

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

觀光住宿補助之研究

A Study of Tourism Accommodation Subsidy



蔡方馨

Fang-Hsin Tsai

指導教授：丁誌紋 博士

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

中華民國 109 年 6 月

June 2020

南華大學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士學位論文

觀光住宿補助之研究

A Study of Tourism Accommodation Subsidy

研究生：蔡方馨

經考試合格特此證明

□試委員：黃成志

李佐伶

丁誌敏

指導教授：丁誌敏

系主任(所長)：丁誌敏

□試日期：中華民國 109 年 6 月 19 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班 108 年度第二學期碩士論文摘要
論文題目：觀光住宿補助之研究
研究生：蔡方馨
指導教師：丁誌紋 博士

論文摘要內容：

觀光產業向有無煙囪工業之稱，各國善用其自然及人文資源，積極發展觀光產業。依據世界觀光旅遊員會(WTTC)於分析報告指出，觀光產值約佔全世界 GDP 的 10.2%，佔全球出口總值 11.2%，因此觀光產業乃是許多國家賺取外匯的首要來源，實佔有舉足輕重之地位。

2018 年起交通部觀光局推出許多旅遊補助相關方案，試著積極讓國旅市場回溫，以減少近年陸客來台人數遽降之衝擊。

本研究欲了解民眾對 2019 年 9 月交通部觀光局推行擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫之活動滿意度、申請動機、旅遊意願影響及整體成效之看法，本文採問卷調查法進行資料蒐集，以描述性統計分析、獨立樣 t 檢定、單因子變異數分析等進行分析，再輔以經濟模型和觀光局旅宿統計資料解釋政策之成效。研究發現以女性旅客、年輕世代、未婚或已婚無小孩者及收入高者較高願意參與補助，建議可以針對該組群設計不同方案，增加旅遊天數；經濟模型來看，補助政策受惠者是旅宿業且會造整體社會福利減少，增加社會成本；旅宿統計資料顯示在客房營收中，秋冬補助對旅館及民宿業者的客房收入較大助益，對觀光飯店則否；以補助時間前後比較，平均房價與客房收入無大幅度增加，顯示補助政策成效有限。

關鍵字：觀光政策、旅遊補助、住宿

Title of Thesis: A Study of Tourism Accommodation Subsidy

Name of Institute: Master Program in Tourism Management, Department of Tourism Management, College of Management, Nanhua University

Graduate Date: June 2020

Degree Conferred: M.B.A

Name of Student: Fang-Hsin Tsai

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

Abstract

The tourism industry is known as a chimney-free industry, and countries make good use of their natural and human resources to actively develop the tourism industry. According to the analysis report of the World Tourism Tourist Council (WTTC), the tourism output value accounts for about 10.2% of the world's GDP and 11.2% of the world's total export value. Therefore, the tourism industry is the primary source of foreign exchange earned by many countries.

Since 2018, the Tourism Bureau, M.O.T.C has launched many programs related to tourism subsidies, trying to actively revitalize the China Travel Market to reduce the impact of the declining number of land passengers coming to Taiwan in recent years.

In this study, in order to understand the public's views on the activity satisfaction, application motivation, impact of tourism willingness and overall effectiveness of the expansion of the autumn and winter national tourism incentive program implemented by the Tourism Bureau of the Ministry of Communications in September 2019, this article uses a questionnaire survey to collect data to describe Statistical analysis, independent sample t test, single factor variance analysis, etc., supplemented by economic models and tourism bureau accommodation statistics to explain the effectiveness of the policy.

The study found that female travelers, young generations, unmarried or married without children, and those with high incomes are more willing to

participate in the subsidy. It is recommended that different programs can be designed for this group to increase the number of travel days.

According to the economic model, the beneficiary of the subsidy policy is the hotel and lodging industry, which will reduce overall social welfare and increase social costs.

Travel statistics show that in the room revenue, the autumn and winter subsidies greatly benefit the hotel room income of hotel and bed and breakfast companies, but not the tourist hotels; compared with the time of the subsidy, the average house price and room income did not increase significantly, showing the effectiveness of the subsidy policy limited.



Keywords: Tourism policy, Tourism subsidy, Accommodation

目錄

中文摘要.....	I
英文摘要.....	II
目錄.....	IV
圖目錄.....	VI
表目錄.....	VII
第一章緒論.....	1
1.1 研究動機.....	1
1.2 研究目的.....	1
1.3 研究方法.....	2
1.3.1 經濟模型.....	2
1.3.2 資料分析方法.....	2
1.3.2.1 敘述性統計分析.....	3
1.3.2.2 獨立樣本 t 檢定.....	3
1.3.2.3 單因子變異數分析.....	3
1.4 研究對象與範圍.....	3
第二章旅遊產業現況.....	4
2.1 全球觀光產業現況.....	4
2.2 臺灣觀光產業現況.....	4
2.2.1 臺灣觀光國際排名.....	5
2.2.2 觀光政策.....	6
2.2.3 來臺旅客.....	11
2.2.4 陸客來臺.....	13
2.2.5 國人國內旅遊概況.....	15
2.2.6 國內旅遊補助政策.....	17
2.2.6.1 國民旅遊卡.....	18
2.2.6.2 旅遊補助政策.....	18
2.2.6.3 紓困、復甦與振興方案.....	20
第三章文獻探討.....	22
3.1 擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫.....	22
3.2 觀光與經濟的影響.....	24
3.3 觀光與補助的影響.....	25
第四章研究結果與討論.....	26
4.1 經濟模型.....	26
4.1.1 旅宿業市場來看.....	26
4.1.2 經濟學中福利分析.....	27

4.2 基本資料分析.....	28
4.2.1 旅客基本資料分析.....	28
4.2.2 旅遊習慣.....	30
4.2.3 活動成效.....	31
4.3 敘述性統計分析.....	32
4.3.1 活動滿意度分析.....	33
4.3.2 申請動機分析.....	34
4.3.3 旅遊意願影響分析.....	34
4.3.4 整體成效分析.....	35
4.4 差異分析.....	35
4.4.1 性別對各構面的差異分析.....	35
4.4.2 年齡對各構面的差異分析.....	39
4.4.3 職業對各構面的差異分析.....	41
4.4.4 婚姻對各構面的差異分析.....	43
4.4.5 月收入對各構面的差異分析.....	45
4.5 旅宿業者營收分析.....	48
4.5.1 平均房價、住用率及 RevPAR(平均客房收益).....	48
4.5.2 客房收入與總營業收入.....	51
4.5.3 國際旅行收支.....	53
4.5.4 秋冬補助前後比較.....	54
第五章 結論與建議.....	57
5.1 結論.....	57
5.2 建議.....	57
5.2.1 實務建議.....	57
5.2.2 研究建議.....	59
參考文獻.....	60
附錄一 問卷.....	63

圖目錄

圖 2.1 觀光旅遊競爭力指標架構.....	5
圖 2.2 近十年日、韓、馬、大陸、港來台旅客總人次變化.....	11
圖 2.3 觀光外匯收入及成長率.....	12
圖 3.1 擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫.....	23
圖 4.1 補助前後之經濟模式型比較.....	26
圖 4.2 補助前後社會福利之變動.....	27
圖 4.3 2014-2019 年旅宿業客房住用數變化趨勢	50
圖 4.4 2014-2019 年旅宿業住用率變化趨勢.....	50
圖 4.5 2014-2019 年旅宿業住用率變化趨勢.....	51
圖 4.6 2014-2019 年旅宿業客房收入變化趨勢.....	52
圖 4.7 2014-2019 年旅宿業總營業收入變化趨勢	52



表目錄

表 2.1 台灣歷年觀光旅遊競爭力排名	6
表 2.2 觀光拔領航行動方案	7
表 2.3 2014~2018 年觀光大國行動方案	8
表 2.4 Tourism2020-臺灣永續觀光發展方案	9
表 2.5 觀光新南向政策	10
表 2.6 新南向 18 國來臺人數及每人每日消費金額	11
表 2.7 近十年來臺人數與陸客來臺人數	14
表 2.8 近五年國旅概況	15
表 2.9 2018 年國人國內、外旅遊費用比較	17
表 2.10 交通部觀光局近期國內旅遊補助方案	19
表 4.1 基本資料統計分析表	29
表 4.2 旅遊習慣統計分析表	31
表 4.3 活動成效統計分析表	31
表 4.4 活動滿意度敘述性統計樣本分析	33
表 4.5 申請動機變項敘述性統計樣本分析	34
表 4.6 旅遊意願影響變項敘述性統計樣本分析	35
表 4.7 整體成效變項敘述性統計樣本分析	35
表 4.8 性別對活動滿意度之 t 檢定分析	36
表 4.9 性別對申請動機之 t 檢定分析	37
表 4.10 性別對旅遊意願影響之 t 檢定分析	38
表 4.11 性別對整體成效之 t 檢定分析	38
表 4.12 年齡對活動滿意度之單因子變異數分析	39
表 4.13 年齡對申請動機之單因子變異數分析	40
表 4.14 年齡對旅遊意願影響之單因子變異數分析	40
表 4.15 年齡對整體成效之單因子變異數分析	41
表 4.16 職業對活動滿意度之單因子變異數分析	41
表 4.17 職業對申請動機之單因子變異數分析	42
表 4.18 職業對旅遊意願影響之單因子變異數分析	43
表 4.19 職業對整體成效之單因子變異數分析	43
表 4.20 婚姻對活動滿意度之單因子變異數分析	44
表 4.21 婚姻對申請動機之單因子變異數分析	44
表 4.22 婚姻對旅遊意願影響之單因子變異數分析	45
表 4.23 婚姻對整體成效之單因子變異數分析	45
表 4.24 月收入對活動滿意度之單因子變異數分析	46
表 4.25 月收入對申請動機之單因子變異數分析	46

表 4.26 月收入對旅遊意願影響之單因子變異數分析.....	47
表 4.27 月收入對整體成效之單因子變異數分析.....	48
表 4.28 2014-2019 年旅宿業 RevPAR 比較表	49
表 4.29 2014-2019 年旅宿業客房收入比較表.....	53
表 4.30 2014-2019 年旅宿業總營業收入與陸客來台人數	53
表 4.31 2014-2019 年我國旅行收支比較表.....	54
表 4.32 秋冬補助前後住用率比較.....	54
表 4.33 秋冬補助前後平均房價比較.....	55
表 4.34 秋冬補助前後客房收入之比較.....	55



第一章 緒論

1.1 研究動機

觀光產業素有無煙囪工業之稱，世界各國善用其自然及人文資源，積極發展觀光產業。依據世界觀光旅遊員會(WTTC)於分析報告指出，觀光產值約佔全世界 GDP 的 10.2%，佔全球出口總值 11.2%，可知觀光產業成為許多國家賺取外匯的重要來源，實佔有舉足輕重之地位。

2015 年全球經濟成長不如預期，衝擊我國整體經濟表現。當年 10 月行政院公布「消費提振措施」範圍涵蓋四大面向：「節能省水」、「數位生活」、「網購促銷」及「國民旅遊」等，包括補助購置節能、省水產品、小型農機具，補助升級固網寬頻、2G 升速 4G 及 2G 換購 4G 手機，網路聯合行銷活動及補助國人住宿遊園精采行等八大具體措施。自 2015 年 11 月 7 日起至 2016 年 2 月，購買相關產品或實際參與旅遊，均可享有相關優惠補助。

其中交通部觀光局配合行政院之措施提出國人國內旅遊住宿優惠補助活動，於線上申請「限時旅遊住宿」電子折價序號，補助 11 萬 5000 名，最多可折抵一間房價新臺幣 1000 元整，此為政府補助國內住宿費之開端。

依據交通部觀光局統計，陸客來台人數於 2015 年 418 萬人達到最高峰後遽降，2016 年政黨輪替，兩岸關係降溫，直接影響來台人數，2019 年僅 271 萬人，可見影響極大，為了挽救觀光，政府狂釋出許多旅遊補助相關方案，期待能刺激及擴大國內觀光市場，以減少陸客來台人數之衝擊。

1.2 研究目的

本研究欲了解民眾對 2019 年 9 月交通部觀光局推行擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫之活動滿意度、申請動機、旅遊意願影響及整體成效之看法，再輔以經濟模型和觀光局旅宿統計資料解釋該政策之成效。

1.3 研究方法

1.3.1 經濟模型

供給和需求是經濟學模型，應用在決定市場的均衡價格和均衡產量。標準的供給和需求模型：供給曲線是向右上傾斜，代表生產者願意在某一價格水平下出售的物品數量；需求曲線是向右下傾斜的，代表消費者願在某一價格水平下購買的數量。透過模型的分析，找出兩條曲線交接之處便是均衡價格和均衡產量。

引起需求變動的原因可能有相關產品價格的改變、產品本身預期未來價格的變動、所得改變、總人口數變動及偏好改變；引起供給變動的原因有五，生產要素價格的變動、自家生產的相關物品價格的變動、產品本身的預期未來價格變動、廠商的規模或數目改變、技術變革等(劉亞秋，2007)。

1.3.2 資料分析方法

問卷是市場查中獲取資訊的重要工具，問卷幾乎是所有資料收集方法的一般思路。問卷設計的好壞直接影響到調查品質的高低，對於這一點許多有關市場調查的著作論文都給多充分肯定，如果問卷設計得不好，那麼所有精心製作的抽樣計劃、合理的數據分析技巧和良好的編輯和編碼都將徒然無用(馬嵐，2005)。本研究以 SPSS 統計軟體作為資料分析工具，將問卷調查資料使用敘述性統計分析、獨立樣本 t 檢定及單因子變異數分析

1.3.2.1 敘述性統計分析

本研究使用描述性統計分析法的平均數、標準差和百分比等統計數值，可以了解資料集中與分散的情況，做為基本資料分析依據。平均數代表資料的集中程度，因此可視為大部份的受訪者之意見。標準差代表資料的分散、變異情況，亦為每個樣本與平均值的遠近程度，標準差越大代表受訪者意見越分歧。百分比是一種表達比例，百分比越高代表此問題較多數受訪者覺得贊同。

1.3.2.2 獨立樣本 t 檢定

獨立樣本 t 檢定用於比較兩獨立群體平均數是否有顯著差異的統計分析方法，當組別變項為二分類的類別變項，本研究測量受訪者男、女性在秋冬補助對於活動滿意度、申請動機與旅遊意願影響等是否有明顯之差異。

1.3.2.3 單因子變異數分析

單因子變異數分析適用於自變項為類別變項，而依變項為等距變項的資料，主要目的在於推算三組或三組以上之間變項的平均數是否有顯著差異。本研究用單因子變異數分析來測量個人基本資料中的變項，其活動滿意度、申請動機、旅遊意願影響和整體成效的情形是否有所差異，若 $p < 0.05$ 則達顯著差異，則再以事後檢定最小顯著差異法(LSD)分析。

1.4 研究對象與範圍

發放問卷時間為 2020 年 2 月 1 日到 2020 年 3 月 15 日；收集方式採取以 Survey Cake 雲端問卷平台線上發放問卷方法，以過去半年有在國內旅遊者為研究對象、收集其對擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫之想法，收回 350 份，有效問卷為 302 份。

第二章 旅遊產業現況

2.1 全球觀光產業現況

依據聯合國世界觀光組織 (United Nations World Tourism Organisation, UNWTO) 在 2018 年預測 2010 年至 2030 年間，全球國際旅客每年平均成長率約為 3.3%，2030 年則將估計達到 18 億人次。以區域市場發展而言，亞太地區依舊仍是成長力道最強勁之區域，預估 2010 年至 2030 年間，亞太地區國際旅客年平均成長率為 4.9%，將從 2010 年 2 億 400 萬人次增加至 2030 年 5 億 3,500 萬人次，預估於全球占比從 2010 年 21.7%，成長至 2030 年 29.6%。2018 年全球國際旅客達 14 億人次規模，較 2017 年 13.29 億人次成長 6%，其中亞太地區國際旅客人數更創下歷史新高，估計達 3.45 億人次、成長率為 6.5%，未來十年顯見亞太地區之觀光發展動能強勁。

