

高中童軍大露營參與者動機、知覺價值、滿意度與再參與意願 之研究

林志鈞¹、賀楚彎²

大葉大學休閒事業管理學系
彰化縣大村鄉學府路 168 號

摘要

本研究旨在探討高中童軍大露營參與者之參與動機、知覺價值、滿意度與再參與意願間之關係。採取立意抽樣及所能負擔法於 2014 全國高級中等學校童軍社團暨四健會聯合大露營活動期間進行問卷調查。母體數為 2,069 人，共計發放 700 份問卷，回收有效問卷 610 份，回收率為 87.14%，在信心水準 95% 下，抽樣誤差為正負 3.33%。

研究樣本以「大智營區」、「男性」、「高一生」、「高級童軍」、「中部」為多數。童軍年資最長為 0.1 年，最長達 20 年，平均年資為 2.55 年。子活動滿意度調查中「農村體驗-泥巴拔河」項目獲 63% 的支持，為所有項目中最高且唯一支持度過半的項目。研究結果顯示：

- 一、本研究所使用量表，為可有效測量之工具。
- 二、童軍年資長短與參與動機無顯著相關。
- 三、參與者對於本次大會衛浴設施的滿意度最低，顯示有待改善。
- 四、東部地區參與者在各方面數據皆顯著大於北部。
- 五、知覺價值預測再參與意願的預測力為最高，顯示知覺價值可作為活動評鑑之指標。
- 六、地方特色活動、童軍技能活動、社交活動是影響再參與意願高低的重要因素，而組織承諾在本研究呈顯無顯著。

最後，根據本研究結果進行討論，並提出相關建議，以作為未來童軍運動發展單位、大露營主辦單位及欲從事相關領域研究人員參考運用。

關鍵詞：動機、知覺價值、滿意度、再參與意願、童軍大露營

A Study on Motivation, Perceived Value, Satisfaction and Re-Participation Intention of the High School Scout Jamboree

CHIH-JIUN LIN¹ and CHU-WAN HO²

*Department of Leisure and Recreation Management, Da-Yeh University
No.168, Syuefu Rd., Dacun Township, Changhua County 51591, Taiwan (R.O.C.)*



ABSTRACT

This research aimed at exploring relationships of motivation, perceived value, satisfaction, and re-participation intention among senior high school scout jamboree participants. Using a purposive sampling, questionnaire was administered on the 2014 national high school scout jamboree and the 4-H club joint camp. The population size is 2,069. All of them 700 questionnaires were distributed, 610 completed and returned. The confidence interval is ± 3.33 percent on 95% confidence level.

A majority of the samples were DA-JHIH camp, male, high school freshman, first class of scout. The minimum scout seniority is 0.1 years, maximum is 20 years, and the mean value is 2.55 years. In activity satisfaction, "Tug of war in mud" is the highest item. The findings of this study were as the followings:

1. In the study, these scales are effective.
2. The scout jamboree participants showed no significant relationship between scout seniority and motivation.
3. In satisfaction, "sanitary facilities" is the lowest item.
4. The participants come from Eastern Taiwan had higher than that come from northern for various aspects.
5. The perceived value has the highest prediction to the re-participation intention.
6. Local special events, scout skill events and social activities are key factors to affect re-participation intention.

Finally, the result of this study may provide suggestions to related scout organizations, scout jamboree organizers and future researchers.

Key Words: motivation, perceived value, satisfaction, re-participation intention, scout jamboree

一、緒論

早年童軍教育及童軍運動的推行，在升學主義的壓力下未獲重視，同時面臨師資嚴重短缺、經費不足、主責單位無減鐘點福利等問題(許金雄，1992)，九年國民教育實施以後，童軍、家政、輔導結合為綜合活動領域，雖融合生活教育、生命教育及生涯規劃等課程內容，但未見起色反而更加弱勢，漸漸式微。

童軍教育以童軍規律為基礎，培養良好健全的國民為目標，活動多元五育並重的特色，恰與十二年國教之理念相符，故逐漸受到政府高層的重視並將其推廣。高中職階段的童軍伙伴稱為行義童軍、蘭傑女童軍，我國的行義童軍最早於1924年福建廈門的集美學校成立(吳國基，2013)，現今其教育內容包含了生命教育，可以學習生命裡重要的經驗讓學生開發潛能，在操作中得到很重要的實作經驗，在課本智能部份外提供五育多元發展的機會。但高中職的童軍發展比其他各年齡層更容易面對經費不足的狀況(蔡佩雯，2013)，且高中職階段的課程內並未將童軍納入，是以童軍社團的方式進行，推展不易。

全國高中學校童軍社團暨四健會聯合大露營簡稱「高中大露營」乃是我國童軍運動高中職階段中重要的盛事之一，早年由省教育廳主辦，旨在擴大童軍社團校際聯誼及促使各校加強童軍教育活動之推展，並將童軍活動落實於日常生活中(師友月刊，1993)。「2014 全國高級中等學校童軍社團暨四健會聯合大露營」於1月23日假彰化縣國立員林農工舉行，計有135校、235小隊、2,069名童軍學生及217名帶隊老師報名參加。教育部(2014)表示每年全國高級中等學校童軍社團暨四健會聯合大露營由各縣市高中職輪流主辦，2014年由員林農工承辦，國立臺中高中、國立臺南海事、國立虎尾農工分別協辦大智、大仁、大勇三個分營區。活動以「愛在童軍，緣濃同心」為主題，顯示童軍日行一善，有緣齊聚員農共同成長互相學習的之活動宗旨。

童軍運動始於1907年，Baden-Powell 爵士在英格蘭南部海岸的白浪島，舉辦了一個實驗性的童軍露營(郭廷銘，2008)，當時 Baden-Powell 有鑑於英國的青少年整日無所事事而發起的運動至今已有百餘年歷史，對照現在青少年犯罪、自殺、不當社會行為層出不窮，主因乃是青少年無適當



的休閒生活及缺乏休閒場地(黃德祥, 2000), 童軍運動正好可以給予青少年健全成長的運動目標, 符合永恆的普世價值, 另外一方面童軍運動不斷地改革創新, 勇於面對時代的挑戰, 找出新的方向以貫徹目標(趙守博, 2008)。

中國童子軍創始人嚴家麟先生, 在民國元年 2 月 25 日在武昌創設文華童子軍(胡立人, 1996)。民國 15 年 2 月 25 日成立中國國民黨童子軍委員會。民國 17 年, 改組為中國國民黨童子軍司令部, 確定三級課程訓練標準。民國 23 年 11 月 1 日, 中國童子軍總會正式成立, 並於民國 26 年加入世界組織, 正式成為世界童軍運動的一員(吳國基, 2013)。民國 79 年, 中國童子軍總會按內政部人民團體法規定, 完成社會團體立案, 並辦理社團法人登記(中華民國童軍總會, 2009)。2008 年 6 月 1 日, 第 22 屆第 2 次會員代表大會會議通過將「童子軍」修正為「童軍」, 中國童子軍修正為中國童軍; 2009 年 6 月 7 日第 22 屆第 3 次會員代表大會通過改為現名, 修改諾言, 並將中國童子軍歌修改成中華民國童軍歌和歌詞修正, 消除「中國」字樣。

目前我國童軍分為稚齡童軍、幼童軍、童軍、行義童軍及羅浮童軍等五個階段, 參加年齡為自幼稚園到大專院校的青年(中華民國童軍總會, 2009)。童軍運動發展迅速, 現在全國各地有 1,893 團, 有五萬一千多人(統計至 2014 年 3 月 5 日)。總會近年來, 除在學校推展童軍活動外, 並積極推展社區童軍活動, 鼓勵機關團體、宗教組織及社區等舉辦童軍團, 童軍也積極參與社區服務及反毒宣導工作。

