

休閒農場遊客不當遊憩行為動機與行為之永續 管理策略之研究

蔡倩雯*

摘 要

遊客在遊憩過程中所帶來的不當行為對遊憩品質與實質環境造成的傷害一直困擾著經營者。本研究之目的在探討休閒農場遊客不當遊憩行為動機與行為之種類為何，並應用服務場景模式探討私營企業如何以永續管理觀點因應遊客之不當遊憩行為。

本研究以 20 家具有營業許可登記證與休閒農場服務品質認證的遊客為抽樣對象，實證結果可得：四項遊客不當遊憩行為動機「業者規範不明確性」、「被受他人影響性」、「蓄意性」、「誘惑性」，及四項遊客不當遊憩行為「影響休閒活動體驗」、「破壞自然環境」、「影響環境設備維護」、「忽略警示資訊服務」。其中，「業者規範不明確性」、「被受他人影響性」解釋了大部分的遊客不當遊憩行為。部分支持本研究假設。顯示由於休閒農場業者普遍屬於私營企業特質，遊客在業者規範不周延的農場服務場景之下，容易受到參考團體的影響，而作出不當遊憩行為。建議業者可以將遊客納入環境永續計劃之內，透過改善服務場景中的解說設計以增強其環境意識的方式，與農場員工一同達成企業社會責任—環境永續的使命。

關鍵字：休閒農場業者、不當遊憩行為動機、不當遊憩行為、永續管理

* 蔡倩雯，中國文化大學觀光事業學系暨碩士班副教授。通訊地址：台北市陽明山士林區華岡路 55 號；Email: cqw@ulive.pccu.edu.tw。
本研究感謝行政院農業委員會科技計劃（101 農科-5.2.3-輔-#1(7)）支持。

壹、前言

依據過去實證，在遊客的遊憩過程中，受到內在因素及外在環境因素的影響引發了不當遊憩行為的動機（張俊彥等人，1995）。遊客所帶來的不當行為對遊憩品質與實質環境造成的傷害一直困擾著遊客及經營者，公共遊憩空間中破壞行為對經濟所造成的影響通常是數以億計，例如，陽管處統計台灣陽明山國家公園自1985年成立後，為控制破壞行為，維護自然環境，從1985年一億台幣到1987年已增加五億台幣，顯示維護經費逐年提高（李明宗，1992；張俊彥等人，1995）。而國際上日漸重視環境保護，生態保育的意識逐漸高漲，也漸漸地對自然生態抱持著反省的態度（施志勳，2006）。

由於遊客戶外遊憩的機會增加，在台灣休閒農場的觀光人數近年快速的成長下，遊客在遊憩過程中所造成的不當遊憩行為，都會使遊憩環境品質低落或是造成設施的損毀，並提高大量的維護費用。因而與公部門的公園管理遭遇到相同的問題：遊憩過程中所造成的損害除了公共設施損害、噪音汙染、空氣汙染、土壤汙染、水源汙染，還包含了動植物及其他自然資源的損害、遊客財務及身心的損害、遊憩活動的衝突干擾，甚至違反園區規定等，都是遊客破壞行為造成的影響（張俊彥等人，1995），而不當遊憩行為也可能會讓珍貴而獨特的自然資源被破壞，這不是金錢所能衡量的（李明宗，1992）。其中，與公部門間最大的不同是休閒農場的經營管理是民間私有營運的本質，此為其一，亦即：遊客是休閒農場業者的衣食父母、營業所得來源，不能加以設立法律條文而硬性要求遊客遵守，當遇到遊客不願意配合業者規定時，員工沒有執行法律的權利，因而時常引發衝突糾紛。而若以柔性勸導的同時，效果時常不佳，而終致員工因無法處理而只能無視或自認理虧，不敢有所作為。

回顧過往研究，大多是探討國家公園、鄰里公園、山岳、森林等開放生態環境（鄭雅筠 2007；陳秋伶與侯錦雄，1997），而張俊彥等人(1995)在台中市中山公園進行遊客破壞行為之成因分析之研究中，更提出一個相當完整的架構，包含了顧客特性之外，亦提出破壞行為影響因子包含三項內在動機力量、兩項外在人為因素、三項外在環境因素、三項機會條件和過

度使用之頻度。但以休閒農場的產業特質而言，休閒農場在觀光產業中具有在同一時間與地點、生產與銷售同時發生的特性，是唯一富有三生三態，生活、生產、生態的休憩功能的產業，由於遊客可以在休閒農場中從事的活動甚多，使得遊客遊憩行為與其他場域中的遊客遊憩行為具有差異性，此為其二，因之，休閒農場的遊客不當遊憩行為應該不同於前者。

此外，由於休閒農場場域屬於私有經營管理，具有服務業的特性，而Bitner (2000)的研究中，把服務場景定義為服務經歷、交易或事件所處的直接有形環境和社交環境。其中，服務場景設計包括企業能夠控制的、能夠增強員工和顧客行為以及服務感知的所有客觀因素。服務場景幫助形成顧客的經歷，影響他們對服務的滿意度。以及依據張俊彥等人(1995)文中應用「環境心理學」、「遊憩行為學」、「環境行為學」、「社會行為學」提出甚為完整的「遊客破壞行為發生歷程圖」中，充份的顯示出環境訊息/休閒農場營業場域本身對於遊客的行為影響甚鉅，此為其三。然而，在私營企業的服務場域中，所提供的遊憩商品與服務等環境，如何影響著遊客？以及，休閒農場遊客的不當遊憩行為動機與不當遊憩行為關係為何？

過去文獻以公部門所管理的公共遊憩場域來探討某一類遊客不當遊憩行為，對於私營企業而言，並沒有位階同「國家公園法」、「都市公園管理辦法」、「森林法」般的法律條文罰則，可以約束遊客的不當遊憩行為，因此對於私營業者來說，甚為困擾之外；以及，遊客於休閒農場場域中的遊憩過程中，遊憩行為樣態、不當行為樣態多樣，於現今實證文獻中，除了原有公部門公園中的樣態，並無相關的研究可資參考。而由於環境訊息強烈影響著遊客的行為，基於休閒農場與公部門園區所提供的服務環境甚有差異，皆是與過往實證文獻有所差異之處。此外，了解這些不當行為的成因與管理對策，以及了解遊客的接受程度是重要的（侯錦雄與郭彰仁，1999）。因此，本研究擬探討休閒農場遊客不當遊憩行為動機與不當遊憩行為之關係，以期為休閒農場業者帶來因應策略之參考，並且彌補原有實證之空缺。

貳、文獻探討

一、休閒農場產業特性

我國休閒農業由於農業資源多樣化發展，自民國 60 年代發展至今，一直呈現多元化的發展型態。民國 79 年之後，農委會成立「發展休閒農業計畫」，透過將果園、農場於農閒或假日開放給一般社會大眾參與的方式，休閒農場成為民眾假日的重要遊憩場域。由於休閒農場面積及範圍較廣，所提供的活動及設施的項目種類繁多，在農業活動類型方面，有採果、釣魚（溪流或池塘可提供此活動）、飼養動物、農事操作（如田圃出租可提供此活動）、農產品製造展售；遊憩設施種類有步道、滑草場、KTV、體能訓練場、童玩公園（包括烤地瓜、踩水車、滾鐵環、放風箏、踢毽子等）；餐飲設施有餐廳、販賣部、烤肉區；在自然景觀方面有森林、山岳、溪流湖泊、草原（由牧場提供）。顯示休閒農場的產業服務具有高度綜合性與複雜性，有別於其他公部門及相關觀光產業。而為了加速引導休閒農場朝向「服務品質化」與「農場品牌化」的目標邁進，台灣休閒農業學會與行政院農業委員會合作推動「提升休閒農場服務品質方案」，於 2010 年開始推動「休閒農場服務認證制度」，目前有 39 家通過休閒農場服務品質認證。內容涵蓋「內部管理」與「外部服務」兩大範疇，藉由服務品質認證來發掘服務缺失，透過專家輔導、職能訓練、標竿學習等制度來協助改善；對於取得認證之休閒農場，協助其建立自有的文化品味，透過目標市場行銷與新興市場開發來擴大市場規模，推薦給消費大眾（游文宏，2018）。四十多年以來，此種農業結合觀光的新興事業家數快速成長，過程中，由於休閒農場的高度綜合性與複雜性，遭逢許多發展上的問題：例如，法令規章問題、大眾對休閒農業之認知不足，以及理念共識尚未完全建立…等等問題，使得休閒農場經營管理上仍有非常多的問題尚待克服。其中，如何維持良好的遊憩品質，除了硬體設施、軟體服務之外，身為主角的遊客其實扮演著很重要的角色。

二、不當遊憩行為動機與行為相關文獻

過去學者探討不當遊憩行為定義略有不同，較常引用變數包含不當行

為、破壞行為、違序行為等，且國內許多學者探討不當遊憩行為時，定義相當的廣泛而且認定的標準皆不同（侯錦雄與郭彰仁，1998）。此外，「不當行為」(inappropriate behavior)，在犯罪學領域上稱為「違序行為」(disorder behavior)指使用者對環境或是管理上產生危害與干擾的行為（吳宜玲與林俊全，2010）。而Clark *et al.* (1971)所定義的不當行為，則是指遊客在從事遊憩活動時，所產生任何對社會環境或實質環境有所傷害的行為皆稱之（例如：製造噪音、騷擾其他遊客、違反管理單位訂定之規則、毀損軟硬體設施及等…皆屬不當行為）。鄭雅筠(2007)將不當行為分為破壞行為與違規行為兩種，若在環境中造成實質傷害且留下痕跡的行為，稱為「破壞行為」，例如：亂丟垃圾、環境刻痕等；而違規行為則單指遊客違反管理規章為認定依據，因此不當行為包括了破壞行為與違反規範行為。

