

國立臺東大學文化資源與休閒產業學系  
碩士論文

指導教授：林永權 博士

The logo of National Taitung University is a circular emblem. It features a central five-pointed star with a white outline and a light blue fill. The star is set against a light blue background. The words "National Taitung University" are written in a light blue, sans-serif font around the perimeter of the circle. The Chinese characters "國立臺東大學" are also written in a light blue, traditional font around the top and sides of the circle.

偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則  
建立之研究-以達仁鄉為例

研究生：余姿灃 撰

中華民國一零九年一月



國立臺東大學文化資源與休閒產業學系  
碩士論文

偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則  
建立之研究-以達仁鄉為例



研究生：余姿灃 撰

指導教授：林永權 博士

中華民國一零九年一月

國立臺東大學  
學位論文考試委員審定書

系所班：文化資源與休閒產業學系碩士班

本班 余姿灃 君

所提之論文 偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則  
建立之研究-以達仁鄉為例

業經本委員會通過合於  碩士學位論文 條件

論文學位考試委員會：

侯嘉政  
(學位考試委員會召集人)

陳汝如

李永權  
(指導教授)

論文學位考試日期：108年11月28日

國立臺東大學

## 國立臺東大學博、碩士學位論文授權書

本授權書所授權之論文為本人在 國立臺東大學 文化資源與休閒產業 系(所)

組 108 學年度第 一 期取得 碩 士學位之論文。

論文名稱：偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究-以達仁鄉為例

本人具有著作財產權之論文全文資料，授權予下列單位：

同意	不同意	單位
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	國家圖書館
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	本人畢業學校圖書館
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	與本人畢業學校圖書館簽訂合作協議之資料庫業者

得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或其他各種數位化方式重製後散布發行或上載網站，藉由網路傳輸，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

同意 不同意 本人畢業學校圖書館基於學術傳播之目的，在上述範圍內得

再授權第三人進行資料重製。

### 電子檔公開時程

立即公開	一年後公開	二年後公開	三年後公開
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

本論文因申請專利或發表(未申請者本條款請不予理會)需延後公開，依「教育部100年7月1日臺高(二)字第1000108377號函」，延後公開合理期限最多不超過五年。

本論文已申請專利並檢附證明，專利申請案號：\_\_\_\_\_；

本論文準備以上列論文投稿期刊。

延後公開日期：民國\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，本人同意視同同意授權。

指導教授姓名：李宏權 (親筆簽名)

研究生簽名：余安濃 (親筆正楷)

學 號：10700991 (務必填寫)

日 期：中華民國 109 年 1 月 2 日

1. 本授權書(得自 [http://portal.lib.nttu.edu.tw/lp.asp?CtNode=714&CtUnit=148&BaseDSD=52&mp=1&xq\\_xCat=10](http://portal.lib.nttu.edu.tw/lp.asp?CtNode=714&CtUnit=148&BaseDSD=52&mp=1&xq_xCat=10) 下載)請以黑筆撰寫並影印裝訂於書名頁之次頁。

2. 依據 91 學年度第一學期第一次教務會議決議：研究生畢業論文「至少需授權學校圖書館數位化，並遲於三年後上

## 簽署人須知

1. 依著作權法的規定，任何單位以網路、光碟與微縮等方式整合國內學術資料，均須先得到著作財產權人授權，請分別在四種利用方式的同意欄內鉤選並填妥各項資料。我國博碩士論文七十三學年度以後摘要資料庫已上載於教育部國家圖書館網站 [www.ncl.edu.tw](http://www.ncl.edu.tw)。
2. 所謂非專屬授權是指被授權人所取得的權利並非獨占性的使用權，授權人尚可將相同的權利重複授權給他人使用；反之即為專屬授權（如果您已簽署專屬授權書予其他法人或自然人，請勿簽署本授權書）。著作人日後不可以主張終止本授權書，但您仍可授權其他法人或自然人上述的行為。
3. 依著作權法第 15 條第 2 項 3 款規定，「依學位法授予法撰寫之碩士、博士論文，著作人已取得學位」，「推定著作人同意公開發表其著作」。本校圖書館就紙本學位論文之閱覽服務依前開規定，採公開閱覽為原則。
4. 全國博碩士論文全文資料整合計畫的宏觀效益：  
在個人方面，您的論文將可永久保存（微縮技術在理論上可保存八百年，實證已逾百年），也因為您的授權，使得後進得以透過電腦網路與光碟多管道檢索，您的論文將因而被充分利用。在國家總體利益方面，紙本容易因影印而造成裝訂上的傷害，圖書館中孤本的公開陳列與外借也有破損之虞，唯有賴政府全面性的整合，借助科技設備才能一舉完成保存與利用的全方位效益，回憶您過去尋找資料之不便經驗，學弟與學妹確實需要您的論文與授權書。

為了讓您的論文可以多方被檢索及充份利用，有時需要被資料庫業者收錄及行銷(如同您在使用其他資料庫時可以檢索及瀏覽全文一般)，如此，才能讓您的論文更加廣為流傳，故資料庫業者，也確實需要您的授權。

## 誌謝

此刻，腦海中浮現這兩年來在碩士班的生活點滴，很難相信在離開學校後的 20 餘年，還有幸能回到校園裡學習新知，回首這兩年來，除了專業知識的擴充，我學到更多的是自我的成長。如今，雖有萬般不捨，也該是說道別的時刻了，內心裡的激動與感動將化成我未來前進的動力，並以此論文的成果獻給這一路上幫助與鼓勵我的師長及身邊的親朋好友們，謝謝您們。

此份論文的完成，要將我最誠執的謝意獻給我的恩師 林永權教授，老師以淵博的學識、嚴謹的治學態度、執著認真的精神，在每次論文討論時，總會提出讓我再思考的問題，引導我實質性的成長，開展更多面向的視野，恩師不管在學術上的知識或是面對事物的態度都有深入與獨到的見解，影響我的思維甚大，讓我獲益良多。也特別感謝我的論文口試委員侯教授嘉政老師及陳教授盈如老師，在論文的進行期間給予許多實質的建議和改進方向，使論文能更趨嚴謹與完整，在此衷心感謝。

世界變化太快，無論科技發展或是產業趨勢都在快速進化中，所以千萬不要放下學習的習慣，雖然辛苦，但回頭看會發現每一份累積，都是自我成長的投資，謝謝我的努力，謝謝我的成長。

最後，也是最重要的，我要感謝我親愛的父母、哥哥、弟弟和弟媳，感謝您們無私的愛，總在背後給予我最大的支持和鼓勵，每次在電話中爸、媽總是不忘送上一句加油，念書之餘也要照顧好自己的身體，謝謝您們對我的關愛，陪伴著我安心並順利地完成學業，我將這份喜悅與您們分享，謝謝您們，我愛您們。

余姿潯 謹誌

108.12.27

# 偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則 建立之研究-以達仁鄉為例

作者：余姿潁

國立臺東大學文化資源與休閒產業學系

## 摘要

臺東縣達仁鄉因先天地理位置偏遠與交通的不便性，在觀光產業的發展上本就顯得薄弱，原為南迴東部主要出入口，尤其 2019 年底南迴公路隧道工程通車與沿線道路拓寬改善，使得公路繞道，大部分車流可能過境而不入，觀光產業發展的機會將產生重大變化，因此本研究以觀光產業機會辨識和經營策略相關理論探討有利於此地區觀光產業環境重要的關鍵因素，並試圖了解未來在產業經營管理上的重要影響準則。

本研究希望建立偏鄉地區觀光產業發展的關鍵評估指標，透過文獻回顧，利用模糊德爾菲法和模糊層級分析法（FAHP）為研究工具，訪談產、官、學三方共 27 位專家，經問卷分析後獲得四項評估主準則：「自然資源」、「資源特色」、「人文資源」及「觀光政策」，十六項合適的次準則及四項方案選擇策略。

結果顯示，主準則中「人文資源」為重要且影響程度最高之偏鄉觀光產業評估準則，其次為「資源特色」、「觀光政策」、「自然資源」；在十六項次要準則整體權重的重要性前五名依序為「原住民生活」、「交通運輸」、「民俗節慶」、「地方支持」、「工藝技術」；方案選擇則是獲得產、官、學三方專家一致以「差異化策略」的重要性最高。

依研究結果建議達仁鄉欲發展其觀光產業時，可優先以地方人文文化資源條件為首要定位，包括排灣族的原民歷史、生活體驗、節慶祭儀、藝術文化美學等重點特色優勢，各部落藉由現有的有形及無形的資源運用，形塑出不同於其他偏鄉地區的差異性，其次則加強交通運輸的軟體設備設施健全，以提升鄉內整體的觀光效益，並提供相關單位及地區產業發展辨識的參考，達成偏鄉觀光產業發展的實質意義。

關鍵詞：機會辨識、模糊層級分析法、偏鄉地區

**Establishing Guidelines for the Assessment of Opportunities  
in the Tourism Industry in Remote Areas  
-A Study of the Daren Township**

Tzu-Yun Yu

**Abstract**

Because of its remote location and inconvenient traffic routes, the tourism industry in Daren, Taitung has been in decline. With the opening of the South-Link Highway tunnel to traffic and the expansion of the highway lanes, most traffic may not stop at Daren, the main entrance of the South-Link Highway in the east. The development of the tourism industry will consequently be seriously affected. This study explored the key factors that benefit the tourism industry in this region through opportunity recognition and application of relevant business strategy theories and endeavored to clarify the influencing factors of future industry management in this area. This study set up the evaluation guidelines of tourism development in rural areas. The researcher conducted a literature review, applied the Fuzzy Delphi Method and Fuzzy Analytic Hierarchy Process as research instruments, collected and analyzed 27 questionnaires from the government, the industry, and universities, and further established four main evaluation guidelines (natural resources, features of the resources, human culture resources, and tourism policies), 16 secondary guidelines, and four strategies. The results indicated that of the four main guidelines, human culture resources are the

most crucial and influential factors, followed by features of the resources, tourism policies, and natural resources. Of the 16 secondary guidelines, the top five secondary guidelines, listed in descending order in terms of overall weight, are as follows: lives of the aborigines, transportation, customs and festivals, local support, and craftsmanship. Of the four strategies, experts from the government, industry, and universities all agreed that differentiation strategy was the most important. According to the research results, Daren Township may benefit from emphasizing its human culture resources when developing tourism and include its advantages such as the history, lifestyles, festivals, arts, and cultures of the Paiwan people. Tribes are suggested to use both the tangible and intangible resources that are available to them to differ them from other rural regions. Software and hardware appliances in transportation should be improved to strengthen the benefits that tourism brings within the area, and references should be provided to relevant departments and local industries to realize the substantial value of tourism in rural regions.

***Keywords: opportunity recognition, Fuzzy Analytic Hierarchy Process, rural regions***

# 目 錄

誌 謝	
摘 要	I
目 錄	IV
表 目 錄	VI
圖 目 錄	VIII
第一章 緒 論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的與問題	2
第三節 名詞釋義	3
第四節 研究流程與架構	4
第五節 研究範圍與對象	6
第二章 文獻探討	7
第一節 達仁鄉	7
第二節 機會辨識	19
第三節 偏鄉觀光產業相關研究	23
第四節 觀光產業經營策略	31
第三章 研究設計	37
第一節 研究方法	37
第二節 問卷設計	49
第三節 抽樣設計	51
第四節 資料分析方法	51
第五節 前測預試結果分析	52
第六節 研究倫理	57
第四章 研究結果與分析	58
第一節 模糊德爾菲法實施結果	58
第二節 評估準則調查之研究對象	59
第三節 準則的權重分析	60
第四節 整體準則與次準則權重分析	71
第五節 方案選擇策略權重	75
第五章 結論與建議	80
第一節 結論	80
第二節 建議	83
第三節 研究貢獻	84

第四節 研究限制 .....	86
第五節 後續研究建議 .....	86
參考文獻 .....	87
一、 中文 .....	87
二、 英文 .....	94
附錄 .....	97
附錄一、 專家效度問卷 .....	97
附錄二、 專家效度問卷修正意見整理 .....	102
附錄三、 正式問卷 .....	107



## 表 目 錄

表 2-1 達仁鄉 108 年 6 月人口數及原住民統計.....	8
表 2-2 達仁鄉農特產品一覽表.....	9
表 2-3 達仁鄉境內觀光產業資源一覽表.....	11
表 2-4 達仁鄉觀光產業 SWOT 分析.....	18
表 2-5 偏鄉地區觀光產業評估主準則.....	19
表 2-6 機會辨識衡量構面因素.....	21
表 2-7 機會辨識與創業相關文獻.....	22
表 2-8 自然資源評估次準則.....	25
表 2-9 排灣族住家形式之主要特徵.....	26
表 2-10 資源特色評估次準則.....	28
表 2-11 人文資源評估次準則.....	29
表 2-12 觀光政策評估次準則.....	31
表 2-13 經營策略劃分.....	33
表 2-14 觀光產業經營方案選擇策略.....	36
表 3-1 運用模糊德爾菲法之觀光產業相關文獻.....	42
表 3-2 AHP 評估尺度.....	45
表 3-3 一致性檢定公式.....	46
表 3-4 隨機指標係數.....	46
表 3-5 模糊語意尺度比較.....	48
表 3-6 評估準則問卷構面.....	49
表 3-7 專家領域表.....	51
表 3-8 第一次專家效度問卷.....	53
表 3-9 第二次專家效度問卷.....	54
表 4-1 評估準則、次準則修正前後意見說明彙整.....	58
表 4-2 專家問卷回收統計表.....	59
表 4-3 專家施測名單.....	60
表 4-4 層級一致性檢定.....	61
表 4-5 在地業者主準則成對比較矩陣及權重表.....	61
表 4-6 公部門主準則成對比較矩陣及權重表.....	62
表 4-7 學者評估主準則成對比較矩陣及權重表.....	62
表 4-8 專家組合主準則成對比較矩陣及權重表.....	63
表 4-9 目標層之主準則權重及排序.....	63

表 4-10	在地業者「自然資源」次準則成對比較矩陣及權重表.....	64
表 4-11	公部門「自然資源」次準則成對比較矩陣及權重表.....	64
表 4-12	學者「自然資源」次準則成對比較矩陣及權重表.....	64
表 4-13	專家組合「自然資源」次準則成對比較矩陣及權重表.....	65
表 4-14	「自然資源」次準則權重分析排序.....	65
表 4-15	在地業者「資源特色」次準則成對比較矩陣及權重表.....	66
表 4-16	公部門「資源特色」次準則成對比較矩陣及權重表.....	66
表 4-17	學者「資源特色」次準則成對比較矩陣及權重表.....	66
表 4-18	專家組合「資源特色」次準則成對比較矩陣及權重表.....	67
表 4-19	「資源特色」次準則權重分析排序.....	67
表 4-20	在地業者「人文資源」次準則成對比較矩陣及權重表.....	68
表 4-21	公部門「人文資源」次準則成對比較矩陣及權重表.....	68
表 4-22	學者「人文資源」次準則成對比較矩陣及權重表.....	68
表 4-23	專家組合「人文資源」次準則成對比較矩陣及權重表.....	69
表 4-24	「人文資源」次準則權重分析排序.....	69
表 4-25	在地業者「觀光政策」次準則成對比較矩陣及權重表.....	70
表 4-26	公部門「觀光政策」次準則成對比較矩陣及權重表.....	70
表 4-27	學者「觀光政策」次準則成對比較矩陣及權重表.....	70
表 4-28	專家組合「觀光政策」次準則成對比較矩陣及權重表.....	71
表 4-29	「觀光政策」次準則權重分析排序.....	71
表 4-30	在地業者整體準則權重性.....	72
表 4-31	公部門整體準則權重性.....	73
表 4-32	學者整體準則權重性.....	74
表 4-33	專家組合整體準則權重性.....	75
表 4-34	目標層方案選擇策略.....	76
表 4-35	「自然資源」方案選擇策略.....	76
表 4-36	「資源特色」方案選擇策略.....	77
表 4-37	「人文資源」方案選擇策略.....	77
表 4-38	「觀光政策」方案選擇策略.....	78
表 4-39	在地業者之重要次準則方案選擇策略.....	78
表 4-40	公部門之重要次準則方案選擇策略.....	79
表 4-41	學者之重要次準則方案選擇策略.....	79
表 4-42	專家組合重要次準則方案選擇策略.....	79

## 圖 目 錄

圖 1-1 研究架構圖 .....	5
圖 1-2 臺東縣達仁鄉地理位置圖 .....	6
圖 2-1 達仁鄉行政區域圖 .....	8
圖 2-2 達仁鄉各景點分布圖 .....	11
圖 2-3 台九線南迴公路拓寬改善計畫路線圖 .....	15
圖 2-4 觀光資源與地方的觀光 .....	23
圖 2-5 企業營運循環策略方向 .....	32
圖 2-6 Porter 競爭策略 .....	34
圖 2-7 策略三構面的互動與配合 .....	36
圖 3-1 三角模糊數 .....	38
圖 3-2 傳統德爾菲法 .....	40
圖 3-3 AHP 層級架構圖 .....	44
圖 3-4 成對比較矩陣圖 .....	45
圖 3-5 FAHP 三角模糊數 .....	47
圖 3-6 修正後問卷設計架構圖 .....	50
圖 3-7 修正前目標評估準則架構圖 .....	55
圖 3-8 修正後目標評估準則架構圖 .....	56

# 第一章 緒論

觀光產業是邁向國際舞臺的重要管道，除了可成為國際化城市、促進國際交流與國際接軌、增加國內及國際遊客之外，更為發展觀光不可或缺的一環（交通部觀光局，2001）。過去對於觀光產業的相關研究在機會發展上，均希望能為經濟發展帶來利益，並有明確且具體的理論架構與實務的應用（張英瑋，2016）。

## 第一節 研究背景與動機

觀光一直是臺東縣發展的契機及命脈，特別是觀光產業、原住民族生活及文化建設等，目前臺東縣主要觀光遊憩區類型大多分布在臺東市以北的範圍，明顯感覺到南迴線的觀光產業發展較弱（臺東縣政府，2013），屬於臺東縣偏鄉地區的達仁鄉位於南迴線的最南端，保存著臺灣難得一見的原始環境與自然生態風貌及原民社會文化背景，對外地人來說，南迴地區宛如秘境，對部落人來說，他們知道自己擁有別人所沒有的獨特文化和觀光資源，近年來臺東縣政府在南迴地區的經濟產業（洛神、小米六級化發展）、文化（南方以南藝術計畫）、醫療（南迴緊急醫療照護中心）、交通（南迴公路拓寬及截彎取直）等不同層面，投入相當多的軟硬體規劃，希望激發南迴地區的正向發展。

基礎建設最重要的一環向來是交通建設，連接臺東到屏東的南迴公路，過去因為道路窄小、蜿蜒崎嶇，常常造成交通阻塞或中斷，用路人安全也受到影響，公路總局從 2014 年開始進行拓寬工程，預計在 2019 年底完工（臺東縣第三期綜合發展實施方案，2019）。臺九線南迴公路拓寬改善、南迴鐵路電氣化工程（交通部鐵道局，2019）及大武之心南迴休憩區（臺東縣政府，2018）等建設，對南迴地區未來的觀光發展相當樂觀，期盼 2020 年後的南迴地區將有一番新的面貌，

「臺東人等待這條公路的通車已經很久了」（臺東縣政府，2018），隨著臺九線南迴公路拓寬及截彎取直工程改善計畫，期盼拓寬工程帶動南迴線交通及觀光產業發展，屆時西部往返台東的車程將縮短 30 分鐘，在迎接觀光熱潮來襲之前，應如何營造在地特色村落、強化競爭力，同時保護豐富的自然資源環境，讓偏鄉地區亮起來，使部落觀光不再只是走馬看花、蜻蜓點水，而是一種圖騰記憶與文化學習過程之深度知性遊程（羅春芳、張宏政，2014），也將是偏鄉地區推動觀光發展的目標，此為本研究背景之一。

偏鄉地區觀光產業的供給層面，有賴地方資源特色之觀光資源，如特殊產業、住宿條件、交通可及性與文化表演、特色餐飲等（蘇瑞蓮，2005）。在觀光資源的整合部分，涉及各村落間如何將不同的人力、產業、文化等活動予以串連，部落人應該發展各自特色，大家串連起來，加上公部門的力量一起合作，才能發揮最大效

益。此外，交通設施的便捷與安全性也是帶動當地發展的重要考量(蔡武輝, 2011; 楊朝鈞, 2015)。本研究以臺東縣達仁鄉為研究地區，2019 年底南迴公路隧道工程通車與沿線交通雙線拓寬改善及南迴鐵路電氣化後，對於外部旅客而言，預計將大幅縮短高屏地區與臺東縣兩地間的車程時間，提升交通往來東西部的便利性，縮短車程時間，然而因為公路隧道的繞道，將使得大部分車流可能「路過」達仁鄉而不入，屆時即有可能對該地區觀光產業的發展機會產生極大的衝擊和影響不可忽視，此為本研究背景之二。

達仁鄉是臺東縣最南端的鄉鎮，濱海臨山，擁有景色優美的自然生態環境與豐富多元的排灣族人文歷史，是最適合發展休閒觀光的地方，也使得當地觀光產業成為長期扶植的優勢產業。然偏鄉地區在面臨地理環境限制、長期交通不便、人才嚴重外流及當地業者規模偏小與資源不多等問題，相關扶植的產業發展相對緩慢。因此本研究將探討偏鄉地區觀光產業的特性及在發展過程初期之機會辨識，以供創業者明瞭在產業發展的過程中需重視或補強之作為，可為偏鄉地區觀光產業發展規劃添助力。過去研究(Shane, 2000)不論是創業或是對組織結構、產品、流程等的創新，可發現其執行過程中的關鍵第一步均為機會辨識，因此，產業發展時所需的潛能及技能可能成為機會辨識的條件(Gnyawali and Fogel, 1994)，此為本研究背景之三。

以達仁鄉為例，聚焦於偏鄉地區觀光產業發展機會辨識的相關評估因素做為主要探討的方向，因此，本研究的動機為：

- 一、瞭解偏鄉地區觀光產業發展的條件有哪些影響因素及其重要性？
- 二、探討偏鄉地區觀光產業發展機會是否可以加以預測？
- 三、達仁鄉的觀光發展是否可因南迴公路隧道的開通和拓寬而帶動地方觀光的發展？

## 第二節 研究目的與問題

觀光產業於全球經濟發展上的重要性，依據聯合國世界觀光組織 UNWTO (2017) 估計觀光業收入佔全球 GDP 之貢獻度達 10%，意指每 10 位工作者，即有 1 位是與旅遊觀光產業相關，顯見觀光產業已成為世界各國競相發展之重要產業，對於區域、國家及地方等經濟貢獻更不容忽視。在經濟範疇中，觀光產業屬於綜合發展的多目標產業，不僅可擴大就業機會、提高人民所得、增加外匯收入等實質效益(吳謹如, 2015)；並可擴展國民外交、提升國家形象、敦睦國際友誼等非實質面的效益。李素馨(1996)認為觀光產業兼顧經濟成長和環境保護，更促進了自然資源與文化資產的經濟效用，推動觀光產業的發展成為經濟成長的重要趨勢並為各先進國家所重視(交通部觀光局)。

因此本研究主要目的，在探討偏鄉地區觀光產業發展時，建立評估指標的辨識

過程，最後根據實證研究結果，對偏鄉地區觀光產業資源的整合與未來相關研究方向提出參考與建議。基於上述，本研究提出研究目的如下：

- 一、盤點彙整達仁鄉觀光產業相關資源條件之現況分布。
- 二、分析影響達仁鄉觀光產業發展之關鍵評估因素，以利輔導相關資源之聚焦與運用。
- 三、運用模糊德菲法提出偏鄉地區發展觀光產業相關機會辨識之建議與對策。
- 四、探討南迴公路拓寬後，對達仁鄉觀光產業的影響為何。

根據研究背景發展偏鄉地區觀光產業最重要在各項之資源運用，並依據研究動機，提出本研究之問題探討如下：

- 一、由模糊層級分析法所建構的偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則之主準則與其相對權重為何？
  - 二、由模糊層級分析法所建構的偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則之次準則與其相對權重為何？
- 由模糊層級分析法所建構的偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則之方案選擇策略為何？

### 第三節 名詞釋義

#### 一、偏遠地區定義：

根據內政部戶政司截至 106 年 12 月底統計資料，臺灣地區人口密度為 651 人/平方公里，爰各鄉（鎮、市、區）人口密度 130 人/平方公里（ $651 \times 1/5 = 130$ ）以下列為偏遠地區。依電信普及服務管理辦法第 2 條第 12 款規定，「偏遠地區」係指人口密度低於全國平均人口密度五分之一之鄉（鎮、市），或距離直轄市、縣（市）政府所在地七點五公里以上之離島（內政部）。

#### 二、觀光產業：

根據交通部觀光局（2017）之行政資訊系統的觀光法規項下，列有「發展觀光條例」，第二條將觀光產業定義為：指有關觀光資源之開發、建設與維護，觀光設施之興建、改善，為觀光旅客旅遊、食宿提供服務與便利及提供舉辦各類型國際會議、展覽相關之旅遊服務產業。

#### 三、機會辨識：

使公司更具獲利性的條件為決策者之機會辨識能力，不論在創業上或是產品、流程、組織結構等的創新，皆可發現執行過程的關鍵第一步均為機會辨識（Shane, 2000, 2005；Venkataraman, 1997）。因此，創業活動最關鍵的首要條件即為機會辨識，若能發掘或辨識出適合的機會，將是對企業有著重要的影響（Baron, 2006；

Corbett, 2007)。

#### 四、模糊德爾菲法 (Fuzzy Delphi Method, FDM)：

又稱為專家意見法，在研究分類上屬於群體決策 (group decision making process) 的方法，為專家預測法之一種，可使複雜的問題系統化，過程是透過一群相關領域的專家，以其知識經驗為基礎，經過問卷的反覆回饋，達成專家們的共識。德爾菲法存在可能面臨訊息遺漏或語意模糊與專家中途退出等缺點，後發展出模糊德爾菲法，FDM 在實程序上，使用的是利用問卷獲得精確的數值，然後進行模糊化分析 (葉晉嘉、翁興利、吳濟華，2007)。

### 第四節 研究流程與架構

首先確立研究之問題、動機、目的、範圍後，透過蒐集相關文獻參考資料，分別歸納及整理出偏鄉觀光產業相關文獻及觀光機會辨識相關文獻，作為評估因素架構建立之依據，再以模糊德爾菲法蒐集與歸納專家學者相關評估因素，確立評估因素及研究架構。並針對模糊層級分析法進行理論探討與問卷調查，計算出各因素之相對權重，對問題提出見解與建議方向。本研究架構圖，如下所示：



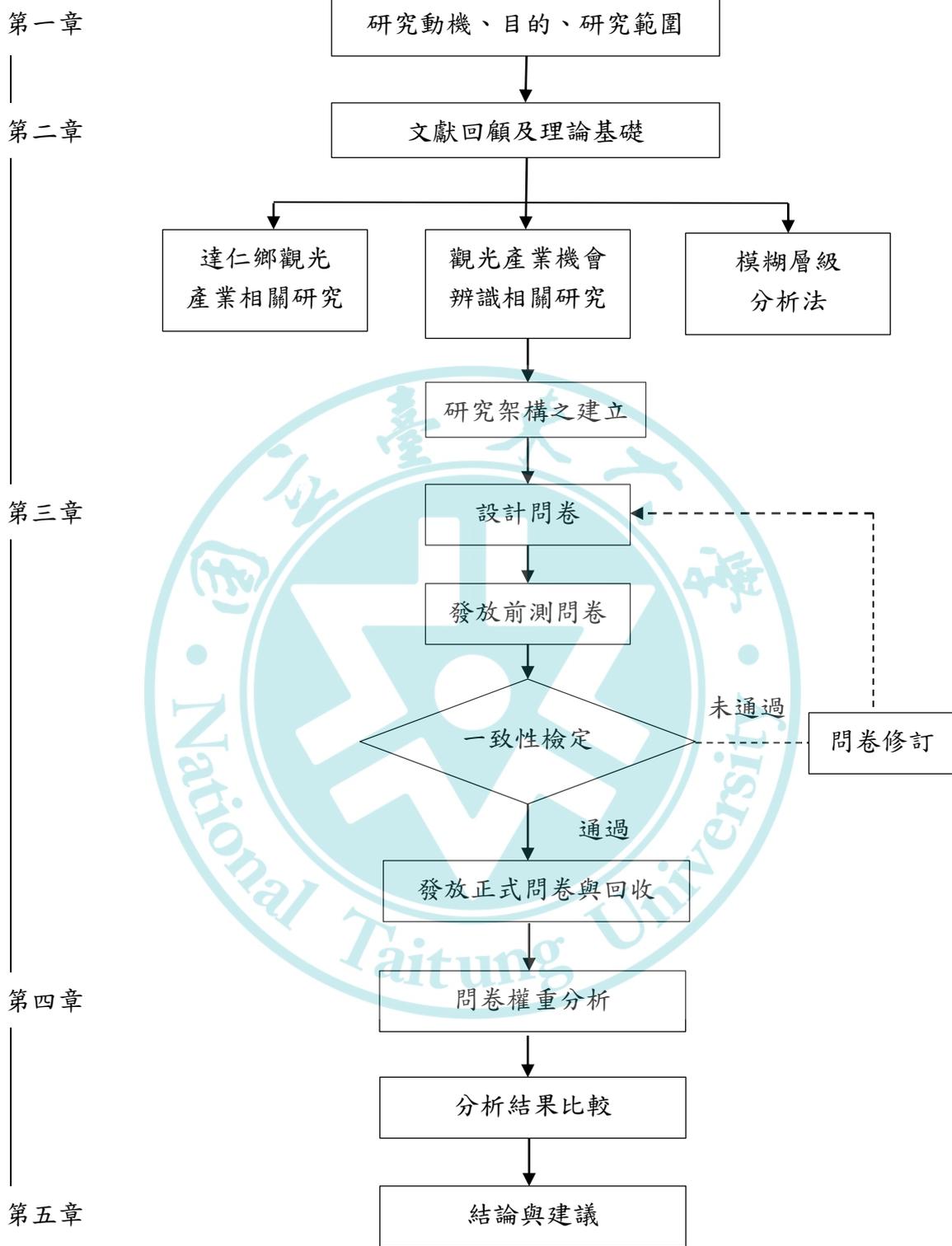


圖 1-1 研究架構圖

## 第五節 研究範圍與對象

- 一、研究範圍：以臺東縣達仁鄉為研究區域，轄內共有六村（安朔、森永、南田、台坂、土坂、新化），達仁鄉所在地理位置，如圖 1-2 所示。
- 二、研究對象：達仁鄉境內觀光產業相關業者、擁有者、管理者及鄉內、外部之公部門專家及學者等。
- 三、研究內容：運用模糊德爾菲法，以達仁鄉為例，透過專家重複問卷調查分析，建立偏鄉地區觀光產業機會辨識之評鑑模式，以利偏鄉地區觀光產業發展之參考。

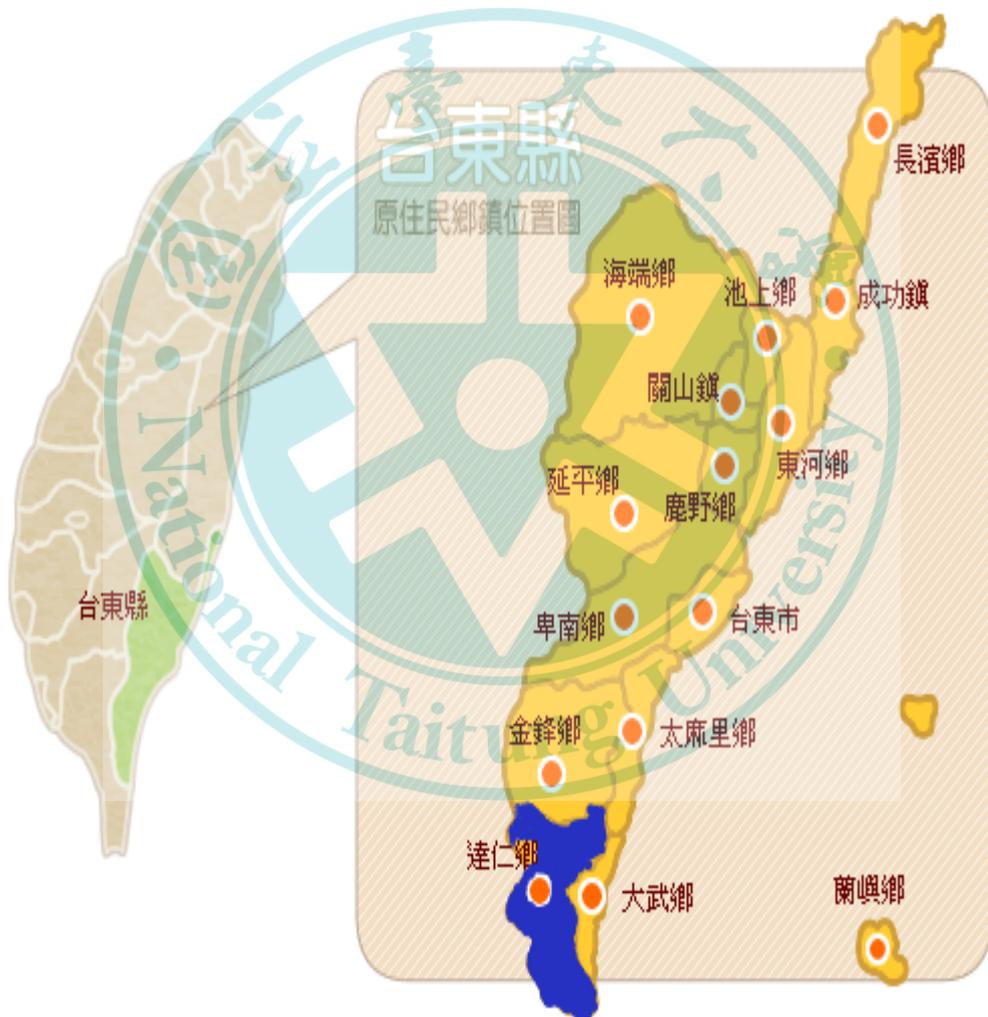


圖 1-2 臺東縣達仁鄉地理位置圖  
資料來源：臺東製造（2019）

## 第二章 文獻探討

### 第一節 達仁鄉

達仁鄉主要為原住民排灣族人的居住範圍，在清朝時期為阿塿衛社的聚居地，並以安朔村為最大。而「安朔」(阿朗壺 Aljungic)在排灣族語中便是指「最多人的社」。日治時期，將本鄉劃分為 tjuabar(土坂)、tjuavanaq(台坂)、tjarilik(森永)、tuakakuljay(禮六)、aljungic(安朔)等五個社，先後劃歸臺東廳大武支廳管理，並在各社直接派駐警察處理行政、教育、衛生等日常政務。二戰後，初劃歸於臺東縣大武鄉，1946年自大武鄉分治，當時官派之臺東縣長建議鄉名為「大仁鄉」，可與大武鄉保持有淵源關係之意涵，但未被地方人士接納，認為「大」字難脫與大武鄉的臍帶關係，有無法獨立之感，當時首任官派鄉長葛良拜審酌上級與地方意見，將「大」改為「達」，經代表會決議後，轉呈臺東縣政府核備，也是臺東縣五個山地原住民鄉之一(葉神保，2002)。

