

# 雪域明珠－西藏：宗教觀光客旅遊動機與其 滿意度之研究<sup>2</sup>

## Travel Motivations, Expectations, and the Satisfaction of Taiwanese Religious Tourists' to Tibet, the Shinning Pearl of the Snowland

黃宗成 Tzung-Cheng Huan<sup>\*</sup>

沈進成 Ching-Cheng Shen<sup>\*\*</sup>

翁廷碩 Ting-Saw Weng<sup>\*\*\*</sup>

戴宜臻 Diana Tai<sup>\*\*\*\*</sup>

(200/10/26 收稿，2002/4/15 接受刊出)

### 摘 要

「雪域明珠-西藏」自古以來不論其自然、人文或傳統文化都因其長期富有宗教神秘色彩，而顯得古老且神秘。隨著西藏改革開放，旅遊人數逐年增多，讓前往一探其美麗面貌的旅客絡繹不絕。而台灣同胞前往西藏的旅遊人數由1992年開始的50人左右上升到2000年底的8417人次，短短的九年內增加了168倍。儘管目前宗教觀光相當發達，且多數宗教單位朝觀光化發展，然而有關「宗教觀光」之研究甚少，也缺乏明確台灣宗教觀光客相關統計資料，故本研究以西藏為例，探討其宗教觀光客個人特性、旅遊動機、行前期望、實際體驗，及其滿意度。本研究發現在受訪者個人特性方面，以男性居多，主要為中年者，大部份為道、佛教信徒。其旅遊動機及行前期望主要為增廣見

---

<sup>2</sup> 本文為國科會大專生參與專題研究計畫 NSC90-2815-C-415-008-H 部分成果

本文感謝國立嘉義大學農業經營系楊曉瓊同學的資料蒐集、分析與整理

<sup>\*</sup> 嘉義大學管理研究所助理教授；聯絡地址：嘉義市林森東路151號 (Email: [tchuan@ms50.url.com.tw](mailto:tchuan@ms50.url.com.tw))

<sup>\*\*</sup> 南華大學旅遊管理研究所副教授

<sup>\*\*\*</sup> 翁廷碩台南女子技術學院董事；

<sup>\*\*\*\*</sup> 國立嘉義大學管理研究所碩士

聞、感受歷史文化、好奇心及感受宗教氣氛。實際體驗高低則依序為進香強化神威、表達宗教熱誠、促進親友感情及喜愛節慶。本論以期以此研究成果及建議作為海峽兩岸宗教或觀光有關單位未來規劃管理之參考。

**關鍵詞：**西藏、宗教觀光、旅遊動機

## ABSTRACT

*Because of its ancient religious background, the natural and cultural resources in Tibet, the shining pearl of the snowland, attracts Taiwanese tourists. Because of political changes impacting Tibet's since 1990s there is what has been called an open door policy. At least in part because of increased flexibility for tourism to Tibet, holiday travel has grown recently. The number of trips by Taiwanese to Tibet increased around 168 times, from 50 in 1992 to 8417 in 2000. Although currently religious tourism is popular and particular religion institutions are developed to facilitate tourism, the study of religious tourism is rare. In this study data on travel motivation, expectation, perception and demographics were obtained by the travel agencies whose travel escorts delivered the questionnaires to the respondents on their flight from Tibet back to Taiwan. Totally, 69 useful questionnaires were collected for this study. Relationships of psychological variables to travel considering the influence of demographic factors and their role of religion in the "overall" trip to Tibet were examined. It was found that most respondents were male, middle-aged, Taoists or Buddhists. Their travel motivation and expectation were to widen personal knowledge, experience history and culture, satisfy personal curiosity, and feel the religious atmosphere. Their travel experiences motivation ratings from high to low were religious power, religious enthusiasm, family relationship, and folk festivals. As a goal of this study was to produce results to be used in strategic planning and in the management of tourism by governmental results of the study have been to appropriate agencies both in Taiwan and on the mainland of China.*

**Keywords :** *Tibet, religious tourism, travel motivation*

## 一、研究問題

西藏位於中國的西南邊疆，面積 120 多萬平方公里，占全中國總面積八分之一，相當於英國、法國、德國、荷蘭和盧森堡五國面積的總和。西藏全境為一高原，平均海拔在 4000 米以上，被稱為“世界屋脊”。在這塊高海拔的地方，雪嶺橫空，大河奔湧，藍湖靜謐，群群牛羊移動於牧場，金色青稞飄香於河谷，更有那輝煌古寺，純樸歌舞，令人心醉神迷（中國中央電視臺），自古以來，即有「雪域明珠」之美譽。

西藏歷史悠久，文化獨具特色，名勝古蹟多，寺廟、城堡、宮殿、古碑都十分吸引人，自然風光方面，有雪峰、草原、荒漠、冰川、地熱、溫泉，其中聖母峰海拔 8848 米，為世界最高峰，是世界登山旅遊的聖地。勤勞勇敢的西藏人民創造了古代燦爛的文化，它有古老獨特的文化傳統，是一個能歌善舞的民族。這裡有成就突出的天文、曆算、醫學，有浩如煙海的歷史典籍和文學作品，有藝術高超的繪畫、建築、雕刻，有令人陶醉的音樂、舞蹈、戲曲，還有遍佈全藏的名勝古蹟（喇嘛網）。

藏人信奉的藏傳佛教，長久以來與當地歷史、政治和文化緊緊相連。在西藏，常能看見手轉轉經輪，唸誦觀世音菩薩六字大明咒「唵嘛呢叭吽吽」的藏民；或是一路行五體投地禮前往聖地朝拜的虔誠信徒。當地首府兼第一大城的拉薩，是過去西藏政教中心，匯集了大量藏族文化藝術精華。而藏民心目中「世界的中心」神山崗仁波齊和聖湖瑪旁雍錯，就位於西藏西部的阿裏地區，所有的藏傳佛教徒都盼此生有幸能一路五體投地地前往這個聖境（Anyway 旅遊網）。依據梵蒂岡天主教廷予「宗教觀光」之定義－於其所轄範圍內，凡與信仰有關的宗教旅遊聖地，無論其大小規模，所提供的服務與宗教或非宗教性訪客相關者，皆屬「宗教觀光」的範疇（Lefevre, 1980），西藏可謂一名符其實之宗教觀光聖地。

1999 年西藏自治區全年接待入境遊客 448547 人次，其中，海外旅遊者有 108224 人次；中國國內旅遊者 340323 人次；旅遊收入 5.7 億元人民幣，其中旅遊外匯收入 3600 萬美元；國內旅遊收入 25540 萬元人民幣（中華人民共和國國家旅遊局中國旅遊網）。臺灣同胞來西藏以觀光旅遊、朝聖者居多，交流的領域多為西藏的宗教文化、民俗和風土人情，隨著西藏改革開放，旅遊人數逐年增多。西藏自治區統戰部官員透露，臺灣同胞來藏人數從 1992 年的 50 人左右上升到 2000 年底的 8417 人次，9 年增長 168 倍多（新華網，2001）。

近十年來西藏宗教觀光急速成長，但回顧宗教觀光相關文獻，學術界對西藏「宗教觀光」之研究並不多見且不週延，因此本研究擬以黃宗成、黃躍雯與餘幸娟(2000)所發展之宗教觀光客行為理論模式，對西藏之台灣宗教觀光客之個人特性、旅遊動機、行前期望、實際體驗，與其之間的關係，作更深入的探討，以期對西藏之台灣宗教觀光客作更深層的探討，並期作為台灣海峽兩岸宗教或觀光有關單位未

