

私 立 東 海 大 學  
景 觀 學 系 碩 士 班  
碩 士 論 文

Thesis for the Degree of Master Department of Landscape Architecture  
Tung Hai University

指導教授：侯錦雄 博士  
Advisor : Dr. Jing-shoung Hou

露營者的情境涉入與遊憩體驗關係之研究  
Relationships Between Situational Involvement and Recreation  
Experiences of Campers

研究生：簡名佐  
Graduate Student : Ming-tso Chien

中華民國一百零一年七月  
July, 2012

## 目 錄

第一章 緒論	
第一節 研究動機	01
第二節 研究目的	03
第三節 解釋名詞	03
第二章 文獻回顧	
第一節 露營遊憩機會序列	04
第二節 露營之情境涉入	11
第三節 露營之遊憩體驗	15
第三章 研究方法	
第一節 研究架構	18
第二節 研究假設	23
第三節 研究對象與調查方法	24
第四節 資料分析方法	24
第四章 研究結果與分析	
第一節 露營者基本屬性描述	26
第二節 露營者類型	29
第三節 露營者情境涉入與遊憩體驗	33
第四節 露營者在露營場地從事露營活動情境涉入與遊憩體驗之關係	39
第五章 結論與建議	
第一節 結論	49
第二節 建議	51
附錄	

## 表 目 錄

表 2-2-1	個人情境涉入(PII)測量量表	14
表 3-1-1	國內露營場地面積統計表	18
表 3-1-2	國內露營場地容納人數統計表	19
表 3-1-3	露營場地類型分類表	19
表 3-1-4	研究基地露營場地分類表	20
表 3-1-5	個人情境涉入(PII)測量量表	21
表 3-1-6	露營者對於露營場地露營活動體驗前後問項設計表	22
表 4-1-1	露營場地問卷調查日期與問卷數統計表	26
表 4-1-2	露營者基本屬性描述統計表	27
表 4-2-1	綜合統計總製作量表	30
表 4-2-2	露營者從事露營活動時看法之因素分析表	31
表 4-2-3	露營者從事露營活動時看法之群集分析表	32
表 4-3-1	露營者情境涉入傾向程度分析表	33
表 4-3-2	不同露營者類型與情境涉入傾向程度變異數分析表	34
表 4-3-3	露營場地體驗前之強度分析表	35
表 4-3-4	不同露營者類型在露營場地體驗前之期望變異數分析表	36
表 4-3-5	露營場地體驗後之強度分析表	37
表 4-3-6	不同露營者類型在露營場地體驗後之感受變異數分析表	38
表 4-4-1	不同露營者類型與露營場地之交叉表	39
表 4-4-2	露營者在不同露營場地從事露營活動體驗前後統計表	40
表 4-4-3	露營者在露營場地從事露營活動之情境涉入與體驗落差 相關分析表	44

## 圖 目 錄

圖 2-1-1	露營遊憩機會序列圖	10
圖 3-1-1	研究架構圖	23
圖 4-2-1	露營者從事露營活動時看法之群集分析圖	32
圖 4-4-1	露營者在露營場地從事露營活動體驗前後之前後平均數值折線圖	40
圖 4-4-2	露營者在顏氏牧場從事露營活動體驗前後之前後平均數值折線圖	41
圖 4-4-3	露營者在梢楠園露營民宿從事露營活動體驗前後之前後平均數值折線圖	41
圖 4-4-4	露營者在日月潭磐石營地從事露營活動體驗前後之前後平均數值折線圖	42

# 露營者的情境涉入與遊憩體驗關係之研究

## 【摘要】

隨著時代的進步，生活品質的提升，人們從事假日休閒活動機會增加，休閒活動也由靜態的方式逐漸轉變為主動性的休閒活動。我們也更加重視自我本身的精神與心情狀態，如休閒及舒緩日常壓力。其中，露營活動為國人所喜愛的假日休閒活動之一。然而，露營者前往露營場地進行露營活動時，往往會因為行前所收集到的資訊，如網路媒材、朋友推薦及書籍雜誌等產生期待；當其實際抵達露營場地體驗露營設備、服務、場內景點及附近遊憩據點後，卻有可能產生舊地重遊或再也不前往該露營場地的情形。

本研究藉由 Clark 與 Stankey(1979)提出之遊憩機會序列(Recreation Opportunity Spectrum, ROS)架構與 Body 與 Butler(1996)針對生態環境提出生態觀光遊憩機會序列(Ecotourism Opportunity Spectrum, ECOS)架構轉換為露營之遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum)，藉此將露營者分門別類。依據露營遊憩機會序列分出露營者類型，並以 Zaichkowsky (1944)提出的情境涉入量表(Personal Involvement Inventory, PII)進行露營者從事露營活動時的情境涉入之量測；由上述兩理論架構作為模型依據。而本研究將對露營者前往露營場地從事露營活動體驗前後感受進行測量。且由於露營者的情境涉入會因為露營場地類型之不同而有所影響，故比較露營者在不同露營場地進行露營活動體驗前後之落差與情境涉入之間的關係。

經研究結果得知，露營者類型不同對於露營場地從事露營活動體驗前後感受具有顯著差異，而不同類型的露營者在露營場地之露營活動情境涉入中會有重要的、值得的與需要的等三項情境涉入達到顯著差異。而露營者在露營場地完成露營活動體驗之體驗落差與不同類型的露營者較無顯著關係，而是與露營場地的類型之間達到正向相關性，故露營場地之環境、設備及景觀等因素為影響露營者情境涉入的主要原因。日後露營場地的設計規劃師或是經營管理者在執行建造或配置時，可以依據當地環境資源特色以及露營者的意見進行規劃設計，創造出多元、舒適且安全的多元化露營場地。

【關鍵字】 露營者、情境涉入、遊憩機會序列、生態觀光遊憩機會序列

# Relationships Between Situational Involvement and Recreation Experiences of Campers

## 【Abstract】

As the wheel of time turns, our life quality is becoming enhanced, and increase people to engage in leisure active, so we more value to ourselves than before, for example, do leisure and relax for daily stress, which in, camping is one of the people favorite active. Before camper arrive at the campsite, however, they often produce expectation because of their going information such as the Internet media, friends commendation and tourist magazine; when they arrive at the campsite and have their recreation feelings because campsite equipment, service, landscape of inside campsite and nearby recreation attractions, they may come again or no longer.

Researcher use Clark and Stankey's Recreation Opportunity Spectrum and Body and Butler's (1996) Ecotourism Opportunity Spectrum frameworks to envelop Camping Opportunity Spectrum, and researcher sort campers by Camping Opportunity Spectrum. Researcher follow Camping Opportunity Spectrum framework to produce the style of campers and use Zaichkowsky's (1944) Personal Involvement Inventory to measure when camper engage in camping active at campsite produce their personal situational involvement. Researcher will measure the different campers' experience between their recreation before and after. Different campsite influence campers' situational involvement, so researcher contrast the relationship between the gap between campers at different campsite engage in camping active to produce their feelings and their personal situational involvement.

The result of research, different camper style at campsite engage in camping active to produce their feelings before and after significantly, and different campers style at campsite engage in camping active to produce situational involvement which have significant in items of important, valuable and need. There have no significant between different camper of style and the camper who engage in camping active to produce their gap of recreation before and after at campsite, it have positive relationship with campsite style, so the factors such as environments, equipments and landscapes of campsite are the major reason which can concern with campers situational involvement. Future campsite design planners and managers in the implementation of the construction or configuration, according to local environmental resource characteristics, as well as the views of the campers planning and design to create a diverse, comfortable and secure diversification of camping sites.

**【Keyword】** Camper, Situational Involvement, Recreation Opportunity Spectrum, Ecotourism Opportunity Spectrum.

# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機

隨著時代的改變與休閒生活品質的提升，國際化知識的接軌，人們假日的休閒活動也從靜態休閒逐漸轉變為主動性的休閒，而國內更是在九十年實施全面周休二日後，人民有更多的時間可以利用，對於戶外休閒遊憩活動的需求也相對增加，且更加重視及在意自我（歐聖榮，2008），不再單單只是休息及舒緩壓力，而是利用假日休閒時間遠離日常瑣事，並且從休閒遊憩中學習新的知識與技能（蔡瑋庭，2010）。

Kaplan 與 Kaplan（1989）提出，人類對於環境偏好源自於物種演化，而特殊的環境賦予其適應性的價值。由於生物會依賴其生存的本能，而人對於其有助益之自然環境會產生偏好，並善用自然環境中的資訊，將對於人有益處的資訊記憶、吸收（Kaplan & Kaplan，1989）。我們可以透過戶外休閒遊憩活動，提升接觸自然環境的機會。尤其是偏好程度高的環境，對於人類生理及心理的恢復具有療效（Kaplan & Kaplan, 1989；Hartig, 1993）。不僅如此，從事休閒遊憩活動也能夠鬆弛肌肉、調劑身心以及增加工作效力（Cordes & Ibrahim, 1979）。

當我們從事休閒遊憩時，重新置身於自然環境，體驗人與自然環境間密切的關係，能夠消除平日的壓力和憂慮，暫時放鬆心情，調適身心，進一步從欣賞千山萬水的優美景色中，轉而對於自我探尋與澄清思慮的追求，達成淨化心靈目的（曹正、李瑞瓊，1989）。當使用者從事休閒活動時，能夠得到正面情緒感受，且增進人際關係與獲取知識（Hall, 1966；Rousseau, 1978；Seligman, 1965；吳英偉、陳慧玲譯，1996；周明智，2003），其中，露營活動正是一種能夠提供遠離露營者原本的居住地區，讓露營者完全融入自然環境的遊憩體驗。露營是一種古老的戶外遊憩活動，究其字義，可解釋為暫時的居住、軍隊駐紮場所（傅惠蘭，2005），其沒有性別和年齡的限制，也沒有場地的問題，只要可以吊掛帳棚，就可以形成露營活動，因此，露營活動逐漸成為國人國內旅遊最喜歡的假日休閒遊憩活動之一。

然而，遊憩活動包含了人、設施、資源與空間。「人」更是其中最重要的元素，必須提供其所需求的遊憩資源與體驗（李銘輝，1991）。因此，瞭解人的遊憩行為和遊憩體驗之差異，有助於經營管理者的思考與規劃（陳思倫，1997）。所以，若是能夠擁有各露營者類型與其所喜愛的露營場地類型、環境及自然資源等資料，作為經營管理者與規劃設計者在從事設計與規劃之參考依據，使之能夠創造多元的露營場地類型。但是，露營者前往從事露營活動之前，則可能會因為網路媒體、親戚朋友及廣告等資訊進行露營場地之選擇，而人的行為都是由「需求」所導致的，因此，我們必須透過瞭解人的需求為何之後，才能提供其所需要的設備與瞭解其遊憩體驗（蘇芳基，2000）。



時過境遷，隨著露營活動在不同國家及地區的發展，也出現了多樣化的露營型式，如許多歐洲國家，露營從原本搭帳棚的方式漸漸轉型為露營車休閒旅遊之型態；美國則將露營概念著重於青少年的教育體驗；而日本則重視家庭露營之型態。將場所推移至國內，自從1991年的世界大露營及渡假型露營場地之開發(傅惠蘭,2005)，使得露營遊憩區的開闢和建造也與日俱增，露營器材與設備也有著從簡單原始到高級設施之多樣化的供給。因此，露營場地內，露營活動經常會連結其他相關活動而形成一遊憩網絡，露營者可以在露營場地內活動，享受當地的自然與人文環境，並從事其他相關之休閒遊憩活動(曹正、李瑞瓊,1989)。

近年來，國內露營者對於露營場地的安全性、基礎設施與環境所造成的影響程度等課題日益萌發(陳盛雄,2008)。許多露營者對於露營場地的綠色設施、環保商品及食材、自然與生態環境之偏好更是日漸增加，各式露營場地陸續新闢與翻修整建，露營者可以依據自身的行為與需求進行多元的露營場地之選擇，也會由其所接觸到的環境之影響而產生不同的情緒感受；然而，研究者本身過去之露營經驗中發現，即使國內擁有各式各樣的露營場地，每到周末假日，卻還是會形成有些知名露營場地人山人海，有的露營場地卻是門可羅雀的露營者分布情形，造成露營場地中的設施使用量超載或是鮮少使用的局面，成為日前經營管理的重要議題。而先進們的研究有傾向於露營者對於露營活動或場地的參與以及滿意度(陳永松,2009)、露營者的遊憩體驗(陳冠宏,2004)、露營場地的選址等，並未對露營者進行露營活動時的想法概念與需求進行分類，也未有露營者在進行露營活動時所產生的情境涉入反應進行相關之研究。

然而，露營場地的設置，應該結合現況基地中所擁有的自然資源，並適時提供遊憩設施及環境，藉以使露營者能夠在露營場地內得到其所需要的空間場所及露營設備(交通部觀光局,1987)。因此，露營者在前往露營場地從事露營活動時，則會因為不同的個人背景，如年齡、性別和收入等；不同的目的與動機，如單單只是露營住宿或是對於周邊景點進行長時程的休閒遊憩；以及露營者自身對於露營之專業程度與偏好等而產生對於露營場地不同之需求，且依據露營者在露營場地從事露營活動過程中，產生出對於環境氛圍的不同情境涉入。

由於露營場地的經營管理者與規劃設計者往往並非擁有相關的經驗以及專業知識，使得露營者對於露營場地有所失望，如露營場地之設施並非其所預期的、提供的設備不足以供應等問題，甚至不再前往，使得露營場地荒廢或關閉；因此，若是能針對露營者本身的遊憩機會序列，並且將其對於露營活動的相關設施需求、想法觀念、周邊景觀環境、景點與相關偏好等因子，整理分析出對於露營活動具有相似偏好或想法觀念的露營者群組；並將不同屬性類別之露營者在前往所選擇的露營場地前與實際到達露營場地進行露營活動之後的體驗與感受，以及其所從事露營活動時的情境涉入進行量測，得知不同屬性的露營者對於露營場地之設施的需求偏好、情境涉入與體驗，提供規劃設計者及經營管理者做為露營場地之參考依據，創造多元且適合露營的空間場所；另一方面，則可以提供不同類型的露營者在前往露營場

地時，能夠事先瞭解及掌握各個露營場地的資訊與環境設施狀況，使露營場地之遊憩設施能夠符合其所進行的露營休閒活動，達到預期的遊憩體驗之效果。

## 第二節 研究目的

根據上述的探討，本研究之目的：

- 一、以露營遊憩機會序列探討不同類型之露營者。
- 二、探討不同類型的露營者對於露營場地之情境涉入。
- 三、探討露營者類型對於不同露營場地從事露營活動之情境涉入與體驗前體驗後之間的關係。

## 第三節 解釋名詞

針對本研究所提出的名詞定義進行解釋說明於下列。

### 一、遊憩 (Recreation)

就其字面有再創造之意，為在閒暇之餘，個人依照自我選擇而滿足個人需求或慾望的活動 (林晏州，1986)，在參與活動後有恢復 (Restoration) 及重獲身心的感受 (楊文燦，2008)。

### 二、露營活動 (Camping)

露營是指在戶外，以營帳、露營車、小木屋、團體營舍或臨時搭建的遮蔽物過住宿生活均稱之，後漢書稱「露營乃露宿在外，安帳為營」(陳盛雄，2008)。

### 三、露營者 (Camper)

喜好以營帳、露營車、小木屋、團體營舍或臨時搭建的遮蔽物在野外過住宿生活的人 (陳盛雄，2008)。

### 四、露營場地 (Camp Ground)

露營場地的總面積，包含所有管理設施、共同服務設施、分區、營區道路、綠地、休閒遊戲區等 (陳盛雄，2008)。

### 五、露營遊憩序列 (Camping Opportunity Spectrum, COS)

依據 Clark 與 Stankey (1979) 提出之遊憩機會序列 (Recreation Opportunity Spectrum, ROS) 架構發展出露營的遊憩機會序列。

### 六、情境涉入 (Situational Involvement)

當人沉浸於某項任務或特定情境下，受到某特定活動或相關產品，所表現出喚醒、感興趣。

## 第二章 文獻回顧

### 第一節 露營遊憩機會序列

近年來，由於國人之經濟水準提高，在工作之餘，從事休閒活動的機會也有逐年增加的趨勢，隨著生態旅遊之觀念發展，接觸自然及體驗環境的遊憩需求隨之增加，其中，露營活動更是一個能夠提供直接與自然接觸的遊憩活動，每逢周休假日，便會有家庭或是車隊與公司行號結伴等不同性質的團體前往露營場地，國內也擁有多元化的露營場地，可以提供露營者不同的選擇與需求，

#### 一、露營的發展與現況

露營活動的起源為 18 世紀，當時正值歐洲英國工業革命時期，工業興盛，人口過度集中於都會區，使得人所居住的環境因而遭受汙染與破壞，造成生活品質的低落，為了使青少年能有更好的教育環境及正確價值觀，「童子軍」的教育活動因此而推展，透過野外求生訓練，增強對於環境的認識與體悟，並兼具寓教於樂的意義。

而國內露營活動的發展，最早可以追溯到民國元年，由嚴家麟先生從英國帶回來的童軍教育訓練開始，露營活動伴隨課程之需要而實施。民國 60 年代以前，國內營地還不到 10 個，因此，露營活動大多藉用校園、河床地、水源地、草原平坦地及沙灘等自然野外營地舉辦。到了 60 年代以後，由於工業快速發展，鄉村人口漸漸集中於都市，國民所得提升，國民走向戶外進行休閒及遊憩的行為增加，配合人的需求，露營場地也由一些民間個人或是團體開始整建，但是，這些營地並沒有經過專業的規劃與設計，而相對的營地設施也顯得簡陋。

進入 80 年代，國內高科技產業發展下，經濟穩定成長，國民所得再增加，以及周休二日制度的實施，國民擁有更多時間可以自由運用，另一方面，社會結構由傳統家庭轉變為小型家庭為主，邁向高齡化社會等，使得國人反思、追求生命的意義，尋求健康且建立友誼等休閒活動，其中，接觸自然取向是我們所需求且最為關心與喜愛的，而露營活動正是提供最佳接觸自然的戶外休閒活動，其中，對於露營場地之分類也是露營者所重視的。

#### 二、露營地設施標準與場地分類

國人從事戶外遊憩活動的機會增加，而露營也是熱門休閒遊憩活動之一，政府也對於露營場地的設施與環境等項目進行規範，目的是提供使用者安全、舒適及風景優美的露營環境。以下為露營設施、場地及類型之分類：

## (一) 露營地設施標準

中華民國露營休閒車協會將露營場地暫定為三個等級：初級、中級和高級標準營地。其標準為一般規則建築物設備及服務設施，在所用材料、結構及維護清潔方面應與其等級相符。

### 1. 營地設立標準內容：

國內對於營地設立訂定了設施標準，其中包含基本設施，如洗手台、衛浴設備、垃圾桶、照明及活動場及停車場等；休閒設施為烤肉區、游泳池、大操場及森林步道或徒步區等；而有些露營場地中擁有牧場、湖泊、自然公園及露天音樂會舞台等，這些景觀與設備則歸類為特殊景觀、遊樂設施之中。

### 2. 營地各級標準為

- (1) 初級營地：需含基本設施全部及休閒設施二項。
- (2) 中級營地：需含基本設施全部及休閒設施五項。
- (3) 高級營地：含基本設施全部、休閒設施八項、特殊景觀或遊樂設施一項。

其中，基本設施包含給水、盥洗設備、淋浴設備、廁所、垃圾箱、照明、急救設備、活動場（營火場）、接待處、汙物處理、停車場及消防設備等十二項；休閒設施含擴音設備、商店、徒步步道、野餐區、大操場、球場、花園花圃、風雨操場、溜冰場、交誼廳、游泳池、釣魚場級餐廳等十四項設施；特殊遊樂設施及特殊自然景觀設施有划船設備、跑馬場、海水域場、自然公園、露天音樂廳、動植物博物館及各式文物館等八項。

## (二) 露營分類

美國戶外遊樂局將觀光遊憩區分成一般戶外遊憩區、自然環境區、特殊自然區、原始區及歷史文化遺址等六類分區，以一般戶外遊憩區、自然環境區及原始區為適合開發作為露營區（交通部觀光局，1987）。