被稱為南迴山林秘境的達仁鄉，有著面山近海優越的特殊地理環境與自然原始風貌和適宜的氣候，93%以上的人口為排灣族，以農業及高知名度手工藝特色產業為主。鄭惠芬(2015)指出生活意識上行特有的排灣族社會行為，崇信著巫師祭儀文化，並仍維持著「頭目家族」與「祖靈信仰」等傳統。在偏鄉推動自然景觀與具文化內涵的觀光產業，除應改善聯外交通，活化地方特色產業，創新觀光活動，推動具人文文化的觀光活動，相信能為偏鄉地區帶來更好的發展。達仁鄉所處地理環境內，有著眾多山林秘境與在地原民傳統農耕狩獵文化、部落融合環境智慧生活模式等資源，實對外界具有相當吸引力，以下分別說明地理位置與人口概述、經濟資源與產業特色以及自然與文化特性等。

#### 一、地理位置與人口概述

達仁鄉位於臺東縣境的南端，北鄰金峰鄉、西接屏東縣春日鄉、來義鄉和獅子鄉、東則為大武鄉、東南瀕臨太平洋、南為屏東縣牡丹鄉，總面積約 306.4454 平方公里。境內約 90%為山地地形，平原地形僅少面積，縣內有楓港溪、桃花溪、瀧溪、安朔溪和大武溪流經，居民的產業主要以農業為主，漁業為輔(達仁鄉公所)。

達仁鄉為「山地原住民鄉」(行政院原住民族委員會)，行政區域劃分為 6 村(見圖 2-1)。其中南田村和安朔村靠海，台坂村、土坂村、新化村、森永村等四村則位於地勢較高的內陸山區，行政中心鄉公所則位於安朔村內。

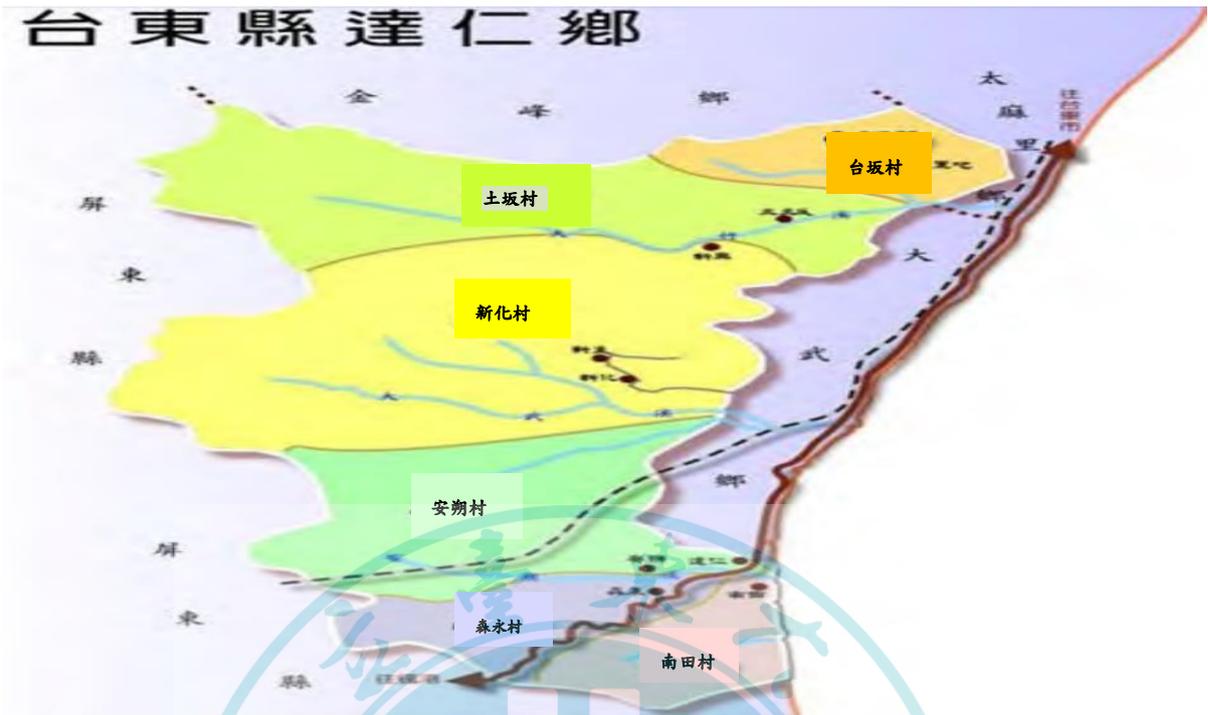


圖 2-1 達仁鄉行政區域圖

資料來源：臺東縣達仁鄉公所官網（2019）

依據行政院原住民族委員會統計至 108 年 6 月止達仁鄉原住民人口數資料，以排灣族 3,142 人為最多，其他少數族群尚有阿美族、泰雅族、布農族、魯凱族、卑南族、賽夏族、太魯閣族等。依據太麻里戶政事務所資料統計，截至 108 年 6 月全鄉共有 56 鄰，設籍戶數有 1,435 戶，總人口數為 3,540 人，其中原住民人口共 3,302 人，占全鄉人口數 93.27%，如下表 2-1 所示：

表 2-1 達仁鄉 108 年 6 月人口數及原住民統計

村里別	鄰數	合計				區域			平地原住民			山地原住民		
		戶數	人口數			人口數			人口數			人口數		
			小計	男性	女性	小計	男性	女性	小計	男性	女性	小計	男性	女性
台坂村	10	274	706	384	322	14	7	7	33	18	15	659	359	300
土坂村	14	343	1016	550	466	22	11	11	37	12	25	957	527	430
新化村	6	151	376	211	165	11	2	9	15	6	9	350	203	147
安朔村	13	319	661	363	298	94	53	41	66	30	36	502	281	221
森永村	9	204	457	244	213	45	26	19	31	13	18	381	205	176
南田村	4	144	324	163	161	53	28	25	9	3	6	262	132	130
總計	56	1435	3540	1915	1625	239	127	112	191	82	109	3111	1707	1404

資料來源：臺東縣太麻里戶政事務所生活服務網（2019）

## 二、經濟資源產業特性

達仁鄉產業以農業為主、漁撈及養殖漁業為輔，往年每逢4~6月梅雨季前後就是毛蟹「大出」的季節，被譽為「毛蟹的故鄉」的達仁鄉，都會應景舉辦毛蟹季，讓遊客體驗當地的自然生態。但自八八風災後地形及地貌大為變動，魚蝦蟹數量銳減，直接衝擊達仁鄉年度盛事「毛蟹季」，因復育毛蟹已連續停辦多年。為尋求替代產業接續帶動地方觀光，目前積極推動在地農特產品，以開創新永續發展生機（達仁鄉公所官網，2019）。

### （一）、農業

達仁鄉公所為發展鄉內在地農業，積極輔導農民成立特色農產產銷班，並協助推展行銷管道，提升其產值。目前已成立六處產銷班，計有：土坂蔬菜產銷班、土坂香菇產銷班、新化植物藥草班、新化咖啡產銷班、安朔小米產銷班、森永紅豆產銷班等，如下所示：

表 2-2 達仁鄉農特產品一覽表

村里	產銷班	特殊農特產品
土坂村	土坂蔬菜產銷班	小米、洛神花、芋頭、樹豆、橄欖、薑、木雕
土坂村	土坂香菇產銷班	段木香菇、小米、樹豆、南瓜、毛蟹、過山蝦、木雕
新化村	新化咖啡產銷班 新化植物藥草班	藥草、咖啡
安朔村	安朔小米產銷班	紅藜、小米、樹豆、地瓜、鳳梨、南瓜、玉米
森永村	森永紅豆產銷班	玉米、芋頭、紅藜、小米、野菜
南田村	（尚未成立）	石雕、皮雕、地瓜、芋頭、山蘇、小米

資料來源：達仁鄉公所官網（2019），本研究整理

### （二）、狩獵

原住民狩獵的活動充滿變數，是一個「充滿不確定」的行為，很難推算或預測獵獲的對象和數量，甚至不能有談論或預估狩獵量的想法，都是十分「禁忌」的行為（傅君 2013）。因為對狩獵活動的「不確定」因素，讓原住民族對於狩獵的結果大都交託給神靈，因此衍生出一套與土地相處的態度與方式，這就是狩獵文化的內涵。

杜詩韻（2012）提到狩獵活動，只有在農閒時及祭典之前上山打獵，是有季節性的，並非一整年都在打獵排灣族的狩獵是男子的工作，獵人的存在是代表部落強壯且可靠的資源，因土地所有制度，獵場及獵區通常以天然地形的山峰、岩石、溪流等為界，每個獵人都有專屬的獵區，彼此互不侵犯，並以家族為單位世襲獵場，其傳承的意義即代表「觀念」與「態度」遠勝於「知識」和「技術」。

### （三）、漁撈

潘世珍、劉炯錫（1996）提出達仁鄉傳統漁業採以漁撈為主，集體性漁撈採用

毒藤使魚蝦昏迷麻痺而浮出水面抓取，而個別性漁撈則採用傳統竹編魚籠及引水防堵方式捕魚，不論是集體性或個別性漁撈，原住民都維持維護著對溪流生態永續的傳統觀念。

#### (四)、技藝與工藝

原住民的文化是世代傳承下的根生文化，有別於外來的移民文化，其文化特殊性是觀光產業特有的優勢，其重要性與獨特性也就是文化產業的利基點，特別是在原住民的手工技藝創作上。

傅冀玲(2010)認為排灣族人的藝術通過大自然的洗禮和歷史長久的考驗，其展現出強韌之生命力，極具高度的民族文化價值與獨特性，已然成為現代藝術多元表現。

楊美蓮(2017)指出排灣族一直以來即被稱為「藝術的民族」，探究其原因在於傳統排灣族並沒有文字，族群間的知識傳遞，是透過口說敘事、歌謠吟唱、圖騰意象等符碼來建置，傳遞其文化的內涵與價值，日常生活中由石板建築、圖騰雕刻、琉璃珠、編織、服飾等實體呈現，但隨著時代的變遷，生活環境的改變，這些原本兼具日常生活運行功用的物質文化，遂漸漸成為代表排灣族意象的藝術創作，也體現了排灣族豐富的族群思維及生活藝術，而其中也展現了排灣族與其他族群不同的美感價值。

許郁芳(2000)提到在全省原住民藝術中，排灣族人的工藝技術，不但深具生命力且富有創造力，其在編織、衣飾、琉璃珠、陶瓷、圖騰、竹雕、骨雕、木雕、皮雕、石版雕、紋身等種類繁多，應用在生活各方面都有很多值得讚賞的地方，因而享有藝術民族之美譽。

### 三、自然環境資源

自然資源是指其在原始狀態下有價值性的自然物(不經加工的原材料)，又稱天然資源，如氣候、礦藏、土地、生物、海洋、水利等資源，是成為物產的自然財富。聯合國環境規劃署(United Nations Environment Programme, UNEP)對自然資源的定義為：在一定的時間和技術條件下，能夠產生經濟價值，提高人類當前和未來福利的自然環境因素的總稱。

幾千年來，原住民族並未大肆破壞居所地的自然生態與過度獵捕生物，是故自然生態與永續是原住民族傳承的權利與文化，是他們長期累積下來的生態與生存智慧(莊慶信, 2006)。達仁鄉觀光產業發展如何結合生態管理與智慧，並透過強調心理層次的部落生態觀光，由鄉公所帶動鄉內觀光產業發展新風貌，辦理達仁鄉套裝遊程規劃，讓遊客看見達仁鄉美麗的山林秘境，如：海岸(南田海岸、阿塹壩古道)、森林(臺灣油杉生態保留區)及悠久的排灣族文化特色(五年祭、收穫祭)，吸引遊客欣賞駐足達仁鄉，並帶動周邊相關經濟。已知達仁鄉境內相關資源及產業共有129處資源點，按其相關內容分述，如下表所示：

表 2-3 達仁鄉境內觀光產業資源一覽表

主項	分類	數量	資源名稱
自然資源	自然地景	4	南田石岸、祈禱山、林班古道、普沙羽揚溫泉
	古蹟及歷史建築	4	祖靈屋、古洋房
資源特色	宗教設施	13	教會、萬應宮、禱告院、聖母堂
	公共(用)設施	17	土坂吊橋、活動中心、露營區、國小
	餐飲旅宿	24	風味餐、輕食店、接待家庭、寄宿家庭
人文資源	傳統工藝美術	13	工作坊、工藝室、產業中心
	生產資源	9	產銷班、養殖漁業
	在地景觀	42	文化資源教室、入口意象、頭目家、景觀臺
觀光政策	南迴藝術計畫	2	南方以南-南方向量、南方豐饒
	南迴公路拓寬工程	1	草埔隧道工程
合計			129 處

資料來源：達仁鄉公所（2018），本研究整理

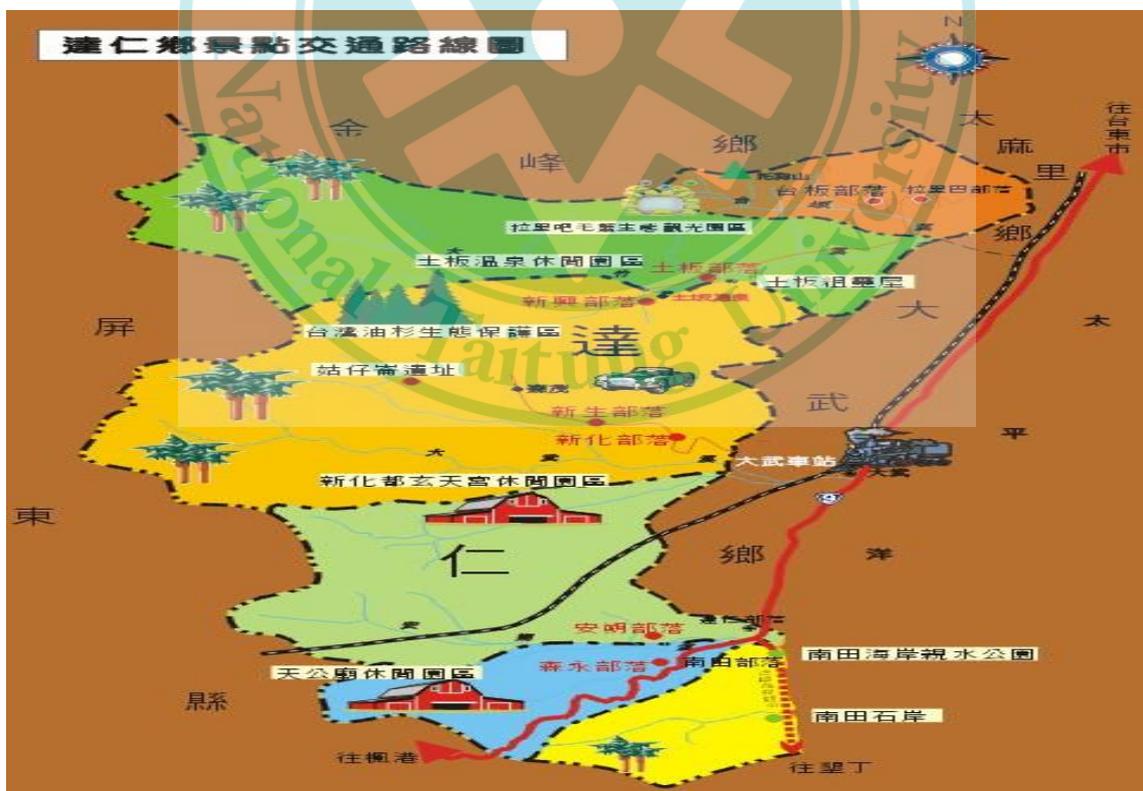


圖 2-2 達仁鄉各景點分布圖

資料來源：達仁鄉公所網站（2019）

周揮彥（1966）將觀光資源的性質分為：

（一）、天然觀光資源：

1. 天象資源：如雲海、日出、彩虹、晚霞、星象、極光、流星雨、海市蜃樓、太空奇景、佛光等，浮現於地球表面以上者。
2. 地質資源：如溫泉、火山、冷泉、噴泉、天然火焰、礦景、化石、洞壑、寶石、奇岩等，大多成因於地球表面以下。
3. 地文（地形）資源：有山岳、海洋、河川、瀑布、湖泊海岸、島嶼、冰河、峽谷、沙漠、峽灣等，呈現於地球表面者。
4. 生物資源：動物有哺乳類、爬蟲類、昆蟲類、鳥類、魚類等；植物有樹木（森林、巨木、針葉、闊葉）、花草、蕨類植物等，各種生態景觀。

（二）、人文觀光資源：人文方面，可依政治、經濟、社會、文化（教育）、藝術、宗教、民俗等分類，亦可依空間、時間、靜態、動態來分：

1. 空間：造形，如城市、古蹟、文物、園林等。
2. 時間：動向，如生活、戲劇、歌舞、音樂、技藝等。
3. 靜態：古蹟、文物、庭園、城市等。
4. 動態：技藝、音樂、歌舞、戲劇、民俗活動等。

陳思倫、宋秉明、林連聰（1995）則將旅遊資源分成自然、人文與意境三大類，分述如下：

- （一）、自然旅遊資源：指原本就存在且吸引遊客旅遊的自然景觀與現象，例如：風景資源、地質資源、生態資源、天象資源等。
- （二）、人文旅遊資源：指人類既有的歷史與文化遺產或現有的人文或事項，具有吸引遊客遊覽的資源，如：廟宇、古蹟、建築、傳統工藝等。
- （三）、意境旅遊資源：指原本不存在，專為滿足遊客的需要，刻意安排或塑造而成，例如：節慶、祭典、宗教、藝文展演等。

蘇芳基（1993）以自然資源、人文資源及意識資源為觀光的三種資源：

（一）、自然資源：

1. 風景資源：山岳、河川湖泊、瀑布、海濱、丘陵、島嶼、海底公園、沙漠、原野。
2. 天象資源：氣候之溫暖、晴朗、乾燥及空氣清新。
3. 地質資源：溫泉、礦泉、奇岩怪石、天然洞窟、火山噴火口、天然火焰、化石、鐘乳石。
4. 生物資源：如各種野生植物、奇花異卉、原始森林、稀有古樹。
5. 天然紀念物：大自然所創造之一種時間性產物。

（二）、人文資源：

1. 歷史文物：圖書、古代典籍史冊、裝飾品、雕刻以及各種古藝術品或古董。
2. 名勝古蹟：古代遺留下來的各式建築物，如城牆、城溝、護城河、碉堡及古戰場；政治性建築物，如帝王宮殿、碑坊、府衙等，此外尚有園林、陵墓、崖壁等。

3. 民俗：宗教信仰、迎神賽會等民間風俗習慣及各種節慶等，另有民間流傳之物，如繪畫、刺繡、剪貼、皮影戲、木偶戲等。
4. 觀光資源：包括市容、交通設施、公共建築物、教育文化設施、公共設施。
5. 產業觀光資源：包括工廠、加工出口廠、工業區、農林漁礦場、果園、水庫、企業機構等。

#### (三)、意識資源：

1. 人情資源：如對待觀光客之態度，一定要誠摯懇切，使其近悅遠來。
2. 風情資源：係指每一地方成熟之風俗習慣，往往能帶給旅人們一種舒適性、親切性、關懷感、安全性等感覺。

#### 四、人文資源與民俗文化特性

葉神保(2018)指出達仁鄉多為排灣族人，社區部落裡仍保留深具意義且相當豐富精采的排灣族原住民特有生活文化及民俗節慶，如巫師文化、五年祭及收穫祭等，鄉內各個部落皆有代表性的原民歷史和人文藝術意象呈現，讓遊客沉浸在濃厚的原民風情中，感受排灣族文化與智慧的美和深遠意義。

#### (一)、人文資源

##### 1、世襲的貴族階級制度：

李莎莉(2004)說明排灣族是以社會階層制度作為社會的結構，此制度建立在長嗣繼承與土地上，而長嗣也是繼承土地所有權的依據，也可以這麼說，排灣族的社會階層制度是由長嗣繼承形成的，世襲的階級制度分為頭目、貴族、勇士及平民，每個人一出生即確定其個人的階級地位。

##### 2、祖靈崇拜：

排灣族主要有以祭祀為主的「祭司」和以治病、占卜為主的「巫師」兩種的宗教的執行者(原住民族委員會)。祭司又分為部落與家庭祭司兩種，部落祭司是以主持部落的祭祀活動為主，家庭祭司是以主持家庭的各種祭祀活動。部落祭司的選擇由巫師主持，須經神卜儀式，男女均可擔任，基於事實的需要，最好由男女各一擔任(李莎莉，2004)。而巫師的能力來源，則是藉由符咒的力量通求神靈而得其助力，巫師的本事，為師徒相傳制，傳受咒語、法器與儀式程序的項目(臺灣原住民數位博物館，2017)。

#### (二)、民俗文化特性

德米雅·魯路灣(2001)認為實際的宗教活動表現在各種祭祀上，排灣族的祭祀種類繁多，有最著名的人神盟約祭(Maleveq)，另有關於天候的祭祀，包括祈晴、祈雨、除雷、鎮風；有關於土地及部落的祭祀，包括水源、聚落、土地；有關於農作的祭祀，如豐收祭(Masarut)也稱收穫祭，是為一連串的祭祀，包含粟的播種、入倉及收穫；另有居所、家畜、紋身、器具、財物、狩獵、獵首、疫厲、捕魚等相關祭儀。

謝志鴻(2007)人神盟約祭，俗稱五年祭，是最豐富且象徵意涵濃厚的祭典，在排灣族是規模最重要且盛大的祭典，是祖靈與排灣族人共娛的祭祖活動，係每五

年舉行一次整體性祖靈祭典之意，祭典分前祭和後祭，將為期 15 天以上，主要的儀式包括「迎靈召喚」、「祈福」、「刺球」、「歡樂歌舞」、「送惡靈」與次年的「送祖靈」等活動。

朱連惠(2006)認為早在荷蘭人殖民統治前即已存在的五年祭是排灣族的宇宙觀、宗教觀及社會組織的具體表現，並具有團結意義。

李恩賜(2010)提出刺球活動是祭典中最重要項目，旨在對神靈懇求福氣，給予生命的眷顧、幸運的賜予、與惡運的祛除，簡單的說，祈以刺球活動的形式，將生活上的健康、人口興旺、耕作、狩獵、抵禦外侮等表達給神靈。全臺灣唯一仍保存完整五年祭傳統祭儀的部落在土坂村，是排灣族最盛大的祭典(高琬雲，2007)。

## 五、南迴公路拓寬對達仁鄉觀光的影响

### (一)、對南迴地區觀光的影响

均衡城鄉發展需仰賴良好的交通建設，為不讓南迴地區只是遊客「路過」之地，臺東縣府向內政部前瞻基礎建設競爭型計畫(2018)爭取而來的南迴驛站興建「大武之心南迴休憩區」，並已成功招商，當初提這個計畫，主要考量臺東市到高屏地區車程約需兩、三小時，沿途卻沒有大型休憩據點，臺東縣政府規劃以3億元建設大武漁港市場及南迴旅客休憩中心，吸引遊客購物消費在地特色商品，同時也協助周邊地方鄉鎮觀光合作推動金峰鄉溫泉地熱發電、多良車站觀景台及遊憩設施改善...，屆時將可為南部民眾進入臺東提供多功能旅遊休憩服務，促進南迴鄉鎮的產業與經濟成長，除了整頓大武漁港周邊閒置土地，興建大型遊憩園區(內政部營建署城鄉發展分署，2014)，未來不僅可作為遊客駐足休息、順道採買地方特色農漁牧產品，增強消費經濟，提高在地農產品銷售，還能轉型大武漁港為多功能的南迴新地標，帶動遊客欣賞東部海岸風光、人文薈萃與風土人情，在南迴地區，也陸續在醫療(南迴緊急醫療照護中心)、交通(南迴公路拓寬及截彎取直)、文化(南方以南藝術計畫)及產業(洛神、小米六級化發展)等面向有所進展(臺東縣政府，2018)。



圖2-3 台九線南迴公路拓寬改善計畫路線圖

資料來源：交通部公路總局（2019）

## (二)、 對達仁鄉觀光的影響

達仁鄉位處旅客路經南迴公路進入臺東的第一站，南迴公路拓寬改善、截彎取直工程，預計 2019 年底全線通車。將能紓解車流壅塞、節省時間、改善安全，也必然帶動南迴沿線經濟，同時創造就業機會，吸引青年返鄉，解決城鄉人口老化與萎縮的危機，營造多元友善的遊憩空間（內政部城鎮之心工程，2018），有利於推展具有南迴特色的觀光產業，藏富於民、造福鄉里，帶動南迴線經濟觀光發展，全力幫助長期缺乏旅客駐留據點的南迴地區，預期帶來更多的商機，為公路交通改善的契機，做充足準備。

## (三)、 交通建設對地方發展影響之研究

地方發展與交通建設存在著緊密的相互關係，交通運輸系統的設置，必將改變地區的可及性，所產生的影響，亦促成人口、產業、土地價值等空間型態和地方經濟產業結構的轉變，或改善發展緩慢地區的區位條件。另外，在地方經濟產業結構和地區樣態改變後，旅次分佈、運輸工具的選擇與型態等也隨之變動，使得運輸需求提高，衍生出交互影響的效果（白仁德，2009）。

蔡百哲（2010）針對國道六號興建後對沿線居民的影響研究發現：受訪者認知到地區發展得到更多機會，但是人潮與車潮會加速破壞周遭環境，增加環境的負荷量，受訪者較沒有感受到地區發展所帶來的文化學習與保存的機會，當地的地區發展必須朝向深度且具有當地產業特色的發展模式。

呂政芳、張俊傑、張淑君(2011)在國道六號開通對埔里地區民宿經營之影響研究中，針對埔里地區的民宿業者進行隨機抽樣並做問卷調查。研究中發現，國道六號的開通，提高了埔里地區的可及性，使得當地的民宿住宿率有所提升。

王心怡(2016)針對雪山隧道通車對宜蘭觀光人數之影響，指出雪山隧道於95年6月開通，使得前往宜蘭的距離更加縮短，交通更為便捷。以宜蘭縣的遊客人次為實驗組，花蓮縣的遊客人次作為對照組，比較在雪隧前後觀光人數的變化，結果發現在雪隧開通初期有使宜蘭觀光人數明顯的增加，雪隧開通確實讓遊客到宜蘭的旅行時間縮短，增加旅遊方便性，但雪隧的開通是否能恆長性的替宜蘭縣帶來觀光人潮便無法預期。

洪家煒(2015)研究雪山隧道對頭城居民環境感知之影響，認為當地生活型態的改變涉及居民的環境感知，包括居住環境品質和居民調適能力。以 Driver-Pressure-State-Impact-Response (DPSIR) 因果模型為架構，進行衝擊評估與感知分析，發現頭城居民對於環境衝擊感知，與其年齡和住家距離省道遠近有關；年齡層較高和距離省道較遠者，對於環境衝擊感知較低，但調適能力高者則不受年齡與距離影響；另部分居民認為雪山隧道所帶來的車潮與人潮缺乏配套措施，導致頭城當地塞車、噪音、空氣汙染等問題，提醒相關部門正視經濟發展下的都市化衝擊，通盤檢討環境開發與地方建設，促進地方產業、交通與觀光之永續發展。

黃祥鉸(2010)探討雪山隧道通車前後對宜蘭地區所產生的影響之差異性，使用房地產實際成交價格及時間為研究的主軸，以探討與控制變數間之相互關係，最後運用迴歸分析實證，此建設對宜蘭房地產價格是否具有顯著的影響。

## 六、達仁鄉觀光產業 SWOT 分析

達仁鄉的觀光產業發展長期以來受地理環境與氣候的限制(林郁欽、程仁宏, 2016)。近年來在生態永續基礎的反思下，擁有原民風格與在地特色多元產業的各個部落皆應用其自然資源與文化風俗，發展出結合生態、文化、人文藝術、農產業等體驗社區部落觀光模式(賴兩陽, 2015)。各村落產業發展能與時共進，觀光與產業的結合或許是個新契機，讓達仁鄉建構出生存、生計與生態三者兼顧的地方(臺東縣政府)。

Ansoff(1965)提出 SWOT 分析的架構，使企業了解自身優勢(Strengths)、劣勢(Weakness)、機會(Opportunities)與威脅(Threats)。主要目的在辨識與發展企業本身資源及核心能力的合適策略，針對企業外部環境的機會與威脅、內部優勢與劣勢，作為分析內容，將企業條件與所處市場相配合，因此又稱為態勢分析法。經由 SWOT 分析結果，企業不僅可補強缺失，掌握自身的優勢，還可避開外來的威脅，可作為制定企業的發展策略之重要依據(徐敏珠, 2011)。

本研究依 SWOT 分析法進行達仁鄉觀光產業的內部優劣情勢與外在環境所造成的機會和衝擊，以瞭解達仁鄉目前及未來發展觀光產業趨勢，整理如下表 2-4：

### (一)、優勢

1. 多樣化的自然生態資源：達仁鄉境內自然生態及動植物的生態資源相當豐富，並擁有台灣最大的油杉生態保護區。
2. 農產物種類多樣化發展：農作物產量雖不大，但大多以多樣化及多角化產業面向發展，並施以有機化、稀有化、天然化，使之成為在地農產業之特色。
3. 環保傳統手工藝：鄉內族人在藝術與創作文物的獨特眼光和樣貌之下，又能兼顧日常生活使用與生態環境保護，使作品呈現原民的文化表徵且富涵生活美學的本質。
4. 豐富人文觀光資源：鄉內最著名的排灣族原住民族文化五年祭與各部落家族舉辦年度的收穫祭儀活動，祭典時族人與眾神、祖靈神秘且莊嚴的儀式和蘊藏的內涵，是部落觀光客來訪的主要行程。陳生元(2012)指出生態上排灣族人對自然資源的使用觀念有一套不同主流文化的邏輯，讓觀光客認識族人生活生態的態度與智慧，對應現今自然環境教育與保育相關辦法訂定，使其內容能更具周延與完整性，在現今發展生態觀光面向上是個重要的資源。

### (二)、劣勢

1. 農業粗放化：投入較低的勞力、資本的經營方式，農地耕作面積受制於地形狹小且零碎，不利機械化，且村內族人土地為繼承使用，耕地零碎無法整合統一成大面積的生產。
2. 人口流失外移嚴重：原鄉地區欠缺資金的運轉，幾乎沒有所謂的產業駐紮，年輕人口留不住，產生勞力缺乏與人口斷層嚴重。
3. 天然災害：受地形和氣候的影響，經濟農產業的發展存在著許多威脅因素。
4. 欠缺物流平台與資訊封閉：鄉內在資訊的獲得上往往都已是二手消息，因此各產業產品長期受到盤商的剝削與操控，只能盲目的跟從，對族人的經濟收支常是處於不平衡的狀態。
5. 各級產業基礎建設薄弱：鄉內在硬體的基礎建設及軟體的技術上，至今尚未建構出完整的產業發展基礎樣貌來。

### (三)、機會

1. 中央政府部會計畫：行政院農委會(2017)將農村再生 2.0 計畫納入地方政府共同執行，促進農村發展及活化再生，擴大參與合作機制，維護農村生態及文化，改善基礎生產條件，提升生活品質，以達最大執行效益，以地方社區永續發展為主軸，建立地方產業特性，強化地方的競爭力，創造地方的新價值。
2. 新興產業與觀光意識崛起：居民對觀光意識崛起有新的思維並結合新興部落產業概念，產農透過申請公部門計劃、觀摩與學習成功產農的案例，加上自主進修與創新，結合部落人文、地理環境特色，在各村落中已發展出結合觀光活動亮點的主題式產業。

### (四)、威脅

1. 南迴公路草埔隧道通車後，將加速遊客行車往返的交通時間，是否會因此「路

過」，使達仁鄉被進一步邊緣化。

2. 其他相似原民族文化之鄉鎮競爭，如屏東縣來義鄉和春日鄉在五年祭的文化祭典上，屬於同質性活動，對該區域發展觀光經濟乘數效應而言，存有潛在性的威脅。鄰近大武鄉的「大武之心」休憩區、金峰鄉有「文創藝術街」和洛神花季活動以及太麻里鄉的金崙溫泉和金針花季，皆有規劃長遠之觀光發展計畫，相較之下威脅性倍增。
3. 公共設施不完善，易引起遊客在網路上給負面評價。
4. 行銷政策推廣上仍須公部門與相關單位輔導推動，鄉內居民的參與積極度仍須再加強。

表 2-4 達仁鄉觀光產業 SWOT 分析

優勢 S (Strength)	劣勢 W (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 多樣化的自然生態資源與在地農特產業特色。</li> <li>2. 兼具環保與原民特色的傳統手工藝。</li> <li>3. 族人傳承的文化與生活生態的態度與智慧。</li> <li>4. 文化五年祭與收穫祭活動，祭典時族人與眾神、祖靈神秘且莊嚴儀式內涵。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 農業粗放化，投入較低的勞力、資本的經營方式。</li> <li>2. 人口流失外移嚴重。</li> <li>3. 幾乎沒有所謂的產業駐紮。</li> <li>4. 颱風和焚風的天然災害多。</li> <li>5. 經濟農產業受制地形和氣候的影響，發展有限且遲緩。</li> <li>6. 欠缺物流平台與資訊封閉。</li> <li>7. 各級產業基礎建設薄弱。</li> </ol>
機會 O (Opportunity)	威脅 T (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 公部門推動以農村社區為發展主軸，專注強化農村競爭力，創造農村的新價值。</li> <li>2. 紅藜與小米的新興農產業興起。</li> <li>3. 居民的觀光意識崛起，主動參與公部門計劃加上自主進修。</li> <li>4. 結合周邊鄉鎮觀光景點的串聯，建立產業商機。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 行車交通便捷，形成「路過」？</li> <li>2. 鄰近同質性的原住民節慶活動，威脅性倍增。</li> <li>3. 公共設施不完善，遊客較不願意到訪。</li> <li>4. 鄉內居民參與公共事務的積極性須再加強。</li> </ol>

資料來源：本研究整理

偏鄉地區觀光產業評估準則因素之四大主準則構面綜上所述，歸納出：自然資源、資源特色、人文資源與觀光政策。如下表說明：

表 2-5 偏鄉地區觀光產業評估主準則

主準則	內涵說明	參考文獻
自然資源	指在其原始狀態下自然存在的有價值產物，如自然景觀、特殊的地形、地貌、水文或生物。	莊慶信（2006）、周揮彥（1966）、陳思倫、宋秉明、林連聰（1995）
資源特色	所謂資源，特別是指在一定時期、地點條件下，創造出具有地方特色的產業資源，結合觀光產生經濟價值，以提高人類當前和將來福祉的因素和條件。	李莎莉（2004）、陳思倫、宋秉明、林連聰（1995）、蘇芳基（1993）、杜詩韻（2012）、朱連惠（2006）
人文資源	指人類社會有史以來的行為所創造出的事項，如文化傳統、語言文字、思想觀念、歷史遺存、科學技術，在現實世界中的資產、資本、權力或關係等都可稱為人文資源。	李莎莉（2004）、德米雅·魯路灣（2001）、謝志鴻（2007）、朱連惠（2006）、李恩賜（2010）、高琬雲（2007）、周揮彥（1966）、傅冀玲（2010）
觀光政策	交通部（2019）觀光政策目標為推動「Tourism2020-台灣永續觀光發展方案」，持續透過「開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光及推廣體驗觀光」等 5 大策略，積極打造台灣品牌，形塑台灣成為「友善、智慧、體驗」之亞洲重要旅遊目的地。	周永暉、歐陽忻憶、陳冠竹（2018）、交通部觀光局（2018）

