



以休閒農場和節慶經營關鍵成功因素探討 熱帶農業博覽會競爭優勢

陳慶得¹ 曾慈惠²

摘 要

自 1995 年行政院政策鼓勵各縣市發展在地城鄉特色，縣市政府乃積極規劃各種博覽會及嘉年華會，並以文化產業化及產業文化化的包裝手法藉以廣招外地遊客前來消費。國內的節慶活動蓬勃發展，屏東縣境內也舉辦不少節慶活動，如「黑鮪魚文化觀光季」、「半島藝術季」、「春天吶喊音樂季」，以及象徵特有熱帶農業的「熱帶農業博覽會」……等。

由於看好節慶活動推廣與發展，地方積極投入節慶活動的主辦，但因為缺乏經營管理的經驗，於是未能經營成功。其實會產生失敗的情形是因為主辦者在投入節慶前，並未仔細思考舉辦節慶的成功因素是什麼？

本研究以熱帶農業博覽會為個案，是由於研究者家住屏北地區，家中務農，希望藉此關心農業轉型朝向精緻農業與休閒產業，透過熱博會的舉辦不僅讓農業有展示與推廣的舞台，更可以平衡屏南與屏北發展差距。

由於農業博覽會的舉辦牽涉到休閒農業與節慶經營方式雙特性，本研究從雙構面交叉分析出休閒農業節慶舉辦關鍵成功因素，包含：服務設施、行銷活動、服務品質、創新活動型態、地方關係、體驗活動等六大因素。搭配企業競爭優勢強度表發現，六項因素有三項屬正面，三項有待改進。因此，可發現競爭強度 50% 的掌握度屬於稍具競爭優勢。

關鍵詞：休閒農場、關鍵成功因素、熱帶農業博覽會

¹ 屏東教育大學教育行政研究所博士班研究生、屏東縣中正國中教師

² 淡江大學歐洲研究所博士班研究生



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



Discussion the Competitive Advantage of Tropical Agricultural Expo by Leisure farms and festivals key success factors

Abstract

Since the policy of the Executive Yuan in 1995 to encourage cities and counties to develop urban and rural characteristics, county governments are not only planning variety of fairs and carnivals actively but also attract overseas visitors to come and consumer under the packaging technique of cultural industry. In the booming domestic festivals, Pingtung County also held many festivals such as "Bluefin Tuna Cultural Festival"、"Peninsula Arts Festival"、"Spring Scream Music Festival"、and "Tropical Agriculture Expo" which is the unique symbol of Tropical Agriculture.

As optimistic about the promotion and development of festivals, local government actively involved to host festivals, these activities often failure because to lack of management experience. In fact, the case were failed for the festival organizers in the input before the festival held not think carefully about what are the success factors.

On account of the double-feature mode of leisure agriculture and festivals involving, this research use the cross-analysis from two dimensions of the leisure agricultural festivals held in the key success factors and Include services, marketing, service quality, innovation type, local relations, experience activities such as the six factors. With the intensity of competitive advantage of discovery, six factors are three in front and three areas for improvement. And we can find 50% of the intensity of competition is a bit of a competitive advantage.

According to the finding and conclusions, the suggestions of this study can be used to the relevant units and leisure farms operating reference.

KEYWORDS: LEISURE FARM, KEY SUCCESS FACTORS, TROPICAL AGRICULTURE EXPO



壹、前言

台灣自 1995 年行政院政策鼓勵各縣市政府發展在地城鄉特色，縣市政府乃積極規劃各種博覽會及嘉年華會，並以文化產業化以及產業文化化的包裝手法藉以廣招外地遊客前來消費。國內的觀光節慶蓬勃發展，而屏東縣境內也舉辦不少節慶活動，如「東港鎮的黑鮪魚文化觀光季」、「墾丁半島藝術季」、「墾丁春天吶喊音樂季」，以及象徵特有熱帶農業的「熱帶農業博覽會」……等。

由於看好節慶活動推廣與發展，地方政府積極投入節慶活動的主辦，但因為缺乏經營管理的經驗，也未擬定正確的經營策略，於是未能經營成功。其實會產生失敗的情形是因為業者在投入節慶主辦前，並未仔細的思考舉辦節慶的成功因素是什麼？從消費者與經營相關議題取向可以歸納分析相關節慶經營要素，並依據外在環境及本身的條件擬訂適當的經營策略。

本研究以屏東縣熱帶農業博覽會為個案，由於研究者家住屏北地區，家中務農，從小耳濡目染農務相關事務，希望藉此關心農業轉型朝向精緻農業與休閒農業，透過熱帶農業博覽會的舉辦不僅讓農業有展示與推廣的舞台，更為屏北地區注入活力，平衡城鄉差距，讓以靠海的屏南地區推展觀光和漁業與靠山擁有廣大平原耕地的屏北地區推廣休閒農業互為雙火車頭，帶動屏東經濟發展。

貳、文獻探討

一、關鍵成功因素

(一)關鍵成功因素的定義與來源

對於「關鍵成功因素」(key success factors, KSF)，在文獻上有多種不同的解釋與定義，在早期研究關鍵成功因素的領域中，對使用名稱也意見分歧，諸如最早的限制因數、策略因素、策略變數或關鍵變數等。但在 1979 年以後，越來越多的專家學者投入這個領域，對使用名稱和看法日趨一致（方威尊，1997）。

本研究綜合學者的說法將關鍵成功因素定義為：個別企業或機構在該產業中能保持成功並取得競爭優勢的主要關鍵因素。

Ferguson & Dickinson(1982)解釋所謂成功關鍵因素是：

1. 企業內部和外部必須加以確認而慎重處理的因素，因為這些因素會影響企業目標的達成甚至威脅企業的生存。



2. 必須特別注意的事件或狀況，而這些事件或狀況，對企業而言是有顯著影響的。
3. 他們可能是企業內在或外在的因素，而他們的影響可能是正面或反面的。
4. 他們必須加以特別的注意和熟悉，以避免不愉快的突發狀況或錯失機會。
5. 他們可由評估企業的策略、環境、資源、營運及其他類似領域而加以確認。