而包志超(2013)提出「破窗理論」所述說的是微小的失序行為，或是犯罪。依據Wilson & Kelling (1982)註解，「破窗」是一種低層次犯罪、破壞行為的嘗喻；其意指殘破將傳遞「此無人關心」的訊息，使潛在的破壞者認為對此加以破壞也不會有人追究責任而著手更多且更嚴重的犯罪與野蠻行為（張樑治與宋秉明，2003）。因此，修復破窗應可避免一些因環境暗示所造成的破壞(Colson & Pearcey, 1997)。

不當遊憩行為的發生除了遊客自身條件及內在動機外，還受到外在人為及環境因素的影響（張俊彥等人，1995; 鄭雅筠，2007; 黃禹靖，2018），人們是否遵守規範而不至發生破壞行為至少有三個理由：(1)經由社會化學習過程，許多人內定規範，成為個人價值觀，以判斷個人本身之行為道德(2)人類會有利他行為，導因有強烈討好他人的傾向，以表明自己與參考團體所表現的幫助行為的認同，以滿足人際關係的維持(3)人們順從規範，為了得到可能的獎賞或避免可能的懲罰（黃茂容，1991; 張俊彥等人，1995）。並眾多學者提出過去破壞行為被視為是一種消極行為的明顯範圍，從偶發性瑣碎性的事件到真實性犯罪行動，包含了(1)個人活動或群體行為而導致物品毀壞與損失(2)在設備、設施或區域範圍內之影響與結果(3)一種反覆發生的型式，經常是不需要的且造成遊憩區的損失(Christiansen, 1983)。

人類的行為是由複雜的生理、心理因素與外在情境交互作用後所產生的結果，個人對環境的情感會影響個人的知覺，當遊客處於不當遊憩行為

的破壞環境時，情緒上會產生憤怒、難過。除了造成景觀的破壞、對遊憩環境造成衝擊外，更會降低遊客的遊憩體驗，進而影響到遊憩資源的長期使用與維護（楊文燦與陳仁光，1998）不同的動機，使人類的行為產生變動，不同環境與社會中的個體，其對需求有著不同的慾望（賴福瑞，2005）。嚴春華(1989)提出環境本身有提供暗示去影響人類行為，這些暗示會刺激或鼓勵人們某些抑制情感行為的釋放，被認為這樣的不當遊憩行為動機在此遊憩環境中是可被接受的。不當實質環境之規劃設計可能造成誤導、暗示、激發遊客不當行為，而不當之經營管理也將會導致遊客不當的行為，此包括經營管理的限制（服務品質不好、缺乏資訊的提供）、法規不明確、破壞信號的釋放（環境本身提供暗示，對社會所禁止的行為之鬆懈，而產生偏差之行為）等，將導致遊客對環境的無知及不滿而衍生出不當的遊憩行為（陳秋伶與侯錦雄，1997）。行為可能來自於不當設計、糟糕環境或是使用者本身的習慣（黃郁蓉，2011）。Lin *et al.* (2018)的實證發現，環境意識和過去的行為可以用來解釋旅遊破壞行為，Esfandiar *et al.* (2020)亦提出環境倫理觀中的一般後果意識與社會規範也可以影響遊客不當行為，Esfandiar *et al.* (2021)則發現人們的自我規範能力是重要的成因。其中。黃禹靖(2018)將過往文獻分類，得出內部因素（有意的、無意的、無知的、責任忽略的與身份認同的不當行為）五種與外部因素（環境暗示、設施規劃不當—不符遊客需求、不合理要求、功能性誤解，法規限制、管制與監控—自然監控、四周環境監控）四種影響遊客的不當行為。陳昭明(1981)將外在因素（經濟發展、所得、人口、通訊等），加上中間因素（休閒費用、時間、偏好、各遊憩區之競爭、限制條件等），以及遊憩區本身因素（規模、特質、設施服務等），共分為三大影響遊憩行為因素。于慧慧等人(1989)將影響遊憩行為因素分為個人基本特性因素（性別、年齡、收入、教育程度、職業、家庭狀況、交通工具），遊憩特性因素（人格特質、動機、經驗），以及環境因素（社會經濟水準與安定性、整體文化價值觀之型態、大眾傳播媒體的誘導、遊憩實質環境、生活實質環境。在遊憩歷程中，為追求旅遊目標與需求的滿足，個人動機往往會影響其遊憩行為（賴美蓉與王偉哲，1999）。遊憩動機的產生取決於一個人對於遊憩目標或地點的認同，而在遊憩過程中遊客因自身的內在反應及為了滿足某種遊憩需求，例如：員工

服務態度不佳憤而破壞公物、受到同儕的鼓舞，而發展出一種驅力，進而轉化成為實際遊憩行為。而依據 Bitner 的服務場景模式，可知「破窗理論」解釋了遊客「知覺服務場景」與「遊客反應」這一段的理論連結。

三、Bitner 的服務場景模式(servicescapes model)理論

自從 Bitner (1992)提出服務場景模型之後，非常多的實證應用該理論模型來解釋服務場景對消費者的影響，並發展出許多不同影響因子，擴充了原本 Bitner 所提出的原有理論。剔除掉非相關的文獻，以觀光產業而言，五年內應用 Bitner 的服務場景模式理論的文獻，有 2,250 多篇以上。其中，近 2/3 應用在酒吧、餐旅館業(Sthapit *et al.*, 2019; Kaminakis *et al.*, 2019; Li, 2021)，近 1/3 在航空、郵輪(Lyu *et al.*, 2017)、旅遊、溫泉產業(Buxton & Michopoulou, 2021)、宗教旅遊(Hung Lee *et al.*, 2020; Althothali *et al.*, 2021)、影視旅遊(Lundberg & Lindström, 2020)、博物館(Castellani *et al.*, 2019)、運動競技、藝品店、購物中心(Yalinay *et al.*, 2018)、醫療旅遊(Loureiro, 2017; Song *et al.*, 2020)、節慶管理(Lee *et al.*, 2019)、會展產業、觀光教育、觀光資源規劃(Margaryan, 2018)等。在休閒遊憩產業方面，Zheng *et al.* (2021)應用主題樂園遊客的人際交流影響，以服務場景模型為基礎，發現以社交服務場景導向的角度（即對其他顧客的相似性，外觀和行為的感知）而言，可以影響主題樂園遊客的情感狀態和體驗。Peng *et al.* (2020)則應用服務場景模式確認休閒度假村遊客的服務場景滿意度和對消費行為意願的影響。Chan *et al.* (2019)發現審美和娛樂體驗在創造顧客的整體體驗中，具有至關重要的作用，並且對度假村中顧客的情感、滿意度和行為意圖產生了最大的影響。Oviedo-García *et al.* (2019)則應用服務場景模式確認生態保護區遊客的遊憩滿意度。

而以實證研究的比例而言，顯示在休閒遊憩方面，服務場景模式尚有值得加以探討的空間。在休閒農場場域中，遊客會在被服務的過程中持續的與實體環境互動，依據 Bitner (1992)提出的服務場景的定義：「人們在從事服務行為時，所建構的環境就是服務場景」，並可分成周遭環境、空間／功能與標誌／裝飾三個構面。許多實證提及服務場景對於影響顧客消費經驗而言，扮演關鍵性角色(Bitner, 1992; Baker *et al.*, 1994; Wakefield & Blodgett, 1994; Wakefield & Barnes, 1996; 陳寬裕等人，2011; 胡凱傑等人，2013)。本研究

參考 Bitner (1992) 的研究中服務場景模式理論發展而成，如下圖中，可以說明當遊客進入休閒農場後，知覺到服務場景中的實體環境後，可能觸發遊客產生對農場環境的維護、或違反環境或其他行為之動機，此階段與「破窗理論」同。繼而產生遊客心理上的反應，之後，展現於遊客的對農場環境的維護、或違反環境或其他行為之作為。

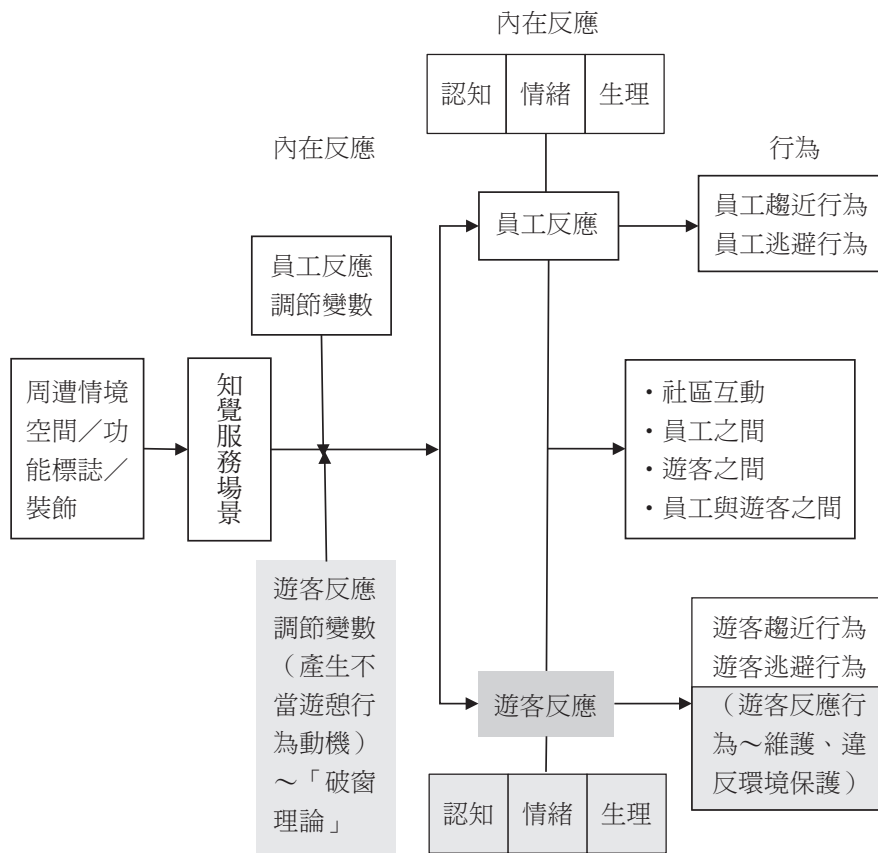


圖 1 Bitner 服務場景模式之應用

動機是一種促使人們採取某種行動，以滿足某種內在需求的力量（劉翠華與李銘輝，2008）。顏家芝(1990)因為人類的需求，來自於不同的動機，動機使人類的行為產生變動，不同環境與社會中的個體，其對需求有著不同的慾望，透過慾望來獲得滿足。Christiansen (1983)認為個人在不同的原因之下，個人的遊憩動機、決策、實踐參與到遊憩行為產生的階段過程，

