

生態旅遊 與社區發展(下)

文圖／李光中 花蓮師院生態與環境教育研究所助理教授

發展可行的生態旅遊計畫

目前已有許多生態旅遊計畫因不可行而終告失敗，以下兩項指引點出了其中某些重要的失敗原因和陷阱。

指引七：掌握市場實際狀況、有效推銷生態旅遊計畫

生態旅遊計畫必須瞭解和掌握市場需求和消費者的期望，產品要透過有效的方式推銷到市場上。許多以社區為基地的生態旅遊計畫失敗的原因，是因為不能吸引足夠數量的遊客。某一地區的旅遊市場狀況的瞭解，往往來自不切實際的推測和經驗，而非根據研究的結果，所以經常誤導行銷計畫。

整個旅遊地區和個別的旅遊計畫都需要作市場評估，重點包括：

- 透過遊客調查，瞭解該地區現有遊客的種類和旅遊興趣。
- 該地區的位置與國家規劃的旅遊圈的關係。
- 瞭解現有生態旅遊計畫的層級、內容和績效，這些可能是競爭對手，也可能是合作對象。
- 旅遊業者的活動狀況。
- 該地區現有旅遊資訊和行銷機制的狀況。

生態旅遊計畫必須掌握該地區與眾不同的地方特色，並找出主要遊客群的種類，提供各種不同的遊憩機會給不同的遊客，包



旅遊活動常會造成生態敏感地的衝擊，遊客管理是生態旅遊的重要課題。圖中武陵農場是夏日露營的好去處，常常湧進大量人潮，為避免遊憩活動污染七家灣溪生態，武陵農場和雪霸國家公園已將露營地遷移到離溪更遠的地方。

僱用當地或鄰近社區居民參與生態環境的維護和解說，讓他們貢獻寶貴的在地知識，又可維持生計，是環境和社區雙贏的作法之一。圖中為雪霸國家公園的原住民巡山員。



括：有經驗的生態旅遊者、愛好自然和文化的一般遊客、登山健行者、以及從事環境教育的訪客等。與專業的導遊業者間建立緊密的工作夥伴關係是很重要的，尤其在生態旅遊推行的初期，多請他們提供建議，即時調整行銷計畫的內容。

單靠導遊業者提供遊客團是不夠的，獨立的遊客和登山健行者也是生態旅遊的重要服務對象，這些散客比較不會選擇現有的套裝行程，而喜歡自由活動，因此在生態旅遊的行銷計畫中要包括提供旅遊資訊、網路行銷、媒體和製作導遊手冊等，並結合國家級旅遊推動方案來行銷。

指引八：提供優質生態旅遊產品

所有以社區為基地的生態旅遊產品，應在嚴格的企業管理計畫下，提供高品質的旅

遊體驗。所謂高品質，是指滿足或超過遊客的期望。不同的遊客群有不同的需求，因此需要透過有效的市場研究來瞭解。

提供優質的生態旅遊產品有三個要件：

- 詳細掌握並確保所有種類的生態旅遊產品都能有效行銷。
- 確保生態旅遊促銷的品質和資訊的正確性，使遊客的期望和現實間不要有落差。
- 掌握地方的真實性(authenticity)和特色。生態旅遊者愛好的是真實的和傳統的價值和體驗，他們不喜歡經過人工包裝和加油添醋的東西。

優質的生態旅遊產品還包括以下要件：

- 該地區野生物和景觀的特殊性、吸引力和豐富度。
- 自然與文化的雙重體驗。
- 住宿的規劃和經營。
- 導遊和解說。
- 地方特產和傳統手工藝品。
- 民居生活體驗，包括傳統習俗。
- 遊客參與活動，包括參與保育計畫的機會。

生態旅遊要把握地方特色和瞭解旅遊市場，運用巧思，推出生態旅遊產品，化腐朽為神奇。圖中為金瓜石開置的台糖日式宿舍，外觀和風味都相當吸引遊客，目前卻只能在流連在屋外，不得其門而入。



提升生態旅遊產品品質的方式包括：

- 技術培訓（詳見指引十）。
- 社區與私人旅遊業者分工合作，私人旅遊業通常較擅長市場的行銷和遊客的接洽安排。
- 生態旅遊子計畫之間的聯結，依不同地點的特性提供不同的旅遊活動。



無論何種生態旅遊產品的提供，都應該有妥善的企業經營計畫，這包括建立市場評估和行銷方法、切合實際的產品銷售細節、人事的安排與責任分工、以及成本和風險評估等。另外為了維護自然和文化的完整性（指引六），必要時應執行環境影響評估。

強化生態旅遊為環境和社區帶來的益處

以下四項指引，提供能夠改進生態旅遊計畫執行績效的方法，包括如何帶給社區在社會、經濟和環境方面的益處。

指引九：衝擊管理

社區內應採取特別步驟，將環境衝擊減到最小，並使地方利益增加到最大。注意生態旅遊計畫在發展和營運階段的許多細節，可以有效增進績效。例如所有的新建築都應該審慎建造，應採用傳統風格和形式，並使用當地可取材的物料。在大部分的情形下，最好考慮使用現有建築物，而不是急著建造新的東西。

在生態旅遊的發展階段和營運設施中，應節約用水和能源、減少廢棄物和防治污染，並鼓勵資源回收。所有形式的廢棄物都要妥善處理，並儘量將廢棄物帶離該生態旅遊地區。鼓勵使用環境友善的