Asker(1989)認為，產業內策略集群進行產業分析的一項重要產出，即為辨認關鍵成功因素，所謂關鍵成功因素指企業為求成功和生存所需具備的競爭性資產和技術。企業不僅要辨認目前產業的關鍵成功因素，而且要預測此關鍵成功因素在未來的演變。

整體來說關鍵成功因素是從外部總體環境、產業分析所得到企業經營成功的重要因素。

(二)關鍵成功因素之特性與功能

Asker(1989)認為在考慮關鍵成功因素時，應注意關鍵成功因素本身所具有的特性，而本研究根據各學者的看法，將關鍵成功因素的特性整理如下：

1. 關鍵成功因素會隨著時間改變。
2. 關鍵成功因素會隨產業、產品與市場等之不同而各異。
3. 關鍵成功因素會隨產業生命週期之改變而改變。
4. 關鍵成功因素應考慮到未來的發展趨勢。
5. 在尚未瞭解某產業關鍵成功因素以前，貿然投入將導致該企業的失敗。
6. 管理者必須集中努力於特定的事物或關鍵工作上，來決定關鍵成功因素。
7. 管理者應該將管理重心集中於關鍵成功因素。
8. 管理者必須對關鍵成功因素有深入的瞭解，並且致力其中，並以之作為策略擬定的基礎。

至於關鍵成功因素的功能，根據孟德芸(1988)研究，將之歸納為以下五點：

1. 作為組織再分配其資源時的指導原則。
2. 簡化高階管理者的工作；關鍵成功因素個數以5~7個為原則。
3. 作為企業經營成敗的偵測系統。
4. 作為規劃管理資訊系統時的工具。
5. 作為分析競爭對手強弱的工具。

(三)相關文獻歸納整理休閒農場的成功因素

由於熱帶農業博覽會是將休閒農業的概念導入節慶活動的經營方式，所以在本研究引用了與休閒農業性質相近的二項研究——休閒農場經營成功因素、休閒農村、農場旅遊之消費者調查，並予以歸納分析作為休閒農業產業關鍵成功因素之依據。其二個產業的關鍵因素如下：

1. 休閒農場之經營成功因素

方威尊(1997)、王朝琴(2005)、喻琬真(2006)、顧碧琪(2006)、鐘正全(2008)、張淑敏(2009)、陳光哲(2009)、林俊昇、黃文琪(2002)、許雅琪(2007)、林富輝(2008)、陳珮鈺(2004)。共12位學者之研究進行歸納與整理。

2. 休閒農村、農場旅遊之消費者調查

Suzanne et al.(2001)劉倩茹(2008)、吳明一(2009)、賴福瑞(2005)、黃淑芬(2009)。共5位學者之研究進行歸納與整理。

將以上各研究結果作整體的歸納分析，如表 2-1：

表2-1 相關文獻歸納整理休閒農場成功因素

關鍵因素	年 代	行銷 推廣	地理 區位	聲 譽 與 品 牌	服 務 品 質	產 品 特 色	人 力 資 源	營 運 設 施	財 務 管 理	景 觀 氣 氛	社 區 關 係 文 化	活 動 安 全	體 驗 活 動	解 說 服 務
黃淑芬	2009	✓			✓			✓						
賴福瑞	2005		✓			✓		✓				✓		✓
吳明一	2009		✓			✓		✓				✓	✓	✓
劉倩茹	2008		✓					✓		✓	✓	✓	✓	✓
陳珮鈺	2004		✓			✓		✓						
鐘正全	2009				✓	✓	✓				✓			
林富輝	2008	✓					✓	✓			✓		✓	
陳光哲	2009	✓		✓	✓									
方威尊	1997	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Suzanne	2001	✓							✓		✓			✓
林俊昇、黃文琪	2002													✓
王朝琴	2005	✓	✓	✓						✓				
喻琬真	2006	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	
顧碧琪	2006	✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓
許雅琪	2007			✓	✓									
張淑敏	2009	✓		✓	✓									
合計		9	7	6	8	6	5	9	3	5	6	4	5	7

資料來源：本研究整理

(四)相關文獻歸納整理節慶經營的成功因素

本研究中引用了與節慶經營相關的研究進行探討，分別是節慶活動消費者意見調查



研究、節慶活動經營管理相關研究、其他節慶相關議題研究等三個項目，並予以歸納分析作為節慶經營關鍵成功因素之依據。三個項目均與節慶經營息息相關，參考以下學者研究結果進行歸納分析：

1. 節慶活動消費者意見調查研究

節慶消費者意見調查相關研究，共選取莊萬進(2008)、莊孟融(2008)、陳盈秀(2007)、陳原銘(2007)、林怡君(2004)、陳比晴(2004)、鄭瓊慧(2004)、黃凱章(2004)、張德慶(2003)、陳運欽(2002)、共10位學者之研究進行歸納與整理。

2. 節慶活動經營管理相關研究

關於節慶經營相關研究，選取杜欣芸(2009)、李居翰(2009)、陳彥霖(2007)、王嘉偉(2007)、顏婉吟(2006)。共5位學者之研究進行歸納與整理。

3. 其他節慶相關議題研究

其他與節慶相關議題研究，選取陳茹萍(2009)、蔡宜霖(2008)、傅姿蓉(2008)、許惠成(2008)、阮亞純(2004)、林宜蓉(2002)。共6位學者之研究進行歸納與整理。

將以上 21 位學者研究結果作整體的歸納分析，如表 2-2 所示。

表2-2 相關文獻歸納整理節慶經營的相關因素

關鍵因素	年 代	活動與居民的關聯性	創新節慶活動型態	穩定活動經費來源	提高體驗滿意度	確立活動核心價值	帶動地方產業發展	活動價值的感動記憶	籌設專責組織	加強行銷活動	改善設置服務設施	異業結盟	改善服務品質	融入文化意涵	完善交通動線規劃	活動永續性	改善現場販售之商品
杜欣芸	2009	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
李居翰	2009	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
陳茹萍	2009	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
許惠成	2008	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
蔡宜霖	2008	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
莊萬進	2008	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
莊孟融	2008	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
王嘉偉	2007	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
陳彥霖	2007	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
陳盈秀	2007	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
傅姿蓉	2008	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
陳原銘	2006	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
顏婉吟	2006	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
阮亞純	2004	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
林怡君	2004	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
陳比晴	2004	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
鄭瓊慧	2004	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
黃凱章	2004	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
張德慶	2003	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
陳運欽	2002	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
林宜蓉	2002	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
合計		10	10	4	6	6	7	4	3	13	13	7	12	6	4	3	2

