



國立臺灣大學生物資源暨農學院生物產業傳播暨發展學系

碩士論文

Department of Bio-Industry Communication and Development

College of Bioresources and Agriculture

National Taiwan University

Master Thesis

國境之南觀光休閒產業的競爭優勢與發展策略：

以屏東縣為例

Competitive Advantages and Development Strategies of Tourism

and Leisure Industries in the South of Taiwan:

Take Pingtung County as an Example

蔡明穎

Ming-Ying Tsai

指導教授：梁朝雲特聘教授

Advisor: Chaoyun Liang, Distinguished Professor

中華民國 112 年 6 月

June 2023

國立臺灣大學碩士學位論文
口試委員會審定書



國境之南觀光休閒的競爭優勢與發展策略：

以屏東縣為例

Competitive Advantages and Development Strategies of Tourism
and Leisure Industries in the South of Taiwan:

Take Pingtung County as an Example

本論文係 蔡明穎 (P10630014) 在國立臺灣大學生物產業傳播暨發展學系完成之碩士學位論文，於民國 112 年 5 月 12 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明

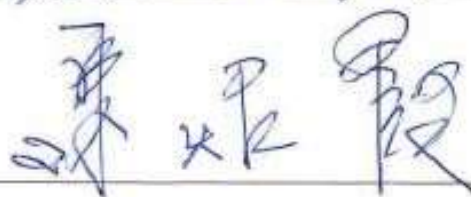
口試委員：



(簽名)

(指導教授)







系主任：

(簽名)



謝誌

這是一場踏入社會後再返校學習逐夢與堅持的旅程。在這場人生盛大的遇見中，我始終相信，能堅持的完成碩士學業，全因為生命中許多善與愛的力量。在數不清疲憊與挫折的日子裏，因為想起那些我深愛的臉龐，以及陪伴身邊的良師益友們，而想再堅持，再努力。

首先，感謝善於洞悉全局，既無比嚴格卻擁有一顆感性，堅持理念的指導老師梁朝雲教授。為堅守清白畢業的信念，高標要求，檢視每章論文撰寫的進度及內容，每每的討論，總能精闢點出見解。不僅加速我獨立思考、分析問題、組織邏輯的能力，讓我明白，不單在學習上，而是在面對任何事物、任何過程，都須保有一顆謙卑、認真且專注，及反省的心。感謝嚴師的悉心教導，使我得以在學術上不斷進步，最終完成學位和論文。

其次，感謝口試委員顏建賢教授與陳炤堅老師的細心聆聽，透過自身專業，不吝指導，提出建言，拓展我對學術更廣大多元的認識，深化論文對學術議題的探討，以及系上主任黃麗君教授和執行長王俊豪教授等諸位老師專業指引下，使我看見自己的不足，在改進中讓我理解透過學術發現、驗證並尋找解決產業的價值。

感謝同甘共苦的同門莉伊、國華、志斌和家豪小夥伴們。彼此陪伴度過無數個艱辛的時刻，成就了這份一起分享的友誼。無論是學術研究上的探討，亦或生活中的點滴分享，都讓我們成為彼此的樹洞，日復一日深厚刻畫的情誼，都將住進我們往後的氣質裡。

最後，感恩陪伴著我，教導我需保有柔軟的心看世界的家人。而我一直這麼深信著，之所以還能無畏懼的面對人生，都因為我有深愛的你們。謝謝你們給予我生命中那片最寬廣、善良、美好和蔚藍的海，讓我學會如何柔軟的揚帆，能堅強面對一次又一次的挑戰。無論是陪伴上課，亦或是又一次全家大小合體出席參與畢業典。你們的笑容，是我航行時身後的那座燈塔，是我永恆的信仰。我愛你們。真正的探索不在於尋找新的風景，而是在於新的眼光。會越來越好。



摘要

本研究引用 Porter 的鑽石模型做為理論基礎，探討屏東縣各項觀光休閒的競爭優勢對全縣觀光休閒產業發展策略之影響。文獻探討主題包括：屏東縣的歷史沿革與地理環境；屏東縣的觀光休閒產業與相關發展；競爭優勢的鑽石模型；以及地區與產業發展策略。研究者首先採取用量化的問卷調查方法，收集並分析屏東縣 33 鄉鎮市共 782 位居民，對於縣內觀光休閒產業競爭優勢及發展策略的看法。隨後，研究者邀請熟悉屏北地區、屏南地區及原住民地區之觀光休閒產業發展的行政主管或專業人士，進行質性研究的深度訪談，以補充量化研究之不足。

量化研究結果發現，「生產條件」可分為「觀光文史資源」與「農漁美食生產」；「需求條件」為單一變項；「企業策略與同業競爭」可分為「休閒文史活動」與「產銷通路發展」；「相關與支持產業」可分為「地產協力產業」與「活動協力產業」；「地方政治」為單一變項；「機會」可分為「在地產業延伸」與「聯外交通建設」；「發展策略」則可分為「區域合作」、「人才南引」及「跨界加值」。六大競爭優勢中之「機會」的「在地產業延伸」是影響發展策略的最主要因素。較特別是，屏北地區的「需求條件」和「活動協力產業」會抑制該區三大策略發展；原住民地區的居民則普遍認為，「企業策略與同業競爭」中的「產銷通路發展」越多元，越會抑制「跨界加值」發展，降低旅客親自到訪部落體驗的機會。

質性研究結果顯示，屏東縣未來應規劃以“人民有感”為本的發展策略，以帶動起當地觀光休閒的市場需求。唯有觀光休閒的市場需求大增，「活動協力產業」才會有著力之處。

關鍵詞：屏東縣、發展策略、競爭優勢、觀光休閒產業、鑽石模型



Abstract

This study adopted Porter's diamond model to assess the competitive advantages and development strategy for the tourism and leisure industry in Pingtung County. This study addresses the historical evolution and geographical environment of this county, how the tourism and leisure industry has developed (specifically in terms of the diamond model), and regional and industrial development strategies. The researcher first collected and analyzed the perceptions of 782 residents from 33 townships in Pingtung County regarding the competitive advantages and development strategies of the tourism and leisure industry in the county. Subsequently, the researcher invited administrative directors and experts familiar with the development of the tourism and leisure industry in northern Pingtung, southern Pingtung, and Aboriginal areas to participate in in-depth interviews.

The results demonstrated that the "factor conditions" can be divided into "tourism-related cultural and historical resources" and "agricultural, fishery, and gourmet Production"; that "demand conditions" is a single-dimension variable; that "firm strategy, structure, and rivalry" can be divided into "leisure-related cultural and historical activities" and "development of production and marketing channels"; that "related and supporting industries" can be divided into "local cooperative production" and "activity cooperating industry"; that "government" is a single-dimension variable; that "opportunities" can be divided into "extension of local industries" and "outbound transportation construction"; and that "development strategy" can be divided into "regional cooperation," "southbound talent migration," and "cross-border added value." Among the six competitive advantages, "extension of local industries" in "opportunities" was found to be the most crucial action item affecting the county's



development strategy. In particular, the “demand conditions” and “activity cooperating industry” could inhibit the three developmental strategies in the northern Pingtung area. In addition, residents in the Aboriginal area generally believed that more diversified “development of production and marketing channels” in “firm strategy, structure, and rivalry” would inhibit the development strategy of “cross-border added value” and reduce the likelihood of travelers visiting the tribes in person.

In summary, the Pingtung County government should adopt a development strategy based on “Let People Move” in the future to stimulate the market demand for the local tourism and leisure industry. Only when the market demand for tourism and leisure is sufficiently high will the “activity cooperating industry” become important.

Keywords: Pingtung County, development strategy, competitive advantage, tourism and leisure industry, diamond model



目錄

口試委員審定書.....	i
謝誌.....	ii
中文摘要.....	iii
Abstract.....	iv
目錄.....	vi
圖目錄.....	ix
表目錄.....	x
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	5
第三節 研究目的.....	8
第四節 研究貢獻.....	9
第五節 名詞釋義.....	10
第二章 文獻探討.....	11
第一節 屏東縣的歷史沿革與地理環境.....	11
第二節 屏東縣的觀光休閒產業與相關發展.....	18
第三節 競爭優勢的鑽石理論.....	25
第四節 地區與產業發展策略.....	35



第三章 研究方法.....	39
第一節 量化和質性研究.....	39
第二節 量化研究方法.....	42
第三節 質性研究法.....	49
第四章 量化研究結果與與討論.....	57
第一節 描述性統計.....	57
第二節 項目分析.....	59
第三節 因素分析.....	64
第四節 相關性分析.....	73
第五節 迴歸分析.....	77
第六節 差異分析.....	86
第七節 延伸性迴歸分析.....	100
第五章 質性研究結果與與討論.....	121
第一節 屏北地區如何發展觀光休閒產業.....	123
第二節 屏南地區如何發展觀光休閒產業.....	128
第三節 原住民地區如何發展觀光休閒產業.....	131
第四節 屏東整體觀光休閒產業發展競爭優勢.....	134



第六章 結論與建議.....	137
第一節 研究結論.....	137
第二節 實務建議.....	142
第三節 研究限制.....	145
第四節 未來研究.....	146
中文參考書目.....	147
外文參考書目.....	156
附錄：問卷調查.....	160

圖目錄



圖1	鑽石理論模型.....	32
圖2	雙鑽石理論模型.....	34
圖3	研究架構圖.....	44



表目錄

表1	人口變項敘述統計結果.....	57
表2	項目分析統計結果.....	61
表3	生產條件之因素分析.....	64
表4	需求條件之因素分析.....	65
表5	企業策略與同業競爭之因素分析.....	67
表6	相關及支援產業之因素分析.....	68
表7	地方政治之因素分析.....	69
表8	機會之因素分析.....	70
表9	發展策略之因素分析.....	71
表10	相關性分析.....	74
表11	區域合作之迴歸分析.....	78
表12	人才南引之迴歸分析.....	81
表13	跨界加值之迴歸分析.....	83
表14	性別之獨立樣本 t 檢定.....	86
表15	年齡之 ANOVA 檢定.....	88
表16	教育程度之獨立樣本 ANOVA 檢定.....	91
表17	居住地之獨立樣本 ANOVA 檢定.....	95
表18	從業身分之獨立樣本 ANOVA 檢定.....	97
表19	屏北居民對區域合作之迴歸分析.....	101
表20	屏南居民對區域合作之迴歸分析.....	104
表21	原民居民對區域合作之迴歸分析.....	106
表22	屏北居民對人才南引之迴歸分析.....	107
表23	屏南居民對人才南引之迴歸分析.....	109

表24	原民居民對人才南引之迴歸分析.....	111
表25	屏北居民對跨界加值之迴歸分析.....	113
表26	屏南居民對跨界加值之迴歸分析.....	115
表27	原民居民對跨界加值之迴歸分析.....	116
表28	延伸性回歸摘要表.....	118



第一章 緒論



第一節 研究背景

擁有物產豐饒、氣候宜人、人文薈萃的國境之南—屏東縣，一直是國內外旅人的必訪聖地。在 COVID-19 疫情衝擊的 2020 年期間，調查公布十大最受臺灣旅客喜愛的國旅縣市排行榜中，屏東縣榮獲第三名（李曄，2020）。

透過歷史時間的軌道，該縣發跡可回溯至十五世紀的大航海時代，當時歐洲強權國家展開遠洋貿易與殖民活動。1624 年荷蘭人登入臺灣並駐紮為其根據地，從大員（今臺南）登陸向外擴展，開啟了「荷治時代」。根據 1655 年《荷蘭時代的臺灣番社戶口表》記載，屏東縣獨具特色的排灣族原民文化，在荷蘭登入臺灣後，遂成為南路地方議會的主要方言（康培德，2010；Kwok, 1978）。屏東現有的八個原鄉世居部落，依大武山而立，從最北的三地門鄉，往南延伸至最南端，恆春半島上的牡丹鄉（屏東縣政府，2022a）。

在區域發展史上，臺灣曾歷經兩次大移民潮，第一次出現在 1661 年的「明鄭時代」，鄭成功攻下普羅民遮城（今臺南赤崁樓）後，曾派兵開墾至瑯嶠（今恆春）；當時的高屏溪東岸、沿海與小琉球已出現福建泉州人移居（高致華，2006）。時至 1683 年，滿清政府設立臺灣府，在「清治時代」當時俗稱下淡水溪以東的屏東，則以廣東省客家族群移民居多。又據 1720 年《鳳山縣志》記載：「自淡水溪以南，則漢番雜居，客人尤夥」（楊鴻謙、顏愛靜，2005）；客家族群陸續移居，座落在屏東平原的六堆地區有八個客家鄉鎮，向以團結、忠義精神延續至今。

第二次大移民潮則是出現在「國民政府時代」，因國民黨的退敗臺灣，大量外省籍人士落腳在屏東各處，形成一處處群居聚落，通稱為眷村；多數集中於屏東市，又多以空軍聚落為主。而自政府實施族群開放政策至今，更有來自越南、泰國、印尼等東南亞國家與中國的人民，透過婚姻方式移民，落土深耕屏東（屏東縣政府，2022a）。隨歷史脈絡演進，臺灣最南端的屏東，因十五世紀至今的開墾與移居，擁有了閩南、眷村、平埔、原民、客家和新住民等多元族群，交織出獨特專屬自己的南國人文特色（Pingtung County Government, 2022）。

屏東縣全境，東西寬 47 公里，南北長 112 公里，三面環海，海岸線長達 136 公里，地形狹長，卻層疊起伏。北與西北沿高屏溪與高雄市為界；延伸至臺灣最南端之恆春半島，屬山川擁抱式平原，為全國第二大平原，僅次嘉南。縣內面積約 27,7 萬公頃，佔全國 7.71%，全臺縣市排名第五。其平原、山坡、高山之比例均衡，約各佔三分之一，耕地面積達 7.5 萬公頃；兼具熱帶與副熱帶氣候（陳淑恩，2015）。

在水氣充沛、日光充足、土壤肥沃等得天獨厚之環境優勢下，一年四季皆能孕育出，獨具特色，優質、豐富多樣之農漁特產，如：蓮霧、蜜棗、芒果、香蕉、鳳梨、檸檬、紅龍果、紅豆、洋蔥、石斑、黑鮪等（Lee, 2022; Lee & Hetherington, 2019）。儘管，屏東縣農業人口數約 6.5 萬人，不到全縣總人口數兩成；但根據行政院主計總處統計，屏東縣 2020 年農林漁牧總產值為 688.7 億元，在我國農林漁牧總產值 4,878 億元中占比 14.1%，居全國第二（屏東縣政府主計處，2022）。

近年臺灣芒果、鳳梨出口日本頗受當地消費者青睞（陳淑恩，2015）。根據農委會「2021 年農業貿易」統計，我國對全球出口農產品前十大國家市場，外銷市場從日本（占 13.6%）、韓國（占 4.2%），拓展到美國（占 16.3%）、澳洲（占 2.8%）、加拿大（占 2.2%），以及東南亞國家越南（占 6.2%）和泰國（占 4.7%）等，以排名第二的美國年增率 36.7% 為最多；第三的日本，年增率為 1.4%。特別是品質優良，風味極佳的外銷品項—芒果和鳳梨。在逐年成長的日本市場，屏東金鑽鳳梨出口達 6,000 公噸；而全臺產期最早的屏東芒果，除了銷日，2022 年更擄獲香港訂單，自 1 月統計至 5 月中旬累計出口香港 106.9 公噸，銷售額達 1,709 萬元（屏東縣政府農業處，2022）；另全臺總產量第二的屏東蜜棗，2020 年出口約 257 公噸，高達 1,900 萬元，亦深獲國外消費者青睞（屏東縣政府，2022b）。另外，為因應國際市場變化的挑戰，全臺首座水產類農產品初級加工場於 2021 年在屏東啟用；同時推動「屏東優質水產品產地標章」認證制度，提升水產品價值，助於屏東縣的優質水產品與國際接軌（屏東縣政府農業處海洋及漁業事務管理所，2021）。



在全球貿易自由化及國際間區域經濟整合趨勢下，臺灣面臨全球農業轉型，亟需因應趨勢將衝擊轉換為發展契機。行政院農委會（以下簡稱農委會）依《農業發展條例》第 25-1 條及《農業技術園區設置管理條例》，加上符合「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之產業高值化計畫；2003 年行政院審議通過規劃設置，成立「屏東農業生物科技園區」，為臺灣唯一中央主導之農業生技園區。旨在引進農業科技人才、推動農業與生物科技等產業的升級轉型與群聚、提升農業產品之研究發開、創新育成和量產行銷（馮志峯，歐師維，林群倫，鄭雅文，2008）。園區內的「國際保鮮物流中心」，則導入冷鏈管理設施設備，單日的處理量可達 10 噸的包裝空間，另有急速冷凍、催熟、壓差預冷等空間，預計 2022 年竣工營運。啟用後可增強新鮮農產品理貨和貯運能力，透過智慧化的物流管理系統，降低生鮮農產品質惡化的風險，確保農特產的安全、品質與市場供穎，以強化國內農產品的世界競爭力，並同時增加農民合理的獲利。

另根據行政院主計總處人力資源統計，屏東縣 2021 年就業人口數為 40.5 萬人。農林魚牧就業人口數占 15.7%、服務業 52.8%、製造業 31.6%。且縣內有國立屏東大學等五所大專校院，培育農業、工程、餐旅、醫藥和文創藝術、綠色能源與生物科技等，各領域人才近 4 萬人（海基會，2021）。另在區域發展上，根據內政部 2021 年所核定實施的「屏東縣國土計畫」，係以 2036 年為計劃目標年，做為屏東縣國土空間發展，以達成「適地適用」，國土永續發展。相較於先前的行政區域計畫，「屏東縣國土計畫」更強調因應氣候變遷之國土調適能力，包含了農地維護和農業經營環境、海域與海岸地區強化管理，以及正視原民鄉村長期存在民生產業用地不敷使用、公共設施配置不足等議題的因應（屏東縣政府，2021）。

當國際主要國家，為因應能源短缺和極端氣候變遷，紛紛積極推動綠色新政之際，屏東縣亦憑藉天然條件優勢、資源豐富、可供造林面積大，和推動「養水種電」之經驗，打造農工共生的新經濟型態，同時鏈結多元產業與觀光休閒產業發展（海基會，2021）。屏東縣因其南北狹長的幅員及境內的多樣態地形風貌、國土資源、獨一無二的多元族群文化，以及農業科技園區在屏東之優勢，讓屏東縣得以發展成為既具有現代科技之熱帶氣候農業，又富豐富人文歷史之特色城市（陳淑恩，2015）。



而近年來臺灣有兩項產業不斷以高倍速的力道向上發展，一是農業，二為旅遊業；而農業與觀光產業又為屏東縣的最強項（屏東縣政府，2022b）。然坐擁好山好水，有著豐富人文風采和優質農業觀光產業優勢的屏東縣，是否就因此而成為具競爭力之城市？根據遠見雜誌之全國縣市總體競爭力評比調查結果顯示，屏東縣曾在 2015 年因失業率、人口流失、財政持續惡化等問題，在全國 19 個縣市中，排名倒數第二（彭杏珠，2015）。陳淑恩（2015）指出，屏東縣人口佔全國比率不到 4%。1997 年的 91.3 萬人為屏東縣人口數最高峰，此後自 2002 年起，人口數每年以約 1% 速度遞減。又根據屏東縣統計要覽資料顯示，截至 2022 年 6 月為 80 萬人，已連續下跌 20 年，累計減少人口數逾 10 萬人（屏東縣政府民政處，2022a）。因而，興起了本碩士論文的研究動機。

第二節 研究動機

羅旭壯（2019）指出，觀光休閒產業的發展對整體產業及基礎建設發展具有多層次之關鍵影響力。除了能吸引大量遊客，直接促進本地的消費，同時進一步可帶動起當地的「食、宿、遊、購、行」等相關延伸性產業鏈的發展。對此，當基礎產業面臨，例如技術陳舊、產能過剩、競爭力不足等困境或瓶頸時，可能便需要尋求新的發展策略，以求升級或轉型。本研究即聚焦於觀光休閒產業之競爭力，並研析相關產業的發展策略。

對照行政院主計總處 2015 年就業形況統計，屏東縣平均失業率 3.8%，高於全國平均值，為全國失業率第二；2021 年全年平均失業率為 3.9%，就業人口數相較 2020 年的 41.9 萬人則減少了 1.4 萬人。其次，2014 年家庭平均可支配所得低於 70 萬元，只有全國平均值 73%，僅高於嘉義縣和臺東縣。來到 2019 年則為 81.6 萬元，相較高雄市的 101.4 萬元，屏東縣家戶所得依舊是全國後段班，且平均每戶就業人數亦持續降至 1.22 人。近年總體競爭力表現雖然略有進步，但在 2021 年全國縣市總體競爭力調查中的《生活品質與現代化》評比項目，屏東縣排名仍是全臺之末。細究該評比項目主要為：自來水供水普及率、家庭收支、人口自然增加率、人口社會增加率、無障礙公車，和電動汽機車比率變化等（屏東縣政府主計處，2021），彰顯出可再改善之處。

農業是一個國家經濟發展之基礎產業，依據我國農林漁牧普查統計法規定，政府應每五年舉辦基本國勢調查。因此，根據 2015 年屏東縣農林漁牧業普查顯示，五年間屏東縣農林漁牧家數均有減少，又以漁業減少 11.77% 為最多，且仍多採傳統經營方式為主。多角化經營者如農牧業從事加工、休閒業者僅占 0.26%、漁業僅占 0.25%。而屏東縣之農漁戶人口數，在農牧戶部分，人口減少 11.11%、漁戶人口數則減少 20.24%，且越趨高齡化。在水產養殖的部分，受到 2010 年起推動之「養水種電」計畫所影響，五年間水產養繁殖面積減少了 10.37%。在林業方面，五年間林戶和林場均增加了 11.78%，林業土地面積則增加 16,295 公頃（屏東縣政府主計處，2017）。整體而言，屏東縣農林漁牧業總產值，自 2014 年之 733.8 億元、2016 年之 706.6 億元、2017 年之 735.4 億元後，隔年起總產值即跌破 700 億元大關，且連續下滑三年。2020 年來到 688.4 億元，與全國占比第一名的雲林縣相比，差距在 105.3 億元，其中農業產值 240 億元、畜牧產值 320

億元，維持平穩，但漁業產值則從前一年度（2019）的 120 億元下跌至 107 億元，有明顯的衰退跡象（行政院主計總處，2022）。

值得注意的是在公共建設方面，在行政院主計總處的「我國近五年各縣市重要統計」指標中，唯有屏東縣的自來水供水普及率，低於全國普及率 80% 以下，其僅達 63%，遠遠落後於全臺各縣市。在雨水下水道系統規劃幹線建設這部分，完工率達 61.5%，僅勝過金門和連江縣兩離島。屏東縣內平均每萬人可使用之綠地、公園、廣場、體育場所，及兒童遊樂場的總面積，亦僅有 3.37 公頃，同樣遠遠落後臺東縣的 9.71 公頃和花蓮縣的 16.9 公頃。其他包含家庭主要設備普及率、交通運輸、教育文化（圖書館藏書、古蹟數）等各項指標數據，在近五年屏東縣統計資料中均顯示，未有明顯成長或改變（屏東縣政府主計處，2022）。

近兩年因新冠疫情影響到國內外的觀光產業，根據交通部觀光局「歷年主要觀光遊憩據點遊客人數」統計，2021 年屏東縣遊憩景點遊客人數約 300 萬人次，較 2020 年衰退 50%，更較 2019 年（疫情影響前）衰退達 86%。又依據財政部統計，2021 年屏東縣住宿業整體營收為 29.93 億元，較 2020 年同期減少 7.61 億元，跌幅達 20%。即使屏東縣政府推出住宿補助振興措施，仍比 2020 同期衰退 23%（侯承旭，2021）。然統計也顯示，2021 年部分縣市旅客較 2019 年增加，展現「出國替代效應」，例如苗栗成長約 33.6%、臺東縣成長 24% 等，同時也顯示較多國人將預算轉往餐飲消費。但屏東縣 2021 年住宿業和餐飲業前三季銷售額，較 2020 年減少 9.1%（陳心瑜，2022）。

綜上，當前擁有全國農產品高產量、高品質之屏東縣，徒具風土條件廊帶雛形（彭克仲，2015），卻欠缺完善因應觀光產業發展之交通網絡與人文農業應用，陷入落後發展的困境。輔導各鄉鎮以打造農產業聚落，佈局屏東成為「綠色觀光、農業世貿」之農業大縣，成為翻轉屏東的關鍵（黃德昌，戴順發，吳志文，2015），而盤點縣內各鄉鎮的產業競爭力即是啟動此關鍵的基礎要務。因此激發起本研究動機。

而 Porter（1990）在其《國家競爭優勢》中所提到的「鑽石體系」，係當代研究國家暨區域競爭力之重要學說。Porter 點明，若能鞏固「鑽石體系」的六大因素，則可讓一個國家或特定區域具備有競爭優勢，這些因素分別為：（一）生產條件、（二）需要條件、（三）企業策略與同業競爭、（四）相關及支援產

業，以及兩個外加要素：政府角色與發展機會。此一學說在提出後，受到世人關注，已廣泛應用於國家、區域、產業、組織等多個領域的競爭優勢研究上（Chrobocińska, 2021; Chung, 2016; Erboz, 2020; Kharub & Sharma, 2017; Piekarska, 2013; Prabawani, Hadi, & Hapsari, 2020; Smit, 2010; Tsai, Chen, & Yang, 2021）。本研究將引用此學說做為理論基礎，藉此盤點且審視屏東各鄉鎮在發展觀光休閒產業上的競爭優勢，並建構出富在地認同、具前瞻思維與全縣統整考量之觀光休閒產業發展策略。

第三節 研究目的

本研究將針對屏東縣民進行調查，以得知在地認知的競爭優勢，和所支持的發展策略。具體而言，本研究目的包括

- 一、基於鑽石體系理論，建構屏東鄉鎮發展觀光休閒產業之競爭優勢的研究模型；
- 二、分析這些競爭優勢的因素結構；
- 三、針對人文特色與聚落屬性進行鄉鎮分類，以分析屏北、屏南及原住民等三大區域之觀光休閒產業的發展策略；
- 四、探究這些競爭優勢對區域發展策略的影響；以及
- 五、理解屏東鄉鎮競爭優勢和全縣發展策略，因為受調者人口背景因素之不同所產生的差異。



第四節 研究貢獻

綜觀擁有豐富農業與觀光人文資源的國境之南—屏東縣，因缺乏有效的區域合作與資源整合，而無法成為具觀光休閒產業競爭力之現代化城市。本研究分析結果，預期將會產生以下潛在的研究貢獻：

- 一、 本研究成果將可協助屏東縣內各鄉鎮政府，透過盤點與分析公眾認知，以理解自身核心（產業）資源優勢與競爭力價值，進而研擬相關經營策略。
- 二、 亦可協助屏東縣政府相關局處，盤點各轄區自身核心（產業）資源優勢與競爭力價值，進行有效整合規劃，透過資源互惠、互補整合，促使相關政策能協助各轄區相互串接資源，以利形成綜效。
- 三、 本研究成果另可啟發在地教育服務機構，持續豐富、深化並分享屏東文史暨產業資源，協助有效提高競爭力。
- 四、 透過引導當地團體、組織和相關產業，進行適域發展；有助於人才培育及延攬，避免落入區域發展不均，人口持續外移之困境。

第五節 名詞釋義

依據學術文獻探討，逐一定義與本研究相關的名詞：

- 一、鑽石體系理論 (diamond model)：Porter (1990) 認為，在生產條件、需要條件、企業策略與同業競爭、相關及支持產業等四大因素交相作用的影響下，另亦同步考量政府角色和發展機會，將形成「鑽石模型」，並決定一個產業或區域是否具競爭力。
- 二、雙鑽石模型 (double diamond model)：有鑑於「鑽石模型」過於偏向單一國家、區域、產業、組織之探究，忽略跨域資源的考量，Rugman 與 D'Cruz (1993) 延伸 Porter 之研究，以生產條件為核心，進一步提出「雙鑽石模型」，納入鄰近國家或區域間相互影響的共生關係。
- 三、競爭優勢 (competitive advantage)：在某一特定的價值鏈中，擁有並能保持卓越、與眾不同、他人無法並駕齊驅之優越差異性 (superior differentiation) 的一種能力。
- 四、發展策略 (development strategy)：依其所涵蓋的內容，而有不同說法；可以解釋為目標或達成目標的方法及手段；或是達到其使命與目標的藍圖或全面型計畫；亦或者是指一套長時間的決策和行動；這些往往都具有與眾不同、須配合該產業或企業環境，且在組織內有共識性的指導性活動。

第二章 文獻探討



第一節 屏東縣的歷史沿革與地理環境

一、屏東縣文史脈絡

不同於傳統的區域研究，多數僅止於地理區域的劃分，缺乏從歷史角度進行整合理解。如同施添福（1995）在《區域地理的歷史研究途徑：以清代岸裡地域為例》談及，區域地理係屬於一系列特定歷史和地理條件下的產物，憑藉人與土地，人與人之間，因時間性與多變性，交互作用形塑而成。該地區的人群，彼此分享共同的土地資源和歷史過程，也分享了人群間的合作、競爭、衝突、鬥角等生活經驗。也如同黃瓊慧（2010）在《清代臺灣南路客家文獻記略：六堆之臺南東粵義民誌與六堆忠義文獻》中，透過歷史重建，具像、細膩且生動地刻畫出社會變遷。因此，本研究從屏東地理的分佈發展，透過歷史脈絡角度出發，描繪屏東地區族群間，互動關係與消長衝突的發展與演變，以顯屏東地區的獨特性。

所謂的屏東，舊名叫「阿猴」，取自於平埔馬卡道族「鳳山八社」中的「阿猴社」社名（李國銘，1993）。在明鄭時期，透過《鳳山縣采訪冊》與《臺灣雜記》的記載，可清楚理解阿猴社一帶隸屬於萬年縣管轄。到了清治時期的屏東被稱為下淡水，隸屬鳳山縣（蕭涵羽，2016）。然因同治年間發生牡丹社事件，光緒元年正式興建恆春城，屏東被正式分為兩個區塊，率芒溪（今春日）以南屬恆春縣，以北則屬鳳山縣。而「屏東」名字的出現，最早記載於光緒3年的《屏東書院章程碑記》中，嘉慶年間屏東書院創設時。在大正9年的日治時代，因廢廳縣制改行州郡制，將屏東、東港、潮州、恆春四郡併入高雄州管轄（黃文車，2012）。直到民國政府時代的行政區劃調整，自1950年屏東正式設縣，至今已有72年之久。

有關屏東地區的研究成果豐碩，以時間為主軸的，有聚焦在荷蘭時期、清代統治臺灣時期，或是以長時間綜觀荷蘭到日治時期者皆有，且討論多著重在族群關係和土地開墾發展研究探析。如早在1997年簡炯仁的著作《屏東的開發與族群關係》，研究屏東地區的開發與族群關係，包含對漢人開發的移墾社會、鳳山八社的遷徙，以及閩南族群、客家族群、原民族群之間的關係與衝突等。又如

2009 年陳秋坤撰寫的《帝國邊區的客庄聚落：以清代屏東為中心（1700-1890）》，以宏觀視角，探討清代屏東客庄聚落在 1700 至 1890 年的變化。發現屏東地區客庄聚落的發展，從頻繁械鬥逐漸形成具防衛和攻擊的民團組織「六堆」（蕭涵羽，2016）。

雖屏東縣面積不大，幅員狹長，擁有平原、高山，及三面環海的海岸線，但縣內歷史地理所呈現的區域，卻因多元族群而產生差異，不僅南北兩區發展迥異，東、西兩部性質也大不同。就屏東縣的人口發展而言，至 2022 年 6 月的人口總數為 800,321 人，相較 1999 年底的 909,015 人，減少了 108,694 人。又透過近 20 多年來的人口統計資料顯示，人口總數呈現遞減趨勢，減少了近 12%（屏東縣政府民政處，2022a）；另一方面人口增加動態數據上可發現，屏東縣在社會增加率以及人口自然增加率亦呈現逐年降低的趨勢，顯示屏東縣青壯年的人口外移情形嚴重。在人口分佈，經由民政處的資料分析人口空間結構層面發現，西部多山的區域，鄰近中央山脈上之鄉鎮，至 2021 年底以魯凱、阿美和排灣等三族，為人口數量較少的原民聚落為主；東部則以閩南、客家人為多，且多半集中於屏東市、內埔鄉、潮州鎮、萬丹鄉、東港鎮；除東港鎮靠近臨海外，其餘鄉鎮市人口主要分布於平原區，又為屏東縣最主要人口集中地區（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。

屏東具有獨特的歷史發展脈絡，牽繫著各區域住民的記憶、情感、語言等文化特性。對此，本研究將針對屏東縣所擁有的豐富多元的族群（如閩南、眷村、平埔、原民、客家及新住民等）與其輝煌的人文歷史，現今分佈在屏東 33 鄉鎮市中之民眾進行調查，希望看見彼此的異同，更試圖看見屏東獨特的故事。

二、屏東縣地理環境

屏東縣位於臺灣最南端，境內地理環境資源大致可分為屏東沖積平原、中央山脈南端高山地區，以及恆春半島三個重要地區。沖積平原主要流域的地質條件適合發展農業，成為屏東縣主要發展農業的主要區域；高山地區因其地勢陡峭，對外交通建設不發達，但多為河川的發源地，因地貌變化豐富，又為原民聚落主要所在，逐漸發展成為觀光旅遊休憩業；恆春半島地勢的分界以四重溪為界分為南北，北部地形陡峻、南部地形相對平緩。另在地形上，屏東縣又可分成海岸與內陸兩大分區，尤以珊瑚礁群為主體的海岸景色與南灣，造就此區域豐富的生態景觀，成為屏東縣最熱絡的觀光旅遊休憩地區（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。

熱帶型氣候的屏東縣，全境均在北回歸線以南，南北溫差小，年平均氣溫約攝氏 25.5 度，氣候炎熱時期可成達 9 個月，素有「熱帶之都」之稱（屏東縣政府，2022c）。境內的水系及水資源，由北至南主要河川高屏溪、東港溪、林邊溪，以及中央管制的四重溪，地面水與地下水的水資源非常豐沛。而屏東平原又為屏東縣的主要發展地帶，其水文環境分為兩大系統，一為高屏溪和東港溪所構成的南北向地表與地下水網絡；其二為荖濃溪、隘寮溪、林邊溪，以及力力溪穿越潮州斷層，進入屏東平原所形成之沖積扇的水文體系（蘇嘉全，2001）。然因高屏溪流域位居亞洲信風帶，全年氣候乾、濕季分明。且每年 5 月至 10 月因西南季風盛行和常有颱風侵襲，雨量較集中，佔全年降雨量 82%；其餘 6 個月乾季，降雨量僅約 18%（經濟部水利署第七河川局，2022）。

而屬南部區域最大河川的高屏溪，則因豐枯分佈懸殊，全流域使用率僅約一成，易造成農業、民生和工業用水不足（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）；東港溪則屬全年有水，地面水及伏流水均豐沛之河川，由自來水公司引用，供應屏東與高雄地區用水。林邊溪因可引用水量少，過份仰賴地下水，在競相利用下導致超量使用；四重溪建有牡丹水庫，有效容量 30.65 百萬立方公尺，年可運用水量約 44 百萬立方公尺，做為供應恆春地區、墾丁國家公園、臺電核三廠與後壁湖漁港用水。近年因受到極端氣候的劇烈影響，氣候異常頻繁增加，屏東地區現有水文體系及水資源應用，恐對縣內農業發展環境造成極大不確定的影響與挑戰。又根據最新一期《109 年農林漁牧業普查初步統計結果》揭

露，中部、南部地區以地下水灌溉較多，其中彰化縣、雲林縣和屏東縣等主要農業縣引用地下水的比率佔比超過 7 成。

另外，在景觀資源方面，境內因自然環境，在 2009 年即擁有合格之休閒農場共計 30 處、休閒農業區 2 處，主要分佈在潮州、東港、恆春鎮，以及里港、高樹、泰武、萬巒、新埤、南州、春日、獅子、枋山、車城鄉等 13 鄉鎮（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。至 2022 年 7 月底止，合格休閒農場已增加為 41 處、休閒農業區 3 處，分布區域擴增 6 鄉鎮，涵蓋範圍有鹽埔、瑪家、內埔、麟洛、竹田、枋寮鄉，總計 19 鄉鎮（行政院農委會，2022）。

透過擁抱依山傍海的壯闊海岸風景及自然生態，地理環境的架構開啟人們對屏東的認識。對此，本研究亦思考分布於縣內的 33 鄉鎮市不同的地景環境所衍伸出相輔相成之特色，以理解個別競爭力特殊之處。



三、屏東縣產業發展

屏東縣因具良好生態、日照充足、水資源豐富、土壤肥沃等天然資源優勢，適宜農作物生產，主要農特產品以水稻、鳳梨、檸檬、愛文芒果、紅豆、洋蔥、芋頭、蓮霧、木瓜、棗子、絲瓜等品項為主，除自給有餘外，亦運銷支援中北部。更因屏東稻米早熟，而享有「屏東米餉臺灣人」之美譽。在魚業方面，則因縣境三面環海，海岸線全長 136 公里，多海灣及港口，多分佈於沿岸地區，為臺灣海洋漁業最發達，且最具發展潛力之地區（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。

在一級產業農業部分，2008 年耕地面積為 72,633 公頃，佔屏東縣總土地面積的 26.17%；其中水田 32,480 公頃，佔耕地面積 44.72%，旱田 40,143 公頃，佔 55.28%，顯見屏東縣耕地又以旱田耕作為主。而屏東縣總耕地面積僅次於臺南縣（91,802 公頃）、雲林縣（80,804 公頃）、嘉義縣（74,330 公頃），為全國第四的臺灣農業大縣之一（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。然依據行政院主計總處之縣市重要統計資料顯示，屏東縣耕地面積自 2008 年 72,623 公頃至 2020 年的 70,599 公頃，12 年間共減少 2,024 公頃；稻米產量則從 2008 年的 32,786 公噸增加 5,574 公噸，至 2020 年達到 38,360 公噸（行政院主計總處，2022）。在從農人口部分，根據屏東縣政府主計處 2022 年統計年報資料顯示，2008 年為 244,916 人，佔屏東縣總人口數 27.68%，相較 2019 年底的 212,704 人，11 年間減少了 32,212 人。顯見，屏東縣農用可耕地轉用情形，除受限於缺水、氣候等環境因素不利影響外，更因社會經濟變化，深受都市計畫土地變更、住宅及農舍興建，以及鼓勵轉作雜糧政策未見成效等主要因素影響（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。

漁業部分，根據農委會漁業署 2020 年漁業統計年報資料顯示，屏東縣 2020 遠洋漁業生產量達 70,610 公噸，佔全國漁業產量 639,229 公噸的 11.05 %；產值為 10,700,144 千元，佔全國漁業產值 55,171,709 千元的 18.18 %。其中，產量從 2008 年的全國排序第二，下滑至第三，第一為高雄市、第二為臺南市；產值則從 2008 年的全國排名第一下滑為第二，僅次高雄市。近年產量雖減少，但仍維持高產值，顯示屏東縣養殖漁業尚具全國重要之地位（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。在從漁人口部分，屏東縣 2020 年共計 7,130 戶，其中內陸

養殖戶 2,707 戶，佔總漁戶數的 37.97% 為最多，其次為沿岸漁業戶 2,516 人、內陸捕撈 1,690 戶及近海漁業 200 戶，顯見屏東縣漁戶數以內陸養殖與捕撈最多。

根據行政院農委會 2021 年農業統計年報，對比 2008 年畜牧農情調查報告顯示，屏東縣畜牧用地從 2008 年 1,616 公頃，至 2021 年 1,429 公頃，13 年減少 187 公頃，其中飼養豬隻 565 公頃為最大面積，佔全國生產豬隻面積之 20.59%，僅次雲林縣。其次，為飼養雞隻 424 公頃，佔全國生產雞隻面積 13.92%，僅次彰化縣。屏東縣養豬場（1,466 家）多且具規模（121 萬 6 千餘頭），集中於屏東的北部地區（以下簡稱屏北地區），卻屬水源地段，造成環保、空氣汙染等難題，兩全不易，仍待努力改善。另外，林業部分多分佈三地門、來義、春日等東半部山地，多著重於獎勵私有林造林、保安林、耕地防風林及海岸林等造林工作；自 2008 年至 2020 年林地面積增加 5.94%，2020 年屏東縣林地面積來到 163,352 公頃，佔屏東縣總體面積之 58.84%（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。