來規劃管理之參考。

## 二、文獻回顧

有關遊客旅遊行為模式之研究，Clawson 與 Knetsch 則早於 1966 年以時間為向度，提出多階段遊憩體驗歷程，包含五階段，亦即出發前期望或計劃之預期階段、去程、目的地現場活動、回程、回憶階段，每階段接產生不同的體驗，其影響因素也不同，此即「遊憩體驗歷程」。Driver & Tocher(1970)之遊憩行為研究模式則表示人類在生理、心理具有動機驅使其參與遊憩活動，以追求遊憩體驗。而遊憩體驗及其獲得效用與下述有關：(一)先決條件：包括外在環境及遊憩者特性(心理、生理、社會經濟等特性及過去經驗)，此先決條件產生遊憩動機而有遊憩行為，並決定預前處理階段(遊憩期望、遊憩活動選擇、花費等)，因此預期處理階段的遊憩期望、遊憩選擇等受動機、過去經驗、社會地位等因素影響。(二)中間情況：即去程、現場活動及回程階段。而現場階段因遊客背景、動機、期望、態度有不同的活動形式，且又由於當時現場狀況而有不同的滿足程度。(三)目標達成：指獲得滿足之體驗，係與回憶、目標達成有關。

而國內學者陳美吟(1985)整理國內外相關文獻，獲得一遊憩需求體驗研究基礎。從需求-行動-體驗過程中，遊客之遊憩需求與遊憩動機受個人特性、過去經驗等影響，個人對遊憩從事有不同期望，近而引發遊憩行為。復因環境特質、活動種類及實際情況影響，而有不同的遊憩體驗，並影響其遊憩滿意度。王彬如(1995)「遊憩體驗歷程之探討分析—以環島鐵路花蓮二日遊為例」，將遊客先前的期望與計劃、目的地現場活動、回憶階段的遊憩體驗以歷程方式進行實證研究，以心理體驗、環境景觀、遊憩活動與遊程安排與服務等屬性加以探討，其研究結果顯示同一遊憩屬性於不同遊憩階段有其差異性。

就遊客旅遊行為模式裏的期望與滿意度而言，Lawer 於 1973 年所提出的期望理論指出，人們對於其所能達成之不同成果具有不同偏好，且對於從事行動所獲致的表現，存有某些預期心理，因此，在任何情況下，個人採取何種行動係取決於當時個人的期望與偏好，並以公式表示期望理論模式，認為人們的動機驅力與對事件努力、表現及成果的期望、與其價值有關。Schreyer and Roggenbuck(1978)認為遊憩滿意度可以差異理論之觀點來解釋，其強調重點為滿意度乃由遊客的期望與實際感受的知覺間差距來決定。就「刺激-個體-反應」(S-O-R)的刺激反應模式觀點而言，遊客個人為一有機個體(O)，受外在的刺激(S)，如實質環境、遊憩活動等，而產生滿意的反應情形(R)（魏弘發，1996）。本研究之滿意度衡量則採「刺激—個體—反應」(S-O-R)的刺激反應模式，來探討宗教觀光客實際接觸遊憩目的地後，經刺激所產生的實際體驗滿意度。

綜合上述遊憩行為模式研究，黃宗成、黃躍雯與餘幸娟(2000)所發展之宗教觀

光客行為理論模式(如圖 1)認為，遊客因個人特性的不同，會有不同的旅遊動機。而有旅遊動機後，遊客將產生不同的遊憩期望，進而採取實際行動。行為發生後，復因環境特質、遊憩活動種類，以及實際情況的影響，個人因此獲得不同的遊憩體驗。本研究擬以此研究架構，以瞭解西藏之台灣宗教觀光客的個人特性、旅遊動機、行前期望、實際體驗，及其之間的關係。

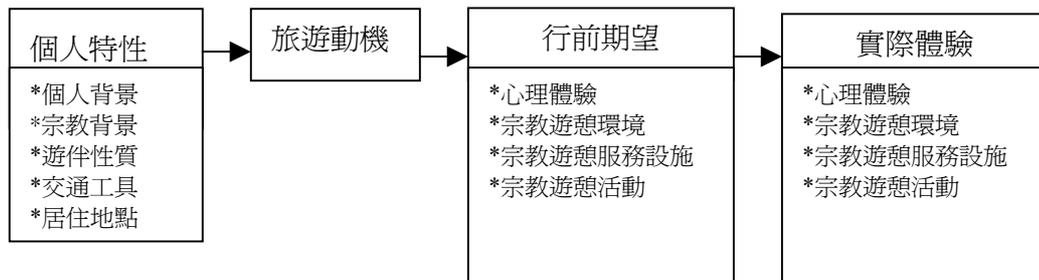


圖 1 研究架構圖

### 三、研究目的與假設

基於本研究問題與參考文獻回顧中黃宗成、黃躍雯與餘幸娟(2000)所發展之宗教觀光客行為理論模式，本研究擬定以下研究目的與假設：

- (一)瞭解西藏之台灣宗教觀光客受訪者之個人特性、旅遊動機、行前期望與實際體驗。
- (二)瞭解西藏之台灣宗教觀光客受訪者之個人特性與其旅遊動機之間的關係。  
假設一：西藏之台灣宗教觀光客受訪者之個人特性不同，其旅遊動機亦不同。
- (三)瞭解西藏之台灣宗教觀光客受訪者之旅遊動機與其行前期望之間的關係。  
假設二：西藏之台灣宗教觀光客受訪者之旅遊動機與其行前期望有所相關。
- (四)瞭解西藏之台灣宗教觀光客受訪者行前期望與其實際體驗之落差，以求其滿意度。
- (五)期望藉本研究結果作為海峽兩岸宗教或觀光有關單位未來規劃管理之參考。

### 四、研究設計及操作

本研究以西藏為研究範圍，而研究對象為由西藏的返回的宗教觀光客。抽樣方法於西藏回航的飛機上，商請臺北金漢妮旅行社導遊發放問卷並配合人員訪問方式，期使獲得較佳的樣本、完整的資料並提高回答率。本研究最後共得有效問卷 69 份。

正如本文所言，有關西藏宗教觀光之理論與實證研究並未多見，本研究的問卷

變項設計乃依據黃宗成、黃躍雯與餘幸娟(2000)所發展之宗教觀光客行為理論模式，配合與西藏有關之旅行業者與藏傳佛教專家實地訪談，請其提供意見，並作多次修正而得。茲將問卷之內容分為宗教旅遊動機、行前期望與實際體驗、訪客基本資料等三部份。而有關旅遊動機方面經訪談共分新奇、休閒、社交、歷史、宗教心靈、宗教利益等六個層面，並據以發展為 21 個變項。本問卷的測量尺度乃依個人特性採類別尺度測量，而旅遊動機、行前期望與實際體驗滿意度採 Likert 五點評量尺度，旅遊動機、行前期望及實際體驗部分，由非常低至非常高，分別賦予 1 至 5 分。

資料分析方法乃根據研究目的加以設計，宗教觀光客個人特性、旅遊動機、行前期望及實際體驗滿意度，採用頻次及平均值分析。旅遊動機部分，分別在其六個層面各以其所包含變數的平均數歸納之。在個人特性對旅遊動機之差異分析上，採獨立樣本 T-test 及 One-way ANOVA。旅遊動機與行前期望之關係，採相關分析方法。並在行前期望以及實際體驗上以 pair-sample test 以求其滿意度。