隨著全球經濟與生活品質改善，世界各國開始重視將繁榮與進步持續長久，觀光業身為全球經濟成長最快的產業之一，越來越多國家選擇以發展觀光產業來提升經濟動能，對於自然環境、在地文化等造成影響，備受重視。UNWTO 對永續觀光發展定義，指充分考慮當前和未來之經濟、社會、環境影響，儘量滿足旅客、自然環境、產業及當地居民之需求，主訴求為旅行 (Travel)、樂享 (Enjoy) 與尊重 (Respect)，包含陸地生態、海洋生態、就業與經濟成長、永續城市及全球夥伴等，期共同呼籲世界各旅遊目的地，在提升觀光產業與經濟規模同時，更應持續關注整體旅遊生態環境、經濟與社會文化等各層面之均衡發展。

2.2 臺灣觀光產業概況

我國極力發展觀光，對內則可支持地方經濟、平衡城鄉發展、增加就業機會，對外可賺取外匯，亦更能提升臺灣在國際能見度。

2.2.1 臺灣觀光國際排名

世界經濟論壇（World Economic Forum，WEF）每二年進行一次深入報告，2019 年針對 140 個國家進行調查，透過觀光旅遊競爭力指數（The Travel & Tourism Competitiveness Report，TTCI）分析各國發展觀光業的發展潛力與競爭力，同時並將政策、衛生、安全、基礎建設、自然及文化資源等相關因素納入考量、再以所其表現再以排名，其範圍分為四大類，再區分為 14 項主要指標，如圖 2.1。



資料來源: 世界經濟論壇，WEF

圖 2.1 觀光旅遊競爭力指標架構

在 2019 年報告顯示，臺灣排名第三十七名，相對於 2017 年，退步了七名，觀光競爭力指標從 4.5 退步到 4.3，主因為對外簽證緊收和自然環境保護不利，如表 2.1 所示；相較其他鄰近國家，日本是亞太地區表現最優，排名第四名，韓國則是整體競爭力近年改善最多的國家，排名第十六名，進步三名。

表 2.1 台灣歷年觀光旅遊競爭力排名

年 度	2009	2011	2013	2015	2017	2019
排名 / 全體	43/140	37/140	33/140	32/141	30/136	37/140
總 分 數	4.4	4.6	4.7	4.4	4.5	4.3

資料來源: 世界經濟論壇, WEF

在亞太地區較具優勢的價格競爭力項目中，我國一級飯店以美金計算的平均房價排名第七十八名，房價越高，則排名越低，不具競爭力；高住宿房價成為降低我國觀光競爭力的相對弱勢項目，旅宿業者在價格策略上應有新思維及新戰略。我國飯店供給量逐年增加以及國際訂房網站等科技的應用，若是我國觀光住宿的服務價格可以參考鄰近國家的住宿價格，以合理的住宿價格積極爭取更多國際旅客，亦能提昇整體觀光評價。

2.2.2 觀光政策

所謂觀光政策，意指一國或一地區為達成整體觀光事業建設之目標所從事的權威性價值分配及其所選擇之肯定或否定之行為(朱大鎔，1987)。換言之，觀光政策必須將觀光資源透過觀光組織體以及觀光從業人員，依觀光目標、環境與策略做最適合配置與運用，且平衡政治、經濟、社會與文化之需要以導向符合大眾生活品質的目的。因此，觀光政策的目標常常包含經濟、社會文化、市場開發、資源保護與保育、人力資源發展、與政府運作等。

政策價值需要透過科學方法來確定。政策評估可略分為結果評估和過程評估，前者通常為績效評估，主要比較已完成的施政績效與原訂目標的差異，有時會根據實境施政環境調整原定政策目標，然後依據調整後的指標進行結果評估，此外，亦將探討評估標的未達成績效的可能原

因；後者稱滾動式管理，係指對於計畫的執行過程進行追蹤與管制，以修正方向。政策執行過程中，可能面臨規劃時所不能的預期變局，其造成的影響小則績效指標的調整，大則可能須更動原定政策內容或目標。觀光政策分析，乃依過去政策演變，現行政策上所產生的問題，以及未來政策執行的預測(李貽鴻，1996)。其目的在減少政策推行阻力，提高政策之成功率。

自 2008 年起，交通部觀光局重要觀光政策概述如下：

一、2008～2012 年觀光拔領航行動方案

為加速觀光產業發展，行政院推行「觀光拔尖領航方案」及其行動計畫，以發展國際觀光，提升國旅品質，增加外匯收入為主要重點，4 年內投入 300 億元觀光發展基金，以形塑更好的觀光產業投資及經營環境，進而提升臺灣觀光產業的國際競爭力。該方案完整擘劃拔尖（發揮優勢）、築底（培養競爭力）、提升（附加價值）等三大行動方案、六大主軸及 15 項執行計畫，以提升臺灣觀光產業的國際競爭力，如下表 2.2。

表 2.2 觀光拔領航行動方案

項目	內容
經費	300 億
期程	2008-2012 年
目標	發展國際觀光，提升國內旅遊品質，增加外匯收入
預期效益	觀光外匯 3000 億、國旅收入 2500 億 就業人口 40 萬人 民間投資總額 2000 億

表 2.2 觀光拔領航行動方案(續)

項目		內容	
策略	拔尖	發揮優勢	魅力旗艦、國際光點
	築底	培養競爭力	產業再造、菁英養成
	提升	附加價值	市場開拓、品質提升

資料來源:觀光局

二、2014~2018 年觀光大國行動方案

有四大推動策略及 18 項執行計畫，包括優質觀光、特色觀光、智慧觀光及永續觀光，以強化旅遊安全，提升觀光附加價值，並深化臺灣旅行的感動體驗，藉由「原住民族地區觀光推動計畫」、「臺灣觀巴服務計畫」、「臺灣好行服務升級計畫」來落實尊重、綠色及關懷理念，開啟臺灣觀光新藍海版圖，如下表 2.3。

表 2.3 2014~2018 年觀光大國行動方案

項目		內容
經費		168.2 億
期程		2014-2018 年
目標		打造觀光質量優化、處處皆可觀光的觀光大國
預期效益		來臺旅客 1170 萬人次 觀光外匯 5000 億、觀光整體收入 8300 億 觀光就業 20 萬人
策略	優質觀光	強化旅宿業品牌化、培養關鍵人才
	特色觀光	評選六處跨域亮點補助 3 億元、開發高端客源
	智慧觀光	友善旅遊資訊、推廣設借問站旅遊服務
	永續觀光	臺灣好行升級、臺灣觀光巴士服務維新、推動銀髮族旅遊行程

資料來源:觀光局

三、2017 年～2020 年 Tourism2020-臺灣永續觀光發展方案

朝「創新永續，打造在地幸福產業」、「多元開拓，創造觀光的附加價值」、「安全安心，落實旅遊社會責任」的目標，透過「開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光及推廣體驗觀光」五大策略，期望達成每年來臺旅客千萬人次以及國旅 2 億人次目標，同時形塑臺灣成為友善、智慧、體驗亞洲優質旅遊目的地，如表 2.4。

表 2.4 Tourism2020-臺灣永續觀光發展方案

項目		內容
經費		157 億
期程		2017-2020 年
目標		友善、智慧、體驗的旅遊環境
預期效益		來臺旅客 1139 萬人次 觀光外匯 4050 億、國旅收入 5150 億 創觀光就業 21.5 萬人
策略	開拓多元市場	鞏固全球布局，利用創新宣傳手法與遊程產品，活化來臺旅遊能量
	活絡國民旅遊	厚植國旅基礎，強化城市行銷與年會節慶，旅遊安全升級
	輔導產業轉型	落實獎優汰劣，提升產業品牌力、創新力、競爭力與附加價值
	發展智慧觀光	完備智慧行旅，運用大數據與資通訊科技，開創觀光嶄新視野

資料來源:觀光局

四、觀光新南向政策

吸引新南向 18 個國家旅客來臺，擴大輸出旅遊服務業及周邊產業，提升國內產出及就業水準。再者，透過觀光層面之軟性交流，增加新南向國家與我國民眾間之友好感、熟悉感及認同感，創造新南向產業人才

發展、醫衛產業發展、創新產業合作、農業發展及青年交流各旗艦計畫之合作基礎，如下表 2.5。

表 2.5 觀光新南向政策

項目	內容
經費	157 億
期程	2017-目前
目標	迎客、導客、留客、常客
預期效益	每年來臺人數增加 20 萬人
策略	善用友臺團體，結合臺商與留臺生組織
	鼓勵產業南向，加強 B2B 行銷平臺、獎勵送客
	整備接待環境，聯結產學合作
	循臺越模式，深化東協十加二雙邊關係
	加速推動免簽，降低簽證障礙

資料來源:交通部觀光局

在 2018 年來臺旅客消費及動向調查中，新南向 18 國方面，平均每人每日消費為 165.81 美元，較 2017 年增加 13.56 美元(增加 8.91%)。以消費結構來看，除旅館內支出費減少 4.14 美元(減少 7.48%)外，其餘項目皆較 2017 年增加，其中旅館外餐飲費增加 7.51 美元(增加 25.34%)為最多，其次為購物費增加 4.61 美元(增加 10.86%)，在臺境內交通費用增加 3.19 美元(增加 18.09%)。無論是人數或在臺平均每人每日消費皆有顯著的增加，顯見新南向 18 國旅客因開放簽證政策與觀光行銷發揮效益，來臺旅客快速成長，屢創歷史新高，如下表 2.6。

表 2.6 新南向 18 國來臺人數及每人每日消費金額

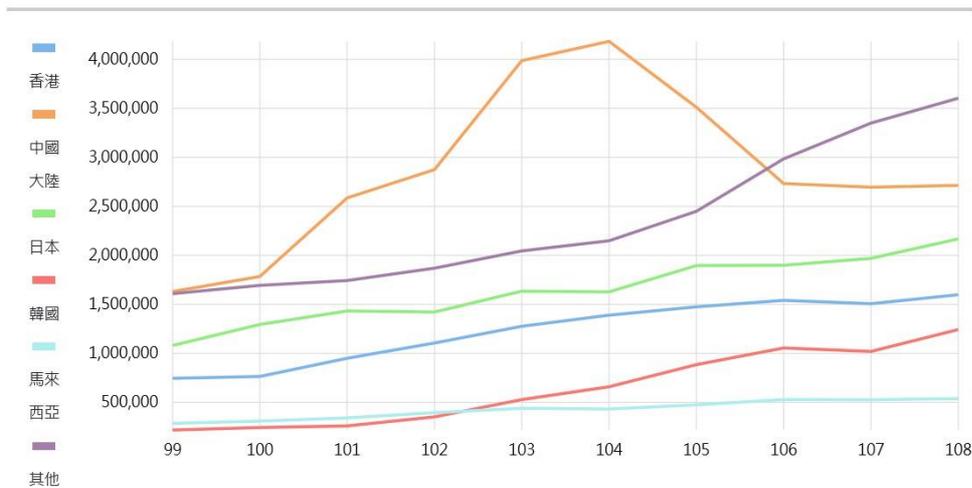
	每人每日消費 (美元)	來臺人數
2017 年	152.25	2,284,382
2018 年	165.81	2,594,765
成長率	8.9%	13.58%

資料來源：交通部觀光局

2.2.3 來臺旅客

近 10 年來臺國際旅客由 2010 年 556 萬 7,277 人次成長至 2019 年 1,186 萬 4,105 人次，成長近 2 倍多，年平均成長率 9.02%，2019 年創下歷史新高，連續 5 年突破千萬人次大關，以日本、韓國，新南向 18 國成長率最高，就來臺旅客國籍別而言，如圖 2.2 的變化。

近十年 (99~108) 日、韓、馬、大陸、港來臺旅客總人次變化 (單位:人次)

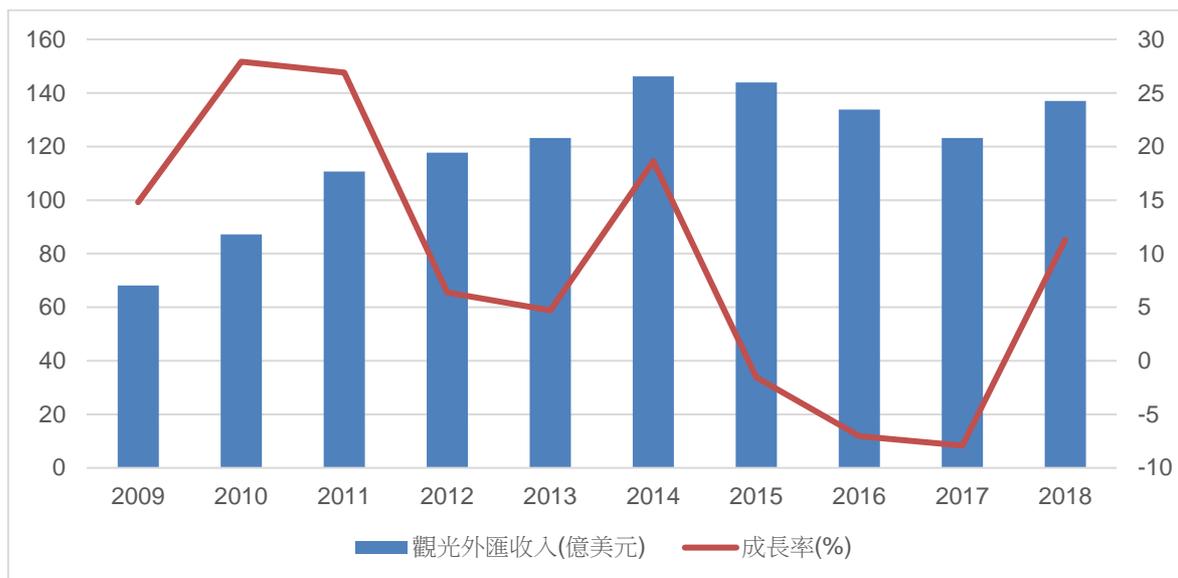


資料來源：交通部觀光局

圖 2.2 近十年各國來台旅客總人次變化

除了人數的增加外，更重要是如何提高旅客重遊率、增加消費金額、停留天數以及深度旅遊才是未來推廣觀光重點。

國際旅客所帶進的觀光外匯收入亦從 2009 年 68.16 億美元成長至 2018 年 137.05 億美元，年平均成長率 9.4%，從 2014 年為分水嶺，該年以前逐年增加，2014 年後，受新臺幣貶值、陸客人數稅減及旅客消費型態轉變，連續四年呈負成長，如圖 2.3。



資料來源：交通部觀光局

圖 2.3 觀光外匯收入及成長率

目前來臺旅客市場正面臨結構調整階段，包括自由行與團客旅客之來臺比例，受到廉價航空與線上旅行社 OTA 等因素，國際旅客來臺市場結構上正產生量變及質變課題。

因應來臺市場結構變化，應持續掌握來臺旅客之消長、旅遊模式、旅客偏好與特性之變化，且依 2018 年來臺旅客消費及動向調查中指出自由由旅客約占八成、仍有許多新興市場待開拓階段、追求深度體驗取代走馬看花行程、旅客平均消費力近年來持續降低走勢等、調整觀光產業經營策略、調配資源區域發展投入。

2018 年來臺旅客消費及動向調查指出，2018 年來臺旅客為 1106 萬 6707 人次，較 2017 年增加 3.05 %；國際旅客平均停留夜數為 6.46 夜，較 2017 年增加 0.07 夜；旅客在臺平均每人每日消費約 191.70 美元，較 106 年增加 6.83 %；受訪旅客在臺平均每人每日消費中，以旅館內支出費 66 美元為最高，占 34.43 %；其次為購物費 56.52 美元，占 29.48 %、旅館外餐飲費 39.67 美元，占 20.69 %。

