行政院客家委員會 補助大學校院發展客家學術機構 96 年度成果報告書

計畫名稱:屏東六堆地區客家產業與社區發展之研究—以內埔地區為例

執行單位:國立屏東科技大學客家文化產業研究所

總召集人: 古源光 校 長

聯絡人:陳和賢 教授兼所長

中華民國 96 年 12 月

율

總計	畫:	屏	東ブ	; 堆	地區	區客!	家產	業具	眞社	區發	(展-	之研	完 -	- 以戸	月埔均	也區為	為例-		3
子計	畫一	:	屏身	東六	堆坩	也區)	產業	資源	原分	析真	具發)	展策	略之	こ研究	ę L				
	工化	F項	目	- :	屏》	東六	堆地	乙區	客家	特色	色產	業、	·行	销向。	度及征	行銷	策略	研究-	9
	工化	手項	目.	二:	屏》	東六	堆地	九區	観光	休月	眉產	業資	資源。	分析!	與發力	展策	略之	研究-	79
	工作	手項	目.	三:	內力	浦老	街客	家	文化	產業	業行	銷指	生廣-	之研究	た 九				185
	工作	手項	目	四:	內力	浦客	家文	こ化な	旅遊	發展	展之	研究	r						226
子計	畫二	:	建林	 構溫	馨を	上區	家園	: ມ	以內:	埔夘	籍	配偶	家庭	医為伤	i]				276
子計	畫三	:	六圩	隹客	家界	及落;	形成	與發	養展 -	之矿	干究	:以	八內均	 東郷 名	8庄為	為例-			367

總計畫:

屏東六堆地區客家產業與社區發展之研究— 以內埔地區為例成果報告

計畫主持人:陳和賢 教授兼所長

中華民國 96 年 12 月

壹、前言

本校為配合國家整體性的客家文化發展及客家委員會施政主軸與本校之長期發展,於本校組織架構成立「客家文化產業研究所」及「客家產業研究中心」, 積極整合現有與客家文化產業發展有關之系所教師及教學研究資源,研擬以客家 文化產業發展為主題之研究計畫,並運用長期累積之學術成果與產業輔導經驗, 聚焦發展客家最具潛力的生活、觀光休閒及社區發展等產業,以期能提昇客家學 術研究、增進社會人文知識體系發展及創造客家產業的新契機。

貳、執行情形

本研究以探索客家文化產業發展與行銷策略、客家地區外籍配偶家庭、及客家聚落的形成與發展為研究主體,總計畫目標在於建構屏東六堆地區客家文化產業資源的研究與推廣。本研究之子計畫有三,子計畫一為『屏東六堆地區產業資源分析與發展策略之研究』,子計畫二為『建構溫馨客家社區家園:以內埔外籍配偶家庭為例』,子計畫三為『六堆客家聚落形成與發展之研究:以內埔鄉客庄為例』。茲分述各子計畫執行成果內容如下:

一、 屏東六堆地區產業資源分析與發展策略之研究』的工作項目有四:

1、『屏東六堆地區客家特色產業、行銷向度及行銷策略研究』

本研究以質化為研究基礎、量化分析為研究之流程架構相互配合。研究執行以質化研究為主體,其中以蒐集相關文獻及案例之地方居民生活特色及其發展、文化相關組織、政府相關部門、地方文化創意藝文活動種類、地方文化形式、當地居民及參予者之價值感受的機制建構與架構整理分析。在量化方面以問卷調查及分析與多變量分析統計,來作為本研究之研究基礎論點。

2、『屏東六堆地區觀光休閒產業資源分析與發展策略之研究』

基於研究背景與動機、研究目的,擬定本研究流程,透過文獻探討,研究設計與方法,設計問卷與訪談大綱,再藉問卷施測與訪談,資料分析與討論,最後提出研究結果與建議,研究流程如下:

- (1)、蒐集客家地區觀光休閒產業的相關文獻。
- (2)、設計問卷:依資源特性、發展方向,建議等面向擬訂問卷題目。
- (3)、實施問卷調查。屏東六堆8個客家鄉鎮全數訪查。
- (4)、訪查對象訂為各該鄉鎮農會推廣股長或鄉村旅遊與休閒農業的輔導 人員、鄉鎮公所相關業務的承辦人員,及二位經推薦的熟悉觀光休 閒產業的地方人士。

- (5)、深度訪談。針對問卷調查各鄉鎮受訪人員中選擇一位最熟悉者進行 深度訪談。
- (6)、問卷資料統計分析。
- 3、『內埔老街客家文化產業行銷推廣之研究』

本研究旨在探討內埔老街遊客對各項需求之現況,經由文獻探討與分析,編製研究工具,對內埔老街之遊客進行問卷調查,將所獲得資料以次數百分比、標準差等統計方式進行分析,根據分析結果提出研究結論與相關建議,以提供政府機關、商家業者、老街協會未來研究之參考。本研究採用問卷調查法蒐集研究資料,由於內埔老街遊客甚少,故問卷發放範圍設定於內埔老街與其外圍人群聚處,調查時間為96年9月17日至10月17日止,問卷施測前先行詢問受訪者是否到過內埔老街,若是,再由受測者自行填答問卷。若遇內容不清楚時,再由訪員加以說明。問卷調查共發出數量為300份,其中26份問卷因填答不完整或漏填故視為無效問卷,所以有效樣本回收率實為91.33%。

4、『內埔客家文化旅遊發展之研究』

本計畫擬以旅遊學研究的角度,採用質性研究的深度訪談法,與量化研究的問卷調查法,透過對屏東六堆地區客家團體,與內埔居民的調查,瞭解內埔鄉發展為客家文化旅遊地的可行性,並出建議,期使能進一步帶動,客家文化特色產業的發展。本計畫所使用之研究方法包括進行文獻內容分析(Content Analysis)及田野調查(Field Suvey)、進行客家社團負責人訪談(Expert Interview)與內埔文化觀光發展研究等三部分。

二、 『建構溫馨社區家園:以內埔外籍配偶家庭為例』

本研究先以家庭訪視為基礎,了解外籍配偶家庭狀況與教育需求後,鼓勵外籍配偶能走出家庭,尋求生活的支持網路。本年度除了進行兩個梯次之外籍配偶教育成長團體,另一方面也將結合社區活動中心,持續對外籍配偶子女時行課輔工作,以作為預防工作的基礎,並進行職業訓練課程,以增進外籍配偶的就業技術。對於外籍配偶家庭進行之介入活動包括以下幾個活動:

1、家庭訪視(Home visit)

是由受過專業訓練的訪視員進行,訪視員通常是主修社會工作相關訓練,由研究小組聘用後將舉行職前訓練,並由研究者進行督導與監控進度。家庭訪視的內容將包括家庭居住環境的了解、家庭基本資料的調查。

2、職業訓練

本研究中發現外籍配偶家庭的問題來源,可能是因失業或未就業而造成家庭

經濟出現問題,因此,要解決外籍配偶家庭的生計問題,首先將建立以社區為中心的電腦基本訓練課程就業服務,期望儘可能解決內埔客家地區外籍配偶家庭經濟支柱的生計問題。本職業訓練課程包括了越南菜、泰國菜、印尼菜等南洋風味餐的調製,將南洋風味餐點在地化,融合於內埔客家地區的特色,並以精緻化美食為目標,進而發展為有特色的主題餐廳。

三、『六堆客家聚落形成與發展之研究:以內埔鄉客庄為例

本計畫是以客家六堆地區的內埔鄉客庄為例,探討一個客家鄉鎮內客家聚落 的形成與發展,探討的面向則是從歷史變遷與產業發展的角度,分析客家聚落的 演變與經濟基礎。

本研究的核心問題是在探討內埔鄉為何會成為六堆客家的政治、商業與文教的中心?研究的途徑將會從地理因素、交通因素、人口因素、產業因素、文化因素等多方面比較分析內埔鄉的優勢與機會,運用 SWOT 分析,說明內埔庄發展的脈絡。

對聚落變遷的探討不僅是聚落區域範圍在不同時代的改變,同時也要記錄生 產型態的變遷與生活型態的變遷,這些因素都是與聚落變遷互為因果關係之變 項。

呈現的方式將會運用地理資訊系統(GIS)與衛星定位系統(GPS),區分層次與類別來表現出內埔庄的歷史變遷。除了廣泛的蒐集文獻與田野訪察,例如族譜、古文書契約之外,還要從建築的樣式與年代來與文獻資料交互判斷聚落的遷移與發展,論述的方式將以建築、居民等現況往上追溯的逆寫法進行研究。最後將以衛星定位儀標定區位,對照古今地圖,以疊圖或套圖的方式標示內埔鄉客庄的聚落發展。

參、檢討與建議

一、 成果效益:

子計畫一:『屏東六堆地區產業資源分析與發展策略之研究』

- (一)工作項目一:透過研究了解六堆屏東內埔地區客家特色產業消費者之 消費參與狀況,及六堆屏東內埔地區客家特色業產消費者心理向度與 滿意度之關係與不同背景客家特色業產消費者心理向度與滿意度之差 異,進而建構出屬於六堆屏東內埔地區客家特色產業之行銷策略。
- (二)工作項目二:透過研究研究了解六堆地區客家地區觀光資源的特性,各資源特性歸納出不同之觀光休閒產業的類型,再依不同鄉村地區觀光休閒產業之發展策略以促進客家地區觀光休閒產業的發展,進而提供給予客家行政輔導單位及客家觀光休閒產業業者參考。
- (三)工作項目三:透過此研究了解消費者對內埔老街商品的消費行為及意 向與需求之服務模式,分析出內埔老街客群之消費意向及需求。
- (四)工作項目四:透過研究了解屏東六堆地區客家團體及內埔當地居民對內埔文化旅遊發展項目的接受度、所持態度、支持度、與協助內埔客家文化旅遊發展意願。

子計畫二:『建構溫馨社區家園:以內埔外籍配偶家庭為例』

透過研究以屏東科技大學為弱勢族群社區服務資源中心,提供了弱勢族群家庭支持網絡核心,並結合外及配偶與客家族群家庭人力資源發展出特色主題餐廳,一方面提供弱勢族群的就業機會,一方面為社區產業作提升。

子計畫三:『六堆客家聚落形成與發展之研究:以內埔鄉客庄為例』

透過地理資訊系統(GIS)與衛星定位系統(GPS)對照古今地圖與建築脈絡,建構了內埔庄聚落演變的精確地圖,並分析出內埔地區的歷史變遷、產業變遷與生活變遷及內埔客家產業的環境條件舖陳基礎,了解內埔庄為何會成為六堆政治、商業與文教的中心。

綜觀以上,透過本次研究計畫之進行,積極提高六堆客家研究在台灣客家 社群研究中之地位,且加強六堆客家研究者的術研究能力。

二、與原訂計畫之落差及原因分析:

子計畫一:『屏東六堆地區產業資源分析與發展策略之研究』

- (一)工作項目一:『屏東六堆地區客家特色產業、行銷向度及行銷策略研究』
 - 1.此次樣本取樣以六堆嘉年華會及六堆文化園區開園試營運為主要樣

本,消費者大多以當地居民或參加活動為主要受試者,將來若以六堆各鄉鎮所舉辦之產業活動,將可增加本研究之說服力及參考價值。

- 2. 此次規劃之訪談對象,乃以鄉鎮公所主要承辦人員及六堆各地區農會生鮮超市主要工作人員,試圖想針對訪談內容當中得知客家產業變遷及其行銷策略為何?但礙於人力不足及選舉將近鄉鎮公所人員忙於選務工作,以致無法從中深入了解,農會生鮮超市方面,先以高屏澎金聯合採購中心主任訪談中得之客家地區產業變遷,但由鄉鎮公所及農會聯採中心,均推薦相關產業者老或將來透過各農會推薦,更能深入了解客家特色產業。
- 3. 客家特色產業之消費心理向度與滿意度為研究內容,將來若可拓廣到 客家產業之體驗行銷、涉入程度、效益認知等面向來作相關議題探討, 以發展客家特色產業不同之訴求。
- (二)工作項目三:『內埔老街客家文化產業行銷推廣之研究』

訪談當地居民時,居民提出老街風華再現時客人絡繹不絕,而當研究 者實際研究調查時,據老街居民所言商家剩下六間,若能有後續更妥善規 劃,相信能更使其風華再現。

子計畫二:『建構溫馨社區家園:以內埔外籍配偶家庭為例』

此次研究計畫原以客家菜與參與之外及配偶母國菜作一結合,但因報名以內埔地區外及配偶為主,經參與者建議後乃以台灣地方小吃與參與外配之母國菜結合。

子計畫三:『六堆客家聚落形成與發展之研究:以內埔鄉客庄為例』

此次研究計畫最終研寫結案報告書時,因電腦遭駭客入侵而中毒,而將 部份資料流失,經努力搶救修護而成,希望爾後引以為戒。

三、建議事項:

因研究計畫執行截止日為 96 年 12 月 31 日,適逢年底相關事務煩絮,建議是否結案相關核銷日期為 96 年 12 月 20 日,寄送成果報告書日期為 96 年 12 月 31 日。

四、結論:

本研究計畫以「屏東六堆地區客家產業與社區發展之研究—以內埔地區為例」,此次研究計畫目的在探討內埔地區客家各產業的發展及其策略,未來五年計畫,將針對其他六堆地區作相關後續研究,擬於民國 100 年完成六堆客家相關產業研究,並建置於地理資訊系統(GIS)中,以便讓全台灣各界對六堆客家相關產業有興趣者,能透過地理資訊系統(GIS)更了解南部六堆客家產業。

<子計畫一>

屏東六堆地區產業資源分析與發展策略之研究

<工作項目一>

屏東六堆地區客家特色產業、行銷向度及行銷策略研究

執行單位:國立屏東科技大學客家文化產業研究所

計畫主持人:劉照金 教授

目 錄

摘要·		·11
第一章	緒論	12
第一節	。 5 研究背景與動機	. 12
	节 待答問題	
	· 範圍界定、限制	
	5 名詞解釋	
	文獻探討	
第一食	。 5 客家文化產業	. 20
	5 文化產業之消費心理	
	5 文化產業行銷策略	
第四節	5 客家與地方文化產業研究相關文獻	. 27
第三章	研究方法	•32
第一包	5 研究架構	. 32
	· 研究對象	
	5 研究工具	
	节 研究步驟	
	5 資料處理	
	結果與分析	
第一節	5 樣本結構分析	48
·	节消費者參與狀況與心理向度分析	
	节探討不同背景消費者行為之比較	
	市 客家特色產業消費心理向度及滿意度之預測	
	結論與建議	
第一節	· 結論	79
	节建議	
	· ~ 。 對後續研究之建議	
	状 ·······	

摘要

本研究目的以文化產業與消費者心理行為理論為基礎,經由消費者 對於客家特色產業之消費心理向度內涵探討,以期建立屏東六堆地區客 家特色產業行銷策略。本研究參考相關文獻與研究發展「客家特色產業 消費心理向度量表」及「客家特色產業消費滿意量表」為工具,以屏東 六堆地區客家文化產業消費者為對象,共發出 900 份問卷,回收有效問 卷 783 份,所得資料經分析結果如下:(一)參消費者參與客家特色產業 活動,以來自非六堆地區民眾為最多,消費者獲得資訊管道以報章雜誌 報導為最多,消費者前來六堆理由以旅遊與參與活動者最多,到六堆地 區的主要目的為參加活動與購買當地特產;(二)客家文化特色產業消費 者心理向度共有「文化異質性」、「消費美學意識」、「客家文化體驗」、 「一般消費權利」、「社會認同程度」等五構面,五個因素共可總解釋 變異量達 61.757%;(三)影響消費者在客家產業消費心理向度與滿意度因 素,以「六堆地區長住經驗」、「族群」、「教育程度」、「職業」、 「收入」等因素之影響較大,「年齡」、「性別」及「婚姻」則較無顯 著差異;(四)影響消費者滿意度之因素可由文化體驗、文化異質及消費 權利等因素來預測,三項因素共可解釋總變異量 67.8% ,其中以文化體 驗為最大之解釋變項(53.4%),其次為文化異質(13.2%)及消費權利 (1.2%)等因素。本研究根據上述研究結果與發現,提出建立屏東六堆地 區客家特色產業行銷策略,對相關單位與對後續研究者之建議。

關鍵詞:六堆、客家文化產業、消費心理向度、消費滿意度、行銷策略

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

壹、 研究背景

在 1995 年文建會所辦的文化產業研討會中,「文化產業化與產業文化化」被正式提出。再者於 1998 年教育部公佈【邁向學習社會白皮書】中,推廣終身教育,建立社會學習為目標。近年來,台灣開始著重在所謂的「本土化」與「全球化」之問題下,提倡「社區總體營造」、「社區參與」,使得台灣本土文化及特有產業形成一股流行風潮。復於 2002 年,提出「地方造產性策略學習型計畫」。且行政院也於同年提出了「挑戰 2008國家發展重點計畫」,其中的「文化創意產業發展計畫」被視為重要計畫之一。更於 2005 年推動「台灣健康社區六星計畫」,其中包含六大面向為主軸,有產業發展、社福醫療、人文教育、社區治安、環境景觀、及環境生態。希望藉由地方基層的力量,找尋屬於各地方生活中的文化歷史,並重新定位使其在未來有相當性、獨特性及具有當地文化意象符號的產業,進而帶動地方經濟繁榮。

文化乃代表著一個國家的藝術與生活經驗特色及累積,而文化結合創意,將足以使國家具有新的發展潛能與商機,創造更多就業機會,因此文化創意產業的發展是具相當重要性。在台灣社區總體營造運動中,「文化產業行銷」是非常重要的區域性發展重點。主要目的是為地方性產業重新包裝塑造出一個新意象及新生命的商品,並利用重新包裝及商品行銷策略來推廣地方文化特色。藉由活動的進行吸引人潮、觀光、買氣及資金的投入進駐,行銷工具除以傳統行銷手法外,若配合整體制度面的消費者心理及物質需求做多方轉型改變,以達地方文化性產業行銷之目標。

然在台灣地區有透過地方產業業者的投入而塑造出地區性特有產業意象的埔里地區,是文化產業化的代表。埔里地區不但開闢新的產業經營型態,更將地方產業朝向多元化、多角化經營,更有藝術化、觀光化、地方化的發展。而六堆客家地區的文化創意相關活動及產品,在近幾年已有不小的知名度,自台灣光復以後,「六堆運動會」是南台灣客家人特有的一種運動會,由各堆輪流舉辦,六堆運動會與其他的運動會不同,除了具特殊時代背景外,其宗旨更存有「聯誼」的成份,再者全台唯一的韓愈昌黎祠,是座落在六堆之後堆的內埔鄉,內埔鄉有許多具有歷史

文化背景的古蹟,近來更因有政府公部門補助經費,結合社區及藝術家的進駐,形成了強調具在地性、文化性、創意性的地方產業。而在內埔地區地方文化產業的行銷策略建構與變遷過程中,文化產業行銷機制的建立、文化產業商品的創意及銷售意象,是否真能為當地帶來符合消費意象的認同?不同文化產業在其行銷策略機制下的定位是否得宜?及相關之文化產業商品是否符合消費者需求?本研究期望藉著文獻資料蒐集分析的方式、六堆屏東地區文化產業調查及製作問卷調查的方式,逐一作紀錄整理,並經由文獻及調查,分別就地方文化之產業面及消費者心理面做分析,並應用於地方文化產業之既有的行銷模式,以發現且做修正建立出符合六堆屏東地區文化產業之行銷機制。

貳、 研究目的

基於上述研究動機,本研究期望能藉由地方文化產業意文活動及其銷銷策略做探討,本研究目的簡述如下:

- 一、探討六堆屏東內埔地區客家特色產業消費者之消費參與狀況。
- 二、探討六堆屏東內埔地區客家特色業產消費者心理向度與滿意度 之關係。
- 三、探討不同背景客家特色業產消費者心理向度與滿意度之差異。
- 四、建構六堆屏東內埔地區客家特色業產之行銷機制。

第二節 待答問題

本研究乃以探討分析六堆屏東內埔區客家文化產業及其行銷策略為主,在台灣客家文化產業之發展為何?如何創新、創意開拓僅有市場空間及了解業產消費者心理向度與行銷制度之互動關係?如何在永續經營的理念下建構出屬於六堆屏東內埔地區客家特色業產之行銷機制?人類學家愛德華·霍爾(Edward T. Hall)認為:「溝通是文化的組成核心,當然也就是生活的重心。」(Rifkin, 2001:177)。那麼地方文化產業在生活中應如何與消費者溝通及互動呢?本研究將以六堆屏東客家地區文化藝文活動為深入探討做個案研究。

壹、 六堆屏東地內埔區客家特色產業發展狀況與消費者參與狀況

一、 分析六堆屏東地區客家特色產業之發展

以六堆屏東客家地區發展出之相關地方文化藝文活動為研究對象,藉由文獻資料的蒐集分析整理與媒體、報章、雜誌之活動紀錄,發現其地方文化產業如何以文化作為地方經濟與文化再生之制度與策略;同時將透過歷史文獻以及相關研究之報導,推論與六堆屏東地區有關之產業的在地文化發展過程。

二、 分析六堆屏東地區客家特色產業結構之變遷

以透過資料蒐集與文獻的分析整理,匯集國內外各學派對文化產業之 理論定義外,並研析國內外各學派所提出相關文化產業行銷制度,作為 本研究文化產業行銷之定位基礎。同時藉由後堆六堆屏東地區之文化產 業變遷過程,找尋出消費趨勢發展與行銷機制之互動關係。

三、 分析六堆屏東內埔地區客家特色產業轉型之行銷機制

將先探討六堆屏東地區特色產業的傳統行銷機制與轉型後之行銷機制,並藉由搜集其他地方文化產業相關之行銷機制文獻,做為六堆屏東客家地區特色產業行銷機制之基礎。

貳、 探討六堆屏東內埔地區客家特色業產消費者心理向度與滿意度之 關係

一、分析六堆屏東地區客家特色業產之消費心理向度以六堆屏東地區消費者心理向度作探討分析,釐出消費者在進行消費

的同時,對其產生之心理影響程度,並配合六堆屏東地區地方文化產業 之行銷策略制度與變遷歷程,做整體環境之消費因素的研擬,分析個別 行銷策略之影響因素,以提出適當建構在不同發展向度的地方文化產業 行銷機制影響因素。

- 二、 分析六堆屏東地區客家特色業產之消費滿意因素
- 三、 分析六堆屏東地區客家特色業產之心理向度與消費滿意之關係

參、 不同消費族群對六堆屏東地區客家特色業產之心理向度比較

以不同消費族群之心理向度作探討分析,找出不同消費族群在消費時,對其產生之心理影響程度,並配合六堆屏東地區客家特色業產之消費族群心理向度,做不同消費族群之心理向度的比較,分析不同消費族群之心理向度影響之因素,以了解在不同消費族群對六堆屏東地區客家特色業產之心理向度因素。

肆、 建構六堆屏東地區客家特色業產之行銷機制

一、 發展不同消費族群之行銷機制

蒐集相關文獻,以不同消費族群的消費發展之相關因素作研擬,並分析現有地方傳統產業於社會結構的變遷影響,探討出所發展之轉型機制 與心理層面之銷售,釐出不同消費族群的行銷機制。

二、 發展不同地方文化產業之行銷機制

以不同消費族群的消費發展之相關因素作研擬基礎,並蒐集各地方之不同文化產業行銷機制相關文獻,使其發展出不同地方文化產業的行銷機制。

三、 發展六堆屏東地區客家特色業產之行銷機制模式

以不同消費族群之行銷機制及不同地方文化產業之行銷機制發展出 六堆屏東地區地方文化產業的發展與行銷之消費者心理向度,作為建構 六堆屏東地區文化產業於地方行銷制度中之依據。

第三節 範圍界定、限制

壹、 研究範圍

一、 研究對象

本研究對象乃以行政院客家委員會成立以來,於六堆屏東內埔地區 所舉辦有關文化產業之活動,因此本研究搜集之文獻與紀錄是以行政院 客委會成立後至今為其研究時間範疇,期望能完整紀錄了解六堆屏東地 區客家文化產業活動在產業化結構下之行銷變遷及發展是否與消費者心 理需求的向度相符合。

二、 空間界定

本研究以在六堆客家地區具有意義之文化產業代表性的六堆嘉年華 會為研究對象,主要原因是早期六堆地區各項產業起步之初,客委會為 六堆地區所舉辦之六堆嘉年華會為六堆地區帶來了大量的資金投入與發 展成地方特有產業,成為紅極一時的地方性代表;如設立於內埔市區的 韓愈昌黎祠亦是台灣唯一一座紀念韓愈的祠堂,一直以來與六堆屏東鄉 民生活息息相關,以及座落在昌黎祠旁的內埔天后宮媽祖廟更具六堆客 家人精神象徵的代表,以上所述都是六堆內埔客家人生活與精神文化的 寄託。而六堆屏東文化產業在經歷時代變遷之背景,發展出了不同時代 背景下有著不同的角色及意義;由早期台灣光復之初的運動會到發展至 今結合韓愈昌黎祠與內埔媽祖廟天后宮及配合內埔老街的風華再現發展 出六堆嘉年華會相關活動,在在都說明了文化產業與地方社會整體環境 具有實質的關聯性與影響;而近年來受到國際局勢的轉變與全球經濟影 響下,使得國內「中央集權」慢慢轉為「地方賦權機制」,同時因地方傳 統產業開始強調在地性文化的重要與發展性,產生了地方產業新興發展 策略。並積極舉辦以六堆及內埔地區相關地方文化為基礎的大型產業活 動策略,漸漸走向「文化觀光」的消費者行銷導向。而現階段轉型後且 逐漸在現今社會展露頭角的產業中,其所經歷之轉型發展過程與採用之 行銷策略,都是十分值得探索並研究紀錄的。

三、 研究內容

本研究之研究主要內容焦點共有三個變數,分別為「客家特色產業」、「心理向度」及「行銷策略」。本研究之「客家特色產業」為釐清客家特色產業為何?「心理向度」為消費者對活動參與後所產生對客家特

色產業反應與知覺,對個人而言之重要性及需求性;「行銷策略」則是透過活動舉辦以及客家特色產業消費行為,擬定更適合為地方帶來經濟來源。

透過本研究探討參與六堆嘉年華會活動之民眾的參與行為與認知狀況在不同背景民眾對六堆嘉年華會活動之體驗客家特色產業、心理向度、行銷策略的比較及關係。

貳、 研究限制

由於客家文化產業是以文化為基礎,並且具有作為商品的經濟活動,因牽涉之面向過廣,加上研究人力與時間上的限制。故本研究之限制為下列三項:

一、 抽樣方式之限制

本研究以問卷調查的方式進行,由於問卷的發放受限於活動期間及 區域,無法對地方採用隨機抽樣的方式,故本研究採用便利抽樣的方式 進行問卷調查。其調查方法由研究者自六堆文化園區開園試營運活動 外,亦透過人際關係至六堆各鄉鎮舉辦之六堆嘉年華會活動發放問卷, 儘量能蒐集參與六堆客家產業活動民眾意見,唯未採取隨機抽樣的方 式,故本研究結果之推論須審慎。

二、 受試者自陳報告之限制

受到影響的領受者感覺不易取得:有關客家文化產業變遷的結果(即各種不同的年代,受到影響的領受者是否覺得有所差異),資料蒐集不易,尤其在較早期的時空限制,無法直接對當事人進行訪談或調查,僅能從文獻或現有指標取得,或受試對象在受訪時可能會受到遺忘、情緒、認知、態度等主觀因素影響,在無法控制受試對象的回答真實程度之下,僅能假設受試對象都能依照真實的情況回答。

三、 研究焦點之限制

本研究礙於人力與時間因素,僅能以六堆嘉年華會暨六堆文化園區 開園試營運期間為研究焦點,因此,本研究的調查受到地方區域的局限 性,無法普遍解釋整個台灣客家地區舉辦之客家文化產業活動。

第四節 名詞解釋

壹、 客家文化與產業

客家文化是因當地之人文、社會、地理、風俗、習慣等不同環 境經長年累月累積下來的生活經驗,塑造具當地的客家味而成的客家文 化。在本研究中乃採其定義出之客家文化作為研究標的,探討出具客家 特色之文化。客家文化產業乃以客家族群文化產業中具有在地性、文化 性、獨特性、原創性的展現(謝登旺,2005)。客家文化產業則是指運 用客家文化特色的產業,亦是將客家之生活、生態、生產等文化加以發 揮應用而形成的產業。當產業開始發揮其生產文化時,進而使產業文化 為主要的傳達訊息,繼而發展出周邊商品或相關之文化活動,這些產業 也變身成為文化產業。本研究有關客家文化產業之操作定義是指下列產 業: (一) 地方傳統文化產業:是指具有歷史意義價值及特有的文化存 在,例如客家傳統的建築、廟宇等;(二)地方觀光文化產業:是指以當 地具特色之景點作為「地方行銷」賣點,台灣各地方目前基於觀光能帶 動地方經濟價值,文化策略紛紛走向較具地方空間資源的結合,推展出 可行銷之產品,例如內埔韓愈祭延伸出的商品及苗栗桐花祭商品的呈 現;(三)地方活動產業:地方活動產業應是以地方文化活動為主體,且 藉由中央政府結合地方機成單位或是團體推動而成的活動產業,政府近 幾年在推動「社區總體營造」政策,均是以地方社區文化活動為主體; 包含了地方的民俗節慶活動,例如內埔東勢社區還福文化活動以及南州 大埔社區北客南遷的客家文化節活動,塑造出每個地方的不同特色。

貳、文化產業

「文化產業」的前身乃法蘭克福學派所提之「文化工業」所演變而成,「文化產業」是指運用地方文化的產業,亦即將生活文化、生產文化等加以發揮運用而形成的產業(謝登旺,2005)。在文化產業尚未有定義清楚前,不容易做產業得歸納,但顧名思義,並不是一般工業的經營方式,而是強調產業與人們生活相關的文化與在地性格,藉此發展成為受到當地認同及觀光客喜愛的地方(黃世輝,2002)。文化產業的定義區分為廣義及狹義,廣義的定義為「精緻生活的通稱」。其中包含日常生活之食、衣、住、行、育樂的精緻化及特殊化。狹義的文化產業則是指一般的繪畫、雕刻、文學、建築、戲劇、舞蹈、電影等藝術創作部分。且是具有:生活、共享、人情味、內發、小而美的特質,而在本研究中以從

廣義及狹義之定義中取其較具特色之文化產業為標的。

叁、文化產業行銷

文化產業化至少包含創作、管理、傳播等三方面。文化本身就是一種創作,但在管理與傳播部分則有待加強,包含了選擇與規劃文化的產量與通路、認識產品的訴求對象、靈或運用開發觀眾的 4P 理論。台灣文化藝文活動在趨勢上,已逐漸朝向產業化的經營模式(關復勇,2004)。本研究擬採以訂定之客家文化產業為標的,將其具有客家特色之產業行銷逐一做分析比較。例如六堆內埔地區的韓愈祭,除相關的論文發表外,還發展出相關的周邊商品設計,開發出一個客家專屬的行銷經營模式。

肆、消費心理向度

消費者心理學旨在探究影響消費者心理現象與行為趨勢的自然因素 與社會因素,進而尋找出一些定則。消費者心理概分為下列三項類別: 一、消費者的個人因素:如個人特質、動機、人格、生活型態等:二、 環境因素:如文化背景、次文化影響、家庭因素、賣場環境等;三、消 費者決策過程:如心情狀態、同儕效應、人潮效應與促銷氣氛等(郭品 好,2004)。本研究將針對消費心理學之消費者心理向度作研析,找出 消費者在消費時,對其周圍環境、商品質感等現象所產生之心理影響程 度。

第二章 文獻探討

本研究文獻探討包含三部份,第一節客家文化產業,其中包含文化概念起源、文化產業之發展與地方特色文化產業及與地方認同感的三面向敘述,在地方文化產業類別基礎區分採楊敏芝(2002)所定義之三大類別為基礎。第二節文化產業之消費心理,本節主要探究消費者心理演進及消費向度與消費行為趨勢,說明其相關聯性。第三節針對文化產業之行銷策略作闡述。

第一節 客家文化產業

以往台灣在的文化推廣主要是中華文化復興運動推行委員會,當時的地方文化及民俗文化是極受排斥與被制壓。自西元1981年文建會成立後,台灣有關文化發展與政策便歸於行政院文化建設委員會,推動的首要政策以文化政策為首,至此,政府更於西元1995年經濟部商業司以針對地方文化經濟再生的產業政策,將地方特色產業與地方文化導入政策中,遂為台灣地方文化產業的另一發展方向。本小節分別就以文化、客家文化、文化產業的概念、地方特色產業、客家文化產業之相關理論文獻逐一研究分析,藉由各項理論的整合,釐出客家文化產業之定義,結合客家特有文化,作為本研究相關理論基礎。

壹、 文化的概念與客家文化

一、 文化的概念

一般而言,「文化」可分廣義及狹義,廣義的文化為人類一切勞動成果都被視為文化產品,人類一切活動都是為文化活動;狹義的文化則是指經常把文化與文學、藝術聯繫在一起(蘇明如,2001)。文化也有三種定義。首先是"理想的"文化定義,是指某些絕對或普遍價值而言,文化是人類完善的一種狀態或過程。其次是"文獻式"文化定義,指乃說明文化是知性和想像作品的整體,這些作品以不同的方式詳細地記錄了人類思想和經驗。最後是文化的"社會"定義,是說文化乃對一種特殊生活方式的描述,這種描述不僅表現藝術和習得中的某些價值和意義,且也表現制度和日常行為中的某些意義和價值(趙國新,2005)。從存在主義的角度來看,文化是對一個人或一群人的存在方式的描述。文化是指人們在這種存在的過程中言語或表述方式、交往或行為方式、

意識或認知方式(鄭國棟,2005)。若以社會學的觀點,文化是社會的遺產,包括人類創造的各種知識、生活技能、語言文字、社會制度、道德、信仰、風俗習慣及價值規範等(張葆華,1987)。

二、 客家文化

「客家」這個名詞早見於清初,至遲在十七世紀晚期已經見到使用,「客家」並非一個民族的概念,而是從宋朝之後用以說明「由外地遷徙作客他鄉的移民」(郭百修,2000)。一九三三年,羅香林教授發表支『客家源流考』說明:「客家人是中原地區漢民族的一支系,因歷史動亂不得不南遷至長江以南,並大量以中國南方的贛南、閩西及粵東為主要居住地,形成客家民係(曾喜成,2004)。」二十世紀初的<嘉應州志>則更明白指出:「客家」一詞不是這群人的自稱,而是廣東省的首府廣州一帶,講廣東話的人對他們的稱呼(邱彥貴、吳中杰,2001)。客家移民在移居地區開荒立業繁衍子孫,一方面承襲了原鄉的生活方式與風俗信仰,一方面因應移居地風土氣候的不同,以及與不同族群接觸交互影響下,使其文化發生新陳代謝的作用,形塑了嶄新的台灣客家文化(莊華堂,1998)。台灣客家文化係指從語言、生活習俗、以迄山歌藝術、客家文學創作、傳統民間信仰及祖先崇拜(曾喜城,2004)。

貳、 文化產業的概念

「文化產業」概念之前身是從法蘭克福學派所提出的「文化工業」演變而成(楊敏芝,2002)。根據楊敏芝,(2002)文化產業理論思潮可概分為兩大主軸;一為悲觀主義論述,其對於大眾文化抱持階級化的觀念,認為文化應有所區分,且服膺於精英文化;而另一主軸則為樂觀主義論述,其便對大眾文化抱持肯定且樂觀態度(郭品妤,2004)。皆一致認同文化是需根植於日常生活;是由不同的人所組成的,因此,其所產生的文化形式與美學概念亦有多元化的特性。在台灣行政院文建會於西元1995年舉辦「文化·產業」研討會的討論議題,包括地產業的項目之一,當時「文化·產業」研討會的討論議題,包括地費的項目之一,當時社會對於「文化產業」概念的內涵,指「文化產業」及共產業」的內涵,指「文化產業」及著重創意和個性,產品必須具有地方傳統或工匠的特殊性和獨創性,並且強調產品的生活性和精神價值。「文化產業」是以地方本身做為

思考主體,是基於地方特色、條件、人才和福祉來發展的產業,因此需要地方民眾自己構思、整合,在追求發展的同時也應考慮到生活環境的保育和維護;因此「文化產業」必然要保護生態和傳統,並且期待永續經營(于國華,2005)。

參、 地方特色文化產業

所謂特色產業,係指具備地區特色之經濟活動,大致可區分為:「地區特色產業」、「地區特色服務業」與「地區獨特產業」等三大類。在「地區特色產業」方面,是指那些基於地區之區位特性而具備生產優勢產品的製造與銷售產業;「地區特色服務業」,則是指在區域比較上,該區之相關服務業具備競爭優勢、獨特性或消費口碑,足以吸引消費者在認知地區與該服務業具備關連性的前提下,前往消費之相關服務業(張怡平,2005)。地方特色產業係指從地方上所產生、孕育而來的傳統性工藝品及產業,可說是一地域的精華,因此它可以成為地方建設的核心,它代表地方生活文化的特質,也代表文明的演進,它是一部具體的地方歷史(翁徐得,1995)。

依據楊敏芝(2002)所定義之地方文化產業類別為基礎,區分為下列 三大類:

一、 地方傳統文化產業(Local Traditional Culture Industry)

意指具有歷史記憶與在地特有的歷史文化特質,能引發地方共有的感受、價值與記憶,產生共同使命的歷史認同與共通的生活感受。地方特有的生活經驗、傳統文化以及地域特質。1994 年台灣地區開始推動社區總體營造之初,便已提出產業文化化與文化產業化的想法,所謂產業文化指的是產業所具有的文化,亦即某產業(包括農林漁牧業)在多年產品(包括農林漁牧產品)生產的歷史過程中,基於對材料選擇與處理的仔細經驗、產品設計製作的創意與品管,而發展出屬於自己特有的文化。因此,地方文化產業在以文化為主導之地方環境政策上,應強化居民榮耀感及認同感(civic pride and identification)。以其「地域特殊性(local uniqueness)」;如歷史記憶與價值、地方特色等,作為第三世界國家在無法抵抗全球化資本主義侵略機制下,成為地方經濟再生與文化素質提昇的主要策略(楊敏芝,2002)。透過地方產業的文化加值,創造地方傳統文化的經濟價值,使地方居民產生對產業文化之認同心理,進而提升地方認同感與擴張在地產業文化之認知程度,達到地方整體經濟價值與文

化厚植之目的。

二、 地方觀光文化產業

意指以地方特色(Place Characteristics)作為地方行銷(Place Marketing)之賣點,藉由地方空間的資源特色,開發其觀光經濟價值,透過文化觀光經濟價值的提升,各國紛紛重視起地方遺產的保存與重建,以及都市整體的消費導向。而另一種觀光文化產業則可稱為「促銷式觀光文化產業」(Promotional Tourist Culture Industry),透過適當的國際化包裝與整體性的行銷策略,將各項休閒娛樂設施,轉化成特有的產業文化,行銷至世界經濟市場,並帶動地方經濟復甦;例如美國迪士尼樂園,其所帶動的周邊產品之經濟價值與地方觀光人潮,皆可促使地方經濟的開發與成長。

三、 地方文化活動產業

係指以文化活動為主體的觀光產業,包含地方民俗活動、文化慶典活動(如廟宇慶典活動等)、社區文化展演活動以及地方集體創作之文化活動等等;而透過各地特色化的在地性活動,連結其他周邊產業共同發展出整體性的地區觀光策略,亦成為現今休閒文化政策下的新興經濟產業。也就是說,地方文化產業是一多元面向的產業類別,它包含了所有日常生活的經驗與文化累積,由純藝術及工藝品到大量消費市場之文化產品、觀光景點,具歷史價值意涵的文化遺產、代表先民遺跡的古文物、地方民俗活動、文化慶典活動到由市民創新的文化活動及產品等,在在皆呈現特殊的地方特質(local characteristics),成為「地方象徵性展現」的主要資產,它具有複雜的社會價值,不僅蘊含歷史與文化純粹的量化價值,亦包含組成的品質意涵,例如年代、特色、歷史意義、視覺美化、心理意識及藝術價值等(Coccosis and Nijkamp, 1995)。

肆、客家文化產業

最早產業化的客家文化,應該是客家美食,例如:客家小炒、粄條、米粉與米食(粢粑、各式客家粄等)到獨具風味的調味方式,已經成爲跨族群共同經營的族群性文化產業(陳板,2002:3-6;陳運棟,2003:32)。至此,客家的文化產業發展須從傳統客家生活文化中所散發之原始智慧為先決條件。藉由長時間所累積而塑成了當地客家之在地文化,更由產品消費認同客家文化之價值,學習族群之認同。欲展開客家文化產業,得從生活面來發掘創意,即所謂之在地、獨特、原創、可藉食衣住

行育樂各方面深耕。若要對客家文化產業加以分類,一般可按與客家生活息息相關之歷史文化古蹟、地方農特產、民俗活動及創新之地方文化活動。

第二節 文化產業之消費心理

消費者心理學主旨乃在探究影響消費者心理現象與行為趨勢的自然因素與社會因素,進而找尋出一些定則。就消費者心理學(consumer psychology)定義來看,其是指「消費者在滿足需求及慾求的前提下,運用金錢、時間等可得資源,購買相關產品,所形成的消費者決策過程」(張春興,2003)。而後現代主義的發展趨勢,不但帶來文化上的問題,而且也給予文化、經濟及社會間關係的概念化有一更寬廣的涵義,於是消費文化乃被界定在對渴望、愉悅、感情和美學的滿意感等問題。(陳坤宏,1995)因此,消費者在選擇購買之商品時,並非只看商品的外表,消費者也重視商品的設計內涵、命名等,更進一步了解商品的使用時間、地點、場合,均在其考慮範圍之內。而透過媒體快速的資訊傳播,及大量的符號意象導引,消費亦將成為追求「安心的」、「方便的」、「快樂的」生活意象(郭品好,2004)。

壹、 文化產業與消費心理互動

消費者心理與文化產業行銷策略之發展密不可分,其發展過程主導 著消費市場,為獲得消費市場的支持進而創造銷售業績,產品業者積極 努力朝高品質多元性產品研發,為的就是取得消費者認同。再逐漸被受 重視的「消費者需求」下,產業之行銷策略亦須朝心理面感官程度著手。 也就是說業者意識到消費者需求乃成為市場主流新趨勢,透過產品銷售 代表產品象徵意義,取得新費者認同進而有消費行為創造銷售業績。

貳、消費行為與文化象徵

自古以來以物易物之行為便是一種消費行為,時代進步經濟發達, 不同文化、不同族群及不同體制下的消費行為轉變,從消費者從傳統選 購至透過高科技產品的交流,不會因時空關係可放眼購買全球具有地方 性特質之產品帶動風潮。

叁、文化產品之消費導向

文化產業透過包裝行銷,來加強提升消費市場需求佔有率,注重商品的品質,消費者在選購商品時除會考慮其文化含義外,尚會考慮到商

品是否具有所謂之「個人特質」、「造型」與「美感」,並對包裝品質也十分講究,固本研究擬針對地方文化產品之消費影響因子略分為三;「消費 美學」、「社會尺度認同」及「文化差異性」。

第三節 文化產業行銷策略

壹、 行銷

「行銷」源自於交換(Exchange),指以支付代價的方式由他處獲得欲取得之標的物之活動。在市場尚未成熟的時代,乃以產品為導向,一直演變至今,方以顧客為主的商品銷售,因此,為平衡供需雙方利益的「互惠原則」(Principle of Reciprocity),構成了行銷核心觀念(蕭鏡堂,1999)。行銷的概念是須以(一)顧客需求為導向。(二)滿足社會需求:以有限資源轉換為財貨與服務,並將其轉移至社會大眾之過程。(三)提供供需市場:提供產品行銷場所,建立消費行為,滿足顧客需求,創造產業利潤。(四)創造產品之效用與價值。(五)提升地方競爭力。(六)形塑地區特色。(七)落實「互惠原則」使大眾在消費或使用之際,獲取實質上或心靈上之滿足(郭品好,2004)。

就新世代而言,任何新樣式、象徵性物品與經驗形式的生產並附加 地方性的獨特感都已成為地方文化產業。再從市場導向、顧客導向與競 爭導向,這三個面向中可推展出地方行銷的重要性,在地方政府經濟活 動日益成長的時代,「地方行銷」已成爲一種領導城市經濟活動及開發 未來投資者的銷售方式;就地方行銷而言包含有以下四種策略方向:一、 形象行銷;二、産業行銷;三、公共設施行銷;四、人民行銷(陳立剛, 2000);「產業行銷」(Business Marketing, or Business to Business Marketing) 是以產業市場為對象的行銷,就層級而定,它是由未經加工 之一級產業的產品市場與加工製造業之二級產業的產品市場,及服務業 之三級產業的產品市場所構成。各級產業間之需求關係,除下游對上游 之需求(即市場需求)導向外,還有所謂「文化包裝」之逆向需求,意即 原產業結構是透過市場(消費者)的需求,進而產生產品需求與原料需 求。對於面臨被市場漸淘汰的傳統地方產業,政府公部門與第三部門為 推動地方傳統產業再生,開始宣導開發另一種經由文化的加值以及透過 在地性符號之轉化所形成的具獨特性、單一性的創意商品。而這種透過 由地方與消費市場達成共識所引發的產品需求,則是現階段最適合發展 的逆向需求導向的產業生產架構(郭品好,2004)。對於「文化產業行銷」 的定義,認為「文化產業」原是強調大眾文化的產品,乃自上而下的一種社會控制與規範工具,即所謂的支配/管理/施給的文化(administered culture)(引自朱元鴻,2000)。

從行銷策略的角度來看,若能擅用資源可使地方的繁榮能靠自給自足,並走出中央的補助資源來振興地方的途徑,使得地方發展能靠自立自強的態度,走向一個永續經營的未來。

貳、策略

「策略」是指達成目標的手段,即為了達成企業的目標而所採取的行動方案(Peter,1990)。策略乃是指一個企業或組織在評估本身資源強弱勢,與衡量外界環境的機會與威脅後,為了發揮其強勢和隱藏其弱勢,掌握環境的機會與迴避其威脅,所採取的一種企圖達成組織目標的行動方案(張怡平,2005)。

任何一個企業的營運,都需要投入適當的資源,包括人力、物力、 財力等,企業運用這些資源進行各項經營活動,包括研發、生產、製造、 配送、行銷等,良好的企業往往能夠藉由這些系列的經營活動形成良好 的競爭優勢,而這些條件自然成為企業永續經營的基本條件(張怡平, 2005)。

參、 文化產業行銷策略

「行銷」一詞乃自英文 marketing 語譯而來,狹義的行銷角度觀之,「市場」(market)僅是其活動的環境而已,行銷的概念超越了「銷售」的意涵,至於廣義的行銷,則與現代經濟社會裡的每一個體或組織(包含企業、學校、和政府等)息息相關,差別僅在於其間所從事行銷型態與份量的不同而已。也因為如此,每個人對行銷常有不同的註解與詮釋。「行銷是一種整體性的之企業活動系統,用於訂價、計劃、推廣及分配產品,期以比競爭對手更能滿足顧客之慾,同時達成組織之目標(范雅雲,2005)。」

傳統得經濟學與行銷學並沒有強烈意識到意象對消費者所具之影響力,但近年來人文科學與社會科學對意象加深認識,在行銷領域的文獻紀錄,提倡感性行銷。不過在地方文化產業方面的行銷概念,雖然現今已有相當屬於「文化」、「感官」及「個性化」的商品論調,但似乎尚缺客家方面特色產業之行銷策略固本研究將相關客家相關文獻於後詳述。

陸、小結

透過文化產業之相關行銷與消費者心理的理論分析,將其理論與客家文化產業相呼應,即可發現,客家文化產業與其他文化產業有著一致性的共通點,它具有傳統的文化特質,也具有產品的在地性與獨特性和原創性。並經由客家在地的生活文化及先民所累積的智慧,創造出屬於客家特有的文化產品,其所代表價值性,不單只有產品本身的所謂商品價值,其中還包含了提升地方經濟發展及地方社區居民生活與體驗文化相關消費者的文化共識之附加價值。

而行銷的理論也經由傳統較保守的方式,慢慢走向較多元且開放的 主動式消費行為。相對的,文化產業的行銷也會因為現今整個大環境的 變遷,逐漸重視商品之意象符號及美學的滿意感的消費行為。

因此,消費者的心理向度將是目前文化產業在形塑相關商品的同時 須考量及研究的。唯有透過以消費者之需求向度的行銷方式,方能獲得 消費者的消費慾望進而產生消費行為。

第四節 客家與地方文化產業研究相關文獻

壹、 地方文化產業相關文獻

郭品妤(2004)碩士論文「地方文化產業行銷機制之研究—以消費者心理向度探討」。以地方行銷之消費者心理向度為研究主軸,透過實證的研究,探討消費者與地方文化行銷之關係並找出文化產業之消費者導向因子。

鄭如婷(2002)階級衝突與地方產業發展之研究—以鶯歌陶瓷業為例。主要針對某一族群主力行銷並決定其地方定位,採個案分析將鶯歌鎮的問題與挑戰作一探討並建立地方城鎮的觀光行銷策略找出改進辦法。

游振袋(2002)從都市行銷的概念探討觀光產業發展之研究—以花蓮市為例。主要針對花蓮市的觀光文化產業發展分析及實證、地區驗證三方面著手,藉由都市行銷的概念及花蓮當地之地方特色產業、自然景觀特色及都市整體意象等方面,利用產、官、學等專家座談與深度訪談來了解花蓮市的觀光產業。

<u>許峯銘</u> (2005)以人力資本、社會資本活化彰化縣地方產業之研究。係以地方活化為訴求,全新思維地方產業與經濟發展的建構,期待以「社

會福祉」的追求,以及「社會經濟」的發展為承載基礎,運用投資創新概念,協助處於發展體質弱化地區,建構地方永續活化的經驗。其研究之方向將以人力資本及社會資本開發的角度,探討經營主體如何以彰化縣地方產業交流中心為基地,進行「創新與學習」以推動地方產業的發展。

<u>陳玉珊</u> (2005) 文化產業學習型市鎮發展之研究—以鶯歌陶瓷文化產業為例。就文化產業學習型市鎮及其發展特性進行整理,並以鶯歌陶瓷文化產業為研究對象,了解當地文化產業知識與創新學習現象,及其生產與學習創新網絡內涵。研究結果發現,儘管廠商間網絡的連結與友誼信任關係,能促成資訊交流與創新,然而,鶯歌目前之次要行動者仍尚未能完整充分的發揮刺激主要行動者進行創新與學習的協助。

<u>魏绣芬</u>(2006)水里蛇窯產業轉型之文化研究。以歷時性角度出發,簡介水里蛇窯產業發展之源起、沒落以及產業轉型的社會背景,接著以參與觀察法與資料分析來紀錄園區概況,梳理其複雜的操作過程以及元素關係。藉由發掘元素關係背後所運用的規律或法則系統,探討水里蛇窯如何在產業化和文化化之雙重結構的過程中,建構出系統性、目的性的運作方式,以達成具有振興產業經營、地方文化教育教育與宣揚傳統工藝等功能運作的一個文化園區。

羅建怡 (2006) 古坑華山地方產業轉型觀光發展的問題與策略。主要處理的課題,在於雲林縣古坑鄉從農業社會,轉型為觀光休閒為主的服務性產業,在此發展過程中,各社會作用者(social agent)的運作及交互影響、媒體所伴演的角色、財團及公部門的投入,解讀古坑鄉咖啡產業觀光化的過程,並促使咖啡產業成為地方經濟面向永續發展的可能性。李舒歆 (2006) 地方文化產業發展策略研究:以宜蘭縣白米、珍珠、尚德社區再造之地方文化產業為例。整理歸納出國內外地方文化發展的相關文獻資料,著重於社區總體營造、地方文化產業與經濟需求關係之研究,作為後續研究發展之重要基礎。研究方法採質化研究之個案研究法與文獻分析法為主,以蘇澳鎮白米社區、冬山鄉珍珠社區、員山鄉尚德社區作為個案研究之對象;並對於個案進行深度訪談後,以SWOT分析法進行分析,分析歸納出地方文化產業在發展過程中,社區本身之優勢與弱勢條件。

<u>吳沛璁</u> (2006) 以體驗行銷觀點探討地方產業街道規劃因子之研究-以 鶯歌陶瓷老街為例。以體驗行銷理論中策略模組之應用,並以鶯歌陶瓷 老街做為研究個案,藉由遊客之觀點探討刺激其地方產業街道「空間體 驗」之規劃因子為何,並透過研究了解遊客的不同空間體驗型式與其對 於鶯歌陶瓷老街地方依附感之相關性,進而建立規劃之參考。

貳、 客家文化產業相關文獻

本研究將透過國內學者發表之相關理論資料分析研究,從中試著釐出有關客家文化產業之行銷策略走向與消費者心理向度。因此,本研究將針對有關客家之地方文化產業及產業行銷之論文研究作一整理,希望透過相關文獻整理之過程,彙整出研究方向與分析文化產業相關行銷策略及未來之發展,作為本研究與其他相關研究作一區隔以及理論基礎架構。

郭百修(1999)的碩士論文以「地方文化產業化機制之研究—以美濃鎮為例」。研究的結果,主要有以下結論:(一)地方文化產業化機制最重要的即是地方成員間互信機制的建立,而此一信任機制即是目前在推動文化發展與社區營造所必須建立的;(二)地方發展與文化延續的運作是需要由地方居民動員而起,亦即強調地方內生與自發動員的文化與生活積累;(三)空間規劃部門在地方文化產業化過程中,以促使地方成員對發展規劃的參與及認同感的建立,並且塑造良好的環境促進地方社會互動,所扮演的是極為重要的催化與協助者的角色。特別是在地方發展構想塑造部份,更是未來地方文化產業化,社會機制建構的物質基礎。

黃順意(2004)試著整合行銷理論與實作經驗,探究客家文化產業化的可能性,並試著提出政策性建議與未來改進方向及策略。本文以文化產業之政策行銷為基本概念,並以「客家桐花祭」為實作主體,如何集結客家族群對油桐花的懷想與記憶,藉以節慶的方式呈現出客家文化之美,並含蓋文化的主軸,進而發展成為新興的客家文化產業,探討其所執行的文化產業之行銷具體作為。並企圖追求三大目的,第一了解客家文化產業行銷4P之具體的表現。第二探討客家桐花祭成為一個客家文化產業營造之政策行銷作為。第三為落實提升客家地區的文化產業的復甦與發展,以客家桐花祭實證結果分析如何研擬行銷策略。

廖桂敏(2003)乃嘗試對單一地域—美濃鎮之地方文化產業發展之實踐現況做一清楚的描述、記錄及建構其走向,分析此一發展下是否呼應地方文化產業發展之理念,對地方經濟及文化層面上的衝擊為何,以及挖掘所面臨之阻力及困境,據以提出值得批判與檢討的策略及定位,期能對個案地方文化產業之推動產生影響力及應用性,並為台灣地方永續發展提供可能的方向與借鏡。

林佳蓁(2004)。透過深度訪談與問卷調查類型,瞭解苗栗縣客家文 化政策發展過程與目前執行情況為何?並以苗栗大湖草莓園區為研究個 案,瞭解大湖酒莊與大湖草莓文化館園區發展過程與目前執行情況,以「政策設計妥適性」、「地區行銷能力」、「計畫目標達成度」及「顧客滿意度」等政策評估指標,期望藉著政策利害關係人之意見,從政策面的角度去思考,分析出苗栗大湖草莓園區之現況發展結果與未來發展之策略建議,作為日後客家文化創意產業發展之參考。

曾維屏(2001)經由問卷調查分析結果,得到以下結論:(一)美濃居

民對於地方的認同度是很高的,他們認為美濃是有別於其他地方,且具 有獨特性的文化特色;(二)大多數居民認為以推動技藝傳承、保留地方 產業發展之基礎為文化產業振興之首要目標,且認為此項做法對於當地 整體發展是有幫助的;(三)在過去推動的結果,當地居民只感到普通滿 意而已,認為以促進歷史文化保存及傳承為最具有正面的影響,但最大 的負面影響卻是遊客帶來了交通及環境的問題;(四)對於未來地方文化 產業發展及推動方式,居民希望以過去的經驗,由當地居民主導,政府 及專家提供支援,重新作更有系統的規劃,並以推動傳統技藝的傳承、 有短、中、長期計畫及目標、舉辦相關性活動與展覽為優先做法。 徐薇媜 (2005) 遊客對於客家文化產業體驗行銷之實證研究—以新竹北 埔為例,體驗行銷是在體驗消費文化趨勢之衝擊下,新出現以感官、情 感、行動、思考及關聯美學為主體的行銷活動形式;根據體驗行銷學者 的看法,「文化」是體驗行銷的核心,對於客家文化活動而言,透過地方 產業的文化加值,以及創意行銷,創造地方傳統文化的經濟價值,使地 方居民與來遊玩的遊客產生對文化之認同心理,進而提升地方認同感與 在地產業文化之認知程度,愈是懷舊的、歷史情感的、或是特殊性的地 方產業,經由地方創意資本的投入,愈容易成為消費的主體,形塑新的 體驗經濟價值。研究結果結果顯示:遊客對於體驗行銷在差異性檢定部 分成立有顯著上差異。在體驗行銷中,以關聯體驗及感官體驗最高分, 建議繼續維持其水準,而較低的思考體驗及情感體驗,建議相關部門與 業者對此做強化及改善,經由營造特殊的氣氛及創造多樣化的體驗,提 供能引導遊客至某種情緒中足以誘發消費者的情緒附加價值,亦經由體

林毓琇 (2005) 文化觀光發展認知之研究-以高雄縣美濃鎮客家文物館遊客為例,「文化觀光」是應用文化資源發展出來的一種觀光模式,文化觀光不僅可以提升遊客及居民對文化遺產的重視,更具有教育、體驗當地文化的吸引力。本研究地區為高雄縣「美濃鎮」,主要的研究目的有一、探討美濃現有文化觀光資源,藉由調查結果再應用SWOT分析美濃文化觀光發展潛力優劣勢,二、探討遊客對於文化觀光發展認知情況,三、藉

驗滿意度之中介的方式進而影響其購買意圖。

由文化觀光資源調查分析結果及遊客認知情況給予適當的建議。

<u>許哲源</u> (2005) 客家文化創意產業-以六堆地區為例,客家文化在產業化的過程中會不會產生文化膚淺化甚至忘記了文化本身的價值意義?本研究試圖去探討客家文化與文化創意產業之間的關係,並探討客家文化產業化的可能性,作為日後客家文化產業化規劃及未來改進的參考方向。

謝登旺(2005)客家文化產業活化芻議,從客家地方再度區分,則包括歷史、鄉土、民俗、文化、自然景觀、地方特產…等分在其中,由於其與大眾生活息息相關,故皆樂見其展現文化生機與活力,而社區總體營造,正適時提供可行之途徑,將是客家文化產業活化之道,若行使得法藉由「社區」發揮「總體」力量定足資「營造」出客家文化產業最佳成果。

由上述所整理出來的論文文獻資料所示,與本研究所研究內容作一區別,本研究乃以客家文化特色產業行銷之消費者心理向度作研究主軸,在六堆屏東地區透過訪談的方式先釐出具六堆屏東地區之特色產業,並透過證實研究方式,探討消費者與客家地方文化產業行銷之關係,最終找出屬於客家文化產業之消費者因素。本研究與相關論文之不同點在於,國內雖已有多篇相關客家文化產業有關之著作,但針對客家文化特色產業之行銷機制卻無相關研究。且尚未有針對關客家文化特色產業提出消費向度之研究。由此可知,未來在客家文化產業的行銷策略趨勢應該使注重消費者心理需求,透過客家文化氛圍及商品的意象符號創造出消費者需求與消費行為。

第三章 研究方法

本研究乃採質性、量化並重進行,研究結果經歸納分析方式,對台灣光復後至今客家文化產業之變遷過程及實踐情況加以整理分析,其中問卷調查經量化手續做統計分析,其主要在反應台灣客家文化特色產業之整體現象。在方法論方面,有關於理念論述的部份,乃採文獻內容分析,其分析素材取自相關書籍、報章雜誌、期刊論文、調查資料及網路資料等,且在做分析時將美學理念納入對客家文化特色產業所形塑之力量一併帶入,以求研究內容具文化之創意性及想像性。

第一節 研究架構

本研究之研究方法是以整個研究個體為軸心,主要乃以個案實例研究比較分析法為其研究之策略,探討個案之地方文化是如何以全新面貌重新包裝,應如何在地方上有新的發展與轉型型態?應如何促進地方文化發展與深植地方文化特色以及地方之組織活動關係,來整合並建構地方文化產業化之發展機制?本研究將以質化為研究基礎、量化分析為研究之流程架構相互配合。研究執行以質化研究為主體,其中以蒐集相關文獻及案例之地方居民生活特色及其發展、文化相關組織、政府相關部門、地方文化創意藝文活動種類、地方之文化形式、當地居民及參予者之價值感受的機制建構與架構整理分析。在量化方面以問卷調查及分析與多變量分析統計,來作為本研究之研究基礎論點。在其他相關之研究工具有:(一)田野調查:主要以了解六堆內埔客家地區之地方特色與居民日常活動,並選擇相關組織單位與地方社會團體做深度訪談,以作為環境的分析及互動機制建構。

(二)在文獻資料蒐集的部份包含相關的地方文化發展之文獻與發展機制之理論的資料蒐集,以及研究所需之環境分析資料的整理作為審視地方文化發展的初步根基。並由六堆地區之地方文獻瞭解當地發展狀況與其相關文化資源。

本研究主要針對在於地方文化產業之消費者心理向度,進行「產業面」、及「消費者心理面」作探討研析。隨著消費時代來臨以及行銷通路全球化之趨,「地方文化」漸漸成了對抗同質化產品的最佳代表,反觀消費者心理需求的掌握,乃為傳統文化產業找出更適當得宜之行銷機制,並提升產業之經濟價值。因此本研究藉由文獻資料的蒐集整理,將文化

產業、產業行銷及消費者心理的文獻資料分析,找出不同產業的行銷機制,並將其消費者心理因素與產業的行銷機制,並實地的問卷調查做比較分析,以便歸納不同產業的行銷機制與不同向度的消費心理因素之互動關係;乃以地方文化產業與消費者心理導向的行銷為探討主題。其研究架構詳圖 1-1。

第二節 研究對象

壹、研究場域

本研究以六堆屏東內埔(後堆)地區具有客家文化產業代表性的相關產業為研究對象,主要的原因是內埔(後堆)地區具有相當數量的客家住民,並保存有極具特色之客家文化,而且內埔(後堆)地區擁有代表性的客家文化產業,在台灣南部客家住民結構中,可說是極具代表性的地區。其次,內埔(後堆)客家文化產業在經歷了時代變遷的背景、呈現了不同的時代背景下之不同的角色扮演與意義,將能呈現產業與整體社會環境的關聯性與影響;最後,這些地方的傳統產業開始強調地方文化的重要性與發展性,產生了許多地方產業乃以「客家文化產業」的新興發展策略,並積極舉辦多場以客家文化為基礎的大型產業休閒觀光新興發展策略,並積極舉辦多場以客家文化為基礎的大型產業休閒觀光

貳、研究對象的選取

本研究之母群體定義為參與六堆嘉年華會民眾及六堆文化園區開園 試營運活動參與者,其中以15歲至65歲間具有閱讀填答能力者、可清楚 表達意見者為研究對象進行問卷調查。抽樣時間為2007年10月1日至12月 09日,詢問填答者意願再給予填寫。

本研究訪談對象乃針對內埔地區鄉公所、農會聯合採購中心及社會 團體訪談方式進行地方特色產業調查及釐清,提出產業發展策略以促進 地方經濟發展。

叁、樣本

一、抽樣方式

本研究抽樣方式採便利抽樣法,由於時間、人力、問卷發放受限於活動期間限制下,無法對地方採用隨機抽樣的方式。並在填寫問卷前先說明填答方式與調查目的,再詢問參與活動者之受訪意願,且在訪者填完後檢查是否有漏答之處,填答完畢訪問人員直接收回。

二、樣本蒐集

本研究抽樣範圍與問卷對象主要以六堆嘉年華會與六堆文化園區開園試營運活動參與著為主。依顏月珠(1998)所著之統計學一書提及: 一般社會科學研究所容許之樣本與母體的抽樣誤差介於1%至5%之間, 故本研究僅以假設抽樣誤差不大於5(e<0.05),且信賴度為95%條件下, 其樣本數如下列公式所得:

$$n=Z~a^2/4\times(\alpha)^2~(n為樣本數)$$

$$a=(1-\alpha/2)~\alpha=0.05為容許誤差$$

$$1-\alpha/2=0.975$$

$$Za=Z~(0.975)=1.96$$
 故 $n=(1.96)^2/4\times(0.05)^2~=384(人)$

如上述公式,若誤差在可容許範圍之內,則須有效問卷為384份,本研究此次問卷共計發放800份,剔除無效問卷,實得有效問卷783份,有效問卷回收率為97.875%。除選用適合之抽樣方法外,為所抽樣本能確實說明群體實際現象,樣本大小將會影響到研究結果之準確度,故樣本越大越能精確推估母體的真實狀況與分配特性。

第三節 研究工具

本研究主要採行質的研究與量化研究進行,在不同的研究領域下, 有不同的風貌與名稱呈現(高敬文,1999;黃瑞琴,1999)。相對於量化 研究,質的研究的特徵,在於研究者必須以自身為研究工具,深入自然 的研究場域中,廣泛蒐集能夠生動描述現場的資料,最後,再以歸納的 方式,得出研究對象主體的觀點及對方型塑生活的意義(Bogdan & Biklen, 1998; Kirk & Miller, 1986)。基於上述質的研究特性,本研究探取「深 入訪談」的方式來蒐集資料。本研究之研究工具分為質化與量化兩種, 簡單說明如下;

壹、 質性研究

一、 文獻資料蒐集

本研究將透過內埔(後堆)之地方文化活動行銷、產業行銷之文獻 資料加以蒐集整理,分析出內埔地區文化、產業行銷策略的理論機制, 並利用報章、雜誌、平面媒體媒體及活動紀錄等資料,以實證研究之方 法,研析出內埔原產業的行銷模式;將理論與其實證結果相互比對,作

出適當之修正。

二、 深度訪談

乃本研究資料蒐集的方法工具之一,訪談是針對特定目的所進行面 對面的相互談話的方式,研究者本身運用口語敘述的方式,針對訪談對 象蒐集與研究有關的資料,以便對研究的現象或相關資訊有全面性深入 的了解。訪談可視結構程度及直接程度來加以分類。在結構性的訪談中, 訪談者的誤差可降到最低,適用於非專業的訪談者,相反的非結構性的 訪談可以獲得比較豐富且完整的資料,適用於較複雜的課題。另外就直 接與間接來看,直接的問題對受訪者而言較易回答,各受訪者間也代表 同樣的意義,但若遇上受訪者不願意或不能夠回答的問題時,利用間接 訪談的方式,較能夠得到研究者所需要的資料(榮泰生,2003)。訪談 過程中,研究者必須創造出一種自然的情境,讓受訪者在一種被尊重與 平等的互動關係中,進行雙向式的溝通與對話;而研究者必須本著開放 的態度與彈性的原則,讓受訪者能夠針對研究議題,充份表達自己的看 法、意見與感受(潘淑滿,2003)。其研究之成果仍須歸結為經驗理論 的建立。主要目的乃在其中的一方企圖了解他方的想法與感受等。因此, 「受」、「訪」雙方的互動,不是單單限制於言辭的往來,同時還包含非 語言的交流,作為「質的研究」的「深度訪談」,往往將訪談過程視為「交 談事件(speech events)」,強調「訪問者」與「受訪者」雙方共同進行 意義建構(joint construction of meaning)的過程(Mishler, 1986: 52-65)。换言之,「深度訪談」並非是「訪問者」去挖掘「被訪問者」存 在於個人腦海中的想法與思緒,而是透過雙方互動的交流,共同去「經 歷 」、「選取」, 經由其中過程重新組織、建構的意見與想法。因此,「深 度訪談」的所得,是彼此雙方經由持續的互動交流所營造出來的。本研 究將運用訪談方式,與當地客家文化產業部門及相關工作人員進行面對 面式的訪談,希望藉由「深度訪談」方式,讓受訪者盡情地談論相關主 題,以透過文字的敘述以及肢體語言的說明,蒐集該文化產業的行銷策 略之轉變模式與商品銷售意象的資訊。

三、 田野調查

乃針對無法透過文獻資料分析或問卷調查取得的資訊,本研究擬將 採以實地深入觀察分析的方式,建構本研究較完整之質化資料。尤其本 研究是以客家文化特色產業之消費者心理向度為研究架構,較偏重以心 理層面的消費需求及心理感受之程度,是無法透過問卷調查得知真實性 之消費者需求向度。因此,本研究希望藉著實際進入內埔(後堆)客家文化產業的消費環境,以實地體驗及觀察紀錄獲得文獻記載之外的資料,以適時修改較僵化的文獻理論,期能更加符合目前內埔(後堆)地區現實文化產業之狀況。

貳、 量化研究

一、研究工具

本研究研究者以郭百修(2000)地方文化產業化機制之研究-以美濃為例及郭品好(2004)地方文化產業行銷機制之研究-以消費者心理向度探討後,自行擬定之「客家文化特色產業行銷之消費心理問卷」為工具。以文獻探討及資料搜尋為基礎,本研究擬將消費者心理對文化特色產業行銷制度的影響向度為何?並分成消費美學意識、文化異質性、社會認同尺度三個向度,並依照研究場域所產生之不同遊客族群、不同消費年齡層的背景變項與本研究所擬之三個向度的影響關係,以及三個不同向度之各因子間的互動關係,分別作統計分析,其中本研究分別將消費美學意識、文化異質性、社會認同尺度依前述理論文獻定義出下列各項因子及其代表意涵:(一)文化異質性向度:包括懷舊風格興起、在地性的特質、歷史文化記憶等;(二)消費美學意識向度:包括自主性、功能性、個人品味、造型美學等;(三)客家文化體驗:包括感受樸實、功能性、個人品味、造型美學等;(三)客家文化體驗:包括感受樸實、體驗早期生活、傳統文化記憶等;(四)一般消費權利:包括價錢合理性、消費預算、品質優劣等;(五)社會認同尺度:包括自然風格的強化、社會認同及文化服務等。

二、題型量表設計

本研究問卷分為三大部分,第一部分為個人基本資料,第二部份為 客家特色產業消費心理向度,第三部分為遊客屬性,其問卷內容如下: (一)個人基本資料

此部份為參與六堆嘉年華會活動者與六堆文化園區開園試營運活動民眾個人基本資料,以了解不同性別、年齡層、婚姻狀況、教育程度及職業的參與者與活動之狀況。

(二) 客家特色產業消費心理向度

此部份主要在瞭解活動參與者參與客家特色產業之感受,且本研究將特色產業消費心理向度分消費美學意識、文化異質性、社會認同程度、一般消費權利與意識及整體消費滿意度五個探討層面。並使用李克特量

表(Likert)的5分法為評分方式,依序為「非常同意」、「很同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」五個尺度。藉由得分加總後算出文化異質性總分、消費美學總分、客家文化體驗總分、一般消費權利及意識總分、社會認同程度總分及消費滿意度總分,和各因素構面得分加總來探討本研究之相關。

(三)遊客屬性

此部分為本研究樣本參與六堆相關活動客觀看法,依其參與活動後感想,加以分析並透過活動參與特性來了解參與者目前居住地、相關活動資訊來源、前來理由、消費產品品項及主要到訪地方與六堆地區應加強哪些建設設施,是否為客家特色產業帶來相關之效益。

三、問卷發展

為提升問卷之信度與效度,本研究所提出兩層面以其共同因素來解釋各題項之間的關係程度及便利後續分析。其問卷發展如下:

(一) 消費者心理量表

1、問卷編制

本研究體驗行銷衡量變項分為四構面共 43 題, 題號 1-12 為「消費 美學意識」, 題號 13-24 為「文化異質性」, 題號 25-36 為「社會認同 程度」, 題號 37-43 為「一般消費權利與意識」, 並採用 Likert 五分法 為評分方式來評分。

2、項目分析

本研究將回收之 783 份有效問卷,進行內部一致性效標分析法 (criterion of internal consistency) 及相關分析法 (correlation analysis)。前者將受訪者在量表得分的總和依高低分排序,並依高分組(前 27%) 與低分組(後 27%) 受訪者在同一題得分之 t 檢定,其值即所謂的決斷值 (critical ratio; CR) (張紹勳、林秀娟,1995; Thomas & Nelson, 1990),後者即計算每項目與總分的積差相關,相關係數未達.30以上標準者,即表示該題未能區分受試者反應程度(無鑑別作用),應予剔除(李金泉,1993)。本研究量表分析後,發現量表之決斷值及 與總分相關皆達到水準,故皆不予刪除(見表 3-1)。

表 3-1 客家特色產業消費心理向度量表項目分析摘要表

項目	題	目	決斷值(CR)	與量表總分相關
P1	我覺得客家特色產品應有創意		20.151*	.628**
P2	我重視客家產品包裝設計美感		22.474 *	.685**
Р3	我會注重客家產品造型美感		23.323*	.681**
P4	我會注重客家產品的質地輕巧與方便	携带	18.398*	.627**
P5	我認為客家產品具有其實用性	. ,	15.346 *	.568**
P6	我覺得客家特色產品應加強品質及實	用的功能	15.151*	.545**
P7	我認為客家特色產品有重視裝飾功能	, , ,	14.521*	543**
P8	我認為客家特色產品應兼具送禮及自	用兩相宜	17.469 *	.589**
P9	我喜歡購買符合個人風格性的客家產	다 마다	23.022*	.659**
P10	我喜歡具有客家族群風格設計的產品		25.833 *	.701**
P11	我覺得購買客家文化產品會提昇我個	人品味	22.856 *	.676**
P12	我喜歡具有客家意象的特色產品	•	25.642*	.700**
P13	我認為客家產品需有客家地方	文化特色	17.505*	.596**
P14	我選擇在此地購買產品是因為產品具	客家特色	21.814*	.624**
P15	我選擇此地消費是因為無法在其他地		16.340*	.541**
P16	我選擇來此地是因為這裡具有豐富客		21.172*	.618**
P17	我認為客家特色產品應具有懷舊的風		18.916 *	.595**
P18	我喜歡感受客家樸實生活的經驗		19.224 *	.662**
P19	我喜歡感受或體驗早期的客家生活經	驗	19.301*	.640**
P20	我認為體驗客家可以認識客家文化		18.069 *	.618**
P21	我覺得這裡客家產品具有傳統客家社	會文化記憶	21.495*	.664**
P22	我會因為產品具有客家文化特色而產	生消費意願	22.992*	.679**
P23	我認為消費客家特色產品有助於了解		19.751*	.650**
P24	我認為客家特色產品有文化創新內涵		23.836*	.683**
P25	我認為客家產品應強調環保訴求		15.947 *	.567**
P26	我偏好手工製作的客家產品		19.441 *	.626**
P27	我喜歡使用天然素材製造的客家產品		19.185 *	.651**
P28	我覺得客家產品不會過度人工化		21.470*	.650**
P29	我會因為客家產品有口碑而消費		21.334*	.648**
P30	我認為此地客家特色產業能夠代表客	家族群文化	20.024*	.620**
P31	我是因為朋友介紹或廣告對客家產品	有消費行為	17.375*	.554**
P32	我會因為這裡客家特色產品有知名度	而前來消費	18.313*	.581**
P33	我會希望銷售地點有提供客家文化導	覽解說服務	17.725 *	.614**
P34	我會希望在此地體驗早期的客家生活		15.802*	.564**
P35	我會希望此地有相關體驗客家文化產	品DIY製作活動	15.848 *	.572**
P36	我認為此地有豐富客家文化活動可吸	收文化知識	19.776 *	.628**
P37	我重視客家產品的價格是否合理		17.299 *	.598**
P38	我會喜歡在具有口碑的客家特色商店	消費	19.058 *	.642**
P39	我去客家特色商店消費通常會比原本	預算買的還多	17.143 *	.561**
P40	我會對客家特色產品貨比三家以免吃	虧	11.052*	.454**
P41	我重視客家產品的售後服務良好		15.768 *	.570**
P42	我重視客家產品銷售人員的服務態度		15.795*	.598**
P43	我重視客家產品的品質是否優良		17.131 *	.617**

^{*}P<.05 ** P<.01

3、因素分析

本研究採用主成分分析法來萃取共同因素,並抽取特徵值大於 1.00

的因素,並以Cattell (1966)之陡階檢驗判斷因素數目,以免因素過多 (黃光國,1993; DeVellis, 1991)。結果發現以抽取共同因素分析,採取最大負荷量高於 0.45,且其因素負荷量低於 0.30 為標準 (McAuley & Courneya, 1994; Chelladurai & Saleh, 1980),所得各因素的項目內容最具意義。本研究將所有題目進行因素分析,所有題目均達顯著水準,故皆不予刪除。

經由球形檢定及 KMO 檢定,發現『消費者心理向度』球形檢定之卡方值為 21089.031, KMO 值為.958,且總解釋變異量達 61.757%,並將其因素命名為「文化異質性」、「消費美學意識」、「客家文化體驗」、「一般消費權利」、「社會認同程度」等五構面(如表 3-2)。

表 3-2 客家特色產業消費心理向度量表因素分析摘要表 N=783

項目	因素1	因素2	因素3	因素4	因素5	共同性
P16	.753					.520
P15	.740					.352
P14	.737					.559
P31	.719					.376
P30	.710					.474
P39	.680					.441
P29	.671					.495
P32	.632					.394
P28	.625					.531
P22	.607					.637
P38	.571					.476
P11	.567					.569
P24	.552					.545
P9	.543					.578
P10	.542					.609
P12	.506					.463
P6		.698				.567
P3		.680				.621
P2		.669				.670
P4		.653				.580
P8		.648				.549
P7		.638				.441
P5		.618				.490
P1		.616				.597
P20		.010	.743			.510
P19			.733			.591
P18			.702			.549
P17			.632			.548
P35			.592			.469
P34			.567			.415
P21			.530			.611
P23			.528			.519
P33			.512			.447
P13			.478			.440
P36			.462			.583
P42			.402	.756		.655
P41				.744		.667
P43				.732		.604
P37				.732 .657		.663
P40				.481		.493
P40 P25				.401	.604	.385
P23 P27					.568	.557
P27 P26						.337 .474
P20 特徴值	7.914	5.629	5.476	3.694	.544 1.944	.4/4
總變異%	18.404	13.091	12.734	8.590		
稳變異%	18.404	31.495	44.229	52.819	4.520 61.757	
信度	.931	.877	.906	.864	.722	.959

註:因素1:文化異質性,因素2:消費美學意識,因素3:客家文化體驗,因素4:一般消費權利

因素 5:社會認同程度

4、消費者心理向度信度及效度分析

邱皓政(2000)曾指出,信度的評量可以說是一個量表堪用程度的必要條件,一般以各種係數低於.7以下為準為信度不良,表示該量表的可靠性不佳,有關量表之效度,經由項目分析顯示最後選定的題目,其決斷值(CR)均超過6以上,顯示這些題目均能有效分辨出高低受試者之特質,其效度應可接受之範圍(葛樹人,1991)。

本量表共 43 題粹取五個因素,其中「文化異質性」之 α =. 931、「消費美學意識」之 α =. 877、「客家文化體驗」之 α =. 906、「一般消費權利」之 α =. 864、「社會認同程度」之 α =. 722。Alpha 值為 0.931 至 0.722之間,值皆大於 0.7 的高信度標準,表示信度相當良好,顯示問卷變項具內部一致性與穩定性。在效度分析部分,總解釋變異量為 61.757%,符合建構效度的要求(如上表表 3-2)。

(二) 消費者滿意度量表

1、問卷編制

本研究滿意度衡量變項分為一構面共7題,為「整體消費滿意度」, 並採用 Likert 五分法為評分方式來評分。

2、項目分析

本研究涉入程度經分析後,發現量表之決斷值及與總分相關皆達到 水準,故皆不予刪除(見表 3-3)。

項目	題	目	決斷值(CR)	與量表總分相關
P44	我會希望客家特色產品行銷至	全台各地	26.215*	.756**
P45	我會推薦親朋好友購買客家特	色產品	31.819*	.790**
P46	若有機會我還會再次來此地造	訪及消費	32.060*	.813**
P47	我覺得消費客家特色產品能使	我感到滿意	32.691*	.834**
P48	整體而言,我對客家特色產品	的消費體驗感到滿意	31.543*	.831**
P49	整體而言,我對客家食品的口	感感到满意	27.611*	.797**
P50	整體而言,我對客家食品的衛	生安全感到滿意	31.021*	.822**

表 3-3 客家特色產業消費滿意度量表項目分析摘要表

3、因素分析

『消費者滿意度』球形檢定之卡方值為 3472.950, KMO 值為.891, 且總解釋變異量達 76.858%,並將其因素命名為「消費滿意度」、「推薦 與再購意願」二因素(如表 3-4)。

^{*}P<.05

表 3-4 客家特色產業消費者滿意程度因素分析 N=783

項目	題目	因素1	因素2	共同性
P47	我覺得消費客家特色產品能使我感到滿意	.852		.680
P48	整體而言,我對客家特色產品的消費體驗感到滿意	.846		.735
P49	整體而言,我對客家食品的口感感到滿意	.836		.689
P50	整體而言,我對客家食品的衛生安全感到滿意	.614		.693
P44	我會希望客家特色產品行銷至全台各地		.850	.486
P45	我會推薦親朋好友購買客家特色產品		.848	.615
P46	若有機會我還會再次來此地造訪及消費		.689	.690
特徵	值	2.872	2.508	
佔總	變異之百分比	41.024	35.834	
佔總	變異之累積百分比	41.024	76.858	
Alph	a 值	.886	.800	.835

註:因素1:消費滿意度,因素2:推薦與再購意願

4、消費者滿意度信度及效度分析

本量表共7題粹取為三因素,其「消費滿意」之 α =.886、「推薦與再購意願」之 α =.800。Alpha 值為 0.886 至 0.800 之間,值皆大於 0.7 的高信度標準,表示信度相當良好,顯示問卷變項具內部一致性與穩定性。在效度分析部分,總解釋變異量為 76.858%,符合建構效度的要求(見上表表 3-4)。

四、因素內容與命名

第一因素為客家產品具有兼具送禮及自用兩相宜、客家地方文化特色、體驗客家文化、懷舊的風格、樸實生活的經驗、客家生活經驗、認識客家文化、傳統客家社會文化記憶、了解客家歷史文化、文化創新內涵等因素內容為主,故以「文化異質性」為名;第二因素為客家產品應有創意、包裝設計美感、產品造型美感、質地輕巧、產品具有其實用性、實用的功能、裝飾功能、符合個人風格性、客家族群風格設計、提昇我個人品味及客家意象等美感因素內容有關,故以「消費美學」為名;第三因素與代表客家族群文化、導覽解說服務、提供實際體驗早期客家生活及吸收文化知識等客家文化體驗因素內容為主,故以「客家文化體驗」為名;第四因素與價格是否合理、貨比三家以免吃虧、售後服務良好、人員的服務態度及品質是否優良等因素內容為主,故以「消費權利」為名;第五因素與手工製作、天然素材、反過度人工化、產品有口碑、代

表客家族群文化、等社會認同因素內容為主,故以「社會認同」為名。

消費者滿意度第一因素乃以消費客家產品、體驗客家產品及客家食品感到滿意,故以「消費滿意度」為名;第二因素與客家特色商品行銷、再次購買及再次造訪意願,故以「推薦與再購意願」為名。

第四節 研究步驟

本研究之研究步驟,乃先確定研究取向,選擇研究標的與相關論文 資料搜尋,再根據其理論做研析釐清出所謂的客家文化地方產業消費者 心理來做研析。再此本研究將針對客家文化之「產業面」及「消費者心 理面」做探討,提出研究個案分析,此一步驟為實證研究。從中驗證理 論並確立地方文化產業之消費者心理因子,最後給予結論及建議,本研 究之研究流程步驟圖為下;

第五節 資料處理

台灣目前的企業研究中,許多變數的分配形式趨近於標準常態分配,這種分配是統計學上最重要的理論分配,為敘述統計之基礎,也是統計推定的基礎。

多變量分析:統計學中的多變量分析(multivariate analysis),或稱多變量分析統計(multivariatestatistical analysis),可以用來同時分析兩個或兩個以上依變項的觀察資料。多變量分析有許多理論方法,本研究將採用多變量變異數分析(Wilk' Λ),分析地方文化產業之不同背景變項對地方行銷所衍生之產業行銷機制影響分析。本研究擬將所蒐集之資料透過分析整理及問卷調查結果,瞭解消費者對客家特色產業之反應。因此,利用多變量分析選取合適之應變項目,應用於基本數學模式之幾何圖形並說明其各變項間的關聯性,最後導論出個體反應的主要因素。

