

有機農業與休閒活動

王鐘和¹ 周瑞瑗² 黃萬傳²

¹ 國立屏東科技大學農園生產系

² 台中健康暨管理學院經營管理研究所

摘 要

休閒活動對現今生活步調緊湊、壓力大的人們不僅具有紓減身心壓力的意義，並可從中吸取收多方面的知識，增廣見聞及認識同好；因此，休閒活動已備受現代人的重視。休閒農業係指利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村體驗為目的之農業經營。有機農業倡導在農業生產過程中，不使用化學肥料、農藥、生長調節劑等化學合成物的經營理念，此種既兼顧農業生產及環境生態維護，且維持與促進農業永續生產的理念。有機農業在台灣近幾年的發展已略呈現停滯的狀態，假如能融合休閒農業積極推行優質安全且有鄉土特色的休閒有機農業，將為其注入新的活力，有加速發展有機農業的效果。

前 言

加入世界貿易組織後，在全球產業體系的區域分工下，台灣的各種產業面臨重大挑戰。尤其農業產業因多屬小農經營型態，產銷成本偏高，部分農產品缺乏競爭力，加入WTO後，農產品貿易自由開放，農業產業必須升級及轉型，成為一種具特色、不容易被替代的產業。如此我國的農業才能成為具有競爭力的產業，才能永續發展。近年來，農委會積極推動休閒農業，希望以休閒觀光作為農業鄉鎮對抗自由經濟的活化策略，休閒農業以農為根本，除了發揮其原本之生產功能，並強化了其「三生功能」的另兩項功能—「生態功能」與「生活功能」。這種基於台灣特有的鄉村環境景色而開發出來的休閒與農業結合的綜合性產業，是國外農產品無法替代的，即為地方發展休閒農業之利基。如能進一步融合有機農業發展優質的休閒有機農業，將可大幅提昇其競爭力。然而要達到此目標，仍有甚多極需努力的地方，而前人的經驗存著許多值得有機農業從業人員引為借鏡，虛心學習之處。

休閒活動

(一) 休閒活動的意義

Frater(1983)認為「休閒農業(歐洲稱之為”farm tourism”)係在生產性的農莊上經營之觀光企業，而這種觀光企業對於農業活動具有增補作用。」。陳思倫等(1997)指出：「所謂休閒係指在工作以外的閒暇時間(即除了工作時間及生理必需時間之外的時間)內，自由自在的選擇自己喜愛的活動，以達到消愁解悶，恢復、調劑身心的狀態。」。張宮熊等(2002)定義休閒活動為「休閒是個人或群體以自願性的方式，用自由選擇的活動，滿足心理或生理慾望的非工作性質活動。」。簡言之，休閒乃是人們在工作以外的時間，自由從事自己所喜歡的活動。因此，無論是閱讀、聆賞音樂、看電視電影、戶外活動、觀光旅遊或露營等皆可謂之為休閒。

(二) 休閒活動的效益與功能

人們從事休閒行為活動，可有休閒的效益。Verduin & McEwen(1984)提出可從休閒參與經驗中獲得六項體驗效益(引用自魏勝賢 2002)：

1.放鬆效益(Relaxation benefits)：

研究指出約有五至七成之各類疾病皆導因於心理壓力太大，休閒活動對於減輕心理壓力，消除疲勞有非常大的助益。

2.教育效益(Education benefits)：

休閒活動提供藝術、人文科學等不同興趣的體驗，可從中學習到新的事物，讓人浸淫在吸收新知識，充實生活，提高個人生活的品質並有機會接觸社會、甚至宗教、文化等其他領域之事務。

3.生理的效益(Physiological benefits)：

從事休閒活動如慢跑、游泳、打網球等運動，能避免因缺乏運動而發胖或罹患與心臟血管有關的疾病，定期的肢體動作活動能確保身體的健康。

4.心理效益(Psychological benefits)：

每個人都有被肯定、認同的慾望，休閒活動提供機會讓每個參與者均能從中獲得有形或無形被肯定的機會，因此獲得成就感亦是其效益之一，對於情緒的緩衝及恢復心態的調適有所助益。

