

東海大學行政管理暨政策研究所碩士論文

指導教授：項靖 教授

公務人員使用國民旅遊卡認知與滿意
度之研究

—以行政院及其所屬機關公務人員為例

研究生：林佩瑩

中華民國 101 年 7 月

東海大學行政管理暨政策研究所

研究生

林佩瑩

碩士學位論文

題目：公務人員使用國民旅遊卡認知與滿意度之研究—以行政院及其所屬機關公務人員為例

業經審查及口試合格

論文審查及口試委員

指導教授：	項 靖	101年6月30日
審查教授：	林 淑 馨	101年6月30日
審查教授：	柯 淑 龍	101年6月30日
所 長：	柯 淑 龍	101年6月30日

中華民國一〇一年六月

摘要

為強化台灣總體經濟、紓緩當前失業問題及帶動國內整體經濟，國民旅遊卡政策於 2003 年起開始實行，鼓勵公務人員於非假日期間從事國內觀光旅遊，但自推行以來，因規定不夠完備即匆促上路，以致衍生許多問題。

本研究以文獻分析及問卷調查方法，針對公務人員使用國民旅遊卡認知與滿意度進行實證研究，並以 SPSS 統計軟體採描述性統計及單因子變異數分析方式，針對本研究所提出的研究問題進行解答。本研究之實證結果發現：在「公務人員對使用國民旅遊卡的使用認知程度如何」問題得出政策相關資訊未以直接管道讓消費者得知、參與旅遊行程比例過低，與提升國內觀光的目的是相悖、在特約商店消費認為不妥當的比例最及高領取補助限定刷卡日未考量實際情形等結果；而在公務人員實際使用國民旅遊卡於特約商店刷卡的情況如何問題中，發現設定於特約商店刷卡消費的方式有檢討必要、商品品質與服務態度在特約商店商品與一般商店並無產生差異情形、認為設置特約商店成規制且習於補助的方式、會基於「消耗預算」心態，購買不需要商品以補足差額及認為在特約商店消費其商品品質與服務態度並無產生差異情形；另於公務人員使用國民旅遊卡的消費行為現況，對其使用認知程度有顯著差異為何題目中發現休假期資長短會影響到使用者的消費情況、最高學歷為大學(含專科)以上學歷者在使用國民旅遊卡的消費行為認知程度皆較其他學歷者大及子女的有無狀況對於在使用國民旅遊卡的認知程度有差距。

最後根據研究結果，本研究提出「機關文宣的管道改善」、「非侷限於特約商店刷卡消費，放寬核准補助店家」、「限制旅遊以外消費的補助比例」及「對國民旅遊卡主管機關建議」等建議，供政府修訂國民旅遊卡政策時之參考。

關鍵字：國民旅遊卡、特約商店、公務人員、消費行為

總目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究方法	3
第四節 研究重要性、困難與限制及預期研究貢獻	4
第五節 研究流程	7
第二章 文獻檢閱	8
第一節 國民旅遊卡	8
第二節 國民旅遊卡特約商店	19
第三節 公務人員之消費需求	21
第三章 研究設計與研究方法	28
第一節 研究架構與研究問題	28
第二節 研究方法	31
第四章 研究發現與討論	39
第一節 敘述性統計	39
第二節 單因子變異數分析(One Way ANOVA)	70
第三節 本章小結	97
第五章 結論與建議	101
第一節 研究結論與發現	101
第二節 建議	105
參考文獻	108
附錄	115

圖目錄

圖 1-1 本研究整理	7
圖 2-1 「國民旅遊卡」特約商店標誌及信用卡圖樣	14
圖 2-2 Kotler 消費者黑箱作業	24
圖 3-1 研究架構	28
圖 3-2 全國行政機關公務人員人數按機關別分	33
圖 4-1 如何得知國民旅遊卡措施之相關規定	41
圖 4-2 如何得知特約商店管道	42
圖 4-3 曾使用過國民旅遊卡消費項目	43
圖 4-4 使用國民旅遊卡來核銷休假補助費用，會優先購買哪些產品	44
圖 4-5 最好的休假日安排	45
圖 4-6 認為國民旅遊卡措施是妥當的	46
圖 4-7 認為國民旅遊卡措施是不妥當的	47
圖 4-8 以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便	48
圖 4-9 以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊	49
圖 4-10 熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類	50
圖 4-11 目前特約商店的據點夠普及	51
圖 4-12 目前特約商店的交通位置夠便利方便	51
圖 4-13 目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求	52
圖 4-14 目前特約商店的行業種類夠多元	53
圖 4-15 特約商店的價格合理	54
圖 4-16 特約商店的資訊很容易獲得	54
圖 4-17 我可以輕易找到特約商店	55
圖 4-18 對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉	56
圖 4-19 為請領一萬六千元補助事先排定休假旅遊日期	57
圖 4-20 請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務	58
圖 4-21 會利用在職休假方式領取一萬六千元的補助費用	59
圖 4-22 為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額	59
圖 4-23 會特別安排休假以使用國民旅遊卡以領取補助	60
圖 4-24 為使用國民旅遊卡會事先規劃購買商品	61
圖 4-25 購買特約商店商品會事先比價	62
圖 4-26 如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購	62
圖 4-27 我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友	63

圖 4-28 對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證	64
圖 4-29 我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡	65
圖 4-30 我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式的限制	66
圖 4-31 我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便	66
圖 4-32 特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同	67

表目錄

表 2-1 國民旅遊卡歷來措施沿革比較表	11
表 2-2 歷年公務人員休假補助之發展	12
表 2-3 國民旅遊卡實施之優缺點分析	16
表 2-4 消費行為定義彙整表	21
表 2-5 影響消費者行為之因素	24
表 3-1 全國公務人員人數按機關別分	32
表 3-2 行政機關公務人員人數按機關別分	32
表 3-3 第二部分問卷題目轉換表	34
表 3-4 第三部分問卷題目轉換表	34
表 3-5 第四部分問卷題目轉換表	35
表 3-6 第五部分問卷題目轉換表	36
表 4-1 受訪者個人基本資料	40
表 4-2 如何得知國民旅遊卡措施之相關規定摘要表	41
表 4-3 如何得知特約商店管道摘要表	42
表 4-4 曾使用過國民旅遊卡消費項目摘要表	43
表 4-5 會優先購買哪些產品摘要表	44
表 4-6 最好的休假日安排摘要表	45
表 4-7 認為國民旅遊卡措施是妥當的摘要表	46
表 4-8 認為國民旅遊卡措施是不妥當的摘要表	47
表 4-9 以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便摘要表	48
表 4-10 以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊摘要表	49
表 4-11 熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類摘要表	50
表 4-12 目前特約商店的據點夠普及摘要表	51
表 4-13 目前特約商店的交通位置夠便利方便摘要表	51
表 4-14 目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求摘要表	52
表 4-15 目前特約商店的行業種類夠多元摘要表	53
表 4-16 特約商店的價格合理摘要表	54
表 4-17 特約商店的資訊很容易獲得摘要表	54
表 4-18 我可以輕易找到特約商店摘要表	55
表 4-19 對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉 摘要表	56
表 4-20 為請領一萬六千元補助事先排定休假旅遊日期摘要表	57
表 4-21 請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務摘要表	58
表 4-22 會利用在職休假方式領取一萬六千元的補助費用摘要表	59
表 4-23 為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額摘要表	59
表 4-24 會特別安排休假以使用國民旅遊卡以領取補助摘要表	60

表 4-25 為使用國民旅遊卡會事先規劃購買商品摘要表	61
表 4-26 購買特約商店商品會事先比價摘要表	62
表 4-27 如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購摘要表	62
表 4-28 我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友摘要表	63
表 4-29 對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證摘要表	64
表 4-30 我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡摘要表	65
表 4-31 我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式的限制摘要表	66
表 4-32 我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便摘要表	66
表 4-33 特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同摘要表	67
表 4-34 公務人員對國民旅遊卡政策施行的重要程度調查敘述性統計	68
表 4-35 在國民旅遊卡特約商店的消費行為調查	69
表 4-36 年齡在因素之單因子變異數分析摘要表	74
表 4-37 子女狀況在因素之單因子變異數分析摘要表	81
表 4-38 最高學歷在因素之單因子變異數分析摘要表	87
表 4-39 休假年資在因素之單因子變異數分析摘要表	94
表 4-40 研究假設驗證結果表	97

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

公務人員休假補助費之發放係依據公務人員請假規則第 10 條「休假並得酌發給休假補助」之規定辦理，原係公務人員因公無法休假發給未休假加班費之現金給與。自 1996 年 7 月 1 日起，規定公務人員需連續或累積休假達一定日數或檢據核銷等等限制條件，發給休假補助費。2003 年始配合使用國民旅遊卡，除為鼓勵公務人員利用休假旅遊，藉以調劑身心外，主要目的係考量我國 2001 年初期結構性失業問題嚴重，以及中高齡失業者再就業困難之現象，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。國民旅遊卡施行迄今已邁入第 9 年，其間歷經多次調整，有關所衍生的問題是否獲得解決、消費限制措施之必要性、政策目標是否已達成及對大多數公務員而言，是否符合實際需求等問題，都值得再進一步探討。然而就週遭大多數的公務員朋友來看，往往為了符合領取補助的條件，最終仍落入了「消耗預算」的窠臼，導致鼓勵消費刺激國內觀光的效果有限，卻成為消費購物的工具，似與「國民旅遊」的概念相去甚遠，因此引發本研究的動機。

然而在現行國民旅遊卡制度下，公務人員仍需遵循政策相關規定，以獲得休假補助。公務人員於休假期間以國民旅遊卡於交通部觀光局審核通過之國民旅遊卡特約商店刷卡消費，如消費的特約商店為旅宿業，依規定即得按刷卡消費金額加倍補助，而旅宿業外的類別也可核實補助。為使國民旅遊卡特約商店業別及細項分類資訊明確及透明化，已於休假改進措施第 5 點增列「國民旅遊卡特約商店業別及細項分類」為附表，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、皮鞋皮件業、美容護膚業及商圈及其他業別，共計有 14 種業別，而此種特約商店之分類方式在公務人員的消費認知上與滿意度情形為何值得探討分析。

第二節 研究目的

國民旅遊卡推行的主要目的是為了要振興觀光旅遊產業、帶動就業風潮，並落實公務人員休假補助制度而辦理，實施的對象為公務人員，並設計許多相關措施以符合政策的施行。在政策上規定每位公務人員皆須與各機關簽定的特定銀行申請國民旅遊卡，再以信用卡的消費方式到特約商店刷卡消費後才可申請補助，是一種先消費後領取補助的機制。但人事行政局表示，公務員休假補助之法源是公務人員請假規則第 10 條第 1 項「休假並得酌予發給休假補助」之規定，但不表示休假補助是公務人員薪資的一部分，換言之，僅是公務人員的「額外補助」。此引發筆者對於公務人員在運用「額外補助」的運作上產生質疑，既是為公務人員休假而提供休假補助，又為何需限定公務人員經費運用的方式。

另國民旅遊卡政策主要使用對象為公務人員，儘管為避免公務人員為領取每年一萬六千元的休假補助而濫刷，故設計許多刷卡消費的限制。但公務人員亦是處於消費者的地位，也有特定的消費習慣，就一般社會大眾而言，消費者憑藉自己的喜好消費而取得消費產品，但部分商家對於公務人員使用國民旅遊卡消費售價竟比市價還高，即是特約商店熟知公務人員為領取休假補助而不得不在特約商店的限制範圍內購買產品的心理，因而抬高售價價格，如此不但無法滿足其消費需求的產品，更引發公務人員對於購得物價較一般消費更高的心理不滿之感。而旅遊補助與一般消費性補助區別是否為必要，此亦引發筆者對於政府為規範公務人員濫刷購買而設定的框架，是否真能滿足公務人員的消費需求，產生探討國民旅遊卡特約商店的類型是否仍有改進之必要。

雖然國民旅遊卡特約商店的種類傾向普及、多元及優質商店(推動國民旅遊卡政策說帖，2004)，並將特約商店的種類分成 14 種業別，大略涵括了旅遊休憩上所需，然而在細項分類中仍無法明顯辨識是否真能符合公務人員需求，畢竟國民旅遊卡雖為休

假補助費性質，實質上仍為公務人員所享有的福利之一，公務人員仍是消費者的立場，若於消費購物需求上無法滿足公務人員，而僅是單純消費為了獲得補助而將請領額度消耗，對公務人員本身並無實益，不但原先的目的未達成，反而還引發許多問題。為此，本研究期望能達到以下目的：

- 一、瞭解公務人員使用國民旅遊卡政策之過程與目的。
- 二、瞭解公務人員對使用國民旅遊卡的使用認知程度。
- 三、探討公務人員使用國民旅遊卡的消費行為之相關性，包括與特約商店往來動機、資訊來源、購買活動特性及購後態度等行為。
- 四、探討公務人員對國民旅遊卡的使用滿意度，以供政府及業者參考。

第三節 研究方法

本研究主要在瞭解公務人員使用國民旅遊卡到特約商店的消費行為，而全國公務人員人數眾多，又有中央與地方機關之分，而不論中央、地方機關又可分為一、二、三、四級機關，單位分支過多，宥於研究時間、機關地點分散、經費等原因，本研究依公務人員的多寡、特約商店的聚集性及交通方便性為選擇的標準，故以中央選擇不對全國公務人員做分層垂直式調查。

壹、研究方法

一、文獻分析法

首先，在文獻分析的部分，本研究針對與研究主題相關的國內外文獻資料作廣泛的蒐集、彙整與分析，透過現有的文獻檢閱來分析各個面向。而分析的資料包括蒐集到的資料，主要以國內之論文、書籍為主期刊為輔，及筆者任職機關之人事單位、網路資料庫及政府網站為本研究的主要資訊獲得的管道。不同類型的文獻將有助於瞭解公務人員對於國民旅遊卡制度的看法外，也可對本制度在施行上能更深入分析。

二、次級資料分析法

許多公務人員的相關資料統計數據及政策內容更新情形，於政府網站或政府出版品皆有相關資訊刊載，由於相關統計數據及政策資訊隨時都在更新變化的狀態，為取得較為正確及最新資料，藉由檢閱政府出版品或政府網站上之資訊予以蒐集並分析後再加以引用，並確實記載引用出處，以獲得詳細的完整的數據與資訊。

三、問卷調查法

採用問卷調查法企圖對研究問題進行解答分析，針對行政院及所屬部會公務人員進行問卷調查。問卷內容主要包括四個部分，第一部分在於瞭解受訪對象的個人基本資料；第二部分在於瞭解公務人員對於特約商店類別之意見調查；第三部分為公務人員使用國民旅遊卡參與休閒活動的影響及第四部分則在瞭解公務人員使用國民旅遊卡的消費行為現況。

第四節 研究重要性、困難與限制及預期研究貢獻

壹、研究重要性

既然要讓公務人員休假以促進國內觀光業的發展，卻又對國民旅遊卡的使用加上諸多限制，例如「非假日期間」、「異地」且「隔夜」之旅遊消費，同時必須在與觀光局簽約的專屬商店內消費，這些規定對於某些休假旅遊的公務人員造成不便，適必產生一些使用上的問題。自 2008 年 10 月 1 日起，公務人員休假於國民旅遊卡特約商店刷卡消費，即得請領休假補助費，免受異地隔夜消費限制，但「假消費、真刷卡」的情形早已成為問題，尤其於 2003 年 5 月底媒體披露部分公務人員刷卡買黃金，而後再賣回給店家換回現金的弊端，更為人所詬病，甚至有公務人員使用國民旅遊卡集中刷卡於購買電器、珠寶，此種現象造成民眾普遍對於公務人員使用國民旅遊卡上觀感不佳，也因此政府在政策上也一再的改變，將使用範圍限縮使用，更引起公務人員與特約商店的不滿，導致反彈聲浪不斷。

