

南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班碩士論文

MASTER PROGRAM OF LEISURE ENVIRONMENT MANAGEMENT

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

國民旅遊卡持有者之消費者知識、使用行為及休閒效益之

研究—以雲林縣民眾為例

A STUDY ON THE CONSUMERS' KNOWLEDGE OF NATIONAL TRAVEL

CARD, THE USAGE BEHAVIORS AND THE LEISURE BENEFITS OF

NATIONAL TRAVEL CARD'S HOLDERS IN YUNLIN COUNTY

研究生：陳依婷

GRADUATE STUDENT : Yi-Ting Chen

指導教授：于健博士

ADVISOR : Chien Yu Ph.D.

中 華 民 國 一 〇 五 年 六 月

南 華 大 學

旅遊管理學系休閒環境管理碩士班

碩 士 學 位 論 文

國民旅遊卡持有者之消費者知識、使用行為及休閒效益之研究—以雲林縣民眾為例

研究生：陳 姩 婷

經考試合格特此證明

口試委員：劉 瑞 芬
丁 慧 敏

于 健

指導教授：于 健

系主任(所長)：丁 慧 敏

口試日期：中華民國 105 年 6 月 7 日

南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班
104 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：國民旅遊卡持有者之消費者知識、使用行為及休閒效益之研究—以雲林縣民眾為例

研究生：陳女衣婷

指導教授：于健 博士

論文摘要內容：

中文摘要

政府為鼓勵公務人員於非假日從事國內旅遊而制定國民旅遊卡政策，藉以調劑身心，以促進國內觀光產業之發展。本研究旨在探討國旅卡持有者之消費者知識、使用行為及休閒效益之關係，以滾雪球方式針對雲林縣民眾進行問卷調查，回收有效問卷 424 份後，進行統計分析，研究結果發現：國旅卡持有者之消費者知識多數有正確的瞭解；不同背景之國旅卡持有者在消費者知識、使用行為和休閒效益存在部份顯著差異，女性具有較充足的消費者知識，多會利用休假日與子女前往其他地區進行休閒旅遊；不同使用行為之國旅卡持有者多數選擇前往其他地區從事休閒旅遊，在消費者知識與休閒效益存在部份顯著差異；國旅卡持有者之消費者知識與休閒效益有部份顯著正相關存在。

最後，本研究依據上述發現提出相關建議與未來研究方向以提供政府相關單位制訂政策及國旅卡持有者從事休閒活動時參考之依據。

關鍵詞：國民旅遊卡、消費者知識、消費者行為、休閒效益

Title of Thesis: A Study on the Consumers' Knowledge of National Travel Card, the Usage Behaviors and the Leisure Benefits of National Travel Card's Holders in Yunlin County.

**Name of Institute: Master Program of Leisure Environment
Management, Department of Tourism
Management, Nan Hua University**

Graduate Date: June 2016

Degree Conferred: M.B.A

Name of Student: Yi-Ting Chen

Advisor: Chien Yu Ph.D.

Abstract

The National Travel Card strategy was set up to encourage civil servants to engage in domestic travel on non-holidays to improve the development of domestic tourism and relax the body and mind.

This study aims to explore the relationships among the consumer's knowledge, using behaviors, and the leisure benefits of National Travel Card's holders. The questionnaires were spread to National Travel Card's holders in Yunlin County. Of the returned questionnaires, 424 were available to analyze the data. Major findings of the study were as follows: Most of National Travel Card holders have positive attitudes toward the concept of National Travel Card. Background variables play a key role on consumers' knowledge, using behavior and leisure benefit of National Travel Card. Female have adequate knowledge and have more willing to go vacation with family. There were significant knowledge and leisure benefit differences among varied using behaviors of many National Travel Card holders who choose to go somewhere else for leisure travel. There is partial positive relation between consumer's knowledge and leisure benefits.

Last, this study provides recommendations for government to formulate policy regarding National Travel Card holders who engage in leisure

activities.

Key word: National Travel Card, consumers' knowledge, consumer's using behavior, leisure benefit



目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iv
表目錄	vi
圖目錄	viii
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 研究範圍及限制	3
第二章 文獻探討	4
2.1 國旅卡政策制定形成背景	4
2.2 消費者知識之內涵	10
2.3 消費者行為之內涵	12
2.4 休閒效益之內涵	14
2.5 消費者知識、使用行為及休閒效益之相關研究	18
第三章 研究設計	23
3.1 研究架構	23
3.2 名詞之操作性定義	24
3.3 問卷設計	25
3.4 問卷預試	28
3.5 因素分析	29
3.6 資料收集方法	31
3.7 統計分析方法	32

第四章	研究結果與討論	34
4.1	國旅卡持有者之樣本特徵	34
4.2	國旅卡持有者之人口背景、消費者知識、使用行為及休閒 效益各變項之差異分析	38
4.3	國旅卡持有者之消費者知識與休閒效益之相關分析	55
4.4	研究假說之檢定	56
第五章	結論與建議	58
5.1	研究結論	58
5.2	研究建議	62
5.3	未來研究建議	64
參考文獻		66
附錄一		76
附錄二		79



表目錄

表 2.1	國民旅遊卡特約商店標誌	6
表 2.2	國民旅遊卡特約商店業別及細項分類表	7
表 2.3	消費者行為定義彙整表	13
表 3.1	「人口統計變項」之衡量構面與題項	25
表 3.2	「消費者知識」與「使用行為」之衡量構面與題項	26
表 3.3	「休閒效益」之衡量構面與題項	27
表 3.4	前測「休閒效益」之項目分析結果摘要表	28
表 3.5	休閒效益變項預試問卷之效度分析	30
表 3.6	休閒效益構面之因素分析	30
表 3.7	休閒效益之題項分類	31
表 4.1	人口統計變項之描述性統計分析表	35
表 4.2	消費者知識之次數分配表	36
表 4.3	使用行為之描述性統計分析表	37
表 4.4	休閒效益量表分析	38
表 4.5	不同背景之持卡者的消費者知識差異分析	40
表 4.6	不同背景之持卡者在「最多在何種類型消費」次數分配表	41
表 4.7	不同背景之持卡者在「購買的物品或服務主要使用者是誰」 次數分配表	42
表 4.8	不同背景之持卡者在「會優先購買何種商品」次數分配表	43
表 4.9	不同背景之持卡者對「消費的主要目的地」卡方檢定摘要	44
表 4.10	不同背景之持卡者對「消費時間」卡方檢定摘要表	45
表 4.11	不同背景之持卡者與「依然會用舊卡片」卡方檢定 摘要表	46

表 4.12	不同背景之持卡者對「使用國旅卡的目的為何」卡方檢定摘要表.....	47
表 4.13	國旅卡持有者背景變項對休閒效益之差異分析.....	49
表 4.14	使用行為對消費者知識差異分析.....	51
表 4.15	使用行為對休閒效益之「情感交流效益」差異分析.....	53
表 4.16	使用行為對休閒效益之「實質優惠效益」差異分析.....	54
表 4.17	消費者知識與休閒效益之相關分析.....	56
表 4.18	研究假說實證結果.....	56



圖目錄

圖 3.1	本研究架構圖.....	23
-------	-------------	----



第一章 緒論

近年來，由於國民之國民所得逐年提高，國人對於生活的重心也有所不同，在追求物質生活之餘，逐漸重視親子關係與休閒活動。從民國 90 年政府實施週休二日後，國人對於休閒活動的需求大幅提升。週休二日何處去？從假日時許多觀光遊樂區和休閒場所常常人山人海，可看出端倪，可想而知，休閒活動在現今社會中，正扮演著相當重要的角色，也是國人不可欠缺的生活調劑品。

1.1 研究背景與動機

民國 85 年之前，為提升公務人員工作效率，許多國家都有建置並採行休假制度加以落實，但我國公部門當時的制度對未配合實施休假之公務人員得以核發未休假加班費，反而變相鼓勵公務人員不要休假，讓休假制度變了調。有鑑於此，政府對休假制度做了修正，自民國 85 年 7 月 1 日起，公務人員每年強制休假七日，並給予八千元休假補助，但未強制公務人員休假時必須外出旅遊才能請領休假補助(梁秋瑩，2009)。

民國 90 年 5 月 22 日，行政院通過人事行政局「行政院暨所屬機關公務人員休假改進措施草案」，將休假日由七日增加至十四日，全年休假補助以 16000 為上限(國民旅遊卡網站，2016)。民國 90 年 9 月 26 日在第 2753 次院會就永續促進就業小組所提「紓緩當前失業問題可加強之措施」報告中，有關以發行「旅遊券」振興觀光旅遊產業、帶動就業風潮，並落實公務人員休假補助之宗旨，後經邀集相關部會研擬推動國民旅遊卡(以下簡稱國旅卡)措施，在民國 91 年 6 月 5 日行政院第 2789 次會議討論通過經建會提報之「推動『國民旅遊卡』措施」，並核定實施。

行政院於民國 91 年 11 月 14 日修正「行政院及所屬各機關公務人員

「休假改進措施」規定，自民國 92 年 1 月 1 日起將休假補助金額改發國旅卡，以平衡假日旅遊人潮，促進國內觀光產業之商機，也期望藉此機制來鼓勵公務人員的士氣，提升工作效能與維持其身心健康。

實施初期的諸多限制讓公務人員覺得國旅卡用起來不順手，幸好這些亂象造成的一些批評與爭議，促使主管機關來一再解釋與修正，逐漸放寬使用限制。民國 97 年 10 月 1 日更全面取消「異地」、「隔夜」消費之規定，後續也增加特約商店的種類；而政府為鼓勵公務人員將強制休假補助費使用於國內觀光旅遊產業上，於民國 98 年 1 月 1 日起對旅行業、旅宿業及觀光遊樂業等三大行業的合格交易採 100% 的加成自由額度，此為加倍補助政策(國民旅遊卡網站，2016)。

另外，行政院人事行政局於民國 99 年 2 月 24 日局考字第 0990003735 號函文，為利公務人員發揮社會關懷精神，放寬公務人員使用國旅卡對中央政府勸募帳戶(目前為「內政部賑災捐款專戶」)之捐款，得納入強制休假補助核銷範圍(國民旅遊卡網站，2016)，不僅公務人員方便使用，更能讓公務人員能熱心公益。

以上多項政策之改變，都是為了讓公務人員在使用國旅卡請領休假補助費時，不僅能更加便利，甚至更加著重消費在國內休閒觀光旅遊產業，從事休閒活動，達到放鬆身心，減輕工作壓力，在提升工作效率的同時，亦能維持其身心健康。

公務人員與社會其他類別的職業不同，但就「消費行為」而言，公務人員是「消費者」，「國旅卡」亦屬於「信用卡」，只是請領休假補助費時，須符合政策上之規定。消費者之消費行為過程中的決策會受到消費者產品知識所影響(林美慧，2002)，產生不同的消費行為。所以，公務人員對「國旅卡」這項產品的知識瞭解多少？瞭解程度對公務人員之「使

用行為」是否有影響？這兩者對公務人員在持國旅卡消費後所帶來休閒效益是否有良好？以及「國民旅遊卡政策」之推動是否真正達到其政策目標呢？這些問題值得我們一探究竟。

本研究以雲林縣之國旅卡持有者為研究對象，探討國旅卡持有者之「消費者知識」、「使用行為」、「休閒效益」及個人背景間的差異，提供相關單位及國旅卡持有者從事休閒活動時參考之依據。

1.2 研究目的

依據上述研究背景與動機，本研究之目的如下：

- (1)瞭解國旅卡持有者之消費者知識、使用行為與休閒效益之現況。
- (2)探討不同背景之國旅卡持有者在消費者知識、使用行為及休閒效益之差異。
- (3)探討不同使用行為之國旅卡持有者的消費者知識、使用行為對休閒效益之差異。
- (4)探討消費者知識與休閒效益之關係。
- (5)研究結果提供政府相關單位和國旅卡持有者從事休閒活動參考之依據。

1.3 研究範圍及限制

本研究對象為雲林縣領有國旅卡之公務人員，包括正式人員、約聘僱人員及技工、工友、警消人員，以及學校行政人員(含兼任行政之教師)，但在時間、財力之限制下，僅限於雲林縣國旅卡持有者。另外，本研究調查時間為 103 年 8 月 1 日起至 104 年 10 月 31 日之間的國旅卡使用情形。

第二章 文獻探討

本研究以雲林縣國旅卡持有者為研究對象，進一步了解國旅卡持有者之消費者知識、使用行為及休閒效益之相關研究。本章擬從消費者知識理論、消費者行為及休閒效益的內涵與相關研究等方面進行探討。

2.1 國旅卡政策制定形成背景

早期公務人員薪資不高，應休但未休完的假，可以比照休假日數應得之俸給或發給不休假獎金，所以很多公務人員寧願不休假，賺取不休假獎金，當作額外的收入。人事行政局函請行政院所屬各機關協助調查公務人員 82 年度實施休假情形，調查結果顯示該年度應休假而未休假天數佔應休假天數的比例竟高達 81%，因而導致政府財政負擔加重，也無法落實公務人員的休假制度(許景德，2010)。

國旅卡的政策制訂是為了落實公務人員強制休假制度，鼓勵公務人員利用休假旅遊，藉以調劑身心外，而主要目的亦在於當時結構性失業問題嚴重，中高齡失業者再就業困難，國內觀光產業成長緩慢，希望由公務人員帶動國內旅遊之相關協助措施，以利振興觀光相關產業之發展。行政院永續促進就業發展小組提出「紓緩當前失業問題可加強之措施」報告，建議配合推動「國內旅遊發展方案」，研擬發行「旅遊券」，以振興觀光旅遊產業，經行政院經濟建設委員會邀集相關部會研擬以「國旅卡措施」取代「旅遊券」，於 91 年 6 月 5 日行政院第 2789 次院會決議核定通過，先從公務人員實施(鄭佳菁，2003)。行政院於 91 年 11 月 14 日修正「行政院及所屬各機關公務人員休假改進措施」第五點規定，配合「行政院及所屬各機關公務人員強制休假補助費改發國民旅遊卡持用作業規定」，自民國 92 年 1 月 1 日起正式實施，而民國 93 年 8 月 1 日起，

兼任行政職務教師亦為啟用之對象(陳文啟，2009)。

國旅卡推行之政策目標是協助整合觀光旅遊相關資源，希望國人利用非假日進行旅遊活動，提高旅遊資源利用率，來分攤假日住宿經營成本，增加就業機會；藉由國旅卡之發行，結合旅遊與金融商品市場，間接提振國內金融行業；提升國內旅遊品質，進而建立國人正確之旅遊觀念與行為，也能落實公務人員強制休假補助制度(許景德，2010)。

2.1.1 國旅卡使用原則及規定

民國 92 年 1 月 1 日起公務人員之強制休假補助費均須透過使用「國旅卡」於張貼有「國民旅遊卡」識別標識特約商店刷卡消費，始能請領，而依據公務人員任用法施行細則第二條規定：「本法所稱公務人員，指於各級政府機關、公立學校、公營事業機構，擔任組織法規所定編制內職務支領俸(薪)給之人員。」(銓敘部全球資訊網，2016)，因此兼任行政之教師亦具有公務人員資格，適用「行政院暨所屬各機關公務人員休假改進措施」第五點規定(陳瑞峰，2009)，除按每次符合休假旅遊補助規定之刷卡消費金額核實補助外，並依該次刷卡補助總額外加 25% 額度給予補助，全年合計以 16,000 元為上限。民國 98 年 1 月 1 日起則取消所有交易 25% 消費金額加成自由額度核發之條件，改將「旅行業」、「旅宿業」及「觀光遊樂業」等觀光相關行業之消費金額加成 100% 自由額度核發，也全面取消「隔夜異地」的條件(國民旅遊卡網站，2016)。以下將國旅卡之使用規定依公務員符合規定之休假消費時間、特約商店、觀光產業範疇整理如下：

1. 消費時間：

- (1) 「行政院及所屬各機關公務人員休假改進措施」第五點規定，公

務員休假有應休畢日數(十四日以內之休假)，必須在週一至週五請休假，持國旅卡到特約商店消費，才能請領強制休假補助費。

(2)連續休假期間遇颱風、地震等其他原因政府規定停止上班時，不能視為假日，如已啟程旅遊者，得自行決定是否仍請休假以符合規定。

(3)連續非假日休假前後一日交通費(含自行開車之油料費)，考量實際需求，得併入強制休假補助範圍。

2.合法特約商店：

交通部觀光局設計國民旅遊卡識別標誌「TAIWAN Touch Your Heart」張貼於政府認可之合法特約商店，但因有非特約商店仍以該標誌誤導公務員消費，故 101 年 7 月改版為「TAIWAN THE HEART OF ASIA」，來保障公務員消費權益，國旅卡特約商店標誌如表 2.1。

表 2.1 國民旅遊卡特約商店標誌

	
<p>旅宿業特約商店標識</p>	<p>餐飲業特約商店標識</p>
	
<p>其他行業特約商店標識</p>	

資料來源:國民旅遊卡網站，2016

3.觀光產業範疇：

依休假改進措施第五點「國民旅遊卡特約商店業別及細項分類」附

表，國民旅遊卡特約商店之業別如下：旅行業、旅宿業、觀光遊樂業(以上3業別係加倍補助)、藝文圖書業、交通運輸業、餐飲業、農特產及手工藝品業、加油站、體育用品、其他觀光服務業、服飾業、皮件皮鞋業、美容護膚業及商圈其他業別，合計14種業別，其細項說明如表2.2。

表 2.2 國民旅遊卡特約商店業別及細項分類表

業 別	細項分類	
觀光休閒及藝文業別	旅行業	旅行社
	旅宿業	旅宿業、民宿業、郵購(網購)旅館、一般旅館業、觀光旅館業、其他住宿服務業
	觀光遊樂業	觀光遊樂業、遊樂園業、森林遊樂業、休閒農場(園)、觀光果(茶)園、生態教育農園、其他觀光遊樂業
	藝文圖書業	書店、博物館、美術館、畫廊、藝廊、音樂會、戲劇、舞蹈、郵購(網購)藝文展演
	交通運輸業	交通運輸業、停車場業、交通工具租賃業、民用航空運輸業、海洋水運業、一般汽車客運業、計程車、鐵路運輸業、郵購(網購)交通運輸業、其他運輸輔助業
	餐飲業	餐飲業、飲料店業、餐館業
	農特產及手工藝品業	農特產及手工藝品業、其他農畜水產品零售業、其他木製品製造業、其他農事服務業
	加油站	加油站業
	體育用品	體育用品業、體育用品器材零售業、自行車專賣店
	其他觀光服務業	運動場館、身心障礙者福利服務業、攝影器材及沖洗專賣店
商圈業別	服飾業	服飾業、成衣零售業
	皮鞋皮件業	皮鞋皮件業、服飾配件零售業
	美容護膚業	美容護膚業、化妝品零售業
	商圈其他業別	未分類其他個人服務業、其他休閒服務業、其他無店面零售業、未分類其他零售業、其他綜合商品零售業、交通工具租賃業、食品什貨零售業、其他

附註： (a)於旅行業、旅宿業及觀光遊樂業之刷卡消費，加倍補助；於其他行業別之刷卡消費，核實補助。

(b)表列「商圈業別」係指在國家公園、風景特定區、觀光地區、經濟部輔導之形象商圈、商店街與地方政府輔導之商圈及觀光夜市範圍內之行業。但不包括珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業、鐘錶、眼鏡行、攝影器材行、一般家具、百貨公司、量販店、超級市場、醫院(診所)、藥局等行業。