本研究依據研究目的,進行資料蒐集,並將蒐集之資料整理編號

(code),輸入電腦並使用統計分析工具 SPSS 12.0版 統計軟體進行統計分析,而依資料之類別及欲驗證之內容,針對先前各項假設檢定所提及之資料分析方法,採用不同統計分析方法,簡述如下:

壹、描述性統計 (Descriptive statistics Analysis):

本研究依據受試者之性別、年齡、學歷等個人基本資料及活動參與 特性,分析與研究所需應用到之描述性統計,並以次數分配、平均數、 百分比及標準差等分析方式來描述樣本特性及各變項之分佈情形。

貳、獨立樣本T 檢定 (Independent-Samples T Test):

T 檢定是為了比較兩組獨立樣本測量值的平均數是否相等,目的在於瞭解兩樣本平均數之間是否有差異存在,此兩組受試者均為獨立個體 且其反應不相互影響。

參、單因子變異數分析(One way-ANOVA):

單因子變異數分析主要用來檢定各組別兩個以上之平均數是否有顯 著差異,以及兩組別整體平均數之差異性。

肆、相關 (Correlation)

以Pesrson基差相關來探討消費者心理向度與消費滿意度間的相關性。

伍、信度分析(Reliability Analysis)

分別針對不同衝突處理方式進行線性迴歸分析。本研究採線性迴歸 分析,以了解客家特色產業消費心理像度及消費滿意度兩項之相關程度。

陸、信度分析(Reliability Analysis)

信度分析之意義旨在評斷量測結果的可信程度。在信度分析中最常使用的檢定方法為Cronbach Alpha 係數,是試題之間相互關聯程度的函數。Alpha 值介於0 與1 之間,Alpha 值至少需要在0.5 以上,Alpha 值越高,代表測驗所獲得之可信度越高。

柒、因素分析(Factor Analysis)

因素分析的目的即在因素結構的簡單化,減少題項的數目,使之變為一組較少而彼此相關較大的變項,此種因素分析方法,意即簡化變項之間的複雜性,並且保持對原有變項的最大可能解釋量。

第四章 結果與分析

本章問卷調查所得資料經由SPSS統計軟體分析,並將結果與相關理 論與文獻進行討論。全章共分為三節,第一節為受試者個人基本資料分 析;第二節為受試者參與狀況與心理向度分析;第三節為不同背景試測 者對客家特色產品之差異比較。

第一節 樣本結構分析

壹、樣本之性別分析

本研究共回收有效問卷 783 份,其中男性 331 人,佔 42.27%;女性 452 人,佔 57.73% (如表 4-1-1)。本研究樣本顯示男女比例差異不大, 唯女性略高於男性。

表 4-1-1 受試者性別分析摘要表

	人數	百分比	累積百分比
男性	331	42.27	42.27
女性	452	57.73	100.00
總和	783	100.00	

貳、樣本之年齡分析

本研究樣本在年齡層分布,以 40-50 歲年齡層最多,共有 248 人,佔 $31.67\% \circ 30-40$ 歲其次,共 231 人,佔 29.50%,而以 50 歲以上年齡層最少,僅 129 人,佔 16.48%(如表 4-1-2)。

表 4-1-2 受試者年齡層分析摘要表

年齢層	人數	百分比	累積百分比
30歲以下	175	22.35	22.35
30~40歲	231	29.50	51.85
40~50歲	248	31.67	83.52
50歲以上	129	16.48	100.00
總和	783	100.00	

叁、樣本之婚姻狀況分析

本研究樣本在婚姻狀況分布,以已婚者最多,共有541人,佔69.09%,未婚次之,共242人,佔30.91%,(如表4-1-3)。

表 4-1-3 受試者婚姻狀況分析摘要表

婚姻狀況	人數	百分比	累積百分比
已婚	541	69.09	69.09
未婚	242	30.91	100.00
總和	783	100.00	

肆、樣本之族群分析

本研究樣本在族群分布,以客家族群為最多,共有 377 人,佔 48.15%,閩南族群次之,共 345 人,佔 44.06%,其他則共有 61 人,佔 7.79%(如表 4-1-4)。

表4-1-4 受試者族群分析摘要表

族群	人數	百分比	累積百分比
客家	377	48.15	48.15
閩南	345	44.06	92.21
其他	61	7.79	100.0
總和	783	100.00	

伍、樣本之教育程度分析

本研究經整理後,共分為國中(含)以下、高中職、專科、大學以上四個級距,有效樣本為 783 人。由表 4-1-5 所示,以高中職最多,有 273 人,佔 46.76%;其次為大學以上,227 人,佔 28.98%;而國中以下最少,僅 93 人,佔 11.89%。由此可知其受試者教育程度大約都在高中職 左右。

表 4-1-5 受試者教育程度分析摘要表

教育程度	人數	百分比	累積百分比
國中以下	93	11.89	11.89
高中、職	273	34.87	46.76
專科	190	24.26	71.02
大學以上	227	28.98	100.0
總 和	783	100.00	

陸、樣本之長住經驗分析

本研究樣本在受試者是否有長住在六堆之經驗分析,以有居住過六堆一年以上為最多,共有443人,佔56.58%,沒有長住過六堆經驗者次之,共340人,佔43.42%,(如表4-1-6)。

表 4-1-6 受試者常住經驗摘要表

	人數	百分比	累積百分比
有	443	56.58	56.58
沒有	340	43.42	100.0
總和	783	100.00	

柒、樣本之職業分析

本研究依中華民國職業分類,分別為「現役軍人」、「民意代表、行政主管、企業管理、」、「專業人員」、「技術及專業助理人員」、「事務工作人員」、「服務工作人員及售貨員」、「農林漁牧工作人員」、「技術工及有關工作人員」、「機械設備操作工及組裝工」、「非技術工及體力工」及「其他」、本研究經整理後,共分為軍警民意代表、專業服務、農林漁牧技術

及其他四個級距,有效樣本為 783 人。由表 4-7 所示,以專業服務人員最多,有 273 人,佔 34.87%;其次為其他,227 人,佔 28.98%;而軍窘民意代表最少,僅 93 人,佔 11.88%。由此可知其受試者之職業大約都是專業服務人員(如表 4-1-7)。

表 4-1-7 受試者職業摘要表

	人數	百分比	累積百分比
軍警民意代表	93	11.88	11.88
專業服務人員	273	34.87	46.75
農林漁牧技術人員	190	24.27	71.02
其他	227	28.98	100.0
總和	783	100.00	

捌、樣本之收入分析

本研究樣本在受試者收入分析,以月收入 3-5 萬元為最多,共有 278 人,佔 35.50%,其次是 2 萬元以下者,共 224 人,佔 28.61,2-3 萬者為最少數,共有 139 人,佔 17.75% (如表 4-1-8)。

表 4-1-8 受試者收入摘要表

	人數	百分比	累積百分比
2萬以下	224	28.61	28.61
2~3萬元	139	17.75	46.36
3~5萬元	278	35.50	81.86
5萬元以上	142	18.14	100.0
總和	783	100.00	

第二節 消費者參與狀況與心理向度分析

本研究探討之客家特色產業活動以「六堆嘉年華會」、「六堆文化 園區開園試營運」二個為主。將受試者參與客家特色產業活動參與現況 依參與狀況及心理向度兩部份加以探討,其探討如下:

壹、 消費者對客家特色產業之參與行為

一、消費者使用交通工具分析

由表 4-2-1 所示,本研究受試者所使用之交通工具前四名依序為開車(佔 60.41%),其他(佔 19.16%),步行(佔 12.77%),乘坐大眾運輸(佔 7.66%)。由此可知消費者前往六堆地區消費客家特色產業商品以自行開車為最多,搭乘大眾運輸最少。

	人數	百分比	排序	
乘坐大眾運輸	60	7.66	4	
開車	473	60.41	1	
步行	100	12.77	3	
其他	150	19.16	2	

表4-2-1消費者使用交通工具分析摘要表

二、消費者獲得資訊管道來源分析

由表 4-2-2 所示,本研究受試者得知活動資訊來源前五名依序為報章雜誌報導(佔 46.49%),政府行銷活動(佔 38.82%),親友推薦(佔 37.16%),網路資訊(佔 20.56%),其他(佔 13.92%)。由上述資料可知近年來行政院客家委員會針對客家特色商品活動行銷及報章雜誌頻面媒體宣傳具相當功效。

表4-2-2 消費者獲得資訊管道摘要表

	人數	百分比	排序
政府行銷活動	304	38.82	2
報章雜誌報導	364	46.49	1

親友推薦	291	37.16	3
網路資訊	161	20.56	4
其他	109	13.92	5

三、消費者前來六堆的理由分析

本研究受試消費者前來六堆的理由前三名依序為旅遊(佔32.82%), 參加活動(佔32.31%), 親子同遊(佔28.48%), 而最低三項分別為其他(佔18.77%), 拜訪親友(佔9.83%), 校外教學(佔7.02%)。此結果顯示, 受試者以旅遊及參加活動為主(如表4-2-3)。

表 4-2-3 消費者前來六堆的理由分析摘要表

	人數	百分比	排序
參加活動	253	32.31	2
旅遊	257	32.82	1
親子同遊	223	28.48	3
校外教學	55	7.02	6
拜訪親友	77	9.83	5
其他	147	18.77	4

四、消費者前來六堆的目的與消費產品分析

本研究受試消費者前來六堆的目的與消費產品前三名依序為參加活動(佔45.85%),當地特產(佔36.65%),餐飲消費(佔31.55%),而最低三項分別為參加旅行團(佔14.18%),民生用品(佔11.37%),其他(佔8.43%)。此結果顯示,受試者以參加活動及當地特產為主(如表4-2-4)。

表 4-2-4 消費者前來六堆的目與消費產品分析摘要表

	人數	百分比	排序
紀念品	145	18. 52	4
當地特產	287	36.65	2
參加活動	359	45.85	1
參加旅行團	111	14. 18	5
餐飲消費	247	31.55	3
民生用品	89	11.37	6
其他	66	8. 43	7

五、消費者此次主要到訪的六堆地區之分析

本研究受試消費者此次到訪主要的六堆地區前三名依序為內埔地區(佔49.55%),萬巒地區(佔27.84%),新埤地區(佔27.08%),而最低三項分別為長治地區(佔16.99%),佳冬地區(佔11.75%),高樹地區(佔10.60%)。結果顯示,受試者以內埔地區為主要到訪地區,這與六堆嘉年華會及六堆文化園區開園試營運之地理位置有相當關係存在,新埤地區則是因此次第43屆六堆運動於新埤地區舉辦有實際關係(如表4-2-5)。

表 4-2-5 消費者前來六堆的主要到訪地區分析摘要表

	人數	百分比	排序
內埔地區	388	49. 55	1
新埤地區	212	27. 08	3
長治地區	133	16. 99	6
麟洛地區	188	24. 01	4
高樹地區	83	10.60	8
萬巒地區	218	27. 84	2
竹田地區	153	19. 54	5
佳冬地區	92	11.75	7

六、消費者最喜歡到訪的六堆地區之分析

本研究受試消費者此次最喜歡到訪的六堆地區前三名依序為內埔地區(佔47.77%),萬巒地區(佔38.95%),竹田地區(佔21.97%),而最低三項分別為長治地區(佔長治地區%),佳冬地區(佔12.90%),高樹地區(佔9.83%)。結果顯示,受試者以內埔地區為最喜歡到訪之六堆地區,因內埔地區保有相當濃厚的客家文化及其所延伸之客家產業(如表4-2-6)。

表 4-2-6 消費者喜歡到訪的六堆地區分析摘要表

	人數	百分比	排序
內埔地區	374	47. 77	1
新埤地區	160	20.43	4
長治地區	102	13.03	6
麟洛地區	141	18.01	5
高樹地區	77	9.83	8
萬巒地區	305	38. 95	2
竹田地區	172	21.97	3
佳冬地區	101	12. 90	7

七、消費者認為最具有發展潛力之分析

本研究受試消費者此次最喜歡到訪的六堆地區前三名依序為內埔地區(佔40.61%),萬巒地區(佔30.01%),麟洛地區(佔25.54%),而最低三項分別為長治地區(佔18.77%),高樹地區(佔15.43%),佳冬地區(佔15.33%)。結果顯示,受試者以內埔地區為最具發展潛力之六堆地區,其次萬巒具全國聞名豬腳及客家傳統建築,而麟洛地區則是六堆文化園區成立為當地帶來發展潛力(如表4-2-7)。

表 4-2-7 消費者認為最具潛力的六堆地區分析摘要表

	人數	百分比	排序
內埔地區	318	40.61	1
新埤地區	197	25. 16	4
長治地區	147	18.77	6
麟洛地區	200	25. 54	3
高樹地區	121	15. 43	7
萬巒地區	235	30.01	2
竹田地區	179	22.86	5
佳冬地區	120	15. 33	8

八、消費者印象最好之六堆地區分析

本研究受試消費者印象最好的六堆地區前三名依序為內埔地區(佔47.51%),萬巒地區(佔36.91%),竹田地區(佔27.33%),而最低三項分別為佳冬地區(佔14.18%),長治地區(佔13.41%),高樹地區(佔9.96%)。結果顯示,受試者以內埔地區為六堆印象最好之地區(如表4-2-8)。

表 4-2-8 消費者認為印象最好之六堆地區分析摘要表

	人數	百分比	排序
內埔地區	372	47. 51	1
新埤地區	161	20.56	4
長治地區	105	13. 41	7
麟洛地區	121	15. 45	5
高樹地區	78	9. 96	8
萬巒地區	289	36. 91	2
竹田地區	214	27. 33	3
佳冬地區	111	14. 18	6

九、消費者認為六堆應加強之設施分析

本研究受試消費者認為目前六堆地區應加強之設施,其依序為古蹟保存(佔52.11%),其次有二,分別為;景觀美化(佔50.57)、文化旅遊(佔50.57%),第三則為交通便利(佔45.98%),第四為健康飲食(佔41.38%),第五為民宿需求(佔34.99%),第六為手工藝品(佔30.27%),最後為其他(佔10.37%),此結果顯示,問卷所列六堆應加強之設施彼此間差異並不很明顯,故研究發現以目前六堆地區而言,這些均為各客家特色產業景點應加強之設施(如表4-2-9)。

表 4-2-9 消費者認為六堆地區應加強之設施分析摘要表

	人數	百分比	排序
文化旅遊	396	50. 57	2
健康飲食	324	41.38	4
古蹟保存	408	52. 11	1
民宿需求	274	34. 99	5
手工藝品	237	30. 27	6
景觀美化	396	50. 57	2
交通便利	360	45. 98	3
其他	84	10.73	7

第三節 探討不同背景消費者行為之比較

本節將以消費者心理向度及消費滿意度二個層面的關係作探討,並 針對二個層面將不同背景民眾區分為性別、年齡、婚姻狀況、所屬族群、 教育程度、長住經驗、職業及收入等八項不同因素作為探討。

壹、 不同背景消費者心理向度之比較

一、 性別

表4-3-1中顯示,不同性別之民眾對客家特色產品各項消費向度差異比較,只有在「文化體驗因素」達顯著水準,其餘因素均未達顯著水準,顯示男性與女性在客家特色產業消費心理方面之感受趨於一致。本研究與鄒文恩(2005)體驗行銷、體驗價值、顧客滿意與行為意向關係之研究的研究比較,鄒文恩之研究結果顯示,不同性別之民眾在「整體情感體驗與行動體驗」方面差異均達顯著水準,其結果與本研究不甚相符,其原因可能與受試樣本不同有關。

表4-3-1 不同性別對客家特色產業消費心理向度、滿意度t考驗摘要表 (N=783)

變數	組別	個數	平均數	標準差	t值
十	男	326	59. 9018	11.0215	. 109
文化異質因素	女	450	59. 9844	9. 9970	. 109
沙弗 关键 田 丰	男	330	32. 7394	4. 5595	. 805
消費美學因素	女	450	32. 4644	4. 8257	. 000
六儿蹦跃囚 圭	男	331	45. 7432	6. 1193	9 951¥
文化體驗因素	女	450	44. 7311	6. 2755	2. 251*
冰弗梅利田 丰	男	331	20.6103	3.0919	1 100
消費權利因素	女	452	20. 3429	3. 1220	1. 189
社會認同因素	男	331	12. 0876	1.9073	. 942
但目配門四京	女	452	12. 2235	2. 1061	. 342
消費心理向度總	男	326	171.0920	22. 4960	0.50
分	女	446	169. 7220	21.7680	. 852
水弗	男	331	15. 9033	2.6047	2. 250*
消費滿意因素	女	452	15. 4823	2.5726	2. 200↑
4 度立応日 4	男	331	12.0725	2.0540	200
推廣意願因素	女	452	12. 0310	2.0523	. 280
哲幽汝亦饷八	男	331	27. 9758	4. 2993	1. 487
整體滿意總分	女	452	27. 5133	4. 2979	1.401

^{*}p<.05

二、 婚姻狀況

表4-3-2中顯示,不同婚姻狀況之消費者在客家特色產業消費心理向 度及滿意度比較,各因素差異均未達顯著水準。上述結果顯示與鄒文恩 (2005)的研究比較,鄒文恩之研究結果顯示,不同婚姻狀況在「整體感 官體驗」方面差異均未達顯著水準,其結果與本研究結果相符。

表4-3-2 不同婚姻狀況對客家特色產業消費心理向度、滿意度t考驗摘要表 (N=783)

變數	組別	個數	平均數	標準差	t值
文化異質因素	已婚	537	60. 1769	10. 3986	. 909
文化共真凶系	未婚	239	59. 4393	10. 5131	. 909
冰弗 羊 與 田 丰	已婚	539	32. 4991	4.7084	. 724
消費美學因素	未婚	241	32. 7635	4. 7309	. 124
十儿蛐瓜田丰	已婚	540	45. 1870	6. 1584	101
文化體驗因素	未婚	241	45. 0996	6. 3874	. 181
冰弗描利田 丰	已婚	541	20. 4048	3. 0533	. 688
消費權利因素	未婚	242	20. 5702	3. 2370	. 000
计合切口田主	已婚	541	12. 1442	2.0488	. 451
社會認同因素	未婚	242	12. 2149	1.9716	. 451
消費心理向度總	已婚	535	170. 4000	22. 2917	100
分	未婚	237	170.0759	21.6204	. 188
水弗	已婚	541	15. 7043	2. 5908	700
消費滿意因素	未婚	242	15. 5620	2.6003	. 708
孙度	已婚	541	12. 1201	1.9903	1 461
推廣意願因素	未婚	242	11.8884	2. 1787	1. 461
哲蹦出立响入	已婚	541	27. 8244	4. 2278	1 194
整體滿意總分	未婚	242	27. 4504	4. 4609	1. 124

*p<.05

三、長住經驗

表4-3-3中顯示,在是否居住過六堆地區長時間(或一年以上)之消費者在客家特色產業消費心理向度及滿意度比較,各因素之差異均達顯著水準。顯示居住過六堆地區較長時間(或一年以上)之消費者在客家特色產業消費心理向度及滿意度顯著高於無居住過六堆地區之消費者。

表4-3-3 不同長住六堆經驗對客家特色產業消費心理向度、滿意度t考驗摘要表 (N=783)

變數	組別	個數	平均數	標準差	t值
文化異質因素	有	438	61. 1689	10. 2713	3. 737*
文化共具凶系	沒有	338	58. 3698	10. 4434	J. 131*
消費美學因素	有	441	33. 5057	4.4854	6. 409*
内貝夫字凸系	沒有	339	31. 3776	4.7386	0.409**
文化體驗因素	有	442	46. 2353	5. 9976	5. 618*
文 1	沒有	339	43. 7581	6. 2479	J. 010 [*]
冰弗梅利田 丰	有	443	20. 7675	2.9944	3. 219*
消費權利因素	沒有	340	20.0500	3. 2142	3. Z19 [*]
山人切口田老	有	443	12. 4244	2.0013	4 110¥
社會認同因素	沒有	340	11.8294	2.0074	4. 118*
消費心理向度總	總 有 436 174		174. 1307	21.1003	E E00∜
分	沒有	336	165. 3304	22. 3487	5. 599*
沙弗	有	443	15. 9774	2.5490	2 042₩
消費滿意因素	沒有	340	15. 2471	2.5952	3. 943*
孙度	有	443	12. 4695	1.9832	6. 737*
推廣意願因素	沒有	340	11.5000	2.0125	0. 1314
整體滿意總分	有 443		28. 4470	4.1197	5. 585*
正腹兩思總分	沒有	340	26. 7471	4. 3498	J. JOJA

***** p<.05

四、年龄

表4-3-4中顯示,不同年齡層之消費者在客家特色產品消費心理向度 與滿意度比較,除「文化體驗」與「消費滿意因素」及「整體滿意總分」 (經Scheef法事後比較分析發現,組間無顯著差異)之差異達顯著水準 外,其餘各因素與整體體驗行銷經驗差異均未達顯著水準,顯示各年齡 層在消費客家特色產品之感受,除文化體驗與消費滿意因素外,其餘因 素消費者對客家特色產品消費心理向度與滿意度均趨於一致。本研究與 鄒文恩(2005)的研究比較,鄒文恩之研究結果顯示,不同年齡在「整體 感官體驗」方面差異均未達顯著水準,其結果與本研究相符,顯示各年 齡層在消費客家特色產品方面感受相同。

表4-3-4 不同年齡對客家特色產業消費心理向度與滿意度t考驗摘要表 (N=783)

變數	組別 A.30歲以下	個數 172	平均數 59.6802	標準差 10.3764	F值	事後考驗
	B.30-40歲	230	59.2913	9.8534		
文化異質因素	C.40-50歲	247	60.4008	10.3093	.677	
	D.50歲以上	127	60.6299	11.7317		
all the V co mark	A.30歲以下	173	32.5260	4.6550		
	B.30-40歲	231	32.3420	4.7365		
消費美學因素	C.40-50歲	247	32.6397	4.7451	.509	
	D.50歲以上	129	32.9690	4.7185		
	A.30歲以下	174	44.6149	6.3260		
文化體驗因素	B.30-40歲	231	44.7403	6.2882		
	C.40-50歲	247	44.9271	6.3843	5.135*	$D > A \cdot B \cdot C$
	D.50歲以上	129	47.0930	5.3054		
	A.30歲以下	175	20.3543	3.0457		
业弗世石中主	B.30-40歲	231	20.3810	3.2761		
消費權利因素	C.40-50歲	248	20.2903	3.0602	1.898	
	D.50歲以上	129	21.0465	2.9497		
	A.30歲以下	175	12.1943	2.0192		
	B.30-40歲	231	12.1169	2.0492		
社會認同因素	C.40-50歲	248	12.1411	2.0814	.169	
	D.50歲以上	129	12.2636	1.8896		
	A.30歲以下	170	169.2412	21.3482		
消費心理向度	B.30-40歲	230	168.9261	21.8128		
總分	C.40-50歲	245	170.3469	22.9277	1.699	
	D.50歲以上	127	174.1181	21.6332		
	A.30歲以下	175	15.5886	2.5239		
沙弗沙立 四 ±	B.30-40歲	231	15.5108	2.5688		
消費滿意因素	C.40-50歲	248	15.5000	2.6049	3.548*	$D>B\cdot C$
	D.50歲以上	129	16.3333	2.6290		
	A.30歲以下	175	11.8571	2.2043		
4. 唐 立 匹 田 🛨	B.30-40歲	231	11.9048	1.9268		
推廣意願因素	C.40-50歲	248	12.1210	2.0817	2.460	
	D.50歲以上	129	12.4264	1.9597		
	A.30歲以下	175	27.4457	4.3702		組間無顯著差異
的蹦出立场入	B.30-40歲	231	27.4156	4.1797		
整體滿意總分	C.40-50歲	248	27.6210	4.3400	3.203*	
	D.50歲以上	129	28.7597	4.2404		

五、族群

表4-3-5中顯示,不同族群之消費者在消費客家特色產品消費心理向 度與滿意度比較,均達差異顯著水準,且經過Scheef法事後比較分析發 現,客家族群之消費心理向度與滿意度均顯著高於閩南及其他族群。此 研究結果顯示,客家族群對於客家文化相關之產品,有著相當濃厚的族 群意識與偏好。

表4-3-5 不同族群對客家特色產業消費心理向度、滿意度t考驗摘要表 (N=783)

變數	組別	個數	平均數	標準差	F質	事後考驗
	A. 客家	373	62.0885	10.1912		
文化異質因素	B. 閩南	342	58.2895	10.0614	16.809*	$A > B \cdot C$
	C. 其他	61	56.1803	11.3145		
	A. 客家	375	33.9227	4.1934		
消費美學因素	B. 閩南	344	31.2674	4.8087	31.860*	$A > B \cdot C$
	C. 其他	61	31.7377	4.9830		
	A. 客家	376	46.7819	5.7318		
文化體驗因素	B. 閩南	344	43.7529	6.3494	26.517*	$A > B \cdot C$
	C. 其他	61	43.0984	5.9964		
	A. 客家	377	21.0239	2.8689		
消費權利因素	B. 閩南	345	19.9043	3.2106	12.552*	A > B
	C. 其他	61	20.0656	3.3856		
社會認同因素	A. 客家	377	12.4907	1.9034		
	B. 閩南	345	11.9101	2.0518	10.169*	$A > B \cdot C$
	C. 其他	61	11.6066	2.2824		
消費心理向度總	A. 客家	371	176.4447	20.0869		
冯貞心珪问及總 分	B. 閩南	340	164.9618	22.5462	30.048*	$A > B \cdot C$
Л	C. 其他	61	162.6885	21.1515		
	A. 客家	377	16.1936	2.4737		
消費滿意因素	B. 閩南	345	15.1768	2.6525	15.996*	$A > B \cdot C$
	C. 其他	61	15.0984	2.3431		
	A. 客家	377	12.6658	1.8835		
推廣意願因素	B. 閩南	345	11.4812	2.0361	35.842*	$A > B \cdot C$
	C. 其他	61	11.4426	2.0618		
	A. 客家	377	28.8594	3.9226		
整體滿意總分	B. 閩南	345	26.6580	4.4610	27.811*	$A > B \cdot C$
	C. 其他	61	26.5410	3.8235		

^{*} p<.05

六、教育程度

表4-3-6中顯示,不同教育程度之民眾對客家特色產品消費心理向度及滿意度,在「文化異質因素」、「消費權利因素」、「社會認同因素」、「消費心理向度總分」之差異達顯著水準。經Scheef法事後比較分析發現,在「文化異質因素」專科學歷、大學以上學歷比國中以下學歷消費者較為重視客家特色產品,而「消費權利因素」則顯示大學學歷以上之消費者比高中職更為重視消費者權利意識。上述結果顯示學歷越高之民眾對於消費客家特色產品較學歷低者重視。本研究與鄒文恩(2005)的研究比較,鄒文恩之研究結果顯示,國中以下在「整體感官體驗」方面高於高中職、大學專科、研究所以上,其結果與本研究不甚相符,其原因可能與本研究探討主題與焦點不同有關。

表4-3-6 不同教育程度對客家特色產業消費心理向度與滿意度t考驗摘要表(N=783)

變數	組別	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
	A.國中以下	93	56.0860	11.6821		
文化異質因素	B.高中職	270	59.1037	10.4968	7.604*	
	C.專科	187	61.4652	9.4107	7.604*	C,D>A
	D.大學以上	226	61.2965	10.1686		
	A.國中以下	93	32.1720	4.8086		
水弗关键口丰	B.高中職	271	32.2030	4.8396	1.886	
消費美學因素	C.專科	190	32.6579	4.2306	1.000	
	D.大學以上	226	33.1372	4.8766		
	A.國中以下	93	46.1183	5.7272		
文儿 鼬 臥 田 丰	B.高中職	272	44.6324	6.5794	1.935	
文化體驗因素	C.專科	189	44.8889	5.8722	1.933	
	D.大學以上	227	45.6256	6.2326		
	A.國中以下	93	20.4731	2.9730		
消費權利因素	B.高中職	273	19.9963	3.1454	3.373*	
冯貝惟利囚系	C.專科	190	20.6684	2.9602	3,373	D>B
	D.大學以上	227	20.8238	3.1950		
	A.國中以下	93	12.0968	1.8885		組間無顯著差異
社会切目田丰	B.高中職	273	11.9194	2.1180	2.671*	
社會認同因素	C.專科	190	12.2579	1.9084	2.071	
	D.大學以上	227	12.4141	2.0341		

表4-3-6 不同教育程度對客家特色產業消費心理向度與滿意度t考驗摘要表(N=783)(續)

變數	組別	個數	平均數	標準差	F値	事後考驗
	A.國中以下	93	166.9462	20.4543		
消費心理向度 總分	B.高中職	268	167.7724	23.0441	2 604*	
	C.專科	186	171.9355	20.7593	3.694*	D>B
	D.大學以上	225	173.3467	22.1947		
消費滿意因素	A.國中以下	93	15.6344	2.4838		
	B.高中職	273	15.5311	2.6926	.410	
	C.專科	190	15.7789	2.5163	.410	
	D.大學以上	227	15.7269	2.5875		
	A.國中以下	93	11.9570	2.1260		
推廣意願因素	B.高中職	273	12.0293	2.0126	.174	
作	C.專科	190	12.1316	1.9810	.174	
	D.大學以上	227	12.0396	2.1355		
	A.國中以下	93	27.5914	4.0412		
敕赚世音编八	B.高中職	273	27.5604	4.4047	.283	
整體滿意總分	C.專科	190	27.9105	4.2110	.203	
	D.大學以上	227	27.7665	4.3744		

*p<.05

七、職業

表4-3-7中顯示,不同職業之消費者對客家特色產品消費心理向度及滿意度,在「文化異質因素」、「文化體驗因素」、「消費權利因素」、「消費滿意因素」之差異達顯著水準。經Scheef法事後比較分析發現,在「文化體驗因素」軍警民意代表及農林漁牧者較其他職業更重視客家文化體驗,「消費權利」也顯示軍警民意代表較其他職業更重視客家文化體驗,「消費權利」也顯示軍警民意代表較其他職業更重視客家文化體驗,「消費權利」也顯示軍警民意代表較其他職業更重視客家的品之消費者權利,其餘組間顯示並未達顯著水準,代表各職業階層對客家特色產業之感受趨於一致。本研究與鄒文恩(2005)的研究比較,鄒文恩之研究結果顯示,學生在「整體體驗價值與行為意向」方面高於服務業者,其結果與本研究不甚相符,其原因可能與學生參與體驗的時間較服務業者多有關。

表4-3-7 不同職業對客家特色產業消費心理向度與滿意度t考驗摘要表 (N=783)

變數	組別	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
	A.窘警民意	167	60.8563	11.2546		加明血胚苯 ¥田
文化異質因素	B.專業人員	223	60.2332	9.5313	2.684*	組間無顯著差異
入口六月日本	C.農林漁牧	148	57.8176	11.3462	2.004	
	D.其他	238	60.3739	9.9288		
	A.窘警民意	168	32.8333	5.3238		
消費美學因素	B.專業人員	224	32.6518	4.4515	.636	
仍具大于口尔	C.農林漁牧	148	32.1284	4.5074	.030	
	D.其他	240	32.6167	4.6324		
	A.窘警民意	168	46.2619	6.5022		
文化體驗因素	B.專業人員	224	44.9598	6.0002	6.200	A > D
文/心腹/ 公系	C.農林漁牧	149	46.1544	5.6338	0.200	C>D
	D.其他	240	43.9583	6.3843		
	A.窘警民意	168	21.0357	3.3065		
消費權利因素	B.專業人員	224	20.4866	2.9887	3.028	
仍具惟刊凶系	C.農林漁牧	149	20.2953	3.0877	J . U20	A > D
	D.其他	242	20.1240	3.0543		
社會認同因素	A.窘警民意	168	12.1369	2.1359		
	B.專業人員	224	12.2813	2.0126	.511	
	C.農林漁牧	149	12.0201	1.9675	.311	
	D.其他	242	12.1694	1.9959		
	A.窘警民意	167	173.1796	24.2088		
消費心理向度	B.專業人員	223	170.5471	20.6475	1.513	
總分	C.農林漁牧	148	168.4054	21.5772	1.515	
	D.其他	234	169.2094	22.0330		
	A.窘警民意	168	16.0655	2.6449		
沙弗 世立口主	B.專業人員	224	15.3616	2.6649	3.915*	組間無顯著差異
消費滿意因素	C.農林漁牧	149	16.0134	2.4905	3.913	
	D.其他	242	15.4380	2.5028		
	A.窘警民意	168	12.0179	2.2600		
拉 度辛四日丰	B.專業人員	224	12.1205	1.9703	1.40	
推廣意願因素	C.農林漁牧	149	12.0537	1.8845	.149	
	D.其他	242	12.0000	2.0833		
	A.窘警民意	168	28.0833	4.5444		
的蹦出立从八	B.專業人員	224	27.4821	4.3294	1 207	
整體滿意總分	C.農林漁牧	149	28.0671	4.0011	1.297	
	D.其他	242	27.4380	4.2736		

八、收入

表4-3-8中顯示,不同收入之消費者對客家特色產業各因素,在「文化異質因素」、「消費美學因素」、「文化體驗因素」、「社會認同因素」、「消費心理向度總分」、「消費權利因素」、「消費滿意因素」之差異達顯著水準。經Scheef法事後比較分析發現,在「文化異質性」因素中,月收入在3-5萬及5元以上之消費者對消費客家特色商品較其他組間有較高之消費能力,「消費美學」因素中,顯示3-5萬較2-3萬元收入之消費者對於在消費客家特色商品時更注重商品的美學概念,「文化體驗」因素,顯示3-5萬及5萬元月收入之消費者較其他更重視客家文化產業體驗,「社會認同程度」、「消費心理向度總分」等因素,也顯示出收入越高者比其他收入群更為重視,在消費者整體滿意度顯示,在「消費滿意」及「推薦與再購意願」等因素,收入越高者顯著高於較低收入者。

表4-3-8 不同收入對客家特色產業消費心理向度與滿意度t考驗摘要表 (N=783)

變數	組別	個數	平均數	標準差	F值	事後考驗
	A.2萬元以下	221	58.3756	10.1882		
文化異質因素	B.2-3萬元	138	57.1232	9.6769	10.751*	
	C.3-5萬元	276	60.9964	10.3900	10.751*	C>A · B
	D.5萬元以上	141	63.1348	10.5622		D>A · B
消費美學因素	A.2萬元以下	221	32.3982	4.7391		
	B.2-3萬元	139	31.2878	4.2259	5.620*	_
	C.3-5萬元	278	32.9784	4.4922	5.622*	C>B
	D.5萬元以上	142	33.3521	5.2904		
	A.2萬元以下	223	44.6278	6.3530		
上 / 剛 氏 口 丰	B.2-3萬元	138	43.7319	5.9013	5 5 1 7 *	C>B
文化體驗因素	C.3-5萬元	278	45.6691	5.9926	5.517*	D>B
	D.5萬元以上	142	46.3873	6.4828		
	A.2萬元以下	224	20.4018	3.0730		
少弗塔利尼士	B.2-3萬元	139	20.0647	3.0460	1 245	
消費權利因素	C.3-5萬元	278	20.5252	3.0562	1.345	
	D.5萬元以上	142	20.7887	3.3173		

變數	組別	個數	平均數	標準差	F値	事後考驗
	A.2萬元以下	224	12.0089	1.9615		
1 42000 =	B.2-3萬元	139	11.6763	1.9972	5 500*	-
社會認同因素	C.3-5萬元	278	12.3489	2.0386	5.590*	C>B
	D.5萬元以上	142	12.5352	2.0235		D>B
	A.2萬元以下	218	167.7248	21.1577		
消費心理向度 總分	B.2-3萬元	137	163.7810	19.6782	9.655*	a. p
	C.3-5萬元	276	172.5217	21.4490	9,033	C>B
	D.5萬元以上	141	176.2695	24.7435		D>A · B
	A.2萬元以下	224	15.3750	2.3869		
消費滿意因素	B.2-3萬元	139	15.0000	2.5538	7.346*	
冯貝俩总 囚系	C.3-5萬元	278	15.9317	2.5911	7.340	$D > A \cdot B$
	D.5萬元以上	142	16.2254	2.7712		
	A.2萬元以下	224	11.8393	2.0002		組間無顯著差異
推廣意願因素	B.2-3萬元	139	11.7050	2.0482	3.804*	
14 / 思	C.3-5萬元	278	12.2770	1.9577	5,004	
	D.5萬元以上	142	12.2676	2.2469		
	A.2萬元以下	224	27.2143	4.0110		
整體滿意總分	B.2-3萬元	139	26.7050	4.2212	6.466*	
	C.3-5萬元	278	28.2086	4.2238	0.400	$C \cdot D > B$
	D.5萬元以上	142	28.4930	4.7127		

^{*} p<.05

第四節 客家特色產業消費心理向度及滿意度之預測

本節區分為兩部份,第一部份為地客家特色產業消費者心理向度及滿意度之關係,乃針對客家特色產業消費者之心理向度及滿意度間的關係進行探討,利用皮爾森 (Pearson) 積差相關分析來衡量研究構念間的相關性是否顯著,藉以瞭解樣本消費心理向度及滿意度各構念間的相關情形。第二部份為客家特色產業消費心理向度及滿意度之迴歸預測,針對樣本消費心理向度及滿意度的關係進行逐步迴歸分析,以進一步瞭解變項間的關係。

壹、客家特色產業之消費心理向度及滿意度之關係

依據相關矩陣係數分析表(詳見表4-4-1)結果,各項因素之間均達顯著相關(p<.01),顯示消費者對客家特色產業之消費心理向度及滿意度之間有其顯著正相關。上述結果顯示,各個因素構面的關係環環相扣,消費者心理向度愈高,在消費滿意度方面也會愈高。所以,即消費者對客家特色產業之消費心理向度感受越高時,其對消費會感到滿意時,也會再度參與或將其地方節慶活動鼓勵推薦予他人;Ross(1993)也指出當遊客感受到比預期更佳的消費體驗時,他將比其他人表現出更高的重期意願。而本項研究結果也與李育霖(2003)、高明儀(2004)、翁莉娟(2005)研究結果類似。在江文達(2002)的研究中,指出顧客滿意度感受與再購買傾向皆存在正向相關,顯示涉入程度的高低確實影響顧客的忠誠度與消費者行為,因此若能充分利用行銷手法促進參與民眾對客家特色產業之的心理向度時,相信對客家特色產業之特色文化產品推廣是有幫助的。

表4-4-1客家特色產業之消費心理向度及滿意度之關係

	文化異	消費美學	文化體驗	消費權利	社會認同	消費心理	消費滿意	推廣意願	整體滿意
	質					向度總分			總分
文化異質	1.000								
消費美學	.588**	1.000							
文化體驗	.595**	.652**	1.000						
消費權利	.454**	.571**	.650**	1.000					
社會認同	.590**	.581**	.610**	.535**	1.000				
消費心理	.884**	.810**	.851**	.710**	.743**	1.000			
向度總分									
消費滿意	.645**	.547**	.678**	.534**	.503**	.736**	1.000		
推廣意願	.709**	.583**	.671**	.549**	.549**	.780**	.712**	1.000	
整體滿意	.726**	.607**	.729**	.584**	.565**	.815**	.942**	.906**	1.000
總分									

*p<.05; **p<.01

貳、客家特色產業之消費者滿意度之迴歸

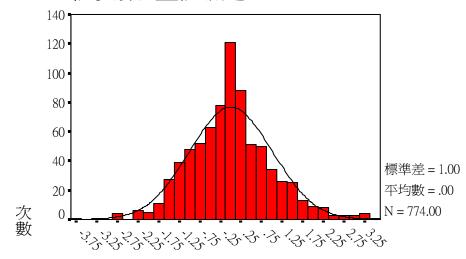
依據上述相關性的驗證結果,故選擇消費者滿意度相關之因素進行多元逐步迴歸分析,選擇之變項包括文化異質、消費美學、文化體驗、消費權利、社會認同等因素。在進行逐步迴歸分析前,先進行消費者滿意度常態分佈、自變項間獨立性、自我相關性及線性模式適合性等假設之檢測。由消費者滿意度標準化殘差值的次數分配直方圖及常態機率分佈圖(圖4-4-1、圖4-4-2)之檢定可發現,其分佈近於常態;而自變項間獨立性的共線性(collinearity)診斷中,依據Kleinbaum, Kupper, and Muller(1988)所提出的共線性診斷原則,當變異膨脹係數(variance inflation factor, VIF)大於10或條件指標(conditional index; CI)大於等於30時,表有中度的共線性。本研究對象(N=783)最大的VIF值為2.175,而最大CI值為25.183,顯示本研究全部對象自變項間無明顯的共線性存在。殘差值之自我相關檢定(Durbin-Watson D檢定)方面,若求得之D值在2左右表殘差值不違反無自我相關的假設,本研究對象之D值為1.863,接近於2,表示本迴歸的殘差值沒有自我相關(如表4-4-2及表4-4-3)。由逐步迴歸結果可列出全部研究樣本消費者滿意度影響因素之迴歸式(表4-4-2),方程式如下:

消費者滿意度=.259(文化體驗)+.181(文化異質)+.201(消費權利)+ e(.693)

以上公式顯示,消費者滿意度可由文化體驗、文化異質及消費權利等因素來解釋,解釋的總變異量為 67.8%,其中以文化體驗為最大之解釋變項(53.4%),其次為文化異質 (13.2%)及消費權利(1.2%)等因素。對本研究對象而言,文化體驗每增加一分,消費者滿意度就會增加.259分;文化異質每增加一分,消費者滿意度就會增加.181分;消費權利每增加一分,效益認知就會增加.201分。

直方圖

依變數: 整體滿意



迴歸 標準化殘差

迴歸 標準化殘差 的常態 P-P 圖

依變數: 整體滿意

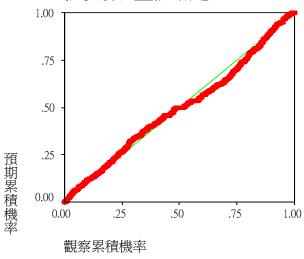


表 4-4-2 受試者整體滿意度迴歸系數摘要表(N=774)

模式	決定	F值	未標準化	標準化	t 值	共線	性診斷	Durbin-
	係數		迴歸係數	迴歸係數		允差	VIF	Watson
截距			1.015		1.464			1.863
文化體驗因素	.534	883.138*	.259	.376	12.441*	.460	2.175	
文化異質因素	.666	767.995*	.181	.483	17.126*	.640	1.563	
消費權利因素	.678	539.656*	.201	.145	5.324*	.567	1.765	

註:依變項整體滿意度;*p<.05

表443 受試者自變項間獨立性之共線性診斷摘要表(N=850)

層面	全部樣本	合併	變異數比例					
	特徵值	指數	常數	文化體驗因素	文化異質因素	消費權利因素		
1	3.966	1.000	.00	.00	.00	.00		
2	0.015	15.889	.18	.00	.82	.11		
3	0.012	18.458	.77	.03	.01	.43		
4	0.006	25.183	.05	.97	.16	.46		

第五章 結論與建議

在本研究中,藉問卷調查結果,探討客家特色產業之消費心理向度 及滿意度間的差異與關係。本章將研究結果進行整理,並透過討論,最 後提出建議,希望提供相關單位及後續研究者相關之參考。

目前六堆各地方客家產業發展,已是行政院客家委員會及各地方政府的一環。相關客家產業發展都離不開客家特色產業開發及行銷,其大部分都與客家特色商品展售有關,故客家產業活動的推行皆與消費者息息相關,消費者對於客家特色產業所帶來各種感受亦是相當深刻且直接,這些活動不但影消費者心理與滿意度,更影響到客家特色產業的行銷機制。因此,了解消費者對六堆客家地方特色產業的知覺、態度與支持度,有助於各單位針對消費者心理向度與滿意度等因素來規劃活動,更進一步達到活化客家產業。

第一節 結論

本節將針對本研究之樣本結構、消費者參與客家特色產業活動狀況、客家特色產業「消費心理向度」、不同背景消費者之消費心理向度 及滿意度比較及客家文化產業消費滿意度之預測。

壹、 本研究之樣本結構

本研究樣本結構,其性別以女性比例較高,分別女生(57.73%), 男生(42.27%);年齡層之分佈以40-50歲居多數(31.67%),其次為 30-40歲(29.50%),而以50歲以上組最少(16.48%);婚姻狀況為已 婚佔多數(69.09%),未婚佔(30.91%);族群則以客家族群居多(48.15 %),其次為閩南族群(44.06%);教育程度為高中職佔多數(34.87%), 其次為大學以上(28.98%),而以國中(含以下)為最少(11.89%); 研究樣本長住經驗則以有居住六堆經驗達一年以上為最多(56.58%), 沒有居住過六堆經驗為(43.42%);職業以專業人員佔多數(34.87%), 而軍、警、民意代表(11.88%)最少;月收入則以3-5萬為最多(35.50 %),其次為2-3萬元(17.75%)。

貳、 消費者參與客家特色產業之消費狀況

本研究參消費者參與客家特色產業活動,以來自非六堆地區民眾為 最多(65.01%),居住六堆地區民眾為(34.99%);消費者來自消費 所使用交通工具以開車者居多(60.41%),最低為搭乘大眾運輸工具 (7.66%);消費者獲得資訊管道以報章雜誌報導為最多(46.49%), 其次為政府行銷活動(38.82%),最低為其他資訊管道(13.92%); 消費者前來六堆理由以參加活動者最多(32.31%),校外教學者最少 (7.02%);來到六堆地區的主要目的及消費產品以參加活動最多(45.85 %),其次為購買當地特產(36.65%),最低者為民生用品(11.37%); 消費者前來六堆的主要到訪地區以內埔地區(49.55%)最多,其次為萬 巒地區(27.84%),最少為高樹地區(10.60%);消費者最喜歡到訪 的六堆地區以內埔地區(47.77%)為最多,其次為萬戀地區(38.95%), 最少的則是高樹地區(9.83%);消費者認為六堆地區最具文化產業發 展潛力的地方為內埔地區(40.61%),其次為萬巒地區(30.01%), 最不具潛力為佳冬地區(15.33%);消費者印象最好得六堆地區以內埔 地區 (47.15%) 為最多,其次為萬巒地區 (36.91%);消費者認為六 堆應加強的設施以古蹟保存最為重要,其次為景觀美化(50.57%)。

上述結果顯示,消費者在消費客家特色產品多以內埔、萬巒兩地為最主要地區,可能與當地客家文化與特色產業較為集中與具客家文化特色有關。

參、 客家文化產業之消費心理向度因素

本研究經由主成分分析法來萃取共同因素,發現客家文化消費者心理向度共有五因素,其因素經由實際內容命名,分別為「文化異質性」、「消費美學意識」、「客家文化體驗」、「一般消費權利」、「社會認同程度」等五構面,五個因素共可總解釋變異量達 61.757%。

肆、 不同背景消費者之客家文化產業消費心理向度與滿意度比較

不同性別在「文化體驗因素」及「消費滿意因素」之差異達顯著水準;不同婚姻狀況消費者之差異均未達顯著水準;長住過六堆地區之消費者在客家各項消費心理向度與滿意度顯著高於未長住過六堆地區之消費者;不同年齡層消費者在「文化體驗」、「消費滿意因素」及「整體

綜合上述結果,影響消費者在客家產業消費心理向度與滿意度因素,以「六堆地區長住經驗」、「族群因素」、「教育程度」、「職業」、「收入」之影響較大,其次為「**年龄**」、「**性別**」,而「婚姻」之影響則無顯著差異。

伍、影響消費者對客家特色產品消費之滿意度

影響消費者滿意度之因素可由文化體驗、文化異質及消費權利等因素來預測,三項因素共可解釋的總變異量為 67.8%,其中以文化體驗為最大之解釋變項(53.4%),其次為文化異質 (13.2%)及消費權利(1.2%)等因素。

第二節 建議

依據本研究之結果,研究者提出以下幾項相關之建議。

一、 增加客家特色產業之文化體驗

本研究在不同背景消費者於客家特色產業活動參與行為比較,及消費者滿意度預測分析結論發現,在客家「文化體驗感受」因素,對客家產業消費滿意度有較深切影響,藉由參與客家為化特色產業體驗活動更能引發消費動機,期望透過客家參與體驗活動來瞭解客家文化產業特色,並且增進個人之人文化素養及生活品質。

二、 加強宣傳媒體

本研究發現消費者獲得資訊管道以報章雜誌報導為最多(46.49%),其次為政府行銷活動(38.82%),資訊來源大都以傳統報章雜誌及政府行銷活動為主。因此,未來可利用相關政府單位應運用有深度的廣告媒介,將生動的活動內容有效發揮,增進消費者印象與消費者進行溝通,並擴大客家地方節慶活動的傳播訊息範圍,將客家慶文化產業有效地融入民眾生活,提高民眾對客家文化產業的注意力與關心程度,有效地吸引民眾,提升民眾消費意願。

三、 客家文化產業之多元推動創造客家文化之消費

本研究發現消費者前來六堆的理由前三名依序為旅遊、參加活動及親子同遊;而且消費者前來六堆的目的與消費產品前三名依序為參加活動、當地特產及餐飲消費。因此,相關舉辦單位若能根據假期或特殊節日將客家地方節慶活動與週邊產業結合,以客家地方既有的文化節慶活動為主打,利用行銷傳播方式整合體驗價值,延續每季或每月的節慶特色,創造出休閒旅遊套裝行程,依不同日程、住宿規劃活動路線,並做出區隔化,包括特殊族群等訴求,不僅能帶來持續性的參與人潮,也能延長客家地方節慶活動的時效性。另客家當地特產及餐飲消費亦為客家文化產業之消費主流,

四、 建立六堆地區客家文化產業觀光帶

本研究針對消費者最喜歡到訪的六堆地區、最具有發展潛力及印象 最好之六堆地區,前兩名排序均為內埔地區及萬巒地區,若以此兩地區 為主,連結其他週邊客家鄉鎮,形成一個具客家特色文化旅遊觀光旅遊 帶狀景點。其次,並加強週邊客家地區之特色產業建立,發揮各地之客 家文化特色,如此一來,不但能帶動週邊客家鄉鎮,更能為客家特色產業行銷。故以該地舉辦客家相關之產業活動,必能帶動人潮,活化週邊客家產業,提振客家產業經濟。

五、 加強古蹟文化保存

本研究在消費者認為六堆地區應加強之設施,其中古蹟保存為第一首要加強設施,由此可見,消費者進入到六堆地區最希望看到客家先民留下的文化古蹟,若以六堆地區之古蹟保存得當,且連結其他相關文化導覽活動,相信定能為六堆各地區帶來商機。

第三節 對後續研究之建議

本研究受限於研究者的時間、人力及其他不可抗因素,無法完善且周延深入客家特色產業之研究,故提以下研究方向供後續研究者參考。

一、 樣本取樣之改進

本研究此次樣本取樣以六堆嘉年華會及六堆文化園區開園試營運為 主要樣本,消費者大多以當地居民或參加活動為主要受試者,將來若以 六堆各鄉鎮所舉辦之產業活動,將可增加本研究之說服力及參考價值。

二、 訪談方式之改進

本研究此次規劃之訪談對象,乃以鄉鎮公所主要承辦人員及六堆各地區農會生鮮超市主要工作人員,試圖想針對訪談內容當中得知客家產業變遷及其行銷策略為何?但礙於人力不足及選舉將近鄉鎮公所人員忙於選務工作,以致無法從中深入了解,農會生鮮超市方面,先以高屏膨金聯合採購中心主任訪談中得之客家地區產業變遷,但由鄉鎮公所及農會聯採中心,均推薦相關產業者老或將來透過各農會推薦,更能深入了解客家特色產業。

三、 參與感受內容可再增加改進

本研究以客家特色產業之消費心理向度與滿意度為研究內容,將來若可拓廣到客家產業之體驗行銷、涉入程度、效益認知等面向來作相關 議題探討,以發展客家特色產業不同之訴求。

參考文獻

- 于國華(2005)。**十年來台灣文化政策中的「產業」發展**。2005 年 11 月 19 日,取自 典藏藝術網,網址 http://www.artouch.com/story.asp? id=2003051018848016。
- 朱元鴻(2000)。文化工業-因繁榮而即將作廢的類概念。台北市:遠流出版。
- 李舒歆(2006)。**地方文化產業發展策略研究:以宜蘭縣白米、珍珠、尚德社區再造 之地方文化產業為例**。銘傳大學設計管理研究所碩士論文。
- 林佳蓁(2004)。**客家文化創意產業之回應性評估研究:以苗栗大湖草莓園區為例**。國 立台北大學公共行政暨政策學系碩士論文。
- 林毓琇(2005)。**文化觀光發展認知之研究-以高雄縣美濃鎮客家文物館遊客為例**。屏 東科技大學農村規劃系碩士論文。
- 吳沛璁(2006)。**以體驗行銷觀點探討地方產業街道規劃因子之研究-以鶯歌陶瓷老街為例**。朝陽大學建築及都市研究所碩士論文。
- 邱彥貴、吳中杰著(2001)。**臺灣客家地圖**。臺北市:城邦文化。
- 范雅雲(2005)。**新竹地區幼稚園學校行銷策略認知與運作之研究**。新竹教育大學職業繼續教育研究所碩士論文。
- 徐薇媜(2005)。**遊客對於客家文化產業體驗行銷之實證研究—以新竹北埔為例**。亞 州大學休閒與遊憩學系碩士班碩士論文。
- 高敬文(1999)。質化研究方法論。台北市:師大書苑。
- 翁徐得(1995)。**地方產業與地域振興**。台灣手工業55:10-15。
- 許峯銘(2005)。**以人力資本、社會資本活化彰化縣地方產業之研究**。逢甲大學經營 管理在職碩士專班。
- 許哲源(2005)。**客家文化創意產業-以六堆地區為例**。<u>義守大學管理研究所碩士班</u> 論文。
- 莊華堂(1998)。**傳承、突破與發展—從當前客家文化的危機看客家文化的再生**。看見台北客家:第三屆台北市客家文化節系列活動「客家發展研討會議」論文集, 台北市政府民政局主辦。
- 張怡平(2005)文化創意產業促進地方經濟發展策略之研究—以苗栗縣地方特色產業 為例。逢甲大學土地管理所碩士論文。
- 張春興(2003)。消費者心理學。台北市:台灣東華書局。
- 郭百修(2000)。**地方文化產業化機制之研究—以美濃鎮為例**。台北市:國立台北大學 都市計劃研究所碩士論文。
- 郭品好(2004)。地方文化產業行銷機制之研究--以消費者心理向度探討。朝陽科技大

- 學建築及都市設計研究所碩士論文。
- 陳板(2002)。**化邊緣爲資源:臺灣客家文化產業化的策略**。清華大學主辦客家公共政 策研討會論文集。新竹市:清華大學。
- 陳坤宏(1995)。消費文化理論。揚智文化事業股份有限公司。P28~34 頁。
- 陳玉珊(2005)。**文化產業學習型市鎮發展之研究—以鶯歌陶瓷文化產業為例**。立德 管理學院休閒管理研究所碩士論文。
- 曾喜城 (2004)。**台灣客家文化研究**。美和新故鄉出版部。屏東:P5-12
- 曾維屏(2001)。**地方文化產業之振興與社區營造--以美濃地區為個案**。中國文化大學 地質研究所碩士論文。
- 游振袋(2002)。從都市行銷的概念探討觀光產業發展之研究--以花蓮市為例。台灣 科技大學建築系碩士論文。
- 黃世輝(2002)。**文化產業與居民參與**。2002年11月19日,取自知識臺灣,戀戀臺灣網站,http://home.kimo.com.tw/liutaho/。
- 黄顺意(2004)。**客家文化產業行銷之研究-以客家桐花祭為例**。台北市:國立台北大學/企業管理學系碩士論文。
- 黃瑞琴(1999)。質的教育研究方法。台北市:心理出版社。
- 楊敏芝(2002)。地方文化產業與地域活化互動模式研究。台北市:台北大學博士論文。
- 廖桂敏(2003)。**地方文化產業發展之實踐-以美濃鎮為例**。國立政治大學公共行政研究所碩士論文。
- 蘇明如 (2001)。**九〇年代台灣文化產業生態之研究**。<u>南華大學</u> / <u>美學與藝術管理</u> 研究所碩士論文
- 鄭國棟(2005)。**文化因素與領導型態關係之研究—以台灣、大陸友嘉公司為例**。世 新大學行政管理研究所碩士論文。
- 鄭如婷(2002)。**階級衝突與地方產業發展之研究─以鶯歌陶瓷業發展為例**。台北大學地政學系碩士論文。
- 魏綉芬(2006)。**水里蛇窯產業轉型之文化研究**。南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。
- 謝登旺(2005)。**客家文化產業活化芻議**。通識研究集刊。開南管理學院通識教育中 心:P4-5
- 羅建怡(2006)。**古坑華山地方產業轉型觀光發展的問題與策略**。世新大學觀光學研究所碩士論文。
- 蕭鏡堂(1999)。產業行銷學。台北市:華泰文化事業公司。
- Coccossis, H., & Nijkamp, P. (1995). Sustainable tourism development (Eds). Avebury: Avebury Ashgate Publishing.

<子計畫一>

屏東六堆地區產業資源分析與發展策略之研究

<工作項目二>

屏東六堆地區觀光休閒產業資源分析與發展策略之研究

執行單位:國立屏東科技大學客家文化產業研究所

計畫主持人:段兆麟 教授

目 錄

第	一章	緒論	•••••	• • • • • • • •	••••	• • • • • •	• • • • •	••••	• • • • •	•••••	• • • • • •	••••	• • • • •	···85
	第一節	研究	背景.											85
	第二節	研究	目的.											86
	第三節	研究	流程.											86
	第四節													
第	二章	研究地	湿血介	紹	••••	•••••	••••		• • • • • •	• • • • • • •	•••••	••••	••••	·88
	第一節	六堆	沿革.											88
	第二節	六堆	鄉鎮台	命名來:	源									89
	第三節	地理	區位.											90
	第四節	人口	結構.											91
	第五節	地區	氣候.											93
	第六節	產業	概況.											94
第	三章	理論基	、礎與	文獻探	討	•••••	•••••	•••••	•••••	• • • • • •	•••••	. 	••••	96
	第一節	觀光	休閒	產業										96
	第二節	資源	基礎耳	里論										. 103
	第三節	發展	策略.											. 107
第	四章	研究認	计與	方法	•	•••••	•••••	•••••	•••••	•••••	•••••	••••	••••	··114
	第一節	研究	架構.											. 114
	第二節	研究	方法.											. 115
	第三節	問卷言	2計及	抽樣.										. 116
	第四節	訪談	設計.											. 117
	第五節	資料	分析-	工具與	方法	·								. 117
第	五章	六堆地	區觀光	6休閒)	產業	資源	分析		•••••	•••••		, 	••••	·119
	第一節	觀光	休閒產	產業資	源介	紹								. 119
	第二節	遊憩	行為	分析										. 147
	第三節	資源	偏好	分析										. 152
	第四節	資源	偏好與	與遊憩	行為	分析	• • • •							. 153
	第五節	觀光	休閒產	産業推	動者	意見	分析							. 155
	第六節	當地点	居民 意	見分初	ŕ									. 160

第六章	六堆地區觀光休閒	產業發展策略	165
第一節	產業發展現況		
第二節	六堆地區觀光發	展之目標定位	
第三節	觀光發展之SOWT	分析	
第四節	觀光發展之可行	性策略評估	
第七章	研究結論與建議		177
第一節	結論		
第二節	建議		178

表目錄

表	2-	1	研究計畫地區戶數、人口數統計表) 2
表	2-	2	2004年屏東縣六堆地區各鄉客家人數一覽表) 3
表	2-	3	屏東地區 2002-2006 年氣候資料統計表 5	3 4
表	5-	1	竹田鄉景觀資源表 12	20
表	5-	2	竹田鄉文化資源表 12	20
表	5-	3	麟洛鄉文化資源表12	23
表	5-	4	長治鄉文化資源表12	27
表	5-	5	內埔鄉自然資源表 12	29
表	5-	6	內埔鄉景觀資源表15	30
表	5-	7	内埔鄉文化資源表15	30
表	5-	8	佳冬鄉自然資源表15	35
表	5-	9	佳各鄉景觀資源表13	35
表	5-	10	佳各鄉文化資源表13	35
表	5-	11	新埤鄉自然資源表13	38
表	5-	12	新埤鄉景觀資源表13	39
表	5-	13	新埤鄉文化資源表15	39
表	5-	14	萬巒鄉景觀資源表14	11
表	5-	15	萬巒鄉文化資源表14	12
表	5-	16	高樹鄉景觀資源表 14	15
表	5-	17	高樹鄉文化資源表14	16
表	5-	18	遊客基本資料次數分配表14	18
表	5-	19	遊客對屏東縣六堆地區發展觀光休閒產業之看法14	19
表	5-	20	遊憩行為次數分配統計表15	50
表	5-	21	觀光資源偏好分統計表15	53
			觀光資源與遊憩行為之變異數分析表15	
表	5-	23	地區樣本數分配15	55
表	5-	24	推動者樣本資料次數統計表15	56
表	5-	25	屏東縣六堆地區觀光休閒產業推動者對發展觀光休閒產業之	看
法	÷			58
表	5-	26	遊客到六堆觀光休閒的原因15	59
表	5-	27	推動觀光休閒產業可能遭遇的問題15	59
表	5-	28	強調「客家特色」是否增加收入15	59
表	5-	29	是否收到政府部門提供經營事業或舉辦活動的相關訊息.15	59
表	5-	30	屏東縣六堆居民受訪者個人資料次數統計表16	30

表 5- 31	屏東縣六堆地區當地居民對發展觀光休閒產業之看法 162
表 5- 32	屏東縣六堆居民認為觀光休閒是否受到重視及發展163
表 5- 33	屏東縣六堆居民是否贊成發展觀光休閒163
表 5- 34	受測者是否曾經參與社區公共事務163
表 5-35	是否曾經收到政府部門通知(電話或書面)跟你經營事業或舉
辨活動的	句訊息163
表 5- 36	認為遊客到所屬的鄉村旅遊的原因163
表 5- 37	認為地方政府對發展鄉村觀光休閒的態度
表 5- 38	對目前所屬的鄉村發展觀光休閒的成果164
表 5- 39	認為發展當地觀光休閒產業,會面臨的問題164
表 6-1	六堆地區主要遊憩景點之概況表173
表 6-2	六堆地區觀光發展之SOWT 分析表174
表 6-3	六堆地區觀光發展之TOWS 策略評估表

圖目錄

啚	2-1	六堆聚落地理分佈圖	91
圖	3- 1	產業優勢核心資源項目圖]	106
圖	3-2	資源基礎、核心能力、核心產品及顧客滿意關係圖	107
圖	3-3	策略管理程序流程圖]	109
圖	3-4	GUNN (1999) 的供給面之功能元素圖]	111
圖	4-1	研究概念架構圖]	114

第一章 緒論

第一節 研究背景

2002年台灣加入世界貿易組織(World Trade Organization;WTO), 台灣觀光休閒產業全面融入國際市場。台灣的觀光休閒產業雖然面臨對 外或內部競合契機,經過幾年來政府的正確輔導與業者的努力經營,與 台灣近年來國民所得提高已達年收入15.000美元。

依統計2004 年全年國人國內旅遊總花費達新台幣2,478 億元,國外旅遊支出消費達新台幣3,262 億元,總計國人觀光旅遊消費市場規模達新台幣5,740 億元。若再加上外國人來台所創造的觀光外匯一年約為40億美元,台灣旅遊的年度市場規模上看新台幣7,000 億元(觀光局,2004)。

依據上述調查報告資料顯示,2004年國人從事國內旅遊次數已達1億934萬旅次以上,平均每人每年旅遊5.70次,而「觀光、休憩、渡假」(占82%)成為國內旅遊最主要的目的,可見休閒旅遊確實已成為國人生活中極重要的部份(段兆麟,2006)。

近年來,區域交通建設改善,國民所得提高,閒暇時間增多,旅遊 風氣興起,休閒產業發達,且交通便利,促使觀光休閒旅遊成為國人生 活極其重要的活動。行政院核定「挑戰 2008 國家發展重點計畫:新客家 運動」計畫等,為客家文化發展帶來契機。

然而,農業受到台灣加入世界貿易組織(World Trade Organization;WTO)及社會變遷的衝擊,台灣鄉村觀光休閒產業的規模與實質內容也有明顯變化,儼然形成市場競爭的態勢。屏東縣六堆客家地區經營的產業以農業為主,台灣客家集中區行業分佈得知,務農的比率為65%,比起閩南,外省族群(56%)都要來的高(張維安,2001)。自然無法置身於時代潮流之外,客家相關產業勢必要配合時勢轉型。

市場競爭就必須要培養競爭優勢,才能立於不敗之地。美國策略大師(M. E. Porter,1985)認為產品或服務要贏就須具備兩種特色,一是獨特性(uniqueness),二是顧客感到有價值(value by costumers)。本地區有豐富而獨有的歷史文化與產業、自然資源等,就是營造觀光休閒產業最有利的條件,惟如何創造讓旅客感覺有價值的特色,資源的有效運用與否,是競爭優勢與永續發展經營的關鍵所在。

企業經營以資源特性作為內部環境的重要因素者,形成所謂的「資源基礎理論(resource-based theory)」。其理論要旨即是,企業在進行策略規劃時即依由內向外的思考模式策略邏輯,分析內部資源是否有效

利用及如何取得、累積與培育資源,運用這種優勢的核心資源來發展最適的(optimal)策略模式(吳思華,1996)。

策略是企業為達成目標的行動與方法,有效分配與利用資源創造顧客價值,考量組織內外的環境因素,以符合市場需求,達到最好的績效,以建立優勢競爭。

本研究動機係以資源與環境面向探究屏東縣六堆客家地區觀光休閒產業資源分析與發展策略之研究,期望能提供行政輔導單位及業者參採。

第二節 研究目的

根據上述計畫背景,本研究計畫概分為兩個方向,第一面向為瞭解 屏東縣六堆地區觀光休閒資源與特性,第二面向為以 SWOT 模型,分析屏 東縣六堆八個客家鄉觀光休閒產業資源,依不同地區類型研擬發展策 略。具體目的如下:

- 一、調查客家地區觀光休閒產業的資源特性。
- 二、依各地區資源特性歸納不同的類型。
- 三、探討不同鄉村地區觀光休閒產業的發展策略,以促進客家地區觀光 休閒產業的發展。
- 四、研提客家地區觀光休閒產業發展的建議,藉供客家行政輔導單位及業者參採。

第三節 研究流程

基於研究背景與動機、研究目的,擬定本研究流程,透過文獻探討, 研究設計與方法,設計問卷與訪談大綱,再藉問卷施測與訪談,資料分析與討論,最後提出研究結果與建議,研究流程如下:

- 一、蒐集客家地區觀光休閒產業的相關文獻。
- 二、設計問卷:依資源特性、發展方向,建議等面向擬訂問卷題目。
- 三、實施問卷調查。屏東六堆8個客家鄉鎮全數訪查。
- 四、訪查對象訂為各該鄉鎮農會推廣股長或鄉村旅遊與休閒農業的輔導人員、鄉鎮公所相關業務的承辦人員,及二位經推薦的熟悉觀光休閒產業的地方人士。
- 五、深度訪談。針對問卷調查各鄉鎮受訪人員中選擇一位最熟悉者進行 深度訪談。
- 六、問卷資料統計分析。
- 七、撰寫報告。

第四節 研究範圍

研究範圍的界定,有利於研究計畫與設計,茲將研究地區及對象, 定義如下:

一、研究地區

屏東縣六堆地區包括:高樹鄉、長治鄉、麟洛鄉、內埔鄉、竹田鄉、 萬巒鄉、佳冬鄉、新埤鄉等八個客家鄉。

二、研究對象

本研究對象區分為問卷調查及深度訪談兩類。問卷調查對象方面有 觀光休閒產業經營者、觀光景點遊客、及研究地區當地居民等三種對象; 深度訪談的對象有縣政府觀光休閒產業承辦人、非營利組織代表,學者 專家及八個客家鄉農會、鄉公所相關業務承辦人等。

(一) 問 制 調 查 對 象

1. 觀光休閒產業經營者

係指在研究地區從事觀光休閒相關產業之生產、行銷、買賣、 創作且有交易買賣行為者(張維安,2007)。以營利項目為主體, 不論其經營者是否為客家籍人士。

2. 觀光景點遊客

問卷調查期間蒞臨客家觀光景點,被臨機抽樣的觀光遊客。

3. 研究地區當地居民

居住於研究地區年滿18歲以上之居民。

(二)深度訪談對象

- 1. 各該鄉鎮農會推廣股長或鄉村旅遊與休閒農業的輔導人員、鄉鎮 公所相關業務的承辦人員。
- 2. 二位經推薦的熟悉觀光休閒產業的地方界人士。

第二章 研究地區介紹

第一節 六堆沿革

曾彩金等(2001)認為「六堆」是汎指高雄縣、屏東縣客家住民的通稱,最早是個民團組織,它以軍事行動來護衛鄉梓,這個民團組織維持了相當長的一段時日,迄日本統治台灣以後才結束。這個組織開端是至康熙60(1721)年朱一貴之亂起,朱一貴舉事後,與內埔的杜英君結合為閩粤混合的團體,攻入台南府城後,朱一貴自立為王,建號「永和」,後因政治分臧不均而翻臉相向,杜英君後來敗走虎尾溪,兵敗被殺,朱則南下客庄圖謀併吞。客庄人於是集結十三大庄六十四小庄共一萬兩千餘鄉勇,聯庄自保。推侯觀德指揮軍務,兵分七營,駐紮鄉勇於下淡水溪東側,朱陣營派兵來攻皆被拒退,後配合清軍作戰策略對兩面夾擊朱軍,致朱一貴面臨兩面作戰的困境,兵敗被擒。

清政府在平亂之後對六堆義軍協助清廷有功,賜「懷忠」詔敕額, 而建立忠義亭。他們這種武裝結合以保家衛鄉,獲得保障生存的權利, 又得到政府的嘉許,甚至領導者被授官,全部居民都得到些許的特權, 也大大提升了客家族群的社會地位,更鼓舞往後亂事發生時,主動組織 武裝團體,政府也樂於利用這股民心,協助政府維護社會的安全與秩序, 這個武裝民團在下淡水溪偶然成立的自衛團體,後來也逐漸形成制度化。

在乾隆51年(1786),林爽文、莊大田之亂,下淡水溪的客庄人士他們分配兵丁與糧餉,推舉各堆領導者與總領導者,賦予各地武力以前、後、中、左、右、先鋒之名,以忠義亭所在地為中心面向下淡水溪的方向命名,長治、麟洛為前堆,竹田為中堆,內埔為後堆,里港、武洛、美濃、衫林、六龜、高樹為右堆,新埤、佳冬為左堆,萬戀為先鋒堆。「堆」的音及意義在客家話裡同「隊」為諧音,也學者認為是民間武力故用「堆」,但也有認為客家聚落分散各地故用「堆」,六堆民團再遇有動亂時,就會集合武力,在六堆境內防衛禦敵,如:林少貓抗日事件、防制分類械鬥事件等,若是有出動作戰,就稱之為「出堆」。

昔日六堆鄉鎮橫跨高雄、屏東兩縣,在清朝時代皆隸屬鳳山縣,日據時期也同屬阿猴廳或高雄州,在台灣光復後,調整行政區域,六堆中的美濃、杉林、六龜、劃歸為高雄縣,而高樹、長治、麟洛、內埔、竹田、萬戀、佳冬、新埤則劃歸為屏東縣。

所以「六堆」一詞非行政區域,而是屏東縣、高雄縣的客家族群忠義、團結的概念名詞,更是這同一族群精神的認同感,其語言、風俗、習慣相同,兩百多年來敦親睦族,福禍與共,團結合作迄今。這是一種

象徵性的稱呼,心理上是「六堆根」、「六堆情」的認同感,也是「血濃於水」、「唇齒相依」的鄉親族誼的肯定。

第二節 六堆鄉鎮命名來源

一、竹田鄉(中堆)

命名:本鄉當時係以多竹林、水田而命名。

沿革:清康熙初年,有廣東居民來此拓荒,原屬台南府鳳山縣所轄。至日據時代,改隸鳳山縣潮州辦務署內埔支署,設二崙、鳳山厝二區庄役場,後因區域變更,將原有二區合併新北勢區,改置竹田庄役場。民國卅四年台灣光復,改稱為鄉。

二、麟洛鄉(前堆)

命名:本鄉在二百七十多年前,由嘉應州[即今之廣東縣]人徐俊良先生來此開拓,發現大龜特多,俗讀「有龜必有麟」,乃認為「麟趾呈祥」之兆,遂命名為「麟落」後改稱為「麟洛」。

沿革:日據時代原設麟洛區,後地方制度改革,改稱為長興鄉。民國卅四年本省重光,復改為長治鄉。至卅九年四月奉准將長治鄉劃分為兩鄉,成立麟洛鄉。

三、長治鄉(前堆)

命名:本鄉之命名,乃取「長治久安」之義。

沿革:長治鄉原名為長興,日據時代設庄役場,隸屬高雄州。民國 卅四年光復後,屬高雄縣轄,改稱為長興鄉。卅五年劃歸為屏東市, 改為長治區。卅九年行政區域調整,再改為長治鄉。

四、內埔鄉(後堆)

命名:據說內埔原係為最初廣東移民來此開拓之地,後向外開拓, 遂揩先闢之地為「內埔」。

沿革:本鄉清朝時代隸台南府鳳山縣管轄,設管事辦理地方行政。 至日據時代,初設警察官吏派出所。後改置辦務署。旋又廢縣設廳, 置街、庄,將原有內埔、新東勢、新北勢、老埤等地區,合併成立 內埔庄役場。至民國卅四年台灣光復,始改稱為鄉。

五、佳冬鄉(左堆)

命名:本鄉原稱「六根」,嗣因周圍多值茄苳樹,且極茂盛,遂改稱為「茄苳腳」,後取「秋收冬藏」之意,復改稱「佳冬」。

沿革:本鄉在清朝時代,曾設鳳山縣港東中里六根庄。至日據時代, 改置茄苳腳區,隸屬阿猴廳。迨民國九年,改制改革,屬高雄州, 稱佳冬庄。民國卅四年台灣光復,將原庄役場改為鄉公所。

六、新埤鄉(左堆)

命名:廣東客家居民移來墾荒初期,為灌溉田園,乃在此處築一座 大埤圳,名日「新埤頭」,本鄉即以此而得名。

沿革:本鄉原屬台南府鳳山縣,先置總理辦理行政事務。至日據時代,改隸台南縣。後又合併茄苳腳區編歸阿猴廳東港支廳管轄,旋又改設新埤庄役場。民國卅四年本省光復,改稱為鄉。屬高雄縣管。 卅九年冬行政區域調整,始劃歸屏東縣管轄。

七、萬巒鄉(先鋒堆)

命名:本鄉面臨大武山,因萬山重疊,成為一天然屏障,故名之日「萬巒」。

沿革:本鄉在清康熙二十七年,即有廣東、福建兩省人士來此開拓。 日據時代,本鄉隸東港辦務署。設萬巒、佳佐、赤山各庄役場。後 合併赤山、佳佐兩座,改為萬巒區,屬高雄州潮州郡管轄。民國卅 四年本省光復,改稱為鄉,屬高雄縣轄。至卅九年行政區域調整, 始改隸屏東縣。

八、高樹鄉(右堆)

命名:高樹舊稱「大車路」,據說舊時大車數台可以併行,意謂道路之廣潤也。民國三年,日人在各處測量,以本鄉位居高地,且樹林茂盛,始定名為高樹。又據傳地當時有一株木棉樹,高冠群木,且分枝甚多,形如車蓋,因之得名。

沿革:本鄉係於清乾隆二年,有廣東、福建兩地移民來此開拓,先設東振公館,辦理糧租,及管事一人調解民事。至日據時代改為東振新區,後合併加納區置高樹庄,民國卅四年台灣光復,改為高樹鄉,屬高雄縣轄。民國卅九年行政區域調整,始劃屏東縣。

第三節 地理區位

六堆地區以東經 120 度 30 線為中心,是自北緯約 21 度 25,至 21 度 22 之扭曲的長方型。位於屏東縣北有隘寮溪與高雄縣大樹鄉、為界,西隔高屏溪與林邊、新園、萬丹鄉、屏東市、里港鄉、旗山鎮為界,南至枋寮鄉,東至沿山公路止。

主要交通道路有國道 3 號道、台 1 號道、88 號快速道路、185 號沿山公路、及台鐵等道路貫穿全境,交通四通八達,極為便利。除內埔、萬巒、竹田、麟洛、長治五鄉毗鄰成為客家庄中心地區外,佳冬、新埤

兩地另於南方連成一地,北有高樹,隔一河鄰接美濃、杉林,六龜則遠 在北部另成一區。如圖 2-1:

圖 2-1 六堆聚落地理分佈圖 資料來源:六堆學術文化基金會

第四節 人口結構

研究地區居民以客閩籍為主,客家居民約占 55%,住區分佈西南邊, 閩南居民約占 35%,住區分佈東北邊,其他族群約占 10。

依據屏東縣 95 年戶政人口統計,內埔鄉計 17,073 户,59,960 人。 竹田鄉計 5,345 户,18,696 人。麟洛鄉計 3,419 户,11,716 人。佳冬鄉 計 6,583 户,22,070 人。新埤鄉計 3,263 户,11,145 人。高樹鄉計 9,512 户,27,819 人。長治鄉計 9,332 户,27,819 人。長治鄉計 9,332 户,30,939 人。萬巒鄉計 6.255 户,22.907 人。合計研究地區計有 60,782 户,205,252 人,戶數人口及性別統計,如表 2-1。

依據客家委員會於2004年全國客家人口基礎資料調查推估結果,本

研究計畫地區客家人口共計 107,510 人,占地區總人口數 51.2%,如表 2-2。

表 2-1 研究計畫地區戶數、人口數統計表

品	分	戶數	人口數
內	埔	17,073	59,960
竹	田	5,345	18,696
麟	洛	3,419	11,716
佳	冬	6,583	22,070
新	埤	3,263	11,145
高	樹	9,512	27,819
長	治	9,332	30,939
萬	絲凸	6,255	22,907
合	計	60,782	20,5252

資料來源:屏東縣政府 2006 年民政局人口統計,本研究計畫整理。

表 2-2 2004 年屏東縣六堆地區各鄉客家人數一覽表

區分	實際人口數	推估人口數	百分比
高樹鄉	28,648	12,806	44.7
長治鄉	30,725	14,078	45.8
麟洛鄉	11,915	9,828	82.5
竹田鄉	19,033	14,805	77.8
內埔鄉	61,375	32,687	53.3
萬巒鄉	23,529	7,150	30.4
新埤鄉	11,604	5,606	48.3
佳冬鄉	22,902	10,550	46.1
合計	209,731	107,510	51.2

資料來源:客家委員會 2004 年全國客家人口基礎資料調查,本研究計畫 整理

第五節 地區氣候

熱帶季風氣候的屏東,處熱帶低緯度地區,屬於熱帶季風氣候,全境皆在北回歸線以南,素有「熱帶都市」之稱。西臨高雄縣市及台灣海峽,受海洋調劑,氣候溫和,夏季長達九個月,春秋季較短,由於大武山山脈與中央山脈的屏障,阻隔了冷冽的東北季風,加上日照充足,使得屏東的冬天並不明顯。

雨量多集中於每年四月至十月年平均降雨量為179.7毫米,其他為乾季,年平均降雨日數為7.7日,年平均日照為196.4小時,年平均相對溼度為73%,年平均溫度約25.3°C,陽光充足,極適合發展觀光休閒活動,每年五至六月為梅雨季,六月至十月平均約2至4個颱風侵襲,對地區觀光休閒產業有一定程度的影響(屏東縣政府主計處,2007)。如表2-3。

表 2-3 屏東地區 2002-2006 年氣候資料統計表

項目 年月	平均氣溫 (°C)			降雨量 (毫米)	降雨日數 (>0.1mm 日)
2002年	25.4	73	196.3	200.7	7.2
2003年	25.3	72	199.5	156.8	7.7
2004年	25.1	71	229.8	98.6	6.8
2005年	25.0	74	181.2	211.2	8.7
2006年1月	21.7	74	159.9	14.5	3.0
2 月	22.4	72	176.9	0	4.0
3 月	23.4	71	204.9	9.0	3.0
4月	26.5	73	191.9	103.0	6.0
5月	27.9	74	221.2	189	9.0
6月	28.5	80	189.4	659	18.0
7月	28.8	81	189.5	1243.5	19.0
8月	28.5	80	189.3	281	16.0
9月	27.7	74	190.2	248.5	11.0
10月	27.0	66	218.7	7.5	4.0
11月	25.6	68	197.8	14.0	2.0
12 月	22.7	64	164.0	3.0	2.0
2006 平均	25.9	73	175.4	231	8.1
五年平均	25.3	73	196.4	179.7	7.7

資料來源:中央氣象局恆春觀測站,2007。

第六節 產業概況

一、農業生產方面

研究地區天氣較溫熱,夏季綿長,土地肥沃,雨量豐富,有利於傳統農產品生產,稻米、雜糧一年三穫。主要農作物方面:黑珍珠蓮霧、木瓜、芒果、椰子、檳榔、洋蔥、香蕉、稻米、鳳梨、棗子、花卉等,種類繁多,產量豐富,其中檳榔種植面積最大,有一萬三千多公頃,其次是芒果,蓮霧,鳳梨,椰子等,可口香甜、色味俱豐十分具有代表地區農產特色。畜牧業,以飼養牛、羊、豬為主,沿海地區從事養殖漁業。

二、工商服務業

較局限於醬油、豆腐相關產品、叛食、米食等民生食品生產,多數 從事客家美食、中西藥房、百貨行、電器行經營,頗具傳統文化特色的 產業如客家門簾、客家藍染、雕刻、童玩、炮城等民俗技藝製造,目前 面臨後繼無人、技術失傳之虞。

本研究地區位於屏東平原及靠近淺山地區的精華地帶,又有楠梓仙溪、隘寮溪及萬安溪帶來充沛的水源與肥沃的土地,以經營傳統農業生產為主,具有農業產銷的關鍵角色,現今屏東縣有農業大縣、蔬果王國的美譽,六堆客家居民功不可沒。

三、觀光休閒產業

隨著經濟全球化、產業特色化的世界潮流,客家地區的產業一級要到三級產業,也必然面臨提升的壓力,如何將研究地區從以農業為主軸的經濟產業再出發,透過文化深耕與綠色觀光,創造具有六堆客家地方特色的優勢競爭力和活絡地區的經濟,是當前重要的課題。

目前屏東縣觀光休閒產業 80%集中在恆春半島與墾丁國家公園,以自然賞景,娛樂運動為主,文化體驗僅占 21%,觀光休閒旅館 6600 床,絕多數集中於屏南地區墾丁國家公園系統,其餘地區供給率極低(觀光局,2006)。休閒農場僅有 33 場,占 3.0%(台灣休閒農業學會,2004)。研究地區客家歷史文化、交通可及性高、資源頗具特色,頗俱發展觀光休閒相關產業的潛力。

行政院核定「挑戰 2008 國家發展重點計畫:新客家運動」計畫、六 堆客家文化園區設立 (2007.10.20 試營運,預定 2008 年正式營運)、縣 政府持續推動客家社區總體營造計畫、產、官、學界已形成育成合作關 係,未來六堆客家地區觀光休閒產業市場,榮景可期。

四、六堆周邊地區觀光旅遊景點

近年來南部地區交通網絡,逐漸建構完成,地區交通可及性大增, 屏東縣六堆客家地區位於核心地帶,規劃套裝行程的搭配彈性空間加 大,為地區發展觀光休閒產業的一大利基。

配合縣政府及各鄉推出之一日、兩日、或多日遊的資源與構想,可納入規劃觀光休閒的景點多元而豐富,僅列舉較著名觀光區(或景點)如下:西拉雅國家風景區、茂林國家公園、旗山、美濃遊憩帶、高雄、小琉球、東港遊憩帶、墾丁國家公園遊憩帶、三地門原住民文化園區、雙流森林遊樂區、內埔、龍泉觀光酒廠…等,對研究地區的觀光休閒發展,有相輔相成的效果。

第三章 理論基礎與文獻探討

理論是對事實現象一般化的系統性歸理;文獻則是前人研究的成果,研討理論與文獻,將增益其宏觀思想,堅定正確方向,有助於本研究之達成預期效果。本章將就觀光休閒產業、發展策略及資源基礎理論等三個部份探討。

第一節 觀光休閒產業

一、觀光的定義

(一)就中文的字義,闡述如下:

觀光一詞其語言最早可追溯到周文王時代,易經觀卦六十四爻詞: 「觀國之光,以利賓於王」。所謂觀國之光,係指巡遊國境,觀察風土民情、政治儀規,有誇耀國力之意。因此,「觀光」具有熱愛與宣揚自己國家的雙重意義(蘇芳基 1993)。

(二)就英文字義,闡述如下:

觀光(Tourism)一詞源自於拉丁文,其原始意涵為前往各地旅遊以增廣見聞之意。

Tourism 一詞可以分析為 tour (觀光) + i sm (主義,主張;行為,狀態)。此語源自拉丁 Tourns (轆轤:是一種劃圓圈的轉盤工具),而後衍生為會回到原出發點的巡迴旅遊的意思。因此,Tourism 則具有「旅遊的狀態」或是「旅行的結構」的意義。其後,當觀光活動逐漸成為一種普遍的社會現象或社會狀態時,便相繼衍生具有「大量生產方式之旅遊結構」之大眾化特色概念。

國際觀光組織(1979)針對觀光的意義指出:「其為與生活節奏和環境之變遷有關,而且也與親身所經歷的環境參觀及自然環境與文化社會有關的臨時又自願的旅行現象之總體」。

德國學者 Bormamm. A 指出:「凡屬於一時離開其居住地的旅行,不論修養,遊覽或商事等均屬觀光」。

國內學者廖儷霙針對觀光之定義指出:「基於工作以外之目的,自願到其他目的地進行短暫的停留,而且並無在該地進行長期居住或就業的打算。是一種可以自行支配時間和金錢的遊樂活動」。

學者陸景武針對觀光的定義也指出:「在一定的社會經濟條件下,人類的社會經濟活動,它表現於尋求歡愉感受為主要目的,而離開常住地到達旅遊目的地做短暫停留後,返回原居地的一種綜合的物質與精神文化生活的體驗」。

(三)觀光的構成要素

Gunn (1999) 以觀光供給系統之角度,指出觀光發展是由五個獨立的構面所組成: (一) 觀光據點的吸引力、(二) 服務設施、(三) 交通運輸、(四) 旅遊資訊及(五) 促銷,統稱功能性觀光系統。Gunn並指出所有的觀光旅遊活動都包含了經濟因素、公開的場所、政府的計畫及許多代理機構直接的功能。

Gunn 認為各功能元素應由政府、非營利組織及商業三個部門共同開發與管理,在規劃上必須負擔起各項功能元素的聯繫,並了解這五大要素是如何相輔相成,形成觀光體系。

綜合上述:現代社會進步,國民所得與生活水準提升,大眾運輸交通便捷,現代人重視休閒生活的調適心態,及擴展領略外在世界的好奇心,促使利用假期從事休閒觀光活動,緩和生活或工作中的情緒和壓力。

觀光包含旅遊、政治、經濟、社會、教育、文化等多項意涵。觀光 的構成要素則可歸納為:據點的吸引力、服務設施、交通運輸、)旅遊 資訊及促銷宣傳等五項。為整個觀光休閒產業完整發展,則必須整合政 府、非營利組織及商業三個部門。

二、休閒

(一) 休閒的定義

就中文的字義而言,闡釋如下:

- 1. 說文解字:休者,息止也;閒者,稍暇也。
- 2. 康熙字典:休者,休息也;閒者,安也。
- 辭海;休,暇也;閒,暇時也;休閒,指有時間空間,優遊閒適。
 綜合而言,休閒是指停止工作後的餘暇。

就英文字義而言,闡釋如下:

- (二)休閒(Leisure)一詞源自拉丁文中的"Licere",意指「被允許」或「自由」之意。"Licere"又引申出法文的"loisor",指自由時間;以及英文的"license",許可行動的的自由之意,及"liberty"解放之意。這些字指涉的是自由抉擇和無強迫之意(Kraus, 1990)。
- (三)社會百科全書對於 "leisure"的定義,指 "leisure"從古希臘字源 "schole"演變而來,原義係指一種解放、自由自在,或是免於被占有的心態與情境。易言之,就是精神上毫無束縛,自由解放的情境。它也象徵一種自我教化。故 "schole",成為後來英文字"school"、"schoolar"的語源。

- (四)古希臘哲學家亞里斯多德曾說:「休閒是免於必須勞務的一種境界或狀態」、「休閒是一種存在的狀態。在這種狀態下,活動純粹無所為而為,自身即是目的」。所以古希臘詮釋休閒,指休閒是解除勞動的時間。希臘文化認為工作的目的就是為了休閒,沒有休閒就沒有文化產生(Kelly,1990)。
 - 1. 國外學者Maslow針對以時間的觀點定義指出:「休閒為生活與 生存必須之外的自由時間」。
 - 2. Kelly (1982) 針對休閒以活動的觀點定義指出:「休閒為個人自由之活動,且常屬非工作性質」。國內學者李宗民(1988) 以心理的觀點定義指出:「休閒講求的是一種滿足個人內在需求的個別化趨美之心靈體驗」。李謁政先生也以行動的觀點指出:「休閒反省式的抉擇成為休閒活動的核心」。另有榮芳杰先生針對休閒以綜合性的觀點定義指出:「休閒兼採時間,活動或是心理的觀點,視個體在自由時間,自由從事活動,以獲得舒暢、愉快,自我超越或是自我實現等感受」。

綜合上述:休閒可以說是工作之餘隨心所欲的活動,而「自由選擇」 是休閒的主要精神。時間、活動、體驗是休閒的三大內涵。

三、客家觀光休閒產業

(一)游仁君(2001)

研究發現維繫北埔聚落的兩大力量「傳統空間結構」及「居民感情」, 受觀光衝擊而改變,居民日常空間使用型態被犧牲轉為服務遊客的假期 休閒、居民的生活空間淪為與遊客共享的場所、利益不均成為分割居民 情感的立刃、外來的消費概念造成的價值誘惑,削弱了囤墾初期勤苦的 客家精神。

(二) 陳板(2002) 認為:

客家文化產業的討論,約可以從兩方面來分析,一是客家物質生活的產業化,另一是客家族群原來所經營之產業文化化。以內灣線的發展為例,產業的經濟條件從過去的煤礦、水泥礦與伐木中走出來,二十幾公里長的由國人完工的唯一一條鐵路,沿途的風光與地景背後的故事,才是新興產業的時代條件。過去的山林與地底的勞動形象(或影像)的再製,是新興產業的重要元素。過去流血流汗的勞動經驗,如今成為問休二日消費市場追思的動人故事。

就把這一類的轉型稱之為將邊緣轉化為消費者動力,北台灣的桃、

竹、苗,中台灣的中、彰、投與雲林,南台灣的高、屏,以及東台灣的 三個縣,都有美得讓人感動的客家村落。客家族群的地理分佈,曾經是 歷史的邊緣,如今卻在周休二日的新休閒情境中,成為熱門的旅遊地區。 因為發展的遲緩,使客家鄉鎮的年輕人外流到工商發達的城市,雖然曾 經一度讓許多的客家鄉親因而變賣祖產離鄉土,然而,當工商情境轉變, 鄉村(尤其是時間停在20、30年前,甚至停格在80年前的客家庄景觀) 成為現今的媚力故鄉。

觀光休閒發展無可避免的會對傳統聚落產生衝擊面,傳統社區引入 了觀光活動,將會促使當地過度商業化,導致聚落原有的獨特風貌逐漸 消失。現存於全國各地的客家社區,多數全心拼經濟卻全然放棄拼文化。 從回顧歷史、產業文化化、文化產業化到社區創意空間的開展,應該是 客家文化能不能永續經營下去的必經之路。

(三)曾彩金(2003)

因應六堆地區發展及發揮客家文化園區的功能,曾先生的具體策略為,將園區建設經費(十二億)用在「地方園區」的建置上。將「主題園區」原先設定的研究、發展、教育、推廣功能,融入「地方園區」的實際生活、操作、學習、發揚的功能上。園區分散設置的理念下,完整的呈現出六堆客家文化的獨特性,使六堆各鄉鎮成為台灣最具有特色的文化中心。為達到此一目標,縣政府要先做好全面性的文化資源普查的建立六堆地區藝文資源資料庫。一為人文資源,如古蹟與文物、歷史建築、閒置空間、宗教信仰與禮俗節慶、語言與飲食文化、傳統手工藝、傳統聚落、人力資源、社團資源等。另一為環境資源,如傳統產業、傳統聚落、人力資源、社團資源等。另一為環境資源,如傳統產業、經濟產業、觀光遊憩產業…等。

六堆各鄉鎮以一地一文化園區或文物館的設置, 具體描繪構想:

- 1. 美濃設置「水文化博物館」、「菸葉博物館」、「陶藝博物館」、「紙傘博物館」、「山歌研習中心」。
- 2. 杉林成立「農產品推廣中心」(盛產甘蔗、香蕉、芒果)。
- 3. 六龜、美濃、高樹鄰近的荖濃溪,可成立「荖濃溪文化園區」,結合 六龜隧道、十八羅漢山、泛舟活動。
- 4. 高樹以老伯公信仰為中心,與美濃、六龜三鄉鎮作區域連結,成立 「伯公信仰研究中心」。另規劃為「實驗農園」、「教育農園」或「農 業文化園區」或「農村文化館」、「農具博物館」。
- 5. 麟洛、內埔、長治、竹田、萬巒盛產檳榔、蓮霧、椰子,可以規劃 為「檳榔博物館」、「蓮霧文化園區」、「椰子文化館」。

- 6. 內埔韓文公祠可設「六堆文學作家館」。
- 7. 萬巒可設「美食製作教學中心」、「祠堂研究中心」、「傳統技藝與民俗研究中心」。
- 8. 高樹、內埔、長治、竹田、萬巒、新埤可興建「埤圳博物館」。因為 客家人擅長開埤築堤作霸,墾荒闢田。
- 9. 竹田的「客家文物館」可以附設「六堆先賢烈士館」。
- 10. 美濃、麟洛可擇一設立「客家語言學習中心」。

曾先生更進一步指出若能以分散園區的作法,就能將地'方文化特色透過地方文化園區的方式表現出來,尤其結合上述各類型的文化園區與地方環境資源,並配合現有的旅遊景點與民俗節慶活動,建構「六堆客家文化園區網絡」,藉此組成點、線、面的文化連結。

(四)張維安、謝世忠(2004)

新竹縣長亦於關西鎮農會會員大會上指出,加入WTO對傳統農業衝擊很大,農業轉型加上產業配合相當重要,地方交流中心成立之後,可望成為全國遊客到新竹縣首要參觀的「櫥窗」,因此農業精緻化、多樣化、並與觀光、文化結合勢在必行。

相同的,在苗栗地區有許多政策的規劃直接影響地方的發展。在2001 到2021年的苗栗縣整體發展實施計畫中,苗南生活圈被規劃為「以農業 發展為主,成為苗栗未來發展的儲備用地。」農、林、漁、牧休閒觀光 化目標中,其中一項即輔導大湖成為水果酒之鄉的計畫,補助1.200萬元 的經費,預計「結合農會及農改場的技術輔導,配合休閒觀光及農業生 產,制訂輔導辦法,加強可行性。」預期效益在於改善農民所得,增加 收入來源,並進一步與農地利用休閒化的取向結合,達到復甦農村經濟 的效果。

(五) 蔡龍銘(2005)在「農村觀光休閒產業發展潛力分析與限制改善分析—以高屏地區之客家產業為例」一文中,認為:

高屏地區十一個鄉鎮之資源豐富,又同為客家鄉鎮之六堆地區,在 資源上應互相整合,並且構成連線,讓遊客能納入遊程安排,以增加觀 光收入促進農村之繁榮。南二高及高速鐵路通車使得南部地區交通便 利,對高屏地區之觀光有利。有許多客家歷史、古蹟、建築、及文化、 產業資源等,可利用高屏客家地區各鄉鎮的特色,善用這些文化資源, 積極推動客家文化觀光。

將客家地區觀光休閒產業區分為文化及非文化觀光資源兩個面向:

1. 文化觀光資源:如客家夥房、宗祠、伯公、書院、敬字亭、禪寺、

宗廟、文物館、故居、三山國王廟、紀念館、老車站、候車亭、古老教堂、古厝、公共洗衣場、紀念碑、及客家八音等。

2. 非文化觀光資源:包括人才資訊、產業資源、自然資源及景觀資源等。

(六)廖世義等(2005)認為:

多數客家地區因位處山區與海邊,產業與人口集中於都會地區的結果,社區已經逐漸呈現出低學歷、高年齡、低收入以及產業中斷、產業文化流失的危機,全球化與WTO政策的持續推動,可以預見問題會更嚴重。研擬未來社區發展策略,藉由示範社區產業交流中心的設置,活化傳統產業,並藉由產業利基與效益之擴大,達到社區資產保存的效果,應是客家社區發展的重要目標。

客家區居民較認可農產品推廣、美食及藝文活動等三項活動,由於 屏東地區因其地緣性因素,有其特有之農產及菜系。在國人重視美食文 化下,客家獨特的飲食文化深入人心,因此,也可透過其農產及美食來 推廣客家文化。

(七) 王貳瑞 (2005) 認為:

台灣加入WTO後,區域產業受到很大的衝擊,區域經濟體系一方面要升級,另一方面也要尋求轉型機會。以屏東縣客家加族群分佈現況來說,應以下列幾項策略為發展方向:

1. 鄉鎮產業特色的建立

尋找鄉鎮特色,融入文化內含,重新塑造形象,整合成具有人文、社區景觀與休閒之獨特性產業,提升產業附加價值,成為社區文化的一環。由於屏東地區客家族群分佈地區觀光資源分散,並缺乏核心,未來應以特色文化或產業,透過連結整合方式形成產業或觀光帶,帶動特色較不彰顯的鄉鎮,達到社區活化的目的。

2. 區域產業與觀光的結合

區域產業與觀光的結合,可以達到相輔相成的效果,利用區域 產業特色,帶動相關產業發展,事實上就是鄉鎮社區營造的精神。 屏東客家地區文化與觀光資源均極為豐富,未來要顯示出獨特性, 仍應與產業結合,才能真正創造附加價值,具體提升產業效益。

3. 產業鏈系統的建立

區域產業發展需要以產業鏈觀念,將需求到產業面各環節加以 整合,然後再與觀光、文化特色結合,形成具有代表性的各式特色 產品。在兼顧有機、永續、健康、品味等價值理念的社區發展原則下,開發出具有吸引力的產業特色產品,達到升級與轉型,則顯然需要更多產業創意的結合。

屏東縣客家族群長期以農為生,活化社區特色產業,並朝全新 產業開發,結合水、空氣、休閒渡假農場、有機農業、花卉農場、 健康食品、健康生活、文化景觀、歷史文物等區域特色,是一個值 得重視與努力的方向。

(八)段兆麟(2007)認為:

客家地區經營的產業以農業為主。客家聚落因自然環境特殊,富含優美的景觀,特色的產業、濃郁的文化,及維護良好的生態環境。從二十世紀末開始,這些景觀、產業及自然生態資源,是發展體驗經濟(Experience Economy)最珍貴的自然資本(Nature capital)(段兆麟,2007)。

客家地區適合發展的觀光休閒產業可歸納為:休閒農業、鄉村旅遊、傳統餐飲產業、鄉村民宿、鄉村節慶觀光、創意文化產業、歷史文化古蹟體驗等。台灣加入世界貿易組織(W.T.O)以後,農業遭遇國際競爭壓力極大,一些競爭力較低的農特產品經營備感吃力。因此,客家地區輔導其土地、勞動、資本,從農產業釋出轉移到社會大眾高度需求的觀光休閒產業,是農村再造,產業重生的有利策略(段兆麟,2007)。

綜合上述:客家地區因地理形勢、文化特色等因素,多保留農業的經營型態,自然景觀優美,以規劃觀光休閒產業而言,適合發展休閒農業、鄉村旅遊、客家特色的傳統餐飲、鄉村民宿、節慶觀光、創意文化產業、歷史文化古蹟體驗等項目。

面對將農業主軸的經濟模式,轉型為觀光休閒產業時,為應以客家 文化為基礎,型塑地方特色產業,結合觀光休閒的相關知識與技術,爭 取與運用各項資源,發展觀光休閒產業,達到活絡客家社區經濟,保存、 發揚客家文化為較合適的發展原則。

在發展觀光休閒的同時,對地區產生的衝擊,如帶來社區的噪音、空間污染、垃圾增加、停車問題及侵擾聚落居民的日常生活等,也未雨綢繆。如何使發展觀光與保存文化得到平衡,如何讓觀光客的旅遊需求與居民的生活適切的互動,使觀光利益異為全體居民所共享,是發展六堆地區觀光休閒應重視的課題。

第二節 資源基礎理論

一、資源基礎理論之沿革

資源基礎理論(Resource-based theroy;RBT)的歷史可從策略管理學門的發展情形得知。Hoskisson認爲從Barmard於1938年在其「The Functions of the Executive」一書中,透過管理功能與流程的觀點來探討公司組織及其運作機制,因而開啟策略管理研究之大門開始,過去四十年來策略管理之研究方向大致可分爲四個時期,分別是早期發展(early development)時、產業組織經濟學(industrial organization economics)時期、組織經濟學(organization economics)時期,以及資源基礎觀點(resource-based view;RBV)時期。

二、資源基礎理論之意義

企業在進行策略規劃時,有兩種不同的策略思考邏輯:一爲由外向內型,即有效配合外在環境變化的趨勢,適當調整企業本身的營運範疇;另一爲由內向外型,亦即持續建構,並運用本身的經營條件,以對抗外在環境的變化(吳思華,1996)而傳統重視的策略思考模式都爲由外向內型,策略分析的基礎在於組織或企業的內在優勢與外在環境的機會與威脅,並且認爲個體的力量無法對抗和左右環境變化的趨勢。但在資訊科技與全球化的帶動下,競爭環境的變遷以別於過去且更爲迅速且激烈,此時要掌握外在環境的變遷亦變得更加困難。

因此,經營者必須調整傳統的策略思考模式,改由內向外型的思考模式便具有其重要性。而資源基礎理論(Resource-based theory; RBT)即是這種由內向外型的思考模式策略邏輯,其在分析企業內部資源是否有效開發利用及如何取得、累積與培育資源,並利用這種優勢的核心資源來發展最適的策略模式。

三、核心資源的定義

核心資源的概念,最早出現在1950年代,被視爲一個企業組織中內部重要資源之一。核心資源所指的是無法輕易模仿的有形或無形資產,或是在企業的策略作爲上,有極爲重要的地位者。而Selznick(1957)也提出「獨特能力」的概念,是指企業中所制定的規範是決定企業特殊重要能力之一。隨後Ansoff(1965)指出要決定企業獨特能力需分析企業本身的優勢和劣勢,並審查企業本身有形資產和無形資產。

核心資源(core resources)是企業組織內部的重要資源,核心資源也是無法被輕易模仿的有形或無形資產,或是在企業的策略作爲上,有極爲重要的地位(段兆麟,2006)。

四、核心資源的特性

吳思華(1996)綜合學者的看法,認為核心資源有下列幾種特性,茲說明如下:

(一) 獨特性

是指該項資源必須具有使企業在執行策略時增進效能或效率的價值,同時市場供應量非常稀少,又無其他代替品。包含,

- 1.價值性:指核心資源執行特定策略時能增加效率與效果。
- 2.稀少性:指核心資源競爭市場上存量稀少。
- 3.不可替代:指無存在相似的資源可執行相同策略。

(二) 專屬性

是指該項資源和企業的設備、人員、組織、文化或管理制度緊密結合,不易轉移與分割,其他企業縱然取得該項資源,亦不一定能發揮類似的功能,如此才更能確保核心資源的價值。

(三)模糊性

是指資源的建構過程,及其與競爭優勢之間的因果關係,不易清楚 的釐清,使得競爭者不僅無法取得,亦根本無從學習。

五、產業優勢核心資源

「資源」應該是由有形資產、無形資產、組織能力三者共同組合成為產業所擁有的資源基礎,這三者又再萃取出最核心與最關鍵的內涵項目,形成公司所獨特擁有的核心資源(core resources)與核心能力(core competence)(戴國良,2004)。如圖3-3所示:

圖 3-1 產業優勢核心資源項目圖

資料來源:問題解決完全攻略(33)。戴國良(2004)。台北縣:中國生產力中心。

另外,圖3-4顯示出資源基礎、核心資源、核心產品及顧客滿意四者 之間的密切關係。成功的產業透過其核心資源與核心能力,而在市場推 出核心產品與核心營運服務。這些核心產品與核心營運服務,對顧客提 供了較競爭對手更為優越的價值創造與需求滿足。

總之,這樣的產業贏得顧客,也獲得長期競爭優勢,這一切的根源則在於產業擁有創造價值與滿足需求的核心資源與核心能力。

圖 3-2 資源基礎、核心能力、核心產品及顧客滿意關係圖 資料來源:問題解決完全攻略(304-305)。戴國良(2004)。台北縣:中 國生產力中心。

綜合上述,資源應該是由有形資產、無形資產、組織能力三者共同 組合成為產業所擁有的資源基礎,核心資源也是無法被輕易模仿的有形 或無形資產,或是在企業的策略作為上,有極為重要的地位。基於此, 對客家觀光休閒產業核心資資源可定義為「客家觀光休閒產業為創造、 維持其競爭優勢所擁有的稀少、專屬及難以仿製的資產與能力」。

第三節 發展策略

一、策略的意義

策略(Strategy)由希臘語而來,源自於軍事行動,乃指導軍事行

動之藝術與科學,代表性的著作如我國的「孫子兵法」。早期策略之意涵是指面對不同軍事狀況時,該採取何種面對方式與分配現有的資源,並透過最有效率的方式擊敗對手或退出戰局。隨著時間與資訊科技的變化,所謂的戰場不再只侷限於軍事行動上,俗語說「商場如戰場」一語道盡現代企業生存環境競爭的激烈程度,一如兵戎相見的紅海戰場。

陳家誠(1980)認為所謂策略也者,即達成目標的手段、或方法、或工具、或途徑。策略在企業經營上的意義則為,運用與分配企業所擁有各種資源,如土地、人力、資本、設備、資訊、時間等,以達成組織目標,其包括行動方向與行動方式。本質上而言,策略具有兩大特性,即機會性與動態性。

- (一)機會性(Chance):策略是達成目標的手段,而手段可能是單一,或多種。
- (二)動態性(Dynamic):策略使用完全依據當時各種情境(Situation) 而定,任何策略皆有被使用的機會,只是機會多寡而異。

吳思華(1996)認為策略的目的在於有效地運用資源,建構一套整體的思考,尤其是在目前競爭激烈的環境中,企業應如何盱衡全局,並因時、因地制宜,此即意指「策略」為企業主持人或經營團隊面對未來發展所勾勒出來的整體藍圖。

二、策略規劃

(一)定義

所謂規劃(Planning)是將決定組織目標、方向與實行方法的所有工作,妥善地結合起來。更明確的說,規劃是「手段」而非「目的」,規劃本身並無獨立價值,其目的絕非創造計畫,而是要利用規劃以便在一致的基礎上產生最佳的結果;再者,規劃是一種必須永續進行的行動,不是偶發事件;最後,執行者與團隊必須視規劃為第一優先,要以它為主要決策及行動的指導方針(林國華,2004)。

策略規劃是指將實際的知識與經驗,應用科學的方法與技術,對組織未來實際需要,設定想要達成的目標,確定可以達成的目標的行動方案之過程,所以規劃、分析與選擇的過程,也是針對未來將要執行的一組決定,在行動取向上指明行動路線以及步驟,在將來取向上是以採取行動為前提,對各種未來相關的狀況與條件做預測(莊惠如,2005)。 美國公共技術組織(Public Technology Incorporated; PTI)認為「策略規劃就是一種管理組織變遷的指南和創造最佳可能未來的系統方法」。

(二) 策略規劃的步驟

策略規劃的過程由於組織結構不同,所呈現的構成要素結果與流程 也不同,但基本上各家學者對於策略規劃的主張與見解都大同小異。以 完整的策略管理程序而言,策略管理包括前置和期間的策略規劃、作業 期間的策略執行及作業完成後之評估,策略規劃的七項步驟如圖3-1所 示:

圖 3-3 策略管理程序流程圖 資料來源:本文整理

三、發展策略

(一)發展策略的定義

司徒達賢(1995)指出,發展策略是根據組織目標、環境特色與趨勢、及企業本身條件而制定的。吳思華(2000)在「策略九說」中提到,企業透過發展策略的決定,對未來的發展產生主導功能,對企業營運的每一環節都產生實質的影響,因此,企業的發展策略的意義可以從不同的面向來觀查與描述。

伍忠賢(2002)認為發展策略即在落實公司目標,明確載明三、五年內公司想達到的目標、做法。Chandler (1962)在策略與結構一書中認為發展策略為一個企業長期目標的決策,以及實現這些目標所需的行動及資源分配的方法。湯明哲(2003)則認為發展策略決定企業長期目標,採取行動、分配資源來達成目標。進一步說發展策略是從企業總體的角度建構企業長期競爭優勢,提供了企業長期發展的方向,而非短期、技術性的決策。

在競爭市場中,企業經營策略就是企業競爭策略。企業競爭策略係

指企業內有系統,延伸性的決定和活動,以求在商場競爭時創造優勢。 美國策略專家波特 (M. E. Porter)認為產品或服務勝出的特色有二:一 是獨特性 (uniqueness),二是顧客感到有價值 (Valued by customers)。 企業可運用的兩類策略:一是低成本策略;二是產品的差異化策略,又 分為創新策略及高品質策略 (Porter, 1986)。

綜合上述,發展策略即是企業根據組織目標、自身特有的條件及未來發展趨勢,而制定企業短、中、長期發展的決策,並可依據狀況適度 調整,以達生存發展之目的。

(二)觀光休閒發展策略

觀光發展「可以用來描述一個地區或國家如何透過觀光業而發展的過程」,或是「指興建某特定用途的場所,例如旅館、觀光名勝或休閒渡假中心」(Dale & Oliver, 2002)。要瞭解觀光發展的內涵,首先必須考慮到觀光的構成要素。觀光的構成要素為觀光客、觀光媒體及觀光客體,無論是地方整體或任何景點的觀光發展都包含了觀光供、需面的兩種面向。供給面是指所有提供觀光產品、服務和連結觀光客的軟硬體設施,如觀光媒體及觀光客體;需求面是指有興趣且有能力觀光的觀光客。一個地區的觀光發展就是以觀光需求面為著眼,從觀光供給面作觀光發展內容的規劃。

Gunn (1999) 以觀光供給系統之角度,指出觀光發展是由五個獨立的構面所組成:1.觀光據點的吸引力、2.服務設施、3.交通運輸、4.旅遊資訊及5.促銷宣傳,統稱功能性觀光系統,如圖3-2。Gunn並指出所有的觀光旅遊活動都包含了經濟因素、公開的場所、政府的計畫及許多代理機構直接的功能。

Gunn認為各功能元素應由政府、非營利組織及商業三個部門共同開發與管理,在規劃上必須負擔起各項功能元素的聯繫,並了解這五大要素是如何相輔相成,形成觀光體系。唯有各部門有詳實的計畫與管理,這些複雜的場所與計畫的功能才能發揮出來,個別功能也才得以彰顯。

圖 3-4 Gunn (1999) 的供給面之功能元素圖

高俊雄(1995)認為地區觀光發展必須具備吸引遊客的誘因,而這些誘因就成為當地觀光開發的關鍵成功因素,並指出下列七項:1.吸引力焦點;2.餐飲住宿的款待服務;3.互補性的休閒設施;4.加強外觀造型與服務;5.當地居民與社區;6.觀光地區與遊客間的連結橋樑—旅遊資訊與交通設施;7.地區整合—觀光遊憩相關團體的結合,包含相關組織的整合,氣氛塑造與適當的規模。

若以台灣觀光休閒產業發展趨勢及現況而言,為因應地方經濟需求,並滿足國人對地方資源的懷舊與偏好,再加上地方首長、業者及人民團體的推動,以地方資源特色所建立的觀光發展型態已儼然形成(高俊雄,1996)。

觀光休閒產業是諸多觀光休閒產品所共同組成的商品組合,包括了資源與勞務的提供;觀光休閒產業有其獨特的商品及產業特性。而以地區為單位之地區型觀光休閒產業之本質與特性又與單純的觀光景點不同。一般觀光商品強調的是景觀的獨特性,地區型觀光休閒產業則包含了地方特殊的人文風情,居民的參與品牌的型塑並融入成為觀光休閒產業的吸引力。

由以上學者對觀光發展要素的看法,雖各家學者對於各要素的名詞使用不盡相同,但其內容的描述及意義上,與Gunn 所發展出的觀光系統有異曲同工之妙,本研究將以Gunn 的觀光功能系統為架構,然其各構面

之內容將綜合各家學者之看法,以下針對這五大要素之內容分別整理如 下:

1. 觀光據點吸引力

觀光資源在吸引力這項要素中扮演著重要的角色,觀光資源的分佈及品質決定了未來觀光的發展。觀光資源有許多不同的分類方式,若依資源的類型區分,可分為自然資源與人文資源,觀光景點的創造不只是實質上的觀光資源開發行為,也可能是一種結合地方特色或自然資源之活動。

2. 服務設施

服務設施應包含:住宿設施、餐飲服務、交通運輸、旅行社等與觀光最為密切的服務;休閒型的服務設施,如零售購物設施、娛樂設施、遊憩設施;便利及保障觀光客的基礎公共設施,如金融、郵政、電信、水電、污物處理、醫療、公共安全、治安、消防等。此在規劃服務提供,應重視此問題,並多投注一些心力,以發展觀光客與觀光目的地之間更好的關係。

3. 交通運輸

Gunn (1998)認為在觀光系統中,交通運輸提供了觀光據點與市場資源間的橋樑,扮演著觀光據點「可及性」的重要角色。觀光發展中,交通方面要強調的是「可及性」,而非交通本身。

觀光發展地之觀點,交通運輸包含聯外交通與觀光發展地內景點交通之聯繫。其中聯外交通是指將外來觀光客由出發地運送至觀光目的地的必要工具與設施;而聯內交通則指吸引力組合、景點串聯等工作。

通常交通運輸不是旅遊之目的,但卻是旅遊之必需要素。供給面的 所有因素均須依賴交通運輸,無論旅館的經營、食物服務、娛樂、商店 及觀光據點之成功與否,端看交通運輸的規劃是否良好。

4. 旅遊資訊

Gunn (1998)認為旅遊資訊是包括地圖、導遊手冊、錄影帶、雜誌文章、摺頁等的提供。觀光資訊的提供,是一種觀光服務,同時也是觀光的行銷,旅遊資訊的充分可以帶來更佳的旅遊經驗。一方面它將觀光發展地區的供給面訊息傳達給觀光潛在需求者,如地方觀光景點特色、風俗民情、地理位置、氣候、特殊的旅遊體驗、建議行程等。可行的作法包括旅行社的服務、旅遊手冊的印製與發行、電視旅遊節目以及雜誌的介紹。一方面,觀光資訊的提供亦是一種觀光客進入觀光發展地區後的觀光服務工作,最常見的方式就是旅遊資訊中心或遊客中心的建立。旅遊資訊中心提供遊客各種交通、景點、活動、住宿訊息,或是觀光地區

的現場導覽、解說等輔助服務工作。

旅遊資訊在觀光系統中,正逐漸地受到重視,遊客越來越希望多了 解旅遊地的歷史及背景。因此,旅遊資訊可以增加遊客對觀光地點的了 解、使遊客在獲得旅遊體驗之餘,不至於對環境造成破壞、協助遊客準 備遊程、提高遊客的滿意度等。

5. 促銷宣傳

促銷宣傳是透過產品形象的強化與市場區隔,或較實質性的優惠、套裝遊程安排來吸引觀光客,其作用是站在積極主動的立場,吸引觀光客前往觀光目的地,達到產品需求的增加。Gunn(1998)認為促銷包含四種性質的活動:廣告(需花錢)、大眾宣導(不必花錢)、公關及促銷手段。

促銷宣傳必須要配合其他供需面的規劃及發展,在觀光目的地進行規劃之初,就必須同時進行有關觀光促銷的工作;更要對旅客滿意度有高度敏感性,才能使得促銷發揮效用。

綜合上述,觀光休閒規劃的三個部門,必須對觀光發展系統中五個要素詳加瞭解與規劃,並由公部門的權責單位進行支援、協調、整合,最為適切。本研究即以Gunn (1999)觀光功能係統,進行問卷設計及訪談之依據。

第四章 研究設計與方法

本研究計畫為瞭解屏東縣六堆地區觀光休閒產業資與發展策略,本 研究計畫以文獻探討、問卷調查、深度訪談的方式,探究地區觀光休閒 產業資源、發展方向,並進一步探尋研究地區觀光休閒產業發展策略。

根據前述研究目的及文獻探討,本章就研究概念架構、研究方法、問卷設計及抽樣、訪談設計、資料分析工具與方法,分述如後。

第一節 研究架構

一、研究概念架構

本研究計畫之概念架構主要分為四個部份。先藉由環境與資源面的資源現況,進而透過SWOT分析,以彰顯競爭優勢,最後再以優勢條件形成發展策略。研究中由微觀到鉅視,由面、線到點,以逐步探究研究地區觀光休閒產業的整體現況與競爭優勢。最後於結論與建議中提出發展趨勢策略,如圖4-1。

圖 4-1 研究概念架構圖 資源來源:本文整理

二、變項說明

(一) 資源:

包括自然資源、景觀資源、產業資源、文化資源、人的資源等五項。 (二)環境:

包括中央政府的重大觀光政策、地方政府相關觀光休閒發展施政計 畫及研究地區之觀光休閒產業經營之交通運輸、服務體系、資訊提供及 行銷宣傳等五項因素。

(三) SWOT分析:

分析產業內部所擁有的優勢(strength)與劣勢(weakness)與外部環境所面臨的機會(opportunity)與威脅(threat),並以SWOT策略矩陣分析模式:發展策略(S-O)、克難策略(S-T)、補救策略(W-O)、

静止策略(W-T) 建構策略。

(四)發展策略

根據上述具有優勢資源、組織目標、自身特有的條件及未來發展趨勢,而制訂研究地區發展的策略。

第二節 研究方法

本研究採用質的研究,輔以量化方法的應用,以達互為體用之效。 質化方法就是藉由非單一的統計數據,採取其他可客觀掌握現象意義的 分析方法。社會科學對於社會現象的分析,已愈來愈具有量化的科學分 析模式,研究議題如能質量相輔,較具科學性實證性。

本研究計畫採取質量並重的研究模式,嘗試找出研究地區的資源, 並擬訂出最適合的發展策略,研究方法說明如下:

一、文獻探討法

本研究依據研究目的,搜集、整理相關研究地區資源、觀光休閒、 競爭優勢、體驗經濟、資源理論、發展策略等文獻與理論,包括期刊、 論文、研究報告、電子網站及相關書籍等,並向縣政府、鄉公所、圖書 館等蒐集資料,作為資源分類之依據。以建立研究概念架構,進而發展 為深度訪談與問卷設計。

二、問卷調查法

本研究之問卷調查對象區分為:觀光休閒產業經營者、觀光景點遊客、及研究地區當地居民等三類。問卷調查項目概分為:觀光休閒景點吸引力、服務設施體系、交通運輸、旅遊資訊、促銷宣傳及建議事項。 期能探討不同類型的對象,其看法及興革意見,作為觀光休閒產業發展 與策略研擬之依據。

調查之前,舉行問卷擬訂、試測、訪員訓練,講解問卷表格內容及 訪談的要領,以建構問卷之校度信度,提高答題正確性與一致性。

三、深度訪談法

訪談法是調查者直接與被調查者進行接觸蒐集資料的一種調查方式,它能蒐集更為深入的資料,尤其透過直接面對面訪談,可以隨時觀察到受訪者的反應,進而延伸追問,取得更問詳的線索。

本研究以非結構式的訪談方式進行,訪談前先行徵求當事人同意,選擇訪談時間、地點,並簽寫同意書,訪談員在實際訪談前,先經過訓練學習深度訪談的提問技巧,訪談全程錄音並照相記錄備查。探詢對研究地區發展觀光休閒產業過程中的需求認知及其影響因子,並進一步瞭

解其對發展觀光休閒產業的看法,以作為修正問卷內容的依據。訪談後摘記重點,以利比對分析,有關訪談內容全文將附錄於文後。

第三節 問卷設計及抽樣

一、調查對象

本研究為能了解業者及遊客不同層次的意見和需求,特將問卷設計 抽測對象區分為觀光休閒產業經營者、客家觀光休閒景點遊客及當地居 民等三類,作法說明如下:

(一)觀光休閒產業經營者方面:

為取得較具代表性的觀光休閒產業經營者樣本,本研究擬以設籍在本研究地區,實際有營業行為的觀光休閒業者為問卷調查對象,為能夠儘可能反映業者意見,對各鄉商家以分層抽樣的方式取樣,共計53人。

(二) 客家觀光休閒景點之遊客方面:

於客家觀光休閒景點,前來參訪之遊客,由訪問員依時間、地點、 性別等對來參訪之遊客採隨機抽樣的方式發放問卷,每鄉完成50份有效 問卷,遊客自由作答,並現場確認各項資料填寫完畢後回收。

(三)研究地區當地居民:

居住於六堆地區年滿18歲以上之居民,每鄉隨機抽樣10人,合計80份問卷。

二、抽樣

在遊客樣本數方面,本研究採在95%的信賴水準下估算樣本數,最後 回收有效問卷為396份。

三、問卷設計

(一)觀光休閒產業推動者問卷

本問卷的目的旨在瞭解其對發展觀光休閒產業之看法。問卷設計第一部份為經營項目與設施;第二部份為觀光吸引力、交通運輸、服務體系、旅遊資訊、宣傳行銷之重要性共五項構面;第三部份為基本資料及建議,推動者問卷如附錄一。

(二) 遊客問卷

旨在為了解遊客對研究地區觀光休閒產業經營者、觀光景點等需求 的旅遊項目與品質。問卷設計第一部份為觀光吸引力、交通運輸、服務 體系、旅遊資訊、宣傳行銷之重要性共五項構面;第二部份為基本資料 及建議。調查範圍均涵蓋本研究地區各鄉,遊客問卷如附錄二。

(三)當地居民問卷

居民問卷旨在瞭解地區居民對觀光休閒的現況及未來發展的認知。

問卷設計第一部份為地方特色與認知;第二部份為觀光吸引力、交通運輸、服務體系、旅遊資訊、宣傳行銷之重要性共五項構面;第三部份為基本資料及建議。研究地區年滿18歲之居民,每鄉隨機抽樣10人進行問卷,合計80人,居民問卷如附錄三。

第四節 訪談設計

一、訪談對象

由各鄉農會推廣股長或鄉村旅遊與觀光休閒產業的輔導人員,以立 意抽樣(purposive sampling)推選研究地區兩位最熟悉當地觀光休閒產 業議題者,計2名,訪談名冊如附錄六-九。

就研究計畫主題進行非結構性的深度訪談,受訪者可以用自己的語言、思路而談,不作任何概念性的預設。訪談全程錄音,並將訪談內容與情境摘錄要點,比對分析。

二、訪談構面

本研究中之訪談對象,均為對地方發展觀光休閒產業有一定程度的 認知,實施上以觀光吸引、交通運輸、服務體系、旅遊資訊、促銷宣傳 等五項構面及建議事項為訪談構面。

三、訪談大綱

本研究依據研究目的、文獻探討及研究架構發展出訪談大綱設計之基礎,訪談前將訪談大綱告知受訪者,以利先期搜整資料,充分回應相關問題,並不限制被訪談者的談話內容及方向,也不預設立場,而是透過開放式的問題,依據個人不同經驗或最易切入的主題,適時、靈活地加以運用,並讓被訪談者以自己的觀點脈絡、結構來陳述意見。本研究訪談大綱,如附錄四。

第五節 資料分析工具與方法

本計畫研究方法包括質的研究與量化分析兩部份,在量化研究方面,以SPSS套裝軟體軟體程式進行分析;質的研究方面,將訪談資料整理摘取要點後進行分析,說明如下:

一、量化研究方面

(一) 描述性統計 (Descriptive Statistics)

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

(二)單因子變異分析(One-way ANOVA)

本研究將透過 SPSS 量化統計軟體之「單因子變異分析」(One-way ANOVA),以驗證不同的層級對象,是否對優勢競爭與發展策略持有不同而有所差異。

二、質的研究方面

本研究之訪談先行依據研究主題需要擬訂訪談大綱,決定訪談對象後即傳送被訪談者,以便先行了解問題與搜集資料準備受訪。訪員亦需先行預演訪談的過程,包括問題的提出,引導談論主題的技巧、掌握訪談氣氛等,另需準備錄音、照像設備,以利記錄存檔。訪談後,將訪談內容以關鍵的要點摘取記錄,不斷思考、分析、歸納,以獲得最後結論,並與量化統計結果,相互引證論述,期能獲得預期效果。

第五章 六堆地區觀光休閒產業資源分析

第一節 觀光休閒產業資源介紹

一、竹田鄉

1. 產業資源

竹田鄉是極具農業氣息的鄉村,早期以水稻種植為主,兼有小規模的養殖業,70年代以後檳榔種植取代了水稻。養殖業已凋零,目前最大宗的產業除了檳榔外,蓮霧、香蕉、蔬菜的生產量都不大,倒是花卉栽培及休閒農業成為近年來的新興行業,竹田鄉有三個花卉產銷班,以文心蘭的外銷產量為最大,火鶴及草花的數量也不少,此外還有玫瑰、劍蘭、千代蘭、萬代蘭、蝴蝶蘭等。

檳榔具有提神作用,所以可製成檳榔花冷盤、檳榔花沙拉、檳榔酒、 檳榔汽水、最近還有人研發「檳榔蒸煮黑鮪魚」「檳榔剖空入青梅」新食 法,反應還不錯。檳榔還可製成皮膚保健品如 「檳榔香皂」、「檳榔痱子 粉」、「檳榔沐浴乳」、「以檳榔殼為襯底之安全帽」。

圖 5-1 文心蘭

圖 5-2 香蕉

2. 自然資源

地景景觀:1. 檳榔林: 檳榔佔竹田鄉農產最大宗, 處處皆可見檳榔 林。

2. 椰林:屏東處於熱帶地區,所以也盛產椰子。

3. 景觀資源

表 5-1 竹田鄉景觀資源表

項目類別	項目內容	說 明
遊憩景觀	西勢村街道	西勢村街道蜿蜒,各街尾皆有土地公廟鎮四方,
		整體聚落結構完整。
人造景觀	景觀道路	村與村之間的道路皆有其特色,椰子樹、檳榔
		樹、水圳處處可見,為當地特有之農村景象。
環境景觀	圳道	由於農業為竹田鄉最主要產業,所以農地內圳道
		縱橫。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

4. 文化資源

表 5-2 竹田鄉文化資源表

項目類別	項目內容	說 明
公共設施	公園	竹田鄉有屏東縣最具特色的運動公園。
社會風土	族群	竹田鄉與萬丹鄉邊界為閩南、客家兩族群混
		居的地區,閩南族群較早來開墾多於海口沖
		積平原,而晚來之客家族群則沿海而上開墾。
交通系統	竹田火車站	竹田火車站建造於日據時代,是一座擁有八
	(竹田村)	十年歷史的木造古老火車站,由於乘客少,
		台鐵公司想拆除改建時,地方人士極力爭取
		保留,現鄉公所計畫爭取老火車頭等古老鐵
		路工具,以配合觀光用。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

5. 建築資源

(1)忠義祠

建於康熙六十年間,為紀念早年保國衛鄉的六堆先烈。清光緒二十一年間,台灣割讓給日本,六堆靠家士紳均在此集會誓師抗日捍衛鄉土。 目前現有的規模為民國四十四年所重修,現階段仍為高屏六堆的精神堡壘,每年春秋二季均定期舉行祭典。

圖 5-3 忠義祠

(2) 陳家穎川堂

福田村以陳家穎川堂為中心,左右附近延伸成一個頗具規模的客家 集村,村內房屋緊鄰,透過小巷道相通。陳家的現址為石仟公之後代陳 明鳳於公元一七四九年所建,後原宅不夠居住,乃在旁邊蓋了許多邊屋, 形成佔地二甲六分,共有房間上百間的大型建築。陳家子孫曾考中文魁、 武魁、貢元的功名。

圖 5-4 陳家穎川堂

(3) 竹田火車站

車站建於日治時期昭和 14 年 (1939),該日式木造建築的車站最大特色,是屋頂四邊都是斜脊,屬日本房舍的「四注造」。 竹田站曾經有過輝煌歲月,公路運輸興起,1991 年被鐵路局降格為簡易站,並打算拆除,經過地方人士極力爭取,2000 年文建會將竹田站指定為「鐵道驛園文化區」,撥款整修,讓竹田站再度展現風華。車站左前方原有兩座日治時期建的倉庫,本來被閒置,經過改造,現在成為藝術展示空間,竹田鄉公所計畫在此設立展演廳、客家先民器物典藏區、客家先民生活寫照區、鐵道文化史特區、多媒體旅客導覽中心等,希望將它打造成一座展現本地客家活力的文化館。

圖 5-5 竹田火車站

(4) 客家文物館

客家文物館於民國 90 年 (2001) 開館,位於忠義祠後方,外觀建築現代也仿照大陸原鄉的圓樓設計,文物館內有電腦多媒體導覽,介紹六堆的觀光景點、客家生活面面觀、食衣住行、農村生活展示區等陳設。

圖 5-6 客家文物館

(5) 西勢西北橋紀念碑

西勢「西北橋」位於竹田鄉西勢村龍門路北端終點處,是西勢村民前往麟洛鄉田心村及屏東市必經的重要橋樑。西勢村北面有一條隘寮溪的支流,每逢雨季來臨時,洪水直沖下游,水流湍急,造成兩地行人往來交通不便。一百多年前,西勢村的鍾貴興先生和弟妹繼承祖先「修橋造路」、「行善最樂」的志願,出錢出力,並爭取上級補助,村民也共襄盛舉熱心捐款,終於在民國 37 年(1948)興建完成一座堅固耐用的「西北橋」,並在西北橋南端西側豎立一座「西北橋記」碑石,作為永久紀念。圖5-7西勢西北橋紀念碑

(6) 西勢村文筆亭

西勢文筆亭為三層、六角的亭子,亭頂以毛筆筆尖朝天為造形;底

層供奉關聖帝君,屋簷以泥塑獅虎獸形作為裝飾;中層供奉至聖先師孔子,樓簷有六隻鳳凰昂首翹盼,上層供奉魁斗星君,樓簷是六條飛龍塑像。文筆亭左前方有金爐、福德祠,右邊有字爐,亭子附近種有玉蘭花,樹高與字爐等齊,花香飄散。在文筆亭、福德祠前有一方池塘,種滿睡蓮,花開時節蜂飛蝶舞,更添鄉野情趣。

六堆民眾重視子女教育,期望藉由讀書登第,子弟能躍登龍門,文 筆亭的設立,正是民俗信仰與生活期望的反映。

圖 5-8 西勢村文筆亭

二、麟洛鄉

1. 產業資源

麟洛鄉的農產品以檳榔、蓮霧為主,本鄉生產的蓮霧汁多味甜有「紅寶石」之稱,此外椰子、芭樂亦有少量生產。本鄉境內的「果菜市場」 是鄰近鄉鎮的果菜集散地,交易熱絡。畜產資源為豬、牛、羊、雞與鵝等,而大部分以肉豬為主;水產資源為飼養鰻魚、草魚為一種新興副業,除了部分企業化養殖外,其餘皆為小規模飼養。

圖 5-9 蓮霧

2. 文化資源

表 5-3 麟洛鄉文化資源表

項目類別	項目內容	說 明
語文教化與	音樂	民國八十五年間,麟洛八音客家民謠團成
演藝談唱		立,而與該地區最重要的民間樂器,分成
		雨種形式,一為大吹,又稱吹揚,是嗩吶、
		大鑼、小羅,鈸合奏的打樂形式,多用於
		典禮性質濃厚場合。另一種為弦樂,是以
		嗩吶主奏,椰胡、二胡、三弦等弦鎖樂器,
		堂鼓、璫子、大鑼、小羅,鈸等擊樂器助
		奏的鼓吹樂形式,多用於儀式,娛人娛神
		的場合。
地方活動	廟會活動	鄭成功廟上有在每年農曆正月十五日起太
		平福,至年尾通常在農曆十一月二十三日
		舉辦完太平福,既俗稱完福,以酬謝神明
		一年來庇佑眾生的恩德。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

3. 建築資源

(1) 開台聖王鄭成功廟

鄭成功廟位在屏東縣麟洛鄉麟頂村,創建 於清光緒 10 年 (1884), 於民國 26 年 (1937) 改建成廟宇,客家先民徐俊良先生原為明鄭時期糧官,召集原鄉親友,在麟洛庄開墾,將徐俊良奉祀的延平郡王神 位牌移至廟中供奉。

於民國 23 年 (1934) 新建廟宇於現址,歷經四年完成,供奉開臺聖 王、三山國王、五穀神

圖 5- 10 開台聖王鄭成功廟

農先帝、鄭母娘娘田川氏、孔聖先師、觀世音菩薩,民國36年(1947) 創設鸞堂,名為開明堂,加奉祀玉旨、玉諭真君、三恩主(即關聖帝君、 孚佑帝君、文昌帝君),再加玄天上帝等神靈。每逢春、秋二季,酬神 納福,合境平安,香火鼎盛。

(2) 小份敬字亭

明治 43 年(1910)左右,當時麟洛庄的居民為了要阻攔大武山龍脈, 使龍氣停留在麟洛,以求庄內平安祥和,就在新圍庄至田心村間建造了 七個高士墩(叫做七星墩)並在麟趾村小份路上建了一座敬字亭。

後因隘寮溪連年氾濫,將七星墩沖毀,敬字亭也因為破舊不堪,於 民國80年(1911)按照原貌重新整修。這座敬字亭是六邊造型,象徵「六 六大順」,分上下兩層,上層奉祀文昌帝君,下層是字紙爐,最上方的葫 蘆造型,除了美觀,還有「通天」的意涵。

(3) 八卦碑

建於昭和(1930),當時隘寮溪尚未建造昌基堤防,每年夏、秋兩季洪水氾濫,不但沖毀田園還在新田村形成一個深潭。居民看見深潭中常有「龍攪水」(其實就是漩渦),當地人流傳「龍攪水」帶來瘴癘之氣,以致造成多數村民患哮喘病,經過菩薩指點和風水師的勘查,就在現址設立了八卦碑,以鎮住河水從外面帶來的不祥之氣,說也奇怪從此村民的哮喘病就漸漸痊癒了。「八卦碑」造型很簡單,下面是由紅磚砌成的台座,約2公尺高,旁邊有階梯通往直立的石碑,石碑上刻有八卦圖樣和對聯,橫批是「泰山石敢當」,字跡已模糊難辨,石碑也因長時間的風化而傾斜、龜裂,亟待有心人士予以好好保存。

圖 5-11 小份敬字亭

(4) 鄉土藝術館-忠實第

鄉土藝術館原是邱家老屋 - 忠實第,位在屏東市豐田里(田寮)縣 立中正國中操場西側,完成於光緒 21 年(1895),經多次改建,較重要 的一次在大正四年(1915)由邱氏祖先邱元壽先生修建。

邱宅忠實第是一座古色古香的客家建築,南北座向,建築格式是一座横向展開的二堂二横合院屋,它的精華所在是精美的裝飾藝術,像是木雕、塑造類、洗石子、彩繪及書法都有其獨特的一面,非常值得欣賞的。

鄉土藝術館的木雕不管是「四架式卷棚式疊斗木構」、過廊的「五架抬梁式木架」,出檐和各屋宇的「桁」,或是「橢」、「坐斗」、「吊桶」、「雀替」都非常精美。館內的塑造主要以「交趾陶」、「泥塑」和「剪黏」為主,交趾陶在門廊下與門廊外側的水車堵上,以民間故事中的人物,組成一個飾帶。泥塑則大多是結合彩繪共同施工,在門樓栱頭、過廊冊頁式額、窗上斗子牆,祖堂外牆都有泥塑作品;「剪黏」則可在正棟屋脊上看到。洗石子是日治時期的建築特色,鄉土藝術館是在日治時期修建的,所以它的外牆、各種牆面的線條及屋柱都可見到洗石子裝飾。彩繪作品以木構架上的最為華麗精采,其餘如各扇門的裙板、各牆面開口上的區式繪飾,不管是禽鳥或植物,形式簡單樸素。鄉土藝術館的書法裝飾除了美感之外,利用文字說明主人的心情、傳達祖宗訓示,含有教化的意義。

圖 5- 15 剪黏

圖 5-16 竹節窗

(5) 開基伯公壇

麟洛鄉在全村交通交叉路口處,均有土地祠或媽祖廟,而開基伯公 壇是在鄭成功廟之後。

(6) 上天燈台

上天燈台分為上天燈、下天燈,各豎立竹竿台,日間升「鄭」字黃旗,黃昏時分,升起燈火,以為黑夜迷途或歸宿者尋覓方向之指標。上天燈既今之麟頂、麟蹄兩村,下天燈既今之麟趾村。縱貫公路南面源於蔣家三角地帶,設置天登台,日據時代,遭部落改善,認為有礙交通道路開闊,因而廢除。因此僅留下此為一天燈台,歷年來原本是竹竿,後來改木柱,現金是用水泥柱、日光燈。

三、長治鄉

1. 產業資源

長治鄉農產品以檳榔、椰子、綠竹筍、甘蔗、蓮霧為主,其中綠竹 筍園遍佈全鄉,所產綠竹筍鮮嫩味 美,很受歡迎。另外,養殖業和畜牧 業也很發達,淡水漁塭養殖以吳郭魚、泰國蝦、石斑魚為主,本鄉的養 豬業非常發達,全國最大的「大統養豬場」,就在長治鄉境內。

2. 自然資源

地景景觀-河川:長治鄉屬於高屏溪流域,隘寮溪番仔寮溪由東向西南流,金榮華村原本係隘寮村河道,自民國十九年,日人為整治下淡水溪,將隘寮溪改道向西流,貫穿鹽埔、里港等鄉,再注入高屏溪。隘寮溪自堵塞改道後,本鄉園隘寮鄉就變成壩地;另殺蛇溪是長治鄉與屏東市的邊界境,河水由北向南流。

3. 景觀資源

生活景觀-鄉街:在長治鄉乃可以看到三合院的大宅裡,祖孫四代共享天倫的幸福景象,而在這些傳統的客家家庭內,不難發現有閩南籍媳婦或女婿為家庭的成員。

4. 文化資源

項目類別	項目內容	說 明
社會風土	文化性質	其實早期的客家人和閩南人也曾干戈相向,現在位在得協村和繁華交界處有一處香火鼎盛的義民廟,就是紀念一位閩南義民,再發現客家攻擊行動後,犧牲自己的性命,保住全閩南村民,閩南村民為紀南他而建立了義民廟,至今香火不衰,閩南村人仍視為保佑村民的精神堡壘。而在客家村得協村裡面有一尊石獅子,張著大口面向隔鄰的閩南村,客家人相信獅子有鎮壓的作用,讓閩人不敢來犯。
語文教化與 演藝談唱	音樂	五更歌、十八嬌蓮、一想妹子行嫁時

表 5-4 長治鄉文化資源表

資料來源:屏東縣文化中心,1999

5. 建築資源

(1) 六堆抗日烈士碑

六堆抗日烈士碑位於屏東縣長治鄉長興村活動中心旁,即古戰場位

置,創建於民國85年(1996)1月,係紀念「火燒庄戰役」一百週年, 長治鄉鄉民,為緬懷六堆先民保護鄉土,愛國愛民的英勇抗日精神,在 當年古戰場現址,興建碑亭以資安魂,並告慰先民在天之靈。

當年,牙城(現今長興村)之役,六堆義勇軍雖然戰敗,壯烈成仁 義舉,永遠被世人敬佩,台灣光復後,當時任監察院長的于右任先生, 得

圖 5-19 六堆抗日烈士碑

知此戰役悲慘壯烈,賦詩歌頌;「氣與河山壯,名爭日月光,煌煌民族史,照耀火燒庄」,六堆史蹟,名垂不朽,忠勇先民,正義長存。

(2) 邱家古宅

邸宅在一八九五年所建時原先是座東向西的合院,而目前的南北座向,應是在一九一五年的日據時代所改修的形式,忠實第邱宅的平面略呈「四字型」,是一座橫向開展的「二堂二橫」合院屋。其東向總長為29.4公尺,南北向的長度為24.1公尺,在正屋的東邊另外擴建了2.9公尺,與舊屋相連的「改建屋」,而這棟改建屋與門樓南側、舊屋重建部分圍成了一個開闊的前庭。而在邱宅配置上,可以看出前堂、後堂部兩個過廊與所圍的中庭,為整棟建築中心,然後另外配置了左右添加的屋、過廊、天井,共同組成了一個完整的格局,從格局上可以上看出的屋、過廊、天井,共同組成了一個完整的格局,從格局上可以上看出出屋、的四合院再加建橫屋的建築。忠實第邱宅最重要的空間位於後中堂的「祖堂」,南部六堆客家人的祖堂唯一單純祭祀祖先的空間,並不具其他的功能,邱宅的祖堂雖在日據時代曾供奉觀音佛祖與關帝君,但目並內的知能祭拜祖先的「祖堂」,但一般客家祖堂內的「土地龍神」,與直上也不經經,而祖堂內的燈柱中間則為吊有四拜天公開的天公爐內並不祭拜,而祖堂內的燈柱中間則為吊有四拜天公開的天公爐內並不祭拜,而祖堂內的燈柱中間則為吊有四拜天公開的天公爐內並不祭拜,而祖堂內的燈柱中間則為吊有四拜天公開的天公爐內並不祭拜,而祖堂內的燈柱中間則為吊有四拜天公開的天公爐內方式不同,這些差異充分顯示出邱宅位於閩客交會區,所受的交互影響。

四、內埔鄉

1. 產業資源

內埔鄉是農業鄉,鄉內作物以檳榔為主,蓮霧和鳳梨的產量次之, 其中本鄉所產的「17號金鑽鳳梨」汁多、皮薄、甜度高,非常受歡迎。 芒果、甘蔗、香蕉、木瓜、檸檬也有生產,花卉則以蘭花為主,在產銷 班推展下,外銷數量逐年增加中。養殖業以淡水魚、蝦為主,養殖面積 約有40公頃,養雞及養豬場在政府輔導轉型下則逐漸減少。鄉內的內埔 工業區是綜合性工業區,目前有61家廠商進駐,台灣酒廠及台灣菸廠在 內埔工業區內亦有設廠。 圖 5- 20 內埔酒廠

圖 5- 21 鳳梨

圖 5- 22 養殖業 圖 5- 23 嘉德利亞蘭

2. 自然資源

表 5-5 內埔鄉自然資源表

項目類別	項目內容	說明
		水門位居內埔鄉北端,在山地門風景區入口處,
地景	水門(水	東緊接檔耙山,山上通往山地門。現建有一大橋
景觀	門村)	可往來,在山嚴半壁,引水隧道出口處有垂直的
		一條瀑布,激流衝擊,飛沫四濺,蔚為奇觀。
		一百多年前隘寮溪是東港溪的上流支流,行水區
		經水門、大和庄、新東勢、竹圍、新北勢、在竹
	昌基堤防	田、麟洛、萬丹等鄉與麟洛河會合再注入東港
		溪。由於隘寮溪經常泛濫,日據時期江榮、鐘晉
		郎等人發起建造堤防,將隘寮溪水引到高屏溪,
		日本阿猴聽聽長命名為昌基堤防。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

3. 景觀資源

表 5-6 內埔鄉景觀資源表

項目類別	項目內容	內容
環境景觀	溪流	龍頸溪是貫穿內埔村唯一的溪流,流經鍾家祠
		堂及李氏宗祠

資料來源:屏東縣文化中心,1999

4. 文化資源

表 5-7 内埔鄉文化資源表

項目類別	項目內容	內容
飲食起居與形	日常禮俗	在有年有節時,生活均要特別注意講話要講
貌服飾		好話,一舉一動要小心,不可打壞東西等等。
地方活動	廟會活動	一般神都在每年做新年福及完太平市的時
		節,各村莊每年在元宵節時即辦理祈福,即
		做新年服,舊曆十一月各村莊又要完太平福
		這各時候便由福首們請本莊的〔伯公〕到福
		壇下,一起供奉到,到完畢後送回,家家戶
		戶均備牲禮到福壇下渡孤,以敬奉好兄弟祈
		求蒼天降福人民百姓納福。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

5. 建築資源

(1) 天后宮

早年六堆客家祖先從大陸渡海來台開墾,由於路途險惡,遂經由湄 洲嶼媽祖聖地,祈求香火分靈,庇護航海平安,順利到達目的地拓荒開 墾後,將媽祖神祇安奉在拓墾地,歷經多年的風霜露宿。嘉慶8年(1803) 第五任的六堆大總理鍾麟江,邀集六堆人士商議,

圖 5- 24 六堆天后宫

倡建「天后宮」,於同年落成。道光 29 年 (1849 年) 六堆總理鍾桂齡提議整修天后宮,規模仍承襲舊制格局,但已將木柱改為石柱,並立下往後之面貌。中日戰爭時,日本施行皇民化運動,天后宮神像遭解送到潮州郡役守所倉庫錮藏八年之久,到民國 36 年由劉鳳崗先生發起募款補修後才請回安奉。

現貌則是在民國 86 年重修竣工的「六堆天后宮」不但是三級古蹟,也是客家人精神象徵,康熙 60 年(1721)朱一貴作亂大家就是在此集會,成立了六堆義勇兵團;此後它一直是六堆義勇軍的「總司令部」,每次抵禦外侮出兵之前,所有作戰計畫都是在天后宮商議,組織自衛隊防禦,每逢戰役或官府急難呼救時,六堆義勇軍義不容辭在此誓師,且商議作戰計畫。它的歷史文化價值,在六堆佔有極其重要地位,保存與維護有著重大意義。

(2) 昌黎祠

緊鄰在天后宮旁的後堆昌黎祠,是全台唯一主祀韓文公的廟祠,鄉 人都稱「韓公祠」,建於嘉慶8年(1803)。內埔地區客家人的祖先大都 來自大陸嶺南,受到曾在嶺南當官的韓愈照顧甚多,為了懷念恩德,也 為了教化子孫,鼓勵後代勤奮向學,求取功名,於是建造昌黎祠做為講 學的學堂。以前昌黎祠是內埔鄉的學術中心,曾經聘請很多名儒在此執 教,對內埔鄉的學風影響很大。時至今日,要參加各種考試的六堆子弟, 仍會將准考証影印後掛在祠中兩邊牆壁,祈求韓文公護佑金榜題名。

圖 5- 25 昌黎祠

(3) 新北勢東柵門

新北勢的東柵門被列為三級古蹟,與新埤鄉建功村之東柵門是 後堆地區僅存的二座「關塞」類遺址,柵門左右為承重磚牆(屋頂造型 厚重),柵門上以密簷式砌法收頭(有簡單馬背屋脊飾)具有鄉土味,內 側並有當年安置門扇的榫孔遺跡,牆腳安放的石車是早期製糖的輾壓工 具。 目前移作牆基護墩之用,東柵門的建造型式以土塊建造 ,佔地六 坪,高七公尺、寬六點五公尺、厚一點二公尺,門額中央書「懷忠里」 三字 ,

圖 5- 26 新北勢東柵門

穿過門洞是條彎曲的巷道,兩旁古老民宅很多,右方民宅側牆上留有光緒 20 年 (1894) 重修柵門的石碑,可為此門作歷史見證。

(4) 福泉堂

福泉堂位於內埔鄉東勢村大同路三段福泉巷 23 號,福泉堂又名「關帝廟」,宗教信仰上係屬「儒教」,在新東勢與內埔交界處,左邊有山水埤,整日可聞水聲吭吭,右邊有林投埤,整日水聲淙淙,若天然宏鐘此為青龍白虎水,門案前有南部最高的大武山峰聳立,祥雲悠悠,山巒呈紫氣,星明、月朗之夜景觀尤佳。廟後一帶原為六堆義軍營盤地,係昔

日出堆跑馬場,今則為良田,可謂山明水秀,風景高雅之處,正宜聖神 必降之勝地。

(5) 內埔忠勇祠

內埔鄉內埔村中興路,今內埔公墓入口一隅,路邊有一座「忠勇公祠」。建築格局不大,外觀並不很起眼,最近由本土歷史學家簡炯仁等人調查發現,忠勇祠內供奉的是清朝乾隆年間(1736-1795),協助清廷平定林爽文、莊大田之亂陣亡客家先烈神靈,頗具歷史價值。

忠勇公祠曾歷經多次遷移重建,原在內埔南門,其後廢墓,改築今址。祠原東向面對大武山,光復(1945)後四周漸有人築屋而居,終為所佔,遂改建面路成為西南向,烈士神牌一直傳下來供後人瞻仰。每年秋祭忠勇公會委員籌措經費,邀請布袋戲團演戲,以祭先靈。內埔居民都以三牲或素果、鮮花來祭拜先民烈士,以此來感念先烈護國衛民之功勳。

圖 5- 27 忠勇祠

(6) 曾家圍龍屋

曾氏圍龍屋座落於內埔鄉和興村茄冬路 82 號,約在一百五十年前,清德宗光緒 6 年 (1880),由曾簡文先生所建造,係曾氏十七世,據說有位算命師為曾體椿先生相命,說曾氏宜居住在有樹林之處,現址早年林木茂盛,圍龍屋地形係屬蝦形地、蝦身較高處建圍龍屋,蝦腳係道路。在中堂「明經第」內祠有兩尊祖牌,整座圍龍屋住的是曾氏後嗣。曾屋是二堂二横式,門樓(龍田墅)最前方是池塘接著是禾坪,門樓上有銃眼(原有兩對,下面一對已封閉),「明經第」前亦是禾坪,堂內有棟對、屋樑掛滿男燈、女燈、有化胎,是用於風水屋場上留一緩和的空間不致於壅塞,化胎後面是後堂,雙邊是橫屋,左側一座井現緩和的空間不致於壅塞,化胎後面是後堂,雙邊是橫屋,在側一座井現時一分,門樓面向南,整個圍龍屋的形式由前而後漸次升高,曾氏圍龍屋它的祖先不曾任過官職,因此所建的住屋不以豪華取勝,而是注重其實的祖先不曾任過官職,因此所建的住屋不以豪華取勝,而是注重其實用性,用於種田生產曬穀之用,顯現農村宅院之純樸。圖5-28 曾家圍龍屋

(7) 東寧彭城堂

彭城堂座落在內埔鄉東寧村東寧路三三六號,它佔地二分多,是一棟二堂一横式的四合院,最前面是門樓,接著是禾坪,再則開放式的前廳,接著是天井,最後是正廳。在六堆客家移居開拓之初,居民勤於耕

作外,對子女的教育也頗重視,設有許多書堂,東寧彭城堂就是開拓時供劉姓子弟讀書的書堂,後來也兼作劉氏祠堂。正廳大門上掛了「貢生」、「進士」、「文魁」三面匾額,是劉姓家族早年在大陸曾考取功名的紀念,一方面也鼓勵子孫效法先祖努力讀書,光耀門楣。彭城堂確實充滿書香氣,後代子孫也很爭氣,出了不少名人,像劉兼善就曾任台灣省第一屆省府委員。

圖 5- 29 東寧彭城堂

(8) 東望樓

東望樓是內埔鄉第一棟樓房,為己故的劉煥祥醫生所興建,樓房建 於民國初年,至今已有八十多年歷史,因大門面向大武山故取名東望樓 東望樓主要建材為紅磚紅瓦,正門兩邊有泥塑的竹節窗,是客家人為勉 勵子孫學竹子正直、有節、謙虛的精神,屋脊有燕尾,門樓莊嚴古樸凸 顯大戶人家氣派。

圖 5- 30 東望樓

(9) 新北勢敬字亭

敬字亭是客家庄特殊景致,這與客家人重視讀書人,敬惜字紙的觀念有關,客家人認為只要紙上寫字,就不能任意丟棄,遭人踐踏,即便是不要的紙,也必須送到專門焚燒字紙的「敬字亭」焚燒,以示尊重。以往還有人挑了兩個大竹簍,挨家挨戶收字紙,現在已沒有人做這種工作,但是村內還是有些人家將字紙拿到敬字亭焚燒。所以敬字亭管理人員,每年清理敬字亭兩次,將亭內的紙灰收集後讓垃圾車帶走。新北勢敬字亭建於昭和7年(1932),位在振豐村社區公園內,台灣光復後曾加以整修。

圖 5-31 新北勢敬字亭

五、佳冬鄉

1. 產業資源

本鄉的產業多元化,農業、畜牧業、漁業都很發達。農業產品以檳榔、蓮霧為最多,香蕉、水稻次之。由於本鄉地屬沿海地區,鹼性黏質上壤適合蓮霧栽培,所生產的「黑珍珠」蓮霧香甜可口,色相佳,每年都為農家帶來豐盈的收入。

畜牧業以豬和雞隻為主,約110戶人家以畜牧業維生。漁業以鹹水

養殖和淡水養殖為主,主要產品有石斑魚、鯛類、草蝦、斑節蝦、白蝦、 泰國蝦、甲魚等,也有少量的牛蛙及其他淡水魚類。

圖 5- 32 蓮霧

圖 5- 33 養殖業

2. 自然資源

表 5-8 佳冬鄉自然資源表

項目類別	項目內容	說 明
地景景觀	臨海	是六堆地區唯一靠海的鄉鎮,居民一半是客家
		人,一半是泉州人,風貌呈現出半魚耕,而臨海
		的街道最為優美。

資料來源: 屏東縣文化中心,1999

3. 景觀資源

表 5-9 佳各鄉景觀資源表

項目類別	項目內容	說 明
遊憩景觀	老街	萬建村東柵門外,上保留一條曲折的街道,就是
		所謂的九曲巷。
	庭園	佳冬鄉沒有繁榮的街道,卻見鄉間散建檳榔樓,
		養鰻致富者建鰻樓,養蝦者建蝦樓,延海居民所
生活景觀		建的魚樓,都各具特色,是佳冬農村的特殊景觀。
	音樂	佳冬客家八音團:是佳冬、六根兩村長壽俱樂部
		會員所組成的八十年定名為佳冬鄉八音樂團。

資料來源: 屏東縣文化中心,1999

4. 文化資源

表 5-10 佳各鄉文化資源表

項目類別	項目內容	説明
制度組織	居民活動	佳冬有舞獅、舞龍、和旱船及
		排獅陣,溫宰有宋江陣
交通系統	公路	本鄉有臨海公路從高雄經東
		港、佳冬、到鵝鑾鼻。

資料來源: 屏東縣文化中心,1999

5. 建築資源

(1) 楊氏宗祠

楊氏祠堂座落在屏東縣佳冬鄉六根村佳興路,位於佳冬加油站的北方。是一個座北朝南的四合院式客家建築。二十五世楊金水,楊阿蓮昆仲以表彰祖先創業垂後之德,募集三十二份楊姓系之宗親,興建「楊氏祠堂」。宗祠特別注重長幼尊卑順序。還有一項堪稱是獨一無二的建築,就是宗祠正門前禾坪上的「太極兩儀池」。在這個月牙形的池塘裡,楊氏族人特別用紅磚在池塘中央砌出太極圖形,陰陽兩儀之間有活水相通,民國84年(1995)經內政部核准列為三級古蹟。

圖 5-34 楊氏宗祠

(2) 蕭家老屋

蕭家老屋位於佳冬村溝渚路與啟南路的交界,與三山國王廟相對。蕭家老屋它是現今台灣僅存的五進大厝碩果之一。蕭屋位於佳冬村最熱鬧的市集中心點,其正門前廣場與市集、三山國王廟前廣場,相互結合成為村內村民日常生活活動的場所。在蕭屋正前廣場由一弦月狀水池將蕭屋與市集、廟間隔開,形成宅屋與外界間的分界。但因前面道路拓寬,將原有水池覆蓋,成為現今呈半圓彎曲的水道。宅屋與彎形水道間形成一略呈半圓之小廣場,客語稱為「禾坪」,此為蕭屋外「禾坪」部份,現今地面已改為鋪柏油路面,常成為機踏車通過的路徑及該屋居民的汽車停車場,蕭宅於民國64年10月被列為三級古蹟。

圖 5- 35 蕭家老屋

(3) 步月樓

蕭家老屋後,一路之隔的步月樓,是蕭家當年的藏書閣。步月樓後牆有兩排目前在台灣罕見的相對甕牆。步月樓,原是蕭家「藏書小閣」,頗有歷史意義,中、日甲午戰後,台灣割讓給日本,佳冬先賢率鄉親抵禦日軍,展開一場可歌可泣保鄉戰役。民國五、六十年代,步月樓尚有位林氏人家居住,並經營豆腐生意,門後尚留有大灶爐。加上兩旁的樓房的興建,更顯出步月樓的孤獨。

(4) 佳冬西柵門

西柵門位於六根村冬根路上,民國 74 年 (1985) 11 月 27 日列為第三級古蹟。清代六堆地居以集村居住形態為主,村屋的四周種植刺竹當圍牆,然後在主要對外道路上建有柵門,以管制人員的進出,並且派人守柵門,遇有敵人來襲,隨即關閉柵門,調集村民抵禦,此種集村民保鄉的防衛系統,是早年客家村落特色之一。門牆大書「褒雍粵域,忠

著閩邦」,在門牆內有一凹入的小天公塔,將客家習俗表露無遺。 圖 5-36 佳冬西柵門

(5) 忠英祠

由屏鵝公路潮州往枋寮路段(三層樓車站)向西三百公尺左右,石 光見東南方,屏南工業區東北原野中有一小祠,即為忠英祠,係供奉昔 日剿匪靖鄉為國捐軀之烈士英靈之祠光緒5年(1879),番民作亂。清 朝副將李光(廣西蒼梧客人)奉命率軍征剿,不幸失利,部下多人陣亡, 李光為安慰烈士英靈,奏請清廷建祠以祀。甲午戰後割台、澎給日本, 六堆義軍誓死抗日,與日軍於步月樓附近展開激戰,義軍犧牲慘烈,後 來將陣亡之義軍英靈合祀於此。

圖 5-37 忠英祠

(6) 惜字亭

在蕭屋正面南向有一清代遺留至今的「惜字亭」,可惜為攤販的遮雨棚及物件圍繞遮閉,孤獨的隱藏在街角一隅。在客家村莊,常可見到惜字亭(聖蹟亭、敬聖亭、敬字亭),被誤認為是一座燒紙錢的火爐,這種代表客家尊儒惜字、節儉勤讀的文化產物常被錯認。客家地區早期盛傳有人義務撿字紙,然後把廢字紙送到敬字亭焚燒,再把灰燼倒在河流中,可順流到海龍宮,對客家子弟的讀書風氣有很大的影響。

圖 5-38 惜字亭

六、新埤鄉

1. 產業資源

新埤鄉的產業種類很多,土種芒果、蓮霧、鳳梨是其中大宗,此外 檳榔、香蕉、甘蔗、木瓜、火鶴花的產量也不少。

其中土種芒果風味特佳,受到消費者的青睞;火鶴花是國際公認的 高級花卉,新埤鄉農民對火鶴花的種植投注很多心力,產品也備受消費 市場歡迎。

2. 自然資源

表 5-11 新埤鄉自然資源表

項目類別	項目內容	說 明
地景景觀	 鉤潭	位於新埤鄉與來義鄉交界處,由沿山公路過
		橋進入一大片農場約五分鐘車程左轉,進入
		餉潭村經五十公尺,既可看見湖潭。
地物景觀	百年老樹	數種為茄苳樹,位於建功村外的檳榔園內,
	(建功村)	是早期建功村兒童遊戲、村民稻作、聚集、
		閒聊的生活意象空間。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

3. 景觀資源

表 5-12 新埤鄉景觀資源表

	·	
項目類別	項目內容	說明
人造景觀	景觀道路	1. 位於新埤村屏東大業中心苗圃附近的道路
		系統,可觀賞到大武山和雲霧連成一氣相互
		交融的自然景象,十分壯觀。
		2. 位於進入建功村前的道路(屏 116 線),雨
		旁為盆景植栽,非常整齊美觀也可作為建功
		村的入村意象。
	溪流	建功村內有溪流貫穿全村,是造景可利用的
		資源。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

4. 文化資源

表 5-13 新埤鄉文化資源表

項目類別	項目內容	說 明
飲食起居與	日常禮俗	1. 新埤鄉風俗:早晚必須向祖先上香敬茶,
形貌服飾		在喪家不可看到貓和螞蟻,除夕夜要把剪
		刀之類的東西收藏,春節要穿的衣服要先
		拿出來,因為當天不可拉櫥開抽屜。
		2. 本鄉客家村皆有拜新丁的習俗。
交通系統	公路	縱貫公路:既為屏鵝公路,由潮州鎮經新埤
		大橋至佳冬鄉再南下墾丁。
		縣道公路由潮州光春里起至新埤村,並經由
		萬龍到餉潭載運旅客。
	鐵路	本鄉有台糖公司南州糖廠運收甘蔗鐵道,由
		南州鄉南州糖廠起經由本鄉打鐵村、南豐村
		至萬龍村止。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

5. 建築資源

(1) 東柵門

清光緒八年(1883),先民來台墾荒時期,為防聚落受原住民的干擾, 多以土牆、石牆或竹圍等圍起,而在東南西北四方各留一扇門,以方便 行人出入。這個柵門的門楣上原有『褒忠』兩字現已脫落不見。現因經 過整建後,整個柵門已經失去原有的材質與型式。

圖 5- 41 東柵門

(2) 張家老屋

新埤鄉新埤村三山國王廟前,有一棟二進式四合院,具有南部客家建築風格,屋簷是火型馬背造型,懸魚是美麗白色泥塑浮雕,擁抱著鏤花綠釉窗。正面部份,是巴洛克式的風格。廳內神龕左右上角有二幅身著清朝官服的祖先,從牌位上看是十五世開基祖海華公,曾當過「武德校尉」。正廳內的神龕,沒有精緻的雕刻,有一面竹廉覆蓋在罩檐上半部,這是日本統治時期,實施「皇民化運動」的見證。 圖5-42張家老屋

(3) 龍潭寺(餉潭村)

龍潭寺創建於民國十七年,坐落於餉潭湖畔,廟的周圍枝葉扶疏, 靜坐樹蔭下觀此湖光山色,心曠神怡。其依靠著蒼翠山林,盡浮嵐暖翠 之靈氣。

七、萬巒鄉

1. 產業資源

萬巒鄉農業從早期的以水稻為主轉為以檳榔為主,由於台糖在鄉內擁有大範圍的土地,所以原料甘蔗的產量亦不少。此外,鳳梨、芒果、蓮霧、木瓜、紅龍果、花卉也是本鄉重要的農產品,花卉以蝴蝶蘭、文心蘭、石斛蘭為主。值得一提的是,近來頗受歡迎的人心果是30年前,由印尼引進本鄉種植的,香甜的果肉,滿足顧客的口慾,目前已成為本鄉的特產。

圖 5-43 石斛蘭

圖 5-44 蘋果芒果

2. 自然資源

地景景觀-東港溪:東港溪流經萬巒鄉,為萬巒鄉最美麗的藍帶, 現在已有藍色東港溪復育工作,無論景觀或生態都是很好鄉土教 材。

3. 景觀資源

表 5-14 萬巒鄉景觀資源表

項目類別	項目內容	說 明
遊憩景觀	老街	萬巒派出所前的馬路及海鴻飯店前面萬巒的舊
		老街,是現在萬巒做熱鬧的街道,有許多當地
		特產小吃。
環境景觀	橋梁、河川	萬巒鄉因地理環境特殊而有三多,即河多、道
		路多、橋樑多。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

4. 文化資源

表 5-15 萬巒鄉文化資源表

	700	N H / 1 / N / N
項目類別	項目內容	說 明
語文教化與	演義活動	原有民俗藝人宋裕光表演老被少,一人敲鑼
演藝談唱		打鼓吹苗絕枝,可惜於民國86年去世,並無
		傳人。
飲食起居與	掃墓習俗	現在因國民經濟富裕,並為避免陸續掃墓時
形貌服飾		互相宴客之陋習及煩惱,乃由鄰近之鄉鎮會
		長會商,撿一吉日之星期例假日,為共同掃
		墓日。
地方活動	廟會活動	萬巒庄於福德嗣每年定期舉行春秋二祭,家
		户有添新丁者,做新丁粄致祭並有評獎,祭
		後宴請庄內 60 歲以上老壽是為「作福」;於
		每年新歷過年「完福」。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

5. 建築資源

(1) 李氏宗祠和仙人井

李氏宗祠位於鄉公所後方,是昔日萬巒之中樞,建造年代:道光中葉(1830年左右),座向:座東朝西,格局:一堂二橫式三合院,特色:(1)此地為萬巒開庄之處,大門入內右側,留有仙人井遺跡,(2)門樓建築華麗,屋頂為小燕尾設計,(3)正屋內部祖牌壁裝飾華麗,上一進士區仙人井位於李氏宗內,井上有一石碑,上有碑文。仙人井早在康熙年間,

廣東溫、張、林、鍾等幾位青年到二溝水,當時此地為可開發之地,一陣人於是留下。某日午後,耕種的牛群忽然失蹤,於是大家主動尋找,就在離庄二公里處,發現牛群在一池塘戲水,上前一看,是一口會自動噴泉之水塘。當時苦於缺水,目睹此現象,高興萬分,便遷居於此。甚且回濫濫庄去召集鄉親來此開墾,當地居民認為此乃仙人所賜,故名仙人井。現井內已乾枯,只長滿蕨類,上面加蓋護網,以策安全。 圖 5-45 先人井

(2) 先帝廟

先帝廟位於萬巒國小旁,對聯及聖聯均寫神農大帝事蹟,所供奉應 為神農大帝。但廟內主祀神卻不是手握稻穗,赤裸著上身的神農大帝。

廟的左上方牆壁懸掛一大匾額,是乾隆皇帝親筆御題所賜「褒忠」 横額,意在褒揚客家義民助清平定林爽文之亂。 5-46 先帝廟

(3) 劉氏宗祠

劉氏宗祠,落於五溝村,建於,家喻戶曉,距今兩百五十年前(約清乾隆初期)廣東省嘉應州鎮平縣招福鄉八輪車戶的劉偉芳(劉巨河派下)渡海到台灣,入墾於屏東萬巒,後代於同治年間(1860年)年建造這座劉氏宗祠,佔地約2.5公頃,堂號為「彭城堂」。劉氏宗祠門前是一座廣場,宗祠是四合院的建築,劉氏宗祠大門兩側各有浮雕和畫像,左側題字是「一等人忠臣孝子」,右側題字是「二件事讀書耕田」,由此可以得知客家人「忠君孝親」、「勤於農耕、讀書」的精神。

圖 5-47 劉氏宗祠

(4) 觀海山房

五溝劉氏家族,第十五世濟之公,第十六世長子成金公,次子成台公一門三傑,先後考取貢生,在朝為官。年老辭官返台後在他們的老師廣東秀才劉耀初先生指導下,創辦「觀海山房學堂」培育人才。一時文風鼎盛,成為地方文化重心,栽培許多人才。茲因父子二代一門三貢生,為劉家光宗耀祖,有莫大的貢獻,因此將「入流」一詞改為「入劉」。亦即暗示「入了劉家」,讀書才

能「入流」,此一美談,廣為流傳,家喻戶曉。

圖 5-48 觀海山房

(5) 竹雲庵

竹雲庵位於萬巒庄內,和廣善堂相去不遠。民國 16 年 (1927)以前萬巒三村有福德祠、先帝廟、廣善堂等道教廟宇數處,唯缺佛教寺廟,佛教信徒除在家拜佛外,只有到遠處他地廟宇禮佛,諸多不便。 其中鄉紳鍾壬壽先生令堂劉氏信仰深且誠,其他男女信眾亦感應認為庄中須有一所佛寺,乃請林玉祥先生發起,並決定在竹雲庵現址籌建經登高一呼,得到踴躍捐

圖 5-49 竹雲庵

輸,只留原有之「南無觀世音菩薩」碑石一面及其靠壁,其餘宮宇另建, 始具規模,其後經多位適當住持管理,增建許多橫屋、拜亭、金亭、花 園等,今寺貌巍然,十方信眾絡繹不絕,對宣揚佛法,勸導人心,貢獻 不少。

(6) 鹿寮下范家老屋

范家老屋位於鹿寮村(鹿寮下)范氏目前家族是范仲淹第十八代子孫。范家老屋歷史久遠,但結構仍相當完整,連同內部擺設、飾品均相當值得觀賞、考察、研究。值得一提的是正廳兩邊牆壁上的對聯寫在棟樑下,這在客家古老建築極為罕見。范家老屋佔地頗廣,屋前精過整理,小橋流水穿插其間,綠意盎然,有如小型公園;老屋右側為頗具規模的蘭花園(范家養蘭頗有名聲),假日時吸引不少各地人士到此作學術、休閒、知性之旅。

圖 5- 50 鹿寮下范家老屋

(7) 萬金天主教堂

萬金天主教堂簡稱為聖堂,清同至八年(1869),為西班牙道名會士郭德剛神父所創建,是一座外觀西式而富有中國色彩的教堂,可稱台灣現有最古老的教堂建築。

八、高樹鄉

1. 產業資源

高樹鄉氣候溫和、雨量豐沛,加上優良的水質使得鄉內農產品特別 豐富,除了稻米、檳榔、菸葉等傳統作物外,「黑鑽石」蓮霧享譽全台, 「紅孩兒」木瓜品質響叮噹,大水芊是供應甲仙芊餅、芊冰的材料。

