

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

**A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM
MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
NAN HUA UNIVERSITY**

台灣廟會活動與休閒效益之探討-以嘉義城隍廟為例

**A DISCUSSION ON ACTIVITIES OF TAIWAN TEMPLE FAIR AND LEISURE
BENEFITS-TAKE THE EXAMPLE OF CHIAYI CHENGHUANG TEMPLE**

研究生：林惠美

GRADUATE STUDENT : HUE-MEI LIN

指導教授：趙家民 博士

ADVISOR : CHIA-MING CHAO Ph.D.

中 華 民 國 一 ○ 五 年 六 月

南華大學
旅遊管理學系旅遊管理碩士班
碩士學位論文

台灣廟會活動與休閒效益之探討-以嘉義城隍廟為例

研究生：林惠吳

經考試合格特此證明

口試委員：黃昱勳

趙子乙

蘇雅君

指導教授：趙子乙

系主任(所長)：旅遊管理學系系主任丁誌敏

口試日期：中華民國 105 年 6 月 17 日

致 謝

回首研究所生活的點點滴滴，心中充滿無限感恩，因為經過許多教授及同學的鼓勵和指導，使我得以享受這一季的豐收。

承蒙恩師趙家民教授的諄諄教誨，不論在學術研究的領域上，或是待人處世的態度上，都給予我極大的啟發，在此致上最高敬意。在整個論文研究過程，因為有老師的引領，不斷提供我思考方向，並指出我研究的盲點，讓我有持續完成論文的動力。

其次要感謝口考委員黃昱凱教授及蘇雅蕙教授，在論文口試時，提出諸多寶貴意見，使得本研究能更臻完善，在此亦至上誠摯的感謝之意。

就讀研究所期間，同學們關懷的情誼讓我感到無限溫暖，尤其是惠麗同學不時給我建議及打氣，讓我每每迷失在茫茫學海中，能獲得重新出發的力量，在此致上感謝之意。

最後，在求學期間，家人給予的支持與鼓勵，使我能無後顧之憂地從事研究，是我能順利完成學業的幕後功臣。

感謝所有指導我、協助我的師長、同學們，願大家分享我的喜悅。

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

104學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：台灣廟會活動與休閒效益之探討-以嘉義市城隍廟為例

研究生：林惠美

指導教授：趙家民 博士

論文摘要：

長久以來，宗教在人們生活層面上，一直扮演重要角色，即使在現代社會中，宗教仍為人類精神生活和休閒重要的一部分。

本研究旨在探討參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素。研究對象以嘉義城隍廟為探討案例。藉由嘉義市城隍廟的廟會活動舉辦，有效帶來休閒效益的關鍵因素探討，以提出建議，供廟會組織管理單位參考，以掌握關鍵，有效達到休閒功效，此為本研究主要動機。

本研究採用層級分析法進行調查，經統計分析結果發現：一、廟宇的「文物典藏」、「藝術作品」與「歷史典故」權重排序均在前十名內，顯示此三項因素是吸引觀光人潮的重要因素。二、經由評估構面的一致性分析結果中發現參與廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素屬服務項目依附對「願望祈求」、「心靈安撫」、「特殊活動」與「慈善參與」之整體權重排序在前十名內，顯示此一評估準則之評估指標項目在關鍵因素中是重要的。

研究者建議：服務項目屬性要能更體貼民眾心靈休閒的需求，並加強環境規劃及管理，進而提高民眾休閒效益和對廟宇的肯定；積極宣傳藝術文化、營造心靈休閒空間及知性藝術傳承，才能產生地方依附，吸引再次重遊。

關鍵字：嘉義城隍廟、廟會活動、休閒效益、層級分析法

Title of Thesis : A Discussion on Activities of Taiwan Temple Fair and Leisure Benefits-Take the Example of Chiayi Chenghuang Temple

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

Graduate Date : June 2016

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Hue-Mei Lin

Advisor : Chai-Min Chao Ph.D.

Abstract

For so long, religion had played a significant role in the aspects of human's life. Even in the modern society, religion was still an important part of spiritual and leisure life.

This research aimed to discuss the key factors of anticipating in the activities of Taiwan temple fair which brings leisure benefits. The subject of the research was the case of Chiayi Chenghuang temple. Based on the discussion on the key factors of activities of temple fair held by Chiayi Chenghuang temple effectively bringing leisure benefits, this research proposed suggestions for administrative units of temple fair organization to refer to, and to grasp the key factors to effectively obtain leisure benefits, which made the main motivation of the research.

This research adopted the analytic hierarchy process to make an investigation. Through the result of statistics and analysis, it was found that: 1. Weights orders of “historical relics and book reservations”, “artistic works” and “historical allusions were all in the top 10, which showed these 3 items of factors were the important factors in bringing crowds of visitors; 2. Through the analysis result of an consensus of assessment criteria, it was found that the key factors of anticipating in the activities of temple fair bring leisure benefits belonging to the service project, the overall weights orders of which attached with “wish praying”, “soul soothing”, “special activities” and “charity anticipating” were in the top 10, which showed the evaluation indicator project of assessment criteria has played an important role on the key factors.

The researcher suggested that: properties of service projects should consider demands of the public in soothing mind more and strengthen environmental planning and management to further improve the benefits of the public's leisure and the affirmation of temples; the community should actively promote art and culture, build space for spiritual relaxation, and inherit intellectual art to provide local attachment and attract people to revisit again.

Keywords : Chiayi Cheng-Huang Temple, The Activities of Temple Fair, Recreation Benefits, Analytic Hierarchy Process

目錄

中文摘要.....	I
英文摘要.....	II
目錄.....	III
表目錄.....	V
圖目錄.....	VII
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	5
1.3 研究範圍與對象.....	5
1.4 研究內容.....	6
1.5 研究流程.....	7
第二章 文獻探討.....	8
2.1 嘉義城隍廟.....	8
2.2 台灣廟會活動.....	13
2.3 休閒效益.....	21
2.4 關鍵成功因素.....	27
2.5 小結.....	32
第三章 研究方法.....	35
3.1 研究架構.....	35
3.2 修正式德爾菲法.....	39
3.2.1 問卷設計與抽樣.....	40

3.2.2 問卷調查結果.....	41
3.3 層級分析法.....	46
第四章 研究結果與討論.....	62
4.1 樣本資料分析.....	62
4.2 描述性統計分析.....	63
4.3 一致性檢定結果.....	63
4.4 評估構面及評估指標權重分析.....	66
第五章 結論與建議.....	78
5.1 結論.....	78
5.2 研究建議.....	78
5.2.1 未來研究之建議.....	79
參考文獻.....	80
附錄一 修正式德爾菲法專家問卷.....	87
附錄二 台灣廟會活動與休閒效益之探討-以嘉義城隍廟為例』相對權重問卷.....	94
附錄三 廟會活動風貌圖.....	104

表目錄

表 1.1 國內旅遊目的.....	2
表 1.2 旅遊方式.....	2
表 2.1 嘉義城隍廟年度廟會活動與平安繞境.....	11
表 2.2 廟會活動之相關文獻彙整.....	18
表 2.3 休閒效益之相關文獻彙整.....	26
表 2.4 關鍵成功因素分析方法之相關文獻整理.....	32
表 3.1 初步擬定評估架構.....	35
表 3.2 平均數決斷參數.....	42
表 3.3 修正式德爾菲法專家問卷調查結果統計.....	43
表 3.4 修正式德爾菲法專家問卷調查意見回應對照.....	44
表 3.5 修正後之評估架構內容說明表.....	45
表 3.6 層級分析法評估尺度意義與說明.....	56
表 3.7 層級分析法問卷受訪者基本資料.....	57
表 3.8 層級分析法隨機性指標值.....	60
表 4.1 產官學專家問卷基本資料統計.....	63
表 4.2 評估構面之一致性檢定結果.....	64
表 4.3 評估指標之一致性檢定結果.....	65
表 4.4 評估構面之成對比較矩陣.....	66
表 4.5 「服務項目」之成對比較矩陣.....	67
表 4.6 「行銷宣導」之成對比較矩陣.....	67
表 4.7 「文化歷史」之成對比較矩陣.....	67

表 4.8 「建築藝術」之成對比較矩陣	68
表 4.9 「相關人士」之成對比較矩陣	68
表 4.10 「環境交通」之成對比較矩陣	68
表 4.11 評估構面之權重值分析結果	69
表 4.12 「服務項目」評估指標之權重值分析結果	70
表 4.13 「行銷宣導」評估指標之權重值分析結果	71
表 4.14 「文化歷史」評估指標之權重值分析結果	72
表 4.15 「建築藝術」評估指標之權重值分析結果	72
表 4.16 「相關人士」評估指標之權重值分析結果	73
表 4.17 「環境交通」評估指標之權重值分析結果	74
表 4.18 評估指標在全體層級絕對權重及排序	76

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	7
圖 2.1 廟會活動效益圖.....	20
圖 2.2 參與廟會活動而達到休閒效益的六項評估構面.....	32
圖 3.1 參與台灣廟會活動而達到休閒效益初步擬定層級架構圖.....	38
圖 3.2 AHP 層級結構示意.....	51
圖 3.3 層級分析法分析程序與步驟之流程圖.....	52
圖 3.4 參與台灣廟會活動而達到休閒效益層級架構圖.....	54



第一章 緒論

本研究旨在探討參與廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素之探討，以下分結論述本研究之背景與動機、研究目的、研究範圍與對象、研究內容、研究流程。

1.1 研究背景與動機

長久以來，宗教在人們生活層面上，一直扮演重要角色，即使在現代社會中，宗教仍為人類精神生活和休閒重要的一部分。近年多數民眾以宗教作為心靈的寄託，廟會活動已成為新一波潮流。值得一提的是，廟會活動是具地方傳統文化特色的民俗活動，是非常重要的文化元素，也是國民生活的內涵反應，這些豐富的廟會活動，除了具有知識、藝術與娛樂功能之外，也兼具教化民眾、凝聚民心的特色。隨著人民的生活習慣、情感與信仰的代代相傳，經由地域或環境變遷的影響，而衍生出如今深具地方特色的台灣民俗活動。從北到南，全台各地廟會活動終年不斷，廟會活動具有休閒功能如安定心靈等(蘇慧慈，2011)。在歷史文化傳承與人們精神生活方面，一直扮演著舉足輕重的角色。

台灣旅遊業者李宗昇接受中央廣播電臺「臺灣 APP」節目專訪時表示，東西方旅客來台的旅遊行程並不相同，如歐美人士因受限語言問題，大多偏好體驗如故宮、傳統宮廟等中華文化。根據文化觀光業統計，像 2000 年美國就有 46%的成年遊客，約 200 萬人參加這些具文化性、藝術性、及歷史性的觀光廟會活動。這些遊客中有 29%也因這些文藝活動而延長他們所停留的時間。而觀光局行政資訊網統計「103 年國人旅遊狀況調查」中指

出(如表 1.1 所示):寺廟是國內旅遊人次高居第三位的遊憩據點,(如表 1.2 所示):因此可針對國人參加廟會活動獲得心靈休閒效益作探討。

表 1.1 國內旅遊目的

旅遊目的		102 年	103 年
觀光休憩度假	小計	80.7	81.4
	純觀光旅遊	65.9	66.5
	健身運動度假	5.0	5.4
	生態旅遊	3.6	3.6
	會議或學習性度假	0.9	0.7
	宗教性旅遊	5.3	5.2
	商(公)務兼旅行	1.0	1.0
探訪親友	18.2	17.6	
其他	0.1	0.0	
合計		100.0	100.0

資料來源:觀光局行政資訊網

表 1.2 旅遊方式

旅遊方式	102 年	103 年
旅行社套裝旅遊	0.6	0.6
學校班級舉辦的旅遊	1.1	1.1
機關公司舉辦的旅遊	2.1	2.0
宗教團體舉辦的旅遊	1.7	1.7
村里社區或老人會舉辦的旅遊	2.5	2.5
民間團體舉辦的旅遊	2.4	2.4
其他團體舉辦的旅遊	0.6	0.7
自行規劃行程旅遊	89.0	89.0
其他	—	0.0
合計	100.0	100.0

資料來源:觀光局行政資訊網

當宗教活動成為生活的重要成分時，民眾在無形中將對之產生情感與認同，其休閒活動的安排亦將受其影響，並從中體驗相關的休閒效益(陳建廷，2011)。台灣廟宇林立，平均每平方公里就有 0.3 家廟，廟會活動深入一般民眾生活，而帶來的休閒效益與影響已是不容忽略。就觀光與休閒遊憩的功能而言，廟宇紛紛以活潑生動的廟會活動來達到觀光效益，並提供人民休閒遊憩的機會，尤其是地方性及社區型的節慶皆是提供社區民眾更方便的歡樂氣氛休閒去處。所以，廟會活動往往是以祭祀、敬神為主，而取求信仰及心靈寄託，並在活動中保有文化傳統及藝術，在利用廟會活動將各式民俗及傳統文化藝術展現出來。

鐘介帆(2006)節慶活動成功與否是由參加人數多寡及經濟收入來衡量，這樣方式太過短期效益，而且忽略了活動主題及內容，以及能否永續經營發展等主要面向。另一方面，慶典活動是促進社區發展的有利因素，例如鼓勵有經驗志工、提高自主的社區意識、促成社區休閒設施設備等效益。

相關研究指出，廟會活動的任務，其價值在於讓人體驗屬於廟會的真正精神，讓在地人認同、觀光客認識享受此種廟會活動並達身心放鬆之休閒效益。趙惠端(2012)主題鮮明的地方活動，足以製造文化焦點，對於凝聚社群共識，改善藝術環境，活化文化資產，帶動觀光產業及地方發展，也提供理想途徑。透過廟會活動舉辦，群眾因參與而認同支持而達到心靈的平和與身體類似運動後的放鬆，此身心放鬆休閒效益，已是目前台灣民眾參與廟會活動預期得到的重要休閒效益與動機。

目前台灣整個社會環境人們心中普遍存在不確實與不安感，而愈來愈高的物價指數，欲藉出國或常外地旅遊已達放鬆身心之休閒效益，此花費亦非是人人負擔得起，而廟會活動是經常性地舉辦在各地亦是人人皆可無花費可參與之活動。探討廟會活動與其帶來之休閒效益關鍵因素，期能提出一個能讓台灣大眾不用花費很多錢，且可常常參與並達休閒效益之建議，使台灣目前不確定，不安定的人心有安定且可放鬆參與之處所。

建立優質的廟會活動，是當地居民共同的期望，不僅有助塑造地方特色，亦能增加休閒觀光資源。國外知名旅遊媒體 Lonely Planet 於 2012 年推薦臺灣為全球最佳十大旅遊國家之一，其推薦的特色之一就是蓬勃發展的民俗文化，包含道教和佛教的傳統習俗表演。嘉義城隍廟是歷史悠久的官廟代表，曾經歷過日治時期神社運動也無法動搖與改變，現仍為嘉義地區重要廟宇，且城隍廟又是清代嘉義城官廟，其地位設高。其區位價值的時代意義，是台灣地區少數重要象徵。進香、齋醮、遶境及藝陣活動等相關的活動不計其數，在市中心更是頻繁，幾乎每個月都有大小不等的廟會活動舉辦，活動熱鬧且琳瑯滿目，極俱地方信仰及文化特色，這是珍貴的文化觀光資產。嘉義城隍廟亦是嘉南地區的信仰中心，經常性舉辦各種廟會活動，參與民眾數量龐大，帶來社會安定力量不可忽略，更遑論在休閒效益方面之影響。

因此本研究以嘉義城隍廟為探討案例，希望藉由嘉義市城隍廟的廟會活動舉辦，有效帶來休閒效益的關鍵因素探討，以提出建議，供廟會組織管理單位參考，以掌握關鍵，有效達到休閒功效，此為本研究主要動機。

1.2 研究目的

根據上述之研究背景與動機，茲將歸納本研究欲探討之議題，本研究目的敘述如下：

1. 瞭解嘉義城隍廟舉辦之廟會活動。
2. 探討廟會活動帶來的休閒效益。
3. 根據修正式德爾菲法專家問卷結果，建立本研究「參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」之評估構面與評估指標。
4. 使用層級分析法分析出參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素之權重。
5. 藉由關鍵因素之提出，給予廟宇管理組織舉辦廟會活動，成功帶動人潮與休閒效益之建議。

1.3 研究範圍與對象

本研究以嘉義市城隍廟所舉辦之廟會活動為研究範圍。調查對象以廟會活動之舉辦者、官方人員與相關學者為主，採用層級分析法進行專家問卷調查，而正式是透過修正式德爾菲專家問卷以確立本研究之評估構面與評估指標，因此問卷題項均具有內容效度與專家效度。題項再透過因素分析確定後，進行正式問卷發放，藉此蒐集本研究所需之實證資料。

1.4 研究內容

本研究首先進行研究之動機與目的描述，再收集國內外相關文獻，並藉由修正式德爾菲法，作為評估指標之篩選，建立評估分析層級架構之依據，同時依據分析層級法設計正式問卷並施測，再針對所得之結果進行解釋，並提出相關的建議。研究流程分為五個章節，分成八個部分依序進行。

- 一、根據研究背景與動機，蒐集資料，建立研究的主題。
- 二、依據研究主題，擬定研究目的，建立研究的對象。
- 三、文獻探討：歸納文獻中有關廟會活動概念與蒐集的相關理論及研究，並整理成參與廟會活動而帶來休閒效益資料之初擬層級架構。
- 四、以修正式德爾菲法專家問卷建立整體評估構面與評估因素。
- 五、建立層級架構後，運用層級分析法設計建立廟會活動與休閒效益評估之專家問卷。
- 六、進行問卷發放與回收。
- 七、進行所回收之問卷資料的整理與分析。
- 八、根據資料的分析結果進行解釋。
- 九、提出相關結論與建議。

1.5 研究流程

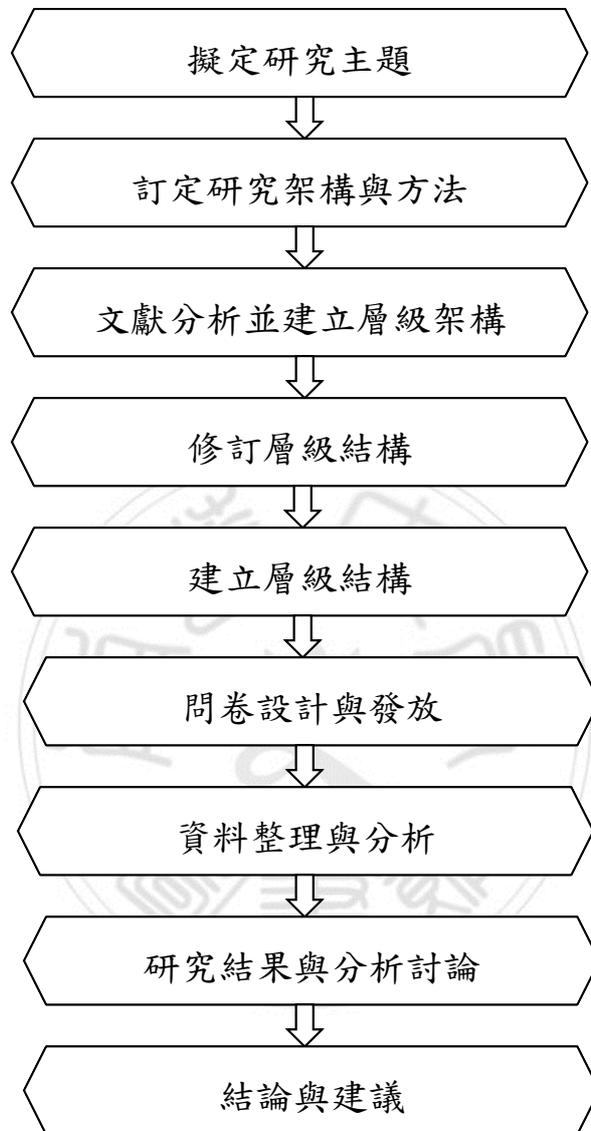


圖 1.1 研究流程圖

第二章 文獻探討

本章將針對與本研究相關的國內外文獻分節探討，以作為本研究之設計與實施的參考。

2.1 嘉義城隍廟

一、嘉義城隍廟歷史沿革及介紹

嘉義市城隍廟迄立於嘉義市民族里吳鳳北路一六八號（今東市場南側）座東朝西，廟前外庭寬闊雄壯，全為華南建築古色古香之宮殿式架構，建廟至今近三百多年。因城隍廟威靈顯赫，香火鼎盛，遠近信眾長年絡繹不絕，為嘉南地區的信仰中心。

今嘉義地方，在鄭氏時代隸天興縣。清領之後，改稱諸羅縣，設縣治於諸羅山，但因民少番多，距郡遼遠，縣署、北路參將營皆僑寓於開化里佳里興（今臺南市（原臺南縣）佳里區內）。