5.美學的效益(Aesthetic benefits)：

藝文活動是休閒活動的一種，因此藝文活動中所具有審美意識與美學價值即成為休閒效益所在。

6.社交效益(Social benefits)：

休閒時能與擁有相同嗜好的朋友及家人相聚，分享珍貴的情誼與樂趣，並藉此達到社交效益。

林鈴娟（2004）指出在現代社會現象裡，人類的生活步調急促，加上都市非人性空間的存在等因素，無形中使人與人的關係距離愈來愈疏遠，且日常生活中充斥著緊張、競爭壓力及恐懼不安的情境。以上種種狀況可藉由休閒活動來鬆弛身心、疏解壓力情緒，更可藉由參加團體性、社區性的休閒活動來拉近人與人之間的距離及陌生感，以維持並增進良好的社群互動關係。因此，休閒在個人方面之功能：1. 促進身體健康：可以恢復精神體力，對健康有實質幫助。2. 促進心理健康：放鬆身心，提昇心靈平靜。3. 增進社交能力：增進人際關係。4. 獲得知識：增加知識及增進工作能力。5. 自我肯定：擴展生活領域，實現自我。

（三）我國休閒產業的發展

劉思治（2003）指出我國休閒事業的發展，隨著經濟發展及社會環境的變遷，國人的休閒概念也逐年在改變，隨著市場的擴大，民間有許多房地產開發業者或財團也爭相投入休閒事業的開發，尤其政府於民國八十六年開始實施隔周休二日，並逐步至民國九十一年推動周休二日之政策，使得國人之工作時數減少，休閒時間增加，休閒事業至此蓬勃發展，全民休閒時代正式來臨。

一般而言，休閒旅遊產品包括有形的設施（搭乘的交通工具、餐飲的提供、住宿的房間、參觀的風景地區）與無形的商品（環境氣氛、親切的服務、遊憩體驗）。對於休閒遊憩服務所具有的特性加以說明，將有助於瞭解休閒事業的屬性與特質（王昭正等，1999）。李忠星（1993）歸納出 12 個休閒渡假中心經營成功關鍵因素構面，包括推廣、人力資源、地理與硬體設施、市場、價格及財務管理等六項。方威尊（1997）指出休閒農業關鍵成功因素包含：資產類 1. 地理與區位 2. 景觀與氣氛、 3. 聲譽 4. 產品 5. 休閒設施 6. 財務管理 7. 經營規模 8. 市場。能力類： 1. 推廣與通路 2. 服務品質 3. 價格 4. 人力資源 5. 資訊服務 6. 連鎖經營 7. 公關 8. 活動安全 10. 成本控制。

劉思治（2003）認為休閒產業的經營若要建構高度的競爭優勢，應掌握下列幾點關鍵成功因素：1. 良好的地理位置 2. 穩健的財務能力 3. 建構優質的品牌形象 4. 創新的經營管理理念 5. 優良的服務品質 6. 具有特色的餐飲。

休閒農業

(一) 休閒農業的定義

而根據農委會八十八年四月三十日修訂之休閒農業輔導辦法中第三條第一款釋意：「休閒農業：指利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營。」。鄭健雄及陳昭郎（1996）則提出所謂的休閒農業主要是結合農業和農村等有形資源及其背後隱含的休閒觀光、教育體驗與經營管理能力等無形資源所形成的一種新興休閒服務產業。

林梓聯（1998）將休閒農業定義為：係利用農村自然環境、景觀、生態、農村設備、農村空間、農特產品及文化資源等，經過規劃設計，以發揮農業與農村觀光休閒旅遊功能，增進國人對於農業與農村田園生活的體驗。綜合上述學者之意見，所謂「休閒農業」乃是透過自然資源與結合農林漁牧生產的一種經濟性活動，此類型休閒活動除了可以提供國民休閒場所外，其中可以達到農業生產及自然農村體驗的農業經營。