資料來源：本研究整理

## 第二節 機會辨識

### 一、機會

機會是指事業開創或發展時的辨識過程，可行性，也是個人藉由組合資源以更有效率的創新方法來達成目標，並由中獲得利潤，因此「創新」及「利潤」可說是構成創業機會的兩大因素，可影響整個企業的未來發展（Shane, 2003）。在過去的研究中，對創業者而言，不論在創業上或是對產品、流程、組織結構等的創新，機會的辨識與確認是開創成功新事業最重要的第一步，機會的掌握更是其中的核心關鍵。劉常勇、謝如梅（2006）認為機會不論是主觀創造還是客觀存在，若是無法有效辨識，則將無法跨出創業的第一步。

Timmons（1999）指出，新創事業的成功，關鍵因素就是創業者必須隨著市場需求將機會、資源與團隊做最適當的配置。

W.B.Gartner (1985) 提出組織或個人在創業管理模式下的創立過程和環境；William (1997) 在 Gartner 概念框架的基礎上，則提出構成的創業管理概念框架為個人、環境、機會、報酬和風險等要素；Timmons (1999) 發表機會、創業團隊和資源的創業管理理論模組；Christian (2000) 則說明創業家與新事業間的互動模式，並強調影響新事業創立管理的核心是創業機會流程和創業活動外部環境。

Shane and Venkataraman (2000) 指出機會本質，將因個人判斷的差異，對市場需求、技術競爭能力、產業邊際利潤等之機會評估產生不同的價值。因此，創業機會的來源主要受「外在環境的變化」，也就是外部因素改變，形成新的機會出現，與「個人的因素」，包括先驗知識、社會網絡關係、人格特質等兩方面的影響。

根據奧地利經濟學派學者的觀點，在外在環境的客觀條件下，每個人對資源價值的主觀認知與接受資訊判別的差異，將造成機會的確認、發掘與辨識的差異。更具體的說，機會與個人之間的關聯將受到個人擁有的資訊獲取量與知識的判斷、信念以及警覺能力的影響。當個人的創業知識較豐富時，能有更高辨識機會的能力，對資源價值的判斷與使用，知道哪裡有閒置資源可使用，進而產生創造機會價值的判斷與能力 (Venkataraman, 1997; Shane and Venkataraman, 2000)。

劉常勇與謝如梅 (2006) 表示機會也並非是單一時間的成果，須經一連串的發掘、辨識與評估逐步形成，創業者利用個人專長而發掘到機會出現時，進行評估進入市場，學習獲取成功的經驗。

謝如梅與劉常勇 (2009) 提到個人利用自身擁有的知識、認知與資源，去開發和創新市場上的資源，在實際的行動中獲得利潤，達成創業與創新的最終目的。

Baron (2006) 提出機會至少具備下列三種特性：1、市場需求性：以滿足顧客需要，創造或發掘市場供需的缺口。2、創新性：採用不同於以往的方式來達成創新的目的 (包括技術、顧客、資源組合的改變)。3、可行性：將人力、技術、資源相互配合，以實現預期的機會目標。

## 二、機會辨識的認知與內涵

機會辨識 (Opportunity Recognition) 是指對機會進行確認、發展、評估與利用，進入不明確的市場狀況，利用創新的手段，配合技術與資源，實現預期目標。即個人將知識與資訊藉由認知能力，轉化為機會之過程。Shane and Venkataraman (2000)、Shane (2003) 強調個人認知資訊與知識能力，會影響機會的辨識與發。Singh (2000); Ozgen and Baron (2007) 認為個人辨識創業的機會，是透過社會網絡關係的強弱與獲取資訊之管道的不同。由於，機會辨識是一種個人歷練和認知評選的過程，必需先發掘出多個機會，而後評估與篩選出最適合的，亦即個人若能辨識出較多之機會，隨時伺機而動，將有助於後續成功機會之發展 (Corbett, 2007; Shepherd and DeTienne, 2005; Ucbasaran et al., 2008)。Shane and Venkataraman (2000) 則認為會影響機會辨識的發現、利用和評估是誰 (who)、如何 (how) 及什麼 (what) 等創業因素，因此提倡將創業研究聚焦於「個人」、「過程」及「機會來源」的發掘與評估。

Sarasvathy (2001) 分析供需關係的構面時，應將機會分為三種類型：發掘 (discovery)、辨識 (recognition)、創造 (creation)。首先，機會「辨識」是指當市場上的供需需求出現強烈反應時，創業者可藉由市場需求強度來辨識。其次，機會「發掘」為市場的供需中有不平衡的狀況出現時，創業者即有機會進行發掘。而機會「創造」是指市場上的供需狀況出現不明確的反應時，創業者若能早先比他人發現進場的機會，即有機會創造出有價值的市場。當供需市場皆不明確的情況下，有機會可以創造新的「方法-目的」鏈，這種創造機會的利潤極大，因此難度也極高。

Shane (2003) 提出影響人們如何思考與決策認知的特性如：自信心、主觀性、直覺感等。Mitchell and Smith (2008) 將「評估、判斷和決定企業家管理研究的回顧和願景：探索有關市場機會，新職業發展和成長的知識結構的理論和模型」定義為創業認知 (entrepreneurial cognition)。換言之，理解創業者使用個人認知模式，分析連結內外部市場資訊並判斷入場位置，組織並開發有用的資源，創造市場上的新產品或事業。

Ardichvili et al. (2003) 認為機會辨識的構面，應包含感知、發掘和創造等三項：

- (一)、感知能力 (perception)：創業者必須意識市場上的需求缺口及現有資源使用狀況，而機會感知的能力則會因生長背景、經驗、能力以及獲取資訊的方式而不同。
- (二)、發掘能力 (discovery)：當創業者知覺到市場存在著需求缺口或閒置資源時，須進一步去探究二者間的關聯性或可行性。
- (三)、創造能力 (creation)：是指開創新產品或事業的可能性，也就是創造一「方法-目的」鏈，並投入相關資源，獲取利潤。

Sarasvathy, Dew, Velamuri and Venkataraman (2003) 發現創業機會需要有創新的構想 (new idea)、行動 (action) 和信念 (belief)。當創業者有了新的發明或構想，並付諸行動，還需隨時發掘市場需求的缺口與閒置資源，設置相關資源，創造一新的連結方式。

表 2-6 機會辨識衡量構面因素

衡量指標	定義說明
感知能力 (perception)	創業者必須意識市場上的需求缺口及現有資源使用狀況。
發掘能力 (discovery)	當創業者感知到市場上存在著需求缺口或閒置資源時，就必須進一步去發掘二者間的關聯性和可行性。
創造能力 (creation)	也就是創造一個新的供需需求模式，投入相關資源，並獲取利潤。

資料來源：Ardichvili et al. (2003)

創業的利益是有存在的機會，只有辨識到機會的存在和價值，企業才有盈利的空間 (Shane and Venkataraman, 2000)。因此，一個成功的創業者最重要的能力是市場機會辨識和選擇對的機會 (Stevenson et al., 1985)。創業機會的辨識乃是創業者

感知到一個不明確的機會，瞭解市場需求與現有資源，以創新的手法將機會概念化的過程。換言之，機會辨識是指將市場資訊藉由本身的能力與認知，轉化成機會之過程（謝如梅，2010）。相關文獻彙整如下：

表 2-7 機會辨識與創業相關文獻

年份	作者	研究內容
2010	謝如梅	1.辨識創業機會的重要認知能力為個人警覺力，受個人的先前知識與專業網絡影響。2.創業者藉由市場環境，建構靈敏的認知能力與架構，以理解、辨識和預測機會的存在與發展。3.由專業網絡獲取市場資訊，可建構知識與認知能力，辨識出創新的機會。
2013	黃建鈞	網路創業家的創業動機、創業經驗、創造力與機會辨識有正向關聯，機會辨識與新創事業之績效呈正相關。
2013	黃致豪	創業精神、人格特質與先驗知識對創業績效皆具有顯著影響；機會辨識對創業精神、人格特質、先驗知識及創業績效皆具有中介效果，因此，創業家欲提高創業績效的幅度，應透過機會辨識為中介的影響，效果會較明顯。
2013	陳柏羽	機會辨識會受創業家的先前知識與社會網絡所影響，創業機會的出現主要是因新的知識或技術出現、舊有市場不佳的效率性、成本或結構上的改變。
2014	陳昀資	以成立五年內的創業主進行研究發現，機會辨識的能力在創業知識與網絡關係對創業績效影響上，扮演著重要的中介角色。
2014	林鼎哲	以認知理論為基礎來探討創業者機會辨識行為，透過先前知識、創業資源與創業警覺性等前置因素，分析創業者認知機會與實際機會的認知差異，以及機會辨識與創業績效表現之間的影响關聯性。
2014	潘慧慈	機會辨識乃創業之第一步，先驗知識中之市場、服務市場方式、顧客問題、技術與自我監控是影響機會辨識創新程度之重要因子，用心為先驗知識與自我監控影響機會辨識之創新程度調節變數。
2015	張英璋	文創相關專家提出文創文化的內容是影響文創產業成敗之關鍵，無關行銷模式，應以文化內容為發展核心來探討文創產業機會辨識與發展的相關影響因素。
2016	蔡立恆	「如何辨識機會並將其機會轉換成為利益」對於每個創業家來說個人創意、創業經驗和風險承擔的取向扮演著非常重要角色。

資料來源：本研究整理

### 第三節 偏鄉觀光產業相關研究

#### 一、觀光產業之定義

觀光產業是一多種相關聯產業的集合體，依據「發展觀光條例」第二條對觀光產業的定義：所謂觀光事業指有關觀光資源之開發、建設與維護，觀光設施之興建、改善，為觀光旅客旅遊、食宿提供服務與便利及提供舉辦各類型國際會議、展覽相關之旅遊服務產業。簡言之，觀光產業是一種提供觀光客滿足旅遊目的所需的複合性與多樣性之企業或事業體。楊朝鈞（2015）則認為是觀光旅客自出發地起，到達觀光目的地停留後，至返回原居地，此過程中提供旅客所需的有形和無形商品（觀光產品和勞務服務）。日本宮崎清教授指出，觀光是體會當地既有的各種資源特色，也就是觀地方之「光」。以達仁鄉而言，地方的「光」就是鄉內特有的自然風情、歷史文化、風土人情、生活文化及特有產業，藉由觀光活動，讓當地居民獲得心理與生理上的喜悅和滿足，使生活更有目的（黃世輝，2001），如圖 2-4：

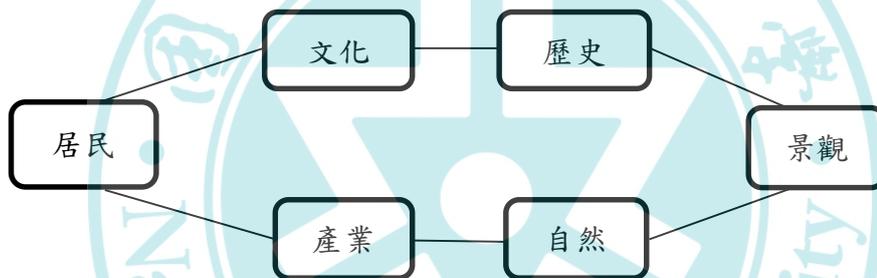


圖 2-4 觀光資源與地方的觀光  
資料來源：黃世輝（2001）

廣義的觀光涵蓋了資源的開發與維護，觀光產業鏈包括了食、宿、遊、購、行及旅遊服務等，為一全方位且多元性的綜合產業，其相關產值非常可觀。因此相關產業涵蓋了及觀光人力資源的妥善規劃和利用、服務的軟體管理之良窳與硬體設施之質量（蘇俊銘，2008）。

達仁鄉的觀光產業發展長期以來雖受地理環境與氣候的限制，近年來在生態永續基礎的反思下，擁有原民風格與在地特色多元產業（楊朝鈞，2015）。各個部落均應用其自然資源與文化風俗，發展出結合生態體驗、文化、人文藝術、農產業等部落觀光模式，使得各村落產業發展能與時共進，觀光與產業的結合或許是個新契機（莊慶信，2006）。

#### 二、觀光產業自然資源

根據世界觀光組織（WTO）的定義，觀光是「一種利用休閒時間所作之旅遊活動」，除了旅遊的性質，觀光與遊憩皆為一種在休閒時間所進行的活動，遊憩資源也常因提供觀光旅遊機會而成為觀光資源，任何實質以及非實質的東西，只要能提

供觀光體驗或滿足人們觀光的需求，便可以稱為觀光資源。

劉仁民、王宗彥、楊朋振（2012）認為凡是足以吸引觀光客的資源，無論其為有形或無形，實體或潛在性的均可稱之為觀光資源。觀光資源泛指實務上或可能為觀光旅客提供一觀光地區或一切事務；換言之，凡是可吸引外地觀光客來此旅遊之一切事物，如：1、自然風光或天然景色，指的是地質、地貌、氣象、氣候、水景、動物、植物（如阿朗壹古道、南田海岸、土坂溫泉）。2、人文景觀，是指旅遊文化、民族風情、古蹟遺址、宗教聖地、都市風光、田園風光、展覽館、美術館、博物館、主題樂園（如頭目家、祖靈屋、入口意象）。3、勞務（人力資源或服務）及商品（手工藝品），均稱為觀光資源。

鐘溫清、王昭正、高俊雄（1999）提出觀光資源四度空間，是三度空間（長、寬、高）加上時間，如文化會隨時間而流傳久遠；如建築物因為時間而成為古蹟。

李貽鴻（2008）認為觀光產業資源的自然資源應包含氣候、地形、動植物等，只要創造出環境吸引力，就可以作為觀光產業發展的基礎。

葉英正（1994）在觀光資源的性質中對自然資源做以下解釋：

- (一)、風景資源：包括山岳、丘陵、河川、峽谷、瀑布、海濱、湖泊以及島嶼
- (二)、天象資源：包括氣候、日出、晚霞、月色、雲海以及積雪。
- (三)、動植物資源：包括原始森林、古樹、花卉以及飛禽鳥獸。
- (四)、地質資源：溫、冷泉、奇岩怪石、火山口及洞窟等。

陳思倫、宋秉明、林連聰（1995）定義自然旅遊資源：指的是原本就存在，能吸引遊客前來的景觀與現象，例如：風景資源、地質資源、生態資源、天象資源等。

本研究根據上述學者對觀光自然資源的分類，歸納出第三層評估次準則因素分別為：天象資源、風景資源、地質資源、動植物資源。如下表說明：

表 2-8 自然資源評估次準則

評估準則	評估次準則	內涵說明	參考文獻
自然資源	天象資源	氣候、日出、晚霞、月色、雲海以及積雪。	葉英正 (1994)、李貽鴻 (2008)、劉仁民、王宗彥、楊朋振 (2012)
	風景資源	山岳、丘陵、河川、峽谷、瀑布、海濱、湖泊以及島嶼。	葉英正 (1994)、劉仁民、王宗彥、楊朋振 (2012)、鐘溫清、王昭正、高俊雄 (1999)
	地質資源	溫泉、冷泉、奇岩怪石、洞窟以及火山噴火口。	葉英正 (1994)、李貽鴻 (2008)、劉仁民、王宗彥、楊朋振 (2012)
	動植物資源	原始森林、古樹、花卉以及飛禽鳥獸。	葉英正 (1994)、李貽鴻 (2008)、劉仁民、王宗彥、楊朋振 (2012)

資料來源：本研究整理

### 三、觀光資源特色

行政院農委會 (2018) 農村再生 2.0 軟硬體建設並重計畫，為因應氣候及社會變遷的衝擊，透過社會創新與智慧科技創新形塑新農村，讓具有不同區域特性之憩區適性發展，依其自然資源與社會文化及產業之特性，建構差異性的發展網路。達仁鄉農產物種類眾多，作物量雖不大，但多以多樣化多角化產業發展，以有機化、稀有化、天然化成為在地產業特色。

關華山 (1982) 指出排灣族人居住的原始住屋「石板屋」，堪稱是建築上的大藝術，在建材使用上有石材、木材、竹材、茅草等，所用石材均由族人自山上以地域性的取材搭蓋，偶有習漢人利用土塊築牆。排灣族住家形式之主要特徵說明如下：

表 2-9 排灣族住家形式之主要特徵

居住地區	平面圖	地基	壁面	屋頂	備註
北部家屋	矩形單室，前寢後藏	淺穴室、石板地寢藏較高，居間低	石積式石板面牆	硬山式屋頂、石板鋪面	排灣族建築基本型I
內文社一帶家屋	縱深式平面，分前後室	平地式石板鋪面(雙門)	石積式加木板牆	龜甲式屋頂、茅草頂	排灣族建築基本型II
牡丹社一帶家屋	中間居室或橫廣式前後室，左右寢間獨立	平地式夯實地(2或3門)	土塊牆	硬山式屋頂、茅草頂	受漢人影響
紹家村一帶家屋	單室，前及兩側寢台，後為儲藏空間	淺穴式(包括家屋及前庭)(雙門)	石積式加木板牆	四披水(兩側較直)、茅草頂	平面同內文社之後室
太麻里一帶家屋	縱深單室，前寢居間後為儲藏	平地式、石板地	外板、內竹牆	硬山式屋頂、茅草頂	受阿美、卑南住屋影響
比魯一帶家屋	矩形單室，前寢後藏	淺穴式、石板地	石積式牆	龜甲式屋頂、茅草頂	北部型平面+內文社屋頂

資料來源：關華山（1982）

李莎莉（2004）認為排灣族人對超自然信仰的觀念有兩點認知，一是無論神、鬼皆屬於同一範疇，統稱為 tsmas，但有善惡之分；一是視為與人類世界同時空的實質存在。族人認為神雖然會保護人，但有一套人人必須無條件遵循的規則，人若破壞此規則，將遭神的責罰，這就是禁忌，無論積極或消極都必須嚴格地服從巫師與巫術，也都等於是服從社會信仰。

關華山（1982）提到排灣族祭祀的種類皆實際表現在各種宗教祭儀上，可分為以下五大類：

- (一)、天候的祭祀活動，包含：祈晴、祈雨、除雷、鎮風。
- (二)、土地與部落祭祀活動，包含：聚落、水源、土地。
- (三)、農作物的祭祀活動，包含：粟的播種、入倉及收穫祭。
- (四)、居所、家畜、紋身、器具、財物、狩獵、獵首、疫厲、捕魚等祭儀。
- (五)、人神盟約祭 (Maleveq)。

蘇芳基（1993）將觀光資源中的意識資源作如下解釋：

- (一)、人情資源：如對待觀光客之態度，一定要誠摯懇切，使其近悅遠來。
- (二)、風情資源：係指每一地方成熟之風俗習慣，往往能帶給旅人一種舒適性、親切性、安全性等感覺，總之，凡能給旅人們關懷之民情，均謂風情資源。

陳思倫、宋秉明、林連聰(1995)對意境旅遊資源的敘述定義為指原本不存在，專為滿足遊客的需要，刻意安排或塑造而成，例如：節慶、祭典、宗教、藝文展演等。

陳一涵、胡凱揚(2018)認為意識資源元素存在於與觀光資源相關之宗教、民族、事業團體等，無形的觀光意識資源與「人」有密切相關，在地風俗民情與特質的優質表現，將使得觀光客留下深刻印象並產生情感，成為闡揚在地精神與意識層面之主要特色。

楊國梁、莊淑姿(2004)於「休閒經濟學」中提出，觀光產業發展趨勢獨特的自然環境與人文是經過長時間形成，過去這些被視為地方生活的一部分，現今被視為觀光資源，隨著臺灣對本土文化的重視，這些地方特色也散發著特別的魅力。結合地方資源，建立地方資源特性，成為地方識別的一部分，是地方觀光產業發展的趨勢。本研究認為，亦即每個地方均有潛力將自身地方特色發展為地方資源而形成地方觀光產業。

陳生元(2012)說道排灣族對自然資源使用觀念有一套不同主流文化的邏輯，在日常的生活中讓觀光客認識族人管理生態的態度與智慧，對應現今自然環境教育與保育相關辦法訂定內容能更具周延與完整，在現今發展生態觀光的面向上是個重要的資源。原民生活意識表現在藝術與創作文物的獨特眼光和樣貌之下能兼顧日常生活使用與生態環境保護，使作品呈現出原民的文化表徵且富涵生活美學的本質。

本研究根據上述學者對觀光資源特色的分類，歸納出第三層評估次準則因素分別為：特色建築、宗教信仰、意識資源、原住民生活。說明如下：

表 2-10 資源特色評估次準則

評估準則	評估次準則	內涵說明	參考文獻
資源特色	特色建築	「建築」可以是指具體的構造建物外，也著重在創作的實際行為上（如過程、技術）。	關華山（1982）
	宗教信仰	排灣族實際的宗教活動表現在各種祭祀上（天候、土地及部落、農作期、狩獵、獵首、捕魚、家畜、疫厲、紋身、居所及器具、財務、五年祭）。	李莎莉（2004）、關華山（1982）
	意識資源	意識資源元素存在於與觀光資源相關之宗教、民族、事業團體等，在地風俗民情與特質的優質表現，將成為闡揚在地精神與意識層面之主要特色。	陳思倫、宋秉明、林連聰（1995）、陳一涵、胡凱揚（2018）
	原住民生活	生活特色也散發著地方特別的魅力，能給旅人舒適、親切、安全和關懷之民情，結合地方資源，建立地方資源特性。	楊國梁、莊淑姿（2004）、陳生元（2012）、蘇芳基（1993）

資料來源：本研究整理

#### 四、觀光人文資源

WTO（1997）「觀光旅遊 2020 展望」指出，文化觀光是未來觀光發展的主要趨勢，現今也正快速成長中，世界各國皆運用其有形或無形的文化特色或資源產業作為吸引觀光客的主要賣點。

劉仁民、王宗彥、楊朋振（2012）則定義能為旅客提供觀光地區實務上或一切事務，在人文景觀上是指旅遊文化、民族風情、古蹟遺址、宗教聖地、都市風光、田園風光、展覽館、美術館、博物館、主題樂園，另有勞務（人力資源或服務）及商品（手工藝品），均可稱為觀光資源。

蔡淑美、歐聖榮（2008）則認為不同景觀類型的確具有不同的景觀意象，景觀意象會影響人們對鄉村地區所產生的景觀評價，而景觀組成因數與景觀意象間具有高度的相關性。

蘇芳基（1993）將人文資源作以下五種分類：1、歷史文物：史冊、圖書、裝飾品、雕刻、古董或各種古藝術品。2、名勝古蹟：古代遺留下來的各式建築物，如城牆、城溝、護城河、碉堡及古戰場；政治性建築物，如帝王宮殿、碑坊、府衙等，此外尚有園林、陵墓、崖壁等。3、民俗：宗教信仰、迎神賽會等民間風俗習慣及各種節慶等，另有民間流傳之物，如繪畫、刺繡、剪貼、皮影戲、木偶戲等。4、觀光資源：包括市容、交通設施、公共建築物、教育文化設施、公共設施。5、產

業觀光資源：包括工廠、加工出口廠、工業區、農林漁礦場、果園、水庫、企業機構等。

陳思倫、宋秉明、林連聰（1995）認為人文旅遊資源指的是人類固有歷史與文化遺產或現有的生活方式或事項，具有吸引遊客前來遊覽的資源，如：廟宇、古蹟、建築、傳統工藝等。

本研究根據上述學者對觀光人文資源的分類，歸納出第三層評估次準則因素分別為：人文歷史、田園景觀、民俗節慶、工藝技術。說明如下：

表 2-11 人文資源評估次準則

評估準則	評估次準則	內涵說明	參考文獻
人文資源	人文歷史	指旅遊文化、民族風情、古蹟遺址、宗教聖地、都市風光、田園風光、展覽館、美術館、博物館、主題樂園（如紀念館、博物館、美術館）。	陳思倫、宋秉明、林連聰（1995）、蘇芳基（1993）、劉仁民、王宗彥、楊朋振（2012）
	田園景觀	景觀意象會影響人們對鄉村地區所產生的景觀評價。	蔡淑美、歐聖榮（2008）、蘇芳基（1993）
	民俗節慶	節慶的形成皆與人民的生活有著密不可分的關係，大都具有「消災」、「祈福」、「紀念」、「團圓」等特性，突顯出人們對祖先的虔心感恩，與敬天法祖的傳統美德。	李莎莉（2004）、蘇芳基（1993）
	工藝技術	是為人們的日常生活創造帶有情感、帶有美學、帶有品質的器物，如勞務（人力服務、人力資源）及商品（手工藝品）。	蘇芳基（1993）、劉仁民、王宗彥、楊朋振（2012）

資料來源：本研究整理

## 五、觀光政策

國內目前的地區旅遊競爭激烈，交通部觀光局在整體政策務實考量中將「觀光大國」調整成「觀光立國」，不再追求數量成長，而是以深度旅遊為地區觀光求發展（周永暉、歐陽忻憶、陳冠竹，2018）。臺東縣政府申請第二期（105-108）綜合發展實施方案-原味旅行計畫，以期爭取花東基金經費挹注，發展架構定調為「1核、5軸、多心」，形成永續的空間發展架構，用以推展部落產業，作為各項資源空間佈局的依據。達仁鄉位列五軸地理軸中之南迴軸，其發展構想多元化之低度開發、推動聚落微型產業及形塑臺東縣南端之門戶意象。縣府企圖以聚落一級產業特色啟動三級觀光產業發展為南迴發展之主軸，以生態永續及達仁鄉土地利用特質來說，可作為達仁鄉產業發展重點方向。

鐘溫清、王昭正、高俊雄（1999）歸納多元產業的觀光業組成是由四項基本服務所提供，包括：

- (一)、接待服務 (Accommodation)：如會議中心、農莊、旅館、露營區、渡假村、碼頭等。
- (二)、目的地景點 (Destination Attraction)：自然或人文資源的提供，如運動及活動中心、主題遊樂園、文化藝術展覽館、博物館、動植物園、古蹟遺址、國家公園等。
- (三)、運輸服務 (transport)：包括交通與道路的建設、交通運輸等服務業。
- (四)、旅行服務 (travel organizer)：如旅行社、旅遊行程預定平台，可預約導遊、導覽及解說服務、交通、行程規劃、訂住宿、訂票券服務、景點推薦、找美食等。

李貽鴻（2008）認為觀光產業資源的供應中，基礎建設是指發展觀光產業所必需的建設，包含自來水系統、排污系統、電力設施、交通設施等。基礎建設是否良好與觀光產業是否能成功發展有絕對的關係，觀光客會被吸引，往往是當地某些設施具有吸引力，觀光產業資源的交通運輸是指觀光旅遊從甲地到乙地所必需有的交通載具或設施，包含飛機、火車、巴士等，這些交通服務的發展也會影響到觀光產業。一個地方豐富的觀光產業的接待能力和地方的生活文化，往往是迎接觀光客的成功重要因素。若相關產業的人士能對觀光客展現禮貌與熱忱，往往會讓旅客感到溫暖與親切，也就會提高再次到訪的意願，另旅遊當地的風俗、慶典活動等文化資源，也是吸引遊客並願意積極融入與享受的因素。

鄧惠文（2006）提出觀光業需要政府政策的推動和支持，例如交通建設、基礎水電設施、醫療及社會服務等，都是任何觀光地區發展的必要基礎。

廖錦男（2015）發現六都升格直轄市後，人口、產業、資源過度集中於都會區，區域發展嚴重失衡，偏鄉地區因就業機會少，人口嚴重流失及老化，發展停滯一片蕭條，其研究亦發現，地方的支持影響偏鄉地區的發展乃是多面向的，不可過度重視單一經濟開發，有可能導致更嚴重的發展困境。

許家蓁（2016）發現觀光網站是一個可以讓網路使用者認識當地文化並獲得相關旅遊資訊的管道，許多網站為了吸引使用者，往往會設計不同的操作介面，試圖以便利的操作方式與視覺效果的顯現，讓使用者快速熟悉網站內容，而好的網站系統導覽，將可減少使用者在網路迷航的情況發生。

賴春茹（2014）在彙整專家意見後，將旅遊資訊來源分為平面媒體、電子媒體、旅遊同伴及行動載具。

本研究根據上述學者對觀光政策的分類，歸納出第三層評估次準則因素分別為：基礎建設、交通運輸、地方支持、資訊科技。說明如下表 2-12：

表 2-12 觀光政策評估次準則

評估準則	評估次準則	內涵說明	參考文獻
觀光政策	基礎建設	指發展觀光產業所必需的建設，包含自來水系統、排污系統、電力設施、交通設施等。	李貽鴻(2008)、鍾溫清、王昭正、高俊雄(2000)
	交通運輸	指觀光旅遊從甲地到乙地所必需有的交通載具或設施，包含飛機、火車、巴士、輪船等。	李貽鴻(2008)、鍾溫清、王昭正、高俊雄(2000)
	地方支持	良好的接待服務和豐富的文化資源是一個地方觀光的重要資產，亦是成功迎接觀光客的重要因素。	李貽鴻(2008)、鍾溫清、王昭正、高俊雄(2000)、鄧惠文(2006)、廖錦男(2015)
	資訊科技	是一個讓使用者透過網路認識當地文化並獲得旅遊資訊相關的管道。	許家蓁(2016)、賴春茹(2014)

資料來源：本研究整理

#### 第四節 觀光產業經營策略

在競爭激烈的觀光產業中，為保持產業優勢，必先制定一套前可攻，後可守的策略。楊明賢(2001)、唐學斌(2002)認為觀光在發展的過程中會結合許多相關產業形成綜合性行業，活動內容方面頗為廣泛複雜，通常涉及自然、文化、經濟、宗教、政治等，其產業本質在滿足觀光客的需求，提供觀光客所需的服務。各產業之間除了與同行產業競爭外，還必須與產業組成中的其他種類產業進行合作(唐學斌, 2002)，若是無法辨識出產品或服務的差異性，其產業容易受到社經環境變遷的影響，而淪為盛衰消長變化無常的事業。

##### 二、經營策略

經營中最重要的方向與指標就是策略的制定，企業經分析本身能力優劣勢與評估整體的產業環境後，根據分析結果提出行動方案策略，使企業的日標與定位、經營範圍與方向，有彼此間的一致性，藉此建立企業長期經營的目標和競爭優勢。因此各學者專家無不尋找較簡單的思維架構來降低形成策略的複雜程度(湯明哲, 2003)，本研究針對經營策略的定義、層級及種類做以下探討。

##### (一)、策略之定義

策略亦稱經營策略或是競爭策略，是由組織的最高層級所規劃及擬訂與企業的目標使命有關(Rue and Byars, 2000)。企業藉由策略的行動來實現營運目標，改善

營運績效，建立長久性競爭優勢，通常是指資源的配置和運用，具有操控整個事業體的運作和方向的重要性。企業獲利的最主要來源即是根據特有的能力及資源，提供有效之經營指導策略，提升組織與對外之競爭優勢（Grant, 1991）。

Ansoff (1965) 提出企業針對外部環境和內部資源的分析研究，謀求長期經營和發展，在產品、成長方向、競爭優勢及協力效果做出總體性的規劃。

Chandler (1962) 指出策略乃是企業的經營目標以及資源的配置與目標所採行之決策方案。

Thomas (1988) 認為企業重要的活動和計畫就是組織的經營策略，存在於組織政策制訂程序，係由一系列的決策構成，利用技術與資源，與其環境相配合，達成企業基本目標。因此，就組織而言，經營策略可以是組織中較低階層的績效指標或達成目的的衡量標準，也組織是達成目標或使命之方法。

許士軍 (1981) 則說策略表現為對重要資源的調配方式，是為達成某特定目的所採取的手段。

吳思華 (2000) 在《策略九說》指出，企業本身理念的執行與努力、決策者算計的策略，都是企業的成敗因素。因此歸納出企業經營的重要策略具有思考未來發展方向的意義：

1. 推動企業經營目標的重大活動。
2. 建立企業長久的競爭優勢。
3. 評估並設定企業的生存利基。
4. 內部資源分配過程的指導原則。

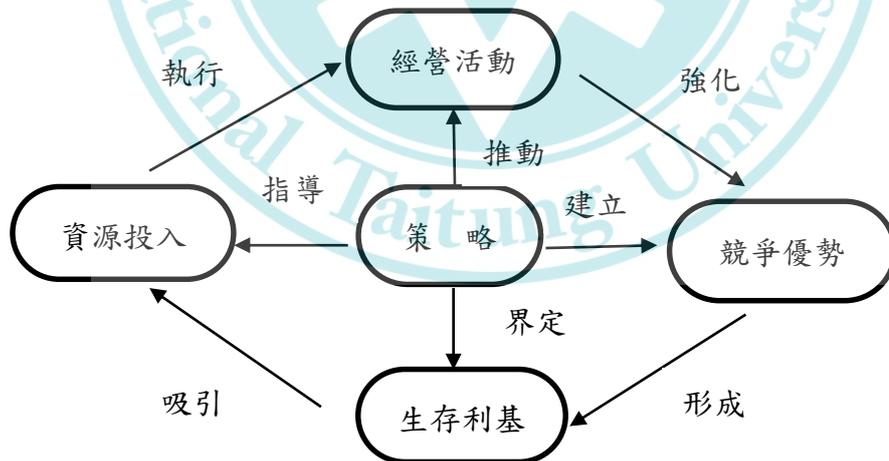


圖 2-5 企業營運循環策略方向

資料來源：吳思華 (2000)

## (二)、策略之層級

企業為達成目標，將策略運用於目前與未來的資源配置和競爭環境行動上，企業內應執行該層級不同的策略規劃，大多數的學者對策略作三層級的劃分，如下表：

表 2-13 經營策略劃分

年份	作者	策略層級
1965	Ansoff	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 策略性決策 (Strategic Decision): 企業對市場問題的關切性, 選擇適當產品結構, 作為公司營運的依據。</li> <li>2. 行政性決策 (Administrative Decision): 為達最大經營績效, 規劃最適企業內部組織。</li> <li>3. 作業性決策 (Operating Decision): 將產品線與各部門作業做現有資源的最佳分配</li> </ol>
1978	Hofer and Schendel	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企業總體策略 (Corporate Strategy): 或稱事業組合策略, 為一企業之總體最高經營策略, 主要在決定企業各事業單位之型態、資源分配及企業目標, 含括企業遠景、產業價值鏈與方向、核心競爭優勢。</li> <li>2. 事業部門策略 (Business Strategy): 此策略是強調各事業單位競爭優勢的建立、滿足客戶的方式、生存空間的持續性, 相對產業競爭者的資本強度、市場佔有率、成長率、獲利性等, 包括有發展策略、組織發展及資源分配。</li> <li>3. 功能性策略 (Functional Strategy): 將公司分成研發、生產、行銷、財務和人事等功能性作業, 使資源應用效率最佳化, 發揮組織最大效能, 俾使企業獲得競爭優勢, 包括行銷策略、市場研究、產品策略、顧客需求、技術動向、定位利基、競爭動向及產品動向。</li> </ol>
1985	Porter	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企業或公司整體策略</li> <li>2. 事業部門或競爭策略</li> </ol>
1979	Dan and Charles	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 公司策略</li> <li>2. 事業策略</li> <li>3. 功能領域策略</li> </ol>
1989	Glenn and Arvind	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 社會策略 (Societal Strategies): 組織與社會環境關係的分析, 思考組織在社會中所佔的地位, 如: CSR 企業社會責任。</li> <li>2. 企業策略 (Corporate Strategy): 企業現況與未來方向、管理各單位或部門間的執行力, 企業組織能力的強化, 以達成設定目標。</li> <li>3. 事業策略 (Business Strategy): 在特定產業中達成有效運作, 完成企業策略, 佔領競爭優勢。</li> <li>4. 功能策略 (Functional Strategy): 將各部門制定策略, 以達成事業策略為最終目標。</li> </ol>

