

亞洲大學

休閒與遊憩管理學系

碩士論文

旅遊動機、滿意度及重遊意願之
相關研究—以佛陀紀念館為例
**A Study of the Relationship among
Travel Motivation, Satisfaction
and Revisit Intentions - A Case of
Buddha Memorial Center**

研究生：徐子皓
指導教授：呂佳茹博士

中華民國一百零三年七月

亞洲大學

碩士論文考試審定書

本校休閒與遊憩管理學系碩士班

研究生徐子皓所提之論文

旅遊動機、滿意度及重遊意願之相關研究-以佛陀紀念館為例

本論文業經審查合格，符合碩士學位論文水準，特此證明。

口試委員：

李暉淳 博士
樹德科技大學 休閒與觀光管理 助理教授

李暉淳 103/7/1

湯大緯 博士
亞洲大學 休閒與遊憩管理學系 助理教授

湯大緯 103/7/1

呂佳茹 博士
亞洲大學 休閒與遊憩管理學系 副教授

呂佳茹 103/7/1

指導教授：呂佳茹 103/7/1

所長：高立學

中華民國 103 年 7 月 1 日

謝 誌

踏入教職工作已有 12 個年頭，心裡一直有個重溫學習、重回校園之夢。而今能突破重重困難，完成學業，內心充滿無限的感激與喜悅。

本論文得以完成，首先誠摯的感謝指導教授呂佳茹博士，亦師亦友的教導，讓學生受益匪淺，使我得以一窺休閒遊憩深奧的領域，且不時的指導與討論更令我受益良多，此恩情永誌難忘，謹致以最深的謝忱。此外口試委員李擘淳教授及湯大緯教授提供許多寶貴的意見，使我的論文能更加的嚴謹完美，在此致上最高的敬意與謝意。感謝如慶法師及諸位師兄、師姐、義工們鼎力相助，協助發放問卷，使得問卷施測能夠順利進行。

在研究所的求學期間，最難能可貴的是一路有朋友的相伴，互相學習，彼此砥礪，並同甘共苦，感謝同窗好友泰彰、松寶、靜萍、美如、錦香，這段日子有你們，讓我的研究所生活留下許多的歡笑、回憶，祝福大家在各自的領域都能駿程萬里、奮起飛揚。

最感謝的是一路上支持我的太太及父母，讓我可以無後顧之憂，專心的完成學業，你們在背後的支持及鼓勵更是驅使我前進的動力。

最後，要感謝所有為我填答問卷的遊客，有你們的協助，才讓我能順利完成論文。在此，謹將論文完成之喜悅分享給我最親愛的師長、家人及幫助我順利達成論文的所有人，你們都是我生命中的貴人！感謝你們！願大家都能平安順心。

子皓 謹誌

中華民國一〇三年七月

中文摘要

本研究主要目的在探討「旅遊動機」、「滿意度」及「重遊意願」之關係，並以佛陀紀念館遊客為研究對象，用便利抽樣方式進行問卷調查，問卷量表內容包括基本資料、旅遊動機量表、滿意度量表、重遊意願量表等四個部分。問卷共發出 500 份，回收後扣除無效問卷 72 份，有效問卷計 428 份，有效問卷回收率為 85.60%。

回收資料採用描述性統計分析、相關分析、信度分析、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析及階層迴歸分析等統計分析，本研究結果發現：

- (一) 佛陀紀念館遊客之旅遊動機對滿意度有顯著的正向影響關係。
- (二) 佛陀紀念館遊客之滿意度對重遊意願有顯著的正向影響關係。
- (三) 佛陀紀念館遊客之旅遊動機對重遊意願有顯著的正向影響關係。
- (四) 佛陀紀念館遊客滿意度在旅遊動機與重遊意願間具中介效果。

最後，根據研究結果提出建議，提供相關單位與未來相關主題之研究方向之參考。

關鍵詞：旅遊動機、滿意度、重遊意願

Abstract

The main purpose of this study is to explore the relationship between “tourist motive”, “satisfaction” and “revisit intention”. Questionnaire survey with convenience sampling was adopted for object of study based on Buddha Memorial Center tourists, including the contents of basic information, tourist motive scale, satisfaction scale and revisit intention. The total of 500 questionnaires was issued, and 428 were returned after deducting invalid questionnaire with 85.60% return ratio of effective questionnaire.

Descriptive statistical analysis, correlation analysis, reliability analysis, independent sample t-test, one-way ANOVA and hierarchical regression analysis were adopted for statistic analysis of returned data. The study found out from the results:

- (1) Buddha Memorial Center tourists’ tourist motive has significant positive influence on satisfaction;
- (2) Buddha Memorial Center tourists’ satisfaction has significant positive influence on revisit intention;
- (3) Buddha Memorial Center tourists’ tourist motive has significant positive influence on revisit intention;
- (4) Buddha Memorial Center tourists’ satisfaction has mediating effect between tourist motive and revisit intention.

Finally, this study offered a proposal for the reference of the relevant units and future research for the related subjects.

Keywords: Tourist motive, Satisfaction, Revisit intention

目 錄

頁次

中文摘要.....	i
Abstract	ii
目 錄	iii
表 目 錄	v
圖 目 錄	vi
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究流程	3
第四節 研究範圍	5
第五節 名詞解釋	5
第二章 文獻探討	7
第一節 旅遊動機與其相關研究.....	7
第二節 滿意度與其相關研究	13
第三節 重遊意願與其相關研究	18
第四節 旅遊動機、滿意度及重遊意願的相關研究	21
第三章 研究方法	26
第一節 研究架構	26
第二節 研究假設	26
第三節 操作性定義	27
第四節 問卷設計	28
第五節 樣本與抽樣方法.....	33
第六節 資料處理	33

第四章 結果與討論	36
第一節 樣本背景資料分析.....	36
第二節 旅遊動機、滿意度與重遊意願現況.....	42
第三節 構面信度分析	46
第四節 樣本差異分析.....	47
第五節 相關分析.....	54
第六節 階層迴歸分析.....	55
第五章 結論與建議	58
第一節 本研究之結論.....	58
第二節 本研究之學術與實務意涵.....	61
第三節 本研究之限制與建議	63
參考文獻.....	64
一、中文部分.....	64
二、英文部分.....	70
附錄一：問卷.....	72

表 目 錄

表 2-1-1 國內學者研究旅遊動機之衡量構面.....	12
表 2-2-1 國內學者研究滿意度之衡量構面.....	17
表 2-3-1 國內學者研究重遊意願之衡量構面.....	21
表 2-4-1 國內學者針對旅遊動機與滿意度相關研究.....	22
表 2-4-2 國內學者針對滿意度與重遊意願相關研究.....	23
表 2-4-3 國內學者針對旅遊動機與重遊意願相關研究.....	24
表 3-4-1 旅遊動機量表之構面與題項內容.....	29
表 3-4-2 滿意度量表之構面與題項內容.....	30
表 3-4-3 重遊意願量表之構面與題項內容.....	31
表 3-4-4 社經背景衡量量表.....	32
表 4-1-1 樣本背景資料統計表.....	40
表 4-2-1 旅遊動機之現況分析摘要表.....	43
表 4-2-2 滿意度之現況分析摘要表.....	44
表 4-2-3 重遊意願之現況分析摘要表.....	45
表 4-3-1 量表構面信度 Cronbach's α 值.....	46
表 4-4-1 旅遊動機之 t-test 及 ANOVA 分析.....	48
表 4-4-2 滿意度之 t-test 及 ANOVA 分析.....	50
表 4-4-3 重遊意願之 t-test 及 ANOVA 分析.....	53
表 4-5-1 旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關分析.....	55
表 4-6-1 旅遊動機、滿意度與重遊意願之迴歸分析.....	57
表 5-1-1 研究假說驗證結果表.....	60

圖 目 錄

圖 1-1 研究流程圖.....	4
圖 3-1 研究架構圖	26



第一章 緒論

本研究旨在探討「旅遊動機」、「滿意度」及「重遊意願」之關係，以佛陀紀念館遊客為研究對象。本章共分為五小節，第一節研究背景與動機；第二節研究目的；第三節研究流程；第四節研究範圍；第五節名詞解釋。各節內容茲分別說明如下：

第一節 研究背景與動機

自九十年一月一日起，全面實施週休二日，雖然法定工時縮短，然而競爭激烈的工商業社會，各行各業被要求在短時間內要快速正確有效率的完成工作，常常一日工作超時，加上都市的生活步調緊張，「忙、盲、茫」更是許多人的生活寫照，人們需要保健的不只是身體，心靈也需一個寧靜安樂的場域，調劑涵養身心，進而引發一般大眾對休閒生活的關注及興趣，並改變人們對生活的態度與價值觀，對休閒旅遊活動之需求日益增加。

台灣是信仰多元化的國家，不僅保有傳統信仰，對於外來的宗教也能廣為接受。宗教是一種意識型態，自有人類發展以來，宗教無論在政治、經濟、生活等層面均扮演重要角色；即使在科技昌明的時代，宗教仍支配多數人的精神生活，隨著時代演進，對休閒觀光的形成亦助益甚遠，而人們藉由參與宗教活動達到休閒旅遊的樂趣，參觀宗教聖地及廟宇至今仍為重要的旅遊項目。

佛陀紀念館位於台灣高雄市大樹區，占地一百公頃，因西藏喇嘛貢噶多傑仁波切(Kunga Drje Rinpoche) 感念佛光山為一弘揚人間佛教的正派道場，乃將護藏近三十年的佛牙舍利致贈星雲大師，星雲大師因佛牙舍利的殊勝因緣，而蓋佛陀紀念館供奉之。佛館是一座融和

傳統與現代的建築，具有文化與教育的功能。一個宗教團體成立博物館，除了兼具歷史與教化的意義，更在傳遞人間的真善美，期以佛教與藝術的結合，給人歡喜、給人希望、給人信心、給人方便，進一步為人們帶來心靈的淨化及促進社會的和諧與安詳。

根據高雄市政府觀光局統計，從佛陀紀念館開放後，2012年觀光客在高雄的住宿人次為206萬2667人次，比去年同期增加43萬多人次，說明佛陀紀念館帶動南台灣的觀光人潮，也間接活絡經濟發展。此外佛陀紀念館也成為台灣宗教文化的新亮點，更希望成為台灣躍升國際舞台的新地標，不論是國內或是大陸遊客大多慕名專程前來，甚至有越來越多的國際觀光客，也將佛陀紀念館列為來台灣必定前往參訪的地方，因此其遊客特性值得研究探討，此為研究動機之一。

透過觀光不僅能提升經濟效益，同時也能型塑一座城市良好的形象。高雄市擁有豐富的觀光資源，但也要能吸引大量的遊客，才能持續觀光產業蓬勃發展並且帶動地方經濟之繁榮。只有瞭解遊客的動機及需要，才能採取相對應的服務措施，來滿足遊客的需求（謝淑芬，1994）。因此瞭解遊客的需求，並分析遊客之行為動向，此為研究動機之二。

重遊意願的衍生行為，可能有遊客介紹、公開推薦與口碑。因此本研究重遊意願的意涵，包括遊客的再度遊玩的意願與行為，且願意向他人推薦此旅遊景點。所以本研究欲探討遊客前往佛陀紀念館旅遊之滿意度對其重遊意願之關係，此為研究動機之三。

回顧過去相關文獻，以研究名勝景點遊客旅遊動機和滿意度之論文較多，由於佛陀紀念館近三年才開始啟用，故相關之研究並不多，而台灣對宗教觀光的研究多著重在一般民間信仰廟宇，像是大甲鎮瀾宮、南鯤鯓代天府等，其中大多採用管理與行銷分析來強調宗教場所

的觀光功能。故本研究以探討至佛陀紀念館的遊客為研究對象，探討遊客之旅遊動機、滿意度及重遊意願間影響關係之研究，並做深入的探討。

第二節 研究目的

依本研究的背景與動機，針對至參訪佛陀紀念館遊客的旅遊動機、滿意度及重遊意願之關聯性，研究目的茲說明如下：

- 一、瞭解佛陀紀念館遊客之背景及基本屬性。
- 二、瞭解佛陀紀念館遊客在旅遊動機、滿意度及重遊意願之現況。
- 三、探討佛陀紀念館遊客在旅遊動機、滿意度、重遊意願是否有差異。
- 四、探討佛陀紀念館遊客旅遊動機及滿意度對重遊意願之影響關係。

第三節 研究流程

本研究在確定研究方向後，即依據研究目的與動機，界定研究範圍與對象，著手蒐集相關文獻資料並進行探討與分析，建立本研究之研究架構與假設、進行問卷設計及研究方法後，接著透過正式問卷之發放、回收、整理，經由資料的蒐集整理與統計軟體的運作與分析，最後撰寫成研究結果與建議。本研究之研究流程如圖1-1 所示。



圖 1-1 研究流程圖

第四節 研究範圍

本研究以參訪高雄市「佛陀紀念館之遊客」為研究對象，以「佛陀紀念館」為研究範圍。研究採問卷調查法，在2014年3月至5月於佛陀紀念館之「禮敬大廳」及「本館」進行問卷發放，採用便利抽樣問卷調查方式，共計發放500份問卷，探討旅遊動機、滿意度及重遊意願之關聯。

第五節 名詞解釋

一、旅遊動機

動機是一種足以驅使人們設法尋求滿足的需求（呂寶芳2008）；人們選擇在一特定地點從事戶外休閒遊憩活動，是因為他們期望能達到所從事遊憩活動的目的，而最後能滿足其個人之需求，即為所謂的遊憩動機(吳佩芬，1997)。旅遊活動時，個人將會具有多重參與旅遊活動的動機，且這些動機的組成可反應出個人特殊的需求，也可得知此種需求的特性依據不同遊客特性，對旅遊行為有直接影響。因此遊客的特性之不同將會影響旅遊動機，而旅遊動機將會影響遊客重遊意願。本研究之旅遊動機是指促使遊客在休閒時間選擇旅遊的慾望與需求，及驅使遊客前往旅遊目的地活動的動力。本研究將遊客旅遊動機分為「紓壓放鬆」、「景點特色」、「文化學習」，以及「人際社交」等四個構面，探討佛陀紀念館遊客旅遊動機之情形。

二、滿意度

滿意度 (satisfaction)係指個人感覺滿意程度的高低，源自對產品功能特性或結果的知覺與個人對產品期望，兩者比較之後所形成差異的函數(Kotler,1997)。陳冠曲（2007）將滿意度定義為遊客在遊憩環境，參與遊憩活動或使用遊憩設施、服務後，所產生生理或心理的感

受程度狀況。本研究之滿意度是指遊客在佛陀紀念館內，參觀環境景觀、使用服務設施後，而感到身心愉悅、舒適滿足的程度。本研究將遊客滿意度分為「身心感受」、「服務設施」、「景點特色」、「環境景觀」與「整體規劃」等五個構面，探討佛陀紀念館遊客滿意度之情形。

三、重遊意願

重遊意願係指遊客再度遊玩的意願，與忠誠度的再購意願涵義相同。Guest (1995) 認為依據先前旅遊經驗的認知產生了旅客的重遊意願。周秀蓉 (2008) 認為重遊意願是遊客是否願意再次來訪遊憩區，遊客在接觸主題樂園所呈現的各項服務後，必定會產生某些評價，而影響往後的重遊意願。本研究之重遊意願是指遊客到佛陀紀念館旅遊後，將來會有再次重遊佛陀紀念館的意願，也會有推薦親友到佛陀紀念館旅遊的意願。

第二章 文獻探討

本章共分四節，將針對第一節「旅遊動機」(travel motivations)、第二節「滿意度」(satisfaction)、第三節「重遊意願」(Revisit Intentions)、第四節「旅遊動機、滿意度及重遊意願的相關研究」進行探討，各節內容茲分別說明如下。

第一節 旅遊動機與其相關研究

本節共分成二部分來介紹，首先為旅遊動機的定義，其次為影響旅遊動機的因素。

一、旅遊動機的定義

「動機」的英文為 motivation 或 motive，其源自於拉丁文中的 movere，其意思是指引起行動，所以只要能夠引起人之行為的任何刺激，都可以被視為是動機(韓傑，1998)。美國人本心理學家 Maslow (1943)所提出的需求層級理論曾提到動機的來源是由於某些需求未被滿足，這些需求稱之為一種驅力，它們普遍存在於人類的特質中。Kotler and Armstrong (1999)認為動機是個體內在的動力，該動力會影響與改變行為，是被刺激的需求，足以引起個人採取行動來滿足需求。張春興(1992)指出動機是引起個體活動，維持該已引起的活動，並導使該活動朝向某一目標進行的內在歷程，其內在心理歷程是相當複雜的，並非只是單純的內在歷程，因此動機是一種控制行為的內在力量，亦即發自內在驅力去促使行動。楊明賢(2002)認為動機是需求的具體化，為需求與行為的媒介，經由行為結果來滿足動機需求。劉修祥(2005)指出動機為驅使人們尋求滿足需求的驅動力。林生傳(2007)認為動機是促使個體行動的內在因素，具有方向性和持久性。楊淑美(2009)指出動機是一種內在行為的展現，為需求刺激與內在歷程自我決定的交互作用，區分為推力因素與拉力因素，兩種因素激勵人們為滿足需求而採取行動的驅動力。梁育誠(2010)認為動機就是引導個體的行為朝向某些目標的一種驅力、意願、期望與誘因，其目的是滿足

個人需求或減輕壓力。廖獻鎰(2010)認為動機是人們為滿足需求，而採取行為的驅動力，是一種內在歷程，行為是內在歷程的結果。

謝淑芬(1999)指出旅遊動機源自於人們的旅遊需求，透過需求和行為來滿足動機的需要，而驅使人們從事旅遊行為。曾明媛(2005)指出動機為個體需求而引發動機之產生，動機反應遊客本身對遊憩的需求表現，其研究所稱之動機是指促成遊客前往遊憩區進行活動的驅動力。林大椿(2006)認為消費者內心需求的渴望會轉變成遊憩的動機，其目的在追求利益的滿足，而遊憩行為即是追求遊憩利益的過程。梁盛棟(2007)之研究整理出旅遊動機主要是以個人的內在感受為主，透過行為表現來反應內在的心理動機，其具有多樣性。所以動機會是影響旅遊的一種潛在因素，並且會影響其他因素的形成，顯示旅遊動機是為了滿足遊客多重複雜的需求。陳苑秀(2008)認為觀光旅遊動機是指當人們內心產生某種遊憩需求時，為滿足此需求，發展出一種心理動力，進而轉化為實際遊憩行為，此心理動力即為動機。杜殷琰(2009)將「動機」定義為一種使人們設法尋求個人方面(心理、生理、知識技能)及人際之間各種滿足的驅力，並在研究中將「旅遊動機」定義為促使臺南古蹟遊客從事旅遊活動的一種驅力。周佳如(2010)認為旅遊動機是引發旅客前往目的地旅遊的驅力，也是吸引旅客持續朝預期計畫前進的動力。吳寶秀(2011)將旅遊動機定義為到目的地從事旅遊活動的驅動力。