### 1. 露營活動類型之分類

根據維基百科，依據前往露營場地之形式將露營活動分類為下列幾項：

- (1) 常規露營：最平常的露營活動，通指露營者徒步或駕駛車輛到達露營場地，其地點通常為山谷、河岸、海邊等，可以野炊或唱歌。
- (2) 拖車露營：駕駛特殊之旅行車輛（又稱活動房屋車）到野外露營，車內具備冷氣或暖氣設備，也有電力供應，甚至有廚房等設備。
- (3) 特殊形式露營：只在特殊活動的露營，如長距離攀岩或登山，其需較多天數，為了休息露營者將帳篷掛在懸崖，這樣的露營既危險又刺激。

## 2. 依據露營者類型之露營場地分類

交通部觀光局 1987 年委託國立臺灣大學土木工程學研究所都市計畫室出版之風景區公共設施設計準則及參考圖集中，將露營活動進行時，露營者特性不同，伴隨之活動也不盡相同，依據露營者組成成員特性及對於空間配置之特定需求之不同，將露營區劃分為：

- (1) 家庭式露營區：以家庭成員為主，通常只需提供一個營位便可滿足，且多半搭乘自行交通工具前往營地。
- (2) 小團體式露營區：多數為學生或社會青年，組成人數一般不超過 30 人，為一般露營區最常出現的使用者。
- (3) 大團體式露營區：以學校(童子軍)、公司組織及男女青年會等團體露營為主，人數一般常在百人以上。

## 3. 露營區資源特性之分類

露營場地因為其地理區位與其周邊自然景觀之不同而有不同之性質，依據不同資源特性間的差異，將露營場地劃分為(交通部觀光局，1987)：

- (1) 河濱營地：台灣多山與河川，此類營地最為普遍，多為私人經營，規模較小。
- (2) 海濱營地：依海岸特性分為砂質與岩質海岸營地，台灣西岸多為砂質營地；岩質海岸多分佈於北部海濱及花東海岸，景色優美，唯開發腹地小。
- (3) 山區營地：交通險阻，除產業道路外，多為步行才能抵達。
- (4) 湖畔營地：台灣少有天然湖泊，多為人工，通常腹地廣大，可作大規模開發。
- (5) 森林營地：指原始森林，海拔高，交通不便。

## 4. 露營場地型態之分類

陳盛雄(1990)依照露營場地之型態分為通過型、基地型及渡假型等三種營地，其內容為：

- (1) 通過型營地：提供汽車移動性之露營旅遊活動，停留時間短暫，通常一天，設施只要能夠滿足基本所需即可。
- (2) 基地型營地：以營地為根據地，探訪附近風景名勝古蹟，通常營地只有作為過夜用途，白天無人。
- (3) 渡假型營地：顧名思義，以休閒為主要目的，與大自然結合，在此利用營地內自然環境與設施從事遊憩活動。

## 5. 露營活動類型之分類

隨著露營者的不同，其所從事之露營目的與活動也會有所差異，大致可分為下列六類：

- (1) 登山露營：多以登山與賞景為主，不會太注重露營活動與營地環境。
- (2) 親水露營：營地位置多以湖邊水岸為主，較不具有露營活動之意義。
- (3) 童軍訓練：以教育與訓練為目的，培育領導者或規劃者之露營活動。

- (4)育樂團體露營：以青少年或公司行號等團體的露營活動。
- (5)汽車露營：以汽車載運露營器具到露營場地，是需較多人為設施的露營活動。
- (6)休旅車露營：休旅車本身已達到基本的設施需求，不需依賴場地之設備。

因此，國內露營場地類型有著各式各樣的分類，如以設施原始簡便到以人工設施為主之星等評定；以露營者從事露營活動組成成員類型；露營場地所提供的資源及環境；以及露營者從事露營活動之目的等，使得露營場地類型多元。

然而，隨著露營活動的推演及發展，露營者本身對於露營活動的看法也會有所異同之處，若是能夠將這些想法觀念與遊憩機會序列相互結合，擬定問項，並進行量測，將露營者進行分類，即可得知不同的露營者類型對於露營這項活動之看法，發展出露營之遊憩機會序列，提供露營場地的規劃設計者與經營管理者在配置與興建時之參考依據。

### 三、露營之遊憩機會序列

近年來，由於環保及保育的觀念逐漸地提升，國人對於到戶外從事休閒遊憩活動的行為與時俱增，目的是為了接觸自然，放鬆自我，而露營更是國人最常見之融入自然及體驗生態的活動之一。而規劃設計者及經營管理者也經由學者發展之理論，發展出目標定位與合適的管理目標(黃章展, 2007)，其中包含自然觀光(Nature Tourism)、環境觀光(Environment Tourism)與生態觀光(Ecotourism)等概念或原則。

Clark 與 Stankey(1979)提出之遊憩機會序列(Recreation Opportunity Spectrum, ROS)架構，其中之變項皆為可以觀察與測量的，且經營管理者可以直接、有效地以此為參考依據，發展出多樣化的遊憩活動與空間場所等類型。而 Body 與 Butler(1996)也針對生態環境提出生態觀光遊憩機會序列(Ecotourism Opportunity Spectrum, ECOS)，使得各休閒遊憩景點能夠從生態環境保育的觀念著手，依據生態觀光遊憩機會序列進行規劃與設計，除了做到保護環境及生態之外，也能夠提供更自然且多元的旅遊主題、行程與活動。

而露營活動為國人喜愛之戶外休閒遊憩之一，若是能夠結合 Body 與 Butler(1996)所提出的生態觀光遊憩機會序列(ECOS)，整理出露營遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum, COS)，提供經營管理者一概念性的參考依據，作為當地民眾之互動與參與橋梁，以及對於當地環境及生態的保育更是一大優勢。

以下為露營遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum, COS)架構，將露營者在進行露營活動時，對露營場地周邊環境及從事露營活動之行為類型分為露營專家型(Cos-specialists)、露營中庸型(Cos-intermediate)、露營一般型(Cos-generalists)三種，內容包含八項要素(詳圖 2-1-1)：

## 1. 可及性(Access)

依據前往露營場地之交通工具、露營場地內之道路情形、如何得知露營場地資訊及為何前往等，將之分為以下三種方式：

- (1) 困難度(Difficulty)：為抵達一地區的困難度，如前往露營場地之道路情形。
- (2) 可及性系統(Access System)：包含水路、飛機及不同道路等之運輸方式；透過個人體驗或朋友推薦及當地或旅行社安排等市場類型；以及行銷露營之管道，如媒體廣告、口耳相傳與網路媒體等。
- (3) 交通工具：指利用徒步、划駛獨木舟、駕駛車輛或是騎馬等交通工具前往或是抵達目的地。

## 2. 其他資源相關活動(Other Resource-related Activities)

露營場地內有時也會伴隨其他景點或是遊憩設施，這些相關的自然資源及設施與露營活動的相容程度，對於露營者在進行選擇場地時成為其考量因素。

## 3. 提供的吸引力(Attraction Offered)

有別於 ROS 與 TOS 架構，此為一露營場地所能提供之活動體驗類型特性，其中以吸引力最為明顯，如露營場地類型為自然元素較多且少有人工設施之於高度人工設施的露營場地類型，對於露營者之吸引程度。

## 4. 提供的基礎設施(Existing Infrastructure)

主要在開發的程度，如露營場地無開發或中度開發；場地內是自然風景樣貌為主或是修飾及改變之明顯度；而複雜度為現有基礎設施之難易程度，如洗手台、廁所、衛浴及休閒座椅或涼亭等；以及所提供的露營設施，如救難設施、器材租借與木屋遮雨棚架等。

## 5. 社會互動(Social Interaction)

露營者在從事露營活動時，在同一露營場地內也會有其他露營者或是當地的民眾，其相互接觸的程度即為社會互動。

## 6. 技術與知識的程度(Level of Skill and Knowledge)

露營者在前往露營場地時，對於當地環境及相關資訊的熟悉程度，亦或是到達露營場地，進行露營活動時的技巧，如搭帳篷等，表現出的技術與知識的程度，可以分為由專業至一無所知。

## 7. 可接受露營者衝擊程度(Acceptance of Visitor Impacts)

不同露營者在從事露營活動時，其作息、使用的設備與偏好的活動也不相同，因此，可能會相互影響，導致衝擊的產生，如在同一露營場地內，有的露營者已經就寢，然而，有的露營者卻正沉浸於閒話家常中。將之分為衝擊的程度，從無到高度；衝擊的廣泛度，很少罕見至廣泛的程度；以及控制的程度，無控制的到嚴各控制，共三個面向。

## 8. 可接受的管理方式(Acceptance of A Management Regime)

在 ECOS 架構中，有著許多要素需要透過管理方式才能控制，其中涉及經營管理者、決策者及利益相關人等多方人士，由於管理單位的多元，無法一一將之歸類整理，故沒有將之置入架構圖中探討之。

依據 Clark 與 Stankey(1979)提出之遊憩機會序列(ROS)以及 Body 與 Butler(1996)針對生態環境提出之生態觀光遊憩機會序列(ECOS)兩架構，擬定出露營遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum, COS)。

由於 Body 與 Butler(1996)所提出的生態觀光遊憩機會序列(ECOS)，以及 Clark 與 Stankey(1979)提出之遊憩機會序列(ROS)可運用於多項遊憩活動，作為參考依據。而露營者從事露營活動除了遠離日常生活外，更是能夠接觸自然、體驗生態，故可以依據 Clark 與 Stankey(1979)提出之遊憩機會序列(ROS)，以及 Body 與 Butler(1996)所提出的生態觀光遊憩機會序列(ECOS)，將露營之相關遊憩活動納入，整理後發展出露營遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum, COS)。

露營遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum, COS)架構，一方面能夠作為規劃設計者與經營管理者在規劃設計及管理露營場地之參考依據；另一方面，對於當地民眾及觀光旅遊業者之規範以會有益處；再者，對於不同屬性之露營者在前往從事露營活動時，可以提供其選擇露營場地的資訊，使其更加熟悉環境，選擇最適合的露營場地。





## 第二節 露營之情境涉入

露營者在從事露營活動時，往往會因為露營場地提供之設施、周邊自然環境及景點等因素影響，進行選擇，這些影響因素即為環境支應性，指的是物質所提供或供應予生物何種功能用途，這種用途並不一定對於生物來說是好或壞的（Gibson，1979），而因為環境支應性的不同，甚至是與當地民眾以及其他露營者接觸等，露營者涉入這些不同的露營場地之自然環境與事物，而產生不同的情緒反應。

### 一、何謂涉入

涉入理論的定義最早來自於 Allport(1943)和 Sherif 與 Cantril(1947)的研究中，其中 Allport 認為當人沉浸於某項任務時，其表現出不同於日常生活的行為稱之；Sherif、Sherif 與 Neberdall(1965)更進一步發展出將涉入轉化為態度的概念，這種態度為經由自我本身與環境互相影響而產生的作用，透過學習與發展過程，幫助自己了解對於自我，什麼才是有助益或相關的，由此判斷今後所發生的行為(Wiley, Shaw & Havitz, 2000, p. 19)。

在日常生活中，視覺是我們接收外界或周遭環境資訊的主要來源，當透過這些資訊的刺激以後，產生了知覺，我們會做出反應行為，稱之為支應性，但是支應性並沒有絕對的好或是壞的(Gibson，1986)。而心理學家 Norman（1999）為第一個將支應性用於設計，不僅將環境支應性的概念推廣，也依照他的想法修改了 Gibson 對於環境支應性的定義。Norman 與 Gibson 兩者對於環境支應性的看法有些不同，Gibson 認為環境支應性並不會受到行動者經驗和文化所支配，Norman 則認為環境支應性和知識經驗間有著相當緊密之關係，換言之，Gibson 所說的行動能力對 Gibson 就是心裡感知能力。

因此，當我們前往露營場地時，首先會因為接收到陌生環境訊息的刺激，不同露營者類型對於露營場地所提供的場地類型、設備與設施等進行紮營地點的選擇，如地面鋪面的選擇，是在木平台、草地或是石頭地；位置的選擇，如是在距離盥洗設備或是水源較近的地方，還是有雨遮及樹蔭底下等，而這些環境所提供的支應性對於露營者而言，並非都是好的或是壞的。再者，當露營者更加深入到露營場地，漸漸熟悉及瞭解環境，並開始與環境接觸，自己從中體驗，產生了對於環境的情境涉入。

而 Stone(1984)所定義的涉入有別於以往的研究者，較著重於使用者或顧客之心理層面(Mental State)，Stone 以行銷觀點直接切入探討，其認為顧客的行為表現是更為重要的，因而注重於使用者消耗的時間或是精力程度，即是相較於心理感受，使用者所因應的行為表現是更加值得重視的。然而，Rothschild(1984)也提出不同的看法，認為涉入為一種動機、激勵或興趣狀態，這種狀態是會一直存在著，同時也會受到外在因素影響，如參與者所處場景，以及內部因素，如過去的經驗、自我概念等的驅動或激發，因而表現出不同的行為反應，也說明了涉入概念是持續性的，在

過程中是會受到影響，導致參與者產生情境涉入，參與者也因為如此而對於原本的想法或態度有所變化。

依據 Rothschild(1984)的定義，Havitz 與 Dimanche(1990)則以休閒遊憩的角度為出發點，認為休閒涉入是個體與遊憩或觀光目的間的一種動機和興趣等心理狀態，而在某一特定時間展現於知覺上，如重要性、可能的風險等(翁士軒，2007)。因此，這概念也為休閒遊憩領域帶來新的認知，我們能夠藉此更瞭解使用者，並透過相互之關聯性，分析其對於特定活動因應而生的情感與所做的決策。

綜合上述，當露營者在露營場地從事露營活動時，因為露營場地之周邊自然環境與景觀、場地內所提供的設施以及與其他露營者的接觸等因素，露營者一方面能夠藉由從事露營活動提升與大自然接觸的機會，並且達到放鬆心情，增加愉悅以及降低緊張感的效果(傅學俞、簡名佐，2010)；另一方面，由於露營所帶來的多元效果，使得露營者產生喜愛露營活動的行為，即心理和行為間的相互作用與影響，進行產生出不同的涉入類型。

近年來，涉入的定義與概念已經被廣泛的應用於多元領域當中，包含產品、廣告或購買情形等，而 Park 與 Gordon(1986)對於涉入作了最好的定義，將之分為認知與情感兩方面。認知涉入強調與自身相關聯的訊息內容程度或類型效用表現(功能動機 Utilitarian Motive)的基礎問題；而情感涉入則是以個人相關聯的訊息程度立基於情感或美學，將之應用於主題以表達其真實性，或是對於外在世界理想的自我形象(價值表露動機 Value-expressive Motive)。

Zaichkowsky(1986)認為涉入的概念與人的個性、刺激和情境特性相關，且會有程度等級的區分，因此，將其分為產品、廣告與購買情形：

- (1)廣告涉入：廣告資訊與消費者的融合是否是有效益的。
- (2)產品涉入：消費者對於產品之重要性與本我的相關程度是否已有所認知。
- (3)購買情形涉入：消費者的決策與實際行為間的相關程度。

這些類型之間的關係應該是由廣告涉入、產品涉入到購買情形的涉入，其中，還會因為個人與刺激因素等而產生相異的結果。對此，Rothschild 與 Houston(1980)所作的一項研究結果顯示，個人在不同類型的涉入之選擇可以分為「持續性涉入」(Enduring Involvement)、「情境涉入」(Situation Involvement)與「反應涉入」(Response Involvement)。

Rothschild 與 Houston (1980)以及 Richins 與 Bloch (1986) 文獻中提及，持續性涉入(Enduring Involvement, EI)為個人聚焦且關心於某一特定議題，程度可能因為個人過去的經驗或是獨特關聯性而有偏高的趨勢，適合探討一般情形下，參與者的看法與態度。例如露營者在前往露營場地時，可能會因為過去曾經前往之露營場地的記憶或是本次露營目的等因素，進行露營場地的選擇；或是在選擇紮營地點時，露營者會就過去經驗，選擇其帳篷位置。

而情境涉入(Situation Involvement, SI)為當處於特殊環境或是議題時,大多數人對此會產生相同的關心感受,涉入就會有短暫偏高之情形,並對個人之學習與行為產生影響(引自 Havitz & Mannel, 2005: 155);而另一相近的定義為 Richins 與 Bloch (1991)所提出,情境涉入是以一短暫情況為基礎,對活動或產品的關注有短暫性的增加(引自 Laverie & Arnett, 2000: 231)。

由此可知,情境涉入為當我們處於一特殊情境後,會有短暫性的提高我們的關注之情況產生。舉例來說,露營是一種可以提供與自然接觸的休閒遊憩活動,當露營者選擇露營場地時,其為不同於日常生活的環境氛圍,露營者對於景觀優美或是綠意盎然且少有人工設施的場地會有短暫性較高的傾向程度,也可藉此教育小孩或是使其從中學習與自然相處。

再者,Rothschild (1980)認為反應涉入(Response Involvement)往往可能會受到持續性涉入與情境涉入的相互作用之影響,因此,個人對於情境或是議題之反應行為與學習的過程中,所呈現出的程度與傾向可以看出個人與情境或議題之關係,所以,反應涉入與情境涉入皆可用於外部刺激下,參與者的涉入程度。

然而,露營者從事露營活動時,當其開始規劃露營活動行程、前往路途中、實際抵達並體驗露營場地的設施、設備與景觀環境的過程,對於露營有所感受,而露營者受到露營場地環境氛圍刺激,如接近到大自然、特殊景觀以及讓人感到放鬆心情等,而露營活動對其而言是與平日生活所不同的,即在露營活動的特殊環境中,露營者對此短暫性活動會有短暫的提高動機、興趣及關注,可將這種情況視為露營者對於露營活動之情境涉入。

因此,若是能夠藉露營者對於露營場地之情境涉入進行量測,便可了解露營者在從事露營活動,其與露營場地周邊環境與提供之設施與設備等之情緒感受,進而得知其所需要或是傾向的環境場所與設備,如依據資源特性或露營目地分類的露營場地、簡便設施、環保材質的設備與環境衛生等,可以作為日後露營者、規劃設計者與經營管理者選擇或創建多元露營場地之參考依據。

在早期,對於涉入的測量多以自我與知覺等關聯性為出發點,多位學者也發展出測量的方式量表。如 Wright(1973)測量使用者對於廣告關注的程度高低,以五點尺度量表測之,其中涉入也常常被用以某些問項來測量,如「此露營場地對你來說是重要的」。然而,先前所制定的涉入之量表對於信度並不重視,也缺乏依據。因此,Zaichkowsky (1985)以自我相關聯性之概念,對照 Laurent 與 Kapferer (1985)消費者涉入輪廓量表,發展出了第一個以 20 個基礎構面問項的量表 PII(Personal Involvement Inventory),測量涉入的激發狀況。

PII 測量量表最初的刻度發展和量測項目聚焦於產品、廣告活動和購買所有三個領域的決定,主要的確認程序是使用消費者對產品種類的回應。但是,其有效性和穩定性卻是令人懷疑,Zaichkowsky(1994)認為 20 個基礎問項中有些是多餘且不需

要的，將之刪去後進行量測，同樣可以準確地反應涉入的清楚情感或認知基本的廣告活動。藉由測量訊息點處理的程度與個人的過程策略，如品牌與無品牌的評估(Laczniak et al. 1989)，而涉入部分依賴先前經驗因素，進而影響個人的價值與需求之情緒結構(Zaichkowsky, 1986)，例如某些事物接觸到了「自我(Self)」的些微情感而激發個人之價值或是不自覺地誘發一有效反應。

此量表並無因此而改變涉入的定義，依舊保持著「有關於廣告活動之人的知覺可以內在需求、價值和興趣為基礎」(Zaichkowsky, 1985)的概念。量測題項雖然因此而減少為 10 項，但是，所檢測出的效果卻是更加準確(詳圖 2-2-1)。

## 二、露營之情境涉入

露營活動已經成為周末假日，家庭旅遊、公司行號及團體等所喜愛的戶外遊憩活動之一。而露營者在前往露營場地時，往往會依據組成成員、露營目的及經驗等因素進行露營場地之選擇，其中，露營者在前往露營場地之前，對於場地內的環境、設施與景觀的熟悉度可能有著不同程度，如完全不了解到非常了解。

表 2-2-1 個人情境涉入(PII)測量量表

To me camping is:

1	Important 重要的	_____	Unimportant* 不重要的
2	Boring 無聊的	_____	Interesting 有趣的
3	Relevant 恰當的	_____	Irrelevant* 不恰當的
4	Exciting 興奮的	_____	Unexciting* 不興奮的
5	Means nothing 無意義	_____	Means a lot to me 意義重大
6	Appealing 具吸引力	_____	Unappealing * 無吸引力
7	Fascinating 迷人的	_____	Mundane* 不迷人的
8	Worthless 不值得	_____	Valuable 值得
9	Involving 有關連	_____	Uninvolving * 非關連
10	Not needed 不需要的	_____	Needed 需要的

\*indicate item is reverse scored

資料來源：Zaichkowsky，1994

然而，當露營者抵達露營場地時，由於個人社經背景與過去經驗，露營者會順應露營場地內所的環境作出適當的反應行為，如帳篷及停車位置的選擇，或是露營設備的選用等(Monty, 1941)，因為親身體驗了露營場地內的設施設備與資源等因子之後，在露營場地內產生了不同的情境涉入之情緒感受(Zaichkowsky, 1986)，藉此，對於日後舊地重遊與否以及朋友之間的口耳相傳，甚至是遊程結束後在網路上部落格的撰寫等，皆會因此而有所影響。

透過 Zaichkowsky(1994)刪去了不需要的問項後，所得到的情境涉入之量表，雖然，修正後之量表的問項減少到只剩下 10 項，但是，在經過檢測後，10 項問項之量表所分析出的結果卻比原本的量表來的更加準確。

因此，依此量表進行施測，可以得知露營者在所選擇的露營場地類型進行活動後的情緒感受程度，如露營活動對於露營者之需要與否、有無興趣、重不重要以及值不值得等，一方面可以得知露營者體驗露營場地類型之情緒感受；而另一方面則可以提供露營場地之規劃設計者與經營管理者作為參考。

### 第三節 露營之遊憩體驗

體驗 (Experience) 一詞源自於拉丁文 "Eperientia"，意思為探索或試驗。項退結 (1989) 提出體驗是由感覺所記憶的，經過多次相同的記憶所形成的經驗。當我們對於某件事物產生好奇及興趣時，與之接觸、瞭解、產生心理的情緒反應，這種過程與結果可謂之體驗 (陳瑞翊，2010)。

近年來，生活品質與戶外休閒遊憩活動的提升，使用者對於遊憩的需求逐漸增加，環保意識的逐漸抬頭更使得其前往較能夠接觸自然環境之遊憩據點，如國家公園、風景區及生態保護區等地區。而使用者所進行的活動也轉變為趨向於更能夠接近生態、觀察自然環境，其中，露營活動正是一項能夠提供這些需求的活動之一，若是能夠將露營者進行露營活動過程中與結束遊程後之體驗施行情境涉入的情緒感受量測，整理分析後，所得的資料結果定會為規劃設計者與經營管理者帶來益處。

#### 一、遊憩體驗

遊憩為在閒暇之餘，個人依照自我的選擇而滿足個人需求或慾望的活動 (林晏州，1986)，而鄭健雄(1997)對此也提出了遊憩是在工作之外對於生活的調適，達到滿意的體驗，並重視心理的感受。當我們對於某件事物有種強烈的慾望與需求而進行活動，Khadun 所提出之五大基本需求中，休閒則是在最高位階。而在遊憩體驗過程中，我們會藉由休閒遊憩需求以達到自我放鬆，紓解壓力的效果 (陳思倫，1997)。遊憩也是當從事休閒時，能夠使我們擺脫日常工作之疲乏和壓力，回復原本活力的某項活動 (Godbey，1994)。

體驗 (Experience) 為受到外部的刺激，個體產生生理與心理感知的過程 (黃敏芝，2010)。遊憩者會因為環境中的資訊，判斷選擇其所偏好之活動並獲得滿意，稱為遊憩體驗 (Recreation Experience) (Driver 與 Tocher，1970)。

遊憩也是一種體驗，是遊憩者在參與活動中產生的生理心理狀態。而 Driver 與 Tocher (1970) 也認為遊憩為生理與心理的體驗，因此，張敏芝 (1970) 認為遊憩體驗的條件包含以下五點：

1. 遊憩由遊憩者參與而產生。
2. 遊憩體驗來自遊憩者親自從事的活動。
3. 遊憩活動是種自我報酬，遊憩者藉此獲得愉悅。

4. 遊憩參與為遊憩者自我選擇的活動。
5. 遊憩參與發生於休閒時間。

而對於遊憩與體驗，Driver 與 Tocher (1970) 將遊憩 (recreation) 定義為人類在休閒時刻自願參與經驗活動所得到的回報。在此，將活動就是遊憩的傳統概念中，抽出遊憩並強調其為參與活動所得之回報，而我們會為了可以獲得這遊憩體驗之回報而參與活動 (林淑晴，1990)。林晏州 (1986) 將遊憩需求分為遊憩活動之需求與遊憩區域之需求。其中，在進行活動的參與者的慾望或需求與遊憩環境中所能夠供給的資源相互影響作用所得到的結果即為遊憩需求 (陳水源，2002)。張淑雲 (2000) 則認為遊憩區之需求為隨著每個人之生、心理與社會需求之不同，因此，其所選擇的地點、遊憩區及遊憩活動也會有所差異。

在遊憩體驗過程中，Clawson 和 Knetschy (1969) 提出遊憩體驗 (Recreation Experience) 包含預期階段 (Anticipated Phase)、去程 (Travel to Site)、現場活動 (On-site Activities)、回程 (Return Travel) 及回憶階段 (Recollection Phase)，共四個階段，且會影響日後的遊憩經驗歷程。而 Driver 與 Tocher (1970) 將戶外遊憩體驗分為五大構面：計畫 (Planning)、去程 (Travel to)、現場活動 (On-site)、回程 (Travel from)、回憶 (Recollection)。當我們在進行遊憩體驗時，會有著多種情境，隨著不同的情境我們會有不同的體驗，由其是現場的活動，更是多變且複雜的 (Ittelson, 1978)。當使用者不同心情、身體狀況等都會成為影響從事現場活動時的遊憩體驗 (Hull、Stewart 與 Yi, 1922)。使用者透過遊憩體驗所得到的感受，會因為遊憩體驗的效果能為自己帶來益處而再次前來；然而，若是體驗之結果為其帶來不愉悅的感受，則可能引發使用者自深的反彈，而不會再次來此進行遊憩活動 (李美枝，1986；李茂興、余伯泉譯，1995)。

而 Driver 與 Brown (1975) 提出六項遊憩體驗理論：一、使用者在從事遊憩活動時，主要是以「目標取向」(Goal Oriented)，即使用者進行遊憩活動前會先有確切目標與動機，促使其選擇遊憩的環境與所欲從事之遊憩活動，藉此提高遊憩體驗後的滿意度；二、遊憩與工作的本質大致相同，因為解釋工作動機的理論也可以用於解釋遊憩動機；三、使用者決策遊憩活動之過程是理性的；四、使用者可以明確意識真正的遊憩動機，研究者能夠藉問卷獲得，並歸納；五、經過使用者的遊憩動機與體驗的實證研究，可以幫助經營管理單位與設計規劃者日後的配置與環境管理；六、經營管理者的理念與目標為使用者得到滿意之遊憩體驗的基礎。

例如，對於露營者而言，當其前往露營場地前，由於露營者的類型、露營目的、組成成員及背景經驗等不同因素，使其對於露營場地的需求也會有所差異，故露營者會先進行露營場地資料的收集，包含道路情況、提供的設備和設施、景觀與環境等，即露營者在預期與前往露營場地的過程中會產生期望；而當露營者實際抵達露營場地進行露營活動後，以及所接觸的人、事、物及露營場地景觀環境的不同，會產生不同之情境涉入與遊憩體驗。

因此，使用者的遊憩體驗是從開始決策遊憩活動時開始，即預期階段，而在尚未到達目的地時只會有所想像與期待；當實際抵達目的地後，接觸到環境、進行遊憩活動與景觀體驗。若是能夠藉此瞭解使用者對於目的地之體驗前與體驗後的差異，一方面能夠得到使用者所偏好的目的地場所環境與需求，另一方面，也可以將這些資料整理分析，使經營管理單位與設計規劃者在配置與興建維護管理可以有所參考依據。

## 二、露營的遊憩體驗

露營活動可以視為一遊憩活動，當露營者抵達露營場地後，對於環境進行各式活動，產生情境涉入與遊憩體驗。而陳水源(1988)將遊憩與體驗之觀念結合成為遊憩體驗，並且將其定義為使用者深入其境，從其周圍的自然環境選擇所偏好的遊憩活動，從中獲得心理之滿足。而使用者在參與遊憩活動過程中，心理狀態發生改變，規劃設計者與經營管理者可以藉此瞭解使用者對於環境的體驗需求（Virden 與 Schreyer，1988）。

Kaplan（1975）歸納出休閒遊憩類型，其中露營活動可歸屬於固定性活動。而一個完善的露營場地則是能夠提供一個讓露營者有機會認識新環境的地方，並且可以在此結交好友與享受其在戶外休閒遊憩的時光(Monty，1941)。露營者在前往露營場所後即開始定點紮營，其會在露營場地內或是周邊進行遊憩活動，進而產生遊憩體驗。

然而，露營者在不同露營場地周邊可以從事各式各樣的遊憩體驗，例如在湖邊的露營場地從事釣魚、遊湖與戲水等活動；而森林露營場地可以進行登山、欣賞植物、鳥類與野生動物等體驗；亦或是營地位置的不同，如在廁所旁邊、樹蔭下或無遮陰的地點；露營者在場地內所進行的遊憩活動，如球類運動、生態教育及營火晚會等，以及露營者會因為所從事的活動的難易度、緊張感、有趣程度及安全性等；可以說是我們去體驗休閒遊憩活動，進而產生自身的遊憩體驗(Neulinger，1981)。

因此，量測不同露營者類型在策劃露營活動及前往露營場地時的期待，以及實際抵達露營場地進行露營活動時，其所接觸之露營場地所提供的露營設施和設備，以及周邊環境、周邊設施景點與露營場地內的景觀等因素後產生的遊憩體驗，即露營者對於露營場地體驗前與體驗後感受。藉此，經營管理者可以瞭解不同類型之露營者的遊憩體驗，從中得知其需求與偏好之露營場地設施設備、環境與類型，並且從中掌握露營場地的設計與規劃細節，提供露營者一個安全、舒適及多元的露營場地(Jack，1972)，創造出更能夠滿足露營者的多元化露營場地。



### 第三章 研究方法

本章節內容包括研究架構與假設、研究對象與調查方法、測量工具、以及資料處理與分析。

#### 第一節 研究架構

由於露營場地的設施與露營者的行為有關係，首先，收集國內北、中、南、東的露營場地，依據中華民國休閒車露營協會網站所公布的露營場地為主，其中刪去關閉的露營場地，如東部地區的湧泉休閒牧場；或是暫停營業，如東部地區的東方夏威夷遊樂園與中部地區的森鐵道等，總計 305 個，其中蒐集的項目包含露營場地的名稱、面積的大小、場地提供的設施與所能容納的最大人數等。

本研究的研究過程主要分為以下三個部分：

##### (一) 露營場地類型之選擇

本研究所列出的露營場地幾乎都擁有自己的網站或是露營者及遊客所提供的部落格，然而，其中對於露營基本設施所提供的資訊之完整度卻只有部分網站有詳細的說明，如政府所架設的網站。

將國內露營場地按照面積大小分為小於等於 1 公頃、大於 1 至 5 公頃、大於 5 至 10 公頃與大於 10 公頃等四個類別，由表 3-1-1 中得知，露營場地之面積大部分為 1 公頃以下，1-5 公頃次之，而大於 10 公頃的場地多作為全國性或是國際性的露營場地，如中部地區苗栗縣通霄海濱露營場地等，並無太多類似的場地。

表 3-1-1 國內露營場地面積統計表

場地	場地面積			
	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區
總計	93	98	75	39
有紀錄的	20	20	16	7
≤1 公頃	11	12	8	3
>1-5 公頃	7	6	5	3
>5-10 公頃	2	2	1	1
>10 公頃	0	0	2	0

資料來源：本研究自行整理

露營場地所能容納之人數，將之依表列出，分別為小於等於 200 人、201 至 500 人、501 至 1000 人、1001 至 1500 人與大於 1500 人，依據場地面積的大小與人數運算後，可以算出場地中的密度。人數統計量表中顯示，國內露營場地容納之人數以小於等於 200 人和 201 至 500 人的場地居多，佔七成以上，而能夠容納 1500 人以上的大型露營場地總計為 12 個露營場所，相較之下則顯的非常少。(詳表 3-1-2)

表 3-1-2 國內露營場地容納人數統計表

人數	場地個數				總計
	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	
個數總計	93	98	75	39	305
有紀錄的	79	81	67	36	263
≤200 人	17	33	16	26	92
201-500 人	33	19	22	5	79
501-1000 人	15	11	15	3	44
1001-1500 人	11	9	5	2	27
>1500 人	2	4	6	0	12

資料來源：本研究自行整理

因此，依據露營場地中的基礎設施，如洗手台、照明及活動場等；休閒設施，如烤肉區、遊憩區和徒步區等；以及如牧場、湖泊與河岸等特殊景觀，或是露營場地內的附屬遊樂設施等進行分類，共分為一般型露營場地、中庸型露營場地與專業型露營場地三類，以下為露營場地類型分類表（詳表 3-1-3）：

表 3-1-3 露營場地類型分類表

	基礎設施			休閒設施			特殊景觀及遊憩設施		
	洗手台	照明	活動場	烤肉區	步道區	遊憩區	山景	水景	設施
一般型	◎	◎	◎						
中庸型	◎	◎	◎	◎	◎	◎			
專業型	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎


資料來源：本研究自行整理

其中，最基礎的露營場地為一般型露營場地，只需提供給水、廁所、盥洗，或是垃圾箱等基本設施即可；而中庸型露營場地界於專業型與一般型之間，場地內除了基礎設施之外，還需要提供休閒設施，如烤肉區、步道、擴音設備及商店餐廳等；若是一露營場地內擁有基本設施和休閒設施之外，還包含特殊景觀，如山景、水景或牧場，以及遊憩設備，如兒童遊憩設施等，則可將之歸類為專業型的露營場地。

考量研究者與基地距離之遠近，選擇了日月潭以及日月潭周邊的露營場地，共計三處露營場地為研究基地，其分別為梢楠園露營民宿、日月潭磐石營地及顏氏牧場，並依據上述分類標準，將三處基地進行分類。首先，由各露營場地之官方網站中搜尋該露營場所提供的環境現況、設施與設備，再者，前往露營場地進行現地情況調查後，將資料整理，依照本研究所整理出的露營場地類型進行分類。

梢楠園露營民宿只提供洗手台、盥洗設備、垃圾桶及電力設施等基礎設施，雖然也有餐廳，但是卻有著民宿的使用者優先使用的規定，故本研究不納入考量，將之歸類為一般型的露營場地；而日月潭磐石營地所提供的設施包含廁所、洗手台、電力、照明及接待處等基礎設施，也有烤肉區、營火場及周邊的環湖步道與高空纜車等休閒設施，因此，歸類為中庸型的露營場所；顏氏牧場除了基礎設施的提供之外，露營場地內也有森林步道、烤肉區、餐廳、大草坪及露天音樂會的舞台等休閒設施，不僅如此，還可以欣賞美麗的環山景觀、森林景觀與牧場景觀等，而牧場提供餵食牛群的遊憩活動，總括而言，顏氏牧場具備基礎設施、休閒設施及特殊景觀與遊憩設施，故可以歸類為專業型露營場地。各露營場地的分類情形於下表 3-1-4 中呈現：

表 3-1-4 研究基地露營場地分類表

	梢楠園露營民宿	日月潭磐石營地	顏式牧場
現況 照片			
面積	2 公頃	2 公頃	3 公頃
人數	600 人	2000 人 淡季：300 人/周 旺季：300 人/天	1200 人 淡季：40-50 人/天 旺季：200 人/天
基礎 設施	洗手台、廁所、盥洗設備、 急救設備、電力與照明	洗手台、廁所與電力供應	洗手台、廁所、盥洗設備、 垃圾箱、電力與照明
休閒 設施	無	烤肉區、步道	烤肉區、森林步道、餐廳、 擴音設備與大草坪
特殊 景觀	無	無	環山與森林景觀、牧場
遊憩 設施	無	無	露天音樂舞台
類型	一般型	中庸型	專業型

資料來源：本研究自行整理

然而，露營場地之露營者人數會因為假日、特別節慶、日月潭舉辦的活動或是旅遊淡旺季而有所變化。例如日月潭磐石營地，其露營場地位址在日月潭國家風景區域內，除了有從過年完後至四月初的淡季（人數約為一周 200 人）與淡季之外的其他月份之旺季（人數約為一天 300 人）分別外，還有假日與連續假期，如過年、清明節與春假等連續假期，以及日月潭國家風景區內所舉辦的活動，如固定於 4 月底舉行的美利達自行車活動、花火節與萬人泳渡等家喻戶曉的活動，皆會成為影響

露營場地人數多寡的原因；而顏氏牧場，由於露營場地內之景觀優美，環境舒適，是眾多露營者喜愛前往的露營場地之一，且老闆營業時間只有周末或假日（包含連續假期），例假日不開放，並且會固定舉辦活動，如露天音樂會等，因此，露營者人數除了淡季（人數約為一天 40 至 50 人）與旺季（人數約為一天 200 人）之分，也會受到露營場地內舉辦活動之影響而有所波動；再者，露營者家長也會配合學生月考、周休二日等選擇前往露營場地從事露營活動的與否。

## （二）露營者分類

### 1. 露營者本質特色之分類

不同的露營者類型，其本身對於露營活動與露營場地的看法觀念與偏好各有所不同，因此，本研究依據 Boyd 與 Butler(1996)發展出的生態觀光機會序列(ECOS)，延伸擬定出露營的遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum, COS)，並且發展問項對露營者進行問卷測量，在露營場地中，露營者以自身對於露營活動與露營場地的看法觀念與偏好填寫問卷，研究者經過整理分析後，將露營者進行分類，得到不同屬性的露營者類型。

### 2. 露營者對於不同露營場地情境涉入感受之分類

本研究擬以 Zaichkowsky (1944)所發展出的情境涉入 (PII) 10 項問項的測量量表進行量測，不同類型的露營者在露營場地中從事露營活動後，會產生情境涉入，依所量測後的問卷結果進行分析，得到不同屬性的露營者對於露營場地之情緒涉入。

表 3-1-5 個人情境涉入 (PII) 測量量表  
對我而言露營活動是：

1	重要的	___:___:___:___:___:___:___	不重要的*
2	無聊的	___:___:___:___:___:___:___	有趣的
3	恰當的	___:___:___:___:___:___:___	不恰當的*
4	興奮的	___:___:___:___:___:___:___	不興奮的*
5	無意義的	___:___:___:___:___:___:___	意義重大的
6	具吸引力的	___:___:___:___:___:___:___	不具吸引力的*
7	迷人的	___:___:___:___:___:___:___	不迷人的*
8	不值得的	___:___:___:___:___:___:___	值得的
9	有關聯的	___:___:___:___:___:___:___	非關聯的 *
10	不需要的	___:___:___:___:___:___:___	需要的

\*indicate item is reverse scored

資料來源：Zaichkowsky, 1994

### (三) 評估露營者對於前往露營場地體驗前與實際抵達體驗後之感受

露營者進行露營活動時，從策劃活動開始，選擇露營場地前，其可能會透過親友的介紹、媒體宣傳、旅行社、網路或是曾經去過的地點等資訊進行行程規劃後，則前往露營場地，即為體驗前的感受；然而，往往在露營者實際到達露營場地後，可能由於先前的不實廣告、朋友喜好不同與宣傳掃興而歸，但是，卻也有因為現場景觀環境、提供的設備與設施比露營者原本所預期的還要完美，提高其喜好而再次舊地重遊，甚至推薦給親朋好友等現象發生。

因此，本研究對於露營場地的現地環境與使用情況，分為露營設施、場內景點、整體效果、服務、附近景點與露營者等六個面向，依據面向擬定問卷問項後，進行露營者對於不同露營場地類型的體驗前與體驗後的問卷施測（詳表 3-1-6）。

