

觀光休閒產業發展策略研究－以屏東縣客庄居民為例

宋慶財*、李雪香**

摘要

隨著國人生活條件的提升與交通便捷，觀光休閒風氣興起，觀光休閒旅遊已成爲國人生活極其重要的活動。以觀光休閒產業發展趨勢及現況而言，活絡地方經濟，滿足遊客的需求，以地方資源特色所建立的觀光休閒發展型態已儼然形成。屏東縣客家地區以農業爲主，受到台灣加入世界貿易組織(World Trade Organization；簡稱WTO)及社會變遷的衝擊，自然無法置身於時代潮流之外，勢必要配合時勢轉型。然而，地區產業發展的良窳，當地居民的態度與認知是產業發展的關鍵。

本研究之目的以調查與分析客庄地區居民對發展觀光休閒產業的看法，研擬產業發展策略，並將成果提供產、官、學界實務運作之參採。採問卷調查之研究法，以居民的觀點探討屏東縣客庄觀光休閒產業之發展策略。研究對象爲屏東縣高樹、長治、麟洛、內埔、竹田、萬巒、新埤、佳冬等八個客庄之居民，共計386份有效樣本。透過文獻探討、研究設計、問卷施測及分析與討論獲致結果。藉由環境與資源的現況探討，及透過SWOT分析，找出產業優勢與劣勢、機會與威脅等因子，以策略配對掌握競爭優勢，形成最適的發展策略。

研究結果發現：一、居民認爲餐廳環境衛生及服務品質、提升業者的素質與水準與加強業者合作關係之「品質改善」最重要；二、「客家美食」、「古蹟文化」、「節慶活動」對觀光客最具吸引力；三、客家族群較爲保守、少創意、不擅長有投資風險的服務業，輔導與溝通是發展產業的樞紐；四、公部門推廣效能有待提升，主其事者是成敗的關鍵。並就精進公部門效能提出具體建議。

關鍵字：屏東縣客庄地區、觀光休閒產業、問卷調查

*美和技術學院文化事業發展系兼任講師、國立屏東科技大學客家文化產業研究所碩士

**美和技術學院文化事業發展系研究助理、國立屏東科技大學客家文化產業研究所碩士

壹、緒論

一、研究動機與背景

近年來，區域交通建設改善，國民所得提高，閒暇時間增多，旅遊風氣興起，休閒產業發達。以台灣觀光休閒產業發展趨勢及現況而言，為因應地方經濟需求，並滿足國人對地方資源的懷舊與偏好，加上地方首長、業者及人民團體的推動，以地方資源特色所建立的觀光發展型態已儼然形成（高俊雄，1995）。根據觀光局2007年統計顯示，國人國內旅遊約達1億1千多萬旅次，較2006年1億7百多萬旅次成長2.28%，旅遊總花費約新台幣2,243億元；2007年來台旅客人數已達3,716,063人次，較2006年3,519,827人次成長5.58%，觀光外匯收入約新台幣1,785億元。2006年國人從事國內旅遊次數平均每人每年旅遊5.70次，而「觀光、休憩、渡假」佔國內旅遊次數的82%，變成為國內旅遊最主要的目的，可見觀光休閒旅遊確實已成為國人生活中極重要的部份(段兆麟，2006)。

行政院核定「挑戰2008國家發展重點計畫：新客家運動」計畫及在2008年兩岸三通已開放大陸地區人民來台觀光，加上六堆客家文化園區將於2010年正式營運等因素，預期屏東縣客家地區將成為熱門的觀光地區，為客家文化發展帶來契機。然而，農業受到台灣加入世界貿易組織（World Trade Organization；WTO）及社會變遷的衝擊，台灣鄉村觀光休閒產業的規模與實質內容也有明顯變化。由台灣客家集中區行業分佈得知，務農的比率為65%，比起閩南，外省族群56%都要來的高（張維安等，2004）。屏東縣客庄的產業以農業為主，自然無法置身於時代潮流之外，勢必要配合時勢轉型。

屏東縣客庄地區有豐富而獨特的歷史文化、自然資源與產業，就是創造觀光休閒產業最有利的條件，然而，當地居民對於觀光休閒產業的態度與認知，往往是產業發展良窳的關鍵，本文研究動機係以資源與環境的面向，由屏東縣客庄地區居民的觀點切入分析，以瞭解居民對於發展地區觀光休閒產業的看法，進而研擬屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業之發展策略，並將研究結果提供政府有關單位及產、學界在實務運作之參考。