在二級產業部分，透過屏東縣政府城鄉發展處 2020 年產業發展概況顯示，工廠登記家數 2019 年 1,405 家，較 2014 年 1,045 家，五年間逐年成長 360 家；從業人員 2014 年的 34,649 人，較 2019 年 45,000 人，五年間增長 10,351 人。而屏東縣製造業的前五大行業，依序為「食品及飼品製造業」、「汽車及其零件製造業」、「非金屬礦物製品製造業」、「金屬製品製造業」、「基本金屬製造業為主」共 797 家，佔總體產業家數五成。其中「食品及飼品製造業」佔 28.19%，約 396 家，從業人員逾 1.2 萬人，2020 年銷售額達 279 億元亦為製造業大宗，主要以屏東市佔 25.59 % 為最多，其次為佔比 12.37 % 的萬丹鄉、內埔及枋寮鄉等地區，多聚集於農業生技園區、屏東工業區，及內埔工業區。「汽車及其零件製造業」約 41 家工廠，從業人員逾 2,700 人，2020 年銷售額 240 億元；代表廠商如本田汽車公司，下游廠商多集中屏東汽車專業園區。「金屬製品業」則約 221 家工廠，從業人員逾 6,600 人，2020 年銷售額約 159.7 億元；分別分布於屏東市屏東工業區和枋寮鄉屏南工業區。經由屏東縣政府與經濟部工業局、加工出口區及農委會攜手合作規劃下，目前縣內已完成六處產業園區，其中五處分布於屏北地區，分別為屏東市屏東汽車專業園區、屏東科技產業園區、屏東工業區等三處，

與位在長治鄉的一、二期農業生物科技園區和內埔鄉的內工業園區，以及屏南地區唯一位在枋寮鄉的屏南工業區（經濟部工業局，2022）。

經由屏東縣政府城鄉發展處 2020 年產業發展概況顯示，有營利事業登記的業者數量從 2011 年的 34,842 家發展到 2020 年的 41,590 家，九年之間總共增加了 6,748 家，成長率達到 19.37%。這些業者的總銷售額亦從 2011 年的 3,520 億元成長到 2020 年的 4,349 億元。顯見，屏東縣工商業逐年蓬勃發展，9 年間銷售額增長 23.55%，其中服務業總銷售額達 1905.8 億元，總家數 34,616 家；又以「住宿及餐飲業」銷售額 168 億元，7,063 家，位居產業家數與銷售額第二。在近年屏東縣服務業，家數大幅成長、銷售額佔比增高趨勢中，特別具發展潛力。

撥開層層覆蓋對屏東森川地景上的既有印象，越是深入探究屏東產業，越能了解自一級產業至三級產業的蓬勃推展，以及伴隨而來的各項軟硬體建設與聚落、生活方式及文化演化。本研究亦透過進一步分析縣內各級經濟產業結構與發展變遷，知悉整體產業結構的變遷過程，藉此做為分析縣內各鄉鎮觀光休閒競爭力論證與分析之依據。

綜上，為便於瞭解屏東縣地理資源、人文歷史和族群等方面之差異。本研究依據經濟和交通基礎設施相對發達，人口密度較高，文化特點等標準，將屏東縣分類為屏北、屏南、原民等三地區域：（一）屏北地區：例如鹽埔鄉以鹽田文化和種植菸草著稱，里港鄉則是重要的閩南與客家文化聚落；（二）屏南地區：包括恆春半島、枋寮鄉、枋山鄉等地區，這些地區大多是農漁村落，擁有豐富的自然生態和人文景觀，也成為縣內觀光產業蓬勃發展的區域，每年吸引大量的國內外觀光旅客前往；（三）原民地區：包含自北三地門、霧台、泰武，至最南端的滿州鄉等地區，這些地區是原住民族群分布較為集中的地方，主要有排灣族、魯凱族等族群，具有不同於漢族的獨特文化特色和歷史背景，也因此經常舉辦許多傳統的節慶和文化活動，以展示原住民族群的傳統文化。需要注意的是，屏東縣地區劃分亦可能因為不同的研究目的或行政考量，而有所不同。

第二節 屏東縣的觀光休閒產業與相關發展

一、觀光休閒

蔡英文總統曾在 2015 年發表的競選觀光政策中，提到對於臺灣觀光產業的概念：「不一定要做第一，但要努力成為唯一。」因為擁有美麗的山川土地、人文風貌，使得臺灣和其每個鄉鎮市都擁有屬於自己獨具魅力的文化慶典及不同的城鄉生活型態，而創造出在地獨特且唯一的觀光品牌價值，才能發展永續觀光（民主進步黨，2015）。也同如蘇嘉全（2003）在《屏東縣觀光發展國際化行銷策略》談的，因多元自然地景、風光水色、人文資源，促使屏東境內由北至南，各地區得以擁抱屬於自己的天然觀光價值。如親山行「太陽之鄉的傳奇故事」，劃入橫跨高、屏茂林國家風景區範圍的「原住民文化園區」、「三地門排灣情」載歌載舞，體驗「霧臺魯凱藝術之鄉」的熱情奔放，挑戰國內第一座「賽嘉航空運動公園」，自在翱翔天際，一覽三地門連綿的壯闊山景；加上處處可見的瀑布天然奇景，構成宛如人間仙境的迷人神山系統觀光帶。

而親水之旅，就屬「大鵬灣國家風景處」獨有瀉湖景觀，以及豐富多元、國際級水上遊憩度假休閒聖地的珊瑚離島「小琉球風景特定區」，結合東港漁市場、充滿在地文化特色的東隆宮、佳冬四大宗祠和蕭家古厝等串起的文史之旅。繼續往南的親半島之遊，遊於彈唱思想曲調的「恆春古城」、踏入吸引國內外旅客的繽紛海底世界「海洋生物博物館」及茂盛雨林的「墾丁國家公園」，更有出海乘風破浪，享受海天一色的「後壁湖遊艇碼頭」，藍色公路正在啟航。而以阿猴城豐富人文景觀為主體的親平原之樂，椰影婆娑，隨著夏日徐徐涼風下搖曳，帶領旅客輕撫歷史古蹟、濕地公園、客家文化園區、竹田驛站、高屏舊鐵橋文化等，連結成令人陶醉的綠色廊帶。

透過創新融合沿襲、傳承多樣性的族群文化，結合觀光生態、農漁特產等主軸，屏東縣政府推廣一系列新型態的文化觀光體驗活動：「春遊」黑鮪魚文化季、「夏戲」以動、靜兩種型式的展演和遊戲，體驗各鄉鎮間、不同族群的文化和產業特色；「秋藝」舉辦屏東半島藝術季、「冬悸」響起墾丁風鈴季。其他搭配「產業型」活動，如農業博覽會、洋蔥嘉年華會等；「族群型」活動，如原住民文化慶典、客家文化季、恆春中元搶孤與大武山成年禮，以及「國際音樂季」等。逐漸顛覆過往烙印在人們腦中，屬於邊陲偏遠、發展落後的傳統農業大縣之

刻板印象。國境之南—屏東縣，因擁有山、海觀光資源與純樸居民，創造了更多元、具有地方特色的文化產業，和朝國際化發展的地區觀光品牌形象（蘇嘉全，2003）。

謝明德（2015）指出，屏東縣持續盤點自身的地方特色產業，積極朝整體屏東發展的區位規劃邁進。大體而言，西半部由北往南，有里港、高樹、鹽埔等鄉鎮為「特色農業發展區」（以農業為主，部分食品製造業）；屏東市「都會生活核心區」（以製造業為主）；潮州（以零售業為主）和內埔（以食品製造業、菸草製造業為主）為「優質生活新鎮」。特別值得一提的是，臺灣菸酒公司的屏東觀光酒廠為目前臺灣紅標米酒產能最大的工廠，亦是南臺灣唯一的米酒工廠，因此有「米酒的故鄉」之美稱；與臺灣青啤公司的屏東龍泉觀光啤酒廠均位在內埔鄉，佔全縣飲料及菸草製造業營收逾九成。不同於一般觀光產業，內埔鄉即有兩個觀光酒廠，這正是順應時代潮流的演變，在 21 世紀傳統工廠轉型時，兼營觀光工廠的新興休閒產業。經濟部工業局自 2003 年起，即積極輔導推動「觀光工廠輔導相關計畫」，將觀光和原有的工廠生產進行異業結合，以利多元化發展。現場並透過解說導覽、DIY 體驗活動、參觀釀製過程等多樣性服務，觸發旅客對企業品牌的情感連結，帶動傳統產業得以永續發展，亦透過服務品質以提升在地觀光休閒產業競爭力和知名度（陳義文、古國宏，2017）。

萬丹、新園、東港、枋寮、小琉球等鄉鎮，則規劃成「海洋遊憩發展區」。更南端的恆春和墾丁兩地被規劃為「永續半島觀光區」（以電力及然氣供應業、住宿服務業為主），而東半部的九個原民鄉山地部落則規劃為「親山生態廊道」。這些亦可在卓幸君（2017）的《從生態旅遊到文化觀光：旭海部落觀光產業發展歷程》中知曉，國人因體驗生態旅遊佔比逐年提高，部落觀光成為臺灣觀光休閒產業發展的熱門趨勢，也成為原鄉經濟的主要來源，族群傳統的復振也在觀光休閒產業發展下獲得提升。

交通部觀光局 2019 年臺灣觀光年報指出，在呼應全球永續觀光發展趨勢下，該局倡議聯合國世界觀光組織永續觀光之目標，自 2019 年起訂為「小鎮漫遊年」。經由地方政府、在地社區及旅遊產業攜手合作，深入地方資源，遴選出 40 個小鎮，吸引國內外旅客有機會接觸臺灣在地獨特的鄉土人文風情，體驗臺灣別有特色的深度旅遊。比如說，屏東縣東港與恆春兩鎮即獲選為 2019 年度的經



典小鎮。同時間，屏東觀光休閒產業透過自然生態、田園景觀、濱海戲水、古蹟建築、人文歷史、在地美食等，結合慶典活動、嘉年華進行跨業結盟，以體現觀光休閒產業之「食、宿、遊、購、行」產業鏈，及具有相當規模的南國文化的美食特色旅遊和觀光亮點。例如，2019 在屏東大鵬灣風景區舉辦的「臺灣燈會」，即榮獲 Discovery 評為「全球最佳慶典活動」之一。其三大亮點包括：綠色節能、水域布景、日夜活動等，觀光產值達 131 億元，參觀人數 1,339 萬人次。根據屏東縣最新旅遊資料統計，2021 年觀光遊憩區遊客人數為 4,962,599 人次，一般旅館營運概況，平均房價為 2,663 元，總營業額為 1,524,811,195 元（屏東縣政府交通旅遊處，2022a）。

吳兆欣和包怡芬（2016）在《屏東縣萬巒鄉沿山休閒農業區旅遊服務品質、行為意圖與滿意度》，參考我國《農業發展條例》第 3 條第 5 款對休閒農業之定義歸納出，「休閒農業」是農業生產、農村生活及自然生態所結合的「三生」新興產業。又如同宋慶財和李雪香（2010）撰寫《觀光休閒產業發展策略研究：以屏東縣客庄居民為例》，他們探究屏東客庄地區，因位處觀光休閒遊憩的核心位置，擁有交通便利、文化多元、資源豐富等有利因素，遂成為適合發展具客庄特色之休閒農業，也是熱門的鄉村旅遊地區。時至今 2022 年，屏東合法休閒農場的數量，已位居全臺第三高。

素有「臺灣南洋」之稱的屏東縣，因岸線綿長，三面環海，成為臺灣唯一同時東臨太平洋、西向臺灣海峽、南面巴士海峽之境，獨具發展海洋觀光與休閒漁業的優越條件。沿近海漁獲種類的多樣性，讓屏東享有海洋觀光休閒的盛名，不僅有具國際高知名度的海鮮美食，近幾年來有關漁業的生態觀光體驗活動亦極為盛行。該地擁有極具亮點之多元海洋文教設施，包括水產試驗研究機構、國立海洋生物博物館、特色漁港與漁會，或是具發展海洋教育活動潛力的民間繁養殖魚塢、種苗繁殖場，以及受文化部列為「國家重要無形文化資產」的民俗海上祭典「東港迎王平安祭典」等。遊客更可在後壁湖、紅柴坑搭乘半潛艇船觀賞珊瑚礁海洋生態，另小琉球地區和墾丁海域則有承載旅客出海潛水的魚客漁船或專用潛水遊艇（陳君如、陳紫嫻、吳龍靜，2015）。根據農委會漁業署統計至 2022 年 5 月資料顯示，目前屏東縣共計 64 艘專營及兼營娛樂漁船，專營娛樂漁船較 2015 年增加 1 艘（後壁湖 19 艘，小琉球 1 艘，琉球新 1 艘，紅柴坑 2 艘）。



透過曹校章（2017）撰寫《臺灣地區海域休閒運動與觀光遊憩產業結構分析》一文顯見，因海域休閒運動及觀光休閒產業的蓬勃發展，衍伸出多樣性的產業鏈，如：（一）海域運動建築業，多為一般所見的海水浴場、海洋觀光碼頭、海洋運動公園、遊艇與帆船用港等建設；（二）海域運動製造、批發與零售業，即是最常見的水上活動服裝、器具（如釣魚用品、衝浪板、潛水用品等）與其他周邊器材（包含水上救生用品）；（三）海域運動用品租賃業，多為大型海域活動品項，如船、舟、車、傘等（像是潛水用品、游泳器具、水上摩托車、遊艇、衝浪板、風浪板、拖曳傘等）；（四）海域運動教育服務業，係指具有專業訓練和證照之專業人士，如救生員、游泳與潛水教練等。

觀光休閒產業領域並非是可單一獨立運作的產業，其相關產業鏈逐漸在各自領域創新茁壯，像是旅遊服務相關業、運輸業、餐飲服務業、休閒渡假飯店（住宿業）等。當觀光休閒活動因周休二日政策實施日趨頻繁，在其整體影響擴展至文化、社會、政治、經濟、環境等面向的時候，Richter 和 Richter（1985）指出「當觀光休閒產業不斷擴張成長下，政府須承擔更重大的責任並介入觀光活動。」對此，政府在觀光休閒產業的發展上，應有確立公共政策的必要性，賦予其具有前瞻性、統合性、可行性之承上啟下的機制（陳家瑜等，2010）。

屏東縣透過觀光休閒農業、自然生態與環境資源，結合農林漁牧產銷，加上因應四季風情衍伸之節慶，所營造出融合在地特色的文化景觀，蘊含著多元豐富的觀光休閒產業體驗。本研究經由梳理屏東觀光休閒產業及各級經濟活動的軸線發展，做為後續研究方向的學術基礎。

二、交通發展

臺灣根據不同之地域型態的區域發展劃分成數個生活圈，生活圈對應會影響到廣泛民眾的生活、休閒、工作、教育、醫療等基本需求，因此都需要有完善的運輸系統支持。依據都市及區域發展統計彙編資料顯示，屏東地區在 2007 年底的公路系統部分，總長約 1,752 公里，佔南部區域 7,085 公里的 24.7%，佔全國公路總長度 20,450 公里的 8.57%。其中又區分為「聯外公路系統」負責區域對外聯絡之運輸服務；以及「區內重要幹道」支援區域內各鄉鎮之間的運輸服務等兩大系統。而屏東地區「聯外公路系統」又包含了：一國道和九條省道，一國道係指國道 3 號，串接縣內九如、麟洛等系統，以及崁頂、林邊等重要交流道。

九條省道係指：（一）臺 88 線為「東西向快速公路—高雄潮州線」，西起銜接高雄市國道 1 號，東跨越高屏溪，進入萬丹鄉，在竹田系統交流道與國道 3 號交會，是屏東地區往來高雄市目前最重要交通要道之一；（二）省道臺 1 線大致與臺鐵縱貫線平行，為連貫臺南、高雄、屏東三大生活圈的重要幹線；（三）臺 3 線為平行臺 1 線省道，靠近內陸山區之運輸幹線，自高雄市經里港、九如等地區通往屏東市區，為屏北地區往來臺南、高雄之主要聯絡幹道；（四）臺 9 線也就是「東部幹線」，是臺灣東部縱貫南北向之省道，北端起自臺北市的中山南路，經獅子鄉及枋寮鄉，南端抵迄屏東縣的枋山鄉楓港（並會銜接到臺 1 線），是國內公路體系中里程數最長的公路，包括臺北市的羅斯福路，東至北宜公路，南接蘇花公路，再到南迴公路和花東縱谷公路等，都是臺 9 線的支段，為東部極為重要的公路；（五）臺 17 線又稱「西部濱海公路（中南段）」，是沿海鄉鎮主要的交通幹道，經新園鄉、東港鎮、林邊鄉、佳冬鄉，終點為枋寮鄉水底寮（銜接臺 1 線）；（六）臺 22 線為俗稱之「旗楠公路」，是一個東西向的公路，起頭於高雄市的楠梓區，終尾到屏東縣的高樹鄉地區；（七）臺 24 線是一條串聯屏東縣三地鄉和霧臺鄉的幹道，西起屏東市區，東至霧臺鄉阿禮部落，也有「新南橫公路」之稱；（八）臺 26 線又通稱「屏鵝公路（楓港—鵝鑾鼻）」，起自屏東枋山，終到達臺東達仁，為南臺灣環繞恆春半島海岸的重要省道公路；（九）臺 27 線，北端起自高雄市的六龜區，南端到屏東縣新園鄉（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。經屏東縣縣市重要統計指標資料顯示，至 2021 年屏東縣公路總長為 2,503 公里。



「區內重要幹道」部分係指特定地區內的鄉鎮縣道。由於「聯外公路系統」的國道、省道多僅服務南北向運輸，因此，東西向的縣道不僅必須串接縣內移動所需，同時也是國道、省道等南北向交通動脈的接駁路徑。屏東縣「軌道系統」部分，則是國內外旅客熟知有最美海景鐵道之稱的南迴線，與由高雄站南向至屏東的屏東線（財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2009）。行政院經濟建設委員會在2011年公告的「產業有家，家有產業」中提到，屏東縣交通網絡中的「軌道系統」共計20站，「空運系統」則有恆春機場。另為因應觀光旅運人口大增，地方政府希望及早規劃綠色交通—「發展（巴士、汽機車）電動車」，盼透過與運輸業者合作，讓屏東地區能成為臺灣第一個由綠色交通結合觀光旅程之示範區（行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處，2011）。而交通部於2021年7月核定之《前瞻基礎建設—城鄉建設觀光前瞻建計畫》中，特別提及因應南迴鐵路通車的旅運需求，以及有利區域發展的考量。除了各項相關之鐵路及公路建設計畫以外，同時推動「鐵道車站美學與功能提升計畫」，透過與地方觀光資源帶鏈結，帶動當地的經濟發展。

「2022 臺灣軌道經濟論壇」最近在屏東縣舉辦，除了集聚各界菁英深度探討軌道美學、觀光、文化創意，和場域開發外，更透過深度探討來擘劃屏東未來軌道的發展願景。縣府以近期陸續完成之「屏東總圖」、「縣民公園」、「復興公園」、「勝利星村」、「屏菸 1936 文化基地」、「可可園區」、「特色遊具公園」等指標性建設為例指出，唯有完善交通運輸系統，才能發展城市觀光休閒與活絡產業。對此，地方政府持續提出「高鐵南延屏東」、「高捷延伸屏東」，和「建設恆春觀光鐵道」等重大軌道建設，以富有特色觀光產業資源，串聯便捷且綿密的交網絡政策，讓國內外遊客因越便捷的交通網絡，更加大探索屏東的旅遊意願（屏東縣政府交通旅遊處，2022b）。

本研究透過文獻探討，發現當農漁大縣之一的屏東正逐步蛻變成為擁有特色觀光產業及科技農業的聚落城市，得以讓翻轉既有的刻板印象。換句話說，看見屏東新風貌的首要政策，即是建構完整的交通網絡鏈，串聯偏鄉交通不便，解決運輸走廊壅塞等當務之急，以提升觀光休閒產業服務環境與遊客到訪意願。

三、屏東縣永續發展

藍逸之（2007）在《評析高高屏都市區域治理策略中的在地永續性定著：一個新自由主義空間的視角》指出，由於開發中國家的意識形態，使得戰後臺灣的空間發展策略均建構於經濟開發型計畫，以致臺灣區域間的發展失調和都市生活環境的惡化。如同行政院經濟建設委員會（今為國家發展委員會）在《2009 年臺灣經濟論衡》月刊上所提，1970 年後更巨大且快速的全球化發展，對社會經濟與兩岸間產生快速流動之衝擊，企業以降低製造成本和市場考量，形成產業分工全球化的模式改變，國家間的競爭儼然轉換成為城市或區域之間的競爭（行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處，2009）。

然而，根據聯合國歐洲經濟委員會（the United Nations Economic Commission for Europe, UNECE）將空間規劃定義為，藉由「一系列『以國土為基礎』的策略，促成環境、經濟和社會的融合發展，以達成國土空間秩序的有效安排，降低區域發展差距，提升國家整體競爭力」。顯見，優質的國土空間治理才是強勁競爭力之基石（張桂林，2010）。為提升我國區域與城市之競爭力，行政院於 2010 年提出「國土空間發展策略計畫」，確立國土空間發展總體目標為「塑造創新環境，建構永續社會」（行政院經濟建設委員會，2010）。行政院經濟建設委員會持續在 2011 年《區域治理及提升競爭力研習會》宣布「產業有家，家有產業」之議題。

在高屏區域方面，縣內產業在全球化的浪潮下，長期面臨南北區域發展不均、少子化、老年化、交通運輸人本化、低碳環境等困境。因應近年產業的轉變趨勢，應善用屏東日照、土地、氣候等自然資源，並扶持新興的永續產業、強化主軸產業、串聯並建構高屏生活圈等三大策略，翻轉早期的傳統製造業，走向以低碳城鄉生活為主的觀光休閒產業、綠色能源暨農業生物科技產業、農村照護產業（建置健康照護產業發展中心）和南島及客家文化創意產業，以及擁有慢活悠遊島小琉球等，以實踐「永續南國，綠色屏東」的理念（行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處，2011）。

本研究透過爬梳文獻發現近年屏東縣所遇困境，唯有以多元的角度，與時俱進，步步升級，翻轉逆進，才能成為永續發展的百年城市。

第三節 競爭優勢的鑽石理論

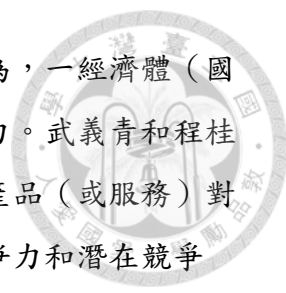


一、競爭優勢起源與定義

隨著十九世紀「全球化」的到來，伴隨著是空間和時間的壓縮，如國際貿易、資本流通、資訊科技的蓬勃發展及產業環境快速變遷。其全面性影響隨處可見，小至個人、價值觀、家庭，大至對環境、經濟、世界秩序、國家（政府）造成不小挑戰（Harley, 2000）。對此，近年來「競爭優勢」（competitive advantage）或「競爭力」（competitiveness）等名詞，成為各類產業和企業之顯學，倍受重視，全球各產業人士都在談論「有沒有競爭力？」、「是否具競爭優勢？」（Hatzichronoglou, 1996）。

「競爭力」係指，產業生存的方式（吳迎春，1993）。面對全球化下無國界的世界市場，Porter（1990）認為，沒有一個國家的環境或制度能讓其國內所有產業都具競爭力。而具競爭力的產業，容易帶動其他週邊相關產業的整體發展，也容易成為由供應商和客戶鏈結的產業「群聚鏈」，進而成為聚集的特定地理區域（吳迎春，1993）。「競爭力」並非僅指狹義的生產力，同時包括了多種經濟和非經濟因素（高希均，1996）。以單一個國家為例，「競爭力」不僅指的是該國在世界市場上創造國人平均財富的能力，更涵蓋：公共建設、行政效率、生活品質、自由化程度等非經濟、軟體、硬體、有形、無形等因素。瑞士的洛桑國際管理學院每年都會出版「世界競爭力年鑑」，其係以各國競爭力的「軟性」資料（以問卷取得競爭力的主觀評估），來進行「硬性」比較（各項統計資料之國際性比較），來計算相關指標（高希均，1996）。

江啟臣和黃富娟（2006）指出，在全球化的影響下，企業或經濟體（國家）間發展之競爭日趨激烈，包含國家與其次級單位「城市」間的發展都無法置身事外。各國除了越發重視「國際競爭力」，同時促使學者和國際組織對「國際競爭力」做出定義。Porter（1990）即認為，對於經濟體為一國家時，其競爭力的意義就是生產力（productivity）。而「世界經濟論壇」（World Economic Forum, WEF）則將全球各經濟體之競爭力視為：基礎於永續發展的理念，得以持續達到高經濟成長的能力。IMD所公布的「世界競爭力年鑑」也將國家競爭力定義為：一國家透過原有特殊資源與引進附加價值，以對內吸引、對外擴展之方式，來增加其附加價值，進而提升國家財富的能力（江啟臣、黃富娟，2006）。



綜上觀點，江啟臣和黃富娟（2006）主張，競爭力可總結為，一經濟體（國家）或產業（企業），具有吸引、維持和擴張其經濟發展的能力。武義青和程桂榮（2006）亦表示，「競爭力」係指經濟體主體在一定時間內產品（或服務）對市場占有率的大小和其持續擴張的能力，此能力涵蓋了外顯競爭力和潛在競爭力。前者藉助市場佔有率多寡來反映市場優勢；後者則反映在競爭優勢（係數）上，「競爭優勢」又可細分成生產率、產銷率和增加值率因素。而影響競爭力是否為市場優勢或競爭優勢的主要因素，為增加值率和生產率。基本上，「競爭力」就是在某一特定的價值鏈中，擁有並能保持卓越、與眾不同、他人無法並駕齊驅之優越差異性的一種能力。

本研究體認，擁有多元樣貌的屏東縣如要永續百年發展，須先盤點縣內各地區、鄉鎮自身獨一無二的特質，並確保維持其基礎的競爭優勢。

二、鑽石模型總論

本研究藉由江啟臣和黃富娟（2006）和詹盛如（2018）對「競爭力」之觀點，回溯爬梳「國家競爭力」文獻。Porter 帶領研究團隊，花費四年走訪十個國家，進行企業管理的案例分析，隨後在 1990 年出版了《國家競爭優勢》（The Competitive Advantage of Nations）。Porter 認為，產業競爭優勢來自於「廠商和勞工之生產力，與國家和區域環境對生產力的支持」。據此，「競爭力」來自於「生產力」的強弱，且生產力又須仰賴國家社會環境之支持，透過相輔相成的配合運作，才能發揮其綜效。同理，若一經濟體（國家）或產業（企業）欲提高競爭力優勢，提昇生產力是絕對關鍵。

廖千慧（2009）指出，關於一經濟體（國家）或產業（企業）之競爭優勢，可經由 Porter 提出的「鑽石理論」（Diamond Model）進行分析。例如：美國的創新聚落計畫即透過該模型，來評量產業聚落之營運環境的品質。又如曲建仲、王昱凱與吳權峯（2014）透過 Porter 的《國家競爭優勢》，針對臺灣的液晶面板產業進行競爭分析，並盤點國內需要提供哪些基礎行動支援，來協助該產業在國際競爭中獲得競爭優勢，進而創造、延續發展技術之核心。

吳英偉和陳慧玲（2019）以 Porter 的鑽石模型，針對永續節慶的行銷分析，以理解臺中新社花海節活動所建構的觀光產業策略模式，藉由新社花海節活動的永續規劃發展探討與分析，做為國內節慶活動借鏡。其結果發現：（1）由於花海節市場行銷策略並未鎖定特定的目標市場，因此未來應導入農業文化相關主題，加深形象與市場定位；（2）在節慶核心產品上附加相關娛樂價值，並擴大節慶訴求；（3）藉由延長節慶活動期程與創意活動，讓遊客親身參與體驗，進而扶持相關產業發展；（4）加強地方產業特色發展，創造地方就與活絡商機；（5）持續推廣業者間異業結盟，開發其附加價值，加深節慶活動之經濟效益。

郭秋伶（2006）以 Porter 鑽石模型的基本要素來探討我國農業生技產業是否具備產業群聚條件，並針對國內外農業生技產業現況、未來發展趨勢和我國農業生技產業面臨問題，進行對比分析。歸納結果顯示，若以市場和政府失靈的觀點來探究，政府在農業生技的政策推動上應該：（1）釐清該產業的發展目標，並集中資源，採取重點投入，以區隔出國際市場；（2）推動各類農業組織的企業化；（3）培育或是延攬跨領域的實務人力；（4）謹慎檢討研發資源的投入，並

快速建立產業化的平台；（5）應用國際現存的专业分工，以建立策略聯盟來進行共同開發，以保有最大競爭優勢等。

李海清等（2013）研究發現：（1）在政府對海洋政策逐步開放，遊艇服務業因而催生，然其多屬中小企業規模，營運資金取得不易，須協助產業融資與顧問輔導；（2）遊艇服務業以遊艇活動和遊艇銷售為主要服務項目，須政府支持，從產業核心帶動整體產業價值發展；（3）政府除推動海洋運動觀光外，應重視遊艇服務業廣續發展，亦可參照國外推動海洋產業方式，對其法規與政策進行檢討，促進遊艇產業發展，以達整體產業經濟的提昇。

唐迎華和雷立芬（2016）亦以 Porter 鑽石模型理論為架構，探討法國葡萄酒產業競爭優勢。主要結論（1）法國悠久的釀酒歷史，來自於本身具備生產葡萄生產和需求條件，包含優勢的天然資源（土質、溫度、陽光和地形等）及累積充沛的專業釀酒師、侍酒師、葡萄種植專家等；（2）在長時間下，法國葡萄農場和相關產業發展為自給自足、相互合作與激勵創新之模式，形成全球最佳葡萄產業聚落模式；（3）法國既有多元之行銷方式，搭配觀光策略聯盟之加乘，具無法取代性；（4）建立產業聚落的整體規劃對我國農業發展策略極具重要性，透過穩定足夠的產量，建立品牌。該研究建議臺灣，可以「專區化」的大規模量產，獲得經濟規模，增加價格競爭和維持品持，進而帶動周邊相關產業，例如包裝、加工及觀光休閒產業等整體產業發展。

柯倪雙和林晨萍（2021）以 Porter 鑽石模式為基礎，探討福建省水產品出口國際競爭力的影響因素，並分析福建省水產品出口的國際競爭力。結果發現：

（1）數據分析福建水產品在資源要素、國際市場佔有率和貿易競爭尚維持良好國際競爭力，在泰國、美國、挪威等水產品貿易大國間保有優勢；（2）雖福建省水產品仍占有多數市場，但總體出口數量呈現減少趨勢；（3）應對目前生產條件等級低、加工及相關產業群聚不完善、水產品品質監管鬆散、人力技術資源不足等缺點，進行發展策略調整改善。

為加強有力的實證與理論基礎，本研究將運用 Porter 的鑽石理論做為剖析屏東縣內觀光休閒產業競爭優勢之因素分析架構。

三、鑽石模型個論：組成要素

延續上述運用鑽石模式分析各項產業競爭力之研究，透過陳恒鈞和謝祐湘（2012）的《產業群聚與陶瓷產業發展：鶯歌與北投之比較分析》進一步了解，群聚和全球化是不同的概念。區域的概念越來越重要，因在特定區域內產業的群聚可帶動該地區發展，合理的群聚政策發展可有效地促使群聚成長，形成更成熟的群聚。Porter（1990）認為，產業是國家競爭優勢的單位，但造就該產業成功並非單一產業，而是經縱橫交之的產業群聚。「區域」的競爭力來自於產業群聚現象，而區域產業能否發展群聚，則依賴產業的「生產條件」（factor conditions）、「需求條件」（demand conditions）、「相關及支援產業」（related and supporting industries）、「企業的策略、結構及同業競爭」（firm strategy, structure, and rivalry）、「政府角色」（government）、「機會」（chance）等六個關鍵要素，來創造自身優勢和條件，形成國家層級的基礎與能量，並構成國家競爭力的鑽石結構模型。

此六大要素相互影響，帶動起競爭優勢的增強與遞減，當經濟體（區域）或產業獲得模型中的某項優勢條件時，會連動增強或改善其他條件；反之，亦因條件之間的互相抵制，將使經濟體（區域）或產業發展受限制。擁有最佳資源和技術的經濟體或產業不見得都能成功，因為資源和技術無法平均分配和善加應用；一旦能在經濟體或產業內脫穎而出，勢必會成為國際市場的競爭優勢贏家（劉代洋等，2008；Bellak & Weiss, 1993; Hodgetts, 1993）。「鑽石模型」是一個會雙向相互強化的系統，其中任何一項因素勢必會影響另一項因素（圖 1）（李海清等，2013；李敏翠，2017；詹盛如，2018；Fainshmidt, Smith, & Judge, 2016; Kharub & Sharma, 2017）。

本研究旨在探究屏東鄉鎮發展觀光休閒產業之競爭優勢，根據上述文獻，以及研究者從小成長於屏東，熟悉地方政務與產業的基礎，分別探究「鑽石模型」的六個關鍵要素：



（一）生產條件

競爭優勢中最重要的生產條件包含有：初級生產因素（如人力資源、天然資源、資本資源等）及高級生產因素（如知識資源、基礎建設等）。生產條件亦可根據專業程度分為：一般行生產條件（如受過大專教育且具企圖心的員工，可被應用在任何一種產業上）和專業型生產因素（指更明確且針對單一產業的技術人力和專業知能）。如果一個經濟體（國家/區域）或產業（企業）具備高級生產因素或是專業型生產因素，即較易建立起強大又持久的競爭優勢（李敏翠，2017；Bellak & Weiss, 1993; Kharub & Sharma, 2017）。就本研究而言，屏東縣市的天然資源諸如：豐富的易燃生態與景觀環境；資本資源例如：品質優良的農特（水）產品、具特色的地方美食，以及獨具特色的歷史與文化等；專業型生產資源（人力資源）則有：專業的農漁民、水試所、農改場、農業科技園區、屏科大、屏東大學等專家和學者們。

（二）需求條件

Porter (1990) 認為，內需市場對規模經濟會造成直接的影響。而透過以下三點可看出內需市場對經濟體或產業發展所產生之動力影響的意義：（1）國內市場特性，如顧客型態；（2）國內市場規模和成長，這會鼓勵經濟體或產業大規模的生產設備、發展技術，並提高生產力，形成經濟體或產業在國際市場的競爭力；（3）自國內需求擴至國際需求。國內需求將帶動經濟體或產業、投資和創新，且可從中建立競爭力，例如：引領其他經濟體，或是產業的需求等。如同李敏翠（2017）主張，一個成功之經濟體或產業須仰賴強勢的需求顧客群，以推動組織持續投入資源。就本研究而言，著名生態景點、購買當季農特（水）產品、享用地方知名美食、參加豐富水上休閒活動或具特色的文創活動等，都是屏東縣市遊客的消費重點。

（三）相關及支援產業

當一個特定經濟體（國家/區域）或產業（企業）發展得更為健全時，將有利於該經濟體（國家/區域）或產業（企業）更具有競爭力，並可形塑產業彼此間之合作機制（李海清等，2013；李敏翠，2017；Fainshmidt et al., 2016; Hodgetts, 1993）。與相關及周邊產業整合的成功案例，如鴻海、Intel 等，透過整合產銷鏈來回應日漸險惡的全球競爭。就本研究而言，如擁有農漁業種苗改良的研發團隊、農舍（溫網）或水產養殖場的建置能力、具專業水上活動設備等，都是支持觀光休閒產業的相關產業。

（四）企業策略與同業競爭

內需市場會受到經濟體（國家/區域）或產業（企業）彼此間競爭強度的直接影響，經濟體或產業的策略、結構則會受到政府法規等因素之影響，形成迥異的經營策略。當相互競爭越是激烈時，越容易淘汰掉競爭力不足之經濟體或產業，進而促使具強競爭力之經濟體或產業擴展國際競爭市場，提昇國際競爭力（李敏翠，2017；詹盛如，2018；Fainshmidt et al., 2016; Hodgetts, 1993; Kharub & Sharma, 2017）。就本研究而言，例如：擁有善於生產輔導與整合資源的農漁會、產銷班或農企業、有多元選擇的住宿設施和餐飲美食、發展良好的商圈等，都是觀光休閒產業內會形成競爭的元素。

（五）地方政府

透過政府制定的補貼、教育、預算等政策會影響到生產因素，其影響屬於牽一髮動全身，錯綜複雜的互動型態，政府角色可能是正面亦可能是負面，則須看是否對鑽石模型造成影響，參照其他關鍵因素狀態加以考量，並非絕對（劉代洋等，2008；Bellak & Weiss, 1993; Fainshmidt et al., 2016; Kharub & Sharma, 2017）。就本研究而言，受到中央的政策支持、善於爭取地方建設經費、善於爭取舉辦大小型活動、善於爭取公共交通設施、施政效能受到在地居民肯定等，都是與政府施政有關的項目。

（六）機會

機會可能是提供經濟體或產業嶄新的營運優勢，可能會讓原有的競爭力消逝。倘若以國家為基礎的鑽石模型健全，危機很可能會變成為轉機，因為環境會具備有尋索資產、形成優勢的能量（詹盛如，2018；劉代洋等，2008；Fainshmidt et al., 2016; Kharub & Sharma, 2017）。本研究有關屏東鄉鎮的機會包括有：高雄捷運延伸、高鐵南延、建設鏈結各鄉鎮市的大眾交通網、延伸發展農業生物科技園區與健康產業園區、擴大鄉鎮市內特色活動、輔導農、漁、畜牧業加工品開發、多元族群的文化推廣等。

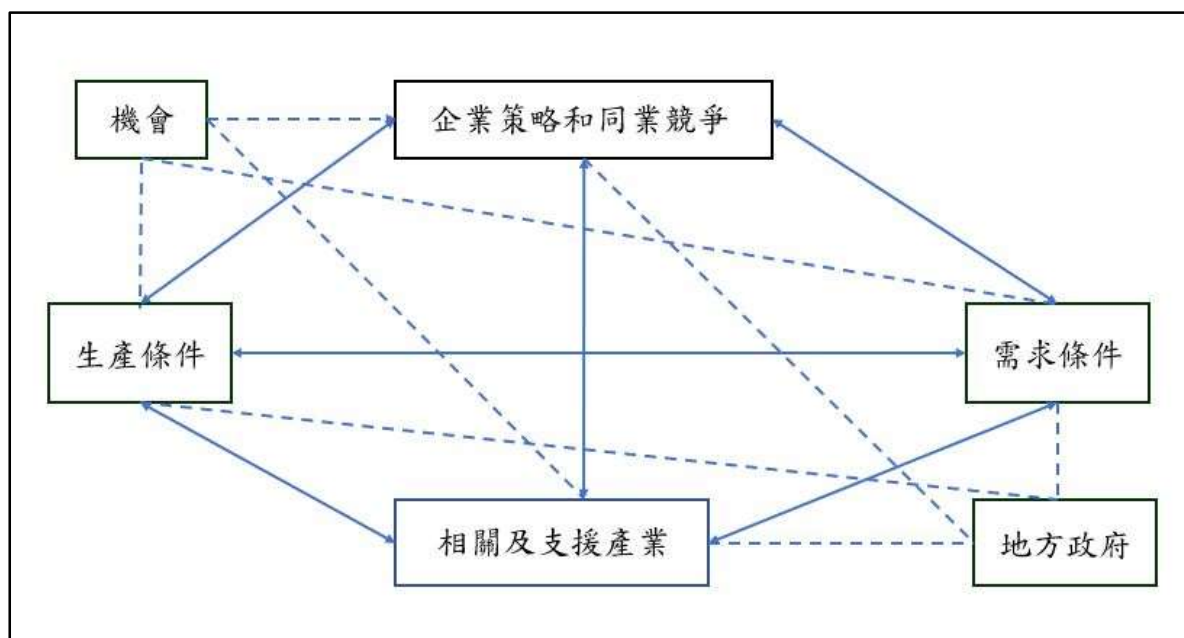


圖 1、鑽石理論模型

資料來源：Porter, M. E. (1990).

