入的動力，繼而產生愉悅的幸福感，如表 3.2 所示。

表 3.2 心流體驗量表

構面	構面衡量變項	參考文獻
前置條件(antecedent conditions)： 1.明確的目標 (clear goals) 2.立即的回饋 (unambiguous feedback) 3.挑戰與能力的適配 (challenge-skills balance)	1.在露營前，我了解整個露營的程序。 2.在露營前，我清楚我去露營的目的。 3.在露營前，我能對露營活動做好規劃 4.在露營前，我對自己的露營能力有信心。 5.在露營前，我相信自己在露營時的表現會令人滿意。 6.在露營前我相信，我不需思考就可以做出正確的判斷與行動。	Csikszentmihalyi (2000)、Novak, Hoffman & Yung(2000) Jackson, S.A., Martin, A.J.& Eklund, R.C.(2008)

表 3.2 心流體驗量表(續)

構面	構面衡量變項	參考文獻
特徵項 (characteristics) : 1.全神貫注 (concentration on the task at hand) 2.控制感 (sense of control) 3.行動與意識的結合 (action-awareness merging)	7.在露營時，我會完全專注在活動上。 8.在露營時，我會暫時忘卻日常繁雜瑣碎的事物。 9.在露營時，我能隨心所欲地展現自我。 10.在露營時，遇到新的事物，我會樂於去嘗試。 11.在露營時，我能掌握活動的進行。	Csikszentmihalyi (2000)、Novak, Hoffman & Yung(2000) Jackson, S.A., Martin, A.J.& Eklund, R.C.(2008)
經驗的結果 (consequences of experience) : 1.自我意識的消失 (loss of self-consciousness) 2.時間感的扭曲 (transformation of time) 3.自成性目標 (autotelic)	12.我覺得我在露營時，達到忘我的境界。 13.我覺得我在露營時，會忘卻性別、職業與年紀。 14.我覺得我在露營時，感覺時間過得飛快。 15.我覺得我在露營時，會忘記煩惱。 16.我覺得我在露營時，很享受當時的情景。 17.我不在乎別人對我在露營時的評價、看法。 18.我不在乎別人對我投入時間或金錢在露營的看法。 19.我不擔心我在露營時的表現。 20.露營總是讓我感受到美好的體驗。	Csikszentmihalyi (2000)、Novak, Hoffman & Yung(2000) Jackson, S.A., Martin, A.J.& Eklund, R.C.(2008)

資料來源：本研究整理

3.4.3 人口背景變項

此部分調查曾有露營旅遊經驗者的社經背景基本資料及參與露營旅遊的經驗，詳見表 3.3。

表 3.3 露營旅遊者基本資料

構面	衡量變項	尺度
露營旅遊者基本資料及經驗	1. 性別	名目
	2. 年齡	次序
	3. 婚姻狀況	名目
	4. 教育程度	名目
	5. 職業	名目
	6. 個人平均月收入	次序
	7. 家庭平均月收入	次序
	8. 露營年資	次序
	9. 過去一年參與露營活動的頻率	次序
	10. 是否參加露營相關團體或組織	名目
	11. 過去花費在露營裝備上的費用累積約有多少	次序

資料來源：研究者整理

3.5 資料分析方法

本研究以問卷調查為研究工具，問卷回收後，首先檢視問卷填答情形，剔除無效問卷，再進行問卷編碼及建檔，以相關統計軟體為資料分析工具進行研究假說之驗證，本研究所使用的統計方法有：典型相關分析(Canonical Correlation Analysis)、敘述性統計分析、信度與效度分析、獨立樣本 t 檢定及 ANOVA 單因子變異數分析……等。以下說明本研究採用的統計方法。

一、敘述性統計分析(Descriptive Analysis)

將所蒐集的有效問卷進行次數分配、百分比方法之統計分析，用來敘述樣本的特性，以瞭解樣本基本資料中，社經背景及各研究構面的分布比

例及特性，進而對問卷樣本的組合特性產生初步瞭解。

二、信度分析(Reliability Analysis)

信度是指問卷測量結果的穩定性或可信度，測量結果穩定性及一致性越高，信度越高。信度分析即是用來瞭解該量表的一致性及其可靠性。Cronbach's α 係數是目前社會科學研究中最常用於判別信度的方式，Guilford(1965)建議 Cronbach's α 係數大於 0.7 為「高信度」，0.7~0.35 則為「可接受信度」，0.35 以下表示「低信度」。本研究即以 Cronbach's α 係數來衡量問卷的信度。

三、效度分析(Validity Analysis)

效度是指問卷測量結果的正確性及有效程度，效度分析是用來檢測量表是否能正確衡量所欲測量對象的特質屬性，效度愈高，表示測量結果越能表現出測量對象的真正本質。本研究各構面所使用之問卷內容主要是參考引用相關文獻之理論與量表，並與教授討論後所擬定，最後經專家學者的建議修正而來，形成正式問卷，因此問卷題項均具有內容效度與專家效度。

四、典型相關分析(Canonical Correlation Analysis)

典型相關分析是一種統計分析技術，也是一種屬於多變量統計(multivariate statistics)的分析方法。典型相關分析的目的，主要是在分析

一組由自變項所構成的線性組合與另一組由依變項所構成的線性組合，使兩組線性組合間的相關(以積差相關表示)變得最大的一種分析方法。解釋二組變項之間的關係，並分析各組變項對典型方程的影響。本研究將涉入程度與心流體驗之典型方程中，估計典型負荷量、計算重疊量數、解釋變異量、繪製典型相關結構圖。

五、獨立樣本 t 檢定及 ANOVA 單因子變異數分析

本研究以獨立樣本 t 檢定(t-test)及變異數分析(ANOVA)，檢驗單一個依變數在各組平均值的差異，虛無假設是各組平均值皆相等，利用 F 值進行統計驗證，並用 Levene 檢定來判斷變異數同質性，在比較平均數的不同時，透過自變數將依變數分成兩組來比較時，稱為 t 檢定。分成三組以上來比較時，稱為 ANOVA 單因子變異數分析。

3.6 預試信效度檢定

本研究於 2018 年 1 月進行預試，採隨機抽樣方式，對有露營經驗者進行問卷調查。共回收有效問卷 71 份，將前測有效問卷 71 份，利用因素分析檢驗信效度，以檢驗結果剔除不適合的題項，以探索露營旅遊者的涉入程度與心流體驗量表的構面，以探討其效度及信度。分析結果如表 3.4、3.5。

表 3.4 涉入程度量表因素分析

構面	題項	同質性檢驗		轉軸後平方負荷量			構面信度 Cronbach's α 值
		共同性	因素 負荷量	特徵值	解說變 異量 %	累積解 說變異 量 %	
吸引力	B2.對我而言，露營充滿了吸引力	0.885	0.818	3.232	19.011	19.011	0.914
	B4.安排假期休閒，我會優先選擇露營活動	0.869	0.809				
	B1.我非常喜歡露營	0.863	0.797				
	B3.露營對我而言是非常重要的休閒活動	0.860	0.757				
	B8.露營可以讓我放鬆心情，紓解壓力	0.781	0.729				
	B7.露營可以使我親近自然	0.758	0.659				
	B6.我樂於與朋友分享露營的經驗	0.714	0.613				
	B5.露營可以增進我與家人、朋友間的情感	0.821	0.559				
生活型態的中心性	B14.露營是我家庭的主要休閒活動	0.876	0.876	5.082	29.894	48.905	0.921
	B16.露營是我和家人之間聊天的話題	0.810	0.804				
	B9.我的生活和露營是息息相關的	0.776	0.783				
	B15.露營能促進家庭生活的和諧氣氛	0.781	0.716				
	B12.我喜歡和同好討論露營相關訊息	0.743	0.702				
	B13.透過露營活動可以聯繫和朋友之間的感情	0.596	0.666				
	B11.露營是我生活中不可或缺的活動	0.745	0.637				
	B10.我認為露營可以充實我的生活	0.700	0.467				

表 3.4 涉入程度量表因素分析(續)

構面	題項	同質性檢驗		轉軸後平方負荷量			構面信度 Cronbach's α 值
		共同性	因素 負荷量	特徵值	解說變 異量 %	累積解 說變異 量 %	
自我表現	B19.透過露營活動使我更瞭解自己的能力	0.890	0.806	4.677	27.510	76.415	0.938
	B20.參與露營活動，使我更肯定我自己	0.880	0.801				
	B18.透過露營活動可以表現我的露營技巧	0.857	0.779				
	B21.參與露營活動讓我很有成就感	0.868	0.775				
	B22.家人、朋友都樂於邀請我一起參與露營活動	0.647	0.673				
	B17.在露營時，可以展現真實的自我	0.756	0.642				
判標準則	$\geq .200$	$\geq .400$				$\geq .700$	
整體信度 Cronbach's α 值					0.964		
KMO 取樣適切性量數					0.899		
Bartlett's 球形檢定顯著性					0.000(達顯著)		

資料來源：本研究整理

表 3.5 心流體驗量表因素分析

構面	題項	同質性檢驗		轉軸後平方負荷量			構面信度 Cronbach's α 值
		共同性	因素負 荷量	特徵值	解說變 異量 %	累積解 說變異 量 %	
前置條件	C4.在露營前，我對自己的露營能力有信心	0.813	0.826	3.371	21.068	21.068	0.881
	C2.在露營前，我清楚我去露營的目的	0.784	0.781				
	C1.在露營前，我了解整個露營的程序	0.638	0.749				
	C5.在露營前，我相信自己在露營時的表現會令人滿意	0.780	0.683				
	C6.在露營前我相信，我不需思考就可以做出正確的判斷與行動	0.830	0.681				
	C3.在露營前，我能對露營活動做好規劃	0.738	0.618				

表 3.5 心流體驗量表因素分析(續)

構面	題項	同質性檢驗		轉軸後平方負荷量			構面信度 Cronbach's α 值
		共同性	因素負荷量	特徵值	解說變異量 %	累積解說變異量 %	
特徵項	C8.在露營時，我會暫時忘卻日常繁雜瑣碎的事物	0.726	0.836	5.160	32.251	53.319	0.888
	C11.在露營時，我能掌握活動的進行	0.789	0.801				
	C9.在露營時，我能隨心所欲地展現自我	0.786	0.770				
	C10.在露營時，遇到新的事物，我會樂於去嘗試	0.690	0.761				
	C7.在露營時，我會完全專注在活動上	0.629	0.600				
經驗的結果	C17.我不在乎別人對我在露營時的評價、看法	0.834	0.877	2.638	16.484	69.803	0.871
	C18.我不在乎別人對我投入時間或金錢在露營的看法	0.803	0.862				
	C15.我覺得我在露營時，會忘記煩惱	0.811	0.828				
	C16.我覺得我在露營時，很享受當時的情景	0.781	0.750				
	C19.我不擔心我在露營時的表現	0.643	0.685				
	C13.我覺得我在露營時，會忘卻性別、職業與年紀	0.723	0.670				
	C14.我覺得我在露營時，感覺時間過得飛快	0.618	0.646				
	C12.我覺得我在露營時，達到忘我的境界	0.757	0.638				
	C20.露營總是讓我感受到美好的體驗	0.541	0.585				
判標準則	$\geq .200$	$\geq .400$				$\geq .700$	
整體信度 Cronbach's α 值	0.950						
KMO 取樣適切性量數	0.860						
Bartlett's 球形檢定顯著性	0.000(達顯著)						

資料來源：本研究整理

第四章 資料分析與結果

本章將針對研究樣本進行資料分析，對分析所得之結果加以說明。全章共分為四節，第一節為樣本基本資料分析，第二節進行描述性統計分析，第三節進行露營旅遊者涉入程度與心流體驗之典型相關分析，第四節進行不同人口背景統計變項對各變數之差異分析。

4.1 樣本基本資料分析

本研究針對曾有露營旅遊經驗者進行問卷調查，於2018年2月期間，對曾有露營旅遊經驗者進行正式問卷調查，採隨機抽樣並於露營相關社團發放，總計回收385份問卷，扣除填答不完整的回收問卷後，實際獲得有效之問卷為376份，有效問卷回收率為97.66%。

根據所回收之樣本分析露營旅遊者之屬性，結果示如表4.1，茲詳述如下：

- 1.性別：男性有158人，佔全部樣本數的42%；女性有218人佔58%，受訪樣本中，女性居多。
- 2.年齡：受訪樣本的年齡分布以41~50歲最多，佔41.8%；其次是31~40歲，佔35.1%；51歲以上，佔11.2%；21~30歲，佔8.5%；20歲以下最少，佔3.5%。顯示受訪樣本中以中壯年為主。
- 3.婚姻狀況：受訪樣本中以已婚者80.1%為主，未婚者佔17.3%，其他則

佔 2.7%。

- 4.教育程度：受訪樣本中的教育程度以大專院校畢業佔 58.5%為最多，其次為研究所以上，佔 24.5%，顯示受訪樣本中大多數擁有高等教育程度。
- 5.職業：受訪樣本中的職業以從事工商服務業佔 37.8%最多，其次是軍公教人員，佔了 23.9%。
- 6.個人平均月收入：受訪樣本中個人月所得以 40,001~6 萬元的比例最高，佔 33.8%；其次是 20,001~4 萬元，佔 23.9%；60,001~8 萬元，佔 21.8%；2 萬元以下最少，只佔 2.4%。
- 7.家庭平均月收入：受訪樣本中家庭所得以 80,001~10 萬元的比例最高，佔 21.5%；其次是 60,001~8 萬元及 120,001 元以上，佔 19.7%；100,001~12 萬元，佔 18.1%；4 萬元以下最少，只佔 6.1%。
- 8.露營年資：受訪樣本中露營年資以 1~3 年最多，佔 43.1%；其次是少於一年，佔 26.1%，顯示受訪樣本多為近三年開始參與露營活動。
- 9.過去一年參與露營活動的頻率：受訪樣本中以每年 1~2 次最多，佔 45.7%；其次為年季 1~2 次，佔 26.3%；每月 1 次，佔 21%；每月 2~3 次最少，佔 6.9%。
- 10.是否參加露營相關團體或組織：受訪樣本中以沒有參加露營相關團體或組織者居多，佔 65.7%。

