

# 市民農園服務品質、整體滿意度、續約意願與推薦意願之研究--以台中縣市為例

## The research of service quality, total satisfaction level, renewal intention and recommendation intention in urban allotment at Tai-chung

陳勁甫 Ching-Fu Chen\*

黃琮聖 Tsung-Sheng Huang、閻淑慧 Shu-Hui Yen

蕭玉華 Yu-Hua Hsiao、蔡郁芬 Yu-Fen Tasi\*\*

### 摘要

隨著時代及產業結構的轉變，農業不單只是作為糧食的供給，都市裡的農地一時之間無法轉做他用而必需進行調整，故政府相關單位開始輔導農地轉型，以提供閒暇娛樂、改善休閒品質等為目標，充分地將休閒與農業結合，形成都市特有的休閒農業型態。

本研究主要是以台中縣(市)五家市民農園為研究對象，目的是要了解市民參與市民農園所知覺的服務品質及對整體滿意度、續約意願與推薦意願之程度，進而探討服務品質對滿意度與忠誠度之影響，作為業者經營管理之改善參考。

本研究利用參與者問卷調查，於九十三年三月至四月間，共發出 260 份問卷，剔除漏答及填答有偏差者共得有效問卷 180 份，回收率 69.2%。

研究主要結論如下：

一、受訪者對服務內容、經營管理、實體設施等三項服務品質構面之衡量普遍呈現滿意，顯示尚存改善空間。

二、總體評價上，受訪者對市民農園之整體滿意度介於稍微滿意與滿意間，而續約意願與推薦意願亦介於稍微同意與同意間，顯示尚存改善空間。

三、應用 ANOVA 分析，不同學歷受訪者之對整體滿意度和推薦意願存在差；而不同月收入之受訪者對整體滿意度和續約意願存在差異。

四、應用迴歸分析，三項服務品質構面中，服務內容及經營管理兩構面對整

\*南華大學旅遊事業管理研究所助理教授

\*\*南華大學旅遊事業管理研究所研究生

體滿意度具有顯著影響，而經營管理構面對續約意願具有顯著影響，服務內容構面對推薦意願具有顯著影響。

【關鍵字】市民農園、服務品質、滿意度、續約意願、推薦意願

### Abstract

*Along with the change of economic structure, traditional agriculture has been facing immense pressure of transformation. The leisure agriculture combining leisure and agriculture emerges to meet the demanding need.*

*The study aims to measure city farm participants' perceived service quality, overall satisfaction, renewal intention and recommendation intention in Taichung area; and in turn to investigate the effects of service quality factors on participants' overall satisfaction, renewal intention and recommendation intention.*

*A total of 260 participants of 5 city farms in Taichung were surveyed between March and April in 2004, and 180 effective samples are obtained.*

*The main results reveal as follows:*

*(1) The perceived service qualities of three dimensions, namely, service content, management and physical facilities are good in general, but the room for improvement is remained.*

*(2) The overall satisfaction of city farms are rated as slightly satisfied, and the willingness of renewal and the willingness of recommendation are rated as slightly agreed. Much room for improvement is remained.*

*(3) Results of ANOVA revealed overall satisfaction and recommendation intention varied significantly by education level, and overall satisfaction and renewal intention varied significantly by monthly income level.*

*(4) Using regression analysis, the service quality dimensions of service content and management show significant effects on overall satisfaction; the dimension of management on renewal; and the dimension of service content on recommendation.*

*Implications for empirical business of city farm are given at the end of this article.*

**Keywords :** city farm, service quality, overall satisfaction, renewal intention, recommendation intention

## 壹、前言

台灣農業轉型是由傳統農業到觀光農園，再到休閒農場，經歷了萌芽、成長、轉型、成熟四個階段，觀光農園與休閒度假農場之開發奠定了台灣休閒農業發展的基礎，而成長期，是因推動「發展休閒農業計畫」主動輔導休閒農業的規劃及建設工作，促使休閒農業快速成長，民國 83-85 年休閒農業因法令規章無法配合，大眾對休閒農業的認識不足、共識未建立等問題，為改善問題，農政單位進行休閒農業經濟發展方向之調整，以期使休閒農業成熟穩定的發展(陳昭郎，1996)。

