

# 有機村居民與遊客對於綠色旅遊認知之研究<sup>1</sup>

張志維<sup>2</sup>、戴介三<sup>3</sup>、王義善<sup>4</sup>、劉興榮<sup>5</sup>

## 摘要

隨著全球環境的變遷造成自然資源惡化與耗竭的問題，儼然已成為大眾關注之焦點，而近年來環保與生態意識高漲，也逐漸影響到國內旅遊市場，相關旅遊業者也積極配合此節能減碳之趨勢，進行相關的綠色行銷，顯見綠色旅遊已經成為未來重要的旅遊方式。本研究針對花蓮縣富里鄉富麗有機樂活聚落、宜蘭縣三星鄉行健有機村居民（供給者）及遊客（需求者）進行調查與分析，結果顯示有機村居民普遍支持綠色旅遊之理念，願意將綠色旅遊的概念傳遞給遊客，而遊客對於有機村綠色旅遊之印象與一般農村旅遊並無顯著差異性。最後針對調查與分析結果提出相關推動策略，以期能夠藉由綠色旅遊活動來提升在地經濟、維護生態環境與協助農業的保存。

關鍵字：有機聚落、綠色旅遊認同度、永續發展

- 
1. 行政院農業委員會花蓮區農業改良場研究報告第 267 號。
  2. 行政院農業委員會花蓮區農業改良場農業推廣課技佐。
  3. 行政院農業委員會桃園區農業改良場推廣課助理研究員。
  4. 行政院農業委員會花蓮區農業改良場推廣課助理研究員。
  5. 行政院農業委員會花蓮區農業改良場推廣課副研究員兼課長。

## 前言

### 一、研究動機

近年來台灣地區都市程度的增加，人口已有向大都市集中的趨勢，隨著經濟產業結構的改變，人們有愈來愈多的時間從事戶外遊憩活動，休閒旅遊的發展隨著過去的生態旅遊、深度體驗等方式，近來強調以綠色方式之旅遊休閒模式。綠色旅遊為近年來新興之旅遊形態，過去多以低碳旅遊或是生態旅遊之模式進行，近年來更成為許多休閒農業與農村地區發展之重點，在社會趨勢與農村環境議題日漸受到重視下，瞭解台灣有機農業提供綠色旅遊的態度有其必要性。花宜地區發展有機農業已行有餘年，具有農業休閒旅遊與在地之自然、人文具備發展綠色旅遊之潛力，期透過綠色旅遊之推動深化農村綠色觀光品牌形象，將農業由初級產業進級至三級之休閒產業，以改善農業生產結構、提升農民所得、繁榮地方經濟。

### 二、研究目的

- (一) 探討有機村內居民對於綠色旅遊之認同程度。
- (二) 分析有機村遊客特性及對於綠色旅遊產品或服務之需求。

### 三、文獻探討

全球暖化問題日益嚴重，促使各國政府開始重視節能減碳，並積極將節能減碳納入國家重要政策，而觀光過程中，包括交通、住宿、遊憩、飲食...等活動，如何在這些耗能活動中同時考量環境資源保護級有效的節能減碳，都是旅程是否符合永續概念所需思考的關鍵問題。有鑑於觀光旅遊對人類生活的重要性日益提升，在永續發展的生活實踐中，強調生態與低碳的綠色旅遊也開始受到重視，陸續有永續旅遊(sustainable tourism)、生態旅遊(ecotourism)、低碳旅遊(low carbon tourism)、綠色旅遊(green tourism)等不同名詞，但是相近理念的新型態旅遊模式被提出，其目的均為導入環保節能思維於旅遊活動中，強調觀光旅遊產業的永續發展，但因各旅遊概念強調的主軸仍有差異，因此，延伸出不一樣的名詞與定義，下面就這些名詞再進行更進一步之闡述。

#### (一) 永續旅遊

依照聯合國世界旅遊組織(United Nations World Tourism Organization, UNWTO)定義永續旅遊為「需要充分考慮當前與未來經濟，社會和環境的影響，滿足遊客的需求及產業、環境及所在社區均衡發展的旅遊方式。」，永續旅遊的發展準則與管理實務可以應用在任何觀光景點的所有旅遊形式，包括大眾旅遊及各種特定對象的小眾旅遊(沈 2013；UNWTO, 2012)。

