

第五章 結論與建議

本研究旨在探討臺灣地方文化產業的情形與評估指標的建構。為達此目的，研究者首先蒐集相關的文獻資料、研究成果、法令規章計畫等，並從社會學、文化經濟學、創意經濟學，以及社區教育學的觀點，對地方文化產業加以探討、了解、分析、批判與歸納，作為本研究的理論基礎。接續根據上述文獻分析初步發展評估指標架構，並進行學者、專家、實務人員的評估指標架構雛型初步修正後，確立評估指標架構雛型。之後，根據此評估指標架構雛型來發展德懷術問卷，然後再進行三回合的德懷術問卷及階層分析之相對權重問卷。本章擬先提出主要的研究發現，再將此作成結論與建議，供政府部門、社區、地方文化產業業者、學者專家之參考。

第一節 主要研究發現

本節針對第一章所述的研究目的與待答問題，分別說明主要的研究發現。

壹、臺灣地方文化產業的發展演變

本研究之我國社區發展在時間點的劃分，從台灣光復後開始，研究者藉由相關文獻、法令，以及政府推動社區發展相關的計畫，進行系統性的檢視分析，將臺灣地方文化產業的發展歷程分成以下三個時期。

一、1950~1980 年代：社區發展期

1950 年代，台灣地區方從日本殖民統治結束，然此期發生二二八事件，執政當局為維持社會的穩定，對於軍事經費的投入較多，為防暴動發生。因此，政府對於社區的發展計畫是不明顯的，時至民國五十四年，因應工業化起步，為求經濟與社會發展而有民生主義現階段社會政策的推動。五十七年頒布「社區發展工作綱要」，作為推動社區發展的依據，執行基礎工程建設、生產福利建設及精神倫理建設等三大建設。此期台灣地區剛朝現代化國家發展邁進之始，基礎建設闕如，因此社區發展三大建設，是以硬體工程為主的基礎工程建設為優先。

二、1990~1994 年代：社區總體營造期

1990 年代，受到日本的造町（台灣譯為社區總體營造）運動，台灣開始有了社區總體營造的概念。社區發展不應僅停留基礎的工程建設，要從營造社區居民的情感連結出發，讓社區居民參與社區發展，使之對社區有認同感，進而關切社區生活環境的改造以及重視社區生活文化的保存。社區發展不再是政府部門的單方決策，生於斯長於斯的社區居民的意見與參與，成為社區發展的重要準則。當時文化建設委員會所推動的社區總體營造主要有以下幾各面向：鼓勵社區民眾參與社區空間營造，讓社區作為文化認同的中心；透過社區環境景觀的改善，提升國民的生活美學；由參與社區開始，進而培養公民意識；社區作為國家資源重分配的單位，社區的建設不在由上而下主導；社區作為地方產業發展的基地。當時社區總體營造的最末面向，以社區作為地方產業發展的基礎，更成為後來地方文化產業發展的發軔起點，社區作為地方文化產業的基礎，是以「產業文化化，文化產業化」為發展路線，奠定了後來文化產業發展的基礎。

三、1994~2008 年代：地方文化產業發展期

地方文化產業的開始發展，始於文化建設委員會所提出的社區總體營造的理念，先有全國文藝季活動的舉辦，發掘社區的在地文化以及傳統產業，讓地方的文化得以重現與傳承，沒落的產業出現生機。從社區文化的發掘、保存及創新傳承，到地方文化產業的啟動，以社區總體營造為理念所推動的「全國文藝季」活動，慢慢的轉型為以「文化產業」為主題的系列活動。而在 2002~2004 年代，延續社區文化產業發展，政府提出了「新故鄉社區營造計畫」，配合「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」，推動社區總體營造工作，整合地方政府行政體系、社區資源及第三部門，透過各項學習及參與機制，建立公民意識，振興地域活力，創造多元化文化特色、高質化產業發展及人性化生活空間，實現「人文新台灣、現代桃花源」之新願景，推動開發利用地方文化資產與文化環境計畫、地方文化產業振興計畫、社區深度文化之旅計畫，以及社區營造培力計畫。依據社區不同的屬性，如都市或鄉村、原住民部落或是客家社區等，透過社區教育的實施以及人才的培養，營造不同風貌的社區文化或地方文化產業。而後以新

故鄉社區營造計畫為基礎，推出，2005年~2008年的台灣健康社區六星計畫，其目標在於透過產業發展、社福醫療、社區治安、人文教育、環保生態、環境景觀等六大面向的全面提升，打造健康社區。其中尤以「產業發展計畫」是延續地方文化產業發展，透過社區小企業輔導及商店街區再造，活化地方型經濟產業，並推動地方產業文化化，進行特產及料理研發，促使農村產業轉型升級。規劃休閒農業區，發展休閒農業，並協助鄉鎮進行總體規劃，形成帶狀或區域結盟發展，使地方產業能永續發展，創造在地化多元就業機會。

貳、社區總體營造、社區教育與地方文化產業的關聯

從社區的發展軌跡來看，社區總體營造口號的提出、政策的形成以及執行，是先由文化建設委員會主其事，「社區總體營造」的核心精神，主要是在於透過社區居民對所處的週遭環境的相關問題的發覺，進而有改善此問題的動機，透過社區居民一起討論、組織、行動，試圖解決問題。社區總體營造起初切入點的議題，是與居民生活問題的解決、社區環境景觀的改善為起點，此一過程，在於引發居民對於自我權利與地方事務的關心，再漸進式地由民眾來主導社區營造的進行，使一個地方和社區重新恢復生機和活力的一項計畫。而後慢慢將營造方式擴大，例如古蹟、建築、聚落與生活空間的保存、地方文史、人物、傳說、典故之整理呈現、民俗廟會祭典與地方生活文化的展現、地方特有產業之開發與文化內涵的提昇、生活商店街之營造、社區形象與識別系統之創造、地方文化旅遊品質之精進以及國際小型活動的舉辦等等，均是社區總體營的範圍。進而論析，社區總體營造的基本理念，乃是希望透過社區居民的參與社區公共事務，引發社區意識達成社區生命共同體的認同感，以共同營造一個新的社區社會和社區人。然社區總體營造初期雖由文建會所提出並據以制定政策後實施，但後來行政院所屬的部會，如內政部、農委會、經濟部、客委會、原民會也陸續提出社區營造的相關計畫。而社區教育是以社區為範圍，以全民為對象，以教育為目標的一種有價值的文化活動，社區教育是學校教育的擴大，以達成改造社區為目標，作為社區發展的一種策略。社區總體營造與社區教育二者初期是各行其事，僅依政策或計畫的制定與執

行的部會，進行各自的任務。但若仔細分析社區總體營造後期的目標，「社區總體營造」，從「造景」與「造產」入手，其目標是「造人」。誠如林振春（1998）對造景、造產、造人的進一步闡述，認為造景是為社區創造一個適合居住與生活的環境空間；造產是為社區的產業創造文化的內涵，或是將傳統的社區文化賦予產業的行銷；造人則是創造出能展現現代社區生活品質的新人類。造景與造產皆是為造人提供具體措施，其本身不應成為目標，而且要融入社區教育的原理，在造景與造產的過程中引導社區民眾參與並擔負責任、促進社區居民交流形成社區共識、教育社區民眾合作解決困難以建立堅強組織等，具高品質生活能力的新人類才可能在此種社區環境之中孕育成形。由此論之，社區總體營造的目標達成，有賴社區教育的實施。其次，社區總體營造皆不能脫離以人為主體，且需透過文化的手段，來改善整體的環境，而人為主體的文化手段，更需藉由教育的達成。

從歷史的角度來看社區總體營造與地方文化產業，可以發現社區總體營造的提出時間點較早，而地方文化產業的政策實施是較晚的。然在實施社區總體營造之時，時逢台灣在經濟發展的過程中，因為都市裏有比較多的就業機會和比較高的經濟報酬，吸引農村人口大量往都市集中，一方面造成農村價值的瓦解，很多人覺得待在鄉下沒前途，因此鄉村留不住年輕人，使得傳統地方產業逐漸沒落，地方的文化特質和歷史遺產不斷消失的現象產生。因此，在社區總體營造的計畫中，加上了「產業文化化，文化產業化」的口號，期能振興地方傳統產業，提供社區居民就業機會，達到活絡地方產業及繁榮地方的目標。

地方文化產業的推動方式，以社區原有的文史、地方特產、技術、自然等資源為基礎，經過資源的發現、活用等，經由文化的型塑與包裝，賦予產業與文化的連結，提升社區生活生產、生態、生命等社區文化的分享體驗與學習的產業。然而地方文化產業的開發、創造、文化包裝、技藝傳承、產品行銷等，需要人才，人才的養成需由社區教育的提供。其次，有關社區意識的提升、社區的參與有助於地方文化產業的扎根與茁壯，要提升社區民眾的共同意識，提高社區參與活動與決策，非短時間能奏效，經由社區教育的實施，提供各式各樣的學習活動方能竟其功。再者，社區教