政府在考量國民旅遊卡政策時，考量到紙券形式之有價證券易遭偽造、毀損、遺失、不可找零、製作成本高及公家單位需預撥補助購買並涉及較多之政府採購法限制等因素，故選擇採用現行普遍便利之「信用卡」方式發行國民旅遊卡，原先推動的目的，在於透過觀光旅遊產業集體行銷措施，帶動全民非假日旅遊風潮，並藉由非假日住宿利用率之提高，降低假日住宿成本，以利吸引更多遊客，振興國內觀光旅遊產業。然而政策上卻沒有考慮到公務人員的旅遊模式和習慣，且忽略公務人員的真正需求是什麼，同時政府在執行宣導時並不周全，造成許多公務人員不了解整個制度是如何運作的。

有關國民旅遊卡特約商店特約相關事宜，是由交通部觀光局主管權責，須先與交通部觀光局審核通過之「國民旅遊卡」收單機構簽約建置連線或手動刷卡機，由該收單機構送交通部觀光局進行資格審查，符合資格者，由收單機構於國民旅遊卡網站登錄其特約商店資料，並向交通部觀光局領取「國民旅遊卡」之識別標識，以提供特約商店張貼。成為特約商店最大的優點在於公務人員被限定於非假日消費，因此可增加商店平日之營業收入及提升旅遊資源利用率，更可吸引龐大旅遊消費，使人潮擴大消費商機，在商品行銷另可享有政府機關發行之旅遊手冊、刊物、網站等之免費宣傳服務，因此也吸引一般商家成為特約商店的理由。而特約商店則提供服務優惠措施，除可刺激持「國民旅遊卡」之公務人員提高消費意願，也可依行業特性或季節、與異業結盟，促銷訂定優惠期限，提供網站等之免費宣傳服務。特約商店除需張貼交通部觀光局提供之「國民旅遊卡」識別標識外，僅需配合協助現場預購型交易資料傳輸，對於特約商店在執行上可謂簡單方便。

政策實行一開始在特約商店的遴選上即備受爭議，對於申請加入特約商店的標準一開始並未明確指出，雖於 2009 年 1 月對於特約商店的業別詳細規定，但此是否真能達到公務人員於消費上的需求確實有疑議，本研究主要在於以公務人員的角度上來定義國民旅遊卡特約商店的設置是否於消費上真能符合公務人員的消費需求，企圖以公務人員的消費者立場，探討自 2004 年以來在「國民旅遊卡」政策的推動下所設定的特約商店是否真與公務人員的消費需求有所關聯，並試圖建構出具體作法及建議，

以供政策多一些實務貢獻。

貳、研究困難與限制

一、研究困難

- (一)國民旅遊卡政策對於特約商店調查研究的相關文獻有限，且在針對公務人員的消費需求上較少，故在研究設計與規劃上唯恐有不全之處，在檢閱文獻上需再針對政府機關相關資料予以彌補。
- (二)問卷調查對象：全國公務人員人數眾多，要尋求填寫問卷管道恐怕需再研議。而此困難的解套方法，可能需要藉由公務體系同仁及朋友牽線幫忙。

二、研究限制

- (一)本研究限於時間、經費與個人精力，僅以五院中的行政院及其所屬機關持有國民旅遊卡之員工為調查對象，並未針對中央行政機關以外的機關和地方機關做研究，因此類推性可能稍嫌不足。
- (二)本研究在探討「國民旅遊卡」之制度面與實務面，並以適用國民旅遊卡之公務人員為問卷調查對象。因此各機關之職務代理人員、行政院擴大就業服務方案人員等非持有國民旅遊卡之員工則不包含在本研究範圍之內。
- (三)目前與本論題相關之專書、研究論文等文獻資料有限，因此本研究僅能藉由期刊、報章雜誌、行政院委託相關研究或從相關法規著手進行探討。
- (四)因本研究以行政院及其所屬機關的員工為研究母體，無法以此推論全國公務人員至特約商店的消費行為。

參、預期研究貢獻

國民旅遊卡政策 2003 年起實施至今已近 10 年，但此項政策從一開始規定不夠完備到政策反覆的限縮及放寬，2010 年更將公益捐款納入強制休假補助核銷範圍。雖然政策歷經多次變革，大多數公務員對於本政策仍有猶疑之處，更引發本研究進一步之探討。檢討公務人員休假制度，得知過去政府對「休假補助」規定公務人員應以週一

至週五國內休假期間為限，但往往變相使用，未能達到振興國內觀光旅遊產業的效果。本研究進行公務人員消費行為相關研究，期望透過分析消費者特徵，進而瞭解消費者行為意向，提出建議供政府修訂國民旅遊卡政策時之參考。

第五節 研究流程

本研究之流程如下圖，主要可區分為文獻探討與實證研究兩大部分：前者於瞭解國民旅遊卡政策的形成、特約商店的情況與公務人員的消費需求相關之理論，進行文獻之分析與研究之設計；後者透過次級資料的分析確立本研究之抽樣架構，進而設計問卷調查的問卷。透過上述研究設計之方法與途徑，將所有獲得資訊以比較、分析歸納整理後，進行相關問題的解答，進而做成本研究之結論與建議。

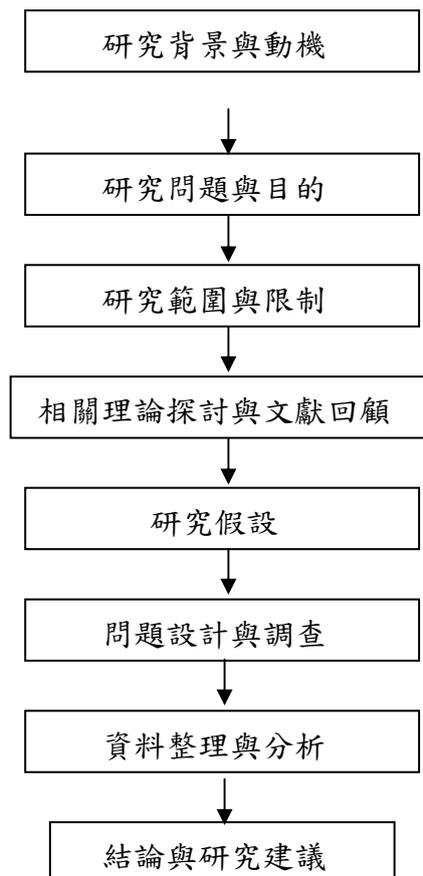


圖 1-1：本研究整理

第二章 文獻檢閱

第一節 國民旅遊卡

壹、國民旅遊卡的政策緣起

公務人員休假補助費之發放是依據「公務人員請假規則」第 10 條「...休假並得酌予發給休假補助。確因公務或業務需要經機關長官核准無法休假時，酌予獎勵。...」之規定辦理。自 1996 年 7 月 1 日起，行政院為落實休假制度，維護公務人員身心健康並提升工作效能，實施「公務人員休假改進措施」，希望公務人員每年至少休假 7 天，並給予國內、外休假旅遊補助。至 1998 年 12 月及 2001 年 5 月修正「行政院與所屬中央及地方各機關公務人員休假改進措施」，制訂了強制休假的補助標準。事實上，當時會制訂休假補助辦法主要是為了避免公務人員請領「未休假加班費」過於泛濫，增加國庫支出，且為鼓勵公務人員從事休閒旅遊活動以調身心、增加工作活動，因此公務人員休假補助的發給，限定於休假時的休閒旅遊。

貳、國民旅遊卡政策的推動及實行

「國民旅遊卡休假補助費」核發對象之「公務人員」依「公務人員請假規則」第 2 條規定：「本規則以受有俸（薪）給之文職公務人員為適用範圍。」然依照「國民旅遊卡使用常見消費問題 Q&A(2009 年 1 月版)」中明定國民旅遊卡措施之適用範圍為行政院與所屬中央及地方各機關之公務人員（含學校職員及教師兼任行政職務者）。另外，依「聘用人員聘用條例」聘用及「行政院暨所屬機關約僱人員僱用辦法」僱用之人員及工友、技工、駕駛等，係比照公務人員辦理¹。

一、政策形成背景及辦理經過

行政院為落實所屬各機關公務人員休假制度，並鼓勵公務人員從事國內休假，以刺激國內消費，在 2001 年 9 月 26 日第 2753 次院會中永續促進就業小組（以下稱

¹ 國民旅遊卡使用常見消費問題 Q&A，國民旅遊卡專區，<http://travel.nccc.com.tw>

該小組)提出「紓緩當前失業問題可加強之措施」報告，該報告建議落實公務人員休假補助，並研擬發行「旅遊券」，以振興觀光旅遊產業並帶動就業風潮。據此，經過多次邀集交通部、財政部、經濟部、人事行政局、主計處、農業委員會、交通部觀光局及相關業者等，分別召開5次研商會議，除決議發行方式外，並依據財政部、交通部、主計處、人事行政局等單位職掌擬訂各部會及觀光旅遊單位之具體配合措施，彙整完成「推動『國民旅遊卡』措施」，此一措施在國內為首創。(洪紹淵，2004)

二、歷年政策改善措施

國民旅遊卡於施行後經過不同需求考量，而歷經幾次的變更，其變更情形如下：

(一)2003-2005 年度各項國旅卡使用條件放寬情形

- 1、考量離島公務人員往返旅遊地時，因空運及船運費用較高，且需配合天候狀況，確實較本島公務人員外出旅遊時遭受較多限制，放寬離島地區公務人員得不受異地消費限制。(2003年1月)
- 2、將輔導中之民宿及休閒農場納入特約店。(2003年4月)
- 3、餐飲業全面開放、方便公務人員使用、增加特約店家數約7000家。(2003年4月)
- 4、提供公務人員每次旅遊消費總額百分之25無須刷卡或檢據核銷之補助金額(如該次符合補助之旅遊刷卡消費總額為10,000元，則核發強制休假補助金額12,500元)，但補助總額仍以每人每年強制休假補助金額為限。(2003年1月)
- 5、為因應SARS疫情、提振國內觀光產業，公務人員於2003年6月底前休假使用國民旅遊卡購買或參加旅行社2天1夜以上之國內旅遊，或自行異地旅遊並在旅館住宿超過新台幣1,000元者，憑旅行社代收轉付收據或住宿單據得申請額外補助每人新台幣1,000元。(2003年4月)
- 6、鑑於珠寶銀樓業特約店屢遭檢舉有刷卡換現金之情事，悖離「國民旅遊卡」實施宗旨，終止珠寶銀樓業之特約店資格。(2003年7月)
- 7、排除電器、資訊等13種與旅遊活動較無關聯之特約行業。(2003年8月)

8、放寬公務人員持用「國民旅遊卡」消費請領休假補助，不受休假前 14 日消費限制。(2004 年 1 月)

9、考量離島地區因地理位置、交通工具及天候狀況等影響，地方發展受較多之限制，為吸引離島所屬縣市公務人員就近至離島休假旅遊，建議放寬離島所屬縣市之本島公務人員至離島休假旅遊得視同「異地」消費。(2005 年 1 月)

(二) 2007 年度改善措施

1、放寬公務人員持用「國民旅遊卡」消費請領休假補助—「旅行業」、「旅宿業」消費之休假改進措施：建議對公務人員「休假日」於國內有「住宿」或參加「旅行團」者，放寬為一日休假且不必異地消費，休假日前後，其接連之假日於「國民旅遊卡特約店」之刷卡消費納入補助。(2007 年 7 月)

2、放寬經中央主管機關認可之弱勢族群創立有商業登記及刷卡服務之商店(惟不包括交通部觀光局所列 15 項排除業別)納入「國民旅遊卡」特約店佈設範圍。(2007 年 7 月)

(三) 2008 年度改善措施

自 2008 年 10 月 1 日起始全面放寬隔夜異地消費限制，於 2008 年 9 月 30 日以前請休假，仍應符合公務人員休假改進措施有關隔夜異地消費等規定。(2008 年 10 月)

(四) 2009 年度改善措施

1、取消 25% 加成自由額度。

2、合格「旅行業」、「旅宿業」及「觀光遊樂業」100% 加成自由額度。

3、休假日如有「旅行業」、「旅宿業」及「觀光遊樂業」合格交易，則休假日前後連接之例假日所有持國旅卡於國旅卡特約店之交易，亦可合格。

4、新增「藝文圖書業」國旅卡特約商店行業別。

表 2-1 國民旅遊卡歷來措施沿革比較表

<p>行政院暨所屬各機關公務人員休假改進措施(87年12月30日行政院臺87人政考字第200856號函公布)</p>	<p>修正「行政院及所屬各機關公務人員休假改進措施」第5點(91年11月14日院授人考字第0910046092號函修正名稱及第5點，並自92年1月1日生效)</p>	<p>行政院與所屬中央及地方各機關公務人員休假改進措施第5點、第5點之1規定(96年6月23日院授人考字第0960062437號函修正名稱及第5點、第5點之1，並自96年7月1日生效)</p>	<p>修正「行政院與所屬中央及地方各機關公務人員休假改進措施」第5點、第5點之1、第6點(97年12月17日院授人考字第0970065172號函修正第五點、第五點之一、第六點，並自98年1月1日起生效)</p>
<p>五、為鼓勵公務人員利用休假從事正當休閒活動或學習進修，以增廣見聞，調劑身心，充實知能，各機關對於所屬公務人員假日數每累積達三日半者，核發休假補助費新台幣四千元，自第八日起，按日支給休假補助費新台幣六百元，未達一日者，按日折半支給，於年終一併結算。所需費用於各機關預算之人事費等相關經費項下勾支。</p>	<p>五、為鼓勵公務人員利用休假從事正當休閒活動，並刺激國內消費，提振景氣，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：應檢附週一至週五休假期間交通工具、住宿、餐飲或採購物品之單據核銷，休假補助費則按檢附上開單據之金額，核實加倍補助，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，每日發給新臺幣一千一百四十三元)；未檢據者，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台幣六百元；未達一日者，按日折半支給，於年終一併結算。前項休假補助費之申請，依附表格式申領。1.國內休假補助費申請表(甲表)2.國內休假補助費申請表(乙表)</p>	<p>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： 1.週一至週五休假期間(以下簡稱休假期間)以國民旅遊卡於國民旅遊卡特約商店異地且隔夜刷卡消費，採實報實銷方式，除按每次刷卡消費金額核實補助外，並依該次刷卡補助金額外加百分之二十五之額度予以補助，全年合計補助總額最高以新臺幣一萬六千元為限。但未具休假十四日資格者，其全年最高補助總額按所具具体假日數依比例核發，以每日新臺幣一千一百四十三元計算；未持用國民旅遊卡刷卡消費者，不予補助。 2.前目所稱異地消費，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，指於休假期間，連跨二個半日以上之休假日，具有二筆以上不同消費日之刷卡支出。 3.休假半日以上，以國民旅遊卡於旅行業或旅宿業之國民旅遊卡特約商店刷卡消費者，不受第一目異地且隔夜消費限制；該休假期間前後連續假日於各國民旅遊卡特約商店刷卡之消費，均得併入補助範圍。 4.符合第一目及前目請領休假補助費規定之休假期間前後一日於國民旅遊卡特約商店刷卡之交通費用，得併入補助範圍。 (二)應休畢日數以外之休假部分：按日支給休假補助費新台幣六百元；未達一日者，按日折半支</p>	<p>五、為鼓勵公務人員利用休假從事正當休閒旅遊及藝文活動，振興觀光休閒旅遊及藝文產業，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： 1.休假期間以國民旅遊卡於交通部觀光局審核通過之國民旅遊卡特約商店(業別及細項分類如附表)刷卡消費，依下列規定予以補助： (1)於旅行業、旅宿業、觀光遊樂業之刷卡消費，加倍補助。 (2)於其他行業別之刷卡消費，核實補助。 2.公務人員每人全年合計補助總額最高以新臺幣一萬六千元為限。但未具休假十四日資格者，其全年最高補助總額按所具具体假日數依比例核發，以每日新臺幣一千一百四十三元計算；未持用國民旅遊卡刷卡消費者，不予補助。 3.休假期間於旅行業、旅宿業、觀光遊樂業刷卡消費者，其與該休假期間相連之假日於各國民旅遊卡特約商店刷卡之消費，得併入補助範圍。 4.符合第一目請領休假補助，其休假期間前後一日於國民旅遊卡特約商店刷卡消費之交通費用，得核實併入補助。 (二)應休畢日數以外之休假部分： 按日支給休假補助費新台幣六百元；未達一日者，按日折半支給，於年終一併結算。 六、其他休假補助費核發規定如下： (一)休假期間遇颶風、地震等其他天然災害致停止上班上</p>