(二) 我國休閒農業之發展

台灣休閒農業的發展，大致可追溯至民國五十、六十年代，依發展歷程大致可分為四個階段（邱湧忠，2000）：

1. 自發階段：民國六十九年以前，主要在大湖與田尾地區，以個別農民為單位，開放遊客在自己的果園內品嚐、購買農產品。
2. 合作階段：民國六十九年到七十五年間，由台北市政府、台北市農會等相關單位與學者在木柵等地區協助業者發展規劃各類觀光農園，遊客除可品嚐、購買外，並可享受田園的樂趣。
3. 社會團體經營階段：民國七十五年到七十八年間，此為休閒農業轉型時期，其間國人對休閒活動的需求日益漸增，觀光農場所提供之活動已不足以滿足遊客，進而有公共團體（如農會、退輔會）主持經營之森林農場、休閒遊樂農場等大型休閒農場，如東勢林場、走馬瀨農場等，唯其休閒活度動內容仍未臻理想。
4. 休閒農業推廣時期：自民國七十七年後，行政院農委會將休閒農業列為國家農業發展政策，並委託各學術單位進行研究、規劃，而經營方式亦由以公共團體經營方式漸漸演

變為以農民為主體之地區整合性休閒農業來發展。

由於經濟繼續成長，社會不斷地進步，都市化程度越趨越明顯，在人口相對密集的都會區，休閒遊憩的設施與空間上都呈現嚴重不足的現象，再加上公共運輸及私人車輛的普通發達，國人對鄉村農業休閒旅遊需求越加殷切，體驗農村生活，回歸大自然懷抱，以舒解身心的壓力。隨著農村休閒時代的來臨，休閒農業產業市場必將蓬勃發展，但其休閒旅遊內涵以及旅遊消費型態，及休閒產品的內容與旅遊方式亦應做調整。由過去流動型態的大眾旅遊，轉變為定點深度旅遊，由走馬看花的旅遊變為自然生態、文化知性之旅遊。由追求低廉物品「價格取向」的消費型態轉變為追求精緻、高品質又「個性化取向」的型態。由城市的觀光旅遊轉變為以鄉村地區為主的農業旅遊或農業體驗活動之「自然取向」旅遊。此正是休閒農業發展的契機，如何營造優質、安全的旅遊品質，提供遊客高品質的休憩活動及內涵，將是休閒農業發展重要話題，而有機農業講求健康安全及「三生」的生產理念及內涵，將是轉型成休閒有機農業的重要利器（王鐘和 2005a）。

（三）休閒農業之經營

從產業經營特性來看，休閒農業之經營除了要繼續保持原有農業生產、生活、生態三生一體特性外，更應結合農業與農村資源為基礎延伸出去的一種服務業特性，休閒農場若要靠經營休閒農業而獲取利潤，一定要吸引相當數量的遊客親自前往休閒農場消費，因為休閒農場獲利的主要來源並不是在於農產品的產銷貨加工製品的販賣上面，而是在於經營服務業的收入上面，而這種服務業的經營範疇實已超越其傳統產業範疇，此對有意從事休閒農業經營之農民業者而言，是一件生疏而困難度極高的事，因此，服務業的經營管理能力及成為經營休閒農業成敗的關鍵因素（鄭健雄 1998）。然大多數休閒農場負責人或將來有意從事休閒農業經營的農民而言，可因為欠缺像黃萬傳（1996）所指出企業化經營所應具備之企業家創業精神、承擔各種風險的態度與能力、市場導向的經營理念等特質，很容易遭遇經營上的各種難題。

從休閒農業的需求面來看，休閒農業對於消費者而言，是另一種全新的、陌生的休閒旅遊業，消費市場並不明確，因此，休閒農場的農場負責人，必須運用適切的市場導向行銷策略，以滿足消費者的需求，也必須善盡企業的社會責任，提供消費者有關休閒的基本認知，以刺激消費者的需

求。為滿足或刺激社會大眾的休閒需求，休閒農場的農場負責人應致力於思考如何透過休閒之實踐經營，充實消費者的休閒生活。(王鐘和 2005b)