林梓聯(1994)參考歐、日等國的發展經驗，認為台灣可以發展市民農園、銀髮族農園、教育農園…等不同都市農業型態，以促使市民參與接觸農業，不僅能提供市民耕作的田園趣味，並有助於提昇都市生活品質。(林英彥，1989；鄭明欽，2000；林梓聯，1996)。

國人生活型態及觀念的轉變，使得國人在遊憩需求的型態上日趨多樣化，而對遊憩事業經營者而言，提升服務品質以滿足消費者需求，並能展現其獨特之處，便成為其經營管理時的重要課題；其中滿足消費者需求，不僅在創造更多元化的新興遊憩產品，更應重視並提高消費者整體滿意度，因為產品品質往往與其獲利狀況成正比，而不斷提升與改進品質則為延續其生命週期之不二法門；對市民農園經營者來說，瞭解影響承租者整體滿意度因素除可規劃更符合承租者所期望的農園以增進收入外，還可以增進承租者續約意願及推薦意願。

而本研究主要是以台中縣(市)五家市民農園(永春市民農園、瑞城市民農園、第一市民農園、中興大學市民農園、豐原市民農園)為研究對象，目的是要了解台中縣(市)市民參與市民農園之後的整體滿意度、續約意願、推薦意願，以及何種因素會影響市民農園的參與使用者的整體滿意度、續約意願及推薦意願，最後就分析研究的結果提出建議，以作為市民農園業者在改善服務品質時的參考。

除前言外，本文第二節介紹市民農園的發展，第三節說明服務品質、整體滿意度、續約意願與推薦意願的定義及相關文獻，第四節主要說明問卷設計及資料分析，第五節為實證分析與結果並配合表說明；第六節為結論與建議，說明研究成果並針對成果提出建議，希望能對市民農園經營者有具體幫助。

## 貳、市民農園之發展

市民農園的概念最早可追溯至十五世紀末的英國農村，該時期的英國農村興起一股「圈地運動」熱潮，教會為救濟區內貧民，便在原有土地上畫出一定區域，供貧民自行耕種，這時的市民農園的意義在於救貧，並不帶有任何休閒意味。二次世界大戰期間，英國發現由於戰禍使居民的糧食運輸與補給出現問題，而市民農園卻有補充市民糧食不足的功能，於是積極鼓吹發展市民農園，所以這個時期的市民農園的意義便轉移至防災及生產機能上。(許滿顯，2000)

### 一、市民農園之經營概況

雖然市民農園的概念源至於英國，但市民農園一詞最早卻是起源於德國，爾後傳入日本，而台灣又沿襲自日本，但德、日兩國在經營的概念上

有所不同；故整理出德、日與台灣的市民農園經營概況，有助於了解市民農園的本質。

#### (一)德國市民農園之經營概況

有委員會組織，參加全國性協會組織的成員有 50 萬人，另尚未參加全國性協會組織的成員 30 萬人，合計達 80 萬人之多。承租戶與政府訂立 25-30 年的租賃契約，並有專人負責管理事宜。公部門提供公有地或居民提供土地出租給沒有農地的市區居民耕作。承租戶依政府公告條件申請，並依申請先後順序審核用地約 2 公頃，每一承租市民租地 100 坪，一個市民農園約 50 戶左右，合計 5000 坪，其他為農路、停車場、等公共設施用地。可建約 4 坪的工作室，木造工作室應向政府登記，磚造則應申請建照。

#### (二)日本市民農園之經營概況

農園之利用者非農地所有人本身，而以租賃方式租給非農民之市民耕作。耕種之坵塊細小，通常都以平方公尺或坪計量。利用者是以休閒娛樂為主要目的，故不太介意盈虧問題。利用者多數只能利用星期假日到農園作業，平時由提供土地者代為管理。公開招募會員，提供出租坵塊之單位數一般不得小於一定單位，園區總面積，亦有最小面積之限制(日本為 1500 m<sup>2</sup>，台灣為 3000 m<sup>2</sup>)。必須有相關單位申請或登記或報備。