綜合上述文獻可知，從人類的旅遊需求產生了旅遊動機，並引導人們進行各項旅遊活動，滿足其需求與目的。本研究將旅遊動機定義為個體受到刺激產生需求，進而從事旅遊活動的一種驅力。

二、影響旅遊動機的因素

朱珮瑩(2003)調查新竹縣遊客從事鄉野觀光之動機，發現旅遊動機有「調劑身心因素」、「充實新知因素」、「體驗活動因素」、「自然生態因素」、「興之所至因素」及「消磨時間因素」等六個因素。

吳忠宏、黃宗成、邱廷亮(2004)於玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、體驗滿意度與重遊意願之研究中，認為將影響遊客旅遊動機分別為景點特質、休閒遊憩、工作／嗜好、生活體驗和自我成長等五項因素。

沈進成、葉修延(2004)在松田崗創意生活農莊遊客旅遊吸引力、滿意度與重遊意願影響關係之研究中，則認為影響遊客旅遊動機之主要因素為「增進健康脫離壓力」、「學習創造新事物」、「體會特殊風情」及「活動設施景觀體驗」。

廖雅蘋(2005)在台灣農村休閒酒莊遊客旅遊動機之研究中，遊客之旅遊動機的因素則列出「人際關係及知識培養」、「興趣及嗜好」、「減輕壓力」及「親情的培養」等四個因素。

張瓊化(2005)將遊客前往日月潭國家風景區之休閒動機，萃取出五個休閒動機因素，分別為「身心放鬆與休養」、「學習與能力培養」、「人際關係培養」、「體驗當地特色」與「身體健康考量」。

張舉成(2005)之研究，將遊客參與原住民節慶之動機，則以「找回平靜」、「新奇」、「社會化」、「文化探索」及「文化投入與學習」等五個因素為主。

曾明媛(2005)於紗帽山溫泉餐廳服務品質影響遊客滿意度及忠誠度之研究--以椰林溫泉餐廳為例中，針對動機因素歸納出「治療」、「情感」、「環境」和「餐飲品質」四個因素。

呂長賜(2006)在探討集集地區遊客之旅遊動機，將動機分為「逃

逃避規律」、「歷史人文」、「賞景放鬆」三個因素。

曹校章、鄭志富（2006）研究東北角海域運動，將參與動機分為放鬆心情、健康適能、社交需求與心理需求四個因素。

黃繡蓮（2006）在東埔風景區遊客旅遊動機、遊憩體驗、滿意度與重遊意願之研究，其遊客之旅遊動機透過因素分析後，分成「調養身心」、「知性旅遊」、「實際體驗」及「接觸自然動機」四個因素。

林大椿（2006）於南州觀光糖廠遊客旅遊動機與滿意度之研究，在旅遊動機方面，以因素分析萃取出「自我成就」、「社會接觸」、「放鬆」、「從事創造」、「豐富生活」、「社會力量」、「一起學習」等七個動機因素。

陳玉釗（2007）研究遊客對玉山國家公園塔塔加遊客中心解說媒體之滿意度中，將塔塔加中心遊客之遊憩動機分為接近自然、尋找靈感、放鬆心情、紓解壓力、滿足好奇、打發時間、增進親情、娛樂休閒、認識朋友、增廣見聞、戶外教學、參觀展示、重遊回憶與參與社交共14題項。

梁盛棟（2007）在溪頭森林遊樂區遊客旅遊動機之研究中，利用因素分析萃取遊憩動機因素，共分為「戶外遊憩、增進情感」、「靈感啟發、充實知識因素」、「活動參與、體驗風俗因素」、「夢想實現、滿足自我」和「享受自然、放鬆身心」等五個因素。

張淑青、鍾育明（2008）研究到澎湖旅客旅遊動機因素構面分別為「學習」、「放鬆」、「刺激與自我」、「社交」、「有形與服務」、「觀光資源」與「特殊與人文」等七項因素。

陳苑秀（2008）在研究嘉義市民到兩大國家風景區之遊憩動機，其將遊憩動機分為紓解壓力、賞景、運動健身、充實新知、遊憩活動體驗、人際關係等六個面向，共 14 小題。

黃秋萍(2009)研究遊客在岡山地區鄰近景點之旅遊動機題項共有16題，經因素分析分為身心放鬆6題、旅遊體驗6題與親朋邀約4題。

杜殷瑤(2009)之研究主要以文化體驗、人際交流、心理抒發與感官享受等四個構面，做為探討臺南古蹟遊客旅遊動機的因素。

陳明國、孫美蓮、莊翔達與邱政鋒(2010)等人在屏東熱帶農業博覽會遊客參與動機、滿意度與重遊意願之研究，將遊客之參與動機分為「放鬆與體驗」、「好奇與自我滿足」、「活動偏好」及「活動便利性」等四個因素。

鄭峰茂(2010)在高山登山者研究中，「遊憩動機」包含個人挑戰、逃離、學習、冒險、社交以及健康等六個變項，分別以為獲得自信、成就感、攀登技巧、攀登能力、舒緩壓力、遠離枯燥、文化環境、景觀特色、原住民文化、認識新朋友、探索事務、追求刺激、追求新奇、團隊合作、人際關係、鍛練體能和促進健康等，共計17個問項。

梁育誠(2010)於六堆客家文化園區遊客旅遊動機之研究中，利用因素分析萃取旅遊動機構面，量表的向度包括休閒調劑、景點特質、好奇探險及充實新知等四個。

廖獻鎰(2010)將旅遊動機分為新奇自我滿足、休閒調劑、人際社交、宗教文物偏好、宗教心靈感受、宗教利益追尋、家人或朋友推薦等七個因素。

陳秀華(2011)將旅遊動機歸納為休息和放鬆、學習、自我探索、自然和文化資源。

吳寶秀(2011)將旅遊動機分類為新奇自我滿足、休閒調劑、人際社交、宗教文物偏好、宗教心靈感受、宗教利益追尋。

周佳如(2011)將旅遊動機歸納為(1)推力動機：尋求知識、逃離／放鬆、自我提升、冒險／新奇及提升人際關係。(2)拉力動機：旅遊景

點的多樣性、消費、語言與安全、便利性／乾淨性及服務態度及品質等。

潘韵文(2012)將旅遊動機分為教育與文化、休閒與娛樂、種族傳統及其他。

陳世鴻(2012)將旅遊動機分類為文化歷史、家庭互動、身心放鬆、人際交流、學習體驗及新奇創新。

針對以上國內學者之研究，將影響旅遊動機之衡量構面分類整理如表2-1-1，從相關研究文獻可得知，人們對於不同活動或旅遊地點都有不同的旅遊需求，參與活動的因素是多元的，旅遊動機也是相當多樣化的，所以到旅遊目的地觀光遊憩時，其所涉及的動機是多方面的，需要滿足遊客的需求。本研究之旅遊動機將參考張瓊化(2005)、曹校章、鄭志富(2006)、呂長賜(2006)、陳苑秀(2008)、梁育誠(2010)與吳寶秀(2011)等學者研究之旅遊動機構面，將旅遊動機分為「紓壓放鬆」、「景點特色」、「文化學習」、「人際社交」及「宗教利益追求因素」五個因素構面，來探討佛陀紀念館遊客旅遊動機之情形。

表2-1-1國內學者研究旅遊動機之衡量構面

研究者	年份	旅遊動機衡量構面
朱珮瑩	2003	調劑身心因素、充實新知因素、體驗活動因素、自然生態因素、興之所至因素、消磨時間因素
吳忠宏 黃宗成 邱廷亮	2004	景點特質、休閒遊憩、工作／嗜好、生活體驗、自我成長
沈進成 葉修延	2004	增進健康脫離壓力、學習創造新事物、體會特殊風情、活動設施景觀體驗
廖雅蘋	2005	人際關係及知識培養、興趣及嗜好、減輕壓力、親情的培養
張瓊化	2005	身心放鬆與休養、學習與能力培養、人際關係培養、體驗當地特色、身體健康考量
張舉成	2005	找回平靜、新奇、社會化、文化探索、文化投入與學習
曾明媛	2005	治療、情感、環境、餐飲品質
呂長賜	2006	逃避規律、歷史人文、賞景放鬆
黃繡蓮	2006	調養身心、知性旅遊、實際體驗、接觸自然動機

表 2-1-1 國內學者研究旅遊動機之衡量構面（續）

曹校章 鄭志富	2006	放鬆心情、健康適能、社交需求、心理需求
林大椿	2006	自我成就、社會接觸、放鬆、從事創造、豐富生活、社會力量、一起學習
陳玉釧	2007	接近自然、尋找靈感、放鬆心情、紓解壓力、滿足好奇、打發時間、增進親情、娛樂休閒、認識朋友、增廣見聞、戶外教學、參觀展示、重遊回憶與參與社交
梁盛棟	2007	「戶外遊憩、增進情感」、「靈感啟發、充實知識因素」、「活動參與、體驗風俗因素」、「夢想實現、滿足自我」和「享受自然、放鬆身心」
陳苑秀	2008	紓解壓力、賞景、運動健身、充實新知、遊憩活動體驗、人際關係
張淑青 鍾育明	2008	學習、放鬆、刺激與自我、社交、有形與服務、觀光資源、特殊與人文
陳雪亮 劉泳倫 魏華成	2008	放鬆心情、親近大自然、慕名而來、瞭解文化古蹟、運動健身、參拜禮佛、參與親子活動、瞭解動植物生態、購買產品、其他
林經富 劉秀端 林經鈞	2008	休閒紓壓、自我成長、健康需求、社會需求
黃秋萍	2009	身心放鬆、旅遊體驗、親朋邀約
杜殷瑤	2009	文化體驗、人際交流、心理抒發、感官享受
鄭峰茂	2010	個人挑戰、逃離、學習、冒險、社交、健康
陳明國	2010	放鬆與體驗、好奇與自我滿足、活動偏好、活動便利性
劉泳倫	2010	放鬆心情、享受生活
梁育誠	2011	休閒調劑、景點特質、好奇探險、充實新知
陳秀華	2011	休息和放鬆、學習、自我探索、自然和文化資源。
吳寶秀	2011	新奇自我滿足、休閒調劑、人際社交、宗教文物偏好、宗教心靈感受、宗教利益追尋
周佳如	2011	(1)推力動機：尋求知識、逃離／放鬆、自我提升、冒險／新奇及提升人際關係。 (2)拉力動機：旅遊景點的多樣性、消費、語言與安全、便利性／乾淨性及服務態度及品質等。
潘韻文	2012	教育與文化、休閒與娛樂、種族傳統及其他
陳世鴻	2012	文化歷史、家庭互動、身心放鬆、人際交流、學習體驗及新奇創新。

資料來源：本研究整理

第二節 滿意度與其相關研究

本節共分成二部分來介紹，首先為滿意度的定義，其次為影響滿意度的因素，分述如下：

一、滿意度之定義：

近年來，「滿意度」常常被用來當作人們對產品、工作、居住環境、服務品質、生活品質、戶外遊憩品質等之看法、認知、行為表現的衡量工具，是一項常用且有效的衡量消費行為的指標（林晏州、陳

惠美、顏家芝，1998)；因此，遊客從事遊憩活動是為了達成其遊憩目標，以及其所要求獲得的滿意程度來衡量滿意水準。

侯錦雄(1990)將滿意度可分為「分項滿意度」及「整體滿意度」二種。「分項滿意度」則是指產品各屬性的滿意度，如：服務滿意度、環境滿意度、活動滿意度、設備滿意度等；「整體滿意度」則是一種整體的反應，代表不同屬性評量的總和，為一個整體性的滿意度評估。

Baker and Crompton(2000)主張遊憩滿意度是遊客個人真實的經驗，源自於遊客與目的地互動後所產生的心理感覺(轉引自張淑青、鍾育明，2008)。

曹勝雄(2001)指出旅遊產品具不可分割性，導致旅遊產品的生產和消費過程是同時發生的，也就是旅遊者必須親身經歷，才能獲得感受與體驗，所以必須讓旅遊者在各方面都得到滿意。

邱博賢(2003)認為滿意度是一種個人生理或心理的感受狀況，也是個人對於情境的主觀表現。張孝銘、李豪(2009)也指出遊憩滿意度是對於在觀光遊憩中有關之人事時地物的一種內外心理反應，視為一種觀光遊憩活動好壞與否的評價。

林欣玫(2005)將滿意度視為測量人們對產品、工作、生活品質、服務品質或戶外遊憩品質等看法的工具，依其研究目的、旅遊特性、旅遊時間與空間背景等差異，作為測量滿意度之依據。林大椿(2006)將「滿意度」定義為遊客藉由遊憩體驗所獲得之旅遊滿足程度。

陳冠曲(2007)將滿意度定義為遊客在遊憩環境，參與遊憩活動或使用遊憩設施、服務後，所產生上理或心理的感受程度狀況，而此感受是主觀的、情緒性的，可以用來評估遊客體驗的程度。

梁育誠(2010)將滿意度定義為遊客實際參與遊憩活動受到環境特質之影響，心理所產生感覺與之前認知差異的程度。李家偉(2009)

也認為遊憩滿意度是將個人體驗的內在感受，以先前期望與體驗後知覺的差異程度作為評判標準，其功用以能滿足遊憩者心中期待或體驗感受為最終目標，常作為一個衡量事物表現優劣的方法。

綜合上述研究學者之滿意度定義，李家偉(2009)、梁育誠(2010)將滿意度定義為遊客實際參與遊憩活動受到環境特質之影響，遊憩體驗後之心理所產生感覺與遊憩體驗之前認知差異的程度；而大多研究學者如林大椿(2006)、陳冠曲(2007)、杜殷瑢(2009)和李明儒、陳雅捷(2010)將滿意度定義成遊客在遊憩環境，參與遊憩活動或使用遊憩設施、服務後，所產生心理或生理的感受程度狀況。本研究之滿意度是指遊客在佛陀紀念館內，參觀環境景觀、使用服務設施後，而感到身心愉悅、舒適滿足的程度。

二、影響滿意度之因素

沈進成、葉修延(2004)在松田崗創意生活農莊遊客旅遊吸引力、滿意度與重遊意願影響關係之研究中。認為影響旅遊滿意度的因素，分別為服務與設施、價位設計、整體規劃、活動景觀體驗及便利性等五個因素。

洪武詮(2004)研究泰安鐵道文化觀光發展遊客滿意度之因素有文化特色、人際社交、公共設施與服務品質等四個因素。

呂長賜(2006)研究集集地區遊客之滿意度，將滿意度變項分為公共設施、遊憩設施和解說設施等三個因素來進行探討及分析。

張淑青(2008)研究澎湖觀光休閒漁業園區之滿意度題項有三，分別為「整體而言，令人滿意」、「整體而言，獲益良多」、「整體服務水準佳」。

張几文(2008)研究牛耳藝術渡假村遊客滿意度之測量項目，包括環境滿意度、管理滿意度及價格滿意度等三個因素。

路泰康（2008）在遊客對綠島海域遊憩活動滿意度之研究中，遊憩環境屬性滿意度分為實質環境屬性、社會環境屬性、經營管理環境屬性及活動設施環境屬性等四個因素。

徐毓宏（2008）在三義舊山線旅客滿意度之問項，分為鐵道文化豐富性、客家文化豐富性（如客家風味小吃、客家農特產品）、自然生態景觀、當地特產及紀念品、旅遊解說標示、公共設施（如廁所、座椅及照明設施）、停車空間設施、道路標示指引、整體環境景觀設計等九項。

黃秋萍（2009）研究岡山地區鄰近景點遊客之旅遊滿意度，經因素分析滿意度可簡化成三個因素層面，分別為「旅遊服務」、「旅遊設施」及「身心感受」，共分14個題項。

郭進財、黃文成與王維誠（2009）研究阿里山國家風景區之滿意度，將影響滿意度的因素分為「產品服務」、「餐旅服務」、「人員服務」和「環境景觀」四個因素。

林美伶、顏添明、李介祿（2009）等人研究惠蓀林場及新化林場滿意度與忠誠度之比較，將影響遊客滿意度的因素分為自然環境、社會環境、經營管理和活動設施四項因素。

杜殷瑤（2009）在台南古蹟遊客旅遊動機、滿意度與認同度關係之研究，以經營管理、環境感受與交通規劃等三個因素，共有14個問項，做為研究衡量滿意度之因素。

劉泳倫、林瑋珊、鄒哲宗與曾家鈺（2010）在東石漁人碼頭遊客旅遊動機、需求、滿意度與重遊意願之相關研究中，旅遊滿意度經由因素分析共得到「學習新知」、「硬體設備」、「自然景觀」三項因素。

黃康玲（2010）在美濃地區遊客特性、滿意度與再遊意願之研究中，影響滿意度的因素有環境感官、服務需求、經營策略和整體滿意

度等4項。

曾詩馨與李明聰（2010）研究台南市安平古堡之遊客滿意度，將滿意度分為「旅遊消費」、「服務設施」與「環境品質」等三個因素，共有11題問項。

梁育誠（2010）研究參觀六堆客家文化園區之遊客滿意度，認為影響滿意度的因素為文化教育、服務設施、休閒社交及環境規劃等4個因素。

針對以上國內學者之研究，將影響滿意度之衡量構面分類整理如表2-2-1，本研究參考洪武詮（2004）、沈進成、葉修延（2004）、曾詩馨、李明聰（2010）與梁育誠（2010）等學者之滿意度衡量構面，將佛陀紀念館遊客滿意度分為「身心感受」、「服務設施」、「景點特色」、「環境景觀」與「整體規劃」等五個因素構面，來探討佛陀紀念館遊客滿意度之情形。

表2-2-1國內學者研究滿意度之衡量構面

研究者	年份	滿意度之衡量構面
梁育誠	2010	文化教育、服務設施、休閒社交、環境規劃
曾詩馨 李明聰	2010	旅遊消費、服務設施、環境品質
陳明國 等	2010	服務品質、硬體設施與環境景觀、消費價格、行銷活動
劉泳倫 等	2010	學習新知、硬體設備、自然景觀
黃康玲	2010	環境感官、服務需求、經營策略
杜殷瑤	2009	經營管理、環境感受、交通規劃
林美伶 顏添明 李介祿	2009	自然環境、社會環境、經營管理、活動設施
郭進財 黃文成 王維誠	2009	產品服務、餐旅服務、人員服務、環境景觀
黃秋萍	2009	旅遊服務、旅遊設施、身心感受
張几文	2009	環境滿意度、管理滿意度、價格滿意度
徐毓宏	2009	鐵道文化豐富性、客家文化豐富性、自然生態景觀、當地特產及紀念品、旅遊解說標示、公共設施、停車空間設施、道路標示指引、整體環境景觀設計
張淑青	2008	「整體而言，令人滿意」、「整體而言，獲益良多」、「整體服務水準佳」
路泰康	2008	實質環境、社會環境、經營管理環境、活動設施環境