休閒農場之定義分類與功能

(一) 休閒農場的定義與分類

休閒農場乃是政府提倡休閒產業之產物。所謂休閒農場係利用農村自然環境、景觀、生態、農村設備、農業產品及資源等，經過規劃設計，以發揮農業與農村觀光休閒旅遊功能，增進國人對農業與田園生活的體驗。江榮吉(1999)將休閒農場解釋為：凡是為了觀光或休閒體驗而經營的農場，就是觀光或休閒農場。吳存和(2001)綜合國內休閒農業相關學者之研究，認為「休閒農場」係指利用農場一切資源，繼續維持農業產銷活動，並從事農業體驗、教育、餐飲、民宿等相關服務活動，結合農村文化及農家生活，提供遊客休閒遊憩的機會，籍以增進農場收益並實踐社會責任者。

鄭健雄及陳昭郎(1996)從資源論作為基礎出發，以休閒農場的核心產品之自然或人為資源基礎作為主要區隔變項，分為以自然資源為基礎及以人為資源為基礎兩構面以此營造出不同的資源吸引力，接著再以資源之利用或保育導向作為區隔依據，將台灣之休閒農場劃分為四種不同類型：

1. **農業體驗型農場**：核心休閒產品係以農業知識的增進與農業生產活動的體驗為訴求重點，可吸引對農業體驗與農業知性之旅有興趣的遊客。
2. **生態體驗型農場**：核心休閒產品係以灌輸生態保育認知與體驗做為主題訴求，可吸引喜愛大自然與生態知性之旅的遊客。
3. **度假農莊型農場**：核心休閒產品係以體驗農莊或田園生活為訴求主體，可吸引嚮往農莊度假生活的遊客。
4. **農村旅遊型農場**：核心休閒產品係以豐富的農村人文資源為主要訴求，可吸引愛好深度農村文化之旅的遊客。

(二) 休閒農場的功能

綜合農業與服務業的休閒農場，一般而言具有以下的功能(林梓聯, 1991; 陳昭郎, 1996、1997)：

1. **遊憩功能**：提供休閒活動場所，讓民衆能夠暫時遠離工作的壓力，投入鄉野自然的環境當中，故具有遊憩功能。
2. **教育功能**：提供都市居民認識農業生產、栽培過程的觀察場所，亦是提

供學生、民衆體驗學習農業的最佳環境。

3. **社會功能**：提供家人、親友、朋友遠離都市空間從事遊憩與社交活動機會的場所，增加互相瞭解、學習與互動的機會。
4. **經濟功能**：增加農村就業機會，改善農業生產結構，提高農民所得。
5. **醫療的功能**：提供因生活緊張、工作壓力沈重造成生理、心理不適者，一個解除緊張抒解身心壓力的場所。

休閒有機農業

有機農業倡導在農業生產過程中，不使用化學肥料、農藥、生長調節劑等化學合成物的經營理念，此種既兼顧農業生產及環境生態維護，且維持與促進農業永續生產的理念。我們可以說有機農業是不但要維持與保全土壤的生態系統且確保農產物的安全性。而休閒有機農園安全、健康的生產環境，優質的休憩環境及產品品質正符合休閒農園的需求，不但能提供清新的空氣，賞心悅目的景色，且能提供高品質安全健康農產品供遊客享用。

未來我國有機農業也將邁向國際競爭環境，期許我國的有機農業生產，能積極結合業界、學界，在政府的輔導及支持下發展多元化經營型態，以提升有機產品的附加價值，促進台灣有機農業生產進一步企業化、提升競爭力。此種結合自然景觀、農業資源與鄉土文化所形成的休閒有機農業旅遊，必將成爲重要觀光休閒產業發展趨勢，另外相關服務品質的提昇及維持將是決定台灣休閒有機農業由區域性邁向國際性，並維持競爭優勢的重要因素。