11.過去花費在露營裝備的費用：受訪樣本中以支出 10,001~5 萬元最多，佔 35.1%；其次為 1 萬元以下，佔 29.8%；50,001~10 萬元，佔 17.8%，顯示多數花費在 10 萬元以下。

表 4.1 露營者背景資料分析 (n=376)

變項	類別	人數	百分比%
性別	男	158	42
	女	218	58
年齡	20 歲以下	13	3.5
	21~30 歲	32	8.5
	31~40 歲	132	35.1
	41~50 歲	157	41.8
	51 歲以上	42	11.2
婚姻狀況	未婚	65	17.3
	已婚	301	80.1
	其他	10	2.7
教育程度	國小(含以下)	2	0.5
	國中	6	1.6
	高中職	56	14.9
	大專院校	220	58.5
	研究所(含以上)	92	24.5
職業	學生	17	4.5
	軍公教人員	90	23.9
	農漁牧業	2	0.5
	家管	37	9.8
	工商服務業	142	37.8
	自由業	21	5.6
	退休人員	10	2.7
	其他	57	15.2
個人平均月收入	無固定收入	43	11.4
	2 萬元以下	9	2.4
	20,001~4 萬元	90	23.9
	40,001~6 萬元	127	33.8
	60,001~8 萬元	82	21.8
	80,001 元以上	25	6.6

表 4.1 露營者背景資料分析 (n=376) (續)

變項	類別	人數	百分比%
家庭平均月收入	4 萬元以下	23	6.1
	40,001~6 萬元	56	14.9
	60,001~8 萬元	74	19.7
	80,001~10 萬元	81	21.5
	100,001~12 萬元	68	18.1
	120,001 元以上	74	19.7
露營年資	少於 1 年	98	26.1
	1~3 年	162	43.1
	4~6 年	64	17
	7~9 年	14	3.7
	10 年以上	38	10.1
過去一年參與露營活動的頻率	每月 2~3 次	26	6.9
	每月 1 次	79	21
	每季 1~2 次	99	26.3
	每年 1~2 次	172	45.7
是否參加露營相關團體或組織	是	129	34.3
	否	247	65.7
過去花費在露營裝備的費用	1 萬元(含)以下	112	29.8
	10,001~5 萬元	132	35.1
	50,001~10 萬元	67	17.8
	100,001~15 萬元	29	7.7
	150,001~20 萬元	15	4.0
	200,001 以上	21	5.6

資料來源：本研究整理

4.2 敘述性統計分析

本節根據受訪者在「涉入程度量表」及「心流體驗量表」所填答的結果，本研究採用各構面之變項的平均數與標準差進行比較分析，以瞭解受訪者在這兩個變項的差異情形，探究受訪者對量表問項的看法。藉由平均數得知各構面變項的集中情形，本研究以李克特五點量表進行計分，平均

數 3 分以下，代表受訪者之涉入程度較低；平均數若為 3 分則代表受訪者之涉入程度為普通或中立意見；平均數 3 分以上，代表受訪者之涉入程度較高。而藉由標準差可瞭解受訪者於涉入程度的差異程度，標準差愈小，表示受訪者看法愈一致，標準差愈大，表示受訪者看法的差異程度愈大。

4.2.1 涉入程度敘述性統計分析

受訪者涉入程度的現況分析結果如表 4.2 所示，涉入程度量表共有「吸引力」、「生活型態的中心性」、「自我表現」三個子構面，其中平均數最高者為「吸引力」(3.90)，其次為「自我表現」(3.52)，最低者為「生活型態的中心性」(3.47)。在「吸引力」構面中，最高者為「露營可以使我親近自然」(4.48)，最低者為「安排假期休閒，我會優先選擇露營活動」(3.20)。「生活型態的中心性」構面中，最高者為「透過露營活動可以聯繫和朋友之間的感情」(4.13)，最低者為「我的生活和露營是息息相關的」(2.92)。「自我表現」構面中，最高者為「家人、朋友都樂於邀請我一起參與露營活動」(3.78)，最低者為「參與露營活動，使我更肯定我自己」(3.38)。

受訪者的涉入程度中「露營可以使我親近自然」、「露營可以讓我放鬆心情，紓解壓力」、「露營可以增進我與家人、朋友間的情感」等 3 題項的

平均數最高，依序為 4.48、4.19、4.18。平均數最低的是「我的生活和露營是息息相關的」、「露營是我家庭的主要休閒活動」、「露營是我生活中不可或缺的活動」等 3 題項，依序為 2.92、3.07、3.08。

綜合以上分析結果，可知能親近自然、紓解身心壓力、增進親友情感是露營旅遊最吸引受訪者的地方，至於是否和個人生活息息相關或成為主要休閒活動，則因人而異了。

表 4.2 涉入程度變數敘述性統計總樣本分析 (n=376)

構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
吸引力	1.我非常喜歡露營。	3.77	0.923	5	8	3.90
	2.對我而言，露營充滿了吸引力。	3.74	0.961	6	9	
	3.露營對我而言是非常重要的休閒活動。	3.50	1.063	7	13	
	4.安排假期休閒，我會優先選擇露營活動。	3.20	1.106	8	19	
	5.露營可以增進我與家人、朋友間的情感。	4.18	0.866	3	3	
	6.我樂於與朋友分享露營的經驗。	4.17	0.910	4	4	
	7.露營可以使我親近自然。	4.48	0.737	1	1	
	8.露營可以讓我放鬆心情，紓解壓力。	4.19	0.847	2	2	
生活型態的中心性	9.我的生活和露營是息息相關的。	2.92	1.089	8	22	3.47
	10.我認為露營可以充實我的生活。	3.73	0.946	3	10	
	11.露營是我生活中不可或缺的活動。	3.08	1.086	6	20	
	12.我喜歡和同好討論露營相關訊息。	3.60	1.040	4	11	
	13.透過露營活動可以聯繫和朋友之間的感情。	4.13	0.832	1	5	
	14.露營是我家庭的主要休閒活動。	3.07	1.172	7	21	
	15.露營能促進家庭生活的和諧氣氛。	3.86	0.918	2	6	
	16.露營是我和家人之間聊天的話題。	3.38	1.081	5	17	

表 4.2 涉入程度變數敘述性統計總樣本分析 (n=376) (續)

構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
自我表現	17.在露營時，可以展現真實的自我。	3.59	0.979	2	12	3.52
	18.透過露營活動可以表現我的露營技巧。	3.39	1.055	5	16	
	19.透過露營活動使我更瞭解自己的能力	3.50	0.993	3	14	
	20.參與露營活動，使我更肯定我自己。	3.38	1.015	6	18	
	21.參與露營活動讓我很有成就感。	3.46	0.995	4	15	
	22.家人、朋友都樂於邀請我一起參與露營活動。	3.78	0.968	1	7	
	涉入程度總構面平均		3.64			

資料來源：本研究整理

4.2.2 心流體驗敘述性統計分析

受訪者心流體驗的現況分析結果如表 4.3 所示，心流體驗量表共有「前置條件」、「特徵項」、「經驗的結果」三個子構面，其中平均數最高者為「前置條件」(3.90)，其次為「特徵項」(3.85)，最低者為「經驗的結果」(3.81)。在「前置條件」構面中，最高者為「在露營前，我清楚我去露營的目的」(4.03)，最低者為「在露營前我相信，我不需思考就可以做出正確的判斷與行動」(3.31)。「特徵項」構面中，最高者為「在露營時，遇到新的事物，我會樂於去嘗試」(4.05)，最低者為「在露營時，我能掌握活動的進行」(3.70)。「經驗的結果」構面中，最高者為「我覺得我在露營時，很享受當時的情景」(4.18)，最低者為「我覺得我在露營時，達到忘我的境界」(3.26)。

受訪者的心流體驗中「我覺得我在露營時，很享受當時的情景」、「在

露營時，遇到新的事物，我會樂於去嘗試」、「在露營前，我清楚我去露營的目的」等 3 題項的平均數最高，依序為 4.18、4.05、4.03。平均數最低的是「我覺得我在露營時，達到忘我的境界」、「在露營前我相信，我不需思考就可以做出正確的判斷與行動」、「我覺得我在露營時，會忘卻性別、職業與年紀」等 3 題項，依序為 3.26、3.31、3.47。

綜合以上分析結果，可知越能清楚露營的目的、越能享受當時的情景、有越多新事物讓人嘗試，越能使受訪者產生心流體驗，至於是否能產生忘我的經驗，則因人而異了。

表 4.3 心流體驗變數敘述性統計總樣本分析 (n=376)

構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
前置條件	1.在露營前，我了解整個露營的程序。	3.76	1.023	3	13	3.90
	2.在露營前，我清楚我去露營的目的。	4.03	0.851	1	3	
	3.在露營前，我能對露營活動做好規劃。	3.85	0.928	2	9	
	4.在露營前，我對自己的露營能力有信心。	3.70	1.010	4	15	
	5.在露營前，我相信自己在露營時的表現會令人滿意。	3.66	0.961	5	17	
	6.在露營前我相信，我不需思考就可以做出正確的判斷與行動。	3.31	1.003	6	19	
特徵項	7.在露營時，我會完全專注在活動上。	3.80	0.873	3	12	3.85
	8.在露營時，我會暫時忘卻日常繁雜瑣碎的事物。	3.96	0.902	2	4	
	9.在露營時，我能隨心所欲地展現自我。	3.75	0.901	4	14	
	10.在露營時，遇到新的事物，我會樂於去嘗試。	4.05	0.839	1	2	
	11.在露營時，我能掌握活動的進行。	3.70	0.900	5	16	

表 4.3 心流體驗變數敘述性統計總樣本分析 (n=376) (續)

構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
經驗的結果	12.我覺得我在露營時，達到忘我的境界。	3.26	0.981	9	20	
	13.我覺得我在露營時，會忘卻性別、職業與年紀。	3.47	1.109	8	18	
	14.我覺得我在露營時，感覺時間過得飛快	3.96	0.932	2	5	
	15.我覺得我在露營時，會忘記煩惱。	3.93	0.906	4	7	
	16.我覺得我在露營時，很享受當時的情景。	4.18	0.820	1	1	3.81
	17.我不在乎別人對我在露營時的評價、看法	3.83	0.969	6	10	
	18.我不在乎別人對我投入時間或金錢在露營的看法	3.82	0.953	7	11	
	19.我不擔心我在露營時的表現	3.91	0.911	5	8	
	20.露營總是讓我感受到美好的體驗	3.95	0.916	3	6	
	心流體驗總構面平均		3.79			

資料來源：本研究整理

4.3 涉入程度與心流體驗之典型相關分析

為探討露營旅遊者涉入程度各變項與心流體驗各變項之關係，本研究以涉入程度之吸引力、生活型態的中心性、自我表現為自變項；以心流體驗之前置條件、特徵項、經驗的結果為依變項，進行典型相關分析，結果如表 4.4 所示。

由表 4.4 可知，露營旅遊者涉入程度與心流體驗的典型相關分析中，有兩對典型相關係數達到統計上的顯著水準，第一對典型相關係數為 0.844，第二對典型相關係數為 0.174。

就第一對典型相關係數而言，涉入程度的三個變項可以被典型因素 η^1 解釋的變異達 88.828%，而重疊百分比為 59.714%，表示三

個涉入程度變項透過此對典型因素(χ^1 , η^1)可以解釋心流體驗的變異量為 59.714%。自變項與典型因素 χ^1 的典型結構係數絕對值，以吸引力-0.933 最高，其次為自我表現-0.931，最低為生活型態的中心性-0.908；依變項與典型因素 η^1 的典型結構係數絕對值以經驗的結果最高，達到-0.953，其次為特徵項-0.942，前置條件-0.847 最低。

由以上數據可知，涉入程度各變項與心流體驗各變項皆有高度相關，自變項中的「吸引力」、「自我表現」與依變項的「經驗的結果」、「特徵項」等心流體驗變項的相關最高，典型因素 χ^1 和 η^1 的結構係數皆為負值，表示涉入程度各變項在典型因素 χ^1 越低，則心流體驗各變項在典型因素 η^1 也越低，其中以「吸引力」、「自我表現」和「經驗的結果」、「特徵項」相關最高。反向言之，露營活動對露營旅遊者越具吸引力，加上越高的自我表現，在活動的事後經驗及過程中的感受也越佳。

就第二對典型相關係數而言，心流體驗的三個變項可以被典型因素 η^2 解釋的變異為 8.463%，而重疊百分比為 0.255%，表示三個涉入程度變項透過此對典型因素(χ^2 , η^2)可以解釋心流體驗的變異量為 0.255%，自變項與典型因素 χ^2 的典型結構係數絕對值，以自我表現 0.362 最高，其次為吸引力-0.340，最低為生活型態的中心性-

0.122；依變項與典型因素 η^2 的典型結構係數絕對值以前置條件

0.306 最高，其次為經驗的結果-0.302，特徵項 0.263 最低。

由以上數據可知，自變項中的「自我表現」和「吸引力」與依變項中的「前置條件」和「經驗的結果」相關最高，然而由於「自我表現」、「前置條件」的典型結構係數是正值，而「吸引力」、「經驗的結果」的典型結構係數為負值。因此「自我表現」和「前置條件」是正相關，但與「經驗的結果」則為負相關；「吸引力」和「經驗的結果」是正相關，但與「前置條件」則為負相關。也就是說露營旅遊者的自我表現越佳，前置條件越高，但經驗的結果卻越低；露營活動對露營旅遊者的吸引力越高，經驗的結果越佳，但前置條件卻越低。

