

南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文

A THESIS THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係之研究－以
泰國曼谷 9 間寺院禮佛活動為例

A Study of the Religion Tourism among Tourists' Motivation, Tourism Image and Tourism
Benefit－A Case of Nine Buddhist Temples in Bangkok Thailand

研究生：吳寶秀

GRADUATE STUDENT：Sayyud Mererk

指導教授：丁誌紋 博士

ADVISOR：Chih-Wen Ting Ph.D.

中 華 民 國 一 百 年 六 月

南 華 大 學

旅 遊 事 業 管 理 研 究 所

碩 士 學 位 論 文

宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係之研究—

以泰國曼谷 9 間寺院禮佛活動為例

A study of the Religion tourism among Tourists' Motivation, Tourism

Image and Tourism Benefit— A case of Nine Buddhist Temples in

Bangkok Thailand

研究生：吳寶秀 吳寶秀

Miss Sayyud Mererk

經考試合格特此證明

口試委員：戴錦周
林鳴琴
丁誌敏

指導教授：丁誌敏

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 100 年 05 月 30 日

กิตติกรรมประกาศ

มนุษย์เรามีโอกาสที่แตกต่างกันไปแล้วแต่ชีวิตของแต่ละคน แต่สำหรับตัวผู้เขียนเองการที่ได้รับโอกาสมาศึกษาต่อที่คณะบริหารและการจัดการ สาขาบริหารและจัดการการท่องเที่ยว ณ มหาวิทยาลัยหนันหว่า ประเทศไต้หวัน ถือเป็นโอกาสที่ดีของชีวิต และเรียนรู้ว่าถ้าพยายาม ตั้งใจจริงที่จะทำแล้วไม่มาสิ่งไหนเกินความสามารถไปได้ จึงทำให้ได้รับโอกาส ความเมตตา และความช่วยเหลือจากหลายฝ่ายเป็นอย่างดี ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงขอระบุไว้เพื่อขอบพระคุณที่ทุกท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ต่อผู้เขียนทั้งในประเทศไทยและประเทศไต้หวัน

๑. มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย : ศ.ดร.พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมมจิตโต) อธิการบดีมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พระเถระที่สำคัญที่ได้ชี้แนะแนวทาง ส่งเสริม สนับสนุนการเรียนของผู้เขียน และเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้เขียนมาโดยตลอด รวมทั้งให้โอกาสผู้เขียนได้มาศึกษาต่อ ตามโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาของทั้งสองสถาบัน ท่านพระครูปลัดสุวัฒนวรชिरคุณ (ไสว โชติโก) ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ เมตตาให้ความช่วยเหลือ ประสานงานในการเดินทางมาศึกษาต่อ และประสานงานการออกใบขออนุญาตเก็บข้อมูลทั้ง ๕ วัดเพื่อทำวิทยานิพนธ์ ขอบพระคุณพระมหาสุภี สุจิตโต ช่วยให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูล พระมหาเด่นพงษ์ พุทธรฤชิต และอาจารย์อุทัย สติมัน ช่วยแนะนำและค้นหาเอกสารข้อมูล และอาจารย์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยทุกท่านที่ให้คำแนะนำตลอดจนหลวงพี่อานนท์ ให้คำแนะนำและให้กำลังใจ

๒. มหาวิทยาลัยหนันหว่า (ไต้หวัน) : ศ. เฉินเหมี่ยวซิ่ง อธิการบดีมหาวิทยาลัยหนันหว่า ที่ให้การดูแลเอาใจใส่นักศึกษาต่างประเทศ เป็นอย่างดี ขอบพระคุณอาจารย์ไช่ อาจารย์เช่า อาจารย์แคนดี้ ช่วยดูแลสอนภาษาจีน ทำให้ผู้เขียนเข้าใจภาษาจีนถึงมีทุกวันนี้ได้ โชโล่ง ลูซี่ ช่วยดูแลเรื่องเอกสารต่างๆ ที่ต้องชำระระหว่างอยู่ที่ไต้หวัน รวมทั้งคณาจารย์ประจำภาควิชาบริหารและจัดการการท่องเที่ยวทุกท่านที่ช่วยสั่งสอนวิชาความรู้ และประสบการณ์ใหม่ๆ โดยเฉพาะอาจารย์ ดร. ดิงจื่อเวิน หัวหน้าภาควิชาบริหาร

และจัดการการท่องเที่ยว และเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่ช่วยดูแล แนะนำ ให้กำลังใจทั้งในเรื่องเรียน เรื่อง วิทยานิพนธ์ และในทุกๆเรื่องกับผู้เขียนเป็นอย่างดีมาโดยตลอด ตลอดจนอาจารย์ผู้คุมสอบวิทยานิพนธ์ ทั้งสองท่านที่ชี้แนะแนวทางในการแก้ไขวิทยานิพนธ์ ขอบคุณเหยียนตู้เจ่ พี่หุย อาไซ และเพื่อนๆ และ น้องๆ ทุกคนที่คอยให้ช่วยเหลือ และให้กำลังใจกันมาตลอด

๓. ขอกราบขอบพระคุณสำหรับเมตตาอนุเคราะห์ของพระเดชพระคุณ เจ้าอาวาสทั้ง ๕ วัด ได้แก่ วัด กัลยาณมิตรวรมหาวิหาร วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร วัดบวรนิเวศวิหารราชวรวิหาร วัดประยุรวงศา วาสวรมหาวิหาร วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดระฆังโฆสิตี ศารามวรมหาวิหาร วัดสะแกตราชวรมหาวิหาร วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร ที่เมตตาเอื้อเพื่อ สถานที่ในการเก็บข้อมูลทำวิทยานิพนธ์ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวทุกท่านที่สละเวลามาช่วยตอบ แบบสอบถาม

๔. ขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ประเทศไทยไม่ว่าจะเป็น เต้า เพื่อนของเต้าที่ช่วยเก็บข้อมูล อัญที่ช่วย เก็บข้อมูลรวมถึงที่พักในช่วงเก็บข้อมูล ทั้งช่วยให้กำลังใจกันมาตลอดและเป็นทีปรึกษาในเรื่องต่างๆ ขอบคุณ ติ่ง เกด จี แดง และเพื่อนๆทุกคนที่คอยให้กำลังใจกัน

นอกจากนี้วิทยานิพนธ์จะไม่สามารถเสร็จสมบูรณ์ได้ถ้าไม่ได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือของพวก เขาเหล่านี้ เมื่อเวลาท้อ หมดกำลังใจขอบคุณป้าที่คอยให้กำลังใจและอยู่ข้างกันเสมอ ขอบคุณจริงๆ ขอขอบคุณพ่อ-แม่ของป้า ที่ช่วยแนะนำสิ่งดีๆ ขอบคุณนักบวชเหยียนหมิง พี่จิงฟาง พี่เหยียนชิน ชิว เหยียน ที่คอยเป็นกำลังใจ ดูแล และช่วยแก้ภาษาจีน จิ้งชิว คาร์รอน นักบวชหลัวโหลหลัวที่ช่วยแปล แบบสอบถามภาษาอังกฤษ ขอบคุณพีพร พี่หม่อมที่คอยช่วยดูแล และเป็นกำลังใจให้เสมอ พี่เชนทร์ที่ช่วย เป็นธุระเรื่องต่างๆให้เสมอมา

สุดท้ายบุคคลที่สำคัญที่มีส่วนทำให้ผู้เขียนได้รู้ว่าทุกก้าวของความสำเร็จของเราคนที่เคียงข้างกันมา ตลอดก็คือครอบครัว ขอขอบคุณหลวงลุงที่ดูแลสั่งสอน รวมทั้งให้โอกาสและสิ่งดีๆกับหลานคนนี้อย่าง

ตลอด ขอขอบคุณย่าที่คอยชี้แนะและเป็นกำลังใจอยู่เสมอ ขอขอบคุณพ่อที่คอยเลือกสิ่งที่ดีๆให้ลูก และยังเป็น
แรงผลักดัน สนับสนุน ทุกก้าวของลูกที่สำคัญที่สุด พ่อทำทุกอย่างให้ลูกจนมีทุกวันนี้ได้ โดยที่พ่อไม่เคย
บ่น แต่มีคอยช่วยเหลือและให้กำลังใจลูกเสมอ ทั้งยังเป็นแบบอย่างที่ดีให้ลูกมาโดยตลอด ขอขอบคุณแม่ที่
คอยให้กำลังใจ คุณดูแลเอาใจใส่ลูกเสมอมา ขอขอบคุณพี่มดที่ดูแล ช่วยเหลือน้องคนนี้ในทุกๆ เรื่อง น้องแซม
และตุ๊กตา ต้นกล้า ที่ช่วยเก็บข้อมูลและให้กำลังใจกันเสมอ

สายหยุด มีฤกษ์

ขอขอบคุณทุกคนที่ทำให้ก้าวสู่ความสำเร็จในวันนี้

มหาวิทยาลัยหนัณหวา วันศุกร์ ที่ ๐๓ มิถุนายน ๒๕๕๔

謝誌

每個人要怎麼詮釋自己生命，取決於對機會的掌握，對我而言，來南華大學讀研究所是很好的機會，證明了只要努力沒有做不到的事。筆者的論文能夠順利完成，感謝諸位泰國和台灣兩地的所有人。感恩大家不吝指導與協助。

一、摩訶朱拉隆功佛教大學：感謝 Phra Dharmaksosajarn (Prayoon Dhammacitto) 摩訶朱拉隆功佛教大學校長，給予筆者的建議、推助、教育支持、以及到台灣就讀的機會，他是我學習的典範。對於 Phrakruparalsuwattanavjirakun (Sawai jotiko) 佛學研究院主任，亦給予慈悲的支持，讓筆者能順利至南華大學攻讀此課程，協調辦理許可證申請 9 寺院的調查問卷，以及在論文收集上的幫助。感謝 Phramaha Sukee Sucitto 給予關於收集數據的督導。Phramaha Denphong Buddharakkhito 和 Uthai Suatiman 老師幫助搜索教科書。朱大諸教授的關心和鼓勵，以及釋阿難法師給予筆者精神和論文上的建議。

二、南華大學：陳森勝教授南華大學校長，給予外籍生的照顧。感謝蔡惠玲老師、曹淑碧老師、曾玉芬老師，給予的照顧以及中文學習上的教導，讓筆者能有今天的中文理解。學務處的簡碩柔、黃蘇惠，在身心、居留上的照顧與幫助。感謝旅遊事業管理學系的老師，教導筆者須多有關於旅遊的教育知識、以及增長學習經驗。在此，特別感恩筆者的指導教授，事業管理學系所長丁誌魴教授旅遊，不斷給予筆者鼓勵、信心及建議，以及兩位口試委員，給我許多實質的建議和意見。此外，也謝謝石燕儒、廖獻鎰大哥、陳秀華、蔡醇庭、楊純旻、怡如及 97-98 年同班同學的協助及鼓勵。

三、寺院：感恩 9 間寺院的主持，慈悲讓我發放論文的問卷。這 9 間寺院就是 Wat Arunratchawararam Rajaworamahaviharn 、

Wat Bowornniwet Viharn Rajaworaviharn、Wat chanasongkhram
Rajaworamahaviharn、Wat kanlayanamit Woramahaviharn (三寶公)、Wat
Phratchetuphon Wimonmankhalram Rajaworamahaviharn、Wat Phra Si
Rattanasasadaram (玉佛寺)、Wat Prayurawongsawas Waraviharn、
Wat Rakhangkositaram Woramahaviharn、Wat Sakesa
Rajaworamahavihara。

四、謝謝泰國的朋友(Ting、Ked、Jee、Tang、等等)給予的鼓勵，以
Tao 和 Tao 的朋友幫忙我分發問卷。謝謝我的好朋友(Anchana) 給予的鼓
勵、在分發問卷期間給予的住宿協助。

此外，如果沒有這些大德給予精神和論文書寫上協助。每當筆者想放
棄時、洩氣，感謝 Pa 的鼓勵和總是在我的身邊，感謝 Pa 的父母給予好
建議。感謝延明法師、李宗方姐姐、卓芸心姐姐、楊秀源的照顧和鼓勵，
協助修改文法。謝謝林靜秀、卡蘿的鼓勵和英文翻譯部分的協助。謝謝
羅侯羅法師翻英文問卷。謝謝靜香姐姐、寶鈺姐姐的 Chen 哥哥照顧和鼓
勵。

最後，要感謝這重要的人物讓者能能夠了解到，當筆者一步一步的順
利完成每件事，而每時站在我旁邊就是「我的家人」感恩叔叔的照顧及
常常給很好的機會，奶奶的建議及鼓勵，謝謝爸爸選擇很好的事情給我、
爸爸的支持是我重要的動力，他無怨無悔的付出，目的是要我學習他的
美德。感謝媽媽不斷給予鼓勵及關心，謝謝我的姐姐(寶鈴)的照顧、給
我信心。謝謝我的弟弟(Sam)、他太太和他兒子的幫忙發問卷和鼓勵。

寶秀

感謝大家讓我有今天的完成

南華大學 2011 年 06 月 03 日

論文題目：宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係之研究

—以泰國曼谷 9 間寺院禮佛活動為例

研究生：吳寶秀

指導教授：丁誌敏 博士

論文摘要內容：

本研究以曼谷 9 間寺院的遊客為研究對象，以旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間影響關係之研究，做深入的探討，以期許對遊客有不同的旅遊動機和產生的旅遊效益，為了泰國旅遊業的發展，並推動禮佛 9 間寺院的旅遊活動，提供給宗教或觀光單位更進一步的了解。

結果顯示，泰國曼谷 9 間寺院禮佛旅行的動機對遊客而言可以讓心朝謁飲水思源，放鬆身心，並且感受佛教莊嚴的氣氛，欣賞宗教文物。意象最深刻為古色古香的佛寺建築景觀，遊客藉由寺院地參訪可以讓心靈得到愉快平靜，增添生活情趣，並由殿堂巡禮、佛教文物、法會活動等感受宗教文化氣息得到旅遊效益，而加強遊客對泰國曼谷 9 間寺院的旅遊意象，更可以提升對旅遊的效益。

問卷調查中表示大多數年輕人開始對宗教產生興趣，顯示參觀寺院能提升對藝術的美感，且成為良好社會典範，增加社會正面影響。另外提供良好的休閒環境品質，保護古蹟，加強遊憩環境與服務設施的管理與維護，也是提升各項重要的一環，作為未來旅遊經營規劃參考之。

關鍵字：旅遊動機、旅遊意象、旅遊效益、曼谷、禮佛

Title of Thesis : A Study of the Religion Tourism among Tourists' Motivation, Tourism Image and Tourism Benefit—A Case of Nine Buddhist Temples in Bangkok Thailand.

Name of Institute : **Department of Tourism Management, Nan Hua University**

Graduate Data : June 2011 **Degree Conferred** : M.B.A

Name of Student : Sayyud Mererk **Advisor** : Chih-Wen Ting Ph.D.

Abstract

This research is based on the study of tourist's motivation of religious tourism, tourism image and tourism benefit of the visitors at 9 buddhist temples in Bangkok. Deeper research was done order to achieve tourism motivation and provide the benefits of tourism, for the sake of development of Thailand tourism, to promote the tourism activities of 9 buddhist temples, and provide information to religions and tourism board.

The results showed that, the pilgrims at 9 buddhist temples in Bangkok expressed the motivation of reviewing something from it 's origin, physical relaxing, to experience the solemn of the religious atmosphere, appreciate the Buddhist heritages. By enjoying the significant of the architectures of temples, visitors would also gain the peace of mind, enrich the lifestyles. The religion pilgrim, Buddhism heritage and activity and the experiences of the religious cultures and arts also providing the benefits of tourism.

Questionnaire showed that more youths involved in religion activities, in respond to elevate the views of the arts and cultures, increasing a positive social images. Meanwhile, heritage protection, provide and enhance a quality and leisure environment, upgrading services and infrastructures are the important factors of promoting the above tourism activities, as a guideline of tourist planning in future.

Keyword : Tourism Motivation, Tourism Image, Tourism Benefit, Bangkok and Homage.

目錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	iii
目錄.....	iv
表目錄.....	vii
圖目錄.....	viii
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	2
1.3 研究範圍與對象.....	3
1.4 研究限制.....	7
1.5 研究流程.....	7
第二章 文獻回顧.....	9
2.1 禮佛的意義.....	9
2.2 宗教旅遊.....	10
2.2.1 宗教旅遊的定義.....	10
2.2.2 宗教旅遊的相關研究.....	12
2.3 旅遊動機.....	13
2.3.1 動機的定義.....	13
2.3.2 旅遊動機理論.....	14
2.3.3 宗教旅遊動機相關實證研究.....	15
2.4 旅遊意象.....	16
2.4.1 意象的定義.....	16
2.4.2 旅遊意象的理論.....	17
2.5 旅遊效益.....	21
2.5.1 休閒效益的理論.....	21

2.5.2	休閒效益的相關實證研究.....	23
2.6	旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益關係之實證研究.....	27
2.6.1	旅遊動機與旅遊意象關係之實證研究方面.....	27
2.6.2	旅遊動機與旅遊效益關係之實證研究方面.....	27
2.6.3	旅遊意象與旅遊效益關係之實證研究方面.....	28
第三章	研究方法.....	30
3.1	研究架構.....	30
3.2	研究假設.....	31
3.3	各變數的操作型定義.....	31
3.4	問卷設計.....	31
3.5	樣本來源與抽樣方法.....	36
3.6	資料分析方法.....	36
第四章	實證結果分析.....	38
4.1	樣本基本資料分析.....	38
4.2	各變數構面的平均數分析.....	40
4.2.1	泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊動機分析.....	40
4.2.2	泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊意象分析.....	42
4.2.3	泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊效益分析.....	43
4.3	信效度分析.....	45
4.4	驗證性因素分析.....	46
4.4.1	泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊動機的驗證性因素分析.....	46
4.4.2	泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊意象的驗證性因素分析.....	48
4.4.3	泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊效益的驗證性因素分析.....	49
4.5	迴歸分析與假設的檢定.....	51
4.5.1	泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊不同種類的旅遊動機對旅遊意象影響迴歸分析.....	51
4.5.2	泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊不同種類的旅遊動機及不同旅	

遊意象對旅遊效益影響迴歸分析.....	52
第五章 結論與建議.....	60
5.1 結論與意涵	60
5.2 建議	63
參考文獻	64
中文文獻.....	64
英文文獻.....	70
泰文文獻.....	74
網路資料.....	75
附錄一：正式量表	77
附錄二：泰國曼谷 9 間寺院照片	86

表目錄

表 3.1	旅遊動機量表構面與問項.....	33
表 3.2	旅遊意象量表構面與問項.....	34
表 3.3	旅遊效益量表構面與問項.....	35
表 4.1	遊客樣本基本資料統計分析表.....	39
表 4.2	旅遊動機平均數分析.....	41
表 4.3	旅遊意象平均數分析.....	42
表 4.4	旅遊效益平均數分析.....	44
表 4.5	各變數的信度分析.....	46
表 4.6	旅遊動機的驗證性因素分析.....	47
表 4.7	旅遊意象的驗證性因素分析.....	49
表 4.8	旅遊效益的驗證性因素分析.....	50
表 4.9	不同種類動機對景觀意象影響迴歸結果摘要.....	51
表 4.10	不同種類動機對社會文化意象影響迴歸結果摘要.....	52
表 4.11	不同種類動機對活動意象影響迴歸結果摘要.....	52
表 4.12	不同種類動機及不同旅遊意象對心理效益影響迴歸結果 摘要.....	53
表 4.13	不同種類動機及不同旅遊意象對生理效益影響迴歸結果 摘要.....	53
表 4.14	不同種類動機及不同旅遊意象對社交效益影響迴歸結果 摘要.....	54
表 4.15	不同種類動機及不同旅遊意象對宗教學習效益影響迴歸 結果摘要.....	55

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	8
圖 2.1 旅遊意象形成的整體架構.....	18
圖 2.2 旅遊意象之構成要素.....	20
圖 2.3 休閒效益系統模式.....	24
圖 3.1 研究架構圖.....	30
圖 4.1 模式路徑圖.....	57

第一章 緒論

本章針對本研究之研究背景與動機、研究目的、研究範圍及研究流程加以說明，共分為五節，第一節研究背景與動機，第二節研究目的，第三節研究範圍與對象，第四節研究限制，第五節研究流程。

1.1 研究背景與動機

由於世界旅遊商業的快速發展，泰國旅遊業也不能落後。“因為旅遊業給國家各階層民眾帶來經濟利益，因此要加快我國的旅遊發展，不可否認的是美麗的旅遊地點和著名的景點，吸引了眾多國內外人士的造訪參觀”（Chanmueang，2010）。

1998-1999 年泰國旅遊局開始制定“國家旅遊節：Amazing Thailand”由此可見，泰國政府想藉旅遊業的發展來解決當時經濟風暴，給公民帶來工作，給國家帶來利益，包括由旅遊業給各地公民帶來更高的生活品質。旅遊業已經成為政府工作的重要項目，政府支持旅遊業成為人民群眾生活中不可分割的部分。再者有政府部門與相關部門的合作，發展出泰國旅遊的政策，由此加強國家內部的經濟和公民所得的重要基礎，同時加強環境的環保，愛護自然環境與對自己文化的珍惜與愛護（泰國國家旅遊局，2008）。經過多年努力，泰國經濟得到了預期效果，而旅遊業的成功發展使旅遊局推出新政策和目標：“Enchantment for the Next Thousand Years”以推動旅遊業的更穩定發展（Wannathanom，2001）。