（一）品牌建立，創造特色

近年來，休閒農場四處林立，然因產品特色不足，或一窩蜂模仿，已造成同質性過高，無法凸顯個別農場的特色，成爲目前休閒農業發展的重大隱憂。由於休閒農場必須依照自然的條件，定位農場的類型，再據此詳細的規劃，以建立農場優質的遊憩內容，重點要能認識農場的特質，發展具有差異性、獨特性之產業，方能吸引遊客及讓遊客能留下良好的印象，意猶未盡，成爲永久的顧客（王鐘和 2005 a）。

目前國內經驗證合格的有機農場中，個別農場可依照農場的位置（例如都市、鄉鎮市區內或市郊地區，鄉村、獨立的鄉野或山區環境等）、面積大小、栽培作物種類及全年植生景觀特色等方面詳加規劃，覓出農場的特

色，並分析評估是否具有成功發展成爲「休閒有機農場」的能力，再決定是否投入此項新興產業。當然現行的休閒農園如能申請加入有機農業的行列，接受相關單位、團體的輔導與驗證，即能領有合格的驗證證明標章，休閒有機農場內可兼販售優質的有機農產品，當遊客在觀看賞心悅目的景觀之餘，尚能在園內享用健康、高品質的有機食品。另外，有機農場經營內容（如生產及銷售）、導覽及簡介之相關資料，提供遊客閱覽，甚至可安排遊客參與實際操作過程，例如：有機質肥料的製作與施肥、非農藥防治雜草及病蟲害材料的製備與施用、及有機農產品的採收與處理（包含分類與包裝）…等，除體驗參與之樂趣外並增加、瞭解有機農作物之知識，並留下良好及深刻的印象，建立品牌、口碑後，必然會吸引更多的遊客造訪（王鐘和 2005 b）。段兆麟（2005）亦指出休閒農場內可設置「有機農業示範區」，遵照「有機農產品生產基準」的規定切實施行，透過解說，讓遊客了解有機農業的方法及永續農業的真義，則其環保教育之功效宏大。

（二）提昇品質、增加效益

Verduin & McEwen (1984) 指出人們可從休閒參與之經驗中獲得六項體驗效益：

- （1）**放鬆效益**：休閒活動對減輕心理壓力，消除疲勞有非常大的助益。
- （2）**教育效益**：休閒活動提供藝術，人文科學等不同興趣的體驗，可從中學習到新的事物及知識，充實生活；提高生活的品質。
- （3）**生理效益**：從事休閒活動，可增加運動量，能避免因缺乏運動而發胖或罹患與心臟血管有關的疾病，增加身體的健康。
- （4）**心理的效益**：休閒活動提供機會讓每個參與者從中獲得有形或無形被肯定的機會，滿足人類先天性具有被肯定、認同的慾望，及成就感的獲得，對於情緒的緩衝及恢復心態的調適有所助益。
- （5）**美學的效益**：休閒活動中所具有審美意識與美學價值即爲休閒效益之一。
- （6）**社交效益**：休閒活動時能與有相同嗜好的朋友及家人相聚，分享珍貴的情誼與樂趣，並藉此達社交效益(引用自魏勝賀 2002)。

林祥聯（1991）及陳昭郎（1996）均指出休閒農場具有以下功能：

- （1）**遊憩功能**：提供休閒活動場所，讓遊客能暫時遠離工作壓力，投入鄉野自然的環境中。

- (2) **教育功能**：提供遊客認識農業生產過程的觀察場所，是體驗及學習農業的最佳環境。
- (3) **社會功能**：提供家人、親友、朋友遠離都市空間從事遊憩與社交活動機會，增加互相瞭解、學習與互助的機會。
- (4) **經濟功能**：增加農村就業機會，提高農民所得。
- (5) **醫療的功能**：提供疏解壓力的場所，有益身心健康。

由上述專家學者的論述中，我們可知休閒有機農場應具多項效益與功能。因此，要達到優質休閒有機農場的水準，經營者確實需要投入更多的心力。休閒有機農場的經營業者除了可宣揚有機農業對環境維護、自然資源的珍惜與善加利用，以及重視與環境生態和諧的「三生」(生產、生活、生態)經營理念作為吸引遊客的訴求外，園內亦可提供可口、健康、安全、高品質且有特色的有機餐飲，增添遊客對休閒活動的滿意度。