四、雙鑽石模型的必要

自 1990 年以降，多位學者對 Porter 的鑽石模型提出質疑，例如：（1）Rugman 與 D'Cruz（1993）研究實證，不能以單一的鑽石模型來說明加拿大境內企業的國際競爭力，因為該國的競爭力必須將臨近的美國市場一併納入考量；加拿大的管理者必須以「雙鑽石」架構來建構其產業競爭優勢，因而提出「北美鑽石模型」；（2）許多學者亦主張，Porter 的鑽石模型錯估全球生產和市場對國家競爭優勢的重要性，僅侷限考量在地資源和能力，做為國家競爭力的關鍵因素是錯誤的，必須要進行跨國資源分析，將鄰近國家列入考慮（劉代洋等，2008；Dunning, 1993; Phungtua, 2016; Sardy & Fetscherin, 2009; Son, 2014）；（3）過往研究也指出，Porter 的鑽石模型主要是符合大國條件，無法滿足小型國家的分析，若單獨考量單一構面的競爭力，將會形成嚴重的侷限（Beleska-Spasova, Loykulnanta, & Nguyen, 2016; Bellak & Weiss, 1993; Lin, 2011; Smit, 2010）。

綜合上述可以發現，Porter 的鑽石模型所強調的，單一產業（企業）的成功係仰賴單一鑽石模型的六項要素，才能擁有持續的競爭優勢，這樣的說法並不完整，且僅適用於大型的經濟體（大國）。對此，Rugman 與 D'Cruz（1993）率先提出「雙鑽石模型」，使該理論亦可適用於分析所有的小型經濟，並考慮到鄰近區域的相關資源與競爭優勢。在修正的「雙鑽石模型」被提出後，受到許多當時與後續研究的採用與驗證（圖 2）（陳正男、譚大純，2000；劉代洋等，2008；Beleska-Spasova et al., 2016; Castro-González, Peña-Vincesb, & Guillen, 2016; Cartwright, 1993; Hodgetts, 1993; Lin, 2011; Liu & Hsu, 2009; Moon, Rugman & Verbeke, 1995; Moon, Rugman & Verbeke, 1998; Phungtua, 2016; Sardy & Fetscherin, 2009; Smit, 2010; Son, 2014; van Wyk, 2010; Vu & Pham, 2016）。

張淑華（2020）以慢城鳳林為例，亦提出運用「雙鑽石模型」理論導入地方創生之探討。其主張經由「雙鑽石模型」理論探索、分析並定義出，在創造有價值之機會、協同創新、共好回饋等要項下，鄉鎮地方建立起互惠需求的關係，才能促進如同鳳林鎮為例的小型經濟體（聚落）推動重振之量能。

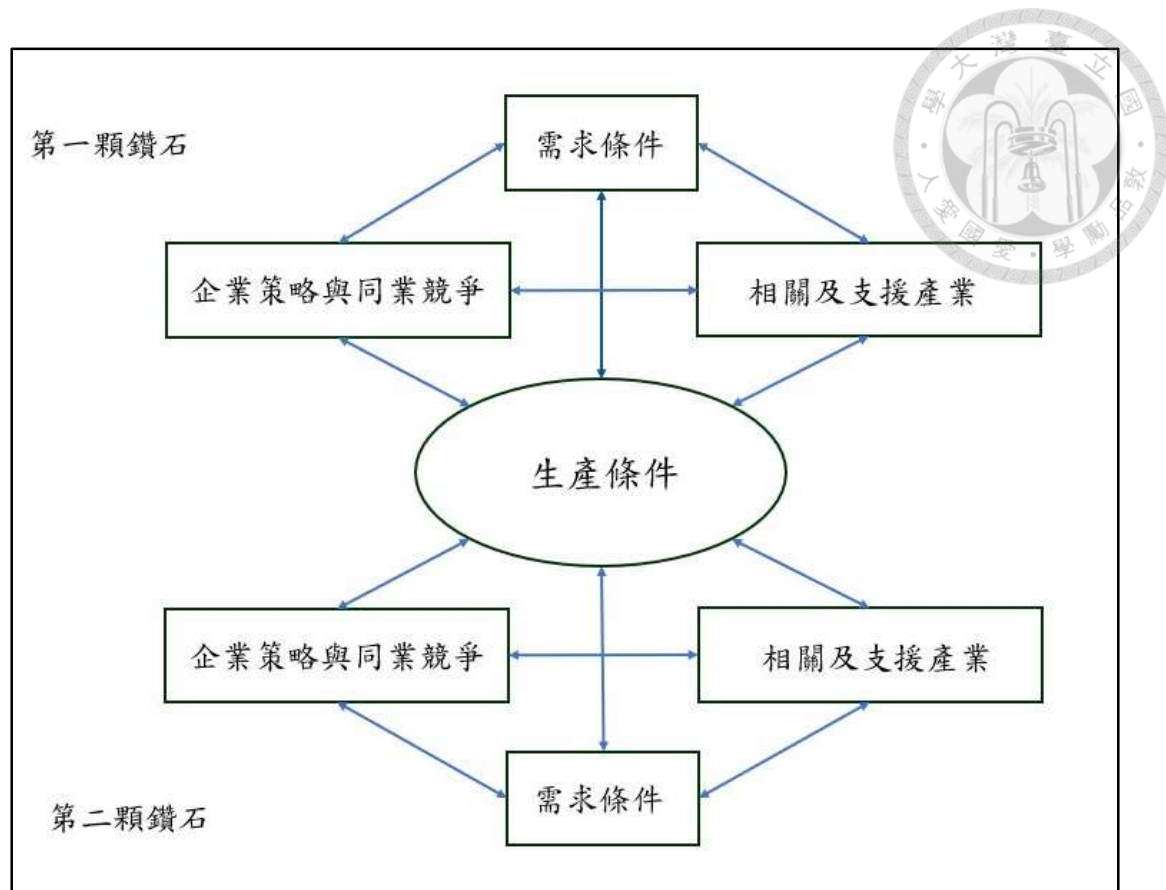


圖 2、雙鑽石理論模型

資料來源：Rugman, A. M., & D'Cruz, J. R. (1993).

而本研究所引用之「雙鑽石理論」係指兩個或兩個以上鄰近區域的整合資源。以本研究為例，因影響觀光休閒產業（企業）成功之各項因素是無法單獨考慮，經常是錯綜複雜且交互影響的；無法僅考慮單一鄉鎮的產業發展狀態，必須將鄰近鄉鎮的資源和需求合併考量，以利共振和綜效。因此，本研究將以「雙鑽石模式」之思維為基礎，並引用雙鑽石理論於問卷調查的題項設計中，連同周遭鄉鎮一併納入考慮，例如：枋山鄉須連同枋寮、春日、獅子、牡丹、車城等鄉一起思考，交換資源，互惠互利才行。

第四節 地區與產業發展策略

一、發展策略定義與應用

隨著臺灣 2002 年加入世界貿易組織（World Trade Organization）及面對全球化浪潮興起，形成的時空壓縮現象，致使臺灣與其城鎮趨向無法與全球市場分割而自行發展的狀況。如同藍逸之（2007）指出，經濟全球化帶來的去領土化現象與日漸激化的城際競爭，已成為都市（區域）或產業發展不得不面對的重要態勢。對此，包含聯合國歐洲經濟委員會（United Nations Economic Commission for Europe，後簡稱 UNECE）和國內外眾多學者紛紛提出空間（國土）規劃定位，期待藉由「國土發展策略，促進區域發展均衡，提升國家競爭力」（經建會都住處，2009；UNECE, 2008）。行政院續在 2010 年提出「國土空間發展策略計畫」，訂定我國國土空間（區域）永續發展與產業發展之目標。

都市（區域）或產業發展策略，是國土空間發展過程不容忽略的一環（Oliveira & Meyfroidt, 2022）。Porter（1996）在“*What is strategy?*”一文中，主張企業做得好，不能算是策略，必須做到不同。經營策略和營運效能都是達到企業優良績效目標之要件，但兩者運作的方式截然不同。許多學者也都承認「策略」一詞定義相當抽象，同理其應用也相對地廣泛（吳思華、司徒達賢，1982）。策略之英文是「Strategy」，最早源自於古希臘字「Stratēgia」，帶有「Generalship 將軍」的意思。而 Random House 辭典將策略定義為「在和平或戰爭時，透過全國一切力量，大規模且長期的規劃和發展，確保安全或勝利」；Oxford English Dictionary 將策略定義為「將軍的藝術：高階軍事人員計劃和指揮大規模軍事行，從事作戰的藝術」（蕭文，2008，pp. 3-35）；The American Heritage Dictionary of the English Language 則將策略定義為「應用在整體的規劃，及主導大規模作戰的軍隊指揮科學和藝術」（劉龍生、游志仁，2011）。

Mintzberg、Ahlstrand 與 Lampel（1998）主張：（1）策略是一種計畫（plan），為實現未來目標而採取的行動指南；（2）策略是一種模式（pattern），也是一種長期的行動樣態；（3）策略是一種定位（position），會根據外部因素，在市場中為品牌、產品或公司研定位；（4）策略是一種視野（perspective），係針對內部組織的思維所延伸制訂的；（5）策略是一種布局（ploy），一種智取競爭對手的布局（蔡田木、謝文彥、胡至沛，2019）。策略

在應用時，可考慮上述 Mintzberg 等人的主張，本研究在規劃調查文卷與總整建議時也會參閱其主張。

就應用範圍來講，策略可應用於國家發展或是特定產業擴張，亦可縮小至都市（區域）或是單一企業體的發展。例如，吳思華與司徒達賢（1982）探究我國在經濟起飛後，遭遇石油危機衝擊，製造業面臨多重困境下，企業賴以生存與發展的經營策略。又如謝雨豆和李冠樺（2019）由跨國的前瞻機制運作經驗，彙整出發展前瞻機制的重點供我國中央暨地方政府參考施行。再如石世豪（2021）針對臺灣在電信自由化的過程中，產業組織與服務市場上的諸多失準之處，提出參照德國前例，有效解決紛爭並同時調整產業體質的策略。

延續上述，本研究因發現近年屏東縣有影響持續發展之問題，希望透過盤點縣內各主要區域的競爭優勢。然如何維持觀光休閒產業的獨特競爭力，仍需仰賴一套具有綜效的策略政策，如同范淑敏與周志龍（2008）所強調的，地方發展在臺灣經濟發展策略中佔有關鍵的重要性。大體而言，地方發展的重要性在於充分發揮各地區的資源和潛力，實現區域間的平衡發展，促進經濟多樣性和創造就業機會。透過地方發展策略的網絡化與治理的角度，政府能夠更有效地協調地方和中央的利益，確保政策的實施和執行。地方發展策略的成功與否，不僅取決於正式制度的安排，還取決於複雜的非正式關係，如地方社群之間的互動和合作等。透過地方發展策略的實踐，地方社群能夠更積極地參與地方事務，發揮其自主性和創造力。地方居民和企業能夠參與決策過程並提出建議和意見，共同制定符合當地需求的政策。這種參與能夠增加政策的可行性和接受度，並增強當地社群對發展的認同感和參與感。

地方發展的重要性，還會體現在區域間的均衡發展上。強調地方發展可減少主要城市與邊陲地區之間的差距，避免資源和機會的過度集中，並提高邊陲地區的發展和競爭力。這不僅有助於縮小區域間的經濟差距，也能促進社會的和諧及平衡發展。總結所述，地方發展策略在臺灣經濟發展的重要性不可忽視。透過對地方資源和潛力的善用，平衡區域之間的发展，促進地方經濟的多樣性，並強調地方自治和參與，臺灣才能夠實現更加均衡和永續的發展。地方發展策略不僅能改善地方社群的經濟環境，還能增強社會凝聚力和地方居民的福祉。

二、地區與產業發展的內涵

觀察我國過去經濟發展數據，地方經濟發展多依循產業發展的脈絡。各區域（地區）因在地產業透過上下游廠商鏈結形塑而成的產業聚落，成為帶動臺灣經濟成長的重要動能。例如臺灣金屬產業在北、中、南部都有明顯的產業群聚，又以高雄地區之規模為最大；另外，像大臺中地區則因擁有完整的機械產業上下游產業鏈，而成為精密機械及其零組件之生產重鎮。據此顯見，發展或串連地方特色產業和跨區域的整合，可直接促進增區域經濟發展（施冠宇，2017）。

國內外針對地區與產業發展的策略研究極多，例如：吳清華與葉晉嘉（2005）在城市區域空間架構下，探討高高屏三縣市共同面對地方發展之治理機制，該機制又分為「組織運作」、「議題與規劃」、「執行與追蹤」、「評量與修正」等，並於最後引導出跨域治理的新機制。藍逸之（2007）透過南臺灣高高屏都市區域作為分析個案，以該區域近年提出的地方永續發展策略行動計畫，所建構的跨域環境治理機制進行檢視。宋慶財與李雪香（2010）藉由環境與資源的現況探討，客家庄居民對於觀光休閒產業發展的想法，並進一步研究產業發展的對應策略，以提供產官學界之實務參考。閻永祺、孔憲法與王鳳生（2015）分析區域群聚的產業結構，復整合南部地區的空間架構，以研究此群聚和該地區空間結構之關係，藉以提出產業政策擬定之道。閻永祺等認為，產業政策應依據各地文化與經濟現況、產業結構與轉型態勢、產業群聚量能等三方面的整合思維。

Antonescu（2014）著眼於歐盟各國的均衡發展，並提出未來的發展策略，以及執行諸此策略所需要面對的社會衝擊。Bondaruk 與 Komarovskiy（2015）建議以成長點（points of growth）來針對各個地區進行策略規劃，包括大型城市或是狹小偏鄉都可以採用執行。Nijkamp（2016）提倡資源豐盛（resourceful region）的策略，應用此一策略需要端視實際狀況並仰賴在地能力，藉以提升當地的社會力與經濟力。Rodríguez-Pose 與 Wilkie（2017）強調地方治理對區域發展的重要性，希望能建立起有效、永續，且具包容性的經濟成長，但作者也呼籲地方政府的治理能力必須要向上提升。Cahyono 與 Indrayani（2020）將區域發展聚焦在當地優質產品的發展上，並強調具有附加價值的加工產品，這不僅可以就地取材且技術熟練，並能將這些優質產品的邊緣價值盡量擴張。



潘孟安（2014）曾以農村再生、跨域加值、雲端平台、認證行銷等四大策略，勾勒出「綠色觀光、農業加值」的屏東縣的發展願景。另為了號召年輕人迴流返鄉，提振農村活力，潘孟安亦提出推動農業資訊交流平台和設立青年農民學院的構想。潘孟安也建議將火金姑微型貸款計畫，納入青年農創項目，鼓勵年輕人投入農業產銷。潘孟安（2020）持續針對屏東縣最為優勢的農業與觀光資源，提出透過區域合作、跨界加值、人才南引、堅守品質等四大發展策略。他認為，善用屏東在地獨一無二的國土資源、地景生態、族群文化，以及農漁特色，以為在地發展具農業特色的觀光休閒產業，注入蓬勃的生機。

本研究認為，屏東不僅只於歷史和地理上的發展，需持續向上提升，改善產業思維，以創造嶄新機會。近年的「綠色旅遊」是繼生態旅遊後，受世界各國注目的新興旅遊模式；而屏東縣是農業大縣，境內擁有極具競爭優勢之整合農業與觀光的新形態產業。透過完善的旅遊設施、交通網絡規劃等，可讓旅客重新看見一個未被深刻認識體驗的屏東。

為落實臺灣的國土空間策略規劃，研究者盼透過盤點屏東縣各鄉鎮在發展觀光休閒產業的競爭優勢，並綜整全縣發展策略，建構出在地認同且具前瞻思維之全縣觀光休閒產業發展策略。研究結果希望能提供屏東縣府做為未來政策施行之參考，以達到屏東縣產業永續發展之願景。

第三章 研究方法



第一節 量化研究與質性研究

在學術領域中，研究方法的目標是有效地建構、收集大量的知識與資料，以協助研究者完成研究目的。然在推陳出新且眾多的研究方法中，又以量化研究（quantitative research）與質性研究（qualitative research）最被廣泛運用（廖珮玟，2015）。且在量化和質性研究中，又各自存在不同的分析方法，因而形成了迥異的研究立場（潘慧玲，2003）。對此，爭論多年的量化研究和質性研究，最常被研究者討論的差異點多在於研究途徑：量化研究的研究者重視信度與效度；質性研究則著重在研究對象的經驗價值（廖珮玟，2015）。邱美秀（2012）也認為，量化研究和質性研究因在本質上有所差異，壁壘分明，其中，又以「研究者定位」與「研究目的」最為顯著。隨時代的科技進步、使用 3C 之工具便捷和普及，以及表現績效的方便計量，量化研究逐漸成為研究方法的主流趨勢（潘慧玲，2003）。

廖珮玟（2015）指出，在社會科學領域中，研究者傾向對理論有明確的定義，而量化研究和質性研究的邏輯差異，正代表著理論和研究之間，誰先誰後的不同立場及思維。簡而言之，量化研究的特徵：係以實證主義為基礎，以科學實證的方式，蒐集一定數量的資料，透過統計法將資料量化後進行分析與解釋。其約略可分為：（一）決定研究理論後，以量表形式進一步探究研究目標；（二）以問卷方式進行調查，針對研究現象進行抽樣收集；（三）利用實驗測量法，以科學方式取得第一手資料後，進行驗證、比對假設，探究變數之間的因果關係和分析其發展過程（沈秋宏，2006）。

質性研究的特徵：則源於人文主義，以訪談型式，將受訪者的感受、經驗等語言表達，加以撰寫記錄，藉此了解、解釋受訪者對於社會事實的認知。其又可分為：（一）結構式訪談（structured interviews），以封閉式的問題，利用一致性的題目和依序採訪的方式，減少了受訪者的誤差，同時增加了可比較性，多應用在調查和民意測驗上；（二）半結構式（focused or semi-structured interviews），主要由研究者利用引導型式進行訪談，其題目較寬廣具彈性，易呈現出受訪者最

真實的面貌，相對的較無可比較性；（三）無結構式訪談（unstructured interviews），顧名思義其題目設計即不同於結構式訪談，同時也不強調採訪依次順序，因此在蒐集資料的過程較著重在研究者與受訪者間的互動狀態；（四）群體訪談（group interview），特殊意義在於研究者將一群受訪者們聚集並針對同一研究題目進行訪談、對話，進而取得研究資料，其研究現象在近年很常被採用，例如用於女性主義之探究等（林金定、嚴嘉楓、陳美花，2005）。

又如 2016 年黃秋霞撰寫的《淺談量化與質性研究反思》中剖析量化研究及質性研究間的差異，對照比較如下：

- （一）研究方法：量化研究係藉由統計測量和分析，來探討社會現象，以數字化為主；質性研究則採「非量化」，也就是非藉由數據分析，而是透過多面向的資料收集，進一步交叉分析，以文字化為主。
- （二）研究目的：量化研究係以建立起原則、解釋、預測來掌握社會現象，因此以結果論為導向；質性研究則著重在研究者及受訪者間的主觀想法、對談時的感受與意義，因此以發現、找尋問題為導向。
- （三）研究方式：量化研究採標準化的調查與實驗方式；質性研究則以具深度且嚴謹的訪談內容與田野調查，並逐字稿方式整理之。
- （四）研究分析：量化研究係以客觀的統計評量，諸如描述性統計（descriptive statistics），因素分析（factor analysis）、t 檢定（independent sample t test）或單因子變異數分析（ANOVA），以及多元迴歸（multiple regression analysis）等；質性研究則在不具控制、威權的狀態下，以主觀的描述方式，完整呈現撰寫、解釋、分析受訪者當下的看法與心路歷程。

綜上敘述可分析出，質性研究具批判性、洞察性和開放性，且因研究策略為歸納法，不預設立場和假設，將研究奠基在收集受訪者經的訪談資料之上等優點。但也因全仰賴對談、訪談型式，易造成在語言、翻譯等詮釋上的落差，更可能過於主觀詮釋，以及樣本（對象）代表性不夠，造成信度不足等缺點。

量化研究則經由數據比對和統計分析和評量，是客觀的、經驗證的、有系統性的、有邏輯性，且透過嚴謹程序、具科學化，因此樣本（對象）代表性足夠、偏差較少，信度較高（沈秋宏，2006）。以大量樣本（對象）做為基礎而架構的

研究模型，雖具科學論證，但也有缺點，例如發生研究結果與實際套用在社會現實案例，卻無法符合最初設定之假說等困境（黃秋霞，2016）。

因此，量化和質性這兩種研究方法各自有優、缺點，各自擁有支持者（廖珮玟，2015）。隨著時間過去，逐漸有學者們在 19 世紀末期，陸續呼籲量化與質性應停止爭論採用哪種研究方法比較好。應回到研究的本質：只要能回答探究之問題，使用哪一派哲學或研究方法都可行，且同時採用兩種研究方法時更能彌補彼此相互不足之處，進而衍生現今社會科學研究中，接受度高且較適宜的「混合研究」（mixed-methods research）（黃麗鈴，2019）。

第二節 量化研究法

一、調查研究法

在科學研究領域中，調查研究法（survey research）已被普遍使用（林芬慧，2001）。調查研究法可分為兩種類型：（一）以母體群中所有個體（對象）進行調查的普查（censuses）類型，和（二）藉由抽樣，對樣本進行調查、蒐集，再透過樣本數回頭推論母體的抽樣調查（Sample survey）類型（宋曜廷等，2011，p. 74）。資料蒐集的成本高低與管理難易度，則會因資料收集的方式而彰顯其是否為便利性，進而影響研究者的採用。資料收集方式包括：（一）訪問調查（interview survey），如面談、電話訪談等；（二）問卷調查（questionnaire survey），如郵寄問卷、電郵問卷、網路問卷等調查型式，其中又以近年來普遍採用的電郵和網路問卷調查最為常見。電郵問卷成本低，但其缺點是不會使用網路的族群，就無法收到電子郵件；後者則具有兼顧成本低、跨越區域、時間、地點的限制，以及能快速回覆之優勢（林芬慧，2001）。又如同國家教育研究院（2022）對於調查研究法的解釋內容，指出資料的蒐集方式，分為訪問調查（interview survey）和問卷調查（questionnaire survey），而問卷調查又因高便捷、低成本，近年來較常被研究者採用。

而本研究採用客觀的抽樣問卷調查，問卷的編製過程，先從：（一）確認主題開始；（二）收集問卷題項資料；（三）撰寫出題項。整體問卷的好壞取決於信度和效度。「信度」的定義：係指評量產生一致結果的程度，包含個人多次評量的一致性。具備信度的問卷，意味著對同一群人在不相同的時間測試，所獲得的結果是一致的，該問卷具可信賴、可靠性、穩定性、一致性。「效度」的定義則是，根據評量結果有用、適合的程度，代表該問卷能否評量到想測量的。簡而言之，一份問卷的效度越高，代表測驗結果越能顯示該問卷研究對象的特徵。同理，要是研究結果無效度，即代表失去其研究價值。因此，無論量化研究和質性研究都須要具備研究的效度（廖珮玟，2015）。

本研究的「信度」係以 Cronbach's α 值評估，透過 α 值來檢定各題項間的一致性；「效度」則先邀請三位任職於屏東縣觀光休閒產業公部門的官員，以及兩位擔任屏東縣觀光休閒及文史協會之理事長進行專家效度的檢定，再經過十位不同年齡層、不同性別且居住於屏東縣不同鄉鎮市之鄉親進行表面效度的檢定，最

終再問卷調查資料回後，以統計學上的分析分法。本研究透過 SurveyCake 平台製成網路問卷調查型式，以利問卷便捷傳播。



二、研究架構與假設

基於研究目的與上述文獻探討，本研究針對屏東縣 33 個鄉鎮市民眾進行調查，探討屏東縣各項觀光休閒產業競爭優勢（包括生產條件、需求條件、企業策略與同業競爭、相關及支援產業、地方政府，以及機會）對發展策略之影響，進而研擬相關策略的經營方式。本研究之研究架構如下圖 2。

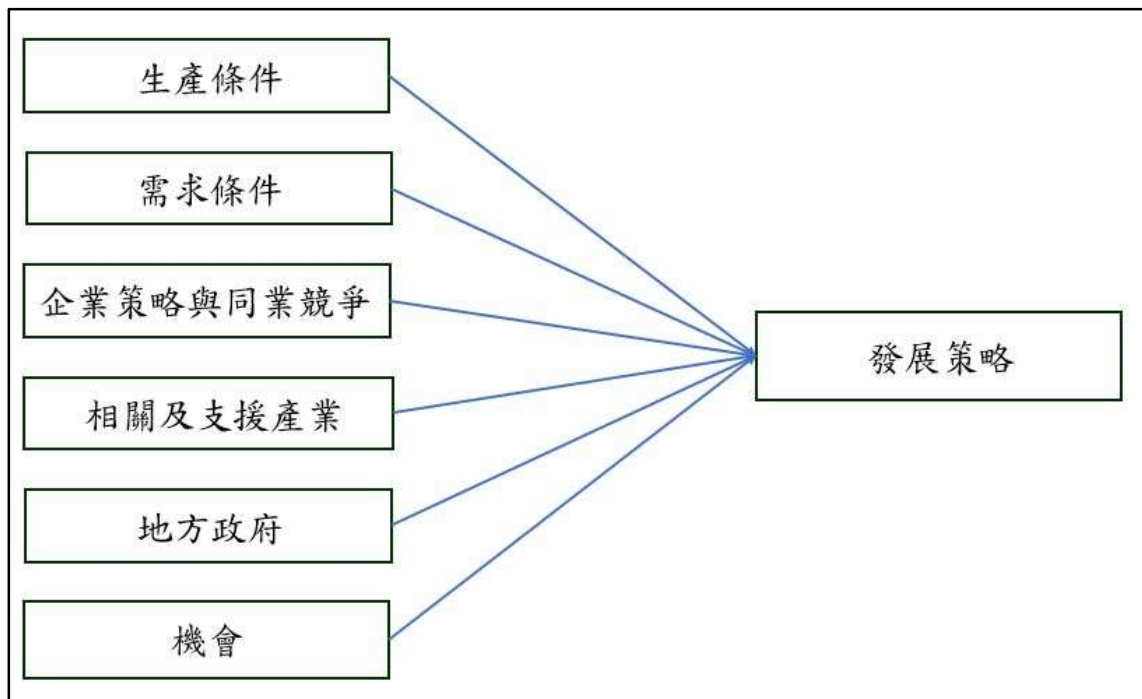


圖 3、研究架構圖

本研究基於上述文獻提出以下六項研究假設和一個研究問題：

H1：屏東縣觀光休閒產業的生產條件會影響其發展策略；

H2：屏東縣觀光休閒產業的需求條件會影響其發展策略；

H3：屏東縣觀光休閒產業的企業策略與同業競爭會影響其發展策略；

H4：屏東縣觀光休閒產業的相關及支援產業會影響其發展策略；

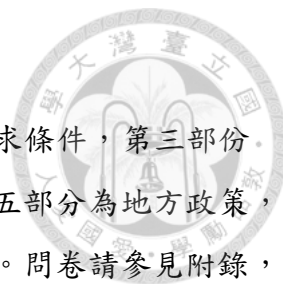
H5：屏東縣觀光休閒產業的地方政府會影響其發展策略；

H6：屏東縣觀光休閒產業的機會會影響其發展策略；

RQ：本研究所涉發展策略，會因不同受調者的人口背景而產生什麼差異？

三、研究對象

因為研究對象有所確認，本研究因此採用立意取樣的方式進行問卷調查，希望了解屏東縣鄉親對觀光休閒產業的各項競爭優勢，對發展策略之影響。本研究問卷在歡迎詞上即有說明，調查對象以屏東 33 鄉鎮市的鄉親為主，以確立樣本之適當性。本研究係以網路問卷形式進行，研究者運用自身在多位屏東縣民意代表辦公室、原民鄉鎮代表會與屏東縣律師公會、醫師公會、商業同業公會、觀光產業、警政單位、國營事業單位（如中油、台電、台糖公司等）之人脈，透過 LINE 和 Facebook Messenger 等將問卷連結發送出去，並透過讀農業推廣學系之同學、學長姐廣宣，觸及潛在受調者，以蒐集研究資料予以分析。目前屏東縣 33 鄉鎮市鄉親共約 80 萬人，又根據學者們建議，社會科學調查研究的可行樣本為 385 份（林惠玲、陳正倉，2009）。因此，本研究將所需之樣本數設定為 400 份以上，詳細統計請參見第肆節分析。



四、研究問卷設計

本調查問卷共分為八個部分：首先為生產條件，其次為需求條件，第三部份為企業策略與同業競爭，第四部份為相關及支援產業產業，第五部分為地方政策，第六部份為機會，第七部份為發展策略，第八部份為人口變項。問卷請參見附錄，其各部份題項之參考文獻和題數分述如下：

- 一、生產條件：此部分係參考自卓幸君（2017）、屏東縣政府交通旅遊處（2022a）、財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會（2009）、陳君如等人（2015）、蘇嘉全（2003）等五篇文獻，共有 6 個題項。
- 二、需求條件：問卷題項係整合自卓幸君（2017）、海基會（2021）、財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會（2009）、陳君如等人（2015）、蘇嘉全（2003）等五篇文獻，共有 10 個題項。
- 三、企業策略與同業競爭：此部分係參考自交通部觀光局（2019）、卓幸君（2017）、屏東縣政府交通旅遊處（2022a）、曹校章（2017）、陳君如等人（2015）等五篇文獻，共有 9 個題項。
- 四、相關及支援產業產業：相關題項係改編自卓幸君（2017）、財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會（2009）、曹校章（2017）、陳君如等人（2015）、蘇嘉全（2003）、等五篇文獻，共有 9 個題項。
- 五、地方政府：此部分係整合自陳家瑜等人（2010）、屏東縣政府交通旅遊處（2022b）、財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會（2009）、經濟部工業局（2022）、潘孟安（2020）、Richter 和 Richter（1985）等六篇文獻，共有 6 個題項。
- 六、機會：此部分係參考行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處（2011）、屏東縣政府交通旅遊處（2022b）、財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會（2009）、潘孟安（2014）、潘孟安（2020）等五篇文獻，共有 9 個題項。
- 七、發展策略：題項係改編自行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處（2011）、屏東縣政府交通旅遊處（2022b）、陳家瑜等人（2010）、潘孟安（2014）、潘孟安（2020）等五篇文獻，共有 16 個題項。
- 八、人口變項：包括受調者的性別、年齡、居住地、教育程度、從業身份等五項背景資料。

本研究鎖定屏東縣 33 鄉鎮市民眾為調查對象，透過問卷調查方式，來收集這些民眾對屏東觀光休閒產業之各項競爭優勢，對發展策略之影響。研究者邀請五位觀光休閒及文化產業之先進（其中有一位公部門官員，包含一位觀光局副處長、一位客家文化園區編審，和一位原民文化發展中心組長）針對本問卷初稿進行專家檢定，後再邀請十位不同居住地、性別、年齡、身份和教育程度的屏東鄉親，進行表面效度檢定，修訂完備後方才定稿。

本研究問卷以 Likert-type Scale 設計，填寫分：極不同意、不同意、傾向不同意、傾向同意、同意、極為同意等六種等級，並分別配予 1 至 6 分。問卷題項皆被設定設為必答之單選題，因此沒有產生遺漏值。收集之有效問卷經過詳細的統計分析後，驗證出各個問項均有相當高的信度與效度，統計結果亦請參見第肆節的分析。

五、調查過程與分析方法

本研究應用 SurveyCake 平台製成，將問卷製作成手機、平板、電腦等普遍使用的 3C 產品，皆可便利填答的網路問卷，問卷收集時間為 2022 年 3 月至 4 月。本研究於問卷首頁即明確告知受調者，問卷會以不具名方式彙整屏東縣 33 鄉鎮市鄉親的看法，所有填答資料僅用於學術研究，不會進行個人分析，讓受調者能安心無慮地作答。研究者亦在問卷上提供聯繫用信箱，以供受調者若在填答遇到問題時，可適時給予解答。

研究者在調查結束之後，即以 SPSS for Mac 26.00 軟體，針對人口背景變項實施敘述統計，又執行因素分析、差異分析，最後進行多元迴歸分析。研究者亦針對 t 檢定和變異數分析的結果，進行延伸性的迴歸分析，以求取更深入的結果。

第三節 質性研究法

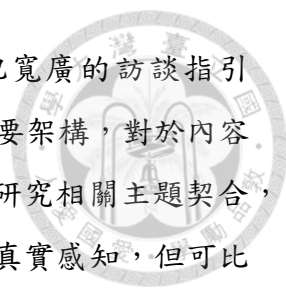


一、深度訪談法

訪談 (interviewing) 會隨著不同的形式，產生多種不同的解釋，而訪談是一種透過與訪者面對面來獲取資料的一種方法。研究者可以透過訪談去感受到受訪者正在從事哪些事情，或是心理有什麼樣的想法，以及為何會從事目前當下所為的議題或是行動。因此，在一個正式的研究訪談裡面，必須要有一位以上的訪談者，以及一位以上的受訪者，隨著交談研究過程中，透過訪談所獲得的語言訊息當中，來獲得受訪者傳達出來的主觀訊息，而透過這一問一答的交互過程當中，用以收集訪談者所需要的研究資訊 (林金定等，2005)。

萬文隆 (2004) 指出，訪談法主要可區分為普通訪談與深度訪談 (in-depth interview) 兩種。而深度訪談與一般訪談不同的地方在於，除透過語言以交換資訊外，還要引導對方提供自己想要得到的訊息，或是讓受訪者表達出對於事物的想法及意見，主要的重點是需要深入受訪者的內心，理解他的思想與真誠的心理感受。藉由不斷循序漸進地往內心中探索出訊息，希望能解析出研究者想要取得真相的實質意義。因而，比起一般訪談，深度訪談需要花費更多的時間與精力。這種訪談廣泛被用於媒體上的深度報導、醫學精神領域的範疇，以及心理層面上的輔導治療等 (范麗娟，1994；萬文隆，2004)。

訪談的形式以其進行的連續性模式 (continuum model) 可分為：結構式訪談、半結構式、非結構式訪談，和群體訪談四種。結構式訪談也被稱為標準式的訪談或是調查式的訪談方法，通常在社會科學的研究領域當中，時常被用來做為調查 (survey) 或在探測民意 (opinion polls) 的一種方式。結構式訪談需要有一致性的問題及題序，來做為訪問的依據，這樣的優點包括：可以避免因不同受訪者出現而產生互異的誤差情況出現，也可以增加研究的可比較性。結構式訪談通常會採用需要先設計好题目的訪視表 (interview schedule)，此訪視表一般都是較沒有彈性的封閉式問題，而開放式問題則可彌補此缺陷，但最後卻會造成整理資料上的困難。另在進行結構式訪談時，受訪者與研究者的互動關係是非常重要的，雖然此類方法的回覆率較高，但是在研究過程當中的信度與效度，會因兩造互動關係過於親密而大打折扣，因此採用結構式訪談的研究者必須要扮演起一位中立客觀者的角色。



半結構式的訪談方式，研究者會以導引的方式，並搭配寬廣的訪談指引（interview guide）來進行，通常訪談指引會做為整個訪談的主要架構，對於內容的用字與問題順序並不太過於侷限，其主要的核心就是須要與研究相關主題契合，討論問題的形式或是方式須要比較彈性一點，以提高受訪者的真實感知，但可比較性就會相對地降低。另外，開放式的非結構式訪談在問題設計上，則須要著重研究者與受訪者的狀態。為了有利於蒐集資料，對談方式可猶如平日的閒話家常，但訪談的範圍就僅能縮小至研究者感興趣的領域範圍之內，研究者的經驗及態度就相對比較吃重。最後，群體訪談法又可以分為焦點團體訪談法、參考團體研究法、記憶工作研究法三種。群體訪談法的主要模式是將一群受訪者聚集在一起，圍繞在共同針對研究的主體上，這類方法主要是被受限於研究時間上的急迫性，或是樣本取得上的限制，以及經費不足所面臨的一種選擇方式。群體訪談法近年來受到許多研究者的青睞，尤以在行動研究（action research）的議題上或是研究弱勢族群等議題（林金定等，2005）。

綜上，本研究係採用同時具備量化與質性兩種研究方法的混合研究，先以網路問卷調查法，針對屏東縣 33 鄉鎮市民眾進行訪調，再將調查所獲得之數據進行統計學分析。據此，再與熟悉屏東縣觀光休閒產業之四位專家進行深度訪談，盼能進一步了解在地認知之競爭優勢，及其所支持之發展策略，以建構出在地認同且具前瞻思維之全縣觀光休閒產業發展策略。

二、訪談對象與訪談大綱

透過量化研究的問卷調查分析後發現，本研究尚有許多未盡清晰之處有待深入探討。研究者希望透過深度訪談，來深化並完備本研究的成果。為此，研究者將訪談四位熟悉屏東縣屏北地區、屏南地區及原住民地區觀光休閒產業發展的行政主管或專業人士，藉助他們深入的剖析以更理解本研究彙整出在地認知之競爭優勢，以及其所支持之發展策略。

本研究所邀請的四位專業人士，其背景簡介如下：

專家 A：任職於屏東縣政府交通旅遊處，年資 20 年以上，擁有豐富的輔導地方政府都市規劃、城鄉發展及交通旅遊政策等專業經驗。

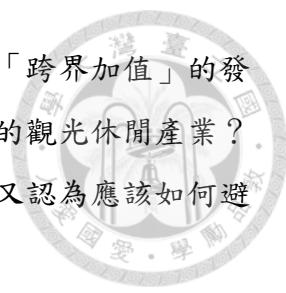
專家 B：任職於交通部觀光局大鵬灣國家風景區管理處，年資 15 年以上，擁有豐富的觀光發展與都市規劃經驗。

專家 C：任職於屏東縣立瑪家國中，年資 20 年以上，擁有豐富的原鄉語言和文化、在地觀光發展經驗。

專家 D：任職於大學院校，年資近 30 年，具有傳播媒體、農業推廣、創意創業等學術專長，擁有豐富的企業診斷與輔導經驗。

針對熟悉屏北地區觀光休閒產業發展的專業人士，本研究的訪談大綱規劃分別如下：

1. 基於觀光文史資源、需求條件、休閒文史活動、活動協力產業、聯外交通建設皆不如屏南地區的事實，您認為屏北地區應該如何發展觀光休閒產業？
2. 本研究結果顯示，在地產業延伸、地產協力產業、農漁美食生產，都會促進「區域整合」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏北地區的觀光休閒產業？另外，需求條件和活動協力產業會抑制「區域整合」的發展策略，您又認為應如何避免或轉變這些現狀，以發展屏北地區的觀光休閒產業？
3. 本研究結果顯示，在地產業延伸和農漁美食生產，都會促進「人才南引」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏北地區的觀光休閒產業？另外，活動協力產業卻會抑制「人才南引」的發展策略，您又認為應該如何避免或轉變這些現狀，以發展屏北地區的觀光休閒產業？

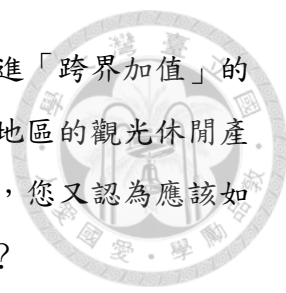
- 
4. 研究結果又顯示，在地產業延伸和農漁美食生產，都會促進「跨界加值」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏北地區的觀光休閒產業？另外，活動協力產業卻會抑制「跨界加值」的發展策略，您又認為應該如何避免或轉變這些現狀，以發展屏北地區的觀光休閒產業？
 5. 綜觀全局，您認為要發展屏東整體的觀光休閒產業，屏北地區應扮演何種角色？

針對熟悉屏南地區觀光休閒產業發展的專業人士，本研究的訪談大綱規劃分別如下：

1. 本研究結果顯示，在地產業延伸和農漁美食生產，都會促進「區域整合」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏南地區的觀光休閒產業？
2. 本研究結果顯示，在地產業延伸和農漁美食生產，也都會促進「人才南引」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏南地區的觀光休閒產業？
3. 本研究結果又顯示，在地產業延伸會促進「跨界加值」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏南地區的觀光休閒產業？
4. 基於觀光文史資源、需求條件、休閒文史活動、活動協力產業、聯外交通建設皆優於屏北和原住民地區的事實，綜觀全局，您認為要發展屏東整體的觀光休閒產業，屏南地區應該扮演何種角色？

針對熟悉原住民地區觀光休閒產業發展的專業人士，本研究的訪談大綱規劃分別如下：

1. 基於觀光文史資源、需求條件、休閒文史活動、活動協力產業、聯外交通建設皆不如屏南地區的事實，您認為原住民地區應該如何發展觀光休閒產業？
2. 本研究結果顯示，在地產業延伸會促進「區域整合」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化原住民地區的觀光休閒產業？
3. 本研究結果顯示，在地產業延伸和休閒文史活動，都會促進「人才南引」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化原住民地區的觀光休閒產業？

- 
4. 本研究結果又顯示，地產協力產業和在地產業延伸，都會促進「跨界加值」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化原住民地區的觀光休閒產業？另外，產銷通路發展卻會抑制「跨界加值」的發展策略，您又認為應該如何避免或轉變這些現狀，以發展原住民地區的觀光休閒產業？
5. 綜觀全局，您認為要發展屏東整體的觀光休閒產業，原住民地區應該扮演何種角色？



三、訪談過程與分析方法

質性研究中最為重要，不可或缺的一環即為：「訪談」。訪談的應用範圍廣泛，但運用在研究方法中的訪談，過程是嚴謹的，而非隨意閒聊。一般而言，必須要依據訪談者嚴格的前置作業與訓練，避免提問語意不清楚或誘導式追問等，才能有效且順利地比較出每個訪談的個案差異。在進行訪談前，首要工作是必須讓自己靜下心，以客觀的角度，融入研究個案的情境中。訪談的過程如下：