就市場分析，以日本旅客在臺平均每人每日 219.35 美元，消費力最高，依序為大陸旅客平均每人每日 211.68 美元、港澳旅客平均每人每日 202.31 美元、韓國旅客平均每人每日 187.71 美元、新崛起的新南向 18 國旅客平均每人每日 165.81 美元、美國旅客平均每人每日 159.42 美元、歐洲旅客則是 148.15 美元。

進一步由購物費觀察，大陸旅客仍居首位，平均每人每日 105.31 美元，再來是港澳旅客平均每人每日 60.65 美元、新南向 18 國旅客平均每人每日 47.04 美元、韓國旅客平均每人每日 39.67 美元、日本旅客平均每人每日 39.13 美元、美國旅客平均每人每日 20.88 美元、歐洲旅客平均每人每日 11.47 美元。可見在購物費項目，以大陸旅客為消費主力。

2.2.4 陸客來臺

自 2012 年大陸躍居為全世界最大的旅遊消費國家後，已成為全球成長最快速的客源地，連續 12 年年均成長率達 20%，由於個人所得提高，提升旅遊便利化及對旅遊法規的鬆綁等，致大陸出境市場快速成長，2019 年出境人口已達 1.45 億人次，成為各國爭相的潛力市場，對地處鄰近的臺灣而言，是可以積極拓展客源的市場。

我國從 2008 年政策開放陸客來臺觀光，從陸客來臺旅客各年度統計數字來看，2008 年來臺人數為 32.9 萬人次，隔年激升為 97.2 萬人

次，接下來每年持續成長，尤到 2015 年 418 萬人次，達到高峰。而 2016 年政黨輪替，陸客來臺人數由升轉跌，到 2018 年已減少為 269 萬人數。由此可見，陸客來臺人數增減直接或間接受到政策力量影響。

2019 年，中國大陸文化和旅遊部 7 月 31 日發出公告限縮陸客來臺政策，表示將自 8 月 1 日停發大陸居民來臺自由行通行簽註，包括上海市、北京市、天津市等 47 個城市的赴臺遊客需全體辦理團體簽證。然而上半年度 1 月到 6 月自由行陸客約 63 萬人次，以每人每日消費 211.68 美元來估計，每月可能損失 2 千 222 萬美金。

然而自由行與團體旅遊基本性質不同，陸客團體一般收費偏低，而且多採用一條龍的經營模式，對臺灣國內經濟貢獻相對較低，只影響帶團旅遊業與配合的商家；而自由行則不相同，不但人數已超越團體行人數，影響範圍包含飯店、旅館、餐飲、運輸、百貨等行業，產業關聯性高。

表 2.7 近十年來臺人數與陸客來臺人數

時間	各國來臺人數	陸客來臺人數
2008 年	3,716,063	329,204
2009 年	3,845,187	972,123
2010 年	4,395,004	1,630,735
2011 年	5,567,277	1,784,185
2012 年	6,087,484	2,586,428
2013 年	7,311,470	2,874,702
2014 年	8,016,280	3,987,152
2015 年	9,910,204	4,184,102
2016 年	11,439,785	3,511,734

表 2.7 近十年來臺人數與陸客來臺人數(續)

時間	來臺人數	陸客來臺人數
2017 年	10,739,601	2,732,549
2018 年	11,066,707	2,695,615
2019 年	11,864,105	2,714,065

資料來源:交通部觀光局

2.2.5 國人國內旅遊概況

觀察近五年國人國內旅遊人次變化，如表 2.8 所示、2018 年國人從事國內旅遊之比例為 91.2%，較 2014 年減少 1.2 個百分點，已連續三年呈現衰退，惟總旅次 2018 年 1 億 7109 萬次，比較起 2016 年高峰期 1 億 9038 萬次，明顯減少許多；平均 2018 年每人國內旅遊 8.09 次，亦減 0.6 次，連續 2 年負成長，可見國人對於國內旅遊市場逐漸遠離。

值得注意，2018 年每人每次國內旅遊平均費用 2,203 元，年增 0.5%，願意國內旅遊的旅客，必須花費較多旅遊費用，然而平均旅遊天數 1.49 天，與 2017 年持平，大致上停留天數都不超過 2 天，可見實施週休二日後，國人國內旅遊習慣以當日來回為主，可能交通方便或住宿費用過高所導致，惟因旅次減少，致 2018 年國人國內旅遊總費用 3,769 億元，較 2017 年減 6.3%，轉呈大幅度縮減。

表 2.8 近五年國人國旅概況

項目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
國人國旅比率	92.9%	93.2%	93.2%	91.0%	91.2%
平均每人旅遊次數	7.47 次	8.50 次	9.04 次	8.7 次	8.09 次
國人國旅總旅次	1 億 5626 萬旅次	1 億 7852 萬旅次	1 億 9038 萬旅次	1 億 8345 萬旅次	1 億 7109 萬旅次
平均停留天數	1.45 天	1.44 天	1.44 天	1.49 天	1.49 天

表 2.8 近五年國人國旅概況(續)

項目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
假日旅遊比率	69.4%	68.7%	68.8%	69.4%	68.2%
旅遊整體滿意度	97.6%	97.4%	97.3%	97.5%	98.0%
每人每次旅遊平均費用	1979 元	2017 元	2086 元	2192 元	2203 元
國人國旅總費用	3092 億元	3601 億元	3971 億元	4021 億元	3769 億元

單位: 新臺幣

資料來源: 交通部觀光局

在 2018 年國人旅遊狀況調查中，國人以利用週末或星期日從事旅遊最多，就旅遊目的觀察，主要因觀光、休憩、度假目的旅遊占 80.5%；旅遊主要住宿方式的選擇，則是當日來回沒在外過夜高居第一，占 68%，其次是住宿旅館占 15.1%；而在考慮旅遊地點的考量因素，以交通便利的重要性最高，其次為主題活動；而在各項費用中，平均每人住宿費占全部總花費 17%，其他交通、餐飲、購物占約 70%。

該報告比較國內與出國旅遊，六成七的出國旅客未因出國旅遊而減少國內旅遊次數，而影響國人出國旅遊意願的主因假期長短或時間可以配合，其次是預算充足；無論是國內或國外旅遊，均以觀光、遊憩、度假為主要目的，並且偏好近程旅遊居多，以到訪日本為最多。國人國內總旅次達 1710 萬次，遊總費用為 3,769 億元，反觀國人出國人次屢創新高，國外總旅次達 1664 萬次，旅遊消費支出達到 8,077 億元，年增 6.3%，主因是國民所得提升，加上廉價航空、線上平台推陳出新等等，如表 2.9。

表 2.9 2018 年國人國內、外旅遊費用比較

	國內旅遊	出國旅遊
每人每次旅遊費用	2,203 元 (+0.50%)	48,529 元 (+1.44%)
總旅次	1710.9 萬旅次 (-6.74%)	1664.47 萬人次 (+6.32%)
國人旅遊總費用	3,769 億元 (-6.27%)	8,077 億元 (+7.85%)

單位:新台幣

資料來源:交通部觀光局 107 年國人旅遊狀況調查

整體而言，臺灣國內旅遊發展趨平穩，宏觀因素可能是網路快速發展，資訊無遠弗屆，並藉由網路的傳播，改變傳統銷售模式，直接面對面消費者，減少成本，增加利潤；消費者透過直接溝通得到更詳盡的資訊，因此旅遊產品選購時，旅客選擇自由度相對提高。此外，新生活型態的變化，人與 TPO (Time、Place、Occasion) 的概念改變，導致時間破壞，產生新移動消費，如手機等行動通訊發展快速、無線上網、空間時間更多含意，網路購物，旅遊人口大量增加等等，這種全民科技生活化、資訊不對稱、訊速情資的現象，對時空概念有了新觀點及新思維，變得更加追求即時滿足。

2.2.6 國內旅遊補助政策

補貼一詞在牛津詞典(The Oxford Online Dictionary)則定義為：由政府的資金所撥付的一筆金錢，用於幫助產業或企業維持商品或服務的低價格(A sum of money granted from public funds to help an industry or business keep the price of a commodity or service low)。

各國政府在旅遊業中使用補貼有許多原因和不同模式，如 2001 年美國 911 恐怖攻擊事件，立即撥款 400 億美元的重建補助款，並援助航空業者 150 億美元以協助保險賠償事宜；2004 年 12 月發生的東南亞大海以及 2005 年 8 月襲擊墨西哥灣和美國的卡特里娜颶風、恐怖主義行為(紐約，馬德里，倫敦和巴厘島)、2011 年日本 311 大地震等導致旅遊補貼增加等（呂麗蓉、王韋能，2018）。

我國補貼政策分國民旅遊卡及旅遊補助來說明如下：

2.2.6.1 國民旅遊卡

首創於 2003 年，國民旅遊卡原先推動的目的是透過觀光旅遊產業集體行銷措施，帶動非假日旅遊潮流，藉由非假日住宿利用率之提高，降低假日住宿成本，有利吸收更多旅客，振興國內觀光旅遊產業。希望加強公務人員的休假旅遊風氣，提升工作士氣；並且預計可以為國內觀光產業創造龐大商機，帶動相關週邊產業，為當時低迷已久的景氣挹注資源。

2020 年新制國旅卡除了不再限制只能在休假日使用外，每人每年休假補助總額上限 16000 元，其中 8000 元須用於國內旅遊觀光住宿，另外 8000 元屬於自行運用額度，估計一年可帶動至少 56 億元的消費。惟，常假消費、真領款等詐欺手法層出不窮以及公務人員不休假加班費被挪用，限定消費特定店家，獨厚觀光業等批評。

2.2.6.2 旅遊補助政策

交通部觀光局推出許多旅遊補助方案，整年度都有補助方案，隨之而來的是補助特色小鎮旅遊，政府甚至提出淡季常態補助，當補助變成常態性政策，2019 年便超過六個月有旅遊補助。

表 2.10 交通部觀光局近期國內旅遊補助方案

方案	暖冬遊	擴大暖冬遊	春遊專案	秋冬遊獎勵計劃
時間	2018 年底	2019 年 1 月	2019 年 4 月到 6 月	2019 年 9 月到 12 月
範圍	宜、花、東、高、屏	全臺	全臺	全臺
經費	9500 萬	11 億	8.6 億	36 億

資料來源:本研究整理

1. 「暖冬遊」

補助對象：我國民眾和參與合作之旅宿業者

補助範圍：宜蘭、花蓮、臺東、高雄、屏東地區

補助內容：

(1.) 住宿費用：自由行旅客入住參與旅宿業住宿，每房最高折抵 1000 元，如年滿 60 歲以上住宿旅客，每房最高折抵 1500 元。

(2.) 交通費用：自由行旅客搭乘客高鐵、臺鐵、客運、船舶或飛機，前往補助範圍地區者，補助交通費用每房最高 1000 元。

(3.) 每人活動期間只限享有一次優惠。

補助成效：團體旅客約 14.6 萬元，申請補助逾 8600 萬元；自由行旅客 112 萬人享有補助優惠，申請補助逾 7.6 億元，帶動五縣市客房住用率平均成長近 3 成。

2. 「擴大暖冬遊」

補助對象：全國民眾、參與合作之旅宿業者

補助範圍：全國 22 縣市

補助內容：

(1.) 住宿費用：自由行旅客入住合作旅宿業住宿，每房最高折扣 1000 元，30 歲以下青年、親子族群和 60 歲以上樂齡族群加碼補助至 1,500 元。

(2.) 團體旅遊：每人每日 500 元，60 歲以上（含）補助金 1000 元。

(3.) 沒有交通費用補助。

補助成效：團體旅客約 5.4 萬元，申請補助逾 4300 萬元；自由行旅客 174 萬人享有補助優惠，申請補助逾 10 億元，帶動客房住用率平均成長近 2 成。

3. 「春遊專案」

補助對象：全國民眾、參與合作之旅宿業者

補助範圍：全國 22 縣市，由地方政府依需求提出計劃及實施期程

補助內容：

(1.) 住宿費用：自由行旅客入住合作旅宿業住宿，每房最高折扣 500 元，青年住宿離島或小鎮民宿加碼補助至 1,000 元。

(2.) 團體旅遊：每人每日獎助 500 元。

(3.) 交通費用補助：臺鐵車票 7 折優惠、TR-PASS 和觀光列車優惠；高鐵車票 7 折優惠和特定套票推行。

(4.) 縣市自行提案：彰顯地方特色之觀光活動每縣市最高獎助 1000 萬

2.2.6.3 紓困、復甦與振興方案

新型冠狀肺炎(COVID-19)在 2019 年底發現，在 2020 年多國境內擴散，造成上萬人死亡，因傳染快速，各國紛紛關闔國境，全球觀光業和旅遊產業首當其衝，受到嚴重影響。據世界旅遊觀光協會（World Travel and Tourism Council, WTTC）估計，這波疫情恐怕造成相關產業 5000 萬個工作職位不保，2020 年全球旅遊產業面臨 25% 萎縮。

疫情衝擊觀光業，交通部觀光局規劃以紓困為優先，續以提復甦振興、升級轉型方案，補助項目為觀光業人才培訓、營運協助、旅行社營運補償、融資協助、員工薪資補貼、遊樂園退團補貼等等。



第三章 文獻探討

3.1 擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫

交通部觀光局在 2019 年 8 月初行政院院會提報「擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫」，以秋冬季來因應陸客來臺旅遊市場快速變動，並企圖擴大國民旅遊市場規模。內容包含「團體旅遊優惠」、「自由行住宿優惠」、「觀光遊樂業入園優惠」及「公協會辦理觀光優惠活動」，實施期間為 2019 年 9 月 1 日至 12 月 31 日（加碼延長至 2020 年 1 月底），期藉此紓緩陸客自由行減少來臺之衝擊，並有效刺激國旅淡季市場，促進旅遊所需的「食、宿、遊、購、行」整體關聯產業發展，投入新臺幣 36 億元經費，追加預算 10 億，可預期帶動約 768 萬出遊人次，創造直接及間接約 256 億元觀光效益。

「擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫」具體說明如下：

(一) 團體小鎮旅遊優惠措施：

獎助對象為推出國內團體旅遊行程之合法設立旅行業，每家旅行業以 20 團為限，旅遊天數應為二天一夜以上，且安排旅遊行程於放假日未超過一天；須安排住宿於依法取得觀光旅館業執照之觀光旅館或取得登記證之旅館或民宿，並使用合法之交通工具。

團體旅遊行程安排應納入觀光局公布「小鎮漫遊年」之小鎮、行程安排至離島地區則有加碼獎助。

(二) 自由行旅客優惠措施：

基本方案：獎助對象為本國國民(每一身分證字號限使用一次)，在獎助期間的周日至周五入住有參加補助活動的旅館或民宿，住宿一晚一個房間可依實際住宿房價折扣 1,000 元。