表2-2-1國內學者研究滿意度之衡量構面（續）

呂長賜	2006	公共設施、遊憩設施、解說設施
沈進成 葉修延	2004	服務與設施、價位設計、整體規劃、活動景觀體驗、便利性
洪武詮	2004	文化特色、人際社交、公共設施、服務品質

資料來源：本研究整理

第三節 重遊意願與其相關研究

本節共分成二部分來介紹，首先為重遊意願的定義，其次為影響重遊意願的因素，分述如下：

一、重遊意願的定義

重遊意願係指遊客再度遊玩的意願，亦即忠誠度的再購意願。Kozak (2001) 認為重遊意願指遊客是否願意再次旅遊某一目的地的意願，或是推薦他人的意願。林怡安 (2002) 對博物館服務品質滿意度進行評價，遊客在參觀科博館之後對科博館的評價所做出決定，包含是否願意再來參觀以及是否願意推薦親友來參觀等。於忠苓 (2003) 遊客再次前來的意願。林政菽 (2004) 遊客獲得滿意後，產生重遊意願及行為及推薦之情況。林欣玫 (2005) 遊客忠誠度主要反應未來參與遊憩活動的可能性以及遊客願意為其建立正面口碑及宣傳的支持傾向。陳弘尉 (2005) 遊客再次旅遊某一目的地或同一國家內之其他景點。許立群 (2006) 認為重遊意願最直接的表現就是有意願再次到同一地點旅遊。盧筱筠 (2007) 重遊意願指遊客對旅遊的目的地產生滿意而產生再次前往旅遊的意念或行為。范欣宜 (2008) 忠誠度指消費者本身願意再度消費，且願意向他人推薦並給予正面評價。張淑青、鍾育明 (2008) 在觀光遊憩的研究領域中，以探討遊客對目的地的「重遊意願」與「推薦意願」作為忠誠度之意涵。周秀蓉 (2008) 認為重遊意願是指遊客是否願意再次來訪遊憩區，遊客在接觸主題樂園所呈現的各項服務後，必定會產生某些評價，而影響往後的重遊意

願。胡振華（2008）認為重遊意願的意涵，包括態度面的再度遊玩的意願與行為面的向他人推薦、旅遊時會優先選擇此景點。張淑青、黃直元（2009）認為在觀光遊憩的研究領域中，重遊意願即是由行為意圖中的忠誠度衍生而來。蔡鳳兒在日月潭國家風景區忠誠度之研究中，認為忠誠度係指凡到過日月潭國家風景區之遊客，有意願再回到當地重遊者。李家偉（2009）指出重遊意願常出現在遊憩滿意度的相關文獻中，當遊客選擇到遊憩區遊玩時，遊憩區所提供的遊憩機會、環境設施、活動與服務的評價符合遊客的要求，可能讓遊客產生再訪的意願。黃康玲（2010）認為再遊意願是個人對旅遊滿意的主觀態度表現後，有否意願再次前往該地區從事旅遊行為。

根據以上學者之定義，重遊意願是遊客對旅遊滿意的主觀態度表現後，是否願意再次前往該遊憩景點從事旅遊行為。本研究之重遊意願是指遊客到佛陀紀念館遊玩後，將來會有再次重遊佛陀紀念館的意願甚至行為，也會有推薦親友到佛陀紀念館旅遊的意願。

二、影響重遊意願的因素

在影響重遊意願的因素上，多數學者常以「重遊意願」、「推薦意願」、「口碑宣傳」、「合作的態度」、「主動參與的行為」、「未來旅遊最優先考量景點」、「協助推廣」、「提供改進意見」、「傳達正向訊息」等因素構面，作為衡量問項，茲將國內各研究者常見的重遊意願構面分述如下並整理如表2-3-1：

吳忠宏、黃宗成、邱廷亮（2004）在玉山國家公園研究中，將重遊意願變項分為下次再度光臨玉山國家公園的意願、建議親友至玉山國家公園旅遊、玉山國家公園是未來旅遊最優先考量景點等三個構面。

林政菽（2004）在內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊

意願之研究，將重遊意願分為下次會再來這裡玩、下次再來這裡還會選擇坐火車、會再參與其他地方的鐵道旅遊、會介紹親朋好友來這裡玩、會介紹親朋好友參加鐵道旅遊活動等五個題項。

王伯文（2005）在研究奮起湖地區中以重遊意願、推薦親友、協助推廣及提供改進意見作為忠誠度之衡量構面。呂長賜（2006）在集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，將重遊意願的構面設定為「下次再光臨集集地區的意願」、「建議親友到集集地區的意願」和「集集地區是未來旅遊最優先考量景點」等三個變項進行探討及分析。

張孝銘、張詠誠、徐靖玟（2008）在清境農場重遊意願之研究中，因素分析出「遊客優先考量」和「樂於推薦他人」二個構面。鄭峰茂（2010）在高山登山者遊後行為之研究中，分別以遊客再度參與、是下次旅遊之第一選擇、推薦他人、正向口碑、優先選擇、支付更高金錢與時間等為遊後行為問項。

梁育誠（2010）將「行為意向」題項進行因素分析，篩選過後顯示出3個主要因素，分別命名為「推薦意願」、「溢價意願」、「重遊意願」等三個構面。黃康玲（2010）在美濃地區遊客特性、滿意度與再遊意願之研究，以是否願意再次來美濃地區旅遊、是否願意傳達正向訊息，以及會推薦他人來美濃地區旅遊等三個變項進行探討。

針對上述國內學者之研究，本研究之重遊意願為遊客將來願意再次重遊佛陀紀念館，將來願意帶朋友到佛陀紀念館，而且會願意推薦佛陀紀念館資訊給親友知道，並願意推薦親友到佛陀紀念館旅遊等四個題項，來探討佛陀紀念館遊客重遊意願之情形。

表2-3-1國內學者研究重遊意願之衡量構面

研究者	年份	重遊意願之衡量構面
梁育誠	2011	「推薦意願」、「溢價意願」、「重遊意願」
鄭峰茂	2010	遊客再度參與、是下次旅遊之第一選擇、推薦他人、正向口碑、優先選擇、支付更高金錢與時間
黃康玲	2010	願意再次來美濃地區旅遊、是否願意傳達正向訊息、會推薦他人來美濃地區旅遊
胡振華	2008	下次再光臨舊山線地區的意願、建議親友到舊山線地區的意願
張孝銘 張詠誠 徐靖玟	2008	遊客優先考量、樂於推薦他人
呂長賜	2006	下次再光臨集集地區的意願、建議親友到集集地區的意願、集集地區是未來旅遊最優先考量景點
王博文	2005	重遊意願、推薦親友、協助推廣、提供改進意見
林政菽	2004	下次會再來玩、下次再來這裡還會選擇坐火車、再參與其他地方的鐵道旅遊、會介紹親朋好友來這裡玩、會介紹親朋好友參加鐵道旅遊活動
吳忠宏 黃宗成 邱廷亮	2004	下次再度光臨玉山國家公園的意願、建議親友至玉山國家公園旅遊、玉山國家公園是未來旅遊最優先考量景點

資料來源：本研究整理

第四節 「旅遊動機、滿意度及重遊意願的相關研究」

由上述各點文獻整理即可發覺，旅遊動機、滿意度與重遊意願彼此是存在一些相關性的。本節將探討旅遊動機、滿意度與重遊意願之關聯性，共分三部分，依序為「旅遊動機與滿意度之關聯性」、「滿意度與重遊意願之關聯性」以及「旅遊動機與重遊意願之關聯性」，希望透過本節之探討，更加瞭解完整之旅遊動機、滿意度及重遊意願三者間之關聯性。

一、旅遊動機與滿意度之關聯性

侯錦雄(1990)在遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究中，將旅遊滿意度解釋為係受到：1.個人特徵與差異 2.遊憩動機 3.遊憩機會 4.此次遊憩的參與型態等因素的影響。研究中發現，遊客不同的社經特徵，在不同的文化影響下，產生多樣的態度、偏好及動機，並以不同的方式影響其對旅遊滿意度及品質的知覺。將旅遊滿意度分成二項分別為總旅遊滿意度和分項旅遊滿意度分項旅遊滿意度包括有

環境滿意、活動滿意及管理滿意等三個概念。而在休閒旅遊的過程中，遊客的旅遊動機愈高，則滿意度亦愈高(林慧瑜，2006)。且在休閒旅遊的研究上，旅遊動機與滿意度常被用來作為了解遊客在旅遊之中的感受與想法，所以由下表2-4-1可得知遊客的旅遊動機與滿意度之間有顯著的影響關係存在。本研究推論出假說1：

H1:佛陀紀念館遊客之旅遊動機對滿意度有顯著的正向影響關係。

表2-4-1國內學者針對旅遊動機與滿意度相關研究

研究者	年份	旅遊動機與滿意度相關研究
傅秀英	2010	休閒動機與休閒體驗及休閒滿意度的相關情形皆屬於正相關
阮氏簪英	2010	旅遊動機對滿意度具有正相關。
李坤烈	2010	遊旅動機和滿意程度之間有顯著的相關。
呂宜馨	2010	旅遊動機與滿意度各因素構面間呈現正相關。
鄧智斌	2009	旅遊動機對服務滿意度具有正相關。
林玉雯	2009	不同旅遊動機類型能有效預測遊客滿意度和遊客忠誠度。
紀雅音	2008	旅遊動機和滿意程度之間有顯著的相關。
梁盛棟	2007	透過旅遊動機與期望；動機對滿意度具有正相關。即旅遊動機愈強烈，則期望也會愈高，滿意度則會愈滿意。
林慧瑜	2006	研究發現遊憩動機愈高，則滿意度亦愈高。
黃祺惠	2005	遊客遊憩動機與行前期望、體驗滿意度皆呈顯著正相關。

資料來源：本研究整理

由表2-4-1相關實證研究之研究結果顯示，以遊客作為對象之研究，遊客在旅遊過程中，遊客的旅遊動機愈強烈，則期望也會愈高，相對其滿意度將會愈滿意。

二、滿意度與重遊意願之關聯性

Kozak, M.(2001)指出遊客會經由選擇旅遊目的地、消費的產品和服務並且決定重遊或再購買，遊客滿意度對於旅遊目的地行銷成功與否是非常重要的影響指標。所以滿意度越高，重遊意願也越高(陳奕任，2010)。由表2-4-2可知遊客的滿意度與重遊意願有顯著影響關係存在。

表2-4-2國內學者針對滿意度與重遊意願相關研究

研究者	年份	滿意度與重遊意願相關研究
鄧心寧	2010	遊客重視度與滿意度及忠誠度呈顯著正相關
楊景裕	2010	旅遊動機會顯著地正向影響整體滿意度與重遊意願。
陳奕任	2010	滿意度越高，重遊意願也越高。
鄭憶萍	2009	總滿意度與重遊意願之相關性最高、影響效果較為顯著。
蘇令宜	2009	遊客整體滿意度高，同時「整體滿意度」與「重遊意願」達顯著相關，「整體滿意度」和「推薦行為」也達顯著相關。
呂寶芳	2008	遊客之旅遊動機與滿意度及重要度有正相關。
盧筱筠	2007	推力動機與拉力動機也都會透過旅遊滿意度來顯著影響重遊意願。
梁盛棟	2007	滿意度則以鬆弛身心、增進情感最高，顯示滿意度會顯著影響重遊意願。

資料來源：本研究整理

經由表2-4-2相關實證研究發現，遊客的滿意度與重遊意願間的關係是明顯存在的，且與體驗後滿意度間呈顯著影響。至於是否願意向他人推薦的意願端賴遊客對宣傳口碑、服務品質、遊憩整體規劃、品牌效果之意象等之滿意度而有所影響。本研究推論出假說3：

H3：佛陀紀念館遊客之滿意度對重遊意願有顯著的正向影響關係。

三、旅遊動機與重遊意願之關聯性

曾明媛(2004)研究結果顯示在椰林溫泉餐廳遊客動機中，以增進家人或朋友的感情為最多、排除生活壓力及焦慮、欣賞溫泉餐飲區週邊的自然景色。透過逐步迴歸分析，得知顧客滿意度與忠誠度的再度重遊之影響有兩個重要因素構面，為實際體驗的溫泉餐飲區的空間品質與動機問項中的治療因素。方幸君(2004)研究結果顯示到高雄市觀光的遊客主要參與動機為舒解壓、欣賞風景或與家人共聚，因此最常一同出遊者為家人或親戚，約有45%受訪遊客表示對該景點滿意，約60%願意重遊或主動推薦給他人。而且部份遊客背景或參與行為確實會影響其對觀光意象的認知。觀光意象認知與其對遊憩品質因素重視程度、滿意程度及重遊意願間確實存在顯著相關。

黃綉蓮(2004)以東埔風景區遊客旅遊動機、遊憩體驗、滿意度與重遊意願之研究結果發現，遊客特性與旅遊動機達到顯著性差異，

遊客特性不同，其旅遊動機亦不同。遊客旅遊動機之「調養身心」、「實際體驗」、「接觸自然動機」因素與服務設施「自然環境與景觀」、「遊憩活動設計」、「服務品質」，各變項皆達顯著正相關；而在「知性旅遊」動機方面，與「遊憩活動設計」所有變相皆達顯著正相關。呂長賜（2006）就集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究結果發現，旅遊動機與集集地區服務設施的行前期望有正向關係。以迴歸方法分析遊客重遊意願的影響因子，發現「逃避規律動機」、「歷史人文動機」及「休憩場所的實際體驗」為重要的影響因子。

劉美娟（2008）研究國小高年級學生對主題樂園的遊憩動機、滿意度與重遊意願之結果顯示，藉由皮爾森積差相關可以得知，遊憩動機、滿意度、旅遊期望以及重遊意願四個面向之間有顯著的相關；根據迴歸分析的結果，四種面向都互有相關性，且遊憩滿意度是影響重遊意願最大的因素。徐嬌春（2009）以飛牛牧場休閒產業遊客遊憩動機、遊憩體驗、滿意度與忠誠度之關連性研究為例，研究結果發現遊憩動機對遊憩體驗有正向預測力；部分遊憩動機對遊憩滿意度有正向預測力；遊憩滿意度對忠誠度亦有正向預測力。由表2-4-3可知遊客的旅遊動機與重遊意願有顯著影響關係存在。本研究推論出假說2：

H2：佛陀紀念館遊客之旅遊動機對重遊意願有顯著的正向影響關係。

表2-4-3國內學者針對旅遊動機與重遊意願相關研究

研究者	年份	旅遊動機與重遊意願相關研究
徐嬌春	2009	遊憩動機對遊憩體驗有正向預測力；部分遊憩動機對遊憩滿意度有正向預測力；遊憩滿意度對忠誠度亦有正向預測力。
劉美娟	2008	遊憩動機、滿意度、旅遊期望以及重遊意願四個面向之間有顯著的相關
呂長賜	2006	旅遊動機與集集地區服務設施的行前期望有正向關係。
黃綉蓮	2004	遊客特性與旅遊動機達到顯著性差異
方幸君	2004	觀光意象認知與其對遊憩品質因素重視程度、滿意程度及重遊意願間確實存在顯著相關。
曾明媛	2004	顧客滿意度與忠誠度的再度重遊存在顯著相關。

資料來源：本研究整理

經由表2-4-3相關實證研究發現，不同遊客之旅遊動機所產生的滿意度也會有所不同，且旅遊動機與滿意度之間存有相關性。旅遊動機與滿意度之間將因遊憩體驗等因素會直接影響到滿意度，而遊客對於遊憩體驗若感到滿意，則會提高下次重遊的意願，由此可見提昇遊客滿意度之重要性，而滿意度的對重遊意願亦有正面的影響。本研究推論出假說4：

H4：佛陀紀念館遊客之滿意度會中介旅遊動機對重遊意願的關係。



第三章 研究方法

本章主要內容包含第一節研究架構、第二節研究假設、第三節操作型定義、第四節問卷設計、第五節樣本與抽樣方法、第六節資料處理，茲將內容分別陳述如下：

第一節 研究架構

本研究主要在探討旅遊動機、滿意度與重遊意願之間的關係，根據本研究目的及相關理論與參考文獻，將各主要變項之構面與其對應之假設繪製成如圖3-1之研究架構。

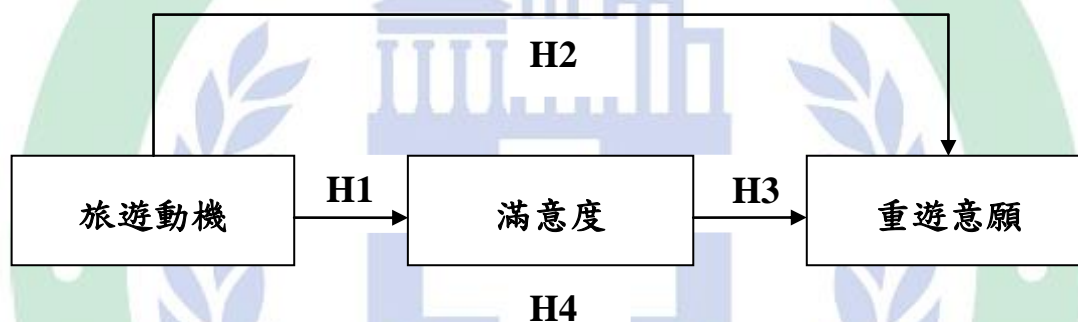


圖 3-1 研究架構圖

第二節 研究假設

依據本研究的目的及問題，為檢定研究架構，乃提出下列研究假設，茲分述如下：

- H1：佛陀紀念館遊客之旅遊動機對滿意度有顯著的正向影響關係。
- H2：佛陀紀念館遊客之旅遊動機對重遊意願有顯著的正向影響關係。
- H3：佛陀紀念館遊客之滿意度對重遊意願有顯著的正向影響關係。
- H4：佛陀紀念館遊客的滿意度會中介旅遊動機對重遊意願的關係。

第三節 操作型定義

本研究主要是探討佛陀紀念館的遊客之旅遊動機、滿意度與重遊意願之間關係。本節依據前述相關理論及參考文獻，將旅遊動機、滿意度與重遊意願三個變項衡量之構面進行操作化，各變項之操作性定義分述如下：

一、旅遊動機操作性定義

本研究之旅遊動機是指促使遊客在休閒時間選擇旅遊的慾望與需求，及驅使遊客前往旅遊目的地活動的因素。本研究之旅遊動機參考張瓊化（2005）、曹校章、鄭志富（2006）、呂長賜（2006）、陳苑秀（2008）、梁育誠（2010）與吳寶秀（2011）等學者研究之旅遊動機構面，再加上佛陀紀念館景點特色，而將旅遊動機分為「紓壓放鬆」、「景點特色」、「文化學習」、「人際社交」及「宗教利益追求因素」五個因素構面。