育的功能極多，培養地方文化產業的人才僅是其眾多功能之一，若社區針對本身資源、產業、歷史人文、地理、自然環境進行評析，認為社區確實有朝文化產業發展的條件，此時，社區教育可適時提供以發展地方文化產業所需的各式學習活動，協助社區一起完成任務。近一步論析，社區教育扮演地方文化產業訓練與教育的角色，然此角色亦隨文化產業發展的不同階段，而有不同的任務。例如，在地方文化產業未形成社區發展的共同方向時，社區意見的發表與討論，社區教育此時提供最基本的會議討論程序；隨著文化產業發展的不同進程，社區教育要提供不同層級的課程，讓社區發展有源源不絕的知識與技能。

參、臺灣地方文化產業的現況、問題與對策

一、現況

地方文化產業發展原先是社區總體營造下的一項活絡社區經濟發展，保存地方文化產業的一項計畫，希望達成地方經濟成長、增加社區居民就業、文化傳承與創新的目標。透過社區總體營造的理念包裝下，喚起地方居民的意識，藉由文化技藝推廣，發覺傳統文化與技術的根，使地方文化活動亦能帶動地方產業之發展。從官方的出版品「社區總體營造的軌跡」一書（文建會，1999），以及1998年與2004年文建會所提出的「文化白皮書」，此外，尚有91-93年的新故鄉社區營造計畫及94-96年的台灣健康社區六星計畫，作一番梳理，可以發現社區營造地方文化產業的現況。先從社區營造地方文化產業推動單位談起，社區發展原先是屬於內政部的工作，從民國五十七年所頒布的「社區發展工作綱要」可知，當時的社區發展工作以進行社區公共建設、生產福利及精神倫理建設為主。民國七十年為統籌規劃國家文化建設，發揚中華文化，提高國民精神生活，成立文化建設委員會，主管文化建設基本方針及重要措施。民國八十年代，台灣正面臨了許多急劇的轉型，例如政治威權的鬆動、民間社會的興起、本土文化的重建等等。檢視台灣發展脈絡中，過去被忽略的「社區」觀念，也就是凝聚共同體意識的問題，在社政系統所主導的社區發展計畫下已多淪為形式。為了因應新時代環境的需求，以「人」為主體的社群概念，必須

成為政府政策與民間社會運動的中心。文建會在此背景下，著手提出了社區營造的新思維，期望透過文化策略的發展，落實對於社區意識及社區倫理的重建工作，執行了「充實省〈市〉、縣〈市〉鄉鎮及社區文化軟硬體設施計畫」的名下，包括了「加強縣市文化活動與設施」、「加強鄉鎮及社區文化發展」、「文化資產保存與發展」等三大項工作內容。至民國八十三年文建會正式以「社區總體營造」這個名詞來統合這些新的觀念和操作方式，而「產業文化化，文化產業化」的觀念在社區總體營造的大架構下焉然產生，「產業文化化，文化產業化」的目標是要將文化和藝術活動本身及其產品作為地方產業來發展，或運用原有和新開發的文化藝術活動和產品做為基礎和誘因，促成以文化藝術來進行社區營造和重建的計畫，振興地方的各種相關經濟活動。

此外，在 91-93 年的新故鄉社區營造計畫及 94-96 年的台灣健康社區六星計畫當中，吾人可以發現，社區發展與文化產業計畫並非全是文建會在執行，內政部、農委會、經濟部、交通部、客委會與原民會等亦有社區發展與文化產業的計畫，如社區人力資源計畫、地方產業交流計畫、地方產業永續機制建構計畫、地方特色暨社區小企業輔導計畫、營造農村新風貌計畫、客家文化振興計畫、特色產業加值產業發展計畫等。由此可知，相關的社區文化產業發展已形成跨部會共同執行的政策，顯見，政府對於社區發展文化產業的重視。

二、問題與對策

推動地方文化產業發展的確為社區帶來另一個發展的方向，然實施迄今，仍然有些問題浮現，極待克服與反思。

(一) 地方文化產業發展是否適合所有社區作為營造的目標

觀之社區發展方向，有以下幾項：產業發展、社福醫療、社區治安、人文教育、環境景觀、環保生態等。社區發展的遠景須先檢視本身的現有條件及遭遇的問題，並非以一窩蜂的心態營造，別的社區營造什麼？不考慮本身社區的特色，並全盤仿效。因此，地方文化產業發展是社區營造的一個選項，而非唯一選項，社區欲發展地方文化產業，須先了解社區現有的產業資源、人才等，是否適合往文化產業的方向邁進？是須謹慎評估。

(二) 社區地方文化產業發展的人才不足與未適時提供教育訓練

地方文化產業的開發與經營須各式各項的人才，如行銷管理人才、產業經營人才、研發創造人才、文化產業開發人才、文化包裝產業人才、產業文化意涵賦予連結之研究人才等等，社區欠缺此類人才，做起文化產業經營，總覺力有未逮，無法面對嚴峻的文化產業的競爭。因此，文化產業相關的人才的培養，首先，在高等教育機構（如大學、專科學校）可開設此類的學程或相關學系；其次，地方文化產業發展所需的人才，社區應有相關的課程，讓參與者獲得文化產業基礎的知能，更進者，應視地方文化產業發展的近中遠程情形，有適合的繼續教育的課程；最終，應建立起社區終身學習體系，提供社區居民學習的管道。

(三) 政府前投入的資源極多，是否對地方文化產業發展有所助益

從在 91-93 年的新故鄉社區營造計畫及 94-96 年的台灣健康社區六星計畫當中，政府挹注相當的資源執行相關的地方文化產業，對欲發展文化產業的社區是一項很好的協助，以被補助者的角度來看，資源愈多愈好補助也越多越好。但資源愈多、補助越多是否一定助益最大，值得深思。從資源有限的立場思考，政府的經費大餅大致是固定，地方文化產業發展所編列的經費愈多，相對的也排擠了其他部門的經費，國家的發展應是全面的。其次，從社區也應發展自己的能力來看，資源愈多、補助越多，社區依賴的程度便愈大，當資源少了補助沒有了，地方文化產業的發展恐就此中斷，無法靠社區自己的力量來發展。

(四) 是政府或是社區牽引著地方文化產業的發展

從社區發展到社區總體營造，在社區總體營造中涵蓋產業文化的計畫推動，可以清楚的知道，地方文化產業的發展是由政府提倡，並形成主要的施政方針而後執行。社區在發展地方文化產業初期的角色是被動的，政府提供誘因及輔導，讓社區提出申請計畫而後進行。政府引導整個文化產業發展利弊可從兩方面思考，其一，政府本身有優秀的政策制定、規劃與執行人才，可參酌先進國家的發展經驗，依據本國的經濟、社會、文化發展的傳統，對未來的發展提出前瞻性的策略，提供社區發展的引導，有助於在全球化競爭競爭中脫穎而出；其二，若政府本身缺乏卓越的人才，苦

藉由經費的補助，尋求專家學者從事研究，並提出規劃策略的發展藍圖，亦是有利於缺乏資金與人才的社區。但若深入探討，政府官員、學者專家若未能深刻了解各社區的歷史、產業、人文、景觀的發展脈絡與現存問題，是一種空中樓閣式的規劃，並不適合社區。臺灣的社區在歷史、產業、人文、景觀上的獨特性，不是一套規格化的發展計畫可以適用的。因此，社區人士參與發展地方文化產業是極重要的，不可自限於簡單的線性思考，由上（政府）而下（社區）的推動就不好，由下而上的發展就好的偏頗想法。哪些事項適合由上而下，哪些做法是由上而下，應視情況而定。

肆、臺灣地方文化產業的評估指標建構方面

在臺灣地方文化產業的評估指標建構方面，有以文獻分析與評估指標雛型初步修正所進行研究發現，以及透過德懷術問卷所進行的研究發現兩部份。

一、文獻分析與評估指標雛型初步修正：確定臺灣地方文化產業的評估指標雛型

本研究的臺灣地方文化產業之評估指標架構雛型，是依據理論、實務、相關研究、法規與計畫等加以歸納分析後而成，而後進行評估指標雛型初步修正加以確認。

在相關學理基礎方面，包含了社會學、文化經濟學、創意經濟學與教育學等部份，建構了文化產業的理論基礎。在實務部份，進行了台灣社區中發展地方文化產業的優良社區的個案分析，了解其營造地方文化產業的過程、經驗、遭遇問題與解決之道。在相關研究部分，剖析國內各相關學門所進行的文化產業的研究，有休閒學領域、都市計畫領域、地理學領域、事業經營學領域、公共政策學領域、成人教育學領域。傳播學領域與觀光學領域等，其以不同學科知識探討文化產業，得出相當豐富的研究成果，也勾勒出跨學科的地方文化產業的豐富文獻，提供了地方文化產業的研究文獻參照。在法規與計畫部份，將有關社區發展、文化產業等法規計畫，進行分析批判，了解政府部門在社區營造地方文化產業所做的項目，以及哪些法令計畫是執行社區營造地方文化產業的依據規章。