二、研究目的

- (一) 調查與分析屏東縣客庄地區居民對發展觀光休閒產業的看法，並研擬觀光休閒產業發展策略。
- (二) 提供政府輔導政策及產、學界實務運作之參採。

三、研究流程：

基於研究動機與目的，擬訂本研究流程，透過文獻探討，研究設計與方法、問卷調查、分析與討論、最後提出研究結論與建議，如圖 1 所示。

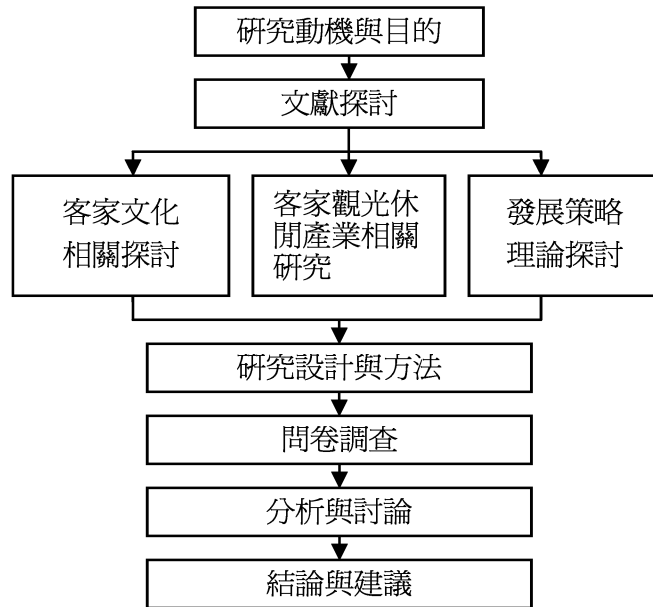


圖 1 本文研究流程

四、研究範圍與限制

(一) 研究範圍

屏東縣高樹、長治、麟洛、內埔、竹田、萬巒、佳冬、新埤等八個鄉所轄之客庄。

(二) 研究限制

1. 本研究問卷施測時間為2008年8至10月，分析與討論結果僅能說明此一時間內居民對產業發展的看法，研究結論亦無法推論其他地區之樣態。

2. 因研究時間及經費有限，無法將屏東縣所有客家地區，如南州大埔、屏東田寮等客家地區列入研究範圍。

貳、理論基礎與文獻探討

探討理論與文獻，有助於本研究達成預期效果。僅就客家文化、客家觀光休閒產業及發展策略等三個部份探討。

一、客家文化

各家學者對於「客家文化」各有論述：所謂「客家文化」，是指客家民系在歷史發展過程中，後天的地理、歷史形成的外部與內部的生活樣式，是客家人創造心理與物質兩面諸行為的複合體，其具體表現的樣式可分為物質與精神兩個層面，前者包含以藍衫為代表的衣著文化，以鹹、香、肥長見的客家菜為代表的食的文化，及以土樓、伙房為代表的住的文化；後者表現於外者，有客家方言、客家山歌；表現於內者，有客家社會團體特有的價值觀、倫理觀、宗教信仰、行為

和道德規範等，如崇尚重血緣、獨立自主、硬頸精神、勤儉刻苦、重視教育、文風興盛，皆是客家文化中常為中外學者獨道的優良成份（林嘉書，1992）。羅香林（1981）指出客家文化包含：一是耕讀社會之關係；二是鄉里自保之關係；三、曆法推算與通書推行之關係；四是富有刻苦耐勞勤勉立業之精神，故雖遷移轉徙，而能所至自立，寢以繁榮。客家文化的基本特質為質樸無華的風格、務實避虛的精神、及反本追遠的氣質，其總體根源都深植於這樣一種經濟生活以及與經濟生活相適應的家族體制之中（王東，1998）。客家文化匯集最多的地方，應該還是傳統的夥房（劉還月，1999）。客家傳統文化具有淳樸民風、重視文教的特色，表現在其鄉村社會中，具有極濃的合群意識、重視傳統的家庭制度及敬老尊賢等特色（曾彩金，2001）。

綜合上述，所謂「客家文化」，係指客家民系在歷史發展過程中，基於主、客觀的條件因素而形成內部的生活樣式與外部表現、形塑精神行為與實體物質特有的構成要素，也是客家族群與其他族群識別的符號。

二、客家觀光休閒產業

客家族群的地理分佈，曾經是歷史的邊緣，如今卻在周休二日的新休閒情境中，成為熱門的旅遊地區。因為發展遲緩，曾經一度讓許多的客家鄉親因而變賣祖產離鄉土，使客家鄉鎮的年輕人外流到城市。然而，當工商情境轉變，鄉村成為現今的媚力故鄉（陳板，2002）。屏東縣客家地區產業以農業為主，客家聚落因自然環境特殊，富含優美的景觀特色的產業、濃郁的文化，及維護良好的生態環境。從二十世紀末開始，這些景觀、產業及自然生態資源，是發展體驗經濟（Experience Economy）最珍貴的自然資本（Nature capital），客家地區適合發展的觀光休閒產業可歸納為：休閒農業、鄉村旅遊、傳統餐飲產業、鄉村民宿、鄉村節慶觀光、創意文化產業、歷史文化古蹟體驗等（段兆麟，2007）。廖世義等（2006）認為客家地區居民較認可農產品推廣、美食及藝文活動等三項活動，屏東地區因其地緣性因素，有特有的農產及菜系。在國人重視美食文化下，客家獨特的飲食文化深入人心，因此，可透過其農產及美食來推廣客家文化。高屏地區十一個鄉鎮之資源豐富，同為客家鄉鎮之六堆地區，在資源上應互相整合，並且構成連線，讓遊客能納入遊程安排，以增加觀光收入促進農村之繁榮（蔡龍銘，2005）。王貳瑞（2005）指出屏東縣客家地區文化與觀光資源均極為豐富，未來要顯示出獨特性，仍應與產業結合，才能真正創造附加價值，具體提升產業效益。

綜合上述，研究地區屏東縣客庄地區文化多元，資源豐富，位於周邊觀光休閒遊憩地帶核心位置，交通便利，套裝行程彈性加大等，為地區發展觀光休閒產業的利基，適合發展具有客庄特色的休閒農業、鄉村旅遊、傳統餐飲、客家民宿、節慶觀光、創意文化產業、歷史文化古蹟體驗等。

三、觀光休閒發展策略

在競爭市場中，企業經營策略就是企業競爭策略。觀光的構成要素為觀光

客、觀光媒體及觀光客體，無論是地方整體或任何景點的觀光發展都包含了觀光供給、需求兩種面向，供給面是指所有提供觀光產品、服務和連結觀光客的軟硬體設施；需求面是指有興趣且有能力觀光的觀光客(謝淑芬，2002)。Gunn (1999)指出觀光發展是由觀光據點的吸引力、服務設施、交通運輸、旅遊資訊及促銷宣傳等五個構面所組成，觀光休閒產業完整的發展則必須整合政府、非營利組織及商業三個部門合作無間才可預期成功。善用客家地方數十個社群，眾志成城，是桐花祭帶動民眾參與的關鍵力量，過去最常與客家人畫上等號的，大概是無形的「硬頸精神」或藍衫，但近幾年來桐花已被視作客家的另一個代名詞，善用故事行銷，正是把「桐花」與「客家」成功的連結，找出產品背後的文化、歷史、故事、體驗，才能增值，創造「願付價值」是活動成敗的關鍵(鄭秋霜，2008)。目前屏東縣觀光休閒產業80%集中在恆春半島與墾丁國家公園，以自然賞景，娛樂運動為主，文化體驗僅佔21%，觀光休閒旅館6,600床，絕多數集中於墾丁國家公園系統，其餘地區供給率極低(交通部觀光局，2006)。休閒農場計34場(全台總數443場)，佔7.7%(行政院農委會，2009)。屏東縣客庄地區歷史文化豐富、交通可及性高、資源具有特色，有發展觀光休閒產業的潛力。然而，發展客庄地區觀光休閒與保存文化應有平衡點，降低副作用的衝擊，讓遊客需求與居民生活適切的互動，使觀光利益為全體居民共享。

綜合上述，從桐花祭、桃、竹、苗觀光休閒產業及六堆嘉年華發展的經驗顯示，研究地區從以農業為主軸的經濟產業出發，透過文化深耕與綠色觀光，可建構屏東縣客庄未來發展觀光休閒產業的有利態勢。地區的發展首先必須取得居民的共識，以爭取認同，更要能為當地創造就業機會及活絡經濟，藉由文化保存、社區營造、公部門的輔導措施與居民的溝通，達到地區觀光休閒產業發展的目的。