康熙四十三年（1704年）始奉文歸治諸羅山，並由鳳山知縣署嘉義縣事宋母埒築木柵為城。

康熙四十五年（1706年）同知孫元衡攝縣事，繼建縣署。

康熙五十四年（1715年）諸羅知縣周鍾瑄因見城事已畢，每年城隍之祭尚無定所，城隍宜有廟，乃卜地於縣之東南，與參將阮蔡文等捐俸修建，康熙五十五年（1716年）冬告成城隍廟。

雍正十年（1732年）時，城隍廟，不堪風雨摧折已是「棟傾土剝」，當時知縣馮盡善乃與諸羅城內士紳陳陸等予以重修。此次重修，亦僅維持三十餘年。

乾隆二十九年(1764年)張所受繼任知縣，與縉紳林振魁等籌劃重建，擴大原有之規模，「堂廡聿新，丹檻錦棟，燦然改觀」。

乾隆三十年(1765年)宣告落成，張知縣曾為此撰文立碑，至今猶在廟壁。此次重建後，諸羅城歷經林爽文、張丙等亂事，官民皆合力禦敵，堅守危城。

同治元年(1862年)戴潮春二次圍攻嘉義，時知縣張鷺卿率團練、士紳等禱告城隍，立誓同心拒戰，蒙神默示平安，人心遂定，雖至械盡糧空，最後終獲保全。

同治十三年(1874年)，嘉邑士紳陳熙年等，懇請巡視臺灣欽差大臣沈葆楨奏請朝廷加封城隍。

光緒元年(1875年)廷諭：「以保衛城池，敕封臺灣嘉義縣城隍神封號曰：『綏靖』」，為臺灣各縣級城隍中唯一加封尊號者。

光緒九年(1883年)，光緒帝再頒「臺洋顯祐」匾，此匾現懸於廟正殿神龕正上方。城隍廟自乾隆年間重建後。

昭和十二年(1937年)，由市尹伊藤英三發動勸募，聘請中國福建泉州溪底派匠師王錦木「執篙作廟」。

昭和十六年(1941年)年完成「執篙作廟」。整體建築共分三川殿、拜亭、正殿、後殿四部份，其最大特色是在前殿部份安設許多看架斗拱，屋頂形式皆為重檐，外形比例美好。其格局保留至今，唯後殿於民國六十九年(1980年)拆除，新建為六層鋼筋混凝土構造的高樓建築(葉源助、蘇猷勳，2000)。

二、嘉義城隍廟廟會活動

嘉義市城隍廟具有官方色彩，而能夠深入民間信仰是不足為奇，城隍爺屬於地方司法行政之神，自明太祖開始，為了讓黎民百姓忠心於朝廷、不敢胡作非為，對於城隍信仰大加推崇。城隍爺在信眾的心中，猶如陽世清廉正直之官吏，因此過去在台灣亦流行至城隍斬雞頭立誓的事件，就是希望藉由城隍爺主持公道、伸張正義，難怪宵小、心存歹念之人，一見城隍廟，總是心驚肉顫；台灣的城隍廟不但每個縣市都有，而且時常成為當地的信仰中心，除了明清時代政治因素影響之外，城隍廟的普遍設立反映出人民期盼社會安寧、公平正義的心理。

嘉義市城隍廟是屬組織性團體，為維持城隍廟長期以來廟會活動之辦理，包含迎神、爐會、普渡、齊醮、法會、進香、繞境等活動性服務，讓信眾透過宗教的穩定力量化解各種方面之疑難雜症，廟宇將從事神事服務所獲得之經濟資源回饋於社會，從事社會扶助工作，正是典型的「取之於社會，用之於社會」的最佳寫照。

嘉義城隍廟志工人員提供一年來所辦理的廟會活動與平安繞境的事蹟如表 2.1 所示，然而辦理最棒的一場廟會活動就是要讓人充滿溫馨與感情，全家大小平安順利，身體健康，事事如意。

表 2.1 嘉義城隍廟年度廟會活動與平安繞境

【創意搖錢母御守 嘉義城隍廟免費送】

嘉義城隍廟每年春節均會舉辦「搖錢母」御守將一元銅板放入小巧的七爺、八爺造型木雕，烙印「一見大吉」、「平安庇佑」字樣，搖晃之間會發出清脆聲響，象徵招來財神，平時掛在隨身包包上跟著走路晃動，在新年趕走壞運，招來好運。

【城隍廟冬令救濟 溫暖全「嘉」人】

每年 1 月城隍廟舉辦城隍廟冬令救濟及義剪活動，冬令救濟活動對於弱勢朋友而言，是過個溫暖春節的重要支持。嘉義市城隍廟董事長葉源助表示，今年冬令救濟弱勢關懷金從往年的二千元提升到三千元，還有白米、麵包、油品、壽麵與粽子提供，讓弱勢朋友在開春就有個好開始，一起準備過個溫暖的農曆新年。

【嘉邑城隍廟擲筊送轎車】

「迎金馬擲聖筊、城隍傳愛樂公益！」，嘉義市嘉邑城隍廟 2 月份元宵節，舉辦春節擲筊送轎車大獎，凡添香油錢新台幣 500 元，即可參加擲筊比賽及摸彩，擲出最多聖筊者可得豐田轎車 1 輛。

【元宵迎媽祖夜巡諸羅城】

嘉邑城隍廟依循傳統，一連三舉辦歡度元宵迎媽祖活動，晚上更有大規模的夜巡諸羅城提燈遊行，正月十六日還有古蹟尋寶以及國樂演奏和康樂摸彩晚會；市長偕同城隍廟董事長，向媽祖上香祈福後，在媽祖神轎引領下，信眾隨著樂隊與燈籠隊、藝閣，一起夜巡諸羅城，場面相當熱鬧。

表 2.1 嘉義城隍廟年度廟會活動與平安繞境(續)

<p>【萬粽一心-寒士慶端午活動】</p> <p>嘉義城隍廟每年端午節舉辦「萬粽一心-寒士慶端午活動」，會中安排寒士立蛋，希望寒士也能自立，回歸社會。</p>
<p>【慶贊中元 拔薦法會】</p> <p>嘉義城隍廟每年農曆 7 月結束，都會舉辦「城隍夜巡」活動，廟方今年將徵求扮演捕快、囚犯、劊子手的義工，以及「鬼」1 人，均將以擲筊方式選出。嘉義城隍遶境活動均以古裝陣頭呈現，出動官轎、劊子手、捕快、囚車、囚犯等遊街，希望讓民眾了解善惡循環的道理，倡導「福禍因果，壞事不能做」的城隍文化。</p>
<p>【嘉義迎城隍】</p> <p>每年 8 月份，特別舉辦「城隍文化祭」，邀請全國 36 尊城隍爺到嘉義市作客，舉行城隍聖誕，均將在嘉義市遶境達七天，祈求國泰民安。</p>
<p>【嘉義城隍夜巡諸羅城】</p> <p>城隍廟自民國 102 年起恢復辦理「嘉義城隍夜巡諸羅城」古禮，每年舉辦時間為國曆 9 月份嘉義市城隍廟巡遶境，為百姓祈求平安，並結合「夯枷祈福」活動，信眾祈求透過夯枷消業障。</p>

資料來源：嘉義市城隍廟網站，2015。

以上廟會活動可顯示出，規劃出經營優質的廟會活動並定期舉辦之，可熱絡氣氛並凝聚信眾的向心力，而宗教團體必須跳脫傳統上不合時宜的思想與作法，信眾對廟宇的觀感，不是單純的奉獻香油錢而已，而是期盼參與廟會活動達到休閒效益的重要關鍵因素。嘉義市城隍廟辦理廟會遶境

活動由來已久，而且亦代表過去在日據時代與全市寺廟一起共體時艱的情感，以嘉義市城隍廟具備之條件來促成，應可達成此目標。

2.2 台灣廟會活動

一、廟會活動的概念

近年來在政府推動文化政策及地方人士的支持下，俱有傳統民間信仰特色的廟會活動愈來愈常見，紛紛推出新型態的廟會活動，結合文化休閒觀光，期望能以嶄新的風貌來吸引更多的觀光客，提高地方的觀光產值，更能提升心靈休閒效益。廟會活動所具有的休閒效益包括：安定心靈、從飲食中獲得身心滿足感、社交接觸、熱鬧氛圍、遠足旅行等，同時也讓傳統文化得以延續保存（蘇慧慈，2011）。陳柏州（2004）認為廟會活動是依所在地理環境，為特定的日子或具有意義的紀念而舉辦的活動或儀式，在經過年年相傳而變得富有生活樂趣及智慧。

廟會活動的類型像是宗教信仰、文化藝術或藝妓競賽等慶祝活動都算是，不單單僅是一種盛會，其小至社區，大至全國。廟會活動不同於其他的活動乃在於其具有經濟活動、社區經營及社區精神象徵的代表行為（李培菁，2006）。廟會活動也是指在特定的節慶及展覽、並事先進行規劃舉辦日期、固定舉辦日期、固定舉辦地點等特質的主題性活動，提供活動參與者一種日常生活上無法體驗到的休閒娛樂、社交或文化的機會（陳建和、劉雅文，2008）。廟會活動是為了慶祝具有紀念性的人事物或時間，利用儀式或活動來彰顯其文化的特點。所以一個成功的節慶不僅能提振觀光，亦能讓社區居民更有認同感（周欣德，2012）。認為廟會活動除了提振經濟活動外，同時具有文化傳承、宗教信仰及休閒觀光的使命，在經由活動的參

與，對自己以及對生活環境產生認同感，體驗不同的生活型態。從休閒觀光的角度來看，廟會活動可以藉由在地居民的共同參與，一起凝聚共識及認同並增加知名度，並提升地方的休閒觀光發展（莊博欽，2008）。廟會活動是一個具有主題而且共同慶祝的活動，可以創造社區環境的獨特性與提升當地居民的認同感（Willim，1997）。

廟會活動有助於保存當地的文化傳統，同時讓當地的信仰成為居民精神上的寄託，此外廟會觀光還有能把觀光區擴展至傳統旅遊景點以外的功能，將廟會觀光納入旅遊行程，吸引國內外的遊客，提升整體形象及知名度（吳淑女，1995）。廟會活動乃是期望透過各式慶典活動的舉辦，進而能到提供休閒娛樂的機會、保育理念之宣導、增進地方產業之經濟效益、社區形象開發的塑造、各類產品之促銷以及淡季時市場行銷等目的（吳宗瓊，2000）。由於資訊傳播速度愈來愈快，人與人之間交流愈來愈頻繁，如此使得國與國之間的疆界與藩籬日漸淡薄，全球化地球村的態勢已逐漸成形，特定區域的廟會文化活動在全世界各地展開，若可以結合當地觀光特色之推展，將是實踐知識經濟的最佳寫照（李國銘，2006）。由上可知，廟會活動扮演著文化傳承的角色，不管在任何一個國家均是如此，且各地為能達到推動觀光、提高能見度，經常設計舉辦各式各樣的廟會活動來慶祝，展現具有地方特色的慶典儀式、民俗文化等。透過廟會活動的推展，不僅能提供休閒觀光之功能，促進產業經濟成長，亦能讓參與者產生認同感，增加凝聚力。

在廟會活動中為了提升能見度與活力，可經由媒體報導、網路使其不斷曝光，再經由地方與政府贊助將知名度大增（游瑛妙，1999）。其中涵蓋

了廟會內涵、交通便利、停車設備完善、當地文化資產、旅行社導遊或遊覽車司機以導覽方式介紹在地吸引力、親友介紹、休閒性、利用文化創意提升發展（林秀芳，2010）。

二、廟會活動的特質

觀光局行政資訊系統 103 年國人旅遊狀況調查：寺廟是國內旅遊人次高居第三位的遊憩據點。寺廟在臺灣傳統社會中扮演著重要的角色，它不僅是人民心靈的寄託，也是重要的社交場所。透過主祀神明之神格、寺廟建築、廟會活動，通常可反映當地地理環境、經濟結構、族群組成、人民性格等特性（王怡茹，2008）。民間廟宇慶典若能夠同時扮演延續傳統文化詮釋以及符合現代價值創新的角色，則可以使舊市中心因為「歷史感」與「連續感」所展現的魅力，促成環境經營的生機（顏世樺，2003）。劉阿榮（2006）指出的文化廟會活動祭祀或迎神演出，其主要的對象是神明，而現今文化廟會活動本身即是演出的目的，主要的對象是民眾，也因此文化廟會活動所扮演的角色及代表意義也跟以往有所不同。謝宗榮（2006）亦認為廟會活動因結合現代的文化活動，變的兼具有藝術、休閒、教育等功能。廟會文化就像是台灣鄉土文化的縮影，從廟會活動中可以清楚地看到台灣人民的信仰、藝術、人文的多元面貌，也真實地浮現了台灣民間信仰的價值觀（楊雅鈞，2012）。邱澄儒（2003）在研究中亦提到廟會活動有下列五種特質：（一）神聖性：廟會具有祈福驅邪的神聖意義。（二）非常性：在非常的時間與空間內，從事有別於平常的特定行為。（三）共樂性：廟會塑造一種共同歡樂的氛圍，在視覺聽覺上營造出共體感及榮譽感。（四）區隔性：與傳統的二十四節氣相契合，遵循著春夏秋冬四季耕作的時令而進

行。(五)週期性：形成規律的節奏，也會隨時代的演變而調整符合現代化的需求。

由此可知，廟會文化除了是歷史知識與藝術的傳承之外，教化凝聚民心更是其不可抹滅的功能，從各地的廟會活動中所呈現出來的是臺灣民間信仰的精髓，重要的文化資產。

三、廟會活動的功能

自古以來，人類為了消災祀福或者是為了紀念重要的人事物，會用儀式的方式來舉行，諸如祭拜鬼神先祖、遶境巡視等，以期望能去除所在環境邪穢的污染，達到合境平安，這正是宗教廟會活動的起源。臺灣的民間信仰興盛，尤其是道教的廟宇遍布各地，不管是建醮祭祀或神佛誕辰，熱鬧盛大的廟會活動是不可或缺的重頭戲，而普遍的活動內容，除了燒香誦經、酬神設宴外，不外乎是請神迎神、遶境踩街等，尤其聲勢浩大的神轎藝陣遊行、陣頭表演，更讓廟會遶境的高潮推至頂點。廟會活動即是指人民為了酬謝神明的保佑，所舉辦的廟會儀式活動，存在於民間的信仰文化，是一年一次性或非常規性的活動，在組織運作及經費贊助的配合下有計畫及制度性安排的短期精神文化活動（楊雅鈞，2012）。在非營利組織中，志工參與也是為了要達成組織的目標且對於組織服務的人口群提供更好、更完善的服務（張英陣，1997）。黃文博（2010）在《南瀛廟會儀式誌》中寫道：只要是寺廟因信仰、祭祀而起的信仰行為及相關活動，概屬「廟會儀式」範疇。

遶境出巡是在臺灣道教信仰很常見的廟會儀式活動，透過巡庄遊境的方式，穿梭在大街小巷，有巡護家園的意義。遶境的功能分為：（一）祈求

平安；(二)驅邪納吉；(三)熱鬧共歡；(四)酬神謝願；(五)醮典儀式。且遶境活動會有很多不同特色的熱鬧陣頭來參與，陣頭亦會受到政治、移民文化的影響，發展出各種不同樣式特色，依其性質可以分為下列三種(嘉義市文化局，2015)：(一)前鋒陣：即開路先鋒的角色，像是報馬仔、開路鼓等。(二)熱鬧陣：屬於串場熱門的角色，為後面的陣頭鋪路暖場。(三)主神陣：包含了主神轎、交陪廟神轎、鑼鼓陣、執事隊伍、令旗等。而陣頭在時代的變遷之下，又發展出傳統與現代的區隔：(一)傳統：像是舞獅舞龍團、五營神將、官將首、八家將等。(二)現代：像是西式樂隊、電子花車、電子藝閣等。

黃文博(2010)則認為廟會儀式活動有六個面向意涵：(一)最具傳統彩色。(二)最具在地特色。(三)最為多元多樣。(四)最為多彩多姿。(五)最是可親可愛。(六)最是可長可久。

從廟會活動、慶典儀式這些盛大的宗教儀式場合中，可以見識到人民旺盛的生命力，是大眾願望和審美的直接表現，是一種生活文化同時又和生活融為一體，它又是集體性的文化，一個地域共性的文化(陳美智，2004)

。台灣廟會儀式是一個很重要的慶典活動，在各廟會慶典活動中，各地虔誠的信徒為了使廟會的慶典活動更加熱鬧，各自組成或邀請各式各樣的陣頭來參加廟會的慶典活動，藉以壯大活動慶典的聲勢與場面(江泊洲，2006)。此外，透過這類廟會活動，參與者也因著宗教信仰的超越性，獲得了身心的自由(姚文琦，2010)。現今的廟會活動儀式也很多變化，隨著社會環境不斷的演變，各地方也會以代表地方特色或歷史象徵的元素，發展出自己地區文化的廟會活動，廟會儀式亦加入許多創新的想法來增加可看性，像

是電子花車、搶頭香、爬刀梯、電音三太子、開廟門等等，讓宗教廟會的活動更富有濃濃的地方特色。廟宇民俗活動不應止於宗教意義，其也是都市特色營造的要素，特別是歷史豐富的嘉義市，於歷史環境再生活用廟宇活動，都有助於城市特色的建立，優質的廟宇民俗活動都是可成為優質休閒活動的一部分，廟會活動相關文獻如表 2.2 所示。

表 2.2 廟會活動之相關文獻彙整

學者	年代	概念
吳淑女	1995	廟會觀光能把觀光區擴展至傳統旅遊景點的功能，還將廟會觀光納入旅遊行程，吸引國內外的遊客，提升整體形象及知名度。
張英陣	1997	在非營利組織中，志工參與也是為了要達成組織的目標且對於組織服務的人口群提供更好、更完善的服務。
吳宗瓊	2000	廟會活動是期望透過各式慶典活動的舉辦，能提供休閒娛樂的機會、增進地方產業之經濟效益、社區形象開發的塑造、各類產品之促銷以及淡季時市場行銷等目的。
顏世樺	2003	民間廟宇慶典若能夠扮演延續傳統文化詮釋及符合現代價值創新的角色，則使舊市中心因為「歷史感」與「連續感」所展現的魅力，促成環境經營的生機。
邱澄儒	2003	廟會活動有五種特質：神聖性、非常性、共樂性、區隔性、週期性。
陳柏州	2004	廟會活動依所在地理環境，為特定的日子或具有意義的紀念而舉辦的活動或儀式。
陳美智	2004	廟會活動可見識到人民旺盛的生命力，是大眾願望和審美的直接表現，是一種生活文化同時又和生活融為一體，它又是集體性的文化，一個地域共性的文化。
李培菁	2006	廟會活動不同於其他的活動乃在於其具有經濟活動、社區經營及社區精神象徵的代表行為。

表 2.2 廟會活動之相關文獻彙整 (續)

李國銘	2006	特定區域的廟會文化活動在全世界各地展開，可以結合當地觀光特色之推展，將實踐知識經濟的最佳寫照。
劉阿榮	2006	以前的文化廟會活動祭祀或迎神演出，其主要的對象是神明，而現今文化廟會活動本身即是演出的目的，主要的對象是民眾，也因此文化廟會活動所扮演的角色及代表意義也跟以往有所不同。
謝宗榮	2006	廟會活動因結合現代的文化活動，變的兼具有藝術、休閒、教育等功能。
江泊洲	2006	台灣廟會儀式是一個很重要的慶典活動，在各廟會慶典活動中，各地虔誠的信徒為使廟會的慶典活動更加熱鬧，各自組成或邀請各式各樣的陣頭來參加廟會的慶典活動，藉以壯大活動慶典的聲勢與場面。
莊博欽	2008	休閒觀光的角度來看，廟會活動可以藉由在地居民的共同參與，凝聚共識及認同並增加知名度，並提升地方的休閒觀光發展。
王怡茹	2008	透過主祀神明之神格、寺廟建築、廟會活動，通常可反映當地地理環境、經濟結構、族群組成、人民性格…等特性。
陳建和 劉雅文	2008	廟會活動指在特定的節慶及展覽、進行規劃及固定舉辦日期、固定舉辦地點等特質的主題性活動，提供日常生活上無法體驗到的休閒娛樂、社交或文化的機會。
黃文博	2010	遶境出巡是在臺灣道教信仰很常見的廟會儀式活動，透過巡識遊境的方式，穿梭在大街小巷，有巡護家園的意義。
黃文博	2010	廟會儀式活動有六個面向意涵：最具傳統彩色、最具在地特色、最為多元多樣、最為多彩多姿、最是可親可愛、最是可長可久。
姚文琦	2010	透過廟會活動，參與者也因著宗教信仰的超越性，獲得了身心的自由。

表 2.2 廟會活動之相關文獻彙整 (續 1)