根據前述社區營造地方文化產業於理論與實務的探討，本研究以內容模式來初步發展臺灣地方文化產業的評估指標之架構雛型，經八位學者專家與實務人員對整個評估指標的架構、層級、內涵、用字修辭等進行分析修正。確認之後的評估指標架構雛型共分為三個層級，分別是第一層級的四大指標系統、第二層級的十一項指標層面，以及第三層級 36 項指標內涵，各指標內涵均有立論的基礎。各指標系統與層面如下：第一、「政策與經費支援系統」：包括「政策法規」、「經費支援」等二項指標層面；第二、「文化產業特性系統」：包括「地方文化特色」、「文化意象符號」、「文化價值」、「經濟效益」等四項指標層面；第三、「行政輔導與行銷管理系統」：包括「專業支援」、「行銷策略」等二項指標層面；第四、「社區學習與教育系統」：包括「社區學習」、「社區賦權」、「社區組織與運作」等三項指標層面。

二、德懷術：建構臺灣地方文化產業評估指標架構

本研究經學者、專家、實務人員進行評估指標架構雛型初步修正後，確定了指標架構雛型，據之發展成「臺灣地方文化產業評估指標德懷術問卷」，歷經三回合的實施，有三十位專家評定委員（第二回合為 27 位，第三回合為 25 位）參與及熱心協助，依其學術知識、行政經驗、實務面、參與面提供許多寶貴的意見。研究者根據這些意見再經進一步進分析整理、校正、論證與檢核相關文獻，不斷去修正指標架構及內涵，使之益臻完善。

（一）評估指標性質部份

本研究臺灣地方文化產業評估指標性質部份，以三個回合的德懷術問卷方式進行，不斷反覆由各委員對指標層面與指標內涵進行評定。被評為「主要指標」者，第一回合進行時有 29 項，第二回合增加至 34 項，到了第三回合問卷時則有 41 項；「次要指標」部分，第一回合進行時有 14 項，第二回合減少為 11 項，到了第三回合問卷時再減少為 9 項；至於「參考指標」部分，第一回合、第二回合皆無，至第三回合則有 1 項，考量其指標性質僅列為「參考指標」，給予刪除。

(二) 評估指標重要性程部分

本研究臺灣地方文化產業評估指標性質部份，以三個回合的德懷術問卷方式進行，不斷反覆由各委員對指標層面與指標內涵進行評定。被評為「非常重要」的指標，第一回合進行時有 32 項，第二回合問卷時增加至 41 項，到了第三回合德懷術問卷進行後更增至 46 項；被評為「重要」的指標，第一回合進行時有 5 項，第二回合問卷時減少為 4 項，到了第三回合亦為 4 項；至於被評為「有點重要」的指標，第一回合進行時有 6 項，第二回合問卷時則無，至第三回合則有 1 項。有關臺灣地方文化產業評估指標性質及重要程度評定結果，如表 5-1-1。

表 5-1-1 臺灣地方文化產業評估指標性質及重要程度評定結果一覽表

系統	層面	指標類型	指標性質	重要性程度	重要性平均數
		具體指標內涵			
文化產業計畫推動系統	文化產業發展計畫	1. 進行社區營造地方文化產業 SWOT 分析，研析社區內部的優勢、劣勢及外部的機會與威脅，診斷發展文化產業的可能性	主要指標	非常重要	4.72
		2. 針對社區的人才、資源與產業特色，制定社區發展文化產業計畫與執行策略	主要指標	非常重要	4.80
		3. 凝聚社區發展文化產業共識，共同為此目標努力	主要指標	非常重要	4.48
		4. 參訪國內外發展文化產業具成效的社區，吸取經驗但不模仿（刪除）	參考指標	有點重要	4.08
		5. 配合政府的文化產業政策，營造適合社區發展的文化產業	主要指標	非常重要	4.36
	經費支援	1. 社區爭取政府部門的補助	主要指標	非常重要	4.64
		2. 社區自籌發展基金	主要指標	非常重要	4.60
		3. 文化產業盈餘提撥發展基金	主要指標	非常重要	4.24
		4. 社區爭取非政府部門支援或企業界的贊助	次要指標	非常重要	4.56

表 5-1-1 (續)

文化產業特性系統	地方文化特色	1. 發展獨特的地域特色	主要指標	非常重要	4.96
		2. 能保存並維護地方特殊自然與人文景觀	主要指標	非常重要	4.88
		3. 具有反映生活風俗的庶民文化精神	主要指標	非常重要	4.80
		4. 發展具有地方文化特色的文化產業	主要指標	非常重要	4.96
	文化意象符號	1. 發展具有原創性與創意的文化意涵之產品	主要指標	非常重要	4.92
		2. 富有符號意義的產品價值	次要指標	非常重要	4.56
		3. 具有智慧財產權的文化產品	次要指標	重要	4.48
		4. 發展具有傳承與獨特的手工藝技術之產品	主要指標	非常重要	4.60
	文化價值	1. 產品具有美學、和諧、時尚及品味的特徵	次要指標	重要	4.36
		2. 產業具有文化資本的特性	主要指標	非常重要	4.72
		3. 具有意義附加、意義再現的文化象徵價值	主要指標	重要	4.48
		4. 文化產業足以代表地方，成為居民認同的新標的	主要指標	非常重要	4.92
經濟效益	1. 發展具有價格競爭力的文化產業與週邊商品	次要指標	重要	4.44	
	2. 文化產業需能增加地方收益，繁榮社區	主要指標	非常重要	4.92	
	3. 文化產業需能創造就業機會	主要指標	非常重要	4.96	
	4. 文化產業需能吸引人潮並消費文化產品與週邊商品	主要指標	非常重要	4.88	
行政輔導與行銷管理系統	專業輔導	1. 徵求社區營造及文化產業學者專家提供諮詢	次要指標	非常重要	4.64
		2. 聘請專業規劃團隊規畫社區永續發展的藍圖	主要指標	非常重要	4.80
		3. 廣納第三部門組織的參與（文史工作團體、非營利組織、專業志工等）	主要指標	非常重要	4.76
	政府行政	1. 制定與推動社區發展及文化產業政策與法規	主要指標	非常重要	4.96
		2. 能輔導與推廣發展文化產業優良的社區	主要指標	非常重要	4.76
		3. 中央與地方政府各部門相關單位能夠充分合作，並能協助社區文化產業發展	主要指標	非常重要	4.84
		4. 政府編列社區營造地方文化產業發展之預算	主要指標	非常重要	4.80
		5. 政府相關部門提供諮詢與支援服務	主要指標	非常重要	4.68
	行銷管理策略	1. 透過電視傳播報章媒體宣傳	次要指標	非常重要	4.72
		2. 利用網際網路行銷	主要指標	非常重要	4.64
		3. 配合地方節慶舉辦大型文化產業活動打響知名度（舉辦產品比賽並搭配拍賣方式促銷）	主要指標	非常重要	4.84
		4. 規劃合適的文化產業行銷策略（包含產品、價格、促銷、通路等）	主要指標	非常重要	4.96
5. 做好文化產業的服務水準，以良好口碑來行銷		主要指標	非常重要	4.68	
社區學習與教育系統	社區學習	1. 成立及訓練文化產業導覽解說團隊	主要指標	非常重要	4.80
		2. 提供不同層級的社區文化產業創造與技能學習課程（如基礎班、進階班、工作坊）	主要指標	非常重要	4.88
		3. 辦理社區成人教育滿足居民學習需求	次要指標	非常重要	4.76
		4. 提供地方文化產業經營人才之課程	主要指標	非常重要	4.72
		5. 與國內外發展文化產業有成效的社區進行交流	主要指標	非常重要	4.72
	社區賦權	1. 鼓勵社區民眾參與社區事務	主要指標	非常重要	4.92
		2. 賦予居民參與社區發展決策權力	主要指標	非常重要	4.76
		3. 地方居民能認同社區，凝聚社區意識	主要指標	非常重要	4.88
		4. 加強社區成員間互動，發展適合的策略並完成社區欲達成之目標	主要指標	非常重要	4.88
	社區組織運作	1. 推動社區多元社團成立	次要指標	非常重要	4.64
		2. 社區發展協會與鄉鎮村里公部門有效協調合作	主要指標	非常重要	4.84
		3. 健全社區發展組織與成員	主要指標	非常重要	4.64
4. 定期召開社區會議，發展與檢討社區發展方針		主要指標	非常重要	4.76	

