

南華大學旅遊事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCES

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

宗教旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係之研究

-以泰國法身寺為例

A STUDY ON THE RELATIONSHIP OF RELIGIOUS TOURIST
MOTIVATION, TOURISM IMAGE, SATISFACTION AND
LOYALTY-A CASE STUDY OF WAT PHRA DHAMMAKAYA

研究生：陳秀華

GRADUATE STUDENT: SIPANG SRITHANYALAK

指導教授：丁誌紋 博士

ADVISOR: CHIN-WEN, TING Ph.D.

中 華 民 國 一 百 年 六 月

南 華 大 學
旅 遊 事 業 管 理 學 系
碩 士 學 位 論 文

宗教旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係之研究—
以泰國法身寺為例

研究生：陳秀華 sipang srithanyabk

經考試合格特此證明

口試委員：張永富
陳貞吟
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 6 月 29 日

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณวัดพระธรรมกายที่ให้ลูกคนนี้ได้มีโอกาสมาศึกษาต่อ ณ ประเทศไต้หวันแห่งนี้ และขอขอบกราบขอบพระเดชพระคุณพระราชภาวนาวิสุทธิ (ไชยบูลย์ ฐมฺมชโย) ที่ให้สนับสนุนการเรียนการศึกษาในต่างแดน ขอขอบกราบขอบพระเดชพระคุณพระราชภาวนาวิริยคุณ (เผด็จ ผ่องสวัสดิ์) ที่ชี้แนะและลูกน้อมนำคำสั่งสอนนั้นมาใช้ในการเรียนรู้ต่อไปในอนาคต ขอขอบกราบขอบพระคุณพระสุรพรชัย สมจิตโต ที่ให้ความเมตตาและความกรุณาในการให้โอกาสมาไต้หวันเพื่อการศึกษาและเมตตาในการสนับสนุนทุนการศึกษาและการเดินทางไม่ว่าจะเป็นด้านเอกสารและที่พักอาศัยขอขอบพระคุณพระยุกุณา ชุตินฺธโร ที่เมตตาแนะนำให้รู้จักวัดพระธรรมกายและเป็นแรงบันดาลใจให้อยากมาเรียนภาษาจีนที่ไต้หวัน

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยวที่รับนักเรียนคนนี้ให้มีโอกาสศึกษาและเรียนรู้ ขอขอบพระคุณอาจารย์ดิ่ง จื่อ เหวิน ที่เป็นทั้งหัวหน้าคณะและเป็นทีปรักษา ทำให้นักศึกษานี้ได้เรียนรู้ประสบการณ์ให้การศึกษาและเมตตานักศึกษานี้ที่เรียนรู้อะไรได้ช้ากว่าคนอื่น ด้วยภาษาด้วยวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อาจารย์เมตตาช่วยให้นักศึกษานี้ได้เรียนรู้ไปพร้อมๆกับการสั่งสอนที่ด้วยความเมตตากรุณาเพื่อให้นักศึกษานี้ได้มีโอกาสพัฒนาและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆเพิ่มขึ้นไปพร้อมกับเพื่อนๆที่คอยสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ด้วยสิ่งแวดล้อมที่เกื้อกูลกันและขอขอบคุณเพื่อนๆที่คอยเป็นกำลังใจให้

ขอขอบพระคุณพระครูภาวนากิจวิเทศ(สมเกียรติ วรวิโส)ศูนย์กัลยาณมิตรสิงคโปร์และขอขอบพระคุณพระอาจารย์ทุกรูป ที่ได้เมตตาให้มีโอกาสได้ไปแจกแบบสอบถามเพื่อนำมาวิจัยพร้อมให้โอกาสได้นั่งสมาธิและรับฟังธรรมดีๆจากการอบรมสมาธิภาคภาษาจีน พร้อมทั้งได้รับบุญทำหน้าที่อาสาสมัครภาคภาษาจีนเพื่อฝึกฝนการใช้ภาษาจีน และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่อุบาสก อุบาสิกา เจ้าหน้าที่อาสาสมัครทุกท่านที่ไม่ได้ออกนามที่ได้ช่วยเหลือให้นักศึกษานี้แจกแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณค่ะ

ขอขอบพระคุณป้ามาที่ให้ออกาสลูกคนนี้ได้มาได้วัน และได้มีโอกาศเรียนรู้การใช้ชีวิตในต่างแดน และให้กำลังใจเสมอ ที่ขาดไม่ได้คือคอยส่งกำลังใจในยามที่ลูกคนนี้ป่วย แม้จะอยู่ห่างไกล ก็ยังส่งยาและสิ่งของจำเป็นมาให้ไม่ขาด ด้วยความรักของพ่อและแม่ที่มีท่วมท้น ทำให้ลูกคนนี้สามารถเรียนจบภายในสองปี และด้วยกำลังใจจากท่านทั้งสอง ลูกจึงผ่านประสบการณ์ต่างๆมาได้ด้วยดี

ขอบคุณคุณฉวี สุธี่ ที่ช่วยแปลภาษาให้สวยงามและให้คำปลอบใจเสมอมา ขอบใจกำลังใจจากน้องสายหยุด มีฤกษ์และคำปลอบใจเวลาที่ท้อแท้ หมดกำลังใจ และเป็นเพื่อนทุกเพื่อนสุขเวลาที่ปีคนนี้ป่วยไม่สบาย ขอบคุณเพื่อนๆที่คอยให้กำลังใจเสมอมาไม่ว่าจะเป็นด้านภาษาและให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ ขอบคุณชาย ฉุน ถึง ที่คอยดูภาษาให้ในขณะที่เขียนวิทยตั้งแต่ต้นฉบับแรก จนถึงการแก้ไขฉบับสุดท้าย ขอบคุณรุ่นพี่ หลิน เจีย หลิง ที่คอยพุงเวลารุ่นน้องคนนี้อายจะครี้อการศึกษาเพราะไม่ยอมเขียนวิทยและคอยปลักคั้นให้เขียนจนเสร็จพร้อมกับการอยู่เคียงข้างในการเขียนวิทยเล่มนี้ และขอบคุณเลขาณะ ลือ เย็น หลี่ ที่คอยให้ความช่วยเหลือด้านเอกสารต่างๆ ทั้งหมดทุกคน แม้บางคนจะไม่ได้ออกนาม ขอขอบคุณจากใจจริง

สีปาง ศรีธัญญาลักษณ์

ขอขอบคุณทุกคนที่มอบ โอกาสให้มีวันที่สำเร็จในวันนี้

มหาวิทยาลัยหนันหาว วันอังคาร ที่ ๑๒ เดือน กรกฎาคม พ. ศ. ๒๕๕๔

感謝誌

我是從泰國來的外籍學生，四年前在因緣聚會下來到台灣，初來乍到完全不懂得中文，在語文中心努力的學習中文三年，接著很幸運的，我能夠到學校接受完整的碩士教育，感謝泰國法身寺給我機會在台灣學習，感謝 PHRARAD PHAWANAWISUT 支持學生出國留學，也感謝 PHRAPHANAWIRIYAKUN 在學習的路上給予鼓勵、指導與教誨。回想起來，一路上得到許多人的協助與支持，沒有老師與朋友的指導與鼓勵，也就沒有今天的我，讓我在深受感動之餘，也祈願有一天我亦能為需要幫助的人，盡一份最真摯的心。

在此我亦要以最虔誠、恭敬的心，感恩泰國法身寺國際部主任釋祥代法師、社團法人台灣法身寺禪修協會釋心平法師、釋法深法師及馬來西亞釋維明法師，給予我論文中問卷調查最大的協助，讓我有機會訪問，來自加拿大、新加坡、泰國、馬來西亞等國籍的禪修人士。

學業、論文能順利的完成，要特別的感恩丁主任誌紋，因為他的慈悲因材施教，讓我可以從原本的傳播系轉至旅遊系，也更適合我的個性，讀起來輕鬆自在許多。在課業上更是細心、認真，不遺餘力的教導我，包容我的愚魯，帶著系上所有的學長、學姐，全力的支持我，讓我銘感五內，友情難捨、師恩難忘。兩年的學校生活，使我獲得許多友情，兩位老師都是我在學習路上的一盞明燈，不僅照亮我的前程，更讓我從論文的寫作中，獲益匪淺。這種實質的經驗是無價的，是寶貴的，師恩之浩蕩筆墨難以形容，唯有感恩再感恩。

另外也要感謝與我一起工作、一起生活、一起歡樂、一起修行的好姐妹們，在離鄉背井的環境中，她們適時的給了我，最大的精神支持與肯定，讓我有恆心、毅力努力不懈。同時南華大學的同班同學蔡醇廷、吳寶秀及李佳

吟學姊；法身寺齊慧莉阿姨等人，亦如自己的親人般給我呵護與關懷，這些點點滴滴的溫暖，讓我在要離開的當下深感不捨。

能無後顧之憂的到台灣學習，當然更要感謝我的父母及姐姐、弟弟，沒有他們的默默的支持與關懷，今天的我勢必無法完成所學。也謝謝雙親給了我「碧維」這個名字，在泰文中的意思是要有一顆感恩的心。回顧五年來，我何其有幸，一直被所有的人愛護著，關懷著，讓我體會到人間處處有溫情。再多的感謝，也不能表達我內心的感恩於萬一。所以，我想最好的回饋就是今後以「愛心」面對每一天和周遭的每一個人，世界將會因愛心的串聯變得更美好，謝謝！

秀華 合十

南華大學旅遊事業管理研究所

南華大學旅遊事業管理研究所九十九學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：宗教旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係之研究-以泰國法身寺為例

研究生：陳秀華

指導教授：丁誌紋 博士

論文摘要內容：

隨著歷史的演變，宗教寺廟已經逐漸形成遊客到泰國旅遊的觀光重點，而禪修也是一種宗教旅遊的方式之一，由於禪修不須涉及遊客本身的宗教信仰，而是以追求心靈上的自我成長、平靜為目的，故深受許多非泰國籍遊客的喜愛。因此，本研究希望能透過曾到泰國法身寺參與禪修活動之遊客獲取本研究之數據資料，並進而以迴歸分析探討遊客之旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度間的關係，期能深入探討泰國法身寺禪修者之宗教旅遊特性。本研究從 2010 年 10 月 28 日至 2010 年 12 月 19 日止，於泰國法身寺、馬來西亞法身寺、新加坡法身寺以及加拿大法身寺共發放 1,000 份問卷，最後共回收 792 份有效問卷，有效問卷回收率為 79.2%。實證結果顯示，旅遊動機會正向影響其旅遊意象，而旅遊意象會正向影響其滿意度，並進而正向影響其忠誠度。

關鍵詞：泰國法身寺、旅遊動機、旅遊意象、滿意度、忠誠度

Title of thesis: A STUDY ON THE RELATIONSHIP OF RELIGIOUS TOURIST MOTIVATION, TOURISM IMAGE, SATISFACTION AND LOYALTY-A CASE STUDY OF WAT PHRA DHAMMAKAYA

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

Graduate Date: June 2011

Degree Conferred: M.B.A

Name of Student: SIPANG SRITHANYALAK **Advisor:** Chin-Wen, Ting Ph.D.

Abstract

This research paper aims to study the religious tourism motivations, tourism image and the relationship between the satisfaction and loyalty of the people participate in various activities in the temple, religious tourism, meditation tour. In this research Wat Phra Dhammakaya Temple, Thailand is selected as the research module. The number of people worldwide participates and learning meditation has been increased. Meditation is also one type of religious tourism, but the focus here is not on the historical monuments, but meditation. Different regions have different ways of meditation to suit the needs of the tourists, tourism can become a good model in this aspect. Through this research survey, the author hopes to have more in-depth understanding of the meditation tourism features of Wat Phra Dhammakaya Temple, In this study , from October 28, 2010 to December 19, 2010, 1999 at the Wat Phra Dhammakaya. Thailand. The survey results were obtained from 792 valid questionnaires, using reliability analysis, factor analysis, regression analysis and other methods to analyze the basic personal data and statistical analysis of tourism motivation, tourism image and the relationship between the satisfaction and loyalty. Although the targeted survey group is not from the same nationality, but the focus areas, are the same. This was mainly due to meditation tourism is focused on meditation, then only followed by the

environmental and cultural aspects. These tourists are not from the same background, some of them did not studied religion before, some with religious background, some without any religion, but participated in meditation. Therefore, the expectation criteria of the participants from each country are entirely different.

Keywords: Wat Phra Dhammakaya, Thailand, tourism motivation, tourism image, satisfaction, loyalty content.

目錄

感謝誌 泰文	I
感謝誌 中文	III
中文摘要	V
英文摘要	VI
目錄	VIII
表目錄	X III
圖目錄	X I V
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與研究動機	1
1.2 研究目的	2
1.3 研究內容	3
1.4 研究流程	4
第二章 文獻回顧	5
2.1 泰國法身寺起源	5
2.2 宗教旅遊的定義	6
2.2.1 宗教旅遊的定義	6
2.2.2 宗教旅遊的相關研究	6
2.3 旅遊動機	8
2.3.1 旅遊動機之定義	8
2.3.2 旅遊動機相關研究	8
2.4 旅遊意象	11
2.4.1 旅遊意象之定義	11

2.4.2	旅遊意象理論	11
2.5	滿意度	15
2.5.1	滿意度之定義	15
2.5.2	滿意度相關研究	15
2.6	忠誠度	17
2.7	動機、旅遊意象、滿意度、忠誠度相關之研究	19
	第三章 研究方法	22
3.1	研究架構	22
3.2	研究假設	22
3.3	各變數的操作型定義	23
3.4	問卷設計	24
3.4.1	旅遊動機	25
3.4.2	旅遊意象	26
3.4.3	滿意度	26
3.4.4	忠誠度	27
3.5	研究對象	28
3.6	資料分析方法	28
3.6.1	敘述性統計 (Descriptive Statistics)	28
3.6.2	信度分析 (Reliability analytics)	28
3.6.3	因素分析 (Factor analysis)	29
3.6.4	單因子變異數分析 (One way ANOVA)	29
3.6.5	迴歸分析 (Regression analysis)	29
	第四章 實證分析	30

4.1	樣本結構描述	30
4.2	各構面平均數分析	32
4.3	驗證性因素分析	35
4.3.1	旅遊動機	35
4.3.2	旅遊意象	37
4.3.3	滿意度	38
4.3.4	忠誠度	40
4.4	信度分析	41
4.5	人口統計變數對主要變數之差異分析	44
4.5.1	「休閒和放鬆」旅遊動機	44
4.5.2	「自我探索」旅遊動機	46
4.5.3	「學習」旅遊動機	47
4.5.4	「自然/文化資源」旅遊動機	48
4.5.5	「景觀吸引力」旅遊意象	49
4.5.6	「交通與公共設備便利性」旅遊意象	50
4.5.7	「環境」滿意度	51
4.5.8	「交通與住宿」滿意度	52
4.5.9	「服務」滿意度	53
4.5.10	「宗教文化」滿意度	54
4.5.11	忠誠度	55
4.6.1	旅遊動機對景觀吸引力意象之迴歸分析	56
4.6.2	旅遊動機對交通與公共設備便利性意象之迴歸分析	57
4.7	旅遊意象與滿意度之迴歸分析	59

4.7.1	旅遊意象對環境滿意度之迴歸分析	59
4.7.2	旅遊意象對交通與住宿滿意度之迴歸分析	60
4.7.3	旅遊意象對服務滿意度之迴歸分析	61
4.7.4	旅遊意象對宗教文化滿意度之迴歸分析	62
4.8	滿意度與忠誠度之迴歸分析	63
4.9	假設討論	64
第五章 結論與建議		66
5.1	結論	66
5.2	建議	67
參考文獻		69
一、中文文獻		69
二、英文文獻		73
三、泰文文獻		75
附錄 一、中文問卷		78
附錄 二、泰文問卷		84
附錄 三、文問卷		90
附錄 四、各案說明		96

表目錄

表 2.1	旅遊意象相關研究	14
表 2.2	滿意度相關研究	16
表 2.3	忠誠度定義及量構面	18
表 2.4	動機、旅遊意象、滿意度、忠誠度相關之研究	21
表 3.1	旅遊動機量表	25
表 3.2	旅遊意象量表	26
表 3.3	滿意度量表	27
表 3.4	忠誠度量表	27
表 4.1	樣本資料統計表 (N=792)	31
表 4.2	旅遊動機平均數表	32
表 4.3	旅遊意象與滿意度平均數表	33
表 4.4	忠誠度平均數表	34
表 4.5	旅遊動機驗證性因素分析表	36
表 4.6	旅遊意象驗證性因素分析表	37
表 4.7	滿意度驗證性因素分析表	39
表 4.8	忠誠度驗證性因素分析表	40
表 4.9	旅遊動機信度分析表	42
表 4.10	旅遊意象、滿意度與忠誠度信度分析表	43
表 4.11	「休息和放鬆」旅遊動機 ANOVA 分析表	45
表 4.12	「自我探索」旅遊動機 ANOVA 分析表	46
表 4.13	「學習」旅遊動機 ANOVA 分析表	47
表 4.14	「自然/文化資源」旅遊動機 ANOVA 分析表	48

表 4.15	「景觀吸引力」旅遊意象 ANOVA 分析表.....	49
表 4.16	「交通與公共設備便利性」旅遊意象 ANOVA 分析表	50
表 4.17	「環境」滿意度 ANOVA 分析表.....	51
表 4.18	「交通與住宿」滿意度 ANOVA 分析表.....	52
表 4.19	「服務」滿意度 ANOVA 分析表.....	53
表 4.20	「宗教文化」滿意度 ANOVA 分析表.....	54
表 4.21	「忠誠度」滿意度 ANOVA 分析表.....	55
表 4.22	旅遊動機對景觀吸引力意象之迴歸分析表.....	57
表 4.23	旅遊動機對交通與公共設備便利性意象之迴歸分析表.....	58
表 4.24	旅遊意象對環境滿意度之迴歸分析表.....	59
表 4.25	旅遊意象對交通與住宿滿意度之迴歸分析表.....	60
表 4.26	旅遊意象對服務滿意度之迴歸分析表.....	61
表 4.27	旅遊意象對宗教文化滿意度之迴歸分析表.....	62
表 4.28	滿意度對忠誠度之迴歸分析表.....	63

