

探討露營動機與露營持久涉入之關係——兼論露營休閒效益的調節效果

摘要

本研究目的主要在探討露營動機、露營休閒效益與露營持久涉入彼此間相互作用的各種假設，以測試這些假設在形式上的運用應是可以建立模式。研究顯示露營動機是一種對刺激需求的滿足，它會強化露營者的需求或慾望，進而繼續影響追求露營持久涉入的過程，最後滿足心理內在需求的狀態。因此，露營動機對露營持久涉入具有正向的影響效果。露營從事者在參與或歷經露營休閒活動的刺激影響下，產生對露營的喜好，以增強露營動機，增加露營休閒活動次數，並不斷持久涉入從事露營休閒活動，透過此過程，露營者獲得露營休閒效益，強化了露營者的動機對露營持久涉入的影響。因此，露營休閒效益會調節露營動機對露營持久涉入的影響效果。

關鍵字：露營動機、露營持久涉入、露營休閒效益

Explore the relationship between camping motivation and camping enduring involvement—The moderate effect of camping leisure benefits

Abstract

The purpose of this study is to explore various hypotheses about the interaction between camping motivation, camping leisure benefits and camping enduring involvement, so as to test that the formal application of these hypotheses should be able to establish models. Studies have shown that camping motivation is a kind of satisfaction for stimulating needs, it will strengthen the needs or desires of campers, and then continue to influence the process of pursue enduring involvement in camping, and finally meet the state of inner psychological needs. Therefore, camping motivation has a positive effect on the enduring involvement of camping. Campers who participate in or experience camping leisure activities stimulate their preferences for camping to enhance camping motivation, increase the number of camping leisure activities, and continue to be involved in camping leisure activities. Through this process, campers gain leisure benefits. The recreational benefit strengthens influence of campers' motivation on the enduring involvement in camping. Therefore, the leisure benefit of camping will moderate the effect of camping motivation on the enduring involvement of camping.

Keywords: camping motivation, camping enduring involvement, camping leisure benefits

1.緒論

當全世界的觀光休閒遊憩旅遊活動受到新冠肺炎(COVID-19)影響之際，華納媒體公司有線電視新聞網(A Warner Media Company Cable News Network, 2020)報導露營是現在可以更安全享受娛樂的方式之一。台灣政府觀光局(Tourism Bureau)鼓勵民眾到戶外寬闊地區享受休閒遊憩活動，這段時間從事露營人口反而增加。依據中華民國露營協會(The Camping Association of the R.O.C.)統計台灣常態性露營人口已突破 250 萬人。Scannell and Gifford (2017)指出露營是一種戶外遊憩活動的形式。Jirasek, Roberson(Jr), and Jiraskova (2017)在過去的研究文獻中提出露營是一種積極的娛樂活動，呈現露營與假期活動的休閒時間、放鬆和娛樂聯繫在一起。自 1970 年代以來，露營活動很少受到研究的關注(Garst, Williams, & Roggenbuck, 2010)。由於露營是種探險旅遊與娛樂等多種心理需求的活動。然而，露營休閒活動或相關研究在東方亞洲較少受到關注，它是一個研究的缺口。台灣這個小島國家位處東方亞洲地區，人口擁有 2300 萬，2020 年觀光休閒遊憩旅遊活動雖受到新冠肺炎(COVID-19)的影響，台灣民眾卻在露營休閒活動上呈現熱衷型態，研究者發現這種情形在露營休閒活動上是一個有趣的現象，本研究試圖在露營動機、露營持久涉入與露營效益方向探討，以做為未來探討更深入研究的基礎。

早期研究動機主要的目的是在理解遊客行為的重要性(Dann, 1981; Moufakkir & AlSaleh, 2017)。一些研究指出動機的定義是內部心理因素(需要和想要)的動態過程，在個體內部產生緊張或不平衡狀態(Crompton & McKay, 1997; Moufakkir & AlSaleh, 2017)。Xiao, So, and Wang (2015)提出動機是一種會導致內在心理掙扎的情形。上述顯示，內部心理因素受到刺激、喜愛與強化的過程之後會產生某種途徑來滿足需要和想要的目的，可藉此了解動機產生行為的情形。外部動機是由其它方向所導致，主要是由外部因素或環境因素演變而來，例如，需要與他人相處的社交活動(Gill & Bill, 2016; Patterson & Pan, 2007)。針對跳傘運動員的研究發現，隨著跳傘經驗的增加，活動過程中的動機也產生變化(Celsi, Rose, & Leigh, 1993; Gill & Bill, 2016)。顯見，動機會隨著時間的推移以及影響目的地和活動選擇的情況而發生變化(Moufakkir & AlSaleh, 2017; Sirakaya, Uysal, & Yoshioka, 2003)。由此可知，戶外休閒通常會受到各種動機的影響(Gill & Bill, 2016; Mannell & Kleiber, 1997)。

涉入理論起源於 1970 年代，休閒涉入會影響相關休閒體驗的滿意度(Lee, Shin, Bunds, Kim, & Cho, 2014; Uysal, Sirgy, Woo, & Kim, 2016)。許多形式的休閒活動涉及社會互動，從而滿足各種社會需求(Sirgy, Uysal, & Kruger, 2017)。積極涉入休閒活動有助於提高生活品質，諸如，放鬆、新技能、生活滿意度與新友誼。另外，透過參加新活動可增強競爭力，例如，學習潛水、站立衝浪板、衝浪、航行、浮潛或繩索昇降等活動(Chang, Lin, Yang, Mui, & Lu, 2018)。研究也顯示，了解個人相關的活動屬性可以闡明個人為何參與娛樂活動並呈現持續涉入程度的變化(Morris, Riper, Kyle, Wallen, & Absher, 2018)。

休閒效益是從事休閒活動所獲得的好處，可以是目標的實現，也可以是達成目標的幫助(Lin, Liu, & Yeh, 2017)。Coudounaris and Sthapit (2017)認為休閒效益的主觀觀念是人們在參與娛樂活動中的獲益。Ko, Pai, and Mao (2018)贊同娛樂可以放鬆、釋放壓力和平衡工作，並獲得其它效益，例如，增進身體健康和人際關係。休閒效益可以從生理、心理和社會角度來理解(Liu, 2016; Yu & Tian, 2013)。當個人期望從參加休閒活動中獲得高效益時，將增加該活動的參與意圖，以進行更高的積極參與性(Chang, Yeh, Pai, & Huang, 2018)。研究揭露，明顯的參與態度和積極的參與行為導致休閒活動的參與者帶來更高的效益評估(Xu, Yuan, & Li, 2019)。參加休閒活動的頻率越高，主觀幸福感就越強(Lemon, Bengston, & Peterson, 1972)。由此顯示，娛樂是一個有趣的效益議題(Scannell, & Gifford, 2017)。

近期有關露營的研究文獻大多在探討露營地屬性(Brunson & Shelby, 1990)的因素為何？至於其它有關自然地理環境領域，則在探討露營對自然地理環境損害衝擊(Danniels & Marion, 2006; Leung & Marion, 2000)的內涵等。然而，研究指出旅行和娛樂動機的相關文獻已經很成熟，但是對於非西方國家的研究文獻相對較少(Prayag & Hosany, 2014)。在非西方國家的研究，雖有露營相關領域的文獻探討，然而仍不足以了解這些研究文獻的領域與露營活動相關變項的關係。目前，在文獻上鮮少探討有關露營動機、露營休閒效益與露營持久涉入等相關領域的關係。本研究的重要性，主要在試圖了解露營動機與露營持久涉入是否具有正向影響關係、露營休閒效益對露營動機與露營持久涉入是否具有調節效果。

2. 文獻探討

2.1 露營動機

露營是一種戶外遊憩活動的形式(Scannell & Gifford, 2017)。戶外休閒探險者通常受到各種動機的影響(Gill & Bill, 2016; Mannell & Kleiber, 1997)。過往研究顯示動機是一種激發個人內在慾望、衝動和精神狀態(Gaffar, Yuniawatia, & Ridwanudin, 2019; Xiao, So, & Wang, 2015)。根據期望價值模型(Expectancy Value model)認為人類行為的動機是需要滿足(Matsumoto, Sato, Asada, & Chiashi, 2018; Morris et al., 2018)。

