

南 華 大 學  
視 覺 與 媒 體 藝 術 學 系 碩 士 班  
碩 士 論 文

原住民節慶活動定位與策略之研究：

以南投縣布農族部落為例

A Study on Positioning and Strategy of Indigenous Festival Events :

A Case of Bunun Tribe in Nantou County

研究生：舞瑪夫·達給魯頓

指導教授：萬榮水 博士

中華民國 一 百 年 六 月

南 華 大 學  
視覺與媒體藝術學系碩士班  
碩 士 學 位 論 文

原住民節慶活動定位與策略之研究：

以南投縣布農族部落為例

研究生：瑪夫·達給魯頓

經考試合格特此證明

口試委員：黃漢青  
葉榮和  
葛榮水

指導教授：葛榮水

系主任(所長)：葉榮和

口試日期：中華民國 一〇一〇 年 六 月 十 三 日

## 謝誌

首先要感謝上帝，因為祂的帶領，讓我順利度過重重難關。感謝我的指導教授一萬榮水老師，老師教給我的不只是論文寫作技巧與知識，而是包含了做人做事的道理，以及生活態度。尤其是推敲過程中最常提及的邏輯與條理，更是讓我受用無窮。感謝葉宗和主任給予許多精闢的意見，讓我能夠以不同的角度重新思考與調整。感謝黃漢青老師提出的建議與指正，讓我的論文能夠更加完善。最後要感謝的是謝榮峯老師，剛入學時讓我相信熱情可以補足專業，並且細心帶領我釐清自己想要做的方向，奠定基礎。

本篇論文也要感謝不厭其煩寫兩回問卷的三類專家，首先是政府專家：小全、秋雄、春蘭、明智、全爸、珮華、婉萍、五帽、布妮；其次是內部專家的發哥、主恩、泓翔、朝安、士勤、司老師、寶珍、任期、史爸、伍老師、春花、志堅、佩琴、淑苑；最後是學者專家的謝榮峯、郭彰仁、蔡龍銘、呂江泉、葉明亮、李宗儒、劉瓊如、朱達仁、李宗鴻，有你們的協助才能讓此篇論文順利的進行，再次謝謝你們。

兩年的研所生活，感謝身邊彼此鼓勵的同學們：雅亭、頒頒、阿文、王子、睿章、糖糖、紅茶。謝謝萬氏家族的夥伴，熱心的提醒萬氏箴言，讓我能在短時間適應老師的步調：嘉謙、秋如、麗珍、頒。

謹將本論文獻給我最愛的家人和男友，謝謝爸媽不顧部落龐大的輿論壓力，讓我無後顧之憂地學習。感謝男友一雯銘，無條件的包容我實現夢想，謝謝三個弟弟一恩賜、懷恩、宏恩，彼此互相勉勵。謝謝爺爺總是迫切的為我們禱告，並時時告誡我們，不論身在何處，都不要忘記身上背負的責任。我順利兩年畢業了，接下來還有自我設定的三個關卡，願神保守我，也祝福我愛的人平安順心，一切獻上感恩。

舞瑪夫·達給魯頓 謹誌於

南華大學視覺與媒體藝術學系碩士班

民國 100 年 6 月

## 中文摘要

聯合國將 1993 年定為「國際原住民年」(International year for Indigenous People)，同時間，全球興起一股對於「異樣風情」的原住民地區從事觀光活動之熱潮，然而地區的原住民節慶活動，欲求持續盛大舉行產生多層面更大效益，卻面臨著如何定位及妥訂良好策略的問題。爲了探究此一問題，本研究利用修正式德菲法(modified Delphi method)進行兩個回合的問卷調查，包括內部專家、外部專家與學者專家，共有三十四位參與。

所處理的問題將進行四個層面的分析：第一部分爲基本理念的選擇，第二部分爲環境及趨勢的利用，第三部分爲競爭分析與重新定位，第四部分則爲策略設計及評估。這四個層面主要是探討原住民文化認同與宗教信仰結合成爲新的儀式，其內容與意義爲何？原住民節慶活動結合觀光活動，其趨勢與策略如何？

而對於原住民的節慶活動，究竟該以強化原住民的文化認同，還是宗教功能或是觀光效益爲主要的定位呢？根據專家們的意見認爲原住民的文化認同爲最重要的目標，其次，爲宗教功能與觀光效益。根據這樣的定位，本研究繼續進行了策略分析與設計，並提出了兩種策略，首先是以定位爲最大目標，同時考慮宗教跟觀光效益來提出可行方案。另外一種是綜合策略，三種設想同時都盡量做到最好。依此兩種策略爲未來布農族部落發展節慶觀光時之追求方向。

關鍵字：節慶活動、策略分析、文化觀光

## 英文摘要

1993 was regarded as the year of “ International Year For Indigenous People “ by the United Nations, and at the same time, people all over the world were in a fever of making a tour in the “exotic” indigenous areas. The indigenous festivals should continuously be held to generate greater multi-level benefits. However, people were facing a problem of positioning and of setting up a good strategy. In order to explore the problem, the study employed modified Delphi Method to proceed with the survey of a two-round questionnaire. There were thirty four persons participating in the survey, including internal experts, external experts, and scholars. There are four levels of analysis on the treated issues. The first parts are the choices of basic concept. The second parts are the uses of environment and trend. The third parts are competitive analysis and repositioning strategy. The fourth parts are strategy design and strategy evaluation. The four levels are to explore the content and meaning of new ceremony, which derives from the combination of indigenous cultural identity and of religious belief, and to explore the trend and strategy when indigenous festivals are combined with tourism activities. Based on indigenous festivals, should the positioning focus on indigenous cultural identity, religious function or tourism benefits ? According to the opinions from experts, the priority should be indigenous cultural identity, then religious function and tourism benefits. On the basis of the positioning, the study continues to proceed with strategy analysis and strategy design, and there are two strategies in the study. The first strategy is that positioning is the main goal, and then there is a consideration of religion and tourism benefits at the same time. The second strategy is a comprehensive strategy, and it means that there will be full considerations on the three aspects. The two strategies are the future direction of the development of Bunun’s festivals.

Keywords : Festival event, Culture tourism, Strategy analysis

# 目錄

謝誌.....	i
中文摘要.....	ii
英文摘要.....	iii
目錄.....	iv
表目錄.....	vii
圖目錄.....	viii
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究問題與目的.....	4
第三節 研究範圍與限制.....	6
第四節 研究方法與流程.....	8
第五節 名詞解釋.....	11
第二章 文獻探討.....	13
第一節 發展節慶活動之研究個案.....	13
一、西洋宗教傳入布農族部落與迅速被布農族人接受的因素.....	13
二、研究個案之產業經濟.....	15
三、研究個案之文化資源.....	15
四、南投縣信義鄉之觀光特色分佈.....	16
第二節 節慶活動相關意涵.....	18
一、節慶活動.....	18
二、節慶活動與文化觀光的連結.....	19
三、節慶活動與地方產業的關係.....	21
四、節慶與地方居民的關係.....	22
第三節 策略分析相關意涵.....	27

一、環境分析的相關內涵 .....	27
二、競爭者分析 .....	30
三、策略分析 .....	31
第四節 研究架構 .....	34
第三章 研究設計與執行 .....	36
第一節 研究設計 .....	36
一、研究問題之處理邏輯 .....	36
二、修正式專家判斷法的運用 .....	36
第二節 研究執行 .....	39
一、事實資料的蒐集方式 .....	39
二、專家的遴選 .....	40
第三節 修正式德菲法的執行與分析 .....	45
一、專家問卷前測的執行 .....	45
二、專家問卷的分析方式 .....	45
第四章 資料統整與分析 .....	47
第一節 基本理念的選擇 .....	47
第二節 環境及趨勢的利用 .....	51
第三節 競爭分析與重新定位 .....	62
第四節 策略設計及評估 .....	65
第五節 綜合發現與討論 .....	69
第五章 結論與建議 .....	75
第一節 研究結論 .....	75
第二節 研究建議 .....	78
一、後續研究之建議 .....	78

參考文獻.....	79
中文著作.....	79
期刊.....	80
學位論文.....	80
英文著作.....	83
網路資料.....	84
附錄一、專家判斷法問卷說明及接受函.....	85
附錄二、專家判斷法問卷.....	86
附錄三、2010 年羅娜部落聖誕節慶活動照片.....	92
附錄四、2010 年羅娜部落聖誕節慶相關報導.....	93
附錄五、2010 年信義鄉羅娜聖誕節系列活動流程.....	94



## 表目錄

表 1-1-1 布農族之傳統歲時祭儀 .....	2
表 1-1-2 布農族傳統祭儀活動之演變 .....	3
表 1-4-1 研究流程 .....	10
表 2-1-1 羅娜地方組織簡介表 .....	14
表 2-2-1 文化觀光趨勢興起的因素 .....	20
表 2-2-2 事件產生影響衝擊 .....	23
表 2-2-3 原住民觀光發展對原住民部落的影響 .....	25
表 3-2-1 修正式德菲法問卷名單 .....	41
表 4-1-1 三類專家在「編號 1-1」的次數、百分比 .....	47
表 4-1-2 三類專家在「編號 1-2」的次數、百分比 .....	48
表 4-1-3 三類專家在「編號 1-3」的次數、百分比 .....	49
表 4-1-4 三類專家在「編號 1-4」的次數、百分比 .....	50
表 4-2-1 各類專家在「編號 2-1 原住民觀光趨勢的興起」的次數、百分比 .....	51
表 4-2-2 各類專家在「編號 2-2 節慶觀光符合生態觀光的潮流」的次數、百分比 .....	51
表 4-2-3 各類專家在「編號 2-3 觀光節慶活動相繼推出」的次數、百分比 .....	52
表 4-2-4 各類專家在「編號 2-4 天然災害」的次數、百分比 .....	53
表 4-2-5 各類專家在「編號 2-5 政府政策推動，積極發展觀光」的次數、百分比 .....	53
表 4-2-6 各類專家在「編號 2-6 生態、體驗旅遊型態快速發展」的次數、百分比 .....	54
表 4-2-7 各類專家在「編號 2-7 許多原住民地區交通易達性不佳」的次數、百分比 .....	55
表 4-2-8 各類專家在「編號 2-8 遊客對生態旅遊教育不足」的次數、百分比 .....	55
表 4-2-9 三類專家類別在「環境及趨勢利用部分」的單因子變異數分析摘要表 .....	56
表 4-2-10 均等平均數的 Robust 檢定 .....	56
表 4-3-1 各類專家在「編號 4-1 其核心內容重要性排序」的次數、百分比 .....	62
表 4-3-2 三類專家在「編號 4-1-2」的單因子變異數分析摘要表 .....	63
表 4-3-3 「題目 4-1-2」均等平均數的 Robust 檢定 .....	63
表 4-3-4 「編號 4-1-2」多重比較 .....	63
表 4-3-5 各類專家在「編號 4-2 其活動內容重要性排序」的次數、百分比 .....	64
表 4-4-1 三類專家在「重新定位」的單因子變異數分析摘要表 .....	67
表 4-4-2 「編號 5-2-2 與編號 5-3-4」均等平均數的 Robust 檢定 .....	68

## 圖目錄

圖 1-3-1 信義鄉行政區域圖 .....	7
圖 2-1-1 南投縣信義鄉觀光特色分佈圖 .....	17
圖 2-4-1 研究架構 .....	35

# 第一章 緒論

此章節共分成五個部分，首先描述研究背景與動機，再來陳述研究問題與目的，研究範圍與限制，然後是研究方法與流程，最後為名詞解釋。

## 第一節 研究背景與動機

### 一、研究背景

關於原住民節慶活動，應該如何定位？它現在面臨的發展問題是什麼？該如何解決，這是相當重要，並且受大家關注的問題。達西烏拉灣·畢馬(2003)提到布農人每一個人生關口，都伴隨著一套宗教祭儀，但隨著時間的推移，許多傳統祭儀已逐漸消失(如表 1-1-1)。因此，原住民的節慶文化面臨到何去何從的問題，那麼應該怎麼看待它的重新定位？又該如何營造它的後續發展呢？

#### (一) 原住民傳統祭儀面臨改變，如何創新與充實取決於重新定位

許多傳統祭儀之消失係受到外界優勢文化，包括日本殖民地文化、漢文化、西洋宗教等的衝擊及原住民生活環境的改變等影響的結果。不論其理由是為「革除迷信惡習」或「改善生活」或「給予救贖」，都相當程度地流露出這些外來文化優越心態，貶損原住民族的文化自尊。另外，城鄉差距加大，造成部落人口流失，青少年日減而人口老化。且新式的現代教育取代了傳統教育方式，為適應主流的社會需求及價值觀，傳統的祭儀活動已失去其正當性與合理性，亦無法與現代的休閒活動相抗衡。雖然如此，伍錐牧師(1990)卻表示也許表面上的宗教祭祀曾因被禁而中斷，可是宗教心的種子永遠埋在心田裡。

由於情勢的改變，許多原住民節慶活動轉而與西洋宗教節日之結合成為現今部落節慶的新興模式。但研究者發現，原住民文化、宗教功能與地方單位亟欲發展觀光這三者之中似乎存在著許多衝突，因此如何取捨、創新與充實等問題實為

現今主要的課題之一。

(二) 節慶活動具有多方面功能，若妥適兼顧將使模式穩定而產生多種效益

台灣的原住民部落一直以來都屬於社會的弱勢族群，因此政府多計畫以發展觀光事業來帶動部落經濟的繁榮以及傳統農業的轉型(鄒亮瑩，2006)。而原住民獨特的生活背景常創造出豐富且多元的文化意涵 (王舜皇，2002)。再加上國人旅遊偏好以自然景觀襯托的文化活動，因此，原住民部落的觀光旅遊發展，似乎也成為觀光客的新寵(黃躍雯，2002)。節慶活動可以帶動部落整體的經濟發展，但隨之而來的觀光衝擊也是造成節慶活動失敗的主要因素。因此，如何提高發展節慶觀光之正面效益及降低負面衝擊，是我們必須要重新檢視的地方。

表 1-1-1 布農族之傳統歲時祭儀

祭儀名稱	祭期	活動內容
開墾祭	10月~11月	選擇、標記今年新耕地的祭典。
拋石祭	10月~11月	驅除耕地之惡靈及丟棄石塊的祭儀。
播種祭	11月~12月	向祖靈、眾神告知播種之事已展開之際儀。
播種完結祭	播種完畢後	告知眾神播種完畢，祈求保佑。
甘藷祭	11月~12月	於部分耕地種植甘藷祭儀。
進倉祭	11月	將去年收成曬乾的小米存放倉庫。
風鋤祭	1月~2月	播種終結祭拜農具的儀式。
鋤草祭	3月	小米成禾著手除草並求成長順利的祭儀。
驅疫祭	4月	驅逐污穢疾病，並求族人健康平安。
打耳祭	4月~5月	具有社會、教育、政治、團結的重要祭儀。
驅鳥祭	5月	小米長穗，開始驅趕野鳥的祭儀。
收穫祭	6月~7月	開始收割前的祭儀。
嬰兒祭	7月~8月	為全部落嬰兒佩帶項鍊，並祈求長壽的祭儀。

小孩成長禮	孩童 5~8 歲	送大豬給娘家父系氏族，感謝母親的恩德。
成年禮	15~16 歲	男女將上顎之門牙拔掉，訓練耐力的第一步。
狩獵祭	農閒期間	獵取獸肉作為：祭神、食物、衣其皮、飾其骨牙等。
獵首祭	農閒期間	其作用為：借用他族之精靈力量、報仇雪恨、壯膽。

資料來源：信義鄉公所

<http://www.shini.gov.tw/form/index-1.asp?m=2&m1=7&m2=30&id=33>

表 1-1-2 布農族傳統祭儀活動之演變

時期	自主時期	日本時代		民國時代		
		~1940S	1940S~ 1945	1945~ 1950S	1950S~ 1980S	1980S~今
允許否	進行	可	不可	短期回復	不可	可
因素	自主	介入部落政治和一般事物之管理，上不至於干涉祭儀活動	參與世界大戰，認為浪費時間，同時也禁止打獵	外部局勢混亂，內部自主	政府提倡「生活改進」和西方宗教的禁止	政治社會開放，自主意識覺醒，重視傳統文化
內容	各種祭儀都有	各種祭儀都有，但逐漸簡化，依各 Siduh 進行	有則簡化之，依各 Siduh 或家族進行	部分祭儀尚存，仍依各 Siduh 進行	少數族人行之，更簡化	以射耳祭為主，以部落、全鄉、全布農族為之，象徵性和表演性質強

資料來源：海樹兒·戈刺拉菲(2006)，布農族起源及部落遷移史，第 249 頁。

## 二、研究動機

如果我們能夠針對原住民節慶的定位及策略問題，找到一個解決的方案，那麼對這活動的舉辦會帶來創新的效果。因此，本研究以南投縣布農族部落為對象，進行定位與策略的分析，希望能夠澄清問題，得到改進的建議。

而從個人層面而言，研究者本人即出身該部落，雖然因求學而離鄉背井，但若能夠藉此研究結果回饋部落，便不會忘記耆老吩咐的，離家是為了回家的教誨。

## 第二節 研究問題與目的

### 一、研究問題

(一)原住民部落發展節慶活動其基本原則 (理念)的選擇為何？

包括發展部落節慶觀光應該是要以發揚融合原住民傳統文化之宗教信仰還是重視市場導向；地方在設計部落節慶觀光活動內容時應該以具有共同信仰之原住民還是提供遊客體驗的活動為主要對象；發展部落節慶觀光活動的主體應該是當地部落自行發展還是結合其他族群擴大舉辦；最後部落節慶觀光的活動時間應該於宗教既定時間(即使是在非假日)還是應配合遊客而調整至假日。

(二)原住民部落發展節慶活動的環境及趨勢利用為何？

首先要探討專家們對總體環境影響地方發展節慶觀光相對重要性有何種看法？而總體環境包括：原住民觀光趨勢的興起；節慶觀光正好符合生態觀光時代的潮流；全台各類觀光節慶活動相繼推出，競爭激烈；天然災害不定時發生，不僅破壞地方環境，也影響遊客至山區旅遊意願；政府政策推動，積極發展觀光；生態旅遊、體驗旅遊型態快速發展。另外，在趨勢利用的部分，除了研究者所列

的選項外，也請專家在為補充欄中做他項目的說明

(三)原住民節慶活動與觀光活動的結合，該如何重新定位？

首先瞭解專家認為發展部落節慶觀光時其核心內容的安排應該以文化認同、宗教功能，還是以觀光娛樂為主？再來探討專家認為發展部落節慶觀光時其活動內容的安排應該是維持現行運作的活動內容為主即可、保留舊有的活動內容，再發展更精緻創新的活動內容，還是認為既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容。

(四)原住民節慶活動與觀光活動結合的評估與策略為何？

此部分將未來可能的發展情勢推想出幾種可能的狀況，包括以傳揚西洋宗教為目標、以發揚原住民優良傳統文化為目標，或是以發展節慶觀光為目標。

## 二、 研究目的陳述

本文主要目的，瞭解原住民文化認同與宗教信仰結合成為新的儀式，其內容與意義為何？探究原住民節慶活動要如何結合觀光活動，其趨勢如何？最後運用專家意見法，建構原住民發展節慶活動之策略。本研究希望能夠歸納出一些資訊，供地方與相關單位參考。本研究目的將分成知識成長面與實務性等兩個層面來表述。

在知識成長面上，由於文獻探討原住民節慶觀光者不多，且缺乏關於宗教儀式之研究，本研究屬開創性的探討，可說是一個重要開端，對於原住民節慶觀光的認知與了解，以及如何降低原住民觀光衝擊及提升部落整體經濟發展，都有某種程度的幫助。

在實務性層面，本研究探討原住民節慶觀光之內容與意義，探究原住民節慶活動如何結合觀光活動，以及建構未來發展原住民節慶觀光之策略，期望藉此提

供給已經從事相關活動之地方作為未來調整實際運行策略之考量，或是給其他欲發展原住民節慶觀光之相關單位作為先期規劃參考。

### 第三節 研究範圍與限制

本研究的範圍與限制，分別從研究問題、研究場域、研究對象、研究時間、研究者身分四個方面來說明：

#### 一、研究問題

研究問題之主要範圍，在於探討原住民觀光節慶的文化意涵與可行策略，而觀光衝擊等其它發面的知識，也許與原住民觀光節慶的發展有關，但並非本研究範圍。

#### 二、研究場域

本研究對原住民觀光節慶活動之界定，加上取樣之便利度、可靠度以及研究者多年來參與節慶活動與熟悉度，本研究立意選取全台最大的原住民部落，即研究者自身的部落為研究場域。