資料來源：國民旅遊卡網站，2016

2.1.2 國旅卡相關研究

自 92 年國旅卡政策實施以來，國內的相關研究依據不同的觀點設定不同的主題，來探討公務員對此政策的看法與使用情形、國旅卡政策是否有達到政策目標。魏屏華(2004)以高雄市政府及所屬相關單位員工為對象，探討國民旅遊卡使用經驗及態度，結果發現近兩成的公務員近七成覺得國旅卡使用不方便，有六成認為國旅卡補助無法增加旅遊興趣，五成認為使用國旅卡購物較市價高，近七成認為國旅卡可以推動國民旅遊或觀光，近六成休假使用國旅卡無法核銷是因為沒有經驗；八成公務員休閒動機是「放鬆休息」，四成認為旅遊最好的時間是「假日橫跨非假日」，八成認為「家人」是休假旅遊最喜愛的同伴，六成使用國旅卡在「住宿」消費最多；七成消費購物困擾因素以「商店數少」最大；近六成核銷消費困擾因素以「核銷時間太長」最高。

李家燕(2004)以高雄市政府之公務人員為對象，探討公務人員生活型態、對國民旅遊卡之態度與到特約商店消費行為，結果發現公務人員在持國旅卡以消費於加油站居多，其次為旅宿業及商圈；公務人員對國旅卡各項實施規定之態度上較傾向不同意的態度；公務人員在對國旅卡之態度及優惠折扣之態度與公務人員性別上有顯著差異；國旅卡之態度與到特約商店消費情形有部份呈顯著相關。董國安(2004)以新竹縣市國中教師為對象，探討國民旅遊卡對國內旅遊的影響，結果發現研究對象有持卡在額度內使用者為六成二，額度外再繼續使用約一成七；女教師在旅遊次數較多；不管有無旅遊卡，受試教師旅遊主要動機前五項依序是：和家人相處增進感情、休息及放慢生活步調、擺脫日常生活繁忙感及紓解壓力和緊張、達到身、心上的放鬆、降低工作壓力。

鞠漢章(2005)探討公務人員對國民旅遊卡認知與使用行為，結果發現

在不同的年齡、教育程度、收入、服務機關位階及消費時機有顯著差異；不同年齡對國旅卡使用行為沒有顯著差異；男性核銷於交通運輸業與遊樂區及博物館之費用最多，女性在百貨超市的場所消費機會顯著較高、在服飾方面消費最多；政策限制前消費金額與項目明顯偏向於非觀光產業之產品或行程，政策限制後消費金額與項目明顯為觀光產業之產品或行程，符合政策訂定之目標。曾希若(2005)在國民旅遊卡政策設計與執行評估的研究中發現，實施初期由於公務人員錯誤的認知，把國旅卡當作「購物卡」，認為沒有休假去旅遊才有補助，發生許多問題，希望國民旅遊卡相關措施能改絃易轍，將其導回原先之政策目標。

蔡文慈(2006)以南投縣國小行政人員為對象，探討其休閒態度與休閒體驗對國民旅遊卡使用行為的影響，結果發現國旅卡使用行為傾向於非假日，並集中於寒暑假；使用國旅卡的整體休閒效益體驗感受良好，背景變項中性別和教育程度對於休閒效益體驗有顯著影響；國旅卡使用行為中的前往之主要目的地對於經濟效益有部分影響。陳文啓(2009)以嘉義縣國中小行政教師為對象，探討其國民旅遊卡使用行為、生活型態及休閒效益之關係，結果發現嘉義縣國中小行政教師的休假時間傾向於非假日且集中於寒、暑假，消費同伴以家人或親屬為多數，前往之主要目的地為鄰近縣市；背景變項中的年齡與婚姻狀況對於國旅卡使用行為有顯著差異；使用國旅卡的整體休閒效益體驗良好；背景變項中性別、教育程度、婚姻對於休閒效益體驗有顯著差異；國旅卡使用行為中特約商店類型、地點對於休閒效益體驗有顯著差異。

許藝齡(2011)以公務人員為對象，以心理帳戶觀點之應用探討其使用國民旅遊卡從事旅遊行為，結果發現約四成五會將全部金額消費在觀光旅遊活動上，以住宿、餐飲、交通三大項目為主；就心理帳戶特性而言，

依金錢來源不同，休假補助費用對公務人員屬於額外收入，不因「支付旅遊費用主要來源」形式不同，改變各項旅遊費用花費的金額，卻因用途不同而有固定金額分配。何莉莉(2011)以彰化縣國小兼任行政職務教師為對象，探討其使用國民旅遊卡行為及休閒效益，結果發現使用國旅卡時間傾向於非假日，且集中於寒、暑假；消費同伴以與家人或親屬為大多數；使用國旅卡的整體休閒效益為中等偏高程度；不同背景變項教師在休閒效益方面，經濟效益構面男性高於女性。陳彥銘(2013)以臺東地區矯正機關為例，探討其國民旅遊卡使用行為、休閒效益與幸福感關係，結果發現在國旅卡使用方面，以商圈購物為主的佔多數，使用國旅卡時和家人或親屬一起使用者最多；即使補助金額已使用完畢仍會繼續使用國旅卡者最多；在補助金額使用完畢的情形下，只要業者提供優惠，仍願意使用國旅卡者佔多數；在休閒效益量表中，除了「婚姻狀況」並無顯著差異，其餘個人背景變項均有顯著差異。

2.2 消費者知識之內涵

2.2.1 消費者知識定義

過去許多學者將消費者知識界定在產品知識(product knowledge)的範疇，探討消費者知識的內涵。Kiel & Layton(1981)定義產品知識的內涵，認為產品知識與產品涉入或對產品的興趣較相似；Brucks(1985)把產品知識區分為客觀知識與主觀知識，定義消費者儲存在記憶中(客觀知識)或消費者自己認定知曉的信念(主觀知識)；Schmidt & Spreng(1996)定義客觀知識為消費者真實知道什麼？主觀知識為消費者對自己了解該類產品多少的知覺。Peter & Olson(1996)較具體指出產品知識包括產品本身、產品型式、品牌和消費模式，消費者從中獲取有關產品的屬性、利益和需求的

滿足，這些要素即是產品知識的內容。

有學者以較廣義的觀點來探討消費者知識，如 Punj & Staelin(1983)將消費者知識分為有用的先前知識(Usable Prior Knowledge)，是指與產品款式特質相關的特定知識；和先前記憶結構(Prior Memory Structure)，是指消費者對於購買過程及產品的一般知識。

Engle et al.(謝文雀譯，2001)以較具體的觀點定義消費者知識為「攸關產品購置及消費，所存在記憶中的資訊總量。內容包括產品與服務的可用情況與特徵；購買場所與時間；如何使用產品等。」

綜合以上學者提出對消費者知識之定義與觀點，本研究以 Brucks(1985)與 Engle et al.(謝文雀譯，2001)的觀點，定義消費者知識為：「消費者將購買與使用產品與服務時，儲存於記憶中的主觀認知與實際了解產品的相關資訊總量。」

2.2.2 消費者知識種類

依據 Engle et al.(謝文雀譯，2001)的論點，將消費者知識主要分成以下五種類型：

1.產品存在的知識：

最基本的消費者知識是消費者對於產品的知曉程度，也就是說產品必須進入消費者的知曉集合，才有可能進入考慮集合，最終成為消費者的購買對象。消費者如果無法得知產品的存在，便無法成為公司的顧客。

2.產品屬性與聯想的知識：

在消費者的產品知曉集合中，都有可能和消費者記憶中的其他資訊聯想在一起，可能包括實體特徵與屬性。Aaker(1991)將品牌聯想分為產品屬性、無形屬性、顧客利益、相對價格、產品用途、使用者、名人/代

言人、生活型態/人格、產品種類、競爭者、國家/地理區域等，如 NIKE 可能與麥可喬登、名牌等聯想；BENZ 可能與高品質、尊榮、豪華、高價格等聯想在一起。

3. 購買知識

購買知識包括消費者對於產品的價格、優惠價格、購買地點(或店內擺設)、何時購買(例如:週年慶、優惠期間)等資訊片段。

4. 消費與使用知識

此種知識是由消費者記憶中有關產品如何使用及何種狀況下使用，所組成的資訊。提高消費者此種知識，有助於增加購買意願，及降低消費者使用上的不滿意。

5. 說服知識

說服知識是消費者所知道的企圖說服消費者的行銷手法之核心理念。黃聖哲(2002)亦指出說服知識包括所有類型活動的相關知識，也包括廣告的相關信念，其重要性在於決定消費者如何回應說服的行動。

2.3 消費者行為之內涵

國旅卡持有者持國旅卡於特約商店刷卡消費，以請領強制休假補助費，先消費後申請補助，此種使用行為亦屬於消費行為，本節將探討消費行為的定義作為本研究之理論依據。

2.3.1 消費者行為定義

消費者行為是一門綜合的學問，整合了社會學、經濟學及行銷學等領域的學科，因此有許多學者從不同的角度來定義消費者行為，以下整理出較常見的國內外學者之看法(陳瑞峰，2009)，如表 2.3。

表 2.3 消費者行為定義彙整表

研究學者及年代	定義內容
Demby(1973)	消費者行為是人們經評估之後，取得使用具經濟性商品或服務時之決策程式與行動。
Williams(1982)	一切與消費者購買產品或勞務過程中，有關的活動、意見和影響，就是消費行為。
Engel,Kollat & Blackwell(1982)	消費行為有兩種含義，狹義的顧客消費行為是指為了獲得和使用經濟性商品和服務，個人所直接投入的行為，其中包含導致及決定這些行為的決策過程；廣義的消費行為除了消費者行為之外還有非營利組織、工業組織及各種中間商的採購行為。
Schiffman and Kanuk(1991)	認為消費者行為是為了滿足需求，表現出對產品、服務、構想的需求，購買、使用、評價和處置等一連串的行為。
Wilkie(1994)	消費者為了滿足其需求和欲望，而進行產品與服務的選擇、採購、使用與處置，因而在內心、情緒以及實體上的活動。
林靈宏(1994)	消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念，所表現的各種行為。
Engel,Kollat & Blackwell(1995)	個人直接參與或獲得和使用經濟性財貨與勞務的行為，包括導引和決定相關行為之決策程式。
王志剛，謝文雀 (1995)	消費者定義是直接涉及取得、消費與處理產品、服務的所有活動，包括這些活動前後所發生的決策行為，提出 5W1H 理論。分別是：誰在購買(Who)、購買何物(What)、為何購買(Why)、何處購買(Where)、如何購買(How)。
榮泰生(1999)	消費者行為是探討採購單位及交換過程涉及對產品、服務、經驗及構想的取得、消費和處理。
Zaltman(2000)	消費者行為是研究人類如何取得、消費與處置產品、服務與構想。如果對消費者行為有愈深入的瞭解，就愈能夠瞭解其他的規律。
陳國榮(2008)	可以滿足消費者需求，並將消費者對產品或服務所表現出來的活動、過程等行為，當作一個過程，而此過程包含所有相關購買及決策的活動。
陳文啟(2009)	消費者行為是消費者在滿足需求，所做的選擇及購買產品的行為過程。
何莉莉(2011)	消費者為了滿足需求而購買產品或服務，其所表現出來的實際活動、決策行為受到內在與外在力量的影響。
林佩瑩(2012)	消費行為是指消費者從產生需求到購買商品所做的決策，即因欲望產生需求、商品資料蒐集、選購商品(店家)、購買後享受商品或服務等一連串歷程所做的消費決策。
黃信嵐(2013)	消費者透過選擇、搜尋資料、做出決策、最後進行購買行為。

資料來源：本研究整理

根據國民旅遊卡政策目標，是鼓勵公務人員休假，希望公務人員持國旅卡於特約商店進行消費，這是公務人員為滿足自身需求所形成的實際消費行為，而其消費行為會受到自身想法或他人的意見影響，因此本研究採用何莉莉(2011)之消費者行為定義：「消費者為了滿足需求而購買產品或服務，其所表現出來的實際活動、決策行為受到內在與外在力量的影響。」

2.4 休閒效益之內涵

本研究欲探討國旅卡持有者之使用行為對休閒效益之差異，本節將探討休閒效益的定義作為本研究之理論依據。

2.4.1 休閒效益之定義

休閒效益(Benefits of Leisure)的意義十分廣泛，國內外有學者從生理學、心理學、社會學及經濟學等方面來探討，有些則從功能、教育、需求及遊憩體驗的角度來研究。

高俊雄(1995)定義休閒效益為休閒參與者個人在參與休閒遊憩的過程中，其所從事活動之體驗，可以幫助參與者個人改善身心狀態、或滿足個人需求的現象(葉承鑫，2013)。陳中雲(2002)定義休閒效益為在參與休閒活動之過程中與活動後，個人主觀評估可以幫助個人改善身心狀況或滿足需求的個人主觀感受。李詩鎮、陳惠美(2003)定義休閒效益為參與探索活動的過程中，能幫助參與者個人調整身心狀態，激發潛能，提升人際關係、社交技能或滿足需求的現象。郭正德(2011)定義休閒效益為在參與休閒活動之過程中，身心狀態各方面獲得愉悅及滿足感的一種正面感受(程筱雯，2015)。官素珍(2008)定義休閒效益為個人在參與休閒活動

過程中與活動後，經由個人主觀的評估所獲得經驗與感受，進而對個人產生不同的影響。陳文啟(2009)定義休閒效益為個人在自由時間裡，基於個人自主意識、個人自願，在參與休閒活動過程中所產生之體驗，主觀評估其對於身心有正向助益之個人感受。劉育維(2012)定義休閒效益為休閒目標達成或需求得到滿足後，透過休閒活動參與過程及個人主觀評價的感受。

國民旅遊卡政策是鼓勵公務人員從事觀光旅遊，參與休閒活動，以調劑其身心，因此本研究綜合各學者及研究者所述，將休閒效益定義為：「在自由參與休閒活動的過程中與活動後，個人所獲得之有益的個人經驗與感受，使身心狀況獲得改善，滿足各層面需求之個人主觀感受。」

2.4.2 休閒效益之衡量構面

有許多研究，從不同的觀點與角度來探討休閒效益之內涵。國外學者 Bammel & Burrus-Bammel(1992)認為參與休閒活動有六項益處，包括生理效益(Physiological Benefits):保持規律運動可增進體適能水準，加速體內代謝速率，並且可以降低肥胖機率，減少心血管疾病；心理效益(Psychological Benefits):在參與不同的休閒活動過程中，可得到認同與肯定的機會及價值，亦可藉由不同情境的角色轉換獲得成就感，對於心靈受創者有舒緩、調適及恢復之功效；社交效益(Social Benefits):志同道合的人藉由休閒活動的參與，聚集在一起，彼此分享相同嗜好的經驗與感受，此時休閒活動發揮「社交潤滑劑」的功用，進而培養出珍貴的友情、親情；放鬆效益(Relaxation Benefits):從事休閒活動可以讓人遠離環境、壓力，解除憂慮，恢復精力。從事消耗體力之活動，可以達到完全放鬆的目的，來保持個人身、心及精神的均衡發展；教育效益(Educational

Benefits): 休閒活動可提供多元的興趣領域，藉由對活動的參與，能滿足個人求知慾、創作慾，達到增廣見聞的效果和美學效益(Aesthetic Benefits)：從休閒活動中學習欣賞美的人事物，獲得心靈、情感及靈性之滿足，也能夠確認個人價值觀念。

Bright(2000)主張休閒效益應從人類生活方式的全方面觀點來看，應包括五個面向，有心理效益:改善自我概念、反省自我價值，提升高峰之經驗；生理效益:維持心血管之健康、控制疾病，心理與物理的復健；社會效益:穩定社會、家庭團結，促進文化認同；經濟效益:僱用、增加收入、減少健保支付；環境效益：維護或保存環境。

李詩鎮(2003)將休閒效益分為社交效益、心理效益、教育效益與生理效益四種，其社交效益是指與同伴之間的相處、溝通和分享；心理效益是能放鬆心情、宣洩壓力、抒解生活壓力以及心情愉快；教育效益是培養獨立性、獲得成就感、考驗活動能力和人與人之間的信賴；生理效益是能讓身體獲得適當的休息，消除疲勞。

綜合上述文獻，本研究基於研究對象與研究目的之考量，研究設計之休閒效益構面採心理效益、生理效益、社交效益與經濟效益四個層面，心理效益是抒解壓力、放鬆心情、舒暢身心、獲得成就感、啟發心智；生理效益是消除疲勞、恢復活力、維持健康、及增進體能；社交效益是增進人與人之間的關係、了解同伴及能與同伴分享想法；經濟效益是折扣優惠、休閒旅遊補助。

2.4.3 休閒效益之相關研究

國內外學者從不同之休閒活動及參與對象，就其休閒效益進行探究，並且針對人口統計變項探討，發現性別、年齡、教育程度、職業、

婚姻狀況、每月收入對休閒效益有不同之影響，茲敘述如下：

在性別對休閒效益的影響方面，李家燕(2004)研究公務人員對國民旅遊卡之態度及優惠折扣方面有顯著差異；徐維辰(2005)在中等學校行政人員之生活型態對國民旅遊卡認知與使用行為之研究中發現男性對於使用國旅卡的心理、生理、社交及經濟利益平均數皆高於女性；蔡文慈(2006)以南投縣國小行政人員為研究對象，研究發現性別對於使用國旅卡的休閒效益體驗與經濟效益有顯著影響，男性皆高於女性；何莉莉(2011)以彰化縣國小兼任行政職務教師為研究對象，研究發現使用國旅卡之經濟效益，男性皆高於女性。

在年齡對休閒效益的影響方面，徐國全(2008)以新社區遊客為研究對象，在遊客參與農業旅遊之休閒效益，年齡呈現顯著差異；馬上鈞(2002)以登山健行者為研究對象，研究發現不同年齡之登山健行者在整體休閒效益上無顯著差異；李家燕(2004)研究公務人員對國民旅遊卡之態度，結果顯示不同年齡在優惠折扣部分無顯著差異；徐維辰(2005)在中等學校行政人員之生活型態對國民旅遊卡認知與使用行為之研究中，發現年齡對於使用國旅卡的休閒效益未達顯著差異。

在教育程度對休閒效益的影響方面，蔡文慈(2006)以南投縣國小行政人員為研究對象，研究發現不同教育程度在社交效益與經濟效益上有顯著差異；吳永發(2006)在研究中發現，不同教育程度之路跑運動參與者在心理效益有達顯著差異，研究所(含碩、博士)參與者高於大專院校參與者；馬上鈞(2002)以登山健行者為研究對象，研究發現不同教育程度之登山健行者在整體休閒效益上無顯著差異；徐維辰(2005)在中等學校行政人員之生活型態對國民旅遊卡認知與使用行為之研究中，發現不同教育程度對於使用國民旅遊卡的休閒效益未達顯著差異。

在職業對休閒效益的影響方面，徐新勝(2007)以衝浪活動參與者為研究對象，研究發現職業與衝浪活動參與者之休閒效益有顯著差異；謝明忠(2009)以桃園市陽明運動公園使用者為研究對象，研究發現不同職業與使用者之休閒效益達顯著差異。

在婚姻狀況對休閒效益的影響方面，謝明忠(2009)以桃園市陽明運動公園使用者為研究對象，研究發現不同婚姻狀況之使用者在休閒效益有顯著差異；馬上鈞(2002)以登山健行者為研究對象，研究發現不同婚姻狀況之登山健行者在整體休閒效益上無顯著差異；李家燕(2004)研究公務人員對國民旅遊卡之態度，結果顯示不同婚姻狀況在優惠折扣部分無顯著差異。