#### (三)台灣市民農園之經營概況

台灣的市民農園土地甚少由政府或公營事業單位提供，而大都由農民提供。每一出租坵塊以 20 坪~50 坪為一出租耕作單位。租期多數為一年期，每期租金約 2000-4000 元。相關法規尚在研擬中，因此園區內未依法申請建照者尚不得建造工作室。所租土地以種蔬菜為主，亦有種花、草與生活體驗為目的者。

## 二、市民農園之類型

根據黃光政(2001)對於市民農園類型的分類，包括：

#### (一)依名目對象分類

分成市民農園、鄉土自助農園、出租農園、田園俱樂部、假日田圃、親子農園、兒童農園、銀髮族農園、都市農園等多種。

#### (二)依經營樣式分類

分成市民農園單樣式、與其他形樣休閒農業多樣組合的複合式等。

#### (三)依租地面積分類

分成10坪左右農作小區式、50坪農作區式、其他面積大小的農作區式

等多種。

(四)依農事設施分類

分成租戶自主施設式、有條件施設式、限制租戶施設式等多種。

(五)依入園方式分類

分成家庭式、會員式、個人式、團體式、隨意組合式等多種。

(六)依租地方式分類

分成四個月租期、半年租期式、一年租期式、特定租期式、多年租期等多種。

(七)依農事作業分類

分成作業由租戶承擔式、部分作業約定農園主協助處理式、作業由租戶臨時洽請農園主協助處理式等多種。

(八)依園地來源分類

分成園主農戶提供式、班會組織提供式、農會提供式、其他農民團體提供式、政府或公所提供式、公營事業提供式、其他來源提供式等多種。

(九)依餐飲供應分類

分成無餐飲供應式、有餐飲供應式、可安排餐飲供應式等多種。

### 參、服務品質、整體滿意度、續約意願與推薦意願

以下針對本研究主要考量的構面「服務品質」、「整體滿意度」、「續約意願」與「推薦意願」之概念並配合相關文獻加以說明：

#### 一、服務品質

Cronin & Taylor(1992)承續了Mazis、Ahtola & Klippel等人的看法，認為消費者期望不易衡量，所以強調以服務執行成果(performance)為服務品質衡量的基礎，此種方法稱為SERVPERF。SERVPERF只針對服務執行成果加以衡量，並不與消費者的期望作比較，也不經過加權的程序，所以是一個非常單純衡量項的服務品質衡量的方法。Cronin & Taylor(1994)不只實際運用SERVPERF，他們也將此法和SERVQUAL、加權SERVQUAL 以及 Adequacy-Importance等三種服務品質衡量方法作比較得到了下面的結論：

- (一) SERVPERF 方法在四種方法中式最好的服務品質衡量方法。
- (二) 服務品質是顧客滿意的前提。
- (三) 顧客滿意對消費者購買動機有顯著的影響。
- (四) 服務品質對消費者購買動機的影響不如顧客滿意。

然而，上述的結論在不同學者的研究可能因為研究的對象有所不同有所差異。但是SERVPERF 方法在執行上的確具有相當程度的簡易性。

## 二、整體滿意度

「整體滿意度」一直是各領域用來測量人們對產品服務、工作、或戶外遊憩品質等方面認知看的工具，是一個已被廣泛使用與認可的衡量行為指標。學者對於整體滿意度的定義至今仍然存在著不同的觀點。Howard & Sheth(1969)首次將滿意度應用在消費者理論中，其認為「滿意」是對所付出與實際獲得的代價是否合理的一種感受。Oliver(1981)認為滿意是消費者在購買某項產品之前，會對產品將提供的利益有所期望，在購買或使用後，會比較實際產品績效與購買前的期望二者之間一致性的程度。Churchill & Suprenant(1982)認為對於某些產品，消費者滿意的判斷主要來自認知的產品績效，與購買前的期望無關，亦即滿意度由認知績效來決定。Oliver & De Sarbo(1988)提出消費者滿意的判斷基礎在於公平的解釋。公平的解釋來自交易中，個人花費成本與期望的報酬。Kotler(1991)認為滿意乃是消費者比較購買行為之前，對產品或服務的預期與購買服務或產品後所感覺的績效表現之間的差異。若實際表現超過預期，則產生正向差異或較高的滿意度；若實際表現不如所預期的，則會有負向差異或不滿意的感覺產生；假如實際表現恰如預期，則可能會有中度滿意或無差異之反應(方世榮譯，1998)