#### 三、研究對象

##### 1. 南投縣布農族部落

南投縣信義鄉羅娜村民以台灣原住民布農族之郡社群為主，巒社群次之，自日治昭和年間實施集團移住之後，幾乎一直是全台原住民人口數最多的村落(海樹兒·友刺拉菲，2006)。本研究依研究問題之特性，以南投縣信義鄉羅娜村為研究範圍，其位於信義鄉西部阿里山山脈中段，北與新鄉村為界，東北以十八重溪與豐丘村為鄰，南以倉庫溪及其上源山地的稜線與望美村毗鄰，西以山地接嘉



義縣阿里山鄉(圖 1-3-1)，土地面積 39.12 平方公里(海樹兒·友刺拉菲，2006)。村戶數有 6 個鄰 498 戶，2010 年 6 月底人口有 1832 人，其中原住民人數 1481 人(信義鄉戶政事務所，2010)，約佔 82%。



圖 1-3-1 信義鄉行政區域圖

資料來源：信義鄉戶政事務所

<http://www.shini.gov.tw/form/index.asp?m=2&m1=7&m2=75>

## 2. 專家訪談對象

本項意見調查以匿名方式實施一至兩次問卷(第二次是不是要進行，視專家們的共識高低而定)。專家共分為三組：(1)政府機關人士；(2)地方非營利組織負責人；(3)學者專家。希冀能彙整相關政府、地方單位、學者等角度之評估性見解，建構出部落發展節慶觀光之策略。

## 四、研究時間

就本研究欲達成之目的而言，以現有環境狀況無法對十年或是更長的以後做出正確無誤的預測。而今年舉辦節慶觀光的地方機關與相關單位之策略已經大致擬定，較沒有預測價值的必要。而本研究對象仍在發展中、變動大，因此，本研究將預測的時間範圍設定於未來的五年。

## 五、研究者的參與身分

研究者十多年來從事布農族部落節慶觀光的活動，深深明白此活動對部落族人有許多深層的文化意涵。從活動前幾個月的討論、彩排到表演的歷程中，常常有機會與各相關單位的負責人討論。每一次的對話或是參與表演活動後的感受，可以發現大家的最終目的雖然不盡相同，但都是透過節慶活動來達成。因此藉由研究者多年來的參與身分，較易於取得豐富的資料，利於研究的進行。

## 第四節 研究方法與流程

### 一、研究方法

(一)決策研究—環境分析、競爭者分析、策略分析

(二)專家意見調查

本研究係採用修正式德菲法(Modified Delphi Method)來進行，研究者在第三章說明「修正式德菲法」主要將部分研究基於特殊考量去修正典型德菲法。其中最大的不同為省略第一回合開放式問卷施測的繁複步驟，將原有第一回合的開放式問卷調查，改以參考文獻中相關研究結果或是研究者之規劃亦或是專家訪談的方式，直接發展出結構式問卷，作為第一回合的專家問卷調查此為「修正式德菲法」。問卷設計完成後，進行專家問卷，施行兩個回合的施測。

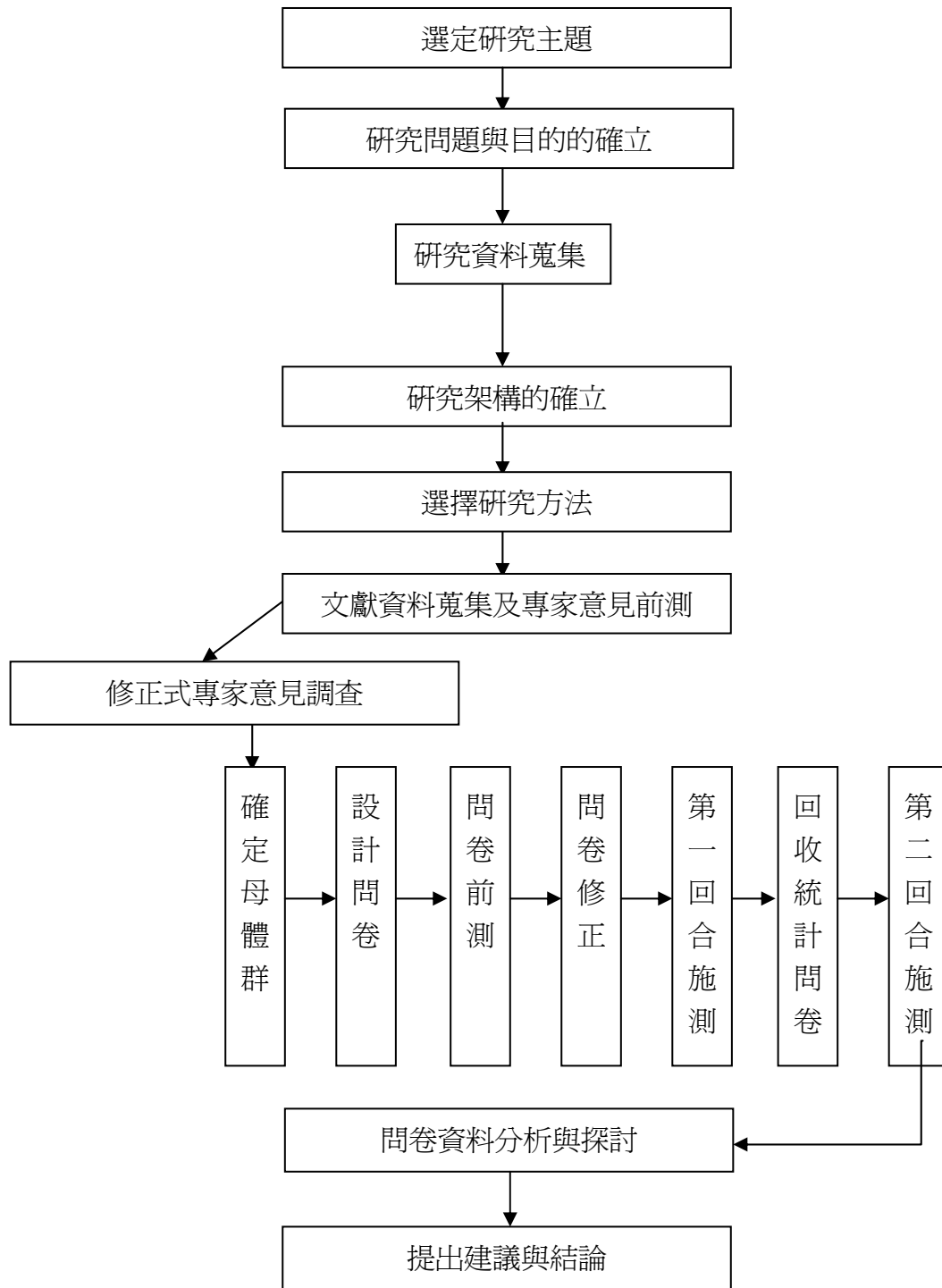
### 二、研究流程

本研究之進行流程共分成：選定研究主題、研究問題與目的的確立研究架構的確立、選擇研究方法、文獻資料蒐集及專家意見前測、修正式專家意見調查、問卷資料分析與探討、提出結論與建議等八大階段。

本研究之研究流程如表 1-4-1 所示。

- (一)選定研究主題：從研究者自身生長的部落所看見的問題，閱讀相關文獻與跟指導教授討論之後，研究者最終選定原住民觀光節慶行銷策略之研究為本研究主題。
- (二)研究問題與目的的確立：整理出研究背景與動機，界定問題，蒐集相關的資料文獻與整理。
- (三)研究架構的確立
- (四)選擇研究方法
- (五)文獻資料蒐集及專家意見前測：以修正式德菲法做為本研究方法並依據文獻參考資料與專家意見前測，設計可用性的評估指標準則。
- (六)修正式專家意見調查
- (七)問卷資料分析與探討
- (八)提出結論與建議，提供未來其他相關單位舉辦節慶活動時之參考。

表 1-4-1 研究流程



資料來源：研究者整理

## 第五節 名詞解釋

本節主要解釋本研究中有關布農族、節慶活動、策略分析與修正式專家法等基本概念。

### 一、原住民之布農族

原住民族約有 49 萬人，佔全台灣總人口數的 2% ，目前，經台灣政府認定的原住民族有：阿美族、泰雅族、排灣族、布農族、卑南族、魯凱族、鄒族、賽夏族、雅美族、邵族、噶瑪蘭族、太魯閣族以及撒奇萊雅族及賽德克等 14 族。

目前平埔族已幾乎全部漢化，而本研究乃針對原住民族中的布農族為主要研究對象。

### 二、節慶活動

節慶活動是一種神聖的、公開的、有主題的慶祝，是一個在一般例行的活動之外，在組織運作及經費贊助的配合下，所形成的一種非經常性發生的特殊活動。具有凝聚向心力、信仰心靈寄託、保存傳統藝文、教育意識宣導、增加地方經濟開發等的功能(郭雅婷，2008)。

### 三、策略分析

組織在進行策略規劃時所作的 SWOT 分析，應包括三大分析類型：外部的一般總體環境分析，包括產業分析、競爭者分析，以及外部特定環境分析與自我的內部分析。藉由 SWOT 分析，組織可以瞭解目前或未來的機會、威脅、優勢與劣勢，進而掌握與維持組織的競爭優勢(徐暉倉，2009)。

#### 四、修正式專家判斷法(德菲法)

所謂「修正式德菲法」依然保存了德菲法的精神與優點，只是省略了原來的步驟二開放式問答，改用參考大量文獻或專家訪談、諮詢等方式，直接設計出德菲法第一回合問卷調查。藉由設計，將專家結構化，分別詢問各個專家並使其獨立完成問卷填答，然後將專家們的意見統一整理、製成表格，並與所有參與者分享。獨立回應問卷，消除了大部分專家在公開場合填答時試圖彼此影響所可能造成的偏差。德菲法最大的優點是這些專家們能夠以不偏差的方式分享他們的意見、想法和預測(郭燕鳳，2009)。

## 第二章 文獻探討

此章中，首先瞭解發展節慶活動之研究個案，包括其西洋宗教傳入且迅速被當地族人接受的原因、產業經濟、文化資源及信義鄉觀光特色之分佈；其次探討與節慶活動相關之文獻，包括與文化觀光、地方產業及地方居民的關係；最後探究策略分析相關意涵，包括環境分析、競爭者分析等。

### 第一節 發展節慶活動之研究個案

此章中，首先瞭解發展節慶活動之研究個案，包括西洋宗教傳入且迅速被當地族人接受的原因、產業經濟、文化資源與觀光特色分布；其次探討與節慶活動相關之文獻，包括與文化觀光、地方產業及地方居民的關係；最後探究策略分析相關意涵，包括環境分析、競爭者分析等。

#### 一、西洋宗教傳入布農族部落與迅速被布農族人接受的因素

基督宗教正式進入布農族部落，當在 1950 年代，稍早於 1940 年代，日本在東部的古風、崙天舉辦了三個月的瘧疾防治研習會，會中有山田及澳山二名太魯閣族人是基督徒，利用夜間到民家宣傳為生的機會，向村民秘密講論聖經的故事，和宣傳福音，因語言不同，加上日本之禁止，故無結果。此可以說是布農族人首次接觸基督宗教，此後基督宗教的福音就從古風村開始傳開。而天主教之進入布農族部落，亦在 1950 年代左右。當時族人去天主教堂彌撒，不僅可聽聽「道理」，且可獲得救濟品，同時在平日繁忙工作之餘，難得「放假」也是件愉悅之事(海樹兒·戈刺拉菲，2006)。

布農族部落目前信仰西方基督宗教者約佔了九成，以基督長老教會和天主教最多，其中前者信徒人數略多於後者。部落信仰基督教，約於民國時代初期隨著基督宗教在台灣的發展而開展。部落族人會信仰之，是因為整個傳統社會組織和

價值信仰的解體與鬆動，所給予的一種生活上的盼望。再加上傳教態度的積極，及其教義與布農族傳統神話和部分道德觀的契合，才是部落族人選擇外來宗教的重要因素。例如：族人有 Laning'avan(洪水的故事)，聖經裡也有挪亞方舟的記載；布農族有至高無上的 Dihaning(天神)概念，轉化到基督宗教裡，即是至高無上的耶和華。再來，基督教與布農族傳統信仰同樣都教人為善，且強調 Tama dihaning(天神→父神)的無所不在。最後，西方宗教在部落的延續，早就隨著族人之參與而注入了當地布農族文化的因子。此外，教會積極培育族人來傳道，對布農族傳教之影響最有力，透過他們流利的族語與豐富的肢體語言，在教義中注入許多「布農族世界」的思考與想像，而讓基督宗教很快地「布農化」(海樹兒·戈刺拉菲，2006)。布農族各部落的祭祀儀式的方法和方式，或由於各式族群所處的地理環境及時空因素，而不盡相同。不過這種差異性是必然的，無可厚非，但其祭祀的基本精神是一致的(達西烏拉灣·畢馬，1992)。

綜合上述，羅娜部落的宗教信仰，目前主要信奉為基督教與天主教，其餘則為無特殊信仰或是民間信仰。但布農族人並未因此完全拋棄傳統祭儀，而是與宗教信仰融合成今日的固定節慶活動。而地方協助舉辦各類節慶活動之組織簡介，見表 2-1-1。

表 2-1-1 羅娜地方組織簡介表

機構名稱	簡介
羅娜發展協會	網址： <a href="http://sixstar.cca.gov.tw/blog/u6666/communityAction.do?method=doCommunityView">http://sixstar.cca.gov.tw/blog/u6666/communityAction.do?method=doCommunityView</a>
布農經濟發展協會	網址： <a href="http://blog.udn.com/lonaku">http://blog.udn.com/lonaku</a>
信義警察	為維護羅娜、地利二村聖誕節晚會交通秩序，信義警察分局將會動員



分局 山警隊	全部警力，於各主要道路規劃交通崗哨，疏導、管制交通及指揮車輛停車。並於當天傍晚起，非本村車輛均管制不得進入部落。遊客請依指示將車輛停放停車場後，再步行至部落晚會會場。
羅娜基督 長老教會	台灣光復以後，為達成「台灣歸主」的目標，於在主後 1951 年 5 月 7 日南北兩大會在台北設立「台灣基督長老教會總會」。現任擔任羅娜牧師為伍賜福牧師。
羅娜露德 聖母天主 堂	民國 45 年瑪利諾會會士伏智神父擔任水里本堂神父並在信義鄉地利村傳教期間，獲知羅娜村還沒有天主教神父和傳教師前去傳教，就派遣當時在地利天主堂幫忙福傳的 buh(布農族語)前來本堂訪問調查(羅娜露德聖母堂簡史，2010)。

資料來源：研究者整理

## 二、研究個案之產業經濟

羅娜村位於羅娜沖積扇上，此沖積扇北端高度約 760 公尺，與陳有蘭溪河床之間有 120 公尺左右的斷崖；南端高度約 840 公尺，向東約有 150 至 180 公尺左右的斷崖，是台灣溪谷之中，面積最大的切割沖積扇，因地勢起伏平緩，取水便利，利於農業活動的發展。過去土地利用以梅、李、桃、桂竹等農作物之種植為主，目前則主要生產葡萄、夏季蔬菜、梅子、苦茶子以及花卉(海樹兒·友刺拉菲，2006)。另外，清澈的水質加上高冷的氣候，使其所生產出來的各色孔雀花、海芋、玫瑰等花卉，不論在花形、花色或是瓶插壽命上均有亮眼表現(南投縣信義鄉旅遊網，2011)。

## 三、研究個案之文化資源

### (一)羅娜部落入口意象

進入羅娜社區時，您一定會被社區前那一尊尊別具風情的人形雕像所深深吸

引，那是羅娜村最具布農風情的入口意象設計。不論是手持彎刀長矛、身著傳統服飾的布農勇士，或是肩揹「背簍」身著連身鑲紋黑裙的布農婦人，每一尊雕像都象徵著布農族文化的傳統精神—勤勞刻苦、永不言敗。羅娜社區四處是充滿原住民風情的彩繪圖牆，生趣盎然的故事情節加上活潑生動的人物刻畫，為這深居山林的布農部落更添幾許迷人風采(南投縣信義鄉旅遊網，2011)。

## (二)羅娜橋

位於新中橫公路上的羅娜橋，為聯結新鄉及羅娜二村的重要通道，赭紅色的圓拱式防洪建築包裹著古意樸質的羅娜橋墩，相映著遠處的叢綠山脈，宛若一幅以最自然的工法鑲嵌於山林之間的巨幅山水，令人震撼久久不能自已(南投縣信義鄉旅遊網，2011)。

## (三)羅筆古道

歷史悠久的羅筆古道，為早期羅娜一帶居民下山的主要步道。光復後，居民依舊沿走此道下山，後因新中橫公路通車及羅筆聯外道路的開闢，此路才漸漸少人通行。如今的羅筆古道，雖然昔日光景不再，但步道上豐富多元的自然生態，儼然成為信義另一條值得細細漫遊、體驗山林野趣的歷史古道(南投縣信義鄉旅遊網，2011)。

## (四)羅娜國小

擁有百年歷史的「羅娜國小」，前身為「楠仔腳萬教育所」，921 震災時，校舍毀損嚴重，所幸在地方政府撥費改建下，羅娜國小得以嶄新的現代風貌呈現世人眼前。重建後的羅娜國小，不但各項軟硬體設施更趨完善，校舍外觀更有傳統的布農圖騰點綴，溫儒有禮的原鄉學子，使得每位走進羅娜的遊客們，忍不住對這間山林小學另眼相看(南投縣信義鄉旅遊網，2011)。

#### 四、南投縣信義鄉之觀光特色分佈

信義鄉觀光景點分佈台 16 線及台 21 線新中橫公路第二條省上，交通良好，景點密布。台 16 線之觀光景點如人和瀑布群、雙龍瀑布、雙龍休閒農業區為聽泉、觀光瀑布、週休逍遙遊。再深入旅遊有五里亭、巴庫拉斯、海天寺、丹野農場、七彩湖等，均為頗具特色的著名觀光景點。沿線四周群山起伏環繞，其間更有濁水溪、卡杜溪、丹大溪、郡大溪等濁水溪上游貫穿山谷之間，使得山勢更如顯得壯麗。台 21 線新中橫公路觀光景點更為豐富，木瓜坑大瀑布，懸於木瓜坑的峭壁上，如白練垂空，壯闊埤琮，終年不息，為本省最長的瀑布。



圖 2-1-1 南投縣信義鄉觀光特色分佈

資料來源：南投縣信義鄉公所

<http://www.shini.gov.tw/content/index.asp?m=1&m1=8&m2=31>

綜合上述，研究者總結布農族部落發展節慶活動之核心價值：即活動地點擁有特殊的原住民人文風情，主辦單位以地方宗教團體為主，地方機關組織為輔。整個宗教祭典儀式完整，主要吸引大批遊客與當地族人參與的原因，除了濃厚之宗教氛圍與熱情好客的親和力外，亦具有凝聚向心力等功能。

## 第二節 節慶活動相關意涵

節慶活動涵蓋的範圍相當廣泛，因此就研究問題分成三個部分，首先是瞭解節慶活動的特徵、功能與現行的亂象。其次探討節慶活動與文化觀光連結的新趨勢。最後瞭解節慶活動與地方產業、地方居民的關係，應朝向維護地方文化與環境自律的觀光型態發展，並且尋找觀光活動中主客互動的平衡點，藉此達到永續化之目標。

### 一、節慶活動

節慶最初的意義大多是與宗教儀式及神話有關，其具有一定對象、功能、形式與意義。節慶在存於世界上每一個地方，是根植於一個地方的自然與社會環境，反應當地人的生活(郭雅婷，2008)。從概念上來看，節慶是「節日慶典」的簡稱，其形式包括各種傳統節日以及在新時期創新的各種節日。

Getz(1991)認為節慶活動應有以下幾項特徵：對大眾公開、針對一特定的節慶或展覽之目的、通常每年一次、二次或數年舉行一次、有事先訂妥開始與結束的日期、活動有一個主題、活動設計包羅萬象、所有的活動皆在同一地舉行。遊客也常因為慶典活動具備有文化、教育、觀光等特質而參與該性質之活動；慶典活動除了上述之特質外，尚包含了：不可觸摸性的魅力、為主要或附屬的觀光活動、感受群眾熱鬧的氣氛與調節季節性觀光效應(葉碧華，1998)。

游書寧(2006)認為節慶活動的功能包括：地方經濟開發、觀光開發及增加觀光收益、提供休閒遊憩體會、保存文化形象、塑造社造與凝聚意識、信仰與心靈寄託、文化商品的促銷、政策理念宣導、提高能見度增廣見聞等。