根據上述的研究發現，人口統計變項與休閒效益的相關性，隨著研究對象不同而有所差異，值得繼續深入探討與研究，故本研究將人口統計變項分為性別、年齡、婚姻、職業、教育程度，做為國民旅遊卡持有者休閒效益的主要背景變項。

2.5 消費者知識、使用行為及休閒效益之相關研究

本節主要以國內各學者所研究的文獻作為研究基礎，提出「消費者知識」、「使用行為」、「人口統計變項」、「休閒效益」等四個變項來探討各變項間的存在關係，並推出本研究之研究假說，說明如下：

2.5.1 人口統計變項與消費者知識、使用行為和休閒效益之關係

蕭雅琳(2009)在「台灣線上數位音樂消費者消費知識與消費行為之研究」指出女性的消費知識顯著高於男性，19~25歲消費者的消費知識高於其他年齡層，教育程度方面「專科/大學」的消費者的消費知識高於其他

族群。鞠漢章(2004)在「公務人員對國民旅遊卡認知與使用行為之研究」指出人口統計變項對消費時機有顯著差異；董國安(2004)在「國民旅遊卡對國內旅遊影響之研究—以新竹縣市國中教師為例」指出女教師在旅遊次數較多；蔡文慈(2005)在「南投縣國小行政人員休閒態度與休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為影響之研究」指出背景變項中性別、年齡與婚姻狀況對於部分的特約商店類型與可請領補助金額有影響；陳文啟(2009)在「嘉義縣國中小行政教師國民旅遊卡使用行為、生活型態及休閒效益之研究」指出背景變項中的年齡與婚姻狀況對於國旅卡使用行為有顯著差異；許藝齡(2011)在「公務人員使用國民旅遊卡從事旅遊行為之研究—心理帳戶觀點之應用」指出已婚和 40 歲以上的公務員將休假補助費花費在觀光旅遊活動的比例較少。

蔡文慈(2006)在「南投縣國小行政人員休閒態度與休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為影響之研究」指出背景變項中性別和教育程度對於休閒效益體驗有顯著影響；陳文啟(2009)在「嘉義縣國中小行政教師國民旅遊卡使用行為、生活型態及休閒效益之研究」指出背景變項中性別、教育程度、婚姻對於休閒效益體驗有顯著差異；何莉莉(2011)在「彰化縣國小兼任行政職務教師使用國民旅遊卡行為及休閒效益」指出不同背景變項教師在休閒效益之差異情形，在經濟效益構面男性高於女性，教育程度為碩士以上者明顯高於大學學歷者；在心理效益構面則是已婚者高於未婚者，因此建立本研究第一、二和第三假說。

H1:不同背景之國旅卡持有者對消費者知識有顯著差異。

H2:不同背景之國旅卡持有者對使用行為有顯著差異。

H3:不同背景之國旅卡持有者對休閒效益有顯著差異。

2.5.2 消費者知識與使用行為之關係

根據前人諸多的研究可以知道，消費者產品知識是影響消費者行為的重要概念變項。例如，在 Bettman & Park(1980)探討產品知識與經驗和決策過程的影響關係時，發現具有中度知識與經驗的消費者，會進行最多的資訊處理。產品知識愈高之消費者，在決策過程中愈傾向品牌做為選擇依據；Park & Lessig(1981)則認為主觀知識對購買決策的影響大於客觀知識。林美惠(2002)研究消費者知識對手機購買決策之影響，根據 Mitchell & Dacin 所提的知識內容，將產品知識分為一般性產品知識與特定產品知識，其研究結果發現，一般性產品知識和特定產品知識對手機購買決策各有不同程度之影響。Engle et al.(謝文雀譯，2001)亦指出消費者知識除了影響購買決策過程外，也決定消費者最後決定是否購買。

林明儒(2013)在探討網路口碑對於消費者決策過程之影響，由資訊來源、消費者專業知識、網路評論來探討網路口碑的來源、消費者知識、線上消費者評論，對於消費者進行購買與推薦的決策影響，結果顯示，網路口碑的來源確實會影響消費者決策，進而得知消費者知識會影響消費者決策過程。趙崇賢(2004)在「台北縣市高職餐飲科學生油脂知識、態度與使用行為之研究」研究中，研究結果顯示油脂知識與油脂態度呈正相關、油脂態度與油脂使用行為呈正相關、油脂知識與油脂使用行為亦呈正相關；蕭世芬(2011)在「從計劃行為理論探討信用卡優惠方案之使用行為」指出信用卡優惠的知覺價值越高越能促動消費者使用，及提供信用卡優惠項目的可選擇性也能有效提昇消費者的實際使用行為，因此建立本研究第四假說。

H4:不同使用行為之國旅卡持有者的消費者知識有顯著差異。

2.5.3 使用行為與休閒效益之關係

蔡文慈(2006)在「南投縣國小行政人員休閒態度與休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為影響之研究」指出國民旅遊卡使用行為可分為長程休閒旅遊型、短程休閒購物型與長程休閒購物型三種；長程休閒旅遊型重視的因素為經常從事休閒活動、休閒對健康有益與增進健康體能；短程休閒購物型重視的因素為能投入休閒活動中並認為休閒有助於自我成長與增進健康；長程休閒購物型重視消除疲勞恢復活力、喜歡自己所選擇的休閒活動且能完全投入並從中獲取寶貴經驗；羅依理(2007)在「國中小教師網誌使用行為、休閒動機與休閒效益關聯性之研究」指出不同網誌書寫行為(如網誌使用時間、每日網誌使用時間及每日瀏覽他人網誌時間)其網誌書寫動機與休閒效益的認同程度有顯著差異，休閒效益方面則以「美感層面」、「放鬆層面」之認同度較高。陳文啟(2009)在「嘉義縣國中小行政教師國民旅遊卡使用行為、生活型態及休閒效益之研究」指出嘉義縣國中小行政教師使用國民旅遊卡的整體休閒效益體驗良好；何莉莉(2011)在「彰化縣國小兼任行政職務教師使用國民旅遊卡行為及休閒效益」指出不同國民旅遊卡使用行為教師(不同的休假時間)在整體休閒效益上有顯著差異，因此建立本研究第五假說。

H5:不同的使用行為之國旅卡持有者的休閒效益有顯著差異。

2.5.4 消費者知識與休閒效益之關係

陳時勇(2014)在「泡茶休閒活動者之茶專業知識、炫耀性消費、休閒效益、泡茶行為與社會心理涉入之研究」指出泡茶者之茶專業知識與社會心理涉入呈現顯著正相關，而休閒效益與社會心理涉入呈現正相關，其中休閒效益之子構面「心理效益」、「社交效益」與「生理效益」皆與

社會心理涉入呈現正相關，因此建立本研究第六假說。

H6: 國旅卡持有者消費者知識與休閒效益有顯著相關。



第三章 研究設計

本章旨在說明本研究的研究設計，共分為七節，依序為研究架構、名詞之操作性定義、問卷設計、問卷預試、因素分析、資料蒐集方法及統計分析方法等，逐項分析說明如下。

3.1 研究架構

本研究之目的在探討雲林縣國旅卡持有者之消費者知識、使用行為與及休閒效益之關係。本研究以人口統計變項、消費者知識及使用行為為分類依據，分別探討「消費者知識」、「使用行為」及「休閒效益」等變項之間的關係，本研究架構整理如圖 3.1 所示。

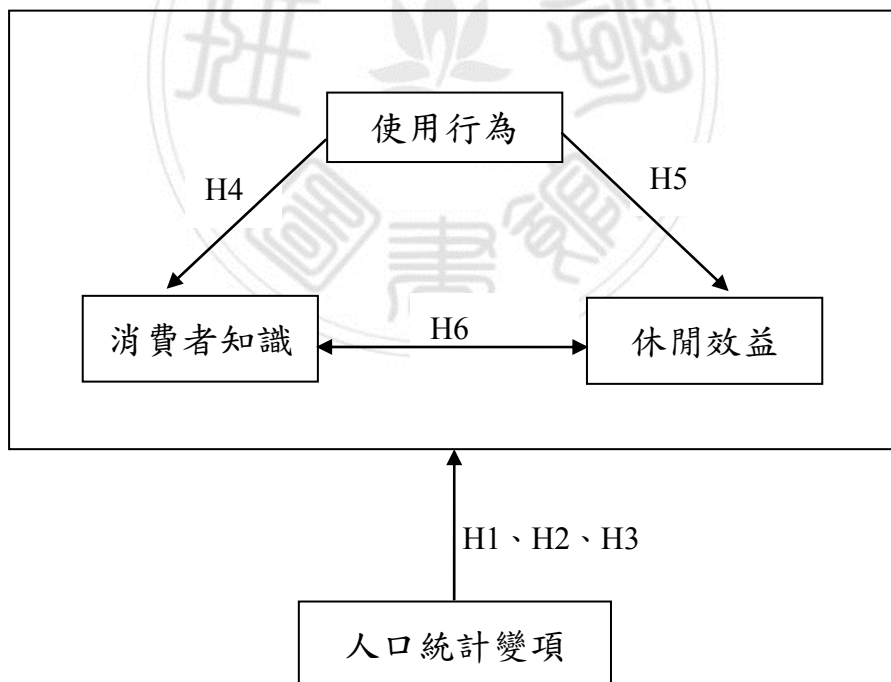


圖 3.1 本研究架構圖

3.2 名詞之操作性定義

本研究使用之特定名詞「國旅卡持有者」、「消費者知識」、「使用行為」與「休閒效益」，其操作性定義分別說明如下。

1. 國旅卡持有者

係指自民國 92 年 1 月 1 日起，行政院實施新的休假補助規定中所推行的政策，每一位公務人員核發一張「國民旅遊卡」，配合強制休假補助相關措施使用；自民國 93 年 8 月 1 日起，兼任行政職務教師亦為啟用對象，亦發給「國民旅遊卡」。

2. 消費者知識

本研究參考 Brucks(1985)與 Engle et al.(謝文雀譯，2001)的觀點，採用其「消費與使用知識」的部份為消費者知識的構面，其定義如下：「本研究之消費者知識為國旅卡持有者對於國旅卡的相關使用規定的了解。」

3. 使用行為

本研究之使用行為是指國旅卡持有者持「國民旅遊卡」配合行政院所實施的休假補助政策與強制休假規定，持「國民旅遊卡」消費之行為。

4. 休閒效益

在自由參與休閒活動的過程中與活動後，個人所獲得之有益的個人經驗與感受，使身心狀況獲得改善，滿足各層面需求之個人主觀感受。本研究將休閒效益分為生理效益、心理效益、社交效益與經濟效益四個構面。

3.3 問卷設計

本研究依據探討相關文獻進行問卷設計，本問卷分為「人口統計變項」、「消費者知識」、「使用行為」、「休閒效益」四大部分。此問卷設計完成後，進行問卷調查，藉以瞭解雲林縣國旅卡持有者之消費者知識、使用行為與休閒效益的關係。

3.3.1 題項設計

1. 「人口統計變項」之衡量題項

本研究國旅卡使用者之「人口統計變項」以類別作為選項，以性別、婚姻、職業、教育程度與年齡為五大部份，其衡量尺度及參考文獻如下表 3.1:

表 3.1 「人口統計變項」之衡量構面與題項

構面	變項	題項	尺度	參考文獻
人口統計變項	A1. 性別	(1)男性 (2)女性	名目尺度	陳文啓 (2009) 蘇貞如 (2011)
	A2. 婚姻	(1)已婚 (2)未婚 (3)其他		
	A3. 職業	(1)公務人員 (2)學校職員(含教師兼行政) (3)警消人員 (4)其他		
	A4. 教育程度	(1)高中(職)以下 (2)大專院校 (3)研究所以上		
	A5. 年齡	(1)21~30 歲 (2)31~40 歲 (3)41~50 歲 (4)51 歲以上	區間尺度	

資料來源:本研究整理

2. 「消費者知識」與「使用行為」之衡量題項

本研究之「消費者知識」構面題項是參考國旅卡相關規定與相關業務承辦人員、專家學者討論後設計編製，以類別作為選項，共 7 題，每題有「是」和「否」二個選項，答對者給 1 分，答錯者不給分，得分愈高者，具備較正確的消費者知識；「使用行為」之衡量題項則以類別作為

選項，共 7 題，其衡量尺度及參考文獻如表 3.2 所示：

表 3.2 「消費者知識」與「使用行為」之衡量構面與題項

變項	題 項	尺度	參考文獻
消費者知識	B1.本年度雲林縣使用的國民旅遊卡發卡銀行是聯邦銀行。 (1)是(2)否	名目 尺度	國民 旅遊卡 網站 (2016)
	B2.使用國民旅遊卡把個人強制休假補助費捐作公益捐款者，能在綜合所得稅捐贈列舉扣除。(1)是(2)否		
	B3.國民旅遊卡不可以在特約攝影器材及沖洗專賣店消費。 (1)是(2)否		
	B4.國民旅遊卡可以在特約汽車賣場消費。(1)是(2)否		
	B5.雲林縣每年國民旅遊卡的發卡銀行都同一家。(1)是(2)否		
	B6.在星期五、六日，或六、日一，只要在休假日有 1 筆於旅行業、旅宿業或觀光遊樂業的消費，則其他業別特約商店使用國民旅遊卡消費均可納入補助。(1)是(2)否		
	B7.上班日沒有請休假使用國民旅遊卡消費可請領休假補助費。(1)是(2)否		
使用行為	C1.請問您最近一年使用國民旅遊卡消費請領休假補助，最多部分是在何種類型消費?(單選題) (1)以旅宿業為主(含休閒旅遊、有住宿過夜及其他遊憩娛樂) (2)藝文圖書業 (3)交通運輸業 (4)加油站 (5)以餐飲業為主(如:在特約商店用餐消費) (6)商圈購物 (含體育用品、皮件皮鞋業、服飾業、美容美體業和其他)	名目 尺度	陳文啓 (2009) 何莉莉 (2011) 許藝齡 (2011) 陳彥銘 (2014)
	C2.請問您使用國民旅遊卡所購買的物品或服務，主要使用的對象是誰?(單選題) (1)配偶(2)子女(3)自己(4)情侶(5)親戚(6)長輩(7)其他		
	C3.請問您最近一年休假時，使用國民旅遊卡消費的主要目的地是哪裡?(1)居住縣市附近(2)其他地區		
	C4.當您使用國民旅遊卡消費時，最優先購買下列何種商品?(單選題) (1)旅遊費用(2)普通餐廳用餐 (3)服飾、鞋子(4)圖書雜誌 (5)加油費 (6)化妝品、保養品 (7)新潮流行服飾 (8)自行車 (9)其他_____		
	C5.請問您使用國民旅遊卡消費的情形為何? (1)只在請休假日使用。 (2)沒有請休假日的時候，上班日也會使用。		
	C6.當國民旅遊卡因年度更換而更換不同發卡銀行時，您依然會因為卡片優惠因素，持續使用舊卡片嗎?(1)會(2)不會		
	C7.請問您使用國民旅遊卡的目的為何? (1)純粹為了請領休假補助費。 (2)覺得不只可以請領補助，還有其他不同收穫(如放鬆心情、累積紅利點數)。		

資料來源:本研究整理

3. 「休閒效益」之衡量題項

本研究「休閒效益」變項之衡量題項使用 Likert 五等第態度量表來評量，分別為「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，依序給予 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分，其衡量尺度與參考文獻如下表 3.3 所示。

表 3.3 「休閒效益」之衡量構面與題項

構面	題 項	尺度	參考文獻
生理效益	D1.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以消除疲勞、恢復活力。	區間 尺度 (李克特態度量表非常不同意=1分不同意=2分普通=3分同意=4分非常同意=5分)	陳文啓(2009) 陳盈儒(2013) 蕭美玲(2014)
	D2.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以讓身體得到適度的休息。		
	D3.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以增進體能。		
	D4.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以維持健康。		
	D5.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以改善睡眠品質。		
心理效益	D6.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以紓解工作壓力。		
	D7.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以得到成就感。		
	D8.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以得到愉快的心情。		
	D9.使用國民旅遊卡休閒後，讓我更有自信心。		
社交效益	D10.使用國民旅遊卡休閒後，讓我獲得寶貴的經驗。		
	D11.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以增進與家人之間的感情。		
	D12.使用國民旅遊卡休閒後，讓我認識更多的新朋友。		
	D13.使用國民旅遊卡休閒後，讓我與同事之間的感情更好。		
	D14.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以跟朋友分享自己的想法。		
經濟效益	D15.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以有更好的人際關係。		
	D16.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以累積更多信用卡的紅利點數。		
	D17.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以補助休假旅遊的費用。		
	D18.使用國民旅遊卡休閒後，讓我可以得到國民旅遊卡特約折扣。		
	D19.使用國民旅遊卡進行休閒活動，我可以不必從收入支付休閒旅遊的費用。		
	D20.使用國民旅遊卡讓我多一筆金錢，可讓我無負擔購買較多自己喜歡的商品。		

資料來源:本研究整理

3.4 問卷預試

本研究藉由前測分析來衡量問卷的可靠性和有效性，針對研究對象，共發出 60 份問卷，回收 60 份問卷，無效問卷 0 份，有效樣本問卷 60 份。將前測問卷予以編號後，進行項目分析與信度分析，茲就結果分述如下：

3.4.1 信度分析與項目分析

本研究將前測問卷進行信度分析，信度愈高，代表穩定性愈高，本研究之休閒效益量表採 Cronbach's α 係數大於 0.7 代表良好信度，作為信度衡量標準，信度分析結果如表 3.4，D16、D18 刪除後 Cronbach's α 值變大，大於總量表係數 0.956，一般來說，若項目刪除後 Cronbach's α 值大於構面信度，則建議刪除此題項，D16、D18 刪除後 Cronbach's α 值大於 0.956，理應刪除，但此二題項對於經濟效益構面具有重要意義，因此予以保留。為檢驗國旅卡持有者使用國旅卡後之休閒效益，故將前測問卷之休閒構面各題項得分總分和依高低排列，找出高低二組受試者在每題得分平均數差異的顯著性考驗，加上分析獨立 t 檢定之雙尾顯著標準，若 t 值顯著性小於 0.05，代表此題項之鑑別度愈佳。本研究將前測之休閒效益量表項目分析結果如表 3.4 所示：

表 3.4 前測「休閒效益」之項目分析結果摘要表

變項	題號	題項內容	獨立 t 檢定顯著性(雙尾)	項目刪除之 Cronbach's Alpha 值	量表 Cronbach's Alpha 值	最後決策
休閒效益	D1	讓我可以消除疲勞、恢復活力。	0.000	0.953	0.956	保留
	D2	讓我可以讓身體得到適度的休息。	0.000	0.952		保留
	D3	讓我可以增進體能。	0.000	0.953		保留
	D4	讓我可以維持健康。	0.000	0.953		保留
	D5	讓我可以改善睡眠品質。	0.000	0.953		保留
	D6	讓我可以紓解工作壓力。	0.000	0.954		保留

資料來源:本研究整理

表 3.4 前測「休閒效益」之項目分析結果摘要表(續)