資料來源：本研究整理

(五)關鍵成功因素與競爭優勢之間的關係

以企業競爭優勢符合產業關鍵成功因素的比例程度可以判斷企業競爭優勢的強度，若以十個關鍵因素為基礎，可分為極具競爭優勢(9-10 個 KSF 匹配)、具有相對競爭優勢(6-8 個 KSF 匹配、)稍具競爭優勢(3-5 個 KSF 匹配)及不具競爭優勢(0-2 個 KSF 匹配)。如表 2-3：

表2-3 企業競爭優勢(CA)強度

CA強度	競爭優勢內涵	符合KSF	企業的經營特色
極強	極具競爭優勢	80%以上	這一類的企業非常稀有，具有極強的競爭優勢。當產業關鍵成功因素並未隨時間而改變時，此一類企業因極具競爭優勢而能擁有比同業更高利潤。
強	相對競爭優勢	60-80%	經營成功的企業其所具有的核心能力與產業關鍵成功因素有60-80%配適程度。此一類企業若能強化其資源或能力，提高與產業成功因素的適配度則能持續擁有競爭優勢。
中	稍具競爭優勢	30-60%	稍具競爭優勢的企業最為普遍，當產業經營關鍵成功因素隨時間而改變時，企業原本具有的資源與能力可能不符合產業需求或變得不具有競爭優勢。企業唯有不斷強化本身，否則容易被市場所淘汰。
弱	不具競爭優勢	30%以下	若企業本身所擁有的核心資源與能力與產業關鍵成功因素只有少於30%配適程度則可判斷此一企業不具競爭優勢。此一類企業將難以生存，除非其擁有的核心資源非常稀少與獨特，如專利權保護等。

資料來源：(劉思治，2003)

由上所述，其實就是看本身擁有的關鍵成功因素佔產業關鍵成功因素比例的多少，當企業擁有越多產業的關鍵成功因素，就表示競爭優勢越強。

參、研究結果與分析

一、節慶式休閒農業經營關鍵成功因素

根據表表 2-1 相關文獻歸納整理休閒農場成功因素與表 2-2 相關文獻歸納整理節慶經營的相關因素各選取累積五以上的得分進行交叉比對，找出共同且重要的因素為節慶式休閒農業經營關鍵成功因素。



表3-1 交叉分析節慶式休閒農業經營關鍵成功因素

關 鍵 因 素	次 數	活 動 與 居 民 的 關 聯 性	創 新 節 慶 活 動 型 態	提 高 體 驗 滿 意 度	確 立 活 動 核 心 價 值	帶 動 地 方 產 業 發 展	加 強 行 銷 活 動	改 善 設 置 服 務 設 施	異 業 結 盟	改 善 服 務 品 質	融 入 文 化 意 涵
次數		10	10	6	6	7	13	13	7	12	6
行銷推廣	9						22				
地理區位交通	7										
聲譽與品牌	6										
服務品質	8									20	
產品特色	6		16								
人力資源	5										
營運設施	9							22			
景觀氣氛	5										
社區關係文化	6	16				13					12
體驗活動	5		15	11							
解說服務	7										

資料來源：本研究整理

根據以上交叉分析得到累積因素分別由高到低依序是：服務設施、行銷活動、服務品質、創新活動型態、地方關係、體驗活動等六大因素。

二、屏東縣熱帶農業博覽會之研究

(一)熱帶農業博覽會發展沿革

屏東縣是農業縣，產業發展，由早期的優勢轉為劣勢，自台灣加入 WTO 後，農業經營更顯吃重，屏東縣政府為輔導農業轉型升級，遂嘗試各種可能措施，如舉辦洋蔥嘉年華會、黑珍珠蓮霧季、黑鮪魚文化觀光季、紅豆牛奶節、熱帶農業博覽會……等活動，一方面行銷屏東縣境內之農業，一方面刺激引導農業與傳統產業人口，透過創意提升其產業之附加價值與競爭力，熱帶農業博覽會的創辦就是活動之一。

屏東熱帶農業博覽會的靈感，緣起於 2001 年起縣政府所舉辦的花果節，花果節活動結合地方鄉鎮市公所與農會及農民們於每年蓮霧產期以蓮霧為主軸辦理的活動，加強行銷當地蓮霧及縣內農特產，提昇當地蓮霧與其他農特產的價值與價格。屏東縣政府又於 2004 年選擇在縣內三地門鄉的賽嘉滑翔翼降落場舉行「綠色長廊」展覽活動，取代往年所舉辦的花果節。(王淑子，2009)

屏東縣政府經過檢討，隔年(2005)另選擇長治鄉台糖海豐農場辦理第一屆熱帶農業博覽會，成功吸引約二十萬人次到場參加，為屏東縣帶來更多的觀光人潮及經濟效益。從 2005 年到 2010 年，共主辦六屆熱帶農業博覽會。

由歷屆熱帶農業博覽會入園人數來看：發現 2005 年至 2007 年入園人數僅有 20 多萬人，唯獨 2008 年創下入園人數 35 萬人，是歷屆熱帶農業博覽會入園人數最多的一次，在 2009 年也達 27 萬人。由此可見，在 2008 年熱帶農業博覽會開始實施免收門票，僅酌收清潔保險費的方式，獲得了民眾入園的最高意願。但在 2010 年遊客人數又降為 20 多萬人，顯見除了門票的票價外，其他吸引遊客遊玩的意願也是值得主辦單位予以重視。