參、研究設計與方法

一、研究架構

本研究架構先藉由環境(包括公部門政府施政計畫及研究地區相關產業之交通運輸、服務體系、資訊提供及行銷宣傳)與資源(包括自然、景觀、產業、文化及人的資源等)的現況，透過 SWOT 分析，採策略配對，由點、線到面，逐步探究適合產業的發展策略，如圖 2 所示。

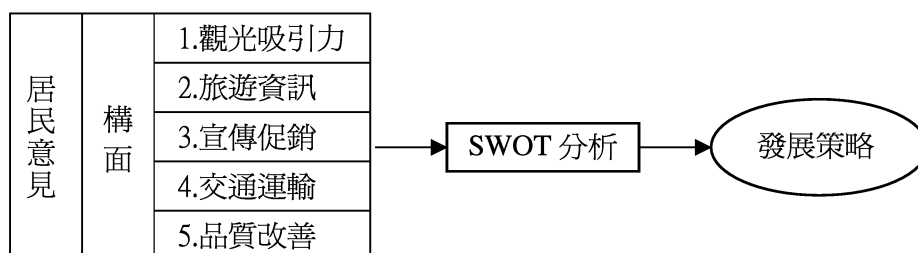


圖 2 本文研究架構圖

二、資料分析工具與方法

本文量化研究以SPSS12.0版套裝軟體進行分析，資料分析工具說明如下：

(一) 效度 (Validity)

效度是測驗內容的正確性、有效性。在測量效度之前，必須先確定測量的目的、範圍及對象，才能達到測驗內容與目的相符合的程度。為建構內容效度本文採探索性的主成份因素分析 (Principal factor analysis; PFA)，主要目的在找出量表潛在結構，減少題項數目，使之成爲一組較少而彼此相關較大的變項。因素分析之問項來源係依文獻探討及本研究地區實際狀況，並經前測修正後擬訂，同時採用「李克特式五分量表」(Likert-type Scale)法。經由Kaiser之最大變異轉軸後的值，保留特徵值大於1.0者，因素負荷量大於0.5之題項，爲使各構面題項概等及便於操作分析，計選取30個題項，區分5個構面，命名爲「觀光吸引力」、「旅遊資訊」、「宣傳促銷」、「交通運輸」、「品質改善」，總解釋變異量爲74.43%，KMO (Kasier- Meyer-Olkin) 值爲0.857，顯著性達0.000水準，具有一定內容效度。

本研究因素分析依程序完成效度與信度考驗具有效性與穩定性，萃取之題項將與 t 考驗、描述性統計、ANOVA 及 Scheffé 等之差異分析所得結果綜整後，運用 SWOT 分析，期能對樣本母體做出更精準的推估和解釋。

(二) 信度 (Reliability)

信度就是量表的可靠性與穩定性，本研究採De Vellis (1991) 的建議Cronbach's α 係數值越大，表示內部的一致性越高。量表整體信度爲0.9618，已達「非常好」的可靠性與穩定性。

(三) 因素分析 (Factor Analysis)

將原始變數單純化並濃縮爲適當的因素構面，萃取出各因素負荷量 (Factor Loading)、特徵值 (Eigenvalus) 及Cronbach's α 之關係來檢定因素內各變數的一致性、穩定性及其效度，本研究量表主成份因素分析如表1。

表1 屏東縣客家地區發展觀光休閒產業構面與題項主成份因素分析表

變項	觀光吸引力	旅遊資訊	宣傳促銷	交通運輸	品質改善	α 係數
1.提升客家文化水準	0.830					
2.加強客家地區治安	0.829					
3.改善客家街道市容	0.826					0.9415
4.加強客家維安設備	0.826					
5.發展客家獨有特色	0.799					
6.改善客家公共建設	0.790					
7.做好觀光景點簡介		0.788				
8.多點提供旅遊資訊		0.759				
9.加強旅遊網站資訊		0.732				
10.文化園區設遊客中心		0.721				0.9372
11.旅遊資訊多語言化		0.705				
12.發行旅遊手冊摺頁		0.698				
13.建立遊客資料庫		0.594				
14.改善交通指示標誌		0.516				
15.發展會展產業市場			0.789			
16.增加過夜型遊客數量			0.770			
17.加強國內市場促銷規劃			0.753			0.9255
18.針對國外市場促銷規劃			0.740			
19.辦理大型節慶及促銷			0.722			
20.形塑客家特色旅遊品牌			0.649			

21.增加大眾交通輸具				0.832		
22.陸空運輸系統規劃與整合				0.796		
23.鼓勵使用大眾交通輸具				0.707		0.8946
24.建置大型停車場				0.657		
25.規劃腳踏車專用道				0.614		
26.改善無障礙設施				0.601		
27.改善美食的衛生環境					0.810	
28.改善美食的服務品質					0.753	0.8580
29.提升產業的素質與水準					0.656	
30.加強客家產業合作					0.629	
31.提升景點遊客容量	0.497 (刪題)					
32.增加景點間的連結	0.492 (刪題)					
33.規劃行人散步道	0.468 (刪題)					
特徵值	5.167	5.148	5.547	4.408	3.061	
佔總體變異量%	17.22	17.16	15.15	14.69	10.20	整體信度
累積變異量%	17.22	34.82	49.54	64.23	74.43	0.9618
KMO 值	0.857					
顯著性	0.000					

資料來源：本文整理

(四) 描述性統計 (Descriptive Statistics)

依據問卷的各項變數或因素，如資源、環境特性等，採用敘述性統計的分析方法，說明各項變數的次數分配、百分比、平均數、標準差等。

(五) t 考驗 (t-test)

主要目的在於考驗兩項獨立樣本觀察值之各組平均數 (mean) 彼此間是否相等。以驗證不同性別的遊客，對發展觀光休閒構面及題項之看法是否有所差異。

(六) 單因子變異分析 (One-way ANOVA)

透過 SPSS 量化統計之「單因子變異分析」(One-way ANOVA)，驗證不同的層級對象，是否對優勢競爭與發展策略有所差異，再利用 Scheffé 多重比較分析檢定法找出差異的來源。

