

投稿類別:餐旅類

篇名:

重溫「舊」夢，「鳳」狂之旅

作者:

柯珮宜。樹德家商。高三 20 班

施芊卉。樹德家商。高三 20 班

張毓芸。樹德家商。高三 20 班

指導老師:

曾香梅老師

壹、前言

一、研究背景

生態是透過人為環境與自然環境的互動，把屬於自然的地方歸還給自然，濕地對當地的環境而言，最直接的功能在於生態、防洪及淨水。在生態上，它提供鳥類庇護、覓食及生育時的棲息地；在防洪上，如同一塊大海綿，水量多時能吸收並儲存過多的水分，當大地水分不足時，則能適度釋放水分，無論是位在沿海、森林、河流的濕地都有防洪與調節水位的功能；在淨水上，濕地因為本身土質特性的關係，水流過或滲透此地速度都會減緩，流速減緩後濕地就可以留住水中養分，並過濾化學有機廢棄物保持水質乾淨，而生長在濕地的植物的根系也能吸收水中的金屬化合物與有毒物質，這也是濕地被稱為大地之腎的原因。

大樹舊鐵橋原本是一個受到工業廢水污染且充斥著高莖作物與髒亂垃圾的濕地，在民國 91 年起藉由河岸生態復育建立了人工濕地，重新塑造自然環境，將重度污染的廢水淨化，但是到舊鐵橋觀光的遊客大多都是走馬看花，卻鮮少有人用深度旅遊的方式去了解大樹舊鐵橋的生態全貌。

二、研究動機

從過去政府一直在大力推動的綠色旅遊，已從過去狹義的山野鄉林的生態旅遊，變成廣義的強調以「永續發展」的精神，去享受「生態人文」的旅遊方式，所以我們想運用遊程設計融入龍目社區盛產鳳梨所製作的特色風味餐，以及東照山休閒農場生產咖啡的特色讓旅客們更加了解大樹的生態及產業文化。

三、研究目的

依研究背景與動機，提出下列研究目的：

- (一) 推廣綠色觀光在市場上的發展性。
- (二) 讓遊客了解舊鐵橋溼地對當地的重要性。
- (三) 了解遊客對行程的滿意度。

四、研究方法

- (一) 文獻收集法：蒐集相關文獻、相關單位網站訊息及拜訪當地居民聽取長輩分想等。

(二) 問卷調查法：走訪當地並透過問卷對同一範圍內不同之年齡層居民進行調查。

五、研究流程圖



貳、正文

一、深度旅遊的定義

現今世界各國無不盡其力推動觀光，旅遊者需求不斷改變，促使各階段旅遊時期與型態有所轉變，隨著這種長住、渡假、體驗活動等觀光業脈絡的發展，出現「深度旅遊」的新興旅遊型態亦為休閒農業帶來新契機。朱子豪 (2004) 認為深度旅遊乃以豐富的旅遊體驗為旅遊標的之旅遊類別，可透過知性解說、官能與心靈參與式活動，而加深旅遊體驗。台灣在民國 90 年開始實施週休二日的制度，也促使國人休假型態及旅遊方式的轉變成到減少至國外度長假的機會，而到鄰近地區進行短程定點式的休閒型態(周逸衡、巫喜瑞，2003)。

旅遊最終目的是在於提供旅客美好的旅遊體及回憶，並為旅行業創造營收效益，設計時應確實把握市場原則，經濟原則，安全原則，合法原則，最適原則，不重複原則，參與原則，配套原則及創新原則(劉碧雯，2016)。

二、綠色旅遊

根據台灣綠色旅遊協會定義綠色旅遊為旅客以對環境衝擊最少的旅遊形態，從綠色生活館中，將綠色旅遊分成八大要素：

(一) 在地食材

近年來外食風潮備受各界的矚目，很多人忽略了家鄉在地的特色食材，透過慢食文化、均衡飲食、運用在地食材做創意料理等，闡揚宴饗之樂趣，並喚回消費者對「生態美食」的認知，推動高品質美食生產，保存具技藝性的製造方法，以及即將消失的在地各種葷、素食材的栽種與料理，傳承傳統烹飪及習俗，提高飲食文化標準，推動當地原產、生長富營養之食物的低哩程消費。(蘇夢蘭·倪葆真，2014)

(二) 尊重自然

在妥善的規劃、規範與適當的包裝下，理想的情形是在環境承受的限度下，讓當地居民能藉由發展生態旅遊獲得衣食無虞的工作，遊客也透過生態旅遊得到樂趣，合宜而深入地了解地方。(鐘笙嘉，2006)