		<p>給，於年終一併結算。</p> <p>五之一、其他休假補助費核發規定如下：</p> <p>(一)休假期間遇颱風、地震等其他天然災害致停止上班上課時，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，以符合請領休假補助費。</p> <p>(二)當年一月至十一月份休假者，休假補助費應於次年一月五日前完成請領；十二月份休假者，休假補助費得以列印強制休假補助費申請表之時點辦理核支，其請領期限不得逾次年二月五日。</p> <p>(三)未依前款規定期限請領者，不得核發休假補助費。但有不可歸責於當事人之事由，該筆休假補助費得自次一年度起五年內核實補發。</p>	<p>課時，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，以符合請領休假補助費。</p> <p>(二)當年一月至十一月份休假者，休假補助費應於次年一月五日前完成請領；十二月份休假者，休假補助費得以列印強制休假補助費申請表之時點辦理核支，其請領期限不得逾次年二月五日。</p> <p>(三)未依前款規定期限請領者，不得核發休假補助費。但有不可歸責於當事人之事由，該筆休假補助費得自次一年度起五年內核實補發。</p>
--	--	--	--

資料來源：本研究整理

另有關公務人員休假補助，由最初的核發不休假獎金至目前實施的國民旅遊卡政策歷經多次的變革，為對歷年公務人員休假補助的發展有更清楚的瞭解，相關資料整理如表 2-2。

表 2-2 歷年公務人員休假補助之發展

1996 年 7 月 1 日以前	公務人員依在職年資核給休假日，最少 7 日，最多 30 日，於年度內就核給休假日，未休假天數，核發不休假獎金。(休假補助未強制規定)
1998 年 7 月 1 日以後	公務人員依在職年資核給休假日，需連續或累積休假達 7 日，始發給休假補助。(休假補助強制規定)
2001 年 6 月 1 日	公務人員依在職年資核給休假日，需連續或累積休假達 14 日，始發給休假補助。 休假補助應檢週一至週五國內休假期間的費用單據，全年以 16,000 元為限，未檢附不予補助。
2002 年 11 月 14 日	公務人員依在職年資核給休假日，應休畢 14 天，以國民旅遊卡前往服務機關所在地以外之其他直轄市或縣市異地且隔夜，在國內國民旅遊卡特約商店消費，全年最高補助 16,000 元。

2003 年 1 月 2 日	<p>公務人員依在職年資核給休假日，應休畢 14 日，以國民旅遊卡前往服務機關所在地以外之其他直轄市或縣市，異地且隔夜在國內國民旅遊卡特約商店消費，全年最高補助 16,000 元。</p> <p>非假日且隔夜消費：消費時間須隔夜，即週一至週五休假期間連續，或週五及週一均請休假，中間跨越週六、日)</p> <p>異地消費：前往服務機關所在地以外之其他直轄市或縣市消費，惟離島地區公務人員在縣境內不同鄉、鎮休假旅遊消費，得視同異地消費。</p>
2007 年 7 月 1 日	<p>公務人員依在職年資核給休假日，應休畢 14 日，週一至週五休假期間於特約商店異地隔夜刷卡消費，採實報實銷方式，並依該次刷卡補助金額外加百分之二十五之額度予以補助，全年最高補助 16,000 元。</p> <p>休假半日以上，以國民旅遊卡於旅行業或旅宿業之國民旅遊卡特約商店刷卡消費者，不受異地隔夜消費限制。</p>
2009 年 1 月 1 日	<p>公務人員依在職年資核給休假日，應休畢 14 天，休假期間以國民旅遊卡於特約商商店刷卡消費，在國內國民旅遊卡特約商店消費，依規定予以補助於旅行業、旅宿業、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，全年最高補助 16,000 元。</p> <p>休假期間於旅行業、旅宿業、觀光遊樂業刷卡消費者，其與該休假期間相連之假日於各國民旅遊卡特約商店刷卡之消費，得併入補助範圍。</p>

資料來源：本研究整理

三、公務人員申請強制休假補助費使用原則

自 2008 年 10 月 1 日起，公務人員休假期間持用「國民旅遊卡」於所有「國民旅遊卡」特約商店刷卡消費者，均不受「異地、隔夜」消費限制。如休假日有「旅行業」、「旅宿業」之消費者，則該休假期間前後之連續國定例假日期間至國民旅遊卡特約商店之符合規定刷卡消費，亦不受均得併入補助範圍。

公務人員須於張貼有「國民旅遊卡」識別標識之特約商店刷卡消費，始能依規定請領公務人員強制休假補助費。所有持國旅卡於「國民旅遊卡特約商店」之消費(不

限行業別)，均放寬為半日(含)以上休假且不必異地消費(系統以日為檢核單位)。如為「旅行業」、「旅宿業」消費，則休假日前後，其接連之國定例假日於「國民旅遊卡特約商店」之刷卡消費亦納入補助費核銷範圍，且亦不受「異地及隔夜」限制。

有關「國民旅遊卡特約商店」識別方式已明定，對於合格「國民旅遊卡特約商店」均會張貼交通部觀光局「國民旅遊卡」識別標識(Taiwan Touch Your Heart)。凡張貼該識別標識之特店係為交通部觀光局認可屬於合法觀光行業之特約商店。「國民旅遊卡」特約商店標誌及信用卡圖樣如下：



圖 2-1 「國民旅遊卡」特約商店標誌及信用卡圖樣

資料來源：聯合信用卡處理中心

公務人員休假補助并不屬於公務人員之法定「固定給與」，亦非生活津貼或福利互助等權益事項，且本項補助之源起係於 1996 年 7 月 1 日，為避免公務人員請領未休假加班費過於泛濫，增加國庫支出，且為鼓勵公務人員從事休閒旅遊活動以調劑身心、增加工作活力，因此「公務人員休假補助」發給限定於休假旅遊。至於休假旅遊之發放形式，係屬行政裁量權，如同部分機關福利金發放百貨公司提貨單，並無違反相關法令規定。

參、國民旅遊卡政策的演變

國民旅遊卡政策原本希望藉由「國民旅遊卡」促進公務員休假旅遊，並且提升

國內旅遊產業發展，原政策立意雖良善，而本政策推動之缺失，在措施為由上而下的決策，忽略執行面、實施匆促，補助規定修正頻繁等，因此自正式實施以來產生許多問題：

一、制度設計與執行方式不具前瞻性：

既然要讓公務人員休假以促進國內觀光業的發展，卻又對國民旅遊卡的使用加上諸多限制，例如「非假日期間」、「異地」且「隔夜」之旅遊消費，同時必須在與觀光局簽約的專屬商店內消費，這些規定對於某些休假旅遊的公務人員造成不便。因此自 2008 年 10 月 1 日起，公務人員休假於國民旅遊卡特約商店刷卡消費，即得請領休假補助費，免受異地隔夜消費限制。

二、假消費、真刷卡：

2003 年 5 月底媒體披露部分公務人員刷卡買黃金，出現「假旅遊、真採購」的現象，為避免此現象再度發生，政府提出限縮特約商店的資格以杜絕此一歪風；為使國民旅遊卡特約商店業別及細項分類資訊明確及透明化，已於休假改進措施第 5 點明確增列「國民旅遊卡特約商店業別及細項分類」，將特約商店分類為 14 種業別。

三、政策溝通與宣導層面：

沒有考慮到公務人員的旅遊模式和習慣，忽略公務人員的真正需求，同時政府在執行宣導時並不周全，造成許多公務人員不了解整個制度是如何運作的。為讓更多人能在最短時間內對政府建立概念，因此補救方法為出版國民旅遊卡的 Q&A 問題，將公務人員在使用國民旅遊卡可能遇到的各種狀況，予以擬答說明，希望藉此對於公務人員在使用國民旅遊卡時能解決大部分的問題。

四、政策搖擺不定：

政府原本希望利用公務員休假制度的補助費投入觀光產業，但實際情形是不僅

未能實現刺激國內旅遊景氣的美意，政策屢次更動也引起公務人員和業者的不滿。因為政策不斷的修正變革，易造成無所適從，也容易更引起公務人員的反彈²。

五、特約商店、發卡銀行的遴選備受爭議：

申請加入特約商店和發卡銀行評選的標準未明確指出，許多民眾與商家並不了解加入特約商店的資格為何，且商店的數目和地點也備受爭議(方佳華等，2004)。在政策推動多年後，對於特約商店及發卡銀行的遴選資格雖已漸漸瞭解，但對於遴選的商店是否符合公務人員的需求仍有疑義，故引發探究之原因。

肆、國民旅遊卡實施的優缺點

國民旅遊卡政策主要是減少失業率、降低社會問題，獎勵公務人員休閒與旅遊等多重功能，藉以落實發展國內觀光旅遊事業與觀光客倍增計劃，但執行時的配套設計未能深思熟慮，因為造成朝令夕改現象，也引發眾多不滿。董國安(2004)將國民旅遊卡對政府與公務員的優缺點歸納分析如下：

表 2-3 國民旅遊卡實施之優缺點分析

優缺點對象	優點	缺點
政府	<ol style="list-style-type: none"> 1. 拼經濟、降低失業率、並帶動國內觀光旅遊產業的發展。 2. 刺激消費、提振景氣、擷節開支，減少人事費用。 3. 創意十足，落實休假制度，建立代理人機制。 4. 重新規劃並創新旅遊景點繁榮地方產業。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 政策制定草率，權責不分，配套設施不足，有損政府的威信。 2. 政策溝通宣導不足，匆促執行，造成公務人員錯用。 3. 有國民旅遊之名而無國民旅遊之實，名實不符。 4. 未能局部試辦，依缺失改進後再全面實施。 5. 限制太多造成使用不方便，降低持卡人使用意願。
公務人員	<ol style="list-style-type: none"> 1. 強制休假、落實休閒觀念， 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 累、浪費、沈重的心情，並

² 王雪美，〈15日起國民旅遊卡不能買電器了 特約店限縮第二波 13類與旅遊較無關行業排除適用公文早先流出 已引發搶購潮〉，《聯合報》，2003年8月6日，A2版。

優缺點 對象	優點	缺點
	提升生活品質，增進與家人溝通時間。 2. 減少工作壓力，紓解身心提振工作績效。 3. 分散旅遊尖峰時段，提升旅遊品質。 4. 發展潛能，建立新人關係，改善生活形態。 5. 尋找另類生活方式，激發終身學習意願。	可能有違法風險。 2. 少一個月不休假獎金，減少收入視變相減薪。 3. 平日、異地、隔夜消費等規則限制性使用不合宜。 4. 雙薪家庭大多數無法配合平日消費的限制。 5. 旅遊卡無特殊優惠措施，以吸引公務人員使用。 6. 未能引進企業經營使用卡模式，提升市場競爭力。

資料來源：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，國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，頁 20。

國民旅遊卡的發行是為整合觀光旅遊資源，提升國人旅遊品質及帶動全民非假日旅遊風潮，並藉由非假日住宿，提高利用率，降低假日住宿成本、振興國內觀光旅遊產業，增加地區就業機會，結合旅遊及金融市場，間接提振金融行業。除可作為觀光旅遊消費之支付工具外，同時也享有銀行業者提供之相關旅遊優惠配套設施，其他功能則與一般信用卡完全相同。

目前國內外期刊、報紙、論文等相關文獻中針對國民旅遊卡所做的相關調查研究數量眾多，相關期刊及論文多以國民旅遊卡政策的執行、與公務人員休假補助、政策成效評估或以國民旅遊卡之實施對於公務人員在休閒旅遊上的影響為主要議題，報紙部分則多以使用國民旅遊卡的使用實況及對本政策產生之問題及困境做分析報導，經由對政策規劃設計之內容及相關配套措施之探究，瞭解各界輿論及公務人員批評反對之原因，進而發現執行過程所遭遇之問題，以及相關主管機關研議調整之改進措施，有無真正解決問題之所在，使公務人員願意在從事休閒旅遊消費的同時，也樂於配合政府政策來協助振興觀光旅遊產業。

在期刊中討論國民旅遊卡的議題中，以陳朝政(2003)，〈國民旅遊卡政策之分析〉、劉美君(2003)，〈「看我七十二變」--由國民旅遊卡事件談政府的決策風格〉、陳恆鈞；

許文壽(2005)，〈「公務人員持用國民旅遊卡」政策成效之探討〉等為主，而較直接涉及特約商店議題則林士彥；陳冠仰(2007)，〈國民旅遊卡特約商店服務品質之研究〉文章。

國民旅遊卡為大多數人相當重視的議題，在報紙的報導中數量甚多，由於報導的議題多為時事內容，對於2000年「刺激觀光？國旅卡政策走調」、「蕭美琴：全縣商家適用國旅卡」報導和2009年有關「爭取設置形象商圈」、2008年將國民旅遊卡政策放寬至看表演及展覽亦適用等報導、2007年「取消異地隔夜限制」、2006年報導國旅卡與旅遊觀光結合所帶來的商機、2005年對於特約商店的設置相關問題探討、2004年針對國民旅遊卡的弊案及執行一年後的總檢討及92年國民旅遊卡剛推動造成的困難及問題報導。由報紙報導中可發現，國民旅遊卡被關注的部份侷限於政策本身造成何種問題及影響範圍為何，然而就筆者檢視報章報導，對於特約商店本身的報導數量較少，大多圍繞在特約商店的形成設立、對觀光休閒上的影響，但對於特約商店的商品多是負面報導，如刷卡買黃金及3C產品等，引起筆者另一想法則是黃金及3C產品是否才是消費者真正所需要的，故欲探究此一議題。

在國民旅遊卡相關論文的研究議題中，以洪紹淵(2004)碩士論文「國民旅遊卡措施執行現況與問題之探討—以臺北市政府工務局為例」為較早探討國民旅遊卡政策執行面的研究調查，國民旅遊卡政策的推行自2003年起才推行，故仍僅侷限於政策的執行上之探究；接著將重心漸漸轉移至國民旅遊卡使用者上，如張明旺(2004)碩士論文「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」，內容探討公務人員在使用國民旅遊卡上的滿意度情形，再者又有許文壽(2004)碩士論文「『公務人員持用國民旅遊卡』政策成效評估」直接對該政策做一全面檢視。國民旅遊卡目前少有與該論題相關之專書，另研究論文上數量亦有限，且大多與休閒、旅遊議題相關，因此本研究冀望由期刊、報章雜誌、行政院委託相關研究或相關法規著手進行探討。

第二節 國民旅遊卡特約商店³

「國民旅遊卡」政策規定必須於休假期間持用國民旅遊卡至特約商店消費，始得給予補助，而「國民旅遊卡」專屬網站提供最新完整之特約商店資訊、觀光旅遊景點介紹及旅遊消費網站等之連結服務，以方便公務人員使用國民旅遊卡刷卡消費。國民旅遊卡特約商店迄今已屬相當普及，公務人員請休假後，可先至國民旅遊卡專屬網站依個人旅遊縣市、鄉鎮或欲消費之行業別查詢特約商店資料，即可前往旅遊消費。有關特約商店的說明可使用專屬網站 <http://travel.nccc.com.tw>³ 可查詢特約商店的相關資訊。