有關永續旅遊必須包含三大面向：環境、經濟和社會文化，在這三個層面下須保持適當的平衡，才可能永續長存，其主要的精神如下：

1. 以最理想的方式使用環境資源是旅遊發展的關鍵因素，維持基本的生態過程並保育自然遺產與生物多樣性。
2. 尊重在地社區原來的社會文化，維護其過往建立並繼續存在的文化遺產與傳統價值，同時協助不同文化間的理解與寬容。
3. 確保切實可行、長程的經濟運作，提供社會經濟福祉給所有的權益相關者(stakeholder)，尤其要公平分配，包括對在地社區提供穩定的工作、賺取收入的機會以及各項社會服務，並力求減少貧窮。

## (二) 生態旅遊

至於生態旅遊的意義與永續旅遊又有些差異。Hetzler 認為生態旅遊是文化、教育和旅遊業的總合體，是一種生態性的旅遊，包括達到最小的環境衝擊，利用當地的文化產生最大的經濟效益，使旅遊活動對當地造成最小的衝擊，並使旅遊活動能達到最大的期望，提供遊客獲得最大的遊憩體驗（許 2011；Hetzler, 1965）。行政院永續發展委員會於 2003 年提出「生態旅遊白皮書」，定義生態旅遊為：「一種在自然地區所進行的旅遊形式，強調生態保育的觀念，並以永續發展為最終目標」（行政院永續發展委員會 2003）。

## (三) 低碳旅遊

此類型之旅遊是以人類旅遊活動為主題，必須在一定的旅遊區域內，綜合交通運輸、住商等等政策進行碳排放的管控與治理，且在「低碳環境」導向的概念下是被認為經濟導向，但實質上就是出自於低碳經濟的概念（紀 2013）。低碳旅遊是遊客透過選擇旅遊地、環保的交通運輸、具環保認證的民宿，與吃當地飲食或有機食品等方式，達到較低量的二氧化碳排放行為（Simpson *et al.*, 2008）。

## (四) 綠色旅遊

此類型旅遊起源於歐洲鄉村旅遊的概念，在英國稱之為綠色假期（green holiday），最初的想法是因為社會產業結構的改變，而使鄉村地區的農民收入減少，為恢復地方經濟，而推行鄉村地區的旅遊，而後因環保概念興起和遊客偏好的轉變，逐漸傾向對環境無害、友善的綠色旅遊方式發展。最初定義綠色旅遊的學者 Arwel Jones 在 1987 年認為綠色旅遊，係指人們離開長住地方，去追尋鄉野休閒的旅遊活動（顏與方 2005）。

延續永續旅遊、生態旅遊、低碳旅遊的核心精神，綠色旅遊強調「保護一個地區的美好景觀，對於舊有建築之再利用，對該地區的發展總量設限，由原有之居民擔任該地區開發者」、「對於環境觀光發展的經濟、生態、社會議題做整體考量，而不是僅考慮經濟」（Kelly and Godbey, 1992）。印度 Travel guru 旅遊網站於 2008 年提出「保護自然及生態環境，創造更多的利潤促進旅遊業的發展，使用對環境衝擊較小的潔淨運輸燃料，在發展綠色旅遊的同時，讓環保意識深植於當地的旅遊產業中」。

多倫多綠色旅遊協會與台灣綠色旅遊協會均將綠色旅遊的概念導入綠色旅遊的遊程體驗中，包含「食、衣、住、行、育、樂、購」等活動。綠色旅遊是一種在鄉村地區進行的旅遊活動，並且從事對環境、自然、當地文化和社區無害的旅遊行為，體驗鄉村地區的自然、人文、生活，與當地居民接觸交流（侯 2011）。

多倫多綠色旅遊協會認為，從事綠色旅遊的意義在於生態責任（ecological responsibility）、地方經濟的活力（local economic vitality）、文化的敏感（cultural sensitivity）及體驗的豐富（experiential richness），並將綠色旅遊的概念導入各項活動之中，如交通（步行、人力車、大眾運輸工具等）、住宿（綠色住宿）、飲食（當地食材）、購物（當地產品），以及提倡 3R 的概念，減量化（reduce）、回收（recycle）、重複使用（reuse），減少物質、能源的消耗及有害物質的排放（Toronto's Green Tourism Association, 2009）。

台灣綠色旅遊協會定義「就是旅客以對環境衝擊最小的旅遊形態，是由山野鄉林的生態旅遊，變成更強調涵括節能減碳的精神，享受體驗生態人文的遊程，在遊程的選擇優先以低碳的交通方式做遊程安排，提供對環境友善及具環保觀念的住宿或遊憩地點，並運用在地社區人力及餐飲等資源，行程中必須富含社會公益或綠遊教育的碳平衡活動」（紀 2013）。