表 4.4 典型相關變量的統計結果

涉入程度 組成變項	典型因素		心流體驗 組成變項	典型因素	
	χ_1	χ_2		η_1	η_2
吸引力	-0.933	-0.340	前置條件	-0.847	0.306
生活型態的 中心性	-0.908	-0.122	特徵項	-0.942	0.263
自我表現	-0.931	0.362	經驗的結果	-0.953	-0.302
抽出變異%	85.401%	8.722%	抽出變異%	83.828%	8.463%
重疊量數	60.835	0.263	重疊量數	59.714	0.255
Wilks A 值				0.278	0.966
F 值顯著性(Sig.of F)				0.000	0.012
典型相關係數				0.844	0.174
ρ^2				0.712	0.030
解釋變異量				98.598	1.239

資料來源：本研究整理

本研究依典型相關分析結果，完成「涉入程度」與「心流體驗」之間的相互關係圖(如圖 4.1)。

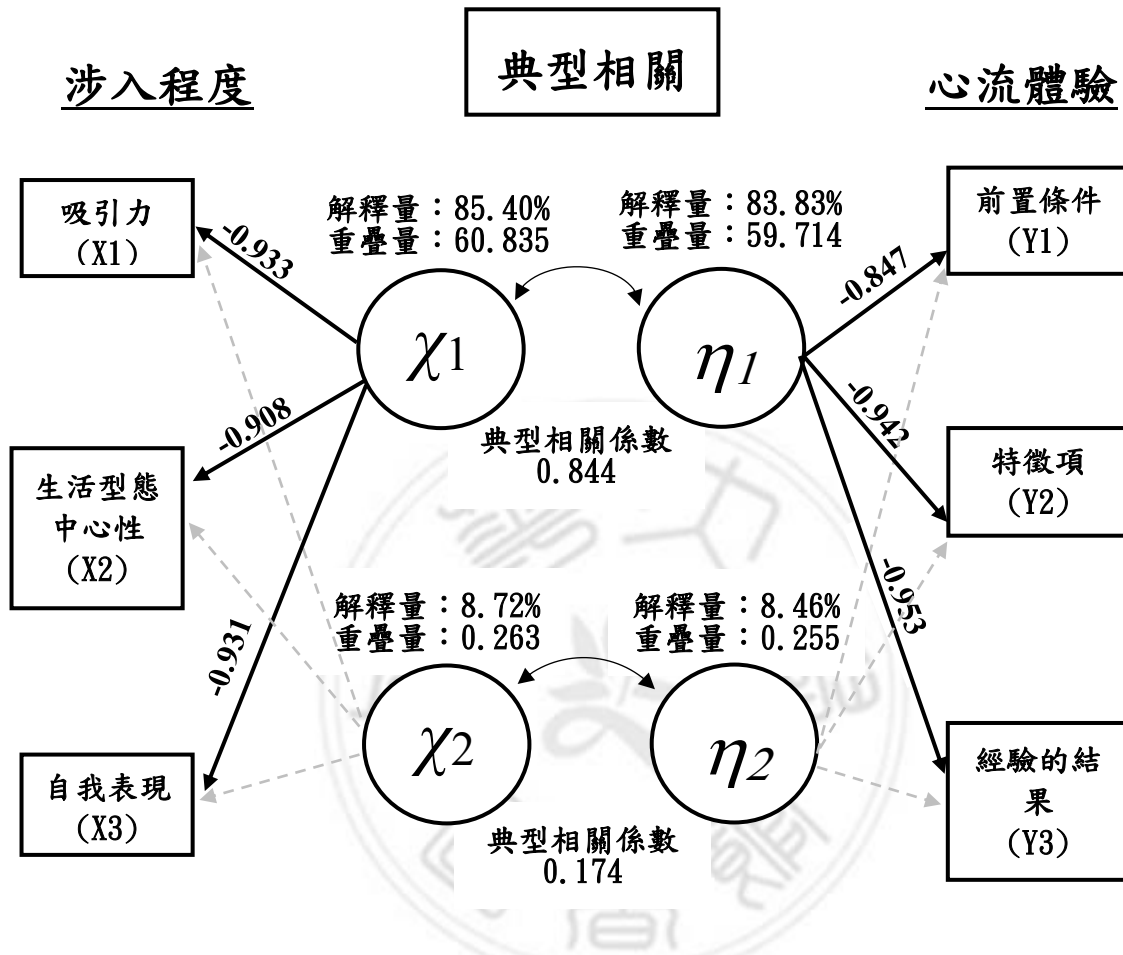


圖 4.1 涉入程度與心流體驗之典型相關結構圖

資料來源：本研究整理

4.4 不同人口背景統計變項對各變數之差異分析

本節依據抽樣調查所得之數據資料，針對露營旅遊者人口背景分別對「涉入程度」及「心流體驗」各變數進行獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析，探討人口背景統計變項對「涉入程度」及「心流體驗」之各變項

是否有差異性存在。

4.4.1 獨立樣本 t 檢定分析

一、露營旅遊者性別對涉入程度與心流體驗差異之分析

由表 4.5 顯示，性別在涉入程度構面中「吸引力」、「生活型態的中心性」二個子構面達顯著水準，男性高於女性，顯示男性露營旅遊者對露營活動有較高的涉入程度。在心流體驗構面中「前置條件」、「特徵項」二個子構面達顯著水準，男性高於女性，顯示男性露營旅遊者較常在露營活動中產生心流體驗。

表 4.5 露營旅遊者性別對涉入程度與心流體驗差異之分析表

問卷構面	性別	個數	平均數	標準差	t 值	P 值	差異比較																																																																																							
涉入程度	吸引力	男	158	4.036	0.695	2.934**	0.004	男>女																																																																																						
	女	218	3.807	0.778	涉入程度				生活型態的中心性	男	158	3.581	0.806	2.175*	0.030	男>女	女	218	3.394	0.833	涉入程度	自我表現	男	158	3.608	0.820	1.762	0.079	無顯著差異	女	218	3.450	0.885	涉入程度	涉入總平均	男	158	3.754	0.710	2.478*	0.014	男>女	女	218	3.559	0.777	心流體驗	前置條件	男	158	3.880	0.717	3.374***	0.001	男>女	女	218	3.605	0.860	心流體驗	特徵項	男	158	3.947	0.697	2.098*	0.037	男>女	女	218	3.782	0.792	心流體驗	經驗的結果	男	158	3.880	0.640	1.601	0.110	無顯著差異	女	218	3.760	0.767	心流體驗	心流總平均	男	158	3.897	0.627	2.457*	0.014	男>女
涉入程度	生活型態的中心性	男	158	3.581		0.806	2.175*	0.030	男>女																																																																																					
	女	218	3.394	0.833	涉入程度	自我表現				男	158	3.608	0.820	1.762	0.079	無顯著差異	女	218	3.450	0.885	涉入程度	涉入總平均	男	158	3.754	0.710	2.478*	0.014	男>女	女	218	3.559	0.777	心流體驗	前置條件	男	158	3.880	0.717	3.374***	0.001	男>女	女	218	3.605	0.860	心流體驗	特徵項	男	158	3.947	0.697	2.098*	0.037	男>女	女	218	3.782	0.792	心流體驗	經驗的結果	男	158	3.880	0.640	1.601	0.110	無顯著差異	女	218	3.760	0.767	心流體驗	心流總平均	男	158	3.897	0.627	2.457*	0.014	男>女	女	218	3.719	0.736									
涉入程度	自我表現	男	158	3.608		0.820	1.762	0.079	無顯著差異																																																																																					
	女	218	3.450	0.885	涉入程度	涉入總平均				男	158	3.754	0.710	2.478*	0.014	男>女	女	218	3.559	0.777	心流體驗	前置條件	男	158	3.880	0.717	3.374***	0.001	男>女	女	218	3.605	0.860	心流體驗	特徵項	男	158	3.947	0.697	2.098*	0.037	男>女	女	218	3.782	0.792	心流體驗	經驗的結果	男	158	3.880	0.640	1.601	0.110	無顯著差異	女	218	3.760	0.767	心流體驗	心流總平均	男	158	3.897	0.627	2.457*	0.014	男>女	女	218	3.719	0.736																						
涉入程度	涉入總平均	男	158	3.754		0.710	2.478*	0.014	男>女																																																																																					
	女	218	3.559	0.777	心流體驗	前置條件				男	158	3.880	0.717	3.374***	0.001	男>女	女	218	3.605	0.860	心流體驗	特徵項	男	158	3.947	0.697	2.098*	0.037	男>女	女	218	3.782	0.792	心流體驗	經驗的結果	男	158	3.880	0.640	1.601	0.110	無顯著差異	女	218	3.760	0.767	心流體驗	心流總平均	男	158	3.897	0.627	2.457*	0.014	男>女	女	218	3.719	0.736																																			
心流體驗	前置條件	男	158	3.880		0.717	3.374***	0.001	男>女																																																																																					
	女	218	3.605	0.860	心流體驗	特徵項				男	158	3.947	0.697	2.098*	0.037	男>女	女	218	3.782	0.792	心流體驗	經驗的結果	男	158	3.880	0.640	1.601	0.110	無顯著差異	女	218	3.760	0.767	心流體驗	心流總平均	男	158	3.897	0.627	2.457*	0.014	男>女	女	218	3.719	0.736																																																
心流體驗	特徵項	男	158	3.947		0.697	2.098*	0.037	男>女																																																																																					
	女	218	3.782	0.792	心流體驗	經驗的結果				男	158	3.880	0.640	1.601	0.110	無顯著差異	女	218	3.760	0.767	心流體驗	心流總平均	男	158	3.897	0.627	2.457*	0.014	男>女	女	218	3.719	0.736																																																													
心流體驗	經驗的結果	男	158	3.880		0.640	1.601	0.110	無顯著差異																																																																																					
	女	218	3.760	0.767	心流體驗	心流總平均				男	158	3.897	0.627	2.457*	0.014	男>女	女	218	3.719	0.736																																																																										
心流體驗	心流總平均	男	158	3.897		0.627	2.457*	0.014	男>女																																																																																					
	女	218	3.719	0.736																																																																																										

資料來源：本研究整理

註：***表示 $P < 0.001$ ，**表示 $P < 0.01$ ，*表示 $P < 0.05$

二、露營旅遊者是否參與社團對涉入程度與心流體驗差異分析

由表 4.6 顯示，露營旅遊者是否參與社團在涉入程度構面中「吸引力」、「生活型態的中心性」、「自我表現」三個子構面達顯著水準，是高於否，顯示有參與社團之露營旅遊者對露營活動有較高的涉入程度。在心流體驗構面中「前置條件」、「特徵項」、「經驗的結果」三個子構面達顯著水準，是高於否，顯示有參與社團之露營旅遊者較常在露營活動中產生心流體驗。

表 4.6 露營旅遊者是否參與社團對涉入程度與心流體驗差異分析表

問卷構面	參與社團	個數	平均數	標準差	t 值	P 值	差異比較																																																																																
涉入程度	是	129	4.163	0.665	4.988***	0.000	是 > 否																																																																																
	否	247	3.768	0.761				涉入程度	是	129	3.762	0.775	5.065***	0.000	是 > 否	否	247	3.321	0.813	涉入程度	是	129	3.782	0.818	4.431***	0.000	是 > 否	否	247	3.377	0.852	涉入程度	是	129	3.913	0.700	5.226***	0.000	是 > 否	否	247	3.499	0.744	心流體驗	是	129	3.919	0.815	3.467**	0.001	是 > 否	否	247	3.617	0.794	心流體驗	是	129	4.030	0.772	3.347**	0.001	是 > 否	否	247	3.758	0.734	心流體驗	是	129	3.996	0.682	3.680***	0.000	是 > 否	否	247	3.714	0.718	心流體驗	是	129	3.981	0.683	3.839***	0.000	是 > 否
涉入程度	是	129	3.762	0.775	5.065***	0.000	是 > 否																																																																																
	否	247	3.321	0.813				涉入程度	是	129	3.782	0.818	4.431***	0.000	是 > 否	否	247	3.377	0.852	涉入程度	是	129	3.913	0.700	5.226***	0.000	是 > 否	否	247	3.499	0.744	心流體驗	是	129	3.919	0.815	3.467**	0.001	是 > 否	否	247	3.617	0.794	心流體驗	是	129	4.030	0.772	3.347**	0.001	是 > 否	否	247	3.758	0.734	心流體驗	是	129	3.996	0.682	3.680***	0.000	是 > 否	否	247	3.714	0.718	心流體驗	是	129	3.981	0.683	3.839***	0.000	是 > 否	否	247	3.696	0.685								
涉入程度	是	129	3.782	0.818	4.431***	0.000	是 > 否																																																																																
	否	247	3.377	0.852				涉入程度	是	129	3.913	0.700	5.226***	0.000	是 > 否	否	247	3.499	0.744	心流體驗	是	129	3.919	0.815	3.467**	0.001	是 > 否	否	247	3.617	0.794	心流體驗	是	129	4.030	0.772	3.347**	0.001	是 > 否	否	247	3.758	0.734	心流體驗	是	129	3.996	0.682	3.680***	0.000	是 > 否	否	247	3.714	0.718	心流體驗	是	129	3.981	0.683	3.839***	0.000	是 > 否	否	247	3.696	0.685																				
涉入程度	是	129	3.913	0.700	5.226***	0.000	是 > 否																																																																																
	否	247	3.499	0.744				心流體驗	是	129	3.919	0.815	3.467**	0.001	是 > 否	否	247	3.617	0.794	心流體驗	是	129	4.030	0.772	3.347**	0.001	是 > 否	否	247	3.758	0.734	心流體驗	是	129	3.996	0.682	3.680***	0.000	是 > 否	否	247	3.714	0.718	心流體驗	是	129	3.981	0.683	3.839***	0.000	是 > 否	否	247	3.696	0.685																																
心流體驗	是	129	3.919	0.815	3.467**	0.001	是 > 否																																																																																
	否	247	3.617	0.794				心流體驗	是	129	4.030	0.772	3.347**	0.001	是 > 否	否	247	3.758	0.734	心流體驗	是	129	3.996	0.682	3.680***	0.000	是 > 否	否	247	3.714	0.718	心流體驗	是	129	3.981	0.683	3.839***	0.000	是 > 否	否	247	3.696	0.685																																												
心流體驗	是	129	4.030	0.772	3.347**	0.001	是 > 否																																																																																
	否	247	3.758	0.734				心流體驗	是	129	3.996	0.682	3.680***	0.000	是 > 否	否	247	3.714	0.718	心流體驗	是	129	3.981	0.683	3.839***	0.000	是 > 否	否	247	3.696	0.685																																																								
心流體驗	是	129	3.996	0.682	3.680***	0.000	是 > 否																																																																																
	否	247	3.714	0.718				心流體驗	是	129	3.981	0.683	3.839***	0.000	是 > 否	否	247	3.696	0.685																																																																				
心流體驗	是	129	3.981	0.683	3.839***	0.000	是 > 否																																																																																
	否	247	3.696	0.685																																																																																			