離島加碼方案：於獎助期間，不分平假日入住有參加優惠活動的旅館或民宿，住宿離島一個晚上一個房間可依實際住宿房價，每位國民可個別多使用一次折扣 1,000 元。

(三)觀光遊樂業入園優惠措施：

12 歲以下之兒童每人免費入園 1 次且不分平假日。

(四)公協會辦理觀光優惠活動：

1.獎助旅宿業、旅行業、觀光遊樂業或相關公協會辦理觀光優惠活動，經費總額達 5,000 萬元。

2.每計劃補助上限 80% 比例額度上限 100 萬元。

擴大國內旅遊秋冬計畫—交通部獎助方案

Taiwan
THE HEART OF ASIA

優惠方案	方案一 團體小鎮 旅遊優惠	方案二 自由行旅客 住宿優惠	方案三 觀光遊樂業 入園優惠	方案四 觀光活動 優惠
基本 方案	<ul style="list-style-type: none"> 每人每日獎助500元 每團獎助上限3萬元 每團10人以上 每家旅行社上限20團 	<ul style="list-style-type: none"> 每人優惠1次 每房1,000元 每周6天 (周日到周五) 	<ul style="list-style-type: none"> 自由行旅客 12歲以下兒童每人免費入園1次 (觀光局獎助350元，餘額業者吸收) 不分平假日 	<ul style="list-style-type: none"> 獎助旅行業、旅宿業、遊樂業或相關公協會辦理觀光優惠活動，經費總額5,000萬元 補助活動費用上限80% 上限每案100萬
	入住星級旅館 獎助上限每團 5萬元 每團 15 人以上			
	觀光工廠/休閒農場行程 獎助上限每團 5萬元 每團 15 人以上			
	樂齡族旅遊(60歲以上) 獎助上限每團 5萬元 每團 15 人以上 樂齡族旅客團員須達 1/2 以上			
	企業員工旅遊 獎助上限每團 5萬元 每團 15 人以上			
加碼 方案	離島(金馬澎) 前往離島團體旅遊 每人每日獎助 1,000元 獎助上限每團 7萬元 每團 15 人以上	<ul style="list-style-type: none"> 離島每人多優惠1次 每房1,000元 不分平假日 		
	長天數行程 每人每日獎 1,000元 獎助上限每團 7萬元 每團 15 人以上			

資料來源:交通部觀光局

圖 3.1 擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫

為了增加誘因，推行半個月後再推出第 2 波獎助計畫，包括活絡產業、文教及環教、交通優惠等三大方案。各部會參與的有經濟部、農委會、環保署、教育部、文化部、原民會、客委會、交通部公路總局、故宮博物院、臺灣高鐵公司及臺鐵等合計推出 11 大類優惠，預計再由各部會投入 10 億元來活絡並提振國內相關產業。

3.2 觀光與經濟的影響

近年來觀光旅遊業的轉變，涵蓋觀光的範圍很廣，尤其對國內經濟發展有一定影響力，湯頻品(2016)利用人類發展指數研究國內生產毛額（GDP）、國際觀光收入、人口總數及官方匯率資料，利用縱橫平滑轉換迴歸模型（PSTR），結果顯示國內生產毛額及國際觀光收入存在雙向因果關係，而國內生產毛額對國際觀光收入存在非線性關係，經濟成長確實帶動國際觀光收入；國內生產毛額及國際觀光收入因果關係是非線性的，隨著時間和匯率之變動而產生不同的影響，利用匯率政策，使匯率升值，國內生產毛額成長將可增加國際觀光收入。

王昶勝(2019)飯店競爭力剖析暨觀光發展對經濟和環境的影響中，利用五力分析及主成份分析法，量化臺灣飯店業的市場競爭力並加以分析，且探討經濟合作暨發展組織國家中，觀光發展對於經濟和環境的影響，該研究結果發現，觀光發展對於經濟成長有正向影響且具多期持續效果，當中國內外之投資也會影響到其影響力。此外，觀光發展會降低環境品質，並反向降低觀光客人數，但能源使用效率的改善能緩和此一負面效果並加強觀光發展之永續性。

李智明、玄燁，萬文隆(2018)研究兩岸消費者選擇訂房網站關鍵因素中，利用問卷調查，依其結果將構面及因素加以排序和分析，影響臺

灣消費者選擇線上訂房網站，最重要構面為產品；而前4個重要關鍵因素依序為訂房價格、真實性、產品對比和多樣化。

3.3 觀光與補助的影響

觀光補貼是政府支出的一部份，而且這一部份並不包含在政府預算之內，換言之，是未經立法院通過的支出。藉由政府資金的運用去補貼特定產業，使其度過經濟難關，能夠持續運用，以免對社會造成連鎖性傷害。

陳淑娟(2017)在臺灣觀光經費補助款分配之影響因素研究，利用2009年至2014年間，交通部觀光局辦理的「觀光拔尖領航方案」之地方景點風華再現計畫補助款分配在各縣市的情形，採量化研究方式，觀察該項政策利益分配的結果，探討可能影響觀光補助款政策利益分配之因素。

顏郁倫(2016)研究臺灣消費券的總體效果中，透過一般動態隨機均衡(DSGE)模型探討2008年發放消費券政策發現，雖消費券政策確實提高了本國消費，卻也同時對投資產生負面的影響，使得消費券政策提升國內經濟成長未達到明顯的效果。

胡凱傑、馮正民、王鈞暉(2013)在偏遠地區公路客運補貼路線之營運績效評估中指出，以空間資訊科學與集群分析進行偏遠路線之分類，並運用資料包絡分析法計算各集群路線營運績效。各受補貼路線行駛該地區之比例與其當年度所申請補貼額進行驗證，由單因子變異數分析結果可知兩者間無顯著關係。另以資料包絡分析法得知，大部分路線在整體營運上相對缺乏效率且缺乏的程度亦相當大；規模效率的結果也顯示出各集群路線幾乎都沒達到最適營運規模。

第四章 研究結果與討論

4.1 經濟模型

4.1.1 旅宿業市場來看

住宿費用補助前：原來均衡數量為 Q_0 ，均衡價格為 P_0

住宿費用補助後：

旅宿業者面對的需求線為 $D+Sub$ ，其收到的價格為 P_1^S ，其中含 $P_1^S - P_1^D$ 的補助，故消費者實際支付的價格為 P_1^D 。

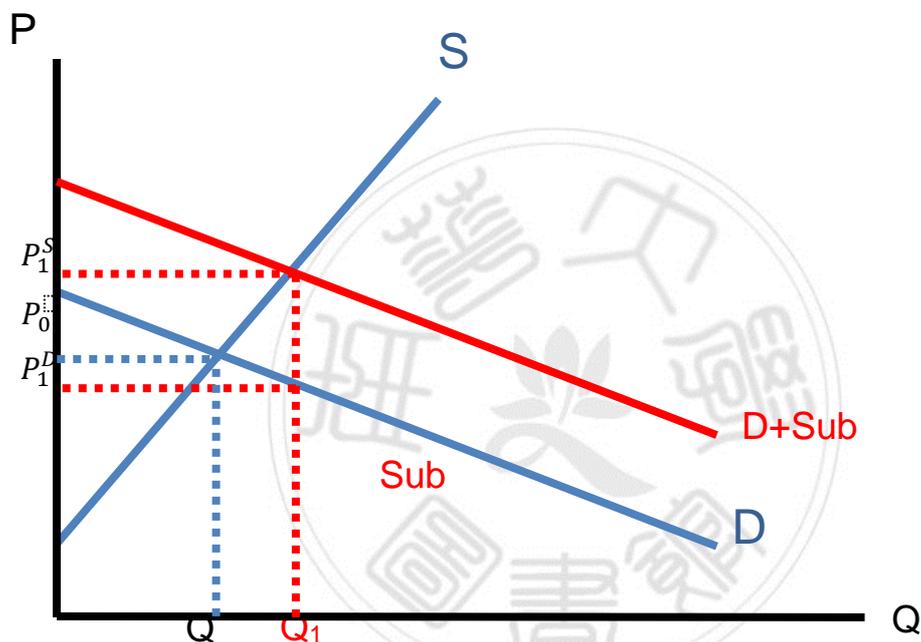


圖 4.1 補助前後之經濟模式型比較

S：旅宿業者所能提住宿量應較固定，短期內數量不易大量增加或減少
供給彈性較小，故供給線較陡峭

(註：供給彈性，
$$e_s = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$
，與斜率 $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$

的方向剛好相反，故供給彈性 E_s 越小，供給線越陡峭)

E_s 為供給彈性係數， Q 為旅宿業者供給量， ΔQ 為供給變化量， P 為消費者需求價格， ΔP 為價格變化量。

與原本的做比較，補貼使旅宿業者受惠($P_1^S - P_0$)，而消費者受惠

$(P_0^S - P_1^D)$ ，而 $(P_1^S - P_0^S) > (P_0^S - P_1^D)$ ，可得知飯店業者受惠較多。

這是由於經濟學中的彈性理論，旅宿業者的供給彈性較小，故能享受到的較多的補助利得。所以政府的擴大秋冬補助自由行住宿政策，雖說補助消費者住宿金額，但實際最大受惠者是旅宿業者。

4.1.2 經濟學中福利分析

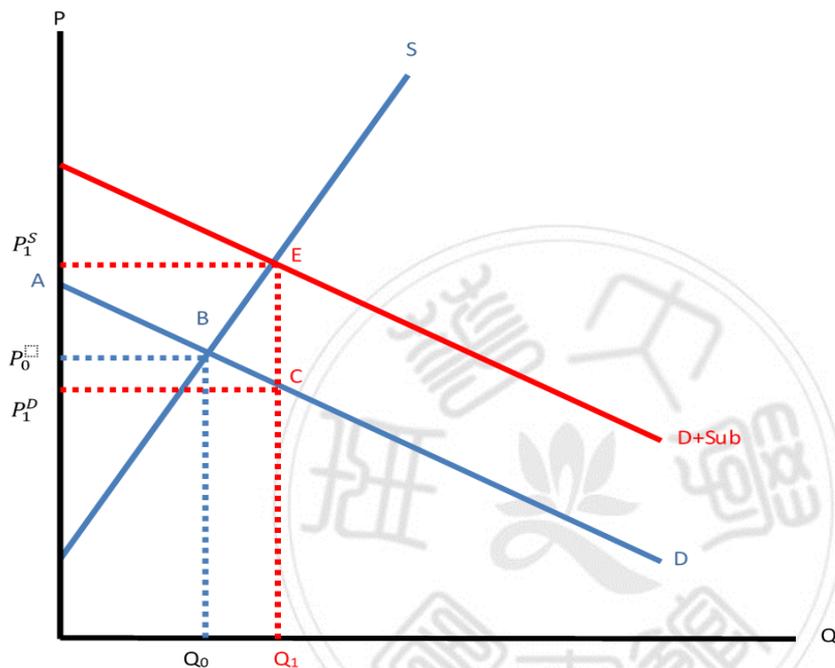


圖 4.2 補助前後社會福利之變動

住宿費用補助前

價格: P_0^S

數量: Q_0

消費者剩餘: $\triangle ABP_0^S$

生產者剩餘: $\triangle P_0^S BS_0$

政府支出: 0

總社會福利: $\triangle ABS_0$

住宿費用補助後

價格: i 生產者: P_1^S

ii 消費者: P_1^D

數量: Q_1

消費者剩餘: ΔACP_1^D

生產者剩餘: $\Delta P_1^S ES_0$

政府支出: $\square P_1^S EC P_1^D$

總社會福利: $\Delta ABS_0 - \Delta BCE$

可知，補貼後雖然使消費者及飯店業者福利增加，但政府需花更高的幅度進行補貼，最終，整體社會福利是下降的，產生無謂（淨）損失 ΔBCE ，如圖 4.2。

如果代表政府需向民眾(向出國民眾及企業課徵收機場稅)課稅來進行此次住宿補助，而補助所花的成本是超過消費者及旅宿業所享受的利益即社會福利淨損失，故對整體社會來說，福利水準是下降的。另外，如果政府向一般民眾課稅，將使得實質所得水得下降，可能影響到其他行業，面臨到需求不足的窘境。

4.2 基本資料分析

4.2.1 旅客基本資料分析

利用線上發放問卷，總收回 350 份中，其中 302 份有效問卷進行統計旅客基本資料，在此分析次數分配與百分比，包含要特點如下：

(一) 性別：受訪者男性共 137 名，占 45.36%；女性共 165 名，占 54.64%。

(二) 年齡：受訪者年齡分布以 31-40 歲 105 人最多，占 34.77%，其次是 21-30 歲 95 人，占 31.46%；41-50 歲 71 人，占 23.51%；再者為 51-60 歲 17 人，占 5.63%；再次為 61 歲以上 8 人，占 2.65%；20 歲以下僅 6 人，占 1.99%。

- (三) 職業：工商服務業為 120 人，占 39.74%；其他為 49 人，占 16.23%；學生為 42 人，占 13.91%；軍公教為 27 人，占 8.94%；專業人員(醫生、律師、建築師等)為 26 人，占 8.61%；家管為 25 人，占 8.28%；無業或待業中為 13 人，占 4.30%。
- (四) 學歷：以大專院校為 182 人，占 60.26%；研究所(含以上)為 68 人，占 22.52%；高中職為 44 人，占 14.57%；而國中小為 8 人，占 2.65%。
- (五) 婚姻：未婚為 174 人，占 57.62%；已婚有 18 歲以下小孩為 84 人，占 27.81%；已婚無小孩為 25 人，占 8.28%；已婚有 18 歲以上小孩為 19 人，占 6.29%
- (六) 居住地區：北部地區（北北基桃竹）有 150 人，占 49.67%；南部地區（嘉南高屏）為 90 人，占 29.80%；中部地區（苗中彰投雲）為 55 人，占 18.21%；東部地區（宜花東）和其他（外島及海外地區）分別為 4 人和 3 人，占 2.31%。
- (七) 月收入：30,000 元以下有 128 人，占 42.38%；30,001 元 – 40,000 元有 72 人，占 23.84%；40,001 元 – 50,000 元有 38 人，占 12.58%；60,000 元以上 35 人，占 11.59%；50,001 元 – 60,000 元有 29 人，占 9.60%。

表 4.1 基本資料統計分析表(樣本數=302)

基本資料		人數	百分比
性別	男	137	45.36%
	女	165	54.64%
年齡	20 歲以下	6	1.99%
	21-30 歲	95	31.46%
	31-40 歲	105	34.77%
	41-50 歲	71	23.51%
	51-60 歲	17	5.63%
	61 歲以上	8	2.65%

表 4.1 基本資料統計分析表(樣本數=302)(續)

基本資料		人數	百分比
職業	軍公教	27	8.94%
	工商服務	120	39.74%
	專業人員(醫生、律師、建築師等)	26	8.61%
	學生	42	13.91%
	家管	25	8.28%
	無業或待業中	13	4.30%
	其他	49	16.23%
學歷	國中小	8	2.65%
	高中職	44	14.57%
	大專院校	182	60.26%
	研究所(含以上)	68	22.52%
婚姻	未婚	174	57.62%
	已婚無小孩	25	8.28%
	已婚有 18 歲以下小孩	84	27.81%
	已婚有 18 歲以上小孩	19	6.29%
居住地區	北部地區(北北基桃竹)	150	49.67%
	中部地區(苗中彰投雲)	55	18.21%
	南部地區(嘉南高屏)	90	29.80%
	東部地區(宜花東)及其他(外島及海外地區)	7	2.31%
月收入	30,000 元以下	128	42.38%
	30,001 元 - 40,000 元	72	23.84%
	40,001 元 - 50,000 元	38	12.58%
	50,001 元 - 60,000 元	29	9.60%
	60,001 元以上	35	11.59%

資料來源:本研究整理

4.2.2 旅遊習慣

本研究欲了解受訪者過去半年的旅遊經驗，在 302 位受訪者中有 223 位是與家人或伴侶一同旅遊，再者與次級團體旅遊；在停留時間選項中，以會選擇過夜比率約八成，停留時間以二天一夜為主，住宿地點選擇以飯店及民宿居多。綜上所言，以國內平均房價為 2000 到 4000

元，補助金為 1000 元且限定一間一人申請，效果有限，若是能拉長住宿時間，更能刺激整體消費。

表 4.2 旅遊習慣統計分析表

基本資料		人數	百分比
同伴	自己	21	6.95%
	家人 / 伴侶	223	73.84%
	朋友 / 同事 / 同學	58	19.21%
旅遊地 停留時間	二天一夜	154	50.99%
	三天二夜	70	23.18%
	當天來回	59	19.54%
	四天三夜	11	3.64%
	五天四夜	8	2.65%
住宿	飯店	150	49.67%
	民宿	84	27.81%
	親友家	25	8.28%
	其他	43	14.24%