研究提出內在動機的享樂(吸引力)(Ryan & Deci, 2000)和重要的休閒狀態(Jun, Kyle, Graefe, & Manning, 2015)有關。內在動機源於滿足內在驅動需求的願望，例如挑戰、冒險、控制、興奮、享受和成就(Gill & Bill, 2016)。外在動機是由外部因素或環境因素演變而來，例如社交和需要與他人相處(Gill & Bill, 2016; Patterson & Pan, 2007)。

從事休閒活動的動機闡明了人們為什麼被推力動機或拉力動機吸引參加戶外休閒活動(Morris et al., 2018)。推力動機因素與驅使旅行者前往目的地的因素有關(Baniya & Paudel, 2016; Khuong & Ha, 2014)。在動機理論上提出推力動機因素與個人有關，並歸類為逃避、休息、放鬆、自尊、聲望、冒險、社交、個人興趣

和效益期望等(Ndivo & Manyara, 2017)。拉力動機因素是個人決定旅行時，確定特定目的地的屬性就會自然的吸引個人前往(Baniya & Paudel, 2016; Khuong & Ha, 2014)。例如，提出拉力動機因素與旅行目的地有關，包括氣候、歷史遺跡、風景名勝、文化活動、娛樂機會等(Ndivo & Manyara, 2017)。由過往實證可知，推力動機與拉力動機互為驅動與吸引的相關性聯結，二者互為影響驅動力量。

2.2 露營持久涉入

Matsumoto et al.(2018)提出休閒涉入的定義為個人如何認識活動的能力和有關的經驗。因此，想要持久涉入喜好的休閒活動，必須在個人需求、目標和價值觀上保持驅力(Morris et al., 2018)。研究顯示，休閒涉入喜愛的活動內容會激起持續維持或追求該休閒活動的慾望與興趣，並持續涉入狀態。

在休閒和娛樂的研究領域範圍，學者們從多維角度描述了個人如何涉入休閒活動，並逐漸強化休閒涉入行為(即休閒活動的參與)，也專注休閒活動在心理的連結(Kerins, Scott, & Shafer, 2007; Needham & Vaske, 2013)。McIntyre and Pigram's (1992)運用露營持久涉入量表施測在加拿大艾伯塔省落基山脈(the Rocky Mountains in Alberta, Canada)東坡的三個露營區內的遊客，量表構面具有吸引力(attraction)、中心性(centrality)及重要性(importance)。吸引力在休閒生活上與情感、愉悅和享受的休閒活動有關，並且扮演互相吸引的角色(Jun et al., 2015; Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2003)。中心性是指個人從事休閒活動的核心目的(McIntyre & Pigram, 1992)。休閒活動的重要性在休閒參與過程中會影響一個人的生活方式(Matsumoto et al., 2018)。例如，社會和心理健康的重要性(Li & Stodolska, 2006)。許多研究證實休閒涉入的架構是多維度的組合，較常見的有吸引力、中心性和重要性，每個構面均具有不同的核心內涵，藉由此三種維度強化對露營持續涉入休閒活動的追求。

2.3 露營動機與露營持久涉入的關係

動機及涉入關係的研究源於心理學(Morris et al., 2018)。動機是指內部心理過程的誘導、引導和整合個人的休閒活動，並將休閒活動引向某個目標。因此，動機是休閒活動的主要原因(Li & Lu, 2004)。動機有助於人們從事休閒行為與支持了解休閒活動的事實結果，並藉由涉入休閒活動的動機模式去從事遊憩與旅遊活動(Manfredo & Driver, 1996)。

涉入狀態是指在閒暇時間參與戶外休閒活動的情形(Sidi & Radzi, 2017)。休閒活動的參與可以獲得好處，並從中感受到樂趣(Adams, Leibbrandt, & Moon, 2011)。業餘愛好者對休閒活動參與度的增加，也會增加休閒參與動機(Wu, 2016)。例如，冒險家在特定休閒娛樂活動過程中使動機內化(Ewert, 1989; Gill & Bill, 2016)。研究顯示動機與休閒遊憩或遊客的持久涉入有關(Leung & Bai, 2013; Lu & Schuett, 2010)。

在解釋旅遊行為時，動機被視為是主要推動旅遊的因素(Eagles, 1992;

Fodness, 1994)。Pearce and Caltabiano (1983)發現可以運用潛在的動機來解釋和預測旅行者的行為。部份研究者認為了解休閒前因與結果的互動關係對理解休閒行為至關重要，顯示涉入的前因決定了參與的性質、時間和頻率。文獻也確定了休閒涉入的前因，包括動機，約束和協商(Crompton, Jackson, & Witt, 2005; White, 2008)。Iwasaki and Havitz (2004)研究發現動機可強烈預測加拿大娛樂中心成員對休閒娛樂的參與情形，並提出動機是持久涉入休閒/娛樂的前提。在休閒研究檢驗也發現動機是涉入的前因條件(Kyle, Absher, Hammitt, & Cavin, 2006; Morris et al., 2018)。Kyle et al.(2006)提出動機是持久涉入前期必要性的過程，動機對持久涉入的影響是正向。本研究依據研究文獻與理論基礎提出：

H1：露營動機對露營持久涉入具有顯著正向影響效果。

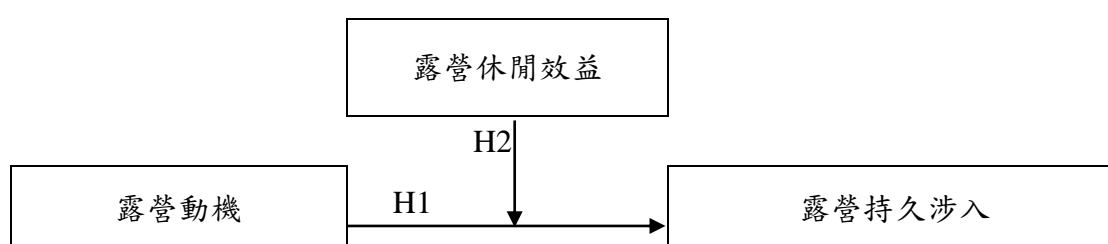


圖 1. 露營休閒效益調節圖

2.4 露營休閒效益的調節

休閒效益的含義非常廣泛，可從生理(physiological)、心理(psychological)和社會觀點(social perspectives)進行理解(Liu, 2016; Yu & Tian, 2013)。休閒活動的好處可以幫助實現個人目標，個人可以透過休閒活動改善身心健康(physical and mental health)、穩定精神(stabilize the spirits)、滿足身心和社會需求(satisfy physical, mental, and social demands)(Ahmed, Masud, Al-Amin, Yahaya, Rahman, & Akhtar, 2015)。個人在空閒時間自由選擇從事的活動內容，可以促進身心改善、增強休閒體驗和感覺，並進行主觀評估，藉此獲得不同的休閒效益(Gulliver, 2015)。因此，Coudounaris and Sthapit (2017)提出人們從事娛樂活動主觀觀念的主要目標是為了達成休閒效益。Sirgy et al.(2017)認為透過休閒活動的心理機制可以將感知效益、休閒生活滿意度和主觀幸福感聯繫起來。所以，活動中獲得好處是因為高參與度帶來高滿意度，高滿意度帶來積極行為意圖(Yang, Wang, & Lai, 2008)。亦即，獲得好處是因為透過休閒活動而達成休閒效益目標(Lin et al., 2017)。因此，當人們對休閒活動感到滿意時，在心理上會產生一種時時想接觸的想法，藉以提高休閒滿意度，進而形成行為模式，使生理、心理及精神層面獲得某些休閒效益，感受環境帶來愉悅、快樂與積極達成休閒效益的目標。

從動機的角度來看，Lawler (1973)提出期望價值模型可以假設個人對特定結果的追求，藉此了解引起和維持涉入特定休閒活動的動機。Morris et al.(2018)認為動機和持久涉入之間的聯繫可以在時間上得到加強，並與決策和/或行為聯繫起來。可知，休閒時間是表達個人獲得休閒效益的機會(Carmichael, Duberley, &