## 五、實證研究結果與分析

### 5.1 西藏之台灣宗教觀光受訪者基本資料

#### 5.1.1. 受訪者個人特性

性別以男性居多，佔 47.8%。年齡以 41-50 歲者最多，佔 39%，因此其主要年齡層為中年者。宗教信仰方面，無信仰者佔 23.2%，道佛教信仰者佔 62.3%，由此可知其大部份的宗教觀光客皆有宗教信仰，且主要為道、佛教信仰者，約佔六成以上。教育程度以大專或大學最多，佔 58%，次為高中職佔 21.7%，研究所以以上者佔 8.7%，可知其宗教觀光客之教育程度並不低。婚姻狀況以已婚者較多。職業分佈較為平均，其中以商稍多，佔 23.2%。職務主要為一般職員，佔 26.9%。個人月平均收入以 40001-70000 元最多，佔 47.8%，最少為 700001-100001 元者，佔 7.2%。遊伴性質方面主要以同學、朋友、同事同遊最多，佔 29.0%，家人親戚次之，佔 20.3%，單獨前來者最少，佔 1.4%；團體客主要以旅行團體為多，佔 20.3%，最少者為社會團體，佔 1.4%，此結果乃因問卷調查以旅行團為主，因此以遠地觀光客為多。交通工具方面，因以遠地觀光客為主，所以主要交通工具為遊覽車。宗教觀光客之居住地點分佈全省，其中以居住北部者為多，佔 68.1%；是否相信鬼神方面，調查結果發現大部分的宗教觀光客表示無意見者居多，佔 39.1%，相信鬼神者次之，佔 33.3%。宗教觀客的算命經驗則較少，佔 23.2%。詳細結果，參見表 1。

#### 5.1.2. 受訪者旅遊動機分析

西藏的宗教觀光客其旅遊動機前六者主要為「新奇(3.62)」，次之為「休閒(3.25)」及「歷史(3.08)」，次為「宗教心靈(2.79)」、「社交(2.54)」，再者為

「宗教利益 (2.02)」其中，在「新奇」變項中，以「增廣見聞 (3.97)」、「好奇心 (3.75)」最為顯著的高；「休閒」變項中以「遠離塵囂(3.58)」最為顯著的高；「歷史」變項中以「感受歷史文化(3.91)」顯著的高、「喜愛節慶(1.92)」顯著的低；「宗教心靈」變項中以「感受宗教氣氛(3.62)」顯著的高、「朝謁飲水思源(2.65)」、「表達宗教信仰熱誠(2.21)」等兩項顯著的低；「社交」變項上以「增進人際關係(2.43)」、「促進親友情感(2.23)」最為顯著低；「宗教利益」變項上以「進香強化神威(1.92)」、「體驗神兆(2.13)」等兩項動機顯著低。詳細結果，參見表 2。

### 5.1.3.受訪者行前期望分析

心理體驗部分，行前期望排序較高的前五項主要為「增廣見聞(3.88)」，其次為「感受歷史文化(3.82)」，再者為「好奇心(3.73)」，次之為「遠離塵囂(3.5)」及「感受宗教氣氛(3.45)」。而行前期望排序較低的後三項分別為「進香強化神威(1.98)」、「體驗神兆(2.06)」、「喜愛節慶(2.08)」。詳細結果，請參見表 3 心理體驗部分。至於宗教遊憩方面，在宗教遊憩環境部分，行前期望最高者為「廟宇建築藝術 (3.60)」，最低者為「環境清潔衛生(2.14)」。在宗教遊憩服務設施部分，行前期望最高者為「服務人員態度(3.11)」。行前期望最低者為「攤販管理(2.28)」。宗教遊憩活動，行前期望最高者為「解說導覽活動(3.33)」，最低者為「購買農產品(2.79)」。詳細結果，見表 3 宗教遊憩部分。

### 5.1.4.受訪者實際體驗分析

心理體驗部分，滿意度排序較高的前五項，分別為「增廣見聞(3.93)」、「感受歷史文化(3.92)」、「好奇心(3.87)」、「遠離塵囂(3.65)」、「古蹟巡禮(3.65)」。而較低的後三項，分別為「體驗神兆(2.62)」、「進香強化神威(2.75)」與「喜愛節慶(2.72)」。至於宗教遊憩方面，在宗教遊憩服務環境部分，滿意度排序最高者為「廟宇建築藝術(3.88)」，最低者為「環境清潔衛生(2.18)」。宗教遊憩服務設施部分，滿意度最高者為「服務人員態度(3.36)」。較低者分別為「攤販管理(2.4)」與「宗教諮詢服務(2.93)」。在宗教遊憩活動方面，實際體驗最滿意者為「解說導覽活動 (3.46)」，而最不滿意者為「民俗節慶活動 (2.85)」。詳細結果，見表 4。

## 5.2 個人特性對旅遊動機之差異及相關分析

此部份乃利用獨立樣本 T 檢定與單因數變異數分析，探討宗教觀光客個人特性不同對旅遊動機因素構面間是否具差異性，並以 LSD 檢驗兩個以上組群，其平均值差異情形。研究結果顯示，男女性別不同在旅遊動機因素上並無顯著差異。婚姻狀況不同在「新奇」、「休閒」、「社交」、「歷史」、「宗教心靈」與「宗教利益」動機因素上無顯著差異。宗教信仰不同在「新奇」、「休閒」、「社交」、「歷史」、「宗教心靈」與「宗教利益」動機因素上無顯著差異。個人平均月收入不同，在「新奇」、「休閒」、「社交」、「歷史」、「宗教心靈」與「宗教利益」動機因素上無顯著差異。年齡不同，在「新奇」、「休閒」、「社交」、「歷史」、「宗

教心靈」與「宗教利益」動機因素上無顯著差異。教育程度不同，在「新奇」、「休閒」、「社交」、「歷史」、「宗教心靈」與「宗教利益」動機因素上無顯著差異。居住地不同，在「新奇」、「休閒」、「社交」、「歷史」、「宗教心靈」與「宗教利益」動機因素上無顯著差異。詳細結果，請參見表 5。以上結果不同於黃宗成、黃躍雯與餘幸娟(2000)所發現之遊客因個人特性的不同，會有不同的旅遊動機。其原因可能與本研究樣本太小有關。

### 5.3 旅遊動機與行前期望之相關分析

此就受訪者其旅遊動機及行前期望進行相關分析，旅遊動機可分為「觀光休閒因素」與「宗教因素」。「觀光休閒因素」包含有「新奇」、「休閒」、「社交」、「歷史」等四個因素。「宗教因素」包含「宗教心靈」、「宗教利益」等兩個因素。其中「新奇」因素與行前期望之「社交」、「歷史」、「宗教心靈」、「宗教遊憩環境」、「宗教遊憩服務設施」、「宗教遊憩活動」皆有顯著相關。「休閒」因素與行前期望之「社交」、「宗教遊憩環境」有顯著相關。「社交」因素與行前期望之「新奇」、「歷史」、「宗教心靈」、「宗教利益」、「宗教遊憩環境」、「宗教遊憩服務設施」、「宗教遊憩活動」有顯著相關。「歷史」因素與行前期望之「新奇」、「社交」、「宗教心靈」、「宗教利益」、「宗教遊憩環境」、「宗教遊憩服務設施」、「宗教遊憩活動」皆有顯著相關。「宗教心靈」因素與行前期望之「社交」、「歷史」、「宗教利益」、「宗教遊憩環境」、「宗教遊憩活動」皆有顯著相關。「宗教利益」因素與行前期望之「社交」、「歷史」、「宗教心靈」、「宗教遊憩環境」、「宗教遊憩服務設施」、「宗教遊憩活動」皆有顯著相關，參見表 6。以上結果顯示，遊客有了旅遊動機後，將產生不同的行前期望，而且其旅遊動機愈高，其行前期望也愈高。