表 3-1-6 露營者對於露營場地露營活動體驗前後問項設計表

類別	題項	類別	題項
露營 設施	03. 可以使用露營場地內的露營設施	場內	02. 可以觀賞露營場地內的景點
	05. 可以提供我所需要的露營設施	景點	15. 可以體驗不同的露營場地類型的環境
	17. 可以使用當地提供的露營設備		21. 可以賞味露營場地內的景色
	22. 可以提供舒適的露營環境		28. 可以欣賞露營場地內的自然風光
整體 效果	09. 可以暫時躲開每天所負擔責任與工作	附近	10. 可以瀏覽附近的景點風光
	12. 可以體驗與自然的融合感	景點	19. 可以欣賞附近景點
	13. 可以感受到自然環境沐浴和聲息		23. 可以同時遊玩鄰近景點
	14. 可以與家人或朋友相處		25. 可以同時體驗其他周邊景點
	18. 可以暫時逃避平常的擁擠感	露 營 者	01. 可以在這裡與他人互動
服務	24. 可以使我的身心放鬆		04. 可以與相同價值觀的人相處
	26. 可以暫時逃離我日常的生活		06. 可以展現露營技術
	08. 可以在露營場地內體驗不同活動		07. 可以更精進自我的學習
	20. 可以提供我所需求的露營設備		11. 可以與其他露營者接觸聊天
	27. 可以得到好的人員服務品質		16. 可以結交或接觸相同類型的人

本研究自行整理

以下為本研究之研究架構圖：

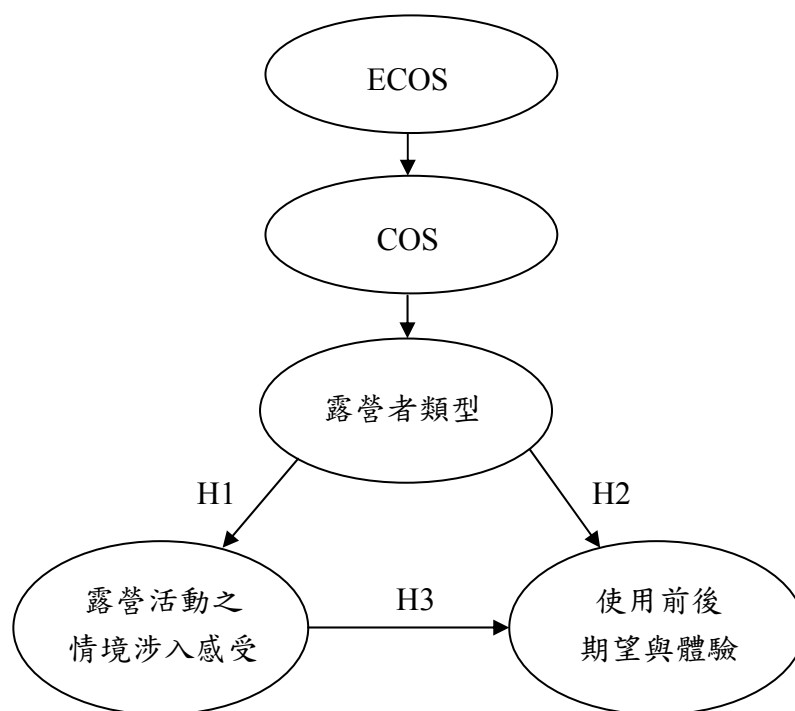


圖 3-1-1 研究架構圖

## 第二節 研究假設

本研究首先參考生態觀光遊憩機會序列(Ecotourism Opportunity Spectrum, ECOS)，發展出露營的遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum, COS)架構。並且擬訂問卷，問卷內容主要是以露營者本身在從事露營活動時的觀念與看法為問項，藉此進行露營者的分類。

再者，將分類出來的不同類型之露營者，分析其在露營場地從事露營活動所產生的情境涉入，以及不同類型之露營者對於露營場地體驗前與體驗後是否有差異，並進行分析與討論。最後，比較露營者在露營場地從事露營活動體驗前與體驗後的體驗落差，並與露營者在露營場地進行露營活動的情境涉入進行 Pearson 積差相關係數之分析，藉此探討露營者從事露營活動體驗前體驗後與情境涉入之間的關係。

本研究所擬定的研究假設為：

假設一：不同類型之露營者對於露營活動之情境涉入有顯著差異。

假設二：不同類型之露營者對於露營場地體驗前與體驗後有顯著差異。

假設三：露營者在不同露營場地從事露營活動之體驗前體驗後與露營者之情境涉入有顯著相關。

### 第三節 研究對象與調查方法

#### (一) 研究對象

一般而言，露營場地可能會有除了從事露營活動之露營者以外還有經過停留的人，而本研究是以露營者為研究對象，並不將此列入研究對象。再者，露營者中由於年齡過小的露營者可能無法瞭解完整問卷題項意義填寫問卷，故以年齡 12 歲以上的露營者為優先的受訪者。

#### (二) 調查方法

本研究使用非隨機抽樣中的便利抽樣法進行，問卷為自填式問卷，在受測者進行問卷前，會先告知本研究之目的，徵求受測者之參與意願，若是同意則開始進行問卷調查，然而，若是不願意接受，訪員會再次說明，若是真的無法接受則再尋找下個受測者。進行問卷調查時，若是受測者反應問卷內容不清楚，訪員將進行說明，但不能有誘導受測者行為，等待問卷填寫完畢，檢查是否有未填寫部份，完成問卷。

#### (三) 測量工具

本研究以問卷方式進行施測，問卷共分為四大部分。第一部分為露營者對於露營活動之看法，依據生態觀光遊憩機會序列(Ecotourism Opportunity Spectrum, ECOS)本研究整理出露營的遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum, COS)架構，並藉此擬定問項，目的是以此將露營者進行分類。

第二部分為情境涉入，依據 Zaichkowsky (1944)所發展出的情境涉入(PII)10 題問項之測量量表進行量測（詳表 3-1-5），由此得知露營者在其所置身的露營場所環境情況下，其所從事露營活動時，受到露營場地內景觀環境、場地內的服務、周邊景點及露營者自身的社經背景等因素影響而產生的情境涉入。

第三部分為露營者在露營場地從事露營活動前之期待，如決策與規劃露營活動地點、前往露營場地的過程等；以及實際抵達露營場地體驗後，受到現場設施設備、環境與服務等影響後，所產生的感受。問項內容歸類為露營場地內之設施、景點與服務（舉辦活動、服務人員），以及露營者、附近設施景點及整體體驗效果等六大面向進行問項設計（詳表 3-1-6）。第四部分則為露營者基本屬性資料，包含性別、年齡、教育程度與婚姻狀況等，以便日後進行社經背景之整理分析之用。

### 第四節 資料分析方法

本研究對於問卷調查完成後，以 SPSS(Statistical Package for the Social Science)軟體 17.0 版本進行資料的統計整理與分析。

#### (一) 敘述統計

將露營者的基本屬性資料、露營者本身對於露營活動、在露營場地進行露營活動時的情境涉入以及對於所選的露營場所的前後期望與體驗等項目進行統計描述性

統計分析、次數分配，其內容包含這些項目之平均數(Mean)與標準差(Standard Deviation)等。

## (二) 項目分析與信度分析

進行遺漏值、描述性統計、極端組比較與同質性檢驗，包含相關係數及因素負荷值為評定標準，並於信度分析上依據要求將相關係數小於 0.3 的題目予以刪除，其中，顯著水準達 0.05 或 0.01 才可使用。

## (三) 探索性因素分析

本研究將露營者對於從事露營活動時的問項縮減，目的是簡化複雜的變項之間的情況，並藉於分析等距變項間的相互關係，簡化為幾個類別的主要因素後，在進行後續分析。

## (四) 集群分析

主要是將相關或相類似的事物集合，以此觀察出露營者之間相同的屬性，藉此分類出群集的群數。

## (五) 獨立樣本 T 檢定

本研究以獨立樣本 T 檢定(兩樣本間彼此為獨立且無關聯性)，檢定不同屬性的露營者對於露營場地之情緒涉入，以及在露營場地從事露營活動體驗前與實際到達體驗後之平均數上是否有顯著差異。

## (六) 單因子變異數分析 (One-way Analysis of Variance, One-way ANOVA)

本研究以單因子變異數分析不同露營者類行與其在露營場地之情境涉入，以及前往露營場地體驗露營活動前的期待與實際到達露營場地從事露營活動體驗後之平均數差異分析。

## (七) Pearson 積差相關係數 (Pearson Product-moment Correlation)

本研究以 Pearson 積差相關係數對於不同的變項之間的關係進行檢定，目的是將露營者在露營場地從事露營活動體驗前體驗後與露營者情境涉入之間的關係進行 Pearson 積差相關係數之檢定。



## 第四章 研究結果與分析

本研究經抽樣調查研究後進行整理與分析，將本章節分為露營者基本屬性描述與露營者本身對於露營活動的觀念與看法、露營者從事露營活動之情境涉入及前後期望與體驗之描述性統計及平均數差異比較。

### 第一節 露營者基本屬性描述

本研究以南投縣日月潭之日月潭磐石營地及其周邊的顏氏牧場與梢楠園露營民宿三處為抽樣基地，調查次數與時間以表格呈現於表 4-1-1。而問卷數分別為顏氏牧場 137 份，梢楠園露營民宿與日月潭磐石營地皆為 105 份，共計 347 份。

表 4-1-1 露營場地問卷調查日期與問卷數統計表

日期	氣候	露營場地		
		顏氏牧場	梢楠園 露營民宿	日月潭 磐石營地
2012/02/04	晴天	25	2	12
2012/02/25	晴天	18	31	20
2012/02/27	雨天	12	22	0
2012/04/14	晴天	38	18	20
2012/04/28	雨天	31	20	11
2012/05/12	晴天	13	12	42
總計		137	105	105

單位：份

問卷整理完成後，將問卷中的資料輸入 SPSS 17.0 的軟體中進行描述性統計分析，本節為社經背景的資料統計結果，其中包含露營者的性別、年齡、教育程度、職業、居住地等（詳表 4-1-2）。

#### (一) 性別

由次數分配表顯示露營者中，男性為 177 人 (51.0%)，女性為 170 人 (49.0%)，可見男性與女性的人數大致相同，比例約為 1：1（詳表 4-1-2）。

#### (二) 年齡

露營者年齡 19 歲以下為 28 人 (8.1%)、20-29 歲 48 人 (13.8%)、30-39 歲 161 人 (46.4%)、40-49 歲 97 人 (28.0%)、50-59 歲 10 人 (2.9%) 及 60 歲 3 人 (0.9%)，其中，可以看出，從事露營活動的露營者年齡以 30 至與 49 歲年齡的青年與壯年露營者人數最多，其次為 20 至 29 歲（詳表 4-1-2）。

(三)教育程度

教育程度的次數分配表中顯示，國中以下為 23 人 (6.6%)、高中職為 75 人 (21.6%)、大專院校為 185 人 (53.3%) 與研究所碩士以上 64 人 (18.4%)，露營者教育程度以大專院校居冠，高中職次之，顯示從事露營活動的露營者普遍為高知識分子 (詳表 4-1-2)。

表 4-1-2 露營者基本屬性描述統計表

變項名稱	類別	人數	百分比	變項名稱	類別	人數	百分比
性別	男	177	51.0	居住地	北部	134	38.6
	女	170	49.0		中部	155	44.6
年齡	≤19	28	8.0		南部	55	15.9
	20-29	48	13.8		東部	3	0.9
	30-39	161	46.4	1-5	90	25.9	
	40-49	97	28.0	6-10	86	24.8	
	50-59	10	2.9	11-15	63	18.2	
教育程度	≥60	3	0.9	同遊人數	16-20	35	10.1
	國中以下	23	6.6		21-25	31	8.9
	高中職	75	21.6		26-30	21	6.1
	大專院校	185	53.3		31-35	3	0.9
	碩士以上	64	18.5		36-40	11	3.1
職業	農林漁牧	2	0.6	露營天數	≥40	7	2.0
	工	61	17.6		當天	22	6.3
	商	53	15.3		1-2 天	255	73.5
	軍公教	34	9.8	3-4 天	70	20.2	
	家管	46	13.2	過去 5 年到 此露營場地 次數	1 次	235	67.7
	自由業	25	7.2		2-4 次	64	18.5
	學生	51	14.7		≥5 次	48	13.8
家庭狀況	服務業	75	21.6	此次選擇此 露營場地是 否有原因	無	187	53.9
	未婚	78	22.5		有	160	46.1
	已婚(無)	37	10.6				
	已婚(有)	232	66.9				

#### (四)職業

職業分佈比例中，統計結果以從事服務業的人數 75 人 (21.6%) 最多，其次為工業人數 61 人 (17.6%)，再者是商業 53 人 (15.3%) 與學生 51 人 (14.7%)，其餘為家管 46 人 (13.3%)、軍公教 34 人 (9.8%)、自由業 25 人 (7.2%) 與農林漁牧 2 人 (0.6%) (詳表 4-1-2)。

#### (五)家庭狀況

露營者家庭狀況次數分配統計結果顯示，未婚者 78 人 (22.5%)、已婚無小孩 37 人 (10.7%)、已婚有小孩 232 人 (66.9%)，由此可知，露營者家庭狀況多以已婚有小孩為主 (詳表 4-1-2)。

#### (六)居住地

露營者主要來自中部地區，共計 155 人 (44.7%)，其次為北部地區，共計 134 人 (38.6%)，第三高為南部地區 55 人 (15.9%)，最少為東部地區 3 人 (0.9%) (詳表 4-1-2)。

#### (七)同遊人數

露營者同遊人數以 1 至 5 人最多，共計 90 人 (25.9%)、6 至 10 人為第二高，共 86 人 (24.8%)，再者為 11 至 15 人，共 63 人 (18.2%)、接著依序排列為 16 至 20 人，共計 35 人 (10.1%)、21 至 25 人，共計 31 人 (8.9%)、26 至 30 人，共計 21 人 (6.1%)、36 至 40 人，共計 11 人 (3.2%)、最後超過 40 人，共計 7 人 (2.0%) 與 31 至 35 人，共計 3 人 (0.9%) (詳表 4-1-2)。

#### (八)露營天數

露營者露營天數的分析統計結果，以 1 至 2 天的分佈最多，共計 255 人 (73.5%)，其次為 3 至 4 天，共 70 人 (20.2%)，當天來回人數明顯為最少，共 22 人 (6.3%) (詳表 4-1-2)。

#### (九)過去 5 年到此露營場地的次數

由次數分配統計結果中得知，只到此露營場地 1 次者 235 人 (67.7%) 最多，其次為 2 至 4 次者 64 人 (18.4%)，而 5 次以上者 48 人 (13.8%)，顯示多數人在過去 5 年內都是第一次前往此露營場地 (詳表 4-1-2)。

#### (十)選擇此露營場地的原因

露營者選擇此露營場地是否有其原因，經次數分配統計分析後得知，有原因者 160 人 (46.1%)，無原因者 187 人 (53.9%)，可見露營者選擇露營場地與否各占一半，其中，選擇露營場地原因為聯誼、家庭、朋友聚會、露營場地的優美景色或是舉辦活動等 (詳表 4-1-2)。

## 第二節 露營者類型

### (一) 露營者對於露營活動的觀念與看法之分類類型

當露營者從事露營活動時，往往依據本身之社經背景與經驗，或是媒體、網路及親友介紹等，影響其選擇所偏好的露營場地。

本研究依據露營遊憩機會序列，擬定出問項，包含可及性、提供的吸引力、基礎設施、技能與知識程度等，並透過問卷方式，將露營者依據問項進行項目分析、因素分析，最後得到露營者的類型分類。

#### 1. 項目分析與信度分析

首先將露營者在從事露營活動時的看法之問項進行觀察值摘要統計，其中包含平均數、標準差與偏態，接著進行極端組比較（計算各變項之分數），其中，題項 01、02、04、05d、05e、06b、07、12a、12b、18、19、20a、20b 與 22，共 14 題達顯著水準。

以信度分析檢驗結果中，題項 01、02、03、05a、05b、08、09、10、11、14、15、16、18、19 與 21，共 15 題之相關係數低於 0.3，而因素負荷值中，題項 01、02、03、08、09、10、11、14、18、19 與 21，共 11 題之因素負荷值低於 0.3，其中，題項 01、02、18 與 19 等四題的獨立樣本 T 檢定達顯著水準，因此考慮刪除題項 01、02、18 與 19，共 4 題（詳表 4-2-1）。

利用 Bartlett's 球形檢定與 KMO 取樣適切性進行檢驗結果，Bartlett's 球形檢定結果達顯著水準 ( $p < .0005$ )，且 KMO 係數達 0.735，顯示本研究於露營者在從事露營活動時的看法之問項接近中度取樣適切性，整體適合進行因素分析。

#### 2. 因素分析

因素分析運用主成份分析法轉軸後，結果顯示，露營者在從事露營活動時的看法具有七個因素存在，且依據露營遊憩機會序列(Camping Opportunity Spectrum, COS)架構中的問項，將因素進行命名，分別為基礎設施、消費、吸引力、相關資源、技能知識、可及性與行程規劃，總解釋變異量為 55.758%，表示此七因素可以解釋露營者在從事露營活動時的看法約六成的比例（詳表 4-2-2）。

#### 3. 群集分析

完成因素分析後，進行群集分析，目的是要將具有在從事露營活動時有相似看法的露營者屬性歸納並且分群。由於共有七項因素，經過重複操作群集分析的結果顯示，若是單單只有分成兩群或是三群的群集，難以看出群集是因為何種因素數值較高，即一群集中包含多項因素，而其分數數值相當接近，難以分析，故最後以四群進行命名與分析（詳表 4-2-3）。

表 4-2-1 綜合統計總製作量表

變項題號	平均數	標準差	偏態	極端組 t 檢定	相關 a	因素負荷	
01 道路情形	6.74	2.62	-1.065	-3.82	**	.047 ※	.050 ※
02 露營設備	4.91	2.44	.050	-6.13	*	.233 ※	.270 ※
03 景點解說	4.91	2.76	.010	-3.03		.055 ※	.034 ※
04 餐飲選擇	7.81	1.73	-1.458	-6.90	***	.311	.453
05a 標章產品	6.61	2.46	-.850	-7.61		.286 ※	.361
b 環境無害	6.15	2.34	-.672	-8.32		.297 ※	.372
c 當地特色	6.65	2.39	-.913	-7.98		.325	.380
d 產品包裝	7.31	1.87	-.867	-12.1	***	.481	.550
e 備購物袋	7.38	2.04	-1.344	-7.16	***	.362	.501
06a 生態景色	6.63	2.46	-.820	-8.70		.358	.445
b 紀念品	7.06	2.12	-1.234	-7.16	*	.346	.442
07 行程安排	8.05	1.66	-1.947	-5.38	***	.411	.590
08 接觸露營者	5.27	2.31	-.095	-4.19		.141 ※	.126 ※
09 餐廳選擇	4.47	2.62	.144	-5.25		.120 ※	.065 ※
10 距家遠近	4.91	1.91	.047	-4.54		.089 ※	.022 ※
11 場地瞭解	5.78	2.03	-.478	-3.92		.145 ※	.170 ※
12a 設備使用	7.81	2.03	-2.013	-5.50	***	.344	.534
b 設備等級	5.59	2.46	-.087	-6.75	*	.242	.320
13 場地選擇	6.81	2.17	-.805	-6.45		.357	.474
14 場內景點	5.90	2.37	-.369	-1.71		.026 ※	.040 ※
15 設備選擇	5.99	3.21	-.498	-6.92		.247 ※	.320
16 時間規劃	6.80	2.34	-.881	-4.98		.260 ※	.364
17 場地特色	7.84	1.49	-1.403	-5.98		.395	.540
18 接觸居民	5.71	2.15	-.244	-2.56	**	.082 ※	.073 ※
19 露營成員	7.27	2.11	-1.262	-4.85	***	.217 ※	.295 ※
20a 飲食偏好	7.96	1.52	-1.340	-8.59	***	.520	.728
b 簡單高級	7.15	2.05	-.900	-10.59	***	.498	.620
21 資訊管道	7.02	1.78	-.386	-4.57		.228 ※	.297 ※
22 設施使用	7.92	2.05	-2.067	-4.24	***	.326	.488