變項	題號	題項內容	獨立 t 檢定顯著性 (雙尾)	項目刪除之 Cronbach's Alpha 值	量表 Cronbach's Alpha 值	最後決策
休閒效益	D7	讓我可以得到成就感。	0.000	0.954	0.956	保留
	D8	讓我可以得到愉快的心情。	0.000	0.955		保留
	D9	讓我更有自信心。	0.000	0.953		保留
	D10	讓我獲得寶貴的經驗。	0.000	0.953		保留
	D11	讓我可以增進與家人之間的感情。	0.000	0.955		保留
	D12	讓我認識更多的新朋友。	0.000	0.953		保留
	D13	讓我與同事之間的感情更好。	0.000	0.953		保留
	D14	讓我可以跟朋友分享自己的想法。	0.000	0.953		保留
	D15	讓我可以有更好的人際關係。	0.000	0.954		保留
	D16	讓我可以累積更多信用卡的紅利點數。	0.000	0.957		保留
	D17	讓我可以補助休假旅遊的費用。	0.001	0.956		保留
	D18	讓我可以得到國民旅遊卡特約折扣。	0.000	0.959		保留
	D19	讓我可以不必從收入支付休閒旅遊的費用。	0.000	0.956		保留
D20	可讓我無負擔購買較多自己喜歡的商品。	0.000	0.956	保留		
Cronbach's α 值 ≥ 0.7，表示信度良好						

資料來源:本研究整理

3.5 因素分析

進行信度分析與項目分析後，接著進行因素分析。本研究架構中的休閒效益構面 Cronbach's α 值為 0.956，皆高於 0.7 的標準，具有「高信度」，顯示內部一致性良好，如表 3.5 所示。在效度分析方面，是指實際測量一份問卷之內容是否符合研究者所欲瞭解之程度(徐慧雯，2012)。進行因素分析之前，先從取樣適切性量數檢定，依據其值的大小來判別是否適合進行因素分析。本研究採用兩種因素分析檢定方法，一是 Bartlett's 球形檢定法，二是 KMO 取樣適切性檢定。Bartlett's 球形檢定，若 p 值小於 0.05 代表顯著，適合進行因素分析；KMO 取樣適切性檢定，KMO 值

愈接近 1 則表示愈適合進行因素分析。本研究之休閒效益變項的 KMO 值 0.838，代表有良好的適當性；球形檢定為 0.000，代表具有相當顯著性，如表 3.5 所示，顯示此變項適合做因素分析。

表 3.5 休閒效益變項預試問卷之效度分析

量表名稱	衡量題項	KMO 取樣適當性檢定	Bartlett's 球形檢定
休閒效益	20	0.838	000****

資料來源:本研究整理

本研究將休閒效益構面之衡量題項以因素分析之主成分分析來進行分類。「休閒效益」之變項經轉軸後的成分矩陣，共萃取出二個主要因素構面，共 9 個題項。原來參考構面之生理效益與心理效益，經前測結果後發現，可能是國旅卡持有者對持國旅卡消費較不認同生理效益和心理效益，因此題項 D1、D2、D3、D4、D5、D6、D7、D8、D9、D11、D20 在重新分析後被剔除，如表 3.6 所示：

表 3.6 休閒效益構面之因素分析

題項	因素負荷量		共同性
D10讓我獲得寶貴的經驗。	0.784		0.670
D12讓我認識更多的新朋友。	0.877		0.802
D13讓我與同事之間的感情更好。	0.884		0.824
D14讓我可以與朋友分享自己的想法。	0.855		0.773
D15讓我有更好的人際關係。	0.906		0.846
D16讓我可以累積更多信用卡的紅利點數。		0.625	0.583
D17讓我可以補助休假旅遊的費用。		0.841	0.728
D18讓我可以得到國民旅遊卡特約折扣。		0.857	0.798
D19我可以不必從收入再支付休閒旅遊的費用。		0.820	0.680
特徵值	5.009	1.695	
解釋變異量%	44.477	30.011	
累積解釋變異量%	44.477	74.487	

擷取方法：主體元件分析。轉軸方法：具有 Kaiser 正規化的最大變異法。

資料來源:本研究整理

根據分析結果，D10、D12、D13、D14 與 D15 之因素負荷量分別為 0.784、0.877、0.884、0.855 和 0.906；D16、D17、D18 與 D19 之因素負荷量分別為 0.625、0.841、0.857 和 0.820，每一個因素負荷量皆達到 0.5

以上，分為兩個因素，其特徵值分別為 5.009 和 1.695 皆大於 1，休閒效益構面累積變異量為 74.487% 具有良好的效度。本研究將擷取出來的因素構面重新給予命名為「情感交流效益」及「實質優惠效益」。因為 D10、D11、D12、D13、D14 及 D15 等題項與國旅卡持有者之自我情感與他人之人際關係有相關，因此命名為「情感交流效益」；D16、D17、D18 及 D19 等題項與國旅卡持有者在使用國旅卡消費時的感受有關聯，因此命名為「實質優惠效益」。

本研究針對休閒效益做因素分析所擷取的構面進行信度分析，「情感交流效益」之 Cronbach's α 值為 0.943；「實質優惠效益」之 Cronbach's α 值為 0.789，整體 Cronbach's α 值為 0.892。整體而言，Cronbach's α 值達到 0.7 水準以上，顯示內部一致性良好，其題項彙整如表 3.7。

表3.7 休閒效益之題項分類

因素構面名稱	構面題項	總題數	因素構面信度	整體信度
情感交流效益	D10、D12、D13、D14、D15	5	0.943	0.892
實質優惠效益	D16、D17、D18、D19	4	0.789	

資料來源：本研究整理

3.6 資料收集方法

本研究根據測分析結果，保留前測問卷所有題目，完成正式問卷。自民國 104 年 11 月至民國 104 年 12 月進行正式問卷之發放與回收，共計發出問卷 460 份，回收問卷 440 份，扣除無效問卷 16 份，獲得有效問卷 424 份，有效問卷率為 92.17%。所涵括機構因抽樣之便利性考量，採用滾雪球方式進行問卷發放，透過與本身同職場之同事先做施測對象，再請友人協助發放問卷給同樣具公務人員身分的朋友填答，填答問卷皆以紙本方式進行。

3.7 統計分析方法

本研究將有效之正式問卷進行資料編碼建檔，以 SPSS22 軟體進行問卷資料分析。本研究使用的統計分析方法茲分述如下：

1. 描述性統計分析(descriptive statistics)

次數分配是最廣泛使用的分析技巧，是一般大眾最能接受的分析結果(蘇貞如，2011)，因此本研究以次數分配及百分比方式呈現受試者人口背景變項、消費者知識、使用行為之分佈情形。

2. 因素分析(Factor Analysis)

本研究採用主成分分析法，以最大變異數之直交轉軸法，它可以抽取變項間的共同因素，以較少的構念代表原先較複雜的資料結構(吳明隆，2012)。進行因素分析前必須先以 Bartlett's 球形檢定法和 KMO 取樣適當性檢定，當 KMO 值愈大，則變項間共同因素愈多，愈適合進行因素分析，Kaiser(1974)提出如果 KMO 值小於 0.5，較不適合進行因素分析。Bartlett's 球形檢定若 p 值小於 0.05，則代表個變項間有共同因素存在，適合進行因素分析。

3. 信度分析(Validity Analysis)

信度分析主要目的是評估整份問卷量表的一致性(consistency)與穩定性(stability)的可靠程度(邱皓政，2002)。在李克特態度量表中常用到的信度考驗方法為「Cronbach α 」係數，其值愈高代表量表內部愈穩定，本研究採用 Cronbach α 係數大於 0.7 代表具有良好信度，作為本研究衡量的標準。

4. 獨立樣本 t 檢定(t-test)

t 檢定是資料分析方法中用來判斷兩組樣本的平均數是否有顯著差異，本研究欲探討不同性別之受試者在消費者知識、使用行為與休閒效

益是否有差異。

5. 卡方檢定(Chi-square test)

卡方檢定是最常用來檢定有計量變項與名目變項之資料，因為名目變項無法以平均數或變異數來描述該資料之特性，而以各名目變項的比例或等級順序來描述，本研究以卡方檢定來探討人口統計變項對使用行為是否有差異。

6. 單因子變異數分析(One-Way ANOVA Analysis)

本研究採單因子變異數分析，若結果有顯著差異，則進一步以 LSD 法進行多重事後比較，來探究各組平均數之間的差異性。本研究採單因子變異數分析來檢驗不同人口統計變項對休閒效益是否有顯著差異、使用行為對休閒效益是否有顯著差異。

7. 皮爾森積差相關係數分析(Pearson Product-Moment Correlation Coefficient Analysis)

皮爾森積差相關係數分析法是分析表示兩個變項間關係的方向和程度大小的統計方法，其值介於-1 與 1 之間，經相關檢定，0.1~0.39 以下表示低度相關，0.4~0.69 之間表示中度相關，0.7 以上表示高度相關(邱皓政，2013)，本研究用以檢驗「消費者知識」與「休閒效益」兩變項是否有相關。

第四章 研究結果與討論

本研究旨在探討國旅卡持有者之消費者知識、使用行為與休閒效益之關係，本章共分為四小節，第一節為國旅卡持有者之樣本特徵，第二節為國旅卡持有者之人口背景、消費者知識、使用行為及休閒效益各變項之差異分析，第三節為消費者知識與休閒效益之相關分析，第四節為研究假說之檢定，茲分析說明如下。

4.1 國旅卡持有者之樣本特徵

本節將國旅卡持有者之人口統計變項、消費者知識、使用行為及休閒效益各變項進行統計分析。

國旅卡持有者之人口統計變項方面，本研究國旅卡持有者之性別分布情形為男性 244 人，比例為 57.5%，以男性居多，探究其原因，可能因為職業類別中有包含警消人員，警消人員通常以男性居多所致；年齡分布情形以 41~50 歲人數最多，而 30~50 歲約佔八成；婚姻分布情形以已婚者居多，約佔八成；職業分布以公務人員居多，比例接近五成；教育程度分布，受試者以大專院校 245 人，比例 57.8% 最多，可能是因為教育普及所致，顯示台灣公務人員素質很高，以下就國旅卡持有者之人口統計變項資料彙整如表 4.1 所示。

表 4.1 人口統計變項之描述性統計分析表

n=424

人口統計變項	題項說明	人數	百分比%	累積百分比%
性別	男性	244	57.5	57.5
	女性	180	42.5	100.0
年齡	21~30歲	45	10.6	10.6
	31~40歲	147	34.7	45.3
	41~50歲	188	44.3	89.6
	51歲以上	44	10.4	100.0
婚姻	已婚	338	79.7	79.7
	未婚	86	20.3	100.0
職業	公務員	195	46.0	46.0
	學校職員 (含教師兼行政)	129	30.4	76.4
	警消人員	94	22.2	98.6
	其他	6	1.4	100.0
教育程度	高中職以下	46	10.8	10.8
	大專院校	245	57.8	68.6
	研究所以上	133	31.4	100.0

資料來源:本研究整理

消費者知識方面，整體知識得分平均數 5.06，答對率 72.29%，顯示受訪者對於消費者知識尚屬充足，顯示受訪者在知識層面有滿正確的了解。本年度國旅卡發卡銀行是聯邦銀行平均答對率 99%；雲林縣每一年發卡銀行不一定都同一家者平均答對率 76%；星期五或一在旅行業、住宿業及觀光遊樂業消費則六日的消費均有補助平均答對率 86%；沒有請休假使用國旅卡不可請領補助平均答對率 89%，以上題項答對率較高，應該是政策規定使然；休假補助費可做公益捐款者與在特約攝影器材店及沖洗專賣店消費可申請補助的平均答對率較低，行政院於 102 年 10 月 15 日增列「攝影器材店及沖洗專賣店」在其他觀光服務業別；「休假補助費可做公益捐款」是依據行政院人事行政局 99 年 2 月 24 日局考自第 0990003735 號函，為利公務人員發揮社會關懷精神，放寬公務人員使用「國民旅遊卡」對中央勸募帳戶之捐款，得納入強制休假補助核銷範圍，

是近年增列的項目，顯示政府在實施新增的國旅卡政策之主要美意，還有值得加強宣導的空間；在汽車百貨賣場消費不可請領休假補助者平均答對率 53%，對一般民眾而言，汽車維修和更換輪胎會找自己熟悉且信任的店家，再加上國旅卡特約商店的汽車維修店家數量也較少，故在這方面的使用會減少，以上都可能導致消費者知識較不足，以下是消費者知識資料彙整如表 4.2 所示。

表 4.2 消費者知識之次數分配表

n=424

變數	答對人數	答對率%
本年度國民旅遊卡發卡銀行是聯邦銀行。	418	98.58
休假補助費可做公益捐款。	236	55.66
在特約攝影器材店及沖洗專賣店消費。	200	47.17
在汽車百貨賣場消費不可請領休假補助。	225	53.07
雲林縣每一年發卡銀行不一定都同一家。	324	76.12
星期五或一在旅行業、旅宿業及觀光遊樂業消費六日的消費均有補助。	366	86.32
沒有請休假使用國民旅遊卡不可請領補助。	377	88.92
整體知識量表	平均數	標準差
	5.06	1.132
		72.29

資料來源:本研究整理

使用行為方面，本研究之國旅卡持有者之「最多在何種類型消費」分布情形為旅宿業為主約佔 41.5%，以旅宿業為主最多，顯示國旅卡持有者已逐漸改變以往的習慣，轉而著重在休閒生活的安排，希望藉此達到休閒放鬆、恢復體力及減輕壓力的效果。「購買商品主要使用者是誰」分布情形為自己約佔 44.3%；子女共 147 人，佔 34.7%，探究其原因，可能是國旅卡持有者自己本身最清楚需求為何，最方便進行刷卡消費，子女是最親近的家人，因此國旅卡持有者大多願意為其消費。「消費主要目的地」分布情形為其他地區共 248 人，佔 58.5%，以其他地區居多，而「優先購買何種商品」分布情形為旅遊費用共 171 人，佔 40.3%，以

旅遊費用居多，表示國人愈來愈重視休閒旅遊，公務人員亦是如此；「消費時間」以只有休假時使用最多，「使用國旅卡的目的」中為請領強制休假補助費最多，兩者可能是政府政策所使然；「年度更換而更換卡片依然會使用舊卡片」中，會使用舊卡片者較多，可能是因為舊卡片的優惠較多，或者優惠門檻較易達到，對一般民眾較方便，因此在更換卡片後依然會持續使用舊卡片，以下就使用行為資料彙整如表 4.3 所示。

表 4.3 使用行為之描述性統計分析表

變數	問項	人數	百分比%
最多在何種類型消費	住宿業為主	176	41.5
	藝文圖書業	17	4.0
	交通運輸業	6	1.4
	加油站	36	8.5
	餐飲業為主	20	4.7
	商圈購物	169	39.9
購買商品主要使用者是誰	配偶	47	11.1
	子女	147	34.7
	自己	188	44.3
	情侶	7	1.7
	親戚	10	2.4
	長輩	18	4.2
消費的主要目的地	居住縣市	176	41.5
	其他地區	248	58.5
優先購買何種商品	旅遊費用	171	40.3
	普通餐廳用餐	26	6.1
	服飾鞋子	134	31.6
	圖書雜誌	13	3.1
	加油費	51	12.0
	化妝品保養品	10	2.4
	新潮流行服飾	8	1.9
	自行車	3	0.7
消費時間	其他	8	1.9
	只在休假時使用	285	67.2
更換卡片依然會使用舊卡片	上班日也會使用	139	32.8
	會	232	54.7
使用國民旅遊卡的目的	不會	192	45.3
	為請領休假補助費	248	58.5
	其他不同收穫	176	41.5

資料來源:本研究整理

休閒效益現況方面，國旅卡持有者之「休閒效益」中，「情感交流效益」和「實質優惠效益」二個構面中，其平均數愈高，表示使用國旅卡消費所帶來的休閒效益愈佳；分數愈低代表休閒效益愈低。由表 4.4 可得知，「情感交流效益」之平均數為 3.84，「實質優惠效益」之平均數為 3.682，二構面之題項平均數介於 3.37~3.97 之間，代表認同程度介於「普通」到「同意」之間，整體休閒效益之平均數為 3.773，顯示國旅卡持有者對於使用國旅卡消費所帶來的休閒效益，呈現正面的態度，且「情感交流效益」之平均數高於「實質優惠效益」，由此可見，有達到國民旅遊卡政策之目標，休閒效益量表分析如表 4.4 所示。

表4.4 休閒效益量表分析

變項	構面	題項	平均數	標準差	
休閒 效益	情感 交流 效益	讓我獲得寶貴的經驗	3.95	0.828	
		讓我認識更多的新朋友	3.73	0.880	
		讓我與同事之間的感情更好	3.76	0.859	
		讓我可以跟朋友分享自己的想法	3.95	0.772	
		讓我可以有更好的人際關係	3.84	0.825	
			情感交流效益總構面	3.845	0.738
	實質 優惠 效益	讓我可以累積更多信用卡的紅利點數	3.37	1.039	
		讓我可以補助休假旅遊的費用	3.97	0.853	
		讓我可以得到國民旅遊卡特約折扣	3.62	0.995	
		我可以不必從收入支付休閒旅遊的費用	3.78	1.020	
			實質優惠效益總構面	3.682	0.800
		整體休閒效益	3.773	0.660	

資料來源：本研究整理

4.2 國旅卡持有者之人口背景、消費者知識、使用行為及休閒效益各變項之差異分析

本節將國旅卡持有者之人口統計變項、消費者知識、使用行為及休閒效益之各個變項進行差異分析。

4.2.1 不同背景之國旅卡持有者對消費者知識之差異分析

本節主要探討不同性別、年齡、婚姻、職業、教育程度對消費者知識是否有差異存在，因此利用獨立樣本 t 檢定和單因子變異數分析，檢驗兩者之間是否有顯著差異，分別說明如下：

從表 4.5 得知，性別方面其平均數差異考驗之 t 值為-4.897($p < 0.001$)，顯示不同性別對於「消費者知識」有顯著差異，究其原因，可能就消費習慣而言，男性對於購買物品偏向方便就好；女性則會多聽取別人意見，蒐集相關資訊，精打細算，最後做出決策，因此性別對於「消費者知識」有顯著差異；年齡方面，分析結果發現 F 值為 3.78($P < 0.05$)，顯示組間達顯著差異，而進一步以 LSD 進行事後多重比較，31~40 歲及 51 歲以上的組別相較於 41~50 歲組別有顯著差異，探究其原因，可能年紀較長的國旅卡持有者有較多的使用經驗，對公務人員而言，蒐集消費者知識並不困難，再加上年紀較長的族群對於消費行為較會審慎安排，而年紀較輕的族群，消費習慣會較注意流行的趨勢，加上智慧型手機的普及，上網查詢更加便利，如果是已婚有子女之年輕國旅卡持有者，子女較幼小，對其而言，使用國旅卡請領強制休假補助費是相當實用所致；婚姻方面，不同婚姻狀況對於「消費者知識」無顯著差異；職業方面 F 值 13.267($P = 0.000$)，顯示不同職業對「消費者知識」有顯著差異，進一步以 LSD 做多重事後比較發現，學校職員的平均數高於公務員和警消人員，此結果顯示，學校職員之國旅卡消費者知識得分最高，探究其原因，可能學校職員有寒暑假，可以利用的時間較其他兩組別彈性，事先蒐集相關資訊，做好完整規劃，充分發揮國旅卡的功能；教育程度方面 F 值 5.471($P = 0.005$)，顯示不同教育程度對「消費者知識」有顯著差異，進一步以 LSD 多重事後比較發現，研究所以上的平均數高於大專院校及高中