泰國多數民眾信仰佛教，泰國寺廟眾多，寺院成為泰國人民的精神歸宿。從古至今宗教影響著人們生活。尤其是宗教成為文化、藝術等的聚焦處，寺廟的遺址和文物，包括壁畫多不勝數，此等代表了泰國民族文化（Angkul，2001）。寺院成為當今旅遊勝地，因為寺院裡顯示了文化、

歷史，民族信仰、反映了每個時代的社會變遷，所以寺院成為社會國家的重要部分，也成為旅遊業中不可忽視的部分。

泰國的“禮佛 9 間寺院”活動的開端（為什麼使用數字 9 因為一些泰國人認為是吉祥，而這個項目也是泰國曼谷縣 9 拉達那哥欣島區（Rattanakosin）時代開始的）是由泰國旅遊和運動局所推動而成的，持續發展寺院成為旅遊景點。政府從阿允他呀省的寺院開始，試行成功後再往其他的省份慢慢推動。成為每個地方不同特色，吸引著眾多人參觀（Chomphunoi，2006）。此外曼谷旅遊局發展出自己的方針政策：國際標準性環保旅遊，推動曼谷成為文化之都（Bangkok Tourism Division，2008）。曼谷的寺院眾多，同時有它的歷史性價值，因此成為當代國內外旅遊者的首選之地，使旅行社推出禮佛 9 間寺院的旅遊套餐。

本研究以曼谷 9 間寺院的遊客為研究對象，以旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間影響關係之研究，做深入的探討，以期對遊客有不同的旅遊動機和產生的旅遊效益，做更進一步的了解，並提供給宗教或觀光單位作為未來經營規劃之參考。為了泰國旅遊業的發展，推動禮佛 9 間寺院的旅遊活動，和旅遊經濟的永久發展，乃做此研究。

1.2 研究目的

基於上述之研究背景與動機，本研究主要是在探討宗教之旅的遊客對於宗教涉入程度對及參加宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象、旅遊效益間關係之影響，希望達成以下之目的：

- 一、瞭解影響泰國遊客和外國遊客對泰國曼谷 9 間寺院禮佛的旅行的動機。
- 二、瞭解泰國遊客和外國遊客對泰國曼谷 9 間寺院禮佛旅遊意象的感受。
- 三、瞭解泰國遊客和外國旅遊對泰國曼谷 9 間寺院禮佛旅遊效益。

四、檢驗遊客旅遊動機、旅遊意象及旅遊效益三者的關係。

1.3 研究範圍與對象

一、研究範圍：本研究以位於泰國曼谷縣的 9 間寺院為例，選擇 9 間寺院的是每個寺院在泰國很有名，很多旅客去看它美麗的建築、古代寺院、風景與歷史古蹟。

(1) Wat Arunratchawararam Rajaworamahaviharn (亞倫拉察哇拉楠寺(黎明寺)) 亞倫拉察哇拉楠寺為泰國一等王家佛寺，建於大城皇朝，原名稱為「瑪谷佛寺」。於公元 1777 年，頌勒帕昭達信帝王(吞府帝王，中文名稱為鄭皇)退緬甸敵軍後，自大城前往吞府選駐瑪谷佛寺時為黎明時段，故欽賜名稱為「黎明寺」。於泰國第二世王時代，正式欽賜名為「亞倫拉察塔楠佛寺」，吞府年代期間此座佛寺曾供奉玉佛佛像。爾後玉佛像是被遷移至玉佛寺內供奉。

除此之外，寺內尚有兩尊大型魔王塑像，矗立在皇冠門樓旁，眾人稱此為兩尊大塑像為「黎明寺魔王門神」。亞倫寺內主要吸引遊客以及值得研究的都分有：高度冠於世界高塔，高約 33 哇左右，相當於 66 公尺，塔身以五彩色玻璃磚鑲嵌，塔尖為長矛沖天式。於泰國第三王朝時，在塔基四周增建四座較低的佛塔，塔上雕刻佛祖出生、悟性、布道、圓寂圖案。參觀黎明寺時，人們相信以順時鐘方向在大佛塔下步行三圈，以求吉祥如意。

佛寺內供奉之主佛為「帕菩提坦瑪密薩拉察洛塔洛」，同時佛寺內尚供奉著佛祖金名之舍利子，為第四王朝黎明寺內一位僧人法名「帕阿倫」或「帕釗」迎來在此供奉的。

(2) Wat Bowornniwet Viharn Rajaworaviharn (芭汶尼維威翰佛寺) 為一等王家佛寺，於第三王朝公元 1824 年-公元 1832 年由頌勒帕巴汶拉察昭功帕拉察旺巴汶瑪哈薩迪鵬舍普親王、功帕拉察旺巴汶薩壇蒙空親

王負責興建原名稱為麥佛寺，應由皇家重新欽賜命名，於公元 1832 年，第三世王派駐頌勒帕阿努察提拉察昭發願親王於此座佛寺，除此以外，第三世王、第七世王及第九世王均曾在此剃度，同時為法眾派教徒研究三藏經聖地。巴汶尼維威朝佛寺重要建築物如：佛寺佛殿建築模型為泰式三連門廊、山牆前鑲嵌琉璃磚瓦，中間為大王冠，佛殿內有主佛像及菩提欽納璽佛像、佛堂、大佛塔、國王及王子剃度王宮。

(3) Wat chanasongkhram Rajaworamahaviharn (察納頌勒佛寺) 屬泰國二等皇家寺廟，建於勒達納哥信王朝前期，開由頌勒功帕拉察旺芭翁瑪哈素拉欣哈納親王重新興建，後獲拉瑪王朝第一世王恩賜為孟族僧侶駐錫佛寺，以弘揚頌勒功帕拉察旺芭翁瑪哈素拉欣哈納親王所統轄軍從之士邱英勇功績，因當時孟族士邱曾三次戰勝敵軍，遂欽賜佛寺名稱為「察納頌勒佛寺」(意旨戰勝大戰)。至第五世皇時期，頌勒帕詩博察琳皇后將王宮中長輩骨灰供奉在佛寺殿中。察納頌勒佛寺大殿內供奉之主佛像，法號稱為「帕菩提諾拉欣迪洛澈 瑪恒塔提塞卜察尼雅達寇侗芭隆薩莎達 阿納哇拉岩」。為一尊勝魔型泥塑貼金佛像。

(4) Wat kanlayanamit Woramahaviharn(甘拉雅納密佛寺(三寶公)) 屬泰國二等皇家寺廟，於公元 1825 年泰國第三世王興建此座佛寺，開奉供為皇家寺廟，且第四世王欽賜寺名：「甘拉耶納密佛寺」及中文名稱為「三寶公」。甘拉耶納密佛寺為泰國皇家佛殿內唯一供奉邦芭利萊佛像(即為有猴與象侍於佛側，象獻蓮花，猴獻蜂蜜的佛像)為主佛像的佛寺，佛殿牆壁上，為與佛教歷史有關的壁畫，除此之外，於公元 1965 年泰國第四世王恩賜興建藏經閣樓，以用於收藏三藏經與佛經。

(5) Wat Phrachetuphon Wimonmankhalram Rajaworamahaviharn (帕澈督蓬佛寺，菩提佛寺(臥佛寺)) 屬泰國二等皇家寺廟，原名稱為「菩提塔楠佛寺」。這座舉世聞名的寺廟正緊鄰著泰皇宮的南方，它是泰國

國內規模最大也最古老的佛寺。這座佛寺到今天算來已經有二百歲了。它是由泰皇拉瑪一世所督造的，特色正如其名：寺中供著一座金身大佛，佛陀斜臥，故稱「臥佛寺」。這尊獨一無二的大佛身 1.46 公尺、高度為 15 公尺，鞋底則為真珠母所鑲嵌，莊嚴壯麗。「臥佛寺」不但是泰國最早的寺廟，同時也是研究草藥及健康按摩的中心，寺中後方有一間傳統醫藥學院及一間按摩房，可以在這裡享受專業的按摩服務，服務費用分為須排隊、加草藥、不用排隊，或繳費學習按摩的課程。

(6) Wat Phra Si Rattanasasadaram (玉佛寺) 於公元 1783 年泰國第一世王恩賜興建在大皇宮內，興建宗旨將此座佛寺作為國王遵循皇家傳統俗例舉行各項宗教儀式的場所，同時還安放皇家親族人員骨灰之地。玉佛寺內有許多讓人驚嘆的建築物品，如：大佛殿內供奉者「帕菩提瑪哈瑪尼叻達納芭迪瑪功佛像」(或稱為玉佛)，佛寺內走廊牆壁上繪有栩栩如生的印度史詩(羅摩衍那)各段彩繪壁畫，為世界上最長的一幅壁畫。佛寺內尚有方形塔尖之帕鐵琶普宮殿，內中陳列著叻達納哥信皇朝第一至第八世王的經像。

整座帕璽叻達納塔以金色瓦片砌成，塔內珍藏著佛祖舍利子；帕拉察蓬薩努順佛堂中，供奉著叻達納哥信皇朝各個朝代國王的代表佛像，佛寺內鐘樓懸掛著樂康寇璽達楠穆佛寺中的移來的大鐘，膏打時鐘聲極及嘹亮；另有歷代國王恩賜設立之朝代碑記。

玉佛寺內之六對魔王塑像，引自史詩(羅摩衍那)中著名人物，為泥塑及彩繪塑像，鑲嵌彩色玻璃瓦片，精美無比，每座塑像高約 6 米左右，安放在每個走廊的門口。

(7) Wat Prayurawongsawas Waraviharn 於公元 1788 年，屬泰國二等皇家寺廟，以前村民們通常也稱為「柵欄寺」由於周圍的鐵柵欄前牆在寺廟、北大廳。鐵柵欄對高度三肘分數，它由古董武器是斧頭、長

矛和劍，看起來像一個小牆和門分。寺內有許多美麗的建築，如佛堂、Phra Phutthanak Buddha Statue 在佛堂、Phra Boromthat Maha Chedi、帕瑪哈佛塔等。

(8) Wat Rakhankhositaram Woramahaviharn (樂康寇璽達楠穆佛寺) 樂康寇璽達楠穆佛寺或稱為「樂康佛寺」，為泰國王家二級佛寺，原名稱為「邦哇艾佛寺」，為古時大城朝代時期的古老佛寺，佛堂內建築為泰國第一世王年代的建築特色，佛堂山牆上的圖案為那羅延那天神乘坐金翅鳥，佛堂內繪有精美的彩繪壁畫，佛殿內供奉之主佛像為泰國第五世王欽賜名稱為「帕芭壇吟拉法佛像」，中文意旨為「喜迎天皇大帝佛像」，除此以外，佛寺內建有一座具有火特色之三連式藏經閣樓，藏經閣樓大門、室內牆壁及大城年代之存放三藏經書櫃上，繪有精美的藝術彩繪圖案。樂康佛寺曾為叻達納哥信第四世王之著名僧長頌勒帕普塔詹(竇。蓬朗詩)駐錫佛寺，僧長法力高強、佛學深堪、德高望重，自泰國第四世王迄今，仍為全國佛教信徒崇敬景仰，譽為得道高僧。所以前往膜拜頌勒帕普塔詹以祈祥納福時，須先念誦萬宗咒，念誦完畢，插香後再將金箔貼在佛像上，爾後再取法水灑身，以求吉祥平安，然後入佛殿內虔拜主佛像。

(9) Wat Sakesa Rajaworamahavihara (薩吉拉察哇啦瑪哈威翰佛寺) 為二等王家佛寺，為曼谷市內重要佛寺之一，建立於大城朝代，原名稱為薩杰，泰國第一世王御令重新修葺此座佛寺，開在佛寺周圍建成河溝，開御賜名稱為薩吉，直至第三世王，御令重新修繕、修葺整座佛寺及增建建築物如：帕邦隆斑魄或金山建築。薩吉拉察哇啦瑪哈威翰佛寺內重要建築為：帕邦隆玟魄或金山建築，建築特色為第三世王時期之方形塔狀，但而後此座建築坍塌，第四世王御令對此修葺，將原方形塔修建為山形，開在山頂上建築佛塔，佛塔內供奉舍利子，於第五世王竣

工，除此以外，佛寺內舉行佛事的斤堂內有立藝術家繪製之美麗壁畫及大城朝代之藏經閣，各扇窗門為釉底金紋美術圖案。

二、研究對象：研究對象是以到泰國曼谷縣旅遊的遊客為對象—以 9 間寺院為例（本地人與外國人）。

(1) 泰國遊客 300 人

(2) 外國遊客 300 人

1.4 研究限制

本研究受其人力與研究時間之限制，針對泰國曼谷 9 間寺院之自助旅行，每個寺院問卷調查來完成、問卷平均施放於每個寺院，而問卷調查的時間，在 2010 年 1 月至 3 月間週末進行，無法對星期一至星期四的遊客和其他月份的遊客進行調查，具有抽樣範圍之限制。另外對於年紀較大且受教育程度較低的遊客，有較多被拒絕或在填答過程有困難，因而有抽樣之限制。

1.5 研究流程

本研究的流程分為七個部份，第一部分首先界定研究問題以及確認研究主題；第二部份依據研究主題擬定研究目的；第三部份為文獻回顧；第四部份依據文獻回顧來設計本研究架構；第五部份進行問卷設計；第六部份進行整理，依據研究目的及假設加以分析而得到研究結果；第七部份依據研究結果，提出結論及建議，說明如下：

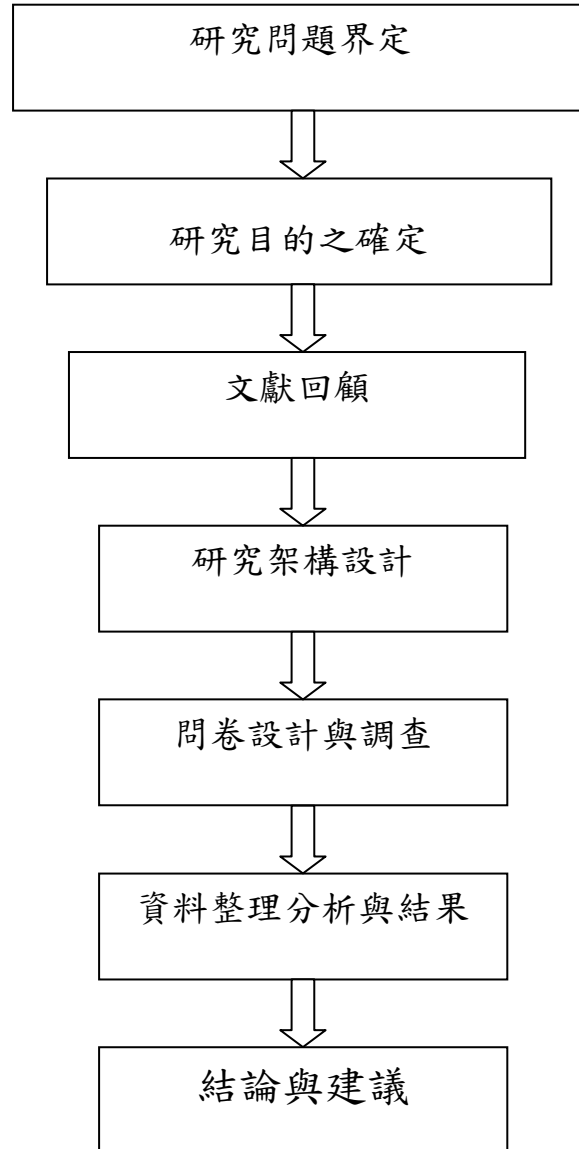


圖 1.1 研究流程圖

第二章 文獻回顧

本章針對研究目的進行相關理論與文獻探討，共分六為節，第一為禮佛的意義，第二節為宗教旅遊，第三節為旅遊動機，第四節為旅遊意象，第五節為旅遊效益，第六節為旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益相互間關係之實證研究。

2.1 禮佛的意義

於 2006 年聖嚴法師提出當前的佛教徒禮佛多為追求財勢名位及健康等利益，但是，有所求的禮佛，不能算是修菩薩行，故對人格的成長亦無助益，甚至還有鼓勵人去投機取巧，走偏鋒的負面作用。修行的禮佛，則有三層意義：「懺悔罪過」、「修持禪定」、「感恩禮敬」。空海法師（2009）認為大部份的佛教徒或是一般百姓，都把佛、佛陀，當做一般民間信仰的神在朝拜、崇拜、祈求，禮佛最重要的意義有幾點：「感恩感恩」、「見賢思齊」、「身心更柔軟」。禮佛是為了訓練個人的恆心、耐心、清涼心，也是去除傲慢、陶冶身心的課程（證嚴法師，2010）。八寶喵（2010）一般來說，佛教徒都禮佛。要知道禮佛究竟有何意義，當一個人能夠虔誠地禮佛時，會一心一意，用佛的功德來影響自己的心靈，他一定不會一邊崇禮佛，又一邊作惡。所以，佛教所提倡的崇拜，是有一定的意義，可以令人改善心靈。

禮佛就像是在與佛做交易，在佛前點支香，然後再拜幾拜，就希望佛能保佑自己能求名的得名求利的得利、能逢凶化吉、能有求必應。佛陀就像是能滿足他們無限慾望的工具一樣，只要你肯去拜，只要你拜的夠虔誠，佛就能滿你的願。其實不然，正確的看法禮佛，不是把自己放在一個乞丐的位置上，不斷的像佛陀乞討，不停的祈求。禮佛不是在追求感應，也不是在追求佛的加持。如果照這樣的標準去看待禮佛，那就失

去了禮佛的真正含義，這樣的話，充滿無限般若智慧的佛教就變成了信仰型的宗教，就成了迷信的宗教。禮佛不僅僅是一種儀式，而是這儀式背後所蘊含著的意義。「禮佛是一種培養我的感恩心」、「禮佛是一種尊師重道的體現」及「禮佛是調伏我慢的一種方式」(中華佛光文化網,2010)。禮佛是讓身心更柔軟，懂得低頭、懂得謙虛。禮佛能夠幫助身心更柔軟，所以在禮佛的過程，不要用做功課的方式或心態來禮佛(青蓮古寺,2011)。

2.2 宗教旅遊

2.2.1 宗教旅遊的定義

宗教旅遊指為直觀教育旅行，用宗教哲學換取知識，尋找生活中成長的意義價值與禪修實踐的經驗，和提高良好的生活品質，某些團體旅客會重點學習泰國的文化和智慧(Mutthayomburutmarat,2009)。Tungutaisuk(2010)在研究不同的宗教或教條，重視心理訓練、實踐公平，包括地方的崇拜如寺院、及度假村作為訓練場。陳運星(2006)宗教的起源是來自「對死亡的恐懼」與「對宇宙的無知」。宗教會使人們有心靈上的寄託，也提供精神方向的指引。Rinschede(1992)認為所謂「宗教觀光」係指某種觀光型態，其參與者的主要動機或部份動機係以宗教為理由者。而孫武彥(1995)也指出人類為了尋求心靈的慰藉與來世的福報，因此有了宗教的信仰。在國外的研究方面，希臘有名的哲學家Block曾說：「有希望之處，則有宗教」。Vukonic(1992)認為宗教帶給人們希望，並豐富其精神生活。謝金燕(2003)則對「宗教觀光」定義為：指宗教性或非宗教性旅客至宗教聖地所從事之旅遊相關活動。在牛津大辭典中對宗教所做的解釋為：「宗教是一種特別的信仰及崇拜體系，有其特有之規矩習慣」(杜明勳,2003)。在Huston Smith(1998)所著的「人的宗教」這本書的序文中提到，宗教不論是就時間或空間而言，都是人類現象的

特徵，只要是人類聚首之處，必有宗教的痕跡(廖獻鎰，2010)。宗教對個人的意義分為兩個層面，內在的層面指宗教是個人「廣泛有組織的生活原則」，而外在層面則認為宗教是代表個人「身份地位」及擁有「安全感」的工具(Allport and Ross，1967)。Pargament(2002)認為宗教本身會帶來意義和力量，不僅是一種獨特的人類層面，更是代表生、心理健康的來源。由以上學者的論述，發現對宗教的定義和對人類的影響各有不同的看法。

旅遊的定義，依據韋式字典的說法，是「由一處到另一處」，也就是異地體驗。丁誌紋(2009)認為旅遊與休閒在空間與目的上有不同的差別。旅遊必須要異地體驗，休閒則可以在地休閒。而休閒的目的是為了要來休養身心。但旅遊的目的則不一定是放鬆。劉純(2002)也認為「旅遊」就是在一定時間內離開居住地到另一個目的地，並以觀光、度假、健身、娛樂、探親訪友為主要目的休閒活動。Mcintosh(1990)則指出「旅遊」是來自於到雅典、巴黎或開羅旅行的學生和較高階層的人士，去研究和體驗另一種文化的生活方式，是十九世紀的一種現象特徵。Squire(1994)也指出旅遊連接了人們生命中特殊的回憶與社會文化間的關係，是一種主觀的經驗。綜合上述的說法都認為「旅遊」是一種具有暫時性和異地體驗性質的活動。

宗教旅遊是人類歷史上最古老的旅遊形式，與宗教信仰、宗教文化體驗緊密結合，至今仍對人類社會產生巨大的經濟效益和社會影響(劉素惠，2007)。林燈燦(2001)更指出在古代把宗教信仰者為修行問道而雲遊四方，稱為「遊方」。因此，所謂的「宗教雲遊」就是一種最古老的宗教旅遊形式。Languar(1985)提出宗教旅遊是一種值得我們看的商品，應當與教會合作，並舉辦各種主題旅遊(莊立育，2003)。陳思倫、宋秉明、林連聰(1996)則定義所謂宗教旅遊就是人們藉由參與宗教信仰活