（一）訪談人必須先調整好傾聽的心態；（二）在訪談前須做足準備，以擬出深度的核心問題；（三）進行預訪，此即在對預訪主軸和題目有一定了解後，與設定之訪談對象進行訪談大綱之預訪，藉以了解是否調整題目；（四）進行約訪，此即邀約切合題目的訪談人，成功的關鍵在於是否擁有良好的人脈可供促成，或可透過專業組織或學會的介紹和協助，而約訪可採當面、電話，亦或視訊等形式執行，須依彼此間熟識的程度來決定；（五）訪談人必須能夠掌握現場的氣氛，一邊透過既定訪題，仔細聆聽受訪人的回答，另一邊註記重點，仔細歸納主要訪題可能衍伸的旁枝問題，再做深入的探究。另提問的原則，可先以輕鬆方式讓受訪者對當次採訪感到認同，慢慢地帶入主題（由淺入深，螺旋式地帶入主題和情境，以獲得受訪人對核心問題之想法）；倘若遇到當下並無旁枝問題，也能在後續透過電話和電子郵件的追加提問，或另行安排再訪（萬文隆，2004）。

而質性資料的分析方式大體分為：（一）內容分析法；（二）樣板分析法；（三）編輯室分析法；（四）融入分析四種。其中最常應用於訪談資料分析的方法，又屬口語資料分析法（protocol analysis）。無論是口語資料分析法或是內容分析法，都必須在訪談後先做出逐字稿，但迥異之處在，口語資料分析法在完成逐字稿後，需要進一步將逐字稿依空間、時間、重覆性等分段，接著將分段後的資料給予編碼（林金定等，2005）。

本研究以立意取樣的方式，邀請四位熟悉屏東觀光休閒產業的專家人士進行深度訪談。研究者透過量化研究的分析結果，規劃出訪談大綱，深入探究量化研究結果之未盡事宜。研究者本人將擔任訪談人，主導規劃和主持三場訪談，訪談過程全以手機進行音訊側錄，並輔以電腦進行訪談重點之繕打。由於使用口語資料分析法來蒐集訪談資料，待訪談結束後，會將三筆錄音檔以聽打方式製作成逐字稿，以利做研究後期的研究歸納、整合與分析。

本研究所取得的研究資料屬於口述之語言形式，研究者將透過逐字稿的整理，並將其進行適當的組織（即編碼），以便於後續資料分析和討論。研究者將針對逐字稿進行資料管理與編碼，其編碼方式簡列如下：

一、編碼格式：依序為深度訪談場次、訪談日期、資料提供者和其代號，以及資料出處。

二、說明：

- （一）訪談場次：係指邀請專家人士進行深度訪談的順序，以 1、2、3 表示之；
- （二）訪談日期：如 20221104、20221105 等；
- （三）資料提供者和其代號：係指受訪之專家人士，並以 A、B、C，表示其代號；
- （四）資料出處：係指訪談結果整理過後的文字來源。

最後，研究者會將訪談蒐集之資料，妥善且仔細地彙整，並依照訪談大綱和調查問卷變項，進行主題性歸類，後續編寫成研究報告。



第四章 量化研究結果與討論



第一節 描述性統計

本研究係以屏東縣各鄉鎮市鄉民為研究對象。共回收 827 份問卷，刪除題項間變異量為零，或規律性填答之無效樣本後，有效樣本數為 782 份（表 1）。下表之年齡和居住地的劃分，係依照回收問卷的實際情況，經過均衡樣本數比率後，調整區分而成。

表 1、人口變項敘述統計結果（ $n = 782$ ）

人口變項	百分比（數量）				
性別	男		女		
	52.3%（409 位）		47.7%（373 位）		
年齡	30 歲（含）以下		31~45 歲（含）		46 歲（含）以上
	18.2%（142 位）		41.3%（323 位）		40.5%（317 位）
學歷	高中職		大專院校		碩博士
	28.2%（221 位）		53.5%（418 位）		18.3%（143 位）
居住地	屏北地區		屏南地區		原民地區
	47.7%（373 位）		42.3%（331 位）		10.0%（78 位）
身份	學生	農漁畜民	軍公教	觀光餐飲業	其他
	5.4%	10.7%	19.2%	15.1%	49.6%
	（42 位）	（84 位）	（150 位）	（118 位）	（388 位）

根據我國內政部（2022a）人口統計，男、女性民眾人口比例分別為 49.02% 與 50.98%，而本研究之男、女性民眾比例分別為 52.3% 及 47.7%，相當吻合國內人口比例的通態。

在年齡部分，經查行政院性別平等會（2021）我國人口年齡資料，以 30 歲以下、31-45 歲及 46 歲以上等分三區塊，各佔比為 29.6%、21.5%、45.3%，而本研究之年齡比例分別為 30 歲（含）以下 18.2%、31~45 歲（含）41.3%、46 歲（含）以上 40.5%。31~45 歲民眾被界定為壯年期，一般都為社會主力，研究者

推論此一結果，應與這群壯年民眾更會積極參與社會並發表主張有關。

在學歷部份，依據我國內政部（2022b）我國整體（與屏東縣）15歲以上人口教育程度數據顯示，高中職整體為 29.4%（屏東縣 34.9%）、大專院校 32.6%（屏東縣 33.5%），及碩博士 6.2%（屏東縣 3.4%）；而本研究之學歷比例，高中職為 28.2%、大專院校為 53.5%，及碩博士為 18.3%。本研究之學歷比例在大專院校以上佔比為高，約略符合國內通態，且願意協助問卷調查者多半都是教育程度較高的民眾，這些都是形成本研究與人口普查數據有些微差異的主因。

另依據自然環境、人文特色及產業經濟發展類型，本研究將屏東縣 33 鄉鎮市平均分為屏北地區（自里港鄉、高樹鄉往南至萬丹鄉、竹田、萬巒鄉共 11 鄉鎮市）、屏南地區（起於新園鄉、崁頂鄉和潮州鎮以南，包含小琉球至滿州鄉共 13 鄉鎮）及原民地區（則由北往南依序為三地門鄉、霧台鄉至牡丹鄉 8 鄉鎮）三大區塊。經查閱 2023 年 1 月份屏東縣各鄉鎮市村里鄰戶數與戶籍動態登記統計表（屏東縣政府民政處，2022b）後歸納出，屏北地區人口數佔全屏東縣之 58.3%、屏南地區 36%及原民地區 5.6%；而本研究之居住地比例分別為 47.7%、42.3%及 10.0%，兩套數據比例相去不遠，故本研究之居住地比例亦符合屏東縣內的通態。

第二節 項目分析



本問卷題項之項目分析結果呈現如表 2。依平均數的結果來看，最獲得認同的前 15 項題項依序為：「50.優先盤點地方觀光資源，辨認出各鄉鎮市的競爭」、「63.堅守鄉鎮市觀光休閒的服務品質」、「65.串聯其他在地產業，以活化在地觀光休閒產業」、「64.提高農特（水）產品價值，廣布國際行銷管道」、「60.完善各鄉鎮市串接的交通建設」、「53.設計多元的套裝行程，享受屏東各地的獨特資源」、「62.推動在地農業精益求精，追求完美的職人精神」、「57.發展永續經營的藝文節慶活動」、「54.縝密規劃地方特色的加值方向與方式」、「61.協助新進人才安居與幸福創」、「52.創造區域合作機制，鼓勵各鄉鎮市積極串連」、「56.開創在地品牌，營運聯名行銷」、「2.品質優良的農特（水）產品（如蓮霧、洋蔥、芒果、紅豆、可可、黑鮭魚等）」、「48.加強輔導農、漁、畜牧業加工品的開發（如紅豆、可可、芒果、水產品等）」，以及「51.透過社區培力厚植地方團隊，為競爭優勢增加亮」等。

而「8.便捷的大眾運輸系統」、「38.善於爭取公共交通設施（如高鐵站、高捷延伸等）」、「21.有專業團體在安排水上休閒活動」、「31.便捷的汽機車出租服務」、「41.爭取高雄捷運延伸設站」、「25.有發展良好的商圈」、「39.施政效能受到在地居民肯定」、「42.爭取高鐵南延設站」、「37.善於爭取舉辦大小型活動」、「14.參加豐富的水上休閒活動」、「29.活動設施（如音響、搭景、拍攝等）的協力廠商與活動創意規劃的團體」、「23.有活躍的文創團體（如明華園、聯合管樂團、泰武古謠傳唱、恆春民謠、木日水巷等）」、「18.有便利的賣場和通路（含網路平台）」、「35.施政容易受到中央的政策支持」，以及「7.收訊良好的網路電信設施」等，則是最不獲得受調者認同的 15 題。

本研究中標準差低於 0.75 之題項有「54.縝密規劃地方特色的加值方向與方式」、「63.堅守鄉鎮市觀光休閒的服務品質」、「50.優先盤點地方觀光資源，辨認出各鄉鎮市的競爭」等三題，不符合檢定標準，故以粗體字標示。

標準差較高（代表認同度之分歧較高）的數題，包括有「41.爭取高雄捷運延伸設站」、「30.專業的水上活動教練與設備」、「42.爭取高鐵南延設站」、「8.便捷的大眾運輸系統」、「14.參加豐富的水上休閒活動」、「21.有專業團體在安排水上休閒活動」、「38.善於爭取公共交通設施（如高鐵站、高捷延伸等）」、

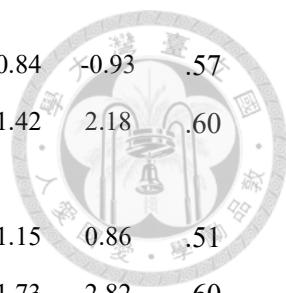
「31.便捷的汽機車出租服務」、「23.有活躍的文創團體（如明華園、聯合管樂團、泰武古謠傳唱、恆春民謠、木日水巷等）」、「22.有豐富的文史場域（如六堆文化園區、勝利星村、原民文化園區、屏東總圖、王船文化館等）」、「44.解決屏鵝公路壅塞問題」、「39.施政效能受到在地居民肯定」、「32.支持歷史文物保存與文化推廣的團體」、「24.有多元選擇的住宿設施和餐飲美食」等 15 題項，被列入警戒清單。

本研究全部題項均屬常態分配，偏態（Skew）絕對值沒有大於 3 的題項，也沒有峰度（Kurtosis）絕對值大於 10 的題項。研究者進行各題對他題的相關分析後，得知問卷中「8.便捷的大眾運輸系統」與「38.善於爭取公共交通設施（如高鐵站、高捷延伸等）」等兩題的量表因素負荷量低於 .3，不符合檢定標準，故以粗體字標示。綜整來講，本研究問卷在項目分析中，沒有任何一個題項，其未達檢定標準的項目超過兩項，因此通過項目分析的初步檢驗。

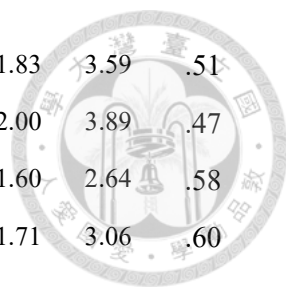
根據表 2 數據綜整，研究者推論，因屏東縣獨具特色之天然環境、物產豐饒及人文薈萃等特色，又為我國主要的農林漁牧生產區域，加上近年觀光休閒產業蓬勃發展，因此，受調民眾針對上述相關之題項認同度高，較具共識。另受調民眾意見分歧者多分布在交通、水上休閒活動、施政效能、是否有文化保存推廣的團體及多元的美食、住宿設施等，這些分歧的看法和各鄉鎮擁有各級產業之類型、優勢與匱乏不同有關。特別在交通網絡建置部份，受調民眾分歧高，舉高鐵「橫移」屏東站為例，不少民眾認為，因站點的選擇，導致行車時間與興建經費比例甚鉅，對未來是否能提升屏東縣整體觀光效應存疑；且交通網絡越便捷也同時帶動人口居住、工作選擇外移的機會越高。

表 2、項目分析統計結果 ($n = 782$)

題項	平均 數	標準 差	偏態	峰度	量表因 素負荷
1. 豐富的自然生態與景觀環境	5.50	0.86	-1.28	0.20	.48
2. 品質優良的農特（水）產品（如蓮霧、洋蔥、芒果、紅豆、可可、黑鮪魚等）	5.62	0.81	-2.03	4.01	.45
3. 具特色的地方美食（如海鮮、豬腳、餛飩、燒冷冰等）	5.46	0.91	-1.45	1.64	.45
4. 多元的海上或陸上休閒活動	5.19	1.17	-1.51	2.50	.51
5. 完善的休閒度假設施（如渡假村、飯店、民宿等）	5.08	1.17	-1.25	1.82	.52
6. 獨具特色的歷史與文化	5.35	1.05	-1.59	2.69	.55
7. 收訊良好的網路電信設施	5.04	1.15	-1.00	1.12	.34
8. 便捷的大眾運輸系統	4.11	1.48	-1.06	0.38	.06
9. 樸實勤奮的農漁民	5.48	0.95	-1.82	3.55	.44
10. 很多可供諮詢的專家和學者（如水試所、農改場、農業科技園區、屏科大、屏東大學等）	5.17	1.10	-1.20	1.57	.53
11. 遊覽著名的生態景觀（如珊瑚礁海域生態、海洋生物館、農科園區亞太水族中心、霧臺鄉自然人文生態景觀區、南仁山生態保護區等）	5.29	1.10	-1.64	3.00	.57
12. 購買當季農特（水）產品（如鳳梨、蓮霧、芒果、香蕉、可可、海鮮、水產等）	5.46	0.97	-1.78	3.46	.47
13. 享用地方美食（如海鮮、豬腳、餛飩、冷熱冰等）	5.42	0.99	-1.63	2.83	.54
14. 參加豐富的水上休閒活動	4.92	1.48	-1.43	1.39	.52
15. 參加具特色的文創活動（如音樂季、民俗祭典、部落藝術節等）	5.16	1.18	-1.38	2.02	.59
16. 走訪歷史、宗教、部落等古蹟建物	5.19	1.10	-1.20	1.49	.55
17. 有善於生產輔導與整合資源的農漁會、產銷班或農企業	5.26	1.02	-1.05	0.67	.54
18. 有便利的賣場和通路（含網路平台）	5.02	1.09	-0.71	0.34	.45



19. 有堅持口味傳承的老店	5.35	0.94	-0.84	-0.93	.57
20. 有團體持續舉辦特色活動（如音樂季、民俗祭典、部落藝術節等）	5.21	1.14	-1.42	2.18	.60
21. 有專業團體在安排水上休閒活動	4.70	1.47	-1.15	0.86	.51
22. 有豐富的文史場域（如六堆文化園區、勝利星村、原民文化園區、屏東總圖、王船文化館等）	5.20	1.28	-1.73	2.82	.60
23. 有活躍的文創團體（如明華園、聯合管樂團、泰武古謠傳唱、恆春民謠、木日水巷等）	5.00	1.31	-1.37	1.76	.64
24. 有多元選擇的住宿設施和餐飲美食	5.09	1.18	-1.27	1.78	.56
25. 有發展良好的商圈	4.89	1.17	-0.85	1.04	.52
26. 愛護生態環境與親切好客的居民	5.35	0.99	-1.23	1.06	.59
27. 農漁業種苗改良的研發團隊	5.19	1.05	-0.92	0.49	.59
28. 農舍、溫網或水產養殖場的建置能力	5.20	1.11	-1.26	1.68	.61
29. 活動設施（如音響、搭景、拍攝等）的協力廠商與活動創意規劃的團體	4.95	1.17	-0.91	1.04	.58
30. 專業的水上活動教練與設備	4.70	1.52	-1.14	0.68	.54
31. 便捷的汽機車出租服務	4.83	1.35	-1.18	1.29	.48
32. 支持歷史文物保存與文化推廣的團體	5.18	1.20	-1.47	2.24	.62
33. 經常舉辦活動的社區發展協會	5.10	1.12	-1.02	1.07	.58
34. 童叟無欺的誠信店家	5.13	1.10	-1.01	0.97	.53
35. 施政容易受到中央的政策支持	5.02	1.10	-0.80	0.66	.46
36. 善於爭取建設經費以打造地方發展（如公園、防洪蓄水池、生物科技園區等）	5.04	1.12	-0.97	1.09	.54
37. 善於爭取舉辦大小型活動	4.90	1.17	-1.00	1.43	.51
38. 善於爭取公共交通設施（如高鐵站、高捷延伸等）	4.32	1.35	-1.07	1.16	.18
39. 施政效能受到在地居民肯定	4.89	1.21	-0.95	1.15	.58
40. 與地方派系有較強的關聯	5.19	1.05	-0.91	0.42	.32
41. 爭取高雄捷運延伸設站	4.88	1.54	-1.37	1.07	.44
42. 爭取高鐵南延設站	4.89	1.51	-1.37	1.15	.39



43. 建設連結各鄉鎮市的大眾交通網	5.48	0.97	-1.83	3.59	.51
44. 解決屏鵝公路壅塞問題	5.32	1.23	-2.00	3.89	.47
45. 延伸發展生物科技園區與健康產業園區	5.41	0.99	-1.60	2.64	.58
46. 延伸發展縣內大型活動（如海洋音樂季、熱帶農業博覽會等）	5.44	0.98	-1.71	3.06	.60
47. 延伸發展鄉鎮市內特色活動（如沿岸旅遊、水上活動等）	5.43	1.01	-1.77	3.41	.55
48. 加強輔導農、漁、畜牧業加工品的開發（如紅豆、可可、芒果、水產品等）	5.61	0.80	-1.71	1.61	.55
49. 多元族群的文化推廣	5.54	0.87	-1.64	2.08	.56
50. 優先盤點地方觀光資源，辨認出各鄉鎮市的競爭優勢	5.73	0.68	-2.13	2.58	.54
51. 透過社區培力厚植地方團隊，為競爭優勢增加亮點	5.60	0.81	-1.63	1.32	.59
52. 創造區域合作機制，鼓勵各鄉鎮市積極串連	5.63	0.79	-1.76	1.85	.57
53. 設計多元的套裝行程，享受屏東各地的獨特資源	5.66	0.77	-2.08	3.82	.56
54. 鎮密規劃地方特色的加值方向與方式	5.65	0.75	-1.72	1.02	.52
55. 研發與設計跨界加值的商品暨服務	5.60	0.84	-2.00	3.96	.58
56. 開創在地品牌，營運聯名行銷	5.62	0.79	-1.74	1.76	.57
57. 發展永續經營的藝文節慶活動	5.65	0.80	-2.32	5.73	.59
58. 完善水電基礎建設，吸引大型企業進駐，創造就業機會	5.49	0.98	-2.02	4.48	.50
59. 強化人才南引的單一窗口諮詢服務中心	5.52	0.91	-1.82	3.38	.57
60. 完善各鄉鎮市串接的交通建設	5.66	0.79	-2.21	4.88	.52
61. 協助新進人才安居與幸福創	5.63	0.81	-2.20	5.11	.54
62. 推動在地農業精益求精，追求完美的職人精神	5.65	0.80	-2.15	4.52	.56
63. 堅守鄉鎮市觀光休閒的服務品質	5.69	0.73	-2.11	3.46	.57
64. 提高農特（水）產品價值，廣布國際行銷管道	5.66	0.77	-2.11	3.97	.53
65. 串聯其他在地產業，以活化在地觀光休閒產業	5.67	0.78	-2.28	5.23	.50

註：表內粗體字代表未達檢定標準

第三節 因素分析

本研究以因素分析來分析調查問卷中各子量表的因素結構，研究者採用因素負荷量（factor loading）大於 .4，特徵值（eigenvalue）大於 1 的標準，做為取決因素的標準。

首先，「生產條件」的 KMO 值為 0.814，Bartlett 球型檢定結果達顯著水準（ $p = .000$ ， $\chi^2 = 1363.467$ ， $df = 21$ ），故判定適合進行因素分析。分析結果共萃取出兩個因素（表 3），依其題項含意分別命名為：「觀光文史資源」和「農漁美食生產」，「農漁美食生產」的平均數比「觀光文史資源」更高。各因素的 α 值皆高於 .6，代表有高度的信度；而總累積解釋變異量為 59.50%，代表具有高度的效度。

表 3、生產條件之因素分析、 M 值、 α 值與 % of variance（ $n = 782$ ）

因素／題項	a	b	M	α	% of variance
觀光文史資源（a）			5.19	.77	43.96
完善的休閒度假設施（如渡假村、飯店、民宿等）。	.85				
多元的海上或陸上休閒活動。	.81				
很多可供諮詢的專家和學者（如水試所、農改場、農業科技園區、屏科大、屏東大學等）。	.66				
獨具特色的歷史與文化。	.64				
農漁美食生產（b）			5.52	.64	15.54
品質優良的農特（水）產品（如蓮霧、洋蔥、芒果、紅豆、可可、黑鮪魚等）。		.78			
樸實勤奮的農漁民。		.78			
具特色的地方美食（如海鮮、豬腳、餛飩、燒冷冰等）。		.61			
Total variance explained					59.50

註：空格為因素負荷量未達 .4



根據表 3，「觀光文史資源」主要是指擁有完善的休閒度假設施、多元的海上或陸上休閒活動等；而「農漁美食生產」則是指擁有品質優良的農特（水）產品、樸實勤奮的農漁民等。也就是說，無論身居於屏東縣哪一鄉鎮的民眾都會認為，「觀光文史資源」從北一路向南都發展地相當蓬勃，相關設施有相對完善且多元；同時身為農業大縣的屏東，「農漁美食生產」無論在產品與人才上，都堪稱富饒。而且，民眾對「農漁美食生產」生產條件的認同度更高於「觀光文史資源」。

「需求條件」在本研究中為單一構面的自變項，的 KMO 值為 0.825，Bartlett 球型檢定結果達顯著水準（ $p = .000$ ， $\chi^2 = 1412.35$ ， $df = 15$ ）。「需求條件」之 α 值高於 .8，代表有高度的信度；而總累積解釋變異量為 52.01%，代表具有高度的效度（表 4）。

表 4、需求條件之因素分析、 M 值、 α 值與累積解釋變異量（ $n = 782$ ）

因素／題項	需求條件	M	α	% of variance
需求條件		5.24	.81	52.01
參加具特色的文創活動（如海洋音樂季、民俗祭典、部落藝術節等）。	.78			
遊覽著名的生態景觀（如珊瑚礁海域生態、海洋生物館、農科園區亞太水族中心、霧臺鄉自然人文生態景觀區、南仁山生態保護區等）。	.75			
參加豐富的水上休閒活動。	.73			
享用地方美食（如海鮮、豬腳、餛飩、冷熱冰等）。	.72			
走訪歷史、宗教、部落等古蹟建物。	.71			
購買當季農特（水）產品（如鳳梨、蓮霧、芒果、香蕉、可可、海鮮等）。	.61			
Total variance explained				52.01

註：空格為因素負荷量未達 .4

根據表 4，「需求條件」主要是指參加具特色的文創活動、遊覽著名的生態景觀，以及參加豐富的水上休閒活動等。換句話說，屏東縣的受調民眾認為，最能吸引國內外遊客到訪屏東的是：具特色且多樣性的文創活動、地景生態、水上活動，與地方美食。

「企業策略與同業競爭」的 KMO 值為 0.888，Bartlett 球型檢定結果達顯著水準（ $p = .000$ ， $\chi^2 = 2951.89$ ， $df = 36$ ），故判定適合進行因素分析。分析結果共萃取出兩個因素（表 5），依其題項含意分別命名為：「休閒文史活動」和「產銷通路發展」，「產銷通路發展」的平均數比「休閒文史活動」更高。各因素的 α 值皆高於 .7，代表有高度的信度；而總累積解釋變異量為 62.60%，代表有高度的效度。

表 5、企業策略與同業競爭之因素分析、 M 值、 α 值與累積解釋變異量 ($n = 782$)

因素／題項	a	b	M	α	% of variance
休閒文史活動 (a)			5.04	.87	49.90
有豐富的文史場域（如六堆文化園區、原民文化園區、勝利星村、屏菸 1936 文化基地、王船文化館、恆春古城等）。	.84				
有活躍的文創團體（如明華園、聯合管樂團、泰武古謠傳唱、恆春民謠、木日水巷等）。	.80				
有專業團體在安排水上休閒活動。	.78				
有團體持續舉辦特色活動（如海洋音樂季、民俗祭典、部落藝術節等）。	.73				
有多元選擇的住宿設施和餐飲美食。	.69				
產銷通路發展 (b)			5.13	.74	12.7
有便利的賣場和通路（含網路平台）。		.81			
有善於生產輔導與整合資源的農漁會、產銷班或農企業。		.79			
有發展良好的商圈。	.40	.63			
有堅持口味傳承的老店。		.57			
Total variance explained					62.60

註：空格為因素負荷量未達 .4

依據表 5，「休閒文史活動」主要是指擁有豐富的文史場域、擁有活躍的文創團體等；而「產銷通路發展」則是指擁有便利的賣場和通路、擁有善於生產輔導與整合資源的農漁會、產銷班或農企業等。這些屏東縣民所認為的「企業策略與同業競爭」，既是高度市場競爭優勢，但同時又有高淘汰性。因此，需要不斷地用心經營、維護和傳承。而且，民眾對「產銷通路發展」企業策略的認同度比「休閒文史活動」更高。

「相關及支援產業」的 KMO 值為 0.882，Bartlett 球型檢定結果達顯著水準（ $p = .000$ ， $\chi^2 = 2692.71$ ， $df = 36$ ），故判定適合進行因素分析。分析結果共萃取出兩個因素（表 6），依其題項含意分別命名為：「地產協力產業」和「活動協力產業」，「地產協力產業」的平均數比「活動協力產業」更高。各因素的 α 值皆高於 .8，代表有高度的信度；而總累積解釋變異量為 61.35%，代表具有高度的效度。

表 6、相關及支援產業之因素分析、 M 值、 α 值與累積解釋變異量（ $n = 782$ ）

因素／題項	a	b	M	α	% of variance
地產協力產業（a）			5.19	.81	47.75
農舍、溫網或水產養殖場的建置能力。	.75				
農漁業種苗改良的研發團隊。	.73				
愛護生態環境與親切好客的居民。	.72				
童叟無欺的誠信店家。	.71				
經常舉辦活動的社區發展協會。	.63				
活動協力產業（b）			4.91	.81	13.6
專業的水上活動教練與設備。		.86			
便捷的汽機車出租服務。		.86			
支持歷史文物保存與文化推廣的團體。		.67			
活動設施（如音響、搭景、拍攝等）的協力廠商與活動創意規劃的團體。	.46	.61			
Total variance explained					61.35

註：空格為因素負荷量未達 .4

依據表 6，「地產協力產業」主要是指擁有農舍、溫網或水產養殖場的建置能力、擁有農漁業種苗改良的研發團隊等；而「活動協力產業」則是指擁有專業的水上活動教練與設備、便捷的汽機車出租服務等。「地產協力產業」多半是支援農業發展的相關產業，而「活動協力產業」則多為協助觀光產業發展的周邊事業與服務團隊。而且，民眾對「地產協力產業」支援產業的認同度比「活動協力產業」更高。

「政治」屬於單一構面的自變項，其 KMO 值為 0.792，Bartlett 球型檢定結果達顯著水準 ($p = .000$, $\chi^2 = 948.418$, $df = 6$)。因為本研究之「政治」係專指屏東縣的地方政治，因此重新命名為「地方政治」。「地方政治」之 α 值皆高於 .7，代表有高度的信度，而總累積解釋變異量為 62.86%，代表具有高度的效度（表 7）。

表 7、地方政治之因素分析、 M 值、 α 值與累積解釋變異量 ($n = 782$)

因素／題項	地方 政治	M	α	% of variance
地方政治		4.90	.72	62.86
善於爭取建設經費以打造地方發展（如公園、防洪蓄水池、生物科技園區等）。	.84			
善於爭取舉辦大小型活動。	.72			
施政容易受到中央的政策支持。	.71			
施政效能受到在地居民肯定。	.60			
Total variance explained				62.86

註：空格為因素負荷量未達 .4

依據表 7，「地方政治」主要內涵是善於爭取建設經費以打造地方發展、善於爭取舉辦大小型活動、施政容易受到中央的政策支持等。由此得知，屏東縣民對縣政府爭取建設經費和舉辦各類活動，抱持著相當肯定的態度。

本研究之「機會」的 KMO 值為 0.857，Bartlett 球型檢定結果達顯著水準 ($p = .000$, $\chi^2 = 2465.27$, $df = 36$)，故判定適合進行因素分析。分析結果共萃取出兩個因素（表 8），依其題項含意分別命名為：「在地產業延伸」與「聯外交通建設」，「在地產業延伸」的平均數比「聯外交通建設」更高。各因素的 α 值皆高於 .7，代表具有高度的信度；而總累積解釋變異量為 59.45%，代表具有高度的效度。

表 8、機會之因素分析、 M 值、 α 值與累積解釋變異量 ($n = 782$)

因素／題項	a	b	M	α	% of variance
在地產業延伸 (a)			5.49	.84	45.02
加強輔導農、漁、畜牧業加工品的開發 (如紅豆、可可、芒果、水產品等)。	.79				
延伸發展鄉鎮市內特色活動(如沿岸旅遊、水上活動等)。	.76				
延伸發展縣內大型活動(如海洋音樂季、熱帶農業博覽會等)。	.76				
多元族群的文化推廣。	.71				
延伸發展生物科技園區與健康產業園區。	.69				
建設連結各鄉鎮市的大眾交通網。	.60				
聯外交通建設 (b)			5.03	.71	14.43
爭取高雄捷運延伸設站。		.88			
爭取高鐵南延設站。		.84			
解問題決屏鵝公路壅塞。		.55			
Total variance explained					59.45

註：空格為因素負荷量未達 .4

依據表 8，「在地產業延伸」主要是指加強輔導農漁畜牧業加工品的開發、延伸發展鄉鎮市內特色活動、延伸發展縣內大型活動等；而「聯外交通建設」則是指爭取高雄捷運延伸設站、爭取高鐵南延設站等。由此可知，屏東縣民普遍認知，建設交通網絡、擴大鄉鎮特色活動、加強輔導農漁畜牧業加工品的開發，都是影響未來屏東發展的機會。而且，民眾對「在地產業延伸」發展機會的認同度更高於「聯外交通建設」。

根據分析結果，「發展策略」的 KMO 值為 0.964，Bartlett 球型檢定結果達顯著水準 ($p = .000$, $\chi^2 = 7660.810$, $df = 120$)，故判定適合進行因素分析。分析結果共萃取出三個因素(表 9)，依其題項含意分別命名為：「區域合作」、「人才南引」和「跨界加值」。區域合作和「跨界加值」的平均數相若，且同時又

比「人才南引」更高。各因素的 α 值都大於 .7，總累積解釋變異量達 65.97%，代表具有高度的信度與效度。



表 9、發展策略之因素分析、 M 值、 α 值與 % of variance ($n = 782$)

因素／題項	a	b	c	M	α	% of variance
區域合作 (a)				5.64	.90	55.45
透過社區培力厚植地方團隊，為競爭優勢增加亮點。	.76					
縝密規劃地方特色的加值方向與方式。	.71					
創造區域合作機制，鼓勵各鄉鎮市積極串連。	.69					
研發與設計跨界加值的商品暨服務。	.68					
設計多元的套裝行程，享受屏東各地的獨特資源。	.64					
串聯其他在地產業，以活化在地觀光休閒產業。	.64					
提高農特（水）產品價值，廣布國際行銷管道。	.64	.41				
堅守鄉鎮市觀光休閒的服務品質。	.59	.41				
人才南引 (b)				5.61	.86	5.57
推動在地農業精益求精，追求完美的職人精神。	.77					
完善水電基礎建設，吸引大型企業進駐，創造就業機會。	.68					
強化人才南引的單一窗口諮詢服務中心。	.67					
完善各鄉鎮市串接的交通建設。	.60	.52				
協助新進人才安居與幸福創業。	.41	.58				
優先盤點地方觀光資源，辨認出各鄉鎮市的競爭優勢。	.56	.50				
跨界加值 (c)				5.64	.75	5.00
開創在地品牌，營運聯名行銷。	.84					
發展永續經營的藝文節慶活動。	.42	.67				
Total variance explained						65.97

註：空格為因素負荷量未達 .4



依照表 9，「區域合作」主要是指透過社區培力厚植地方團隊以增加競爭優勢、完善水電基礎建設、吸引大型企業進駐、創造就業機會等；而「人才南引」是指推動在地農業精益求精、爭取高鐵南延設站等；另在「跨界加值」則專指開創在地品牌、營運聯名行銷等。根據此一分析結果可以得知，屏東縣民普遍認同區域合作、人才南引、跨界加值等三大發展策略，只不過經費和相關資源必須集中在上述公務的推動上。而且，民眾對這三種發展策略都相當認同。

第四節 相關性分析

本研究將所有變項（生產條件、需求條件、企業策略與同業競爭、相關與支原產業、政治，及發展策略）與細分因素，進行相關性分析，首先檢視分析結果是否具有顯著性，再檢視各因素之間的正或負相關程度（表 10）。



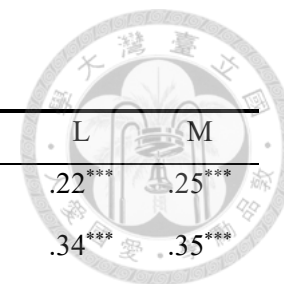


表 10、相關性分析 ($n = 782$)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
觀光文史資源 (A)	1	.47***	.71***	.70***	.49***	.49***	.64***	.43***	.32***	.34***	.26***	.22***	.25***
農漁美食生產 (B)		1	.53***	.36***	.34***	.44***	.30***	.29***	.40***	.29***	.37***	.34***	.35***
需求條件 (C)			1	.78***	.56***	.56***	.69***	.46***	.37***	.42***	.25***	.25***	.26***
休閒文史活動 (D)				1	.60***	.52***	.79***	.48***	.30***	.39***	.21***	.21***	.20***
產銷通路發展 (E)					1	.68***	.60***	.54***	.35***	.29***	.28***	.29***	.25***
地產協力產業 (F)						1	.57***	.59***	.48***	.33***	.43***	.41***	.39***
活動協力產業 (G)							1	.51***	.29***	.38***	.19***	.18***	.17***
在地政府 (H)								1	.43***	.32***	.32***	.33***	.32***
在地產業延伸 (I)									1	.48***	.68***	.72***	.65***
聯外交通建設 (J)										1	.30***	.33***	.26***
區域合作 (K)											1	.83***	.79***
人才南引 (L)												1	.75***
跨界加值 (M)													1

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

本研究以學者建議的標準（相關係數為 .39 以下是低度相關，.40-.69 是中度相關，.70 以上是高度相關）（Schober, Boer, & Schwarte, 2018），來判斷本研究各變項之間的相關性程度，如表 7：

- （一）「觀光文史資源」與「需求條件」及「休閒文史活動」呈現高度相關；和「農漁美食生產」、「產銷通路發展」、「地產協力產業」、「活動協力產業」及「在地政府」呈現中度相關；與「在地產業延伸」、「聯外交通建設」、「區域合作」、「人才南引」及「跨界加值」呈現低度相關。
- （二）「農漁美食生產」與「需求條件」、「地產協力產業」及「在地產業延伸」呈現中度相關；和「休閒文史活動」、「產銷通路發展」、「活動協力產業」、「在地政府」、「聯外交通建設」、「區域合作」、「人才南引」及「跨界加值」呈現低度相關。
- （三）「需求條件」與「休閒文史活動」呈現高度相關；和「產銷通路發展」、「地產協力產業」、「活動協力產業」、「在地政府」、及「聯外交通建設」呈現中度相關；與「在地產業延伸」、「區域合作」、「人才南引」及「跨界加值」呈現低度相關。
- （四）「休閒文史活動」與「活動協力產業」呈現高度相關；和「產銷通路發展」、「地產協力產業」及「在地政府」呈現中度相關；與「在地產業延伸」、「聯外交通建設」、「區域合作」、「人才南引」及「跨界加值」呈現低度相關。
- （五）「產銷通路發展」與「地產協力產業」、「活動協力產業」及「在地政府」呈現中度相關；和「在地產業延伸」、「聯外交通建設」、「區域合作」、「人才南引」及「跨界加值」呈現低度相關。
- （六）「地產協力產業」與「活動協力產業」、「在地政府」、「在地產業延伸」、「區域合作」及「人才南引」呈現中度相關；和「聯外交通建設」及「跨界加值」呈現低度相關。
- （七）「活動協力產業」與「在地政府」呈現中度相關；和「在地產業延伸」、「聯外交通建設」、「區域合作」、「人才南引」及「跨界加值」呈現低度相關。
- （八）「在地政府」與「在地產業延伸」呈現中度相關；和「聯外交通建設」、「區域合作」、「人才南引」及「跨界加值」呈現低度相關。

(九)「在地產業延伸」與「人才南引」呈現高度相關；和「聯外交通建設」、「區域合作」、及「跨界加值」呈現中度相關。

(十)「聯外交通建設」與「區域合作」、「人才南引」及「跨界加值」呈現低度相關。

(十一)「區域合作」與「人才南引」、「跨界加值」呈現高度相關。

(十二)「人才南引」與「跨界加值」呈現高度相關。

依據表 10，透過社區培力以增加競爭優勢、完善水電基礎建設、吸引大型企業進駐等「區域合作」策略與推動在地農業精益求精、爭取高鐵南延設站等「人才南引」策略，呈現高度相關。研究者推論，「人才南引」本質上便是一種「區域合作」；另若無「區域合作」，很難促成「人才南引」。此外，「區域合作」策略也與開創在地品牌、營運聯名行銷等「跨界加值」策略高度相關。研究者也認為，若無法做到厚實社區能力與完善基礎建設的「區域合作」，很難能夠進行品牌開創和聯名行銷，兩者關聯性相當高。最後，擁有豐富的文史場域、擁有活躍的文創團體等「休閒文史活動」的企業現況與協助觀光產業發展的周邊事業與服務團隊等「活動協力產業」的相關產業亦呈現高度相關。研究者認為，這應該與舉辦活動時需要場域、團體與相關企業緊密合作，相互支援有關，因此也呈現高相關度。

根據表 10 又可得知，協助觀光產業發展的周邊事業與服務團隊等「活動協力產業」與屏東縣觀光休閒產業的三大發展策略皆呈現低度相關。研究者推論，這應與活動協力產業只是協助主辦單位的團體，並不是跨界合作的主體廠商和品牌，也不足以吸引青年返鄉、人才南移，其連動性弱，故呈現低度相關。況且，活動協力產業不是觀光休閒的主要產業，單靠協力廠商是無法為競爭優勢增加亮點，並促使各鄉鎮市之間提高跨域合作的意願，因此兩者呈現低度相關。

第五節 迴歸分析

本研究以多元迴歸分析，來檢視屏東縣觀光休閒產業競爭力的生產條件、需求條件、企業策略與同業競爭、相關及支援產業、地方政府及機會對於區域合作之影響，整體模型亦達到顯著水準（ $p < .001$ ）。分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」（ $\beta = .62, p < .001$ ）是影響區域合作最強的正向因素，其次為相關及支援產業產業中的「地產協力產業」（ $\beta = .18, p < .001$ ）和生產條件中的「農漁美食生產」（ $\beta = .11, p < .01$ ）。而「需求條件」（ $\beta = -.13, p < .01$ ）則會對區域合作產生負向的影響，其餘變項和因素對區域合作都不會產生顯著的影響。此部分分析參見表 11。

表 11、區域合作之迴歸分析 ($n = 782$)

變項	區域合作				
	未標準化迴歸 係數 Beta 值	標準化迴歸 係數 Beta 值	t	p	VIF
(常數)	2.04		12.88	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	.05	.07	1.64	.102	2.46
農漁美食生產	.10	.11	3.34	.001**	1.61
需求條件	-.10	-.13	-2.68	.008**	3.49
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.02	.02	0.75	.457	3.99
產銷通路發展	-.02	-.03	-0.68	.500	2.29
相關及支援產業					
地產協力產業	.13	.18	4.33	.000***	2.52
活動協力產業	-.04	-.07	-1.59	.112	3.12
地方政府	-.01	-.01	-0.22	.824	1.77
機會					
在地產業延伸	.54	.62	19.03	.000***	1.66
聯外交通建設	-.02	-.04	-1.25	.21	1.46
模型摘要					
	R^2		.50		
	F		77.01		
	p		.000***		

註: ** $p < .01$, *** $p < .001$

綜整表 11 數據，研究者推論相關討論如下：

- (一) 由於屏東縣內的觀光休閒屬高倍數向上發展的產業，屏東鄉親因此普遍認為，「在地產業延伸」所帶來的「機會」可促進區域的經濟發展和多元化；也就是說，加強輔導農、漁、畜牧業加工品的開發，以及延伸發展具鄉鎮市特色與大型活動等，都對「區域合作」帶來重要的影響，有助於實現區域的共同發展和繁榮。