(environmental friendly)交通運輸工具。

為了減少地方經濟流失的可能性，應儘量採用地方的產品與服務，並僱用社區居民。社區中的生產和製造業者可以組成地方團體和組織，協助商務洽談、行銷，以及訂定合理而有競爭力的價格。

透過資訊的提供、訓練和說明，協助地方社區自己去思考上述的議題。讓遊客意見回饋給社區，影響遊客和旅遊業者的行為和活動等，都是非常重要的事（詳見指引十一）。目前已有許多國家級和國際性的生態旅遊認證制度，提供許多值得參考的生態旅遊經營計畫的範例。在這些認證制度中，認證標準的選擇是很重要的，應該依據行動來評估，而不只是從構想和意圖上著眼。

指引十：提供技術支援

執行高品質的生態旅遊計畫，地方社區需要指導、建議和支持。這份指引中的許多課題，都顯示提昇地方社區制度力和提供訓練計畫的重要性，社區能力的提升非常有助於生態旅遊計畫的有效實施。一般而言，短期的、技術性的訓練課程往往沒有什麼效果；長期的、包括「做中學」和職業訓練等課程效果比較好。

訓練課程的重要主題包括：

- 產品開發。
- 遊客接洽、消費者服務和友善接待的技巧。

生態旅遊的目標之一是活絡地方社區經濟，但不可犧牲環境和景觀。台灣的許多風景區中，常見居民雜亂的擺設路邊攤，沒有妥善的規劃和管理。

- 行銷和傳播。
- 環境經營。
- 與廣告業者洽商。
- 經營技術、法令規章和財務管理。
- 導遊訓練。
- 基本的語言訓練。

參訪、觀摩和借鏡其他有經驗的生態旅遊計畫實施地區，是增長相關知識和經驗的有效途徑。大部分的計畫都需要財務支援，針對目標明確的需求，給予優惠貸款和長期信貸，是很好的方式。成立地方委員會來核定財務的支出，也有成功的例子。向政府和其他金援機構說明生態旅遊計畫的成效，是繼續爭取更多的財務支持的必要步驟。

透過建立生態旅遊計畫間的交流網絡，是提供技術支援上非常有效的方式。有些國家已經有以社區為基地的旅遊協會，這些協會不僅有助於提升大眾認知和促進行銷，也協助建立生態旅遊計畫的共同標準，並提供訓練和財務支援。

指引十一：得到遊客和旅遊業者支持

透過生態旅遊體驗，使遊客和導遊業者對保育和社區重要議題有更多的認知和瞭解，應爭取他們對環境和社區的支持，並進一步改變他們的行為。在大多數的情形下，以社區為基地的生態旅遊體驗，會影響人們未來對該社區和環境的看法。然而這些看法可能來自旅遊前、旅途中或旅遊後所得到的資訊，應特別留意導遊業者所傳達給遊客的訊息，以及在當地導覽和解說的內容。宜建立遊客追蹤調查的機制，鼓勵遊客以說和寫的方式表達意見，全球網路是個不錯的意見交流平台。

目前已發展了許多遊客行為守則，有些是一般性的，有些是針對特殊的地區或地點。遊客行為守則一般包括：行前閱讀和瞭解、選擇旅遊業者和目的地、尊重地方文化、減少對環境的衝擊、購物準則、避免不當的活動、以及應支持的保育行動等。相似的，導遊業者守則的重點包括：目的地特殊的環境和文化議題、地點的選擇、與原住民

社區的關係、給業界同儕和顧客的重要訊息、以及其他的指示和規則等。

向遊客募捐或尋求其他方式的協助，已成為生態旅遊目的地常見的活動。捐款通常是透過向導遊業者徵稅，或是直接向遊客募款。雖然有些業者反對，但募捐對價格的影響其實並不大，而且遊客通常樂意有這個機會出錢出力，這也會進一步提升業者經營的形象，促進行銷。所募得的款項可以用作地方發展基金，也可以試著邀請遊客共同討論這些款項怎麼用，運用的方向可以是環境的保育計畫或是社區的社會福利計畫。

指引十二：追蹤考核績效、持續努力

生態旅遊計畫的設計和經營，應確保長期的成功和永續力。針對那些主要依賴外界援助的生態旅遊計畫，普遍的問題在於外援經費和計畫停止後，許多以社區為基地的生態旅遊計畫也變得難以為繼。非常重要：

- 要有足夠的計畫實施期間，援助計畫不能太早抽身。
- 在計畫開始階段就要想出外援計畫「功成身退」的策略。
- 透過計畫的相關課程，傳授專門知識、技術和秘訣給地方居民和地方組織。
- 設法維護長期性的地方所有權。
- 善用現有中央和地方主管機關、以及私人部門可以提供的支援。

為強化生態旅遊計畫，需要定期的追蹤監測，以評估成效和檢討失敗，並據以調整計畫內容。運用簡單的評估指標，並讓地方社區居民能夠知道和同意。這些指標應涵蓋：經濟效益、地方社區的反應和福利、遊客滿意度、以及環境的變化等。監測方式應力求簡單，回饋機制應包含遊客、導遊業者和地方居民的意見參與，參與監測計畫的地方居民應先接受訓練。生態旅遊的認證和獎勵計畫將有助於維護和發展示範地區。