「Jamboree」原為印地安語, 是「所有部族的集會」之意(宋俊緯, 2005)。遠東實用英漢辭典將其解釋為喧鬧之宴會或娛樂及童子軍大會兩種意思。高中大露營每年由不同的四健會學校主辦, 提供多元化的活動內容及交流管道, 以達到培育健全的良好公民之目的, 綜觀近五年活動資料, 每年參加校數皆穩定成長, 繼 2010 年之後參加人數皆在 2,000 人以上, 顯示未來的承辦單位將必需面對參與人數增加的挑戰, 如表 1 所示。

動機(Motivation)是指引起個體活動, 維持已引起的活動, 並促使該活動朝向某一目標進行的內在作用(張春興, 1991)。參加童軍團的青少年, 平常活動中會與夥伴間形成具有功能性的親密紐帶(bonding)關係, 建立群體的認同感, 表現出「我們這個圈子」(we group)的歸屬感(周錦宏、程士航、張正霖, 2005), 團員自然的與志同道合的夥伴結合在一起, 讓彼此有機會發揮自我的想像力與冒險心, 使夥伴們

能在廣大的野外從事有興趣的工作, 增加自身的智識(劉彥俊, 1965), 且 Bammel & Burrus-Bammel (1982/1996)指出社交團體的型態與組成, 其影響的程度超過活動地點的重要性, 而陳淑娟(2011)研究發現參與童軍運動年資的長短對於參與童軍運動的動機有顯著差異, 以上皆顯示童軍伙伴的參與動機之特殊性。

表 1. 近六年全國高中大露營參加概況

年 代	主辦單位	主題	參加 校數	參加 人數
2009	南大附中	陽光、活力、創未來	86	1815
2010	佳冬高農	陽光、海洋、真善美	97	2230
2011	水里商工	建國百年, 夢想起飛	106	2121
2012	苗栗農工	龍騰貓裡, 飛躍 101	102	2260
2013	東港海事	海洋童軍趣, 東港歡樂琉	124	2436
2014	員林農工	愛在童軍, 緣濃同心	131	2069

Cardozo(1965)最早提出顧客滿意度的觀念, 認為滿意度就是顧客預期與顧客滿意之間的落差, 同時顧客對業者所提供產品的滿意程度, 會影響顧客再次購買的意願。在休閒遊憩領域中, Bigné, Sánchez, & Sánchez(2001)認為滿意度是參與者對遊憩歷程的整體評價。從觀光旅遊方面, 則將滿意度解釋為遊客個人經歷活動之後的真實體驗, 起源於個人與目的地互動之後所產生的心理感覺與情感狀況(Baker & Crompton, 2000)。Singh 認為滿意度是一個多重構面, 即以多重項目針對產品個性屬性績效的滿意度加以衡量, 且消費者滿意度的衡量會因為產業或是研究對象的不同而有所差異(引自蔡長青、張秀靖, 2009)。朱浩(2013)指出活動結束後的評估, 可維持活動舉辦的品質, 提供未來主辦單位可靠的參考依據, 因此, 本研究以滿意度調查結果為後續活動規劃帶來具有建設性的建議。

Oliver & DeSarbo(1988)指出顧客知覺價值是源自於公平理論(Equity Theory)的基本概念, 當消費者投入/產出的比例高於廠商投入/產出的比例, 所知覺到的價值則會較高。Dodds, Monroe, & Grewal(1991)則主張知覺價值是產品或服務品質與貨幣成本的一種互換, 消費者產生知覺價值之後會進一步產生購買意願, 故購買意願取決於知覺到的利益與價值。知覺價值被視為是再參與意願的指標, 也是消費者消費過程的決策依據(Parasuraman & Grewal, 2000)。綜觀以往的研究成果, 大多證實知覺價值為因, 滿意度為果的影響關



係。另外，知覺價值皆與滿意度與再參與意願兩者間呈現顯著關係。高中大露營提供參加者一個累積社團和活動經歷的機會，相較於出國遊學等高消費活動來得經濟實惠，故調查每位參與者會因預期需求及實體體驗間之差異，所產生不同的知覺價值，作為本次大露營成效之參考依據。

再參與意願常因研究不同行業時，而有不同的用詞與解釋，例如、重遊意願、再購意願、再次消費等(陳明國、孫美蓮、莊翔達、邱政鋒，2010)，Goolsby & Hunt(1992)再消費意願定義為「消費者在使用公司產品後，當時所產生願意再次消費的意願性」。Kozak(2001)則定義重遊意願為「遊客再次旅遊某一目的地或某一國家內的景點」。再參與意願的定義亦可從上述兩者的理論中延伸出來，Parasuraman 則將再參與意願定義為「除了個人本身願意再次消費參與外，還包括願意向他人推薦並給予正面口碑的行為」(引自周秀蓉、吳明怡，2007)。此論點受到學術上許多研究的支持，將「再參與意願」定義為個人參與活動之後，願意「再次參加」及「推薦他人」的意願(Boulding, Kalra, Staelin, & Zeithaml, 1993; Yi & La, 2004; 吳挺宏，2011; 郭家瑜，2011)。本研究將再參與意願定義為高中大露營參加者願意再次參與下一年度舉辦之全國高中大露營並推薦親朋好友前往的意願。

二、研究方法

本研究採用問卷調查法，問卷調查的目的乃是以各界的資訊為基礎，端看擬定的假設是否為選出之對象所接受，以下將針對研究架構、研究對象與抽樣方法、操作性定義、研究工具的編製與選取等項目提出說明：

(一) 研究架構

本研究旨在探討高中童軍大露營參與者動機、知覺價值、滿意度與再參與意願間之關係，並探討大露營參與者再參與意願預測方程式。另外，研究受試者不同背景變項包含性別、三大營區、童軍晉級、所屬單位所在地區、年級等，對各變相間之差異關係，並將童軍年資放入迴歸分析項目，架構圖如圖 1 所示。

(二) 研究對象

本研究對象為 2014 全國高級中等學校童軍社團暨四健會聯合大露營參與者，包含行義童軍伙伴、蘭傑女童軍伙伴、四健會學校學生、羅浮童軍志工、資深女童軍志工等。不包含大會有給職工作人員、非童軍身分之志工、協辦廠

商、外聘表演團體等。調查日期由民國 103 年 01 月 23 日至民國 103 年 01 月 27 日止，調查站設置於大會營區內(員林農工內)，營區外不設置調查站。根據員林農工(2013)報名人數統計表得知母體為 2,069 人。因受限於研究預算的不足，故以成本來決定樣本的大小(榮泰生，2008)，採用所能負擔法(all you can afford)，共計發放 700 份問卷，回收有效問卷為 610 份，回收率為 87.14%，信心水準 95%，以 Sample Size Calculator 計算，抽樣誤差為 3.33%。

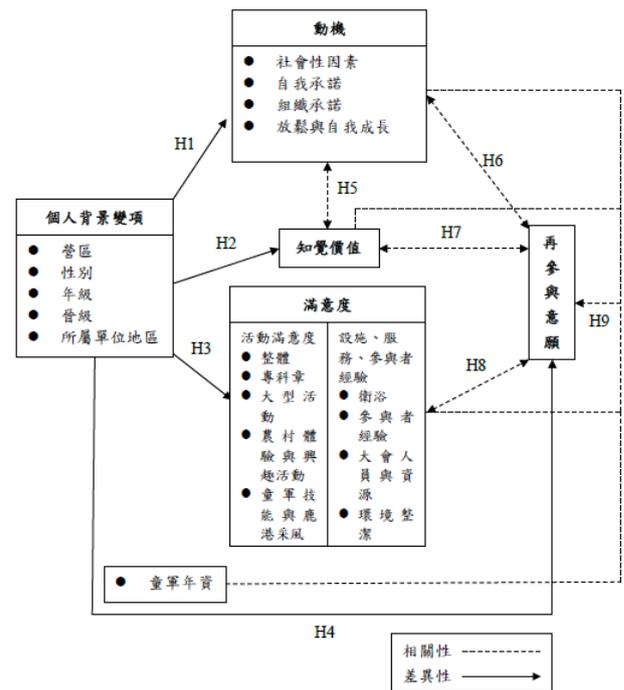


圖 1. 研究架構

(三) 研究工具

本研究採用之量表包括參與者動機量表、知覺價值量表、滿意度量表、再參與意願及個人背景變項等五大項，除了個人背景變項外，其他量表採用六點尺度，分別設置「非常不同意」、「不同意」、「有點不同意」、「有點同意」、「同意」、「非常同意」六個選項，依序給予 1~6 分，以下將分別說明：

