

農民對平地造林政策觀點之研究 - 以雲林縣為例

李昭汶、陳信泰、彭元興

E-mail: 374872@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究採問卷調查法了解參與平地造林的農民對平地造林政策觀點，藉由深度訪談法收集平地造林執行上的各種意見，並將研究結果提供政府施政的參考。對參與平地造林的農民進行問卷調查，並以社會科學統計套裝程式軟體SPSS 12.0為分析工具，進行資料處理與統計分析；透過問卷調查農民的基本資料背景變項，以了解農民對於推動平地造林政策之認知，參與平地造林的動機、對推動平地造林政策的信任態度、對推動平地造林政策的滿意度是否有顯著之差異。深度訪談法以有代表性的政府官員、專家、造紙廠、參與平地造林的農民、未參加平地造林的農民為主要訪談對象。本研究結論如下：多數農民期待政府建立碳交易機制來增加農民的收入，期待政府協助農民提煉精油、製造手工香皂、造紙、發展觀光旅遊等附加價值，打造綠金產業。多數農民相信政府與台塑每年可如期發放獎勵金，但對政府輔導開發林木附加產業則沒有信心。多數農民對推動造林政策的相關人員服務滿意度偏低。平地造林對國土保安有正面效果，尤其是海邊的地層下陷區造林，可望減緩地層下陷。

關鍵詞：造林、滿意度、問卷調查法、深度訪談法

目錄

封面內頁	簽名頁	中文摘要	iii	英文摘要	iv	誌謝	v	目錄	vi	圖目錄	viii	表目錄	ix	第一章 緒論	1	1.1 研究背景與動機	1	1.2 研究目的	3	1.3 研究對象	4	1.4 研究流程	4	1.5 名詞釋義	6	第二章 文獻探討	7	2.1 平地造林政策與推動	7	2.2 動機理論	13	2.3 信任理論	21	2.4 消費者滿意度	27	第三章 研究方法	34	3.1 研究架構	34	3.2 研究假設	35	3.3 研究對象與方法	36	3.4 研究量表設計與衡量	37	3.5 預試與正式調查	39	3.6 資料分析方法	41	第四章 結果與討論	43	4.1 樣本背景資料分析與描述	43	4.2 農民對平地造林政策觀點結果分析	46	4.3 單因子變異數分析與獨立樣本t檢定	49	4.4 深度訪談之結果	60	4.4.1 政府官員對推動平地造林政策之觀點	61	4.4.2 農民對平地造林政策之觀點	63	第五章 結論與建議	64	5.1 結論	64	5.2 建議	65	5.2.1 對未來研究者之建議	65	5.2.2 對政府之建議	66	參考文獻	67	附錄一 農民對平地造林政策觀點之研究問卷	70	附錄二 平地造林深度訪談內容	76	附錄三 雲林縣2600公頃平地造林之宣導事宜	97	附錄四 雲林縣平地造林受理面積登記統計表	104	附錄五 各鄉鎮問卷發放人數表	106	附錄六 平地造林樹種及每公頃栽植株數表	108	圖目錄	圖 1-1 研究流程	5	圖 3-1 研究架構圖	35	表目錄	表 2-1 平地造林政策與推動之相關研究	10	表 2-2 運用動機理論之相關研究	17	表 2-3 對於信任理論之相關研究	26	表 2-4 運用消費者滿意度的相關研究	31	表 4-1 受測農民之資料項表	44	表 4-2 受測農民之敘述性統計表	45	表 4-3 農民對推動平地造林政策之認知結果分析	47	表 4-4 農民參與平地造林之動機分析	48	表 4-5 農民對推動平地造林政策信任態度分析	48	表 4-6 農民對推動平地造林政策的滿意度分析	49	表 4-7 性別對平地造林政策觀點獨立樣本t檢定	50	表 4-8 年齡對平地造林政策觀點單因子變異數分析	51	表 4-9 年齡對推動平地造林政策的滿意度雪費法分析	52	表 4-10 教育程度對平地造林政策觀點單因子變異數分析	53	表 4-11 教育程度對推動平地造林政策的滿意度雪費法分析	54	表 4-12 造林位置對平地造林政策觀點單因子變異數分析	54	表 4-13 造林位置參與平地造林之動機雪費法分析	55	表 4-14 是否了解平地造林政策之獨立樣本t檢定分析	56	表 4-15 造林土地面積大小之單因子變異數分析	57	表 4-16 土地型態對平地造林政策觀點單因子變異數分析	58	表 4-17 土地型態參與平地造林之動機雪費法分析	59	表 4-18 主要經濟來源對平地造林政策觀點獨立樣本t檢定	59	表 4-19 居住位置對平地造林政策觀點獨立樣本t檢定	60
------	-----	------	-----	------	----	----	---	----	----	-----	------	-----	----	--------	---	-------------	---	----------	---	----------	---	----------	---	----------	---	----------	---	---------------	---	----------	----	----------	----	------------	----	----------	----	----------	----	----------	----	-------------	----	---------------	----	-------------	----	------------	----	-----------	----	-----------------	----	---------------------	----	----------------------	----	-------------	----	------------------------	----	--------------------	----	-----------	----	--------	----	--------	----	-----------------	----	--------------	----	------	----	----------------------	----	----------------	----	------------------------	----	----------------------	-----	----------------	-----	---------------------	-----	-----	------------	---	-------------	----	-----	----------------------	----	-------------------	----	-------------------	----	---------------------	----	-----------------	----	-------------------	----	--------------------------	----	---------------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	--------------------------	----	---------------------------	----	----------------------------	----	------------------------------	----	-------------------------------	----	------------------------------	----	---------------------------	----	-----------------------------	----	--------------------------	----	------------------------------	----	---------------------------	----	-------------------------------	----	-----------------------------	----