乃是「投入」與「產出」之過程，若其行為造成其他遊憩者不愉悅的遊憩體驗，則為負面的遊憩行為（陳昭明，1981）。而在社會心理學上，將影響人類行為的因素分為內、外部因素，舉例而言，不當遊憩行為動機在內部因素中的「好奇」動機裡產生了對吸引性事物的好奇感及渴望致無法抗拒誘惑。遊憩區被不當遊憩行為動機的影響下，造成無計可量且不易還原與修復，而影響了以下幾個方面：(1)環境品質的危害-不論是景觀資源或公共設施皆會受損；(2)遊憩體驗的降低；(3)遊客安全的影響-遊憩區的設施損壞造成遊客使用上的不便與危害，甚至讓遊客對遊憩區的安全與價值觀改變；(4)財務支出的負擔-經營管理人力、時間及經費上龐大的支出（張俊彥等人，1995）。因此，遊客的不當遊憩行為動機能使遊客遊憩體驗降低，亦使得遊客的「認知、情緒與生理」反應負向，並將可能影響遊客產生不當遊憩行為，使得環境破壞對經營管理者造成無可數計的損害。綜合以上文獻，本研究提出假設：遊客不當遊憩行為的動機會顯著影響其不當遊憩行為。

參、研究方法

根據農委會的網站資料，已有 340 家成功取得許可登記證，並且有 39 家通過休閒農場服務品質認證。本研究根據合法性、規模、遊憩功能完整程度、縣市分佈、知名度等，選取 20 家取得休閒農場服務品質認證、以及經電話事前連繫後，有意願參與本研究之休閒農場的休閒農場遊客作為研究對象。

本研究第一部分為不當遊憩行為動機，運用張俊彥等人(1995)研究方法中的遊客破壞行為影響因子架構，採廣義的「動機」作為本研究之操作型定義，以及含括個人內在動機力量與外在環境條件二因素。問卷題項依照休閒農場場域作語意上的修訂並附於文後附錄一。因此，本研究經探索性因素分析後，得出不當遊憩行為動機有以下四個因素，業者規範不明確性、被受他人影響性、蓄意性、誘惑性。

第二部分不當遊憩行為，本研究的題項主要有以下二個來源：第一，以「國家公園法」、「都市公園管理辦法」、「森林法」作為題項主要來源，以法律有明文規定為「不當」的行為，屬於「休閒農場不當遊憩行為」

的第一種類別。由於休閒農場其中一部分的「生態」遊憩功能與公有公園相近，因此以原有法律要求作為不當遊憩行為的規範。第二，休閒農場其中一部分的「生活」、「生產」遊憩功能有別於公有公園，此部分以結構性問卷發放給 20 家休閒農場經營者，由經營者依照在其經營的休閒農場場域之中，曾經發生過哪些遊客不當遊憩行為樣態來作回答，以區別原公有公園中的遊客不當遊憩行為，所得結果以作為建立休閒農場不當遊憩行為量表、未來發放予遊客填答之問卷基礎。

本研究正式遊客問卷之發放總計 600 份。回收之問卷為 540 份，問卷回收率為 82.7%，有效問卷為 347 份，問卷有效率 64.2%。本研究採用 SPSS (Statistical Package for the Social Science) 軟體，分析方法包括信度、效度分析、敘述性統計、相關分析、迴歸分析、變異數分析(ANOVA)。

肆、實證資料分析

本研究首先以探索性因素分析，找出休閒農場遊客不當遊憩行為的動機與行為樣態為何？並給予因素命名。以下說明受訪對象基本資料、問卷信、效度與因素命名說明。

一、基本資料分析

受訪者以女性居多，佔 60.5%；以 20~29 歲之受訪者為最多，佔 32.3%；大學畢業者最多，佔 43.5%；婚姻狀況以未婚者較多，佔 47%；居住地區以北區（苗栗以北），佔 37.8%；現任工作以學生為最多，佔 29.1%，次高為銷售服務職，佔 18.2%；現任職務以基層員工為最高、其他為第二，分別佔 41.8%、33.1%，每月薪資則為 19,999 元以下最高、次高則是 20,000-29,999 元，佔 30.5%、23.1%。

二、問卷信度與效度分析

本研究在進行不當遊憩行為動機屬性共同因素萃取之前，先以 Kaiser (1974) 所提出的抽樣適合性衡量方法檢定本研究之資料是否適合進行因素分析，以達到減少屬性而易解釋的目的。因素分析轉軸方法乃採用直接轉軸之最大變異法(Varimax)，當 KMO 值越大時（越接近 1），表示變項間的共同

因素愈多，愈適合進行因素分析，如果 KMO 的值小於 0.5 時，較不宜進行因素分析，進行因素分析之普通的準則至少在 0.60 以上，此處的 KMO 值為 0.94，表示變項間有共同因素存在，變項適合進行因素分析。而不當遊憩行為動機，經由因素分析縮減題項，原 34 題中，經第一次刪除第 6,7,15,19,28,29 題、第二次刪除第 17,24 題、第三次刪除第 16,34 題之後，KMO 值係數為 0.936，表示變項間有共同因素存在。

經探索性因素分析後，特徵值大於一的因素共有四個，由高到低依次分別命名為業者規範不明確性 5.872、被受他人影響性 4.746、蓄意性 3.628、誘惑性 2.927，其解釋變異量分別為 24.465%、19.775%、15.117%、12.197%，累積的解釋變異量為 71.554%。

表 1 遊客不當遊憩行為動機因素分析摘要表

題 項	解釋變異量	累積解釋變異量	Component (抽取的因素)				
			因素 1	因素 2	因素 3	因素 4	共同性
32.大家都這麼做所以也跟著做	24.47%	24.47%	.815	.234	.153	.195	.780
26.反正也這樣了，做了應該無妨			.788	.311	.198	.035	.758
25.都這麼亂了，多我一個不算多			.784	.264	.202	.043	.727
27.休閒農場內的情況似乎暗示它是可以做的			.779	.218	.212	.232	.753
31.因為在休閒農場內它似乎是受到許可的			.760	.269	.122	.271	.738
33.反正經營管理單位也不管			.758	.234	.163	.180	.688
30.法律根本沒說他是錯的			.745	.336	.126	.157	.709
18.因為休閒農場內的規定根本是不合理的			.589	.169	.277	.324	.557
20.為何要遵守這種妨礙我的規定			.511	.266	.331	.274	.517
12.受到周遭親友的影響	19.78%	44.24%	.255	.770	.208	.268	.773
11.為了表現出合群的態度			.276	.756	.250	.246	.771
13.因為遇到太多遊客團體，感覺到擁擠、不舒服而產生			.225	.725	.233	.255	.695

9.精神不佳意識薄弱造成的			.278	.706	.308	.095	.679
14.垃圾桶離活動地點太遠，要丟的話很麻煩			.350	.685	.211	.144	.657
10.因為朋友都這麼做只好也跟著做			.379	.680	.272	.132	.697
08.喝醉酒才會有此行為			.317	.666	.248	.062	.610
1.為了表現對家庭、社會或其他事件的不滿情緒	15.12%	59.36%	.182	.207	.811	.152	.758
2.因為太無聊了無事可做			.230	.135	.789	.142	.713
3.想知道做了不當行為後會有何結果			.226	.287	.734	.128	.688
5.應該是為了某種目的或訴求理念			.101	.371	.679	.146	.631
4.想從中獲得財務或其他利益			.288	.401	.663	.074	.689
22.因為有東西吸引我	12.2%	71.55%	.199	.206	.135	.888	.889
21.因為休閒農場內有太多新奇好玩的事物			.223	.239	.177	.847	.856
23.有想知道的事物在誘惑我			.309	.186	.179	.825	.842
特徵值			5.87	4.75	3.63	2.93	

(一) 因素一：業者規範不明確性

依據 9 項題意顯示，遊客沒有察覺休閒農場是否有相關的管理規則存在，若他們知道的話，他們將會遵從(Gramann & Stoep, 1987; Meyer, 1994)，而此類的破壞行為在某種狀態下已成為一種受到大家默認的、可接受的、已建立的、已許可的、常態化的或儀式性的偏差行為(Christiansen, 1983) (張俊彥等人, 1995)。此乃解釋力最強之因素，可解釋變異量為 24.47%。依 9 題問項屬性之特性，命名為「業者規範不明確性」因素。

(二) 因素二：被受他人影響性

依據 7 項題意顯示，此原因所造成的不當行為，乃因重要的參考團體影響所引起，也可能因具權威性領導者或是好友(Gramann & Stoep, 1987; Roggenbuck, 1992; Meyer, 1994) (張俊彥等人, 1995)、陌生人的影響，進而導致從眾的不當的行為的產生。解釋變異量 19.78%。依 7 題問項屬性之特性，命名為「被受他人影響性」因素。

(三) 因素三：蓄意性

依據 5 項題意顯示，在休閒農場服務場景中，即便遊客已完全察覺到此行為是錯誤的，與資源保護的目的是相衝突的，遊客確仍然持續著(Gramann & Stoep, 1987; Roggenbuck, 1992) (張俊彥等人, 1995)。解釋變異量 15.12%。依 5 題問項屬性之特性，命名為「蓄意性」因素。