1. 個人背景變項

本研究大露營參與者基本特性包含「所屬營區」、「性別」、「年級」、「童軍運動年資」、「晉級」、「所屬單位所在地區」，共六個變項作為基本特性之調查。

2. 參與動機量表

本研究之參與動機量表採用 Johnston, Twynam, & Farrell(1999)針對參與加拿大童軍大露營的特別活動志願者



動機量表 (SEVMS) 主要分為社會性因素、有目的性的、信念與外在的影響三個構面，再參考 Vieden(2006) 統合整理從事戶外休閒動機表及本次活動特性作題項修正，各問項加入「大露營」一詞，且社會性因素加入童軍教育、服務他人、活動經驗等題項；童軍承諾加入行程規劃、童軍經歷等題項；組織承諾加入「我參加這次活動主要原因是團內大多

數的夥伴都參與本次活動」、「假如我沒有參加，團內就沒有這麼多人會願意來參加本次活動」2 題，綜合統整歸納為「社會性因素」8 題、「放鬆與自我成長」5 題、「童軍承諾」7 題、「組織承諾」3 題，共四個子構面 23 題。經因素分析後顯示四個因素可解釋的累積變異量為 60.39%，總量表 Cronbach's α 值為 .908，顯示內部一致性良好，如表 2 所示。

表2 參與動機因素分析表

題項	因素負荷量			
	1	2	3	4
2.參加大露營是希望獲得實際參與活動的經驗	.853			
1.參加大露營是希望可以擴大自己的視野	.815			
3.參加大露營是希望可以認識其他夥伴	.774			
4.參加本次活動希望可以跟其他團建立友團關係	.763			
5.參加大露營是希望可以更了解童軍教育	.712			
6.我希望在這次活動可以好好了解自己的能力的	.691			
7.這次大露營是一個難得的機會，所以我一定要參加	.471			
14.參加大露營是希望可以在活動中幫助其他人	.442			
8.我參加大露營是因為我是童軍		.664		
11.我參加大露營來滿足我對於童軍運動的需求		.657		
10.我參加本次活動是因為我曾經參加過其他大露營		.621		
12.我想要有所作為，所以我參加大露營		.584		
16.我很早就規劃好要參加本次活動		.545		
13.參加大露營是希望可以精進自己的童軍技能		.541		
9.我參加大露營是希望童軍運動可以融入社會		.538		
20.我想要藉由本次活動放鬆心情、紓解課業壓力			.752	
17.我想要改變一成不變的生活所以參加大露營			.691	
23.我想藉著大露營增進自己的體能			.594	
21.我想要參加大露營是因為希望本團的表現可以更好，並為團盡一份心力			.512	
22.參加大露營是希望可以認識當地風俗及文化			.490	
18.我參加大露營是因為我的親朋好友也參加				.848
15.我參加這次活動主要原因是團內大多數的夥伴都參與本次活動				.727
19.假如我沒有參加，團內就沒有這麼多人會願意來參加本次活動				.695
特徵值	5.05	3.44	3.10	2.28
解釋變異量	21.99	14.97	13.49	9.92
累積解釋變異量	21.99	36.96	50.46	60.39
Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數				.92
Bartlett 的球形檢定	近似卡方分配			7626.58
	顯著性			0.000

萃取法：主成分分析法

3. 滿意度量表

本研究之滿意度量表分為活動內容及大會設施、服務、參與者經驗滿意度兩大部分：

(1) 活動滿意度量表：採用 Johnston *et al.*(1999) 針對大型

活動項目外，再加入員林農工(2014)大露營工作手冊中活動(2)項目(包含活動意義、活動多元、整體印象及經驗前後比較等)及李義男(1990)整題活動滿意度問項編制，共 18 題。經因素分析後可萃取出「整體評估」、「大型活動」、「鹿



港采風與童軍技能」、「農村體驗與興趣活動」四個構面， α 為.908，顯示內部一致性良好，如表3所示。可解釋的累積變異量為63.01%，總量表Cronbach's α 值

表3 大會活動滿意度因素分析表

題項	因素負荷量			
	1	2	3	4
18. 整體而言，我對本次大會規劃的活動內容是滿意的	.814			
17. 大會整體活動內容多元豐富	.778			
16. 相較於以前的大露營經驗，本次露營比較好玩	.717			
15. 本次大會整體而言，讓我印象深刻	.673			
14. 本次大會整體活動流程銜接順暢	.619			
9. 『大會開幕式』表演節目精彩，令人印象深刻		.826		
10. 對於『大會開幕式』整體規劃與安排感到滿意		.819		
11. 對於『分區營火』整體規劃與安排感到滿意		.640		
12. 對於『才藝之夜競賽』整體規劃與安排感到滿意		.605		
13. 對於『專科章考驗』整體規劃與安排感到滿意		.400		
5. 參加『鹿港采風』活動讓我更加認識鹿港的風俗文化			.818	
6. 對於『鹿港采風』整體規劃與安排感到滿意			.782	
7. 『童軍技能』活動設計可有效驗收我們的學習成果			.645	
8. 對於『童軍技能』整體規劃與安排感到滿意			.604	
3. 『農村體驗活動』讓我更加了解農民的生活風俗，這是一個難得的經驗				.835
4. 對於『農村體驗』整體規劃與安排感到滿意				.778
1. 參與『興趣活動』後讓我們團隊體會到分工合作的重要性				.666
2. 對於『興趣活動』整體規劃與安排感到滿意				.603
特徵值	3.39	2.82	2.59	2.52
解釋變異量	18.85	15.71	14.43	14.01
累積解釋變異量	18.85	34.56	49.00	63.01
Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數				.88
Bartlett 的球形檢定	近似卡方分配			5501.08
	顯著性			0.000

萃取法：主成分分析法

(2)大會設施、服務、參與者經驗滿意度量表：採用 Johnston *et al.*(1999)的滿意度量表，再參考 Rossman & Schlatter(2008)提出了十種滿意度的指標及範例問項進行修正，加入營地排水、大會服務人員、營位大小、營地安全、整體喜好等項目，

「衛浴設施」3題、「環境整潔」5題、「參與者經驗」8題、「大會人員與資源」5題，共四個構面21題，經因素分析顯示可解釋的累積變異量為60.2%，總量表Cronbach's α 值為.92，顯示內部一致性良好，如表4所示。



表4 大會設施、服務、參與者經驗滿意度因素分析表

題項	因素負荷量			
	1	2	3	4
16.此次露營讓我自信心有所提升	.824			
17.此次露營讓我的童軍技能有所成長	.786			
15.此次露營讓我嘗試到新的體驗	.724			
20.此次露營讓我更喜歡童軍運動	.712			
19.此次露營讓我的體力變好	.705			
18.此次露營讓我的身心感到放鬆	.665			
21.此次露營讓我認識更多童軍伙伴	.600			
14.大會紀念品讓我感到滿意	.443			
3.大會交通管制良好		.758		
4.大會周遭環境乾淨整潔		.701		
2.營位規劃得當，大小適中		.691		
5.大會環境整體來說是安全的		.683		
6.大會垃圾處理措施合宜		.618		
10.大會緊急醫療措施準備充足			.702	
11.大會服務人員能快速處理及滿足參加者的需求			.680	
12.大會服務人員態度親切			.652	
9.大會三餐伙食菜色豐富，份量適中			.542	
13.大會事前提供的活動資訊相當充分			.521	
7.浴室的數量充足				.824
8.廁所的數量充足				.815
1.營地取水方便				.589
特徵值	4.54	3.14	2.84	2.11
解釋變異量	21.61	14.99	13.53	10.05
累積解釋變異量	21.61	36.61	50.14	60.20
Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數				.923
Bartlett 的球形檢定		近似卡方分配		6258.2
		顯著性		0.000