(三) 評估指標整體架構部份

本研究經由三次德懷術問卷的反覆調查與修正，各委員對本研究所建構的「臺灣地方文化產業評估指標」整體架構逐漸認同。最終，確立了本研究的整個整體指標，其中在「文化產業計劃推動系統」下之「文化產業發展計畫」層面項下的「參訪國內外發展文化產業具成效的社區，吸取經驗但不模仿」指標內涵，由於在指標性質被評為「參考指標」，在指標重要性程度被評為「有點重要」，因此予於刪除。最終，確立了本研究的整個指標架構，如表 5-1-2。分別是第一層級的四大系統、第二層級的十二項指標層面，以及第三層級的 50 項具體指標內涵：第一、「文化產業計劃推動系統」：包括「文化產業發展計畫」、「經費支援」等二項指標層面，共 8 項具體的；第二、「文化產業性系統」：包括「地方文化特色」、「文化意象符號」、「文化價值」、「經濟效益」等四項指標層面，共 16 項具體指標內涵；第三、「行政輔導與行銷管理系統」：包括「專業輔導」、「政府行政」、「行銷管理策略」等三項指標層面，共 13 項具體指標內涵；第四、「社區學習與教育系統」：包括「社區學習」、「社區賦權」、「社區組織運作」等三項指標層面，共 12 項具體指標內涵。

表 5-1-2 臺灣地方文化產業評估指標架構及其內涵一覽表

指標架構 系統	層面	代碼	指標內涵
文化產業計畫推動系統 P	文化產業發展計畫 P1	P1-1	* 進行社區營造地方文化產業 SWOT 分析，研析社區內部的優勢、劣勢及外部的機會與威脅，診斷發展文化產業的可能性
		P1-2	* 針對社區的人才、資源與產業特色，制定社區發展文化產業計畫與執行策略
		P1-3	* 凝聚社區發展文化產業共識，共同為此目標努力
		P1-4	* 配合政府的文化產業政策，營造適合社區發展的文化產業
	經費支援 P2	P2-1	* 社區爭取政府部門的補助
		P2-2	* 社區自籌發展基金
		P2-3	* 文化產業盈餘提撥發展基金
		P2-4	* 社區爭取非政府部門支援或企業界的贊助

表 5-1-2 (續)

文化產業特性系統 C	地方文化特色 C1	C1-1	*發展獨特的地域特色	
		C1-2	*能保存並維護地方特殊自然與人文景觀	
		C1-3	*具有反映生活風俗的庶民文化精神	
		C1-4	*發展具有地方文化特色的文化產業	
	文化意象符號 C2	C2-1	*發展具有原創性與創意的文化意涵之產品	
		C2-2	*富有符號意義的產品價值	
		C2-3	*具有智慧財產權的文化產品	
		C2-4	*發展具有傳承與獨特的手工藝技術之產品	
	文化價值 C3	C3-1	*產品具有美學、和諧、時尚及品味的特徵	
		C3-2	*產業具有文化資本的特性	
		C3-3	*具有意義附加、意義再現的文化象徵價值	
		C3-4	*文化產業足以代表地方，成為居民認同的新標的	
	經濟效益 C4	C4-1	*發展具有價格競爭力的文化產業與週邊商品	
		C4-2	*文化產業需能增加地方收益，繁榮社區	
		C4-3	*文化產業需能創造就業機會	
		C4-4	*文化產業需能吸引人潮並消費文化產品與週邊商品	
行政輔導與行銷管理系統 S	專業輔導 S1	S1-1	*徵求社區營造及文化產業學者專家提供諮詢	
		S1-2	*聘請專業規劃團隊規畫社區永續發展的藍圖	
		S1-3	*廣納第三部門組織的參與(文史工作團體、非營利組織、專業志工等)	
	政府行政 S2	S2-1	*制定與推動社區發展及文化產業政策與法規	
		S2-2	*能輔導與推廣發展文化產業優良的社區	
		S2-3	*中央與地方政府各部門相關單位能夠充分合作，並能協助社區文化產業發展	
		S2-4	*政府編列社區營造地方文化產業發展之預算	
		S2-5	*政府相關部門提供諮詢與支援服務	
	行銷管理策略 S3	S3-1	*透過電視傳播報章媒體宣傳	
		S3-2	*利用網際網路行銷	
		S3-3	*配合地方節慶舉辦大型文化產業活動打響知名度(舉辦產品比賽並搭配拍賣方式促銷)	
		S3-4	*規劃合適的文化產業行銷策略(包含產品、價格、促銷、通路等)	
		S3-5	*做好文化產業的服務水準，以良好口碑來行銷	
	社區學習與教育系統 E	社區學習 E1	E1-1	*成立及訓練文化產業導覽解說團隊
			E1-2	*提供不同層級的社區文化產業創造與技能學習課程(如基礎班、進階班、工作坊)
E1-3			*辦理社區成人教育滿足居民學習需求	
E1-4			*提供地方文化產業經營人才之課程	
E1-5			*與國內外發展文化產業有成效的社區進行交流	
社區賦權 E2		E2-1	*鼓勵社區民眾參與社區事務	
		E2-2	*賦予居民參與社區發展決策權力	
		E2-3	*地方居民能認同社區，凝聚社區意識	
		E2-4	*加強社區成員間互動，發展適合的策略並完成社區欲達成之目標	
社區組織運作 E3		E3-1	*推動社區多元社團成立	
		E3-2	*社區發展協會與鄉鎮村里公部門有效協調合作	
		E3-3	*健全社區發展組織與成員	
	E3-4	*定期召開社區會議，發展與檢討社區發展方針		

伍、臺灣地方文化產業評估指標相對權重

有關臺灣地方文化產業評估指標相對權重的研究，旨在分析各指標系統、指標層面在整個評估指標中所佔的百分比，百分比越多顯示的影響程度愈大。本研究所進行評估指標相對權重的取得，都通過一致性的檢定，顯示各評定委員在進行評估指標相對權重的比較時，未有彼此矛盾的現象出現，符合一致性的考驗。

一、評估指標相對權重體系與一級指標相對權重

本研究所建構的臺灣地方文化產業評估指標相對權重體系，其中所指的一級指標，包括「文化產業計畫推動系統」、「文化產業特性系統」、「行政輔導與行銷管理系統」、「社區學習與教育系統」等四項。由圖 5-1-1 所示，可以看出「文化產業特性系統」占總體指標的權重分配值最高，為 26.85%，旨在強調社區在發展文化產業時，需考量產業是否具有地方文化特性、文化意象符號、文化價值，以及經濟效益等各層面的重要性。「文化產業推動系統」與「行政輔導與行銷管理系統」各占總體指標的體指標的權重分配值最高的 25.994% 及 25.990%，若進行二者權重分配值大小比較，「文化產業推動系統」較高，在整個評估指標相對權重體系一級指標系統中，佔第二位。但仔細分析，二者的權重值差異極小，顯示「文化產業推動系統」與「行政輔導與行銷管理系統」二者的影響程度相當。占總體指標的權重分配值最低的是「社區學習與教育系統」，權重分配值為 21.16%。一級指標相對權重，如表 5-1-3。在整個架構的指標層面方面，最高者為「文化產業發展計畫」的 15%，其次依序為「經費支援」的 10.9%、「行銷管理策略」的 10.6%、「社區組織運作」的 8.85%，以及「文化價值」的 8.83%，各五個指標層面的權重值合計占全體的 54.18%，亦即超過五成的比重。