肆、分析與討論

一、居民意見分析

針對居住於研究地區八個鄉域內之居民為樣本母體，由訪員分配責任區域，考量性別、年齡、地段區位平衡及研究地區以往遊客人數比例等因素，實施配額取樣調查。問卷以受訪者自填的方式進行，如遇受測者不清楚時，再由訪員予以說明。發放問卷時間為 2008 年 8 至 10 月，共發出 440 份問卷，剔除漏答及填答偏差者，共得有效問卷 386 份，回收率為 87.72%。

(一) 居民樣本特性分析：如表 2 所示

表 2 居民樣本特性分析表

區分	選項	次數	百分比%
性別	男	178	46.2
	女	208	53.8

年齡	18-30 歲	24	6.3
	31-40 歲	135	35.0
	41-50 歲	183	47.5
	51-60 歲	34	8.8
	61 歲以上	10	2.5
教育程度	國中以下	44	11.3
	高中職	174	45.0
	大專	149	38.8
	研究所	19	5.0
	學生	15	3.8
職業	軍公教	67	17.5
	勞工	63	16.3
	農林漁牧	72	18.8
	服務業	77	20.0
	自由業	30	7.5
	家管	38	10.0
	其他	24	6.3
	居住時間	5 年以下	34
6-10 年		24	6.3
11-20 年		53	13.8
21-30 年		58	15.0
31-40 年		67	17.5
41-50 年		111	28.8
51 年以上		39	10.0
每月平均收入	0-10,000 元	29	7.5
	10,001-30,000 元	203	52.5
	30,001-50,000 元	135	35.0
	50,001-70,000 元	19	5.0

資料來源：本文整理

(二) 居民對地方特色與現況的認知分析

1. 58.7%的居民認為當地的觀光休閒產業未受到重視及發展。
2. 85.0%的居民贊成發展觀光休閒產業。
3. 68.8%的居民未曾參與過社區公共事物。
4. 73.8%的居民未曾收到公部門有關舉辦相關活動的資訊。
5. 居民認為遊客來屏東縣客庄地區旅遊的前三名原因為：「客家美食」第一，佔 26.3%；「古蹟文化」第二，佔 17.3%；「節慶活動」第三，佔 16.6%。
6. 居民對地方政府發展觀光休閒產業的成果：45.0%不滿意；7.5%滿意；

1.3%非常滿意。

7.居民認為地方政府對發展觀光休閒產業的輔導態度：31.2%消極輔導；26.2%積極輔導；12.8%是毫無作為。

8.居民認為發展觀光休閒產業會面臨的問題依序為：景點吸引力不足 24.9%；行銷不足 13.2%；地方政府無法整合 11.6%；經濟效益不高為 11.1%；社區意見無法整合 10.6%；公共設施不足 10.1%；只重表面不易落實 9.5%；業者配合度不高 8.9%。

(二) 不同性別的居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業之差異分析

表 3 顯示，不同性別的居民在「改善六堆街道市容」等 4 個題項上，有顯著性差異 ($p \leq 0.05$)。在「改善六堆街道市容」題項上，男性在重要性認知的平均值高於女性，原因可能是男性對整體空間的感覺比較強烈，認為有特色的街道市容比較具有吸引力；在「做好觀光景點簡介」等 3 題項上女性在重要性的平均認知值高於男性，表示女性對於這些題項重要性的平均認知均高於男性，原因可能是女性比較在乎經濟、實用原則，對品牌偏好及注重親子活動。

表 3 不同性別的居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業差異分析 (t 檢定)

構面	項 目	性別	平均數	標準差	t	p
觀光吸引力	3.改善六堆街道市容	男	4.24	0.83	8.730	0.004**
		女	4.02	0.56		
旅遊資訊	7.做好觀光景點簡介	男	4.16	0.50	5.438	0.022*
		女	4.19	0.82		
促銷宣傳	20.形塑六堆特色旅遊品牌	男	4.16	0.60	6.145	0.015*
		女	4.23	0.90		
交通運輸	25.規劃腳踏車專用道	男	4.08	0.64	4.965	0.029*
		女	4.14	0.80		

註：本表僅就有顯著性差異之題項列表。 * $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

資料來源：本文整理

(三) 不同年齡的居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業之差異分析

不同年齡的居民對地區發展觀光休閒產業的構面及題項，均未達到顯著性水準 ($p \leq 0.05$)，原因可能是不同年齡的居民對此項目的看法差異不大。

(四) 不同教育程度的居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業之差異分析

表 4 顯示，不同教育程度的居民對「觀光吸引力」及「交通運輸」等兩個構面計 5 個題項，有顯著性差異 ($p \leq 0.05$)。以 Scheffé 法比較分析得知：在觀光吸引力構面之「提升六堆文化水準」等 3 個題項上，高中職教育程度者重要性的平均認知高於其他，原因可能是高中職教育程度者的在地認同感比較高，對發展觀光休閒的基礎項目比較重視；在交通運輸構面之「陸空運輸系統規劃與整合」題項上，國中以下教育程度者高於其他，原因可能是其缺乏充份的資訊，以致對現

況有如此認知；在「改善無障礙設施」題項上，高中職教育程度者高於其他，原因可能是對身心障礙者較具愛心及同理心，期望在公共設施上能讓他們有更多的方便性。

表 4 不同教育程度居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業差異分析表 (ANOVA)

構面	題 項	平均數	標準差	f	p	Scheffé
觀光吸引力	1.提升六堆文化水準	4.15	0.748	3.814	0.013*	B>A
	2.加強六堆地區治安	4.29	0.766	3.003	0.036*	B>D>C>A
	3.改善六堆街道市容	4.13	0.700	3.950	0.011*	B>A
交通運輸	22.陸空運輸系統規劃與整合	4.04	0.803	2.644	0.049*	A>B>C>D
	26.改善無障礙設施	4.08	0.671	3.567	0.018*	B>C>A>D

註：本表僅就有顯著性差異之題項列表。* $p \leq 0.05$

A：國中以下、B：高中職、C：大專、D：研究所

資料來源：本文整理

(五) 不同家庭收入的居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業之差異分析

表 5 顯示，居民的家庭收入對「觀光吸引力」及「交通運輸」等兩個構面計 5 個題項，達到顯著性水準 ($p \leq 0.05$)。以 Scheffé 法比較分析得知：在觀光吸引力構面之「提升六堆文化水準」上，收入在 30,001-50,000 元者重要性的平均認知高於其他，原因可能是認為提升文化水準有助於提升觀光吸引力，帶來更多遊客；在「強化六堆公共建設」上，家庭收入 10,001-30,000 元者高於其他，原因可能是地區的公共建設不足，會讓遊客感到不便，形成負面因素。在交通運輸構面之「增加與完備大眾交通輸具」等 3 題項，收入 10,000 元以下者重要性的平均認知高於其他，原因可能是認為交通是發展觀光休閒產業的基礎建設，設施完備後地區自然就會發展。