Szmigin, 2015)。如上述，當參與休閒活動時間愈久，獲得的效益愈多，影響動機對涉入程度愈大。然而，涉入程度之深淺將產生不同的休閒效益(Bammel & Burrus-Bammel, 1982; Havitz & Mannell, 2005)。Kyle and Mowen(2005)指出當人們意識到某項特定休閒活動的價值能夠增強緩解壓力和促進身體健康的生活效益時，個人會增強參與休閒活動的動機。當個人期望從參加休閒活動中獲得高效益時，將增加該活動的參與意圖，以進行更高的積極參與性(Chang et al., 2018)。例如，「當人們進行打籃球或露營等休閒活動時，期望能從中獲得某些自己想要的效益或結果(例如：健康或放鬆心情)，可能會因此持續參與同一項休閒活動。」。研究揭露，高效益會導致明顯的參與態度和積極行為(Xu et al., 2019)。由此可知，休閒效益會影響休閒行為是值得確定的。有時候，人們會故意進行休閒活動，透過改變行為或認知來調節壓力(Chang et al., 2018)。某些研究提出從事(participation)休閒活動的動機可能會影響新興成年人對活動的心理參與，例如享受的程度或活動的重要性(Ramey, Lawford, & Krasnor, 2016)。當代研究顯示休閒動機具有發展效益的潛力，在活動中透過許多的心理參與因素來調節(Ramey et al., 2016)。Yeh, Chang, and Lai(2017)提出參加休閒活動獲得休閒效益是參與者思考爾後行為的重要考慮因素，也是關鍵因素。所以，本研究依據研究文獻與理論基礎提出：

H2：露營休閒效益對露營動機與露營持久涉入關係之間具有調節效果。

3.研究方法

3.1研究對象

本研究歷經文獻資料蒐集彙整後，採用適宜的文獻問卷作為研究工具，採判斷選取樣本，問卷資料蒐集：1.台灣中部武陵國家森林遊樂區的武陵農場露營區(Wuling Farm Camping Regin)作為問卷發放場域；2.網路臉書(Facebook)平台問卷進行資料蒐集調查(Greenbaum, Mawritz, & Eissa, 2012)。問卷調查：1.研究者諮詢3位露營年資超過5年以上的專家，獲致問卷發放場域的最佳地點為台灣中部武陵農場露營場地，他們提出該場地的露營者均廣泛來自台灣各個區域的居民，因此具指標代表性，研究者親赴該露營場地發放問卷；2.運用現代資訊網路科技的臉書(Facebook)作為問卷發放的平台，徵得Taiwan露營社團、露營瘋社團與野FUN♥露營分享俱樂部等三個社團版主的同意後，開始發放問卷在該平台上，此三個社團成員均分布在台灣四處。發放問卷的日期自107年1月至107年4月。問卷回收：1.親自實體發放問卷為113份，剔除9份無效問卷，回收有效問卷為104份，回收率為92.03%。2.網路問卷回收119份，剔除17份無效問卷，回收有效問卷為102份，回收率為85.71%。總計發放232份，剔除無效與廢卷26份，獲得有效問卷為206份，全體有效回收率為88.79%。

3.2研究工具

本研究問卷為結構式問卷，所有問卷測量尺度採用李克特(Likert scale)評量尺度，受訪者之同意程度依序由分數5至分數1，分別代表「非常同意」至「非常

不同意」。最初測量的問項是英語，被翻譯成中文，然後又翻譯成英文以確保具有同等意義(Brislin, 1980)。

3.2.1 露營動機量表

Kyle, Absher, and Hammitt (2005)等人運用Manfredo and Driver (1996)編製遊憩體驗偏好量表中的動機分量表作為露營動機題項，其構面計有逃避(Escape)、自然(Nature)、聯結(Bonding)、學習(Learning)與社會(Social)等，並施測在南卡羅來納州北部薩姆特國家森林公園(Sumter National Forest)三個露營地的遊客(e.x. 認識新的露營者To meet new campers)。本研究採用作為施測題項。

3.2.2 露營持久涉入量表

McIntyre and Pigram (1992)編製露營持久涉入量表，其構面計有吸引力(Attraction)、中心性(Centrality)與重要性(Importance)等，並施測在加拿大艾伯塔省落基山脈(the Rocky Mountains in Alberta, Canada)東坡的三個露營區內的遊客(e.x. 露營對我來說非常重要Camping is very important to me)。本研究採用作為施測題項。

3.2.3 露營休閒效益量表

Perreault, Darden, and Darden (1977)編製露營休閒效益量表，其構面計有教育/歷史(Education/History)、露營/帳篷(Camping/Tenting)、社會化(Socializing)、放鬆(Relation)、自然景觀(Viewing Nature)及訊息(Information)等，並施測於居住在北卡羅來納州，南卡羅來納州和喬治亞州喜歡從事旅遊項目為遠足、散步、釣魚和露營活動的居民(e.x. 我的家人喜歡露營My family enjoys camping)。本研究採用作為施測題項。

3.3 資料分析

本研究採敘述性統計分析人口統計基本資料；運用相關分析以了解各變項之間的關係；使用多元常態性假設檢定本研究的多元常態性；並以驗證性因素分析檢驗研究問卷是否符合模型的適配度與具有問卷之區別效度與收斂效度；運用階層迴歸分析及拔靴法(bootstrap)檢驗調節效果。

4. Results and Discussion

4.1 Results

4.1.1 Descriptive Analysis

本研究 206 位樣本的性別中，男性約佔 48.5%、女性約佔 51.5%；在露營年資方面，1 年以內約佔 43.2%、1-3 年約佔 22.3%、4-6 年約佔 8.3%、7-9 年約佔 4.9%、10 年以上約佔 22.4%；在露營次數方面，0 次約佔 0.0%、1-5 次約佔 56.8%、6-10 次約佔 7.3%、11-15 次約佔 11.7%、16 次以上約佔 24.3%；在多久露營 1 次方面，1-3 月約佔 32.0%、4-6 月約佔 7.8%、7-9 月約佔 3.9%、10 個月以上約佔 56.3%。本研究的人口統計變項如下表 1(Table 1)。

Table 1 人口統計變項表

項目	次數	百分比%	項目	次數	百分比%
----	----	------	----	----	------

性別			露營年資		
男	100	48.5%	1 年以內	89	43.2%
女	106	51.5%	1-3 年	46	22.3%
全部	206	100.0%	4-6 年	17	8.3%
			7-9 年	10	4.9%
			10 年以上	44	22.4%
			全部	206	100.0%

露營次數			多久露營 1 次		
0 次	0	0.0%	1-3 月	66	32.0%
1-5 次	117	56.8%	4-6 月	16	7.8%
6-10 次	15	7.3%	7-9 月	8	3.9%
11-15 次	24	11.7%	10 個月以上	116	56.3%
16 次以上	50	24.3%	全部	206	100.0%
全部	206	100.0%			

本研究使用 Kyle et al.(2005)等人運用 Manfredo and Driver (1996)編製的遊憩體驗偏好量表中的動機分量表作為露營動機題項、McIntyre and Pigram (1992)編製的露營持久涉入量表及 Perreault et al.(1977)編製的露營休閒效益量表，施測題項均是上述三種原始量表。各量表的統計與信度係數如下表(Table 2)， α 信度係數值介於0.727-0.814，顯示具有良好的可信度。

Table 2 Reliability and validity of the constructs.

Test dimensions and questions	Factor Loadings	CR	AVE	Cronbach's α
-------------------------------	-----------------	----	-----	---------------------

Camping Motivation		.881	.881	.727
Escape				
To be away from the everyday routine of home	.836			
To get away from crowded areas	.773			
To experience the solitude/privacy of camping	.759			
Nature				
To be in a natural setting	.847			
To enjoy the natural scenery	.836			
To enjoy the tranquility of the area	.658			
Bonding				
To share quality time with family/friends	.902			
To do something with my family/friends	.854			
To bring family/friends closer together	.762			
Learning				
To develop my knowledge about the area	.884			
To learn more about nature	.818			
To learn about the natural history or ecology of the area	.736			
Social				
To be with people who have similar interests	.787			
To talk to new and varied people	.704			
To meet new campers	.620			
Camping Enduring Involvement		.988	.872	.811
Attraction				
When I am camping I can really be myself	.757			
Camping offers me relaxation when life's problems build up	.757			
Camping says a lot about who I am	.729			
Camping is very important to me	.680			
Camping is one of the most satisfying things I do	.675			
Camping is one of the most enjoyable things I do	.627			
Camping is nothing more than a place to stay while I do other things ^b	.622			
Centrality				
Most of my friends are in some way connected with camping	.825			
I enjoy discussing camping with my friends	.810			
I find a lot of my life is organized around camping	.735			
You can tell a lot about a person when you see them camping	.665			
Importance				