2001	司徒達賢	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 網路定位策略：現代企業策略的制定不只是看市場環境而已，企業與其上下游廠商、國內外同業、勞工團體、投資人、政府機關、政治團體、大眾媒體、學術界及研發機構等，彼此都存在著許多複雜的多元關係，成為企業生存與發展的網絡環境，如何找到企業本身的利基點，並巧妙的運用合縱、連橫，為企業創造市場上的生存空間。</li> <li>2. 總體策略：佈局各事業單位與資源之分配的多角化經營方法。</li> <li>3. 事業策略：是最基本且核心的決策策略，強調各事業單位在各自的產業領域中生存、競爭與發展的思考架構。</li> </ol>
------	------	---

資料來源：本研究整理

### (三)、策略的類型

美國著名的管理學家 Michael Porter (1980) 認為五力分析模型的競爭中，蘊含著三種成功型策略思想，在「競爭戰略」一書中明確的提出極具代表性的「策略類型」公司訂定策略的方法取決於產業的競爭程度，以市場範圍與有利的優勢來思考：

1. 成本領導策略 (cost leadership)：積極控管成本，以較低的費用在市場競爭中勝出。
2. 差異化策略 (differential)：以其他企業難以模仿或取得的獨特性資源，如建立品牌特有形象、改變產品樣式、提供更多額外服務項目。
3. 集中目標策略 (focus)：是將資源投資在特定市場或產品上，利用低成本或差異化獲取競爭優勢。



圖 2-6 Porter 競爭策略

資料來源：Michael E. Porter (2010)

Porter (1985) 指出「低成本」與「差異化」乃是構成企業為客戶所創造的二代競爭優勢的基礎：一是提供相等利益的產品或服務，並以較低的價格來與競爭者抗衡；二是提供顧客特殊的產品或服務。其中，組織整體運作使用的低成本，非單項或短期的降低成本，而是長期的一種競爭優勢。另，差異化是其必須能被顧客接受

或為顧客創造特殊利益，如此才能成為長期的競爭優勢。最後，集中化策略是鎖定特定區域，採行差異化或低成本的策略，可節省組織資源。

Miles and Snow (1978) 認為企業制定策略是在解決問題，因此根據企業對環境的變化與解決問題的方式，將經營競爭策略分為四大類型：防禦者 (Defenders)、擴張者 (Prospectors)、分析者 (Analyzers)、反應者 (Reactors)。

1. 防禦者或防衛型策略：主要目標為穩定成長，重視產品與市場的穩定，強調價格競爭或高品質產品及服務，積極防禦競爭者分瓜市場，屬於四種策略中最穩定之策略型態。

2. 擴張者或前瞻型策略：不斷研究發展新產品與重視市場的行銷，追求創新與市場佔有率，以滿足新客戶需求，掌握獲利之機會，在產業中居於領導者地位，因此“彈性”為成功之關鍵。

3. 分析者或分析型策略：在市場的穩定性中求成長，穩定既有的產品及提供創新產品與服務，而採行防禦者或是擴張者策略則視所處的市場環境而定，同時追求最小風險與最大利潤。

4. 反應者或反應型策略：通常無固定產品及市場領域，亦無明確的策略及執行方案，是一欠缺系統無競爭優勢的策略類型，大多是因環境所需才採取行動，無固定策略，勉強生存於產業中。

Hofer and Schendel (1978) 將經營策略的類型分為六類：成長經營策略、成本利潤策略、增加市場占有率的經營策略、減少資產的經營策略、集中市場和轉向經營策略、出售或解散經營策略。

Galbraith and Schendel (1983) 歸納的經營策略有四類：收割策略、成長策略、利基策略、持續策略。

Jauch and Glueck (1989) 則將經營策略分為五類：聯合策略、擴張策略、穩定策略、減縮策略、生命周期與經營策略。

#### (四)、策略制定

吳清山、林天祐 (2001) 整理策略管理模式的五步驟：1、界定組織目標。2、進行 SWOT 分析。3、形成策略。4、執行策略。5、成效評估。

林易蓉 (2002) 歸納策略管理的程序有以下六項步驟：1、確定組織目前使命、目標。2、外部環境分析。3、內部環境分析。4、結合自我評估和 SWOT 分析。5、執行策略。6、再評估策略。

大前研一 (1982) 提出「策略金三角」，就是企業提供最佳的產品與最有效的策略，使自身與其他競爭者的差異，讓顧客的需求得到最大滿足，因此，他強調三個成功策略的關鍵因素，即為企業本身、顧客與競爭對手。

吳思華教授 (1996) 於「策略九說」一書中提出策略的基本構面在於掌握企業核心資源中的資產與能力，在擴張營運範疇與維護事業網路之下，運用策略三構面的互動與配合。

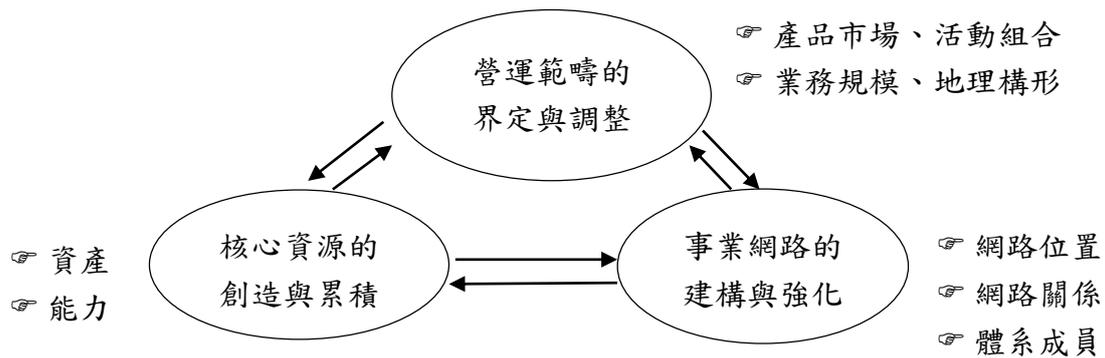


圖 2-7 策略三構面的互動與配合

資料來源：吳思華（2003）

Quezada 等人（1999）探討中小企業該如何制定策略，第一首要瞭解企業的價值觀，訂定公司的經營目標、信念及態度，此對策略的評估有相當的影響力；第二步驟為定義策略事業單位（Strategic Business Unit, SBU）根據同性質的產品組合、市場區隔的組合，來劃分組織單位；第三步驟為外部環境分析，主要探討產業環境對 SBU 的影響，可提供 SBU 外部環境的訊息，第四步驟為內部分析，瞭解各 SBU 的優勢與劣勢，最後結合內外部產業分析與企業價值觀，了解企業的策略模式，這些模式是企業成功的關鍵因素，並以企業的機會和威脅分析來訂定公司的基本策略，從這些基本策略可衍生出功能性策略。

根據上述關於經營策略的意義與特性，本研究歸納出觀光產業經營策略方案有「差異化策略」、「低成本策略」、「集中化策略」及「反應性策略」。如下表：

表 2-14 觀光產業經營方案選擇策略

方案選擇策略	內涵說明	參考文獻
差異化策略	企業提供另類的產品或服務給顧客，藉由產品的品質及服務與競爭者做出差異性，成為創造顧客價值的策略。	Porter（1980）
低成本策略	企業以較低的價格提供產品或服務，可透過勞力低成本、規模經濟化或生產自動化的方式取得市場占有率。	Porter（1980）、Hofer and Schendel（1978）
集中化策略	鎖定特定的市場或區隔後的市場集中經營，推出適合的策略。	Porter（1980）、Hofer and Schendel（1978）
反應性策略	未來，不確定性會越來越高，改變的速度也越來越快，因應市場環境變動，追隨市場變化而採取最適的競爭優勢策略。	Miles and Snow（1978）

資料來源：本研究整理

## 第三章 研究設計

本研究資料分析利用模糊德爾菲法與模糊層級分析法，以下介紹模糊理論、FDM 及 FAHP 的理論探討。

FDM 與 FAHP，是群體決策共識之解決方法，其優點如下：1、完整表達專家意見。2、改善傳統德爾菲法模式中，只能提供 50%資訊的缺失，更能表達人類思維裡的不確定性及模糊性。3、計算程序簡單，可處理較多層級、多準則、多方案的決策問題。4、建立模糊數過程簡單易懂。5、模糊層級分析法能得知層級逆轉的狀況。6、節省調查時間與成本（Ishikawa et al., 1993 與徐村和，1998）。

### 第一節 研究方法

#### 一、模糊理論 (Fuzzy Theory)

以模糊集合 (Fuzzy Set) 為理論發展基礎，目標為解決不確定性事物，於 1965 年美國自動控制學者 Zadeh 教授提出一種以量化方式處理人類的思考，用數值模式定量表達人類在認知過程時，不易量化的問題或是不確定性的邏輯，解決因人而異所產生的主觀性評估方法。人類語意中並非只有對 (true) 和錯 (false)，對於無法用數學模式建構的問題，如「稍微」、「相當」和「非常」等不精確的語言，使用模糊理論的觀念來表示或是描述現實生活中無法明確定義的事務更顯得重要（趙國鑫、吳韻吾、徐伊，2013）。Buckley (1985) 則認為應採取模糊之訊息進行分析，不該以精確數值作為模糊分析。

模糊集合是表示邊界或界線不明確事件的集合，以模糊性質現象存在的事實，又稱模糊子集。利用隸屬函數 (Membership Function) 值來表示某個元素屬於某個集合的概念，使用 0 和 1 之間的數值來表示，這個數就稱為該元素對此集合的隸屬度 (Membership Grade)。

模糊理論的發展目的為解決複雜且規模較大的目標或對象需作決策或分析時，就資料的瞭解、分析、思考和判斷提供有效的決策模式（王欽輝等編譯，1992）。

#### (一)、模糊集合

Zadeh 教授以隸屬函數訂為此模糊集合的特性，將要素賦予 0 到 1 之間的某數值來代表，以數學式表示為： $\mu_A(x):U \rightarrow [0,1]$ ， $\mu_A(x)$  若接近 0 時，則表示隸屬的程度很低；若接近 1 時，則表示  $x$  隸屬於  $\tilde{A}$  的程度很高。

#### (二)、模糊數 (Fuzzy Number)

三角模糊數及梯形模糊數為常見的類型。若  $\tilde{A}$  為模糊數，則  $\tilde{A}$  為實數的模糊子集 (Convex Fuzzy Subset)，且為常態的模糊集合，在數學式正規化的演算下，呈現凸集合現象，其隸屬函數  $\mu_A(x)$  為實數至信賴區間  $[0,1]$  之連續函數，並滿足  $\mu_A(x_0)=1$

(Klir and Yuan, 1995)。因此，模糊數必須滿足下列性質：

1.  $\mu_A(x)$ 為區段連續性函數。
2.  $\mu_A(x)$ 為一凸模糊子集。
3.  $\mu_A(x)$ 為正規化模糊子集。

(三)、正三角模糊數

模糊集合  $\tilde{A}=(c,a,b)$ ，當其隸屬函數為 $\mu_A(x)$ 時，公式如下 (Buckly, 1985)：

$$\mu_A(x) \begin{cases} \frac{x-c}{a-c}, c \leq x \leq a, \\ \frac{x-b}{a-b}, a \leq x \leq b, \\ 0, \text{otherwise, 其中 } 0 \leq c \leq a \leq b \end{cases}$$

所表示的函數圖形，如圖 3-1 所示，模糊數的範圍為由 a 向上延伸至完全屬於 y 軸值 1 的頂點，與 x 軸上的 b、c 兩點所形成的三角型面積 (a 為指定值，b 為最大值，c 為最小值)。

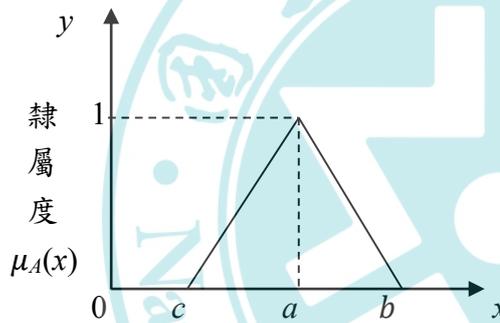


圖 3-1 三角模糊數

資料來源： Buckley (1985)

(四)、三角模糊數的運算

假設有兩個三角模糊數  $\tilde{A}=(c_1,a_1,b_1)$  與  $\tilde{E}=(c_2,a_2,b_2)$ ，則依據模糊數的性質及擴張原則，其運算式如下：

加法： $\tilde{A} \oplus \tilde{E}=(c_1+c_2, a_1+a_2, b_1+b_2)$       乘法： $\tilde{A} \otimes \tilde{E}=(c_1 \times c_2, a_1 \times a_2, b_1 \times b_2)$

倒數： $\tilde{A}^{\frac{1}{n}} = \left( c_1^{\frac{1}{n}}, a_1^{\frac{1}{n}}, b_1^{\frac{1}{n}} \right)$

其中， $\oplus$ ：為模糊數的加法運算       $\otimes$ ：為模糊數的乘法運算

(五)、解模糊化

將模糊集合轉換成一個可量化、有明確結果資料的動作，稱之為解模糊化。依 Teng and Tzeng (1993) 所提出之重心法 (Center of Gravity Method)，原理與求取物件的重心位置是相同的，即求得「中心值」來表示。運算方法如下：

設  $\tilde{A}_{ij} = (L_{ij}, M_{ij}, R_{ij})$  為一三角模糊數，其解模糊權重值  $DF_{ij}$  為

$$DF_{ij} = \frac{(R_{ij}-L_{ij})+(M_{ij}-L_{ij})}{3} + L_{ij}$$

## 二、德爾菲法 (Delphi Method)

Murry Jr and Hammons (1995) 認為此法是彙整專家觀點，作成預測結果，亦可稱為專家意見法，或是群體決策法。施測成員主要為相關領域之專家，對特定目標或預測事件，以匿名問卷或其他管道（如網際網路、電腦視訊...等）做溝通，過程中經過特定程序和反覆步驟，尋求專家共識，此法不僅具有評估現況、集思廣益之效，亦可預測未來事件的趨勢或可能的發生與對某一目標的收斂和一致性的共識，進而解決複雜的問題（邱淑芬、蔡欣玲，1996）。

### (一)、德爾菲法的特性

早期採用Delphi為了避免專家小組成員溝通不良、少數權威人士主導會議討論、產生敵對狀態而影響了組織決策的品質。因此德爾菲法具有以下四項特性（林水波、張世賢，1991；吳雅玲，2001；Couper, 1984；Murry and Hammons, 1995）：

#### 1. 從眾性：

德爾菲法邀請的專家是對目標議題具代表性或相關領域者，對研究工具可否真正評量到研究目標，提供個人建議，其結果是建立在專家獨立判斷的品質與專業知能與經驗的基礎上。

#### 2. 採用匿名方式：

對於參與研究的專家皆以匿名方式讓專家們表達意見，如此，在面對具有爭議性的問題時，將可暢所欲言不受限於人情因素。

#### 3. 反覆循環的問卷方式：

在首次問卷資料的分析完成後，將歸納結果再次傳回給參與的專家，以便提供第二次的意見，此後的問卷，均提供上一回的分析結果，經過多次問卷往返整理和相互激盪與啟發的成效，最後的結論可以更接近問題的核心，呈現出專家們共同意見，也較為完善。

#### 4. 描述性統計方法：

藉由每次問卷的回收，可獲得資料中的中位數 (median)、眾數 (mode)、四分位數 (quartile)、等級 (rank) 等意見，可呈現專家們對研究問題的看法，成為評估擬定政策的工具。

### (二)、德爾菲法的優點

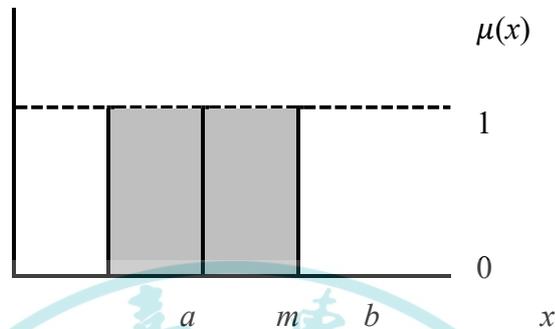
德爾菲法主要是結合群體專家的共識意見，因此具有以下優點：

1. 以集思廣益的方式，獲得更有價值與客觀的資訊。
2. 適合用來決定集體目標，獲得制定計畫。
3. 施測對象不受空間和時間的限制，可利於研究進行。
4. 施測對象以匿名方式參加，維持獨立判斷的能力。
5. 對於新技術的發展與新產品的預測運用上最為有用。
6. 結果較能反映整體意見中各項細微之差異。
7. 反覆修正意見偏差，最後幾乎可得全部專家一致性共識。

德爾菲法在進行時，必須有一位居中協調的決策者，策畫與擬定問卷並透過問

卷或其他溝通管道，以匿名的方式向各專家徵詢意見，並對專家意見進行彙整，尋求大多數專家意見趨於一致性為止之過程，以得最後結論。

徐村和(1998)提出以專家評估值建立之模糊函數，其平均數中之極小值(a)、極大值(b)為專家共識三角模糊函數中之兩端點，以(m)代表專家評估之共識。如圖3-2：



$m$ ：專家評估值之中位點

$x$ ：專家評估值

$\mu(x)$ ：專家共識之隸屬函數

圖 3-2 傳統德爾菲法

資料來源：徐村和(1998)

(三)、德爾菲法的實施步驟：

1. 選定對預測問題相關領域之專家為問卷受訪者。
2. 問卷設計後進行第一次調查。
3. 彙整第一次問卷專家意見，找出評估值之中位數或中間 50%意見，進行第二次專家問卷審酌。
4. 再次整合修正後之說明、意見或答辯。
5. 檢核意見是否收斂於可接受範圍。
6. 若無法收斂於可接受範圍，則再重複步驟 3 至 5，直至趨於可接受範圍結果。
7. 撰寫分析報告與結論。

(四)、德爾菲法的缺失：

此法的一致性範圍是專家們對意見的可接受範圍，然此範圍涵蓋之模糊性，容易扭曲專家們的意見，因此 Ishikawa et al.(1993)、徐村和(1998)、鄭滄濱(2001)等提出傳統德爾菲法可能會有的缺失：

1. 因專家意見不同，造成的反覆調查，往往耗費時間與成本，甚而影響整個進度。
2. 居中協調的決策者在彙整問卷內容時，或有先入為主的觀念進而抑制或篩選掉不同想法。
3. 問卷內容若無法明確表達目標的內涵或語意不清時，會使專家意見有所偏頗。
4. 以平均數作評估統計時，易受極端值影響，有可能錯誤解釋了專家的原意或是要求專家依群體之意見修正自己的想法。
5. 此法為非系統性的預測，僅是綜合專家的意見，因此企業較難以採用此結論，

僅做為策略制定時的參考。

### 三、模糊德爾菲法 (Fuzzy Delphi Method, FDM)

最早由 Murray et al. (1985) 所提出結合德爾菲法與模糊理論來修正傳統德爾菲法的缺點，亦有學者將模糊理論概念導入傳統德爾菲法中，以解決人類思維中的模糊語意的限制，發展出模糊德爾菲法，省略專家們原本須先群體腦力激盪的開放式問卷，利用文獻探討的基礎直接發展出一套結構性問卷，此結構性問卷能讓專家專注於研究的主題上，節省繁複的時間及成本。

Ishikawa et al. (1993) 將模糊理論應用於德爾菲法中加以改善，是一進行準則因子篩選的方法，利用累積次數分配與模糊積分的概念，將專家的意見整合成模糊數，此即稱為模糊德爾菲法。此法有以下優點：

1. 降低反覆調查之次數。
2. 專家們的意見可充分保留或完整表達。
3. 可使專家們的知識、經驗，充分發揮。
4. 降低時間與成本費用，更有經濟效益。

#### (一)、FDM 的應用：

Ishikawa et al. (1993) 提出將模糊理論概念引用於德爾菲法中，並分別建立最大-最小值法 (Max-Min FDM) 與模糊積分法 (Fuzzy Integration) 兩種方法以預測方案的施行時程。Chang、Tsujiura、Gen (1995) 以三角模糊數為基礎，運用於大規模專案計畫，利用 FDM 預估要徑與計畫評核術 (PERT) 合理作業時間的問題。Kaufmann and Gupta (1988) 則建議要求專家提供三點預測值 (悲觀、中間與樂觀)，建立三角模糊數計算平均值，作為 FDM 的計分方式。李達章 (1995) 以 Klir and Folger (1988) 所提出的平均數一般化模式，應用於模糊德爾菲法的計算上，認為其優點為計算方便。葉晉嘉、翁興利、吳濟華 (2007) 認為採取模糊問卷的專家共識區間較採取傳統問卷所形成的區間收斂，證明在相同目標的德菲法過程中，採用專家繪製隸屬函數的作法，將有較佳之共識程度，同時亦能保留較為完整的訊息與兼顧語意模糊問題。

模糊德爾菲法的應用步驟有三，首先，將蒐集的文獻資料建立影響評估因子，接著蒐集決策專家對各評選因子的重要性評估分數意見，第三則是利用 FDM 計算出各評估值 (徐村和，1998)。

1. 蒐集專家群體意見：將蒐集文獻資料歸納後，建立評選問卷，得出各專家對評選因子的重要性意見。
2. 建立三角模糊數：計算各專家對評選因子的模糊數評估值，其計算公式為：

$$w_k = (a_k, b_k, c_k) \quad , k = 1, 2, 3, \dots, n$$

假設第  $i$  位專家對第  $k$  個因子的重要性評估值為  $w_{ik} = (a_{ik}, b_{ik}, c_{ik})$  ,  $k = 1, 2, 3, \dots, n$  , 則第  $k$  個因子的模糊權重為  $w_k$  , 其中 ,  $a_k = \min \{a_{ik}\}$  ,  $i = 1, 2, 3, \dots, n$  ,  $b_k = (b_{1k} \times b_{2k} \times b_{3k} \dots \times b_{nk})^{1/n}$  ,  $c_k = \max \{c_{ik}\}$  ,  $i = 1, 2, 3, \dots, n$

解模糊化：利用簡易重心法的方式，將各個評選因子的模糊權重 $w_k$ ，解模糊化

成為明確值 $S_k$ ，公式則為： $S_k = \frac{(a_k+b_k+c_k)}{3}$

3. 篩選評估指標：藉由設定值 $\alpha$ ，由眾多的因子中篩選出較為適當的指標，篩選原則為，若 $S_c \geq \alpha$ ，則接受第 $k$ 個因子為評估指標；若 $S_c < \alpha$ ，則刪除第 $k$ 個因子。

以下本研究整理以 FDM 進行的相關文獻研究：

表 3-1 運用模糊德爾菲法之觀光產業相關文獻

學者 (年代)	內容說明
葉昭憲等 (1999)	利用 FDM 在溼地成立自然公園的評估研究中，於人文環境與自然環境的準則中，獲得野生動物種類多寡、環境教育價值、生物狀況及文化資源為最重要的評估因素。
曾詠宜 (2003)	以 FDM 評估都市公園綠地生態位址，於第一階段篩選出兩大項「社會文化功能」及「實質生態完整性」，共三階 16 個因子。
張榮翔 (2012)	運用模糊德爾菲法彙整專家意見，建構緩解觀光對陽明山國家公園資源衝擊之指標，將專家認同極為重要的指標與遊客所認同極為重要的指標，設為 S 指標，共得到 20 項 S 級指標，包含 2 項核心指標與 18 項細部指標。
陳貝貞 (2008)	利用 FDM 進行重要因子的篩選，再以 FAHP 評估各因素的權重值，進而建立重要因子的層級架構。
林原宏 (2003)	利用傳統德爾菲法與 FDM 的量表分析差異，發現模糊德爾菲法量表的信度較高。
高啟勛 (2005)	應用模糊德爾菲法擬出國際城市觀光競爭力指標構面及指標項次，主要以增加觀光外匯收入、提升觀光客的滿意度、保護生態資源、延續地方傳統文化、創造當地人民福祉等概念為基礎。
李玟儀 (2008)	以 FDM 建構觀光工廠外部資源重要因子，分析出「觀光資源」、「交通運輸資源」、「組織資源」、「公共設施資源」等四項主要資源構面。
張景棠、張美瑤、陳敘如 (2010)	使用模糊德爾菲法的量表分析節慶觀光發展，得到營造陣頭意象、優質節慶觀光環境、社區民眾的參與及認知，是發展節慶觀光成功的關鍵因素。
張家琪 (2014)	應用 FDM 於生態城市規畫，將都市與鄉村、人與自然合為一體，強調社會公平、環境保育與經濟發展三者並濟的關係。

鍾政偉、黃婕雅 (2014)	應用 FDM 建構以城市行銷觀點, 探討節慶活動發展的評估指標, 讓未來在城市行銷觀點舉辦節慶活動的評估上, 能更客觀的來進行檢視與分析, 朝向更明確且具有效益的方式辦理, 以確實達到城市行銷之目的。
邱瓊慧 (2016)	應用模糊德爾菲法於藥妝店的展店決策, 得出公司內部的因素中, 盈餘預測與主管的態度對展店決策的影響較公司的願景大。

資料來源：許哲瑜 (2014)，本研究整理

本研究以偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則之建立進行, 利用 FDM 進行重要評估準則之篩選, 期望採取 FDM 能夠更快的達成專家共識, 減少施測回合數, 解決語意模糊的不確定性, 並保留更多的專家訊息。

#### 四、模糊層級分析法 (Fuzzy AHP)

當研究過程中有不確定性因素及多個評估準則的決策問題時, 使用應用範圍廣泛的層級程序分析法 (AHP), 簡單易懂且操作容易 (Saaty and Vagas, 2012)。以下分別對 AHP 和 FAHP 做說明：

##### (一)、AHP 之概念及基本假設

美國學者 Thomas L. Saaty 教授於 1971 年提出「層級程序分析法」(Analytic Hierarchy Process, AHP) 決策理論, 主要在處理複雜的決策, 應用範圍廣泛, AHP 是非常有利且靈活的決策法, 最大的特點為幫助決策者考量之決策量化為數值, 檢視最被重視哪個指標, 有效快速審視、修正、系統化的制定決策。

AHP 法是建構具有相互影響關係的樹狀層次層級結構, 以 1~9 的評估比例尺度, 讓每一位專家、學者、決策者進行各因素構面間兩兩成對的比較矩陣 (Pairwise Comparison Matrix), 並求得其特徵向量與特徵值, 最後完成一致性指標檢定, 並以相對權重大小的排序, 篩選準則的最適策略, 提供決策者減少錯誤的風險性 (Tzeng and Teng, 1994)。因此, 鄧振源、曾國雄 (1989) 提出 AHP 的基本假設：

1. 網路式階級結構是由一個被拆解為多構件或類別的目標所組成。
2. 每一因素需具獨立性。
3. 每層級之因素, 均使用上一階層的因素作為評估準則。
4. 需使用比例尺度, 進行評估比較。
5. 使用正倒值矩陣處理成對比較。
6. 滿足遞移性 (Transitivity) 的偏好關係, 「優劣關係」與「強度關係」皆滿足遞移性 (X 優於 Y, Y 優於 Z, 則 X 優於 Z), (X 優於 Y 二倍, Y 優於 Z 三倍, 則 X 優於 Z 六倍)。
7. 在一致性的程度之下, 可容許不具遞移性的情況存在。
8. 加權法則可求得因素的重要性程度。
9. 整個評估層級結構中的任何因素皆與目標有關。

##### (二)、層級分析法有以下優點：

1. 理論易懂、操作簡單，易達成共識完成工作。
2. 可處理應用於難以量化的問題（如資源規劃或分配、政策衝突分析等）。
3. 將研究目標的相關影響因素階層化，且階層架構皆能考慮各種不同的層面。
4. 有效問卷可利用一致性檢定及分析取得，結果的可信度高。
5. 以簡單的層級架構呈現複雜的因素，結果較易被採納及溝通。

(三)、層級分析法之建立原則

鄧振源、曾國雄（1989）對 AHP 提出過程與各步驟之操作內容如下述：

1. 確認問題：

整個層級結構的目標為研究的重點，應有清楚詳細的瞭解，釐清各因素間的相互關係與獨立關係，可透過文獻回顧、資料分析與集思廣益的討論，列出與問題有關的因素。

2. 建立層級架構：

AHP 法針對研究的問題建構層級結構，自研究的目標層開始延伸至下層的每個決策因素，將可能和目標有關的事物納入整體結構，確保影響因素的完整性。

Saaty（1990）教授建議每一層的因素不宜超過七個，可用  $n/7$  來估計有效的層級數，並提出層級結構建立原則：

- (1). 評估的最終總目標建立在最高層級。
- (2). 同一層準則為重要性相近的因素。
- (3). 每個層級因素不超過七個。
- (4). 層級內各因素，皆需具有獨立性。

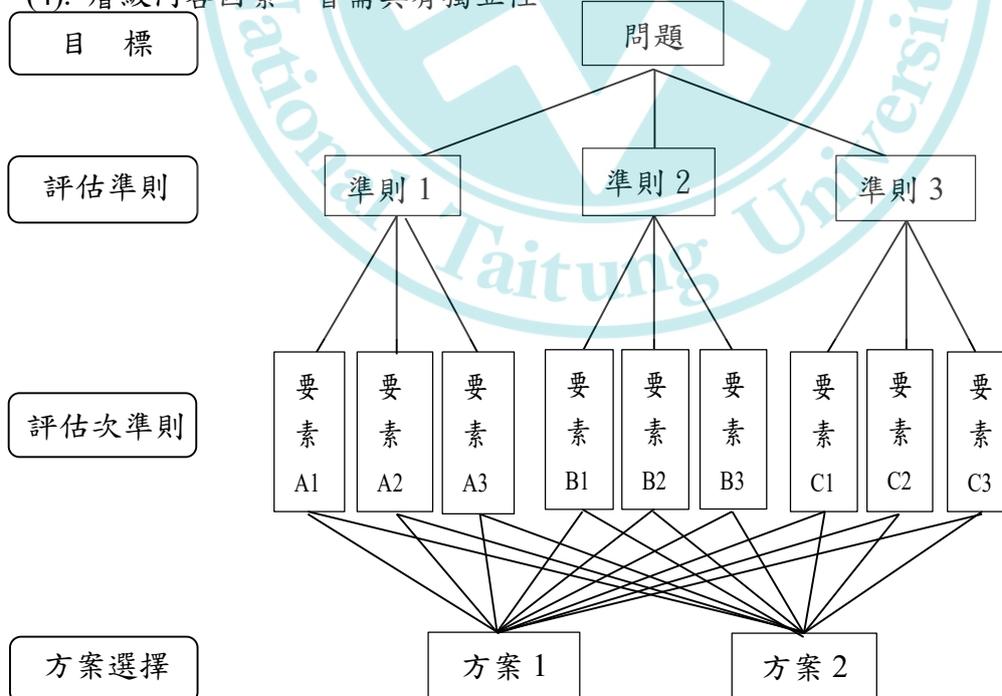


圖 3-3 AHP 層級架構圖

資料來源：鄧振源、曾國雄（1989）

(四)、層級分析法評估尺度與方法

依據 Saaty 的建議，AHP 法使用比例尺度為評比的標準，以 9 個尺度表示，基本上定義 5 項說明，即絕對重要、極重要、同等重要、稍重要、頗重要，與另 4 個介於上述 5 項基本尺度的衡量值，如下表說明：

表 3-2 AHP 評估尺度

評估尺度	相對重要性定義	說明	相對強度
1	同等重要 (Equal Imp.)	兩方案具同等重要性	等強
3	稍微重要 (Weak Imp.)	稍微偏向某一方案	稍強
5	重要 (Essential Imp.)	重視偏向某一方案	頗強
7	很重要 (Very Strong Imp.)	非常重視偏向某一方案	極強
9	非常重要 (Absolute Imp.)	絕對肯定偏向某一方案	絕強
2、4、6、8	兩相鄰尺度中間	需要折衷時，在兩尺度之間	

資料來源：曾國雄、鄧振源（1989）

(五)、成對比較矩陣

依據結果建立成對比較，主要是某一階層級各因素，以其上一階層作為評估目標，進行兩兩因素間的比較，決定重要性強弱。當有 n 個因素時，兩因素需進行  $N(N-1)/2$  次的比較，成對比較矩陣算式，如下圖：

$$A = \begin{bmatrix} 1 & A_{12} & \cdots & A_{1n} \\ A_{21} & 1 & \cdots & A_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ A_{n1} & A_{n2} & \cdots & 1 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1 & A_{21} & \cdots & A_{1n} \\ 1/A_{21} & 1 & \cdots & A_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 1/A_{n1} & 1/A_{n2} & \cdots & 1 \end{bmatrix}$$

$$= \begin{bmatrix} W_1/W_1 & W_1/W_2 & \cdots & W_1/W_n \\ W_2/W_1 & W_2/W_2 & \cdots & W_2/W_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ W_n/W_1 & W_n/W_2 & \cdots & W_n/W_n \end{bmatrix}$$

$W_i$ ：為因素  $i$  的權重， $i=1,2,3,\dots,n$

$a_{ij}$ ：為兩兩因素之間的比值， $i、j=1,2,3,\dots,n$

圖 3-4 成對比較矩陣圖

資料來源：榮泰生（2014）

在進行成對比較過程中，應注意以下兩點：1、重要性相同的因素彼此間不進行評比。2、不同的因素只做一次評比，與此對應的矩陣，則是原先填入的倒數。

(六)、特徵向量 (Eigenvector) 與特徵值 (Eigenvalue)

根據成對比較矩陣可求得各因素之權重值，得出最大特徵值 ( $\lambda_{max}$ ) 所對應的特徵向量，由於A為正倒值矩陣，所以 $AW=nW$ ， $A=[a_{ij}]_{n \times n}$ ， $W=(w_1, \dots, w_n)T$ ，按矩陣理論而言， $w$ 為一致性矩陣A的特徵向量，在層級分析法中又稱為優勢向量 (Priority Vector)，代表各因素間的相對權重數，其特徵值則為 $n$ 。

成對比較矩陣為一致性矩陣且 $a_{ij}=1$ 時，只會有一個特徵值 $n$ ，且 $n$ 為最大特徵值，其餘特徵值均為零，在主觀的比對過程中有稍許誤差存在時，則需由一致性指標即一致性比率加以檢驗。

(七)、一致性檢定

為驗證該分析結果是否合乎邏輯，須將特徵向量進行一次性檢定，Saaty教授建議使用的運算式，包含兩個步驟，公式如下：

表 3-3 一致性檢定公式

指標	公式	評估準則
一致性指標 (Consistency Index, C.I.)	$C.I. = \frac{(\lambda_{max} - n)}{n - 1}$	C.I. > 0.1，代表決策者前後判斷不一致。 C.I. = 0，代表決策者前後判斷完全具一致性。 C.I. ≤ 0.1，代表偏差於容許的範圍內。
一致性比率 (Consistency Ratio, C.R.)	$C.R. = \frac{C.I.}{R.I.}$	C.R. ≤ 0.1，代表矩陣達到可接受水準

資料來源：Saaty (1980)

當 C.R.值小於 0.1 時，表示矩陣達到邏輯一致性，反之，則表示不具一致性。其中隨機性指標 R.I.值 (如表 3-4)，係由評估尺度 1 至 9 所產生的正倒值矩陣之一致性指標值。