壹、特約商店分類

由國民旅遊卡專屬網站上可查知特約商店的分類，並從方佳華等人(2004)研究報告中特別針對國民旅遊卡特約商店範圍做一定義，特約商店的範圍包含旅行業、住宿業、旅宿業（附設餐飲部門）、交通運輸業、加油站、餐飲業、遊樂及博物館、農產品棘手工藝品業、商圈，至 2011 年仍以此分類方式為標準。位於經濟部輔導之商店街或形象商圈中之特約店，係因經濟部商業司依據各縣市地方特色輔導設立之商圈，商圈性質含括藝術休閒、歷史老街、風景遊憩、特色及文化產業、重建區等，深具觀光旅遊價值，故在訂定「符合公務人員請領強制休假補助費之『國民旅遊卡』特約商店適用原則」時，予以考量納入，凡是位於經濟部所輔導之形象商圈及商店街內之商店，只要符合資格，皆可申請成為「國民旅遊卡」特約商店。

貳、特約商店的遴選

從國民旅遊卡專屬網站上也可查詢到為特約商店的方法，首先與交通部觀光局審核通過之「國民旅遊卡」收單機構(目前有四家收單機構：玉山商業銀行，聯邦商業銀行，中國信託商業銀行，國泰世華商業銀行)簽約建置連線或手動刷卡機，由該

³ 參閱 <http://travel.nccc.com.tw> 國民旅遊卡專屬網站。

收單機構送交通部觀光局進行資格審查，符合資格者，由收單機構於國民旅遊卡網站登錄其特約商店資料，並向交通部觀光局領取「國民旅遊卡」之識別標識，提供特約商店張貼。

特約商店基本資料的建檔，主要是透過特約商店的收單機構建檔至聯合信用卡中心勾稽檢核系統中，因此如果特約商店需要更新特店資訊，可聯繫特店簽約之收單機構，請收單機構將新的特約商店資料建檔至檢核系統即可，建檔後特約商店的服務資訊，即可透過國民旅遊卡網站(<http://travel.nccc.com.tw>)提供予消費者查詢。加入特約商店者需配合的事項有三：1.張貼交通部觀光局提供之「國民旅遊卡」識別標識。2.協助現場預購型交易資料傳輸。3.協助現場預購型交易資料傳輸。4.假如已設有網站訂購，請在商店的網頁首頁加上「國民旅遊卡」標識，並用勾選方式來識別公務人員或不是公務人員，如屬公務人員，請依預購型交易之作業鍵入資料。

另在「國民旅遊卡收單機構及特約商店考核事項」中明文規定，交通部觀光局為建立一套完整機制，共同約束國民旅遊卡收單機構及特約商店，以符合「國民旅遊卡」政策推動目的，業於 2005 年及 2006 年「國民旅遊卡」收單機構申請作業事項公告中，訂有每 3 個月對收單機構進行考核之規定，並請各收單機構將「『國民旅遊卡』特約商店考核項目表」納入與特約商店簽訂之契約中規範並加強考核。收單機構須確實執行特約商店考核計點，並紀錄於「國民旅遊卡特約商店考核項目表」，於每年 3 月、6 月、9 月及 12 月底將「國民旅遊卡特約商店考核項目表」函送交通部觀光局查核。收單機構如有「國民旅遊卡收單機構考核項目表」規定事項，經查證屬實，交通部觀光局將登錄於「國民旅遊卡收單機構考核紀錄表」中，並於每年 3 月、6 月、9 月及 12 月底函送各收單機構，各收單機構原始總分均為 100 分，加減分事項依每一事件個別評分之，經累計之加減分可相互抵銷，考核結果未達 60 分者，除要求收單機構限期改善外，另暫停 2 個月接受其新特約商店申請送審案。此一規定對為特約商店的營運情形產生重大影響，可謂是特約商店優劣與否的重要把關。

參、特約商店的優惠

成為「國民旅遊卡」特約商店的好處約略分為幾點說明：

- 一、公務人員限定於非假日消費，可增加平日之營業收入及旅遊資源利用率。
- 二、刺激持「國民旅遊卡」之公務人員提高消費意願，吸引龐大旅遊消費人潮擴大消費商機。
- 三、享有政府機關發行之旅遊手冊、刊物、網站等之免費宣傳服務，增加商品行銷之管道，拓展更多的來客量。

第三節 公務人員之消費需求

壹、消費行為

消費在經濟學中指對商品和服務的獲取和使用，需求指實際狀態與目標狀態之間有差異存在。消費源於人們對各種商品的慾望，當人們擁有支付能力的時候，慾望轉化成對商品的需求，於是產生交易，消費是人類社會特有，指人類通過貨幣購買有形或無形的商品或服務，並且從中得到個人慾望的滿足。本研究在於先瞭解消費者的消費需求以套用至公務人員上是否適用為主，並藉由消費者在消費行為上來推論公務人員在消費時是否可依據此一模式進行，希望藉此得知公務人員的消費需求為何。

一、消費行為之定義

消費者行為整合包括社會學、經濟學、心理學及行銷學等領域的學科，所以有許多學者從不同觀點來定義消費者行為。以下列出幾位較常見學者之看法如下表：

表 2-4 消費行為定義彙整表

	研究學者及年代	定義內容
經	Walter (1970)	消費者行為是人們在購買與使用產品或勞務所涉及的決策與行為。

	研究學者及年代	定義內容
經濟學	Williams(1982)	一切與消費者購買產品或勞務過程中，有關活動、意見和影響，即是消費行為。
	Peter & Olson (1990)	人們在生活交換過程中，對於認知、行為及環境結果的動態交互作用。
	林靈宏(1994)	消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念時，所表現的各種行為。
	王志剛，謝文雀 (1995)	消費者定義是直接涉及取得、消費及處理產品與服務的所有活動，包括這些活動前後所引發的決策程式，並提出了5W1H理論，分別為：誰在購買(WHO)、購買何物(WHAT)、為何購買(WHY)、何時購買(WHEN)、何處購買(WHERE)、如何購買(HOW)。
	吳青松(1998)	消費者行為是一門跨學域整合的學科，其架構及概念包括社會學、心理學、經濟學及行銷學等領域。
	謝文雀(2001)	消費者行為是人們進行取得、消費和處置產品與服務的活動。
心理學	Demby(1973)	消費者行為是人們評估後獲得使用具有經濟性的商品或服務時之決策程式與行動。
	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；而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)	認為消費者行為是消費者為了滿足需求，所表現出對產品、服務、構想的尋求、購買、使用、評價和處置等一連串的行為。
	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。
	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。對消費者行為有愈深入瞭解就愈能夠瞭解其他的規律。

	研究學者及年代	定義內容
	Engel, Miniard and Blackwell(2001)	重新定義消費者行為是指消費者在取得、消費與處置產品或勞務時，所涉及的各项活動，並且包括在這些行動之前與之後所發生的決策過程。
行銷學	Kotler(1997)	消費者行為是研究個人、群體與組織如何選擇、購買、使用及處置產品、服務、構想與經驗以滿足需求。
	鄧勝梁、許紹李、張庚焱(2003)	消費者為滿足其個人或家庭生活的需要，而購買所需要的消費品之行為。
管理學	榮泰生(1999)	探討採購單位及交換過程涉及到對產品、服務、經驗及構想的獲得、消費及處理。
	林建煌(2002)	消費者行為是為了滿意其需求和慾望而進行產品與服務的選擇、採購、使用與處置，發生內心裡、情緒上以及實體上的活動。

資料來源：本研究整理

綜述以上學者對消費者行為之定義，消費行為乃是指消費者從需求產生到購買商品結果所做的決策，即因欲望產生需求、商品資料搜集、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。

二、影響消費者行為的因素

消費行為可說是由需求、購買、使用等歷程所構成，而且受人口、社經背景等因素影響。最終顧客(End user)購買產品，以供給自己和家人親友使用，此一購買行為即為消費者行為(Consumer Behavior)，在碩士論文中柯正琳(2003)認為消費者行為的範疇主要包括與購買決策相關的心理和實體重動，心理活動包括評估不同品牌的屬性、對資訊進行推論及形成內心決策等。可見消費者行為的研究是一個瞭解消費者黑箱的過程，消費者可由外在的刺激來源，行銷活動與環境層面兩項因素，接受刺激，並經由黑箱之處理，產生購買的決策(Kotler, 2000)。

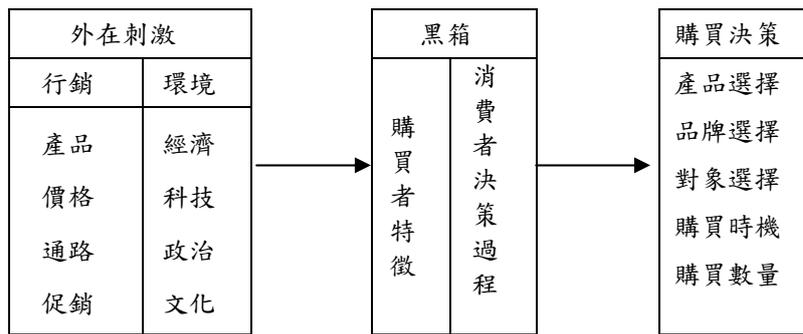


圖 2-2 Kotler 消費者黑箱作業

資料來源：Kotler, H. F.(2000). Marketing management: Analysis Planning, Implementation and Control. (10th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

要瞭解消費者的黑箱作業，需先探討消費者的背景特徵，因為消費者消費過程的各階段，及消費行為的特徵和形成，皆受到許多複雜因素的影響。Kotler 分消費者的背景特徵分為文化、社會、個人、心理等四項因素。這些因素包括：

- 1、文化因素：對消費者影響力既深且廣。可從消費者的文化、次文化與社會階層來探討。
- 2、社會因素：指消費者周遭的人物所產生的影響，包括：參考團體、意見領袖、家庭、角色、地位因素所影響。
- 3、個人因素：消費者選擇行為也受人因素的影響，其中包括消費者的年齡、生命週期階段、職業、經濟狀況、生活形態、人格特性、自我觀念等。
- 4、內在心理因素：包括動機、知覺、學習、念與態度等因素。

表 2-5 影響消費者行為之因素

文化的因素	社會的因素	個人的因素	心理的因素
文化 次文化 社會階層	參考群體 家庭 角色與地位	年齡與生命週期 職業 經濟狀況 人格與自我觀念	動機 知覺 學習 信念與態度

資料來源：Kotler.P.(1997)Marketing:Analysis,planning,implementation and control 9th ed, N.Y.:Prentice-Hall.,Inc.p173

由上述探討可知，消費者在決策過程中會受到內在和外在的相關因素影響。內

在的因素有需求動機、人口統計變數及生活型態等，而外在的因素有文化、社會、家庭、參考群體等。所以，消費者本身的特性是除了產品及市場相關活動外，也會影響整個消費決策過程的重要因素之一。

貳、消費需求

從行銷角度上來看，需求是指個人感覺被剝奪(deprivation)的一種狀態，需求的內涵包括生理、社會、追求知識與表達自我等等。慾望(desire)是指受到文化與生活環境陶鑄後所表現出來的人類需求，通常在特定文化背景下，以能滿足其需求的產品(即對產品的需求)來表示(Kotler and Armstrong, 1996)。消費需求(Consumer Demand)是指消費者對以商品和勞務形式存在的消費品的需求和欲望。當商品經濟處於不發達階段時，消費者的消費領域比較狹窄，消費的內容很不豐富，滿足程度也受到很大限制。因此，當消費者從一開始的需求產生到消費完成後，雖然會受上述因素的影響，可是不管因素如何牽引消費者還是會對這個歷程產生事前期待與事後感受的比較，感受度高低會造成日後的不同消費行為。

Husen and Postlethwaite(1994)主編的教育百科全書指出，需求的概念為：1.需求是一種差距。2.需求是需要或偏好。3.需求就是不足；Abraham.Maslow H.(1970)認為人類的需求是有高低層次之分，即所謂的「需求層次理論」(hierarchy theory of needs)，且在追求上一層次的需求之前，前一層的需求須先獲得滿足，在消費需求產生與決定購買哪些商品之前，消費者對於商店的搜尋與評估是來店購買的重要途徑。

一、Maslow H.(1954)需求層級理論(need hierarchy theory)：

Maslow 認為人類的需求層級理論由上而下依序為生理需求、安全需求、愛及隸屬需求、尊重需求、自我實現需求、知識與理解需求及審美需求七大類(Maslow,1954)，Maslow 認為人們一般是按照這樣的層次來追求需要的，也就是至少前一層次得到部分滿足後，下一層的需求才變為迫切的需要，個人的需求是沿著層級往上爬升，當

前一層次的需求獲得滿足後，下一層次的需求就變成主要的驅策力量。

二、Alderfer(1969)的 ERG 理論：

ERG 理論又稱挫折退化模式，Alderfer 以 Abraham, Maslow H.(1954)的需求層級理論為基礎加以修訂為生存需求(existence needs)、關係需求(relatedness needs)、成長需求(growth needs)。此三種需求具有「挫折—退化」(Frustration-regression)的特性，即高層次需求若在滿足過程中受挫的話，會退化以加強滿足低層次需求來代替。每一層次的需要越不滿足，對其慾望越大。個人需要的滿足，可前進亦可退縮。因此 ERG 理論認為人們在一項較高層次的需要未獲滿足或受到挫折時，會退而求其次，追求次一層級需要的滿足。

三、Oliver(1980)的期望符合理論(Expectation Confirmation Theory, ECT)：

期望符合理論是由 Oliver(1980)於行銷領域所提出，主要的核心是以消費者初次購買時，購買前預期與購買後使用的績效表現，兩者比較結果來判斷是否對產品或服務滿意。

消費者意識抬頭已非近幾年才發生，因此在消費行為的相關研究及期刊論文的論述上數量眾多，然就以公務人員本身的消費行為相關論述的確較少，僅能就一般消費者有關的消費行為來推估公務人員的消費行為，如王順民(1993)〈社會性需求再探〉、李茂政譯(1980)，Zimbardo, P.G；Ebbesen, E.B. Maslach, C.t 〈影響態度與改變行為〉、李清芳(2000)碩士論文「消費者對有機餐廳的態度與需求之研究」等與消費需求相關之期刊論文為參考。

王靜瑜(2011)碩士論文「國民旅遊卡使用者消費行為特性與滿意度關係—以臺中縣公務人員為例」中對於消費行為特性與滿意度相關研究探討到消費行為的問題，提出顧客本身的期望購買商品或使用服務，然後在接受或使用此商品或服務後，本身所感受到的實際績效與先前所期望的情形作一比較，以評比期望是否符合，比較

結果影響滿意度的高低會成為下次再度購買或再使用的參考。

參、消費者的滿意度

李家燕(2004)碩士論文「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」中提到消費者滿意度，認為消費者滿意度對各行業經營績效而言，是一項很重要的評估依據，有關消費者滿意度的定義，Howard and Sheth(1969)認為顧客滿意度是指購買者對購買產品所作的犧牲(如金錢)而得到之報酬是否適當的一種認知狀態；Hempel(1977)則認為顧客滿意度是指顧客預先期望的產品或服務之實現程度，它反應出預期結果與實際結果是否一致程度；Oliver(1981)認為顧客滿意度為附載產品取得或消費經驗中的驚奇所作的評估，由以上得之，消費者滿意度是消費者對產品的一種暫時與情緒的反應。

再者，在國內有關國民旅遊卡相關論述資料雖易得，如相關國民旅遊卡網站的資訊，且對於消費者的消費需求資料數量亦多，如何在大量的資訊中獲得所需資訊仍須再詳加檢閱。在文獻檢閱過程中發現，對於國民旅遊卡的特約商店論述有陳冠仰(2007)，〈國民旅遊卡特約商店服務品質之研究〉期刊資料僅為一隅之探討，其重點只在特約商店的服務品質上論述，對於特約商店的商家所提供之商品對於公務人員的特定族群消費者本身的需求分析甚少，內容提出也多以學者針對一般消費者的論述為主軸。

肆、小結

在Kotler的消費者黑箱作業及消費影響因素表格中可發現影響消費者行為的因素複雜多變，藉由內在的心理及個人因素，是消費者做出何種反應的根據，和外在的文化及社會因素，是影響消費者的購買決策，內外因素此交互作用，進而影響消費者行為。