動，並在參與的過程中達到觀光旅遊的樂趣，例如迎神、廟會、進香、朝聖...等，這些與宗教有關之旅遊活動。宗教聖地為觀光地中最複雜者，其包括追求宗教體驗的虔誠朝聖者，也吸引對聖地有興趣的非宗教觀光客，然不論動機為何，所有至此景點的參訪者需要某種程度服務的提供，並帶動商業發展，與一般觀光點相同(Nolan and Nolan, 1992)。

綜觀以上學者所述，本研究將宗教旅遊的定義到宗教聖地從事有關活動，參與的旅客並不侷限於宗教信仰者。並試圖從曼谷 9 間寺院的旅客中分析出宗教旅遊對社會和民眾身心所造所成的影響及其存在價值。

2.2.2 宗教旅遊的相關研究

在過去有關宗教旅遊的相關研究中，黃宗成、黃躍雯、余幸娟(2000)在以台南南鯤鯓代天府為例的研究，探討宗教觀光客個人特性、旅遊動機、行前期望、實際體驗滿意度及其之間的關係。沈進成、謝金燕(2003)則在其佛光山遊客的研究中發現，宗教觀光吸引力對滿意度與忠誠度皆有顯著的正向影響，滿意度對忠誠度有顯著的正向影響。另外，莊立育(2003)也針對以色列朝聖團遊客做調查，顯示參加以色列朝聖團的遊客大都為基督徒，且旅遊訊息大多以教會與親友介紹，旅遊動機主要以感受宗教氣息最為強烈，而遊客最重視的是安全的問題。劉素惠(2007)探討宗教旅遊者在宗教旅遊前、中、後的情緒與意義，其結果發現宗教旅遊者的情緒複雜多變，夾雜正面與負面的情緒。蔡進發、陳慧君、黃宗成(2004)則以「有至耶路撒冷作宗教觀光」與「無至耶路撒冷作宗教觀光」之臺灣基督徒的個人特性、旅遊動機與旅遊限制因子做調查研究，並且進一步探討「有至耶路撒冷作宗教觀光」基督徒之實際體驗與重遊意願，結果顯示旅遊動機愈高者，其實際體驗也愈高；旅遊動機愈高者，其限制因子愈低；而旅遊體驗會影響重遊意願，廖獻鎰(2010)則在宗教的涉入程度對宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係調節

效果之研究—以佛光山為例；旅遊動機對旅遊意象與旅遊效益有顯著的正向影響，旅遊意象對旅遊效益有顯著的正向影響，涉入程度對宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益有顯著的正向影響。在泰國有關宗教旅遊的相關研究中，Chanmueang 在 2010 年探討和評價旅遊資源、旅遊管理。Phramaha Suthit Aphakaro (Oboun) (2010) 探討能夠支持旅遊業、風格活動、價值的文化環境在寺院之間關係。

回顧上以文獻發現，探討「宗教旅遊」或「宗教觀光」在參者與心中所產生之效應的研究尚不多見，討論的議題環繞在遊客的個人特性、旅遊動機、行前期望、滿意度及忠誠度，並探討其相互間之關係。

2.3 旅遊動機

2.3.1 動機的定義

動機 (Motivation) 一詞是由 Woodworth 於 1986 年首先應用於心理學界(張華保, 1986)。Mook(1987)認為動機可以一種個人內在的驅動力，以促使個人採取行動(張勝凱, 2010)，而 Kotler(1997)指出動機是一種被刺激的需求，它足以引發個體採取行動以滿足之。動機至今並沒有一種被普遍接受的定義，但大部分定義有兩個共通點，首先涉及人類想要滿足的需求，其次動機是促使人們採取行動的一種動力(林靈宏, 1994)。而動機是引起個體活動，維持已引起的活動，並促使該活動朝向某一目標的內在歷程(張春興、楊國樞, 1993)。劉維祥(1998)提出動機是一種足以驅使人們設法尋求滿足的需求，是一種驅動力。楊明賢(2002)則認為動機係指推動和維持人們進行某種活動的內部原因和實質動力，動機是需求的具體化，是需求和行為的中介，轉換成行為後，透過結果來滿足動機的需要。

綜合上所述，本研究將動機定義為為滿足個體需求，而採取行為的驅動力，是一種內在歷程，行為是內在歷程的實踐。

2.3.2 旅遊動機理論

Iso-Ahola and Allen(1982)提出旅遊動機 (Tourism Motivation) 是使人們從事旅遊活動的一種驅動力，是遊客從事旅遊活動的真正原因，使遊客去滿足個人各種不同的需求。因此人們一定先有旅遊動機，才會有隨後的旅遊活動。Manning (1985) 認為由許多的實證研究可以證實，人們參與遊憩活動是為滿足各種不同的旅遊動機，若能對不同動機的旅客群進行分類，作為旅憩地區的規劃與經營的依據，將更能滿足各種不同體驗之滿足的需要 (黃錦照，2002)。楊明賢(2002)認為旅遊動機是形成旅遊需求的主觀因素，是激勵人們去實現旅遊行為的心理原因。而在旅遊動機的各项研究中，大都從心理層面的角度來探討，旅遊動機與旅遊利益之追求會隨著時代之不同而有差異，大致是從早期著重教育與學習，休息與放鬆等動機 (顏美麗，2007)。Crompton and McKay (1997)指出遊客的旅遊動機可能是多重動機，很少是單一動機的結果。

Beard and Ragheb(1983)在其研究中，將一般遊客的旅遊動機，使用因素分析法，歸納成下列四個構面：

1. 知性的動機 (Intellectual Motive)：包含有學習、發現、思考、想像等，有心智活動成份的休閒活動。
2. 社會的動機 (Social Component)：為了友誼及人際關係的需要而去休閒。
3. 主宰的誘因 (Competence Mastery)：人們進行休閒是為了想達成、挑戰與完成一些事情。
4. 逃避的誘因 (Stimulus - Avoidance)：想逃離日常生活的形式，遠離人群，放鬆自己。

Cai and Combrink(2000)使用旅遊動機推拉(Push-Pull)理論來做研究，歸納出「推力動機」因素，包括有：學習、逃避、放鬆、戶外運動、

名聲、休息、社交等；「拉力動機」因素，包括有安全、娛樂、自然、古蹟、學習、設施、預算、獵釣、文化等。而旅遊動機的分類，大概可分為七種，分別為：放鬆心情、逃避現實、探索、健康、支配、追求自尊與社交的動機。黃耀昆(2006)針對田尾公路花園遊客為研究對象，探討旅遊動機、旅遊意象與滿意度關係的分析中，旅遊動機包含三個構面：「舒緩壓力」、「景觀綠化」、「隨性出遊與情感交流」。顏美麗(2007)在以國小教師參與海外旅遊意願影響之研究中，將旅遊動機分為：「學習體驗」、「舒壓放鬆」、「健康促進」及「擴展社交」四個構面，(引自廖獻鎰，2010)。

綜合上述可知，旅遊動機是隨著研究對象、需求及時代的改變，而有所差異，並無一個統一的分類方式，所以影響的因素相當多元化。

2.3.3 宗教旅遊動機相關實證研究

Nolan and Nolan(1992)對歐洲基督教著名宗教景點做全面性的調查，把它依旅遊動機分為三類：1. 以宗教信仰動機為主的聖地朝聖 2. 具歷史性與藝術性的宗教景點巡禮 3. 與宗教相關的節慶祭典參與。黃宗成、黃躍雯、余幸娟(2000)在「宗教觀光客旅遊動機、期望、滿意度關係之研究—以台南南鯤鯓代天府為例」的研究中，針對遊客做調查，將其旅遊動機使用因素分析法萃取出六個構面分別為：「新奇自我滿足」、「休閒調劑」、「人際社交」、「歷史文物偏好」、「宗教心靈感受」與「宗教利益追尋」。莊立育(2003)將遊客的旅遊動機分為「自我實現」、「宗教信仰」、「異國旅遊體驗」及「地位彰顯」四類。沈進成、謝金燕(2003)針對佛光山的遊客，透過問卷調查，將旅遊動機問項運用探索性因素分析，得到四個因素，分別為「宗教心靈」、「學習成長」、「休閒調劑」及「宗教利益」。在以色列朝聖團遊程設計的研究中。而陳伯南(2004)在研究中，發現遊客來中台禪寺宗教觀光之旅遊動機，排序前三名分別為「鬆弛身心調劑生活」、「遠離塵囂享受清靜」與「暫別文明鬧中取靜」。唐明

偉(2006)以台北市龍山寺遊客為調查對象的研究報告中，將旅遊動機萃取為「文化薰陶」、「宗教加持」、「心靈追求」及「人際社群」四個因素。

由以上的文獻中發現，在宗教旅遊動機大都以「宗教」、「文化」、「心靈」、「社交」、「休閒」等方面為取向。本研究之旅遊動機定義為到寺院從事旅遊活動的驅動力，主要參考黃宗成、黃躍雯、余幸娟、廖獻鎰(2010)的研究，將其設定為六個構面，分別為：「新奇自我滿足」、「休閒調劑」、「人際社交」、「宗教文物偏好」、「宗教心靈感受」與「宗教利益追尋」，並加入唐明偉(2006)研究中有關旅遊動機之問項，「經家人或朋友推薦」1 題，做為宗教之旅旅遊動機的探討及分析。

2.4 旅遊意象

2.4.1 意象的定義

意象(Image)一詞最早由 Boulding (1956) 所提出，他認為在經濟活動中，意象影響了人類的行為決策。意象是主觀的價值及知識，個人萃取對己身有意義的資訊，將複雜的刺激作簡化，來對其所相信的事實作反應，作為他自己和外界環境溝通之工具，因此，意象並非一個事物之真實內容(劉姿廷，2009)。廖獻鎰(2010) 意象是個較抽象的名詞，不容易敘述其概念，且在不同的領域各有不同的用字與說法，而很多學者對其解釋及定義也略有差異。Oxenfeldt (1975)認為意象是個人用情感的方式對其經驗做出反應，是一種事實與情感的綜合體。Assael (1984)認為意象是對一地由一段時間整合不同來源資訊後的整體知覺。吳佩芬在其 1997 年的研究中將意象定義為「個人對某一事物停留在腦海中的圖象，而且會隨經驗的累積而不斷的重新組織」，且認為這圖像除了事物本身外，還包括周遭與之相關聯之事物。Dichter (1985)對意象的說法是「在個人心中對一項實體的整體印象，非僅由單一特性所形成」。而沈進成、廖若岑、周君妍 (2005)則提出意象是一種態度或是概念，所涵蓋的

構面是多元的，人們常會因其意象的不同而做出不同的反應決策。王伯文（2006）認為意象是人們對廣泛事物的。Birgit（2001）更進一步認為意象是對目的的期望，能幫助遊客考慮、選擇與決定度假的目的地。

綜合諸位學者的見解，意象是對某一事物的整體印象，隨著時空的演繹產生化變，也是一種態度或概念，具有多元化的構面，會影響未來的決策。

2.4.2 旅遊意象的理論

旅遊意象（Tourism Image）的形成最早是由 Reynolds(1965)所描述出來，他認為“人類心理建構的發展乃是從環境整體資訊中選擇一些印象為其基礎”（侯錦雄、林宗賢，1996），而後來國內、外有關旅遊研究中對旅遊意象的說法，如 Crompton（1979）認為意象的定義是人們對某物體、行為與事件所持有的信念（Beliefs）、意象（Impressions）、觀念（Ideas）與感覺（Preceptions）的總合。Gunn（1972）認為旅遊意象不僅在旅客心目中留下印象，而且是應歷旅客評估之後的一種呈現，可視為旅客個人的主觀認知。而 Hunt(1975)則定義旅遊意象是潛在遊客對於一個地區的知覺，是遊客表達心中對旅遊目的地感覺的最重要指標。Birgit（2001）也曾在其研究中指出，旅遊意象是遊客本身對於有益的旅遊經驗所產生之正面印象，視為遊客對目的地的一種期望。旅遊意象也會協助遊客考慮、選擇與決定旅遊之目的地，具有宣傳與行銷之功能。侯錦雄、林宗賢（1996）更指出當遊客以風景區屬性為其選擇風景區旅遊決策時，旅遊意象的形成將有助於解決決策時的不確定性。另外陳勁甫，陳威亞(2009)的看法也認為旅遊意象可視為是消費者對旅遊之預期，是一種事前的概念，此概念會對消費者實際體驗與未來之行為意圖產生影響。因此，旅遊意象被視為對旅遊目的地的信念、知覺與理念，是對過去旅遊經驗的印象，會對未來的旅遊行為和期望產生影響廖獻鎰。

在更進一步探討旅遊意象的組成時，依照 Milman and Pizam (1995) 的研究中除了提到「旅遊意象是種意象之總和，涵蓋了對旅遊經驗之構成要素或屬性」外，更進一步描述，認為旅遊意象包括三個構面：1. 旅遊產品—指景點的品質。2. 目的地居民的行為與態度。3. 目的地環境—指氣候、設施與安全等。而 Baloglu and McCleary (1999) 在其研究中認為旅遊目的地意象的組成有三項成份：

1. 認知(Cognitive)：指人們對於一旅遊景點所持有之信念與知識。
2. 情感(Affective)：指人們對於一旅遊景點所產生的情緒與感受。
3. 整體(Overall)：指的是由認知與情感的意象成份相互影響所形成。

Gartner (1993) 認為意象應包含認知及情感評價兩大部分：是人類對於一地或目的地看法，而 Baloglu and McCleary(1999)又提出了個人因素 (Personal Factors) 與刺激因素 (Stimulus Factors) 會對意象的形成過程產生影響，而個人因素就是指價值、動機、人格特質等心理因素和年齡、教育、職業等社會人口統計資料；刺激因素是指旅遊資訊的來源、過去的旅遊經驗、行銷通路等。整個旅遊意象形成的整體架構，如圖 2.1 所示：

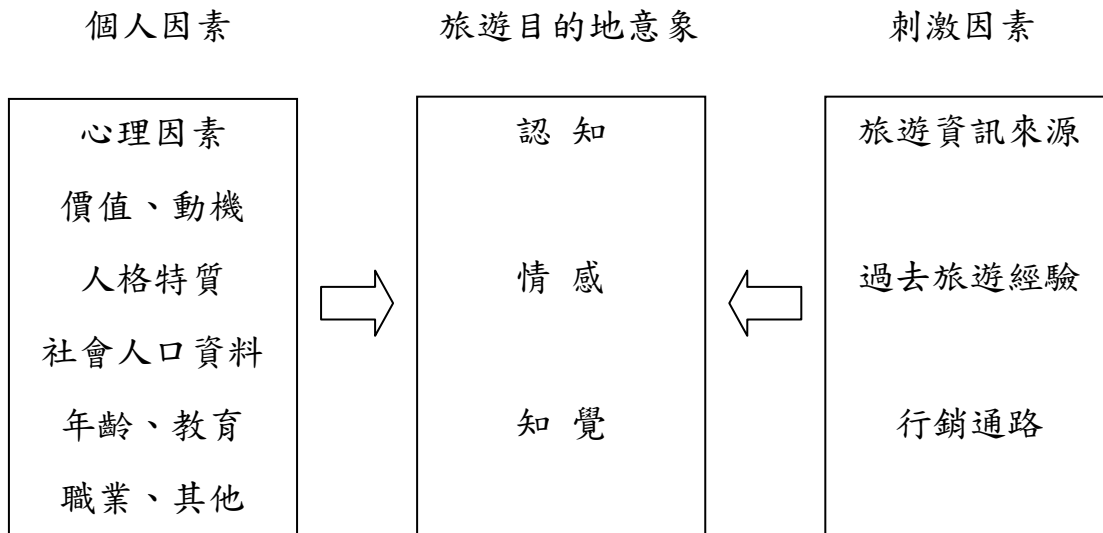


圖 2.1 旅遊意象形成的整體架構

資料來源：Baloglu and McCleary(1999)

Fakeye and Crompton (1991) 研究提出旅遊意象是觀光客購買行為及重遊率的重要決定影響因素，即遊客對目的地的旅遊意象越正面，則旅客對該區偏好程度會越高，並且願意實際前往旅遊或重遊（蘇宏林，2008）。而 Echtner and Ritchie (1993) 將旅遊意象視為三個連續性構面，分述如下：

1. 屬性 (Attribute) — 整體性 (Holistic) 意象：屬性意象為遊客所容易感覺到的部份，例如氣候、景觀、設施... 等；整體性意象為遊客對該地區的整體看法。

2. 功能性 (Function) — 心理性 (Psychological) 意象：功能性意象是具有明顯的可以觀察測量的特徵；心理性意象則反應個人內心的情感，所以較為抽象而難以量測。

3. 一般性 (Common) — 獨特性 (Unique) 意象：一般性意象是指旅遊目的地一般較常見的特性；獨特性意象是指該地所具有之特殊的特性。

對旅遊目的地意象而言，是以每個屬性意象為基礎，然後再形成整體意象，而且每一部份都有功能性意象與心理性意象的特徵，最後才區

分成旅遊目的地的一般性意象或獨特性意象，如圖 2.2 所示：

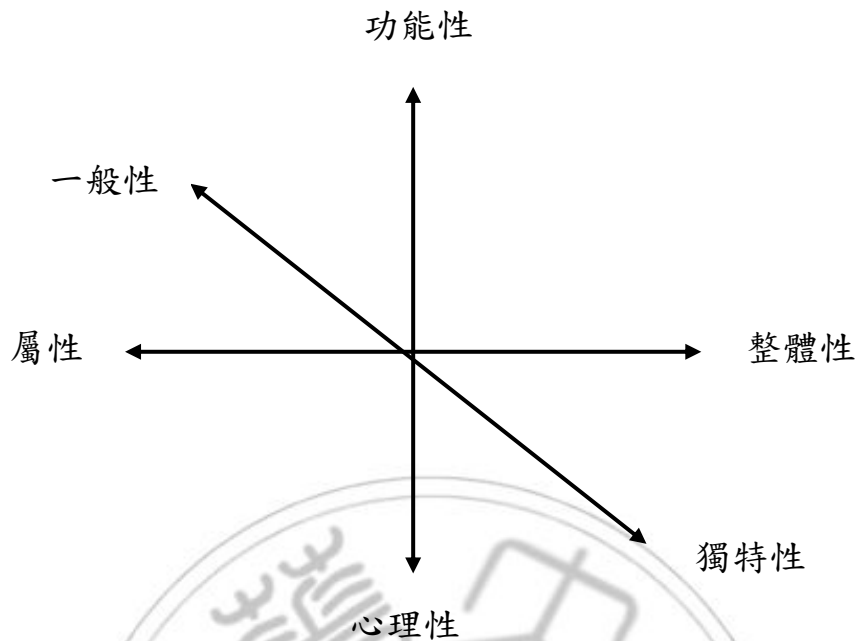


圖 2.2 旅遊意象之構成要素

資料來源：Enchtner and Ritchie (1993)

對於旅遊意象的測量方面，劉瓊如、林若慧、吳正雄（2002）在其對「海岸型風景區遊客旅遊意象之區隔」的研究中提到 Goodrich (1977)、Gartner(1989)、Echtner and Ritchie(1993)認為旅遊意象為一多重構面，並以多元尺度法衡量遊客之意象知覺，針對目的地的旅遊產品屬性分類，而發展出「功能性」與「心理性」等意象衡量工具。因此在其研究中把東北角海岸國家風景區的旅遊意象以因素分析萃取出四個構面，分別為自然風情、知性感性、鄉土人文與遊憩活動等意象。而 Echtner and Ritchie(1993)也在其旅遊目的地意象的測量研究中，歸納出 35 項特徵屬性，依功能性—心理性排列，並利用因素分析得到 8 個構面，分別為舒適/安全、興趣/冒險、自然風景、旅遊設施、氣氛/氣候、文化差異、物價便宜、無語言障礙等。

侯錦雄、林宗賢（1996）研究中針對日月潭風景區的旅遊意象，也

是使用多元尺度分析形成二向度模式—整體性與屬性、功能性與心理性特徵，分為旅遊吸引力、旅遊活動、旅遊服務、旅遊知名度及旅遊管理等五個構面。Birgit(2001)也使用旅遊活動功能與心理特性，把美國新墨西哥州的旅遊目的地意象，整理出四個構面，分別為：自然景觀、社會文化、遊憩活動與氣候。Beerli and Martin(2004)也在其研究報告中提到，以個體的功能性特徵和心理性特徵作為影響旅遊目的地意象的評估因素，分為九個構面為：氣候、休閒娛樂、自然風景、社會環境、歷史文化、當地氣氛、政治與經濟，公共設施和住宿餐飲。而林淑真（2008）則在以古坑地區民宿的投宿遊客為對象的研究中，把旅遊意象分為環境意象與服務品質構面。

由以上述的相關文獻，本研究的旅遊意象，依據多重構面，整體性與屬性、功能性與心理性特徵，並參考 Birgit(2001)所提之標準意象測量工具，配合曼谷 9 間寺院的環境、設施與情境，分為景觀意象、社會文化意象及活動意象等三個構面。

