

森林生態旅遊策略聯盟機制之意義

文/圖 賴鵬智 ■ 野FUN生態實業公司總經理

縱使全球曾歷經金融風暴及還在進行的歐債危機、區域種族衝突等問題影響世界經濟發展，國際上仍有蓬勃發展的產業，其中之一就是旅行相關行業。根據聯合國世界旅遊組織(World Tourism Organization)統計，2010年有9.4億的國際旅遊人次，預估在2020年以前，全球旅遊人次將可能達到16億，這真是龐大商機，尤其這些統計尚不包括為數眾多的各國國內或短途休閒旅遊者。

亞太旅遊協會(PATA)執行長Martin Craigs曾在2012年日內瓦航空與環境高峰會(Aviation and Environment Summit)指出：「旅遊和旅行業已經成為亞太地區最大的雇主，而該地區的發展在全球是最為迅速的。」亞洲是世界經濟不景氣中還被寄予厚望的區塊，而台灣這幾年來的觀光產業則因大陸遊客的支撐而顯得蓬勃發展，可以說是台灣百業中蒸蒸日上的產業。

依據交通部觀光局統計，2012年1-7月來台旅客累計416萬8,900人次，與去(2011)年同期相較成長25.52%。前三名主要客源市場人次及與去(100)年同期比較之成長率分別為：中國大陸149萬9,490人次(55.36%)、港澳58萬8,887人次(28.87%)、日本81萬5,906人次(19.57%)。

再看國內國民旅遊市場，從交通部觀光局統計看出，2010年與2011年相繼創近十年國人國內旅遊人次新高，2010年有1億2千3百萬人次，2011年有1億5千2百萬人次。

觀光旅遊產業含括範圍非常廣泛，舉凡飲食、住宿、交通、勞力、娛樂、百貨、工藝、物流、通訊……都與觀光旅遊密切連結。觀光旅遊可以說是服務業的火車頭，觀光發展可以帶動百業飛揚。

不過觀光旅遊賣的除了人的創意與勞力付出外，主要還是著基於自然美景與人文風情，

近十年國人國內旅遊總旅次變化

單位：仟人次

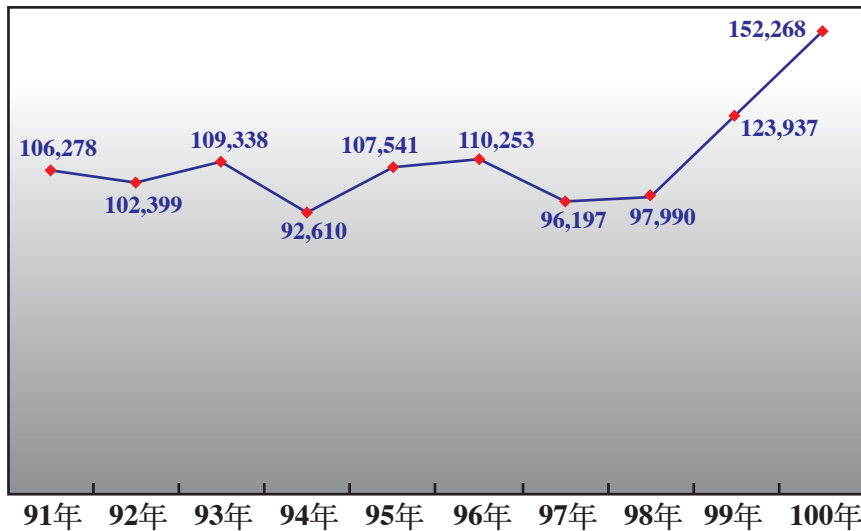


圖1 2000-2011年國內旅遊總旅次變化圖(資料來源：交通部觀光局)

而且幾乎都是不能複製，消失就無法還原的勝景，所以觀光業賴以生存的利基其實非常脆弱，禁不起破壞與摧殘。但實務上，大眾觀光旅遊最常見的副作用就是對環境的嚴重干擾與破壞，常造成無可挽回的悲劇。

為了引導遊客對生態與文化資源的重視及愛護，讓觀光旅遊資源可以永續利用，國際間因此提倡生態旅遊，希望能在經濟利益與生態保育間取得相對平衡，所以國際生態旅遊協會(The International Ecotourism Society)說生態旅遊是「一種負責任的旅行，顧及環境保育，並促進地方居民的福祉。」

弔詭的是，雖然生態旅遊已經有不少大同小異的定義，但對生態旅遊的解釋與闡述卻常因人而異，每個人會依自己的需求或偏好而選擇對自己有利的演繹。例如關注生態保育與環境問題的人，對生態旅遊的認知會以「生態保育」為訴求重點，而藉「旅遊」為教育手段；

但旅行業者就可能偏重在「觀光旅遊」部分，而將「生態資源」作為附加價值。所以生態旅遊實務上也常出現做法與原則分歧的情形，掛羊頭賣狗肉的現象屢見不鮮。要如何導正遊客或業者的偏差行為呢？林務局的森林生態旅遊策略聯盟機制就扮演重要的角色。

林務局自2002國際生態旅遊年開始，全面強化森林生態旅遊業務，在國內發展森林生態旅遊的業務角色上自我期許為：

1. 政府機關推展生態旅遊促進者的角色。
2. 地方社區推展生態旅遊陪伴者的角色。
3. 相關產業推展生態旅遊整合者的角色。
4. 民間組織推展生態旅遊輔助者的角色。

林務局轄內18處國家森林遊樂區正是可以帶動台灣生態旅遊發展的場域，加上策略聯盟機制作為政策工具，適足以扮演好以上角色。而林務局透過策略聯盟機制，整合周邊社區及沿線產業資源，引導願意配合正確做法的旅行