二、滿意度操作性定義

本研究之滿意度是指遊客在佛陀紀念館內，參觀環境景觀、使用服務設施後，而感到身心愉悅、舒適滿足的程度。本研究參考洪武詮（2004）、沈進成、葉修延（2004）、曾詩馨、李明聰（2010）與梁育誠（2010）等學者之滿意度衡量構面，將佛陀紀念館遊客滿意度分為「身心感受」、「服務設施」、「景點特色」、「環境景觀」與「整體規劃」等五個因素構面，來探討佛陀紀念館遊客滿意度之情形。

三、重遊意願操作性定義

本研究之重遊意願為遊客將來願意再次重遊佛陀紀念館，將來願意帶朋友到佛陀紀念館，而且會願意推薦佛陀紀念館資訊給親友知道，並願意推薦親友到佛陀紀念館旅遊等四個題項，來探討佛陀紀念館遊客重遊意願之情形。

第四節 問卷設計

本研究依據研究架構設計編製出本研究問卷內容，其問卷各衡量構面與選答問項皆參考國內外學者之研究所建構出來，採量化之結構式問卷調查，在問卷量表的内容上，共編製成四部份，第一部份為「旅遊動機量表」；第二部份為「滿意度量表」；第三部份為「重遊意願量表」；第四部份為「基本背景資料與特性」，分別說明如下：

一、旅遊動機量表

本研究之遊客遊憩動機量表參考張瓊化（2005）、曹校章、鄭志富（2006）、呂長賜（2006）、陳苑秀（2008）、梁育誠（2010）與吳寶秀（2011）等學者研究之旅遊動機構面，再加上佛陀紀念館景點特質，將旅遊動機量表分為「紓壓放鬆」、「景點特質」、「文化學習」、「人際社交」及「宗教利益追求因素」共有五個衡量構面17個題項。本量表採用李克特五點尺度量表（Likert Scale），根據受訪遊客的填答情況，量表從1分（非常不同意）、2分（不同意）、3分（普通）、4分（同意）、5分（非常同意）作為測量依據，分數之計算係由各構面內之子題項分數加總後平均而得，分數越高表示此構面旅遊動機越高。量表敘述詳見表3-4-1所示。

表3-4-1旅遊動機量表之構面與題項內容

變項	構面	題項	衡量內容	量測尺度
旅遊動機	紓壓放鬆	1	慕名而來，滿足好奇心。	李克特五點尺度(Likert scale)
		2	為了讓身體獲得休息，恢復體力與精神。	
		3	為了獲得心靈上的放鬆、抒解壓力。	
		4	能豐富自己的旅遊經驗。	
	景點特質	5	為了參觀佛陀紀念館內各項建築特色。	
		6	佛陀紀念館內規劃完善，適合全家同遊。	
	文化學習	7	為了欣賞佛陀紀念館內的的文物或設施。	
		8	為了學習新事物、啟發新的靈感。	
		9	為了學習成長、增廣見聞。	
		10	為了追求佛學的學習與滿足。	
	人際社交	11	為了與同伴留下美好回憶。	
		12	為了可以實現自己的夢想。	
		13	為了調劑生活，追求愉悅快樂。	
	宗教利益追求	14	禮佛祈求庇佑。	
		15	酬謝還願。	
參考來源文獻：張瓊化（2005）、曹校章、鄭志富（2006）、呂長賜（2006）、陳苑秀（2008）、梁育誠（2010）、吳寶秀（2011）				

資料來源：本研究整理

二、滿意度量表

本研究參考洪武詮（2004）、沈進成、葉修延（2004）、曾詩馨、李明聰（2010）與梁育誠（2010）等學者之滿意度衡量構面，將佛陀紀念館遊客滿意度分為「身心感受」、「服務設施」、「景點特色」、「環境景觀」與「整體規劃」共五個因素構面及17個題項，來探討佛陀紀念館遊客滿意度之情形。本量表採用李克特五點尺度量表（Likert Scale），根據受訪遊客的填答情況，量表從1分（非常不同意）、2分（不同意）、3分（普通）、4分（同意）、5分（非常同意）作為測量依據，分數之計算係由各構面內之子題項分數加總後平均而得，分數越高表示此構面該項滿意度越高。量表敘述詳見表3-4-2所示。

表 3-4-2 滿意度量表之構面與題項內容

變項	構面	題項	衡量內容	量測尺度
滿意度	身心感受	1	可以獲得心靈上的放鬆、抒解壓力。	李克特五點 尺度(Likert scale)
		2	可以讓身體獲得休息，恢復體力精神。	
		3	可以增廣見聞，獲得知識。	
		4	可以增進親友感情與生活樂趣。	
	服務設施	5	服務人員的態度。	
		6	佛陀紀念館內提供解說與導覽服務。	
		7	到佛陀紀念館交通之便利性。	
		8	佛陀紀念館內商品價格之感受。	
		9	佛陀紀念館停車之方便性。	
		10	佛陀紀念館內紀念商品之特色。	
	景點特色	11	佛陀紀念館內各項佛教文物展覽。	
		12	佛陀紀念館各項建築特色。	
		13	佛陀紀念館內各項活動。	
	環境景觀	14	享受環境清幽、悠閒寧靜的感覺。	
		15	館區植栽美化、綠蔭蔽陽的感覺。	
		16	館區攝影、拍照的景觀特色。	
		17	館區整體環境整潔、舒適程度。	
	整體規劃	18	館區廁所數量及清潔程度。	
		19	館區承載遊客數量程度。	
		20	館區可增加社交及人際關係。	
		21	館區餐飲之方便性。	
		22	館區休憩座椅設施或場所之舒適度。	

參考來源文獻：洪武詮（2004）、沈進成、葉修延（2004）、曾詩馨、李明聰（2010）、梁育誠（2010）

資料來源：本研究整理

三、重遊意願量表

本研究之遊客重遊意願量表參考廖明豐（2003）、王伯文（2005）、鄭峰茂（2010）、梁育誠（2011）問卷加以修改內容敘述編製而成，本研究就以「重遊意願」作為衡量構面，共分為四個題項來探討佛陀紀念館重遊意願之情形，分別為「遊客將來願意再次重遊佛陀紀念館」，並會在「將來願意帶朋友到佛陀紀念館」，也會「願意推薦佛陀紀念館資訊給親友知道」，而且「願意推薦親友到佛陀紀念館旅遊」

等四個題項，來探討佛陀紀念館遊客重遊意願之情形，並以李克特五點尺度（Likert scale）來衡量計分，由受試者勾選出對該項問題同意程度，從「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，分別給予1、2、3、4、5的分數，分數之計算係由各構面內之子題項分數加總後平均而得，分數越高表示分數越高表示遊客重遊意願越高。量表敘述詳見表3-4-3所示。

表 3-4-3 重遊意願量表之構面與題項內容

變項	構面	題項	衡量內容	量測尺度
重 遊 意 願	重 遊 意 願	1	將來願意再次重遊佛陀紀念館。	李克特五點 尺度(Likert scale)
		2	將來願意帶朋友到佛陀紀念館。	
		3	願意推薦佛陀紀念館資訊給親友知道。	
		4	願意推薦親友到佛陀紀念館旅遊。	
參考來源文獻：廖明豐（2003）、王伯文（2005）、鄭峰茂（2010）、梁育誠（2011）、梁育誠（2010）				

資料來源：本研究整理

四、個人基本資料

本研究題項主要參考自謝金燕(2003)、楊淑美(2009)、廖獻鎰(2010)、蔡蕙鈴(2011)以及指導教授之建議，做為社經背景之衡量問項。本研究之個人基本資料包含：性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、居住地、平均月收入、到訪次數、搭乘交通工具、旅遊資訊、旅遊同伴、同遊人數、停留時間、事先計畫、旅遊花費等15題。表敘述詳見表3-4-4所示。

表 3-4-4 社經背景衡量量表

衡量構面	題項	衡量內容
性別	1	<input type="checkbox"/> (1)男； <input type="checkbox"/> (2)女
年齡	2	<input type="checkbox"/> (1) 20歲以下； <input type="checkbox"/> (2) 20-29歲； <input type="checkbox"/> (3) 30-39歲； <input type="checkbox"/> (4) 40-49歲； <input type="checkbox"/> (5) 50-59歲； <input type="checkbox"/> (6) 60歲以上。
婚姻狀況	3	<input type="checkbox"/> (1)單身 <input type="checkbox"/> (2)已婚
教育程度	4	<input type="checkbox"/> (1) 國中及以下； <input type="checkbox"/> (2) 高中職； <input type="checkbox"/> (3) 大學(專科)； <input type="checkbox"/> (4)研究所(含)以上。
職業	5	<input type="checkbox"/> (1)學生； <input type="checkbox"/> (2)農林漁牧業； <input type="checkbox"/> (3)服務業； <input type="checkbox"/> (4)軍公教人員； <input type="checkbox"/> (5)工業； <input type="checkbox"/> (6) 商業； <input type="checkbox"/> (7)自由業； <input type="checkbox"/> (8)家管； <input type="checkbox"/> (9)無(含退休)。
居住地	6	<input type="checkbox"/> (1)北區(台北市、新北市、基隆市、桃園縣、新竹市、新竹縣) <input type="checkbox"/> (2)中區(苗栗縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣) <input type="checkbox"/> (3)南區(嘉義縣、嘉義市、台南市、高雄市、屏東縣) <input type="checkbox"/> (4)東區(宜蘭縣、花蓮縣、台東縣)
平均月收入	7	<input type="checkbox"/> (1)無經常性收入； <input type="checkbox"/> (2) 1萬以下； <input type="checkbox"/> (3) 1-3萬； <input type="checkbox"/> (4) 3-6萬； <input type="checkbox"/> (5) 6-10萬； <input type="checkbox"/> (6) 10萬以上。
到訪次數	8	<input type="checkbox"/> (1)第一次； <input type="checkbox"/> (2)第二次； <input type="checkbox"/> (3)第三次； <input type="checkbox"/> (4)第四次以上。
搭乘交通工具	9	<input type="checkbox"/> (1)自行車； <input type="checkbox"/> (2)機車； <input type="checkbox"/> (3)轎車； <input type="checkbox"/> (4)遊覽車； <input type="checkbox"/> (5)其他_____。
旅遊資訊	10	<input type="checkbox"/> (1)親友介紹； <input type="checkbox"/> (2)廣告摺頁； <input type="checkbox"/> (3)電視或廣播； <input type="checkbox"/> (4)報紙或旅遊雜誌； <input type="checkbox"/> (5)網際網路； <input type="checkbox"/> (6)旅行業者； <input type="checkbox"/> (7) 其他_____。
旅遊同伴	11	<input type="checkbox"/> (1)單獨前來； <input type="checkbox"/> (2)家人親戚； <input type="checkbox"/> (3)同事朋友同學； <input type="checkbox"/> (4)旅行團。
同遊人數	12	<input type="checkbox"/> (1)1人； <input type="checkbox"/> (2)2人； <input type="checkbox"/> (3)3~5人； <input type="checkbox"/> (4)6~10人； <input type="checkbox"/> (5)11人以上。
停留時間	13	<input type="checkbox"/> (1)未滿30分； <input type="checkbox"/> (2)30分~1小時； <input type="checkbox"/> (3)1~2小時； <input type="checkbox"/> (4) 2小時以上。
事先計畫	14	<input type="checkbox"/> (1) 是，有事先計畫 <input type="checkbox"/> (2) 否，無事先計畫
旅遊花費	15	<input type="checkbox"/> (1)沒有消費； <input type="checkbox"/> (2)500元以下； <input type="checkbox"/> (3)501~1,000元； <input type="checkbox"/> (4) 1,001元以上。

參考來源文獻：謝金燕(2003)、楊淑美(2009)、廖獻鎰(2010)、蔡蕙鈴(2011)。

資料來源：本研究整理

第五節 樣本與抽樣方法

本研究樣本是以參訪佛陀紀念館之遊客為研究對象，問卷於2014年3月至5月進行施測，並於佛陀紀念館之「本館」及「禮敬大廳」發放問卷，採便利抽樣進行問卷調查。經過公式運算為確保本研究之精確度，並考量問卷調查過程中產生的廢卷率，因此將問卷調查數調整為500份，在佛光山師父及義工們的幫助下，將問卷交予遊客自行填寫，若遇到年長或不識字的遊客，則協助讀題以利填寫問卷。問卷共發出500份，回收後扣除無效問卷72份(填答不完全以及勾選之問項同意程度皆為同一選項)，有效問卷計428份。有效問卷回收率為85.60%。

第六節 資料處理

本研究採問卷調查，將問卷回收後所得之有效樣本資料，以量化方式進行資料整理、編碼、登錄、輸入完成，並以統計套裝軟體進行資料統計分析。依據研究目的與假設，配合研究問題的需要和資料尺度的特性，所採用之統計分析方法有：描述性統計分析、信度分析、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、相關分析、階層迴歸分析，以探討旅遊動機、滿意度與重遊意願之關係。分析方法分別敘述如下：

一、描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)

描述性統計分析是一套用以整理、描述、解釋資料的系統方法與統計技術，是為了瞭解觀察值在各項變項資料的分數集中或分散情形，用以說明樣本資料之結構(邱皓政，2010)。本研究針對佛陀紀念館遊客之基本資料，旅遊動機、滿意度與重遊意願，以百分比、平均數及標準差等描述性統計量進行分析、歸納、探討。平均數愈高代表該屬性較為受訪者所重視，亦即受訪者傾向該問項所描述正面行

為。標準差則為評估有效樣本的一致性，樣本標準差愈小，表示受訪者對於該問項有較一致的看法。統計出各項資料之百分比、平均數、標準差，來描述樣本特性及各變項的分佈情形，以作為基本資料描述與後續推論之基礎。

二、信度分析(Reliability Analysis)

信度分析的主要目的是為了衡量問卷的可靠性，而可靠性是指測量結果的一致性或穩定性（邱皓政，2010）。而信度是指問卷內部問題及變數間是否相互符合，與相同問卷之兩次調查的結果是否前後一致（陳景堂，2004）。本研究採用Cronbach's α 係數來衡量旅遊動機、滿意度與重遊意願之量表構面信度，以及各問項與總量表的相關值。 α 係數值愈高，代表量表內部一致性與穩定性愈高；量表各細目間的關聯係數愈高，顯示問卷的可靠性愈高。一般認為當 α 值在0.5~0.7之間，即變項內部間具有良好的穩定性， α 值大於0.7時，即表示該變數具有高信度。

三、獨立樣本t檢定 (Independent Sample t-test)

獨立樣本t檢定主要是用來檢定兩群體特性的期望值是否相等的統計方法，透過獨立樣本t檢定可比較兩組獨立樣本測量值的平均數是否相等，藉此瞭解兩群體樣本間是否有差異存在（陳景堂，2004）。本研究將利用獨立樣本t檢定來分析不同社經背景之佛陀紀念館遊客，在旅遊動機、滿意度及重遊意願面向是否有顯著差異情形。

四、單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)

單因子變異數分析是用在當研究者所使用的自變項只有一個，研究者所關心的是自變項對於依變數平均數的影響（邱皓政，2010）。其與獨立樣本t檢定不同的是，獨立樣本t檢定是計算兩組平均數之間的差異，而單因子變異數分析適用於二組以上平均數差異的檢定。本研究使用單因子變異數分析，來檢定佛陀紀念館遊客之人口統計變數在旅遊動機、滿意動及重遊意願等變項上是否有顯著差異情形。

五、相關分析 (Correlation Analysis)

相關分析用來探索變項間是否有顯著相關。本研究以Pearson相關分析，檢定旅遊動機、滿意度與重遊意願各變項之間是否具有顯著相關性。

六、階層迴歸分析 (Hierarchical Regression Analysis)

階層迴歸分析乃基於自變項與依變項之間的線性關係，進一步分析檢驗各變項彼此間之因果關係，其目的在於了解各變項間是否有關聯性。本研究利用階層迴歸分析法，分析旅遊動機對滿意度、滿意度對重遊意願、旅遊動機對重遊意願，是否有顯著的影響力，並進行中介變項（滿意度）是否對旅遊動機與重遊意願具有中介效果之驗證。

第四章 結果與討論

本章依據研究目的，針對回收問卷資料彙整後進行分析與討論，以驗證本研究所提出的研究假設。本問卷於 2014 年 3 月至 5 月進行施測，採用便利抽樣問卷調查方式，於佛陀紀念館之「禮敬大廳」及「本館」進行遊客問卷發放，問卷共發出 500 份，回收後扣除無效問卷 72 份(填答不完全以及勾選之問項同意程度皆為同一選項)，有效問卷計 428 份。有效問卷回收率為 85.60%。本章內容共分六小節，第一節針對參觀佛陀紀念館遊客的人口背景基本資料進行描述性統計分析。第二節針對問卷題項之實際填答情形進行平均數及標準差分析。第三節檢視研究的信度，以 Cronbach, s α 係數檢測方法，檢視旅遊動機對滿意度及重遊意願研究構面之信度。第四節利用獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析，了解不同背景特性對旅遊動機、滿意度與重遊意願各構面是否有顯著差異存在。第五節為相關分析，以檢定變項間是否有顯著相關性。第六節為階層迴歸分析，以驗證各研究構面間之相互關係與影響程及本研究假設之驗證。

第一節 樣本背景資料分析

本研究以佛陀紀念館遊客為研究對象，包含性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、居住地、平均月收入、前來次數、交通工具、旅遊資訊、旅遊同伴、同遊人數、停留時間、旅遊是否事先計畫和整體旅遊花費等 15 項基本資料進行人口統計分析，並加以說明，其人口背景統計分佈情形如表 4-1-1 所示。敘述如下：

一、性別

本研究之對象在性別比例方面，男性有 168 位，占 39.3%；女性有 260 位，占 60.7%。女性人數約為男性的 1.5 倍，顯示前往佛陀紀念館旅遊的人口以女性居多，或許因為女性較感性、情感也較為豐富，因此會比較想到佛館來感受一下身體與心靈的體驗。

二、年齡

從遊客年齡的分佈上觀察，以「30~39 歲」(27.8%) 的比例佔最多，其次為「40~49 歲」(22%) 與「20~29 歲」(17.5%) 的旅客，再次是「50~59 歲」(15%)和「60歲以上」(9.8%)的族群，而以「20 歲以下」(7.9%)的族群佔比例最少。由此結果可看出，雖然「30-39 歲」的遊客所佔比例最高，但「40-49 歲」與「20-29 歲」的遊客群也不在少數，而且「20歲以下」的比例並不高，藉此推測佛陀紀念館較能夠吸引青壯年及中年人一同前往旅遊。

三、婚姻狀況

在428份有效樣本中，單身者有163人，占38.1%；已婚者有265人，占61.9%。結果發現前往佛陀紀念館的遊客已婚者居大多數。

四、教育程度

在受訪遊客的教育程度方面，以「大學/專科」佔47.9%，比例最多，其次為「高中(職)」佔36.4%，再次為「國中以下」佔11%，而「研究所(以上)」佔4.7%。由此可知國內的教育相當普及，大多數人皆有受過高中(職)及大學(專科)教育，這是目前高學歷社會的普遍現象。