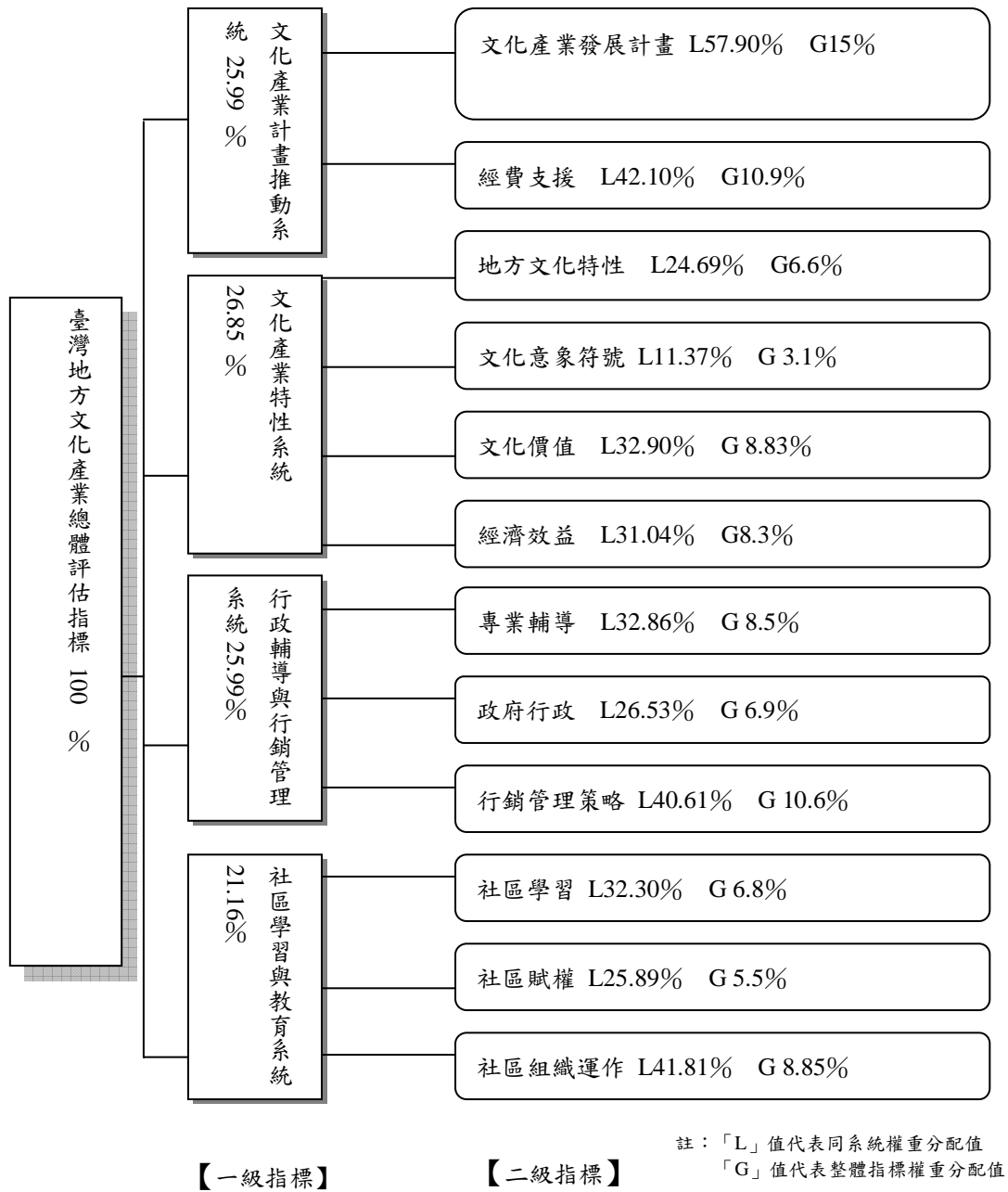


圖 5-1-1 臺灣地方文化產業評估指標相對權重體系

表 5-1-3 一級指標相對權重值與排序摘要表

指標名稱	一級指標	權重分析	排序	指標層面
臺灣地方 文化產業 評估指標	文化產業計劃推動系統	25.994%	2	文化產業發展計畫 經費支援
	文化產業特性系統	26.85%	1	地方文化特性 文化意象符號 文化價值 經濟效益
	行政輔導與行銷管理系統	25.990%	3	專業輔導 政府行政 行銷管理策略
	社區學習與教育系統	21.16%	4	社區學習 社區賦權 社區組織運作

綜合上述，根據圖 5-1-1 與表 5-1-3 所示，臺灣地方文化產業評估指標相對權重分配值，在第一級指標系統中，由高而低依序為：

1. 文化產業特性系統（26.85%）。
2. 文化產業計劃推動系統（25.994%）。
3. 行政輔導與行銷管理系統（25.990%）。
4. 社區學習與教育系統（21.16%）

其次，臺灣地方文化產業評估指標相對權重分配值，在第二級指標共十二項具體指標在整體指標（G 值）的權重分配值，由高至低依序為：

1. 文化產業發展計畫（15%）。
2. 經費支援（10.9%）。
3. 行銷管理策略（10.6%）。
4. 社區組織運作（8.85%）。
5. 文化價值（8.83%）。
6. 專業輔導（8.5%）。
7. 經濟效益（8.3%）。
8. 政府行政（6.9%）。
9. 社區學習（6.9%）。

10. 地方文化產業特性 (6.6%)。

11. 社區賦權 (5.5%)。

12. 文化意象符號 (3.1%)。

二、二級指標相對權重及其項下具體指標內涵

(一) 「文化產業計劃推動系統」項下指標層面相對權重及其指標內涵

「文化產業計劃推動系統」項下共有「文化產業發展計畫」、「經費支援」二項二級指標層面及 8 項指標內涵，其權重分配值由高至低，依序為「文化產業發展計畫」層面的 57.90%、「經費支援」層面的 42.10%。其權重分配及項下指標內涵，如表 5-1-4 所示。

1. 「文化產業計畫」層面指標內涵：指社區在發展地方文化產業時相關的計畫、策略與分析之部分，包括進行社區營造地方文化產業 SWOT 分析，研析社區內部的優勢、劣勢及外部的機會與威脅，診斷發展文化產業的可能性；針對社區的人才、資源與產業特色，制定社區發展文化產業計畫與執行策略；凝聚社區發展文化產業共識，共同為此目標努力；配合政府的文化產業政策，營造適合社區發展的文化產業等。

2. 「經費支援」層面指標內涵：指社區在發展地方文化產業時相關的經費籌措之部分，包括社區爭取政府部門的補助、社區自籌發展基金、文化產業盈餘提撥發展基金、社區爭取非政府部門支援或企業界的贊助等。

表 5-1-4 「文化產業計畫推動系統」指標層面權重體系及其指標內涵

系統	指標層面	權重分析	排序	指標內涵
文化產業計劃推動	文化產業發展計畫	57.90 %	1	1. 進行社區營造地方文化產業 SWOT 分析，研析社區內部的優勢、劣勢及外部的機會與威脅，診斷發展文化產業的可能性 2. 針對社區的人才、資源與產業特色，制定社區發展文化產業計畫與執行策略 3. 凝聚社區發展文化產業共識，共同為此目標努力 4. 配合政府的文化產業政策，營造適合社區發展的文化產業
	經費支援	42.10 %	2	1. 社區爭取政府部門的補助 2. 社區自籌發展基金 3. 文化產業盈餘提撥發展基金 4. 社區爭取非政府部門支援或企業界的贊助

(二) 「文化產業特性系統」項下指標層面相對權重及其指標內涵

「文化產業特性系統」項下共有「地方文化特性」、「文化意象符號」、「文化價值」、「經濟效益」等四項二級指標層面及 16 項指標內涵，其權重值以「文化價值」層面為最高，占 32.90%；其次是「經濟效益」層面，占 31.04%；復次為「地方文化特性」層面，占 24.69%；最後是「文化意象符號」層面，權重分配值為 11.37%。其權重分配及項下指標內涵，如表 5-1-5 所示。

1. 「地方文化特性」層面指標內涵：指文化產業所具有地方文化屬性、特性、精神等，包括發展獨特的地域特色；能保存並維護地方特殊自然與人文景觀；具有反映生活風俗的庶民文化精神；發展具有地方文化特色的文化產業等。

2. 「文化意象符號」層面指標內涵：指文化產業所具有符碼意義、技術、創意等特徵，包括發展具有原創性與創意的文化意涵之產品；富有符號意義的產品價值；具有智慧財產權的文化產品；發展具有傳承與獨特的手工藝技術之產品等。

3. 「文化價值」層面指標內涵：指地方文化產業所具有的文化意涵、價值，包括產品具有美學、和諧、時尚及品味的特徵；產業具有文化資本的特性；具有意義附加、意義再現的文化象徵價；文化產業足以代表地方，成為居民認同的新標的等。

4. 「經濟效益」層面指標內涵：指發展地方文化產業所具有的經濟價值，如增加收益、提供就業機會等，包括發展具有價格競爭力的文化產業與週邊商品、文化產業需能增加地方收益，繁榮社區、文化產業需能創造就業機會、文化產業需能吸引人潮並消費文化產品與週邊商品等。

表 5-1-5 「文化產業特性系統」指標層面權重體系及其指標內涵

系統	指標層面	權重分 析	排 序	指標內涵
文化產業特 性系統	地方文化特 性	24.69 %	3	1. 發展獨特的地域特色 2. 能保存並維護地方特殊自然與人文景觀 3. 具有反映生活風俗的庶民文化精神 4. 發展具有地方文化特色的文化產業
	文化意象符 號	11.37 %	4	1. 發展具有原創性與創意的文化意涵之產品 2. 富有符號意義的產品價值 3. 具有智慧財產權的文化產品 4. 發展具有傳承與獨特的手工藝技術之產品
	文化價值	32.90 %	1	1. 產品具有美學、和諧、時尚及品味的特徵 2. 產業具有文化資本的特性 3. 具有意義附加、意義再現的文化象徵價值 4. 文化產業足以代表地方，成為居民認同的新標的
	經濟效益	31.04 %	2	1. 發展具有價格競爭力的文化產業與週邊商品 2. 文化產業需能增加地方收益，繁榮社區 3. 文化產業需能創造就業機會 4. 文化產業需能吸引人潮並消費文化產品與週邊商品