圖目錄

圖 1.1 研究流程	4
圖 2.1 旅遊動機與目的地選擇模式	10
圖 3.1 研究架構	22
圖 4.1 旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係圖	65

第一章 緒論

1.1 研究背景與研究動機

泰國尚未立國之前，該區域先後受到許多外來文化的影響，例如：第三世紀印度文化開始傳入；第六至第十一世紀，為孟族勢力擴張的地方；因興建「吳哥窟」被列為世界奇跡之一的高棉族，亦曾經佔領了今日泰國的部份土地；因此在不同的時期，建造了許多不同的宗教道場。根據統計資料顯示，泰國境內佛教寺院約有三萬所，清真寺二萬八千所，基督教堂八百五十所，天主教堂三百三十所，印度教、婆羅門教、錫克教寺院三十三所（釋國安，2001）。也因這些特殊的宗教文化背景、遺跡，雖然泰國在宗教旅遊部份並沒刻意的發展，但隨著歷史的演變，宗教寺廟也逐漸形成遊客到泰國旅遊的觀光重點，所以嚴格算起，泰國觀光至今已發展很多年。

在宗教的發展史上，宗教無論在政治、經濟、生活層面上，均扮演重要的角色，即使在科學昌盛的現今，宗教仍為人類精神生活和休閒重要的一部分。人們常藉由參與宗教活動進行旅遊的目的，例如：到寺廟參拜、拍照、欣賞大自然的湖光山色，而這就是所謂的宗教觀光，故宗教信仰對於觀光的助益頗大，影響也很深遠，而宗教觀光也是歷史上最古老之旅遊之一。

禪修是宗教旅遊的方式之一，其與一般旅遊的差異處在於，一般旅遊僅把旅遊重心放在旅遊活動本身，而禪修活動卻是把旅遊的重點放在寺廟古蹟的觀賞與禪修活動本身，為了因應不同旅客的需求，禪修也因而產生了許多不同的形式，變成另一種旅遊模式。

禪修活動的參與者也不僅僅侷限有泰國當地人才會去參與，因不涉及個人宗教信仰，而是以追求心靈上的自我成長、平靜為目的，因而吸引了為數不少的外國人親自至泰國去體驗禪修活動，藉由參與一系列相關宗教活動來體驗宗教旅遊，因此，本研究希望能了解至泰國參與禪修活動者之旅遊動機，並進一步探討與當地旅遊意象、滿意度與忠誠度之關係。

1.2 研究目的

根據上述研究動機，本研究將探討泰國法身寺禪修者之旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度之關係。本研究目的如下：

- 一、 探討至泰國法身寺參與禪修活動者之旅遊動機。
- 二、 探討人口統計變數對於旅遊動機、旅遊意象、滿意度、忠誠度是否具有差異性。
- 三、 探討旅遊動機、旅遊意象、滿意度、忠誠度間之關係。

1.3 研究內容

本研究內容共分成五部份，茲將各章節之內容簡述如下：

第一章 結論

包含研究背景與動機、研究目的及研究內容與流程。

第二章 文獻回顧

將所蒐集之國內外文獻，依研究主題分為四個部分，包含宗教旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度等理論及相關研究之探討。

第三章 研究方法

包含研究架構與假設、操作型定義、問卷設計、研究對象與資料分析方法等。

第四章 實證分析

包含遊客基本資料與宗教旅遊動機、旅遊意象、滿意度、忠誠度之相關分析。

第五章 結論與建議

依據實證分析結果，提出結論及建議。

1.4 研究流程

本研究在確認研究主題與範疇後，立即著手進行國內外相關文獻的蒐集，進而擬定本研究之研究目的，建立研究架構與假設；並根據本研究之架構設計問卷，隨後針對研究對象發放問卷、進行結果的分析與撰寫，最後，針對研究結果提出結論、建議。流程圖如圖 1.1 所示：

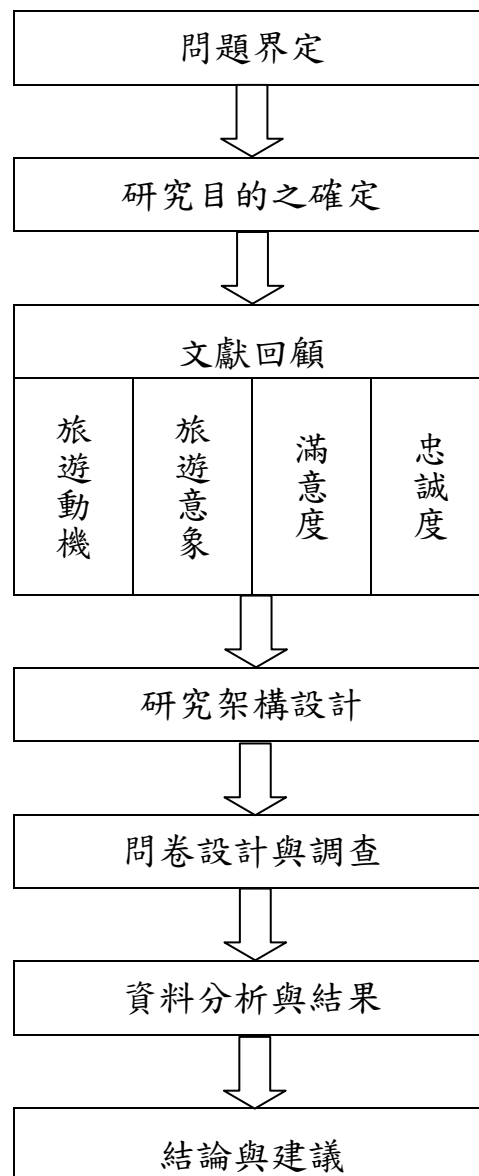


圖 1.1 研究流程

第二章 文獻回顧

2.1 泰國法身寺起源

泰國法身寺的一切設計來自於佛教。而佛教為世界五大宗教之一，創始者釋迦牟尼，以其證悟之智慧，弘化眾生。其目的在於實現淨土化的社會，以超越階級、種族為特色。

法身寺乃是泰國佔地最大的一所佛教寺院，目前寺院有兩千位比丘、三百位沙彌、三百位優婆塞、五百位優婆夷，法身寺存在的目的是為了延續佛教、弘揚佛法，儘管成員都來自於不同的家庭、國家、種族與血統，但在佛陀制定的戒律之下，大家可一起修行與精進。

泰國法身寺創立於西元 1970 年，為使傳統道德價值觀結合現代社會的價值觀，以適應現代人的需要，法身寺因而設立法身基金會；而法身基金會是一個非政府、非營利自給自足的機構，主要創辦人分別是詹·孔諾擁優婆夷(法身寺創始人)、法勝法師(法身寺住持)及施命法師(法身寺副住持)。目前，法身基金會在泰國及全球各地的分院均有為大眾提供靜坐、研習，及舉辦諸多社會活動。

近年來泰國法身寺積極對外弘揚法身法門禪修，為了大眾方便共修與活動，法身寺決定在台北市忠孝東路租用固定的共修場地，成立法身寺台北分院。回顧在台灣十年，法身寺秉持佛陀時代的道風與悲願，積極推廣生活化的禪修方式，以提昇社會大眾心靈品質與內在道德。除了延續以往關懷泰國勞工和泰國新娘等活動外，每週六、日也有法師指導居士禪修與講經說法，並在每年的寒暑假則舉辦短期出家、禪七、禪三、兒童禪修營等修行活動；平日還有生活禪課程，定期放生，關懷弱勢團體等公益活動。

2.2 宗教旅遊的定義

2.2.1 宗教旅遊的定義

陳伯南 (2004) 指出，宗教文化是人類傳統文化的重要組成部分，它影響人們的思想、意識、生活習俗等方面，大至宗教聖地進行觀光行程，小至農村教會，皆稱為宗教觀光。顏亞玉 (2001) 則指出，宗教觀光可歸納出廣義與及狹義兩種觀點；廣義觀點是主張圍繞在宗教旅遊資源所展開的旅遊活動，便可視為宗教觀光，其不僅包括宗教信仰，以及因宗教目的而從事的旅遊活動，也包括非宗教信徒出於興趣，志在考察、體驗宗教及其文化內涵或觀賞宗教藝術、器物或聖跡的旅遊活動；狹義觀點主張的是，宗教信徒因宗教目的而從事的旅遊活動，如朝聖、求法、傳法、雲遊等。歐洲梵蒂岡天主教廷就曾對「宗教觀光」下一明確定義：「於其所轄範圍內，凡與信仰有關的宗教旅遊勝地，無論其大小規模，所提供的服務與宗教或與非宗教性訪客相關者，皆屬宗教觀光 (Religious Tourism) 的範疇」(余幸娟，2000)。

2.2.2 宗教旅遊的相關研究

在宗教旅遊相關研究方面，阮衛紅、余學新 (2007) 指出，宗教文化與旅遊的關係十分密切；在中國，自古以來，天下名山寺廟眾多，宗教文化很早便與生態文化、自然景觀文化完整的結合在一起，而這對旅遊經濟的發展也起著積極的作用，所以可知，早期的旅遊就是起源於宗教，而宗教朝聖可說是古代主要的旅遊活動。《論語·八佾》中曰：「季氏旅於泰山。」，“旅”是祭名。秦始皇、漢武帝東巡祭祀泰山、

嵩山都具有“旅”的性質。宗教聖地不僅是信徒朝聖的對象，而且也是非宗教徒旅遊的重要目的，而且旅遊的歷史悠久。

洪淑華、謝登旺 (2010) 認為，宗教文化是一種特殊的旅遊資源，旅遊活動從本質上來說，它具有獨特的精神以及審美觀，而宗教文化便是在滿足人們的精神需求、審美欲望和好奇心理上有著特殊的功用，故宗教勝地對遊客都具有強烈的吸引力，尤其在物質生活一天比一天豐富，而人們精神生活與心理世界日益荒的社會背景下，宗教式的超脫出世、求善情節，特別是尋求關愛、慈悲、溫情與寬容的宗教式情感，無疑對許多遊客具有很大的吸引力。

2.3 旅遊動機

2.3.1 旅遊動機之定義

釋心平(2006)指出，遊客參觀法會活動後，得到功德法喜與滿意，也就是能夠及時的了解自身的情緒，當感覺到正在有壓力時，想讓「心休息」，就會跟著宗教團體進行旅遊，以期紓解壓力。

江靜瑩(2007)，認為打坐是真正的休息，不管是愉快或悲傷，還是在尋找生活的真諦，又或許是希望發掘更多的自己，學習入法身法門的禪修方法，必然會得到答案。所以，靜坐是很重要的，生活中不能缺少，就像人們每天不能缺少食物，心理自然也不能缺少寧靜。

Pritchard (1992)指出，宗教的特殊紀念日及年度慶典，是宗教觀光遊客前往聖地之旅由動機。張俊彥(1996)則指出，國人年齡高者、女性、教育程度、受政府僱用者，從事宗教性休閒活動的機率較高，未婚及工作時數較高者，從事宗教性休閒活動機率較低。陳森恩(2006)於應用層級架構分析法建構評估禪修活動指標之研究中指出，宗教旅遊與禪修旅遊在全世界已經越來越多人來參加並學習禪修。此外，IsoIso-Ahola and Allen (1982)也認為旅遊動機是一種驅力，會促使遊客去滿足社會和心理需求，而這也就是遊客從事觀光旅遊活動的主因。

2.3.2 旅遊動機相關研究

宗教文化也可以通過間接的形式影響旅遊業的發展。宗教文化中的許多人物、故事和傳說非常生動，被搬上了電影、電視和文學作品並廣為傳播。如《西遊記》中的觀音菩薩，唐僧取經的故事和一些風景名

勝如火焰山等，《八仙過海》中的道教名山、故事都隨著電視、小說的傳播而被越來越多的人們所接受，並激起一些潛在旅遊者參加旅遊。旅遊既是一種經濟現象，又是一種社會文化現象，而現代旅遊便是一種大規模的文化交流 (Crompton, 1979; Dann, 1981)。

Crompton (1979) 將旅遊動機歸類出七項因素，包含「逃避」(escape)、「自我探索」(self-exploration)、「放鬆心情」(relaxation)、「聲望」(prestige)、「回歸」(regression)、「增進家庭情感」(kinship-enhancement)、「社會互動」(social interaction)、「新奇」(novelty) 和「教育」(education)。

Fakeye and Crompton (1991) 在研究美國德州(Texas)里奧格蘭德谷(Lower Rio Grande Valley)的旅客旅遊動機中，分別將 32 種屬性歸納成六構面，包含「社會機會／旅遊景點」(social opportunities and attractions)、「自然／文化資源」(natural and cultural amenities)、「住宿／交通」(accommodations and transportation)、「公共設施/食物／居民熱情」(infrastructure, foods and friendly people)、「物質享受／娛樂」(physical amenities and recreation activities)、「酒吧／夜生活」(bars and evening entertainment)，而且結果顯示，初次旅遊的旅客與重遊旅客所重視的屬性是有其差異性的。

旅遊業的發展，旅遊資源的開發利用，新的旅遊市場的開拓，吸引了更多的遊客前來遊覽、朝聖和學術考察交流，這些都有利於宗教文化的傳播、交流和發展，對宗教文物古跡也起著保護、修繕的作用 (Crompton, 1979; Uysal & Jurowski, 1994)。

經由圖 2.1 發現，Hsu, Tsai, and Wu (2009) 在旅遊動機與目的地選擇模式中，將旅遊動機分成六個因素，心理因素包含逃避與自我實現；

物質因素包含休息放鬆、醫療與健康；社會互動涵蓋拜訪朋友與結交好友；新穎性、文化探險、冒險、夜生活與購物則歸納為尋求探索；而外部力量又可分成有形因素與無形因素，有形因素包含交通設備、居民親切、飲食多樣、住宿設施、人生安全、價格因素、文化遺產、消費環境與環境品質；無形因素則為地方意象與期望優勢。

雖說旅遊動機衡量構面旨在了解旅客前往目的地旅遊的主要原因，但探究旅遊動機的研究甚多，不同旅客所擁有的文化背景、需求與慾望均不同，使得旅遊動機的衡量很難一體適用。

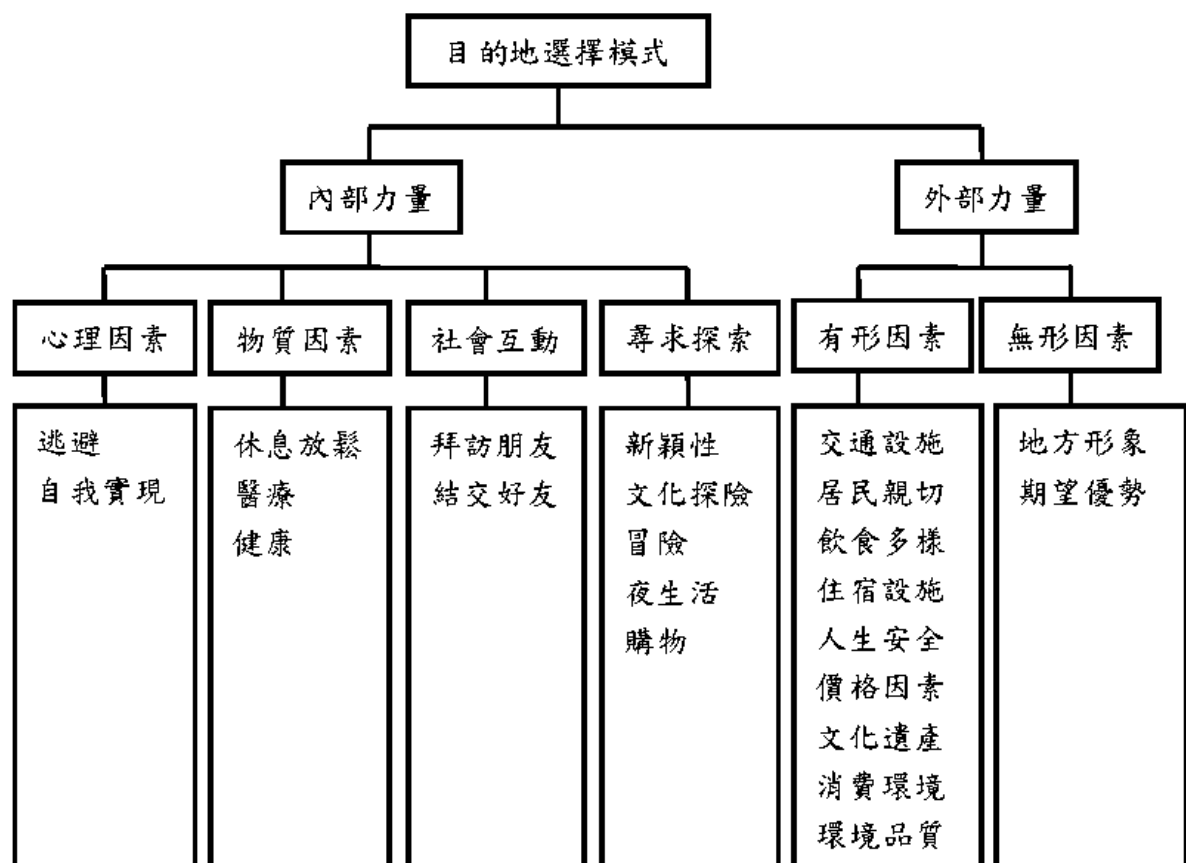


圖2.1 旅遊動機與目的地選擇模式

2.4 旅遊意象

2.4.1 旅遊意象之定義

周志冠 (2010) 指出，觀光意象是一種真對人類之覺環境依印象，為遊客和環境交互作用下所產生並綜合片段所組成的整體印象；其所意識到的觀光意象是生動的、有組織的元素。觀光意象也會影響遊客選擇遊憩目的之型為，因此遊客在選擇一個禪修的地方不只是考慮到目的地的環境，還會受意象的影響。童桂馨 (1996) 指出，旅遊意象是指個人至一目的地或旅遊景點從事旅遊活動時，對該地所產生的印象、觀感及看法，同時也是相關認知及實際經驗所累積的結果，經由旅遊意象的影響，使遊客對是否要前往該地有考慮、選擇與決定的想法。吳佩芬 (1997) 將「意象」定義為：個人對於事物停留在腦海中的圖象，包括事物本身以及與事物關聯的週遭事物，而此圖象會隨著個體經驗的累積不斷的重心組織，因此旅客在參加活動時，會希望從旅程中獲得有價值的經驗，而他們的期待是乃源自於個人對遊憩區的印象。