表 5 不同家庭收入的居民對屏東縣客庄地區觀光休閒產業差異分析表 (ANOVA)

構面	題 項	平均數	標準差	f	p	Scheffé
觀光吸引力	1.提升六堆文化水準	4.15	0.748	2.904	0.040*	C>B>D>A
	6.強化六堆公共建設	4.16	0.770	2.670	0.050*	B>C>A>D
	21.增加與完備大眾交通輸具	4.05	0.761	3.613	0.017*	A>D
交通運輸	22.陸空運輸系統規劃與整合	4.04	0.803	4.764	0.004**	A>B>C>D
	24.建置大型停車場	3.88	0.862	2.933	0.039*	A>B>C>D

註：本表僅就有顯著性差異之題項列表。* $p \leq 0.05$

A：10,000 元以下、B：10,001-30,000 元、C：30,001-50,000 元、D：50,001-70,000 元

資料來源：本文整理

(六) 不同鄉別的居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業之差異分析

表 6 顯示，不同鄉別的居民對「旅遊資訊」及「促銷宣傳」等兩個構面計 2 個題項，有顯著性水準 ($p \leq 0.05$)。以 Scheffé 法比較分析得知：在旅遊資訊構面之「加強旅遊網站資訊」上，高樹鄉居民重要性的平均認知高於其他，原因可能是高樹鄉目前大力推展觀光休閒產業，居民認知較多，客家聚落及景點分散，加強網站旅遊資訊是廉價而有效的行銷管道；在「促銷宣傳」構面之「增加過夜型遊客數量」上，萬巒鄉的居民重要性的平均認知高於其他，原因可能是內埔屬商業型態的聚落，商家較多、交通便利、有常態性夜市及美食街，發展觀光夜市漸已成形，萬巒鄉民自認也可如內埔一樣發展，期望增加過夜型遊客數量，帶來繁榮及開創商機。

表 6 不同鄉別的居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業差異分析表(ANOVA)

構面	題項	平均數	標準差	f	p	Scheffé
旅遊資訊	9.加強旅遊網站資訊	4.10	0.739	2.057	0.050*	A>H>F>D>G, E>C>B
宣傳促銷	16.增加過夜型遊客數量	3.98	0.900	2.172	0.047*	F>D>H>A>C>E>G>B

註：本表僅就有顯著性差異之題項列表。* $p \leq 0.05$

A：高樹鄉、B：長治鄉、C：麟洛鄉、D：竹田鄉、E：內埔鄉、F：萬巒鄉、G：新埤鄉、H：佳冬鄉

資料來源：本文整理

(七) 居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業之差異分析

表 7 顯示，居民對發展地區觀光休閒產業的看法，各構面平均數介於 4.00-4.20 之間，以「品質改善」的重要性的平均認知最高，第二為「觀光吸引力」，第三為「旅遊資訊」，第四為「促銷宣傳」，第五為「交通運輸」。在品質改善方面，原因可能是居民認為客家產品很特別，在服務、產業合作，尤其是衛生、素質水準方面最須加強，以符合健康養生的潮流；在觀光吸引力方面，地區治安、遊憩設備的安全性及在地特色有必要加強；在旅遊資訊方面，發行旅遊手冊摺頁、做好景點簡介及多點提供資訊是比較重要；在宣傳促銷方面，認為形塑六堆特色旅遊品牌及辦理大型節慶活動及促銷是比較實際而有效的方式，然而，針對國外市場的促銷規劃及增加過夜型遊客數量則持較不認同看法；在交通運輸方面，認為到地區觀光休閒的遊客多半自行解決交通問題，居民多數使用汽機車、腳踏車代步，對鼓勵使用大眾交通輸具及建置大型停車場的重要性認知較無法體會，但對規劃腳踏車專用道則認為比較重要。

表 7 居民對屏東縣客庄地區發展觀光休閒產業差異分析表

構面	題項	平均數	標準差	平均數	標準差	排序
品質改善	27.改善美食的環境衛生	4.25	0.65	4.23	0.64	1
	28.提升美食的服務品質	4.21	0.63			
	29.提升美食的素質與水準	4.26	0.63			
	30.加強六堆地區產業合作	4.22	0.67			

觀光吸引力	1.提升六堆文化水準	4.15	0.75	4.20	0.76	2
	2.加強六堆地區治安	4.29	0.77			
	3.改善六堆街道市容	4.12	0.70			
	4.加強六堆維安設備	4.30	0.74			
	5.發展六堆在地特色	4.19	0.84			
	6.強化六堆公共建設	4.16	0.77			
旅遊資訊	7.做好觀光景點簡介	4.18	0.69	4.12	0.70	3
	8.多定點提供旅遊資訊	4.17	0.71			
	9.加強旅遊網站資訊	4.10	0.74			
	10.文化園區設遊客中心	4.13	0.72			
	11.旅遊資訊多語言化	4.07	0.65			
	12.發行旅遊手冊及摺頁	4.22	0.69			
	13.建立遊客資料庫	4.01	0.68			
	14.改善交通指示標誌	4.09	0.72			
宣傳促銷	15.發展會展產業旅遊市場	4.04	0.74	4.06	0.82	4
	16.增加過夜型遊客數量	3.97	0.90			
	17.加強國內市場的促銷規劃	4.09	0.75			
	18.針對國外市場的促銷規劃	3.93	0.92			
	19.辦理大型節慶活動及促銷	4.15	0.84			
	20.形塑六堆特色旅遊品牌	4.20	0.77			
交通運輸	21.增加與完備大眾交通輸具	4.05	0.76	4.00	0.78	5
	22.陸空運輸系統規劃與整合	4.04	0.80			
	23.鼓勵使用大眾交通輸具	3.90	0.88			
	24.建置大型停車場	3.88	0.86			
	25.規劃腳踏車專用道	4.11	0.73			
	26.改善無障礙設施	4.07	0.67			

註：平均數係以非常重要至非常不重要，分別以 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分計算。

資料來源：本文整理

伍、產業發展策略

經過上述量化分析討論後，將影響屏東縣客庄地區觀光休閒產業發展之內在因素與外在環境透過Wehrich（1982）SWOT分析，再以TOWS矩陣策略配對，擬訂產業發展策略，分述如下。