## 三、推薦意願與續約意願

Griffin(1996)認為經常重複購買、願意購買公司的各種產品或服務、願意為公司建立正面口碑，以及對競爭對手的促銷活動無動於衷即是忠誠的顧客。Zeithaml, Berry & Parasuraman(1996)指出，口碑傾向、推薦給他人的可能性、抱怨的可能性、願意多付出價格的可能性是測量顧客忠誠度的方法。Frederick(2000)提出，購買數量多、需要服務的時間較短、價格敏感度低，以及會為公司帶來新顧客是有忠誠度客人的四項特質。Reichheld & Sasser(1990)認為顧客滿意會提高忠誠度，表示顧客再購的意願會提高，滿意的顧客會增加其購買次數及購買量。

綜合上述結果，本研究中的「推薦意願」與「續約意願」即是市民農園參與者忠誠度的表現，參與者忠誠度的高低，將影響著其對市民農園的整體滿意度，也對服務品質的衡量有重要的影響。

## 肆、研究方法

### 一、問卷設計

問卷內容共分為三部分，第一部份為個人基本資料；第二部份為市民農園的服務品質；第三部份為參與者在使用市民農園後的整體評價。

#### (一) 參與者的個人基本資料

人口統計變數往往是影響個人行為產生的主要因素，因此瞭解承租者人口特性將有助於瞭解參與者之使用行為；此部份共設計 6 個問項，依本研究需要設計問項為受測者性別、年齡、學歷、職業、月收入、婚姻狀況等問項。

#### (二) 農園的服務品質

此部份在瞭解參與者對於農園所供給之各項內容滿意狀況，內容設計共分為三個構面（包括服務內容、經營管理、實體設施）共 12 個問項，問卷設計以 Likert 五點量表由「非常同意」~「非常不同意」進行測量，並依序給予五分至一分計算，當所測得之分數越高時，表示參與者於該項滿意狀況越強烈，反之分數越低則表該項滿意狀況越薄弱。

#### (三) 整體評價

此部份在瞭解參與者對市民農園的整體滿意度、續約意願與推薦意願，共設計 3 個問項，問卷設計以 Likert 七點量表由「非常同意」~「非常不同意」進行測量，依序給予七分至一分計算，當所測得之分數越高時，表示參與者於該項整體滿意度越強烈，反之分數越低則表示該項整體滿意度薄弱。

### 二、資料分析方法

本研究的問卷發放為實際到各市民農園對各承租戶進行訪談調查，發放期間為民國 93 年四月至五月，計發出 260 份問卷，剔除漏答及填答有偏差者共得有效問卷 180 份，回收率為 69.2%。分析工具為統計軟體 spss10.0 版。

資料分析方法使用：

(一)描述性統計：對人口統計變數與服務品質和總體評價進行樣本分析。

(二)ANOVA 分析：檢視人口統計變數對服務品質因素及總體評價上的差異。

(三)迴歸分析：了解服務品質構面對參與市民農園後的整體滿意度、續約意願及推薦意願之影響程度。

## 伍、實證分析與結果

### 一、受訪者基本特性分析

#### (一)個人基本資料：

在本研究回收之有效問卷 180 份中，其中性別以男性 93 人(51.7%)佔多數；年齡以 50~59 歲共 60 人(32.8%)居多，其次是 40~49 歲有 57 人(31.7%)；在教育程度方面，以國中以下者為最多數有 84 人(46.7%)，其次高中職有 61 人(33.9%)；在職業類別方面以家管為最多共有 36 人(20%)，其次為無職業 35 人(19.4%)及工業 34 人(18.9%)；而月收入大多數都在 20000 元以下佔 84 人(46.7%)，其次是 20001~40000 元，有 49 人(27.2%)；最後，在婚姻狀況方面，大多數的人都是已婚有 170 人(94.4%)。詳細內容如表 5-1。