(三) 「行政輔導與行銷管理系統」項下指標層面相對權重及其指標內涵

「行政輔導與行銷系統」項下共有「專業輔導」、「政府行政」、「行銷管理策略」等三項二級指標層面及 13 項指標內涵，其權重值以「行銷管理策略」層面為最高，占 40.61%；其次依序是為「專業輔導」層面的 31.04%、「政府行政」層面的 26.53%。其權重分配及項下指標內涵，如表 5-1-6 所示。

1. 「專業輔導」層面指標內涵：指社區營造地方文化產業時所需的專家學者的協助，包括徵求社區營造及文化產業學者專家提供諮詢、聘請專業規劃團隊規畫社區永續發展的藍圖、廣納第三部門組織的參與（文史工作團體、非營利組織、專業志工等）。

2. 「政府行政」層面指標內涵：指社區在營要地方文化產業時，政府應做的配合措施，包括制定與推動社區發展及文化產業政策與法規、能輔導與推廣發展文化產業優良的社區、中央與地方政府各部門相關單位能夠充分合作，並能協助社區文化產業發展、政府編列社區營造地方文化產業

發展之預算、政府相關部門提供諮詢與支援服務等。

3. 「行銷管理策略」層面指標內涵：指如何將產品行銷給社會大眾，使其消費社區的文化產業產品及周邊商品，包括透過電視傳播報章媒體宣傳、利用網際網路行銷、配合地方節慶舉辦大型文化產業活動打響知名度（舉辦產品比賽並搭配拍賣方式促銷）、規劃合適的文化產業行銷策略（包含產品、價格、促銷、通路等）等。

表 5-1-6 「行政輔導與行銷管理系統」指標層面權重體系及其指標內涵

系統	指標層面	權重分析	排序	指標內涵
行政輔導與行銷管理系統	專業輔導	32.86 %	2	1. 徵求社區營造及文化產業學者專家提供諮詢 2. 聘請專業規劃團隊規畫社區永續發展的藍圖 3. 廣納第三部門組織的參與（文史工作團體、非營利組織、專業志工等）
	政府行政	26.53 %	3	1. 制定與推動社區發展及文化產業政策與法規 2. 能輔導與推廣發展文化產業優良的社區 3. 中央與地方政府各部門相關單位能夠充分合作，並能協助社區文化產業發展 4. 政府編列社區營造地方文化產業發展之預算 5. 政府相關部門提供諮詢與支援服務
	行銷管理策略	40.61 %	1	1. 透過電視傳播報章媒體宣傳 2. 利用網際網路行銷 3. 配合地方節慶舉辦大型文化產業活動打響知名度（舉辦產品比賽並搭配拍賣方式促銷） 4. 規劃合適的文化產業行銷策略（包含產品、價格、促銷、通路等）

（四）「社區學習與教育系統」項下指標層面相對權重及其指標內涵

「社區學習與教育系統」項下共有「社區學習」、「社區賦權」、「社區組織運作」等三項二級指標層面及 13 項指標內涵，其權重值以「社區組織運作」層面為最高，占 41.81%；其次是「社區學習」層面，占 32.30%；最後是「社區賦權」層面，權重分配值為 25.89%。其權重分配及項下指標內涵，如表 5-1-7 所示。

1. 「社區學習」層面指標內涵：指社區提供居民的學習課程與訓練，為提升民眾發展文化產業的相關知識與技能，包括成立及訓練文化產業導覽解說團隊、提供不同層級的社區文化產業創造與技能學習課程、辦理社

區成人教育滿足居民學習需求、提供地方文化產業經營人才之課程、與國內外發展文化產業有成效的社區進行交流等。

2. 「社區賦權」層面指標內涵：是指鼓勵居民參與社區活動或是凝聚社區共同意識等活動，包括鼓勵社區民眾參與社區事務、賦予居民參與社區發展決策權力、地方居民能認同社區並凝聚社區意識、加強社區成員間互動，發展適合的策略並完成社區欲達成之目標等。

3. 「社區組織運作」層面指標內涵：包括推動社區多元社團成立、社區發展協會與鄉鎮村里公部門有效協調合作、健全社區發展組織與成員、定期召開社區會議並發展檢討社區發展方針等。

表 5-1-7 「社區學習與教育系統」指標層面權重體系及其指標內涵

系統	指標層面	權重分析	排序	指標內涵
社區學習與教育系統	社區學習	32.30 %	2	1. 成立及訓練文化產業導覽解說團隊 2. 提供不同層級的社區文化產業創造與技能學習課程（如基礎班、進門工作坊） 3. 辦理社區成人教育滿足居民學習需求 4. 提供地方文化產業經營人才之課程 5. 與國內外發展文化產業有成效的社區進行交流
	社區賦權	25.89 %	3	1. 鼓勵社區民眾參與社區事務 2. 賦予居民參與社區發展決策權力 3. 地方居民能認同社區，凝聚社區意識 4. 加強社區成員間互動，發展適合的策略並完成社區欲達成之目標
	社區組織運作	41.81 %	1	1. 推動社區多元社團成立 2. 社區發展協會與鄉鎮村里公部門有效協調合作 3. 健全社區發展組織與成員 4. 定期召開社區會議，發展與檢討社區發展方針

第二節 結論

本研究根據文獻探討、研究發現，提出包含地方文化產業發展與評估指標建構兩大部分的結論：

壹、在地方文化產業的發展部份

一、臺灣地方文化產業發展精神、內涵與法蘭克福學派的文化工業是有差異的

地方社區文化產業是以社區居民為共同承擔、開創、經營與利益回饋的主體，以社區原有的文史、產業、技術、自然資源為基礎，透過資源的發現、確認、活用等方法所發展出來的，提供社區生活、生產、生態、生命等社區文化的分享、體驗與學習的產業，成為具有經濟效益產物，進而創造社區的繁榮提高就業機會。法蘭克福學派的文化工業與地方文化產業的不同有下列：地方文化產業是講求人與地方、人與人的互動，這時人們具有主體性、創造性，消費個體主動消費；文化工業產製體是工廠，甚至是大規模的資本家，地方文化產業產製體是社區、居民；文化工業是複製、消費與消耗，而地方文化產業則是創造、創作與生產。文化工業講求大量規格化、齊一的生產，地方文化產業則是小規模的生產，注重產品的獨特性與價值性；文化工業追求的是產品銷售後的利潤，地方文化產業雖然也要有經濟效益，但更重視社區文化的傳與承，產物的文化價值。臺灣地方文化產與法蘭克福學派的文化工業的比較，如表 5-2-1。

表 5-2-1 臺灣地方文化產業與法蘭克福學派的文化工業的比較

	臺灣地方文化產	法蘭克福學派的文化工業
內涵	注重居民與社區、人與人的互動。人們具有主體性、創造性，消費者主動消費。	在文化工業的影響下，人們缺乏主題性、失去創造性，消費者被動消費。
產製體	社區與居民。	企業家、資本家。
生產過程	小規模生產，著重產品的獨特性。	大量規格化、齊一的生產
生產精神	創造、創造，著重文化價值。	複製、消費，僅重視利潤。
影響	文化生活化，產業與文化的結合。	文化庸俗化，人們的生活被物化。

二、臺灣地方文化產業發展是隨著社會變遷、政治與經濟的發展，經歷了社區發展期、社區總體營造期、地方文化產業發展期

在殖民時期，殖民者(colonists)會進占殖民地(colony)，搶奪當地的資源，如土地、礦物、農業產品與人力等，進而改變殖民地的生產模式，並且控制生產原料與製造技術，以便鞏固殖民國家的經濟利益。在臺灣光復前，日本為台灣的統治者，台灣身為日本的殖民地，因此台灣的農

林產業為先進國家覬覦的原料來源，諸如木材、稻米、茶葉、甘蔗與香蕉等產品成為殖民國掠取的物品。隨這台灣光復，國家發展汲汲於追求經濟的提升，國民生活水準的提高，因此無利於文化創作的生產，地方文化產業發展受限於政治、經濟的因素，地方特色的文化內涵的產業無法發展。而後有了「社區發展工作綱要」進行社區公共建設、生產福利及精神倫理建設為主。至民國八十年代，以社區總體營造透過文化策略的發展，進行社區意識及社區倫理的重建工作；而後隨著經濟的發展，造成農村價值的瓦解已及經濟謀生不易，因此鄉村留不住年輕人，使得傳統地方產業逐漸沒落，地方的文化特質和歷史遺產不斷消失的現象產生。因此，在社區總體營造的計畫中，加上了「產業文化化，文化產業化」的口號，引領出地方文化產業發展的開端。有關臺灣地方文化產業發展的歷程，如表 5-2-2。