資料來源:本研究整理

4.2.3 活動成效

在本研究中約近九成受訪者知道有「擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫」(以下簡稱秋冬補助)，但至少過半數並未申請秋冬補助，主因是申請程序複雜及沒有住宿計劃，且需在平日特別請假使用補助也是考量之一；在活動宣傳部份，大部份受訪者以電子媒體為訊息來源，期待日後類此活動能以電子媒體或社群網站來宣導；以後也願意加參補助活動，偏好直接折扣於住宿費，省去申請程序繁雜手續。

表 4.3 活動成效統計分析表

問項		人數	百分比
活動曝光	知道有去申請	117	39.74%
	知道但未去申請	150	49.67%
	不知道	35	11.59%

表 4.3 活動成效統計分析表(續)

問項		人數	百分比
未申請秋冬補助之原因	申請程序太複雜	48	31.79%
	近期沒有住宿需求	36	23.84%
	沒有時間	29	19.21%
	合作飯店沒興趣	20	13.25%
	補助金太少	12	7.95%
	其他	6	3.97%
得知活動訊息之管道	電視廣播	79	29.59%
	網路推廣或介紹	65	24.34%
	親朋好友推薦	54	20.22%
	報章雜誌	42	15.73%
	公共場合文宣推廣	13	4.87%
	旅行社及其他	14	5.25%
以後希望訊息接受管道	電視廣播	125	41.39%
	網路推廣或介紹	111	36.75%
	親朋好友推薦	33	10.93%
	公共場合文宣推廣	17	5.63%
	報章雜誌	7	2.32%
	旅行社及其他	9	2.98%
未來是否想申請	會	273	90.40%
	不會	29	9.60%
補助偏好方式	直接折抵住宿費	191	63.31%
	定額禮券或抵用券方式	75	24.90%
	贈送物品	34	11.26%
	其他	2	0.66%

4.3 敘述性統計分析

針對”活動滿意度”、”申請動機”、”旅遊意願影響”及”整體成效”四個構面的平均數來進行分析樣本，藉此了解全部樣本在各研究變項上的情形。平均數用來觀察變項的集中情形，本研究以 Likert Scale 來評測代表每受訪者對每一敘述的贊同程度或態度，通常每一敘述均含有五個反應選項，若平均數為 3，表示受訪者對於該問題的看法持中立；3 分上

表示受訪者對於該問題的看法為正向意見，3分以下則表示持負向意見，答案越正向分數越高。然而，標準差可以觀察受訪者對該問題看法的差異程度，標準差越大，表示受訪者的差異越大；反之，標準差越小，則表示看法越一致。

4.3.1 活動滿意度分析

受訪者在活動滿意度中，平均數在 3.10~3.41 之間。對於資訊來源平均數 3.41 最高，而以參與飯店數量平均數 3.06 最低，表示補助資訊來源取得很便利，觀光局成立秋冬補助活動網頁專區，設立懶人包及 Q&A 方便民眾查詢，另外也利用新聞媒體分享訊息，讓更多民眾知曉此活動優惠；而對申請程序的滿意度差異性最大，申請程序可以事先直接向旅宿業者申請，或者透過旅宿網、旅行社所營平台線上訂房，因為各縣市所能申請金額有限制，一旦補助金額申請完畢，便無法享有該優惠。

表 4.4 活動滿意度敘述性統計樣本分析(n=302)

問題	平均數	標準差	變異數
對於秋冬補助資訊來源感到滿意	3.41	0.88	0.78
對於秋冬補助推廣方式感到滿意	3.30	0.92	0.84
對於秋冬補助資訊明確感到滿意	3.29	0.94	0.89
對於秋冬補助申請程序感到滿意	3.18	1.04	1.07
對於秋冬補助補助金額感到滿意	3.10	0.89	0.80
對於秋冬補助補助名額感到滿意	3.19	0.88	0.77
對於秋冬補助飯店數量感到滿意	3.06	0.93	0.87
對於秋冬補助飯店品質感到滿意	3.39	0.72	0.52
對於秋冬補助使用補助期間感到滿意	3.18	0.89	0.79
對於秋冬補助符合個人需求感到滿意	3.31	0.98	0.97
對於秋冬補助整體活動成效感到滿意	3.39	0.91	0.83

資料來源:本研究整理

4.3.2 申請動機分析

受訪者在申請動機部份，對於安排旅遊得到最高認同，獲得 4.02，表示會因住宿補助而特別安排旅遊，足見住宿補助金額 1000 元是提高旅遊意願之誘因；而以工作需求為最低 3.15，表示受訪者因工作因素而申請住宿補助之可能性低，一人只能申請補助一次，不會為了工作而犧牲個人權利。

4.5 申請動機變項敘述性統計樣本分析(n=302)

問題	平均數	標準差	變異數
因工作需求而申請秋冬補助	3.15	0.96	0.92
因活動單位推廣而申請秋冬補助	3.50	0.79	0.62
因他人推薦而申請秋冬補助	3.67	0.76	0.58
因活動優惠而申請秋冬補助	3.91	0.81	0.66
因飯店參與而申請秋冬補助	3.66	0.78	0.61
因活動很特別而申請秋冬補助	3.64	0.81	0.65
因促進當地經濟而申請秋冬補助	3.75	0.82	0.68
因響應政策推廣而申請秋冬補助	3.66	0.84	0.70
因安排旅遊而申請秋冬補助	4.02	0.74	0.55

資料來源:本研究整理

4.3.3 旅遊意願影響分析

在旅遊意願影響中，受訪者以增加旅遊天數最認同，分數為 3.46，若增加旅遊天數，一來能提高國人國內旅遊市場風氣，二來也符合秋冬補助推動之用意，多停留一天，能夠帶動及激發觀光產業；反之以更改目的地及更改時間為最低，分數為 3.13 及 3.18，受訪者對變更原定行程的意願影響較少；對選擇平日出發的差異性最大，這次住宿補助限定在週日到週五，特別增加星期五可使用，惟星期六不能使用，若上班族則需特別請假安排平日旅遊，困難度較高。

表 4.6 旅遊意願影響變項敘述性統計樣本分析(n=302)

問題	平均數	標準差	變異數
因秋冬補助而特別安排行程	3.45	0.96	0.93
因秋冬補助而更改時間	3.18	0.97	0.94
因秋冬補助而更改目的地	3.13	0.95	0.90
因秋冬補助而選擇平日出遊	3.38	1.02	1.04
因秋冬補助而增加旅遊的天數	3.46	0.96	0.92

資料來源:本研究整理

4.3.4. 整體成效分析

受訪者認為秋冬補助可以促當地消費及帶動國內旅遊意願擁有相對高同意，分數為 3.96 及 3.95，依 2018 年國人旅遊狀況調查指出，住宿費占約總旅費約 17%，可以帶動交通、餐飲和購物消費；然而對更願意花費其他費用的選項，獲得較低的同意，可能觀光景點伴手禮產品差異性不大，較無購買意願。

表 4.7 整體成效變項敘述性統計樣本分析(n=302)

問題	平均數	標準差	變異數
秋冬補助可以促進當地消費	3.96	0.70	0.49
秋冬補助可以帶動國內旅遊意願	3.95	0.75	0.56
秋冬補助可以促進週邊產業發展	3.88	0.76	0.59
秋冬補助可以更願意花費其他費用 (例如：餐費，伴手禮等等)	3.73	0.83	0.69
秋冬補助可以促進經濟發展	3.83	0.84	0.71

資料來源:本研究整理

4.4 差異分析

本部份針對受訪者性別、年齡、職業、婚姻、月收入進行獨立樣本 t 檢定及單因子變異分析，分別說明如下：

4.4.1 性別對各構面的差異分析

本研究採用獨立樣本 t 檢定來分析受試者分別對秋冬補助的”活動滿意度”、”申請動機”、”旅遊意願影響”及”整體成效”是否有差異。

在”活動滿意度”中，其中資訊來源、推廣方式、資訊明確、補助名額、飯店數量、飯店品質、使用補助期間($p>0.05$)七個問題未達顯著差異；而在申請程序、補助金額、符合個人需求、活動成效中顯示男女性之間有顯著差異，以女性顯著差異大於男性。本研究認為可能女性通常較務實，對於申請程序難易、補助金額多寡較重視

表 4.8 性別對活動滿意度之 t 檢定分析

問題	Levene 檢定(p 值)	t 值	p 值	差異比較
資訊來源	4.261 (0.040)	-1.965	0.051	無顯著差異
推廣方式	0.004 (0.950)	-0.092	0.926	無顯著差異
資訊明確	0.175 (0.676)	-2.910	0.771	無顯著差異
申請程序	0.489 (0.485)	-2.127	0.034	女>男
補助金額	1.143 (0.286)	-3.720	0.000	女>男
補助名額	0.493 (0.483)	-1.697	0.091	無顯著差異
飯店數量	0.956 (0.329)	-1.704	0.089	無顯著差異
飯店品質	0.026 (0.873)	-1.120	0.227	無顯著差異
使用補助期間	0.041 (0.840)	-1.702	0.090	無顯著差異
符合個人需求	0.000 (0.998)	-2.622	0.009	女>男
活動成效	0.662 (0.416)	-2.630	0.009	女>男

註:* $p<0.05$

資料來源:本研究整理

在申請動機中，在飯店參與、促進當地經濟、響應政策推廣等三因素未達顯著差異，在工作需求、單位的推廣、他人推薦、活動優惠、活動很特別、安排旅遊等方面有顯著差異，女性旅客大於男性旅客。本研究所認為女性較易參考意見團體及活動特殊而參與旅遊補助，即利用口碑行銷旅遊是對女性有吸引力。

表 4.9 性別對申請動機之 t 檢定分析

問題	Levene 檢定 (p 值)	t 值	p 值	差異比較
工作需求	1.819 (0.178)	-2.183	0.030	女>男
活動單位推廣	0.213 (0.645)	-2.837	0.005	女>男
他人推薦	5.32 (0.022)	-3.091	0.002	女>男
活動優惠	12.479 (0.000)	-3.629	0.000	女>男
飯店參與	0.197 (0.658)	-1.753	0.081	無顯著差異
活動很特別	10.777 (0.001)	-2.783	0.006	女>男
促進當地經濟	10.952 (0.001)	-1.792	0.740	無顯著差異
響應政策推廣	8.403 (0.004)	-1.061	0.289	無顯著差異
安排旅遊	6.821 (0.009)	-2.364	0.019	女>男

註:*p<0.05

資料來源:本研究整理

在旅遊意願影響中，唯在更改旅遊時間上女性旅客比男性旅客更重視，女性旅客通常較精打細算，為了補助減少旅費支出而變動原定時間，其他方面男女性旅客並無特別顯著差異。

表 4.10 性別對旅遊意願影響之 t 檢定分析

問題	Levene 檢定(p 值)	t 值	p 值	差異比較
特別安排行程	0.083 (0.774)	-0.842	0.401	無顯著差異
更改時間	0.053 (0.818)	-2.041	0.042	女>男
更改目的地	0.001 (0.980)	-1.122	0.263	無顯著差異
選擇平日出遊	2.734 (0.099)	-0.500	0.617	無顯著差異
增加旅遊天數	1.599 (0.207)	0.866	0.387	無顯著差異

註:*p<0.05

資料來源:本研究整理

在整體成效方面，在促進當地消費、帶動旅遊意願和帶動週邊產業發展等三方面，女性旅客大於男性旅客，本研究認為女性旅客有較多費用可分配在旅遊，且也較意願購買紀念品等，較認同旅遊補貼政策帶來影響，也正符合補貼住宿之原意，可帶動週邊交通、餐飲、購物等 4-5 倍乘數效應。

表 4.11 性別對整體成效之 t 檢定分析

問題	Levene 檢定 (p 值)	t 值	p 值	差異比較
促進當地消費	3.578 (0.060)	-2.321	0.021	女>男
帶動旅遊意願	15.223 (0.000)	-2.974	0.003	女>男

表 4.11 性別對整體成效之 t 檢定分析(續)

問題	Levene 檢定 (p 值)	t 值	p 值	差異比較
促進週邊產業發展	5.672 (0.018)	-2.037	0.043	女>男
願意花費其他費用	6.132 (0.014)	-1.144	0.254	無顯著差異
促進經濟發展	14.321 (0.000)	-1.253	0.211	無顯著差異

註:*p<0.05

資料來源:本研究整理

4.4.2 年齡對各構面的差異分析

年齡是重要變項因素之一，在資訊來源、推廣方式、資訊明確度方面，各年齡層面受訪者並無顯著差異。在申請程序、補助金額、補助名額、飯店數量、飯店品質、使用期間、符合個人需求、活動成效等有顯著差異，大致上來說，51-60歲的受訪者對於上述比較差異小，而30歲以下是顯然大於其他年齡層面受訪者，表示30歲以下新世代資訊掌握快速且詳細，對於補助細節性內容願意研究分析，尋求最高性價比。

表 4.12 年齡對活動滿意度之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
資訊來源	1.044	0.392	無顯著差異
推廣方式	1.165	0.326	無顯著差異
資訊明確度	1.714	0.131	無顯著差異
申請程序	4.381	0.001	2,3>4,5
補助金額	9.327	0.000	2,3>4,5,6
補助名額	6.033	0.000	2,3>4,5
飯店數量	2.659	0.023	2,3,4>5
飯店品質	2.821	0.017	2>4,5
使用補助期間	4.661	0.000	2>4,5,6
符合個人需求	6.533	0.000	2>3,4,5
活動成效	5.018	0.000	2>4,5

註 1:事後檢定表中，1表 20 歲以下、2表 21-30 歲、3表 31-40 歲、4表 41-50 歲、5表 51-60 歲、6表 61 歲以上 2: *p<0.05

在申請動機中，受訪者年齡分布 21-30 歲在工作需求、活動單位推廣、他人推薦、活動優惠上明顯有差異於其他年齡層。本研究認為 21-30 歲剛畢業是社會新鮮人，有可能因工作或他人意見參考而申請。

表 4.13 年齡對申請動機之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
工作需求	4.045	0.001	2>3,4,5
活動單位推廣	6.641	0.000	2>3,4,5,6
他人推薦	7.322	0.000	2>3,4,5,6
活動優惠	3.631	0.003	2>3,4,5,6
飯店參與	2.166	0.058	無顯著差異
活動很特別	1.026	0.402	無顯著差異
促進當地經濟	1.082	0.371	無顯著差異
響應政策推廣	2.700	0.021	2,3,4>5
安排旅遊	2.022	0.075	無顯著差異

註 1:事後檢定表中，1 表 20 歲以下、2 表 21-30 歲、3 表 31-40 歲、4 表 41-50 歲、5 表 51-60 歲、6 表 61 歲以上

2: *p<0.05

資料來源:本研究整理

在旅遊意願影響中，特別安排行程，更改時間、增加旅遊天數各年齡層面受訪者並無顯著差異；而在更改目的地、選擇平日出遊中、51-60 歲受訪者皆小於其他年齡層，本研究推估 51-60 歲通常在職場中擔任管理階層，收入高，不會因 1000 元補助而更改行程。

表 4.14 年齡對旅遊意願影響之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
特別安排行程	2.040	0.073	無顯著差異
更改時間	1.966	0.084	無顯著差異
更改目的地	2.539	0.026	2,3,4,6>5
選擇平日出遊	2.299	0.045	2,3,4,6>5
增加旅遊天數	0.779	0.566	無顯著差異

註 1:事後檢定表中，1 表 20 歲以下、2 表 21-30 歲、3 表 31-40 歲、4 表 41-50 歲、5 表 51-60 歲、6 表 61 歲以上

2: *p<0.05

資料來源:本研究整理

年齡對於整體成效中，促進當地消費、帶動旅遊意願、帶動週邊產業發展、願意花費其他費用等各項面並無特別顯著差異；而在秋冬補助促進經濟發展中，51歲以上的受訪者小於其他年齡層面的受訪者，本研究認為51歲以上為嬰兒潮世代，繼承上一代脫貧的富足，享受人口紅利的經濟成長最輝煌時期，對於現行補助政策能夠促進低迷經濟發展心存懷疑，對政府信任度低。