萃取法：主成分分析法

4. 知覺價值量表

採用 Zeithaml (1988)所提出知覺價值分為知覺貨幣價格與知覺非貨幣價格概念，為符合本次研究主題，於各問項中加入「大露營」一詞，「我覺得這次來大露營所花費的金錢是物超所值」、「我花費時間來參加本次大露營是值得的」、「我覺得這次來大露營所花費的體力、精神來參與活動是值得的」3題。知覺非貨幣價格是指顧客購買產品或服務所消耗的時間、精神上的成本；知覺貨幣價格則是指顧客將產品或服務實際價格轉為有意義的形式，其經過轉換過之客觀價值，Cronbach's α 值為.855，顯示內部一致性良好。

5. 再參與意願量表

1992年 Ajzen & Driver 認為測量再參加意願的方法，可利用兩道相關的問題來測量(引自周秀蓉、吳明怡，2007)，

故本研究採用以願意「再次參加」及「推薦他人」意願來測量「再參與意願」，另考量童軍團擁有童軍承諾之特性，加入榮譽感問項「能參加2015全國高中大露營是一種榮譽」，共3題，其Cronbach's α 值為.897，顯示內部一致性良好。

三、研究結果

(一) 個人背景變項統計

本研究有效樣本之個人背景特性分析，以營區來檢視，三大營區人數平均，以「大智營區」最多占35.2%，其次為「大勇營區」占34.4%，「大仁營區」最少占30.3%。以性別檢視以「男性」居多，年級則以「高一」居多占43.6%，其次為「高二」占40.2%。童軍年資以「超過半年~2年以下」為最多占44.6%，最短的年資為0.1年，最長達20



年，平均年資為 2.55 年。晉級方面則以「高級」為最多占 28.5%，其次為「初級」占 27.4%。所屬單位所在區域以「中部」為最多占 36.7%，其次為「南部」占 26.4%，最少為「離島」僅占 5.2%。

(二) 不同背景變項在參與動機上之差異情形

根據表 5，社會性因素構面上性別呈顯著差異，女生顯

著高於男生、「離島」>「北部」。童軍承諾因素上各晉級程度皆顯著大於「我不是童軍」、「高二生」>「高一生」、「東部」>「北部」。組織承諾因素「高三生」>「高一生」、男生顯著高於女生、「東部」>「中部」、「東部」>「南部」、「東部」>「離島」。放鬆與自我成長「中級」>「我不是童軍」。

表5 背景變項不同在參與動機上之差異分析表

N=610

背景變項	參與動機																
	社會性因素				童軍承諾				放鬆與自我成長				組織承諾				
	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	
性別	a. 男生	321	5.16	.720	-3.52**	321	4.62	.942	-0.91	321	4.83	.891	-1.42	321	3.84	1.349	3.28**
	b. 女生	289	5.35	.568	b>a	289	4.68	.856		289	4.93	.757		289	3.49	1.301	a>b
年級	a. 高一	266	5.21	.708	3.04*	266	4.48	.941	6.72***	266	4.86	.906	1.6	266	3.50	1.388	3.12*
	b. 高二	245	5.34	.609	▲	245	4.83	.861	b>a	245	4.93	.797		245	3.82	1.355	c>a
	c. 高三	66	5.12	.649		66	4.64	.898		66	4.91	.664		66	3.90	1.007	
	d. 非高中生	33	5.12	.540		33	4.68	.596		33	4.60	.711		33	3.57	1.212	
	總和	610	5.25	.658		610	4.65	.902		610	4.88	.831		610	3.68	1.337	
晉級	a. 我不是童軍	105	5.12	.669	1.16	105	4.16	1.012	8.68***	105	4.66	.947	2.63*	105	3.56	1.363	.314
	b. 女童軍制度	53	5.28	.527		53	4.74	.748	b>a	53	5.01	.626	d>a	53	3.72	1.354	
	c. 初級	167	5.27	.673		167	4.67	.928	c>a	167	4.85	.873		167	3.67	1.369	
	d. 中級	51	5.32	.676		51	4.67	.836	d>a	51	5.08	.626		51	3.66	1.424	
	e. 高級	174	5.25	.680		174	4.82	.817	e>a	174	4.94	.819		174	3.75	1.252	
	f. 獅級以上	60	5.33	.616		60	4.86	.749	f>a	60	4.89	.778		60	3.64	1.385	
	總和	610	5.25	.658		610	4.65	.902		610	4.88	.831		610	3.68	1.337	
所屬單位所在地	a. 北部	150	5.12	.761	2.98*	150	4.47	.998	3.56**	150	4.83	.941	1.93	150	3.76	1.432	4.06**
	b. 中部	224	5.31	.585	e>a	224	4.72	.857	d>a	224	4.96	.744		224	3.61	1.328	d>b
	c. 南部	161	5.22	.708		161	4.61	.891		161	4.76	.924		161	3.60	1.304	d>c
	d. 東部	43	5.36	.479		43	4.99	.700		43	5.07	.469		43	4.34	1.130	d>e
	e. 離島	32	5.45	.456		32	4.76	.890		32	4.86	.671		32	3.23	1.066	
	總和	610	5.25	.658		610	4.65	.902		610	4.88	.831		610	3.68	1.337	

備註：1. ▲表示為經事後檢定未顯示差異之組別

2. ***:p<.001; **:p<.01; *:p<.05

以上統計數據具有下列意義：

1. 參加大露營最重要的動機是認識新朋友

社會性因素構面包含了與其他夥伴、團體的社交期望、自身對於童軍教育學習欲望及視野的擴展等，研究顯示社會性因素平均數為 5.25，為參與動機四個子構面中最高，故參與者對於可來大露營認識新夥伴、增廣見聞的動機是最強。

2. 年級越大，榮譽感越強烈

童軍承諾構面主要是對自身童軍身分的榮譽感及自我追求成長的期許，統計顯示高二生顯著高於高一及各晉級階段皆顯著高於自認「我不是童軍」的受試者，說明參加童軍運動越久，會對於身為童軍產生榮譽感及學習目標。另外，東部地區參與者也擁有較高的童軍承諾動機。



3. 參加大露營可達到放鬆及自我成長的需求

放鬆與自我成長構面，除了晉級變項中有一組對呈顯著差異，其他變項皆呈現不顯著，由此可證對於參加大露營可達到放鬆與自我成長的效果普遍給予認同。

4. 童軍年資長短非主要影響動機之因素

統計數據顯示高三生顯著大於高一，此為實際年齡，若將童軍年資與動機進行相關分析，僅與童軍承諾呈現顯著低度正相關，其他構面皆無顯著，如表 6 所示，與陳淑娟(2011)研究結果有所差異，根據本次研究資料顯示童軍年資長短非主要影響動機之因素，而需考量整體身心年齡的發展。

表6 再參與意願與知覺價值、滿意度之關係表

N=610

	活動滿意度				大會設施、服務、參與者 經驗滿意度				知覺 價值
	鹿港 整體 評估	農村 大型 活動 技能	采風 童軍 興趣 活動	體驗 童軍 興趣 活動	參與 者 經驗	大會 環境 整潔	人員 與資 源	衛浴 設施	
再參與 意願	.399**	.336**	.379**	.390**	.583**	.333**	.416**	.192**	.690**