（一）產業發展之SWOT分析

1.優勢（Strength）

屏東縣客家地區發展觀光休閒產業，具有以下優勢：

（1）具有豐富的觀光休閒資源

地區氣候溫和，蘊涵得天獨厚的自然遊憩資源，各鄉各有歷史文化、景觀、產業、人文和人的資源，極具發展觀光休閒的條件與潛力。問卷分析結果顯示：客家美食、古蹟文化、節慶活動、自然景觀及人情味等是客庄地區的競爭優勢，對產業發展具有促進的作用。

(2) 多元化的客家風情

地區以客家族群為主體，另有閩南、外省、平埔、原住民等族群，雖然強調客家，也尊重多元文化，形成多樣繽紛的特色，如節慶祭典、生命禮俗、宗教、建築、歌舞、工藝、飲食、生活內涵等，經過歲月融合之後，已逐漸轉型為新而更具生命力的客家文化特色。

(3) 交通便利

主要交通道路有國道3號道、台1號道、88號快速道路、185號沿山公路、及台灣鐵路局火車鐵道等貫穿全境，構成四通八達的交通網另有屏東、恆春及鄰近的高雄小港機場，對內或對外的交通可及性大為增加，具有開拓觀光休閒人潮的潛力與優勢。

2.劣勢 (Weakness)

基礎建設尚未周全

目前六堆地區許多鄉的基本旅遊設施均尚未健全，如飯店、旅館、民宿不夠、餐廳的菜色和服務欠佳、公共廁所數量不足或衛生狀況欠佳、大眾運輸工具、交通指示牌、停車場、無障礙設施、景點簡介室、整體安全維護設施、地區專屬的識別系統等均不健全，暴露地區發展上的缺失，可能使遊客降低旅遊興趣。

3.機會 (Opportunity)

(1) 戶外休憩風潮興盛

全國旅遊方式逐漸走向多元化，為滿足遊客追求多樣化的遊憩體驗，依遊客喜好設計不同的主題觀光休閒已開始成形。屏東縣觀光休閒資源豐富，研究地區歷史文化與鄉村原野風情，吸引了國人的目光，藉由各部門行銷推廣，形成群聚效應，對地區的觀光休閒發展有促進作用。

(2) 國內首座六堆客家文化園區即將正式營運

首座國家級的客家文化園區，位於內埔鄉麟洛交流道旁，佔地20公頃，園區扮演提供六堆客家行政支援、資訊中心、文化展演、產業開拓與未來願景等角色。將以「核心園區帶動地方園區」的經營模式，對地區的觀光休閒產業發展、文化傳承與活絡地區經濟頗有助益。

(3) 政府政策利多

由於主客觀的政經情勢使然，公部門逐漸重視六堆地區的投資與發展，如客家新故鄉、產業輔導、社區營造、文化保存等計畫，開放兩岸三通大陸客來台觀光等措施，直接間接促進了地區觀光休閒產業發展。

4.威脅 (Threat)

屏東縣內、高雄縣美濃鎮及桃園、新竹、苗栗、花蓮、台東等客家地區，均積極推廣觀光休閒產業，然而，本地區客家文化的特色尚未形成，重複性過高

及知名度不足，對地區的觀光休閒產業發展具有一定程度的競爭威脅。

(二) 產業發展策略

透過SWOT分析後，依據表8之TOWS矩陣原則及配對操作，可歸納出屏東縣客庄地區觀光休閒產業的發展策略，說明如下。

表 8 屏東縣客庄發展觀光休閒產業之 TOWS 矩陣策略配對操作表

內部分析	優勢 (S)	劣勢 (W)
	1. 具有豐富觀光休閒資源 2. 多元文化的六堆風情 3. 交通便利	1. 基礎建設尚未周全
外部分析	機會 (O)	威脅 (T)
	1. 戶外休憩風潮興盛 2. 六堆客家文化園區即將正式營運 3. 政府政策利多	1. 各地均積極推廣觀光休閒產業，本地區特色尚未形成，知名度不足。
S O		W O
SO1 : S1、S2、S3、O1、O2、O3 SO2 : S2、O1、O2		WO1 : W1、O1、O3 WO2 : W1、O2、
S T		W T
ST1 : S1、S2、S3、T1 ST2 : S1、S2、T1		WT1 : W1、T1

資料來源：本文整理

1.善用優勢、利用機會 (S.O.) 策略，即Maxi-Maxi策略。

SO1：運用獨特資源，設計體驗活動

六堆地區的水文、動植物生態、美食、古蹟文化、優美景觀、節慶活動與多元文化的生活型態等，皆是珍貴而獨特的資源。也是設計體驗活動與多元旅遊方案的最佳題材，加上政府有計畫推展客家地區的觀光休閒產業，多種類型的體驗之旅，將使地區產業更具競爭力。

SO2：培訓導覽解說，深入文化之旅

六堆地區有獨特的歷史與文化、客家文物館、農機具陳列館、客家文化園區、客家古蹟及歷史建築、特色伙房、風水地理、廟會節慶、民俗技藝、客家植物與生態環境等，皆是有深度的客家文化。培訓導覽解說員是發展文化旅遊成功的根本，透過故事化的敘說或意義的詮釋，使遊客身歷其境而感動。

2.克服劣勢、掌握機會 (W.O.) 策略，即Mini-Maxi策略。

WO1：做好居民溝通輔導，迎接產業轉型

六堆客家居民以務農為主，自給自足，習性較為保守。目前農業生產利潤微薄，種植檳榔又有破壞水土保持之虞。透過溝通輔導與研習，讓民眾瞭解產業轉型的必然、益處與知能，為發展觀光休閒產業做好準備。

WO2：周全基礎建設，統合資源整體規劃

雖然觀光休閒風潮興起及政府政策利多等因素，對地區發展有正面效益，惟發展觀光休閒產業的基礎建設尚未周全，資源分散未能統合，更無整體規劃的權

責單位，公部門應全力改善現況劣勢，掌握機會增強優勢。

3.運用優勢、避免威脅（S.T.）策略，即Maxi-Mini策略。

ST1：善用優勢資源，化阻力為助力

客家美食、古蹟文化、節慶活動、自然景觀及人情味等研究地區最具優勢資源，可利用便捷的交通系統、策略聯盟、建立品牌、政策利多等方式，弱化非屏東縣客庄地區同質性高的產業競爭，並轉化為相互支援伙伴關係，爭取居民認同，使優秀人才回流投入產業。