資料來源：本研究整理

註：***表示 $P < 0.001$ ，**表示 $P < 0.01$ ，*表示 $P < 0.05$

4.4.2 單因子變異數分析

以一個自變項(三個以上母群平均數)考驗一個依變項。需做「變異數同質性檢定」，觀察 Levene 統計量之顯著性 P 值，當 $P > 0.05$ ，表示同質； $P < 0.05$ 表示不同質。若變異數同質性檢定結果為同質，則符合 ANOVA 之基本假設，進行 ANOVA 單因子變異數分析，表示有意義。若 ANOVA 表之 F 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，代表構面群組內至少有一組以上是與他組有平均差異，再以雪費(Scheffe)法或 LSD 法進行事後比較，進行各組間之差異分析；相反的，若變異數同質性檢定 Levene 統計量結果為不同質，再進一步以 Tamhane 法進行事後比較。

一、不同年齡露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異之分析

由表 4.7 顯示，在不同年齡層露營旅遊者對涉入程度與心流體驗等構面進行變異數同質性檢定(Levene/P 值)、ANOVA 單因子變異數分析。分析如下：

在涉入程度變項的「吸引力」、「生活型態的中心性」、「涉入程度總平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較得到 31~40 歲露營旅遊者大於 51 歲以上露營旅遊者。顯示露營旅遊活動對中壯年者較具吸引力，在生活中也佔有較高比重。「自我表現」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，結果顯示並無

明顯差異。

在心流體驗變項的「前置條件」、「特徵項」、「經驗的結果」、「心流體驗總平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現各年齡層皆無明顯差異。

顯示露營旅遊活動心流體驗的產生與否並不受年齡影響。

表 4.7 不同年齡露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異之分析表

變構項	面	年齡	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)		事後比較 (平均差異)
涉入程度	吸引力	1.20 歲以下	13	3.990	0.773	1.725	0.144	2.794*	0.026	3 > 5(.419*) (Scheffe)
		2.21~30 歲	32	3.906	0.721					
		3.31~40 歲	132	4.038	0.702					
		4.41~50 歲	157	3.858	0.718					
		5.51 歲以上	42	3.619	0.957					
	生活中心性	1.20 歲以下	13	3.519	0.665	1.572	0.181	3.621**	0.007	3 > 5(.503*) (Scheffe)
		2.21~30 歲	32	3.320	0.794					
		3.31~40 歲	132	3.652	0.844					
		4.41~50 歲	157	3.436	0.754					
		5.51 歲以上	42	3.149	0.980					
	自我表現	1.20 歲以下	13	3.987	0.762	3.395	0.010	組別不同質		無顯著差異 (Tamhane)
		2.21~30 歲	32	3.604	0.881					
		3.31~40 歲	132	3.649	0.817					
		4.41~50 歲	157	3.402	0.791					
		5.51 歲以上	42	3.310	1.132					
涉入總平均	1.20 歲以下	13	3.818	0.671	1.768	0.135	3.252*	0.012	3 > 5(.428*) (Scheffe)	
	2.21~30 歲	32	3.611	0.713						
	3.31~40 歲	132	3.791	0.737						
	4.41~50 歲	157	3.580	0.696						
	5.51 歲以上	42	3.364	0.967						

表 4.7 不同年齡露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異之分析表(續)

變構項	構面	年齡	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)	
心流體驗	前置條件	1.20 歲以下	13	4.141	0.805	1.713	0.147	1.192	0.314	無顯著差異 (Scheffe)
		2.21~30 歲	32	3.563	0.894					
		3.31~40 歲	132	3.705	0.801					
		4.41~50 歲	157	3.730	0.742					
		5.51 歲以上	42	3.722	1.015					
	特徵	1.20 歲以下	13	4.385	0.676	1.103	0.355	2.265	0.062	無顯著差異 (Scheffe)
		2.21~30 歲	32	3.906	0.779					
		3.31~40 歲	132	3.889	0.761					
		4.41~50 歲	157	3.798	0.674					
		5.51 歲以上	42	3.724	0.973					
	經驗的結果	1.20 歲以下	13	3.949	0.802	1.784	0.131	0.762	0.550	無顯著差異 (Scheffe)
		2.21~30 歲	32	3.667	0.806					
		3.31~40 歲	132	3.854	0.709					
		4.41~50 歲	157	3.818	0.633					
		5.51 歲以上	42	3.712	0.928					
	心流總平均	1.20 歲以下	13	4.115	0.694	1.755	0.137	1.020	0.397	無顯著差異 (Scheffe)
		2.21~30 歲	32	3.695	0.741					
		3.31~40 歲	132	3.818	0.698					
		4.41~50 歲	157	3.787	0.612					
		5.51 歲以上	42	3.718	0.927					

註：***表示 P<0.001，**表示 P<0.01，*表示 P<0.05

資料來源：本研究整理

二、露營旅遊者婚姻狀況對涉入程度與心流體驗差異之分析

由表 4.8 顯示，在不同婚姻狀況露營旅遊者對涉入程度與心流體驗等構面進行變異數同質性檢定(Levene/P 值)、ANOVA 單因子變異數分析。分析如下：

在涉入程度變項的「生活型態的中心性」、「自我表現」、「涉入程度總

平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現不同婚姻狀況皆無明顯差異。

「吸引力」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，結果顯示並無明顯差異。顯示對露營旅遊活動的涉入程度並不受婚姻狀況影響。

在心流體驗變項的「前置條件」、「特徵項」、「心流體驗總平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現不同婚姻狀況皆無明顯差異。「經驗的結果」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，結果顯示並無明顯差異。顯示露營旅遊活動心流體驗的產生與否並不受婚姻狀況影響。

表 4.8 露營旅遊者婚姻狀況對涉入程度與心流體驗差異之分析表

變項	構面	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)	ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)
涉入程度	吸 引 力	1.未婚	65	3.850	0.855	3.624 0.028	組別不同質	無顯著差異 (Tamhane)
		2.已婚	301	3.920	0.715			
		3.其他	10	3.738	1.126			
	生 活 中 心 性	1.未婚	65	3.325	0.883	0.837 0.434	1.255 0.286	無顯著差異 (Scheffe)
		2.已婚	301	3.504	0.803			
		3.其他	10	3.488	1.103			
	自 我 表 現	1.未婚	65	3.595	0.904	1.112 0.330	0.336 0.714	無顯著差異 (Scheffe)
		2.已婚	301	3.501	0.842			
		3.其他	10	3.467	1.178			
	涉 入 總 平 均	1.未婚	65	3.590	0.817	1.130 0.324	0.238 0.788	無顯著差異 (Scheffe)
		2.已婚	301	3.654	0.730			
		3.其他	10	3.573	1.079			

表 4.8 露營旅遊者婚姻狀況對涉入程度與心流體驗差異之分析表(續)

變構項	婚姻面	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)	
心流體驗	前置條件	1.未婚	65	3.723	0.869	1.923	0.148	0.032	0.969	無顯著差異 (Scheffe)
		2.已婚	301	3.563	0.894					
		3.其他	10	3.705	0.801					
	特徵項	1.未婚	65	4.034	0.797	1.741	0.177	2.505	0.083	無顯著差異 (Scheffe)
		2.已婚	301	3.808	0.728					
		3.其他	10	3.960	1.177					
	經驗的結果	1.未婚	65	3.802	0.852	5.375	0.005	組別不同質	無顯著差異 (Tamhane)	
		2.已婚	301	3.803	0.667					
		3.其他	10	4.078	1.176					
	心流總平均	1.未婚	65	3.836	0.759	2.550	0.079	0.473	0.623	無顯著差異 (Scheffe)
		2.已婚	301	3.779	0.666					
		3.其他	10	3.960	1.154					

註：***表示 P<0.001，**表示 P<0.01，*表示 P<0.05

資料來源：本研究整理

三、不同教育程度露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析

由表 4.9 顯示，在不同教育程度露營旅遊者對涉入程度與心流體驗等構面進行變異數同質性檢定(Levene/P 值)、ANOVA 單因子變異數分析。

分析如下：

在涉入程度變項的「吸引力」、「生活型態的中心性」、「自我表現」、「涉入程度總平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現不同教育程度皆無明顯差異。顯示對露營旅遊活動的涉入程度並不受教育程度影響。

在心流體驗變項的「前置條件」、「特徵項」、「經驗的結果」、「心流體

驗總平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現不同教育程度皆無明顯差異。顯示露營旅遊活動心流體驗的產生與否並不受教育程度影響。

表 4.9 不同教育程度露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表

變構項	面	教育程度	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)	
						(Levene/P 值)				
涉入程度	吸引力	1.國小(含以下)	2	4.438	0.619	0.136	0.969	0.597	0.665	無顯著差異 (Scheffe)
		2.國中	6	4.146	0.726					
		3.高中職	56	3.862	0.756					
		4.大專院校	220	3.924	0.761					
		5.研究所(含以上)	92	3.852	0.752					
	生活中心性	1.國小(含以下)	2	4.438	0.442	0.814	0.517	1.058	0.377	無顯著差異 (Scheffe)
		2.國中	6	3.729	0.615					
		3.高中職	56	3.451	0.774					
		4.大專院校	220	3.493	0.847					
		5.研究所(含以上)	92	3.398	0.817					
	自我表現	1.國小(含以下)	2	4.583	0.589	0.614	0.653	0.883	0.474	無顯著差異 (Scheffe)
		2.國中	6	3.528	0.572					
		3.高中職	56	3.580	0.892					
		4.大專院校	220	3.498	0.877					
		5.研究所(含以上)	92	3.496	0.819					
	涉入總平均	1.國小(含以下)	2	4.477	0.546	0.251	0.909	0.819	0.514	無顯著差異 (Scheffe)
		2.國中	6	3.826	0.612					
		3.高中職	56	3.636	0.762					
		4.大專院校	220	3.651	0.766					
		5.研究所(含以上)	92	3.590	0.733					
心流體驗前置條件	1.國小(含以下)	2	3.833	1.179	0.602	0.662	0.024	0.999	無顯著差異 (Scheffe)	
	2.國中	6	3.722	1.020						
	3.高中職	56	3.741	0.843						
	4.大專院校	220	3.719	0.837						
	5.研究所(含以上)	92	3.708	0.732						

表 4.9 不同教育程度露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表(續)

變項	構面	教育程度	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)		事後比較 (平均差異)
心流體驗結果	特徵項	1.國小(含以下)	2	4.400	0.849	0.805	0.522	0.732	0.570	無顯著差異 (Scheffe)
		2.國中	6	4.167	0.763					
		3.高中職	56	3.904	0.840					
		4.大專院校	220	3.849	0.754					
		5.研究所(含以上)	92	3.791	0.714					
	經驗的	1.國小(含以下)	2	4.278	1.021	0.567	0.687	0.615	0.652	無顯著差異 (Scheffe)
		2.國中	6	3.926	0.825					
		3.高中職	56	3.843	0.798					
		4.大專院校	220	3.829	0.708					
		5.研究所(含以上)	92	3.728	0.683					
	心流總平均	1.國小(含以下)	2	4.175	1.025	0.800	0.526	0.386	0.819	無顯著差異 (Scheffe)
		2.國中	6	3.925	0.854					
		3.高中職	56	3.828	0.774					
		4.大專院校	220	3.801	0.700					
		5.研究所(含以上)	92	3.738	0.633					

註：***表示 P<0.001，**表示 P<0.01，*表示 P<0.05

資料來源：本研究整理

四、不同職業露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異之分析

由表 4.10 顯示，在不同職業露營旅遊者對涉入程度與心流體驗等構面進行變異數同質性檢定(Levene/P 值)、ANOVA 單因子變異數分析。分析如下：

在涉入程度變項的「吸引力」，事後多重比較得到從事工商服務業、其他行業露營旅遊者大於退休人員露營旅遊者。顯示露營旅遊活動對退休人員較不具吸引力。「生活型態的中心性」、「自我表現」、「涉入程度總平

均」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，結果顯示並無明顯差異。

在心流體驗變項的「特徵項」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現不同職業皆無明顯差異。「前置條件」、「經驗的結果」、「心流體驗總平均」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，結果顯示並無明顯差異。顯示露營旅遊活動心流體驗的產生與否並不受職業影響

表 4.10 不同職業露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異之分析表

變項	構面	職業	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)
						Levene	P 值		
涉入程度	吸引力	1.學生	17	3.956	0.776	1.580	0.140	3.673**	0.001
		2.軍公教人員	90	3.772	0.794				
		3.農漁牧業	2	4.500	0.707				
		4.家管	37	3.814	0.639				
		5.工商服務業	142	4.039	0.611				
		6.自由業	21	3.720	0.871				
		7.退休人員	10	3.050	1.095				
		8.其他	57	4.011	0.831				
	生活中心性	1.學生	17	3.338	0.719	2.151	0.038	組別不同質	無顯著差異 (Tamhane)
		2.軍公教人員	90	3.306	0.838				
		3.農漁牧業	2	3.750	0.707				
		4.家管	37	3.483	0.725				
		5.工商服務業	142	3.596	0.737				
		6.自由業	21	3.405	0.795				
		7.退休人員	10	2.675	1.106				
		8.其他	57	3.616	0.970				