參考文獻

- 1、中文部份 1、丁學勤(2007)，網路購物知覺風險的前因與克服之道：消費者的觀點。經營管理論叢，3(2):97-116。
- 2、方妙玲(2007)，倫理領導、信任、個人需求實現對組織承諾的影響。企業管理學報，74:1-40。
- 3、王蕙怡(2003)，閒置農地永續利用之研究，東海大學景觀學系研究所碩士論文。
- 4、吳妮蓁(2009)，提昇農民平地造林所得之研究，臺灣大學農業經濟學研究所碩士論文。
- 5、沈慶龍、張正昌(2008)，探討體驗價值的前因因子及其對顧客滿意度之影響。行銷評論，5(4):572-602。
- 6、周美利、林政憲、蔣丞哲(2008)，The Role of Corporate Social Responsibility Image towards Consumer Consumption Intention，應用倫理教學與研究學刊，3(1):77-93。
- 7、林國慶、柳婉郁(2007)，國內森林資源碳排放交易價格之經濟分析，2007年環境資源經濟、管理暨系統分析學術研討會，台北：國立台北大學。
- 8、林國慶、柳婉郁(2011)，平地景觀造林政策之成本效益分析，碳經濟，20:64-85。
- 9、林琬菁(2004)，從資源永續觀點探討休閒農場與土地利用之關係，國立政治大學地政學系碩士論文。
- 10、林鈺琴、陳心怡(2006)，組織公正對動機與信任及組織公民行為之影響，亞太經濟管理評論，9(2):23-42。
- 11、林玖玖(2005)，服務品質與顧客滿意度關係之研究，經營管理論叢第一屆管理與決策2005年學術研討會

特刊, 287-294。 12、陳仲賢、何湘梅(2008), 推動平地景觀造林及綠美化計畫執行成果, 農政與農情, 192。 二、英文部分 1.Brewer, M. B., & Silver, M. (1978). Ingroup bias as a function of task characteristics. *European Journal of Social Psychology* 8, 393-400. 2.Buckley, P. J., & Casson, M. C. (1998). Models of the multinational enterprise. *Journal of International Business Studies* 29(1): 21-44. 3.Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A Reexamination and extension. *Journal of Marketing* 56, 55-68. 4.Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing* 61, 35-51. 5.Gefen, D. (2002), Reflections on the Dimensions of Trust and Trustworthiness among Online Consumers, *The DATA BASE for Advances in Information Systems* 33(3): 38-53. 6.George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th Ed.)*. Boston: Allyn & Bacon. 7.Host, V. & Knie-Andersen, M. (2004). Modeling customer satisfaction in mortgage credit companies. *The International Journal of Bank Marketing* 22 (1): 26-42. 8.Kotler (1997), *Marketing management: analysis, planning, implementation and control (9th ed)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 9.Lewis, J. D. & Weigert, A. (1985), Trust as a Social Reality, *Social Force* 63(4):967-985. 10.Maslow, A. (1943). A theory of human motivation, *Psychological Review*, vol. 50, 1943, 370-96.