周欣德	2012	廟會活動除提振經濟活動外，並具有文化傳承、宗教信仰及休閒觀光的使命，在經由活動的參與，對自己以及對生活環境產生認同感，體驗不同的生活型態。
楊雅鈞	2012	廟會文化像是台灣鄉土文化的縮影，從廟會活動中清楚地看到台灣人民的信仰、藝術、人文的多元面貌，真實地浮現了台灣民間信仰的價值觀。
楊雅鈞	2012	廟會活動指人民為了酬謝神明的保佑，所辦的廟會儀式活動，存在民間的信仰文化，是一年一次性或非經常性的活動，在組織運作及經費贊助的配合下有計畫及制度性安排的短期精神文化活動。
Willim	1997	廟會活動是具有主題且共同慶祝的活動，可以創造社區環境的獨特性與提升當地居民的認同感。

資料來源：本研究自行整理

綜觀文獻可發現，廟會活動為與生活節奏和環境之變遷有關，而且亦與親身體驗參觀文化及社會有關。另外廟會活動亦可以促進地方觀光，對外可達到地方行銷、招攬外地旅遊人士、促銷當地產品；對內則能凝聚社區意識、傳承舊有文化以及強化地方聯繫等益處 (林正忠，2002)。如圖 2.1 所示。

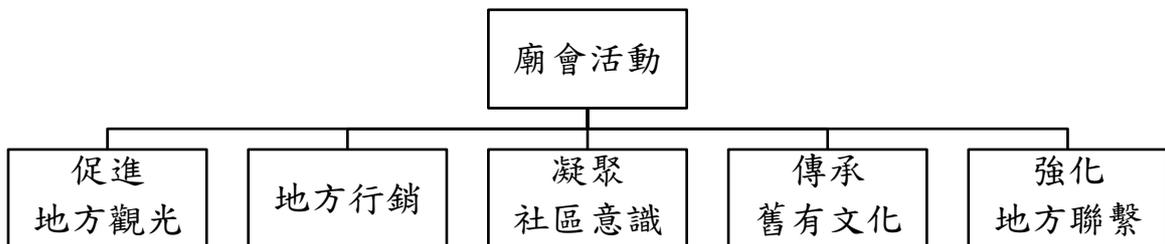


圖 2.1 廟會活動效益圖

(資料來源：林正忠，2002)

2.3 休閒效益

由亞里斯多德所提出的，亞理斯多德曾說：「人們戰爭是為了和平，工作是為了休閒」。休閒是人類所有活動的目標；他認為人唯有在休閒時，才是真實的生活著；生活中的每件事都應朝著由高貴思想與美德善行衍生的自我成長機會發展。

一、休閒效益定義

Tinsley (1986) 將休閒效益定義：活動經驗之主觀感受影響，而不是活動本身，所以個人心理需求滿足程度是影響休閒效益感受的主要因素。陳中雲 (2001) 將休閒效益定義：個人在休閒活動參與過程中及參與過程後，個人主觀評估可以幫助個人改善身心狀況或滿足需求的個人主觀感受。陳惠美 (2003) 將休閒效益定義：參與探索活動的過程中，可以協助參與者個人調整身心狀態，激發個人潛能，提升人際關係與社交技能或滿足個人需求的現象。吳永發 (2006) 將休閒效益定義：個體參與運動過程中以及參與後的經驗，可以幫助個體改善身心狀況或滿足需求的個體主觀感受。郭進財 (2008) 將休閒效益定義：參與休閒活動的過程中，身心狀態各方面獲得愉悅與滿足感的一種正面感受，並將休閒效益分為「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」、「放鬆效益」等構面進研究。

無論是目標的達成或者是獲得，休閒效益都必須要透過休閒活動與參與者，在活動參與的過程中，獲得不同的休閒體驗與感受，這些主觀的感受與體驗再經過個人主觀的評價過程後，進而對個人產生不同的影響，這些影響就是所謂的休閒效益 (Benefits of Leisure)。

二、休閒效益特質

效益被認為是一種好處，當個人、團體、經濟、社會、周圍環境或其他有所調整的狀態（葉文玲，2006）。Driver（1997）對於休閒效益進一步強調為對於人類或其實質環境獲得正向的改變，包含在人際關係，人體體魄以及預防社會問題等。而當人們參與休閒活動時，對於受到同邊環境，活動的內容以及時間和心境上的刺激轉變，主觀地對於心理、生理、環境、經濟及社會等層面上的改進，在經由人類的評選之後，即產生所謂之「休閒效益」（Manuel & Styles，1991）。Stephoe（1998）的研究指出，透過休閒活動的參與，可以使人放鬆心情，幫助舒緩生活壓力。高俊雄（1995）認為休閒效益是參與休閒遊憩的過程中，可以幫助參與者個人改善身心狀況，或滿足個人需求的現象。林欣慧（2002）指出，休閒效益是個人或團體在自由時間從事休閒行為的過程中，對所從事的活動有所體驗，而且對個人或社會產生有益的影響。個人在參與休閒活動的過程中，身心狀況與社會關係所獲得的改善或助益，稱之休閒利益或休閒效益（Driver、Brown & Peterson，1991）。再者，休閒效益的評估是一種很主觀的個人經驗感受，是去評估休閒活動是否能夠幫助個人達成其休閒目標，每個人對於休閒效益的感受都不相同，所以休閒效益的評估扮演主要的角色（Wankel，1991）。因此，休閒效益是一種相當主觀的個人感受。並且需是透過參與休閒活動的過程中，可以幫助參與者改善個人身心狀態，或滿足個人需求的現象。陳中雲（2001）也指出，休閒效益是個人在休閒活動參與過程中及其後個人主觀評估可以幫助個人改善身心狀況或需求的個人主觀感受。洪煌佳（2002）認為休閒效益在個人方面為一種特殊的心理滿足體驗，如活動結

束後感覺很好，與朋友在一起的感覺像與家人一樣親密和精神充沛。張少熙（2003）研究亦明確指出，休閒活動已成為人們生活的基本需求。林欣慧（2002）研究指出，休閒效益意味著參與休閒活動後主觀感覺所得到的生理、心理與社交方面的改善，其中生理效益為：維持體能、充沛活力、保持健康、獲得休息、消除疲憊、改善獲控制疾病、調劑精神及恢復精力，宣洩多於體力及增進活動技巧等（洪煌佳，2002）；而心理改善部分為自我充實、自我實現、自我表現、自我形象以及自我滿足等效益，至於社會部份為：家庭方面的和諧，人際關係的增進以及增進社會服務功能。

三、休閒效益分類

休閒活動是隨興的事，它綜合了輕鬆、多變化、及可增廣見識等因素，常是社交性活動，並需要個人的創造力，休閒具有三個相互貫通的功能：放鬆、娛樂及自我發展。因為休閒具有鬆弛、娛樂、自我成長這三項功能，人們從事休閒遊憩行為活動，可有的休閒遊憩效益。

Verduin & McEwen（1984）提出可從休閒參與經驗中獲得六項體驗效益：（一）社交效益（Social benefits）在休閒參與的時候，能與擁有相同嗜好的朋友及家人相聚，分享珍貴的情誼與樂趣，並藉此達到社交效益。（二）放鬆效益（Relaxation benefits）具研究約有 50%-80% 之各類疾病皆導因於心理壓力太大，休閒活動對於減輕心理壓力，消除疲勞有非常大的助益。（三）教育效益（Education benefits）在休閒活動提供藝術、人文科學等不同興趣的體驗，可從中學習到新的事物，讓人沉浸在吸收新知識，充實生活，提高個人生活的品質並有機會接觸社會、甚至宗教、文化等其他領域之事務。（四）心理效益（Psychological

benefits) 讓每個人都有被肯定、認同的慾望，休閒活動提供機會讓每個參與者均能從中獲得有形或無形被肯定的機會，因此獲得成就感亦是其效益之一，對於情緒的緩衝及恢復心態的調適有所助益。(五)美學的效益 (Aesthetic benefits) 旨在藝術活動是休閒活動的一種，因此藝術活動中所具有審美意識與美學價值即成為休閒效益所在。(六)生理的效益 (Physiological benefits) 旨在從事休閒活動如慢跑、游泳、打網球等運動，能避免因缺乏運動而發胖或罹患與心臟血管有關的疾病，定期的肢體動作活動能確保身體的健康。

陳中雲(2001)認為休閒效益可分為：(一)心理效益包含獲得成就感、自我肯定，自我滿足、自我實現、消除緊張、紓解壓力、愉悅心情、舒暢身心、發洩情緒、增添樂趣、欣賞等。(二)生理效益：包含保持健康、維持體能，消除疲憊、獲得休息、改善控制疾病、恢復精神及調劑精神等。(三)教育效益：包含增進行為技能、刺激心智、擴展知識領域、激發個人潛力、激發創意、培養多元興趣及促進活動技巧。(四)社交效益：包含增進家人感情、促進朋友情誼及擴展社交圈等效益。

洪煌佳(2002)認為休閒效益可分為：(一)生理效益包括維持體能、增進活動技巧、得到適當休息、活力充沛、消除疲勞、考驗自己的活動能力、激發潛力及宣洩多餘的體力等。(二)心理效益包括舒解壓力、放鬆心情、發洩情緒、獲得成就感、舒暢身心、心情愉快、創造性思考、增添生活樂趣、平衡精神情緒、培養獨立性、培養挑戰性、得到滿足感、啟發心思與智慧等。(三)社交效益包括瞭解周遭事物、促進和諧關係、結交朋友、和同伴之間相處得更親近、瞭解同伴感受並與同伴分享想法、體諒別人、

得到同伴的支持與信賴、支持同伴的想法、信任同伴等效益。

陳建廷（2011）的研究發現，當宗教活動成為生活的重要成分之際，民眾在無形中將對之產生情感與認同，並逐漸形成依附的心理，其休閒活動的安排亦將受其影響，並從中體驗相關的休閒效益。Iwasaki（2006）研究發現，休閒活動對於生活品質的提示有幾項心理功能，其一是透過豐富多元的休閒活動營造正向的情緒和幸福感，其二參與休閒活動能夠建構正向自我認同感和自尊。

蔡宏進（2004）在歸納廟會活動中的休閒功能與價值後，認為廟會活動所具有的休閒功能包括安定心靈，從飲食中獲致身心滿足感、社交接觸、熱鬧氛圍、遠足旅行等。蔡廷宜（2008）以大甲媽祖為研究對象，發現宗教信仰所能帶來的影響中，宗教涉入愈高，情感依附愈高的現象，且宗教涉入與健康關聯性的研究部份，顯示宗教行為施行頻率愈高，則心裡愈健康。

綜合以上學者及理論，本研究將休閒效益定義：「在參與休閒活動的過程及參與後，可以使個人生理或心理達到滿足進而提升社交能力的個人感受，皆可視為休閒效益。」再將休閒效益設定在生理、心理與社交構面之感受，宗教活動具有的休閒功能包括安定心靈、身心滿足感、社交接觸、熱鬧氛圍、遠足旅行等；且宗教涉入愈高，情感依附也愈高，行為施行頻率愈高，則心裡愈健康，整理休閒效益之相關文獻如表 2.3 所示。

表 2.3 休閒效益之相關文獻彙整

學者	年代	概念
高俊雄	1995	認為休閒效益是參與休閒遊憩的過程中，可以幫助參與者個人改善身心狀況，或滿足個人需求的現象。
陳中雲	2001	休閒效益是個人在休閒活動參與過程中及其後個人主觀評估可以幫助個人改善身心狀況或需求的個人主觀感受
陳中雲	2001	休閒效益分為心理效益、生理效益、教育效益、社交效益。
陳中雲	2001	休閒效益定義是個人主觀評估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	休閒效益是個人或團體在自由時間從事休閒行為的過程中，對所從事的活動有所體驗，而且對個人或社會產生有益的影響。
林欣慧	2002	休閒效益意味著參與休閒活動後主觀感覺所得到的生理、心理與社交方面的改善。
洪煌佳	2002	休閒效益分為生理效益、心理效益、社交效益。
洪煌佳	2002	休閒效益在個人方面為一種特殊的心理滿足體驗，如活動結束後感覺很好，與朋友在一起的感覺像與家人一樣親密和精神充沛。
洪煌佳	2002	維持體能、充沛活力、保持健康、獲得休息、消除疲憊、改善獲控制疾病、調劑精神及恢復精力，宣洩多於體力及增進活動技巧等。
張少熙	2003	休閒活動已成為人們生活的基本需求。
陳惠美	2003	休閒效益定義：參與探索活動的過程中，可以協助參與者個人調整身心狀態，激發個人潛能，提升人際關係與社交技能或滿足個人需求的現象。
蔡宏進	2004	認為廟會活動所具有的休閒功能包括安定心靈，從飲食中獲致身心滿足感、社交接觸、熱鬧氛圍、遠足旅行等。
葉文玲	2006	效益被認為是一種好處，當個人、團體、經濟、社會、周圍環境或其他有所調整的狀態

表 2.3 休閒效益之相關文獻彙整 (續)

蔡廷宜	2008	發現宗教信仰所能帶來的影響中，宗教涉入愈高，情感依附愈高的現象，且宗教涉入與健康關聯性的研究部份，顯示宗教行為施行頻率愈高，則心裡愈健康。
郭進財	2008	休閒效益定義參與休閒活動的過程中，身心狀態各方面獲得愉悅與滿足感的一種正面感受，並將休閒效益分為生理效益、心理效益、社交效益、放鬆效益等構面。
陳建廷	2011	當宗教活動成為生活的重要成分之際，民眾在無形中將對之產生情感與認同，並逐漸形成依附的心理，其休閒活動的安排亦將受其影響，並從中體驗相關的休閒效益
Tinsley	1986	休閒效益定義活動經驗之主觀感受影響，而不是活動本身，所以個人心理需求滿足程度是影響休閒效益感受的主要因素。
Driver	1997	休閒效益進一步強調為對於人類或其實質環境獲得正向的改變，包含在人際關係，人體體魄以及預防社會問題等。

資料來源：本研究自行整理

2.4 關鍵成功因素

本節主要探討廟會活動關鍵成功因素，將就關鍵成功因素的起源、定義、功能與特性，探討相關之重要文獻以及常用的分析方法。

所謂關鍵成功因素(Critical Success Factor, CSF; 或稱 Key Success Factor, KSF) 最簡單的意義為：任何一個組織要成功經營，保持競爭力與成長，所必須要具備與掌握的幾項重要因素，倘若不能就無法達成目標而招致失敗。Rockart (1979) 認為「對任何企業而，某些主要領域，必須做得對，那麼可確定這個企業將在競爭的績效上有成功的表現，此主要領域

就是關鍵成功因素，它是一組能力的組合。」

最早是由 Daniel (1961) 所提出。他指出，大部分的產業都具有三至六項決定成功之因素，如果一個公司能夠將這些關鍵成功因素做好，那麼這個公司便能成功。經濟學者 Commons (1974) 提出「限制因子」的觀念，並將之應用於經濟體系中的管理與談判。其後 Barnard (1976) 應用於管理決策理論上，認為決策所需的分析工作，事實上就是在找尋「策略因子」。此外，Tillett(1989)更將策略因子的觀念應用到動態的組織系統理論中，認為一個組織中擁有最多的資源，就是關鍵性資源。策略的意義就是維持且善用擁有最多資源所帶來的優勢，同時避免本身因欠缺某些資源所造成的劣勢。

由以上可以得知，產業和競爭生態的分析可以導出關鍵成功因素。關鍵成功因素是產業分析最優先考量的要項，也是管理中重要的控制變項，以及競爭優勢的來源。

一、關鍵成功因素的定義

關鍵成功因素之定義 Aaker (1984) 認為，關鍵成功因素係指企業最重要的競爭能力或競爭資產。成功的企業所擁有相對於其他競爭者的優勢，必為產業關鍵成功因素，不成功的企業通常是由於缺少某一個或某幾個關鍵成功因素。因此，無法發揮競爭優勢獲得成功。Leideeket 及 Bruno(1984) 認為關鍵成功因素是指一些特性、條件或變數、而這些條件如果能夠適當且持續地維持和管理，就能對公司在特定產業中競爭成功產生顯著的影響。吳思樺 (1988) 指出，關鍵成功因素係指在特定產業中，能夠成功與其他競爭者競爭，所需具備的技術或資產。藉由分析企業本身的優勢與關鍵成

功因素的配合程度，便可判斷該企業是否具有競爭力，假如企業的優勢恰好表現在產業的關鍵成功因素上，那企業便可獲得競爭優勢。

從上述各學者對關鍵成功因素所下的定義可得知，關鍵成功因素乃是企業經營成功的必備條件，其不僅能使企業有效達成既定目標，更能讓企業在產業中獲得持久的競爭優勢，達到永續經營的目的。

二、關鍵成功因素的功能

關於關鍵成功因素的功能，多數的研究者在其研究文章中均採用下列幾個學者的一些闡述，在此引用陳立基（2005）的文章描述如下：

(一)Boynton & Zmud (1984)：關鍵成功因素有利於管理資訊系統與資源需求的規劃，因為關鍵成功因素扮演程式設計師與管理者溝通的橋樑，縮小彼此在認知上的差距，而得以使資訊管理系統與資源需求規劃符合管理上的需求。

(二)孟德芸 (1988)：關鍵成功因素有下列五個功能(a)作為組織分配資源的指導原則。(b)可簡化高階管理者的工作。(c)作為企業經營績效的偵測系統。(d)作為規劃管理資訊系統時的溝通工具。(e)作為分析競爭者強弱的工具。

(三)Pollalis & Frieze (1993)：關鍵成功因素有下列三個功能(a)更有效率的規劃。(b)便於溝通。(c)便於控制。

三、關鍵成功因素的特性

關於關鍵成功因素的特性，多數的研究者在其研究文章中均採用下列幾個學者的一些闡述，在此引用黃聖欽（2005）的文章描述如下：

(一)Ferguson & Dickson (1982) 關鍵成功因素有下列五個特性：(a)在企

業內部或外部必須確認並慎重處理的因素，因為這些因素會影響企業目標的達成，甚至威脅企業的生存。(b)企業必須特別注意的事件或狀況，而且這些事件或狀況對企業而言是有顯著影響的。(c)這些因素可能是企業內部或外部的，對於企業可能會造成正面或負面的影響。(d)這些因素必須特別加以注意，以避免突發狀況或錯失機會。(e)這些因素可由評估企業的策略、環境、資源、營運及其他類似領域而加以確認。

(二)Aaker (1984) 關鍵成功因素有下列五個特性：(a)關鍵成功因素因產業、產品、市場之不同而各異。(b)關鍵成功因素也應考慮到未來發展的趨勢，如果沒有瞭解關鍵成功因素改變的方向，而貿然投入該產業，將會給公司帶來很大的災難。(c)關鍵成功因素亦隨產業生命週期之演進而變化。(d)關鍵成功因素因產業的不同而不同，也因時間的演進而改變。(e)管理者應將所有的事情都當作是關鍵成功因素，而是集中於某些特定事物上，來決定產業的關鍵成功因素。管理者必須深入研究、評估與分析並大膽致力於少數幾個關鍵成功因素，以作為策略形成的基礎。

(三)王啟光 (1999) 關鍵成功因素有下列七個特性：(a)關鍵成功因素會隨著時間改變。(b)關鍵成功因素會因產業、產品、市場的不同而有所差異。(c)關鍵成功因素應考慮到未來的發展趨勢。(d)在尚未瞭解關鍵成功因素之前，貿然投入該產業，該企業將導致失敗。(e)關鍵成功因素亦隨產業生命週期之改變而變化。(f)管理者應將重心集中於關鍵成功因素。(g)理者必須對關鍵成功因素有深入的瞭解，並且致力其中作

為策略形成的基礎。

四、關鍵成功因素的尋找與確認方法

關於關鍵成功因素的尋找與確認方法，多數的研究者在其研究文章中均採用下列幾個學者的一些闡述，在此引用陳立基(2005)、楊文華(2008)等文章描述如下：

- (一)Rockart (1979)提出確認關鍵成功因素的 3 個步驟為(a)先找出一般的成功因素(透過組織的執行長列出關於企業成功的考量因素)。(b)從一般的成功因素中萃取一部分因素使其與管理目標連結，並盡可能將成功因素縮減成 7~10 個最關鍵的因素。(c)找出衡量關鍵成功因素的績效指標，加以驗證此組織是否已達成功的條件。
- (二)吳思華(1988)在「產業政策與企業策略」一書中指出，找出產業關鍵成功因素，最簡單的方法就是分析產業完成最終產品服務過程中各階段的附加價值，如原料、技術、製造、通路、品牌等。
- (三)Leidecker & Bruno (1984)歸納出尋找關鍵成功因素的 8 種方法：(a)環境分析。(b)產業結構分析。(c)產業/企業專家請益。(d)競爭分析。(e)產業領導廠商分析。(f)企業本質分析。(g)直覺因素分析。(h)市場策略對獲利影響分析。