目前正致力打響「高樹芋頭」的名號,「冬蜜鳳梨」、「甘蔗鳳梨」、「香水鳳梨」、「蘋果鳳梨」都是高樹鄉的名產,此外棗子、花卉產量也不少,

是有名的「水果之鄉」、「富麗農村」。

圖 5- 51 甘蔗鳳梨

圖 5- 52 芋頭

2. 自然資源

地景景觀:高樹鄉位於屏東平原的北端,全境呈三角形,三面環水, 一面背山。東連中央山脈與山地鄉為界,西以老濃溪、北以濁水溪與高 雄縣美濃鎮、六龜鄉、茂林鄉隔河為界;南以隘寮溪與里港鄉、鹽埔鄉 為鄰。除東面連接山地外,其餘皆三面環水。

3. 景觀資源

表 5-16 高樹鄉景觀資源表

項目類別	項目內容	說 明
遊憩景觀	大津瀑布	大津瀑布又名阿烏瀑布、尾寮瀑布、新豐瀑布。地
		近三地、高樹之界。居高遠眺,極目千里,綠野平
		疇,風光如畫,屏東平原北方諸鄉鎮皆歷歷在目,
		遠隔老濃溪,旗美平原亦隱約在望。瀑布共分五
		層,第二層瀑布高長而細、勻稱、秀氣、柔中帶剛、
		剛中有柔,成九十度垂直下瀉,氣勢可觀。
	大津吊橋	大津吊橋横跨於濁水溪上,全長兩百餘公尺,為高
		樹鄉與高雄縣茂林鄉及六龜鄉之重要交通孔道。吊
		橋建於民國十二年,但由於年久失修不符合運輸使
		用,在民國五十九年於原吊橋旁建水泥橋一座,自
		新橋通行後吊橋已無實際價值,唯橋下可供郊遊烤
		肉,亦有幽靜之處。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

4. 文化資源

表 5-17 高樹鄉文化資源表

項目類	項目內容	説 明
制度組織	居民活動	高樹鄉是客家六堆部落之右堆,每年清明都
		要到竹田附近參加聚會,或利用農曆年舉辦
		六堆運動會。
交通系統	公路	本鄉地理位置,適為茂林鄉及三地鄉北部村
		落連外交通之要衝。對外交通已里港至高樹
		再經大津之縣道為主幹,南接屏東市,連接
		縱貫公路。

資料來源:屏東縣文化中心,1999

5. 建築資源

(1) 大路關石獅

自廣福往廣興路旁,地當清代山豬毛社入口要衝,雍正十年,增設有南路營都司營盤之地,今上留有石獅三座;身高連坐檯約一丈六尺,身長約相同。由於遭洪水,曾遭砂土淹沒,今已挖出整理,可供後人憑弔。

圖 5-53 大路關石獅

(2) 高樹古墓

高樹鄉的墓大都是家族氏的墓,呈半圓形的屋頂,屋頂底下是亭仔腳,可用來避陽光、避雨,像這種墓,在高樹鄉很多,這種墓的型態, 跟其他客家的墓毫無二致。不過,墓有一特色,由於是一代一墓,墓上 面寫有第幾代的字樣,這種現象,在別的地方是不普遍的。

第二節 遊憩行為分析

本研究針對蒞臨六堆地區之觀光休閒景點的遊客進行臨機抽樣調查。共發出 400 份問卷,回收有效問卷 384 份。以統計方法得出表 5-18 遊客特性次數分配,表 5-19 遊客對屏東縣六堆地區發展觀光休閒產業之看法,表 5-20 遊憩行為次數分配統計表。

一、遊客特性樣本分佈

- (一)受訪者中男女比例相當,女性占49%,男性占51%。
- (二) 受訪者在年齡層分佈以「21~30 歲」所佔人數比例最多為 30.5%, 其次是「31~40 歲」為 24%; 再次是「41~50 歲」為 21.9%。
- (三)教育狀況以以「大專」所佔比例最多為 49%;其次是「高中職」 比例為 38.5;再次是「國中以下」為 8.3%。
- (四) 職業區分八類,其中以學生居多,占 30.5%,次為服務業及自由業,分別為 20.6%、10.9%。
- (五)受訪者平均月收入區分,在家庭月收入方面,以「1~30000 元」 所佔比例為最多為 39.6%;其次是「30001~60000 元」為 39.1%。
- (六)婚姻狀況以「未婚」所佔的比例最多為55.7%;「已婚」所佔比例 為44.3%。
- (七)遊客來原以「南部」所佔比例最多為 65.6%;其次是「中部」為 18.5%,再次是「北部」為 11.5%。

表 5-18 遊客基本資料次數分配表

項	目	次 數	百分比%
性別	男	188	49
	女	196	51
婚姻狀況	未婚	214	55.7
	已婚	170	44.3
年龄	20 歲以下	46	12
	21~30 歲	147	30.5
	31~40 歲	92	24
	41~50 歲	84	21.9
	51~60 歲	34	8.9
	60 歲以上	11	2.9
教育程度	國中以下	32	8.3
	高中職	148	38.5
	大專	188	49
	研究所	16	4.2
職業	學生	117	30.5
	軍公教	35	9.1
	勞工	41	10.7
	農林漁牧業	33	8.6
	服務業	79	20.6
	自由業	42	10.9
	家管	26	6.8
	其他	11	2.9
家庭月收入	1~30000 元	152	39.6
	30001~60000 元	150	39.1
	60000 元以上	82	21.4
來自何處	北部	44	11.5
	中部	71	18.5
	南部	252	65.6
	東部	15	3.9
次州市下	離島	2	0.5

資料來源:本研究彙整

二、遊客對屏東縣六堆地區發展觀光休閒產業之看法

表 5-19 遊客對屏東縣六堆地區發展觀光休閒產業之看法

項	目	平均數	標準差
75	G .	(n=396)	ホー左 (n=396)
觀	提升六堆地區文化水準	4.04	0.74
光	加強六堆地區治安	4. 23	0. 79
吸	改善六堆街道市容	4. 01	0. 73
引	加強六堆地區觀光休閒維護安全設備	4/07	0. 80
, , カ	發展六堆獨有特色	4. 16	0. 77
	改善六堆觀光休閒景點之公共建設	4. 12	0. 68
旅	做好觀光景點簡介	4. 02	0. 83
遊	在車站、便利商店、郵局、景點等提功多點提	3. 89	0. 85
~ 資	供旅遊資訊	0.00	0.00
訊	加強六堆相關旅遊網站資訊	4. 15	0.84
	六堆客家文化園區設立遊客服務中心	3. 92	0. 86
	旅遊資訊多語言化(國、台、客、英、俄、阿)	3.80	0. 91
	發行六堆旅遊手冊摺頁	3. 99	0.89
	建立六堆地區遊客資料庫	3. 81	0. 98
	改善交通指示標誌	3. 92	0.90
宣	發展會議、旅遊、研討會、產業展覽旅遊市場	3. 79	0.97
傳	增加過夜型遊客數量	3.88	0. 93
促	加強國內促銷規劃	3. 90	0. 92
銷	針對國外促銷規劃	3. 79	1.03
	經常辦大型節慶及促銷的旅遊服務	4.04	0. 93
	型塑六堆特色旅遊品牌	3. 99	0.89
交	增加公共交通輸具	3. 82	0. 93
通	陸、空運輸規劃整合	3. 72	0.99
運	鼓勵遊客使用大眾輸具	3. 70	1.04
輸	建置景點區大型停車場	3. 73	0.97
	規劃觀光休閒腳踏車專用道	3. 73	0. 95
	改善無障礙設施	4.13	0.81
品	改善餐廳、小吃、攤販的環境衛生	4. 27	0.76
質	提升餐廳、小吃、攤販的服務品質	4.18	0.75
改	提升六堆地區觀光休閒產業的素質與水準	4.13	0.72
善	加強六堆地區觀光休閒產業間的合作關係	4.00	0.74

三、遊憩行為分析

根據本研究問卷設計之內容,對遊客進行臨機抽樣調查。以統計方 法得出表 5-20 之遊憩行為次數分配統計表。

- (一)旅遊同行人數:以「家庭」為最多占48.7%。
- (二)到六堆地區旅遊的經驗:「曾經來過」之遊客占67.2%。
- (三)旅遊行程規劃安排:以「自行規劃」為最多占94%:
- (四)吸引特色:最吸引人的特色為「環境幽雅」,占 18.2%。
- (五)最想從事遊憩活動:以「自然景觀」為主占30.2%,
- (六)是否需要導遊做嚮導:87.8% 為否定。
- (七)搭乘交通工具:以「自用汽車」占最多65.9%。
- (八)旅遊最困擾:為「旅遊資訊不足」占 22.9%
- (九)規劃天數:主要為「當天往返」占64.3%。
- (十)住宿方式:以「其他」暫最多 64.3%,主要是因為遊客當天來返或 住別的地方。
- (十一)實際支出:以「501~1000元」占最多44.5%。
- (十二)是否選擇六堆地區作為下次旅遊景點:54.4%為肯定。

表 5-20 遊憩行為次數分配統計表

題項	次 數	百分比
1. 旅遊同行人數		
1-1 個人	61	15. 9
1-2 家庭	187	48. 7
1-3 團體	136	35. 4
2. 到六堆地區旅遊的經驗		
1-1 是	258	67. 2
1-2 第一次來六堆旅遊	126	32. 8
3. 旅遊行程規劃安排		
3-1 自行規劃安排	361	94
3-2 委由旅行社規劃	14	3.6
3-3 購買觀光護照	2	5
3-4 代辦機構	4	1
其他	3	0.8
4. 吸引特色		
4-1 氣候良好	69	18
4-2 環境幽雅	70	18. 2
4-3 適合全家遊憩	59	15. 4
4-4 具多元性的文化及生活型態	49	12.8

題項	次 數	百分比
4-5 著名的文藝設施和活動	46	12
4-6 具地方特色小吃	47	12. 2
4-7 具歷史文物古蹟	32	8. 3
4-8 具可參拜的宗教寺廟	8	2. 1
4-9 其他	4	1
5. 最想從事遊憩活動		
5-1 觀賞自然景觀	116	30. 2
5-2 觀賞文化古蹟	71	18. 5
5-3 品嚐地方美食	52	13. 5
 5-4 觀賞動、植物	13	3. 4
5-5 購買農特產品	22	5. 7
5-6 購買手工藝品	10	2. 6
5-7 逛街、購物	9	2. 3
5-8 露營、烤肉、野餐	29	7. 6
5-9 駕車、兜風	25	6. 5
5-10 參觀果園	7	1.8
5-11 學習傳統技藝	11	2. 9
5-12 登山	10	2. 6
5-13 教學、會議等活動	8	2. 1
5-14 其他	1	0.3
6. 是否導遊做嚮導		
6-1 是	47	12. 2
6-2 否	337	87. 8
7. 搭乘交通工具		
7-1 自用汽車	253	65. 9
7-2 遊覽車	23	6
7-3 公民營客運	5	1. 3
7-4 火車	7	1.8
7-5 機車	85	22. 1
7-6 出租汽機車	4	1
7-7 腳踏車	6	1.6
7-8 其他	1	0.3
8. 旅遊最困擾		
8-1 路程太遠	58	15. 1
8-2 旅遊資訊不足	88	22. 9
8-3 風景區吸引力不夠	58	15. 1
8-4 住宿餐飲不便	30	7.8
8-5 費用太高	14	3. 6

題項	次 數	百分比
8-6 大眾運輸不便	42	10.9
8-7 休假時間不夠	19	4.9
8-8 公共設施不足或維護不良	29	7. 6
8-9 景點導覽系統不夠	46	12
9. 規劃天數		
9-1 當天往返	247	64. 3
9-2 二天一夜	105	27. 3
9-3 三天二夜	22	5. 7
9-4 四天三夜	3	8
9-5 四天三夜以上	7	1.8
10. 住宿方式		
10-1 民宿	29	7. 6
10-2 飯店	64	16. 7
10-3 公家招待所	2	0.5
10-4 青年活動中心	2	0.5
10-5 教師會館	1	0.3
10-6 露營	6	1.6
10-7 住親友家	33	8.6
10-8 其他	247	64.3
11. 實際支出		
11-1 100 元以下	12	3. 1
11-2 101~300 元	32	8. 3
11-3 301~500 元	47	12. 2
11-4 501~1000 元	171	44. 5
11-5 3001~4000 元	77	20. 1
11-6 4001~5000 元	18	4. 7
11-7 5001 元以上	27	7
12. 會選擇六堆地區作為下次旅遊景點		
12-1 會	209	54. 4
12-2 不會	175	45. 6

資料來源:本研究調查彙整

第三節 資源偏好分析

本研究將本地主要觀光資源分為四大類:客家農產品、民俗文物、 自然體驗、及生態體驗。依調查之結果進行觀光資源變項分析,求得平 均數及標準差。平均數越高表示受訪者越同意該問項。平均數越低則表 示受訪者越不同意該問項;標準差越大者,表示受訪者對該問項之共識 度越低,標準差越小者,則表示受訪者意見越一致。採用 Likert 五等量表測量其同意或重要程度:5分代表「非常高」、4分代表「高」、3分代表「普通」、2分代表「低」、1分代表「非常低」,如表 5-3。

表 5-21 觀光資源偏好分統計表

觀光資源	變項	平均數	標準差
客家農特產品	參觀傳統藝術及手工藝品	3. 35	0.94
	體驗擂茶製作與品嚐	3. 23	1.02
	選購客家農特產品	3. 29	0.80
	觀摩客家醃製品製程與 DIY >	舌動 3.07	0.92
	7解客家農特產品的展示與	行銷 3.05	0.93
	體驗農特產品採收過程	3. 02	0.98
民俗文物	參觀客家歷史建築	3. 51	0.81
	参加客家宗教節慶活動	3. 35	0.85
	7解客家民俗活動	3. 31	0.84
	l 品嚐客家風味餐	3. 66	0.83
	體驗客家版食製作與品嚐	3. 41	0.92
自然體驗	風景美麗很適合拍照	3. 54	0.79
	& 您是聽說觀光景觀優美慕名F	元	0.90
	、 可以接近大自然、放鬆心情	3. 73	0.85
	可以觀賞特殊的自然景觀	3. 51	0.90
生態體驗	人 您來這裡的目的是要看野生動	動物 2.61	0. 91
	可以看到多種類的植物	3. 17	0.90

註:衡量指標由「5」表示非常高,「1」表示非常低。

資料來源:本研究調查彙整

第四節 資源偏好與遊憩行為分析

以「客家農特產品」、「民俗文物」、「自然體驗」、「生態體驗」四大類之觀光資源作為依變數。將 12 項遊憩行作為自變數得出以下變異數分析結果 (如附表 5-22)。

- (一) 客家農特產品與「旅遊行程(0.014)」具有顯著性差異,與其他 11 個變項並無顯著性差異。
- (二)民俗文物與「吸引特色(0.041)」具有顯著性差異,與其他 11 個變項並無顯著性差異。
- (三)生態體驗與「吸引特色(0.001)」、「交通工具(0.039)」兩個變項有

顯著性差異,與其它10個變項無顯著性差異。

(四)自然體驗與「規劃天數(0.03)」具有顯著性差異,與其他 11 個變項並無顯著性差異。

表 5-22 觀光資源與遊憩行為之變異數分析表

	客家農	特產品	民	俗文物	生態	體驗	自然	景觀
	F值	P值	F值	P值	F值	P值	F值	P值
旅遊 人數	1.192	0. 305	0. 263	0. 769	1.068	0.345	0.53	0. 589
旅遊 經驗	0.401	0. 527	0.137	0.711	0.318	0. 573	2. 452	0.118
旅遊 行程	2. 884	0.014*	0.641	0.634	0.543	0.704	1.199	0.311
吸引 特色	0. 365	0. 939	2. 031	0.041*	3. 393	0.001**	0. 789	0.613
遊憩 活動	1. 177	0. 294	0. 761	0. 701	0. 584	0.867	1. 107	0. 351
旅遊	1. 535	0. 216	1.052	0. 306	1.541	0. 215	1.617	0. 204
交通 工具	1. 74	0. 098	0. 719	0. 656	2. 142	0. 039*	0.856	0. 541
旅遊 困擾	1. 083	0. 374	1.404	0. 193	1. 219	0. 286	0.669	0. 719
規劃 天數	1. 71	0.147	1.120	0. 347	0. 217	0. 929	2. 714	0.03*
住宿方式	1. 461	0.18	1.02	0. 416	1.509	0. 163	1.017	0.419
實際支出	1. 434	0. 201	1.694	0. 121	0. 438	0. 853	0.896	0.498
下次 旅遊 景點	0.03	0.844	0. 412	0. 521	0. 252	0. 616	0.301	0. 584

資料來源:本研究分析

***P<0.001 **P<0.01 *P<0.05

第五節 觀光休閒產業推動者意見分析

本問卷係針對屏東縣六堆地區觀光休閒產業相關機構,實施分層抽樣調查,因各鄉區位差異,經營店數及業別分佈大多集中在內埔、萬巒地區,佳冬、新埤、竹田、長治相對較少,地區樣本數分配如表 5-23,受測人員名冊如附錄。問卷以自填方式進行,如遇受測者不清楚時,再由訪員予以說明。發放問卷時間為 2007 年 7 至 9 月,共發出 60 份問卷,剔除漏答及填達偏差者,共得有效問卷 53 份,回收率為 88.3%,樣本基本特性如表 5-24。

表 5-23 地區樣本數分配

區分	受測數	百分比
高樹鄉	6	11.3
長治鄉	4	7. 5
麟洛鄉	5	9.4
內埔鄉	14	26. 4
竹田鄉	4	7. 5
萬巒鄉	11	20.8
佳冬鄉	2	3.8
新埤鄉	4	7. 5
台鐵、機場、屏客	3	5. 7
合計	53	100

資料來源:本研究整理

表 5-24 推動者樣本資料次數統計表

•		1. 山	
13 71	選項	次數	0.4.0
性別	男	34	64. 2
	女	19	35.8
	18~30 歲	3	5. 7
	31~40 歲	8	15. 1
年龄	41~50 歲	20	37. 7
	51~60 歲	19	35.8
	61 歲以上	3	5. 7
	國中以下	4	7. 5
机大和点	高中職	27	50.9
教育程度	大專	19	35.8
	研究所	3	5. 7
	軍公教	6	11.3
	勞工	2	3. 9
71) 114	農林漁牧	2	3.8
職業	服務業	36	67. 9
	自由業	2	3.9
	家管	5	9.4
士业农人士	獨資	35	66. 0
事業資金來	合資	9	17. 0
源	祖傳	9	17. 0
	5年以下	12	22.6
	5~10 年	8	15. 1
	11~20 年	17	32. 1
經營時間	21~30 年	7	13. 2
	31~40 年	2	3.8
	41~50 年	3	5. 7
	50 年以上	4	7. 5
	0~10000 元	4	7. 5
	10001~30000 元	10	18. 9
	30001~50000 元	9	17. 0
每月平均收			
入	50001~70000 元	6	11.3
	70001~100000元	11	20.8
	100000 元以上	13	24. 5
P 3 -1	六堆	45	84. 9
居住地	非六堆	8	15. 1
	/1 / Y P		10, 1

- 樣本基本特性次數分配分析如下:
- 一、姓別:男性占64.2%,女性占35.8%,男性較女性高出28.4%,顯示業者經營以男性為主體。
- 二、年齡:以41-50歲居多,占37.7%,次為51-60歲,占35.8%,兩者占受訪者73.5%。再次為31-40歲,占15.1%,18-30歲及61歲以上最少,各占5.7%。顯示經營主要年齡層集中在41-60歲之間。
- 三、教育程度:以高中職 27 人居多 (50.9%), 次為大專 19 人 (35.8%), 國中以下 4 人 (7.5%), 研究所 3 人 (5.7%) 最少。
- 四、職業:以服務業 36 人 (67.9%) 居多, 軍公教 6 人 (11.3%) 居次, 家管 5 人 (9.4%), 勞工及自由業各 2 人 (3.9%)。
- 五、事業資金來源:以獨資 35 人(66%)居多,祖傳及合資各 9 人(22%)。 六、經營時間:以 11-20 年 17 人(32.1%)居多,次為 5 年以下 12 人 (22.6%),5-10 年 8 人(15.1%),21-30 年 7 人(13.2%),50 年以 上 4 人(7.5%),41-50 年 3 人(5.7%),30-40 年 2 人(3.8%)較少。
- 七、每月平均收入:以100,000元以上13人(23.5%)居多,70.001-100.000元 11人(20.8%居次),10.001-30.000元 10人(18.9%)第三,30.001-50.000元9人(17.0%)第四,50.001-70.000元6人(11.3%)第五,10.000元以下4人(7.5%)較少。
- 八、居住地:以居民六堆地區 45 人(84.9%)較多,非六堆地區 8 人(15.1%) 較少。

表 5-25 屏東縣六堆地區觀光休閒產業推動者對發展觀光休閒產業之 看法

項	且	平均數	標準差
		(n=53)	(n=53)
觀	提升六堆地區文化水準	4. 34	0.71
光	加強六堆地區治安	4. 30	0.67
吸	改善六堆街道市容	4. 55	0.61
引	加強六堆地區觀光休閒維護安全設備	4. 38	0.60
力	發展六堆獨有特色	4. 72	0.50
	改善六堆觀光休閒景點之公共建設	4. 30	0.61
旅	做好觀光景點簡介	4.43	0.57
遊	在車站、便利商店、郵局、景點等提功多 點提供旅遊資訊	4. 36	0.65
資	加強六堆相關旅遊網站資訊	4.51	0.61
訊	六堆客家文化園區設立遊客服務中心	4. 42	0.60
	旅遊資訊多語言化(國、台、客、英、俄、	4.26	0.68
	阿)		
	發行六堆旅遊手冊摺頁	4. 47	0.58
	建立六堆地區遊客資料庫	4. 40	0.66
	改善交通指示標誌	4. 42	0.69
宣	發展會議、旅遊、研討會、產業展覽旅遊	4. 34	0.71
傳	市場		
促	增加過夜型遊客數量	4. 08	0.98
銷	加強國內促銷規劃	4.40	0.72
	針對國外促銷規劃	4.06	1.01
	經常辦大型節慶及促銷的旅遊服務	4. 34	0.73
	型塑六堆特色旅遊品牌	4.55	0.54
交	增加公共交通輸具	3. 92	0.94
通	陸、空運輸規劃整合	3. 94	1.05
運	鼓勵遊客使用大眾輸具	3. 79	0.97
輸	建置景點區大型停車場	3. 79	0.91
	規劃觀光休閒腳踏車專用道	4.19	0.86
	改善無障礙設施	4.21	0.66
品	改善餐廳、小吃、攤販的環境衛生	4.66	0.48
質	提升餐廳、小吃、攤販的服務品質	4.62	0.53
改	提升六堆地區觀光休閒產業的素質與水準	4. 53	0.64
善	加強六堆地區觀光休閒產業間的合作關係	4. 25	0. 92

表 5-26 遊客到六堆觀光休閒的原因

項目	次數	百分比
客家美食	35	30. 2
古蹟文化	28	24. 1
客家人情味	16	13.8
節慶活動	15	12.9
順道經過	12	10.3
自然景觀	10	8.6

表 5-27 推動觀光休閒產業可能遭遇的問題

項目	次數	百分比
遊客太少購買者不多	22	24. 4
知名度不夠	11	12. 2
欠缺整合的產銷機制	11	12. 2
政府未技術輔導	8	8.9
政府未提供創業基金	8	8.9
技術人力不足	7	7.8
欠缺相關法令	7	7.8
區位不好	6	6. 6
受到同業打壓	5	5. 5
遊客多但購買者不多	3	3. 3
產品無法創新	2	2. 2

表 5-28 強調「客家特色」是否增加收入

項目	次數	百分比
是	40	75. 5
否	10	18.8
反效果	3	5. 6
經營事業是否遇到困難		
項目	次數	百分比
是	36	67. 9
否	17	32. 1

表 5-29 是否收到政府部門提供經營事業或舉辦活動的相關訊息

項目	次數	百分比
是	29	54. 7
否	24	45. 3

第六節 當地居民意見分析

本問卷係針對居住於屏東縣六堆地區八個鄉地域內之居民為樣本母體,由訪員分配責任區域,考量性別、年齡(18 歲以上)、地段區位等因素,實施臨機抽樣調查。問卷以自填方式進行,如遇受測者不清楚時,再由訪員予以說明。發放問卷時間為2007年7至9月,共發出120份問卷,剔除漏答及填達偏差者,共得有效問卷80份(各鄉10份),回收率為66.6%,樣本基本特性如表5-30。

表 5-30 屏東縣六堆居民受訪者個人資料次數統計表

項目 選男 性別 男 女 18~30 31~40 41~50 51~60 61 歲以 國中以	歳 歳 歳 よ よ	次 數 37 43 5 28 38 7 2	百分比 46.2 53.8 6.3 35.0 47.5 8.8
女 18~30 31~40 年龄 41~50 51~60 61 歲以	歳 歳 歳 以上	43 5 28 38 7	53. 8 6. 3 35. 0 47. 5
女 18~30 31~40 41~50 51~60 61 歲以	歳 歳 歳 以上	5 28 38 7	6. 3 35. 0 47. 5
年龄 41~50 51~60 61 歲以	歳 歳 歳 以上	28 38 7	35. 0 47. 5
年龄 51~60 61 歲以	歳 歳 <と	38 7	47. 5
51~60 61 歲以	歳 (上	7	
61 歲以	人上	·	8.8
		2	
國中以	下		2. 5
	•	9	11.3
教育程度 高中職	1	36	45. 0
大 等		31	38. 8
研究所	•	4	5. 0
學生		3	3.8
軍公教		14	17. 5
勞工		13	16. 3
職業農林漁	.牧	15	18.8
脱粉 兼		16	20.0
自由業		6	7. 5
家管		8	10.0
其他		5 7	6. 3
5年以	下	7	8.8
5~10 年		5	6.3
11~20	•	11	13.8
居住時間 21~30		12	15. 0
31~40	<u>'</u>	14	17. 5
41~50	•	23	28.8
50 年以		8	10.0
每月平均收 0~1000		6	7. 5
10001~	30000 元	42	52. 5
30001~	50000 元	28	35. 0
50001~	70000元	4	5. 0

資料來源:本研究彙整

- 一、當地居民樣本基本特性分析 本研究遊客人口特性樣本分佈如下:
- (一) 受訪者中男女比例以女性居多,女性占53.8%,男性占46.2%。
- (二)受訪者年齡集中 31-50 歲之間, 占82.5%, 次為 51-60 歲, 占8.8%。
- (三)教育狀況以大專、高中職居大多數,分別為45.0%、38.8%。
- (四)職業區分八類,其中以服務業居多,占 20.0%,次為農林漁牧業 及軍公教,分別為18.8%、117.5%。
- (五) 受訪者居住當地時間以 41-50 年者居多,占 28.8%,次為 31-40 年,占 17.5%。
- (六)受訪者平均月收入區分,以 10,000-30,000 元居多,占 52.5%, 次為 30,000-50,000 元,占 35.0%。

表 5-31 屏東縣六堆地區當地居民對發展觀光休閒產業之看法

	0 01 开不称八年地世田地名八封农		
項	且	平均數 (n=80)	標準差 (n=80)
35G	田 4 上16 14 位 之 12 12 24		
觀火	提升六堆地區文化水準	4. 15	. 75
光	加強六堆地區治安	4. 29	. 77
吸	改善六堆街道市容	4. 12	. 70
引力	加強六堆地區觀光休閒維護安全設備	4. 30	. 74
力	發展六堆獨有特色	4.19	. 84
	改善六堆觀光休閒景點之公共建設	4. 16	. 77
旅	做好觀光景點簡介	4.18	. 69
遊	在車站、便利商店、郵局、景點等提功多點提供按遊客部	4. 17	. 71
資	提供旅遊資訊 加強六堆相關旅遊網站資訊	4.10	. 74
訊	六堆客家文化園區設立遊客服務中心	4. 13	. 72
	旅遊資訊多語言化(國、台、客、英、俄、	4. 13	. 65
	阿)	4.01	. 03
	發行六堆旅遊手冊摺頁	4. 22	. 69
	建立六堆地區遊客資料庫	4. 01	. 68
	改善交通指示標誌	4.09	. 72
宣	發展會議、旅遊、研討會、產業展覽旅遊市	4.04	. 74
傳	場	4.04	. 14
足	增加過夜型遊客數量	3. 97	. 90
銷	加強國內促銷規劃	4. 09	. 75
-/,	針對國外促銷規劃	3. 93	. 92
	經常辦大型節慶及促銷的旅遊服務	4. 15	. 84
	型塑六堆特色旅遊品牌	4. 20	. 77
交	增加公共交通輸具	4. 20	. 76
通	陸、空運輸規劃整合	4.03	. 80
運	鼓勵遊客使用大眾輸具	3. 90	. 88
輸	建置景點區大型停車場	3. 88	. 86
オが	規劃觀光休閒腳踏車專用道	4.11	. 73
	成	4. 11	. 67
品		4. 07	
	改善餐廳、小吃、攤販的環境衛生		. 65
質改	提升餐廳、小吃、攤販的服務品質	4. 21	. 63
	提升六堆地區觀光休閒產業的素質與水準	4. 26	. 63
音	加強六堆地區觀光休閒產業間的合作關係	4. 22	. 67

由表 5-31 可以看出平均數均介於 4-5 分之間,表示受訪者對題項其重視程度介於「重要」到「非常重要」之間,各題項的標準差介於 0.92 到 0.63 之間,所差不大,表示六堆當地居民對題項重要性的認知,並無差異。

表 5-32 屏東縣六堆居民認為觀光休閒是否受到重視及發展

項目	次數	百分比
是	33	41.3
否	47	58. 7

表 5-33 屏東縣六堆居民是否贊成發展觀光休閒

項目	次數	百分比
贊成	68	85. 0
不贊成	12	15. 0

表 5-34 受測者是否曾經參與社區公共事務

項目	次數	百分比
曾參與	25	31. 2
未曾參與	55	68. 8

表 5-35 是否曾經收到政府部門通知(電話或書面)跟你經營事業或舉辦活動的訊息

項目	次數	百分比
曾經收到	21	26. 2
未曾收到	59	73. 8

表 5-36 認為遊客到所屬的鄉村旅遊的原因

項目	次數	百分比
客家美食	41	26. 3
古蹟文化	27	17. 3
節慶活動	26	16. 6
順道經過	24	15. 4
自然景觀	14	8. 9
拜訪親友	14	8. 9
客家人情味	10	6. 4

表 5-37 認為地方政府對發展鄉村觀光休閒的態度

•		
項目	次數	百分比
消極輔導	25	31.2
積極輔導	21	26. 2
毫無作為	20	12.8
不重視地方意見	7	8. 7
其他	7	8. 7

表 5-38 對目前所屬的鄉村發展觀光休閒的成果

項目	次數	百分比
非常滿意	1	1.3
滿意	6	7. 5
普通	33	41.3
不滿意	36	45. 0
非常不滿意	4	5. 0

表 5-39 認為發展當地觀光休閒產業,會面臨的問題

項目	次數	百分比
景點吸引力不足	47	24. 9
行銷不足	25	13. 2
地方政府無法整合	22	11.6
經濟效益不高	21	11.1
社區組織意見無法整合	20	10.6
公共設施不足	19	10.1
只重表面無法落實	18	9. 5
業者配合度不高	17	8. 9

表 5-32 至 5-39 可知:

- 一、47%的六堆居民認知當地的觀光休閒產業未受到重視及發展。
- 二、68%的當地居民贊成發展觀光休閒。
- 三、68.8%受測者未曾參與過社區公共事物。
- 四、73.8%居民未曾收到公部門有關舉辦相關活動的資訊。
- 五、居民認為遊客旅遊本地的前三名原因為:1.客家美食 26.3%,2.古 蹟文化17.3%,3.節慶活動16.6%。
- 六、31.2%居民認為地方政府發展觀光休閒是消極輔導,26.2%居民認為 是積極輔導,12.8%居民甚至認為毫無作為。
- 七、50.0%居民對地方政府發展觀光休閒的成果不滿意。
- 八、居民認為發展觀光休閒會面臨的問題依序為:景點吸引力不足 24.9%,行銷不足13.2%,地方政府無法整合11.6%,經濟效益不高 11.1%,社區意見無法整合10.6%,公共設施不足10.1%。

第六章 六堆地區觀光休閒產業發展策略

第一節 產業發展現況

一、竹田鄉(中堆)

竹田鄉屬六堆的中堆,為信仰中心六堆忠義祠所在地,是最早開發的地方,全鄉面積有2907公頃,過去是六堆有名的稻集散地。自1980年代起,高收益的檳榔崛起,全鄉百分之十左右的面積被檳榔園所取代。其中尚有較高價值為蓮霧及園藝花卉作物。本鄉亦有文心蘭花卉及鯉魚養殖,但尚未形成特殊產業,在推廣及宣傳上,尚需努力。

二、麟洛鄉(前堆)

本鄉西臨屏東市,北接長治鄉,東為內埔鄉,南臨竹田鄉,和長治 鄉同屬六堆之前堆,此鄉面積才 1626 公項,全鄉七個村都全為客籍,民 風純樸,住家格局及農村有客家村之風味。本鄉因為人口均校集中於新 田、麟洛、麟蹄、麟趾等台一線貫穿的鄰近部落,且有永達技術學院的 學生消費,因此飲食商店林立,是餐飲推展的有利地點。另外,因鄰近 屏東市的關係,都市化的腳步較快,南二高在麟洛設有交流道,通車之 後,聯外交通更為便利。近年來建設公司不斷在麟洛推出新案,吸引不 少嚮往田園風光的外鄉人住到麟洛,多年之後,麟洛的族群與社會結構 一定會有很大的改變,早年農家養豬風氣興盛,農會旁邊的「仔豬市場」 是最有名的市集;中正路上客家人特有的黄昏市場,本來規模不大,但 是 風聞而來的生意人大量擺攤後,由於物品多,價格便宜,外地人不斷 來此採購,多年之後已發展成為遠近馳名的「麟洛黃昏市場」,與相隔不 遠的「麟洛果菜市場」,一早一晚帶來兩波段的人潮,是麟洛省公路上 最熱絡的場景。在農產品方面,本鄉並未有可推薦或盛產的農產品,因 此本鄉可利用商業契機,自創鄉內客家特產,且以客家美食為特色,如 能再賦予文化面的包裝,應有其發展的空間。

三、長治鄉(前堆)

長治鄉地處屏東平原,土壤有一部分屬於沖積土,位於德協村附近, 靠近客家部落之潭頭村、崙上村等土質較多壤土;全鄉面積約 3988 公 項,由期以稻田為主,由於土質關係,在東邊的砂礫地,有種植大量的 木瓜及輪作之瓜果類,在客家莊肥沃的土質地,有大片的竹林,盛產綠 竹筍,而檳榔是目前種植面積最大者,為農民最大的收益來源。本鄉的 養豬及加工業發達,有多家大型養豬場及豬肉加工廠,提供鄉民另一產 業的發展及工作機會,但所造成的污染,也是本鄉的另一隱憂。 本鄉南邊與麟洛鄉連接,西邊緊鄰屏東市,跨過殺蛇溪,鄉民上學、 上班,消費等的生活機能都以屏東市為重心。在郊區的鄉村才能見到恬 靜的農村與優雅的鄉村景致。因臨屏東市,又有高速公路貫穿,在德協 村又有交流道,東南面又有客家文化園區,在創立產業品牌上可更加努 力。

四、內埔鄉(後堆)

內埔鄉在六堆先民拓墾之初本來是平埔族的土地。朱一貴之亂,六 堆人在天后宫前誓師,從此內埔成為六堆的中心。 日治時期六堆人常流 行一句話:「頭美濃,二內埔,三萬戀,四高樹(麟洛),可見內埔在六堆 的分量了。內埔鄉是六堆的後堆,後堆是六堆的後盾,本鄉為地勢平坦, 水源充沛,土質肥沃,物產豐隆的鄉。全鄉面積共8186公頃,為屏東縣 平地之最大鄉鎮,也是族群交會的大鄉,人口六萬餘人,客家人口佔三 分之二。本鄉最主要集中的部落位於內埔、內田、和興、興南、義亭及 鄰近的美和等村,使得內埔成為具都市型的聚落,人口的集中使商業的 交易熱絡,另有美和技術學院及屏東科技大學,學生群的消費亦相當可 觀,在大型產業上,亦有萬家香醬園、松城企業、陸仕企業、內埔工業 區及園區內的屏東酒廠,再又增加了內埔龍泉青島啤酒廠,因此本鄉是 一個產業多樣又豐盛的鄉,旦要創造或謀一特殊產業,而且又和客家有 關,則有些難處,唯一可推薦的是,餐飲業的活絡,值得推展客家餐飲 美食,唯餐飲首重美味外,衛生安全、門面及內部裝潢設施,乃至於盛 裝的碗盤均要講究,本鄉之餐飲業者,尚停留在一般小吃店的販售行為, 需再經輔導對象;且有兩著名酒廠及萬家香醬油,可賦予美食美酒之鄉 作為宣傳。台灣第一個客家文化園區也將座落在內埔,內埔工業區則提 供大量就業人口,內埔鄉內有屏東科技大學與美和技術學院兩所大學, 美和中學的棒球隊早年曾經有「北華興,南美和」的稱譽。

五、佳冬鄉(左堆)

佳冬鄉位於六堆的最南邊,和新埤鄉合稱為左堆,是六堆中唯一靠海的鄉,全鄉面積共3098公頃。十二個村落閩客各居一半,客家人口約有萬餘人,卻孕育了一百多位醫生,是名聞全省的「醫師之鄉」。踏進佳冬會讓你自然的融入到濃濃的歷史回憶中,三座三級古蹟-先人遺留下來的文化財:楊氏宗祠、西柵門(褒忠門)、蕭家老屋,不但是美麗的建築,也是地方史,更是藝術品。六堆抗日的遺跡-步月樓記錄了佳冬人英勇的傳說,觀光客最感興趣的地層下陷奇景只會一再讓當地人難堪、尷尬;走一趟佳冬,瞭解佳冬的歷史與文化變遷,會留給你無限的懷念與

感慨。

本鄉地質大部份為沖積土壤及礫土,由期生長的農作物以水稻、香蕉、甘蔗為主,現以檳榔及蓮霧為種植大宗,香蕉次之;本鄉種植有572公頃的蓮霧,著名的「黑珍珠蓮霧」是林邊人到佳冬租地種植成功的農產品,林邊的黑珍珠蓮霧,有大部分是佳冬鄉所生產。

早期佳冬鄉是淡水養殖鰻魚的主要生產地區,現已沒落;近二十年來,本鄉之每邊已成為台灣重要之水產養殖專業區,面積約有伍百公頃,在 1980~1990 年代盛產草蝦,曾創造出台灣草蝦王國的名號,也帶給養殖戶較大的收入,但也因大量抽取地下水及海水,造成地層下陷及壤鹹化之現象;1990 年後因草蝦大量病變,草蝦產業一蹶不振至今,也因此養殖的種類變為多樣化,從白蝦、石斑魚、鯛類等均有生產,形成另一養殖特色。本鄉養殖戶只顧生產,並未組成行銷網,任由魚、蝦中盤商控制價格,如能在沿海地區旁的佳冬村,設立水產展售專業中心,結合容家觀光景點佳冬蕭宅和楊氏家祠及義民老街,將是佳冬產業發展的另一企機。

另在台一線旁的昌隆村,因 2003 年牽手護台灣的終點而更聞名,由 於高速公路旁的小販林立,以販賣非地方生產之菱角,及在地口昧的花 生糖為主,尤其是昌隆的賴家花生糖已傳三代,目前有許多分家,儼然 成為一特產,但在衛生安全及包裝上得再加強,如能設廠製作更佳,使 村民有加一產業發展的機會。

六、新埤鄉(左堆)

新埤鄉是六堆最南端的客家小鄉,全鄉面積共5902公項,東鄰山地的來義鄉,南接佳冬、枋寮兩鄉,北與潮州鎮為界,南與南州、林邊為鄰,全鄉有三分之一以上為河川地,從餉潭村、箕湖村及萬隆村均為沙礫地,此為閩南族群耕作區域。西面之打鐵村、沙崙村、新埤村為客家族耕作之區域,屬沖積之黏質壤土,適合各種作物生產。鄉民八成以上務農,農產品以檳榔、水稻、蓮霧、鳳梨為大宗,養殖與畜牧業的收入也不錯。現亦有農民專業種植花卉,以火鶴花為最多,約有十餘公項,以內外銷為主,在鄉內並未有商家的出現,因此尚未形成特殊產業。

在本鄉之新埤村,因有台一線經過,餐飲業比較興盛,二十餘年前, 在南邊台一線路口處,竹林旁邊有一羊肉店,一般顧客稱為竹頭羊肉店, 因其羊肉為自養自銷,頗有名聲,但現以從新整理門面,已無竹林,並 有數家羊內店在附近開業,形成為羊肉街,已成為當地的產業特色。

由於謀職、求學的關係,青壯人口大量外移,在六堆各鄉鎮中發展

較為落後,新埤的未來繁榮發展,寄望於縣政府為配合高醫遷移與興建 教學醫院所規劃的新市鎮,如能順利實現,新埤鄉一定能展現新的風貌。 七、萬巒鄉(先鋒堆)

萬巒鄉屬於六堆之先鋒堆,本鄉位於大武山下,因此雨量豐沛,水源非常充足,土壤非常肥沃之沖積土,因此非常適合農作物之生長,本鄉面積共有6073公頃,在1971年以前,約有一半面積均種水稻,後來發展有芒果、木瓜及蓮霧等作物,近年來則以檳榔為最大種植面積的作物。

六堆人流行的說法是萬巒人性格粗獷、好強的特質將「打先鋒」的 客家民族性發揮無遺,難怪在政治競爭中,萬巒有「小宜蘭」之稱了。 其實,萬巒在屏東客家庄中,保存的傳統聚落、宗祠、夥房又多又美, 隨處可見的農村自然景觀與客家風情,來一趟萬巒遊,絕對能享受悠閒 的樂趣,你會有發現「新宜蘭」的驚喜,玩上兩三天也不會厭倦。

萬巒鄉因滷豬腳而全國聞名,在巒的豬腳街上,有海鴻、林家、熊家等餐廳,以販售皮 Q 肉軟的萬巒豬為主此特產已成為當地之產業特色,要再加另一產業推廣卻有其難處,因此可利用豬腳產業之商機,輔導業者注重安全衛生、門面及內部裝潢加以改善,並加強從業人員之講習,將各種小吃店得餐飲文化提昇,加強包裝及宣傳,使鄉民共享資源。

萬巒有三多,除了前述的夥房多、宗祠多,之外就屬人才多,可惜近年來人才外移嚴重,但是,留在家鄉的人也開始推動社區營造,東港溪流域城鄉新風貌計畫以及豬腳街環境美化等文化創新工作,陸續在推動之中(六堆客家文化網)。

八、高樹鄉(右堆)

高樹鄉為屏東最靠北邊的鄉,亦是六堆的右堆,屬內陸靠山邊的鄉,全鄉除了東面和三地門鄉相連接,其餘三面都溪水環繞,全鄉面積九十二平方公里。五座橋樑跨越荖濃溪、隘寮溪和鄰近的茂林、六龜、美濃、里港、鹽埔相往來,又稱為「大橋之鄉」。農業資源最豐富,為六堆的農業大鄉,近來有許多年輕人回鄉推展精緻農業,高品質的蓮霧, 東子、芒果、花卉,有擴大的趨勢,而傳統芋頭的種植面積,一直維持相當水準,且品質也是全台聞名,在山邊的丘陵地有廣大的鳳梨田,由期為台鳳公司罐頭原料產品,現以放租農民,而鳳梨漬是高樹泰山的名產,值得推廣努力。

近年來本鄉被指定為「水資源保護區」, 畜牧業已在當地被禁養, 由早期的養豬業盛及一時, 現已沒落。水資源的利用也是高樹鄉的良機,

不只是泰山水的名聲;高樹山區水資源豐富,大武山下的自然資源,高樹鄉可加以把握,此乃六堆客家鄉鎮唯一可以發展綠色資源的鄉鎮。荖濃溪畔的砂石,蘊藏豐富,品質又好,但砂石車橫行,是高樹人揮之不去的噩夢。

高樹鄉客家人口約佔總人口的三分之一強 ,其中九個村落是客家人,居民來自廣東蕉嶺,大埔與桃竹苗等地區。沿山公路旁有多處觀光休閒果園,農民釀造的水果酒香醇宜人。泰山山泉水質清洌適合泡茶、還有富麗堂皇的大型寺廟、美麗的台鳳高爾夫球場以及著名的大津瀑布、賽嘉航空公園。如能用心規劃,運用現 有的觀光休閒資源與豐饒的農產品,結合茂林、六龜、美濃等旅遊景點,有朝一日,高樹鄉也能成為「觀光大鄉」(六堆客家文化網)。

第二節 六堆地區觀光發展之目標定位

為深入瞭解六堆地區觀光產業內部的優劣情勢,與外在環境的利因及衝擊,本研究進一步進行產業的分析與探討。產業必須先定位之後才得以談策略,而策略性定位的本質是「選擇能與競爭對手有所差別的活動」。故分析方法首先為確定觀光發展之目標定位,包括顧客價值組合定位(以需求為基礎)與社區定位(以產業結構為基礎),作為低成本、差異化和焦點集中等不同的策略性定位。再則,透過SWOT策略分析,期望能更清楚社區目前與未來的觀光發展之優勢、劣勢、威脅及機會之原因,即瞭解自身能力與外部競爭作用的來源,可凸顯產業的競爭領域與最好避開的部分。其次,應用Weihrich (1982)的TOWS矩陣擬定進一步改善策略,試著將六堆地區的觀光發展作整體評估,此策略方案可能是目前的作法,也可能是未來的方向。希望藉由地方政府與社區組織力量,協助彌補當地觀光產業之劣勢與威脅,以期提供適合六堆地區觀光發展的策略,發揮觀光發展之競爭優勢。

一、顧客價值組合定位

檢視本研究的遊客問卷內容與實證結果,可瞭解顧客價值組合之定位,例如行銷組合4P、品質保證與價值、產品創新發展等之運用,可作為往後策略擬定與營運管理之依據,茲說明如下:

(一)旅遊型熊

根據遊客個人的旅遊特性區分遊客市場的旅遊型態。來訪遊客以年輕學生及上班族居多;南部遊客更遠勝於中、北部遊客;旅遊同伴是與 朋友一同出遊、親子之遊、公司團體旅行為最多;出遊時間集中在例假 日,故銷售策略可針對非假日給予折扣、團體優惠、設計親子活動等, 以刺激更多遊客的旅遊興趣。

(二)產品(product)核心價值

- 旅遊動機方面:豐富人情味、環境清幽、寧靜、附近景色優美、 親朋好友的推薦、體驗鄉村生活、放鬆心情、舒解壓力、促進人 際關係、家庭及親子之間的互動。
- 民宿方面:裝潢優雅美觀,業者服務品質良好(信賴、安全感、 親切有禮、服務周到、適時反應及問題解決等)。
- 3. 觀光遊憩資源方面:瀑布、溪流、自然景觀、社區生態、特色建築、六堆地區導覽解說員、遊憩設施。

(三) 價格 (price)

價格方面,主要為調查遊客在付出金錢之後,對於民宿居民品質、 餐點飲食方面、觀光業者服務與遊憩體驗活動之滿意度;結果顯示,遊 客普遍都能感到滿意,但在問卷意見補充部分,仍可看出些許遊客覺得 餐廳或小吃店太少,價格偏高,故餐飲部分可再增設幾家,將訂價更合 理化些。然而觀光服務內容也應避免削價競爭,而降低品質;而訂價過 高,則可能會導致遊客的反感。

(四)行銷通路(place)

實地調查顯示,居民雖較少使用網路,但仍已有業者應用電子商務的方式行銷當地的產業。另外,可結合農委會與外地的中盤商或零售業合作,行銷六堆地區的農特產品。

(五)銷售推廣 (promotion)

運用網路推廣農特產訂購、民宿訂房及解說員預約的服務,增加遊客的方便性。再則,可選擇合適的廣告媒體作推廣,例如:電視、報紙、廣播、雜誌、小冊子與戶外廣告,而不同的廣告媒體將會吸引不同的消費族群。

(六) 品質保證與價值

例如:1. 六堆地區解說員認證;2. 餐飲人員檢定;3農產品檢測制度; 4. 定期舉辦活動,可搭配季節性推廣活動與六堆地區觀光套裝主題規 劃,例如春季設計花之旅、夏季螢火蟲生態之旅等活動。另外,本研究 調查,遊客普遍認同在觀光體驗後可獲得的價值效益,包括:休閒、社 交、教育、保健等。

(七)產品創新發展

規劃更具吸引力、更多元化的套裝旅遊行程,以及生產更多樣化的 農特產品,並結合地方產業的文化活動,拓展各階層的客源。故六堆地

區業者可統一設計logo包裝,打響六堆地區品牌及知名度。

二、觀光發展定位

瞭解六堆地區觀光發展的目標定位,為朝向生態觀光(結合森林浴、自然步道的生態之旅)、文化觀光(體驗鄉村民宿的生活方式)、產業觀光(有機農業或觀光果園)的發展模式邁進,以生態、生產、生活的永續觀光發展作為願景。研究證實,遊客對六堆地區上述三種的觀光發展型態也普遍很認同。故六堆地區組織應整合居民與業者的力量,共同轉換以觀光產業作為六堆地區的定位與發展目標。在六堆地區的資源整合方面,可藉由策略聯盟型式推廣觀光業產,包括:1.同業聯盟:民宿業者應相互聯盟,進行聯合採購、廣告、促銷,爭取資源共同享用,將可降低營運成本,同時,須建立回饋金制度,並以六堆地區利益為最終目的。2.異業聯盟:應與業界的旅遊業者、各農會組織聯盟,整合周遭資源,共同促進地方的經濟發展,爭取並穩定客源。

第三節 觀光發展之SOWT分析

觀光地區的資源規劃經常使用SWOT分析,其目的在分析觀光區的發展潛力與限制條件。SWOT分析屬一項經常性的工作,必須持續進行,尤其觀光區內部資源條件會隨著時空間的轉換而有所改變,或是外在環境遇有重大變遷時,都必須重新分析其優勢、弱勢、機會、威脅,作為修正開發與經營的依據,確保觀光區的開發與經營管理策略確實可行,促使遊憩區能長期經營與維持其競爭優勢。因此,本節首先簡述六堆地區的主要遊憩景點概況,分成八個鄉作探討(參見表5.1六堆地區主要遊憩景點之概況表),瞭解周遭主要的旅遊環境與資源特色,然後再針對影響六堆地區觀光發展的各項因素進行SWOT分析與TOWS策略評估(參見表6-1、表6-2)。

兹將六堆地區的SWOT分析說明如下:

一、優勢 (Strength)

屏東縣內群山環繞、河流蜿蜒、溪谷縱橫、氣候溫和,加上原住民族群,使屏東縣除了蘊涵得天獨厚的自然景觀遊憩資源外,更富含歷史及文化資產,極具發展觀光之條件與潛力。而本研究六堆地區亦同樣擁有豐富的觀光遊憩資源,並且由問卷分析結果顯示,遊客對當地旅遊的期望效益、滿意度與觀光遊憩資源具有特色普遍介於認同或很認同,則便是六堆地區所握有的優勢,對觀光發展將具有直接的促進作用。

二、劣勢(Weakness)

許多客家社區或客家地區往往未能在規劃時融入於客家社區的社會 與經濟的生活中。觀光的正面經濟效益,包括為當地帶來的就業機會及 所得等;但近年來大眾對觀光的負面影響日益重視,包括社會、環境和 經濟方面。觀光產業的涵蓋面極廣,區域內的所有活動都和觀光息息相 關,而遊客大量湧入會造成交通擁塞、環境髒亂,甚至對產品和服務的 競爭,諸如土地利用、景點使用、文化活動參與等。因此,為了將負面 衝擊降至最低,開發者必須事先分析潛在的威脅,進行審慎規劃,並採 取適當的行動,來改善或避免可能產生的負面效應。

而本研究六堆地區主要劣勢為缺乏大眾運輸與統一窗口,以及手工藝逐漸沒落、人口外流、遊客集中於假日和整體維護較不足等問題,故如何將劣勢轉化成優勢,或者是將其轉型發展,皆會直接影響到六堆地區觀光發展能否成功的關鍵因素。

三、機會(Opportunity)

國內旅遊方式逐漸走向多元化,為滿足遊客追求多樣化的遊憩體驗,故依遊客喜好設計不同的主題觀光遊憩已開始成形。屏東縣觀光遊憩資源豐富,每一遊憩系統都足以讓遊客停留一日以上,將其分成四大發展主題,分別為平原觀光系統、親山觀光系統、親水觀光系統、半島觀光系統。因此,藉由縣內的大力推廣與活動舉辦,形成產業群聚效應,對六堆地區的觀光發展亦有間接的促進作用。

四、威脅 (Threat)

雖然屏東縣內都在積極推廣觀光產業,但相對也間接給予六堆地區 的觀光發展帶來強大的競爭威脅與壓力,故六堆地區唯有行銷屬於自己 的特色,才能夠與外界抗爭,創造出六堆地區未來的競爭優勢。

表 6-1 六堆地區主要遊憩景點之概況表

			•
A. 長治鄉	A1 六堆抗日烈士碑	A2 邱氏宗嗣	
	B1 開台聖王鄭成功	廟 B2 麟洛庄開基伯公	B3 麟洛庄「敬聖亭」
B. 麟洛鄉	B4 上天燈台	B5 戰俘營紀念碑	
	B6 京兆堂	B7 小份敬字亭	
C. 佳冬鄉	C1 楊氏宗嗣	C2 蕭家古厝	C3 步月樓
	C4 佳冬西柵門	C5 佳冬惜字亭	
	D1 建功村東柵門	D2 張家老屋	D3 建功森林公園
D. 新埤鄉	D4 建功褒忠門	D5 箕湖古碉堡	D6 獅頭石頭公園
	D7 龍潭寺及龍潭湖		
	El 萬巒東柵門	E2 李氏宗嗣和先人井	E3 先帝廟
E. 萬巒鄉	E4 劉氏宗嗣	E5 萬金聖母殿	E6 觀海山房
	E7 西方道堂		
	F1 竹田火車站	F2 池上一郎文庫	F3 客家文物館
F. 竹田鄉	F4 陳氏穎川堂	F5 敬字亭	F6 竹田驛園
	F7 忠義嗣	F8 李秀雲先生攝影紀念館	
	Gl 天后宮	G2 昌黎嗣	G3 福泉堂
G. 內埔鄉	G4 內埔宗勇公嗣	G5 豐田村延平郡王鄭成功廟	G6 內埔曾家圍龍屋
	G7 東望樓	G8 內埔村東望樓	G9 新北勢庄東柵門
	G10 龍頸溪公園	G11 台灣青啤屏東龍泉啤酒廠	G12 徐傍興博士文物
			紀念館
	1		

資料來源:本研究整理

表 6-2 六堆地區觀光發展之 SOWT 分析表

ĸ	秋 0 2 八年	地匹既儿及欣人	50 11 7 1 1 1 C	
SWOT	- 1. (-)			.
m t	優勢 (S)	劣勢(W)	機會(〇)	威脅 (T)
因素 1 小四八四	新加汕区口共 **	セルイ 1 四 二 マ	かにいかけら よ	************************************
1. 地理位置	整個社區呈蓮花	較缺乏大眾交通	鄰近六堆地區主	鄰近三地門發展
	狀排列。四面環	工具可搭乘,導	要交通:南二高	生態旅遊有較多
	山屬於典型農村	致假日時遊客較	交流道。	競爭對手。
	社區,環境清幽	多,停車亦較為		
	且氣候冬暖夏	不便。		
0 1 11	凉。	- + 1 A		W
2. 自然資源	瀑布、溪流、青	經費不足,缺乏	六地地區亦正積	遊客量多時較易
	蛙、蜻蜓和豆娘	整體規劃與維	極推廣自然生態	對自然環境遭成
	野生鳥類等。	護;景觀須加	的觀光產業活	破壞。
		強。	動。	
3. 人文資源	六堆地區特色建	傳統手工藝逐漸	客委會解說員培	縣內許多的組織
	築。	沒落,較缺乏推	訓持續理。	亦正積極推廣觀
		廣;年輕人口外		光產業
		流。		
4. 產業資源	手工藝品、農特	農作物仍顯不足	與外界聯盟合作	六堆地區:鄉內
	產品。	且檳榔種植過	來行銷當地農特	亦有許多相同產
		多。	產品。	業在共同競爭推
				廣中。
5. 旅遊需求	體驗鄉村田野生	遊客多集中於例	鄉村旅遊逐漸增	遊客喜好更多元
	活,可獲得放鬆	假日,社區的遊	多;可增進親子	及獨特的旅遊型
	心情及舒解壓力	憩設施較缺乏,	關係及人際關係	態;附近旅遊景
	之需求。	且無維護。	與獲得期望價	點多,競爭多。
			值。	
6. 行銷策略	藉由社區內的活	業者缺乏行銷能	縣內以觀光產業	廣告宣傳、行銷
	動舉辦、農委會	力;知名度仍顯	為主要的經濟來	費用過高;通路
	的推廣,並與旅	不足;餐飲服務	源,常有促銷、	推廣亦面臨同業
	行社合作增加更	較少。	廣告、大型活動	激烈競爭。
	多的客源。		舉辦等吸引遊	
			客。	
7. 遊客經營	遊客市場定位明	六堆地區缺乏整	地方機關或客委	假日遊客承載量
管理	確;民宿業者採	合性組織,較難	會協助經營管	管制較難實施,
	用彈性訂價增加	發揮作用; 缺乏	理;遊客重遊意	客源成長較不穩
	淡季遊客。	單一窗口	及推薦意願高	定

第四節 觀光發展之可行性策略評估

透過六堆地區內部的遊憩資源、及外部環境、遊客市場、行銷組合與競爭情勢之探討後,並儘可能考量在六堆地區所能負擔的經費成本與人力資源之下,依據TOWS 矩陣策略分析法評估六堆地區觀光發展之經營策略。藉此原則可使分析者或決策者針對特定因素就前述SWOT 四個環境層面加以思考,期能分析利弊得失,找出問題癥結,以便設計出合適的對策加以因應,茲將各層面之策略意涵說明如下

一、運用優勢、攫取機會(S.O.) 策略

當產業面對S. O. 條件時,即外在機會多於威脅,以及內部資源條件優勢多於劣勢時,應大膽躍進採取「積極戰略」搶進市場。

二、改善劣勢、攫取機會(W.O.) 策略

當外在機會大於威脅,而內部資源優勢卻少於劣勢,則產業應採取防禦性策略,即採取「轉型戰略」,避開弱勢,增強優勢資源,搶得商機。

三、運用優勢、避免威脅(S.T.) 策略

當外在機會少而威脅增大,但產業仍有內在資源優勢,則產業可採取穩定策略,力求守住現有成果,並待機做新發展,避免把所有雞蛋都放在同一個籃子之風險,即展開「多角化戰略」。

四、改善劣勢、避免威脅(W.T.) 脅策

當外在機會少而威脅大,以及內部資源條件優勢漸失,而呈現劣勢時,可 能就必須採取退守的策略,儘速縮小此行業規模或徹出該領域,即採取「縮小 及撤退戰略」,避免愈陷愈深。

經由上述分析可得知, 六堆地區在優勢方面擁有豐富的人文資源及自然資源, 有利於發展鄉村觀光與生態旅遊。然而面對外在日益競爭的環境, 以及在屏東縣主打觀光發展所形成的產業群聚效應, 形成一種合作或競爭的組合, 皆可作為六堆地區發展觀光的競爭力評估; 因此, 如何藉此增加社區生產力與創新能力, 使更多的居民願意共同加入觀光產業, 進而改善六堆地區本身的不利因素與避免外來的威脅形成, 創造六堆地區觀光發展的競爭優勢。另外, 在觀光發展的同時, 亦須重視文化傳承的工作, 將利益回饋於六堆地區本身, 才能確立六堆地區觀光產業永續發展的利基。

表 6-3 六堆地區觀光發展之 TOWS 策略評估表

內部因素 外部因素 機會(0):

01:附近景觀公路整建。

02:鄉內推廣生態之旅。

04:產業行銷通路廣。

05:鄉村旅遊逐漸興盛。

06:縣內活動舉辦推廣。

07:遊客重遊及推薦高。

09: 六堆地區觀光發展具潛

08:與外界策略聯盟。

03:解說員培訓。

優勢 (S)

S1:環境清幽、氣候宜人。

S2:豐富的自然生態資源。

S3:人文遊憩資源具特色。

S4: 體驗鄉村田野生活。

S5:遊客市場明確。

S6:觀光業者服務品質佳。

S7:社區意識強、具人情味。

S. 0.

λ 假日時,於定點派遣接駁車 接送遊客。

- λ持續發展生態旅遊。
- λ持續對業者培訓教育。
- λ垂直整合行銷農特產品及
- λ維持鄉村原有風貌。
- λ六堆地區可搭配縣內的活 動舉辦,行銷客家特色。
- λ 遊客資料建檔,不定期發送 六堆活動資訊。
- λ 六堆地區與縣內業者策略
- λ 凝聚客家意識,共同參與觀

劣勢 (W)

W1:缺乏大眾交通工具。

W2:缺乏整體規劃與維護。

W3:手工藝沒落,人口外流。

W4:農作物不足,檳榔過多。 W5: 遊客集中於例假日。

W6:餐飲服務不足。

- 手藝品等產業資源。
- 聯盟,共同發展觀光。
- 光,將利益回饋社區。

W. O.

- λ 規劃觀光巴士路線,並於 六堆地區設置站點。
- λ社區組織應爭取經費來加 強生態保育與環境保護。
- λ積極培訓手工藝技術。
- λ 減少檳榔樹,改種農作物 及興建觀光果園。
- λ 與學校或公私部門合作, 增加非假日旅遊人潮。
- λ 小吃街規劃,民宿業者增 加餐飲服務。
- λ 藉由觀光吸引人潮,促使 年輕人口回流。

威脅(T):

力。

T1:鄰近觀光景點多。

T2:遊客多時易破壞環境。

T3:縣內社區營造性質各具 特色。

T4:產業近似,同業亦正積 極推廣中。

T5:遊客追求多樣化旅遊。

T6:廣告宣傳費過高,業者 行銷能力不足。

T7: 客源成長量較不穩定

T8:觀光業者經營型態相

似。

T9:文化保護缺乏,文化價 值商品化。

- λ於附近景點廣告行銷。
- λ社區保育地分區管制。
- λ 差異化行銷,強調六堆的獨 特性與資源特色。
- λ設計手工藝品及紀念品等 自有品牌。
- λ 讓遊客體驗更多鄉村活,例 如當一日農民。
- λ 針對重遊客源加強促銷,及 不斷提升服務品質。
- λ 與學校或公私部門合作,增 加非假日旅遊人潮。
- λ壓低非假日價格。
- λ動員居民力量共同進行客 家文化傳承工作。

- λ 培訓觀光行銷人才,建立 經費招募制度。
- λ 遊客承載量管制,申請經 費讓居民進行環境維護。
- λ協助維持和培育社區文 化、工藝人才。
- λ 結合鄰近產業彌補不足。
- λ 非假日促銷,零售業推 **廧。**
- λ輔導民宿來刺激消費、季 節活動舉辦吸引遊客。
- λ設計網路多元服務內容。
- λ加強六堆地區業者良性互 動及避免與外界削價惡。 性競爭
- λ 藉由就業輔導、訓練,給 予六堆地區居民創業的機 會。

第七章 研究結論與建議

由於國人休閒能力的增強與遊憩需求的擴增,觀光產業的發展已是一必然的趨勢,而發展觀光產業在國內的鄉村社會亦形成一種普遍的現象。

六堆地區觀光發展應思索如何以當地珍貴的資源作為觀光資產,創造其價值活動,作為六堆地區條件與生活環境的改善,促進居民參與觀光的活動,以及使得到訪遊客都能獲得其期望效益與滿意體驗,並將觀光發展所帶來的衝擊降至最低,與加強環境維護與保育,奠定六堆地區觀光發展的穩健基石。

有鑑於此, 六堆地區的觀光發展目標應強調:凝聚客家意識、促進居民參與力量、創造觀光吸引力與建立遊客忠誠度;對於社區的變遷與發展皆具有重要影響力。因此, 藉由本研究之分析探討, 冀可作為六堆地區觀光發展的整體評估, 研擬出最適的觀光發展策略, 期能使六堆地區朝永續觀光的經營願景邁進。

下列茲將本研究實證分析的結論、建議作彙整說明:

第一節 結論

依據本研究計畫目的,本節就研究結果進行闡述,並歸納下列幾點說明: 一、本研究地區資源多元而豐富,惟多數未能有效開發利用

本地區有保存完好的自然景觀與產業、人文的資源,尤其是擁有獨特的歷史文化、故事性十分引人入勝,然確無法有脈絡的、完整的整合。六堆地區的美食很多,但各鄉也都大同小異,無法凸顯在地特色。已開發的景點無法有效整合,仍有許多未開發而頗具市場潛能的觀光休閒體驗項目,如客家伙房民宿體驗等,仍值得進一步開發利用。

二、六堆特色尚未形成,各觀光景點未有整體規劃

目前研究地區尚未有針對六堆觀光休閒旅遊景點及活動規劃,僅見各鄉規劃一日遊或兩日遊的行程,實際上到了景點確又缺乏觀光導覽的相觀措施,如停車場、公共廁所及、公車接泊等,對到訪的遊客造成不便。另外,缺乏專屬六堆地區的導覽解說員,無法向遊客解說六堆的主題與特色,遊客無法親身感受與體驗,只停留在走馬看花,照相留念的階段,六堆特色自然無法形成。

三、客家族群保守習性,行銷量能不足

客家族群從事的產業,一般而言以農業相產業為主,都是小規模、傳統的、生活的、獨資的為多,對自己的商品作行銷是比較不多見,而且目前客家產業方面尚未有類似商業同業公會的組織,也缺乏能量去為客家產業作行銷。凡事都講究行銷的今天,似乎對客家相關產業是最脆弱的一環。有謂「北桐花,南六堆」,桐花意象的商品,幾年來為人所熟知,是行銷成功的案例之一,「桐花」視為商品容易操作,然而,「六堆」卻是歷史的源由,相對於桐花而言,是較不

容意操作成功的,如何融入創意的行銷,值得探討。

四、缺乏專人專業推展,效能上有待提升

本研究地區各鄉關於觀光休閒產業發展方面,均為兼辦業務,無一鄉是專人專業與專責,在人少事多的狀況下,要能達到理想的境界,如同緣木求魚,甚至主其事者不重視,任憑發展,多數承辦人員「多一事不如少一事」、「多做多錯少做少錯」的心態,致使觀光休閒產業發展陷入牛步化。

第二節 建議

本研究針對客源之強化與開發、遊客滿意度之提昇、觀光景點整體規劃、 政府效能及業者方面,提供客家行政輔導單位及業者參採,提出以下建議:

一、客源之強化與開發

主要客源在於 16-50 歲之學生、軍公教、勞工及服務業;次要客源則為中 老年人,工商界人士以及外籍與大陸籍人士。因此,在主要客源部份,宜設法 強化誘因,而次要客源部分,則應加強開發。

(一) 客源之強化

1. 在強化客源部份,應設法藉由「全國性及區域性主題活動方式」提昇再遊 意願。特別是可藉由區域性主題活動的設計、包裝及宣傳達到吸引外縣市及 本縣居民參與活動。當然此部份的活動設計,可以鼓勵觀光遊憩業者以策略 聯盟方式來進行。

2. 客源之開發

(1)退休人員「美食之旅」

「美食品嚐」是最多遊客認為的觀光特色,而活動則以「客家美食之旅」為主,因此如能成功塑造六堆地區是「客家美食之旅」最佳選擇的意象,促成不同等級的飯店及交通業者推出各種價位的「客家美食之旅」,必能吸引眾多中老年人的旅遊市場。

(2)外籍以及大陸籍人士「國際觀光旅遊」

應考慮透過與各大旅行社業者之聯繫,協助業者加以專案推廣之外,對於「旅遊國際化」加以準備,從外文「指標」,一直到各旅遊手冊、摺頁、旅遊景點之簡介以及公共設施(主要是英文),以建構以遊客導向的英文網頁都應加以全面規畫。

二、遊客滿意度之提升

旅遊滿意度越高,再遊意願也越強,因此我們有理由相信,提昇滿意度之後,可以透過口碑及網路將更正面的訊息傳達出去,而進一步達到提昇再遊意

願。提昇旅遊滿意度則宜從旅遊困擾的降低以及不滿意項目著手改進。

三、觀光景點整體規劃方面

文通方面,「開發直達景點的交通工具」或以接駁車轉區間車方式,應可以協助解決大眾運輸不便的問題。此外應,「增加盥洗設備」、「街道景觀重新設計規劃」、「推動形象商圈」這都將賦予六堆地區新生命,讓消費者一想到客家文化、美食與節慶就想到六堆地區。

四、政府效能方面

(一)中央客家事務局

- 1. 結合節慶活動及產業展售,邀請形象好的知名人士強力促銷六堆客家文化 系列活動;設計活動主題與重點造成媒體效果,博取最大行銷效果。
- 2. 本南北客家平衡原則,挹注更多資源於發展六堆客家地區。在北客家行銷發展有一定的成果後,六堆客家地區需要同樣的資源來發展,文化有時是需要經濟涵養,客家地區的發展是許多客家鄉親的期待。

(二) 縣政府方面

- 1. 編列合理預算,辦理推廣客家文化產業相關的大型活動,並使客家文化藉由經濟的活絡而滋養。
- 2. 辦理六堆地區導覽解說員(或導遊)研習營,使其對六堆客家文化有歷史 文化的深度,在對於遊客導覽解說時,能更深入六堆歷史文化層面,讓遊 客更能身入其境,感同身受的體驗,藉以形成六堆的主題特色與文化之美。
- 3. 協助客家文化產業經營者籌設行銷與展售平台。通路的建立對客家文化產業者也是十分重要而不可忽視的一環,可以考量架設統一行銷 e 化的平台,協助業者行銷及節省成本。

(三)鄉公所

- 1. 調查資源並做好觀光休閒景點規劃與配套措施。
- 2. 成立專案,或專人專業,給予必要的經費支援,推展鄉之觀光休閒產業, 業務推廣、法令諮詢、協助申辦、統合相關行業、規劃設計最適合在地特 色的觀光休閒景點。
- 3. 協調各鄉結合同業或異業成為觀光休閒的策略聯盟,加大客製化的需求與彈性。

五、客家經營業者

體現當今世界潮流與時勢發展,傳統一級生產的農業經濟,勢必將轉型為 三級產業的經濟型態,轉型與守舊需要取捨,轉型必有投資,投資必有風險, 在獲取必要的資訊詳細評估後,調整過於保守的原則,勇於嘗試客家觀光休閒 產業的經營 似乎也是值得一試的。

参考文獻

中文部份

- 方威尊,1997,休閒農業經營關鍵成功因素之研究-核心資源觀點。 台北:台灣大學。
- 2. 王貳瑞,2005,屏東縣檳榔產業現況與轉型策略分析。客家產業發展研討會論文集。屏東:屏東科技大學。
- 3. 王雯君、張維安,2005,家文化與產業創意:2004 年客家桐花祭之 分析。社會文化學報,18,121-146。
- 4. 台灣休閒農業協會,2004,休閒農業場家全面調查計畫報告。台北: 行政院農委會。
- 5. 台灣旅遊資訊網網頁,網址為 http://www.tourism.gov.tw/。
- 6. 田清華,1997,蓮地區觀光遊憩資源之研究,中國文化大學地學研究所地理組碩士論文。
- 7. 交通部觀光局,2001,二十一世紀臺灣發展觀光新戰略。台北:交通部觀光局。
- 8. 交通部觀光局,2005,2005年統計資料。
- 9. 交通部觀光局, 2007, 發展觀光條例 取自 http://admin.taiwan.net.tw/law/law-show.asp?selno=21。
- 10. 交通部觀光局網頁,網址為 http://www.tbroc.gov.tw。
- 11. 行政院,2001,「挑戰二00八國家發展重點計畫:新客家運動」。台北:行政院。
- 12. 行政院經建會,2001,國內旅遊發展方案。台北:行政院經建會。
- 13. 行政院經濟部,2001,提升傳統工業產品競爭力計畫-地方持色產業輔導。經濟部工業局九十一年度專案計畫執行成果報告。
- 14. 行政院農委會,2000,邁向二十一世紀農業新方案。台北:行政院農委會。
- 15. 吳易蓮,2000,地方產業之觀化與社區營造-以鶯歌陶瓷產業為例。 私立文化大學地理學研究所碩士論文,未出版,台北市。
- 16. 李竺倫、邱詩梅,2004,屏東縣-六堆鄉鎮的客家節,國立高雄應 用科技大學。
- 17. 李皇照,2000,在家和在外食品消費支出分析與預測。台灣土地融季刊,35,225-239。
- 18. 周宇廷,1998, 屏東縣市鄉鎮地圖, 珊如圖書版有限公司發行。
- 19. 往那路灣公司旅遊資訊部,2001,台灣豐富之旅屏東縣,戶外生活圖書股份有限公司出版發行。

- 20. 林梓聯,1995,台灣觀光農業新構築與再發展策略。農業經營管理會訊。
- 21. 林瑜蔚, 地方文化創意產業行銷策略之研究: 以六堆地區創意藍衫 為例,網址為:

http://www.ntpu.edu.tw/pa/news/94news/attachment/950309/6-1.pdf

- 22. 邱彥貴、吳中杰, 2001, 。台灣客家地圖。台北: 貓頭鷹出版社。
- 23. 屏東科技大學,2001,屏東縣總體發展與行銷先期規畫。
- 24. 屏東縣客家事務局網頁,網址為 http://www.pthg.gov.tw/planhab/
- 25. 屏東縣政府網頁,網址為 http://www.pthg.gov.tw。
- 26. 屏東縣政府觀光課網頁,網址為 http://www.pttour.com.tw。
- 27. 屏東縣綜合發展計畫修訂計畫工作計畫書。
- 28. 段兆麟(民 95)。休閒農業,台北:偉華。
- 29. 段兆麟,2001,體驗式經濟在農業的實踐。新世紀體驗農業經營研 討會論文暨會議實錄,25-35。
- 30. 段兆麟,2004,高屏地區休閒農業資源特性與發展策略。高高屏地區農業發展策略研討會,屏東科技大學。
- 31. 段兆麟, 2005, 休閒牧場資源與體驗活動設計。農業世界, (259), pp. 28-35。
- 32. 段兆麟,2006,休閒農業-體驗的觀點。台北:偉華書局有限公司, pp. 4-5。
- 33. 段兆麟,2006,休閒農業-體驗的觀點。台北:偉華書局有限公司。
- 34. 段兆麟,2006,運用農村與農業資源發展民宿。農業世界,(274), pp. 78-98。
- 35. 段兆麟、李崇尚、林雅文,2004,台東縣卑南鄉東遊季休閒農場規劃報告。屏東:屏東科技大學。
- 36. 段兆麟、郭明仁、劉吉川、邱宗治、李崇尚、林雅文 (2000)。屏東 縣全縣性休閒農業整體調查與規劃報告。屏東:屏東科技大學。
- 37. 徐秀枝。鳳林鎮地方特色產業發展策略之研究—以客家美食與竹炭 為例。國立屏東科技大學企業管理研究所碩士論文,未出版,屏東 縣。
- 38. 國立屏東科技大學。屏東縣觀光市場分析及遊客統計,民國九十一年八月三十一日。
- 39. 國際觀光組織 (WTO), 1979, 1979 年報。西班牙馬德里。
- 40. 張維安、張翰壁,2007,生態、文化與產業:六堆地區客家文化產

業調查分析。六堆歷史文化與前瞻學術研討會論文集。台北:行政院客委會。

- 41. 張維安、謝世忠,2004,經濟轉化與傳統在造-竹苗台三線課家鄉鎮 文化產業。台北:行政院客委會。
- 42. 郭訓德,2006,花蓮觀光休閒產業發展隊東部區域經濟的影響研究-區域性可計算一般均衡模型(RCGE)分析。博士論文。台南:成功 大學。
- 43. 陳文達,1991,客家歲時習俗雜記。史聯雜誌,18,178-87。
- 44. 陳其南, 2000, 社區總體營造。教育社會學通訊, 13, 28-29。
- 45. 陳板,2002,「化邊緣為資源:臺灣客家文化產業化的策略」。行政院客家委員會主辦之「客家公共政策研討會」論文。
- 46. 陳昭郎, 2002, 休閒農業發展方向。大自然季刊, 50, 5-13。
- 47. 陳昭郎、段兆麟、李謀監,1997,休閒農業行銷策略之研究。台灣 大學農推系研究報告·台北:台灣大學。
- 48. 陳昭郎、段兆麟、李謀監、方尊威,2000,休閒農業工作手冊,台 北:國立台灣大學農業推廣系。
- 49. 陳運棟,1992,客家人。新竹:東門十版。
- 50. 曾彩金,2001,六堆客家系列叢書-六堆的歷史。屏東:六堆學術基金會。
- 51. 曾彩金,2003,「我看『六堆客家文化園區』--請朝園區分散設置的理念重新規劃」。參考
 - 「http://wayne.cs.nthu.edu.tw/~iosoc/hakka/conference/pape rs/12-2.doc」。觀光局,2002—2004《觀光年報》。
- 52. 游仁君,2000,「北埔傳統聚落觀光發展與空間行為模式之研究」。 東海大學景觀學系碩士論文。
- 53. 黄永達,2005,台灣客家讀本。台北:全威創意。
- 54. 黄森明,1995,客家食品-滋粑的來歷。客家雜誌,61,23-29。
- 55. 黄菊枝,2002,山城容家味。台此:台視文化出版。
- 56. 黄榮洛,2000,台灣客家民俗文集。新竹:新竹縣文化局。
- 57. 新見設計規畫顧有限公司,1996,屏東縣觀光帶規畫案,屏東縣政府。
- 58. 楊彥杰,2000,客家菜與客家飲食文化。第六屆中國飲食文化學術研討會論文集。
- 59. 廖世義,2006,商圈發展對客家社區的衝擊與影響-以屏東縣內埔鄉 為例。客家產業發展研討會論文集。屏東:屏東科技大學。

- 60. 劉還月,2001,台灣客家族群史[民俗篇]。台北:台灣省文獻委員會。
- 61. 德欣全球資訊網頁,網址為 http://www.stw.com.tw。
- 62. 潘健雄,2005,美濃鎮文化創意產業與體驗活動之研究。碩士論文。
- 63. 蔡龍銘,2003,休閒農業與城鄉交流。三生農業的挑戰研討會論文集(189-207頁)。屏東:屏東科技大學。
- 64. 蔡龍銘,2005,農村觀光休閒產業發展潛力分析與限制改善分析-以高屏地區之客家產業為例。客家產業發展研討會論文集。屏東:屏東科技大學。
- 65. 鄭健雄,2005,休閒與遊憩概論產業觀點。台北:雙葉書廊。
- 66. 鄭健雄、陳昭郎,1996,休閒農場經營管理策略思考方向之研究。 農場經營管理年刊,(2),123-144。
- 67. 戴國良,2004,問題解決完全攻略。台北縣:中國生產力中心。
- 68. 藍群傑,2005,屏東縣客家觀光休憩文化推廣計畫—期中報告書。
- 69. 蘇芳基,1985,觀光事業概論。台北:五南圖書公司。

英文部份

- 1. Ansoff, I. H. (1984). Implanting strategic management. London:

 Prentice Hall.
- 2. Kelly, J. R. (2001) 休閒導論(王昭正譯) 台北:品度。
- 3. Micheal E. Potter (1985). *Competitive strategy*. New York, NY: Free Press.
- 4. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The experience economy: Work
 - *is theatre & every business a stage.* Boston, MA: Harvard Business SchoolPress.
- 5. Selznick, P. (1957) . Leadership in administration: A sociological
- 6. Weihrich, H., (1982) "The SWOT Martrix-A Tool for Situational Analysas," Long Range Planning, Vol. 15, No. 2, 1982, pp. 60-72.
 - interpretation. Evenston, IL: Row, Peterson and Company.