#### (二)參與行為特性：

在前往市民農園所使用的交通工具上，有 118 人是騎乘機車前往(65.6%)；花費的路程時間在 15 分鐘內的有 142 人(78.9%)；每天前往市民農園的有 95 人(52.8%)；至於得知市民農園相關訊息的管道，有 106 人(58.9%)是經由親友介紹，其次是剛好路過，有 47 人(26.1%)。詳細內容如表 5-1。

表 5-1 受訪者基本特性與參與行為特性分析 (樣本數：180 份)

個人基本特性				參與行為特性			
項目	細項	個數	百分比	項目	細項	個數	百分比
性別	男	93	51.7	交通工具	步行	10	5.6
	女	87	48.3		自行車	30	16.7
年齡	20 歲以下	1	0.6		機車	118	65.6
	20-29 歲	1	0.6		自用車	21	11.7
	30-39 歲	12	6.7		大眾交通	1	0.6
	40-49 歲	57	31.7	路程時間	15 分鐘內	142	78.9
	50-59 歲	59	32.8		15-30 分鐘	28	15.6
	60 歲以上	50	27.8		30-45 分鐘	8	4.4
學歷	國中及以下	84	46.7		45-1 小時	1	0.6
	高中(職)	61	33.9	1 小時以上	1	0.6	
	專科	17	9.4	前往次數	不足一次 (非每週前往)	2	1.1
	大學	12	6.7		1-2 次	6	3.3
研究所及以上	6	3.3	3-4 次		38	21.1	
職	無	35	19.4		5-6 次	39	21.7
	工	34	18.9	每天前往	95	52.8	
	商	13	7.2	訊息	親友介紹	106	58.9
	學生	1	0.6		傳媒報導	12	6.7
	家管	36	20.0		網路資訊	1	0.6
		服務業	11	6.1			



業	自由業	7	3.9	管道	剛好路過	47	26.1
	軍、公、教	14	7.8		其它	14	7.8
	農林漁牧	1	0.6	附註			
	已退休	22	12.2	各家別	瑞城	73	40.6
	其它	6	3.3		第一	23	12.8
月收入	20,000 含以下	84	46.7		興大	31	17.2
	20,001-40,000	49	27.2		永春	24	13.3
	40,001-60,000	31	17.2		豐原	29	16.1
	60,0001-80,000,	11	6.1				
	80,001,-100,000	3	1.7				
婚姻	100,000以上	2	1.1				
	未婚	9	5.0				
	已婚	170	94.4				
	其他	1	0.6				

資料來源：本研究整理

## 二、服務品質構面的程度分析

服務品質分為三個構面，分別是「服務內容」、「經營管理」及「實體設施」，並以 Likert 五點量表測量，其中「服務內容」四個問項的總平均為 3.3569、「經營管理」四個問項的總平均為 3.6528、「實體設施」四個問項的總平均為 3.7208，這三個構面的總平均數都在 Likert 五點量表中的「普通」~「滿意」的程度內，此表示多數受訪者滿意市民農園的服務品質。如表 5-2

表 5-2 服務品質描述性統計

服務品質構面	問項	平均數	標準差	總平均
服務內容	(1)我滿意此市民農園之工作人員服務態度	3.7167	0.9646	3.3569
	(2)我滿意此市民農園在耕作技術上的指導	3.5000	1.0597	
	(3)我滿意此市民農園提供的農具租借服務	3.0556	1.1469	
	(4)我滿意此市民農園提供的種子及肥料	3.1556	1.1951	
經營管理	(1)我滿意此市民農園舉辦的交流活動	3.4778	1.0273	3.6528
	(2)我滿意此市民農園的合約條件	3.7389	0.8930	
	(3)我滿意此市民農園解決糾紛的方式	3.5667	0.9636	
	(4)我滿意此農園耕作規定或限制	3.8278	0.9021	
實體設施	(1)我滿意此市民農園的各種公共設施、標示	3.7000	0.8963	3.7208
	(2)我滿意此市民農園的安全措施(防偷竊)	3.1611	1.0788	
	(3)我滿意此市民農園灌溉用水的設備	4.2278	2.2936	
	(4)我滿意此市民農園整體景觀上的維護	3.7944	1.0067	