表 3-4 隨機指標係數

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R.I.	0	0	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

資料來源：Saaty (1990)；鄧振源、曾國雄 (1989)

(八)、模糊層級分析法 (FAHP) 之意涵

Laarhoved and Pedrycz (1983)、Buckely (1985) 鑑於層級分析法無法解決判斷思考過程中，準則衡量伴隨之模糊性問題，便將 Saaty 之傳統 AHP 加入模糊理論與三角模糊數來運用於因素間兩兩成對比較矩陣中，其特點是將人類思維的過程思維化和數學化，使判斷的決策易被接受，進而發展出模糊層級分析法，改善傳統 AHP 語意尺度無法涵蓋的模糊性，提高了決策可靠性。模糊層級分析法之概念與操作步驟基本上與 AHP 方法相同。但須注意以下兩點的不同 (Buckely, 1985)：

1. 建立的矩陣判斷不同：AHP 是以明確尺度來分析因素的兩兩比較，而 FAHP 是

先選定好模糊數，以名目尺度來衡量決策者的模糊思想。

2. 矩陣的各評估因素相對權重計算方式不同。

本研究以 Buckley (1985) 的 FAHP 為資料分析基礎，分二階段進行：

1. 衡量因素權重之重要性。
2. 衡量方案選擇策略之建立。

(九)、模糊層級分析法之操作步驟

模糊層級的建立與 AHP 相同，在確立模糊數之後，進行各因素之權重計算：

1. 建立模糊層級結構

以 FDM 所篩選出的準則因素，建立層級架構。

2. 建立模糊成對比較矩陣

依據問卷回收後所得結果建立成對比較，得知專家 R 在第 L 層中，對第 L+1 層中的 i、j 兩評估項目，相對重要性的看法，建立成對比較矩陣 A，則  $A=[a_{ij}]$ 。

3. 使用三角模糊數

以平均數函數兩端點之上限（極大值）代表專家共識之上限，下限（極小值）代表專家共識之下限，幾何平均數代表大部份專家之共識。

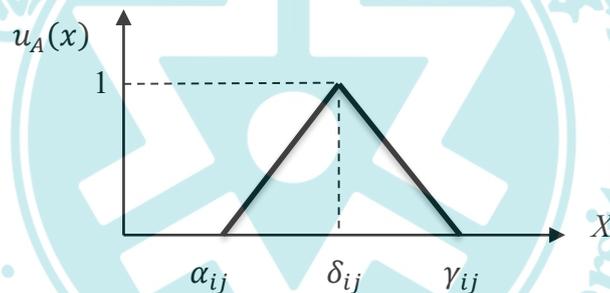


圖 3-5 FAHP 三角模糊數

資料來源：Buckley (1985)

$$\tilde{a}_{ij} = (\alpha_{ij}, \delta_{ij}, \gamma_{ij})_{L-R}, \quad \alpha_{ij} \leq \delta_{ij} \leq \gamma_{ij}, \quad \alpha_{ij}, \delta_{ij}, \gamma_{ij} \in [1/9, 1] \cup [1, 9]$$

$$\alpha_{ij} = \min(\beta_{ijk}), \quad \delta_{ij} = \sqrt[n]{\prod_{k=1}^n \beta_{ijk}}, \quad \gamma_{ij} = \max(\beta_{ijk}), \quad k=1, 2, \dots, n$$

$\tilde{a}_{ij}$ ：三角模糊數

$\alpha_{ij}$ ：第 i 個因素下，第 j 個次因素的最小值，代表專家共識之下限（極小值）

$\delta_{ij}$ ：第 i 個因素下，第 j 個次因素的幾何平均數，代表大部份專家之共識

$\gamma_{ij}$ ：第 i 個因素下，第 j 個次因素的最大值，代表專家共識之上限（極大值）

$\beta_{ijk}$ ：專家 k 對因素 i、j 相對重要性主觀看法

L-R：三角模糊數的模糊區間

4. 建立模糊正倒值矩陣

用以表達專家評估意見的模糊性，三角模糊數建立後，即可建立模糊正倒值矩陣  $\tilde{A}$ 。如下表：

表 3-5 模糊語意尺度比較

三角模糊數	語意值
1= (1,1,1)	一樣重要
2= (1,2,3)	一樣重要與稍微重要之間
3= (2,3,4)	稍微重要
4= (3,4,5)	稍微重要與很重要之間
5= (4,5,6)	很重要
6= (5,6,7)	很重要與相當重要之間
7= (6,7,8)	相當重要
8= (7,8,9)	相當重要與及極為重要之間
9= (8,9,10)	極為重要

資料來源：鄧振源、曾國雄（1989）

$$\tilde{A}=[\tilde{a}_{ij}] = \begin{matrix} C_1 \\ C_2 \\ \vdots \\ C_n \end{matrix} \begin{bmatrix} C_1 & C_2 & \cdots & C_n \\ 1 & \tilde{a}_{12} & \cdots & \tilde{a}_{1n} \\ 1/\tilde{a}_{12} & 1 & \cdots & \tilde{a}_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 1/\tilde{a}_{1n} & 1/\tilde{a}_{2n} & \cdots & 1 \end{bmatrix}, i, j = 1, 2, \dots, n$$

其中， $\tilde{a}_{ij} = [\alpha_{ij}, \delta_{ij}, \gamma_{ij}]$ ， $\tilde{a}_{ij} \times \tilde{a}_{ji} \approx 1$ ， $\forall i, j = 1, 2, \dots, n$

表示準則 $C_1$ 與 $C_2$ 相對重要程度之三角模糊數矩陣

#### 5. 一致性檢定

Buckley（1985）定義模糊成對比較矩陣 $\tilde{A}$ 的一致性公式如下：

設 $\tilde{A}=[\tilde{a}_{ij}]$ ， $\tilde{a}_{ij}=(\alpha_{ij}/\beta_{ij}, \gamma_{ij}/\delta_{ij})$ ，一個 $b_{ij}$ 使得 $\beta_{ij} \leq b_{ij} \leq \gamma_{ij}, \forall i, j$ ，則 $A=[b_{ij}]$ 若是一致的，那 $\tilde{A}$ 就是一致的。

#### 6. 解模糊化：

透過解模糊化求出個別的模糊權重值，即求出代表整個模糊集合之三角數的中心值。運算式如下：

$$W_i = \frac{W_{\alpha_i} + W_{\delta_i} + W_{\gamma_i}}{3}$$

$W_i$ ：三角模糊數的模糊權重值，轉成單一模糊權重值

$W_{\alpha_i}$ ：模糊權重最小值

$W_{\delta_i}$ ：模糊權重值 1

$W_{\gamma_i}$ ：模糊權重最大值

#### 7. 正規化：

根據權重值的計算式如下：

$$NW_i = \frac{W_i}{\sum_{i=1}^n W_i}$$

$NW_i$ ：正規化之後的權重值

(十)、 整體層級權重計算

一致性檢定達可接受水準後，將各層級之因素相對權重加以整合，求得整體層級的優先值，提供決策者瞭解各方案的優先順序。

## 第二節 問卷設計

本研究為求問卷資料的準確性，以 FDM 先進行專家問卷的前測，依評估準則，使用層級結構設計前測問卷內容，而後依據專家建議修正為第二次的正式問卷，為降低資料的不真實性與偏差，將直接與受訪者進行問卷內容的說明和填寫，同時也了解受訪者對於自身策略的執行成效，後以模糊層級分析法 (FAHP) 進行問卷發放。

### 一、前測過程

將邀請專家、學者與業者進行專家問卷填寫，針對問卷建議加以彙整，修改為正式問卷。

### 二、正式問卷

本研究採用模糊層級分析法 (FAHP) 進行，問卷評估以名目尺度進行，分為 1、3、5、7、9 等衡量值，代表五個等級，以求得各準則之重要性。如下表：

表 3-6 評估準則問卷構面

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
自然資源										資源特色
自然資源										人文資源
自然資源										觀光政策
資源特色										人文資源
資源特色										觀光政策
人文資源										觀光政策

資料來源：本研究整理

### 三、問卷設計架構

本研究以 FDM 與 FAHP，作為研究分析方法，以此建立偏鄉地區觀光產業機會辨識優勢的重要因子，因此，本研究經由文獻回顧，研擬出一個初步層級評估構面，作為前測的問卷內容，藉由相關領域專家的群體意見，確立各項重要評估準則

因素。

經由問卷篩選結果，修正第二階段 FAHP 法專家正式問卷，最後，根據研究分析結果評選出「偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則」之因素，共得 4 項主準則及 16 項次準則與 4 項方案選擇策略。誠如上述，修正後的問卷架構，如下圖所示：

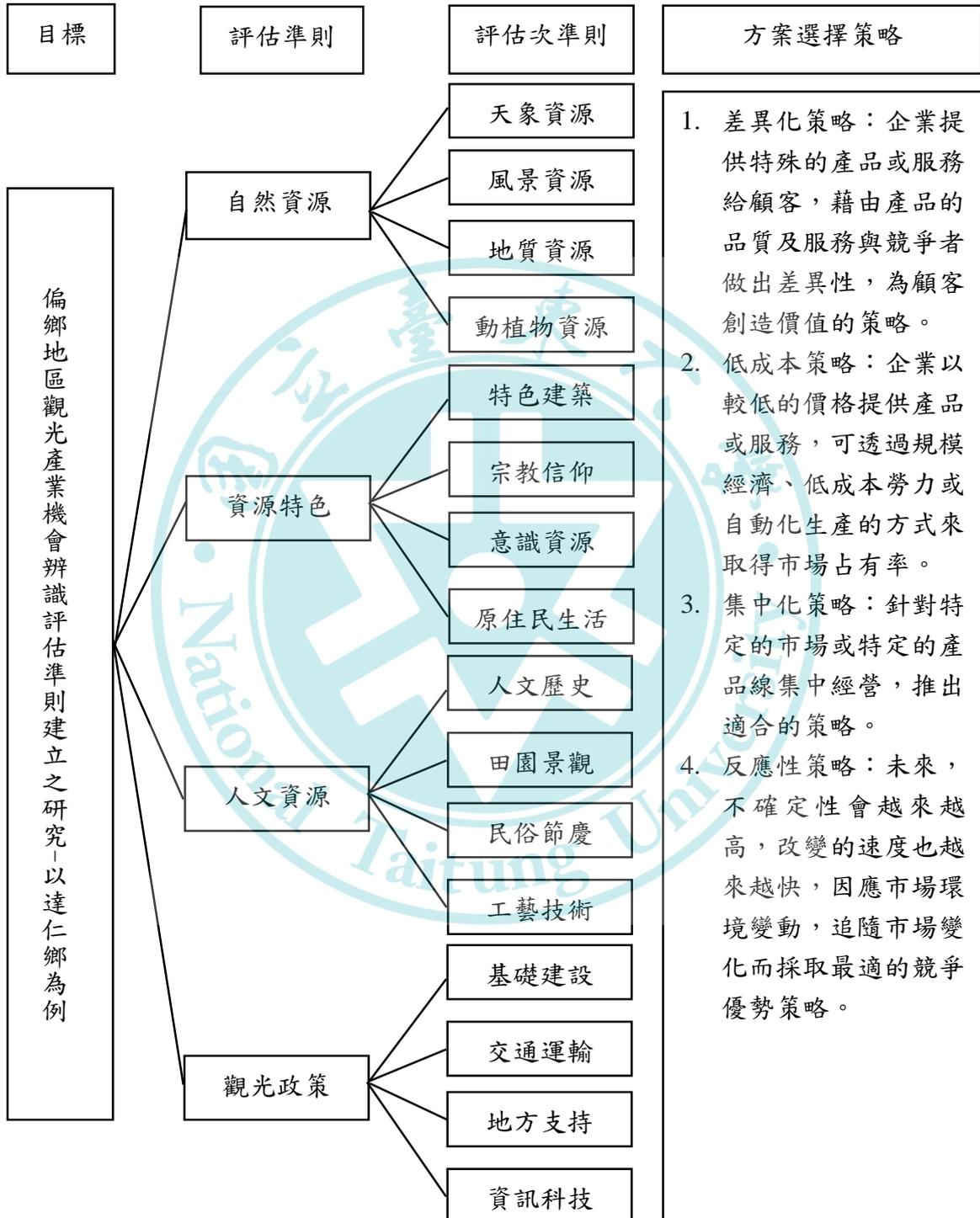


圖 3-6 修正後問卷設計架構圖

### 第三節 抽樣設計

本研究於第一階段邀請 3 位在地業者，3 位公部門人員，3 位學者，共計 9 位專家，針對專家問卷之評估準則、評估次準則、策略方案，進行訪談，而後針對專家意見，進行問卷內容調整及修正，再進行第二次專家問卷訪談，同樣修正問卷內容部分語意，以此完成正式問卷，問卷施測專家名單，如表 3-7：

表 3-7 專家領域表

領域	專家編號	職稱	年資
在地業者	A1	業務經理	8
	A2	農產負責人	11
	A3	行銷專員	5
公部門	B1	專案經理	4
	B2	副局長	17
	B3	稽查專員	4
學者	C1	助理教授	15
	C2	副教授	10
	C3	副教授	14

資料來源：本研究整理

### 第四節 資料分析方法

#### 一、信度分析 (reliability)

信度是衡量沒有誤差的程度，也是測量結果的一致性 (consistency) 程度，測量工具所具有的一致性及穩定性愈高，其信度也越高。信度的衡量有三種類型：穩定性、等質性、內部一致性。量表信度的考驗方法為 Cronbach  $\alpha$  係數，用來衡量資料項目分數與總分之相關係數 (Item-Total Correlation)，目的在確認各量表間的同質性、一致性及穩定性，信度檢測是目前最常被用於檢視信度的方法。Ruekert and Churchill (1984) 認為信度指標之建議數， $\alpha$  值 0.7 以上為高信度，介於 0.7-0.35 間為可接受範圍，0.35 以下為低信度 (賴春茹，2014)。

#### 二、效度分析 (validity)

效度是指能準確的測量出研究程度之測量工具，效度為一衡量的工具是否能真正測量到研究者想要的衡量問題或功能，也就是要能達到問卷測試的目的，才能算是有效的問卷調查，此有效程度者，即稱為效度 (賴春茹，2014)。

### 三、FDM 法

藉由參考與蒐集大量的的文獻，利用文獻探討預先歸納出一結構性專家問卷，取代傳統德爾菲法反覆實施的開放性問卷，節省了大量時間及成本，且結構性問卷讓專家直接將注意力集中於研究的主題上，採用匿名問卷之方式，對特定事件或主題，尋求專家共識與一致性意見，此法有集思廣益之效，並具評估現況與預測未來之特性，所參與之專家提供其經驗意見，可收一程度上之專業品質（邱淑芬、蔡欣玲 1995）。

### 四、整體層級權重之計算

運用 FAHP 在計算各因素之間相對權重值後，進行一致性檢定（C.I.值與 C.R.值皆符合 $\leq 0.1$ ），進行目標及各層級整體權重值之計算，得出各因素之權重值與重要性的優先順序（賴春茹，2014）。

## 第五節 前測預試結果分析

專家學者針對問卷內容提出之意見，而後加以修正，建議將評估主準則中的自然景觀修正為自然資源，資源產業修正為資源特色，以避免與目標之產業混淆；在資源特色的次準則中，將地方生活修正為原住民生活；在人文資源的次準則中，將文化形象修正為人文歷史，刪除社會文化題項，節慶活動修正為民俗節慶，手工藝文化修正為工藝技術；在觀光政策的次準則中，將網路媒體修正為資訊科技，專家學者皆認可策略方案不需加以修正，如表 3-8、3-9 所示。

表 3-8 第一次專家效度問卷

第一次問卷修正內容

目標	原始評估準則	修正評估準則	原始評估次準則內容	修正評估次準則內容	原始方案策略	修正方案策略
偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究——以達仁鄉為例	自然景觀	自然資源	天象資源	維持	差異化 低成本 集中化 反應性	維持 維持 維持 維持
			風景資源	維持		
			地質資源	維持		
			動植物資源	維持		
	資源產業	資源特色	特色建築	維持		
			宗教信仰	維持		
			意識資源	維持		
			地方生活	修正為 原住民生活		
	人文資源	維持	文化形象	修正為 人文歷史		
			田園景觀	維持		
			社會文化	刪除題項		
			節慶活動	修正為 民俗節慶		
			手工藝文化	修正為 工藝技術		
	觀光政策	維持	基礎建設	維持		
			交通運輸	維持		
			地方支持	維持		
			網路媒體	修正為 資訊科技		

資料來源：本研究整理

表 3-9 第二次專家效度問卷

第二次問卷修正內容

目標	原始評估準則	修正評估準則	原始評估次準則內容	修正評估次準則內容	原始方案策略	修正方案策略
偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究——以達仁鄉為例	自然景觀	維持	天象資源	維持	差異化 低成本 集中化 反應性	維持 維持 維持 維持
			風景資源	維持		
			地質資源	維持		
			動植物資源	維持		
	資源產業	維持	特色建築	維持		
			宗教信仰	維持		
			意識資源	維持		
			原住民生活	維持		
	人文資源	維持	人文歷史	維持		
			田園景觀	維持		
			民俗節慶	維持		
			工藝技術	維持		
	觀光政策	維持	基礎建設	維持		
			交通運輸	維持		
			地方支持	維持		
			資訊科技	維持		

資料來源：本研究整理

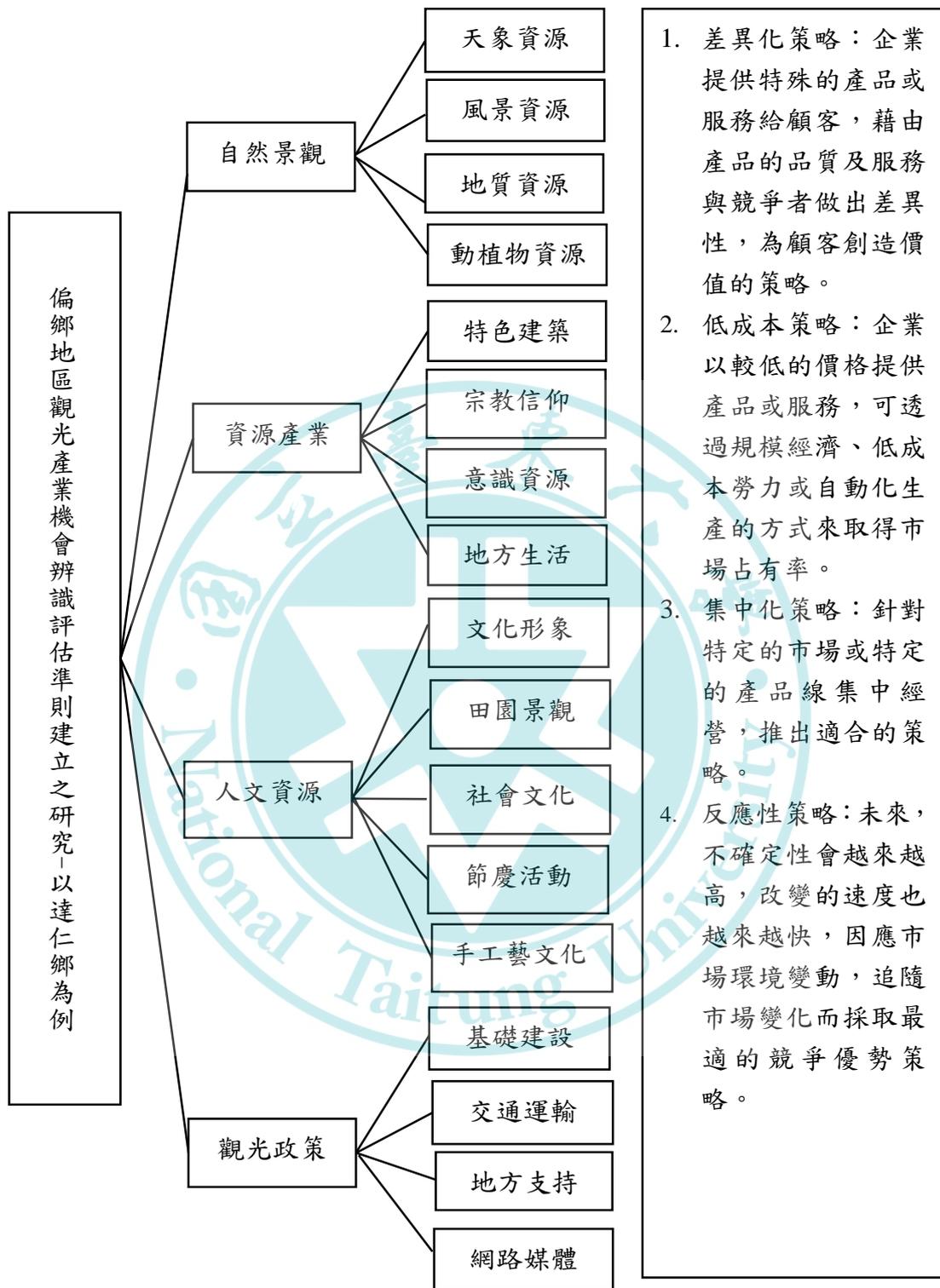


圖 3-7 修正前目標評估準則架構圖

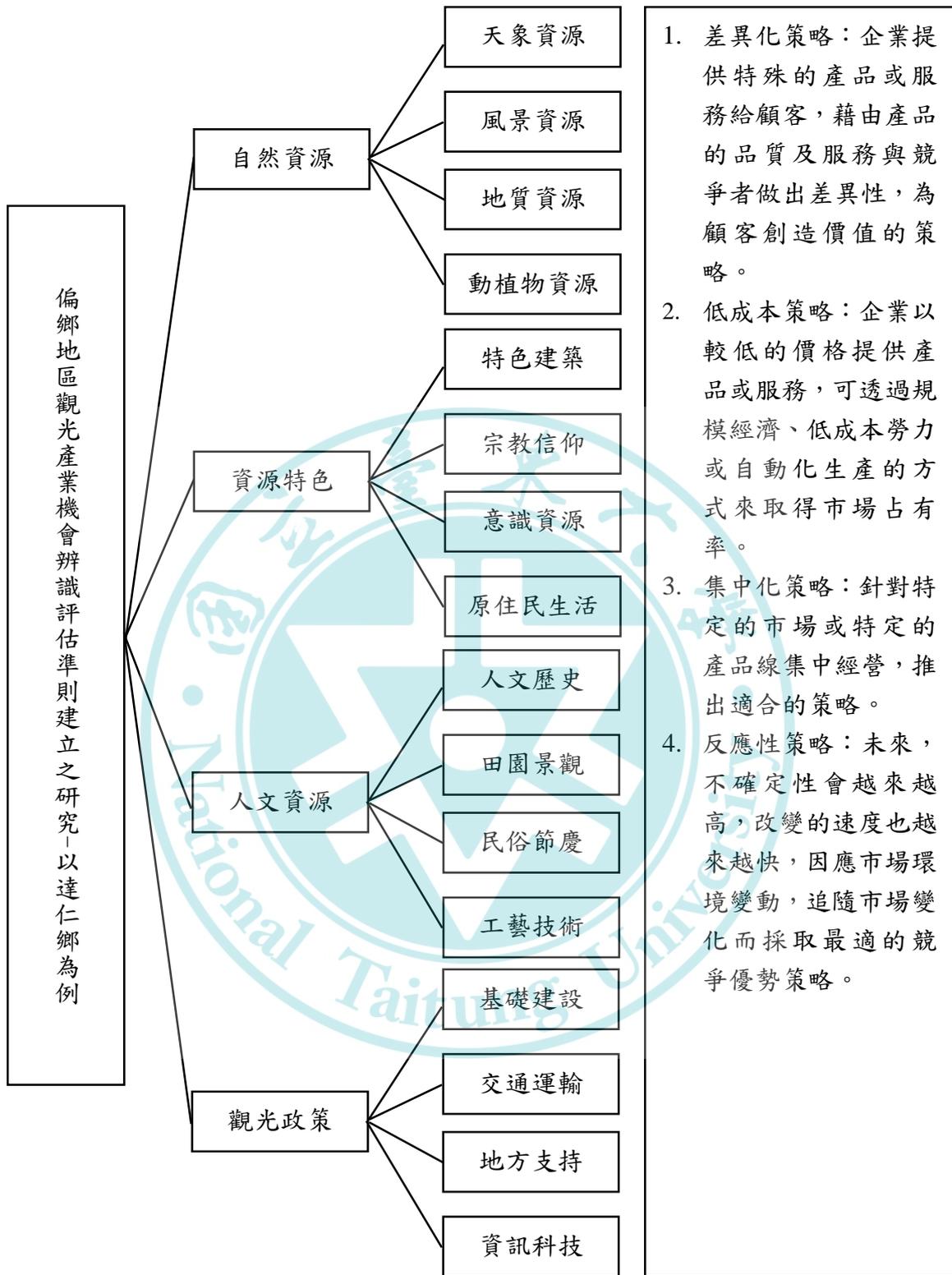


圖 3-8 修正後目標評估準則架構圖

## 第六節 研究倫理

「研究倫理」目的在培育研究人員負責任的行為及態度，亦指研究人員在進行研究時，是否遵行學術研究及社會倫理道德的相關規範。周倩（2017）指出國際上公認的學術研究倫理原則為尊重、善意、負責、公平、誠信...，其中以「誠實」最為重要。因此研究人員應確實了解研究的行為規範，掌握學術自由和研究倫理的品質要求，維護研究人員之間的互信、保護研究參與者的隱私，讓研究在可被公眾信賴的基礎上持續進行，在充分尊重被研究者、參與者及實驗者的權益下進行，以善盡研究者之社會責任（劉世雄，2018）。

廖文峯（2011）認為研究倫理討論的範疇包括：研究者自身的道德決策、信用和誠實、社會和研究成本的妥善規劃及是否運用正當的研究行為等。

林天佑（1996）提出研究倫理有如職業道德，可為從事教育研究者專業精神與態度之重要表徵，若無倫理的規範，其結果可能會損害學術倫理誠信基本價值，危害教育學術的發展，研究者不可不慎。

負責任的研究行為應有誠實、正確、效率及客觀的基本準則，這些準則在全球各地的研究環境皆適用（Steneck, 2007）。換言之，「誠實」是所有的研究行為皆應合乎基本的道德標準與最重要的核心價值，才能永續維繫「信任」的基礎。因此，研究人員應該清楚瞭解各種研究倫理規範的內容，並具體落實之（臺灣學術倫理教育推廣資源中心，2019）。

臺灣社會學會（2011）特擬訂研究倫理守則，提供研究者從事研究及教學的準則，以合乎倫理的方式進行專業精神的學術研究，包括：

- 一、基本原則：(1)、尊重人權尊嚴。(2)、追求學術自由。(3)、恪守社會責任。(4)、發揮專業能力。(5)、珍視學術誠信。保護研究者的研究自由，也確保研究對象不受任何傷害，是社會研究倫理的基本原則。
- 二、運用原則：(1)、因勢權變的原則。(2)、保護烏鴉的原則。(3)、防範不預期後果的原則。(4)、與時俱變的原則。研究者應隨研究對象及現實狀況適時調整倫理守則，不應流於形式或固守細節，適時因地制宜、保有隨機應變能力，謹慎運用倫理規則。
- 三、實踐準則：(1)、避免利益衝突。(2)、資訊保密。(3)、告知同意。(4)、研究發表和出版。(5)、研究倫理實踐要求。

## 第四章 研究結果與分析

依文獻回顧將偏鄉地區觀光產業機會辨識之評估準則因素分為4項主準則，17個次準則及4個方案策略，採用FDM尋求專家意見修正偏差因素，以確立本研究之評估準則。

### 第一節 模糊德爾菲法實施結果

實施前測階段FDM，發放9份專家效度問卷，以專家提出之意見進行調整與及修改，如下表彙整：

表 4-1 評估準則、次準則修正前後意見說明彙整

修正前 評估準則	修正後 評估準則	修正前 評估次準則	修正後 評估次準則
自然景觀	修正為 自然資源	天象資源	保留
		風景資源	保留
		地質資源	保留
		動植物資源	保留
資源產業	修正為 資源特色	特色建築	保留
		宗教信仰	保留
		意識資源	保留
		地方生活	修正為原住民生活
人文資源	保留	文化形象	修正為人文歷史
		田園景觀	保留
		社會文化	刪除題項
		節慶活動	修正為民俗節慶
		手工藝文化	修正為工藝技術
觀光政策	保留	基礎建設	保留
		交通運輸	保留
		地方支持	保留
		網路媒體	修正為資訊科技

資料來源：本研究整理

方案選擇策略為「差異化策略」、「低成本策略」、「集中化策略」、「反應性策略」，經專家意見檢視後，皆作保留。

綜合專家所提出的意見結果，刪除、修正後再次發放，第二次問卷回收後專家未提出修正意見，故本研究建構出「偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究-以達仁鄉為例」之策略層級架構，共得「自然資源」、「資源特色」、「人文資源」、「觀光政策」等4項主準則，在「自然資源」構面下有4項次準則：「天象資源」、「風景資源」、「地質資源」、「動植物資源」；「資源特色」構面下有4項次準則：「特色建築」、「宗教信仰」、「意識資源」、「原住民生活」；「人文資源」構面下有4項次準則：「人文歷史」、「田園景觀」、「民俗節慶」、「工藝技術」；「觀光政策」構面下有4項次準則：「基礎建設」、「交通運輸」、「地方支持」、「資訊科技」等共16項，方案選擇策略為「差異化策略」、「低成本策略」、「集中化策略」、「反應性策略」，編製成正式問卷進行發放。

## 第二節 評估準則調查之研究對象

本研究問卷的訪談發放期間為108年7月20日起至108年8月21日，選擇專家對象為達仁鄉內在地業者、鄉內、外公部門專家及學者，發放方式以親自拜訪及電話連絡說明研究主題、目的地及填答方式，共計發出31份問卷，分別為在地業者11份、公部門10份、學者10份，回收30份，問卷回收率97%，回收問卷皆通過一致性檢定，得出27份有效問卷，問卷有效率90%，整理如下表：

表 4-2 專家問卷回收統計表

專家領域	發放份數	回收份數	回收率	有效份數	有效率
在地業者	11	11	100%	9	82%
公部門	10	10	100%	9	90%
學者	10	9	90%	9	100%

資料來源：本研究整理

問卷對象的職業中，達仁鄉在地業者及公部門專家均有3年以上相關工作經驗，學者專家亦有6年以上資歷，藉由受訪者具備相關豐富的學經歷，有助於增加本研究的效度，施測對象名單統計，如下：

表 4-3 專家施測名單

專家領域	專家編號	職稱	年資
在地業者	T1	民宿管家	10
	T2	社區發展協會理事長	3
	T3	產銷班班長	35
	T4	資深導覽員	15
	T5	餐廳負責人	10
	T6	農產公司負責人	15
	T7	民宿經理	7
	T8	社造計畫承辦專員	14
	T9	休區輔導師	16
公部門	P1	交觀處承辦員	3
	P2	交觀處科長	21
	P3	交觀處科長	20
	P4	文化處副處長	23
	P5	原民處副處長	12
	P6	縣府秘書	17
	P7	鄉公所秘書	15
	P8	農觀課課長	8
	P9	農觀課承辦員	4.5
學者	S1	助理教授	13
	S2	副教授	10
	S3	副教授	7
	S4	助理教授	20
	S5	助理教授	6
	S6	副教授	18
	S7	副教授	20
	S8	副教授	25
	S9	博士	7

資料來源：本研究整理

### 第三節 準則的權重分析

使用 Power Choice V3.5 軟體為本研究分析工具，針對各準則計算其權重及一致性檢定分析，相關統計結果內容分述如下。

### 一、一致性檢定

通過 FAHP 法之一致性檢定，以瞭解受訪者在回答問卷時有無前後矛盾的現象，根據回收的 27 份有效問卷，層級的 C.I. 值與 C.R. 值皆  $\leq 0.1$ ，代表專家前後判斷意見具一致性，若整體層級架構具有一致性，則符合 C.R.H.  $< 0.1$  的範圍。

表 4-4 層級一致性檢定

層級名稱	C.I.	C.R.	$\lambda_{max}$
目標層	0.003	0.003	4.009
評估準則	自然資源	0.005	4.015
	資源特色	0.015	4.044
	人文資源	0.005	4.016
	觀光政策	0.001	4.003

資料來源：本研究整理

### 二、目標層與評估主準則權重分析

「偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則之建立」為本研究整體架構的總目標，目標下之主準則分為「自然資源」、「資源特色」、「人文資源」、「觀光政策」等 4 項評估主準則，經由計算結果顯示三方專家皆有不同看法，說明如下：

#### (一)、 在地業者

首先，在地業者專家認為目標層構面中，「人文資源」0.33 權重值最高，次為「資源特色」0.249，第三「觀光政策」0.218，最後為「自然資源」0.203。如下表：

表 4-5 在地業者主準則成對比較矩陣及權重表

偏鄉地區 觀光產業 機會辨識 評估準則 之建立	自然資源	資源特色	人文資源	觀光政策	整體 權重值	排序
自然資源	1	1.029254	0.667918	0.655103	0.202865	4
資源特色	0.971577	1	0.746512	1.569703	0.249246	2
人文資源	1.49719	1.339563	1	1.773499	0.330331	1
觀光政策	1.526477	0.637063	0.563857	1	0.217558	3

$\lambda_{max}=4.078156$  ; C. I.=0.026052 ; C. R.=0.028947

資料來源：本研究整理

#### (二)、 公部門專家

公部門專家認為目標層構面中，「資源特色」0.351 權重值最高，次為「人文資源」0.285，第三「觀光政策」0.237，最後為「自然資源」0.127。如下表：

表 4-6 公部門主準則成對比較矩陣及權重表

偏鄉地區 觀光產業 機會辨識 評估準則 之建立	自然資源	資源特色	人文資源	觀光政策	整體 權重值	排序
自然資源	1	0.376267	0.498609	0.42916	0.127317	4
資源特色	2.657684	1	1.219205	1.615623	0.351041	1
人文資源	2.00558	0.820207	1	1.288654	0.284541	2
觀光政策	2.330132	0.618956	0.776004	1	0.237101	3
$\lambda_{\max}=4.019091$ ; C. I=0.006364 ; C. R=0.007071						

資料來源：本研究整理

(三)、 學者

學者專家認為目標層構面中，「觀光政策」0.328 權重值最高，次為「人文資源」0.248，第三「資源特色」0.217，最後為「自然資源」0.207。如下表：

表 4-7 學者評估主準則成對比較矩陣及權重表

偏鄉地區 觀光產業 機會辨識 評估準則 之建立	自然資源	資源特色	人文資源	觀光政策	整體 權重值	排序
自然資源	1	0.859931	0.673654	0.860715	0.206759	4
資源特色	1.162883	1	0.769396	0.649525	0.217424	3
人文資源	1.484442	1.299721	1	0.48075	0.247563	2
觀光政策	1.161825	1.539586	2.080084	1	0.328255	1
$\lambda_{\max}=4.094729$ ; C. I=0.031576 ; C. R=0.035085						

資料來源：本研究整理

(四)、 專家組合

將在地業者、公部門、學者三方專家組合分析，得出目標層構面中，「人文資源」0.29 權重值最高，次為「資源特色」0.271，第三「觀光政策」0.261，最後為「自然資源」0.178。如下表：