職以下，此結果顯示，研究所以以上之消費者知識得分最高，探究其原因，可能教育程度愈高，蒐集資訊的方式更多元化，也願意花更多的時間蒐集相關知識，對於休閒活動安排得更加完善所致。

表 4.5 不同背景之持卡者的消費者知識差異分析

變數名稱	組別	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	LSD
性別	1.男	4.84	1.17	-4.897		0.000***	
	2.女	5.37	1.00				
年齡	1.21~30 歲	5.178	1.028		3.78	0.011*	1>3 4>3
	2.31~40 歲	5.197	1.017				
	3.41~50 歲	4.862	1.258				
	4.51 歲以上	5.341	0.887				
婚姻	1.已婚	5.015	1.157	-1.681		0.094	
	2.未婚	5.244	1.017				
職業	1.公務員	5.128	1.039		13.267	0.000***	1>3 2>1 2>3
	2.學校職員	5.395	0.922				
	3.警消人員	4.489	1.357				
	4.其他	4.666	1.032				
教育程度	1.高中職以下	4.760	1.177		5.471	0.005**	3>1 3>2
	2.大專院校	4.983	1.207				
	3.研究所以以上	5.308	0.914				

*表示 $p<0.05$ ；**表示 $p<0.01$ ；***表示 $p<0.001$

資料來源：本研究整理

4.2.2 不同背景之國旅卡持有者對使用行為之差異分析

本節主要探討不同性別、年齡、婚姻、職業、教育程度對國旅卡使用行為是否有差異存在，因此利用敘述性統計分析與卡方檢定，檢驗兩者之間是否有顯著差異，分別說明如下：

1. 不同背景在「最多在何種類型消費」之描述性統計分析

由表 4.6 可知，男性與女性多以旅宿業為主，顯示對國旅卡持有者而言，休閒旅遊已經受到相當的重視；男性在加油業高於女性較多，應該

是男性較常開車的緣故；年齡方面，每個組別大多以旅宿業和商圈購物為主；婚姻狀況是已婚佔多數，多以旅宿業為主，推究其原因，可能已婚者會有子女，會帶子女出門旅遊，促進親子感情所致，其消費情形以旅宿業和商圈購物為主；職業方面，警消人員在商圈購物比例較高，公務人員與學校職員以旅宿業最多，探究其原因，可能是上班性質不同，警消人員較不容易安排較長時間之旅遊行程所致；教育程度方面，各組別消費情形旅宿業與商圈購物次數比例接近。

表 4.6 不同背景之持卡者在「最多在何種類型消費」次數分配表

變項	最多在何種類型消費						
	問項	旅宿業為主	藝文圖書業	交通運輸業	加油站	餐飲業為主	商圈購物
性別	男性	99 (40.6)	9 (3.7)	2 (0.8)	27 (11.1)	13 (5.3)	94 (38.5)
	女性	77 (42.8)	8 (4.4)	4 (2.2)	9 (5.0)	7 (3.9)	75 (41.7)
年齡	21~30歲	17 (37.8)	3 (6.7)	3 (6.7)	5 (11.1)	2 (4.4)	15 (33.3)
	31~40歲	64 (43.5)	6 (4.1)	2 (1.4)	14 (9.5)	6 (4.1)	55 (37.4)
	41~50歲	77 (41.0)	7 (3.7)	1 (0.5)	12 (6.4)	12 (6.4)	79 (42.0)
	51歲以上	18 (40.9)	1 (2.3)	0 (0.0)	5 (11.4)	0 (0.0)	20 (45.5)
婚姻	已婚	148 (43.8)	12 (3.6)	3 (0.9)	29 (8.6)	14 (4.1)	132 (39.1)
	未婚	28 (32.6)	5 (5.8)	3 (3.5)	7 (8.1)	6 (7.0)	37 (43.0)
職業	公務人員	83 (42.6)	9 (4.6)	0 (0.0)	17 (8.7)	9 (4.6)	77 (39.5)
	學校職員	61 (56.0)	5 (5.4)	3 (1.9)	10 (7.4)	7 (5.2)	49 (36.3)
	警消人員	32 (34.0)	3 (3.2)	3 (3.2)	9 (9.6)	4 (4.3)	43 (45.7)
教育程度	高中職以下	16 (34.8)	1 (2.2)	2 (4.3)	3 (6.5)	5 (10.9)	19 (41.3)
	大專院校	101 (41.2)	10 (4.1)	1 (0.4)	26 (10.6)	7 (2.9)	100 (40.8)
	研究所以上	59 (44.4)	6 (4.5)	3 (2.3)	7 (5.3)	8 (6.0)	50 (37.6)

()表示各個同背景變項百分比

資料來源：本研究整理

2. 不同背景在「購買的物品或服務主要使用者是誰」之描述性統計分析

由表 4.7 可知，性別方面，男性所購買之商品主要是自己與子女使用，女性則以自己使用為主，其次是子女，而女性自己使用的比例高於男性，「女為悅己者容」，可能是因為女性較注重自己的儀容打扮；年齡方面，各年齡層皆以自己為主；婚姻方面，已婚者主要使用者為子女為主，未婚者以自己比例最高；職業方面，公務人員選擇以自己為主，而學校職員與警消人員以子女為主，探究其原因，可能學校職員包含兼任行政之教師，更會重視子女的教養，而警消人員因上班方式較不同，因為平時無法常常與孩子相處，所以較會花費在子女身上，培養親子關係。

表 4.7 不同背景之持卡者在「購買的物品或服務主要使用者是誰」次數分配表

變項	購買的物品或服務主要使用者是誰							
	問項	配偶	子女	自己	情侶	親戚	長輩	其他
性別	男性	38 (15.6)	94 (38.5)	90 (36.9)	3 (1.2)	4 (1.6)	10 (4.1)	5 (2.0)
	女性	9 (5.0)	53 (29.4)	98 (54.4)	4 (2.2)	6 (3.3)	8 (4.4)	2 (1.1)
年齡	21~30歲	3 (6.7)	3 (6.7)	29 (64.4)	2 (4.4)	2 (4.4)	6 (13.3)	0 (0.0)
	31~40歲	17 (11.6)	54 (36.7)	61 (41.5)	3 (2.0)	5 (3.4)	5 (3.4)	2 (1.4)
	41~50歲	21 (11.2)	74 (39.4)	79 (42.0)	2 (1.1)	3 (1.6)	5 (2.7)	4 (2.1)
	51歲以上	6 (13.6)	16 (36.4)	19 (43.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (4.5)	1 (2.3)
婚姻	已婚	46 (13.6)	144 (42.6)	128 (37.9)	1 (0.3)	4 (1.2)	9 (2.7)	6 (1.8)
	未婚	1 (1.2)	3 (3.5)	60 (69.8)	6 (7.0)	6 (7.0)	9 (10.5)	1 (1.2)
職業	公務人員	19 (9.7)	51 (26.2)	109 (55.9)	0 (0.0)	4 (2.1)	10 (5.1)	2 (1.0)
	學校職員	15 (11.1)	58 (43.0)	50 (37.0)	1 (0.7)	3 (2.2)	4 (3.0)	4 (3.0)
	警消人員	13 (13.8)	38 (40.4)	29 (30.9)	6 (6.4)	3 (3.2)	4 (4.3)	1 (1.1)
教育程度	高中職以下	7 (15.2)	20 (43.5)	15 (32.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.2)	3 (6.5)
	大專院校	26 (10.6)	83 (33.9)	113 (46.1)	4 (1.6)	4 (1.6)	13 (5.3)	2 (0.8)
	研究所以上	14 (10.5)	44 (33.1)	60 (45.1)	3 (2.3)	6 (4.5)	4 (3.0)	2 (1.5)

()表示各個同背景變項百分比

資料來源：本研究整理

3.不同背景在「會優先購買何種商品」之描述性統計分析

由表 4.8 可知，性別方面，男性是以旅遊費用與購買服飾鞋子居多，女性則以旅遊費用為主，其次是購買服飾鞋子，在加油費部分則男性高於女性，探究其原因，可能是男性較常開車所致；年齡方面，各組別皆以旅遊費用為主，其次為服飾鞋子；婚姻方面，兩組別皆以旅遊費用為主，其次是服飾鞋子；職業方面，公務人員與學校職員是以旅遊費用為主；警消人員則以服飾鞋子比例最高，探究其原因，可能是上班因素，安排外出旅遊行程較為困難所致。

表 4.8 不同背景之持卡者在「會優先購買何種商品」次數分配表

變項	會優先購買何種商品									
	問項	旅遊費用	普通餐廳用餐	服飾鞋子	圖書雜誌	加油費	化妝品保養品	新潮流行服飾	自行車	其他
性別	男性	95 (38.9)	13 (5.3)	86 (35.2)	6 (2.5)	34 (13.9)	2 (0.8)	3 (1.2)	2 (0.8)	3 (1.2)
	女性	76 (42.2)	13 (7.2)	48 (26.7)	7 (3.9)	17 (9.4)	8 (4.4)	5 (2.8)	1 (0.6)	5 (2.8)
年齡	21~30歲	17 (37.8)	3 (6.7)	10 (22.2)	4 (8.9)	9 (20.0)	1 (2.2)	1 (2.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
	31~40歲	63 (42.9)	10 (6.8)	48 (32.7)	2 (1.4)	11 (7.5)	1 (0.7)	4 (2.7)	1 (0.7)	7 (4.8)
	41~50歲	76 (40.4)	12 (6.4)	62 (33.0)	5 (2.7)	23 (12.2)	6 (3.2)	2 (1.1)	2 (1.1)	0 (0.0)
	51歲以上	15 (34.1)	1 (2.3)	14 (31.8)	2 (4.5)	8 (18.2)	2 (4.5)	1 (2.3)	0 (0.0)	1 (2.3)
婚姻	已婚	144 (42.6)	16 (4.7)	110 (32.5)	9 (2.7)	39 (11.5)	8 (2.4)	5 (1.5)	3 (0.9)	4 (1.2)
	未婚	27 (31.4)	10 (11.6)	24 (27.9)	4 (4.7)	12 (14.0)	2 (2.3)	3 (3.5)	0 (0.0)	4 (4.7)
職業	公務人員	80 (41.0)	13 (6.7)	54 (27.7)	8 (4.1)	29 (14.9)	1 (0.5)	3 (1.5)	3 (1.5)	4 (2.1)
	學校職員	65 (48.1)	7 (5.2)	38 (28.1)	3 (2.2)	9 (6.7)	8 (5.9)	3 (2.2)	0 (0.0)	2 (1.5)
	警消人員	26 (27.7)	6 (6.4)	42 (44.7)	2 (2.1)	13 (13.8)	1 (1.1)	2 (2.1)	0 (0.0)	2 (2.1)
教育程度	高中職以下	15 (32.6)	6 (13.0)	18 (39.1)	1 (2.2)	6 (13.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	大專院校	94 (38.4)	14 (5.7)	76 (31.0)	8 (3.3)	35 (14.3)	5 (2.0)	4 (1.6)	2 (0.8)	7 (2.9)
	研究所以上	62 (46.6)	6 (4.5)	40 (30.1)	4 (3.0)	10 (7.5)	5 (3.8)	4 (3.0)	1 (0.8)	1 (0.8)

()表示各個同背景變項百分比

資料來源:本研究整理

4.不同背景對「消費的主要目的地」之卡方分析

由表 4.9 可知，不同性別和職業對使用行為「消費的主要目的地」而言，皆有顯著差異，探究其原因，可能是已婚的女性會利用休閒時間帶子女外出旅遊，而相較於公務人員與學校職員，警消人員上班方式較不同，休假方式也不同，因此會選擇居住縣市較多。不同年齡、婚姻和教育程度對使用行為「消費的主要目的地」而言，皆無顯著差異。

表 4.9 不同背景之持卡者對「消費的主要目的地」卡方檢定摘要表

變項	問項	消費的主要目的地		Pearson 卡方值	P值 (顯著性)
		居住縣市	其他地區		
性別	男性	114 (46.7)	130 (53.3)	6.430	0.011*
	女性	62 (34.4)	118 (65.6)		
年齡	21~30歲	19 (42.2)	26 (57.8)	2.495	0.476
	31~40歲	60 (40.8)	87 (59.2)		
	41~50歲	74 (39.4)	114 (60.6)		
	51歲以上	23 (52.3)	21 (47.7)		
婚姻	已婚	136 (40.2)	202 (59.8)	1.112	0.292
	未婚	40 (46.5)	46 (53.5)		
職業	公務人員	80 (41.0)	115 (59.0)	6.876	0.032*
	學校職員	47 (34.8)	88 (65.2)		
	警消人員	53 (52.1)	41 (47.9)		
教育程度	高中職以下	20 (43.5)	26 (56.5)	5.747	0.056
	大專院校	112 (45.7)	133 (54.3)		
	研究所以上	44 (33.1)	89 (66.9)		

*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$ ；()表示各個同背景變項百分比
資料來源:本研究整理

5. 不同背景對「消費時間」之卡方分析

由表 4.10 可知，不同性別和職業對使用行為「消費時間」而言，有顯著差異，探究其原因，雖然兩者皆以只有在休假時使用，可能是因為政策規定所致，但女性在上班日也會使用比例高於男性，可能是女性較喜歡購物，而警消人員上班方式及需要排休，所以在只有休假時使用比例最高；不同婚姻、年齡和教育程度對「消費時間」題項無顯著差異。

表 4.10 不同背景之持卡者對「消費時間」卡方檢定摘要表

變項	問項	消費時間		Pearson 卡方值	P值 (顯著性)
		只有在休假時 使用	上班日也 會使用		
性別	男性	175 (71.7)	69 (28.3)	5.292	0.021*
	女性	110 (61.1)	70 (38.9)		
年齡	21~30歲	30 (66.7)	15 (33.3)	0.190	0.979
	31~40歲	97 (66.0)	50 (34.0)		
	41~50歲	128 (68.1)	60 (31.9)		
	51歲以上	30 (68.2)	14 (31.8)		
婚姻	已婚	232 (68.6)	106 (31.4)	1.529	0.216
	未婚	53 (61.6)	33 (38.4)		
職業	公務人員	118 (60.5)	77 (39.5)	9.796	0.007**
	學校職員	93 (68.9)	42 (31.1)		
	警消人員	74 (78.7)	20 (21.3)		
教育程度	高中職以下	32 (69.6)	14 (30.4)	2.036	0.361
	大專院校	170 (69.4)	75 (30.6)		
	研究所以上	83 (62.4)	50 (37.6)		

*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$ ；()表示各個同背景變項百分比
資料來源：本研究整理

6. 不同背景對「依然會使用舊卡片」之卡方分析

由表 4.11 可知，對「依然會使用舊卡片」而言，不同婚姻與職業有顯著差異，探究其原因，可能是舊卡片的優惠會多於更換的新卡片，對已婚者而言，家庭經濟也是一項負擔，所以能有優惠可以減輕負擔是最好的；不同性別、年齡和教育程度則無顯著差異。

表4.11 不同背景之持卡者與「依然會用舊卡片」卡方檢定摘要表

變項	更換卡片時依然會使用舊卡片			Pearson 卡方值	P值 (顯著性)
	問項	會	不會		
性別	男性	141 (57.8)	103 (42.2)	2.186	0.139
	女性	91 (50.6)	89 (49.4)		
年齡	21~30歲	32 (71.1)	13 (28.9)	5.677	0.128
	31~40歲	79 (53.7)	68 (46.3)		
	41~50歲	97 (51.6)	97 (48.4)		
	51歲以上	24 (54.5)	20 (45.5)		
婚姻	已婚	176 (52.1)	162 (47.9)	4.709	0.030*
	未婚	56 (65.1)	30 (34.9)		
職業	公務人員	126 (64.6)	69 (35.4)	14.294	0.001**
	學校職員	62 (45.9)	73 (54.1)		
	警消人員	44 (46.8)	50 (53.2)		
教育程度	高中職以下	21 (45.7)	25 (54.3)	5.709	0.058
	大專院校	146 (59.6)	99 (40.4)		
	研究所以上	65 (48.9)	68 (51.1)		

*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$ ；()表示各個同背景變項百分比

資料來源：本研究整理

7. 不同背景對「使用國旅卡的目的為何」之卡方分析

由表4.12可知，不同性別、職業和教育程度對使用行為「使用國旅卡的目的為何」而言，皆有顯著差異，性別方面，不同性別和職業皆選擇以「為請領休假補助費」比例最高，推究其原因，應該是受政策影響所致；教育程度方面，高中職以下和大專院校皆選擇「為請領休假補助費」比例最高，研究所以上是選擇「其他不同收穫」比例較高，與「為請領休假補助費」比例相差甚少，推究其原因，可能其追求心靈及自我成長的動力較強烈所致。

表4.12 不同背景之持卡者對「使用國旅卡的目的為何」卡方檢定摘要表

變項	使用國民旅遊卡的目的為何		Pearson 卡方值	P值 (顯著性)	
	問項	為請領休假補助費			其他不同收穫
性別	男性	154 (63.1)	90 (36.9)	5.062	0.024*
	女性	94 (52.2)	86 (47.8)		
年齡	21~30歲	27 (60.0)	18 (40.0)	2.499	0.475
	31~40歲	86 (58.5)	61 (41.5)		
	41~50歲	114 (60.6)	74 (39.4)		
	51歲以上	21 (47.7)	23 (52.3)		
婚姻	已婚	196 (58.0)	142 (42.0)	0.173	0.677
	未婚	52 (60.5)	34 (39.5)		
職業	公務人員	102 (52.3)	93 (47.7)	13.222	0.001**
	學校職員	76 (56.3)	59 (43.7)		
	警消人員	70 (74.5)	24 (25.5)		
教育程度	高中職以下	28 (60.9)	18 (39.1)	6.338	0.042*
	大專院校	154 (62.9)	91 (37.1)		
	研究所以上	66 (49.6)	67 (50.4)		

*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$ ；()表示各個同背景變項百分比
資料來源：本研究整理

4.2.3 不同背景之國旅卡持有者對休閒效益之差異分析

本節主要探討不同性別、年齡、婚姻、職業、教育程度對休閒效益是否有差異存在，因此利用獨立樣本 t 檢定和單因子變異數分析，檢驗兩者之間是否有顯著差異，分別說明如下：

從表 4.13 得知，性別方面，情感交流效益平均數差異考驗之 t 值為 $-1.313(p=0.190)$ ；實質優惠效益平均數差異考驗之 t 值為 $-0.222(p=0.824)$ ，顯示性別對於「休閒效益」無顯著差異，與蔡文慈(2006)的研究發現性別對於使用國旅卡的休閒效益體驗與經濟效益有顯著影響不同，應該是研究對象不同所致；年齡方面，分析結果發現情感交流效益之 F 值為 $0.550(P=0.648)$ ，實質優惠效益之 F 值為 $3.630(P=0.013)$ ，顯示年齡在情感交流效益無顯著差異，對實質優惠效益有顯著影響，進一步以 LSD 多重事後比較發現，21~30 歲與 31~40 歲之平均數高於 41~50 歲與 51 歲以上，探究其原因，可能公務人員的薪資都是依職等不同而有所差異，年紀愈輕的公務人員薪資也相對較少，所以使用國旅卡，不僅能申請強制休假補助費，也能從事各種休閒活動，對他們而言，是國旅卡是相當實用的，不同年齡在休閒效益上有部分顯著差異，與李家燕(2004)研究公務人員對國民旅遊卡態度，結果顯示不同年齡在優惠折扣部分無顯著差異不同，應該是研究對象不同所致；婚姻方面，其情感交流效益之 t 值為 $-0.967(P=0.334)$ 與實質優惠效益之 t 值為 $-1.456(P=0.146)$ ，顯示婚姻對情感交流效益和實質優惠效益皆無顯著差異，顯示休閒效益不會因為不同婚姻狀況而有顯著差異，與馬上鈞(2002)研究發現不同婚姻狀況之登山健行者在整體休閒效益上無顯著差異相同；與李家燕(2004)研究公務人員對國民旅遊卡態度，結果顯示不同婚姻狀況在優惠折扣部分無顯著差異相同。