五、職業

以受訪者的職業別來看，以服務業129人(18.2%)最多；其次依序為學生58人(13.6%)；軍公教人員51人(11.9%)；家管47人(11%)；工業45人(10.5%)；自由業者43人(11%)；無(含退休)23人(5.4%)；商業22人(5.1%)；最少為農林漁牧業10人(2.3%)。

六、居住地

在居住地方面以南部地區人數最多，有292人(68.2%)；其次為中部地區，有56人(13.1%)；北部地區有45人(10.5%)以及東部地區有35人(8.2%)最少。

七、平均月收入

受訪者在平均月收入方面以1-3萬者135人（31.5%）最多；其次依序為3-6萬者133人（31.1%）；無經常性收入者110人（25.7%）；6-10萬者29人（6.8%）；1萬以下者17人（4%）；10萬以上者4人（0.9%）。研究顯示前往佛陀紀念館之遊客，大多屬於中產階級。

八、到訪次數

在參訪佛陀紀念館的次數分佈方面，以「第1次」居多，樣本數有157份（36.7%），其次為「第4次以上」，樣本數有138份（32.2%），再次是「第2次」，樣本數有86份（20.1%），而到訪次數為「第3次」，樣本數有47份（11%），比例最少。

九、交通工具

受訪遊客搭乘交通工具以「汽車」比例為最高，樣本數有267份（62.4%）；其次是「遊覽車」，樣本數有126份（29.4%）；「機車」，樣本數17（4%）；「自行車」，樣本數11份（2.6%）；「其他」，樣本數7份（1.6%）為最少。此研究結果也呼應前面提到遊客以居住地為南部居多，且因距離的關係，遊客自行開車前往的比例也較高，而實際觀察下，搭乘遊覽車的遊客也不少，或許因為佛陀紀念館在週休假日較多活動，而吸引大多數人前往參觀。

十、旅遊資訊

受訪遊客中，以「親友介紹」佛陀紀念館的旅遊資訊最多，有281人（65.7%）；「其他」的有50人（11.7%）；由「報紙或旅遊雜誌」及由「旅行業者」得知的各有30人（7%）；因「電視或廣播」得知訊息的有22人（5.1%）；因「網際網路」而來的有13人（3%）；「廣告摺頁」2人（0.5%）。可見佛陀紀念館旅遊資訊靠遊客親身體驗，而以親友口碑相傳來傳遞訊息是佔最多數，由此可知，佛陀紀念館是值得推薦重遊的好景點。

十一、旅遊同伴

受訪遊客的旅遊同伴以「家人親戚」為最多，樣本數有225份（52.6%），其次為「社團、協會」，樣本數有78份（18.2%），接著為「同事朋友同學」，樣本數有65份（15.2%），再來是「旅行團」，樣本數有38人（8.9%）；還有「單獨前來」，樣本數15份（3.5%）；最後是「其他」，樣本數7份（1.6%）為最少。

十二、同遊人數

受訪遊客中，以「3~5人」一同前來的遊客最多共有202人（47.2%）；「11人以上」共遊的遊客次之，有129人（30.1%）；「6~10人」一起來的有60人（14%）；「2人」的有26人（6.1%）；自己1個人前來的遊客最少，有11人（2.6%）。

十三、停留時間

依受訪者停留時間分佈來看，以「2小時以上」有220人（51.4%）為最多，其次為「1-2小時」有145人（33.9%），再次則為「30分~1小時」有56人（13.1%），而停留時間以「未滿30分鐘」有7人（1.6%）佔最少。

十四、事先計畫

受訪遊客中，有事先計畫的遊客較多有275人（64.3%）；無事先計畫的遊客較少有153人（35.7%）。顯示事先計畫行程之遊客佔較多數。

十五、整體花費

受訪遊客中，花費501~1,000元的最多，有139人（32.5%）；花費500元以下的遊客次之，有128人（29.9%）；花費1,001元以上的有93人（21.7%）；沒有消費的遊客，有68人（15.9%）。

表4-1-1 樣本背景資料統計表

背景變項	類別	樣本數	百分比%
性別	男	168	39.3
	女	260	60.7
年齡	20歲以下	34	7.9
	20-29歲	75	17.5
	30-39歲	119	27.8
	40-49歲	94	22
	50-59歲	64	15
	60歲以上	42	9.8
婚姻狀況	單身	163	38.1
	已婚	265	61.9
教育程度	國中及以下	47	11
	高中職	156	36.4
	大學(專科)	205	47.9
	研究所(含)以上	20	4.7
職業	學生	58	13.6
	農林漁牧業	10	2.3
	服務業	129	30.1
	軍公教人員	51	11.9
	工業	45	10.5
	商業	22	5.1
	自由業	43	10
	家管	47	11
	無(含退休)	23	5.4
居住地	北部	45	10.5
	中部	56	13.1
	南部	292	68.2
	東部	35	8.2
平均月收入	無經常性收入	110	25.7
	1萬以下	17	4
	1-3萬	135	31.5
	3-6萬	133	31.1
	6-10萬	29	6.8
	10萬以上	4	0.9
到訪次數	第一次	157	36.7
	第二次	86	20.1
	第三次	47	11
	第四次	138	32.2
交通工具	自行車	11	2.6
	機車	17	4
	轎車	267	62.4
	遊覽車	126	29.4
	其他	7	1.6
	親友介紹	281	65.7
	廣告摺頁	2	0.5

旅遊資訊	電視或廣播	22	5.1
	報紙或旅遊雜誌	30	7
	網際網路	13	3
	旅行業者	30	7
	其他	50	11.7
旅遊同伴	單獨前來	15	3.5
	家人親戚	225	52.6
	同事朋友同學	65	15.2
	旅行團	38	8.9
	社團、協會	78	18.2
	其他	7	1.6
同遊人數	1人	11	2.6
	2人	26	6.1
	3-5人	202	47.2
	6-10人	60	14
	11人以上	129	30.1
停留時間	未滿30分鐘	7	1.6
	30分~1小時	56	13.1
	1~2小時	145	33.9
	2小時以上	220	51.4
事先計畫	是，有事先計畫	275	64.3
	否，無事先計畫	153	35.7
此次花費	沒有消費	68	15.9
	500元以下	128	29.9
	500~1000元	139	32.5
	1001元以上	93	21.7

註：人數合計共428人，各屬性皆無遺漏值。百分比總和未符合100%，為四捨五入結果。

第二節 旅遊動機、滿意度與重遊意願現況

本節針對回收問卷量表上之實際填答情形，進行題項之平均數及標準差分析，藉以了解佛陀紀念館之遊客在旅遊動機、滿意度與重遊意願之認知現況。量表敘述以李克特五點尺度（Likert scale）來衡量計分，評分從「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」至「非常同意」共計分成五個反應選項，分別給予1、2、3、4、5分，平均分數可反應受試者在各量表上的現況情形，若平均分數高於3分，表示受試者在該量表構面題項上的反應愈趨於正向與積極。反之，若平均分數低於3分，即表示受試者在量表該量表構面題項上的反應愈趨於反向。亦即量表構面分數愈高，顯示此構面之旅遊動機、滿意度、重遊意願愈高。

一、旅遊動機之現況分析

旅遊動機量表共分為「舒壓放鬆」、「景點特質」、「文化學習」、「人際社交」、與「宗教利益追求」等五項構面，量表題項共計15題，總量表構面平均數為3.926，整體量表問項平均數最小值與最大值介於3.231至4.191之間，標準差則介於0.736至0.981之間。

檢視各構面以「景點特質」平均得分最高（ $\mu=4.142$ ， $S=0.753$ ），接著依序為「舒壓放鬆」（ $\mu=3.997$ ， $S=0.616$ ）、「文化學習」（ $\mu=3.995$ ， $S=0.718$ ）、「人際社交」（ $\mu=3.814$ ， $S=0.759$ ），最低為「宗教利益追求」（ $\mu=3.594$ ， $S=0.847$ ）研究結果顯示佛陀紀念館之遊客對旅遊動機同意程度大多為「非常同意」及「同意」，其中平均數最高的題項是「佛陀紀念館內規劃完善，適合全家同遊。」（ $\mu=4.191$ ），而「酬謝還願。」（ $\mu=3.231$ ）則為平均數最低的題項。

根據結果得知，受訪遊客以參訪佛陀紀念館景點為主要旅遊動機，並透過旅程達到調劑身心、舒壓放鬆之效果。此外，大部分人都認為佛陀紀念館適合全家同遊，透過旅遊互動的機會達到增進感情、追求愉悅歡心之目的。詳細資料請見表4-2-1。

表4-2-1 旅遊動機之現況分析摘要表

		N=428	
構面	題 項	平均數	標準差
舒壓 放鬆	1.慕名而來，滿足好奇心。	3.927	0.885
	2.為了讓身體獲得休息，恢復體力與精神。	3.953	0.799
	3.為了獲得心靈上的放鬆、抒解壓力。	4.140	0.736
	4.能豐富自己的旅遊經驗。	3.967	0.834
	分量表	3.997	0.616
景點 特質	5.為了參觀佛陀紀念館內各項建築特色。	4.093	0.821
	6.佛陀紀念館內規劃完善，適合全家同遊。	4.191	0.835
	分量表	4.142	0.753
文化 學習	7.為了欣賞佛陀紀念館內的文物或設施。	4.091	0.831
	8.為了學習新事物、啟發新的靈感。	3.974	0.822
	9.為了學習成長、增廣見聞。	4.044	0.841
	10.為了追求佛學的學習與滿足。	3.873	0.947
	分量表	3.995	0.718
人際 社交	11.為了與同伴留下美好回憶。	3.920	0.891
	12.為了可以實現自己的夢想。	3.621	0.956
	13.為了調劑生活，追求愉悅快樂。	3.901	0.851
	分量表	3.814	0.759
宗教 利益 追求	14.禮佛祈求庇佑。	3.957	0.981
	15.酬謝還願。	3.231	0.960
	分量表	3.594	0.847
	總量表	3.926	0.605

二、滿意度之現況分析

滿意度量表共分為「身心感受」、「服務設施」、「景點特色」、「環境景觀」與「整體規劃」等5項構面，量表題項共計22題，總量表構面平均數為4.061，整體量表問項平均數最小值與最大值介於3.591至4.380之間，標準差則介於0.719至0.890之間。

檢視各構面以「環境景觀」平均得分最高（ $\mu=4.275$ ， $S=0.761$ ），接著是「身心感受」（ $\mu=4.118$ ， $S=0.647$ ）、「景點特色」（ $\mu=4.117$ ， $S=0.698$ ）、「整體規劃」（ $\mu=4.022$ ， $S=0.733$ ）、最低為「服務設施」（ $\mu=3.885$ ， $S=0.665$ ）。研究結果顯示佛陀紀念館之遊客對滿意度同意的程度大多為「非常滿意」及「滿意」，其中平均數最高的題項是「享受環境清幽、悠閒寧靜的感覺。」（ $\mu=4.380$ ），而「佛陀紀念館內商品價格之感受。」（ $\mu=3.591$ ）則為平均數最低的題項。

根據結果得知，量表題項平均數均達3.00以上，顯示佛陀紀念館之遊客對滿意度之內容多表示正向認同。整體看來，佛陀紀念館之遊客非常滿意在佛陀紀念館的環境景觀及享受在館區的悠閒時光，並可與親朋好友交流分享。詳細資料請見表4-2-2。

表4-2-2滿意度之現況分析摘要表

		N=428	
構面	題 項	平均數	標準差
身心感受	1.可以獲得心靈上的放鬆、抒解壓力。	4.210	0.719
	2.可以讓身體獲得休息，恢復體力精神。	4.100	0.769
	3.可以增廣見聞，獲得知識。	4.112	0.747
	4.可以增進親友感情與生活樂趣。	4.049	0.801
	分量表	4.118	0.647
服務設施	5.服務人員的態度。	4.154	0.812
	6.佛陀紀念館內提供解說與導覽服務。	4.049	0.783
	7.到佛陀紀念館交通之便利性。	3.850	0.844
	8.佛陀紀念館內商品價格之感受。	3.591	0.888
	9.佛陀紀念館停車之方便性。	3.775	0.890
	10.佛陀紀念館內紀念商品之特色。	3.890	0.823
	分量表	3.885	0.665
景點特色	11.佛陀紀念館內各項佛教文物展覽。	4.158	0.794
	12.佛陀紀念館各項建築特色。	4.203	0.791
	13.佛陀紀念館內各項活動。	3.990	0.801
	分量表	4.117	0.698
環境景觀	14.享受環境清幽、悠閒寧靜的感覺。	4.380	1.556
	15.館區植栽美化、綠蔭蔽陽的感覺。	4.266	0.815
	16.館區攝影、拍照的景觀特色。	4.163	0.790
	17.館區整體環境整潔、舒適程度。	4.289	0.756
	分量表	4.275	0.761
整體規劃	18.館區廁所數量及清潔程度。	4.198	0.818
	19.館區承載遊客數量程度。	4.014	0.851
	20.館區可增加社交及人際關係。	3.897	0.848
	21.館區餐飲之方便性。	4.000	0.873
	22.館區休憩座椅設施或場所之舒適度。	4.000	0.860
	分量表	4.022	0.733
	總量表	4.061	0.609

三、重遊意願之現況分析

重遊意願量表題項共計4題，總量表構面平均數為4.269，整體量表問項平均數最小值與最大值介於4.282至4.308之間，標準差則介於0.732至0.757之間。

檢視各題項以「我將來願意再次重遊佛陀紀念館。」平均得分最高（ $\mu=4.308$ ， $S=0.732$ ），接著依序為「我將來願意帶朋友到佛陀紀念館」（ $\mu=4.301$ ， $S=0.749$ ）、「我願意推薦佛陀紀念館資訊給親友知道。」（ $\mu=4.292$ ， $S=0.747$ ），最低為「我願意推薦親友到佛陀紀念館旅遊。」（ $\mu=4.282$ ， $S=0.757$ ）。研究結果顯示佛陀紀念館遊客對重遊意願同意程度大多為「非常同意」及「同意」。

根據結果得知，量表題項平均數均達4.00以上，顯示遊客在佛陀紀念館遊憩後，體驗到高的滿意度就會有高的重遊意願，而且佛陀紀念館遊客的重遊意願和推薦意願是很高的。詳細資料請見表4-2-3。

表4-2-3 重遊意願之現況分析摘要表

		N=428	
構面	題 項	平均數	標準差
重遊 意願	1.我將來願意再次重遊佛陀紀念館。	4.308	0.732
	2.我將來願意帶朋友到佛陀紀念館。	4.301	0.749
	3.我願意推薦佛陀紀念館資訊給親友知道。	4.292	0.747
	4.我願意推薦親友到佛陀紀念館旅遊。	4.282	0.757
總量表		4.269	0.702

第三節 構面信度分析

本研究之問卷題項係根據過去文獻進行修改，為衡量問項之可靠性，驗證其信度，本研究採用Cronbach's α 係數檢測法，進行內部一致性與穩定性分析，來檢視研究之信度。根據Nunnally(1991)建議Cronbach's α 值大於或等於0.7屬於很可能的範圍，從表4-3-1可得知，除了旅遊動機中的宗教利益追求構面 α 值為0.686外，本研究各構面信度Cronbach's α 值皆在0.7以上，整體而言，本研究之量表具有良好的信度。茲將本研究所得之信度值，彙整如表4-3-1所示。

表4-3-1 量表構面信度Cronbach's α 值

主構面	題數	主構面 α 值	次構面	題數	次構面 α 值
旅遊 動機	15	.924	舒壓放鬆	4	.750
			景點特質	2	.790
			文化學習	4	.854
			人際社交	3	.796
			宗教利益追求	2	.686
滿意度	22	.941	身心感受	4	.874
			服務設施	6	.776
			景點特色	3	.852
			環境景觀	4	.718
			整體規劃	5	.914
重遊 意願	4	.957	重遊意願	4	.957

第四節 樣本差異分析

本節利用獨立樣本t檢定 (t-test) 與單因子變異數分析 (ANOVA)，來驗證分析佛陀紀念館遊客的人口統計變項，對旅遊動機、滿意度與重遊意願等變項，是否存在顯著的差異。若單因子變異數分析的F檢定達顯著水準時，則以Scheffé法進行事後比較。

一、旅遊動機與人口統計變項之差異分析

佛陀紀念館的遊客在「旅遊動機」方面並不會因為年齡、婚姻狀況、教育程度、平均月收入、交通工具及同遊人數的不同而有顯著的差異；而在性別($t=-3.395$, $p<0.01$)、職業($F=2.208$, $p<0.05$)、居住地($F=5.498$, $p<0.01$)、第幾次來($F=7.580$, $p<0.001$)、旅遊資訊($F=3.470$, $p<0.01$)、旅遊同伴($F=5.210$, $p<0.001$)、停留時間($F=21.726$, $p<0.001$)、事先計畫($F=4.039$, $p<0.001$)、此次花費($F=20.036$, $p<0.001$)等不同人口背景特性，則對「旅遊動機」產生顯著性影響。其中女性的旅遊動機($\mu=4.004$)比男性高($\mu=3.804$)。

經Scheffé法事後比較檢定後發現：在「居住地」方面，「中部」者($\mu=4.098$)顯著高於「南部」者($\mu=3.846$)。在「第幾次來」方面，「第四次以上」者($\mu=4.102$)顯著高於「第一次」者($\mu=3.777$)。在「旅遊資訊」方面，「親友介紹」者($\mu=3.974$)、「其他」者($\mu=3.994$)皆顯著高於「旅行業者」者($\mu=3.477$)。在「旅遊同伴」方面，「社團、協會」者($\mu=4.166$)分別顯著高於「家人親戚」者($\mu=3.906$)及「旅行團」者($\mu=3.629$)。在「停留時間」方面，「30分~1小時」($\mu=3.641$)、「1~2小時」($\mu=3.641$)、「2小時以上」($\mu=4.096$)皆顯著高於「未滿30分鐘」($\mu=2.819$)。而「2小時以上」($\mu=4.096$)皆顯著高於「30分~1小時」($\mu=3.641$)、「1~2小時」($\mu=3.641$)。在「此次花費」方面，「500元以下」($\mu=3.896$)、「501~1000元」($\mu=4.060$)、「1001元以上」($\mu=4.097$)皆顯著高於「沒有消費」($\mu=3.471$)。詳細資料請見表4-4-1。