(三) 加入生態旅遊

因為休閒農業具有著重農村生態景觀與農村生活文化為主的鄉土資源特色。一個令人滿意的農村遊憩體驗，並非由單一的遊憩活動便能達成，而是由於遊客和農村的生活型態做整體性的接觸而產生，其中與農家人際交往的經驗是最令遊客難忘的，也是使遊客保持對農村文化及價值的信念之主因，換言之，遊客是被自然的農村景觀、敦厚的農民、及簡樸的鄉居生活所吸引而前來農村遊憩體驗(李明宗，1989)。

生態旅遊是一種以生態永續為出發點，以自然環境為導向，以生態環境資源及環境保護、保育為主，並考量當地社區居民文化的旅遊方式。Hetzer(1985)首先提出一種不同於大眾觀光的另類發展模式，稱之為生態性的觀光，這是現代生態觀光的濫觴。Hetzer呼籲重新審視文化、教育與旅遊，並推廣一種生態性的旅遊活動。他認為生態旅遊應該具有以下特質：(1)對環境的衝擊最小，(2)極力尊重當地文化並減低衝擊，(3)促使經濟利益由當地居民均霑之最大化，(4)使旅遊者達到最佳的遊憩滿足(引自劉吉川，1997)。

生態旅遊目的是為了享受並欣賞大自然及與之共存的人類文明。促進自然與文化的保育，提供當地居民在社會經濟方面主動參與旅遊發展的機會。生態旅遊策略或準則：1.達到最小的環境衝擊，2.對當地文化衝擊最小，3.利用當地的文化產生，最大的經濟效益，4.提供遊客獲得最大的遊憩體驗(林玲娟 2004)。Ross&Wall 在 1999 年根據學者 Pedersen(1991)

所提的內涵歸納出生態旅遊應包含下列五項功能（引用自陳明川，2002）：
1. 保護自然地區 2. 增進教育學習 3. 創造收入 4. 提升旅遊品質 5. 促進當地的參與。我國秀麗的山地鄉除了有秀麗的景色，乾淨的水及空氣外，尚有眾多具特質的原生植物，相當具開發利用的價值。山地鄉的另一個特色，其實是人文資源相當豐厚，人文及藝術氣息相當濃厚的地區，甚具有發展休閒有機農業潛力（王鐘和 2005c）。

（四）結合民宿，創造收益

民宿是遊客住宿選擇的另一種選擇，人情味濃厚且有家的溫馨感是民宿異於一般旅館的地方。交通部觀光局在九十年十二月公佈的民宿管理辦法中，對民宿的定義為：「本辦法所稱民宿，指利用自用住宅空間房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。」。

台灣民宿的發展可追溯至民國七十年左右，隨著墾丁、阿里山、溪頭等早期開發的觀光風景遊樂區的興起，每逢連續假日或寒暑假，湧入大量遊客，造成這些熱門觀光景點的床位一位難求，當地居民為了解決遊客住宿問題，同時增加本身的收入，乃將家中多餘的房間加以裝修，以提供遊客住宿。但此類的民宿通常只有當觀光風景區的旅館飯店客滿時，才能吸引一部份的旅客進住，本身並不具備高的競爭力。是指「有效運用資源，提供鄉野住宿及休閒活動」之行爲。而定義中所指之資源包含自然環境、景觀、產業和文化。一般而言，民宿業者通常具備活用這些傳統文化、民俗與環境產業特色，讓旅客自然地接觸、認識和體驗的能力。

國內早期較著名的農場，如清境農場、武陵農場，其原先設置目的乃是提供退休之榮民從事農業生產工作之場所。但由於上述農場景觀優美，加上農業活動所造成之特殊景觀，每年均吸引了大量旅客前往旅遊。而上述農場往往位於深山之中，遊客往往需安排二日以上之遊程，住宿之需求於是產生，導致目前國內較著名之農場大多已提供住宿之服務。故早期的農場可說是現代休閒農場之濫觴。