- (二) 屏東鄉親也認為「相關及支援產業」中的「地產協力產業」，如擁有農舍、溫網或水產養殖場的建置能力，以及農漁業種苗改良的研發團隊等，亦能促進「區域合作」。研究者推論，這些具備專業專才的協力產業，能讓當地的優勢地產的規模得以擴大，品種得以改良，品質得以提升。透過相互協作，形成合作夥伴關係，進一步擴大影響力，讓地方團隊更有競爭力，為當地發展增添亮點，故對「區域合作」發展策略的影響力排名第二。
- (三) 而擁有品質優良的農特（水）產品和特色在地美食之「農漁美食生產」條件的鄉鎮市，則透過社區培力厚植地方團隊，可以增加該區域的競爭優勢，並為當地的農漁業和觀光產業提供更多的發展機會。研究者認為，讓每個鄉鎮市都有其獨特的農漁美食特色，便可強化鄰近區域的串聯，遊客也不會只想到哪個特定的鄉鎮市去觀光休閒，因此對「區域合作」發展策略的影響力排名第三。
- (四) 表 11 數據同時顯示出，「需求條件」對「區域合作」發展策略有負向的影響。研究者推論，自身「需求條件」越好（如具特色文創活動、擁有著名生態景觀、擁有特色美食和農特產、擁有豐富水上休閒活動等），已自帶人潮，當地觀光產業已發達，便不需要或極少數需要思考與臨近其他鄉鎮區域合作。對此恐淪為獨好鄉鎮市，自然不利於整體區域發展，故影響力呈現負值。
- (五) 有關本研究所提的研究假設，對「區域合作」發展策略而言，H1（屏東縣觀光休閒產業的生產條件會影響其發展策略）、H4（屏東縣觀光休閒產業的相關及支援產業會影響其發展策略），以及 H6（屏東縣觀光休閒產業的機會會影響其發展策略）都獲得部分支持，H2（屏東縣觀光休閒產業的需求條件會影響其發展策略）獲得支持，H3（屏東縣觀光休閒產業的企業策略與同業競爭會影響其發展策略）和 H5（屏東縣觀光休閒產業的地方政府會影響其發展策略）均被拒絕。

本研究續以多元迴歸分析來檢視，屏東縣觀光休閒產業競爭力的生產條件、需求條件、企業策略與同業競爭、相關及支援產業、地方政府及機會對於人才吸引之影響，整體模型亦達到顯著水準（ $p < .001$ ）（表 12）。其分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」（ $\beta = .61, p < .001$ ）仍為最強的正向因素，其次是相

關及支援產業中的「地產協力產業」($\beta = .13, p < .01$)及生產條件中的「農漁美食生產」($\beta = .09, p < .05$)。而機會中「聯外交通建設」($\beta = -.07, p < .05$)則會對人才南引產生負向的影響，其他變項和因素均不會對人才南引產生顯著的影響。

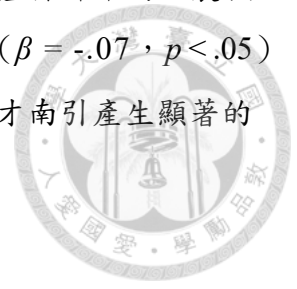


表 12、人才南引之迴歸分析 ($n = 782$)

變項	人才南引				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	1.56		8.02	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	.04	.04	1.12	.264	2.46
農漁美食生產	.10	.09	2.78	.006*	1.61
需求條件	-.01	-.01	-0.27	.784	3.49
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.00	.00	0.08	.940	3.99
產銷通路發展	-.46	-.05	-1.27	.206	2.29
相關及支援產業					
地產協力產業	.12	.13	3.12	.002**	2.52
活動協力產業	-.06	-.09	-1.92	.055	3.12
地方政府	.03	.03	1.00	.316	1.77
機會					
在地產業延伸	.62	.61	17.65	.000***	1.66
聯外交通建設	-.05	-.07	-2.30	.022*	1.46
模型摘要					
R^2			.45		
F			63.73		
p			.000***		

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

綜整表 12 數據，研究者推論相關討論如下：

- (一) 屏東鄉親普遍認為「在地產業延伸」的「機會」可促進「人才南引」的發展策略。研究者推論，當強化農漁畜牧業加工、發展鄉鎮市內特色活動、延伸縣內大型活動後，自然可以創造就業機會和提高當地的經濟實力，進而吸引人才南引。換句話說，當地產業的延伸可以促進產業升級和技術創新，提高工作滿足感和專業技能，吸引人才留在當地發展；而特色活動的發展也可以提升當地文化軟實力和觀光吸引力，增加就業機會和商機，進而吸引人才南引。

- (二) 而屬於「相關及支援產業」的「地產協力產業」也會促進「人才南引」發展策略的實踐。研究者推論，因為地產協力產業可協助創建在地優勢的基礎設施，也可協助開發具特色的農產資源。例如，農業種苗改良的研發團隊可以提供高品質的農產品，而水產養殖場的建置能力則可以延展可永續營運的海洋資源。這些基礎設施和資源都可以吸引更多的企業進駐和發展，創造更多的就業機會，進一步提高當地經濟的發展水準，進而吸引人才南引。
- (三) 另「農漁美食生產」條件也會促進「人才南引」發展策略的實踐。研究者推論，品質優良的農產品和具特色的地方美食能夠提高地方知名度和美食旅遊的吸引力，進而吸引更多的遊客和投資者，促進當地經濟的發展和增加就業機會。其次，樸實勤奮的農漁民代表了當地的勤勞精神和熱情好客的文化特色，也有助於提高當地形象，增加人才南引的可能性。最後，透過完善基礎建設和人才培育，可以進一步提升農漁美食生產和推動在地農業精益求精的發展，從而帶動當地經濟的長期發展。
- (四) 有趣的是，本研究發現當「聯外交通建設」越完善時，屏東鄉親認為越容易造成人才外移。例如，當高屏區域交通建置越完善，可能越多人會選擇到高雄市購屋置產，通勤上下班，反而無形間降低定居在屏東的意願。故對吸引「人才南引」發展策略，影響力呈現負值。「聯外交通建設」對屏東觀光休閒產業的發展，研究者認為恐是兩面刃，因為此一機會可能增進縣外資源進駐，更可能造就縣外資源外移。
- (五) 有關本研究所提的研究假設，對「人才南引」發展策略而言，H1（屏東縣觀光休閒產業的生產條件會影響其發展策略）和 H4（屏東縣觀光休閒產業的相關及支援產業產業會影響其發展策略）都獲得部分支持，H6（屏東縣觀光休閒產業的機會會影響其發展策略）獲得支持，而 H2（屏東縣觀光休閒產業的需求條件會影響其發展策略）、H3（屏東縣觀光休閒產業的企業策略與同業競爭會影響其發展策略）和 H5（屏東縣觀光休閒產業的地方政府會影響其發展策略）均被拒絕。

最後，本研究亦同步檢視屏東縣觀光休閒產業競爭力的生產條件、需求條件、企業策略與同業競爭、相關及支援產業、地方政府及機會對於跨界加值之影響，

整體模型亦達到顯著水準 ($p < .001$) (表 13)。分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」 ($\beta = .67, p < .001$) 仍是最強的正向因素，其次也是相關及支援產業中的「地產協力產業」 ($\beta = .12, p < .01$) 及生產條件中的「農漁美食生產」 ($\beta = .08, p < .05$)。而相關及支援產業中「活動協力產業」 ($\beta = -.10, p < .05$) 及「需求條件」 ($\beta = -.09, p < .05$) 則會對跨界加值產生負向的影響，其他變項和因素都不會對跨界加值產生顯著的影響。

表 13、跨界加值之迴歸分析 ($n = 782$)

變項	跨界加值				
	未標準化迴歸 係數 Beta 值	標準化迴歸 係數 Beta 值	<i>t</i>	<i>p</i>	VIF
(常數)	1.78		11.06	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	-.03	-.04	-1.04	.301	2.46
農漁美食生產	.08	.08	2.60	.010*	1.61
需求條件	-.07	-.09	-0.20	.045*	3.49
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.06	.09	1.79	.073	3.99
產銷通路發展	.02	.03	0.66	.509	2.29
相關及支援產業					
地產協力產業	.10	.12	3.15	.002**	2.52
活動協力產業	-.06	-.10	-2.29	.022*	3.12
地方政府	-.00	-.00	-0.04	.968	1.77
機會					
在地產業延伸	.61	.67	21.18	.000***	1.66
聯外交通建設	-.00	-.01	-0.16	.870	1.46
模型摘要	R^2		.53		
	F		88.39		
	p		.000***		

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

綜整表 13 數據，研究者推論相關討論如下：

- (一) 屏東鄉親普遍認為，如果要成功開創在地品牌，進行營運聯名行銷，亦或者發展永續經營的藝文節慶活動，「在地產業延伸」的「機會」會對「跨界增值」發展策略產生宏大的影響。研究者認為，此一結果係因：(1) 在地產業延伸和加強農漁畜產品開發可以幫助觀光休閒產業升級和特色化，進而促進在地品牌的形成和發展；在這樣的背景下，跨界增值和聯名行銷可幫助在地品牌提升知名度和價值，進一步拓展市場。(2) 大型活動、文化推廣、生物科技園區和健康產業園區等發展策略可以為當地帶來更多的人流和資源，進而促進藝文節慶活動的發展；而藝文節慶活動本身又可以提升當地的形象和知名度，促進旅遊業和文化產業的發展，進而實現永續經營。(3) 大眾交通網可以促進人員和資源的流動，進一步推動產業發展和藝文節慶活動的舉辦；大眾交通網同時也可以方便遊客前往當地，進而帶動旅遊業和相關產業的發展。
- (二) 而屬於「相關及支援產業」的「地產協力產業」對「跨界增值」發展策略影響力次之。研究者認為，此一結果係因：(1) 跨界增值和永續經營的策略需要更高的專業知識和市場經驗；即使有了地產協力產業、農漁業種苗改良的研發團隊等元素的支持，如果缺乏市場導向的經營思維和相關經驗，跨界增值和永續經營的策略也很難成功實施。(2) 跨界增值和永續經營的策略需要更高的投入成本；相對於地產協力產業、農漁業種苗改良的研發團隊等元素的發展，跨界增值和永續經營的策略需要更多的資源投入，包括品牌推廣、市場開發、創新研發等方面，這對於資源有限的地方產業來說可能都是重重的挑戰。(3) 跨界增值和永續經營的策略需要更長的時間積累；地產協力產業、農漁業種苗改良的研發團隊等元素的發展往往能夠帶來即時的效益，而跨界增值和永續經營的策略往往需要更長時間的積累和持續經營才能取得成功。
- (三) 另外，農漁美食生產、樸實勤奮的農漁民、具特色的地方美食等因素，對跨界增值、開創在地品牌、營運聯名行銷、發展永續經營的藝文節慶活動等策略也具影響力。研究者認為，此一結果係因：(1) 市場競爭激烈：現今市場競爭激烈，特別是在飲食和旅遊產業；在這樣的情況下，單純依靠農漁美食生產和農漁民樸實勤奮的形象，或是地方特色美食，可能無法立即讓品牌突圍而出，必須採取更多元化的策略。(2) 品質不一：農漁美食

生產的品質難以統一，且品質也會受到自然環境和季節變化的影響；因此，單純依靠農漁美食生產的品質優良程度，可能無法長期吸引消費者。(3) 需要更多的價值創造：農漁美食生產和農漁民的樸實形象可能僅僅能夠帶來短期的效益；如果想要長期發展，需要透過更多的價值創造來吸引消費者，例如透過開發永續經營的藝文節慶活動，讓消費者能夠感受到當地的文化底蘊和價值。

- (四) 然而，本研究也同步發現，「需求條件」和「活動協力產業」都對「跨界加值」發展策略會產生負向的影響。研究者認為，擁有參加具特色的文創活動、遊覽著名的生態景觀、享用地方美食、購買當季農特產的「需求條件」，雖可做為該地區吸引遊客和消費者的資源，並可提高在地品牌的知名度和吸引力，但也是屏東全縣共好的絆腳石。「需求條件」豐厚的地區可能會因為壟斷的獨好心態，而覺得無須創新或進步，長久下來可能會失去吸引力，無法增加品牌價值和知名度。任何企業都需要瞄準消費者需求，力行創新和差異化，才能開創獨特的在地品牌和活動，這時跨界加值的發展策略便顯得特別重要。更何況，共好是獨好的基礎，因此，需求條件應被視為跨界加值發展策略的載體，地方政府有必要協助在地商家營運聯名行銷和推動藝文節慶活動。
- (五) 最後，屬於「相關及支援產業」的「活動協力產業」，由於它們僅只是協助活動規劃和舉辦的配角，並非觀光休閒產業的主體或要角，故對「跨界加值」發展策略的影響力呈現負值。

有關本研究所提的研究假設，對「跨界加值」發展策略而言，H1（屏東縣觀光休閒產業的生產條件會影響其發展策略）和 H6（屏東縣觀光休閒產業的機會會影響其發展策略）都獲得部分支持，H2（屏東縣觀光休閒產業的需求條件會影響其發展策略）和 H4（屏東縣觀光休閒產業的相關及支援產業會影響其發展策略）皆獲得支持，而 H3（屏東縣觀光休閒產業的企業策略與同業競爭會影響其發展策略）和 H5（屏東縣觀光休閒產業的地方政府會影響其發展策略）則均被拒絕。

第六節 差異分析

為回答本研究所提之研究問題（本研究所涉發展策略，會因不同受調者的人口背景而產生什麼差異？），研究者採用獨立樣本 t test 來檢定性別所造成的差異。分析結果得知，女性受調者對於生產條件的「觀光文史資源」、「需求條件」、企業策略與同業競爭的「休閒文史活動」和「產銷通路發展」、相關及支援產業的「活動協力產業」，以及「在地產業延伸」與「聯外交通建設」這兩項機會的認同度，均會顯著地高於男性受調者。

表 14、性別之獨立樣本 t 檢定 ($n = 782$)

變項	男性（ <i>n</i> = 409）		女性（ <i>n</i> = 373）		<i>t</i> 值	Levene 值	df
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
生產條件							
觀光文史資源	5.15	0.96	5.24	0.74	-1.35*	10.24	780
農漁美食生產	5.54	0.67	5.51	0.69	0.57	2.21	780
需求條件	5.17	0.90	5.31	0.72	-2.33*	14.99	780
企業策略與同業競爭							
休閒文史活動	4.90	1.16	5.20	0.86	-4.03***	26.38	780
產銷通路發展	5.11	0.81	5.16	0.78	-0.84*	0.05	777.06
相關及支援產業							
地產協力產業	5.18	0.81	5.21	0.80	-0.41	0.00	775.92
活動協力產業	4.80	1.19	5.03	0.87	-3.00**	19.65	780
地方政府	4.90	0.77	4.89	0.74	0.29	0.01	777.84
機會							
在地產業延伸	5.45	0.72	5.53	0.68	-1.58*	1.55	780
聯外交通建設	4.92	1.24	5.15	1.01	-2.89*	7.89	780
發展策略							
區域合作	5.64	0.62	5.65	0.60	-0.24	0.43	780
人才南引	5.62	0.64	5.60	0.64	0.47	0.12	780
跨界加值	5.63	0.74	5.65	0.68	-0.40	1.26	780

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

針對上述分析結果，研究者認為，可能是女性對在地「食、衣、住、行、育、樂」、職場和產業等議題的廣度及深度，都更細緻的觀察，且有投注更多的關懷。根據性別角色社會化理論（杜娟娟，2008；陳啟榮，2009），社會環境和文化背景會影響個人對特定價值的認同，因此男性和女性在旅遊和休閒活動的需求和喜好上存在差異。女性通常更關注旅遊和休閒活動的安全性和便捷性，特別是對於獨自旅行或與其他女性同行的情況。因此對於有完善的休閒度假設施和豐富的水上休閒活動等生產條件的需求，可能會更高。此外，女性也更傾向於參加具特色的文化和藝術活動，對於有豐富的文史場域和活躍的文創團體之需求也較高。另外，女性通常也更關注社會責任和在地產業的發展，對於加強輔導農漁畜牧業加工品的開發和延伸發展特色活動的需求也較高。

綜上，這些因素可能會導致女性對旅遊和休閒活動的需求和喜好與男性有所不同，進而影響對生產條件、需求條件、企業策略與同業競爭和相關及支援產業產業的認同度。再者，女性相較於男性會更能「將心比心」（林宇玲，2017），也可能更願意受訪，並耐心閱讀整份問卷，填答率相對會更高。

本研究持續採用單因子變異數分析（ANOVA）得知，受調者的年齡也會產生部分差異（表 15）。經 Scheffé 檢定顯示，年齡區間在 45 歲以上的受調者，對於生產條件的「觀光文史資源」和「農漁美食生產」、「需求條件」、企業策略與同業競爭中的「休閒文史活動」，與「聯外交通建設」機會之認同度普遍都會高於 45 歲以下的受調者。

表 15、年齡之 ANOVA 檢定 ($n = 782$)

變項	30 歲以下		31-45 歲		45 歲以上		F 值	Levene			Scheffé
	(a)		(b)		(c)			值	df	檢定	
	(n = 142)		(n = 323)		(n = 317)						
	M	SD	M	SD	M	SD					
生產條件											
觀光文史資源	5.10	0.82	5.06	0.92	5.37	0.79	11.59***	2.34	2	c > a, b	
農漁美食生產	5.34	0.78	5.44	0.67	5.69	0.59	17.31***	13.52	2	c > a, b	
需求條件	5.20	0.73	5.14	0.87	5.35	0.79	5.50**	4.48	2	c > b	
企業策略與同業競爭									2		
休閒文史活動	5.03	0.96	4.94	1.10	5.16	0.98	3.74*	2.08	2	c > b	
產銷通路發展	5.16	0.67	5.08	0.79	5.17	0.85	1.27	10.79	2		
相關及支援產業											
地產協力產業	5.24	0.70	5.13	0.83	5.24	0.82	1.92	2.84	2		
活動協力產業	5.03	0.95	4.80	1.13	4.97	1.02	3.12	2.69	2		
地方政府	4.92	0.72	4.82	0.79	4.96	0.73	2.62	2.03	2		
機會											
在地產業延伸	5.40	0.72	5.46	0.70	5.55	0.69	2.36	2.15	2		
聯外交通建設	5.00	1.03	4.83	1.25	5.25	1.03	11.32***	6.65	2	c > b	
發展策略											
區域合作	5.56	0.60	5.63	0.60	5.69	0.61	2.41	0.77	2		
人才南引	5.52	0.65	5.58	0.64	5.68	0.63	3.45*	1.78	2		
跨域加值	5.54	0.72	5.63	0.74	5.69	0.67	2.13	3.99	2		

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

根據我國人口推估資料（國家發展委員會，2022）指出，45 歲以上至 65 歲之國人占工作年齡人口比重預估由 2022 年之 43%，上升至 2070 年之 49%。藉此定義 45 歲以上為我國工作年齡人口之主力，故對於產業與經濟議題較為關注，進而普遍認同度高於 45 歲以下者。據此，研究者認為：

- (一) 在「觀光文史資源」方面，45 歲以上的受調者通常是屬於中年或者老年人，他們的價值觀和需求通常會與年輕人有所不同。45 歲以上的受調者可能更注重生活品質的提升和身心健康的促進，因此對於擁有完善的休閒度假設施和多元的海上或陸上休閒活動等生產條件的需求可能會更高。此外，45 歲以上的受調者也可能更關注文化和歷史遺產，對於擁有豐富的觀光文史資源也較有閒暇欣賞。他們可能更願意參加一些具有文化內涵的旅遊活動，例如參觀博物館、歷史古蹟、文化節慶等。綜上，45 歲以上的受訪者對於生產條件中的觀光文史資源的認同度高於 45 歲以下的受訪者，可能是因為他們的需求和價值觀與年輕人不同，更注重身心健康、生活品質和文化內涵的提升。
- (二) 在「農漁美食生產」方面，隨著年齡增長，人們的健康意識會逐漸提高，開始注重飲食健康，而農漁美食生產所提供品質優良的農特（水）產品，可以滿足他們對飲食的健康需求。其次，隨著社會的發展，農業和漁業的產品也逐漸成為人們追求生活品質的重要組成，對於中老年人，農漁美食生產所提供之樸實勤奮的農漁民文化，會可能更能引起他們的共鳴。最後，45 歲以上的受調者可能也更關心社區的發展和文化傳承，對於擁有農漁美食生產的需求也較高，因為農漁美食生產不僅可以保護當地生態環境，也可以促進當地文化的傳承和發展，這與他們對社區和文化的關注相符合。綜上，45 歲以上的受調者對於生產條件中的農漁美食生產的認同度普遍高於 45 歲以下的受調者，可能是因為他們更注重飲食健康、生活品質、文化傳承等方面的需求。
- (三) 在「需求條件」方面，可能是因為 45 歲以上的受調者有更多可主控的時間和資源，用來享受生活和休閒活動。他們可能會更關注生活質量和生活樂趣，而非只是注重基本的生活需求；也因此，他們也是國內觀光休憩主力客群。相對地，45 歲以下的受調者可能更注重事業發展和日常生計，因此對於休閒活動和文創活動等需求條件的認同度也較低。
- (四) 在企業策略與同業競爭的「休閒文史活動」方面，可能是因為 45 歲以上的受調者已有更多的人生經驗，並且對於文史活動和文化遺產等方面有著更深厚的興趣和認知。此外，隨著年齡的增長，人們也更加重視保持身心健康和心靈愉悅，這些休閒文史活動正好滿足了這些需求。相對地，45 歲以

下的受調者可能更注重實質性的商業機會和競爭策略，對於休閒文史活動等企業策略的認同度較低。

- (五) 在「聯外交通建設」的發展機會方面，45 歲以上的受調者可能更關注交通建設的便利性，因為他們更需要依賴公共交通工具來進行旅行和活動。此外，45 歲以上的受訪者也可能更有經驗和知識，能夠看到長遠的發展前景和潛在的經濟效益，因此對於聯外交通建設的發展策略機會的認同度較高。另外，45 歲以下的受訪者可能更注重個人的經濟收益和便利性，例如自駕等，因而不一定關心交通建設對整體經濟和社會的長遠影響。

本研究 *ANOVA* 結果顯示，受調者的教育程度也會產生部分差異（表 16）。經 Scheffé 檢定顯示，高中職以下教育程度的受調者，對生產條件的「農漁美食生產」、「需求條件」、企業策略與同業競爭之「休閒文史活動」「產銷通路發展」兩項因素、「地方政府」，與「在地產業延伸」和「聯外交通建設」兩項機會，以及發展策略的「區域合作」和「人才南引」的認同度，普遍都會高於高中職以上之受調者。

表 16、教育程度之獨立樣本 ANOVA 檢定 ($n = 748$)

變項	高中職以下		大學/專科		碩/博士		F 值	Levene		Scheffé	
	(a)		(b)		(c)			值	df	檢定	
	(n = 221)		(n = 418)		(n = 143)						
	M	SD	M	SD	M	SD					
生產條件											
觀光文史資源	5.31	0.86	5.14	0.85	5.17	0.88	2.90	0.00	2		
農漁美食生產	5.65	0.56	5.46	0.74	5.51	0.62	6.00**	10.16	2	a > b	
需求條件	5.39	0.80	5.20	0.82	5.12	0.84	5.95**	1.07	2	a > b, c	
企業策略與同業競爭											
休閒文史活動	5.23	1.05	4.96	1.04	4.98	0.95	5.23**	0.74	2	a > b	
產銷通路發展	5.38	0.73	5.08	0.78	4.91	0.84	17.75***	1.71	2	a > b, c	
相關及支援產業											
地產協力產業	5.36	0.75	5.15	0.82	5.07	0.80	6.76**	1.30	2	a > b, c	
活動協力產業	5.08	1.09	4.84	1.01	4.85	1.10	3.99*	1.16	2	a > b	
地方政府	5.01	0.77	4.86	0.74	4.80	0.76	4.02*	0.36	2	a > c	
機會											
在地產業延伸	5.66	0.57	5.43	0.74	5.38	0.73	9.61***	14.73		a > b, c	
聯外交通建設	5.19	1.17	4.96	1.12	5.00	1.15	3.13*	0.02	2	a > b	
發展策略											
區域合作	5.74	0.51	5.61	0.63	5.58	0.67	4.25*	10.13	2	a > b	
人才南引	5.74	0.53	5.56	0.67	5.55	0.70	6.59**	11.78	2	a > b, c	
跨界加值	5.72	0.64	5.60	0.74	5.60	0.74	2.38	7.63	2		

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

針對上述分析結果，研究者認為，屏東縣雖擁有各級產業，但就以近年最強項、高產值之農業與觀光休閒產業而言，進入門檻無限制，加上屏東縣整體教育程度高中職（含）以下佔近 4 成，且兩大產業都須仰賴政府規劃。因此，對於教育程度高中職以下多項因素認同度高於高中職以上之解釋如下：

- （一）在「觀光文史資源」方面，教育程度高的人們可能更容易受到城市化和現代化所影響，對於農漁美食生產的認知也可能相對較低。相反，教育程度較低的人可能更接近農村和農漁區域，更能體會到農漁民的辛勞和生產的

重要性，因此更能夠認同其價值。教育程度較低的人可能較為重視實用價值和經濟效益，而農漁美食生產是一個相對實際且經濟效益高的產業，因此更容易得到其認同。且教育程度較低的人可能較為傳統保守，對於農村文化和價值觀有較強的認同感，而農漁美食生產正是農村文化和價值觀的一個重要的體現，因此更容易得到其認同。另外，在臺灣，教育程度高的人們通常較傾向於追求國際化和現代化，而農漁美食生產可能被視為傳統或落後的產業，因此較難得其認同。

- (二) 在「需求條件」方面，教育程度較高的人們可能較為理性和理智，對於旅遊和消費等活動會有更多的考量和評估，因此可能較難被營銷活動所影響。相反，教育程度較低的人可能較為情感和直覺，對於娛樂和休閒活動更容易產生興趣或衝動。另外，教育程度較高的人們可能較為注重個人成長和提升，對於學術和專業發展等方面有較高的期望和需求，因此可能較難被一些純粹娛樂的休閒活動所吸引。相反，教育程度較低的人可能較為注重及時的生活享受，對於娛樂性的休閒活動更容易產生興趣和需求。最後，教育程度較高的人們通常擁有較高的收入和社會地位，對於消費和投資等方面會有更高的期望和要求，因此可能對於價值和品質較高的旅遊和休閒活動更感興趣。相反，教育程度較低的人通常擁有較低的收入和社會地位，對於價格低和娛樂性較高的活動更容易接受和需求。
- (三) 在企業策略與同業競爭的「休閒文史活動」方面，社會背景與教育經驗的不同也會產生差異。高中職以下學歷的受調者出社會早，可能因此歷練也較豐富，對於企業運作和市場競爭有較深入的了解。另外，高中職以下學歷的受調者可能更常接觸在地文化等相關資訊，對於文化藝術活動的認同度也會較高。最後，高中職以下學歷的受調者可能更關心自己所處的社區和文化環境，對於休閒文史活動的認同度也就更高。
- (四) 在企業策略與同業競爭的「產銷通路發展」方面，教育程度高的人們可能更傾向於專注於學術領域，而較少關注商務實況。因此，他們可能缺乏相關的知識和經驗，難以對企業策略和市場競爭有更深入的理解。另一方面，教育程度較低的人們可能更注重實際經驗和職場上的應用，因此他們也更能理解和欣賞企業的產銷通路發展策略，並對其認同度更高。此外，不同程度的教育也可能導致互異的價值觀和思維模式。高教育程度的人們可能

更傾向於追求創新和高科技，而較低程度的人們可能更注重傳統的價值觀和實用性。因此，在評估企業策略和競爭方面，他們可能會使用不同的標準和方法。

- (五) 在相關及支援產業的「地產協力產業」方面，前面有提到屏東縣教育程度高中職以下佔近4成，且地產協力相關產業入門檻低，對教育程度低的人們較易有共鳴，認同地產協力產業對觀光休閒產業發展的重要性；相對的，教育程度高的人們可能更傾向於專注於學術領域，而較少關注在地產業的實際發展，也可能就缺乏相關的知識和經驗，難以對地產協力產業的重要性產生更強的認同感。
- (六) 在相關及支援產業的「活動協力產業」方面，教育程度較低的受調者可能會將活動協力產業視為提供工作機會和創造經濟效益。此外，這些受調者可能更加關注實際的工作技能和培訓，而活動協力產業提供的技能培訓和就業機會可能也更符合他們的需求。相對的，教育程度較高的受調者可能更關注於更高層次的白領工作，例如科技、金融或其他專業領域。因此，他們便較少關注活動協力產業所提供的就業機會和相關的經濟效益。此外，大學和專科教育通常涵蓋更廣泛的專業領域，因此受訪者可能更關注其他主題和議題，而非活動協力產業。
- (七) 在「地方政府」方面，教育程度高中職以下的受調者普遍更認同地方政府的原因，可能是因為他們更關心當地經濟發展和社會福利問題。他們可能認為地方政府的政策和行動能夠改善當地的就業機會、生活品質和社會福利，並有助於當地經濟的發展。因此，他們對地方政府的工作和表現給予較高的評價。相反地，碩博士受訪者可能更關注政策的理論性和科學性，而非具體的政策執行。因此，他們可能不會像低學歷的人們一樣關注地方政府的實際效果和成果，並因此對地方政府的工作和表現給予較低的認同。
- (八) 教育程度高中職以下的受調者普遍認同「在地產業延伸」的機會，可能是因為他們更關注當地的產業發展和經濟狀況。許多高中職以下的人們可能本身便從事農漁牧業或相關產業工作，因此他們更能體會到當地產業的困境和潛力。他們會更認同需要加強輔導農漁畜牧業加工品的開發，因為這能夠創造更多的就業機會和提高當地的經濟水準。同時，加強發展當地的特色活動和大型活動，也有助於吸引更多的觀光客和消費者，進一步促進

當地的經濟發展。相反的，大學專科、碩博士受調者可能更注重產業的專業性和創新性，更關注高科技和新興產業的發展。他們可能認為「在地產業延伸」的機會相對傳統和落後，並且可能缺乏科技含量和創新性。因此，他們對這種機會的評價便不如教育程度低的民眾。

- (九) 教育程度高中職以下的受調者普遍更認同「聯外交通建設」的機會，可能是因為他們更關注當地的交通問題和方便程度。對於居住在偏遠地區或交通不便地區的人們來說，聯外交通建設能夠提高他們的生活品質和便利度。同時，這些交通建設也有助於促進當地經濟發展，增加就業機會，吸引更多的投資和遊客。相比之下，大學專科的受調者可能更關注交通建設的效益和成本效益。他們可能更關注交通建設的可行性和可持續性，並且需要考慮較多的因素，如經濟效益、環境影響等。因此，他們對這種機會的認同度可能相對較低。
- (十) 教育程度高中職以下的受調者普遍更認同「區域合作」的發展策略，可能是因為他們對當地經濟和社區的發展更加關注和關心。對於居住在偏遠地區或經濟較弱的地區的人來說，區域合作能夠提高當地的經濟實力和社會福利，並且增加就業機會，吸引更多的投資和企業進駐，進而促進地區的發展和繁榮。相比之下，大學專科的受調者可能更關注區域合作的可行性和效益。他們可能認為這個策略需要考慮更多的因素，如各方的利益平衡、政策協調等，且需要對區域合作進行更深入的研究和評估。因此，他們對這種發展策略的評價可能相對謹慎。
- (十一) 針對「人才南引」的發展策略，教育程度較低的人們通常就業機會也較有限，對於創造更多的就業機會和提供更好的職涯發展空間會更為關注。因此，他們更傾向於支持人才南引策略，以期望引進更多的企業和高端人才，促進當地的經濟發展。此外，教育程度較低的受調者可能更加重視實用性和職業技能的培養，而不是純粹的學術知識。因此，他們更願意支持人才南引策略，以期望通過技術和職業技能的學習來提高自身的就業競爭力。教育程度較低的人們通常更加保守，對於在地鄉土和文化有更深厚的情感，也更傾向於維護當地的生活方式和傳統價值觀。因此，他們更願意支持人才南引策略，以期望通過引進更多的人才和企業，實現當地的繁榮和發展，同時保持自身的文化和價值觀。

本研究 *ANOVA* 結果續顯示出，受調者的居住地也會產生部分差異（表 17）。經 Scheffé 檢定顯示，居住在屏南地區的受調者對於生產條件的「觀光文史資源」、「需求條件」、企業策略與同業競爭的「休閒文史活動」、相關及支援產業的「活動協力產業」，以及「聯外交通建設」機會之認同度，均會高於屏北地區和原民地區的受調者。

表 17、居住地之獨立樣本 *ANOVA* 檢定 ($n = 782$)

變項	屏北地區		屏南地區		原民地區		F 值	Levene 值	df	Scheffé 檢定
	(a)		(b)		(c)					
	(n = 373)		(n = 331)		(n = 78)					
	M	SD	M	SD	M	SD				
生產條件										
觀光文史資源	5.08	0.98	5.33	0.67	5.16	0.90	7.74***	14.11	2	b > a, c
農漁美食生產	5.48	0.68	5.57	0.64	5.51	0.81	1.57	0.62	2	
需求條件	5.15	0.91	5.39	0.64	5.06	0.97	9.55***	17.36	2	b > a, c
企業策略與同業競爭									2	
休閒文史活動	4.89	1.16	5.27	0.71	4.79	.1.32	15.24***	29.92	2	b > a, c
產銷通路發展	5.08	0.81	5.18	0.74	5.17	0.89	1.70	0.88	2	
相關及支援產業										
地產協力產業	5.16	0.83	5.24	0.75	5.17	0.91	0.99	1.63	2	
活動協力產業	4.77	1.20	5.10	0.76	4.77	1.28	9.66***	23.05	2	b > a, c
地方政府	4.85	0.80	4.94	0.67	4.93	0.88	1.24	6.31	2	
機會										
在地產業延伸	5.47	0.69	5.49	0.69	5.54	0.78	0.29	0.41	2	
聯外交通建設	4.92	1.24	5.25	0.80	4.59	1.59	14.10***	40.92	2	b > a, c
發展策略										
區域合作	5.65	0.59	5.61	0.65	5.77	0.50	2.24	6.74	2	
人才南引	5.61	0.63	5.59	0.65	5.74	0.63	1.61	3.66	2	
跨界加值	5.64	0.73	5.60	0.72	5.79	0.54	2.49	9.87	2	

註: *** $p < .001$

針對上述分析結果，研究者認為，不同地區的經濟、社會文化環境和地理位置等因素對受調者的認知和體驗會產生影響。例如：屏南地區擁有更豐富的歷史文化資源和觀光資源，例如歷史古蹟、自然景觀等，因此屏南居民對於觀光文史資源的認同度較高；加上屏南長期身為屏東縣觀光休閒產業的領頭羊，觀光業發展較為成熟，觀光休閒旅遊設備設施和服務相對更完善，因此居住在此地區的受調者對於需求條件的認同度也就較高。

屏南地區同時也擁有許多文史活動和節慶活動，例如：每年四月份在大鵬灣國家風景區濱灣碼頭舉辦的「大鵬灣帆船生活節」、東港的黑鮪魚文化觀光季及三年一科迎王平安祭典、恆春古城國際豎孤棚、搶孤觀光文化活動等，因此屏南受調者對於休閒文史活動的認同度較高。另外，屏南地區的觀光產業發展較為成熟，擁有更多的相關產業支援，例如旅遊業、交通運輸業、文化創意產業等，因此屏南的受調者對於活動協力產業的認同度也會較高。加上屏南地區長期身為屏東縣觀光發展的領頭羊，需要更好的交通條件和發展機會，因此居住在此地區的受調者對於聯外交通建設機會的認同度也就更高。

本研究 *ANOVA* 結果顯示，受調者的從業身分也會產生部分差異（表 18）。經 Scheffé 檢定顯示，從事觀光餐飲業的受調者對相關及支援產業的「活動協力產業」之認同度明顯高於從事農漁畜業的受調者；而從事軍公教的受調者對「地方政府」之認同度則高於其他身分的受調者。

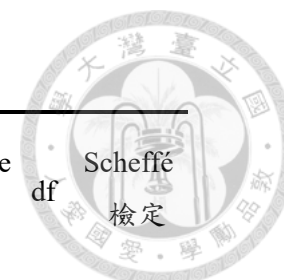


表 18、從業身份之獨立樣本 ANOVA 檢定 ($n = 782$)

變項	學生 (a) ($n = 42$)		農漁畜民 (b) ($n = 84$)		軍公教 (c) ($n = 150$)		觀光餐飲 (d) ($n = 118$)		其他 (e) ($n = 388$)		F 值	Levene 值	df	Scheffé 檢定
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
生產條件														
觀光文史資源	5.20	0.74	5.07	0.96	5.22	0.81	5.24	0.75	5.20	0.91	0.56	1.20	4	
農漁美食生產	5.40	0.82	5.53	0.64	5.53	0.66	5.40	0.69	5.57	0.67	1.89	1.12	4	
需求條件	5.23	0.71	5.19	0.96	5.32	0.65	5.30	0.66	5.20	0.90	0.82	8.47	4	
企業策略與同業競爭														
休閒文史活動	4.96	0.91	4.77	1.37	5.08	0.88	5.18	0.88	5.05	.1.05	2.15	5.15	4	
產銷通路發展	5.29	0.70	5.11	0.82	5.15	0.74	5.14	0.83	5.11	0.81	0.49	0.96	4	
相關及支援產業														
地產協力產業	5.30	0.63	5.11	0.84	5.25	0.73	5.21	0.89	5.17	0.82	0.65	2.09	4	
活動協力產業	4.99	0.73	4.56	1.30	4.78	0.91	5.13	0.95	4.89	.1.09	3.94**	5.58	4	d > b
地方政府	4.84	0.61	4.87	0.75	5.06	0.71	4.92	0.79	4.83	0.77	2.60*	2.10	4	c > e
機會														
在地產業延伸	5.42	0.71	5.61	0.66	5.43	0.75	5.49	0.66	5.49	0.70	1.02	2.39	4	
聯外交通建設	5.09	0.78	5.13	1.06	4.90	1.21	4.78	1.23	5.13	1.12	2.87*	2.36	4	
發展策略														

區域合作	5.54	0.52	5.74	0.50	5.61	0.63	5.61	0.59	5.66	0.63	1.10	1.93	4
人才南引	5.57	0.50	5.76	0.58	5.59	0.64	5.55	0.64	5.61	0.67	1.43	2.86	4
跨界加值	5.52	0.77	5.77	0.58	5.63	0.75	5.61	0.69	5.63	0.72	1.02	3.65	4

註: * $p < .05$, ** $p < .01$



針對上述分析結果，研究者認為相關討論如下：

- (一) 屏東縣整體產業結構吻合問卷投放之調查結果。回顧第二章文獻探討之屏東縣產業發展時已論證，從事一級產業人口數的逐年遞減，觀光休閒產業反之蓬勃發展。且觀光餐飲業通常需要與其他產業協作，例如旅遊業、交通運輸業、文化創意產業等等，來提供更完整的服務體驗，因此對於活動協力產業的認同度較高是合理的。相反地，農漁畜業可能更注重生產過程中的自給自足，對其他產業的依賴程度較低，因此認同度較低亦屬合理。
- (二) 觀光餐飲業者比農漁畜民更認同活動協力產業，應該與人潮即是錢潮有關，觀光客多，觀光餐飲業者必然興盛，但不見得會讓農漁畜民直接受益。而活動協力產業是吸引觀光客的助力，相對與農漁畜民關聯性較低，也因此，觀光餐飲業者會更認同活動協力產業的貢獻和價值。
- (三) 軍公教從業者的工作多數涉及到與地方政府相關的業務，例如：維護社會治安、處理緊急事件、推動地方發展、教育當地孩童等。因此，軍公教從業者應該會比其他從業者更加熟悉地方政府的工作，並且對地方政府的作為也有更多的了解。由於軍公教是政府機構的從業者，他們可能會更容易獲得政府在地方發展方面的政策支持和資源優惠。例如，政府可能會優先考慮在軍事基地周邊建設公共設施或是資助軍方相關活動等。這些優惠政策可能會增強軍公教從業者對地方政府的認同感。換句話說，軍公教從業者實質上，就是政府的一部分。此外，地方政府的形象與社會認知可能會影響人們對其是否認同。在某些地區，地方政府可能因為其政策或形象而得到較高的評價，而軍公教從業者可能是對這些地方政府形象的支持者。又例如：屏東恆春鎮的核三發電廠為響應國家非核家園政策，將於 2024 年停一號機組，2025 年完全除役，更遑論屏東縣長期以來也為我國軍事重地之一等等。因此，軍公教對地方政府的認同度較高是合理的，而其他身分的受調者可能對地方政府的依賴程度較低，因此認同度較低也是合理的。
- (四) 最後，除了工作身分外，受調者的背景和價值觀也可能影響對相關產業或機構的認同度。例如，從事觀光餐飲業的受調者可能對旅遊和文化活動有較高的興趣，因此對相關的活動協力產業的認同度也較高。而從事農漁畜業的受調者可能更注重環保和可持續發展，對政府部門的認同度也會較高。

第七節 延伸性迴歸分析

表 17 的研究結果顯示出，屏東縣觀光休閒產業競爭力會因其居住地的不同而產生顯著差異。據此，研究者即針對屏北、屏南、原民的受調者對於區域合作、人才南引、跨界加值之看法進行延伸性迴歸分析。

分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」($\beta = .60, p < .001$)是影響屏北居民對「區域整合」看法最強的正向因素；其次是相關及支援產業中的「地產協力產業」($\beta = .16, p < .01$)與生產條件中的「農漁美食生產」($\beta = .13, p < .01$)。而「需求條件」($\beta = -.22, p < .01$)和相關及支援產業中的「活動協力產業」($\beta = -.15, p < .05$)則會負向地影響屏北居民對「區域整合」看法的因素(表 19)。