<工作項目三>

內埔老街客家文化產業行銷推廣之研究

執行單位:國立屏東科技大學客家文化產業研究所

計畫主持人:賴顯松 教 授

目 錄

壹、前言 188

貳、相關文獻 190	
一、老街的概念	190
二、文化、產業、地方文化產業	190
三、地方產業街道相關文獻	191
三、行銷理論	192
四、地方行銷	197
五、內埔老街背景與發展過程	198
参、研究方法 203	
一、問卷設計	203
二、研究範圍與對象	
三、資料收集與分析	
四、研究方法與步驟	
五、資料處理與統計分析	
肆、研究結果與討論 206	
一、基本資料之描述性統計分析	206
二、受訪者於內埔老街活動情形與再次前往意願之分析	210
三、受訪者對內埔老街需求之現況分析	212
三、行銷策略	215
伍、結論與建議 218	
一、結論	218
二、建議	219
參考文獻 221	
附錄一 223	

壹、前言

隨著國人休閒旅遊風氣的興起,結合人文、藝術及休閒之生活產業即因應而生。近年來,客委會大力推廣客家文化及產業,結合文化、社區整體營造與創意產業的老街,逐漸被重視。籍由文化、藝術、產業、生活及觀光的結合,鼓動社群的總體力量,一起激勵商機,灌注老街新生命。目前以客家文化為主軸發展之老街,計有:湖口老街、北埔老街、上坪老街及內灣老街等。其透過政府及社區人任整體營造,使老街風華再現,展現客家新風貌,且逐漸成為推廣客家文化的新天地,且老街能保留舊有客家風貌,注入更多藝術與創意,成為觀光客駐足賞析客家文文,留下回憶的地方。

今年,屏東縣政府為開拓內埔昌黎祠的人文與地方產業發展,推動內埔老街客家新風貌計畫,並辦理內埔老街風華再現-產業藝術再造活動,改造內埔老街,並邀請 23 位藝術家進駐,此 23 處定點的場域再造和氛份強化,從光明巷、陽濟路、東成路、光明巷,有林鴻文的竹編「不知來去是何物」、鄭旺興砌磚打造的「鯉躍龍門」、新丕的「觀光叛條店」、「客家內餅店」、黃冠騰的「八寶冰店」、鄭世文彩繪的老舊鐵皮屋、黃毅民的「老街酒鋪再造」、柯燕美創作的「麵條與陶板邂逅」、林木影主持的「藍染工坊」、梁任宏的作品「青花巷」、黃子環的「版印及藍衫工坊」、鄭宏南「六堆咖啡館」的作品、張惠蘭策劃的「客家書坊」、鄭陽晟規劃的「元興打鐵店」、李明則規劃的「柑仔店」、盧明德彩繪的「愛的蔓延」、郭挹芬創作的「六堆在那裡?」、曾婉婷的作品「瓶瓶安安」、方偉文的作品「開枝散葉」、黃性貞主持的「六堆客家木、皮雕工坊」、張裴舫鐵雕創「有影?無影?」、蔡思佳彩繪的「客家意象」、張寶元、王甄妤母女彩繪的「客家仕女腰帶」。

「內埔老街風華再現-產業藝術再造」結合各類的專業藝術家,就個人專才利用老屋結合藝術,適當增飾達到老屋新用的目的,而產業落實在常民生活中,經由「人心之華」的涵養更成為昌黎祠周邊社區產業的命脈,在老街這種情境下所延伸的創意產業,將能朝向更精緻的發展方向。

惟,目前內埔老街面臨問題為:

- 1. 客家基礎文化元素之應用不足。
- 2. 各商家缺乏統合性共識,仍處於各自為政局面。

- 3. 產品文化內涵不足,且忽略現代化經營、行銷策略。
- 4. 商店及產品整體形象有待建立。
- 5. 缺乏有效宣傳及推廣策略。
- 6. 缺乏對消費老消費行為之瞭解。

為此,本計畫將瞭解消費者對內埔老街商品的消費行為及意向, 提供店家研發消費者導向商品之依據。據以提供消費者需求之服務模 式,促進消費,並提升六堆內埔老街商家之經營行銷能力。

因此本研究的主要目的在探討消費者對內埔老街之消費行為及 需求,包括產品項目、種類、價格帶、佈置與陳列,客戶服務需求、 銷售時間、方式、人員配置等事項,透過學術研究及分析瞭解內埔老 街客群之消費意向及需求,提供政府單位及店家行銷之參考。

貳、相關文獻

一、老街的概念

台灣老街的起源源於明末福建沿海各地連年旱澇饑荒,閩粵一帶居民渡海來台,這些移民,一方面基於耕種工作上的需要,二方面則為防範土著番民的襲擊,遂聚居成村落或莊園。後來隨著移民人數日增,拓墾開發的範圍也日益擴大,各個聚落之居民,彼此為了方便「以物易物」、就利用村落或莊園附近的空曠廣場,在選定的時間裡各自攜帶物產到現場進行交易,此種交易型態在北方稱為「趕集」、閩粵一帶則稱之「趕墟」,是台灣早年最原始的商業市場型態。在市集交易相沿成習,逐漸蔚為風潮後,一些原本到處流動的攤販為了避免來回奔波或日曬雨淋之苦,開始在集市廣場上搭建簡便的草寮竹屋,當作固定經營的買賣場所,也就是日後為人所熟知的「市街」(廖敏惠,2002;沈文台,2002)。

二、文化、產業、地方文化產業

「文化」一詞常用來指涉一個社群內的生活模式,亦為該社群規則性一再發生的活動,包含物質的佈局與社會的佈局,是某特定人類群體所特有的,他們為了應付環境,藉由經驗累積而形成固定特有的生活方式,是在物質與精神生活中所有動與靜的智慧表現,也是民族智慧的結晶,在環境中可視為人工製造的。舉凡食衣住行、家族組織、社會結構、一切人類的精神活動,乃至於器物文明的發展,都屬於文化的範疇。簡言之,文化堪稱人類生活的一切總稱。(陳奇祿,1994;文建會,1998;陳運棟,1978)

「產業」廣義指一切為銷售而從事生產貨品與服務的機構,可解釋為「生產作業」,不論其組織形式為公營或民營,為公司組織或合夥組織,或為獨資經營的商店、工廠(包含家庭工廠及家庭工藝生產者)、農場、工匠及自由職業等具有商業機能者,此外並包括一切具有房地主身份的家庭及私人非營利團體,及一切對企業提供服務的私人非營利機構及研究機構(蘇明如,2001;詹德松,1999)。

「地方文化產業」之定義是以社區居民為共同承擔、開創、經營 與利益回饋的主體,以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎, 經過資源的發現、確認、活用等方法而發展出來,提供社區生活、生 態等社區文化的分享、體驗與學習的產業。這樣的產業的深層意涵在 於居民價值觀的建立與共識的凝聚,強調地產地銷,希望外地人到本 地消費,帶動地方的產業一起發展 (蔣玉嬋,2006)。

根據楊敏芝(2002)的研究,文化產業可區分為大眾消費文化產業、文化設施產業、地方文化產業三種類別。其中地方文化產業的特點是具空間地域依存性,由空間特質或歷史傳承遺留之文化遺產,目標是要將文化和其產品做為地方產業來發展,促成以文化活動來進行營造社區和重建的計畫,振興地方的各種相關經濟活動。文化產業絕對是文化與產業並重,一個地方的經濟發展不一定都要選擇工商業,要富裕也不一定都是要排除傳統地方產業或文化活動,其實文化活動本身就具有經濟產值的效益,以文化活動發展地方的文化事業、傳統產業,是大有可為的。譬如好的文化活動具有把人潮吸引到地方來的效果,無形中帶來了商機和生機,刺激地方的產業再生,往往也成為媒體的報導焦點而達到知名度和形象的宣傳效果,使「文化」因地域化而能永久傳播(李幸芳,2003)。

三、地方產業街道相關文獻

(一)社區營造與地方產業街道發展

申學庸在1994年首先提出了「社區總體營造」理念,試圖從文化重建的角度,促進居民的自覺與動員,並且重建人與人、人與環境、人與社區的新關係,進而帶動地方社區的全面改造與發展(林信華,2002)。當時的文建會副主委陳其南由日本經驗中帶入了兩項重要的元素,即「造街運動」與「地方文化產業」,期藉由民間自主之力量,進而參與環境營造及帶動地方經濟。民國84年之後陸續推動《改善商業環境三年計畫》、《形象商圈》等商業環境改善計畫,其改造對象有許多來自於地方中老舊或衰敗但具特色的商業空間(吳沛聰,2006)。

(二) 地方產業街道內涵

Urry(1990)將當代觀光景點所做的三種區辨中提到關於「傳統/現代」的區辨。說明各城市普遍"去工業化

(de-industrialization)"的結果,可能出現兩種完全不同的觀光方式:一種是市區或城鎮的觀光;另一種則是相對於現代性的旅遊消費,如古蹟、歷史建築、傳統老街、紀念建築物、博物館,或是民俗活動的參與等充滿懷舊情緒的歷史文化之旅(吳沛聰,2006)。

吳沛璁(2006)根據陳墀吉(2001)針對商圈的外在意象及

內在質性提出之論點,整理地方產業街道之內涵如下: 1. 外在意象

商圈是一個活的機能組織,不同的商圈提供不同的產業機能,服務不同的消費者,商圈機能的差異,塑造各具意象的商圈,整體而言,商圈的意象塑造可分為兩部分,即是整體的公共空間,與各別的商業形象。就整體的公共空間而言,諸如街道景觀的設計、都市空間機能規劃、公共設施配置等,是決定商圈外觀公共空間的條件;而商店本身的個體機能,諸如商店的形象、氣氛、裝潢、櫥窗展示、物品陳列、招牌等,都是商店商業形象塑造的重要要素。商圈往往會因商店商業形象的表現,匯聚不同類型的人潮,而表現出不同的商業與生活機能型態。

2. 內在質性

地方文化是形成商圈無形特質中不可磨滅的元素。而當地的居民、生活習慣、生活步調、整條街廓的滄桑歷史,乃至於建築外觀,皆深具文化歷史的意義,對現代消費者而言,它提供了一處獨特的文化空間。商圈的文化表現,在強勢經濟的體制下,對提供精神層面的調和,而能將歷史傳承的民俗文化保留下來,也負擔起相當大的歷史性責任。

綜合上述之分析可知;商圈是一種商業性的聚集體,由多數的中 小零售業者所組成,其緊密的聚集於一定的地區,所形成之商業聚集 體。

三、行銷理論

(一) 行銷定義

「行銷」源自於交換(Exchange),指以支付代價的方式由他處獲得欲取之標的物(a desired objective)之活動(蕭鏡堂,1999),也是一種滿足消費者需求的社會活動。根據陳光榮、洪慧書(2002)提及美國行銷協會(American Marketing Association,AMA)之定義:指出「行銷是規劃及執行理念,商品及服務之構思,定價、促銷及配銷,以創造交換,來滿足個人及組織目標的程序」(李宗儒,2004)。所以「行銷」,可以說是一組個人的及社會的活動,藉由預期顧客或客戶的需要,對構想、產品及服務之觀念、

定價、促銷及配銷,加以規畫及執行的程序,並且創造交易活動以滿足個人及組織的目標(邱麗珠,1998)。

综合以上,可知行銷定意係依序下列五種核心理念,如下圖所示

圖2-1 戴國良(2003)行銷的定義

資料來源:戴國良(2003)。行銷管理理論與實務(頁7)。台北市:五南。

(二)行銷與銷售差別

「行銷」一詞包含了銷售與促銷之概念, Philip Kotler (1993)指出,倘若行銷人員能做好確認顧客需要、發展適用商品、訂定合理價格、配銷、促銷等行銷功能上的工作,則銷售這些產品便輕而易舉(但昭強,2002)。

銷售與行銷在本質上的差異,比較兩者欲將產品賣出、以期 創造高利潤。其基本之差異為:銷售的出發點是在工廠,其重點 是將現有的產品極力推銷及促銷,目的在於增加銷售以創造利潤 (把現有的產品賣出);行銷則是滿足顧客需求以創造利潤(回 饋的機制)除非一個公司積極地銷售與促銷該公司的產品,否則 顧客將不會或者僅購買一點點該公司的產品(陳有德,2004;但 昭強,2002)。有關行銷與銷售概念之比較茲說明如下表

			= : :	
	出發	重點	手段	目的
銷售概念	工廠	現有產品	極力推銷及促銷	增加銷售以創造
				利潤
行銷概念	市場	顧客需求	整體行銷	滿足顧客需求以
				創造利潤

表2-1 行銷與銷售概念比較表

資料來源:引自但昭強(2002)。高雄市都市行銷的實踐與展望。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文,未出版,高雄。

综合以上,行銷就是如何將產品或服務,成功的帶進目標市場。換言之,行銷就是在創造市場之「優勢」與顧客的需求,並做

整體策略規劃讓產品或產業達成期望的順利交易(林學益,2001)。

(三) 行銷環境

行銷環境會影響企業在發展行銷策略時的生存與發展,其影響因素的層面稱之為「行銷環境」。Kotler (2002) 定意行銷環境為「包括影響行銷經理與其目標顧客發展及維持成功關係之外在團體及力量」(李宗儒,2002)。

- 一般而言,行銷環境係以個體環境及總體環境組合而成(戴國良,2003):
 - 1. 個體環境:包括如公司本身環境、供應商環境、行銷中間商環境、顧客環境、競爭廠商環境,與一般大眾環境等。
 - 總體環境:包括人口環境、經濟環境、自然環境、科技環境、 政治環境,與社會文化環境等。
 - 根據上述,了解企業環境是由許多力量組成,而往往無法獲得有效控制,所以在制定行銷計畫時,也必須時時刻刻注意行銷環境之改變。

(四)市場區隔

Wendell(1956)認為市場區隔的基礎是建立在市場需求面的發展上,並針對產品和行銷行動做更合理和確實的調整,以使其適合於消費者或使用者之需要。意指廠商將整個大市場細分為不同的區隔市場,然後針對這些區隔化後之市場,設計相對應的產品與行銷組合,其步驟有三個(Kotler, 1998)分別為:S代表市場區隔化(market segmentation),T代表目標(Targeting),P代表產品定位(Product Positioning)根據戴國良(2003)對市場區隔變數,界定如下:

- ①地理區隔化:係按地理區域之不同,而區分為不同的市場; 地理變數包括:國家、省、城市、人口密度、氣候等予以區 隔
- ②人口變數區隔:係依人口變數將市場作區隔;人口變數包括:年齡、性別、所得、家庭、職業等
- ③心理區隔:係按心理變數將消費者區分為不同群體:
- ④行為區隔:行為區隔變數主要依消費者實際之消費行為,如消費數量、消費頻率、使用後滿意度等,以及其對產品之認知、態度等,將市場區隔出相異之消費群體。

2. 行銷組合

(五)行銷組合

行銷組合是行銷作業的真正核心,它是利用產品 (product)、價格(price)、通路(place)及推廣(promotion) 所組成的,稱為行銷4P,是企業最常見的行銷利器(戴國良, 2003;李宗儒,2002)。

1. 產品策略

產品的型態包羅萬象,涵括無形商品與有形商品,無形商品如服務、理念、場所與提供諮詢等,有形商品即是實體特徵與物件。產品可分為三個層次包括核心產品、實體產品和衍生性產品(李宗儒,2002)

- ①核心產品:產品的基本功能,係指消費者真正購買產品的 動機與主要利益。
- ②實體產品:在接觸到核心產品之價值後,核心價值須轉換為有形物體,內容包括品質、品牌、包裝、功能特色等。
- ③衍生性產品:指消費者接受有形產品後,所感受到產品之附加價值。包括:外在特性、售後服務等。

2. 價格策略

價格是影響行銷成功的關鍵因素之一,是消費者為取得產品所必須付出之金額,因此如何設計適當的價格政策,即是行銷活動中極為重要的決策。一般企業在進行定價決策時(李宗儒,2002;莊麗香,2006)。

3. 通路策略

行銷通路只生產者將產品或服務移轉至顧客所經之路徑 4. 推廣策略

推廣是賣方對於潛在買者或銷售通路中其他人之間得資訊 溝通,以影響其態度及行為(李宗儒,2002)。其要素包括促 銷、廣告、人員銷售、公共關係等多種組合。

本計劃介紹的是企業界通常採用的推廣方式(引自莊麗香,2006):

- ①人員銷售:由銷售人員直接向潛在消費者作產品介紹,並達成銷售目的。
- ②廣告:由特定提供者付者給付代價,透過媒體傳達訊息給目標市場,具有快速普及和公眾導向的特性,可以生動的描繪產品並賦予鮮明的產品特性。
- ③公共報導:以不付費方式,在媒體上發佈消息給包括目標市場內的非特定群眾,被接受度高,容易解除目標消費者的防衛心理。
- ①網路行銷:是直接行銷的延伸,利用網際網路作為手段,從 而達到營銷的目的,通過互聯網來宣傳自己的企業,推廣自己 的產品或服務,它是傳統行銷的延伸和擴展,是企業整體行銷 戰略的一個組成部分,也是行銷推廣重要發展趨勢之一。

四、地方行銷

Kotler (1993)提出「地方行銷」之定義,係指設計一個地方,以滿足其目標市場的需求。且將地方未來的發展視為一可吸引人的產品,藉由考慮優勢、劣勢與機會、威脅的策略定位,鎖定地方發展的目標市場等方式,主動地進行行銷,及結合各界的利用關係人來促進地方發展(汪明生、馬群傑,1998)。其基本目標建構出一個地方的新意象,以取代或將來的居民、投資者與旅客先前所持有的模糊或負面的意象。因此,地方行銷者的工作重點並非是促銷及廣告,更要改變「產品」,使他符合「市場」的需要。

地方行銷必須結合當地特色、未來發展方向的基礎上,去建構地區的形象,以創造、維持或改變大眾對地區的態度或行為。其工作重點是要改變「產品」,並藉由文化的加值、轉換、創新,豎立產業的文化特質意涵與行銷模式,同時透過商品包裝的行銷概念,賦予商品實際物化價值與心理層面的無形感受價值,藉由滿足消費者心理層面的無形感受價值,藉由滿足消費者心理層面的無形感受價值,塑造地方新興經濟價值與發展契機,提升產業的市場價值與地區特有形象(郭品好,2003)。以符合當地民眾、旅遊者、投資者、消費者等不同層次的需求,方能使地區或都市永續經營(但昭強,2002)。與企業行銷向比之下,地方行銷的推動更為複雜,除了產品多元之外,其顧客也格外的複雜,而地方公部門在有限的財力與資源之下,要針對每一項產品分別進行行銷,實在是不可能。

因此,必須擬定一套整體之策略,才能使地方的效益達到最大 化。策略性的地方行銷主要包括下面四項活動(引自陳有徳,2004):

- 1. 設立正確的地方形象與服務組合。
- 2. 為產品或服務的現在或潛在的購買者、使用者提供吸引的誘因。
- 3. 以更有效率、可接近的方式,來傳送地方的產品和服務。
- 4. 促銷地方的價值與形象,使潛在的使用者能充分了解地方獨特的 利基與潛力。

五、內埔老街背景與發展過程

(一) 老街背景

根據內埔老街發展協會總幹事林國基提供之資料,內埔老街習稱「陽濟院老街」,而「陽濟院」之名的由來,經地方書老美和中學前校長劉德明先生口述得知「是先民以此為羊圈聚集地兼具買賣功能,如此逐漸形成聚集或定居而成為社區部落」。之後取其「羊聚集地方」的客家諧音,再加上前有媽祖廟及昌黎祠客族所祭拜之神祇,也是六堆戰役當時軍隊誓師之地,進而形成一條典型的客家廟街。

(二)內埔老街發展之過程

本計畫以表 2-2 顯示老街區域、範圍、地方特色、商業型態等資源 現況。

表 2-2 內埔老街發展之過程

行政區域	屏東縣內埔鄉
老街範圍	清華路口、陽濟路、東成路、光明巷
 地方特色	1.人文特色:客家文化氣息(青河戲院、酒廠、大宅院等舊
. , .	式建築)及由23位藝術家打造出的藝術氣氛。
	2.建築特色:客式紅瓦建築。
	3.地方特產:粄條、米苔目、酒釀(觀光化後發展出來)。
地方社群組織	內埔陽濟老街發展協會
目前商業型態	1.攝影工作室(1)
與數量	2. 手染服飾店(1)
	3.零星在地老店舖:打鐵店(1)、柑仔店(1)、麵店(1)、觀光粄
	條店(1)
國家施為	1.2006 六堆嘉年華暨第 42 屆六堆運動會—昌黎祠韓愈文化
	祭(2006/10/28~11/30)
	2.屏東縣政府客家事務局委託屏東縣米倉藝術社區協會「內
	埔老街風華再現-產業藝術再造」(2006)
	3.年貨大街 (2007)
鄰近觀光資源	昌黎祠
	六堆天后宫
	青島觀光酒廠
	<u> </u>

(三)發展現況

1. 內埔老街空間現況

隨著老街的發展,整體街道景觀煥然一新,由街道鋪面、沿街建 築立面、入口意象等設置,皆賦予遊客在視覺方面有藝術之美感特 色,其街道空間的元素如下:



照片 2-1 陽濟路口

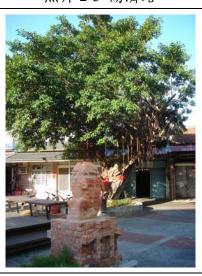
照片 2-2 東成路口



照片 2-3 陽濟路



照片 2-4 牆上藝術



照片 2-5 鯉魚躍龍門



照片 2-6 青花巷

2. 老街建築呈現

老街目前建築特色如下列照片所示:





照片 2-7 鍾家古厝

照片 2-8 2 樓洋房



照片 2-9 前清河醫院



照片 2-10 東望樓



照片 2-11 街景



照片 2-12 街景

3. 產業現況

目前內埔老街內還有繼續經營的店家有源順酒廠、麵店、元 興打鐵店、柑仔店、硬頸工作室、王蕙玲工作室、觀光板條店、 八寶冰等零星商家。與過去「內埔老街風華再現-產業藝術再造」 活動舉辦期間之商業型態如表2-3所示,形成強烈對比。



照片 2-13 街景源順酒釀

照片 2-14 街景元興打鐵店



照片 2-15 街景觀光板條店、八寶冰

照片 2-16 街景麵店







照片 2-18 街景王蕙玲工作室

表2-3 「內埔老街風華再現-產業藝術再造」活動舉辦期間之商業型態

第一類	第二類	第三類
承辦單位成立的產業小店	老街內原有產業小店	主動成立的產業小店
版印及藍衫工坊	觀光叛條店	客家特色小店
藍染工坊	八寶冰店	蜂蜜舖
書坊	傳統柑仔店	獅頭童玩店
露天人文咖啡館	鐵店	傳統豆花店
皮雕工作坊		攝影工作室
酒舖		傳統竹簾斗笠店
		老街 97 號咖啡館

資料來源:引自鄭玉玲、簡君倫、陳孟君(2006)。客家產業文化活動與地

方發展:以2006 年「內埔老街風華再現」活動為例

参、研究方法

一、問卷設計

本問卷內容依據理論基礎及文獻探討,分為三個部份,第一部份為旅遊特性,第二部份針對受訪者對於老街日後經營的方向之重要程度分析,此部分採李克特五點尺度量表,第三部份為受訪者基本資料。本研究問卷主要以「內容效度」(content validity)為依據,問卷於初稿擬定後,進行專家內容效度之審查,經由10位專家學者試閱後,根據專家提供的意見補充問卷內容或修改語句,再與指導教授討論後,才使本研究問卷定案,故本研究問卷頗具內容效度。專家學者代表如下表所示:

表3-1 專家學者代表

編號	姓名	服務單位	職稱
1	賴俊宏	行政院客家委員會企劃處	處長
2	廖松雄	高雄市政府客家事務委員會	前主委
3	古秀妃	屏東縣政府客家事務局	局長
4	陳和賢	屏東科技大學客家文化產業研究所	教授
5	郭訓德	屏東科技大學客家文化產業研究所	副教授
6	杜奉賢	屏東科技大學客家文化產業研究所	副教授
7	鍾鳳嬌	屏東科技大學客家文化產業研究所	教授
8	徐秀如	屏東科技大學服飾系	副教授
9	李崇尚	屏東科技大學農村規劃系	講師
10	邱春美	屏東科技大學客家文化產業研究所	兼任副教授

二、研究範圍與對象

本研究以屏東縣內埔鄉內埔老街及其周圍為研究範圍,抽樣的方 法採隨機抽樣法,並以自編問卷進行調查,抽樣的對象為曾經到過內 埔老街之遊客或消費者為受訪對象。

三、資料收集與分析

本研究採用問卷調查法蒐集研究資料,由於內埔老街遊客甚少, 故問卷發放範圍設定於內埔老街與其外圍人群聚處,調查時間為96 年9月17日至10月17日止,問卷施測前先行詢問受訪者是否到過 內埔老街,若是,再由受測者自行填答問卷。若遇內容不清楚時,再 由訪員加以說明。問卷調查共發出數量為 300 份,其中 26 份問卷因填答不完整或漏填故視為無效問卷,所以有效樣本回收率實為 91.33%。

本研究將回收之問卷逐一檢查,剔除填答不完整或漏填之無效問卷後,將問卷資料加以編碼並輸入電腦,使用 SPSS 12.0 統計套裝軟體,進行各項統計分析。

四、研究方法與步驟

(一)研究方法

1. 文獻探討

本研究依據研究主題蒐集相關之文獻,文獻來源包括國內、外書籍、期刊、論文、電子網站、政府出版品等文獻資料,詳細彙整及歸納,以作探討消費者對內埔老街需求與意向之調查之問卷編制。

2. 問卷調查

本研究以台灣屏東縣內埔老街遊客與消費者為研究對象,以「消費者對內埔老街需求與意向之調查問卷」(如附錄一)為研究工具,探討消費者對內埔老街之消費行為及需求,包括產品項目、種類、價格帶、佈置與陳列,客戶服務需求、銷售時間、方式、人員配置等事項,透過學術研究及分析瞭解內埔老街客群之消費意向及需求,提供政府單位及店家行銷之參考。

(二)研究步驟

圖 3-1 研究步驟圖

五、資料處理與統計分析

(一)資料處理

以電腦處理為主,人工處理為輔。人工處理部份包括調查資料之審 核、複查、檢誤、更正、核對及分析等;電腦處理部份包括調查資料 登錄、軟體程式設計、資料整理及結果列印等。

(二)統計分析

資料經審查和複查後,使用 EXCEL 2003 和 SPSS 12.0 統計套裝軟體, 進行各項統計分析。統計分析為描敘性統計。

肆、研究結果與討論

一、基本資料之描述性統計分析

據表 4-1 所示受訪者性別之次數與所佔百分比來看,有效樣本為 274 人,其中「男性」為 104 人,佔總樣本人數 38.0%;「女性」為 170 人,佔總樣本人數 62.0%,男女人數有差距,以女性所佔樣本比例較高。年齡分布方面以 21-30 歲 (57.7%) 居多。在教育程度方面以大學程度最多,共計 186 人 (67.9%)。婚姻狀況方面大多為未婚者計 203 人 (74.1%)。職業方面以學生族群居多,共計 177 人 (64.6%)。個人月收入方面以 20,000 元以下所佔比例較高,計有 205 人 (74.8%)。在族群方面,以閩南族群及客家族群較高,分別計有 137 人 (50.0%) 與 109 人 (39.8%)

受訪者的居住地方面,以南部為最多,有179人,佔總受訪者65.3%;中部次之,有60人,佔總受訪者21.9%;北部有32人,佔總受訪者11.7%;東部有3人,佔總受訪者0.4%。

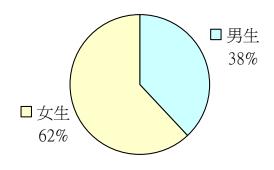


圖 4-1 性別

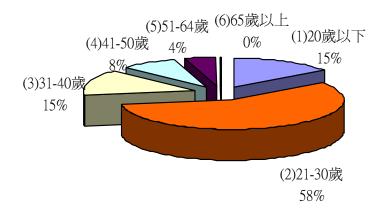


圖 4-2 年龄

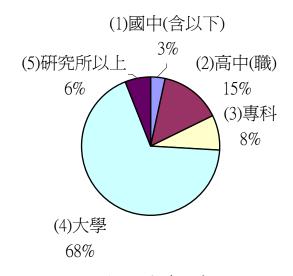


圖 4-3 教育程度

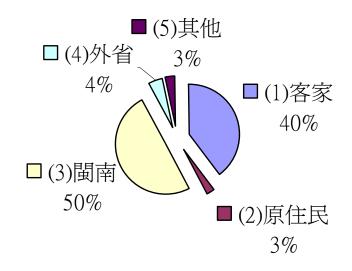
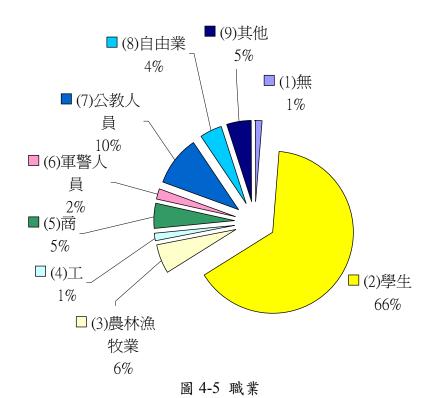


圖 4-4 族群



206

表 4-1 受訪者基本資料分布情形

基本資	· 料	次數	百分比(%)
	男	104	38.0
性 別	女	170	62.0
74.4	合計	274	100
	20 歲以下	41	15.0
	21-30 歲	158	57.7
年	31-40 歲	40	14.6
龄	41-50 歲	22	8.0
	51-64 歲	12	4.4
	65 歲以上	1	0.4
	國中(含以下)	9	3.3
教	高中(職)	40	14.6
教育程度	專科	22	8.0
度	大學	186	67.9
	研究所以上	17	6.2
狀 婚	已婚	71	25.9
况 姻	未婚	203	74.1
	無	4	1.5
	學生	177	64.6
	農林漁牧業	16	5.8
rrah.	エ	4	1.5
職業	商	14	5.1
711	軍警人員	6	2.2
	公教人員	27	9.9
	自由業	12	4.1
	其他	14	5.1
個	20,000 元以下	205	74.8
人月收	20,001~30,000 元	30	10.9
收	30,001~40,000 元	15	5.5
λ	40,001~50,000 元	18	6.6
	50,000 元以上	6	2.2

表 4-1 受訪者基本資料分布情形(續)

	基本資料	次數	百分比(%)
	客家	109	39.8
族群	原住民	7	2.6
	閩南	137	50.0
	外省	12	4.4
	其他	9	3.3
	北部	32	11.7
居	中部	60	21.9
居住地	南部	179	65.3
	東部	3	1.1

二、受訪者於內埔老街活動情形與再次前往意願之分析

據表 4-2 所示,顯示受訪者前往老街動機以沒有計畫,只是順路經過為最多,有 155(56.6%)人次;其次依序為就近消費有 85(31.0%)人次;參觀客家建築 44(16.1%)人次、參加客家活動 30(10.9%)人次、經人介紹而來 29(10.6%)人次、感受居民親和力及人情味 10(3.6%)人次、其他 9(3.3%)人次。由此可知受訪者來內埔老街時,都屬沒有計劃。

受訪者所使用之交通工具以機車為最多數,佔74.8%,其次為汽車佔12%、步行9.1%、腳踏車3.6%、其他0.4%。

受訪者資訊管道以透過親朋好友及其他為多數兩者都是佔 33.6,除此以外其他資訊由高至低排列如下:政府行銷活動(24.5%)、 報章雜誌(17.9%)、網際網路(7.3%)、電視廣播(6.6%)。

受訪者的受訪者的同行性質方面,主要以朋友同事佔多數為46.7%,自己前往居次為25.5%,男女朋友9.9%,其他為3.6%。

受訪者在老街停留時間以 10~30 分與 10 分鐘以內最高,分別佔了 37.6%及 35.4%。

受訪者心中認為老街應具備的功能以提供藝文活動為最高,佔 60.9%,其次依序為提供休憩空間(59.5),餐飲(52.2),景觀藝術 欣賞(50.7%),購物(43.1%),提供充足停車位(27.4%)。

是否還會前往內埔老街態度方面,有 215 人(78.5)表示願意, 59 人表示不願意(21.5)。

表 4-2 消費經驗資料分析

	問項	次數	分配	百分	比(%)
		是	不是	是	不是
	沒有計劃,只是順路經過	155	119	56.6	43.4
前	經人介紹而來	29	245	10.6	89.4
往	就近消費	85	189	31.0	69.0
老街	想要感受居民親和力及人情味	10	264	3.6	96.4
動	參加客家活動	30	244	10.9	89.1
機	參觀客家舊式建築	44	230	16.1	83.9
	其它	9	265	3.3	96.7
	報章雜誌報導	49	225	17.9	82.1
老纸	親朋好友	92	182	33.6	66.4
老街資訊來源	電視廣播宣傳	18	256	6.6	93.4
訊來	網際網路資訊	20	254	7.3	92.7
源	政府行銷活動	67	207	24.5	75.5
	其它	92	182	33.6	66.4
	步行	2	25	9.	.1
夵	腳踏車	1	0	3.	.6
交通	機車	20	05	74	1.8
工 具	汽車	3	33	12	2.0
<i>></i> \	遊覽車	(0	()
	其它		1	0.	.4
	自己	7	70	25	5.5
	家人	3	19	14	1.2
同	男女朋友	2	27	9.	.9
行	朋友同事	1:	28	46	5.7
	旅遊團體	(0	()
	其它	1	0	3.	.6
	10 分鐘以內	9	7	35	5.4
信	10~30 分	10	03	37	7.6
停留時間	31 分至 1 小時	4	19	17	7.9
時 問	1~2 小時	2	20	7.	.3
151	2~4 小時	:	5	1.	.8
	4 小時以上	(0	()

表 4-2 消費經驗資料分析(續)

	題目	次數	分配	百分比(%)		
		是	不是	是	不是	
	休憩(提供休息歇腳)	163	111	59.5	40.5	
老	購物	118	156	43.1	56.9	
何 具	藝文活動(如展覽、表演)	167	107	60.9	39.1	
街具備功能	景觀藝術欣賞	139	135	50.7	49.3	
能	餐飲	143	131	52.2	47.8	
	充足停車位	75	199	27.4	72.6	
前再	願意	2	15	78	3.5	
往次	不願意	5	9	21	5	

三、受訪者對內埔老街需求之現況分析

(一)產品需求之現況分析

受訪者對內埔老街產品需求共有12個問項,在產品行銷屬性上內埔客家老街未來可以朝哪方面發展。據表4-3所示,受訪者在老街消費方面重視程度,普遍上皆超越「沒意見」程度,趨向「同意」程度。

而其中最高平均值前三項的項目是「內埔老街應再強化其知名度」(Mean=4.28,SD=.690)、「產品衛生」(Mean=4.25,SD=.693)及「要有屬於老街的特色產品」(Mean=4.02,SD=.708),而最低的平均值項目為「廣告影響促成消費行為」(Mean=3.32,SD=.877)。

表 4-3 產品需求之現況分析

					-							
題目		常司意	不	同意	沒	意見	同	意		常]意	M	SD
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
產品價格	0	0	8	2.9	96	35	143	52.2	27	9.9	3.69	.686
產品包裝	0	0	9	3.3	93	33.9	147	53.6	25	9.1	3.69	.682
產品衛生	0	0	2	.7	34	12.4	132	48.2	106	38.7	4.25	.693
有口碑而購買	0	0	12	4.4	91	33.2	139	50.7	32	11.7	3.70	.731
要有屬於老街的特色產	0	0	2	1.1		20.0	146	52.2	60	24.0	4.02	700
D	0	0	3	1.1	57	20.8	146	53.3	68	24.8	4.02	.708
產品應具有懷舊風格	0	0	3	1.1	97	35.4	117	42.7	57	20.8	3.83	.761

表 4-3 產品需求之現況分析(續)

喜歡在客家風情的空間消費	1	.4	12	4.4	125	45.6	105	38.3	31	11.3	3.56	.765
因內埔老街具有客家文化 特色而有消費意願	1	.4	8	2.9	132	48.2	110	40.1	23	8.4	3.53	.706
因內埔老街的知名度而前 來觀光消費	5	1.8	17	6.2	98	35.8	123	44.9	31	11.3	3.58	.841
內埔老街應再強化其知名 度	0	0	1	.4	34	12.4	125	45.6	114	41.6	4.28	.690
朋友介紹促成消費行為	7	2.6	21	7.7	101	36.9	136	49.6	9	3.3	3.43	.788
廣告影響促成消費行為	9	3.3	32	11.7	111	40.5	106	38.7	16	5.8	3.32	.877

N:次數 %:百分比 M:平均數 SD:標準差

(二) 環境設施需求之現況分析

受訪者對內埔老街產品需求共有 9 個問項,在環境設施屬性上內埔客家老街未來可以朝哪方面發展。據表 4-4 所示,受訪者在老街環境設施方面重視程度,普遍上皆呈現「同意」程度。

而其中最高平均值前三項的項目分別是「停車要方便」(Mean=4.18 ,SD=.649)、「入口標示」(Mean=4.15,SD=.694)及「導覽動線」(Mean=4.15,SD=.658)。

表 4-4 環境設施需求之現況分析

			1	1 1	光叹	他而不	~////	177 1/1				
題目		非常 不同意		· 同意 沒意見		同意		非常 同意		M	SD	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
停車方便	0	0	1	.4	34	12.4	153	55.8	86	31.4	4.18	.649
交通標誌	0	0	2	.7	34	12.4	161	58.8	77	28.1	4.14	.645
街道景觀	0	0	0	0	47	17.2	153	55.8	74	27.0	4.10	.658
入口標示	0	0	0	0	42	15.3	150	54.7	82	29.9	4.15	.658
導覽動線	0	0	1	.4	45	16.4	139	50.7	89	32.5	4.15	.694
客家意象	1	.4	0	0	68	24.8	145	52.9	60	21.9	3.96	.707
懷舊感覺	1	.4	2	.7	66	24.1	136	49.6	69	25.2	3.99	.746
公廁提供	0	0	1	.4	45	16.4	140	51.1	88	32.1	4.15	.692
建築要有客家特	5	1.0	4	1.5	46	16.0	1.4.4	52.6	75	27.4	4.02	016
色	5	1.8	4	1.5	46	16.8	144	52.6	75	27.4	4.02	.816

N: 次數 %: 百分比 M: 平均數 SD: 標準差

(三)服務品質需求之現況分析

受訪者對內埔老街服務品質共有7個問項,在服務品質屬性上內 埔客家老街未來可以朝哪方面發展。據表4-5所示,受訪者在老街環 境設施方面重視程度,普遍上皆呈現「同意」程度。

而其中最高平均值前三項的項目分別是「商家販售人員要有好的服務態度」(Mean=4.21, SD=.679)、「要提供遊客老街簡介、文宣或傳單」(Mean=4.07, SD=.697)及「舉辦的各種活動應有客家文化特色」(Mean=4.12, SD=.746)。

表 4-5 服務品質需求之現況分析

題目	非常 不同意		不同意		沒意見		同意		非常同意		M	SD
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
專人導覽	1	.4	11	4.0	87	31.8	137	50.0	38	13.9	3.73	.761
導覽態度需和善	0	0	0	0	54	19.7	154	56.2	66	24.1	4.04	.662
吸收更多文化知識	1	.4	3	1.1	83	30.3	130	47.4	57	20.8	3.87	.757
商家要吸引遊客應該設計體驗	0	0	2	.7	60	21.9	146	53.3	66	24.1	4.01	.701
活動												
舉辦的各種活動應有客家文化	0	0	5	1.8	42	15.3	155	56.6	72	26.3	4.07	.697
特色		0										
商家販售人員要有好的服務態	0 (0		.4	37	13.5	139	50.7	97	35.4	4.21	.679
度		0	1									
要提供遊客老街簡介、文宣或傳	1 .4	4	1	.4	52	19.0	129	47.1	91	33.2	4.12	.746
甲		.4										

N: 次數 %: 百分比 M: 平均數 SD: 標準差

三、行銷策略

依據上述統計分析及文獻本計畫探討內埔老街之經營策略,針對 內埔老街目前面臨困境,提出解決下列行銷策略:

(一)內埔老街市場和行銷環境

近年來,由於地方產業極受重視,伴隨著社區總體營造與古蹟保存等相關議題日益受到重視,於是內埔老街誕生。由於內埔老街屬地方性文化產業,所以營利目標的設定應為提供消費者一處獨特的文化空間。整體而言,內埔老街的意象塑造可分為兩部分,即是整體的公共空間,與各別商店的商業形象。

以內埔老街整體的公共空間而言,從街道景觀的設計、公共設施配置等,內埔老街型態屬於具有客家文化之老街;而當地的居民、生活習慣、步調、整條街廓之歷史與老街建築外觀,則是造就內埔老街客家家文化無形特質中不可磨滅之元素,皆深具文化歷史的意義。以內埔老街個別商店而言,它是由少數的小零售業者所組成,遂無法形成廣大的商業聚集體,所以無法吸引更廣大的消費族群與遊客。

(二)市場區隔與行銷組合

欲將內埔老街推出市場,使其受到更多人注目。不管政府如何從 旁協助,製作廣告,「消費者與遊客來到此地時,第一個考量的是, 來到內埔老街到底值不值得」。因此內埔老街需隨著消費者與遊客的 需求不斷建構地區的形象,以創造、維持或改變大眾對內埔老街的態 度或旅遊行為。其工作重點首要就是找出適合內埔老街的「經營核 心」,以符合當地民眾、旅遊者、投資者、消費者等不同層次的需求, 提升其在市場上的知名度。

內埔老街整體定位在文化產業,其重視的是「內涵」。未來,可 強調提升內埔老街之知名度與品質,並用時間經營,為它帶來觀光人 潮、增加地方收益、創造地方就業機會,讓地方居民都可感受到老街 文化感到認同與驕傲。本研究參考既有之學術論述並界定本研究之行 銷組合於內埔老街之應用及內涵:

1. 產品:核心產品為老街當地生活文化與地方形象,實體產品應是 老街特色產業,而潛在產品則可設計幾款具有內埔老街特色之 紀念性商品。 2. 價格: 價格是指業者對消費者收取之費用,相關研究者對文化產業及節慶活動之定價依據參考有成本、物超所值、精緻化等(莊麗香,2006)。

在行銷組合裡,價格可以是唯一產生銷貨收入的因素,近年來,它的重要性日益抬頭,越來越受到行銷人員的重視。本研究之研究對象其產業特質及推廣目標之因素差異,所以內埔老街之價格訂定並沒有一定之標準及依據。事實上,內埔老街可在文化活動中設計多項體驗活動,並對想參與之遊客訂定出其可接受的合理價格,是值得思考的部份。

- 3. 通路:可利用文化活動(韓愈祭)之舉辦或者是創造其他活動 行銷內埔老街,呈現內埔老街文化之美,也可透過網路策 略:以網際網路為通路,提供大量老街資訊與圖片,使網路 瀏覽者獲得更詳盡且完整的產品資料與相關的訊息服務,產 生意想不到的行銷效果。
- 4.推廣:行銷決策的困難之一就是花錢來做促銷及發展設計有效的溝通方案,而推廣目的是與顧客群進行有效的溝通,並推廣產品及企業形象,使消費者接收到對產品正確的訊息、了解產品內容,進而接受產品(劉必先,1992)。而內埔老街之行銷溝通組合(又稱為促銷組合),可利用廣告,由某個特定贊助者所提供,以付費的形式,經由報導、電視、網路等媒體,消費者與遊客即可透過媒體介紹加深遊客印象。並設計提升內埔老街形象或產品的各種活動。來行銷規劃地方的價值(特色產業)與形象(客家文化),使遊客與能充分了解內埔老街文化之獨特性,以建立遊客對老街信心與偏好,使遊客產生來到內埔老街之動機,方可帶動附近產業之經營。

(三)促銷策略

美國行銷協會 (American Marketing Association, AMA) 對其定義在行銷活動中,不同於人的推銷、廣告與公開報導,有助於刺激消費者購買及增進中間商的效能,諸如產品陳列、產品展示與展覽、不定期之產品示範、非例行的推銷活動 (戴國良,2003)。

內埔老街可藉由促銷之目的來提高知名度,促使更多遊客來內埔 老街參觀。首先就要先建立促銷目標。銷售的方式:包括廣告,促進 銷售,公共關係,及人員銷售所包含的內容及各自獨有之特色。

1. 設立廣告目標

①告知性廣告:在老街推廣階段中,能夠讓社會大眾明瞭老街的 文化特性,

引發其好奇心。

②說服性廣告:在廣告中提出內埔老街與其他老街之相異處,突顯自己與其

他地方老街特性之不同。

③提醒性廣告:當一般社會大眾對內埔老街熟識後,還是要不斷 利用媒體提

醒社會大眾,讓其對內埔老街加深印象,就像說

到竹田鄉大

家就會想到竹田驛站。

④促銷性廣告:配合韓愈祭、或是老街其他活動而做的廣告宣傳 單與簡介。

(四)內埔老街 SWOT 分析

優勢(Strength)		劣勢(Weakness)				
1.	擁有許多客家傳統建築(黎家古	1.	有活動才有人潮,沒活動沒有人潮			
	厝、鍾家、東望樓、劉家、林家等)	2.	政府過度廣告,當人潮來時候老街			
2.	鄰近有昌黎祠、六堆天后宮等景點		沒東西看,所以人潮來一次走一			
3.	老街有內埔老街發展協會來推動		次 ,再次前往意願不高			
	老街各項事宜	3.	導覽簡介不足			
機會(Opportunity)		威脅(Threat)				
1.	老街居民願意配合	1.	知名度不高,許多人走過老街卻不			
2.	藝術家資源		知是內埔老街			
3.	獨特文化活動-韓愈文化祭	2.	外來業者收入不夠支付房租,導致			
			關門			

伍、結論與建議

本研究旨在探討內埔老街遊客對各項需求之現況,經由文獻探討 與分析,編製研究工具,對內埔老街之遊客進行問卷調查,將所獲得 資料以次數百分比、標準差等統計方式進行分析,根據分析結果提出 研究結論與相關建議,以提供政府機關、商家業者、老街協會未來研 究之參考。

一、結論

針對研究資料顯示,綜合歸納本研究之結論。茲敘述如下:

(一)內埔老街之消費群與遊客

受訪者當中女生比例較高,而年齡層大約分佈於21歲到30歲之間居多(57.7%),其職業狀況以學生佔約64.6%,個人每月平均所得以20,000元以下所佔比例為最多(74.8%),在教育程度部分以大學最多約佔67.9%,而族群方面以閩南居多其次為客家,而受訪者居住地以來自南部縣市為大多數,約佔65.3%;由此可見內埔老街之遊客大部分來自於南部。

(二)內埔老街之消費群與遊客屬性

受訪者當中前往內埔老街之動機,大都份屬於沒有計劃,順路經過,對於內埔老街資訊來源都以透過親朋好友得知與其他(廣告刊版、當地民眾)佔大部分,交通工具方面都以機車為主,約四成六受訪者之同行夥伴是朋友或同事關係,其次有二成五表示都是自己前往,共同點是停留在內埔老街的時間都不高,其中六成九受訪者心中認為老街應具備的功能以提供藝文活動為最高,而有將近二成的受訪者表示不願意再次來到內埔老街。

(三)內埔老街之消費群與遊客對內埔老街現況需求

透過資料分析可得知,在產品需求方面,多數受訪者表示內埔老街應在「強化其知名度」,吸引外來遊客的目光前來參觀,才有機會增加產品消費率,才有辦法為商家帶來更多的利基,也能藉機讓更多人認識內埔客家老街。在環境設施方面受訪者特別注重「停車要方便」、「清楚的入口標示」、「清楚的導覽動線」可知,在科技的發達下,許多人的都由汽機車為代步工具,當來到一個觀光景點一定是找尋汽機車可停放之空間、清楚的老街標示與熟悉老街內的

動線。而在服務品質方面受訪者認為當地之商家販售人員要有好的服務態度,如此才會給遊客留下好的印象、其次則認為要提供遊客老街簡介、文宣或傳單,遊客有可從中獲得一系列有關老街之文化與歷史、最後則認為在老街舉辦的各種活動應有客家文化特色,活動若比為產品那其具有客家文化特色就是一種獨特性,因此客家文化可藉活動之舉辦發揚光大,也可以吸引更多遊客前來。

二、建議

根據以上結論,對於內埔老街未來的發展方向,有以下幾點建議: (一)提昇內埔老街知名度

為了內埔客家老街具有優勢之競爭力,知名度的提升是勢在必行。首要工作就是先建構內埔老街的形象,目標是要傳承與創新客家文化,藉由創新理念與文化加值之手法,提升地方的價值與形象,再經舉辦活動或傳播媒體加以宣傳,促使社會大眾更能充分了解內埔老街地方獨特性與價值。

(二) 營造內埔老街客家文化特色

根據本研究調查,由於客家文化的推廣欠缺全面性和傳承延續的前瞻性,老街目前許多建築與文化都以覆蓋現代化之特色,從外貌很難去斷定其原有特質,為了內埔老街的活化性與振興,內埔老街之發展應結合地方資源與生活文化,再配合產業之經營,方能發揚客家文化特色,營造特色建議如下:

1. 元素運用:

營造地方特色不是只有靠著活動之舉辦而已,當地居民之生活環境理應配合,如內埔老街公共空間等相關設施即可以客家意象與元素互相結合,搭配老街現有的藝術使景色更加豐富化,而產品方面可以客家意象開發創新產品,滿足消費者流行需求。如此老街環境處處有客家,也可加深遊客對地方之印象。

2. 由內而外:

老街環境之營造唯有靠地方居民產生認同感與共同意識,一起 維護與保持內埔老街空間整齊清潔。政府與老街協會規劃方面,可 搭配客家文化活動,推廣客家文化、傳承與教育,提昇內埔老街整 體價值感與形象,遂當遊客踏入內埔老街後即可強烈感受到客家文 化意象。

(三) 永續經營

在工業化、都市化的影響下,文化是唯一能夠呈現地方異質性方式,若要使之持續發展,首要工作必須先整合內埔老街現有資源,塑造出具代表性之特色產業或商品;再來居民必須形成共識,培養對地方的熱情與態度,共同打造內埔老街,並建構客家意象人文環境。

参考文獻

- 蕭鏡堂(1999)。產業行銷學。台北:華泰文化事業公司
- 邱麗珠(1998)。結合城市行銷理念之規劃程序研究。國立成功大學 都市計畫研究所碩士論文,未出版,台中。
- 但昭強(2002)。高雄市都市行銷的實踐與展望。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文,未出版,高雄。
- 陳有徳(2004)。宜蘭縣地方行銷策略之研究。私立佛光人文社會學 院政治學研究所碩士論文,未出版,宜蘭。
- 莊翰華(1998)。都市行銷理論與實務。台北:建都文化事業
- 戴國良(2003)。行銷管理理論與實務。台北:五南。
- 詹德松(1999)。經濟統計指標—兼述政府統計實務。台北:華泰文 化出版
- 蔣玉嬋(2006)。地方文化館與地方文化產業之研究以新竹玻璃工藝博物館為例。博物館學季刊,20(3):81-97。
- 莊麗香(2006)。六堆客家文化創意產業行銷策略及成效之研究。國 立高雄師範成人教育研究所碩士論文。高雄市:未出版。
- 鄭玉玲、簡君倫、陳孟君(2006)。客家產業文化活動與地方發展: 以2006年「內埔老街風華再現」活動為例。
- 詹德松(1999)。經濟統計指標—兼述政府統計實務。台北:華泰文 化出版
- 廖敏惠(2002)。大溪老街保存之地理意涵。私立中國文化大學地學研究所碩士論文,台北:未出版。
- 沈文台(2002)。台灣老街圖鑑。台北:貓頭鷹出版社。
- 蘇明如(2001)。九〇年代台灣文化產業生態之研究。私立南華大學 美學與藝術管理研究所碩士論文。嘉義:未出版,。
- 汪明生、馬群傑(1998)。地方經濟發展與地區行銷—以高雄為例。 台灣土地金融季刊,35(3):97-110。
- 郭品妤(2003)。地方文化產業行銷機制之研究—以消費者心理向度 探討。私立朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文,台中:未出版。
- 李宗儒(2004)。行銷管理:觀念活用與實務應用。台北:三民
- 林信華(2002)。文化政策新論:建構台灣新社會。台北:揚智
- 吳沛璁(2006)。以體驗行銷觀點探討地方產業街道規劃因子之研究-以鶯歌陶瓷老街為例。私立朝陽科技大學建築及都市設計研究所

碩士論文。台中:未出版。

附錄一

內埔客家老街消費者行為之調查問卷

受測者編號	:
又闪白柳加	•

親愛的先生、小姐您好:

本問卷的目的在於了解遊客對內埔老街發展的消費需求傾向、偏好程度,提 供店家研擬行銷、經營策略,進而提升內埔老街商家之經營行銷能力。本研究為 學術調查資料絕對保密,請放心填答,您寶貴意見對本研究極為重要,在此衷心 的期望您撥空填答,再次謝謝您的支持與協助,敬祝

身心健康、萬事如意!

國立屏東科技大學 客家文化產業研究所

指導教授:賴顯松 博士

研究生:楊雅筑 謹啟

連絡電話: 08-770320 轉

7103

第一部份 內埔老街觀光之消費者經驗

作答說明:請在以下問題中,以「✓」的方式,選出您認為最適合的選項。

- 1. 您前往內埔老街主要的動機: (可複選)

 - □(1)沒有計劃,只是順路經過 □(2)經人介紹而來 □(3)就近消費
 - □(4)想要感受居民親和力及人情味 □(5)參加客家活動 □(6)參觀客家舊式建

□(7)其它

築

- 2. 您是如何得知「內埔老街」相關資訊: (可複選)
 - □(1)報章雜誌報導
- □(2)親友推薦 □(3)電視廣播宣傳
- □(4)網際網路資訊
- □(5)政府行銷活動 □(6)其它____。
- 3. 您如何到達內埔老街的:
 - □(1)步行
- □(2)腳踏車
- □(3)機車

□(4)汽車

- □(5)遊覽車
- □(6)其它。

- 4. 您是跟誰一同前往:
 - □(1)自己
- □(2)家人
- □(3)男女朋友

- □(4)朋友同事 □(5)旅遊團體
- □(6)其它。

- 5. 您大約在老街中停留多久時間:
 - □(1) 10分鐘以內
- □(2) 10~30分
- □(3) 31 分至1小時

- □(4) 1~2小時
- □(5) 2~4小時
- □(6) 4小時以上
- 6. 您理想的中的老街應該具備哪些功能? (可複選)

	□(4)景觀藝術欣賞	□(5)餐飲	□(6)充足位	亭車位	L		
7.	您再度前往內埔老街的	う意願為何:					
	□(1)願意	□(2)不願意					
身	5二部份 消費者對內埔	老街需求與意向之調查					
作	答說明:您認為下列哪	些屬性較為重要,在□	內打「✓」				
_	-、您對內埔老街產品需	求					
			非	不	沒	同	非
			常	同	意	意	常
			不	意	見		同
			同				意
_			意				
_	1. 我在意內埔老街產品	的價格高低					
_	2. 我在意內埔老街產品	加販賣包裝方式					
_	3. 我在意內埔老街產品	克乾淨衛生					
_	4. 我會因為內埔老街產	品有口碑而購買					
_	5. 我認為要有屬於內埔	主 者的特色產品					
_	6. 我認為內埔老街的產	品應具有懷舊的風格					
_	7. 我喜歡在充滿客家風	【情的空間消費					
_	8. 我會因為內埔老街具	·有客家文化特色而有消	「費意願 □				
_	9. 我會因為內埔老街的]知名度而前來觀光消費	· □				
_	10. 我認為內埔老街應再	·強化其知名度					
_	11. 我會因為朋友介紹促	已成消費行為					
_	12. 我會因為廣告影響促	已成消費行為					
Ξ	-、內埔老街公共建設需	;求					
			非	不	沒	同	非
			常	同	意	意	常
			不	意	見		同
			同				意
_			意				
_	1. 我覺得停車要方便						
_	2. 我覺得要有清楚的交	通指示標誌					
_	3. 我在乎客家老街的街	f道市容景觀					
_	4. 我覺得要有清楚的入	口標示					
	5. 我覺得要有清楚的導	覽動線					

□(2)購物

□(3)藝文活動(如展覽、表演)

□(1)休憩(提供休息歇腳)

6. 我覺得街道桌椅的設計要符合客家老街意象

7	. 我覺得老街要有客家懷舊感覺的房舍及街道風情					
8	. 我認為要有足夠的公共廁所提供遊客使用					
9	. 我認為老街的建築要有客家特色					
三	內埔老街服務品質需求					
-		非	不	沒	同	非
		常	同	意	意	常
		不	意	見		同
		同				意
		意				
1						
2						
3						
4						
5	113611 6111 7 7 1 2 12 12 13 13 13 14 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15					
$\frac{6}{7}$						
7	. 我覺得內埔老街要提供遊客老街簡介、文宣或傳單					
第	三部份: 個人基本資料					
1.	性別:□(1)男 □(2)女					
2.	年齡:□(1) 20歲 以下 □(2) 21-30 歲		(3) 3	1~40	歲	
	□(4) 41~50 歲 □(5) 51~64 歲	□((6) 6:	5 歲	以上	
3.	教育程度:□(1)國中(含以下) □(2)高中(職)		3)專	科		
	□(4)大學 □(5)研究所以上					
4.	婚姻狀況:□(1)已婚 □(2)未婚					
5.	職業:□(1)無 □(2)學生 □(3)農林漁牧 □(4)工 □	□(5)商	ĵ	□(6)	軍警	人員
	□(7)公教人員 □(8)自由業 □(9)其他_					
6.	您的個人月收入是(新台幣元):					
	□(1) 20,000元以下 □(2) 20,001~30,000元	□(3)	30,0	001~	40,00)0元
	口(4) 40,001~50,000元 口(5) 50,000元以上					
7.	您的族群為何:□(1)客家 □(2)原住民 □(3)閩南 □(4)外台	省 [⊐(5)‡	其他_	
8.	您的居住地(籍貫)?)				

9.	是否還有其他建議提供內埔老街參考:

【本問卷到此結束,再次感謝您的熱心協助,謝謝!】

<子計畫一>

屏東六堆地區產業資源分析與發展策略之研究

<工作項目四>

內埔客家文化旅遊發展之研究

執行單位:國立屏東科技大學客家文化產業研究所

計畫主持人:郭訓德 副教授

壹、前言	228
貳、執行情況	231
参、研究結果	239
肆、客家社團深度訪談結果分析	262
伍、結論	270
陸、參考文獻	272
附錄一、內埔文化旅遊發展問卷	273

壹、前言

本工作項目主要在進行內埔客家文化旅遊發展之研究,為了進一步使本計畫進行及後續實地調查與訪談分析,在此部份說明計畫背景,並根據計畫背景界定探討之目的。

1.計畫背景

客家學研究領域和生活應用科學領域一樣,同樣是跨學科又跨領域的科學,需要不同專業領域的人的共同參與。不同於生活應用科學的是,客家學研究是近年來在政府的大力推廣與支持下才迅速發展,並以人類學、社會學、語言學、文學與歷史為基礎。當今客家學研究陸續融入經濟學、政治學、地理學、建築美學、服飾科學、食品科學、行銷管理學與旅遊學研究。陳板(2002)強調將台灣客家文化,轉化成全球化過程中客家經濟發展的資源,將是發展台灣文化產業的重要動力。

談到客家文化,不能不提客家團體。客家文化依賴政府與民間團體 通力合作傳承文化,沒有人就沒有文化。Knechtel(1985)認為這些自 願或非正式的非營利組織,對旅遊業的拓展有很大的幫助,其經營目 的是在某些理念的完成,而非賺錢;因此,非營利組織能使旅遊發展 獲得許多文化上的好處。例如,非營利組織扮演著環境保護的重要角 色。雖然在觀光旅遊業的開發過程大都是由政府機構或私人組織機構 所帶動, 但若其開發計畫會對當地人民的生活環境帶來負面衝擊 時,企劃案就會受到社會輿論或壓力團體的反對,這些團體對社會的 影響力與日俱增,同時這也會使得旅遊業的發展受阻或發生其他改 變,對於觀光旅遊業發展產生了制衡作用(Dale & Oliver, 2002)。 Gunn(1998, 1999)也建議未來的觀光旅遊發展規劃必須包括非營利 組織,因為其在功能、管理規劃、及策略上扮演相當重要的角色。 近年來,非營利組織像客家團體為客家文化的傳承與推廣,投注很多 心力。本計畫研究範圍為屏東六堆,其客家團體有六堆文化教育基金 會、屏東縣客家聯合扶濟發展會、屏東縣客家公益會、以及屏東平原 鄉土文化協會;此外,臨近內埔的客家團體計有長治的六堆風雲雜 誌、麟洛的花布衫演藝坊、佳冬的佳冬文史工作室、竹田的屏東縣米 倉文化協會、與屏東市的社團法人屏東縣六堆文化研究學會。值得一 提的是內埔地區的客家團體數可說是南台灣六堆地區之二,僅次於高

雄縣美濃鎮的客家團體數。

內埔為南台灣屏東縣人口數最多的第一大鄉,交通便利(國道三號 麟洛出口或快速道路 88 號接國道三號竹田出口)並具有先天優良的 客家人文條件。然而在觀光發展上,內埔缺乏吸引遠距離觀光客的主 題觀光景點,台灣中、北部的遊客南下旅遊,幾乎都是直達墾丁休閒 渡假勝地,屏東縣其他各鄉鎮幾乎留不住台灣中、北部的國內遊客。 內埔若以農村旅遊作發展,似乎難與其他同樣以農業發展為經濟主體 的鄉鎮作區隔。

內埔的觀光潛力在於豐富的客家文化資源內埔擁有豐富的客家人 文觀光資源:客家傳統風味美食如板條、花生豆腐、與菜包;客家傳 統藥草如大風草;客家藍衫產業;客家傳統農村生活型態;保存良好 的客家民宅建築、媽祖廟、與昌黎祠。今年秋天,行政院客家委員會 與屏東縣政府為開拓內埔昌黎祠人文與地方產業發展,推動內埔老街 產業藝術再造活動,為期一個月的活動,已經為彰顯內埔地區客家文 風與特色,向前邁進一大步。至今,走在內埔老街上隨時都可以看到 遊客的蹤跡。

高俊雄(1995)指出地區觀光發展成功的關鍵因素(Critical success factors)有七項:1)吸引力焦點;2)餐飲住宿的款待服務;3)互補性休閒設施;4)外觀造型與服務;5)當地居民與社區的認同與支持;6)觀光地區與遊客的連結橋樑,例如旅遊資訊與交通設施;7)地區整合,也就是觀光遊憩相關團體的結合,包含相關組織的整合、氣氛塑造、及適當的規模。由高俊雄(1995)的論述可知,政府在推動一個地區的觀光發展時,除了營利團體與遊客,也應該注意傾聽居民與其他非營利團體的聲音。

因此,屏東六堆地區客家團體與內埔居民如何看待他們的居住地成為一個文化旅遊重鎮?在台灣,旅遊學是一門新興的學科,現有的文獻多著重在生態旅遊(例如:吳忠宏、黃宗成、洪常明(2005))與鄉村旅遊(例如:湯幸芬、蔡宏進(2005)與朱珮瑩(2003))等的探討,台灣人民對於本土文化旅遊發展的認知、協助文化旅遊發展意願、以及文化旅遊發展策略的文獻探討略顯不足。因此,本計畫以旅遊學研究的角度探索客家文化旅遊之潛力,透過屏東六堆地區客家團體與內埔居民的調查,對內埔發展為客家文化旅遊可行性提出建議,期能進一步帶動客家文化特色產業的發展。

2.計畫目的

本研究計畫的目的計有:

- (1)屏東六堆地區客家團體組織與現況調查。
- (2)屏東六堆地區客家團體對內埔文化旅遊發展項目的接受度、所持態度、支持度、與協助內埔客家文化旅遊發展意願。
- (3)內埔居民對內埔文化旅遊發展項目的接受度、所持態度、支持 度、與協助內埔客家文化旅遊發展意願。本計畫的研究調查對象 計有屏東六堆地區十個客家團體與內埔鄉居民。

為協助地方政府、學術界與產業界人士打造更美好的內埔居住與旅遊環境,本研究之重要性不可言喻。

貳、執行情況

一、計畫執行概況

本計畫擬以旅遊學研究的角度,採用質性研究的深度訪談法,與量化研究的問卷調查法,透過對屏東六堆地區客家團體,與內埔居民的調查,瞭解內埔鄉發展為客家文化旅遊地的可行性,並出建議,期使能進一步帶動,客家文化特色產業的發展。

二、計畫流程與架構

為方便初步瞭解本計畫之流程與架構,於是將計畫的大綱內容及探討的主題,以圖示方式表達。

1.計畫流程

本計畫流程如圖1所示,由計畫動機與目的之啟發,來界定出本計畫概念, 對文獻蒐集與田野調查,增進對客家社團生態國內外文化旅遊研究文獻、非 營利組織研究文獻之了解,邀請屏東縣客家社團代表人進行訪談。除此之外, 進行客家文化觀光問卷設計,針對客家社團成員與內埔鄉居民進行問卷調 查,並將資料進行分析及整理。

圖1 研究流程

2.計畫架構

為配合本計畫之目的與預期效益,分析內埔客家文化旅遊發展之研究建議,作為日後客家文化旅遊發展之參考,擬定計畫架構如圖2所示。

圖2 研究架構

敘述統計包含次數分配、百分比、平均數等方法以瞭解受訪者對於 各問項的頻率次數與個人屬性的分佈情況。以變異數分析探討內埔居 民對客家文化觀光資源屬性的偏好,以瞭解內埔適合發展的優勢資源。接著以變異數分析探討屏東六堆地區客家團體與內埔居民對內埔 文化旅遊發展項目的接受度、所持態度、支持度、與協助內埔客家文 化旅遊發展意願。

三、研究方法、執行步驟與執行狀況

1. 研究方法

為進行本計畫,得以達到預期成果,將配合邏輯與學理基礎,制定研究方法如下。本計畫所使用之研究方法包括進行文獻內容分析(Content Analysis)及田野調查(Field Suvey)、進行客家社團負責人訪談(Expert Interview)與內埔文化觀光發展研究等三部分

本研究以屏東縣政府客家事務局 96 年 1 月版的「屏東縣客家社團 參考名冊」為邀請名單,邀請客家社團參與本計畫,並定義內埔鄉居 民為長期居住在內埔鄉二年以上的人士,問卷調查的受測對象為滿 18 歲具表達能力者。

第一部份進行文獻內容分析(Content Analysis)及田野調查(Field Suvey)。首先蒐集國內外非營利組織與文化觀光相關文獻,釐訂最適合的研究方法與研究內容。再以田野調查方式,了解目前最活絡於屏東六堆一帶的客家社團是哪些,人數最多、組織最龐大、歷史最優久、常出現於六堆的各文化節慶的社團是哪些,以及社團與社團之間的關係等問題,以決定邀請的客家團體,最後藉由客家社團問卷發放,電訪請求各社團負責人協助的同時,針對全屏東縣客家社團,了解社團間的關係,以便採取立意抽樣,選擇適當的研究樣本。

第二部份進行客家社團負責人訪談(Expert Interview),本研究依第一部分的內涵分析結果,設計訪談大綱,同時針對客家社團中的學術團體與演藝團體,寄出邀請函(如附件一),尋找願意接受訪問的客家社團。最後決定,深入訪談8至10位,屏東縣客家社團領導人,以了解屏東六堆地區客家團體組織與現況調查研究。

訪問時徵求同意後,錄音與拍照存證,如附件二。其訪談大綱與 詳細內容如附件三與附件四,訪談內容的逐字稿,採用文獻分析與內

容分析法。

第三部分為內埔文化觀光發展研究部分:為問卷調查

(questionnaire survey),調查範圍為屏東縣內埔鄉23個村,調查對象為內埔鄉居民與屏東縣的客家社團成員,了解其對於內埔鄉發展文化觀光問卷的支持度與態度。

- (1) 此份問卷設計,乃參考 Andereck, K.L., & Vogt, C.A. (2000) 的問卷翻譯,經三位旅遊研究所學生確認,再經兩階段專家審查修訂而成,則以內埔鄉大學四年級學生 254 份作初測後,確認信度後,修訂成正式測試問卷。
- (2) 抽樣方法採立意抽樣,針對內埔鄉居民部分,以5位調查員進駐各村主要幹道,以挨家挨戶發放,每村發放份數與回收份數內埔鄉戶政事務所96年8月,依照各村人口比例而決定,事先電訪各村村長,了解各村村民在家時間,及推薦適當的抽測街道並告知調查的進行。調查員進駐,內埔地區各村之主要街道,適當拜訪村長,以利調查進行,以期抽樣出適當樣本。共發放1000份問卷,回收933份問卷。
- (3)客家團體成員部分,則依照屏東縣客家事務局的客家社團名單, 以郵寄或面交方式,發放兩次問卷,第一次僅針對設籍內埔鄉 之客家社團,第二次則針對屏東縣所有客家社團發放,每個社 團發放10份,每次發放1星期後,電訪各社團,了解問卷狀況 並懇請社團負責人協助發放,共計發放750份問卷,回收250份問卷。
- (4) 問卷結果以 SPSS 軟體 12.0 版,以描述性統計與因素分析法, 分析問卷結果,了解內埔鄉居民與相關客家團體成員,對內埔 鄉發展文化觀光的態度與支持度與欲發展的旅遊項目。

2.執行步驟

(1)屏東六堆地區客家團體組織與現況調查研究

此研究調查範圍包括屏東六堆地區 10 個客家團體,調查對象為客家團體的理事長及其重要幹部;。位於內埔的客家團體主要有五個: 六堆文化教育基金會、屏東縣客家聯合扶濟發展會、屏東縣客家公益會、屏東平原鄉土文化協會、以及昌黎祠管理委員會;此外,臨近內埔地區的其他客家團體有五個,計有長治的六堆風雲雜誌、麟洛的花布衫演藝坊、佳冬的佳冬文史工作室、竹田的屏東縣米倉

文化協會、與位於屏東市的社團法人屏東縣六堆文化研究學會。調查方法將採用深入訪談法(In-depth interview)瞭解客家團體組織、經營現況與願景,做內容分析(Content analysis)。

(2)屏東六堆地區客家團體對內埔文化旅遊發展項目的接受度、所持態度、支持度、與協助內埔客家文化旅遊發展意願調查

本研究將針對選定的 10 個客家團體的所有成員,對於文化旅遊發展的 a) 項目、b)態度、c)支持度、與d)協助意願做為調查主體。調查方法將採用問卷調查法(survey questionnaire),並以學者 Andereck and Vogt(2000)發展的『旅遊發展項目與態度量表』為主要研究工具,檢視屏東六堆地區客家團體對文化旅遊發展項目與態度;透過預測(pilot test),以李克氏 5 點量表測量,並進一步分析屏東六堆地區客家團體對內埔地區將來發展成為文化旅遊觀光景點所持的態度與支持度之間的關係。問卷設計請參考附件說明。本研究之進行步驟為:

- 1. 參考過去文獻,發展並設計問卷
- 2. 進行預測(pilot test),修正問卷內容;
- 3. 進行正式的問卷調查,採用郵寄方式;
- 4. 進行資料分析;
- 5. 彙整研究結果;
- 6. 撰寫報告,提出結論與建議。

(3)內埔居民對文化旅遊發展項目的接受度、所持態度、支持度、 與協助內埔客家文化旅遊發展意願調查

任何一個觀光政策的實施,當地居民的意見決不容忽視;沒有居民的支持,就沒有觀光永續發展的可能。內埔全鄉面積為818.554平方公里,劃分為23村,有542鄰,住戶約16,500戶,人口數約63,000人(內埔鄉戶政事務所,2006)。本研究將調查內埔居民對於文化旅遊發展的a)項目、b)態度、c)支持度、與d)協助意願。調查方法將採用電話調查法(telephone survey),並以學者 Andereck and Vogt(2000)發展的『旅遊發展項目與態度量表』為主要研究工具,檢視內埔基層居民對文化旅遊發展項目與態度;透過預測(pilot test),以李克氏5點量表測量,並進一步分析內埔居民對內埔地區將來發展成為文化旅遊觀光景點所持

的態度與支持度之間的關係。問卷設計請參考附件說明。進行的 步驟為:

- 1. 參考過去文獻,發展並設計問卷;
- 2. 進行預測,修正問卷內容;
- 3. 進行正式的問卷調查;調查方式將採電訪方式,抽樣方法將採 用系統抽樣法(Systematic sampling),以內埔鄉戶政事務所所 提供的戶口名錄,每10戶選取一戶,電訪1,650戶。
- 4. 進行資料分析;
- 5. 彙整研究結果;
- 6. 撰寫報告,提出結論與建議。

3. 執行狀況

- 1. 蒐集非營利團體及組織相關中文文獻約 20 篇,文化與旅遊相關西 文文獻約40篇。
- 2. 在訪談進度方面:
 - (1) 民國 96 年 04 月 27 日, 寄發書面訪談邀請。
 - (2)民國96年05月02日,以電話聯絡,或親自拜訪,詢問客家團 體理事長,接受訪談的意願。
 - (3) 民國 96 年 05 月 05 日, 開始進行訪談工作。
 - (4)民國96年06月05日,完成8個客家社團之訪談工作。選擇這 此團體,原因除為該團體願意接受訪談外,這些團體平日從事的 活動或其組織與文化觀光活動有密切關聯。
 - (5) 民國 96 年 07 月 05 日開始,陸續整理訪談逐字稿。
 - 3. 訪談之客家社團名單計有:
 - (1) 屏東縣客家公益會 (2) 屏東縣客家聯合扶濟發展會
 - (3) 紫岫工坊
- (4) 花布杉演藝坊
- (5) 六堆風雲雜誌 (6) 屏東縣米倉文化協會
- (7)屏東縣中堆文教協會(8)社團法人屏東六堆文化研究學會, 共計8家客家團體。
- 4. 訪談時間與地點如附件五。
- 5. 訪談細節:
 - a. 原本預計訪談的客家團體,無法聯絡到團體負責人或其相關人 員,例如:六堆文化教育基金會、佳冬文史工作室、內埔昌黎祠 管理委員會等,因此更換訪談客家團體。

- b. 研究員起初切入客家團體做訪談工作並不容易,因為部份受訪者工作忙碌,所以訪談時間難以敲定。經由反覆的聯繫,才可以做訪談工作。
- c. 部份團體接受本研究之訪談後,會希望研究員可以對其客家團體有所回饋。例如以義工或參與其團體所辦活動。
- 6. 進行「內埔發展文化觀光問卷」之編製與問卷內容效度(content validity)之檢測。程序包含中英文翻譯與專家審查與修訂,共有 3 位旅遊學者與7 位客家精英,參與內容效度之審查與修訂。
- (2) 專家審查(expert review)
 - a. 第一階段--中英文翻譯效度與旅遊專業效度之審查:從97年 4月1日至97年5月29日,依序請三位目前於台南與屏 東地區大專校院任教餐旅管理的教授作審查。
 - b. 第二階段--客家文化專業效度之審查:從97年6月5日至97年6月26日:
 - (a) 6 位受邀的客家專家中,有 5 位客家專家,一開始皆反應,未曾不太擅長這方面的問卷審查,恐沒有什麼有效幫助,但經鼓勵與說明後,產生許多對問卷發展,有助益的想法與建議。
 - (b) 從幾位專家的建議中發現,問卷上旅遊的專業名詞需更 淺顯 易懂,故將問卷再增加註解部份。
 - (c)最後問卷依10位專家的建言,針對南部客家鄉鎮現況, 增加幾題客家文化觀光部份。
 - c. 進行問卷預試(pilot test),時間自6月26日至7月5日。透過便利抽樣,選取260位居住於內埔地區的大三與大四的學生(含國立屏東科技大學與美和技術學院)實施問卷預試,回收有效問卷共254份。
 - (d) 完成「內埔發展文化觀光問卷」設計,如附件二。
- 7. 正式問卷調查(field survey):

面試調查員,以通曉客家語、閩南語的同學為應徵條件,其中4

位皆有作問卷調查經驗,1位有原住民部落田野調查經驗,先給予內 埔鄉居民及地理區域特性及面訪技巧訓練,每天集會討論當天面臨的 困難與狀況,以提高問卷回收率,並獲得較適當的抽樣本。

問卷包含內埔地區居民與客家團體團員的問卷調查。內埔地區 的居民問卷回收進行到八月底結束。屛東六堆地區客家團體的問 卷回收進行至9月中旬。

- 8. 客家專家審查名單如附件六。
- 9. 進行「內埔發展文化觀光問卷」之發放,問卷發放對象含內埔居民 與屏東六堆地區客家社團成員,九月中旬完成資料搜集。
 - 9.1 考慮現今台灣社會電話詐騙集團事件眾多,多數民眾排斥電話調查,因此,調查方式以派駐調查員,進駐內埔地區各村之主要街道。採立意抽樣,依照各村人口比例,5位調查員於7月6日至8月5日,面訪居民,請求協助填寫問卷。問卷的回收,進行至8月底結束,共發出1000份問卷,回收968份,剔除部分疑似未經思考的問卷或填答完全相同的無效問卷,獲得有效問卷933份。
 - 9.2 屏東六堆地區客家團體的問卷調查部份,由研究員親自面交或 郵寄問卷及回郵信封,給受測之客家團體主持人,請求協助問卷 的發放與填寫,再由各社團主持人分發其團員,完成後問卷由各 團體主持人之助理協助蒐集,郵寄回本研究團隊。
- 10. 彙整訪談資料: 客家社團田野調查與深度訪談, 進行逐字稿翻譯, 部份逐字稿做完後, E-mail 受訪者, 確認訪談信度, 並再次取得 受訪者的同意刊登。

參、研究結果

一、研究結果

1. 居民問卷內容分析:

內埔鄉居民的定義:

本問卷邀請填寫的居民為,凡滿 18歲,在內埔鄉居住滿 2 年以上居民,由於初測時請美和和屏科大的學生做初測,所以正式問卷時,排除這兩所學校的學生,但由於內埔鄉除了有學生外,尚有 3 個都市計畫區,有 3 個商圈,存有部分外來人口,故本研究抽樣時,採進入村中抽樣,而採便利抽樣,但只要是在內埔鄉居住或工作滿兩年,皆為問卷邀請填寫的對象。

2. 問卷樣本的信效度分析:

本問卷共發出 1000 份問卷,回收 976 份問卷,扣除無效問卷後,得 933 份有效樣本,回收率為 93.3%。

本問卷經 SPSS 執行信度分析後,關於居民對於文化觀光發展關於支持度協助意願的認知題項共 9 題,信度值為 0.9298;關於內埔若要發展為文化觀光鄉鎮,需增加哪些項觀光項目共 18 題,其信度值為 0.9419;關於內埔發展文化觀光所持的態度,關於社區發展構面的題目共 14 題,其信度值為 0.951;關於負面影響構面的題目共 12 題,其信度值為 0.936;關於生活品質構面的題目共 10 題,其信度為 0.929;關於經濟影響構面的題目共 4 題,其信度為 0.883;關於文化影響構面的題目共 11 題,其信度值為 0.894。除經濟面與文化影響面的信度為很可信外,其於題目的構面皆為十分可信。由上述數據可知,該份問卷具可信度。

此外,本問卷乃參考 Andereck, K.L., & Vogt, C.A. (2000)的問卷翻譯,且經過兩階段專家審查,兼具學理基礎與專家共識,且經過事前預試修正工作,所以具有相當的內容效度。

3. 問卷樣本的資料分析:

第一部分

興南村

1. a. 目前住在 村,實際抽樣的有效問卷份數如表 1

村名	次數	百分比 村名	次數	百分比 村名	次數百	分比
義亭村	12	1.3 大新村	32	3.4 和興村	48	5. 1
東片村	17	1.8 富田村	35	3.8 龍泉村	49	5.3
建興村	20	2.1 龍潭村	36	3.9 內田村	51	5.5
水門村	23	2.5 振豐村	40	4.3 內埔村	59	6.3
隘寮村	24	2.6 竹圍村	42	4.5 豐田村	63	6.8
上樹村	26	2.8 美和村	44	4.7 老埤村	64	6.9
中林村	27	2.9 東勢村	45	4.8 東寧村	97	10.4

表 1 各村抽樣份數及該村抽樣份數佔總抽樣數的百分比

32 3.4 黎明村 47

	居住年限	性別	年龄	婚姻	教育	職業
有效份數	872	891	932	922	927	925
平均數	26.42	1.54	3.15	1.76	3.16	6.16
眾數	20	2	4	2	3	7
標準差	17.83	0.51	1.49	0.53	1	3.07

5

b. 已經住多久? 年

居民平均居住於內埔鄉有 26.4 年,抽樣中最多居民居住 20 年,但抽樣居民居住年限從1年到之間差距很很大。在面訪居民時,研究團隊曾考慮過內埔鄉的人口外流,居住人口年齡層較高,所以有偏向面訪五六十歲以上的居民,此外,調查員陌生拜訪請求填寫時,常會有熱心民眾協助分發問卷,這些結果亦可能會影響「居住年限」。

2. 性別:

男性共抽得 417 份, 佔 44.6%, 女性共抽得 474 份, 佔 50.7%。

- 3. 年齡:以 45-54 歲者人數最多,受訪者年齡 18 歲到 25 歲,抽樣 170 份佔 18.2%,25-34 歲者共 154 份佔 16.5%,35-44 歲者,共 217 份佔 23.3%,45-54 歲者共 219 份,佔 23.5%,55-64 歲者佔 11.1%,65 歲以上者,共 68 份佔 7.3%。
- 4. 婚姻狀況:以已婚最多,未婚者佔 253 人,27.1%,已婚者 642 人,佔 68.8%,離婚者 1.9%,其他鰥居或同居者則佔 1%。

5. 教育程度:以高中職者最多,佔 374 位 40.4%,其次是大專 322 位 34.5%,再者是國中 126 位 13.5%,國中以下則佔 68 位 7.3%,博士佔 8 位 0.9%。

6. 職業:

抽樣人數中以服務業佔最多,190人 20.4%,其次是家管 123人 13.2%,學生則佔 118位,12.8%。商人佔 87位 9.3%,公教人員 佔 78位 8.4%,自由業佔 70人 7.5%,農林漁牧 66位佔 7.1%,工人佔 63人 6.8%,專業人員 30人 3.2%。詳見表 2

類別	次數	百分比	從事 職業 類別	次數	百分比
服務	190	20.4	農林 漁牧	66	7. 1
家管	123	13.2	エ	63	6.8
學生	118	12.6	退休	48	5. 1
商	87	9.3	其他	32	3.4
公教人員	78	8.4	專業 人員	30	3. 2
自由	70	7.5	軍警	20	2. 1

表 2 抽樣居民職業類別

7. 工作經驗: 21 年或以上者人數最多,247 人 26.5%;1~5 年者次之138 人 14.8%;6~10 年者 135 人 14.5%;16~20 年 127 人 13.6%;11~15 年者 125 人 13.4%;1 年以下 100 人佔 10.7%。

8. 平均月收入:

表 3 居民平均月收入

月收入	次數	百分 比	有效百分 比
2萬以下	358	38.4	43.6
20001-4 萬	267	28.6	32.5
400001 - 60000	125	13.4	15. 2
60000-80000	44	4.7	5.4
800001-100000	13	1.4	1.6
10 萬以上	14	1.5	1.7

20,000 以下者最多,358 人38.4%;20,001~40,000 者次之。如表3

- 9. 與來訪內埔的觀光客接觸程度?偶而者最多 365 人 39.1%,沒有者次之 296 人佔 31.7%;普通程度者 194 人佔 20.8%,接觸頻繁者 44 人 4.7%;非常頻繁者 14 人 1.5%。
- 10. 居民從事的職業大部份與觀光旅遊事業沒有直接相關,805 人佔86.3%;有直接相關者120 人佔12.9%。
- 11. 是否有家人從事觀光旅遊行業? 有相關者者56人佔6% ,沒有者 872人佔93.5%
- 12. 曾參加觀光發展組織者 56 人佔 6%; 沒有者佔 867 人 92. 9%。

		次數	百分比	有效百分 比	累積百分 比
的 ?	是 图和	56 867 923 933	6. 0 92. 9 98. 9 100. 0	6. 1 93. 9 100. 0	6. 1 100. 0

表4 曾參加觀光組織者人數

在問卷的說明欄中受訪居民填寫「曾參加的觀光發展組織」包括:

- (1)文史團體:六堆客家文化培訓志工團、屏東平原鄉士文化協會、客家文化促進協會、鹿港文教基金會(2)社區協會:陽濟院老街發展協會、內埔老人會(3)高雄某旅遊業、獅子會。在此可窺見在內埔鄉文史協會與社區協會是內埔鄉居民參與觀光發展非常重要的管道。此外內埔鄉發展觀光社區協會的功能不可忽視。同時,亦驗證王逸峰、蔡菀玲(2004/05)的研究,非營利組織在推展文化觀光時功不可沒。
- 13. 我曾參加客家庄旅遊?有效問卷 919 份中,居民中有 73. 4%,685 人未曾參加過客庄旅遊,25. 1%,234 人曾經參加過。其中有 74 人在說明欄填寫,74 人次的回答中,顯示幾點內埔鄉居民作客庄旅遊的情形:

(1) 旅遊方式包括

- A. 跟隨團體旅遊:包括進香團、教會團體、社區團體旅遊、村鄰 里長自強活動、客家相關社團的旅遊以及學校戶外教學古蹟 巡禮。
- B. 會議旅遊:世界客屬大會、台北韓愈祭(客委會招待)、豐田國 小大專青年營、客家研習營、內埔老人會客家文化交流。
- C. 進修:如六堆文化導覽志工培訓、社大客家文化之旅、大專青

年客家文化夏令誉。

D. 休閒:包括苗栗花蓮屏東之客庄之旅、新竹鳳林北埔之旅、內灣南庄、 以及鄰近鄉鎮如內埔鄉內的內埔老街及年 貨大街活動、西勢客家文物館遊覽、觀光酒廠、美濃萬戀客家遊覽、六堆史蹟導覽等答案。

其中B、C項的活動是通常由政府單位客委會舉辦或經費補助,可 見政府單位在現今居民客家文化旅遊的推動中,佔有非常重要的 影響。

- (2) 動機:是觀摩他人、客家文化交流、進修。
- (3) 地點:大多為桃竹苗最多,包括苗栗三灣、南庄大湖、美濃其次、台東花蓮次之,其餘有一位曾提及嘉義與六龜。值得注意的現象是,中部的大埔新社石岡客家地區卻鮮少人提及,僅有一位提及中北部,是很值得注意之處。
- 14. 曾參加社區組織?是客家社團嗎?

925份有效問卷中,70.8%,661位居民未參加過社區組織,共28.3%,264位曾參加過社區組織,其中12%112位是客家社團。

15. 聽過「文化觀光」或「文化旅遊」一詞?

		次數	百分比	有效百分 比	累積百分 比
有效的	有力	713	76. 4	78. 2	78. 2
	沒有 總和	199 912	21. 3 97. 7	21. 8 100. 0	100. 0
總和		933	100.0		

表5 是否曾参加過文化觀光次數分配表

抽樣的居民中,有76.4%的居民曾經聽過「文化觀光」或「文化旅遊」一詞,21.3%沒有聽過。顯示本研究的主題「文化觀光」對內埔鄉大部分的民眾並不陌生。

16. 是否有客家人的血緣? 客家人

內埔鄉是個族群融合的鄉鎮,在整個內埔鄉,23個村的抽樣居民中, 具有客家人血緣者佔65.3%,沒有者佔32.8%,不知道是否有者,則 佔1.7%。

17. 客語會話流俐程度

表6 居民自認為客語會話流俐程度

	次數	百分比
完全不會	204	21.9
一點點	164	17.6
普通	170	18. 2
流利	392	42.0
總和	930	99. 7

在抽樣樣本中發現,居民自認為客語流利者佔較大比例42%,會話能力自認普通與會一點點客語各為18.3%及17.6%,完全不會者則佔21.9%,如表6。

18. 認為內埔適合發展何種文化觀光?