資料來源：本研究整理

## 三、總體評價的程度分析

總體評價分三個部份，分別是「整體滿意度」、「續約意願」及「推薦意願」，並以 Likert 七點量表測量，其中「整體滿意度」平均數為 5.5722、「續約意願」平均數為 5.7889、「推薦意願」平均數為 5.700，這三個部份的平均數在 Likert 七點量表中的「稍微同意」~「同意」的程度內，這表示在總體評價上，多數受訪者的續約意願較強、在整體滿意度上頗高並願意

推薦給他人使用。如表 5-3。

表 5-3 總體評價描述性統計

總體評價	平均數	標準差
整體滿意度	5.5722	1.1288
續約意願	5.7889	1.0517
推薦意願	5.7000	1.1574

資料來源：本研究整理

#### 四、受訪者人口特性對整體滿意度、續約意願與推薦意願之差異分析

人口特性對整體評價進行 ANOVA 分析發現，在顯著水準 5% 條件下，不同學歷分群對整體滿意度 (P=0.01\*) 和推薦意願 (P=0.01\*) 有差異；而不同月收入者對整體滿意度 (P=0.007\*) 和續約意願 (P=0.046\*) 有差異；其餘性別、年齡、職業與婚姻狀況等變項對各整體評價構面並無顯著差異。詳細內容如表 5-4。

表 5-4 個人基本特性對整體評價之 ANOVA 分析

	整體滿意度	續約意願	推薦意願
性別	F=3.649 P=0.058	F=1.108 P=0.294	F=1.229 P=0.269
年齡	F= 0.273 P=0.845	F=2.244 P=0.085	F=2.075 P=0.105
學歷	F=5.213 P=0.01*	F=3.662 P=0.07	F=4.994 P=0.01*
職業	F=1.258 P=0.269	F=1.303 P=0.245	F=1.117 P=0.354
月收入	F=3.279 P=0.007*	F=2.308 P=0.046*	F=0.764 P=0.577
婚姻狀況	F=0.121 P=0.729	F=0.889 P=0.347	F=1.620 P=0.205

資料來源：本研究整理

註 \*代表 p<0.05

#### 五、服務品質構面對整體滿意度、續約意願與推薦意願之影響分析

##### (一)服務品質構面對整體滿意度之迴歸分析：

為瞭解台中縣(市)市民參與市民農園的服務品質構面對整體滿意度之影響，本研究在此以整體滿意度為應變數(Y<sub>1</sub>)，服務品質構面中之服務內容、經營管理、實體設施為自變數，進行迴歸分析，以探討影響整體滿意度之重要因素。分析結果顯示整體模式之 F 值達顯著水準，顯示模式之配適能力佳，整體解釋程度達 33% (R<sup>2</sup>=0.330)。影響台中縣(市)市民參與市民農園所得到的整體滿意度之服務品質中的具體表現主要因素依序為「服務內容」、「經營管理」，內容如表 5-5。

$$\text{整體滿意度}(Y_1)=2.55+0.387^{**} X_1+0.312^* X_2+0.156 X_3$$

表 5-5 服務品質構面對整體滿意度之迴歸分析

自變數	迴歸係數	T 值	F 值
-----	------	-----	-----

服務內容 X <sub>1</sub>	0.387	3.395**	28.929 (0.000) ***
經營管理 X <sub>2</sub>	0.312	2.186*	
實體設施 X <sub>3</sub>	0.156	1.544	
常數項	2.55	7.18	
R <sup>2</sup> = 0.330			

註：\*\*表示 P<0.5；\*\*\*表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

### (二) 服務品質構面對續約意願之迴歸分析

為瞭解台中縣(市)市民參與市民農園的服務品質構面對續約意願之影響，本研究在此以續約意願為應變數(Y<sub>2</sub>)，服務品質構面中之服務內容、經營管理、實體設施為自變數，進行迴歸分析，以探討影響續約意願之重要因素。分析結果顯示整體模式之 F 值達顯著水準，顯示模式之配適能力佳，整體解釋程度達 17.1% (R<sup>2</sup>=0.171)。影響台中縣(市)市民參與市民農園所得到的續約意願之服務品質中的具體表現主要因素為「經營管理」，內容如表 5-6。

$$\text{續約意願}(Y_2)=3.790+0.179 X_1+0.445^{**} X_2+(-6.058E-02) X_3$$

表 5-6 服務品質構面對續約意願之迴歸分析

自變數	迴歸係數	T 值	F 值
服務內容 X <sub>1</sub>	0.179	1.510	12.062 (0.000) ***
經營管理 X <sub>2</sub>	0.445	3.007**	
實體設施 X <sub>3</sub>	-6.058E-02	-0.578	
常數項	3.790	10.286	
R <sup>2</sup> =0.171			

