

從政策網絡之觀點探討地方形象商圈之策略規劃-以田尾公路花園為例

黃國敏, 楊麗娟

行政管理學系

人文社會學院

edhwang@chu.edu.tw

摘要

民國84年田尾公路花園成為經濟部商業司形象商圈計畫的輔導對象，94年花田博物館誕生，96年獲得十大經典農漁村的殊榮，並在97年於18縣市脫穎而出，得到商業司品牌商圈3年計畫輔導對象的肯定，可謂是階段性的成功發展經驗。然而在台灣加入WTO後，遭遇其他國家的強勢衝擊，如此繁景也許將不復存在。面臨此景況，農業的升級與轉型，隨著全球化的發展趨勢，似成為重要的改革之道。

國內經濟部商業司所輔導的101個地方形象商圈的發展並非依靠地方政府的一己之力即可達成。地方政府應如何整合現有的觀光資源，動員民間的各項資源，如何與多元的參與者包括公部門、私部門以及第三部門進行垂直溝通水平協調，以及如何因應外在環境變遷及強化自身的優勢，將是地方政府發展觀光產業、推動觀光政策所必須面對的課題。由於地方形象商圈的政策涉及的利害關係人眾多，彼此之間的意見可能有所衝突，因此，本研究認為政策的規劃、執行等過程，應運用政策網絡之概念，藉由治理內涵的導入，建立一個可以促進參與者彼此資源交換、互動頻繁，以利政策共識達成的網絡機制。

本研究透過對地方首長、專家學者、產業代表及媒體進行深度訪談後，將所得到的意見，做出完整的綜合性評估，以研擬規劃出地方形象商圈未來往品牌建立的發展的策略促使地方在有限資源下做出最有利於地方發展之配置，並透過政策網絡之概念將成功發展的經驗與其他地方形象商圈做連結互動，以達到形象商圈的永續發展。

關鍵字：政策網絡、形象商圈、策略規劃