表3-2 2005年－2010年熱博會舉辦對照表

活動名稱	2005年屏東熱帶農業示範園區辦理『綠色長廊活動』	2006年屏東熱帶農業博覽會『花果精靈嘉年華』	2007年屏東熱帶農業博覽會『花果夢幻樂園』	2008年屏東熱帶農業博覽會『綠光魔法王國』	2009年屏東熱帶農業博覽會『神奇魔法田』	2010年屏東熱帶農業博覽會『開心農場悠遊幸福田』
天數	58 天	46 天	43 天	38 天	30 天	25天
人數	20 萬	20 萬	20 萬	35 萬	27 萬	20萬
票價	全票：250元、學生票及團體票：200元、兒童票：150元、縣民票：100元、教育票：50元			本次活動入場門票全部免，僅酌收入園遊客每人清潔保險費50元。		
承辦單位	鴻威國際工程顧問有限公司	鴻威國際工程顧問有限公司	博仲行銷企劃管理有限公司	福龍國際有限公司	友善的狗文化活動有限公司	岳宝文化有限公司
主題館區	仙人掌館、熱帶觀賞魚館、招蜂引蝶館、駝雞館	巴西蘑菇生技館、屏東農業王國館、魔法木材生活館、高鐵行動探索館	屏東之最主題館、螢光生物館、山蘇展示館、原住民生活館、螢光生物館	綠色能源館、縣政願景館、原住民藝術館、生態旅遊館、原住民咖啡館	飛行館、童玩館、屏東文化海角館、芳療館	客家文化館、原住民文化館、米食文化館、屏東之最主題館

資料來源：熱博會成果報告書。

(二) 熱帶農業博覽會相關研究

經由文獻蒐集，共有四篇以熱帶農業博覽會為研究個案，如表 3-3 所示。

表3-3 熱帶農業博覽會相關研究

研究題目	屏東熱帶農業博覽會遊客滿意度與行銷策略之研究	休閒農場知覺服務品質、遊客滿意度與行為意向關係之研究—以屏東熱帶農業博覽會為例	2007花果夢幻樂園屏東熱帶農業博覽會對遊客之吸引力與滿意度研究	2010屏東熱帶農業博覽會遊客參與動機、滿意度與重遊意願之研究
研究學者	游勝淵	蔡坤泰	張家銘、黃秀卿、黃俊彥	陳明國、孫美蓮、莊翔達、邱政鋒
研究年度	2006	2006	2007	2010
研究樣本	361名遊客	274名遊客	413名遊客	420名遊客
資料來源	屏東科技大學農企業管理系碩士論文	中山大學企業管理學系碩士論文	運動知識學報 4，88-99	嘉大體育健康休閒期刊
使用尺度	李克特五等第量尺(非常不滿意、不滿意、普通、滿意、非常滿意)	李克特七等第量尺(非常不同意、不同意、有點不同意、普通、有點同意、同意、非常同意)	李克特七等第量尺(非常不同意、不同意、有點不同意、普通、有點同意、同意、非常同意)	李克特六等第量尺(非常不滿意、不滿意、有點不滿意、滿意、有點滿意、非常滿意)

資料來源：游勝淵，2006；蔡坤泰，2006；張家銘等三人，2007；陳明國等四人，2010。



以上四篇研究，可經研究分析歷屆舉辦關於消費者消費意向，解讀服務設施、行銷活動、服務品質、體驗活動等相關議題。

(三) 熱帶農業博覽會競爭優勢分析

經由歸納分析得知節慶關鍵成功因素共有六個要素分別是服務設施、行銷活動、服務品質、創新活動型態、地方關係、體驗活動等，搭配四篇熱博會相關研究與歷屆成果報告書進行描述與分析如下：

1. 服務設施

表3-4 四篇熱博會研究報告關於服務設施研究結果

研究年度	2006游勝淵	2006蔡坤泰	2007	2010
研究問題	1.動線規劃 2.遮蔭情形 3.整潔狀況 4.景觀舒適度 5.導覽手冊易讀 6.導覽指標清晰瞭 7.各項設施充足	1.遊憩設施充足且設計新穎。 2.各項輔助設施充足。	1.花卉及水果田佈置。 2.各項遊憩設施佈置。 3.各項場景搭配設計。 4.人行步道設施。	1.路線指標清楚 2.停車場安排。 3.田園佈置。 4.外圍道路標示清楚。 5.各項設施佈置。 6.各項場景設計。 7.人行步道設施。
構面排名	3.37 (滿意度構面：服務品質、消費價格、遊憩環境設施、心理體驗、對外交通、熱博形象吸引力。第五名)	1.4.79(14/29) 2.4.49(27/29) (在所有題目排中後)	4.83 (滿意度構面：服務品質、硬體設施、環境與景觀、消費價格、行銷策略，第一)	3.99 (滿意度構面：硬體設施與環境景、服務品質、消費價格、行銷活動。第二名)

資料來源：游勝淵，2006；蔡坤泰，2006；張家銘等三人，2007；陳明國等四人，2010。

表3-5歷屆結案報告書中關於服務設施之描述

年度	結案報告書所描述
2005	解說及標示設施少、缺乏庇蔭的大型植物、遊憩座椅少、流動廁所太少且未平均配置。
2010	因氣候關係加上田區作物太晚種植，多數作物尚未成長到可供觀賞採收程度，綠色長廊可看度不若往年，蘭花區閒置空間過多，曾有遊客反應田區髒亂要求退票。

資料來源：熱博會成果報告書。

根據表3-4可知，熱帶農業博覽會關於服務設施的滿意度逐年增加，一方面草創初期由無到有，硬體設施會逐年興建，每一屆也會根據遊客需求加以改善。由表3-5可發現除硬體設施外，各園區的作物應該考量季節與生長情況做早期規劃。

2. 行銷活動



表3-6 四篇熱帶農業博覽會研究報告關於行銷活動研究結果

研究學者	研究年度	旅遊資訊來源	說明
游勝淵	2006	電視廣播 36.6% 親友推薦 24.7% 報章雜誌廣告 23.2% 電腦網路 8.1% 其它 7.4%	前三項所佔比例達84.5%。
蔡坤泰	2006	電視廣播 33.2% 親友推薦 34.7% 報章雜誌廣告 14.2% 電腦網路 7.7% 旅行社 0.4% 其它 9.9%	前三項所佔比例達82.1%。
張家銘等三人	2007	行銷策略構面	平均數：3.75在遊客滿意度五構面中最後一名
陳明國等四人	2010	行銷活動構面	平均數：3.91在遊客滿意度四構面中排最後一名