註：\*\*表示 P<0.5；\*\*\*表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

### (三) 服務品質構面對推薦意願之迴歸分析

為瞭解台中縣(市)市民參與市民農園的服務品質構面對推薦意願之影響，本研究在此以推薦意願為應變數(Y<sub>3</sub>)，服務品質構面中之服務內容、經營管理、實體設施為自變數，進行迴歸分析，以探討影響推薦意願之重要因素。分析結果顯示整體模式之 F 值達顯著水準，顯示模式之配適能力佳，整體解釋程度達 20.9% (R<sup>2</sup>=0.209)。影響台中縣(市)市民參與市民農園所得到的推薦意願之服務品質中的具體表現主要因素為「服務內容」，內容如表 5-7。

$$\text{推薦意願}(Y_3)=3.336+0.384^{**}X_1+0.144 X_2 +0.148 X_3$$

表 5-7 服務品質構面對推薦意願之迴歸分析

自變數	迴歸係數	T 值	F 值
服務內容 X <sub>1</sub>	0.384	3.018**	15.480 (0.000) ***
經營管理 X <sub>2</sub>	0.144	0.906	
實體設施 X <sub>3</sub>	0.148	1.310	

常數項	3.336	8.423	
R <sup>2</sup> =0.209	N=180		

註：\*\*表示 P<0.5；\*\*\*表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

## 陸、結論與建議

### 一、結論

面對多元化的休閒型態，市民農園經營者理應瞭解並滿足承租者之需求、和提高其滿意度才能創造更多商機，所以探究影響市民農園承租者之滿意因素可作為經營者經營時的參考。本研究主要研究結論如下：