在職業方面，從表 4.13 得知，情感交流效益之 F 值 1.629(P=0.182)，實質優惠效益之 F 值 3.161(P=0.025)，顯示不同職業對「情感交流效益」無顯著差異，對「實質優惠效益」有顯著差異，進一步以 LSD 多重事後比較發現，警消人員之平均數高於學校職員，探究其原因，可能警消人員上班方式較不同，部份採輪班、輪休制度，與學校職員有寒暑假較長假期相較之下，工作上需要付出更多勞力與心力，所以平時消費習慣就不會花太多心思，因此使用國旅卡所帶來的方便與優惠，感受就特別明顯所致；教育程度，其 F 值分別為 0.699(P=0.498)與 0.911(P=0.403)，顯示不同教育程度對情感交流效益和實質優惠效益皆無顯著差異。

表 4.13 國旅卡持有者背景變項對休閒效益之差異分析

因素	變項名稱	組別	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	LSD
休閒效益	情感交流	性別	1.男	3.805	0.728	-1.313	0.190	
			2.女	3.900	0.749			
		年齡	1.21~30 歲	3.960	0.687	0.550	0.648	N
			2.31~40 歲	3.846	0.786			
			3.41~50 歲	3.836	0.700			
	4.51 歲以上		3.764	0.786				
	婚姻	1.已婚	3.828	0.748	-0.967	0.334		
		2.未婚	3.914	0.697				
	職業	1.公務員	3.819	0.725	1.629	0.182	N	
		2.學校職員	3.797	0.654				
3.警消人員		3.936	0.864					
教育程度	1.高中職以下	3.913	0.779	0.699	0.498	N		
	2.大專院校	3.865	0.771					
	3.研究所以上	3.787	0.657					
	4.其他	4.333	0.516					
實質優惠	性別	1.男	3.674	0.820	-0.222	0.824		
		2.女	3.691	0.773				
	年齡	1.21~30 歲	3.888	0.702	3.630	0.013*	1>3	
		2.31~40 歲	3.791	0.831			1>4	
		3.41~50 歲	3.592	0.794			2>3	
4.51 歲以上		3.489	0.737	2>4				

*表示 $p<0.05$ ；**表示 $p<0.01$ ；***表示 $p<0.001$

表 4.13 國旅卡持有者背景變項對休閒效益之差異分析(續)

因素	變項名稱	組別	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	LSD
休閒效益	實質優惠	婚姻	1.已婚	3.653	0.800	-1.456	0.146	
			2.未婚	3.794	0.795			
	職業	1.公務員	3.646	0.709	3.161	0.025*	3 > 2	
		2.學校職員	3.578	0.826				
		3.警消人員	3.896	0.852				
		4.其他	3.708	0.980				
	教育程度	1.高中職以下	3.663	0.791	0.911	0.403		
		2.大專院校	3.725	0.769				
		3.研究所以上	3.609	0.859				

*表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$

資料來源:本研究整理

4.2.4 不同使用行為之國旅卡持有者的消費者知識之差異分析

以獨立樣本 t 檢定和單因子變異數分析來「使用行為」對於「消費者知識」是否有差異，由表 4.14 得知，使用行為題項中，「使用國旅卡的目的為何」之 t 值為 0.191(P=0.043)，對「消費者知識」有顯著差異，其他題項皆無顯著差異；「最多在何種類型消費」之 F 值為 0.812(P=0.542)、「購買的物品或服務主要使用者是誰」之 F 值為 1.828(P=0.092)及「會優先購買何種商品」之 F 值為 1.352(P=0.216)，對「消費者知識」皆無顯著差異。整體而言，使用行為題項中僅「使用國旅卡的目的為何」對消費者知識有顯著差異，其他使用行為對消費者知識皆無顯著差異，探究其原因，可能使用目的的轉變會讓國旅卡持有者改變使用的習慣，近年來休閒生活逐漸成為現代人不可或缺的一部份，國旅卡持有者對於政策剛開始推行時，大部份多想以請領強制休假補助費為目的，而政策推行至今，時代潮流的轉變，再加上規定的放寬，使得國旅卡持有者的使用目的有所轉變，為了讓自己有更多的收穫，除能請領強制休假補助費外，也希望瞭解相關規定，更善加利用國旅卡，從事休閒旅遊，以促進身心健康。

表 4.14 使用行為對消費者知識差異分析

使用行為題項	選項	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	LSD
最多在何種類型消費	以旅宿業為主	5.159	1.094		0.812	0.542	N
	藝文圖書業	5.177	1.015				
	交通運輸業	5.000	0.894				
	加油站	5.028	1.000				
	以餐飲業為主	4.700	1.626				
	商圈購物	5.000	1.150				
主要使用者是誰	配偶	4.872	1.013		1.828	0.092	N
	子女	4.905	1.262				
	自己	5.229	1.042				
	情侶	5.429	0.787				
	親戚	4.900	0.876				
	長輩	5.222	1.263				
	其他	4.571	1.134				
消費的主要目的地	居住縣市	4.977	1.269	-1.289		0.198	
	其他地區	5.121	1.023				
會優先購買何種商品	旅遊費用	5.222	0.993		1.352	0.216	N
	普通餐廳用餐	5.192	1.201				
	服飾、鞋子	4.828	1.324				
	圖書雜誌	5.077	0.760				
	加油費	4.961	1.252				
	化妝品、保養品	5.300	0.886				
	新潮流行服飾	5.250	1.548				
	自行車	5.333	0.991				
其他	5.125	1.132					
消費時間	只在休時使用	3.671	0.801	-1.450		0.148	
	上班日也會使用	3.696	0.801				
依然會使用舊卡片	會	5.056	1.163	-0.106		0.916	
	不會	5.068	1.098				
使用國民旅遊卡的目的是為何	為請領休假補助費	4.968	1.197	0.191		0.043*	
	其他不同收穫	5.193	1.024				

*表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$

資料來源:本研究整理

4.2.5 不同使用行為之國旅卡持有者的休閒效益之差異分析

由表 4.15 得知，使用行為題項中「消費的主要目的地」之 t 值為 1.633(P=0.103)，對「情感交流效益」有顯著影響，探究其原因，國旅卡持有者(以下簡稱持有者)選擇其他地區的平均數高於居住縣市，可能已在居住縣市消費多次，不再具有新鮮感；而前往其他縣市消費是屬於較遠距離，應該會經過規劃，到其他地區從事更多元的休閒活動，讓持有者能在親朋好友與親子關係方面，情感能有所提升所致；由表 4.15 得知，使用行為題項中「最多在何種類型消費」之 F 值為 4.435((P=0.001)和「會優先購買何種商品」之 F 值為 2.241(P=0.024)，持有者的平均旅遊費用高於服飾鞋子、加油費和化妝品保養品的消費，對「情感交流效益」有顯著差異；「購買的物品或服務主要使用者是誰」之 F 值為 1.280(P=0.265)，對「情感交流效益」無顯著差異。再以 LSD 分析比較發現，「最多在何種類型消費」題項中以旅宿業為主之平均數高於以餐飲業為主和商圈購物，交通運輸業之平均數高於旅宿業、藝文圖書業、加油站、餐飲業及商圈購物，探究其原因，可能是現代交通工具發達，尤其是高鐵的快速便利，成為到遠距離的休閒旅遊最佳的交通工具之一，但往往票價對一般民眾是一個負擔，而在能刷國旅卡申請補助的情況下，對公務人員到其他地區休閒旅遊是相當方便且舒適的選擇，與鞠漢章(2005)研究發現男性核銷於交通運輸業及博物館之費用最高之結果相同。

在「會優先購買何種商品」題項中旅遊費用之平均數高於服飾、鞋子、加油站和化妝品、保養品；服飾、鞋子、普通餐廳用餐、圖書雜誌和新潮流行服飾之平均數高於化妝品、保養品，探究其原因，可能是一方面在旅行業、旅宿業及觀光遊樂業三種業別消費可以加倍補助，讓持有者不必將強制休假補助費額度使用完，消費次數減少，就可以請領到

完整的強制休假補助費；另外，民眾外出休閒旅遊大多會有家人或朋友相伴，公務人員也不例外，陪家人或朋友購買實用服飾、鞋子和圖書雜誌，外出用餐，而新潮流行服飾也是與同事間談論的好話題，這都是促進情感交流的好方式，因此在「情感交流效益」有顯著影響。

表 4.15 使用行為對休閒效益之「情感交流效益」差異分析

變項	題項名稱	組別	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	LSD
使用行為	最多在何種類型消費	1.以旅宿業為主	3.953	0.671	4.435	0.001**	1>4	
		2.藝文圖書業	3.941	0.632			1>6	
		3.交通運輸業	4.833	0.320			3>1	
		4.加油站	3.633	0.829			3>2	
		5.以餐飲業為主	3.760	0.833			3>4	
		6.商圈購物	3.743	0.754			3>5	
	物品主要使用者	1.配偶	3.881	0.608	1.280	0.265	N	
		2.子女	3.774	0.719				
3.自己		3.850	0.757					
4.情侶		4.314	0.832					
5.親戚		4.160	0.638					
6.長輩		4.011	0.971					
7.其他		3.629	0.647					
消費主要目的地	1.居住縣市	3.760	0.750	-2.007	0.045*			
	2.其他地區	3.906	0.725					
優先購買何種商品	1.旅遊費用	3.984	0.649	2.241	0.024*	1>3		
	2.普通餐廳用餐	3.900	0.890			1>5		
	3.服飾、鞋子	3.752	0.751			1>6		
	4.圖書雜誌	3.877	0.790			2>6		
	5.加油費	3.714	0.821			3>6		
	6.化妝品、保養品	3.240	0.564			4>6		
	7.新潮流行服飾	3.975	0.671			7>6		
	8.自行車	3.933	1.007					
	9.其他	3.650	0.847					
消費時間	1.只在休假時使用	3.886	0.713	1.652	0.099			
	2.上班日也會使用	3.759	0.786					
會使用舊卡片	1.會	3.887	0.753	1.283	0.200			
	2.不會	3.795	0.718					
使用目的	1.為請領假補助費	3.787	0.769	1.633	0.103			
	2.其他不同收穫	3.927	0.685					

*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

由表 4.16 得知，使用行為題項中「消費主要目的地」之 t 值為 -0.180(P=0.857)，「消費時間」之 t 值為 1.406(P=0.160)，「會使用舊卡片」之 t 值為 1.633(P=0.103)和「使用目的」之 t 值為 -0.312(P=0.755)，「最多在何種類型消費」之 F 值為 0.953(P=0.446)，「物品主要使用者」之 F 值為 1.063(P=0.384)，「優先購買何種商品」之 F 值為 1.190(P=0.303)，顯示使用行為對「實質優惠效益」皆無顯著差異，探究其原因，對公務人員而言，使用國旅卡消費後還要經過核銷作業，強制休假補助費才會核准入帳，公務人員必須先繳納信用卡帳單，事後才能獲得補助，沒有立即受惠的感覺。

表 4.16 使用行為對休閒效益之「實質優惠效益」差異分析

變項	題項名稱	組別	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	LSD
使用行為	最多在何種類型消費	1.以旅宿業為主	3.676	0.779		0.953	0.446	N
		2.藝文圖書業	3.559	0.647				
		3.交通運輸業	4.333	1.092				
		4.加油站	3.701	0.828				
5.以餐飲業為主		3.575	1.104					
6.商圈購物		6.385	0.778					
物品主要使用者	1.配偶	3.787	0.748		1.063	0.384	N	
	2.子女	3.583	0.822					
	3.自己	3.688	0.782					
	4.情侶	4.107	1.019					
	5.親戚	3.825	0.874					
	6.長輩	3.861	0.828					
	7.其他	3.786	0.713					
消費主要目的地	1.居住縣市	3.749	0.825	-0.180		0.857		
	2.其他地區	3.612	0.765					
優先購買何種商品	1.旅遊費用	3.659	0.773		1.190	0.303	N	
	2.普通餐廳用餐	3.808	1.101					
	3.服飾、鞋子	3.683	0.751					
	4.圖書雜誌	3.692	0.830					
	5.加油費	3.745	0.822					
	6.化妝品、保養品	3.050	0.538					
	7.新潮流行服飾	3.656	0.963					
	8.自行車	3.750	1.090					
	9.其他	4.094	0.790					

表 4.16 使用行為對休閒效益之「實質優惠效益」差異分析(續)

變項	題項名稱	組別	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	LSD
使用行為	消費時間	1.只在休假時使用	3.671	0.801	1.406		0.160	
		2.上班日也會使用	3.696	0.801				
	會使用舊卡片	1.會	3.673	0.834	1.633		0.103	
2.不會	3.688	0.777						
使用目的	1.為請領假補助費	1.為請領假補助費	3.718	0.799	-0.312		0.755	
		2.其他不同收穫	3.601	0.804				

*表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$

資料來源:本研究整理

4.3 國旅卡持有者消費者知識與休閒效益之相關分析

為了進一步瞭解「消費者知識」與「休閒效益」是否具有相關性，並確認本研究之假說是否成立，故將「消費者知識」與「情感交流效益」，以及「消費者知識」與「實質優惠效益」進行皮爾森積差相關分析，分析結果如下：

由表 4.17 得知，「消費者知識」與「情感交流效益」之間呈現低度正相關存在，探究其原因，就國旅卡持有者而言，可能消費者知識是否充裕會影響使用行為上的安排，如果消費者知識充裕，對其會有部份的幫助，對於從事休閒活動也是必備的，如此一來，不管是與家人去旅行，或是和朋友出遊，都能有更完整的規劃，大多能達到部份情感交流的效益，因此「消費者知識」與「情感交流效益」之間有低度正相關存在；而「消費者知識」與「實質優惠效益」之間則無相關存在，探究其原因，可能是商品或服務有無價格的優惠方案大多是由特約店家所決定，「國民旅遊卡」本身之信用卡有無相關回饋消費者措施則由發卡銀行所規定，再加上無論「消費者知識」是否充裕，持國旅卡消費後自己都需先支付費用，等待一段時間後，才會核發休假補助費所致。

表 4.17 消費者知識與休閒效益之相關分析

構面	分析	消費者知識	情感交流效益	實質優惠效益
消費者知識	Pearson 相關	1	.114*	.031
	顯著性(雙尾)		.019	.519
	個數	424	424	424
情感交流效益	Pearson 相關	.114*	1	
	顯著性(雙尾)	.019		
	個數	424	424	
實質優惠效益	Pearson 相關	.031		1
	顯著性(雙尾)	.519		
	個數	424		424

*表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$

資料來源:本研究整理

4.4 研究假說之檢定

本研究相關研究假說結果彙整如下表 4.18 所示:

表 4.18 研究假說實證結果

假說項目	驗證結果	說明	頁數
H1: 不同背景之國旅卡持有者對消費者知識有顯著差異。	部份成立	性別、年齡、職業及教育程度成立。	P39~P40
H2: 不同背景之國旅卡持有者對使用行為有顯著差異。	部份成立	性別與職業對「消費的主要目的地」題項、性別與職業對「消費時間」題項、婚姻與職業對「年度更換依然會使用舊卡片」題項和性別、職業與教育程度對「使用國旅卡目的為何」題項成立。	P40~P47
H3: 不同背景之國旅卡持有者對休閒效益有顯著差異。	部份成立	年齡、職業對實質優惠效益成立。	P48~P50
H4: 不同使用行為之國旅卡持有者的消費者知識有顯著差異。	部份成立	「使用國旅卡的目的為何」題項對消費者知識成立。	P50~P51

表 4.18 研究假說實證結果(續)

假說項目	驗證結果	說明	頁數
H5: 不同使用行為之國旅卡持有者的休閒效益有顯著差異。	部份成立	「最多在何種類型消費」、「消費的主要目的地」與「優先購買何種商品」等題項對情感交流效益成立。	P52~P55
H6: 國旅卡持有者之消費者知識與休閒效益有顯著相關。	部份成立	「消費者知識」與「情感交流效益」之間成立。	P55~P56

資料來源:本研究整理



第五章 結論與建議

本章依據第四章分析結果歸納出研究結論，共分為三小節：第一節為研究結論，第二節為研究建議，第三節為對未來研究建議。

5.1 研究結論

本研究主要是以雲林縣國旅卡持有者為對象，分析其不同人口統計變項、消費者知識、使用行為與休閒效益等四個變項間之關係，分析結果彙整如下：

5.1.1 國旅卡持有者之消費者知識、使用行為與休閒效益之現況

就「消費者知識」而言，國旅卡持有者多數有正確的知識，顯示受訪者對消費者知識尚屬充足，但對於政策新增列的項目得分較低，探究其原因，可能對國旅卡持有者而言，大部份的人多會依照舊有的使用習慣，如果公務人員沒有時常關注新消息，對國旅卡新規定會較不熟悉；另外，與汽車業相關能使用國旅卡消費，核實補助的只限維修和輪胎；對一般民眾而言，汽車維修和更換輪胎會找自己熟悉且信任的店家，較不常使用國旅卡可能導致消費者知識較不足。就「使用行為」而言，大部份國旅卡持有者消費是前往其他地區，以旅宿業和旅遊費用為主，顯示國旅卡持有者已逐漸改變以往的習慣，轉而著重在休閒生活的安排；購買的物品或服務主要是自己和子女使用，探究其原因，可能是國旅卡持有者自己本身最清楚需求為何，最方便進行刷卡消費，子女是最親近的家人，大多願意為其消費；國旅卡持有者大多以只有休假時使用，為請領強制休假補助費最多，可能是政府政策所使然；當年度不同更換卡片後，會使用舊卡片的國旅卡持有者較多，可能是舊卡片的優惠較多，對國旅卡持有者仍具吸引力；就「休閒效益」而言，情感交流效益與實

質優惠效益二構面各題項之平均數介於 3.37~3.97，代表對使用國旅卡所帶來的休閒效益持有正面態度。

5.1.2 不同背景之國旅卡持有者對消費者知識、使用行為與休閒效益之差異分析

不同性別、年齡、職業與教育程度對「消費者知識」有顯著差異；探究其原因，就消費習慣而言，可能女性較會勤於蒐集相關訊，較會精打細算，最後做出決策所致；就年齡而言，其中 31~40 歲和 51 歲以上之平均數高於 41~50 歲，探究其原因，可能年紀較長的國旅卡持有者有較多的使用經驗且對於消費行為較會審慎安排，而年紀較輕的族群，消費習慣會較注意流行的趨勢，如果是已婚有子女之年輕國旅卡持有者，使用國旅卡請領強制休假補助費是相當實用所致；就職業而言，學校職員(含教師兼行政)之平均數高於公務員和警消人員，公務員之平均數高於警消人員，探究其原因，可能是學校職員(含教師兼行政)有寒暑假，而公務人員的上班方式較固定，兩者能安排較長時間的休閒旅遊，由於警消人員上班方式較不同，需付出更多的心力與勞力，能安排與家人同遊的時間較困難所致；就教育程度而言，研究所以上之平均數高於大專院校和高中職以下，探究其原因，可能是教育程度愈高，蒐集資訊的方式更多元化，安排更完善的休閒旅遊活動，追求個人成長所致。

