

- 二、提供基礎與公共安全等相關設施
 - 三、交通網路之鋪設及導引標誌的改善
 - 四、擬定業者融資與產業深根計畫
 - 五、觀光休閒教育與保育計畫的實施
- 消費部門則以

- 一、遊客觀光休閒需求的滿足
- 二、觀光休閒資訊的蒐集
- 三、聯外交通與路線的便捷
- 四、環境生態維護與解說系統建立
- 五、安全因素之考量

企業部門需做到

- 一、強化服務理念與經營策略
- 二、以策略聯盟提供高品質產品
- 三、休閒設備與技術的研發
- 四、環境生態的維護與資源復育
- 五、遊客生命安全之確保

台灣休閒漁業的發展在政府2008年觀光倍增計畫的帶動下，公部門提出發展休閒漁業政策，訂定相關法規，加強濱海遊憩設施與交通網的公共建設。加上目前各項休閒漁業資訊的蓬勃發展，搜尋容易，也能引起消費者對海濱旅遊的興趣。許多觀光休閒調查報告也顯示，親近海洋自然環境的活動，是國人心中優先的休閒選擇。又近年來因為天然災害，國人由親山遊憩，轉向海濱旅遊的人增多了，形成潛在的市場。根據交通部觀光局民國九十三年台閩地區主要觀光遊憩區遊客人數統計，其中海岸型風景區遊客量有逐年增加的趨勢，15年來成長了6.61倍，顯示海岸型的旅遊活動有蓬勃發展的趨勢。有了商機，接續的就是漁會部門該如何擬定經營策略，端出何種旅遊路線的產品了。

以下茲就漁會發展濱海旅遊事業，提出幾點淺見做為參考。

一、找出核心競爭能力

企業體推出的產品是否具有核心競爭能力，必須是消費者認同的，也是企業部門可以做到的。漁會發展濱海旅遊到底具有甚麼核心競爭能力？

1999年國際文化觀光憲章提起，每一地區或社區特殊遺產與集體記憶是不可取代的，同時是現在與將來發展一項重要的基石。「地方獨特性」在於它具有特殊性、稀少性、教育性，衍生了「

體驗」與「愉悅」的價值。由於過去40年來城鄉建設落差很大，但也因為位處偏遠的漁村未被過度開發建設，仍然保有完整自然的地景地貌、生態資源及獨特性的漁村文化，這些都是發展海濱旅遊的重要核心價值。

二、漁村資源的蒐集與利用

地方漁村文化資源的蒐集要因地制宜，特殊資源具有無可取代的特殊性，形成市場區隔，也是吸引遊客前來的因素，才能彰顯出海濱旅遊的實質價值。以「人、文、地、產、景」的五大資源，去發掘地方具有潛力和魅力的資源，利用在發展濱海旅遊上。

(一)人力資源：人是最重要的資源。舉潮間帶漁業為例，漁村蚵民的勞動生產經驗、剝蚵的阿媽記憶中漁村過往的故事，都是最佳的漁業體驗解說員。

(二)文史資源：村落來源、傳說、廟會、神話、地方俚語、老照片、小故事等、社會風土民情，就是各種有形或無形文化財。

(三)土地資源：漁村特殊的地質地貌與地理自然環境、水域、生態、動植物等資源。

(四)產業資源：當我們在進行生產活動時，所留下的證據，例如蚵田景觀、蠟灰窯、牛車等。

(五)景觀資源：社區的自然景觀、公共景觀、人文景觀（社會景觀及生活景觀）等。

三、海濱體驗旅遊產品的定位

當今國內旅遊產品趨向同質化，體驗行銷改變了消費市場也給了市場生命力，由遊客親自體驗的方式，滿足五感，來創造其價值，將是體驗行銷的核心。筆者認為漁會界應將目標客群縮小，將旅遊產品定位為海濱體驗旅遊，讓客群認知道漁會推出的旅遊路線，有別於一般國民旅遊模式。

以彰化潮間帶蚵田體驗為例，漁業體驗行程包含戲水玩沙、抓螃蟹、挖赤嘴、撿文蛤、觀賞蚵田景觀、搭乘漁民採蚵車，體驗蚵民生產活動。在活動設

計也導入生態保育，讓遊客對於漁業體驗的新感受，不再是淺層的走馬看花，而是特殊的新享受。

四、多元化的服務功能

一窩蜂的現象使得市場競爭日益激烈，因此品牌與服務成了企業在市場中強有力的競爭武器。有鑒於國內海濱旅遊尚處於小眾市場，漁會能增取的客源是有限的狀態下，將旅遊產品與服務的整個流程的經驗整合，建立良好口碑，提高服務效能。諸如網路、海濱旅遊導覽手冊宣傳、漁會公益形象、媒體公關及強化有形的服務功能...等等。藉由服務形象的切入，置入優質伴手禮的提供採購，將海濱旅遊的附加價值延伸，方能勝出這場競爭，製造漁會的經營績效。

五、導覽解說組織的建立

經營特殊性的海濱體驗旅遊，必須有專業化的導覽來滿足目標客源的需求。專業導覽人員可以請當地文史工作室人員、耆老、漁民，做為漁業體驗解說員。並針對導覽員進行專業化課程的訓練，如：潮水資訊的掌握、營造蚵田體驗行程的趣味性，並與周邊環境資源的替代互補，導入環保與保育觀念。

六、避免產品同質化及集體行銷

面臨全球化、資訊化的衝擊，模糊了國家地域界線，文化差異化也變成地域振興與發展地方產業的良藥妙方。但是各漁會規劃海濱旅遊內容，切莫因循抄襲，否則一窩蜂的現象，形成邊海旅遊同質化，將減低國人意願。如台中梧棲漁港觀光魚市的成功，掀起各地區觀光魚市仿效經營的經驗，造成有些漁會經營失敗的例子。

樹大即是美，針對各漁會旅遊產品應整合做集體行銷。如前述由漁業署開闢漁樂新視界電視節目、網路、平面刊物等媒體宣傳。為使旅遊業界熟稔台灣濱海旅遊景點，建議在彙整各區漁會規劃濱海旅遊路線後，以共同CIS參與發展，甚至和旅行社簽約結盟，必當可以激起客群的注目。