但何榮幸等人(2006)於 2006 年 3 月 7 日至 3 月 11 日〈全台飆節慶專題〉的連載中也提到：「原本立意良好的文化下鄉理念，在執行層面已遭到扭曲變形、載浮載沈。部份新興節慶出現的種種亂象，幾乎只能用【文化大拜拜】來形容，我們只看到節慶的形式、沒有看到文化的內涵」。其歸納出新興節慶的十大亂象

整理包括：節慶名目浮濫、徒具國際虛名、模仿抄襲盛行、淪為人數比賽、缺乏長遠規畫、拚政績迷思、在地文化失根、全台皆夜市化、媒體自失立場、人謀不臧弊端。

## 二、節慶活動與文化觀光的連結

21 世紀最有潛力的明星產業，但季節性及資源有限性始終是觀光產業亟待克服的困境。節慶觀光的出現，舒緩了這些困擾，它可以延長原有觀光旺季的時間，或開創新的觀光旺季(王育群，2000)。而節慶活動本身提供一種不需仰賴自然資源與土地開發所形成的觀光，並標榜可以將觀光的負面衝擊降到最低，培養目的地居民與訪客的良性互動，維護自然與社會環境，並可以自身為吸引焦點、新形象塑造者，或帶動其它建設與發展之催化劑的特殊節慶活動，儼然成為當前世界各地最受注目與歡迎的觀光潮流(Cunningham, 1995，Getz, 1991)。

「文化」可以創造觀光產業附加價值，突顯地方風格，而以文化特色推動地方產業的主要策略，是希望藉由文化觀光讓地方得以再生，增加地方經濟活力避免人口外流，增加就業機會配合社造，尋找文化獨特性建立永續發展之目標(游書寧，2006)。

那麼什麼是文化觀光呢？「聯合國教科文組織」明確將文化觀光定義為：一種與文化環境包括景觀、視覺和表演藝術和其他特殊地區生活型態、價值傳統、事件活動和其他具創造和文化交流的過程之一種旅遊活動。孫武彥(1994)則認為從事具有文化歷史、教育研究及觀賞遊樂價值之觀光資源，加已開發所形成之觀光產業，就是文化觀光。文化觀光類型則包括文化遺產觀光(cultural heritage)、城市體驗觀光、學習性的文化觀光(practicing cultural tourism)、事件型觀光(event tourism)、與宗教文化觀光(religious culture tourism)。其趨勢的興起，因素可分成兩大部分，如表 2-2-1：

表 2-2-1 文化觀光趨勢興起的因素

社會環境背景層面	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自由時間社會的擴大：周休二日國民休閒意識提升</li> <li>● 與環境的共生：身邊的環境受到人們的重視</li> <li>● 資訊社會的發展</li> <li>● 高齡化社會來臨</li> <li>● 個性化時代：重視多元價值與個人獨特性</li> </ul>
觀光變化面	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 個人化的趨勢近年來觀光型態個人化傾向</li> <li>● 消費時間型觀光增加</li> <li>● 知性觀光重視體驗趨勢</li> <li>● 中高齡層女性層的擴大</li> <li>● 針對觀光弱勢者訂定對策需求增大</li> <li>● 要求提高的傾向</li> <li>● 觀光地間競爭的激烈化</li> <li>● 追求環境的共生觀光</li> <li>● 人們希望透過觀光重新認識自己所居與實踐環境保護貢獻社會</li> </ul>

資料來源：游書寧(2006)

文化資產與慶典活動之結合，也成為近期各國家城市所努力推動之政策做法，如此，文化資本不僅得以藉慶典活動提供交流、啓迪與教化之平台外，慶典活動更因為文化的主题內涵，增加其整體活動價值，及活動相關產製品之生產的交易、使用外部價值與消費外部的象徵、地域認同等價值(黃俊嘉，2005)。全球流行文化的興起，「文化普同性」衝擊著具「獨特性」、「多樣性」的在地文化特質，使得台灣地區許多的地方文化及特有產業淹沒在這股浪潮之中(郭品好，2004)。

綜合上述，就研究對象來看，以固定時間舉辦的節慶活動發展歷程來看研究對象，都是結合原住民傳統文化與觀光發展而舉辦，較多屬於一種具有社會與文化的特質。而從觀光的角度來看，文化活動確實是一項具有吸引力的行銷策略，不僅可以形塑地方文化特色，更可以吸引大批且集中的人潮，帶動地方相關產業的發展。因此，政府部門與地方單位相配合，更要加深加廣文化的內涵並發展許多文化與觀光結合的活動，才不至於淪為曇花一現。

### 三、節慶活動與地方產業的關係

#### (一) 地方文化產業

地方文化產業是一項強調在地性特質、特有文化意涵的地方產業，藉由文化藝術化、商品化的意象轉換，與地方產業結合發展，可提升地方產業之商品經濟價值，並獲得產品獨有市場的區隔性，成為強調不可替代的獨特化在地產業(游書寧，2006)。簡而言之，地方文化產業根源於地方，是從一特定領域空間中地方社群居民共同擁有的生活方式、民間習俗、歷史文化積澱出的產物，更強調其核心--「文化產業」，應避免流於「文化工業」之去文化與反文化現象(黃俊嘉，2005)。而地區發展文化產業的目的之一，也是為獲取商業上的利益，但與純商業行為不同的是，獲取的利益是居民所共享的，而非僅是個人資產的累積，(許華珊，2002)。

文化產業之價值則可以分成有形與無形兩個向度(楊敏芝，2002)。而無論是藉由外部的觀光客(消費者)或內部的居民的觀點，地方價值是由在地人主觀建構的，且與當地有形與無形資源有關，涵括當地人的價值觀歷史文化及經濟環境等面向。透過活動的舉辦使遊客與地方居民產生互動，創造了不同的價值觀點，但有一點是相同的，活動所創造的價值，其來源在於地方資源如何運用以及消費者對於地方之認知如何，都存有主觀層次的看法，進而影響地方價值的認定，從而，節慶活動必須站在地方的觀點來思考如何創造價值，才能正視其發展的本質(蔡宜霖，2008)。

#### (二) 文化商品

劉大和(2003)指出文化象徵的是一種情感、價值、偏好的認同。少了文化產業，在全球化的時代，我們的具體容貌往往缺席，無法為自己的價值辯護與發聲。文化產業的重要性無庸置疑的表露出來，唯有利用文化的差異創造產業的發生，使得具體的價值提高出來，文化商品之重要性則包括從文化商品精神內涵感受附

加價值認同與透過文化符號呈現在地意象表徵。

而廣義的文化商品，包括了有形產品及無形產品在內，但是在有形產品中也試圖做文化符號的添加與詮釋。文化商品不同於一般大量生產的商品，冠上文化一詞，就是強調該商品所具有的文化符號性。我們甚至可以擴大商品一詞的指涉範圍，將服務性產品也包括在內。但是文化的符號要如何滲入商品中而又使之浮出於商品外表，基本上包括文化商品的文飾、造型與意義轉用等方法。文化符號的編碼雖有其脈絡可循，卻不一定能夠讓人順暢解碼。因此文化商品除了物件的自明性外，往往還需要文字、圖像甚至口語的說明(鄭自隆等，2005)。文化商品以經濟或行銷商品的角度上來看，大致上可區分兩個特性(吳錫德，2003)：即文化商品須具備反應人、事、時、地、物、情的特性；與文化商品的文化性需表現於外在。

綜合上述，可以得知文化透過商品在傳達到最終消費者的途徑，消費者從認知、涉入與購買文化商品的行為所尋求的滿足又可以整理出下列幾個特點：即透過文化商品消費可以獲得精神需求、透過文化商品可以讓自我形象建構，並且表達自我價值與文化商品象徵意涵影響消費行為(林建煌，2005)。

#### 四、節慶與地方居民的關係

陳麗妃(2004)提到，傳統民俗節慶具有地方文化的獨特性，最能反映出當地文化特色與人民的生活型態。隨著整個社會環境的轉變，地方文化被重視與在地觀念的建立，傳統民俗被當作是發展地方的一項重要文化產業，是地方象徵性展現的主要資產。但觀光地區之發展有其資源環境條件與限制，不能無止境地開發建設，只顧提供觀光遊憩活動空間，追求經濟豐厚的收益。所以在開發之同時，必須慎重地考量資源環境的脆弱性與承載力，避免對當地環境及文化特質形成負面影響。當觀光地區之自然環境及文化特質遭到破壞，依賴觀光地區生活的當地經濟發展，也必面臨大災難，因此，成功的觀光地區經營需重視環境及經濟之永



續性(游書寧，2006)。而地方永續不僅應該重視觀光發展活動所產生的經濟利益，同時也應該兼顧當地的歷史、文化、社會、產業與環境生態責任，其目標並能滿足當地社區與遊客的需求，以提升在地價值。地方發展觀光產業，維護及保存地主社會的環境文化是非常重要的，不僅需要當地居民自主性的參與，也需要觀光客共同努力，創造在地生活的魅力、營造在地居民的共識，建立榮譽感，以持續提升地方價值，朝向一個地方永續的觀光型態發展(蔡宜霖，2008)。

但游書寧(2006)發現，各種活動地點的選擇通常是由決策者主觀意見，真正社區當地民眾往往事後才被告知，民眾無法參與決策，隨著社區介入主辦有利場面控制社區參與只不過是理想，社區角色常被邊緣化，「民眾參與」往往是在事後。另外，節慶活動確實為地方帶來實質效益，但節慶活動的籌辦大多是由公部門規劃設計後再到地方執行，由於作業時間短暫，加上活動規劃方向又以外地遊客的為主，活動結束後無充分溝通檢討，對於地方居民需求與其他環境評估並未重視，所帶來觀光衝擊遠比節慶獲得經濟利益來的大，值得主辦單位重視。

Getz(1997)指出，活動帶來社會大眾的想像力，探索無限的可能性，但各類活動舉辦都會對舉辦地與舉辦者產生正面與負面的衝擊，其影響程度不一。根據研究顯示，活動事件的舉辦居民往往為了追求舉辦事件或活動產生的正面意義享受節慶活動熱鬧，盼望為地方帶來建設，大部分民眾都『願意暫時』忍受活動帶來的不方便，如表 2-2-2。

表 2-2-2 事件產生影響衝擊

事件的層面	正面效益	負面效益
文化與社會的	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 回復優良傳統</li> <li>● 凝聚社區意識</li> <li>● 活化地方文史工作團體</li> <li>● 增進地方參與</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社區疏離感</li> <li>● 社區居民被操縱</li> <li>● 負面地方形象</li> <li>● 參與者行為不檢</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 引進創新點子</li> <li>● 擴大文化生活圈</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社會變遷過於快速</li> <li>● 喪失國民禮儀</li> <li>● 濫用藥物</li> </ul>
觀光旅遊的	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 觀光客倍增</li> <li>● 人潮客停留時間拉長</li> <li>● 收入增加</li> <li>● 稅收增加</li> <li>● 工作機會增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 觀光活動干擾引起地方反彈</li> <li>● 虛情假意的觀光活動</li> <li>● 地方形象受損</li> <li>● 過度耗用地方資源</li> </ul>

資料來源：游書寧(2006)，引用 Hall，1989、johnny 2002。

觀光的產生帶來了部落的發展，而觀光發展的多元性，間接的引起了各種行業的產生，因此部落發展涉及的層面非常廣，也因為觀光的發展帶來正面的影響與負面的影響。觀光所造成的影響是居民對觀光發展態度的重要因素，部落的居民，在歷經觀光所帶來的影響之後，必定會對原住民觀光有更進一步的想法與不同程度的認知，而改變對現在或未來部落的觀光發展，當然也抱持著不同的態度(侯宜凱，2009)。

當屬於強勢文化一方的觀光客來到部落，將自我對原住民文化的想像與期望、或是追求舒適的生活態度等帶進原住民景點，並且對提供服務的一方提出要求，原住民景點也不得不依著消費者的需要與期待，做出適當的調整，如此造成許多難以回復的文化變形以及價值觀的轉變，而觀光客對這些改變做出的回應卻是認為原住民景點提供的都是假的、不真實的呈現，以及在各個觀光景點都隨處可見的複製藝品。原住民發展觀光的結果不僅沒有達到文化保存與宣達的效果，反而因為錯誤的操作方式與惡性循環，對原住民景點造成傷害也讓遊客的信心與興趣不再(鄒亮瑩，2006)。

而在這一股原住民觀光熱潮的衝擊下，謝世忠(1994)所探討的各種觀光對

於原住民部落/社區以及對於原漢關係造成的各種正反面影響卻不得不令我們再次深思：原住民觀光熱潮是否會更加速原住民文化的消費與流失？茲將學者的定義整理如表 2-2-3。

表 2-2-3 原住民觀光發展對原住民部落的影響

層面	正面影響	負面影響
經濟	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提振部落經濟、增加部落稅收。</li> <li>2. 改變職業型態，增加就業機會。</li> <li>3. 個人收入增加。</li> <li>4. 生活品質和物質條件改善。</li> <li>5. 改善土地利用與經濟結構。</li> <li>6. 產業多元化。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 外來財團入侵，壟斷經濟利益。</li> <li>2. 對市場經濟更加依賴，重視物質主義。</li> <li>3. 分配不均，造成居民貧富差距增大。</li> <li>4. 喪失對土地及資源的控制權。</li> <li>5. 地價上漲。</li> <li>6. 收入受到淡旺季的影響。</li> <li>7. 原住民只能從事較低層之旅遊服務工作，且工作權無法保障。</li> <li>8. 物價上漲、需求增加，生活費用提高。</li> </ol>
社會文化	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提升及改善原住民形象。</li> <li>2. 傳統文化與技藝得以保存及復興。</li> <li>3. 增加族群意識及認同感。</li> <li>4. 增加與外界不同族瞭解、溝通、交流的機率。</li> <li>5. 減少人口的外流。</li> <li>6. 改善原住民的知識和教</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 傳統文化、生活型態與神聖祭儀遭受衝擊，逐漸被商品化。</li> <li>2. 母語、傳統文化逐漸遺忘及流失。</li> <li>3. 犯罪率提高、社會問題增加。</li> <li>4. 與觀光客產生言語或行爲衝突。</li> <li>5. 消費模式與價值觀改變，造成負面影響。</li> <li>6. 因生意競爭，造成衝突增加、關係冷漠。</li> <li>7. 可能改變當地原有社摠制度或階層組織。</li> </ol>

	<p>育文化水準。</p> <p>7.資訊流通更快速，取得也更方便。</p>	<p>8.手工藝品質低落，出現大量仿冒品及非當地的手工藝品。</p> <p>9.遊客歧視的眼光，使居民產生自卑感，自尊心受損。</p> <p>10.觀光的負面衝擊，使非觀光業的居民態度較不友善。</p> <p>11.可能改變原有的社會制度或階層組織。</p>
環境	<p>1.部落交通獲得改善。</p> <p>2.社區基礎建設改善。</p> <p>3.建立部落原風貌。</p> <p>4.生活環境與品質的提升。</p> <p>5.居民環境保育的觀念提升。</p> <p>6.自然生態環境得到關注與保護。</p>	<p>1.旺季時出現交通堵塞、人潮擁擠。</p> <p>2.加速資源的耗損與生態的破壞。</p> <p>3.過度開發造成許多自然災害。</p> <p>4.觀光業發展使平地漢人移民湧入。</p> <p>5.觀光客侵犯居民生活秩序與空間。</p> <p>6.生活品質變差，環境污染問題嚴重。</p> <p>7.大量新建築與原有景觀不協調。</p>

資料來源：侯宜凱(2009)

因此，原住民觀光應該要盡量維持當地的原貌，無論是環境品質，或對文化的介紹，都應該由訓練過的當地人細心維護與主導。因為缺乏地方參與，經濟利益對地方社區沒有回饋，而讓旅遊業者侵害地方環境並榨取利益，是文化觀光旅遊之所以失敗的原因之一(游書寧，2006)。所以地方以永續發展為目標發展出來的觀光活動，應基於一種節制與自我的規範，朝向維護地方文化與環境自律的觀光型態發展，並且尋找觀光活動中主客互動的平衡點，以利節慶活動創造與持續提升地方價值，發展地方永續之目標(蔡宜霖，2008)。

### 第三節 策略分析相關意涵

策略分析可以分成三個層次，而這三個層次是層層推進的，首先是環境分析，要掌握環境的結構與趨勢，然後找到預測未來的重要訊息。其次是競爭分析，結構上探討行動者的競爭條件與競爭環境，變成重新定位的思考。最後是策略分析，主要探討行動者他的行動空間有多大，他有多少選項可以考慮，然後各個選項之中的優劣得失是如何，以利從中挑選一個比較有效的策略。茲分述如下：

#### 一、環境分析的相關內涵

##### (一) 大環境

紀佩君(2003)提到 Hitt 在 1999 年時依據企業對環境對環境的控制能力將環境區分為內在環境與外在環境，外在環境可分成三個層面—總體環境、產業環境和競爭環境；內在環境可分成獨特資源、能力與核心能力。而在策略分析裡的大環境是指非與產業直接相關的環境因素(司徒達賢，2001)。組織環境並不侷限於組織內部，而是以較鉅觀的角度來看，故其範圍包括組織內部與外部，同時，能夠成為組織環境之一環者，其必備條件為，必須對組織產生某種程度的影響，因此將「環境」定義為，影響組織運作之有形物體與無形感受(黃曉青，2009)。林建煌(2003)則認為總體環境主要由六種力量組成，即人口統計環境、經濟環境、社會與文化環境、政治與法律環境、科技環境與自然環境。多年來，企業對環境的認知有幾個角度(張逸民，2008)：

1. 環境的構成成分：環境包括一般(或宏觀、總體)環境，與任務環境或產業環境。
2. 企業對環境的角度，由不關心環境到採用「開放系統」、「接受環境變動」的環境觀點。環境與企業的關係也就變成「適應」的關係，甚至變到企業影響環境、塑造環境的主動態度。
3. 對環境的看法由「穩定的環境」逐漸變為認為環境是多變的「動盪的環境」。
4. 認為環境是單純的趨勢變動到認為環境是「複雜的」(組織理論的學者給環境

兩個描述構面：簡單/複雜構面與穩定/變動構面)。

綜合上述，總體環境對於地方發展部落節慶觀光確實是有影響的。儘管總體環境的變數很多，但並不是所有變數的影響都是一樣的。大致上來說，地方發展部落節慶觀光很難不受到總體環境的影響，但從另一個角度來說，地方也可以對總體環境發揮某種程度的影響。而本研究所稱之環境乃意指在地方組織中，足以影響組織舉辦觀光節慶活動運作之一切力量。

## (二) 環境分析內涵

當分辨出「攸關」環境後，接下來的步驟就是偵測攸關環境，並預測與預期攸關環境內攸關因素與力量的變動，而環境力量的變動可以是趨勢或方向，可以是質變或斷續的變化(張逸民，2008)。

環境分析是 SWOT 分析架構的第一個部分，策略的目的之一是設法在環境中為企業尋求生存空間，而評估策略的準則之一是策略能否有效地連結本身條件與外在機會，因此環境分析與條件分析是策略決策過程中很重要的步驟(司徒達賢，2001)。環境分析是有系統地檢驗和預測與策略相對應的「環境前提」之過程，在進行環境分析時，當然不能只描述現狀，而應該進一步對這些因素的未來趨勢做出合理的預測，對未來的策略評估與選擇才有意義(司徒達賢，2001)。

吳淑華等人認為(2004)環境分析的目的在發現商機與威脅，發現商機(機會)與威脅牽涉到許多環境分析的活動，機會(opportunity)是指總體環境中被發掘出來足以使企業獲得策略性競爭力的狀況，威脅(threat)是指總體環境中可能限制企業獲得策略性競爭力的狀況。但張逸民(2008)卻發現，環境的分類(分成總體環境與產業環境)、環境力量的辨識(文化、科技等)，並不易用以判斷有利無利，另外，機會與威脅的判斷在實務上也總是沒考慮「現在 vs. 未來」的環境變化趨勢的差別。而環境分析也有一根本旨點，即企業要先辨認現行策略(包括目標、事業、顧客、競爭者)，才能以策略為視框去掃描環境，挖掘環境機會，視框提供掃描的焦點，使企業能注意該注意的地方；但視框也限制環境掃描的範圍，將環境分

出攸關與忽略的部分，對視框以外的環境機會因被忽視而無法掃描到。

因此張逸民(2008)建議企業使用不同背景經歷的經理人，使用多元的視框，方可避免環境分析的死角。而用以分析公司競爭環境最有影響力的模型是 Poter 的「五力模型」，包括新進者的威脅、同業競爭的威脅、替代的威脅、供應商的威脅與買家的威脅(翁望回，2008)。最後要考慮的另一半是機會分析，而機會分析中最難的在於未來眼見(或稱為遠見)，即往往擔心太早有先見之明，但又怕失去先機(伍忠賢，2000)。