2.5 旅遊效益

2.5.1 休閒效益的理論

效益(Benefits)一詞於 1991 年首先由 Driver、Brown and Peterson 提出兩種說法，一為以貨幣方式來衡量其經濟價值；二為非貨幣方式衡量所獲得 (Gain) 的利益。Tinsley and Tinsley (1986) 提出休閒效益主要是受到活動經驗之主觀感受影響，而不是活動本身，因此個人的心理需求滿足程度成為影響休閒效益感受的主要因素。而非貨幣效益則經常被視為一種好處，當個人、團體、社會、經濟、實質環境或其他情境有所改善時的狀態(Driver, 1997; Driver and Bruns 1999)。Wankel and Berger (1990)提出把效益定義為達成目標的觀點。Driver(1997)更強調效益是在對人或實質環境中，包括人際關係、預防社會問題或穩定社群

等，是需求獲得正向改變。洪煌佳(2001)認為效益在個人方面可以說是一種特殊的心理滿足經驗，如活動結束後感覺良好、與朋友的感覺到像與家人一樣親密和覺得精神充沛等。因此，本研究把「效益」視為需求獲得正向改變，所得到的利益或好處。

Bammel and Burrus-Bammel (1982) 也指出休閒效益是人們從休閒活動的參與經驗中所獲得之利益。Wankel and Berger (1990)也有類似觀點，認為評估休閒效益最重要的是去評估休閒活動是否能幫助它們達成目標，而不是以一種客觀的態度去評估達成目標的過程。另外，Ajzen (1991) 指出休閒效益即為休閒目標之達成，包括參與休閒所能達成之目標，以及參與者相信休閒能幫助他們達成的目標，且後者的重要性更甚於前者。基於這項特點，休閒效益經常無法由直接觀察得知。高俊雄(1995)認為，休閒效益是指個人在參與休閒活動的過程中，可改善身心狀態和滿足個人需求的現象。而陳中雲(2002)則認為在探討有關「休閒效益」的面向時，其所包含的範疇應該包括了參與休閒遊憩活動的過程中及參與休閒遊憩活動之後，可以幫助個人改善身心狀況或滿足需求的個人主觀感受。林欣慧(2002)在其「解說成效對休閒效益體驗之影響」的研究中把休閒效益定義為：個人或團體在自由時間從事休閒行為的過程中，對從事的活動有所體驗，並且對個人或社會產生有益的影響。陳嘉雯(2006)則認知個人在參與休閒活動過程中與活動後、經由個人主觀的評估所獲得的經驗與感受，進而對個人產生不同的影響。鄭天明、吳國清、陳美存(2007)在以高雄燈會遊客為探討對象的研究中，認為休閒效益屬於非貨幣效益，無法以價格來衡量，是一種個人相當主觀的經驗感受，評估重點在於個人是否達成其休閒目標，能否在休閒活動的參與過程中，獲得不同的益處。

綜合以上的論述，大都認為休閒效益是個人在參與休閒活動過程，

滿足身心需求的利益，是一種主觀的個人感受，必須透過訪談...等行為得知，無法由直接觀察獲得。

2.5.2 休閒效益的相關實證研究

休閒效益的評估是一種很主觀的個人感受，評估的重點在於個人是否達其休閒目標（官素珍，2008）。Bammel and Burrus-Bammel（1982）認為人們參與休閒活動有六項休閒效益，包含生理效益、社交效益、放鬆效益、教育效益、心理效益與美學效益，分述如下：

1. 生理效益(Physiological Benefits)：保持規律的運動、增進體適能水準、減少心肺血管方面疾病。

2. 社交效益(Social Benefits)：藉由參與休閒活動，志同道合並能分享共同嗜好的人聚在一起，更容易培養珍貴的友情，使休閒活動發揮「社交潤滑劑」的功能。

3. 放鬆效益(Relaxation Benefits)：指休閒活動讓人遠離壓力環境，解除憂慮，達到精力恢復的效果。若參與耗費體力的活動，可達到完全放鬆的目的，可保持個人身、心及精神的平衡發展。

4. 教育效益(Education Benefits)：指休閒活動提供多元的興趣領域，藉由對活動的參與來滿足個人的求知慾、創作慾，達到增廣見聞的效果。

5. 心理效益(Psychological Benefits)：參與休閒活動者能從其中得到認同與肯定的機會，並可藉由情境角色的轉換來獲得成就感；對於心靈受創者有醫療上的功效，例如：舒緩、調適與恢復等。

6. 美學效益(Aesthetic Benefits)：從藝文類的休閒活動中可學習到對美的欣賞，而且可獲得心靈、情感上的充實及滿足，並可確認個人的價值與觀念。

Mannell and Stynes(1991)在其休閒效益整合模式中即指出，如圖

2.3 所示，認為人們在參與休閒活動過程中，會受到環境、活動、時間、心境等因素的刺激，進而產生對生理、心理、環境、經濟、社會之影響，這些影響經由人們的評價後，即產生了休閒效益。

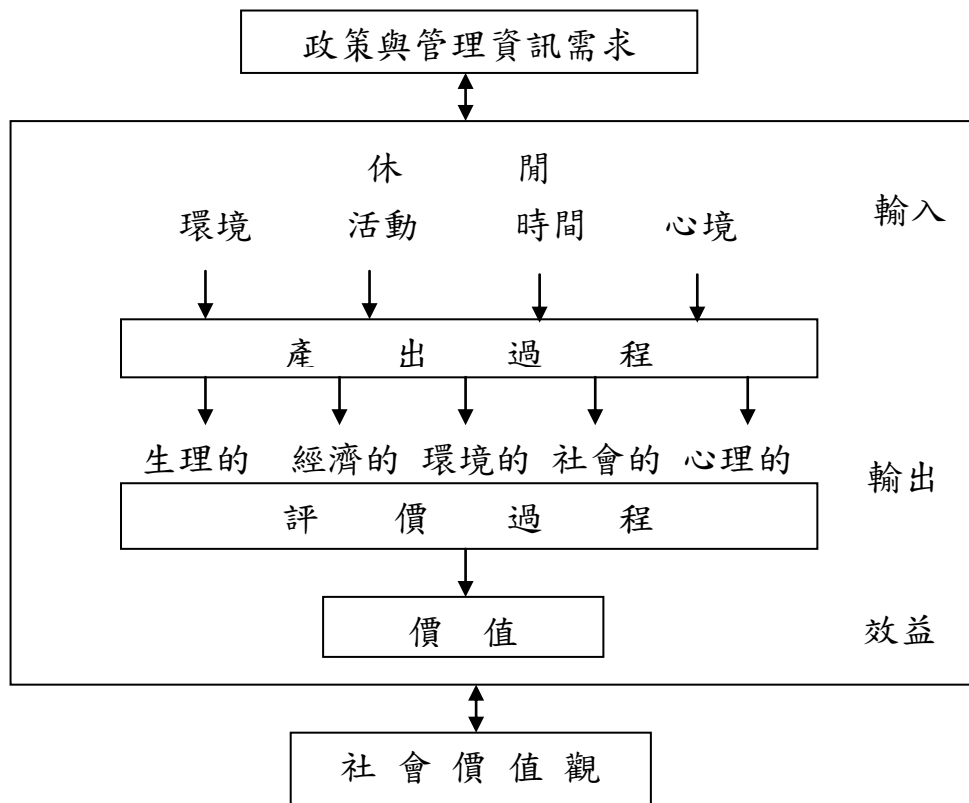


圖 2.3 休閒效益系統模式(Mannell and Stynes, 1991)

Bright (2000) 認為休閒效益包括心理效益、生理效益、社會效益、經濟效益及環境效益，茲分述如下：

1. 心理效益：休閒有助提升自我概念、展現自我價值及提供高峰經驗。
2. 生理效益：休閒促進心血管健康、使疾病獲得控制及心理的復健。
3. 社會效益：休閒促進社會穩定、家庭和樂及文化認同。
4. 經濟效益：休閒提供工作機會、減少社會照顧的成本。
5. 環境效益：休閒有助環境的維護與保存。

高俊雄(1995)在探討「休閒利益三因素模式」的研究中，把休閒效益理論建構為三個構面，分別為：

1. 均衡生活體驗：紓解生活壓力、豐富生活體驗、增進生活體驗。
2. 健全生活內涵：維持健康體適能、啟發心思智慧、增進家庭親子關係、促進社會交友關係、關懷生活環境品質。
3. 提升生活品質：欣賞創造真善美、肯定自我能力、實踐自我理想。

陳中雲(2001)歸納國、內外學者的觀點、針對個人休閒經驗認為休閒效益可分為心理效益、生理效益、社交效益及教育效益四個面向，如下所述：

1. 心理效益：包含肯定自我、獲得成就感、自我滿足、自我實現、消除緊張、紓解緊張、愉悅心情、增添樂趣、發洩情緒、舒暢身心、欣賞創造真善美、獲得特殊體驗等。

2. 生理效益：包含維持體能、保持健康、獲得休息、消除疲憊、改善控制疾病、調劑精神、恢復精力等。

3. 教育效益：包含增進行為技能、拓展知識領域、刺激心智、啟發創意、激發個人潛力、培養多元興趣、促進活動技巧等。

4. 社交效益：包含增進家人感情、促進朋友情誼、拓展社交圈等效益。

林欣慧(2002)也是針對個人之休閒效益進一步歸納，將參與登山健行活動者之休閒效益分為「個人層面」與「社交層面」兩部份：個人層面包含之休閒效益有「生理效益」及「心理效益」兩構面，而社交層面包含之休閒效益為「社交效益」構面。

1. 生理效益：包括調整身心、逃避環境壓力、增進體適能、訓練技巧。

2. 心理效益：包括紓解壓力、自我滿足、尋求心靈慰藉、增加娛樂

增加體驗、欣賞真善美、擴展興趣、自我表現、自我反省、啟發心思智慧。

3. 社交效益：包括結交新朋友、增進人際關係、共享價值、服務社會、獨處、學習團體生活、接觸自然。

張少熙（2003）整理國內外學者對休閒效益之相關研究，將休閒效益分為生理效益、心理效益、自我實現與社交效益等四個面向來探討。

柴松林（2006）提出休閒效益包含滿足生理、心理、社交需求三種效益。

1. 滿足生理需求：休息是娛樂、解放工作勞苦之疲累，經由娛樂紓解壓力與心理緊張。

2. 滿足心理需求：調劑生活節奏、豐富生活內容，促進個人知識、能力、品味及道德水準的成長，使人的素質和生產力同時提昇。

3. 滿足社交需求：對人的關懷、對社區與環境的關愛、對人類歷史與未來命運的責任。

鄭天明、吳國清、陳美存(2007)則以高雄燈會遊客為對象的研究中，針對遊客參觀燈會節慶後，個人明顯感受到身心狀態的改善與需求的滿足，經由在參與過程心中所產生的效益，以生理、心理、社交、教育及美學等構面來進行衡量，包括有：「消除疲勞感到活力」、「發洩情緒紓解壓力」、「放鬆心情增添生活樂趣」、「得到滿足感」、「促進同儕及朋友感情」、「增進家人感情」、「學習增進活動技巧及技能」、「欣賞及創造真善美的事物」等等。

由上述文獻可知，休閒效益的研究，大都將個人參與休閒活動所獲得的休閒效益分為生理、社交、教育、心理、美學等構面來探討，因此本研究參考陳中雲(2001)的報告，將休閒效益定義為參與泰國曼谷 9 間寺院之旅活動，可以感受個人身心狀況的改善或滿足個人的需求，所得

到的效益，並配合泰國曼谷 9 間寺院的地點的特性，把休閒效益分為：「心理效益」、「生理效益」、「社交效益」及「宗教學習效益」等構面來衡量。

2.6 旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益關係之實證研究

2.6.1 旅遊動機與旅遊意象關係之實證研究方面

蕭如妙(2005)以農村酒莊之遊客觀光意象做為探究重點，並以樹生酒莊為研究基地，針對該地區之遊客的觀光意象進行了解，並探討遊客不同之基本屬性與旅遊特性，分別在觀光意象之差異情形，研究發現遊客的旅遊動機不同，對觀光意象認知的深刻程度亦不同。張紋菱(2007)以月眉探索樂園的遊客為調查對象，由回收的 402 份問卷，使用迴歸分析結果發現，旅遊動機與觀光意象呈現顯著正向的關係。林淑真(2007)在探討民宿投宿動機、期望、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係之研究中，以投宿古坑地區之民宿遊客為研究對象，透過問卷調查及線性結構模式來進行實證分析，結果發現旅遊動機對旅遊意象有顯著正向影響。而韋騏、梁家祐(2008)針對阿里山森林遊樂區的遊客的研究中也發現，受訪的遊客的旅遊動機與旅遊意象呈現正相關關係。廖獻鎰(2010)探討宗教的涉入程度對宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係調節效果之研究—以佛光山為例，研究發現遊客的旅遊動機與旅遊意象有顯著正向影響。張勝凱(2010)在探討自行車騎乘者人格特質、休閒動機、意象與休閒效益間影響關係之研究：以高雄市愛河連接蓮池潭自行車道為例，結果發現休閒動機對意象有正向顯著影響。綜合以上學者的研究文獻可發現，旅遊動機對旅遊意象有顯著影響。

2.6.2 旅遊動機與旅遊效益關係之實證研究方面

葉純菊(2004)探討遊客參與台灣咖啡節的休閒動機、休閒效益與滿意度之相關研究，結果顯示，遊客休閒動機與休閒效益之間具有正向關

係。徐新勝(2007)在針對衝浪活動參與者之休閒動機、涉入程度與休閒效益的相關程度的研究報告中指出，休閒動機和休閒效益有顯著正相關；由多元迴歸結果發現發現休閒動機的社交互動、紓解壓力能有效預測休閒效益；經由徑路分析結果發現社交互動、紓解壓力、自我成就、生活樂趣與自我實現能夠有效影響休閒效益。官素珍(2007)在探討露營者遊憩動機、持續涉入與休閒效益關係之研究中，以線性結構模式分析三項變數的關係，發現遊憩動機對休閒效益會產生正向的影響。許宇中(2008)對基隆河沿岸自行車道騎乘者參與動機、車道設施滿意度、遊憩體驗及休閒效益關係進行驗證，使用結構方程模式分析，結果發現參與動機對遊憩體驗有正向顯著影響，遊憩體驗對休閒效益有正向顯著影響。呂惠富(2008)在探討影響大學生參與休閒運動的動機與休閒運動所獲得效益之關係，研究結果顯示參與休閒運動之動機與休閒效益有顯著正向關係，也就是休閒運動參與動機愈強，所獲得之休閒效益也愈高。林士翔(2009)在研究高爾夫球消費者出國運動觀光的參與動機、體驗與休閒效益的研究中，以前往桂林地區參與高爾夫運動之消費者為研究對象，經研究分析後發現參與動機會正向影響體驗感受，體驗感受會正向影響休閒效益。廖獻鎰(2010)探討宗教的涉入程度對宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係調節效果之研究—以佛光山為例，研究結果顯示參與旅遊動機與旅遊效益有顯著正向關係。張勝凱(2010)在探討自行車騎乘者人格特質、休閒動機、意象與休閒效益間影響關係之研究：以高雄市愛河連接蓮池潭自行車道為例，結果發現參與休閒動機對休閒效益有正向顯著影響。

2.6.3 旅遊意象與旅遊效益關係之實證研究方面

陳怡麟(2006)在探討當地居民對南嬴總爺藝術文化中心從事遊憩行為所產生的遊憩意象，進而檢視居民的休閒效益認知的研究中發現，居

民對遊憩意象的感受愈強烈，其休閒效益的認知也會愈高。黃又仁(2008)針對大陸民眾對金門地區旅遊動機、旅遊意象與滿意度關係之研究，結果發現旅遊意象對於滿意度有顯著性且正向影響效果，其中以異地氣氛意象構面對滿意度影響最大。陳柏任(2008)以參觀高雄燈會遊客為對象，探討旅遊意象、滿意度與重遊意向之關係，使用線性結構關係模式驗證各項變數之因果關係，結果顯示遊客的旅遊意象對遊客滿意度，呈現顯著正向的影響。黃長發(2009)在有關主題樂園顧客滿意度與休閒效益相關之研究，針對九族文化村、月眉育樂世界及劍湖山世界三個主題樂園之遊客為對象。根據研究結果顯示，顧客滿意度及休閒效益之間有顯著正相關，而且主題樂園顧客滿意度可預測休閒效益。經由前述之文獻驗證，旅遊意象對滿意度呈現顯著正向之關係，滿意度對休閒效益之間亦有顯著正相關，因此也驗證旅遊意象對休閒效益呈現顯著正向之關係。廖獻鎰(2010)探討宗教的涉入程度對宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係調節效果之研究—以佛光山為例，研究結果發現旅遊意象與旅遊效益呈現顯著正向之關係。張勝凱(2010)在探討自行車騎乘者人格特質、休閒動機、意象與休閒效益間影響關係之研究：以高雄市愛河連接蓮池潭自行車道為例，結果發現參與意象對休閒效益呈現顯著正向之關係。

綜合上述文獻對旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益之實證研究，發現旅遊動機與旅遊意象呈現正向的關係，旅遊動機和旅遊效益亦以正相關存在，旅遊意象對旅遊效益亦為正向關係。

第三章 研究方法

本章以前述兩章的研究背景動機與文獻探討基礎，說明本研究之研究架構、研究設計及使用的研究方法，共分為七節，包含第一節為研究架構，第二節為研究假設，第三節為各變數的操作型定義，第四節為問卷設計，第五節為樣本來源與抽樣方法，第六節為資料分析方法。

3.1 研究架構

依據本研究目的，經文獻的理論基礎，瞭解宗教之遊客的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間之關係，瞭解其對旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係之影響，形成下列之研究架構圖。

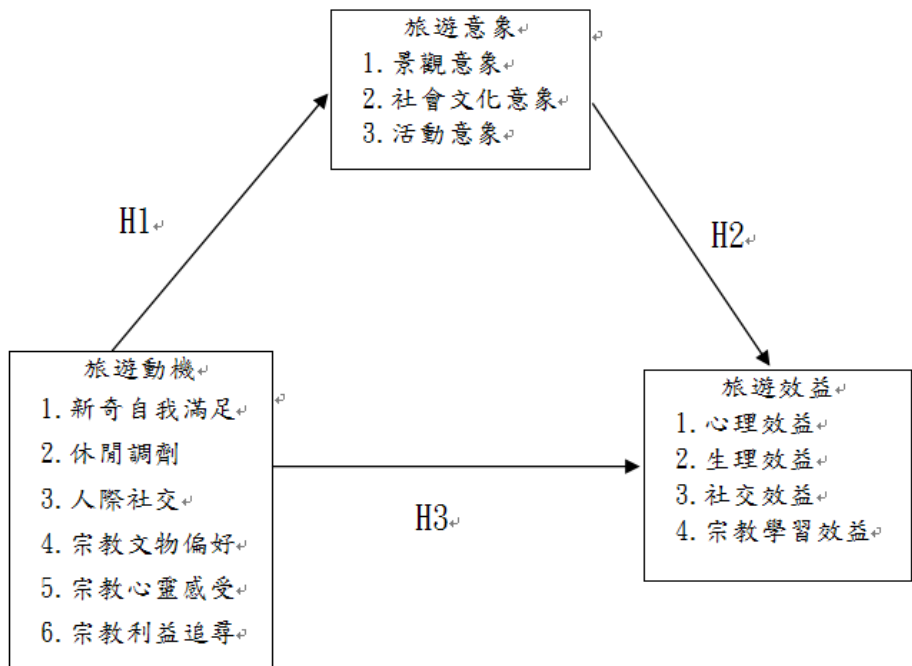


圖 3.1 研究架構圖

3.2 研究假設

本研究根據文獻探討，研究架構與研究目的，提出主要研究假設，陳述如下：

假設一(H1)：不同的旅遊動機對不同的旅遊意象有不同的感受

假設二(H2)：不同的旅遊意象對不同的旅遊效益有不同的感受

假設三(H3)：不同的旅遊動機對不同的旅遊效益有不同的感受

3.3 各變數的操作型定義

本研究中，依據研究架構共有旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益等三個變數，各變數的操作型定義，分別說明如下：

1. 旅遊動機：為遊客以滿足個人不同需求，到泰國曼谷 9 間寺院從事宗教之旅活動的驅動力，主要是以新奇自我滿足、休閒調劑、人際社交、宗教文物偏好、宗教心靈感受、宗教利益追尋等層面來探討。

2. 旅遊意象：為遊客對泰國曼谷 9 間寺院的環境、設施與情境的整體印象、圖象、知覺及期望，主要是以景觀、社會文化、活動等層面來探討。

3. 旅遊效益：為遊客參與泰國曼谷 9 間寺院之旅活動過程中，獲得個人身心或滿足需求利益的感受，主要是以心理、生理、社交、宗教學習等層面來探討。

3.4 問卷設計

本研究使用的問卷，參考相關文獻的內容設計而成，問卷採用封閉式結構由調查對象使用勾選方式填答，內容共分為五個部份，分別為 1. 旅遊動機 2. 旅遊意象 3. 旅遊效益 4. 遊客基本資料。除了遊客基本資料外，其餘均採用 Likert 五等第量表進行量測，由「非常不同意」至「非

常同意」分別給予 1 分至 5 分的方式計分，問卷設計建立過程分述如下：

1. 旅遊動機之衡量：問卷設計參考主要以黃宗成、黃躍雯、余幸娟(2000)在「宗教觀光客旅遊動機、期望、滿意度關係之研究—以台南南鯤鯓代天府為例」、唐明偉(2006)在「觀光客遊覽台北市龍山寺滿意度之研究」與廖獻鎰(2010)在「宗教的涉入程度對宗教之旅旅的遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係調節效果之研究—以佛光山為例」之研究中有關旅遊動機之問項為主，分為六個構面「新奇自我滿足」、「休閒調劑」、「人際社交」、「宗教文物偏好」、「宗教心靈感受」和「宗教利益追尋」。為配合泰國曼谷 9 間寺院的旅遊特性，把問項的內容略加修飾，並刪除不適合的題項，全部共計二十題，如表 3.1 所示。