(四) 因素四：誘惑性

依據 3 項題意顯示，在休閒農場服務場景中，當實體環境可能存在著刺激著遊客行為產生偏差的傾向時，且由於遊客對吸引力事物的好奇、渴望致無法抗拒誘惑，而致產生了不當行為 (張俊彥等人, 1995)。解釋變異量 12.2%。依 3 題問項屬性之特性，命名為「誘惑性」因素。

不當遊憩行為動機信度分析方面：Cronbach's α 值係數為 0.97，四個構面業者規範不明確性、被受他人影響性、蓄意性、誘惑性分別為 0.94、0.93、0.88、0.93，而 Cronbach's α 值係數皆大於或幾近於 0.90，表示屬十分可信的範圍，模式具有穩定性。

不當遊憩行為部分，本研究首先依據「國家公園法」、「都市公園管理辦法」、「森林法」作為題項主要來源。而回顧過去 McCool *et al.* (1984)、Robert (2010) 的研究中，將遊客不當遊憩行為屬性，分為「環境設備」、「資訊服務」、「活動體驗」、「自然環境類別」。本研究結果經由因素分析縮減題項，原 28 題中，經第一次刪除第 4,10,13,34 題、第二次刪除第 9 題之後，KMO 值係數為 0.96，表示變項間有共同因素存在。由高到低依次分別命名為以下四個因素：影響休閒活動體驗、破壞自然環境、影響環境設備維護、忽略警示資訊服務，四個因素的特徵值分別為 6.54、5.749、5.008、2.707，其解釋變異量分別為 23.357%、20.531%、17.884%、9.666%，累積的解釋變異量為 71.438%。

表 2 遊客不當遊憩行為因素分析摘要表

題 項	解釋變異量	累積解釋變異量	Component (抽取的因素)				
			因素 1	因素 2	因素 3	因素 4	共同性
22.攜帶未加安全防護措施之寵物或特殊寵物(蛇、變色龍...)	23.36%	23.36%	.777	.334	.049	.161	.724
7.園區內使用禁藥			.731	.238	.120	.150	.691
20.住宿房間內烹飪調食物			.730	.214	.177	.225	.751
23.未經許可販賣物品、出租遊憩器具或為其他之營利行為			.729	.385	.163	.155	.698
18.擅自營火、野炊、夜宿、燃放鞭炮或搭設棚、帳			.713	.277	.279	.289	.688
12.在非規定區域燃放煙火			.708	.262	.369	.108	.629
21.在園區內赤身露體			.703	.312	.168	.167	.729
5.攜帶危險物品			.657	.221	.249	.396	.712
15.隨地大小便或其他不檢行為			.607	.287	.396	.281	.674
34.於岩石及標示牌加刻文字或圖形	20.53%	43.89%	.336	.796	.218	.098	.718
33.損毀非動線上之草坪			.358	.771	.166	.072	.783
32.採折花木			.108	.740	.350	.104	.721
29.佔據園區用作私人用途			.396	.713	.116	.244	.686
36.採集標本			.370	.699	.244	.270	.746
35.汙染水質或空氣			.381	.690	.256	.093	.660
37.追捕甲蟲或其他昆蟲、動物			.226	.657	.345	.324	.647
31.不願依服務內容付費	.401	.544	.175	.418	.745		
6.未在規定區域抽煙	17.88%	61.77%	.053	.136	.790	.208	.730
9.設施使用完未歸回原位			.127	.208	.786	.228	.703
4.隨意移動放置桌、椅、箱、櫃或板架等			.139	.155	.772	.335	.755
13.拋棄果皮、紙屑或其他污物			.294	.424	.698	-.171	.739
11.將寵物帶入禁止寵物區			.286	.210	.673	.308	.663
10.亂扔石頭			.383	.346	.663	.074	.693
14.擅自在園內設施或樹木上塗寫、書刻或張貼	.460	.427	.572	.011	.756		

2.在水池或湖泊內游泳、沐浴、洗滌	9.67%	71.44%	.338	.115	.340	.693	.803
24.酗酒或鬥毆滋事			.372	.410	.226	.588	.695
28.非規定區域放風箏			.395	.466	.257	.562	.757
3.在園區曝曬衣物或其他物品			.397	.158	.457	.547	.707
特徵值			6.54	5.75	5.01	2.71	

(一) 因素一：影響休閒活動體驗之不當遊憩行為

依據 9 項題意顯示，此類行為的結果很可能影響遊客本身、以及他人的遊憩體驗，屬於直接且重大之影響。此乃解釋力最強之因素，可解釋變異量為 23.36%。依 9 題問項屬性之特性，命名為「影響休閒活動體驗」因素。

(二) 因素二：破壞自然環境之不當遊憩行為

依據 8 項題意顯示，此類行為大多屬於破壞自然環境、動植物等行為。此乃解釋力第二強之因素，可解釋變異量為 20.53%。依 8 題問項屬性之特性，命名為「破壞自然環境」因素。

(三) 因素三：影響環境設備維護之不當遊憩行為

依據 7 項題意顯示，此類行為大多屬於破壞休閒農場實體環境與設備的行為。此乃解釋力第三強之因素，可解釋變異量為 17.88%。依 7 題問項屬性之特性，命名為「影響環境設備維護」因素。

(四) 因素四：忽略警示資訊服務之不當遊憩行為

依據 4 項題意顯示，此類行為大多屬於忽略休閒農場實體環境中的安全警示與禁制事項的行為。此乃解釋力第四強之因素，可解釋變異量為 9.67%。依 4 題問項屬性之特性，命名為「忽略警示資訊服務」因素。

不當遊憩行為信度分析 Cronbach's α 值係數為 0.963，各構面分別為 0.94、0.94、0.85、0.76，各係數大於 0.70，表示屬十分可信的範圍，模式具有穩定性。

三、遊客自身不當遊憩行為的動機與行為之種類

整體而言，休閒農場遊客不當遊憩行為動機平均值為 2.29，表示休閒農場遊客並沒有強烈的不當遊憩行為動機表現，其中，以「誘惑性動機」分數最高，顯示休閒農場實體服務場景中，對遊客而言有許多事物引誘遊客作出不當的遊憩行為。各構面平均值如下表所示。

表 3 不當遊憩行為動機敘述性統計量

構 面	平均值	標準差
不當遊憩行為動機	2.29	.751
業者規範不明確性	2.23	.839
被受他人影響性	2.23	.894
蓄意性	2.24	.871
誘惑性	2.68	1.056

整體而言，休閒農場遊客不當遊憩行為平均值為 1.32，表示休閒農場遊客並沒有強烈的不當遊憩行為表現，但其中，以「影響環境設備維護不當遊憩行為」分數最高，顯示休閒農場實體服務場景中，遊客容易作出影響服務場景中的實體環境、設備等的不當遊憩行為。各構面平均值如下表所示。

表 4 不當遊憩行為敘述性統計量

構 面	平均值	標準差
不當遊憩行為	1.32	.522
影響休閒活動體驗	1.27	.59
破壞自然環境	1.3	.59
影響環境設備維護	1.43	.596
忽略警示資訊服務	1.26	.49

四、假設檢定

(一) 遊客不當遊憩行為動機與不當遊憩行為之相關分析

遊客不當遊憩行為動機與不當遊憩行為之間的相關係數為 0.336，具有顯著水準($P < 0.05$)，依據下表，二變數各構面間皆有顯著相關。其中以業者規範不明確性動機與影響環境設備維護不當遊憩行為相關係數最大。

表 5 遊客不當遊憩行為動機與遊客不當遊憩行為之 Spearman 相關分析

	影響休閒活動體驗	破壞自然環境	影響環境設備維護	忽略警示資訊服務
業者規範不明確性顯著性	.303** .000	.304** .000	.349** .000	.328** .000
被受他人影響顯著性	.303** .000	.257** .000	.319** .000	.272** .000
蓄意性顯著性	.135* .012	.172** .001	.203** .000	.261** .000
誘惑性顯著性	.124* .021	.165** .002	.127* .018	.163** .002

備註：P<0.1 以『*』表示；P 值<0.05 以『**』表示；P<0.01 時『***』表示。

(二) 遊客自身不當遊憩行為動機會影響遊客自身不當遊憩行為

而依據下表，以各動機構面對行為變數而言，「業者規範不明確性」與「被受他人影響」會正向顯著影響不當遊憩行為，決定係數 R^2 等於.138，表示遊客不當遊憩行為動機各構面對遊客不當遊憩行為有 13.8% 的解釋力。「蓄意性」、「誘惑性」由於 p 值未達顯著性，無法解釋遊客不當遊憩行為。顯示休閒農場的服務場景中，由於沒有像公部門法規一般的強制性規則可以約束遊客、以及遊客容易被參考團體所影響，而做出不當遊憩行為。

但若以各構面觀之，在「影響休閒活動體驗」行為方面，「業者規範不明確性」與「被受他人影響」會正向顯著影響不當遊憩行為，「蓄意性」則是負向顯著影響不當遊憩行為，決定係數 R^2 等於.127，表示遊客不當遊憩行為動機各構面對遊客「影響休閒活動體驗」不當遊憩行為有 12.7% 的解釋力。「誘惑性」由於 p 值未達顯著性，無法解釋遊客「影響休閒活動體驗」不當遊憩行為。顯示休閒農場的服務場景中，由於沒有像公部門法規一般的強制性規則可以約束遊客、以及遊客容易被參考團體所影響，而做出「影響休閒活動體驗」不當遊憩行為。而由於「影響休閒活動體驗」行為多半具有人身安全的疑慮，因此，「蓄意性」動機的強弱在此意外的扮演負向顯著影響的角色，也許是受訪者自填問卷的緣故，促使受訪者為迎合「不能作出違反一般大眾安全要求的行為」之價值觀，因為在填答上有所保留，