五、關鍵成功因素的相關文獻與分析方法

本研究透過文獻回顧的方式發現研究關鍵成功因素的方法有三種是一般研究者較多採用的：因素分析法(factor analysis)、層級分析法(AHP)、德菲法(Delphi Method)。可在研究結果分析時得以比較出本研究模式與一般研究關鍵成功因素模式異同之處，將國內外學者針對關鍵成功因素之分

析方法相關文獻如表 2.4。

表 2.4 關鍵成功因素分析方法之相關文獻整理

學者	年份	研究題目或領域	分析方法
譚策方	1998	長纖梭織業關鍵成功因素與核心競爭力之探討。	因素分析法
陳育凱	2001	ISP 之關鍵成功因素探討-運用 AHP 法。	層級分析法
林士熙	2004	高科技廠商建廠成功的關鍵因素探討。	修正德爾菲法
陳立基	2005	臺灣地區老人安療養機構經營管理關鍵成功因素分析。	德菲法(深度訪談)
黃聖欽	2005	營造業聯合承攬關鍵成功因素之研究--以高科技廠房為例。	層級分析法
吳俊成	2006	聯合承攬工程運作關鍵因素之探討。	因素分析法
邱惠玲	2006	企業目標管理關鍵成功因素與績效之研究。	因素分析法

(資料來源：陳政全，2009)

2.5 小結

本研究評估構面為「參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」，評估指標擬定結果為六項，「服務項目」、「行銷宣傳」、「文化歷史」、「建築藝術」、「相關人士」、「環境交通」，如圖 2.2 所示。

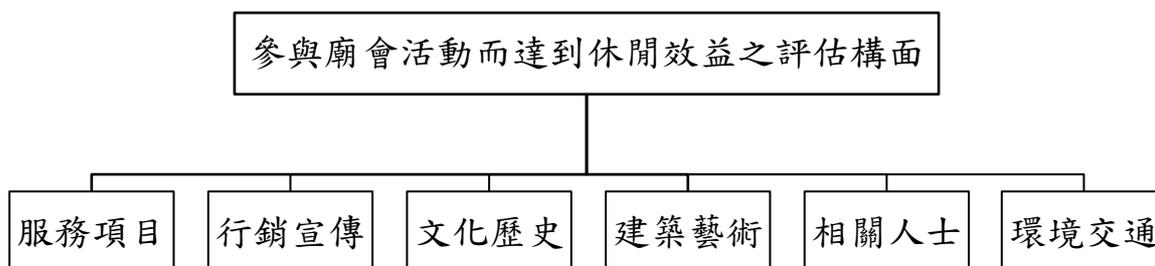


圖 2.2 參與廟會活動而達到休閒效益的六項評估構面

綜合以上文獻整理後，本研究針對「參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」評估構面說明如下：

- (1). 服務項目指的是信眾以宗教作為心靈的寄託，當廟會活動產生時其功用可以滿足信眾的需求，對信眾而言，便產生了心靈上的安撫。一般而言，信眾選擇廟會活動時，會優先考量寺廟服務項目、寺廟社會形象以及信眾對寺廟認同感與聯繫，透過廟會活動顯著的功能效用或實體屬性，使得信眾獲得休閒效益的價值。
- (2). 行銷宣導指廟會活動資訊來源與信眾的互動關係，可發現媒介所提供的資訊與服務，除協助信眾獲得功能性的效益外，亦可提供進行決策時所需的資訊。例如人與人之間的信息傳遞、遊覽車司機介紹、旅行社推薦、媒體報導及網路社群等。
- (3). 文化歷史指廟會活動有助於保存文化傳統，同時讓當地信仰成為居民精神上的寄託，結合文化休閒觀光，期望能以嶄新的風貌來吸引更多的觀光客，提高地方的觀光產值，更能提升心靈休閒效益，同時也讓傳統文化得以延續保存。例如撰述古人事件作為今人決定人生參考、文物典藏具有教育及研究價值及透過法會交換宗教信仰，推展社會慈善工作等。
- (4). 建築藝術指祈福納祥是農業社會裡人們最普遍的願望；敬天愛人向為國人的生活哲學。透過虔誠的宗教信仰，多半具有冀望趨吉避凶、撫平心靈創痛、追求理想國度、滿足社會參與，並且達到社會教化與自我表彰的多元目的。除了方便聚集信徒之外，在各個廟宇的建築中，也都保存了非常珍貴的宗教文物，同時提供地方上一個精神

的指標

- (5). 相關人士指廟宇的環境、氣氛情境下、左右信眾的選擇，換言之，信眾會受外在環境影響，由相關人士的支持、配合所進行的活動外，還教導廟宇文化和禮儀並提供資料及提供古蹟解說導覽。
- (6). 環境交通指信眾需要完善的交通設備，和有耐心並且具備廟宇文化知識的導遊，交通方便、旅遊設施完備，具備了完善的設施，擁有多樣性文化，易滿足此類型發展。



第三章 研究方法

本研究依據第二章文獻探討及彙整後，初擬出參與「台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」之評估架構，再使用修正式德爾菲法專家問卷結合專家學者的經驗及意見來確立「參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」所得之結果。將此結果之各評估構面及評估指標相關性分類後，建立出層級分析架構及設計層級分析法問卷，問卷發放對象為十八位產業界專家、行政界專家、學術界專家等填答；回收之問卷進行層級分析程序法以用 Excel 軟體 2007 版設計與分析推算結果。

3.1 研究架構

本研究根據第二章文獻探討整理後，初擬「參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」之六項評估構面二十四項評估指標，及初擬層級架構圖，如表 3.1 及圖 3.1。

表 3.1 初步擬定評估架構

評估構面	評估指標	說明定義	文獻來源
A 服務項目	A1 願望祈求	指對財富、功名、婚姻、健康及願望之祈求。	王怡茹 (2008) 黃文博 (2010)
	A2 心靈安撫	指對算命、收驚、上香具安定心靈的力量。	蘇慧慈 (2011) 謝國興 (2012)
	A3 慈善參與	指廟宇會參與慈善公益活動，回饋大眾，塑造形象。	楊雅鈞 (2012)
	A4 特殊活動	指特殊節慶舉辦特殊活動，引起媒體大眾注意而吸引人潮。	莊博欽 (2008)

表 3.1 初步擬定評估架構 (續)

B 行銷宣傳	B1 口耳相傳	指通過人與人之間的推薦，提供消息來進行信息傳遞的一種方式。	林秀芳 (2010)
	B2 遊覽車司機推薦	經由司機兼導遊推薦旅遊景點介紹。	林秀芳 (2010)
	B3 旅行社推薦	經由當地旅行社推薦。	林秀芳 (2010)
	B4 媒體報導	經由新聞報導平面宣導。	游瑛妙 (1999)
	B5 網路社群	經由網路社群部落格行銷。	游瑛妙 (1999)
C 文化歷史	C1 歷史事件與人物	撰述古人的賢愚不肖可作為今人決定人生方向日常行為的參考。	楊雅鈞 (2012)
	C2 文物典藏	帶來具有教育及研究價值	楊雅鈞 (2012)
	C3 祭祀法會	透過法會交換宗教信仰心得，往往在活動中促成合力推展社會慈善工作。	楊雅鈞 (2012)
D 建築藝術	D1 藝術作品	從作品中找尋出其中的意義與訊息，使之獲得更充分理由的支持。	楊雅鈞 (2012)
	D2 不同流派技法之呈現	以建築藝術在材料和技法上求變化，現代藝術帶來活耀的生命力。	王怡茹 (2008)
	D3 藝術教育傳承	從塑造多元化教育環境，傳承現代化藝術視覺。	謝宗榮 (2006)
E 相關人士	E1 廟宇管理	指管理組織運作完善	邱溟儒 (2003)
	E2 政府之支持	指經費與相關政策之支援。	游瑛妙 (1999)
	E3 志工參與	指導覽解說員。	張英陣 (1997)
	E4 信徒參與	指信徒對廟宇活動的參與與認同。	姚文琦 (2010)
	E5 民間支持認同	指民間捐款支持、活動支持認同。	楊雅鈞 (2012) 游瑛妙 (1999)

表 3.1 初步擬定評估架構 (續 1)

F 環境交通	F1 公共設施完善	指整體環境清潔、公共設施完備。	顏世樺 (2003)
	F2 交通便利	指目的地容易到達。	林秀芳 (2010)
	F3 停車方便	指停車公共設施完善。	林秀芳 (2010)
	F4 結合附近觀光景點	指積極推動結合週邊空間，並增加市民遊憩可及性。	吳淑女 (1995) 李國銘 (2006)

資料來源：本研究整理



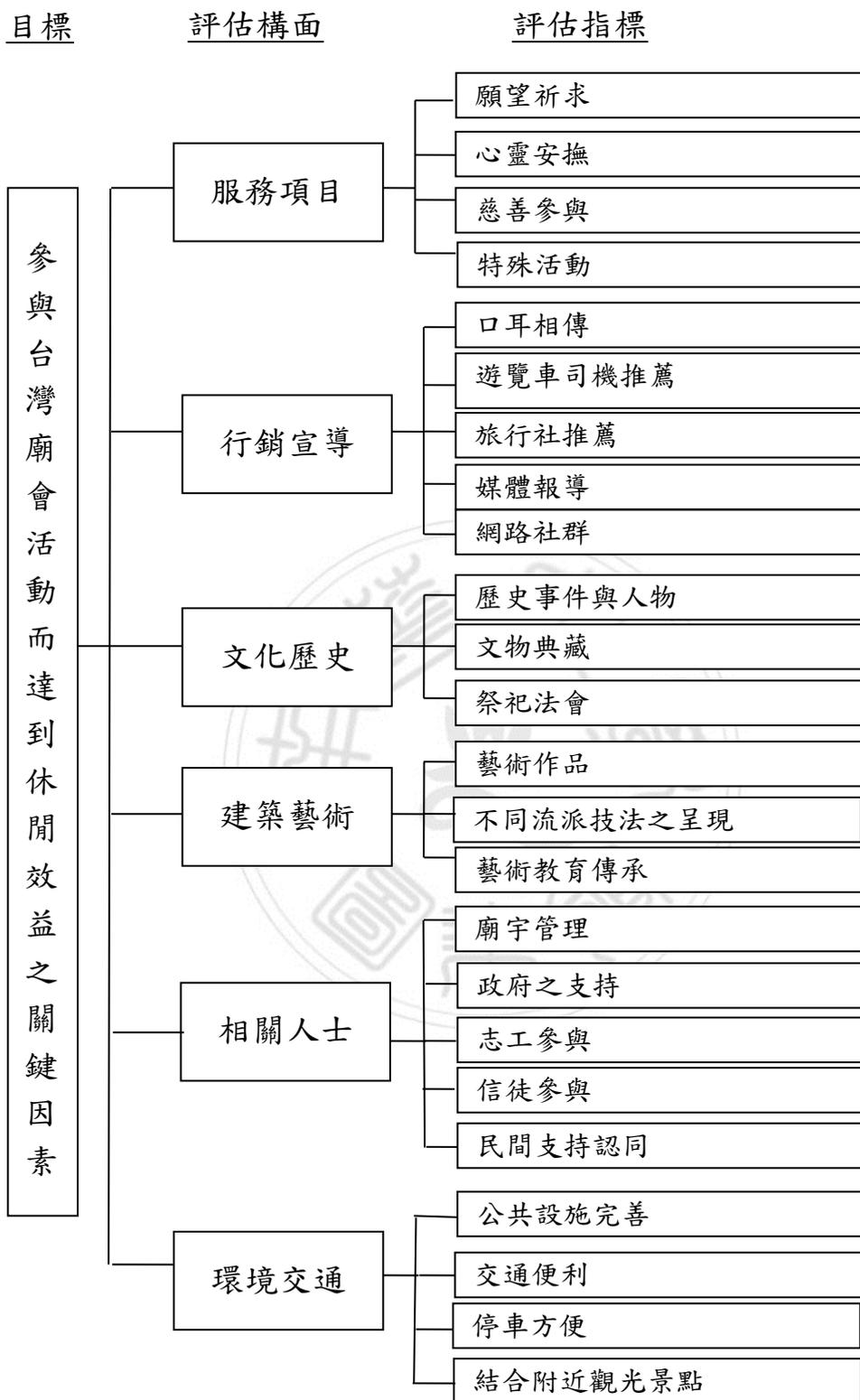


圖 3.1 參與台灣廟會活動而達到休閒效益初步擬定層級架構圖

3.2 修正式德爾菲法 (Modified Delphi Method)

一、德爾菲法 (Delphi Method)

德爾菲法是一種專家意見調查與整合方法，是以匿名方式徵詢專家學者之意見，受訪之專家學者間並不產生橫向聯繫，透過多次的專家意見與想法徵求，以及反覆徵詢、歸納、修改，最終，將使得專家意見漸漸趨向一致，達成共識，並成為預測的結果(裴文、鄭永燦，2006)。

德爾菲法調查之實施程序並未有一定的規範，實際進行時亦會隨研究之需要，或某些情境而做調整。其實施步驟，大致可以分為：組織研究小組、選取德爾菲法小組、編製調查工具、寄發問卷及催收、統計與分析、以及實施反覆性的問卷調查等步驟。

傳統德爾菲法採用匿名式之群體參與方式，一方面保有專家集體決策與集思廣益的優點，另一方面也避免專家成員於面對面溝通時，對討論議題可能產生的干擾 (Rowe & Wright, 1999)。

二、修正式德爾菲法

實施方法與德爾菲法相同，保有傳統德爾菲法的優點。讓專家學者以匿名進行意見交流與調查，將繁複的過程加以簡化，將原有第一回合問卷反覆施策的步驟，以保有第一回合問卷調查，改成以文獻探討、專家訪談或研究者規劃來取代，發展出結構性問卷。如此能讓研究工作順利進行，節省時間，也讓研究專家群可集中在研究題目上，達到一致性共識。

其研究流程如下：

(一) 界定問題：搜集相關文獻，擬定層級架構，作為修正式德爾菲法問卷之基礎。

- (二)專家學者：選擇與廟會活動相關之專家學者進行研究主題討論與問卷調查。
- (三)專家學者意見整合：第一回合進行問卷調查，第二回合在進行專家學者意見整合。
- (四)專家學者意見之評估：第一回合問卷採用李克特五等量表方式進行，等級以1分~5分，在每一調查項目後方，為專家學者建議之處。
- (五)專家學者共識整合：將回收之問卷統計後，確認專家學者是否達成共識。
- (六)資料分析：以李克特五等量表中，若總平均達到3.5分以上，為全體認同，達成共識。

3.2.1 問卷設計與抽樣

本研究使用之問卷，是參考相關文獻的內容設計而成的，設計修正式德爾菲法專家問卷時，採用李克特量表進行填答，每一題有五個選項，分別為1-5個等級，各等級分別表示為「非常不重要」、「不重要」、「普通」、「重要」、「非常重要」，結果以數字越大表示重要性越高，來判斷各評估指標之重要性程度。

評估構面問卷設計說明，本研究問卷參考依據相關文獻，(黃文博，2010；蘇慧慈，2011；莊博欽，2008；林秀芳，2010；楊雅鈞，2012 等)共研究「參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」之評估架構有六個構面，是信眾基於其需求，以及吸引力傳播出來的條件訊息或自己以往的參與活動經驗，產生前往的基本動機。在經過評估後，若目的地能滿足信眾的需求，並能得到價值，則會依信眾所期望能得到滿足程度，產生不同程度的

吸引力。本架構採李克特五量表進行量測，由「非常不重要」、「不重要」、「普通」、「重要」、「非常重要」分別給予 1 至 5 分的方式計分，其 6 個構面之總分越高者，代表信眾休閒效益程度越高。

評估指標問卷設計說明，問卷主要參考(黃文博，2010；蘇慧慈，2011；莊博欽，2008；林秀芳，2010；楊雅鈞，2012 等)在「參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」之動機測量表，分為六個構面「服務項目」、「行銷宣傳」、「文化歷史」、「建築藝術」、「相關人士」、「環境交通」，評估指標共計二十四題，根據嘉義市城隍廟之特性，信眾需求引發動機之產生，動機反應信眾本身對休閒效益的需求表現，是以本研究界定休閒效益動機是指信眾本身至廟宇進行廟會活動之內外驅力，本架構採李克特五量表進行量測，由「非常不重要」、「不重要」、「普通」、「重要」、「非常重要」分別給予 1 至 5 分的方式計分，其 24 個指標之總分越高者，代表吸引觀光人潮越高。

本研究抽樣對象為產業界、行政界、學術界專家共六位，專家以「參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」進行修正式德爾菲法專家問卷之調查與意見整理後，確立整體評估架構；修正式德爾菲法專家問卷於 105 年 2 月 2 日發放 6 份，於 105 年 2 月 23 日回收 6 份，均為有效問卷。

3.2.2 問卷調查結果

本研究將專家學者認同的指標以平均數作為判斷篩選評估指標之標準。平均數為集中趨勢量數，主要找出資料的集中程度，可用來表示評估指標的重要性程度排序之依據，因此專家問卷回答重要性程度等級中，平均數愈大，表示重要性程度愈高。

本研究將以平均數 χ 表示，若平均數重要區間落於 3.5 以上，即為通過篩選，如表 3.2。

表 3. 2 平均數決斷參數

重要區間	決斷	意涵
$\chi \geq 4.5$	很高	非常重要
$3.5 \leq \chi < 4.5$	高	重要
$2.5 \leq \chi < 3.5$	中	普通
$1.5 \leq \chi < 2.5$	低	不重要
$\chi < 1.5$	很低	非常不重要

資料來源：(陳素卿，2012)

將六份專家問卷調查結果彙整後以 Excel 2007 軟體進行分析，求得二十四項評估指標之平均數。此平均數將為重要性評估指標之依據，再進一步確認專家對於二十四項評估指標之意見具有共識。本研究依據調查結果如表 3.3 所示，由結果統計表中可發現專家對於「信徒參與」的共識程度為普通，因此「信徒參與」未通過篩選，其餘評估指標均取得一致性的共識。

表 3. 3 修正式德爾菲法專家問卷調查結果統計

目標	評估構面	評估指標	平均數	一致性
參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素	A 服務項目	A1 願望祈求	3.8	高
		A2 心靈安撫	4.2	高
		A3 慈善參與	3.8	高
		A4 特殊活動	4.2	高
	B 行銷宣導	B1 口耳相傳	3.7	高
		B2 遊覽車司機推薦	3.8	高
		B3 旅行社推薦	4.2	高
		B4 媒體報導	4	高
		B5 網路社群	4.3	高
	C 文化歷史	C1 歷史事件與人物	4.2	高
		C2 文物典藏	4.2	高
		C3 祭祀法會	4.5	很高
	D 建築藝術	D1 藝術作品	4.2	高
		D2 不同流派技法之呈現	4.2	高
		D3 藝術教育傳承	4	高
	E 相關人士	E1 廟宇管理	4	高
		E2 政府之支持	4.5	很高
		E3 志工參與	4.5	很高
		E4 信徒參與	3.3	普通
		E5 民間支持認同	4.3	高
F 環境交通	F1 公共設施完善	4.2	高	
	F2 交通便利	4.2	高	
	F3 停車方便	4.2	高	
	F4 結合附近觀光景點	4.2	高	

資料來源：本研究整理

本研究在修正評估指標部分，專家學者建議「信徒參與」評估指標之內容應予修正。相關意見及建議，如表 3.4 所示。

表 3.4 修正式德爾菲法專家問卷調查意見回應對照

評估構面	評估指標	具體建議	修正方向
相關人士	信徒參與	「信徒參與」與「民間支持與認同」意象相同，可將其合併成「民間支持與認同」。	刪除「信徒參與」評估指標

資料來源：本研究整理

依據修正式德爾菲法專家問卷調查之結果及建議，將本研究之整體評估架構修正後，共有六項評估構面即二十三項評估指標，評估指標與說明如表 3.5。

表 3.5 修正後之評估架構內容說明表

評估構面	評估指標	說明定義
A 服務項目	A1 願望祈求	指對財富、功名、婚姻、健康及願望之祈求。
	A2 心靈安撫	指對算命、收驚、上香具安定心靈的力量。
	A3 慈善參與	指廟宇會參與慈善公益活動，回饋大眾，塑造形象。
	A4 特殊活動	指特殊節慶舉辦特殊活動，引起媒體大眾注意而吸引人潮。
B 行銷宣傳	B1 口耳相傳	指通過人與人之間的推薦，提供消息來進行信息傳遞的一種方式。
	B2 遊覽車司機推薦	經由司機兼導遊推薦旅遊景點介紹。
	B3 旅行社推薦	經由當地旅行社推薦。
	B4 媒體報導	經由新聞報導平面宣導。
	B5 網路社群	經由網路社群部落格行銷。
C 文化歷史	C1 歷史事件與人物	撰述古人的賢愚不肖可作為今人決定人生方向日常行為的參考。
	C2 文物典藏	帶來具有教育及研究價值。
	C3 祭祀法會	透過法會交換宗教信仰心得，往往在活動中促成合力推展社會慈善工作。
D 建築藝術	D1 藝術作品	從作品中找尋出其中的意義與訊息，使之獲得更充分理由的支持。
	D2 不同流派技法之呈現	以建築藝術在材料和技法上求變化，現代藝術帶來活耀的生命力。
	D3 藝術教育傳承	從塑造多元化教育環境，傳承現代化藝術視覺。