備註：***:p<.001；**:p<.01；*:p<.05

(三) 不同背景變項在知覺價值上之差異情形

根據表 7 所示，知覺價值構面上所屬營區雖呈現顯著差異，但經事後比較未呈現顯著差異之組對，而女生則高於男生，「中部」>「北部」、「東部」>「北部」。在年級與晉級上無顯著差異。

表7 背景變項不同在知覺價值上之差異分析表

N=610

背景變項	n	M	s.d.	F/t	背景變項	n	M	s.d.	F/t
a.大智	215	5.23	.823	3.19*	a.我不是 童軍	105	5.01	.867	1.248
b.大仁	185	5.26	.707	▲	b.女童軍 制度	53	5.20	.794	
c.大勇	210	5.07	.896		c.初級	167	5.24	.755	
總和	610	5.19	.820		d.中級	51	5.25	.878	
a.男生	321	5.12	.903	-2.15*	e.高級	174	5.21	.851	
b.女生	289	5.26	.710	b>a	f.獅級以 上	60	5.19	.780	
總和	610	5.19	.820		總和	610	5.19	.820	

表7 背景變項不同在知覺價值上之差異分析表

N=610

年 級	n	M	s.d.	F/t	單 位 所 在 地	n	M	s.d.	F/t
a.高一	266	5.19	.820	2.245	a.北部	150	4.98	.930	3.98*
b.高二	245	5.24	.785		b.中部	224	5.26	.840	b>a
c.高三	66	5.12	.948		c.南部	161	5.18	.738	d>a
d.非高 中生	33	4.86	.750		d.東部	43	5.44	.513	
總和	610	5.19	0.82		e.離島	32	5.30	.679	
					總和	610	5.19	.820	

備註：1.▲表示為經事後檢定未顯示差異之組別

2.***:p<.001；**:p<.01；*:p<.05

統計數據顯示，女性顯著大於男性、北部顯著小於中部及東部，其他變項皆無顯著差異。回顧文獻資料，知覺價值與個人消費行為前的期望與消費過程中的知覺差異有關，若同時參考參與動機之數據，可說明女性對於參加大露營所需付出的成本較給予正面的評價，而北部參與者則給予較低的評價，顯示北部參與者參與活動之機會較多的情形下相對品質要求也較高。兩者皆說明動機較低者，其對於所花費的成本相對應得到的期望標準反而較高。

(四) 不同背景變項在活動滿意度上之差異情形

根據表 8 所示，整體評估上「高一」>「高三」>「非高中生」、「高二」>「非高中生」、「初級」>「獅級以上」。大型活動上「大智」>「大勇」、「大仁」>「大勇」、女生>男生、「高一」>「高二」>「非高中生」、「高一」>「高三」>「非高中生」、「初級」>「獅級以上」。鹿港采風與童軍技能方面：女生>男生、「高一」>「高二」>「非高中生」、「高三」>「非高中生」。農村體驗與興趣活動在所有變項分析上皆無顯著差異。統計結果具有下列意義：

1. 大仁營區表現最好，大勇營區則最差

統計資料顯示，大仁營區在各方面獲得受試者的支持，而大勇營區在與其他營區相較之下則略顯不足。

2. 參與次數約多，滿意度則越低

高一最滿意活動的安排，而年級越高則滿意度越低，初級童軍的活動滿意度相較於其他級別顯得較高，可說明第一次參與大露營或童軍經驗較淺的受試者，因活動新鮮感強，滿意度則較高；反之則滿意度較低。

3. 農村體驗與興趣活動備受好評

無論何種背景變項皆呈現高滿意度，且項目間並無顯著差異，表示在農村體驗與興趣活動的安排上廣受好評。



(五) 不同背景變項在大會設施、服務、參與者經驗滿意度上之差異情形

根據表 9 所示，大會設施、服務、參與者經驗滿意度分為四個構面。在參與者經驗方面：女生>男生、「高一」>「高二」、「高一」>「高三」、「高一」>「非高中生」、「東部」>「北部」、「東部」>「南部」。環境整潔方面：女生>男生。大會人員與資源方面：女生>男生、「高一」>「高三」、「高一」>「非高中生」、「高二」>「非高中生」。衛浴設施方面：

「初級童軍」>「我不是童軍」、「初級童軍」>「女童軍制度」、「初級童軍」>「高級童軍」、「中部」>「北部」、「東部」>「北部」。以上統計結果具有下列意義：

1. 女性、東部地區滿意度較高。
2. 高一生在參與者經驗滿意度皆顯著大於其他年級，顯示高一生由於參與資歷較淺，其要求之標準相對較低。
3. 大會最引人詬病的問題-衛浴設施。由平均數檢視在各種背景變項統計中皆小於 4，顯示普遍讓參與者感到不滿。

表8 背景變項不同在大會活動滿意度上之差異分析表

N=610

背景變項	大會活動滿意度																
	整體評估				大型活動				鹿港采風 童軍技能				農村體驗 興趣活動				
	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	
營區	a.大智營區	215	4.91	.876	3.89 [*] b>c	215	4.76	.870	7.09 ^{**} a>c	215	4.97	.737	.329	215	5.23	.700	1.6
	b.大仁營區	185	4.99	.710		185	4.88	.755	b>c	185	4.95	.754		185	5.21	.569	
	c.大勇營區	210	4.77	.807		210	4.56	.890		210	4.91	.802		210	5.13	.632	
	總和	610	4.88	.809		610	4.73	.853		610	4.94	.764		610	5.19	.640	
性別	a.男生	321	4.84	0.817	-1.49	321	4.65	0.851	-2.29 [*] b>a	321	4.88	0.791	-2.19 [*] b>a	321	5.15	0.61	-1.64
	b.女生	289	4.94	0.798		289	4.81	0.849		289	5.01	0.728		289	5.23	0.669	
年級	a.高一	266	5.04	.738	15.0 ^{***} a>c>d b>d	266	4.90	.750	12.3 ^{***} a>b>d a>c>d	266	5.10	.690	11.2 ^{***} a>b>d c>d	266	5.24	.604	2.43
	b.高二	245	4.87	.763		245	4.67	.901		245	4.87	.807		245	5.19	.687	
	c.高三	66	4.64	.950		66	4.62	.719		66	4.86	.739		66	5.13	.597	
	d.非高中生	33	4.17	.892		33	4.03	1.071		33	4.39	.718		33	4.94	.596	
	總和	610	4.88	.809		610	4.73	.853		610	4.94	.764		610	5.19	.640	
晉級	a.我不是童軍	105	4.86	.739	2.59 [*] c>f	105	4.78	.836	3.23 ^{**} c>f	105	4.83	.781	2.69 [*] ▲	105	5.09	.759	.996
	b.女童軍制度	53	4.89	.920		53	4.88	.985		53	5.07	.739		53	5.24	.644	
	c.初級	167	5.02	.745		167	4.83	.784		167	5.05	.797		167	5.24	.623	
	d.中級	51	4.95	.872		51	4.75	.915		51	4.94	.795		51	5.15	.520	
	e.高級	174	4.85	.783		174	4.67	.784		174	4.95	.711		174	5.22	.562	
	f.獅級以上	60	4.60	.945		60	4.37	.992		60	4.70	.731		60	5.14	.747	
	總和	610	4.88	.809		610	4.73	.853		610	4.94	.764		610	5.19	.640	
所屬 單位 所在地	a.北部	150	4.78	.866	1.52	150	4.55	.931	3.53 ^{**} a<d	150	4.85	.746	1.76	150	5.09	.760	1.79
	b.中部	224	4.92	.840		224	4.78	.846		224	5.03	.770		224	5.25	.567	
	c.南部	161	4.89	.768		161	4.74	.820		161	4.91	.781		161	5.18	.608	
	d.東部	43	5.09	.686		43	5.06	.736		43	5.02	.668		43	5.16	.657	
	e.離島	32	4.81	.588		32	4.67	.667		32	4.82	.809		32	5.32	.600	
	總和	610	4.88	.809		610	4.73	.853		610	4.94	.764		610	5.19	.640	