表 4-8 專家組合主準則成對比較矩陣及權重表

偏鄉地區 觀光產業 機會辨識 評估準則 之建立	自然資源	資源特色	人文資源	觀光政策	整體 權重值	排序
自然資源	1	0.693151	0.607631	0.623155	0.177619	4
資源特色	1.442687	1	0.888017	1.181003	0.271304	2
人文資源	1.645735	1.126105	1	1.031879	0.290133	1
觀光政策	1.604737	0.846738	0.969106	1	0.260943	3
$\lambda_{\max}=4.008906$ ; C. I.=0.002969 ; C. R.=0.003298						

資料來源：本研究整理

(五)、偏鄉地區觀光產業機會辨識評估主準則權重分析，如下表：

表 4-9 目標層之主準則權重及排序

偏鄉地區觀光 產業機會辨識 評估準則之建 立	在地業者		公部門		學者		專家組合分析	
	整體 權重值	排 序	整體 權重值	排 序	整體 權重值	排 序	整體 權重值	排 序
自然資源	0.203	4	0.127	4	0.207	4	0.178	4
資源特色	0.249	2	<b>0.351</b>	<b>1</b>	0.217	3	0.271	2
人文資源	<b>0.33</b>	<b>1</b>	0.285	2	0.248	2	<b>0.29</b>	<b>1</b>
觀光政策	0.218	3	0.237	3	<b>0.328</b>	<b>1</b>	0.261	3
C.I.=0.003 ; C.R.=0.003 ; $\lambda_{\max}=4.009$								

資料來源：本研究整理

### 三、主準則項下之分析

#### (一)、自然資源

「自然資源」構面下，有次準則「天象資源」、「風景資源」、「地質資源」、「動植物資源」等 4 項，經由計算顯示各領域專家的看法，說明如下：

##### 1. 在地業者

在地業者專家認為「自然資源」構面中，「動植物資源」0.072 權重值最高，次為「風景資源」0.068，第三「地質資源」0.044，最後為「天象資源」0.019。如下表：

表 4-10 在地業者「自然資源」次準則成對比較矩陣及權重表

自然資源	天象資源	風景資源	地質資源	動植資源	整體權重值	排序
天象資源	1	0.239488	0.358559	0.348685	0.019213	4
風景資源	4.175575	1	1.44225	0.971577	0.067915	2
地質資源	2.788942	0.693361	1	0.462687	0.044005	3
動植物資源	2.867917	1.029254	2.161289	1	0.071733	1
$\lambda_{\max}=4.055514$ ; C. I=0.018505 ; C. R=0.020561						

資料來源：本研究整理

## 2. 公部門專家

公部門專家在「自然資源」構面中，認為「風景資源」0.068 權重值最高，次為「動植物資源」0.025，第三「地質資源」0.021，最後為「天象資源」0.014。如下表：

表 4-11 公部門「自然資源」次準則成對比較矩陣及權重表

自然資源	天象資源	風景資源	地質資源	動植物資源	整體權重值	排序
天象資源	1	0.289105	0.733186	0.314654	0.013804	4
風景資源	3.458945	1	4.851287	3.090576	0.067647	1
地質資源	1.363911	0.206131	1	1.230796	0.020762	3
動植物資源	3.178093	0.323564	0.812482	1	0.025104	2
$\lambda_{\max}=4.19787$ ; C. I=0.065957 ; C. R=0.073285						

資料來源：本研究整理

## 3. 學者

學者專家則認為「自然資源」構面中，「風景資源」0.078 權重值最高，次為「動植物資源」0.069，第三「地質資源」0.04，最後為「天象資源」0.019。如下表：

表 4-12 學者「自然資源」次準則成對比較矩陣及權重表

自然資源	天象資源	風景資源	地質資源	動植物資源	整體權重值	排序
天象資源	1	0.218169	0.558039	0.218169	0.019028	4
風景資源	4.583604	1	2.062372	1.089363	0.078414	1
地質資源	1.791991	0.484878	1	0.706924	0.040431	3
動植物資源	4.583604	0.917968	1.414578	1	0.068885	2
$\lambda_{\max}=4.034192$ ; C. I=0.011397 ; C. R=0.012664						

資料來源：本研究整理

#### 4. 專家組合

將在地業者、公部門、學者三方專家組合分析，得到「自然資源」構面中，「風景資源」0.074 權重值最高，次為「動植物資源」0.052，第三「地質資源」0.034，最後為「天象資源」0.018。如下表：

表 4-13 專家組合「自然資源」次準則成對比較矩陣及權重表

自然資源	天象資源	風景資源	地質資源	動植物資源	整體權重值	排序
天象資源	1	0.247198	0.527407	0.288195	0.017765	4
風景資源	4.045346	1	2.434566	1.484442	0.073705	1
地質資源	1.896067	0.410751	1	0.738384	0.034492	3
動植物資源	3.469872	0.673654	1.35431	1	0.051658	2

$$\lambda_{\max}=4.015311; C.I.=0.005104; C.R.=0.005671$$

資料來源：本研究整理

#### 5. 「自然資源」評估要素權重，如下表所示：

表 4-14 「自然資源」次準則權重分析排序

自然資源 評估要素	在地業者		公部門		學者		專家組合分析	
	整體	排	整體	排	整體	排	整體	排
	權重值	序	權重值	序	權重值	序	權重值	序
天象資源	0.019	4	0.014	4	0.019	4	0.018	4
風景資源	0.068	2	<b>0.068</b>	<b>1</b>	<b>0.078</b>	<b>1</b>	<b>0.074</b>	<b>1</b>
地質資源	0.044	3	0.021	3	0.04	3	0.034	3
動植物資源	<b>0.072</b>	<b>1</b>	0.025	2	0.069	2	0.052	2

資料來源：本研究整理

#### (二)、資源特色

「資源特色」構面下，有次準則「特色建築」、「宗教信仰」、「意識資源」、「原住民生活」等 4 項，經由計算顯示各領域專家的看法，說明如下：

##### 1. 在地業者

在地業者專家認為「資源特色」構面中，「原住民生活」0.112 權重值最高，次為「特色建築」0.066，第三「意識資源」0.051，最後為「宗教信仰」0.021。如下表：

表 4-15 在地業者「資源特色」次準則成對比較矩陣及權重表

資源特色	特色建築	宗教信仰	意識資源	原住民生活	整體權重值	排序
特色建築	1	3.299158	1.615623	0.494363	0.065739	2
宗教信仰	0.303108	1	0.280888	0.239706	0.020823	4
意識資源	0.618956	3.560134	1	0.387275	0.050925	3
原住民生活	2.022803	4.171774	2.582145	1	0.111758	1

$\lambda_{\max}=4.078946$  ; C. I=0.026315 ; C. R=0.029239

資料來源：本研究整理

## 2. 公部門專家

公部門專家在「資源特色」構面中，認為「原住民生活」0.133 權重值最高，次為「意識資源」0.103，第三「特色建築」0.073，最後為「宗教信仰」0.042。如下表：

表 4-16 公部門「資源特色」次準則成對比較矩陣及權重表

資源特色	特色建築	宗教信仰	意識資源	原住民生活	整體權重值	排序
特色建築	1	2.6866	0.513195	0.476222	0.072867	3
宗教信仰	0.372218	1	0.648934	0.273153	0.041558	4
意識資源	1.948575	1.540989	1	0.902402	0.103144	2
原住民生活	2.099859	3.660948	1.108154	1	0.133472	1

$\lambda_{\max}=4.144836$  C. I=0.048279 ; C. R=0.053643

資料來源：本研究整理

## 3. 學者

學者專家在「資源特色」構面中，則認為「原住民生活」0.089 權重值最高，次為「意識資源」0.069，第三「特色建築」0.038，最後為「宗教信仰」0.02。如下表：

表 4-17 學者「資源特色」次準則成對比較矩陣及權重表

資源特色	特色建築	宗教信仰	意識資源	原住民生活	整體權重值	排序
特色建築	1	2.786403	0.33303	0.446114	0.038338	3
宗教信仰	0.358886	1	0.270581	0.305989	0.020161	4
意識資源	3.002734	3.695752	1	0.475576	0.06947	2
原住民生活	2.241577	3.268089	2.102715	1	0.089455	1

$\lambda_{\max}=4.1886$  ; C. I=0.062867 ; C. R=0.069852

資料來源：本研究整理

#### 4. 專家組合

將在地業者、公部門、學者三方專家組合分析，得到「資源特色」構面中，「原住民生活」0.113 權重值最高，次為「意識資源」0.073，第三「特色建築」0.058，最後為「宗教信仰」0.027。如下表：

表 4-18 專家組合「資源特色」次準則成對比較矩陣及權重表

資源特色	特色建築	宗教信仰	意識資源	原住民生活	整體權重值	排序
特色建築	1	2.91217	0.651181	0.47181	0.058336	3
宗教信仰	0.343387	1	0.366728	0.271601	0.026622	4
意識資源	1.53567	2.726819	1	0.54981	0.073344	2
原住民生活	2.119496	3.681878	1.818809	1	0.113003	1

$$\lambda_{\max}=4.044414; C.I.=0.014805; C.R.=0.01645$$

資料來源：本研究整理

#### 5. 「資源特色」評估要素權重，如下表所示：

表 4-19 「資源特色」次準則權重分析排序

資源特色 評估要素	在地業者		公部門		學者		專家組合分析	
	整體	排	整體	排	整體	排	整體	排
	權重值	序	權重值	序	權重值	序	權重值	序
特色建築	0.066	2	0.073	3	0.038	3	0.058	3
宗教信仰	0.021	4	0.042	4	0.02	4	0.027	4
意識資源	0.051	3	0.103	2	0.069	2	0.073	2
原住民生活	<b>0.118</b>	<b>1</b>	<b>0.133</b>	<b>1</b>	<b>0.089</b>	<b>1</b>	<b>0.113</b>	<b>1</b>

資料來源：本研究整理

#### (三)、 人文資源

「人文資源」構面下，有次準則「人文歷史」、「田園景觀」、「民俗節慶」、「工藝技術」等 4 項，經由計算顯示各領域專家的看法，說明如下：

##### 1. 在地業者

在地業者專家認為「人文資源」構面中，「民俗節慶」0.113 權重值最高，次為「工藝技術」0.08，第三「人文歷史」0.075，最後為「田園景觀」0.06。如下表：

表 4-20 在地業者「人文資源」次準則成對比較矩陣及權重表

人文資源	人文歷史	田園景觀	民俗節慶	工藝技術	整體權重值	排序
人文歷史	1	1.206083	0.642534	1.057437	0.074586	3
田園景觀	0.829131	1	0.402028	0.836251	0.060488	4
民俗節慶	1.556337	2.487392	1	1.129831	0.113571	1
工藝技術	0.945683	1.195813	0.885088	1	0.081686	2

$\lambda_{\max}=4.040046$  ; C. I=0.013349 ; C. R=0.014832

資料來源：本研究整理

## 2. 公部門專家

公部門專家在「人文資源」構面中，認為「民俗節慶」0.087 權重值最高，次為「工藝技術」0.079，第三「人文歷史」0.06，最後為「田園景觀」0.059。如下表：

表 4-21 公部門「人文資源」次準則成對比較矩陣及權重表

人文資源	人文歷史	田園景觀	民俗節慶	工藝技術	整體權重值	排序
人文歷史	1	1.313862	0.543166	0.733186	0.060154	3
田園景觀	0.761115	1	1.008588	0.637063	0.058515	4
民俗節慶	1.841058	0.991485	1	1.265649	0.08691	1
工藝技術	1.363911	1.569703	0.790109	1	0.078961	2

$\lambda_{\max}=4.082253$  ; C. I=0.027418 ; C. R=0.030464

資料來源：本研究整理

## 3. 學者

學者專家在「人文資源」構面中，則認為「人文歷史」0.077 權重值最高，次為「民俗節慶」0.076，第三「工藝技術」0.066，最後為「田園景觀」0.029。如下表：

表 4-22 學者「人文資源」次準則成對比較矩陣及權重表

人文資源	人文歷史	田園景觀	民俗節慶	工藝技術	整體權重值	排序
人文歷史	1	2.466212	1.91119	0.733186	0.076629	1
田園景觀	0.40548	1	0.345716	0.372557	0.028739	4
民俗節慶	0.523234	2.892546	1	2.044812	0.076056	2
工藝技術	1.363911	2.684154	0.489043	1	0.066138	3

$\lambda_{\max}=4.253854$  ; C. I=0.084618 ; C. R=0.09402

資料來源：本研究整理

#### 4. 專家組合

將在地業者、公部門、學者三方專家組合分析，得到「人文資源」構面中，「民俗節慶」0.093 權重值最高，次為「工藝技術」0.077，第三「人文歷史」0.071，最後為「田園景觀」0.047。如下表：

表 4-23 專家組合「人文資源」次準則成對比較矩陣及權重表

人文資源	人文歷史	田園景觀	民俗節慶	工藝技術	整體權重值	排序
人文歷史	1	1.57514	0.873731	0.828376	0.071867	3
田園景觀	0.634864	1	0.519473	0.583316	0.047848	4
民俗節慶	1.144517	1.925027	1	1.429969	0.093206	1
工藝技術	1.207182	1.714337	0.699316	1	0.077212	2

$$\lambda_{\max}=4.016019; C. I=0.00534; C. R=0.005933$$

資料來源：本研究整理

#### 5. 「人文資源」評估要素權重，如下表所示：

表 4-24 「人文資源」次準則權重分析排序

人文資源 評估要素	在地業者		公部門		學者		專家組合分析	
	整體 權重值	排 序	整體 權重值	排 序	整體 權重值	排 序	整體 權重值	排 序
人文歷史	0.075	3	0.06	3	<b>0.077</b>	<b>1</b>	0.071	3
田園景觀	0.06	4	0.059	4	0.029	4	0.047	4
民俗節慶	<b>0.113</b>	<b>1</b>	<b>0.087</b>	<b>1</b>	0.076	2	<b>0.093</b>	<b>1</b>
工藝技術	0.08	2	0.079	2	0.066	3	0.077	2

資料來源：本研究整理

#### (四)、 觀光政策

「觀光政策」構面下，有次準則「基礎建設」、「交通運輸」、「地方支持」、「資訊科技」等 4 項，經由計算顯示各領域專家的看法，說明如下：

##### 1. 在地業者

在地業者專家認為「觀光政策」構面中，「交通運輸」0.09 權重值最高，次為「地方支持」0.054，第三「基礎建設」0.044，最後為「資訊科技」0.03。如下表：

表 4-25 在地業者「觀光政策」次準則成對比較矩陣及權重表

觀光政策	基礎建設	交通運輸	地方支持	資訊科技	整體權重值	排序
基礎建設	1	0.467511	0.719119	1.724661	0.043815	3
交通運輸	2.138986	1	1.948575	3.002734	0.089938	1
地方支持	1.390591	0.513195	1	1.825381	0.05401	2
資訊科技	0.579824	0.33303	0.547831	1	0.029796	4
$\lambda_{\max}=4.016634$ ; C. I=0.005545 ; C. R=0.006161						

資料來源：本研究整理

## 2. 公部門專家

公部門專家在「觀光政策」構面中，認為「交通運輸」0.078 權重值最高，次為「地方支持」0.083，第三「基礎建設」0.029，最後為「資訊科技」0.022。如下表：

表 4-26 公部門「觀光政策」次準則成對比較矩陣及權重表

觀光政策	基礎建設	交通運輸	地方支持	資訊科技	整體權重值	排序
基礎建設	1	0.222437	0.323859	1.790359	0.029489	3
交通運輸	4.495662	1	1.229675	4.091734	0.101771	1
地方支持	3.087763	0.813223	1	4.056893	0.083954	2
資訊科技	0.558547	0.244395	0.246494	1	0.021888	4
$\lambda_{\max}=4.044506$ ; C. I=0.014835 ; C. R=0.016484						

資料來源：本研究整理

## 3. 學者

學者專家在「觀光政策」構面中，則認為「地方支持」0.104 權重值最高，次為「資訊科技」0.087，第三「交通運輸」0.078，最後為「基礎建設」0.059。如下表：

表 4-27 學者「觀光政策」次準則成對比較矩陣及權重表

觀光政策	基礎建設	交通運輸	地方支持	資訊科技	整體權重值	排序
基礎建設	1	0.971577	0.563344	0.527728	0.058603	4
交通運輸	1.029254	1	0.699316	1.229675	0.078358	3
地方支持	1.775115	1.429969	1	1.129831	0.104137	1
資訊科技	1.894916	0.813223	0.885088	1	0.087157	2
$\lambda_{\max}=4.058803$ ; C. I=0.019601 ; C. R=0.021779						

資料來源：本研究整理

#### 4. 專家組合

將在地業者、公部門、學者三方專家組合分析，得到「觀光政策」構面中，「交通運輸」0.094 權重值最高，次為「地方支持」0.082，第三「基礎建設」0.044，最後為「資訊科技」0.04。如下表：

表 4-28 專家組合「觀光政策」次準則成對比較矩陣及權重表

觀光政策	基礎建設	交通運輸	地方支持	資訊科技	整體權重值	排序
基礎建設	1	0.465756	0.508132	1.176751	0.044492	3
交通運輸	2.147047	1	1.187755	2.472131	0.094133	1
地方支持	1.967992	0.841924	1	2.030113	0.081901	2
資訊科技	0.849797	0.404509	0.492583	1	0.040417	4

$$\lambda_{\max}=4.003443; C. I=0.001148; C. R=0.001275$$

資料來源：本研究整理

#### 5. 「觀光政策」評估要素權重，如下表所示：

表 4-29 「觀光政策」次準則權重分析排序

觀光政策 評估要素	在地業者		公部門		學者		專家組合分析	
	整體	排	整體	排	整體	排	整體	排
	權重值	序	權重值	序	權重值	序	權重值	序
基礎建設	0.044	3	0.029	3	0.059	4	0.044	3
交通運輸	<b>0.09</b>	<b>1</b>	<b>0.102</b>	<b>1</b>	0.078	3	<b>0.094</b>	<b>1</b>
地方支持	0.054	2	0.083	2	<b>0.104</b>	<b>1</b>	0.082	2
資訊科技	0.03	4	0.022	4	0.087	2	0.04	4

資料來源：本研究整理

### 第四節 整體準則與次準則權重分析

依偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則之要素進行權重比較，各領域專家各有不同的評估結果，彙整如下：

#### 一、在地業者

在地業者整體主準則的評估衡量中，權重值的重要性排序以「人文資源」為最高，「資源特色」次之，第三「觀光政策」，最後「自然資源」。次準則的評估衡量權重重要性前五名依序為：「民俗節慶」、「原住民生活」、「交通運輸」、「工藝技術」、「人文歷史」。如下表彙整：

表 4-30 在地業者整體準則權重性

構面	準則	局部權重	整體權重	排名
	自然資源	0.202864	0.202864	4
達仁鄉觀光	資源特色	0.249245	0.249245	2
產業機會辨識	人文資源	0.330331	0.330331	1
	觀光政策	0.217558	0.217558	3
	天象資源	0.094707	0.019212	20
自然資源	風景資源	0.334778	0.067914	11
	地質資源	0.216916	0.044004	16
	動植物資源	0.353597	0.071732	10
	特色建築	0.263752	0.065739	12
資源特色	宗教信仰	0.083545	0.020823	19
	意識資源	0.204316	0.050925	15
	原住民生活	0.448385	0.111758	6
	人文歷史	0.225792	0.074586	9
人文資源	田園景觀	0.183114	0.060488	13
	民俗節慶	0.343808	0.11357	5
	工藝技術	0.247284	0.081685	8
	基礎建設	0.201394	0.043815	17
觀光政策	交通運輸	0.413396	0.089937	7
	地方支持	0.248253	0.054009	14
	資訊科技	0.136955	0.029795	18

資料來源：本研究整理

## 二、公部門專家

公部門在整體主準則的評估衡量中，權重值的重要性排序以「資源特色」為最高，「人文資源」次之，第三「觀光政策」，最後「自然資源」。次準則評估衡量權重重要性前五名依序為：「原住民生活」、「意識資源」、「交通運輸」、「民俗節慶」。如下表彙整：

表 4-31 公部門整體準則權重性

構面	準則	局部權重	整體權重	排名
	自然資源	0.127317	0.127317	5
達仁鄉觀光	資源特色	0.35104	0.35104	1
產業機會辨識	人文資源	0.28454	0.28454	2
	觀光政策	0.237101	0.237101	3
自然資源	天象資源	0.108421	0.013803	20
	風景資源	0.531326	0.067646	12
	地質資源	0.163071	0.020761	19
	動植物資源	0.197179	0.025104	17
資源特色	特色建築	0.207573	0.072866	11
	宗教信仰	0.118383	0.041557	15
	意識資源	0.293824	0.103144	6
	原住民生活	0.380217	0.133472	4
人文資源	人文歷史	0.211408	0.060154	13
	田園景觀	0.205647	0.058515	14
	民俗節慶	0.305439	0.086909	8
	工藝技術	0.277504	0.078961	10
觀光政策	基礎建設	0.124371	0.029488	16
	交通運輸	0.429229	0.10177	7
	地方支持	0.354083	0.083953	9
	資訊科技	0.092315	0.021888	18

資料來源：本研究整理

### 三、學者

學者在整體主準則的評估衡量中，權重值的重要性排序以「觀光政策」為最高，「人文資源」次之，第三「資源特色」，最後「自然資源」。次準則評估衡量權重重要性前五名依序為：「地方支持」、「原住民生活」、「資訊科技」、「風景資源」。如下表彙整：

表 4-32 學者整體準則權重性

構面	準則	局部權重	整體權重	排名
	自然資源	0.206758	0.206758	4
達仁鄉觀光	資源特色	0.217423	0.217423	3
產業機會辨識	人文資源	0.247562	0.247562	2
	觀光政策	0.328255	0.328255	1
	天象資源	0.09203	0.019028	20
自然資源	風景資源	0.379254	0.078414	8
	地質資源	0.195547	0.040431	16
	動植物資源	0.333167	0.068885	13
	特色建築	0.176327	0.038337	17
資源特色	宗教信仰	0.092724	0.02016	19
	意識資源	0.319514	0.06947	12
	原住民生活	0.411433	0.089455	6
	人文歷史	0.309534	0.076629	10
人文資源	田園景觀	0.116089	0.028739	18
	民俗節慶	0.307219	0.076055	11
	工藝技術	0.267157	0.066138	14
	基礎建設	0.178528	0.058602	15
觀光政策	交通運輸	0.238711	0.078358	9
	地方支持	0.317245	0.104137	5
	資訊科技	0.265515	0.087156	7

資料來源：本研究整理

#### 四、專家組合

三方專家組合結果顯示，整體主準則的評估衡量中，權重值的重要性排序以「人文資源」為最高，「資源特色」次之，第三「觀光政策」，最後「自然資源」。次準則評估衡量權重重要性前五名依序為：「原住民生活」、「交通運輸」、「民俗節慶」、「地方支持」、「工藝技術」。如表 4-33 彙整：

表 4-33 專家組合整體準則權重性

構面	準則	局部權重	整體權重	排名
	自然資源	0.177619	0.177619	4
達仁鄉觀光	資源特色	0.271303	0.271303	2
產業機會辨識	人文資源	0.290133	0.290133	1
	觀光政策	0.260943	0.260943	3
自然資源	天象資源	0.100016	0.017764	20
	風景資源	0.414957	0.073704	10
	地質資源	0.194189	0.034491	18
	動植物資源	0.290836	0.051658	14
資源特色	特色建築	0.21502	0.058335	13
	宗教信仰	0.098125	0.026621	19
	意識資源	0.270337	0.073343	11
	原住民生活	0.416516	0.113002	5
人文資源	人文歷史	0.247703	0.071867	12
	田園景觀	0.164918	0.047848	15
	民俗節慶	0.321253	0.093206	7
	工藝技術	0.266124	0.077211	9
觀光政策	基礎建設	0.170503	0.044491	16
	交通運輸	0.360742	0.094133	6
	地方支持	0.313864	0.0819	8
	資訊科技	0.154889	0.040417	17

資料來源：本研究整理

## 第五節 方案選擇策略權重

依文獻分析歸納出本研究策略方案有「差異化策略」、「低成本策略」、「集中化策略」及「反應性策略」等四項，選擇最適合的策略，提供決策者獨特價值。

### 一、目標層方案選擇策略分析

在地業者專家認為目標層中，「差異化策略」0.331 權重值最高，次為「反應性策略」0.265，第三「集中化策略」0.25，最後為「低成本策略」0.154。

公部門專家認為目標層中，「差異化策略」0.355 權重值最高，次為「集中化策略」0.29，第三「反應性策略」0.248，最後為「低成本策略」0.107。

學者專家認為目標層中，「差異化策略」0.312 權重值最高，次為「反應性策略」0.305，第三「集中化策略」0.233，最後為「低成本策略」0.15。

將在地業者、公部門及學者三方專家組合分析，皆一致認為目標層「差異化策略」0.333 權重最高，次為「反應性策略」0.276，第三「集中化策略」0.255，最後為「低成本策略」0.136。如下表：

表 4-34 目標層方案選擇策略

偏鄉地區觀光 產業機會辨識 評估準則之建立									
方案選擇	在地業者		公部門		學者		專家組合		
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序	
差異化策略	0.331	1	0.355	1	0.312	1	0.333	1	
低成本策略	0.154	4	0.107	4	0.15	4	0.136	4	
集中化策略	0.25	3	0.29	2	0.233	3	0.255	3	
反應性策略	0.265	2	0.248	3	0.305	2	0.276	2	

資料來源：本研究整理

## 二、主準則方案選擇策略分析

### (一)、 自然資源

在地業者專家認為「自然資源」方案選擇中，「差異化策略」0.41 權重值最高，次為「反應性策略」0.271，第三「集中化策略」0.201，最後為「低成本策略」0.118。

公部門專家認為「自然資源」方案選擇中，「差異化策略」0.431 權重值最高，次為「反應性策略」0.274，第三「集中化策略」0.202，最後為「低成本策略」0.093。

學者專家認為「自然資源」方案選擇中，「差異化策略」0.355 權重值最高，次為「反應性策略」0.275，第三「集中化策略」0.232，最後為「低成本策略」0.138。

將在地業者、公部門及學者三方專家組合分析，皆一致認為「自然資源」方案策略中，「差異化策略」0.396 權重值最高，次為「反應性策略」0.274，第三「集中化策略」0.213，最後為「低成本策略」0.116。如下表：

表 4-35 「自然資源」方案選擇策略

自然資源									
方案選擇	在地業者		公部門		學者		專家組合		
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序	
差異化策略	0.41	1	0.431	1	0.355	1	0.396	1	
低成本策略	0.118	4	0.093	4	0.138	4	0.116	4	
集中化策略	0.201	3	0.202	3	0.232	3	0.213	3	
反應性策略	0.271	2	0.274	2	0.275	2	0.274	2	

資料來源：本研究整理

## (二)、 資源特色

在地業者專家認為「資源特色」方案選擇中，「差異化策略」0.378 權重值最高，次為「反應性策略」0.288，第三「集中化策略」0.217，最後為「低成本策略」0.116。

公部門專家認為「自然資源」方案選擇中，「差異化策略」0.403 權重值最高，次為「集中化策略」0.324，第三「反應性策略」0.181，最後為「低成本策略」0.092。

學者專家認為「自然資源」方案選擇中，「反應性策略」0.329 權重值最高，次為「差異化策略」0.316，第三「集中化策略」0.223，最後為「低成本策略」0.131。

將在地業者、公部門及學者三方專家組合分析，得出「資源特色」方案策略中，「差異化策略」0.397 權重值最高，次為「反應性策略」0.26，第三「集中化策略」0.256，最後為「低成本策略」0.114。如下表：

表 4-36 「資源特色」方案選擇策略

資源特色 方案選擇	在地業者		公部門		學者		專家組合	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
差異化策略	0.378	1	0.403	1	0.316	2	0.397	1
低成本策略	0.116	4	0.092	4	0.131	4	0.114	4
集中化策略	0.217	3	0.324	2	0.223	3	0.256	3
反應性策略	0.288	2	0.181	3	0.329	1	0.26	2

資料來源：本研究整理

## (三)、 人文資源

在地業者專家認為「人文資源」方案選擇中，「差異化策略」0.329 權重值最高，次為「集中化策略」0.279，第三「反應性策略」0.251，最後為「低成本策略」0.14。

公部門專家認為「人文資源」方案選擇中，「差異化策略」0.391 權重值最高，次為「集中化策略」0.297，第三「反應性策略」0.203，最後為「低成本策略」0.109。

學者專家認為「人文資源」方案選擇中，「差異化策略」0.398 權重值最高，次為「反應性策略」0.284，第三「集中化策略」0.206，最後為「低成本策略」0.111。

將在地業者、公部門及學者三方專家組合分析，皆一致認為「人文資源」方案策略中，「差異化策略」0.375 權重值最高，次為「集中化策略」0.259，第三「反應性策略」0.246，最後為「低成本策略」0.12。如下表：

表 4-37 「人文資源」方案選擇策略

人文資源 方案選擇	在地業者		公部門		學者		專家組合	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
差異化策略	0.329	1	0.391	1	0.398	1	0.375	1
低成本策略	0.14	4	0.109	4	0.111	4	0.12	4
集中化策略	0.279	2	0.297	2	0.206	3	0.259	2
反應性策略	0.251	3	0.203	3	0.284	2	0.246	3

資料來源：本研究整理

#### (四)、 觀光政策

在地業者專家認為「觀光政策」方案選擇中，「集中化策略」0.289 權重值最高，次為「反應性策略」0.255，第三「低成本策略」0.25，最後為「差異化策略」0.206。

公部門專家認為「觀光政策」方案選擇中，「反應性策略」0.388 權重值最高，次為「集中化策略」0.278，第三「差異化策略」0.199，最後為「低成本策略」0.135。

學者專家認為「觀光政策」方案選擇中，「反應性策略」0.324 權重值最高，次為「集中化策略」0.26，第三「差異化策略」0.216，最後為「低成本策略」0.2。

將在地業者、公部門及學者三方專家組合分析，認為「觀光政策」方案策略中，「反應性策略」0.325 權重值最高，次為「集中化策略」0.279，第三「差異化策略」0.206，最後為「低成本策略」0.191。如下表：

表 4-38 「觀光政策」方案選擇策略

觀光政策 方案選擇	在地業者		公部門		學者		專家組合	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
差異化策略	0.206	4	0.199	3	0.216	3	0.206	3
低成本策略	0.25	3	0.135	4	0.2	4	0.191	4
集中化策略	0.289	1	0.278	2	0.26	2	0.279	2
反應性策略	0.255	2	0.388	1	0.324	1	0.325	1

資料來源：本研究整理

#### 三、次準則之方案選擇策略

在地業者認為次準則評估重要性前五名為「民俗節慶」、「原住民生活」、「交通運輸」、「工藝技術」、「人文歷史」的方案選擇策略分析結果，如下表：

表 4-39 在地業者之重要次準則方案選擇策略

名次	次準則	方案選擇	方案權重
1	民俗節慶	集中化策略	0.346898
2	原住民生活	差異化策略	0.420503
3	交通運輸	低成本策略	0.305377
4	工藝技術	集中化策略	0.317783
5	人文歷史	差異化策略	0.401218

資料來源：本研究整理

公部門認為次準則評估重要性前五名為「原住民生活」、「意識資源」、「交通運輸」、「民俗節慶」、「地方支持」的方案選擇策略分析結果，如下表：

表 4-40 公部門之重要次準則方案選擇策略

名次	次準則	方案選擇	方案權重
1	原住民生活	差異化策略	0.366677
2	意識資源	差異化策略	0.365888
3	交通運輸	反應性策略	0.371643
4	民俗節慶	差異化策略	0.436332
5	地方支持	反應性策略	0.428637

資料來源：本研究整理

學者認為次準則評估重要性前五名為「地方支持」、「原住民生活」、「資訊科技」、「風景資源」、「交通運輸」的方案選擇策略分析結果，如下表：

表 4-41 學者之重要次準則方案選擇策略

名次	次準則	方案選擇	方案權重
1	地方支持	反應性策略	0.312386
2	原住民生活	差異化策略	0.400537
3	資訊科技	反應性策略	0.342483
4	風景資源	差異化策略	0.390443
5	交通運輸	反應性策略	0.328757

資料來源：本研究整理

專家組合認為次準則評估重要性前五名為「原住民生活」、「交通運輸」、「民俗節慶」、「地方支持」、「工藝技術」的方案選擇策略分析結果，如下表：

表 4-42 專家組合重要次準則方案選擇策略

名次	次準則	方案選擇	方案權重
1	原住民生活	差異化策略	0.403551
2	交通運輸	反應性策略	0.307455
3	民俗節慶	差異化策略	0.366229
4	地方支持	集中化策略	0.309004
5	工藝技術	差異化策略	0.332340

資料來源：本研究整理

## 第五章 結論與建議

### 第一節 結論

本研究為探討達仁鄉觀光產業目前發展的現況、影響達仁鄉觀光產業發展之關鍵因素，以在地業者、公部門、學者三方專家的綜合歸納討論，透過FAHP，探討達仁鄉觀光產業發展相關因素的權重分析與一致性檢定，以期建構完善之偏鄉地區觀光產業發展模式並提出結論分析及後續相關研究之建議。若能辨識出吸引遊客到訪的因素，將可成為影響偏鄉地區觀光產業發展之重要評估準則，依據研究結果，說明如下：

#### 一、在地業者對偏鄉地區觀光產業評估準則整體分析

依研究結果顯示，在地業者於目標層的評估主準則中認為「人文資源」為首要，其次為「資源特色」、「觀光政策」，最後是「自然資源」。「人文資源」如農事及狩獵生活行為、傳統祭祀活動、部落祖靈屋、原住民工藝等。

次準則重要性權重評估中，在地業者認為前五名依序為：「民俗節慶」、「原住民生活」、「交通運輸」、「工藝技術」、「人文歷史」。研究結果顯示，「民俗節慶」節慶活動可表現出地方文化歷史的獨特性、在地性與個性化，是地方文化傳承的重要活動，可強化地方形象，亦是帶動觀光發展的價值來源。其次「原住民生活」從文獻及民族誌資料，原民早期的生活僅是農業、漁獵並進的簡單經濟生活方式，只要環境保存完好，大自然有著生生不息的資源，從自然環境中取得食物及生活必需品，若是貪取只會枯竭自然的資源，因此原民的文化與生活智慧散發著地方獨特的魅力，結合地方資源，建立地方生活特色。「交通運輸」居第三，人民「行」的權益與交通運輸事業息息相關，特別是在偏遠地區的居民感受最深刻，除了公共運輸無法遍及鄉內各村落，每逢大雨或颱風季節，更是聯外道路交通的黑暗期。「工藝技術」居第四，排灣族是熱愛藝術的族群，手工藝品的琉璃珠、木雕刻和陶藝極為發達。「人文歷史」居第五，在地居民對其族群的人文事蹟和社會結構皆行階級組織的遵循制度，這是他們的特殊社會人文部落組織。

#### 二、公部門對偏鄉地區觀光產業評估準則整體分析

公部門於主準則的評估衡量中，以「資源特色」重要性為最高，其次為「人文資源」、「觀光政策」，最後是「自然資源」。「資源特色」的表現著重在當地排灣族人的生活文化，藉由獨特的原民生活風格表現出與眾不同的特性。

次準則重要性權重評估中，公部門專家認為前五名依序為：「原住民生活」、「意識資源」、「交通運輸」、「民俗節慶」、「地方支持」。研究結果顯示「原住民生活」

的在地特色正是偏鄉地區觀光產業發展的重要關鍵評估因素，規劃結合當地原住民相關之歷史文化、民族風情、古蹟遺址、宗教聖地、田園風光等生活產業為重點。其次「意識資源」說明在地風俗民情與特質的優質表現，將成為闡揚在地精神與意識層面之主要特色。「交通運輸」重要性居第三，政府建設規劃便捷的交通疏運網，將可使到訪的遊客旅次增加，位居南迴隧道出口的第一站，未來勢必帶來人潮。「民俗節慶」居第四，如五年祭與收穫祭。「地方支持」居第五，表示有在地支持的觀光產業可為當地經濟活絡帶來重要力量。