不同背景之國旅卡持有者在「使用行為」部分，男性與女性消費皆以旅宿業類型為主；年齡方面，大多以旅宿業和商圈購物為主；婚姻部份是已婚佔多數，消費情形以旅宿業為主；職業方面，警消人員在商圈購物比例較高，公務人員與學校職員以旅宿業最多，探究其原因，可能是上班性質不同所致；教育程度方面，各組別消費情形旅宿業與商圈購

物次數比例接近；不同背景之國旅卡持有者對購買之物品主要使用者大部份是自己和子女，探究其原因，可能是自己本身要請領強制休假補助費，子女是最親近的家人，必定連同受惠，這樣不僅能讓自己放鬆身心，也能促進家庭和樂所致，而消費則會優先購買旅遊費和商圈購物為主。不同性別和職業對「消費時間」、「消費的主要目的地」與「使用國旅卡目的為何」等題項有顯著差異，不同性別和職業之國旅卡持有者大多只在休假時間為請領休假補助費，前往其他地區進行休閒旅遊，應該是受政策影響所致，但女性比例高於男性，推究其原因，本研究受試者大部分已婚，有子女的機會較多，會更願意規劃其他地區的休閒旅遊，另外女性在百貨超市的場所消費機會顯著較高(鞠漢章，2005)，以雲林縣而言，百貨公司多進駐在其他地區都會地區所致，而警消人員是以居住縣市比例較高，探究其原因，因為工作性質不同，較無法和家人有共同休假時間，較不願意花時間在較遠距離的休閒旅遊上；不同婚姻和職業對「年度不同更換卡片時依然會使用舊卡片」題項有顯著差異；不同性別、職業與教育程度對「使用國旅卡目的為何」題項有顯著差異；研究所以以上是選擇「其他不同收穫」比例較高，推究其原因，可能其追求心靈及自我成長的動力較強烈所致。

在「實質優惠效益」方面，年齡和職業有顯著差異，探究其原因，可能公務人員的薪資都是依職等不同而有所差異，年紀愈輕的公務人員薪資也相對較少，所以使用國旅卡申請強制休假補助費是相當實用的；在職業方面警消人員之平均數高於學校職員，探究其原因，可能警消人員上班方式較不同，請休假日也不一樣，與學校職員相較之下，工作上需要付出更多勞力與心力，所以平時消費習慣就不會花太多心思，因此使用國旅卡所帶來的方便與優惠，感受就特別明顯所致。

5.1.3 不同使用行為之國旅卡持有者的消費者知識與休閒效益之差異分析

由實證分析得知，「使用國民旅遊卡的目的為何」題項對「消費者知識」有顯著差異，探究其原因，可能是近年來休閒生活逐漸成為現代人不可或缺的一部份，國旅卡持有者對於政策剛開始推行時，大部份公務員對補助規定不夠瞭解，甚至在初期有些公務員的錯誤認知，把國旅卡當作「購物卡」，消費項目多偏向於非觀光產業支產品或行程(鞠漢章，2005)，政策推行至今，相關規定的放寬，讓國旅卡持有者使用起來方便許多，加上休閒觀念的普及，讓國旅卡持有者使用目的有所轉變，除了能請領強制休假補助費外，也希望能瞭解相關規定，更善加利用國旅卡，從事休閒旅遊，以促進身心健康。

由實證分析得知，「最多在何種類型消費」、「使用國旅卡消費的主要目的地」和「會優先購買何種商品」等題項對「情感交流效益」有顯著差異，其中以交通運輸業為主，可能是現代交通工具發達，尤其是高鐵的快速便利，成為到遠距離的休閒旅遊最佳的交通工具之一，國旅卡持有者以旅遊費用與選擇其他地區最多，探究其原因，可能已在居住縣市消費多次，不再具有新鮮感，因此前往其他地區消費，有了便利的交通工作，應該會詳加規劃，到其他地區從事更多元的休閒活動，獲得更多不同的體驗，能跟朋友分享自己的想法，吸取更多寶貴經驗，充實自我，不再只是為請領強制休假補助費而已，也能在親朋好友與親子關係方面，情感能有所提升。

5.1.4 國旅卡持有者之消費者知識與休閒效益之相關分析

由實證分析得知，「消費者知識」與「情感交流效益」之間有低度正相關，探究其原因，就國旅卡持有者而言，消費者知識是否充裕是對於

使用行為上的安排有部份的幫助，對於從事休閒活動也是必備的，有助於與家人去旅行，或是和朋友出遊，能達到部份情感交流的效益；而「消費者知識」與「實質優惠效益」之間無相關存在，探究其原因，可能是商品或服務之價格優惠方案由特約店家所決定，「國旅卡」的信用卡之回饋消費者措施則由發卡銀行所規定，再加上「消費者知識充裕與否，持國旅卡消費後都得自身需先支付費用所致。

5.2 研究建議

依據本研究分析結果，提出下列建議，以供國旅卡相關執行單位與國民旅遊卡特約商店參考：

5.2.1 對國旅卡相關執行單位之建議

1.就消費者知識而言，國旅卡持有者對於新增列的項目瞭解較不足，顯示政府相關單位對於政策修訂之宣導不足，政策相關資訊未以直接管道讓消費者得知，無法將政府美意讓國民旅遊卡持有者受惠，與提升國內觀光的目的相悖(林佩瑩，2012)，因此建議政府相關單位能製作相關資訊之文宣海報，張貼於各公家機關及各級公立學校；設計國旅卡網站相關 App，讓國旅卡持有者容易取得最即時的消息。

2.國旅卡持有者使用國旅卡帶來的實質優惠效益感受較低，研究結果顯示雲林縣之國旅卡持有者之使用國旅卡的消費，大多是在休假時使用，目的是請領休假補助費，對國旅卡持有者來說，使用國旅卡消費後，自己需先繳納帳單，等於是多一筆開銷；因此建議政府相關單位能與發卡銀行研擬更好的配套措施，簡化核實補助作業流程，增加請領休假補助費的次數，讓國旅卡持有者能有即時受惠的感受。

3.本研究結果顯示多數國旅卡持有者消費大部分都以旅宿業、旅遊費用為主，對於持國旅卡消費所帶來的休閒效益有正面的態度，符合國旅卡政策目標，建議政府能繼續施行國民旅遊卡政策。而行政院經濟建設委員會於 102 年召開國民旅遊卡政策協調會，並簽奉行政院核定，政策目標調整為兼顧提振觀光、促進內需消費及鼓勵公務人員休假(國民旅遊卡網站，2016)，建議政府能開放更多業別的業者成為國旅卡特約商店，減少外出旅遊還要花時間在尋找特約商店，多元化的購物及消費也是促進經濟成長的動力。另外，強制休假補助費的補助方式能改變，除使用國旅卡外，能部份發放消費券，為了避免休閒旅遊所到之處無法刷國旅卡的情況，一般店家亦能使用，建議以兩者並行的方式，讓公務人員使用更加方便。

4.從本研究結果得知，多數女性國旅卡持有者有較豐富的消費者知識，消費行為以旅遊費用為主，購買之物品是自己與子女使用，會利用假日與子女前往其他地區進行休閒旅遊活動，因此建議政府能針對女性在觀光旅遊景點設置更貼心的服務，例如：哺乳室及女性廁所可以增加數量，多設置物櫃，並有明顯的指示牌，讓女性遊客旅遊更輕鬆。

5.從本研究結果得知，多數國旅卡持有者消費目的地是其他地區為主，隨著政策目標的轉變，希望雲林縣政府能豐富本縣之觀光產業，推出更多元的旅遊方案及配套措施，刺激國旅卡持有者持卡消費，使本縣國旅卡持有者能停留在本地消費，進而吸引外縣市之國旅卡持有者前來消費，促進雲林縣的經濟發展。

5.2.2 對國旅卡特約商店之建議

整體而言，雲林縣國旅卡持有者使用國旅卡以旅宿業、旅遊費用較

多，顯示公務人員在休假時多半會從事休閒旅遊活動，因此建議旅行業、旅宿業及觀光遊樂業可提升相關產品之品質，多加強促銷活動，給予更多的優惠，可以與其他業別之特約商店做異業合作，例如：刷國旅卡消費滿一定金額，就可以到合作店家消費享有折扣，或只要有住宿就送合作店家的折價券或門票，或刷國旅卡之簽單號碼能對獎，這樣不僅能吸引住公務人員這個消費族群，也讓國旅卡持有者更樂於使用國旅卡，創造雙贏的局面。

5.2.3 對國旅卡發卡銀行之建議

從本研究結果得知，在年度不同更換卡片後，依然會使用舊卡片的國旅卡持有者是多數，因此建議國旅卡發卡銀行在國旅卡本身的優惠能更多，例如能針對國旅卡設計出有別於一般信用卡的優惠措施，除了在能請領休假補助外，在一般店家刷卡消費仍能享有折扣，提高現金或點數加倍回饋，如此一來，即使年度不同，未被指定為國旅卡時，對原國旅卡持有者依然會有吸引力，進而持續使用。

5.3 未來研究建議

1. 本研究抽樣的母體僅限於雲林縣之公務人員，因此在代表上有所限制與不足，建議後續研究者能擴大研究的母體，加入其他縣市之公家機關的國旅卡持有者來進行探討。

2. 本研究是探討國旅卡持有者之消費者知識、使用行為與休閒效益之關係，並未對國旅卡特約商店進行探討，建議往後可以加入對國旅卡特約商店的影響這個變數，讓研究結果更加完整。

3. 本研究僅以國旅卡單方面為研究主題，建議後續之研究者可以針

對持有國旅卡與其他信用卡之公務人員，探討其使用之行為，瞭解其差異，將有助於釐清持有者之偏好，讓此強制休假補助政策更人性化。



參考文獻

一、中文部分

- 1.王俊欽(2007)，產品知識、行銷通路對消費者態度及消費者購買意圖之影響—以台灣生技保健食品為例，國立成功大學企業管理學系研究所未出版碩士論文。
- 2.王秋萍(2008)，遊客休閒生活型態與旅遊消費行為之研究—以北投及烏來溫泉區為例，中國文化大學生活應用科學研究所未出版碩士論文。
- 3.王慶田(2009)，國小教師休閒涉入、休閒效益及幸福感之研究，亞洲大學休閒與遊憩管理學系研究所未出版碩士論文。
- 4.王靜瑜(2009)，國民旅遊卡使用消費行為特性與滿意度關係—以臺中縣公務人員為例，亞洲大學休閒與遊憩管理學系研究所未出版碩士論文。
- 5.甘唐沖(2005)，國民旅遊卡使用者旅遊阻礙因素之研究，高雄餐旅學報，7期，75-93頁。
- 6.朱衍霖(2010)，台北都會區國小教師度假生活型態、旅遊動機與國內旅遊消費行為之研究，臺北市立教育大學社會科教育學系研究所未出版碩士論文。
- 7.吳明隆(2000)，SPSS統計應用實務。台北市，松崗文魁。
- 8.吳永發(2006)，路跑運動參與者持續涉入、休閒效益與幸福感之研究，國立體育學院體育推廣學系研究所未出版碩士論文。
- 9.何莉莉(2011)，彰化縣國小兼任行政職務教師使用國民旅遊卡行為及休閒效益，大葉大學管理學院休閒與運動管理研究所未出版碩士論文。
- 10.吳科驊(2006)，登山健行者休閒參與動機、持續涉入、休閒效益與幸福感之相關研究，國立臺灣體育學院體育研究所未出版碩士論文。

- 11.吳宗平(2015)，桃園市國小教職員使用國民旅遊卡之休閒效益、休閒涉入與消費行為關係之研究，大葉大學休閒事業管理學系研究所未版碩士論文。
- 12.李詩鎮(2003)，探索活動團體氣氛與休閒效益關係研究，朝陽科技大學休閒事業管理系研究所未出版碩士論文。
- 13.李家燕(2004)，公務人員之生活型態、對國民旅遊卡之態度與到特約商店消費行為之研究—以高雄市政府為例，南華大學旅遊事業管理研究所未出版碩士論文。
- 14.林美慧(2002)，消費者知識對手機購買決策之影響，國立東華大學企業管理學系研究所未出版碩士論文。
- 15.林淑卿(2006)，消費者知識、創新性與數位電視机上盒使用意願關聯性研究，世新大學廣播電視電影學研究所未出版碩士論文。
- 16.林建煌(2007)，消費者行為，二版，台北市：華泰。
- 17.林日明(2008)，國民旅遊卡使用態度與國中行政人員休閒效果評量之研究—以高雄縣為例，國立中山大學政治學研究所未出版碩士論文。
- 18.林進能(2010)，國民旅遊卡消費對生態旅遊意向影響研究—以國立屏東科技大學為例，國立屏東科技大學農業企業管理學系研究所未出版碩士論文。
- 19.林佩瑩(2012)，公務人員使用國民旅遊卡認知與滿意度之研究—以行政院及所屬機關公務人員為例，東海大學行政管理暨政策學系研究所未出版碩士論文。
- 20.林雅婷(2013)，探討大學生生活型態與休閒旅遊消費行為之研究，國防大學管理學院運籌管理學系研究所未出版碩士論文。

- 21.林明儒(2013)，探討網路口碑對於消費者決策過程之影響：資訊來源、消費者專業知識、網路評論，國立中山大學資訊管理學系研究所未出版碩士論文。
- 22.官素珍(2008)，露營者遊憩動機、持續涉入與休閒效益關係之研究，南華大學旅遊事業管理研究所未出版碩士論文。
- 23.洪紹淵(2004)，國民旅遊卡措施執行現況與問題之探討—以台北市政府工務局為例，國立台北大學公共行政暨政策學系研究所未出版碩士論文。
- 24.馬上鈞(2002)，休閒效益與生活壓力關係之研究—以高雄地區郊山登山者為例，國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所未出版碩士論文。
- 25.徐維辰(2005)，中等學校行政人員之生活型態對國民旅遊卡認知與使用行為之研究—以台中市為例，大葉大學休閒管理學系研究所未出版碩士論文。
- 26.徐新勝(2007)，衝浪活動參與者之休閒動機、涉入程度與休閒效益關係之研究，國立中正大學運動與休閒教育研究所未出版碩士論文。
- 27.徐國全(2008)，新社地區遊客參與農業旅遊動機、休閒效益對重遊意願關係之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系研究所未出版碩士論文。
- 28.張明旺(2004)，公務人員觀光旅遊滿意對休閒生活滿意與生活滿意影響之研究—以國民旅遊卡為例，朝陽科技大學休閒事業管理系研究所未出版碩士論文。
- 29.張世杰(2014)，遊客旅遊保險消費行為影響因素之研究，南華大學旅遊事業管理研究所未出版碩士論文。

30. 許珮榕(2003), 衣著消費主題教學對國中生消費知識態度與行為效果之試探性研究, 國立臺灣師範大學人類發展與家庭研究所未出版碩士論文。
31. 許耿銘(2004), 公務人員休假與士氣激勵之關係-以國民旅遊卡為例, 人事月刊, 231 期, 36-41 頁。
32. 許景德(2009), 國民旅遊卡旅遊行為、空間分佈、滿意與認知程度之研究—以台灣北部及中部地區公務人員為例, 國立政治大學地政研究所未出版碩士論文。
33. 許文壽(2005), 公教人員持用國民旅遊卡政策成效評估, 淡江大學公共行政學系研究所未出版碩士論文。
34. 許藝齡(2011), 公務人員使用國民旅遊卡從事旅遊行為之研究—心理帳戶觀點之應用, 高雄餐旅大學旅遊管理學系研究所未出版碩士論文。
35. 陳中雲(2001), 國小教師休閒參與、休閒效益與工作滿意之關係研究—以台北縣公立國民小學教師為例, 國立台灣師範大學運動休閒研究所未出版碩士論文。
36. 陳瑞峰(2009), 教師使用國民旅遊卡參與休閒活動及消費行為現況探討—以屏東縣國民中學兼任行政教師為例, 大葉大學休閒事業管理學系研究所未出版碩士論文。
37. 陳文啓(2009), 嘉義縣國中小兼任行政教師國民旅遊卡使用行為、生活型態及休閒效益之研究, 雲林科技大學休閒運動研究所未出版碩士論文。

- 38.陳時勇(2014)，泡茶休閒活動者之茶專業知識、炫耀性消費、休閒效益、泡茶行為與社會心理涉入之研究，大葉大學休閒事業管理學系研究所未出版碩士論文。
- 39.陳南琦(2004)，健康路跑運動參與者休閒動機、涉入及消費者行為之相關研究，中華民國大專院校 93 年度體育學術研討會專刊，127-135 頁。
- 40.陳彥銘(2014)，國民旅遊卡使用行為、休閒效益與幸福感關係之研究——以臺東地區矯正機關為例，國立臺東大學休閒事業管理研究所碩士論文。
- 41.梁秋瑩(2008)，強制休假補助制度之激勵效果研究——以台北市政府公務人員持用國民旅遊卡為例，國立政治大學公共行政研究所未出版碩士論文。
- 42.國民旅遊卡網站(2016)，網站導覽，簡介，資料引自
<http://travel.nccc.com.tw/text/sitemap/sitemap6.htm>
- 43.國民旅遊卡網站(2016)，網站導覽，簡介，政策形成背景及辦理經過，資料引自
<http://travel.nccc.com.tw/chinese/sitemap/sitemap1.htm>
- 44.國民旅遊卡網站(2016)，網站導覽，簡介，公務人員申請休假補助費使用原則，資料引自
<http://travel.nccc.com.tw/chinese/sitemap/sitemap3.htm>
- 45.國民旅遊卡網站(2016)，網站導覽，簡介，觀光產業範疇，資料引自
<http://travel.nccc.com.tw/chinese/sitemap/sitemap4.htm>
- 46.國民旅遊卡網站(2016)，網站導覽，最新消息，國民旅遊卡相關事項 Q&A(103 年 1 月修訂版)，資料引自
<http://travel.nccc.com.tw/chinese/travel103Q&A.pdf>

- 47.國民旅遊卡網站(2016)，網站導覽，最新消息，資料引自
<http://travel.nccc.com.tw/chinese/news/05062002.htm>
- 48.曾希若(2005)，國民旅遊卡政策設計與執行評估之研究，國立臺北大學公共政策暨政策學系研究所未出版碩士論文。
- 49.黃尹萱(2005)，N世代生活型態與國內旅遊消費行為之研究，世新大學觀光研究所未出版碩士論文。
- 50.黃玉倩(2010)，國小兼任行政教師生活型態與國民旅遊消費行為之研究—以高雄縣為例，國立屏東教育大學體育學系研究所未出版碩士論文。
- 51.黃信嵐(2013)，國人國內旅遊消費行為之研究—以台中市市民為例，朝陽科技大學休閒事業管理系研究所未出版碩士論文。
- 52.黃淑玲(2015)，學童綠色消費知識與綠色消費行為之關係研究—以雲林縣國小中、高年級為例，南華大學旅遊管理學系休閒環境管理研究所未出版碩士論文。
- 53.程旺順(2004)，我國公務員休假補助政策之研究—析論國民旅遊卡措施之推動，國立臺灣大學國家發展研究所未出版碩士論文。
- 54.程筱雯(2015)，休閒參與動機、休閒阻礙及休閒效益關係之研究—以羽球活動為例，南華大學旅遊管理學系休閒環境管理研究所未出版碩士論文。
- 55.葉美慧(2011)，花蓮縣國小高年級學童金錢態度與消費行為之研究，國立東華大學教育成政與管理學系研究所未出版碩士論文。
- 56.楊緒永(2009)，品牌形象、知覺價值、口碑、產品知識與購買意願之研究—以手機為例，南華大學企業管理系管理科學研究所未出版碩士論文。