表 4.10 不同職業露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異之分析表(續)

變項	構面	職業	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)
涉入程度	自我表現	1.學生	17	3.863	0.830	2.516	0.015	組別不同質	無顯著差異 (Tamhane)
		2.軍公教人員	90	3.428	0.822				
	3.農漁牧業	2	3.583	0.825					
	4.家管	37	3.405	0.812					
	5.工商服務業	142	3.570	0.779					
	6.自由業	21	3.397	0.881					
	7.退休人員	10	2.967	1.347					
	8.其他	57	3.626	1.011					
	涉入總平均	1.學生	17	3.706	0.701	2.243	0.030	組別不同質	無顯著差異 (Tamhane)
		2.軍公教人員	90	3.509	0.766				
		3.農漁牧業	2	3.977	0.739				
		4.家管	37	3.582	0.670				
		5.工商服務業	142	3.750	0.644				
		6.自由業	21	3.517	0.804				
		7.退休人員	10	2.891	1.144				
		8.其他	57	3.762	0.877				
心流體驗	前置條件	1.學生	17	3.922	1.009	3.999	0.000	組別不同質	無顯著差異 (Tamhane)
		2.軍公教人員	90	3.669	0.734				
	3.農漁牧業	2	4.000	1.414					
	4.家管	37	3.622	0.705					
	5.工商服務業	142	3.789	0.705					
	6.自由業	21	3.722	0.942					
	7.退休人員	10	3.300	1.337					
	8.其他	57	3.699	1.001					
	特徵項	1.學生	17	4.141	0.948	1.693	0.109	2.162* 0.037	無顯著差異 (Scheffe)
		2.軍公教人員	90	3.771	0.727				
		3.農漁牧業	2	4.000	1.414				
		4.家管	37	3.730	0.677				
		5.工商服務業	142	3.934	0.662				
		6.自由業	21	3.752	0.780				
		7.退休人員	10	3.180	1.227				
		8.其他	57	3.912	0.836				

表 4.10 不同職業露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異之分析表(續)

變構項	職業	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)	ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)
心流體驗的結果	1.學生	17	3.667	0.944	3.293	0.002	組別不同質 無顯著差異 (Tamhane)
	2.軍公教人員	90	3.693	0.726			
	3.農漁牧業	2	4.389	0.864			
	4.家管	37	3.823	0.611			
	5.工商服務業	142	3.891	0.576			
	6.自由業	21	3.741	0.710			
	7.退休人員	10	3.333	1.271			
	8.其他	57	3.920	0.846			
心流體驗總平均	1.學生	17	3.862	0.904	3.418	0.001	組別不同質 無顯著差異 (Tamhane)
	2.軍公教人員	90	3.705	0.671			
	3.農漁牧業	2	4.175	1.167			
	4.家管	37	3.739	0.581			
	5.工商服務業	142	3.871	0.576			
	6.自由業	21	3.738	0.721			
	7.退休人員	10	3.285	1.269			
	8.其他	21	3.852	0.834			

註：***表示 P<0.001，**表示 P<0.01，*表示 P<0.05

資料來源：本研究整理

五、不同個人收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析

由表 4.11 顯示，在不同個人收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗等構面進行變異數同質性檢定(Levene/P 值)、ANOVA 單因子變異數分析。分析如下：

在涉入程度變項的「吸引力」、「生活型態的中心性」、「自我表現」、「涉入程度總平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現不同個人收入皆無明顯差異。顯示對露營旅遊活動的涉入程度並不受個人收入影響。

在心流體驗變項的「前置條件」、「特徵項」、「經驗的結果」、「心流體

驗總平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現不同個人收入皆無明顯差異。顯示露營旅遊活動心流體驗的產生與否並不受個人收入影響。

表 4.11 不同個人收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表

變項	構面	個人收入	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)
涉入程度	吸引力	1.無固定收入	43	3.759	0.749	0.353	0.881	1.046	0.390
		2.2 萬元以下	9	3.944	0.650				
		3.20,001~4 萬	90	3.899	0.768				
		4.40,001~6 萬	127	3.887	0.786				
		5.60,001~8 萬	82	3.919	0.741				
		6.80,001 以上	25	4.185	0.552				
	生活中心性	1.無固定收入	43	3.334	0.802	0.762	0.577	0.584	0.712
		2.2 萬元以下	9	3.458	0.476				
		3.20,001~4 萬	90	3.482	0.811				
		4.40,001~6 萬	127	3.452	0.854				
		5.60,001~8 萬	82	3.506	0.855				
		6.80,001 以上	25	3.675	0.803				
	自我表現	1.無固定收入	43	3.345	0.844	0.318	0.902	0.934	0.459
		2.2 萬元以下	9	3.759	0.778				
		3.20,001~4 萬	90	3.641	0.872				
		4.40,001~6 萬	127	3.509	0.866				
		5.60,001~8 萬	82	3.461	0.823				
		6.80,001 以上	25	3.487	0.972				
	涉入總平均	1.無固定收入	43	3.492	0.729	0.221	0.953	0.652	0.660
		2.2 萬元以下	9	3.717	0.546				
		3.20,001~4 萬	90	3.677	0.764				
		4.40,001~6 萬	127	3.626	0.785				
		5.60,001~8 萬	82	3.644	0.751				
		6.80,001 以上	25	3.809	0.697				

表 4.11 不同個人收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表(續)

變構項	個人收入	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)		事後比較 (平均差異)	
心流體驗	前置條件	1.無固定收入	43	3.601	0.841	0.590	0.708	0.871	0.501	無顯著差異 (Scheffe)
		2.2 萬元以下	9	4.037	0.666					
		3.20,001~4 萬	90	3.704	0.864					
		4.40,001~6 萬	127	3.700	0.821					
		5.60,001~8 萬	82	3.730	0.747					
		6.80,001 以上	25	3.947	0.803					
	特徵項	1.無固定收入	43	3.726	0.811	0.961	0.442	1.243	0.288	無顯著差異 (Scheffe)
		2.2 萬元以下	9	4.089	0.609					
		3.20,001~4 萬	90	3.898	0.754					
		4.40,001~6 萬	127	3.791	0.826					
		5.60,001~8 萬	82	3.854	0.642					
		6.80,001 以上	25	4.112	0.671					
	經驗的結果	1.無固定收入	43	3.752	0.696	0.787	0.559	1.013	0.410	無顯著差異 (Scheffe)
		2.2 萬元以下	9	3.790	0.615					
		3.20,001~4 萬	90	3.819	0.733					
		4.40,001~6 萬	127	3.752	0.788					
		5.60,001~8 萬	82	3.840	0.653					
		6.80,001 以上	25	4.089	0.522					
	心流總平均	1.無固定收入	43	3.700	0.698	0.534	0.750	1.055	0.385	無顯著差異 (Scheffe)
		2.2 萬元以下	9	3.939	0.513					
		3.20,001~4 萬	90	3.804	0.729					
		4.40,001~6 萬	127	3.746	0.759					
		5.60,001~8 萬	82	3.810	0.602					
		6.80,001 以上	25	4.052	0.574					

註：***表示 P<0.001，**表示 P<0.01，*表示 P<0.05

資料來源：本研究整理

六、不同家庭收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析

由表 4.12 顯示，在不同家庭收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗等構面進行變異數同質性檢定(Levene/P 值)、ANOVA 單因子變異數分析。

分析如下：

在涉入程度變項的「吸引力」、「生活型態的中心性」、「自我表現」、「涉入程度總平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現不同家庭收入皆無明顯差異。顯示對露營旅遊活動的涉入程度並不受家庭收入影響。

在心流體驗變項的「前置條件」、「特徵項」、「經驗的結果」、「心流體驗總平均」，經由 Scheffe 法，事後多重比較發現不同家庭收入皆無明顯差異。顯示露營旅遊活動心流體驗的產生與否並不受家庭收入影響。

表 4.12 不同家庭收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表

變項	構面	家庭收入	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)	
涉入程度	吸 引 力	1.4 萬元以下	23	3.636	0.973	1.046	0.390	2.475*	0.032	無顯著差異 (Scheffe)
		2.40,001~6 萬	56	3.792	0.814					
		3.60,001~8 萬	74	3.779	0.716					
		4.80,001~10 萬	81	4.012	0.656					
		5.100,001~12 萬	68	4.092	0.684					
		6.120,001 以上	74	3.902	0.784					
	生 活 中 心 性	1.4 萬元以下	23	3.130	0.949	2.056	0.070	2.650*	0.023	無顯著差異 (Scheffe)
		2.40,001~6 萬	56	3.386	0.838					
		3.60,001~8 萬	74	3.328	0.736					
		4.80,001~10 萬	81	3.630	0.717					
		5.100,001~12 萬	68	3.651	0.881					
		6.120,001 以上	74	3.453	0.876					
	自 我 表 現	1.4 萬元以下	23	3.015	0.862	0.629	0.677	2.623*	0.024	無顯著差異 (Scheffe)
		2.40,001~6 萬	56	3.574	0.891					
		3.60,001~8 萬	74	3.500	0.785					
		4.80,001~10 萬	81	3.597	0.822					
		5.100,001~12 萬	68	3.686	0.847					
		6.120,001 以上	74	3.399	0.917					

表 4.12 不同家庭收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表(續)

變構項	構面	家庭收入	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)	
涉入程度	涉入總平均	1.4 萬元以下	23	3.283	0.876	1.066	0.379	2.643*	0.023	無顯著差異 (Scheffe)
		2.40,001~6 萬	56	3.585	0.795					
		3.60,001~8 萬	74	3.539	0.682					
		4.80,001~10 萬	81	3.760	0.676					
		5.100,001~12 萬	68	3.821	0.754					
		6.120,001 以上	74	3.601	0.792					
心流體驗	前置條件	1.4 萬元以下	23	3.536	0.896	0.854	0.512	0.830	0.529	無顯著差異 (Scheffe)
		2.40,001~6 萬	56	3.738	0.808					
		3.60,001~8 萬	74	3.395	0.803					
		4.80,001~10 萬	81	3.800	0.709					
		5.100,001~12 萬	68	3.770	0.896					
		6.120,001 以上	74	3.757	0.832					
	特徵項	1.4 萬元以下	23	3.713	0.906	0.909	0.475	1.329	0.251	無顯著差異 (Scheffe)
		2.40,001~6 萬	56	3.868	0.836					
		3.60,001~8 萬	74	3.700	0.739					
		4.80,001~10 萬	81	3.948	0.668					
		5.100,001~12 萬	68	3.962	0.760					
		6.120,001 以上	74	3.824	0.744					
	經驗的結果	1.4 萬元以下	23	3.647	0.920	1.073	0.375	1.247	0.286	無顯著差異 (Scheffe)
		2.40,001~6 萬	56	3.821	0.722					
		3.60,001~8 萬	74	3.662	0.723					
		4.80,001~10 萬	81	3.862	0.651					
		5.100,001~12 萬	68	3.900	0.704					
		6.120,001 以上	74	3.862	0.715					
	心流總平均	1.4 萬元以下	23	3.630	0.834	0.981	0.429	1.262	0.280	無顯著差異 (Scheffe)
		2.40,001~6 萬	56	3.808	0.730					
		3.60,001~8 萬	74	3.651	0.677					
		4.80,001~10 萬	81	3.865	0.623					
		5.100,001~12 萬	68	3.877	0.721					
		6.120,001 以上	74	3.821	0.695					

註：***表示 P<0.001，**表示 P<0.01，*表示 P<0.05

資料來源：本研究整理

七、不同露營年資露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析

由表 4.13 顯示，在不同露營年資露營旅遊者對涉入程度與心流體驗等構面進行變異數同質性檢定(Levene/P 值)、ANOVA 單因子變異數分析。分析如下：

在涉入程度變項「吸引力」，經由 Scheffe 法，事後多重比較得到 10 年以上、7~9 年、4~6 年、1~3 年露營旅遊者皆大於少於 1 年露營旅遊者。「生活型態中心性」、「自我表現」、「涉入程度總平均」變項皆得到 10 年以上、4~6 年、1~3 年露營旅遊者皆大於少於 1 年露營旅遊者。顯示對露營旅遊活動有較高的年資者相對於少於 1 年的年資者具有較高的吸引力，露營活動在生活中也佔有較高比重，對露營活動的表現也較具信心，同時也擁有較高的涉入程度。

在心流體驗變項的「前置條件」經由 Scheffe 法，事後多重比較得到 10 年以上、7~9 年、4~6 年、1~3 年露營旅遊者皆大於少於 1 年露營旅遊者。「特徵項」變項得到 10 年以上、4~6 年、1~3 年露營旅遊者皆大於少於 1 年露營旅遊者。顯示對露營旅遊活動有較高的年資者相對於少於 1 年的年資者較常在露營活動中產生心流體驗。「經驗的結果」、「心流體驗總平均」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，「經驗的結果」得到 10 年以上、4~6 年、1~3 年露營旅遊者皆大於少於 1 年露營旅遊者。「心流體驗總平均」得