綜合上述，本研究中將旅遊意象定義為：「個人對於旅遊目的地的相關認知與實際經驗的累積，因而產生對於該地的整體印象及屬性知覺」。

2.4.2 旅遊意象理論

沈進成、謝金燕 (2003) 認為，旅遊是遊客對於目的地的一種期望，若觀光遊客對目的地的旅遊意象越正面，則遊客對該區的偏好程度的重要決定影響因素即遊客對目的地的旅遊意象。國內外的學者對「意象」即「目的地意象」。

Crompton (1979) 指出，目的地意象是人們對於所認知的事物而在心中建立起對地方之印象 (impressions)、信念 (beliefs)、想法 (ideas) 與感覺 (perceptions) 的一種主觀想像，當人們對目的地持有正面意象時，便提升遊客對目的地的信任感。

Kotler, Haider, and Rein (1993) 認為目的地意象就是對地區位置 (place) 或目的地之印象、看法與觀點的綜合表現，若可利用大量的影視媒體可以幫助目的地重塑正面的意象，而利用象徵物行銷 (Icon Marketing) 策略 (如演員和歌手) 比政治或宗教的宣傳更具有正面影響力。

Crompton (1979) 認為意象乃是人們對某物體、行為與事件所特有的信念 (beliefs)、印象 (impression)、觀念 (ideas) 與感覺 (perceptions) 的總合。認為「觀光意象」是指個人對旅遊目的地之整體信念、想法與印象。

而 Fakeye and Crompton (1991) 則認為，旅遊目的地意象代表旅客對旅遊目的地存有的印象，並以 Gunn (1972) 的理論為基礎，延伸出三個階段意象，依序為原始意象 (organic image)、誘發意象 (induced image) 與複合意象 (complex image)，以下分別闡述三階段之意象：

1. 原始意象 (Organic Image)

原始意象為消費者非刻意主動搜尋所接收到的資訊，其資訊來源限制為非觀光旅遊業者所主導之資訊，來源包含報紙報導、雜誌文章、新聞報導、影音、地理或歷史書籍等。

2. 誘發意象 (Induced Image)

消費者受觀光旅遊業者與影視媒體所主導之訊息影響所產生，為業者刻意安排的資訊，如推廣觀光旅遊的廣告、旅遊資訊刊版與觀光旅遊

業者所架設的網路空間等，此種誘發意象主要為觀光旅遊業者為宣傳目的地所使用的行銷宣傳手法。

3. 複合意象 (Complex Image)

複合意象為消費者經評估目的地利益與意象後，而實際前往目的地進行旅遊活動後所產生的體驗，此體驗的結果經由旅客重新評估後，將會影響旅客日後重遊之意願。

Rezend-Parker, Morrison, and Ismail (2003) 在旅客對巴西目的地意象研究中，以因素分析法建立出八構面，分別為：「自然吸引力與感興趣的」(natural / interest)、「安全與舒適感」(safety and comfort)、「文化差異」(cultural comparisons)、「設備與資訊」(facilities and information)、「度假氣氛與異國風情」(vocation atmosphere/exoticness)、「經濟與社會狀態」(economic and social conditions)、「交通便利性」(transportation)、「冒險與學習」(adventure / learning)。Dicher (1985) 就認為，意象是所有的認知和情緒上的滿足，是一個實體在個心中的整體印象，而非僅由單一特性所行成；意象不只是客觀的資料或細節，而是遊客種不同的構面所形成的。茲將相關研究彙整如表 2.1。

表2.1 旅遊意象相關研究

作者	定義	衡量構面
周志冠 (2010)	觀光意象會影響遊客選擇遊憩目的之型為，因此遊客在選擇一個禪修的地方不只是考慮到目的地的環境，還是會受意象所影響。	遊客、環境
童桂馨 (1996)	旅遊意象是指個人至一目的地或旅遊景點從事旅遊活動時，對該地所產生的印象、觀感及看法。同時也是相關認知及實際經驗所累積的結果。	旅遊目的地 認知 實際經驗
沈進成、謝金燕 (2003)	旅遊是指遊客對於目的地的一種期望，相關研究指出旅遊意象是觀光遊客對目的地的旅遊意象越正面，則遊客對該區的偏好程度率的重要決定影響因素，即遊客對目的地的旅遊意象。	信念、印象 觀念、感覺
Rezend-Parker, Morrison, and Ismail (2003)	目的地意象是人們對於所認知的事物而在心中建立起對地方之印象(impressions)、信念(beliefs)、想法(ideas)與感覺(perceptions)的一種主觀想像，當人們對目的地持有正面意象時，能提升遊客對目的地的信任感。	印象、觀念 感覺
Fakeye and Crompton (1991)	認為旅遊目的地意象代表旅客對旅遊目的地存有的印象，並以Gunn (1972) 的理論為基礎	原始意象 誘發意象 複合意象

2.5 滿意度

2.5.1 滿意度之定義

許立群、廖珮玟 (2007) 指出，雖然諸多學者，對顧客滿意度的定義不盡相同，但仔細分析各學者之觀點卻是殊途同歸，可歸納得知，如預期得到滿足，則顧客感到滿意，若結果與預期不相符，未達到預期的成果，則顧客就會感到不滿意。王彬如 (2002) 指出，心裡體驗、環境景觀、遊憩活動及遊程安排服務等四個變數來探討滿意度，其研究結果發現遊客整體滿意度受以上四個變數所影響，其中以遊程安排與服務最具影響力。蔡伯勳 (1986) 指出，遊憩滿意度為個人在一遊憩環境中從事遊憩活動而獲得預期遊憩體驗的程度，為遊憩候之收入獲與遊憩前之需求間的作用結果，以環境、活動、解脫壓力、心理平靜，遊客之總滿意度為景觀吸引力、交通與設備便利性等兩項旅遊滿意度。

2.5.2 滿意度相關研究

謝金燕 (2003) 指出，滿意度之衡量構面，包含遊客對佛光山心靈體驗、遊憩環境、服務設施、遊憩活動等屬性的滿意度，並以行銷期望和實際作為滿意度之影響變數，探討兩者對滿意度的影響。魏弘發 (1995) 針對遊憩阻礙及資源構進行研究，其研究結果發現：遊憩阻礙認知因素會影響遊客的總滿意度，且當遊憩阻礙認知愈大時，遊客的遊憩總滿意度則愈低。遊客對各項資源「資源環境、經營管理、設施」的滿意度愈高時，其對遊憩的總滿意度愈高，其中以資源環境的滿意度與總滿意度的關係最強。而呂長賜 (2005) 針對集集地區進行遊客旅遊動機、滿意度

與重遊意願之研究中發現，滿意度會受不同的遊客屬性與動機的影響，而滿意度也會進一步影響其重遊意願。

此外，更綜合諸位學者見解，將滿意度之相關文獻彙整如表 2.2，據此建構本研究滿意度所衡量之部份，包含：宗教文化方面、景觀方面、服務方面以及交通與住宿方面。

表2.2 滿意度定義及衡量構面

作者	定義	衡量構面
廖珮玟 (2007)	對顧客滿意度的定義不盡相同，但仔細分析各學者之觀點卻是殊途同歸，可歸納得知，如預期得到滿足，則顧客感到滿意，若結果與預期不相符，未達到預期的成果，則顧客就會感到不滿意。	心靈體驗、遊憩環境、服務設施、遊憩活動等屬性的滿意度。
謝金燕 (2003)	在滿意度影響變數方面，以行銷期望和實際作為滿意度之影響變數，探討兩者對滿意度的影響。	心裡體驗、環境景觀、遊憩活動及遊程安排服務。
魏弘發 (1995)	指出遊憩阻礙及資源構面對面進行研究，其研究結果發現:遊憩阻礙認知因素會影響遊客的總滿意度，且當遊憩阻礙認知愈大時，遊客的遊憩總滿意度則愈低。	資源環境、經營管理、設施。
蔡伯勳 (1986)	指出遊憩滿意度為個人在一遊憩環境中從事遊憩活動而獲得預期遊憩體驗的程度，為遊憩候之收入獲與遊憩前之需求間的作用結果。	環境、活動、解脫壓力、心理平靜。

2.6 忠誠度

Smith (1998) 指出，當遊客強烈地感受到某企業有最佳的能力滿足其需求，而且這種地位是其他企業所無法替代的，此時遊客對該企業即產生了「遊客忠誠度」。Bowen and Shoemaker (1998) 亦指出，遊客忠誠度是遊客重複購買，並將自身視為企業的伙伴之可能性。綜上所述，遊客忠誠度可分為行為層面與心理層面的表現，而這種表現是可以使遊客的流失率降低，進而建立競爭優勢。Drake, Gwynne, and Waite (1998) 指出，忠誠度可被區分為行為、認知與情感三種因素；行為忠誠意指遊客實際展現的購買行為，認知忠誠涉及遊客未來的行為意圖，情感忠誠則表示遊客對企業的態度，且由於對企業有好感的遊客，最有可能長期保持忠誠，因此態度忠誠是忠誠度的一項重要的因素。林怡安(2002) 對博物館服務品質滿意度進行研究，其將忠誠度定義為遊客在參觀科博物館之後及對博物館的評價所做出之決定，包含是否願意再來參觀以及是否原意推薦親友來參觀等。

綜合以學者之理論，本研究以重遊意願、推薦親友及情感作為忠誠度之衡量構面。而彙整之相關文獻如表 2.3 所示。

表2.3 忠誠度定義及衡量構面

作者	定義	衡量構面
林怡安 (2002)	遊客在參觀科博物館之後及對博物館的評價所做出之決定，包含是否願意再來參觀以及是否原意推薦親友來參觀等。	重遊意願、親友推薦
Drake et al. (1998)	行為忠誠意指遊客實際展現的購買行為，認知忠誠涉及遊客未來的行為意圖，情感忠誠則表示遊客對企業的態度。且由於對企業有好感的遊客，最有可能長期保持忠誠，因此態度忠誠是忠誠度的一項重要的因素。	遊客實際展現。
Smith (1998)	當遊客強烈地感受到某企業有最佳的能力滿足其需求，而且這種地位是其他企業所無法替代的，此時遊客對該企業即產生。	遊客忠誠度。
Bowen and Shoemaker (1998)	遊客忠誠度可分為行為層面與心理層面的表現，而這種表現是可以使遊客的流失率降低，進而建立競爭優勢。	遊客重複購買、伙伴之可能性。
Drake et al. (1998)	且由於對企業有好感的顧客，最有可能長期保持忠誠，因此態度忠誠是忠誠度的一項重要的因素。	顧客未來、情感忠誠

2.7 動機、旅遊意象、滿意度、忠誠度相關之研究

王雲龍(2005)的研究指出，動機、滿意度、忠誠度三者間之因果關係可能因研究對象的人格特質或人口統計變項的不同而不同，因此，動機與忠誠度間之關係研究結果分歧，也有可能是因各研究的地點、對象及問項設計等不同而導致結果的不同。

綜合上述的相關文獻可知，旅遊動機與旅遊意象、旅遊意象與滿意度、以及滿意度與忠誠度兩者間皆存在正相關的關係，詳細說明如下：

1. 旅遊動機與旅遊意象之關係研究

車成緯(2010)指出，遊客會依據旅遊目的地形象與旅遊動機評估結果選擇旅遊據點，所以當旅遊目的地所呈現的意象是正向的，遊客對於目的地選擇的意願也會更高(Frkeye & Crompton, 1991; Sirgy & Su, 2000)。因此，為有效推展觀光旅遊地，須先將旅遊地給予觀光客的旅遊意象進行描繪與瞭解，方能擬定適切且有效之行銷推廣計畫(林晏州、林寶秀、林庭如、陳惠美，2007)。

綜合上述文獻對旅遊動機、旅遊意象之實證研究，發現旅遊動機與旅遊意象呈現正向的關係，旅遊動機和旅遊意象亦已正相關存在，旅遊動機對旅遊意象亦為正向關係。

2. 旅遊意象與滿意度之關係研究

陳惠美、陳秋玉(2005)在居民與旅客對觀光城鎮意象認知差異研究中指出，對於當地居民而言，易於汲取的景觀意象的來源除了實質環境外，還包括生活經驗或地方活動文化。此外，陳森恩(2010)從旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益的路徑分析得知，除了休閒調劑、人際社交、宗教文化偏好及宗教心靈感受的旅遊動機對佛光山的旅遊意象有顯著影

響外，其餘皆不顯著，而不同旅遊動機及旅遊意象也會產生不同的旅遊效益，並非全部旅遊動機都會有相同的旅遊效益。

3. 滿意度與忠誠度之關係研究

Fornell (1992) 對瑞典 31 種服務產業的顧客滿意度進行調查，結果發現，除了電視傳播業外，每一行業的顧客滿意度對忠誠度都有正向影響；陳伯南(2004) 亦發現，宗教觀光客其滿意度對忠誠度有顯著正向的影響；陳勁甫、林怡安 (2003) 在其研究也指出，遊客對自然科學博物館的整體滿意度會正向且顯著的影響其忠誠度；馬恆，陳膺仁 (2004) 於探討原鄉地區觀光產業服務品質對遊客滿意度與忠誠度的影響及關連性研究中，同樣發現遊客對休閒旅館的滿意度會影響其忠誠度。而陳宗雄、沈進成 (2004) 的研究也發現，遊客旅遊滿意度與重遊意願有明顯正相關存在，亦即遊客至農場消費的旅遊滿意度提升，再次重遊休閒農場意願也會提高。此外，在其他相關研究中亦可證實，整體滿意度對忠誠度也成正向相關 (石洧昱，2004；沈進成，廖若岑，周君妍，2005；Yoon and Uysal, 2005)。茲將相關文獻之結果彙整如表 2.4。

表2.4 動機、旅遊意象、滿意度、忠誠度相關之研究

作者	研究結論
王雲龍 (2005)	動機、滿意度、忠誠度三者間之因果關係可能因研究對象的人格特質或人口統計變項不同而不同，因此，動機與忠誠度間之關係研究結果分歧，也有可能是因為各研究的地點、對象及問項設計等不同而導致結果的不同。
陳惠美、陳秋玉(2005)	指出研究居民與旅客對觀光城鎮意象認知差異，研究中指出，對於當地居民而言，易於汲取的景觀意象的來源除了實質環境外，還包括生活經驗或地方活動文化。
王博文 (2005)	遊客休閒體驗模組、遊客意象及遊客滿意度與忠誠度間關係位研究主題，以奮起湖地區遊客為實證分析對象。
陳森恩 (2010)	旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益的路徑分析得知，除了休閒調劑、人際社交、宗教文化偏好及宗教心靈感受的旅遊動機對佛光山的旅遊意象有顯著影響外，其餘皆不顯著。而不同的旅遊動機及旅遊意象也會產生不同的旅遊效益，而非全部旅遊動機都會有相同的旅遊效益。
馬恆，陳膺仁 (2004)	於探討原鄉地區觀光產業服務品質對遊客滿意度與忠誠度的影響及關連性研究中，亦發現遊客對休閒旅館的滿意度會影響其忠誠度。

第三章 研究方法

確定本研究目的與相關文獻回顧後，本章第一節先奠定本研究之研究架構，第二節說明本研究之假設，第三節將說明各研究變數的操作型定義，第四節將說明問卷設計內容，第五節為資料蒐集範圍與對象，第六節則為資料分析方法。

3.1 研究架構

本研究欲了解外國或泰國當地人到泰國法身寺做宗教禪修活動之旅遊動機，並探討其旅遊意象、滿意度，以及體驗後所產生的忠誠度之影響程度與關係，因而建立本研究之理論架構，如圖 3.1 所示。

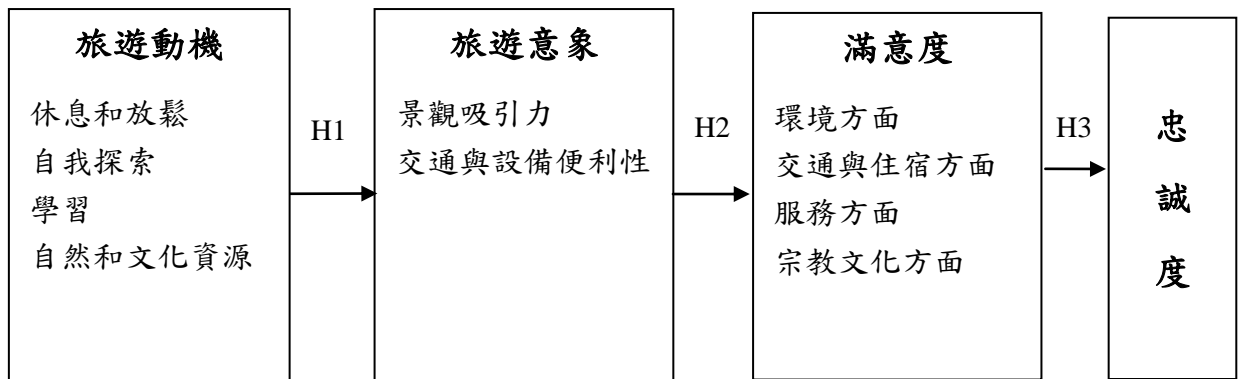


圖3.1 研究架構

3.2 研究假設

根據本研究架構與研究目的，提出以下三個主要之研究假設，分別陳述如下：

H1：至泰國法身寺進行禪修之遊客，其旅遊動機對旅遊意象有顯著的影響。

H2：至泰國法身寺進行禪修之遊客，其旅遊意象對滿意度有顯著的影響。

H3：至泰國法身寺進行禪修之遊客，其滿意度對忠誠度有顯著的影響。

3.3 各變數的操作型定義

本節將針對各研究變數進行操作型定義，所探討的變數包括旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度等四個變數，各變數的操作型定義乃是參照文獻資料並配合本研究的性質所修改潤飾而成，分述如下：