表 3.5 修正後之評估架構內容說明表 (續)

E 相關人士	E1 廟宇管理	指管理組織運作完善。
	E2 政府之支持	指經費與相關政策之支援。
	E3 志工參與	指導覽解說員。
	E4 信徒參與	指信徒對廟宇活動的參與與認同。
	E5 民間支持認同	指民間捐款支持、活動支持認同。
F 環境交通	F1 公共設施完善	指整體環境清潔、公共設施完備。
	F2 交通便利	指目的地容易到達。
	F3 停車方便	指停車公共設施完善。
	F4 結合附近觀光景點	指積極推動結合週邊空間，並增加市民遊憩可及性。

資料來源：本研究整理

3.3 層級分析法(Alytic Hierarchy Process)

AHP 層級分析法 (Analytic Hierarchy Process) 是提供一個有效的方法去進行複雜的決策，無論在一般生活、商業或學術研討上，都有很精采的應用。

AHP 是將複雜的決策情境切分為數個小部分，再將這些部分組織成為一個樹狀的層次結構。然後，對每一個部分的相對重要性給予權數值，然後進行分析出各個部份優先權。對決策者而言，以層次結構去組織有替代方案(alternative)的評選條件或標準(criteria)、全數(weight)和分析(analysis)，非常有助於對事務的了解。

此外，AHP 可協助捕捉主觀與客觀的評估測度，檢驗評估的一致性，

以及團隊所建議的替代方案，減少團隊決策之失誤，如失焦、無計畫、無參予等。AHP 將整個問題細分為多個較不重要的評估，但還維持整體的決策。

一、理論介紹

1971 年美國匹茲堡大學教授賽提(Tomas L. Saaty)為了處理在不確定因素下之複雜決策問題，提出一套有系統的決策方法，這系統決策模式稱為分析層級程序法(AHP)，目的在評估各相關因素並進而解決複雜的決策問題。主要應用於不確定情況下及具有多數評估準則的決策問題，並廣泛運用於各種實務範圍。於 1980 年整理成專書介紹 AHP 理論，復於 1986 修訂該書，形成一套完整的方法論。AHP 分析法是將複雜的問題有系統地加以簡化，分解為個別的組成因素，利用層級結構將問題做層級分解，再使用數學方法將複雜無組織架構的問題簡化為有層次之架構，透過量化的過程，覓得脈絡後加以綜合評估，做整體綜合性的評量，提供決策者更為完整的資訊，減少錯誤的風險。

AHP 分析法的作用是將複雜且非結構化的問題系統化，將問題由高層級往低層級逐步分解(曾國雄、鄧振源，1989)，AHP 分析法匯集專家學者的寶貴意見，採用名目尺度(Nominal scale)執行要素間的成對比較(Pairwise Comparison)，予以量化後建立成成對矩陣(Pairwise comparison Matrix)，據以求出各矩陣之特徵向量(Eigenvector)，並依其特徵向量作為層級各要素間之優先順序，並計算出最大特徵值，用以評定比對矩陣一致性指標的相對權重之強弱。

分析層級程序法主要應用於不確定情況下及具有多數個評估準則的決

策問題上，可將複雜的問題系統化，藉由成對比較，建構各變項之階層體系並計算各變項之權重，以決定各方案的優先順序。本研究以分析層級程序法進行問卷調查，以獲得各評估因子之權重值，其結果將對廟會活動帶來休閒效益之關鍵因素歸納出各因素間之重要性，以提供相關單位辦理廟會活動之參考。

層級分析法之決策特性：

(一)、建立層次結構模型：在深入分析實際問題的基礎上，將有關的各個因素按照不同屬性自上而下地分解成若干層次，同一層的諸因素從屬於上一層的因素或對上層因素有影響，同時又支配下一層的因素或受到下層因素的作用。最上層為目標層，通常只有一個因素，最下層通常為方案或對象層，中間可以有一個或幾個層次，通常為準則或指標層。當準則過多時(譬如多於9個)應進一步分解出因子準則層。

(二)、構造成對比較矩陣：從層次結構模型的第2層開始，對於從屬於(或影響)上一層每個因素的同一層諸因素，用成對比較法和1—9比較尺度構造成對比較矩陣，直到最下層。

(三)、計算權向量並做一致性檢驗：對於每一個成對比較矩陣計算最大特徵及對應特徵向量，利用一致性指標、隨機一致性指標和一致性比率做一致性檢驗。若檢驗通過，特徵向量(歸一化後)即為權向量；若不通過，需重新構造成對比較矩陣。

(四)、計算組合權向量並做組合一致性檢驗：計算最下層對目標的組合權向量，並根據公式做組合一致性檢驗，若檢驗通過，則可按照組合權向量表示的結果進行決策，否則需要重新考慮模型或重新構造那些一致性

比率較大的成對比較陣。

層級分析法之基本假設有九項（鄧振源、曾國雄，1989），敘述如下：

- （一）、每一系統可分解為許多成分與種類，並可形成有向網格的層級結構。
- （二）、層級結構每一層級要素均可假設成具有獨立性。
- （三）、在每一層級要素內，可用上一層級某些要素作為評準，進行評估。
- （四）、在做評估比較時，可將絕對數值尺度轉換比例尺度。
- （五）、成對比較後可用正倒值矩陣來處理。
- （六）、偏好關係需滿足遞移性，不僅使優劣關係滿足遞移性（A 優於 B，B 優於 C，則 A 優於 C），並且同時強度關係也滿足遞移性（A 優於 B 二倍，B 優於 C 三倍，則 A 優於 C 六倍）。
- （七）、形成完全具有遞移性並不容易，因此可容許不具遞移性存在，但需要測試其一致性程度。
- （八）、要素優勢的程度，可經加權法則而求得。
- （九）、任何要素只要在層級結構中，不論優勢程度如何小，均認為與整體評估結構有關，而並非檢核層級結構的獨立性。

使用層級分析法來分析問題時，首先需將研究的複雜問題劃分成簡單明確的層級結構，並以簡明的要素層級結構表示，並藉由比率尺度及名目尺度來做成對比較矩陣，找出各層級要素間的重要性、優先或貢獻的程度。因此，建立層級架構時，須先解決兩個問題：

- （一）、如何建立層級結構：可利用腦力激盪法、結構模型群體法等方

法，來加以確認層級關係，實際使用上並無一定建構程序。

- (二)、如何評定要素間的重要性程度：可以特徵向量法、幾何平均素等方法，而層級分析法則由特徵向量法來求得要素間權重。

分析組群須注意事項如下：

- (一)、盡量將重要性之程度相近的要素放置在同一層級。
- (二)、層級中的各評估要素應具獨立性，若是相依性存在時，可將獨立性與相依性各自進行分析後，再將兩者合併分析。
- (三)、依 Saaty 的建議，層級內要素不宜超過七個，若超出者可在進行分層解決，以免影響層級一致性。
- (四)、最高層級代表為評估問題之最終目標。

層級分析法有以下基本認知：

- (一)、預期性：整體架構中需完整，不能遺漏或忽略。
- (二)、獨立性：要素間比較假設需相互為獨立。
- (三)、倒數性：在評估時，若 A 對 B 有 N 倍偏好，則 B 對 A 應有 $\frac{1}{N}$ 倍偏好。
- (四)、同質性：要素間比較須具有意義，並且有合理的評估尺度間。

層級結構會將影響系統的要素分解成數個群體，再將每一群體各分成數個次群，建立起所有的層級結構，如圖 3.2 所示（鄧振源、曾國雄，1989 年）。

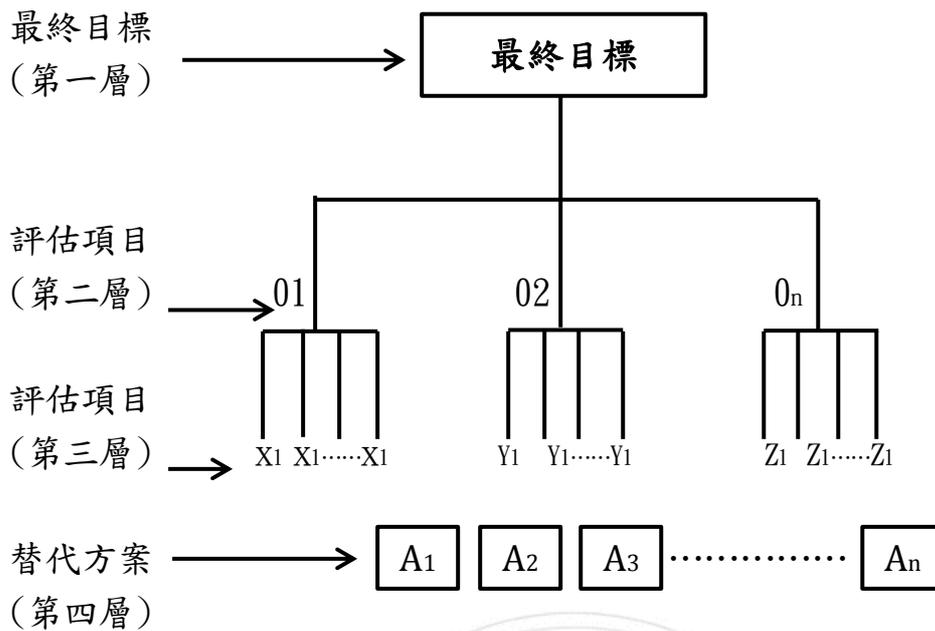


圖 3.2 AHP 層級結構示意
資料來源：(鄧振源、曾國雄，1989)

Saaty(1980)認為建立層級結構之優點如下：

- (一)、要素個體若形成層級來行事，會有利於工作之達成。
- (二)、在描述各要素間的影響程度有一定的幫助。
- (三)、可詳細描述系統功能面及結構面。
- (四)、具有賦彈性與穩定性的層級，稍微的改變就能形成稍微的影響，在對於結構完整的層級而言，再加入一個層級並不影響整個層級系統的有效性。
- (五)、自然系統若以層級方式組成，是為一項有效的方式。

層級分析法的分析程序與步驟流程可分為六大個步驟，分別為：1. 問題之界定、2. 建立層級結構、3. 設計問卷與調查、4. 計算成對比較矩陣之特徵向量及特徵值、5. 一致性之檢定、6. 整體層級權重或替代方案選擇之計算 (鄧振源、曾國雄，1989)，如圖 3.3。

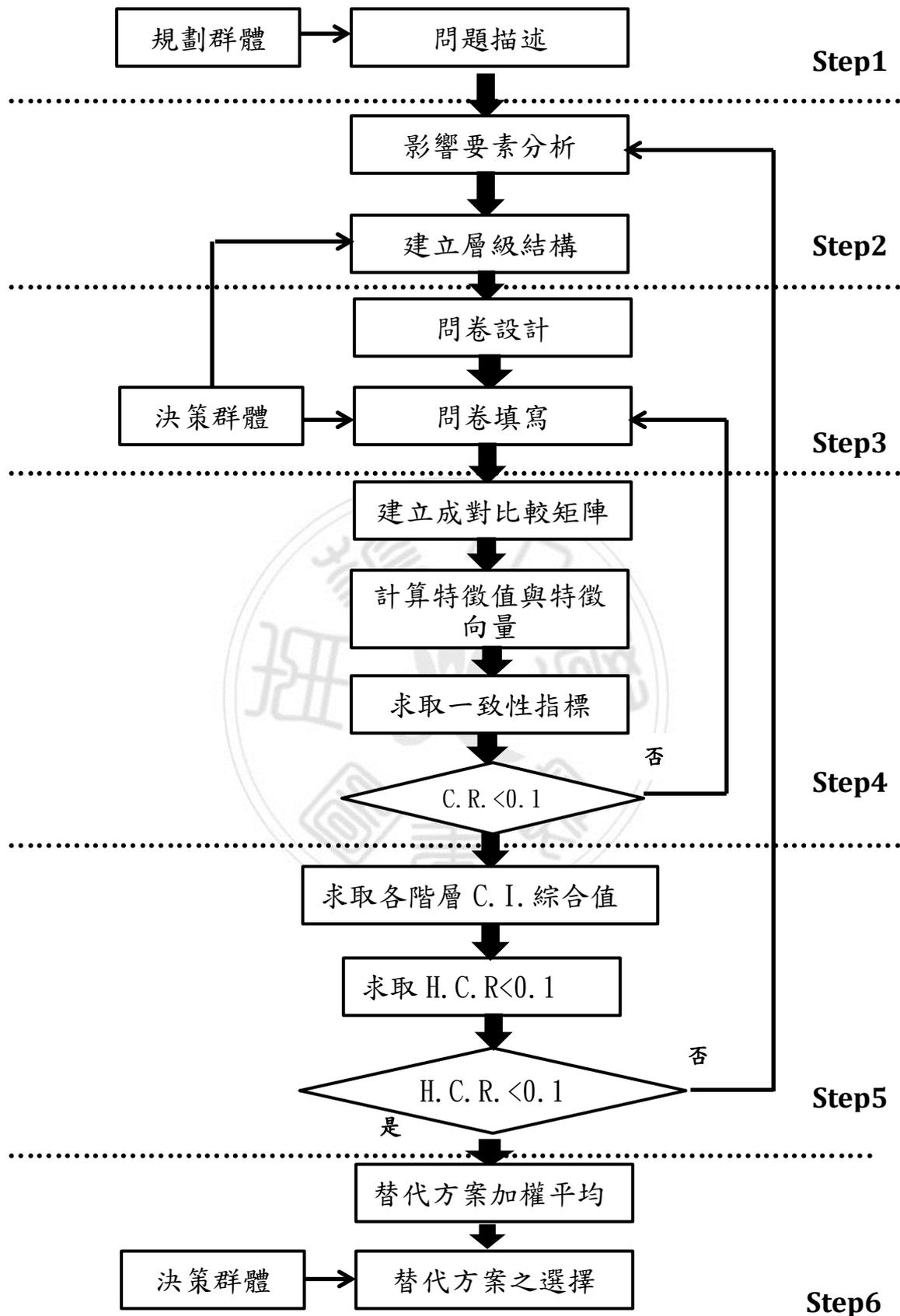


圖 3.3 層級分析法分析程序與步驟之流程圖

資料來源：(鄧振源、曾國雄，1989)

二、層級結構

本研究透過文獻探討及各專家學者針對評估問題之建議，進而建構出整體層級架構之評估構面及評估指標，為了防止受訪者對整體層級架構中評估構面及評估指標之相對重要性產生判斷上的偏差，每一層結構之要素最好不要超過七個。

本研究以修正式德爾菲法之專家問卷結果，確立了六大評估構面（服務項目、行銷宣導、文化歷史、建築藝術、相關人士、環境交通）及二十三項評估指標（願望祈求、心靈安撫、慈善參與、特殊活動、口耳相傳、遊覽車司機推薦、旅行社推薦、媒體報導、網路社群、歷史事件與人物、文物典藏、祭祀法會、藝術作品、不同流派技法之呈現、藝術教育傳承、廟宇管理、政府之支持、志工參與、民間支持認同、公共設施完善、交通便利、停車方便、結合附近觀光景點），其整體評估層級架構如圖 3.4。

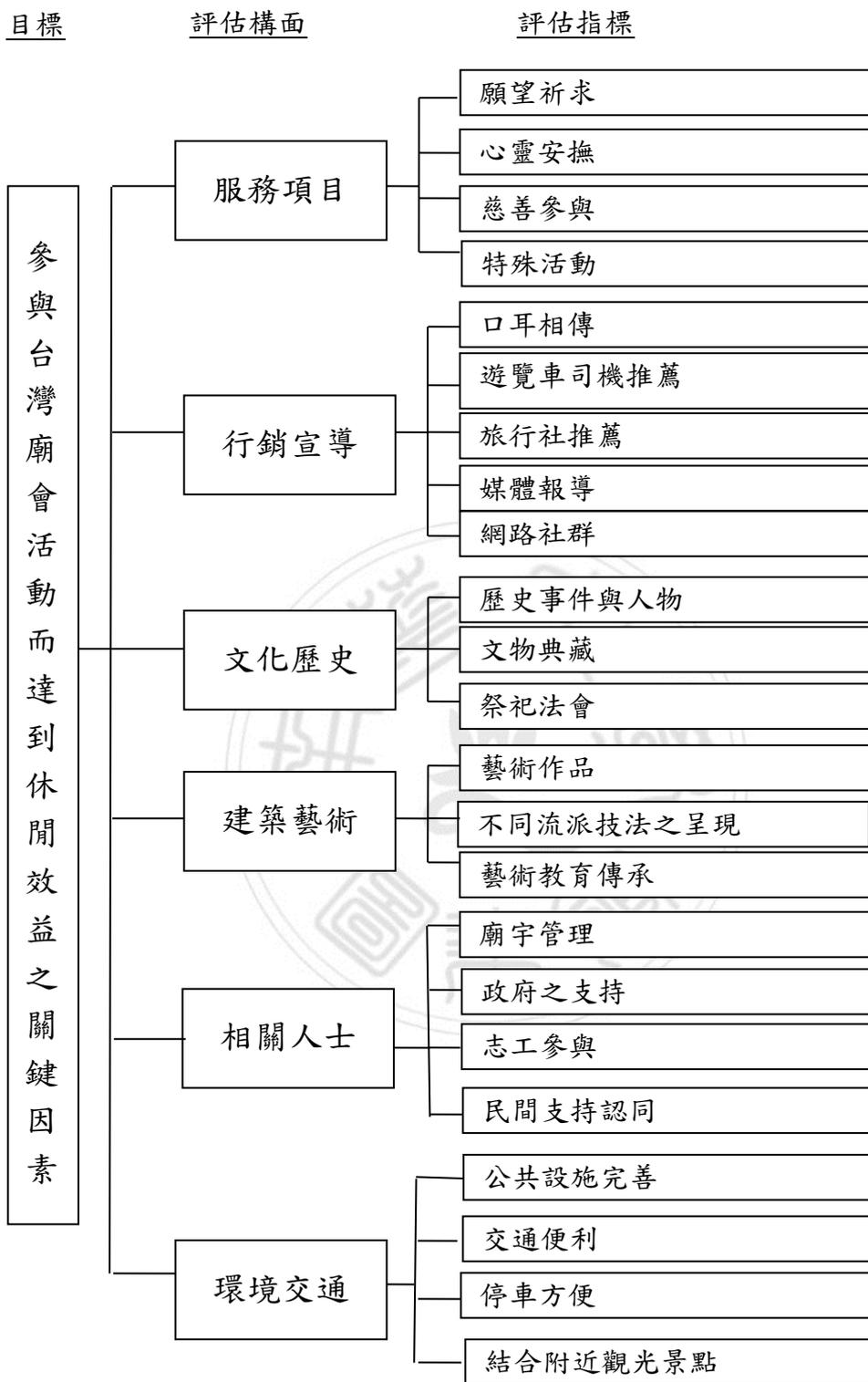


圖 3.4 參與台灣廟會活動而達到休閒效益層級架構圖

三、設計問卷與抽樣

每一層級之要素，需在上層某一要素作為評估的基準下，將兩兩評估構面及評估指標間的相對重要性進行成對比較。因此針對成對比較來設計問卷。在 1 至 9 尺度下，由受訪者以評估尺度填寫，依據填寫後求得之數值，用來建構成對比較矩陣，問卷範例如下。

例：當您在購買汽車時，所要考慮的原因很多，現假設其中有兩個評估指標是價格與性能。如果您認為價格是重要性『頗為重要』於性能評估指標，則請您於尺度表左方的極為重要(9)尺度上打勾。

評估 指標 A	絕 對 重 要	8	極 為 重 要	7	6	頗 為 重 要	5	4	稍 為 重 要	3	2	同 等 重 要	1	2	稍 為 重 要	3	4	頗 為 重 要	5	6	7	8	絕 對 重 要	評估 指標 B
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9							
品牌	<input type="checkbox"/>	價格																						

評估尺度可分為五個等級：「同等重要」、「稍重要」、「頗重要」、「極重要」、「絕對重要」，名目尺度衡量值以 1、3、5、7、9 表示；其餘之評比尺度介於這五個尺度間，其衡量值為 2、4、6、8 表示。而各尺度代表意義與說明，如表 3.5。

表 3.6 層級分析法評估尺度意義與說明

評估尺度	定義	說明
1	同等重要	兩比較方案之程度具有同等重要性
3	稍重要	經驗與判斷稍微偏向喜好某一方案
5	頗重要	經驗與判斷強烈偏向喜好某一方案
7	極重要	實際顯示非常強烈偏向某一方案
9	絕對重要	具足夠證據確定絕對喜好某一方案
2、4、6、8	相鄰尺度之中間值	需折衷值時