綜整上述，本研究綠色旅遊的定義：遊客以對環境衝擊最小的旅遊形態，秉持「節能減碳」的精神，享受「生態人文」的遊程體驗。此外也提出綠色旅遊在食、衣、住、行、育、樂、購的七項主張及一項建議，綠色旅遊活動皆應以下列之意涵進行之。

- 1.食：用餐以環保有機與當季在地食材為原則，減少食物里程及降低對土地造成的污染。
- 2.衣：盡量以舒適透氣、輕便環保功能服裝，降低運送清洗，減少耗能。
- 3.住：以環保節能概念 3R (Reduce、Reuse、Recycle) 的精神，且優先使用在地建材及具有綠色、環保相關之驗證的住宿空間環境。
- 4.行：優先選擇大眾運輸、單車、步行或電動汽機車，以及低碳節能的交通工具。
- 5.育：融入食農教育、地產地消、環境教育精神，尊重大地，不去違反當地的自然生態環境。
- 6.樂：以當地景緻為主，走入社區聚落、森林田野、生態濕地等，用心去關心環境及在地的人文風情。
- 7.購：購買在地的農特產品及手工紀念品，避免過度包裝，以增加當地業者收益，又可以減少運輸耗能。
- 8.社會回饋：使在地居民具備社會公益的內涵，如降低碳排、獎勵措施、綠色教室等，以讓遊客能體驗綠色旅遊及加強環保觀念。

## 研究方法

本研究對象係以宜蘭縣行健有機村及富麗有機樂活聚落（包含竹田、羅山、石碑、永豐、豐南有機村）內之居民與遊客為抽樣母體，問卷主要發放地點則為行健有機農產生產合作社、富里鄉農會、竹田社區發展協會、大自然體驗農家、鴨米別莊、越石料理屋等據點，發放時間為 105 年 7 月至 9 月，其中對有機村居民部分發放 120 份問卷，回收有效問卷 113 份，回收率 94.16%；對遊客發放 200 份問卷，共計回收有效問卷 148 份，有效回收率 74%。

本研究問卷設計分成三個構面進行探討，包括人口統計變數、居民與遊客特性調查與旅遊供需調查。回收後之問卷予以分類歸納，進行敘述性統計，以便了解各構面間之重要程度。

## 結果與討論

### 一、實證分析

本研究就回收之問卷資料進行登錄，並依不同構面進行敘述性統計，其結果說明如下：

#### (一) 人口統計變數

##### 1. 有機村居民屬性分析

經調查結果，其中男性占 65 人 (57.52%)，女性 48 人 (42.48%)；受訪者年齡以 41-50 歲 (30.97%) 所占比例最高，其次為 61 歲以上 (22.12%)，再者為 31-40 歲 (22.12%)；婚姻狀況已婚者為 90 人 (79.65%) 占最多；教育程度以高中 (含以下) 為最多，計 74 人 (65.49%)，大學以上僅 28 人 (24.78%)；居民主要收入來源則以務農為主，計 77 人 (68.14%)；每月可支用金額以無固定收入 54 人 (47.79%) 占多數，其次為 7,001-10,500 元 20 人 (17.70%)。

##### 2. 來訪遊客屬性分析

經調查結果，男性 58 人 (39.19%)、女性 90 人 (60.81%)；年齡 20 歲以下 66 人 (44.59%) 比例最高，其次為 41-50 歲 30 人 (20.27%)；婚姻狀況 98 人為未婚 (66.2%)；教育程度為大學、專科占比例最高 71 人 (47.97%)，其次為國中以下 51 人 (34.46%)；職業以學生 74 人 (50%)、服務業 43 人 (29.05%) 為主；平均每月可支用金額無固定收入者 69 人為最多 (46.62%)，其次為 24,501 元以上計 48 人 (32.43%)；遊客居住地區則以北部 69 人 (46.62%) 與東部 64 人 (43.24%) 占絕大部分。

## (二) 綠色旅遊認同與遊客滿意度調查

### 1. 居民對綠色旅遊認同度分析

綠色旅遊認同度經統計分析後發現，大部分居民認同綠色旅遊理念（100%）且認為有機村具有綠色旅遊之特色和亮點（99.1%），有機村推動綠色旅遊為可行方案（100%），由此可見有機村居民普遍支持綠色旅遊之理念，且有信心推動綠色旅遊成為有機村之特色亮點。

至於有機村居民的特性分析，其大部分仍以農務一級生產為主要收入，且每月收入及可支用資金不甚穩定，為發展綠色旅遊產業之阻力。未來必須持續進行教育訓練，增進有機村居民關於產品加工銷售及綠色旅遊之知識與技能，逐漸提升居民二級加工與三級服務的比例，穩定收入來源，為推動有機村綠色旅遊與產業六級化的努力方向。