I do not particularly like camping ^b	.929			
I have little or no interest in camping ^b	.902			
Camping Leisure Benefits		.997	.910	.804
Education/History				
Prefer knowledgeable vacation activities	.797			
Enjoy travel to historical location	.780			
Educational vacations are most fun	.764			
Take side trips to historical locations	.752			
I learn on vacation	.723			
Vacations should be educational	.716			
On vacation I learn about others	.713			
I enjoy going on guided tours	.708			
Camping/Tenting				
I prefer to camp on vacation	.733			
I usually camp on vacation	.733			
My family enjoys camping	.723			
Hotels/motels are not as enjoyable as a camping vehicle in a camping site	.722			
I vacation in a tent because it is more economical	.708			
Socializing				
Social interaction is important	.692			
I travel for companionship	.671			
Vacations are a chance to develop close relationships	.635			
Most important is meeting new people	.889			
I prefer vacation with others in groups	.884			
Selection of a vacation site that will impress my friends is important	.857			
I'd rather travel to meet new people	.762			
When traveling I seek thrills and adventure	.655			
Relaxation				
Most important is to relieve stress and strain of normal life	.609			
Vacation should not be hectic, but quiet and relaxing	.833			
I prefer vacations that help me relax	.813			
On vacation I look forward to relieving stress and feeling renewed	.796			
If I can't completely relax, I don't feel I've been on vacation	.776			
I prefer shorter trips due to expenses	.756			
Viewing Nature				

I take time to enjoy nature on vacation	.669
Areas I visit are usually beautiful	.893
I am aware of pretty scenery on vacation	.888
I appreciate design and natural beauty of vacation sites more than the average tourist	.809
I think I have more self-confidence than most people	.777
Information	
I shop around for best-buy vacations	.736
I secure numerous travel brochures prior to making vacation plans	.881
I'd rather take a trip than stay at home	.863
I enjoy traveling away from home	.815
I always have a well-defined route and maps of my destination prior to leaving on vacation	.753
I take phone of beautiful sites rather than historical ones	.719

註：b表反向題。

4.1.2 Pearson Analysis

本研究採Pearson積差相關分析(Table 3)，列出各變項之平均數、標準差及相關係數。露營動機與露營持久涉入呈正相關，相關係數為 $r=.217(p<.01)$ ，顯示露營動機愈高，露營持久涉入也愈高。露營休閒效益與露營持久涉入呈正相關，相關係數為 $r=.288(p<.01)$ ，顯示露營休閒效益愈高，露營持久涉入也愈高。

Table 3 平均數、標準差與Pearson積差相關係數

變項	平均數	標準差	1	2	3	4	5	6	7
1性別	1.515	.501							
2露營年資	2.388	1.579	-0.168*						
3露營次數	3.034	1.289	-0.207**	0.650**					
4多久露營1次	2.845	1.381	0.060	-0.144*	-0.213**				
5露營動機	3.893	.307	0.003	0.079	0.085	-0.173*	(0.727)		
6露營休閒效益	3.506	.227	-0.120	0.181**	0.160*	0.027	0.278**	(0.811)	
7露營持久涉入	3.770	.380	-0.153*	0.169*	0.252**	0.132	0.217**	0.288**	(0.804)

註：a.1為性別；2為露營年資；3為露營次數；4為多久露營1次；5為露營動機；6為露營休閒效益；7為露營持久涉入。

b.n=217；對角線括號內數值為內部一致性信度(Cronbach's α)。

c.*表示達 $p<.05$ ；**表示達 $p<.01$ 。

本研究採用結構方程模式(structural equations model, SEM)作為驗證理論模式的分析及進行各項模式適配之檢驗。多元常態性假設的檢驗，可藉助Mardia係數(Mardia's coefficients of multivariate skewness and kurtosis)(Mardia, 1985)來檢

驗，該係數為一般常用的多元峰度指標，可藉以判定多元常態性假設。當Mardia係數小於 $p(p+2)$ 時(p 為觀察變項的數量)，則資料具有多元常態性(Bollen, 1989)。本研究整體構面之多元常態性分析中得知Mardia係數為3.988，觀察變項的數量為14，帶入 $p(p+2)$ 後為224，明顯大於整體構面的Mardia係數(3.988)；多元偏態與峰度係數的臨界比為1.352，其值小於1.96，故具有多元常態性(Mardia, 1970)。

本研究在進行假設驗證前，先對三個研究變項(露營動機、露營休閒效益與露營持久涉入)進行驗證性因素分析(confirmatory factor analysis, CFA)，以檢驗研究構念的區別效度與收斂效度。Bagozzi, Yi, and Phillips (1991)提出以因素衡量模式進行驗證性因素分析，以檢驗三因子理論模型、二因子理論模型與單因子理論模型的適配。

Anderson and Gerbing (1988)提出構面間的區別效度(discriminate validity)可以採用卡方差異檢定(chi-square difference test)進行考核。本研究為方便進行驗證性因素分析，先將露營動機各構面的題目分別整合成一個組合分數(parcel)，並建構一個研究假設的三因素模型(the hypothesized three-factor model)，將其與二個競爭模型(competing model)分別以卡方差異檢定(chi-square difference test)比較，其結果如Table 4，所示得知，發現 $\Delta\chi^2$ 均存在顯著差異。由巢套式驗證性因素分析(nested structure of CFA)的結果得知，卡方檢定達統計顯著水準， $\chi^2=95.783$ ； $df=74$ ； $GFI=0.939$ ； $AGFI=0.914$ ； $RMR=0.039$ ； $RMSEA=0.038$ ； $IFI=0.927$ ； $TLI=0.905$ ； $CFI=0.923$ 。

在模型配適度檢驗方面，Henry and Stone (1994)指出GFI與AGFI值應大於0.9。Hu and Bentler (1999)指出RMR值宜小於0.08。McDonald and Ho (2002)指出RMSEA值小於0.08為可接受的模型契合門檻。Hu and Bentler (1999)建議RMSEA值低於0.06為一良好模型。Hair, Anderson, Tatham, and Black (1998)提出IFI、TLI、CFI與GFI值應高於0.9，而且愈高愈好。由於，Cheung and Rensvold (2002)在模型整體適配度研究中提出：除了RMSEA之外，其餘適配度檢驗指標會受樣本大小、題目與構面(因素)數目增加的影響，進而使適配度指標值變小，亦即模型複雜度會影響模型的適配度。

本研究的三因子理論模式(Table 4)，適配度顯著優於二因子與單因子模式。由此可知，三因子的理論模式確實能夠提供最佳的適配度，顯示三個變數因素模式是彼此單一獨立的概念，研究顯示變項間具有良好的區別效度。

本研究每個量表的題項均達統計顯著水準，每個標準化因素負荷量(0.609-0.929)均高於0.5以上，符合Bagozzi and Yi (1988)提出標準化因素負荷量須高於0.5以上的論點；各量表之 α 信度介於0.727-0.811，表示同一因素的測驗題項能有效反映出同一構念(Anderson & Gerbing, 1988)，顯示具有良好的收斂效度。

Table 4 測量模式分析表 (N=206)

模式類型	χ^2	df	$\Delta\chi^2$	Δdf	CFI	IFI	RMR	RMSEA	TLI
三因子模式	95.783	74	—	—	0.923	0.927	0.039	0.038	0.905

(假設模型)									
二因子模式	139.193	76	43.410**	2	0.776	0.787	0.046	0.064	0.731
單因子模式	163.419	77	67.636**	3	0.693	0.708	0.049	0.074	0.637

註：^a三因素模式(假設模型)：露營動機、露營休閒效益與露營持久涉入。^b二因素模式：露營動機與露營休閒效益合併為一個因素，露營持久涉入為一個因素。^c單一因素模型：所有變項合為單一個因素。

4.1.3 Regression Analysis

本研究為檢驗研究假設，採用階層迴歸分析，以釐清調節效果。在資料分析之前先將各變項資料轉換成標準分數(Aiken & West, 1993; Frazier, Tix, & Barron, 2004)；其次建立露營動機與露營休閒效益的交互作用變項，控制變項為性別、露營年資、露營次數與多久露營1次等變項。