到 10 年以上、4~6 年、1~3 年露營旅遊者皆大於少於 1 年露營旅遊者以及 10 年以上大於 1~3 年露營旅遊者。

表 4.13 不同露營年資露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表

變構項	構面	露營年資	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)		事後比較 (平均差異)
涉入程度	吸引力	1.少於 1 年	98	3.445	0.787	1.651	0.161	14.699***	0.000	2>1(.566*)
		2.1~3 年	162	4.011	0.660					3>1(.711*)
		3.4~6 年	64	4.156	0.592					4>1(.635*)
		4.7~9 年	14	4.080	0.898					5>1(.690*)
		5.10 年以上	38	4.135	0.738					(Scheffe)
	生活中心性	1.少於 1 年	98	2.986	0.814	0.747	0.561	13.157***	0.000	2>1(.630*)
		2.1~3 年	162	3.616	0.756					3>1(.682*)
		3.4~6 年	64	3.668	0.700					5>1(.741*)
		4.7~9 年	14	3.634	0.959					(Scheffe)
		5.10 年以上	38	3.727	0.821					
	自我表現	1.少於 1 年	98	3.138	0.844	0.605	0.659	8.519***	0.000	2>1(.462*)
		2.1~3 年	162	3.600	0.847					3>1(.451*)
		3.4~6 年	64	3.589	0.717					5>1(.827*)
		4.7~9 年	14	3.643	0.933					(Scheffe)
		5.10 年以上	38	3.965	0.840					
	涉入總平均	1.少於 1 年	98	3.194	0.755	1.090	0.361	13.743***	0.000	2>1(.561*)
		2.1~3 年	162	3.755	0.691					3>1(.630*)
		3.4~6 年	64	3.824	0.593					5>1(.746*)
		4.7~9 年	14	3.799	0.891					(Scheffe)
		5.10 年以上	38	3.940	0.758					
心流體驗	前置條件	1.少於 1 年	98	3.252	0.808	2.277	0.061	16.349***	0.000	2>1(.502*)
		2.1~3 年	162	3.754	0.720					3>1(.738*)
		3.4~6 年	64	3.990	0.742					4>1(.760*)
		4.7~9 年	14	4.012	1.065					5>1(.972*)
		5.10 年以上	38	4.224	0.629					(Scheffe)
	特徵項	1.少於 1 年	98	3.516	0.836	1.535	0.191	9.520***	0.000	2>1(.366*)
		2.1~3 年	162	3.883	0.668					3>1(.452*)
		3.4~6 年	64	3.969	0.702					5>1(.757*)
		4.7~9 年	14	4.143	0.889					(Scheffe)
		5.10 年以上	38	4.274	0.614					

表 4.13 不同露營年資露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表(續)

變構項	露營面	年資	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)
心流體驗	經驗的結果	1.少於1年	98	3.469	0.780	2.958	0.020	組別不同質	2>1(.420*) 3>1(.435*) 5>1(.671*) (Tamhane)
		2.1~3年	162	3.889	0.635				
		3.4~6年	64	3.905	0.562				
		4.7~9年	14	3.960	0.927				
		5.10年以上	38	4.140	0.749				
	心流總平均	1.少於1年	98	3.416	0.749	2.746	0.028	組別不同質	2>1(.431*) 3>1(.530*) 5>1(.783*) 5>2(.352*) (Tamhane)
		2.1~3年	162	3.847	0.603				
		3.4~6年	64	3.946	0.571				
		4.7~9年	14	4.021	0.939				
		5.10年以上	38	4.199	0.622				

註：***表示 P<0.001，**表示 P<0.01，*表示 P<0.05

資料來源：本研究整理

八、不同露營頻率露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析

由表 4.14 顯示，在不同露營頻率露營旅遊者對涉入程度與心流體驗等構面進行變異數同質性檢定(Levene/P 值)、ANOVA 單因子變異數分析。分析如下：

在涉入程度變項「自我表現」，經由 Scheffe 法，事後多重比較得到每月 2~3 次露營旅遊者大於每季 1~2 次、每年 1~2 次露營旅遊者。顯示對露營旅遊活動進行頻率越高者相對於進行頻率較低者具有較高的成就感。「吸引力」、「生活型態的中心性」、「涉入程度總平均」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，「吸引力」得到每月 2~3 次露營旅遊者大於每月 1 次、每季 1~2

次、每年 1~2 次露營旅遊者。「生活型態中心性」、「涉入總平均」皆得到每月 2~3 次、每月 1 次露營旅遊者皆大於每季 1~2 次、每年 1~2 次露營旅遊者及每季 1~2 次露營旅遊者大於每年 1~2 次露營旅遊者。顯示對露營旅遊活動進行頻率越高者相對於進行頻率較低者具有較高的涉入程度。

在心流體驗變項「經驗的結果」，經由 Scheffe 法，事後多重比較得到每月 2~3 次、每月 1 次、每季 1~2 次露營旅遊者皆大於每年 1~2 次露營旅遊者。顯示對露營旅遊活動進行頻率越高者相對於進行頻率較低者具有較美好的活動體驗。「前置條件」、「特徵項」、「心流體驗總平均」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，「前置條件」得到每月 1 次露營旅遊者大於每季 1~2 次露營旅遊者，每季 1~2 次露營旅遊者大於每年 1~2 次露營旅遊者。「特徵項」得到每月 1 次、每季 1~2 次露營旅遊者皆大於每年 1~2 次露營旅遊者。「心流總平均」得到每月 2~3 次、每月 1 次、每季 1~2 次露營旅遊者皆大於每年 1~2 次露營旅遊者及每月 1 次露營旅遊者大於每季 1~2 次露營旅遊者。顯示對露營旅遊活動進行頻率越高者相對於進行頻率較低者具有較高心流體驗產生。

表 4.14 不同露營頻率露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表

變構項	面	露營頻率	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)	
涉入程度	吸引力	1.每月 2~3 次	26	4.370	0.734	5.476	0.001	組別不同質	1>2(.108*)	
		2.每月 1 次	79	4.263	0.598				1>3(.320*)	
		3.每季 1~2 次	99	4.051	0.538				1>4(.787*)	
		4.每年 1~2 次	172	3.583	0.790				(Tamhane)	
	生活中心性	1.每月 2~3 次	26	4.115	0.862	3.988	0.008	組別不同質	1>3(.511*)	
		2.每月 1 次	79	3.967	0.643				1>4(1.043*)	
		3.每季 1~2 次	99	3.605	0.641				2>3(.362*)	
		4.每年 1~2 次	172	3.072	0.785				2>4(.895*)	
	自我表現	1.每月 2~3 次	26	4.103	0.724	1.378	0.249	11.913***	0.000	1>3(.559*)
		2.每月 1 次	79	3.793	0.777					1>4(.819*)
		3.每季 1~2 次	99	3.544	0.745					(Scheffe)
		4.每年 1~2 次	172	3.284	0.902					
	涉入總平均	1.每月 2~3 次	26	4.205	0.737	3.898	0.009	組別不同質	1>3(.454*)	
		2.每月 1 次	79	4.027	0.622				1>4(.889*)	
		3.每季 1~2 次	99	3.750	0.562				2>3(.277*)	
		4.每年 1~2 次	172	3.316	0.762				2>4(.712*)	
心流體驗	前置條件	1.每月 2~3 次	26	4.006	0.918	4.999	0.002	組別不同質	2>3(.346*)	
		2.每月 1 次	79	4.027	0.744				3>4(.469*)	
		3.每季 1~2 次	99	3.682	0.638				(Tamhane)	
		4.每年 1~2 次	172	3.558	0.871					
	特徵項	1.每月 2~3 次	26	4.046	0.778	3.606	0.014	組別不同質	2>4(.450*)	
		2.每月 1 次	79	4.104	0.663				3>4(.288)	
		3.每季 1~2 次	99	3.941	0.595				(Tamhane)	
		4.每年 1~2 次	172	3.654	0.828					
	經驗的結果	1.每月 2~3 次	26	4.081	0.670	2.010	0.112	12.213***	0.000	1>4(.491*)
		2.每月 1 次	79	4.093	0.611					2>4(.503*)
		3.每季 1~2 次	99	3.897	0.560					3>4(.307*)
		4.每年 1~2 次	172	3.590	0.782					(Scheffe)
	心流總平均	1.每月 2~3 次	26	4.050	0.734	3.768	0.011	組別不同質	1>4(.454*)	
		2.每月 1 次	79	4.076	0.607				2>3(.233*)	
		3.每季 1~2 次	99	3.843	0.515				2>4(.480*)	
		4.每年 1~2 次	172	3.596	0.761				3>4(.247*)	
(Tamhane)										

註：***表示 P<0.001，**表示 P<0.01，*表示 P<0.05

資料來源：本研究整理

九、不同累積花費露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析

由表 4.15 顯示，在不同累積花費露營旅遊者對涉入程度與心流體驗等構面進行變異數同質性檢定(Levene/P 值)、ANOVA 單因子變異數分析。分析如下：

在涉入程度變項「生活型態中心性」，經由 Scheffe 法，事後多重比較得到累積花費 200,001 以上、150,001~20 萬、100,001~15 萬、50,001~10 萬、10,001~5 萬露營旅遊者大於累積花費 1 萬元(含)以下露營旅遊者。「自我表現」變項得到累積花費 50,001~10 萬露營旅遊者大於累積花費 1 萬元(含)以下露營旅遊者。「涉入程度總平均」變項得到累積花費 200,001 以上、150,001~20 萬、100,001~15 萬、50,001~10 萬露營旅遊者大於累積花費 1 萬元(含)以下露營旅遊者。「吸引力」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，「吸引力」得到除 100,001~15 萬外，其它累積花費露營旅遊者皆大於 1 萬元(含)以下露營旅遊者，同時累積花費 50,001~10 萬露營旅遊者又大於累積花費 10,001~5 萬露營旅遊者。顯示對露營旅遊活動累積花費越高者相對於累積花費較低者，露營活動在生活中佔有較高比重，同時也擁有較高的涉入程度。

在心流體驗變項「特徵項」，經由 Scheffe 法，事後多重比較得到累積

花費 50,001~10 萬露營旅遊者大於累積花費 1 萬元(含)以下露營旅遊者。顯示對露營旅遊活動累積花費越高者相對於累積花費較低者更能專注在活動上、並更能掌握活動的進行。「前置條件」、「經驗的結果」、「心流體驗總平均」變項因 Levene 統計量之顯著性 P 值小於 0.05，顯示組別不同質，故進一步以 Tamhane 法進行事後比較，「前置條件」得到累積花費 50,001~10 萬露營旅遊者大於累積花費 10,001~5 萬及 1 萬元(含)以下露營旅遊者，同時累積花費 10,001~5 萬露營旅遊者又大於累積花費 1 萬元(含)以下露營旅遊者。「經驗的結果」得到累積花費 50,001~10 萬露營旅遊者大於累積花費 10,001~5 萬及 1 萬元(含)以下露營旅遊者，同時累積花費 150,001~20 萬露營旅遊者又大於累積花費 1 萬元(含)以下露營旅遊者。「心流總平均」得到累積花費 50,001~10 萬露營旅遊者大於累積花費 10,001~5 萬及 1 萬元(含)以下露營旅遊者。顯示對露營旅遊活動累積花費較高者相對於累積花費較低者具有較高心流體驗產生。

表 4.15 不同累積花費露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表

變項	構面	累積 花費	個 數	平 均 數	標 準 差	變異數同質性 檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)	事後比較 (平均差異)
涉 入 程 度	吸 引 力	1.1 萬元(含)以下	112	3.545	0.855	3.532	0.004	組別不同質	6 > 1(.640*)
		2.10,001~5 萬	132	3.899	0.590				5 > 1(.839*)
		3.50,001~10 萬	67	4.278	0.585				3 > 2(.379*)
		4.100,001~15 萬	29	3.991	0.781				3 > 1(.733*)
		5.150,001~20 萬	15	4.383	0.542				2 > 1(.354*)
		6.200,001 以上	21	4.185	0.792				(Tamhane)

表 4.15 不同累積花費露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析表(續)

變項	構面	累積 花費	個 數	平 均 數	標 準 差	變異數同質性 檢定 (Levene/P 值)		ANOVA (F 值/P 值)		事後比較 (平均差異)
涉入程度	生活中心性	1.1 萬元(含)以下	112	3.050	0.813	2.023	0.075	15.714***	0.000	2 > 1(.361*)
		2.10,001~5 萬	132	3.411	0.680					3 > 1(.881*)
		3.50,001~10 萬	67	3.931	0.671					4 > 1(.670*)
		4.100,001~15 萬	29	3.720	0.934					5 > 1(.908*)
		5.150,001~20 萬	15	3.958	0.744					6 > 1(.908*)
		6.200,001 以上	21	3.958	0.872					(Scheffe)
	自我表現	1.1 萬元(含)以下	112	3.299	0.898	0.521	0.760	4.586***	0.000	3 > 1(.502*)
		2.10,001~5 萬	132	3.436	0.796					(Scheffe)
		3.50,001~10 萬	67	3.801	0.835					
		4.100,001~15 萬	29	3.638	0.880					
		5.150,001~20 萬	15	3.900	0.645					
		6.200,001 以上	21	3.825	0.886					
	涉入總平均	1.1 萬元(含)以下	112	3.298	0.796	1.729	0.127	11.990***	0.000	3 > 1(.724*)
		2.10,001~5 萬	132	3.595	0.613					4 > 1(.498*)
		3.50,001~10 萬	67	4.022	0.640					5 > 1(.799*)
		4.100,001~15 萬	29	3.796	0.821					6 > 1(.706*)
		5.150,001~20 萬	15	4.097	0.577					(Scheffe)
		6.200,001 以上	21	4.004	0.820					
心流體驗	前置條件	1.1 萬元(含)以下	112	3.445	0.874	2.642	0.023	組別不同質		3 > 2(.301*)
		2.10,001~5 萬	132	3.749	0.686					3 > 1(.605*)
		3.50,001~10 萬	67	4.050	0.664					2 > 1(.304*)
		4.100,001~15 萬	29	3.695	1.037					(Tamhane)
		5.150,001~20 萬	15	3.856	0.904					
		6.200,001 以上	21	3.897	0.842					
	特徵項	1.1 萬元(含)以下	112	3.680	0.868	1.494	0.191	3.346**	0.006	3 > 1(.418*)
		2.10,001~5 萬	132	3.811	0.652					(Scheffe)
		3.50,001~10 萬	67	4.099	0.668					
		4.100,001~15 萬	29	3.855	0.850					
		5.150,001~20 萬	15	4.107	0.599					
		6.200,001 以上	21	4.038	0.763					
經驗的結果	1.1 萬元(含)以下	112	3.574	0.845	2.797	0.017	組別不同質		5 > 1(.514*)	
	2.10,001~5 萬	132	3.790	0.578					3 > 2(.293*)	
	3.50,001~10 萬	67	4.083	0.621					3 > 1(.509*)	
	4.100,001~15 萬	29	3.843	0.829					(Tamhane)	
	5.150,001~20 萬	15	4.089	0.408						
	6.200,001 以上	21	4.085	0.673						
心流總平均	1.1 萬元(含)以下	112	3.562	0.801	2.449	0.034	組別不同質		3 > 2(.294*)	
	2.10,001~5 萬	132	3.783	0.555					3 > 1(.515*)	
	3.50,001~10 萬	67	4.077	0.600					(Tamhane)	
	4.100,001~15 萬	29	3.802	0.833						
	5.150,001~20 萬	15	4.023	0.543						
	6.200,001 以上	21	4.017	0.710						