第三章 研究設計與研究方法

基於前一章文獻探討之理論基礎，進一步提出本研究之研究架構、研究問題、研究假設與研究方法。本研究採用文獻分析法、次級資料分析法、問卷調查法及深入訪談等研究方法的研究設計與研究對象，以下分別就各研究方法之施行步驟及過程進行說明。

第一節 研究架構與研究問題

壹、研究架構與假設

本研究主要以行政院及其所屬機關公務人員為研究對象，企圖探討公務人員使用國民旅遊卡到特約商店的消費行為，藉由本主題相關之研究與文獻整理，繪製成本研究之概念架構如下圖。

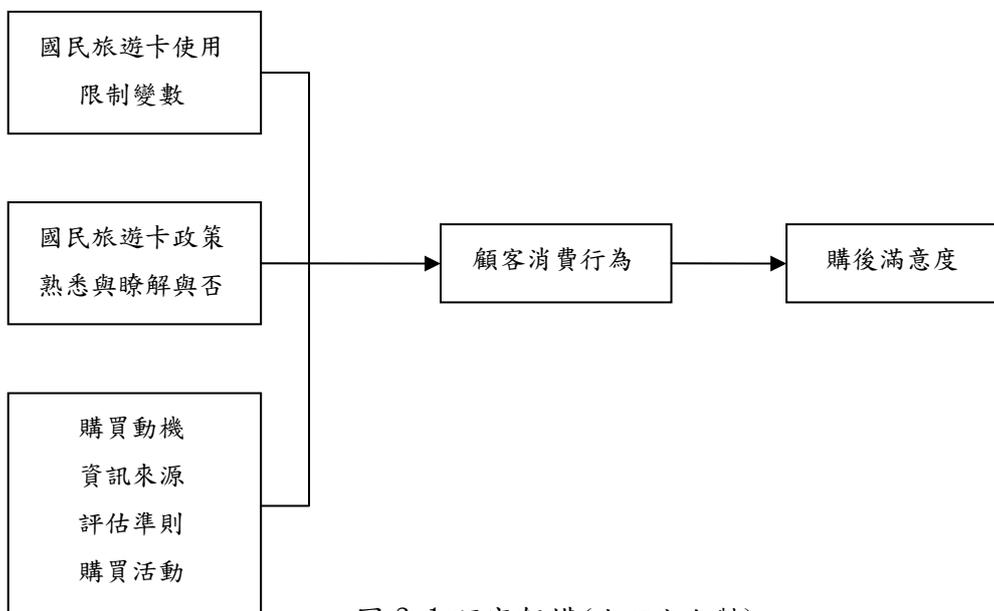


圖 3-1 研究架構(本研究自製)

本研究主要針對公務人員對其消費需求與國民旅遊卡特約商店之商品間關聯性

進行探討，對此提出以下研究假設：

假設 1-1：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面重要程度因素有顯著差異。

假設 1-2：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面重要程度因素有顯著差異。

假設 1-3：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面重要程度因素有顯著差異。

假設 1-4：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素有顯著差異。

假設 1-5：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面滿意程度因素有顯著差異。

假設 1-6：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面滿意程度因素有顯著差異。

假設 2-1：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面重要程度因素有顯著差異。

假設 2-2：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面重要程度因素有顯著差異。

假設 2-3：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面重要程度因素有顯著差異。

假設 2-4：子女狀況有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素有顯著差異。

假設 2-5：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面滿意程度因素有顯著差異。

假設 2-6：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面滿意程度因素有顯著差異。

假設 3-1：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面重要程度

因素有顯著差異。

假設 3-2：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面重要程度因素有顯著差異。

假設 3-3：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面重要程度因素有顯著差異。

假設 3-4：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素有顯著差異。

假設 3-5：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面滿意程度因素有顯著差異。

假設 3-6：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面滿意程度因素有顯著差異。

假設 4-1：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面重要程度因素有顯著差異。

假設 4-2：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面重要程度因素有顯著差異。

假設 4-3：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面重要程度因素有顯著差異。

假設 4-4：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素有顯著差異。

假設 4-5：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面滿意程度因素有顯著差異。

假設 4-6：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面滿意程度因素有顯著差異。

貳、主要研究問題與細目研究問題

一、主要研究問題

公務人員使用國民旅遊卡到特約商店的消費行為為何?

說明：

本文主要研究問題為探討公務人員使用國民旅遊卡到特約商店的消費行為。

二、細目研究問題

(一)公務人員對使用國民旅遊卡的使用認知程度如何?

意義與重要性：探討公務人員在對於國民旅遊卡否熟知使用限制、範圍及各項規範。

(二)公務人員實際使用國民旅遊卡於特約商店刷卡的情況如何?

意義與重要性：瞭解公務人員使用國民旅遊卡於特約商店使用的狀況。

(三)公務人員使用國民旅遊卡的消費行為現況，對其使用認知程度有顯著差異為何?

意義與重要性：瞭解公務人員消費行為現況，以獲知使用國民旅遊卡的認知程度情形。

第二節 研究方法

壹、問卷調查

本研究問卷調查之研究方法在對公務人員使用國民旅遊卡於特約商店刷卡消費與其消費需求之關聯性進行研究，並以問卷之結果進行相關性的分析，有關本研究方法之研究對象及施行步驟詳述如下：

一、研究對象

98 年底全國公務人員（不含教師）計 33 萬 9,875 人，以機關層級區分，98 年底中央各機關為 18 萬 6,874 人，地方各機關為 15 萬 3,001 人。按機關性質別區分，98 年底行政機關之公務人員計 22 萬 2,336 人，其中中央各機關 9 萬 541 人，地方各機

關 13 萬 1,795 人，分占 40.72% 及 59.28%，中央各機關中以行政院及所屬 7 萬 7,396 人最多。

表 3-1 全國公務人員人數按機關別分

		中華民國 98 年底					單位：人
項目別	總計		行政機關	公營事業機構	衛生醫療機構	公立學校(職員)	
	人數	與上年比較(%)					
總計	339,875	0.46	222,336	71,785	20,675	25,079	
中央各機關	186,874	0.03	90,541	69,256	17,447	9,630	
地方各機關	153,001	1.00	131,795	2,529	3,228	15,449	
臺灣各縣市機關	111,563	1.49	100,097	90	270	11,106	
臺北市各機關	27,993	-0.39	20,534	2,252	2,202	3,005	
高雄市各機關	12,036	-0.18	9,987	89	728	1,232	
金門縣、連江縣各機關	1,409	0.86	1,177	98	28	106	

資料來源：銓敘部網站銓敘統計年報

表 3-2 行政機關公務人員人數按機關別分

		中華民國 98 年底				單位：人；%
機關別	人數	分配比	機關別	人數	分配比	
總計	222,336	100.00				
中央各機關	90,541	40.72	監察院及所屬	1,128	0.51	
總統府及所屬	1,622	0.73	地方各機關	131,795	59.28	
行政院及所屬	77,396	34.81	臺灣各縣市機關	100,097	45.02	
立法院	404	0.18	臺北市各機關	20,534	9.24	
司法院及所屬	9,183	4.13	高雄市各機關	9,987	4.49	
考試院及所屬	808	0.36	金門縣、連江縣各機關	1,177	0.53	

資料來源：銓敘部網站銓敘統計年報

本研究選擇不對全國公務人員做分層垂直式調查，而是以行政院及其所屬機關的公務人員為主要研究對象進行水平式研究調查，以避免不同層級相互比較之情況，主要研究調查對象為行政院以及所屬機關的公務人員，包括行政院及其所屬 38 個部會

(含中央二、三、四級機關)。用意在於行政機關的公務人員就全台公務人員而言人數最多，按機關別分，在全國行政機關公務人員人數中，行政機關及所屬機關占 34.81%，以全國公務人員而言中央各機關中以行政院及所屬部會的公務人員人數最多，在全國公務人員中較具代表性；再者，相較於地方各機關分布於全台，對於地方機關公務人員的消費需求自然較難掌握，雖然無法以中央行政機關及所屬機關公務人員的需求來作為所有公務人員消費需求的依據，然而中央機關大多位於交通便捷處及都會區上，特約商店的選擇性亦較多，在本研究上更能貼近有關消費需求的議題，故選定行政院及其所屬機關的公務人員為研究對象，希望探究公務人員對於使用國民旅遊卡於特約商店的消費需求的關聯性為何。

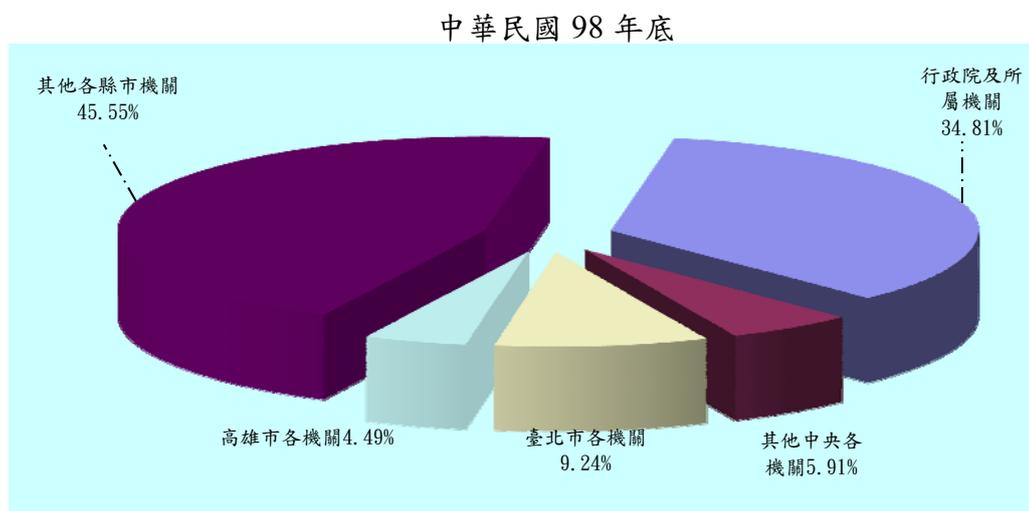


圖 3-2 全國行政機關公務人員人數按機關別分

資料來源：銓敘部網站銓敘統計年報

二、問卷設計

根據前述之研究問題與目的、文獻探討及研究架構，本研究之研究變項分為五大部分，第一部分在於調查公務人員之基本資料；第二部分在瞭解公務人員實際使用國民旅遊卡上之狀況為何；第三部分在於瞭解特約商店類別之意見調查，採用複選題及單選題混合之方式；第四部分針對公務人員國民旅遊卡政策施行的重要程度；第五部分則以公務人員對國民旅遊卡政策施行滿意程度調查。以下分別針對問卷各部分之順

目及量表來源分明說明：

(一)第一部分：個人背景變項

經參考相關之研究及本研究之性質後，因此本研究第一部分針對受訪者的性別、年齡、婚姻狀況、子女狀況的有無、學歷、休假年資、官等等資料進行調查，以瞭解個人背景與變項之關的相關性。

(二)第二部分：瞭解公務人員使用國民旅遊卡實際狀況

本研究係針對公務人員在使用國民旅遊卡實際狀況加以瞭解，藉以瞭解公務人員的消費情況，本部分問卷 1-5 題採複選題方式，6、7 題為單選題，問卷題目設計如下：

表 3-3 第二部分問卷題目轉換表

研究面向	設計問卷題目內容	問卷題次
消費者購買決策變數	如何得知國民旅遊卡措施之相關規定？	2-1
	如何得知特約商店？	2-2
消費面	本人曾使用過國民旅遊卡消費項目？	2-3
	使用國民旅遊卡來核銷休假補助費用，會優先購買哪三類產品？	2-4

(三)第三部分：特約商店類別之意見調查

從有關國民旅遊卡的相關文獻檢閱中，並歸納本研究有關對於國民旅遊卡特約商店類別的瞭解，並參考洪紹淵(2003)問卷中的量表修改而成。本部分皆以複選題方式，問卷題目設計如下：

表 3-4 第三部分問卷題目轉換表

研究面向	設計問卷題目內容	問卷題次
特約商店類別之意見調查	我認為國民旅遊卡以下規定是妥當的	3-1
	我認為國民旅遊卡以下規定是不妥當的	3-2

(四)第四部分：公務人員對國民旅遊卡政策施行的重要程度

本部分在於瞭解公務人員對於國民旅遊卡政策施行的重要程度，依據文獻檢閱的

資料歸納，為自行設計之問題，量計分方式將採用 Likert 五點計分法，依照「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」分別予 5、4、3、2、1 分，問卷題目設計方式如下：

表 3-5 第四部分問卷題目轉換表

研究面向	設計問卷題目內容	問卷題次
政策面	我覺得最好的休假日安排？	2-5
	以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便	4-1
	以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊	4-2
	熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類	4-3
	對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉	5-1
消費面	目前特約商店的據點夠普及	4-4
	目前特約商店的交通位置夠便利方便	4-5
	目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求	4-6
	目前特約商店的行業種類夠多元性	4-7
服務行銷面	特約商店的價格合理	4-8
	特約商店的資訊很容易獲得	4-9
	我可以輕易找到特約商店	4-10

(五)第五部分：公務人員對國民旅遊卡政策施行滿意程度調查

本部分為公務人員對國民旅遊卡政策施行滿意程度調查，在文獻檢閱中以公務人員使用國民旅遊卡的情況及筆者自身的經驗，模擬公務人員在使用國民旅遊卡上將遭致的各種狀況，並參考期刊及報章雜誌中對於國民旅遊卡所做的探討內容上，量計分方式將採用 Likert 五點計分法，依照「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」分別予 5、4、3、2、1 分，問卷題目設計方式如下：

表 3-6 第五部分問卷題目轉換表

研究面向	設計問卷題目內容	問卷題次
政策面	為請領一萬六千元補助事先排定休假旅遊日期	5-2
	請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務	5-3
	會利用在職休假方式領取一萬六千元的補助費用	5-4
	會特別安排休假以使用國民旅遊卡以領取補助	5-7
	我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便	5-14
消費面	為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額	5-5
		5-6
	為使用國民旅遊卡會事先規劃購買商品	5-8
	購買特約商店商品會事先比價	5-9
	如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購	5-12
行銷服務面	我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡	
	我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友	5-10
	對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證	5-11
	我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式的限制	5-13
	特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同	5-15

三、問卷信度與效度

(一)信度

指測量的可靠性，即測量結果的一致性或穩定性(邱皓政，2004：3-9)。本研究在正式進行問卷施測前，先由 5 位符合受訪對象之人進行預試，藉以決定题目的可用程度。在預試後，詢問受訪者是否有改進之處，並對文字及字意不清楚部分進行修改，以維持本研究問卷內容之信度。

(二)效度

效度指的是測驗工具確實能夠測量研究者所欲測量對象的真正特徵。因此當測量工具的效度越高時，表示測量的結果越能夠反應研究者所欲測量對象的真實情形(邱皓政，2004：3-13)。本研究中，首先透過文獻檢閱方式，整理過去研究相關主題所使用的問卷，藉以增加本研究工具的廣度以作為推論的根據。本研究在正式施測前，

先以部分對象進行預試，根據受試者的對預試問卷的看法與建進行修正，以建構本研究之內容效度。

(三)問卷發放與回收率

由於本研究採取跨區域及跨機關類別的調查分析，與過往文獻論述僅侷限在同一縣市或同一機關不同，主要是希望能更加瞭解不同機關類別的公務人員使用國民旅遊卡的狀況及對國民旅遊卡政策目標的認知程度，然而本研究以台北縣市為中央機關公務人員集中度較高，受測樣本母體相當龐大，基於人力、物力及時間上的考量，本研究以便利抽樣法(Convenience Sampling)進行抽樣，為提高本問卷之回收率，筆者委託任職機關的各處室單位綜合業務承辦人以網路方式協助發放本研究之問卷外，並透過各公務界朋友協助發放填答，填答完畢後由網路回送，為獲取足夠的分析樣本，儘量增加機關數及類別，藉以分散問卷來源，提高問卷的代表性。