### 2. 遊客之參訪滿意度分析

受訪者中，最近一年內第一次參訪有機村者計有 124 人，占總受訪數的 83.78%；而得知參訪有機村訊息之來源中，以親友介紹為最多，計 100 人（57.14%），其次為路過的 26 人（14.86%）及網路的 21 人（12%）；受訪者中與家人同行者有 49 人（31.01%）為最多，其次係與朋友的 42 人（26.58%）；有機村參訪滿意度中，有 31.77% 的受訪者表示非常滿意，56.76% 表示滿意，10.14% 表示普通；而有機村最有特色的選項中，以農村體驗為最多，計 103 人（27.03），其次依序為環境優美 91 人（23.88）、休閒養生 59 人（15.49%）、生態豐富 51 人（13.39%）；願意再參訪有機村並推薦給親友者計 96 人（64.86%），可能會的為 46 人（31.08%）；另旅遊消費總額落點最高的在 1,000 元以下，計 80 人（54.05%）、其次為 1,000-5,000 元的 49 人（33.11%）。

## (三) 綠色旅遊供需分析

### 1. 有機村居民旅色旅遊服務供給分析

就旅色旅遊之特性而言，遊旅產品或服務能夠供給程度最高者，前三項依序為「我會提醒遊客尊重當地生態環境」(mean=4.65)、「我會選擇以當季的在地食材給遊客為原則」(mean=4.63)、「我會鼓勵遊客購買當地自產自銷的伴手禮及紀念品」(mean=4.59)。其中旅遊產品或服務所能供給程度最低者，前三項依序為「我會提醒遊客不會每日更換床單、毛浴巾」(mean=3.77)、「我會提供素食或減少肉類，以減少畜牧業及食品碳排放」(mean=4.10)、「我會安排節能的交通工具（如步行、自行車或油電車）」(mean=4.28)。

經由上述問卷分析結果顯示，有機村居民很願意將綠色旅遊的概念教育或傳遞給遊客，而且居民若事先有完整解說導覽的教育訓練，更能將綠色旅遊的精神完整的傳達，遊客也更能認同其理念；另外如有機村居民選擇以當地食材優先供給遊客，也非常符合綠色旅遊地產地銷、減少食物里程降低碳排放之原則，對旅色旅遊是有加乘之效果。

至於在產品及服務供給面意願程度較低的項目方面，可能基於遊客之衛生疑慮及既定印象，居民對於提醒遊客不要每日更換床單、毛浴巾之配合意願較低；再者，為配合大眾的飲食習慣及接受度，有機村居民也不願意貿然提供全素食餐點或減少肉類；最後，有機村地點多半交通較不便且幅員較廣，利用大眾運輸工具來移動則可能降低遊客前往旅遊之意願，因此交通方面是有機村推動綠色旅遊執行較為困難的一環。

### 2. 遊客需求分析

遊客對於綠色旅遊產品及服務需求程度較高者，前三項依序為「我會尊重當地生態環境」(mean=4.44)、「我希望體驗放鬆和無壓力的欣賞當地景緻」(mean=4.36)、「我會關閉不必要之電源與節省水資源」(mean=4.35)；至於需求程度低者，前三項依序為「我不會要求業者每日更換床單、毛浴巾」(mean=3.69)、「我會盡量搭乘接駁車或大眾運輸工具到住宿地點」(mean=3.93)、「我會選擇素食或減少肉類，以減少畜牧業及食品碳排放」(mean=4.01)。

問卷結果顯示，參訪有機村遊客認同尊重當地生態、慢食慢遊及減少資源浪費等綠色理念；需求意願程度較低顯示遊客對於住宿環境衛生的疑慮及飲食習慣難以輕易改變。如同供給分析，

因為有機村先天地理環境使交通成為遊客進行綠色旅遊交通方面的阻力。

綜合以上之需求與供給而言，有機村居民在產品及服務之供給仍然要視顧客之需求而定，遊客所能配合的旅色旅遊產品及服務多半是比較容易達成的小事，而可能造成其自身不方便之事，遊客則傾向較不願意配合。

## 二、研究結論與建議

花蓮及宜蘭縣有機農業的推動已有一定的知名度，具有農業休閒旅遊與在地之自然、人文具備發展綠色旅遊之潛力，期透過綠色旅遊之推動深化農村綠色觀光品牌形象，將農業由初級產業進級至三級之休閒產業，以改善農業生產結構、提升農民所得、繁榮地方經濟。

