

# 從社會交換理論看宗教活動體驗滿意度之分析

黃皓璋、邊瑞芬

E-mail: 345346@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究旨在探討從社會交換理論看宗教活動體驗滿意度之分析，以大甲媽祖遶境為研究範圍。資料收集採問卷調查法，經2011年2至5月份進行問卷調查，得有效樣本249份問卷，「以參與大甲媽祖遶境活動滿意度各項指標之評量量表」、「社會交換酬賞量表」為工具，進行資料蒐集整理，經因素分析、交叉表分析、迴歸分析法進行統計分析，主要獲得以下研究結果：一、社會交換酬賞度會影響參與者參加大甲媽祖遶境活動的滿意度。二、內在酬賞的滿意度較外在酬賞滿意度高時，會提高體驗滿意度。三、內在酬賞滿意度較外在酬賞滿意度高時，再次願意參與媽祖遶境的意願也越高。依據研究結果，本研究對大甲媽祖遶境活動有以下建議：(一) 社會交換酬賞程度絕對會影響大甲媽祖遶境活動參與者滿意度，內在酬賞在影響參與者滿意度比外在酬賞來得重要，提升酬賞程度會提升再次參與大甲媽祖遶境的意願，內在酬賞提升才是大甲媽祖遶境最重要的使命，內在酬賞越高則參與者忠誠度也越高，滿足其內在酬賞為大甲媽祖遶境規劃者最重要的課題之一。(二) 影響滿意度要素相當多，建議後續研究者可以加入更多的探討影響因素。

關鍵詞：社會交換理論

## 目錄

內容目錄	i	表目錄	i
ii 圖目錄		iv 第一章 緒論	
. 1 第一節 研究背景、動機	1	1 第二節 研究目的	
. . . . . 2 第三節 研究範圍與對象	2	3 第二章 文獻探討	
. . . . . 5 第一節 台灣傳統宗教信仰	5	5 第二節 媽祖信仰起源與發展	
. . . . . 9 第三節 社會交換理論	9	11 第四節 體驗滿意度之相關理論	
. . . . . 15 第三章 研究方法	15	27 第一節 研究架構	
. . . . . 27 第二節 資料收集	27	28 第三節 樣本特性說明	28
第四章 資料統計分析結果	39	第一節 社會交換滿意度資料分析	
. . . . . 39 第二節 酬賞程度資料分析	50	第三節 社會交換滿意度對酬賞程度之迴歸分析	57
第五章 結論與建議	59	第一節 研究結果摘要	59
第二節 綜合討論	60	第二節 綜合討論	60
第三節 研究建議	60	第三節 研究建議	60
參考文獻	61	參考文獻	61
參與媽祖遶境者體驗滿意度調查問卷	68		

## 參考文獻

一、中文部分 大甲鎮瀾宮志(2005)，文化薪傳篇，頁74-76。中國時報專輯(2010)，四月十五號(四)，A9版。王育群(2000)，簡介二十一世紀台灣發展觀光新戰略，大葉學報，9(2)，15-17。王見川、李世偉(2000)，台灣媽祖廟閱覽。博揚出版。王偉哲(1997)，遊客對休閒農業之認知與體驗之研究，私立逢甲大學建築及都市計畫研究所未出版之碩士論文。王彬如(1996)，遊憩體驗歷程之探討分析-以環島鐵路花蓮二日遊為例，私立文化大學觀光事業學系未出版之碩士論文。吳曲輝(1992)，社會學理論的結構。台北市：桂冠出版。呂昭穎(1998)，運用系統思考改善PZB模式。正修科技大學。林美容(1993)，台灣人的社會與信仰 台北：自立報系文化出版部。林美容(1996)，台灣文化與歷史的重構，前衛。林美容(2006)，媽祖信仰與台灣社會，博揚文化。林淑晴(1988)，從環境知覺探討垃圾對遊憩體驗的影響 - 以日月潭為例，中興大學園藝研究所未出版之碩士論文。侯錦雄(1990)，遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究，國立台灣大學園藝研究所未出版之博士論文。洪晟晏(2002)，從宗教法規分析台灣宗教與民間信仰 - 以媽祖信仰之檢討為例。國立台灣大學。夏業良、魯煒譯(2003)，體驗經濟時代，經濟新潮社。孫非譯(1998)，社會生活中的交換與權力，桂冠圖書。孫思源(2001)，由社會交換理論探討資訊系統委外合夥關係之影響因素。未出版博士論文，國立中山大學資訊管理學系博士論文，高雄市。徐千惠(2009)，影響彰化縣國小教師運用部落格進行知識分享因素之研究-社會交換理論觀點的運用。國立中正大學教育學院。張耿豪(2008)，部落格知識分享之影響因素：社會認知理論與社會交換理論整合之觀點。未出版碩士論文，國立中正大學資訊管理研究所，嘉義縣。張鳴珊、王伶雅(2006)，由遊客觀點探討媽祖遶境文化與休閒之研究。嘉南學報第三十二期，第744-757頁。陳水源(1988)，觀光遊憩計劃論，台北：淑馨出版社。陳秉璋(1985)，社會學理論。台北：三民。陳秉璋(1985)，社會學理論。台北：三民。陳昭明(1981)，台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查分析，國立台灣大學森林學系森林遊樂研究室。陳國強、林瑞霞(1999)，鄭成功登陸台灣與媽祖文化。《台灣源流》，第15期。游瑛妙(1999)，節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質的滿意度分析-以第十一屆民藝華會為例，台北：台灣省交通部旅遊局。黃美英(1994)，