本研究問卷調查抽樣區域設定為以行政院及其所屬機關公務人員，任職機關類別包括行政院與所屬 38 個部會及部會所屬機關，施測時間自於 2011 年 6 月 10 日至 2011 年 7 月 10 日為截止，共回收 283 份問卷，剔除未完成填答問卷，共回收 242 份有效問卷，在 95%的信心水準下，抽樣誤差為 6.3 個百分點。

(四)問卷分析方法

本研究所採取的資料處理與分析方法，在於問卷回收後，首先針對問卷進行檢視與整理，因網路問卷設定問題，未填答完成亦可送出，將填答不完整的問卷刪除後，把資料建檔並以 SPSS17 for Windows 統計軟體程式依本研究假設進行統計與分析，最後，將輸出結果以電腦文書軟體處理，所採用的分析方法敘述如下：

1、描述性統計

在描述性部分，除包含各量表之敘述性統計外，亦包含回收的有效樣本之個人屬

性資料統計分析，其中包含性別、婚姻、官等、教育程度、休假年資、服務單位之基本資料的描述，做個人變項的次數分配及百分比分析，以了解其分布情形。

2.單因子變異數分析

單因子變異數分析旨在比較一種自變項的不同處理方式對某依變項的影響。本研究利用單因子變異數分析就不同個人屬性(如：性別、年齡、婚姻狀況、子女狀況有無等)分別對國民旅遊卡特約商店類型進行檢定，若 F 值與 P 值達顯著水準，表示存在顯著差異。

第四章 研究發現與討論

本章旨在探討國民旅遊卡特約商店類型與公務人員消費行為之關聯性，依據本研究回收之 242 份有效問卷結果，分節進行本研究問題之回答。本章共分六節，第一節為「基本敘述性統計」；第二節為「信度與效度驗證」；第三節為「以變異數分析公務人員對於特約商店類別之調查」；第四節為「對因素構面做相關分析」；第五節為「以迴歸分析國民旅遊卡特約商店類型與公務人員消費需求之相關性」；第六節則為本章小節。

第一節 敘述性統計

壹、受訪公務人員基本資料

為瞭解本研究之研究對象的樣本結構，本節將針對行政院及其所屬機關公務人員受訪者的基本資料進行敘述性統計分析，內容包括性別、年齡、婚姻狀況、子女狀況有無、個人旅遊交通工具、學歷、休假年資與官等資料彙整如表 4-1。

本研究回收 283 份，其中扣除漏答三題以上、基本資料未填答、所有題目皆勾選同一答案者，有效問卷為 242 份，有效問卷回收率為 65%，由表 4-1 統計結果顯示本研究對象，回答者以女性居多佔 74.4%、男性佔 25.6%；年齡以 26-33 歲居多佔 40.1%、34-41 歲佔 26.4%、42-49 歲佔 20.7%、50-57 歲佔 6.6%、18-25 歲佔 3.3%；婚姻為已婚佔 49.2%、未婚佔 48.3%、其他佔 2.5%；子女狀況為無佔 66.9%、有佔 33.1%；個人旅遊交通工具為大眾運輸系統佔 42.1%、汽車佔 8.3%、汽車與大眾運輸系統佔 11.2%、汽車與摩托車佔 5.8%、汽車、摩托車及大眾運輸系統佔 6.6%、無交通工具佔 1.2%、摩托車佔 6.6%、摩托車與大眾運輸系統佔 17.8%；大學（含專科）居多佔 65.3%、學歷以研究所（含）以上佔 28.5%、高中（職）佔 6.2%；休假年資為 30 天居多佔 24.4%、14 天佔 22.3%、21 天佔 21.1%、28 天佔 19.8%、7 天（含 7 天以下）

佔 12.4%；官等為薦任居多佔 51.2%、委任佔 32.6%、簡任佔 7%、其他佔 13.2%。

表 4-1 受訪者個人基本資料

問卷基本資料	基本資料選項	次數	百分比(%)
性別	女	180	74.4
	男	62	25.6
年齡	18-25 歲	8	3.3
	26-33 歲	97	40.1
	34-41 歲	64	26.4
	42-49 歲	50	20.7
	50-57 歲	16	6.6
	58-65 歲	7	2.9
婚姻狀況	已婚	119	49.2
	未婚	117	48.3
	其他	6	2.5
子女狀況	有	80	33.1
	無	162	66.9
個人旅遊 交通工具	大眾運輸系統	102	42.1
	汽車	20	8.3
	汽車、大眾運輸系統	27	11.2
	汽車、摩托車	14	5.8
	汽車、摩托車、大眾運輸系統	16	6.6
	無交通工具	3	1.2
	摩托車	16	6.6
	摩托車、大眾運輸系統	43	17.8
學歷	研究所(含)以上	69	28.5
	大學(含專科)	158	65.3
	高中(職)	15	6.2
	其他	0	0
休假年資	7 天(含 7 天以下)	30	12.4
	14 天	54	22.3
	21 天	51	21.1
	28 天	48	19.8
	30 天	59	24.4
官等	簡任	7	2.9
	薦任	124	51.2
	委任	79	32.6
	其他	32	13.2

資料來源：本研究整理

貳、瞭解公務人員使用國民旅遊卡實際狀況

本次研究共回收 242 份問卷，根據回收問卷之統計分析，就公務人員如何得知國民旅遊卡措施之相關規定呈現出如圖 4-1 及表 4-2，由於本部分皆為複選題選填方式，受訪者可能會勾選一個以上的核取方塊，所以百分比可能會超過 100%，其中受訪者係由機關文宣中得知佔 31%，同事告知佔 79%，報紙、網路或電視媒體佔 57%，而不太清楚亦佔了 5%，顯示公務人員得知國民旅遊卡措施之相關規定超過四分之一的管道來源都由同事告知。

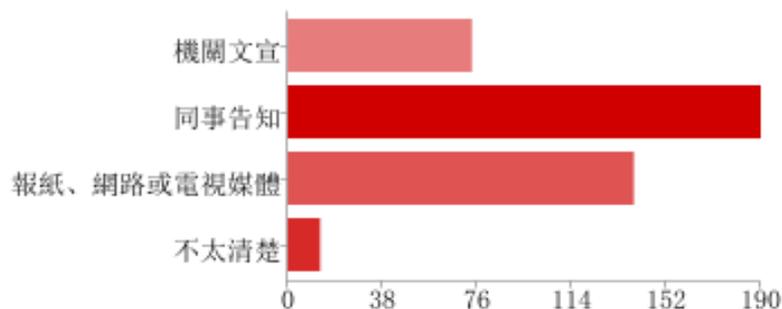


圖 4-1 如何得知國民旅遊卡措施之相關規定

表 4-2 如何得知國民旅遊卡措施之相關規定摘要表

如何得知國民旅遊卡措施之相關規定	次數	百分比
機關文宣	74	31%
同事告知	190	79%
報紙、網路或電視媒體	139	57%
不太清楚	13	5%
總和	416	172%

其次，從受訪者如何得知特約商店管道部分，從圖 4-2 及表 4-3 顯示機關文宣佔 13%、同事告知佔 40%、網路（透過國民旅遊卡網站）佔 87%、網路（非透過國民旅遊卡網站）佔 14%、到當地再自行尋找佔 43%及其他 1%，另有開放式回答各為(看店家是否有國民旅遊卡標示，再以詢問方式確認，平時注意及路過看到)等管道，顯示多達八成都是透過國民旅遊卡網站的方式得知特約商店的地點，而從同事告知與到當地再自行尋找的方式也都佔了四成，而到當地自行尋找者，也以不特別鎖定特約店家

的方式來消費。另外，機關文宣的管道部分僅佔了一成的比例。

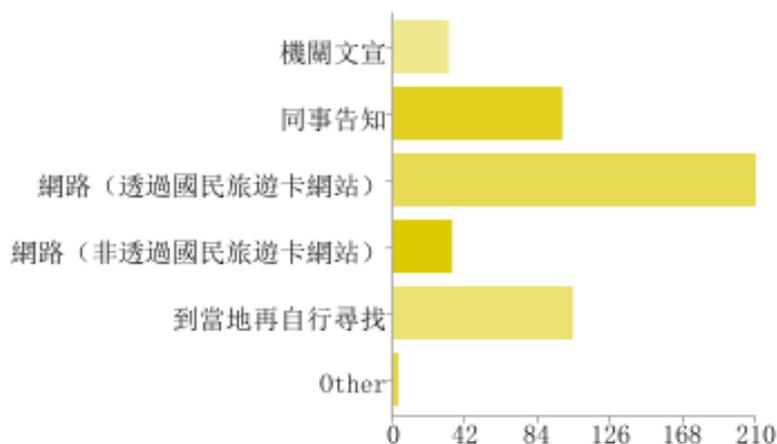


圖 4-2 如何得知特約商店管道

表 4-3 如何得知特約商店管道摘要表

如何得知特約商店管道	次數	百分比
機關文宣	32	13%
同事告知	98	40%
網路(透過國民旅遊卡網站)	210	87%
網路(非透過國民旅遊卡網站)	34	14%
到當地再自行尋找	104	43%
其他	3	1%
總和	481	198%

此外，在曾使用過國民旅遊卡消費項目上，由圖 4-3 及表 4-4 得知參加旅行社套裝行程佔 7% 自行規劃之旅遊行程佔 39%、餐飲佔 81%、住宿佔 73%、交通佔 65%、商圈購物佔 71%、遊樂區及博物館佔 21%、農特產及手工藝品佔 11%、其他有 1 開放式意見為機關社團旅遊行程，可見得餐飲、住宿及商圈購物為比例最高的前三項，次之才是交通，除顯示與自身迫切需求的消費項目比較獲得青睞外，在商圈購物也能顯示消費者的消費自主性；另外參加旅遊行程在自行規劃及旅行社套裝部分僅佔四成及一成不到，此統計與政府為提升國內觀光的目的未完全達到，由此統計得知公務員仍傾向能直接獲得消費需求滿足的方式為優先。

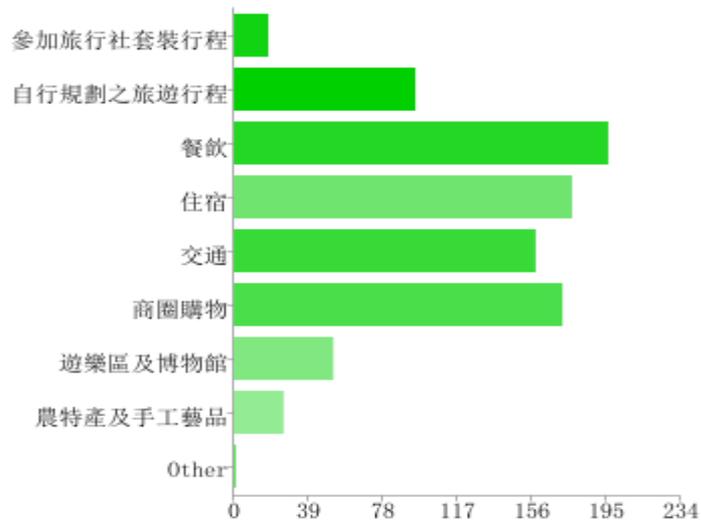


圖 4-3 曾使用過國民旅遊卡消費項目

表 4-4 曾使用過國民旅遊卡消費項目摘要表

曾使用過國民旅遊卡消費項目	次數	百分比
參加旅行社套裝行程	18	7%
自行規劃之旅遊行程	95	39%
餐飲	196	81%
住宿	177	73%
交通	158	65%
商圈購物	172	71%
遊樂區及博物館	52	21%
農特產及手工藝品	26	11%
其他	1	0%
總和	895	368%

再者，在使用國民旅遊卡來核銷休假補助費用，會優先購買哪三類產品的題目中，由圖 4-4 及表 4-5 得知餐飲消費（餐廳、飲料等）佔 64%、度假旅遊費用（旅行社、住宿業、觀光遊樂業）佔 63%、購買服飾配件（衣服、鞋子、皮包等）佔 74%、交通費用（汽機車油費、通勤票券費用）佔 51%、體育用品（體育器材、服飾、配件等）佔 28%、藝文圖書（書籍、藝文展演、音樂講座）佔 13%，從此項統計上得知，會最先購買的三類產品分別為購買服飾配件（衣服、鞋子、皮包等）佔 74%、餐飲消費（餐廳、飲料等）佔 64%及交通費用（汽機車油費、通勤票券費用）佔 51%，

此項統計分析結果與上一題曾使用過國民旅遊卡消費項目的調查結果相同，顯示出在特約商店中仍然以此三類的類別較受到消費者的歡迎。



圖 4-4 使用國民旅遊卡來核銷休假補助費用，會優先購買哪些產品

表 4-5 會優先購買哪些產品摘要表

會優先購買哪些產品	次數	百分比
餐飲消費(餐廳、飲料等)	154	64%
度假旅遊費用(旅行社、旅宿業、觀光遊樂業)	153	63%
購買服飾配件(衣服、鞋子、皮包等)	179	74%
交通費用(汽機車油費、通勤票券費用)	124	51%
體育用品(體育器材、服飾、配件等)	67	28%
藝文圖書(書籍、藝文展演、音樂講座)	31	13%
其他	0	0%
總和	708	293%

最後，在受訪者覺得最好的休假日安排統計結果中，由圖 4-5 及表 4-6 分別顯示認為較好者以例假日（或連續假期）前後日佔 40%、周一到周五之間（非例假日）佔 17%、自由安排選擇佔 56%，顯示公務人員在安排休假日的偏好上仍然以自由安排較受到歡迎，而例假日（或連續假期）前後日由於能夠安排較長時間的活動，所以

在比例上亦佔四成之多。

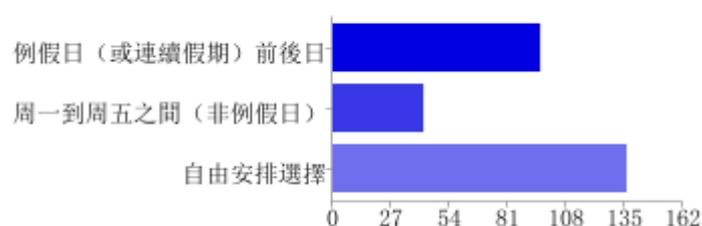


圖 4-5 最好的休假日安排

表 4-6 最好的休假日安排摘要表

最好的休假日安排	次數	百分比
例假日（或連續假期）前後日	96	40%
周一到周五之間（非例假日）	42	17%
自由安排選擇	136	56%
總和	274	113%

參、瞭解公務人員對於特約商店類別之意見調查

為瞭解公務人員對於特約商店類別之意見調查，在本問卷中共設計了 2 大題，選填方式皆為複選題，根據回收問卷之統計分析，分別就公務人員對於特約商店的設計上是否感到妥當與否分析。

就圖 4-6 及表 4-7 顯示出認為國民旅遊卡措施是妥當的，其中「特約商店」消費佔 21%、限制於國內補助佔 73%、休假補助費最高為一萬六千元佔 55%、儲值性票券排除列入休假補助之核銷(油票、提貨券、禮券、住宿券、高速公路回數票等)佔 18%、無珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業等十三類特約商店佔 14%，可見公務人員對於限制僅能在國內補助的部分及休假補助費最高為一萬六千元皆超過七成受訪者認為是妥當的，而無珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業等十

三類特約商店比例僅佔一成。

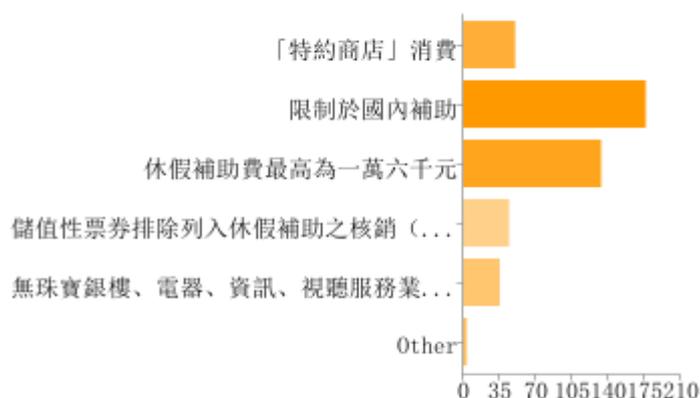


圖 4-6 認為國民旅遊卡措施是妥當的

表 4-7 認為國民旅遊卡措施是妥當的摘要表

認為國民旅遊卡措施是妥當的	次數	百分比
「特約商店」消費	50	21%
限制於國內補助	176	73%
休假補助費最高為一萬六千元	133	55%
儲值性票券排除列入休假補助之核銷 (油票、提貨券、禮券、住宿券、高速公路回數票等)	44	18%
無珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業等十三類特約商店	35	14%
Other	3	1%
總和	441	182%