### 三、學者對偏鄉地區觀光產業評估準則整體分析

學者在主準則的評估衡量中，則認為重要性最高的是「觀光政策」，其次為「人文資源」、「資源特色」，最後是「自然資源」。「觀光政策」著重在反應性的策略表現，要能因應市場消費者的需求而改變，為顧客提供更有效和滿意的服務。

次準則重要性權重評估中，學者則認為前五名依序為：「地方支持」、「原住民生活」、「資訊科技」、「風景資源」、「交通運輸」。研究結果顯示，「地方支持」將是觀光產業發展原住民地區相當重要的經濟來源。其次「原住民生活」原住民文化的差異性是吸引遊客的最大動力（謝世忠，1994）。第三「風景資源」，達仁鄉的地理位置臨山臨海，對當地部落人來說，南迴地區宛如秘境，他們知道自己擁有別人所沒有的獨特觀光風景資源，對此資源未來的觀光發展相當樂觀。「資訊科技」居第四，此重要性與許家蓁（2016）發現觀光網站是一個可以讓網路使用者認識當地文化並獲得相關旅遊資訊的管道。「交通運輸」居第五，表示偏鄉地區建設交通運輸的重要性，相信有便利的交通運輸網絡才有觀光人潮的出現。

### 四、專家組合對偏鄉地區觀光產業評估準則整體分析

綜合在地業者、公部門及學者三方專家組合分析指出，評估主準則中以「人文資源」為最重要且需重視的主準則，其次依序為「資源特色」、「觀光政策」、「自然資源」。也就是說，專家們認為建立達仁鄉的觀光產業應首重人文資源的定位，其來源表現在人類固有歷史與文化遺產或現有的生活方式或事項，鄉內各個部落皆有代表性的原住民歷史和人文藝術的意象呈現，讓人感受排灣族文化與智慧的美和深遠意義是值得讚賞、延續和保存的，如：排灣族的人文歷史、田園生活體驗、年節祭儀活動、藝術文化美學等的優勢特色。此研究結果與林玉妃（2016）、閻志璋（2018）以人文資源觀點發展偏鄉部落觀光之理念相符。此外，一般被認為偏鄉地區所具備的「自然資源」，在研究結果的重要性是最低的，顯示偏鄉地區的觀光產業評估重點並非在天然的氣候、地型、生態、動植物景觀資源等。

綜合專家組合分析，獲得次準則重要性評估前五名依序為：「原住民生活」、「交通運輸」、「民俗節慶」、「地方支持」及「工藝技術」。研究結果顯示，原住民因其特異的生活方式與生活文化內涵，使在地生活特色散發著地方文化特殊的魅力，包括居住環境、生活起居、風俗習慣、語言、文化傳承、經濟收入等各種影響，

這是最無法被模仿的生活資源特色，因此透過旅遊和觀光的過程，吸引遊客探訪體驗原住民生活的風景和活動。此研究結果與陳萍（2014）運用原住民傳統文化與智慧展現出原住民生活文化的美；黃惠芬（2006）、黎孟修（2002）認為原住民非常重視家庭生活與社交活動，常將時間運用在家庭事務上（照顧子女、與家人相處）之概念相符。其次為「交通運輸」，觀光旅遊運輸，從甲地到乙地所需具有的交通載具或道路設施，使旅客具交通因素之便利性。此結果與張曉凌（2011）認為政府應針對各偏遠地區公共運輸服務路線之地區特性、居民旅次需求及當地可用觀光資源進行完整調查，研擬完善管理制度，在責任與效率間取得平衡，創造最大的社會福利之概念相符。「民俗節慶」重要性居第三，民俗節慶活動具有相當的文化意涵與特殊性，突顯出人們對祖先的虔心感恩與敬天法祖的傳統美德，都具有「消災」、「祈福」、「紀念」、「團圓」等特性與一般民眾的生活有著密不可分的關係。此研究結果與陳思鈞（2016）提出近年來，隨著觀光休閒活動的被重視，地方政府也藉由民俗節慶的活動推展在地文化、經濟與相關產業的策略發展之概念相符。「地方支持」居第四，接待和文化資源是一個地方的豐富文化資產，往往是成功迎接觀光客並進一步帶動地方經濟活絡的重要因素。此結果與曾斐顥（2014）發現原住民傳統社會常見的文化即是藉由部落居民積極參與地方公共事務的過程，以尊重多數族人意見、凝聚部落共識，取得地方居民的認同和支持之概念相符。「工藝技術」居第五，在政府為保存原住民文化藝術的政策下，讓部落裡傳統文化的先民智慧得以延續保存、技藝得以發揚，努力推廣原住民傳統技藝的傳承亦顯重要。

## 五、方案選擇策略的評估分析

### （一）、「自然資源」

綜合專家學者們的數據結果可得，三方專家皆一致認同主準則「自然資源」的重要性最高是「差異化策略」。達仁鄉擁有豐富的大武山自然保留區資源、最著名的南田石海岸、阿塿壹古道，因此差異化策略首重本身的與眾不同與市場區隔。善用偏鄉地區在地多元文化及自然景觀資源，建立地區產業品牌特色，以在地性特殊的旅遊資源及服務創造差異化的產品與特色的觀光產業。

### （二）、「資源特色」

在地業者、公部門專家及專家組合認為主準則「資源特色」的重要性為「差異化策略」，而學者則認為是「反應性策略」為最重要。台灣的觀光產業常常有一窩蜂相互模仿的風氣，要打造具差異化的偏鄉觀光產業，就應凸顯自身的自然資源優勢，配合特有的文化內涵，帶動在地觀光活動。當消費者的資訊愈來愈多、選擇愈來愈多時，若能讓消費者擁有可記憶的旅遊體驗，正是產業的價值所在。

### （三）、「人文資源」

三方專家皆一致認同主準則「人文資源」重要性最高的是「差異化策略」，達仁鄉最著名的排灣族原住民族文化五年祭與各部落家族舉辦年度的收穫祭儀活動，雖與屏東縣古樓部落的五年祭為相同祭典，但可發展差異化的不同氛圍感受策略，

進而在同儕競爭中，做到標新立異、有所區隔，創造獨特性，才能構成真正的競爭優勢。此結果與閻志璋（2018）認為偏鄉深度旅遊是否能做到與眾不同、標新立異的差異化策略為首要目標；藍清水（2006）提出地方所強調的「區域差異性」，文化所顯現的「特殊性」與「稀少性」，皆為文化產業成功的基石之概念相符。

#### （四）、「觀光政策」

在地業者認為主準則「觀光政策」以「集中化策略」最重要，而公部門專家、學者及專家組合則是認為「反應性策略」最重要。因應現代科技的進步和變遷，全球觀光產業發展快速，政府的觀光政策規劃及發展是以接軌國際、掌握觀光趨勢為最適方案，各項地方觀光產業建設均需與時俱進地溝通調整，尋求最適方案，以創新興商機，臺東縣政府（2019）配合花東地區永續發展策略計畫，為因應觀光市場之變遷，計畫發展地方文化特色原鄉，提升遊憩設施服務，宣導綠色觀光永續旅遊及行銷國際級旅遊城市形象為觀光產業策略。此結果與馬豫芳（2008）認為在政府各項政策中提昇觀光政策重要性之地位，並將觀光政策界定為經濟導向的策略，是觀光政策制定時應含括產業各個面向的發展之概念相符。

#### （五）、各領域專家對重要性次準則的策略選擇

在地業者認為重要次準則之策略的選擇，前五名依序為「民俗節慶」選擇「集中化策略」、「原住民生活」選擇「差異化策略」、「交通運輸」選擇「低成本策略」、「工藝技術」選擇「集中化策略」、「人文歷史」選擇「差異化策略」。

公部門認為重要次準則之策略的選擇，前五名依序為「原住民生活」選擇「差異化策略」、「意識資源」選擇「差異化策略」、「交通運輸」選擇「反應性策略」、「民俗節慶」選擇「差異化策略」、「地方支持」選擇「反應性策略」。

學者者認為重要次準則之策略的選擇，前五名依序為「地方支持」選擇「反應性策略」、「原住民生活」選擇「差異化策略」、「資訊科技」選擇「反應性策略」、「風景資源」選擇「差異化策略」、「交通運輸」選擇「反應性策略」。

專家組合認為重要次準則之策略的選擇，前五名依序為「原住民生活」選擇「差異化策略」、「交通運輸」選擇「反應性策略」、「民俗節慶」選擇「差異化策略」、「地方支持」選擇「集中化策略」、「工藝技術」選擇「差異化策略」。

## 第二節 建議

研究中發現，達仁鄉擁有並保存許多自然的生態環境與特殊的人文資源，這些都是觀光產業發展的基礎要素，在即將通車的南迴公路拓寬工程和南迴鐵路電氣化後，將使得旅客來往東部更為便利，如何讓達仁鄉的美能吸引觀光客的目光，使觀光客駐足停留，不再成為「路過」之地，除了改善地方交通運輸的便利性之外，地方的支持、居民生活文化的體驗及有目的性觀光主題的活動，皆是偏鄉地區觀光產業帶給遊客可記憶旅遊體驗的必要因素。

根據本研究結果，建議達仁鄉未來在觀光產業的發展上，除妥善運用自然的景觀資源外，原住民的人文文化資源是一大觀光辨識特色，藉由各部落現有的有形及無形的資源運用，打造特有的原民部落文化，形塑出不同於其他偏鄉地區的差異性，讓觀光客能有更多元的角度認識及體驗達仁鄉的氛圍，提升鄉內整體的觀光效益。

達仁鄉觀光產業機會辨識評估準則經文獻探討及問卷分析研究後，本研究就差異性策略方案提出下列建議事項：1、自明性生活特色以避免同質化。2、爭取政府資源，加強特色活動及技術。3、輔導跨域加值合作。4、關鍵交通基礎建設。分析如下：

一、偏鄉觀光最大的魅力，在於其有著不同於城市的清新風景、民俗風情、在地文化，因此許多觀光旅遊地區皆大同小異，如何能在產業發展上打造出不同的風格與在地化文化特色，標示出地方的自明性與競爭者產生差異性，方能成為偏鄉地區觀光產業發展的新標的。建議部落居民應「因地制宜」善用地方多元文化底蘊及景觀資源的軟實力，人文文化資源是觀光便是的一大特色，因此打造特有的原民部落文化及節慶活動，凸顯部落自有的原住民生活特色，形塑出不同於其他偏鄉地區的產業形象。

二、縣府多年來在南迴地區推動不同階段的產業發展計畫，為發展地方特色產業打基礎，如經濟產業（洛神、小米六級化發展）、醫療（南迴緊急醫療照護中心）、交通（南迴公路拓寬改善及截彎取直工程）、文化（南方以南藝術計畫施行）等不同層面，挹注可觀資源，期望激發地方正向轉變。達仁鄉特有的原民風俗節慶和手工藝技術也是同樣值得發展的產業，因此培訓發揚部落的關鍵產業特色，將可提高偏鄉地區觀光產業服務之質與量。

三、連結跨域合作，創造利潤地區共享，發展部落旅遊產業之各項軟硬體措施，除可提升部落族人經濟收益，獲得地方性支持之外，亦可將部落獨有之文化、景緻與遊客分享。達仁鄉亦可結合周邊的大武之心休憩區、金峰鄉的洛神花季及太麻里鄉的金崙溫泉和金針花季做為觀光產業的串連合作。

四、加強交通運輸的便利性：交通建設向來是基礎建設中最重要的一環，地方交通基礎建設完備，將增加地方產業發展，然而偏鄉地區的交通聯外道路，通常是鄉道、產業道路、農用道路，道路偏窄且會車不易，常因天候因素而產生道路中斷，因此改善交通運輸為偏鄉地區觀光發展之首要，更是在地居民的期待，在2019年底南迴公路改善通車的同時，達仁鄉應設法與其接軌，提升地方的附加價值，避免被邊緣化。

### 第三節 研究貢獻

#### 一、實務管理意涵

(一)、從本研究中，發展出偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則之研究架構，並依

研究方法之結果，得到研究架構中各因素之間的關聯性與重要性，進而推論出影響其變化之可能原因。達仁鄉的觀光產業經由本研究分析了解仍有許多吸引觀光客的特色魅力，從研究中發現當地濃厚的排灣族原民文化生活、民俗節慶、特有的手工藝技術等，是與其他地區差異化發展的關鍵因素，例如：原住民的生活是當地的資源特色，在生活的表現上有在地的特色建築意象、有不同宗教信仰的結合、有原民意識的生活展演，若能再加強居民對觀光產業的知識與經驗整合，相信是業者與相關單位一個思考與嘗試的方向。

(二)、研究中發現自然資源是偏鄉地區觀光產業發展辨識因素中重要性最低的資源，以本研究地區來說，當地的人文資源特色魅力更勝於大地的自然資源。因此，達仁鄉的觀光價值在於地區文化、人文藝術特色，若能引導地區文化帶動觀光產業的發展，以此關鍵準則來提供相關單位協助與規劃，並指導偏鄉地區觀光產業的開發管理和運作。

(三)、研究結果顯示原住民生活是偏鄉地區觀光產業發展的重要關鍵因素，如何展現排灣族部落在達仁鄉有著甚麼樣的特殊文化與生活方式，是吸引觀光產業發展的一大優勢。

(四)、藉由實證結果確認各層級架構中各因素之間關連性的強度，得以提供各觀光產業業者在有限的時間、人力、資源條件下，如何找出自己所缺乏的關鍵機會辨識因素，以強化修正其方向。

(五)、在決策部分，如何運用自身的優勢，創造最有競爭力、最有魅力的地方產業，與競爭者做出不同特色的觀光產業「差異性」為最適發展策略，以延長觀光客的停留時間、增加在地消費，亦可增加創業的成功機會。

## 二、研究意涵

(一)、本研究發放專家問卷以及使用模糊層級分析法，取得個層級的關鍵準則，為通用的經營策略，並探討各策略執行之優先順序，後續研究者可參考此次研究之準則，並針對不同研究族群或對象進一步延伸，提出更符合之構面，使研究或經營者有更多參考面向。

(二)、在問卷的分析上除了將專家作整體性的組合分析之外，更進一步提出產、官、學界專家的觀點及看法，以獲得不同領域專家認同構面重要性之優先順序，以期提供更客觀之探討。

(三)、本研究地區為即將通車南迴公路拓寬工程草埔隧道出口的第一站，隨之而來的就是交通便利帶來的觀光旅遊人潮，面臨鄰近縣內其他觀光產業競爭者，達仁鄉應如何做好各項因應措施以吸引觀光客的駐足，值得深入研究。

#### 第四節 研究限制

- 一、達仁鄉位處臺東縣最南端，人口以排灣族為主，目前觀光產業並不發達，許多專家意見及研究條件須以假設為之，可能造成研究成果限制。
- 二、達仁鄉為原住民鄉鎮地區，本研究所建立之成果評鑑模式，未來在拓展應用上需注意其關鍵背景因素之差異。

#### 第五節 後續研究建議

- 一、本研究以 FAHP 模式為研究方法，對達仁鄉偏鄉地區的觀光產業建立了初步的評估準則模式，建議未來研究對象可擴大為整個南迴地區或是臺東縣境內的各個偏遠鄉鎮，並能加入質性研究的深度訪談與田野調查，相信能對偏鄉地區的觀光產業相關研究的深度與完整度更為嚴謹。
- 二、後續研究者可挑選類似地理環境但不同種族文化之區域進行研究做為比對，可進一步辨明影響產業發展之關鍵評估因素及型態。
- 三、對於達仁鄉之產業發展機會，可根據本研究所得結果挑選關鍵評估因子進一步研究設計，使偏鄉觀光產業的衡量值更為全面性，此為可延續的研究課題。
- 四、未來南迴公路通車後，交通的便利是否能使達仁鄉如國五和國六的通車後，造成宜蘭和南投埔里等地的觀光產業發展，是為可延續的研究。

## 參考文獻

### 一、中文

#### (一)、圖書

- 大前研一 (1982)。策略家的智慧。黃宏義譯。臺北：長河出版社。
- 王欽輝等編譯 (1992)。FUZZY 工學。臺北：全華科技圖書公司。
- 司徒達賢 (2001)。策略管理新論。臺北：智勝文化。
- 吳思華 (2000)。策略九說：策略思考的本質 (三版)。臺北：麥田。
- 李貽鴻 (2008)。觀光行銷學。臺北：五南。
- 林水波、張世賢 (1991)。公共政策。臺北：五南出版社。
- 唐學斌 (2002)。觀光學概論。臺北：凱倫文化出版社。
- 許士軍 (1981)。管理學。臺北：東華出版公司。
- 陳思倫、宋秉明、林連聰 (1995)。觀光學概論。臺北：國立空中大學。
- 楊明賢 (2001)。解說教育。臺北：揚智文化。
- 楊國樑、莊淑姿 (2004)。休閒經濟學。臺北：普林斯頓國際有限公司。
- 葉英正 (1994)。觀光術語。臺北：新學仁出版社。
- 葉神保 (2018)。臺東縣達仁鄉鄉志 (上)。臺東縣：臺東縣達仁鄉公所。
- 葉神保 (2018)。臺東縣達仁鄉鄉志 (下)。臺東縣：臺東縣達仁鄉公所。
- 榮泰生 (2014)。Expert Choice 在分析層級程序法 (AHP) 之應用。臺北：五南出版社。
- 劉仁民、王宗彥、楊朋振 (2012)。觀光資源概論。臺北：鼎茂圖書出版股份有限公司。
- 劉世雄 (2018)。教學實務研究與教研論文寫作。臺北：五南圖書。
- 蘇芳基 (1993)。最新觀光學概要。臺北：明翔出版社。
- 鐘溫清、王昭正、高俊雄 (1999)。觀光資源規劃與管理。新北市：國立空中大學。

#### (二)、期刊論文

- 王心怡 (2016)。雪山隧道通車對宜蘭觀光人數之影響。國立中央大學產業經濟研究所未出版碩士論文，桃園市。
- 王煒霖 (2007)。台灣發電能源配比評估架構-模糊多準則方法之應用。銘傳大學媒體間紹暨研究所未出版碩士論文，桃園市。
- 白仁德 (2009)。福爾摩沙高速公路北部路段建設前後沿線地區人口空間分佈變遷之研究。都市與計劃。36 (1), 6。
- 朱連惠 (2006)。排灣族五年祭與文化認同。國立東華大學族群關係與文化研究所未出版碩士論文，花蓮縣。
- 吳雅玲 (2001)。德懷術及其在課程研究上的應用。教育研究。9, 297-306。
- 吳謹如 (2015)。臺灣觀光旅遊產業經濟發展分析。國立屏東大學資訊管理系未出

- 版碩士論文，屏東市。
- 呂政芳、張俊傑、張淑君 (2011)。國道六號開通對埔里地區民宿經營之影響。**運動與遊憩研究**。6 (2)，83-100。
- 李玟儀 (2008)。以模糊德爾菲法建構觀光工廠外部資源指標之研究。開南大學觀光與餐飲旅館學系未出版碩士論文，桃園市。
- 李恩賜 (2010)。排灣族刺球 (djmuljat) 之研究。國立屏東師範學院體育教學碩士班未出版碩士論文，屏東市。
- 李素馨 (1996)。觀光新紀元—永續發展的選擇。**戶外遊憩研究**。9 (4)，1-17。
- 李達章 (1995)。應用模糊德菲法於產品投資組合之研究—以燁隆集團為例。義守大學管理科學研究所未出版碩士論文，高雄市。
- 杜詩韻 (2012)。原住民生態知識與土地利用關係之研究—以兩個排灣族部落農業與狩獵活動為例。國立東華大學自然資源與環境學系未出版碩士論文，花蓮縣。
- 杜詩韻 (2016)。排灣族狩獵文化與教育實踐。**原教界**。72，38-41。
- 周永暉、歐陽忻憶、陳冠竹 (2018)。臺灣觀光 2020 永續發展策略。**臺灣當代觀光**。1 (1)，1-20。
- 周揮彥 (1966)。美術攝影。**觀光月刊**。9，31。
- 林天祐 (1996)。認識研究倫理。**教育資料與研究**。12，57-63。
- 林玉妃 (2016)。以人文觀點發展部落文化觀光之探討—以花蓮縣豐濱鄉新社村噶瑪蘭族為例。國立屏東科技大學農企業管理系所未出版碩士論文，屏東縣。
- 林郁欽、程仁宏 (2016)。台東地區主要觀光遊憩區發展之分析。德霖技術學院通識教育暨跨領域學術研討會。27-44。
- 林原宏 (2003)。問卷語意模糊數演算及其計分比較分析。**臺中師院學報**。17 (2)，279-304。
- 林鼎哲 (2014)。從認知理論探討創業機會辨識對績效之影響。國立中央大學企業管理學系未出版碩士論文，桃園市。
- 邱淑芬、蔡欣玲 (1996)。德爾菲預測術—一種專家預測的護理研究方法。**護理研究**。4 (1)，92-98。
- 邱瓊慧 (2016)。應用模糊德爾菲法於連鎖藥妝店展店決策因素之研究。醒吾科技大學行銷與流通管理系所未出版碩士論文，新北市。
- 洪家煒 (2015)。雪山隧道通車對頭城居民環境感知之影響。中國文化大學建築及都市設計學系未出版碩士論文，台北市。
- 洪龍旭 (2018)。社區觀光發展關鍵成功因素之研究。嶺東科技大學觀光與休閒管理系未出版碩士論文，台中市。
- 徐村和 (1998)。模糊德菲層級分析法。**模糊系統學刊**。4 (1)，59-72。
- 徐敏珠 (2011)。苗栗縣三灣鄉鄉村旅遊特色營造之研究。中華大學營建管理學系未出版碩士論文，新竹市。
- 馬豫芳 (2008)。台灣觀光發展策略規劃之研究。國立臺灣大學政治學研究所未出

- 版碩士論文，台北市。
- 高啟勳（2005）。應用模糊德菲法建構國際城市觀光競爭力指標之研究。中國文化大學觀光事業研究所未出版碩士論文，台北市。
- 高琬雲（2007）。日本統治時期 Maljeveq 祭典演變之探討—以排灣族土坂村為例。淡江大學日本研究所未出版碩士論文，新北市。
- 張英瑋（2016）。文化創意產業之機會辨識關鍵因素探討。國立成功大學管理研究所未出版碩士論文，台南市。
- 張家琪（2014）。應用模糊德爾菲法於生態城市規劃準則建立之研究。中國文化大學建築及都市設計學系碩士在職專班未出版碩士論文，新北市。
- 張景棠、張美瑤、陳敘如（2010）。節慶觀光發展策略之研究—以高雄市內門宋江陣嘉年華會為例。**運動健康與休閒學刊**。18。
- 張榮翔（2012）。觀光對陽明山國家公園永續發展的影響。中國文化大學經濟學系未出版碩士論文，台北市。
- 張曉凌（2011）。偏遠地區公共運輸政策之研究—政策工具的觀點。中華大學行政管理學系未出版碩士論文，新竹市。
- 莊慶信（2006）。臺灣原住民的生態智慧與環境正義—環境哲學的省思。**哲學與文化**。31（9），37-61。
- 許郁芳（2000）。排灣族階層制度下藝術表現之研究。**原住民教育季刊**。14，64-77。
- 許哲瑜（2014）。整合模糊德爾菲法與模糊分析網絡程序法建構及評估河流景觀健康之研究。國立中興大學園藝學系未出版博士論文，台中市。
- 許家蓁（2016）。觀光導覽網頁設計關鍵因素之研究—以大台灣旅遊網為例。國立臺中教育大學數位內容科技學系碩士在職專班未出版碩士論文，台中市。
- 陳一涵、胡凱揚（2018）。觀光意識資源之本質與發展潛力。**大專體育**。145，19-29。
- 陳生元（2012）。內文社群安朔村排灣族人文化生態知識之變遷與日常實踐。國立東華大學族群關係與文化學系未出版碩士論文，花蓮縣。
- 陳貝貞（2009）。以景觀生態學觀點探討濕地廊道評估架構之建立。東海大學景觀學系未出版碩士論文，台中市。
- 陳昫資（2014）。先驗知識與網絡關係對創業績效之影響：以機會辨識為中介。銘傳大學國際企業學系未出版碩士論文，台北市。
- 陳思鈞（2016）。民俗節慶與地方發展策略之探討—以新社九庄媽為例。國立中興大學國家政策與公共事務研究所未出版碩士論文，台中市。
- 陳柏羽（2013）。創業機會辨識：以群眾募資平臺為例。國立清華大學科技管理研究所未出版碩士論文，新竹市。
- 傅君（2013）。臺東縣排灣族當代狩獵行為模式的討論。**東臺灣研究**。20，3-40。
- 傅冀玲（2010）。排灣族神話傳說之現代藝術創作。國立屏東教育大學視覺藝術學系未出版碩士論文，屏東市。

- 曾斐穎 (2014)。探討部落居民及遊客對發展部落觀光之認知與態度—以台東縣長濱鄉永福部落為例。國立臺東大學休閒事業管理碩士在職專班未出版碩士論文，台中市。
- 曾詠宜 (2003)。由景觀生態觀點評估都市公園綠地區位之研究-以台中市東峰公園與豐樂公園為例。東海大學景觀學系未出版碩士論文，台中市。
- 黃建鈞 (2013)。人力資本、機會辨識與企業績效：以網路事業為例。國立中興大學科技管理研究所未出版碩士論文，台中市。
- 黃致豪 (2013)。人格特質、創業精神與先驗知識對創業績效之關聯性研究—以機會辨識為中介變數。國立高雄應用科技大學企業管理系碩士在職專班未出版碩士論文，高雄市。
- 黃祥鉸 (2010)。雪山隧道對宜蘭房地產影響之分析。中華大學建築與都市計畫學系 (所) 未出版碩士論文，新竹市。
- 黃惠芬 (2006)。原住民女性的生活型態與休閒現況之探究—屏東縣三地門鄉為例。國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士班未出版碩士論文，雲林縣。
- 楊美蓮 (2017)。排灣族美感教育與地方感認同之行動研究。國立屏東大學 2016 年第 12 屆南臺灣社會發展學術研討會會議論文。
- 楊朝鈞 (2015)。埔里鎮觀光產業發展研究。國立中興大學歷史學研究所未出版碩士論文，台中市。
- 葉昭憲、葉祐均、郭乃綺、王佩琳、鄭文佩 (1999)。濕地成立自然公園評估因素之研究。**國家公園學報**。9 (2)，131-143。
- 葉晉嘉、翁興利、吳濟華 (2007)。德菲法與模糊德菲法之比較研究。**調查研究-方法與應用**。21，31-58。
- 葉神保 (2002)。排灣族 caqovoqovolj (內文) 社群遷徙與族群關係的探討。國立東華大學族群關係與文化學系未出版碩士論文，花蓮縣。
- 廖錦男 (2015)。我國偏鄉地區發展困境政策問題認定：以雲林縣台西鄉為例。國立中正大學政治學系政府與公共事務碩士在職專班學位未出版碩士論文，嘉義縣。
- 趙國鑫、吳韻吾、徐伊 (2013)。建築物外牆整建因素與管理機制之研究。**物業管理學報**。4 (1)，51-64。
- 劉常勇、謝如梅 (2006)。創業管理研究之回顧與展望：理論與模式探討。**創業管理研究**。1 (1)，1-43。
- 德米雅·魯路灣 (蔡光慧) (2001)。排灣族祖靈信仰與部落共同體：以 Maleveqe 祭儀為探究核心。**原住民教育季刊**。21，102-130。
- 潘世珍、劉炯錫 (1996)。臺東縣大武鄉大烏村排灣族溪流漁獵文化之調查研究。**東臺灣研究**。1，105-116。
- 潘慧慈 (2014)。創業家先驗知識與自我監控對創業機會辨識的影響：用心的調節效用。育達科技大學企業管理系未出版碩士論文，苗栗縣。

- 蔡立恆 (2016)。探討創意產業的創業過程：創意、經驗、機會辨識及風險承擔。國立中興大學科技管理研究所未出版碩士論文，台中市。
- 蔡百哲 (2010)。國道 6 號興建對地區發展影響之研究。逢甲大學交通工程與管理研究所未出版碩士論文，台中市。
- 蔡武輝 (2011)。南投縣仁愛鄉清境地區觀光產業發展策略之研究：網絡治理分析途徑。國立暨南國際大學公共行政與政策學系未出版碩士論文，南投縣。
- 蔡淑美、歐聖榮 (2008)。台灣鄉村地區景觀意象之探討。興大園藝 (Horticulture NCHU)。33 (4)，105-117。
- 鄧振源、曾國雄 (1989)。層級分析法 (AHP) 的內涵特性與應用 (上)。中國統計學報。27 (6)，6-22。
- 鄧振源、曾國雄 (1989)。層級分析法 (AHP) 的內涵特性與應用 (下)。中國統計學報。27 (7)，1-19。
- 鄧惠文 (2006)。蘭嶼觀光旅遊業發展策略之研究—政策行銷理論之應用。國立東華大學公共行政研究所未出版碩士論文，花蓮縣。
- 鄭惠芬 (2015)。排灣族長嗣繼承制與行事理路—大姊當家的文化脈絡。婦研縱橫。103，44-51。
- 鄭滄濱 (2001)。軟體組織提昇人員能力之成熟度模糊評估模式。國立臺灣科技大學資訊管理系未出版碩士論文，台北市。
- 黎孟修 (2002)。原住民對森林遊樂區開發認知之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系未出版碩士論文，台中市。
- 賴兩陽 (2015)。以社區為基礎推動原住民族部落觀光產業的過程與成效：部落推動者的觀點。社會政策與社會工作學刊。19 (1)，45-90。
- 賴春茹 (2014)。以 AHP 探討旅客參考旅遊資訊的重視因素。南華大學旅遊管理學系管理碩士班未出版碩士論文，嘉義縣。
- 閻志璋 (2018)。偏鄉深度旅遊關鍵因素之研究—以臺東縣延平鄉為例。國立臺東大學休閒事業管理研究所未出版碩士論文，台東市。
- 謝如梅 (2010)。創業認知觀點下的機會辨識過程：以創業警覺能力為中介變項。國立中山大學企業管理學系未出版博士論文，高雄市。
- 謝如梅、劉常勇 (2009)。創業機會辨識：創業警覺能力、先前知識與資訊獲取之關聯性研究。組織與管理。2 (2)，77-108。
- 謝志鴻 (2007)。排灣族五年祭的宗教意涵與身體活動。國立屏東教育大學體育學系未出版碩士論文，屏東市。
- 鍾政偉、黃婕雅 (2014)。應用模糊德爾菲法建構以城市行銷觀點發展節慶活動策略之研究。博物館學季刊。28 (4)，79-92。
- 藍清水 (2006)。地方文化產業之價值創新探討—以桃園觀音地區休閒農場為例。國立中央大學客家政治經濟研究所未出版碩士論文，桃園市。
- 羅春芳、張宏政 (2014)。提供體驗台灣排灣族原住民部落觀光之遊程規劃。2014

台中地區健康旅遊發展策略研討會。165-190。

蘇俊銘 (2008)。地方發展觀光產業經營策略之研究－臺東縣關山鎮個案探討。國立台東大學區域政策與發展研究所公共事務管理在職專班未出版碩士論文，台東市。

蘇瑞蓮 (2005)。苗栗縣地方特色產業競爭力分析。育達商業技術學院企業管理研究所未出版碩士論文，苗栗縣。

### (三)、網路資源

台東製造 (2019)。台東縣達仁鄉地理位置圖。  
<http://www.zztaitung.com/6/taitunggeography>。

交通部觀光局 (2001)。觀光政策白皮書－觀光展望。  
[https://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/wpage/chp3/3\\_1.1.htm](https://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/wpage/chp3/3_1.1.htm)。

交通部鐵道局 (2019)。臺鐵南迴鐵路臺東潮州段電氣化工程建設計畫。  
<https://www.rb.gov.tw/showpage.php?lmenuid=3&smenuid=84&tmenuid=133&pagetype=0>。

交通部公路總局 (2019)。台九線南迴公路拓寬改善計畫路線圖。  
<https://pweb.ceci.com.tw/>。

達仁鄉公所官網 (2019)。部落打魯岸－達仁鄉 (毛蟹的故鄉)。  
<https://www.ttdaren.gov.tw/home/index.php/media-center/222-2018-08-02-02-42-38>。

達仁鄉公所官網 (2019)。各村簡介。  
<https://www.ttdaren.gov.tw/home/index.php/village-introduction-2>。

達仁鄉公所官網 (2019)。農特產業。  
<https://www.ttdaren.gov.tw/home/index.php/agricultural-products-2>。

臺東縣太麻里戶政事務所生活服務網 (2019)。  
<https://tmh.taitung.gov.tw/files/11-1002-383.php>。

廖文峯 (2011)。自然科學發展處處長致全體自然科學界的一封信－研究的基石、重視學術。取自

[http://esrpc.ncu.edu.tw/public/tw/news/detail/58/1?search=anddate\\_start=anddate\\_end](http://esrpc.ncu.edu.tw/public/tw/news/detail/58/1?search=anddate_start=anddate_end)。

### (四)、其他

臺東縣政府 (2013)。觀光旅遊。觀光旅遊處 102 年度施政計畫。

臺東縣政府 (2018)。看見臺東。320, 3。

臺東縣政府 (2019)。臺東縣第三期(109-112 年)綜合發展實施方案(草案)。

李莎莉 (2004)。排灣族 (Paiwan People)。國立臺灣史前文化博物館。臺灣原住民數位博物館計畫。

周倩 (2017)。學術研究倫理：知能與實踐大綱－科技部人文社會科學研究中心。國立交通大學周倩終身講座教授。

湯明哲 (2003)。策略經論。台北：天下遠見。

黃世輝 (2001)。社區自主營造的理念與機制-黃世輝研究論文集。建築情報季刊雜誌社，台北市。

臺灣社會學會 (2011)。臺灣社會學會研究倫理守則，本守則於 2011 年 12 月 10 日經臺灣社會學會第 28 屆第 2 次會員大會通過施行。

謝世忠 (1994)。山胞觀光—當代山地文化展現的人類學詮釋，自立晚報，台北。

關華山 (1982)。台灣山地文化建築—排灣族，台灣山地文化園區規劃報告書第二冊，台灣省政府、屏東縣政府，南投，26。

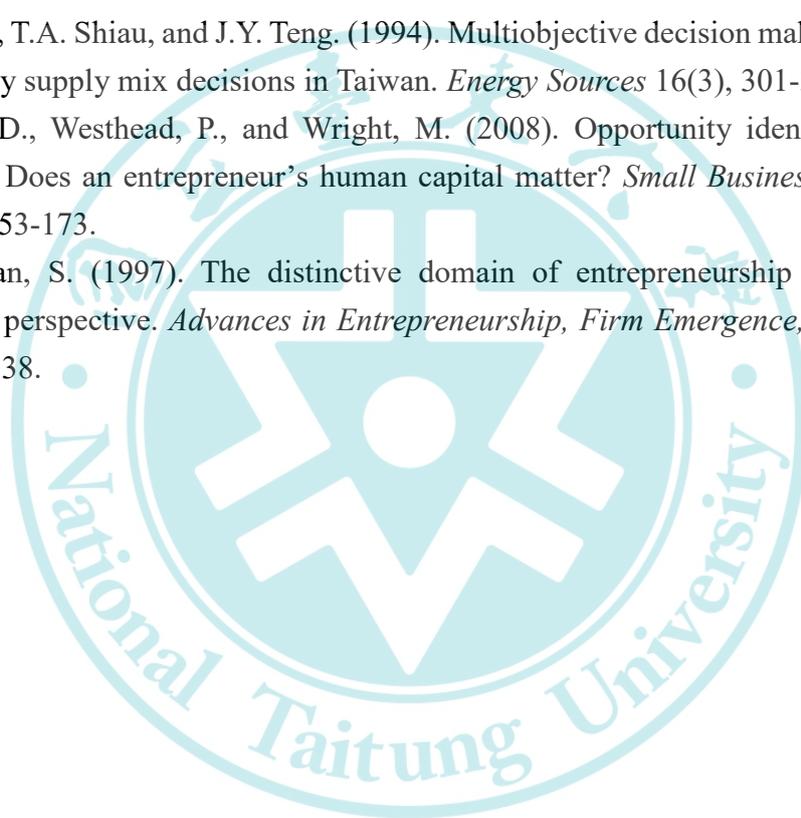


## 二、英文

- Ansoff, I. (1965). 《Corporate Strategy》, McGraw-Hill Book Inc.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., and Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, Vol. 18(1), 105-123.
- Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *The Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- Buckley, J. J. (1985). Fuzzy Hierarchical Analysis, *Fuzzy Sets and Systems*, 17, 233-247.
- Chandler, A. D. Jr. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*. MA: MIT Press.
- Chang, Y. Tsujimura, M. Gen, T. Tozawa (1995). “An efficient approach for large scale project planning based on fuzzy Delphi method” *Fuzzy Set Systems*, 76, 277-288.
- Corbett, A. C. (2007). Learning asymmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Journal of Business Venturing*, 22, 97-188.
- Couper, M. R. (1984). The delphi technique : characteristics and sequence model. *Advances in Nursing Science*, 7(1), 72-77.
- Galbraith, C. and D. Schendel, (1983). An Empirical-Analysis of Strategy Types, *Strategic Management Journal*, 4, 153-173.
- Gartner, W. B. (1985) “A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation” *Academy of Management Review*, Vol.10(4), 696-707.
- Gnyawali, D.R. and Fogel, D. S.(1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 43-62.
- Grant, R. B. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. *Knowledge and Strategy*, 33(3), 3-23.
- Hofer, C. W. and Schendel, D. (1978) *Strategy Formation: Analytical Concepts*, Minnesota: West Publishing Co.
- Ishikawa, (1993). “The Max-Min Delphi Method and Fuzzy Delphi Method via Fuzzy Integration.” *Fuzzy Sets and Systems*, 55, 241-253.
- Kaufmann, A. and M. M. Gupta (1988). *Fuzzy Mathematical Models in Engineering and Management Science*. Amsterdam: North-Holland.
- Klir, G. J., and Folger. T. A. (1988). *Fuzzy Sets, uncertainty, and information*. Singapore: Prentice Hall.
- Laarhoven, P.J.M. and Pedrycz, W. (1983). “A Fuzzy Extension of Saaty's priority theory”, *Fuzzy Sets and Systems*, 11(3), 229-241.
- Miles, R. E., and Snow, C. C. (1978). *Organizational Strategy, structure and process*. NY: McGraw-Hill.