(三) 關心體驗

遊客在從事旅遊活動的過程中，個人的感官、知覺、心智和行為不斷和周遭的環境產生互動關係，遊客從這些互動關係所得到的感受與經驗(張孝銘，2009)。

(四) 社會公益

「取之於社會、用之於社會」，現在大多數企業都認知到，賺錢之後要懂得回饋社會。隨著社會企業的興起，有些企業發現協助社會企業茁壯，就同時能夠改善他們關注的社會議題，所以也開始將資源投入社會企業發展。以下列出企業和社會企業合作的方式和案例：1. 企業運用本身專業，提供社會企業協助 2. 企業提供優惠方案，協助社會企業成長 3. 企業採購社會企業的產品服務 4. 企業投資或贊助社會企業發展給魚吃不如教釣魚，企業做公益可以不一樣。選擇部分資源投入支持社會企業，創造自給自足的永續環境，也是回饋社會的好方法。(陳玟成，2014)

(五) 本土商戶

本土招商定義是指面積分割在 100 平以下或者最大也就 500 平的單獨門面房的招租，這類型商舖接觸的客戶大多是本土做生意的商戶，最多就是有些小的加盟店，比如便利店和包子舖類似的全國家門店，他們

針對的客戶群體主要就是社區及周邊上班族的生活便利，它們一致的特點就是就「近」為原則。(雲端的貓，2016)

(六) 公共低碳

推廣應用節能產品，鼓勵節約用能，倡導環保，發展低碳的消費習慣就是扶植低碳產品的市場，進行低碳城市發展理念指導下的城市規劃，特別是道路交通的綠色設計和規劃直接影響到居民通勤和出行的方式選擇便利的公共服務點的設立和優化的公交系統可以大大減少居民開私家車的選擇，為城市交通降碳開闢途徑。(戴亦欣，2009)

(七) 適時有機

1980 年美國農部提出有機農業的三個架構：1.為維持土壤的生產力及易耕性，施用作物殘渣、家畜糞尿、綠肥、有機性廢棄物及無機礦物於土壤中，以求充分供給作物生長所需之養分並保持良好的土壤物理、化學及生物性。2.以輪作、間作等耕作方式來生產多樣的作物並維持地力。3.以機耕法、生物防治法來防治雜草及病蟲害，期望農業永續經營。事實上農友因田間管理不必施用化學農藥及殺草劑，對維護農友本身的身體健康是最大的益處。(楊宏瑛，2001)

(八) 簡約舒適

旅行是一種生活態度，一種人生選擇，一種迫切性。但是旅行的意義只有自己最清楚，在旅行中所體驗到的都將烙印在腦中。The world is a book and those who do not travel read only one page.(世界就像是一本書，而那些不旅行的人只讀了一頁。)—Augustine of Hippo(聖奧古斯丁)。(蔡柏璋，2016)

三、永續發展

首先提出「永續發展」觀念的，是聯合國世界環境與發展委員會(WCED); 該委員會在 1987 年所發表的「我們共同的未來」(Our Common Future)中，認為永續發展之基本理念包含二個重要概念，其一為「需要」(need)的概念，其二乃「限制」(limitations)的概念，即在目前技術狀況與社會組織下，自然環境對人類滿足需求的能力限制，在強調經濟與環境保育目標的相容而非衝突與對抗，同時認為現今之發展不應以掠奪未來世代之資源為基礎。而永續發展之觀念現已被世界各國所認同而廣為

被接受外，並已成為各國追求國家發展之原則。(紀瑞瑛，2000;廖述良，1999)。

四、文化產業

文化產業的概念一直在不斷被修改，形成了「學院派」和「應用派」之分。學院派通常從「理論－意識形態」的角度來界定文化產業，應用學派則從社會經濟實踐中關注文化產業的市場性。加上文化產業在各國呈現的地域差異，其所涵蓋的範圍也隨著產業本身的發展越來越寬泛，有的國家將文化產業稱為「創意產業」(或是「內容產業」)和「核心版權產業」(維基百科，2018)。

五、遊程路線圖



六、景點介紹

景點名稱	特色介紹
<p>大樹舊鐵橋溼地</p> 	<p>以工業與家庭廢水作為園區生態池的唯一水源是園區最大特色，不但減輕對高屏溪的污染，對環境保護提供最好的示範。整片濕地有 13 個埤塘，功能各異有的沉沙、曝氣，有的淨水，有的以生態復育為主要功能，在溼地中找到許多野生植物、鳥類，九月起還有候鳥會出現，另外濕地廣袤的綠地也很適合放風箏、親子運動之類的活動。</p>
<p>龍目社區</p> 	<p>龍目社區裡牆面融合大樹磚窯產業的氛圍，由三和瓦窯以磚瓦拼貼成藝術牆面，將農村生活、荔枝水果與宗教慶典為主題，而龍目里內有兩口一大一小的天然井，因排列貌似龍的眼睛，故稱作龍目井，其泉水甘甜無比，在日治時期就被列為臺灣名泉。近年來龍目社區發展協會每年 4、5 月份推出採鳳梨、製作鳳梨豆醬等預約體驗活動，還會舉辦高雄鳳梨節。</p>
<p>啞巴冰</p> 	<p>大樹龍目社區的啞巴冰，使用在地泉水製成，它本來沒有店名的，在社區營造時，需要個店名，因為讓人吃進去時說不出話來所以就叫啞巴冰。口感雖稱不上細緻，但用料都是天然的，有時候還有會隱藏版冰品，另外還有芋頭冰是以霜淇淋的方式呈現，用盒裝的，能吃的到打碎的芋頭顆粒等等。</p>
<p>東照山休閒農場</p> 	<p>東照山咖啡休閒農場是看高雄夜景的好地方，而他這裡的咖啡園原本是一塊種植文旦的旱地，因收成不好十年前嘗試種植阿拉比卡咖啡，剛好小坪里是個適合種植咖啡的緯度，加上有水質良好的山泉水、無污染的紅棕土壤，產出咖啡因低、品質又好的咖啡，他們結合了自己家的農場打造出東照山咖啡園。</p>