綜合上述，環境具有高度的變化性、不確定性以及所產生的侷限性，造成各種新的環境機會或威脅，常常不斷地的湧現出來，並且對非營利組織或地方機關造成深遠的影響。而也就因為環境變化的迅速與不易預測，讓策略管理規劃人員既震撼與驚奇，但這不代表我們就要忽略環境的因素，因為環境的假設是策略和管理行為形成的重要基礎。若能針對環境做出正確的假設策略，不僅能達到目的，更能事半功倍。最後，由於環境代表著機會與威脅，研究者更應該藉由環境分析來研究與運用環境相關的資訊，以便隨時掌握環境的變化。

### (三) 產業環境

司徒達賢(2001)則認為產業內及上下游有關的環境因素，構成了產業環境的內涵，以下即逐項說明：

#### 1. 與「產品線廣度與特色」有關的產業環境前提包括：

產業內提供類似產品或服務的共有多少廠商？共有多少種商品？產品線廣度分別如何？這些產品大致上有哪些可能的特色？這些特色分別是由哪些原因造成的？

#### 2. 與「目標市場之區隔方式與選擇」有關的產業環境前提包括：

下游是消費者還是其它的產業？在產業中，通常這些客戶或市場是怎樣被區隔的？產業中一共有哪幾種區隔市場的方式？各個同業之目標市場分別是如何區隔的？它們各自的目標市場為何？各市場區隔的成長率如何？各市場區

- 隔的需求有何特性？如果將各種供應商或協力廠都視為「市場」的一種，則這些廠商可分為多少類型？每一類型的家數與特色如何？
3. 與「相對規模與規模經濟」有關的產業環境前提包括：  
產業中各個價值活動的規模經濟性分別如何？
  4. 與「地理涵蓋範圍」有關的產業環境前提包括：  
各地區或各國家的市場大小、成長趨勢、需求特色有何不同？每一個價值活動在不同地區所能創造的價值與產生的成本分別如何？
  5. 與「競爭優勢」有關的產業環境前提包括：  
產業中有哪些可能的關鍵成功因素(key success factors)？各同業分別運用哪些競爭優勢在經營？這些競爭優勢與產業的需求是如何配合的？

## 二、競爭者分析(competitor analysis)

吳淑華等人(2004)認為，在競爭者分析的過程中，企業需要了解下列重要資訊：即競爭者的未來目標是什麼(驅動競爭者行動的力量)、競爭者的現行策略是什麼(競爭者現在正在進行與能執行的行動)、競爭者的假設為何(競爭者對產業的看法)與競爭者有哪些能力(競爭者的優勢與劣勢)。而既然知道如何界定競爭者的問題是首要條件，那麼策略管理人員在界定目前以及潛在競爭者上，策略管理人員必須要考慮以下因素，即市場的重疊性、利益的相似性與承諾的高低。

另一方面，林建煌(2003)提到，一般而言公司在界定競爭者上所常犯的錯誤包括(Pearce and robinson 2000)：過分強調目前和已知的競爭者，而對於潛在進入者往往沒有給予足夠的注意力；過分強調大型的競爭者，而忽略小的競爭者；忽略國外潛在的競爭者；假設競爭者在未來會沿用過去的競爭手法來進行競爭；錯誤解讀了一些顯示競爭者已經進行轉移重心和策略調整的信號；過分強調競爭者的財務資源、市場地位以及策略，而忽略了無形資產，例如高階管理當局的能力；假設所有的組織都面對相同的威脅和相同的機會；認為策略的目的是在打敗競爭



者，而忽略了策略的真正目的，乃是在滿足顧客的需求和期望。

最後，就定位的概念而言，企業必須決定相對於競爭對手，究竟想要以哪一種方式完成活動，或是採取根本不同的活動，但僅僅與人不同不就是差異化策略。許長田(2005)提到定位策略有三種類型，說明如下：

1. 產品定位策略：

係指企業為建構適合消費者心目中特定地位的產品，所採用產品企畫及行銷組合之活動。其創新理念，可歸納為：產品在目標市場上的利基如何假設？產品在行銷策略中的利潤如何？以及產品在競爭策略中的優勢如何？

2. 市場定位策略：

係在目標市場上找出市場空隙，然後鑽進去填滿，並尋找出有利的市場優勢與利基，以卡位的謀略預先占據自己有利的位置，並卡死競爭者在市場上的位置，使得競爭者在市場競爭中因無法發揮優勢競爭而只能處於劣勢。其創新理念，可歸納為：消費者(顧客)如何看市場上的產品？競爭者如何看市場上的產品？目標市場如何感覺產品？

3. 再定位策略：

係以翻新產品定位與市場定位的策略決策，擬定產品再定位與市場再定位的雙重策略。其創新理念，可歸納為：先否定原有市場的競爭優勢，亦即否定市場領導者或市場挑戰者的市場定位與產品優勢；再找出產品生存空隙，立即切入市場，並以差異化策略突顯出自己獨特的特殊形象與訴求；最後是帶動市場趨勢與流行訴求、以建構永久競爭優勢與核心競爭力。

### 三、策略分析

許長田(2005)認為，所謂的策略分析係指策略規劃人員運用經營管理的各種分析與評估模式、深刻瞭解企業組織的定位，一般而言，策略分析大多集中於兩個構面，即產業環境跟企業資源整合與核心能力。林易蓉(2002)認為策略分析包

含了三種要素，一為檢視外部環境；二為內部資源能力，及三為組織文化和成員期望。

而在策略分析過程中又有「條件前提」，條件即是在做任何策略決策前，組織所擁有的資源或能力，這些資源或能力當然是策略形態中，競爭優勢的基礎，但也可能由於策略的選擇，使某些條件或資源並未表現在策略的競爭優勢中，資源基礎的哲學就是「反求諸己」，主張企業應投入更多的力量在本身力量的提升，憑藉著卓越的能力，來沉著應變並靜待機會，而什麼時候要將自己所擁有的資源條件「看空」而能捨，什麼時候要配合現有的資源來篩選機會，實在是一項困難的抉擇(司徒達賢，2001)。

#### (一) 策略選擇

翁望回(2008)認為，在企業使命、目標及複雜的內外部分分析後，企業就可以準備開始執行策略選擇。而什麼是策略選擇？策略選擇在於選擇一個：支持企業使命、與企業目標具有一致性、能夠以企業的內部優勢善用外部環境機會並減少外部威脅的傷害及避免自身缺陷的策略，大致上可分為兩種：即事業層級策略及公司層級策略。許長田(2005)則認為策略規劃、策略選擇與人力資源的專業人才，是企業組織內部創意的關鍵資源，因此企業要打造競爭優勢可藉由選擇策略變革、策略創新及競爭優勢的創造與維持等策略來加以運作

#### (二) 競爭優勢之特性

在策略形態中有「競爭優勢」(Competitive Advantage)即係一套能使企業可以持續不斷地比其競爭者表現優異的因素或能耐(Bourgeois, Duhaime, and Stimpert 1999)，而競爭優勢的基礎在於顧客價值的創造，即顧客所感受到的利益與所付出的犧牲與代價。張逸民(2008)認為，競爭優勢這概念應可看出對企業強弱點的較成熟且具體的解釋，因為競爭優勢這概念具體明白說明「優勢」是什麼，如何衡量，而讓「優勢」相對於競爭者的比較能具體呈現。企業若要取得成功，則必須善用競爭優勢，基本上，企業競爭優勢的運用上，包括以下三種思考方向

(Pitts & Lei 2000):即維持競爭優勢、建立競爭優勢,及擴展競爭優勢。Grant(1990)則指出產品市場的競爭優勢來自於資源具有以下四項特性,即資源模仿障礙、因果關係模糊、不完全移轉性與資源複製障礙。

綜合上述,我們可以發現,唯有正確掌握環境對於組織的影響,之後擬定的策略才能夠順利的落實執行。而外部與內部的環境進行評估與分析後,可以使組織掌握某一範圍內可行的機會,但仍然要根據組織目標「有可能實現」且「符合期望」的準則進行策略的選擇,其考慮的重點要放在如何有效的採取某種策略,以及如何建立持續性的競爭優勢,讓組織掌握良好的資源與基礎。

## 第四節 研究架構

本研究主要探討焦點為布農族部落觀光節慶的文化價值與意涵，此外，在尊重地方文化的前提下，利用修正式德菲法(modified Delphi method)對現有運作模式給予意見，建構未來發展部落節慶活動之策略。這樣的探討涉及了影響部落節慶活動發展之內外部環境因素與競爭者分析兩個層面。茲說明如下：

### 一、探討布農族部落節慶活動的文化價值與意涵

爲了能夠瞭解研究現象的文化脈絡，並深入了解瞭解原住民的文化價值觀念與環境，及其對行爲或現象意義的詮釋，研究者首先藉由蒐集文獻資料來做初步、具體之認識。

### 二、環境分析：

身爲策略擬定者，必須知道如何對外部環境進行分析，並知道組織在產業環境中所扮演的角色，才能夠洞悉組織所擁有的機會及面臨到的威脅。在外部環境中，需要考慮的因素包括經濟環境、人口、社會及文化、政策制定、科技發展；在特定的產業之中，組織必須要考慮現有的競爭狀況、潛在競爭者的存在、消費者的議價能力、供應商的議價能力及替代品的壓力，此爲影響組織最重要的五種作用力。

### 三、競爭者分析

首先要找出與組織同類型的節慶有哪些，藉此列出組織之優勢與劣勢，思考要如何在眾多節慶活動中脫穎而出，找到自己的特點。尤其研究個案是選在原住民部落，最大的吸引力便是其獨特的文化內涵與價值。同時，在尊重文化的前提下，取得地方認同，讓在地族人取得主導權才不至於讓部落觀光活動成了曇花一

現。另外，爲了達到永續化，搭配條件如觀光客的需求、硬體設備的改善、業者的配合與政府機關的協力合作等，都是競爭分析中的重要內涵。

#### 四、建構未來發展部落節慶活動之策略

根據三類專家對原住民發展節慶活動所給予有關重新定位之意見，本研究繼續進行了策略分析與設計，並提出了兩種策略，首先是以定位爲最大目標，同時考慮宗教跟觀光效益來提出可行方案。另外一種是綜合策略，三種設想同時都盡量做到最好。依此兩種策略爲未來布農族部落發展節慶觀光時之追求方向。圖 2-4-1 爲本研究綜合整理自上述概念所發展出的架構圖。

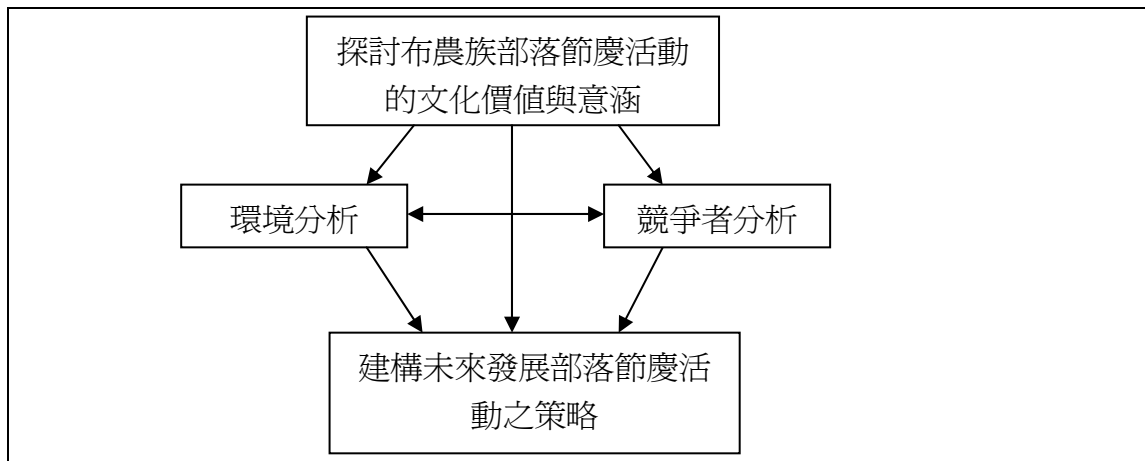


圖 2-4-1 研究架構

資料來源：研究者整理

## 第三章 研究設計與執行

發展部落觀光節慶牽涉到人口、地方環境、消費者行爲、文化及政府政策等問題，這些內外部的因素都可能影響到部落觀光節慶運作順利與否。林建煌(2003)也指出策略是指組織在評估本身資源的強弱勢，與衡量外界環境的機會與威脅後，爲了發展其強勢和隱藏其弱勢，掌控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。而本研究探討的問題是屬於持續變動且複雜的動態問題。因此，如何以適切的研究方式處理問題爲本研究核心工作。

### 第一節 研究設計

#### 一、研究問題之處理邏輯

本研究實際處理邏輯共分成三塊：首先，研究者藉由蒐集事實資料的整理與分析，進行初步的探討。其次，研究者發現原住民發展節慶活動，究竟該以強化原住民的文化認同，還是宗教功能或是觀光效益爲主要的定位呢？這三者具有衝突、矛盾且不知道該如何取捨的問題，因此在重新定位這一部分，研究者使用專家意見調查法來澄清。最後，研究者再根據專家意見調查法對重新定位的看法及如何辦理等理念性之意見，設想出三種目標極大的條件下提出兩種策略，視爲研究的結論。

#### 二、修正式專家判斷法的運用

德菲法是一種能夠成功預測未來趨勢及發展評量標準的調查技術，Delphi 爲希臘之古城名，Delphi 一名起源於古希臘有關太陽神阿波羅的神諭(Apollo Oracle)，神諭爲一種在神殿上被用來預測未來的工具，而傳說中的阿波羅具有見未來的能力，因此哲學家 Abraham Kaplan 以此名稱進行命名，主要之譬喻此方

法具有信望、權威、及未來的功能(邱銘義，2009)。

郭燕鳳(2009)認為技術預測方法中較常被採用的德菲法(Delphi techniDelphique)，是 1950 年代美國 Rand 公司所發展出來的預測技術，它是最有名的定性法之一，屬於主觀性判斷法，乃透過多次問卷來取得專家們對特定議題的一致性判斷，是能夠成功預測未來趨勢以及發展評量標準的一種調查技術。

德菲法之主要目的在於達成專家們的認知共識，尋求專家們對特定議題的一致性意見。此法不但可蒐集思廣益之效，亦可得到專家獨立判斷之品質。同時，德菲法在獲取專家意見的問卷調查過程中，可避免面對面的接觸，並反覆地回饋資訊予專家學者，直到意見趨於統合、收斂與協調，達到有效的共識決(江昇飛，2005)。

德菲法按其運用方式可分為三種形式：包括了傳統德菲法、即時德菲法與政策德菲法等三形式，德菲法是一種經由一連串特定的程序和步驟，整合群體專家學者的專長與意見，進而獲得共識的方法。該法兼具量化與質性的特性，在研究過程中，研究者針對研究的議題，透過匿名專家，不間斷的書面討論方式，誘導專家學者用其專業知識、從事實作經驗與看法意見建立一致性的共識，將團體溝通程序結構化的特質，使繁複溝通過程更有效率，集思廣益，維持專家獨立判斷思考，讓一群人看似一個整體，快速而有效率解決複雜的問題的優點，但相對的也有不能考慮不可預料事件，或是模稜兩可問題難以劃分，專家代表性常受到質疑、時間耗費較久之缺點(邱銘義，2009)。

由此我們可以發現，實際執行德菲法時是沒有一定可行的程序，研究者可以根據研究目的、問卷對象、時間、地點的不同而有不同的選擇，不過總體來說，通常還是會參照典型的德菲法步驟去執行，典型德菲法包括了五個施行步驟(黃俊英，1999)：

1. 確認，即是聯繫參與者並且對研究主題、過程詳細說明，使參與者能掌握問題的核心，順利進入狀況。
2. 進行第一回合的問卷，即參與者對於初次問卷設計以開放式問答，彙整全體

參與者的個別意見後開始產生回饋，以做為第二回合問卷之依據。

3. 進行第二回合問卷運作，即將第一回合的問卷彙整後，以二分法、等級法或量表評分法等呈現主題，並請全體參與者給予意見。
4. 進行第三回合問卷，即是將第二回合的問卷回收以量化分析方式呈現，並製作第三回合問卷，分別請專家答覆或補充修正。
5. 綜合意見形成一致性的共識，即是將全體參與者的意見加以綜合，成為趨向於一致性的結果；但若所有參與者的意見無法達成共識時，則反覆第三、四步驟，直到達成一致性共識。

蘇欣儀(2002)提到，但因德菲法的進行會因問卷的多次往返，費時耗力，問卷的回收率也可會愈來愈低，因此發展出「修正式德菲法」(modified Delphi method)，「修正式德菲法」(modified Delphi method)由 Murry & Hommons(1995)提出，主要將部份研究基於特殊考量而修正典型德菲法。其中最大的不同為省略第一回合開放式問卷施測的繁複步驟，將原有第一回合的開放式問卷調查，改以參考文獻中相關研究結果，或是研究者之規劃，亦或是專家訪談的方式，直接發展出結構式問卷，作為第一回合的專家問卷調查此為「修正式德菲法」(modified Delphi method)。

修正式德菲法的實施於專家問卷研擬方面，是在瞭解要解決的問題後，多省略第一階段開放是意見徵詢，以文獻探討彌補建構問卷過程，其研究進行的專家意見調查限於時間及效率，亦直接進行結構式問卷調查，但盡可能於題目中提供開放空間來表達其他意見，以作為第一回合的專家問卷調查(李心喬，2007)。修正式德菲法能夠發揮群體思考的優點，且去除會議上多數人可能影響少數人意見的缺點。至於專家意見回覆部份，則多是以匿名方式填寫問卷回覆，儘量從前一回合問卷整理所得資訊進行彙整與分析，並且可根據問卷結果提出自己的新看法，而設計成第二份問卷，再寄發給每位成員，再彙集專家們的修正意見、說明或答辯，來分析出第二回問卷的結果，直到獲得一致性或共識的意見為止(袁建中等人，2005)。



綜合上述，我們得知要使用「修正式德菲法」(modified Delphi method)，第一個要先確認研究的主題，再根據研究問題挑選專家，專家的選擇應該要多樣化，才可避免預測的誤差，而選擇人數的多寡也與研究的信度成正比，最適宜的專家選擇人數應該界於 10-30 人之間，就可以進行第一輪的問卷。

## 第二節 研究執行

### 一、事實資料的蒐集方式

當我們在進行部落觀光節慶發展策略議題的研究時，總需要透過各種管道來蒐集相關的事實資料與相關文獻，並利用適當的方法來加以歸納、整理與分析，便對於研究者的研究問題能提供具有關連性與正確性的資料。

進行特定現象或議題的研究時，通常會是連續性、長期性的研究，因此，在蒐集研究的資料時，研究者必須謹慎地注意以下幾點：第一、多方蒐集資料，任何資料來源都有可能存在某種偏見或誤差，最好能從不同的管道，蒐集與研究問題相關的資料，使得資料更具正確性與說服力。第二、歸納資料，將從許多不同的個案中蒐集到的資料加以組織、處理，也能當作資料校正的根據，讓其他研究者直接根據這些資料來判斷證據是否可信。第三、保持蒐集到的證據與研究問題間的關連，應妥善保存所有的原始資料，以便於將待答問題、資料蒐集與歸納結論連成一個整體性(謝臥龍，2004)。

對於本研究設計而言，蒐集相關文獻與事實資料的整理，是為了歸納出部落觀光節慶活動背後的意義與運行方式。同時諮詢了相關領域的專家意見，並依據其在地方多年的活動經驗，對發展部落節慶觀光的種種因素及問題之看法，爾後發展出半結構式的專家意見問卷調查。

要了解一個現象，身為研究者就必須要了解其歷史、社會及環境的脈絡，擬

用資料即是未來有助於研究者了解這些情境脈絡，補充、驗證觀察、訪談與專家判斷法得來的資訊。不僅為其他的資料來源提供依據，也可作為增加資料之用。因此，本研究的事實資料包括有：