另外就圖 4-7 及表 4-8 中得知，受訪者中認為國民旅遊卡措施是不妥當的，「特約商店」消費佔 63%、限制於國內補助佔 18%、休假補助費最高為一萬六千元佔 21%、儲值性票券排除列入休假補助之核銷 (油票、提貨券、禮券、住宿券、高速公路回數票等) 佔 45%、無珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業等十三類特約商店 44%，其中於「特約商店」消費認為是不妥當的比例超過六成最高，其次「儲值性票券排除列入休假補助之核銷 (油票、提貨券、禮券、住宿券、高速公路回數票等)」

與「無珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業等十三類特約商店 44%」比例相當皆為四成五左右，而限制於國內補助比例則佔最低。

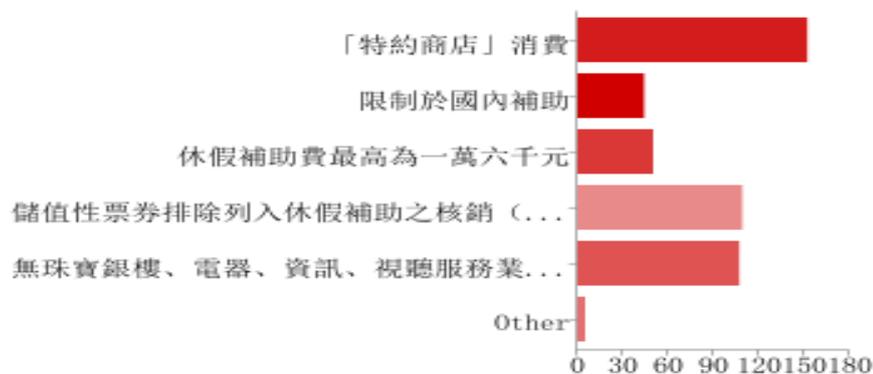


圖 4-7 認為國民旅遊卡措施是不妥當的

表 4-8 認為國民旅遊卡措施是不妥當的摘要表

認為國民旅遊卡措施是不妥當的	次數	百分比
「特約商店」消費	152	63%
限制於國內補助	44	18%
休假補助費最高為一萬六千元	50	21%
儲值性票券排除列入休假補助之核銷 (油票、提貨券、禮券、住宿券、高速公路回數票等)	109	45%
無珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業等十三類特約商店	107	44%
其他	5	2%
總和	467	193%

肆、公務人員對國民旅遊卡政策施行的重要程度

為瞭解公務人員對於國民旅遊卡政策施的重要程度，以 Likert 五點計分法，分為「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」及「非常不同意」的量計方式。

就圖 4-8 及表 4-9 顯示出非常不同意有 1 人，佔 0.4%，不同意有 5 人，佔 2.1%，普通有 36 人，佔 14.9%，同意有 181 人，佔 74.8%，非常同意有 19 人，佔 7.9%，可見認為以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便同意的人佔近七成五為最多。

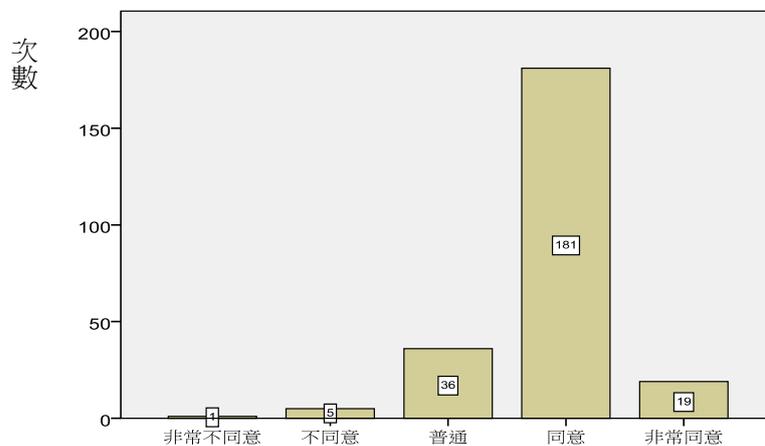


圖 4-8 以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便

表 4-9 以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便摘要表

以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便	次數	百分比
非常不同意	1	.4
不同意	5	2.1
普通	36	14.9
同意	181	74.8
非常同意	19	7.9
總和	242	100.0

就圖 4-9 及表 4-10 顯示出不同意有 7 人，佔 2.9%，普通有 53 人，佔 21.9%，同

意有 164 人，佔 67.8%，非常同意有 18 人，佔 7.4%，可見認為以刷卡消費方式較檢
據核銷領取補助費用更能防弊同意的人佔近六成八的比例。

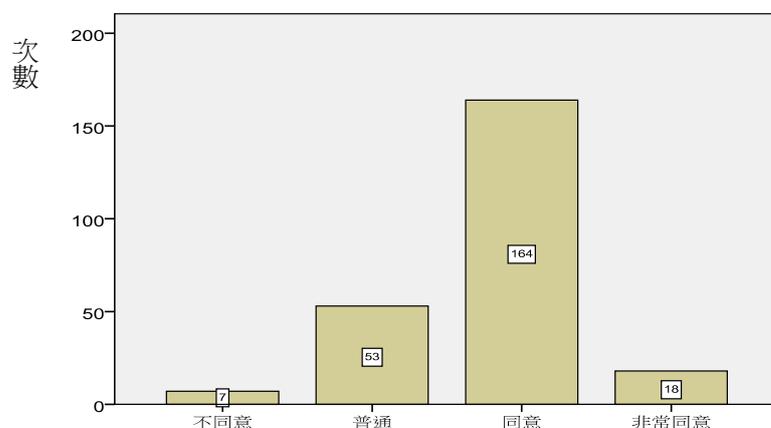


圖 4-9 以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊

表 4-10 以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊摘要表

以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊摘要表	次數	百分比
不同意	7	2.9
普通	53	21.9
同意	164	67.8
非常同意	18	7.4
總和	242	100.0

就圖 4-10 及表 4-11 顯示出非常不同意有 1 人，佔 0.4%，不同意有 23 人，佔 9.5%，
普通有 104 人，佔 43%，同意有 106 人，佔 43.8%，非常同意有 8 人，佔 3.3%，可
見大多數認為熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類普通及同意的人二者就佔了
近七成七的比例。

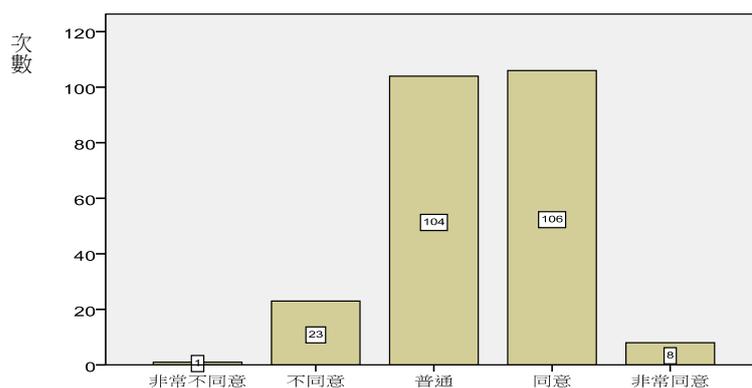


圖 4-10 熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類

表 4-11 熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類摘要表

熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類	次數	百分比
非常不同意	1	.4
不同意	23	9.5
普通	104	43.0
同意	106	43.8
非常同意	8	3.3
總和	242	100.0

就圖 4-11 及表 4-12 顯示出非常不同意有 2 人，佔 0.8%，不同意有 28 人，佔 11.6%，普通有 98 人，佔 40.5%，同意有 107 人，佔 44.2%，非常同意有 7 人，佔 2.9%，可見大多數認為目前特約商店的據點夠普及感覺同意佔四成四，其次認為普通者亦佔有四成。

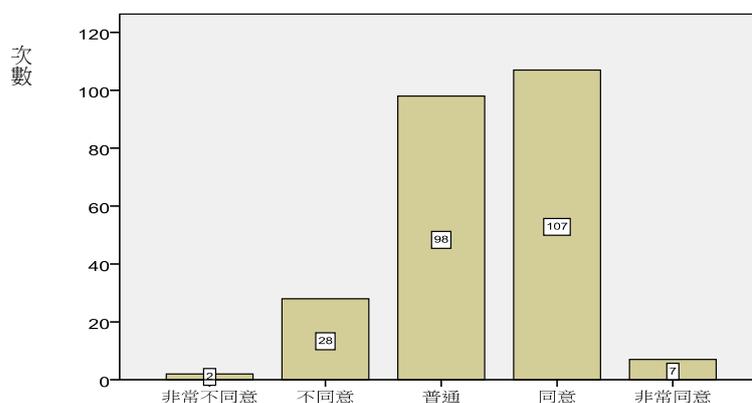


圖 4-11 目前特約商店的據點夠普及

表 4-12 目前特約商店的據點夠普及摘要表

目前特約商店的據點夠普及	次數	百分比
非常不同意	2	.8
不同意	28	11.6
普通	98	40.5
不同意	107	44.2
非常不同意	7	2.9
總和	242	100.0

就圖 4-12 及表 4-13 顯示出非常不同意有 2 人，佔 0.8%，不同意有 21 人，佔 8.7%，普通有 80 人，佔 33.1%，同意有 132 人，佔 54.5%，非常同意有 7 人，佔 2.9%，可見大多數認為目前特約商店的交通位置夠便利方便感覺同意佔五成四為最大數。

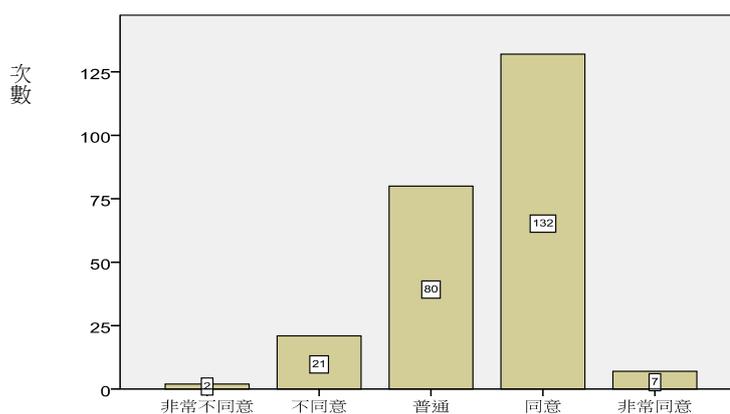


圖 4-12 目前特約商店的交通位置夠便利方便

表 4-13 目前特約商店的交通位置夠便利方便摘要表

目前特約商店的交通位置夠便利方便	次數	百分比
非常不同意	2	.8
不同意	21	8.7
普通	80	33.1
同意	132	54.5
非常同意	7	2.9

目前特約商店的交通位置夠便利方便	次數	百分比
總和	242	100.0

就圖 4-13 及表 4-14 顯示出非常不同意有 3 人，佔 1.2%，不同意有 38 人，佔 15.7%，普通有 77 人，佔 31.8%，同意有 122 人，佔 50.4%，非常同意有 2 人，佔 0.8%，可見大多數認為目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求感覺同意佔五成為大多數。

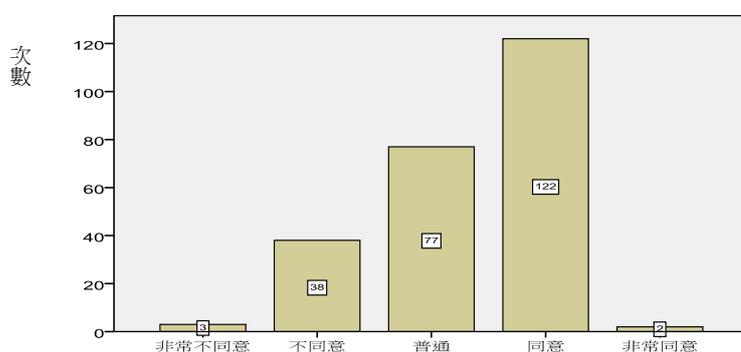


圖 4-13 目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求

表 4-14 目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求摘要表

目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求	次數	百分比
非常不同意	3	1.2
不同意	38	15.7
普通	80	33.1
同意	122	50.4
非常同意	2	.8
總和	242	100.0

就圖 4-14 及表 4-15 顯示出非常不同意有 2 人，佔 0.8%，不同意有 37 人，佔 15.3%，普通有 77 人，佔 31.8%，同意有 122 人，佔 50.4%，非常同意有 1 人，佔 0.4%，可見目前特約商店的行業種類夠多元同意佔五成為大多數。

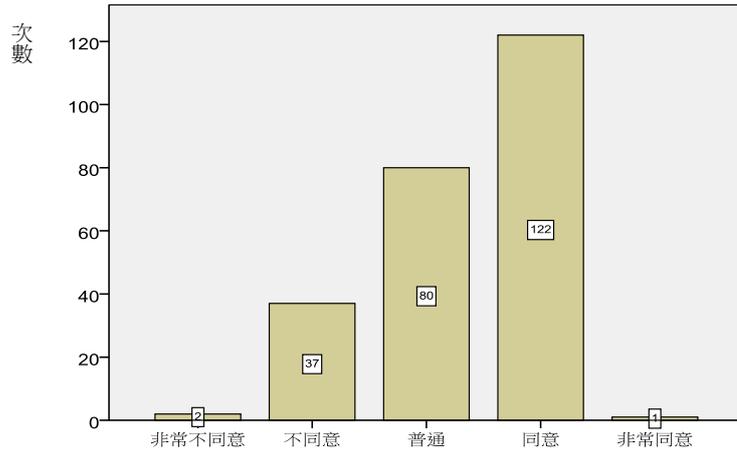


圖 4-14 目前特約商店的行業種類夠多元

表 4-15 目前特約商店的行業種類夠多元摘要表

目前特約商店的行業種類夠多元	次數	百分比
非常不同意	2	.8
不同意	37	15.3
普通	80	33.1
同意	122	50.4
非常同意	1	.4
總和	242	100.0

就圖 4-15 及表 4-16 顯示出非常不同意有 8 人，佔 3.3%，不同意有 33 人，佔 13.6%，普通有 103 人，佔 42.6%，同意有 98 人，佔 40.5%，大多數還是認為特約商店的價格合理普通及同意共佔八成三。

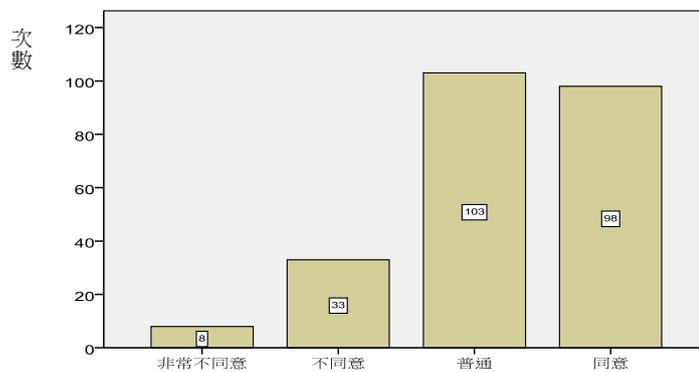


圖 4-15 特約商店的價格合理

表 4-16 特約商店的價格合理摘要表

特約商店的價格合理	次數	百分比
非常不同意	8	3.3
不同意	33	13.6
普通	103	42.6
同意	98	40.5
總和	242	100.0

就圖 4-16 及表 4-17 顯示出不同意有 16 人，佔 6.6%，普通有 80 人，佔 33.1%，同意有 139 人，佔 57.4%，非常同意有 7 人，佔 2.9%，對於特約商店的資訊很容易獲得同意佔五成七，其次為普通佔三成三。