Alpha = .733

註 1：極端組 \*\*\*表示  $p < 0.001$ , \*\*表示  $p < 0.01$ , \*表示  $p < 0.05$ 

註 2：相關之“※”表示相關小於 0.3

註 3：平均數分數最低分為 1 分至分數最高分為 7 分

表 4-2-2 露營者從事露營活動之因素分析表

題號	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六	因素七
	基礎設施	消費	吸引力	相關資源	技能知識	可及性	行程規劃
20a 飲食偏好	.791	.175	.140	-.004	.111	.089	-.058
22 設施使用	.757	-.119	-.020	.170	-.044	.144	.029
12a 設備使用	.690	.067	.049	-.078	-.022	-.016	.158
07 行程安排	.589	.245	.135	-.153	-.094	.171	.104
04 餐飲選擇	.519	.129	.045	-.126	.144	-.169	.022
20b 簡單高級	.441	.188	.262	-.037	.377	.155	-.004
05d 產品包裝	.126	.767	.066	-.037	.156	.132	.175
05e 備購物袋	.155	.738	.103	-.065	.131	-.114	.046
05c 當地特色	.048	.593	.103	.346	-.020	.021	-.021
05b 環境無害	.115	.567	.121	.526	-.144	-.109	-.178
05a 標章產品	.141	.514	.078	.488	-.054	.027	-.388
06b 紀念品	.096	.072	.756	.136	-.048	.051	.049
06a 生態景色	.010	.258	.729	.010	-.078	.072	.031
13 場地選擇	.262	-.066	.554	.090	.378	-.072	-.071
09 餐廳選擇	-.186	.142	.095	.719	.010	.208	.026
03 景點解說	-.045	.001	.041	.679	-.026	-.146	.214
14 場內景點	.067	.008	-.308	.240	.600	-.148	-.108
12b 設備等級	.054	.091	.249	-.330	.589	.080	-.034
08 接觸露營者	-.067	.083	-.089	-.096	.522	.329	.010
17 場地特色	.370	.076	.388	.120	.398	-.288	.167
10 距家遠近	-.120	.004	-.130	-.003	.135	.646	.416
21 資訊管道	.260	-.066	.101	.135	.117	.597	-.094
15 設備選擇	.156	.077	.339	-.208	-.144	.465	-.037
11 場地瞭解	.078	.052	.091	.150	-.124	-.012	.753
16 時間規劃	.398	.037	-.009	-.009	.040	.090	.529

總解說變異量 = 55.758%

KMO 值 = 0.735

球形檢定近似卡方分配值 = 2023.468,  $df=300$ ,  $p<.0005$

註 1：萃取方法：主成份分析。

表 4-2-3 露營者從事露營活動時看法之群集分析表

	群集一	群集二	群集三	群集四
	資源型	計畫型	景觀型	隨意型
基礎設備	.12104	.55809	-.08353	-.49490
消費	.41936	.07908	.46919	-1.26004
吸引力	.21094	-1.25724	.52136	-.09859
資源相關	.69453	-.68884	-1.07789	.05491
技能知識	-.04668	.30898	.21701	-.29139
可及性	.08057	-.55680	.27619	-.05939
行程規劃	.25967	.57857	-.65742	-.26207

由統計分析中可以看出從事露營活動時的問項看法中，相類似的露營者分群為四群，將之依據因素分析的結果分數數值判別，以分數高的數值為名稱要素進行命名（詳表 4-2-3），四群群集的命名分別為資源型、計畫型、景觀型與隨意型（詳圖 4-2-1）。

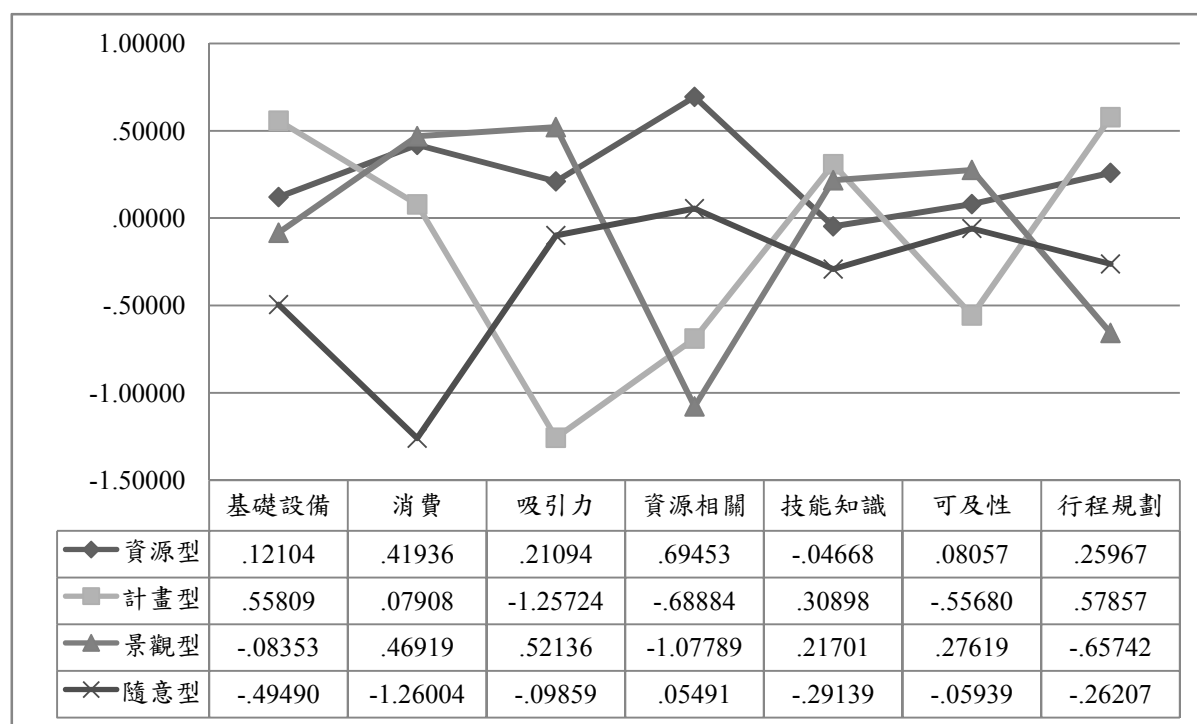


圖 4-2-1 露營者從事露營活動時看法之群集分析圖

其中，資源型屬性的露營者在從事露營活動時，對於露營場地內的資源相關事物，如開發程度、自然與人文程度的高低等與場地內之相容性，或是露營場地內及其周邊的商店所販售的物品較為重視；計畫型的露營者在行程規劃上會下足苦心，將露營活動進行完善的規劃，如露營場地位置、距離等，且會將露營場地內提供的露營設施及設備納入考量，如水電供應、盥洗衛浴等，以求達到最完美的露營活動之規劃。

而景觀型的露營者在吸引力因素的數值分數最高，顯示景觀型的露營者較會受到露營場地內具有吸引力的事物影響，如露營場地內是否有特殊景觀或景點，如湖泊水岸空間、草原或森林步道等，或是露營場地周邊景點，如日月潭磐石營地位於日月潭國家風景區內，鄰近的名勝景點是吸引露營者前往露營的重要因素之一，且景觀型的露營者對於當地的文化特色也會加以研究及參觀，使之能夠更瞭解露營場地；最後為隨意型屬性的露營者，其在各項因素的分數沒有特別的突出，顯示這類型的露營者對於各項因素皆不會依賴與關心。

### 第三節 露營者情境涉入與遊憩體驗

#### (一) 情境涉入與不同露營者類型之關係

情境涉入採用 Likert 量表尺度，分別為七個等級尺度計算，一分至七分表示傾向程度由小到大，並且在統計輸入分數時將反向題，02、05、08 與 10，共 4 題進行轉換，故所有資料在輸入時皆是一致性的。

分析結果顯示，平均數最高為第 02 題「對我而言露營活動是無聊的或有趣的」，平均數為 6.15 分；其次為第 08 題「對我而言露營活動是不值得的或值得的」，平均數為 6.12 分；平均數第三高為 06 題「對我而言露營活動是具吸引力的或不具吸引力的」，為 5.91 分，整體來看，除上述三題題項之外，其餘的題項之平均數皆界於 5.56 至 5.76 之間，所呈現的平均數為露營者之涉入情境傾向程度 5 分至 6 分之間(詳表 4-3-1)。

表 4-3-1 露營者情境涉入傾向程度分析表

題號	問項	平均數	標準差	排名
01	對我而言露營活動是重要的或不重要的	5.76	1.125	6
02	對我而言露營活動是無聊的或有趣的	6.15	0.956	1
03	對我而言露營活動是恰當的或不恰當的	5.78	1.279	5
04	對我而言露營活動是興奮的或不興奮的	5.68	1.301	9
05	對我而言露營活動是無意義的或意義重大的	5.69	1.238	7
06	對我而言露營活動是具吸引力的或不具吸引力的	5.91	1.298	3
07	對我而言露營活動是迷人的或不迷人的	5.86	1.221	4
08	對我而言露營活動是不值得的或值得的	6.12	0.961	2
09	對我而言露營活動是有關聯的或非關聯的	5.56	1.381	10
10	對我而言露營活動是不需要的或需要的	5.69	1.252	7

註：平均數分數最低分為 1 分至分數最高分為 7 分

本研究假設一為不同露營者類型對於露營場地之情境涉入有顯著差異。比較不同露營者類型對於情境涉入之平均數，並進行單因子變異數分析後進行多重事後比較分析，比較其不同露營者類型之情境涉入平均數是否達到顯著。



由事後多重比較統計結果得知，不同露營者類型與情境涉入之關係於題項 02、05 與 08 三題項達到顯著水準，因此，可以看出露營者類型從事露營活動時，其對於露營者本身是有趣的、意義重大的與值得等三項情境涉入會達到顯著水準（詳表 4-3-2）。

其中，情境涉入題項 02「露營活動對你而言是無聊的或有趣的」中，資源型的露營者對於此題項較景觀型的露營者更具有顯著性，即資源型露營者較景觀型露營者重視露營場地內的開發、人文及自然資源等資源相關事物，對此會產生有趣的情境涉入；情境涉入題項 05「露營活動對你而言是意義重大或無意義的」，資源型露營者較計畫型露營者更具顯著性，換句話說，計畫型露營者在進行露營活動時會有事前準備與規劃，反之資源型露營者在從事露營活動時會關切露營場地的自然度或是開發程度，相較於計畫型，其在情境涉入會有意義重大的情境涉入有顯著性；在題項 08「露營活動對你而言是值得或不值得的」中，資源型較景觀型及隨意型的露營者顯著性大，即景觀型露營者從事露營活動會注重周邊自然環境及露營場地的開發與配置，因而有露營活動對其而言是值得的情境涉入產生。

表 4-3-2 不同露營者類型與情境涉入傾向程度變異數分析表

題號	屬性類型	平均數	F 值	事後多重比較
02 無聊的 或有趣的	資源型 (1)	6.33	$F_{3,343}=6.048^{***}$	(1>3) **
	計畫型 (2)	6.13		
	景觀型 (3)	5.81		
	隨意型 (4)	5.95		
05 意義重大的 或無意義的	資源型 (1)	5.91	$F_{3,343}=4.914^{**}$	(1>2) *
	計畫型 (2)	5.19		
	景觀型 (3)	5.48		
	隨意型 (4)	5.50		
08 值得的 或不值得的	資源型 (1)	6.29	$F_{3,343}=5.492^{***}$	(1>3) *
	計畫型 (2)	6.13		
	景觀型 (3)	5.84		(1>4) *
	隨意型 (4)	5.85		

註 1：\*表示  $p<.05$ ，\*\*表示  $p<.01$ ，\*\*\*表示  $p<.001$

註 2：平均數分數最低分為 1 分至分數最高分為 7 分

## (二) 不同露營者類型與露營場地體驗前後之關係

露營者在露營場地從事露營活動之體驗可以分為未前往露營場地體驗前的期望與實際到達露營場地體驗後等兩面項，而本研究利用不同露營者類型探討其對於露營場地之情境涉入感受。

體驗前期望之量測採用 Likert 量表尺度，分別為五個等級尺度計算，一分為非常不期望、五分為非常期望。由露營場地體驗前之強度分析表中可以看出，其平均

數超過 4 以上的為第 10、12、13、14、18、24 與 25 題，共 7 題，其平均數界於 4 至 5 分之間，即選項「期望」到「非常期望」之間，其餘的問項題目的平均數皆界於 3 到 4 之間，也就是選項之「普通」至「期望」之間（詳表 4-3-3）。

由此可知，露營者前往一露營場地前，都會期待其能夠置身於景觀環境之中，接受自然的沐浴且放鬆身心，並與家人享受美好的假日休閒時光。

表 4-3-3 露營場地體驗前之強度分析表

題號	問項	平均數	題號	問項	平均數
01	可以在這裡與他人互動	3.41	15	可以體驗不同露營場地類型環境	3.94
02	可以觀賞露營場地內的景點	3.89	16	可以結交或接觸相同類型的人	3.57
03	可以使用露營場地內的露營設施	3.67	17	可以使用當地提供的露營設備	3.50
04	可以與相同價值觀的人相處	3.71	18	可以暫時逃避平常的擁擠感	4.06
05	可以提供我所需要的露營設施	3.73	19	可以欣賞附近景點	3.97
06	可以展現露營技術	3.19	20	可以提供我所需求的露營設備	3.52
07	可以更精進自我的學習	3.46	21	可以賞味露營場地內的景色	3.81
08	可以在露營場地內體驗不同活動	3.73	22	可以提供舒適的露營環境	3.88
09	可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作	3.88	23	可以同時遊玩鄰近景點	3.97
10	可以瀏覽附近的景點風光	4.07	24	可以使我的身心放鬆	4.27
11	可以與其他露營者接觸聊天	3.51	25	可以同時體驗其他周邊景點	4.02
12	可以體驗與自然的融合感	4.03	26	可以暫時逃離我日常的生活	3.95
13	可以感受到自然環境的沐浴和聲息	4.14	27	可以得到好的人員服務品質	3.49
14	可以與家人或朋友相處	4.24	28	可以欣賞露營場地內自然風光	3.96

註：分數從非常不期望（1 分）至非常期望（5 分）

單因子變異數統計分析完成後，進行 Scheffe 法多重比較分析，由分析結果中可以看出四種露營者類型對於前往露營場地前之期望在題項 01、03、05、08、09、13 與 16 題達顯著差異（詳表 4-3-4）。

其中，資源型、景觀行、計畫型與隨意型等四種類型之露營者在題項 01「可以在這裡與他人互動」達顯著水準（ $F_{3,343}=3.183, p<.05$ ），經 Scheffe 法多重比較分析結果，資源型的露營者會關注露營場地的自然度與開發程度，因此會主動接觸當地或是其他露營者討論資源相關話題，而計畫型的露營者已經規劃好行程，較不會有多餘時間與他人互動，故資源型的平均數值顯著高於計畫型，其餘則無顯著差異；題項 03「可以使用露營場地內的露營設施」達顯著水準（ $F_{3,343}=4.635, p<.01$ ），並得知隨意型露營者之平均數值顯著高於資源型，即資源型多關切自然或是開發程度，相較於隨意型，只要露營場地內的設施與設備一定要好，才能夠進行露營活動；題項 05「可以提供我所需要的露營設施」具有顯著水準（ $F_{3,343}=5.704, p<.01$ ），且經 Scheffe 法多重比較分析結果看出，隨意型露營者之平均數值之於景觀型與資源型有顯著差異，由此可知，隨意型露營者並不會多準備露營器材，因此，其較資源型露

營者更注重露營場地內所提供的露營設施。

表 4-3-4 不同露營者類型在露營場地體驗前之期望變異數分析表

題號	屬性類型	平均數	F 值	事後多重比較
01 可以與他人 互動	資源型 (1)	3.49	$F_{3,343}=3.183^*$	(1>2) *
	計畫型 (2)	3.03		
	景觀型 (3)	3.33		
	隨意型 (4)	3.47		
03 可以使用 露營設施	資源型 (1)	3.55	$F_{3,343}=4.635^{**}$	(4>1) *
	計畫型 (2)	4.00		
	景觀型 (3)	3.66		
	隨意型 (4)	3.92		
05 可以提供 所需的 露營設施	資源型 (1)	3.67	$F_{3,343}=5.704^{**}$	(4>1) * (4>3) **
	計畫型 (2)	3.88		
	景觀型 (3)	3.52		
	隨意型 (4)	4.08		
08 可在露營場 地內體驗不 同活動	資源型 (1)	3.84	$F_{3,343}=7.272^{***}$	(1>3) *** (2>3) * (4>3) *
	計畫型 (2)	3.91		
	景觀型 (3)	3.28		
	隨意型 (4)	3.77		
09 暫時躲開每 天所負擔的 責任與工作	資源型 (1)	3.92	$F_{3,343}=4.499^{**}$	(4>2) *
	計畫型 (2)	3.50		
	景觀型 (3)	3.72		
	隨意型 (4)	4.15		
13 可以感受自 環境的沐浴 和聲息	資源型 (1)	4.12	$F_{3,343}=3.205^*$	(2>4) *
	計畫型 (2)	4.50		
	景觀型 (3)	4.16		
	隨意型 (4)	3.98		
16 結交或接觸 相同類型 的人	資源型 (1)	3.66	$F_{3,343}=4.968^{**}$	(1>2) ** (4>2) *
	計畫型 (2)	3.03		
	景觀型 (3)	3.55		
	隨意型 (4)	3.57		

註 \*表示  $p<.05$ , \*\*表示  $p<.01$ , \*\*\*表示  $p<.001$

在題項 08「可以在露營場地內體驗不同活動」達顯著差異( $F_{3,343}=7.272, p<.001$ )，其中，資源型、計畫型與隨意型露營者之平均數值皆高於景觀型，即前三種類型的露營者較景觀型露營者對於露營場地內體驗不同活動更有顯著性，可以得知景觀型注重露營場地內或是周邊的景點，故會從事露營場地外的活動，如登山、釣魚或看

螢火蟲等活動；題項 09「可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作」具顯著差異 ( $F_{3,343}=4.499, p<.01$ )，且經由 Scheffe 法多重比較分析結果顯示，隨意型之平均數值顯著大於計畫型，可以看出隨意型的露營者只要能夠躲避日常工作的露營場地，並不會像計畫型露營者在從事露營活動前進行規劃。

而題項 13「可以感受到自然環境的沐浴和聲息」達顯著差異 ( $F_{3,343}=3.205, p<.05$ )，計畫型露營者平均數值顯著高於隨意型，計畫型的露營者從事露營活動都是事先規劃好的，較隨意型，即什麼都好的露營者更會體驗大自然；題項 16「可以結交或接觸相同類型的人」達到顯著水準 ( $F_{3,343}=4.968, p<.01$ )，其中，資源型露營者平均數值顯著高於計畫型，而隨意型露營者之平均數型亦高於計畫型，由結果顯示，資源型及隨意型露營者較會與露營場地其他露營者進行對話。

體驗後感受程度之量測採用 Likert 量表尺度，一分為非常不同意、五分為非常同意。由露營場地體驗後之強度分析表中可以看出，其平均數超過 4 以上的為第 10、12、13、14、15、18、19、24 與 26 題，共 9 題，其平均數界於 4 至 5 分之間，即選項「同意」到「非常同意」之間，其餘的問項題目的平均數皆界於 3 到 4 之間，也就是選項之「普通」至「同意」之間（詳表 4-3-5）。

表 4-3-5 露營場地體驗後之強度分析表

題號	問項	平均數	題號	問項	平均數
01	可以在這裡與他人互動	3.66	15	可以體驗不同露營場地類型環境	4.03
02	可以觀賞露營場地內的景點	3.76	16	可以結交或接觸相同類型的人	3.65
03	可以使用露營場地內的露營設施	3.60	17	可以使用當地提供的露營設備	3.53
04	可以與相同價值觀的人相處	3.75	18	可以暫時逃避平常的擁擠感	4.00
05	可以提供我所需要的露營設施	3.67	19	可以欣賞附近景點	4.00
06	可以展現露營技術	3.39	20	可以提供我所需求的露營設備	3.48
07	可以更精進自我的學習	3.57	21	可以賞味露營場地內的景色	3.80
08	可以在露營場地內體驗不同活動	3.79	22	可以提供舒適的露營環境	3.76
09	可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作	3.97	23	可以同時遊玩鄰近景點	3.98
10	可以瀏覽附近的景點風光	4.06	24	可以使我的身心放鬆	4.26
11	可以與其他露營者接觸聊天	3.62	25	可以同時體驗其他周邊景點	3.99
12	可以體驗與自然的融合感	4.10	26	可以暫時逃離我日常的生活	4.05
13	可以感受到自然環境的沐浴和聲息	4.16	27	可以得到好的人員服務品質	3.43
14	可以與家人或朋友相處	4.36	28	可以欣賞露營場地內自然風光	3.95