1. 非營利組織內部文件

藉此了解非營利組織舉辦活動之運作方式，例如：社區發展協會、羅娜基督長老教會、羅娜露德聖母天主堂...等。

2. 公、私協會網站

藉此了解活動內容與文化價值，例如：原住民電視台、南投縣原民局、信義鄉公所、原住民族委員會...等。

3. 專業期刊及相關論文

藉此得知相關領域內所需要的專業知識，例如：台灣博碩士論文知識加值系統、南華大學圖書館、藝術管理研究...等。

4. 相關書籍與文件

例如：布農族傳統文化祭儀、西洋宗教傳入原住民地區...等。

5. 大眾媒體的相關報導

有關研究對象相關活動的報導，例如聯合報、中國時報、自由時報...等。

## 二、專家的遴選

在專家遴選方面，李心喬(2007)提到 Annett 及 Kay(1957)兩位學者認為在專家遴選方面，選擇專家時必須衡量其教育背景、相關經驗、情報訊息來源、判斷能力、權威性與合作意願等，因此要如何選定適合本研究主題的專家，是修正式德菲法重要的選項之一。此時所指的「專家」，係指對本探討主題領域十分熟悉，而且握有第一手資訊的群體或個人，並具有下列三個特質屬性：

1. 專家具有一般性廣博的知識背景

2. 專家在所欲討論的特定領域中，有相當深入的知識基礎
3. 專家的行動可顯著影響未來該科技的發展方式。

所以在此定義下，舉凡業界人士學者、政府官員與社會賢達人士皆可納入此一範圍(余序江等人，1998)。因此，本研究特將專家結構分為三類：

本研究將專家結構分為三類：

第一類專家以政府機關為主，研究者稱為「外部專家觀點」，主要是因為這些專家是南投縣部落節慶觀光的協辦單位，在活動過程中與主辦單位有許多的接觸與討論。主辦單位除了本身教友的口耳宣傳外，還會配合政府機關的活動策略，所以與政府機關等部門的接觸最為頻繁，由政府機關等部門來看「布農族部落發展節慶活動策略」可得到一定的參考價值。

第二類專家，研究者稱為「內部專家觀點」主要是以地方非營利組織負責人為主，這是一群舉辦數十年的負責單位，經歷豐富，在尊重地方文化的前提下，透過他們對這塊土地的熱愛與心路歷程來看部落觀光節慶，必能更了解此活動背後的核心價值與未來發展方向。

第三類專家主要以國內具有節慶活動、觀光行銷與策略管理之學術專長學者為主。這類專家在整體論述與專業理論都有一定的認識，藉由學者的專業，除了以客觀公正的觀點去論述，更可以補充與調和前兩類專家的意見。

綜上所述，研究者將專家結構分類為 A：外部專業觀點之專家；B：內部專業觀點之專家；C：專業觀點之專家等三類，如表 3-2-1。

表 3-2-1 修正式德菲法問卷名單

編號	姓名	專家學歷或經歷
A01	全弘毅	嘉義縣阿里山鄉公所
A02	全秋雄	南投縣信義鄉公所
A03	伍春蘭	南投縣信義鄉公所

A04	林明智	南投縣信義鄉公所
A05	全茂永	南投縣信義鄉公所
A06	高珮華	台中農化組
A07	谷婉萍	台中農化組
A08	五帽·達利	原住民電視台原住民新聞雜誌執行製作
A09	布妮兒	凱達格蘭文化館前員工
B01	史仁發	羅娜基督長老教會長老
B02	馬夏玉	羅娜基督長老教會代議長老
B03	呂主恩	羅娜基督長老教會少年班會長
B04	王泓翔	羅娜基督長老教會少年團契輔導
B05	司朝安	羅娜基督長老教會青年團契會長
B06	王士勤	羅娜基督長老教會晚會主持人
B07	司光華	羅娜露德聖母天主堂
B08	伍寶珍	羅娜露德聖母天主堂
B09	司任祺	羅娜露德聖母天主堂
B010	史初雄	羅娜露德聖母天主堂晚會資深主持人
B011	伍曉玲	羅娜露德聖母天主堂晚會資深主持人
B012	全春花	羅娜部落村幹事
B013	王志堅	羅娜社區發展協會
B014	幸佩琴	南投縣信義鄉部落文化經濟協會
B015	王貴明	羅娜前部落會議主席
B016	王淑苑	羅娜部落媽媽教室
C01	謝榮峯 東華大學藝術創 意產業學系助理	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 最高學歷： 美國舊金山金門大學企業管理博士</li> <li>● 研究專長：</li> </ul>

	教授	藝術管理、藝術行銷、文化創意產業
C02	郭彰仁 虎尾科技大學休閒遊憩系助理教授	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 最高學歷： 中山大學公共事務管理所（都市政策與管理組） 博士</li> <li>● 研究專長： 環境景觀規劃設計、休閒遊憩行爲、量化研究方法、城鄉發展、地區經營管理、公共藝術、視覺景觀評估、社區營造</li> </ul>
C03	蔡龍銘 中國文化大學觀光事業學系暨研究所碩士班專任教授	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 最高學歷： 日本神戶大學自然科學研究科博士</li> <li>● 研究專長： 觀光資源、景觀規劃、生物資源、園藝、日語</li> </ul>
C04	呂江泉 屏東商業技術學院休閒遊憩與創意產業管理研究所助理教授	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 最高學歷： 中國文化大學地學研究所博士</li> <li>● 研究專長： 休閒遊憩規劃、觀光資源規劃、專案行銷管理、旅運經營管理、航空客運票務、郵輪管理、觀光地理、旅遊英文</li> </ul>
C05	葉明亮 暨南國際大學休閒學與觀光管理學系助理教授	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 最高學歷： 國立中興大學企業管理博士</li> <li>● 研究專長： 文化創意產業經營與管理、休閒與觀光產業策略管理、休閒與觀光產業行銷研究</li> </ul>
C06	李宗儒(濬紳)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 最高學歷：</li> </ul>

	中興大學行銷學系教授	<p>美國德州農工大學博士</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 研究專長： 供應鏈管理與決策、品牌管理與決策、電子商務、物流決策、管理科學、文創產業發展</li> </ul>
C07	劉瓊如 彰化師範大學地理學系暨研究所專任助理教授	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 最高學歷： 台灣師範大學地理學研究所博士</li> <li>● 研究專長： 生態旅遊、觀光節慶活動、解說教育、風景區經營管理、觀光行銷</li> </ul>
C08	朱達仁 中華大學休閒遊憩規劃與管理學系副教授	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 最高學歷： 台灣大學海洋研究所博士</li> <li>● 研究專長： 觀光資源評估、生態旅遊、水域生態環境、調查研究</li> </ul>
C09	李宗鴻 雲林科技大學休閒運動研究所	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 最高學歷： 北海道大學博士</li> <li>● 研究專長： 休閒產業個案研究、生態旅遊行為模式之驗證與建構、觀光行為模式之驗證與建構、原住民觀光或節慶觀光遊客行為研究、觀光體驗行銷相關研究、社區之觀光發展與永續經營之研究</li> </ul>

資料來源：研究者整理

### 第三節 修正式德菲法的執行與分析

#### 一、專家問卷前測的執行

本研究採用修正式德菲法來進行，依據此研究方法的操作原則，研究設計預計做一至兩回的意見調查(第二回是否執行視專家共識高低而定)，來尋求專家學者們對於研究特定預測問題具有參考價值的結構性意見。將事實資料蒐集所獲得的資訊，經過篩選與歸納後，研究者設計問卷初稿，並與指導教授與一些專家討論，目的在尋求這些專業人士之意見與看法，協助研究者更加深入了解原住民發展節慶活動現狀與需求等，並進一步作為修正問卷內容之參考。

#### 二、專家問卷的分析方式

在進行推論統計之前，研究者通常會想要瞭解樣本的敘述統計，對於現況分析的敘述統計，大致可以分成背景變項的敘述統計，以及研究變項的敘述統計兩個部分。一般而言，背景變項的敘述統計，以各組人數的分佈情形最常使用，透過 SPSS 的「次數分配表」操作程序，即可瞭解各組的人數分佈情形，而使用單因子變異數分析的時機，大致有兩種狀況(涂金堂，2010)：

1. 第一種情況是以單因子變異數分析探討三個以上(包含三個)不同組別的受試者，在某個變項得分的差異情形，此種單因子變異數分析稱為 (one-way independent ANOVA)。
2. 第二種情況是以單因子變異數分析探討同一組別的受試者，在三個以上(包含三個)不同變項的得分差異情形，此種單因子變異數分析稱為相依樣本單因子變異數分析(one-way dependent ANOVA)。

本研究共分成三類專家，即 A 外部專家九位；B 內部專家十六位；C 學者專家九位，一共三十四位專家對某個變項選擇的差異情形，符合單因子變數分析第

一種的狀況，因此選擇獨立樣本單因子變異數 (one-way independent ANOVA) 來做分析。獨立樣本單因子變異數分析有三個基本假定：獨立性(indenpendence)、變異數同質性(homogeneity of variance)、常態分配(normality)。若違反這三個基本假定，往往會造成統計推論上的錯誤。由於各類專家的人數不等，且變異數不同質時，採用 ANOVA 時的 F 考驗，容易升高或降低犯第一類型錯誤的機率。因此，許多統計學者建議遇到此種狀況時，應該考慮採用 Welch 的 F 考驗或是 Brown-Forsythe 的 F 考驗，這兩種 F 考驗，都可以透過 SPSS 獲得。其中以 Welch 的 F 考驗就受到統計學者的推薦。由於變異數的基本假定是，各組母群的變異數相等，若各組的變異數同質時，符合變異數分析的基本假定。因此，可以直接從「ANOVA」這個表格的「顯著性」，來判斷各組依變項平均數是否有顯著性的差異(涂金堂，2010)。

因此，本研究將首先從 ANOVA 中「顯著性」的數值大小(即所謂的 p 值)，來判斷各組在每個依變項的平均數是否有顯著性的差異。當  $p > .05$  時，顯示各組的平均數沒有顯著性的差異；相對地，當  $p < .05$ ，顯示各組的平均數有顯著性的差異，此時則一併參考 Welch 調整的 F 考驗。



## 第四章 資料統整與分析

第一回合投放與回收時間為 2011 年 1 月 6 日至 2011 年 2 月 6 日。第二回合投放與回收時間為 2011 年 2 月 15 日至 2011 年 3 月 20 日，乃依據三類專家學者們於第一回合問卷所統計出的數據分析與填答的資料整理而來。但經分析整理後，發現第二回合的結果與第一回合的意見並無太大的差異，因此研究者以第一回合的結果作為呈現。茲說明如下：

### 第一節 基本理念的選擇

在第一部分基本理念的選擇部分，主要是瞭解各類專家對於節慶活動融入部落觀光有何種期待？共分成四道編號，說明如下：

#### 編號 1-1

您認為發展部落節慶觀光應該要？

- 發揚融合原住民傳統文化之宗教信仰遠遠超過市場導向
- 重視市場導向遠遠超過發揚融合原住民傳統文化之宗教信仰
- 其他(請說明)：

表 4-1-1 三類專家在「編號 1-1」的次數、百分比

	選項一	選項二	選項三
外部專家	7 (77.8%)	0	2(22.2%)
內部專家	13(81.3%)	2(12.5%)	1(6.3%)
學者專家	6(66.7%)	1(11.1%)	2(22.2%)
三類專家總計	26(76.5%)	3(8.8%)	5(14.7%)

資料來源：研究者整理

外部專家(7/78%)、內部專家(13/81.3%)以及學者專家(6/66.7%)皆認為發展部落節慶觀光應該要發揚融合原住民傳統文化之宗教信仰遠遠超過市場導向(26/76.5%)。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號1-1」(p= .600)分量表的 F 考驗未達.05 的顯著水準。

而在編號 1-1 中的第三個選項的說明中，外部專家增加「融合宗教信仰與市場需求」與「原住民傳統文化之宗教信仰與市場導向兩者並重」；內部專家認為「上述兩者應並重」；學者專家則認為「應在兩者之間找到一個可以永續發展的方向」與「莊嚴之慶典不宜觀光發展，較喜慶的節慶活動可包裝觀光化」。

#### 編號1-2

您認為地方在設計部落節慶觀光活動內容時應該以？

- 具有共同信仰之原住民更重於提供遊客體驗的活動
- 提供遊客體驗的活動更重於具有共同信仰之原住民
- 其他(請說明)：

表 4-1-2 三類專家在「編號 1-2」的次數、百分比

	選項一	選項二	選項三
外部專家	7 (77.8%)	1(11.1%)	1(11.1%)
內部專家	13(81.3%)	1(6.3%)	2(12.5%)
學者專家	7 (77.8%)	1(11.1%)	1(11.1%)
三類專家總計	27(79.4%)	3(8.8%)	4(11.8%)

資料來源：研究者整理

外部專家(7/78%)、內部專家(13/81.3%)以及學者專家(7/77.8%)皆認為地方在設計部落節慶觀光活動內容時應該以具有共同信仰之原住民更重於提供遊客體

驗的活動(27/79.4%)。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號1-2」(p= .996)分量表的F考驗未達.05的顯著水準。

而在編號 1-2 中的第三個選項的說明中，外部專家增加「以原住民文化為主要，次要為提供遊客所需的體驗活動」；內部專家認為「上述兩者可彼此搭配」與「以上皆是」；學者專家則認為「不是絕對之思惟如前 1-1」。

### 編號1-3

您認為發展部落節慶觀光活動的主體應該是

- 當地部落自行發展更重於結合其他族群擴大舉辦
- 結合其他族群擴大舉辦更重於當地部落自行發展
- 其他(請說明)：

表 4-1-3 三類專家在「編號 1-3」的次數、百分比

	選項一	選項二	選項三
外部專家	5 (55.6%)	4(44.4%)	0
內部專家	12(75%)	4(25%)	0
學者專家	7 (77.8%)	2(22.2%)	0
三類專家總計	24(70.6%)	10(29.4%)	0

資料來源：研究者整理

外部專家(5/55.6%)、內部專家(12/75%)以及學者專家(7/77.8%)皆認為當地部落自行發展更重於結合其他族群擴大舉辦(24/70.6%)。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號1-3」(p= .553)分量表的F考驗未達.05的顯著水準。

編號1-4

您認為部落節慶觀光的活動時間應該於？

宗教既定時間(即使是在非假日)更重於配合遊客而調整至假日

配合遊客而調整至假日更重於宗教之既定時間

其他(請說明)：

表 4-1-4 三類專家在「編號 1-4」的次數、百分比

	選項一	選項二	選項三
外部專家	5 (55.6%)	4(44.4%)	0
內部專家	12(75%)	3(18.8%)	1(6.3%)
學者專家	6(66.7%)	3(33.3%)	0
三類專家總計	23(67.6%)	10(29.4%)	1(2.9%)

資料來源：研究者整理

外部專家(5/55.6%)、內部專家(12/75%)以及學者專家(6/67.6%)皆認為部落節慶觀光的活動時間應該於宗教既定時間(即使是非假日)更重於配合遊客而調整至假日(23/67.6%)。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號1-4」( $p = .846$ )分量表的F考驗未達.05的顯著水準。而在編號1-4中的第三個選項(其他)的說明中，內部專家增加「視節慶活動內容(主題)而定」。

最後是第一部分基本原則(理念)選擇的補充欄，內部專家針對編號 1-4 認為「其較注重與孩子們共度任何節慶，喜歡的是過程，讓孩子們與家長具有共同回憶，故配合孩子們調整至假日，較為妥當」；外部專家認為「兩者都取中間值，兼具會更好。活動時間以宗教既定時間為主，但可以延長其活動期限直至可能碰上假日。或是兩種都得以辦理，可規劃行程不統一」；學者專家則增加了「當地居民對發展觀光的接受程度」。

## 第二節 環境及趨勢的利用

在此節中共分成總體環境(勾選題)與趨勢利用(說明題)兩部分，前者主要是想瞭解各類專家對於總體環境影響地方發展節慶觀光相對重要性有何種看法；後者則是除了所列選項外，請各類專家將其認為之其他項目於補充欄中做說明。

表 4-2-1 各類專家在「編號 2-1 原住民觀光趨勢的興起」的次數、百分比

影響程度 類別	作用力極小	作用力小	作用力中	作用力大	作用力極大
外部專家	0	1(11.1%)	2(22.2%)	4(44.4%)	2(22.2%)
內部專家	0	2(12.5%)	1(6.3%)	7(43.8%)	6(37.5%)
學者專家	0	0	1(11.1%)	8(88.9%)	
總計	0	3(8.8%)	4(11.8%)	19(55.9%)	8(23.5%)

資料來源：研究者整理

外部專家(4/44.4%)、內部專家(7/43.8%)以及學者專家(8/88.9%)認為原住民觀光趨勢興起的影響作用力程度為大(19/55.9%)。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號2-1」(p= .720)分量表的F考驗未達.05的顯著水準。

表 4-2-2 各類專家在「編號 2-2 節慶觀光正符合生態觀光時代」的次數、百分比

影響程度 類別	作用力極小	作用力小	作用力中	作用力大	作用力極大
外部專家	0	2(22.2%)	3(33.3%)	3(33.3%)	1(11.1%)

內部專家	0	0	2(12.5%)	8(50%)	6(37.5%)
學者專家	0	1(11.1%)	2(22.2%)	5(55.6%)	1(11.1%)
總計	0	3(8.8%)	7(20.6%)	16(47.1%)	8(23.5%)

資料來源：研究者整理

外部專家(3/33.3%)、內部專家(8/50%)以及學者專家(5/55.6%)認為節慶觀光正好符合生態觀光時代的潮流的影響作用力程度為大(16/47.1%)。從表 4-2-9 的「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號 2-2」(p= .031)分量表的 F 考驗達.05 的顯著水準，而從表 4-2-10 的「均等平均數的 Robust 檢定表」中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號 2-2」(p= .054)，未達顯著水準。

表 4-2-3 各類專家在「編號 2-3 全台各觀光節慶活動相繼推出」的次數、百分比

類別 \ 影響程度	作用力極小	作用力小	作用力中	作用力大	作用力極大
外部專家	0	1(11.1%)	5(55.6%)	1(11.1%)	2(22.2%)
內部專家	0	2(12.5%)	0	9(56.3%)	5(31.3%)
學者專家	0	1(11.1%)	3(33.3%)	5(55.6%)	0
總計	0	4(11.8%)	8(23.5%)	15(44.1%)	7(20.6%)

資料來源：研究者整理

外部專家5(55.6%)認為全台各類觀光節慶活動相繼推出，競爭激烈的影響作用力程度中、內部專家9(56.3%)以及學者專家5(55.6%)則認為影響作用力程度為大。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號2-3」(p= .156)分量表的F考驗未達.05的顯著水準。

表 4-2-4 各類專家在「編號 2-4 天然災害不定時發生」的次數、百分比

影響程度 類別	作用力極小	作用力小	作用力中	作用力大	作用力極大
外部專家	0	0	1(11.1%)	4(44.4%)	4(44.4%)
內部專家	1(6.3%)	0	1(6.3%)	6(37.5%)	8(50%)
學者專家	0	0	1(11.1%)	2(22.2%)	6(66.7%)
總計	1(2.9%)	0	3(8.8%)	12(35.3%)	18(52.9%)

資料來源：研究者整理

外部專家(4/44.4%)、內部專家(8/50%)以及學者專家(6/66.7%)認為天然災害不定時發生，不僅破壞地方環境，也影響遊客至山區旅遊意願的影響作用力程度為極大(18/52.9%)。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號2-4」(p= .719)分量表的F考驗未達.05的顯著水準。

表 4-2-5 各類專家在「編號 2-5 政府政策推動，積極發展觀光」的次數、百分比

影響程度 類別	作用力極小	作用力小	作用力中	作用力大	作用力極大
外部專家	0	0	3(33.3%)	4(44.4%)	2(22.2%)

內部專家	0	0	1(6.3%)	8(50%)	7(43.8%)
學者專家	0	0	2(22.2%)	5(55.6%)	2(22.2%)
總計	0	0	6(17.6%)	17(50%)	11(32.4%)

資料來源：研究者整理

外部專家(4/44.4%)、內部專家(8/50%)以及學者專家(5/55.6%)認為政府政策推動，積極發展觀光的影响作用力程度為極大(17/50%)。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號2-5」(p= .195)分量表的F考驗未達.05的顯著水準。

表 4-2-6 各類專家在「編號 2-6 生態、體驗旅遊型態快速發展」的次數、百分比

影響程度 類別	作用力極小	作用力小	作用力中	作用力大	作用力極大
外部專家	0	0	2(22.2%)	4(44.4%)	3(33.3%)
內部專家	0	0	3(18.8%)	6(37.5%)	7(43.8%)
學者專家	0	1(11.1%)	1(11.1%)	6(66.7%)	1(11.1%)
總計	0	1(2.9%)	6(17.6%)	16(47.1%)	11(32.4%)

資料來源：研究者整理

外部專家(4/44.4%)跟學者專家(6/66.7%)認為生態旅遊、體驗旅遊型態快速發展的影响作用力程度為大，內部專家(7/43.8%)則認為影响作用力程度為極大。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號2-6」(p= .369)分