表7認為內埔適合發展何種文化觀光次數分配表

原住民文化觀光 閩南文化觀光 客家文化觀光 次數百分比 次數 百分比 次數 百分比 248 26.6 適合 適合 194 20.8 適合 828 88. 7 79.0 不適合 683 73.2 不適合 103 不適合 737

有效份數 931 中,認為內埔可發展「原住民文化觀光」者,共194 位佔 20.8%,不贊成者為 737 位,佔 79.2%。認為內埔適合發展「閩南文化觀光」者共 248 位,佔 26.6%,不適合者為 683 位,佔 73.2%。為內埔鄉適合發展「客家文化觀光」者的部分,認為適合者共 828 位,佔 88.7%,不適合者共 103 位,佔 11.0%,如表 7。有選擇「其他」者,佔 33 位,3.5%。圈選一個以上答案者,931 份有效問卷中,有 339 份問卷。

關於內埔鄉應發展何種文化觀光,有 46 人另提供說明,歸納有 幾點意見:

- (1)建議發展多元文化觀光:居民的理由是 a. 族群眾多 b. 應融合客 閩原住民; c. 應不受限族群; d. 各式文化觀光皆可發展; e. 發展是全面性,會更熱鬧; f. 三項文化綜合較豐富; g. 不宜偏向某一族群
- (2) 建議發展客家文化觀光:理由是 a. 本鄉以客家籍居多,易於發展; b. 有客家特色產業才能專精發展; c. 因內埔本是客家庄; d. 內埔客家民族人口多且文化久遠; e. 客家產業; f. 可以客家文化做為其特色推廣,客家傳統永不忘。此外,也有居民建議設立客家文化圖書館或交誼或博物館(廳)。
- (3) 特色觀光: a. 平埔族觀光; b. 古蹟觀光; c. 結合校園酒廠、原住民文化成一綜合觀光社區; d. 除了客家人、閩南人也很多,

可發展客家閩南文化觀光; f. 龍泉新住民文化觀光; g. 內埔是屬客家族群較廣, 多元化可期待。

- (4)有些人則開始寫起內埔發展文化觀光的優勢,例如:內埔環境 廣大優美適合發展優良環境;客家庄內埔鄉最大庄;先從老街 後客家文化園區及觀光酒廠;各民族聚落於各村落融合(文化交 流);因為有四合院伙房、美和有南柵土地公及徐傍興文物館及 竹田有竹田譯站;有媽祖廟、六堆中心地;鄰近有清水公園等 美景。
- (5)也有人提到「較少遺跡,亦少專業」,提出內埔文化觀光需要加強
- 19. 我認為只要用心經營,內埔是可以發展成為文化觀光鄉鎮? 受訪的居民有877人,94%的居民認為內埔鄉只要用心經營,是可以發展成為文化觀光鄉鎮的,僅有44人4.8%的居民未認同。

第二部份:此部分受訪者以數字 1-5, 圈選能代表心中接受程度的數值,數字越高代表越同意或越需要,數字越低代表越不同意或越不需要。

1. 關於支持度、協助意願的認知 題目共 9 題,題目如下:

- 01. 我認為內埔具備發展文化觀光的優勢
- 02. 我支持內埔發展文化觀光
- 03. 我願意以具體行動協助內埔發展文化觀光
- 04. 我認為政府單位應支持內埔發展文化觀光
- 05. 我認為政府單位應以具體行動協助內埔發展文化觀光
- 06. 我認為內埔當地財團或公司(如青島啤酒廠)應支持內埔發展文化觀光
- 07. 我認為內埔當地財團或公司應以具體行動協助內埔發展文化觀光
- 08. 我認為內埔當地社團應支持內埔發展文化觀光
- 09. 我認為內埔當地社團應以具體行動協助內埔發展文化觀光

各題目得分如表 8:

表 8 居民的支持度與協助意願各題項得分

支持1支持2支持3支持4支持5支持6支持7支持8支持9 3.5 平均數 3.8 $3.4 \quad 4.0 \quad 4.0$ 4.1 4.04.0 4. 0 中位數 3.0 3.0 3. 0 4. 0 4.0 4.04.04.04.0 3. 0 5. 0 眾數 3.0 3.0 $3.0 \quad 3.0$ 5.0 5.0 5.0 標準差 0.90.9 $0.9 \quad 0.9$ 0.90.90.9 $0.9 \quad 0.9$

受訪居民普遍支持內埔鄉發展文化觀光,從1到5分中,各題項的達3.4分以上,且集中在3.4-4.1分,代表居民是同意和很同意內埔鄉發展文化旅遊。其中認為當地財團或公司,應支持內埔鄉發展文化觀光得分最高,其次認為「當地財團公司應以實際行動協助」、「當地社團應支持及以具體行動協助」、「政府單位應支持及應以具體行動協助」內埔鄉的文化觀光發展。認為「願意以具體行動協助發展」文化觀光的題項最低。此結果與在客家社團的訪談中,曾彩金先生覺得發展觀光時,呼籲居民應積極參與,有對應之趣。

2. 關於內埔若要發展為文化觀光鄉鎮,需增加哪些項觀光項目,居民 以<u>圈選方式選出</u>最適合的答案。數字為 1-5,數字<u>越高</u>代表<u>越需要</u>, 數字越低代表越不需要。

觀光項目名稱 平均 中位 眾 有效 數 數 數 份數 n. 文化節慶/民俗技藝活動/宗教節慶 3. 91 4 3 910 C. 歷史文化景點(如敬字亭、夥房、老街等) 906 3.86 4 3 3 b. 戶外休閒設施(如腳踏車租借、戲水池、綠色步道等) 3.82 4 916 q. 地方傳統技藝教學 3.79 4 3 915 r. 地方文化相關課程(如地方語言、地方文化與社會) 3. 78 4 3 908 3 a. 特色公園 3, 77 4 908 e. 藝術文化活動中心(如戲曲表演場所、藝術品展示場) 3.76 4 3 910 3.75 3 909 d. 博物館/地方文化館 4 3 1. 大眾運輸系統 3. 73 4 912 p. 特色美食教學 3.72 3 916 4 3.70 3 913 o. 導覽服務(如解說員) 4 3.65 3 913 m. 停車場 4 3 3 h. 特色餐廳 3.61 913 3, 54 3 3 909 g. 文化紀念商品

3.43

3.33

3. 23

3.00

3

3

3

3

3

3

3

3

909

914

910

904

表 9 居民認為需要設的旅遊發展項目得分

18 個項目中,居民圈選認為最需要發展的依序為文化節慶、歷史景點與戶外休閒設施。得分最低的為汽車旅館、露營區、民宿,見表9。

f. 零售店(如7-11、傳統雜貨店、地方特產商店等)

 關於內埔若要發展為文化觀光鄉鎮,需增加哪些項觀光項目,居 民以填寫方式列出三項最需要發展的觀光項目:

在總共填寫次數 2181 次中,出現次數最多前三名為:歷史景點 出現 313 次,戶外休閒設施出現 261 次,文化節慶出現 213 次。其餘 藝文中心出現 181 次,博物館出現 163 次;特色美食 106 次。此結果 與圈選的方式所的的結果相同。

第三部分:關於內埔發展文化觀光所持的態度共分五個構面。以下就社區發展、負面影響、生活品質、經濟影響與文化影響等五方面探討。

1. 社區發展

j. 民宿 k. 露營區

i. 旅館/汽車旅館

1.1 描述性統計

表 10 居民認為發展文化觀光對社區發展影響的得分

題目摘要	個數	最小值	最大值	平均數
07. 建議保存固有歷史景點吸引遊客	906	1	5	4.083
04. 遊客來參訪內埔,我感到很榮幸	907	1	5	3.999
08. 新增的觀光發展項目要能幫助內埔往好方向成長	905	1	5	3.965
06. 建議建設新的觀光設施吸引更多遊客	905	1	5	3.956
05. 應該有計畫管理文化活動成長情形	906	1	5	3.934
10. 遊客對內埔發展來說是有利的	905	1	5	3. 925
03. 地方政府觀光單位應多推動內埔文化觀光發展	906	1	5	3. 923
14. 政府應邀集代表,說明觀光對內埔發展的意義	906	1	5	3.902
09. 文化觀光業可以成為內埔重要產業之一	906	1	5	3.865
13. 文化觀光將提供內埔居民許多有利工作機會	906	1	5	3.830
02. 支持是因為文化對內埔未來的發展有所助益	906	1	5	3.817
11. 文化觀光帶來的影響利多於弊	906	1	5	3.753
01. 支持是因為在內埔有豐富的文化特色	907	1	5	3.641
12個人可以從內埔的觀光發展中獲得好處	903	1	5	3. 245

內埔鄉居民對發展文化觀光對社區發展的態度,除了「個人可以從內埔的觀光發展中獲得好處」認同度較低外,其他題項得分皆相當高。以「建議保存固有歷史景點吸引遊客」最贊成,其次以「遊客來參訪內埔,我感到很榮幸」、及新增的觀光項目「要能幫助內埔往好方向成長」「吸引更多遊客」這與鄉內有不少村的擁有讓村民引以為傲的社區發展協會兩者應有關聯。也應證客家社團理事長接受訪談時,曾表示該社團辦關於客家文化研習時的人數,不若來參加社團研習活動的人數多的說法。

1.2 信度分析

表 11 關於問卷題目社區發展的 14 個題目各題的信度分析

	極端組比較		同質性檢驗	
題項	決斷值 (CR 值)	題目與總分相關	校正題目與總分 相關	刪題後α係數
1	30. 214	0. 736***	0.712	0. 948
2	39.021	0.798***	0.771	0.946
3	43.132	0.804***	0.778	0.946
4	44.698	0.813***	0.788	0.946
5	45. 355	0.807***	0.781	0.946
6	32.178	0.753***	0.715	0.948
7	47.564	0.783***	0.750	0.947
8	42.878	0.808***	0.774	0.946
9	48.449	0.820***	0.791	0.946
10	46.772	0.812***	0.779	0.946
11	46.420	0.814***	0.779	0.946
12	20.619	0.594***	0.513	0.954
13	38.724	0.771***	0.740	0.947
14	43.412	0.802***	0.768	0.946

項目分析結果如上表所列,極端組比較結果 14 題的 CR 值在 20.619 到 48.449 間,14 題均達顯著水準 (p<.05)。同質性檢驗中 14 題之題目與總分相關在 0.594 到 0.820 間,呈現中高度相關 (p<.05)。最後在刪題後的 α 係數中,均在可接受之範圍內,因此 14 個題項均予以保留。此外,此構面的 Cronbach's Alpha 值達 0.951,顯示這些題目的語所作出的結果可信度皆十分可信。

1.3 因素分析

表 11 關於社區發展量表的因素分析

	題目	因素一
社區 4	可以讓遊客來參訪內埔,我感到很榮幸。	0.828
社區 9	文化觀光業可以成為內埔重要產業之一。	0.825
社區5	內埔該有計畫的管理文化活動的成長情形。	0.821
社區3	地方政府觀光相關單位應多推動內埔的文化觀光發展。	0.821
社區 10	遊客對內埔發展來說是有利的。	0.815
社區8	新增的觀光發展項目要能幫助內埔很好的方向成長。	0.813
社區 11	文化觀光對內埔帶來的影響利多於弊。	0.813
社區 2	支持內埔發展文化觀光是因為文化對內埔未來發展有所助益。	0.810
社區 14	政府應邀集地方組織代表,說明觀光對內埔發展的意義。	0.804
社區7	我建議內埔保存固有歷史景點(如夥房、敬字亭)來吸引遊客。	0.795
社區 13	文化觀光產業將提供內埔居民許多有利的工作機會。	0.773
社區 6	我建議內埔建設新的觀光設施來吸引更多遊客。	0.759
社區1	我支持內埔發展文化觀光是因為在內埔有豐富的文化特色。	0.752
社區 12	我個人可以從內埔的觀光發展中獲得好處。	0.557
		8.684
特徴值 解釋變異	7	62.031
	· 里/0 星變異量%	62.031

在社區發展量表因素分析中,KMO 值為.961,Bartlett 球形檢定 值為9456.788 (自由度為91) 顯著性為.000 達顯著。整份量表之累積解釋變異量為62.031%。

2. 負面影響

2.1 描述性統計

表 12 居民對發展文化觀光帶來負面影響各題目得分

題 目 摘 要	有效份數	眾數	平均數
01. 將會造成更多的公物被破壞	904	2	2.452
02. 將會因遊客及攤販增加而使犯罪率提高	899	2	2.452
03. 將會帶來更多的垃圾	902	3	2.940
04. 將會製造更多的交通問題	901	3	2.855
05. 將會造成傳統客家文化的改變	898	2	2.468
06. 遊客增加容易造成居民與遊客的衝突	901	2	2. 219
07. 居民生活權益容易被犧牲	901	2	2.493
08. 會因遊客增加而過於擁擠	903	2	2.472
09. 服務遊客會成為內埔居民的負擔	903	2	2. 152
10. 遊客會使居民生活品質降低	901	2	2.097
11. 會使物價上漲,而增加內埔居民生活的成本	901	2	2. 435
12. 發展文化觀光通常只讓一小部分的內埔居民獲利	899	2	2.580

在此以描述性統計,了解居民認為發展文化觀光會帶來的負面影響,數字為1-5,數字<u>越高</u>代表<u>越同意</u>,數字<u>越低</u>代表<u>越不同意</u>。1至12題的最大值皆為5,最小值皆為1,顯示最認同與最不認同題目皆有。居民同意會帶來更多垃圾問題,其次同意未來可能會造成交通問題,其餘問題大部分的居民,皆表示不太同意會發生,其中覺得「遊客會使居民生活品質降低」此項同意度最低。此結果與本研究團隊在2007年4月,以質性訪談方式,研究所得的結果同。

2.2 項目分析

表 13 關於負面影響的 14 個題目各題的信度分析

	極端組比較		同質性檢驗	
題項	決斷值 (CR 值)	題目與總分相關	校正題目與總分 相關	刪題後α係數
1	24. 332	0. 757***	0.721	0. 931
2	26. 138	0.789***	0.745	0.930
3	28. 251	0.791***	0.683	0.933
4	31.165	0.714***	0.741	0.930
5	22.732	0.803***	0.652	0.933
6	24.091	0.816***	0.762	0.930
7	26. 217	0.818***	0.775	0.929
8	27.474	0.787***	0.778	0.929
9	22.537	0.762***	0.750	0.930
10	21.019	0.752***	0.714	0.931
11	24.707	0.681***	0.700	0.932
12	22.597	0.757***	0.614	0. 935

此負面影響構面的 Cronbach's Alpha 值達 0.936。

項目分析結果如上表所列,極端組比較結果 12 題的 CR 值在 21.019 到 31.165 間,12 題均達顯著水準 (p<.05)。同質性檢驗中 12 題之題目與總分相關在 0.681 到 0.818 間,呈現高度相關 (p<.05),見表 13。最後在刪題後的 α 係數中,均在可加受之範圍內,因此 12 個題項均予以保留。

2.3 因素分析

表 14 關於負面影響的 14 個題目的因素分析

	題 目	因素一	因素二
負面 10	遊客會使生活品質降低	0.858	
負面9	服務遊客成為居民的負擔	0.831	
負面 11	發展文化觀光會使物價上漲,增加生活的成本	0.754	
負面6	遊客增加容易造成居民與遊客的衝突	0.722	
負面7	生活權益(如保有隱私權或享有寧靜)容易因而被犧牲	0.674	
負面8	內埔會因為遊客增加而過於擁擠	0.651	
負面 12	發展文化觀光通常只讓一小部分的內埔居民獲利	0.552	
負面3	發展文化觀光將會為內埔帶來更多的垃圾		0.890
負面4	發展文化觀光將會為內埔製造更多的交通問題		0.835
負面2	發展文化觀光將會因外來遊客及攤販增加而使內埔犯 罪率提高		0.704
負面1	發展文化觀光將會造成內埔更多的公物被破壞		0.676
負面5	發展文化觀光將會造成內埔傳統客家文化的改變		0.536
		4.418	3.732
特徴值 解釋變異	2 量%	36.818	31.103
	· 单/0 星變異量%	36.818	67. 921

在負面影響因素分析中,KMO 值為. 942, Bartlett 球形檢定值為7316. 295 (自由度為66) 顯著性為. 000 達顯著。經因素分析後共萃取出二個因素,第一個因素的特徵值為4. 418, 第二個因素的特徵值為3. 732, 整份量表之累積解釋變異量為67. 921%。各個因素之解釋變異量依次為36. 818 %, 31. 103 %。見表14。

3. 生活品質

3.1 描述性統計

表 15 關於生活品質影響的各題得分

題 目摘要	有效份數	眾數	中位數	平均數
01. 可促進大家對內埔的認識	903	3	4	3.801
02. 可提昇內埔形象	901	3	4	3.812
03. 可讓居民有更多公園及休閒區域可用	903	3	4	3.849
04. 可增加內埔的購物機會	903	3	3	3.662
05. 將會刺激內埔文化古蹟的修復	896	3	4	3.830
06. 將會改善內埔的景觀	905	3	4	3.812
07. 將會改善內埔的公共服務品質	903	3	4	3. 756
08. 將會提升內埔居民的生活品質	902	3	3	3.643
09. 將會使內埔的生活空間變得更寬敞	903	3	3	3.497
10. 可能會改變內埔居民作息時間	904	3	3	3. 206

1至10 題對於發展文化觀光對生活品質產生的影響,大多採同意 至很同意的程度。最認同的題項是發展文化觀光「可讓居民有更多公 園及休閒區域可用」,其次是覺得「可提昇內埔形象」與「可促進大 家對內埔的認識」,見表15。

3.2項目分析

表 16 關於生活品質影響的 14 個題目各題的信度分析

	極端組比較		同質性檢驗		
題項	決斷值	西口的狗八扣明	校正題目與總分	m.1 目 5 公 公 4 公 4 人	
	(CR 值)	題目與總分相關	相關	刪題後α係數	
1	36.860	0.764***	0.716	0. 922	
2	45.881	0.825***	0.787	0. 918	
3	45. 183	0.799***	0.755	0. 920	
4	36. 225	0.802***	0.759	0. 919	
5	41.190	0.790***	0.737	0. 920	
6	47. 206	0.835***	0.808	0. 917	
7	45. 771	0.848***	0.816	0. 916	
8	40.057	0.826***	0.783	0. 918	
9	29.861	0.766***	0.699	0. 923	
10	13.804	0.512***	0.414	0. 938	

項目分析結果如上表所列,極端組比較結果10題的 CR 值在13.804 到 47.206 間,10 題均達顯著水準 (p<.05)。同質性檢驗中 10 題之題 目與總分相關在 0.512 到 0.848 間,呈現中高度相關 (p<.05), 見表 16。最後在刪題後的 α 係數中,均在可加受之範圍內,因此 10 個題項均予以保留。此構面的 Cronbach's Alpha 值 0.929。

3.3 因素分析

表 17 將關於生活品質影響 14 個題目間關聯的因素萃取

	題 目	因素一
生活7	發展文化觀光將會改善內埔的公共服務品質	0.861
生活 6	發展文化觀光將會改善內埔的景觀	0.857
生活 2	發展文化觀光可提昇內埔的形象	0.842
生活8	發展文化觀光將會提升居民的生活品質	0.832
生活3	發展文化觀光讓居民有更多公園及休閒區域可以使用	0.815
生活 4	發展文化觀光可增加內埔的購物機會	0.811
生活 5	發展文化觀光將會刺激內埔文化古蹟的修復	0.799
生活1	發展文化觀光可促進大家對內埔的認識	0.784
生活 9	發展文化觀光將會使內埔的生活空間變得更寬敞	0.758
生活 10	發展文化觀光可能會改變內埔居民作息時間	0.475
特徵值		6. 251
解釋變異	·量%	62.507
累積解釋	星變異量%	62.507

在生活品質因素分析中,KMO 值為.927,Bartlett 球形檢定值為 6468.006 (自由度為 45) 顯著性為 .000 達顯著。經因素分析後共萃取出一個因素特徵值為 6.251,整份量表之累積解釋變異量為 62.507%。

4. 經濟影響

4.1 描述性統計

表 18 居民態度關於經濟影響的得分

題項	個數	眾數	中位數	平均數
1. 使內埔地區居民收入來源改變	904	3	3	3.470
2. 遊客增加提升內埔的經濟	904	3	4	3.727
3. 改變內埔地區居民的消費模式	902	3	3	3. 368
4. 觀光業將扮演重要經濟角色	903	3	3	3. 589

最被居民認同的題項是發展文化觀光「遊客增加提升內埔的經濟」,也覺得「觀光業將扮演重要經濟角色」,覺得「改變內埔地區居民的消費模式」則是四題中較低的得分。

有48.4%的居民同意,21.8%的居民很同意發展文化觀光會「使內埔地區居民收入來源改變」;有43.9%居民同意,25.6%居民很同意,發展文化觀光會因「遊客增加提升內埔的經濟」;有44.9%居民同意,20.6%居民很同意,發展文化觀光會「改變內埔地區居民的消費模式」;42.8%居民同意,22.5%居民同意,22.2%完全同意「觀光業將在內埔扮演重要經濟角色」。

4.2項目分析

表 19 關於經濟影響 4 個題目各題信度分析

	極端組比較		同質性檢驗	
題項	決斷值	西口的倫入加明	校正題目與總分	m.l 日五 从 。 // 中/
	(CR 值)	題目與總分相關	相關	刪題後α係數
1	36.853	0.869***	0.771	0.841
2	48.634	0.871***	0.781	0.838
3	32.477	0.829***	0.688	0.873
4	41.237	0.865***	0.749	0.849

此構面 Cronbach's Alpha 值=0.883

項目分析結果如上表所列,極端組比較結果 4 題的 CR 值在 32.477 到 48.634 間, 4 題均達顯著水準(p<.05)。同質性檢驗中 4 題之 題目與總分相關在 0.829 到 0.871 間,呈現高度相關(p<.05)。 最後在刪題後的 α 係數中,均在可加受之範圍內,因此 4 個題項均予以保留。

4.3 因素分析

表 18 題目關聯因素萃取

	題目	因素一
經濟 2	遊客的增加提升內埔的經濟發展	0.885
經濟 1	文化觀光發展會使內埔地區居民收入來源改變	0.878
經濟 4	文化觀光業將會持續在內埔扮演重要的經濟角色	0.863
經濟 3	文化觀光發展會改變內埔地區居民的消費模式	0.819
特徵值		2. 972
解釋變異	星量 %	74. 297
累積解彩	睪變異量%	74. 297

在經濟影響因素分析中 KMO 值為. 823, Bartlett 球形檢定值為 1978. 361 (自由度為 6) 顯著性為 . 000 達顯著。經因素分析後共萃取出一個因素特徵值為 2. 972, 整份量表之累積解釋變異量為 74. 297%。

5. 文化影響

5.1 描述性統計

表 19 關於文化影響居民態度各題得分

題目摘要	有效份數	眾數	中位數	平均數
01. 可促使居民舉辦各種文化活動	905	3	3	3.696
02. 可促進內埔的文化交流	901	3	4	3.771
03. 可促進內埔的鄉土教育發展	904	3	4	3.770
04. 有助內埔保存固有文化	900	3	4	3. 791
05. 可促進對內埔客家文化認識	901	3	4	3.896
06. 可促進對內埔閩南文化認識	902	3	3	3. 367
07. 可促進對內埔原住民文化認識	904	3	3	3. 348
08. 可提昇內埔的形象	903	3	4	3.835
09. 可加強內埔的文化創新	898	3	4	3.736
10. 會使內埔產生文化失調的現象	900	3	3	2.891
11. 會使內埔容易偏向「物質文化」	890	3	3	2. 918

其中發展文化觀光「可促進對內埔客家文化認識」與發展文化觀光「可提 昇內埔的形象」題項,最受到居民的認同。而「會使內埔產生文化失調的現 象」及「會使內埔容易偏向物質文化」題項則讓居民不太同意。對於發展文 化觀光「會使內埔產生文化失調的現象」同意者佔不太同意佔 33.2%,中間 意見同意者佔 35.7%(見圖 5)。「會使內埔容易偏向物質文化」同意者佔 36.2 %,不太同意者佔 32.6%(見圖 6),可見居民對這兩項影響頗有意見。

其餘題項,如居民對發展文化觀光「可促進內埔的文化交流」、「可促進內埔的鄉土教育發展」、「有助內埔保存固有文化」、「可加強內埔的文化創新」等題項其中位數都在4,居民都屬於很同意這些題項。

5.2項目分析

表 20 Cronbach's Alpha 值

		R 20 CI OHDACH S	прпа в	
	極端組比較		同質性檢驗	
題項	決斷值	題目與總分相關	校正題目與總分	刪題後α係數
	(CR 值)	超日兴 総万相關	相關	则是按U 你致
1	36. 411	0.776***	0.750	0.878
2	42.365	0.821***	0. 788	0.876
3	38. 174	0.798***	0.764	0.877
4	41. 985	0.790***	0. 739	0.878
5	39.898	0.769***	0.716	0.879
6	22. 504	0.646***	0.563	0.889
7	21.843	0.631***	0.545	0.890
8	41.489	0.785***	0.745	0.878
9	37. 338	0.771***	0.720	0.879
10	11.377	0.473***	0.354	0.902
11	10. 207	0.436***	0. 313	0.904

項目分析結果如上表所列,極端組比較結果 11 題的 CR 值在 10.207 到 42.365 間,11 題均達顯著水準(p<.05)。同質性檢驗中 11 題之題目與總分相關在 0.436 到 0.821 間,呈現中高度相關(p<.05)。最後在刪題後的 α 係數中,均在可加受之範圍內,因此 11 個題項均予以保留。 5.3 因素分析

題目	因素一	因素二	因素三
文化 2 發展文化觀光可促進內埔的文化交流	0.890		
文化 3 發展文化觀光可促進內埔的鄉土教育發展	0.880		
文化1 發展文化觀光可使內埔舉辦各種不同的文化活動	0.842		
文化 4 發展文化觀光有助內埔保存固有文化	0.841		
文化 5 發展文化觀光可促進大家對內埔客家文化的認識	0.829		
文化8 發展文化觀光可提昇內埔的形象	0.793		
文化 9 發展文化觀光可加強內埔的文化創新	0.777		
文化7 發展文化觀光可促進大家對內埔原住民文化認識		0.905	
文化 6 發展文化觀光可促進大家對內埔閩南文化的認識		0.898	
文化11發展文化觀光會使內埔容易偏向「物質文化」			0.893
文化 10 發展文化觀光會使內埔產生文化失調的現象(如 遊客帶來的流行文化與內埔原有文化產生衝突)			0.884
	5.060	1.885	1.673
特徵值	46.004	17. 137	15. 206
解釋變異量% 累積解釋變異量%	46.004	63.140	78.346

在文化影響因素分析中,KMO 值為 0.883, Bartlett 球形檢定值為 6959.892 (自由度為 55) 顯著性為 .000 達顯著。經因素分析後共萃取出三個因素,第一個因素的特徵值為 5.060, 第二個因素的特徵值為 1.885, 第三 個因素的特徵值為 1.673, 整份量表之累積解釋變異量為 78.346%。各個因素之解釋變異量依次為 46.004 %, 17.137 %, 15.206%。

肆、客家社團深度訪談結果分析

一、組織營運

1. 成立的緣由:各社團各有其理想與目標,通常是希望傳承客家文化與希望 推廣客家語言,與喚醒客家族群自我意識的熱情,與使命感,支持他們不問 收穫,甚至負債經營,希望可以對母語或對客家文化的傳承。受訪者基本資 料,如下表。

<u> </u>	10				
編	客家團體	訪談日期	訪談地點	受訪者職	性
號				銜	別
S1	屏東縣客家公益	96. 5. 5	內埔六堆印刷廠	賴士安理	男
	會			事長	
S2	屏東縣客家聯合	96. 5. 8	屏東縣豐田國小校	林達英理	男
	扶濟發展會		長室	事長	
S3	紫岫工坊	96. 5. 11	紫岫工坊工作室	黄子環	女
				負責人	
S4	花布杉演藝坊	96. 5. 11	屏東縣政府	徐慧玉團	女
				長	
S5	六堆風雲雜誌	96. 5. 15	六堆風雲雜誌社	鍾振斌社	男
				長	
S6	屏東縣米倉文化	96. 5. 18	屏東縣米倉文化協	曾繁榮總	男
S7	協會		會辨公室	幹事	男
				葉亭君	
				老師	
S8	屏東縣中堆文教	96. 5. 18	屏東縣米倉文化協	曾美梅	女
	協會		會辦公室		
S9	社團法人屏東六	96. 6. 04	社團法人屏東六堆	曾彩金總	男
	堆文化研究學會		文化研究學會辦公	幹事	
			室		

「公益會的成立,是因為發行了一本『客家過去、現在與未來』刊物,受到客家民眾的重視,激起客家族群的族群意識,進而成立公益會。」(S1,96.5.5)「我們學會成立是因為編了那套書(六堆客家社會文化發展與變遷之研究)的關係。」(S9,96.6.4)

「...想把客家文化透過產業的形式,讓大家都知道。事實上,客家族群並不是這麼鮮明,被閩南文化同化的很厲害,加上客家人對本身的文化,又不知道要珍惜,就想說透過文化創意產業的完成,如果說很多人都喜歡穿著或佩帶,那麼可以把客家的東西展現出來…。」(S3,96.5.11)

「中堆文教基金會以做公益為主,慈善救助方面。每年四季有捐血活動。」 (S6,96.5.18)

「..希望推動這邊的文化提昇。包含人、文化的推動。有涵蓋三個部分,一個是藝術的部分,一個是活動的部分,一個是社造環境的部分。」(S7,96.5.18)

「或許可以喚醒客家本身文化激勵的作用..」「透過不同的媒材、不同的藝術

形式,來表達我們客家族群的文化,來讓大家知道客家、認識客家、了解客家,…要喚醒我們珍惜自己的文化。」(S3,96.5.11)

「我參與客家活動最重要的是母語的傳承,客家話不會講一切都等於零。」 (S5,2007.5.15)

「花布衫算是教育部一個家庭教育推廣中心,有推廣母語教室,承辦親子共學客家語。」 (S4,96.5.11)

2. 目前大型的社團如公益會一百多人、扶濟會伍佰多人,會分不同組,辦活動時,因任務不同而找人,

「先理事會開會,然後分組,組長分配任務,然後前置作業需要什文宣等等)。」 (S1,96.5.5)

「我們主要有三、四個人在做主導,我們兩個人是核心,包括我們的理事長,還有我們的行政人員,共有四位。我們還有一群志工,志工的部分,主要在有活動時協助,這些(志工)可以的話,還可以慢慢訓練起來帶活動。」會員人數眾多,真正做事的…

「大部分都是理監事部分,就我們 9 個加 3 個共 12 個。那有些會員也會來幫忙啦。」(S1,96.5.5)

3. 推廣活動資訊的管道:

「我們還會放到網路上或登報。」(S1,96.5.5)

4. 申請經費的前置作業時間,依活動大小而不同

「個案申請通常都是下個月看有什麼活動,然後前一個月向縣政府申請。比較大的活動,就要提前跟客委會申請。」(S1,96.5.5)

二. 與其他社團的互動

1. 產生社團群組

在田野調查的階段與對客家團體直接驗證,社團在屏東縣的客家社團不乏客家社團群集,例如:「中堆文教基金會」和「屏東縣米倉文化協會」;「花布杉演藝團體」和「客家公益會」以及「」;「屏東縣文化資產協會」與「屏東縣屏東平原鄉土文化協會」;「藍衫樂舞團」、「客家樂舞團」與「屏東兒童樂舞團」這些社團都有關係。「我們算不同性質。同樣一票人,但是做不同的事情。」(S4,96.5.11)

「我們這裡有兩個協會互相合作,一個協會的人力、財力多少都會有問題,那兩個協會互相,那一個比較現實一點的說跟政府請案的話,有兩個協會在競爭,還比較可以競爭多一點。」(S1,96.5.5)

「因為我們六堆…我現在也是忠義祠的總幹事,所以我們兩邊的工作其實有很多都是在一起的。」(S9,6.4)

「客委會的話是比較大的錢,像有時候辦大型活動才有向他們申請。…文建會的話,我還有另一個社團,六堆原鄉讀書學會,我是用申請文建會的。」(S1,

96. 5. 5)

社團與社團之間產生總幹事或理事長同一人,形成社團群組現象的原 因,一是因為可向不同的公家單位申請補助,增加補助機會;二來辦活動時, 人力可互相支援;三是多元發展,發展機會較大。

「這樣兩邊一起有個好處,像我們學會,基本上的幹部有10幾個人,分了好幾個組,然後忠義祠那邊的幹部也有20幾位,加上義工又有20幾位,所以基本上我人力比較充裕。我兩邊的人力都可以調用。」(S9,6.4)

2. 客家社團群組之間互動良好,甚至會互相提攜。

「像人家請我們做協辦,我們也會去參與,共襄盛舉呀!像老街米倉協會, 邀我們公益會做協辦,我們也答應呀!」(S1,96.5.5)

「客家的推廣,這些長輩都很疼惜晚輩,有活動時也都會帶上去。」(S4,96.5.11)

「客家社團互動要跟他們有交往、互相。到目前不是很多,因為社團都是獨立的、有自主性的。」(S2,96.5.8)

「除了六堆原創協會、客家公益會,我們像是同一體系的社團。我們出去表演時,如果時間比較長,我們會邀請像是藍群傑的客家樂舞或美和新故鄉等一同來表演。」(S4,96.5.11)

「常常我們有受邀活動節目時,會有人詢問說,有沒有其他客家團體、節目? 我都會推薦其他團體,讓大家一起來。」(S4,96.5.11)

「跟其他社團互動,社團來說就很多了,像潮州、萬丹、里港、楓港、屏東市、來義、林邊、東港,甚至於恆春那一部份,這樣講起來幾乎很多社團都串在一起,相互之間有支援、相互協助。不只有侷限於客家社團,我們的思考模式是整個屏東縣,所以我們沒有鎖定,涵蓋客家與非客家。」(S7,96.5.18)

三、經費來源:

客家社團大都屬於非營利性組織,通常經費來源有以下幾種:

- 1. 向政府單位申請,如客委會、文建會等。
 - 徐:「向政府有關單位申請補助」「是客委會及其他團體。」(S4,96.5.11) 2. 會員繳交的會費,例如公益會、扶濟會會員,每年繳交幾百元的會費。「加入我們學會,做會員就 1000 元,一年交 1000 元,入會後交 500 元。」(S9.96.6.4)
- 3. 演藝團體(如花布杉)會有車馬費及不定期的演出津貼,紫岫工坊等團體 則有文化創意產品的銷售及教學等費用,六堆雜誌社則靠雜誌的銷售,大部 分是靠社長從事客語老師培訓、主持廣播節目等活動維持雜誌社的營運。
- 4. 企業贊助捐贈: 訪談中,有兩個社團接受企業或協會的捐贈,這也是該會 重要的經費來源。

「有固定的贊助系統,有慈善會接濟。所以比較不需要公部門,除非辦活動的時候還是需要。」(S8,2007.5.18)

- 「我們今天可以做很多事情,主要是因為桃園的一個黃先生,招集幾個給 140 多萬」(S2,96.5.8)
- 5. 社區資源:例如像竹田米倉協會,會整合社區周邊資源,鄉公所、社區居 民捐款、屏科大美和技學院以及廠商的協助,甚至廢物利用。而中堆文教協 會則是依賴慈善會等,其他慈善機構的資助。

「儘可能不去花錢,而是用想辦法,還有找人協助。..一部份是企業廠商, 一部份是這邊.. 比較有這樣子能力的人。」(S6,96.5.18)

「...自古以來都是很拮据,但是也是因為這樣被操到,很會廢物利用資源整合。譬如說那些沒用的竹子,我們把他移過來,哪天就會用到了。人員的部份,就屏科大的跟美和的怎麼去整合,老師怎麼用三吋不爛之舌,讓他資源進來,包括廠商怎麼讓他有效益,整合進來。…還好我們是在地的社團,跟當地的鄉公所互動還不錯,代表支援和協助活動蠻多的」(S7,96.5.18)

「大家都捐款,那時候大家捐的不少喔,五千、幾千的這樣..」(S1,96.5.5) 其實這些屬於文化創意產業社團,以花布衫、紫岫、六堆雜誌、屏東縣米 倉文化協會為例,其實都僅夠維持運作與開銷,甚至是處於虧損的狀態。六 堆文化學會、公益會、扶濟會與內埔老人會等會員較多的社團,則因會員繳 交會費,尚有會費盈餘。

「目前主要是訂戶跟廣告這樣子,一定是虧錢的啦,省吃儉用,讓他出版下去。」(S5,96.5.15)

「負債那一定是的啦。不可能賺錢的啦!如果你要害人,第一個叫他去選舉、第二個叫他辦雜誌、第三叫他去吸毒。所以現在都是吃老本比較多啦,盡量不要讓他虧太多。」(S5,96.5.15)

四、遇到的困難以及因應之道?

(一)困難

1. 辦活動找不到參與的人,不知目標客戶群在哪?

「參加的人不知道在哪裡,像在辦社區志工的時候一開始很多人,到後來人都不知道去哪裡了。怎麼吸引人來,辦什麼樣的活動人會來等等的。 經費反而不是最大的問題而是人。」(S1,96.5.5)

「我們想要做的,人家不一定給你回應,像我做文化基金會的董事,我就 發文給各單位,說我們做這個活動,大家有沒有什麼意見,我寄了 100 多封沒有一封回應的,我們常常有做,但是得到的是 0%的回應。文化組 與產業組是最難發展的。」(S2,96.5.8)

「一個成年禮,本來是沒有收費,都會怕沒有人..第一年的時候,那個人

- (來參加的人)是到最後一刻,才冒出來的,很危險很危險..」(S7, 96.5.18)
- 2. 經費問題:根據林新龍(2006)的研究,經費不足正是非營利組織的產業 特性。
 - 「當然就是跟大家都一樣的經費問題,如果經費很充裕,今天的速度、成 效絕對不是這樣。」(S7,96.5.18)
 - 「我們經營困難是,常常要找錢,要靠賣書…不容易啦!」「他們創作一片 CD 其實整個的投入,起碼成本要一、二十萬,有時後客委會補助有時 候,就兩萬、三萬,縣政府你透過關係去,有時候就兩萬,然後你其他 的支出那些咧?」(S9.96.6.4)
- 例如花布杉演藝團,以年輕女性與創意為號召,因為經濟的壓力,導致理念 不同..
 - 「團長..只會想到,團體要如何成長,理念不合的人,會站出來質詢,為什麼沒有車馬費的表演還要去參加,我會解釋,是為了傳承客家文化,而非營利、以賺錢為目的..」

根據楊政學、紀佩君(2006)的研究,非營利組織領導,宜強化專業 養成教育及人才培育,激發部屬工作興趣與創意,這些屬於非營利組織的 客家社團,經費短缺也是社團在成長時,所面臨的一大考驗。

4. 沒有固定的發生場所:演藝團體與文化創意團體,需要固定的場所表演, 與展售商品。

「現在就是場地問題而已。」(S4,96.5.11)

「做園區可以自己掌握通路,有自己的一個窗口」(S3,96.5.11)

5·接棒人才:因為獲利不穩定,客家文化創意產品手工製作不易等,未來接棒人才缺乏,而影響社團的永續經營。

「團員部份,我們現在就是走年輕、活力的路線,但一般年輕一輩時間上, 比較難配合。我覺得很困難的是,當我們的團員提升到了一個點,新來 的跟不上,就會怕變成留著的,都是配合度很高的菁英,沒有新人。」(S4, 96.5.11)

「不然製作群會斷層···。」(S3,96.5.11)

(二)因應之道

1. 通常是多元化經營,互相補貼。珍惜資源,尋找周邊資源。

「我們的比例大概是一比五,也就是官方用一塊錢做一塊錢,我們是一塊錢當五塊錢用。」(S6,96.5.18)

「最初的時候,我在屏東還有才藝班,還有屏東週刊,還有這個,等於三個單位補來補去。」

「走到現在,在外面賺取別的費用來養工作室。」(S3,96.5.11)

2. 降低人事成本:

「工作室的夥伴,他們是論件計酬,所以我並沒有基本薪資的壓力。我們是夥伴關係,我不是一個員工跟老闆的關係,你企業就是老闆與員工絕對做不出來,一定會倒!」(S3,96.5.11)

「最重要的還是人事方面的經費,遇缺不補,開銷就減少一點,大概勉強去撐啦!但是因為我不是真正要去賺大錢,如果要營利早就沒有這些東西了,所以就可以撐得過去。」(S5,96.5.15)

3. 希望企業贊助

「我是希望說比較大企業,用鼓勵的角度來支持一個社團,每年不要多就 30萬、50萬,然後你們就作出一些成績出來,如果有這樣的…我們每 天都在作夢,到現在好像…,但是沒有那麼容易。」(S9.96.6.4)

五、未來願景會朝哪一方向去發展?

除了繼續客家文化的傳承與創新外,社團負責人表達了,希望有一個客 家文化消費群接觸地方的願望,與加強網路行銷…

「我們還是做一些文化的傳承與推廣。」(S9,96.6.4)

「語言的再推動,不要讓他流失。客家文化的傳承很重要」(S1,96.5.5)「希望..找一個點,定點定時邀請所有的客家演藝團體,..找一個時段輪流表演。..希望有一個表演的舞台。」(S4,96.5.11)

「想要自己做園區」「因為在園區可以做戶外教學跟推廣,讓孩子來學」 (S3,96.5.11)

「接著我們要做網路行銷,正在架網路。」(S3,96.5.11)

王振軒趙忠傑(2006)指出,非營利組織應用資訊化,不但可節省公 益資源外,更能達到增加經營效益的目的,對於經營客家文化創意產業的社 團,資訊化也是他們的目標。

六、未來內埔地區如發展成旅遊地區,對貴團體是否有幫助?或貴團體可提供什麼幫助?

1·對內埔鄉發展文化旅遊的看法

首先,社團負責人肯定內埔有發展旅遊的潛力

「不管怎麼說,因為地區性的關係,內埔它在我們六堆八個鄉鎮還是頭, 所以是經濟中心、政治中心,以前甚至我們說是歷史文化中心。」

並希望提高旅遊品質,並朝文化旅遊或文化休閒的方向發展

「有些人會疏忽的地方,就是對旅遊的本質…。」(S9,96.6.4)

「旅遊不是帶很多人來,買些紀念品就結束了,如果只有這樣話,賺的 錢很少,我們會希望是文化休閒或者文化觀光。其實文化休閒或是文化 觀光,現在是全世界的趨勢,已經佔旅遊的三分之一。」(S9,96.6.4) 有的負責人提到,發展文化觀光,當地文史團體的重要性,與需要用心 營造與規劃。。。

「要發展文化旅遊,第一個就是要有文化團體,文化部分一定要有特色,旅遊的部分,一定要巧安排,地方要人家來、要人家喜歡來。」「..要去營造呀。像苗栗也是一個很偏僻的地方,但是他們很叢林,但是他們很多地方可以做休閒,做得好就會打造知名度。所以要去營造一個特色或吸引的點。」(S2,96.5.8)

「目前各鄉鎮,都還沒有把它弄出一個樣式來,像樣一點的東西給人家來看、來旅遊、來參觀,內埔每次就是媽祖廟、昌黎祠、鍾家圍龍屋…還有什麼?就沒有了,旁邊的鍾氏祠堂已經被削掉一半了,李氏祠堂還可以講一下,那龍井溪公園…到處都有。知性之旅還可以,但是外面的觀光客…老阿公、阿嬤可能會很失望。」(S5,96.5.15)

有的提到需聯合周邊鄉鎮資源。。

「內埔地區..,可以是知性之旅..但是它一定是跟六堆其他鄉鎮連結在一起,單獨內埔要一日遊的話有點太牽強了..」「如果說我們有什麼可以幫助的就是當導遊啦。」(S5,96.5.15)

有的提到發展觀光,居民的態度很重要,例如文化的自我認同與文化的保存...

「屏東的這些客家人,需要再去教育,一定要講這一句話。」「南部客家人,本身對自己的母體文化的認同太弱了。。」「自己母體的東西都丟掉了,自覺太慢,所以發展觀光態度有沒有問題?對文化了解多少?」(S3,96.5.11)

有的提到社區是觀光發展的基礎,觀光規劃方面,交通路線引導很重要。。。

「考慮到社區的發展,所以才成立米倉文化協會。然後觀光旅遊,才慢慢附帶上來。在台88之下,希望可以吸引高雄的旅遊者。.. 因此我們規劃一個腳踏車路線,.. 地上都有魚的圖樣,按照魚頭的方向走就可以到達景點,看到紅色的魚圖樣就是景點了。」(S7,96.5.18)(註:竹田米倉希望是發展竹田鄉的旅遊)

2. 如果發展旅遊對貴團體有什麼幫助?

「營利並不是我們的目標,那如果要談到利益就不用提到扶濟會。」(S2,96.5.8)

「我們就可以組織一個旅遊小組,來配合旅遊經營這個事業,像我們也有產業小組呀,但是跨不出去。」(S2,96.5.8)

「內埔如果發展成旅遊地區..,等於是說..,讓團體有一個發揮的舞

台。或者是教學觀摩的一個點,就這樣。」(S4,96.5.11) 七、對六堆文化園區的期待:

社團負責人除了希望園區是與潛在服務民眾與顧客接觸的地方,這除了可呈現六堆文化產業的成果外,更希望能帶動鄰近鄉鎮的繁榮。「事實上發展到後來,那邊只是一個窗口、一個平台,先介紹然後把顧客帶到各鄉鎮去消費才對,對各鄉鎮的發展才有幫助..」(S5,96.5.15)「內埔有滿多景點。例如六堆客家園區做起來後,附近鄉鎮都會帶動起來。」(S4,96.5.11)

伍、結論

一、結論

關於客家社團組織探討部份:

成立目的,主要都以傳承客家文化為主軸,其次為發展社區。

- a. 目前營運的困難點,以經費不足為最多。接辦活動時,尋找參與的人員,是這些社團的困擾。
- b. 通常有活動時,通常上網公佈、登報或透過學校機關團體公佈訊息較多。

及傳承的人力為主。

- C. 對於內埔地區發展成旅遊地區都是正面態度,但認為還是需要相當的 規劃。
- d. 從訪談中發現,部分客家社團,已開始有建立網路行銷的需求。客家 社團資訊化,不但可以協助社團經營,亦能擴展客家社團領域,加強 國際合作。提升客家社團資訊化的能力,與提供相關資訊平台的需求 與日俱增。

關於內埔鄉發展文化觀光問卷部份:

- 1. 受訪居民普遍支持內埔鄉發展文化觀光,其中認為「當地財團或公司,應 支持內埔鄉發展文化觀光」得分最高。居民最希望發展的旅遊設施項目以 文化節慶、歷史景點與戶外休閒設施得分最高。
- 2. 認為適合發展「客家文化觀光」者的比例最高,佔88.7%。圈選一個以上答案者,占36.4%。
- 3. 居民非常認同有益於社區發展,至於會帶來負面影響,除可能會帶來垃圾 與造成交通擁擠外,其餘部份皆不太同意會發生。很認同發展文互觀光有 助於提升生活品質;對經濟影響面,只認同「遊客增加可提升內埔的經濟」 與「觀光業將扮演重要經濟角色」兩項;關於文化影響方面,則最同意「可 促進對內埔客家文化認識」與「可提昇內埔的形象」題項,而對文化可能 帶來的負面影響題項則不太同意。

二、建議

- 1. 針對六堆文化園區,屏東縣客家社團有提到需要活動展演場所與販賣文化 創意產業作品的需求,建議六堆文化園區營運單位,能針對六堆各客家社 團,再做深入調查,給予適當協助,以利六堆文化園區成為代表在地六堆人 的園區。
- 2. 建議對客家社團做評選制度,可以挑出優秀的客家社團,激勵社團組織,

並可使經費集中,最更有效運用,使社團能有更加營運成效(曾彩金老師建議)。

- 3. 提升大眾重視客家文化,並為這些社團向企業與民眾籌募經費,是未來重要課題。
- 4. 建議建立客家相關社團資訊互動平台,
- 5. 根據蕭新煌(2001)對非營利組織的建議,客家社團不妨加強國際合作, 甚至組織走向國際化,結合國際資源。

參考文獻

- 陳板(2002)。化邊緣為資源:台灣客家文化產業化的策略,7,1-18。行政 院客家委員會,客家公共政策研討會,新竹,清華大學。
- 吳忠宏、黃宗成、洪常明(2005)。澎湖居住對生態旅遊知覺與發展生態旅遊態度關係之研究。戶外遊憩研究,18(3),1-30。
- 湯幸芬、蔡宏進(2005)。鄉村旅遊的社會影響-對當地居民的知覺與發態度 影響之分析。戶外遊憩研究,18(1),73-96。
- 高俊雄(1995)。觀光旅遊地區經營開發之規劃與推動。觀光管理學報, 2(1),1-12。
- 朱珮瑩(2003)。遊客從事鄉野觀光之動機、期望與滿意度研究-以新竹縣 為例。世新大學觀光學系碩士論文,台北,台灣。
- 內埔鄉戶政事務所(2006)。屏東縣內埔鄉戶政事務所 95 年 10 份現住人口數及戶數。 2006 年 11 月 20 日 , 取 自 http://village.nat.gov.tw/dept/index.jsp?vcode=376536300
- Andereck, K.L., & Vogt, C.A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, *39*, 27-36.
- Beard, J.G., & Ragheb, M.G. (1983). Measuring leisure motivation. Journal of Leisure Research, 15, 219-228.
- Dale, G., & Oliver, H. 著, 王昭正譯(2002)。 *旅遊與觀光概論*。台北市: 弘智文化。
- du Cros, H. (2001). A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3, 165-170.
- Gunn, C.A. 著 , 高 俊 雄 等 譯 (1998) 。 觀 光 旅 遊 地 區 發 展 (Vacationscape-Development Tourist Areas, 3rd ed.)。台北市:田園 城市文化事業有限公司。
- Gunn, C. A. 著,李英弘、李昌勳譯(1999)。觀光規劃—基本原理、概念與案例。台北市:田園城市文化事業有限公司。
- Knechtel, K. (1985). The role of the "third sector" in tourism development. *Tourism Management*, 7(2), 131-135.
- MacKay, K.J., & Fesenmaier, D.R. (2000). An exploration of cross-cultural destination image assessment. *Journal of Travel Research*, *38*(May), 417-423.

附件(一):內埔文化旅遊發展問卷

這是一項針對內埔地區將來發展成為文化旅遊重點鄉鎮的調查, 包含(一)支持度、(二)協助意願、(三)發展項目、與(四)態度的調查,您的填寫有助於內埔未來的發展方向與規劃。

第一、二部分填寫說明:請圈選合適數字表達您對下列描述的看法。

一、請問你是否支持內埔鄉轉型為文化旅遊重鎮?	支持	不支持	沒意見
二、請問你是否願意協助內埔鄉轉型為文化旅遊重鎮?	願意協	不願意	沒意見
	助	協助	

第三部分填寫說明:以下的問題是假設您<u>支持</u>內埔鄉轉型為文化旅遊重鎮的情況之下,請問您對下列觀點接受的程度。請圈選合適數字表達您對下列描述的看法。數字為1-5,數字越高代表越接受,數字越低代表越不接受。

三、您認為內埔若發展為一文化旅遊重鎮,可增加哪些旅遊發展項目?						
旅遊發展項目	完全不接	可接受	稍微接受	相當接	完全接受	
	受			受		
01. 公園	1	2	3	4	5	
02. 戶外休閒設施	1	2	3	4	5	
03. 歷史文化景點	1	2	3	4	5	
04. 節慶節目	1	2	3	4	5	
05. 餐廳	1	2	3	4	5	
06. 零售店 如 7-11 傳統商店	1	2	3	4	5	
07. 博物館文化館	1	2	3	4	5	
08. 旅館	1	2	3	4	5	
09. 大眾運輸	1	2	3	4	5	
10. 露營區	1	2	3	4	5	
11. 民宿	1	2	3	4	5	
12. 導覽人員	1	2	3	4	5	
13. 酒吧俱樂部	1	2	3	4	5	
14. 賭博娛樂場	1	2	3	4	5	
15. 親子遊樂場	1	2	3	4	5	

第四部分填寫說明:對於旅遊發展所持的態度共分為四個構面。以下就社區發展、負面衝

擊、生活品質、與經濟衝擊等四方面來探討。請圈選合適數字表達您對下列描述的看法。 數字為1-5,數字<u>越高</u>代表越<u>同意</u>,數字<u>越低</u>代表越<u>不同意</u>。

四、對內埔旅遊發展所持的態度

關於社區發展方面	完全不 同意	可同意	稍微 同意	相當 同意	完全 同意
01. 我支持觀光是因為觀光在這地區扮演 重要角色	1	2	3	4	5
02. 我支持觀光是因為觀光對我的社區未來有較大的保障	1	2	3	4	5
33. 社區的官方旅遊組織(觀光局)應多推動觀光旅遊	1	2	3	4	5
04. 觀光業將會繼續在我的社區扮演主要的經濟角色	1	2	3	4	5
35. 我很樂意且驕傲讓觀光客來看看我的 社區有什麼	1	2	3	4	5
06. 我的社區應該經營管理使觀光活動成 長	1	2	3	4	5
37. 我傾向建設新的設施來吸引更多觀光 客	1	2	3	4	5
08. 觀光業將可幫助社區往正面成長	1	2	3	4	5
39. 觀光業將可成為內埔重要產業之一	1	2	3	4	5
10. 遊客是重要的	1	2	3	4	5
11. 觀光旅遊將帶來的整體利益超過負面 衝擊	1	2	3	4	5
12. 我個人將可以從旅遊發展中獲益	1	2	3	4	5
13. 觀光旅遊產業將提供社區居民許多有利的工作機會	1	2	3	4	5
負面衝擊方面	完全不 同意	可同意	稍微同意	相當同意	完全 同意
01. 觀光將造成更多的公物被破壞	1	2	3	4	5
02. 觀光發展將會提高社會的犯罪率	1	2	3	4	5
03. 觀光將爲社區會帶來更多的垃圾	1	2	3	4	5
04. 觀光發展將會製造更多的交通問題	1	2	3	4	5
05. 觀光發展將會傳統文化的改變	1	2	3	4	5
06. 社區遊客的增加將使居民與遊客的衝突或摩擦	1	2	3	4	5
07. 當地居民將可能被觀光業剝削	1	2	3	4	5
08. 我的社區可能因為遊客增加而過於擁擠	1	2	3	4	5
09. 遊客將會是社區服務的負擔	1	2	3	4	5

10. 遊客將會對社區的生品質造成負面影響	1	2	3	4	5
11. 觀光將會增加生活費	1	2	3	4	5
12. 觀光通常只讓少部分居民獲利	1	2	3	4	5
生活品質方面	完全 不同 意	可同意	稍微同意	相當同意	完全 同意
01. 觀光將促進本地居民舉辦各種不同的文化活動	1	2	3	4	5
02. 觀光將促進文化交流與教育	1	2	3	4	5
03. 觀光將幫助社區文化本身的保存	1	2	3	4	5
04. 觀光將促進本社區或文化的認識及形象提昇	1	2	3	4	5
05. 因為發展觀光將社區將發展更多的公園 及休閒區域讓本地居民使用	1	2	3	4	5
06. 觀光將會帶來更好的購物機會	1	2	3	4	5
07. 觀光將刺激社區文化古蹟的恢復	1	2	3	4	5
08. 發展觀光將改善社區的景觀	1	2	3	4	5
09. 發展觀光將促進社區的公共服務品質	1	2	3	4	5
10. 觀光發展將會促進本地區的生活品質	1	2	3	4	5
經濟衝擊方面	完全不 同意	可同意	稍微 同意	相當 同意	完全 同意
1. 觀光會提高社區的所得稅率	1	2	3	4	5
2. 遊客的增加將會刺激地方經濟	1	2	3	4	5

〈子計畫二〉

建構溫馨社區家園:以內埔外籍配偶家庭為例

執行單位:國立屏東科技大學客家文化產業研究所

計畫主持人:鍾鳳嬌 副教授

目 錄

壹、導論	······280
	b機背景
二、	开究目的
貳、文獻探言	寸 ····································
	f配偶家庭的趨勢潮流·······283
(二) 客家	E地區的外籍配偶家庭
(三) 社區	. 化外籍配偶問題與需求289
	§ ······294
参、研究方法	去295
一、研究對	·
二、研究》	記程295
	www.isit)
	:訓練295
三、研究コ	二具
肆、研究結果	果分析
•••••	$\cdots \cdots 3301$
一、外籍暨	· 上大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄301
一、外籍暨二、外籍暨	E大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄301 E大陸配偶電腦態度調查資料分析303
一、外籍暨二、外籍暨	· 上大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄301
一、外籍暨二、外籍暨三、外籍暨伍、結論	E大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄
一、外籍暨二、外籍暨三、外籍暨伍、結論	E大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄301 E大陸配偶電腦態度調查資料分析303 大陸配偶烹飪班課程內容及實錄312
一、外籍暨二、外籍暨三、外籍暨伍、結論参考資料	E大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄
一、外籍 ^暨 二、外籍 ^暨 伍、外籍 ^暨 伍、 参考 升	E大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄 301 E大陸配偶電腦態度調查資料分析 303 大陸配偶烹飪班課程內容及實錄 312
一、年聲 在 多 解 解 聲 医 在 多 新 解 解 野 年 日 本 音 音 明 最 明 最 明 最 明 最 明 最 明 最 明 最 明 最 明 最	E大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄 301 E大陸配偶電腦態度調查資料分析 303 大陸配偶烹飪班課程內容及實錄 312
一二三、 各 附 附 附外外籍 資 一 二 三 二 三 二 三 二 三 二 三 二 三 二 二 二	E大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄 301 E大陸配偶電腦態度調查資料分析 303 大陸配偶烹飪班課程內容及實錄 312 340 341 348 348
一二三、 各 附 附 附外外籍 資 一 二 三 二 三 二 三 二 三 二 三 二 三 二 二 二	E大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄 301 E大陸配偶電腦態度調查資料分析 302 *大陸配偶烹飪班課程內容及實錄 312 340 341 341 344 348 348
一二三、 各 附 附 附 附外外外 論 資 一 二 三 四 四 二 三 四	E大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄 301 E大陸配偶電腦態度調查資料分析 303 大陸配偶烹飪班課程內容及實錄 312 340 341 348 348

附錄七	3	61
附錄八	3	62
附錄九	3	63
附錄十	3	64
附錄十	<u> </u>	35

壹、導論

全球化的社會的來臨,台灣也邁向多元文化的時代,多元文化主義所強調的尊重包容,有助於抒解緊張的族群關係,增進族群融合。台灣客家族群是早期海外客家移民的一支,其最初之構成乃因共同生活在贛閩粵交界區所形成。有別於其他民系語言系統的族群,其心裡特質以團結、進取、吃苦耐勞、強烈的內部凝聚力以及自我認同意識乃此族群之特色,凡具有此文化特徵的居民共同體即為客家民系,其乃客家人的一份子(彭清欽,2003)。而經台灣本土化的影響下,海外客家移民儼然已成為今台灣社會中本土化最深的族群;從另一個角度來看,台灣客家族群原為海外客家,然其已從「原鄉」到「他鄉」,最終在台灣落腳為「故鄉」,此乃對台灣的認同(蕭新煌,2004)。

謝重光認為,「客家」是一個文化的概念(彭清欽,2003),他們透過對自己的族群歷史、語言與文化的尊重,在台灣這片土地上建設耕耘,並保存其精神;相較之下,因跨文化婚姻的盛行來台的外籍配偶,其人口數遽增的情況下,這群來自東南亞各國的新住民,已逐漸成為台灣新的族群。許多學者專家針對此現象,做了許多相關研究,如外籍配偶的子女教育、生活適應等…...,其目的不外乎為協助外籍配偶在地國際化與增加對台灣的認同。故此計畫欲藉客家經驗來協助同屬海外移民的新興族群,除了提供政府對於外籍配偶問題提供實質的助益,幫助她們融入台灣社會,也藉此發揚優良的客家傳統文化精神。

客家族群的主要人口分佈,以桃竹苗極高屏的六堆地區為目前客家人口 較為密集與集中的居住地,其人口規模多超過三萬人以上(行政院客委會, 2003)。其中南部六堆各庄中,又以屏東縣內埔鄉的客屬人口最多,佔全縣五 分之一。然六堆地區屬農業社會,較缺乏雄厚的經濟基礎為後盾;且因土地 政策的改變與資本主義提倡,使得農村的所得結構有所改變。在經濟與地域 的劣勢下,使得留鄉青年隨著全球化人口流動的浪潮與婚姻劣勢下,其婚配 對象多為外籍配偶。根據國際遷移調適研究可知,國際移民往往因移入國的 社會與文化之差異,而出現生理與心理的不安及恐懼,故在生活適應方面須 仰賴親朋好友的協助(廖正宏,1985)。有鑑於國立屏東科技大學位處內埔鄉, 故欲藉校園資源與地域性之便,在客家社群集散最多且最原始之區域,透過 社區的特色與型態,客家認同的精神方式來協助客籍的外籍配偶進行遷移調 適。從初步地文化飲食差異著手,藉由飲食文化傳達所隱含的團體或個人的 信念與情感,進而融合其文化差異,在固有的族群精神中,交織出新的文化 風貌,並善用社會資源創新飲食文化,可藉此歷程協助外籍配偶的生活調適, 亦能間接協助其培養第二專長,使其具有謀生的能力,以助其提升家庭的生 產力。

全球化帶來許多社會問題,其中跨國流動的問題,無可避免地將觸發攸關台灣族群意識的問題之探討。然族群的融合與否將影響到下一代對台灣社會的認同與族群精神之傳遞問題,乃長遠之考量。是故此研究透過同屬客籍婦女的外籍配偶為媒介,在「客家認同」為建構的體系下,除了藉由語言與血緣作為認同的根基以外,客家意識的建構才是文化內涵傳承的精神標的。協助外籍配偶將他鄉視為故鄉,對客家文化的認同並傳承發揚,對多元文化社會的台灣,具有極重大的文化意義。

一、研究動機背景

自1990年代以後,大量東南亞的外籍女性配偶陸續來臺,根據內政部於2005年底止對全國外籍配偶現況及相關需求調查累計報告顯示,我國外籍與大陸配偶人數估計達36.5萬人,其中外籍配偶(含歸化取得我國國籍者)13.1萬人占35.90%,大陸與港澳地區配偶23.4萬人占64.10%;若按國籍分,94年底外籍配偶合法在臺居留人數中,女性配偶有76,906人占90.93%,其中又以越南籍70.18%為最高,印尼籍11.38%次之,泰國籍6.87%再次之。由此可知,我國目前外籍配偶部份以東南亞籍居多。由於台灣處於亞太交通樞紐地帶,而鄰近的國家如越南、印尼、泰國等東南亞國家則位處邊陲地帶,全球化趨勢下,使得跨國流動更為頻繁。

內埔鄉有 16,939 個家庭,總人口數為 60,563 人,其中外籍配偶有 448 人(內埔鄉戶政事務所,2005) 佔總戶數約 3%。以農業發展為主的內埔鄉, 隨著產業變動,農作物改為高經濟價值的檳榔、椰子、鳳梨等長期作物,青 壯年勞動人口也隨之外流,其就學亦有外流的現象。隨著外籍配偶迎娶的風 潮下,內埔鄉外籍配偶家庭也隨之增升,人口暴增,使得社區生活互動優劣 與否,成為外籍配偶是否能融入家庭與社會的重要關鍵。外籍配偶與社區居 民的隔閡往往是語言、文化的不同所造成的,致使外籍配偶在有限的認知下, 即便來台生活十餘年,其人際關係與生活環境仍為半封閉狀態。

全球化經濟的波動下,國內產業外移,轉往高報酬低薪資人力的國家設廠,國內低技術勞資的產業又引進外勞,使得台灣的失業人口增加。部分低收入、居住在偏遠地區及身心障礙等未婚男性,在傳宗接代的觀念驅動下建立了外籍配偶家庭。根據鍾鳳嬌(2005)針對美濃地區 100 位外籍配偶生活需求與生活適應壓力之研究顯示,就業相關資訊的需求即佔 83%,此結果與美濃地區工作機會較少,且許多外籍配偶尚無工作證的因素有關;鍾鳳嬌、王國川(2004)針對內埔鄉 115 位外籍配偶子女的語文、心智能力發展與學習狀況調查研究顯示,外籍配偶家庭的平均收入以 20,000 元以下居多。由此可知外籍配偶家庭的經濟收入為其目前生活壓力所面臨的主要問題。

歐美各國對弱勢族群的介入計畫(intervention)已實施多年,其中以 美國對貧窮家庭及國際難民的介入計畫最為成功(例如 PAT、CCDP 都是典型 範例),本研究所提供的介入計畫,將提供外籍配偶家庭增能性(empowerment) 服務,以成長教育與職業訓練為內容,一方面增進外籍配偶家庭經濟成長機 會,另一方面也提供外籍配偶家庭人際支持網絡,作為台灣社會全球化的媒 介。

二、研究目的

本研究是對弱勢族群家庭提供一個支持性與增能性的家庭服務方案,以屏東 科技大學為資源中心,一方面建立社區資源服務中心,提供社區支持網絡, 另一方面以個別弱勢家庭為主軸,提供一個個別家庭服務方案

(Individualized Family Service Plans, IFSP),以促進其家庭幸福為目標。具體而言,本研究的研究目的可敘述如後:

1. 以屏東科技大學資源為基礎,建立弱勢族群社區服務資源中心,作為提供弱勢族群家庭

人際支持網絡的核心。

2. 結合外籍配偶及客家族群家庭人力資源,以做為發展特色主題餐廳的基礎,一方面提供

弱勢家庭就業機會,一方面也可做為社區產業升級的一個基石。

貳、文獻探討

(一)外籍配偶家庭的趨勢潮流

跨國婚姻最簡單的定義是:『婚姻跨越國界,使不同種族或國家間的男女結合成婚姻關係。』(葉肅科,2004),其中含括移民的遷徙歷程,亦有國際移民調適的問題,故在此過程中會面臨許多挑戰,諸如語言上的隔閡、文化與風俗習慣的差異以及生活環境適應不良等問題,由此可知其衝突壓力之龐大;而跨國婚姻婦女的困擾,除了異文化與族群間觀念的衝突與調適,還有角色的轉換。綜合近年來多位學者的研究與文獻,可歸納出當前外籍配偶家庭的六大主要問題如下(廖雪貞,2003;鄭予靜,2003;薛承泰、林慧芬,2003;葉肅科,2004):

1、生活適應困難

從移民者角度來看,造成外籍配偶家庭生活適應困難最主要的兩個因素 是:語言障礙與文化差異。且此類婚姻多透過婚姻仲介媒合,並非以感情基 礎為前提的婚姻,這使得外籍配偶無法在短期間內融入我國生活環境,外加 他們一來即忙著傳宗接代,在時間與空間的不允許下,阻絕了他們與大環境 的磨合時期。語言障礙會讓個人人格傾向自卑或內向;文化差異如婚姻觀念、 民情風俗、婆媳相處與子女教養方式,使他們顯得格格不入,以至適應不良 的問題如滾雪球般越滾越大,衍生許多社會問題。

2、價值觀點差異

跨國婚姻最常面臨的一個共同問題是:生活習慣與文化觀點不同,這是衝突的產生也是婚姻觸礁的主因。許多跨國婚姻在破滅後才發現,其原因來自他們對婚姻有著完全不同的態度與期望,有利益交換的跨國婚姻更為嚴重。臺灣男性抱持著娶外籍新娘是為了繁延後代、照顧老弱傷殘、家務管理或增加家庭勞動力,明顯扭曲婚姻價值;而外籍女性遠渡重洋,其部份目的為改善其原生家庭的經濟生活,或從事其他目的,如賭博、情色交易、重婚等違反社會倫理的案件,嚴重影響國人對外籍配偶的觀感,致使人際間的互信難以建立。

3、語言溝通障礙

就移民者而言,最須克服的即溝通障礙問題,因語言不通勢必影響其人格,導致人際互動的障礙。我國外籍配偶又以來自東南亞國家的女性居多, 其文化淵源的不同與無共通的語言,溝通的障礙使得觀念無法交流,若男女 雙方未能耐心學習或努力溝通,則誤會與摩擦往往造成離異、家庭暴力與社

4、親職教育問題

外籍配偶家庭通常其夫妻雙方皆屬低社經地位或身心障礙者,外加外籍配偶的語言能力不足與身心尚未成熟即生育子女,且外籍女性配偶在無身分的情況下,無法出外工作,往往成為子女的主要照顧者,在父母雙方語言與文化不同的背景下,親職教育出現危機。根據江亮演、陳燕禎和黃稚純(2004)於高雄長庚醫院研究高屏地區 109 對外籍配偶與子女的身心狀態,結果顯示其子女有 25%出現發展遲緩的現象。鍾鳳嬌、王國川(2004)針對內埔鄉 115 位外籍配偶子女的語文、心智能力發展與學習狀況調查研究顯示,其子女的語文程度參差不齊,其中 20.9%的語文能力是屬發展遲滯的;在心智能力方面,其綜合心理測驗的智商平均數落在 85 以下,屬能力發展中下程度,亦為參差不齊;在學習狀況方面,惟其子女的學習型為落入正常範圍內。故仍有待政府及早介入並提供協助。

5、家庭暴力傷害

外籍配偶家庭暴力行為發生的主原因可能為:婚姻情感薄弱、環境不友善、與夫家互動不良、家務無法達到要求、丈夫情緒不穩定,居留權與工作機會不定與子女教養等。而近來外籍女性配偶遭受家庭暴力的案件層出不窮,依據內政部家庭暴力資料庫 2002 年度統計資料 (2003c),家庭暴力被害人總計 28,757 人 (女性為 25,348 人),其中女性外籍配偶 552 人、大陸配偶為 571 人,分別占被害人數的 1.92%、1.98%。考量其子女或原生家庭的因素而隱忍者,仍持續遭受家庭暴力;選擇求助者,則面臨居留、工作、法律訴訟及子女監護權等問題,可見家庭暴力問題之迫切性。

6、社會歧視污名

無論是「外籍新娘」或目前「外籍配偶」的稱呼,均被批評具有排他與歧視的意味存在。許多外籍配偶甚至在取得臺灣公民身分後,仍被臺灣民眾視為外來者。事實上,由於外籍與大陸配偶的行為模式及價值觀異於臺灣社會,初來臺灣因溝通障礙使其不易與社區居民建立良好的互動關係,遑論觀念的交流,台灣民眾對外籍新娘的認識與瞭解僅止於大眾媒體的報導、社區居民間不實的口耳相傳、或是因異文化生活不適,無管道紓發而造成的情緒不定,造成他人誤解。故臺灣社會應培養基本的多元文化素養,

呼應其問題,針對外籍配偶的需求,根據內政部外籍配偶現況及相關需求調查報告(謝愛齡,2004),與研究者於美濃文化造鎮社會福利成果報告書(鍾鳳嬌,2005)中,實際訪談 100 位外籍配偶其生活需求與生活適應壓力,

歸納出外籍配偶的六大需求:

1、衛生醫療需求

由於家庭社經地位較低,加上部份外籍配偶分散在偏遠地區,醫療照護設備的貧乏與欠缺等因素,讓他們在物衛生保健資源與資訊的取得上更加困難,亦無法有效使用資源。雖然依據全民健康保險法第10條第2項規定,在臺灣地區領有居留證者,自在臺居留滿4個月起即可加入全民健康保險,但對於未滿四個月內且因某些因素尚未取得居留證者,尚未有相關替代方案;在家庭計畫與優生保健方面,地方鄉鎮之衛生所應派人推廣婚前檢查與生育調節,並隨時追蹤調查,到府諮詢的服務,協助新生父母以保障幼兒健康與家庭機能的健全。

2、提供就業機會

根據鍾鳳嬌、王國川(2004)針對內埔鄉115位外籍配偶子女的語文、心智能力發展與學習狀況調查研究顯示外籍配偶家庭的平均收入以20,000元以下居多;而鍾鳳嬌(2005)針對100位美濃地區外籍配偶生活需求與生活適應壓力之研究顯示,外籍配偶對於就業相關資訊的意願佔83%。由於大多數外籍配偶家庭係屬低社經地位家庭,為了兼顧娘家與夫家的經濟生活,她們必須外出工作以維持生計。但受制於現行法律,使其無法在短期內取得合法工作證或身分證,且國人因信任感的存疑,使得多數外籍與大陸配偶在臺謀職屢遭拒絕,只能冒著風險打零工,也因此使得資方有機會壓榨勞力與薪資,所以當前外籍配偶普遍希望政府與社會能提供就業機會。故政府應修正就業服務法,針對該類事件,能有一定的限定與條件,以保障勞資雙方;職業訓練與就業諮詢輔導,協助弱勢家庭使其有一技之長,熟悉台灣職場的規範,視其能力推介至適合的單位,助其維繫家中經濟並加速融入臺灣社會。

3、社會參與活動

對移民者來說,儘快融入異文化社會是其心願也是挑戰,外籍配偶也是如此。所以政府與民間團體所舉辦一系列與生活適應相關的活動如認識臺灣、親職教育資訊與飲食差異等活動,對他們來說,不僅僅是積極參與社區或社會活動的方式,也是融入臺灣社會的具體表現。藉此他們也可獲得社會支持網絡的管道。根據 Capraro 的社區發展模式,最底層的人力資本創造是基礎工程,故需結合社區的各種學習資源與管道。陳其南 (1996)「地方和社區,有環境景觀保育、鄉土教育、青少年校外生活、老人照顧、地方產業的轉型和社區總體營造的問題,這些都需要全體社區居民的參與。」(蔣玉嬋,2004)。由此可知社區能整合各項資源,提供具支持性與成長性的學習資源,以助外籍配偶身心調適與家庭生活。

地方的教育體系的結合乃首要之務,小至幼稚園,大至大專院校,讓外籍配偶家庭的大人小孩可共同學習。對經濟生活較差的家庭,社區大學是社區最好的學習管道,開設與地方產業相關的課程,輔導其生產與行銷,不僅協助家庭的營收,也可藉學習過程分享經驗,了解自己的優勢與劣勢,提高外籍配偶家庭對社區的關懷與增進社區居民對外籍配偶家庭的認識與互動。

4、語文學習環境

語言障礙是外籍配偶適應環境的最須優先克服的因素,內政部在研擬「國籍法」修正草案時,將增訂外籍人士申請歸化國籍時應具備我國基本語言能力及國民權利義務基本常識之規定,目的是為了以鼓勵外籍配偶參加成人基本教育班,促使儘快適應環境及提昇教養子女能力(邱汝娜、林維言,2004)。故目前國內提供許多輔助外籍配偶的教育體系,有國小補校、民間機構與政府舉辦的識字與生活輔導班,盼協助他們與台灣的家人溝通順利並有助子女教養。此外,也可培訓語文學習教快的外籍配偶協助教學與翻譯工作,以助其他外籍配偶了解課程,教學者也可做適當課程調整。

5、協助子女教養

外籍配偶的子女教養是以家庭為教育單位,多半嫁至台灣的外籍配偶家庭多為老夫少妻,隻身在台生育,異文化對生育的禁忌使得他們更加不安,進而影響胎兒,故需加強辦理兒童發展篩檢工作;且新手爸媽對於子女的教養的意見難免分歧,文化與語言的差異,使得子女教養問題隨著幼兒成長逐漸影響其學習,內政部針對此現象,除了協同民間團體,共同補助辦理外籍配偶弱勢親職教育研習及親子活動,同時也持續輔導地方社政單位,辦理發展延緩兒童早期療育,以協助其子女教養;教育補助方面,對於有學習困難或生活適應困難的學生,學校應予以特別輔導。提供多樣福利措施,不外乎是為協助外籍配偶儘速適應婚姻及社會生活,並在穩定與平衡的情緒下教養子女,減少因家庭問題而造成子女人格的不良影響。此外,最重要的還是增加外籍女性配偶在語言與文字上的學習與使用,以助營造親子共學的家庭氣氛,對親子而言,都具有正面的意義;對社會而言,新台灣之子能順利發展,增進我國競爭力。

6、社區化服務機構

社區是最基本的社會網絡,藉由社區化來達到服務弱勢團體,以改善居 民生活品質與保障其權利。對於外籍配偶而言,支持性的社會網絡是克服生 活不適的強心針,社區應針對外籍配偶進行生活狀況調查,並建置基本資料, 除了方便地方政府了解其適應與否,亦可針對其缺失進行補救,如結合地方 及民間資源,設置外籍配偶保護諮詢服務,協助身心檢康與法律諮詢服務; 辦理生活適應輔導班,提供語文訓練、居留與定居輔導、生活適應輔導、生 育與優生保健輔導及地方風俗民情等相關課程(邱汝娜、林維珍,2004)。其 後選定示範縣市,定期觀摩,積極推動輔導措施。

綜上所述,移民者其壓力與痛苦的增減,和社會、家庭及朋友協助與支持的有無,有明顯的相關(陳嘉誠,1997;江亮演、陳燕禎及黃稚純,2004),故建立支持網絡是協助其生活適應的基礎。

(二) 客家地區的外籍配偶家庭

1、客家地區社區化

客家地區,探究「客家」名稱的來源,就字面上而言,客家有「客居他鄉而以為家」的意思,客家人歷經多次遷徙,有賴客家族群本身極佳的環境適應能力與慎終追遠的精神,才能在險惡的環境中在生存,逐漸在台灣各地形成自己獨有的文化與社區(屏東縣政府客家事務局,2005)。根據國內眾多學者對社區的定義,可歸納出社區的概念:『社區是位於一個地理位置,其範圍內的居民有著共同的認知,社會互動交織成一個有功能的系統。』,因此,『社區』所指的就是『地方』(陳其南,1995),且多位社區營造學者在研究社區間的問題時,常引用在地化的觀念來釋義社區問題,由此可知『在地化』與『社區化』並無顯著差異(陳其南,1998;曾梓峰,1997;丁仁方,2002,賴兩陽,2004)。在全球化的概念下,地域性的思想或行為模式的發展,常兼具全球與在地特質,故全球化與在地化是一體兩面,全球化即是在地轉變的過程之一,(徐偉傑,2004;鄭武國,1999,賴兩陽,2004)因此,客家地區在此趨勢下,其特有的文化與族群精神,逐漸備受重視。

2、全球化下的社區問題

全球化的推動之下,跨國人口的流動使得台灣高勞力密集度的產業,紛紛轉往低勞資與成本的中國或東南亞國家設廠,使得台灣的失業率增長;但從另一方面來看,台灣重大工程與照顧產業卻引進大量外勞。全球化現象下產生了許多問題:一是產業結構的改變:造成新貧現象與社會排除,二是人口流動:外籍配偶與勞工、人口老化的問題(賴兩陽,2004)。全球化經濟貿易交流下,促進了跨國人力的發展,地域性的相近與經濟的懸殊,驅使外籍配偶來台通婚,部分在婚姻市場中處於弱勢的男性,基於傳統繁延子孫的觀念,對跨國婚姻的需求提高。而台灣的跨國婚姻中,外籍配偶大多來自東南亞的國家,與其通婚的男性的教育程度又多為國、高中且多屬農工階級,分布普遍集中在經濟邊陲地帶,並以中南部為主,如農村、漁村、或客家山莊(蕭昭娟,2000;鍾鳳嬌,2005)。根據作者針對內埔鄉120位外籍配偶家庭的月平均收入調查,其中以低於20,000元以下者最多(鐘鳳嬌,2004)。

全球化帶來的社會問題更為複雜,如新貧現象、社會排除、失業、非典型就業、外籍配偶等問題(賴兩陽,2004),其中外籍配偶的家庭就面臨新貧現象、社會排除。新貧現象的構成主要有兩因素,即失業和工作的不安定,而台灣的新貧人口包含單親家庭、跨國婚姻家庭、原住民與中高年非典型失業者,因勞動市場與產業結構的改變,使得貧富差距更大。而社會排除的構成可分兩個面向:就環境而言,國家歷經長期的經濟與福利發展後,因經濟成長減緩、福利的縮減,使的貧富差距與失業問題日遽增加,使得勞動結構改變;就人員而言,被排除者集中在某一地區,成為大眾少見的一群,長期的累積使得他們在社會互動中也逐漸被孤立排除,是故排除不僅是失業或低所得有關,同時也和住宅、教育機會、衛生、歧視、人權與地方社區有關(古允文、詹宜璋,1998;賴兩陽,2004)。

社區發展應具備的工作模式如下(蔣玉嬋,2004):

(1)團隊創造力

行政單位為指揮中心,負責推動居民、民間產業與教育機構一同來協助 與規劃社區的發展,加強其對地方認同的凝聚力,爾後加入專家學者與熱心 的社區人士共同商榷組織方向與目標,提供解決社區問題的各種方案,以期 提高社區之意涵,使社居居民有共同理念。

(2)資源釐清

瞭解社區發展的演變與居民遷移之原因,配合社區資源與人才,發展其 特有的精神與文化,以期傳承固有的優良文化與生態,形成社區居民的共同 財富。

(3)築夢踏實

居民有權思考社區規劃之藍圖,藍圖的設計無非是希望能使社區更好,故鼓勵區民集思廣益,由個人作業到全體作業,有效活用社區資源,具體思考以擇出最能代表與呈現社區之美的藍圖,讓居民產生認同感。

(4)按部就班

社區發展工作是地方政府、居民及各領域的人員一同參與及動員實施具體思考的藍圖之過程。過程中建立友好關係並透過對話達到充分的溝通與理解,共同擬定與規劃社區發展的願景與計畫施行的詳細步驟,再進一步的加速其實現。此為社區民眾學習如何學習的過程與精神,如陳其南(1996)所言「要營造一個新社區、新社會和新人種,是依賴著社區公民和知識分子的互相學習、自我學習和自我改造。」

(三)社區化外籍配偶問題與需求

1、社會凝聚力與社區關聯性

社區發展是社區居民自發的社會活動,在講求全球化的風潮下,如何應用社會的凝聚力以解決全球化所造成的新貧現象、非典型失業以及外籍配偶達到『全球在地化』(Robertson,1992),這是全球化台灣社區所需思考的問題。而社會凝聚力所牽涉的是在一社會中,各團體或族群間相互關聯性、社會連帶與彼此信任的程度(葉肅科,2004)。其形成需要長時間的持續與進行,過程中,社區居民的默契、信任與希望,建構出共同的價值及共同生活圈的展望與期待。就實際上來看,社會凝聚力是助其互動良好的誘因,大家皆關心個人的社會福祉,為了避免重大缺失的形成危害到個人,故共同理性的決策切身相關的問題,也讓社會在有限經濟資源或社會資本做政治性配置時,更有效率與效能地處理社會各種問題及可能風險(葉肅科,2004)。

一個具社會凝聚力的社會,即是個富含社會資本的社會,其社會資本常 具有社會結構的某些特色,由於它涉及人際互動與互惠關係的程度,故亦可 作為個人資源,以助其增進集體利益。因此,社會凝聚力與社會資本同時也 可區分成社區支持與社會網絡的概念,共同特徵是藉由個人層面來評定,無 潛在的社會衝突且附有強烈的社會連帶關係。

個人在有規範的社會裡,公民身分建構出可回應公民制度與需求的公民 社會,由許多小網絡集結而成,是維繫社會凝聚力的主要場域,且不具政治 意圖及目的。從社會資本運作的角度來看,社區居民同時也具有社會公民的 雙重身份下,彼此合作各求其利,並努力克服集體行動這難題。故生活在較 高程度社會資本裡的公民,較可能信任其他的人,也較重視社會連帶與平等 (葉肅科,2004)。

2、外籍配偶家庭是社會凝聚力再現

從外籍配偶家庭的社會資本與社會凝聚力關聯角度初步分析,可發現此類家庭的社會資本雖然相對弱勢,但社會凝聚力未必缺乏,而是受新貧問題與社會排除下,日漸衰微所造成的威脅。故如何協助外籍配偶家庭重新建構社會資本與找回社會凝聚力,不僅有賴外籍配偶家庭的努力,也是社區、政府與社會的共同責任(葉肅科,2004)。根據作者於美濃地區外籍配偶生活需求與生活適應壓力之研究顯示,外籍配偶表達願意參加各國文化主題活動,藉此增加與社區互動機會,拓展人際關係互動網絡,認識不同國籍的朋友。

外籍配偶家庭的轉型成功與否,攸關台灣未來社會凝聚力與競爭力的所 構成的社會資本是否能在全球化的趨勢下茁壯,此將是未來台灣之子所需面 臨的新世界。故身為公民社會裡的一份子,我們應以全民福祉為前提,從社 區開始做起,協助外籍配偶適應這塊共有的土地,並配合政府規劃來共同輔導照顧。針對社區化外籍配偶的轉型,有五點目標(葉肅科,2004):

(1)從婚姻移民到社會公民

根據內政部民政局的統計數字顯示,外籍配偶的人數逐年增加,對少子化的台灣社會而言,背負著傳宗接代重擔的外籍配偶的家庭,將來勢必成為社會主要構成的份子,台灣社會即將面臨多元文化所帶來的新衝擊與挑戰。國人應以積極的角度來看待跨國婚姻及族群融合後的台灣社會,這是打破文化藩籬與促進文化交流的契機。因此,政府應提出完善的國際合作機制,以保障婚姻移民的基本權利與義務,同時鼓勵移民參與公共事務與社區活動,加速國際文化的融合。

外籍女性配偶嫁到臺灣做台灣的媳婦,產新台灣之子,不僅成為臺灣媳婦,經合法取得身分證後,國人自然應視其為中華民國公民。基於憲法所賦予社會公民權的角度來看,她們是應該享有相關人身醫療、居住、工作、教育與福利等權利,非因種族、膚色而遭社會歧視或不平等的對待。法律上人人平等,這對一個民主法治國家而言,在無違法的情況下,社會應保障守法公民,而非戴上有色眼鏡來看待文化衝擊。該如何對待外籍配偶家庭,以及培育下一代對不同文化的包容,是目前台灣社會該面臨的考驗,「族群融合、文化多元」不應只是口號。

(2)從社會排除到社會融入

社會排除是一種與整體社會有間隔、距離與疏離或形成異化的現象(葉肅科,2004),它不僅剝奪貧窮者及弱勢族群的物質生活,還使得他們無法對社會公共事務與活動有所貢獻與作為。而外籍與大陸配偶的社會排除多屬勞動市場的排除、參與團體及影響決策的排除、人際關係的孤立、空間的排除、文化的排除、制度性排除等(王永慈,2001;葉肅科,2004),可知社會排除現象乃重要社會制度與政策下所需考慮的前提。目前國內逐漸重視外籍配偶家庭議題,國內學者也從事許多相關研究與建議,但外籍配偶家庭分布零散且多處地理位置劣勢之區域。因此,從社會資本的建構、社會融入的理念與社會凝聚力的概念來看,外籍配偶家庭政策應以社區為主體,其家庭為核心,針對其主要問題與需求,如:生活適應困難、不對等的婚姻基礎、社會支持網絡薄弱與社會接納程度低等障礙,從微型社區網絡擴大至鉅型社會,妥善規劃出一套完善的政策,並藉由政府、企業與民間團體的關懷與服務措施,保障其應有的權利與生活機會,推動政府照顧弱勢族群的決心。