### (一) 研究結論－研擬綠色旅遊市場分析

本研究調查可見有機村居民普遍支持綠色旅遊之理念，願意將綠色旅遊的概念教育傳遞給遊客，也會選擇以當地食材優先供給遊客，且有信心推動綠色旅遊成為有機村之特色亮點。但是，基於遊客之衛生疑慮及既定印象，居民對於「提醒遊客不要每日更換床單、毛浴巾」之意願較低，為配合大眾的飲食習慣及接受度，居民也不願意貿然提供全素食餐點或減少肉類。再者，有機村推動綠色旅遊行銷為較弱一環，且大部分居民仍以農務的一級生產為主要收入，每月收入及可支用資金不甚穩定，實為發展綠色旅遊產業之隱憂。

統計結果分析，遊客以「學生族群」為主，以「親友介紹」為得知有機村資訊的主要管道，旅遊後以「農村體驗、環境優美」為有機村主要特色印象，消費狀況多數仍在 1,000 元以下，對提升地方的經濟效益有限，另也顯現遊客對於有機村旅遊之印象與一般農村旅遊並無差異性。然而，遊客認同尊重當地生態、慢食慢遊及減少資源浪費等綠色理念，但對住宿環境衛生的疑慮及飲食習慣難以輕易改變，隨著綠色旅遊推廣，其精神及理念的潛移默化，深化需求與供給的互信，期能漸漸改善。

有機村所位處的先天地理位置較偏遠、交通較不便皆是遊客進行綠色旅遊的阻力，但遊客心目中綠色旅遊的條件及樣貌主要呈現三個面向：貼近美好的生態環境、在地元素呈現、節能低污染永續經營的旅遊方式，此結果大致符合綠色旅遊的概念與精神，惟如何透過旅遊行程的規劃，以強化上述意象在遊客心目中的重要性，以及交通的便利性，是發展綠色旅遊有待努力的方向。

### (二) 研究建議-發展綠色旅遊挑戰之因應對策

#### 1. 強化六級化產業

增進有機村居民關於「產品加工銷售」及「綠色旅遊之知識與技能」，逐漸提升居民二級加工與三級服務的比例，並改善有機村產品之行銷及遊程規劃，

- (1) 產品行銷上，美化農產品的包裝及陳列，並透過標示介紹、導覽解說或農村體驗增加遊客對於有機村農產品的認同與購買誘因。
- (2) 遊程規劃上，可針對不同客層做設計，開拓其他客源，並規劃住宿行程增強銷售力道，提昇有機村遊客之留宿率。
- (3) 知識與技能上，舉辦當地食材野菜烹飪、素食料理技術、料理開發及食材擺設等研習活動，培養溝通、接待技巧、遊程規劃、生態導覽解說、商品包裝技術及客房布置擺設技巧等。期能直接提升遊客在有機村之消費，增進有機村綠色旅遊居民之收益，為推動有機村綠色旅遊與產業六級化的努力方向。

## 2. 運用網路預約方式接駁

有機村地點交通較不便且幅員較廣，推動綠色旅遊執行較為困難的一環，未來培養候鳥型顧客及 long stay 的退休高齡族群，推動「網路預約制」透過旅遊團方式派車接駁或推行遊客共乘，並加強交通資訊的標示，並針對西部遊客進行設計加強宣傳，強調東部有機村之特殊風景、地貌、生態、產業、人文等特色，妥善規劃交通動線，拓展西部遊客參與東部有機村綠色旅遊之市場。

## 3. 深化里山精神，打造綠色旅遊品牌

有機村綠色旅遊加強自我品牌定位，打造獨特之品牌形象如休閒養生、地產地消、低碳環保等，對傳統農村旅遊主打農村體驗、田園風光做出區別；對於遊程規劃及解說導覽也應以「綠色」為主軸，深化里山倡議精神規劃「里山小旅行」的行程，加強讓遊客對有機村綠色旅遊的印象及認同，村內的移動也選擇以腳踏車或步行等方式進行，期能降低交通所造成的碳排放，以符合綠色旅遊的精神，提昇其滿意度，使遊客更願意分享綠色旅遊之經驗與概念。

## 4. 善用網路媒體，加強遊客環境教育

提供網路媒體並加強宣導，例如利用流量高之社群網站、部落格等網路媒體來傳播有機村，增加綠色旅遊相關資訊之能見度，彌補現今曝光不足之劣勢。由此可見，未來在推動有機村發展綠色旅遊時，需讓遊客能深刻體認環境保護的重要性，進行綠色旅遊觀念的教育和行銷，提升遊客對於綠色旅遊認知的深度與廣度，藉以增加需求強度，進而與一般農村旅遊做出區隔。