資料來源：(Saaty, 1980)

設計結構式問卷調查表後，與台灣廟會活動相關的政府機關、學術界與民間團體相當了解之專家進行問卷調查。

本研究問卷對象針對參與台灣廟會活動而帶動休閒效益之關鍵因素進行探討，以行政界、學術界、產業界之專家學者進行問卷調查，一共發放 18 份問卷，其中包括 6 位行政界專家、6 位學術界專家及 6 位產業界專家（如表 3.7）。層級分析法專家問卷於 105 年 3 月 1 日發放 18 份，於 105 年 4 月 25 日回收 18 份，均為有效問卷。

表 3.7 層級分析法問卷受訪者基本資料

	受訪者	產官學背景	職稱
1	A	學術界	○○大學系主任
2	B	學術界	○○大學教授
3	C	學術界	○○大學教授
4	D	學術界	○○大學教授
5	E	學術界	○○大學助理教授
6	F	學術界	○○大學助理教授
7	G	行政界	○○市市議員
8	H	行政界	○○市文化局副局長
9	I	行政界	○○市社會局副局長
10	J	行政界	○○縣藝術廳主任
11	K	行政界	○○市○○里里長
12	L	行政界	○○縣○○鄉鄉公所科員
13	M	產業界	○○市城隍廟董事長
14	N	產業界	○○市孔子廟董事長
15	O	產業界	○○市城隍廟董事
16	P	產業界	○○市城隍廟常務監事
17	Q	產業界	○○市城隍廟董事
18	R	產業界	○○市城隍廟總幹事

資料來源：本研究整理

四、計算成對比較矩陣之特徵向量與特徵值

根據問卷調查，將各評估要素成對比較後的相對強度數值（1~9）列入成對比較矩陣內，再用名目尺度設定要素間之相對重要性比值，而數值區分成9、8、7、6、5、4、3、2、1、1/2、1/3、1/4、1/5、1/6、1/7、1/8、

1/9，再將 N 項要素成對比較的結果之衡量值，置於成對比較矩陣中三角部分，主對角線則為要素本身，故數值為 1；下三角部分為上三角部分的相對位置之倒數，即成對比較矩陣 A，其計算過程之說明如方程式 (1) 所示。

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} w_1/w_1 & w_1/w_2 & \cdots & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & w_2/w_2 & \cdots & w_2/w_n \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & \cdots & w_n/w_n \end{bmatrix} \quad (1)$$

其中 $a_{ij} = w_i/w_j$ ， w_i, w_j 各為評估構面與評估指標 i 與 j 之權重

將求得之成對比較矩陣 A，使用特徵向量法用來計算出特徵值與特徵向量，再進而求出各要素間之相對權重。其計算過程如下：先製作評估構面及評估指標成對比較矩陣 A 則為一正倒值矩陣，其符合矩陣中各要素為正數，並具倒數特性，如方程式 (2) 與方程式 (3)：

$$a_{ij} = 1/a_{ji} \quad (2)$$

$$a_{ij} = a_{ik} / a_{jk} \quad (3)$$

將評估構面與評估指標之成對比較矩陣 A 乘以各評估構面及評估指標之權重所得之向量 w，其如方程式 (4)：

$$w = (w_1, w_2, \dots, w_n)^t \quad (4)$$

可得方程式 (5) ~ 方程式 (7)：

$$Aw = \begin{bmatrix} w_1/w_1 & w_1/w_2 & \cdots & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & w_2/w_2 & \cdots & w_2/w_n \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & \cdots & w_n/w_n \end{bmatrix} \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{bmatrix} \quad (5)$$

$$Aw = n \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{bmatrix} \quad (6)$$

$$\text{亦即 } (A - nI)w = 0 \quad (7)$$

因決策者在進行成對比較時，以主觀判斷後所給予的評斷，與真實的 w_i/w_j 值，一定有某程度上的差異， $Aw = n^w$ 便無法成立，故 Saaty 建議用 A 矩陣中之最大特徵值 λ_{\max} 來取代，如方程式 (8)。

$$\text{亦即 } Aw = \lambda_{\max} w \quad (8)$$

$$(A - \lambda_{\max} I) w = 0 \quad (9)$$

矩陣 A 最大特徵值之求法，由方程式 (9) 求得出來，其求得之最大特徵向量，則為各評估構面及評估指標之權重。

最大特徵值的求算，Saaty 提出四種近似法來求取最大特徵值，其分別為行向兩平均值標準化、行向量、倒數標準化、列平均值標準化與列向量幾何平均值標準化等；而其中又以行向量平均值之標準化求得較精準的結果，如方程式 (10)。

$$w_i = \frac{1}{n} \sum_j \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}} \quad i, j = 1, 2, \dots, n \quad (10)$$

五、一致性之檢定

評估指標的優先順序由兩兩成對比較的方式而成，假設矩陣 A 符合一致性，但因受訪者主觀的判斷與比較之後，將使矩陣 A 可能不符合一致性，因此，評估的結果需能通過一致性檢定，才能顯示受訪者的前後判斷為一致，反之將視為無效問卷。因此 Saaty 建議以一致性指標及一致性比例來檢定成對比較矩陣的一致性。

一致性指標將由特徵向量法中求得， λ_{\max} 與 n (矩陣維數)兩者間的差異程度可作為判斷一致性程度之高低的衡量基準。

當 C. I. =0 表示判斷前後均完全具一致性，而 C. I. >0 則表示判斷前後不一致，必須重新評估。Saaty 則認為 C. I. \leq 0.1 為可容許之偏誤，如方程式 (11)。

$$C.I. = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1} \quad (11)$$

根據 Wharton School 和 Dak Ridge National Laboratory 進行之研究，從評估尺度 1~9 中，所產生出的正倒值矩陣，可在不同的階數下產生不同的的一致性指標(C. I.)，其稱之為隨機性指標(Random Index; R. I.)，如表 3.8。

表 3.8 層級分析法隨機性指標值

階數	1	2	3	4	5	6	7	8	9
R. I.	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45

資料來源： Saaty (1980)

當在相同階數矩陣下，C. I. 值與 R. I. 值所產生出的比率，稱之為一致性比率 C. R. (Consistency Ratio)；若是 C. R. < 0.1 時，矩陣之一致性程度則令人滿意的，如方程式 (12)。

$$C.R. = \frac{C.I.}{R.I.} \quad (12)$$

C. R. H (Consistency Ratio of the Hierarchy) 為整體層級之一致性比例值，若是 C. R. H = $\frac{C.I.}{R.I.} < 0.1$ ，則整體層級一致性程度為即可接受。C. H. R 整體層級之一致性比例值，如方程式 (13) ~ 方程式 (16)。

$$C.H.R = \frac{M}{\bar{M}} = \frac{\sum_{i=2}^g M^{(\ell)}}{\sum_{i=2}^g \bar{M}^{(\ell)}} \quad (13)$$

$$M^{(\ell)} = \begin{cases} CI^{(2)} & , \forall \ell = 2 \\ \beta C^{T(\ell)} & , \forall \ell = 3 \\ S^{(\ell-1)} C^{T(\ell)} & , \forall \ell > 3 \end{cases} \quad (14)$$

$$\bar{M}^{(\ell)} = \begin{cases} RI^{(2)} & , \forall \ell = 2 \\ \beta R^{T(\ell)} & , \forall \ell = 3 \\ S^{(\ell-1)} R^{T(\ell)} & , \forall \ell > 3 \end{cases} \quad (15)$$

$$S^{(\ell)} = \left(\prod_{k=1}^3 W^{(k)} \right) \beta , \forall \ell \geq 3 \quad (16)$$

六、整體層級權重或替代方案選擇之計算

先計算各層級要素間之權重後，再計算整體層級之權重，最後，依據各方案權重來決定最終目標的最適方案。

第四章 研究結果與討論

本章將針對樣本進行資料分析，對所得到的結果加以說明，第一節針對有效樣本之背景變項分析；第二節為描述性統計分析；第三節為一致性檢定結果；第四節為評估構面及評估指標權重分析。建立成對比較矩陣後再計算其特徵值，並檢視一致性檢定數值，求出參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素指標之權重。

4.1 樣本資料分析

本研究人口統計變項包含「性別」、「教育程度」及「年齡」等。全體屬性之分析結果與敘述，如表 4.1 所示：

- (一)、性別：受訪者男、女樣本所佔人數為男性佔 67%，女性佔 33%。顯示受訪者樣本中，性別比例以男性居多。
- (二)、教育程度：受訪者樣本教育程度以研究所（含）以上比例最高，佔 39%；其次是大學（專），佔 33%；再其次為國中（含）以下，佔 22%，再其次為高中/高職，佔 6%。
- (三)、年齡：受訪者樣本年齡分佈以 41~50 歲以上歲最多，佔 50%；其次是 51 歲，佔 22%；及 31~40 歲，均佔 28%。

表 4.1 產官學專家問卷基本資料統計

產官學專家		數量	百分比
性別	男	12	67%
	女	6	33%
年齡	30~40 歲	4	22%
	41~50 歲	9	50%
	51 歲以上	5	28%
教育程度	國中(含以下)	4	22%
	高中職	1	6%
	大學(專)	6	33%
	研究所以上	7	39%

資料來源：本研究整理

4.2 描述性統計分析

本節針對評估構面「服務項目」、「行銷宣導」、「文化歷史」、「建築藝術」、「相關人士」、「環境交通」之平均數進行樣本敘述性分析，藉以了解全部樣本在各研究各變項上反應情況。平均數可觀察變相之集中情形，而標準差是用來了解對某題項看法的差異程度，標準差越大，代表受訪者的看法差異程度越大，反之，標準差越小，表示受訪者的看法越一致。

4.3 一致性檢定結果

一、評估構面與整體層級之一致性檢定

本研究以 EXCEL 軟體 2007 版整理後求出平均數，再依據評估構面各特

徵向量中元素的相對比重，求得相對權重值，並且進行一致性檢定。

依據 Saaty (1980) 認為 C. I. 值不可超過 0.1，C. I. < 0.1，表示滿足一致性準則，C. R. < 1 表示滿足一致性比率，C. R. H. < 0.1 則滿足整體層級結構一致性。反之，則須剔除問卷或重新填寫。

本研究於評估構面的一致性分析結果中，如表 4.2 所示；整體層級 C. R. H. 值為 0.06

。結果為 C. I. 值小於 0.1、C. R. 值小於 0.1 及 C. R. H. 值小於 0.1，表示本研究問卷資料已通過一致性檢定。

表 4.2 評估構面之一致性檢定結果

	全體專家		產業界專家		行政界專家		學術界專家	
	C. I.	C. R.						
服務項目	0.083	0.067	0.081	0.065	0.097	0.078	0.097	0.078
行銷宣導								
文化歷史								
建築藝術								
相關人士								
環境交通								

資料來源：本研究整理

二、評估指標之一致性分析

評估指標有二十三變項，分別為：願望祈求、心靈安撫、慈善參與、特殊活動，口耳相傳、遊覽車司機推薦、旅行社推薦、媒體報導、網路社群、歷史事件與人物、文物典藏、祭祀法會、藝術作品、不同流派技法之呈現、藝術教育傳承、廟宇管理、政府之支援、志工參與、民間支持認同、公共設備完善、交通便利、停車方便、觀光景點結合。求出一致性準則(C. I.)

與一致性比率 (C.R.)，C. I. 值 < 0.1 與 C.R. 值 < 0.1，表示問卷資料均通過一致性檢定，如表 4.3 所示。

表 4.3 評估指標之一致性檢定結果

	全體專家		產業界專家		行政界專家		學術界專家	
	C. I. 值	C. R. 值						
願望祈求	0.082	0.091	0.075	0.083	0.083	0.092	0.079	0.087
心靈安撫								
慈善參與								
特殊活動								
口耳相傳	0.078	0.070	0.098	0.087	0.085	0.076	0.081	0.073
遊覽車司機推薦								
旅行社推薦								
媒體報導								
網路社群	0.006	0.010	0.008	0.014	0.004	0.007	0.052	0.090
歷史事件與人物								
文物典藏								
祭祀法會	0.019	0.034	0.009	0.016	0.007	0.013	0.043	0.074
藝術作品								
不同流派技法之呈現								
藝術教育傳承	0.082	0.091	0.080	0.089	0.089	0.099	0.075	0.083
廟宇管理								
政府之支持								
志工參與								
民間支持認同	0.079	0.088	0.079	0.088	0.079	0.088	0.073	0.081
公共設施完善								
交通便利								
停車方便								
結合附近觀光景點								

資料來源：本研究整理

4.4 評估構面及評估指標權重分析

一、評估構面與評估指標之相對權重值

由表 4.4 之評估構面之成對比較矩陣分析得知，參與台灣廟會活動而達到休閒效益之評估構面平均數計算結果優先順序由兩兩成對的方式而成，以矩陣對角線之右上部分為問卷評量值，左下部分的數值則為右上部分相對位置的數值之倒數，左上至右下對角線為自身比較，故數值均為 1，因此，評估結果通過一致性檢定，顯示受訪者的前後判斷為一致，依據相同步驟，求出各評估構面與各評估指標之間相對權重值，如表 4.4~表 4.10 所示。

表 4.4 評估構面之成對比較矩陣

	服務項目	行銷宣導	文化歷史	建築藝術	相關人士	環境交通
服務項目	1	1.947	1.822	1.904	2.338	3.083
行銷宣導	0.513	1	2.009	1.187	2.723	3.521
文化歷史	0.548	0.497	1	3.114	3.161	3.559
建築藝術	0.525	0.842	0.321	1	2.327	3.169
相關人士	0.427	0.367	0.316	0.429	1	3.222
環境交通	0.324	0.283	0.280	0.315	0.310	1

資料來源：本研究整理

表 4.5 「服務項目」之成對比較矩陣

	願望祈求	心靈安撫	慈善參與	特殊活動
願望祈求	1	1.708	1.632	1.495
心靈安撫	0.585	1	3.677	1.148
慈善參與	0.612	0.271	1	1.225
特殊活動	0.668	0.870	0.816	1

資料來源：本研究整理

表 4.6 「行銷宣導」之成對比較矩陣

	口耳相傳	遊覽車司機推薦	旅行社推薦	媒體報導	網路社群
口耳相傳	1	1.540	0.629	1.775	1.876
遊覽車司機推薦	0.649	1	1.468	3.620	2.340
旅行社推薦	1.589	0.681	1	3.288	3.288
媒體報導	0.563	0.276	0.304	1	2.596
網路社群	0.532	0.427	0.304	0.385	1

資料來源：本研究整理

表 4.7 「文化歷史」之成對比較矩陣

	歷史事件與人物	文物典藏	祭祀法會
歷史事件與人物	1	2.207	3.432
文物典藏	0.453	1	2.173
祭祀法會	0.291	0.460	1

資料來源：本研究整理

表 4.8 「建築藝術」之成對比較矩陣

	藝術作品	不同流派技法之呈現	藝術教育傳承
藝術作品	1	2.632	4.203
不同流派技法之呈現	0.379	1	2.896
藝術教育傳承	0.237	0.345	1

資料來源：本研究整理

表 4.9 「相關人士」之成對比較矩陣

	廟宇管理	政府之支持	志工參與	民間支持認同
廟宇管理	1	1.114	0.863	0.941
政府之支持	0.897	1	3.629	1.719
志工參與	1.158	0.275	1	1.262
民間支持認同	1.061	0.581	0.791	1

資料來源：本研究整理

表 4.10 「環境交通」之成對比較矩陣

	公共設施完善	交通便利	停車方便	結合附近觀光景點
公共設施完善	1	0.992	1.094	1.165
交通便利	1.007	1	4.174	1.489
停車方便	0.913	0.239	1	1.379
結合附近觀光景點	0.858	0.671	0.724	1

資料來源：本研究整理

二、評估構面權重值分析

評估構面中有六個變項，分別為「服務項目、行銷宣導、文化歷史、建築藝術、相關人士、環境交通」；根據全體及各界專家問卷的權重值計算及排序後，如表 4.11 所示。

表 4.11 評估構面之權重值分析結果

	全體專家		產業界專家		行政界專家		學術界專家	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
服務項目	0.277	1	0.296	1	0.317	1	0.193	3
行銷宣導	0.218	2	0.211	3	0.209	2	0.231	2
文化歷史	0.211	3	0.217	2	0.177	3	0.248	1
建築藝術	0.146	4	0.127	4	0.160	4	0.167	4
相關人士	0.092	5	0.092	5	0.088	5	0.100	5
環境交通	0.053	6	0.055	6	0.047	6	0.059	6

資料來源：本研究整理

表 4.11 所示，在六項評估構面中，「服務項目」(0.277) 高於其他各項，得到全體專家一致性認同。此結果代表「服務項目」對參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素有顯著的影響，對於辦理廟會活動時，服務項目視為主要訴求，也受到產業界與行政界專家的重視。評估構面中「行銷宣導」(0.218) 居次，再其次為「文化歷史」(0.211) 為第三順位，受到學術界專家的重視。

三、評估指標之權重值分析

而「服務項目、行銷宣導、文化歷史、建築藝術、相關人士、環境交通」中，其評估指標含二十三項權重值，如表 4.12 至表 4.17 所示，其分別敘述如下：

表 4.12 「服務項目」評估指標之權重值分析結果

	全體專家		產業界專家		行政界專家		學術界專家	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
願望祈求	0.341	1	0.272	2	0.133	3	0.404	1
心靈安撫	0.299	2	0.358	1	0.220	2	0.160	3
慈善參與	0.160	4	0.268	3	0.095	4	0.073	4
特殊活動	0.198	3	0.101	4	0.549	1	0.360	2

資料來源：本研究整理

表 4.12 所示，服務項目之評估指標有「願望祈求」、「心靈安撫」、「慈善參與」、「特殊活動」等四個變項，依照權重分析後依序為願望祈求(0.341)、心靈安撫(0.299)、特殊活動(0.198)、慈善參與(0.160)

；此結果代表選擇「服務項目」時，首要考量為「願望祈求」，亦為產業界專家認同，行政界專家則偏重於「特殊活動」；學術界專家則偏重於「願望祈求」。

表 4.13 「行銷宣導」評估指標之權重值分析結果

	全體專家		產業界專家		行政界專家		學術界專家	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
口耳相傳	0.227	3	0.241	3	0.174	3	0.250	2
遊覽車司機 推薦	0.273	2	0.294	1	0.287	2	0.235	3
旅行社推薦	0.294	1	0.276	2	0.299	1	0.312	1
媒體報導	0.118	4	0.111	4	0.134	4	0.113	4
網路社群	0.087	5	0.074	5	0.103	5	0.088	5

資料來源：本研究整理

表 4.13 所示，行銷宣導之評估指標有「口耳相傳」、「遊覽車司機推薦」、「旅行社推薦」、「媒體報導」、「網路社群」等五個變項，依照權重分析後，依序為旅行社推薦(0.294)、遊覽車司機推薦(0.273)、口耳相傳(0.227)、媒體報導(0.118)、網路社群(0.087)，此結果代表選擇「行銷宣導」時，首要考量為「旅行社推薦」，亦為行政界與學術界專家認同；但產業界專家則偏重於「遊覽車司機推薦」。

表 4.14 「文化歷史」評估指標之權重值分析結果

	全體專家		產業界專家		行政界專家		學術界專家	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
歷史事件與人物	0.565	1	0.569	1	0.555	1	0.560	1
文物典藏	0.286	2	0.257	2	0.317	2	0.280	2
祭祀法會	0.147	3	0.172	3	0.126	3	0.158	3

資料來源：本研究整理

表 4.14 所示，文化歷史之評估指標有「歷史事件與人物」、「文物典藏」、「祭祀法會」，依照權重分析後依序為歷史事件與人物 (0.565)、文物典藏 (0.286)、祭祀法會 (0.147)，此結果代表選擇「文化歷史」時，首要考量為「歷史事件與人物」，亦為產、官、學界專家認同。

表 4.15 「建築藝術」評估指標之權重值分析結果

	全體專家		產業界專家		行政界專家		學術界專家	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
藝術作品	0.603	1	0.624	1	0.636	1	0.531	1
不同流派技法之呈現	0.279	2	0.273	2	0.225	2	0.344	2
藝術教育傳承	0.117	3	0.101	3	0.138	3	0.123	3

資料來源：本研究整理

表 4.15 所示，建築藝術之評估指標有「藝術作品」、「不同流派技法之呈現」、「藝術教育傳承」，依照權重分析後依序為藝術作品 (0.603)、不同流派技法之呈現 (0.279)、藝術教育傳承 (0.117)，此結果代表選擇「建築藝術」時，首要考量為「藝術作品」，亦為產官學專家認同。