註：***表示 P<0.001，**表示 P<0.01，*表示 P<0.05

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

5.1 結論

本研究之主要目的在探討露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之典型相關性。藉由目前最熱門的露營旅遊活動，深入探討露營旅遊者的涉入程度與心流體驗現況，進而瞭解涉入程度與心流體驗之相關性。經問卷調查後有效樣本數為 376 份。本章就歸納統計資料分析，將結果與發現提出具體可行之建議，提供政府與民間社團在推動露營旅遊活動規劃之參考。依本研究之研究目的做出結論如下：

一、探討露營旅遊者涉入程度之情形

在本研究的分析結果顯示，露營旅遊者都有中等程度以上的涉入程度。露營旅遊者的涉入程度主要來自「吸引力」構面，其中的露營可以使我親近自然、露營可以讓我放鬆心情，紓解壓力、露營可以增進我與家人、朋友間的情感，更是所有涉入程度構面的前三排名。由此可知露營活動吸引人之處在於能提供人們接近自然的機會，並提供使人放鬆身心、紓解壓力的環境，同時又能創造家人、朋友相處的時光，增進情感。

二、探討露營旅遊者心流體驗之情形

在本研究的分析結果顯示，露營旅遊者都有中等程度以上的心流體驗。而露營旅遊者的心流體驗主要來自「經驗的結果」構面中的我覺得我

在露營時，很享受當時的情景，和「特徵項」構面中露營時，遇到新的事物，我會樂於去嘗試，以及「前置條件」構面中在露營前，我清楚我去露營的目的。由此可知在露營前越能瞭解從事露營的目的，露營中能遇到越多新奇的事物，露營後能感受到越美好的經驗，這些都能增進心流體驗的產生。

三、探討不同人口背景變項露營旅遊者之涉入程度與心流體驗之差異性

- 1.不同性別露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度及涉入程度「吸引力」、「生活型態的中心性」構面上；心流體驗及心流體驗「前置條件」、「特徵項」構面上，男性和女性有顯著差異，男性皆較女性為高。
- 2.是否參與社團露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，不論在涉入程度或心流體驗各構面，有參與社團露營旅遊者和無參與社團露營旅遊者，皆有顯著差異，有參與社團者皆較無參與社團者為高。
- 3.不同年齡露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度及涉入程度「吸引力」、「生活型態的中心性」構面上，31~40歲和51歲以上有顯著差異，31~40歲較51歲以上為高。
- 4.露營旅遊者婚姻狀況對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度和心流體驗上，皆無顯著差異。

- 5.不同教育程度露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度和心流體驗上，皆無顯著差異。
- 6.不同職業露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度「吸引力」構面上，工商服務業及其他行業和退休人員有顯著差異，工商服務業及其他行業較退休人員為高。
- 7.不同個人收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度和心流體驗上，皆無顯著差異。
- 8.不同家庭收入露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度和心流體驗上，皆無顯著差異。
- 9.不同露營年資露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度及心流體驗各構面上有顯著差異，露營年資高者皆較少於1年者為高。
- 10.不同露營頻率露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度及心流體驗各構面上有顯著差異，露營頻率高者皆較每年1~2次者為高。
- 11.不同累積花費露營旅遊者對涉入程度與心流體驗差異分析結果發現，在涉入程度及心流體驗各構面上有顯著差異，累積花費高者皆較累積花費1萬元(含)以下者為高。

四、探討露營旅遊者涉入程度與心流體驗典型相關性

本研究利用典型相關分析探討露營旅遊者涉入程度與心流體驗兩變項之間的相互關係。結果發現兩組變項之間共有二對典型相關組合如下：

1.第一對典型相關顯示自變項(涉入程度)之「吸引力」、「生活型態的中心性」、「自我表現」跟依變項(心流體驗)之「前置條件」、「特徵項」、「經驗的結果」有典型相關之關係，解釋變異量最高，影響最大，呈正相關。結果發現露營旅遊者的涉入程度(吸引力、生活型態的中心性、自我的表現)越高，就會產生越高的心流體驗(前置條件、特徵項、經驗的結果)。

2.第二對典型相關顯示自變項(涉入程度)之「自我表現」跟依變項(心流體驗)「前置條件」有典型相關之關係，解釋變異量較少，呈正相關。結果發現露營旅遊者的自我表現越高，對再從事露營活動的前置條件越高。

五、建議政府或民間社團規劃露營活動參考

涉入程度對心流體驗的產生是一個重要的因素，露營活動規劃者如何提升露營旅遊者的涉入程度以增進心流體驗的產生，根據研究資料分析結果有建議如下：

1.露營活動最吸引露營旅遊者的原因在於能親近大自然，臺灣擁有美麗的自然景色，若能善加利用，各露營區營造出各自不同的景觀特色，定能提升對露營旅遊者的吸引力。

2.在露營旅遊者的涉入程度及心流體驗上，男性明顯高於女性。這應和露營是戶外活動，基礎設施較為簡陋，對女性較不便利有關，若能建構對女性較友善之環境，減少女性不便利之因素，定能提升女性對露營活動的喜愛。

3.增進家人、朋友間感情，也是露營活動受人歡迎之處。因此露營活動規劃者，若能在露營活動中安排能增進情感的親子活動，定能更受家庭式露營者的歡迎。

5.1.1 研究假說檢定

根據研究目的與研究結果，將其分析歸納得到假說檢定，分述如下：

H1: 不同背景變項的露營旅遊者之涉入程度有顯著差異。是部分成立的。

本研究分析結果得知，如表 4.16

表 4.16 研究假說 1 結果檢定表

研究假說	檢定結果
H1.1 露營旅遊者性別對涉入程度有顯著差異	部分成立
H1.2 露營旅遊者是否參與社團對涉入程度有顯著差異	成立
H1.3 不同年齡露營旅遊者對涉入程度有顯著差異	部分成立
H1.4 露營旅遊者婚姻狀況對涉入程度有顯著差異	不成立
H1.5 不同教育程度露營旅遊者對涉入程度有顯著差異	不成立

表 4.16 研究假說 1 結果檢定表(續)

研究假說	檢定結果
H1.6 不同職業露營旅遊者對涉入程度有顯著差異	部分成立
H1.7 不同個人收入露營旅遊者對涉入程度有顯著差異	不成立
H1.8 不同家庭收入露營旅遊者對涉入程度有顯著差異	不成立
H1.9 不同露營年資露營旅遊者對涉入程度有顯著差異	成立
H1.10 不同露營頻率露營旅遊者對涉入程度有顯著差異	成立
H1.11 不同累積花費露營旅遊者對涉入程度有顯著差異	成立

H2: 不同背景變項的露營旅遊者之心流體驗有顯著差異。是部分成立的。

本研究分析結果得知，如表 4.17

表 4.17 研究假說 2 結果檢定表

研究假說	檢定結果
H2.1 露營旅遊者性別對心流體驗有顯著差異	部分成立
H2.2 露營旅遊者是否參與社團對心流體驗有顯著差異	成立
H2.3 不同年齡露營旅遊者對心流體驗有顯著差異	不成立
H2.4 露營旅遊者婚姻狀況對心流體驗有顯著差異	不成立
H2.5 不同教育程度露營旅遊者對心流體驗有顯著差異	不成立

表 4.17 研究假說 2 結果檢定表(續)

研究假說	檢定結果
H2.6 不同職業露營旅遊者對心流體驗有顯著差異	不成立
H2.7 不同個人收入露營旅遊者對心流體驗有顯著差異	不成立
H2.8 不同家庭收入露營旅遊者對心流體驗有顯著差異	不成立
H2.9 不同露營年資露營旅遊者對心流體驗有顯著差異	成立
H2.10 不同露營頻率露營旅遊者對心流體驗有顯著差異	成立
H2.11 不同累積花費露營旅遊者對心流體驗有顯著差異	成立

H3：露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之間有典型相關性。是成立的。

由表 4.4 及圖 4.1 分析的結果，得知

兩組變項之間共有二對典型相關組合，第一對典型相關係數為 0.844，第二對典型相關係數為 0.174。就第一對典型相關係數而言，涉入程度的三個變項可以被典型因素 η^1 解釋的變異 88.828%，而重疊百分比為 59.714%。就第二對典型相關係數而言，心流體驗的三個變項可以被典型因素 η^2 解釋的變異為 8.463%，而重疊百分比為 0.255%，皆達顯著水準。

5.2 建議

一、針對本研究結果提出以下建議：

根據研究發現與結論，提出以下建議：

1.善用各露營景點獨特之自然景色，提供露營旅遊者接近自然的機會。

根據差異分析發現露營旅遊者的涉入程度，以「露營可以使我親近自然」最高，可知露營活動最吸引露營旅遊者之處在於能提供接近大自然的機會。加上台灣擁有許多美麗的自然景色，若能善用這些優勢，發展出各自不同的自然景觀，定能吸引更多露營者前來。

2.改善露營營區基礎設施，建構對女性露營旅遊者更友善及便利的環境。

根據分析結果發現露營旅遊者的涉入程度及心流體驗，男性明顯高於女性。若能改善基礎設施，減少女性露營旅遊者的不便，定能提升女性對露營活動的參與意願及喜愛。

3.鼓勵露營旅遊者參與相關社團。露營旅遊能提供親人、朋友間聯繫情感的

管道，若能鼓勵露營旅遊者踴躍加入相關社團，透過人際關係的互動，增加社團的凝聚力，提升再從事露營旅遊活動的意願。

二、針對未來研究之建議：

1.研究工具之強化

本研究在設計問卷時，並未將露營的型態與活動內容列入討論範圍，因此無法探討不同的露營型態或活動內容是否會有不同的結果。露營活動型態，種類繁多，每位露營旅遊者喜好的活動內容亦不盡相同，而這些

差異對於露營旅遊者之涉入程度或心流體驗是否會產生影響也是值得研究的課題。

2.研究方法的增加

本研究是以問卷做為研究工具，研究主要採量化的方式。此方式能從問卷調查中瞭解露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之相關性，但無法對於兩者之間有更深入的瞭解。因此若能兼採質化的方式，透過深入訪談、觀察輔以不足之處，也可使後續研究更臻完善。



參考文獻

一、中文部分：

- 1.王淑真，(2012)，家庭露營阻礙和環境屬性偏好關係之研究，逢甲大學景觀與遊憩學系碩士論文。
- 2.交通部觀光局，(2018)，露營專區網頁。取自
<https://www.taiwan.net.tw/m1.aspx?sno=0024672>
- 3.朱琬琇，(2012)，澎湖縣社區大學學員休閒知覺自由、休閒涉入對休閒效益之影響（未出版之碩士論文）國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文，澎湖縣。
- 4.呂慧珊，(2006)，心流體驗與其前因對創造力的影響。國立中正大學企業管理所博士論文。
- 5.呂佳茹、劉佳哲、張碧峰、郭昱洵，(2013)，乙組網球選手之內在休閒動機與認真休閒特質對休閒涉入及休閒滿意度之研究—以全國大專院校為例。運動休閒餐旅研究，8(2)，141-159。
- 6.李孟佺，(2017)，宜蘭縣國小教師參與休閒運動涉入程度與休閒效益之研究，國立東華大學體育與運動科學系碩士論文
- 7.紀光慎，(1993)，露營旅遊在台灣，戶外遊憩研究，6(1/2)，137-145。
- 8.吳雅雯，(2017)，露營活動休閒參與動機與幸福感之研究，康寧大學休閒管理研究所碩士論文。

- 9.吳炘儒，(2009)，登山健行者活動涉入程度、心流體驗與地方依戀關係之研究，國立屏東科技大學景觀暨遊憩管理研究所碩士論文。
- 10.林妙冠，(2003)，網路學習者之電腦自我效能於數位學習滿意度與使用意願關聯性研究——以神迷經驗為中介變數。大葉大學資訊管理學系碩士論文。
- 11.林靜宜，(2007)，創作動機、沉浸體驗對個人創意表現、創意滿意度、再創作意圖之影響。國立高雄大學經濟管理研究所碩士論文。
- 12.林怡萍，(2015)，家庭露營者親子關係、情緒智力與幸福感之關係研究，聖約翰科技大學工業工程與管理系碩士論文。
- 13.官素珍，(2008)，露營者遊憩動機、持續涉入與休閒效益關係之研究，私立南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 14.胡德旺，(2013)，青少年參與露營休閒活動之學習成效、活動滿意度與活動忠誠度，南華大學旅遊管理學系碩士論文。
- 15.柯虹仔，(2014)，路跑活動參與者活動涉入、心流體驗、知覺價值與行為意圖間之關係，國立嘉義大學觀光休閒管理研究所碩士論文。
- 16.涂繼元，(2011)，登山自行車騎乘者休閒參與動機、休閒涉入和心流體驗關係之研究，中國文化大學觀光事業學系碩士論文。
- 17.教育部，(2018)，重編國語辭典修訂本。取自
<http://dict.revised.moe.edu.tw/cgi->