社、社區及相關產業(如交通旅運、休閒產業)共同推展，可將森林生態旅遊遊程逐步市場化，建構起台灣健全的生態旅遊產業系統，並藉以實現以生態旅遊帶動環境永續作為的理想層面。

林務局森林生態旅遊策略聯盟如果推展順利，可以有下列幾點期待：

- 1.將林務局森林生態旅遊各種遊程與活動內容、自然教育中心環境教育、生態教育館保育宣導、社區林業輔導等業務成果，整合進生態旅遊策略聯盟產品，即能整體呈現林務局生態旅遊與環境教育綜效。
- 2.透過與旅遊相關業者建立策略聯盟，有效整合業者參與意見，建構林務局(林區管理處)與旅遊業者的合作平台，促使生態旅遊通路的制度化。
- 3.配合林務局相關國家森林遊樂區主題定位，串聯旅遊相關業者、社區部落等旅遊資源，透過生態旅遊觀念導入，豐富遊程主題特色。並且藉由生態旅遊模式引導業者習得生態旅遊操作精髓，避免生態旅遊過度商業化，保護旅遊地環境永續經營。
- 4.透過社區部落參與，提供遊程所需之服務支援與魅力包裝，為地方謀取經濟福祉，創造在地產業文化永續發展之條件。
- 5.運用策略聯盟之整合推動，連結住宿、餐飲、交通、遊憩等業者的參與和投資發展內涵，支持生態旅遊推展所需之遊憩品質與設施需求的市場化經營，整合為完善的旅遊套裝產品，提供生態旅遊愛好者容易成行的環境。
- 6.以生態旅遊策略聯盟執行過程與成果，實

現林務局自我期許的各種角色。

策略聯盟合作對象目前區分為非營利組織、旅行社、住宿業、交通業、旅遊地等五大類型，其所包含的合作對象如下：

- 1.非營利組織：有正式立案之生態保育或環境保護社團組織，且包含以社區為單位的地方組織(如社區發展協會、社區文化協會、社區發展促進會、社區生態保育協會……)。
- 2.旅行社：合法旅行社。
- 3.住宿業：包括合法飯店、旅館、民宿、露營地等。
- 4.交通業：指合法的客運及交通租賃業者。
- 5.旅遊地：含括公私營農場、遊樂區、度假村、展館等。

在遴選這些有意願參與策略聯盟的業者時，須考量其對環境的影響力與承諾，因此遴選非營利組織之思維主要聚焦在環境教育活動規劃與執行能力；遴選社區、旅行社及旅遊地之思維主要聚焦在是否能具體實踐生態旅遊相關要項(如生態保育、環境保護、專業解說、環境教育、總量管制、利益回饋、環境監測等)；遴選住宿業之思維主要聚焦在是否符合環保作為；遴選交通業之思維主要聚焦在服務品質與交通安全上。

林務局已建置了「森林生態旅遊策略聯盟申請標準作業流程說明」、「森林生態旅遊策略聯盟審查辦法」、「森林生態旅遊策略聯盟申請業者自我檢核表」、「森林生態旅遊策略聯盟申請書」、「森林生態旅遊策略聯盟申請業者資格審查表」、「森林生態旅遊策略聯盟之服務建議書徵求文件暨甄選須知」、「森林

生態旅遊策略聯盟甄選評分表」、「森林生態旅遊策略聯盟甄選結果計分表」及契約書範本等全套作業工具，各林管處承辦人員只要按圖索驥，即能有效執行策略聯盟相關業務。

往往公家與民間單位的策略聯盟都只在票價的優惠，但對林務局而言，亦可運用林務系統本身豐厚的資源，給予更多民間業務的支持，以增加策略聯盟的合作意願。例如協助業者行銷，在手冊、摺頁或網站上張貼相關訊息，增加其曝光率；並協助業者辦理生態旅遊或環境教育人才訓練；或提供紀念品、宣導品給參加策略聯盟遊程的遊客使其感覺額外尊榮；亦可跨處資源共享，以增加策略聯盟之誘因，營造公私部門雙贏的條件。不過各林區管理處也應在生態旅遊原則上有所把持，聯盟業者的表現若能合乎林務局保育生態資源、加強社區福祉、深化遊憩品質的目標，則可多給予其他合作優惠，否則不必以全民資源交換業者利益。

最後，提供幾項實務建議作為林務局推動森林生態旅遊策略聯盟的參考：

- 1.分區或分處辦理森林生態旅遊策略聯盟巡迴說明會，邀請生態旅遊策略聯盟潛在對象及林管處相關業務同仁參與，藉由說明

會傳達林務局對於推動生態旅遊之決心，並且達到持續與業者溝通及進行初步輔導的功能。

- 2.透過社區林業、自然教育中心、生態教育館、步道系統、無痕山林運動等政策工具，加強策略聯盟商品多樣化，同時落實生態保育、生態旅遊及環境教育等業務之聯結。
- 3.定期辦理生態旅遊相關在職訓練、講習或觀摩會，提升林務局業務同仁及策略聯盟業者生態旅遊理念認知與實務操作能力。
- 4.依照策略聯盟定型化契約及標準作業流程等機制，輔導各林區管理處及業界明確參考，引導發展正確的生態旅遊業務。

森林生態旅遊策略聯盟是林務局推展生態旅遊業務一項強有力的行政作為，更具公務體系的示範作用，雖然執行成效不是一時一刻可以顯現，但長年累月不間斷的教育與督促業者在策略聯盟架構下實施正確的生態旅遊，除了可以政府資源帶動旅遊產業永續發展、社區經濟福祉照顧及深化環境教育之效益外，對整體旅遊品質提升及環境資源保育將有莫大助益，實在值得林務局積極投入。📍