資料來源：游勝淵，2006；蔡坤泰，2006；張家銘等三人，2007；陳明國等四人，2010。

表3-7 歷屆結案報告書中關於行銷活動之描述

年度	結案報告書所描述
2005	在活動前期，宣傳上包含：主辦單位邀請具全國性話題之比賽活動，如第九屆花藝創意盆栽設計大賽，以增加活動宣傳效益。屏東縣養雞協會結合地方小學舉辦校際盃煎蛋比賽以達觀光教育特色。結合鄰近縣市之國際性觀光行銷活動，如愛河國際燈箱點燈活動，以達到最經濟最有效之行銷效益。
2005	園區內容豐富多元，每個區域各具特色及新聞價值，所以配合園區活動主題進行專題報導，並透過平面廣告預告相關活動，如春節系列強檔、向日葵認養等，可惜報導侷限於地方媒體，全國性與群眾普及性不足，應可加強電子媒體的合作，同時也反映出廣宣經費不足造成行銷連續性不夠。
2005	進行全國性媒體宣傳計畫，有助於活動知名度的提升，但該年度未鎖定主攻客群，故無法集中廣宣效益，廣宣訊息無法在主要潛在客群引起討論或發酵傳遞。
2005	事件行銷手法為主要媒體宣傳策略。事件行銷模式操作能以少經費創造大效益，可惜策劃團隊未進駐，活動行銷整合不及，活動規劃略顯粗糙不完善，稍嫌不足。
2008	2008年的重大的改變，即是以免收門票而改收清潔保險費入園方式，在經濟不景氣的現在，有別於其他縣市同檔期活動，讓這次的熱帶農業博覽會參觀人次激增到35萬。
2009	2009年更緊抓正夯的屏東海角七號氣勢加強行銷。
2010	活動籌備期短，壓縮廣宣製作期，而轉調重心至電視廣告操作。

資料來源：熱博會成果報告書。

由表3-6得知，在宣傳媒體方面，廣播電視和報章雜誌是接觸遊客最佳的具體方式，親友推薦的方式也是值得注意與經營，行銷活動在遊客滿意度在2007、2009都是敬陪末座，顯見行銷活動還有很大的改善空間。由表3-7主辦單位對於事件行銷的掌握與媒體聚焦方面都提出不足之處，可見有積極規劃，但執行成效上似乎不如預期。

3. 服務品質



表3-8 四篇熱博會研究報告關於服務品質研究結果

研究學者	研究年度	平均數	標準差	服務品質構面佔滿意度排名	根據李克特量表解釋
游勝淵	2006	3.43	0.79	4/6	介於普通與滿意
蔡坤泰	2006	4.76	0.18	沒有分構面	介於普通與有點高間
張家銘等三人	2007	4.66	0.33	2/5	介於普通與同意
陳明國等四人	2010	4.02	0.15	1/4	屬於滿意等級

資料來源：游勝淵，2006；蔡坤泰，2006；張家銘等三人，2007；陳明國等四人，2010。

花博團隊，每個單位皆由經驗豐富人員擔任幹部領導作業，不僅營運組織分工及人力訓練皆能快速上手，美中不足的是地方應徵人員訓練時間不足（因為招商時間太短），造成服務專業度不夠之缺憾。（結案報告書，2005）

根據表3-8結果所示，四篇研究中關於服務品質皆屬正面結果，而服務品質也有越來越好的趨勢，顯見舉辦經驗的累積可以改善服務的品質。

4. 創新活動型態與產品特色

屏東縣政府於2001年起結合地方公所與農會及農民們於蓮霧產期辦理花果節活動，結果讓林邊地區出產的蓮霧名聞全國，也創造了「黑珍珠蓮霧」的高經濟價值與品牌。2001年結合全縣自然景觀資源、農漁特產文化舉辦屏東縣黑鮪魚文化觀光季，藉黑鮪魚餐為號召，以東港漁鄉為軸心，推出套裝旅遊。巧妙運用傳統魚市拍賣的傳統文化，邀請總統主持拍賣會，讓魚價創造高紀錄，並吸引國人的眼光，藉以行銷黑鮪魚季，讓黑鮪魚文化觀光季一炮而紅。屏東縣政府對於推廣節慶活動已經得心應手，而且屢創佳績。

表3-9 歷屆結案報告書中關於創新節慶活動之描述

年度	結案報告書所描述
2005	熱帶農業為屏東特有的景觀及資源，所以本活動地域性強且農業休閒主軸明確，可惜特色較不鮮明，亦未能與市場活動區隔。
2006	田區主題週由於田區的果實成長及田區主人考慮營收問題，以致於在每週的一元競標活動和主題的設定配合不高，造成活動的設計不易。 每個田區都是由相關農特產農戶或團體負責展出之個體戶，然熱帶農業博覽會卻是一個整體的團隊活動，如何讓各田區的配合程度提高，配合大會的統一管理，是日後舉辦活動前需先行溝通的地方。
2007	以各主題週的消費族群，區隔不同的主題來吸引消費者遊園，其中配合各時段的節慶，例如魔法歡樂週招來鄰近縣市剛放寒假的學生，玫瑰情人週則以情侶為主要訴求，來吸引分眾的消費者。
2007	2007年熱帶農業博覽會，已邁入第三屆，在經營方式沒有重大改變的情況下，漸漸失去新鮮感，期間入園人次僅為二十萬出頭，是主辦單位需要關注的焦點。
2009	由於主辦團隊的用心與不斷的創新及注入創意，雖僅展出30天，卻吸引了超過27萬的參觀人潮，為春節期間台灣地區吸引最多人潮的創意活動。
2010	綠色長廊已成為熱博的一大特色，建議明年可列為重點規劃項目，提早確認種植品項，並於開園前3-6月進行種植。
2010	2010年熱博已舉辦6年，5年來園區內作物區域沒有大的變化，對遊客已經逐漸失去吸引力，建議來年應考慮重新配置各區作物的規劃。