表 4.15 年齡對整體成效之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
促進當地消費	1.206	0.306	無顯著差異
帶動旅遊意願	1.931	0.089	無顯著差異
促進週邊產業發展	1.067	0.379	無顯著差異
願意花費其他費用	1.180	0.319	無顯著差異
促進經濟發展	3.131	0.009	1,2,3,4>5,6

註 1:事後檢定表中，1 表 20 歲以下、2 表 21-30 歲、3 表 31-40 歲、4 表 41-50 歲、5 表 51-60 歲、6 表 61 歲以上

2: *p<0.05

資料來源:本研究整理

4.4.3 職業對各構面的差異分析

職業在活動滿意度中，學生較敢於花費娛樂比例高，雖說可能較少收入或有限經費下，善於研究分析複雜申請程序及補助規則，找出較高性價比方案；軍公教收入和工作時間固定，對於補助方案內容比較重視。

表 4.16 職業對活動滿意度之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
資訊來源	1.738	0.112	無顯著差異
推廣方式	1.703	0.120	無顯著差異
資訊明確度	2.072	0.056	無顯著差異
申請程序	3.243	0.004	1,4>2,3,6
補助金額	4.694	0.000	1,4,5>2,3

表 4.16 職業對活動滿意度之單因子變異數分析(續)

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
補助名額	3.683	0.002	1,4>2,3,6,7
飯店數量	1.951	0.073	無顯著差異
飯店品質	2.086	0.055	無顯著差異
使用補助期間	3.260	0.004	1,4>2,3,7
符合個人需求	1.904	0.080	無顯著差異
整體活動成效	2.664	0.016	1,4>2,3,5,7

註 1:事後檢定表中，1 表軍公教、2 表工商服務、3 表專業人員(醫生、律師、建築師等)、4 表學生、5 表家管、6 表無業或待業中、7 表其他

2: *p<0.05

資料來源:本研究整理

在申請動機中，軍公教與學生相較於其他職業有顯著差異，軍公教收入及時間固定，對於補助方案優惠和參與飯店比較重視；而學生對於活動優惠及參與飯店方面較重視，可能因同儕關係選擇主題型活動。

表 4.17 職業對申請動機之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
工作需求	1.767	0.106	無顯著差異
活動單位推廣	1.238	0.287	無顯著差異
他人推薦	1.918	0.078	無顯著差異
活動優惠	2.280	0.036	1,5>3 4>2,3
飯店參與	2.275	0.037	1,4>5,7
活動很特別	1.102	0.361	無顯著差異
促進當地經濟	1.154	0.331	無顯著差異
響應政策推廣	0.723	0.631	無顯著差異
安排旅遊	2.019	0.063	無顯著差異

註 1:事後檢定表中，1 表軍公教、2 表工商服務、3 表專業人員(醫生、律師、建築師等)、4 表學生、5 表家管、6 表無業或待業中、7 表其他

2: *p<0.05

資料來源:本研究整理

軍公教收入和工作時間較固定，比起一般勞工階層較易安排時間，尤其是請假程序較為公開透明且制度化，為了旅遊補助而更改時間或目的地似乎比較容易。

表 4.18 職業對旅遊意願影響之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
特別安排行程	3.118	0.006	無顯著差異
更改時間	3.659	0.002	1>2,3,4,6,7
更改目的地	3.731	0.001	1>2,3,4,6,7 5>3,4,7
選擇平日出遊	1.510	0.175	無顯著差異
增加旅遊的天數	1.923	0.077	無顯著差異

註 1:事後檢定表中，1 表軍公教、2 表工商服務、3 表專業人員(醫生、律師、建築師等)、4 表學生、5 表家管、6 表無業或待業中、7 表其他

2: *p<0.05

資料來源:本研究整理

職業在整體活動成效各方面項目中，並無顯著差異。

表 4.19 職業對整體活動成效之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
促進當地消費	0.549	0.771	無顯著差異
帶動旅遊意願	1.047	0.395	無顯著差異
促進週邊產業發展	1.404	0.213	無顯著差異
願意花費其他費用	1.510	0.174	無顯著差異
促進經濟發展	1.732	0.113	無顯著差異

註 1:事後檢定表中，1 表軍公教、2 表工商服務、3 表專業人員(醫生、律師、建築師等)、4 表學生、5 表家管、6 表無業或待業中、7 表其他

2: *p<0.05

資料來源:本研究整理

4.4.4 婚姻對各構面的差異分析

婚姻對活動滿意度各項目並無特別顯著差異。

表 4.20 婚姻對活動滿意度之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
資訊來源	0.558	0.643	無顯著差異
推廣方式	1.259	0.289	無顯著差異
資訊明確度	0.925	0.429	無顯著差異
申請程序	0.181	0.909	無顯著差異
補助金額	1.753	0.156	無顯著差異
補助名額	1.193	0.313	無顯著差異
飯店數量	2.311	0.076	無顯著差異
飯店品質	0.199	0.897	無顯著差異
使用補助期間	1.318	0.268	無顯著差異
符合個人需求	1.977	0.118	無顯著差異
整體活動成效	2.239	0.084	無顯著差異

註 1:事後檢定表中, 1 表未婚、2 表已婚無小孩、3 表已婚有 18 歲以下小孩、4 表已婚有 18 歲以上小孩

2: *p<0 .05

資料來源:本研究整理

在申請動機方面，未婚與已婚無小孩者在工作需求與活動單位推廣和安排旅遊上顯著大於已婚有 18 歲以下小孩者，本研究認為未婚與已婚無小孩者考量因素少，反觀，家有年幼子女者需考量因素多，多以子女喜好為主，例如行程有無主題樂園、有無合適兒童設施等等。

表 4.21 婚姻對申請動機之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
工作需求	5.071	0.002	1,2>3
活動單位推廣	2.985	0.032	1,2>3
他人推薦	1.746	0.158	無顯著差異
活動優惠	2.473	0.062	無顯著差異
飯店參與	1.450	0.228	無顯著差異
活動很特別	1.013	0.387	無顯著差異
促進當地經濟	1.162	0.324	無顯著差異
響應政策推廣	1.702	0.167	無顯著差異
安排旅遊	3.667	0.013	1,2>3

註 1:事後檢定表中, 1 表未婚、2 表已婚無小孩、3 表已婚有 18 歲以下小孩、4 表已婚有 18 歲以上小孩

2: *p<0 .05

資料來源:本研究整理

在旅遊意願影響中，婚姻對各項目並無特別顯著差異。

表 4.22 婚姻對旅遊意願影響之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
特別安排行程	1.681	0.171	無顯著差異
更改時間	2.555	0.056	無顯著差異
更改目的地	1.483	0.219	無顯著差異
選擇平日出遊	0.608	0.610	無顯著差異
增加旅遊的天數	0.282	0.839	無顯著差異

註 1:事後檢定表中，1 表未婚、2 表已婚無小孩、3 表已婚有 18 歲以下小孩、4 表已婚有 18 歲以上小孩

2: *p<0.05

資料來源:本研究整理

在整體活動成效上，未婚與已婚無小孩在帶動旅遊意願與促進經濟發展上顯著大於已婚有 18 歲以下小孩者，本研究認為未婚及已婚無小孩的旅客因為較無家庭拘束或經濟壓力，較能自由運用時間，提升旅遊意願。

表 4.23 婚姻對整體活動成效之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
促進當地消費	2.144	0.095	無顯著差異
帶動旅遊意願	3.057	0.029	1,2>3
促進週邊產業發展	1.832	0.141	無顯著差異
願意花費其他費用	1.617	0.185	無顯著差異
促進經濟發展	3.712	0.012	1,2>3

註 1:事後檢定表中，1 表未婚、2 表已婚無小孩、3 表已婚有 18 歲以下小孩、4 表已婚有 18 歲以上小孩

2: *p<0.05

資料來源:本研究整理

4.4.5 月收入對各構面的差異分析

在資訊來源、推廣方式、資訊明確度、申請程序、補助金額、補助金額、符合個人需求、活動成效等方面，月收入多寡並無顯著差異影

響；在飯店數量和品質上，月收入為 4~5 萬元有足夠支配之收入，大也都位於台灣平均薪資之中位數，對於飯店數量及品質有較高要求，另外這次秋冬補助也不少觀光級飯店加入，提昇國人旅遊意願。

表 4.24 月收入對活動滿意度之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
資訊來源	0.941	0.441	無顯著差異
推廣方式	0.845	0.498	無顯著差異
資訊明確度	1.011	0.403	無顯著差異
申請程序	1.972	0.100	無顯著差異
補助金額	1.493	0.206	無顯著差異
補助名額	2.235	0.067	無顯著差異
飯店數量	3.535	0.008	3>1,2,4,5
飯店品質	3.663	0.007	3>1,2>4
使用補助期間	2.116	0.080	無顯著差異
符合個人需求	2.011	0.095	無顯著差異
活動成效	2.220	0.068	無顯著差異

註 1:事後檢定表中，1 表 30,000 元以下、2 表 30,001 元 - 40,000 元、3 表 40,001 元 - 50,000 元、4 表 40,001 元 - 50,000 元、5 表 60,000 元以上

2: *p<0 .05

資料來源:本研究整理

在申請動機方面，在促進當地經濟及響應政策推廣中，月收入為 4~5 萬元對於政府政策是有所期待，故支持補貼政策能帶來經濟發展。

表 4.25 月收入對申請動機之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
工作需求	0.813	0.518	無顯著差異
活動單位推廣	0.812	0.519	無顯著差異
他人推薦	1.152	0.333	無顯著差異
活動優惠	1.970	0.101	無顯著差異
飯店參與	1.721	0.147	無顯著差異
活動很特別	1.919	0.109	無顯著差異
促進當地經濟	3.422	0.010	3>1,4

表 4.25 月收入對申請動機之單因子變異數分析(續)

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
響應政策推廣	7.479	0.000	1,2>4 3>1,2,4,5
安排旅遊	1.151	0.334	無顯著差異

註 1:事後檢定表中，1 表 30,000 元以下、2 表 30,001 元 - 40,000 元、3 表 40,001 元 - 50,000 元、4 表 40,001 元 - 50,000 元、5 表 60,000 元以上

2: *p<0 .05

資料來源:本研究整理

在旅遊意願影響中，月收入高旅客喜充實生活經驗，增加生活樂趣且財務能夠自由支配，相較月收入低旅客，更願意提高旅費預算增加旅遊天數。

表 4.26 月收入對旅遊意願影響之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
特別安排行程	1.253	0.290	無顯著差異
更改時間	0.620	0.649	無顯著差異
更改目的地	0.814	0.518	無顯著差異
選擇平日出遊	0.849	0.496	無顯著差異
增加旅遊天數	2.513	0.043	3,5>1

註 1:事後檢定表中，1 表 30,000 元以下、2 表 30,001 元 - 40,000 元、3 表 40,001 元 - 50,000 元、4 表 40,001 元 - 50,000 元、5 表 60,000 元以上

2: *p<0 .05

資料來源:本研究整理

在整體活動成效方面，月收入多寡在帶動旅遊意願、帶動週邊產業發展、願意花費其他費用、促進經濟發展等月收入多寡並無顯著差異；而在促進當地消費選項中，月收入為 40,001 元 - 50,000 元大於 3 萬元以下及 30,001 元 - 40,000 元，可見收入高者受訪者覺得補助能夠促進當地消費，推估也因所得高願意花費在旅遊上，追求精神活動的舒適與滿足。

表 4.27 月收入對整體活動成效之單因子變異數分析

問題	ANOVA		事後檢定 LSD
	F 值	P 值	
促進當地消費	2.418	0.050	3>1,2
帶動旅遊意願	1.747	0.141	無顯著差異
促進週邊產業發展	1.493	0.206	無顯著差異
願意花費其他費用	1.172	0.324	無顯著差異
促進經濟發展	2.274	0.063	無顯著差異

註 1:事後檢定表中，1 表 30,000 元以下、2 表 30,001 元 - 40,000 元、3 表 40,001 元 - 50,000 元、4 表 40,001 元 - 50,000 元、5 表 60,000 元以上

2: *p<0 .05

資料來源:本研究整理

4.5 旅宿業者營收分析

我國旅宿業分為有觀光國際飯店、觀光一般飯店、旅館及民宿等四種，依規定旅宿業者應於每年一月及七月底前，將前半年每月總出租房客數、客房住用數、住宿人數、營業收入等資料，陳報當地主管機關。目前依旅宿網統計有 25 間觀光飯店正在籌備中，房間數 6751 間，總投資金額 555 億，可見旅宿業者對未來觀光市場充滿信心。

4.5.1 平均房價、住用率及 RevPAR(平均客房收益)

平均房價是客房總收入與實際客房出租數之比；住用率(Occupancy Rate)是實際出租客房累計數與可供出租客房累計數之比率；RevPAR 是住用率與平均房價的結果，表示平均每間可供出租客房能為飯店帶來的收入，更能反映真正收益管理情形。

就近六年的 RevPAR 來看，國際觀光飯店從 2014 年 2872 元到 2019 年 2656 元，整體來說持平並無，如表 4.28 顯示。以 RevPAR 最低的 2018 年，適逢花蓮地震、南部衰退豪雨成災、台鐵普悠瑪列車事

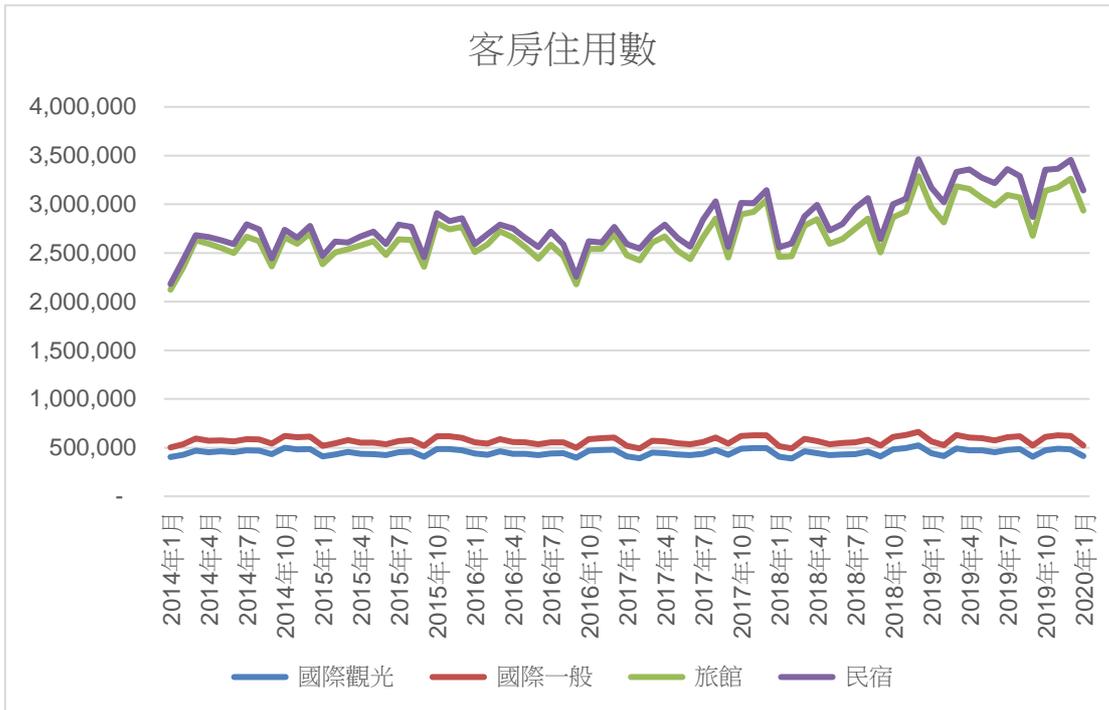
件、年金改革、消費者物價指數上漲等因素，使得民間限縮消費，間接減少旅遊次數。

表 4.28 2014-2019 年旅宿業 RevPAR 比較表

		國際觀光	國際一般	旅館	民宿
2014	平均房價	3,906	2,936	2,098	2,309
	住用率	73.53%	66.67%	53.91%	21.86%
	RevPAR	2872	1957	1131	505
2015	平均房價	3,986	3,066	2,186	2,390
	住用率	70.99%	63.59%	52.88%	22.95%
	RevPAR	2830	1950	1156	549
2016	平均房價	3,999	3,166	2,250	2,486
	住用率	67.62%	63.04%	49.82%	21.15%
	RevPAR	2704	1996	1121	526
2017	平均房價	3,941	3,136	2,208	2,419
	住用率	66.48%	59.30%	47.34%	19.54%
	RevPAR	2620	1860	1045	473
2018	平均房價	3,891	3,182	2,167	2,326
	住用率	64.83%	57.97%	47.79%	19.99%
	RevPAR	2523	1845	1036	465
2019	平均房價	3,930	3,227	2,198	2,294
	住用率	67.59%	60.88%	52.14%	24.21%
	RevPAR	2656	1965	1146	555