註：分數從非常不期望（1）至非常期望（5）

而當露營者實際前往露營場地從事露營活動，經過體驗過程之後，對於前往露營場地前的期望相符，得到放鬆身心舒緩壓力的效果，而題項 15「可以體驗不同露營場地類型環境」與 26「可以暫時逃離我日常的生活」平均數值提升，說明露營者在露營場地從事露營活動體驗後，其因為置身於不同於平時的环境而使其有暫時逃

離日常生活的感受。

進行單因子變異數分析，結果顯示，不同露營者類型在題項 09、13 與 26 達顯著水準（詳表 4-3-6）。其中，題項 09「可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作」達顯著差異（ $F_{3,343}=3.685, p<.01$ ），多重比較結果可以看出資源型平均數值顯著高於計畫型，其中，資源型與計畫型露營者都有從事露營活動可以暫時拋開每天要負擔的責任與工作，而計畫型在從事露營活動時並不一定要如此，也會有是要達成其他目的，如小孩剛考完試而驅車出來遊玩或是觀看螢火蟲等目的；題項 13「可以感受到自然環境的沐浴和聲息」具顯著水準（ $F_{3,343}=2.984, p<.05$ ），計畫型露營者對於感受到自然環境的沐浴和聲息顯著高於隨意型之露營者，顯示計畫型的露營者從事露營活動都是事先規劃好的，如可以在此露營場地作森林浴、釣魚或滑草等，反觀隨意型的露營者，什麼都好；而題項 26「可以暫時逃離我日常的生活」達顯著水準（ $F_{3,343}=4.933, p<.01$ ），經 Scheffe 法多重比較分析結果看出，資源型露營者之平均數值顯著高於景觀型，可見景觀型的露營者在露營場地主要會是觀賞自然或人文景觀，資源型的露營者會注重露營場地的環境及開發等相關議題，藉此體驗到遠離日常生活的感受。

表 4-3-6 不同露營者類型在露營場地體驗後之感受變異數分析表

題號	屬性類型	平均數	F 值	事後多重比較
09 暫時躲開每 天所負擔的 責任與工作	資源型 (1)	4.07	$F_{3,343}=3.685^{**}$	(1>2) *
	計畫型 (2)	3.53		
	景觀型 (3)	3.84		
	隨意型 (4)	4.03		
13 可以感受自 環境的沐浴 和聲息	資源型 (1)	4.17	$F_{3,343}=2.984^*$	(2>4) *
	計畫型 (2)	4.41		
	景觀型 (3)	4.20		
	隨意型 (4)	3.92		
26 暫時逃離 日常生活	資源型 (1)	4.17	$F_{3,343}=4.933^{**}$	(1>3) **
	計畫型 (2)	4.19		
	景觀型 (3)	3.73		
	隨意型 (4)	3.92		

註 \*表示  $p<.05$ , \*\*表示  $p<.01$ , \*\*\*表示  $p<.001$

因此，本研究假設二為不同露營者類型對於露營場地使用前後的期望與體驗有顯著差異。由單因子變異數與 Scheffe 法多重比較分析結果得知，不同露營者類型對於露營場地之前後期望與體驗在風景景觀、自然融合、朋友家人相處與暫時遠離日常生活等是會有顯著差異。

#### 第四節 露營者在露營場地從事露營活動情境涉入與遊憩體驗之關係

##### (一) 露營者對於露營場地之情境涉入與遊憩體驗前後之關係

首先，進行不同露營者類型與露營場地次數分配之交叉表，由表中得知，資源型露營者本身對於露營場地內的資源，如自然度與其相容性特別重視，故選擇以自然綠意聞名的顏氏牧場次數最多，其次為環繞在山谷中的梢楠園露營民宿；而景觀型的露營者在意的則是露營場地內的特殊景觀及自然或文化特色，交叉表的結果也顯示，其所選擇的露營場地為具有牧場及森林步道的顏氏牧場與擁有日月潭湖畔及親水空間的日月潭磐石營地；其餘的露營者類型在選擇露營場地的次數上則無特別明顯差異（詳表 4-4-1）。

表 4-4-1 不同露營者類型與露營場地之交差表

場地		資源型	計畫型	景觀型	隨意型	總和
顏氏牧場	個數	82	11	24	20	137
	百分比	59.9%	8.0%	17.5%	14.6%	100.0%
	總百分比	42.9%	34.4%	37.5%	33.3%	39.5%
梢楠園 露營民宿	個數	61	9	12	23	105
	百分比	58.1%	8.6%	11.4%	21.9%	100.0%
	總百分比	31.9%	28.1%	18.8%	38.3%	30.3%
日月潭 磐石營地	個數	48	12	28	17	105
	百分比	45.7%	11.4%	26.7%	16.2%	100.0%
	總百分比	25.1%	37.5%	43.8%	28.3%	30.3%
總和	個數	191	32	64	60	347
	百分比	55.0%	9.2%	18.4%	17.3%	100.0%
	總百分比	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

由此可知，露營者之情境涉入主要是因為露營場地類型不同而有所差異，而非露營者的類型，故進行露營者在露營場地從事露營活動之情境涉入與體驗前體驗後之統計分析。

##### (二) 露營者在不同露營場地從事露營活動體驗前與體驗後之感受

由露營者所填寫的露營場地內從事露營活動體驗前與體驗後的評分進行平均數的分析。分析結果以先前所歸納之體驗，其中包含露營設施、場內景點、整體效果、附近景點、服務與露營者等六大面向進行分析（詳圖 4-4-1）。

分析過後的平均數以折線圖表示，結果顯示，露營者在露營場地從事露營活動之體驗前與體驗後的感受，其中，體驗過後的平均數數值在整體效果、附近景點與露營者三個面向有高於體驗前的情形。由此可知，在體驗效果面向中，露營者在實際到達露營場地，暫時遠離日常生活負擔及工作、接觸自然環境、並與家人或是相

處後，使其體驗分數較體驗前升高；在露營場地附近的景觀及遊憩景點為露營者從事露營活動之外的休閒，可以觀賞露營場地外的其他景點風光，引此體驗後的感受分數提升；在露營者面向，因為與露營場地內其他露營者或是當地居民聊天互動，以及認識與結交志同道合的朋友、並且可以展現露營的技巧與精進自我學習，使體驗後的評分數提高。

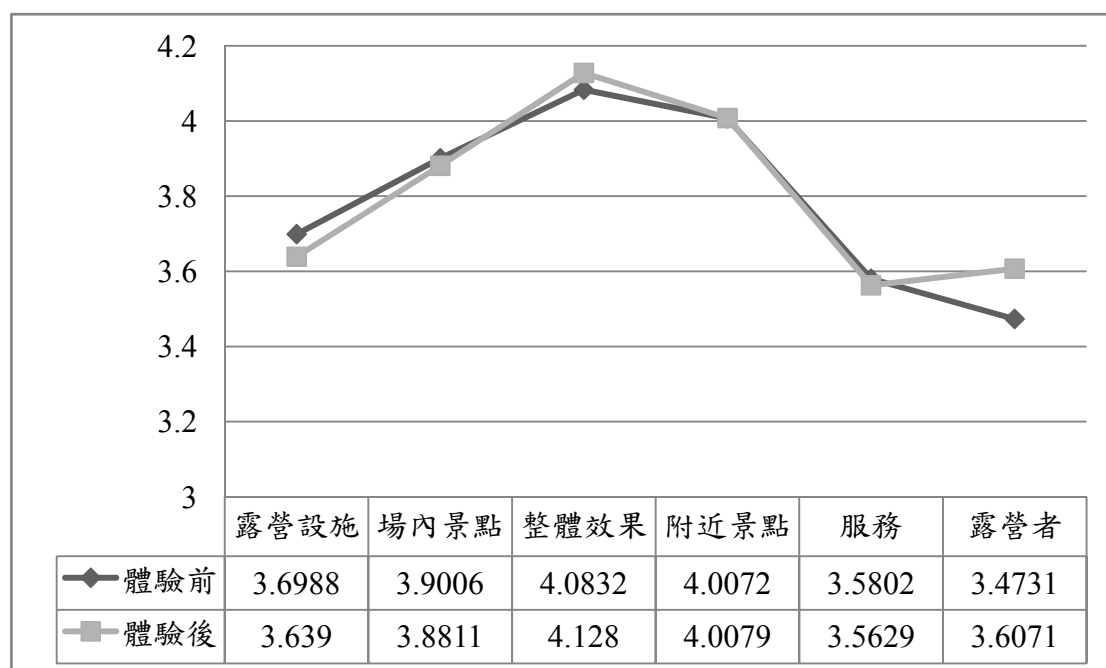


圖 4-4-1 露營者在露營場地從事露營活動體驗前後之平均數值折線圖

以下對於露營者在三處不同基地，分別為顏氏牧場、梢楠園露營民宿與日月潭磐石營地從事露營活動之體驗前與體驗後感受差異（詳表 4-4-2）。

表 4-4-2 露營者在不同露營場地從事露營活動體驗前後統計表

面向名稱	顏氏牧場		梢楠園露營民宿		日月潭磐石營地	
	體驗前	體驗後	體驗前	體驗後	體驗前	體驗後
露營設施	3.67	3.69	3.77	3.83	3.66	3.38
場內景點	3.91	3.87	3.93	4.03	3.86	3.75
整體效果	4.06	4.08	4.13	4.25	4.07	4.08
附近景點	3.98	3.94	4.03	4.10	4.02	4.01
服務	3.58	3.67	3.67	3.69	3.49	3.29
露營者	3.49	3.70	3.58	3.75	3.35	3.35

資料來源：本研究整理

顏氏牧場的露營者在露營設施、整體效果及服務等三個面向體驗後分數提升，其中，顏氏牧場所提供的露營設施為低人工化的設施，顯少有大量體設施物，多為自然天成的，如草坡、森林及牧場等；整體效果包含可以體驗自然的森林浴、餵食牛羊，以及在綠意盎然的優美景觀中，忘卻平時的繁雜瑣事，享受與大自然的接觸；

顏氏牧場的服務是露營者間有口皆碑的，老闆娘親切且熱心，場地內提供了不同的露營環境，如草原、木平台與森林營地等，露營者可以體驗不同的露營環境，並從事不同的遊憩活動的體驗（詳圖 4-4-2）。

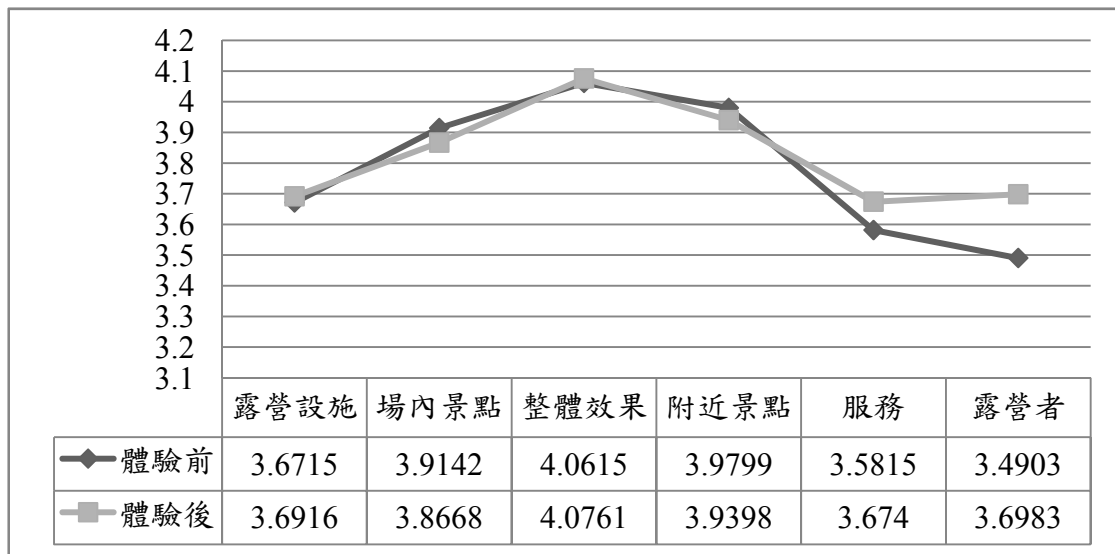


圖 4-4-2 露營者在顏氏牧場從事露營活動體驗前後之平均數值折線圖

露營者在梢楠園露營民宿從事露營活動體驗後的感受平均數值皆較體驗前有提升的情形，是由於在露營設施面向，梢楠園露營民宿提供完善的露營設備，而露營場地內的設施周全，露營者可以有舒適、安全的露營場地；露營場地內也有草地、大樹等景觀，以及附近的山景、溪流景觀等景點可以提供露營者在同一場地體驗不同的露營休閒遊憩活動；而露營者在露營場地內可以與家人或朋友相處、觀賞自然景觀、放鬆心情與紓解平時的壓力，整體效果佳；露營者在露營場地內也可以和老闆及老闆娘談話、認識新的同好露營朋友等（詳圖 4-4-3）。

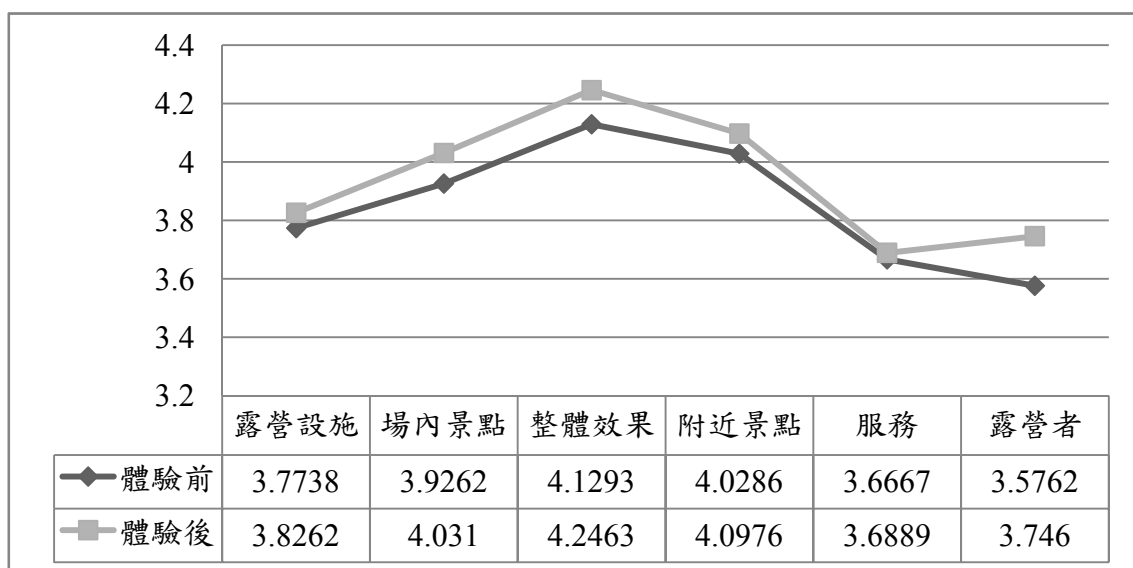


圖 4-4-3 露營者在梢楠園露營民宿從事露營活動體驗前後之平均數值折線圖



日月潭磐石營地的體驗前與體驗後平均數數值只有體驗後的整體效果有提升，其餘皆是較體驗前為低分。從中可以看出，日月潭磐石營地雖然有周邊景點，但是露營者皆遊玩過，因此對於露營場地附近景點並無太大的興趣；露營者進行露營活動時，其所提供的露營設施若是老舊及無趣，則會傾向自行準備或是不再前往；而服務面向體驗後偏低，原因為垃圾要自行處理，露營者會嫌麻煩，再者，露營場地內並無其他遊憩活動可以體驗，只能往露營場地外進行活動。因此，在日月潭磐石營地進行露營活動的體驗之露營者，其體驗前的平均分數大都高於體驗後（詳圖 4-4-4）。

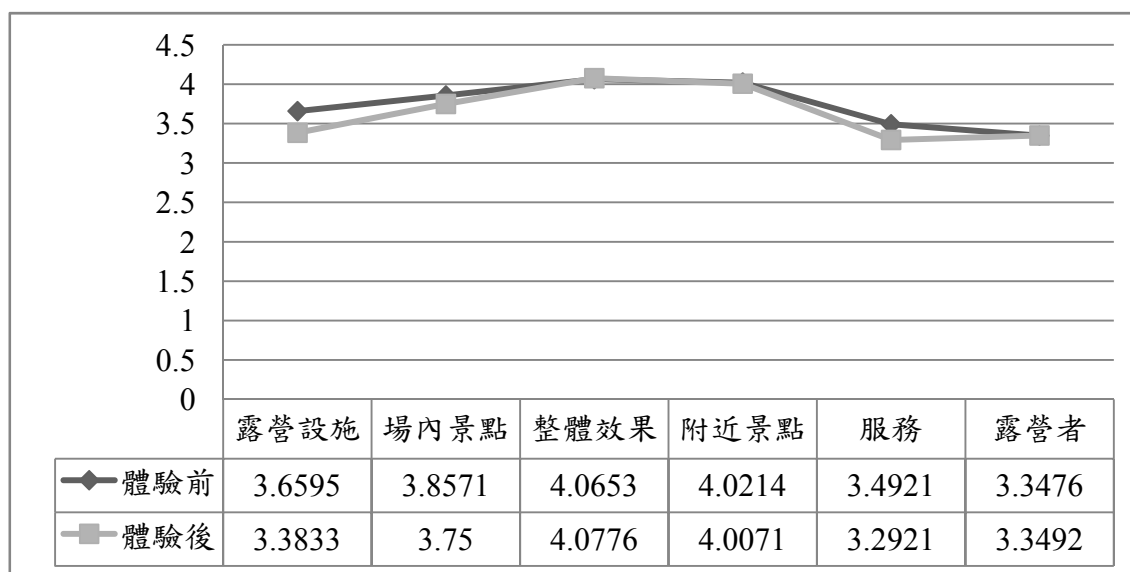


圖 4-4-4 露營者在日月潭磐石營地從事露營活動體驗前後之平均數值折線圖

因此，可以得到露營者在露營場地從事露營活動體驗前與體驗後的感受，會因為不同露營場地內或附近景點、服務、整體效益、露營設施以及露營者自身社經背景等六大面向而有不同的體驗感受。

### (三) 露營者在不同露營場地從事露營活動之情境涉入與體驗前後感受之關係

完成露營者在露營場地從事露營活動體驗前與體驗後之感受的分析後，接著進行其與露營者在露營場地從事露營活動情境涉入之間的關係。本研究首先以露營者在露營場地從事露營活動體驗後平均數減去體驗前平均數，得到其相減後的體驗落差平均數數值，接著進行其與情境涉入之 Pearson 積差相關係數的統計分析，得到兩者之間的關係，其中，情境涉入的資料再輸入時已經過轉換，故所有資料皆為一致，即其平均數數值由 1 至 7 分分別表示情境涉入的低分至高分。

由表 4-4-3 露營者在露營場地從事露營活動之情境涉入與體驗前體驗後相關分析表中顯示，一般情形下，露營者在露營場地從事露營活動時，在露營設施面向，露營者所產生的情境涉入為六大面向中最多的，換句話說，露營者在露營場地從事露營活動時，對於露營場地之露營設施會產生較多項的情境涉入：題項 01「露營活動對你而言是重要的」有低度正相關，相關係數為.118 ( $p < .05$ )、題項 02「露營活

動對你而言是有趣的」具有中度正相關，相關係數為.143 ( $p<.01$ )、題項 03「露營活動對你而言是恰當的」有低度正相關，其相關係數為.117 ( $p<.05$ )、題項 07「露營活動對你而言是迷人的」具有低度正相關，相關係數為.112 ( $p<.05$ )、題項 08「露營活動對你而言是值得的」有中度正相關，相關係數為.248 ( $p<.01$ )、題項 10「露營活動對你而言是需要的」達到中度正相關，其相關係數為.163 ( $p<.01$ )。