### 5.4 行前期望與實際體驗之落差－「滿意度」分析

在滿意度分析方面（參見表 7），有關心理體驗部分，滿意度較高的依次為「進香強化神威」、「表達宗教熱誠」可能是因為觀光客感受到佛教聖地虔誠的喇嘛與當地居民對於信仰的忠誠感到十分的貼心，「促進親友感情」、「喜愛節慶」、「增進人際關係」、「尋求精神慰藉」、「體驗神兆」、「追求學術學習」、「肯定自我價值」、「朝謁飲水思源」、「和他人分享神奇體驗」、「鬆弛身心」、「古蹟巡禮」等幾項可能是因為平時工作壓力相當的大因此想尋找一世外桃源體驗與世無爭的生活也希望在旅途中獲得相關的知識。其他變項僅表現出普通的滿意度顯示出仍有加強的空間，但無顯著的不滿。有關實質環境體驗部分，滿意度較高的依次為「住宿服務設施」、「餐飲服務設施」、「交通便利性」、「服務人員態度」、「動線導覽指標」等五項，顯示出西藏地區的觀光品質有顯著的提昇，或者是因為觀光客對於上述幾個項目早已有品質不佳的心理準備但可能有表現出一定的水

準才讓觀光客如此滿意，但對於「古蹟保存維護」卻表現出顯著不滿意，因為中共在文化大革命時曾大肆破壞古蹟，爾後又未加以仔細修護保存，因此出現出許多斷垣殘壁，其他的項目卻表現出普通的滿意度。

## 六、結論與建議

### 6.1 結論

西藏宗教觀光概況方面，宗教觀光客個人特性部分，性別以男性居多，不同於 Long (1979) 在聖母瑪莉亞為主的聖地— Lourdes 所作的實證結果以女性為多，此主乃因西藏為佛陀男性偶像崇拜。年齡以 31-50 歲者最多，主要為中年者，約佔三成左右。宗教觀光客大部份皆有其宗教信仰，且主要為道、佛教信仰，約佔六成二左右，有三成相信鬼神另有三成表示無意見，此與 Schweyer (1984) 在法國四個天主教聖地所作的調查結果類似 (81% 為天主教徒、83% 相信上帝)。教育程度以專科或大學最多，高中職亦不少以及部分研究所以上，可知其宗教觀光客之教育程度並不低。婚姻狀況以已婚者居多，此與張俊彥 (1995) 的研究結果相同。職業分佈較為平均，其中以商稍多。職務主要為一般職員。個人月平均收入 40001-70000 元者約佔半數。遊伴性質方面主要為同學、朋友、同事同遊最多，再者為單獨前來及家人親戚最多；團體客主要以旅行團為多，社會團體最少；此與 Morinism(1984) 及 Rinschede (1985) 於 Lourdes 所作實證結果相似。在交通工具方面，因以旅行團為主，所以主要交通工具為遊覽車。居住地點集中於北部及中部，且以居住北部者為多，再次印證西藏之影響圈主要屬高消費群。本研究之宗教觀光客個人特性部分與先前各學者所作的研究結果不盡相同，亦證明瞭 Rinschede (1992) 所言「世界各宗教不同其背景特性亦不同」。

宗教觀光客旅遊動機分析方面，旅遊動機主要為「增廣見聞」，證明西藏與外界的接觸尚未頻繁，其次為「感受歷史文化」、「好奇心」、「感受宗教氣氛」，由此可知西藏是宗教的膜拜聖地外，也是休閒旅遊的去處。旅遊動機因素分析結果可分為「新奇」、「休閒」、「社交」、「歷史」、「宗教心靈」、「宗教利益」等六個因素動機。由上述發現，宗教觀光客之旅遊動機並非如過去只是宗教上的動機，乃屬多元化的追求。

宗教觀光客行前期望之分析方面，行前期望較高者，在心理體驗部分，主要為「增廣見聞」，其次為「感受歷史文化」、「好奇心」、「遠離塵囂」、「感受宗教氣氛」，可知多數之宗教觀光客對宗教方面的心理體驗期望較高；至於宗教遊憩環境方面，則為「廟宇建築藝術」與「古蹟保存維護」。宗教遊憩服務設施部分，為「服務人員態度」，此乃因多數宗教觀光客對於西藏各項文物充滿好奇需要相當的解說。在宗教遊憩活動部分則為「民俗節慶活動」行前期望較低者，在心理體驗部分為「進香強化神威」、「體驗神兆」、「喜愛節慶」行前期望較低者；在宗教

遊憩環境部分，行前期望最低者為「環境清潔衛生」。宗教遊憩服務設施部分，則為「攤販管理」、「餐飲服務設施」；在宗教遊憩活動部分，為「購買農特產紀念品」。

宗教觀光客實際體驗分析方面，在心理體驗部分，體驗度較高的依次為「進香強化神威」、「表達宗教熱誠」、「促進親友感情」、「喜愛節慶」、「增進人際關係」、「尋求精神慰藉」、「體驗神兆」、「追求學術學習」、「肯定自我價值」、「朝謁飲水思源」、「和他人分享神奇體驗」、「鬆弛身心」、「古蹟巡禮」等十一項。其他變項僅表現出普通，顯示出仍有加強的空間，但無顯著的不滿。在實質環境體驗上，體驗度較高的依次為「住宿服務設施」、「餐飲服務設施」、「交通便利性」、「服務人員態度」、「動線導覽指標」等五項，但對於「古蹟保存維護」卻相當低，其他的項目則普通。以上對西藏之台灣宗教觀光客受訪者之概況分析結果，已達到本研究目的之一。

在個人特性與旅遊動機因素之差異分析方面，研究結果顯示宗教觀光客的婚姻狀況、宗教信仰、個人平均月收入、年齡、教育程度及居住地等個人特性的不同，不會造成其旅遊動機的差異，此即顯示宗教觀光客個人特性不同，其旅遊動機無不同，可能是樣本數不夠大的原因才會造成這樣的結果，此發現已達到本研究目的之二。

在旅遊動機與行前期望之相關分析方面，研究結果顯示宗教觀光客旅遊動機與行前期望部分皆呈顯著相關性，表示旅遊動機與行前期望有所相關，此結果也顯示宗教觀光客之遊憩行為與陳美吟（1985）與 Driver & Tocher（1970）的一般的遊客行為理論模式相符，已達到本研究目的之三。

在滿意度分析方面，有關心理體驗部分，滿意度較高的依次為「進香強化神威」、「表達宗教熱誠」可能是因為觀光客感受到佛教聖地虔誠的喇嘛與當地居民對於信仰的忠誠感到十分的貼心，「促進親友感情」、「喜愛節慶」、「增進人際關係」、「尋求精神慰藉」、「體驗神兆」、「追求學術學習」、「肯定自我價值」、「朝謁飲水思源」、「和他人分享神奇體驗」、「鬆弛身心」、「古蹟巡禮」等幾項可能是因為平時工作壓力相當的大因此想尋找一世外桃源體驗與世無爭的生活也希望在旅途中獲得相關的知識。其他變項僅表現出普通的滿意度顯示出仍有加強的空間，但無顯著的不滿。有關實質環境體驗部分，滿意度較高的依次為「住宿服務設施」、「餐飲服務設施」、「交通便利性」、「服務人員態度」、「動線導覽指標」等五項，顯示出西藏地區的觀光品質有顯著的提昇，或者是因為觀光客對於上述幾個項目早已有品質不佳的心理準備但可能有表現出一定的水準才讓觀光客如此滿意，但對於「古蹟保存維護」卻表現出顯著不滿意，因為中共在文化大革命時曾大肆破壞古蹟，爾後又未加以仔細修護保存，因此出現出許多斷垣殘壁，其他的項目卻表現出普通的滿意度。此結果，已達到本研究目的之四。