表 19、屏北居民對區域合作之迴歸分析 ($n = 373$)

變項	屏北居民對區域合作的看法				
	未標準化迴歸 係數 Beta 值	標準化迴歸 係數 Beta 值	t	p	VIF
(常數)	2.35		10.42	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	.07	.11	1.64	.083	2.92
農漁美食生產	.11	.13	3.34	.007**	1.63
需求條件	-.14	-.22	-2.68	.002**	3.64
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.04	.07	0.94	.350	4.10
產銷通路發展	.01	.01	0.30	.765	2.36
相關及支援產業					
地產協力產業	.11	.16	2.74	.006**	2.23
活動協力產業	-.07	-.15	-2.12	.035*	3.32
地方政府	-.02	-.03	-0.48	.630	1.84
機會					
在地產業延伸	.51	.60	12.58	.000***	1.59
聯外交通建設	-.02	-.04	-0.85	.395	1.38
模型摘要	R^2		.48		
	F		33.73		
	p		.000***		

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

本研究依據地理位置、歷史文化、族群分布、經濟發展、行政劃分等多種因素，將屏東縣分為屏北、屏南、原民等區域。這三個區域在上述因素上，都存在明顯差異，並且具有不同的特點。

屏北地區：包括屏東市、里港鄉、高樹鄉、鹽埔鄉、長治鄉、麟洛鄉等地區，這些地區位於屏東縣的北部，有較為發達的經濟和交通基礎設施，且人口密度也較高。不過，這些鄉鎮的文化特色不盡相同，例如鹽埔鄉早期以鹽田文化、種植菸草著稱、里港鄉則是重要的閩南與客家文化聚落。

屏南地區：包括恆春半島、枋寮鄉、枋山鄉等地區，這些地區大多是農漁村落，具有豐富的自然生態和人文景觀，更是帶領屏東縣觀光產業蓬勃發展的重要區域，每年吸引大量的國內外觀光旅客前往。

原民地區：包括自北三地門、霧台、泰武，至最南端的滿州鄉等地世居，有著獨特的文化特色和歷史背景。原住民族群分布較為集中，以排灣族、魯凱族為主，因文化和生活方式有別於漢族，同時也有許多傳統的節慶和文化活動。

綜整表 19 數據，研究者推論相關討論如下：

- (一) 屏北地區鄉親普遍認為，「在地產業延伸」的機會影響「區域合作」發展策略最為深遠。「在地產業延伸」的機會所涉及到的產業和活動，需要社區、政府和企業等各方的通力合作。透過這樣的機會，可以促進不同利益關係人間的協作和協調，進而強化區域合作的發展。另外，「在地產業延伸」的機會也可以為「區域合作」提供新的發展動力。當地的農、畜牧業加工品和特色活動都具有極大的市場潛力，居民也普遍渴望帶動當地經濟的發展，促進就業增長和地方產業升級，這樣的發展動力可以進一步促進區域合作的進行。「在地產業延伸」的機會另可以增加社區的參與和受益，當地農畜特產和活動都是社區的重要資源和優勢，通過開發和推廣，可以增加社區民眾的參與感和認同感，進而促進社區發展和區域合作推進。換句話說，屏北鄉親對近十年來的在地產業發展充滿自信且認為自己做得很好，應該繼續向外延伸擴展。屏北鄉親也認同農漁美食與協助農漁美食產業發展的協力廠商（像是溫網室的建置能力）的成果。因此，屏北鄰近地區鄉鎮市間應該藉由彼此合作，進而提高區域競爭力。
- (二) 屏北地區的鄉親也認為，「地產協力產業」會正向地影響「區域合作」的發展策略。「地產協力產業」是具有直接的經濟效益和就業機會，能促進在地經濟發展和社會進步，而「區域合作」需要投入長期的時間和龐大的投資才能實現其效益。此外，屏北地區存在地理和經濟上的限制，使得居民更願意支持能夠快速產生效益的地產協力產業。最後，這也可能是因為調查的樣本具有特定的背景和觀點，導致他們對不同產業的影響力評估存在有差異。
- (三) 屏北地區的鄉親也肯定「農漁美食生產」對「區域合作」發展策略的正向影響。「農漁美食生產」雖然對當地的經濟發展和社會進步具重要的作用，但對「區域合作」的影響力不若「在地產業延伸」和「地產協力產業」兩者大。

這可能是因為農漁美食生產的發展需要長時間的積累和推廣，對在地的經濟和社會發展貢獻也更為間接，並不像在地產業延伸或地產協力產業那樣直接帶來就業和投資等效益。此外，農漁美食生產也可能會受到市場需求和季節性因素的影響，反而也易造成擁有優勢農漁美時生產的鄉鎮，對是否需要進行區域合作產生被動性，故影響力列為第三。

(四) 表 19 數據同時顯示出，代表遊客和消費者需求的「需求條件」對「區域合作」發展策略會產生負向的影響力。研究者推論，可能是因為屏北居民認為，具特色的文創活動、遊覽著名的生態景觀，以及參加豐富的水上休閒活動等因素越好，反而會越不利於屏北間的鄉鎮市結盟的互惠合作，例如：屏東市擁有許多獨具特色的文創活動場域，像是勝利星村、屏菸 1936 文化基地，可經常性舉辦各大小型藝文活動、策展。當屏東市已能獨好、已獨具高產值時，便無需和遠在長治鄉的農科園區亞太水族中心或其他鄉鎮的觀光產業進行區域合作。也就是說，「需求條件」越高的鄉鎮市，反而更容易不願意與其他鄉鎮市作合作。

(五) 最後，屏北「活動協力產業」也對「區域合作」發展策略會產生負向的影響。可能是因為屏北鄉親普遍自駕，不需要租車服務，加上屏北隊水上活動教練與設備的需求不若屏南多，且屏北鄉親認為在地文物保存和文化推廣已經做得不錯。「活動協力產業」的蓬勃有可能會將遊客拉離屏北，也不利於屏北各鄉鎮市之間的合作。另因「活動協力產業」對「區域合作」的貢獻度可能不如其他因素重要。例如：完善水電基礎建設和吸引大型企業進駐等因素對於地方經濟和發展更加關鍵，因此民居可能認為這些因素應該是更優先考慮的，故影響力呈現負值。

本研究亦針對屏南居民對區域合作的看法進行衍伸性的迴歸分析。分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」($\beta = .55, p < .001$)是影響屏南居民對「區域整合」看法最強的正向因素；其次則是生產條件中的「農漁美食生產」($\beta = .10, p < .05$)，其他因素沒有產生顯著的影響(表 20)。

表 20、屏南居民對區域合作之迴歸分析 ($n = 331$)

變項	屏南居民對區域合作的看法				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	1.18		4.38	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	.01	.01	0.22	.827	2.09
農漁美食生產	.10	.10	2.17	.031*	1.58
需求條件	.02	.02	0.24	.808	2.90
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.06	.07	1.06	.288	3.17
產銷通路發展	-.08	-.09	-1.61	.108	2.42
相關及支援產業					
地產協力產業	.10	.12	1.65	.100	3.61
活動協力產業	.03	.03	0.48	.628	2.61
地方政府	.00	.00	0.09	.927	1.77
機會					
在地產業延伸	.51	.55	9.41	.000***	2.48
聯外交通建設	.06	.08	1.46	.146	2.02
模型摘要	R^2		.57		
	F		41.55		
	p		.000***		

註: * $p < .05$, *** $p < .001$

綜整表 20 數據，屏南地區鄉親也普遍認為，「在地產業延伸」的機會最會影響「區域合作」的發展策略，可以促進地方經濟和就業機會的增長，並且有助於地方社區的發展和繁榮。而屏南區域內的鄉鎮已自帶豐沛的觀光休閒資源，再透過加強輔導農漁畜牧業加工品的開發、延伸發展鄉鎮市內特色活動、延伸發展縣內大型活動等措施，當有助於提高當地產業的附加價值和市場競爭力，從而促進地方經濟的發展和創造就業機會。這些措施也有助於促進地方文化和旅遊產業的發展，吸引更多的遊客和投資者到當地，進一步促進地方經濟的發展和增長。此

外，屏南周邊衍伸產業產值也較其他鄉鎮市高出許多，應該更加推廣擴展，藉此整合屏南跨鄉鎮間各產業資源，互惠互利，相互合作。

另「農漁美食生產」是屏南鄉親的傳統產業，也是鄉親們的生活和文化重要組成的一部分。因此，鄉親們認為保護和提升這個產業的生產條件是重要的，且「農漁美食生產」的品質和產量對於地方經濟和發展有直接性影響。在地有更多優質的農特產品和水產品，能夠吸引更多的遊客和消費者，促進當地的經濟發展。加上「區域合作」需要多方面的支持，包括完善的基礎設施、強大的人力資源和商家、企業支持。故屏南鄉親認為，「農漁美食生產」的生產條件是促進區域合作發展策略的重要因素。

本研究亦針對原民居民對區域合作的看法進行衍伸性的迴歸分析。分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」($\beta = .61, p < .001$)是唯一影響原民居民對「區域整合」看法的因素(表 21)。

表 21、原民居民對區域合作之迴歸分析 ($n = 78$)

變項	原民居民對區域合作的看法				
	未標準化迴歸 係數 Beta 值	標準化迴歸 係數 Beta 值	t	p	VIF
(常數)	3.19		7.77	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	.08	.15	1.25	.217	2.01
農漁美食生產	-.04	-.07	-0.53	.601	2.45
需求條件	-.04	-.07	-0.31	.761	6.90
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.10	.27	1.25	.217	6.78
產銷通路發展	-.08	-.15	-1.06	.293	2.70
相關及支援產業					
地產協力產業	.13	.23	1.48	.143	3.55
活動協力產業	-.06	-.16	-0.78	.438	5.91
地方政府	.06	.10	0.77	.442	2.43
機會					
在地產業延伸	.39	.61	5.31	.000***	1.88
聯外交通建設	-.07	-.21	-1.96	.054	1.70
模型摘要	R^2		.54		
	F		7.74		
	p		.000***		

註: *** $p < .001$

綜整表 21 數據，原民地區鄉親也普遍認為，「在地產業延伸」的機會最會影響「區域合作」的發展策略，可以協助增加當地的就業機會和收入，並且能夠促進當地經濟的發展。研究者亦認為，這或許是跟原民地區鄉親對近年來在地產業的發展深具信心且認同改變，希望被更多的人們看見有關，例如：聯合豐年祭、新興文化祭典活動、瑪家鄉有紅藜季，牡丹鄉有野牡丹季等。換句話說，原民地區的產業越好，越能夠提高當地的競爭力和吸引力，進而促進區域合作的發展。增加當地的知名度和聲譽，也會進而提高當地居民的自豪感和認同感。

本研究續對屏北居民對人才南引的看法，進行衍伸性的迴歸分析。分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」（ $\beta = .62, p < .001$ ）是影響屏北居民對「人才南引」看法最強的正向因素；其次是相關及支援產業中的「地產協力產業」（ $\beta = .13, p < .05$ ）與生產條件中的「農漁美食生產」（ $\beta = .10, p < .05$ ）。而相關及支援產業中的「活動協力產業」（ $\beta = -.17, p < .05$ ）卻會壓抑屏北居民對「人才南引」發展策略的認同度（表 22）。

表 22、屏北居民對人才南引之迴歸分析（ $n = 373$ ）

變項	屏北居民對人才南引的看法				
	未標準化迴歸 係數 Beta 值	標準化迴歸 係數 Beta 值	<i>t</i>	<i>p</i>	VIF
（常數）	1.88		7.96	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	-.02	-.03	-0.53	.597	2.92
農漁美食生產	.10	.10	2.20	.028*	1.63
需求條件	-.09	-.13	-1.83	.069	3.64
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.05	.09	1.19	.236	4.10
產銷通路發展	.05	.07	1.18	.240	2.36
相關及支援產業					
地產協力產業	.10	.13	2.37	.018*	2.23
活動協力產業	-.09	-.17	-2.46	.014*	3.32
地方政府	.02	.03	0.51	.613	1.84
機會					
在地產業延伸	.56	.62	13.26	.000***	1.59
聯外交通建設	-.00	-.01	-0.11	.910	1.38
模型摘要	R^2	.51			
	<i>F</i>	37.17			
	<i>p</i>	.000***			

註：* $p < .05$, *** $p < .001$

綜整表 22 數據，屏北地區鄉親普遍認為：

- (一) 「在地產業延伸」的機會影響「人才南引」的發展策略至為深遠；此即，透過加強輔導農漁畜牧業加工品的開發、延伸發展鄉鎮市內特色活動、延伸發展縣內大型活動，有助於增加屏北地區經濟發展，提升當地人民的生活水準，進而吸引更多的人才到屏北發展，且在地產業得以延伸發展，是需要眾多人才一起來支持。因此，發展出許多樣態的就業機會，促使更多青年在求學後，增加就地就業的機會，讓更多人才留在當地工作，不必外流，也可以吸引外地人才來到屏北地區發展。最後，在地產業延伸和特色活動的開發可以提升屏北鄉鎮的知名度，吸引更多的人才和遊客來到當地，進一步推動當地經濟的發展。
- (二) 「人才南引」發展策略要能遂行必須要吸引高素質人才回到當地工作，才能推動地方經濟的發展。而在此過程中，屬於「相關及支援產業」的「地產協力產業」能扮演重要的角色。例如：擁有農業、漁業等行業的專業知識和技能，可以提供在地農漁業的技術支援和改良，從而提高農漁業生產力和效益，增加當地就業機會，吸引更多的人才投入這些行業。又或是提供相關的建築、設計和規劃支援，例如農舍、溫室、養殖場的建造和改良等，以提供更好的生產環境和條件，從而吸引更多的適才人才和投資回流到當地。
- (三) 因此，屏北鄉親也認為，「農漁美食生產」對於「人才南引」具有重要的支援作用。其一，是發展農漁業的品質和生產力，可以吸引更多的人才來到當地。這些人才可以協助農漁業以提高生產效率、開發新產品，並將當地的農漁特產行銷到其他地方，進一步推動當地經濟的發展。其二，農漁業的發展也可創造更多的就業機會，吸引更多的人才來到當地生活和工作。因此，屏北地區的鄉親認為，推動農漁業的發展是吸引人才南引的重要因素，對當地的發展具有重要的影響。
- (四) 最後，屬於「相關及支援產業」中的「活動協力產業」對人才南引的發展策略會產生負向的影響。可能是因為屏北鄉親普遍自駕，不需要租車服務產業、也沒有專業水上活動產業需求，而支持力文物保存和文化推廣的團體可能也養不活自己。研究者認為，除非有貼近「年青人需求」的活動協力商業服務業出現，才有可能翻轉，成為吸引年輕人才南漂的正向因素。

本研究亦針對屏南居民對人才南引的看法，進行衍伸性的迴歸分析。分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」（ $\beta = .62, p < .001$ ）仍是影響屏南居民對「人才南引」看法最強的正向因素；其次為生產條件中的「農漁美食生產」（ $\beta = .10, p < .05$ ），其他因素沒有產生顯著的影響（表 23）。

表 23、屏南居民對人才南引之迴歸分析（ $n = 331$ ）

變項	屏南居民對人才南引的看法				
	未標準化迴歸 係數 Beta 值	標準化迴歸 係數 Beta 值	<i>t</i>	<i>p</i>	VIF
（常數）	1.17		4.49	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	-.03	-.03	-0.61	.543	2.09
農漁美食生產	.10	.10	2.16	.031*	1.58
需求條件	.00	.00	0.01	.991	2.90
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.07	.08	1.21	.228	3.17
產銷通路發展	-.02	-.02	-0.37	.710	2.42
相關及支援產業					
地產協力產業	.06	.07	1.08	.281	3.61
活動協力產業	-.01	-.01	-0.21	.833	2.61
地方政府	-.03	-.03	-0.69	.489	1.77
機會					
在地產業延伸	.58	.62	11.05	.000***	2.48
聯外交通建設	.08	.10	1.95	.052	2.02
模型摘要	R^2		.60		
	F		46.99		
	p		.000***		

註：* $p < .05$, *** $p < .001$

綜整表 23 數據，屏南地區鄉親也認為，「在地產業延伸」的機會影響「人才南引」發展策略至為關鍵；這可能是「在地產業延伸」可以促進屏南鄉的農漁畜牧業加工品的開發，進而增加當地的產業多樣性和就業機會。倘若屏南鄉能夠繼續發展出具有競爭力的農漁畜牧業加工品，吸引了更多的外部資源進駐，就能進一步推動當地產業的發展和增加當地的就業機會。而這些機會就會吸引具有專業和技能的人才進入屏南，提升當地的人力資本，進而增進人才南引的效果。其次，透過延伸發展鄉鎮市內特色活動和縣內大型活動，可以增加當地的觀光收入，進而提高當地經濟水準和知名度。如果屏南鄉能夠持續發展出具有吸引力的特色活動，持續吸引更多遊客到訪，有助於提升當地的觀光收入和知名度，進一步促進當地的發展和人才南引的效果。

另外，針對屏南地區物產豐饒，「農漁美食生產」的生產條件也會正向地影響「人才南引」發展策略。屏南在地的農特（水）產品品質優良、具有競爭力，能吸引更多的外部資源進駐，也能進一步推動當地產業的發展和增加當地的就業機會，就會吸引具相關專業和技能的人才到屏南鄉發展或投資。此外，且樸實勤奮的農漁民也是屏南鄉親的重要資源。如果當地的農漁民能夠持續積極投入農漁業生產，發揮自身的潛力，進一步提升農漁特產的生產效率和品質，也會對當地的產業發展和人才南引起到重要的推動作用。

本研究續針對原民居民對人才南引的看法，進行衍伸性的迴歸分析。分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」（ $\beta = .76, p < .001$ ）是影響原民居民對「人才南引」看法最強的正向因素；其次是企業策略與同競爭中的「休閒文史活動」（ $\beta = .48, p < .05$ ），其他因素沒有產生顯著的影響（表 24）。

表 24、原民居民對人才南引之迴歸分析 ($n = 78$)

變項	原民居民對人才南引的看法				
	未標準化迴歸 係數 Beta 值	標準化迴歸 係數 Beta 值	t	p	VIF
(常數)	3.10		6.37	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	-.07	-.10	-0.93	.357	2.01
農漁美食生產	-.08	-.11	-0.86	.393	2.45
需求條件	-.13	-.20	-.098	.331	6.90
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.23	.48	2.35	.022*	6.78
產銷通路發展	-.11	-.15	-1.17	.246	2.70
相關及支援產業					
地產協力產業	.12	.17	1.17	.245	3.55
活動協力產業	-.06	-.12	-0.62	.539	5.91
地方政府	.03	.04	0.35	.730	2.43
機會					
在地產業延伸	.61	.76	7.08	.000***	1.88
聯外交通建設	-.07	-.18	-1.71	.092	1.70
模型摘要	R^2		.59		
	F		9.46		
	p		.000***		

註: * $p < .05$, *** $p < .001$

綜整表 24 數據，原民地區鄉親普遍認為，「在地產業延伸」對「人才南引」的影響力最高，原因如下：（1）屏東縣是一個農漁牧業與觀光產業發達的地區，因此當地居民對於在地產業的發展和擴大有很大的期望。如果在地產業能夠得到更好的輔導和加工，不僅可以提高產值，也可以創造更多的就業機會，更能吸引更多的人才來到當地工作，進而推動人才南引的發展；（2）原民鄉親會認為，透過延伸發展豐富的原住民文化、觀光資源、特色活動，或延伸發展縣內大型活動，都能更好地推廣當地的文化和保存資源，進而吸引更多的遊客和投資者前來當地發展，也能提高當地的知名度和形象，有助於推動人才南引；（3）屏東縣

是一個相對較偏遠的地區，因此當地居民可能認為如果能夠加強在地產業的發展和擴大，就能提高當地的經濟水準和發展程度，進而吸引更多的人才來到當地發展。同步也能減緩、降低城市和鄉村之間的差距，有助於推動人才南引。

其次，屏東全縣有豐富的文化和歷史資源，透過「休閒文史活動」可以更好地展示和推廣當地的文化和歷史，吸引更多的遊客和投資者前來當地發展。然而，在屏北與屏南地區調查中並未出現此項優勢，這凸顯了原民地區獨有的競爭優勢，顯見，有計劃地推廣原民地區的「休閒文史活動」不僅可以增加當地的知名度和形象，更有助於吸引更多的投資者和企業來到當地發展，進而提高當地的經濟水準和發展程度，並吸引更多的人才來到當地發展。且「休閒文史活動」也會提供屏東縣居民更多的文化娛樂和活動，增強原民地區鄉親的凝聚力和自豪感，吸引更多同樣喜愛文史人才來到當地工作和生活。

本研究續對屏北居民對跨界加值的看法，進行衍伸性的迴歸分析。分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」（ $\beta = .60, p < .001$ ）是影響屏北居民對「跨界加值」看法最強的正向因素；其次是生產條件中的「農漁美食生產」（ $\beta = .12, p < .05$ ）。而相關及支援產業中的「活動協力產業」（ $\beta = -.19, p < .01$ ）則會負向影響屏北居民對「跨界加值」看法（表 25）。

表 25、屏北居民對跨界加值之迴歸分析 ($n = 373$)

變項	屏北居民對跨界加值的看法				
	未標準化迴歸 係數 Beta 值	標準化迴歸 係數 Beta 值	t	p	VIF
(常數)	1.43		4.96	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	.07	.09	1.32	.187	2.92
農漁美食生產	.12	.12	2.33	.020*	1.63
需求條件	.01	.01	0.08	.938	3.64
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.01	.01	0.15	.878	4.10
產銷通路發展	-.04	-.04	-0.73	.464	2.36
相關及支援產業					
地產協力產業	.10	.11	1.929	.055	2.23
活動協力產業	-.12	-.19	-2.72	.007**	3.32
地方政府	-.03	.58	-0.04	.563	1.84
機會					
在地產業延伸	.63	.60	12.20	.000***	1.59
聯外交通建設	-.04	-.07	-1.44	.151	1.38
模型摘要	R^2		.46		
	F		30.21		
	p		.000***		

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

綜整表 25 數據，屏北地區鄉親普遍認為：

- (一) 「在地產業延伸」的機會和「跨界加值」的發展策略之間存在著密切的連動關係，原因如下：(1) 「在地產業延伸」可以提高當地農漁畜牧業產品的附加價值和品質，進而增加這些產品的市場競爭力。而開創在地品牌和營運聯名行銷是提高產品市場競爭力的有效策略。因此，在地產業延伸和跨界加值之間存在著正向的互動關係；(2) 「在地產業延伸」有助於提高當地產品的知名度和市場需求，進而激發跨界加值的發展潛力。開創在地品牌和營運聯名行銷也可以通過提高產品的知名度和市場需求，進一步促

進在地產業的發展。因此，在地產業延伸和跨界加值之間存在著雙向促進的關係，主要是因為它們可以相互加強以提升當地產品的競爭力。

(二)「農漁美食生產」的生產條件也會促進「跨界加值」的發展策略，這可能是因為屏北地區富有多元特色美食為主，例如：里港餛飩、萬巒豬腳、麟洛客家小吃等，當地居民對農漁美食生產有較高的認同感和自豪感。因此，他們相信這些因素既是當地品牌的核心價值，也是其優勢所在，有助於開創在地品牌。若能將當地優質的農特（水）產品和在地鄉親的勤奮精神作為品牌形象的基礎，進一步進行聯名行銷和品牌推廣，有助於吸引更多的消費者和遊客前來購買和體驗當地的產品和文化，從而實現跨界加值的發展策略。

(三)最後，屬於「相關及支援產業」的「活動協力產業」對「跨界加值」發展策略會產生負向的抑制作用，主要是由於他們僅是幫助舉辦活動規劃與執行的配角，非觀光產業之主體或要角。過度強化「活動協力產業」的功能反而會產生軒冰奪主的效應，對「跨界加值」的發展策略產生壓抑的作用。

本研究亦針對屏南居民對跨界加值的看法，進行衍伸性的迴歸分析。分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」($\beta = .62, p < .001$)是唯一會影響屏南居民對「跨界加值」看法的因素，其他因素沒有產生顯著的影響（表 26）。

表 26、屏南居民對跨界加值之迴歸分析 ($n = 331$)

變項	屏南居民對跨界加值的看法				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	.99		3.13	.002**	
生產條件					
觀光文史資源	-.04	-.04	-0.73	.465	2.09
農漁美食生產	.10	.09	1.78	.076	1.58
需求條件	.02	.02	0.25	.805	2.90
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.06	.06	0.81	.419	3.17
產銷通路發展	-.05	-.05	-0.76	.446	2.42
相關及支援產業					
地產協力產業	.04	.04	0.57	.569	3.61
活動協力產業	.04	.04	0.59	.556	2.61
地方政府	.06	.05	1.01	.312	1.77
機會					
在地產業延伸	.65	.62	10.13	.000***	2.48
聯外交通建設	-.02	-.03	-0.49	.624	2.02
模型摘要					
R^2			.51		
F			33.57		
p			.000***		

註: ** $p < .01$, *** $p < .001$

綜整表 26 數據，原南地區鄉親普遍認為，「在地產業延伸」與「跨界加值」的發展策略有著相互促進的緊密關係。具體而言，「在地產業延伸」的機會可以為當地的農漁畜牧業提供更多的加工和開發機會，進一步提高當地產品的價值和知名度。同時，這些在地產業的加工品可以與其他產業產品進行跨界結合，開創更多的品牌和行銷機會，促進跨界加值的發展。此外，「在地產業延伸」還可以延伸發展當地的特色活動和大型活動，吸引更多的遊客和消費者，進一步擴大了品牌的知名度和影響力，提高了品牌的價值和競爭力。

本研究亦針對原民居民對跨界加值的看法，進行衍伸性的迴歸分析。分析結果顯示，相關及支援產業中的「地產協力產業」($\beta = .48, p < .01$)和機會中的「在地產業延伸」($\beta = .39, p < .01$)是影響原民居民對「跨界加值」看法的兩大正向因素。而企業策略與同業競爭中的「產銷通路發展」($\beta = -.36, p < .05$)則是影響原民居民對「跨界加值」看法的負向因素(表 27)。

表 27、原民居民對跨界加值之迴歸分析 ($n = 78$)

變項	原民居民對跨界加值的看法				
	未標準化迴歸 係數 Beta 值	標準化迴歸 係數 Beta 值	<i>t</i>	<i>p</i>	VIF
(常數)	3.66		7.37	.000***	
生產條件					
觀光文史資源	.07	.11	0.86	.392	2.01
農漁美食生產	-.00	-.01	-0.03	.975	2.45
需求條件	.01	.01	0.05	.959	6.90
企業策略與同業競爭					
休閒文史活動	.09	.21	0.85	.396	6.78
產銷通路發展	-.22	-.36	-2.36	.021*	2.70
相關及支援產業					
地產協力產業	.29	.48	2.75	.008**	3.55
活動協力產業	-.07	-.17	-0.75	.458	5.91
地方政府	.04	.07	0.48	.634	2.43
機會					
在地產業延伸	.27	.39	3.07	.003**	1.88
聯外交通建設	-.08	-.24	-1.96	.054	1.70
模型摘要	R^2		.42		
	F		4.80		
	p		.000***		

註: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

綜整表 27 數據，研究者推論相關討論如下：

- (一) 屏東原民地區的鄉親普遍認為，「相關及支援產業產業」中的「地產協力產業」可以提供原住民鄉親發展本身傳統產業的支援和資源，進而促進「跨界加值」的發展策略。具體而言，「地產協力產業」擁有建置農舍、養殖場的專業能力和農漁業種苗改良的研發團隊，可以提供原住民鄉親更好的生產條件和技術支援，促進原住民傳統產業的發展和提高產品的品質。同時，這些優質的產品可以與其他產業產品進行跨界結合，開創更多的品牌和行銷機會，促進跨界加值的發展。另外，「地產協力產業」還能提供原住民鄉親與其他產業之間的合作機會，進一步拓展產品的市場和銷售管道，提高品牌的知名度和影響力。綜上，「地產協力產業」可以提供原住民鄉親發展本身傳統產業的支援和資源，進而促進跨界加值的發展策略。
- (二) 屏東縣原住民鄉親也認為，「在地產業延伸」的機會對「跨界加值」的發展策略影響至鉅。這是因為原住民鄉村地區的資源係以農畜牧業為主，當地居民對此產業發展有著更深刻的認知與體驗，因此能夠看到在地產業延伸所帶來的機會與價值。此外，透過在地產業的延伸，可以創造更多的就業機會，提升當地經濟發展，也能讓在地產業更有價值與競爭力，進而吸引更多外部資源與客群進入，進而推動跨界加值的發展策略。
- (三) 最後有趣的是，企業策略與同業競爭中的「產銷通路發展」會對「跨界加值」發展策略產生負向的影響。亦即，當「產銷通路發展」越發達、越便利時，遊客和消費者可能會更傾向於在平地的商店或超市購買商品，不需要再進入到原民部落去消費。如此一來，若消費者或遊客能以更便捷、更快速的購物型態在城市、都會區的賣場通路購買到原住民的文化產品，不僅會讓原住民部落的特色商品和品牌被淹沒在消費市場中，更會降低遊客和消費者走訪部落，進行深度旅行的意願。故原住民鄉親認為，「產銷通路發展」的企業策略與同業競爭對「跨界加值的」發展策略來說是一種負面影響。

表 28 即為上述延伸性迴歸的結果摘要：

表 28、延伸性迴歸摘要表

區域 合作	屏北	分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」是影響屏北居民對「區域整合」看法最強的正向因素；其次是「相關及支援產業」中的「地產協力產業」與「生產條件」中的「農漁美食生產」。而「需求條件」和「相關及支援產業」中的「活動協力產業」則會負向影響屏北居民對「區域整合」看法的因素。
	屏南	分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」是影響屏南居民對「區域整合」看法最強的正向因素；其次則是生產條件中的「農漁美食生產」，其他因素沒有產生顯著的影響。
	原民	分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」是唯一影響原民居民對「區域整合」看法的因素。
人才 南引	屏北	分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」是影響屏北居民對「人才南引」看法最強的正向因素；其次是「相關及支援產業」中的「地產協力產業」與「生產條件」中的「農漁美食生產」。而相關及支援產業中的「活動協力產業」卻會壓抑屏北居民對「人才南引」發展策略的認同度。
	屏南	分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」仍是影響屏南居民對「人才南引」看法最強的正向因素；其次為「生產條件」中的「農漁美食生產」，其他因素沒有產生顯著的影響。
	原民	分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」是影響原民居民對「人才南引」看法最強的正向因素；其次是「企業策略與同競爭」中的「休閒文史活動」，其他因素沒有產生顯著的影響。

跨界 增值	屏北	分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」是影響屏北居民對「跨界增值」看法最強的正向因素；其次是「生產條件」中的「農漁美食生產」。而「相關及支援產業」中的「活動協力產業」則會負向影響屏北居民對「跨界增值」看法。
	屏南	分析結果顯示，機會中的「在地產業延伸」是唯一會影響屏南居民對「跨界增值」看法的因素，其他因素沒有產生顯著的影響。
	原民	分析結果顯示，「相關及支援產業」中的「地產協力產業」和機會中的「在地產業延伸」是影響原民居民對「跨界增值」看法的兩大正向因素。而「企業策略與同業競爭」中的「產銷通路發展」則是影響原民居民對「跨界增值」看法的負向因素。



第五章 質性研究結果與討論

為了更深入探討本研究之問卷調查結果所衍生的問題，研究者邀請四位任職或熟悉屏東縣屏北地區、屏南地區及原住民地區觀光休閒產業發展的行政主管或專業人士進行深度訪談，以深化本研究的研究成果。本章以下針對屏北地區、屏南地區及原住民地區等三大地區之問題，逐節依序說明質性研究成果。

針對熟悉屏北地區觀光休閒產業發展的專業人士，本研究的訪談大綱規劃分別如下：

1. 基於觀光文史資源、需求條件、休閒文史活動、活動協力產業、聯外交通建設皆不如屏南地區的事實，您認為屏北地區應該如何發展觀光休閒產業？
2. 本研究結果顯示，在地產業延伸、地產協力產業、農漁美食生產，都會促進「區域整合」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏北地區的觀光休閒產業？另外，需求條件和活動協力產業會抑制「區域整合」的發展策略，您又認為應該如何避免或轉變這些現狀，以發展屏北地區的觀光休閒產業？
3. 本研究結果顯示，在地產業延伸和農漁美食生產，都會促進「人才南引」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏北地區的觀光休閒產業？另外，活動協力產業卻會抑制「人才南引」的發展策略，您又認為應該如何避免或轉變這些現狀，以發展屏北地區的觀光休閒產業？
4. 研究結果又顯示，在地產業延伸和農漁美食生產，都會促進「跨界加值」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏北地區的觀光休閒產業？另外，活動協力產業卻會抑制「跨界加值」的發展策略，您又認為應該如何避免或轉變這些現狀，以發展屏北地區的觀光休閒產業？
5. 綜觀全局，您認為要發展屏東整體的觀光休閒產業，屏北地區應該扮演何種角色？

針對熟悉屏東地區觀光休閒產業發展的專業人士，本研究的訪談大綱規劃分別如下：

1. 本研究結果顯示，在地產業延伸和農漁美食生產，都會促進「區域整合」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏東地區的觀光休閒產業？
2. 本研究結果顯示，在地產業延伸和農漁美食生產，也都會促進「人才南引」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏東地區的觀光休閒產業？
3. 本研究結果又顯示，在地產業延伸會促進「跨界加值」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化屏東地區的觀光休閒產業？
4. 基於觀光文史資源、需求條件、休閒文史活動、活動協力產業、聯外交通建設皆優於屏北和原住民地區的事實，綜觀全局，您認為要發展屏東整體的觀光休閒產業，屏東地區應該扮演何種角色？

針對熟悉原住民地區觀光休閒產業發展的專業人士，本研究的訪談大綱規劃分別如下：

1. 基於觀光文史資源、需求條件、休閒文史活動、活動協力產業、聯外交通建設皆不如屏東地區的事實，您認為原住民地區應該如何發展觀光休閒產業？
2. 本研究結果顯示，在地產業延伸會促進「區域整合」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化原住民地區的觀光休閒產業？
3. 本研究結果顯示，在地產業延伸和休閒文史活動，都會促進「人才南引」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化原住民地區的觀光休閒產業？
4. 本研究結果又顯示，地產協力產業和在地產業延伸，都會促進「跨界加值」的發展策略，您認為應該如何應用這些競爭優勢來強化原住民地區的觀光休閒產業？另外，產銷通路發展卻會抑制「跨界加值」的發展策略，您又認為應該如何避免或轉變這些現狀，以發展原住民地區的觀光休閒產業？
5. 綜觀全局，您認為要發展屏東整體的觀光休閒產業，原住民地區應該扮演何種角色？

第一節 屏北地區如何發展觀光休閒產業

屏東縣在觀光休閒產業中，有「區域整合」、「跨界加值」、「人才南引」三大發展策略。當屏北地區「觀光文史資源」、「需求條件」、「休閒文史活動」、「活動協力產業」、「聯外交通建設」等因素皆不如屏南地區的事實下，本研究量化分析結果顯示，「需求條件」和「活動協力產業」因素會抑制「區域整合」的發展策略，也同時存在「活動協力產業」會抑制「人才南引」和「跨界加值」的發展策略。研究者透過熟悉屏北地區觀光休閒產業專業人士的視角，來探討屏北地區的發展策略，以了解現有不足或未來可補強之處。

「對整體屏東縣而言，無論國內外觀光旅客，大家最熟知的是屏南墾丁。屏南天然資源最為豐富，再加上政府挹注資源，一直以來觀光休閒的需求條件都很高。不過以公部門的視角來看待，近年來屏北的改變也很大，舉現在屏東市熱門景點『勝利星村』，以及翻轉台糖工業區土地，以代管方式蓋了一座親水公園，榮獲義大利國際設計、美國繆斯設計等國際大獎的肯定，國內前所未見、具國際級最美公園『縣民公園』。還有被設定為歷史建築的屏東菸廠『屏菸1936文化基地』等等。有了場域，接著進行各類交通整治，同時輔導成立屏北區的創生聯盟（有種制衡的角色），透過創生創生聯盟發展，帶動觀光業者上下游產業的串鏈發展，屏北便開始發展起來。古蹟區要能有民宿並不容易，法規有一定的規範，但我們做到了，目前在屏東市古蹟勝利星村內已有5家民宿。現在交通更便捷，串聯拉進入屏東市。此外，屏東市也是新住民非常多的地區，加上外省、客家、原民、閩南等多元族群的大融合，整個產業非常豐富。以我的了解，以往大家從屏東往高雄走，現在是高雄往屏東走。我們有做屏北、屏南人潮走向的大數據，雖然屏南還是佔大多數，畢竟由於多數北部遊客南下；但屏北人潮流動的部分很不一樣，很多明顯是來自於鄰近台南市和高雄市，也有部分是從屏南北上。逐漸發展的屏北，正在產生磁吸效應。加上屏北擁有屏東縣府等重要公務機關，又擁有屏東市，在資源上具備跨界加值的發展。『需求條件』和『活動協力產業』等因素，應該不至於會抑制屏北地區對『區域整合』的發展策略。」（A）

「屏北觀光休閒資源較少，且開發得晚，其自身『需求條件』向來不大，相對應的活動也少。不過，近年來如縣民公園、屏東菸廠與勝利星村的發展，壯大其觀光需求條件，對應的活動需求量大增。政府資源的挹注，刺激了屏北觀光

休閒產業的市場需求，此一需求擴增或許便是屏北鄉親，認為不必和其他區域合作即可過得很好的主因，也就會壓抑『區域整合』的發展策略。」（D）

專家 A 認為，由於屏東燈會打響了「屏東」品牌。長期以來屏南身為領頭羊、擁有高知名度的角色，加上近年來縣府努力持續推動屏南觀光休閒產業，同時也積極發展串連屬於屏北獨有的人文特色、青（新）創基地，透過屏南帶動屏北發展，創造南北不一樣的特色。而以屏東市為中心的屏北交通路網，也逐步形成中，屏北有了自己特有的吸引力，也擁有縣政府等重要公務機關。從數據上以及未來政策規劃也顯示，逐漸發展的屏北，正產生磁吸效應，越多人流來到屏北。但專家 A 不認為「需求條件」和「活動協力產業」等相關因素會抑制「區域整合」的發展。不過，專家 D 反思，屏北政治資源充裕，且有計劃地進行基地建設與團隊培植，這反而會讓在地民眾認為，市場需求大，便無需借助區域整合來支撐屏北的觀光休閒產業。

「在人才南引這部分，屏東有勞工大學、有農業大學，這些大學是個名稱，不是授予學歷學位的，主要是透過實地教學，提供移居或返鄉青年、民眾，了解如何從事農業，如何進行創業。因此，縣府的勞動暨青年發展處將整個廢棄學校轉型為青（新）創聚落。以屏北的高樹為例，將高樹廢校的國小改建為青農育成基地，同時也是農噴機考照場『屏東 AI 智能農業學校』。屏東市也設立不少青年創業基地（聚落），以極少的租金，推動新創鏈結和宣展、人才培育，吸引青（新）創進駐，以及以手工藝術創作、文創藝廊、音樂攝影工作室、文青餐館等強調職人精神為主軸的「職人町」等。諸如上述各類的青創基地，屏東市已有 3 處，未來屏東各地區（潮州、佳冬、車城等）還會持續建置各類型培育孵化青年或新創人才的基地。根據我們統計，2016 年至 2022 年的 6 年間，輔導進駐的青年創業者共 48 間，經 3 年輔導培育後，在外持續創業經營者共 27 間，成功率為 56.25%，孵化成效卓著，其中孵化成功的著名店家如 ZOLA、嵐天音樂、伊斯坦堡等，都成功創立自身品牌並持續在縣內其他場域營運，再讓新的創業需求者進駐，讓屏東培育人才正循環。雖然其中『屏東青創聚落』確定將在 2022 年底結束階段性任務，結束營業。但我們（縣府）輔導青創不會停歇。仍希望中央政府是以支援的角色來協助地方政府不足之處，而不是疊床架屋（這邊指的應該是中央觀光的『屏東觀光圈』政策），反造成資源重複浪費或過度集中。上述這些發展，都是在吸引人才。」（A）

「屏東市近年來事實上建設了許多的創業基地，用不多的租金即可進駐這些聚落來開發文創商品，或支援活動舉辦。或許正是因為政府大力推動，或許也因為新興觀光文創事業的數量突然增多，屏北民眾因此會認為，『活動協力產業』已近飽和，不宜再多增近這一方面的『人才南引』發展策略。」（D）