運用階層迴歸分析，第一層依變項(露營持久涉入)及控制變項(性別、露營年資、露營次數與多久露營1次)；第二層自變項(露營動機)，在模型二中顯示，露營動機對露營持久涉入的預測效果達顯著水準($\beta=0.192$, $p<.01$)。因此，H1成立；第三層調節變項(露營休閒效益)，在模型三中顯示，露營休閒效益對露營持久涉入的預測效果達顯著水準($\beta=0.213$, $p<.01$)；第四層交互作用變項(露營動機 \times 露營休閒效益)，在模型四中顯示，露營動機與露營休閒效益的交乘項對露營持久涉入交互作用的預測效果達顯著水準($\beta=0.153$, $p<.01$)(Table 5)，Aiken and West (1993)的研究中提出，當自變項的交乘項在階層迴歸分析中具有顯著效果，即明顯表示具有交互作用存在。因此H1成立。

Table 5 露營休閒效益對露營動機與露營持久涉入調節效果之階層迴歸分析

變項	露營持久涉入			
	模型一	模型二	模型三	模型四
控制變項				
性別	-0.104	-0.109	-0.089	-0.075
露營年資	0.002	-0.005	-0.030	-0.045
露營次數	0.212*	0.206*	0.195*	0.200*
多久露營1次	-0.080	-0.049	-0.061	-0.053
自變項				
露營動機		0.192**	0.133*	0.159*
調節變項				
露營休閒效益			0.213**	0.185**
交互作用				
露營動機*露營休閒效益				0.153*
R ²	0.080	0.116	0.156	0.178
ΔR^2	0.062	0.094	0.131	0.149

F	4.386**	5.241**	6.129**	6.117**
---	---------	---------	---------	---------

註：*表示達 $p<.05$ ；**表示達 $p<.01$ 。

4.1.4Moderate Analysis

Preacher, Rucker, and Hayes (2007)提出迴歸方程式估計與拔靴法(bootstrap)檢驗調節效果的顯著性。本研究運用Hayes (2013)之PROCESS(model 1)進行數據分析，PROCESS可呈現高低條件一個標準差的調節變數效果，且以拔靴法(bootstrap)運算95%信賴區間之數值作為顯著性檢驗。

Table 6可知，在低露營休閒效益組(-1SD)，呈現露營動機未具顯著預測調節露營持久涉入效果(95%CI包含0， $p>.01$)；在高露營休閒效益組(+1SD)，呈現露營動機具顯著預測調節露營持久涉入效果(95%CI不包含0， $p<.01$)。因此，H2成立。

Table 6 露營休閒效益對露營動機與露營持久涉入調節效果的驗證

自變項		露營動機		95%CI	
調節變項		調節效果	SE	Lower	Upper
露營休閒效益	高M(+1SD)	0.094	0.106	-0.116	0.303
	低M(-1SD)	0.512	0.148	0.221	0.804

註：*表示達 $p<.05$ ；**表示達 $p<.01$ 。

4.2.Discussion

本研究主要在探討露營休閒效益對露營動機與露營持久涉入之間的關係，研究文獻指出動機是持久涉入的前期影響因素或動機會正向影響持久涉入；也有學者研究認為休閒效益會影響動機對持久涉入的關係。研究結果證實在露營休閒產業的露營動機是露營持久涉入的前期影響因素，亦就是露營動機會正向影響露營持久涉入；露營休閒效益會影響露營動機對露營持久涉入的關係，H1與H2受到支持。

4.2.1Camping Motivation Positive Influence Camping Enduring Involvement(H1)

本研究的貢獻主要在探討露營動機對露營持久涉入之間的關係，研究結果發現露營動機對露營持久涉入具有顯著的正向影響。因此，H1獲得支持。

近年在台灣發展的露營休閒活動是一個新興的休閒活動產業，如果不了解露營者的動機，便無法發展完善的露營休閒產業。由於，戶外休閒活動動機的內涵包含層面非常廣泛，例如，對於工作上壓力的負荷、接近新鮮事物、喜好戶外大自然環境、建立人際間的關係、學習與發現新事物等，因此必須充分了解露營動機對露營休閒產業發展的路徑與價值。Ndivo and Manyara (2017)在動機理論上提出：推力動機與個人遊客有關，例如，逃避等；拉力動機與旅行目的地有關，例

如，娛樂機會等。研究文獻顯示在從事露營休閒活動期間都有機會了解與接觸相關因素，同時也可以提升及豐富露營者的收穫，顯示對露營動機的認識是至關重要的。

本研究露營動機的研究變項涵蓋逃避(Escape)、自然(Nature)、連結(Bonding)、學習(Learning)與社會(Social)等，這些變項的特性符合露營動機會正向影響戶外休閒活動的關係。首先，對於展現喜愛自然娛樂環境的露營者，呈現極欲脫離日常工作或生活環境，趨近喜歡的目的地或區域，享受無拘無束生活，紓解心理壓力與學習或體驗新事物。此結果，進一步證明Koohsari, Mavoa, Villnueva, Sugiyama, Badland, Kaczynski, Owen, & Billie (2015)等人提出人們因逃避例行活動，渴望被吸引到廣闊的綠色空間進行娛樂活動的觀點相似，同時表現出逃避(Escape)是一項支持露營動機的重要研究變項。其次，在自然環境中從事休閒活動，可以為自己或家人帶來放鬆與紓壓的好處，尤其從事露營活動可以充分展現家庭和樂氛圍。此種概念支持Jirasek et al.(2017)提出家庭露營是享受大自然價值的論述，也建立露營活動與自然(Nature)環境的緊密性。第三，基於旅遊者會對旅遊目的地產生喜好的情感，經由戶外露營遊憩的體驗，獲致某些效益，以此連結露營與環境的關係，說明了動機連結的重要性。此結果支持Jirasek et al.(2017)等人提出露營會連結休閒活動的時間、放鬆和娛樂的詮釋。第四，積極參與休閒活動有助於提高生活品質，例如，新技能。透過參加新活動可以增強競爭力，例如，學習潛水(Chang et al., 2018; Gregory & Dimmock, 2019)等論述與本研究在露營休閒活動中接觸與體驗自然環境、人文社會與強化身心健康等面向，可以獲致露營期間所接觸學習效益的觀點相同。最後，研究說明露營社會化可以建立人與人之間的關係與獲致社會效益，亦即透過露營社交活動可以縮短彼此間的距離，並獲致好處。此結果肯定Denovan & Macaskill(2017)提出露營期間的休閒活動可以幫助人與人之間的社會互動、支持與交流，獲致社會效益。以及，Meier(1983)認為露營具有社會效益，例如，尊重他人及建立友誼等論述。整體而言，露營動機的貢獻確實被證實對露營休閒活動具有正向的影響關係。

至於，如何讓露營者能夠持久涉入的持續從事露營休閒活動，則需要藉由露營動機的強烈程度作為發展的基礎。由於台灣的觀光休閒活動受到新冠肺炎(COVID-19)的影響，政府倡導民眾多到戶外從事休閒活動，人與人之間要保持適當的距離。戶外休閒活動普遍受到人們喜愛，尤其可以在戶外露營，享受自由自在的生活，又可以在人群不多的地方從事休閒活動。因此，露營可說是一個避免到人多的地方，而且可以滿足人民休閒遊憩的活動，相信在這樣的心理需求之下，露營動機受到刺激，使喜愛露營者引起心理持久涉入露營活動的意圖，也呈現出另一個熱衷新興露營休閒活動的現象，未來值得更深入的研究。

露營持久涉入研究變項內容涵蓋吸引力(Attraction)、中心性(Centrality)與重要性(Importance)等，這些變項符合露營持久涉入特性。露營休閒活動具有吸引力的原因是指露營的休閒活動中可以獲致心理的快樂(Jun et al., 2015; Coudounaris & Sthapit, 2017)。Matsumoto et al.(2018)提出中心性在休閒活動中會

彼此緊密連繫，並影響人們的滿意度和主觀幸福感；在重要性方面係運用露營休閒活動進行情感的建立、自我肯定與認知(Jun et al., 2015)。露營持久涉入主要目的是在了解體驗露營活動之後，產生吸引從事露營休閒活動的興趣，作為生活型態中心性行為表現，其重要性是建立人與人在露營休閒活動期間產生緊密的情感。