表 5-2-2 臺灣地方文化產業發展的歷程

	社區發展期	社區總體營造期	地方文化產業發展期
年代	50 年代~80 年代	80 年代初期	80 年代中期~90 年代
產業概況	社區基礎工程建設、生產福利建設、精神倫理建設。	社區賦權，營造一個新的社會、營造一個新文化、營造一個新的人。	地方文化產業化，振興地域活力，創造多元地方文化特色。
推動方式	政策是由上（政府）而下（社區）推動。	初期由上而下推動，後期改為由下而上。	政府與社區的協作
政府部門	內政部	文建會（新成立的部會）	跨部門（內政部、文建會、經濟部、原住民、客委會、農委會等）
分析架構	社會發展理論	宮崎清的造町運動	英國文化創意產業
國外經驗	現代化國家	日本	英國

三、社區營造地方文化產業已成為政府重要的施政措施

從民國八十年的社區總體營造政策，到 91~93 年的新故鄉社區營造計畫，以及 94~96 年的台灣健康社區六星計畫當中，政府規劃執行的有關社區發展以及地方文化產業，計有「社區營造創新實驗計畫—社區文化產業輔導」、「地方特色暨社區小企業輔導計畫」、「發展地方料理特產計畫」、「發展地方農業產業文化計畫」、「社區商業設計輔導計

畫」、「地方產業永續機制建構計畫」、「特色文化加值產業發展計」、「地方小鎮振興計畫」等，可見社區營造地方文化產業已成為政府重要的政策及執行計畫。執行計畫是以跨部會的方式進行，形成縝密的計畫執行網絡，擴大執行面提升效率。

四、社區營造地方文化產業政策制定與執行並無法源，僅以計畫方式實施

社區營造地方文化產業已成為政府的施政主軸，但並無以地方文化產業做為立法的名稱，若再從條文的內容與用字檢索，僅在「原住民族基本法」、「原住民族工作權保障法」、「原住民個人或團體經營原住民族地區溫泉輔導及獎勵辦法」、「行政院原住民族委員會組織條例」、「行政院原住民族委員會辦事細則」、「行政院客家委員會專業獎章頒給辦法」、「溫泉法」等法條中，找到文化產業的名稱。但上述經立法程序通過的法令，並非作為文化產業推動的法源依據。而做為社區營造地方文化產業發展僅以計畫方式實施，以計畫方式實施，其優點在於政策制定與執行的彈性，可視需要增刪計畫內容，各部會亦可根據主管事項提出相關計畫配合；其弊在於，計畫性的工作，常隨主政者的好惡或政黨政策的更迭而有所變動，計畫缺乏延續性。

五、地方文化產業發展的經濟考量過多，忽略了精神與文化層次的人的營造以及社區意識的營造

地方文化產業發展的目標是在繁榮社區、振興經濟、提供居民就業機會及保存創新地方文化。不可諱言的是，既然有產業發展的意圖，經濟層面的考量便會較多。從本研究在文化與經濟的文獻分析當中，文化與經濟不再是條鴻溝，分占在兩端。經濟與文化是可以結合的，因此，在歡愉於地方文化產業帶來經濟效益之時，不要忘記社區營造的核心價值，那就是精神與文化層次，人的營造以及社區意識的營造，這才是奠定社區長遠發展的支撐力量。

貳、在評估指標的建構方面

一、社區營造地方文化產業的評估指標，共有四大系統，分別為「文化產業計畫推動系統」、「文化產業特性系統」、「行政輔導與行政系統」與「社區學習與教育系統」；四大系統下的十二項具體指標，分別為「文化產業發展計畫」、「經費支援」、「地方文化特性」、「文化意象符號」、「文化價值」、「經濟效益」、「專業輔導」、「政府行政」、「行銷管理策略」、「社區學習」、「社區賦權」與「社區組織運作」

本研究所建構的社區營造地方文化產業評估指標，確立分為第一層級的四大系統、第二層級的十二項指標層面，以及第三層級的 50 項具體指標內涵：第一、「文化產業計畫推動系統」：包括「文化產業發展計畫」、「經費支援」等二項指標層面，共 8 項具體的指標內涵；第二、「文化產業性系統」：包括「地方文化特色」、「文化意象符號」、「文化價值」、「經濟效益」等四項指標層面，共 16 項具體指標內涵；第三、「行政輔導與行銷管理系統」：包括「專業輔導」、「政府行政」、「行銷管理策略」等三項指標層面，共 13 項具體指標內涵；第四、「社區學習與教育系統」：包括「社區學習」、「社區賦權」、「社區組織運作」等三項指標層面，共 12 項具體指標內涵。

二、臺灣地方文化產業一級評估指標相對權重值，「文化產業計畫推動系統 (25.994%)」、「文化產業特性系統 (26.85%)」、「行政輔導與行銷管理系統 (25.990%)」、「社區學習與教育系統 (21.16%)」

本研究所建構的臺灣地方文化產業一級評估指標相對權重分配值，以「文化產業特性系統」最高，為 26.85%；其次為「文化產業計畫推動系統」的 25.994%；「行政輔導與行銷管理系統」權重分配值佔 25.990%，排序為三；最後為「社區學習與教育系統」的 21.16%。

三、臺灣地方文化產業評估指標相對權重分配值，在第二級指標共十二項具體指標在整體指標的權重分配值，由高至低

依序為：文化產業發展計畫（15%）、經費支援（10.9%）、行銷管理策略（10.6%）、社區組織運作（8.85%）、文化價值（8.83%）、專業輔導（8.5%）、經濟效益（8.3%）、政府行政（6.9%）、社區學習（6.9%）、地方文化產業特性（6.6%）、社區賦權（5.5%）、文化意象符號（3.1%）。

本研究所建構臺灣地方文化產業評估指標之相對權重體系，在指標層面部份（第二層級），以「文化產業發展計畫」為最高，占總體指標的權重分配值的15%。超過總體指標的權重分配值10%以上的有「經費支援」的10.9%、「行銷管理策略」的10.6%。

四、本研究所建構的臺灣地方文化產業評估指標，其內涵均有相關的學理與實務作為依據

本研究所建構的指標內涵，均有相關的理論基礎、相關研究、相關法規計畫等文獻作為基礎加以發展，並經專家、學者、實務人員初步修正評估指標離型與三回合的德懷術問卷的實施加以修正，使得指標架構與內涵益臻完善。

五、本研究所建構的臺灣地方文化產業評估指標之相關內涵，進行三回合後，委員們的意見具有高度共識

本研究三回合的德懷術意見的一致性檢定，達到顯著水準，可見各委員的意見具有高度的共識。

六、本研究所建構的指標，在指標性質以「主要指標」居多，顯見具有極高的應用價值

本研究所建構臺灣地方文化產業評估指標，在指標性質方面，第一回合德懷術問卷實施結果，被評為主要指標的有29項，至第二次問卷進行後增加為34項，以至第三回合共有41項，超過全部指標的八成以上。顯見四大系統的評估指標應用於地方文化產業發展的評估，具有實質參考價值。

七、本研究所建構的指標，在重要性程度評定方面以「非常重要」者為最多，顯見在實際應用具有高度的重要性

本研究所建構的臺灣地方文化產業評估指標，第一回合的德懷術被評為「非常重要」的指標有 32 項，到了第二回合增加至 41 項，以至於第三回合有 46 項，超過全部指標的九成以上。其次，在 50 項評估指標內涵的平均數均高於 4 之水準，由此得知，本評估指標在實際應用上具有極高的重要性。

八、本研究所建構的我國營造地方文化產業評估指標，經多回合的修正及形成共識，具有評估社區營造地方文化產業的價值

社區營造地方文化產業的評估指標，共有四大系統，以及四大系統下的十二項具體指標。整體架構涵蓋面向周延且完備，指標內涵清楚且呈現所欲說明的指標性質與內容，並經三回合德懷術實施修正，亦通過一致性檢定。因此，本指標具備了評估社區營造地方文化產業成效的重要參考工具。

九、本研究所建構的相對權重體系，在整體架構的四個系統指標部分以「文化產業特性系統」為最高

本研究所建構臺灣地方文化產業評估指標之相對權重體系，在整體架構的四個系統指標部分（第一層級），以「文化產業特性系統」為最高，占總體指標的權重分配值的 26.85%。而「文化產業推動系統」與「行政輔導與行銷管理系統」各占總體指標的體指標的權重分配值最高的 25.994% 及 25.990%，但仔細分析，三者的權重值差異極小，顯示「文化產業特性系統」、「文化產業推動系統」與「行政輔導與行銷管理系統」三者的影響程度相當，進一步論析，此三個系統在社區營造地方文化產業的推動上，占有重要的地位。