此將成為本研究之研究限制，於結論與建議處將再次說明。

在「破壞自然環境」行為方面，僅「業者規範不明確性」會正向顯著影響不當遊憩行為，決定係數 R^2 等於.097，表示此構面對遊客「破壞自然環境」不當遊憩行為有9.7%的解釋力。其他構面由於p值未達顯著性，無法解釋遊客「破壞自然環境」不當遊憩行為。顯示休閒農場的服務場景中，由於沒有像公部門法規一般的強制性規則可以約束遊客，遊客相較於其他動機而言，非常容易做出「破壞自然環境」不當遊憩行為，由此顯示出業者明確規範在維護自然環境的重要性。而由於其他構面並不顯著影響「破壞自然環境」行為，因此，顯示出遊客具有一定的休閒水準，不會被他人影響、蓄意、被誘惑而對自然環境做出不當行為。

在「影響環境設備維護」行為方面，「業者規範不明確性」與「被受他人影響」會正向顯著影響「影響環境設備維護」不當遊憩行為，「誘惑性」則是負向顯著影響不當遊憩行為，決定係數 R^2 等於.145，表示遊客不當遊憩行為動機各構面對遊客「影響環境設備維護」不當遊憩行為有14.5%的解釋力。「蓄意性」由於p值未達顯著性，無法解釋遊客「影響環境設備維護」不當遊憩行為。顯示休閒農場的服務場景中，由於沒有像公部門法規一般的強制性規則可以約束遊客、以及遊客容易被參考團體所影響，而做出「影響環境設備維護」不當遊憩行為。而由於「影響環境設備維護」行為多半在休閒農場中屬於業者會多做宣達的切勿違規要項，因此，「誘惑性」動機的強弱在此意外的扮演負向顯著影響的角色，顯示問卷題項包含「因為有東西吸引我」、「有想知道的事物在誘惑我」、「因為休閒農場內有太多新奇好玩的事物」，對於遊客而言，可能在問卷文字理解上不一定代表著遊客因為受到以上不同情境的誘惑，而產生出相對應的可能的不當行為，因而於統計結果上得到負向顯著影響的結果。

在「忽略警示資訊服務」行為方面，僅「業者規範不明確性」會正向顯著影響不當遊憩行為，決定係數 R^2 等於.117，表示此構面對遊客「忽略警示資訊服務」不當遊憩行為有11.7%的解釋力。其他構面由於p值未達顯著性，無法解釋遊客「忽略警示資訊服務」不當遊憩行為。顯示休閒農場的服務場景中，由於沒有像公部門法規一般的強制性規則可以約束遊客，遊客相較於其他動機而言，非常容易做出「忽略警示資訊服務」不當遊憩行

為，由此顯示出業者的明確規範在警示資訊上的重要性。而由於其他構面並不顯著影響「忽略警示資訊服務」行為，因此，顯示出遊客具有一定的休閒水準，不會被他人影響、蓄意、被誘惑而在有警示資訊訊息的情形下做出不當行為。

表 6 遊客不當遊憩行為動機與不當遊憩行為之迴歸分析

不當遊憩行為動機	不當遊憩行為		影響休閒活動體驗		破壞自然環境		影響環境設備維護		忽略警示資訊服務	
	β	t	β	t	β	t	β	t	β	t
業者規範不明確性	.289	3.867***	.240	3.200***	.257	3.367***	.302	4.054***	.267	3.529***
被受他人影響	.204	2.531***	.285	3.508***	.115	1.393	.210	2.607**	.043	.527
蓄意性	-.076	-1.101	-.154	-2.207**	-.045	-.632	-.056	-.806	.102	1.454
誘惑性	-.075	-1.213	-.090	-1.448	-.017	-.263	-.124	-2.001*	-.050	-.801
F	13.741***		12.481***		9.210***		14.519***		11.373***	
R ²	.138		.127		.097		.145		.117	
Adjusted R ²	.128		.117		.087		.135		.107	

備註：P 值小於 0.1 以「*」表示；P 值小於 0.05 以「**」表示；P 值小於 0.01 時「***」表示。

伍、研究結論與討論

觀光業雖然帶來經濟繁榮，卻常伴隨許多負面的衝擊，例如：遊客不當行為造成生態系統的毀損(Alessa *et al.*, 2003)以及自然資源危害日益嚴重(Gramann & Vander Stoep, 1987)、環境污染、棲息地受害、干擾當地生物、使居民不寧(Ibitayo & Virden, 1996)。遊客不當行為增加許多維護的成本(Bultena, 1972)：例如，加拿大花費森林遊樂預算的十分之一來修復遊客造成的破壞(Ministry of Forests, Lands and Natural Resource Operations, British Columbia, Canada, 2013)，美國則每年花費 115 億美元清除民眾亂丟的垃圾(Keep America Beautiful, 2010)。顯示在遊憩過程中，遊客所帶來的不當行為對遊憩品質與實質環境造成的傷害一直困擾著遊客及經營者(陳昭明, 1985)，根據Freeman(1999)

的「利害關係人理論」，企業的利害關係人包含了股東、員工、供應商、消費者及社區等利益相關者，而企業若要達到永續發展，必須制定一個能夠符合各個利害關係人需求的策略，因此以休閒農場業者的觀點而言，除了提供消費者的核心休閒遊憩利益之外，如何引導消費者一同關心與保護自然環境的永續發展，也是業者必須達成的企業社會責任之一。基於遊客不當遊憩行為對環境與遊客遊憩滿意度會造成影響，企業應該本諸於永續的經營管理，以合適的方式透過環境管理、遊客管理的技巧、解說服務等員工訓練上的管理，教育遊客必須以謹慎的角度及心態來瞭解其對於環境資源中之行為是否合適，並應注意其環境應有的倫理觀。依據本研究之實證結果，本研究之結論與建議如下。

一、在休閒農場場域中，「業者規範不明確性」與「被受他人影響」解釋了大多數的遊客的不當遊憩行為的產生

依據本研究的實證結果發現，由於休閒農場屬於私營企業的關係，在法規上沒有像公部門的國家規章一般能夠加以維護管制，使得業者在管理的權力上無法有公部門般的強制力，減損其經營管理上的功效。在休閒農場裡業者規範不明確的情況下，對於遊客「影響環境設備維護」不當遊憩行為最為明顯，例如，遊客自行隨意移動放置桌、椅、箱、櫃或板架等或是設施使用完未歸回原位等等的發生，皆顯示遊客一時貪圖方便，在沒有明確業者規範下，而造成了在休閒農場服務場景中的混亂、甚至是破壞了原本該地區的環境維護。例如：Kaplan (1983) 及 Samdahl & Christensen (1985) 認為環境訊息會影響不當行為的發生，在遊憩區可能是活動與設施的衝突所引起，設備的缺乏及不正確擺設，甚至各項設施的設計不當而導致不當遊憩行為的發生，遊憩區沒有擺放垃圾桶，所以導致遊客四處亂丟垃圾造成環境髒亂（張俊彥等人，1995）。由於風景區的各項設施設計不當，遊客遊憩過程中發生不當遊憩行為動機，是因為該相關單位的責任忽視而造成環境破壞。而嚴春華(1989)提出環境本身有提供暗示去影響人類行為，這些暗示會刺激或鼓勵人們某些抑制情感行為的釋放，被認為這樣的不當遊憩行為動機在此遊憩環境中是可被接受的。並且有可能在遊憩過程中影響到他人的遊憩行為動機（投入）與遊憩行為（產出）。因此，以休閒農場服

務場景屬於私營環境而言，在管理上所受到限制的條件甚多，建議對於休閒農場內相關規則的訂定是需要更完整周到、且是必須的。

另外，在「被受他人影響」下，遊客「影響休閒活動體驗」不當遊憩行為影響較高，顯示遊客或許因為從眾行為，沒有思考到該行為的前因後果之下，遊客相較於其他動機，比較容易被他人所影響，而產生不當遊憩行為，如同過去文獻（張樑治與宋秉明，2003）發現為了獲得該團體成員的認同或接納，儘管該行為規範與社會規範相違，還是會去作出不當的遊憩行為。而在張俊彥人等(1995)的研究中，提出規劃不當之規範責任忽視及環境暗示是最為影響破壞行為的產生，次為法規的不明顯、同儕地位身分的認同。本研究所得之二原因與之相近。

而值得注意的是，本研究的遊客不當遊憩行為動機與行為平均數偏低，顯示遊客皆具有一定的遊憩水準，並沒有蓄意性的甘冒不安全的風險、或被誘惑而產生不當的遊憩行為，大多起因於「業者規範不明確性」與「被受他人影響」，於此，呼應了多數研究：大多遊客不當行為的產生，源自於遊客對其自我行動及行為的結果缺乏瞭解，因此，不知道何種行為會對環境及資源造成衝擊(Harding *et al.*, 2000；Marion & Reid, 2007)。由於服務場景中，若休閒農場欠缺各項應配合事項、遊憩規則等說明，遊客在遊憩過程中容易發生不當遊憩行為動機與行為，則可歸咎於該業者的責任忽視而造成環境破壞。

二、對休閒農場業者之建議

(一) 業者可以透過增強解說服務策略的方式，納入遊客為其永續經營管理實踐中為重要的角色之一，增加服務場域中積極維護環境與應配合之事項，明確說明方便遊客可以遵行，以降低遊客不當遊憩行為。過去公部門的研究中，大多提出透過遊客行為之管理策略來降低對於環境的衝擊，主要分為直接與間接兩種策略(Hendee *et al.*, 1978；Knopf & Dustin, 1992；Hendricks *et al.*, 1993；Paul *et al.*, 2002)。直接管理策略包含承載量管控、使用量限制、法律強制(Gramann & Stoep, 1987; Swearingen & Johnson, 1988)、罰款(Gramann *et al.*, 1995)與警告威脅(Johnson & Swearingen, 1992)、使用者付費等法律監控(Hendricks *et al.*, 1993)，間接管理策略包含資訊與教育的提供(Gramann

et al., 1992; Johnson & Vande Kamp, 1996; Needham & Rollins, 2009; Manning, 2013), 皆可以達到規範遊客行為的目的, 但部分直接管理的方法仍可能招致更多報復性的不當行為, 或使違規的型態有所轉變(Barker & Bridgeman, 1994), 間接管理的方法亦有可能無法產生管理效果(Heywood, 2002; Heywood & Murdock, 2002)。