資料來源:觀光局旅宿網

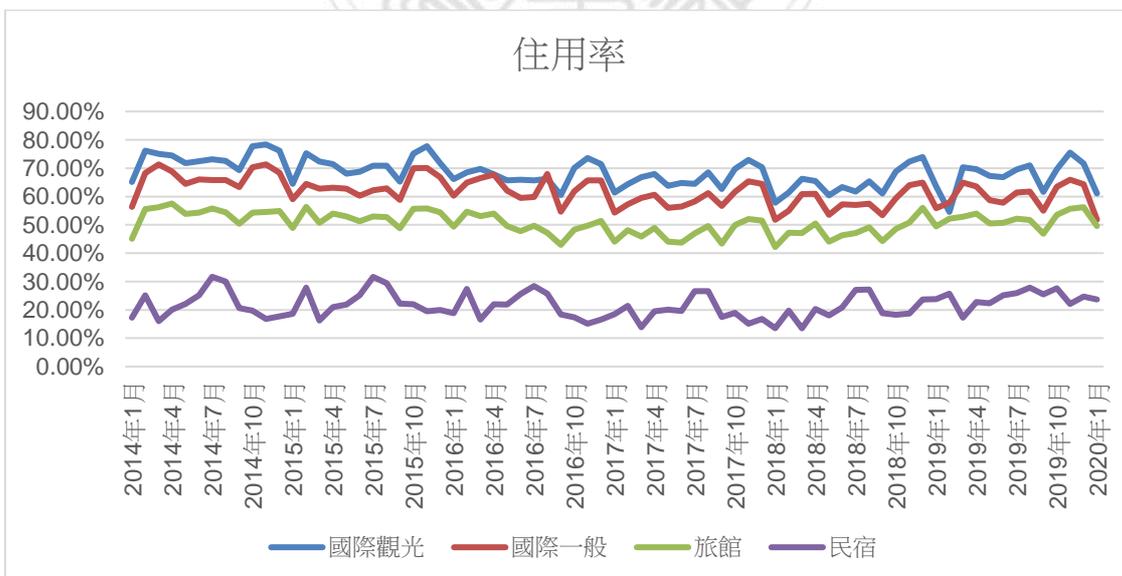
再者，依據觀光局旅宿網統計資料，以 2014 年以來月份統計來看，旅館及民宿的客房住用數是逐漸增加，表示市場可供住宿數量是增加，也意味著旅宿業者對未來市場保持樂觀，願意提供更多客房數量。



資料來源:觀光局旅宿網

圖 4.3 2014-2019 年旅宿業客房住用數變化趨勢

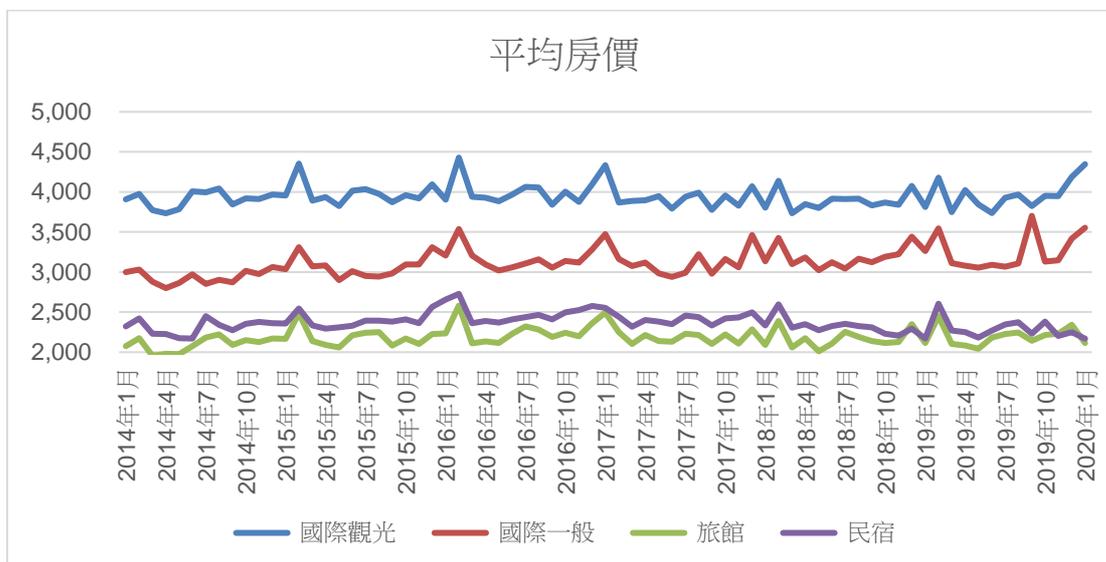
然而單以住用率來看，2014-2019 年住用率除了民宿是上升外，觀光飯店及旅館是略下降，可能受到客房住用數提高、國際旅客減少影響，追求特色民宿環境享受等因素，如下圖 4.4。



資料來源:觀光局旅宿網

圖 4.4 2014-2019 年旅宿業住用率變化趨勢

在平均房價觀察，旅宿業從 2014 年到 2019 年的平均房價是持平，並無太大漲幅，整體來說，可能是近年來國人喜愛出國，較不願意花費在國內旅遊住宿上。

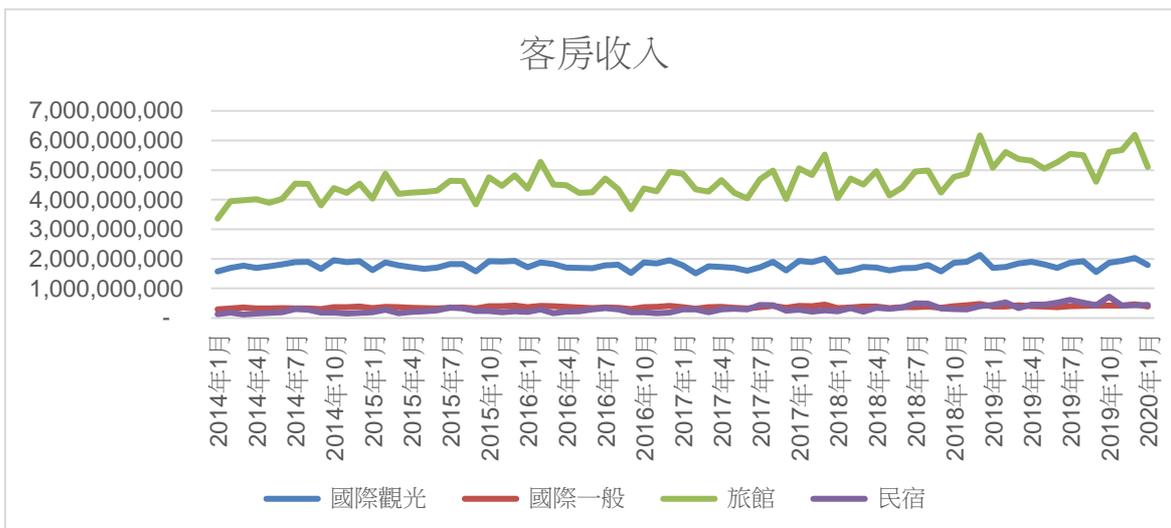


資料來源:觀光局旅宿網

圖 4.5 2014-2019 年旅宿業平均房價變化趨勢

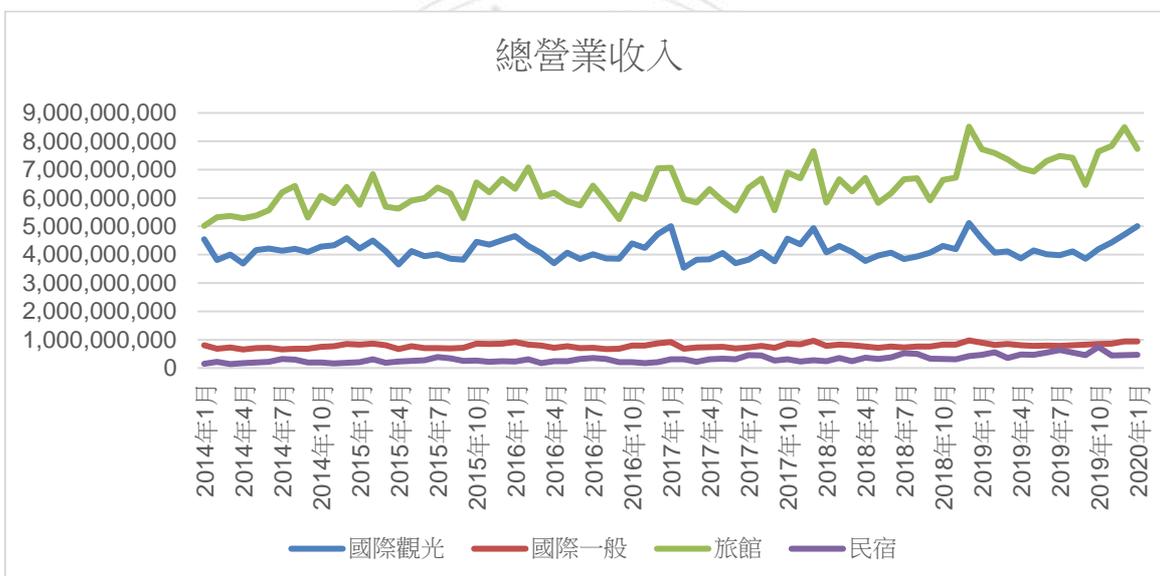
4.5.2 客房收入與總營業收入

旅宿業總營業收入為客房出租收入加上餐飲收入及其他收入，客房出租收入通常占總營收 40-60%，為收入主要來源。整體而言，從月份統計，旅宿業客房收入是逐年增加且受到季節波動影響較大，第四季淡季對於陸客減少來台人數並無特別明顯影響。成長幅度較大者為旅館業者，可能房價上沒有國際飯店高，但卻能享有不錯品質及舒適環境，受到旅客喜愛。



資料來源:觀光局旅宿網

圖 4.6 2014-2019 年旅宿業客房收入變化趨勢



資料來源:觀光局旅宿網

圖 4.7 2014-2019 年旅宿業總營業收入變化趨勢

以年份來看，旅宿業者最重要營業額項目為客房收入，國際觀光飯店客房收入從 2014 年 215.06 億元成長 2019 年 216.67 億元，國際一般飯店收入從 2014 年 40.49 億元到 2019 年 41.88 億元，旅館收入從 2014 年 492.58 億元到 2019 年 516.76 億元，成長最多；民宿從 2014 年 22.56 億元到 2019 年 25.63 億元。

表 4.29 2014-2019 年旅宿業客房收入比較表

	國際觀光	國際一般	旅館	民宿
2014	21,506.7	4,049.2	49,258.9	2,256.2
2015	21,542.8	4,091.6	49,939.0	2,314.2
2016	21,719.7	4,139.2	50,872.4	2,406.7
2017	21,730.6	4,146.2	51,081.4	2,449.2
2018	21,754.8	4,171.2	51,316.0	2,505.6
2019	21,667.4	4,188.1	51,676.0	2,563.0

單位:百萬元

資料來源:觀光局旅宿網

整體而言，旅宿業總營業收入是逐年增加，總營業收入對於陸客減少來台人數並無特別明顯影響，如下表 4.30。

表 4.30 2014-2019 年旅宿業總營業收入與陸客來台人數

	國際觀光	國際一般	旅館	民宿	陸客來台 人數
2014	4,169.7	722.7	5,677.0	204.9	9,910,204
2015	4,130.5 (-0.94%)	776.1 7.39%	6,090.3 (7.28%)	262.0 (27.87%)	10,439,785
2016	4,143.2 (0.31%)	770.9 (-0.67%)	6,162.4 (1.18%)	247.3 (-5.62%)	10,690,279
2017	4,124.2 (-0.46%)	781.6 (1.39%)	6,372.3 (3.41%)	312.9 (26.53%)	10,739,601
2018	4,144.6 (0.49%)	791.9 (1.32%)	6,547.7 (2.75%)	357.7 (14.33%)	11,066,707
2019	4,170.8 (0.63%)	831.7 (5.02%)	7,439.3 (13.62%)	510.7 (42.77%)	11,864,105

營業收入單位為百萬元

資料來源:觀光局旅宿網

4.5.3 國際旅行收支

依中央銀行國際收支帳來看，就我國旅行收支逆差而看，2014 年曾順差 617 百萬美元，表示我國還能賺取外國人的錢，之後卻年年逆差，且差距加大，2018 年達逆差 5,724 百萬美元，2019 年達 6,128 百萬美元，代表國人到國外的消費，已遠大於外國人來台灣的消費，也隱藏危機，國人不是不願在國內消費而是更喜愛在國外消費。

表 4.31 2014-2019 年我國旅行收支比較表

時間	收入	支出	順差
2014	14,614	13,997	617
2015	14,387	15,502	-1,115
2016	13,375	16,574	-3,199
2017	12,315	18,018	-5,703
2018	13,704	19,428	-5,724
2019	14,373	20,501	-6,128

資料來源:中央銀行

單位:百萬美元

4.5.4 秋冬補助前後比較

本節在比較 2019 年 9-12 月(秋冬補助期間)與 2018 年 9-12 月旅宿業者在住用率、平均房價及客房收入之分析。

就住用率來觀察，2018 年 9-12 月與 2019 年 9-12 月住用率相比，國際觀光飯店與國際一般飯店 2019 年 9-12 月增加約 1~2%，整體來說平穩漸成長；然而旅館與民宿增加 3~5%，足見秋冬補助對旅館與民宿住用率有提升，可能國人國內旅遊住宿選擇通常以旅館與民宿為主，較少以國際觀光飯店為第一優先考量。

表 4.32 秋冬補助前後住用率比較

	國際觀光	國際一般	旅館	民宿
2018 年 9 月	61.10%	53.46%	44.30%	18.85%
2018 年 10 月	68.80%	59.36%	48.56%	18.28%
2018 年 11 月	72.38%	64.02%	50.83%	18.70%
2018 年 12 月	73.90%	64.87%	56.01%	23.71%
平均	69.05%	60.43%	49.93%	19.89%
2019 年 9 月	61.62%	54.99%	46.86%	25.44%
2019 年 10 月	69.64%	63.41%	53.55%	27.58%
2019 年 11 月	75.54%	65.95%	55.66%	22.08%
2019 年 12 月	71.61%	64.32%	56.18%	24.73%
平均	69.60%	62.17%	53.06%	24.96%