量表的F考驗未達.05的顯著水準。

表 4-2-7 各類專家在「編號 2-7 許多原住民區交通易達性不佳」的次數、百分比

影響程度 類別	作用力極小	作用力小	作用力中	作用力大	作用力極大
外部專家	0	0	1(11.1%)	3(33.3%)	5(55.6%)
內部專家	0	0	4(25%)	6(37.5%)	6(37.5%)
學者專家	0	0	2(22.2%)	4(44.4%)	3(33.3%)
總計	0	0	7(20.6%)	13(38.2%)	14(42.2%)

資料來源：研究者整理

外部專家(5/55.6%)認為許多原住民地區交通易達性不佳的影響作用力程度為極大，內部專家(6/37.5%)跟學者專家(4/44.4%)則認為影響作用力程度為大。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號2-7」(p= .569)分量表的F考驗未達.05的顯著水準。

表 4-2-8 各類專家在「編號 2-8 遊客對生態旅遊認知教育不足」的次數、百分比

影響程度 類別	作用力極小	作用力小	作用力中	作用力大	作用力極大
外部專家	0	0	2(22.2%)	3(33.3%)	4(44.4%)
內部專家	0	0	2(12.5%)	5(31.3%)	9(56.3%)
學者專家	0	1(11.1%)	3(33.3%)	1(11.1%)	4(44.4%)

總計	0	1(2.9%)	7(20.6%)	9(26.5%)	17(50%)
----	---	---------	----------	----------	---------

資料來源：研究者整理

外部專家(4/44.4%)、內部專家(9/56.3%)以及學者專家(4/44.4%)認為遊客對生態旅遊認知及教育不足，容易導致生態旅遊地區生態及文化破壞的影響作用力程度為極大(17/50%)。從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號2-8」(p= .344)分量表的F考驗未達.05的顯著水準。

表 4-2-9 三類專家類別在「環境及趨勢利用部分」的單因子變異數分析摘要表

ANOVA

	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
2-2 組間	5.265	2	2.632	3.886	<b>.031</b>
組內	21.000	31	.677		
總和	26.265	33			

資料來源：研究者整理

表4-2-10 均等平均數的 Robust 檢定

	統計量 <sup>a</sup>	分子自由度	分母自由度	Sig。
2-2 Welch	3.565	2	15.338	<b>.054</b>

資料來源：研究者整理

另外，各類專家除了問卷所列的趨勢選項外，內部專家亦提出了「本村是個風景絕佳的部落，相較於其他部落，地勢平坦、交通便利，可串連周遭旅遊景點。玉山就在不遠處，登高而望遠，希望在不久的將來，以觀光而活絡部落，指日可待」以及「原住民部落普遍對觀光產業的認知不足、資金不足、向心力不足、經

驗不足、人才不足，以及缺乏佈局遠景的能力，等等之類的劣勢(實際上目前的情況)，將造成直接讓外資（非原住民有資金者或有經驗者）進入部落(租地、買地或出資金成幕後老闆等等方式)，進而主導部落觀光，簡單而言，只是開闢成觀光業者們另一個淘金地點！觀光產業所帶來的收益，基本上絕大部份不會是落入當地部落的居民」。學者專家則認為「國民旅遊的市場已臻成熟至明顯的分眾市場，而對本土文化獨特性的探索需求則提供了原住民文化節慶作為觀光 destination 的機會」。

最後，此節中的第二部分，趨勢的利用 (說明題)，除了所列選項外，各類專家也將其他的項目於補充欄中做說明，整理如下：

#### 編號 3-1 原住民觀光的興起

內部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 更能發揮在地人的藝術天分，展現各項才藝，群策群力、潛移默化而更愛這生於斯、長於斯之土地。</li> <li>◇ 提升生活品質及族群融合意識。</li> <li>◇ 結合地方知識份子</li> <li>◇ 增加經濟效益、收入，保存文化</li> <li>◇ 增加部落青年的工作機會</li> <li>◇ 導引遊客認識原住民文化，進而尊重原住民文化、珍視原住民文化資產。</li> </ul>
外部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 讓大家知道羅娜是個好地方</li> <li>◇ 可結合地方產業之行銷</li> <li>◇ 傳統文化淪為表演性質</li> <li>◇ 了解才有辦法尊重；鼓勵他人了解地方文化，共同參與及體驗，增加對部落之同理心，打破舊有對原住民的迷思。</li> <li>◇ 為文化及新鮮好奇而來旅遊的莘莘學子增深層的教育意義</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 帶動地方經濟產業的興起包含農產品、民宿業、餐飲業等。</li> </ul>
學者專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 對山林旅遊的人文特色需求</li> <li>◇ 社區意識之凝聚</li> <li>◇ 促進多元文化的交流</li> <li>◇ 對其他種族尊重意識提升</li> <li>◇ 特色資源的發展</li> </ul>

資料來源：研究者整理

### 編號 3-2 節慶觀光符合潮流

內部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 因我是基督徒，覺得應有義務發揚或讓人認識基督降世為人的福音及成為希望的宗教觀。</li> <li>◇ 傳福音</li> <li>◇ 使任何資訊更通達廣泛</li> <li>◇ 可藉由節慶觀光，提升社區總體營造</li> <li>◇ 結合傳統文化</li> <li>◇ 行銷當地文化特產，幫助當地族人經濟發展</li> </ul>
外部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 帶動經濟效益</li> <li>◇ 建立地方知名度、行銷地方觀光景點</li> <li>◇ 不同意</li> <li>◇ 宗教虔誠凝聚部落向心力，以大家庭方式吸引他人參與原住民的溫馨。</li> <li>◇ 公共設施完善為其重要，街道、公廁乾淨及需求量夠，皆須地方上積極改善。</li> <li>◇ 吸引外地人認識原住民節慶，體驗原鄉活動</li> </ul>

學者專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 宗教並非適用於所有節慶觀光</li> <li>✧ 激發原住民更加積極勤奮，為地方盡心力</li> </ul>
------	---

資料來源：研究者整理

### 編號 3-3 各類觀光節慶活動競爭激烈

內部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 每個節慶都是獨一無二的，每個都具有特色，大可不必為觀光客而焦頭爛額，短線交易的結果，徒勞無功、白忙一場而已，我的立場如上述所言，對於各項節慶期待過程、同樂享受。</li> <li>✧ 更凝聚向心力，努力發揚神的福音</li> <li>✧ 提升部落節慶的知名度與獨特性(特色)</li> <li>✧ 打造部落節慶環境佈置</li> <li>✧ 增加村(鄰)之向心力</li> <li>✧ 熱絡部落人的感情</li> </ul>
外部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 充分展現地方族群發展特色</li> <li>✧ 不同意</li> <li>✧ 與眾不同、傳統文化及部落特色是吸引觀光人潮的原住民主軸，集合小單位以部落出發攻擊更能為競爭得分。</li> <li>✧ 以歡樂氣氛帶入些傳統色彩的為原住民僅有，如舞蹈、歌謠、美食等。</li> <li>✧ 相互觀摩學習促進新的創意</li> </ul>
學者專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 原住民觀光僅是文化特色觀光的選項之一，若無特色耕耘極容易被邊緣化</li> <li>✧ 特色資源的發展</li> </ul>

資料來源：研究者整理

編號 3-4 政府政策推動

內部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 巧婦難為無米之炊，萬事俱備只欠東周、政府出錢而由當地人自動自發、共襄盛舉，才更能事半功倍。</li> <li>✧ 強化我們對人事物的認知、增廣見聞</li> <li>✧ 政府若想幫助觀光節慶，資金是一定要的</li> <li>✧ 加強宣導，深植人心</li> <li>✧ 改善交通、村之設備</li> <li>✧ 幫助族人運用在地文化結合經濟發展，能自立自足</li> </ul>
外部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 結合地方產業，提高居民收入</li> <li>✧ 對經濟弱勢者而言只被消費</li> <li>✧ 週休二日確實可提升旅遊人氣，無薪假措施對於高收入者或許無傷大雅，卻可苦了低階層的勞力員工。</li> <li>✧ 政府及社區推廣協會等共同辦理良好街景氣氛、海報宣傳和下次的活動預告。</li> <li>✧ 藉助政府政策推動有益於鼓吹的動力</li> </ul>
學者專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 這部分過去十年(尤其是透過國民旅遊創造內需)已做得足夠了</li> <li>✧ 政府的資源投入與補助、促使觀光型態多元化</li> <li>✧ 政府補助增加對觀光基礎建設的發展有很大助益</li> </ul>

資料來源：研究者整理

編號 3-5 生態與體驗旅遊發展快速

內部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 同意以上論點，但前提是當地人需具備能力，故應再學習第二專長，機會是給有準備的人。</li> <li>✧ 提升生活品質與地方水準，脫離窮困、酗酒的惡習</li> <li>✧ 提供就業機會，增加村民收入</li> </ul>
------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 提高部落的生活水平、知識水準</li> </ul>
外部專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 提高生態保育之觀念，做好永續發展之準備</li> <li>✧ 地方受益者有限</li> <li>✧ 現已不單單僅是只有原住民從事推廣在地文化，如何凝聚整體社區發展，殺出重圍值得省思。</li> <li>✧ 良好的旅遊行程公開透明化甚至是 E 化給予大眾挑選參考。</li> <li>✧ 結合賴以維生的生活行程，如農、漁、手工藝、野外求生等主打體驗觀光。</li> <li>✧ 新生力軍的參予，帶動地方活力</li> </ul>
學者專家	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ 應該還有透過進一步認識生態而願意保護生態的功用</li> <li>✧ 微型創業興起，如民宿及特色餐飲</li> <li>✧ 凝聚地方居民意識讓部落重新思考其文化價值</li> <li>✧ 強化生態保育，避免生態破壞</li> </ul>

資料來源：研究者整理

### 第三節 競爭分析與重新定位

此節中，主要是想瞭解各類專家認為發展部落節慶觀光的順序為何（排序題），茲將各類專家的意見整理如下：

表 4-3-1 各類專家在「編號 4-1 其核心內容重要性排序」的次數、百分比

重要性 排序 類別	1	2	3
外部專家	5(55.6%)文化認同	4(44.4%)宗教功能	8(88.9%)觀光娛樂
內部專家	10(62.5%)宗教功能	10(62.5%)文化認同	13(81.3%)觀光娛樂
學者專家	7(77.8%)文化認同	4(44.4%)觀光娛樂	5(55.6%)觀光娛樂
三類專家	16(47.1%)文化認同	14(41.2%)文化認同	26(76.5%)觀光娛樂

資料來源：研究者整理

外部專家認為發展部落節慶時其核心內容安排的重要性排序依序為文化認同(5/55.6%)、宗教功能(4/44.4%)，最後是觀光娛樂(8/88.9%)；內部專家認為依序為宗教功能 (10/62.5%)、文化認同(10/62.5%)，最後是觀光娛樂(13/81.3%)；學者專家則認為依序為文化認同 (7/77.8%)、觀光娛樂(4/44.4%)，最後是觀光娛樂 (13/81.3%)。另外，外部專家在補充欄中增加「親身體驗」與「行程套餐」，學者專家則增加「部落生活型態體驗活動」、「族群認同」、「地方認同感」與「文化價值」等選項。



表4-3-2三類專家在「編號4-1-2」的單因子變異數分析摘要表

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性	事後比較
組間	10.389	2	5.195	7.492	<b>.002</b>	2 < 3
組內	21.493	31	.693			
總和	31.882	33				

資料來源：研究者整理

從表4-3-2的「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號4-1-2」(p= .002)分量表的F考驗達.05的顯著水準。接著需要進行「均等平均數的 Robust 檢定」。

表4-3-3「題目4-1-2」均等平均數的 Robust 檢定

統計量 <sup>a</sup>	分子自由度	分母自由度	Sig
6.964	2	14.478	<b>.008</b>

資料來源：研究者整理

從表4-3-3「均等平均數的 Robust 檢定」中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號4-1-2」(p= .008)這個分量表的F考驗也都達.05的顯著水準，接著需要進行各組的事後比較。

表4-3-4「題目4-1-2」多重比較

依變數	(I) 類 別	(J) 類 別	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
4-1-2 Scheffe 法	1	2	.563	.347	.283
		3	-.778	.393	.157

	2	1	-.563	.347	.283
		3	-1.340*	.347	<b>.002</b>
	3	1	.778	.393	.157
		2	1.340*	.347	.002
Games-Howell 檢 定	1	2	.563	.369	.315
		3	-.778	.465	.245
	2	1	-.563	.369	.315
		3	-1.340*	.360	.008
	3	1	.778	.465	.245
		2	1.340*	.360	.008
*平均差異在 0.05 水準是顯著的					

資料來源：研究者整理

此時從「多重比較」中「平均差異」的欄位會出現星號「\*」，而由「平均差異」(-1.340)，可判斷選項 2 < 3。

表 4-3-5 各類專家在「編號 4-2 其活動內容重要性排序」的次數、百分比

重要性 排序 類別	第一順位	第二順位	第三順位
外部專家	選項 2	選項 3	選項 3
內部專家	選項 2	選項 1 與選項 3	選項 1
學者專家	選項 2	選項 1	選項 3
整體意見	選項 2	選項 1 與選項 3	選項 3

資料來源：研究者整理

上表所列之選項 1 為維持現行運作的活動內容為主即可；選項 2 為保留舊有的活動內容，再發展更精緻創新的活動內容；選項 3 為既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容。

外部專家認為發展部落節慶時其活動內容重要性排序依序為「保留舊有的活動內容，再發展更精緻創新的活動內容」，第二順位跟第三順位則同為「既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容」；內部專家認為依序為「保留舊有的活動內容，再發展更精緻創新的活動內容」，第二順位為「維持現行運作的活動內容為主即可」與「既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容」；學者專家則認為依序為「保留舊有的活動內容，再發展更精緻創新的活動內容」，第二順位為「維持現行運作的活動內容為主即可」與「既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容」，最後則是「既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容」。另外，外部專家在補充欄中加入「增加即興團體活動」，學者專家則增加「創新特色，特色創新」等選項。而從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號 4-2」分量表的 F 考驗未達.05 的顯著水準。

#### 第四節 策略設計及評估

此節中將未來可能的發展情勢推想出三種可能的設想，包括以傳揚西洋宗教、發揚原住民優良傳統文化，或是以發展節慶觀光為目標，茲分述如下：

編號 5-1 設想以傳揚西洋宗教為目標

類別	創新程度	可行程度	效益高低	
			經濟效益	文化發展
外部專家	大(3/33.3%)	大(6/66.7%)	普通(3/33.3%)	大 (4/44.4%)

內部專家	大 (6/37.5%) 極大(6/37.5%)	極大(7/43.8%)	極大(7/43.8%)	極大(6/37.5%)
學者專家	大(3/33.3%)	普通(4/44.4%)	小(4/44.4%)	普通(4/44.4%)
三類專家	大(12/35.3%)	極大(12/35.3%)	極大 (11/32.4%)	普通(11/32.4%)

資料來源：研究者整理

從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號 5-1-1 至 5-1-4」分量表的 F 考驗未達.05 的顯著水準。

編號 5-2 設想以發揚原住民優良傳統文化為目標

類別	創新程度	可行程度	效益高低	
			經濟效益	文化發展
外部專家	大(4/44.4%)	大(4/44.4%)	普通(4/44.4%)	普通 (3/33.3%) ; 大 (3/33.3%) ; 極大 (3/33.3%)
內部專家	大(8/50%)	極大(8/50%)	極大(8/50%)	極大(9/56.3%)
學者專家	大(4/44.4%)	大(7/77.8%)	大(5/55.6%)	大(8/88.9%)
三類專家	大(16/47.1%)	大(17/50%)	大(13/38.2%)	大(15/44.1%)

資料來源：研究者整理

從表4-4-1的「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號 5-2-2」(p=.002)分量表的F考驗達.05的顯著水準。

編號 5-3 設想以發展節慶觀光為目標

類別	創新程度	可行程度	效益高低	
			經濟效益	文化發展
外部專家	大(3/33.3%) 極大(3/33.3%)	大(4/44.4%)	極大(4/44.4%)	大(5/55.6%)
內部專家	大 (6/37.5%) 極大(6/37.5%)	極大(7/43.8%)	極大(9/56.3%)	極大(9/56.3%)
學者專家	大(7/77.8%)	大(7/77.8%)	大(9/100%)	普通(5/55.6%)
三類專家	大(14/41.2%)	大(17/50%)	大(17/50%)	大(14/41.2%)

資料來源：研究者整理

從「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號 5-3-1 至 5-3-4」分量表的 F 考驗未達.05 的顯著水準。

表 4-4-1 三類專家在「重新定位」的單因子變異數分析摘要表

ANOVA

	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
5-2-2 組間	4.998	2	2.499	4.311	<b>.022</b>
組內	17.972	31	.580		
總和	22.971	33			
5-3-4 組間	5.021	2	2.511	3.731	<b>.035</b>
組內	20.861	31	.673		
總和	25.882	33			

資料來源：研究者整理

從表4-4-1的「ANOVA」表格中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號5-2-2」(p= .002)與「編號5-3-4」(p= .035)這兩個分量表的F考驗達.05的顯著水準。

表4-4-2 「編號5-2-2與編號5-3-4」均等平均數的 Robust 檢定

	統計量 <sup>a</sup>	分子自由度	分母自由度	Sig. °
5-2-2 Welch	4.153	2	16.729	<b>.034</b>
5-3-4 Welch	5.627	2	18.085	<b>.013</b>

資料來源：研究者整理

表 4-4-2 呈現的是，Welch 調整的 F 考驗統計結果，從表 4-4-2 「均等平均數的 Robust 檢定」中的「顯著性」這個欄位的數值，可知「編號 5-2-2」(p= .034)與「編號 5-3-4」(p= .013)這兩個分量表的 F 考驗也都達.05 的顯著水準。

最後，在編號5-4的部分，學者專家也補充兩個可運用的方式，一為重新思考部落之價值，發展具有特色之生態觀光，做好市場區隔，發展出有別於其他節慶動、具有深度內涵之活動。二為導入強調原住民文化，並融入西洋基督教(或天主教)思想及文化內涵，帶有傳福音色彩之活動，例如：屏東萬金聖母堂相當成功，吸引許多未信者參與。

## 第五節 綜合發現與討論

此節中將分成核心問題、周邊問題與針對三種設想設計出之發展策略，說明如下：

### 一、核心問題

研究者發現，晚會表演邀請的某些團體與聖誕節或是與原住民傳統文化無關聯性，而且讓人感覺不出有什麼特色。活動單位背後的動機或許是要將地方性的民俗活動擴大成國際性，另一方面也是藉以表達族群融合，但研究者認為，對於活動演出團體的篩選仍應該要很謹慎，盡量塑造獨特的地方表演特色。因為節慶活動應該是一種比較偏向文化符號的表現，就算我們要用觀光節慶去行銷或是包裝，也不能失去文化價值的層面。

最後，研究者認為發展節慶觀光應注重活動地點整體環境條件給遊客的感覺。就研究個案來講，部落聖誕節慶每年活動舉辦的地點，成固定的狀態，至於舉辦時間，兩個活動單位時間不一(即羅娜露德聖母天主堂時間固定，羅娜基督長老教會會因應學生時間而調整至假日)而長達一個禮拜。此外，其他相關單位，例如南投縣觀光局、鄉公所、地方團體等辦理的配合活動，其舉辦的地點與時間，則會因主辦單位與活動需求的不同而每年有所差異。

### 二、周邊問題

國民生活水準越來越高，民眾消費傾向逐漸走向精緻化，只要價格太誇張，民眾真正在意的焦點反而是節慶活動本身的品質、服務與內容，是否達到自己心中的期望值。就研究個案來看，活動期間遊客量大增，為觀光相關產業帶來了顯著的成長。可惜當地部落的攤位過少，遊客也紛紛表示太多像夜市的攤販，缺乏代表原住民的手工藝品、紀念品與傳統風味餐等，未凸顯活動特色，且規劃不一，造成交通擁擠、環境衛生、與當地人發生爭議...等問題。

研究者發現，主辦單位現階段所使用的經費，主要仍是使用當地族人對教會

的奉獻，目的也只是希望能傳揚福音與凝聚族人認同。此外，遊客使用的交通工具主要以自行開車為主，這可能是因為活動地點位處山區，大眾運輸工具車次少的原因。自行開車的遊客亦表示路標指示不清、停車位少、夜燈設備過少、未提供接駁車、交通擁擠...等問題。