3.3.1 旅遊動機

Iso- Ahola and Allen (1982) 指出旅遊動機是一種驅力，促使遊客去滿足自己的社會和心理需求，也就是遊客從事觀光旅遊活動的主因。本研究根據 Crompton (1979) 與 Hsu et al. (2009) 對旅遊動機所做的分類為依據，對遊客旅遊動機進行相關研究，欲了解其至法身寺進行禪修活動之旅遊動機。

3.3.2 旅遊意象

Crompton (1979) 指出，意象乃是人們對某物體、行為與事件所特有的信念 (beliefs)、印象 (impression)、觀念 (ideas) 與感覺 (perceptions) 的總合。Fakeye and Crompton (1991) 認為，旅遊目的地意象代表旅客對旅

遊目的地存有的印象。並參考林淑真 (2008) 對旅遊意象的分類，進而探討遊客到泰國法身寺參與禪修活動所感受到的當地景觀吸引力、交通與設備便利性等。

3.3.3 滿意度

許立群、廖珮玟 (2007) 將滿意度定義為顧客行前期望與事後體驗的差距，若預期得到滿足，顧客就會感到滿意，若與其結果與預期不相符，顧客就會感到不滿意。並根據文獻整理出的四項基準：環境、交通與住宿、服務、宗教文化等四方面進行探討。

3.3.4 忠誠度

Smith (1998) 指出，當遊客強烈地感受到某企業有最佳的能力滿足其需求，而且是其他企業所無法替代的，此時遊客就對該企業產生「遊客忠誠度」。故，本研究參照上述的定義，並與 Backman and Crompton (1991) 對忠誠度所作的分類相配合，因而進行遊客至法身寺體驗後之行為上的衡量。

3.4 問卷設計

本研究採用問卷調查法，以問卷作為蒐集資料之研究工具，問卷設計係經參考國內外宗教旅遊的相關文獻後，決定變數與變數間的關係，因而建立本研究之架構，來探討泰國法身寺遊客之旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度。

本研究問卷主要分成五個部分，除基本資料屬於類別尺度外，其餘變數皆以李克特五點尺度(Likert five-point scale)進行衡量，從同意程度

最低的「非常不同意」至「非常同意」分別給予以 1 到 5 分計。各部分分述如下：

3.4.1 旅遊動機

第一部份為遊客的旅遊動機，其問卷內容乃是參考 Crompton (1979) 與 Hsu et al. (2009) 對旅遊動機所做的分類，並針對泰國法身寺本身的特性修改潤飾，共 14 題，而宗教旅遊的動機可分成「休息和放鬆」、「自我探索」、「學習」以及「法身寺的自然和文化資源」等四個因素，如表 3.1 所示。

表3.1 旅遊動機量表

構面	問項
休息和放鬆	能鬆弛身心紓解壓力 禪坐可以讓學員達到心情的愉悅 可以擺脫日常例行的工作
自我探索	心與活動相契合，深受宗教文化影響 追求自我獨處的感覺 肯定人生價值滿足成就
學習	依學員佛法理解程度之不同給予不同的課程 師父們的指導可以應用在日常生活中 從這裡可以了解宗教和做研究 藉由參與宗教課程讓宗教融入生活
自然和文化資源	泰國法身寺讓禪修的人感覺有打坐氣氛 雖然是寺院但也是一個觀光景點 參加泰國四月二十二號特殊節慶(Earth Day) 慕名而來或好奇心驅使

3.4.2 旅遊意象

第二部份是遊客的旅遊意象，目的是希望了解遊客至泰國法身寺後，其所感受到的當地景觀吸引力以及交通與設備便利性，因此，本研究參考林淑真 (2008) 對旅遊意象的分類，從當地景觀的吸引力、交通與設備便利性進行探討，共 6 題，如表 3.2 所示。

表3.2 旅遊意象量表

構面	問項
景觀吸引力	景觀乾淨整齊
	基礎建設完善
	宗教旅遊具有吸引力
交通與設備便利性	進出泰國法身寺的交通便利
	公共設備便利(如:公廁所、餐廳)
	對外來遊客很友善

3.4.3 滿意度

第三部份－滿意度，本研究參照林淑真 (2008) 對滿意度之分類，並配合本研究之研究主題特性，分別從環境、交通與住宿、服務、宗教文化等四方面進行衡量，共設計 11 題，詳如表 3.3。

表3.3 滿意度量表

構面	問項
環境	寺院建築具有文化藝術氣息 古蹟保存與維護 環境景觀規劃 環境清潔衛生
交通與住宿	遊客休憩場所 停車便利性 住宿服務設施
服務	服務人員態度 餐飲服務人員態度
宗教文化	宗教課程內容豐富 宗教氣氛濃厚

3.4.4 忠誠度

第四部份為忠誠度，本研究參照 Backman and Crompton (1991) 之研究，將忠誠度區分成行為忠誠和態度忠誠；行為忠誠意是指顧客實際展現的行為，而態度忠誠則涉及到顧客未來的行為意圖。因此，本研究以重遊願意、口碑推薦等層面進行探討，共設計 5 題題項，如表 3.4 所示。

表3.4 忠誠度量表

構面	衡量題項
遊客忠誠度	願意再來泰國法身寺 願意將泰國法身寺推薦給您的親朋好友 遊玩後，您會將正向的訊息傳遞給其他人 你會用負面的態度對介紹泰國法身寺 你會介紹泰國法身寺給其他的旅客

3.5 研究對象

本研究以問卷抽樣方式進行資料蒐集，為了解至泰國進行禪修體驗活動之遊客屬性與特質，除了在泰國法身寺(Wat Phra Dhammakaya 「Thailand」) 當地進行問卷發放外，也針對曾到泰國法身寺進行禪修活動之其他分院信眾進行問卷發放，包括：新加坡法身寺 (Kalyanamitta Centre 「Singapore」)、馬來西亞法身寺 Dhammakaya Meditation Center of Kuala Lumpur 「Kuala Lumpur」和加拿大法身寺 Centre Meditation Dhammakaya de Montreal 「Canada」)。

3.6 資料分析方法

本研究以 SPSS 12.0 統計軟體進行問卷資料的基本分析。茲針對以下的方法進行分析。

3.6.1 敘述性統計 (Descriptive Statistics)

此部份主要是針對受測者之基本資料進行次數分配、百分比、平均數及標準差等基本敘述性統計分析。包括性別、年齡、職業、婚姻、平均收入、國籍、如何曉得和教育程度之遊客特性，以及遊客對於旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度之行為表現概況。

3.6.2 信度分析 (Reliability analytics)

信度分析是用來了解一份問卷的穩定或可靠程度，亦即量表的一致性 or 穩定性，本研究以信度係數 Cronbach's α 進行信度的檢測，以了解問卷量表之內部一致性，藉此建立本研究問卷的建構效度。

3.6.3 因素分析 (Factor analysis)

為檢驗量表的建構效度，即量表能測得理論的概念或特質的程度，本研究藉由驗證性因素分析來檢驗遊客之旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度各變數之效度。

3.6.4 單因子變異數分析 (One Way ANOVA)

本研究以單因子變異數分析來比較及檢定不同個人特徵 (性別、職業、婚姻狀況、年齡、平均收入、國籍、如何得知法身寺、教育程度)，在旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度之各變數的差異性。若差異達到顯著水準，再以 Scheffe 多重比較檢定了解各群組間的差異情況。

3.6.5 迴歸分析 (Regression analysis)

本研究主要在瞭解遊客之旅遊動機、旅遊意象、滿意度和忠誠度間之相互關係，因此以多元迴歸分析方式進行旅客旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度間之探討。

第四章 實證分析

本研究以泰國法身寺為研究主體，以曾到泰國法身寺參與禪修活動之遊客做為實證研究對象；問卷發放時間從 2010 年 10 月 28 日至 12 月 19 日。本研究分別在泰國法身寺發了 800 份問卷、新加坡法身寺發放 100 份問卷、馬來西亞法身寺發放 50 份，而加拿大法身寺則發放 50 份，共發放 1,000 份問卷，扣除填答不全之問卷 208 份，共回收 792 份有效問卷，故有效問卷率為 79.2%。

首先分析遊客的基本資料，並了解遊客前往泰國法身寺之旅遊動機

4.1 樣本結構描述

分別針對泰國法身寺旅客之性別、年齡、職業、教育程度、婚姻狀況、平均收入、認識泰國法身寺方面等，八項社經背景進行分析，基本人口統計資料如表 4.1 所示。結果顯示，在「性別」方面，女性有 545 位(69%) 較男性 274 人 (31%) 為多，顯示參與禪修之遊客以女性居多。在「年齡」方面，20 歲以下有 129 人，佔 16.30%；其次分別為 21~30 歲 161 人 (20.30%)，31~40 歲 159 人 (20.10%)，41~50 歲 165 人 (20.80%)，50 歲以上則有 178 人(佔 22.5%)，發現年齡大多集中在 41 歲以上，可知年齡層相對較高者對於前往參加宗教活動需求高於其他年齡層。在「職業」方面，以學生人數最多，有 186 人，佔 23.50%，其次為自由業 118 人，佔 14.90%。在「婚姻狀況」方面，未婚者 52.20%高於已婚者 38%。在「平均月收入(泰銖)」方面，以 10,000 元以下人數最多(41.40%)。在「國籍」方面，高達 91.70%的人為東南亞籍的遊客。在「教育程度」方面，以高中(職)學歷~大專/學這範圍的遊客人數為最多，佔 78.2%，而大專/學學歷的遊客則有 49.0%；此結果與多數學者之

調查結果相符，均顯示宗教旅遊參與者之教育程度大多為大學以上之程度。而這些遊客主要是透過親友介紹(37.8%)和團體主辦人告知(33.3%)知道泰國法身寺的相關訊息。

表4.1 樣本資料統計表 (N=792)

基本資料		人數	百分比	基本資料		人數	百分比
性別	男	247	31.2	婚姻	已婚	429	54.2
	女	545	68.8		未婚	301	38.0
年齡	20歲	129	16.3		離婚	52	6.6
	30歲以下	161	20.3	平均 月收入 (泰銖)	10,000以下	328	41.4
	31-40歲	159	20.1		10,001~20,000	219	27.7
	41-50歲	165	20.8		20,001~30,000	90	11.4
	51歲以上	178	22.5		30,001~40,000	50	6.3
職業	軍警	7	0.9		40,001~50,000	38	4.8
	公務人員	33	4.2		50,001~60,000	16	2.0
	教師	36	4.5		60,001以上	51	6.4
	學生	186	23.5		國籍	東南亞	726
	商	93	11.7	非東南亞		66	8.3
	工業	113	14.3	消息來源	媒體廣告宣傳	61	7.7
	農林漁牧	22	2.8		親友介紹	299	37.8
	自由業	118	14.9		團體主辦人告知	264	33.3
	服務業	13	1.6		其他	168	21.2
	家管	69	8.7	教育程度	國中(含)以下	97	12.2
無(含退休)	27	3.4	高中(職)		231	29.2	
其他	75	9.5	大專、大學		388	49.0	
			研究所以上		62	7.8	

4.2 各構面平均數分析

由表 4.2 可得知，遊客對於旅遊動機前六項動機依序是「藉由參與宗教課程讓宗教融入生活」(4.58)、「師父們的指導可以應用在日常生活中」(4.56)、「禪坐可以讓學員達到心情的愉悅」(4.54)、「泰國法身寺讓禪修的人感覺有打坐氣氛」(4.53)、「依學員佛法理解程度之不同給予不同的課程」(4.50)、「雖然是寺院但也是一個觀光景點」(4.50)，大多以追求佛法宗教導向為主要的動機。

表4.2 旅遊動機平均數表

問項	平均數	標準差
能鬆弛身心紓解壓力	4.40	0.80
禪坐可以讓學員達到心情的愉悅	4.54	0.63
泰國法身寺讓禪修的人感覺有打坐氣氛	4.53	0.64
依學員佛法理解程度之不同給予不同的課程	4.50	0.62
師父們的指導可以應用在日常生活中	4.56	0.62
慕名而來或好奇心驅使	4.43	0.75
雖然是寺院但也是一個觀光景點	4.50	0.72
參加泰國四月二十二號特殊節慶(Earth Day)	4.46	0.72
心與活動相契合，深受宗教文化影響	4.45	0.82
從這裡可以了解宗教和做研究	4.49	0.66
可以擺脫日常例行的工作	4.32	0.75
追求自我獨處的感覺	4.35	0.76
肯定人生價值滿足成就	4.39	0.75
藉由參與宗教課程讓宗教融入生活	4.58	0.63

由表 4.3 可知，在旅遊意象方面，以「景觀乾淨整齊」(4.63) 最高，其次為「公共設備便利性」(4.46)，而得分最低的為「通往交通便利」(4.29)；由上述可知，因遊客絕大多數以追尋禪修體驗為主，而每次至少得在泰國法身寺待上一星期，因此，景觀的乾淨與否和公共設備

之便利性等基礎設施對遊客來說反而更顯得重要。而在滿意度方面，遊客對於各項滿意度的得分皆介於滿意和非常滿意間，尤其是以「寺院建築具有文化藝術氣息」(4.57) 的滿意度最高，其次分別是「環境清潔衛生」(4.55)、「宗教氣氛濃厚」(4.52)、「宗教課程內容豐富」(4.51)，顯示遊客對於泰國法身寺整體環境的整潔衛生與宗教氣氛均有較高程度的認同。而從忠誠度表 4.4 又可知，遊客對於重遊意願最高 (4.61)，其次為將法身寺介紹給親友 (4.55) 與他人 (4.55) 等口碑推薦。

表4.3 旅遊意象與滿意度平均數表

變數	問項	平均數	標準差
旅遊意象	景觀乾淨整齊	4.63	0.59
	基礎建設完善	4.37	0.73
	宗教旅遊具有吸引力	4.30	0.80
	通往交通便利	4.29	0.78
	公共設備便利(如:公廁所、餐廳)	4.46	0.70
	對外來遊客很友善	4.32	0.77
滿意度	寺院建築具有文化藝術氣息	4.57	0.62
	古蹟保存與維護	4.48	0.64
	環境景觀規劃	4.28	0.87
	遊客休憩場所	4.12	0.96
	環境清潔衛生	4.55	0.61
	服務人員態度	4.33	0.70
	停車便利性	4.33	0.74
	餐飲服務人員態度	4.39	0.69
	住宿服務設施	4.30	0.72
	宗教課程內容豐富	4.51	0.63
宗教氣氛濃厚	4.52	0.62	

表4.4 忠誠度平均數表

問項	平均數	標準差
願意再來泰國法身寺	4.61	0.60
願意將泰國法身寺推薦給您的親朋好友	4.55	0.61
遊玩後，您會將正向的訊息傳遞給其他人	4.51	0.66
你會用負面的態度對介紹泰國法身寺	4.38	0.85
你會介紹泰國法身寺給其他的旅客	4.55	0.62

4.3 驗證性因素分析

4.3.1 旅遊動機

根據相關的文獻回顧，本研究旅遊動機共有 14 題問項，可縮減成四個不同的旅遊動機，分別命名為：休息和放鬆、自我探索、學習、自然/人文資源，以下分別針對這四個因素作說明：(如表 4.5)

一、休息和放鬆：

此構面是由「鬆弛身心紓解壓力」、「禪坐可以讓學員達到心情的愉悅」、「可以擺脫日常例行的工作」等三項因子所組成，其解釋變異量為 59.35%，因素負荷量則介於 0.74~0.82 間，其中，又以「鬆弛身心紓解壓力」的因素負荷量最高 (0.82)。

二、自我探索：

此構面是由「心與活動相契合，深受宗教文化影響」、「追求自我獨處的感覺」、「肯定人生價值滿足成就」等三項因子所組成，其累積解釋變異量為 67.39%，因素負荷量則介於 0.66~0.90 間，其中，以「心與活動相契合，深受宗教文化影響」的因素負荷量最高 (0.90)。

三、學習：

此構面是由「依學員佛法理解程度之不同給予不同的課程」、「師父們的指導可以應用在日常生活中」、「從這裡可以了解宗教和做研究」與「藉由參與宗教課程讓宗教融入生活」等四項所構成，其累積解釋變異量為 65.00%，因素負荷量則介於 0.78~0.84 間，其中，以「依學員佛法理解程度之不同給予不同的課程」的因素負荷量最高 (0.84)。

四、自然/人文資源：

此構面是由「泰國法身寺讓禪修的人感覺有打坐氣氛」、「雖然是寺院但也是一個觀光景點」、「參加泰國四月二十二號特殊節慶(Earth Day)」與「慕名而來或好奇心驅使」等四項所構成，累積解釋變異量為58.71%，因素負荷量介於0.78~0.82，而在這之中，以「雖然是寺院但也是一個觀光景點」的因素負荷量最高(0.81)。

表4.5 旅遊動機驗證性因素分析表

問項	因素負荷量	解釋變異量(%)
休息和放鬆		59.35
鬆弛身心紓解壓力	0.82	
禪坐可以讓學員達到心情的愉悅	0.76	
可以擺脫日常例行的工作	0.74	
自我探索		67.39
心與活動相契合，深受宗教文化影響	0.90	
追求自我獨處的感覺	0.88	
肯定人生價值滿足成就	0.66	
學習		65.00
依學員佛法理解程度之不同給予不同的課程	0.84	
師父們的指導可以應用在日常生活中	0.82	
從這裡可以了解宗教和做研究	0.78	
藉由參與宗教課程讓宗教融入生活	0.78	
自然/文化資源		58.71
泰國法身寺讓禪修的人感覺有打坐氣氛	0.73	
雖然是寺院但也是一個觀光景點	0.81	
參加泰國四月二十二號特殊節慶(Earth Day)	0.77	
慕名而來或好奇心驅使	0.75	

4.3.2 旅遊意象

根據相關的文獻回顧，本研究旅遊意象共有 6 題問項，可縮減成「景觀吸引力」和「交通與公共設備便利性」兩個不同的旅遊意象，茲作以下說明：(如表 4.6)

一、景觀吸引力：

此構面是由「景觀乾淨整齊」、「基礎建設完善」與「宗教旅遊具有吸引力」所構成，其累積解釋變異量為 65.47%，因素負荷量則介於 0.78~0.83 間，其中，以「景觀乾淨整齊」的因素負荷量最高 (0.83)，其次是「基礎設施完善」(0.82)。