鄭詩華(1991) 指出民宿為一般個人住宅將其一部份起居室，以「副業方式」所經營的住宿設施。其性質與一般飯店、旅館不同，除了能與「遊客交流認識」之外，更可享受經營者所提供之當地「鄉土味覺」及有如在「家」之感覺。具體而言，農村民宿之發展具有是結合自然、觀光、休閒及產業發展之事業；提供休閒住宿者享受價格低廉之住宿且能讓住宿者享受「家」的感覺。

如果個別休閒有機農場，具有足夠的空間，及遊憩的內涵（有些時候可與臨近的休閒有機農場或景點策略聯盟，形成一休閒區），就可規劃一日遊以上的休閒活動，如能增設民宿及和民宿業者的策略聯盟，遊客便能選擇較長的時間駐足農場，倘伴休閒有機農場自然、清新、健康的環境。對於經營管理的過程則有更深一層的認識，藉由長時間的親身體驗，感受有機農業對環境、生態及人類健康的貢獻，達到宣揚有機農業理念的意義。

（五）融入鄉土文化，增加印象與滿意度

從台灣的民宿發展史中，我們發現民宿的起源如僅是因位在風景點的週邊，故將家中多餘的房間加以裝修，單純提供遊客住宿，此類的民宿通常並不具備高的競爭力；相較於此，近幾年出現了許多強調自然生態、特殊田野景觀、鄉村體驗、特殊人文藝術或民俗活動的特色民宿，除了提供住宿的服務之外，尚提供遊客特殊的套裝深度旅遊服務，使遊客能在旅遊過程中，藉著住在當地的接待家庭中和人事物的互動，了解當地的生活背景、文化特色、風俗民情、自然景觀、產業及生態…等，進而達到知性、感性、趣味和學習的定點深度休閒旅遊。

這種以農村生態環境與生活文化為核心資源，而提供給遊客認知與體驗的休閒方式，乃是鄉土生活方式的展現，它具有鄉土教育、農業體驗、生態與文化等知性之旅的功能（陳憲明，1991）。遊客到休閒有機農場休閒度假，除了可以親自操作體驗有機農業生產活動而獲得若干農業知識外，他們也可以住在農家與農民交個朋友，並深入地瞭解當地農家的生活習慣與生活方式。

一個經營成功的休閒有機農場，應該要有獨特的鄉土特色，與自然環境維持和諧關係，保留清靜的鄉野風貌，待客要誠懇、親切、溫馨，唯有讓遊客留下美好印象與回憶，下次才會再來，成為他們經常前往休閒的度假村。休閒有機農場唯有善加利用它所特有的鄉土文化、鄉土生活方式和鄉野風貌，才能在競爭日益激烈的休閒旅遊市場中顯現它的獨特訴求。

（六）、充實管理知識，提升效率

為達休閒有機農場的經營效益，尚要多方學習專業經營的知識及經營管理的方法，善加規劃農場內外的環境，包括農場內的生活設施、景觀設計、停車場、遊憩動線及內容、餐飲及聯外道路交通安排等，務使遊客在休閒體驗中增加有機農業的智能及滿足遊憩之目的和需求。

而黃萬傳（1996）綜合經濟理論、企業管理及行銷學的有關理念，界

定「企業化係指有關廠商或單位藉由企業管理的原則從事其營運，致農場負責人首須具備企業家精神，即有冒各種和擔負風險的態度；其次是講究效率與追求利潤，即需有機會成本和經濟利潤的觀念；第三是其產品（含商品、服務及意念）需具商品化，即以市場為導向，其產品需投其消費者和顧客之所好。」。

結 語

我國有機農業的發展，近十幾年來在政府的積極推動及眾人的努力下，雖然已有初步的成果，不論在有機栽培技術的研發與推廣，或者有機農產品產銷制度的建立與輔導等均獲相當的成效，也獲得社會大眾的關注與肯定。但目前實行有機農業的農地面積僅約佔總農地面積之 0.2%，距離先進國家之 5~10%，實有甚大的發展空間，而結合休閒活動的休閒有機農業，必能為發展中的有機農業注入活力，值得相關從業人員積極投入，持之以恆，再接再厲去拓展更輝煌的成果。