表 4.16 「相關人士」評估指標之權重值分析結果

	全體專家		產業界專家		行政界專家		學術界專家	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
廟宇管理	0.235	2	0.226	3	0.089	4	0.331	1
政府之支持	0.370	1	0.369	1	0.475	1	0.285	2
志工參與	0.192	4	0.251	2	0.216	3	0.133	4
民間支持認同	0.201	3	0.152	4	0.218	2	0.248	3

資料來源：本研究整理

表 4.16 所示，相關人士之評估指標有「廟宇管理」、「政府之支持」、「志工參與」、「民間支持認同」，依照權重分析後依序為政府之支持 (0.370)、廟宇管理 (0.235)、民間支持認同 (0.201)、志工參與 (0.192)，此結果代表選擇「相關人士」時，首要考量為「政府之支持」，亦為產業界及行政界專家認同；但學術界專家則偏重於「廟宇管理」。

表 4.17 「環境交通」評估指標之權重值分析結果

	全體專家		產業界專家		行政界專家		學術界專家	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
公共設施完善	0.253	2	0.289	2	0.254	2	0.161	3
交通便利	0.377	1	0.318	1	0.339	1	0.484	1
停車方便	0.177	4	0.121	4	0.189	4	0.223	2
結合附近觀光景點	0.191	3	0.270	3	0.216	3	0.130	4

資料來源：本研究整理

表 4.17 所示，環境交通之評估指標有「公共設施完善」、「交通便利」、「停車方便」、「結合附近觀光景點」，依照權重分析後依序為交通便利（0.372）、公共設施完善（0.253）、結合附近觀光景點（0.191）、停車方便（0.177），此結果代表選擇「環境交通」時，首要考量為「交通便利」，亦為產官學專家認同。

四、所有評估指標在整體層級權重值分析

本研究評估構面含六個評估構面，二十三個評估指標，先求出評估構面之權重值與評指標在各層級之權重值後，再將兩者權重相乘，求得出評估指標變項於整體層級中之權重值，如表 4.18 所示。

以「服務項目」評估構面的「願望祈求」評估指標為例，參考表 4.11 及表 4.12 可得知，「服務項目」評估構面的權重值為 0.277，「願望祈求」評估指標的權重值為 0.341，因此可求得「願望祈求」評估指標在整體層級中之權重值為 $0.277 \times 0.341 = 0.094$ ，同理可求得其他變項於整個層級中之權重值，如表 4.18 所示。



表 4.18 評估指標在全體層級絕對權重及排序

第一層評估構面			第二層評估指標			整體	
名稱	權重(A)	排序	名稱	權重(B)	排序	權重 (A*B)	排序
服務項目	0.277	1	願望祈求	0.341	1	0.094	2
			心靈安撫	0.299	2	0.083	4
			慈善參與	0.160	4	0.044	10
			特殊活動	0.198	3	0.055	8
行銷宣導	0.218	2	口耳相傳	0.227	3	0.049	9
			遊覽車司機推薦	0.273	2	0.059	7
			旅行社推薦	0.294	1	0.064	5
			媒體報導	0.118	3	0.025	14
			網路社群	0.087	4	0.019	17
文化歷史	0.211	3	歷史事件與人物	0.565	1	0.119	1
			文物典藏	0.286	2	0.060	6
			祭祀法會	0.147	3	0.031	13
建築藝術	0.146	4	藝術作品	0.603	1	0.088	3
			不同流派技法之呈現	0.279	2	0.040	11
			藝術教育傳承	0.117	3	0.017	20
相關人士	0.092	5	廟宇管理	0.235	2	0.021	15
			政府之支持	0.370	1	0.034	12
			志工參與	0.192	4	0.017	19
			民間支持認同	0.201	3	0.018	18
環境交通	0.053	6	公共設施完善	0.253	2	0.013	21
			交通便利	0.377	1	0.020	16
			停車方便	0.177	4	0.009	23
			結合附近觀光景點	0.191	3	0.010	22

資料來源：本研究整理

由表 4.18 中可知，將評估構面之權重及評估指標之權重相乘，可求得
出評估指標之整體權重。由結果顯示，「歷史事件與人物」(0.119) 在整體
權重排序中為首，由此可知「歷史事件與人物」的文化歷史為參與台灣廟
會活動而達到休閒效益時的首要考量；第二順位為「願望祈求」(0.094)，
「藝術作品」(0.088) 為第三順位，「心靈安撫」(0.083) 為第四順位，「旅
行社推薦」(0.064) 為第五順位；

結果中顯示，參與台灣廟會活動而達到休閒效益主要評估構面以文化
歷史，其評估指標如下：歷史事件與人物（第一順位）；參與台灣廟會活動
而達到休閒效益主要評估構面以服務項目，其評估指標如下：願望祈求（第
二順位）、心靈安撫（第四順位）；參與台灣廟會活動而達到休閒效益主要
評估構面以建築藝術，其評估指標如下：藝術作品（第三順位）。參與台灣
廟會活動而達到休閒效益主要評估構面以行銷宣傳，其評估指標如下：旅
行社推薦（第五順位）。由此可知，該評估構面越被重視，其評估指標亦被
相對重視。

第五章 結論與建議

根據研究結果，本研究權重排序前十名分別為「歷史事件與人物」、「願望祈求」、「藝術作品」、「心靈安撫」、「旅行社推薦」、「文物典藏」、「遊覽車司機推薦」、「特殊活動」、「口耳相傳」、「慈善參與」。

5.1 結論

本研究結果發現嘉義城隍廟信眾參與廟會活動而達到休閒效益其評估準則「服務項目」之評估指標項目「願望祈求」、「心靈安撫」、「特殊活動」、「慈善參與」整體權重排序在前十名內，顯示此一評估準則之評估指標項目在關鍵因素中是重要的。

在評估準則「行銷宣傳」之評估指標項目有三項為「旅行社推薦」、「遊覽車司機推薦」、「口耳相傳」整體權重排序在前十名內，顯示台灣廟會活動帶動休閒效益之關鍵因素中，傳統宣傳方式「口耳相傳」、「遊覽車司機推薦」、「旅行社推薦」是帶來人潮的重要因素。

廟宇的「文物典藏」、「藝術作品」與「歷史典故」權重排序在前十名內，顯示此三項因素是吸引觀光人潮的重要因素。

5.2 研究建議

綜合前述之研究結果，對嘉義市城隍廟及相關部門提出以下建議：研究中發現嘉義市城隍廟信眾因歷史典故而來觀光的權重相當高，而因藝術教育傳承來參與廟會活動的權重卻偏低。事實上，嘉義市城隍廟是嘉南地區的信仰中心，除擁有特殊的宗教特色外，其文物展示與節慶活動亦具有觀光意義與價值，因此，如何辦理藝術教育傳承為主題性活動，提供信眾得

到相關嘉義城隍廟的訊息，有待相關人士研議。

經研究嘉義市城隍廟信眾之主要目的以願望祈求及心靈安撫為主，且有不少是家族親子參與廟會活動，由此可知嘉義市城隍廟已是家族親子心靈寄託的重要觀光景點，如能與其附近知名景點結合，將宗教觀光與休閒觀光相互結合，例如提供接駁車接送，如此，除能擴展新的信眾接觸嘉義城隍廟，並展現新的宗教文化，更能提供眾多信眾選擇虔誠朝聖之聖地及觀光休閒的好去處。

5.2.1 未來研究之建議

本研究主要是針對嘉義城隍廟相關之專家群做調查，建議未來擴大研究對象為全國各知名廟宇，以蒐集更多且豐富資料，讓研究更具代表性。退休銀髮旅遊市場前景可期，廟宇若規劃禪坐區及閱讀區。有專人心靈指導師帶你進入冥想的世界，開放式的空間只見寧靜花園及潺潺流水，自然讓人煩悶盡消。建議未來研究者可針對銀髮族群參加廟會活動想要獲得的需求作為探討。

本研究主要針對國內信眾參與廟會活動的吸引力、認同感與功能效用關聯之探討，但近來國內開放陸客來台觀光，如能針對大陸遊客到嘉義市城隍廟相關議題進行探討，亦是值得研究之主題。

參考文獻

一、中文部分

1. 丁誌旻(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、國際觀光會、香港佛教聯合會、中華宗教文化交流協會，地點：台北、無錫。
2. 王怡茹（2006），淡水在地佛教寺院團體的現況，國立花蓮教育大學民間文學研究所碩士論文。
3. 江泊洲（2006），臺灣傳統民俗藝陣之探討，屏師體育，208-219 頁
4. 吳永發(2006)，路跑運動參與者持續涉入、休閒效益與幸福感之研究，國立體育學院體育推廣學系朔博士論文。
5. 吳宗瓊（2000），節慶活動與地區行銷，臺灣農業旅遊學術研討會論文成果報告書，90-97 頁。
6. 吳思華（1988），策略九說-策略思考的本質，臺北市：臉譜。
7. 邱澄儒（2003），鹽水武廟與社群互動形式之研究，雲林縣：國立雲林科技大學文化資產維護研究所碩士學位論文。
8. 吳淑女（1995），淺談慶典觀光與推展觀光之道，觀光教育，2-6 頁。
9. 李培菁（2006），民俗節慶活動認同感與贊助意願之研究-以大甲媽祖文化節為例，臺中：朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文。
10. 李國銘（2006），禮教儀式與社會身體之關係—以火旁龍活動為例，身體文化學報，第 3 期，1-16 頁。
11. 邱惠玲（2006），企業目標管理關鍵成功因素與績效之研究。未出版之碩士論文，私立中華大學科技管理研究所，新竹市。

12. 林正忠 (2002), 鹽水蜂炮民俗活動觀光效益之研究-以 2003 年活動為例, 台南市: 國立台南大學鄉村文化研究所。
13. 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, 台北市: 國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所。
14. 林秀芳 (2010), 文化創意與觀光產業發展—以恆春半島觀光為例。
15. 周欣德 (2012), 文化節慶居民認同及滿意度研究-以錫口文化節為例, 嘉義縣: 南華大學出版與文化事業管理研究所碩士學位論文。
16. 姚文琦 (2010), 台灣廟會活動的閒暇向度及其宗教意涵—以大甲媽祖進香之行為為例, 哲學與文化。
17. 姚文琦 (2010), 台灣媽祖信仰的進香態度及其變遷-從信眾的觀點進行觀察, 世新大學社會發展研究所碩士論文。
18. 姚文琦 (2010), 台灣廟會活動的閒暇向度及其宗教意涵-以大甲馬祖進香為例, 世新大學社會發展研究所碩士論文。
19. 洪煌佳 (2002), 突破休閒活動之休閒效益研究, 台北市: 國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所。
20. 陳中雲 (2001), 國小教師休閒參與休閒效益與工作滿意之相關研究-以台北縣公立國民小學教師為例, 台北市: 國立臺灣師範大學運動休閒研究所。
21. 陳立基 (2005) 臺灣地區老人安療養機構經營管理關鍵成功因素分析, 社區發展季刊, 110 期, 250-259 頁。
22. 陳政全 (2009), 以 DEMATEL 方法探討建廠專案工程的關鍵成功因素, 中華大學科技管理研究所碩士論文, 25 頁。

23. 陳柏州 (2004), 台灣的地方新節慶, 遠足文化。
24. 陳建廷 (2011), 老年人休閒生活之探討—以民間宗教活動為範疇, 屏東教大體育, 14 期。
25. 陳建和、劉雅文 (2008), 節慶活動安全管理系統之初探, 觀光休閒學報, 251-275 頁。
26. 陳美智 (2004), 民間藝術綜合論壇論文集, 宜蘭: 國立傳統藝術中心。
27. 陳素卿 (2012), 齊心打拼織家計, 後山姐妹站起來—家扶家長創業資產累積的實踐歷程, 社區發展季刊, 137 期, 208-217 頁。
28. 高俊雄 (1995), 休閒利益三因素模式, 戶外遊憩研究, 第 8 期, 15-28 頁。
29. 郭進財 (2008), 我國大專院優秀運動員的休閒參與自由時間管理、休閒效益與訓練效果之研究, 桃園縣: 國立臺灣體育大學體育研究所。
30. 陳惠美 (2003), 南投縣民眾休閒運動參與現況與滿意度研究, 國立台灣體院休閒運動管理研究所碩士論文。
31. 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, 台北市: 國立臺灣師範大學體育學系。
32. 張英陣 (1997), 激勵措施與志願服務的持續, 社區發展季刊, 78 期, 54-64 頁。
33. 莊博欽 (2008), 地方居民對於節慶活動的活動效益認知與認同感對活動支持之研究—以澎湖海上花火節為例, 臺中: 朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文。
34. 黃文博 (2010), 南瀛廟會儀式誌, 臺南: 台南縣政府。

35. 游瑛妙 (1999), 節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析-以第十一屆中華民藝華會為例, 台北市: 台灣省交通處旅遊局。
36. 黃聖欽 (2004), 營造業轉投資關鍵成功因素之研究, 營造天下, 第 104 期, 7-15 頁。
37. 裴文、鄭永燦 (2006), 利用蟻元系統模擬德菲法之決策機制, 中華管理學報, 第 7 卷第 1 期, 99 頁。
38. 葉文玲 (2006), 台南市國小高年級學童休閒內在動機、休閒阻礙與休閒無聊感之相關研究, 台南市: 國立臺南大學社會科教育研究所。
39. 楊文華 (2008), 台灣行動電視服務的關鍵成功因素與其發展策略, 新聞學研究, 第 96 期, 87-127 頁。
40. 楊雅鈞 (2012), 廟會儀式活動涉入程度與休閒效益之研究—以陣頭參與者為例, 台南: 真理大學休閒遊憩事業研究所碩士學位論文。
41. 劉素惠 (2007), 利用詮釋現象探討宗教旅遊之情緒體驗。碩士論文, 南華大學旅遊事業管理研究所, 嘉義縣。
42. 葉源助, 蘇猷勳 (2000), 財團法人嘉義城隍廟沿革誌, 財團法人嘉義市城隍廟。
43. 鄧振源、曾國雄 (1989), 層級分析法 (AHP) 的內涵特性與應用 (上), 中國統計學報, 第 27 卷第 6 期, 5-20 頁。
44. 鄧振源、曾國雄 (1989), 層級分析法 (AHP) 的內涵特性與應用 (下), 中國統計學報, 第 27 卷第 7 期, 1-20 頁。
45. 蔡廷宜 (2008), 居民宗教涉入地方情感依附與健康關係之研究-以大甲地區為例, 台北市: 國立台北護理學院旅遊健康研究所。

46. 蔡宏進 (2004), 休閒社會舞, 台北市: 三民。
47. 劉阿榮 (2006), 多元文化與族群關係, 臺北市: 揚智文化。
48. 謝宗榮 (2006), 台灣的廟會文化與信仰變遷, 博揚文化出版。
49. 謝國興 (2012), 台灣甜都元帥信仰與宋江陣儀式傳統, 民俗典藝, 175 期, 3-44 頁。
50. 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。碩士論文, 南華大學旅遊事業管理研究所, 嘉義縣。
51. 顏世樺 (2003), 民間廟宇慶典在舊市區再生中的角色-以台南為例。
52. 蘇慧慈 (2011), 六堆嘉年華參與者休閒涉入、休閒體驗與休閒滿意之相關研究, 國立雲林科技大學運動休閒所碩博士論文。
53. 觀光局行政資訊網 <http://admin.taiwan.net.tw/index.aspx>
54. 嘉義市文化局網站 <http://www.cabcy.gov.tw/cabcy/>
55. 嘉義城隍廟網站 <http://www.cycht.org.tw>

二、英文部分

1. Aaker, D.A. (1984), Strategic Market Management, John Wiley & Sons Inc, New York.
2. Barnard, C.S. (1976), Farm Planning and Control, 2nd Edition, Cambridge University Press, New York.
3. Commons, J.R. (1974), The Economics of Collective, Macmillan, New York.
4. Daniel, D.R. (1961), Management Information Crisis, Harvard Business Review.
5. Driver, B.L.、Brown, P.J. & Peterson, G.L. (1991), Benefits of leisure, Venture Publishing, Inc.
6. Driver, B.L. (1997), The defining moment of benefits, Parks & Recreation, (12), pp. 38-41.
7. Iwasaki, Y. (2006), Leisure, the quality of life and diversity: An international and multicultural perspective, China Zhejiang Hangzhou.
8. Leidecker, J.K. & Bruno, A.V. (1984), Identifying and Using Critical Success Factors, Long Range Planning, pp. 17.
9. Richards, G. (2001), THE development of cultural tourism in Europe, pp. 3-29.
10. Saaty, T.L. (1980), The Analytic Hierarchy Process, McGraw-Hill, New York.

11. Stephen, E. S. (1998), Scientists: Their Lives and Works, Gale Group.
12. Tillett, B. B. (1989), Authority Control in the Online Environment, Haworth Press, New York.
13. Tinsley, H. E. A. & Tinsley, D. J. (1986), A theory of the attributes, benefit and s cause of leisure experience, Leisure sciences, 8, pp. 1-45.
14. Verduin, J. R. & McEwen, D. N. (1984), Adults and their leisure: The need for lifelong learning, Springfield, U. S. A, pp. 1-1 1.
15. Wankel, L. M. & Berger, B. G. (1991), Their personal and social benefits of sport and physical activity, Benefits of leisure, Stage College, PA: Venture Publishing, pp. 121-144.
16. Willim, F. T. (1997), Global Tourism: The next decade, Butterworth Heinemann, London.

附錄一 修正式德爾菲法專家問卷

修正式德爾菲法專家問卷

感謝您撥空填寫本問卷，本問卷目的是『參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素』之研究。這是一份利用分析層級法(Analytic Hierarchy Process，簡稱AHP)為研究方法的學術問卷，研究中主要探討參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素之內涵，本研究透過文獻探討初步研擬評估架構，希望透過您所提供的寶貴意見，作為第二階段層級分析法專家問卷之基礎。問卷採匿名方式，您的意見將成為參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素之評定基礎，回答之內容將絕對保密。您的賜答對此研究據莫大的貢獻。懇請惠允收到問卷後依照您個人狀況或感受填答，俾利分析工作之進行。感謝您的支持與協助!

在此，對您百忙中抽空填寫這份問卷，謹致最誠摯的謝意之外，更對您在工作上辛勞與奉獻致上最高誠意!

敬祝 身體健康，平安愉快!