根據本研究結果可發現, 休閒農場屬於私營企業, 在公部門才有的管理機制之下, 休閒農場業者普遍面對著「業者規範不明確」的情況, 其中, 對於遊客不當遊憩行為中的「影響環境設備維護」最為明顯。遊客是企業的利害關係人之一, 礙於是休閒農場業者的衣食父母, 業者無法採用公部門的直接管理策略, 但是遊客又高度影響著遊憩環境的品質, 建議休閒農場業者實踐企業永續經營管理的過程中, 必須將遊客納入應接受環境教育的重要成員, 可以透過解說服務清楚地告知遊客環境維護的前因後果影響之重要性, 透過教育及推廣, 能夠有效的降低遊客不當遊憩行為對環境自然的衝擊(Marion & Reid, 2007), 增加遊客的參與感, 提供環境相關資源及資訊, 使遊客能透過認知及態度的轉變, 而改變行為(吳宜玲與林俊全, 2010); 亦即透過體驗的過程、情境的解讀、資訊的讀取, 進而促使遊客建立判斷及行為表現(Tourangeau *et al.*, 2000; Harding *et al.*, 2000; Miller *et al.*, 2001)。並在遊客遊憩過程中多做軟性叮嚀應配合事項, 可以提升遊客配合休閒農場的規範的意願, 以協助遊客主動的對環境表達善意與善舉, 提升原有遊客在企業社會責任中被動的角色為主動的角色, 具體的與企業一起實踐對於環境面上的永續責任。例如, 原友蘭與劉吉川(2012)研究指出如果每個遊憩者都能具備環境意識, 自發性採取對生態環境與他人遊憩體驗產生較低負面影響的遊憩行為, 則能彌補法律規範不足之處, 亦可以加強經營管理的效果。因此, 向遊客傳遞這些守則及規範對於維護自然環境資源之永續經營是非常重要的, 並且讓遊客身體力行, 做到主動學習改善及被動遵守規範, 來加強遊客對於自然環境的知識。透過遊客自身認知及觀念來改善其不當遊憩行為, 運用環境資源的教育, 使遊客積極維護環境資源, 配合導覽教育及體驗課程來使遊客學習環境之重要性, 以改善此現況。當遊客更深刻瞭解環境資源背景、抱持較正面的環境態度及心態, 則會產生較高的環境行為, 因此, 必須使遊客多認同環境, 減少忽略與環境不瞭解,

則有效降低遊客不當遊憩行為。

(二)業者透過人力資源策略的方式，納入員工為其永續經營管理實踐中為重要的角色之一，作為身體力行的標竿、完整傳遞環境永續理念給遊客，降低遊客不當遊憩行為

環境永續經營最重要的要件亦是需要遊客對於自然環境資源有更深入及深刻的瞭解及意涵，並讓遊客能夠主動積極參與、體驗及學習，及主動協助維護周遭環境資源。因此，對於遊客之生態概念更應加強宣導、推動執行及參與，才是環境永續經營的基礎。

休閒農場的經營需要員工具有綜合性的專業知識（例如：自然環境、動植物、人文環境、經營管理、解說服務、人際互動等知識），為建立遊客對於環境永續經營的概念，休閒農場員工必須以身作則，懂得如何設計解說課程與活動，注重產品與服務品質、並於課程中帶領遊客更深入的瞭解環境、與愛護環境。因此，休閒農場員工的教育訓練比其他產業更加具有綜合性與專業性。而依據黃啟瑞等人（2019），提出人力資源的管理（職員培訓）和生產（教育制度）也會影響企業社會責任的表現。也因此業者的經營上，員工是否具有專業訓練是非常重要的。

透過上述兩點，向遊客傳遞這些守則及規範對於維護自然環境資源之永續經營是非常重要的，並且讓遊客身體力行，做到主動學習改善及被動遵守規範，來加強遊客對於自然環境的知識。透過教育及推廣，能夠有效的降低對環境自然的衝擊。如簡雪芳等人(2019)所指出，企業主動站出來扮演推動社會改變的角色，積極鼓勵員工成為社會大眾的榜樣以回饋社會。

三、對未來研究之建議

由於不當遊憩行為動機影響到不當遊憩行為，而涉及到了遊客在遊憩過程中時的遊憩滿意度。因此，其衍生的相關認知、態度，亦可能會影響遊客遊憩的不當行為，包括遊客知覺(Manning, 1999)、遊憩衝擊認知(Farrel *et al.*, 2001)、擁擠認知(Cole, 2001)及遊客群間之接觸(Watson *et al.*, 1998)等；未來研究皆可加以探討是否會影響其他遊客的體驗及滿意度，亦將是休閒農場經營管理上，應如何永續管理上，休閒農場極需要研究的議題。

企業為了因應自然環境永續共存而投入對環境友善的作為，實屬公司

治理，亦屬企業社會責任的一環（柯瓊鳳與馮雅玲，2019）。近年來世界各國紛紛倡導企業社會責任，企業社會責任成為企業、政府及社會一項重要的議題及執行任務，而探討企業如何有效實行社會責任則已成為學術研究之重要議題（簡雪芳等人，2019）。

四、本研究之研究限制

動機屬於個人內在心理歷程，較難直接觀察，而自陳量表是將所欲測量的變數構面編定成許多問題，要受試者依自己的感受、思想、意見或行為，加以反應（朱經明，2000）。雖然有研究建議可以利用皮膚電分析，面部肌肉活動，心率反應，眼球追蹤系統和血管測量等作為量測受訪者的心理想法，但仍侷限於在行銷、廣告和媒體文獻中，觀光相關實證尚無相關研究(Li *et al.*, 2015)。而自陳量表的基本假定為受試者願意且能夠正確地報告自己的感受（朱經明，2000）。此外，觀光場域上尚無實證以上述科技量測受訪者的實際心理狀態的原因可能是基於休閒農場屬於私營企業的考量，多數不願意打擾自己的遊客，或者遊客於從事遊憩活動之時，鮮少有意願接受具侵犯性接觸的量測調查方法受訪，因此，本研究由受測者以自陳量表(self report)填答方式之問卷調查法探討遊客自身不當遊憩行為動機與行為，這種由受試者在測驗題目中，選答最適合描述自己情形的答案工具雖然最常使用，但是受試者在填答時，本研究無法保證其是否坦誠作答，因此，為本研究之限制。

參考文獻

- 于慧慧、孔憲法和施鴻志(1989)，「墾丁國家公園遊客特性及遊憩行為分析」，*戶外遊憩研究*，2(3)，頁 11-27。
- 包志超(2013)，*種族刻板印象對於破窗理論中失序現象知覺的影響*，國立中正大學犯罪防治研究所碩士論文。
- 朱經明，(2000) *國家教育研究院辭書*，<https://pedia.cloud.edu.tw/Entry/Detail/?title=%E8%87%AA%E9%99%B3%E9%87%8F%E8%A1%A8>。
- 李明宗(1992)，「人類的價值取向與環境的關係－兼及其對休閒的意涵」，*戶外遊憩研究*，5(1)，頁 1-18。
- 吳宜玲，林俊全(2010)，「野柳地質公園遊客行為規範守則之研究」，*國立臺灣大學地理環境資源學系地理學報*，60，頁 45-65。
- 胡凱傑、任維廉和黃宇真(2013)，「以服務場景觀點探討公路客運轉運站之服務評估：臺北轉運站為例」，*運輸學刊*，25(1)，頁 111-142。
- 侯錦雄、郭彰仁(1999)，「公園不當行為管理策略之研究-以台中市六座鄰里公園為例」，*觀光研究學報*，5(1)，頁 1-19。
- 施志勳(2006)，*消費者認知對綠色休閒營運績效之影響研究*，大葉大學事業經營研究所碩士論文。
- 柯瓊鳳、馮雅玲(2019)，「企業社會責任、公司治理與環保違規事件之關聯性研究」，*東吳經濟商學學報*，第 99 期，頁 57-90。
- 原友蘭、劉吉川(2012)，「登山者低衝擊行為實務知識之評估研究」，*林業研究季刊*，34(2)，頁 133-150。
- 陳秋伶、侯錦雄(1997)，「台灣山岳不當遊憩行為模式之研究」，*休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集*，中華民國戶外遊憩學會，頁 53-68。
- 陳昭明(1981)，*台灣森林遊樂需求資源經營之調查與分析*，台大森林學系研究報告。
- 陳寬裕，楊明青，林永森，李謀監(2011)，*觀光工廠服務場景、解說服務品質與遊客行為意圖關係之研究*，*戶外遊憩研究* 24(4)，頁 1-28。
- 黃茂容(1991)，「利社會行為理論與自然資源保護：概念的整合」，*戶外遊憩研究*，3(1)：頁 37-41。
- 黃郁蓉(2011)，*公園設施損壞之研究-以嘉義市的公園為例*，南華大學建築與景觀學系環境藝術碩士論文。
- 黃禹靖(2018)，*告示牌對遊客不當行為意向之影響*，中國文化大學觀光事業學系碩士論文。
- 黃啟瑞、陳澤義、張彤、林志斌和林欣美(2019)，「探討影響銀行企業社會責任之因