資料來源：熱博會成果報告書。



根據王淑子(2009)研究發現屏東縣政府辦理歷次熱帶農業博覽會具有下列文化創意：

- (1)彙整熱帶農業特產與當地族群文化展覽的創意：屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會，將縣境內熱帶農業特產結合當地族群文化配合展出，讓一般遊客對於縣境內之農業特產與多元的族群文化，有更深入了解的機會，是一種創意，也是全國首創。
- (2)綠色長廊的創意：熱帶農業博覽會園區最引人注目，也是讓每位遊客最驚艷的，即是爬滿各類瓜果的綠色長廊，很多遊客認為它最具創意。根據游勝淵(2006)研究遊客最滿意的活動中發現綠色長廊獲得遊客調查第一名。
- (3)農村生活體驗的創意：體驗經濟已成為時代潮流，熱帶農業博覽會園區將傳統的農業生活文化內容，經過藝術擺設，讓遊客們體驗傳統農村生活的狀況，也是一種創意。
- (4)設置各類主題館的創意：熱帶農業博覽會園區很多主題區的創設，從主題名稱與內容觀之，即顯現很多創意的影子。
- (5)農產品創意加工與包裝：從園區內展出之農產品可以發現有許多創意加工與包裝，將農產品的價值提升，也是其創意之顯現。
- (6)其他創意：除了上述五大創意以外，研究發現屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會尚有許多創意，分別出現於熱帶農業博覽會的規劃與施設的小細節當中，例如門口意象的設計、展覽品的擺設、配合活動的規劃...等。

歸結上述屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的農業文化創意分析，發現其在農業文化創意產業的開發與用心，惟仍嫌不足，畢竟農業文化創意產業的內涵是相當廣闊的，包括農業生產、農業生活與農業生態等三大面向，因此，辦理熱帶農業博覽會必須在農業文化創意產業的內涵上多努力，才能讓辦理熱帶農業博覽會的意義與價值突顯出來，也才能讓熱帶農業博覽會永續辦理。而不是只為了吸引更多遊客，而辦理一些與熱帶農業博覽會不相關的展覽和活動，讓辦理熱帶農業博覽會的精神與目的失焦，而讓政府團隊辛苦創設出來的熱帶農業博覽會夭折！（王淑子，2009）

屏東縣政府成功推銷黑珍珠蓮霧和黑鮪魚，顯見主辦單位有能力規劃類似節慶活動，不一樣的是熱博會有一個固定的展區，如何融入農業文化和當地文化，是主辦單位需更用心與稍嫌不足的部分。

5.地方關係與文化

屏東縣境內不但農業基本條件優渥，且擁有多元的農業族群文化，還擁有秀麗的山水而形成休閒旅遊的好地方，這對發展創意農業休閒農場可以發揮群聚與



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



相輔相成之效果。此外，屏東境內的農業改良場、農業生物科技園區、畜牧研究所、海洋生物博物館、水產試驗所、香蕉研究所、屏東科技大學（農業科技）、屏東商業技術學院（資訊與行銷），加上民間雄厚的種苗繁殖能力，配合縣境內充足的陽光與水源，使得屏東縣發展農業文化產業的各項良好條件更加齊全。

屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會，因委由民間行銷公司承辦，而一般農民參與的機會並不多，且又未設法引導或鼓勵個案縣境內之農民於活動期間前往觀摩切磋，致讓屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會有本末倒置之的情況發生，無法讓農業文化產業的精神獲得共鳴。（王淑子，2009）

屏東縣熱帶農業博覽會的發展特色，是結合當地農會、產銷班農民、藝術工作室、表演團隊、屏東科技大學、農業改良場、農業生物科技園區等相關單位、團體及個人協力合作。包含屏東地區的產官學界都一同投入熱帶農業博覽會的經營活動。以上大都是對於機關團體間的合作關聯，似乎缺少對居民間的連結，在售票方面2005~2007有對縣民給予縣民票的優惠，此舉雖然對縣民在票價方面有利，但也容易讓外縣市遊客有歧視的感受。

表3-10 歷屆結案報告書中關於文化之描述

年度	結案報告書所描述
2005	在開幕當天結合地方性文化表演以及特有文化團體，如客家樂舞、明華園玄字戲劇團、原住民黑森林打擊樂團…等，以營造地方特色並形塑文化議題。
2005	應擴大活動主題範圍，不侷限於農業，將相關休閒趣味競賽或與當地文化風俗節慶移師至熱帶農業博覽會園區舉行，並以故事包裝活動，除可吸引固定「熱迷」亦有新聞價值。
2005	公部門的豐沛資源是辦理熱博會一大助因，但沒有串連鄰近相關資源，如觀光飯店、旅遊景點、在地文化工作者等，無法擴大活動格局及規模，錯失聯合行銷之契機與效益。
2010	今年預計整合教育局、文化局及蔬果文化節，加強活動內容，但因蔬果節流標導致教育局活動也未能執行，讓原先規劃活動失色。
2010	文化局所規劃之涼亭藝術演出，讓遊客在休息時有全新感官感受，但因涼亭地點較為偏遠，以致參與的遊客不多。

資料來源：熱博會成果報告書。

文化在熱博會中似乎不是那麼突顯出來，委託外包廠商反而多了商業化的氣息，農業有農業相關的文化，從觀察與體驗中就可以把農業的文化展示出來，在展場中充斥著裝置藝術妥善利用稻草人與裝置藝術融合就是一項很好的農業文化，可以依此發展出相關的農業與地區文化活動加入體驗活動讓遊客可以更容易接觸農業文化。

6. 提高體驗滿意度

表3-11 四篇熱博會研究報告關於滿意度研究結果

研究學者	研究年度	遊客滿意度平均數	遊客滿意度標準差	代表意義 (根據李克特量表解釋)
游勝淵	2006	3.44	0.86	介於普通與滿意
蔡坤泰	2006	4.71	0.31	介於普通與有點高之間
張家銘等三人	2007	4.43	1.17	介於普通與同意之間
陳明國等四人	2010	3.96	0.57	接近滿意等級

資料來源：游勝淵，2006；蔡坤泰，2006；張家銘等三人，2007；陳明國等四人，2010。

表3-12 歷屆結案報告書中關於體驗之描述

年度	結案報告書所描述
2006	每個禮拜園區會安排相關活動讓民眾親身體驗並增加親子間的情感。
2007	今年也特別加強遊樂設施，提供腳踏車供民眾漫遊「蘭花蕨」自行車專用道，增加親子間的感情。
2009	增設米食文化館等農業體驗活動，讓遊客能親身體驗個案縣境內特殊農業風貌。最受民眾喜愛的「水稻田區」，佈置了水稻的各個不同成長階段，舉辦現場插秧比賽，讓民眾實際體驗種稻的樂趣與體會農夫的辛勞。