(3)從消極管理到積極輔導

自從外籍配偶經由婚姻仲介以買賣或走私等不法方式大批陸續來台,且

其動機不同與不適應使得他們做出令台灣社會不能茍同的行為,繼而對外籍配偶有刻板印象及烙印效應。而政府在管理上,由於外籍配偶數量激增,讓「新移民」問題始浮上檯面,使人意識到政府並沒有移民政策(夏曉鵑,2003),因倉卒訂定相關政策與以致忽略基本人權,使其生活不安定感增加;居留權與工作權申辦過程繁雜的手續與限制,生存機會的不確定感進而影響婚姻關係。此外,教育資源方面,雖政府設立相關生活輔導課程,但由於大部分外籍配偶家庭的基本生活能力不足,除了照顧小孩外,還得積極尋求工作機會以協助家庭經濟,根本無暇參與政府的美意,且人數不足、國籍與教育程度的不同、課程內容紛雜、城鄉差距大、溝通上的障礙與教材編制的適切與否,致使成效不彰,進而影響新臺灣之子的教養問題。故政府對於的外籍配偶家庭政策應詳加規劃,廣邀各界學者專家、地方政府與地方代表,共同協助政策的制定與修正,並採「以服務取代管理」,「以積極輔導代替消極管理」。

(4)從社會孤立到社會參與

形成外籍配偶社會孤立的可能原因有文化差異、語言隔閡、宗教障礙、社會支持缺乏、搭乘交通工具困難、醫療資源不足與不易取得社區服務資訊,若收入減少、配偶死亡則可能加重孤立感。當外籍配偶家庭被社會孤立時,除了降低社區的社會資本能力,也增加對社區社會資本需求的依賴,但可藉由社會凝聚力避免此情況,加強其社會參與使其享有共同的社會經驗與社區參與活動,對他們而言,這是建立在平等之上,讓他們有參與感,有共同的生活經驗。故要使外籍配偶家庭快速融入臺灣社會,應以鼓勵代替限定,透過社區居民的協助與合作,達到信任、互惠、自主的基本人權,使他們打破文化隔閡,藉社會凝聚力融入臺灣社會,共同提升台灣競爭力。

(5)從社會弱勢力到社會地位平等

有關家庭政策及單親家庭研究,國內多以國人為研究對象,少有臺灣社會中的外籍女性配偶或單親外籍配偶家庭(葉肅科,2004)。然而,外籍女性配偶在台灣屬弱勢與低社經地位者,是新貧階級中遭社會排除、社會邊緣化的一群,若單親外籍配偶家庭更是劣勢中的弱勢,其面臨的主要問題與需求之特殊性與複雜性也高於非移民之單親家庭。故外籍配偶家庭研究觀點與政策規劃,不應侷限於國家經濟層面與生活面來探討或分析,而能從多面向的社會、文化與政策來觀察與評估其權利保障,實際深入與追蹤單親外籍配偶家庭的問題與需求以防範外籍配偶家庭可能延伸的社會問題。

以社區的層次來看,全球化或許帶來疏離,但也帶來對鄉土的認同,「全

球在地化」即是此思潮之下的產物,推動社區工作同時,就必須瞭解此觀念所帶來的社會問題,包括新貧、社會排除、非典型失業、外籍配偶適應等,這些社會問題對社區造成負面影響,使得「病因在全球,發作在社區」。然而,要解決全球化的問題,雖非一觸即成,但可藉社區資源整合來減少社會成本的浪費與問題的發生所帶來的負面效應,共同建構「社區服務發展中心」(賴兩陽,2004)。

整體看來,外籍配偶的家庭需求與一般家庭的福利需求不盡相同,若能針對特殊需求的外籍配偶規劃適切的方案,社區化的服務或許是最簡潔且可同時顧及可近性與方便性的方案。「社區化」的方案特性不僅是有效的,也是最直接的方式,例如外籍配偶家庭的教育一定要以福利服務的精神來辦,指定專人專責專款,確實落實到外籍配偶的社區內辦理,將教育送上門,福利送到家的原則,才能保障外籍配偶的教育權利與提升公民素質(翁毓秀,2004;曾秀珠,2004;賴兩陽,2004)。

依據全球化的經驗來看,歐美各國也曾針對弱勢族群提出早期介入計劃,其中又以歐美國家對貧窮家庭及國際難民的介入計劃最為成功,如能取鏡各國的寶貴經驗,融合我國在地化,想必對本研究有極大的貢獻。以下簡述六個各具特色且成功的計畫:

	全方位的兒童	父母即教師	以社區為中	高危險群幼兒之	以家庭為中心的	東南亞移民
	發展計畫	介入計畫	心的早期介	親子計畫	密集教育計畫	計畫
	A COMPREHENSIVE	THE PARENTS AS	入計畫	TEACHING PARENTS OF	OPSTAP	The SILENT RANKS OF
	CHILD DEVELOPMENT	TEACHERS PROGRAM	COMMUNITY-BASED	PRESCHOOLERS AT HIGH	OPNIEUW," STEP-UP	SOUTHEAST ASIANS
	Program		INTERVENTIONS	Risk	Anew"	
對象	0-5 歲貧童與	低收入戶	低收入戶、	低社經家庭及	在荷蘭的少數	在美國的東南
	家庭	幼兒	中收入戶	語言遲緩孩童	移民居民(土	亞難民
			2-3 歲孩童		耳其、摩洛哥	
					籍)	
目標	孩童—增進發	孩童—促進	鼓勵親子共	影響親子互動	增強親子互動	提供增能性及
	展;高品質成	學習與成長	请	型態	與孩童學習能	預防性的服
	長經驗;預防	父母—增能			カ	務;提供就業
	性健康照顧。	其角色;降				
	家庭—經濟成	低虐童。				
	長;親職教					
	育。					
方法	採個案管理	家庭訪視與	互動交談式	實驗設計	統整領域方式	了解東南亞文
		專家帶團體	方法		設計,並提供	化
					母親專業協助	
實施	全美 21 區,由	美國與其他	美國2社區		荷蘭	美國麻賽諸塞
地區	政府補助。	6 國				洲、明尼蘇達
						州
實施	5年	20 年			2年	
期間						
內容	30-90 分/家	定時訪視;	強調孩子練	父母先受訓,將	專業人員接大	提供職業訓
	<3歲,每2週	父母成長團	習說話與積	策略應用在家	學畢,並已培	練、居住安
	一小時親職教	體;固定對	極參與,父	中實際互動	訓專業能力。	置、語言訓
	育;>3歲,提	孩童評估;	母須受訓練		幼童的活動設	練,並透過社
	供托育服務。	需要時轉介			計有意義。	區資源中心的
						增能服務。
評量	CCDP	父母智能評		實驗設計		
工具		量表				
成果	無顯著差異,	中收入戶不	成效良好	成效良好	土耳其有成	成效良好
	外在因素影響	顯著;低收			效;摩洛哥無	
		入戶效果好				

諸如此類的措施都與「社會福利社區化」有極大的關係,近年政府在此理念下,擬定「提升社區照顧質量」的計畫,結合民間的慈善團體機構或社區發展協會,針對社區需要關懷的人口群,提供一系列關懷服務,作法值得肯定。

(四) 結語

政府對外籍與大陸配偶快速增加的衝擊下,自 2002 年全面啟動外籍與大陸配偶整體照顧輔導機制後,近年來政府整體重視的程度、投入的資源、服務措施涵蓋的範圍與落實程度,都較過去廣泛與深入(邱汝娜、林維言,2004),目的就是為了因應大量買賣婚姻下所造成的社會問題,亦是強調以理性、和平的方式來進行社會包容。

「社會包容 (social inclusion)」,相對於社會排除,乃強調接納、融合、支持、參與。最近政府通過的社會福利政策綱領、婦女政策綱領,也分別提出「包容弱勢國民」、「支持多元家庭」、「所有政策均應納入不同族群女性及弱勢婦女的需求」的原則,以及呼籲國人重視這群所謂「臺灣之母」或「臺灣媳婦」的外籍配偶,因為她們指負著教養臺灣下一代的責任,使其獲得平等的對待與照顧,也是對「臺灣之子」的保障(內政部,2004a;內政部,2004b;林維言,2004)。所以國人對於外籍與大陸配偶,不宜因種族、政治、文化差異、價值觀念不同及語言隔閡而予以歧視對待,將他們視為社會的一份子,從社區內做起,以尊重、接納的態度,配合社區服務發展中心提供多元化的照顧輔導措施,形成社會支援網絡,提供外籍與大陸配偶在社區內自在的生活環境,讓臺灣成為民族熔爐與多元包容的社會。

参、研究方法

一、研究對象

共印製 350 份宣傳資料,針對內埔鄉 13 間國小,選 12 間發放宣傳資料。 之所以選定國小作為發放傳單之單位,一方面可瞭解已婚且有子女的外籍配 偶暨大陸配偶於內埔鄉之分佈,還可藉此將研究對象設定為來台約 6 至 7 年 以上,使其有基本語言聽力基本程度。爾後開始進行各校報名表之回收,並 一一核對參與者的資料,透過電訪的方式確認其資料與意願,同時也藉此機 會,外籍配偶暨大陸配偶會藉由滾雪球的方式,陸陸續續推薦朋友來參加此 支持性團體課程,並且能主動聯繫研究者報名。

電腦課程之成員共約20名成員,其中又以來自中國大陸的配偶居多,其次分別為越南、印尼籍配偶。同時為呼應本計畫欲達到與社區居民之融入,開放約10個名額給內埔鄉客家級社區居民參與;而課程實施方面,剛開始學員會趨向與自己同國籍之成員併坐上課,或者是和認識的朋友一起學習。對於座位附近其他國籍之成員,其互動較少,但對於鄰近不同國籍且不熟識的成員,卻能夠主動協助他人解決學習上的問題,以助其達成課程目標。

雖然有來自不同國家之學員,然從學員基本資料與上課的互動歷程中分析得知,外籍暨大陸配偶對客家文化的認同與關心表現在語言溝通上,部分成員會利用客家話做為與本國籍客家人互動溝通之工具。

二、研究流程

本研究先以家庭訪視為基礎,了解外籍配偶家庭狀況與教育需求後,鼓勵外籍配偶能走出家庭,尋求生活的支持網路。預計進行兩個梯次的外籍配偶成長團體,每梯次的課程將安排 6-8 次,每次的時間約為一小時半至二小時,成長團體的進行將遵循一般成長團體的模式,有暖身、增進團體凝聚力、信任感等課程內容,並且開放自由發表時間給予成員討論自己的問題與經驗談。本年度除了進行兩個梯次之外籍配偶教育成長團體,另一方面也將結合社區活動中心,持續對外籍配偶子女時行課輔工作,以作為預防工作的基礎,並進行職業訓練課程,以增進外籍配偶的就業技術。

對於外籍配偶家庭進行之介入活動包括以下幾個活動:

(一) 家庭訪視(Home visit)

是由受過專業訓練的訪視員進行,訪視員通常是主修社會工作相關訓練,由研究小組聘用後將舉行職前訓練,並由研究者進行督導與監控進度。家庭訪視的內容將包括家庭居住環境的了解、家庭基本資料的調查。

(二) 職業訓練

本研究中發現外籍配偶家庭的問題來源,可能是因失業或未就業而造成家庭

經濟出現問題,因此,要解決外籍配偶家庭的生計問題,首先將建立以社區為中心的電腦基本訓練課程就業服務,透過家庭訪視與深度訪談後,了解其問題根源,並推廣職訓與就業資源,經由社區提供資源等服務,期望儘可能解決內埔客家地區外籍配偶家庭經濟支柱的生計問題。本職業訓練課程包括了越南菜、泰國菜、印尼菜等南洋風味餐的調製,將南洋風味餐點在地化,融合於內埔客家地區的特色,並以精緻化美食為目標,進而發展為有特色的主題餐廳。

此外,本成長團體除了提供外籍配偶參與外,也積極鼓勵內埔地區單親及失業的弱勢族群家庭參與,以作為發展其家庭經濟成長之原動力。再者,外籍配偶家庭亦可透過此成長團體的參加,一方面積極擴展其人際網絡,另一方面也鼓勵其走出家庭,進入社區,本研究並希冀外籍配偶家庭於參與後,快速融入於內埔社區以期回饋其所獲得的社區資源,為營造內埔地區的多元文化特色而努力。

						ç	6年					
工作內	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	1 1 月	12 月
工作分配座談會及進度檢討	*	*	*									
訓練資料蒐集人員與學生志工		*	*	*	*							
進行家庭訪視,鼓勵外籍配偶夫妻共同參 與活動				*	*	*						
邀請外籍配偶參與教育成長團體				*	*	*	*					
進行兩梯次的職業訓練成長團體,每次分三階段進行:暖身活動、問題討論、餐飲主題教育內容,同時進行外籍配偶職業訓練,以內埔地區特有之客家飲食文化結合異文化,激盪出特有風味餐點。					*	*	*	*	*	*		
協助主題餐廳的建立								*	*	*	*	*
資料整理與分析									*	*	*	*
評估報告及成果										*	*	*
整合綜合結果與建議										*	*	*
依綜合結果及建議修改調查研究報告										*	*	*
提供全案工作成果										*	*	*

圖 3-1-1 計畫實施程序甘特圖

圖 3-1-3 電腦課程流程圖

三、研究工具

一、基本資料調查表

使用對象是參加基礎電腦訓練課程的學員,基本資料調查表的功用是協助研究者在 尚未進入研究前,對學員背景的基本認識,包含個人背景資料、家庭資源、工作因 素與子女年齡等,欲了解電腦與上述因素,對其學習態度與成就之影響(見附錄五)。 二、參與初期電腦態度問券(量表)

依據吳清山、王以仁編譯 Loyd & Gressard (1985b)的電腦態度量表,作為此問卷依據,根據研究需要,欲了解可能影響學員學習電腦之相關因素所編成的參與初期電腦態度量表。

三、訪談大綱/訪談紀錄表

此問卷內容乃研究者與指導教授共同討論,依問卷題項進一步地設計問延的訪談題項。目的是為了解學員在受訓期間的學習歷程,問卷的編製含下列層面:學員動機、課程設計、學習前與後的態度改變、對電腦的需求、家庭因素、人際、對電腦使用的信心等,希望藉個別訪談的方式,能將外籍配偶學習歷程的心得分析,以期作為將來規劃外籍配偶學習電腦之職業訓練的參考依據(見附錄七、八)。

(一) 訪談大綱

訪談大綱的擬定,是依據研究者在閱讀相關文獻後所擬定的研究目的,配合調查問 卷題項作為訪談內容的設定依據,針對問卷所提出的問題,做進一步深層的探究, 並分別於課程初始與課程結束後進行多次訪談,屬半結構式訪談。在收集資料的歷 程中,會隨訪談時的情境與受訪者的回答,對於預設的題項,能做適度的調整,以 便完善地記錄。

(二) 訪談記錄表

在利用錄音設備收集受訪者口語表達的內容的訪談過程中,同時也應詳實地記錄下訪談時的情境與受訪者非口語表達的部份,以彌補錄音設備所無法呈現之缺失。

四、參與末期電腦態度問卷

依據吳清山、王以仁編譯 Loyd & Gressard (1985b)的電腦態度量表,作為此問卷依據,根據研究需要,欲了解課程學習後,其可能影響學員對電腦的觀感與學習信心等相關因素,所編製而成的參與初期電腦態度量表(見附錄六)。

五、錄音機、錄音筆、紙、筆

研究者在徵得受訪者同意於訪談過程中主要以錄音筆作為增加資料正確性的紀錄訪談工具;錄音機為輔,用來防止錄音筆在訪談過程中中斷,進而影響受訪者的情緒與資料收集的完整性;並同時以紙筆作為紀錄訊息的中介工具。

肆、研究結果分析

本研究資料分析將依據外籍暨大陸配偶電腦班及烹飪班而分成兩大部分,關於 外籍暨大陸配偶電腦班資料分析將剖析成電腦班課程進行歷程實錄、以及外籍配偶 電腦態度調查資料分析等兩個層面;而外籍暨大陸配偶烹飪班將呈現課程內容及實 錄等,茲將研究結果資料呈現如後。

一、外籍暨大陸配偶電腦班課程進行歷程實錄



外籍配偶職業訓練電腦班**0904**25 張剛像 · 2007年9月



















































二、外籍暨大陸配偶電腦態度調查資料分析

(一)個人背景

1. 參與電腦班之新移民女性的教育程度

參與外籍暨大陸配偶電腦學習班之新移民女性共有 15 人,其原生國的教育程度資料分析如表 1,分別是小學程度者 1 人,國中程度者 4 人,高中職教育程度者有 10 人,參與電腦的新移民女性其教育程度大部分在國中以上教育程度。

1	A . T			m	
表	參與電腦班之	斩移员	一种性的点	學麻谷料分析	ŕ
4X I	多光 中 旭ルエ へ	ニカケー・イン・レく	X 1X 11) -	七 准 日 小 1 刀 小	

教育程度	次數	百分比	累積百分比
小學	1	6. 7	6. 7
國中	4	26. 7	33. 3
高中 (職)	10	66. 7	100.0
總和	15	100.0	

2. 參與電腦班之新移民女性來台前的工作經驗

參與外籍暨大陸配偶電腦學習班之新移民女性15人中,來台前工作經驗的資料 分析如表2,來台前有工作經驗者有11人,分別從事美容、工場作業員、公務員等工 作,其中有4人婚前並沒有從事工作之經驗。

表2 參與電腦班之新移民女性來台前有否工作之資料分析

有否工作	次數	百分比	累積百分比
有	11	73. 3	73. 3
沒有	4	26. 7	100.0
總和	15	100.0	

3. 參與電腦班之新移民女性目前工作狀況

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性15人中,目前工作狀況資料分析如表 3,分別有8人目前是有在工作,2人從事電子公司的作業員,2人從事食品加工的作 業員,1人從事園藝作業工作,另外有7人目前是沒有工作的狀況。

表3 參與電腦班之新移民女性目前有否工作之資料分析

有否工作	次數	百分比	累積百分比
有	8	53. 3	53. 3
沒有	7	46. 7	100.0
總和	15	100.0	

4. 參與電腦班新移民女性之子女數

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,其子女數的資料分析如表 4, 其中有一個孩子者有 3 人,有二個孩子者有 11 人,有三個孩子者只有 1 人,新移民 女性的最大孩子為 16 歲,亦有孩子僅 3 歲大者。

表4 參與電腦班之新移民女性擁有子女數之資料分析

擁有子女 數	次數	百分比	累積百分比
一個孩子	3	20.0	20.0
二個孩子	11	73. 3	93. 3
三個孩子	1	6. 7	100.0
總和	15	100.0	

5. 參與電腦班新移民女性之婚姻狀況

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性的婚姻狀況資料如表 5,其中 14 人目前仍維持穩定的婚姻關係,並有 1 名新移民女性因先生肝臟疾病過世而成為單親家庭。

表5 參與電腦班之新移民女性婚姻狀況之資料分析

婚姻狀況	次數	百分比	累積百分比
已婚	14	93. 3	93. 3
單親	1	6. 7	100.0
總和	15	100.0	

6. 參與電腦班新移民女性之配偶年齡及職業

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性的配偶年齡資料如表 6,其配偶年齡在 41 歲以上者占 11 人,占 73.3%;另外有 3 名新移民女性其配偶年齡在 36~40 歲間,僅有 1 名新移民女性其配偶年齡在 31~35 歲間。新移民女性配偶之職業中,4 名從事自耕農,3 名為自由業(汽車零件、新光保全等),3 名從事水電及水泥工,1 名工程師,1 名退休,1 名無業。

表6 參與電腦班之新移民女性配偶年齡之資料分析

配偶年齡	次數	百分比	累積百分比
31~35歲	1	6. 7	6. 7
36~40歲	3	20.0	26. 7
41歲以上	11	73.3	100.0
總和	15	100.0	

(二)家庭資源及相關因素

參與電腦班之新移民女性其家庭電腦相關資源資料分析如後,家庭電腦相關資源將包括是否擁有電腦、及電腦書籍雜誌等。另外,本研究也調查參與電腦班之新移民女性家中成員使用電腦狀況,及家人對其學習電腦的意見,以及新移民女性個人對電腦學習的原因作調查,茲將相關資料分析敘述如後。

1. 新移民女性家中電腦資源狀況

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,其中家裡有電腦者共有 8 人,占 53.3%;另外有 7 名新移民女性家中並沒有電腦設備,占 46.7%。

表7 參與電腦班之新移民女性家中擁有電腦之資料分析

家中擁有電腦	次數	百分比	累積百分比
有	8	53. 3	53. 3
沒有	7	46.7	100.0
總和	15	100.0	

2. 新移民女性上課前家裡有電腦書籍或雜誌資源狀況

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,其中家裡沒有電腦書籍或雜誌者有 12 人,共有 80%家中並沒有電腦書籍或雜誌,亦就是新移民家庭大多數並沒有電腦書籍雜誌等相關資源;僅有 3 人新移民女性家中有電腦書籍或雜誌等相關資源。

表8 參與電腦班之新移民女性家中擁有電腦書籍或雜誌之資料分析

家中電腦書籍 或雜誌	次數	百分比	累積百分比
以	入致	日分儿	
有	3	20.0	20.0
沒有	12	80.0	100.0
總和	15	100.0	

3. 新移民女性家庭中電腦使用狀況

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,家庭中先生或小孩會使用電腦的占有 10 人,亦就是在新移民家庭中有 66.7%家中成員會使用電腦;約有 33.3 %的新移民家庭是沒有使用電腦情況,詳細資料如表 9。

表9 參與電腦班之新移民女性家中成員使用電腦狀況

家中成員使			
用電腦狀況	次數	百分比	累積百分比
有	10	66. 7	66. 7
沒有	5	33. 3	100.0
總和	15	100.0	

至於新移民家中成員使用電腦的用途資料分析如表 10,新移民女性家庭中成員使用電腦是為了上網者有 2 人,占 13.3%;另外,使用電腦是為了玩遊戲者共有 2 人,占 13.3%;使用電腦是為了做作業者共有 5 人,約占 33.3%。

表10 參與電腦班之新移民女性家中成員運用電腦資料分析

運用電腦	次數	百分比	累積百分比
上網	2	13.3	13. 3
玩遊戲	2	13.3	26. 7
做作業	5	33. 3	60.0
其他	6	40.0	100.0
總和	15	100.0	

4. 新移民家庭對女性學習電腦的意見分析

新移民家庭中家人對外籍配偶學習電腦的意見資料分析如表11,參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性15人中,其家人對新移民女性學習電腦的意見支持者有10人,約占66.7%;其家人對新移民女性學習電腦沒意見者有5人,約占33.3%。

表11 家人對新移民女性學習電腦的意見之調查分析

對電腦學習			累積百分
意見	次數	百分比	比
支持	10	66. 7	66. 7
沒意見	5	33.3	100.0
總和	15	100.0	

5. 新移民女性學習電腦之目的分析

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,覺得學電腦可以促進自己跟孩子的互動者有 14 人,占 93.3%;另外有 1 人認為學習電腦不能促進自己與孩子的互動,詳細資料如表 12。

表12 新移民女性參與電腦班目的之資料分析

促進孩子互			累積百分
動	次數	百分比	比
是	14	93. 3	93. 3
不是	1	6.7	100.0
總和	15	100.0	

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,覺得學電腦可以打發在家中的時間者有 9 人,占 60%;另外,亦有 40%的新移民女性認為學習電腦並不會協助其打發在家中的時間,詳細資料如表 13。

表13 新移民女性參與電腦班可以打發家中時間資料分析

			累積百分
打發時間	次數	百分比	比
是	9	60.0	60.0
不是	6	40.0	100.0
總和	15	100.0	

6. 新移民女性到屏東科技大學學習電腦的原因

至於新移民女性是否因地緣關係而至屏東科技大學學習電腦的資料分析如表 14,參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,其中有 12 人是因為上課地 點近才參與屏東科技大學電腦學習班,占 80%;另外亦有 3 個新移民女性並不是因 為地點近而參與外籍暨大陸配偶電腦班。

表14新移民女性到屏東科技大學學習電腦的原因分析

			累積百分
地緣關係	次數	百分比	比
是	12	80.0	80.0
不是	3	20.0	100.0
總和	15	100.0	

(三)新移民女性電腦學習經驗資料分析

參與電腦班之新移民女性學習電腦的相關經驗分析如後,其學習電腦的相關經驗內涵將包括是否第一次使用電腦、曾在何處學習電腦、以及學習電腦的時間、及 目前花多少時間在使用電腦等。

1. 參與電腦班之新移民女性第一次使用電腦之資料

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,其中有 9 人是第一次使用電腦,占 60%;另外有 6 個新移民女性並非第一次使用電腦,占 40%。

表15 參與電腦班之新移民女性第一次使用電腦之資料分析

第一次使用	次數	百分比	累積百分比
是	9	60.0	60.0
不是	6	40.0	100.0
總和	15	100.0	

2. 新移民女性是否曾上過電腦課資料

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,其中有 6 人是曾上過電腦課,占 40%,而這 6 位新移民女性中,有 4 位是在母國曾學過電腦,另外 2 位則是嫁來台灣後才學電腦的;完全沒學過電腦的外籍配偶則有 9 位,占 60%,詳細資料如表 16。

表16 參與電腦班之新移民女性曾上過電腦課之資料分析

曾上過電腦	次數	百分比	累積百分比
有	6	40.0	40.0
沒有	9	60.0	100.0
總和	15	100.0	

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性 15 人中,每天花多少時間使用電腦資料分析如表 17,其中有 12 位新移民女性,每天花在電腦方面的時間少於 1 小時;另外有 3 位新移民女性每天花在電腦方面的時間是在 1~2 小時之間。

表17 參與電腦班之新移民女性花多少時間使用電腦之資料分析

花多少時間	次數	百分比	累積百分比
少於1小時	12	80.0	80.0
1~2小時	3	20.0	100.0
總和	15	100.0	

(四)新移民女性電腦學習經驗與工作因素分析

參與外籍暨大陸配偶電腦班之新移民女性,目前所從事的工作需要使用電腦的僅有2人,占13.3%;其餘有13位新移民女性目前工作並沒有使用電腦,占86.7%,詳細資料分析如表18。

表18 參與電腦班之新移民女性工作需要使用電腦之資料分析

工作需要	次數	百分比	累積百分比
有	2	13.3	13. 3
沒有	13	86.7	100.0
總和	15	100.0	

參與外籍暨大陸配偶電腦班的新移民女性參加電腦課程,全部都是因為「自己 想學電腦」,因為她們認為學習電腦後可以幫助她們更容易找到工作,而且學習電 腦後,也可以從網路上獲得更多有關工作職缺的訊息。

另外在上過電腦課後,外籍配偶家裡是否因此購買電腦、電腦書籍雜誌或周邊產品,則可能因經濟因素,並沒有很顯著的採取增購電腦相關資源的設備,不過上過電腦課程後,全部參與電腦課程的新移民女性均表示,電腦的學習會對其日常生活產生重大的影響。

(五) 外籍配偶學習電腦網路後人際互動資料分析

新移民女性參與電腦學習後,其與家人的互動無形中也增加了許多與電腦有關的話題(詳細資料見表19),根據調查結果,參與電腦班之後,所有參與電腦班的東南與大陸籍配偶均會與家人討論上電腦課的相關內容與知識,而且學習電腦後,也增進了外配與其孩子的互動,互動中也增加了許多電腦相關話題;至於電腦學習後是否也增添外籍配偶與先生的互動情形,15位參與電腦課程的學員中,有10位外籍配偶表達會與先生討論電腦的相關話題,其中有4位外籍配偶認為電腦的學習有助於增進其夫妻間的感情,更有8位外籍配偶表示,如果有機會,他們會想與先生一起來上電腦課程。

表19 家人參與新移民女性電腦學習狀況資料分析

外配家人參與電腦學習項目	有	百分比	沒有	百分比
1. 家人對您上課內容感興趣	15	100	0	0
2. 家人與您討論電腦相關知識	15	100	0	0
3. 學電腦後,增進與小孩的 互動	15	100	0	0
4. 學電腦後,與小孩增加電 腦話題	15	100	0	0
5. 會與先生討論電腦話題	10	66. 7	5	33. 3
6. 會增進夫妻間感情	4	26. 7	11	73. 3
7. 想和先生一起來上課	8	53. 3	7	46. 7

至於參與電腦班的外籍配偶是否因為參與了電腦班而增進其人際關係的資料分析如表 20,根據調查資料分析,15 位參與電腦班的外籍配偶中有 14 位學員表示,其因為參與電腦班後因此認識很多朋友,其中更有 2 位新移民女性表示她們會使用電子信件和朋友聯絡;還有 6 位外籍配偶會把自己從電腦看到的好文章轉寄給朋友,更有 4 位外籍配偶會與朋友討論電腦網路上所獲的新知;更有高達 80%(12 位)外籍配偶表示,學習電腦網路有助於其認識其他國家文化,有 11 位(占 73. 3%)參與電腦的外籍配偶會使用網路其他學員聯絡;其中有 10 位學員表示其有困難會請教同國籍學員,可能是初學電腦網路不熟悉的關係,或者是母國電腦硬體設備不足的關係,僅有 1 位學員會使用通訊軟體與家人或朋友聯絡。

表20 參與電腦班後新移民女性的人際互動資料分析

人際互動項目	有	百分比	沒有	百分比
1. 認識很多朋友	14	93. 3	1	6. 7
2. 使用電子信件和朋友聯絡	2	13. 3	13	86. 7
3. 會轉寄文章給朋友	6	40	9	60
4. 獲得新知與朋友討論	4	26. 7	11	73. 3
5. 助於認識其他國家文化	12	80	3	20
6. 與其他學員保持聯絡	11	73. 3	4	26. 7
7. 有困難會請教同國籍學	10	66. 7	5	33. 3
員				
8. 會使用通訊軟體與家人或 朋友聯絡	1	6. 7	14	93. 3

至於參與電腦班的外籍配偶表示,高達80%的新移民女性覺得來上電腦課後,有助於他們對台灣的了解;更有高達66.7%的新移民女性表示,參加電腦課以後有助於其對客家文化的了解,詳細資料分析見表21。

表21 參與電腦班後助於新移民女性對台灣客家文化的了解之資料分析

項目	有	百分比	沒有	百分比
助於對台灣了解	12	80.0	3	20. 0
對客家文化了解	10	66. 7	5	33. 3

三、外籍暨大陸配偶烹飪班課程內容及實錄

8月26日開訓菜

照

Dish Title 菜名: 西式蒜香炒飯

Date 日期:96年8月26日

Portion Size 份量: 4人

Ingredients	Qty	UNIT
材料	數量	單位
白飯	1	kg
大蒜	6	粒
洋葱	1/4	粒
紅蘿蔔	1/4	條
玉米粒	1/4	缶
青豆仁	60	公克
鶏蛋	3	粒
沙拉油	100	сс
黄奶油	40	公克
美奶滋	80	公克
醬油	60	сс
胡椒、塩	適量	



片





METHOD

製作方法:

- 1.大蒜切厚片用熱水川燙過濾乾,用低温沙拉油 130℃慢慢爆香蒜片,快呈金黄色時取出濾乾放在吸油 紙上備用。
- 2.洋葱、紅蘿蔔切小丁用平底炒焗加蒜油炒過倒出來,再加入蒜油熱焗後加入3顆鷄蛋炒半熟倒出來備 用。
- 3.煮好的白飯放在不銹鋼盆內加入美奶滋拌勻,再一用平底炒煱加蒜油黄奶油加熱倒入白飯將飯粒了炒開,加入洋葱、紅蘿蔔、玉米粒、青豆仁、炒蛋,翻炒加胡椒塩調味,將醬油順著煱的邊緣淋下去炒 均勻裝盤,上面洒上炸蒜片裝飾即可。

活動歷程:

餐飲訓練班歷經兩次颱風的侵襲而變卦,使得餐飲班延遲至今才開課。第一次開訓,學員們特別提早到教室等候。參與的學員們其實對彼此都不太陌生,因為之前長達兩個月的電腦訓練班培養出同儕情誼,使他們更期待餐飲班的相聚,故除了少數新成員外,大家一到教室就相互寒喧一番,聊著他們對電腦班再度開課的期待與對今日

料理的好奇。

今日開訓由餐飲暨旅館管理學系副教授—洪志鴻教師揭幕,老師在課前考量到當日除了學員外可能還有學員的小孩,所以特別以大家熟知且簡單的料理當作入門菜。一開始學員們乍看菜單,都覺得怎麼會只是蛋炒飯,但看似簡單且家常的料理,在經過專家指點後,學員們紛紛驚呼這做菜的藝術。在洪老師準備炒飯的過程,老師先教大家如何只用鍋子煮出好吃香甜的飯,對許多台灣籍的媽媽而言,這樣煮飯還是第一次,但許多印尼來的姊妹,就私下轉頭跟我說他們在印尼都是這樣子煮飯的,所以他們覺得還好,這讓我明顯的感受到經濟上與科技上的落差。

接下來老師要進行蛋與飯的融合,在炒的過程,老師也不忘分享他在飯店服務過的經驗,即潤口不膩的秘訣,大家一邊聽一邊紛紛紀錄,並不時發出:「喔!原來是這樣子喔!」、「難怪我都覺得怎麼飯店的都很好吃」、「我回去要試試看」等接二連三的讚嘆聲,接著老師三兩下就將菜餚完成。現場大家都很想試吃,想說到底和自己平時在家裡煮的有什麼不同,我趕緊讓大家嘗嘗,結果大家咬下飯粒後,不約而同的說:「好好吃!」讓我也忍不住嘗了一口,看了一下學員,很有默契的相互點點頭。老師有鑒於開幕已耗費許多時間,所以趕緊叫學員們回去煮飯,再來準備看第二道菜

標準食譜卡

Dish Title 菜名:奶油玉米濃湯

Portion Size 份量: 4

Outlet 餐廳:

Date 日期: 96 年 8 月 26 日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
吐司麵包	1	片		
奶油	30	公克		
高筋麵粉	30	公克		
雞高湯	600	公撮	((() () () () () () () () ()	CAR I
玉米醬	200	公克		
鮮奶油	100	公撮		
鹽/白胡椒粉	適量			

METHOD

製作方法:

- ■1. 吐司麵包去邊切正方丁,放入烤箱以200F 小火烤乾(約5分鐘),備用。
- 2. 不鏽鋼鍋,小火融化奶油,放入麵粉用中火攪拌均勻(不可炒黃或焦色),做成油湖(ROUX)。
- 3. 在油湖中慢慢加入雞高湯,用打蛋器攪拌至混合均勻,成為奶油湯
- 4. 奶油湯煮開後,用慢火在煮十分鐘,當中需經常以打蛋器攪拌,以免黏鍋而產生焦味,完成後用濾網過濾
- 5. 將奶油湯在倒回鍋內,加入玉米醬煮開,最後加入鮮奶油及適量的鹽、白胡椒粉調味
- 6. 供應時表面灑上烤好的麵包丁即可。

活動歷程:

「奶油玉米濃湯」,學員都會煮上一鍋,但要煮的美味卻是學員的罩門。老師提醒學員要訣在於奶油與玉米醬的搭配與比例,一般市面上販售的濃湯料理包總是少了奶香與濃度,加上上述秘訣,就是玉米濃湯的魔法棒。再加上烤過的吐司切丁,更增添口感上的變化。果然,學員們經過老師一指點,才發現自己煮的玉米濃湯還真具有專業的水準啊!

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 法式烤春鷄 Portion Size 份量: 4人份

Outlet 餐廳: Food Cost 成本:
Date 日期: 96 年 8 日 26 日 Selling Price 集價:

Date 日期: 96 平 8 月 2	ю н		Selling	Price 告偵:
Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
鷄(約1-1.5kg)	1	隻		
洋葱	1/2	顆		
青蒜苗	1	枝		
紅籬蔔	1	條		
芹菜	2	枝		
馬玲薯	2	粒		
匈牙利紅椒粉	適量		F 9 .	
胡椒、塩	適量			
沙拉油	100	сс		
黄奶油	60	公克		
白葡萄酒	80	сс		
百里香	逼量			

METHOD

製作方法:

- 雞去頭去爪清洗內外乾抹上胡椒、鹽、匈牙利紅椒粉、百里香用棉繩綁緊放置烤盤內,沙拉油 用平底焗加熱淋在雞上。
- 2. 紅蘿蔔切5公分長對切削成橄欖形備用。
- 3. (洋蔥、紅蘿蔔皮、芹菜、芹菜)切塊狀鋪在烤雞烤盤內,放入預熱的350烤箱內烤先烤右側, 再側左側,上色後先烤後備再烤雞胸,淋白葡萄酒邊烤邊淋雞肉流出的原汁,馬鈴薯去皮對切 削成橄欖形放在烤雞旁邊一起烤熱。
- 4. 橄欖形紅蘿蔔用不锈鋼焗加水煮,加黃奶油、胡椒鹽、白砂糖調味。
- 5. 雞烤好取出,烤盤的烤汁過濾並去除多餘的油留做烤雞的醬汁。
- 6. 馬玲薯和紅蘿蔔當配菜雞肉可以整隻上桌再分切。

活動歷程:

「法式烤春雞」這一道西式大餐,大家光聽名字就迷人的不得了,這道菜需要用到烤箱,過程 較繁複,時間也較久,學員都仔細抄寫筆記與認真看老師的步驟。當學員正式操作時,大家都很 用心,各小組間也會互相詢問程序,大家極力將「法式春雞」完美呈現。

標準食譜卡

Dish Title 菜名:馬鈴薯沙拉

Portion Size 份量:4 人

Outlet 餐廳:

Food Cost 成本:

Date 日期: 96 年 8 月 26 日

Selling Price 售價:

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
馬鈴薯	4	粒		
紅蘿蔔	1	條		
雞蛋	3	粒		
	15	公克		
胡椒、鹽	適量			
美乃滋	適量		A MARINE	
白醋	10	сс		

METHOD

製作方法:

- 1.紅蘿蔔去皮、馬鈴薯帶皮洗淨,大火蒸熟取出備用。
- 2.帶殼雞蛋放入湯鍋倒冷水淹過雞蛋加少許鹽、醋,大火煮沸後調中小火煮 8 分鐘,撈出沖冷水去殼切 小塊。
- 3.的馬鈴薯趁熱去皮和紅蘿蔔都切塊狀;芹菜去頭和葉子用熱水燙過冰涼濾乾切小段,和 2 的雞蛋一起 放入不鏽鋼盆內加胡椒鹽、美奶滋調味拌勻即可。

活動歷程:

「馬鈴薯沙拉」是大家熟悉的點心,前置作業需要較長的時間,必須將紅蘿蔔與 馬鈴薯大火煮熟 15 分鐘。為了增加色彩的變化,我們也添加芹菜末來點綴,讓該道 點心能色香味俱全。

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 芒果蘆筍鮮蝦盅

Portion Size 份量:3 人

Outlet 餐廳:

Food Cost 成本:

Date 日期: 96 年 8 月 26 日

Selling Price 售價:

h			=	I
Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		0
(A) 草蝦	15	尾		
愛文芒果	1	粒		
青蘆筍	15	枝		
美生菜	2/1	粒		
檸檬	1	粒		
(B) 可果美蕃茄醬	15	C.C		
辣椒汁 Tabasco	10	C.C		

METHOD

製作方法:

- 1.草蝦用熱水加鹽煮熟,撈起來泡冰水,去殼冰涼備用。
- 2.青蘆筍燙熟冰冷切段。
- 3.芒果去皮切塊。
- 4.美生菜切絲,泡冰水冰涼濾乾。
- 5.用冷盤或香槟杯擺盤,先放一葉生菜葉再鋪生菜絲,芒果塊、青蘆筍、草蝦,切檸檬裝飾。
- 6.辣椒汁加蕃茄醬檸檬汁拌均勻,淋在鮮蝦上即可。

活動歷程:

「芒果蘆筍鮮蝦盅」聽起來非常清爽可口,當老師示範後作品完成,漂亮的擺飾

讓大家爭先目睹,看起來就是高級餐點。其實材料作法都不難,所以學員紛紛表示回家後可以練習再做一次,如果家裡宴客,可以給客人不同的享受,自己也很有自信。

首次上課,老師帶給學員豐盛的饗宴,了解西餐常識與料理用具的不同,使學員更了解料理中西餐的異同,由於本次上課的食譜對一般家庭來說,較缺乏普及性,但一經老師的指導,才發現這些食材與作法都是非常普遍與方便;同時學員也帶孩童來上課,西式料理獲得孩子們的歡迎,親子一同用餐也促進感情交流。

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 肉燥飯

Outlet 餐廳:

Date 日期: 96年9月2日

Ingredients	Qty	UNIT	照片	照 片
材料	數量	單位		
(A)帶皮五花肉	1.5	斤		
紅蔥頭	2	兩		
(B) 甘草片	40	克		
純釀醬油	3/4	杯	FIRE SABA	
冰糖	1	小匙		
紅豆腐乳	1	塊		
肉桂粉	酌量			
八角	3	粒		
花椒	1/2	小匙		

METHOD

製作方法

- 1.紅蔥頭切片,半杯油炒酥,取出蔥頭酥,蔥沖備用。
- 2.甘草片加9杯水,小火煮3分鐘,過濾留汁。
- 3.五花肉切粒,以蔥油、醬油爆炒,再放入甘草水、蔥頭酥、八角花椒、冰糖調味,小火煮 2.5 小時。

備註:

飯上淋肉燥,尚可加入醃醬薑、醃小黃瓜片、魚鬆等。

活動歷程:

經過第一週上課的經驗,學員們對本課程更是興致高昂,本周老師食譜以中式 為主,均以澱粉類為創作材料,讓學員體驗台灣的、客家的道地美食。

「肉燥飯」香噴噴的味道讓大家難以抗拒,老師說明本次傳授的肉燥飯的口感可以開店販賣喔,老師保證一定跟家裡煮得不一樣。老師一一說明作法,並解釋為何這裡要用鹽,那裏為何要加紅蔥頭,也說明將紅蔥頭切片炒酥,取出蔥油酥,蔥油不能丟喔,配方的比例與秘訣是讓肉燥飯香得可以賣出的「know how」。學員們個個操起菜刀將豬肉切的大小適中,跟著老師剛才的教法一一跟進,果然陣陣香味撲鼻,瀰漫廚房,隨著嗅覺的刺激,大家也餓了。油油香香的肉燥飯配上爽口的醃漬小黃瓜,真是絕配。

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 韭菜盒 Date 日期: 96 年 9 月 2 日

			1	
Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
(A) 皮				
中筋粉	3	杯		
開水	1	杯		
冷水	半	杯		
(B) 餡				MAXWE STATE
豆乾	2	片		
蛋	2	粒		
		(炒碎)		
韭菜	4	兩		
粉絲	1	束		

METHOD

製作方法:

- 1.麵粉置盆內,將開水沖入以筷子不停攪動,加冷水揉成麵糰,醒 20 分。
- 2. 豆乾切小丁,蛋炒碎,韭菜切1公分,粉絲泡水至軟切1公分,餡料調味(鹽、胡椒、糖及香油適量)。
- 3. 將醒好的麵糰分成 10 塊,桿成圓薄麵皮,鋪餡,對折,以扣碗壓型或捏折,平底鍋煎至兩面金黃。

活動歷程:

「韭菜盒」常見在我們的中式早餐店,可口的韭菜盒要完成之前可不簡單哩,小 組內的組員分工合作,首先要先揉麵糰並使之「醒麵」,趁此空檔學員也不放鬆,有 的人將配料切好炒好備用,再將醒好的麵團桿成圓薄麵皮鋪餡,接下來整型後就可 上鍋,金黃色的表皮看起來令人垂涎呢!

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 台灣碗粿 (10 碗)

Date 日期: 96 年 9 月 2 日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
在來米	2	杯		
鹹蛋黃	3	個		
腿肉	3	兩		
紅蔥頭	1	兩		
蝦米	10	克	- Constitution	
香菇	3	朵		
蒜頭	1/2	兩		

METHOD

製作方法

- 1.在來米洗淨,泡6小時,瀝乾水份,放進磨汁機,加入2杯水攪打成米漿。
- 2. 以 6 大匙油先爆香紅蔥頭,再蝦米、香菇,加入肉片炒香,調以 8 杯水、1/2 杯醬油,煮至肉軟熟。
- 3. 攪好的米漿調入 6-7 杯肉汁 (或 0.3%的味精與 0.5%鹽)拌勻,隔水加熱至糊化,邊加熱邊 攪拌以免糊化過度。
- 4. 將糊化的米漿裝入 10 個飯碗內,鋪上配料,中大火蒸 25 分鐘即可。
- 5. 剩餘肉汁勾欠,蒜頭磨漿調冷開水,為沾料。

活動歷程:

「碗粿」的製作程序與所需時間較多,在老師示範過程中,學員們紛紛發問唯恐作法有缺失,老師也在學員的問答互動間建立起關係,感受到學員的認真學習精神。

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 特製麻糬 Date 日期: 96 年 9 月 2 日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
(A) 皮				
	300	克		
水	1 1/2	杯		
油	1	小匙		
糖	1	小匙		
(B) 餡				
豆沙	2	兩		
芝麻粉	1	兩		
花生粉	1	兩		A A
椰子粉	1	兩		
糖粉	2	兩	Marin Control of the	

METHOD

製作方法:

- 1.皮的材料拌勻蒸 15 分鐘,取出,放入塑膠袋加 2 小匙沙拉油揉至有彈性(約 7-10 分鐘)。
- 2. 餡可包入少許芝麻粉、糖粉及一小塊豆沙,可自由搭配運用。
- 3. 表面沾各類粉末即可。

備註:

乾淨沙拉油適量、耐熱保鮮膜、耐熱塑膠袋1個、手扒雞手套1人2個

活動歷程:

「麻糬」這道小甜點是我們客家族群的傳統叛食,多數學員對此感到熟悉,作起來也是得心應手。然而經過老師的指導,學員反應麻糬變得更有彈性,沾上香濃的花生粉,令人懷念起家鄉味。

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 水煎包 Date 日期: 96 年 9 月 9 日

製作方法:

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
(A) 皮				
A1.老麵				
中筋粉	200	克	1 1 1 1 1	
酵母	5	克		
水	110	克		
A2 燙麵				
中筋粉	200	克		
熱水	1/2	杯		
冷水	1/4	杯		
(B) 餡				
(1) 高麗菜	10	兩		
芹菜	4	兩		
韭菜	2	兩		
鹽	1	小匙		15376
(2) 絞肉	6	兩		
(3) 油	2	大匙	The same	
蝦皮	10	克		
香菇	2	朵		
(C) 調味料				
醬油	1	小匙		
糖	1/2	小匙		
香油	1	大匙		
胡椒	1	小匙		
(D) 冰晶水				
水	1	杯	THE STATE OF THE S	
醋	1	小匙	11/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1/1	
澄粉	1	大匙		
METHOD				

- 1. 將皮(A)揉成糰,加蓋,放溫暖處基本發酵2小時。皮(B)揉至光滑。
- 2. 高麗菜切1公分小丁,加鹽殺菁,5分鐘後,擠乾澀汁,韭黃、芹菜切成小丁。
- 3. 絞肉加調味料醃至入味,(3)料炒香後,再將所有餡料拌勻。
- 4. 兩塊麵糰混合,揉至光滑,分割 40~45 克 1 粒,包餡整形。
- 5. 平底鍋燒熱,加入油2大匙,油熱後將菜包放入,底部煎稍黃翻面,加冰晶水,蓋上鍋蓋,煮至水乾,即起鍋。

活動歷程:

有上一週揉麵糰的經驗,老師繼續延伸相關料理,教導大家美味的點心小吃。

「水煎包」要做得好吃,其餡料的佐味要拿捏得好,揉麵的功夫也要確實,經過上週的揉麵經驗,大家更有把握如何將麵糰發酵得好,以及包餡整形的恰當,最後放入平底鍋加入冰晶水,讓水煎包的外型更有賣相。水煎包所需要的材料,都是台灣盛產的食材,有學員表示將來創業可以水煎包為基礎。

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 蚵仔麵線 Date 日期: 96 年 9 月 9 日

h				
Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
(A) 黃麵線	6	兩		
蚵仔	6	兩		
豬大腸	1/2	條		
蔥薑	1	坬		
滷包	1	包		
紅蔥頭	1	兩		
蒜頭	1	兩		
大骨高湯				
柴魚	1	小包	SILE BY THE	
(B) 調味料				
鹽	1	匙		
味精	2	匙		
糖	3	匙		
太白粉	4	匙		
水	4	匙		
(C) 沾料:黑醋、蒜泥	、胡椒	粉、香菜		

METHOD

製作方法:

- 1. 豬大腸翻至內面以鹽揉搓去雜質及肥油膜後以清水洗淨,燒鍋水放入酒、醬油、滷包、蔥、 薑塊至滾,放入豬大腸煮到熟軟易戳透,取出剪小段。
- 2. 蚵仔抓點太白粉川燙熟,黃麵線川燙過,泡冷水,剪小段。
- 3. 將一半蒜頭磨成蒜泥、一半蒜頭剁碎炒香成蒜酥,香菜切小段,紅蔥頭切碎用油爆香作成 蔥油。
- 4. 高湯加入柴魚、麵線、蔥酥、蒜酥並調味, 芶芡, 最後放入蚵仔及豬大腸。

活動歷程:

「蚵仔麵線」通常都是在外購買較多,學員們表示這道小吃很少自己料理,老師

表示蚵仔麵線需要的材料也很簡單,但是在作法上則是關鍵之處,學員們仔細看著老師的講解與作法,最後蚵仔麵醋、蒜泥、香菜,更能烘托出蚵仔麵線的誘人滋味。過程中各組學員彼此在作法的詢問以及動作上的模擬,笑聲不斷,歡樂的學習氣氛充斥著廚房。

標準食譜卡

Dish Title 菜名:蘿蔔糕 Date 日期: 96 年 9 月 9 日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位	AND THE STATE OF T	
(A) 白蘿蔔絲	12	兩		0 2
		(淨重)		
香菇	2	杂		
		(切碎)		
蝦米	1/4	兩		
		(剁細)		
香腸	1	條(蒸熟		(1)
		切碎)		
(B) 在來米粉	6.5	兩		
澄粉	1	兩		
太白粉	1/2	兩		
(C) 鹽	1.5	小匙		
胡椒粉	1/2	小匙		
香油	1/2	小匙		
水	1.25	杯		
(D) 水	2.5	杯		
沙拉油	3	大匙		
(E) 玻璃紙	1	張		

METHOD

製作方法

- 1. 將(A)放入開水中川燙,撈出瀝乾水份。
- 2. 將(A)(B)(C)混合,拌成米漿狀。
- 3. 將(D)煮沸騰,急速倒入米漿中,拌勻。
- 4. 倒入鋪玻璃紙之深盤中,大火蒸1小時,不黏筷即可。

注意:

- 1. 水中加油,沸點更高,可升高澱粉糊化溫度。
- 2. 澱粉糊化,可使作料懸浮均勻,不會沉澱於下層。

3.冷卻後切片,煎出香脆表皮,沾蠔油醬油膏食用更可口。

活動歷程:

「蘿蔔糕」老少咸宜的點心佳餚,「糕」的質感與口感是重要基礎。老師詳細的解釋在來米、澄粉與太白粉的比例調和,告訴學員必須在水中加油能使沸點更高,以提升澱粉糊化的溫度,如此才能呈現最佳的口感。學員喃喃說著:「喔,原來要這樣」。我們作品都是真材實料,不僅吃到「糕」,更有蘿蔔絲、香菇、蝦米、香腸搭配,成為廉價又精緻的市民小吃。

標準食譜卡

Dish Title 菜名:養生饅頭 Date 日期: 96 年 9 月 9 日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位	, m	21
(A) 中種麵糰	数里	千江		
	4.50	<u> </u>		
中筋粉	150	克		
低筋粉	50	克		
糖	80	克		
酵母	1	小匙		
水	150	克		
(B) 主麵糰				Y
中筋粉	150	克	- 24-	
芙苓粉(或全麥麵	150	克		
粉150克)				
BP.	5	克		
E	1/8	匙		
水	150	克	And the second	
奶油	15	克		
中種麵糰				
(C) 雜糧				
南瓜子、核桃、	共 100	克		
枸杞、葡萄乾				

METHOD

製作方法:

- 1.中種麵糰揉成糰,放置室溫發酵90分鐘。
- 2. 將發酵好的中種麵糰及主麵糰的材料放入混合拌勻,搓揉至光滑有筋度,揉好麵糰桿成一大張麵皮上撒雜糧,捲成一長條狀。
- 3. 將桿捲的麵糰切割成 12 粒,放入蒸籠中後醱酵約 20 分鐘,以中火蒸 8 分鐘。

活動歷程:

「養生饅頭」講究自然與健康並重,我們使用的是全麥麵粉,灰灰的全麥饅頭其中夾雜著顏色鮮豔營養的核果類(南瓜子、核桃、枸杞、葡萄乾),當饅頭出籠時,其呈現的美感與口感,連小朋友都喜歡,也是長輩可以攝取的健康點心。

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 香菇肉羹 Date 日期: 96 年 9 月 16 日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位	MARIA	
(A) 材料				
里肌肉	4	兩		
魚漿	4	兩		
荀	1/4	條		
大白菜	1/6	粒		
香菇(大)	3	朵		
扁魚	5	片		
蒜頭	1	兩	The state of the s	
五香粉	少許		AL CO	
(B) 調味料				
醬油	1	匙		
胡椒粉				
香油				
<u> </u>	1	匙		
味精	2	匙		
糖	3	匙		
香菜、蒜泥、烏醋				

METHOD

製作方法:

- 1. 里肌肉切條,以醃漬粉醃入味,再與魚漿拌勻,整形成適當大小,川燙定型。
- 2. 筍、大白菜及香菇切絲,扁魚爆香至金黃色冷卻後壓碎,一半蒜切成末,炸成蒜頭酥,另 一半磨成泥。
- 3. 取 6-8 杯高湯加入筍絲、白菜、香菇、扁魚、蒜酥及肉羹一起煮沸,調味、勾芡。

備註:

食用時,碗中才放入烏醋、蒜泥、香菜,若加醋一起煮,易造成整鍋羹湯濃度變稀。

活動歷程:

進度已到了總課程的二分之一,學員漸入佳境不論是在食材的處理或是烹調的 技藝上也更純熟了。本週的食譜也是很精采喔,下列一一簡述:

「香菇肉羹」包含的材料豐富,可作為主食。學員們開始忙碌將各食材整理分類, 大鍋爆香很有大廚的架勢,接著將高湯加入以及材料一起沸騰。老師特別交代食用 時再加入調味料,不要在過程中加入醋一起沸煮,醋的物質會將整鍋羹湯的濃度變 稀,這是重點所在。

標準食譜卡

Dish Title 菜名:糯米包 Date 日期:96年9月16日

= moo			
Ingredients	Qty	UNIT	
材料	數量	單位	- 14
(A) 皮			
紫山藥(或南瓜、	300	克	
或芋頭根莖類皆可)			
粫米粉	200	克	1
台灣太白粉	50	克	
糖	30	克	
油	30	克	
水	1/2	杯	
(B) 饀			
絞肉	100	克	100
香菇	3	朵	
蝦皮	20	克	
蘿蔔乾	150	克	1 SA
紅蔥頭	75	克	
(C) 調味料			70
醬油	1	小匙	
胡椒粉	1/4	小匙	
糖	1	小匙	





片





METHOD

製作方法:

- 1. 香菇泡軟去蒂切小丁, 蝦皮稍泡軟, 蘿蔔乾剁碎, 紅蔥頭切薄片。
- 2. 紫山藥去皮切片蒸熟,趁熱放入粉、糖、油、水,揉至成光滑麵糰,醒 20 分鐘,若太 硬可加少許水調整軟硬度。
- 3. 乾鍋中炒香蘿蔔乾加糖,盛起。加入3大匙油燒熱,入紅蔥頭炸酥盛起,香菇、蝦皮爆香, 再加入絞肉炒至肉粒分離,全部混合,最後調味。
- 4. 取 40 克紫山藥麵皮,包入內餡,整型後排列在蒸籠內,以中火蒸約 8 分鐘即可。

活動歷程:

「糯米包」外型相當可愛,它是鹹口味的點心。老師提醒皮的部份可用山藥、南瓜或是芋頭等根莖類的粉作為外皮的選擇,顏色的亮澤度就很顯著。大家開始分工,將食譜上的作法一一實際操作。內餡是屬於鹹的口味,只要以醬油調味即可,不需再加入鹽巴。學員對這些內餡爆香毫不陌生,因此很快地可以將內餡處理完畢,接著將餡包入麵皮,整形後即可送入蒸籠,時間與火候的掌控很重要,學員們謹慎拿捏。

標準食譜卡

Dish Title 菜名:肉圓

Date 日期: 96年9月16日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
(A) 皮				
在來米	1/2	杯		
肉圓粉(細的)	300	克		
台灣太白粉	1/2	杯		
豬油	30	克		
(B) 饀				
腿肉	6(225 克)	兩		
* 55 FL			9 000	
蔥頭酥	4T			
香菇	4	朵		

METHOD

製作方法:

- 在來米泡水瀝乾,放進磨汁機,加入500克水攪打成米漿。另將550克水煮沸,沖入粉漿內,加入豬油,隔水稍糊化後,冷卻至60-70℃,慢慢加入粉攪拌,調鹽、胡椒。
- 2. 腿肉抓醃醬油、酒水、醃肉粉、糖。再加入香菇丁,蔥頭酥,調味(太白粉水、胡椒、香油)。
- 3. 模型抹油,一層粉漿,加餡再加一層粉漿,大火蒸 15 分鐘。

活動歷程:

「肉圓」老少咸宜,學員們表示這道料理若學起來也可以開業了。老師說明,外面市售的肉圓大都是以油炸的方式,我們以健康為考量,以蒸的方式來做,不但美味依舊,還沒有負擔呢!將在來米瀝乾後磨成米漿狀,需隔水糊化,冷卻後慢慢加入肉圓粉攪拌,再佐以鹽與胡椒。這些步驟學員可不敢馬虎,因為作法差之毫釐,口感就失之千里了。

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 豆花

Date 日期: 96年9月16日

Ingredients	Qty	UNIT	照	Н
材料	數量	單位		
黄豆	10	兩		
清水	2700~ 3000	公克		
豆花粉	1	包		
冷開水	550	公克		
薑糖水或花生	均	可		
湯、紅綠豆湯				

METHOD

製作方法:

- 1. 黄豆洗淨,泡水6小時取出,加清水以磨汁機打成漿,離心過濾煮沸騰。
- 2. 乾淨豆花桶中, 倒入冷開水及豆花粉。
- 3. 將熱豆漿急速沖入豆花桶中,同時以長杓稍微攪拌豆花粉水,不可使沉澱且隨即靜置。
- 4. 食用時加薑糖汁或花生仁湯、紅綠豆湯。

活動歷程:

「豆花」無論是夏天或冬天食用各有一番風味。豆花的製作較耗時,光是黃豆就要泡水 6 小時以備用,為了使口味富有變化性,豆花所搭配的湯汁除了薑糖水,也可以用紅豆湯、綠豆湯調入,冷熱皆宜。

標準食譜卡

Dish Title 菜名:比薩

Date 日期: 96年9月23日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位	To the state of th	
(A)皮			The state of the s	
湯種厚片吐司				
(B) 調味料				
青椒	1/2	粒		
洋蔥	1/2	顆		
鳳梨	4	片		
熱狗	3	條		
培根	2	片	COLUMN TO THE REAL PROPERTY OF THE PARTY OF	
鮪魚罐	1/2	罐		
玉米粒	1/4	罐		
蕃茄糊	150	克		A STATE OF THE STA
孔酪絲	450	克		
起司粉	20	克		
黑胡椒粉	適量			

METHOD

製作方法:

- 1. 將厚片塗上一層番茄糊,放上材料,灑上乳酪絲、起司粉。
- 2. 以 200/220℃,烤約 20-30 分鐘。

活動歷程:

本週是烹飪課程的最後一週,前幾週都是中式料理,在最後一堂課老師提供西 式料理與點心,讓學員們複習一下第一週所學習的西式料理作法。

「比薩」需要用到烤箱所以先行製作,我們所做的比薩不用揉麵皮,運用巧思將材料替代為購買方便的厚片吐司為底,接著將一些自己想要的配料鋪上,再灑上乳酪絲,烤個 20-30 分鐘即大功告成。學員們非常喜歡這道點心,由於製作簡單,也適合小朋友料理,媽媽可在家中與小朋友一起動手搭配,親子和樂。

標準食譜卡

Dish Title 菜名:義大利肉醬,麵

Date 日期: 96年9月23日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		6
義大利麵 (500 克)	1	包		
絞肉	500	克		
洋蔥丁	120	克		
紅蘿蔔丁	120	克		
西芹丁	120	克		
蕃茄丁	600	克		
大蒜	30	克		
培根	2	條		
紅酒	1/2	杯		
蕃茄配司	半	杯		
蕃茄醬	半	杯		
月桂葉	2	片	0	
鹽	1	小匙		
黑胡椒	少	許		
皮薩香料	少	許		
孔酪粉	30	克		
巴西利	少	許		

METHOD

製作方法:

- 1. 將 2 湯匙油炒香培根、大蒜、洋蔥丁,加入紅蘿蔔丁、西芹丁、絞肉、紅酒再加入蕃茄丁、蕃茄配司、蕃茄醬及 3 杯水、月桂葉、鹽、香料,慢火煮 30 分鐘。
- 2. 熱水鍋將義大利麵放入煮熟,煮熟麵條與肉醬稍炒過,盛盤,撒上巴西利、乳酪粉。

活動歷程:

「義大利肉麵醬」與中式炒麵的作法與口味上,有不同的變化。老師使用的麵身 是義大利麵的專用麵條,硬度不一,越硬越是代表煮過後的彈性不同。材料也都是 西式料理的食材,例如月桂葉、巴西利等,學員們邊看老師示範,邊紛紛發問哪裡 可以買這些材料,學員與老師的互動非常和諧、活潑

標準食譜卡

Dish Title 菜名:糯米腸 Date 日期:96年9月23日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
腸衣	1	束		
糯米	1	斤	W ST ST	
花生	4	兩		
油紅蔥頭	90	油克		
蝦米	10	克		
水	150	克		
鹽	ĬŽ	量		

METHOD

製作方法:

- 1. 花生泡鹽水後冷凍,煮約1小時至軟,備用。
- 2. 腸衣洗淨泡水,糯米泡熱水 2 小時,瀝乾,備用。
- 3. 取一炒鍋加入油,炒紅蔥頭末至黃,取出。
- 4. 再炒蝦米末、糯米、鹽、水,待水稍收乾即可取出放涼。
- 5.20 公分長腸衣套漏斗上,將炒半熟之糯米灌入,每條重約 75-80 公克,以 70℃溫水定型。
- 6. 加水蓋過加少許鹽,約45分鐘蒸熟。

備註:1. 糯米灌入約7分滿(太滿蒸時易爆開)

2. 電鍋外鍋 1.5 杯水,蒸熟。

活動歷程:

「糯米腸」則是我們台灣道地的小吃。老師在示範前先與學員講解作法與注意事項,每段糯米腸的最佳等距,是以自己的大拇指與中指張開的距離為準,並叮嚀學員糯米腸要蒸的時候,必須要加水蓋過米腸,並要加少許鹽,如此更使糯米腸增添 風味。沒想到看似簡單的糯米腸,有這麼重要的美味小方法。

標準食譜卡

Dish Title 菜名: 芒果奶酪 Date 日期: 96 年 9 月 23 日

Ingredients	Qty	UNIT	照	片
材料	數量	單位		
光泉鮮奶	1	瓶		
吉利丁片	7	片		
細砂糖	100	克		
全班量芒果醬汁				
進口芒果泥	500	克		
糖	225	克		
玉米粉	15	克		
水	600	克		

METHOD

製作方法:

- 1. 吉利丁片泡冰冷開水至柔軟。
- 2. 鮮奶與糖隔水加熱至糖溶解。
- 3. 吉利丁片瀝乾水分,與2料混合,裝至玻璃杯或模中,冷藏使凝固。
- 4. 取適量水與玉米粉先調成粉水備用。
- 5. 剩下的水煮沸,加入糖、芒果泥,再以玉米粉水芍芡即為芒果醬汁淋於奶酪上。

活動歷程:

「芒果奶酪」在許多連鎖咖啡店、點心坊都有看到,其單價還不低呢!現在,老師就要教導大家如何做出高貴不貴、香甜冰鎮的奶酪囉。當老師講解材料時,學員們大呼「好簡單喔,外面怎麼賣這麼貴」,所以,上老師的烹飪課絕對可以學到許多工夫,自己親手做衛生又美味。一起前來上課的小朋友也幫起媽媽裝冰塊、攪拌。當奶酪冰鎮後,就可以倒入式先煮好的芒果醬汁淋於上頭,濃郁的奶酪與香甜的芒果,真是絕佳組合。學員們反應在家做給小朋友吃,經濟又衛生,而且還可以自行搭配不同水果喔,創造不同風味。

伍、結論

外籍配偶烹飪班與電腦班剛結束不到二個月,其中有一位學員已因為參與了外籍配偶烹飪班,而學會了客家美食碗粿的製作,目前假日正在六堆客家園區開設小吃店,這是本研究最大的成果之一。以下為學員傳送之訊息「鳳嬌老師您好:好久不見、老師您好嗎?我是今年暑假期間到屏科大參加客家小吃研習營的學員 邱智美。在這感謝鳳嬌老師讓我有機會到屏科大學到非常美味的客家小吃及西式美食!也在一個偶然機會下幸運的在六堆客家文化園區設一個客家美食攤位賣的正是在屏科大所學最後一天成果展做的《客家碗粿》。

如果老師沒有開放名額給我們,今天我就沒那麼幸運可以展現所學。在那段課程學習期間兩位老師風趣的教學、用心的指導我們,有問必答讓我們的技藝精進良多。學員們之間相處的非常融洽,鳳嬌老師不知明年還有機會到屏科大學習地方料理課程嗎?

歡迎鳳嬌老師星期六、日到※六堆客家文化園區※參觀,看看學生表現 給我打個分數。

鳳嬌老師 謝謝您! |

在整理研究成果時,看到活動歷程中有許多的照片與影片,過去與新移民女性 共同上課互動的情形歷歷如現,她們對上課的認真努力,真是風雨無阻,令人感動! 她們對烹飪課程的熟練與投入,認真記下中西餐教師處理歷程的每一小叮嚀,大口 地品嚐我們共同的作品小吃,令人讚嘆與佩服!

研究者的心得與感想

在整個課程歷程中,研究者都儘可能與外籍配偶一起參與電腦與烹飪課程,說實在的,進入屏東科技大學服務已超過十年時間,個人都從來沒有進去餐飲系的烹飪教室,此次有幸陪著外籍配偶參與台灣小吃的烹飪製作,歷程中充滿了許多的汗水,體認到飲食製作的辛苦,但在此歷程中,兩位中西餐老師上課中的幽默,以及外籍媽媽們的熱情與溫暖,我們共同營造的溫馨氣氛,更是令個人感滴在心,久久難以忘懷的!在成果展中,我們所製作的兼具色、香、味的美艷且令人垂涎的點心,可以從客家電視台與公共電視報導中美麗的畫面中顯現;在烹飪製作的歷程中,我們有共同的努力,有共同的期待,我們有共同成長的喜悅,這種的心情可以從姐妹們有共同的努力,有共同的期待,我們有共同成長的喜悅,這種的心情可以從姐妹們在最後一次課程中,每個人都展現那種依依不捨的情誼所感動,我們更約好了辦同學會的時間,希望再有機會與大夥們一起再相聚。

此次的研究成果展現,已呈現本計劃所進行的大部分內容資料,另外,藉由本計劃的進行,研究者所指導的兩位研究生也蒐集了兩篇碩士論文資料,一篇為「外籍配偶增能學習方案之研究--以電腦資訊行為為例」,另一篇「客籍新移民女性的自我形象塑造」,期待此二篇論文能順利完成,帶給我們更豐碩的研究成果。

參考資料

- 丁仁方(2002)。全球化與新地方主義。取自:
 - http://www.npf.org.tw/publication/ia/091/ia-c-091-234.htm
- 內政部(2003c)。 提供外籍及大陸配偶人身安全保護措施資料。 臺北:內政部 ,未出版。
- 內政部,2003,<外籍與大陸配偶照顧輔導政策及實施方案(草案)專案報告>。台北: 內政部。
- 內政部 (2004a)。 社會福利政策綱領。 臺北: 內政部。
- 內政部 (2004b)。 婦女福利政策綱領。 臺北:內政部。
- 內政部兒童局(2004)。**外籍與大陸配偶照顧輔導措施辦理情形第三次檢討會議報告。**臺中:內政部兒童局。
- 王永慈(2001)。「社會排除」:貧窮概念的再詮釋。社區發展季刊,95,72-84。
- 古允文、詹宜璋(1998)。臺灣地區老人經濟安全與年金政策:社會排除觀點初探。人文及社會科學集刊,10(2),191-225。
- 江亮演、陳燕禎、黃稚純(2004)。大陸與外籍配偶生活調適之探討。**社區發展** 季刊,105,66-90。
- 林維言 (2004)。臺灣地區東南亞女性外籍配偶之社會福利需求初探。臺北,未 出版。
- 邱汝娜、林維言(2004)。邁向多元與包容的社會-談現階段外籍與大陸配偶的照 顧輔導措施。社區發展季刊,105,6-19。
- 屏東縣政府客家事務局(2006)。六堆移墾史。取自:http://hakka.pthg.gov.tw/ 夏曉鵑(2003)。實踐式研究的在地實踐:以『外籍新娘識字班』為例。台灣社 會研究季刊,39,45~92。
- 徐偉傑(2004)。全球在地化:理解全球化的一條路徑。取自
 - http://www.scu.edu.tw/society/journal/
- 翁毓秀 (2004)。外籍配偶家庭服務。社區發展季刊,105,109-115。
- 陳其南 (1995)。**社區總體營造與文化產業發展**。『文化·產業』研討會暨社區總 體營造中日交流展論文集,文建會。
- 陳其南 (1996)。『社區總體營造』與『生程學習』。台北,文建會。
- 陳其南 (1998)。社區總體營造的永續發展策略。社教資料雜誌,241,5-7。
- 陳嘉誠 (2001)。**臺灣地區外籍新娘幸福感之探討**。高雄醫學大學研究所碩士論 文,高雄。
- 曾秀珠(2004)。 外籍配偶教育課程規劃之芻議。社區發展季刊,105,227-234。
- 曾梓峰(1997)。「社區總體營造」政策暨社會效益研究。行政院文化建設委員會。
- 葉肅科 (2004)。外籍配偶家庭:社會資本與社會凝聚力初探。**社區發展季刊,** 105,133-149。

- 彭欽清,2003,《公視「客家新聞雜誌」節目內容表現方式與觀眾評價之研究》。台北: 公共電視出版。
- 廖雪貞(2003)。跨國臺灣媳婦的婚姻。女宣雜誌,344。
- 廖正宏,1985,《人口遷移》。台北:三民書局。
- 蔣玉嬋 (2003)。地方文化產業營造與社區發展。社區發展季刊,107,241-253。
- 鄭予靜(2003)。新臺灣媳婦:外籍新娘跨國婚姻的省思。扶幼e季刊,127。
- 第三條路:社會民主的更新 鄭武國(譯)(1999)。臺北市:聯經出版公司。
- 蕭昭娟(2000)。**國際遷移之調適研究:以彰化縣社頭鄉外籍新娘為例。**國立臺灣師範大學地理研究所碩士論文,未出版,台北。
- 蕭新煌主編,2004,《台灣與東南亞—南向政策與越南新娘》。台北:中央研究院亞太區 域研究專題中心。
- 賴兩陽 (2004)。全球化、在地化與社區工作。社區發展季刊,107,120-133。
- 薛誠泰、林慧芬(2003)。台灣家庭變遷—外籍新娘現象。國家政策論壇。
- 謝愛齡(2004)。**外籍配偶現況及相關需求調查報告**。外籍配偶增加對社會教育 的影響及因應對策研討會,未出版。
- 鍾鳳嬌、王國川(2004)。外籍配偶子女的語文、心智能力發展與學習狀況調查研究。**教育學刊,23**,231-258。
- 鍾鳳嬌(2005)。**美濃地區外籍配偶生活需求與生活適應壓力之研究**。美濃文化 造鎮社會福利組成果報告,未出版。
- 鍾鳳嬌、王國川、陳永朗(2006)。屏東地區外籍與本國及配偶子女在語文、心智能力發展與學習行為之比較研究—探析家庭背景的影響。**教育心理學報,37**(4),411-429。
- Capraro, J. F. (2004). Community Organizing + Community Development = Community Transformation. *Journal of Urban Affairs*, 26(2), 151-161.
- Gibaud-Wallston, J., & Wandersman, L.P. (1978). Development and utility of the Parenting Sense of Competence Scale. Paper presented at the American Psychological Association.
- Gilliam, W. S., Ripple, C.H., Zigler, E.F., & Leiter, V. (2000). Evaluation Child and family demonstration initiatives: Lessons from the comprehensive child development program. *Early Childhood Research Quarterly*, 15, 41-59.
- Goodson, B. D., Layzer, J.I., St. Pierre, R.G., Bernstein, L. S., & Lopez, M. (2000). Effectiveness of a comprehensive, five-year family support program for low-income children and their families: findings from the comprehensive child development program. *Early Childhood Research Quarterly*, 15, 5-39.
- Hancock, T. B., Kaiser, A. P., & Delaney, E. M. (2002). Teaching parents of preschoolers at high risk. *Topics in Early Childhood Special Education*, 22(4), 1-3.
- Huebner, C. E. (2000). Community-based support for preschool readiness among children in poverty. Journal of Education for Students Placed at Risk, 15, 1-24.
- Nursing Child Assessment Satellite Traning, 1994. NCAST Caregiver/Parent-Child Interaction Teaching

- Manual, NCAST Publications, University of Washington, School of Nursing, Seattle, WA.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London, Sage.
- Silka, L., & Tip, J. (1994). Empowering the silent banks: The Southeast Asian experience. *American Journal of community Psychology*, 22, 497-527.
- Touliatos, J., Perlmutter, B. F., & Holden, G. W. (2001). *Handbook of family measurement techniques* (Vol. 2): Thousand Oaks, CA: Sage.
- Van Tuijl, C., Leseman, P. P. M, Rispens, J. (2001). Efficacy of an intensive home-based educational intervention programme for 4- to 6-year-old ethnic minority children in the Netherlands. . *International Journal of Behavioral Development 25*, 148-159.
- Wagner, M., Spiker, D., & Linn, M.I. (2002). The effectiveness of the parents as teachers program with low-income parents and children. *Topics in Early Childhood Special Education*, 22, 1-26.

附錄一

國立屏東科技大學「外籍配偶生活適應班」招生簡章

補助單位:行政院客家委員會訓練單位:國立屏東科技大學

課程名稱	外籍配偶電腦教學與餐飲訓練專班
招訓對象	東南亞籍暨大陸外籍配偶
預定上課 日期、時間	2007年6月11日~9月2日
	 報名方式:請兒童將報名回條繳交給國小級任導師 預定上課地點: 國立屏東科技大學綜合大樓 備註:若有需要,可提供志工協助臨時照顧小孩。
報名時間	即日起至96年6月4日止
報名費用 及優惠	免全免費,報名後錄取,第一次上課時需繳交300元保證金。 註:每梯次缺課未超過三次者,保證金全額退還!
報名方式	 報名資料:報名表、兩吋照片1張 親自報名:請攜帶上述資料, 通訊報名:屏東縣內埔鄉老埤村學府路1號 <技術與職業教育研究所>鍾鳳嬌教授 收
洽詢方式 網址	聯絡人: 林苑平 助理 聯絡電話:(08)770-3202分機7483 E-mail: <u>jerbor@ms29.url.com.tw</u>
課程內容大綱	 (1)電腦輔助中文學習: 電腦的認識、鍵盤與滑鼠的應用、輸入法的熟悉、網際網路的操作、善用電子信箱吸收新知、word 的使用。 (2)餐飲訓練課程: 肉燥飯、韭菜盒、香菇肉羹、麻糬、碗粿酥皮濃湯-焗海鮮螺絲麵義大利內醬麵、比薩、印度春捲、墨西哥捲、水煎包、蚵仔麵線、肉圓、豆花、蘿蔔糕、養生饅頭糯米腸、芒果乳酪。
上課時數	全期 88 小時
注意事項	 上課期間若缺席時數累積達總時數 1/3 者,不發給結訓證明書。其研習時數即為實際上課時數。 電腦輔助學習班上課時間:晚間。 餐飲訓練課程上課時間:週六下午~週日整天。

節數 課程規	課名	學習重點
劃		
- 6/11	認識生活上的好幫手:電腦	本課程內容說明,瞭解
(-)		電腦在家庭、小孩、工
		作與生活等學習領域之
		應用。
= 6/13	與電腦的第一類接觸	認識電腦硬體設備,開
(三)		機關機操作,軟體硬體
		介紹,作業系統介紹(如
		何分辨作業系統的版
		本),滑鼠介紹及操作。
\equiv 6/18	當電腦的主人—(1)windows 的基本	認識 windows 的視窗軟
(-)	操作	體的操作介面。
四 6/20	(2)windows 的進階	工具列的使用、檔案管
(三)	操作	理的應用與操作。
五 6/25	(3) 滑鼠的基本操作	滑鼠左右鍵的功能。
(-)		
六 6/27	千里E線牽一 (1)網際網路的認識	網際網路的基本介紹。
(三)		
七7/2(一)	(2)利用 IE 搜尋資源	常用瀏覽器與可用資源
		的介紹。
八7/4(三)	不按電鈴的郵差—(1)電子郵件 I	設定一個自己的信箱。
九7/9(一)	(2)電子郵件Ⅱ	信件轉寄、附加檔案的
		使用以及收發信件。
+ 7/11	Word 萬事通 I — (1) word 的基本認	認識 word 的操作介面。
(三)	識	
+-	(2)鍵盤的基本認識	認識與介紹鍵盤的使用

7/16 (-)		功能。
十二	(3)輸入法的介紹 I	講解輸入法的使用。
7/18 (三)		
十三	(4)輸入法的介紹Ⅱ	熟悉鍵盤與輸入法的應
7/23 (-)		用。
十四	(5) 輸入法的應用	實際操作與演練。
7/25 (三)		
十五	(6)圖片與背景美化	能插入圖片與背景改
7/30 (-)		變。
十六	(7) 小成果:自我介紹	設計一自我檔案。
8/1 (三)		
ナセ	Word 萬事通Ⅱ—(1)編輯文字	使用文字藝術師
8/6 (-)		
十八	(2)編輯圖片	能改變圖片的顯示。
8/8 (三)		
十九	(3) 設計菜單	自己設計拿手菜菜單。
8/13 (-)		
二十	成果展	
8/15 (三)		

客委會外籍配偶地方小吃訓練班課程表								
週次	時 間	星期日						
- 8月26日	8:30~12:30	西式蒜香炒飯、 奶油玉米濃湯						
	13:00~17:00	法式烤春雞、 馬鈴薯沙拉、 芒果蘆荀鮮蝦盅						
二 9月2日	8:30~12:30	肉燥飯、韮菜盒						
2 71 Z H	13:00~17:00	麻糬、碗粿						
三 9月9日	8:30~12:30	水煎包、蚵仔麵線						
) // J H	13:00~17:00	蘿蔔糕、養生饅頭						
四 0 月 16 円	8:30~12:30	香菇肉羹、糯米包						
9月16日	13:00~17:00	肉圓、豆花						
五 9月23日	8:30~12:30	比薩、 義大利肉醬麵						
	13:00~17:00	粫米腸、芒果奶酪						
六 9月30日	8:30~12:30	綜合練習						
2),1 30 H	13:00~17:00	結訓 成果展						

附錄二

國立屏東科技大學「外籍配偶生活適應班」 招生報名表

補助單位:行政院客家委員會 訓練單位:國立屏東科技大學

姓		名					來	台	ì	日	期		— Bi	8月黏貼
國		籍					學				歷			
出	生日	期	: 西	元	年	月	1	日						
聯	絡	電	話	(家):			(-	手機)):					
配	偶	姓	名					配偶	職	業			電話	
聯	絡	地	址											
語	文	程	度	中文: 客家話台語:	: []	會聽會聽	□會			皆/	會 不會			
家	庭	狀	况		家裡 有 目前 有		作					家裡 沒有 電腦[目前 沒有 在工作		

註:本報名表可影印使用

附錄三

外籍暨大陸配偶生活適應班電腦教學班

	姓名	簽到	缺席原因	備註
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				

附錄四

客家文化電腦課教材

住在六堆的內埔鄉,你對內埔與客家文

化的認識有多少呢?

1. 六堆客家文化網:

http://haka.pthg.gov.tw/culture/index01.htm

2.屏東縣客家文物館:

http://haka.pthg.gov.tw/library/index.htm

3. 六堆客家鄉十文化資訊網:

http://liouduai.tacocity.com.tw/

4.六堆兒童:

http://haka.pthg.gov.tw/child/index.htm

苑平的私房菜



理t、P、XTV PXT、3Y/PXV·ht -/ hx 55% XTV·ht T-4V/F5/ 這是我最拿手的一道菜,我的小孩

很喜歡吃,他的作法如下:

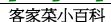
材料:

- 1.三層豬肉 1 斤、蒜頭 2 兩、米酒 1 杯、高麗菜半顆、冬瓜半斤(右堆美濃)。
- 2.三層豬肉 1 斤,蔥頭 3 兩,米酒 1 瓶,醬油 5 湯匙,糖 3 茶匙(左堆)。 作法 1:

美濃的客家人,只有在逢年過節時,才會準備這道菜,因爲它必須用細火慢燉, 且要有專人在一旁等候,否則一旦水乾燒焦,整鍋肉都會報銷。首先把三層肉或 雞肉放入油鍋稍微炸過(有些人是用煎的),待表面成了金黃色即可熄火,找一只 大鍋,放入煎好(或炸好)的肉,再加入酒、蒜頭等調味料一起煮。待水滾後,火 轉小。大約半小時之後,放入多瓜、高麗菜或木瓜等蔬果,繼續燉煮 2~3 小時。 上述蔬果宜切成 10 公分之大塊,方才耐煮,且肉類需壓上方,以便吸收肉之香 氣及精華。煮好之冬瓜封、高麗菜封、木瓜封香味噴鼻,今人食指大動。

作法 2:

<u>先將蔥頭爆香後,將爆香之醬料放入鍋內,豬肉先燙熱,並放入鍋內,並加入醬油及糖,以慢火細燉約3小時,至豬肉出現暗紅色止,此時皮紅且爛,肥肉入口即化。</u>



客家菜以鹹、香、肥著稱,其實老一輩的客家人也不是天生就講究吃的美味, 而是生活在窮苦的環境中,菜要夠鹹才好配飯,當然囉!不是什麼好美味要下肚 也太委屈自己,所以呢?就在料理上下功夫,將一般的食材,經過多道程序料理 出香噴噴的佳餚,也算是窮人家的自我滿意識足吧!

比如說最有名的客家筍悶肉這道菜;要拜拜宴客的一早到菜市場買回新鮮豬肉,隨即下鍋油炸,約八分熟則放入滷汁悶滷使其入味,客人到時再放入蒸籠將香味逼出後才上桌,光是不起眼的一道菜就夠麻煩了吧!小時候的印象還須客人吃飽走後,才能躲在廚房吃剩下的菜餚,很不可思議吧。

至於爲什麼客家菜讓人家感覺較肥呢?那是因爲老一輩的客家人是非常勤儉持家的,只有初一與十五拜土地公才會買豬內吃,一個月當中有 28 天是吃素的,所以呢?炒菜一定要炒肥點,一來補充油脂,二來滿足一下口感,安慰一下窮苦的心酸。

不過呢?現今的客家人飲食已經進步很多,來北埔旅遊您不用擔心客家菜太 肥會發胖,隨著時代的變遷,客家人也改變了飲食的方式,保證您吃到的客家菜 不會太鹹,好吃客家風味道地又不油膩喔!