七、鳳梨果醬 DIY

製作鳳梨果醬過程			
			
第一步:將鳳梨皮跟肉分離	第二步:將鳳梨果肉切丁	第三步:加入蘋果泥	第四步:加入麥芽糖
			
第五步:熬煮。 附註:過程中要不斷的攪拌	最後，盛裝至玻璃罐倒放。 附註:這樣才不會有空氣		

八、問卷分析

(一)對遊程是否響應節能減碳及環保滿意度

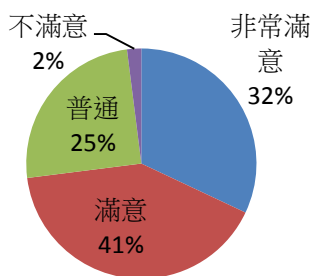


圖 2-8-1 符合節能減碳及環保滿意度

說明:

由上圖可知，對遊程是否響應節能減碳及環保非常滿意佔 32%，滿意 41%，普通 25%，不滿意 2%，由此研究可得知響應節能減碳及環保為滿意。

(二)重溫「舊」夢，「鳳」狂之旅所安排的活動滿意度

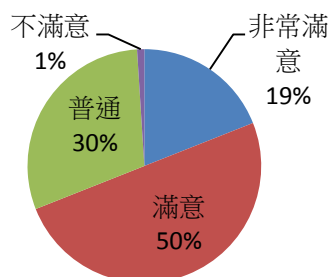


圖 2-8-2 對此遊程的活動安排滿意度

說明:

由上圖可知，對遊程安排活動滿非常滿意佔 19%，滿意 50%，普通 30%，不滿意 1%，由此研究可得知隊活動安排滿意度為滿意。

參、結論與建議

(一)結論

大多數的遊客對農村體驗非常的陌生，其實是因為這項旅遊還沒大眾化，現在已有非常多管道都可以推行農村體驗的；台灣曾經是個寶島，四季如春，所以在農業發展這個部分好好經營的話是非常佔優勢的利的政府為了促進產業觀光化、休閒化，所以推動傳統農業與休閒活動結合，鼓勵各地業者轉型或成立觀光工廠，它最主要的目的是希望讓民眾了解以前農民栽種的辛勞，不過在旅行社為了方便很少會安排帶團體客人體驗鄉村旅行或生態旅行，所以想藉由這次的機會，讓綠色旅遊也能在大眾市場闖出一片天。推出新的休閒農業，讓民眾不只了解農業也可以藉此達到放鬆心境的活動。

(二)建議

現今的科技發達，每天都一定會使用網路，鄉村旅遊網路化是轉型升級的重要途徑。鄉村旅遊網路化就是將鄉村旅遊發展中的各種要素整合在一起，實現生產要素與空間服務的融合創新，實現全產業鏈與景觀空間網路的協調發展(鄭遼吉、馬廷玉，2017)。所以在網路上行銷此活

動是很好的方法，希望政府能運用更多資金在這方面，讓本土綠色旅遊更發揚光大。

肆、引註資料

一、網路資料

綠色生活館。2015年06月04日，取自：

<http://green.vot.org.hk/?p=1670>

臺灣國家公園。2009年07月22日，取自：

http://np.cpami.gov.tw/youth/index.php?option=com_content&view=article&id=301&Itemid=35

行政院農業委員會。2014年04月14日，取自：

<https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2501065>

環境資訊中心。2002年03月08日，取自：

<https://e-info.org.tw/2002/03/0308/020308.htm>

社企流。2014年06月08日，取自：

<https://www.seinsights.asia/story/1773/794/2282>

簡書。2016年10月09日，取自：

<https://www.jianshu.com/p/13056d2f93af>

二、書籍

張孝銘(2009)。休閒產業管理學刊，第三期。彰化市:中華運動休閒產業管理學會

周逸衡(2002)巫喜瑞(2003)。觀光研究學報，第九卷，第二期。中華觀光管理學會

楊宏瑛(2001)。花蓮區農業專訊，農情月刊，第三十七期。

博碩士論文網

柯巧文(2015)。屏東縣深度旅遊參與者旅遊動機與體驗價值之相關研究

劉俊彥(2016)。觀光牧場體驗活動關鍵成功因素之研究