資料來源：熱博會成果報告書。

根據表3-11結果所示，四篇研究中關於遊客滿意度皆屬正面結果，而主辦單位也有考量增加體驗活動的項目，以提高體驗滿意度。但在歷屆報告書中關於體驗的常態展示比較缺乏，應屬可再加強的方面。

肆、結論與建議

關於屏東縣熱帶農業博覽會在節慶經營關鍵成功因素的掌握度，以節慶經營關鍵因素與休閒農業經營關鍵因素交叉分析萃取出累積分數較高的六項關鍵因素，分別是服務設施、行銷活動、服務品質、創新活動型態、地方關係與文化、體驗活動等，搭配四篇熱博消費者意見調查及歷屆成果報告書進行分析與解釋。

由六項熱帶農業博覽會經營關鍵成功因素搭配消費者意見調查與成果報告書中發現：服務設施因素有越來越好的趨勢；行銷活動有待加強；服務品質屬正面肯定；創新活動型態，縣府有成功推展黑珍珠蓮霧和黑鮪魚文化觀光季的能力卻在熱博會沒有突顯此能力，略顯不足。與地方關係能結合產官學界，融合大學、生科園區、農會支援舉辦，考慮地區縣民的參與程度，而給縣民優待票，都屬正面的做法，但融合地區農民與居民的參與和地區文化的融入卻略顯不足。體驗活動方面，展區佔地廣大，適合體驗活動的經營，主辦單位也都有體驗性的活動，遊客滿意度也都屬於正面肯定的展現。搭配表2-3 企業競爭優勢強度可發現，六項因素有三項因素屬正面，分別是服務品質、服務設



2010

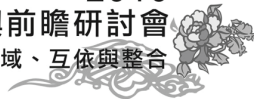
文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



施、體驗活動；三項因素有待改進，分別是行銷活動、創新活動型態、地方關係與文化。由競爭優勢強度可發現 50% 的掌握度屬於稍具競爭優勢。

由於熱博會已經舉辦 6 年，相關展區新鮮感和吸引力已經下降，須適時引進創新活動的觀念擴大可看性，尤其緊鄰生物科技園區，可加強園區間的配合，分工合作創造雙贏；也可參考引進農業文化相關主題，配合展演內容加深節慶的感受度；可加強體驗活動，從親子體驗活動中營造溫馨氣氛。也隨著時間與經驗的累積，展區的軟、硬體設施逐漸加強，遊客對其滿意度不斷增加；縣府方面也可以利用成功推銷黑珍珠蓮霧及黑鮪魚觀光季的經驗，複製到熱博會的主辦；最後需建立與社區居民關聯性，尋求社區資源的支持，相信對熱博會的經營有很大的幫助。



參考資料

- 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》。台灣大學農業推廣系研究所碩士論文。
- 王淑子，2009，《地方政府發展農業文化創意產業之研究—以屏東熱帶農業博覽會為例》。南華大學美學與視覺藝術學系碩士論文。
- 王朝琴，2005，《休閒事業經營成功關鍵因素之研究—以走馬瀨農場為例》。成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。
- 王嘉偉，2007，《節慶活動之設計架構與評估模式研究》。雲林科技大學視覺傳達設計系碩士論文。
- 司徒達賢，2001，《策略管理新論—觀念架構與分析方法》。台北：智勝。
- 吳明一，2009，《休閒農業區景觀環境與遊客滿意度之研究-以枕頭山休閒農業區為例》。佛光大學未來學系碩士論文。
- 吳思華，2000，《策略九說：策略思考的本質》。台北，臉譜。
- 李居翰，2009，《童玩節的生與死—臺灣節慶活動的發展困境》。臺灣大學新聞研究所碩士論文。
- 杜欣芸，2009，《地方節慶活動永續發展指標建構之研究》。開南大學觀光與餐飲旅館學系碩士論文。
- 阮亞純，2003《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》。屏東科技大學企業管理研究所碩士論文。
- 孟德芸，1988《企業成功關鍵因素之研究—以個人電腦業為實証》。中興大學企業管理研究所碩士論文。
- 林怡君，2004《觀光節慶活動對遊客之吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度關係之研究—以三義木雕國際藝術節為例》。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 林富輝，2008，《六龜鄉休閒產業關鍵成功因素與發展策略之研究》。屏東科技大學農企業管理系碩士論文。
- 林宜蓉，2003，《地方政府舉辦節慶活動之經營策略與行銷活動研究》。中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- 林俊昇、黃文琪，2002，《休閒農場經營績效評估之分析》。農業經營管理年刊。8。1-17。



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



- 林晉寬，1995，《從資源基礎探討資源特性與成長策略之關係》。政治大學企業管理研究所博士論文。
- 屏東縣政府，2005，《2005 年屏東熱帶農業示範園區辦理綠色長廊活動結案報告書》。
屏東：屏東縣政府農業處。
- 屏東縣政府，2006，《2006 年屏東熱帶農業博覽會—花果精靈嘉年華結案報告書》。屏東：屏東縣政府農業處。
- 屏東縣政府，2007，《2007 年屏東熱帶農業博覽會—花果夢幻樂園成果報告書。屏東》：屏東縣政府農業處。
- 屏東縣政府，2008，《2008 年屏東熱帶農業博覽會—綠光魔法王國成果報告書。屏東》：屏東縣政府農業處。
- 屏東縣政府，2009，《2009 年屏東熱帶農業博覽會—海角樂園神奇魔法田結案報告書》。
屏東：屏東縣政府農業處。
- 屏東縣政府，2010，《2010 年屏東熱帶農業博覽會—開心農場悠遊幸福田結案報告書》。
屏東：屏東縣政府農業處。
- 張家銘、黃秀卿、黃俊彥，2007，〈2007 花果夢幻樂園屏東熱帶農業博覽會對遊客之吸引力與滿意度研究〉。《運動知識學報》4：88-99
- 張琬敏，2009，《優質休閒農場經營關鍵成功因素之研究—以台灣四家休閒農場為例》。經國管理暨健康學院健康產業管理研究所碩士論文。
- 張德慶，2003，《節慶活動之服務品質、服務價值、顧客滿意度與行為意願之相關性研究—以墾丁風鈴季為例》。靜宜大學觀光事業學系碩士論文。
- 莊孟融，2007，《節慶活動之服務品質、服務價值、遊客滿意度與重遊意願關係之研究—以 2008 年世界糖果文化節為例》。南台科技大學國際企業系碩士論文。
- 莊尚平，2000，《資源基礎理論下持久競爭優勢之整合性架構初探》。國立台灣科技大學工業管理系碩士論文。
- 莊益欣，2009，《遊客對休閒農業生態旅遊認知與環境態度之研究-以兩處十大經典農漁村為例》。東海大學景觀學系碩士論文。
- 莊萬進，2008，《雲林縣古坑地區「台灣咖啡節」節慶活動滿意度之研究》。南台科技大學休閒事業管理系研究所碩士論文。
- 許惠成，2008，《台灣節慶活動關鍵成功因素與發展策略之研究》。中山大學高階經營碩士班碩士論文。
- 許雅琪，2007，《提昇休閒農場經營績效關鍵成功因素之研究》。長榮大學經營管理研究