以上摘錄自魏文彬編著之「認識北埔,感覺客家」,圖廖美蓮提供。

資料來源:http://www.beipu.org.tw/132.htm



附錄五

外籍暨大陸配偶職業訓練之電腦學習初期調查問卷

親	爱	的	學	昌	:
7170	2	~ ,	-1	ノヾ	

您好!這是一份學術性的研究問卷,目的是想了解您在學習和使用電腦的態度。 您所填答的資料,對本資料非常重要,對教師對未來課程的設計有很大的幫助, 本調查資料絕對保密,請放心填答,您寶貴意見對本研究極為重要,在此衷心的 期望您撥空填答,期盼您能仔細填答每一項問題,衷心感謝您的協助與支持。

國立屏東科技大學技術與職業教育研究所

計畫主持人 : 鍾鳳嬌 博士

助 理:林苑平

連絡電話:(08)770-9202#7483

一、基本資料 (一)個人背景	
1. 姓名:	
2. 年齡: 西元年月日	
3. 教育程度:□小學 □國中 □高中(職) □大學	□研究所以上
4. 來台前,有無工作?□有(從事) []沒有
(台灣本地者請跳答第5題)	
5. 目前有無工作?□有(從事)沒有
6. 子女數:	
□2個:/歲;/ 年級	
□3個: / / 歲; / / 年級	
□4個以上: / / 歲; / /	/ 年級

7. 婚姻狀況: □已婚 □ 單親
8. 配偶職業:
9. 配偶年齡: 25 歲以下 26~30 歲 31~35 歲
□36~40 歲 □41 歲以上
(二)家庭資源及相關因素
1. 您家中有電腦嗎?□有 □沒有
2. 在上課前,您家裡有電腦書籍或雜誌嗎?
3. 您家裡有其他人會使用電腦嗎?
□有 (□先生 □小孩 □其他人)
□沒有
4. 您家人使用電腦是為了?
5. 您家人對您學習電腦的意見為何?
6. 您覺得學電腦可以促進您跟孩子的互動嗎?
7. 您覺得學電腦可以打發在家中的時間嗎?
8. 您是因為上課地點近,所以才選擇來屏東科技大學上課的嗎?
(三)電腦學習經驗
1. 這是您第一次使用電腦嗎?□是 □不是
2. 您是否曾上過電腦課?
3. 您是在自己國家學電腦的嗎?□是 □ 不是
4. 您過去學習電腦的時間有多久?
□1個月以內 □1~6個月以內 □一年以內 □一年以上
5. 目前您每天花多少時間使用電腦(上課時間除外)?
□少於1小時 □1~2小時 □2~3小時 □4小時以上

(四)工作因素
1. 您從事的工作是否需要使用電腦?
2. 您參加本梯次電腦課程,主要是受誰的影響?
□自己想學 □鄰居 □同國籍朋友 □同事 □家人 □其他(請寫
出)
3. 您覺得學電腦可以幫助您更容易找到工作嗎? □ 可以 □ 不可以
4. 您覺得學電腦可幫助您找到工作職缺的資訊嗎?□可以 □不可以

附錄六

外籍暨大陸配偶職業訓練之電腦學習期末調查問卷

介箱宣入陸即附城系訓練之电脑字百期不嗣旦问 卷
親愛的學員:
您好!這是一份學術性的研究問卷,目的是想了解您在學習後對電腦使用上態度
與感想。您所填答的資料,對本研究非常重要,對教師在未來的課程設計上有極
大的幫助,所以期盼您撥空填答,依本身實際情況詳實作答。您填答的資料,僅
止於研究用途。本調查資料絕對保密,請放心填答,您的協助,可使本研究更加
詳盡完善。十分感謝您的合作。再度感謝您的協助與支持。
國立屏東科技大學技術與職業教育研究所
計畫主持人 : 鍾鳳嬌 博士
助 理:林苑平
連絡電話:(08) 770-3202#7483
(一)家庭資源及相關因素
1. 您家中有電腦嗎?□有 □沒有
2. 在上過課後,您家裡有因此採買相關電腦書籍或雜誌嗎? 有 沒有
3. 在上過課後,您家裡有因此採買電腦或週邊產品(如隨身碟、磁片、數位相機等)嗎?
□有 □沒有
4. 您家人對於您上課內容感興趣嗎?
5. 您家人會因此跟你討論電腦相關知識嗎?
6. 在上過課後,您跟你的小孩有因此增進你們的互動嗎?
□有 □沒有(請跳第9題)
7. 在上了過課後,您跟您的小孩在聊天的話題中,有因此增加電腦這個話題嗎?
沒有

10. 如果會,您覺得有增進夫妻間的感情嗎?	
11. 如果會,假如先生有空,您會想和先生一起來上課嗎?	不會
12. 學電腦後, 您在家中的時間有比較好打發嗎?	
□有 □沒有,是因為	
13. 屏科大的位置適中,是您持續來上課的主因嗎?	
(二) 人際互動	
1. 您來上電腦課,有因此認識很多朋友嗎? □ 有 □ 沒有	
2. 您有使用電子信件和朋友聯絡嗎?	
3. 您會轉寄您覺得不錯的文章給朋友嗎?	
4. 您覺得從網路上得知的新知,有助於增進您和朋友的討論話題嗎?	
□	沒有
5. 您覺得各國朋友一起學習電腦,有助於你對其他國家文化的認識嗎?	?
□	沒有
6. 每次上完電腦課後,您還有再跟其他學員保持聯絡嗎?	「 □沒有
7. 遇到上課不懂的問題,您會找跟自己同國籍的學員問嗎?	↑ □不會
8. 您會使用其他通訊軟體(如 msn、QQ)和家人或朋友聯絡嗎? □ 會	不會
9. 您覺得來上電腦課後,有助於您對台灣的了解嗎?	「 □沒有
10. 您覺得來上電腦課後,有助於您對客家文化的了解嗎?	「 □沒有
11. 您覺得來上課後,對您的生活有影響嗎。	「 □沒有
12. 如果有機會再開班,您會只想和同一國籍的學員一起上課嗎?	
□會 □不會(因為)
13. 上過電腦課後,您會因此想嘗試和網路上不認識的人認識嗎? [] 會	↑ □不會
(三)電腦使用態度	

		非常不同	不同	無意	同	非常同
	我喜歡電腦	意	意	見 🗆	意	意
	我不會想從事有關電腦的工作					
	利用電腦來工作,是很有趣的		Ц	Ц	Ц	Ц
	電腦太複雜了,我寧可用人工作業		Н			
5. <i>‡</i>	我對上電腦課一點都不煩惱			Ш	Ш	
6. 4	我希望擁有自己的電腦					
7. ′	當我想到要上電腦課時,我的心情就開始沈重起來					
8	我會盡量避免選擇需要操作電腦的工作					
	我覺得會使用電腦只有好處,沒有壞處					
10. ;	先生和我喜歡的電腦相關議題有出入	Ш	Ш	Ш	Ш	Ш
11. ‡	我喜歡和先生一起討論電腦相關問題的感覺					
12.	操作電腦時,我會很緊張					
13.	我相信我有能力從事和電腦相關的工作					
14.	我認為我無法把有關電腦的工作做好					
15. ′	電腦讓我覺得不舒服					
16.4	使用電腦對我來說非常困難					
17. ‡	操作電腦讓我心情愉快					
18.	我認為我無法應付電腦的課程					
19.	我在電腦教室感到不自在和困惑					
20	每當我操練上課內容,我有自信可以完成					
21. ‡	我對電腦一點都不害怕			П		
22.	會操作電腦讓我覺得自己很先進					
23.	有電腦在家,我不用擔心曾經看過的資料找不到					
24. ′	電腦就像一本工具書,能即時解決我的困擾					
25. 7	討論電腦話題,會讓我覺得我跟別人很不一樣					
26.1	使用電腦會太浪費時間					
	我認為使用電腦可以節省時間和工作量	\Box	\Box	\exists	\Box	
	我會利用電腦找生活資訊					
29. l	因為有電腦,使我的知識能跟上時代潮流					
30	如果有機會,我會把電腦知識運用在工作上					
31. ′	電腦使我更有創造力					
	學會電腦,會增加我工作的機會					

33.學會電腦,會增加我與別人互動的機會 34.學會電腦,會增加我參與當地活動的機會 35.學會電腦,會使我獲得許多資訊			
36.小孩問我電腦問題,我可以回答,讓我很有成就感 37.先生電腦通常會比妻子好 38.看家人用電腦很起勁,我也會想知道 39.操作電腦時,我不會想起家裡還有家務尚未完成 40.在家使用電腦,我總是會忍不住分心於家務			
41.每次上完課,先生會問我學了什麼 42.上完課後,先生會要我教他老師上課的內容 43.先生會拿我上課的講義去看 44.親戚會和我討論 45.親戚不贊成我去上電腦課			
46.我用電腦時,小孩會主動過來問我在做什麼 47.小孩會教我如何使用電腦 48.小孩會問我電腦問題 49.先生懂電腦但不太願意教我 50.藉由網路,家裡可以減少購買小孩的參考書籍			
51.因為家庭經濟考量,所以我暫時不考慮擁有電腦 52.因為孩子教育考量,所以我暫時不考慮擁有電腦 53.因為我擔心我會過渡使用,所以我暫時不考慮買電腦 54.家裡有電腦,我覺得和都市生活差距縮小 55.先生不會過問我的上課內容			
一、性別 月 女 一、孩子數 1個 2個 3個	4個以上		
三、教育程度 □ 國中以下 □ 高中職 □ 專科 □ 國籍 □ 台灣籍 □ 非台灣籍 □ 大每週除了電腦課外,使用電腦的時間	 研究所		

附錄七 **訪談紀錄表**

受訪者編號:	
日期:	
時間:	
地點:	
訪談過程紀要	
觀察及特殊狀況	
心得感受與反思	
其他註記事項	

附錄八

訪談問題大綱摘要

- 1.為何要參加此餐飲訓練課程?
- 2.從課程內容中,您最喜歡哪次的尚可內容?
- 3.就外籍配偶餐飲基礎課來說,您覺得課程安排適當嗎?
- 4.根據您個人在學習此教材時,有沒有困難?哪課最難?那課最易?
- 5.您對上課內容有何意見?
- 6.您對老師上課方式有何意見?
- 7. 您對教學設備有何意見?
- 8. 您喜歡和不同國籍的朋友一起上課嗎?如果不喜歡,妳覺得哪種方式好?
- 9.您覺得班上學習氣氛如何?
- 10. 参加此訓練班,對您未來工作的幫助?
- 11.未來如果有進行類似課程,妳希望有哪些課程?
- 12.妳會像你的朋友推薦相似的課程嗎?

附錄九

屏東科技大學客家文化產業研究所採訪通知

「日久他鄉是故鄉」外籍配偶在客家! 中西餐創意料理與客家口味的相遇

行政院客家委員會指導,屏東科技大學客家文化產業研究所鍾鳳嬌教授 主持之「建構溫馨社區家園:以內埔外籍配偶家庭為例」計畫,目的在於外 籍配偶社會融入的適應力有賴於社會網絡的支持,在社區資源的介入下,協 助外籍配偶生活技能的拓展,培養工作競爭力,並進而能改善家庭經濟狀況。

本次參與活動之外籍配偶分別來自於印尼、越南、菲律賓及大陸,在內埔地區生活已超過10年餘,跨國婚姻的盛行,使得外籍配偶成為台灣第五大族群。本活動一方面是將台灣地方小吃與西餐創意料理做結合,融合中西餐與客家料理,並對客家傳統飲食口味進行改良,考量健康概念,去除「肥、鹹」口感,朝精緻化美食發展,成為客家飲食的新產業;另一方面,並積極鼓勵新移民女性朝向創意料理的飲食創業方向努力,以營造溫馨內埔社區家園。

敬邀各界蒞臨採訪,親自體驗客家創意料理的嶄新形象,聆聽客家產業 的繽紛故事!

附錄十

「外籍配偶生活適應班」餐飲烹飪成果展

• 活動時間: 96 年 9 月 30 日(星期日) 14:00~15:30

•活動地點:國立屏東科技大學(屏東縣內埔鄉學府路老埤村1號)

家政館 HE105 教室 (和平路)

• 活動流程:

9月30日(日)												
時間	活動項目	活動內容	備註									
13:30~14:00		貴賓簽到										
14:00~14:10		主持人引言 介紹與會貴賓	計畫及客家特色產業 現場來賓介紹									
14:10~14:25		長官致詞										
14:25~14:40	成果展	師長致詞										
14:40~15:00		學員心得分享										
15:00~15:30		創意美食品嚐 現場交流 開放採訪										

屏東科技大學客家文化產業研究所 敬邀採訪

*聯絡人:

屏東科技大學客家文化產業研究所 鍾鳳嬌教授 (08) 7703202 轉 7483/0963-026709

附錄十一

「外籍配偶生活適應班」餐飲烹飪成果展 新聞稿

09, 26, 2007

國立屏東科技大學客家文化產業研究所即將於96年9月30日(星期日)於下午二時,本校家政館將舉行「外籍配偶生活適應班—餐飲烹飪成果展」,展現內埔客家社區外籍配偶的創意料理。該次飲食烹飪成果展由行政院客家委員會指導,屏東科技大學客家文化產業研究所鍾鳳嬌教授主持的計畫,結合本校餐旅系之資源,聘用中西知名廚藝專家—洪志鴻教授與陳淑瑾教授擔任講師,欲使內埔客家地方特色與學校資源相互結合,提供外籍配偶支持性與增能性的服務方案。

本次參與活動之外籍配偶分別來自於印尼、越南、菲律賓及大陸,在內埔地區生活已超過10年餘。跨國婚姻的盛行,使得外籍配偶成為台灣第五大族群,外籍配偶社會融入的適應力有賴於社會網絡的支持,在社區資源的介入下,協助外籍配偶生活技能的拓展,培養工作競爭力,並進而能改善家庭經濟狀況。本活動一方面是將台灣地方小吃與西餐創意料理做結合,融合中西餐與客家料理,並對客家傳統飲食口味進行改良,考察健康概念,去除「肥、鹹」口感,朝精緻化美食發展,成為客家飲食的新產業;另一方面,並積極鼓勵新移民女性朝向創意料理的飲食創業方向努力,以營造溫馨內埔社區家園。本課程至今已進行了48小時,新移民女性學員們將展示連月來學習的各項創意料理烹調技藝,欲促使其在工作技能與自我成長的實踐。

<子計畫三>

六堆客家聚落形成與發展之研究: 以內埔鄉客庄為例

執行單位:國立屏東科技大學客家文化產業研究所

計畫主持人: 杜奉賢 副教授

B 錄

第	; —	章	慈	者言	侖		•••	•••	•••	•••	• • •	• • •	••	••	•••	••	•••	•••	••	• • •	• • •	•••	••	• •	• • •	••	• •	• • •	••	••	•••	• •	•••	••	••	••	•••	•••	369
	第	_	節	•			研	究	緣	夫	길.																		•							•			369
	第	二	節	•			相	關	經	験	石	开:	究					•						•															369
	第	三	節	•			研	究	範	屋	自	勺	界	定										•		•					•			•		•		•	372
第	=	章	移	赵士	隹坫	也日	區P	勾步	甫	庄	的	鋫	杜	石	38	0																							
	第	_	節	•	客	家	人	入	墾	前	了白	勺	內	埔	封	<u>b</u> [品	:	•																	•			380
	第	二	節	•	客	家	人	移	民	٧,	3	艮	內	埔	地	<u>b</u> [品	•				•		•		•			•		•		. •			•		•	382
第	三	.章	•	內	埔	庄	聚	落	的	与参	ě š	悉			38	8																							
	第	_	節	•	人	口	變	遷																							•					•		•	388
	第	二	節	•	聚	落	的	變	遷													•							•					•		•		•	394
	第	Ξ	節	•	交	通	•	產	業	•	ž	۲	化	於	爾	(-)	展	•																		•			399

第一章 緒論

第一節、 研究緣起

1980 年代以來,客家運動風起雲湧,客家研究也形成一股風潮。到了 2001 年行政院客家委員會正式成立,開始了制度化的推動客家研究,在北部各大學陸續成立客家研究的學術單位之後,本校在客家委員會的支持下,於 2005 年成立客家產業研究中心,客家文化產業研究所也於今年(2006)開始招收第一屆研究生。

由於地緣關係,本校所在地的內埔鄉正是南台灣六堆客家的政治、商業與文教中心,本校客家研究,正是以內埔為起點,推動客家產業的研究與發展。

第二節、 相關經驗研究

以客家議題為主軸之研究,首推羅香林《客家研究導論》一書,此書出版於1933年(1992年始於台灣發行),對於客家研究之發端、客家之源流、分佈、自然環境、文教等,多所觀察論述,書中關於客家的見解與定論,一直以來為大部分研究者所遵行,可謂客家研究之典範;羅香林另一重要著作《客家史料彙編》(1965香港初版,1992台灣初版)則藉由客家譜乘之蒐集,追述客家源流,日後諸多客家研究亦大抵依循此書對客家界定、民系、屬性與源流之論。

以六堆客家聚落為主題的著作則始自七〇年代鍾壬壽《六堆客家鄉土誌》(1973),本書之編撰歷三年餘,共分〈客家源流考〉、〈原鄉鄉賢事略與軼事〉、〈六堆開拓史〉、〈六堆之創立及忠勇事蹟〉、〈西勢忠義祠史〉、〈六堆歷屆總理傳略〉、〈六堆鄉賢事略及軼事〉、〈六堆繁榮的原動力〉、〈六堆民情風俗〉、〈故事、笑話、山歌、民謠〉、〈六堆各鄉鎮概況〉、〈鄉友錄〉等十二篇章,將近七百頁,分門別類就風土、史事、信仰、人物、社會及文化傳統等主題,紀錄六堆客家鄉土之拓墾歷史,此書之出版,可為當時六堆一大盛事,雖目前學者指出內文有部份錯誤,但此書仍可謂研究六堆客家聚落的史料大全。在此之前,徐正光《一個客家農村的社會經濟行為》(1970)一書以人類學的角度,描述內埔鄉東片村此一植蕉聚落的社會行為與經濟行為,包括家族、政治、宗教、農業經濟、市場、職業結構等。然後繼之研究,卻屈指可數,僅得曾秀氣《六堆英華》(1978)一書。

八〇年代六堆客家聚落之研究,仍不甚受到學術界重視,相關論著除羅 德順《六堆客家地區人文之研究》專書(1987);邱永章《五溝水——一個客 家聚落實質環境之研究》碩論(1989)從人文環境、社會文化與自然環境的角 度,探討影響五溝水聚落環境的影響因子;李允斐《清末至日治時期美濃聚落人為環境之研究》碩論(1989)探討移墾聚落的構成及其特質,並分析歸納出美濃聚落建構之通則,並對於建築與人的關係多所探討;餘則零星散見於〈六堆集刊〉等期刊論文,其中以石萬壽〈乾隆以前台灣南部客家人的墾殖〉《台灣文獻》(1986)一文,最能清楚呈現出乾隆以前南部客家人區域性之拓墾歷史。

九○年代六堆客家聚落之研究,開始引起迴響,相關專著及碩論有,鍾 孝上等編《客家的過去、現在與未來》(1991);夏雯霖《清末後堆地方傳統 聚落之研究》(1994)文中宗祠是血緣性宗族團體崇拜行為的具體象徵,並進 一步推論宗祠在村落實質環境上,應足以表現宗族團體在一個村落裡所分佈 的領域;《六堆客家建築欣賞》(1996) 與《六堆客家鄉土人物誌》(1997); 美濃愛鄉協進會《六堆夥房》(1996)以建立六堆客家傳統建築資料為旨進行 田野普查,對於六堆民居之主要形式、建築特色提出分析;林正慧《清代客 家人之拓墾屏東平原與六堆客庄之演變》(1996 碩論)探討清代客家人來台之 遷移路線、拓墾屏東平原與六堆客庄之歷程,以及閩客等族群關係;劉玉平 《台灣工業化過程中客家族群空間形成的演化——六堆內埔之個案研究》 (1997 碩論);賴旭真《佳冬村落之宗族與祭祀——台灣客家社會文化發展與 變遷之研究》(1999 碩論)透過佳冬的居民組織,分析其宗族組織與村落的關 係之,並以佳冬林姓家族為例,解析佳冬的開墾與人群發展動態。此外,更 藉由土地公信仰的新春集福祭祀活動,分析佳冬的祭祀組織型態與對其村落 的作用;曾喜城《台灣客家文化研究》(1999),從台灣的客家源流、語言、 風俗習慣、歌曲、戲劇、文藝各範疇,描繪四百年來客家文化的風貌。此外, 《六堆雜誌》與《六堆風雲雜誌》內刊載之人物訪談、傳略及回憶錄,均是 研究六堆客家之寶貴資料。

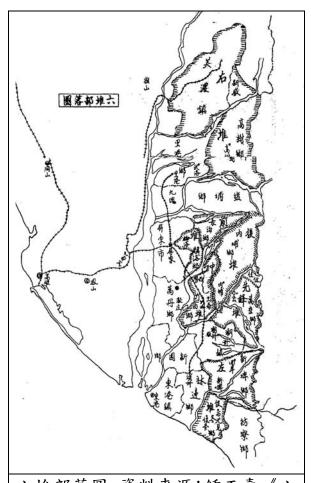
民國九十年(2001)六月行政院客家委員會成立,本著延續客家文化命脈之成立宗旨,積極推動客家知識體系之發展,有關客家之研究機構相繼成立,客家研究自此蔚為顯學。以六堆客家聚落為議題之相關研究中,屬曾彩金總編輯之《六堆客家社會文化發展與變遷之研究》(2001)規模最為龐大,本書結合近二百名學者專家,以三年時間大規模田野調查與口述訪談,經過蒐集、調查、整理、紀錄、建檔工作,得十四篇章 180 萬字,以當地人的觀點及新的方法,重新理解六堆社會,是理解客家歷史與文化之絕佳導讀書。此外,劉嘉珍《六堆舊市街生活與空間組構之研究——以後堆廣濟路街屋為例》(2001 碩論),以內埔鄉為研究對象,試圖以街屋建築之空間,分析其組成與使用變遷,並藉此發覺內埔客家日常生活與行為之特殊性;劉秀美《日治時期六堆客家祠堂建築之研究》(2001 碩論),針對六堆客家祠堂的建築及其收

族敬宗、崇本報恩的文化意涵深入探討;曾彩金、黃瑞芳等《溫興春先生口述歷史訪問紀錄》(2002);張添雄《高屏六堆客家的歷史文化與民情風俗》(2003 碩論);宋美盈《徐傍興與台灣六堆客家發展》(2003 碩論);徐秀美《六堆客家地區「伯公」調查研究計畫——以聚落與建築層面為主之觀察》(2004);許哲源《客家文化創意產業——以六堆地區為例》(2005 碩論);曾純純《「書寫客家生命」六堆鄉賢回憶錄》(2005)蒐羅整理六堆鄉賢回憶錄,藉以考察六堆客家之社會變遷、生活習俗及特有價值觀;蔡明坤、王淑慧《六堆內埔地區客家聚落伯公廟——美和、和興、內田與興南地區》(2005),從伯公廟之角度,建構內埔地區的文化點滴與共同的記憶情感。上述文獻資料,均可為本計劃提供重要參考依據。

第三節、 研究範圍的界定 一、「後堆」釋名

內埔庄屬六堆客家聚落組織之「後堆」。 「六堆」一詞,乃指康熙 25 年(1686)以後由 廣東梅縣五屬、閩西與贛南等地陸續遷台的 客家人,在高雄、屏東兩縣拓墾定居之鄉鎮, 其地理位置以範圍包括「前堆」(長治、麟 洛)、「後堆」(內埔鄉)、「左堆」(新埤、佳 冬二鄉)、「右堆」(高樹、六龜、杉林三鄉及 美濃)、「中堆」(竹田鄉)和「先鋒堆」(萬巒 鄉),是台灣歷史最悠久的客家聚落。

「六堆」組織之形成,始自康熙六十年 (1721)朱一貴、杜君英抗清事件。「六堆」一 說是「六隊」的近音,朱一貴事件乃清代重 大民變之一,雖然從發難(4月19日)、稱王 (5月1日)到瓦解(6月21日),僅僅兩個月 的時間,然而期間卻造成全台大亂。當時 家先民為了保衛家園,乃於5月10日糾集13 大庄,64小庄共1萬2千餘人,在萬丹庄會 合,樹立清朝旗號,將南部客家聚落劃分成 六個區域,號為「六堆」,並組成民兵聯防組 織以對抗下淡水另一邊的朱一貴。



六堆部落圖。資料來源:鍾壬壽,《六 堆客家鄉土誌》,1973。

對於六堆的形成背景,《六堆忠義祠史略》述曰:「溯自明季鄭成功率師入台開創基業,我大陸忠貞義民隨師渡海篳路藍縷。迨及清朝,移民有加耕織是務。為因海賊奸宄擾民迭乘民苦其害,乃相約劃地為營聯庄為壘,分先鋒、中、前、後、左、右六個地區做適當之防衛,其他責難出佳冬、枋寮,北接美濃、六龜,其中包括杉林、高樹、長治、鹽埔、麟洛、竹田、潮州、內埔、萬巒、新埤及里港之武洛等十餘鄉鎮之廣大區域,類多聚族而居結村自保,是六堆知名見稱焉。」「六堆」聯庄組織之運作,歷朱一貴事件之後,又繼續在鳳山吳福生、台南黃教、彰化林爽文、海盜蔡牽、枋寮林萬掌之亂等多次民變,以及清末抗日活動中,扮演捍衛疆土的重要角色,直至清末長治火燒庄之役後,「六堆」自組的軍隊組織才

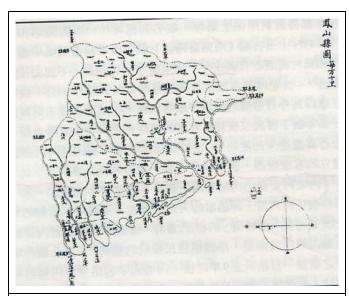
^{1 《}六堆忠義祠史略》,六堆忠義祠管理委員會,p1。

正式瓦解。2

六堆鄉鎮在清康熙年間皆隸屬鳳山縣,日治初期隸屬台南縣鳳山支廳,明治 34年(1901)起隸屬阿猴廳,大正9年(1920)起改隸高雄州,民國35年起隸屬高雄 縣,民國38年除美濃隸屬高雄縣,其餘則隸屬屛東縣。

「後堆」地方,以行政區域而言,其範圍涵蓋今日內埔鄉之內埔村、內田村、和興村、美和村、東寧村、上樹村、東勢村、東片村、義亭村和興南村等10個客家村,其地理位置位於屏東縣內埔鄉境內之中南部,東南以東港溪與萬巒為鄰;東北方有平頂山;西以東港溪及改道前的隘寮溪支流與「中堆」及其他福老聚落為鄰。

二、 空間範圍:清代以來「內埔庄」範圍之界定



光緒年間鳳山縣圖。資料來源:《台灣地圖全圖》,光緒年間編製,台灣省文獻委員會,1996年。

所在地³,可見在當時已具 13 大庄和 64 小庄規模的客家聚落裡,「內埔庄」的重要性。

除此,透過光緒年間所繪製的〈鳳山縣圖〉,清楚可見清領時期「內埔街」名稱,且根據《南部台灣誌》所指,清政府曾在此設置內埔櫃作為鳳山縣向港東里、港西里住民徵稅的機構⁴。日治時期則不但設庄役場於文化中心之內埔,並且設置

2 曾彩金,《六堆客家社會文化發展與變遷之研究:建築篇》,屏東,財團法人六堆文化教育基金會。

_

³媽祖宮位於今日內田村廣濟路及光明路交叉路口。據鍾壬壽《六堆客家鄉土誌》所述,1721 年 5 月初起各庄代表 於內埔媽祖宮多次會商之後,「各庄代表及速回庄招募義勇,其數額依居民多寡派定,另依田甲多少捐醵軍資糧餉」 之議於此決定。

⁴ 村上玉吉,《南部台灣誌》,昭和9年,1934,台北,南天書局,1994年9月,p24。

諮問機關庄協議會。以上都突顯「內埔」舊聚落地位之重要性。為此之故,本研究將範圍鎖定舊聚落「內埔」為研究之空間範圍。

以下為清代以來內埔庄行政區沿革之敘述:

(一)、清領時期之「內埔庄」:

1、朱一貴事件前後(1721):

「內埔庄」開庄於清康熙年間。康熙 60 年(1721)朱一貴之役前後的後堆村落中,後堆已發展出 3 大庄和 12 小庄之客家聚落,其中包括有內埔庄(今內埔村、一部分內田村⁵)、番仔埔庄(今興南村)、新東勢庄(今東勢村) 3 大庄,以及下樹山庄、茄苳樹下庄、竹山溝庄、泥埤仔庄(今屬和興村)、羅經圈庄、忠心崙庄(今美和村)、老東勢庄(今東寧村)、上樹山庄(今上樹村)、東片新庄(今東片村)、景興庄⁶(今東勢村))、早仔角庄(今興南村)、檳榔林庄(今義亭村)等 12 小庄。参照今日之行政區域範圍,可得知今日之和興村、美和村、興南村、內埔村、內田村、東勢村、東片村、義亭村、東寧村、上樹村在 1721 年前後已有大小客家聚落。而竹圍村、振豐村、豐田村、富田村則尚未形成客家聚落。

	康熙 60 年(1721)朱一貴之役前後的後堆村落											
堆名		大庄	小庄									
後堆	內	內埔庄、	下樹山庄、羅經圈庄、忠心崙庄、茄苳樹下庄、竹山									
	埔	番仔埔庄、	溝庄、老東勢庄、泥埤仔庄、上樹山庄、東片新莊、									
	鄉	新東勢庄	景興庄、早仔角庄、檳榔林庄									

資料來源:石萬壽,〈乾隆以前臺灣南部客家人的墾植〉,《臺灣文獻》第37卷第4期,1986, p69-85。

⁵ 今日內田村是由「內埔」舊聚落的西邊與「埤頭」兩個部分所組成,光復後自內埔村獨立而成一村,因大部分為元內埔聚落的一部分,所以用內埔的「內」字,取名爲內田村。(台灣省文獻委員會,《台灣地名辭書》卷四〈屏東縣〉,國立台灣師範大學地理學系,2001,p590。)

⁶景興庄位於龍頸溪頭,原爲一小貨運港,其後因隘寮溪攔截工程改道而沒落。

2、光緒 18 年(1892):

此時內埔庄為小庄名,相當於今日整個內埔村與一部分內田村(不包括埤頭)。整個內埔鄉客庄在行政層級上隸屬鳳山縣,縣下設里,屬港西下里,里下設庄,轄內隸港西下里之小庄有竹圍庄、四十份庄、八壽埤庄、新北勢庄、竹頭角庄、和順林庄、老北勢庄、老東勢庄、新東勢庄、景興庄、檳榔林庄、番子埔庄、早仔角庄、內埔庄、竹山溝庄、忠心崙庄、共16小庄。

(二)、日治時期之「內埔庄」:

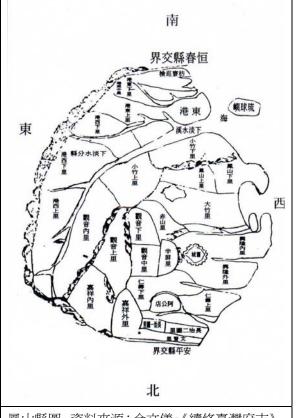
1、明治34年(1901):

此時內埔庄為小庄名,範圍涵蓋今日一部分內埔村(不包括魚寮)和一部分內田村(不包括埤頭下)。



資料來源:清光緒鳳山縣簡明 總括圖冊港西下里圖

整個內埔鄉客庄在行政層級上隸屬 阿猴廳內埔支廳,廳下設里,里下設庄, 轄內隸港西下里之小庄有竹圍庄、四十份 庄、八壽埤庄、新北勢庄、四座屋庄、細 庄仔庄(四座屋庄、細庄仔原於清末屬新 北勢庄,此時由新北勢庄分出)、上竹頭 角庄、下竹頭角庄(上竹頭角庄、下竹頭 角庄由清末竹頭角庄一分為二)、上和順 林庄、中和順林庄、下和順林庄(上和順 林庄、中和順林庄、下和順林庄由清末和 順林庄一分為三)、老北勢庄、溝背庄、 新屋下庄、虞埔庄(老北勢庄、溝背庄、 新屋下庄、虞埔庄由清末新北勢庄一分為 四)、老東勢庄、塘肚仔庄、上樹山庄、 溝背庄、新屋下庄(老東勢庄、塘肚仔庄、 上樹山庄、溝背庄、新屋下庄由清末老東 勢庄一分為五)、新東勢庄、景興庄、東



鳳山縣圖。資料來源:余文儀,《續修臺灣府志》

片新庄(景興庄、東片新庄由清末景興庄一分為二)、 檳榔林庄、溪寮庄(檳榔林庄、溪寮庄由清末檳榔林庄一分為二)、番子埔庄、早仔角庄、內埔庄、魚寮庄(內埔庄、魚寮庄由清末內埔庄一分為二)、竹山溝庄、忠心崙庄、羅經圈庄、牛埔庄、茄苳樹下庄、下樹山庄、埤頭仔下庄(羅經圈庄、牛埔庄、

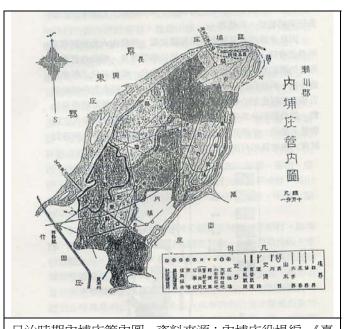
茄苳樹下庄、下樹山庄、埤頭仔下庄由清末合忠心崙庄一分為六)。

2、明治37年(1904):

此時內埔庄為大庄名,範圍涵蓋今日整個內埔村、興南村、義亭村和一部 分內田村(不包括原埤頭下)。

整個內埔鄉客庄在行政層級上隸屬阿猴廳內埔支廳,廳下設里,里下設 庄,轄內隸港西下里之大庄有新北勢庄、老北勢庄、老東勢庄、新東勢庄、 內埔庄、忠心崙庄。其中,內埔庄下轄有檳榔林、番仔埔、早仔角、內埔。

3、大正9年後(1920年後):



日治時期內埔庄管內圖。資料來源:內埔庄役場編,《臺灣省內埔庄勢一覽》,昭和8年(1933),成文,1985。

(三)、民國時期(民 35 年;1946):

臺灣光復後,於民國 35 年將內埔庄改為內埔鄉,內埔庄役場改為內埔鄉公所,部落會改村,整個內埔鄉轄有 20 個村(包括竹圍村、振豐村、豐田村、富田村、東寧村、上樹村、東勢村、東片村、興南村⁷、內埔村、美和村、和興村等 12 個客家村,以及老埤村、中林村、龍泉村⁸、黎明村、建興村、大新村、隘寮村、水門村等福佬、平埔、退役軍人聚落。此時內埔村之範圍包含內埔與埤頭下兩個舊聚落。

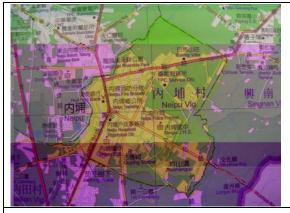
民國 58 年(1969),內田村(舊聚落內埔之一部分、埤頭下)由內埔村(舊 聚落內埔)分出獨立成一村,吾人參照下圖所示,可以清楚得知,舊聚落內埔 之範圍不但涵蓋了今日行政區域之整個內埔村(亦即北以光明路與興南村為

-

⁷民國 40 年(1951),義亭村由興南村分出獨立成一村。

⁸民國 58 年(1969),龍潭村由龍泉村分出獨立成一村。

界、西以廣濟路與內田村為界、西北以龍頸溪與東寧



資料來源:內埔鄉行政區域圖,2005。

清代以來內埔庄行政區沿革圖

清	領時期				日治	時期			民國時期	胡	
鳳山縣		阿猴廳		阿獲			高加	准州潮	屏東縣區	內埔	
(光緒 18 年		內力	浦支廳	內埔支廳			州君	郡內埔	鄉		
;]	1892)	(明	治34年	(明	治 3′	7年	庄(大正9	(民國 58 年;		
		; 1	901)	; 19	904)		年行	爱;	1969)		
							192	0後)			
里	庄	里	庄	里	庄	小	大	小地	村	小地	
名	名	名	名	名	名	地	字	名	名	名	
						名					
			內埔庄						內埔村	內埔	
	內埔庄		魚寮庄			內埔		內埔			
	內埔庄		內埔庄			內埔	-	內埔	內田村	內埔	
.,	忠心崙	.,	埤頭仔	.,						埤頭	
港	庄	港	下庄	港	內		內				
西	番仔埔	西一	番仔埔	西	埔	番仔	埔	番仔	興南村	番仔	
下田		下田		下田	庄	埔	大	埔		埔	
里	早仔角	里	早仔角	里		早仔	字	早仔		早仔	
						角		角		角	
	檳榔林		檳榔林			檳榔		檳榔	義亭村	義亭	
			溪寮			林		林		村	
										(檳	
										榔	
										林)	

資料來源:1、堡圖,1904。 2、警察協會,1922。 3、地形圖,1945。

4、鍾瑾霖,《台灣地名辭書卷四:屏東縣》,臺灣省文獻委員會,2001,p582。

三、時間範圍:清末迄今

客家人至下淡水平原(今日屏東平原)開墾,始於17世紀末葉(約1684年),至1721年朱一貴事件時,六堆地方大庄13,小庄64的村落規模即已確立。其中,後堆地區已有3個大庄(內埔庄、番仔埔庄、新東勢庄)與12個小庄(下樹山庄、羅經圈庄、忠心崙庄、茄苳樹下庄、竹山溝庄、老東勢庄、泥埤仔庄、上樹山庄、東片新莊、景興庄、早仔角庄、檳榔林庄),而這些舊庄至今不但仍保有聚落住民,且與今日該地區的客家村相較,在位置及數量上可說並無太大的改變,故可推知後堆地區的村落很早就已經處於穩定發展的

狀態。9

本研究的主題—內埔庄—從清代以來,就南台灣的客家庄來說,就有非常重要的地位,根據鍾壬壽《六堆客家鄉土誌》所述:從朱一貴、林爽文事件以來,一直到日治初期客家先民對抗日本乃木大將所統帥之日軍的進攻,六堆各堆的領袖幾乎都是在內埔庄天后宮媽祖廟集合商議大政。從清代以來,內埔庄的商業活動也是六堆中最活絡的;同時,內埔也出過幾位清代的舉人秀才¹⁰,所以內埔庄可以說是六堆政治、文教與商業的中心,也是六堆發動聖戰的領導中心點。

本計畫的研究目標即是要探討內埔庄這塊地區,如何從蠻荒野地成為六 堆的政治、經濟與文教中心的變遷過程。論述的方式將以建築、居民等現況 調查配合文獻探討與耆老的訪談,以往上追溯的逆寫法進行研究。

三、 研究目的與方法

- (一)、建構內埔庄客家聚落發展史,以利於客家文化的傳承與推廣。
- (二)、利用地理資訊系統(GIS)與衛星定位系統(GPS)對照古今地圖與建築脈絡,建構內埔庄聚落演變的精確地圖。
- (三)、分析內埔庄為何會成為六堆政治、商業與文教的中心。
- (四)、分析內埔地區的歷史變遷、產業變遷與生活變遷,為推動內埔客家產業的環境條件舖陳基礎。

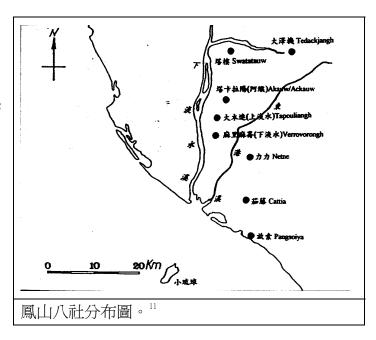
_

⁹ 夏雯霖,《清末後堆地方傳統聚落之研究》,國立成功大學建築研究所碩士論文,1994,p10。

¹⁰ 內埔庄之前清舉人秀才有:武秀才鍾勳南、舉人鍾桂齡、舉人李向榮、舉人邱國楨、舉人余亦皋、舉人劉心舟、舉人張發春、花鈴官鍾麟江、秀才鍾國鴻、秀才鍾洪官。

第二章 後堆地區內埔庄的墾拓

第一節、客家人入墾前的內埔地區:



15。鳳山八社原聚落於今之高雄縣仁武鄉、大社鄉一帶,明末鄭成功軍隊數十萬人大舉渡臺,被驅逐的平埔熟蕃遂往屏東平原遷移。

¹¹ 資料來源:李國銘,《十七世紀中葉屏東平原村落與記事》

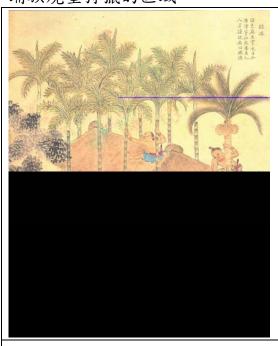
^{12 「}平埔族」乃指接受漢化、遵從漢法的平地土番(一稱熟番),以有別於生番(亦稱野番)。郁永河《裨海記遊》最早將台灣原住民分類爲土番與野番:「諸羅、鳳山無民,所隸皆土著番人。番有土番、野番之分;」(南投,台灣省文獻委員會,1996年9月,卷下,p32-33。)

^{13 「}鳳山八社」乃南部平埔族聚落於屏東平原的番社,計有:(1)、上淡水社(一名大木連),以今萬丹鄉上社 皮爲據點。(2)、下淡水社(一名麻里麻麻崙),以今萬丹鄉番社村爲據點。(3)、阿猴社:以今屏東市爲據點。 (4)搭樓社:以今里港鄉搭樓爲據點。(5)茄藤社(一名奢連):以今林邊鄉車路土乾爲據點,佔地甚廣,約今 之林邊、南州、東港以及佳多一帶。(按車路土乾應在南州鄉)(6)放索社(一名阿加):以今林邊鄉田土乾厝 爲據點。(7)、武落社(一名大澤機,一名尖山仔):以今里港鄉武落爲據點。(8)力力社:以今崁頂鄉力社爲 據點。資料詳見:黃叔璥,《台海使木差錄》,南投,台灣省文獻委員會,1996,卷七,〈番俗圖考〉, p143。《潮州鎭誌》,屏東縣,潮州鎭公所,1998,p135。潘英,《台灣平埔族史》,台北,南天書局有 限公司,1996,p47。徐安琨等《大鵬灣風景特定區之人文資料調查研究》,交通部觀光局大鵬灣國家風 景區管理處,1999,p18。

¹⁴ 康熙二十三年(1684)所纂的《康熙福建通志》最先出現鳳山八社名稱,並指出「皆偽鄭時所遺」。李國銘,〉鳳山八社舊址初探〉,見《台灣史田野研究通訊》台北,中央研究院台灣史研究所籌備處,1993,26 期, p71。徐安琨等《大鵬灣風景特定區之人文資料調查研究》,交通部觀光局大鵬灣國家風景區管理處,1999, p18。

¹⁵ 李國銘,〈十七世紀屏東平原的村落與記事〉,見《台灣史研究》,台北,中央研究院台灣史研究所籌備處,1994,第 1 卷第 2 期,p117。又徐安琨等《大鵬灣風景特定區之人文資料調查研究》:「1641 年 4 月 10 日,荷蘭在赤崁招召開第一次地方會議(Landdagh,Landtsdach),即正式歸附加盟的村落代表大會。屏東地區出席的有包括放索、加藤在內的八個村落二十位長老」,交通部觀光局大鵬灣國家風景區管理處,1999,p23。

鳳山八社時期的屏東平原「土多瘴氣,來往之人恆以疾病為憂」¹⁶,並不適合外人的生存,在漢人未來此開墾之前,整個屏東平原是一個被千年大樹、毒蛇猛獸所盤據的熱帶性密林,這麼一個荒僻多瘴杳無漢人蹤跡的地域,連傀儡番和平埔番都未涉足,儼然一幅原始森林景象。據聞,當年荷蘭東印度公司經營福爾摩沙時(1624-1662),為了推廣基督教義,於1635年12月底的耶誕節,其勢力正式伸進屏東平原來,他們在放索社、大目連等社開設學校,並教平埔族種植稻米甘蔗,然而即便已經過21年的傳教與教育,仍然很少有牧師願意被派到屏東平原,因為屏東平原瘴癘之兇猛,是所有荷蘭人避之唯恐不及的¹⁷,所以荷蘭人在屏東平原的經營,可說成效不彰,整個屏東平原的墾拓成績幾乎等於零,則內埔地區亦不在話下,充其量不過是原住民與平埔族燒墾狩獵的區域。





北部平埔族採椰子與獵鹿。資料來源:杜正勝,《番社采風圖》第三圖「猱採」與第二圖「捕鹿」¹⁸

¹⁶ 黄叔璥,《台海使槎錄》,卷七,〈風土志〉,南投,台灣省文獻委員會,1996,p85。周元文《重修台灣府志》也描述:「渡溪以南,及八社地,爲人跡罕到之處。蓋陰雲瘴癘。觸之必死,惟土番得而居之」。
17 李國銘,〈屏東平埔族群分類再議〉,潘英海主編,《平埔研究論文集》,中研院台灣史研究所籌備處,
1995,p368-370。又翁淑芬,《東港街市的形成與發展》,國立台灣師範大學地理學系碩士論文,1997,
p16-17。根據其資料顯示,屏東平原 1653 年瘧疾與痲瘋病肆虐,也一度使鳳山八社人口總數由 11451 人
減至 9014 人。

¹⁸《番社采風圖》第三圖「猱採」圖云:「諸邑麻豆霄壠目加溍灣等社熟番至七八月揉採名曰採摘」;第二圖「捕鹿」云:「淡防廳大甲後壠中港竹塹霄裡等社熟番至秋末冬初各社聚眾捕鹿名爲出草」雖然都是指北部的平埔族,然而據文字的描述,鳳山八社與之相較,似乎無多差別。

二、明鄭時期:鄭成功入台之初,方有較大規模的福建人跟隨移入。明朝萬曆年間,東港附近海域以其豐富的漁業資源,即已吸收漢人前來從事漁業活動,同時,與當地土著建立友好關係,進行交易。漢人每每寓居於土著間,或在近於漁場沿岸搭棚結夥暫居,等漁季結束後方返回大陸。鄭成功經略台灣後,一方面實行屯墾,一方面也在海岸地帶立港口,作為移民進出墾區的門戶。相傳東港與茄藤港即為移民登陸口岸以及漢人船舶寄碇之處¹⁹。

所以漢人的足跡大概在明鄭時期才真正踏上屏東平原,不過墾拓的成績似乎亦並不十分顯著。基本上,自明鄭到乾隆年間一百多年的時間中,屏東平原上平埔番社的編制一直是固定的八個,即鳳山八社,並且在漢人大量遷台前的一百年間,八社所在地也沒太大變動。當時「諸羅、鳳山無民,所隸皆土番人。」²⁰藍鼎元〈經理台灣疏〉則言:「南北二路,地多閒曠,應飭有司勸民,盡力開墾,勿聽荒蕪。」²¹而王瑛曾〈〈重修鳳山縣志〉〉也言:「國朝定制:改縣曰鳳山,分營曰南路。然出底定,土地寥曠,文武職官多僑居府治。康熙六十年台匪竊發後,始奉文歸治。」²²由這些記載顯示,直到清朝康熙末年,鳳山縣轄區仍然是漢人少番民眾,更遑論鄭成功經略台灣之初。

第二節、客家人移民入墾內埔地區

一、萬丹濫濫庄是六堆發祥之地:然而誠如《六堆客家鄉土誌》所述,客家先民之新發現的六堆各鄉土地,原都是一片叢林密佈,然而為著求取生存,也就不得不下決心從事此一艱鉅無比的墾荒工作了。幸得他們年富力強,又有披荊斬棘的拓荒精神,由原鄉嘉應州移民來的生力軍,又源源不絕前來補充,因此不出 30 年間,便將六堆所屬 100 餘庄個別結成村落。

根據鍾壬壽《六堆客家鄉土誌》研究,六堆客家先民初期之移入,可追溯 自清康熙22年(1683)間施琅將軍平臺之後。清康熙27年(1688)清軍續遣部 隊中,有一部份蕉嶺及梅縣出身的士兵,由台南安平登陸,他們本想在台灣 府治附近拓墾,但閩南人已捷足先登,客家先民只得暫時屯田於台南東門外, 其後因人口不斷增加,呈現出入人口土地失調的現象,於是由台南東門外轉 進阿公店(今之岡山)。

康熙 31 年(1693)部隊解散,這批解甲歸田的客家士兵,被政府安置在麟

¹⁹翁淑芬,《東港街市的形成與發展》,p22。

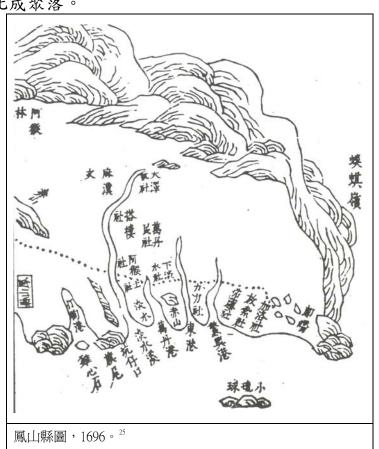
²⁰郁永河,《裨海記遊》,南投,台灣省文獻委員會,1996,卷下,p32-33。

²¹ 藍鼎元,《平臺紀略》,南投,台灣省文獻委員會,1997,p69。

²² 王瑛曾,《重修鳳山縣志》,南投,台灣省文獻委員會,卷一,〈輿地志〉,p5。

洛河下游濫濫庄²³(今之萬丹鄉四維村)一帶之濫田從事墾荒。這批客家先民, 其後又回原鄉邀集鄉民來台,大家在濫濫庄居住6、7年之後,才分別到包括 內埔等六堆各鄉散居。²⁴客家先民由濫濫庄轉進他處,除因人口日增,必須另 闢根據地,最主要原因恐怕是在於濫濫庄位於麟洛河下游較低漥之冲積地, 土地雖肥沃,但雨季時農田常遭淹沒侵毀,於是先民們經由熟習之麟洛河轉 進他處。

透過下圖 1696 年的「鳳山縣圖」,可以清楚看見在鳳山八社下淡水社、 阿猴社、搭樓社、力力社之間,已有「萬丹民社」,雖不見濫濫庄,但可確知 和人此時已在此成聚落。



濫濫庄今日景況:

²³ 鍾壬壽書指濫濫庄是現在「萬丹鄉」與「竹田鄉」西勢之間的濫庄,離「萬丹」約三公里,面臨「麟洛河」 下游。經竹田鄉忠義祠管理員林海鎔老先生,及四維村村長簡銘昌先生帶路,得正確位置在今萬丹鄉四維 村四維東路一帶,四維村之前名爲濫庄,2003 年改名四維村。訪談日期:2007 年 8 月 31 日。

²⁴ 屏東縣政府,《六堆客家社會文化發展與變遷之研究:建築篇》,六堆文化教育基金會,p16,2001;鍾 謹霖,<<林邊溪中游的拓墾與聚落發展>>,台北,國立師範大學地理學系碩士論文,p35,1998。

²⁵資料來源:高拱乾,《台灣府志》,台北,成文,1983,p120。



濫濫庄爲昔日六堆發祥之地,今日則爲閩南村 落,行政區域屬萬丹鄉四維村。



距濫濫庄一公里處爲麟洛河下游,客家先民由 此轉進他處拓墾。



位於萬丹鄉四維村四維東路正前方的昔日濫 濫庄福德祠舊址,今日已建爲北極宮,奉祀玄 天上帝。





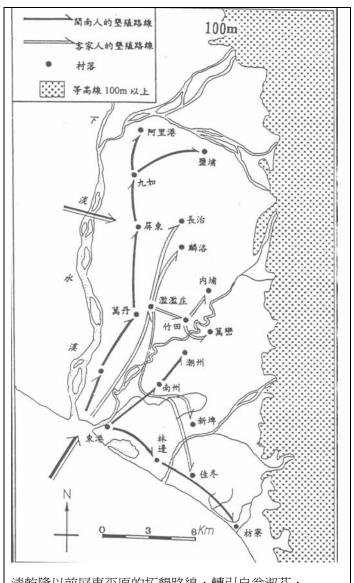
濫濫庄福德正神與西勢村境內及源順埤、西盛、東興福德正神合祀於西勢村覺善堂。

這些由濫濫庄分出來之客家鄉民為數並不多,大多數客家先民仍是稍晚 至康熙 35 年(1696),他們分中、南、北三線移入。26 其中,客家先民在康熙 年間的拓墾活動分北、中、南三線移入,北線沿番仔寮溪及隘寮溪間拓墾, 甚至北溯武洛溪而上,即今之長治鄉、麟洛鄉及里港鄉武洛庄,日後成為前 堆與右堆。中線則由濫濫庄向東港溪流域,即今之竹田、內埔、萬巒等三鄉 境內開拓,日後成為中堆、後堆與先鋒堆。南線有一部份人渡過林邊溪,於 林邊溪之南岸建立昌隆庄,成為今日佳冬鄉客家村落的開始。27之後客家移民

²⁶曾坤木,<<客家夥房之研究——以高樹老庄爲例>>,台北,文津,2005,p23。

²⁷ 對於南線的拓墾路線,鍾壬壽《六堆客家鄉土誌》(1973)認爲由東港溪沿岸南下佳冬、新埤鄉。賴旭真《佳

中線之墾拓,先民自濫濫庄外 移後,先開墾二溝水官昌屋場。屋 場之座標為 N22°43′11″/ E120°38'48",位於東港溪東 岸,東港溪在此處形成一個大彎, 為由濫濫庄往上溯的第一個彎,此 處有利於耕作的地形:1、 較無高 墩,河床與河岸之間的高度落差較 小,容易取得水。2、水不會太急, 細水長流。當官昌附近開墾完,先 民分多路開墾,由東岸繼續往上溯 東港溪,繼續開發三溝水、泗溝 水、五溝水、萬戀。東港溪西岸的 開墾則因和興村、興南村是有高 墩,不易開墾,所以未在早期形成 密集聚落。此外, 竹田附近河岸落 差大,取水較不易,於是一部份先 民往西發展,沿著較易取水的羅經 圈、柑園、忠心崙、二崙、頭崙墾 拓。一部分則繼續北上東港西西岸 流域,開墾下樹山、竹山溝、繼續 往高墩較少的龍頸溪支流開墾內 埔、塘肚、老東勢、新東勢等處發 展。



清乾隆以前屏東平原的拓墾路線,轉引自翁淑芬,</東港街市的形成與發展>>,p23。

康熙 60 年(1721)屏東平原發生朱一貴、杜君英抗清事件,演變成閩客衝突,造成六堆客家最北端的孤立據點武洛庄,遭受閩人及平埔族的包圍之勢,加以當地荖濃溪及武洛溪氾濫危及居民安全,於是由武洛庄向東、東北及北方遷移至大路關、高樹、美濃、六龜、杉林等地移墾,日後成為右堆。²⁹

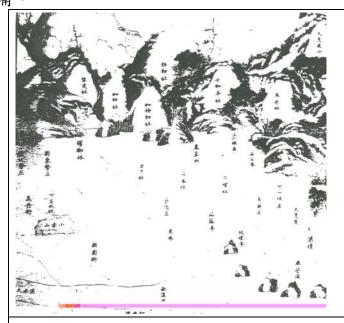
冬村落之宗族與祭祀——台灣客家社會文化發展與變遷之研究》(1999 碩論)責任維繫海路多方面多階段移墾 佳冬、新埤鄉。

²⁸ 施添福,<<清代在台漢人的祖籍分布和原鄉生活>>,台北,國立師範大學地理學系,1987,p117-118,p151。

²⁹曾坤木,《客家夥房之研究——以高樹老庄爲例》,台北,文津,2005,p23。

二、 後堆最早開庄於內埔:

內埔庄聚落之開發與形成,可遠溯自清康熙 38 年(1698)。當時客家人由 濫濫庄同時向東方的東港溪流域,即今竹田、萬巒、內埔三鄉境內開拓。萬 巒二溝水庄的林姓人士,率賴、李、馮、鍾、利、黃、曾等姓氏,在東港溪 西岸建下樹山庄,隨即進入龍頸溪流域,建立內埔庄,因為內埔庄處於水路 交通上的有利地位,因而成為這一地帶的墾殖中心。³⁰鍾壬壽《六堆客家鄉土 誌》言,相傳內埔一帶之林木比下樹山少得多,很快就被這批先人發現,於 是到了下樹山的人陸續轉到此地,先拓成一塊旱田(客家語叫為「埔」),因 在四周密林之中,乃將此地叫為內埔。



雍正年間(1723-1735)「台灣地圖」(部分)

庄,並非新東勢庄福泉堂原址的「後堆伯公」附近。31

透過實地田野訪談,新東勢最早伯公應非福泉堂原址的「後堆伯公」,而應是接近今日東片村牛埔(公墓)內道光3年(1823)即有的新東勢老莊跡伯公。32

_

³⁰石萬壽,〈乾隆以前台灣南部客家人的墾殖〉,《台灣文獻》,37(4),1986,p72-73。

³¹鍾壬壽,《六堆客家鄕土誌》,屏東,長青,p93-96,1973。

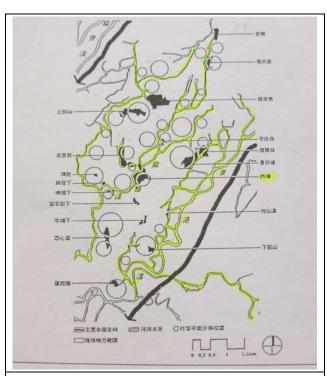
³² 據東勢村鍾金永老先生(75 歲)言,新東勢最早開基於老莊跡,清道光 3 年(1823)庄民設石頭伯公祭拜,但 因老莊跡鄰近東片新庄,時爲平埔族所擾,所以在道光年間搬到新東勢。訪談日期:2007 年 8 月 29 日。





新東勢老莊跡福德正神。

雖然在雍正年間地圖上無法看到 内埔庄,但就水系的地理位置來判 斷,當初先民由東港溪溯龍頸溪而 上,至埤頭下兵分兩路,右線第一個 墾拓地即為內埔庄, 左線則必須溯北 一段距離後才是新東勢。今觀察龍頸 溪水系兩側密佈的聚落(埤頭下、新屋 下、內埔、老東勢、早子角、東片新、 景新),其墾拓次序應是先有內埔,而 後再有老東勢。新東勢並不在龍頸溪 旁,且左線東港溪水系僅有塘肚、上 樹山、新東勢,墾拓情形明顯較不活 絡。再者,新東勢因開發較同樣位在 較東邊的老東勢晚,所以名為新東 勢,新東勢再康熙 61 年(1722)時是重 要漢番界址,先民在拓墾後堆之初,



龍頸溪與後堆聚落。資料來源:夏雯霖《清末後堆地 方傳統聚落之研究》, p56。

應事先發展離番界較遠之內埔一帶,其後發展飽和,較慢來的才不得不往接近番界之處發展,所以鍾壬壽內埔開庄在新東勢之前的論點是足以採信的。

第三章、內埔庄聚落的變遷

第一節、人口變遷

在以人為主軸的聚落變遷歷史脈絡中,首先從人口數字上的變化來瞭解內埔庄的發展情況,吾人可透過不同時期的人口變遷數字來觀察:

一、清領時期:

(一)、清末至1904:清領時期後堆地區內埔庄的人口數究竟有多少,吾 人現今雖已不可得而知,但卻有一些數據約略可供參考。其一是,在1721年 朱一貴事件時,六堆地區已發展成大庄13、小庄64之規模,當時各堆依居民 之多寡派兵丁出堆。其中,中堆出丁1300人、先鋒堆出丁1200人、左堆出 丁 1500 人、右堆出丁 3200 人、前營出丁 2100 人,而後堆則由統領鍾沐純率 內埔 1500 人出堆。由以上數據可知,客家先民在屏東平原分北、中、南三線 的拓墾成果上,明顯的以北線的長治、麟洛、武洛人數較為可觀,而屬於中 線的內埔則與南線的佳冬新埤不相上下。當時後堆共有內埔、番仔埔、新東 勢3個大庄與下樹山、羅經圈、忠心崙、茄苳樹下、竹山溝、老東勢、泥埤 仔、上樹山、東片新、景興、早仔角、檳榔林 12 個小庄, 共約出丁 1750 人 (1500人加上後援約250人),則當時後堆約有多少人?內埔庄又約有多少人? 夏雯霖言「由 1920 年的人口資料,大約可以估算出清末後堆地方的人口數大 約在8000人左右,其中又以內埔庄的3000人為數最多。」³³依夏數據,則清 末內埔庄人口占後堆之 37%。從內埔庄於 1905 年已有 3180 人,10 年增加 18 人的人口數據來看,夏雯霖所言之「清末」應約為 1805 年左右。那麼依此往 回推算,則朱一貴事件時內埔庄已約有 2800 人。

1721 年朱一貴事件六堆出丁人數、統領與防守區域

	統領	出丁地區與人數	防守區域						
中堆	賴以懷、梁元章	竹田 1300 人	萬丹						
先鋒堆	劉庚甫	萬巒!1200 人	阿猴						
左營	侯欲達、涂定恩	佳冬新埤 1500 人	小赤山						
右營	陳展裕、鍾貴和	武洛 3200 人	新營						
前營	古蘭伯、邱若瞻	長治、麟洛 2100 人	水流冲區						
後營	鍾沐純	內埔 1500 人	塔寮						
資料來源:鍾壬壽,《六堆客家鄉土誌》, p84。34									

³³夏雯霖,《清末後堆地方傳統聚落之研究》,p34。

-

³⁴ 六堆除出丁 10800 人防守萬山、阿猴、小赤山、新營、水冲流區、塔寮外,另招募各地壯丁 1700 人充當後援部隊,所以總計出丁人數超過 12500 人。

其二是,透過康熙 59 年(1720)《鳳山縣志》、乾隆 29 年(1764)《重修鳳山縣志》、光緒 20 年(1894)《鳳山縣采訪冊》資料顯示,1720 年鳳山縣人口數有 2245 户共 4078 人,每戶平均 1.6 人,此一數據不但顯示出康熙末年是墾拓初期,而且墾拓者率皆單身,那是由於清朝統治台灣初期,限制渡海來台的人不得攜家帶眷,所以造成來台者多為男性,亦即俗稱羅漢腳。35到了 1764年鳳山縣已有 17060 户共 123237 人,戶數比 1720 年增加了 14615 户,總人口則增加 119159 人,人口數不但增加了 30 倍,平均每戶也增加為 7.2 人,每年平均增加 2708 人。依此,吾人可從 1720 年至 1764 年鳳山縣人口增加的數據看出,這是屬於墾拓人口大量擴張的年代。

光緒 20 年(1894),從資料上可看到鳳山縣戶數已增至 73719,人口數也增至 393456人,平均每戶 5.3人。從 1764年到 1894年,人口增加了 3.2倍,整體呈現穩定成長的時期。而港西里則有人口 21123戶共 108928人,平均每戶 5.2人。

吾人雖無法透過上述數據去估算內埔庄的人口數,但大抵可依上述之數據推 想內埔庄聚落之發展,在1721年之前,仍應屬墾拓初期,住民應大多單身; 從1721年到1764年,屬於大量擴張期;1764年到1894年,則是穩定成長期。

		1A 1 (M)	(m)/////	文型								
年代	地區	戶數	丁口數			資料來源						
康熙 59					總數	《鳳山縣志》						
年(1720)	鳳山縣	2445			4078							
乾隆 29		戶數	成丁男婦口	幼丁男女口	總數	《重修鳳山縣志》						
年(1764)	鳳山縣	17060	86313	36924	123237							
光緒 20		戶數	男	女	總數	《鳳山縣采訪冊》						
年(1894)	鳳山縣	73719	211111	182345	393456							
	港西里	21123	57547	51381	108928							
資料來源:	資料來源:夏雯霖,《清末後堆地方傳統聚落之研究》,p33。											

清代鳳山縣的人口變遷

二、日治時期:

觀察下列以 10 年為級距的日治時期人口統計數字表,可以看到這時期的

³⁵ 台灣在納入清朝版圖之後,於康熙 23 年(1684)由施琅建議清廷頒布 3 條禁令,第一,欲前往台灣者必須申請照單。第二,不准攜帶家眷,來到台灣以後也不准把家屬接來同居。第三,粵地向為海盜淵藪,因此禁止粵民來台。其中第三條禁令在施琅過世後(1696)就解除,前兩條的執行時寬時嚴,卻始終沒有取消,直到光緒元年(1875)才再沈葆楨的建議下廢除。資料來源:吳密察,《台灣史小事典》,遠流,2000,p34。

內埔庄範圍包括了內埔(內埔村、內田村)、檳榔林(義亭村)、番子角和早子角(興南村),同樣歸港西下里轄下的另有忠心崙、老東勢、新東勢、新北勢、老北勢。內埔庄在1905年人口數有3180人,占內埔客庄總人口數12347人的25.8%,比第二大庄的新北勢足足多了599人。到了1915年,內埔客庄總人口數為12257人,10年之間人口才增加了90人,成長比例僅1.77。各庄人口數的變動並不大,內埔庄由3180人增至3198人,共增加了18人,過去10年的成長空間可說極小,甚至幾乎與10年前沒甚麼差別,換言之,這10來內埔庄聚落規模幾乎維持不變。同一時期其他庄的變化則是:忠心崙增加20人;老東勢增加了65人;新東勢減少了103人;新北勢減少了19人;老北勢增加了209人,老北勢人口數雖增加最大,但庄人口數仍不到內埔庄的3/5。

根據 1935 年的數據,內埔庄(包含內埔、忠心崙、老東勢、黎頭鏢、隘寮、新東勢、新北勢、老北勢、老埤、番子厝等 10 個大字),總人口數有 21139 人,比 1925 年增加了 2686 人,比起 1915 年則增加了 8792 人。吾人若將 1935 年之總數扣除閩南庄(黎頭鏢、隘寮、老埠、番子厝)之人口數 6409 人,則 1935 年內埔客庄之總人數為 15090 人,比起 1915 年增加了 2533 人。觀察 1935 年各庄數據,內埔大字(內埔、檳榔林、番子角和早子角)761 户共 4061 人,仍是內埔客庄人口最多之庄,平均每戶 5.3 人,人口數比 20 年前增加了 863 人。同時期其他客庄忠心崙增加 514 人;老東勢增加了 568 人;新東勢增加了 562 人;新北勢增加了 367 人;老北勢增加了 280 人,各庄人口成長弧度皆不大。

透過下列數據,吾人可以發現從1905年到1935年,內埔庄(內埔、檳榔林、番子角和早子角)的人口數始終遠多於其他各庄,換言之,幾乎正個內埔鄉有1/4的人口是住在內埔庄,則內埔庄想必是有更多的生活條件,足以容納較多人口集中於此。箇中原因容後在探討。

日治時期內埔鄉人口統計表

年代	庄別	總人口	户	庄人	族群				庄人口占
		數	數	口數	閩南	客家	平埔	生	總人口數
								番	之百分比
									(/100)
明治	內埔	12347		3180					25. 8
38 年	忠心崙	人		1509					12. 2
(1905	老東勢			1422					11.5
)	新東勢			2469					20
	新北勢			2581					21
	老北勢			1186					9.6
大正	內埔	12557		3198					25. 5
4年	忠心崙	人		1549					11.6
(1915	老東勢			1487					11.8
)	新東勢			2366					18.8
	新北勢			2562					20.4
	老北勢			1395					11.1
大正	內埔	18453							
14 年		人							
(1925									
)									
昭和	內埔	21139	761	4061	95	3959	5	2	19. 2
10年	忠心崙	人	374	2063	26	2035	2		9. 7
(1935	老東勢		357	2055	24	2030	1		9. 7
)	黎頭鏢		256	1556	1362	46	137	11	7. 4
	隘寮		42	276	169	9	97	1	0.03
	新東勢		527	2928	21	2906			13. 9
	新北勢		538	2948	8	2938	1	1	13. 9
	老北勢		270	1675	6	1669			7. 92
	老埤		493	3204	1246	331	1625	2	14. 3
	番子厝		222	1373	1181	64	128		6. 5

三、 光復後:

從1935年到1945年,內埔鄉總人口數由21139人增加為27059人,共增加5920人,相較於清末到日治時期人口緩慢穩定小步爬升的情形,過去這10年間內埔鄉總人口數成長了28%,但值得注意的是內埔庄的人口數反而減少了572人,根據內埔者老的說法是,在台灣光復前後,許多庄民為了躲空襲,所以多搬離原住處,住進較為偏遠的農田屋寮裡避難,這或許就是內埔庄人口不增反減的主要因素。36

從光復到1989年,內埔鄉總人口數增加了35467人,這45年間,人口成長的速度非常驚人,人口數也整整多出了231%,此後就逐年衰退。到了2007年的59476人,足足比20年前少了2910人。但從下表數據可以看出,舊聚落內埔未受到人口衰退的衝擊,從1969年起,內田村由內埔村獨立而成一村,內田村由舊聚落內埔和埤頭下構成,扣除今日埤頭下約有40戶人家共128人,則2007年舊聚落內埔庄仍有8175人,占全內埔鄉總人口數的13.7%,是整個內埔鄉客庄近20年來人口全面負成長的村落中,唯一未見衰退的,顯見在農村人口凋敝的今日,內埔在交通、經濟優勢下得以續存的原因。

³⁶ 內埔村 95 歲耆老陳新華老先生口述。訪談日期:2007 年 11 月 14 日。

光復後高雄縣內埔鄉內埔村(內埔村、內田村)人口統計表

年代	庄別	鄉總人	戶數	庄人	族群				庄人口占
		口數		口數	閩	客家	平埔	生	總人口數
					南			番	之百分比
									(/100)
1945	內埔	27059	539	3489					12. 9
1955	內埔	34860	927	4540					13
1961	內埔	41656	941	5043					12.1
1974	內埔村	57225	672	3795					11.4
	內田村		515	2701					
1989	內埔村	62526	950	4220					12. 2
	內田村		817	3407					
1991	內埔村	62386	1019	4270					12.6
	內田村		910	3596					
2001	內埔村	62320	1331	4530					13.6
	內田村		1145	3947					
2002	內埔村	61829	1345	4534					13.6
	內田村		1134	3844					
2003	內埔村	61402	1366	4570					13.6
	內田村		1127	3791					
2004	內埔村	60867	1384	4556					13.6
	內田村		1130	3752					
2005	內埔村	60368	1400	4522					13.6
	內田村		1129	3708					
2006	內埔村	59960	1406	4505					13. 7
	內田村		1153	3706					
2007	內埔村	59476	1423	4533					14
	內田村		1176	3770					

2007年內埔鄉客庄人口統計表

	90/12		96/11		
	戶數	人口數	戶數	人口數	
上樹村	380	1432	384	1340	
內田村	1145	3947	1176	3770	
內埔村	1331	4530	1423	4533	
竹圍村	570	2161	594	2062	
和興村	762	2807	985	3211	
東片村	316	1206	325	1154	
東勢村	1012	3862	1040	3720	
東寧村	1589	5795	1643	5604	
美和村	813	2893	831	2756	
振豐村	576	2222	583	2101	
富田村	673	2511	689	2399	
義亭村	214	796	225	719	
興南村	455	1746	476	1684	
豐田村	926	3398	974	3306	

第二節、聚落的變遷

透過第一節的人口變遷分析,我們可以發現舊聚落內埔庄聚落的發展,從清末的3000人到今日的8175人,足足成長了273%,若以聚落的規模而言,則今日的聚落範圍應比清末大上2.73倍。則其聚落的範圍是如何的擴張?吾人可有一些依據?今嘗試將1904年、1910年、1921年、2007年後堆地方地圖加以重疊套圖,所得到結果如下:

- 一、 內埔地區 1904 年與 1910 年村落的分布:
- 1、雍正年間,內埔昌黎祠創設,主祀韓愈,並作為講學之所。37
- 2、乾隆年間,廣東省移民來台時,往福建湄洲媽祖聖地分香,一路到內埔安 放。38
- 3、乾隆三十九年(1774),內埔庄開基福德祠創建。39
- 4、乾隆四十九年(1784),內埔「文宣王祀典」創立。40

³⁷ 瞿海源編纂,《重修台灣省通志(卷三住民志宗教篇)》,台灣省文獻委員會,p1329,1992。

³⁸夏雯霖,《清末後堆地方傳統聚落之研究》,成功大學建築研究所碩士論文,p156,1994。

³⁹ 林衡道,〈內埔、潮州、竹田〉,《台灣文獻》,28(3),**p**78,1977。

⁴⁰ 台灣銀行經濟研究室編, n.d.《台灣南部碑文集成》,台北,大通,台灣文獻史料叢刊第九輯, p245-246。

- 5、乾隆五十一年(1786),林爽文反清,六堆眾推曾中立為大總理。劉繩祖、鍾麟江為副總理,出兵援助清政府。⁴¹同年,內埔庄於南門外建忠勇公祠,並組織忠勇公會,以管理維持廟祀。⁴²
- 6、嘉慶八年(1803),昭武督尉鍾麟江進士改建內埔天后宮,主祀天上聖母, 同時於其旁建立昌黎祠,侍奉韓文公。43
- 7、嘉慶十一年(1806),海盜蔡牽作亂,鳳山吳淮泗響應,六堆舉佳冬武舉人賴熊飛為總理,劉繩祖、鍾麟江為副總理,旋改組為鍾麟江任大總理,老東勢秀才黃觀光及內埔人劉及昌任副總理,協助官軍收復鳳山。44
- 8、道光二十九年(1849),舉人鍾桂齡重修內埔天后宮,廟租三十六石。 ⁴⁵咸豐十年(1860),內埔鍾氏八戶祠會創設(江南戶、靄嶺戶、南山戶、徐昌 戶、嵩山戶、瓜洲戶、羅寨戶)。⁴⁶
- 9、同治五年(1866),內埔庄三山國王廟創建,主祀三山國王。47
- 10、光緒二十一年(1895),清廷甲午戰敗,中日簽訂馬關條約,台灣自此割讓日本,六堆士紳於內埔天后宮集議,選出邱鳳揚為大總理,鍾春發為總參謀,出兵抗日,在佳冬蕭家步月樓、長治火燒庄及美濃牛埔等處與日軍對峙,此為六堆最後一次出兵。48
- 11、明治三十一年(1898),日本政府裁撤地方行政機構,全台改編為三縣三廳,下設三十九處辦務署,並於內埔、新東勢設庄役場,置庄長一人,以補助下級行政事務。49
- 12、明治三十一年(1898),鳳山國與傳習所內埔分教場創設於內埔昌黎祠, 旋即改名為內埔公學校。50
- 13、明治三十二年(1899),內埔設辦務支署,庄役場改為區役場。明治三十四年(1901),內埔郵便局創立,租用民房營業。
- 14、明治三十五年(1902),阿猴廳衛生課所屬內埔小賣市場,設立於六堆天后宮前。⁵¹同年,臨時台灣土地調查局於內埔設「內埔派出所」,從事為期一年的土地調查。⁵²

⁴³劉正一,〈內埔媽祖廟的由來〉,《六堆風雲》,8,p38,1989。

45 盧德嘉,《鳳山縣采訪冊》,台北,大通,重刊本,台灣文獻史料叢刊第二輯,p169,1894。

⁴¹鍾壬壽,《六堆客家鄉土誌》,屏東,長青,p93-96,1973。

⁴² 同註 12, p157。

⁴⁴同註 15, p96-98。

⁴⁶ 同註 10,說 59。

⁴⁷內埔鄉公所,《內埔鄉誌》,屏東,內埔鄉公所,p114,1973。

⁴⁸鍾壬壽,《六堆客家鄕土誌》,屏東,長青,p102-103,1973。

⁴⁹內埔鄉公所,《內埔鄉誌》,屏東,內埔鄉公所,p3,1973。

⁵⁰夏雯霖,《清末後堆地方傳統聚落之研究》,成功大學建築研究所碩士論文,p158,1994。

⁵¹同註 23, p3, 59, 38。

⁵² 臨時台灣土地調查局,《臨時台灣土地調查局第四回事業報告》,p84-85,1905。

15、明治三十八年(1905),內埔廢支廳,改置監督駐在所派出所。

16、明治四十一年(1908),內埔區長鍾晉郎二繼任築堤總理,增補堤防四三 三間(566)公尺。

17、明治四十二年(1909),全台二十廳廢合為十二廳,下設支廳,後堆地方屬阿猴廳潮州支廳管轄下,內埔區之內埔庄、忠心崙庄,及新東勢區之新東勢庄、老東勢庄,各區設警察官吏派出所,施行保甲正制度。53

18、明治四十三年(1910),內埔庄劉宅(劉煥詳醫師,劉友才之父)後兩落小樓及後門門廳興建。⁵⁴



內埔天后宮(乾隆)與昌黎祠(雍正年間)

內埔三山國王廟(1866)







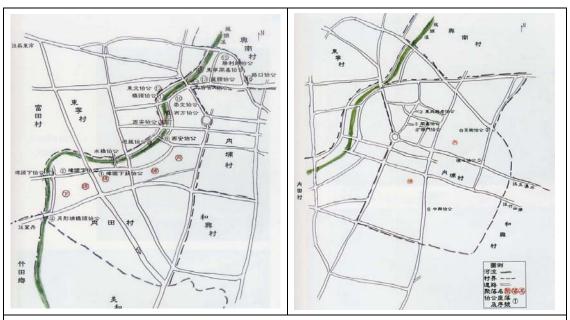
東望樓(1910)

今檢視後堆地區伯公廟之設立年代,設立於清領時期的有:美和村忠心崙南柵伯公(清康熙、雍正年間);和興村茄苳樹下開基伯公(西柵大伯公,清代)、下樹山水口伯公(清代)、下樹山廣福宮庄主伯公(清代)、泥埤仔新庄仔伯公(清代)、泥埤仔新莊仔伯公(清代)、竹山溝開基伯公(清代);興南村番仔埔開基伯公(清乾隆年間)、番仔埔東方伯公(清代)、早子角石仙橋伯公(清代)、

⁵³同註 23,p3,53。

⁵⁴ 夏鑄九,〈屏東內埔劉宅之初步調查〉,《國立台灣大學建築與城鄉研究所學報》1(1)p104,1981。

早子角開基伯公(清代);東勢村新東勢北柵伯公(清乾隆)、新東勢西柵伯公 (清乾隆)、老莊跡新東式開基伯公(清道光)。



內埔庄舊聚落伯公分布圖。資料來源:蔡明坤、王淑慧,《六堆內埔客家聚落伯公廟——美和、和興、內埔、內埔與興南村為例》,行政院客家委員會,2005年6月,p65,77。

其中,內埔聚落較老的伯公有內田村埤頭下伯公(清代)、內埔龍頸伯公 (清代)、內埔天后大伯公(清代)、內埔開基伯公(清代)、內埔東成路老伯公(清 代)、內埔埔心伯公,我們以天后宮為中心點,則以這幾個伯公所構築出的範 圍,約莫就是清末時內埔庄的範圍。根據書老訪談,舊聚落內埔周圍原有約 80 甲的牛埔,內埔村圓環往北廣濟路以東,包括今日內埔國中、內埔公有市 場、內埔國小昔日均為牛埔。所以可以想見,就聚落內埔的發展,是由廣濟 路與光明路交接的龍頸溪岸開始發展,其後漸漸往廣濟路頭拓展。



舊聚落內埔航照圖

二、內埔地區 1904 年與 1921 年村落的分布:

從右圖可以看到日 治時期 1904 年到 1921 年的村落變化,原本分 成三個區塊的內埔、老 東勢、埤頭下,之間的 空間已被補滿,但就內 埔 1917 年 3043 人、 1918年3120人、1919 年 3110 人、1920 年 3112人的人口數來 看,1921年比起1904 年是呈現衰退現象,但 聚落的居住範圍卻變 大了。就以內埔者老鍾 登美為例,她出生的老 家是在現在的內埔消 防隊的對面,後來搬到 廣濟路8號(今內埔國 小旁),其父鍾幹郎後 又在龍頸溪旁蓋鍾氏 宗祠,當時鍾幹郎的庄 長宿舍則是今日的文

內埔地區1904年與1921年村落分布圖

康中心,以前是一片牛埔。55

395

⁵⁵ 資料來源:曾純純,〈內埔地區傑出婦女訪談紀錄〉,《六堆客家田野資料集:內埔篇》,2003,P294。

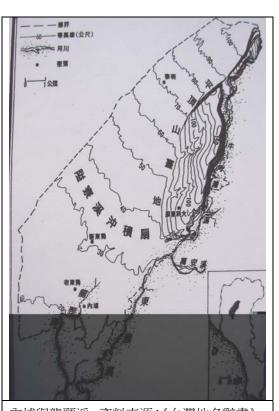
第三節、交通、產業、文化的發展

就地理位置而言,內埔庄位於六堆之中間地帶,內埔庄以光明路、廣濟 路交接處之媽祖廟天后宮為中心點,現今陸上聯外道路包括有:鄉道屏 98 號 公路經興南村往萬巒鄉;鄉道屏 107 號公路經興南村到萬巒五溝水;縣道 187 甲公路往北經東勢村,在東片村最北端與縣道 187 號公路會合後通往龍泉、 三地門;縣道 187 甲公路往南接省道 1 號通往竹田鄉與潮州鎮;鄉道屏 50 號 和 48 號公路往西到竹田鄉;鄉道屏 91 號公路往西北在東寧村接省道 1 號往 麟洛、屛東。陸上交通網絡可謂四通八達成輻射狀。

今日交通建設日益發達,內埔村仍是附近各村欲前往其他縣市之轉乘站,舉例而言,若想從東勢村到高雄,不論是搭乘直達高雄之公車,或到屏東搭火車,內埔都是必經之大站,不論是班次、車種都較其他各村多。

早期陸上交通網絡尚未發達之前,內埔庄水上交通運輸曾經十分便捷。內埔庄之所以能發展成六堆客家聚落的重心,龍頸溪所提供的水資源功不可沒。後堆地區分布於龍頸溪水系上的村落有景新、東片新、早子角、老東勢、內埔、埤頭下、新屋下、忠心崙等聚落。

龍頸溪原為隘寮溪支流,流貫內埔、竹田二鄉。日治時期因隘寮溪嚴重氾濫,乃修築昌基堤防,隘寮溪改道進入荖濃溪,自是水源中斷,乃自隘寮沿舊流路開圳渠南流經黎明、龍泉、東對等村,續南流經早子角,以下稱為龍頸溪,流貫內埔市區至埤頭下南流進入竹田鄉,經美崙、二崙公田、糶糴等村,北納一小溪轉西行1.5公里至泗洲村分東西二支南流,東支在五魁橋,西支於下港尾,分注東港溪,流長共21公里。56



內埔與龍頸溪。資料來源:《台灣地名辭書》: 卷四〈屏東縣〉, p581。

早期聚落的擇址,水的資源為重要條件之一,內埔庄位於屏東平原的中央,屬隘寮溪分歧支流所形成的大沖積扇。

396

⁵⁶ 曾彩金編纂,《六堆客家社會文化發展與變遷之研究:自然環境篇》,屏東,財團法人六堆文化教育基金會,2001,P36。

根據夏雯霖《清末後堆地方傳統聚落之研究》調查研究,內埔地區 1910 年所發展出的 18 個自然村中,與水的關係非常密切,除了茄苳樹下、牛埔下此 2 個村落離水較遠外,其餘 16 個村都沿著河流附近分布。內埔庄有龍頸溪(隘寮溪分歧流路)穿過,是個河運便利的據點。客家先民上岸後,以此為發展據點,因河運方便所以利於商業交易,交換條件容易,貨物集中量就大,今日媽祖廟前曾是買賣市場,聚落的發展需要資源的帶動,而內埔庄便成為錢財集中的地方。資源的多少連帶著影響了生意人的多少,內埔庄地處龍頸溪流域,此處河運便利,生意人集中於此,金錢的來源充足,因內埔有出米入米的優勢,所有的米穀都要在此處交易,先民來此,先墾作並以龍頸溪將貨物運送進出,鍾屋祠堂(龍頸溪頭)與李氏宗祠(龍頸溪尾)建於龍頸溪旁,可推知以前為生意的家族,此處方便集中貨物,日久才建媽祖廟、昌黎祠。





龍頸溪旁李氏宗祠

龍頸溪旁鍾氏宗祠

密佈進入內埔庄之沿溪兩側密集分部的伯公廟中,不少是清代即有的伯公,則吾人不但約可描繪出清領時期內埔庄之聚落範圍,更可以還原當時住民之生活條件。從下列兩圖中,左圖所標示的是舊聚落內埔庄西邊伯公大致沿龍頸溪分布之情形,龍頸溪自早子角(興南村)一路流經天后宮後面,緊貼著整個內埔庄西邊,流過埤頭下,然後忠心崙(美和村)。龍頸溪是內埔主要的灌溉水源,因而沿岸廣設伯公。

內埔庄因位於六堆之中心位置,聯外便捷,再加以龍頸溪船運可直通達達港而產業經濟繁榮。昔日達達港位於竹田鄉糶糴村(東港溪和龍頸溪交會處),今日雖已成為泥沙淤積的小潭,然而在清領時期至日治時期,卻是六堆地區(包括萬巒、內埔、竹田)農產品與日常用品重要的往來大港口。達達港利用東港溪支流龍頸溪流經萬巒、內埔、竹田等地之航運功能,對於早期客家地區貨物的進出社會變遷有舉足輕重的地位。

•