(一) 受訪者對服務內容、經營管理、實體設施等三項服務品質構面之衡量普遍呈現滿意，顯示尚存改善空間。

(二) 總體評價上，受訪者對市民農園之整體滿意度介於稍微滿意與滿意間，而續約意願與推薦意願亦介於稍微同意與同意間，顯示尚存改善空間。

(三) 應用 ANOVA 分析，不同學歷受訪者之對整體滿意度和推薦意願存在差；而不同月收入之受訪者對整體滿意度和續約意願存在差異。

(四) 經迴歸分析後發現以下結果：

1. 市民農園所提供的「服務內容」之服務品質構面顯著影響參與者的「整體滿意度」及「推薦意願」。

2. 市民農園所提供的「經營管理」之服務品質構面顯著影響參與者的「整體滿意度」及「續約意願」。

### 二、建議

針對此研究所得的結果，及在研究過程中實際到市民農園的現場訪問及堪察後，擬提出下列幾項建議，希望能對市民農園的業者在經營管理上有實質的幫助。

(一) 在服務品質方面，業者可以加強改善目前工作人員的服務態度及服務方式、適時的給予耕作技術上的指導以滿足承租者的需求。

(二) 在經營管理方面，業者應在合約中明定耕作時的限制、糾紛排解的方式，並定期舉辦交流活動，提高承租者的忠誠度。

(三) 在實體設施方面，市民農園應做好整體景觀的維持，可增設其它休閒設施，吸引承租者的使用，並加強對農作物的安全措施，避免偷竊行為發生，以維護承租者的權益。

## 參考文獻

### 一、中文文獻

1. 林英彥，(1989)，日本之市民農園，發展休閒農業研討會會議實錄，145-159。
2. 林梓聯，(1994)，都市農業的構想與實施，農政與農情，30：21-28。
3. 林清煌，(1999)，市民農園設施用地之研究---以台北市為例，國立臺灣大學農業工程學研究所碩士學位論文。
4. 林淑萍，(2002)，國內航空客運旅客對網路訂位售票滿意度分析之研究，旅遊管理研究，2(1)：1-22。
5. 朱介任，(1994)，現代桃花源：市民農園，銘傳管理學院大眾傳播研究所碩士學位論文。
6. 朱珮瑩，(2002)，遊客從事鄉野觀光之動機、期望與滿意度研究—以新竹縣為例，世新大學觀光學研究所碩士學位論文。
7. 周茂春，(1993)，臺灣推行市民農園之研究，國立政治大學地政研究所碩士學位論文。
8. 周文賢，(2002)，多變量統計分析SAS/STAT使用方法，台北：智勝文化事業有限公司出版。
9. 許滿顯，(2000)，影響市民農園承租者繼續承租意願因素之研究，國立中興大學農業推廣教育研究所碩士學位論文。
10. 葉柏孜，(2001)，影響市民農園承租者承租滿意度因素之研究，朝陽科技大學休閒事業管理所碩士學位論文。
11. 鄭健雄、蔡奇助，(1995)，市民農園之推展概況，台灣農業，31(4)：78-89。
12. 鄭健雄、陳昭郎，(1998)，台灣休閒農場市場區隔化探討，第二屆造園景觀與環境規劃設計研究成果，191-203。
13. 鄭明欽，(2000)，市民農園豐富休閒生活，花蓮區農業專訊，32(6):12-14。
14. 魏勝賢，(2001)，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，國立臺灣大學生物環境系統工程學研究所碩士學位論文。

### 二、英文文獻

1. Backman, S.J. & Crompton, J.L.(1991). Differentiating between high, spurious, latent and loyalty participants in two leisure activities. *Journal of park and recreation administration*. 9(2) :1-17.
2. Barsky, J.D. & Richard L.(1992). A strategy for customer satisfaction. *The cornell hotel and restaurant administration quarterly*. 33(5).
3. Bulltana, C.L. & Klessig, L.L.(1969). Satisfaction in camping: A conceptualization and guide to social research. *Journal of leisure research*, 348-364.
4. Cronin, J. J., Jr. & Taylor, S. A. (1992), "Measuring Service Quality: Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. : 56, pp.55-68.
5. Cronin, J. Joseph and Steven A. Taylor (1994), "SERVPERF Versus SERVQUAL : Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality." *Journal of Marketing*, Vol. : 58. No. 1, January 1994, pp.125-137.
6. Churchill Gilbert & Suprenant, Carol (1982), "An Investigation into the Determinants of Consumer Satisfaction", *Journal of Marketing Research*,

- Vol.:19,pp.491-504.
7. Frederick, N. (2000), *Loyalty: Customer relationship management in the new era of internet marketing*, McGraw-Hill.
  8. Griffin, J. (1996), *Customer Loyalty*, Simon & Schuster Inc.
  9. Howard, A. & Sheth, N.(1969), *The Theory of Buyer Behavior*, New York: John Wiley & Sons.
  10. Kotler, P. (1991), *Marketing management analysis, planning , implementation and control*, 6<sup>th</sup> ed.
  11. Mazis, Michael B., Olli T. Ahtola & R. Eugene Klippel, (1975), “A Comparison of Four Multi-Attribute Models in the Prediction of Consumer Attitudes”, *Journal of Consumer Research*, 2, pp.38-52.
  12. Oliver, R.(1980), A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, *Journal of Marketing Research*, Vol.17, pp.460-469.
  13. Oliver, R. L. (1981), Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail Settings. *Journal of Retailing*, 57, pp. 25-48.
  14. Oliver R. & DeSarbo W.(1988), Response Determinants in Satisfaction Judgements, *Journal of Consumer Research*, Vol.14, pp.495-507.
  15. Rechinheld F. & Sasser W.(1990), Zero Defections: Quality Comes to Service, *Harvard Business Review*, Vol.68, pp105-111.
  16. Vincent C.S. Heung , M. Y. Wong & Hailin Qu.(2002). A study of Tourists' Satisfaction and Post-Experience Behavioral Intentions in Relation to Airport Restaurant Services in the Hong Kong SAR. *Journal of Travel & tourism Marketing*, Vol. 12(2/3):111-135.
  17. Zeithaml A. 、Leonard B. & Parasurman A.(1996), The Behavioral Consequences of Service Quality, *Journal of Marketing*, Vol.60, pp31-46.