- 18.許允俐，(2010)，自行車隊成員參與動機、持續涉入與休閒滿意度之研究，大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 19.陳盛雄，(2001)，現代臺灣露營活動之發展與露營地周邊環境之相關研究，日本東京農業大學地域環境學陸觀光休閒研究所未出版之博士論文。
- 20.陳盛雄，(2008)，露營教育與輔導研究（未出版碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 21.陳盛雄，(2009)，現代臺灣露營活動發展過程之研究，臺灣師範大學公民教育與活動領導學系未出版手稿。
- 22.陳品君，(2016)，露營活動的休閒動機、涉入程度對體驗價值與休閒效益之探討—以裝備支出為干擾變數，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 23.陳淑娟，(2011)，童軍活動參與者參與動機、休閒涉入與心流體驗關係之研究—以南投縣為例，大葉大學管理學院碩士論文。
- 24.陳玟陵，(2013)，家庭露營者休閒參與動機、休閒效益與生活滿足感之研究，2012 國際體育運動與健康休閒發展趨勢研討會專刊。
- 25.陳玟榆，(2007)，影響志願服務者心流體驗與組織承諾因素之研究——以台中縣立港區藝術中心為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論

文。

- 26.陳庭君，(2017)，高雄市銀髮族休閒運動涉入程度、心流體驗與自我價值之研究，國立屏東大學體育學系碩士論文。
- 27.陳雅惠，(2017)，登山活動涉入、心流體驗與生活品質之研究—以雪山登山者為例，大葉大學運動健康管理學系碩士論文。
- 28.陳秀娟(譯)，(1998)，生命的心流：追求忘我專注得圓融生活(原作者：M.Csikszentmihalyi)。臺北市：天下遠見。(原著出版年：1997)
- 29.馮育豪，(2014)，網球參與者休閒涉入、流暢體驗與運動幸福感知研究，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 30.曹正、李瑞瓊，(1989)，觀光地區遊憩活動設施規畫設計準則研究報告，台北市：交通觀光局。
- 31.張定綺(譯)，(1993)，Csikszentmihalyi 著，快樂從心開始。台北：天下文化。
- 32.張良漢、蘇士博、王瑋琴，(2006)，不同活動涉入程度對地方依戀之研究。運動休閒管理學報，3 (2)， 1-18.
- 33.張月玲，(2008)，家庭露營者休閒參與動機、持續涉入與休閒效益之相關研究，私立中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文。
- 34.曾鈺倫，(2014)。觀眾涉入程度、知覺價值與行為意圖關係之研究-以

- 「逆轉勝：臺灣棒球特展」為例（未出版碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 35.黃純湘，(2014)，健走旅遊之休閒涉入、休閒效益與再遊意願(未出版碩士論文。臺北市，臺北市立大學。
- 36.傅惠蘭，(2005)，露營動機的方法目的鏈結模式之研究—以龍門露營區家庭遊客為例。未出版之碩士論文，台北市，世新大學觀光研究所。
- 37.楊純青、陳祥，(2006)，網路心流經驗研究中之挑戰：從效度觀點進行檢視與回顧。資訊社會研究，11，145-176。
- 38.鄭家榆，(2012)，銀髮族休閒參與動機、涉入程度對心流體驗與幸福感之影響—以休閒阻礙為干擾，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。
- 39.蕭祐詠，(2016)，休閒涉入與心流體驗之關係：兼論投入之中介角色，國立嘉義大學行銷與觀光管理學系研究所碩士論文。
- 40.戴有德、陳冠仰、李素馨，(2008)，遊憩涉入、場所依賴與場所認同因果關係之研究：以東豐綠色走廊遊憩自行車使用者為例，戶外遊憩研究，21(4)，27-57，中華民國戶外遊憩學會出版。
- 41.簡名佐，(2012)，露營者的情境涉入與遊憩體驗關係之研究，東海大學景觀學系碩士論文。

42.簡維民，(2016)，旅遊攝影者的認知程度、涉入程度、心流體驗與意象作品呈現之關係研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。

43.蘇玩樺，(2017)，露營者遊憩動機和基地屬性關係之研究，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。

二、英文部分：

1.Csikszentmihalyi, M. & Csikszentmihalyi, I. (1988), Introduction to part IV. In M.Csikszentmihalyi & I. S. Csikszentmihalyi, (Eds.), Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness. N.Y: Cambridge University Press.

2.Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal Experience in Work and Leisure. Journal of Personality and Social Psychology, 56, 815-823.
Csikszentmihalyi, M. (1990). Flow : The psychology of optimal experience. New York: Harper & Row.

3.Clarke, G.S., & Haworth, T.J. (1994). Flow experience in the daily lives of sixth-form college students. British Journal of Psychology, 85, 511-523.

4.Chen, H. , Wigand, T. R. & Nilan, S. M. (1999). Optimal experience of web activities . Computers in Human Behavior, 15, 585~608.

5.Day, G. S. (1970). Buying attitude and brand choice. New York, NY: The Free Press.

6.Dimanche, F., Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1991). Testing the involvement profile scale in the context of selected recreational and tourist activities. Journal of Leisure Research, 23, 51-66.

7.Engel, J. F. & Blackwell, R. D. (1982). Consumer Behavior (4th ed.).

New York: The Dryden Press.

8. Gunter, B., & Gunter, N. C. (1980). Leisure styles: A conceptual framework for modern leisure. Sociological Quarterly, 21(3), 361-374.
9. Ghani, A. J., & Deshpande, P. S. (1994). Task characteristics and the experience of optimal flow in human-computer interaction. The Journal of Psychology, 128(4): 381-391.
10. Gursoy, D., & Gavcar, E. (2003). International leisure tourists' involvement profile. Annals of Tourism Research, 30(4), 906-926.
11. Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). Proposition for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts. Leisure Sciences, 12, 179-195.
12. Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1997). Leisure involvement revisited: Conceptual conundrums and measurement advances. Journal of Leisure Research, 29, 245-278.
13. Human Kinetic. Kyle, G., & Chick, G. (2002). The social nature of leisure involvement. Journal of Leisure Research, 34, 426-448.
14. Huang, M. H. (2006). Flow, enduring, and situational involvement in the Web environment: A tripartite second order examination. Psychology And Marketing, 23(5), 383-411.
15. Jackson, S. A., & Csikszentmihalyi, M. (1999). Flow in Sports. Champaign.
16. Kim, S., Scott, D., & Crompton, J. L. (1997). An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intention in the context of birdwatching. Journal of Leisure Research, 29(3), 320-341.

17. Kyle, G., Graefe, A. R., Manning, R., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian Trail. Journal of Leisure Research, 35(3), 249-273.
18. Mitchell, A.A. (1981). The dimensions of advertising involvement. Advances in Consumer Research, 8, 25-30
19. McIntyre, N. (1989). The personal meaning of participation: Enduring involvement. Journal of leisure research, 21(2), 167-179.
20. Mittal, M. (1989). Measuring purchase-decision involvement profiles. Psychology & Marketing, 6(2)147-162.
21. McIntyre, N., & Pigram, J. J. (1992). Recreational Specialization Reexamined: The case of Vehicle-Based Campers. Leisure Sciences, 14, 3-15.
22. Moneta, G. B., & Csikszentmihalyi, M. (1996). The effect of Perceived challenges and skills on the quality of subjective experience. Journal of Personality, 64(2), 275-310.
23. Novak, P. T., & Hoffman, L. D. (1997). Measuring the flow experience among web users. [Interval Research Corporation].
24. Novak, T., Hoffman, D., & Young, Y. (1998). Measuring the Flow Construct in Online Environments: A Structural Modeling Approach, Working Paper, Owen Graduate School of Management, Vanderbilt University.
25. Rothschild, M. L. (1984). Perspectives on involvement: current problems and directions. Advances in Consumer Research, 11, 216-217.
26. Sherif, M., & Cantril, H. (1947). The Psychology of Ego-involvement. New York: John Wiley and Sons, Inc.

27. Stone, R. N. (1984). The marketing characteristics of involvement. Advances in Consumer Research, 11, 210-215.
28. Selin, S., & Howard, D. (1988). Ego involvement and leisure behavior: a conceptual specification. Journal of Leisure Research, 20, 237-244.
29. Wiely, C. E., Shaw, S., & Havitz, M. E. (2000). men and women's involvement in sport : an examination of the gender aspects of leisure involvement. Leisure Sciences, 22, 19-31
30. Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. Journal of Consumer Research, 12(3), 341-352.



附錄 正式問卷

您好：

非常感謝您協助配合填寫本問卷，這是一份學術性的研究問卷，目的在瞭解露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之間的關係。本問卷採不記名方式，僅供學術研究之用，資料絕不公開或另作其他用途，請您安心填寫。懇請您耐心填寫每一個問題，您的意見對本研究十分重要，再次由衷感激您的熱心協助！

敬祝您 順心如意！

南華大學旅遊管理研究所

指導教授：于 健 博士

研究生：林谷恆 敬上

第一部分：個人基本資料

◎請根據您的個人實際情況，在方格內打「V」。

一、性別	<input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性
二、年齡	<input type="checkbox"/> 20歲以下 <input type="checkbox"/> 21~30歲 <input type="checkbox"/> 31~40歲 <input type="checkbox"/> 41~50歲 <input type="checkbox"/> 51歲以上
三、婚姻狀況	<input type="checkbox"/> 未婚 <input type="checkbox"/> 已婚 <input type="checkbox"/> 其他
四、教育程度	<input type="checkbox"/> 國小(含以下) <input type="checkbox"/> 國中 <input type="checkbox"/> 高中職 <input type="checkbox"/> 大專院校 <input type="checkbox"/> 研究所(含以上)
五、職業	<input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 軍公教人員 <input type="checkbox"/> 農漁牧業 <input type="checkbox"/> 家管 <input type="checkbox"/> 工商服務業 <input type="checkbox"/> 自由業 <input type="checkbox"/> 退休人員 <input type="checkbox"/> 其他
六、個人平均月收入	<input type="checkbox"/> 無固定收入 <input type="checkbox"/> 2萬元以下 <input type="checkbox"/> 20,001元~4萬元 <input type="checkbox"/> 40,001元~6萬元 <input type="checkbox"/> 60,001元~8萬元 <input type="checkbox"/> 80,001元以上
七、家庭平均月收入	<input type="checkbox"/> 4萬元以下 <input type="checkbox"/> 40,001元~6萬元 <input type="checkbox"/> 60,001元~8萬元 <input type="checkbox"/> 80,001元~10萬元 <input type="checkbox"/> 100,001元~12萬元

	<input type="checkbox"/> 120,001 元以上
八、露營年資	<input type="checkbox"/> 少於 1 年 <input type="checkbox"/> 1~3 年 <input type="checkbox"/> 4~6 年 <input type="checkbox"/> 7~9 年 <input type="checkbox"/> 10 年以上
九、過去一年參與露營活動的頻率	<input type="checkbox"/> 每月 2~3 次 <input type="checkbox"/> 每月 1 次 <input type="checkbox"/> 每季 1~2 次 <input type="checkbox"/> 每年 1~2 次
十、是否參加露營相關團體或組織，如協會、社團、俱樂部	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
十一、過去花費在露營裝備上的費用累積約有多少？（包括帳篷、睡墊、睡袋、天幕、客廳帳、露營炊事用具、燈具、車頂帳、露營拖車、露營車等，不包含露營場地租用費）	<input type="checkbox"/> 1 萬元(含)以下 <input type="checkbox"/> 10,001 元~50,000 元 <input type="checkbox"/> 50,001~100,000 元 <input type="checkbox"/> 100,001~150,000 元 <input type="checkbox"/> 150,001~200,000 元 <input type="checkbox"/> 200,001 元以上

第二部分：涉入程度	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
請您以自己 <u>露營旅遊的涉入程度</u> 為依據作答。					
我非常喜歡露營	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
對我而言，露營充滿了吸引力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
露營對我而言是非常重要的休閒活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
安排假期休閒，我會優先選擇露營活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
露營可以增進我與家人、朋友間的情感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
我樂於與朋友分享露營的經驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
露營可以使我親近自然	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
露營可以讓我放鬆心情，紓解壓力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

我的生活和露營是息息相關的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
我認為露營可以充實我的生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
露營是我生活中不可或缺的活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
我喜歡和同好討論露營相關訊息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
透過露營活動可以聯繫和朋友之間的感情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
露營是我家庭的主要休閒活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
露營能促進家庭生活的和諧氣氛	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
露營是我和家人之間聊天的話題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
在露營時，可以展現真實的自我	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
透過露營活動可以表現我的露營技巧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
透過露營活動使我更瞭解自己的能力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
參與露營活動，使我更肯定我自己	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
參與露營活動讓我很有成就感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
家人、朋友都樂於邀請我一起參與露營活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分：心流體驗		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
請您以自己 <u>露營旅遊的實際經驗與感受</u> 為依據作答。						
1	在露營前，我了解整個露營的程序	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	在露營前，我清楚我去露營的目的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	在露營前，我能對露營活動做好規劃	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	在露營前，我對自己的露營能力有信心	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	在露營前，我相信自己在露營時的表現會令人滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	在露營前我相信，我不需思考就可以做出正確的判斷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	在露營時，我會完全專注在活動上	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	在露營時，我會暫時忘卻日常繁雜瑣碎的事物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	在露營時，我能隨心所欲地展現自我	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	在露營時，遇到新的事物，我會樂於去嘗試	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11	在露營時，我能掌握活動的進行	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	我覺得我在露營時，達到忘我的境界	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	我覺得我在露營時，會忘卻性別、職業與年紀	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	我覺得我在露營時，感覺時間過得飛快	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	我覺得我在露營時，會忘記煩惱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	我覺得我在露營時，很享受當時的情景	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	我不在乎別人對我在露營時的評價、看法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	我不在乎別人對我投入時間或金錢在露營的看法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	我不擔心我在露營時的表現	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	露營總是讓我感受到美好的體驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

問卷結束，請再檢查是否有無漏答之處，十分感謝您的填答！