## 6.2 建議

綜合上述研究結果西藏宗教觀光客的探訪與基地的勘查、及宗教觀光的現況，對宗教或觀光有關單位及後續研究提出相關建議，分述如下：

### 6.2.1 西藏部分

針對於觀光客相當滿意的部分應予繼續保持再繼續加強，多提供幾項活動讓觀光客的參與感增加，而感覺普通的部分需要予以加強例如：對於宗教遊憩環境的加強、宗教遊憩服務設施的整體規劃及宗教遊憩活動的安排，能讓觀光客有參與感，讓其提升為高度的滿意否則容易淪為極為不滿意，另外不滿意的部分應該要強烈的檢討予以改進，最嚴重的是古蹟保存方面，主管單位應該加強此一部份除了保存外更要加以維修。

### 6.2.2 宗教或觀光有關單位

目前的西藏的管理是由中華人民共和國直接管理，因西藏傳統特殊的政教合一制，因此西藏與中共的關係呈現緊張又微妙的拉距，因此對於西藏宗教的管理更是需要謹慎。在觀光客的感覺上對於古蹟的保存相當不滿意，這一點中共政府單位難辭其咎，應該要加強其對於古蹟保存與維護的行動。在宗教觀光日益普遍與發達，且多數宗教聖地觀光化的今日，卻無一專責單位負責其規劃、輔導與監督等事宜，實急待相關管理單位省思。

藉由本研究結果發現大多數藉宗教旅遊活動尋求精神的慰藉與心靈的平靜或鬆弛身心，當前社會風氣奢華腐敗，人心日趨功利，以「宗教」結合「文化藝術」與「休閒觀光」，可讓文化、休閒趨向平民化與普及化，展現新的宗教聖地文化，提升宗教層次、國人心靈修養、端正社會風氣、提升生活品質、展現真善美的人生新境界。

以上所述之建議皆可作為台灣海峽兩岸宗教或觀光有關單位未來規劃管理之參考，此已達到本研究目的之五。本論文在五個研究目的到此已分別達到，藉此也解決了本研究所探討宗教觀光客旅遊行為的研究問題。

## 6.3 研究限制

由於本研究以西藏之台灣宗教觀光客為研究範圍，採個案研究方式，且訪談樣本取得不易，研究結果並不能推及所有宗教觀光客。此外，本研究抽樣方式採便利抽樣，在個人特性部分不免有所誤差。

## 6.4 後續研究建議

本研究僅以遊客行為理論模式中的旅遊動機與滿意度對宗教觀光客進行探討，後續研究或許可針對遊客行為理論模式中的其他部分作研究，探討宗教觀光客之旅遊行為是否符合一般的遊客行為理論。此外亦可針對不同性質的宗教聖地、團體與散客、淡旺季等，對宗教觀光客作深入的探討與比較。

## 參考文獻

1. Anyway 旅遊網，西藏，  
<http://www.anyway.com.tw/spot/country.asp?cgrfnbr=227>
2. 王彬如，遊憩體驗歷程之探討分析－以環島鐵路花蓮二日遊為例，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，民國 84 年。
3. 中國中央電視臺，西藏風光，  
<http://202.108.249.200/specials/xz/dili/tibet%20scene.htm>
4. 中華人民共和國國家旅遊局，中國旅遊網，  
<http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/gov/20010511/554996.htm>
5. 陳美吟，遊憩體驗之研究－以楓林瀑布、擎天崗、太平山實例調查，國立台灣大學森林研究所碩士論文，民國 74 年。
6. 黃宗成、黃躍雯、餘幸娟，宗教觀光客旅遊動機、期望、滿意度關係之研究，戶外遊憩研究，13(3):23-48，民國 89 年。
7. 新華網，臺胞赴藏 9 年增長 168 倍，<http://www.cnta.com/23-dfly/2j/xz.asp>，民國 90 年。
8. 張俊彥，台灣宗教性休閒活動人口之社會分析，戶外遊憩研究 8 (4)，69-74，民國 84 年。
9. 喇嘛網，雪域明珠，[http://www.lama.com.tw/l\\_snow/main.htm](http://www.lama.com.tw/l_snow/main.htm)
10. 魏弘發，遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究－以台灣民俗村為例，私立逢甲大學建築與都市計劃研究所碩士論文，民國 85 年。
11. Clawson, M. and Knetsch, J. L., Economic of Outdoor Recreation, Baltimore and London : The John Hopkins University Press, 1966, 1966, pp.33-36。
12. Driver, B.L. & Tocher, S.R., Toward a behavioral interpretation of recreational of planning, Elements of Outdoor Recreation Planning, The University of Michigan Press, 1970.
13. Lawer E.E., Motivation and work organization , California : Brook/Cole Publishing, 1973.
14. Lefevre, A., Vatican City: Pontifical Commission on the Pastoral Care of Migrants and Tourists. On the Moe 10, 1980, pp.80-81.

15. Long, D.E. (1979), *The Hajj Today: A survey of the contemporary makkah pilgrimage*. Albany NY: State University of New York Press.
16. Morinism, E. A., *Pilgrimage in the Hindu Tradition: A case study of West Bengal*. Delhi: Oxford: University Press, 1984.
17. Rinschede, G., *Das Pilgerzentrum Lourdes*, In *Geographia Religionum*, Band 1, 195-256. Berlin: Dietrich Reimer Verlag, 1985.
18. Rinschede, G., *Forms of Religious Tourism*, *Annal of Tourism Research*, 19(1), 1992, pp.51-67.
19. Schweyer, F.X., *Qui vient en pelegrinage? Une enquete des chiffres Haltes* 33, 1984, pp.7-11.
20. Schreyer, R.S. & Roggenbuck J.W., *The influence of experience expectation on crowding perceptions and social-psychological carrying capacities*, *Leisure Sciences*, 1(4), 1978, 373-394.

表 1 受訪者個人基本資料分析表

變 項	樣本數	百分比	變 項	樣本數	百分比
性別			居住地點		
男	33	47.8	北部	47	68.1
女	30	43.5	中部	15	21.7
			南部	3	4.3
年齡			其他	1	
20 歲以下	2	2.9			
21~30 歲	5	7.2	遊伴性質 (複選)		
31~40 歲	16	23.2	單獨前來	15	21.7
41~50 歲	20	29	家人親戚	14	20.3
51~60 歲	12	17.4	同學、朋友、同事同遊	20	29.0
61 歲以上	10	14.5	旅行團	14	20.3
			社會團體	1	1.4
30 歲以下	7	10.1			
31~50 歲	36	52.2	交通工具		
50 歲以上	22	31.9	徒步	3	4.3
			機車	2	2.9
個人月平均收入			自用車	9	13.0
40000 元或以下	10	14.5	遊覽車	36	52.2
40001~70000 元	33	47.8	公車	5	7.2
70001~100000 元	5	7.2	計程車	2	2.9
100000 元以上	10	14.5	其他	3	4.3
教育程度			宗教信仰		
高中職	15	21.7	道教	7	10.1
專科或大學	40	58.0	佛教	36	52.2
研究所以上	6	8.7	基督教	2	2.9
			天主教	1	1.4
婚姻狀況			其他	16	23.2
未婚	17	24.6			
已婚	46	66.7	相信鬼神		
離異	1	1.4	非常不相信	2	2.9
喪偶	1	1.4	不相信	7	10.1
			無意見	27	39.1
職業			相信	23	33.3
農林漁牧業	4	5.8	非常相信	5	7.2
工	4	5.8			
商	16	23.2	算命經驗		
軍警公教	12	17.4	從來沒有	15	21.7
服務業	12	17.4	甚少	34	49.3
專業技術人員	2	2.9	普通	16	23.2
學生	2	2.9			
無(退休、家管、求職中)	8	11.6	重遊意願		
其他	2	2.9	非常不願意	3	4.3
			不願意	8	11.6
職務			普通	20	29.0
自營商	12	17.4	願意	23	33.3
主管	9	13.0	非常願意	11	15.9
一般職員	18	26.1			
勞工	2	2.9			
無	8	11.6			
其他	8	11.6	總數	69	100%