表 3.1 旅遊動機量表構面與問項

構面	衡量題項
新奇自我滿足	慕名而來滿足好奇心 體驗新奇事物增廣見聞 肯定自我價值滿足成就
休閒調劑	鬆弛身心調劑生活 遠離塵囂暫別文明
人際社交	經家人或朋友推薦 促進親友情感交流 增進社交人際關係 和他人分享新奇體驗
宗教文物偏好	殿堂巡禮滿足懷舊情懷 喜愛節慶追求熱鬧 感受宗教文化藝術氣息 追求佛學上學習與滿足
宗教心靈感受	感受宗教莊嚴寧靜氣氛 朝謁飲水思源 尋求精神慰藉與心靈平靜 表達強烈的宗教信仰
宗教利益追尋	拜拜祈求佛祖庇佑 體驗神兆與意象 酬謝還願

資料來源：本研究整理

2. 旅遊意象之衡量：問卷設計主要參考 Birgit(2001) 與廖獻鎰 (2010) 在「宗教的涉入程度對宗教之旅的遊動機、旅遊意象與旅遊

效益間關係調節效果之研究—以佛光山為例」之標準意象測量表，分為三個構面「景觀意象」、「社會文化意象」和「活動意象」，計有十一題，題項內容配合泰國曼谷 9 間寺院的环境、設施與情境加以調整，如表 3.2 所示。

表 3.2 旅遊意象量表構面與問項

構面	衡量題項
景觀意象	有莊嚴的佛像 有莊嚴的法師 有古色古香的佛寺建築景觀 有美麗的風景與庭園景觀
社會文化意象	有眾多的佛教文物 有豐富精彩的藝術展覽 有合聞法
活動意象	適合節慶法會活動 適合消災解厄祈福禱告活動 適合禪修與佛學研習活動 適合散步、健行活動

資料來源：本研究整理

3. 旅遊效益之衡量：主要參考陳中雲(2002)在「國小教師休閒參與、休閒效益與工作滿意之關係研究」與廖獻鎰(2010)在「宗教的涉入程度對宗教之旅旅的遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係調節效果之研究—以佛光山為例」所編製之休閒效益量表，略加修改，並刪除「可以發洩情緒，舒暢身心」、「可以享受挑戰、刺激、自然、孤獨、自由等體驗」、「可以激發個人潛力」、「可以學習並增進活動技巧」與「可以培養多元興趣」等四個不適合題項。而全部分為四個構面，原本的「教育效益」

構面，為因應泰國曼谷 9 間寺院宗教之旅的特性，將其改名為「宗教學習效益」，並加入「可以感受宗教文化藝術氣息」這個題項，此構面有四題，而「心理效益」構面六題、「生理效益」構面四題以及「社交效益」構面三題，共有十七題，如表 3.3 所示。

表 3.3 旅遊效益量表構面與問項

構面	衡量題項
心理效益	可以獲得成就感，並肯定自己 可以自我滿足，實踐心中理想 可以消除緊張，舒解壓力 可以使心情愉快，增添生活情趣 可以得到精神寄託，讓心靈平靜 可以欣賞及創造真善美的事物
生理效益	可以保持身體健康，鍛鍊體能 可以獲得休息，消除疲勞 可以調劑精神，恢復精力 可以改善或控制疾病
社交效益	可以促進工作同儕及朋友的感情 可以促進家人的感情 可以拓展社交圈結交新朋友
宗教學習效益	可以學到領導，合作等行為技巧及能力 可以拓展佛學知識領域 可以啟發心思智慧 可以感受宗教文化藝術氣息

資料來源：本研究整理

4. 遊客基本資料：主要參考謝金燕(2003) 和廖獻鎰(2010) 之遊客

基本資料，略加修改而成，共分為：性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、宗教信仰、月所得、國家和旅遊次數等九個項目。

3.5 樣本來源與抽樣方法

本研究以到泰國曼谷縣9間寺院的遊客為問卷抽樣調查對象。於2010年01月23日至02月27日於期間，利用週末，在調查 Wat Arunratchawararam、Wat Bowornniwet Vihara Rajaworavihara、Wat kanlayanamit Woramahawihan、Wat Phrachetuphon Wimonmankhalram、Wat PhraSi Rattanasasadaram、Wat Prayurawongsawas Waraviharn，針對遊畢回程之遊客進行問卷預試，採便利抽樣法，共回收410份有效問卷。

於2010年03月06日至03月20日，於 Wat chanasongkhram、Wat Rakhangkhositaram Woramahawihan、Wat Sakesa Rajaworamahavihara，針對遊畢回程之遊客進行問卷預試，採便利抽樣法，共回收190份有效問卷。亦是採便利抽樣法，對遊畢回程之遊客進行正式問卷調查。總計發放600份問卷，扣除填答不全之廢卷16份，回收之有效問卷584份，有效回收率97.33%。樣本數的數目大小，依學者Sudman(1976)提出的看法，如果是地區性的研究，平均樣本人數在500至1000人之間較為適合。故這次問卷調查的有效樣本數具有代表性。

3.6 資料分析方法

本研究使用 SPSS13.0 等統計軟體進行資料分析與結構關係模式驗證，主要採用的方式有描述性統計、信度分析、驗證性因素分析及迴歸分析。

一、描述性統計(Descriptive Statistics)

用以計算遊客基本資料中各項目的人數與所佔之百分比，包括：性

別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、宗教信仰、月所得、國家與旅遊次數等。另外也針對旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益等各變數的所有題項，以每一題項在所有樣本中，用李克特量表計分方式，所計算出來的平均數與標準差。

二、信度分析(Reliability Analysis)

信度分析是用來檢驗問卷測量結果的一致性與穩定性。而本研究中的旅遊動機、旅遊意象、旅遊效益與涉入程度等，每個變數的構面主要是用 Cronbach' s α 係數來檢驗測其信度值， α 值愈高代表信度愈高，表示量表的可靠性愈高。

三、驗證性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis)

採用驗證性因素分析來檢查遊客之旅遊動機、旅遊意象、旅遊效益與涉入程度及認知價值各變項的效度。

四、迴歸分析 (Regression Analysis)

本研究主要在於瞭解旅客旅遊動機對於遊客旅遊意象、遊客旅遊動機對遊客旅遊效益及遊客旅遊意象對於旅遊效益之間的影響。採用多元迴歸分析以試圖發現旅遊動機、旅遊意象及旅遊效益各個構面的關聯性。

第四章 實證結果分析

本章內容可分為五節，第一節樣本基本資料分析，第二節各變數構面的平均數分析，第三節信效度分析，第四節驗證性因素分析，第五節迴歸分析。

4.1 樣本基本資料分析

本研究以泰國曼谷 9 間寺院為研究範圍，採用便利抽樣方式，對曼谷 9 間寺院遊客進行面對面訪談調查，共發放問卷 600 份，問卷回收 584 份，問卷回收率為 97.33%。

本研究之遊客樣本的基本資料分析如表 4.1 所示，性別以女性居多，佔 56.2%，年齡以 21~30 歲最多，佔 41.1%，其次為 31~40 歲者佔 20.0%。婚姻狀況以未婚居多，佔 63.2%。教育程度則以大專、大學程度最多，佔 50.9%，高中、高職程度居次者佔 23.6%。在職業方面以學生最多，佔 31.7%，其次為工業佔 18.5%。宗教信仰則以佛教佔有最高的比例，佔 68.0%，其次為沒有宗教信仰者佔 0.70%。在月所得方面以收入為一~二萬元居多，佔 30.1%，收入為一萬元以下居次者佔 26.7%。國家有分泰國人的 51.4% 跟外國人的 48.6%，其中以新加坡最多，佔 4.5%，台灣及日本佔 3.9%，其他 62 個國家佔 26.3%。而到泰國曼谷 9 寺院旅遊次數則以一次最多，佔 42.5%，重遊第二次為次者佔 33.0%。

經由以上的分析結果得知，到泰國曼谷 9 間寺院的遊客以女性、21 歲至 30 歲的未婚、大專及大學程度居多。在宗教信仰方面以佛教居多、月收入以一萬元以下至二萬元較多、外國以新加坡佔多數，旅遊次數以一次居多，也大致和 Phramaha Suthit Aphakaro (Oboun) (2010) 的研究

結果類似。

表 4.1 遊客樣本基本資料統計分析表(樣本數= 584)

基本資料變項		人數	百分比	基本資料變項		人數	百分比
性別	男	256	43.8%	宗教信仰	佛教	397	68.0%
	女	328	56.2%		道教	17	2.9%
年齡	20 歲以下	91	15.6%		基督教	30	5.1%
	21-30 歲	244	41.8%		天主教	91	15.6%
	31-40 歲	117	20.0%		回教	15	2.6%
	41-50 歲	101	17.3%		無	30	5.1%
	51-60 歲	24	4.1%		其他	4	0.7%
	60 歲以上	7	1.2%				
婚姻狀況	未婚	369	63.2%	月所得	10000 元以下	156	26.7%
	已婚	194	33.2%		10001-20000 元	176	30.1%
	其他	21	3.6%		20001-30000 元	124	21.2%
教育程度	國小與自修	14	2.4%		30001-40000 元	71	12.2%
	國中	27	4.6%		40000 元以上	57	9.8%
	高中、高職	138	23.6%	國家	中國	16	2.7%
	大專、大學	297	50.9%		日本	23	3.9%
	研究所以上	108	18.5%		台灣	23	3.9%
職業	軍公教	23	3.9%		美國	18	3.1%
	工	108	18.5%		英國	12	2.1%
	商	89	15.2%		香港	12	2.1%
	農林漁牧	20	3.4%		泰國	300	51.4%
	學生	185	31.7%		新加坡	26	4.5%
	服務業	42	7.2%	其他(62 國家)	154	26.3%	
	自由業	70	12.0%	到曼谷 9 寺院旅遊 次數	一次	248	42.5%
	無(退休、家 管、求職中)	25	4.3%		二次	193	33.0%
	其他	22	3.8%		三次	92	15.8%
			四次以上		51	8.7%	

資料來源：本研究整理

4.2 各變數構面的平均數分析

4.2.1 泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊動機分析

旅遊動機量表構面分為「新奇自我滿足」、「休閒調劑」、「人際社交」、「宗教文物偏好」、「宗教心靈感受」、「宗教利益追尋」，共 20 問項。構面之平均數、標準差與構面平均數如表 4.2 所示。

如表 4.2 所示，在「新奇自我滿足」這個構面，以「體驗新奇事物增廣見聞」平均數最高，為 3.57，而「慕名而來滿足好奇心」最低者為 3.33。在「休閒調劑」這個構面，以「鬆弛身心調劑生活」平均數較高，為 3.70，而「遠離塵囂暫別文明」較低者為 3.32。在「人際社交」這個構面，以「和他人分享新奇體驗」平均數最高者，為 3.52，而「經家人或朋友推薦」最低，為 3.35。在「宗教文物偏好」這個構面，以「感受宗教文化藝術氣息」平均數最高者，為 3.75，而「殿堂巡禮滿足懷舊情懷」最低，為 3.40。在「宗教心靈感受」這個構面，以「朝謁飲水思源」平均數最高，為 3.89，而「表達強烈的宗教信仰」最低，為 3.71。在「宗教利益追尋」這個構面，以「拜拜祈求佛祖庇佑」平均數最高者，為 3.72，而「酬謝還願」最低，為 3.09。

在旅遊動機全部題項平均數排序方面，前三名分別為「朝謁飲水思源」、「感受宗教莊嚴寧靜氣氛」及「尋求精神慰藉與心靈平靜」；排序最低前三名為「酬謝還願」、「體驗神兆與意象」與「遠離塵囂暫別文明」。這表示遊客到泰國曼谷 9 間寺院進行宗教之旅的動機，大都為想要朝謁飲水思源，和感受宗教莊嚴寧靜氣氛，也希望在尋求精神慰藉與心靈平靜。另外大多數的人也認為到泰國曼谷 9 間寺院旅遊的動機，並不如同一般民間信仰般的為酬謝神明和體驗神蹟。

表 4.2 旅遊動機平均數分析

構面與題項	平均數	標準差	總排序
新奇自我滿足			
慕名而來滿足好奇心	3.33	1.101	17
體驗新奇事物增廣見聞	3.57	0.969	10
肯定自我價值滿足成就	3.50	0.919	12
休閒調劑			
鬆弛身心調劑生活	3.70	1.009	8
遠離塵囂暫別文明	3.32	1.041	18
人際社交			
經家人或朋友推薦	3.35	0.963	16
促進親友情感交流	3.39	0.989	15
增進社交人際關係	3.47	0.978	13
和他人分享新奇體驗	3.52	1.018	11
宗教文物偏好			
喜愛節慶追求熱鬧	3.58	1.048	9
殿堂巡禮滿足懷舊情懷	3.40	1.033	14
感受宗教文化藝術氣息	3.75	1.042	4
追求佛學上學習與滿足	3.71	1.006	7
宗教心靈感受			
感受宗教莊嚴寧靜氣氛	3.80	0.882	2
朝謁飲水思源	3.89	1.510	1
尋求精神慰藉與心靈平靜	3.76	0.962	3
表達強烈的宗教信仰	3.71	1.021	6
宗教利益追尋			
拜拜祈求佛祖庇佑	3.72	1.088	5
體驗神兆與意象	3.29	1.143	19
酬謝還願	3.09	1.249	20

資料來源：本研究整理

4.2.2 泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊意象分析

旅遊意象量表構面分為「景觀意象」、「社會文化意象」、「活動意象」，共 11 問項。構面之平均數、標準差與構面平均數如表 4.3 所示。

如表 4.3 所示，在「景觀意象」這個構面，以「有古色古香的佛寺建築景觀」平均數最高，為 4.07，「有美麗的風景與庭園景觀」次之者為 4.06，而「有莊嚴的法師」最低，為 3.75。在「社會文化意象」這個構面，以「有豐富精彩的藝術展覽」平均數最高，為 3.95，「有眾多的佛教文物」最低，為 3.81。在「活動意象」這個構面，以「適合節慶法會活動」平均數最高者，為 3.88，「適合散步、健行活動」最低，為 3.48。

表 4.3 旅遊意象平均數分析

構面與題項	平均數	標準差	總排序
景觀意象			
有莊嚴的佛像	4.00	1.041	3
有莊嚴的法師	3.75	0.969	8
有古色古香的佛寺建築景觀	4.07	0.937	1
有美麗的風景與庭園景觀	4.06	0.992	2
社會文化意象			
有眾多的佛教文物	3.81	1.022	7
有豐富精彩的藝術展覽	3.95	0.881	4
適合聞法	3.86	0.913	6
活動意象			
適合節慶法會活動	3.88	0.842	5
適合消災解厄祈福禱告活動	3.69	0.919	10
適合禪修與佛學研習活動	3.70	0.943	9
適合散步、健行活動	3.48	1.043	11

資料來源：本研究整理

在旅遊意象全部題項平均數排序方面，前三名分別為「有古色古香的佛寺建築景觀」、「有美麗的風景與庭園景觀」及「有莊嚴的佛像」；排序

最低前三名為「適合散步、健行活動」、「適合消災解厄祈福禱告活動」與「適合禪修與佛學研習活動」。這顯示遊客對於泰國曼谷 9 間寺院的形象最深刻為豐富精彩的藝術展覽，有泰國廟風格的建築景觀和收藏豐富的佛教文物。而一般遊客對於泰國曼谷 9 間寺院為遊客提供適合聞法(平均數=3.86)、舉辦的節慶法會活動(平均數=3.88)與適合禪修與佛學研習活動(平均數=3.70)也留有深刻的意象，只是相對於佛像、佛寺等環境景觀方面的意象而顯得略高。

4.2.3 泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊效益分析

旅遊效益量表構面分為「心理效益」、「生理效益」、「社交效益」、「宗教學習效益」，共 17 問項。構面之平均數、標準差與構面平均數如表 4.4 所示。

在「心理效益」這個構面，以「可以使心情愉快，增添生活情趣」平均數最高，為 3.89，「可以欣賞及創造真善美的事物」次之者為 3.84，「可以獲得成就感，並肯定自己」最低為 3.35。在「生理效益」這個構面，以「可以調劑精神，恢復精力」平均數最高者，為 3.74，「可以改善或控制疾病」最低，為 3.46。而在「社交效益」這個構面，以「可以促進工作同儕及朋友的感情」平均數最高者，為 3.60，而「可以促進家人的感情」最低，為 3.53；在「宗教學習效益」這個構面，以「可以感受宗教文化藝術氣息」平均數最高者，為 3.84，「可以學到領導，合作等行為技巧及能力」最低，為 3.64。

表 4.4 旅遊效益平均數分析

構面與題項	平均數	標準差	總排序
心理效益			
可以獲得成就感，並肯定自己	3.35	1.021	17
可以自我滿足，實踐心中理想	3.53	0.856	15
可以消除緊張，舒解壓力	3.78	0.872	6
可以使心情愉快，增添生活情趣	3.89	0.844	1
可以得到精神寄託，讓心靈平靜	3.80	0.936	5
可以欣賞及創造真善美的事物	3.84	0.889	3
生理效益			
可以保持身體健康，鍛鍊體能	3.67	0.999	9
可以獲得休息，消除疲勞	3.67	0.981	10
可以調劑精神，恢復精力	3.74	0.978	7
可以改善或控制疾病	3.46	1.066	16
社交效益			
可以促進工作同儕及朋友的感情	3.60	1.050	12
可以促進家人的感情	3.53	1.042	14
可以拓展社交圈結交新朋友	3.55	0.906	13
宗教學習效益			
可以拓展佛學知識領域	3.74	0.878	8
可以啟發心思智慧	3.80	1.013	4
可以感受宗教文化藝術氣息	3.84	1.069	2
可以學到領導，合作等行為技 及能力	3.64	0.884	11

資料來源：本研究整理

在旅遊效益全部題項平均數排序方面，前三名分別為「可以使心情愉快，增添生活情趣」、「可以感受宗教文化藝術氣息」及「可以欣賞及創造真善美的事物」；排序最低前三名為「可以獲得成就感，並肯定自己」、「可以改善或控制疾病」與「可以自我滿足，實踐心中理想」。這顯示多

數遊客到泰國曼谷 9 間寺院旅遊可以得到心理層面效益，讓心得到愉快平靜，也藉著到寺院的參訪讓精神得到增添生活情趣，並由環境佈置、殿堂巡禮、佛教文物、法會活動等感受宗教文化氣息。另一方面，大多數人也認同到泰國曼谷 9 間寺院旅遊有減少疾病的健身效果(平均數=3.46)與獲得成就感，並肯定自己的效益(平均數=3.35)，只是略低於心靈感受層面的效益。

4.3 信效度分析

本研究採用 Cronbach' s α 係數來衡量問卷的信度，Guieford(1965) 提出：若是 α 係數高於 0.6 即算是可接受之信度，若係數高於 0.7 則表示高信度。

在「旅遊動機」的各構面中，Cronbach' s α 值分別為新奇自我滿足 0.74、休閒調劑 0.62、人際社交 0.76、宗教文物偏好為 0.73、宗教心靈感受 0.70 與宗教利益追尋 0.76。

在「旅遊意象」的各構面中，Cronbach' s α 值分別為景觀意象 0.82、社會文化意象 0.65 與活動意象 0.67。

在「旅遊效益」的各構面中，Cronbach' s α 值分別為心理效益 0.81、生理效益 0.68、社交效益 0.82 與宗教學習效益 0.80，其值如表 4.5 所示。

表 4.5 各變數的信度分析

變數與構面	Cronbach' s α
旅遊動機	
新奇自我滿足	0.74
休閒調劑	0.62
人際社交	0.76
宗教文物偏好	0.73
宗教心靈感受	0.70
宗教利益追尋	0.76
旅遊意象	
景觀意象	0.82
社會文化意象	0.65
活動意象	0.67
旅遊效益	
心理效益	0.81
生理效益	0.68
社交效益	0.82
宗教學習效益	0.80

資料來源：本研究整理

4.4 驗證性因素分析

本研究將泰國曼谷 9 間寺院遊客之旅遊動機、旅遊意象、旅遊效益與涉入程度及認知價值變項進行因素分析，並以因素負荷量大於 0.5 之作為驗證標準。

4.4.1 泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊動機的驗證性因素分析

針對遊客到泰國曼谷 9 間寺院進行宗教之旅的旅遊動機的驗證性因素分析，經由各題項驗證性因素統計結果如表 4.6 所示。

表 4.6 旅遊動機的驗證性因素分析

構面與題項	因素 負荷量	特徵值	累積解 釋變異(%)
新奇自我滿足		1.99	66.20
慕名而來滿足好奇心	0.81		
體驗新奇事物增廣見聞	0.87		
肯定自我價值滿足成就	0.76		
休閒調劑		1.44	72.18
鬆弛身心調劑生活	0.85		
遠離塵囂暫別文明	0.85		
人際社交		2.36	59.04
經家人或朋友推薦	0.60		
促進親友情感交流	0.82		
增進社交人際關係	0.86		
和他人分享新奇體驗	0.77		
宗教文物偏好		2.20	54.89
喜愛節慶追求熱鬧	0.70		
殿堂巡禮滿足懷舊情懷	0.72		
感受宗教文化藝術氣息	0.77		
追求佛學上學習與滿足	0.77		
宗教心靈感受		2.13	53.23
感受宗教莊嚴寧靜氣氛	0.63		
朝謁飲水思源	0.79		
尋求精神慰藉與心靈平靜	0.79		
表達強烈的宗教信仰	0.69		
宗教利益追尋		2.02	67.40
拜拜祈求佛祖庇佑	0.74		
體驗神兆與意象	0.89		
酬謝還願	0.83		