## 5. 形塑有機村的生活價值

目前有機村以「生產」輔導為主，在營造「生態環境」及形塑「生活價值」上有待努力，後續應該是朝向「產業文化」發展，以帶動「文化產業」的開發，「產業文化」所強調的是文化面，如何將地方的產業（不論新或舊）形塑成地方文化，是一種生活方式的呈現，將產業融入生活之中；「文化產業」所強調的是產業面，是將地方習以為常的生活方式，轉變成為可以產出一定產值的產業，例如綠色旅遊、農事體驗、慢食慢活等，將此內化成有機村居民生活的一部分。讓遊客到此能感受到休閒生活的模式，輕鬆無壓力的場域，進而讓遊客對有機村環境產生需求與依賴，創造經濟價值。

### 參考文獻

1. 行政院永續發展委員會 2003 生態旅遊白皮書  
[http://www.cpami.gov.tw/chinese/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10059&Itemid=53](http://www.cpami.gov.tw/chinese/index.php?option=com_content&view=article&id=10059&Itemid=53)。
2. 沈瑜庭 2013 有機農場經營者發展體驗式綠色旅遊態度之研究 國立中興大學景觀與遊憩碩士學位學程碩士論文。
3. 侯錦雄 2011 綠色旅遊產業永續發展：營運模式、價值創新及資訊網絡之建構研究成果報告 行政院國家科學委員會專題研究計畫。
4. 紀靖怡 2013 環境態度與低碳旅遊認知對參與低碳遊程願付價格之研究-集集、水里、車埕地區為例 靜宜大學觀光事業學系碩士論文。
5. 許志銘 2011 農村社區結合有機農業與生態旅遊之發展模式探究-以花蓮縣富里鄉豐南村為例 東華大學自然資源與環境學系碩士論文。
6. 顏建賢、方乃玉 2005 台灣與日本綠色旅遊與鄉村社區永續發展之比較研究 農業推廣文彙 50: 233-248。
7. Hetzer, W. 1965. Environment, tourism, culture, Links. July:1-3.
8. Kelly, J.R. and G. Godbey. 1992. The sociology of leisure. State College. PA:Venture.
9. Simpson, M.C., S. Gossling, D. Scott, C.M. Hall and E. Gladin. 2008. Climate change adaptation and mitigation in the tourism sector: Frameworks, tools and practices, UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO:Paris, France.
10. Toronto's Green Tourism Association. 2009. City of Toronto - Green EconomicDevelopment Directory. Message posted to [http://www.toronto.ca/wes/techservices/envir\\_directories/pdf/grecodev.pdf](http://www.toronto.ca/wes/techservices/envir_directories/pdf/grecodev.pdf).
11. Travel Guru. 2008. Advantages of Green Tourism to the Travel Industry. Message posted to <http://online-travel-guru.blogspot.com/2008/11/advantages-of-green-tourism-to-travel.html>.
12. UNWTO. 2012. Sustainable Development of Tourism. from : <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>.



## 附 件

附表一、有機村居民受訪者基本資料

變項	分類	次數	百分比 (%)
性別	男	65	57.5
	女	48	42.5
年齡	20 歲以下	2	1.8
	21 至 30 歲	6	5.3
	31 至 40 歲	25	22.1
	41 至 50 歲	35	31.0
	51 至 60 歲	20	17.7
	61 歲以上	25	22.1
婚姻狀況	已婚	90	79.6
	未婚	23	20.4
教育程度	國小以下	21	18.6
	國中	27	23.9
	高中 (職)	26	23.0
	專科	11	9.7
	大學以上	28	24.8
主要收入來源 (複選)	無固定收入	54	26.5
	務農	77	37.7
	民宿	8	3.9
	農家體驗	9	4.4
	導覽解說	11	5.4
	商品販售	16	7.8
	其他	29	14.2
平均每月可支用金額	7,000 以下	8	7.1
	7,001 至 10,500 元	20	17.7
	10,501 至 14,000 元	4	3.5
	14,001 至 17,500 元	3	2.7
	17,501 至 21,000 元	4	3.5
	21,001 至 24,500 元	5	4.4
	24,501 元以上	15	13.3