體驗之場內景點面向，露營者在露營場地從事露營活動在情境涉入 10 題項中有五項具有正相關，分別為題項 02「露營活動對你而言是有趣的」達中度正相關，相關係數為.147 ( $p<.01$ )、題項 06「露營活動對你而言是具吸引力的」具有低度正相關，相關係數.107 ( $p<.05$ )、題項 07「露營活動對你而言是迷人的」為低度正相關，相關係數為.133 ( $p<.05$ )、題項 08「露營活動對你而言是值得的」具有中度正相關，相關係數為.241 ( $p<.01$ )，與題項 10「露營活動對你而言是需要的」達到中度正相關，相關係數.166 ( $p<.01$ )。

因此，露營者對於露營場地內露營設備與場內景點兩大面向之體驗感受最為關切，也就是說，露營者在露營場地體驗露營活動後，以露營設備的適切性、舒適性，以及場內景點的有無兩大面向為其為主要產生情境涉入的原因，即露營設施與設備的提供越能夠符合露營者，露營場地內具有吸引的優美景觀或景點，則露營者在露營場地從事露營活動時，更會對此產生正向的情境涉入，其中更是以露營者在露營場地體驗露營活動後，較明顯地會產生有趣、值得與需要等情境涉入。

而表 4-4-3 中也顯示，露營者在露營場地從事露營活動時，其所產生的情境涉入以題項 02「露營活動對你而言是無聊的或有趣的」與題項 08「露營活動對你而言是值得的或不值得的」等兩題項在體驗之六大面向顯示具有正相關，其中以題項 08 更是達到中度正相關，由此可以看出，露營者在露營場地從事露營活動時，主要產生有興趣的與值得的兩情境涉入，即露營者完成露營場地之露營活動體驗後，對於露營活動會產生有趣的與值得的情境涉入。

不同露營場地，露營者從事露營活動體驗後的感受與情境涉入關係也會有所差異。由表 4-4-3 中看出，露營者在顏氏牧場從事露營活動體驗後，其有相關的情境涉入為題項 02「露營活動對你而言是無聊的或有趣的」有低度正相關，其中服務面向達到中度正相關，相關係數為.219 ( $p<.01$ )、題項 06「露營活動對你而言是具吸引力的或不具吸引力的」與題項 08「露營活動對你而言是值得的或不值得的」也達低度正相關。由此可以看出，抵達顏氏牧場的露營者，在體驗其牧場內少量人工化的露營設施、優美的山景、森林及牧場景觀、周邊的日月潭遊憩據點或賞析螢火蟲、露營者間的相處與互動、場內的熱切服務，以及露營者感受到正向整體效果後，其在顏氏牧場進行露營活動體驗後，會產生露營活動對於露營者而言是有趣的、具有吸引力及值得的情境涉入。

表 4-4-3 露營者在露營場地從事露營活動之情境涉入與體驗落差相關分析表

		變項題號									
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
		重要	有趣的	恰當的	興奮的	有意義	吸引力	迷人的	值得的	有關聯	需要的
露 營 場 地	露營設施	.118*	.143**	.117*	-.001	.005	.048	.112*	.248**	.056	.163**
	使用露營設施										
	提供露營設施										
	使用露營設備										
全 部	提供舒適環境										
	場內景點	.086	.147**	.080	.031	.032	.107*	.133*	.241**	.070	.166**
	觀賞場內景點										
	體驗不同場地										
體 驗 面 向	賞味場內景色										
	欣賞自然風光										
	整體效果	.033	.136*	.071	.033	-.016	.064	.064	.201**	.080	.071
	躲開責任工作										
地 露 營 體 驗	體驗自然融合										
	感受自然環境										
	家人朋友相處										
	暫時逃離擁擠										
營 地 面 向	使我身心放鬆										
	逃離日常生活										
	附近景點	.075	.110*	.095	.054	-.026	.059	.120*	.195**	.074	.087
	瀏覽附近風光										
驗 面 向	欣賞附近景點										
	遊玩鄰近景點										
	體驗周邊景點										
	服務	.020	.091	.007	-.073	-.020	-.002	.062	.172**	.015	.075
場 地 面 向	體驗不同活動										
	提供露營設備										
	好的服務品質										
	露營者	.063	.095	-.015	-.023	.004	.074	.037	.180**	.026	.084
地 面 向	可與他人互動										
	價值觀同的人										
	展現露營技術										
	精進自我學習										
地 面 向	與露營者聊天										
	結交同類型人										

表 4-4-3 露營者在露營場地從事露營活動之情境涉入與體驗落差相關分析表

		變項題號									
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
		重要	有趣的	恰當的	興奮的	有意義	吸引力	迷人的	值得的	有關聯	需要的
露 營	露營設施	.034	.171*	.046	-.006	.007	.089	.114	.207*	.069	.090
	使用露營設施										
	提供露營設施										
	使用露營設備										
營 地	提供舒適環境										
	場內景點	.033	.177*	.080	.053	.131	.174*	.152	.161	.112	.045
	觀賞場內景點										
	體驗不同場地										
場 地	賞味場內景色										
	欣賞自然風光										
	整體效果	-.098	.112	.014	.050	.114	.184*	.094	.132	.118	-.019
	躲開責任工作										
氏 體	體驗自然融合										
	感受自然環境										
	家人朋友相處										
	暫時逃離擁擠										
驗 牧	使我身心放鬆										
	逃離日常生活										
	附近景點	.086	.203*	.057	.121	.107	.221*	.178*	.190*	.107	-.001
	瀏覽附近風光										
面 場	欣賞附近景點										
	遊玩鄰近景點										
	體驗周邊景點										
	服務	.049	.219**	-.030	-.015	.044	.105	.132	.191*	-.001	.016
向 場	體驗不同活動										
	提供露營設備										
	好的服務品質										
	露營者	-.010	.140	-.032	-.018	.039	.107	.056	.122	-.013	-.047
	可與他人互動										
	價值觀同的人										
	展現露營技術										
	精進自我學習										
與露營者聊天											
結交同類型人											

表 4-4-3 露營者在露營場地從事露營活動之情境涉入與體驗落差相關分析表

		變項題號									
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
		重要	有趣的	恰當的	興奮的	有意義	吸引力	迷人的	值得的	有關聯	需要的
露	露營設施	.152	.047	.146	-.050	-.124	.076	.119	.095	-.084	.012
	使用露營設施										
	提供露營設施										
營	使用露營設備										
	提供舒適環境										
場	場內景點	.134	.097	.093	-.098	-.120	.015	.060	.140	-.040	.098
	觀賞場內景點										
	體驗不同場地										
地	賞味場內景色										
	欣賞自然風光										
體	整體效果	.122	.080	.046	-.140	-.201*	-.009	.023	.072	-.102	.049
	躲開責任工作										
	體驗自然融合										
	感受自然環境										
	家人朋友相處										
	暫時逃離擁擠										
驗	使我身心放鬆										
	逃離日常生活										
	附近景點	.084	-.065	.012	-.155	-.170	-.095	-.014	.002	-.082	-.045
	瀏覽附近風光										
	欣賞附近景點										
面	遊玩鄰近景點										
	體驗周邊景點										
	服務	-.007	.034	.075	-.062	-.033	.017	.043	.033	-.023	-.026
	體驗不同活動										
向	提供露營設備										
	好的服務品質										
	露營者	.093	.099	-.016	.035	-.036	.116	.035	.124	.046	-.062
	可與他人互動										
	價值觀同的人										
	展現露營技術										
	精進自我學習										
與露營者聊天											
結交同類型人											

表 4-4-3 露營者在露營場地從事露營活動之情境涉入與體驗落差相關分析表

		變項題號									
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
		重要	有趣的	恰當的	興奮的	有意義	吸引力	迷人的	值得的	有關聯	需要的
露 營 日	露營設施	.144	.201*	.233*	.028	.048	-.058	.064	.344**	.106	.286**
	使用露營設施										
	提供露營設施										
	使用露營設備										
場 月	提供舒適環境										
	場內景點	.037	.123	.032	.064	-.007	.046	.144	.348**	.043	.271**
	觀賞場內景點										
	體驗不同場地										
地 潭	賞味場內景色										
	欣賞自然風光										
	整體效果	.078	.203*	.147	.133	-.038	-.061	.024	.371**	.151	.220*
	躲開責任工作										
體 磐	體驗自然融合										
	感受自然環境										
	家人朋友相處										
	暫時逃離擁擠										
驗 石	使我身心放鬆										
	逃離日常生活										
	附近景點	.006	.122	.196*	.124	-.073	-.041	.147	.353**	.141	.259**
	瀏覽附近風光										
面 營	欣賞附近景點										
	遊玩鄰近景點										
	體驗周邊景點										
	服務	-.025	-.007	.044	-.168	-.120	-.149	-.015	.214*	.044	.177
向 地	體驗不同活動										
	提供露營設備										
	好的服務品質										
	露營者	.106	.037	.058	-.099	-.047	-.018	-.010	.251**	.026	.223*
	可與他人互動										
	價值觀同的人										
	展現露營技術										
	精進自我學習										
	與露營者聊天										
	結交同類型人										

註 \*表示  $p<.05$ , \*\*表示  $p<.01$ , \*\*\*表示  $p<.001$

梢楠園露營民宿的露營者，其從事露營活動體驗後與情境涉入沒有相關，由此可知，露營者在前往梢楠園露營民宿時，事先對於梢楠園露營場地內所提供的露營設施為何、場內是否有景點、服務類別、鄰近的遊憩景點及整體效果等皆有某一程度上的瞭解，故露營者在露營場地內從事露營活動時並不會產生情境涉入。

然而，在表 4-4-3 中顯示，露營者在梢楠園露營民宿中的整體效果面項體驗後會與情境涉入題項 05「露營活動對你而言是無意義的或意義重大的」產生低度負相關，相關係數為 .201 ( $p<.05$ )，即在露營場地體驗前雖然已經對露營場地有所瞭解，在實際抵達露營場地進行露營活動體驗之後，其在體驗的整體效果面向並不良好，且露營者會產生在梢楠園露營民宿的露營活動對其而言是無意義的情境涉入。

露營者在日月潭磐石營地進行露營活動體驗後，在情境涉入題項 08「露營活動對你而言是值得的或不值得的」與題項 10「露營活動對你而言是需要的或不需要的」兩題項幾乎與體驗面向皆有低度的正相關。由此可以看出，前往日月潭磐石營地體驗露營活動的露營者會因為露營者本身對於此次露營活動是有需要的及值得的而決定前往日月潭磐石營地從事露營活動之體驗。

因此，露營者在選擇露營場地從事露營活動時，對於一般型的露營場地，如日月潭磐石營地會有著是否值得及需要與否的情境涉入，即露營者對於一般型露營場地會視露營活動的值得及需要程度選擇一般型露營場地；在像是梢楠園露營民宿的中庸型露營場地，由於露營場地類型界於一般型與專業型之間，這種型態的露營場地沒有一般型的單純設施及專業型的規劃與配置，可能是如同梢楠園露營民宿般的複雜組合型態，故會在前往露營場地之前，先蒐集好資訊並且進行瞭解，因而在其露營場地內有露營活動情形產生時，與情境涉入沒有相關聯。

而在專業型的露營場地，露營者在露營場地進行露營活動會有著超出原先所期待的情形，也就是體驗後的感受高於體驗前，原因是專業型露營場地的規劃設計師與經營管理者會去瞭解露營者對於設施的需求、場地內的景觀及配置、設備要舒適且安全與專業的服務水準，加上會有較多專業級的露營者前往從事露營活動，彼此間可以相互交流及學習，使得露營者在專業型露營場地進行露營活動體驗後是相較於體驗前來的更佳，好像不虛此行，好比露營者在顏氏牧場從事露營活動體驗後會產生需要的情境涉入，以及較一般型與中庸型露營場地更有需要的情境涉入。

## 第五章 結論與建議

本章節依據第四章之研究分析與結果作一總結，作為日後露營者及露營場地設計師與規劃師、經營管理單位或是相關研究者等參考依據，並進一步提出相關後續之建議。

### 第一節 結論

以下就本研究架構中的露營者類型對於露營場所之情境涉入與露營者前往露營場地體驗前和實際到達露營場地體驗後，以及露營者在露營場地從事露營活動體驗前後之體驗落差與情境涉入進行討論。

#### 一、露營者類型與情境涉入

經由統計分析結果得知，不同類型的露營者在露營場地從事露營活動時的情境涉入只有在有趣的或無趣的、有意義或無意義的與值得或不值得的等三個題項中具有顯著差異，其中，此三項題項的平均分數值介於6分至7分之間，表示有高度同意題項之意涵，顯示各類型的露營者進行露營活動是會有重要的、值得的且意義重大的情境涉入產生，而其餘的情境涉入題項則沒有達到顯著水準。

由此可知，不同露營者類型對於露營活動的重要、值得且意義重大等三項情境涉入有顯著差異，其中，資源型露營者更是較計畫型、景觀型與隨意型的露營者對於露營場地情境涉入會有高度重要、有趣及值得的感受，因此，露營場地的設計規劃者與經營管理者可以對於露營場地內的自然及人文特色、開發程度等因素進行考量，如顏氏牧場的少量人工化、多元的景觀元素及生態露營等概念的導入，或是針對不同類型的露營者之喜好與需求進行露營場地的設計規劃與配置，並且導入主題活動，一方面可以在保護生態與環境的前提下吸引露營者前來；另一方面，在露營場地從事露營活動的露營者也會有情境涉入的顯著提升，增加露營活動體驗效果。

#### 二、露營者類型與露營場地體驗前與體驗後的體驗感受

經過第四章的研究分析與結果，顯示不同類型的露營者在其前往露營活動之前與實際到達露營場地從事露營活動體驗後之平均數數值中，露營者在去程露營場地進行露營活動之前，對於露營場地會有著期待及新鮮的感覺，且主要與露營者、露營設施與整體效果等三個面向會有顯著差異，也就是說，露營者本身希望藉此結交新的朋友、展現露營技巧及享受家庭時光，露營場地內之露營設備是可以滿足露營者需求，以及整體體驗效果，即露營者期待可以逃離日常生活、減少壓力與結交朋友。

然而，當露營者實際到達露營場地從事露營活動體驗後之體驗分析結果中顯示，具有顯著差異之題項減少為只有整體體驗效果單一向，其中包含放鬆身心、逃離日常生活及躲避工作等。由此可知，當露營者實際到達露營場地，經過露營活動的體驗後，因為期待已經過親自體驗驗證轉為實際事實，其與原本的期待並無太大差



異，而只有整體體驗效果達到顯著差異，即露營者在體驗的整體效果面向中，經過實際體驗後，其感受較體驗前的效果來的更好。

因此，露營者前往露營場地從事露營活動是因為露營活動對其而言能夠達到暫時拋開負擔與工作、感受大自然及放鬆心情等效果，而露營者會因為露營場地不同，如提供的設備是否滿足露營者需要、場內景點的吸引力、附近景點、服務品質、露營者本身的感受與整體效果等也會有所不同。

### 三、露營者在露營場地從事露營活動體驗前後與情境涉入之關係

由資料整理與分析中得知，露營者前往露營場地從事露營活動體驗前與實際到達露營場地進行露營活動後之體驗後，前者與露營者在露營場地進行露營活動產生的情境涉入有顯著關係。

其中，不同露營場地對於露營者從事露營活動時會有不同的體驗效果，因此，露營場地的設計規劃者與經營管理者於日後在進行露營場地之整修與興建時，可以就露營場地內特有的資源特色，如顏氏牧場的森林步道、舞台與牧場等；日月潭磐石營地旁的日月潭湖畔景觀等；梢楠園露營民宿依據場地容量、開發程度與設施的強度等，將露營場地與民宿區隔使用者，達到不相衝突的情況。而這些因素都會成為影響露營者前往露營場地進行露營活動前的期待考量，以及經過露營場地實際的情境涉入與體驗，並可能再次重遊或是換個露營場地重新體驗。

露營者在不同露營場地從事露營活動體驗前後的體驗落差與情境涉入重要的、值得的與需要的達到正相關，由此可知，露營場地內的露營設施、場內景點、附近景點、露營者本身、服務與整體效果等面向皆會是露營者選擇露營場地的重要因素，進而從露營場地之露營活動中產生情境涉入。因此，露營場地的規劃配置不能單單只在乎經營管理者單方面的想法，也要將露營者的意見納入，如景觀型的露營者可能在乎露營場地內的特殊景觀；計畫型的露營者會希望露營場地內提供設施以利其規劃露營事項及行程；資源型露營者則是對於露營場地內的資源相關事物，如開發程度、自然與人文程度的高低等與場地內之相容性，或是露營場地內及其周邊的商店所販售的物品較為重視；隨意型的露營者雖然並不在意景觀、資源等面向，然而，卻會從相關資訊管道，如網路媒材等得知訊息。

露營場地的興建與整修，需要從供給者，即露營場地設計規劃與經營管理者、需求者，即露營者兩方面著手進行，有了全盤的規劃與完善的資訊分析與整理，讓不同類型的露營者都能夠在多元的露營場地內從事安全及舒適的露營活動，且有美好的體驗感受。

## 第二節 建議

對於本研究之研究架構中的露營者類型，建議可以直接將分類完成，進行定義後，以類別尺度於問卷中由受測者直接勾選，這樣可以由其自行分類，更能增加分類的準確性。

### 一、研究架構部分

整體研究架構上，不同露營者類型對於露營場地情境涉入項項僅有 3 題達顯著水準，露營者類型不同對於露營場地體驗前後感受也具有顯著差異，而露營者在不同露營場地從事露營活動體驗前後與情境涉入之間具有顯著關係。

因此，日後進行相關研究時，由於情境涉入是因為露營者在不同露營場地進行露營活動而產生的，並非因為不同類型的露營者所造成的，可由此方向延伸，如將受測對象增廣至有露營經驗的遊客或是直接經過露營場地之使用者為受測對象；而露營場地也可以不只限於基地內，可以擴展到鄰近的周邊景點進行調查，如森林、登山步道、水岸空間等，其所得到的結果可能較單單只有局限於露營場地更有顯著效果。

### 二、調查方法部分

由於國內大多數的露營場地為營業場所，故皆為假日開放，本研究所測得的露營者填寫的資料皆是周末假日或是國訂假日，無法測得例假日的露營者訊息。而國內露營車或是車頂帳的使用者也漸漸增加，故可以朝這方面之露營者進行調查，而非單單停留在傳統的帳篷露營。

問卷設計部分，露營者類型之情境涉入之名詞可以運用更加白話的詞語，讓受測者能夠更明白其意義。由於研究者的想法可以意會問卷的內容，然而，並非所有受測者都能夠理解問卷之詞句意義，導致進行問卷時要有訪員在旁協助填寫問卷，可能影響作答，故可以將問項內容用詞再精確化及細緻化，不會因為觀點、想法不同等模糊地帶等原因，使得作題時造成差異。

### 三、後續研究建議

本研究將露營者類型進行分類，以此進行量測，日後若是進行相關研究，也可以另外將其他所欲量測的問項進行分類，如情境涉入、體驗效益或期望等，並且事先將其問項歸納整理，如先進行群集分析，將問項題項減少，受測者也會更願意且專心作答。

而由本研究結果得知，情境涉入會因為露營場地不同而有顯著差異，即露營者在從事露營活動體驗時，因為露營場地不同，使得因為不同的露營場地而與露營者產生的情境涉入之間的關係也不盡相同。因此，可以將露營場地周邊環境氛圍直接給予分數數值並且分出等級，再由受測者填寫作答，可以測得露營者之情境涉入之偏好的場所類型，再以此發展研究或進行設計。