南華大學旅遊事業管理研究所

指導教授 趙家民 博士

研究生 林惠美 敬上

一、基本資料：

1. 性別：①男 ②女

2. 年齡：①31~40 歲 ②41~50 歲 ③50 歲~60 歲 ④61 歲以上

3. 職業：①學生 ②農林漁牧業人員 ③工業 ④商業 ⑤軍警人員 ⑥公教人員 ⑦服務業 ⑧自由業 ⑨金融業 ⑩製造業 ⑪家管 ⑫已退休 ⑬進修/待業中 ⑭其他_____

4. 教育程度：①國小以下 ②國中 ③高中/高職 ④大專/大學 ⑤研究所以上

5. 婚姻狀況：①未婚 ②已婚_

6. 參加廟會活動頻率是：①一年一次 ②一年2到3次 ③一年3次以上 ④二年一次 ⑤三年一次 ⑥無經驗 ⑦其他_____

7. 請問您的職稱：_____

二、問卷填答說明：

1. 本問卷之目的，在於借助專家意見修正本研究「參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素」所擬定之評估架構。為選定重要性評估指標，本研究初步經由文獻蒐集整理及分析後，擬定六個評估構面以及二十四個評估指標。請您就本研究擬定之評估指標提供意見，俾利後續研究順利進行。
2. 本問卷分為六大評估構面，每題都有五個選項，分別以 1~5 個等級評估其重要性，數字愈大表示重要性愈高。如贊成請勾選個項目之重要性等級，如不贊成亦請敘明建議修正方向。
3. 範例說明

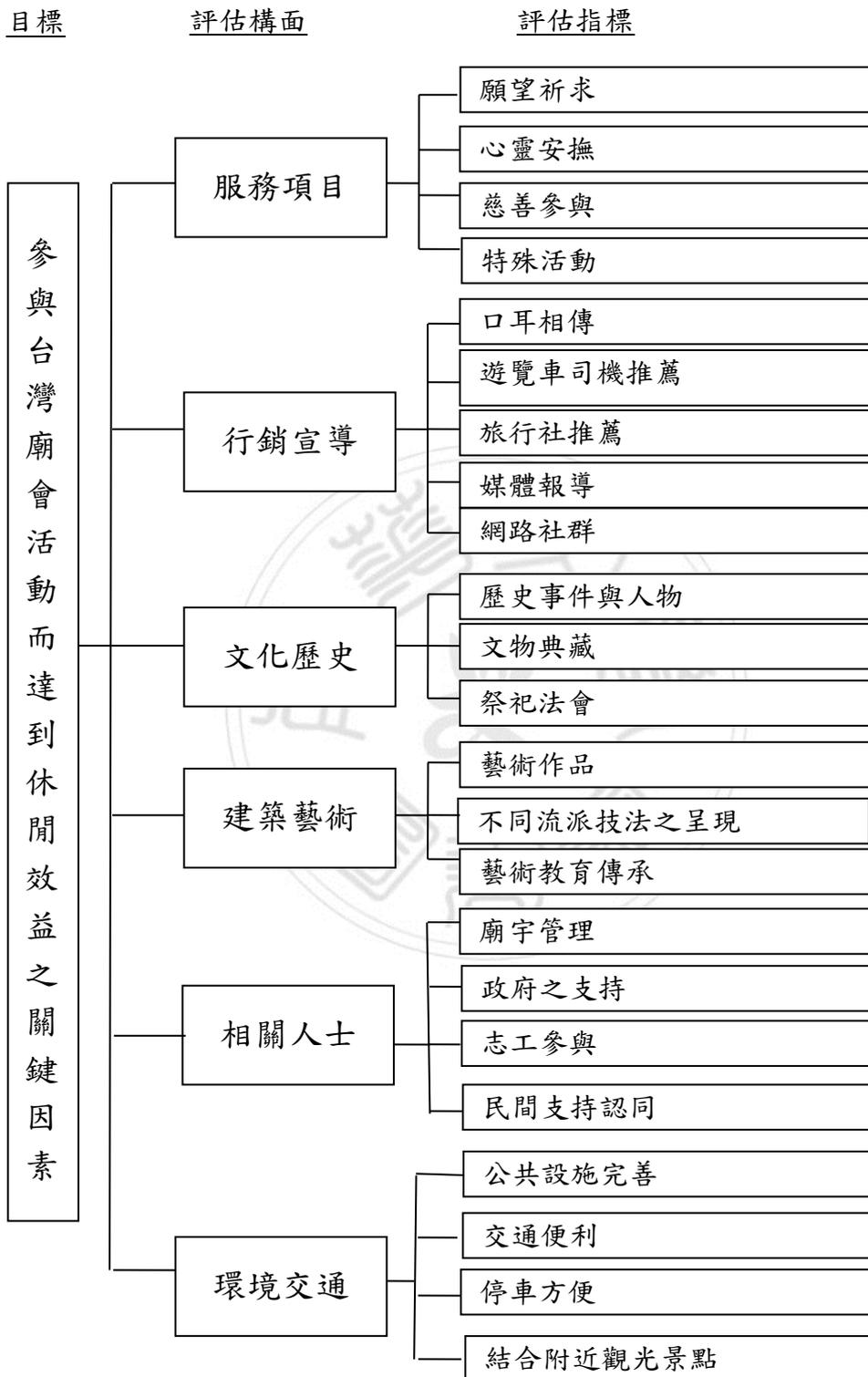
本研究在「服務項目」項目下擬定評估指標，您是否贊成？

贊成，請勾選重要性等級

評估指標	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
	1	2	3	4	5
願望祈求			✓		
心靈安撫					✓
慈善參與				✓	
特殊活動		✓			

不贊成，建議修正：_____

三、 評估架構：



參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素層級架構圖

四、問卷：

1. 服務項目 (Services)

意旨廟會活動中能提供某種專業性的服務，便是令人愉悅及心靈安定的氣氛時，便產生休閒服務項目。在多數的情況下，信眾做選擇時，以主觀感覺或滿足個人需求做為參與廟會活動的依據。

本研究在「服務項目」項目下擬定評估指標，您是否贊成？

贊成，請勾選重要性等級

評估指標	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
	1	2	3	4	5
願望祈求					
心靈安撫					
慈善參與					
特殊活動					

不贊成，建議修正：_____

2. 行銷宣導 (Marketing campaign)

當信眾希望參與廟會活動時，便會考慮資訊取得，此時參加行為可能牽涉到便利性及資料之正確性與詳實程度而做出決定。例如：人與人之間介紹時，取得方向必須有提供達到即時、迅速且完善貼切的服務。

本研究在「行銷宣導」項目下擬定評估指標，您是否贊成？

贊成，請勾選重要性等級

評估指標	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
	1	2	3	4	5
口耳相傳					
遊覽車司機推薦					
旅行社推薦					
媒體報導					
網路社群					

不贊成，建議修正：_____

3. 文化歷史(Culture and history)

在多數的情況下，信眾做選擇時，以深入了解歷史文化的價值、特色與差異，使能同時藉由廟會活動的渲染力，取得靈魂的培養 (cultivation of the soul)，由此衍生其發展過程中逐步積累起跟自身生活相關的知識或經驗。

本研究在「文化歷史」項目下擬定評估指標，您是否贊成？

贊成，請勾選重要性等級

評估指標	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
	1	2	3	4	5
歷史事件與人物					
文物典藏					
祭祀法會					

不贊成，建議修正：_____

4. 建築藝術(Architecture)

指信眾如何取決觀賞廟宇建築藝術品的方法之後，也會學到從藝術的角度來觀賞生活週遭的一切事物時，可以相互比較，可以發現不同時期之建築美。

本研究在「建築藝術」項目下擬定評估指標，您是否贊成？

贊成，請勾選重要性等級

評估指標	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
	1	2	3	4	5
藝術作品					
不同流派技法之呈現					
藝術教育傳承					

不贊成，建議修正：_____

5. 相關人士(related person)

指在廟宇的環境、氣氛情境下、左右信眾的選擇，換言之，信眾會受外在環境影響，由相關人士的支持、配合所進行的活動外，還教導廟宇文化和禮儀並提供資料及提供古蹟解說導覽。

本研究在「相關人士」項目下擬定評估指標，您是否贊成？

贊成，請勾選重要性等級

評估指標	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
	1	2	3	4	5
廟宇管理					
政府之支持					
志工參與					
信眾參與					
民間支持認同					

不贊成，建議修正：_____

6. 環境交通(Environment and traffic)

指在信眾需要完善的交通設備，和有耐心並且具備廟宇文化知識的導遊，交通方便、旅遊設施完備，具備了完善的設施，擁有多樣性文化，易滿足此類型發展。

本研究在「環境交通」項目下擬定評估指標，您是否贊成？

贊成，請勾選重要性等級

評估指標	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
	1	2	3	4	5
公共設施完善					
交通便利					
停車方便					
結合附近觀光景點					

不贊成，建議修正：_____

附錄二 『台灣廟會活動與休閒效益之探討-以嘉義城隍廟為例』

相對權重問卷

『台灣廟會活動與休閒效益之探討-以嘉義城隍廟為例』

相對權重問卷

親愛的朋友您好：

首先感謝您填寫這份問卷，本問卷為一學術性問卷，目的在了解【參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素-以嘉義城隍廟為例】。您的意見是本研究可否完成之重要關鍵，懇請撥冗填寫下列資料，協助完成本研究。問卷所收集資料純為學術研究之用，絕不會用作商業用途以及對外公開，請您放心填答。

敬祝 順 心 如 意

南華大學旅遊管理學研究所

指導教授 趙家民 博士

研究生 林惠美 敬上

第一部分：基本資料（請您依題在適當的□內打✓）

1. 性別：①男 ②女
2. 年齡：①31~40 歲 ②41~50 歲 ③50 歲~60 歲 ④61 歲以上
3. 職業：①學生 ②農林漁牧業人員 ③工業 ④商業 ⑤軍警人員 ⑥公教人員 ⑦服務業 ⑧自由業 ⑨金融業 ⑩製造業 ⑪家管 ⑫已退休 ⑬進修/待業中 ⑭其他_____
4. 教育程度：①國小以下 ②國中 ③高中/高職 ④大專/大學 ⑤研究所以上
5. 婚姻狀況：①未婚 ②已婚_
6. 參加廟會活動頻率是：①一年一次 ②一年 2 到 3 次 ③一年 3 次以上 ④二年一次 ⑤三年一次 ⑥無經驗 ⑦其他_____
7. 請問您的職稱：_____
8. 請問對於參與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素，您看法與建議？

第二部分：問卷填寫

壹、問卷填答說明：

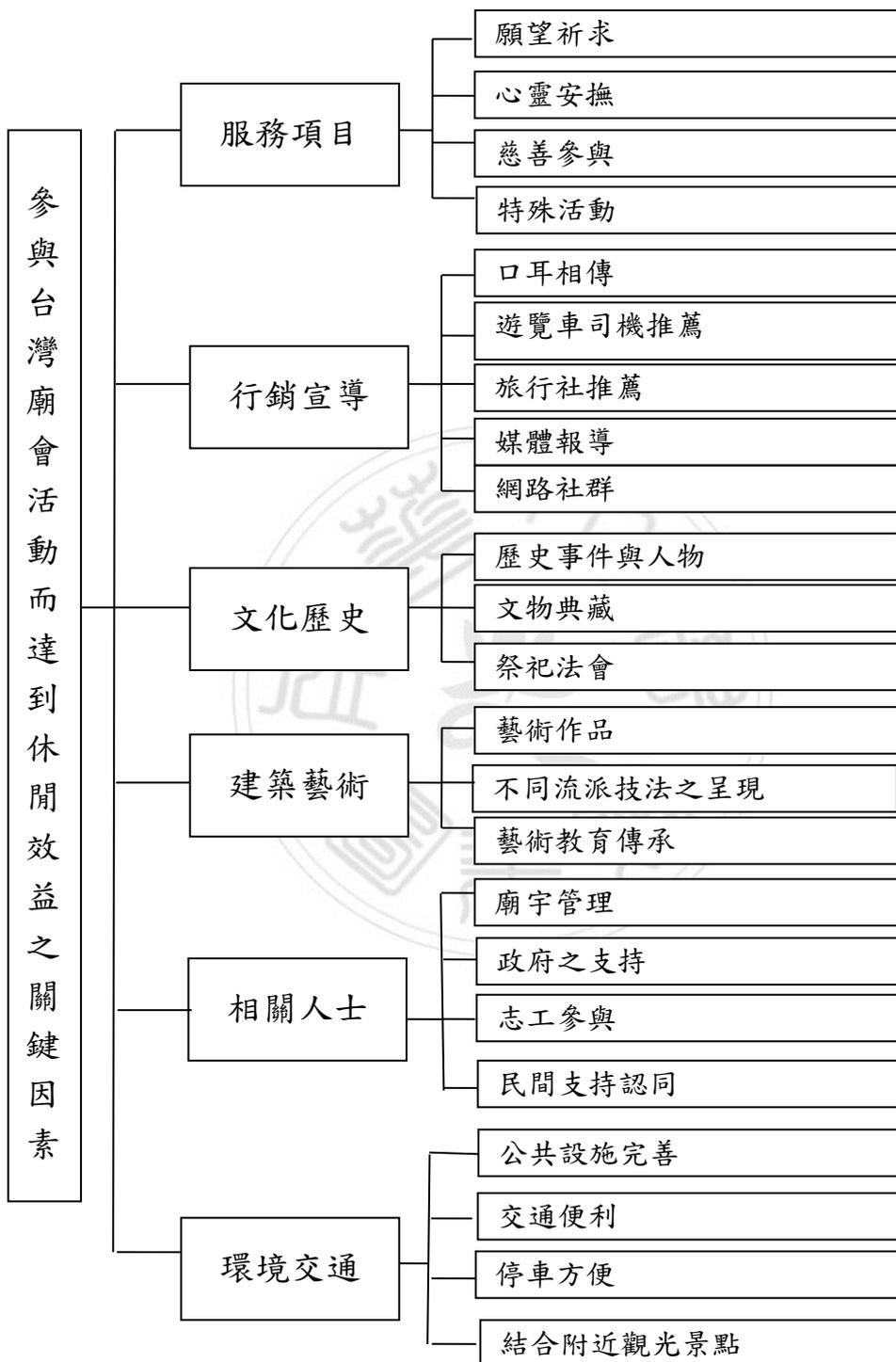
本問卷係採兩兩因素，比較兩兩因素之間的重要性程度，並依其相對重要性在應對之空格打「✓」。用層級分析程序法(AHP)進行分析，藉以評估構面及評估指標的相對重要性，其評估尺度基本劃分五個等級，即同等重要、稍微重要、頗為重要、極為重要及絕對重要，分別賦予1, 3, 5, 7, 9的衡量值；另有四個介於五個基本尺度間的等級則賦予2, 4, 6, 8的衡量值。各評估尺度所代表的意義如下表所述：

評估尺度	定義	說明
1	同等重要	兩比較要素的貢獻程度具同等重要
3	稍微重要	經驗與判斷稍微傾向喜好某一要素
5	頗為重要	經驗與判斷強烈傾向喜好某一要素
7	極為重要	實際顯示非常強烈傾向喜好某一要素
9	絕對重要	有足夠證據肯定絕對喜好某一要素
2、4、6、8	相鄰尺度之中間值	要折衷值時

目標

評估構面

評估指標



與台灣廟會活動而達到休閒效益之關鍵因素層級分析架構圖

貳、AHP 專家問卷

一、層級分析法(Alytical Huerarchy Process, AHP)為評估相對權重方法之一，藉由兩兩成對比較，建構各變項之階層體系。

二、填答方法

(一)同一組指標間之邏輯一致性是填寫 AHP 問卷之必要條件，若指標項目 $A > B$ 且 $A > C$ ，則 $B > C$ 須成立，否則將導致該份問卷無效

(二)重要程度之中文名(絕強、極強...等)係以評估指標 A 為基準來對照 B，「9:1」等數字系表示 A 與 B 評估指標之重要程度比值。當勾選愈靠近評估指標 A 者，表示其較 A 愈重要；反之，勾選愈靠近評估指標 B 者，表示其較評估指標 B 愈重要。

(三)問卷範例說明

當您在購買汽車時，所要考慮的評估指標很多，假設其中有兩個因素是價格與性能。若是您認為價格是重要性『頗為重要』於性能因素，則請您於尺度表左方的極為重要(9)尺度上打燦，如下表所示：

評估 指標 A	絕 對 重 要	8	極 為 重 要	7	6	頗 為 重 要	5	4	稍 為 重 要	3	2	同 等 重 要	1	2	稍 為 重 要	3	4	頗 為 重 要	5	6	7	8	9	評估 指標 B
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9							
價格	<input type="checkbox"/>	性能																						

為求精細，於每一重要等級（例如『極為重要』欄）再區分成兩尺度 6 及 7，選擇 6 或 7 則依您專業經驗主觀判斷。如下所示：

評估 指標 A	絕 對 重 要	8	極 為 重 要	7	6	頗 為 重 要	5	4	稍 為 重 要	3	2	同 等 重 要	1	2	稍 為 重 要	3	4	頗 為 重 要	5	6	7	8	9	評估 指標 B
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9							
品牌	<input type="checkbox"/>	價格																						

參、問卷

請您就下列之評估構面項目，評估其相對重要性。

1. 在『參與台灣廟會活動而達到休閒效益』之中，各項？

評估構面 A	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍為重要	同等重要	稍為重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	評估構面 B								
	9	8	7	6	5	4	3	2	1		2	3	4	5	6	7	8	9
服務項目	<input type="checkbox"/>	行銷宣傳																
	<input type="checkbox"/>	文化歷史																
	<input type="checkbox"/>	建築藝術																
	<input type="checkbox"/>	相關人士																
	<input type="checkbox"/>	環境交通																
行銷宣傳	<input type="checkbox"/>	文化歷史																
	<input type="checkbox"/>	建築藝術																
	<input type="checkbox"/>	相關人士																
	<input type="checkbox"/>	環境交通																
文化歷史	<input type="checkbox"/>	建築藝術																
	<input type="checkbox"/>	相關人士																
	<input type="checkbox"/>	環境交通																
建築藝術	<input type="checkbox"/>	相關人士																
	<input type="checkbox"/>	環境交通																
相關人士	<input type="checkbox"/>	環境交通																

2. 服務項目(Services)

意旨廟會活動中能提供某種專業性的服務，便是令人愉悅及心靈安定的氣氛時，便產生休閒服務項目。在多數的情況下，信眾做選擇時，以主觀感覺或滿足個人需求做為參與廟會活動的依據。

在『服務項目』之中，各項？

評估指標 A	絕對重要		極為重要		頗為重要		稍為重要		同等重要		稍為重要		頗為重要		極為重要		絕對重要		評估指標 B
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
願望祈求	<input type="checkbox"/>	心靈安撫																	
	<input type="checkbox"/>	慈善參與																	
	<input type="checkbox"/>	特殊活動																	
心靈安撫	<input type="checkbox"/>	慈善參與																	
	<input type="checkbox"/>	特殊活動																	
慈善參與	<input type="checkbox"/>	特殊活動																	

3. 行銷宣導(Marketing campaign)

當信眾希望參與廟會活動時，便會考慮資訊取得，此時參加行為可能牽涉到便利性及資料之正確性與詳實程度而做出決定。例如：人與人之間介紹時，取得方向必須有提供達到即時、迅速且完善貼切的服務。

在『行銷宣傳』之中，各項？

評估指標 A	絕對重要		極為重要		頗為重要		稍為重要		同等重要		稍為重要		頗為重要		極為重要		絕對重要		評估指標 B
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
口耳相傳	<input type="checkbox"/>	遊覽車司機推薦																	
	<input type="checkbox"/>	旅行社推薦																	
	<input type="checkbox"/>	媒體報導																	
	<input type="checkbox"/>	網路社群																	
遊覽車司機推薦	<input type="checkbox"/>	旅行社推薦																	
	<input type="checkbox"/>	媒體報導																	
	<input type="checkbox"/>	網路社群																	
旅行社推薦	<input type="checkbox"/>	媒體報導																	
	<input type="checkbox"/>	網路社群																	
媒體報導	<input type="checkbox"/>	網路社群																	

4. 文化歷史(Culture and history)

在多數的情況下，信眾做選擇時，以深入了解歷史文化的價值、特色與差異，使能同時藉由廟會活動的渲染力，取得靈魂的培養 (cultivation of the soul)，由此衍生其發展過程中逐步積累起跟自身生活相關的知識或經驗。

在『文化歷史』之中，各項？

評估指標 A	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍為重要	同等重要	稍為重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	評估指標 B								
	9	8	7	6	5	4	3	2	1		2	3	4	5	6	7	8	9
歷史事件與人物	<input type="checkbox"/>	文物典藏																
	<input type="checkbox"/>	祭祀法會																
文物典藏	<input type="checkbox"/>	祭祀法會																

5. 建築藝術(Architecture)

指信眾如何取決觀賞廟宇建築藝術品的方法之後，也會學到從藝術的角度來觀賞生活週遭的一切事物時，可以相互比較，可以發現不同時期之建築美。

在『建築藝術』之中，各項？

評估指標 A	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍為重要	同等重要	稍為重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	評估指標 B								
	9	8	7	6	5	4	3	2	1		2	3	4	5	6	7	8	9
藝術作品	<input type="checkbox"/>	不同流派 技法之呈現																
	<input type="checkbox"/>	藝術教育傳承																
不同流派 技法之呈現	<input type="checkbox"/>	藝術教育傳承																

6. 相關人士(related person)

指在廟宇的環境、氣氛情境下、左右信眾的選擇，換言之，信眾會受外在環境影響，由相關人士的支持、配合所進行的活動外，還教導廟宇文化和禮儀並提供資料及提供古蹟解說導覽。

在『相關人士』之中，各項？

評估指標 A	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍為重要	同等重要	稍為重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	評估指標 B								
	9	8	7	6	5	4	3	2	1		2	3	4	5	6	7	8	9
廟宇管理	<input type="checkbox"/>	政府之支持																
	<input type="checkbox"/>	志工參與																
	<input type="checkbox"/>	民間支持認同																
政府之支持	<input type="checkbox"/>	志工參與																
	<input type="checkbox"/>	民間支持認同																
志工參與	<input type="checkbox"/>	民間支持認同																

7. 環境交通(Environment and traffic)

指在信眾需要完善的交通設備，和有耐心並且具備廟宇文化知識的導遊，交通方便、旅遊設施完備，具備了完善的設施，擁有多樣性文化，易滿足此類型發展。

在『環境交通』之中，各項？

評估指標 A	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍為重要	同等重要	稍為重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	評估指標 B								
	9	8	7	6	5	4	3	2	1		2	3	4	5	6	7	8	9
公共設施完善	<input type="checkbox"/>	交通便利																
	<input type="checkbox"/>	停車方便																
	<input type="checkbox"/>	結合附近觀光景點																
交通便利	<input type="checkbox"/>	停車方便																
	<input type="checkbox"/>	結合附近觀光景點																
停車方便	<input type="checkbox"/>	結合附近觀光景點																

對本問卷其他建議：

本問卷到此結束，煩請您再次確認是否有遺漏之處
非常感謝您的協助!!

附錄三 廟會活動風貌圖



資料來源：網路搜尋

嘉義迎城隍現況



嘉義城隍廟廟前



嘉義城隍廟的牌樓採用四柱三間三重樓之設計



正殿大城隍爺



城隍廟武轎（左邊的是現今的照片，右邊的是舊的照片）

資料來源：嘉義城隍廟提供