表9 背景變項不同在大會設施、服務、參與者經驗滿意度上之差異分析表

N=610

背景變項	大會設施、服務、參與者經驗滿意度																
	參與者經驗				環境整潔				大會人員與資源				衛浴設施				
	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	個數	\bar{x}	s.d.	F/t	
營區	a.大智營區	215	5.08	.765	2.44	215	4.81	.799		215	4.89	.851	4.55 [*]	215	3.38	1.258	
	b.大仁營區	185	5.04	.745		185	4.78	.695	7.01 ^{***}	185	4.97	.714	b>c	185	3.97	1.122	12.75 ^{***}
	c.大勇營區	210	4.92	.798		210	4.54	.881	a>c	210	4.73	.857	b>c	210	3.55	1.169	b>a
	總和	610	5.01	.773		610	4.71	.807		610	4.86	.819		610	3.62	1.210	b>c
性別	a.男生	321	4.96	.791	-1.98 [*]	321	4.64	.812	-2.19 [*]	321	4.77	.835	-2.88 ^{**}	321	3.71	1.184	1.96
	b.女生	289	5.08	.747	b>a	289	4.78	.796	b>a	289	4.96	.790	b>a	289	3.52	1.233	
年級	a.高一	266	5.09	.786		266	4.76	.846	1.99	266	4.99	.777		266	3.69	1.185	2.73 [*]
	b.高二	245	5.02	.739	7.46 ^{***}	245	4.72	.762		245	4.87	.784	11.92 ^{***}	245	3.65	1.205	▲
	c.高三	66	4.96	.680	a>b	66	4.50	.824		66	4.61	.876	a>c	66	3.47	1.231	a>d
	d.非高中生	33	4.44	.859	a>d	33	4.64	.729		33	4.21	.899	b>d	33	3.10	1.316	
總和	610	5.01	.773		610	4.71	.807		610	4.86	.819		610	3.62	1.210		
晉級	a.我不是童軍	105	4.94	.706	.814	105	4.62	.751	.986	105	4.84	.756	2.109	105	3.35	1.148	4.76 ^{***}
	b.女童軍制度	53	4.96	.887		53	4.65	.971		53	4.72	1.088		53	3.24	1.359	a<c
	c.初級	167	5.08	.767		167	4.78	.792		167	4.95	.844		167	3.95	1.087	b<c
	d.中級	51	5.08	.750		51	4.84	.740		51	5.05	.613		51	3.61	1.157	e<c
	e.高級	174	5.04	.738		174	4.66	.844		174	4.84	.768		174	3.58	1.205	
	f.獅級以上	60	4.90	.903		60	4.76	.723		60	4.66	.837		60	3.62	1.371	
總和	610	5.01	.773		610	4.71	.807		610	4.86	.819		610	3.62	1.210		
所屬單位所在地	a.北部	150	4.88	.888	4.24 ^{**}	150	4.66	.885	.778	150	4.73	.897	2.44 [*]	150	3.22	1.264	7.46 ^{***}
	b.中部	224	5.12	.691	d>a	224	4.75	.808		224	4.91	.825	▲	224	3.78	1.188	b>a
	c.南部	161	4.92	.805	d>c	161	4.68	.775		161	4.82	.781		161	3.61	1.182	d>a
	d.東部	43	5.28	.617		43	4.87	.653		43	5.12	.655		43	4.15	.952	
	e.離島	32	5.02	.568		32	4.66	.769		32	4.96	.684		32	3.68	1.073	
總和	610	5.01	.773		610	4.71	.807		610	4.86	.819		610	3.62	1.210		

備註：1.▲表示為經事後檢定未顯示差異之組別

2.***:p<.001； **:p<.01； *:p<.05

(六) 不同背景變項在再參與意願上之差異情形

根據表 10 所示再參與意願構面上，大智營區顯著大於大勇營區、女生顯著大於男生、中部顯著高於北部、東部顯著高於北部、東部及南部。以上統計結果具有下列意義：

1. 好的服務不一定會有高的再參與意願，但不好的服務絕對會有低的再參與意願

大智營區的夥伴再參與意願最高，勝過在滿意度獲得好評的大仁營區，且顯著高於滿意度最低的大勇營區。

2. 再參與意願與知覺價值的高度相關

統計結果顯示，再參與意願在各項比較結果與知覺價值雷同，包含女性顯著大於男性、中部高於北部、東部高於北部、年級與晉級上無顯著差異五個共同點。

(七) 參與動機與知覺價值、再參與意願相關分析

結果顯示參與者動機各構面與知覺價值、再參與意願皆達顯著相關，其中僅組織承諾為低度正相關外，其他三者皆呈現中度正相關，如表 11 所示。



表10 背景變項不同在再參與意願上之差異分析表

背景變項		N	M	s.d.	F/t	背景變項		n	M	s.d.	F/t
N=610											
營區	a.大智	215	5.47	.748	5.78**	a.我不是童軍	105	5.19	.860	1.831	
	b.大仁	185	5.35	.729	a>c	b.女童軍制度	53	5.29	.776		
	c.大勇	210	5.21	.867		c.初級	167	5.32	.724		
	總和	610	5.34	.792		晉級 d.中級	51	5.43	.873		
性別	a.男生	321	5.28	.847	-2.25*	e.高級	174	5.39	.846		
	b.女生	289	5.42	.719	b>a	f.獅級以上	60	5.53	.570		
	總和	610	5.34	.792		總和	610	5.34	.792		
年級	a.高一	266	5.32	.860	.656	a.北部	150	5.17	.952	4.6**	
	b.高二	245	5.39	.723		b.中部	224	5.43	.683	a<b	
	c.高三	66	5.30	.786		c.南部	161	5.27	.812	a<d	
	d.非高中生	33	5.24	.728		d.東部	43	5.62	.580	c<d	
	總和	610	5.34	.792		e.離島	32	5.51	.616		
	總和	610	5.34	.792		總和	610	5.34	.792		

備註：***:p<.001； **:p<.01； *:p<.05

表11 參與動機與知覺價值、再參與意願之關係表

	參與動機			
	社會性因素	童軍承諾	放鬆與自我成長	組織承諾
知覺價值	.605**	.507**	.573**	.097*
再參與意願	.647**	.503**	.581**	.107**

備註：***:p<.001； **:p<.01； *:p<.05

(八)再參與意願與知覺價值、滿意度相關分析

結果顯示再參與意願與滿意度各構面、知覺價值皆達顯著相關，其中知覺價值相關係數高達.69，表示知覺價值與再參與意願呈現中度正相關，如表 12 所示。

表12 再參與意願與知覺價值、滿意度之關係表

	活動滿意度							知覺價值	
	大會設施、服務、參與者經驗滿意度				大會設施滿意度				
	整體評估	鹿港活動	農村童軍技能	參與者經驗	環境整潔	大會人員與資源	衛浴設施		
再參與意願	.399**	.336**	.379**	.390**	.583**	.333**	.416**	.192**	.690**

備註：***:p<.001； **:p<.01； *:p<.05

(九)再參與意願之迴歸分析

結果顯示對再參與意願有顯著預測力的變項有四個，依序為「知覺價值」、「動機-社會性因素」、「動機-放鬆與自我成長」、「鹿港采風與童軍技能」，四個變項與再參與意願相關係數為.756，迴歸模式整體性考驗 $F=202.11$ 達顯著，聯合解釋變異量為 57.2%，調整後的 $R^2=.569$ 。非標準化方程式「再參與意願」= $0.54+0.418$ 「知覺價值」 $+0.329$ 「動機-社會性因素」 $+0.118$ 「動機-放鬆與自我成長」 $+0.068$ 「鹿港采風與童軍技能」。標準化方程式「再參與意願」= 0.433 「知覺價值」 $+0.274$ 「動機-社會性因素」 $+0.124$ 「動機-放鬆與自我成長」 $+0.065$ 「鹿港采風與童軍技能」，如表 13 所示。