臺灣媽祖的香火與儀式。臺北:自立晚報出版社。蔡文輝(1989), 社會學理論。台北:三民。蔡文輝(2006), 社會學理論(修訂三版)。台北:三民。鄭琦玉、楊文燦(1995), 遊憩衝擊認知及其滿意度關係之研究, 戶外遊憩研究, 8(2), 109-132。謝宗榮(2003), 台灣傳統宗教文化, 晨星出版。謝宗榮(2006), 台灣的廟會文化與信仰變遷、台灣傳統宗教文化, 博揚文化。觀光局(2010): <http://travel.taiwan.net.tw/> 觀光局(2010), 宗教慶典活動, 取自: <http://www.taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0001022> 蘋果日報(2010): [http://tw.nextmedia.com/applenews/article/art\\_id/31990448/IssueID/20091004](http://tw.nextmedia.com/applenews/article/art_id/31990448/IssueID/20091004) 二、英文部分 Joseph, B Pine II and James H. Gilmore (2000). The Experience economy : work is theatre & every business a stage. Penguin/Highbridge. Beard, J.G. and Ragheb, M.G. (1980). Measuring Leisure Satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 20-33. Berry(1984).A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 84-106. Blau, P. M. (1964). Exchange and Power in Social Life. New York: John Wiley and Sons. Borrie, W.T., and Roggenbuck, J.W. (2001). The dynamic, emergent, and multi-phasic nature of on-site wilderness experiences. *Journal of Leisure Research*, 33(2), 202-228. Cardozo, R.N. (1965). An experimental study of consumer effort extectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research* 2(3and4), 244-249. Dorfman, P.W. (1979). Measurement and Meaning of Recreation Satisfaction. *Environment and Behavior*, 11(4), 483-510. Driver, B.L., Brown, P.J., and peterson, G.L. (1991). Benefits of leisure. State College,PA:Venture Publishing. Emerson, R. M. (1962). Power-dependence relation. *American Social Review*, 27, 31-41. Emerson, R. M. (1972). Exchange Theory, Part I:A Psychological Basis for Social Exchange,38-57, in *Sociological Theories in Progress*. Emerson, R. M. (1981). Social exchange theory, 30-65 in *Social Psychology:Sociological Perspectives*, edited by M. Rosenberg and R. H. Turner. New York:Basic Books. Engel, J. F. Blackwell R. D. and Miniard P. W., (1993). *Consumer Behavior*(6th ed.), Chicago: Dryden Press. Fennel, D.A. (2002). Ecotourism programme planning.Wallingford, Oxon:CABI Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer, The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21. Gunter, B.C. (1987). The leisure experience: Selected properties. *Journal of Leisure Reaearch*, 19(2), 115-130. Homans, G. C.. (1958). Social behavior as exchange. *The American Journal of Sociology*, 1958, 597-606. Iso-Ahola, S. (1985). The social psychology of leisure. Dubuque, IA:William C. Brown. Jackson, M.s., White, G.N. and Schmierer, C.L. (1996). Tourism experience within an attributional framework. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 789-810. Kelly,J.R. (1987). Freedom to be:A new sociology of leisure. New York: Macmillan. Kelly,J.R. (1989). Later-life leisure: Beginning a new agenda. *Leisure Sciences*, 11(1), 47-59. Lawler,E.E. (1973). *Motivations in Work Organizations*. Brooks/ Cole Publishing Company, Monterey, CA. Lee, Y., Dattilo, J., and Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 26(3), 195-211. Munch, R.(1993), *Sociological theory:from the1850s to the present*, Chicago:Nelson-Hal Publishers. Oliver,R.L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. Steward, W.P., and Hull, R.B. (1992). Satisfaction of what:Post hocversus real-time construct validity. *Leisure Sciences*, 14(3), 195-209. Super, D.E. (1970). *Manual for the work value inventory*. Chicago: Riverside Publishing Company. Thibaut, J. W. and H. Kelly.(1959). *The social psychology of groups*, New York: Wiley. Turner,J.H.(1986).*The structure of sociological theory*,Chicago: The Dorsey Press. Watt, D. (1998). *Event management in leisure and tourism*. New York: Addison Wesley Longman.