表 4-4-1 旅遊動機之 t-test 及 ANOVA 分析

依變數	人口統計變項			平均數	標準差	F/t 值	Post Hoc 檢定
旅遊動機	性別	男	1	3.804	0.626	-3.395**	
		女	2	4.004	0.578		
	年齡	20 歲以下	1	4.031	0.482	0.395	
		20-29 歲	2	3.881	0.636		
		30-39 歲	3	3.918	0.545		
		40-49 歲	4	3.897	0.652		
		50-59 歲	5	3.946	0.645		
		60 歲以上	6	3.973	0.645		
	婚姻狀況	單身	1	3.946	0.566	0.536	
		已婚	2	3.913	0.628		
	教育程度	國中及以下	1	3.966	0.657	0.384	
		高中職	2	3.955	0.610		
		大學(專科)	3	3.900	0.602		
		研究所(含)以上	4	3.863	0.475		
	職業	學生	1	4.000	0.587	2.208*	
		農林漁牧業	2	3.866	0.699		
		服務業	3	3.917	0.609		
		軍公教人員	4	3.713	0.578		
		工業	5	4.038	0.575		
		商業	6	3.797	0.674		
		自由業	7	3.965	0.538		
		家管	8	4.116	0.468		
		無(含退休)	9	3.721	0.834		
	居住地	北部	1	4.111	0.558	5.498**	2>3
		中部	2	4.098	0.537		
		南部	3	3.846	0.611		
		東部	4	4.076	0.594		
平均月收入	無經常性收入	1	3.987	0.596	1.607		
	1 萬以下	2	3.780	0.687			
	1-3 萬	3	4.000	0.587			
	3-6 萬	4	3.824	0.602			
	6-10 萬	5	3.908	0.620			
	10 萬以上	6	3.850	0.850			
第幾次來	第 1 次	1	3.777	0.621	7.580***	4>1	
	第 2 次	2	3.889	0.616			
	第 3 次	3	3.970	0.583			
	第 4 次以上	4	4.102	0.542			
交通工具	自行車	1	3.890	0.562	1.124		
	機車	2	3.960	0.564			
	轎車	3	3.880	0.612			
	遊覽車	4	4.017	0.603			
	其他	5	3.971	0.426			
旅遊資訊	親友介紹	1	3.974	0.548	3.470**	1>6 7>6	
	廣告摺頁	2	3.966	1.178			
	電視或廣播	3	3.790	0.656			

旅遊動機		報紙或旅遊雜誌	4	3.924	0.621		
		網際網路	5	3.871	0.608		
		旅行業者	6	3.477	0.659		
		其他	7	3.994	0.731		
	旅遊同伴	單獨前來	1	4.128	0.506	5.210***	5>2 5>4
		家人親戚	2	3.906	0.599		
		同事朋友同學	3	3.835	0.579		
		旅行團	4	3.629	0.574		
		社團、協會	5	4.166	0.573		
		其他	6	3.885	0.837		
	同遊人數	1人	1	4.006	0.776	1.503	
		2人	2	3.764	0.569		
		3~5人	3	3.891	0.624		
		6~10人	4	3.894	0.451		
		11人以上	5	4.020	0.623		
	停留時間	未滿30分	1	2.819	0.769	21.726***	2>1 3>1 4>1 4>2 4>3
		30分~1小時	2	3.641	0.595		
		1~2小時	3	3.830	0.583		
		2小時以上	4	4.096	0.538		
	事先計畫	是，有事先計畫	1	4.012	0.591	4.039***	
		否，無事先計畫	2	3.770	0.599		
	此次花費	沒有消費	1	3.471	0.656	20.036***	2>1 3>1 4>1
		500元以下	2	3.896	0.553		
		501~1000元	3	4.060	0.515		
1001元以上		4	4.097	0.594			

註:*p<0.05;**p<0.01;***p<0.001

二、滿意度與人口統計變項之差異分析

佛陀紀念館的遊客在「滿意度」方面並不會因為年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、平均月收入、交通工具、同遊人數的不同而有顯著的差異；而在性別($t=-2.930$, $p<0.01$)、居住地($F=7.350$, $p<0.001$)、第幾次來($F=10.997$, $p<0.001$)、旅遊資訊($F=6.047$, $p<0.001$)、旅遊同伴($F=8.614$, $p<0.001$)、停留時間($F=28.433$, $p<0.001$)、事先計畫($F=3.281$, $p<0.01$)、此次花費($F=24.254$, $p<0.001$)等不同人口背景特性，則對「滿意度」產生顯著性影響。經Scheffé法事後比較檢定後發現：在「居住地」方面，「中部」者($\mu=4.233$)、「東部」者($\mu=4.323$)皆顯著高於「南部」者($\mu=3.970$)。在「第幾次來」方面，「第四次以上」者($\mu=4.284$)皆顯著高於「第一次」者($\mu=3.895$)及「第二次」者($\mu=4.014$)。在「旅遊資訊」方面，「親友介紹」者($\mu=4.095$)、「報紙或旅遊雜誌」者($\mu=4.106$)、「其他」者($\mu=4.260$)皆顯著高於「旅行業

者」($\mu=3.518$)。在旅遊同伴方面，「家人親戚」者($\mu=4.055$)、「社團、協會」者($\mu=4.350$)皆顯著高於「旅行團」者($\mu=3.695$)，而「社團、協會」者($\mu=4.350$)也顯著高於「家人親戚」者($\mu=4.055$)及「同事朋友同事」者($\mu=3.881$)。在「停留時間」方面，「30分~1小時」者($\mu=3.691$)、「1~2小時」者($\mu=3.959$)、「2小時以上」者($\mu=4.257$)皆顯著高於「未滿30分鐘」者($\mu=2.935$)。而「1~2小時」者($\mu=3.959$)、「2小時以上」者($\mu=4.257$)皆顯著高於「30分~1小時」者($\mu=3.691$)，另外「2小時以上」者($\mu=4.257$)顯著高於「1~2小時」者($\mu=3.959$)。在「此次花費」方面，「500元以下」者($\mu=4.042$)、「501~1000元」者($\mu=4.155$)、「1001元以上」者($\mu=4.305$)皆顯著高於「沒有消費」者($\mu=3.570$)，而「1001元以上」者($\mu=4.305$)顯著高於「500元以下」者($\mu=4.042$)。詳細資料請見表4-4-2。

表 4-4-2 滿意度之 t-test 及 ANOVA 分析

依變數	人口統計變項		平均數	標準差	F/t 值	Post Hoc 檢定	
滿意度	性別	男	1	3.954	0.634	-2.930**	
		女	2	4.129	0.583		
	年齡	20歲以下	1	4.181	0.427	0.918	
		20-29歲	2	4.057	0.644		
		30-39歲	3	4.007	0.618		
		40-49歲	4	4.016	0.682		
		50-59歲	5	4.086	0.583		
		60歲以上	6	4.184	0.491		
	婚姻狀況	單身	1	4.1090	0.577	1.276	
		已婚	2	4.0317	0.626		
	教育程度	國中及以下	1	4.195	0.558	1.029	
		高中職	2	4.069	0.629		
		大學(專科)	3	4.023	0.601		
		研究所(含)以上	4	4.068	0.627		
	職業	學生	1	4.154	0.586	1.932	
		農林漁牧業	2	4.068	0.748		
		服務業	3	4.024	0.625		
		軍公教人員	4	3.820	0.663		
		工業	5	4.063	0.594		
		商業	6	4.095	0.730		
自由業		7	4.127	0.545			
家管		8	4.254	0.475			
無(含退休)		9	4.011	0.540			
居住地	北部	1	4.234	0.470	7.350***	2>3	
	中部	2	4.233	0.605		4>3	

滿意度		南部	3	3.970	0.616		
		東部	4	4.323	0.541		
	平均 月收 入	無經常性收入	1	4.154	0.513	1.835	
		1萬以下	2	3.973	0.652		
		1-3萬	3	4.122	0.596		
		3-6萬	4	3.957	0.639		
		6-10萬	5	3.953	0.761		
		10萬以上	6	4.022	0.728		
	第幾 次來	第1次	1	3.895	0.620	10.997***	4>1 4>2
		第2次	2	4.014	0.648		
		第3次	3	4.043	0.568		
		第4次以上	4	4.284	0.514		
	交通 工具	自行車	1	3.743	0.531	1.793	
		機車	2	4.189	0.493		
		轎車	3	4.025	0.605		
		遊覽車	4	4.141	0.635		
		其他	5	4.181	0.436		
	旅遊 資訊	親友介紹	1	4.095	0.549	6.047***	1>6 4>6 7>6
		廣告摺頁	2	4.159	1.060		
電視或廣播		3	3.818	0.700			
報紙或旅遊雜誌		4	4.106	0.598			
網際網路		5	4.094	0.544			
旅行業者		6	3.518	0.718			
其他		7	4.260	0.654			
旅遊 同伴	單獨前來	1	4.212	0.556	8.614***	2>4 5>2 5>3 5>4	
	家人親戚	2	4.055	0.585			
	同事朋友同學	3	3.881	0.577			
	旅行團	4	3.695	0.666			
	社團、協會	5	4.350	0.5469			
	其他	6	4.357	0.529			
同遊 人數	1人	1	4.057	0.686	1.743		
	2人	2	3.963	0.498			
	3~5人	3	4.006	0.625			
	6~10人	4	4.040	0.467			
	11人以上	5	4.175	0.646			
停留 時間	未滿30分	1	2.935	0.691	28.433***	2>1 3>1 3>2 4>1 4>2 4>3	
	30分~1小時	2	3.691	0.625			
	1~2小時	3	3.959	0.581			
	2小時以上	4	4.257	0.179			
事先 計畫	是，有事先計畫	1	4.132	0.605	3.281**		
	否，無事先計畫	2	3.933	0.596			
此次 花費	沒有消費	1	3.570	0.684	24.254***	2>1 3>1 4>1 4>2	
	500元以下	2	4.042	0.563			
	501~1000元	3	4.155	0.466			
	1001元以上	4	4.305	0.601			

註:*p<0.05;**p<0.01;***p<0.001

三、重遊意願與人口統計變項之差異分析

佛陀紀念館遊客在「重遊意願」方面並不會因為年齡、婚姻狀況、教育程度、交通工具及同遊人數的不同而有顯著的差異；而在性別($t=-3.241, p<0.01$)、職業($F=3.309, p<0.01$)、居住地($F=5.139, p<0.01$)、平均月收入($F=4.635, p<0.001$)、第幾次來($F=11.568, p<0.001$)、旅遊資訊($F=4.505, p<0.001$)、旅遊同伴($F=6.133, p<0.001$)、停留時間($F=24.608, p<0.001$)、事先計畫($F=3.238, p<0.01$)、此次花費($F=21.551, p<0.001$)等不同人口背景特性，則對「重遊意願」產生顯著性影響。經Scheffé法事後比較檢定後發現：在「職業」方面，「學生」者($\mu=4.547$)顯著高於「軍公教人員」者($\mu=4.000$)。在「平均月收入」方面，「無經常性收入」者($\mu=4.520$)顯著高於「3~6萬」者($\mu=4.131$)。在「第幾次來」方面，「第四次以上」者($\mu=4.556$)皆顯著高於「第一次」者($\mu=4.093$)、「第二次」者($\mu=4.282$)及「第三次」者($\mu=4.234$)。在「旅遊資訊」方面，「親友介紹」者($\mu=4.345$)及「其他」者($\mu=4.525$)皆顯著高於「旅行業者」者($\mu=3.800$)。在旅遊同伴方面，「社團、協會」者($\mu=4.602$)皆顯著高於「家人親戚」者($\mu=4.237$)、「旅行團」者($\mu=3.953$)，在「停留時間」方面，「1~2小時」者($\mu=4.137$)顯著高於「未滿30分鐘」者($\mu=3.214$)。而「2小時以上」者($\mu=4.528$)皆顯著高於「未滿30分鐘」者($\mu=3.214$)、「30分~1小時」者($\mu=3.928$)及「1~2小時」者($\mu=4.137$)。在「此次花費」方面，「500元以下」者($\mu=4.275$)、「501~1000元」者($\mu=4.467$)、「1001元以上」者($\mu=4.473$)皆顯著高於「沒有消費」者($\mu=3.742$)。詳細資料請見表4-4-3。

表 4-4-3 重遊意願之 t-test 及 ANOVA 分析

依變數	人口統計變項			平均數	標準差	F/t 值	Post Hoc 檢定
重遊意願	性別	男	1	4.160	0.719	-3.241**	
		女	2	4.383	0.678		
	年齡	20 歲以下	1	4.625	0.571	1.926	
		20-29 歲	2	4.273	0.730		
		30-39 歲	3	4.214	0.740		
		40-49 歲	4	4.266	0.706		
		50-59 歲	5	4.316	0.630		
		60 歲以上	6	4.339	0.691		
	婚姻狀況	單身	1	4.371	0.699	1.737	
		已婚	2	4.250	0.701		
	教育程度	國中及以下	1	4.313	0.666	0.734	
		高中職	2	4.336	0.724		
		大學(專科)	3	4.280	0.674		
		研究所(含)以上	4	4.100	0.886		
	職業	學生	1	4.547	0.663	3.309**	1>4
		農林漁牧業	2	4.250	0.857		
		服務業	3	4.250	0.670		
		軍公教人員	4	4.000	0.777		
		工業	5	4.200	0.722		
		商業	6	4.136	0.701		
		自由業	7	4.500	0.574		
		家管	8	4.457	0.619		
		無(含退休)	9	4.228	0.793		
	居住地	北部	1	4.516	0.644	5.139**	
		中部	2	4.433	0.675		
		南部	3	4.208	0.696		
		東部	4	4.528	0.744		
	平均月收入	無經常性收入	1	4.520	0.623	4.635***	1>4
		1 萬以下	2	4.014	0.877		
		1-3 萬	3	4.305	0.675		
3-6 萬		4	4.131	0.731			
6-10 萬		5	4.362	0.632			
10 萬以上		6	4.000	0.816			
第幾次來	第 1 次	1	4.093	0.727	11.568***	4>1 4>2 4>3	
	第 2 次	2	4.282	0.708			
	第 3 次	3	4.234	0.763			
	第 4 次以上	4	4.556	0.558			
交通工具	自行車	1	4.000	0.782	1.307		
	機車	2	4.308	0.622			
	轎車	3	4.265	0.698			
	遊覽車	4	4.369	0.720			
	其他	5	4.607	0.453			
旅遊資訊	親友介紹	1	4.345	0.672	4.505***	1>6 7>6	
	廣告摺頁	2	3.875	1.237			
	電視或廣播	3	4.079	0.784			

重遊意願		報紙或旅遊雜誌	4	4.150	0.617		
		網際網路	5	4.269	0.688		
		旅行業者	6	3.800	0.818		
		其他	7	4.525	0.649		
	旅遊同伴	單獨前來	1	4.233	0.684	6.133***	5>2 5>4
		家人親戚	2	4.237	0.709		
		同事朋友同學	3	4.292	0.676		
		旅行團	4	3.953	0.781		
		社團、協會	5	4.602	0.560		
		其他	6	4.785	0.393		
	同遊人數	1人	1	4.136	0.846	1.707	
		2人	2	4.278	0.506		
		3~5人	3	4.248	0.716		
		6~10人	4	4.212	0.734		
		11人以上	5	4.426	0.678		
	停留時間	未滿30分	1	3.214	0.566	24.608***	3>1 4>1 4>2 4>3
		30分~1小時	2	3.928	0.700		
		1~2小時	3	4.137	0.689		
		2小時以上	4	4.528	0.612		
事先計畫	是，有事先計畫	1	4.377	0.695	3.238**		
	否，無事先計畫	2	4.150	0.693			
此次花費	沒有消費	1	3.742	0.765	21.551***	2>1 3>1 4>1	
	500元以下	2	4.275	0.699			
	501~1000元	3	4.467	0.526			
	1001元以上	4	4.473	0.725			

註:*p<0.05;**p<0.01;***p<0.001

第五節 相關分析

本研究將問卷調查之有效資料，利用Pearson相關分析探討旅遊動機、滿意度與重遊意願三個研究變項間之相關性。相關係數表示兩變項之間關係密切與否的程度。相關係數 γ 值在0.8（含）以上~1.00為很高相關，0.60~0.79為高相關，0.40~0.59為中等相關，0.40以下的值為低相關（張芳全，2008）。

根據表4-5-1結果顯示，旅遊動機與滿意度兩變項之間呈現顯著的高度正相關（ $\gamma=0.798^{***}$ ）；旅遊動機與重遊意願兩變項之間呈現顯著的高度正相關（ $\gamma=0.664^{***}$ ）；滿意度與重遊意願兩變項之間呈現顯著的高度正相關（ $\gamma=0.727^{***}$ ）。因此，旅遊動機、滿意度與重遊意願三者間皆有顯著的相關性存在。

表4-5-1 旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關分析

變項	旅遊動機	滿意度
旅遊動機		
滿意度	0.798*** (0.000)	
重遊意願	0.664*** (0.000)	0.727*** (0.000)

註:*p<0.05;**p<0.01;***p<0.001

第六節 階層迴歸分析

本節利用階層迴歸分析檢驗各變數彼此間之因果關係，以進行假說1至假說4的驗證。階層迴歸分析共包含三個模式：第一、自變項必須對中介變項產生影響。第二、自變項必須影響依變項。第三、當中介變項加入迴歸模式後，中介變項必須影響依變項，同時自變項對依變項的影響減少。最後，根據Baron and Kenny之建議，利用迴歸方程式四個步驟進行中介效果之驗證(Frazier, Tix, & Barron, 2004)。

一、旅遊動機與滿意度之影響

本研究採用階層迴歸分析來探討旅遊動機是否會影響滿意度。根據表4-6-1資料結果顯示，調整過後之決定係數(adjusted R^2)為0.636，整體迴歸模式之F值746.498， $p<0.001$ ，達到顯著水準，且旅遊動機對旅遊滿意度呈現顯著的正向影響(標準化 $\beta=0.798$ ， $p<0.001$)，顯示佛陀紀念館的遊客旅遊動機愈高，其滿意度也會相對提高，假說H1被支持。

二、旅遊動機對重遊意願之影響

本研究採用階層迴歸分析來探討旅遊動機是否會影響重遊意

願。根據表4-6-1資料結果顯示，調整過後之決定係數(adjusted R^2)為0.439，整體迴歸模式之F值335.433， $p < 0.001$ ，達到顯著水準，且旅遊動機對重遊意願呈現顯著的正向影響(標準化 $\beta = 0.664$ ， $p < 0.001$)，顯示佛陀紀念館遊客的旅遊動機愈高，其重遊意願也會相對提高，假說H2被支持。

三、滿意度對重遊意願之影響

本研究採用階層迴歸分析來探討滿意度是否會影響重遊意願。根據表4-6-1資料結果顯示，整體迴歸模式之F值478.406， $p < 0.001$ ，達到顯著水準，且滿意度對重遊意願呈現顯著的正向影響(標準化 $\beta = 0.544$ ， $p < 0.001$)，顯示佛陀紀念館遊客滿意度愈高，其重遊意願也會相對提高，假說H3被支持。