露營動機與露營持久涉入呈現顯著相關($p < .01$)，露營動機對露營持久涉入的預測效果達顯著水準($\beta = 0.192$, $p < .01$)。在文獻論述及統計檢驗上，均證實露營動機對露營持久涉入的研究架構具有正向關係存在。此結果發現並支持動機理論已經被開發來解釋個人的行為模式(Ryan & Deci, 2000; Wang, Lin, & Spencerc, 2019)與動機對持久涉入的影響是正向(Kyle et al., 2006; Morris et al., 2018)的觀點。

當露營動機呈現影響露營持久涉入時，將可以幫助露營休閒產業了解如何激起露營動機之外，還要讓露營持久涉入者繼續保持高昂的露營興趣，便成為目前重要的課題，本研究的結果具有推動露營休閒產業的貢獻。亦即，在露營動機對露營持久涉入的預測效果達正向關係，H1獲得支持。

4.2.2 The Search for Camping Motivation and Camping Enduring Involvement(H2)

本研究發現露營休閒效益對露營動機與露營持久涉入關係之間具有調節效果。因此，H2獲得支持。

首先，在前述H1已經說明露營動機對露營持久涉入具有正向的影響關係。

其次，Sirgy, Uysal, and Kruger(2018)認為休閒活動涉入有許多社會互動方式，以滿足各種社會需求。Ahmed, Masud, Al-Amin, Yahaya, Rahman, and Akhtar (2015)提出休閒活動的益處可以幫助實現個人目標，並認為可以透過休閒活動來改善身心健康，從而穩定精神，並滿足身心、社群和社會需求。研究發現在參與露營休閒活動後，會產生內在心裡需求與慾望的滿足，同時也因獲致這些滿足的需求，而繼續從事該項休閒活動以獲致效益。

第三，個人在參加休閒活動後，獲得休閒效益是參與者重要的考慮因素，也是參與者思考爾後行為的關鍵因素(Yeh et al., 2017)。Gulliver (2015)提出個人在自由時間進行主觀評估，並選擇參與活動內容來評量身心改善、休閒體驗和感覺，進一步表現不同的休閒效益。研究結果支持休閒活動在透過參與態度與積極表現上會有助個人目標的實現，在獲致露營休閒活動效益後，露營者會再次強化露營動機去影響後續露營持久涉入的行為，證實獲得露營休閒效益後，再持續從事涉入露營活動是一條調節效果的路徑。

最後，研究證實休閒時間是表達個人獲得休閒效益的機會(Carmichael et al., 2015)。涉入是一種頻率和時間的行為概念，通常隨著個人在固定工作時間以外參與戶外休閒活動(Kuykendall, Tay, & Ng, 2015)。Chang et al.(2018)認為有時人們會故意進行休閒活動，並透過改變行為或認知來調節壓力。研究顯示，休閒動機具有發展效益的潛力，在活動過程中，效益會透過動機刺激許多心理因素的參與

來調節行為(Ramey et al., 2016)。尤其是在觀光休閒遊憩文獻中，發現休閒效益會影響休閒動機對持久涉入的關係(Iso-Ahola, 1982)。本研究結果的貢獻是証實露營休閒效益對露營動機與露營休閒持久涉入之關係具有影響效果。

整體而言，本研究證實露營動機確會正向影響持久涉入的露營行為，當獲致露營的休閒效益後，動機會滿足心裡的慾望與需求，然後持續不斷的從事露營休閒活動，以便獲得與享受更多的休閒效益，此種露營休閒效益產生的方式便成為一種影響露營動機對露營持久涉入的狀態。本研究發現露營動機與露營休閒效益的交乘項對露營持久涉入具交互作用，顯示具有調節效果存在，H2獲得支持。

5.結論

5.1研究貢獻

本研究的貢獻在檢驗露營動機對露營持久涉入是否具有正向顯著影響效果？露營休閒效益對露營動機與露營持久涉入關係之間是否具有調節效果？因此提出露營動機、露營休閒效益與露營持久涉入彼此間相互作用的各種假設，以測試這些假設在形式上的操作應是可以建立運作模式。

在露營動機與露營持久涉入之間的研究結果，顯示具有正向的影響效果，說明露營動機與露營持久涉入之間的關係透過露營休閒活動的參與，可以提昇露營參與者對露營休閒活動的興趣、需求或慾望，激發動機的強度與持續不斷涉入的驅動力量。顯示，露營休閒活動會受到先前動機因素的激發及休閒活動涉入程度的影響，以滿足心理內在需求的狀態。因此，露營動機對露營持久涉入具有正向的影響效果。

在露營休閒效益對露營動機與露營持久涉入之間的研究結果，顯示具有調節作用效果，說明露營從事者在參與或歷經露營休閒活動刺激影響下，產生對露營的喜好，以增強露營動機。基於此，將會增加露營休閒活動的時間與次數，並不斷持久涉入從事露營休閒活動，同時在露營休閒活動中獲致露營休閒效益。最後，藉由此種模式從事露營休閒活動，以便享受更多露營休閒效益，也以此影響露營動機對露營持久涉入的程度。因此，露營休閒效益具有調節露營動機對露營持久涉入的影響效果。

5.2研究意涵

本研究在理論意涵上主要是想要了解露營動機、休閒效益與持久涉入之間的相互關係，在過去曾廣泛應用與獲致許多研究實證結果。至於運用露營休閒活動項目是否仍會獲致相同結果，確實有必要深入研究此理論意涵對露營休閒活動項目的適切性。

基於過去的研究發現動機是一種經由活動體驗後，激發個體興趣，然後參與該休閒活動，以滿足心理欲望與需求，待獲致休閒效益後，再積極持續從事該項目的休閒活動，以獲致實質心理效益。過去一些研究，發現動機理論可以運用在許多領域與活動項目，動機也是持久涉入的前期過程，同時可以預測持久涉入

過程與個人邁向確定的活動內容，並且帶來滿意。此外，一些研究者在理論意涵上認為動機會引發行為驅力(Baniya, & Paudel, 2016; Liu, Chen, Keating, Still., & Chen, 2019)，涉入休閒或遊憩活動會產生驅力，並迎接即將到來的相關活動(Havitz & Dimanche, 1997; Morrisa et al., 2018)。研究發現露營在本研究實證上得到露營動機是露營持久涉入的前期現象。因此，在理論意涵的研究可以知道，歷經露營動機後，會吸引露營者在未來仍會持續的從事露營活動，此種露營動機過程確實會正向影響後續持久涉入的露營活動。

另外，研究顯示休閒活動是可以有效的被衡量(Denovan & Macaskill, 2017)。休閒動機具有發展效益的潛力、休閒動機透過許多心理調節參與(Ramey et al., 2016)與休閒參與的活動類型等等均具有檢驗調節作用(Mahoney, Pargament, & DeMaris, 2009)，在觀光休閒遊憩也呈現休閒效益影響休閒動機對持久涉入的關係(Iso-Ahola, 1982)，這些理論意涵是本研究探討的目的。最後，本研究證實露營動機會因為獲得露營的休閒效益後，仍會持續的體驗露營活動。因此，形成露營休閒效益對露營動機與露營持久涉入的過程具有調節影響效果。

5.3 研究限制

本研究雖在研究設計與理論推論之過程中力求嚴謹，但仍有一些限制與不足之處無法避免。

首先，研究採橫斷面研究(cross-sectional study)，試圖研究各變數之間的因果關係，未來應可再增加其它的相關變數，以深入研究的周延性。

再者，本研究採自評量表(self-reports)進行研究，因此可能產生共同方法變異(common method variance)的問題。未來研究應使用多個蒐集數據資料的資源，以避免共同方法變異的潛在問題。

最後，在研究樣本選取特性係採判斷抽樣與露營相關網路社團平台從事發放問卷，以求取受試樣本的關聯性，此一方式應可減少因為樣本偏誤而造成對研究結果推論的影響，建議未來樣本選取範圍需要更廣泛。

參考文獻

1. A Warner Media Company Cable News Network (2020). Want to go camping? Follow these Covid-19 safety tips.
<https://edition.cnn.com/travel/article/camping-safety-tips-covid-19/index.html>
2. Adams, K.B., Leibbrandt, S., & Moon, H. (2011). A critical review of the literature on social and leisure activity and wellbeing in later life. *Ageing Soc*, 31, 683-712.
3. Ahmed, A., Masud, M. M., Al-Amin, A. Q., Yahaya, S. R. B., Rahman, M., & Akhtar, R. (2015). Exploring factors influencing farmers' willingness to pay (WTP) for a planned adaptation program me to address climatic issues in agricultural sectors. *Environmental Science and Pollution Research*, 22, 9494-9504.