附表二、有機村遊客受訪者基本資料

變項	分類	次數	百分比 (%)
性別	男	58	39.2
	女	90	60.8
年齡	20 歲以下	66	44.6
	21 至 30 歲	20	13.5
	31 至 40 歲	19	12.8
	41 至 50 歲	30	20.3
	51 至 60 歲	11	7.4
	61 歲以上	2	1.4
婚姻狀況	已婚	98	60.8
	未婚	50	39.2
教育程度	國中以下	51	34.5
	高中 (職)	4	2.7
	專科	71	48.0
	大學以上	22	14.9
職業	軍公教	13	8.8
	農工商服務業	43	29.1
	自由業	4	2.7
	學生	74	50.0
	其他	14	9.5
	無固定收入	69	46.6
平均每月可支用金額	7,000 以下	10	6.8
	7,001 至 10,500 元	8	5.4
	10,501 至 14,000 元	3	2.0
	14,001 至 17,500 元	2	1.4
	17,501 至 21,000 元	3	2.0
	21,001 至 24,500 元	5	3.4
	24,501 元以上	48	32.4
居住地區	北部	69	46.6
	中部	13	8.8
	南部	1	0.7
	東部	64	43.2
	離島	1	0.7

附表三、有機村居民特性調查

變相	分類	次數	百分比
是否認同綠色旅遊的理念	是	113	100
	否	0	0
推動綠色旅遊是否可成為有機村的特色和亮點	是	112	99.1
	否	1	0.9
有機村推動綠色旅遊是否可行	是	113	100
	否	0	0

附表四、有機村遊客特性調查

變項	分類	次數	百分比
最近一年內第幾次到有機村	第 1 次	124	83.8
	第 2 次	13	8.8
	第 3 次	1	0.7
	第 4 次	10	6.8
何處得知該有機村（複選）	親友介紹	100	57.1
	雜誌	5	2.9
	電視報導	11	6.3
	網路	21	12.0
	路過	26	14.9
	曾經來過	12	6.9
此次參訪與誰同行（複選）	單獨	2	1.1
	朋友	42	24.0
	家人	37	21.1
	同事	30	17.1
	同學	49	28.0
	其他	15	8.6
此次體驗有機村的滿意度	非常滿意	47	31.8
	滿意	84	56.8
	普通	15	10.1
	不滿意	1	0.7
	非常不滿意	1	0.7
認為該有機村有特色的地方是（複選）	農村體驗	103	26.8
	生態豐富	54	14.1
	環境優美	91	23.7
	休閒養生	59	15.4
	地產地消	38	9.9
	低碳環保	39	10.2
是否願意再度光臨，並向朋友推廣該有機村	願意	96	64.9
	可能會	46	31.1
	可能不會	5	3.4
	不願意	1	0.7
此次在有機村旅遊的消費總金額	1,000 元以下	80	54.1
	1,001-5,000 元	49	33.1
	5,001-10,000 元	13	8.8
	10,001-20,000 元	5	3.4
	20,001-30,000 元	1	0.7
	30,001 元以上	0	0.0

附表五、綠色旅遊供需分析表

A 食	題項	面向	平均數 ( mean )	排序
A1	我會選擇以當季的在地食材給遊客為原則	居民	4.63	2
	您會選擇食用當季、在地的食材嗎？	遊客	4.34	4
A2	我會提供當地有機的食材給遊客，作為經營的特色	居民	4.57	8
	您會優先選擇食用當地有機的食材嗎？	遊客	4.30	7
A3	我會提供素食或減少肉類，以減少畜牧業及食品碳排放	居民	4.10	29
	您會選擇素食或減少肉類，以減少畜牧業及食品碳排放嗎？	遊客	4.01	28
A4	我會提供適當的餐點，以避免遊客浪費食物	居民	4.44	20
	您會點選適量的餐點，以避免浪費食物嗎？	遊客	4.30	7
A5	我會提醒遊客自行攜帶可重複使用物品（如環保餐具、隨身杯）等）	居民	4.50	13
	您會自行攜帶可重複使用的物品（如環保餐具、隨身杯等）嗎？	遊客	4.08	25
A6	我會安排以大自然景觀作為用餐的環境	居民	4.35	26
	您希望以大自然景觀作為用餐的環境嗎？	遊客	4.19	17
B 住	題項	面向	平均數 ( mean )	排序
B1	我會提醒遊客自備衛浴盥洗用品（如肥皂、洗髮精、牙刷、牙膏等）	居民	4.38	24
	您會自備衛浴盥洗用品（如肥皂、洗髮精、牙刷、牙膏等）嗎？	遊客	4.05	27
B2	我會提醒遊客不會每日更換床單、毛浴巾	居民	3.77	30
	您不會要求業者每日更換床單、毛浴巾嗎？	遊客	3.69	30
B3	我會提醒遊客住宿時節省電源與水資源	居民	4.43	21
	您會關閉不必要之電源與節省水資源嗎？	遊客	4.35	3
B4	我會提醒遊客注意垃圾減量、資源回收及重複使用	居民	4.56	10
	您會注意垃圾減量、資源回收及重複使用嗎？	遊客	4.29	9
B5	我會提醒遊客減少使用空調的時間，將冷氣控制在 26-28 度 C	居民	4.46	17
	您會減少使用空調的時間，將冷氣控制在 26-28 度 C 嗎？	遊客	4.12	24
B6	我會選購有環保、省水、節能標章的家電及產品	居民	4.50	13
	您希望住宿地點提供具有環保、省水、節能標章的家電及產品嗎？	遊客	4.24	12
C 行	題項	面向	平均數 ( mean )	排序
C1	我會鼓勵遊客盡量搭乘接駁車或大眾運輸工具	居民	4.37	25
	您會盡量搭乘接駁車或大眾運輸工具到住宿地點嗎？	遊客	3.93	29
C2	我會安排節能的交通工具（如步行、自行車或油電車）	居民	4.28	28
	您希望業者安排節能的交通工具（如步行、自行車或油電車）嗎？	遊客	4.16	23
C3	我會安排能縮短景點與景點之間的搭車距離	居民	4.33	27
	您希望業者能縮短景點與景點之間的搭車距離嗎？	遊客	4.18	21
C4	我會避免遊程規劃中行經交通擁塞的道路	居民	4.42	22