二、交通與公共設備性：

而此部份則是由「通往交通便利」、「公共設備便利(如:公廁所、餐廳)」和「對外來遊客很友善」所構成，其累積解釋變異量 73.33%，因素負荷量分別為 0.85、0.87，又以「通往交通便利」(0.87) 因素負荷量最高。

表4.6 旅遊意象驗證性因素分析表

問項	因素負荷量	解釋變異量(%)
景觀吸引力		65.47
景觀乾淨整齊	0.83	
基礎建設完善	0.82	
宗教旅遊具有吸引力	0.78	
交通與公共設備性		73.33
通往交通便利	0.87	
公共設備便利(如:公廁所、餐廳)	0.85	
對外來遊客很友善	0.85	

4.3.3 滿意度

根據相關的文獻回顧，本研究之滿意度共有 11 題問項，共可縮減成「環境」、「交通與住宿」、「服務」和「宗教文化」等四個滿意度因素，茲作以下說明：(如表 4.7)

一、環境：

此構面是由「寺院建築具有文化藝術氣息」、「古蹟保存與維護」、「環境景觀規劃」與「環境清潔衛生」等所構成，累積解釋變異量為 55.84%，因素負荷量介於 0.67~0.83，以「泰國法身寺讓禪修的人感覺有打坐氣氛」的因素負荷量最高 (0.82)。

二、交通與住宿：

此構面是由「遊客休憩場所」、「停車便利性」與「住宿服務設施」等所構成，其累積解釋變異量為 61.34%，因素負荷量介於 0.70~0.83，而在這之中以「遊客休憩場所」(0.83) 最高，其次是「停車便利性」(0.81)。

三、服務：

在「服務」構面中，其累積解釋變異量為 74.41%，「服務人員態度」與「餐飲服務人員態度」的因素負荷量皆為 0.86。

四、宗教文化：

在「宗教文化」構面中，其累積解釋變異量為 82.01%，「宗教課程內容豐富」與「宗教氣氛濃厚」的因素負荷量皆為 0.91。

表4.7 滿意度驗證性因素分析表

問項	因素 負荷量	解釋 變異量(%)
環境		55.84
寺院建築具有文化藝術氣息	0.83	
古蹟保存與維護	0.77	
環境景觀規劃	0.71	
環境清潔衛生	0.67	
交通與住宿		61.34
遊客休憩場所	0.83	
停車便利性	0.81	
住宿服務設施	0.70	
服務		74.41
服務人員態度	0.86	
餐飲服務人員態度	0.86	
宗教文化		82.01
宗教課程內容豐富	0.91	
宗教氣氛濃厚	0.91	

4.3.4 忠誠度

由下表可知，忠誠度題項有：「願意再來泰國法身寺」、「願意將泰國法身寺推薦給您的親友」、「會將正向的訊息傳遞給其他人」、「會用負面的態度對介紹泰國法身寺」與「會介紹泰國法身寺給其他的旅客」等，其累積解釋變異量為 68.07%，因素負荷量介於 0.70~0.89，而在這之中，以「願意再來泰國法身寺」(0.89) 最高，其次是「願意將泰國法身寺推薦給您的親友」和「會將正向的訊息傳遞給其他人」(0.86)。

表4.8 忠誠度驗證性因素分析表

問項	因素負荷量	解釋變異量(%)
願意再來泰國法身寺	0.89	
願意將泰國法身寺推薦給您的親友	0.86	
會將正向的訊息傳遞給其他人	0.86	68.07
會用負面的態度對介紹泰國法身寺	0.81	
會介紹泰國法身寺給其他的旅客	0.70	

4.4 信度分析

本研究信度建構以 Cronbach's α 值檢驗其內部一致性，以及採分項對總項相關係數 (Item to Total Correlation) 檢驗各問項間之相關程度。本節信度分析所有構面皆參考過去相關研究並修改潤飾而成，故具有內容信度水準。分析結果如表 4.9 與表 4.10 所示，各構面 Cronbach's α 係數介於 0.65~0.87 間，結果顯示本研究量表建構具有內部一致性 (Cronbach, 1951)。

此外，構面之題項對總項之相關係數介於 0.40~0.79 間，顯示各題目與其所屬構面其他題項之相關程度至少皆在中度相關以上，可見其內部一致性水準及同質性相當高。

表4.9 旅遊動機信度分析表

構面/問項	Item –to-total Correlation	Cronbach's α
休息和放鬆		0.65
鬆弛身心紓解壓力	0.44	
禪坐可以讓學員達到心情的愉悅	0.53	
可以擺脫日常例行的工作	0.42	
自我探索		0.74
心與活動相契合，深受宗教文化影響	0.65	
追求自我獨處的感覺	0.68	
肯定人生價值滿足成就	0.41	
學習		0.82
依學員佛法理解程度之不同給予不同的課程	0.66	
師父們的指導可以應用在日常生活中	0.69	
從這裡可以了解宗教和做研究	0.61	
藉由參與宗教課程讓宗教融入生活	0.61	
法身寺的自然資源和文化		0.77
泰國法身寺讓禪修的人感覺有打坐氣氛	0.52	
雖然是寺院但也是一個觀光景點	0.63	
參加泰國四月二十二號特殊節慶(Earth Day)	0.57	
慕名而來或好奇心驅使	0.55	

表4.10 旅遊意象、滿意度與忠誠度信度分析表

構面/問項	Item-to-total Correlation	Cronbach's α
景觀吸引力		0.73
景觀乾淨整齊	0.52	
基礎建設完善	0.59	
宗教旅遊具有吸引力	0.58	
交通與公共設備性		0.82
通往交通便利	0.66	
公共設備便利(如:公廁所、餐廳)	0.66	
對外來遊客很友善	0.69	
環境		0.72
寺院建築具有文化藝術氣息	0.53	
古蹟保存與維護	0.63	
環境景觀規劃	0.49	
環境清潔衛生	0.45	
交通與住宿		0.66
遊客休憩場所	0.40	
停車便利性	0.51	
住宿服務設施	0.55	
服務		0.66
服務人員態度	0.49	
餐飲服務人員態度	0.49	
宗教文化		0.78
宗教課程內容豐富	0.64	
宗教氣氛濃厚	0.64	
忠誠度		
願意再來泰國法身寺	0.67	
願意將泰國法身寺推薦給您的親友	0.79	
會將正向的訊息傳遞給其他人	0.75	0.87
會用負面的態度對介紹泰國法身寺	0.57	
會介紹泰國法身寺給其他的旅客	0.77	

4.5 人口統計變數對主要變數之差異分析

本節主要探討本研究之主要變數(包含旅遊動機、旅遊意象、滿意度、忠誠度)與個人人口統計變數間是否具有顯著差異；而人口統計變數則有性別、年齡、職業、婚姻、平均月收入、國籍、如何曉得泰國法身寺、教育程度等，其分析結果如下所示：

4.5.1 「休息和放鬆」旅遊動機

從表 4.11 可知，不同性別、年齡、職業、國籍和婚姻的遊客對「休息和放鬆」旅遊動機因素具有顯著差異性。

在「性別」部分，女性遊客對「休息和放鬆」的旅遊動機需求高於男性遊客，由此顯示，女性遊客比男性遊客在生活上有較多的壓力，為了追求心靈上的放鬆，因此才來想透過禪修來讓自己擺脫日常生活中的壓力。在「年齡」部分，31 歲以上的遊客對於「休息和放鬆」旅遊動機的需求高於 20 歲以下的遊客。在「職業」部分，經商者和從事自由業者在生活上有較多的壓力，因此他們對於「休息和放鬆」旅遊動機需求高於學生族群。此外，非東南亞籍遊客希望能藉由禪修達到心靈上的平靜或滿足的需求高於東南亞籍，而已婚者對於「休息和放鬆」旅遊動機高於未婚者，其原因可能是已婚者在生活習慣上也許有許多煩惱所致。

表4.11 「休息和放鬆」旅遊動機 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-2.97	0.003**	女 > 男
年齡	7.29	0.000***	31-40 歲 > 20 歲以下 41-50 歲 > 20 歲以下 51 歲以上 > 20 歲以下
職業	4.54	0.000***	商業 > 學生 自由業 > 學生
教育程度	1.37	0.226	
平均月收入	1.71	0.115	—
國籍	2.50	0.014**	非東南亞籍 > 東南亞籍
消息來源	6.34	0.590	—
婚姻	4.85	0.001***	已婚 > 未婚

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.2 「自我探索」旅遊動機

從表 4.12 可知，不同年齡、職業、教育程度、平均月收入、國籍和婚姻狀況的遊客對「自我探索」的旅遊動機因素具有顯著的差異。雖說如此，但遊客在職業、教育程度、平均月收入間的差異卻未達顯著水準。

進一步進行事後檢定可發現，在「年齡」部份，31 歲以上的遊客對於「自我探索」的旅遊動機因素高於 20 歲以下的遊客，此外，41 歲-50 歲以上的遊客對於「自我探索」的旅遊動機因素高於 21-30 歲的遊客；顯示，年齡層越高的遊客對於追求自我人生的價值、心靈成長與探索有較高的需求。此外，非東南亞籍遊客大多是特地前往泰國法身寺參與禪修，因其旅途相較於東南亞籍的遊客來說較遙遠，所以其對「自我探索」的旅遊動機高有於東南亞籍者的現象，已婚者對此動機的需求高於未婚者。

表4.12 「自我探索」旅遊動機 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-1.65	0.100	—
年齡	8.99	0.000 ^{***}	31 歲以上 > 20 歲以下 41-50 歲 > 21-30 歲
職業	5.68	0.000 ^{***}	—
教育程度	1.96	0.069 [*]	—
平均月收入	2.70	0.013 ^{**}	—
國籍	2.24	0.028 ^{**}	非東南亞籍 > 東南亞籍
消息來源	1.38	0.248	—
婚姻	3.10	0.015 ^{***}	已婚 > 未婚

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.3 「學習」旅遊動機

表 4.13 可知，不同性別、年齡和職業的遊客對「學習」旅遊動機因素具有顯著差異。

在「性別」部分，女性遊客對「學習」旅遊動機的需求高於男性；31 歲以上的遊客對於學習動機需求則高於 20 歲以下的遊客；若以職業來說，從事「自由業」者對於學習動機的需求又高於「學生」族群。

表4.13 「學習」旅遊動機 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-2.69	0.007 ^{**}	女 > 男
年齡	6.31	0.000 ^{***}	31 歲以上 > 20 歲以下
職業	3.57	0.000 ^{***}	自由業 > 學生
教育程度	1.72	0.113	—
平均月收入	1.76	0.104	—
國籍	1.44	0.149	—
消息來源	0.87	0.456	—
婚姻	1.45	0.217	—

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.4 「自然/文化資源」旅遊動機

表 4.14 可知，不同性別、年齡、職業、國籍和婚姻狀況的遊客對「自然/人文資源」的旅遊動機因素具有顯著差異。

從事後檢定可知，相較於男性，女性較喜歡到戶外欣賞自然並體驗禪修活動，因此，女性遊客對於「自然/文化資源」旅遊動機的需求會高於男性遊客；且年紀越大越喜歡嚮往純樸自然的風光，因此，41 歲以上的遊客其對「自然/人文資源」的旅遊需求高於 20 歲以下的遊客；且非東南亞籍的遊客因受個人周遭生活環境因素的影響，因此其對此旅遊動機之需求高於東南亞國籍的遊客。

表 4.14 「自然/文化資源」旅遊動機 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-2.14	0.015 ^{**}	女 > 男
年齡	4.41	0.002 ^{**}	41 歲以上 > 20 歲以下
職業	2.81	0.001 ^{***}	—
教育程度	1.50	0.177	—
平均月收入	0.93	0.471	—
國籍	4.77	0.000 ^{***}	非東南亞籍 > 東南亞籍
消息來源	0.68	0.57	—
婚姻	2.63	0.033 ^{**}	—

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.5 「景觀吸引力」旅遊意象

表 4.15 可知，不同性別、年齡、職業、教育程度與婚姻的遊客對「景觀吸引力」旅遊意象因素具有顯著的差異。

在「性別」部分，女性遊客對泰國法身寺所感受到的「景觀吸引力」旅遊意象高於男性遊客；且 41 歲以上遊客對景觀的吸引力感受也高於 40 歲以下的遊客；已婚者對於「景觀吸引力」感受同樣會高於未婚者。

表4.15 「景觀吸引力」旅遊意象 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-3.12	0.002 ^{**}	女 > 男
年齡	7.94	0.000 ^{***}	41 歲以上 > 40 歲以下
職業	3.76	0.000 ^{***}	家管 > 學生
教育程度	2.22	0.039 ^{**}	—
平均月收入	0.85	0.530	—
國籍	0.33	0.739	—
消息來源	0.25	0.860	—
婚姻	4.82	0.001 ^{***}	已婚 > 未婚

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.6 「交通與公共設備便利性」旅遊意象

表 4.16 可知，不同性別、年齡、職業、教育程度、平均月收入與婚姻狀況的遊客對「交通與公共設備便利性」旅遊意象因素具有顯著差異；雖說如此，但只有「性別」與「年齡」會有明顯的差異性。

在「性別」部分，女性遊客所感受到的「交通與公共設備便利性」旅遊意象高於男性遊客；同樣地，50 歲以上者對於「交通與公共設備便利性」所感受到的旅遊意象則高於 31~40 歲以下的遊客。

表 4.16 「交通與公共設備便利性」旅遊意象 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-1.75	0.081 [*]	女 > 男
年齡	4.44	0.001 ^{***}	50 歲以上 > 31-40 歲
職業	1.96	0.030 ^{***}	—
教育程度	2.77	0.011 ^{**}	—
平均月收入	1.97	0.068 [*]	—
國籍	-0.85	0.398	—
消息來源	0.74	0.528	—
婚姻	3.41	0.009 ^{**}	—

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.7 「環境」滿意度

表 4.17 可知，不同性別、年齡、職業、教育程度與平均月收入的遊客對「環境」滿意度具有顯著性的差異。雖說如此，但進一步從事後檢定又可知，只有「性別」變數對於環境滿意度是有顯著性的差異的。因女性遊客對於環境的衛生、景觀規劃以及古蹟保護的滿意度較高，因此，女性遊客所感受的環境滿意度會高於男性。

表4.17 「環境」滿意度 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-4.18	0.000 ^{***}	女 > 男
年齡	2.58	0.036 ^{**}	—
職業	3.36	0.000 ^{***}	—
教育程度	2.14	0.047 ^{**}	—
平均月收入	2.46	0.023 ^{**}	—
國籍	0.88	0.382	—
消息來源	1.44	0.229	—
婚姻	1.62	0.168	—

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.8 「交通與住宿」滿意度

表 4.18 可知，不同性別、年齡、職業、國籍的遊客以及透過不同管道與消息來源遊客對「交通與住宿」滿意度具有顯著的差異。

在「性別」部分，女性遊客對「交通與住宿」的滿意度高於男性遊客，且非東南亞籍對於「交通與住宿滿意度」也高於東南亞籍的遊客。

表4.18 「交通與住宿」滿意度 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-2.37	0.018 ^{**}	女 > 男
年齡	2.37	0.051 [*]	—
職業	1.70	0.069 [*]	—
教育程度	1.55	0.159	—
平均月收入	0.599	0.731	—
國籍	1.73	0.085 [*]	非東南亞籍 > 東南亞籍
消息來源	2.77	0.041 ^{**}	—
婚姻	0.82	0.513	—

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.9 「服務」滿意度

表 4.19 可知，任何一項人口統計變數皆無法對「服務滿意度」產生差異性。

表4.19 「服務」滿意度 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-0.81	0.420	—
年齡	0.85	0.492	—
職業	1.11	0.347	—
教育程度	1.23	0.289	—
平均月收入	0.49	0.810	—
國籍	0.86	0.390	—
消息來源	1.98	0.116	—
婚姻	1.48	0.205	—

註：* 表 p 值 < 0.1 ，** 表 p 值 < 0.05 ，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.10 「宗教文化」滿意度

表 4.20 可知，雖然不同性別、職業、教育程度的遊客對「宗教文化滿意度」具有顯著差異，但進一步從事後檢定可知，僅有性別這變數對於「宗教文化滿意度」有明顯的顯著差異，且男性對於「宗教文化滿意度」高於女性遊客。

表4.20 「宗教文化」滿意度 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-2.13	0.033 ^{**}	男 > 女
年齡	1.43	0.221	—
職業	2.35	0.007 ^{**}	—
教育程度	1.94	0.072 [*]	—
平均月收入	0.19	0.98	—
國籍	1.11	0.268	—
消息來源	2.02	0.110	—
婚姻	0.79	0.530	—

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.5.11 忠誠度

表 4.21 可知，不同性別、年齡、職業與平均月收入的遊客對「忠誠度」具有顯著差異。

而從事後檢定分析又可知，在泰國法身寺的忠誠度部份，男性高於女性的遊客；41 歲以上者高於 20 歲以下的遊客，且從事自由業者又高於學生族群。

表4.21 「忠誠度」滿意度 ANOVA 分析表

自變數	t 值/F 值	P 值	Scheff 事後檢定
性別	-3.52	0.000 ^{***}	男 > 女
年齡	5.55	0.000 ^{***}	41 歲 以上 > 20 歲 以下
職業	4.49	0.000 ^{***}	自由業 > 學生
教育程度	0.84	0.537	—
平均月收入	2.19	0.042 ^{**}	—
國籍	1.33	0.186	—
消息來源	1.42	0.237	—
婚姻	1.52	0.195	—

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.6 旅遊動機與旅遊意象之迴歸分析

4.6.1 旅遊動機對景觀吸引力意象之迴歸分析

本研究利用迴歸分析檢驗「旅遊動機」與「景觀吸引力」之關係，其結果如下所示。

在迴歸分析中，自變項不只一個，若自變項間相關程度過高，不但變項間的概念區隔模糊，難以解釋之外，在數學上會因為自變項間共變過高，造成自變項與依變項共變分析上的扭曲現象，稱為多元共線性 (multicollinearity)，而迴歸分析應避免多元共線性的存在。對於某一個自變項共線性的檢驗，可以使用容忍值或變異數膨脹因素 (Variance Inflation Factor, VIF) 來評估 (邱皓政，2006)。為了避免產生多元共線性的問題，本研究採用VIF值做為評估標準，結果顯示各自變數間的VIF值介於2.66至3.35間，遠小於Hair, Anderson, Tatham, and Black (1998) 所建議的10，可見本研究無多元共線性問題。