4. Aiken, L. S., & West, S.G. (1993). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. London: Sage.
5. Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.
6. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation for structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
7. Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. W. (1991). Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly*, 36, 421-458.
8. Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1982). *Leisure and Human Behavior*; Wm. C. Brown Company Publisher: Dubuque, IA, USA.
9. Baniya, R. & Paudel, K. (2016). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Domestic Tourists in Nepal. *Journal of Management and Development Studies*, 27, 16-30.
10. Bollen, K.A. (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: Wiley.
11. Brislin, R.W. (1980). *Translation and content analysis of oral and written material*. In: Triandis, H.C. and Berry, J. W., Eds., *Handbook of cross-cultural psychology: Methodology*, Allyn and Bacon, Boston, 389-444.
12. Brunson, M., & Shelby, B. (1990). A hierarchy at campsite in dispersed recreation settings. *Leisure Science*, 12, 197-209.
13. Carmichael, F., Duberley, J., & Szmigin, I. (2015). Older Women and their Participation in Exercise and Leisure-Time Physical Activity: The Double Edged Sword of Work. *Sport in Society*, 18(1), 42-60.
14. Celsi, R. L., Rose, R. L., & Leigh, T. W. (1993). An exploration of high-risk leisure consumption through skydiving. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 1-23.
15. Chang, C. M., Lin, T. L., Yang, K. S., Mui, W. C., & Lu, T. H. (2018). The effect of learning stress on leisure benefits-leisure coping strategies variables as moderators. *The International Journal of Organizational Innovation*, 11(1), 1-12.
16. Chang, Y. C., Yeh, T. M., Pai, F. Y., & Huang, T. P. (2018). Sport Activity for Health!! The Effects of Karate Participants' Involvement, Perceived Value, and Leisure Benefits on Recommendation Intention. *International Journal of Environment Research and Public Health*, 15, 953. ; doi:10.3390/ijerph15050953
17. Cheung, G. W., & Rensvold, R. B. (2002). Evaluating goodness-of-fit indexes for testing measurement invariance. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 9, 233-255.
18. Coudounaris, D. N., & Sthapit, E. (2017). Antecedents of memorable tourism experience related to behavioral intentions. *Psychology & Marketing*, 34(12),

1084-1093.

- 19.Crompton, J. L., & McKay, S.L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- 20.Crompton, J. L., Jackson, E. L., & Witt, P. (2005). Integrating benefits to leisure with constraints to leisure. In E. L. Jackson (Ed.), *Constraints to leisure* (245–259). State College, PA: Venture.
- 21.Dann, G. (1981). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- 22.Danniels, M. L., & Marion, J. L. (2006). Visitor evaluation of management actions at a highly impacted Appalachian trail camping area. *Environ Manage* 38, 1006-1019.
- 23.Denovan, A., & Macaskill, A. (2017). Stress, resilience and leisure coping among university students: Applying the broaden-and-build theory. *Leisure Studies*, 36(6), 852-865.
- 24.Eagles, P. F. J. (1992). The travel motivations of Canadian ecotourists. *Journal of Travel Research*, 31(2), 3–7.
- 25.Ewert, A. W. (1989). *Outdoor adventure pursuits: Foundations, models and theories*. Columbus OH: Publishing Horizons.
- 26.Fodness, D. (1994). Measuring Tourist Motivation. *Annals of Tourism Research: A. Social Sciences Journal*, 21(3), 555- 581.
- 27.Frazier, P. A., Tix, A. P., & Barron, K. E.(2004). Testing moderator and mediator effects in counseling psychology. *Journal of Counseling Psychology*, 51, 115-134.
- 28.Gaffar, V., Yuniawati, Y., & Ridwanudin, O. (2019). A Study of Outdoor Recreation Motivation and Activity Preferences. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 54(3), 1-10.
- 29.Garst, B. A., Williams, D. R., & Roggenbuck, J.W. (2010). Exploring early twenty-first century developed forest camping experiences and meanings. *Leisure Sciences*, 32(1), 90-107.
- 30.Gill, P., & Bill, B. (2016). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: a review and analysis. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1447-1478.
- 31.Greenbaum, R. L., Mawritz, M. B., & Eissa, G. (2012). Bottom-line mentality as an antecedent of social undermining and the moderating roles of core self-evaluations and conscientiousness. *Journal of Applied Psychology*, 97, 343-359.
- 32.Gregory, S. F., & Dimmock, K. (2019). Alive and kicking: the benefits of scuba diving leisure for older Australian women. *Annals of Leisure Research*, 22(1), 1-25. DOI: 10.1080/11745398.2019.1605914

33. Gulliver, S. B. (2015) Social support, stress, and suicidal ideation in professional firefighters. *Am. J. Health Behav*, 39(2), 191-196.
34. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
35. Havitz, M. E., & Mannell, R. C. (2005). Enduring involvement, situational involvement, and flow in leisure and non-leisure activities. *Journal of Leisure Research*, 37(2), 152–178.
36. Havitz, M.E., & Dimanche, F. (1997). Leisure involvement revisited: Conceptual conundrums and measurement advances. *Journal of Leisure Research*, 29, 245-278.
37. Hayes, A. F. (2013). *An introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: Guilford press.
38. Henry, J. W., & Stone, R. W. (1994). A structural equation model of end-user satisfaction with a computer-based medical information systems. *Information Resources Management Journal*, 7(3), 21-33.
39. Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cut off criteria for fit indexes in covariance. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
40. Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
41. Iwasaki, Y., & Havitz, M. E. (2004). Examining Relationships between Leisure Involvement, Psychological Commitment and Loyalty to a Recreation Agency, *Journal of Leisure Research Vol. 36*(1), 45-72.
42. Jirasek, I., Roberson(Jr), D. N., & Jiraskova, M. (2017). The Impact of Families Camping Together: Opportunities for Personal and Social Development. *Leisure Sciences*, 39(1), 79-93.
43. Jun, J., Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R. (2015). An identity-based conceptualization of recreation specialization. *Journal of Leisure Research*, 47, 425-443.
44. Kerins, A. J., Scott, D., & Shafer, C. S. (2007). Evaluating the efficacy of a self-classification measure of recreation specialization in the context of ultimate frisbee. *Journal of Park and Recreation Administration*, 25, 1-22.
45. Khuong, M. N., & Ha, H.T.T. (2014). The Influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourists' Return Intention to Ho Chi Minh City, Vietnam A Mediation Analysis of Destination Satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6).
46. Ko, K. M., Pai, C. H., & Mao, X. Y. (2018). Effects of Ecotourism Environmental Experience on Leisure Coping and Leisure Benefits. *Ekoloji*, 27(106), 591-597.
47. Koohsari, M., Mavoa, S., Villnueva, K., Sugiyama, T., Badland, H., Kaczynski, A.

- T., Owen, N., & Billie, G. C. (2015). Public open space, physical activity, urban design, and public health: Concepts, methods and research agenda. *Health & Place*, 33, 75-82.
48. Kuykendall, L., Tay, L., & Ng, V. (2015). Leisure engagement and subjective well-being: A metaanalysis. *Psychological Bulletin*, 141, 364-403.
49. Kyle, G. T., Absher, J., Hammitt, W., & Cavin, J. (2006). An examination of the motivation involvement relationship. *Leisure Sciences*, 28(5), 467-485.
50. Kyle, G., Absher, J., & Hammitt, W. (2005). *An examination of the motivation-enduring involvement relationship*. Proceedings of the 2005 Northeastern Recreation Research Symposium.
51. Kyle, G., Graefe, A., 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, 249-273.
52. Kyle, G.T.; Mowen, A.J.(2005). An examination of the leisure involvement-agency commitment relationship. *Journal Leisure Research*, 37, 342-363.
53. Lawler, E. E. (1973). *Motivations in work organizations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
54. Lee, H. W., Shin, S., Bunds, K. S., Kim, M., & Cho, K. M. (2014). Rediscovering the positive psychology of sport participation: Happiness in a ski resort context. *Applied Research in Quality of Life*, 9, 575-590.
55. Lemon, B. W., Bengston, V. L., & Peterson, J. A. (1972). An exploration of the activity theory of aging: Activity types and life satisfaction among in-movers to a retirement community. *Journal of Gerontology*, 27, 511-523.
56. Leung, X. Y., & Bai, B. (2013). How motivation, opportunity, and ability impact travelers' social media involvement and revisit intention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 58-77.
57. Leung, Y. F., & Marion, J. L. (2000). *Recreation impacts and management in wilderness: A state of knowledge review*. In D. N. Cole S. F. McCool W. T. Borrie J. O'Loughlin(comps). Wilderness science in a time of change conference-Volume 5: Wilderness ecosystems, threats, and management; 1999 May 23-27; Missoula, MT. Proceedings RMRS-P-15-VOL-5. USDA Forest Service, Rocky Mountain Research Station, Ogden, Utah, 23-48.
58. Li, M. Z., & M. Stodolska. (2006). Transnationalism, Leisure, and Chinese Graduate Students in the United States. *Leisure Sciences*, 28(1), 39-55.
59. Li, Z. G., & Lu, C. C. (2004). *Basic Leisure Science*, Social Science Literature Press, Beijing.
60. Lin, T. Y., Liu, C. M., & Yeh, S. P. (2017). Evaluating the leisure benefits of