- Miles, R. E., and Snow, C. C. (1984a). Fit, Failure and the Hall of Fame. *California Management Review*, 26(3), 10-28.
- Miles, R. E., and Snow, C. M. (1984). Designing strategic human resources system. *Organizational Dynamics*, 13, 36-52.
- Mitchell, R. K., Mitchell, J. R., and Smith, J. B. (2008). Inside opportunity formation: Enterprise failure, cognition, and the creation of opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(3), 225-242.
- Murray, T. J., L. Pipino, and J. P. van Gigch (1985). "A Pilot Study of Fuzzy Set Modification of Delphi." *Human Systems Management*, 5, 76-80.
- Murry, J. W., and Hammons, Jr. J. O. (1995). Delphi: a versatile methodology for conducting qualitative research. *The Review of Higher Education*. 18(4), 423-436.
- Murry, J.W. and Hammons, J.O. (1995). Delphi, A Versatile Methodology for Conducting Qualitative Research. *The Review of Higher Education*, 18, 426-436.
- Noorderhaven, N. G. (1995). Strategic decision making. MA: Addison-Wesley Reading.
- Ozgen, E., and Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 174-192.
- Porter, M. E., (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, N. Y. : The Free Express.
- Porter, M. E., (1985). *Competitive Advantage*, B. Y. : The Free Express.
- Porter, M. E., (1996). What is Strategy? *Harvard Business Review*, 76(6), 61-78.
- Quezada, L. E., F. M. Cordova, S. Widmer, C. O'Brien, (1999). A Methodology for Formulating a Business Strategy in Manufacturing Firms, *International Journal of Production Economics*. 60(1), 87-94.
- Rue, L. W., and Byars, L. L. (2000). *Management: Skills and application* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ruekert, R. W., and Churchill, G. A. (1984). Reliability and validity of alternative measures of channel member satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 21(2), 226-233.
- Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*, New York: McGraw-Hill.
- Saaty, T. L., Vargas, L. G. (2012). "Models, methods, concepts and applications of the analytic hierarchy process", Boston, MA : Springer.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurship opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448-469.

- Shane, S. A. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
- Shane, S. A. (2005). *Finding fertile ground: Identifying extraordinary opportunities for new venture*. Upper Saddle River, NJ: Wharton School Publishing.
- Shane, S., and Venkataraman S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shepherd, D. A., and DeTienne, D. R. (2005). Prior knowledge: potential financial reward, and opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(1), 91-112.
- Timmons, J. A. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, The McGraw-Hill.
- Tzeng, G.H., T.A. Shiau, and J.Y. Teng. (1994). Multiobjective decision making approach to energy supply mix decisions in Taiwan. *Energy Sources* 16(3), 301-316.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., and Wright, M. (2008). Opportunity identification and pursuit: Does an entrepreneur's human capital matter? *Small Business Economics*, 30(2), 153-173.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, 3, 119-138.



## 附錄

### 附錄一、 專家效度問卷

#### 專家效度審查同意函

敬愛的學者、專家您好：

個人進修於臺東大學文化資源與休閒產業學系研究所碩士班，目前正著手進行碩士論文「偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究-以達仁鄉為例」之問卷設計，本研究主要探討偏鄉地區觀光產業發展的重點及影響因素有哪些原因，因此，本函的主要目的是敬邀您擔任本研究問卷專家效度審查小組的成員。

尊悉 台端學識淵博並具卓越成就，對觀光休閒產業領域之學術研究、實務工作經驗均具崇高聲望，在此誠懇邀請您擔任本研究專家問卷效度審查小組成員，期待能借助您在此領域的專業知識與宏觀見解，對本研究問卷內容予以指正補充並提供寶貴意見，俾使本研究更臻至完美。

最後，衷心期盼您對本研究的指正與建議，再次感謝您的支持與協助！

恭請

誨安

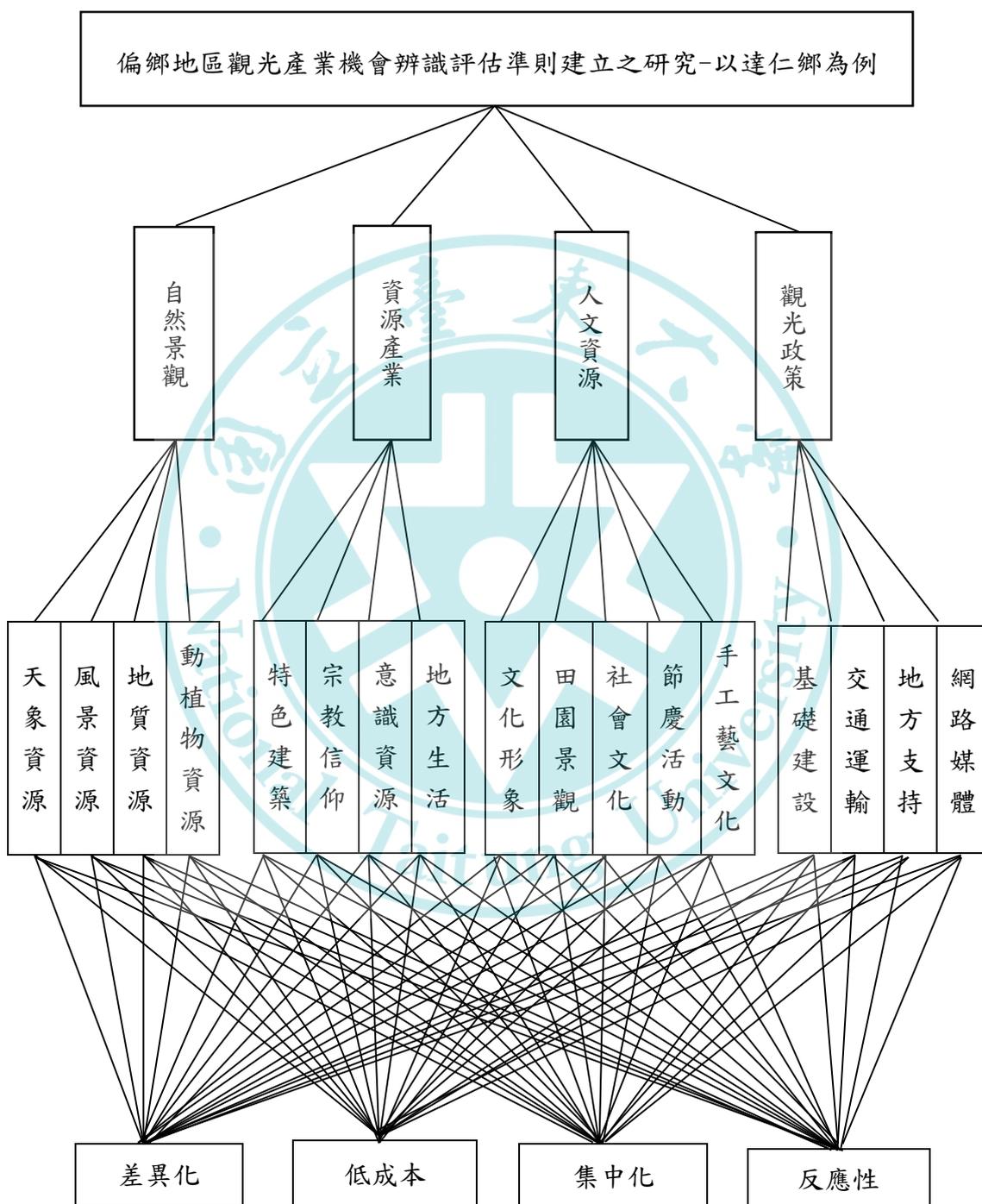
國立臺東大學文化資源與休閒產業學系研究所

指導教授：林永權 博士

研究生：余姿澐 謹上

## 準則建議與修正

修正前本研究設計架構



修正前本研究準則內涵說明

準則	次準則	次準則內涵說明
自然景觀	天象資源	氣候、日出、晚霞、月色、雲海以及積雪。
	風景資源	山岳、丘陵、河川、峽谷、瀑布、海濱、湖泊以及島嶼。
	地質資源	溫泉、冷泉、奇岩怪石、洞窟以及火山噴火口。
	動植物資源	原始森林、古樹、花卉以及飛禽鳥獸。
資源產業	特色建築	「建築」除了可指具體的構造物外，也著重在指創造建造物的行為（過程、技術）等。
	宗教信仰	排灣族實際的宗教活動表現在各種祭祀上。
	意識資源	意識資源元素存在於與觀光資源相關之宗教、民族、事業團體等，在地風俗民情與特質的優質表現，將成為闡揚在地精神與意識層面之主要特色。
	地方生活	地方生活特色散發著地方的特別魅力，結合地方資源，建立地方資源特性。
人文資源	文化形象	文化形象是一種人類存在的方式，是一種作用於人的現象。
	田園景觀	景觀意象會影響人們對鄉村地區所產生的景觀評價。
	社會文化	是某一特定人類社會在其長期發展歷史過程中形成的，主要由特定的價值觀念、行為方式、倫理道德規範、審美觀念、宗教信仰及風俗習慣等內容構成，它影響和製約著人們的消費觀念、需求欲望及特點、購買行為和生活方式。
	節慶活動	節慶的形成皆與常民生活有著密不可分的關係，都具有「消災」、「祈福」、「紀念」、「團圓」等特性，突顯出人們對祖先的虔心感恩，與敬天法祖的傳統美德。
	手工藝文化	傳統手工藝都是為人們的日常生活創造著帶有情感、帶有美學、帶有品質的器物。
觀光政策	基礎建設	指發展觀光產業所必需的建設，包含自來水系統、排污系統、電力設施、交通設施等。
	交通運輸	指觀光旅遊從甲地到乙地所必需有的交通載具或設施，包含飛機、火車、巴士等。
	地方支持	接待和文化資源是一個地方的豐富文化資產，往往是成功迎接觀光客的重要因素。
	網路媒體	隨著移動網際網路的高速發展，技術的普及與使用者的普遍習慣，數位式行銷大多利用網路媒體進行行銷推廣的工具之一。

請專家關於以下評估準則的修正、建議與補充給於寶貴意見，包括增加或刪除不適當的準則以及調整準則的定義，感謝您。

目標	決策評估準則	決策評估次準則	方案選擇策略
偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究，以達仁鄉為例	自然景觀	天象資源 風景資源 地質資源 動植物資源	差異化 低成本 集中化 反應性
	自然景觀 修正意見	上述四項次準則 修正意見	上述四項方案選擇 策略修正意見
	資源產業	特色建築 宗教信仰 意識資源 地方生活	
	資源產業 修正意見	上述四項次準則 修正意見	

	人文資源	文化形象 田園景觀 社會文化 節慶活動 手工藝文化	
	人文資源 修正意見	上述五項次準則 修正意見	
	觀光政策	基礎建設 交通運輸 地方支持 網路媒體	
	觀光政策 修正意見	上述四項次準則 修正意見	

## 附錄二、 專家效度問卷修正意見整理

專家效度審查同意函

敬愛的學者、專家您好：

個人進修於臺東大學文化資源與休閒產業學系研究所碩士班，目前正著手進行碩士論文「偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究-以達仁鄉為例」之問卷設計，本研究主要探討偏鄉地區觀光產業發展的重點及影響因素有哪些原因，因此，本函的主要目的是敬邀您擔任本研究問卷專家效度審查小組的成員。

尊悉 台端學識淵博並具卓越成就，對觀光休閒產業領域之學術研究、實務工作經驗均具崇高聲望，在此誠懇邀請您擔任本研究專家問卷效度審查小組成員，期待能借助您在此領域的專業知識與宏觀見解，對本研究問卷內容予以指正補充並提供寶貴意見，俾使本研究更臻至完美。

最後，衷心期盼您對本研究的指正與建議，再次感謝您的支持與協助!

恭請

誨安

國立臺東大學文化資源與休閒產業學系研究所

指導教授：林永權 博士

研究生：余姿澐 謹上

## 準則建議與修正

請專家關於以下評估準則的修正、建議與補充給於寶貴意見，包括增加或刪除不適當的準則以及調整準則的定義，感謝您。

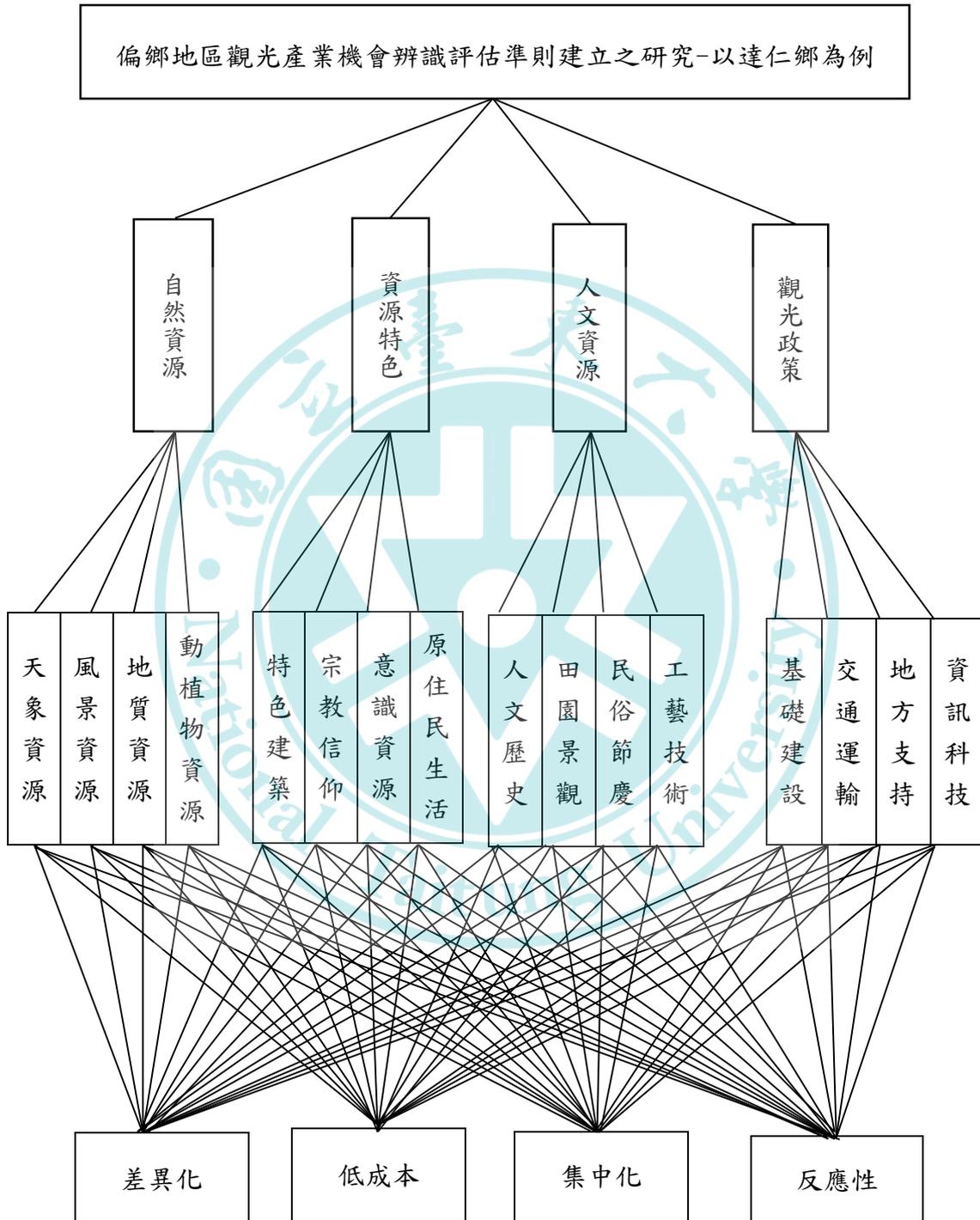
### 第一次問卷修正內容

目標	原始評估準則	修正評估準則	原始評估次準則內容	修正次準則內容	原始方案選擇策略	修正方案選擇策略
偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究，以達仁鄉為例	自然景觀	修正為自然資源	天象資源	保留	差異化 低成本 集中化 反應性	保留
			風景資源	保留		
			地質資源	保留		
			動植物資源	保留		
	資源產業	修正為資源特色	特色建築	保留		
			宗教信仰	保留		
			意識資源	保留		
			地方生活	修正為原住民生活		
	人文資源	保留	文化形象	修正為人文歷史		
			田園景觀	保留		
			社會文化	刪除題項		
			節慶活動	修正為民俗節慶		
			手工藝文化	修正為工藝技術		
	觀光政策	保留	基礎建設	保留		
			交通運輸	保留		
			地方支持	保留		
			網路媒體	修正為資訊科技		

第二次問卷修正內容

目標	原始評估準則	修正評估準則	原始評估次準則內容	修正次準則內容	原始方案選擇策略	修正方案選擇策略
偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究，以達仁鄉為例	自然景觀	保留	天象資源	保留	差異化 低成本 集中化 反應性	保留
			風景資源	保留		
			地質資源	保留		
			動植物資源	保留		
	資源產業	保留	特色建築	保留		
			宗教信仰	保留		
			意識資源	保留		
			原住民生活	保留		
	人文資源	保留	人文歷史	保留		
			田園景觀	保留		
			民俗節慶	保留		
			工藝技術	保留		
	觀光政策	保留	基礎建設	保留		
			交通運輸	保留		
			地方支持	保留		
			資訊科技	保留		

修正後本研究設計架構



修正後本研究準則內涵說明

準則	次準則	次準則內涵說明
自然資源	天象資源	氣候、日出、晚霞、月色、雲海以及積雪。
	風景資源	山岳、丘陵、河川、峽谷、瀑布、海濱、湖泊以及島嶼。
	地質資源	溫泉、冷泉、奇岩怪石、洞窟以及火山噴火口。
	動植物資源	原始森林、古樹、花卉以及飛禽鳥獸。
資源特色	特色建築	「建築」除了可指具體的構造物外，也著重在指創造建造物的行為（過程、技術）等。
	宗教信仰	排灣族實際的宗教活動表現在各種祭祀上。
	意識資源	意識資源元素存在於與觀光資源相關之宗教、民族、事業團體等，在地風俗民情與特質的優質表現，將成為闡揚在地精神與意識層面之主要特色。
	原住民生活	生活特色散發著地方特別的魅力，結合地方資源，建立地方資源特性，包括居住環境、生活起居、風俗習慣、語言、文化傳承、經濟收入等。
人文資源	人文歷史	指旅遊文化、民族風情、古蹟遺址、宗教聖地、都市風光、田園風光、展覽館、美術館、博物館、主題樂園（如紀念館、博物館、美術館）。
	田園景觀	景觀意象會影響人們對旅遊地區所產生的景觀評價。
	民俗節慶	節慶的形成皆與常民生活有著密不可分的關係，都具有「消災」、「祈福」、「紀念」、「團圓」等特性，突顯出人們對祖先的虔心感恩，與敬天法祖的傳統美德。
	工藝技術	傳統手工藝都是為人們的日常生活創造著帶有情感、帶有美學、帶有品質的器物，如勞務（人工、服務、人力資源）及商品（手工藝品）。
觀光政策	基礎建設	指發展觀光產業所必需的建設，包含自來水系統、排污系統、電力設施、交通設施等。
	交通運輸	指觀光旅遊從甲地到乙地所必需有的交通載具或設施，包含飛機、火車、巴士等。
	地方支持	接待和文化資源是一個地方的豐富文化資產，往往是成功迎接觀光客的重要因素。
	資訊科技	是一個可以讓網路使用者認識當地文化並獲得相關旅遊資訊的管道。

附錄三、正式問卷

偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究

-以達仁鄉為例

問卷調查表

各位先進專家您好：

首先，感謝您在百忙之中撥冗協助填寫本問卷，這是一份「偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則建立之研究-以達仁鄉為例」，本問卷目的在於瞭解偏鄉地區觀光產業發展具有哪些特性及發展影響因素之重要性，對未來偏鄉觀光產業發展可否加以預測，素仰 台端學識淵博，對此一領域有深入的研究，您所提供的資料對本研究非常重要，期望藉由您的專業素養與豐富經驗，進行相關構面的篩選與修訂，再次感謝您撥冗惠予指導與賜教。

本研究將做學術研究之用，個別資料不會對外公布，敬請安心填答。

敬 祝

研 安

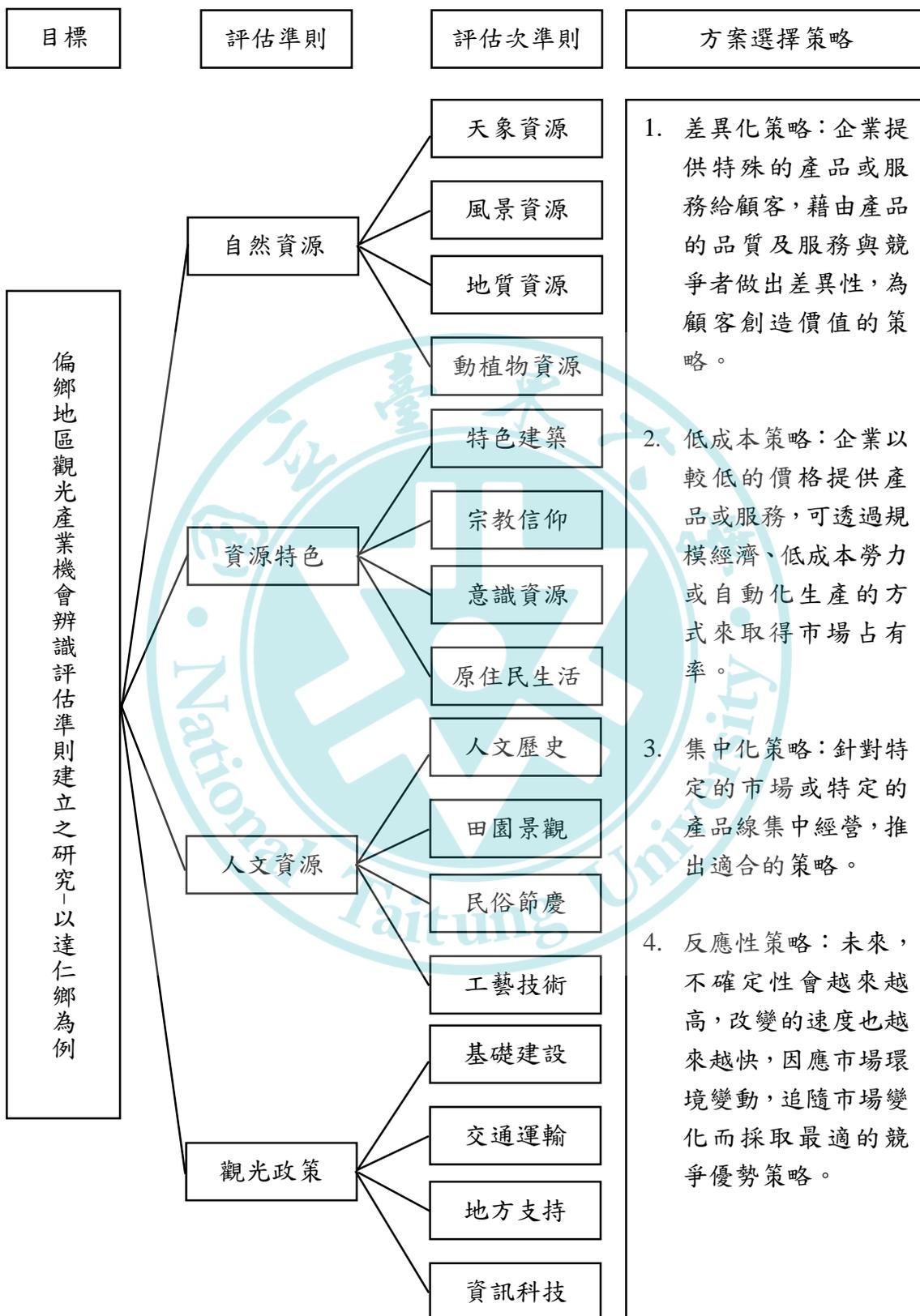
國立臺東大學文化資源與休閒產業學系研究所

指導教授：林永權 博士

研 究 生：余姿瀾

敬上

## 本問卷研究架構



問卷準則內涵說明

評估準則	評估次準則	次準則內涵說明
自然資源	天象資源	氣候、日出、晚霞、月色、雲海以及積雪。
	風景資源	山岳、丘陵、河川、峽谷、瀑布、海濱、湖泊以及島嶼。
	地質資源	溫泉、冷泉、奇岩怪石、洞窟以及火山噴火口。
	動植物資源	原始森林、古樹、花卉以及飛禽鳥獸。
資源特色	特色建築	「建築」除了可指具體的構造物外，也著重在指創造建造物的行為（過程、技術）等。
	宗教信仰	排灣族實際的宗教活動表現在各種祭祀上。
	意識資源	意識資源元素存在於與觀光資源相關之宗教、民族、事業團體等，在地風俗民情與特質的優質表現，將成為闡揚在地精神與意識層面之主要特色。
	原住民生活	生活特色也散發著地方特別的魅力，結合地方資源，建立地方資源特性。
人文資源	人文歷史	指旅遊文化、民族風情、古蹟遺址、宗教聖地、都市風光、田園風光、展覽館、美術館、博物館、主題樂園（如紀念館、博物館、美術館）。
	田園景觀	景觀意象會影響人們對鄉村地區所產生的景觀評價。
	民俗節慶	節慶的形成皆與常民生活有著密不可分的關係，都具有「消災」、「祈福」、「紀念」、「團圓」等特性，突顯出人們對祖先的虔心感恩，與敬天法祖的傳統美德。
	工藝技術	傳統手工藝都是為人們的日常生活創造著帶有情感、帶有美學、帶有品質的器物，如勞務（人工、服務、人力資源）及商品（手工藝品）。
觀光政策	基礎建設	指發展觀光產業所必需的建設，包含自來水系統、排污系統、電力設施、交通設施等。
	交通運輸	指觀光旅遊從甲地到乙地所必需有的交通載具或設施，包含飛機、火車、巴士等。
	地方支持	接待和文化資源是一個地方的豐富文化資產，往往是成功迎接觀光客的重要因素。
	資訊科技	是一個可以讓網路使用者認識當地文化並獲得相關旅遊資訊的管道。

**壹、基本資料：**

一、性別：男 女

二、年齡：21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51~60 歲 61~70 歲  
71 歲以上

三、服務單位：\_\_\_\_\_ 年資：\_\_\_\_\_

四、職 稱：\_\_\_\_\_

五、如您需要本研究的最後成果，請留下您的 E-Mail：  
 \_\_\_\_\_

**貳、問卷說明：**

本問卷主要藉由模糊層級分析程序法 (FAHP) 針對各層級間做兩兩因素的重要性強度比較，並以1至9的評估尺度，勾選您認為其相對重要性比重。越靠左，表左方因素相對越強；越靠右，表右方因素相對越強，於中間「1」表示同等重要，FAHP評估尺度意義及說明如下表：

評估尺度	定義	說明	相對強度
1	同等重要 (Equal Imp.)	兩比較方案的貢獻程度具同等重要性	等強 (Equal)
3	稍重要 (Weak Imp.)	經驗與判斷稍微傾向喜好某一方案	稍強 (Moderately)
5	頗重要 (Essential Imp.)	經驗與判斷強烈傾向喜好某一方案	頗強 (Strongly)
7	極重要 (Very Strong Imp.)	實際顯示非常強烈傾向喜好某一方案	極強 (Very Strong)
9	絕對重要 (Absolute Imp.)	有足夠證據肯定絕對喜好某一方案	絕強 (Extremely)
2、4、6、8	相鄰尺度之中間值	需要折衷值時，兩種判斷之間	

**參、填寫範例：**

請您依題意，以您個人的經驗及看法在最適合的“□”打“√”。（請注意：每題只有一個答案）。

項目	重要性									項目
	非常 重要 9	很 重要 7	重 要 5	稍 微 重 要 3	同 等 重 要 1	稍 微 重 要 3	重 要 5	很 重 要 7	非 常 重 要 9	
自然資源		√								資源特色
自然資源								√		人文資源

## 正式填表開始

### 一、 敬請兩兩比較，各目標相對重要性之意見

1. 您認為「偏鄉地區觀光產業機會辨識評估準則」各目標構面之相對重要性。  
(請選一個“□”打“√”)

重要性 項目	非常 重要 9	很 重要 7	重 要 5	稍 微 重 要 3	同 等 重 要 1	稍 微 重 要 3	重 要 5	很 重 要 7	非 常 重 要 9	重要性 項目
自然資源										資源特色
自然資源										人文資源
自然資源										觀光政策
資源特色										人文資源
資源特色										觀光政策
人文資源										觀光政策

### 二、 敬請兩兩比較，各評估次準則相對重要性之意見

1. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「自然資源」中各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性 項目	非常 重要 9	很 重要 7	重 要 5	稍 微 重 要 3	同 等 重 要 1	稍 微 重 要 3	重 要 5	很 重 要 7	非 常 重 要 9	重要性 項目
天象資源										風景資源
天象資源										地質資源
天象資源										動植物資源
風景資源										地質資源
風景資源										動植物資源
地質資源										動植物資源

2. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「資源特色」中各因素間重要性強度比較（請選一個“□”打“√”）。

重要性 項目	非常 重要 9	很 重要 7	重 要 5	稍 微 重 要 3	同 等 重 要 1	稍 微 重 要 3	重 要 5	很 重 要 7	非 常 重 要 9	重要性 項目
特色建築										宗教信仰
特色建築										意識資源
特色建築										原住民生活
宗教信仰										意識資源
宗教信仰										原住民生活
意識資源										原住民生活

3. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「人文資源」中各因素間重要性強度比較（請選一個“□”打“√”）。

重要性 項目	非常 重要 9	很 重 要 7	重 要 5	稍 微 重 要 3	同 等 重 要 1	稍 微 重 要 3	重 要 5	很 重 要 7	非 常 重 要 9	重要性 項目
人文歷史										田園景觀
人文歷史										民俗節慶
人文歷史										工藝技術
田園景觀										民俗節慶
田園景觀										工藝技術
民俗節慶										工藝技術

4. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「觀光政策」中各因素間重要性強度比較（請選一個“□”打“√”）。

重要性 項目	非常 重要 9	很 重要 7	重 要 5	稍 微 重 要 3	同 等 重 要 1	稍 微 重 要 3	重 要 5	很 重 要 7	非 常 重 要 9	重要性 項目
基礎建設										交通運輸
基礎建設										地方支持
基礎建設										資訊科技
交通運輸										地方支持
交通運輸										資訊科技
地方支持										資訊科技

### 三、敬請兩兩比較，各評估次準則與方案選擇策略相對重要性之意見

1. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「天象資源」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較（請選一個“□”打“√”）。

重要性 項目	非常 重要 9	很 重要 7	重 要 5	稍 微 重 要 3	同 等 重 要 1	稍 微 重 要 3	重 要 5	很 重 要 7	非 常 重 要 9	重要性 項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

2. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言,「風景資源」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

3. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言,「地質資源」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

4. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「**動植物資源**」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

5. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「**特色建築**」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

6. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言,「**宗教信仰**」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

7. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言,「**意識資源**」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

8. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「原住民生活」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

9. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「人文歷史」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

10. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「田園景觀」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

11. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「民俗節慶」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

12. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「工藝技術」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

13. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「基礎建設」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

14. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「**交通運輸**」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

15. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言，「**地方支持**」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性	非 常 重 要	很 重 要	重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	重 要	很 重 要	非 常 重 要	重要性
項目	9	7	5	3	1	3	5	7	9	項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

16. 您認為對偏鄉地區觀光產業機會辨識而言,「資訊科技」的(1)差異化策略(2)低成本策略(3)集中化策略(4)反應性策略等替選方案各因素間重要性強度比較(請選一個“□”打“√”)。

重要性 項目	非 常 重 要 9	很 重 要 7	重 要 5	稍 微 重 要 3	同 等 重 要 1	稍 微 重 要 3	重 要 5	很 重 要 7	非 常 重 要 9	重要性 項目
差異化策略										低成本策略
差異化策略										集中化策略
差異化策略										反應性策略
低成本策略										集中化策略
低成本策略										反應性策略
集中化策略										反應性策略

本問卷到此結束，再次感謝您的熱心協助，謝謝您!