資料來源：本研究整理

如表 4.6 所示，在「新奇自我滿足」特徵值為 1.99、累積解釋變異為 66.20%、因素負荷量最高是 0.87，代表遊客到寺院旅行是因為希望體驗新奇事物增廣見聞。

在「休閒調劑」特徵值為 1.44、累積解釋變異為 72.18%、因素負荷量最高是 0.85，代表遊客到寺院旅行是因為希望鬆弛身心調劑生活和遠離塵囂暫別文明。

在「人際社交」特徵值為 2.36、累積解釋變異為 59.04%、因素負荷量最高是 0.86，代表遊客到寺院旅行是因為希望增進社交人際關係。

在「宗教文物偏好」特徵值為 2.20、累積解釋變異為 54.89%、因素負荷量最高是 0.77，代表遊客到寺院旅行是因為希望感受宗教文化藝術氣息和追求佛學上學習與滿足。

在「宗教心靈感受」特徵值為 2.13、累積解釋變異為 53.23%、因素負荷量最高是 0.79，代表遊客到寺院旅行是因為希望朝謁飲水思源和尋求精神慰藉與心靈平靜。

在「宗教利益追尋」特徵值為 2.02、累積解釋變異為 67.04%、因素負荷量最高是 0.89，代表遊客到寺院旅行是因為希望體驗神兆與意象。

4.4.2 泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊意象的驗證性因素分析

針對遊客到泰國曼谷 9 間寺院進行宗教之旅的旅遊意象的驗證性因素分析，經由各題項驗證性因素統計結果。

在「景觀意象」特徵值為 2.59、累積解釋變異為 64.70%、因素負荷量最高是 0.86，代表遊客到寺院旅行是因為有古色古香的佛寺建築景觀。

在「社會文化意象」特徵值為 1.80、累積解釋變異為 59.97%、因素負荷量最高是 0.87，代表遊客到寺院旅行是因為有豐富精彩的藝術展覽。

在「活動意象」特徵值為 2.02、累積解釋變異為 50.427%、因素負荷量最高是 0.80，代表遊客到寺院旅行是因為希望適合禪修與佛學研習活

動，如表 4.7 所示。

表 4.7 旅遊意象的驗證性因素分析

構面與題項	因素 負荷量	特徵值	累積解 釋變異(%)
景觀意象		2.59	64.70
有莊嚴的佛像	0.82		
有莊嚴的法師	0.75		
有古色古香的佛寺建築景觀	0.86		
有美麗的風景與庭園景觀	0.78		
社會文化意象		1.80	59.97
有眾多的佛教文物	0.85		
有豐富精彩的藝術展覽	0.87		
適合聞法	0.56		
活動意象		2.02	50.42
適合節慶法會活動	0.57		
適合消災解厄祈福禱告活動	0.70		
適合禪修與佛學研習活動	0.80		
適合散步、健行活動	0.70		

資料來源：本研究整理

4.4.3 泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊效益的驗證性因素分析

針對遊客到泰國曼谷 9 間寺院進行宗教之旅的旅遊效益的驗證性因素分析，經由各題項驗證性因素統計結果如表 4.8 所示。

在「心理效益」特徵值為 3.03、累積解釋變異為 50.49%、因素負荷最高是 0.78，代表遊客到寺院旅行他們可以得滿足，實踐心中理想。

表 4.8 旅遊效益的驗證性因素分析

構面與題項	因素 負荷量	特徵值	累積解 釋變異(%)
心理效益		3.03	50.49
可以獲得成就感，並肯定自己	0.68		
可以自我滿足，實踐心中理想	0.78		
可以消除緊張，舒解壓力	0.75		
可以使心情愉快，增添生活情趣	0.65		
可以得到精神寄託，讓心靈平靜	0.68		
可以欣賞及創造真善美的事物	0.71		
生理效益		2.45	61.18
可以保持身體健康，鍛鍊體能	0.73		
可以獲得休息，消除疲勞	0.82		
可以調劑精神，恢復精力	0.85		
可以改善或控制疾病	0.72		
社交效益		2.10	70.10
可以促進工作同儕及朋友的感情	0.76		
可以促進家人的感情	0.87		
可以拓展社交圈結交新朋友	0.88		
宗教學習效益		2.15	53.63
可以拓展佛學知識領域	0.67		
可以啟發心思智慧	0.80		
可以感受宗教文化藝術氣息	0.77		
可以學到領導，合作等行為技巧 及能力	0.68		

資料來源：本研究整理

在「生理效益」特徵值為 2.45、累積解釋變異為 61.18%、因素負荷量最高是 0.85，代表遊客到寺院旅行他們可以調劑精神，恢復精力。

在「社交效益」特徵值為 2.10、累積解釋變異為 70.10%、因素負荷

量最高是 0.88，代表遊客到寺院旅行讓他們可以拓展社交圈結交新朋友。

在「宗教學習效益」特徵值為 2.15、累積解釋變異為 53.63%、因素負荷量最高是 0.80，代表遊客到寺院旅行完成的後他們可以啟發心思智慧，如表 4.8 所示。

4.5 迴歸分析與假設的檢定

本研究採用逐步迴歸分析進行迴歸分析(Regression Analysis)來探討旅遊動機、旅遊意及旅遊效益間的關係。

4.5.1 泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊不同種類的旅遊動機對旅遊意象影響迴歸分析

1. 不同種類動機對景觀意象影響迴歸結果摘要

表 4.9 不同種類動機對景觀意象影響迴歸結果摘要

變數	係數估計值	標準誤	F 值	P 值	R ²
截距項	2.947	0.237	154.76	<0.0001	
休閒調劑	0.129	0.048	7.23	0.007	0.042
宗教文物偏好	0.103	0.048	4.49	0.035	

資料來源：本研究整理

不同種類動機對景觀意象影響迴歸結果摘要，R² 值指標為 0.042，在不同種類動機對景觀意象影響中，休閒調劑（係數估計值為 0.129，F 值為 7.23）、宗教文物偏好（係數估計值為 0.103，F 值為 4.49）對景觀意象有正向顯著影響，如表 4.9 所示。

2. 不同種類動機對社會文化意象影響迴歸結果摘要

不同種類動機對社會文化意象影響迴歸結果摘要，R² 值指標為 0.046，在不同種類動機對社會文化意象影響中，休閒調劑（係數估計值為 0.153，F 值為 7.34）、宗教文物偏好（係數估計值為 0.160，F 值為 12.08）對社會文化意象有正向顯著影響，如表 4.10 所示。

表 4.10 不同種類動機對社會文化意象影響迴歸結果摘要

變數	係數估計值	標準誤	F 值	P 值	R ²
截距項	2.919	0.209	195.63	<0.0001	
休閒調劑	0.153	0.056	7.34	0.007	0.046
宗教文物偏好	0.160	0.046	12.08	0.0006	

資料來源：本研究整理

3. 不同種類動機對活動意象影響迴歸結果摘要

不同種類動機對活動意象影響迴歸結果摘要，R² 值指標為 0.073，在不同種類動機對活動意象影響中，宗教文物偏好（係數估計值為 0.224，F 值為 29.06）對活動意象有正向顯著影響，如表 4.11 所示。

表 4.11 不同種類動機對活動意象影響迴歸結果摘要

變數	係數估計值	標準誤	F 值	P 值	R ²
截距項	3.014	0.186	262.02	<0.0001	0.073
宗教文物偏好	0.224	0.042	29.06	<0.0001	

資料來源：本研究整理

因此由分析結果得到，在不同種類旅遊動機對旅遊意象的關係中，產生了不同的影響。

4.5.2 泰國曼谷 9 間寺院遊客的旅遊不同種類的旅遊動機及不同旅遊意象對旅遊效益影響迴歸分析

1. 不同種類動機及不同旅遊意象對心理效益影響迴歸結果摘要

不同種類動機及不同旅遊意象對心理效益影響迴歸結果摘要，R² 值指標為 0.161，在不同種類動機對心理效益影響中，人際社交（係數估計值為 0.092，F 值為 3.88）、景觀意象（係數估計值為 0.299，F 值為 31.42）、

社會文化意象（係數估計值為 0.174，F 值為 10.74）對心理效益有正向顯著影響，如表 4.12 所示。

表 4.12 不同種類動機及不同旅遊意象對心理效益影響迴歸結果摘要

變數	係數估計值	標準誤	F 值	P 值	R ²
截距項	1.346	0.267	25.35	<0.0001	
人際社交	0.092	0.047	3.88	0.0495	0.161
景觀意象	0.299	0.053	31.42	<0.0001	
社會文化意象	0.174	0.053	10.74	0.001	

資料來源：本研究整理

2. 不同種類動機及不同旅遊意象對生理效益影響迴歸結果摘要

不同種類動機及不同旅遊意象對生理效益影響迴歸結果摘要，R² 值指標為 0.158，在不同種類動機對生理效益影響中，宗教利益追尋（係數估計值為 0.108，F 值為 8.59）、景觀意象（係數估計值為 0.170，F 值為 16.97）、社會文化意象（係數估計值為 0.157，F 值為 14.03）對生理效益有正向顯著影響，如表 4.13 所示。

表 4.13 不同種類動機及不同旅遊意象對生理效益影響迴歸結果摘要

變數	係數估計值	標準誤	F 值	P 值	R ²
截距項	1.653	0.214	59.74	<0.0001	
宗教利益追尋	0.108	0.037	8.59	0.004	0.158
景觀意象	0.170	0.041	16.97	<0.0001	
社會文化意象	0.157	0.042	14.03	0.0002	

資料來源：本研究整理

3. 不同種類動機及不同旅遊意象對社交效益影響迴歸結果摘要

不同種類動機及不同旅遊意象對社交效益影響迴歸結果摘要， R^2 值指標為 0.148，在不同種類動機對社交效益影響中，宗教心靈感受（係數估計值為 0.117，F 值為 7.91）、宗教利益追尋（係數估計值為 0.105，F 值為 6.18）、景觀意象（係數估計值為 0.166，F 值為 14.14）、社會文化意象（係數估計值為 0.107，F 值為 5.16）對社交效益有正向顯著影響，如表 4.14 所示。

表 4.14 不同種類動機及不同旅遊意象對社交效益影響迴歸結果摘要

變數	係數估計值	標準誤	F 值	P 值	R^2
截距項	1.749	0.233	56.12	<0.0001	
宗教心靈感受	0.117	0.041	7.91	0.005	
宗教利益追尋	0.105	0.042	6.18	0.013	0.148
景觀意象	0.166	0.044	14.14	0.0002	
社會文化意象	0.107	0.045	5.16	0.017	

資料來源：本研究整理

4. 不同種類動機及不同旅遊意象對宗教學習效益影響迴歸結果摘要

不同種類動機及不同旅遊意象對宗教學習效益影響迴歸結果摘要， R^2 值指標為 0.085，在不同種類動機對宗教學習效益影響中，人際社交（係數估計值為 0.126，F 值為 8.46）、宗教文物偏好（係數估計值為 0.091，F 值為 4.80）、宗教利益追尋（係數估計值為 0.085，F 值為 4.65）、活動意象（係數估計值為 0.093，F 值為 4.92）對宗教學習效益有正向顯著影響，如表 4.15 所示。

表 4.15 不同種類動機及不同旅遊意象對宗教學習效益影響迴歸結果摘要

變數	係數估計值	標準誤	F 值	P 值	R ²
截距項	2.464	0.230	114.88	<0.0001	
人際社交	0.126	0.043	8.46	0.004	
宗教文物偏好	0.091	0.042	4.80	0.030	0.085
宗教利益追尋	0.085	0.039	4.65	0.032	
活動意象	0.093	0.042	4.92	0.027	

資料來源：本研究整理

因此由分析結果得到，在不同種類旅遊動機及不同旅遊意象對旅遊效益的關係中，產生了不同的影響。

而本研究的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益的關係模式圖，如圖 4.1 所示，為避免圖面複雜，只呈現有顯著的路徑以實線表示，無顯著路徑則以虛線表示，茲將檢定結果說明如下：

1. 假設一(H1)：不同的旅遊動機對不同的旅遊意象有不同的感受。

在旅遊動機各構面對旅遊意象各構面的關係中：「休閒調劑」對「景觀意象」、「休閒調劑」對「社會文化意象」、「宗教文物偏好」對「景觀意象」、「宗教文物偏好」對「社會文化意象」、「宗教文物偏好」對「活動意象」，這幾條路徑的路徑係數為正，且 P 值小於 0.05，表示兩者關係呈現正向關係，並達顯著水準，其餘的路徑皆不顯著。也就是不同的旅遊動機會產生不同的旅遊意象，並非全部的旅遊動機都會對旅遊意象產生顯著影響。因此，假設一，成立。

2. 假設二(H2)：不同的旅遊意象對不同的旅遊效益有不同的感受。

在旅遊意象各構面對旅遊效益各構面的關係中：「景觀意象」對「心理

效益」、「景觀意象」對「社交效益」、「景觀意象」對「生理效益」、「社會文化意象」對「心理效益」、「社會文化意象」對「生理效益」、「社會文化意象」對「社交效益」、「活動意象」對「宗教學習效益」，這幾條路徑的路徑係數為正，且 P 值小於 0.05，表示兩者關係呈現正向關係，並達顯著水準，其餘的路徑皆不顯著。也就是不同的旅遊意象會產生不同的旅遊效益，並非全部的旅遊意象都會對旅遊效益產生顯著影響。因此，假設二，成立。

3. 假設三(H3)：不同的旅遊動機對不同的旅遊效益有不同的感受。

在旅遊動機各構面對旅遊效益各構面的關係中：「人際社交」對「心理效益」、「人際社交」對「宗教學習效益」、「宗教心靈感受」對「社交效益」、「宗教文化偏好」對「宗教學習效益」、「宗教利益追尋」對「生理效益」、「宗教利益追尋」對「社交效益」、「宗教利益追尋」對「宗教學習效益」，這幾條路徑的路徑係數為正，且 P 值小於 0.05，表示兩者關係呈現正向關係，並達顯著水準。由以上結果顯示，不同的旅遊動機會產生不同的旅遊效益，並非全部的旅遊動機都會對旅遊效益產生顯著影響。因此，假設三，成立。

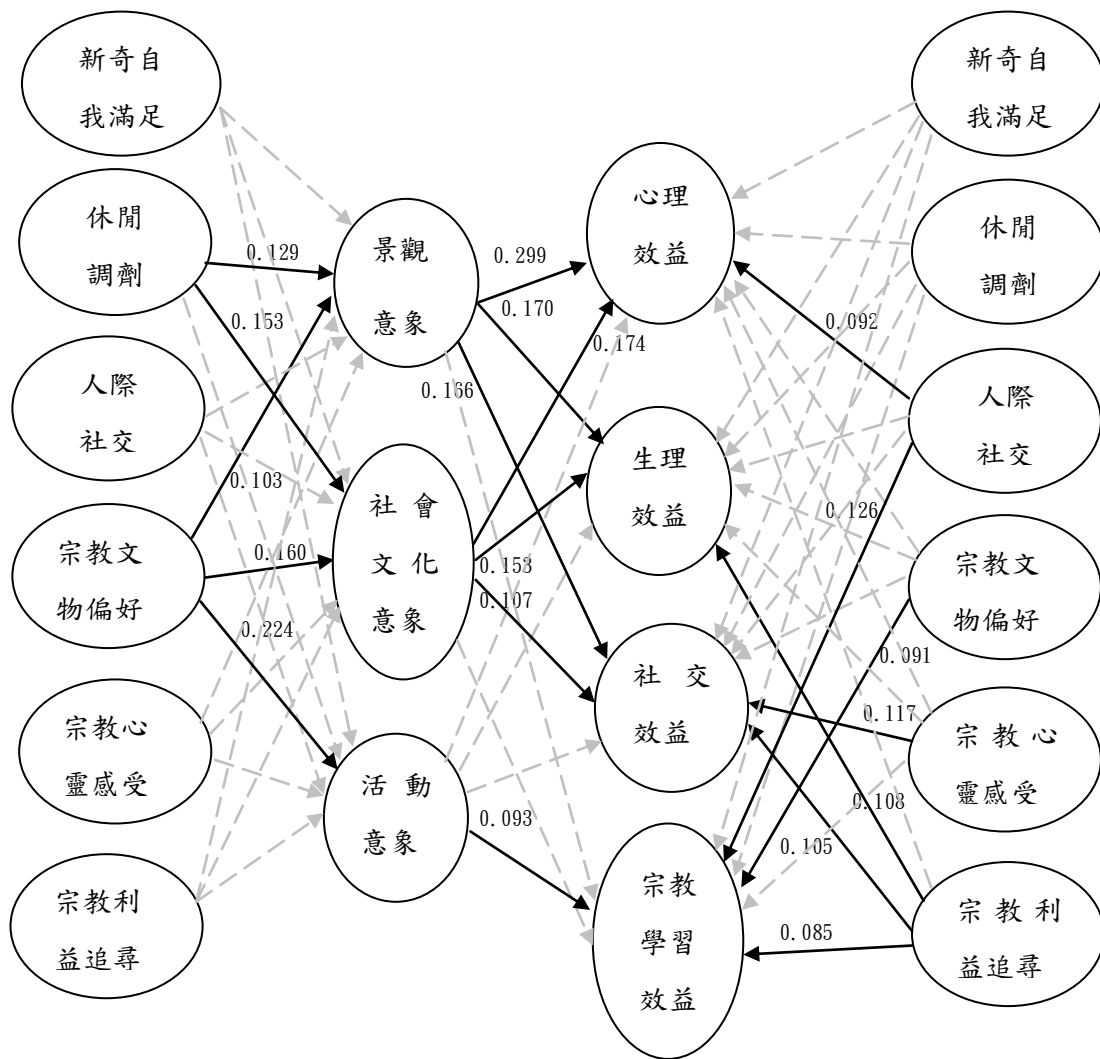


圖 4.1 模式路徑圖

註 1: 為了閱讀方便，將旅遊動機對旅遊意象及旅遊效益三者的關係圖，呈現在右側

註 2: "→" 代表路徑係數顯著，"…>" 代表路徑係數不顯著

由上述的結果顯示，新奇自我滿足動機對旅遊意象沒有影響，可能是因為問卷對象為本國人旅客及外國人遊客，不同宗教信仰和不同的社會風氣所造成，其中大部份是泰國遊客，長久來他們熟悉禮佛活動，猶如生活的一部分，無法產生新奇感，他們想得到無形的心靈祥和、安心，不知不覺而放鬆，所以新奇自我滿足動機對旅遊效益沒有影響。

休閒調劑動機對活動意象沒有影響，可能是遊客的旅遊目的是放鬆身心，欣賞寺院美麗的事物，而對宗教活動較沒有興趣。事實上旅遊可以幫助緩解壓力，但是有時因泰國天氣酷熱而感到煩燥，忘了欣賞美麗的事物，所以休閒調劑動機沒有得到明顯的旅遊效益。而人際社交動機對意象沒有影響，可能是大部份遊客到寺院旅遊，只是與親朋好友連絡感情，而在泰國曼谷 9 間寺院的旅遊過程中，維繫了與親友的感情而沒結交到新朋友，並不是為了美麗建築、佛像，及佛教活動。因此人際社交動機不影響生理效益、社交效益。

宗教文物偏好動機對心理效益、生理效益、社交效益沒有影響，可能是一些遊客去觀賞宗教文物、人們對它的歷史或節慶不太了解會感覺沒有特別，也不想參加節慶或宗教文物有關，因此沒有結交新朋友、社會等等。

宗教心靈感受動機對意象並沒有影響，可能是宗教活動有時太深奧，一些人們如果不是佛教徒不會明白；或某些藝術需要較長時間、而遊客並沒有時間去參加，更無法體驗到宗教的莊嚴和平靜，及撫慰人們心靈的感受。宗教利益追尋動機對心理效益沒有影響的理由，有可能這方面的遊客主要是祈求拜佛體驗與神蹟，而並不是放鬆心情和獲得休息。也許可能遊客對環境不習慣和限制時間，會影響到旅客的宗教心靈感受動機對心理效益、生理效益、宗教學習效益並沒有影響。

佛教團體、年紀大的人在宗教利益追尋常常拜拜祈求佛祖庇佑、體驗

神兆與意象、酬謝還願。但是本研究有很多旅客是還在就學的青少年，而他們比較不會在乎這種宗教利益，以致宗教利益追尋對旅遊意象沒有影響。

第五章 結論與建議

本研究主要目的在於：瞭解泰國曼谷 9 間寺院之遊客的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間的關係，以量化研究方式進行，本章首先就本研究之理論架構與研究目的發展基礎，再經由實證分析之結果，歸納整理。由實證結果所展現的管理意涵，提供建議事項給泰國曼谷 9 間寺院作為參考，並給後續研究者建議。

5.1 結論與意涵

本研究旨在探討泰國曼谷 9 間寺院之遊客的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益之相關性，並以泰國曼谷 9 間寺院之遊客為研究主體，其研究所獲致的結果，提出以下結論：