第三節 建議

本研究依據研究目的、研究發現與結論，提出相關的建議事項供政府機關、社區、民眾之參考，並提出後續的研究建議，以供進一步驗證或修訂本研究建構的評估指標，以臻更完善。

壹、對行政機關之建議

一、地方文化產業的推動，應去除本位主義心態

地方文化產業隱涵在政府的社區發展政策、文化政策、經濟政策、農漁業發展政策、原住民發展政策與客家族群發展政策之中，各部會從本身主掌的事項擬定相關的計畫，為避免計畫重複，編列經費浪費。因此，在擬定相關的文化產業計畫時，應去除本位主義心態，採統合的方式辦理。

二、地方文化產業計畫的擬定，宜多聽取專家、學者、社區、第三部門組織等意見

地方文化產業計畫是政府施政的重點，為求計畫的嚴謹完備，應多聽取各方的意見。因為，專家、學者、社區、第三部門組織有其各自的學術訓練、專業背景、社區觀點及參與營造實務經驗，彙整其意見作為擬定地方文化產業計畫的參考。

三、地方文化產業人才的培育，要從長規劃

地方文化產業的推動以及在社區實際的進行，均需要相關的人才。人才的培育可從下列方向來做。設置相關的系所，培養人才及進行研究；在現有的大學院校的相關系所，開設學程或學分，供學生選讀；在地的社區大學，開辦地方文化產業相關課程，供社區居民學習。

四、運用本研究建構的評估指標與相對權重體系，協助社區營造地方文化產業

文化產業的推動與執行是政府當前施政的重點之一，也冀希文化產業的相關計畫有具體的成效，本研究所建構的評估指標與相對權重體系，可

有效的協助社區營造地方文化產業，有具體的指標內涵提供諮詢與輔導之參考。

貳、對社區與社區居民的建議

一、進行地方耆老在文化歷史的訪談紀錄及影像紀錄

社區的歷史文化是地方文化產業的精髓，若缺乏紀錄則不斷遺失。而對地方的歷史、文化發展有親身的經歷之耆老，隨著時間的流逝會逐漸凋零。因此，耆老口述歷史有助了解地方開發、特色和歷史意義，讓歷史記憶得以保存，不至中斷或流失。口述歷史獲得的資料，都是難以在官方文獻中尋獲的珍貴材料。口述歷史依賴口述訪談資料的蒐集，要加以經過嚴謹的史學方法考證、檢驗，而成可信度高的史料，用這些史料來解釋說明歷史事件，而成一論述，作為地方文化產業的文化來源以及文化導覽依據。

二、發展地方文化產業的獨特性、稀有性策略

文化產業的價值之一，在於其稀有性、特殊性、獨特性，因此在推展地方文化產業時，應朝此方面思考。社區原有的文史、產業、技術、自然資源是否具有稀有性、特殊性、獨特性等特質，若能發掘與其他社區的不同點又具有特性的產業、文史、技藝、景觀等，在文化產業的開發是難得的資源。

三、培養社區營造計畫申請書的能力

政府推出的各項社區營造相關的計畫補助，都採計畫申請書審查的方式補助經費。因此，社區須針對欲申請的計畫，撰寫計畫申請書，而計畫申請書撰寫格式，通常需包括下列要項：計畫名稱、計畫緣起、計畫目標、執行單位、實施期程、實施地點、計畫項目及內容、社區動員與情形(參與計畫工作人員名單、資歷及其負責本計畫工作項目)、實施整體工作流程及執行步驟、預期益效、總經費預算表等。以上僅是基本樣式，重點是在計畫的內容是否可行，是否符合計畫申請的目標。社區人士不習慣公部門的程序，亦不諳計畫申請書撰寫技巧，或缺乏撰寫計畫申請書的能力，以

至無法申請到經費補助。讓人疑惑的是，政府補助經費是依計畫申請書的內容，抑或民意代表的關說。

四、推展地方文化產業的觀光，需有相關的配套措施

社區要發展地方文化產業，緊接著可能帶來龐大的觀光人潮，消費者至社區觀光消費，社區須規劃相關的配套措施，例如，交通路線、停車問題，食宿問題等。若相關措施規畫失當，引起消費者不愉快的感覺，則對社區形象造成傷害。進一步論析，造成地方文化產業發展的停滯或失敗，不是因為文化產業本身，而是週遭的配套措施未做好，實屬可惜。

五、社區應制定完善的文化產業推動計畫並據以執行推動

進行社區營造地方文化產業 SWOT 分析，研析社區內部的優勢、劣勢及外部的機會與威脅，診斷發展文化產業的可能性。並針對社區的人才、資源與產業特色，制定社區發展文化產業計畫與執行策略。然後凝聚社區發展文化產業共識，共同為此目標努力。

六、可尋求專業的規劃團隊或專家學者提供諮詢

社區專業人才不足，可向外尋求協助。諸如徵求社區營造及文化產業學者專家提供諮詢，提供社區營造地方文化產業的作法與策略；其次，社區整體的規劃，涉及水土保持、建築法規或是都市計畫等規章，須聘請專業規劃團隊規畫。再次，地方文化產業講求文化的內涵，因此，廣納第三部門組織的參與，如文史工作團體、非營利組織、專業志工等。另外，政府相關部門也提供諮詢與支援服務，可妥加利用。

七、建構社區終身學習體系，提供地方文化產業所需的知能

社區發展能否成功關鍵在於人的觀念與能力，如何賦予社區居民正確的觀念與能力，唯有透過教育。其次，發展地方文化產業需要各類的人才，而從事社區總體營造的居民，大多是已離開學校教育的成人，這些人需要學習與教育，因此，社區要有參與學習的機會與管道。例如提供不同層級的社區文化產

業創造與技能學習課程；辦理社區成人教育滿足居民學習需求；提供地方文化產業經營人才之課程。

八、擴大居民參與，加強對話與溝通

社區意識的凝聚，有助於大家同心齊力為共同目標而努力。地方文化產業發展尤須居民群策群力，貢獻每個人的才能。因此，鼓勵社區民眾參與社區事務，是優先重要。賦予居民參與社區發展決策權力，讓居民有參與感，能感受自己是社區的一份子，社區發展的成功就是自己的成就。其次，台灣基礎的社區發展，常有公部門組織，如村里長，抑有民間的團體，如社區發展協會的參與。不管公部門或是民間組織均是要為社區服務，但常見因不同派系或是選舉恩怨，造成相互攻擊，實為可惜。

九、有效運用行銷策略

社區生產、發掘的文化產業，要如何行銷給顧客，是關係地方文化產業能否營運下去的重要因子，運用有效的行銷策略，讓消費者知道且願意至此消費。綜合有效的行銷手法，如透過電視傳播報章媒體宣傳、利用網際網路行銷均是有效的方法。另外，茲因地方文化產業的特性，可配合地方節慶舉辦大型文化產業活動打響知名度，或舉辦產品比賽並搭配拍賣方式促銷。

十、應用本研究建構的社區營造地方文化產業評估指標系統與相對權重值，檢視當前社區營造地方文化產業的現況與條件

對於已在發展地方文化產業的社區，可參考本研究所建構的評估指標系統與相對權重值，檢視當前的現狀，以作為改善之參考。而對於欲發展地方文化產業的社區，可應用本研究所建構的評估指標系統與相對權重值，評估社區營造地方文化產業的條件與因素。

參、對對後續研究的建議

一、地方文化產業的理論基礎尚待進一步研究發展

地方文化產業涉及不同領域的學門，目前發展的理論上薄弱。文化產業若要完整的學術造型，基礎的理論研究需學者專家建構。因為，有理論基礎支撐的文化產業，其發展才會穩固。

二、將研究所得，提供政府規畫參考以及社區領導人研讀

專家學者長期在文化產業領域的研究成果，有獨特的見解、操作策略、規劃觀點或批判，皆可提供政府規畫文化產業的重要參考。社區領導人對於專家學者的研究成果可進行與實務面對照、對話，反思在實務面與學術的差異何在？理論在實務面的實踐。

三、進行實證資料的搜集，修訂本研究所建構的社區營造地方文化產業的評估指標

本研究所建構的社區發展地方文化展業的評估指標系統，雖經過三回合的德懷術問卷調查，以及發展出社區發展地方文化展業的評估指標權重體系，過程嚴謹且周延。但仍期望專家學者進行相關的研究或實證資料的搜集，著手修訂本研究所建構的社區營造地方文化產業評估指標系統，使其更加完美。