- ecotourism with data envelopment analysis. *Applied Ecology and Environmental Research*, 15(2), 33-41.
- 61.Liu, L. (2016). A study of the correlation between motivation, leisure benefit, and the sense of happiness: An example of the 2016 Xiamen Marathon, *Journal of JiLin Institute of Physical Education*, 32(06), 70-76.
 - 62.Liu, Y., Chen, L., Keating, X., Still, M., & Chen., S. (2019). Analyzing Motivation Factors for NASCAR Spectators with Self-Determination Theory. *American Journal of Sports Science*, 7(3), 78-87.
 - 63.Lu, J., & Schuett, M. A. (2010, April). *Exploring the antecedents of place attachment: The role of motivation and involvement for Texas anglers*. Presented at the Northeastern Recreation Research Conference, Bolton Landing, NY.
 - 64.Mahoney, A., Pargament, K. A., & DeMaris, A. (2009). *Links between the sanctification of marriage for pregnant couples and marital satisfaction, love, and conflict*. Department of Psychology, Bowling Green State University. Unpublished manuscript.
 - 65.Manfredo, M. J., & Driver, B. L. (1996). Measuring leisure motivation: A meta-analysis of the recreation experience reference scales. *Journal of Leisure Research*, 28, 188–213.
 - 66.Mannell, R., & Kleiber, D. (1997). *A social psychology of leisure*. State College, PA: Venture Publishing.
 - 67.Mardia, K. V. (1970). Measures of multivariate skewness and kurtosis with applications. *Biometrika*, 57(3), 519-530.
 - 68.Mardia, K. V. (1985). Mardia's test of multinormality. In Kotz, S., & Johnson, N. L.(Eds). *Encyclopedia of statistical sciences*, 5, 217-221.
 - 69.Matsumoto, H., Sato, S., Asada, A., & Chiashi, K. (2018). Exploring the relationship among leisure engagement, affective and cognitive leisure involvement, and subjective happiness: a mediating role of leisure satisfaction. *World Leisure Journal*, DOI: 10.1080/16078055.2018.1444669
 - 70.McDonald, R. P., & Ho, M. R. (2002). Principles and practice in reporting structural equation analysis. *Psychological Methods*, 7, 64-82.
 - 71.McIntyre, N., & Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14(1), 3-15.
 - 72.Meier, J. F. (1983). *Camp counseling: Leadership and programming for the organized camp*. CBS College Publishing.
 - 73.Morris, E., Riper, C. J. V., Kyle, G. T., Wallen, K. E., & Absher, J. (2018). Accounting for gender in a study of the motivation-involvement relationship. *Leisure Sciences, An Interdisciplinary Journal*, 40, 494-507.
 - 74.Moufakkir, O., & AlSaleh, D. (2017). A conceptual framework for studying

- recreational travel motivation from an Arab perspective. *Tourism Recreation Research*, DOI: 10.1080/02508281.2017.1354496
- 75.Ndivo, R. M., & Manyara, G. (2017). Understanding the travel motivation among youth travelers in Kenya: the 'push' and 'pull' paradigm. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Volume 6(1), 1-16.
 - 76.Needham, M. D., & Vaske, J. J. (2013). Activity substitutability and degree of specialization among deer and elk hunters in multiple states. *Leisure Sciences*, 35, 235-255.
 - 77.Patterson, I., & Pan, R. (2007). The motivations of baby boomers to participate in adventure tourism and the implications for adventure tour providers. *Annals of Leisure Research*, 10(1), 26-53.
 - 78.Pearce, P. L., & Caltabiano, M. (1983). Inferring Travel Motivation from travelers' experiences. *Journal of Travel Research*, 12(2), 16-20.
 - 79.Perreault, W. D., Darden, D. K., & Darden, W.R. (1977). A Psychographic Classification of Vacation Life-Styles. *Journal of Leisure Research*, 9(1), 208-23.
 - 80.Prayag, G., & Hosany, S. (2014). When Middle East meets West: Understanding the motives and perceptions of young tourists from United Arab Emirates. *Tourism Management*, 40, 35–45.
 - 81.Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42, 185-227.
 - 82.Ramey, H.L., Lawford, H. L., & Krasnor, L.R. (2016). Motivations for Activity Participation as Predictors of Emerging Adults' Psychological Engagement in Leisure Activities. *Leisure Sciences*, Volume 38, 338-356.
 - 83.Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67. doi:10.1006/ceps.1999.1020
 - 84.Scannell, L., & Gifford, R. (2017). The experienced psychological benefits of place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 51, 256-269.
 - 85.Sidi, M. A. M., & Radzi, W. M. (2017). A study of motivation in outdoor recreational activities. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(3), 366-379.
 - 86.Sirakaya, E., Uysal, M., & Yoshioka, C. (2003). Segmenting the Japanese tour market to Turkey. *Journal of Travel Research*, 41(3), 293-304.
 - 87.Sirgy, M. J., Uysal, M., & Kruger, S. (2017). Towards a Benefits Theory of Leisure Well-Being. *Applied Research Quality Life*, 12, 205-228.
 - 88.Sirgy, M. J., Uysal, M., & Kruger, S. (2018). A benefits theory of leisure well-being. *Handbook of Leisure, Physical Activity, Sports, Recreation and*

Quality of Life, pp.3-18. DOI:10.1007/978-3-319-75529-8_1

89. Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261.
90. Wang, X., Lin, X., & Spencer, M. K. (2019). Exploring the effects of extrinsic motivation on consumer behaviors in social commerce: Revealing consumers' perceptions of social commerce benefits. *International Journal of Information Management*, 45, 163-175.
91. White, D. D. (2008). A structural model of leisure constraints negotiation in outdoor recreation. *Leisure Sciences*, 30(4), 342-359.
92. Wu, H. W. (2016). *The Motivation, Involvement, and Leisure Benefits of Amateur Bike Participants*, Asian University, Taichung City, Retrieved from <http://ndltd.ncl.edu.tw/handle/50396276947719385916> (in Chinese).
93. Xiao, H., So, K. K. F., & Wang, A. Y. (2015). The university student travel market: motivations and preferences for activities. *Tourism Analysis*, 20, 399-412. DOI: 10.3727/108354215X14400815080488
94. Xu, H., Yuan, M., & Li, J. J. (2019). Exploring the relationship between cycling motivation, leisure benefits and well-being. *International review for spatial planning and sustainable development A: Planning Strategies and Design Concepts*, 7(2), 157-171.
95. Yang, J. R., Wang, K. W., & Lai, S. S. (2008). Spectator Involvement, Team Identification Aimed at Satisfaction, Loyalty of the Impact Study: The case of Super Basketball League in Taiwan. *Journal Physical Education Leisure, Ling Tung Univ*, 6, 85-97.
96. Yeh, T. M., Chang, Y. C., & Lai, M. Y. (2017). The Relationships among Leisure Experience, Leisure Benefits and Leisure Satisfaction of YouBike Users. *Journal Sport Leisure Hospitality Research*, 12, 67-97.
97. Yu, Y., & Tian, J. X. (2013). The relationship between leisure involvement, leisure benefits and well-being of the riders: Taking Zhaoqing as an example, the green road bike, *Tourism Tribune*, 28(2), 67-76.