專家 A 指出，政府於各地方透過活化老舊或廢校之中小學腹地，善加利用改建為青年創業聚落基地，藉此以低租金、低成本的模式吸引移居、返鄉青年或在地想務農或進修創業的居民進駐學習，此項政策的推動成績相當卓越。甚至有些青創基地已成為熱門景點之一，在多重雙贏的政策下，成功協助經營者創造自我品牌後，離開創業基地繼續經營該品牌，再讓新的青創者進駐，讓孕育人才的基地產生正循環。因此，這些政策應該不會產生抑制人才南引的問題。不過，專家 A 也指出，中央在許多資源的支持和地方重疊，地方政府應對地方需求最清楚。因此，希望中央應以支援的角度，經地方政府上報不足須協助之處，而非中央、地方各自撥補資源，造成資源過度重疊，反而忽略弱勢的產業或不足之處。相對地，專家 D 認為，正是因為屏北大力推動青年創業聚落建設與品牌孵育，且成效卓越，在地民眾才會認為，文創與活動協力事業多元且充裕，無需再有更多的人才南引政策來協助屏北的觀光休閒產業。

「在跨界加值的部分，以現任縣長的想法，屏東就是一個品牌。過往一般人認識墾丁大過於屏東。這幾年從屏東燈會開始一系列發展，屏東徹底的不一樣了。品牌打響後，大家就會開始找你做聯名行銷。舉這次旅展為例，主題是勝利星村，但它不是代表屏東，它只是代表屏東的一個元素。屏東這品牌的最開端且最成功的活動就是屏東燈會，燈會活動成功讓我們能跨局處的相處合作支援，交通和旅遊業能成功的鏈結。屏東不再只是一個地理名稱，而是一個品牌的象徵。既然屏東已不同過往是高知名度的品牌，會更容易容做聯名行銷，就更不可能會發生抑制跨界加值的問題。」（A）

「一場燈會打響屏東後，開始有許多廠商會來找屏東亮點洽談聯名行銷，如勝利星村或屏東菸廠等。聯名行銷通常會遵循聯名雙方固有的品牌與視覺系統，不會去更動到雙方根本的基礎，屏北『活動協力產業』在這方面可以著力的地方很少，該產業的強盛應該不會對『跨界增值』發展策略有幫助。」（D）

專家 A 指出，現任縣長是將「屏東」打造成為品牌來推廣，顛覆過去國人、旅客只認識恆春墾丁的既定印象，而是慢慢透過各種不同類型的活動來加深大眾對屏東更多元的認識。例如到屏東市，可以吃著名的新園火鍋，並到有職人町、勝利星村和屏菸 1936 文化基地等藝文景點參訪。四重溪可以泡湯、霧台有神山愛玉，以及令人歎為觀止、需要預約才能前往的自然人文生態景觀區，還有神山森林浴等等。透過交通網路搭配上與旅行產業一連串上下游的產業鏈，只會增加跨界加值的效果，並不會發生抑制的問題。專家 D 直言，跨界加值需要雙贏，聯名行銷不會去更動到雙方固有的品牌與視覺系統，屏北『活動協力產業』發展漸強，不會對『跨界加值』發展策略有直接的幫助，畢竟它們只是協力事業，不是要跨界合作的主體廠商和品牌。

「屏南是需求量大於供給量，屏北目前則是徒有供給量，卻沒有這麼多的需求。如何讓需求變大，在於交通建設，因此我們在屏北及屏南各地設立各大小共七大轉運站、鐵路高架化、捷運延伸等，透過綿密完善的交通網絡，帶動以高知名度外，各鄰近衛星鄉鎮觀光旅遊的整體發展。此外，屏北、屏南、原民各有各的產業，屏南的資源最為豐足；但相對而言，屏北離最主要的地方公務機關縣政府最近，且還擁有一個屏東市，所以近幾年屏北的整體發展大家都看的到。我認為，屏東的品牌已經形成，最沒有資源，反而是契機。屏南為什麼說是領頭羊，它的一路成長的發展經驗必然成為屏北經驗，屏南經驗可以成為屏北在人才資源上的示範。公務部門是整體跨部會，包含農業部門、交通旅遊部門、勞青部門、客務處、原民處一起協力屏東永續發展。」（A）

「區域整合、人才南引、跨界加值等現行的發展策略，都是基礎以政府本位的思考邏輯。事實上，人民有感才是判斷施政良劣的指標。屏北近年來建設有餘，但市場需求擴張不足，未來似乎應該規劃與推動，以“人民有感”為本的觀光休閒發展策略。」（D）

專家 A 進一步指出，如何讓翻轉屏北的供需問題，在於建置完善的交通網絡匯流進入屏北或屏東市，藉此帶動人流移動，串連起鄰近衛星鄉鎮的各項產業。屏北最大優勢在於，其擁有屏東市與縣府等重要公務機關聚集。當已打響知名度後，未來在政府跨部會將會全力取經屏南的發展經驗，與豐富多元人文風情，促使屏北走出一條屬於自己特色的觀光休閒之路。專家 A 這裡點出的“屏北目前則是徒有供給量，卻沒有這麼多的需求”，適足補充說明了屏北『活動協力產業』

發展已強，但真正的重點應放在市場需求的擴張上，而非區域整合、人才南引、跨界加值的發展策略上。專家 D 亦強調，屏北地區，甚至整個屏東縣，未來都應規劃以“人民有感”為本的發展策略，以帶動起當地觀光休閒的市場需求，唯有觀光休閒的市場需求大增，『活動協力產業』才會有著力之處。

研究者認為，許多人直觀認為屏南地區因自帶多元資源，搶有觀光休閒產業的發展先機，但屏北地區同樣也另有屏東市行政區，此一獨特的優勢。對此，在交通樞紐與網絡發展上，也在歷任縣長努力下，攜手打響了「屏東」品牌，對於整體高高屏的區域合作或推動縣內跨鄉鎮的區域合作都是有利的。但在產業蓬勃發展下，民眾對交通網絡建設的需求越多，越便捷，同樣帶來雙面刃，容易造成人潮進出的流動，對於是否反而會加速縣內人口流失？成為屏東在地鄉親難以言喻的隱憂。

而擁有多元的活動協力廠商是需仰賴更大量的活動興辦和人潮需求，比較像是雞生蛋，蛋生雞的邏輯，目前這個磁吸效應尚無法強大到可以讓人安心地落地生根。人才南引和跨界增值都須仰賴大型企業進駐或大型活動持續舉辦，目前已衍伸之觀光能量只能讓部分既有商家和產業鏈獲利。此外，交通便捷也恐怕只會淪落到，屬於路過性質的旅遊觀光，僅能吸引住短暫性的人流。要如何持續保有足夠大的動能和供給，吸引長期性、移居青年，目前有待商榷，尚且看不到長遠性的產業布局。

因此，研究者認同唯有積極推出「人民有感」的永續性發展策略，才能創造出更多樣貌的產業需求。

第二節 屏南地區如何發展觀光休閒產業

本研究的量化分析結果顯示，屏南地區各項競爭優勢都對推動觀光休閒產業有正向的影響。基於觀光文史資源、需求條件、休閒文史活動、活動協力產業、聯外交通建設皆優於屏北和原住民地區的事實，綜觀全局，要發展屏東整體的觀光休閒產業，屏南地區應該扮演何種角色？針對此問題，專家們分別表示：

「對整體屏東縣而言，無論國內外觀光旅客，大家最熟知的是屏東墾丁。屏東天然資源最為豐富，再加上政府挹注資源，一直以來觀光休閒的需求條件都很高。不過近年來，屏北也變化很大，如勝利星村、縣民公園、屏東菸廠，以及創生聯盟的發展等。因此，屏南的需求有外溢到屏北，只是現階段剛剛起步而已，還不明顯。也就是說，屏北足可借鏡屏南經驗。」（A）

「在區域整合及跨界加值方向，我們目前正在推動『屏東觀光圈』，將屏南各產業資源進行整合。除了最基礎的農林漁牧生產、觀光產業部分、農水特產業部分、服務產業等外，還會加入生產力分類出『食、宿、遊、購、行』五大面向。在屏南部分，根據交通部觀光局統計年報指出，墾丁是國際旅遊的首選。顯見，屏南除了資源豐沛，在國際行銷上也已經很充足。但在推動時會發現，或許屏南的旅宿品牌、水上、水下遊憩品牌較為完善，但地方創生、文創商品及民眾參與，例如伴手禮卻相對稀缺。去到墾丁或屏南，大家懂吃什麼美食，卻不知道該買什麼伴手禮。而屏南的水上、水下遊憩品牌確實潛力無限，不少品牌不僅限只在墾丁、小琉球等，甚至都已經做到跨國去了。因此，屏南正在推動的屏東觀光圈並不以一鄉鎮、一鄉鎮推動的方式，而是提升以『食、宿、遊、購、行』進行大屏東的產業整合。先透過恆春半島產業聯盟、民宿發展協會、屏東觀光協會等進行整合對接，凝聚共識。同時帶入數位科技和悠遊卡公司、支付公司合作，協助屏南商家帶來更大商機，讓支付方式越多元、更國際更便捷，一卡在手不須匯兌即可消費，即可支付。透過數位轉型，一起行銷屏東。」（B）

「屏南重視區域內的資源整合，且做得很紮實。但若站在屏東縣整體發展來講，如何將屏南發展經驗，拿來發展屏北和原住民地區，可能更重要。」（D）

專家B表示，屏南由於自帶豐沛資源，長期身為屏東觀光旅遊領頭羊，已具國際高知名度，周邊衍伸產業展值也較其他鄉鎮市高出許多。而交通部觀光局正推動「屏東觀光圈」，除了最基礎產業及服務外，同時加入生產力五大面向

「食、宿、遊、購、行」，藉此將屏南跨鄉鎮並對各產業資源進行整合，不只「食、宿、遊、購、行」，文化藝術與數位科技也是必須融入的重點，交通部觀光局正以區域整合和跨界加值的新型態行銷屏東，目前已對接恆春半島產業聯盟、民宿發展協會、屏東觀光協會等三大協會，搭配各種行銷活動。除了觀光圈的推廣外，也同時和支付公司合作，讓支付消費更國際化更便捷，更為屏南地區的商家帶來另一個發展商機，開發屏南稀缺的伴手禮。讓到訪屏南的旅客有更多元的驚喜選擇，屏南相關觀光業者也增加了行銷及銷售管道，透過數位轉型，一起行銷屏東觀光。不過，專家 A 和專家 D 都點出，縣政府應該借鏡屏南的發展經驗，來協助屏北和原住民地區的觀光休閒產業發展。

「由於墾丁已經過度商業化，在地年輕人活力相對較低。多數選擇做觀光民宿，對比『食、宿、遊、購、行』五大產業，僅偏重在旅宿。產業要被看見，行銷很重要，會說故事更重要。在推動產業整合時，聽到很多小故事，例如港口茶葉蛋，因為小時候奶奶常用家裡種的茶葉煮茶葉蛋，別有一番滋味，所以返鄉承接起來。因此，我們在協助行銷時，需要尋找很有故事點的品牌，藉此吸引更多青年返鄉，投入相關延伸產業鏈，促進整體的產業復興。另外，我們推動『屏東觀光圈』有幾個任務要執行，第一年，首先尋找高知名度景點以外的衛星景點，並拔尖串連推廣。舉例，在舉辦大鵬灣遊湖後，還能前往枋寮搭乘遊艇，探訪地方創生景點等。等輔導衛星景點慢慢收集越多，接下來進行衛星景點和『食、宿、遊、購、行』的分級，區分國際級競爭力、國旅級競爭力和地方型競爭力等，透過盤點景點分級、競爭力分級，配置適合的行銷、輔導和推介，盤整大屏東，行銷屏東。這些計畫的實施和實施後的成果，都需要更多的人才予以支持，這也點出『人才南引』發展策略的重要性。」（B）

專家 B 認為，由於屏南墾丁的高知名度，帶來高度商業化。相對的旅宿產值相對高，這也容易造成產業板塊的不平衡。屏南正朝向區域整合及跨界加值的方向前行，希望五大觀光產業都能夠齊好。產業要好，行銷不可缺少，而在行銷中，說故事更加重要。因此。交通部觀光局期待透過推動「屏東觀光圈」的區域整合及跨界加值尋找到更多動人故事，夠過一篇篇動人的故事，吸引更多青年返鄉、移居，串起更多除了原有地貌外，更富生命力與人文氣息的新景點，同時也串起產業復興，數位轉型行銷屏南，讓產業永續發展。專家 B 正擘劃「屏東觀光圈」來進一步吸人才南引，先透過知名景點的以大帶小，除了墾丁、小琉球、東

港之外，行銷更多各具人文、農水特產特色的繁星景點，再以其競爭力和特色等分級，對商家進行輔導，對接媒合適合的行銷推介，盤點整合以行銷大屏東。

研究者認為，倘若屏東的觀光休閒產業要能永續不息地發展，確實需要透過跨界加值的故事性來升級，需要無私的跨界整合及區域合作，否則就統計數據而言，只能淪為特定鄉鎮的獨好。再加上交通的不便利性，目前僅靠南迴鐵路，終點至屏東枋寮站，以及輔以臺灣好行巴士接駁，能量相當侷限。此外，屏東縣因地形幅員廣闊，造就在地鄉親多養成自駕的生活習慣。對此，交通網絡的便捷、基礎民生設備設施等整體確實需要再強化，以減緩冷、熱點鄉鎮的落差。

研究者認同，屏東目前對於跨界加值中的一環，伴手禮品牌發展尚且不足。另外，研究者本身對於人才南引的觀點是，各項產業薪資結構的提升，才是整體性的問題。倘若生活在國際觀光區域內，物價卻與薪資水準落差很大，又如何能吸引青年返鄉，人才南漂？

第三節 原住民地區如何發展觀光休閒產業

透過本研究的量化分析結果顯示，原民地區多項競爭優勢雖然皆不如屏東地區，但也都能正向地影響原民地區「區域整合」、「跨界加值」、「人才南引」的發展策略。惟有「產銷通路發展」會抑制「跨界加值」的情況。研究者透過深度訪談，從熟悉原民地區觀光休閒產業發展的專業人士的視角，進一步探討原民地區的發展策略。針對此問題，專家們表示：

「區域整合和跨界加值的發展策略是相輔相成的。我認為，需要透過農業。以原鄉傳統農業為例，都已經被平地農業取代，我們本身傳統舊農業如栽種小米、地瓜等農耕等幾乎轉移到平地，但對原民地區是一個重要文化象徵。過去原鄉的子弟們都仰賴著農業自給自足，但隨時代變遷，青年人口大量外移，這些文化反而成為稀有特色。卻也因為近幾年的觀光旅遊盛行，慢慢被凸顯，透過原民特有農業復耕，帶動原民地區觀光人文生態的復甦。重點在於，要推廣原鄉特有濃厚的文化習俗背景，讓更多外部人認識原民部落，舉例小米祭、豐年祭、甚至被列為國家級二級古蹟舊好聚落（最早出現在1650年荷蘭的古文書上記載，包括舊好茶的舊稱，則證明好茶社於350年前已經存在），以及最近要文化復正的大武壠部落等。透過重新修正原民地區祭儀、辦活動的場域，讓更多外界更多人（遊客）能認識原鄉部落傳統，我們原鄉地區基本上都算跨鄉鎮結盟合作，加上縣府舉辦活動以擴大視野的方式舉辦大型活動，以跨部落的集體行銷合作機制。」（C）

專家C認為，區域整合和跨界加值是相對應的，要翻轉原鄉部落文化復甦，需透過原鄉傳統農業的復耕、轉作精緻農業等。達到為部落永續文化傳承的經濟基礎。隨後再進一步對外行銷原鄉部落農業與餐飲、文化創意、旅遊等，逐步推動原住民族產業發展。先有了原鄉傳統農業復耕、轉作精緻農業，才能帶動原鄉文化復甦，之後才能進一步透過政府的協助推廣，佈建以據點的型態來整合族人產品與服務，讓更多國內外旅客認識、體驗原鄉深度文化之美。

「產銷通路發展會抑制跨界加值，我認為當產銷通路，數位鋪貨管道越多元時，有正面，也有負面影響，遊客透過數位平台便可以輕鬆從遠端購買到小農品牌的伴手禮，可以增加產銷量；但同時人流可能因此也會少進到部落，造成降低親自前來體驗的問題。但老實說，我們原住民（小農）欠缺行銷的能力，不擅推銷自己的品牌，我想應該透過公部門產官學的輔導。神山愛玉就是很成功的品牌

案例，透過早期的口耳相傳，演進到現在的數位網路行銷，加上遊客、網紅們前來打卡分享 IG 動態到串連、循環，神山愛玉成為霧台鄉成功的品牌之一。我們小農不用下山去推銷，一到週末遊客消費者擠滿上山。而消費者來到部落不只品嚐愛玉，同時做更多周邊消費、藝文體驗，連動促進並延伸相關產業。」(C)

專家 C 認同，一旦消費者在平地便能輕鬆、快速購過網路購買到部落商品，將嚴重影響遊客前往部落的意願，失去產業跨界加值和區域整合的意義，更失去希望推廣給更多國內外旅客認識的機會。畢竟，體驗原民濃厚的歷史人文，才是最重要的任務。另外，如何協助不擅行銷的部落小農，推廣府品牌，則需要公部門跨部會協助和輔導，來提升原鄉部落產業能見度。

「政府協助建立跨鄉鎮、跨部落的集體行銷合作機制，確實能協助我們走出各自部落單打獨鬥、自生自滅的困境。而每個原鄉部落背後都有著自身獨一無二的文化和部落連結的動人故事。串連原鄉部落業者，建構起原民商品行銷網絡，藉由屏東所有原鄉的在地生活美學，才是重點。近年政府確實讓屏東原鄉改變許多，商機遊客倍增，當然更期待能藉此吸引更多的青年返鄉。近年來，青年返鄉不多，除非是有老一輩將事業都打點好。孩子求學要下山就讀，等念完高中，甚至大學到更遠的地方，習慣了平地生活，就不容易回歸部落。部落老一輩持續凋零，全世界獨有如此富有生命力的歷史文化如何傳承，這一直是無法改變的困境。」(C)

專家 C 坦承，建立跨鄉鎮、跨部落的集體行銷合作機制，確實協助部落走出單打獨鬥的困境，加上結合了動人故事行銷，近年來讓屏東原鄉地區發展有巨大改變。但青年返鄉還是不多，多數原鄉青少年念完國小後就往外求學，早已習慣平地生活，反而對自身部落不熟悉。這些困境有待政府深思解決，避免文化傳承斷層。

研究者認為，屏東八個原民部落因為地理環境與生活文化的特殊性，對臺灣文史發展上有其重大保存、傳承及推廣的意義，這需要政府跨部會的整體性政策規劃、資源盤整，與經費支持才行。將「屏東觀光圈」擴展至原鄉部落，真正做到從屏南出發，一路向北，最終包含屏東原民地區，才能真正成就「大屏東觀光圈」，讓「原民鄉親真正有感」。政府或許可參考借鏡國際如何推動，以積極落實保存本國原民文化之有形或無形的襲產。透過襲產與傳統知識的保存，可以增強族人彼此之間的認同、經濟發展、教育機會，以及生態永續的貢獻。在活化原

民製產的同時，亦應適度合宜的激發當代創意，以達到地方創生的真正理念。原住民地區更可參考日本的世界文化遺產「合掌村」進行「整體區域性」保護的規劃，達到「邀請全世界到臺灣原鄉部落來作客」的美麗願景。



第四節 屏東整體觀光休閒產業發展競爭優勢

對屏東縣的觀光休閒產業，「區域整合」、「跨界加值」、「人才南引」是現行最重要的發展策略。研究者希望透過專家訪談，進一步探討屏東整體觀光休閒產業發展的未來競爭。專家們分別表示：

「就縣府的立場，屏北、屏南、原民等三地個地區，應該不分四季，不斷地舉辦活動，辦活動才能帶動人潮。包括加納埔夜祭，屏北地區結合原鄉地區有每個月上萬人次遊覽的山川琉璃吊橋和最近熱門的霧台自然人文景觀區等。而就屏北而言，屏北需要走出自己的路。屏北的產業發展絕對是和屏南、原民地區是不一樣的，屏南地區成功的成長模式可以借鏡，但各自的產業特色是獨一無二，無法被模仿的。屏北擁有全臺灣保存規模最大、數量最多、最完整的日式軍官宿舍建築群『勝利星村創意生活園區』、有在地的閩南文化，以及新住民、部分原住民與客務，多元族群融合的園地。我認為，屏北可以成為整個『屏東的櫥窗』，門面，就如同進入屏東，要先了解最基礎的地形、地貌、人文特色、產業等，都可在屏北這邊滿足，然後再來慢慢細細品味。搭配未來交通網絡的建置，遊客不再是跳躍式，從高雄直往屏南再回屏北，而是從屏北一路向南，悠閒品味，真正的南國之美。」（A）

「最具高知名度的屏南，扮演著屏東發展領頭羊的角色，肩負時代的使命，需要帶動整體屏東發展。就地方政府立場而言，屏北貫穿到屏南一軸線，包含原民地區勢必是發展的重點，如何將彼此連結跨域整合，是我們要積極推動的。屏南自帶豐富資源，已經是國際知名，如何夠過屏南繼續成長的高知名度，帶動起屏北、原鄉等地區，是我們接下來要努力的。年前，有單位曾在香港的雙層巴士上掛上『您不曾到過屏東，就不能說到過臺灣』。我認為應該反向思考，墾丁只是在恆春半島上的一個里，但他的產值等同於台北市的忠孝商圈。未來恆春半島的角色很重要，必須藉由它帶領屏北及原民低區，扭轉整個屏東。縣府目前的態度是，屏北積極發展不一樣的產業，有文化面、原鄉地區、客務的部分，盤點不一樣的產業，整體觀光則透過四季來帶動，春天到屏北享受農產、文化饗宴，夏天到屏南潛水、衝浪，秋天到海港吃秋蟹，冬天泡泡溫泉，打響屏東品牌。我也提到，有安全的道路，有舒適安全的運具，人流才會進入到更多不同的地方，交通資源、網絡在其中扮演重要角色，」（A）

專家 A 點出，多年來屏南一直肩負時代使命，扛起領頭羊的角色，帶領整體屏東發展，未來也持續領頭發展。但屏東並不限於此，未來屏東的整體發展關鍵，在於建置完善的交通網絡。屏北、屏南、原民地區三個地區各有各的特色，絕非能複製模仿的。屏北擁有行政區和多元族群，所帶來的人文特色、景點、豐富美食等優勢，應該擔任起「屏東櫥窗」的角色，將屏東獨一無二的好氣候、好美景、人文特色、在地特產及好美食介紹給全世界。

「屏南一直在屏東扮演火車頭的角色。屏南大致分為兩個火車頭，一個是小琉球，一年登島的遊客約兩百萬人次，一個是墾丁。但我發現目前縣府對於屏東的整體發展，不純粹只僅限於觀光旅遊的吸引力而已，屏東的發展一直將美學、文創、眷村人文等特色帶入。未來，希望透過拔尖衛星景點，以屏南為火車頭，盤點串起像點點繁星般的屏東各地，每一個新景點，讓屏東真的好好玩，且可以玩好久。」（B）

專家 B 表示，屏南長期身為屏東觀光休閒產業的火車頭，除了交通部觀光局推動的「屏東觀光圈」，縣政府也將屏東特有的多元美學帶入整體發展規劃中。而「屏東觀光圈」政策最重要的是，串聯並加強資源的整合與連結，讓觀光休閒產業獲得實質與明顯的幫助，讓產業人士有感。未來希望協助地方業者與縣政府間有更多的連結，促進與活絡資源的相互交換，屏東觀光將會因此而更有活力及創意，將多元行銷呈現在生活日常，將屏東的好食好物分享給更多國人。也同時能讓來到屏東旅遊的國內外遊客感到好吃好玩，願意拉長時間待在屏東，從南玩到北，從海邊玩到山上。

「屏東原鄉部落在觀光休閒產業如何更具競爭力，未來有沒有機會改變？我認為有，舉國內的九族文化村為例，呈現臺灣所有民住民族的建築、圖像、美食、音樂、服飾與生活。像是石板或木造的各款住屋原貌、原材具體展現，傳統山地歌舞秀與各部落不同的傳統技藝表演和山地食物。九族文化村是民營企業，但如果政府公部門能徹底的整合規劃，包含整個觀光旅遊亮點體驗、傳統表演、藝術街、全區各自分類的導覽解說，石板或木造住宿等等。尋找匯集八個原民部落各自的充滿自然生態、人文特色的亮點，包裝成一系列套裝行程。可以的話，更進一步各將部落規劃成一整體性園區，其實是非常好。既可以保存我們深愛的歷史人文景觀和語言，更同時加增加屏東原鄉部落觀光休閒產業產值。但坦白說，要特別注意相關法規是否會有疊床架屋的問題，以及往往再好的構想，公務

部門執行終究還是下放到部分團體（平地旅行協會）手中，造成資源壟斷，衍生出後續失控的問題。希望公務部門不是以下放執行的方式，而是一套制度，盤點資源培植部落的導覽專才、旅宿專才等等，這些都非常的不容易，需要政府部門的決心，原住民觀光產業才能永續經營。」（C）

專家 C 認為，屏東八原鄉部落資源整合還是遠遠不足，但也因如此，才有機會改變。能夠將資源盤點，並配合修法，整合並建構出一個園區。這最好由公務部門來做，因為民營企業最終還是會走向資源分配不均的狀況，也很可能最後還是落到平地人手上。如果要讓世代的人們，都能了解我們臺灣史上最歷史悠久的人文風貌和語言，需要政府有決心的維護和推廣，原民觀光產業才能有競爭力的永續發展。

「像我剛剛講過的，屏北觀光休閒產業資源少，且開發得晚，近年來雖有政府系列建設，但該地區觀光休閒產業的市場需求仍顯不足，原住民地區更是如此。以屏東縣整體發展的角度來講，如何移轉屏南在觀光休閒產業的發展經驗到屏北和原住民地區是非常重要的政務。此外，規劃與推動以“人民有感”為本的觀光休閒產業發展策略，是當今縣府的核心任務，因為人民有感才是判斷施政良劣的指標。區域整合、人才南引、跨界加值等現行策略，多半是以政府為本的，有必要多以民眾的角度來思考。」（D）

專家 D 呼應前面三位專家的建議並進一步地強調，屏東縣政府應就整體格局來思考和規劃，將屏南的觀光休閒產業效應外溢到屏北和原民地區，並以全縣的民眾需求為本，規劃並執行讓“人民有感”的產業發展策略，才能帶動起整個屏東縣的觀光休閒產業。

基本上，研究者認同上述 4 位專家們的論點，該如何達到潘孟安前縣長的「百年屏東輪廓」？不僅需要每任縣長都能棒棒無私接力，中央和地方攜手協力推動外，更需要中央的跨部會部會支持，例如：交通部觀光局與行政院原民會等通力合作，透過屏東觀光「南、北雙軸心」的基礎，擴大加深「屏東觀光圈」的推廣，將屏東美好的天然美景、在地特色產業及美食，進行整合行銷包裝。最後，在高速發展的同時，屏東縣也需要有喘息和休養的空間，政府可借鏡「菲律賓賓再造長灘島計畫」，逐步總體規劃並設定相關規範，對屏東部份水域、景觀區域進行有計畫性的環境復育。再透過鄉鎮間的區域合作及支援，例如季節性慶典、更多元的大小型活動，並予以串聯，致力真正觀光產業百年永續發展。

第六章 結論與建議



第一節 研究結論

本研究應用 Porter 的鑽石理論，探討屏東縣各項觀光休閒產業的六大競爭優勢（生產條件、需要條件、企業策略與同業競爭、相關及支援產業、地方政府，以及機會），並剖析屏東縣內現有之各項觀光休閒產業競爭優勢對其發展策略的影響。本研究係採用量化和質性兩種研究方法的混合研究，先以網路問卷調查法，針對屏東縣 33 鄉鎮市民眾進行訪調，依訪調數據進行統計分析；再與熟悉屏東縣觀光休閒產業之四位專家進行延伸性的深度訪談，進一步建構出在地認同且具前瞻思維之全縣觀光休閒產業發展策略。

本研究在量化研究部分，係以全縣鄉鎮市民眾為研究對象，研究者共收集到 827 份問卷，有效樣本數為 782 份。以此立意取樣分析人口背景變項（包含性別、年齡、學歷、居住地、身份）之間的差異，並得知：（1）「生產條件」可區分為：「觀光文史資源」（如擁有完善的休閒度假設施、多元的海上或陸上休閒活動等）與「農漁美食生產」（如擁有品質優良的農特（水）產品、樸實勤奮的農漁民等）；（2）「需求條件」則為：（如參加具特色的文創活動、遊覽著名的生態景觀，以及參加豐富的水上休閒活動等）；（3）「企業策略與同業競爭」可區分為：「休閒文史活動」（如擁有豐富的文史場域、擁有活躍的文創團體等）與「產銷通路發展」（如擁有便利的賣場和通路、擁有善於生產輔導與整合資源的農漁會、產銷班或農企業等）；（4）「相關及支援產業」區分為：「地產協力產業」（如擁有農舍、溫網或水產養殖場的建置能力、擁有農漁業種苗改良的研發團隊等）與「活動協力產業」（如擁有專業的水上活動教練與設備、便捷的汽機車出租服務等）；（5）「地方政治」則為：（如善於爭取建設經費以打造地方發展、善於爭取舉辦大小型活動、施政容易受到中央的政策支持等）；（6）「機會」可區分為：「在地產業延伸」（如加強輔導農漁畜牧業加工品的開發、延伸發展鄉鎮市內特色活動、延伸發展縣內大型活動等）與「聯外交通建設」（如爭取高雄捷運延伸設站、爭取高鐵南延設站等）；另「發展策略」可區分為：「區域合作」（如透過社區培力厚植地方團隊以增加競爭優勢、完善水電基礎建設、吸引大型企業進駐、創造就業機會等）和「人才南引」（如

推動在地農業精益求精、爭取高鐵南延設站等)及「跨界加值」(如開創在地品牌、營運聯名行銷等)。後續量化分析結果顯示：

- 一、針對六大競爭優勢對「發展策略」之「區域合作」的影響，「在地產業延伸」的「機會」是最強的正向影響因素，其次為「相關及支援產業」中的「地產協力產業」和「生產條件」中的「農漁美食生產」。而「需求條件」則會對「區域合作」發展策略產生負向的影響，其餘變項和因素對區域合作都不會產生顯著的影響。
- 二、針對六大競爭優勢對「發展策略」之「人才南引」的影響，「在地產業延伸」的「機會」仍是最強的正向因素，其次是「相關及支援產業」中的「地產協力產業」及「生產條件」中的「農漁美食生產」。而「機會」中的「聯外交通建設」則會對「人才南引」發展策略產生負向的影響，其他變項和因素均不會對人才南引產生顯著的影響。
- 三、針對六大競爭優勢對「發展策略」之「跨界加值」的影響，「在地產業延伸」的「機會」仍是最強的正向因素，其次也是「相關及支援產業」中的「地產協力產業」及「生產條件」中的「農漁美食生產」。而「相關及支援產業」中「活動協力產業」及「需求條件」則都會對「跨界加值」發展策略產生負向的影響，其他變項和因素都不會對此發展策略產生顯著的影響。
- 四、屏東縣女性受調者對於生產條件的「觀光文史資源」、「需求條件」、企業策略與同業競爭的「休閒文史活動」和「產銷通路發展」、相關及支援產業的「活動協力產業」，以及「在地產業延伸」與「聯外交通建設」這兩項機會的認同度，均顯著地高於男性受調者。
- 五、45歲以上的屏東縣受調者對生產條件的「觀光文史資源」和「農漁美食生產」、「需求條件」、企業策略與同業競爭中的「休閒文史活動」，與「聯外交通建設」機會之認同度，普遍都會高於45歲以下的受調者。
- 六、高中職以下教育程度的屏東縣受調者對生產條件的「農漁美食生產」、「需求條件」、企業策略與同業競爭之「休閒文史活動」「產銷通路發展」兩項因素、「地方政府」，與「在地產業延伸」和「聯外交通建設」兩項機會，以及發展策略的「區域合作」和「人才南引」發展策略的認同度，普遍都會高於高中職以上之受調者。

- 七、居住在屏南地區的受調者對於生產條件的「觀光文史資源」、「需求條件」、企業策略與同業競爭的「休閒文史活動」、相關及支援產業的「活動協力產業」，以及「聯外交通建設」機會之認同度，均會高於屏北地區和原民地區的受調者。
- 八、從事觀光餐飲業的屏東縣受調者對相關及支援產業的「活動協力產業」之認同度明顯高於從事農漁畜業的受調者；而從事軍公教的受調者對「地方政府」之認同度則高於其他身分的受調者。
- 九、在「區域合作」發展策略方面，屏北居民普遍認為「機會」中的「在地產業延伸」是最強的正向影響因素；其次是相關及支援產業中的「地產協力產業」與生產條件中的「農漁美食生產」。而「需求條件」和相關及支援產業中的「活動協力產業」則會負向地影響屏北居民對「區域整合」看法的因素。而屏南居民普遍認為，機會中的「在地產業延伸」同樣是影響「區域整合」的最強的正向因素；其次則是生產條件中的「農漁美食生產」，其他因素沒有產生顯著的影響。原民地區的居民則普遍認同，機會中的「在地產業延伸」是唯一影響「區域整合」的正向因素。
- 十、在「人才南引」發展策略方面，屏北居民普遍認為，機會中的「在地產業延伸」是影響「人才南引」最強的正向因素；其次是相關及支援產業中的「地產協力產業」與生產條件中的「農漁美食生產」，而相關及支援產業中的「活動協力產業」卻會壓抑對「人才南引」發展。屏南居民普遍認為，機會中的「在地產業延伸」仍是影響「人才南引」最強的正向因素；其次為生產條件中的「農漁美食生產」。對原民地區居民而言，機會中的「在地產業延伸」同樣是影響「人才南引」最強的正向因素；其次是企業策略與同競爭中的「休閒文史活動」。
- 十一、在「跨界加值」發展策略方面，屏北居民普遍認為，機會中的「在地產業延伸」是影響「跨界加值」最強的正向因素；其次是生產條件中的「農漁美食生產」，而相關及支援產業中的「活動協力產業」則會負向影響「跨界加值」的策略發展。屏南居民則普遍認為，機會中的「在地產業延伸」是唯一會影響「跨界加值」的正向因素。較特別的是，原民地區居民普遍認為，「相關及支援產業」中的「地產協力產業」和機會中的「在地產業延伸」是影響「跨界加值」的兩大正向因素，而企業策略與同業競爭中的「產銷通路

發展」則是影響「跨界加值」發展的負向因素。

本研究在質性研究的過程中，研究者邀請熟悉屏東縣觀光休閒產業之四位專家進行深度訪談，進一步探討屏北地區、屏南地區及原住民等三大地區發展觀光休閒產業，並解讀自身現有的競爭優勢，以及如何強化與「區域整合」、「跨界加值」、「人才南引」三大發展策略，以補足量化研究之不足並理解未來可補強之處。質性研究結果顯示：

- 一、量化數據顯示，屏北居民普遍認為，「需求條件」和「活動協力產業」會抑制「區域整合」的發展策略。或許應反思，是否因屏北政治資源充裕，且有計劃地進行基地建設與團隊培植，反而讓屏北居民認為，市場需求大，便無需借助區域整合來支撐屏北的觀光休閒產業。
- 二、同理，正是因為屏北大力推動青年創業聚落建設與品牌孵育，且成效卓越，屏北居民因此認為，文創與活動協力事業多元且蓬勃發展，無需再有更多的人才南引政策來協助屏北的觀光休閒產業。
- 三、跨界加值需要雙贏，聯名行銷不會去更動到雙方固有的品牌與視覺系統，屏北「活動協力產業」發展漸強，不會對「跨界加值」發展策略有直接的幫助，畢竟它們只是協力事業，不是跨界合作的主體廠商和品牌。
- 四、屏東縣內人口持續流失，成為在地鄉親難以言喻的隱憂。屏北地區，甚至整個屏東縣，未來都應規劃以“人民有感”為本的發展策略，以帶動起當地觀光休閒的市場需求，唯有觀光休閒的市場需求大增，「活動協力產業」才會有著力之處。
- 五、屏南地區需要透過跨界加值的故事性來升級，需要無私的跨界整合及區域合作，以減緩冷、熱點鄉鎮的落差。縣政府也應該借鏡屏南地區的發展經驗，來協助屏北和原住民地區的觀光休閒產業發展。
- 六、對原民地區而言，需透過區域整合和跨界加值兩者，既相對應又具關連性的政策，翻轉並復甦原鄉部落文化，永續文化傳承的經濟基礎，同時對外宣傳鄉深度文化之美。
- 七、「產銷通路發展」越多元，恐造成為跨界加值的雙面刃。遊客從遠端即可便利地購買到小農品牌的伴手禮，雖可增加產銷量，但同時也容易造成降低親自前來體驗的問題。

八、建立跨鄉鎮、跨部落的集體行銷合作機制，加上動人故事行銷，近年確實協助原民部落走出單打獨鬥的困境，讓屏東原鄉地區發展有巨大改變。但青年返鄉還是不多，多數原鄉青少年念完國小後就往外求學，早已習慣平地生活，反而對自身部落不熟悉。這些困境有待政府深思解決，避免文化傳承斷層。

九、未來屏東的整體發展關鍵，在於建置完善的交通網絡。屏北、屏南、原民地區三個地區各自擁有獨一無二特色，絕非能複製模仿的。屏北擁有行政區和多元族群，所帶來的人文特色、景點、豐富美食等優勢，應該擔任起「屏東櫥窗」的角色，將屏東獨一無二的好氣候、好美景、人文特色、在地特產及好美食介紹給全世界。而身為領頭羊的屏南則應本於「屏東觀光圈」政策，將屏北和原民地區透過串聯並加強資源的整合與連結，促進活絡資源的相互交換。屏東縣府另應就整體格局來思考和規劃，將屏南的觀光休閒產業效應外溢到屏北和原民地區，並以全縣的民眾需求為本，規劃並執行讓「人民有感」的產業發展策略，才能實質帶動起整個屏東縣的觀光休閒產業。

第二節 實務建議

綜整量化及質性分析結論，可發現在探究屏東縣觀光休閒產業發展時，縣內各項觀光休閒產業競爭力會因地區性的不同而產生顯著差異。對此，研究者提出針對屏北地區、屏南地區及原住民等三大地區，在發展觀光休閒產業及身為屏東人觀點的實務建議：

一、針對屏北地區的實務建議

- (一) 屏北地區因同時擁有得天獨厚的農業發展環境與行政區域的資源，宜透過跨界增值與新創科技，持續提升綠能產業的多元性增值效應，以建構國境之南綠色新創的科技重鎮。
- (二) 組織國際行銷的縣府窗口，一方面研發在地多元農特產品的加工與再製，二方面形塑並推動縣內安心食品，三方面由縣府擔任整合對接、媒合國內與國際行銷的窗口，協助不擅長行銷的農漁民，開拓新市場，逐步降低我國農產品外銷，過度依賴單一市場的困境。
- (三) 應用區域優勢，與原民地區進行跨域合作，發展綠色生態的旅遊體驗，透過森林、溪流等資源，吸引愛好大自然的遊客。
- (四) 塑造鮮明的旅遊主題，開發文化旅遊的產品，結合原民文化和藝術，以及六堆客家文化等獨特文化的元素，打造有特色的深度文化旅遊品牌。
- (五) 打造提高青年返鄉誘因的創業聚落與品牌孵育基地，以提振在地活力，並邀請或引介國際知名或大型文創加速器，以大帶小，攜手合作的模式，來協助文創廠商來對接觀光休閒產業，以鏈結國際文創與相關產業的多方交流，提升競爭力與商機。
- (六) 強化區域間的合作，以建立整合性的旅遊產業鏈，增加區域間旅遊商品的互補性，以提高屏北區域整合的旅遊競爭力。
- (七) 觀光的发展基礎首重交通便利，然當建設大高屏區域聯外交通與縣內交通網絡時，應思考交通便捷帶來的人才外流，如何減緩人口持續流失之課題將成為每一任縣長的重要政策。對此，未來屏北地區，甚至整體屏東縣，應規劃讓「人民有感」的發展策略，以擴大並帶動起當地觀光休閒產業的市場需求。