最後在媒體的選擇上，研究者發現，遊客獲得資訊的管道以「親友介紹」為多，其次為「路過」，由此可知活動單位的宣傳不夠，網路也沒有充分的訊息可供查詢。

### 三、發展策略

#### (一) 設想以傳揚西洋宗教為目標

此部分是利用其獨特的核心價值「傳統祭祀儀式」發展出其他的附屬活動，例如提供「體驗」文化感受與情感交流的價值，產生心理層面的共鳴，達到傳福音之功用，並與全世界數十億信仰耶穌基督之信徒同步共同歡欣慶祝聖誕節，發展策略有：

##### 1. 活動內容應加深其文化深度與鮮明特色

目前羅娜聖誕節慶活動之設計規劃不夠精緻、創新，缺乏文化深度及體驗型態內涵，因而嚴重影響了遊客重遊率。如果以元素來看，部落節慶觀光也應該是一種由當地族人發自內心、實際參與的一種生活性表現，而不是只會複製或盲目的表演，因此，除了善用本身已打好的基礎，即融合傳統文化與西洋宗教之節慶外，更要思考如何塑造地方獨特之特色與加深其文化深度，對遊客才會留下深刻的印象與感受。

##### 2. 聖誕節慶氛圍之佈置

多數遊客認為羅娜聖誕節慶很有特色且聖誕氣氛濃厚，教會與住家佈置得很漂亮；其次是原住民朋友很熱情，像家人一樣的對待、活動期間感受到部落族人



的向心力、團結，讓人很感動。因此，地方機關可以藉由連結活動周遭的人事物，營造出濃厚的節慶氛圍，例如家家戶戶裝有聖誕燈，家前種植聖誕紅，在樹上掛滿小飾品等等，並透過與當地產業的合作，提供更完整便利的服務，包括食、衣、住、行、育、樂方面，讓前來的遊客享受更獨特的服務與感受。

### 3. 拓展節慶活動的財源

研究者認為，節慶活動的舉辦不應該只是不斷地付出，這樣的舉辦模式並不合時宜，而應該努力爭取政府的加入與經費補助。因為從經濟面來看，部落節慶活動確實可以帶動整體經濟成長，從文化觀光層面來，也讓在地族人更有榮譽感，尤其對南投縣在外形象塑造，更有幫助。因此，主辦單位可以考慮提供文化商品等方式，創造收入來源，以利節慶活動的品質與維持。而在尋求企業投資與贊助的同時，最好能以契約作協議，除了讓雙方都很清楚對方的需求及自己的效益外，彼此都明瞭活動內容及協議，才能夠讓雙方位共同目標而努力。

#### (二) 設想以發揚原住民優良傳統文化為目標

此部分是為了凝聚社區意識，建立族群自信心。規劃活動時均應加強對其文化價值之了解，進而以維護傳承為目的，培育居民與遊客間傳達與溝通之人才，強化其專業之文化涵養，同時教育遊客，使其亦能具備尊重文化與自然環境生態的態度。其要項包括：

##### 1. 培育社區導覽人才

導覽解說是一種訊息傳遞的服務，而將節慶活動辦得熱鬧之餘，更應該要讓參與的民眾，不論是當地人或是外地遊客，都能真正感受到節慶背後所要呈現的文化意涵。一來讓遊客學習尊重與欣賞，進而達到主辦單位宣揚福音的目的。二來讓當地人詮釋在地的特色，除了增加工作機會，也可以更全面性地將部落節慶這份在地文化認同傳達給遊客。

## 2. 共同維護環境整潔

整潔工作若未能做好，除了影響遊客對活動的觀感與重遊的意願，也降低當地人對發展部落節慶觀光活動的支持度。然而，維護環境整潔不能只靠主辦單位的宣導與規勸，仍需仰賴政府部門的公權力。建議增加垃圾收集的場所或設備或規劃設計垃圾集中以利垃圾清除。

## 3. 擴展交通易達性

交通設施要規劃全縣聯外道路闢建、增加公共交通工具班次、於相關景點設置接駁車，並闢建停車場。活動期間也應做好交通管制與車輛控管，避免交通擁擠。而活動內容規劃應設計參觀路線，並於明顯位置標示清楚。

## 4. 加強活動期間之治安系統

活動期間需加強社區內治安系統，建立巡察制度以保護村民與遊客之安全。另外應建立遊客安全防護系統，利用文宣及小冊子宣導法令，除了加強遊客安全教育，也可要求遊客遵守部落公約。

### (三) 設想以發展節慶觀光為目標

此部分係指塑造「專屬節慶品牌」，以顧客為導向，積極建設基礎設施，舉辦驗式文化觀光，整合行銷與結合產業觀光，販售原住民傳統手工藝品、風味餐...等，增加當地族人經濟收入，帶動整體經濟。其要項包括：

#### 1. 善用地方資源並提供多樣化的套裝旅遊行程

研究個案為全台最大之布農族部落，擁有豐富自然資源、布農族部落人文資源、動植物資源等等，除了政府單位主動協調業者提供優惠，地方單位更應善加運用資源，瞭解遊客的市場區隔，從而設計多樣化且具深度的套裝體驗行程。

## 2. 成立專責小組，追蹤活動之效益並持續研究

既然以聖誕節為號召，宗教當然具有很大的主導權，而追蹤分析歷年活動效益之數據與相關資料，可整合各項資源。同時，應重視回饋和檢討，並且持續研究其他地方甚至世界各國知名觀光節慶活動，學習其內涵與經營方式，做為每一年舉辦節慶活動規劃時之參考。

## 3. 攤販的管制與限制

受到部落觀光產業結構的影響，主要以外地攤販者受惠最多。因此，若真正要提升部落整體經濟，首先應該對外地攤販有些限制與規定，例如收取清潔費、要求攤販業者遵守部落公約等，並調整部落產業架構，強化目前欠缺的經營手法為主。地方單位可以結合紀念商品設置主題攤位，在眾多宣傳物的幫忙下，也就更容易引起消費者的購買慾了。

## 4. 地方單位應發展有利之相關配套措施

政府單位應該連結周遭資源，具體提出合作方案與措施，讓各業者，包括運輸業者(客運、台鐵、公車等)、飯店業者、餐飲業者、旅遊業者以及相關業者相互支援與配合，達成製造工作機會、活絡地方上的商業機能...等功能，而帶動整體經濟價值。另一方面，政府機關也應該配合地方單位，對提供遊客的各項硬體設施部分給予長遠的規劃與協助，有效改善遊客的休閒性與安全性，提升部落觀光整體的滿意度。

## 5. 加強行銷手法

大眾媒體的使用，必須要謹慎考慮其所提供服務的地區涵蓋範圍，才能使其效果達到最大。可運用的策略包括有：

- (1)透過各大報章雜誌或各種休閒雜誌之旅遊版面介紹南投縣之特色、文化魅力、景點與提供的服務內容。

- (2)口碑是最好的行銷管道，尤其資訊的發達，網路傳播的速度非常快。遊客的評語往往都會影響還沒參與過的民眾做決定，所以更應該適時因應遊客的需求做調整，建立好良好的口碑。
- (3)製作視聽多媒體與善用電視廣播頻道。
- (4)運用印刷品宣傳，包括觀光手冊、摺頁、海報...等，並陳列於各旅遊服務中心、車站、各大便利商店與觀光據點等。
- (5)設立觀光資訊網站，甚至以多國語言方式，提供部落節慶觀光景點相關訊息與資料庫查詢系統，並請專人即時解答問題。

綜合上述，研究者認為針對研究個案之策略可以分成兩種狀況，首先是組合性策略，即以定位為主要目標，再吸收其他兩個設想可以做的部分。也就是說，以獨特「傳統祭祀儀式」來發展其他附屬活動為主要目標，並凝聚社區意識，與塑造「專屬節慶品牌」，這兩種可以運用之策略。其次是綜合性策略，即三種設想不分先後，讓「傳揚西洋宗教」、「發揚原住民優良傳統文化發展」與「發展節慶觀光」齊頭並進，盡量做到最好最完善。兩者的差異在於，組合策略是以定位為主，另外兩種設想為輔，而綜合策略則是三種設想同時進行。研究者認為可以先使用組合策略，因為就現階段來說，不見得可以馬上三種設想都做到最好，因此可以先將定位做到好，且各方面條件都成熟後，再依序加入下一個設想策略，或是同時運用剩下的兩種設想策略。

## 第五章 研究結論與建議

本研究試圖釐清原住民發展節慶活動，究竟該以強化原住民的文化認同，還是宗教功能或是觀光效益為主要定位的問題，並根據各專家提供對重新定位的看法及如何辦理等理念性之意見設想出三種目標極大的條件下提出兩種策略，以提供地方單位，或是其他原住民族未來發展部落節慶觀光時之參考。為了達成研究目的，研究者除了蒐集與分析事實資料外，以修正式專家判斷法為主軸執行研究。

本章承續文獻探討與架構、研究設計與執行，以及資料統整與分析後，共分兩節，第一節依據研究架構與資料統整與分析，歸納整理本研究的主要結論，並進行相關的討論；第二節則是對後續研究提出建議，針對實務提出應用上的建議。

### 第一節 研究結論

#### 一、基本理念的選擇

從本研究之研究結果來看，三類專家皆認為發展部落節慶活動應該以發揚融合原住民傳統文化之宗教信仰為原則。當地部落應自行發展，並於宗教既定時間(即使是非假日)為主。而設計部落節慶觀光活動內容時應該以具有共同信仰之原住民為主要對象。

而在編號 1-1 中的第三個選項(其他) 的說明中，外部專家增加「融合宗教信仰與市場需求」與「原住民傳統文化之宗教信仰與市場導向兩者並重」；內部專家認為「上述兩者應並重」；學者專家則認為「應在兩者之間找到一個可以永續發展的方向」與「莊嚴之慶典不宜觀光發展,較喜慶的節慶活動可包裝觀光化」。編號 1-2 中的第三個選項(其他) 的說明中，外部專家增加「以原住民文化為主要，次要為提供遊客所需的體驗活動」；內部專家認為「上述兩者可彼此搭配」與「以上皆是」；學者專家則認為「不是絕對之思惟如前 1-1」。在編號 1-4 中的第三個選項(其他)的說明中，內部專家增加「視節慶活動內容(主題)而定」。

最後是第一部分基本原則(理念)選擇的補充欄，內部專家針對編號 1-4 認為「其較注重與孩子們共度任何節慶，喜歡的是過程，讓孩子們與家長具有共同回憶，故配合孩子們調整至假日，較為妥當」；外部專家認為「兩者都取中間值，兼具會更好。活動時間以宗教既定時間為主，但可以延長其活動期限直至可能碰上假日。或是兩種都得以辦理，可規劃行程不統一」；學者專家則增加了「當地居民對發展觀光的接受程度」。

## 二、環境與趨勢的利用

本研究根據事實資料整理出環境與趨勢的利用，包括「原住民觀光趨勢興起」、「節慶觀光正好符合生態觀光時代的潮流」、「全台各類觀光節慶活動相繼推出，競爭激烈」、「天然災害不定時發生，不僅破壞地方環境，也影響遊客至山區旅遊意願」、「政府政策推動，積極發展觀光」、「生態旅遊、體驗旅遊型態快速發展」、「許多原住民地區交通易達性不佳」、「遊客對生態旅遊認知及教育不足，容易導致生態旅遊地區生態及文化破壞」，研究顯示三類專家認為上述因素都對發展節慶活動具有相當程度的影響。因此，就地方單位來說，本研究所列出的環境與趨勢利用仍待繼續追蹤，以協助活動單位思考未來的發展方向，勾勒發展藍圖並採取適當的作為，不斷檢討環境與趨勢的利用是否需要調整與改變。

## 三、重新定位

### (一) 發展部落節慶時其核心內容安排的重要性排序

外部專家認為依序為文化認同、宗教功能及觀光娛樂；內部專家認為依序為宗教功能、文化認同及觀光娛樂；學者專家則認為依序為文化認同及觀光娛樂。另外，外部專家在補充欄中增加「親身體驗」與「行程套餐」，學者專家則增加「部落生活型態體驗活動」、「族群認同」、「地方認同感」與「文化價值」等選項。

### (二) 發展部落節慶時其活動內容重要性排序另外

外部專家認為依序為「保留舊有的活動內容，再發展更精緻創新的活動內容」，第二順位跟第三順位則同為「既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容」。

內部專家認為依序為「保留舊有的活動內容，再發展更精緻創新的活動內容」，第二順位為「維持現行運作的活動內容為主即可」與「既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容」。

學者專家則認為依序為「保留舊有的活動內容，再發展更精緻創新的活動內容」，第二順位為「維持現行運作的活動內容為主即可」與「既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容」，最後則是「既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容」。

另外，外部專家在補充欄中加入「增加即興團體活動」，學者專家則增加「創新特色，特色創新」等選項。

#### 四、策略設計及評估

研究者所列出的三個設想，即設想以傳揚西洋宗教為目標、設想以發揚原住民優良傳統文化為目標與設想以發展節慶觀光為目標外，學者專家也補充兩個可運用的方式，一為重新思考部落之價值，發展具有特色之生態觀光，做好市場區隔，發展出有別於其他節慶動、具有深度內涵之活動。二為導入強調原住民文化，並融入西洋基督教(或天主教)思想及文化內涵，帶有傳福音色彩之活動，例如：屏東萬金聖母堂相當成功，吸引許多未信者參與。

綜合上述，研究者認為針對研究個案之策略可以分成兩種狀況，首先是組合性策略，即以定位為主要目標，再吸收其他兩個設想可以做的部分。其次是綜合性策略，即三種設想齊頭並進，盡量做到最好。

## 第二節 研究建議

### 一、後續研究建議

原住民觀光節慶之研究，研究者已做了很好的出發點，但這問題仍值得大家多做關注，在同樣的問題，不同的個案及不同的方法，可以繼續再做相關的研究，這樣可以幫助原住民觀光節慶有多一些的了解。另外，依據本研究的經驗顯示，運用專家意見調查法來處理這樣的問題是合適的方法，因此建議後續研究若要研究類似的問題也可以用這種方法來操作。

### 二、實務應用之建議

面臨全台節慶活動的競爭激烈，地方與活動單位應及早做好觀光化的準備，主動積極與當地族人溝通、向政府單位尋求協助，並且與活動單位共謀合作計畫，提供遊客與在地族人更多樣化、更豐富完善的活動內容，在西洋宗教融和原住民傳統文化發展出來的新興節慶活動尋求新定位。

在研究發現過程中，遊客前往原住民部落、享受異文化風情之旅遊行程有日漸增多的趨勢，當地族人也紛紛表示希望學習相關技術與知識，吸引更多的遊客，此外政府單位也有意結合地方節慶活動發展觀光，包括：踏雪尋梅系列活動、玉山戀、布農情、南投東埔溫泉季...等等。因此，地方單位應善用此趨勢，審慎評估自身的競爭優勢，掌握自己的核心資源，與相關業者合作，以奠定部落發展節慶活動之基礎。



## 參考文獻

### 一、中文著作

- 方世榮譯，《策略管理》，台北市，培生教育出版社，2004。
- 王銳添編，《現代企業管理》，台北，台灣商務，1995。
- 王育群，《活動節慶民俗、創造觀光新資源》，台北，揚智文化，1999。
- 司徒達賢，《策略管理新論：觀念架構與分析方法》，台北市，智勝文化，2001。
- 伍忠賢，《策略管理》，台北市，三民，2000。
- 何榮幸、陳嘉宏、黎珍珍、高有智、何博文、林諭林、范姜泰基、曾蕙蘋，《全  
台颯節慶專題》，中國時報，A3 版，2006 年 3 月 7 日 3 月 11 日。
- 余序江、許志義、陳澤義著，《科技管理導論》，台北，五南圖書公司，1998。
- 林建煌，《策略管理》，台北市，智勝文化，2003。
- 林建煌，《消費者行爲》，台北市，智勝文化，2005。
- 吳錫德(譯)，Jean-Pieree Warnier, 2001，《文化全球化》，台中，麥田出版社，2003。
- 吳淑華、鍾震東、樂錦榮、龔旭元、呂益丞，《策略管理》，台中市，滄海書局，  
2004。
- 胡台麗，《文化展演與台灣原住民》，台北市，聯經，2003。
- 郭乃文等譯，Stephen Page, Ross Dowling 著，《生態旅遊》，台北市，五南圖書，  
2005。
- 海樹兒·戈刺拉菲，《布農族部落起源及部落遷移史》，台北國史館，2006。
- 孫武彥，《文化觀光-文化與觀光之研究》，三民書局，1994。
- 袁建中、張建清、邱泰平著，《科技管理：觀念與案例》，台北，聯經出版公司，  
2004。
- 張逸民，《策略管理—分析架構與實例》，台北市，華泰文化，2008。
- 陳向明，《社會科學質的研究》，台北，五南，2002。
- 黃俊英，《行銷研究：管理與技術》，台北，華泰文化，1999。

許長田，《策略管理》，台北，新文京開發公司，2005。

達西烏拉灣·畢馬，《台灣的原住民—布農族》，台北市，臺原出版社，2003。

楊國樞，《社會及行爲科學研究法》，台北，東華書局，1989。

鄭自隆、洪雅慧、許安琪，《文化行銷》，台北縣蘆洲市，空大，2005。

謝臥龍、駱慧文等，《質性研究》，台北，心理出版社，2004。

## 二、期刊

伍錐，〈布農族的原始宗教與基督教的發展〉，中央研究院民族學研究所資料彙編，第一期，1990，第 41-66 頁。

吳淑女，〈淺談慶典觀光與推展觀光之道〉，《觀光教育》，第六卷，第 45 期，1995，第 2-6 頁。

陳其南，〈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》，台北市，行政院文化建設委員會，1995。

黃躍雯，〈新竹縣尖石鄉司馬庫斯部落休憩空間的形構過程〉，《地理學報》，第 32 期，2002，第 1-18 頁。

賴峰偉，廖英賢，〈地方政府之行銷策略-以澎湖縣政府二〇〇〇年至二〇〇四年推展觀光節慶活動為例〉，《經濟前瞻》，第 98 期，2005，第 100-114 頁。

劉大和，〈新竹縣尖石鄉司馬庫斯部落休憩空間的形構過程〉，《2005 年大甲媽祖國際學術研討會》，2005。

謝世忠，〈觀光過程與「傳統」論述—原住民的文化意識〉，《當代》，第 98 期，1994，第 10-29 頁。

## 三、學位論文

王舜皇，《三項元宵節活動吸引力與舉辦地特性之比較研究》，朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文，2002。

江昇飛，《區域產業創新系統關鍵發展因素之研究》，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，2005。

- 朱芝緯，《永續性生態旅遊遊客守則之研究—以墾丁國家公園為例》，國立台灣大學地理學研究所碩士論文，2000。
- 李心喬，《台灣消費性雜誌經營模式與未來十年合宜性之預測》，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文，2007。
- 李瑋聆，《2001年立法委員選舉聯合競選文宣之構成---台北市北區民進黨籍候選人聯合文宣形成之參與觀察》，中國文化大學新聞研究所碩士論文，2003。
- 阮亞純，《以節慶活動振興地方產業之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例》，國立屏東科技大學農企業管理系碩士論文，2004。
- 林易蓉，《國民小學運用策略管理與學校效能關係之研究》，台北師範學院國民教育研究所碩士論文，2002。
- 邱銘義，《應用修正式德菲法分析影響故事媽媽角色扮演的重要因素》，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文，2009。
- 周聰郎，《台灣真空鍍膜設備業的國際競爭策略管理與經營發展》，國立中山大學企業管理所碩士論文，2000。
- 侯宜凱，《原住民族地區觀光與地方發展之研究—以鄒族來吉部落為例》，國立嘉義大學史地系碩專班碩士論文，2009。
- 紀佩君，《環境、策略、管理模式與經營績效之差異-90年代台商西進管理效能之分析》，樹德科技大學經營管理研究所碩士論文，2003。
- 紀佩君，《環境、策略、管理模式與經營績效之差異-90年代台商西進管理效能之分析》，樹德科技大學經營管理研究所碩士論文，2003。
- 郭品妤，《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，2004。
- 郭燕鳳，《台灣數位出版服務平台營運的發展現況與前景分析》，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文，2009。
- 郭雅婷，《雞籠中元祭節慶文化產業行銷策略之研究》，國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士學位論文，2008。

- 徐暉倉，《校園規劃與策略管理整合模式之研究》，中國科技大學建築研究所碩士論文，2009。
- 許華珊，《一個想發展文化產業的社區---竹山鎮富州里的實踐研究》，雲林科技大學工業設計系碩士班碩士論文，2002。
- 陳麗妃，《白河蓮花節行銷策略之研究》，立德管理學院資源與環境管理研究所碩士論文，1994。
- 游書寧，《文化行銷：以屏東縣藝術節慶為例》，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，2006。
- 游瑛妙，《節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質的滿意度分析》，靜宜大學觀光系碩士班未出版碩士論文，1999。
- 黃曉青，《國民中學環境狀態中創新經營之策略管理研究—以北北基三縣市例》，國立台灣師範大學教育學系碩士論文，2009。
- 黃忠華，《節慶觀光活動行銷策略之研究-以臺東南島文化節為例》，台中健康暨管理學院經營管理研究所碩士論文，2004。
- 黃俊嘉，《文化慶典之文化涵構與商品鏈互動關係研究—以大甲媽祖遶境進香活動為例》，朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文，2005。
- 鄒亮瑩，《原住民觀光獲利與文化保存的互惠-認真觀光者的角色探討》，嘉義大學休閒事業管理研究所論文，2006。
- 葉碧華，《大型觀光節慶活動效益評估之研究》，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，1998。
- 楊敏芝，《地方文化產業與地域活化互動模式研究-以埔里酒文化產業為例》，國立台北大學未出版博士論文，2002。
- 蔡宜霖，《節慶活動與地方價值之研究—以台灣咖啡節為例》，南華大學旅遊事業管理所碩士論文，2008。
- 劉士全，《環境、事業策略與組織結構間權變關係之探討—台灣家電之實證研究》，中興大學企業管理研究所未出版碩士論文，台中，1994。

謝沛錡，《文化產業群聚之地域鑲嵌發展研究—以桃米生態村為例》，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文，2010。

蘇欣儀，《電視媒體品牌權益衡量指標之建構》，銘傳大學傳播管理研究所未出版碩士論文，台北，2002。

#### 四、英文著作

Bourgeois, L. J. III, Irene M. Duhaime, and J. L. Stimpert. *Strategic Management: A Managerial Perspective*, 2<sup>nd</sup> Edition, Fort Worth, Texas: The Dryden Press, 1999.