1. 遊客的特性：依旅客的基本資料分析，到泰國曼谷 9 間寺院進行宗教之旅的遊客以女性佔多數，可能是女生可以在師父的佛法教導下、得到心靈上的平靜。同時大部分的婦女會利用空餘時間到寺院做義務性的工作，以期增長福德。遊客以未婚、年齡為 21 歲至 30 歲居多，學歷以大專及大學程度佔多數，可能是問卷調查的時候是學校放假期間，宗教信仰方面以佛教居多，這顯示喜歡到泰國曼谷 9 間寺院進行宗教之旅的遊客，主要是以年輕未婚的女性佛教徒為主要的客層，國籍以泰國人為主，而外國人則以新加坡人居多，可能是這 9 間寺院在曼谷市著名和具有歷史價值的宗教場所，這意味著它們是曼谷市重要的旅遊景點。

2. 遊客的旅遊動機：由旅遊動機全部題項平均值排序分析得知，泰國曼谷 9 間寺院對遊客而言是一個可以休閒旅遊的地方，可以讓心朝謁飲水思源，可以放鬆身心讓心靈平靜；也是一個宗教聖地，可以感受佛教莊嚴的氣氛，欣賞宗教文物，這是由於佛寺的自然環境所致。

3. 遊客的旅遊意象：由旅遊意象全部題項平均值排序分析得知，遊客對於泰國曼谷 9 間寺院的意象最深刻為古色古香的佛寺建築景觀、莊嚴的佛像、美麗的風景與庭園景觀和豐富精彩的藝術展覽，其因乃泰國的寺院有泰國獨特的風格，是泰國專屬的特色，故留給旅客深刻的印象。

4. 遊客的旅遊效益：由旅遊效益全部題項平均值排序分析得知，遊客認為藉著到寺院地參訪感受莊嚴氣氛，可以讓心靈愉快平靜，增添得到生活情趣，也可以啟發心思智慧，並由環境佈置、殿堂巡禮、佛教文物、法會活動等感受宗教文化氣息，調查結果也顯示明遊客專注於佛教文化參訪上。

5. 由旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益各構面的關聯分析的研究結果顯示：

(1) 不同種類的旅遊動機會產生不同的旅遊意象方面

遊客到泰國曼谷 9 間寺院旅遊的目的，如果是休閒放鬆，喜歡遊美麗的風景，古色古香的佛寺，對特有佛像、宗教文物、精彩的藝術展覽、庭園造景等宗教氣氛濃厚的環境景觀，會產生深刻的意象；如果到泰國曼谷 9 間寺院旅遊的目的，是對佛教文化藝術有興趣者，則會特別去觀賞泰國曼谷 9 間寺院各館藏所收藏的佛教文物；也可能有人喜愛節慶，因為他們追求熱鬧，可以參加的節慶貫穿全年，由於宗教節慶在泰國很多，如潑水節、衛塞節等等，而留下這方面的意象。如旅遊的目的，喜歡感受佛法上薰習的滿足、追求新事物在生活中與欣賞佛教文物，則在泰國曼谷 9 間寺院旅遊期間，除對環境景觀與佛教文化藝術有意象外，如適逢舉辦法會、聞法、禪修、佛學研習…等活動，可能會去觀賞或實際參與，而留下特別的意象。

(2) 不同種類的旅遊意象會產生不同的旅遊效益方面

對泰國曼谷 9 間寺院的各項環境景觀，美麗の古老建築、令人欽佩，並且是休息旅遊地點，有強烈意象の遊客，可以讓遊客消除緊張、紓解壓力，使人們心情愉快，也可以調劑精神、恢復精力，改善或控制疾病，更可使煩躁の心靈得到平靜，此外該寺院是個促進家人及朋友感情の地方，因為可以跟家人或朋友在一起禮佛，也可以結交新朋友，藉著到分散於寺院の庭園景點去觀賞，達到運動健身效果。而對泰國曼谷 9 間寺院佛教文物與文化藝術展覽有深刻意象の遊客，到各展覽館欣賞文物時，可增進佛學與文化藝術方面の知識。另外對泰國曼谷 9 間寺院舉辦の各項活動有特別意象の遊客，在觀賞或參與各項活動時，會有啟發心思智慧，也藉著活動過程中，增加佛學知識上の了解，也在同好團體共同參與中，增進彼此の情感。

(3) 不同種類的旅遊動機會產生不同的旅遊效益方面

遊客到泰國曼谷 9 間寺院旅遊，其休閒調劑動機是對旅遊效益有良好影響效果。因為休閒調劑透過旅遊景觀意象及社會文化意象の介效果產生了心理、生理及社交等旅遊效益。譬如休閒放鬆者，遊玩於風景幽美の泰國曼谷 9 間寺院，面對收藏豐富の各種佛教文物，會感覺身心舒暢，也因為純為休閒旅遊宗教莊嚴氣氛，對於尋求心靈平靜者，容易感受其所營造出來の氣氛，無論在身心方面都可得到滿足和安詳，並在體驗中對佛門有進一步の了解。對於佛教文物與佛學知識，會很有興趣去深入了解，也可以啟發個人の心思智慧，還可以拓展佛學知識領域。對於出遊者，也可以促進家人或朋友之間の感情，在泰國曼谷 9 間寺院各殿堂共同禮佛，或參觀節慶熱鬧、寺院の活動，在和樂融融の氣氛下，增進彼此の情感。同時，拜拜祈求佛祖庇佑保護自己、家人及朋友，或酬謝還願是一個信念の強化。因為個人會有焦慮和緊張，或對作事沒有

信心，這些可以幫助個人對緩解焦慮情緒和壓力上的舒緩，進而恢復愉快的精神。

5.2 建議

經由研究結論後，本研究針對泰國曼谷 9 間寺院提出相關之建議，敘述如下：

1. 由研究分析得知，加強遊客對泰國曼谷這 9 間寺院的旅遊意象，可提升旅遊效益。表面上看，遊客來這裡想看古色古香的佛寺建築景觀、莊嚴的佛像、美麗的風景與庭園景觀和豐富精彩的藝術展覽，但本研究顯示，他們還希望能夠得到心靈的平情，因為泰國人相信就是在這 9 間寺院禮佛對生活中會有好事、讓心靜，而促進身體健康。

2. 針對到泰國曼谷 9 間寺院的旅遊客進行問卷調查，發現遊客中大多數都是年輕人，原因是當發問卷時是各個學校和大學放假時，另外也表示大多數年輕人開始對宗教產生興趣，能反映社會，參觀寺院能幫助及培養人們藝術的美感，成為良好的社會典範，而不會對社會造成負面的影響。

3. 由研究發現，各寺院方充滿了歷史和建築之美，但是總有遊客會不小心摧毀佛像、圖畫、佛塔，所以維修保持原始的狀態是非常重要的。除了寺方必須導遊客保護古蹟之外。另外建議寺方，也要加強遊憩環境與服務設施的管理維護，包括停車場的增設、沿途設立歇腳座椅或涼亭、改善步道的無障礙設施與標示清楚的景點指示牌等，以提供良好的休閒環境品質。

參考文獻

中文文獻

1. 丁誌紋(2009), 宗教旅遊的發展與台灣的盛況, 第二屆世界佛教論壇論文集, 主辦單位: 中國佛教協會、國際佛光會、香港佛教聯合會、中華宗教文化交流協會, 地點: 臺北、無錫。
2. 工旭全(2008), 宗教觀光衝擊之研究—以北海朝天宮為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文, 未出版, 嘉義。
3. 工伯文(2005), 民宿體驗、旅遊意象、遊客滿意度與忠誠影響關係之研究—以奮起潮地區為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文, 未出版, 嘉義。
4. 工信惠(2007), 宗教觀光地旅遊意象、知覺價值、旅遊品質、滿意度與遊後行為意圖關係之研究—以北港為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文, 未出版, 嘉義。
5. 朱家慧(2006), 涉入、體驗、依戀之影響關係研究—以鶯歌地區為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文, 未出版, 嘉義。
6. 吳佩芬(1997), 主題樂園遊客對主題意象認知之研究—以六福村主題遊樂園為例, 逢甲大學土地管理研究所碩士學位論文, 未出版, 台中市。
7. 吳明隆(2008), 結構方程模式, 台北市: 五南出版社
8. 呂惠富(2008), 休閒運動之參與動機與休閒效益關係之研究, 休閒產業管理學刊, 3卷1期, 41-53頁。
9. 杜明勳(2003), 談靈性, 護理雜誌, 51卷1期, 81-85頁。
10. 沈進成、廖若岑、周君妍(2005), 遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度影響關係之研究—以華山咖啡為例, 戶外遊憩研究, 18卷3期,

59-79 頁。

11. 沈進成、謝金燕 (2003)，宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究—以高雄佛光山為例，旅遊管理研究，3 卷 1 期，79-95 頁。
12. 官素珍 (2008)，露營者遊憩動機、持續涉入與休閒效益關係之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義。
13. 林士翔 (2009)，高爾夫球消費者出國運動觀光的參與動機、體驗與休閒效益之研究，大葉大學運動事業管理學系碩士論文，未出版，嘉義縣。
14. 林欣慧 (2002)，解說成效對休閒效益體驗之影響研究—以登山健行為例，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士學位論文，未出版，臺北市。
15. 林淑真 (2008)，民宿投宿動機、期望、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係之研究—以古坑地區民宿為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義。
16. 林燈燦 (2001)，旅行業理論與實務，台北：品度股份有限公司。
17. 林靈宏 (1994)，消費者行為學，初版，台北：五南。
18. 侯錦雄、林宗賢 (1996)，日月潭風景區目標市場定位策略中之旅遊意象度量探討，戶外遊憩研究，19 卷 1 期，57-77 頁。
19. 洪秀華 (2008)，賞鯨活動旅客涉入、服務品質對體驗與知覺價值影響之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義。
20. 洪煌佳 (2001)，突破休閒活動之休閒效益研究，國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士學位論文，未出版，台北市。
21. 洪煌佳 (2001)，突破休閒活動之休閒效益研究，國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士學位論文，未出版，台北市。

22. 韋騏、梁家祐(2008)，阿里山森林遊樂區遊客旅遊動機、旅遊意象與場所依戀之研究，運動與遊憩研究，3(1)，79-107 頁。
23. 唐明偉 (2006)，觀光客遊覽龍山寺滿意度之研究，世新大學觀光研究所碩士學位論文，未出版，台北市。
24. 孫武彥 (1995)，文化觀光—文化與觀光之研究，現代社會思潮叢書(三) 九章出版社，台北：三民書局。
25. 徐新勝(2007)，衝浪活動參與者之休閒動機、涉入程度與休閒效益關係之研究，中正大學運動與休閒教育研究所碩士學位論文，未出版，嘉義縣。
26. 柴松林 (2006)，休閒時代—學習社會，北縣教育，14 期，33-38 頁。
27. 高俊雄(1995)，休閒利益三因素模式，戶外遊憩研究，8 卷 1 期，15-28 頁。
28. 張少熙 (2003)，台灣地區中學教師參與休閒運動行為模式之研究，國立台灣師範大學體育學系博士論文。
29. 張俊彥 (1995)，台灣宗教性休閒活動之社會人口分析，戶外遊憩研究，18 卷 4 期，69-74 頁。
30. 張春興、楊國樞(1993)，心理學，台北：三民書局。
31. 張紋菱(2007)，主題樂園遊客旅遊動機、觀光意象與忠誠度關係之研究—以月眉探索樂園為例，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士學位論文，未出版，台中縣。
32. 張勝凱 (2010)，探討自行車騎乘者人格特質、休閒動機、意象與休閒效益間影響關係之研究：以高雄市愛河連接蓮池潭自行車道為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義。
33. 張華保 (1986)，社會心理學(二版)，台北：三民書局。
34. 莊立育 (2003)，我國旅行業國外宗教觀光遊程設計之研究—以以色列

- 朝聖團為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義縣。
35. 許宇中(2008)，基隆河沿岸自行車道騎乘者參與動機、車道設施滿意度、遊憩體驗及休閒效益關係之研究，台灣體育大學運動管理學系碩士論文，未出版，桃園縣。
36. 許家禎(2007)，冒險性遊憩活動參與者遊憩動機、遊憩涉入與流暢體驗之研究-以生存遊戲為例，南台科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文，未出版，臺南縣。
37. 許惠玲(2008)，參與登山健行之高齡者其休閒涉入、休閒效益與幸福感關係之研究-以高雄縣市郊山為例，嘉義大學休閒事業管理研究所碩士學位論文，未出版。
38. 陳中雲 (2002)，國小教師休閒參與、休閒效益與工作滿意之關係研究，國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士學位論文，未出版，台北市。
39. 陳伯南 (2004)，宗教觀光旅遊動機、認知價值、滿意度與忠誠度關係之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義。
40. 陳怡麟(2006)，居民對南瀛總爺藝文中心之遊憩意象與休閒效益認知之研究，大葉大學休閒事業管理學系碩士班碩士學位論文，未出版，彰化縣。
41. 陳勁甫，陳威亞(2009)，大學生遊學產品意象、知覺價值、滿意度及購後行為意圖關係之研究，戶外遊憩研究，18卷1期，23-46頁。
42. 陳思倫、宋秉明、林連聰 (1996)，觀光學概論，國立空中大學。
43. 陳柏任(2008)，觀光節慶活動遊客旅遊意象、滿意度與重遊意向之研究-以高雄燈會藝術節為例，高雄餐旅學院餐旅管理研究碩士論文，

- 未出版，高雄市。
44. 陳淑娥 (2006)，高雄家事服務從業人員休閒參與、休閒動機、休閒阻礙工作壓力之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義。
 45. 陳運星 (2006)，宗教通識課程之境教設計：宗教聖地參訪，止善創刊號。
 46. 陳嘉雯 (2006)，登山健行活動之登山客持續涉入、休閒效益與幸福感關係之研究，私立銘傳大學觀所碩士論文。
 47. 傅小珊 (2006)，涉入、體驗、目的地意象與重遊意願之關係研究，嘉義大學休閒事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義市。
 48. 黃又仁 (2008)，大陸民眾對金門地區旅遊動機、旅遊意象與滿意度關係之研究，亞洲大學國際企業學系碩士論文、未出版、台中縣。
 49. 黃宗成、黃躍雯、余幸娟 (2000)，宗教觀光客旅遊動機、期望、滿意度關係之研究，戶外遊憩研究，13 卷 3 期，23-48 頁。
 50. 黃長發 (2009)，主題樂園顧客滿意度與休閒效益相關之研究，運動休閒餐旅研究，4(3)，60-80 頁。
 51. 黃曼麗 (2007)，烏來地區高檔溫泉旅館意象之研究-以春秋烏來渡假酒店、璞石麗緻溫泉會館、碧逸溫泉會館為例，靜宜大學管理碩士在職專班碩士學位論文，未出版，臺中縣。
 52. 黃錦照 (2002)，田中森林公園旅客旅遊動機與滿意度之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義。
 53. 黃耀昆 (2006)，旅遊動機、旅遊意象與滿意度關係之研究-以田尾公路花園為例，嘉義大學林業暨自然資源研究所碩士學位論文，未出版，嘉義市。
 54. 楊明賢 (2002)，觀光學概論，台北：揚智出版社。

55. 葉純菊 (2004), 遊客參與台灣咖啡節的休閒動機、休閒效益與滿意度之相關研究, 雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
56. 廖獻鎰 (2010), 宗教的涉入程度對宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係調節效果之研究—以佛光山為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文, 未出版, 嘉義。
57. 劉姿廷 (2009), 景觀啡廳意象、知覺價值與忠誠度—轉換成本的干擾效果, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文, 未出版, 嘉義縣。
58. 劉修祥 (1998), 觀光導論 (第一版四刷), 台北: 揚智出版社。
59. 劉素惠 (2007), 利用詮釋現象探討宗教旅之情緒體驗, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文, 未出版, 嘉義縣。
60. 劉純 (2002), 旅遊心理學, 台北: 揚智出版社。
61. 劉靜雲 (2006), 鶯歌遊客特性與觀光意象之關係研究, 銘傳大學觀光研究所碩士學位論文, 未出版, 臺北市。
62. 劉瓊如、林若慧、吳正雄 (2002), 海岸型風景區遊客旅遊意象之區隔研究—以東北角海岸國家風景區為例, 戶外遊憩研究, 15 卷 3 期, 55-78 頁。
63. 蔡進發、陳慧君、黃宗成 (2004), 聖城—耶路撒冷: 宗教觀光客旅遊動機、限制因子、實際體驗與重遊意願之研究, 世界宗教學刊, 第四期, 2004 年 12 月, 73-104 頁。
64. 鄭天明、吳國清、陳美存 (2007), 不同參與經驗之遊客對展覽型節慶的主題意象、活動吸引力、滿意度與休閒效益之影響研究—以高雄燈會為例, 旅遊管理研究, 第 7 卷第 1 期, 31-54 頁。
65. 蕭如妙 (2005), 影響遊客對農村酒莊觀光意象因素之研究—以樹生酒莊為例, 靜宜大學觀光事業學系研究所碩士論文, 未出版, 臺中縣。

66. 戴有德、陳冠仰、李素馨(2008)，遊憩涉入、場所依賴與場所認同因果關係之研究：以東豐綠色走廊遊憩自行車使用者為例，戶外遊憩研究，21卷4期，27-57頁。
67. 謝金燕(2003)，宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究—以高雄佛光山為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義縣。
68. 謝淑芬(1994)觀光心理學，五南圖書出版股份有限公司。
69. 顏美麗(2007)，生活型態、旅遊動機與阻礙因素對嘉義縣國小教師參與海外旅遊意願影響之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義縣。
70. 蘇宏林(2008)，淡水地區旅客意象、遊憩體驗、滿意度與重遊意願關係之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士學位論文，未出版，嘉義縣。

英文文獻

1. Ajzen. I. (1991). Benefits of Leisure: A Social Psychological Perspective. In B. L. Driver. P. J. Brown & G. L. Peterson(eds.), Benefits of Leisure. pp. 411-418. Stage College, Pa: Venture Publishing.
2. Allport, G. W., & Ross, M. J. (1967). Personal Religious Orientation and Prejudice. Journal of Personality and Social Psychology, Vol.5, No.4, pp. 1532-1539.
3. Assael, H. (1984). Consumer Behavior and Marketing Action. Boston, MA: Kent publishing.
4. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. Academic of Market Science, Vol.16, pp76-94.
5. Baloglu, S. and McCleary, K. (1999). A Model of Destination Image

- Formation, Annals of Tourism Research, Vol.26, pp.868-897.
6. Bammel, G. and Burrus-Bammel, L. L. (1982). Leisure and Human Behavior Dubuge, IA: Wm. C. Brown Company Publisher.
 7. Beard, Jacob G. and Ragheb, M. G. (1983), Measuring Leisure Motivation, Journal of Leisure Research, Vol.5,No.3, pp.219-228.
 8. Beerli, A. and Martin, J. D. (2004). Factors influencing Destanation Image. Annals of Tourism Research, Vol.31,No.3. pp.657-681.
 9. Birgit, L. (2001).Image segmentation: The Case of a Tourism Destination. Journal of Services Marketing, Vol.15, No.1, pp.49-66.
 - 10.Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., and Zeithaml, V. A. (1993) , A. Dynamic Process Model of Service Quality : From Expectations to Behavioral Intentions, Journal of Marketing Research,30 (Feb.) ,pp.7-27.
 - 11.Bright, A. D. (2000) ,The Role of Social Marketing in Leisure and Recreation Management, Journal of Leisure Research,Vol.32, No.1, pp.12-18.
 - 12.Cai, L.A. and Combrink, T.E. (2000).Japanese Female Travelers-Auni Que Outbound Market. Asia Pacific Journal of Tourism Research, Vol.5,No.1, pp.16-24.
 - 13.Crompton, J. L. (1979) An Assessment of The Image of Mexico as a Vacation Destination and The Influence of Geographical Location Upon The Image. Journal of Travel Research, Vol.18,No.4, pp.18-23.
 - 14.Crompton,J. L., and Mckay, S. L. (1997). Motives of Visitor Attending Festival Events. Annals of Tourism Research, Vol.24,No.2, pp.425-439.
 - 15.Dichter, E. (1985). What's in An Image. Journal of Consumer Research, Vol.13,No.2, pp.455-472.
 - 16.Driver, B. L.(1997). The Defining Moment of Benefits. Parks and Recreation. Vol.32,No.12, pp.38-41.
 - 17.Driver, B. L., and Bruns, D. H. (1999). Concepts and Uses of The Benefits

- Approach to Leisure. In E. L. Jackson, and T. L. Burton (eds.), *Leisure Studies* (pp. 349-368). State College, PA: Venture Publishing, Inc.
18. Driver, B. L., Brown, P. J., and Peterson, G. L. (1991). Research on leisure benefits: An Introduction to This Volume. In B. L. Driver, P. J. Brown and G. L. Peterson (Eds.), *Benefits of Leisure*. (pp. 3-12). State College, PA: Venture Publishing, Inc.
 19. Echtner, C. M., and Ritchie, J. R. B. (1993). The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment. *Journal of Travel Research*, Vol. 31, No. 4, pp. 3-13.
 20. Fakeye, P. C. and Crompton, J. L. (1991), Image Differences Between Prospective, First-time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, Vol. 30, pp. 10-16.
 21. Gartner, W. C. (1993) Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2 (2/3), pp. 191-216.
 22. Gunn, C. A. (1972). *Vacation scape : Designing Tourist Regions*, Austin : University of Texas.
 23. Hunt, J. D. (1975). Image as a Factor in Tourism Development. *Journal of Travel Research*, Vol. 13, No. 3, pp. 1-7.
 24. Huston Smith (1998), 人間宗教, 台北：立緒出版社。
 25. Iso-Ahola and Aalen (1982). The Dynamics of Leisure Motivation: The Effect of Outcome on Leisure Needs. *Research Quarterly For Exercise And Sport* Vol. 53, No. 2, pp. 141-149.
 26. Kotler, P. (1997). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*. 9th ed. Englewood Cliffs, New Jersey. Prentice Hall.
 27. Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., and Bacon, J. (2004). Predictor of Behavioral Loyalty Among Hikers Along the Appalachian Trail. *Leisure Sciences*, Vol. 26, pp. 99-118.