四、滿意度對旅遊動機與重遊意願之影響

本研究採用階層迴歸分析來探討旅遊動機是否會藉由滿意度影響重遊意願。根據表4-6-1資料結果顯示，模型M1為滿意度之迴歸分析結果，於模型M1中加入自變項「旅遊動機」，結果顯示自變項「旅遊動機」對中介變項「滿意度」產生顯著正向影響(標準化 $\beta = 0.798$ ， $p < 0.001$)，滿足中介效果分析步驟之第一項條件。模型M2為重遊意願之迴歸分析結果，在M2中加入自變項「旅遊動機」，結果顯示自變項「旅遊動機」對依變項「重遊意願」有顯著的正向影響(標準化 $\beta = 0.664$ ， $p < 0.001$)。最後，在模型M3中加入中介變項「滿意度」，則中介變項必須影響依變項，同時自變項對依變項的影響減少。結果顯示，中介變項「滿意度」顯著正向影響依變項「重遊意願」(標準化 $\beta = 0.544$ ， $p < 0.001$)。在驗證中介效果部份，由於旅遊動機顯著正向影響重遊意願，但在加入滿意度為中介變項後，使得自變項旅遊動機的影響減少(標準化 $\beta = 0.230$ ， $p < 0.001$)。研究結果得知，「滿意度」在「旅遊動機」與「重遊意願」間具中介效果。假說H4則獲得支持。

表 4-6-1 旅遊動機、滿意度與重遊意願之迴歸分析

	M1:依變項=滿意度			M2:依變項=重遊意願			M3:依變項=重遊意願		
	未標準化係數 B	標準化係數 β	t	未標準化係數 B	標準化係數 β	t	未標準化係數 B	標準化係數 β	t
常數	0.909			1.271			0.701		
旅遊動機	0.803	0.798	27.322***	0.770	0.664	18.315***	0.266	0.230	4,243***
滿意度 (中介)							0.628	0.544	10.059***
M1:調整後 $R^2=0.636(F=746.498, p<0.001)$ M2:調整後 $R^2=0.439(F=335.433, p<0.001)$ M3:調整後 $R^2=0.546(F=257.751, p<0.001)$									

第五章 結論與建議

本研究目的在探討參訪佛陀紀念館的遊客在旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關情形，並依據第四章資料分析的結果，進行探討與說明。本章分為三節，第一節探討本研究之結論，第二節為本研究之學術與實務意涵，第三節則提出本研究之限制與後續研究建議，藉以提供相關單位及後續研究者之參考依據。

第一節 本研究之結論

本研究根據第四章描述性統計分析之資料加以說明與歸納整理，以作為本研究之結論，分述如下：

一、人口背景分析

本研究發現，參訪佛陀紀念館遊客以「女性」(60.7%)占大多數；年齡主要集中在「30~39歲」(27.8%)；在婚姻狀況，以「已婚者」(61.9%)居多；教育程度以「大學專科」(47.9%)最多；職業主要以「服務業」(30.1%)占最高；居住地為「南部地區」(68.2%)為最多；平均月收入以1~3萬(31.5%)所佔比例較高；參訪次數以「第一次」(36.7%)所佔比例較高；搭乘交通工具以「轎車」(62.4%)為多數；旅遊資訊來源以「親友介紹」(65.7%)占最多；旅遊同伴以「家人親戚」(52.7%)為最多；同遊人數以「3~5人」(47.2%)比例較高；參訪停留時間則以「2小時以上」(51.4%)居多；行前有事先計畫者(64.3%)占多數；而此次消費以「501~1000元」(32.5%)為多數。

二、佛陀紀念館的遊客在旅遊動機、滿意度與重遊意願之差異分析

經由獨立樣本 t 檢定 (t-test) 與單因子變異數分析 (ANOVA) 檢定之結果，發現佛陀紀念館的遊客不會因為在年齡、婚姻狀況、教育程度、交通工具、同遊人數而在旅遊動機、滿意度與重遊意願有顯

著的差異。不會因為平均月收入的不同而在旅遊動機、滿意度有顯著的差異；不會因為職業的不同而在滿意度有顯著的差異。

反之，「性別」、「居住地」、「第幾次來」、「旅遊資訊」、「旅遊同伴」、「停留時間」、「事先計畫」、「此次花費」對旅遊動機、滿意度與重遊意願有顯著的差異。「職業」對旅遊動機與重遊意願有顯著的差異。「平均月收入」對重遊意願有顯著的差異。

三、佛陀紀念館的遊客在旅遊動機、滿意度與重遊意願之關係

本研究使用 SPSS 中文版統計套裝軟體進行資料驗證分析，透過階層迴歸分析檢驗各變數彼此間之因果關係，依據分析結果是否達到顯著水準，驗證研究假設成立與否。根據本研究結果發現，本研究所建立的旅遊動機、滿意度與重遊意願之間關係的研究假說 H1、H2、H3、H4 成立。其假說驗證結果如表 5-1-1 所示，敘述如下：

一、佛陀紀念館遊客之旅遊動機對滿意度有顯著的正向影響關係

根據統計分析結果得知，旅遊動機與滿意度有正向影響。顯示旅遊動機愈高時，滿意度也會愈高。本研究假設之「H1：佛陀紀念館遊客之旅遊動機對滿意度有顯著的正向影響關係」，獲得支持。本研究結果與傅秀英（2010）、李坤烈（2010）、呂宜馨（2010）、鄧智斌（2009）等人的研究結果相同。故本研究推論佛陀紀念館的遊客在旅遊過程中，遊客的旅遊動機愈強烈，相對其滿意度也會愈滿意，由此可見，旅遊動機對滿意度是有關聯性的。

二、佛陀紀念館遊客之旅遊動機對重遊意願有顯著的正向影響關係

根據統計分析結果得知，旅遊動機與重遊意願有正向影響。顯示旅遊動機愈高時，重遊意願也愈高。本研究假設之「H2：佛陀紀念館遊客之旅遊動機對重遊意願有顯著的正向影響關係」，獲得支持。本研究結果與徐嬌春（2009）、劉美娟（2008）、呂長賜（2011）、黃綉蓮（2004）等人的研究結果相同。故本研究推論佛陀紀念館的遊客

在旅遊過程中，遊客的旅遊動機愈高，相對其重遊意願也會愈高，由此可見，旅遊動機對重遊意願是有關聯性的。

三、佛陀紀念館遊客之滿意度對重遊意願有顯著的正向影響關係

根據統計分析結果得知，滿意度對重遊意願有正向影響。顯示愈滿意度愈高時，重遊意願也愈高。本研究假設之「H3：佛陀紀念館遊客之滿意度對重遊意願有顯著的正向影響關係」，獲得支持。本研究結果與鄧心寧(2010)、楊景裕(2010)、陳奕任(2010)等人的研究結果相同。故本研究推論佛陀紀念館的遊客在旅遊過程中，遊客的滿意度愈高，相對其重遊意願也會愈高，由此可見，滿意度對重遊意願是有關聯性的。

四、佛陀紀念館遊客之滿意度會中介旅遊動機與重遊意願的關係

根據統計分析結果得知，佛陀紀念館遊客之重遊意願在加入滿意度為中介變項後。使得佛陀紀念館遊客之旅遊動機對重遊意願的影響減少，可見佛陀紀念館遊客之滿意度會正向影響旅遊動機與重遊意願之關係。得知旅遊動機會透過具有中介效果之滿意度構面影響重遊意願，也就是說滿意度在旅遊動機與重遊意願間具有中介效果。本研究假設之「H4：佛陀紀念館遊客之滿意度會中介旅遊動機與重遊意願的關係」，獲得支持。故本研究推論佛陀紀念館遊客的旅遊動機會藉由滿意度影響重遊意願之關係。

表5-1-1 研究假說驗證結果表

假說	假說內容	驗證結果
假說1 (H1)	佛陀紀念館遊客之旅遊動機對滿意度有顯著的正向影響關係。	成立
假說2 (H2)	佛陀紀念館遊客之旅遊動機對重遊意願有顯著的正向影響關係。	成立
假說3 (H3)	佛陀紀念館遊客之滿意度對重遊意願有顯著的正向影響關係。	成立
假說4 (H4)	佛陀紀念館遊客之滿意度會中介旅遊動機與重遊意願的關係。	成立

第二節 本研究之學術與實務意涵

本研究主要探討佛陀紀念館遊客之旅遊動機、滿意度與重遊意願的關係。在學術方面與實務意涵有以下幾點貢獻與建議：

一、學術貢獻

(一) 旅遊動機、滿意度與重遊意願這三變項在探討相關研究上已有很多的資料，運用這三變項的研究也不少，但回顧過去相關文獻，以研究名勝景點遊客旅遊動機和滿意度之論文較多，由於佛陀紀念館近三年才開始啟用，故相關之研究並不多，而台灣對宗教觀光的研究多著重在一般民間信仰廟宇，大多採用管理與行銷分析來強調宗教場所的觀光功能，運用在佛陀紀念館之遊客的研究少之又少，因此本研究以佛陀紀念館的遊客為研究對象，探討旅遊動機、滿意度及重遊意願間影響關係之研究，以提供給後續研究之參考。

(二) 台灣是信仰多元化的國家，不僅保有傳統信仰，對於外來的宗教也能廣為接受。本研究之遊客，因本身對參與宗教旅遊活動感到興趣，而來到佛陀紀念館進行旅遊活動，進而達到休閒旅遊的樂趣。根據本研究結果顯示，佛陀紀念館之遊客，遊客的旅遊動機愈強烈，滿意度也會愈滿意，相對也會有較高的重遊意願，以提供未來相關學者重要參考的依據。

(三) 本研究之研究結果，可瞭解佛陀紀念館的遊客在旅遊動機、滿意度與重遊意願的現況，提供相關單位與未來相關主題之研究方向之參考。

二、實務意涵

(一) 占地百公頃，耗時十年才籌建完成的佛陀紀念館，不但是集結「千家寺院、百萬人士」願力而成的，更在開啟後因不收門票而成為許多人前往旅遊觀光的地點，在 2013 年更突破千萬的參觀人次，帶動起南臺灣觀光人潮，也間接活絡經濟發展。但是要如何持續這股熱

潮，就必須先瞭解遊客的需求與動機，因此除了繼續提供給到佛陀紀念館的信徒在宗教信仰上的功能之外，若能規劃更多適合社會上各階層、機關團體等更深入的體驗導覽，例如「建築之美」，讓遊客能體驗佛陀紀念館的創意設計；「教育之美」，與學校機關合作，邊玩邊體驗，成為戶外教學熱門景點。而位於本館的「大覺堂」，屬於圓型多功能劇場，可不定期舉辦藝文展演活動，是宣傳佛陀紀念館的好方式，也可呼應星雲大師興建佛陀紀念館的理念：期以佛教與藝術的結合，給人歡喜、給人希望、給人信心、給人方便，進一步為人們帶來心靈的淨化及促進社會的和諧與安詳。

(二) 在問卷調查過程中，以「館內的紀念商品價格」及「交通的便利性」對旅客而言，是相對較不滿意的地方。有遊客反應在佛陀紀念館可享用中西式的素食佳餚，令人大飽口福，但館內價位普遍屬於高單價，價位若能「平易近人」，相信能使旅客增加消費的意願。另外在交通規劃上，若能與高雄市政府合作，結合地方政府的行政資源，解決旅遊交通的不便性，必能吸引更多人前來佛陀紀念館旅遊，讓佛陀紀念館成為台灣宗教文化的新亮點，更成為台灣躍升國際舞台的新地標。

(三) 根據研究結果指出，在「人口統計變項」中，每次停留「二小時以上」及消費「501~1000元」占大多數，若能瞭解遊客在這段時間做何種活動及消費項目，進而規劃出類似「一日遊」等套裝行程，相信會吸引更多人前來佛陀紀念館旅遊。

(四) 「塞車」及「停車位」是最大的問題。根據問卷回收分析，開車前往佛館的旅客占多數，而每到連假或過年期間，往來佛陀紀念館的聯外道路幾乎都會塞車，就算到了現場也會有找不到停車位的問題，若能規劃接駁專車或提供選擇大眾運輸系統到佛陀紀念館，相信會減少「逢假必塞」的現象。

第三節 本研究之限制與建議

本研究在研究過程中，力求謹慎及客觀，只為了能使研究更趨近完善，但在眾多因素影響下，仍有許多限制，對相關單位及後續研究者提供幾點建議，希望能作為日後參考，分述如下：

- (一) 本研究基於主客觀條件限制，僅以問卷調查法，未來研究者若能在發放問卷之後，再進行深度訪談，質、量並行方式來研究，必能更深入瞭解遊客意象，而獲得更深入的研究成果。
- (二) 佛陀紀念館現今已成為國外人士到臺灣旅遊必經景點，建議未來研究可從不同文化、不同地區多方面深入探討，並針對國際遊客設計多國語言問卷，如日語、英語、韓語等，進一步探討國際旅客對佛陀紀念館體驗等相關因素，充實研究深度及廣度。
- (三) 本研究問卷調查期間為 103 年 3~5 月之週休二日假期進行，無法充分反應全年遊客的意見與想法，未來可依平日及假日作為區隔，深入探討佛陀紀念館遊客之特性與行為差異。
- (四) 建議未來研究可增加「宗教涉入」來更深入探討佛陀紀念館的遊客在宗教旅遊動機、滿意度與重遊意願之關係。

參考文獻

一、中文文獻

- 方幸君(2005)。高雄市觀光意象與遊憩品質因素重要性及績效表現認知之研究。國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文，未出版，高雄。
- 王文科、王智弘(2007)。教育研究法。臺北市：五南。
- 王秀美(2004)。地方文化館經營策略之規劃研究—以美濃客家文物館為例。國立臺南藝術學院博物館研究所碩士論文，未出版，台南。
- 交通部臺灣鐵路管理局(2008)。郵輪式列車簡介。2011年3月15日，取自http://163.29.3.98/twrail_bicycle/cruise/index.aspx
- 交通部觀光局(2011)。年度施政重點。2011年3月15日，取自<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=122>
- 交通部觀光局(2011，1月)。觀光資訊月報。2011年3月15日，取自<http://taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0001178&page=3>
- 交通部觀光局大鵬灣國家風景區管理處(2000)。民間參與大鵬灣國家風景區建設先期規劃書。屏東縣：作者。
- 伍忠賢(2000)。實用策略管理：企業求勝之道。臺北市：遠流。
- 朱珮瑩(2003)。遊客從事鄉野觀光之動機、期望與滿意度研究—以新竹縣為例。世新大學觀光學系研究所碩士論文，未出版，台北。
- 行政院勞工委員會職業訓練局(2011)。多元就業開發方案民間團體計畫作業手冊。臺北市：作者。
- 吳忠宏、黃宗成、邱廷亮(2004)。玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、體驗、滿意度與重遊意願之研究。玉山國家公園，14(2)，23-41。
- 呂長賜(2006)。集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 李佳凌(2009)。淡水老街吸引力、遊憩體驗、滿意度與忠誠度之研究。國立臺灣師範大學運動與休閒研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 李明恭(2001)。竹田鄉史誌。屏東市：作者。
- 李明儒、陳雅捷(2010)。島嶼遊客體驗價值、滿意度以及重遊意願之研究—以澎湖吉貝嶼、七美嶼為例。休閒產業管理學刊，3(1)，1-18。

- 李家偉 (2009)。新竹市十七公里海岸風景區遊客滿意度與重遊意願之研究。中華大學營建管理研究所碩士論文，未出版，新竹。
- 杜奉賢 (2000, 12 月)。竹田火車站的興衰 (1919-2000): 人文資源的再利用。屏東文獻, 2, 123-142。
- 杜殷瑢 (2009)。台南古蹟遊客旅遊動機、滿意度與認同度關係之研究。國立台灣師範大學體育學系碩士學位論文，未出版，台北市。
- 沈進成、葉修延 (2004)。松田崗創意生活農莊遊客旅遊吸引力、滿意度與重遊意願影響關係之研究。生物與休閒事業研究, 2 (2), 1-12。
- 周秀蓉 (2008)。遊憩吸引力和遊憩體驗對顧客滿意度及重遊意願之影響--以六福村主題樂園為例。明新學報, 34 (2), 267-288。
- 林大椿 (2006)。南州觀光糖廠遊客旅遊動機與滿意度之研究。南台科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文，未出版，臺南縣。
- 林欣玫 (2005)。遊憩產業遊客之體驗與滿意度之關聯性研究。朝陽科技大學企業管理系碩士論文，未出版，台中。
- 林政菽 (2004)。內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究。逢甲大學建築及都市計劃研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 林美伶、顏添明、李介祿 (2009)。惠蓀林場及新化林場遊客滿意度及忠誠度之比較。林業研究季刊, 31 (4), 41-53。
- 林晏州 (1984)。遊憩者選擇遊憩區行為之研究。都市與計畫, 10, 33-49。林雲燦、莊翔達、張良漢 (2009)。休閒農業區遊憩地吸引力對遊客重遊意願之影響。運動與遊憩研究, 4 (1), 153-166。
- 林經富、劉秀端、林經鈞 (2008)。郊山登山者之動機、體驗與利益之調查研究。臺灣體育運動管理學報, 6, 81-98。
- 林怡安 (2002)。以遊客滿意度探討博物館服務品質之研究—以國立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，未出版，嘉義。
- 林晏州、陳惠美、顏家芝 (1998)。高雄都會公園遊客滿意度及相關因素之研究。戶外遊憩研究, 11 (4), 59-71。
- 社團法人屏東縣竹田鄉社區營造協會 (2010)。竹田驛園平面圖。屏東縣：作者。
- 社團法人屏東縣竹田鄉社區營造協會 (2011a)。竹田驛站鄉土教學活動簡章。屏東縣：作者。

- 社團法人屏東縣竹田鄉社區營造協會 (2011b)。迎接竹田新故鄉樂活經濟計畫。屏東縣：作者。
- 邱博賢 (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。世新大學觀光學研究所碩士論文，未出版，台北。
- 邱皓政 (2010)。量化研究與統計分析：SPSS (PASW) 資料分析範例解析。台北市：五南圖書有限公司。
- 侯錦雄 (1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究。台灣大學園藝學系博士論文，未出版，台北。
- 洪武詮 (2004)。泰安鐵道文化觀光發展之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，台中。
- 胡振華 (2008)。台鐵舊山線復駛之旅客搭乘動機與期望之研究。逢甲大學交通工程與管理學系碩士班碩士論文，未出版，台中。
- 徐茂洲 (2009)。休閒遊憩概述。載於徐茂洲 (主編)，休閒遊憩導論 (頁1-22)。台北市：全威圖書。
- 徐毓宏 (2008)。鐵道文化產業整合行銷傳播之研究—以三義舊山線為例。國立中央大學客家政治經濟與政策研究所碩士在職專班碩士論文，未出版，桃園縣。
- 張芳全 (2008)。統計就是要這樣跑。台北：心理出版社。
- 張凡文 (2008)。服務品質、滿意度與重遊意願之研究—以牛耳藝術渡假村為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，台中。
- 張孝銘、李豪 (2008)。觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度及重遊意願之相關研究—以苗栗縣大湖鄉為實證。休閒產業管理學刊，1 (2)，57-69。
- 張孝銘、張詠誠、徐靖玟 (2008)。遊客對旅遊目的地意象、環境知覺、旅遊體驗與重遊意願之研究—以清境農場為實證。休閒產業管理學刊，1 (3)，72-86。
- 張春興 (1989)。心理學。台北：東華。
- 張春興 (1991)。現代心理學。台北：東華。
- 張春興 (2007)。教育心理學：三化取向的理論與實踐。台北：東華。
- 張淑青 (2008)。遊憩體驗、滿意度與重遊意願的關係—以澎湖觀光休閒漁業園區為例。觀光旅遊研究學刊，3 (1)，19-43。
- 張淑青、黃直元 (2009)。服務品質、服務體驗對關係品質與重遊意願的影響。管理實務與理論研究，3 (3)，17-34。