「休閒有機農業」在現今休閒消費者重視養生及健康的訴求下，發展應是光明遠大的，不僅具發展潛能並有經濟效能。期盼有機農業發展現存的缺點，能在「休閒有機農業」的推展下徹底根除，尤其是漠視「有機農產品證明標章」的行為，在各個休閒有機農場中獲得重生，所販售的有機農產品，均是依照政府法令張貼「有機農產品證明標章」，產品品質有保障，重拾消費者信心，使得有機農產品更加完善，有機農業邁向更新的里程。

參考文獻

- 王昭正等。1999 編著。觀光行銷學。國立空中大學。台北縣。pp.119~121。
- 王鐘和。2005a。有機農業面面觀(二十五)休閒活動與有機農業(上)。農業世界第 259 期。pp.113~115。
- 王鐘和。2005b。有機農業面面觀(二十六)休閒活動與有機農業(下)。農業世界第 260 期。pp.90~93。
- 王鐘和。2005c。有機農業面面觀(二十八)「原鄉之美」與有機農業。農業世界第 261 期。刊印中。
- 方威尊。1997。休閒農業經營關鍵成功因素之研究—核心資源觀點。國立台灣大學農業推廣系研究所碩士論文。
- 行政院農委會編。2000。休閒農業輔導辦法。行政院農委會。
- 江榮吉。1999。休閒農漁業的發展。興大農業。第 31 期。pp.13~17。

- 交通部觀光局。2001。觀光統計摘要。
http://www.tbroc.gov.tw/admn_info/user/mp5.htm
- 李忠星。1993 撰。休閒渡假中心經營成功關鍵因素之研究。私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 林梓聯。1991。發展休閒農業的做法。在編者編。休閒農業經營管理手冊。台北。農委會。
- 林梓聯。1998。充滿生機魅力的田園生活。農政與農情。76。31~36。
- 林鈴娟。2004。風景區生態旅遊發展策略之研究－以台中市大坑風景區為例。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
- 吳存和。2001。休閒農場核心資源與競爭優勢之研究。國立中興大學農業推廣教育研究所碩士論文。
- 邱湧忠。2000。休閒農業經營學。茂昌圖書公司。台北。
- 段兆麟。2005。休閒農場創意行銷。農業世界 261 期。pp.42~51。
- 陳昭郎。1997。台灣休閒農業發展歷程與展望。農訓月刊 14(1)64-68。
- 陳思倫、歐聖榮、林連聰。1997 編著。休閒遊憩概論。國立空中大學。台北縣。pp.154~167。
- 陳思倫。2003。從關鍵成功因素及資源基礎觀點探討休閒事業之競爭優勢－以西子灣休閒度假中心為例。
- 陳明川。2002。社區居民對生態旅遊衝擊認知與發展態度之研究-以嘉義縣山美村為例。國立中興大學園藝學系碩士論文。台中。
- 張宮熊等。2002 著。休閒事業管理。揚智文化事業股份有限公司。台北市。pp.4~82。
- 鄭健雄、陳昭郎。1996。休閒農場經營策思考方向之研究。農業經營管理。第二期。pp.123~144。
- 鄭健雄。1998 撰。台灣休閒農場企業化經營策略之研究。台灣大學農業推廣研究所博士論文。
- 鄭詩華。1991。民宿之經營管理。台灣糖業公司訓練中心講義。pp.3~5。
- 劉吉川。1997。生態觀光與社區發展。野生動物保育彙報及通訊。第五卷。第三期。pp.2~8。
- 魏勝賢。2002。影響個人休閒行為因素、活動傾向與市民農園經營關聯之研究。台灣大學生物環境系統工程研究所碩士論文。
- Veblen,J.1899.,Theory of the leisure class. New York : Macmillan.