表 2 受訪者旅遊動機統計表

變 項	平均值	排序	標準差	檢定 T=3(普通)		動機度
				T value	Sig. value	
一. 新奇	3.62	I	0.80	6.24	0.00*	強
1. 好奇心	3.75	3	1.02	6.01	0.00*	強
2. 增廣見聞	3.97	1	0.97	8.19	0.00*	強
12. 肯定自我價值	3.10	8	1.21	0.70	0.48	普通
二. 休閒	3.25	II	0.91	2.29	0.03*	強
3. 鬆弛身心	2.95	10	1.17	-0.30	0.75	普通
8. 遠離塵囂	3.58	5	1.14	4.16	0.00*	強
三. 社交	2.54	X	0.90	-4.10	0.00*	弱
4. 促進親友情感	2.23	14	1.15	-5.39	0.00*	弱
5. 增進人際關係	2.43	13	1.04	-4.39	0.00*	弱
11. 和他人分享新奇體驗	3.00	9	1.15	0.00	1.00	普通
四. 歷史	3.08	III	0.73	0.97	0.34	普通
6. 古蹟巡禮	3.26	7	1.21	1.79	0.07	普通
7. 喜愛節慶	1.92	17	1.03	-8.50	0.00*	弱
9. 感受歷史文化	3.91	2	0.96	7.85	0.00*	強
10. 追求學術學習	3.26	6	1.13	1.93	0.05	普通
五. 宗教心靈	2.79	IX	0.82	-1.97	0.05	普通
13. 感受宗教氣氛	3.62	4	1.09	4.70	0.00*	強
14. 朝謁飲水思源	2.65	12	1.05	-2.67	0.01*	弱
17. 尋求精神慰藉	2.83	11	1.23	-1.10	0.27	普通
18. 表達宗教信仰熱誠	2.21	15	1.11	-5.73	0.00*	弱
六. 宗教利益	2.02	XI	0.97	-8.20	0.00*	弱
15. 進香強化神威	1.92	17	1.04	-8.38	0.00*	弱
16. 體驗神兆	2.13	16	1.08	-6.52	0.00*	弱

註：旅遊動機由非常弱（1）至非常強（5），各構面之值為其所包含變數之平均值，\*表顯著值 $\leq 0.05$ 。

表 3 受訪者行前期望統計表

變 項	平均值	排序	標準差	檢定 T=3(普通)		期望度
				T value	Sig. value	
<b>A. 心理體驗</b>						
一. 新奇	3.59	I	0.81	5.63	0.00*	高
1. 好奇心	3.73	4	0.17	5.01	0.00*	高
2. 增廣見聞	3.88	2	0.94	7.41	0.00*	高
12. 肯定自我價值	3.06	13	1.16	0.43	0.66	普通
二. 休閒	3.28	II	0.93	2.29	0.03*	高
3. 鬆弛身心	3.06	14	1.21	0.41	0.68	普通
8. 遠離塵囂	3.50	6	1.14	3.39	0.00*	高
三. 社交	2.59	VIII	0.85	-3.76	0.00*	低
4. 促進親友情感	2.21	30	1.01	-6.03	0.00*	低
5. 增進人際關係	2.54	27	0.91	-3.87	0.00*	低
11. 和他人分享新奇體驗	3.00	16	1.12	0.00	1.00	普通
四. 歷史	3.08	IV	0.77	0.75	0.46	普通
6. 古蹟巡禮	3.37	8	1.03	2.84	0.00*	高
7. 喜愛節慶	2.08	32	0.98	-7.38	0.00*	低
9. 感受歷史文化	3.82	3	1.07	6.11	0.00*	高
10. 追求學術學習	3.03	15	1.11	0.23	0.81	普通
五. 宗教心靈	2.75	VII	0.90	-2.10	0.04*	低
13. 感受宗教氣氛	3.45	7	1.19	3.00	0.00*	高
14. 朝謁飲水思源	2.62	26	0.99	-2.86	0.00*	低
17. 尋求精神慰藉	2.75	24	1.24	-1.54	0.12	普通
18. 表達宗教信仰熱誠	2.25	29	1.04	-5.48	0.00*	低
六. 宗教利益	2.03	IX	0.91	-8.22	0.00*	低
15. 進香強化神威	1.98	34	0.93	-8.44	0.00*	低
16. 體驗神兆	2.06	33	1.08	-6.65	0.00*	低
<b>B. 實質環境體驗</b>						
一. 宗教遊憩環境	3.17	III	0.72	1.78	0.08	普通
1. 廟宇建築藝術	3.98	1	0.88	8.68	0.00*	高
2. 古蹟保存維護	3.60	5	0.95	4.96	0.00*	高
3. 庭園景觀	3.22	10	0.84	2.12	0.03*	高
4. 遮蔭休憩場所	2.85	21	0.90	-1.26	0.21	普通
5. 環境清潔衛生	2.14	31	1.06	-6.26	0.00*	低
二. 宗教遊憩服務設施	2.77	VI	0.56	-3.14	0.00*	低
1. 宗教諮詢服務	2.91	18	1.10	-0.59	0.55	普通
2. 交通便利性	2.76	23	0.81	-2.23	0.03*	低
3. 餐飲服務設施	2.69	25	0.70	-3.34	0.00*	低
4. 住宿服務設施	2.86	20	0.67	-1.52	0.13	普通
5. 動線導覽指標	2.88	19	0.71	-1.26	0.21	普通
6. 攤販管理	2.28	28	0.71	-7.76	0.00*	低
7. 服務人員態度	3.11	11	0.69	1.30	0.19	普通
三. 宗教遊憩活動	3.03	V	0.73	0.27	0.79	普通
1. 民俗節慶活動	2.96	17	1.10	-0.23	0.81	普通
2. 地方文物藝術展示	3.06	12	0.84	0.61	0.54	普通
3. 購買農特產紀念品	2.79	22	0.76	-2.05	0.04*	低
4. 解說導覽活動	3.33	9	0.81	3.16	0.00*	高