Cunningham, H., *Event Marketing: State of the Industry and Agenda*. Festival Management and Event Tourism, 1995, P.123-127.

Getz, D. Festivals, *Special Events and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

Getz, D., *Event Management & Event Tourism*, Elmsford, New York.: Cognizant Communication Corp:6, 1997, P.315-318.

Grant, R. M., *The Nature and Basis of Competitive Advantage: A Dynamic Approach*. The Tenth Annual Strategic Management society Conference, Stockholm, P.1-18, 1990.

Hitt, Michael A.R. Duane Ireland, and Robert E. Hoskisson, *strategic Management: Competitiveness and Globalization*, South-western College Publishing, 2001.

Miller, M. L., *the rise of Coastal and Marine Tourism*, Ocean and Coastal Management, 20, 1993, P.181-199.

Pitts, Robert A. and David Lei, *Strategic Management: Building and Sustaining Competitive Advantage*, Second edition, South-Western College Publishing, 2000.

Watt, *Event Management in Leisure and Tourism*. Wesley Co., 1998, P.60-74.

## 五、網路資料

南投縣信義鄉公所，信義鄉行政區域圖，2008 年 12 月 9 日，取自：

<http://www.shini.gov.tw/index.asp>

南投縣信義鄉公所，旅遊導覽，2011 年 6 月 14 日，取自：

<http://www.shini.gov.tw/content/index.asp?m=1&m1=8&m2=31>

羅娜露德聖母堂簡史，2010 年 12 月 20 日，取自：

<http://tw.myblog.yahoo.com/avemaria9a99999tw/article?mid=464&prev=-1&next=475>

羅娜村地理位置圖，原住民部落永續發展資訊網，2008 年 12 月 9 日，取自：

<http://www.indigenous.com.tw/n15.asp/>

南投縣信義鄉戶政事務所全球資訊網，南投縣信義鄉【村里鄰人口數】，99 年 6 月。2009 年 2 月 4 日，取自：

<http://village.nantou.gov.tw/hicg/population/index.asp?m=99&m1=5&m2=24&y=y=099&mm=06>

南投縣信義鄉戶政事務所全球資訊網，南投縣信義鄉【原住民人口數】99 年 6 月。2010 年 7 月 29 日，取自：

<http://village.nantou.gov.tw/hicg/population/index-4.asp?m=99&m1=5&m2=26>

南投羅娜部落過聖誕 精采平安夜一日遊，2011 年 4 月 2 日，取自

[http://5561.tw.tranews.com/Show/Style3/News/c1\\_News.asp?SItemId=0271030&ProgramNo=A100093000001&SubjectNo=3242490](http://5561.tw.tranews.com/Show/Style3/News/c1_News.asp?SItemId=0271030&ProgramNo=A100093000001&SubjectNo=3242490)

信義鄉羅娜聖誕節系列活動介紹，2011 年 4 月 2 日，取自

<http://www.nantounews.net/answer.asp?sn=520>

南投縣信義鄉旅遊網，景點導覽—羅娜村，2011 年 6 月 14 日，取自

<http://www.shini-tour.org.tw/shini-6-1.asp>

## 附錄一、專家判斷法問卷說明及接受函

各位教授、學者專家與長官賢達，您好：

首先，對您在推動節慶觀光與策略管理上的付出與貢獻由衷地表示最高的敬意，我們是南華大學視覺與媒體藝術所的師生，對於原住民部落節慶觀光發展策略的問題產生了探究的興趣。

我們的研究主題是探討原住民未來發展節慶觀光活動下其相對應的策略應該是怎樣。我們把問題分成四個部分：一、基本理念的選擇；二、環境及趨勢的利用；三、競爭分析與重新定位；四、策略設計及評估。

研究個案選定南投縣信義鄉羅娜部落(布農族)之聖誕節慶，是全台原住民人口數最多的部落。宗教信仰以基督長老教會與露德聖母天主堂為主，教會活動是族人生活的重心。一年一度的聖誕節是其最重要的節慶之一，特殊的文化背景與宗教氣息，除了凝聚在地族人之向心力，也常常吸引大批的遊客。

本項意見調查以匿名方式實施一至兩次問卷(第二次是不是要進行，視專家們的共識高低而定)。專家共分為三組：(1)政府機關人士；(2)地方非營利組織負責人；(3)學者專家。希冀能彙整相關政府、地方單位、學者等角度之評估性見解，建構出部落發展節慶觀光之策略。

預定 100 年 1 月中至 2 月底(寒假)寄發問卷，素仰 台端對節慶活動等相關問題具深刻見解，誠摯地邀請您協助完成本研究的問卷調查。請您於 12 月底(下星期五)之前回覆此接受函，問卷分析後，將會回寄分析結果給各位專家學者，以供學術與產業上之參考。感謝您的支持與配合，並祝 平安順心!

願意接受此問卷(請繼續詳細填答下列資料)

連絡電話：\_\_\_\_\_ 傳真號碼：\_\_\_\_\_

問卷寄送地址：\_\_\_\_\_

E-mail 信箱：\_\_\_\_\_

不方便接受日後之問卷調查

南華大學視覺與媒體藝術研究所 舞瑪夫·達給魯頓  
指導教授 萬榮水 博士  
敬上

## 附錄二、專家判斷法問卷

### 第一部分：基本原則(理念)的選擇

- 【1】** 您對於節慶活動融入部落觀光有何種期待？ (勾選題)  
 請您依個人想法及觀察分別選填，於可能性一欄中勾選  
 若您有其他意見，請填答於補充欄中。

編號	項目說明
1-1	您認為發展部落節慶觀光應該要？ <input type="checkbox"/> 發揚融合原住民傳統文化之宗教信仰遠遠超過市場導向 <input type="checkbox"/> 重視市場導向遠遠超過發揚融合原住民傳統文化之宗教信仰 <input type="checkbox"/> 其他(請說明)：
1-2	您認為地方在設計部落節慶觀光活動內容時應該以？ <input type="checkbox"/> 具有共同信仰之原住民更重於提供遊客體驗的活動 <input type="checkbox"/> 提供遊客體驗的活動更重於具有共同信仰之原住民 <input type="checkbox"/> 其他(請說明)：
1-3	您認為發展部落節慶觀光活動的主體應該是 <input type="checkbox"/> 當地部落自行發展更重於結合其他族群擴大舉辦 <input type="checkbox"/> 結合其他族群擴大舉辦更重於當地部落自行發展 <input type="checkbox"/> 其他(請說明)：
1-4	您認為部落節慶觀光的活動時間應該於？ <input type="checkbox"/> 宗教既定時間(即使是在非假日)更重於配合遊客而調整至假日 <input type="checkbox"/> 配合遊客而調整至假日更重於宗教之既定時間 <input type="checkbox"/> 其他(請說明)：
補充欄：	



## 第二部分：環境及趨勢的利用

### A：總體環境部分 (勾選題)

**【2】** 您對於總體環境影響地方發展節慶觀光相對重要性有何種看法？

請您依個人想法及觀察分別選填，於可能性一欄中勾選。

編號	項目說明	影響作用力程度				
		作用力極大	作用力大	作用力中等	作用力小	作用力極小
2-1	原住民觀光趨勢的興起	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2-2	節慶觀光正好符合生態觀光時代的潮流	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2-3	全台各類觀光節慶活動相繼推出，競爭激烈	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2-4	天然災害不定時發生，不僅破壞地方環境，也影響遊客至山區旅遊意願	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2-5	政府政策推動，積極發展觀光	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2-6	生態旅遊、體驗旅遊型態快速發展	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2-7	許多原住民地區交通易達性不佳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2-8	遊客對生態旅遊認知及教育不足，容易導致生態旅遊地區生態及文化破壞	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

若您認為除了上述選項之外，還有更合適的趨勢，請填答於下方

---



---

**B：趨勢的利用 (說明題)**

**【3】** 除了所列選項外，請將您認為之其他項目於補充欄中做說明。

編號	趨勢	利用
3-1	原住民觀光的興起	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 部落觀光更具有文化特色</li> <li>● 帶動地方整體效益</li> <li>● 促使加強環境整潔美化而提升地方的環境價值</li> </ul>
※(請補充)		
3-2	節慶觀光符合潮流	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 發揚西洋宗教之福音</li> <li>◇ 更凝聚當地族人之向心力、建立自尊心</li> <li>◇ 地方積極建設基礎設施，地方生活更便利</li> </ul>
※(請補充)		
3-3	各類觀光節慶活動競爭激烈	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 更強化部落節慶的印象，打造出獨特之節慶氣氛</li> <li>● 促進文化傳承的工作，更重視文化資產之保存</li> </ul>
※(請補充)		
3-4	政府政策推動	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 使得民眾有更多時間從事觀光及休閒活動，旅遊人口呈穩定成長</li> </ul>
※(請補充)		
3-5	生態與體驗旅遊發展快速	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 協助發展地方經濟、提供就業機會，減少人口外流</li> </ul>
※(請補充)		

### 第三部分：競爭分析與重新定位

#### A：競爭分析背景說明

南投縣信義鄉羅娜村民以台灣原住民布農族之郡社群為主，巒社群次之，是全台原住民人口數最多的村落。

宗教信仰以基督長老教會與露德聖母天主堂為主，教會活動是族人生活的重心。一年一度的聖誕節是其最重要的節慶之一，特殊的文化背景與宗教氣息，常常吸引大批的遊客。在外族人回家團聚，家家戶戶佈置繽紛絢麗的聖誕燈，各式各樣的攤販及傳統手工業品的販售，讓部落街道熱鬧了起來。

尤其教會舉辦的聖誕晚會更是擠滿了族人與遊客，到了報佳音時，不管是在地人或是遊客，都會手持著火把或蠟燭，帶著虔誠敬畏的心，繞部落一圈，慶祝耶穌的誕生。到了早上，登場的便是全台獨一無二的雙排球競賽活動，由各家庭小組分組競爭，過程激烈又發生許多趣事，讓溫馨的聖誕節畫下美麗的句點。

在對外縣市競爭關係部分中，羅娜部落是少數融合原住民傳統文化與西洋宗教為一體的節慶活動，而在南投縣境內則是舉辦原住民節慶觀光規模最大之部落，優劣勢說明如下：

#### 競爭關係之優劣勢

優勢	劣勢
<ul style="list-style-type: none"><li>● 擁有周邊豐富自然資源、布農族部落人文資源、動植物資源等等。</li><li>● 全台最大的原住民部落，保留完整之布農族原住民文化。</li><li>● 融合原住民傳統文化與宗教祭儀之節慶活動，具有獨特之氛圍。</li><li>● 臨近遊憩資源豐富，信義鄉整合成一個整體的觀光旅遊系統。</li><li>● 當地居民參與社區活動之自主性高</li><li>● 地方發展出一套系統化的運行機制，歷史悠久。</li><li>● 當地族人熱情、好客</li><li>● 活動時多用原住民母語，具有濃厚之原住民文化氛圍。</li><li>● 全台獨一無二的雙排球運動，吸引許多遊客參與體驗。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 缺乏完善的公共設施，例如公廁、垃圾桶或路標等。</li><li>● 地點位於偏遠地區，加上大眾運輸工具種類及車次少，會降低客源。</li><li>● 活動內容缺乏文化深度與創新，降低遊客再訪率。</li><li>● 缺乏住宿設施、完善之廁所及接駁車等相關硬體設備不足，減低游客選擇之意願。</li><li>● 活動單位與地方機關認知不一，未能有效推動活動進行。</li><li>● 行銷宣傳手法老舊，未能及時提供資訊及回答訪客問題。</li><li>● 天災人禍不斷，降低遊客意願，另外事後修復的時間長，破壞環境美觀。</li></ul>

## B：重新定位背景說明

研究者發現，到羅娜部落參與聖誕節慶的遊客以學生群(21-40 歲)、教育程度偏高、來自不含南投縣的中部地區者居多。大多數的遊程為一天的行程，且多數因為羅娜部落未提供住宿而須早早離開。遊客多以第一次來參加，同伴人數多為朋友/同事/同學，團體大小規模以十人以下之小團體為主。交通工具為自行開車為主，透過親友介紹或是路過遊客而得知此活動的比率超過半數。最後在遊客參與動機部分，則以「參加原住民聖誕節慶」為主要原因，其次為「體驗/好奇原住民傳統生活」。

### 【4】 您認為發展部落節慶觀光的順序為何？ (排序題)

請以重要性排序標明您欲選擇的選項，至多選擇 3 項

若您認為除了以下選項之外，還有更合適的目標，請填答於補充 4 中，並加入排序，說明如下。

編號	項目說明
4-1	您認為發展部落節慶觀光時其核心內容的安排應該以何為主？ 1. 文化認同 2. 宗教功能 3. 觀光娛樂 4.
請排序： _____ (請以重要性大至小為排序)	
4-2	您認為發展部落節慶觀光時其活動內容的安排應該？ 1. 維持現行運作的活動內容為主即可 2. 保留舊有的活動內容，再發展更精緻創新的活動內容 3. 既然主要遊客為學生群，就應該發展以其為主軸參與體驗的活動內容 4.
請排序： _____ (請以重要性大至小為排序)	

#### 第四部分：策略設計及評估

【5】 此部分將未來可能的發展情勢推想出幾種可能的狀況，請您依個人想法及觀察分別選填，並請學者專家填寫第 4 種狀況。（勾選題）

※創新程度：係指整體活動內容；

※可行程度：係指未來可以施行的程度；

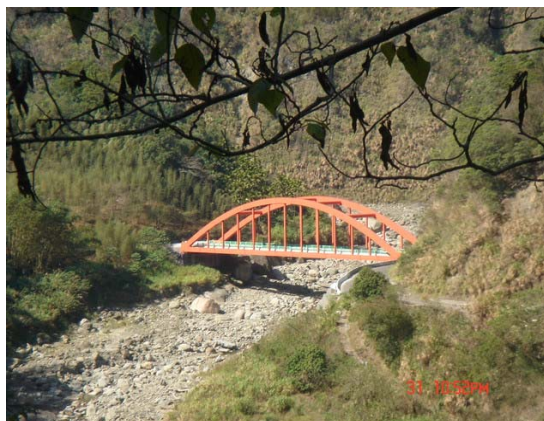
※效益高低：係指提升當地部落整體經濟之程度與傳承保留傳統文化兩部分。

項目說明	創新程度	可行程度	效益高低	
			經濟效益	文化發展
5-1 以傳揚西洋宗教為目標，利用其獨特的核心價值「傳統祭祀儀式」發展出其他的附屬活動，例如提供「體驗」文化感受與情感交流的價值，產生心理層面的共鳴，達到傳福音之功用，並與全世界數十億信仰耶穌基督之信徒同步共同歡欣慶祝聖誕節	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>
5-2 以發揚原住民優良傳統文化為目標，凝聚社區意識，建立族群自信心。規劃活動時均應加強對其文化價值之了解，進而以維護傳承為目的，培育居民與遊客間傳達與溝通之人才，強化其專業之文化涵養，同時亦教育遊客，使其亦能具備尊重文化與自然環境生態的態度。	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>
5-3 以發展節慶觀光為目標，塑造「專屬節慶品牌」，以顧客為導向，積極建設基礎設施，舉辦驗式文化觀光，整合行銷與結合產業觀光，販售原住民傳統手工藝品、風味餐...等，增加當地族人經濟收入，帶動整體經濟。	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>
5-4(請專家填寫)	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>	極小 <input type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 極大 <input type="checkbox"/>

### 附錄三、2010 年羅娜部落聖誕節慶活動照片



1、羅娜部落入口景像



2、羅娜橋



3、羅娜部落街景



4、天主堂報佳音活動



5、聖誕晚會表演原住民傳統之舞蹈



## 附錄四、2010 年羅娜部落聖誕節慶相關報導

### 南投羅娜部落過聖誕 精采平安夜一日遊

2010-12-23 08:56:00 范綱武 南投縣



來部落過聖誕，別有一番風情！（攝影／范綱武）范綱武 南投縣

2010 年的聖誕節您還沒有計畫嗎？不妨去南投縣羅娜部落和原住民朋友一起過節吧！每逢歲末，南投縣信義鄉原住民都興高采烈地迎接這一年一度的聖誕節慶；2011 年，南投縣政府原民局為配合耶誕節系列活動和推廣原鄉觀光，更是舉辦了羅娜部落一日遊活動，將有免費專車下午三點從縣府出發，名額有限，歡迎民眾參與。

南投縣政府原民局表示，每年的 12 月 24 日平安夜，各地遊客一同湧進羅娜部落共襄盛舉。今年聖誕樹、燈光啓用儀式將於當天下午 5 時開始，為熱鬧非凡的聖誕節晚會正式展開序幕。隨後從 7 點起開始有晚會活動，在環境清幽的偏遠山區，聆聽布農族特有的音樂饗宴—八部合音，令人十分震撼！

而一連串的組曲表演和比賽之後，就是眾所期盼的子夜彌撒及報佳音活動，布農族人以及外來的賓客一同拿著火把，繞過村子，每個人誠心地祈福新的一年平安喜樂，部落的氛圍是多麼溫馨與和氣，藉此能讓各地民眾更了解原鄉地區的農特產業及原民文化。

在前往羅娜過聖誕節之前，還可以參觀信義鄉農會著名的梅子夢工廠園區。南投縣信義鄉位處於玉山山麓，日夜溫差大，氣候非常適合梅樹生長，因此成為臺灣梅子的主要產區，也進而發展了梅子相關的產業及農特產品。另外，電影海角七號的小米酒「馬拉桑」就是由梅子夢工廠裡所生產的「小米唱歌」的化身，是布農族人節慶時所喝小米酒呢。

縣府原民局也特別提供免費車輛接送，名額有限，下午 3 點南投縣政府集合出發前往梅子夢工廠、羅娜部落，晚上 12 點賦歸，請加快腳步報名參加聖誕節活動，一起感受原鄉地區的美及原民朋友的熱情活力！（攝影／范綱武）

## 附錄五、2010 年信義鄉羅娜聖誕節系列活動流程

日期	時間	項目	內容	地點
12/24	17:00	來賓報到	長官貴賓報到	羅娜入口旁停車場
	17:30	點燈儀式	全村聖誕燈飾點燈	羅娜入口圓環前
	18:00	原住民美食	原住民美食品嚐	史縣議員宅前廣場
	18:30	聖誕晚會	敬拜讚美	羅娜天主堂
	19:00	聖誕晚會	聖誕樹點燈祈福及節目演出	羅娜天主堂
	19:00	第二場地	聖誕感恩禮拜詩歌讚美	羅娜基督長老教會
	23:00	報佳音	火把遊街報佳音	全村
12/25	24:00	子夜彌撒	羅娜天主堂	羅娜天主堂
	04:00	報佳音	羅娜基督教長老教會	全村
	12:00	愛餐	羅娜天主堂、羅娜基督教長老教會	