接著以強迫進入法來進行迴歸模式的建立，依表4.24結果可知，旅遊動機對景觀吸引力意象之迴歸分析其整體迴歸模式具有32.8%的解釋力，且F值達顯著性 ($F = 97.364, p < 0.001$)，顯示景觀吸引力會受旅遊動機的影響；此外，也無自我相關 (Durbin-Watson = 1.922) (吳萬益與林清河，2001)。

由個別自變數預測效果來看，「休息和放鬆」 ($\beta = 0.155, p < 0.001$)、「自我探索」 ($\beta = 0.143, p < 0.05$)、「學習」 ($\beta = 0.154, p < 0.05$) 和「自然/人文資源」 ($\beta = 0.193, p < 0.001$) 對景觀吸引力意象有顯著的影響。由此處可知，「自然/人文資源」旅遊動機對「景觀吸引力」意象的影響作用最大，其次是「休息和放鬆」、「學習」旅遊動機。這顯

示，因寺院營造出的禪修氣氛與環境，因此到此地共修的遊客除能滿足自我好奇心外，也能在此留下深刻的佛教體驗，故「自然/人文資源」會正向影響其對「景觀吸引力」的看法。

表4.22 旅遊動機對景觀吸引力意象之迴歸分析表

自變數/依變數	景觀吸引力意象		
	標準化迴歸係數(β)	t 值	VIF
休息和放鬆	0.155	3.258 ^{***}	2.660
自我探索	0.143	2.785 ^{**}	3.106
學習	0.154	2.876 ^{**}	3.354
自然/人文資源	0.193	3.989 ^{***}	2.747

$R^2 = 0.331$
 $Adj-R^2 = 0.328$
 F 值 = 97.364^{***}
 Durbin-Watson 值 = 1.914

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.6.2 旅遊動機對交通與公共設備便利性意象之迴歸分析

本研究利用迴歸分析檢驗「旅遊動機」與「交通與公共設備便利性」之關係，其結果如表4.23。

各自變數間的VIF值介於2.66至3.35間，遠低於標準值10，可見本研究無多元共線性問題。且其對「交通與公共設備便利性」意象之迴歸分析具有21.6%的解釋力， F 值達顯著性 ($F = 55.604, p < 0.001$)，顯示「交通與公共設備便利性」會受「旅遊動機」的影響；此外，各自變數間也無自我相關的情況 (Durbin-Watson = 1.857)。

由個別自變數預測效果來看，「休息和放鬆」($\beta = 0.129, p < 0.05$)、「學習」($\beta = 0.254, p < 0.001$)和「自然/人文資源」($\beta = 0.105, p < 0.05$)

均會影響「交通與公共設備便利性」意象，且以「學習」動機對「交通與公共設備便利性」意象的影響最大。可知，若一個觀光景點想吸引遊客前往，必須得從其硬體設施著手，像是：公車、輪椅等，故提升泰國法身寺交通與設備便利之意象對吸引遊客前往有其益助，尤其是因「學習」動機而前往的遊客來說，更是重要。

表4.23 旅遊動機對交通與公共設備便利性意象之迴歸分析表

自變數/依變數	交通與公共設備便利性意象		
	標準化迴歸係數(β)	t 值	VIF
休息和放鬆	0.129	2.513**	2.660
自我探索	0.032	0.574	3.106
學習	0.254	4.376***	3.354
自然/人文資源	0.105	2.006**	2.747

$R^2 = 0.220$
 $Adj-R^2 = 0.216$
 F 值 = 55.604***
 Durbin-Watson 值 = 1.832

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.7 旅遊意象與滿意度之迴歸分析

4.7.1 旅遊意象對環境滿意度之迴歸分析

本研究利用迴歸分析檢驗「旅遊意象」與「環境滿意度」之關係，其結果如表4.24。

各自變數間的VIF值均是1.653，可見本研究並無多元共線性問題。且其對環境滿意度之迴歸分析具有43.4%的解釋力，F值達顯著性 ($F = 303.725, p < 0.001$)，顯示「環境滿意度」會受「景觀吸引力」和「交通與公共設備便利性」旅遊意象的影響；此外，各自變數間也無自我相關的情況 ($Durbin-Watson = 1.884$)。

由個別自變數預測效果來看，以「景觀吸引力」意象對「環境滿意度」的影響最大。可知，若遊客對於法身寺的景觀、基礎設施能夠做好維護，自然能讓遊客體會到法身寺之宗教吸引力，甚至進而對寺廟的環境留下良好的印象。

表4.24 旅遊意象對環境滿意度之迴歸分析表

自變數/依變數	環境滿意度		
	標準化迴歸係數(β)	t 值	VIF
景觀吸引力	0.445	12.935 ^{***}	1.653
交通與公共設備便利性	0.282	8.190 ^{***}	1.653

$R^2 = 0.435$
 $Adj-R^2 = 0.434$
 F 值 = 303.725^{***}
 $Durbin-Watson$ 值 = 1.884

註：* 表 p 值 < 0.1，** 表 p 值 < 0.05，*** 表 p 值 < 0.001

4.7.2 旅遊意象對交通與住宿滿意度之迴歸分析

本研究利用迴歸分析檢驗「旅遊意象」與「交通與住宿滿意度」之關係，其結果如表4.25。

各自變數間的VIF值均是1.653，可見本研究並無多元共線性問題。且其對「交通與住宿滿意度」之迴歸分析具有43.4%的解釋力，F值達顯著性 ($F = 240.647, p < 0.001$)，顯示「交通與住宿滿意度」會受「景觀吸引力」和「交通與公共設備便利性」旅遊意象的影響；此外，各自變數間也無自我相關的情況 ($Durbin-Watson = 1.827$)。

由個別自變數預測效果來看，「景觀吸引力」($\beta = 0.347, p < 0.001$)、「交通與公共設備便利性」($\beta = 0.335, p < 0.05$)對「交通與住宿滿意度」有顯著的影響。由此處可知，法身寺的「景觀吸引力」與「交通與公共設備便利性」會影響其對「交通與住宿滿意度」。

表4.25 旅遊意象對交通與住宿滿意度之迴歸分析表

自變數/依變數	交通與住宿滿意度		
	標準化迴歸係數(β)	t 值	VIF
景觀吸引力	0.347	9.629 ^{***}	1.653
交通與公共設備便利性	0.335	9.282 ^{***}	1.653

$R^2 = 0.379$
 $Adj-R^2 = 0.377$
 F 值 = 240.647^{***}
 $Durbin-Watson$ 值 = 1.827

註：* 表 p 值 < 0.1 ，** 表 p 值 < 0.05 ，*** 表 p 值 < 0.001

4.7.3 旅遊意象對服務滿意度之迴歸分析

本研究利用迴歸分析檢驗「旅遊意象」與「服務滿意度」之關係，其結果如表4.26。

各自變數間的VIF值均是1.653，可見本研究並無多元共線性問題。且其對「服務滿意度」之迴歸分析具有43.4%的解釋力，F值達顯著性 ($F = 176.552, p < 0.001$)，顯示遊客所感受的「服務滿意度」會受「景觀吸引力」和「交通與公共設備便利性」旅遊意象的影響；此外，各自變數間也無自我相關的情況 ($Durbin-Watson = 1.831$)。

由個別自變數預測效果來看，「交通與公共設備便利性」($\beta = 0.357, p < 0.05$)對「服務滿意度」的影響最大。因法身寺設有專門讓禪修旅客住宿的地點與餐食供應，這可讓禪修者能在此無憂無慮的共修，因此，遊客對當地的旅遊意象會影響其對服務的滿意度。

表4.26 旅遊意象對服務滿意度之迴歸分析表

自變數/依變數	服務滿意度		
	標準化迴歸係數(β)	t 值	VIF
景觀吸引力	0.257	6.766 ^{***}	1.653
交通與公共設備便利性	0.357	9.384 ^{***}	1.653

$R^2 = 0.309$
 $Adj-R^2 = 0.307$
 F 值 = 176.552^{***}
 $Durbin-Watson$ 值 = 1.831

註：* 表 p 值 < 0.1 ，** 表 p 值 < 0.05 ，*** 表 p 值 < 0.001

4.7.4 旅遊意象對宗教文化滿意度之迴歸分析

本研究利用迴歸分析檢驗「旅遊意象」與「宗教文化滿意度」之關係，其結果如表4.27。

各自變數間的VIF值均是1.653，可見本研究並無多元共線性問題。且其對「宗教文化滿意度」之迴歸分析具有43.4%的解釋力，F值達顯著性 ($F = 208.478, p < 0.001$)，顯示遊客所感受的「宗教文化滿意度」會受「景觀吸引力」和「交通與公共設備便利性」旅遊意象的影響；此外，各自變數間也無自我相關的情況 ($\text{Durbin-Watson} = 1.841$)。在這之中，又以「景觀吸引力」($\beta = 0.368, p < 0.05$)對「宗教文化滿意度」的影響較大。可知，若泰國法身寺能舉辦深具意義的活動，除了能吸引世界各地的佛教信徒，也會吸引非信徒前來研習、旅遊或參觀，因而形塑出當地的宗教吸引力，所以才會進一步對「宗教文化」感到滿意。

表4.27 旅遊意象對宗教文化滿意度之迴歸分析表

自變數/依變數	宗教文化滿意度		
	標準化迴歸係數(β)	t 值	VIF
景觀吸引力	0.368	9.947 ^{***}	1.653
交通與公共設備便利性	0.282	7.620 ^{***}	1.653

$R^2 = 0.346$

$\text{Adj-}R^2 = 0.344$

F 值 = 208.478^{***}

Durbin-Watson 值 = 1.841

註：* 表 p 值 < 0.1 ，** 表 p 值 < 0.05 ，*** 表 p 值 < 0.001

4.8 滿意度與忠誠度之迴歸分析

本研究利用迴歸分析檢驗「滿意度」與「忠誠度」之關係，其結果如表4.28。

各自變數間的VIF值介於1.957至2.291間，可知本研究無多元共線性的問題，且其對忠誠度具有47%的解釋力，F值達顯著性 ($F = 176.252, p < 0.001$)，顯示「忠誠度」會受「滿意度」的影響；另外，各自變數間也無自我相關的情況 ($\text{Durbin-Watson} = 1.833$)。

由個別自變數預測效果來看，「環境滿意度」、「服務滿意度」與「宗教文化滿意度」皆會影響其「忠誠度」。故，為了提高遊客的忠誠度，可從此三方面著手，當遊客在此地能感受到舒適的環境、服務與宗教氣氛後，遊客自然會對此行感到別具意義，所以，當遊客的旅遊感受程度越高，越能提高遊客的旅遊忠誠度。

表4.28 滿意度對忠誠度之迴歸分析表

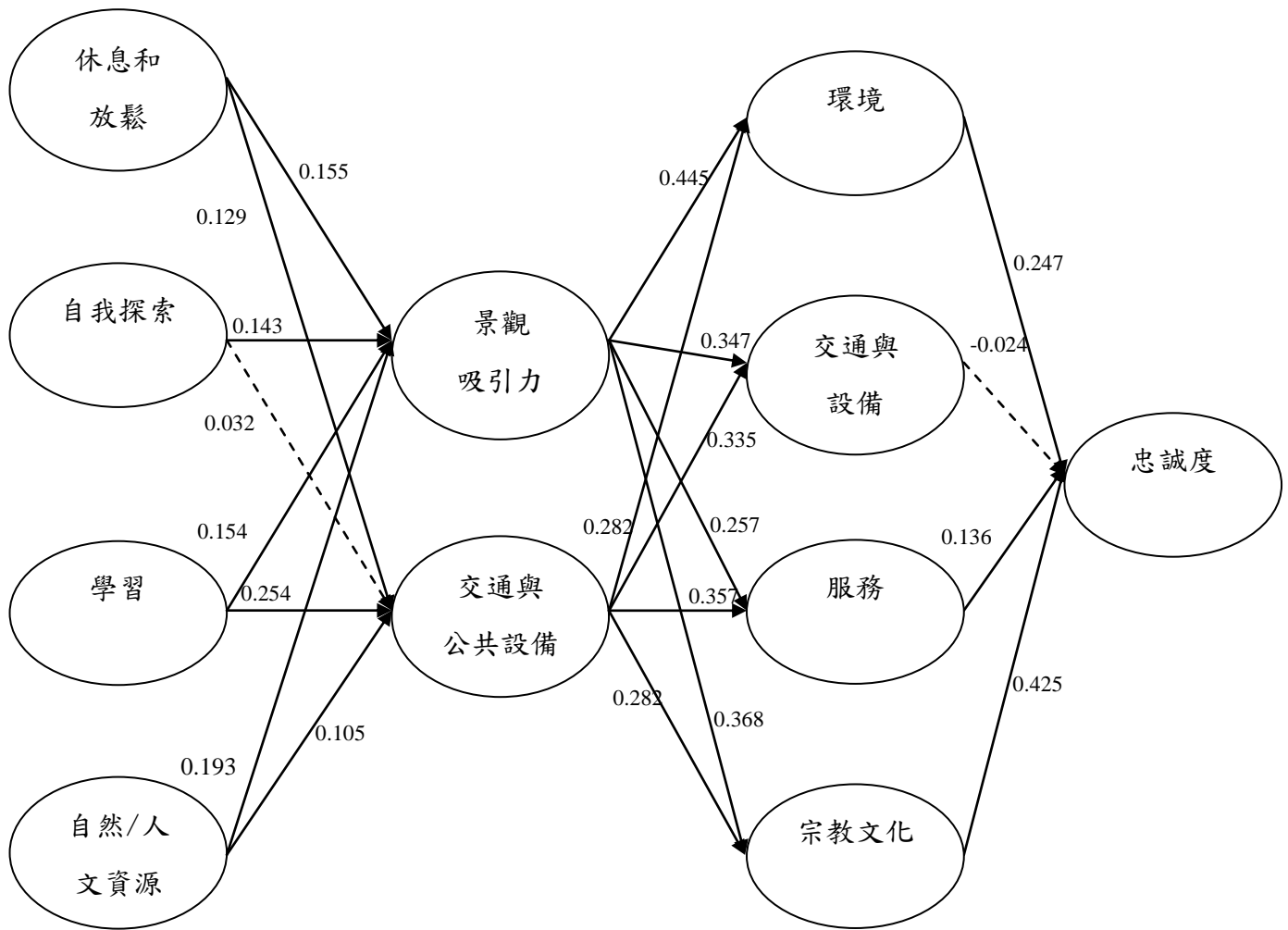
自變數/依變數	忠誠度		
	標準化迴歸係數(β)	t 值	VIF
環境	0.247	6.763 ^{***}	1.988
交通與住宿	-0.024	-0.601	2.291
服務	0.136	3.639 ^{***}	2.091
宗教文化	0.425	11.731 ^{***}	1.957
$R^2 = 0.473$			
$\text{Adj-}R^2 = 0.470$			
F 值 = 176.252 ^{***}			
Durbin-Watson 值 = 1.833			

註：* 表 p 值 < 0.1 ，** 表 p 值 < 0.05 ，*** 表 p 值 < 0.001

4.9 假設討論

本研究依據資料分析所獲得之結果，將其繪成路徑圖，如圖 4.1 所示，在顯著水準 $\alpha = 0.05$ 標準下，假設成立的路徑以實線表示，不顯著的路徑以虛線表示。而由圖 4.1 可得知，「旅遊動機」、「旅遊意象」、「滿意度」與「忠誠度」間皆為正向，以下就所有構面間的關係一一作說明。

在關係圖中，「景觀吸引力」($p < 0.001$)與「交通與公共設備便利性」($p < 0.001$)等旅遊意象會受旅遊動機的正向影響，表示本研究之假設 H1 成立；而「環境滿意度」、「交通與住宿滿意度」、「服務滿意度」與「宗教文化滿意度」皆會正向影響其「景觀吸引力」和「交通與公共設備便利性」旅遊意象($p < 0.001$)，表示本研究之假設 H2 成立；最後，「滿意度」則會正向影響其「忠誠度」($p < 0.001$)，表示本研究之假設 H3 成立。



註：

- 1.圖中數值代表標準化迴歸係數值
- 2.實線代表顯著，虛線代表不顯著

圖 4.1 旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係圖

第五章 結論與建議

本研究主要目的在調查至泰國法身寺進行禪修遊客之旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度的關係，本研究以量化方式進行研究，本章首先就本研究之實證分析結果加以歸納整理，並根據實證之結果提出管理意涵與相關之建議。

5.1 結論

1. 依遊客的基本資料分析，到泰國法身寺進行宗教之旅的遊客以女性遊客佔多數，可能是女性遊客比男性遊客在生活上有較多的壓力，為了追求心靈上的放鬆，因此才來想透過禪修來讓自己擺脫日常生活中的壓力。又以已婚、年齡 50 歲以上居多，學歷則以大專及大學程度佔多數。這顯示到法身寺進行禪修之宗教旅遊者，主要以長者、已婚和女性居多。
2. 旅遊動機會正向影響其旅遊意象，且不同動機之遊客對於旅遊意象也有些許不同。以「自然/人文資源」為其動機者，對於在此地能體驗大型的宗教慶典並享受寺院所營造出的禪修氣氛與環境，因此對於此行能留下深刻的體驗。此外，若由觀光景點之硬體設施著手加以改進、補強的話，對於提升泰國法身寺的交通與設備便利意象有其益助，尤其是因「學習」動機而前往的遊客來說，更是重要。
3. 旅遊意象會正向影響其滿意度，且不同的旅遊意象也會產生不同程度滿意度。若以「景觀吸引力」意象來說，若法身寺能讓遊客感受到優美的景觀、幽靜的氣氛，自然能讓遊客感受到法身寺之宗教吸引力，並進而對寺廟留下良好的印象，增加其滿意度。

4. 滿意度會正向影響其忠誠度，且在不同方面所感受的滿意度，也會因而產生不同程度的忠誠度。在不同方面的滿意度，以「宗教文化滿意度」對忠誠度的影響最大，其次則為「服務滿意度」與「環境滿意度」；可知，為了提高遊客的忠誠度，可從此三方面著手，當遊客在此地能感受到舒適的環境、服務與宗教氣氛後，遊客自然會對此行感到別具意義，所以，當遊客的旅遊感受程度越高，越能提高遊客的旅遊忠誠度。