- 57.楊景裕(2010)，旅遊動機、渡假生活型態、滿意度對重遊意願影響之研究—以澎湖地區旅遊為例，中興大學行銷學系研究所未出版碩士論文。
- 58.董國安(2004)，國民旅遊卡對國內旅遊影響之研究—以新竹縣市國中教師為例，國立台灣師範大學體育學系研究所未出版碩士論文。
- 59.榮泰生(1999)，消費者行為，台北市：五南。
- 60.銓敘部全球資訊網，銓敘法規，法規彙編，公務人員任用法施行細則，資料引自
http://www.mocs.gov.tw/exhibits/invite_detail.aspx?Node=548&Page=1620&Index=3
- 61.趙崇賢(2004)，台北縣市高職餐飲科學生油脂知識、態度與使用行為之研究，輔仁大學餐旅管理學系研究所未出版碩士論文。
- 62.劉育維(2012)，賞鳥者之休閒阻礙、休閒涉入及休閒效益關係之研究—以關渡自然公園為例，中國文化大學觀光事業學系研究所未出版碩士論文。
- 63.魏屏華(2004)，國民旅遊卡使用經驗及態度之研究—以高雄市政府所屬公務人員為例，國立高雄師範大學成人教育研究所未出版碩士論文。
- 64.蔡文慈(2006)，南投縣國小行政人員休閒態度與休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為影響之研究，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版碩士論文。
- 65.賴月雲(2006)，台南市國小中高年級學童綠色消費知識態度與行為之研究，國立臺南大學社會科教育學系研究所未出版碩士論文。

- 66.鄭世元(2004)，中部溫泉區遊客休閒活動與旅遊消費行為之研究—以度假生活型態為區隔題項，大葉大學休閒事業管理學系研究所未出版碩士論文。
- 67.鄭健雄、劉孟奇(2001)，遊客度假生活型態與休閒消費行為之初探—以墾丁地區遊客為例，觀光研究學報，7(2)，93-110頁。
- 68.鄭佳菁(2003)，國民旅遊卡簡介與說明，考銓季刊，33期，91-107頁。
- 69.謝碧雪(2009)，公務人員對國民旅遊卡之認知、旅遊動機與旅遊行為之研究，亞洲大學休閒與遊憩管理學系研究所未出版碩士論文。
- 70.謝明忠(2009)，桃園市陽明運動公園使用者參與動機與休閒效益之研究，國立臺北教育大學體育學系研究所未出版碩士論文。
- 71.鞠漢章(2005)，公務人員對國民旅遊卡認知與使用行為之研究，世新大學觀光學研究所未出版碩士論文。
- 72.蕭雅琳(2008)，台灣線上數位音樂消費者消費知識與消費行為之研究，國立屏東教育大學音樂學系研究所未出版碩士論文。
- 73.蕭世芬(2011)，從計劃行為理論探討信用卡優惠方案之使用行為，東吳大學企業管理學系研究所未出版碩士論文。
- 74.羅依理(2007)，國中小教師網誌使用行為、休閒動機與休閒效益關聯性之研究，靜宜大學管理碩士在職專班未出版碩士論文。
- 75.蘇貞如(2011)，公務人員國民旅遊卡及現金之消費行為研究參與休閒遊憩活動及其滿意度研究—心理帳戶觀點之應用，國立高雄應用科技大學商務經營研究所未出版碩士論文。

二、英文部分

- 1.Argyle, M. (1987). The psychology of happiness. London: Methuen.
- 2.Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. Journal of Consumer Research. 13, 411-454.
- 3.Ajzen, I. (1991). Benefits of leisure: A social psychological perspective. In B. L. Driver, P. J. Brown, & G. L. Peterson (Eds.), Benefits of leisure (pp.411-418). State College, PA : Venture Publishing.
- 4.Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1992). Leisure and human behavior. Dubuque, IA : Wm.C. Brown Company Publisher.
- 5.Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1996)。休閒與人類行為（涂淑芳譯）。臺北：桂冠圖書股份有限公司。
- 6.Bright, A. D. (2000) . The role of social marketing in leisure and recreation management. Journal of leisure research, 32(1),12-18.
- 7.Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. et al(1995)。消費者行為（謝文雀譯）。台北：華泰文化視野股份有限公司。
- 8.Driver, B. L., Brown, P. J. & Peterson, G. L. (1991). Benefits of leisure. Stage College, PA : Venture Publishing.
- 9.Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). Consumer behavior (7th ed.). Chicago, Orlando: Dryden Press.
- 10.Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). Consumer behavior (8th ed.). Chicago, Orlando: Dryden Press.
- 11.Hawkins, Del I., Roger J. Best, and Kenneth A. Coney(1992), Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy, Fifth ed., Richard D. Irwin, Inc.

12. Hayhoe, Celia Ray, Lauren J. Leach, Pamela R. Tumer, Marilyn J. Bruin, and Frances C. Lawrence. (2000). Differences in Spending Habits and Credit Use of College Students. *The Journal of Consumer Affairs*, 34, 113-133.
13. Iwasaki, Y. (2003). The impact of leisure coping beliefs and strategies on adaptive outcomes. *Leisure Studies*, 22, pp. 93-108.
14. Iso-Ahola, S.E., & Park C.J. (1996). Leisure-related support and self-determination as buffers of stress-illness relationship. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 169-187.
15. Kenneth A. Carow and Michael E. Staten (2002). Plastic Choices : Consumer Usage of Bank Cards versus Proprietary Credit Cards. *Journal of Economics and Finance*, 26, 216-232.
16. Mannel, R. C. & Stynes, D. J. (1991). A retrospective: the benefits of leisure. In B. L. Driver, P. J. Brown, & G. L. Peterson (Eds.), *Benefits of leisure*, 461-473. Stage College, PA : Venture Publishing.
17. Mowen, J. C. & Minor, M. (1998). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

附錄一

行政院 函

中華民國九十一年十一月十四日

院授人考字第0910046092號

主旨：修正「行政院暨所屬各機關公務人員休假改進措施」名稱為「行政院及所屬各機關公務人員休假改進措施」，及修正第五點規定，並自中華民國九十二年一月一日生效，請查照轉知。

說明：

一、為順利推動休假改進措施，各機關應參酌實際工作需要，對現有人力作妥適調配，貫徹實施職務代理制度，以維服務品質，提升為民服務效能。

二、有關休假補助費之核發，補充規定如下：

(一)、本改進措施所稱「異地消費」係指公務人員前往所服務之機關（構）所在之直轄市或縣（市）以外之其他直轄市或縣（市）之旅遊消費；所稱「隔夜消費」係指於週一至週五休假連跨二日以上，並具下列「國民旅遊卡」支出方式之一者：

1. 具旅宿類之刷卡支出。
2. 購買旅行業所售二日以上套裝旅遊產品之刷卡支出。
3. 連跨二日以上之休假日，具有二筆（含二筆）以上不同消費日之刷卡支出。

(二)、連續休假期間遇颱風、地震等其他天然災害致停止上班上課時，實施休假公務人員如已啟程從事旅遊者，停止上班上課期間得自行決定是否仍請休假，以符合請領強制休假補助費。

(三)、實施輪班、輪休制度機關之公務人員，如週六、週日為正常上班日，其於該二日請休假者，視同週一至週五期間之休假。

(四)、符合請領強制休假補助費規定之連續休假前後一日之交通費用，考量實際需要，得併入強制休假補助範圍內。

(五)、有關一月至十一月份休假公務人員強制休假補助費，應於次年一月五日前完成請領事宜；十二月份休假公務人員強制休假補助費，得以取得單據之時點辦理核支事宜，惟請領期限不得逾次年二月五日。

三、各機關公務人員「國民旅遊卡」之發放及強制休假補助費之核銷相關作業事宜，依「行政院及所屬各機關公務人員強制休假補助費改發國民旅遊卡持用作業規定」辦理。

四、檢送修正「行政院及所屬各機關公務人員休假改進措施」第五點及「行政院及所屬各機關公務人員強制休假補助費改發國民旅遊卡持用作業規定」各一份。

B. 修正「行政院及所屬各機關公務人員休假改進措施」

第五點：

五、為鼓勵公務人員利用休假從事正當休閒旅遊活動，振興觀光旅遊產業，帶動就業風潮，各機關對於所屬公務人員請國內休假者，應按下列方式核發休假補助費，所需

費用於各機關預算之人事費等相關經費項下勾支：

(一)、應休畢日數(十四日以內)之休假部分：

週一至週五休假期間，以「國民旅遊卡」，前往服務機關(構)所在地以外之其他直轄市或縣(市)，異地且隔夜，在「國民旅遊卡」特約商店刷卡消費，並採「實報實銷」方式，按消費之金額，核實補助，全年最高以補助新臺幣一萬六千元為限(應休假日數未滿十四日者按比例核發，每日補助新臺幣一千一百四十三元)；未以上述持用「國民旅遊卡」方式刷卡消費者，不予補助。

(二)、應休畢日數以外之休假部分：

按日支給休假補助費新臺幣六百元；未達一日者，按日折半支給，於年終一併結算。

C. 行政院及所屬各機關公務人員強制休假補助費改發「國民旅遊卡」持用作業規定：
一、依據行政院九十一年六月五日第二七八九次會議決議准予備查之「推動『國民旅遊卡』措施」具體措施分工規定辦理。

二、各機關公務人員「國民旅遊卡」之發卡作業，應依下列規定辦理：

(一)、簽約機關：以中央各部、會、行、處、局、署、院、省(市)政府及縣(市)政府為代表簽約。但有獨立預算及會計單位之機關(構)，得報經主管機關同意，自行選定發卡銀行與其簽約。

(二)、發卡銀行之選擇：由簽約機關就觀光局採公開招標方式，評選符合條件，經與之簽訂共同供應契約並取得對全體國民發行「國民旅遊卡」之發卡銀行，擇一作為該機關之發卡銀行，並與之簽訂發卡契約。

(三)、簽約期限及優惠約定：各公務機關與發卡銀行簽訂契約之期間自訂約生效日起二年。各簽約機關並得自行與發卡銀行簽訂額外優惠或服務之附約。

(四)、申請及發卡：簽約機關選定發卡銀行簽約後，由發卡銀行至簽約機關或其所屬機關向公務人員說明該發卡銀行信用卡之各項優惠及權利義務，並進行信用卡相關權利義務宣導與問題說明及辦理公務人員「國民旅遊卡」集體申請作業，並應於九十一年十二月底前完成發卡工作。

三、各機關公務人員持用「國民旅遊卡」申領強制休假補助費，應依下列規定辦理：

(一)、實施日期：自九十二年一月一日起正式實施。

(二)、使用範圍：以在「國民旅遊卡」特約商店之刷卡消費為限。

(三)、繳費：公務人員當月持卡消費帳單款項，由發卡銀行按期寄發繳款通知書至持卡人登記之帳單地址，持卡人應於當期繳款截止日前自行繳納帳單款項，其權利義務與一般信用卡相同。

四、各機關應依下列規定，彙整與提供發卡銀行相關資料：

(一)、各機關公務人員之「國民旅遊卡」卡號、身分證字號、強制休假補助費額度及所屬機關代碼、機關所在地郵遞區號及其他相關資料，人事單位應依財團法人聯合信用卡處理中心(以下簡稱聯信中心)指定之格式，送交發卡銀行建檔，並將上述資料傳送至該中心所建置之「公務人員強制休假補助費檢核系統」(以下簡稱檢核系統)

並負責後續之維護、更新。

(二)、各機關公務人員之休假日期，人事單位應在不影響持卡人請領強制休假補助費權益下，與發卡銀行議定通知方式，定期或不定期通知發卡銀行。

(三)、各機關公務人員有調職、離職、留職停薪、停職、休職等情形，須通知發卡銀行將該持卡人卡號自檢核系統內刪除；留職停薪、停職、休職人員復職後，須通知發卡銀行將該持卡人「國民旅遊卡」相關資料重新建檔至檢核系統；其強制休假補助費額度有更動時，須通知發卡銀行至檢核系統內更新其額度。

五、各機關公務人員申領強制休假補助費之核銷作業，依下列程序辦理：

(一)、強制休假補助費核發要件：公務人員持「國民旅遊卡」之消費交易項目，符合「行政院及所屬各機關公務人員休假改進措施」規定，於週一至週五休假期間，前往服務機關（構）所在地以外之其他直轄市或縣市，異地且隔夜，在「國民旅遊卡」特約商店刷卡消費者，按消費之金額，核實補助，全年最高以補助新臺幣一萬六千元為限（應休假日數未滿十四日者按比例核發，每日補助新臺幣一千一百四十三元）。

(二)、消費項目之檢核：公務人員持用「國民旅遊卡」之消費項目，經由聯信中心建置之檢核系統檢核後，符合請領強制休假補助費之消費交易資料將置於網路，供各機關人事單位或持卡人列印強制休假補助費申請表。

(三)、列印報表及確認：經檢核符合請領強制休假補助費之強制休假補助費申請表，由各機關人事單位使用網路服務列印強制休假補助費申請表，送交請休假之公務人員確認或由該公務人員使用網路服務自行列印確認後，持向服務機關申請（如為地處偏遠無法上網之單位，由該機關所屬發卡銀行使用網路服務列印強制休假補助費申請表後，傳真該機關承辦人員或由發卡銀行與該單位自行議定作業方式）。

(四)、疑義之處理：公務機關審核作業過程產生疑義時，如經釐清為應核發（或不核發）補助費者，各機關人事單位應使用網路服務於檢核系統上註記為核可（或不核可）交易，該筆交易將列入（或不列入）強制休假補助費累積額度內。

(五)、休假補助費之撥付：強制休假補助費申請表經休假人確認，並經服務機關人事、會計單位審核無誤後，由出納單位透過機關薪資系統撥付入休假人帳戶。

六、公務人員強制休假補助費改發「國民旅遊卡」持用相關作業，本作業規定未規定者，依交通部觀光局與發卡銀行、聯信中心簽定之契約規定辦理。

附錄二

國民旅遊卡持有者之消費者知識、使用行為與休閒效益之研究—以雲林縣民眾為例

正式調查問卷

親愛的受訪者，您好：

非常感謝您於百忙之中，抽空填寫本問卷。本問卷主要目的在探討國旅卡持有者之消費者知識、使用行為與休閒效益之研究，請您依照真實感受填答即可。您所填答的資料僅供綜合分析之用，絕不會對外公開，敬請放心作答。最後，衷心的感謝您的熱心協助與支持！

謹此 敬祝

平安快樂

南華大學休閒環境管理研究所

指導教授：于 健 教授

研究生：陳妮婷 敬啟

【第一部份】個人基本資料（請在□內打✓）

1. 性別

男性 女性

2. 年齡：

21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51 歲以上

3. 婚姻：

已婚 未婚 其他

4. 職業：

公務員 學校職員 警消人員 其他 _____
(含教師兼行政)

5. 教育程度：

高中(職)以下 大專院校 研究所以上

【第二部分】消費者知識

* 填答說明：請依題目敘述，就您實際的情況，在問卷上圈出正確的答案，**每題都要做答，請勿漏題**，謝謝您！ 例：是 (○)

1.本年度雲林縣使用的國民旅遊卡發卡銀行是聯邦銀行。	是	否
2.使用國民旅遊卡把個人強制休假補助費捐作公益捐款者，能在綜合所得稅捐贈列舉扣除。	是	否
3.國民旅遊卡可以在特約攝影器材及沖洗專賣店消費。	是	否

4.國民旅遊卡可在汽車百貨賣場消費，可以請領休假補助費。	是	否
5.雲林縣每年國民旅遊卡的發卡銀行都同一家。	是	否
6.在星期五或星期一請休假時，且當天有1筆於在 <u>旅行業、旅宿業或觀光遊樂業</u> 的消費，則其接連的星期六、日在其他業別特約商店使用國民旅遊卡消費均可納入補助。	是	否
7.上班日沒有請休假使用國民旅遊卡消費可請領休假補助費。	是	否

【第三部份】使用行為

這部分主要是想您最近使用國民旅遊卡的情形，請就您實際的情況，在適當的打√。

1. 請問您最近一年使用國民旅遊卡消費請領休假補助，最多部分是在何種類型消費?**單選題**

- 以旅宿業為主(含休閒旅遊、有住宿過夜及其他遊憩娛樂)
藝文圖書業 交通運輸業(如:高鐵)
加油站 以餐飲業為主(如:在特約商店用餐消費)
商圈購物
(含體育用品、皮件皮鞋業、服飾業、美容美體業和其他)

2. 請問您使用國民旅遊卡所購買的物品或服務，主要使用的對象是誰?

單選題

- 配偶 子女 自己 情侶 親戚 長輩 其他

3. 請問您最近一年休假時，使用國民旅遊卡消費的主要目的地是哪裡?

- 居住縣市其他地區

4. 請問您使用國民旅遊卡消費時，最優先購買下列何種商品?**單選題**

- 旅遊費用普通餐廳用餐服飾、鞋子圖書雜誌飯店內糕點
加油費化妝品、保養品新潮流行服飾自行車其他

5. 請問您使用國民旅遊卡消費的時間為何?

- 只在請休假時使用。 沒有請休假的時候，上班日也會使用。

6. 當國民旅遊卡因年度更換而更換不同發卡銀行時，您依然會因為卡片優惠因素，持續使用舊卡片嗎?會 不會

7. 請問您使用國民旅遊卡的目的為何?

- 純粹為了請領休假補助費。
另有其他不同收穫(如休閒旅遊、放鬆心情、累積紅利點數)。

【第四部份】休閒效益		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
請依您使用國民旅遊卡進行休閒活動後的感受，在適當的 <input type="checkbox"/> 打 <input checked="" type="checkbox"/> 打						
生理效益	1.進行休閒活動後，讓我可以消除疲勞、恢復活力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2.進行休閒活動後，讓我可以讓身體得到適度的休息。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	3.進行休閒活動後，讓我可以增進體能。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	4.進行休閒活動後，讓我可以維持健康。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	5.進行休閒活動後，讓我可以改善睡眠品質。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
心理效益	6.進行休閒活動後，讓我可以紓解工作壓力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	7.進行休閒活動後，讓我可以得到成就感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	8.進行休閒活動後，讓我可以得到愉快的心情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	9.進行休閒活動後，讓我更有自信心。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.進行休閒活動後，讓我獲得寶貴的經驗。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
社交效益	11.進行休閒活動後，讓我可以增進與家人之間的感情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	12.進行休閒活動後，讓我認識更多的新朋友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.進行休閒活動後，讓我與同事之間的感情更好。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	14.進行休閒活動後，讓我可以跟朋友分享自己的想法。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.進行休閒活動後，讓我可以有更好的人際關係。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
經濟效益	16.進行休閒活動後，讓我可以累積更多信用卡的紅利點數。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.進行休閒活動後，讓我可以補助休假旅遊的費用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	18.進行休閒活動時，讓我可以得到國民旅遊卡特約折扣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	19.使用國民旅遊卡進行休閒活動，讓我可以不必從收入支付休閒旅遊的費用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20.使用國民旅遊卡讓我多一筆金錢，可讓我無負擔購買較多自己喜歡的商品。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

辛苦您了！本問卷到此全部結束，再度感謝您的協助！