資料來源:觀光局旅宿網

就平均房價方面，無論是觀光飯店還是旅館或民宿，整體來說平均房價是持平的，成長率不到 1%，國際旅客的減少確實會有影響，若是房價下降，住用率即可提升，唯國內住宿費用高，同樣價錢可能在其他國家享受更高級、更有品質的飯店。

表 4.33 秋冬補助前後平均房價比較

	國際觀光	國際一般	旅館	民宿
2018 年 9 月	3,834	3,124	2,138	2,310
2018 年 10 月	3,868	3,192	2,115	2,231
2018 年 11 月	3,841	3,221	2,126	2,205
2018 年 12 月	4,077	3,443	2,349	2,294
平均	3,905	3,245	2,182	2,260
2019 年 9 月	3,825	3,702	2,142	2,231
2019 年 10 月	3,953	3,130	2,216	2,383
2019 年 11 月	3,948	3,146	2,229	2,204
2019 年 12 月	4,188	3,419	2,343	2,252
平均	3,979	3,349	2,233	2,268

資料來源:觀光局旅宿網

2018 年 9-12 月客房總收入為 76 億元，2019 年 9-12 月客房總收入為 83 億元，其中增加了 6 億元，與政府提列 36 億元補助經費相比，確實客房收入並無大幅度增加；再者政府只是拿人民納稅錢，獨厚觀光業，徒增公務員核售行政工作。

表 4.34 秋冬補助前後客房收入之比較

	國際觀光	國際一般	旅館	民宿
2018 年 9 月	15.8 億	3.5 億	42.4 億	3.2 億
2018 年 10 月	18.7 億	4.1 億	47.7 億	3.0 億
2018 年 11 月	19.1 億	4.3 億	48.8 億	2.9 億
2018 年 12 月	21.3 億	4.8 億	61.7 億	4.0 億
平均	18.7 億	4.1 億	50.1 億	3.3 億
總計			76.3 億	
2019 年 9 月	15.6 億	4.2 億	46.1 億	4.4 億
2019 年 10 月	18.7 億	4.3 億	56.0 億	7.2 億

2019年11月	19.3億	4.3億	56.8億	4.2億
2019年12月	20.2億	4.7億	62.0億	4.4億
平均	18.8億	4.4億	55.2億	5.1億
總計			83.1億	

資料來源:觀光局旅宿網

單位:新台幣

綜合上述資料，未來三年內，旅宿業總投資金額高達555億，可見對市場充滿信心。六年來旅宿業的客住用數逐漸增加，也造成住用率略為下降，平均客房收益則是持平並無衰退。在補助期間，旅宿業客房營收入較未補助前增加6億，占全年800億總收入的一小部份，可見補助之成效似乎有限。



第五章 結論與建議

5.1 結論

就經濟模型來看，旅宿業供給彈性較小，補助政策最大受惠者是旅宿業者，而非消費者；補貼後消費者旅宿業福利增加，但政府需花更高幅度進行補貼，整體社會福利是減少，產生無謂損失，使得資源得不到最佳分配，徒增社會成本。

就問卷調查得知，受訪者對於秋冬補助的資訊來源、因安排旅遊而申請補助、因補助而增加旅遊天數及可以促進當地消費等項目，得到最高滿意度。再進一步分析，女性旅客重視補助優惠大於男性，尤其在申請動機方面，建議可以利用女性活動或口碑行銷多加以宣傳；在年齡方面，年輕世代覺得補助參與對促進經濟是有幫助的，尤在活動滿意度上；婚姻方面，未婚或已婚無小孩者考量家庭因素少，更有意願參與補助；在收入方面，收入高者有較有意願從事旅遊，也許在補助金額外，可加強旅行意念，結合人文、生態，推出深度旅遊，成效更佳。

在旅宿業營收中，秋冬補助對旅館及民宿業者的客房收入較大助益，則對觀光飯店則否，推估與國人偏好房價較國際飯店便宜的旅館和民宿有關，但補助只是短暫，旅宿業如何提供合理價位及品質留住國人的青睞才是根本之道，反觀日本，對於觀光客課稅，仍吸引大批旅客前往。

5.2 建議

5.2.1 實務建議

根據本研究，了解民眾對 2019 年 9 月交通部觀光局推行擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫之活動滿意度、申請動機、旅遊意願影響及整體成效

之看法，再輔以經濟模型和旅宿統計資料解釋該政策之成效，最後提出下列建議：

對政府而言，依據 2018 年國人旅遊狀況調查可知國人國內旅遊平均停留天數為 1.49 天，本研究調查最多旅遊天數是二天一夜亦是如此，推敲主因是周休二日實施及交通工具普及，若可以利用補助政策拉長國人國內旅遊天數，促進當地經濟，才是上策。針對補助方案，若短期方案成常態性政策，實際上補助政策是擴大國內旅遊市場，還是將國人旅遊時間前後挪動呢？考驗政府如何設計政策。再者，目前旅遊補助金額來自觀光局觀光發展基金，根據該基金 2019 年會計月報，收入為 76 億，但支出比預算多 44.6 億元，暴增 69%，主要原因支應觀光局陸續推出「擴大國旅暖冬遊」、「春遊專案」以及「擴大秋冬國民旅遊獎勵計畫」等補助方案，導致 2019 年基金剩餘為負債 33 億元，是五年以來首度出現赤字，預算該如何明確規範和管理考核，攸關國家觀光發展。

此外，政府更應以宏觀的視野與格局，加強觀光硬體基礎設備，整合跨部會多元性資源，重建國內豐富的人文資產，同時透過資通產業利基優勢，協助觀光產業有效率地利用科技掌握國際旅客需求，如此能再替觀光產業開創更無限的發展空間。

住宿補助方案另有用意，利用補助給合法旅宿業者來打擊非法旅宿者，當非法旅宿業者不能申請補助時，市場會自然淘汰；但是遊在邊緣體質不佳的合法旅宿業者，卻是得到暫時杼困，降低整體觀光轉型機會，只是期待下次更優惠的補助。

對觀光業來說，補助政策只是短暫的敲門磚，暫時把國人引流進來，長久之計應是對內擴展國人對國內觀光的信任感，對外更積極開拓多元市場尤為重要，針對日韓旅客推動創新及優質行程，針對歐美旅客

聚焦主題旅遊和深化台灣品牌，針對港澳市場，拓發新客源及增加重遊客群，針對新南向旅客，健全國內接待環境，針對大陸旅客，開拓自由行市場，積極取商務或企業高端市場。

旅宿業需提升品質與國際化程度，觀光局所推動「星級評鑑」便是如此，對內對過公正客觀評鑑制度，促使自我成長，尋求市場定位；對外則讓旅客依自身需求選擇適合和品質保障之旅宿。

最後，觀光質感的提昇除了觀光業者外，每一個人對生活美學思惟及對生活態度實踐更是觀光最誠至之精神。

5.2.2 研究建議

對本研究所因人力、時間、成本有限、此次回收有效問卷 302 份、將來研究者可針對歷年來的觀光補助政策做比較，甚採用質性方法與旅宿業者進行深度訪談，更能了解國人對於觀光補助政策想法及飯店業者對補助政策的實際操作層面。

此外，旅遊補助另有用意，利用給合法旅宿業者補助來打擊非法旅宿者，當非法旅宿業者不能申請補助時，自然影響其聲譽，建議未來研究者可以利用問卷調查，探討補助與非法旅館之關聯。

參考文獻

一、中文部份

1. 王昶勝(2019) , 飯店競爭力剖析暨觀光發展對經濟和環境的影響 , 國立暨南國際大學國際企業學系博士論文。
2. 呂麗蓉、王韋能(2018)促進旅遊發展的總體政策分析：供給面政策與需求面政策的比較。
3. 李智明、玄燁、萬文隆(2018) , 兩岸消費者選擇訂房網站關鍵因素研究 , 東吳經濟商學學報 , 97期。63-102頁。
4. 林志鈞、熊季芳(2019) , 應用灰預測 GM(1, 1)預測臺灣國際觀光旅館員工人數、平均產值、薪資及從業人員飽和點 , 育達科大學報卷期 , 47期 , 22-48頁。
5. 我國觀光發展政策之研究 , 行政院研究發展考核委員會、中華民國九十九年六月。
6. 周永暉、歐陽忻憶、陳冠竹(2018) , 台灣觀光 2020 永續發展策略 , 台灣當代觀光 , 1期 , 1-20頁。
7. 胡凱傑 馮正民 王鈞暉(2013) , 偏遠地區公路客運補貼路線之營運績效評估 , 運輸計劃季刊 , 42卷第3期 , 275~304頁。
8. 馬嵐(2005) , 談問卷設計的幾個技巧性原則 , 統計教育 , 第8期。
9. 張孝銘(2013) , 休閒消費者行為 , 台中市：華都文化。
10. 陳維慶(2019) , 人格特質與旅遊偏好、旅遊意象、旅遊效益及行為意向之關係—以峴港市為例 , 南華大學碩士論文旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文。
11. 莊采恩(2019) , 影響來臺自由行遊客農業旅遊消費支出之因素 , 國立嘉義大學生物事業管理學系研究所碩士論文。

- 12.陳淑娟(2017)，臺灣觀光經費補助款分配之影響因素研究，國立臺灣大學國家發展研究所碩士論文。
- 13.湯頻如(2016)，匯率對經濟成長與觀光收入匯率對經濟成長與觀光收入因果關係之門檻效果，中原大學國際經營與貿易研究所碩士論文。
- 14.楊明賢與劉翠華(2016)，觀光學概論(第四版)，台北市：揚智文化。
- 15.劉欣宙(2016)，「國內旅遊住宿優惠補助活動」政策效果分析之研究(未出版之碩士論文)，國立中山大學高階經營碩士學程在職專班碩士論文。
- 16.劉修祥與許逸萍(2011)，觀光導論(第四版)，台北市：揚智文化。
- 17.鄭德宇(2019)，旅遊補助效益之探討，貨幣觀測與信用評等，138期，132-136頁。
- 18.顏郁倫(2016)，台灣消費券的總體效果，國立中山大學經濟學研究所碩士論文。
- 19.觀光局，旅宿業相關統計。
- 20.觀光局，觀光統計年報
- 21.觀光局，2018，中華民國 107 年國人旅遊狀況調查。
- 22.觀光局，2018，中華民國 107 年來台旅客消費及調查。
- 23.劉亞秋(2007)，經濟學原理，台中市：智勝文化。
- 24.Tourism2020-臺灣永續觀光發展方案(106-109年)(核定本)，交通部觀光局。

二、外文資料

1. Andrews,G.(2012). Just the ticket? : exploring the contribution of free bus fares policy to quality of later life(Unpublished doctoral dissertation). University of the West of England,Bristol.

2.Meng X.,(2014). Is a tourism subsidy the best response to the global financial crisis? A short-run CGE simulation for Singapore. Asia Pacific Journal of Tourism Research



附錄一問卷

您好！

感謝您撥冗填寫本問卷，這是一份學術性研究問卷，主要目的為探討觀光局所舉辦『擴大秋冬國民旅遊獎勵計劃』是否滿足國民需求及推此補助對國內消費提振的成效，本問卷採「不具名」方式進行，請您放心填答。

您的寶貴意見，將是本研究成功與否的重要關鍵，再次感謝您對本研究的協助！

補充說明：擴大秋冬補助主要針對國內旅遊補助自由行住宿費最高 1000 元，實施時間為 2019 年 9 月到 2020 年 1 月！

敬祝 身體健康！

南華大學旅遊管理所
指導教授：丁誌紋 博士
研究生：蔡方馨

一、旅遊習慣

請依您平時個人旅遊的習慣作答

1. 近期內(最近六個月內)是否進行國內休閒旅遊或商務差旅活動?

- 有,有進行國內休閒旅遊活動 有,有進行國內商務差旅活動
無

2. 與您同行的人數

- 0 人(獨自旅行) 1 人 2 人 3 人 4 人 5 人(包含以上)

3. 旅遊的同伴

- 自己 家人/伴侶 朋友/同事/同學 社區組織成員/旅行團 其他

4. 在旅遊地停留時間

- 當天來回 二天一夜 三天二夜 四天三夜 五天以上

5. 住宿的選擇

- 飯店 民宿 親友家 其他

二、活動滿意度

「擴大秋冬國民旅遊獎勵計劃」以下簡稱秋冬補助

6. 請問您是否知道交通部觀光局 2019 年所舉辦的「擴大秋冬國民旅遊獎勵計劃」活動的訊息?

- 知道且有去申請 知道但沒有去申請 不知道

7. 為何沒有申請秋冬補助?

- 近期沒有住宿的需求 沒有時間安排旅遊 補助金額太少
 補助名額太少 申請程序太複雜 合作飯店沒有興趣

8 請問您是如何知道交通部觀光局所舉辦的「擴大秋冬國民旅遊獎勵計劃」活動的訊息?

- 報章雜誌 電視廣播 親朋好友推薦 網路推廣或介紹
 公共場合文宣推廣 旅行社 其他

9. 以後如果再類似活動，請問您希望使用哪種管道宣達給民眾?

- 報章雜誌 電視廣播 親朋好友推薦 網路推廣或介紹
 公共場合文宣推廣 旅行社 其他

10 以後如果再有此活動，請問您會想要申請嗎?

- 會 不會

11 請問若之後有類似秋冬補助活動，您偏好何種補助方式?

- 直接折扣住宿費用 贈送實際物品
 定額禮券或抵用券方式 其他

12 活動滿意度-我對於「秋冬補助」活動

	非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
資訊來源	<input type="checkbox"/>				
推廣方式	<input type="checkbox"/>				
資訊明確度	<input type="checkbox"/>				
申請程序	<input type="checkbox"/>				
補助金額	<input type="checkbox"/>				
補助名額	<input type="checkbox"/>				
飯店數量	<input type="checkbox"/>				
飯店品質	<input type="checkbox"/>				
補助使用期間	<input type="checkbox"/>				
符合個人需求	<input type="checkbox"/>				

13 申請動機-我會因為下列因素而去申請秋冬補助

	非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
工作需求	<input type="checkbox"/>				
活動單位推廣	<input type="checkbox"/>				
他人推薦	<input type="checkbox"/>				
活動優惠	<input type="checkbox"/>				

飯店參與	<input type="checkbox"/>				
活動很特別	<input type="checkbox"/>				
促進當地經濟	<input type="checkbox"/>				
響應政策推廣	<input type="checkbox"/>				
安排旅遊度假	<input type="checkbox"/>				

14. 旅遊意願影響-我會因旅遊補助而

	非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
特別安排行程	<input type="checkbox"/>				
更改時間	<input type="checkbox"/>				
更改目的地	<input type="checkbox"/>				
選擇平日出遊	<input type="checkbox"/>				
增加旅遊的天數	<input type="checkbox"/>				

15. 整體成效-我覺得秋冬補助活動可以

	非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
促進當地消費	<input type="checkbox"/>				
帶動國內旅遊意願	<input type="checkbox"/>				
帶動週邊產業發展	<input type="checkbox"/>				
更願意花費其他費用 (例如伴手禮, 餐費等等)	<input type="checkbox"/>				
促進經濟發展是有成效的	<input type="checkbox"/>				

三、基本資料

1. 性別

男 女

2. 年齡

20歲以下 21-30歲 31-40歲 41-50歲 51-60歲 61歲以上

3. 職業

軍公教 工商服務 專業人員(醫生、律師、建築師等) 學生 家管
無業或待業中 其他

4. 學歷

國中小 高中職 大專院校 研究所(含以上)

5. 婚姻

未婚 已婚無小孩已婚有 18 歲以下小孩已婚有 18 歲以上小孩

6. 居住地區

北部地區（北北基桃竹）中部地區（苗中彰投雲）南部地區（嘉南高屏）

東部地區（宜花東）其他（外島及海外地區）

7. 月收入

30,000 元以下 30,001 元 - 40,000 元 40,001 元 - 50,000 元

50,001 元 - 60,000 元60,001 元以上