表13 逐步多元迴歸分析表

投入變項順序	R	R ²	調整後的 R ²		F	ΔF	B	β
			前	後				
截距							.540	
知覺價值	.690	.476	.475	.476	551.55***	551.54***	.418	.433
參與動機-社會性因素	.748	.559	.557	.083	384.41***	114.4***	.329	.274
參與動機-放鬆與自我成長	.754	.569	.567	.010	266.37***	13.91***	.118	.124
鹿港采風與童軍技能	.756	.572	.569	.003	202.11*	4.61*	.068	.065

備註：***:p<.001； **:p<.01； *:p<.05

以上統計結果具有下列意義：

- 放鬆與自我成長及社會性動機顯著，組織承諾卻不顯著
統計結果顯示動機子構面中達顯著的是放鬆與自我成長及社會性動機，與張廖麗珠(2012)研究結果不同，組織承諾構面未達顯著，顯示本次大露營參與者對於團內夥伴是否一同參加之因素較不受重視。
- 地方特色活動及童軍技能活動的重要性
滿意度構面中唯一達顯著的項目為地方特色活動及童軍技能活動，說明大露營活動中地方特色活動是成敗關鍵。而衛浴設施為滿意度最低的項目，但在迴歸分析中並未達顯著，說明即使參與者對於衛浴設施項目感到不滿，也願意再次參加高中大露營，不會影響其再參與意願。

四、結論與建議

根據本次研究結果針對現行高中童軍運動發展、未來高中大露營主辦單位及後續研究者提出建議做為參考：

(一) 高中童軍運動發展方向

本次研究結果顯示現階段我國高中童軍運動有以下四點現象：



1. 國、高中童軍出現斷層

本次研究結果顯示童軍年資以「超過半年~2 年以下」為最多占 44.6%，最短的年資為 0.1 年，最長達 20 年，平均年資為 2.55 年，說明許多參與者是升入高中才參加童軍運動，凸顯國中、高中童軍生涯出現斷層，國中時期參加童軍運動的學生，上了高中並沒有持續參加童軍活動。

2. 未落實晉級考驗

根據描述性統計結果顯示，晉級項目中扣除女童軍制度的 8.7% 不列入計算，填答「初級」、「中級」、「我不是童軍」三者合計有 223 人，高達 53%。顯示多數學校的童軍晉級制度並未落實，行義童軍階段團長可認證至高級童軍，但仍有超過半數自認未達到高級童軍階段的伙伴。

3. 城鄉差距明顯

根據差異化分析結果顯示，所屬單位隸屬於北部地區的參與者各方面數據皆顯著低於其他地區的參與者，尤其是與東部地區參與者相較之下更為明顯，動機-社會性因素：「離島」(M=5.45)顯著高於「北部」(M=5.12)。動機-童軍承諾：「東部」(M=4.99)顯著高於「北部」(M=4.47)。知覺價值：「中部」(M=5.26)及「東部」(M=5.44)皆顯著高於「北部」(M=4.98)。大型活動滿意度：「東部」(M=5.06)顯著高於「北部」(M=4.55)。參與者經驗滿意度：「北部」(M=4.88)顯著低於「東部」(M=5.28)，衛浴設施滿意度：「中部」(M=3.78)、「東部」(M=4.15)皆顯著高於「北部」(M=3.22)。

由上述統計資料顯示，北部童軍伙伴在文化刺激較大、參與活動機會較多及物質資源豐富的環境下成長，對於大露營的新鮮感與期待較低，相對的品質要求則較高。

4. 資歷與年齡強化自我成長目標及活動需求標準

童軍資歷越資深、實際年齡越大皆會對自我的期許的目標提高，同時對活動需求的標準也會提高。經本次研究結果印證上述現象，動機-童軍承諾：「高二生」(M=4.83)顯著高於高一生(M=4.48)，動機-組織承諾：「高三生」(M=3.9)顯著高於「高一生」(M=3.5)。

根據上述研究結果，提出以下建議：

1. 強化東部、離島童軍運動之發展

因地理位置關係，東部與離島童軍參加大露營活動不易，除了經費與資源的困難外，需要更多師資進入，提供多元活動機會，讓偏遠地區對童軍運動有興趣的夥伴能獲得更多的舞台。

2. 統合女童軍制度及童軍制度

現行女性童軍伙伴可自由參加女童軍晉級制度或是童軍制度，由研究顯示女性童軍伙伴積極度高，願意參與活動的動機強烈，但兩邊合作關係仍有加強空間，提供女童軍夥伴一個完整的訓練進程。

3. 高中童軍團應可與附近國中合作進行反哺服務，並且提供國中童軍伙伴延續童軍生涯之機會。

4. 團內應確實遵守童軍手冊內考核項目進行訓練，亦可將行義童軍推薦參加各縣市童軍會辦理之高級考驗營，落實晉級制度。

(二)大露營主辦單位

本次研究之統計資料提供大露營主辦單位活動考核的數據資料。另外，根據迴歸分析結果，顯示知覺價值與再參與意願呈現中度正相關，且相關係數接近.7，由此可證知覺價值可做為評鑑活動成效的指標之一。根據研究統計數據顯示以下二點現象：

1. 活動設計關鍵-地方特色活動

滿意度結果顯示，農村體驗與興趣活動平均數(M=5.19)為四個子構面中最高，且鹿港采風與童軍技能為有效預測再參與意願的因素之一，說明主辦單位的地方特色活動是成敗關鍵。

2. 活動最大問題-衛浴設施

滿意度調查中，活動普遍獲得參與者的支持，大會設施、服務與參與者經驗等項目中，唯有衛浴設施平均數僅 3.62，未超過 4，尤其以「浴室的數量充足」問項最低，為 3.25。

根據上述分析結果，提出以下三點建議：

1. 活動設計需符合在地特色及重視童軍技能

根據迴歸分析顯示，童軍技能與地方采風活動滿意度可有效預測再參與意願，顯示童軍大露營模式大同小異，對於參加過大露營的夥伴來說，地方特色活動是取決於大露營成敗的關鍵，隨著大露營承辦單位、地點的改變，參與者也會相對抱持著不同的期待，如何給予參加者耳目一新的感受，乃未來主辦單位在活動策畫時最重要的考量項目之一。童軍技能活動則是童軍活動中專屬的項目，故亦是活動設計成敗之重點。

2. 浴室設備改善

研究結果顯示，浴室設備普遍受到參與者的批判，雖不影響再參與意願，但仍會對整體滿意度造成影響。未來主辦單位應事前考量浴室數量、開放時間、熱水供應系統穩定等



問題，擬定緊急備案，應付突發狀況。

3. 活動地點往東部、離島移動

此建議可提升北部及都市童軍伙伴參與大露營之意願，亦可減輕東部、離島童軍伙伴活動費用的負擔，提供更多機會讓偏鄉孩子參與童軍運動。

(三)未來相關之研究

童軍運動中的參與動機童軍承諾及組織承諾之因素相關文獻數據仍然不多，且本次研究結果組織承諾在迴歸分析中未達顯著，與陳淑娟(2011)研究結果有所差異。另外，本次研究在個人背景變項中，晉級項目中的分類僅以童軍體制進行條列，且部分童軍團未教授晉級的辨識，故在填答上許多受試者並不清楚自身晉級屬於哪一類級，需耗費時間進行說明與解釋。有鑑於此。對於未來欲從事相關研究者提出以下五點建議：

1. 本研究量表為可使用之工具

本次研究所使用之量表，包含大會設施、服務、參與者經驗滿意度量表、活動滿意度量表、動機量表、知覺價值量表、再參與意願量表皆通過信、效度檢驗，為可使用之測量工具。

2. 施測把握時間，廣邀志工協助

大露營問卷發放時間不長，為確保受試者皆已經體驗過大會多數活動、設施及服務，故往往在活動結束後進行施測，但可填答的時間不多，易造成隨便亂答題的狀況發生，為避免產生過多無效問卷，建議可廣徵志工人員，協助進行發放。