註：行前期望由非常低(1)至非常高(5)，各構面之值為其所包含變數之平均值，\*表顯著值 $\leq 0.05$ 。

表 4 受訪者實際體驗統計表

變 項	平均值	排序	標準差	檢定 T=3(普通)		體驗度
				T value	Sig. value	
<b>A. 心理體驗</b>						
一. 新奇	3.76	I	0.74	7.89	0.00*	高
1. 好奇心	3.87	4	0.85	7.98	0.00*	高
2. 增廣見聞	3.93	1	0.90	8.15	0.00*	高
12. 肯定自我價值	3.49	9	0.94	4.07	0.00*	高
二. 休閒	3.52	II	0.90	4.46	0.00*	高
3. 鬆弛身心	3.43	12	0.91	3.74	0.00*	高
8. 遠離塵囂	3.65	5	1.05	4.77	0.00*	高
三. 社交	3.20	IV	0.69	2.26	0.03*	高
4. 促進親友情感	2.93	25	0.88	-0.58	0.56	普通
5. 增進人際關係	3.23	16	0.83	2.17	0.03*	高
11. 和他人分享新奇體驗	3.48	13	0.92	3.62	0.00*	高
四. 歷史	3.44	III	0.69	4.79	0.00*	高
6. 古蹟巡禮	3.65	6	0.79	6.03	0.00*	高
7. 喜愛節慶	2.72	31	0.91	-2.37	0.02*	低
9. 感受歷史文化	3.92	2	1.02	7.15	0.00*	高
10. 追求學術學習	3.48	10	0.96	3.87	0.00*	高
五. 宗教心靈	3.18	V	0.81	1.73	0.09	普通
13. 感受宗教氣氛	3.52	8	1.01	4.05	0.00*	高
14. 朝謁飲水思源	2.96	24	0.92	-0.28	0.78	普通
17. 尋求精神慰藉	3.31	15	0.97	2.49	0.01*	高
18. 表達宗教信仰熱誠	2.96	23	0.98	-0.26	0.79	普通
六. 宗教利益	2.69	IX	0.87	-2.78	0.01*	低
15. 進香強化神威	2.75	30	0.89	-2.16	0.03*	低
16. 體驗神兆	2.62	32	0.92	-3.09	0.00*	低
<b>B. 實質環境體驗</b>						
一. 宗教遊憩環境	3.05	VIII	0.75	0.48	0.63	普通
1. 廟宇建築藝術	3.88	3	0.94	7.41	0.00*	高
2. 古蹟保存維護	3.19	18	1.14	1.31	0.19	普通
3. 庭園景觀	3.12	21	0.81	1.24	0.22	普通
4. 遮蔭休憩場所	2.91	27	0.85	-0.74	0.46	普通
5. 環境清潔衛生	2.18	34	1.05	-6.05	0.00*	低
二. 宗教遊憩服務設施	3.10	VII	0.68	1.10	0.28	普通
1. 宗教諮詢服務	2.93	26	0.86	-0.60	0.55	普通
2. 交通便利性	3.16	20	0.89	1.42	0.15	普通
3. 餐飲服務設施	3.18	19	0.77	1.84	0.07	普通
4. 住宿服務設施	3.52	7	0.78	5.20	0.00*	高
5. 動線導覽指標	3.16	22	0.83	0.92	0.35	普通
6. 攤販管理	2.40	33	0.92	-5.02	0.00*	低
7. 服務人員態度	3.36	14	0.83	3.36	0.00*	高
三. 宗教遊憩活動	3.11	VI	0.74	1.08	0.29	普通
1. 民俗節慶活動	2.85	29	0.88	-1.21	0.23	普通
2. 地方文物藝術展示	3.22	17	0.97	1.75	0.08	普通
3. 購買農特產紀念品	2.86	28	0.90	-1.15	0.25	普通
4. 解說導覽活動	3.46	11	0.97	3.79	0.00*	高

註：實際體驗由非常低(1)至非常高(5)，各構面之值為其所包含變數之平均值，\*表顯著值 $\leq 0.05$ 。

表 5 受訪者個人特性對旅遊動機因素之差異性與相關性檢定

變 項	觀光休閒因素				宗教因素	
	新奇	休閒	社交	歷史	宗教心靈	宗教利益
性別						
男	3.68	3.29	2.70	3.22	2.74	2.07
女	3.63	3.21	2.31	2.99	2.85	1.93
t 值	0.23	0.34	1.73	1.26	-0.51	0.58
顯著值	0.82	0.73	0.09	0.21	0.61	0.56
婚姻狀況						
未婚	3.62	3.16	2.25	3.03	2.75	2.00
已婚	3.63	3.27	2.63	3.14	2.78	2.05
t 值	-0.03	-0.42	-1.45	-0.48	-0.14	-0.19
顯著值	0.98	0.67	0.15	0.63	0.89	0.85
居住地						
北	3.50	3.23	2.47	2.96	2.76	2.02
中	3.98	3.33	2.77	3.37	2.71	2.00
F 值	-1.99	-0.41	-1.18	-1.91	0.16	0.08
顯著值	0.05	0.69	0.24	0.06	0.87	0.94
宗教						
A. 道教	4.00	3.35	2.22	3.14	2.75	1.79
B. 佛教	3.52	3.10	2.38	3.06	2.80	2.07
C. 其他	3.46	3.22	2.52	2.94	2.52	1.97
F 值	1.16	0.27	0.32	0.22	0.63	0.25
顯著值	0.32	0.77	0.73	0.80	0.54	0.78
個人平均月收入						
A. 40,000 元以下	3.59	2.80	2.10	2.93	3.08	2.30
B. 40,001~70,000 元	3.71	3.38	2.61	3.26	2.76	1.97
C. 70,001~100,000 元	3.87	3.70	2.47	2.95	3.00	2.00
D. 100,000 元以上	3.43	3.25	2.67	2.90	2.68	2.20
F 值	0.41	1.43	0.95	1.17	0.58	0.35
顯著值	0.75	0.24	0.42	0.33	0.63	0.79
年齡						
A. 30 歲以下	4.28	3.21	2.14	3.07	2.63	1.64
B. 31~50 歲	3.56	3.41	2.55	3.07	2.79	1.90
C. 50 歲以上	3.56	2.98	2.60	3.14	2.83	2.36
F 值	2.17	1.55	0.73	0.08	0.14	2.16
顯著值	0.12	0.22	0.48	0.93	0.87	0.13
教育程度						
A. 高中職	3.76	3.30	2.62	3.17	2.66	1.87
B. 專科或大學	3.61	3.14	2.57	3.14	2.95	2.22
C. 研究所以上	3.50	3.92	1.94	2.83	2.42	1.42
F 值	0.24	1.82	1.37	0.46	1.50	2.07
顯著值	0.76	0.17	0.26	0.63	0.23	0.14
相信鬼神 Pearson 相關值	0.13	0.03	-0.02	0.09	0.32*	0.29*
算命經驗 Pearson 相關值	0.21	0.13	0.08	0.14	0.25	0.30*
重遊意願 Pearson 相關值	0.09	0.22	0.19	0.16	-0.03	-0.06