ST2：提升服務品質與安全，重視在地居民的觀點

屏東縣客庄地區客源並不穩定，假日多非假日少，造成服務品質降低與成本增高問題，除提高服務品質，提升遊客滿意度、周到的安全性等措施外，應重視在地居民的觀點，一切措施的執行，都需要居民支持。如何傾聽民意，做居民期望的事是政策釐訂與執行者該有的思維，也是發展產業成敗與否的重要因素。

4.改善劣勢、避免威脅（WT）策略

WT1：建立整合機制，讓居民參與產業發展

面對劣勢及威脅因子並考量產業發展，最佳的策略即是主其事者要以「為民謀福利」的觀點，設立專責機構，職司資源統合與開發、規劃行銷、推廣輔導、古蹟（歷史或特色）建築維護、審查監督、教育研習、導覽培訓及成效評估等，發揮創意及團隊精神，期能獲得斐然的成效。屏東縣客庄地區要發展觀光休閒產業，公部門扮演積極而關鍵性的角色，尤其是建立營業者、居民與公部門整合的機制，提供最新的產業經營管理知能及市場資訊，讓居民有機會投入產業發展，消極面可以降低失業率，積極面可以激發創意發展在地特色，透過居民的裙帶人脈提升地區產業的知名度，吸引更多的遊客前來旅遊，以提升地區觀光休閒產業的效益。

綜合上述：觀光休閒產業與一般的商業產品有所不同，在進行研究地區觀光休閒市場定位時，以觀光休閒的屬性或可能帶給遊客利益來思考較為合理。問卷調查結果顯示，居民認為較優勢的觀光休閒資源為：客家美食、古蹟文化、節慶活動、自然景觀及人情味等，屏東縣客庄地區應以此為整體定位與發展主軸，提供豐富的「美食、古蹟、景觀、文化」之旅，打造明日的的生活文化美景。近期以滿足遊客「吃、看、玩、買」的需求為主，次以整合在地資源、文化與生活的複合產業，讓遊客有深度的體驗與文化感動，經營成為「文化深度旅遊」為目標；最終以強調精緻化及多元化，訴求一種緩慢自在的步調，讓遊客開啓五官，心靈沉澱、放鬆壓力，迎接新體驗，成為名實相符的「六堆生活美學區」為目標。這種結合自然風光、深厚的文化傳統及人文特色，是歐洲旅遊持續數十年依然興盛的原因；經過世代累積的「文化資產」，雖然不是為了經濟價值而生成，卻是商業利益與國際能見度最關鍵的競爭力（嚴長壽，2008）。

陸、結論與建議

依據研究目的及整合研究結果，提出本研究結論，並對屏東縣客庄發展觀光休閒產業的政策實務與未來研究方向提出建議。

一、結論

本文提出以下四項結論：

(一) 發展觀光休閒產業「品質改善」最重要

統計結果顯示：在品質改善構面上，受訪居民認為品質改善對發展觀光休閒產業的重要性最高，次為觀光吸引力，如何加強環境衛生、服務品質、設計佈置具有客家特色的軟硬體設施、加強產業的合作關係、提升文化水準、加強治安、改善街道市容、發展在地特色及健全基礎建設，對六堆客家地區發展觀光休閒產業將更具正面效益。

(二) 「客家美食」、「古蹟文化」、「節慶活動」最具吸引力

受訪居民認為遊客前來屏東縣客庄地區觀光休閒活動的原因，前三名排序為：一、客家美食(26.3%)，二、觀賞古蹟文化(17.3%)，三、節慶活動(16.6%)，與宋慶財(2008)對遊客所做有關發展屏東縣六堆地區觀光休閒產業之問卷分析結果，遊客前來從事觀光休閒活動的目的，依序為：一、欣賞自然景觀(30.2%)，二、觀賞古蹟文化(18.5%)，三、品嚐客家美食(15.6%)，兩類調查對象對在發展地區觀光休閒產業資源的認知差異不大。本項研究結果與客家資源調查相關文獻內容結果相符，為地區優勢競爭因子，在發展策略上應掌握優勢積極發展。

(三) 客家族群較為保守，輔導與溝通是發展產業的樞紐

輔導對於弱勢族群是必要的措施，使其可以得到資源而成長，溝通則是互信的基礎，經由雙向互動而凝聚共識。根據調查顯示，85%的居民贊成發展觀光休閒產業；73.8%的居民未曾收到公部門通知經營事業及舉辦活動訊息；9.2%的居民對地區目前發展觀光休閒產業表示滿意或非常滿意，50%居民不滿意及非常不滿意，41.3%居民表示普通。可見居民對公部門的訊息及政府發展客庄地區的觀光休閒產業的資訊相當不足，甚而導致多數居民對公部門發展屏東縣客庄地區的觀光休閒產業表示不滿意，客家族群一般而言生活習性較為保守，對觀光休閒產業的服務勞務，更是覺得陌生，許多客籍人士表示，寧可讓土地、伙房、資金等資源荒廢也不敢冒然投資，更缺乏產業經營管理的職能。然而，面對主觀、客觀的事實，屏東縣客庄地區資源豐富，極為適合發展觀光休閒產業，各級公部門應予以多方輔導，增修相關法令、周全配套措施、甚至採專案專人輔導，非常時期非用非常手段實難期其可成，更應做好與居民的各種管道的溝通，相關資訊如何適時適地傳播出去，讓居民充分瞭解轉型觀光休閒產業的可行性，進而化阻力為助力凝聚共識，成為公部門推廣產業發展的動力。

(四) 公部門效能有待提升，主其事者是成敗的關鍵

依據問卷分析結果：受測居民 58.7%認為屏東縣客庄的觀光休閒產業未受到重要及發展，僅 41.3%認為有受到重視及發展；87%的居民認為地方政府對地區

發展觀光休閒產業的態度消極、毫無作為及不重視地方意見；居民認為發展當地觀光休閒產業會面臨的問題有：景點吸引力不足（24.9%），行銷不足（13.2%），地方政府無法整合（11.6%），經濟效益不高（11.1%），社區組織意見無法整合（10.6%），公共設施不足（10.1%），只重表面無法落實（9.5%），業者配合度不高（8.9%），68.8%的居民未曾參與社區公共事務。縣、鄉公部門在承辦觀光休閒產業發展的人力方面，均屬兼辦業務性質，缺乏專業，且主其事者多半未能重視，任憑發展，部份承辦人員有「多一事不如少一事」、「多做多錯少做少錯」，及「各自為政」的心態，嚴重影響產業發展。各級公部門主其事者的態度與決心往往是成敗的關鍵，以主客觀條件而言，屏東縣客庄以發展觀光休閒產業較為有利，也建議以此為優先考量，盱衡現有資源做合適的規劃，建立整合的機制，責成專人專業，編列適當的預算，必要時協調促成策略聯盟，擴大發展的彈性，臨近的美濃、台中縣的東勢、新社、苗栗縣的內灣、南庄等客家地區，都是發展觀光休閒產業整合行銷成功的案例值得參採。