所碩士論文。

郭智娟，2008，《休閒活動專案管理關鍵成功因素之研究》。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。

陳比晴，2004，《民眾參與節慶活動需求之研究—以 2003 陽明山花季為例》。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文。

陳光哲（2009）。休閒農業經營關鍵成功因素之探討。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。

陳明國、孫美蓮、莊翔達、邱政鋒，2010，〈2010 屏東熱帶農業博覽會遊客參與動機、滿意度與重遊意願之研究〉。《嘉大體育健康休閒期刊》：104-116

陳彥霖，2007，《臺灣地方節慶觀光活動永續發展影響因素之探討》。南華大學旅遊事業管理學系碩士論文。

陳盈秀，2007，《節慶活動體驗行銷、市場區隔與旅遊需求之研究—以甜蜜台灣年為例》。亞洲大學國際企業學系碩士論文。

陳原銘，2006，《節慶活動遊客滿意度之研究—以 2007 台東釋迦文化節為例》。屏東科技大學熱帶農業暨國際合作系碩士論文。

陳珮鈺，2004，《建構休閒農漁園區關鍵成功因素之研究》。長榮大學經營管理研究所碩士論文。

陳茹萍，2009，《城市・節慶・藝術—論高雄國際貨櫃藝術節》。國立臺灣師範大學美術學系在職進修碩士論文。

傅姿蓉，2008，《台灣海洋節慶活動效益之探討—以高雄縣彌陀鄉虱目魚文化節為例》。高雄海洋科技大學漁業生產與管理研究所碩士論文。

喻琬真，2006，《台灣地區有機休閒農場經營關鍵因素之探討》。台北大學企業管理研究所碩士論文。

游勝淵，2006，《屏東熱帶農業博覽會遊客滿意度與行銷策略之研究》。國立屏東科技大學農企業管理系碩士論文。

黃英忠，2001，《現代管理學》。台北：華泰。

黃淑芬，2009，《休閒農業遊客消費行為之研究—以台南縣新化鎮大坑休閒農場為例》。臺南大學文化與自然資源學系碩士論文。

黃凱章，2004，《節慶活動遊客滿意度與消費行為關係之探討—以高雄內門宋江陣活動為例》。樹德科技大學經營管理研究所碩士論文。



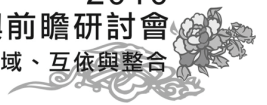
2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



- 楊家明，2006，《休閒農場經營管理之個案研究—以資源基礎觀點》。中山大學企業管理研究所碩士論文。
- 楊碩哲，2008，《以資源基礎觀點探討休閒農場經營管理之研究-以宜蘭香格里拉休閒農場為例》。崑山科技大學企業管理研究所碩士論文。
- 劉倩茹，2008，《遊客對休閒農業規劃之遊憩體驗需求與滿意度研究-以南投縣竹山鎮富州休閒農業區為例》。中興大學農村規劃研究所碩士班
- 劉思治，2003，《從關鍵成功因素及資源基礎觀點探討休閒事業之競爭優勢—以西子灣度假中心為例》。中山大學管理學院國際高階經營學程碩士論文。
- 蔡坤泰，2006，《休閒農場知覺服務品質、遊客滿意度與行為意向關係之研究—以屏東熱帶農業博覽會為例》。國立中山大學企業管理學系碩士論文。
- 蔡宜霖，2008，《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學系碩士論文。
- 鄭瓊慧，2004，《農村節慶活動與遊客滿意度之研究—以 2003 大崗山龍眼蜂蜜文化節為例》。屏東科技大學農企業管理系碩士論文。
- 賴福瑞，2005，《遊客對休閒農業區之遊憩動機、體驗與滿意度之研究—以金針山休閒農業區為例》。屏東科技大學森林系碩士論文。
- 顏婉吟，2006，《節慶文化活動服務品質之探討—以基隆中元文化祭為例》。臺灣海洋大學航運管理學系碩士論文。
- 鐘正全，2008，《以資源基礎觀點論休閒農場之關鍵成功因素》。真理大學管理科學研究所碩士論文。
- 顧碧琪，2006，《從資源基礎理論探討休閒農業經營關鍵成功因素之研究。彰化師範大學會計學系企業高階管理研究所碩士論文。
- Aaker, D. A.,1989,“Managing Assets and Skills: The Key to a Sustainable Competitive Advantage.”California Management Review, Winter,pp.91-106.
- Ferguson, Charles R. & Roger Dickinson,1982,“Critical Success Factors for Directors”In the Eighties. Business Horizons , pp.14-18.
- Grant, R. M. ,1991,“The Resource-Based Theory of Competitive Advantage”Implications for Strategy Formulation, California Management Review, 33, pp.114-135.
- Hoskisson, R. E ,1999, “Theory and research in strategic management:Swings of a pendulum” Journal of Management, Vol. 25,No. 3, pp. 417-456.
- Suzanne, W., Daniel, R. F., Julie, F., & John, C.,2001, Factors for success in rural tourism



development.Journal of Travel Research, 40, 132-138

Wernerfelt, B.,1984,“A Resource-Based View of the Firm,” Strategic Management Journal.
5(2), pp.171-180.



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合