二、針對屏南地區的實務建議

- (一) 具高知名度的屏南，長期扮演著整體屏東觀光休閒產業發展的領頭羊角色，肩負時代使命，帶動整體屏東發展。不過，諸如墾丁、小琉球的高知名、高商業化，容易產生旅宿產業板塊分布不平衡和品質良莠不齊等問題。屏南需要透過區域整合及跨界加值，提升觀光產業五大要素「遊、購、食、宿、行」齊好，亦可增加推廣健康旅遊，如四重溪溫泉、健康飲食等，打造屏東縣安全與優質的觀光環境，讓遊客在旅遊的同時也能享受到身心靈的放鬆。
- (二) 縣政府應借鏡屏南地區的發展經驗，透過跨界加值的故事性來升級和區域合作，可協助屏北與原住民地區的觀光休閒產業發展，亦可落實推動「屏東觀光圈」政策以吸引更多青年返鄉或移居，串起更多除了原有地貌外，更富生命力與人文氣息的新景點。這也同時可復興產業，以數位科技轉型來行銷屏南，並推動特色伴手禮的風潮，行銷在地的人文地產景，串聯並加強資源的整合與連結，讓觀光休閒產業獲得實質與明顯的幫助，讓產業人士有感。
- (三) 屏南觀光休閒高速發展也需要適時復育。縣政府可借鏡「菲律賓再造長灘島計畫」，逐步規劃並擬定相關規範，對屏南部份水域、景觀區域進行有計畫性的環境復育。透過鄉鎮間的區域合作及支援，例如季節性慶典、更多元的大小型活動，並予以串聯，致力真正觀光產業百年永續發展。
- (四) 另須重視並加速改善屏南交通網絡的不便性。目前僅靠南迴鐵路，終點至屏東枋寮站，及輔以逐漸減班的臺灣好行巴士、屏東客運接駁，能量不僅侷限，也並非推動在地觀光產業發展的正確政策。交通設施設備的營運成本，應以「人本交通」為出發，甚至是加碼推動電動觀光巴士、公車串聯高鐵與高雄捷運行成大高屏交通網絡，執行讓「人民有感」的發展策略。對此，屏東整體交通網絡建設的比重、基礎民生設備設施等，確實需要再整體強化，以減緩冷、熱點鄉鎮的落差。
- (五) 對於屏東縣之人才南引政策，研究者認為是整體性薪資結構提升的問題，倘若生活在國際觀光區域內，但物價卻與薪資水準落差很大時，又如何吸引年輕人返鄉，讓減緩人口流失有感？整體薪資結構的上調是縣府需要嚴肅面對的課題。

三、針對原民地區的實務建議

- 
- (一) 近年來的屏東原鄉地區確實透過跨界加值及區域合作發展策略有了巨大的改變。對此，縣府部門宜建立跨鄉鎮、跨部落集體行銷的合作機制或部門，專案協助部落走出單打獨鬥的困境。
- (二) 另也建議可由縣府部門組織原民地區特產的跨界行銷窗口。不擅行銷的部落小農，需要公部門跨部會的協助和輔導來推廣品牌，並提升原鄉部落產業能見度。
- (三) 加強自然生態旅遊、森林療育的串聯推廣，包括先進國家如日本、韓國，均設置有森林療癒基地，並推動基地認證，規範森林療癒環境適當軟硬體設施，確保森林療癒品質。
- (四) 比照「三地門台灣原住民族文化園區」和「臺東紅葉谷綠能溫泉園區」模式持續推動原民地區的發展。也就是，由公部門有系統性地給予原民地區更多經費及資源協助輔導，建立公部門、產業、在地居民三方共存共榮的「整體區域性」發展策略。
- (五) 透過襲產與傳統知識的保存，可以增強族人彼此之間的認同、經濟發展、教育機會，以及生態永續的貢獻。建議公部門應借鏡國際推動、落實保存其國家原民文化之有形或無形的襲產，並適度且合宜地激發當代創意，以達到地方創生的真正理念，方能帶動人才南引。例如：日本的世界文化遺產「合掌村」進行整體區域性的保護規劃，達到「邀請全世界到臺灣原鄉部落來作客」的美麗願景。
- (六) 總體而言，若要達到「百年屏東輪廓」的策略願景，除了中央和地方攜手協力推動，更需要中央部會，例如交通部觀光局和行政院原民會間跨部門通力合作，透過屏東觀光「南、北雙軸心」的基礎，擴大加深「屏東觀光圈」的推廣，將屏東美好的天然美景、在地特色產業及美食，整合行銷包裝，讓世界看見屏東。

第三節 研究限制

本研究依據 Porter 的鑽石理論，探討屏東縣各項觀光休閒產業的競爭優勢與發展策略，希望提供實用的發現與深度的洞察。然研究過程不免產生部分限制，以下列出 3 項研究限制：

- 一、問卷內容數據收集和分析方面的困難：本研究需要收集全縣數據，包括各地區的各項產業資訊、經濟指標和政府政策等。分析題項相當龐大，可能會有內容涵蓋不周全的疑慮。
- 二、受訪及受調對象的主觀性：本研究在量化受調者可能多為公務人員，而非相關產業人員。因此，對於全縣市觀光休閒產業鏈中的專業領域，未必能全然理解研究題項之意涵；另在質性受訪者中有一半亦為公部門行政官員，較易出現廣宣政策的情勢，容易影響本研究的最終結論。
- 三、研究方法的限制：本研究採網路問卷調查，加上屏東縣地形幅員廣闊，收集 33 鄉鎮市民眾問卷相當不易，恐觸及不到較少使用網路的居民。總體而言，研究者僅能盡可能解決數據收集的不完整性、時間和空間等限制，進而綜整出屏東縣多數鄉親之可靠看法。

第四節 未來研究

鑒於上述所提之研究限制，以下是本研究建議未來研究應著重的方向：

- 一、擴大樣本範圍：為了克服問卷數據回收和分析的困難，未來可以考慮擴大樣本範圍，包括設定各項產業專家、業者和消費者比例等。此外，也可以透過深入訪談和焦點團體討論等方式，針對具代表性的人物和特定的研究問題進行更深入的探討。
- 二、改善問卷設計：為了減少受訪及受調對象的主觀性，未來可以改善問卷設計，更明確撰寫各地區的產業屬性與特色，確保問卷題項清晰明確，以能夠真實反映受訪者的觀點和看法。同時，也增加專業領域的問題，以深入了解產業發展中的重要因素。
- 三、多元化研究方法：為了克服研究方法方面的限制，未來可以採用多元化的研究方法，包括定性研究、實地調查、案例分析等。透過不同的研究方法及理論（例如：區域行銷理論、區域經濟發展理論等），從不同角度了解產業競爭優勢和發展策略，更全面地解決研究問題。

總之，未來可以從樣本範圍、問卷設計和研究方法等方面進行改善，以提高研究的可靠性和有效性，繼續為屏東縣的觀光休閒產業發展提供有價值的洞察和發現。

中文參考書目

- 內政部 (2022a)。年度縣市及全國統計資料。縣市人口按性別及五齡組 (63)。檢自：<https://www.ris.gov.tw/app/portal/346>
- 內政部 (2022b)。年度縣市及全國統計資料。十五歲以上人口按年齡及教育程度 (96)。檢自：<https://www.ris.gov.tw/app/portal/346>
- 民主進步黨 (2015)。民主進步黨主席暨總統參選人觀光競選政策。檢自：<https://www.dpp.org.tw/media/contents/6806>
- 石世豪 (2021)。管制產業導入競爭的國家發展策略。公平交易通訊, 97, 1-5。
- 交通部觀光局 (2019)。中華民國 108 年臺灣觀光年報。臺北市：交通部觀光局。
- 交通部觀光局 (2021)。前瞻基礎建設—城鄉建設，觀光前瞻建設計畫（核定本）。臺北市：行政院。
- 曲建仲、王昱凱、吳權峯 (2014)。台灣液晶面板產業競爭分析。2014 第 17 屆科際整合管理研討會 (pp. 401-415)。臺北市：東吳大學企業管理學系。
<https://doi.org/10.6495/CIMBM.2014.028>。
- 江啟臣、黃富娟 (2006)。全球化下城市競爭力指標之探討。研考雙月刊, 30 (5), 27-41。
- 行政院主計總處 (2019)。105 年工業及服務業普查報告第 23 卷屏東縣報告。檢自：
<https://www.dgbas.gov.tw/public/Data/dgbas04/bc2/105census/X00/13%E5%B1%8F%E6%9D%B1%E7%B8%A3.pdf>
- 行政院主計總處 (2022)。縣市重要統計指標查詢系統。檢自：
https://winsta.dgbas.gov.tw/DgbasWeb/ZWeb/StateFile_ZWeb.aspx
- 行政院性別平等會 (2021)。多維度查詢：現住人口數按性別及年齡分。檢自：
https://www.gender ey.gov.tw/gecdb/Stat_Statistics_Query.aspx?sn=Jvwu1Ndiotx2AzKr6MD1kg%40%40&statsn=Ec fUJy%24sRRPbnOe4TvO%24Jg%40%40
- 行政院經濟建設委員會 (2010)。國土空間發展策略計畫。臺北：行政院。
- 行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處 (2009)。國土空間發展策略規劃。臺灣經濟論衡, 7 (4), 8。

行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處（2011）。產業有家家有產業第二階段座談會成果集。臺北市：行政院經濟建設委員會。

行政院農委會農業生物科技園區（2022）。產業聚落概述。檢自：

<https://www.pabp.gov.tw/CHT/cl010101.aspx>

行政院農業委員會（2020）。農業統計年報。檢自：

<https://agrstat.coa.gov.tw/sdweb/public/book/Book.aspx>

行政院農業委員會（2022）。休閒農業概況。檢自：

<https://ezgo.coa.gov.tw/zh-TW/Front/AgriDistrict>

吳兆欣，包怡芬（2016）。屏東縣萬巒鄉沿山休閒農業區旅遊服務品質、行為意圖與滿意度。運動研究，25（2），47-63。

吳迎春（1993年11月）。什麼是競爭力：尋找國家競爭力。遠見雜誌，10。檢自：<https://www.cw.com.tw/article/5117146>

吳思華、司徒達賢（1982）。企業經營策略的選擇。管理評論，1（1），92-100。<https://doi.org/10.6656/MR.1982.1.1.CHI.92>

吳英偉、陳慧玲（2019）。從永續觀點探討節慶行銷對地方產業發展之應用。中國地理學會會刊，63，33-54。

吳清華、葉晉嘉、朱俊德、王翔煒（2006）。地方永續發展規劃之跨域治理機制研究：以高高屏地區為例。城市發展，1，28-53。

宋慶財，李雪香（2010）。觀光休閒產業發展策略研究：以屏東縣客庄居民為例。美和技術學院學報，29（1），227-246。

宋曜廷、廖楷民、吳昭容、劉子鍵、廖遠光、洪煌堯、... 周倩（2011）。數位學習研究方法。臺北市：高等教育出版。

李海清、吳泓怡、王慶堂（2013）。以鑽石理論探討我國遊艇服務業現況及未來發展。管理實務與理論研究，7（2），25-43。

[https://doi.org/10.29916/JMPP.201306_7\(2\).0002](https://doi.org/10.29916/JMPP.201306_7(2).0002)。

李國銘（1993）。鳳山八社舊址初探。臺灣史田野研究通訊，26，79-87。

李敏翠（2017）。以新加坡產業發展策略探討台灣服務業之經營困境（未出版之碩士論文）。國立中山大學，高雄市。

李曄（2020）。2020總盤點《全台十大熱搜旅遊景點！「遠得要命縣市」打敗台南成最愛。檢自：<https://playing.ltn.com.tw/article/24309/1>。



- 杜娟娟（2008）。家庭休閒的性別教育。女學學誌，25，45-87。
- 沈秋宏（2006）。質性及量化體育研究方法之初探。臺中教育大學體育學系系刊，（1）8，106-117。
- 卓幸君（2017）。文化觀光之所以可能：旭海部落的實踐歷程。臺東大學人文學報，4（2），77-114。
- 林宇玲（2017）。新聞賦權：一般婦女參與線上新聞公民平台之初探性研究。新聞學研究，132，61-106。
- 林芬慧（2001）。調查研究法在資訊管理研究之使用：以資訊管理年會論文集之論文內容討論。資訊管理學報，8（1），81-101。
<https://doi.org/10.6382/JIM.200107.0081>
- 林金定、嚴嘉楓、陳美花（2005）。質性研究方法：淺談模式與實施步驟分析。身心障礙研究季刊，3（2），122-136。
- 林惠玲、陳正倉（2009）。應用統計學（第四版）。臺北市：雙葉書廊有限公司。
- 武義青、程桂榮（2006）。產業競爭力測定方法及其應用：大陸31個地區工業競爭力的實證分析。管理科學與統計決策，3（1），54-61。
<https://doi.org/10.6704/JMSSD.2006.3.1.54>。
- 邱美秀（2012）。融合質性與量研究法以深化兒童數學學習情緒的研究。慈濟大學教育研究學刊，8，119-143。
- 侯承旭（2021年12月27日）。屏東今年前十月住宿業營收跌破30億元，較去年衰退兩成。自由時報，財經政策版。
- 屏東縣政府（2021）。屏東縣國土計畫。檢自：[https://www-
ws.pthg.gov.tw/Upload/2015pthg/23/ckfile/78c83fa7-7e18-4b6c-b5ff-
77482840cef4.pdf](https://www-
ws.pthg.gov.tw/Upload/2015pthg/23/ckfile/78c83fa7-7e18-4b6c-b5ff-
77482840cef4.pdf)
- 屏東縣政府（2022a）。本縣人文概述。檢自：
<https://www.pthg.gov.tw/cp.aspx?n=3CFD97064180A136>
- 屏東縣政府（2022b）。本縣產業與經濟概述。檢自：
<https://www.pthg.gov.tw/cp.aspx?n=CB58CC4B4ABD8567>
- 屏東縣政府（2022c）。本縣氣候條件概述。檢自：
[https://www.pthg.gov.tw/cp.aspx?n=F15824EB283C7918&s=AE54BEFDACBDC
2F5](https://www.pthg.gov.tw/cp.aspx?n=F15824EB283C7918&s=AE54BEFDACBDC
2F5)

屏東縣政府主計處（2017）。104 年屏東縣農林漁牧業普查初步結果分析（pp12-13）。屏東市。

屏東縣政府主計處（2021）。屏東縣統計年報。檢自：[https://www-
ws.pthg.gov.tw/Upload/2015pthg/23/ckfile/78c83fa7-7e18-4b6c-b5ff-
77482840cef4.pdf](https://www-
ws.pthg.gov.tw/Upload/2015pthg/23/ckfile/78c83fa7-7e18-4b6c-b5ff-
77482840cef4.pdf)

屏東縣政府主計處（2022）。縣市重要統計指標（年）。檢自：
<https://pthg.dgbas.gov.tw/StatWebRWD/Page/Default.aspx>

屏東縣政府民政處（2022a）。屏東縣人口統計。檢自：
[https://www.pthg.gov.tw/plancab/News_Cus2.aspx?CategorySN=1422&n=17128
CB557641D3A&sms=FEEE3491699A2FC2](https://www.pthg.gov.tw/plancab/News_Cus2.aspx?CategorySN=1422&n=17128
CB557641D3A&sms=FEEE3491699A2FC2)

屏東縣政府民政處（2022b）。屏東縣人口統計。檢自：
[https://www.pthg.gov.tw/pingtung-
house/News_Content.aspx?n=0509F78189E7F510&sms=555CA77D9968D614&s
=9FCDB986008C8D41](https://www.pthg.gov.tw/pingtung-
house/News_Content.aspx?n=0509F78189E7F510&sms=555CA77D9968D614&s
=9FCDB986008C8D41)

屏東縣政府交通旅遊處（2022a）。屏東縣交通旅遊概況報表專區。檢自：
<https://www.pthg.gov.tw/traffic/Default.aspx>

屏東縣政府交通旅遊處（2022b）。2022 台灣軌道經濟論壇在屏東新聞稿。檢
自：
[https://www.pthg.gov.tw/News_Content.aspx?n=EC690F93E81FF22D&s=D81229
CC60340767](https://www.pthg.gov.tw/News_Content.aspx?n=EC690F93E81FF22D&s=D81229
CC60340767)

屏東縣政府農業處海洋及漁業事務管理所（2021）。全台首張水產類農產品初級
加工場登記證誕生記者會新聞稿。檢自：
[https://www.pthg.gov.tw/News_Content.aspx?n=EC690F93E81FF22D&s=DA2D
93671B08B21D](https://www.pthg.gov.tw/News_Content.aspx?n=EC690F93E81FF22D&s=DA2D
93671B08B21D)

屏東縣農業處（2022）。屏東芒果正值產期，成立愛文芒果收寄場，愛文芒果以
銷日規格芒果擄獲香港訂單記者會新聞稿。檢自：
[https://www.pthg.gov.tw/News_Content.aspx?n=EC690F93E81FF22D&sms=905
86F8A7E5F4397&s=DBA9E6056E3F0D22](https://www.pthg.gov.tw/News_Content.aspx?n=EC690F93E81FF22D&sms=905
86F8A7E5F4397&s=DBA9E6056E3F0D22)

施冠宇（2017）。促進在地經濟發展。產業雜誌，568，檢自：
[https://www.tier.org.tw/achievements/pec3010.aspx?GUID=68338986-16c8-4c70-
9de3-2ada2448c0d2](https://www.tier.org.tw/achievements/pec3010.aspx?GUID=68338986-16c8-4c70-
9de3-2ada2448c0d2)



施添福（1995）。區域地理的歷史研究途徑：以清代岸裡地域為例。載黃應貴

（編），空間、力與社會。臺北市：中央研究院民族學研究所。

柯倪雙、林晨萍（2021）。基於鑽石模型福建省水產品國際競爭力影響分析。商業創新期刊，3（3），143-158。

<https://doi.org/10.52288/JBL.26636204.2021.07.15>。

范淑敏、周志龍（2008）。台灣的地方發展策略：治理與網絡化。都市與計畫，35（2），99-122。<https://doi.org/10.6128/CP.35.2.99>。

范麗娟（1994）。深度訪談簡介。戶外遊憩研究，7（2），25-35。

[https://doi.org/10.6130/JORS.1994.7\(2\)3](https://doi.org/10.6130/JORS.1994.7(2)3)

唐迎華、雷立芬（2016）。法國葡萄酒產業競爭優勢分析與啟示。台灣農學會報，17（3），288-300。[https://doi.org/10.6730/JAAT.201609_17\(3\).0004](https://doi.org/10.6730/JAAT.201609_17(3).0004)。

海基會（2021）。投資屏東：產業落腳新亮點。屏東縣政府城鄉發展處。檢自：
<https://www.seftb.org/cp-1019-1456-25791-1.html>

財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會（2009）。屏東縣環境現況分析。臺北：行政院農業委員會。

財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會（2012）。101年屏東縣農業發展地區分類分級劃設成果報告。臺北：行政院農業委員會。

高希均（1996年8月）。什麼是競爭力。遠見雜誌，123。檢自：

<https://www.gvm.com.tw/article/4434>

高致華（2006）。鄭成功信仰在台灣：異文化之各自表述。東吳外語學報，22，1-38。

國家教育研究院（2022）。雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網。檢自：

<https://www.naer.edu.tw/>

國家發展委員會（2022）。國家發展委員會通過「中華民國人口推估（2022年至2070年）」。檢自：https://www.ndc.gov.tw/nc_27_36116。

國勢普查處農業普查科（2022）。109年農林漁牧業普查初步統計結果。檢自：

<https://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=48545&ctNode=5624>

康培德（2010）。荷蘭東印度公司治下的臺灣原住民部落整併。臺灣史研究，17（1），1-25。

- 張桂林（2010）。從國土空間發展策略規劃談我國國際競爭力。研考雙月刊，34（6），49-54。
- 張淑華（2020）。雙鑽石模型導入地方創生之探討：慢城鳳林個案。設計學報，25（4），1-18。
- 曹校章（2017）。臺灣地區海域休閒運動與觀光遊憩產業結構分析。臺灣體育學術研究，62，67-98。
- 郭秋伶（2006）。臺灣農業生技產業及生技園區政策調適之研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣大學，臺北市。
- 陳心瑜（2022年2月16日）。去年國內景點遊客較疫前衰退35%「替代消費」選擇吃大餐。自由時報，生活版。
- 陳正男、譚大純（2000）。臺商對兩岸產業競爭力認知之調查研究：以麥可波特「鑽石模式」為理論基礎。管理評論，19（1），1-29。
- 陳君如、陳紫嫻、吳龍靜（2015）。屏東漁業（海洋及養殖）產業發展的戰略與政策。屏東農業產業發展藍皮書計畫座談會論文集（pp. 154-157）。臺北市：行政院農業委員會。
- 陳恒鈞、謝祐湘（2012）。產業群聚與陶瓷產業發展：鶯歌與北投之比較分析。空大行政學報，23，42-84。
- 陳秋坤（2009）。帝國邊區的客庄聚落：以清代屏東為中心（1700-1890）。臺灣史田野研究通訊，16（1），1-28。
- 陳家瑜、郭昱瑩、王淑美（2010）。我國觀光發展政策之研究（委託研究報告：RDEC-RES-098-008。臺北市：行政院研究發展考核委員會。
- 陳啟榮（2009）。性別角色社會化之探析。國教新知，56（1），86-91。
- 陳淑恩（2015）。屏東農業產業發展的現況與趨勢。屏東農業產業發展藍皮書計畫座談會論文集（pp. 43-50）。臺北市：行政院農業委員會。
- 陳義文，古國宏（2017）。不同型態觀光酒廠遊客之服務品質、滿意度、忠誠度之比較研究：以屏東觀光酒廠及屏東龍泉觀光酒廠為例。取自
<https://hdl.handle.net/11296/qe29d>
- 彭克仲（2015）。屏東縣白皮書影響。屏東農業產業發展藍皮書計畫座談會論文集（pp. 51-56）。臺北市：行政院農業委員會。

- 彭杏珠（2015年7月）。關鍵調查 2015《遠見》縣市總體競爭力大調查：台北市仍稱霸，嘉義市、台東縣異軍突起。遠見雜誌，349。檢自：
<https://www.gvm.com.tw/article/20705>
- 馮志峯，歐師維，林群倫，鄭雅文（2008）。兩岸國家型農業生技園區之營運模式探討：以楊凌農業高新技術產業示範區及屏東農業生物技術園區為例。政大智慧財產評論，6（1），7-8。
- 黃文車（2012）。找尋地方感的書寫：清代屏東地區古典文學發展概述。屏東文獻，16，3-42。<https://doi.org/10.29682/JPTH.201212.0001>。
- 黃秋霞（2016）。淺談量化與質性研究的反思。臺灣教育評論月刊，5（9），149-154。
- 黃德昌，戴順發，吳志文（2015）。屏東農業發展的戰略與政策。屏東農業產業發展藍皮書計畫座談會論文集（pp. 94-118）。臺北市：行政院農業委員會。
- 黃瓊慧（2010）。清代臺灣南路客家文獻記略：六堆之《臺南東粵義民誌》與《六堆忠義文獻》。臺大歷史系學術通訊，7，41-47。
- 黃麗鈴（2019）。從社會科學研究典範質量之辯探析混合研究。臺灣教育評論月刊，8（6），163-177。
- 楊鴻謙、顏愛靜（2005）。清代屏東平原鳳山八社地權制度變遷之研究。國史館學術集刊，5，33-83。
- 經建會都住處（2009）。國土空間發展策略規劃。台灣經濟論衡，7（4），6-45。
- 經濟部工業局（2022）。臺灣工業用地供給與服務資訊網之屏東縣工業區介。檢自：
<https://idbpark.moeaidb.gov.tw/Environ?AntiToken=F%2Bhwup8Swc5RyONX6lNifa%2F%2FK2OzOaYszv5vNl68ofQ%3D&CityArea=&CityID=T&HigherType=&ParkID=&IsDirty=&keys=&queryButton=>
- 經濟部工業局屏東工業區服務中心（2022）。屏東縣工業區概況。檢自：
<https://www.moeaidb.gov.tw/iphw/pingtung/index.do?id=10#pc2>
- 經濟部水利署第七河川局（2022）。高屏溪概述。檢自：
<https://www.wra07.gov.tw/cp.aspx?n=12494>

- 萬文隆（2004）。深度訪談在質性研究中的應用。生活科技教育，37（4），17-23。[https://doi.org/10.6232/LTE.2004.37\(4\).4](https://doi.org/10.6232/LTE.2004.37(4).4)
- 詹盛如（2018）。國家競爭力：科研、人才與創新。2018 教育政策與經濟發展國際研討會論文集。臺北市：財團法人黃昆輝教授教育基金會。
- 廖千慧（2009）。臺灣科技創新與經濟成長的國際競爭力分析（未出版之碩士論文）。國立交通大學，新竹市。
- 廖珮玟（2015）。從量化與質化研究信效度探討社會科學領域的研究品質。中華科技大學學報，62，69-88。
- 劉代洋、曾國安、顏思偉、許馨方（2008）。技術貿易與國家競爭力：動態一般化雙鑽石評估模式之建構與關聯性實證分析（研究計畫：NSC 97-2410-H-011-003-。臺北市：行政院國家科學及技術委員會。
- 劉龍生、游志仁（2011）。以策略矩陣法探討汽基廠轉型成為產品整合支援者之策略。國防管理學報，32（1），73-98。
<https://doi.org/10.29496/JNDM.201105.0005>。
- 潘孟安（2014）。以四大發展策略勾勒屏北區域為「綠色觀光、農業增值」新願景。採自：<https://www.ly.gov.tw/Pages/Detail.aspx?nodeid=12358&pid=159886>
- 潘孟安（2014）。以四大發展策略勾勒屏北區域為「綠色觀光、農業增值」新願景。採自：<https://www.ly.gov.tw/Pages/Detail.aspx?nodeid=12358&pid=159886>
- 潘孟安（2020）。產業與經濟。屏東縣政府官網，採自：
<https://www.pthg.gov.tw/cp.aspx?n=CB58CC4B4ABD8567>
- 潘孟安（2020）。產業與經濟。屏東縣政府官網，採自：
<https://www.pthg.gov.tw/cp.aspx?n=CB58CC4B4ABD8567>
- 潘慧玲（2003）。社會科學研究典範的流變。教育研究資訊，11（1），115-143。
- 蔡田木、謝文彥、胡至沛（2019）。建構公私協力反毒預防策略與模式之研究。法務部一〇七年度委託計畫案（案號：S1070111）。
- 蕭文（2008）。醫療策略管理。臺北市：五南圖書出版股份有限公司。
- 蕭涵羽（2016）。人文地景再現：西方人眼中的屏東平原（1860—1890）（未出版之碩士論文）。國立清華大學，新竹市。

閻永祺、孔憲法、王鳳生（2015）。垂直生產行為與空間鄰近關係之辨識：以臺灣製造業為例。地理學報，77，1-30。

<https://doi.org/10.6161/JGS.2015.77.01>。

謝明德（2015）。經濟部技術處產業技術知識服務計畫成果：屏東縣主力產業發展與區為規劃。檢自：

<https://www.mirdc.org.tw/FileDownload/IndustryNews/201711115575249.pdf>

謝雨豆、李冠樺（2019）。由前瞻機制看國家未來發展策略型塑。中國行政評論，25（4），83-104。

簡炯仁（1997）。屏東的開發與族群關係。屏東市：屏東縣立文化中心。

藍逸之（2007）。評析高高屏都市區域治理策略中的在地永續性定著：一個新自由主義空間的視角。建築與規劃學報，8（2），115-138。

羅旭壯（2019）。觀光休閒產業科技智慧應用與接受模式之探討。財團法人國家政策研究基金會。檢自：<https://www.npf.org.tw/2/21176>

蘇嘉全（2001）。地下水資源永續利用之管理策略分析：以屏東平原為例（未出版之碩士論文）。國立中山大學，高雄市。

蘇嘉全（2003）。屏東縣觀光發展國際化行銷策略。研考雙月刊，27（3），41-49。<https://doi.org/10.6978/YKSYK.200306.0041>。



外文參考書目

- Antonescu, D. (2014). Regional development policy in context of Europe 2020 strategy. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1091-1097. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00561-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00561-9)
- Beleska-Spasova, E., Loykulnanta, S., & Nguyen, Q. T. K. (2016). Firm-specific, country-specific and region-specific competitive advantages: The case of emerging economy MNEs: Thailand. *Asian Business and Management*, 15(4), 264-291.
- Bellak, C. J., & Weiss, A. (1993). A note on the Austrian “diamond”. *Management International Review*, 33, 109-118.
- Bondaruk, V., & Komarovskiy, I. (2015). Strategic planning for regional development on the basis of the concept of “point of growth”. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 7, 16-21.
- Cahyono, A. E., & Indrayani, L. (2020). Strategy of developing local economy based on regional superior commodities. *International Journal of Economics and Finance*, 12(7), 11. <https://doi.org/10.5539/ijef.v12n7p11> LicenseCC BY 4.0
- Cartwright, W. R. (1993). Multiple linked “diamonds” and the international competitiveness of export-dependent industries: The New Zealand experience. *Management International Review*, 33, 55-70.
- Castro-González, S., Peña-Vincesb, J. C., & Guillen, J. (2016). The competitiveness of Latin-American economies: Consolidation of the double diamond theory. *Economic Systems*, 40(3), 373-386.
- Chrobocińska, K. (2021). Comparative analysis of regional competitiveness in Poland from 2010–2019 in the context of the concept of sustainable development. *Sustainability*, 13, 3202. <https://doi.org/10.3390/su13063202>
- Chung, T.-W. (2016). A study on logistics cluster competitiveness among Asia main countries using the Porter’s diamond model. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 32(4), 257-264.
- Dunning, J. H. (1993). Internationalizing Porter’s diamond. *Management International Review*, 33, 7-15.
- Erboz, G. (2020). A qualitative study on industry 4.0 competitiveness in Turkey using Porter diamond model. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(2). <https://doi.org/10.3926/jiem.2915>

- Fainshmidt, S., Smith, A., & Judge, W. Q. (2016). National competitiveness and Porter's diamond model: The role of MNE penetration and governance. *Global Strategy Journal*, 6(2), 81-104. <https://doi.org/10.1002/gsj.1116>
- Harley, C. K. (2000). A review of O'Rourke and Williamson's "Globalization and history: The evolution of a nineteenth century Atlantic economy". *Journal of Economic Literature*, 38(4), 926-935.
- Hatzichronoglou, T. (1996). *Globalisation and competitiveness: Relevant indicators. OECD science, technology and industry*. Working Papers, No. 1996/05, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/885511061376>.
- Hodgetts, R. M. (1993). Porter's diamond framework in a Mexican context. *Management International Review*, 33(2), 41-54.
- Kharub, M., & Sharma, R. (2017). Comparative analyses of competitive advantage using Porter diamond model (the case of MSMEs in Himachal Pradesh). *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 27(2), 132-160. <https://doi.org/10.1108/CR-02-2016-0007>
- Kwok, M. (1978). Dance and cultural identity among the Paiwan tribe of Pingtung county, Taiwan. *Dance Research Journal*, 11(1-2), 35-40.
- Lee, L.-F. (2022). Pingtung fish operations face scrutiny over exports. *Taipei Times*. Retrieved from: <https://www.taipeitimes.com/News/taiwan/archives/2022/01/08/2003770977>
- Lee, L.-F., & Hetherington, W. (2019). Facilities to help Pingtung streamline fruit exports. *Taipei Times*. Retrieved from: <https://www.taipeitimes.com/News/taiwan/archives/2019/07/29/2003719537>
- Lin, C.-H. (2011). Industry-specific competitiveness of a nation and its consequence on overseas marketing performance: Measurement construction and empirical study that follows Porter's diamond model. *Journal of Information and Optimization Sciences*, 32(3), 605-620.
- Liu, D.-Y., & Hsu, H.-F. (2009). An international comparison of empirical generalized double diamond model approaches to Taiwan and Korea. *Competitiveness Review: An International Business Journal incorporating Journal of Global Competitiveness*, 19(3), 160-174. <https://doi.org/10.1108/10595420910962043>
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic management*. New York, NY: Free Press.

- 
- Moon, H. C., Rugman, A. M., & Verbeke, A. (1995). The generalized double diamond approach to international competitiveness. *Research in Global Strategic Management*, 5, 97-114.
- Moon, H. C., Rugman, A. M., & Verbeke, A. (1998). A generalized double diamond approach to the global competitiveness of Korea and Singapore. *International Business Review*, 7, 135-150. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(98\)00002-X](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(98)00002-X)
- Nijkamp, P. (2016). The «resourceful region». A new conceptualisation of regional development strategies. *Investigaciones Regionales: Journal of Regional Research*, 36, 191-204.
- Oliveira, E., & Meyfroidt, P. (2022). Strategic spatial planning in emerging land-use frontiers: Evidence from Mozambique. *Ecology and Society*, 27(2), article 5. <https://doi.org/10.5751/ES-13001-270205>
- Phungtua, W. (2016). A Study of national competitiveness, using the single diamond, generalized double diamond (GDD), and dual double diamond (DDD) approaches. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanities*, 6(2). Retrieved from: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/view/67251>
- Piekarska, K. (2013). Adaptation of the diamond model of competitive advantage to the new paradigm of regional development. *Economic and Regional Studies*, 6(2), 37-46.
- Pingtung County Government (2022). Pingtung: History and heritage. Retrieved from: <https://www.taiwan-tour.tw/en-us/attractions/pingtung-history-and-heritage#.Yd6IbtFByUI>
- Porter, M. E. (1990). *Competitive advantage of nations*. New York, NY: Free Press.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74, 61-78.
- Prabawani, B., Hadi, S. P., & Hapsari, N. R. (2020). Central Java regional competitiveness: The impacts of production factor, corruption, regulation, and infrastructure. *Economics and Sociology*, 13(4), 31-42. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2020/13-4/2>
- Richter, L. K., & Richter, W. L. (1985). Policy choices in south Asian tourism development. *Annals of Tourism Research*, 12(2), 201-217.
- Rodríguez-Pose, A., & Wilkie, C. (2017). Revamping local and regional development through place-based strategies. *Cityscape*, 19(1), 151-170.

- Rugman, A. M., & D'Cruz, J. R. (1993). The “double diamond” model of international competitiveness: The Canadian experience. *Management International Review*, 33, 17-39.
- Sardy, M., & Fetscherin, M. (2009). A double diamond comparison of the automotive industry of China, India, and South Korea. *Competition Forum*, 7(1), 6-16.
- Smit, A. J. (2010). The competitive advantage of nations: Is Porter’s Diamond Framework a new theory that explains the international competitiveness of countries? *Southern African Business Review*, 14(1), 105-130.
- Son, M. (2014). A comparative analysis on the competitiveness of the Korean, Chinese and Japanese fashion industries: The generalized double diamond model approach. *Journal of Fashion Business*, 18(6), 67-85.
<https://doi.org/10.12940/JFB.2014.18.6.67>
- Tsai, P.-H., Chen, C.-J., & Yang, H.-C. (2021). Using Porter’s diamond model to assess the competitiveness of Taiwan’s solar photovoltaic industry. *Sage Open*, 11(1).
<https://doi.org/10.1177/2158244020988286>
- UNECE (2018). *Spatial planning: Key instrument for development and effective governance with special reference to countries in transition*. Retrieved from:
https://unece.org/fileadmin/DAM/hlm/documents/Publications/spatial_planning.pdf
- van Wyk, J. D (2010). Double diamonds, real diamonds: Botswana’s national competitiveness. *Academy of Marketing Studies Journal*, 14(2), 55-76.
- Vu, H. T., & Pham, L. C. (2016). A dynamic approach to assess international competitiveness of Vietnam’s garment and textile industry. *Springerplus*, 5, 203.
<https://doi.org/10.1186/s40064-016-1912-3>

附錄：調查問卷

親愛的屏東鄉親，您好：

首先感謝您撥出寶貴的時間填寫本問卷，本問卷以匿名調查屏東縣各鄉鎮觀光休閒產業發展的競爭優勢。您所提供的資料僅用於學術研究，不會進行個人分析，請安心回答。如果您在填寫問卷上有任何問題，可以聯繫蔡明穎，非常感謝您的協助！

研究團隊：蔡明穎、梁朝雲教授（國立臺灣大學）

調查日期：2022 年 03 月間

壹、請就您所居住的鄉鎮市，點選最符合您真實情況的選項。

題 項	極 為 同 意	同 意	傾 向 同 意	傾 向 不 同 意	不 同 意	極 不 同 意
您認為，本鄉鎮市擁有：						
1. 豐富的自然生態與景觀環境。						
2. 品質優良的農特（水）產品（如蓮霧、洋蔥、芒果、紅豆、可可、黑鮪魚等）。						
3. 具特色的地方美食（如海鮮、豬腳、餛飩、燒冷冰等）。						
4. 多元的海上或陸上休閒活動。						
5. 完善的休閒度假設施（如渡假村、飯店、民宿等）。						
6. 獨具特色的歷史與文化。						
7. 收訊良好的網路電信設施。						
8. 便捷的大眾運輸系統。						

9. 樸實勤奮的農漁民。						
10. 很多可供諮詢的專家和學者（如水試所、農改場、農業科技園區、屏科大、屏東大學等）。						
您認為，遊客到本鄉鎮市主要是因為：						
11. 遊覽著名的生態景觀（如珊瑚礁海域生態、海洋生物館、農科園區亞太水族中心、霧臺鄉自然人文生態景觀區、南仁山生態保護區等）。						
12. 購買當季農特（水）產品（如鳳梨、蓮霧、芒果、香蕉、可可、海鮮、水產等）。						
13. 享用地方美食（如海鮮、豬腳、餛飩、冷熱冰等）。						
14. 參加豐富的水上休閒活動。						
15. 參加具特色的文創活動（如音樂季、民俗祭典、部落藝術節等）。						
16. 走訪歷史、宗教、部落等古蹟建物。						
您認為，本鄉鎮市觀光休閒產業的發展現況是：						
17. 有善於生產輔導與整合資源的農漁會、產銷班或農企業。						
18. 有便利的賣場和通路（含網路平台）。						
19. 有堅持口味傳承的老店。						
20. 有團體持續舉辦特色活動（如音樂季、民俗祭典、部落藝術節等）。						
21. 有專業團體在安排水上休閒活動。						
22. 有豐富的文史場域（如六堆文化園區、勝利星村、原民文化園區、屏東總圖、王船文化館等）。						
23. 有活躍的文創團體（如明華園、聯合管樂團、泰武古謠傳唱、恆春民謠、木日水巷等）。						
24. 有多元選擇的住宿設施和餐飲美食。						

25. 有發展良好的商圈。							
您認為，本鄉鎮市發展觀光休閒產業的支持性力量是有：							
26. 愛護生態環境與親切好客的居民。							
27. 農漁業種苗改良的研發團隊。							
28. 農舍、溫網或水產養殖場的建置能力。							
29. 活動設施（如音響、搭景、拍攝等）的協力廠商與活動創意規劃的團體。							
30. 專業的水上活動教練與設備。							
31. 便捷的汽機車出租服務。							
32. 支持歷史文物保存與文化推廣的團體。							
33. 經常舉辦活動的社區發展協會。							
34. 童叟無欺的誠信店家。							
您認為，本鄉鎮市的公務機關：							
35. 施政容易受到中央的政策支持。							
36. 善於爭取建設經費以打造地方發展（如公園、防洪蓄水池、生物科技園區等）。							
37. 善於爭取舉辦大小型活動。							
38. 善於爭取公共交通設施（如高鐵站、高捷延伸等）。							
39. 施政效能受到在地居民肯定。							
40. 與地方派系有較強的關聯。							
您認為，本鄉鎮市觀光休閒產業的未來機會為：							
41. 爭取高雄捷運延伸設站。							
42. 爭取高鐵南延設站。							
43. 建設連結各鄉鎮市的大眾交通網。							
44. 解決屏鵝公路壅塞問題。							
45. 延伸發展生物科技園區與健康產業園區。							
46. 延伸發展縣內大型活動（如海洋音樂季、熱帶農業博覽會等）。							

47. 延伸發展鄉鎮市內特色活動（如沿岸旅遊、水上活動等）。									
48. 加強輔導農、漁、畜牧業加工品的開發（如紅豆、可可、芒果、水產品等）。									
49. 多元族群的文化推廣。									
您認為，本鄉鎮市，觀光休閒產業的發展策略應為：									
50. 優先盤點地方觀光資源，辨認出各鄉鎮市的競爭優勢。									
51. 透過社區培力厚植地方團隊，為競爭優勢增加亮點。									
52. 創造區域合作機制，鼓勵各鄉鎮市積極串連。									
53. 設計多元的套裝行程，享受屏東各地的獨特資源。									
54. 縝密規劃地方特色的加值方向與方式。									
55. 研發與設計跨界加值的商品暨服務。									
56. 開創在地品牌，營運聯名行銷。									
57. 發展永續經營的藝文節慶活動。									
58. 完善水電基礎建設，吸引大型企業進駐，創造就業機會。									
59. 強化人才南引的單一窗口諮詢服務中心。									
60. 完善各鄉鎮市串接的交通建設。									
61. 協助新進人才安居與幸福創業。									
62. 推動在地農業精益求精，追求完美的職人精神。									
63. 堅守鄉鎮市觀光休閒產業的服務品質。									
64. 提高農特（水）產品價值，廣布國際行銷管道。									
65. 串聯其他在地產業，以活化在地觀光休閒產業。									

貳、基本資料

66. 性別：☐男 ☐女
67. 年齡：_____歲
68. 居住地：_____ (鄉鎮市)
69. 教育程度：☐高中職（含）以下 ☐大專院校 ☐碩/博士
- 身分：☐學生 ☐農漁畜民 ☐軍公教 ☐觀光餐飲業 ☐其他_____



本問卷到此結束，再次感謝您的熱心協助，祝您順心，謝謝！

Copyright©2022 蔡明穎、梁朝雲，All rights reserved。