3. 童軍大露營參與動機子構面之研究

本次研究將參與動機分為四個子構面進行探討，其中童軍承諾為專屬於童軍活動特有的項目，相關文獻佐證較少，可再進行量表研發之相關研究。另外，本次研究顯示組織承諾構面無法有效預測再參與意願，與文獻不同，後續研究者可再進行相關研究加以驗證。

4. 研究對象

本次研究對象為高中大露營參加人員，且多以學員身分居多，未考量服務人員、協辦廠商等人。且達 17.2% 受試者自認為「我不是童軍」，故建議未來可針對不同研究對象進行研究，比對與本次研究結果是否相符。

5. 研究範圍

本次研究範圍為 2014 全國高中大露營，建議未來研究者可以針對各縣市大露營、原住民大露營、華人大露營、亞

太大露營或世界大露營進行研究，比對其研究結果。

參考文獻

- 中華民國童軍總會(2009年1月6日)。**我國童軍運動的發展**。2014年1月26日，取自 <http://scouting.edu.tw>。
- 朱浩(2013)。**我國大型地方節慶活動發展策略之研究**。財團法人商業發展研究院(RDEC-RES-101-007)，台北：行政院研究發展考核委員會。
- 吳挺宏(2011)。**業餘桌球好手之家積分賽參與者運動動機、行為、滿意度與再參與意願之研究**。國立體育大學休閒產業經營學系碩士班碩士論文，未出版，桃園。
- 吳國基編(2013)。**童軍 2014 歲次甲午**。台北：中華民國童軍文教基金會。
- 宋俊緯(2005)。**非營利組織特別活動管理之研究—以中國童子軍總會承辦第 12 次世界羅浮童軍大會為例**。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義。
- 李先鳳(2010年2月1日)。**全台中童軍社團露營-人數歷年之冠**。2014年2月2日取自 <http://www.epochtimes.com/b5/10/2/1/n2806511.htm>。
- 李雅茹(2009年2月6日)。**2009 年全國高級中等學校童軍社團 in 南大附中**。2014年2月2日取自 http://www2.nutn.edu.tw/randd/epaper/e_paper_ser.asp?ii=760。
- 李義男(1990)。**露營的評鑑**。載於中國童子軍教育學會(主編)，**童軍露營活動的設計與實施**(348-363頁)。台北：中國童子軍教育學會。
- 周秀蓉、吳明怡(2007)。**主題樂園的遊憩吸引力和遊憩體驗對顧客滿意度及重遊意願之影響—以月眉育樂世界為例**。**商業現代化學刊**，4(2)，155-168。
- 周錦宏、程士航、張正霖(2005)。**休閒社會學**(2版)。台北：華立圖書。
- 洪彌萍(2012年1月30日)。**「龍騰貓裡，飛躍 101」2012 全國高中童軍大露營 11 項特色精采迎賓**。2014年2月2日取自 <http://www.miaoli.gov.tw>。
- 胡立人編(1996)。**童子軍表解**。台北：中華書局。
- 員林農工(2013年11月20日)。**各校報名人數統計**。2014年2月2日取自：<http://163.23.165.203/scout2014>。
- 員林農工(2014)。**2014 全國高級中等學校童軍社團暨四健會聯合大露營工作手冊**。台北：教育部國民及學前教育



- 署。
- 師友月刊(1993)。健康、祥和、服務、進步—高職學生童軍社團聯合大露營。**師友月刊**，(307)，64。
- 張春興(1991)。**現代心理學**。台北：東華書局。
- 張廖麗珠(2012)。大學生全運會志工參與流暢體驗、工作滿足、知覺價值與再參與意願之相關研究。**休閒產業管理學刊**，5(1)，65-79。
- 教育部(2014年1月23日)。**2014全國高級中等學校童軍社團暨四健會聯合大露營**。2014年1月25日，取自<http://tw.news.yahoo.com/blogs/gov-press>。
- 許金雄(1992)。拯救童軍教育。**師友月刊**，(298)，42。
- 郭廷銘編(2008)。**中華民國童軍參加第21次世界大露營實錄**。台北：童軍總會。
- 郭家瑜(2011)。**漁村觀光之旅遊動機對知覺價值、滿意度與重遊意願之影響**。國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理學研究所碩士論文，未出版，澎湖。
- 陳明國、孫美蓮、莊翔達、邱政鋒(2010)。2010屏東熱帶農業博覽會遊客參與動機、滿意度與重遊意願之研究。**嘉大體育健康休閒期刊**，9(1)，104-116。
- 陳淑娟(2011)。**童軍活動參與者參與動機、休閒涉入與心流體驗關係之研究-以南投縣為例**。大葉大學管理學院碩士班休閒與運動管理組碩士論文，未出版，彰化。
- 黃淑貞(2011年1月23日)。**台百年童軍百校露營-水里商工登場**。2014年2月2日取自<http://www.epochtimes.com/b5/11/1/23/n3151007.htm>。
- 黃德祥(2000)。**青少年發展與輔導**(2版)。台北：五南圖書，435-437。
- 榮泰生(2008)。**企業研究方法**(3版)。台北：五南圖書。
- 趙守博(2008)。開拓童軍運動的新境界。**中國童子軍月刊**，45(1)，3。
- 劉彥俊(1965)。**童軍概說及其史略A**。台北：六藝出版社。
- 蔡佩雯(2013年8月10日)。**推動童軍教育署長吳清山勉勵學校成立童軍團**。2014年2月1日，取自<http://tw.news.yahoo.com>。
- 蔡長清、張秀靖(2009)。特別活動之遊客知覺風險、滿意度及忠誠度之相關研究—以2009高雄世運為例。**商業現代化學刊**，5(2)，199-212。
- 鍾定先(2013年1月30日)。「**海洋童軍趣-東港歡樂琉**」2013全國高級中等學校童軍社團暨四健會聯合大露營活動-結合東港在地人文 8大特色精彩迎賓。2014年2月3日取自：http://epaper.edu.tw/news.aspx?news_sn=18010。
- Bammel, C. & Burrus-Bammel, L. L. (1996)。**休閒與人類行爲**(涂淑芳譯)。台北：桂冠圖書股份有限公司(原著出版年：1982年)。
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Viriden, R. J.(2006)。戶外及探險休閒(林永森，黃小玲譯)。載於師大書苑(主編)，**休閒概論**(387-416頁)。台北：師大書苑(原著出版年：2006年)。
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I., & Sánchez, J.(2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship, *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 30(1), 7-27.
- Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 2(3), 244-249.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 28(3), 307-319.
- Goolsby, J. R., & Hunt, S. D. (1992). Cognitive moral development and marketing. *Journal of Marketing*, 56(1), 55-68.
- Johnston, M. E., Twynam, G. D., & Farrell, T. M. (1999). Motivation and satisfaction of event volunteers for a major youth organization. *Leisure/Loisir*, 24, 161-177.
- Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807.
- Oliver, R. L., & DeSarbo, W. S. (1988). Response determinants in satisfaction judgments. *Journal of Consumer Research*, 14(4), 495-507.
- Parasuraman, A. A., & Grewal, D. (2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 28(1), 168-174.
- Rossmann, J. R., & Schlatter, B. E. (2008). *Recreation*



programming: designing leisure experiences (5th ed.).
IL: Sagamore Publishing, 412.

Yi, Y. & La, S. (2004). What influences the relationship between customer satisfaction and repurchase intention? Investigating the effects of adjusted expectations and customer loyalty. *Psychology & Marketing*, 21(5), 351-373.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

收件：103.05.03 修正：103.05.31 接受：103.06.10