5.2 建議

泰國現存以禪修進行宗教旅遊的方式已有相當長的一段時間，透過教師傳授靜坐技術，逐步引導修行者，讓來禪修的人，可以感到舒服、快樂且輕易解脫壓力，並達到真正的休息。

從活動參與者之動機可知，遊客到泰國進行禪修主要是想體驗宗教氣氛、自在、步調較緩慢的旅遊體驗，所以法身寺在舉辦相關活動時，應致力維護自然舒適的禪修環境，使遊客能在此禪修、欣賞自然風光、釋放壓力；呼應其動機，未來在活動規劃上，應可朝提高人文旅遊的品質方向發展。

此外，從本研究實證結果可知，到此地進行禪修者以女性與年長者居多。因此，更可以配合不同客層規劃不同的旅遊行程，誘發遊客前往參與，除了在女性旅遊的行程中，將瑜珈課程納入，設計出具有特色的女性宗教旅遊行程，吸引更多的女性遊客之外，更因遊客以年長者居多，所以寺廟在硬體方面(如：交通便利、基礎建設等)更應加強，以營造適合年長者旅遊的旅遊環境，進而吸引更多的遊客前往。

再則，會至泰國進行禪修者，除了當地人以外，還有國外的遊客，因遊客語言本身的差異，故，法身寺在語言服務方面更應強化，針對外籍遊客進行差異化的協助，讓外籍人士也能輕易理解寺廟本身所設計的課程內容，滿足遊客的需求，進而吸引其他國籍的遊客，創造出可觀的經濟效益。

參考文獻

一、中文文獻

1. 馬恆，陳膺仁(2004)，提升原鄉地區觀光產業經營競爭力之研究—顧客滿意度的觀點，品質月刊，第 40 卷第 8 期，頁 53-55。
2. 法身基金會(1997)，獨一無二，國際台灣法身寺，頁 23-27。
3. 林淑真(2008)，民宿投宿動機、期望、綠遊意象、滿意度與忠誠度之研究，南華大學企業管理科學碩士論文，嘉義。
4. 林怡安(2002)，以遊客滿意度探討博物館服務品質之研究—以自然科學博物館為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，嘉義。
5. 林晏州、林寶秀、林庭如、陳惠美，(2007)，國際觀光客對日月潭國家風景區之觀光意象，第四屆台灣地方觀光產業發展與前瞻學術研討會論文集，頁 17-30。
6. 呂長賜(2005)，集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，碩士論文，南華大學旅遊事業管理學研究所，嘉義。
7. 許立群、廖珮玟 (2007)，旅遊意象對遊客滿意度與行為意象影響之研究-以花蓮海洋公園為例，遠東學報，第 23 卷第 3 期，565-590。
8. 洪淑華、謝登旺(2010)，論宗教的文化旅遊與觀光價值，元智大學社會暨政策科學系教授兼師資培育中心主任，桃園。
9. 江靜瑩 (2007)，靜坐對青年身、心影響之探討—以泰國法身寺靜坐方式為例，南華大學生死學系碩士論文，嘉義。

10. 車成緯(2010)，青年旅遊之媒體行銷對旅遊意象、活動吸引力與旅遊意願的影響—以馬祖地區為例，休閒事業研究，第 8 卷第 3 期，頁 25-43。
11. 邱傳賢(2003)，觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究—以宜蘭地區四大休閒農場為例，世新大學觀光學系碩士論文，台北。
12. 邱皓政(2006)，量化研究與統計分析，五南圖書出版股份有限公司。
13. 薪加坡善友禪中心(2011)，十年的實踐—2009，頁 92-93。
14. 余幸娟(2000)，宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究—以台南南鯤鯓代天府為例，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，台北。
15. 周志冠(2010)，台南市遊客觀光意象、滿意度與重遊意願關係之研究—以國定古蹟為例，立德大學休閒管理研究所碩士論文，台南。
16. 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—以南投中台禪寺為例。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，嘉義。
17. 陳惠美、陳秋玉(2005)，居民對遊樂園觀光衝擊態度及其回應策略之研究。第七屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集—遊憩效益與預測篇，32-44 頁，中華民國戶外遊憩學會暨逢甲大學景觀與遊憩研究所，台中。
18. 陳思倫、劉錦桂(1992)，影響旅遊目的地選擇之地點特性及市場區隔之研究，戶外遊憩研究，第五卷第二期，頁 39-70。

19. 陳森恩 (2006) ， 應用層級架構分析法建構評估禪修活動指標之研究-以泰國法身寺為例 ，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，嘉義。
20. 張俊彥(1996) ，台灣宗教性休閒活動目標市場之社會人口分析，戶外遊憩研究，第八卷第四期，頁 69-74。
21. 張春興(1993) ，現代心理學，東華書局，台北。
22. 童桂馨(1996) ，日月潭國家風景區旅遊意象、滿意度與忠誠度關係之研究-台灣遊客與大陸遊客之比較 ，國立屏東商業技術學院休閒事業經營系。
23. 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 ，第三卷第一期，頁 79-95。
24. 釋國安(2001) ，泰國中部與東部導遊漢泰，資訊服務有限公司，頁 48-49。
25. 釋心平(2006) ，出家人的一生，國際台灣法身寺，頁 23-35。
26. 釋心平(2006) ，溫暖之家，社團法人台灣法身寺禪修協會，頁 23-29。
27. 阮衛紅、余學新(2007) ，論宗教文化的旅遊價值及開發利用，社會主義研究，5，頁 134- 136。
28. 蔡伯勳(1986) ，遊憩需求與滿意度分析之研究—以獅頭山風景遊憩區實例調查，台灣大學園藝研究所碩士論文，台北。
29. 顏亞玉(2001) ，宗教旅遊論析，廈門大學學報，3，頁 69-73。

30. 吳佩芬(1997)，主題園遊客對主題意象認知之研究—六福村主題遊樂園為例，逢甲大學土地管王研究所碩士論文，台中。
31. 吳忠宏、黃文雄、李介祿、李雅鳳(2006)，旅遊動機、滿意度與忠誠度之模式建構與驗證：以宜蘭賞鯨活動為例，觀光研究學報，第 13 卷第 4 期，頁 352-353。
32. 吳水丕、何敬之(2006)，禪修對於企業員工專心度的效應，國科會生物能場研討會論文集。
33. 吳萬益、林清河(2001)，企業研究方法，華泰文化，台北。
34. 魏弘發(1995)，遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究—以台灣民俗村為例，逢甲大學建築與都市計劃研究所碩士論文，台中。
35. 王雲龍(2005)，運用結構方程式模型探討服務品質、捐血動機、捐血滿意度與捐血忠誠度之關係—以花蓮捐血中心為例，國立東華大學企業管理學系未出版之碩士論文，台東。

二、英文文獻

1. Backman, S.J. and Crompton, J.L. (1991), The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty, *Leisure Science*, Vol.13, No.3, pp. 205-220.
2. Bowen, J.T., and Shoemaker S. (1998), Loyalty: A strategic commitment, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, February, Vol.39, No.1, pp. 12-25.
3. Crompton, J.L. (1979), An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that Image. *Journal of Travel Research*, Vol.17, No.4, pp.18-23.
4. Crompton, J.L. (1979), Motivation for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, Vol.6, No.4, pp.408-424.
5. Dann, G.M. (1977), Anomie ego-enhancement and tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol.4, No.4, pp.184-194.
6. Dann, G.M. (1981), Tourism motivations: An appraisal, *Annals of Tourism Research*, Vol.8, No.2, pp.187-219.
7. Drake C., Gwynne A., and Waite N. (1998), Barclays life: Customer satisfaction and loyalty tracking survey, *International Journal of Bank Marketing*, Vol.16, No.7, pp.287-292.
8. Fakeye, P.C., & 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, No.2, pp. 10-16.
9. Fornell, C. (1992), A national customer satisfaction barometer: The swedish experience, *Journal of Marketing*, Vol.56, pp.6-21.

10. Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis (5th ed.)*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hal.
11. Hsu, T.K., Tsai, Y. F., & Wu, H. H. (2009), The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan, *Tourism Management*, Vol.30, pp. 288-297.
12. Iso-Ahola, S. E., & Allen, J. R. (1982). The Dynamics of leisure motivation: The effects of outcome on leisure needs, *Research Quarterly for Exercise and Sport*, Vol.53, No.2, pp.141-149.
13. Kotler, N., Haider, D.H., and Rein (1993), *Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*, New York: The Free Press.
14. Rezende-Parker, A. M., Morrison, A.M., and Ismail, J.A. (2003), Dazed and confused? An exploratory study of the image of Brazil as a travel destination. *Journal of Vocation Marketing*, Vol.9, No.3, pp.243-259.
15. Smith, B. (1998), Buyer-seller relationships: Bonds, relationship management, and sex-type, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Vol.15, No.1, pp.76-92.
16. Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors, *Annals of Tourism Research*, Vol.21, No.4, pp.844-846.
17. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, Vol.26, No.1, pp. 45-56.

三、泰文文獻

1. Kosak Thammacharoen kit. (2001), Guides central region and East, pp.98-100.
2. Mrs.Kasemsook Pamornsathit (2002), What is meditation: Home made pocket book baan mathura.
3. Pupatana, Sribundith (2001), Son of phese 8, pp.8-10.
4. Wat phra Dhammakaya (1986), Phra mongkol thep muni. (Sod Jhan Tha Saroo): The history luang por wat pak nam manual accumulated good deeds, Bangkok: Thai wattana panich commercial printer.
5. Wat phra Dhammakaya (1988), 20 years of temple dhammakaya, Dhammakaya foundation: Bangkok, dan dhaka percent of THAILAND printing, Type No. 4.
6. Wat phra Dhammakaya (1988), A buddhist have to knows., Bangkok : Graduates text a commercial printer., pp.11.
7. Wat phra Dhammakaya (1997), Dhammakaya by phra mongkol thep muni (Sod Jhan Tha Saroo), Bangkok: Am.p. lover, pp. 5.
8. Wat phra Dhammakaya (1997), Principles of meditation: Somtwipessnr. by phra mongkol thep muni. (Sod Jhan Tha Saroo), Type the Meeting No.1, Bangkok.
9. Wat phra Dhammakaya (1998), Material preaching. phra mongkol thep muni., Sod Jhan Tha Saroo, Published the first 1, Phatumthani.
10. Wat phra Dhammakaya (1999), More than it is. (Meditation Kaew.) Guide the teaching. Ee each mentor, Meditation Club Kaew, pp.98.

11. Wat phra Dhammakaya (1999), Life version of those auspicious buddhist heritage, biological optical sacred. In advance(Updated version), Thankarnpim, Bang kok, pp.36.
12. Wat phra Dhammakaya (2002), Phramaha Somchai Thanavuddho Good luck in life-those versions of Buddhist Heritage (updated version), pp.36.
13. Wat phra Dhammakaya (2004), Percent theoretical the truth at thinking simplified, Applies Truth and Thinking Theory, Bangkok, pp. 95.
14. Wat phra Dhammakaya (2008), Map of happiness. 100 operating location all over the Thailand (1-2), Bangkok , pp.98, 128, 226.

泰文佛典

1. Dhammakaya (2008), (清淨道論 “THE VISUDDHIMAGGA) , 編譯者 SOMDEJ PHRA BUDDHHAJARN (ART ASABHATHERA)

網路資料

1. 國際法身修行中心網站(2010), <http://www.dmc.tv/>
2. 臺灣禪宗佛教會(2010), <http://www.zen.org.tw/sky-1.htm>
3. Travel Leisure 10 Top Meditation Retreats(2008),
<http://www.travelandleisure.com/articles/ten-top-meditation-retreats>
4. The Middle Way Meditation Retreat(2011),
<http://www.meditationthai.org/docs.zht.index.html>
5. Dokmaiban Meditation Retreat Programme(2011),
<http://www.dokmaiban.com/home.home.html>
6. 为什么有这么多的打坐方式?(2011),
<http://dmcchinese.tv/pages/dhammadakaya/152/>
7. dhammadakaya (2011),
<http://dmcchinese.tv/pages/dhammadakaya/?p=140>
8. 請問比丘和般若分別是什麼意思(2011),
<http://zhidao.baidu.com/question/30932695>
9. 請問比丘和般若分別是什麼意思(2011),
<http://zhidao.baidu.com/question/30932695>

問卷編號： _____

我的 mail: huy_noy@yahoo.com

親愛的旅客，您好：

這是一份宗教旅遊動機、旅遊意象、滿意度與忠誠度調查的問卷，共分為五個部份，目的是要瞭解對於選擇旅遊體驗後的滿意程度及忠誠程度。煩請您撥冗數分鐘，並依照個人實際狀況及真實感受填答。問卷內容採取不記名與不公開方式，調查結果僅供學術研究分析之用，敬請安心填答。您的意見十分寶貴，懇請撥空勾填，。萬分感謝您的協助與支持！

身體健康

事事順心

南華大學旅遊事業管理所

指導教授：丁誌紋 博士

學生：陳秀華 敬上

中華民國一百年十月

第一部份 個人基本資料 (請於 打勾)

1. 性別： 1 男 2 女
2. 年齡：
1. 21 歲以下 2. 21~30 歲 3. 31~40 歲
4. 41~50 歲 5. 50 歲以上
3. 職業：
1. 軍警 2. 公務人員 3. 教師
4. 學生 5. 商業 6. 工業
7. 服務業 8. 自由業 9. 農林漁牧業人員
10. 家管 11. 無(含退休者)
12. 其它(請註：_____)
4. 教育程度：
1. 國中(含)以下 2. 高中(職)
3. 大專、大學 4. 研究所以上
5. 婚姻狀況：
1. 未婚 2. 已婚 3. 離婚
6. 請問您個人每個月所得約為多少元(泰銖)？
1. 一萬元以下 2. 一~二萬元 3. 二~三萬 4. 三~四萬
5. 四~五萬元 6. 五~十萬元 7. 十萬元以上
7. 請問您現在住在哪一國際？
1. 歐洲 2. 南亞 3. 北美
4. 南美 5. 南非 6. 南澳大利
7. 亞南極洲
8. 請問您是消息來源？
1. 由宣傳廣告媒體得知 2. 親友介紹
3. 由團體主辦人告知 4. 其它(請註：_____)

第二部份 旅遊動機

同意程度				
非不常同意	不同意	普通	同意	非常同意

- | | | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 能鬆弛身心紓解壓力 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 禪坐可以讓學員達到心情的愉悅 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 泰國法身寺讓禪修的人感覺有打坐氣氛 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 依學員佛法理解程度之不同給予不同的課程 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 師父們的指導可以應用在日常生活中 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6 慕名而來或好奇心驅使 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7 雖然是寺院但也是一個觀光景點 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8 參加泰國四月二十二號特殊節慶(Earth Day) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9 心與活動相契合，深受宗教文化影響 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10 從這裡可以了解宗教和做研究 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11 可以擺脫日常例行的工作 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12 追求自我獨處的感覺 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13 肯定人生價值滿足成就 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14 藉由參與宗教課程讓宗教融入生活 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

--請翻至下一頁繼續作答，謝謝--

第三部份 旅遊意象

		同意程度				
		非 不 常 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1	泰國法身寺的景觀乾淨整齊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	泰國法身寺的基礎建設完善	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	泰國法身寺的宗教旅遊具有吸引力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	進出泰國法身寺的交通便利	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	泰國法身寺的公共設備便利(如:公廁所、餐廳)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	泰國法身寺對外來遊客很友善	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

—請翻至下一頁繼續作答，謝謝—

第四部份 滿意度

	同意程度				
	非 不 常 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1 寺院建設具有文化藝術氣息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 古蹟保存與維護	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 環境景觀規劃	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 遊客休憩場所	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 環境清潔衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 服務人員態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 停車便利性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 餐飲服務人員態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 住宿服務設施	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 中教課程內容豐富	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 宗教氣氛濃厚	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

--請翻至下一頁繼續作答，謝謝--

第五部份 忠誠度

同意程度				
非 不 常 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意

- 1 願意再來泰國法身寺
- 2 願意將泰國法身寺推薦給您的親朋好友
- 3 經由遊玩泰國法身寺，您會傳遞正向的訊息給其他人
- 4 你會用負面的態度介紹泰國法身寺
- 5 你會介紹泰國法身寺給其他的旅客

~問卷到此結束，謝謝您的填答，祝您有愉快的一天~

附錄二

เลขที่แบบสอบถาม : _____

ติดต่อ mail: huy_noy@yahoo.com

เรียนท่าน ผู้ตอบแบบสอบถาม :

ในแบบสอบถามฉบับนี้ได้มุ่งเน้นไปที่บุคคลที่มาปฏิบัติธรรมกับทางวัดพระธรรมกายโดยยึดหลักเรื่องของความพึงพอใจ ทั้งหมดมี 5 ข้อย่อย วัตถุประสงค์ ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม ตามสภาพที่เป็นจริงของบุคคลและความรู้สึกที่แท้จริงของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามนี้จะไม่ระบุชื่อ ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของท่าน เพื่อวัตถุประสงค์การวิจัยทางวิชาการเท่านั้น กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงซึ่งขอท่านใช้เวลาเพียงเล็กน้อยในการกรอแบบสอบถามและกรูณากรอกแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ขอขอบพระคุณที่สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถาม ขอให้ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง

Department of Tourism Management, Nan Hua University

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดิง จื้อ เหวิน อาจารย์

ผู้ทำการวิจัย : สิปาง ศรีธัญญาลักษณ์ นักศึกษา

ส่วนที่หนึ่ง ข้อมูลเบื้องต้น

1. เพศ : 1ชาย 2หญิง
2. อายุ : 1. 21ต่ำกว่าปี 2. 21~30ปี 3. 31~40 ปี
4. 41~50ปี 5. 50 ปี ขึ้นไป
3. อาชีพ : 1. ตำรวจ ทหาร 2. ข้าราชการ 3. อาจารย์
4. นักเรียน 5. ธุรกิจ 6. พนักงาน
7. พนักงานบริการ 8. อาชีพอิสระ 9. เกษตรกรหรือประมง
10. แม่บ้าน 11. ไม่ได้ทำงาน(เกษียณ)
12. อื่นๆ(ระบุ : _____)
4. ระดับการศึกษา : 1. ประถมศึกษาลงไป 2. มัธยมศึกษา(ปวช)
3. วิทยาลัย,มหาวิทยาลัย 4. ปริญญาโทหรือสูงกว่า
5. สถานภาพ : 1. โสด 2. แต่งงาน 3. หย่าร้าง
6. ค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนโดยประมาณ ?
1. ต่ำกว่าหนึ่งหมื่นบาท 2. หนึ่งถึงสองหมื่นบาท 3. สองถึงสามหมื่นบาท
4. สามถึงสี่หมื่นบาท 5. สี่ถึงห้าหมื่นบาท 6. หกถึงเจ็ดหมื่นบาท
7. เจ็ดหมื่นบาทขึ้นไป
7. คุณมาจากเขตหรือทวีป? 1. ยุโรป 2. เอเชีย 3. อเมริกาเหนือ
4. อเมริกาใต้ 5. แอฟริกา 6. ออสเตรเลีย
7. แอนตาร์กติกา
8. คุณรู้จักวัดพระธรรมกายจาก?
1. โดยสื่อโฆษณา 2. เพื่อนแนะนำ 3. รู้จักจากกลุ่มคนรู้จัก
4. อื่นๆ(ระบุ: _____)

-- โปรดเปิดไปยังหน้าต่อไป ขอขอบคุณค่ะ --

ส่วนที่สองแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

หัวข้อแบบสอบถาม

ระดับความเห็น				
ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ธรรมดา	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง

1	วัดพระธรรมกายเป็นสถานที่ผ่อนคลายความเครียด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	เมื่อได้เข้ามาอบรมในวัดพระธรรมกายทำให้พบความสุข	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	เมื่อเข้ามาในวัดพระธรรมกาย รู้สึกถึงบรรยากาศการนั่งสมาธิ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	วัดพระธรรมกายมีแนวการสอนที่สามารถเข้าใจได้ง่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	คำสอนของวัดพระธรรมกายมีแนวสอนเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตรประจำวัน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	เป็นสถานที่ที่น่าค้นหา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	มีความประทับใจในสิ่งก่อสร้างต่างๆของวัดพระธรรมกาย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	เกิดความประทับใจหลังจากร่วมงานวันคุ้มครองโลก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	กิจกรรมและบรรยากาศในวัดพระธรรมกายส่งผลต่อด้านวัฒนธรรมชาวพุทธ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	สามารถเรียนรู้ค่าน้ำเกี่ยวกับพุทธศาสนาได้จากที่นี่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	สามารถปล่อยวางจากงานด้านต่างๆ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	สามารถค้นพบตัวเองได้จากที่นี่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	สามารถค้นพบเส้นทางความสำเร็จได้จากที่นี่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	รู้สึกอยากเป็นส่วนหนึ่งของพระพุทธศาสนา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

** โปรดพลิกหน้าถัดไป ขอขอบคุณค่ะ **

ส่วนที่สาม ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

หัวข้อแบบสอบถาม

ระดับความเห็น				
ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ธรรมดา	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง

1	วัดพระธรรมกายมีภูมิทัศน์ที่สะอาดและเป็นระเบียบ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	วัดพระธรรมกายอนุรักษ์ความเป็นไทย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	วัดพระธรรมกายเป็นสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวแห่งหนึ่ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	การเดินทางมาวัดพระธรรมกายสะดวกสบาย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	วัดพระธรรมกายอำนวยความสะดวกด้านการอุปโภคและบริโภค (ห้อง น้ำ,ร้านอาหาร)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงวัดพระธรรมกายได้ง่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

** โปรดพลิกหน้าถัดไป ขอขอบคุณค่ะ **

ส่วนที่สี่ ความพึงพอใจการท่องเที่ยว

หัวข้อแบบสอบถาม

ระดับความเห็น				
ไม่เห็น ด้วย อย่างอื่น	ไม่ เห็น ด้วย	ธรรมดา	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง

1	วัดสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมชาวพุทธ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	นำเสนอประวัติผู้ก่อสร้างวัดและการบำรุงรักษาสถาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	เป็นสถานที่ที่มีความพร้อมต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	เป็นสถานที่สำหรับพักผ่อน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	สิ่งแวดล้อมสะอาดและบริสุทธิ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	ความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	สถานที่จอดรถสะดวกสบาย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	อาหารและสถานที่เอื้ออำนวยความสะดวกเพียงพอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	ที่พักและการให้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	การจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนามีความน่าสนใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	สัมผัสถึงวัฒนธรรมชาวพุทธ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ห้า ผลตอบรับวัดพระธรรมกาย

หัวข้อแบบสอบถาม

ระดับความเห็น				
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ธรรมดา	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- | | | | | | | |
|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | ยินดีที่จะกลับมาใหม่วัดพระธรรมกาย | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 | ยินดีแนะนำให้เพื่อนและญาติมาวัดพระธรรมกาย | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 | คุณมีความคิดเห็นทางบวกและแจ้งให้ผู้อื่นทราบเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 | คุณยินดีชี้แจงต่อบุคคลอื่นที่มีทัศนคติในด้านลบต่อวัดพระธรรมกาย | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 | คุณยินดีที่จะแนะนำผู้อื่นให้มาวัดพระธรรมกาย | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

ขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม ขอให้มีความสุข

Questionnaire Number:

mail: huy_noy@yahoo.com

Dear all correspondents

This questionnaire is focused on the satisfaction of people who has practiced meditation with Wat Phra Dhammakaya before in 5 parts of questionnaire. I would like to ask for your co-operation in answering this questionnaire in accordance to your genuine feelings and conditions. This questionnaire's aim is for a research purpose only. Your personal information will be kept strictly confidential. Please take your time answering the questions honestly and completely. Thank you for taking your precious time to complete the questionnaire.

Wish you all the success in your career and a good health.

Department of Tourism Management, Nan Hua University

Advisor: CHIH-WEN TING Ph.D.

Researcher: SIPANG SRITHANYALAK

Please choose the only one answer that is the best choice by using X in the blank.

Part1: Personal background

1. Gender 1. Male 2. Female
2. Age 1. Below 21 2. 21-30 years
 3. 31-40 years 4. 41-50 years
 5. 50 years and above
3. Occupation
1. Police officer/soldier 2. Government official 3. teacher
4. Student 5. Businessman 6. Employee
7. In service industry 8. Freelance 9. in farming/ fishing
industry
10. Housewife 11. Retired
12. (Others: _____)
4. Education Level
1. Below primary school 2. Secondary, technical school
3. Bachelor's degree 4. Master's degree or higher
5. Marital status:
1. Single 2. Married 3. Divorced
6. Monthly Expenditure
1. Below 10, 001 Baht 2. 10, 001-20, 001 Baht
3. 20, 001-30, 001 Baht 4. 30, 001-40, 001 Baht
5. 40, 001-50, 001 Baht 6. 50, 001-60, 001Baht
7. 60, 001 Baht +
7. Which continent are you from?
1. Europe 2. Asia 3. North America
4. South America 5. Africa 6. Australia
7. Antarctica
8. Which source do you get to know Dhammakaya Temple through?:
1. Advertisement 2. Friends
3. Acquaintances 4. (Others:_____)

Please turn over the

Part2: Motivation to travel

Level of opinion				
Strongly agree	Agree	Moderate	Disagree	Strongly disagree

1	Wat Phra Dhammakaya is a place to relax.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Joining our programs let you experience happiness.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Upon entering the temple you feel meditating atmosphere.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Wat Phra Dhammakaya has an easy-to-understand of teaching method.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Wat Phra Dhammakaya's philosophy can be applied in daily life.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	It is a discovering place .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Impression on the infrastructures of the Wat Phra Dhammakaya .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	You a're impressed after participating on April 22 or special activities.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	The atmosphere and the activities in Wat Phra Dhammakaya affect the Buddhist cultures.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	You can learn and research on Buddhism here.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	You can relieve yourself from all the responsibilities.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	You can find self inner here.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	You can find a path to success here.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	You would like to be part of a Buddhism.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Please turn over the

Part 3: Tourism Image

Level of opinion				
Strongly agree	Agree	Moderate	Disagree	Strongly disagree

1	Wat Phra Dhammakaya has a clean and tidy landscape.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Wat Phra Dhammakaya conserves Thai cultures.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Wat Phra Dhammakaya is attractive to tourists.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Travel to Wat Phra Dhammakaya is convenient.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Wat Phra Dhammakaya facilities are readily available.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Wat Phra Dhammakaya is easy to access for tourists.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Please turn over the

Part4 :Satisfaction in travelling

Level of opinion				
Strongly agree	Agree	Moderate	Disagree	Strongly disagree

1	The Wat Phra Dhammakaya teaches you about Buddhist cultures.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	The Wat Phra Dhammakaya presents the biography of the person who established the temple and how to take care of the infra-structures.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	The Wat Phra Dhammakaya is ready for accommodating tourists.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	It is a place for relaxing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	The environment is pure and clean.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Staff's service satisfaction.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Car parking is convenient.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Food and facilities are sufficient and convenient.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Lodging and services.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	The activities carried out on significanty Buddhist days are interesting.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	You can sense the Buddhist culture here.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Please turn over the

Part5 :Admiration level in Wat Phra Dhammakaya

Level of opinion				
Strongly agree	Agree	Moderate	Disagree	Strongly disagree

1	You're willing to come back to Wat Phra Dhammakaya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	You're going to invite relatives and friends to visit the temple.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	You have a positive impression on Wat Phra Dhammakaya and will inform others about Wat Phra Dhammakaya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	You are willing to clarify others that have a negative attitude towards Wat Phra Dhammakaya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	You are willing to suggest others come to Wat Phra Dhammakaya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Thank you for taking time to answer this questionnaire.

附錄四

動機一詞，根據心理學的定義：「動機與行為是相對的兩個概念，行為是個體外的活動，而動機則是促使體外活動的內在歷程」。而大多數心理學家則延伸為「動機是引起及維持個體活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程」（張春興，1993）。「動機」之研究在旅遊行為及遊客消費行為領域乃基礎且重要之課題。動機被認為是支配旅遊行為的最根本趨力，其作用保護、滿足個人或提高個人的身價（陳思倫、劉錦桂，1992）。下面是採訪幾位參加法身寺活動的人感想：

林澤榮居士：「我很法喜，當我參加佛法薪傳者計畫時，能夠得到父母親的贊同與祝福。我生病的父親還喜出望外地表示，願意贊助我此行的費用」，吳恩強居士：「我們生而為人不是為了尋求物質上的擁有，無度的揮霍人生。我們必須勤修功德，才能真正從三界中解脫。換句話說，他覺得佛法薪傳者訓練，教導他如何以正確的態度面對人生，即是當一個對社會有貢獻的人、孩子們心目中的好爸爸、父母親眼裡的好兒子以及妻子心中的好丈夫」。

個案說明

一.道德及靜坐的研習活動

道德培訓和靜坐課程，向來是法身基金會最主要的核心活動。諸如此類的活動以淨化人心和提高社會道德觀念為要旨，而每項活動的參加人數少至數百，多至十萬以上。所舉辦的活動包括：「每週日的慣例活動」、「每週日的靜坐法會」、「週末修行營」、「七日修行營」、

「公共或私人機構道德與靜坐訓練課程」、「優婆塞或優婆夷八戒活動」。

二. 青年培訓活動

法身基金會特別強調青少年培訓活動。因為現代的年輕人過度追求物質生活，忽略了精神生活而造成心靈空虛，所以為了彌補年輕人在心靈方面的不足，特為他們提供一連串室內、室外的靜坐與文化教育活動，例如：「優婆夷培訓」、「佛法薪傳者短期出家」、「道德教育流動展覽」、「在中、小學校舉辦文化及靜坐培訓」、「青年營節目」、「具創造性的青年特訓活動」、「法身兒童俱樂部」、「佛教大學俱樂部」、「佛學聯考」、「法身青年自願者的世界文化研習課程」、「國際青年領袖交流中心」。

三. 教育活動

教育乃開啟人生成功之門的主要鑰匙。法身基金會向來重視、支持、不斷改善和提高教育水準，故此特別提供了以下活動：「提供巴厘佛典軟體編輯」、「僧侶教育」、「在籍學生獎學金」、「法身國際大學」、「舉辦研究與討論會」、「法身開放大學」

四. 人道援助活動

在正常的生活條件下除了衣、食、住、行之外，每個人都有機會接受基本教育。但對於遭受天災人禍地區的人民而言，僅能依賴慈心善者的慷慨布施而得以生活，這對失去教育機會，或處於三餐無濟貧窮邊緣的人來說，也許能為他們點燃一絲微弱的希望之光，便是他們心靈的避難所。

基於同是社會的一份子，法身基金會伸出了援手，為苦難者提供醫藥照顧和受教育的機會，藉此讓他們也能獲得內在安祥的機會。例如：「援助天然災難」、「醫藥照顧」、「救濟貧困的孩童」、「免費流動醫療服務」、「捐血活動」等。

五. 環境保護

適宜的良好環境，是達到修行靜坐成功的主要關鍵之一。在自然環境中研習靜坐，則可獲得更好更快的效果。故在追求精神及心靈方面的真善美的同時，也相當重視環境的整潔。每年法身基金會和其他機構，都特為各界人士舉辦了不少有關“世界和平日”與保持工作地點整潔等等的活動。

六. 刊物與媒體

法身基金會自創立以來，出版及發行了許多有關道德教育的刊物、書籍、VCD、DVD。在一定程度上削弱了煙、酒、色情廣告等對社會的負面影響，也起了打擊作用。近年來，更在泰文的基礎上另闢中英文刊物與傳媒天地。

目前，法身基金會擁有自己的網站，為多角度提供更多資訊給各界人士，基金會也製作及支持廣播電視節目，已有五個廣播節目在每日或每週透過FM或AM播出。也與泰國航空公司合作，製作特別錄影帶加以播放。法身基金會更是開佛教之先河，開闢了世界上唯一的DMC衛星頻道，在全球範圍內24小時不間斷播放佛教電視節目，內容從佛法開示、誦經、打坐、新聞、家政、兒童等應有盡有，晚間7點~10點的“夢中夢”直播節目(www.dmc.tv.ch)，更有住持法師親自解析的個案研究，佛陀傳等精彩節目，深受各界歡迎。圖 1.2 描述法身寺直播節目“夢中夢”的現場。

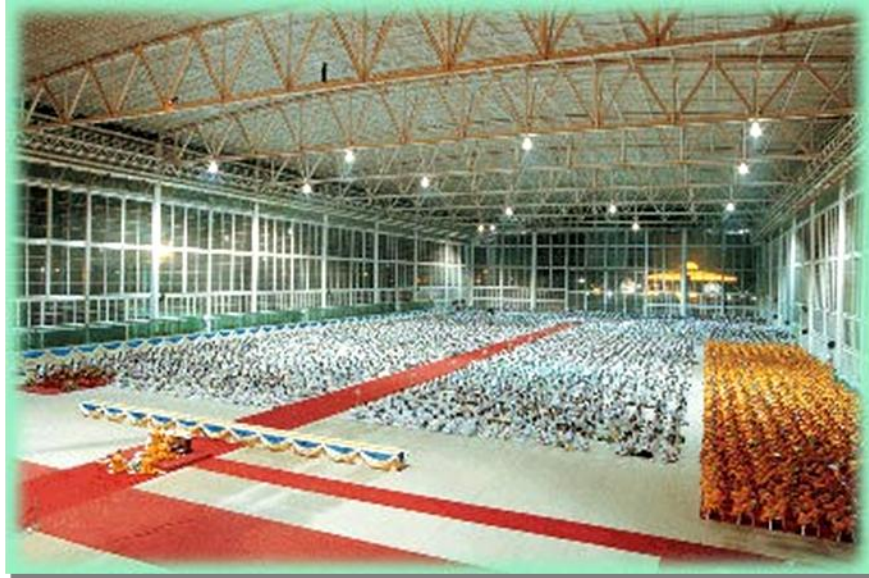


圖1.1 “夢中夢”上課的地點

(國際法身修行中心網站 <http://www.dmc.tv/>)

七. 國際協調

為了促進不同國籍、種族和宗教信仰的大眾，能更深入的相互瞭解，減少彼此之間的惡性誤解，一起締造全球和平，法身基金會與許多國際機構聯合，結為“姐妹”寺或合作機構，主要的有：「聯合國及非政府機構」、「臺灣佛光山」、「世界佛教青年友誼會」、「人類千禧年聯合會網」、「英國巴厘佛典協會」、「萬佛節平安燈」

為了表達對佛陀在兩千五百多年前，遺留下佛法寶藏的感恩之心，每年農曆正月十五，都會舉行「世界和平平安燈法會」。與會者點亮上萬盞燈，象徵人人都能以淨化了的內心，促成世界和平（如圖 1.3 所示）。



圖1.2 萬佛節平安燈

(國際法身修行中心網站 <http://www.dmc.tv/>)

八. 世界和平日的活動

每個人能從自己處理內在心靈的方法，看出本身對待外在環境的態度。為了鼓勵大家提高內在的品質，法身基金會於每年四月二十二日的地球日當天，舉辦各種改善、保護外在環境的活動。希望參加者能從中學習如何重視道德教育，具有良好的修養，進而培養出有責任感、慈悲心以及慷慨大方的個性。

九. 衛塞節（回饋世界的感恩日）

一年一度的衛塞節，是慶祝釋迦牟尼佛一生的三件大事—誕生、成道與涅槃的紀念日。每年佛教信眾都在當天，聚集於法身基金會中心，以布施、持戒及靜坐來報佛恩，祈求世界和平與幸福，同時也將此

功德回向已故的祖先。衛塞節（佛誕日）也因此被公認為回饋世界的感恩日。

十. 世界靜坐日

眾所周知，每年的八月六日是日本廣島被原子彈襲擊的日子，與世界和平有著緊密的關連。法身基金會遂於一九八八年，在洛杉磯世界佛教徒友誼會大會上提議，將此日定為世界靜坐日，並獲得一致的同意。自此，每個與會者均在自己的地區，舉行數以千計的靜坐活動，成為環球重要的活動。