註：動機各構面之值為其所包含變數之平均值，\*表顯著值 $\leq 0.05$ 。

表 6 受訪者旅遊動機與行前期望之相關分析

變 項	觀光休閒因素				宗教因素	
	新奇	休閒	社交	歷史	宗教心靈	宗教利益
<b>A. 心理期望</b>						
一. 新奇	0.87*	0.21	0.39*	0.61*	0.39*	0.31*
1. 好奇心	0.62*	0.32*	0.19	0.37*	0.23	0.19
2. 增廣見聞	0.73*	0.16	0.34*	0.45*	0.19	0.08
12. 肯定自我價值	0.62*	0.12	0.47*	0.57*	0.45*	0.40*
二. 休閒	0.23	0.85*	0.40*	0.29*	0.13	0.11
3. 鬆弛身心	0.12	0.66*	0.42*	0.22*	0.25*	0.27*
8. 遠離塵囂	0.21	0.72*	0.22	0.18	-0.10	-0.13*
三. 社交	0.45*	0.33*	0.86*	0.66*	0.46*	0.47*
4. 促進親友情感	0.15	0.28*	0.68*	0.42*	0.37*	0.36*
5. 增進人際關係	0.35*	0.35*	0.73*	0.57*	0.42*	0.42*
11. 和他人分享新奇體驗	0.55*	0.19	0.73*	0.63*	0.33*	0.36*
四. 歷史	0.64*	0.31*	0.59*	0.83*	0.60*	0.41*
6. 古蹟巡禮	0.48*	0.24	0.41*	0.65*	0.45*	0.24*
7. 喜愛節慶	0.23	0.16	0.53*	0.40*	0.42*	0.56*
9. 感受歷史文化	0.58*	0.29*	0.34*	0.56*	0.35*	0.06
10. 追求學術學習	0.53*	0.19	0.50*	0.78*	0.53*	0.34*
五. 宗教心靈	0.40*	0.15	0.47*	0.47*	0.88*	0.54*
13. 感受宗教氣氛	0.42*	0.18	0.31*	0.44*	0.73*	0.30*
14. 朝謁飲水思源	0.42*	-0.06	0.44*	0.42*	0.64*	0.57*
17. 尋求精神慰藉	0.29*	0.37*	0.31*	0.30*	0.72*	0.35*
18. 表達宗教信仰熱誠	0.15	-0.08	0.44*	0.37*	0.67*	0.55*
六. 宗教利益	0.26*	-0.10	0.39*	0.36*	0.60*	0.80*
15. 進香強化神威	0.33*	-0.10	0.32*	0.36*	0.49*	0.65*
16. 體驗神兆	0.15	-0.07	0.37*	0.29*	0.57*	0.79*
<b>B. 實質環境期望</b>						
一. 宗教遊憩環境	0.51*	0.28*	0.56*	0.55*	0.35*	0.35*
1. 廟宇建築藝術	0.46*	0.27*	0.35*	0.45*	0.28*	0.11
2. 古蹟保存維護	0.43*	0.27*	0.49*	0.47*	0.23*	0.12
3. 庭園景觀	0.36*	0.24	0.50*	0.46*	0.31*	0.32*
4. 遮蔭休憩場所	0.42*	0.22	0.45*	0.33*	0.25*	0.42*
5. 環境清潔衛生	0.33*	0.19	0.43*	0.43*	0.27*	0.44*
二. 宗教遊憩服務設施	0.45*	0.28*	0.49*	0.44*	0.28*	0.46*
1. 宗教諮詢服務	0.21	-0.05	0.27*	0.14	0.17	0.28*
2. 交通便利性	0.43*	0.17	0.39*	0.41*	0.23	0.39*
3. 餐飲服務設施	0.37*	0.26*	0.40*	0.39*	0.04	0.29*
4. 住宿服務設施	0.26*	0.16	0.36*	0.42*	0.14	0.44*
5. 動線導覽指標	0.41*	0.19	0.42*	0.44*	0.30*	0.21
6. 攤販管理	0.39*	0.07	0.25	0.28*	0.31*	0.36*
7. 服務人員態度	0.48*	0.22	0.53*	0.44*	0.36*	0.38*
三. 宗教遊憩活動	0.53*	0.15	0.50*	0.51*	0.48*	0.42*
1. 民俗節慶活動	0.40*	0.09	0.47*	0.42*	0.30*	0.34*
2. 地方文物藝術展示	0.31*	-0.01	0.43*	0.38*	0.45*	0.42*
3. 購買農特產紀念品	0.54*	0.09	0.38*	0.45*	0.50*	0.40*
4. 解說導覽活動	0.55*	0.34*	0.35*	0.45*	0.36*	0.23*

註：各構面之值為其所包含變數之平均值，表中數字為相關係數值，\*表顯著值 $\leq 0.05$ 。

表 7 受訪者旅遊滿意度統計表

變 項	行前期望	實際體驗		檢定 I=J			
	平均值 (J)	平均值 (I)	差 (I-J)	T value	Sig. value	滿意否	
<b>A. 心理體驗</b>							
一. 新奇	3.59	3.76	0.11	-1.59	0.12	普通	
1. 好奇心	3.73	3.87	0.08	-0.71	0.48	普通	
2. 增廣見聞	3.88	3.93	-0.03	0.38	0.69	普通	
12. 肯定自我價值	3.06	3.49	0.37	-3.64	0.00*	是	
二. 休閒	3.28	3.52	0.22	-2.63	0.01*	是	
3. 鬆弛身心	3.06	3.43	0.32	-2.53	0.01*	是	
8. 遠離塵囂	3.50	3.65	0.12	-1.35	0.18	普通	
三. 社交	2.59	3.20	0.55	-6.15	0.00*	是	
4. 促進親友情感	2.21	2.93	0.68	-5.80	0.00*	是	
5. 增進人際關係	2.54	3.23	0.60	-5.36	0.00*	是	
11. 和他人分享新奇體驗	3.00	3.48	0.36	-3.31	0.00*	是	
四. 歷史	3.08	3.44	0.33	-5.03	0.00*	是	
6. 古蹟巡禮	3.37	3.65	0.24	-2.59	0.01*	是	
7. 喜愛節慶	2.08	2.72	0.64	-4.58	0.00*	是	
9. 感受歷史文化	3.82	3.92	0.08	-0.96	0.34	普通	
10. 追求學術學習	3.03	3.48	0.41	-4.20	0.00*	是	
五. 宗教心靈	2.75	3.18	0.45	-4.75	0.00*	是	
13. 感受宗教氣氛	3.45	3.52	0.06	-0.60	0.55	普通	
14. 朝謁飲水思源	2.62	2.96	0.36	-3.24	0.00*	是	
17. 尋求精神慰藉	2.75	3.31	0.59	-4.39	0.00*	是	
18. 表達宗教信仰熱誠	2.25	2.96	0.70	-5.20	0.00*	是	
六. 宗教利益	2.03	2.69	0.67	-4.92	0.00*	是	
15. 進香強化神威	1.98	2.75	0.77	-5.48	0.00*	是	
16. 體驗神兆	2.06	2.62	0.57	-3.48	0.00*	是	
<b>B. 實質環境體驗</b>							
一. 宗教遊憩環境	3.17	3.05	-0.12	1.37	0.18	普通	
1. 廟宇建築藝術	3.98	3.88	-0.10	1.23	0.22	普通	
2. 古蹟保存維護	3.60	3.19	-0.36	2.47	0.01*	否	
3. 庭園景觀	3.22	3.12	-0.11	1.18	0.24	普通	
4. 遮蔭休憩場所	2.85	2.91	0.03	-0.28	0.78	普通	
5. 環境清潔衛生	2.14	2.18	0.06	-0.42	0.67	普通	
二. 宗教遊憩服務設施	2.77	3.10	0.37	-4.53	0.00*	是	
1. 宗教諮詢服務	2.91	2.93	0.00	-0.00	1.00	普通	
2. 交通便利性	2.76	3.16	0.43	-3.69	0.00*	是	
3. 餐飲服務設施	2.69	3.18	0.50	-4.35	0.00*	是	
4. 住宿服務設施	2.86	3.52	0.63	-5.44	0.00*	是	
5. 動線導覽指標	2.88	3.16	0.24	-2.36	0.02*	是	
6. 攤販管理	2.28	2.40	0.15	-1.53	0.12	普通	
7. 服務人員態度	3.11	3.36	0.28	-3.17	0.00*	是	
三. 宗教遊憩活動	3.03	3.11	0.08	-0.88	0.38	普通	
1. 民俗節慶活動	2.96	2.85	-0.11	0.92	0.35	普通	
2. 地方文物藝術展示	3.06	3.22	0.17	-1.49	0.14	普通	
3. 購買農特產紀念品	2.79	2.86	0.07	-0.64	0.52	普通	
4. 解說導覽活動	3.33	3.46	0.13	-1.09	0.28	普通	

註： 各構面之值為其所包含變數之平均值，表中有些數字(I)-(J)≠(I-J)是因有 missing value 的關係，\*表顯著值≤0.05。