二、建議

依據本文分析討論結果，就精進公部門效能提出以下建議。

（一）行政院客家委員會

本南北平衡原則，加強對屏東縣客庄地區觀光休閒產業硬體建設與行銷，強化六堆客家文化園區在觀光休閒產業方面與客庄的連結，多下鄉與居民互動，瞭解居民需求，擬訂符合居民願望的政策。

（二）屏東縣政府

客家事務處應有積極作為，增列與爭取中央對屏東縣客庄地區活動的資源，釐訂與整合發展地區觀光休閒產業，增建公共設施，增加景點吸引力，促進業者配合發展，並適時舉辦社區說明會與居民多做溝通。

（三）各鄉鄉公所及鄉農會

化解派系恩怨，共謀地區發展；做好資源調查及景點整建與規劃；統籌公、私部門、業者、居民促進觀光休閒產業發展；地方首長應重視與積極發展地區觀光休閒產業，編制專責單位和經費，並加強休閒農業推廣及農民教育與輔導。

（四）居民及社區

瞭解發展觀光休閒產業對社區及自身的權益，積極參與社區的公共事務。

參考文獻

- Gunn, C. A. 著，李英弘、李昌勳譯（1999）。**觀光規劃—基本原理、概念與案例**。台北：田園城市文化。
- 王東（1998）。**客家學導論**。台北：南天。
- 王貳瑞（2005）。屏東縣檳榔產業現況與轉型策略分析。**客家產業發展研會論文集**（頁 173-188）。屏東：屏東科技大學。
- 交通部觀光局（2006）。**2006 年統計資料**。台北：出版者
- 行政院農委會（2009）。**2009 年全台休閒農場統計**。台北：出版者。
- 林嘉書等（1992）。**客家土樓與客家文化—形式與做法篇**。台北：博遠。
- 宋慶財（2008）。屏東縣六堆地區觀光休閒產業競爭優勢與發展策略之研究。屏東科技大學。
- 段兆麟（2006）。**休閒農業-體驗的觀點**。台北：偉華。
- 段兆麟（2007）。屏東六堆地區觀光休閒產業資源分析與發展策略研究計畫。台北：行政院客家委員會。
- 高俊雄(1995)。觀光旅遊地區經營開發之規劃與推動。觀光管理學報。
- 陳板（2002）。化邊緣為資源：臺灣客家文化產業化的策略。論文發表於行政院客家委員會主辦之「客家公共政策研討會」，台北。
- 張維安、謝世忠（2004）。經濟轉化與傳統在造-竹苗台三線客家鄉鎮文化產業。台北：行政院客委會。
- 曾彩金（2001）。六堆客家系列叢書-六堆的歷史。屏東：財團法人六堆文化教育基金會。
- 廖世義（2006）。商圈發展對客家社區的衝擊與影響-以屏東縣內埔鄉為例。**2006 年六堆地區客家產業計畫報告書**（頁 176-194）。屏東：屏東科技大學客家產業研究中心。
- 鄭秋雙（2008）。**好創意，更要好管理**。台北：三采文化。
- 劉還月（1999）**台灣客家風土誌**。台北：常民文化。
- 蔡龍銘（2005）。休閒農業與城鄉交流。三生農業的挑戰研討會論文集(頁 189-207)。屏東：屏東科技大學。
- 謝淑芬（2002）。**觀光心理學**。台北：五南。
- 羅香林（1981）。**客家研究導論**。台北：古亭。
- 嚴長壽（2008）。**我所看見的未來**。台北：天下遠見。
- De Vellis, R. F. (1991). *Scale Development Theory and Applications*. London: SAGE.
- Wehrich, H. (1982). The SWOT Matrix-A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15 (2), 60-72. interpretation. Evenston, IL: Row, Peterson and Company.

Study on the Tourism and Leisure Industry Development Strategy by the residents of Hakka villages in Pingtung County

Ching-Tsai Sung*, Hsueh-Hsiang Li**

Abstract

With the increasing standards of living and the convenient traffic systems, tourism and leisure have been gaining popularity. In terms of developing trends and the current situation of tourism and the leisure industry, stimulating the local economy to satisfy the needs of visitors, the use of local resources to establish developed patterns of tourism and leisure has been formed. Pingtung County Hakka regions are dominated by agriculture, but due to Taiwan joining the World Trade Organization and impacts of social change; Taiwan cannot keep up with the evolving modern trend, and is bound to change its pattern of development accordingly. However, due to the pros and cons of regional industrial development, attitudes and awareness of local residents are key points of industrial development.

The purpose of this study was to use a questionnaire to investigate and analyze views of the residents of Hakka villages on the development of the tourism leisure industry, to study and propose industrial development strategies, and to provide the results for the practical operation of fruits of production, government, and educational institution to adopt and use as reference. The questionnaire surveyed the views of residents and was used as the research method to confer developed strategies of tourism and leisure industries of Hakka villages in Pingtung County. The study area included the following communities in Pingtung County - Gao Shu, Zhang zhi, Lin luo, Neipu, Zhu tian, Wan luan, Xin pi, Jia dong from which the residents were the object of study, and a total of 386 valid samples were taken. Results were obtained through literature review, research design, questionnaire, and analysis and discussion. The current state of environment and resources as well as SWOT analysis were used to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats of the industry, in order to

* Part-time Lecturer, Department of Cultural Activities Development, Meiho Institute of Technology

** Research Assistant, Department of Cultural Activities Development, Meiho Institute of Technology

grasp the competitive advantage strategy of pairing to form the optimal development strategy.

The results found that, ranked as first priority, residents think that restaurant sanitation, service quality, enhanced industry standards, and strengthening the cooperation between the industry's "quality improvements" are the most important considerations; second, Hakka food, heritage, culture, and festivals are the biggest attractions for tourists; third, that Hakka groups are conservative, less willing to change, and normally afraid of taking the risks of investment services, hence counseling and communication are keys for the development of the industry; fourth, public sector popularity effectiveness remains to be improved, and those in charge are vital to its success.

Key words: Hakka villages in Pingtung County, Tourism and leisure industries,
Questionnaire investigate