- 素：以兩岸三地為例」，東吳經濟商學學報，第98期，頁31-66。
- 游文宏(2018)，<http://www.taiwanfarm.org.tw/sqc/index.php/preface-03>.
- 游文宏(2018)，<https://www.taiwan.net.tw/msg.aspx?id=99&r=9420180322201230>.
- 張俊彥、蔡協欣和翁仕堯(1995)，「從環境認知觀點探討遊客破壞行為之成因分析-以台中市中山公園為例」，*戶外遊憩研究*，8(3)，頁67-89。
- 張樑治、宋秉明(2003)，「為什麼遊客會破壞遊憩環境?-統整五套不同理論後的觀點」，*犯罪學期刊*，6(1)，頁283-300。
- 楊文燦，陳仁光(1998)，「遊客垃圾丟棄行為管理成效之研究-以台中市中正露營區為例」，*戶外遊憩研究*，11(2)，頁61-81。
- 賴美蓉、王偉哲(1999)，「遊客對休閒農業之認知與體驗之研究-以苗栗飛牛牧場為例」，*戶外遊憩研究*，12(1)，頁19-40。
- 賴福瑞(2005)，*遊客對休閒農業區之遊憩動機、體驗與滿意度之研究-以金針山休閒農業區為例*，國立屏東科技大學森林系碩士論文。
- 劉翠華、李銘輝(2008)，*觀光心理學*，揚智文化事業股份有限公司。
- 顏家芝(1990)，「旅遊空間演化模式之研究」，*戶外遊憩學會*，6(2)，頁10-11。
- 簡雪芳、楊孟萍與張羽璇(2019)，「企業社會責任與盈餘管理之關聯性研究」，*東吳經濟商學學報*，第99期，頁15-56。
- 鄭雅筠(2007)，*情境因素影響環境態度與破壞行為關係之研究：以陽明山國家公園遊客亂丟垃圾行為為例*，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 嚴春華(1989)，*遊客暨經營管理者對遊客不當行為態度之探討以陽明山國家公園為例*，國立臺灣大學園藝學研究所碩士論文。
- Alessa, L., Bennett, S.M., Kliskey, A.D. (2003), "Effects of knowledge, personal attribution and perception of ecosystem health on depreciative behaviors in the intertidal zone of Pacific Rim National Park and Reserve." *Journal of Environmental Management*, 68(2), pp.207-218.
- Alhothali, G. T., Elgammal, I., & Mavondo, F. T. (2021), "Religious servicescape and intention to revisit: Potential mediators and moderators." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(3), pp. 308-328.
- Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994), "The influence of store environment on quality inferences and store image." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(4), pp.328-339.
- Barker, M., & Bridgeman, C. (1994), *Preventing Vandalism: What Works?* London: Home Office Police Department.
- Bitner, M. J. (1992), "Servicescapes: The impact of physical surrounding on customer and employees." *Journal of Marketing*, 56(2), pp.57-71.
- Bultena, L., (1972), "Deviant behavior in Sweden: a sociological examination of a modern welfare sta-

- te.” *Social Forces*, 51(1), pp.122-123.
- Buxton, L., & Michopoulou, E. (2021), “Value Co-Creation and Co-Destruction: Considerations of Spa Servicescapes.” *Tourism Planning & Development*, pp.1-16. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1873837>.
- Castellani, P., Conti, E., Rossato, C., & Vesci, M. (2019), Applying the “Servicescape Theory” to the Museums: First Evidence from Italy. International Conference: Proceedings; Thessaloniki, Greece.
- Chan, S. H. J., Wan, Y. K. P., & Tam, U. T. Z. (2019), “Tourists’ Description of their Experiences of the Servicescape of Integrated Resorts: The Case of Macau.” *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, pp.1-34.
- Christiansen, M. L. (1983), *Vandalism Control Management for Park and Area*, PA: Venture Publishing, Inc.
- Clark, R. N.,Hendee, J. C.,Campbell, F. L.(1971), *Depreciative behavior in forest campgrounds: An exploratory study*. Portland, Or.: USDA.
- Cole, D. N. (2001), Use density and wilderness experiences: a historical review of relevant research. In: Freimund, Wayne A.; Cole, David N., comps. 2001. Density use and wilderness experiences: proceedings; 2000 June 1-3; Missoula, MT. Proceeding RMRS-P-20. Ogden, UT: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Rocky Mountain Research Station: pp.11-20.
- Colson, C. &Pearcey, N. (1997), “Cleanliness is next to crimelessness.” *Christianity Today*, 41(1), pp. 80.
- Esfandiar, K., Dowling, R., Pearce, J., & Goh, E. (2020), “Personal norms and the adoption of pro-environmental binning behaviour in national parks: An integrated structural model approach.” *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), pp.10-32.
- Esfandiar, K., Dowling, R., Pearce, J., & Goh, E. (2021), “What a load of rubbish! The efficacy of theory of planned behaviour and norm activation model in predicting visitors’ binning behaviour in national parks.” *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, pp.304-315.
- Farrell, F., Hall, T. E., & White, D. D. (2001), “Wilderness campers’ perception and evaluation of campsite impact.” *Journal of Leisure Research*, 33(3), pp.229-250.
- Freeman, R. E. (1999), “ Divergent stakeholder theory.” *Academy of Management Review*, 24(2), pp. 233-236.
- Gramann, J. H., Bonifield, R. L., & Kim, Y. G. (1995), “Effect of personality and situational factors on intentions to obey rules in outdoor recreation areas.” *Journal of Leisure Research*, 27(4), pp. 326-343.
- Gramann, J. H., Christensen, H. H., & Vander Stoep, G. A. (1992), “Indirect management to protect cultural and natural resources: research, ethics, and social policy.” *Vandalism: Research, preven-*

- tion and social policy, pp.251-264.
- Gramann, J. H. & Vander Stoep, G. A.(1987), "Prosocial behavior theory and natural resource protection: A conceptual synthesis." *Journal of Environmental Management*, 24, pp.247-257.
- Harding, J. A., Borrie, W. T., & Cold, D. N. (2000), Factors that limit compliance with low-impact recommendations. In: Cole, David N.; McCool, Stephen F.; Borrie, William T.; O'Loughlin, Jennifer, comps. 2000. Wilderness science in a time of change conference—Volume 4: Wilderness visitors, experiences, and visitor management; 1999 May 23-27; Missoula, MT. Proceedings RMRS-P-15-VOL-4. Ogden, UT: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Rocky Mountain Research Station: pp.198-202.
- Hendee, J. C., Stankey, G. H., Lucas, R. C.(1978), Wilderness management. Washington, D. C:USDA Forest Service Miscellaneous Publication.
- Hendricks, B., E. J. Ruddell, & C. Bullis (1993), "Direct and indirect park and recreation resource management decision making: A conceptual approach." *Journal of Park and Recreation Administration*, 11(2), pp.28-39.
- Heywood, J. L. (2002), "The cognitive and emotional components of behavior norms in outdoor recreation." *Leisure Sciences*, 24(3-4), pp.271-281.
- Heywood, J. L., & Murdock, W. E. (2002), "Social norms in outdoor recreation: Searching for the behavior-condition link." *Leisure Sciences*, 24(3), pp.283-295.
- Hung Lee, T., Jan, F.-H., & Lin, Y. H. (2020), "How Authentic Experience Affects Traditional Religious Tourism Development: Evidence from the Dajia Mazu Pilgrimage, Taiwan." *Journal of Travel Research*.
- Ibitayo & Virden, R. J., (1996), "Visitor and manager perceptions of depreciative behaviours in urban park settings." *Journal of Park and Recreation Administration*, 14 (4), pp.36-51.
- Johnson, D. R., & Swearingen, T. C. (1992), The effectiveness of selected trailside sign texts in deterring off-trail hiking at Paradise Meadow, Mount Ranier National Park. In Christensen, H. H., D. R. Johnson, & M. H. Brookes (Eds.). *Vandalism: Research, Prevention, and Social Policy*. U. S. Department of Agriculture, Forest Service, General Technical Report PNW-GTR-293, pp.103-119.
- Johnson, D. R., & Vande Kamp, M. E. (1996), "Extent and control of resource damage due to noncompliant visitor behavior: A case study from the U.S. national parks." *Natural Areas Journal*, 16(2), pp.134-141.
- Kaminakis, K., Karantinou, K., Koritos, C., & Gounaris, S. (2019), "Hospitality servicescape effects on customer-employee interactions: A multilevel study." *Tourism Management*, 72, pp.130-144.
- Kaplan, S. (1983), "A model of person environment compatibility." *Environment and Behavior*, 15(3), pp.311-332.
-
-

- Kaiser, H. F. (1974), An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, pp.31-36.
- Keep America Beautiful (2010), Litter in America: Results from the nation's largest litter study. Retrieved September 16, 2014, from http://www.kab.org/site/DocServer/LitterFactSheet_COSTS.pdf?docID=5183.
- Knopf, R. C., & D. L. Dustin (1992), A multidisciplinary model for managing vandalism and depreciative behaviour in recreation setting. In *Influencing human behaviour: Theory and application in recreation, tourism and national resources management*, ed. J. M. Michael, 209-62. Champaign, Ill.: Sagamore.
- Lee, T. H., Fu, C.-J., & Tsai, L.-F. (2019), "How servicescape and service experience affect loyalty: Evidence from attendees at the Taipei International Travel Fair." *Journal of Convention & Event Tourism*, 20(5), pp.398-420.
- Li, S. (2021), "Linking servicescape and customer engagement: An investigation in the hotel context." *International Journal of Hospitality Management*, 94, pp.102880.
- Li, Shanshi, Scottb, N. and Walters Ga. (2015), "Current and potential methods for measuring emotion in tourism experiences: a review." *Current Issues in Tourism*, 18(9), pp.805-827.
- Lin, M. S., Yu, H., Zeng, Y. F., Xiao, X. N., & Wang, K. Y. (2018), "A study on the influence mechanism of vandalism intention of outbound tourists based on extended theory of planned behavior model." *Applied Ecology and Environmental Research*, 16(5), pp.5955-5969.
- Loureiro, S. M. C. (2017), "Medical tourists' emotional and cognitive response to credibility and Servicescape." *Current Issues in Tourism*, 20(15), pp.1633-1652.
- Lundberg, C., & Lindström, K. N. (2020), "Sustainable Management of Popular Culture Tourism Destinations: A Critical Evaluation of the Twilight Saga Servicescapes." *Sustainability*, 12(12), p. 5177.
- Lyu, J., Hu, L., Hung, K., & Mao, Z. (2017), "Assessing servicescape of cruise tourism: The perception of Chinese tourists." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(10), pp. 2556-2572.
- Manning, R.E. (1999), *Studies in outdoor recreation : Search and research for satisfaction.*(2nd edition) Corvallis, OR: Oregon State University Press.
- Manning, R. E. (2013). *Parks and Carrying Capacity: Commons Without Tragedy*. Washington, D.C.: Island Press.
- Margaryan, L. (2018), "Nature as a commercial setting: The case of nature-based tourism providers in Sweden." *Current Issues in Tourism*, 21(16), pp.1893-1911.
- Marion, J. L. & Reid, S. E. (2007), "Minimizing visitor impacts to protected areas: the efficacy of low impact education programmes." *Journal of Sustainable Tourism*, 15(1), pp.5-27.