## 參考文獻

### 中文參考文獻：

- 行政院衛生署網站，(2010)，全民健康保險雙月刊第 73 期(97.5.1)出版，下載日期：2010/11/30，取自：[http://tw.myblog.yahoo.com/jw!ejIVu4qYHxLUTVsEFiC4\\_EMt4qoA/article?mid=1916](http://tw.myblog.yahoo.com/jw!ejIVu4qYHxLUTVsEFiC4_EMt4qoA/article?mid=1916)
- 交通部觀光局，(1987)，風景區公共設施設計準則及參考圖集，國立臺灣大學土木工程學研究所都市計畫室，p.7。
- 李美枝，社會心理學。台北：大洋出版社，1986。
- 李銘輝，(1991)，遊憩需求與遊客行為特性之探討。戶外遊憩研究，4(1)，17-33。
- 李茂興、余伯泉譯，Aronson, Wilson and Akert 著，社會心理學。台北，揚智文化，1995。
- 林晏州，(1986)，遊憩活動特性與需求之分析。都市計畫，13，107-140。
- 林晏州，(1986)，遊憩者選擇遊憩區行為之研究。都市與計畫，10，33-49。
- 林淑晴，(1990)，從環境知覺探討垃圾對遊憩體驗的影響—以日月潭為例。戶外遊憩研究，3(1)，17-30。
- 吳英偉、陳慧玲譯(1996)，Stokowski P. A. 著，休閒社會學，台北：五南。
- 周明智，(2003)，商業遊憩管理，台北：揚智。
- 邱皓政，(2008)，研究量化與統計分析，台北市大安區：五南。
- 翁士軒，(2007)，休閒涉入、心理承諾、知覺可掌握的資源對遊憩替代意願的影響關係研究—以自行車為例，靜宜大學觀光事業學系研究所論文。
- 陳昭明、蘇鴻傑、胡弘道，(1989)，風景區遊客容納量之調查與研究，國立台灣大學森林研究所，台北。
- 陳水源(1988)，遊憩體驗實證之研究—以陽明山國家公園為例。戶外遊憩研究，1(1)，39-75。
- 陳水源(2002)，遊客遊憩需求與遊憩體驗之研討。戶外遊憩研究，1(3)，25-51。
- 曹正、李瑞瓊，(1989)，觀光地區遊憩活動設施規劃設計準則研究報告，台北：交通部觀光局。
- 陳士彥，(1997)，東北角海岸龍門露營區的遊憩活動研究，中國文化大學地學研究所未出版之碩士論文。
- 陳思倫、歐盛榮、林連聰(1997)。休閒遊憩概論，台北縣蘆洲鄉：空大。
- 陳冠宏(2004)，遊客對龍門露營區遊憩活動體驗之研究，世新大學觀光學系，台北。
- 陳永松(2009)，露營者之參與露營動機、遊憩滿意度與休閒效益關係之研究—以苗栗三義為例，大葉大學休閒事業管理學系碩士班，彰化縣。
- 陳仁光，(1998)，遊客垃圾丟棄行為及其管理成效之研究—以台北市中正露營區為例，逢甲大學土地管理研究所未出版之碩士論文。
- 陳盛雄，(2008)，露營地設立標準語認證制度之研究—以歐美日現況為例。露營教育研究之教學講義，台北市。

- 陳瑞翊，(2010)，遊憩體驗之感官元素對體驗品質、工作壓力舒緩與工作投入提升影響之研究—以休閒農場為例，在職專班碩士論文，輔仁大學管理學研究所，新北市。
- 項退結編譯，布魯格 (Brugger, Walter) 編著，(1989)，西洋哲學辭典，台北市：華香園，p.200。
- 張淑雲，(2000)，遊客對孔廟的遊憩需求與滿意度之研究。台灣：台南千禧古蹟管理與觀光遊憩學術研討會。273。
- 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，碩士論文，世新大學觀光學系，台北。
- 黃章展，(2007)，社區觀光承載量評定之初探。中華民國戶外遊憩學會編，2007，公園及遊憩區之遊憩管理研討會論文集，p.65-84。台北：中華民國戶外遊憩學會。
- 黃敏芝，(2010)，衝浪遊憩者之刺激尋求、知覺風險與遊憩體驗關係之研究—以烏石港為例，碩士論文，大葉大學休閒事業管理學系，台中。
- 傅學俞、簡名佐，(2010)，療癒性庭園設計之研究—恢復性環境的觀點。學士論文，東海大學景觀學系，台中。
- 劉景元，(1998)，以生態旅遊觀點探討露營地選址評估—以雪霸國家公園為例，東海大學景觀研究所未出版之碩士論文。
- 鄭健雄，(1997)，休閒的哲學理念內涵暨分類—休閒遊憩行為。台北市：田園城市文化。
- 鄭佳美、歐聖榮、黃郁琇，(2006)，以支應性理論探討環境屬性與使用者行為關係之研究，興大園藝，31(1)，99-112。
- 歐聖榮、楊文燦、侯錦雄、顏妙桂、黃章展、鄭蕙燕、林宗賢、葉源鎰、李素馨、李英弘、吳忠宏、王昭正、邱文志、陳惠美、吳宗瓊、林旭龍、林晏州、張俊彥、湯幸芬，(2008)。休閒遊憩理論與實務，台北縣三重市，前程文化。
- 蔡瑋庭，(2010)，不同專門化程度攀岩者環境支應性感受與心流體驗之研究，碩士論文，東海大學景觀學研究所，台中。

謝孟宏，(2003)，在行人徒步公園中支應性的設計，碩士論文，淡江大學建築學系碩士班，台北。

#### 英文參考文獻：

- Boyd, S. W., & Butler, R. W. (1996). Managing Ecotourism: An Opportunity Spectrum Sproach. *Tourism Management*, 17(8), 557-566.
- Clawson, M., & Knetsch J. L. (1969). Alternative Method of Estimating Future Use. *Economics of Outdoor Recreation*, 21(7), 36.
- Clark, R. N., & Stankey, G. H. (1979). *The Recreation Opportunity Spectrum: A Framework for Planning, Management, and Research*. USDA Forest Service Research Paper PNW-98.

- Cordes, K. A., & Ibrahim, H. M. (1979). *Applications in Recreation & Leisure for Today and The Future*. (2nd ed.), N. Y.: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Be Young Boredom and Anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Donnelly, M. P., Vaske, J. J., & Graefe, A. R., "Degree and Range of Recreation Specialization: Toward a Typology of Boating Related Activities", *Journal of Leisure Research*, Vol.18(2), 1986, pp.81-95.
- Csikszentmihalyi, M. (1988). *The Flow Experience and Its Significance for Human Psychology*. In M. Csikszentmihalyi, & I. Csikszentmihalyi, *Optimal Experience*. NY: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I. S. (1988). *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness*. New York: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper Collins.
- Driver, B. L., & Tocher, R. C. (1970). Toward A Behavioral Interpretation of Recreational Engagement, with Implications for planning. In B. L. Driver (Ed.), *Element of Outdoor Recreation Planning*. (p.9-31). Ann Arbor Published and Distributed by University Microfilms for The University of Michigan Press.
- Driver, B. L. & Brown, P. J., A Socio-psychological Definition of Recreation Demand, with Implications for Recreation Resource Planning. Assessing Demand for Outdoor Recreation. 12(8), pp.62-88.
- Gibson, J. J. (1986). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. Original Work Published in 1979.
- Gibson, James J. (1986). *The Ecological Approach to Visual Perception*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Godbey, G. (1994). *Leisure in Your Life An Exploration*. State College, PA: Venture Publishing.
- Hall, J. T. (1966). *Recreation: Its Organization, Supervision and Administration*. Brown, M. C. Company.
- Hartig, T. (1993). *Testing Restorative Environments Theory*. Unpublished Doctoral Dissertation, Program in Social Ecology, University of California, Irvine.
- Havitz, M. E., & Mannell R. C. (2005). Enduring Involvement, Situational Involvement, and Flow in Leisure and Non-leisure activities. *Journal of Leisure Research*, 37, p.152-117.
- Hull, R. B., IV, Steward, W. P., & Ti, Y. K. (1992). Experience Pattern: Capturing The Dynamic Nature of A Recreation Experience. *Journal of Leisure Research*, 24(3), p.240-252.
- Ittelson, W. H., (1978). Environmental Perception and Urban Experience. *Environment*

- Behavior*, 10(2), p.193-213.
- Jack Hope. (1972). *Safety in The Parks*. National Parks and Conservation, 46:11, p.11.
- Jackson, S. A. (1992). *Athletes in Flow: A Qualitative Investigation of Flow State in Elite Figure Skaters*. *Journal of Applied Sport Psychology*, 4, 161-180.
- Judith, Lynne Zaichkowsky. (1994). Research Notes: The Personal Involvement: Reduction, Revision, and Application to Advertising.
- Jackson, S. A. (1995). *Factor Influencing The Occurrence of Flow State in Elite Athletes*. *Journal of Applied Sport Psychology*, 7, 138-166.
- Jackson, S. A. (1996). *Toward a Conceptual Understanding of The Flow Experience in Elite Athletes*. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 67(1), 76-90.
- Jackson, S. A. & Csikszentmihalyi, M. (1999). *Flow in Sports: The Keys to Optimal Experiences and Performances*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The Experience of Nature: A Psychological Perspective*. NY: Cambridge University Press. *Nearby Nature*.
- Laurent, Gilles and Jean-Noel Kapferer (1985), "Measuring Consumer Involvement Profiles," *Journal of Marketing Research*, 22, 41-53.
- Laczniak, Russell N. and Darrel D. Muehling (1989), "Manipulating Message Involvement in Advertising Research," *Journal of Advertising*, 19(2), 28-38.
- Laverie, D. A., & Arnett, D. B. (2000). Factors Affecting Fan Attendance: The Influence of Identity Salience and Satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 32, 225-246.
- Mannell, R. C.. Leisure Satisfaction. In E. L. Jackson and T. L. Burton (eds), *Understanding Leisure and Recreation: Mapping The Past, Charting the Future*, Venture, State College, PA, 1989, pp.281-301.
- McGrenere, j., & Ho, W. (2000). *Affordances: Clarifying and Enveloping A Concept*. *Proceedings of Graphics Interface 2000*. Montreal. May 2000.
- Monty L. Christiansen. (1941). *Park planning Handbook*. New York: John Wiley & Sons.
- Neulinger, J. (1981). *The Psychology of Leisure*. Springfield, IL: Charles C. Thomas.
- Norman, D.A.(1999). *Affordance, Conventions and Design*. *Journal of interaction*, 6(3), 38-43.
- Park, C. Whan and Gordon W. McClung (1986), "The Effect of TV Program Involvement on Involvement with Commercials." *Advances in Consumer Research*, Vol. 13, Richard J. Lutz, ed., Association for Consumer Research, 544-548.
- Rousseau, D. M. (1978). *Relationship of Work to Non-work*. *Journal of Applied Psychology*, 65, 513-517.
- Rothschild, M. L., & Houston, M. J. (1980). Individual Differences in Voting Behavior: Further Investigation of Involvement, *Advances in Consumer Research*, 7, 655-658.
- Richins, M. L., & Bloch, P. H. (1986). After The New Wears off: The Temporal Context of Product Involvement. *Journal of Consumer Research*, 13, 280-285.

- Richins, M. L., & Bloch, P. H., & McQuarrie, E. F. (1986). How Enduring and Situational Involvement Combine to Create Involvement Responses. *Journal of Consumer Psychology*, 1, 143-153.
- Selligman, B. B. (1965). *On Work, Alienation, and Leisure*. The American Journal of Economics and Sociology, 24, 55-60.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act and Relate to Your Company and Brands*. NY: The Free Press.
- Shelby, B and Heberlein T. A., (1984). *A Conceptual Framework for Carrying Capacity Determination*. Leisure Science, 6: 433-541.
- Sherif, M., & Cantril, H. (1947). *The Psychology Ego Involvement, Social Attitudes and Identifications*. New York: Wiley.
- Sherif, C. W., Sherif, M., & Neberdall, R. E. (1965). *Attitude and Attitude Change: The Social Judgement-involvement Approach*. Philadelphia: WB Saunders.
- Virden, R. J., & Schreyer, R. (1988). *Recreation Specialization as An Indicator of Environmental Preference*. Environment and Behavior, 20(6), 721-739.
- Wright, P. L. (1973). The Cognitive Processes Mediating Acceptance of Advertising. *Journal of Marketing Research*, 10, 53-61.
- Wiley, C. G. E., Shaw, S. M., Havitz, M. E. (2000). *Men's and Women's Involvement in Sports: An Examination of The Gendered Aspects of Leisure Involvement*. Leisure Science, 22 (1), 19-31.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.
- Zaichkowsky, J. L. (1986). Conceptualizing Involvement. *Journal of Advertising*, 15 (2), 4-14.
- Zaichkowsky, J. L. (1994). The Personal Involvement Inventory: Reduction, Revision, and Application to Advertising. *Journal of Advertising*, 23(4), 59-70.

**網路參考文獻：**

中華民國露營休閒車協會網站，2011

維基百科，2011

日期：101 年 月 日

地點：

您好：

首先感謝您撥冗接受本次問卷調查，此為露營者對於露營場地設施需求與其體驗效益之研究，您所表達的訊息僅供學術研究使用，絕不對外公開，請安心作答，再次感謝您的參與。  
祝您 順心如意 旅遊平安

東海大學景觀學系暨研究所  
指導教授：侯錦雄 博士  
研究生：簡名佐 敬上  
連絡電話：(04)2463-5298

【第一部分】此部分題項是用來了解當您在進行露營活動時對於各項條件的看法，請勾選您對下列各項敘述形容詞之傾向程度。

強 <—— 普通 ——> 強

- |  |  |                     |
|--|--|---------------------|
| 1. 在露營場地內的道路情形，我傾向於.....                 |  |                     |
| 如：石子路、木棧道                                |  | 如：水泥道路、柏油道路         |
| 2. 在露營設備的提供上，我傾向於.....                   |  |                     |
| 簡便的設施                                    |  | 豪華的設施               |
| 3. 在露營場地內的景點進行遊覽時，我傾向.....               |  |                     |
| 有解說員的深入解說                                |  | 沒有解說員，自行參觀          |
| 4. 在餐飲的選擇上我傾向於.....                      |  |                     |
| 自行烹煮或購買當地食材                              |  | 選擇附近館子              |
| 5. 在購買物品上我傾向於.....                       |  |                     |
| 購買有環保標章認證的產品                             |  | 不會刻意選擇              |
| 強調對環境無害但較昂貴                              |  | 不會刻意選擇              |
| 強調具有當地特色                                 |  | 不會刻意選擇              |
| 包裝簡單樸素                                   |  | 包裝複雜精緻              |
| 自備購物袋                                    |  | 商家提供的塑膠袋            |
| 6. 我露營的目的傾向於...                          |  |                     |
| 深度體驗當地自然生態                               |  | 景色風光瀏覽              |
| 深度體驗當地文化                                 |  | 採買特產紀念品             |
| 7. 露營活動的行程安排上，我傾向於.....                  |  |                     |
| 自行安排行程                                   |  | 由旅行社安排行程            |
| 8. 我期望在露營場地周邊鄰近景點進行活動時，與其他露營者接觸程度為.....  |  |                     |
| 沒有或很少接觸的                                 |  | 接觸頻繁的               |
| 9. 在餐廳的選擇上我傾向於.....                      |  |                     |
| 標榜綠色餐廳或有機餐廳                              |  | 不會刻意選擇              |
| 10. 在安排行程時，我傾向選擇.....                    |  |                     |
| 離家較近的旅遊景點                                |  | 離家較遠的旅遊景點           |
| 11. 在露營景點進行露營活動前，對露營場地環境的了解是？            |  |                     |
| 非常了解                                     |  | 完全不了解               |
| 12. 在露營設備的使用上我傾向於.....                   |  |                     |
| 自行攜帶露營設備                                 |  | 使用露營場地提供之露營設備       |
| 使用簡便露營設備                                 |  | 使用高級露營設備            |
| 13. 在露營場地的選擇上我傾向於.....                   |  |                     |
| 選擇較自然的露營場地                               |  | 選擇人工設備多的露營場地        |
| 14. 在露營場地內景點的選擇上我傾向於.....                |  |                     |
| 露營場地內有觀光景點                               |  | 露營場地內無觀光景點          |
| 15. 在前往露營場地時，對於露營場地所提供的露營設備的選擇上我傾向於..... |  |                     |
| 提供必須的設備(廁所、洗手台)                          |  | 完善的露營設備             |
| 16. 在時間有限時，露營遊程規劃上我傾向於.....              |  |                     |
| 停留較少景點且<br>每景點停留時間長                      |  | 停留較多景點且<br>每景點停留時間短 |



17. 在露營場地特色的選擇上我傾向於.....  
 強調自然風景特色 \_\_\_\_\_ 具有高度人工設施
18. 在露營場地進行露營活動時，與當地居民接觸程度，我傾向於.....  
 沒有或很少接觸的 \_\_\_\_\_ 接觸頻繁的
19. 露營成員的性質我傾向於.....  
 我是個別/小團體的散客 \_\_\_\_\_ 我是團體旅遊的遊客
20. 在餐飲的偏好上我傾向於.....  
 以自備或當地食材為主 \_\_\_\_\_ 以上館子為主  
 簡單的食物 \_\_\_\_\_ 高級豐富的食物
21. 在獲得露營場地資訊的管道上，我傾向於.....  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ 口耳相傳 網站報章雜誌 尋求旅行社提供
22. 露營時，在露營設施(如帳篷、桌椅或燈具)的使用上我傾向於.....  
 自行攜帶 \_\_\_\_\_ 由露營場地內提供

【第二部分】以下問題請就您對於露營活動而言，就個人的情緒與感受，依照您的意見勾選您對該問項的認同程度。

對我而言露營活動是：

1	重要的	_____	不重要的
2	無聊的	_____	有趣的
3	恰當的	_____	不恰當的
4	興奮的	_____	不興奮的
5	無意義的	_____	意義重大的
6	具吸引力的	_____	不具吸引力的
7	迷人的	_____	不迷人的
8	不值得的	_____	值得的
9	有關聯的	_____	非關聯的
10	不需要的	_____	需要的

體驗前的期望程度					【第三部分】 以下問題請就您目前所在的露營場地，就露營設備的使用情形，依照您的意見分別在左、右邊的□勾選您對該問項的認同程度。	實際體驗後的感受程度				
非常不期望	不期望	普通	期望	非常期望		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. 可以在這裡與他人互動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. 可以觀賞露營場地內的景點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. 可以使用露營場地內的露營設施	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. 可以與相同價值觀的人相處	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5. 可以提供我所需要的露營設施	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6. 可以展現露營技術	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7. 可以更精進自我的學習	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8. 可以在露營場地內體驗不同的活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9. 可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10. 可以瀏覽附近的景點風光	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11. 可以與其他露營者接觸聊天	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12. 可以體驗與自然的融合感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13. 可以感受到自然環境的沐浴和聲息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14. 可以與家人或朋友相處	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	15. 可以體驗不同的露營場地類型的環境	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	16. 可以結交或接觸相同類型的人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	17. 可以使用當地提供的露營設備	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	18. 可以暫時逃避平常的擁擠感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	19. 可以欣賞附近景點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	20. 可以提供我所需求的露營設備	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	21. 可以賞味露營場地內的景色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	22. 可以提供舒適的露營環境	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	23. 可以同時遊玩鄰近景點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	24. 可以使我的身心放鬆	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	25. 可以同時體驗其他周邊景點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	26. 可以暫時逃離我日常的生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	27. 可以得到好的人員服務品質	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	28. 可以欣賞露營場地內的自然風光	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 【第四部分】基本資料

1 性別：男 女

2 年齡：19歲以下 20-29歲 30-39歲 40-49歲 50-59歲 60歲以上

3 教育程度：國中(含以下) 高中職 大專院校 研究所以上

4 職業：農林漁牧 工 商 軍公教 家管  
自由業 學生 服務業 無(含退休者)

5 家庭狀況：未婚 已婚(無小孩) 已婚(有小孩) 其他

6 目前居住地：北部地區(基隆、台北、桃園、新竹、苗栗)  
中部地區(台中、彰化、南投、雲林)  
南部地區(嘉義、台南、高雄、屏東)  
東部地區(宜蘭、花蓮、台東)  
離島(澎湖、金門、馬祖、綠島等)  
外籍(國家、地區)\_\_\_\_\_ (請填寫)

7 到露營場地的交通工具：自用客車 機車 遊覽車 大眾運輸工具(火車、客運)  
其他\_\_\_\_\_ (請填寫)

8 本露營場地的資訊來源：曾經來過 傳媒宣傳(電視、報章、書籍等) 旅行社行程  
親友介紹 折頁宣傳 網路 其他\_\_\_\_\_ (可複選)

9 同伴性質：單獨前來 同學或朋友 公司或團體 親戚或家人 其他\_\_\_\_\_ (可複選)

10 同遊人數：\_\_\_\_\_人 (含自己)

11 露營天數：當天來回 1至2天 3至4天 5天以上

12 過去五年到此露營場地的次數：1次 2-4次 5次以上

13 您此次選擇此露營場地的原因？無，是偶然來此  
有原因，目的為\_\_\_\_\_

再次感謝您的協助，祝您有個愉快的假期