	您希望避免遊程規劃中行經交通擁塞的道路嗎？	遊客	4.31	6
C5	我會養成停車就熄火的習慣	居民	4.48	16
	您希望業者養成停車就熄火的習慣嗎？	遊客	4.19	17
C6	我會使用符合排放污染管制期程或環保標章之汽機車	居民	4.50	13
	您希望業者使用符合排放污染管制期程或環保標章之汽機車嗎？	遊客	4.27	10
D 育	題項	面向	平均數 (mean)	排序
D1	我會安排農事體驗教育，讓遊客體驗農業生產與食物之間的關係	居民	4.58	4
	您會想進行農事體驗，體驗農業生產與食物之間的關係嗎？	遊客	4.18	21
D2	我會讓遊客了解在地食材好處及壞處（如好處：新鮮、當季、無運輸損壞的成本，壞處：產品多樣性少、產量不多等）	居民	4.57	8
	您會想深入了解在地食材好處及壞處（例如好處：新鮮、當季、無運輸損壞的成本，壞處：產品多樣性少、產量不多等）嗎？	遊客	4.27	10
D3	我會提醒遊客尊重當地生態環境	居民	4.65	1
	您會尊重當地生態環境嗎？	遊客	4.44	1
E 樂	題項	面向	平均數 (mean)	排序
E1	我會選擇以深度及定點旅遊為主，讓遊客能深入了解在地特色	居民	4.56	10
	您會選擇以深度及定點旅遊為主，以能深入了解在地特色嗎？	遊客	4.24	12
E2	我會考量旅遊景點的遊客乘載量（如選擇避開擁擠的景點）	居民	4.45	17
	您會考量旅遊景點的遊客乘載量（如選擇避開擁擠的景點）嗎？	遊客	4.21	15
E3	我會安排旅遊的時間與季節點（如選擇避開周休或連續假日）	居民	4.42	22
	您會選擇旅遊的時間與季節點（如選擇避開周休或連續假日）嗎？	遊客	4.08	25
E4	我會安排讓遊客放鬆和無壓力的欣賞當地景緻	居民	4.58	4
	您會希望體驗放鬆和無壓力的欣賞當地景緻嗎？	遊客	4.36	2
E5	我會提供遊客體驗當地豐富的生態環境（如動植物、綠山溪流等）	居民	4.58	4
	您希望體驗當地豐富的生態環境（如動植物、綠山溪流等）嗎？	遊客	4.32	5
E6	我會提供遊客體驗在地農家生活與傳統文化、節慶祭典	居民	4.54	12
	您希望體驗在地農家生活與傳統文化、節慶祭典嗎？	遊客	4.19	17
F 購	題項	面向	平均數 (mean)	排序
F1	我會讓遊客嘗試吃「原味食物」，認識食物的真正味道	居民	4.58	4
	您想嘗試吃「原味食物」，以認識食物的真正味道嗎？	遊客	4.24	12
F2	我會提醒遊客購買伴手禮及紀念品時，避免過度包裝的商品	居民	4.45	17
	您在購買伴手禮及紀念品時，會選擇避免過度包裝的商品嗎？	遊客	4.20	16
F3	我會鼓勵遊客購買當地自產自銷的伴手禮及紀念品	居民	4.59	3
	您會購買當地自產自銷的伴手禮及紀念品嗎？	遊客	4.19	17