

遊客之場所依戀、心流經驗與再遊意願之研究-以露營客為例

鄧瑞兆, 林嘉琪

企業管理學系

管理學院

rjteng@cc.chu.edu.tw

摘要

現今社會相當競爭，人們所承受的壓力越來越多，因此具備抒壓功能的戶外休閒活動愈來愈受到大眾的歡迎，而戶外休閒活動中露營活動除了具備了旅遊的一般功能外，更具備了強身、健康、親子聯誼的多重功用，然而從事露營活動需準備的物品相當的多且成功的露營經驗需由很多因素共同組成如天候、設備、環境等，而露營客卻對此活動趨之若鶩，其原因為何？因此本研究以探討露營客對於露營活動之場所依戀、心流經驗以及重遊意願為主要的研究目的。針對具露營經驗之遊客發放500份問卷，回收之有效問卷有399份，回收的無效問卷有10份，問卷回收率達81.8%。

研究結果顯示(一)基本資料部份:男性多於女性，推論男性比較愛冒險因此從事戶外活動者較多。年齡以20~40歲居多；婚姻狀況以未婚者佔多數，而已婚者中以有小孩佔多數，顯示露營乃屬親子活動，而職業則以學生為最多；月收入以20,000~40,000元者有最多；居住地區以北部地區者多；教育程度以大學者最多；宗教信仰，以佛教者最多。(二)心流經驗部份:利用因素分析，主成份法萃取成為「知識技能」、「心靈抒壓」、「情境轉移」、「時間概念」等四大構面。(三)經驗變項對心流經驗構面之單因子變異數分析得知活動之原因不同對「知識技能」、「心靈抒壓」、「情境轉移」、「時間概念」等均有顯著性差異；參與小孩的人數不同及露營之汽車不同對「時間概念」構面具有顯著性差異；是否有國外露營的經驗則對「情境轉移」構面具有顯著性差異，顯示有經驗的露營客對於露營活動的情境有著不一樣的期待。(四)經驗變項對場所依戀的認同情形之單因子變異數分析顯示遊客活動時間不同對「易達性高」具有顯著性差異，推論遊客多半在假日較有閒暇的時間，因此選擇露營的地區則不一定侷限於易達性高的地方；活動原因不同對「環境優美」、「安全性高」、「遊憩設施」、「寓教娛樂」、「易達性高」具有顯著性差異；天數不同對場所設施的認同情形中的「安全性高」具有顯著性差異；露營次數不同對「公共設施」、「寓教娛樂」具有顯著性差異；參與小孩人數不同對「環境優美」、「安全性高」具有顯著性差異；露營類型不同對「環境優美」、「安全性高」、「易達性高」具有顯著性差異。露營汽車不同對「環境優美」、「安全性高」具有顯著性差異。(五)再遊意願之複迴歸分析中，露營遊客之「心靈抒壓」以及「情境轉移」構面達顯著性；而場所依戀變數與遊客重遊意願之複迴歸分析中，環境優美變項及公共設施變項更達顯著水準。

關鍵字：Camp、Place Attachment、Flow of Experience、Willingness to Visit Again