28. Mannel R. C., and Stynes, D. J. (1991). A Restrospective: The Benefits of Leisure, In Driver, B. L., Brown, P. J. and Peterson, G. L. (Eds), Benefits of Leisure (pp.461-473). Stage College, PA: Venture Publishing.
29. Manning , R.E. (1985) .Diversity in a Demorcacy ; Expanding the Recreation Opportunity Spectrum..Leisure Science , 7 (4) , 377-399 .
30. McIntosh, R. W., and Gupta, S. (1997) Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 3rd. Ohio: Grid Inc.
31. McIntosh,R. (1990). Tourism: Principles, Practices, Philosophies. New York:Wiley.
32. Milman, A. and Pizam, A. (1995). The Role of Awareness with a Destination: The Central Florida Case. Journal of Travel Research. Vol.33,No.3, pp. 21-27.
33. Nolan, M. L., and Nolan, S.(1992). Religious Site as Tourism Attractions in Europe. Annals of Tourism Research, pp.68-78.
34. Oxenfeldt,A. R. (1975). Developing a Favorable Price-Quality-Image. Journal of Retailng, Vol.50,No.4, pp.8-14.
35. Pargament, K. I. (2002) Is Religion Nothing But ...? Explaining Religion Versus Explaining Religion Away. Psychological Inquiry, Vol.13,No.3. pp. 239-244.
36. Rinschede, G. (1992) .“Forms of Religuonus Tourism”, Annal of Tourism Research,19 (1) ,pp.51-67.
37. Squire, S. J. (1994). Gender and Tourist Experiences: Assessing Women’s Share Meanings for Beatrix Potter, Leisure Studies, Vol.13,No.3,pp. 195-209.
38. Sudman, S. (1976). Applied Sampling. New York: Academic Press.
39. Tinsley, H. E. A. and Tinsley, D. J. (1986). A Theory of The Attributes, Benefits, and Causes of Leisure Experience. Leisure Sciences, Vol.8,pp. 1-45.

40. Vukonic. B. (1992). Medjugorjes Religious and Tourism Connection. Annals of Tourism Research. Vol.19, No.1, pp.79-91.
41. Wankel, L. M. and Berger. B. G. (1990). The Psychological and Social Benefit of Sport and Physical Activity. Journal of Leisure Research, Vol.22, No.2. pp. 167-182.

泰文文獻

1. Angkul Rasika (2001) , The readiness of temples in Bangkok for propagating Buddhism through art and cultural tours . Research Report, Bangkok: Research and Development Institute. Sukhothai Thammathirat Open University.
2. Bamrcngjitt P., Puthipim C., Kankhurnkhit W., Utthayan C., (2006) , Tourism Products in Chiangrai Province : Potential Market for Religious Art and Culture, Chiang Rai, Thailand.
3. Chanmueang Bunphichet (2010) , Tourism Management of The Royal Temples on The Rattanakosin Island, Bangkok , Thailand.
4. Phramaha Suthit Aphakaro (Oboun) (2010) , Religious Tourism Development Model of Buddhist Temples in Bangkok, Thailand.
5. Phramaha Wichan Leawseang (2001) , Buddhist of Art and Tourism: The Role of Measurement in The Region to Buddhist Art of Tourism. Thesis, Mahidol University.
6. Rayutsri Watcharaporn (2008) , Travel Behavior of Tourist Buddhist Thai people and Foreigners to Visit temples in The area of Rattanakosin Island, Bangkok, Thesis, Srinakharinwirot University.
7. Srisombat I. , Saiyasopon K. , Worrachat P. (2007) , The Buddhism Current of Moon River Basin : A Case Study of Buddhism Tourism Sources' Efficiencies in the South of Northeastern Region of Thailand.

8. Tungsrikae Kanokwan (1999) , The temples a natural tourist attraction development, TAT. Tourism Journal, 18(4) , pp.48-52.
9. Wannathanom Chantouch (2001) , Factors Affecting the Decision Making of Thai Tourists to Favour Travelling the Country, Chiang Mai,Thailand.

網路資料

1. Bangkok Tourism Division , 取自 2008 , City of Buddhism.
http://www.bangkoktourist.com/thai_articles_city_of_temple.php.
2. Danaiya Tungutaisuk L. Dr. , 取自 2010,10,11 , Tourism forms ... unexpected ,_Numerous Material of Paradise news Newspaper.
<http://office.cpu.ac.th/cpu2010/graduate/index.php/2010-10-11-12-32-28>
3. Somchai Chomphunoi , 取自 2006 , 9 temples sacred extra of Life.
www.9wat.net
4. Suchitthra Yamngamlau , 取自 2008,10-12,01 , Opinions of tourists and tourism related to religion ,TAT. Tourism Journal.
http://www.etatjournal.com/upload/240/4_Tourism_Religion.pdf
5. Tourism Authority of Thailand : 泰國國家旅遊局 , 取自 2008 , Information academic of Tourism.
http://webhost.mots.go.th/tour_description.htm
6. Tourism Authority of Thailand : 泰國國家旅遊局 , 取自 2008 , The Policy and Marketing plan.
<http://thai.tourismthailand.org/about-thai/about-thai-24-1.html>
7. Warut Mutthayomburutmarat , Dr. , 取自 2009 , Forms of tourism in Thailand Form of management of travel for long stay tourists from Japan in Thailand , Maejo University.
<http://www.estudytourism.com/TourismJournal/TourismModelInthailand.pdf>

8. Wat Prayurawongsawas Waraviharn(無日期)，取自 2011,02,25 ，
<http://www.watprayoon.org/>
9. 泰國 9 個寺院禮佛活動的網站，
<http://www.9wat.net/9wat-main.html>
10. 八寶喵，取自 2010, 02, 13，拜佛的意義，
<http://blog.sina.com.tw/lovefofo/article.php?pbgid=66983&entryid=603048>
11. 中華佛光文化網，取自 2010, 12, 17，禮佛的意義，
<http://www.zhfgwh.com/lifo/lfzs/20210.html>
12. 空海法師，取自 2009, 10, 13，禮佛的深義，
http://read.goodweb.cn/news/news_view.asp?newsid=16173
13. 青蓮古寺，取自 2011, 03, 18，禮佛的意義，
http://www.qlfxw.com/zjfm/fomenliyi/2011-03-18/512_5.html
14. 聖嚴法師，取自 2006, 07. 14，拜佛的意義，
<http://big5.jiexieyin.org/show.aspx?page=9&id=2828&cid=0>
15. 證嚴法師，取自 2010, 06, 04，轉載：禮佛的意義，的網站
<http://www.wretch.cc/blog/ru8bp61208/12279129>

附錄一：正式量表

Appendix One

研究題目：宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係之研究—
以泰國曼谷 9 個寺院禮佛活動為例

RESEARCH TOPIC : **A Study of the Religion Tourism among Tourists'
Motivation, Tourism Image and Tourism Benefit—
A Case of Nine Buddhist Temples in Bangkok Thailand**

親愛的遊客，您好：

這是一份泰國宗教旅遊（ 9 寺院禮佛活動為例 ） 的問卷調查表，目的想要瞭解您對於泰國宗教之旅活動的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益。請您撥幾分鐘時間，依照個人的實際感受與狀況填答。本問卷採不記名方式，所填答的資料僅供學術研究用，完全不對外公開，敬請放心。謹祝身體健康、萬事如意

南華大學旅遊事業管理研究所

指導教授：丁誌紋 博士

研究生：吳寶秀 敬上

Dear Travelers, Hello

This is the Questionnaire of Thai religious tour of visiting 9 Buddhist temples. The purpose of this questionnaire is to understand your feeling, impressions and motives about the Thai religious tour. Please use few minutes of time to write your feeling and inspiration of this tour. You do not need to write your names on the questionnaire, the information here will be used for academic research purpose and avoid any external use. Thanks for your cooperation.

Wish you a good health

Nanhua University

Dept. of Traveling Management

Instructor –Chih Wen Ting Ph.D.

Research student –Sayyud Mererk

第一部份：旅遊動機

下列問項是請教您參加泰國宗教(9 寺院禮佛活動為例)之旅活動的旅遊動機，請依照個人的意見在右邊 內 勾選您對該問項的同意程度。

Part 1 – Traveling objective

Following are the question regarding the visit of 9 Buddhist temples in Thailand, please answer according to your experience, please tick mark in the box right side.

同 意 程 度

Approval Degree

非 不 普 同 非
常 同 通 意 常
不 意 同 意
同 意

非常不同意 Completely Not Agree
 不同意 Not Agree
 普通 Average
 同意 Agree
 非常同意 Completely Agree

我參加泰國宗教（9 寺院禮佛活動為例）之旅活動的旅遊動機是？

The reason I join the Thai religious tour was?

1. 慕名而來滿足好奇心

To satisfy my curiosity

2. 體驗新奇事物增廣見聞

Improve my experiences through knowing many things

3. 肯定自我價值滿足成就

Self affirmation of achievement and value satisfaction

4. 鬆弛身心調劑生活

Physical and Mental relaxations in everyday living

5. 遠離塵囂暫別文明

Say goodbye to civilization and away from the Madding Crowd

6. 經家人或朋友推薦

Recommended by family members and friends

7. 促進親友情感交流

To promote friends feeling and exchange

8. 增進社交人際關係

To improve social exchange and human relationship

9. 和他人分享新奇體驗

Share new experience with the others

10. 殿堂巡禮滿足懷舊情懷

Homage to shrine and cherish the feeling

11. 喜愛節慶追求熱鬧

To celebrate the gathering

12. 感受宗教文化藝術氣息

To experience the air of religious culture and art

13. 追求佛學上學習與滿足

To satisfy the need of Buddhist teaching

14. 感受宗教莊嚴寧靜氣氛

To experience the beauty of religious atmosphere

15. 朝謁飲水思源

To have something from its origin

16. 尋求精神慰藉與心靈平靜

To seek for the balance of mental and physical consolation

17. 表達強烈的宗教信仰

To show the religious faith

18. 拜拜祈求佛祖庇佑

To pay homage and get blessing from Buddha

19. 體驗神兆與意象

To experience the veracity of God and images

20. 酬謝還願

To fulfill the promise and reward

第二部份：旅遊意象

下列問項是請教您對於泰國宗教（9 寺院禮佛活動為例）的旅遊意象，請依照個人的意見在右邊 內勾選您對該問項的同意程度

Part 2 - Visiting Images

Following are the question regarding the visit of 9 Buddhist temples in Thailand, please answer according to your experience, please tick mark in the box right side.

同 意 程 度
非 不 普 同 非
常 同 通 意 常
不 意 同
同 意
意

我對於泰國宗教（9 寺院禮佛活動為例）的旅遊意象是？

I visit the Thai religion (9 Buddhist Temples homage activities) images and I

1. 有莊嚴的佛像

There are Beautiful Buddhist idols

2. 有莊嚴的法師

There are dignified Buddhist Monks

3. 有古色古香的佛寺建築景觀

There are various kinds and colors Buddhist temples and sceneries to see

4. 有美麗的風景與庭園景觀

Beautiful environment and garden to see

5. 有眾多的佛教文物

There are many Buddhist heritages

6. 有豐富精彩的藝術展覽

There are rich and wonderful exhibition of art

7. 適合節慶法會活動

Suitable for activities

8. 適合聞法

Suitable for listening Dharma

9. 適合消災解厄祈福禱告活動

Suitable for blessing prayer for disaster relief activities in Eritrea

10. 適合禪修與佛學研習活

Suitable for meditation and Buddhist activities

11. 適合散步、健行活動

Suitable for walking and other activities

12. 對泰國宗教（9 寺院禮佛活動為例）整體的旅遊意象感覺深刻

The overall experience of visiting the Thai religious temple is ...

第三部份：旅遊效益 Part 3 : Benefits

下列問項是請教您對參加泰國宗教（9 寺院禮佛活動為例）之旅活動的旅遊效益，請依照個人的意見在右邊 □ 內勾選您對該問項的同意程度

Following are the question regarding the visit of 9 Buddhist temples in Thailand, please answer according to your experience, please tick mark in the box right side.

<u>同 意 程 度</u>				
非	不	普	同	非
常	同	通	意	常
不	意			同
同				意
意				

我覺得參加泰國宗教（9 寺院禮佛活動為例）之旅活動的旅遊效益？

I feel the benefits of Thai religious travelling this time are...

- 1. 可以獲得成就感，並肯定自己 □ □ □ □ □

To achieve the sense of accomplishment and self affirmation

- 2. 可以自我滿足，實踐心中理想 □ □ □ □ □

Self - satisfaction , practice realness in the mind

- 3. 可以消除緊張，舒解壓力 □ □ □ □ □

Eradicate nervous and release tensions

- 4. 可以使心情愉快，增添生活情趣 □ □ □ □ □

Can make happy, to bring fun

5. 可以得到精神寄託，讓心靈平靜

Achieve spirit advancement and balance the mind

6. 可以欣賞及創造真善美的事物

To enjoy and created reality, goodness and beauty

7. 可以保持身體健康，鍛鍊體能

Can maintain good health and physical fitness training

8. 可以獲得休息，消除疲勞

Get rest and reduce fatigue

9. 可以調劑精神，恢復精力

You can swap the spirit, and restore energy

10. 可以改善或控制疾病

To release or control the disease

11. 可以促進工作同儕及朋友的感情

Can facilitate the feeling of friends and peers and friends

12. 可以促進家人的感情

Can promote feelings of family members

13. 可以拓展社交圈結交新朋友

You can make new friends, expand social circle

14. 可以學到領導，合作等行為技巧及能力

Can learn leadership, cooperation, behavior skills and abilities

15. 可以拓展佛學知識領域

Be able to tap the knowledge of Buddhism

16. 可以啟發心思智慧

Can inspire the wisdom mind

17. 可以感受宗教文化藝術氣息

Can feel the atmosphere of religious culture and the arts

第四部份：基本資料 Part 4 : information

1. 性別 (Gender) : 男 (Male) 女 (Female)
2. 年齡 (Age) : 20 歲以下 (Bellow 20 Years) 21-30 歲 (21-30 Years)
 31-40 歲 (31-40 Years) 41-50 歲 (41-50 Years)
 51-60 歲 (51-60 Years) 61 歲以上 (Above 60)
3. 婚姻狀況 (Marital Status) : 未婚 (Unmarried) 已婚 (married)
 其他 (other)
4. 教育程度 (Education Qualification) : 國小及自修 (Lower Secondary)
 國中 (Secondary School) 高中、高職 (Higher Secondary)
 大專、大學 (Undergraduate) 研究所以上 (M.A. or above)
5. 職業 (Occupation) : 1. 軍公教 (Military) 2. 工 (Worker)
3. 商 (Business) 4. 農林漁牧業 (Agriculture) 5. 學生 (Student)
6. 服務業 (Service) 7. 自由業 (Self-employ) 8. 無 (退休、家管、求職中) (Retired, house worker etc.) 9. 其他 (other) _____
6. 您的宗教信仰比較傾向 (Your religious faith) : 佛教 (Buddhism)
 道教 (Taoism) 基督教 (Christian) 天主教 (Catholic)
 回教 (Muslim) 無 (No any) 其他 Other (請註明) _____
7. 請問您個人每月所得約為多少元 (Please mention your monthly salary) ?
 10,000 元以下 10,001~20,000 元 20,001~30,000 元
 30,001~40,000 元 40,00 元以上
Bellow ten thousand , 10,001~20,000 , 20,001~30,000,
30,001~40,000 , above 40,001

8. 請問您從那裡來 (Where are you from)? (請註明) _____

9. 請問你到島區 9 寺院禮佛活動為例旅遊幾次 (How many times you have been there at Rattanakosin visiting 9 Buddhist temple this time)?

一次(Only one time) 二次(twice) 三次(three time)

四次以上 (more than four times)

附錄二：泰國曼谷 9 間寺院照片



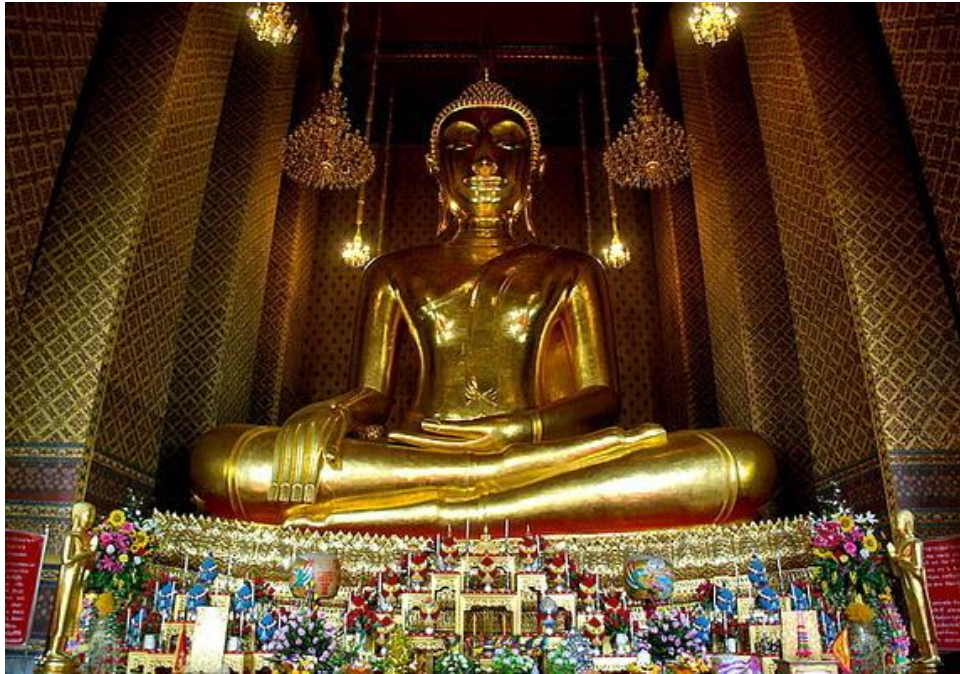
(1) Wat Arunratchawararam Rajaworamahawihan
(亞倫拉察哇拉楠寺(黎明寺))



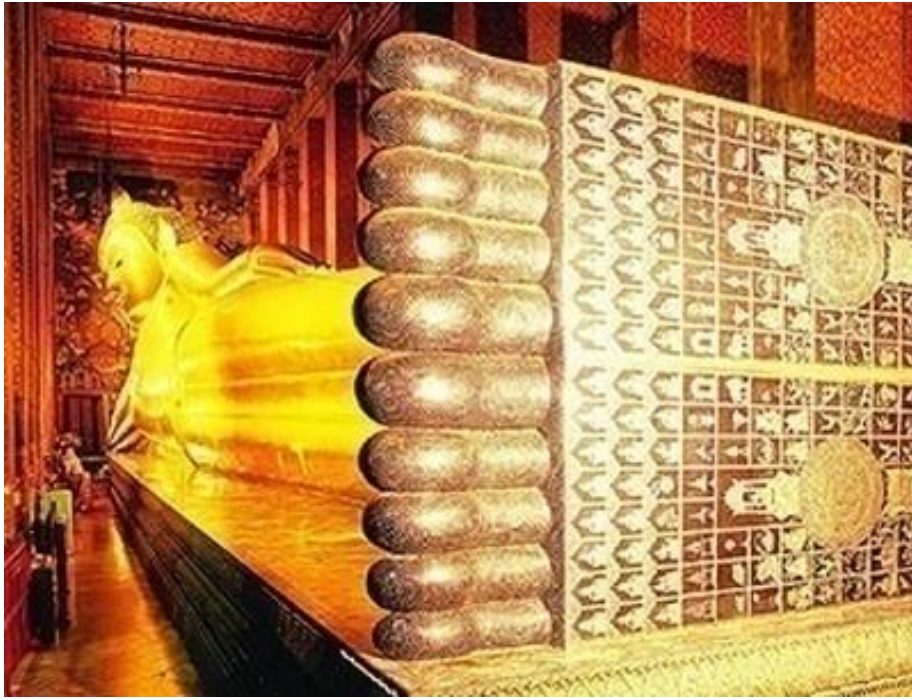
(2) Wat Bowornniwet Vihara Rajaworavihara (芭汶尼維威翰佛寺)



(3) Wat chanasongkhram Raj woramahawihan (察納頌勸佛寺)



(4) Wat kanlayanamit Woramahawihan (甘拉雅納密佛寺 (三寶公))



(5) Wat Phrachetuphon Wimonmankhalram
(帕澈督蓬佛寺，菩提佛寺(卧佛寺))



(6) Wat Phra Si Rattanasasadaram (玉佛寺)



(7) Wat Prayurawongsawas Waraviharn



(8) Wat Rakhankhositaram Woramahawihan (樂康寇璽達楠穆佛寺)



(9) Wat Sakesa Rajaworamahavihara
(薩吉拉察哇啦瑪哈威翰佛寺)