張淑青、鍾育明 (2008)。旅遊動機對滿意度與忠誠度之影響—拉力的關鍵驅動效果。行銷評論, 5 (4), 515-538

張錦秀 (2009)。走馬瀨農場遊客生活型態、滿意度與忠誠度之研究。稻江學報, 3 (3), 247-277。

張舉成 (2005)。遊客參與原住民節慶觀光市場區隔之研究—以魯凱族豐年祭為例。中國文化大學觀光休閒事業管理研究所, 未出版, 台北。

張瓊化 (2005)。遊客從事休閒旅遊活動之資訊搜尋策略與休閒動機之研究—以日月潭國家風景區為例。朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 台中。

曹校章、鄭志富 (2006)。東北角海域運動參與者運動選擇、參與動機、阻礙因素與忠誠度分析。臺灣體育運動管理學報, 4, 83-97。

曹勝雄 (2001)。觀光行銷學。台北: 揚智文化。

梁盛棟 (2007)。遊客旅遊動機、期望與滿意度關係之研究—以溪頭森林遊樂區為例。國立嘉義大學農學院林業暨自然資源研究所碩士論文, 未出版, 嘉義。

梁育誠 (2011)。遊客旅遊動機、滿意度與行為意向之研究—以六堆客家文化園區為例。國立屏東教育大學生態休閒教育教學碩士學位學程班碩士論文, 未出版, 屏東。

許立群 (2006)。遊客利益追求、服務品質對整體滿意度及重遊意願關聯之研究—以台灣地區國際觀光旅館為例。遠東學報, 23 (2), 177-200。

郭進財、黃文成、王維誠 (2009)。風景區觀光吸引力與滿意度之研究—以阿里山國家風景區為例。休閒產業管理學刊, 2 (3), 52-67。

陳玉釧 (2007)。遊客對玉山國家公園塔塔加遊客中心解說媒體滿意度之研究。國立臺中教育大學環境教育研究所碩士論文, 未出版, 台中。

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學研究所碩士論文, 未出版, 嘉義。

陳明國、孫美蓮、莊翔達與邱政鋒 (2010)。2010 屏東熱帶農業博覽會遊客參與動機、滿意度與重遊意願之研究。嘉大體育健康休閒期刊, 9 (1) 104-116。

陳東瑤 (2005)。墾丁國家公園社頂生態旅遊路線整體規劃研究。內政部營建署墾丁國家公園管理處委託研究報告。屏東縣: 墾丁國家公園管理處。

陳冠曲 (2007)。遊客遊憩體驗、滿意度與行為意向關係之研究—以溪頭森林遊樂區為例。國立嘉義大學農學院林業暨自然資源研究所碩士論文, 未出版, 嘉義縣。

陳思倫、歐勝榮、林連聰 (2005)。休閒遊憩概論。台北：國立空中大學。

陳苑秀 (2008)。觀光空間與遊憩行為關係之研究—以嘉義縣兩大國家風景區為例。國立嘉義大學史地學系碩士論文，未出版，嘉義縣。

陳雪亮、劉泳倫、魏華成 (2008)。八卦山大佛風景區遊客休閒動機之研究。2008年運動休閒產業管理學術研討會論文集，2，100-109。彰化：建國科技大學。

陳聰廉、陳弘慶 (2006)。茂林國家風景區遊客滿意度之研究。嘉大體育健康休閒期刊，5，185-195。

陳聰廉、張家銘 (2006)。茂林國家風景區遊客吸引力、滿意度與重遊意願關係之研究。運動與遊憩研究，1 (2)，44-64。

陳景堂 (2004)。統計分析：SPSS for Windows入門與應用第五版。台北：儒林圖書有限公司。

曾明媛 (2005)。紗帽山溫泉餐廳服務品質影響遊客滿意度及忠誠度之研究—以椰林溫泉餐廳為例。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。

曾詩馨、李明聰 (2010)。古蹟旅遊之地方依附、休閒涉入與滿意度關係之研究—台南市安平古堡遊客為例。稻江學報，4 (2)，198-210。

黃秋萍 (2009)。中高雄地區山海旅遊策略與規畫之研究—以岡山地區為例。國立高雄海洋科技大學漁業生產與管理研究所碩士論文，未出版，高雄。

黃康玲 (2010)。美濃地區遊客特性、滿意度與再遊意願之研究。大仁科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文，未出版，屏東縣。

黃繡蓮 (2006)。東埔風景區遊客旅遊動機、遊憩體驗、滿意度與重遊意願之研究。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文，未出版，台中縣。

楊世瑩 (2005)。SPSS 統計分析實務。台北市：旗標出版。

楊建夫 (2007)。休閒的哲學基礎。載於楊建夫 (主編)，休閒遊憩概論 (頁3-16)。台北市：華都文化。

葉純菊 (2005)。遊客參與台灣咖啡節的休閒動機、休閒效益與滿意度之相關研究。雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文，未出版，雲林。

葉碧華、蔡進發、黃宗成 (2004)。天主教聖地教皇國梵蒂岡：遊客旅遊動機、限制因子、與實際體驗之研究。生物與休閒事業研究，2 (1)，27-44。

路泰康 (2008)。遊客對綠島海域遊憩活動滿意度之研究。國立臺東大學健康促進與休閒管理研究所碩士論文，未出版，臺東。

- 鄒文昇 (2004)。遊憩動機、期望與滿意度之研究—以屏東黑鮪魚文化觀光季為例。國立屏東科技大學農企業管理系碩士班碩士論文，未出版，屏東縣。
- 廖明豐 (2003)。東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義。
- 廖雅蘋 (2005)。台灣農村休閒酒莊遊客遊憩動機之研究。台中健康暨管理學院休閒與遊憩學系研究所碩士論文，未出版，台中。
- 廖遠橋 (2008)。台鐵集集線觀光發展策略之研究。逢甲大學交通工程與管理學系碩士班碩士論文，未出版，台中。
- 劉泳倫、施昱伶 (2009)。鹿港端午節慶活動吸引力、旅遊滿意度與重遊意願之相關研究。休閒產業管理學刊，2 (1)，28-49。
- 劉泳倫、曾家鈺 (2007)。遊客休閒參與動機之研究-以花壇鄉魚苗寮生態園區為例。運動休閒產業管理學術研討會論文集，1，325-334。台北：新文京開發出版有限公司。
- 劉泳倫、林瑋珊、鄒哲宗、曾家鈺 (2010)。東石漁人碼頭遊客旅遊動機、需求、滿意度與重遊意願之相關研究。稻江學報，4 (2)，1-19。
- 蔡鳳兒 (2006)。遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度相關性之研究—以日月潭國家風景區為例。生活科學學報，10，211-242。
- 鄭峰茂 (2010)。遊憩動機、持續性涉入及遊後行為關係之研究—以高山登山者為例。休閒運動健康評論，1 (2)，100-119。
- 鄭健雄 (2007)。休閒遊憩概論：產業觀點。台北市：雙葉。
- 黎士鳴譯 (2008)。John W. Santrock 著。心理學概論。台北市：雙葉。
- 盧美秀 (2009)。休閒博物館。載於徐茂洲 (主編)，休閒遊憩導論 (頁103-141)。台北：全威圖書。
- 盧惠敏 (1999)。舊竹田火車站及附近景觀研究規劃。屏東：屏東縣文化局。
- 盧鋒 (2003)。娛樂體育。北京：人民體育。
- 戴震宇、金炫辰 (2003)。臺灣的老火車站。臺北縣：遠足文化。

二、英文文獻

- Baker, D. A. and Crompton, J. L.(2000). Quality satisfaction and behavioral intentions, *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Backman, S.J. and J.L. Crompton, "The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty". *Leisure Sciences*, vol. 13, pp.205-220. 1991.
- Beard, J.G. and M.G. Ragheb, "Measuring leisure motivation". *Journal of Leisure Research*, vol. 15, no. 3, pp.219-228. 1983.
- Fluker, M.R., and L.W., Turner, "Need, motivations, and expectations of a commercial Whitewater rafting experience". *Journal of Travel Research*, vol. 38, no. 4, pp.380-389.2000.
- Gitelson, R.J., and K.L. Kerstetter, "The relationship between socio demographic variables, benefits sought and subsequent vacation behavior: A case study". *Journal of Travel Research*, vol. 33, no. 3, pp.24-29. 1990.
- Griffin, Jill, "Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It", Simmon and Schuster Inc. 1995.
- Gronholdt, L., A. Martensen and K. Kristensen, "The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross-industry differences". *Total Quality Management*, vol. 11,no. 5, pp. 509-516. 2000.
- Helson, H., "Adaptation-level theory", New York: Harper and Row. 1964.Hempel, D.J., "Consumer satisfaction with the home buying process: Conceptualization and measurement", in *The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction*, ed. H.K. Hunt. Cambridge, Mass: Marketing science institute. 1977.
- Herzberg, F., B. Mausner and B. Synderman, "The Motivation to Work", New York. 1959.
- Hollenhorst, S., D. Olson and R. Fortney, "Use of important performance analysis to evaluate state park cabins: The case of the West Virginia state park system", *Journal of Park and Recreation Administration*, vol. 10, no. 1, pp.1-11. 1992.
- Howard, J.A. and J.N. Sheth, "The Theory of Buyer Behavior", New York: John Willey and Sons Inc. 1969.
- Iso-Ahola, S.E., "Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder". *Annals of Tourism Research*, vol. 12, no. 1, pp. 256-262. 1982.
- Jones, T.O. and J. R. Sasser, "Why Satisfied Customer Defect", *Harvard Business Review*, vol. 85, no. 2, pp. 88-99. 1995.
- Kozak, M.(2001). Repeaters behaviour at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*,28(3),784-807.
- Kotler, P., "Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control",New York: Prentice-Hall. 1994.

- Latour, S.A. and N.C. Peat, "Conceptual and Methodological Issue in Consumer Satisfaction Research", *William Wilkie, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research*, vol. 6, pp.431-437. 1979.
- Lawler, E.E., "*Motivation in Work Organizations*". Monterey California: Books Cole Publishing Company. 1973.
- Martilla, J.A. and J.C. James, "Importance-performance analysis". *Journal of Marketing*, vol. 41, no. 1, pp.77-79. 1977.
- Maslow, A.H., "*Motivation and Personality (2nd ed)*", New York: Harper and Row.1970.
- McIntosh, R.W., C.R. Goeldner and J.R. Ritchie, "*Tourism: Principles, Practices, Philosophies (6th ed.)*", New York: John Wiley & Sons Inc., pp. 3-10. 1990.
- Miller, J.A., "Exploring Satisfaction, Modifying Models, Eliciting Expectations, Posing Problems and Making Measurement". in *The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction*, ed. H.K. Hunt. Cambridge, Mass: Marketing science institute, May 1977, pp.72-91.
- Oliver, R.L., "Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting", *Journal of Retailing*, vol. 57, no. 3, pp.25-48. 1981.
- Oliver, R.L., "Response Determinants in Satisfaction Judgments". *Journal of onsumer Research*, vol. 14, no. 4, pp.495-507. 1988.
- Panaweera, C. and J. Prabhu, "The Influence of Satisfaction, Trust and Switching Barriers on Customer Retention in a Continuous Purchasing Setting". *International Journal of Service Industry Management*, vol. 14, pp.374-394. 2003.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml and L.L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research", *Journal of Marketing*, vol. 49, pp. 41-50. 1985.
- Prus, A. and D.R. Brandt, "Understanding Your Customers", *Marketing Tools*, pp. 10-14.1995.
- Sampson, S.E. and M.J. Showalter, "The performance-importance response function: Observations and implications". *The Service Industries Journal*, pp. 1-25. 1999.
- Schreyer, R.S. and J.W. Roggenbuck, "The influence of experienceexpectation on crowding perceptions and social-psychological carrying capacities", *Leisure Sciences*, vol. 1, no. 4, pp. 373-394. 1978.
- Shoemaker, S. and R.C. Lewis, "Customer Loyalty: the Future of Hospitality Marketing".*Hospitality Management*, vol. 18, pp.345-370. 1999.
- Thomas, J.A., "What Makes People Travel", *ASTA Travels News*, Aug., 1964, pp. 169-172.
- Weiner, B., "An attributional theory of achievement motivation and emotion". *Psychological Review*, vol. 92, no. 4, pp.548-573. 1985.

附錄一：

旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究-以佛陀紀念館為例

—問卷調查表(正式問卷)

親愛的受訪者您好：

首先非常感謝您撥冗填答這份問卷。此為學術調查研究，主要目的想瞭解您參觀佛陀紀念館旅遊的旅遊動機、滿意度與重遊意願之間的關係。本研究採不計名的方式，問卷結果僅供學術研究之用，資料絕不對外公開，您的寶貴意見將使本研究產生學術研究上的貢獻，謝謝您的合作！由衷感謝您的協助！

敬祝 身體健康、萬事如意

亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士在職專班

指導教授：呂佳茹 博士

研究生：徐子皓 敬上

中華民國 103 年 3 月

第一部分：旅遊動機量表

說明：此部分欲瞭解驅使您前來「佛陀紀念館」的原因、動機為何？

下列問題，請依照您對於問題的同意程度，在適當的□中打勾。

	非常 同意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非 常 不 同 意 1
1. 慕名而來，滿足好奇心。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 為了讓身體獲得休息，恢復體力與精神。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 為了獲得心靈上的放鬆、抒解壓力。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 能豐富自己的旅遊經驗。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 為了參觀佛陀紀念館內各項建築特色。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 佛陀紀念館內規劃完善，適合全家同遊。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 為了欣賞佛陀紀念館內的的文物或設施。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 為了學習新事物、啟發新的靈感。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 為了學習成長、增廣見聞。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 為了追求佛學的學習與滿足。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 為了與同伴留下美好回憶。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 為了可以實現自己的夢想。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 為了調劑生活，追求愉悅快樂。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 禮佛祈求庇佑。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 酬謝還願。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第二部分：滿意度量表

說明：此部分是想瞭解您在參觀佛陀紀念館後的滿意程度如何？

下列問題，請依照您對於問題的滿意程度，在適當的□中打勾。

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
	1	2	3	4	5
1. 可以獲得心靈上的放鬆、抒解壓力。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 可以讓身體獲得休息，恢復體力精神。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 可以增廣見聞，獲得知識。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 可以增進親友感情與生活樂趣。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 服務人員的態度。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 佛陀紀念館內提供解說與導覽服務。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 到佛陀紀念館交通之便利性。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 佛陀紀念館內商品價格之感受。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 佛陀紀念館停車之方便性。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 佛陀紀念館內紀念商品之特色。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 佛陀紀念館內各項佛教文物展覽。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 佛陀紀念館各項建築特色。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 佛陀紀念館內各項活動。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 享受環境清幽、悠閒寧靜的感覺。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 館區植栽美化、綠蔭蔽陽的感覺。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 館區攝影、拍照的景觀特色。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 館區整體環境整潔、舒適程度。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 館區廁所數量及清潔程度。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 館區承載遊客數量程度。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 館區可增加社交及人際關係。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 館區餐飲之方便性。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 館區休憩座椅設施或場所之舒適度。-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分：重遊意願量表

說明：請問您在參觀佛陀紀念館後，重遊意願如何？

下列問題，請依照您對於問題的同意程度，在適當的□中打勾。

- | | 非常
同意
1 | 同
意
2 | 普
通
3 | 不
同
意
4 | 非
常
不
同
意
5 |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1.我將來願意再次重遊佛陀紀念館。----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.我將來願意帶朋友到佛陀紀念館。----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.我願意推薦佛陀紀念館資訊給親友知道。----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.我願意推薦親友到佛陀紀念館旅遊。----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第四部分：個人基本資料

- 1.性別： (1) 男； (2) 女
- 2.年齡： (1) 20歲以下 (2) 20-29歲 (3) 30-39歲
 (4) 40-49歲 (5) 50-59歲 (6) 60歲以上
- 3.婚姻狀況： (1) 單身 (2) 已婚
- 4.教育程度： (1) 國中及以下 (2) 高中職
 (3) 大學(專科) (4) 研究所(含)以上
- 5.職業： (1) 學生 (2) 農林漁牧業 (3) 服務業 (4) 軍公教人員
 (5) 工業 (6) 商業 (7) 自由業 (8) 家管 (9) 無(含退休)
- 6.居住地：
 (1) 北區(台北市、新北市、基隆市、桃園縣、新竹市、新竹縣)
 (2) 中區(苗栗縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣)
 (3) 南區(嘉義縣、嘉義市、台南市、高雄市、屏東縣)
 (4) 東區(宜蘭縣、花蓮縣、台東縣)
- 7.平均月收入：
 (1) 無經常性收入 (2) 1萬以下 (3) 1-3萬
 (4) 3-6萬 (5) 6-10萬 (6) 10萬以上
- 8.請問這是您第幾次前來「佛陀紀念館」？
 (1) 第一次 (2) 第二次
 (3) 第三次 (4) 第四次以上

9.請問您此次前來「佛陀紀念館」所搭乘的交通工具是？

- (1) 自行車 (2) 機車
 (3) 轎車 (4) 遊覽車 (5) 其他_____

10.請問您如何得知「佛陀紀念館」的旅遊資訊？

- (1) 親友介紹 (2) 廣告摺頁 (3) 電視或廣播
 (4) 報紙或旅遊雜誌 (5) 網際網路 (6) 旅行業者
 (7) 其他_____

11.請問您的「旅遊同伴」是：

- (1) 單獨前來 (2) 家人親戚 (3) 同事朋友同學
 (4) 旅行團 (5) 社團、協會 (6) 其他_____

12.同遊人數（包含自己）：

- (1) 1人 (2) 2人 (3) 3~5人
 (4) 6~10人 (5) 11人以上

13.請問您在「佛陀紀念館」停留多久？

- (1) 未滿 30 分 (2) 30 分~1 小時
 (3) 1~2 小時 (4) 2 小時以上

14.請問您此次至「佛陀紀念館」旅遊是否事先計畫？

- (1) 是，有事先計畫 (2) 否，無事先計畫

15.請問您此次在「佛陀紀念館」整體旅遊花費約：

- (1) 沒有消費 (2) 500 元以下
 (3) 501~1,000 元 (4) 1,001 元以上

本問卷到此結束，非常感謝您的填答！