- McCool, S.F., Stankey and R.N. Clark (1984), "Choosing recreation setting: process ,finding, and research directions." In USDA Forest Service GTR INT-184, pp.1-8.
- Meyer, J., A. (1994), *Comprehensive Introduction to Management*. Sagamore Publish, Inc., pp.327-359.
- Miller, D. W., Hadjimarcou, J., & Miciak, A. (2001), "A scale for measuring advertisement-evoked mental imagery." *Journal of Marketing Communications*, 6(1), pp.1-20.
- Ministry of Forests, Lands and Natural Resource Operations, British Columbia, Canada. (2013). Forest Vandalism[Online]. Available: <http://www.for.gov.bc.ca/ftp/dpg/external/publish/web/Recreation/recreation.htm>[2018 November, 11].
- Needham, M. D., & Rollins, R. (2009), Social science, conservation, and protected areas theory. In P. Dearden, & R. Rollins (Eds.), *Parks and protected areas in Canada: Planning and management* (3rd ed.). (pp. 135e168) Don Mills, ON: Oxford University Press.
- Oviedo-García, M. Á., Vega-Vázquez, M., Castellanos-Verdugo, M., & Orgaz-Aguiera, F. (2019), "Tourism in protected areas and the impact of servicescape on tourist satisfaction, key in sustainability." *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, pp.74-83.
- Paul, F. J. E., F. M. Stephen, and D. H. Christopher (2002), *Sustainable tourism in protected area guidelines for planning and management*. Cambridge, U. K.: IUCN-The World Conservation Union.
- Peng, Y., Wang, E. Y., & Lam, D. (2020), "Build It and They Will Come? The Impact of Servicescape on Chinese Millennials' Satisfaction and Behavioral Intentions toward Integrated Resorts." *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, pp.1-23.
- Robert Snape, Helen Pussard (2010), *Recording leisure lives*. Leisure Studies Association.
- Roggenbuck, J. W. (1992) Use of Persuasion to Reduce Resource Impacts and Visitor Conflicts. pp. 149-152. In Manfredo, MJ (ed.) *Influencing human behavior: Theory and application*. Segamore, Champaign.
- Samdahl, D. M., & Christensen, H. H. (1985), "Environmental cues and vandalism: An exploratory study of picnic table carving." *Environment and Behavior*, 17(4), pp.445-458.
- Song, S., Suess, C., Mody, M. A., & Dogru, T. (2020), "Comparing the influence of substantive and communicative servicescape on healthcare traveler emotions: The moderating effect of accommodation type and interior design style." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(1), pp.1-26.
- Sthapit, E., Coudounaris, D. N., & Björk, P. (2019), "Extending the memorable tourism experience construct: An investigation of memories of local food experiences. " *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(4-5), pp.333-353.
- Swearingen, T. C., & Johnson, D. R. (1988), *An analysis of off-trail hiking in response to selected social control techniques at Paradise Meadows, Mount Rainier National Park Unpublished report*. Settle,

- WA: National Park Service, Cooperative Park Studies Unit, University of Washington, College of Forest Resources.
- Tourangeau, R., L. J. Rips, and K. Rasinski (2000), *The Psychology of Survey Response*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Wakefield, K. L., & Barnes, J. A. (1996), "Retailing hedonic consumption: a model of sales promotion of a leisure service." *Journal of Retailing*, 72(4), pp.409-427,
- Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1994), "The importance of servicescapes in leisure service setting." *Journal of Services Marketing*, 8(3), pp.66-76.
- Watson, A. E., Cronn, R., & Christensen, N. A. (1998), *Managing inter-group encounters in wilderness*. Res. Pap. RMRS-RP-14. Fort Collins, CO: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Rocky Mountain Research Station. 19.
- Wilson, J. Q. & Kelling, G. L. (1982), "Police and Neighborhood Safety: Broken windows." *Atlantic Monthly*, 249, pp.29-38.
- Yalinay, O., Baxter, I. W. F., Collinson, E., Curran, R., Gannon, M. J., Lochrie, S., Taheri, B., & Thompson, J. (2018), "Servicescape and shopping value: The role of negotiation intention, social orientation, and recreational identity at the Istanbul Grand Bazaar, Turkey." *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(9), pp.1132-1144.
- Zheng, Y., Wei, W., Line, N., & Zhang, L. (2021), "Integrating the tourist gaze with the social servicescape: Implications for creating memorable theme park experiences." *International Journal of Hospitality Management*, 93, pp.102782.

附錄一 休閒農場不當遊憩行為動機題項

參考自張俊彥、蔡協欣、翁仕堯(1995)，從環境認知觀點探討遊客破壞行為之成因分析-以台中市中山公園為例，戶外遊憩研究，8(3)，pp.67-89。研究方法中的遊客破壞行為影響因子架構，問卷題項依照休閒農場場域作語意上的修訂。衡量尺度採用李克特五點尺度。

- 1.為了表現對家庭、社會或是其他事件的不滿情緒
- 2.因為太無聊了無事可做
- 3.想知道做了不當行為後會有何結果
- 4.想從中獲得財務或其他利益
- 5.應該是為了某種目的或訴求理念
- 6.因為不知道會對環境造成影響

- 7.根本就不知道此行為是錯的
- 8.喝醉酒才會有此行為
- 9.精神不佳意識薄弱造成的
- 10.因為朋友都這麼做只好也跟著做
- 11.為了表現出合群的態度
- 12.受到周遭親友的影響
- 13.因為遇到太多遊客團體，感覺到擁擠、不舒服而產生
- 14.垃圾桶離活動地點太遠，要丟的話很麻煩
- 15.休閒農場的設施使用起來不方便
- 16.休閒農場的相關設備不夠使用
- 17.休閒農場內標示牌未限制
- 18.因為休閒農場內的規定根本不合理的
- 19.反正愈限制它，它就愈會發生
- 20.為何要遵守這種妨礙我的規定
- 21.因為休閒農場內有太多新奇好玩的事物
- 22.因為有東西吸引我
- 23.有想知道的事物在誘惑我
- 24.因為大家都這麼做有鼓勵的作用
- 25.都這麼亂了，多我一個不算多
- 26.反正也這樣了，做了應該無妨
- 27.休閒農場內的情況似乎暗示它是可以做的
- 28.因為根本不知道休閒農場內限制此行為
- 29.休閒農場內的法令規定宣導不良
- 30.法律根本沒說它是錯的
- 31.因為在休閒農場內它似乎是受到許可的
- 32.大家都這麼做所以也跟著做
- 33.反正經營管理單位也不管
- 34.你覺得遊客不當遊憩行為可能是遊客人數過多的影響

The Sustainable Management Strategy for Inappropriate Customer's Recreational Motives and Behavior in the Leisure Farm.

Chien-Wen Tsai*

Abstract

The damage caused by the improper behavior of tourists during the recreation process has always plagued the operators. The purpose of this study is to explore the types of motives and behaviors of leisure farm visitors' improper behaviors, and to use Bitner's service scape model to explore how private enterprises should respond to tourists' improper behaviors in a sustainable management perspective.

In this study, tourists in the 20 leisure farms with business license registration certificates and service quality certification were taken as samples. The findings of this study which categories four motivations of inappropriate customer's recreational behavior of tourists, "the inadequacy of regulations and systems", "influenced by others", "Intentional", "Seductive", and four inappropriate customer's recreational behavior factors as "information ignorance", "environmental facility affect", "activity experience affect" and "natural environment destroy". Among them, "the inadequacy of regulations and systems" and "influenced by others" explain most tourists' inappropriate recreational behavior. Partially supports this research hypothesis. It is shown that, because leisure farm operators are generally private company characteristics, tourists are susceptible to the influence of reference groups under

inappropriate farm service scenes with inadequate regulations and make inappropriate recreational behaviors. It is suggested that the industry can include tourists in the environmental sustainability plan, and through the improvement of the interpretation and design in the service scene to enhance its environmental awareness, and work with the farm employees to achieve the corporate social responsibility-environmental sustainability mission.

Keyword: Leisure Farm, Inappropriate Recreational Motives and Behavior, Sustainable Management Strategy

* Associate Professor, Department & Graduate School of Tourism Management, 55, Hwa-Kang Road, Yang-Ming-Shan, Taipei, Taiwan 11114, R. O. C., Email: cqw@ulive.pccu.edu.tw.
This research is partially sponsored by the Science and Technology Project of the Agricultural Committee of the Executive Yuan, Taiwan, R.O.C. under Grant no. (101AS-5.2.3-A-#1(7))