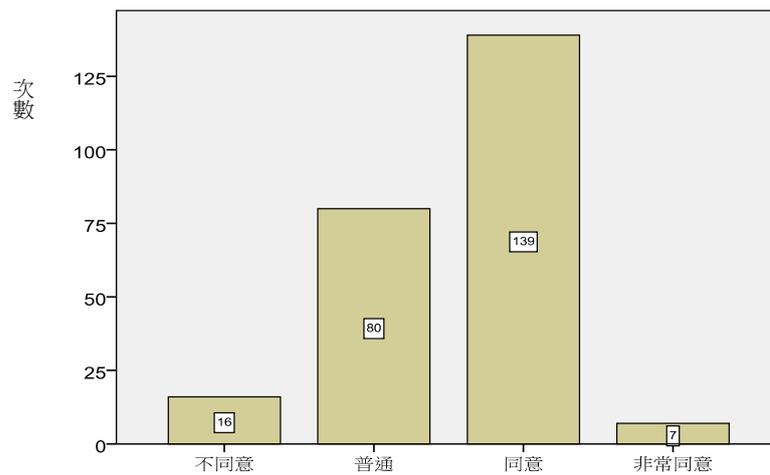


圖 4-16 特約商店的資訊很容易獲得

表 4-17 特約商店的資訊很容易獲得摘要表

特約商店的資訊很容易獲得	次數	百分比
不同意	16	6.6
普通	80	33.1
同意	139	57.4
非常同意	7	2.9
總和	242	100.0

就圖 4-17 及表 4-18 顯示出非常不同意有 2 人，佔 0.8%，不同意有 13 人，佔 5.4%，普通有 82 人，佔 33.9%，同意有 135 人，佔 55.8%，非常同意有 10 人，佔 4.1%，對於我可以輕易找到特約商店同意近五成六，其次為普通佔四成。

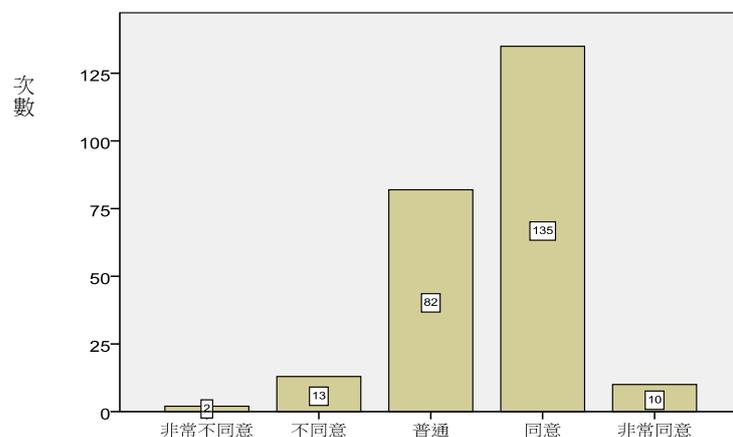


圖 4-17 我可以輕易找到特約商店

表 4-18 我可以輕易找到特約商店摘要表

我可以輕易找到特約商店	次數	百分比
非常不同意	2	.8
不同意	13	5.4
普通	82	33.9
同意	135	55.8
非常同意	10	4.1
總和	242	100.0

伍、瞭解公務人員對於國民旅遊卡政策施行滿意程度

就圖 4-18 及表 4-19 顯示出不同意有 6 人，佔 2.5%，普通有 76 人，佔 31.4%，同意有 152 人，佔 62.8%，非常同意有 8 人，佔 3.3%，對於對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉感到同意佔近六成三為最多數。

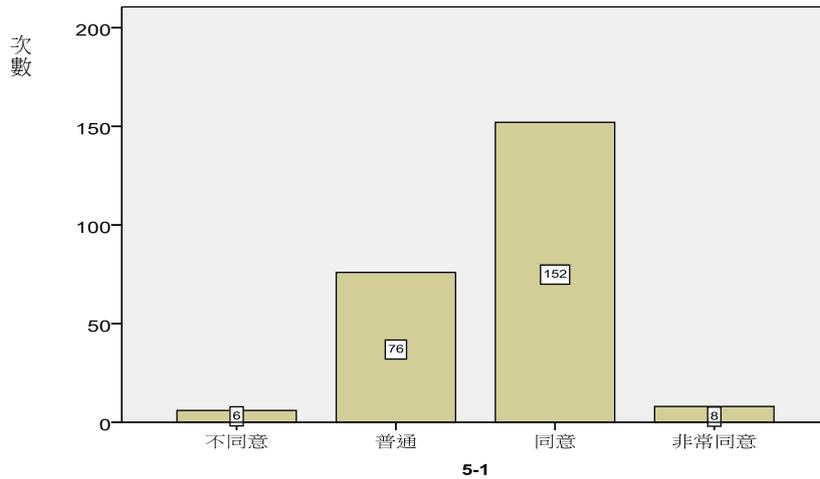


圖 4-18 對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉

表 4-19 對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉

摘要表

對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉	次數	百分比
不同意	6	2.5
普通	76	31.4
同意	152	62.8
非常同意	8	3.3
總和	242	100.0

就圖 4-19 及表 4-20 顯示出非常不同意有 1 人，佔 0.4%，不同意有 7 人，佔 2.9%，普通有 73 人，佔 30.2%，同意有 150 人，佔 62%，非常同意有 11 人，佔 4.5%，對於為請領一萬六千元補助事先排定休假旅遊日期同意佔六成二，其次為普通佔三成。

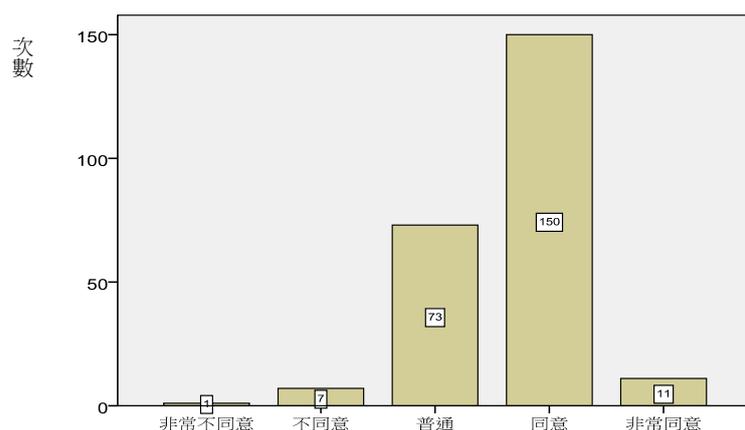


圖 4-19 為請領一萬六千元補助事先排定休假旅遊日期

表 4-20 為請領一萬六千元補助事先排定休假旅遊日期摘要表

為請領一萬六千元補助事先排定休假旅遊日期	次數	百分比
非常不同意	1	.4
不同意	7	2.9
普通	73	30.2
同意	150	62.0
非常同意	11	4.5
總和	242	100.0

就圖 4-20 及表 4-21 顯示出非常不同意有 6 人，佔 2.5%，不同意有 62 人，佔 25.6%，普通有 88 人，佔 36.4%，同意有 80 人，佔 33.1%，非常同意有 6 人，佔 2.5%，對於請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務普通佔三成六，其次同意佔三成三，再次之為不同意佔二成五。

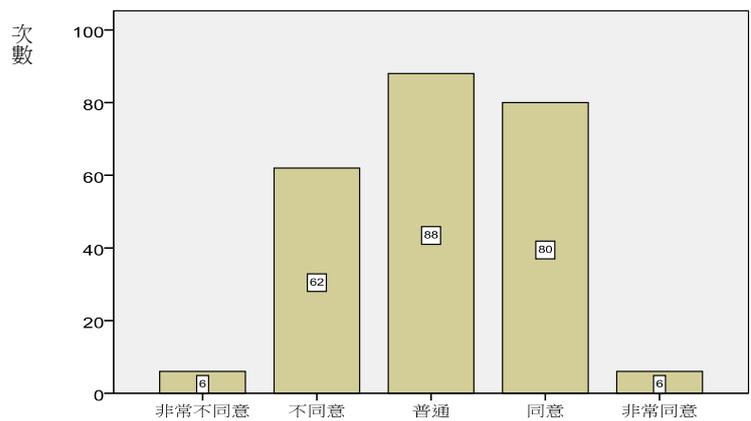


圖 4-20 請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務

表 4-21 請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務摘要表

請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務	次數	百分比
非常不同意	6	2.5
不同意	62	25.6
普通	88	36.4
同意	80	33.1
非常同意	6	2.5
總和	242	100.0

就圖 4-21 及表 4-22 顯示出非常不同意有 12 人，佔 5%，不同意有 60 人，佔 24.8%，普通有 74 人，佔 30.6%，同意有 93 人，佔 38.4%，非常同意有 3 人，佔 1.2%，對於會利用在職休假方式領取一萬六千元的補助費用同意佔三成八為最多數。

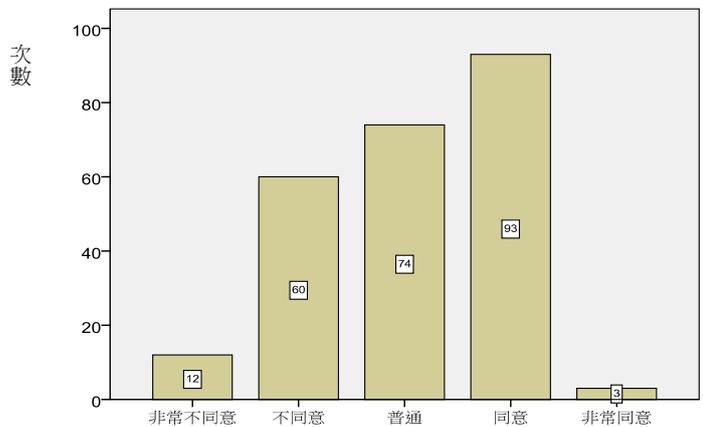


圖 4-21 會利用在職休假方式領取一萬六千元的補助費用

表 4-22 會利用在職休假方式領取一萬六千元的補助費用摘要表

會利用在職休假方式領取一萬六千元的補助費用	次數	百分比
非常不同意	12	5.0
不同意	60	24.8
普通	74	30.6
同意	93	38.4
非常同意	3	1.2
總和	242	100.0

就圖 4-22 及表 4-23 顯示出非常不同意有 5 人，佔 2.1%，不同意有 33 人，佔 13.6%，普通有 78 人，佔 32.2%，同意有 108 人，佔 44.6%，非常同意有 18 人，佔 7.4%，對於為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額感到同意佔四成四為最多數。

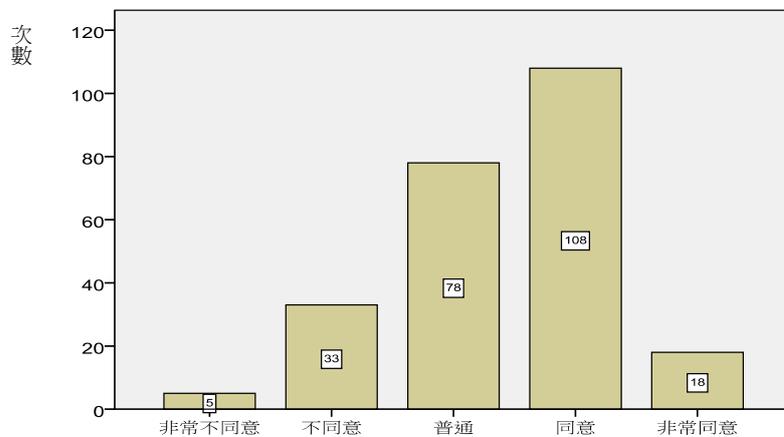


圖 4-22 為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額

表 4-23 為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額摘要表

為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額	次數	百分比
非常不同意	5	2.1
不同意	33	13.6
普通	78	32.2

同意	108	44.6
非常同意	18	7.4
總和	242	100.0

就圖 4-23 及表 4-24 顯示出不同意有 20 人，佔 8.3%，普通有 74 人，佔 30.6%，同意有 135 人，佔 55.8%，非常同意有 13 人，佔 5.4%，對於會特別安排休假以使用國民旅遊卡以領取補助感到同意佔近五成六。

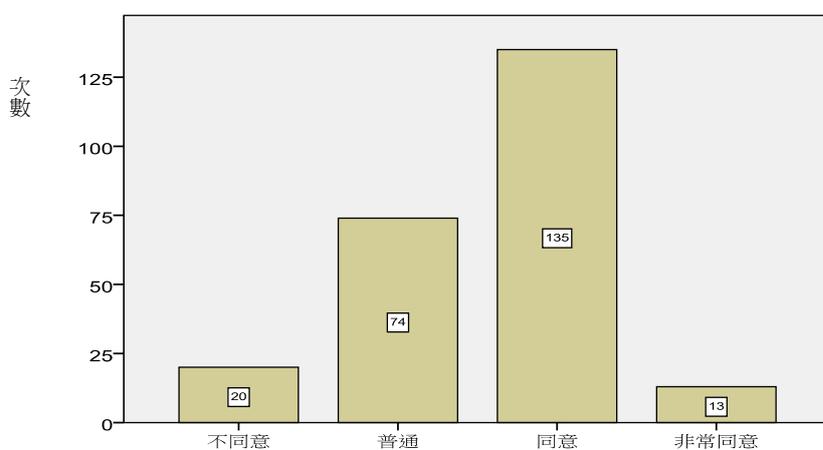


圖 4-23 會特別安排休假以使用國民旅遊卡以領取補助

表 4-24 會特別安排休假以使用國民旅遊卡以領取補助摘要表

會特別安排休假以使用國民旅遊卡以領取補助	次數	百分比
不同意	20	8.3
普通	74	30.6
同意	135	55.8
非常同意	13	5.4
總和	242	100.0

就圖 4-24 及表 4-25 顯示出不同意有 17 人，佔 7%，普通有 86 人，佔 35.5%，同意有 127 人，佔 52.5%，非常同意有 12 人，佔 5%，對於為使用國民旅遊卡會事先規劃購買商品同意佔近五成二。

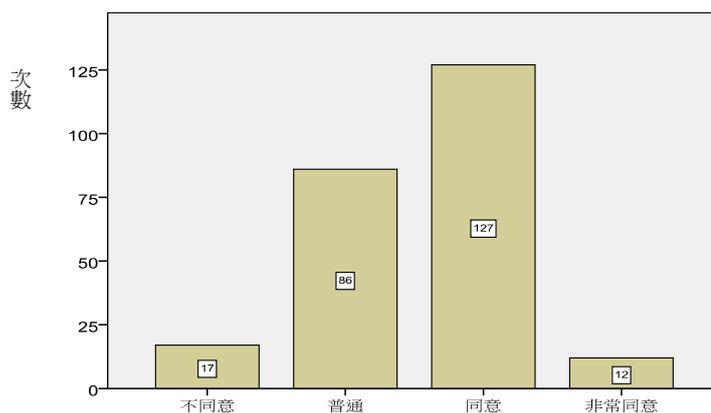


圖 4-24 為使用國民旅遊卡會事先規劃購買商品

表 4-25 為使用國民旅遊卡會事先規劃購買商品摘要表

為使用國民旅遊卡會事先 規劃購買商品	次數	百分比
不同意	17	7.0
普通	86	35.5
同意	127	52.5
非常同意	12	5.0
總和	242	100.0

就圖 4-25 及表 4-26 顯示出非常不同意有 3 人，佔 1.2%，不同意有 30 人，佔 12.4%，普通有 105 人，佔 43.4%，同意有 100 人，佔 41.3%，非常同意有 4 人，佔 1.7%，對於購買特約商店商品會事先比價感覺普通佔四成三最多，其次同意佔四成一。

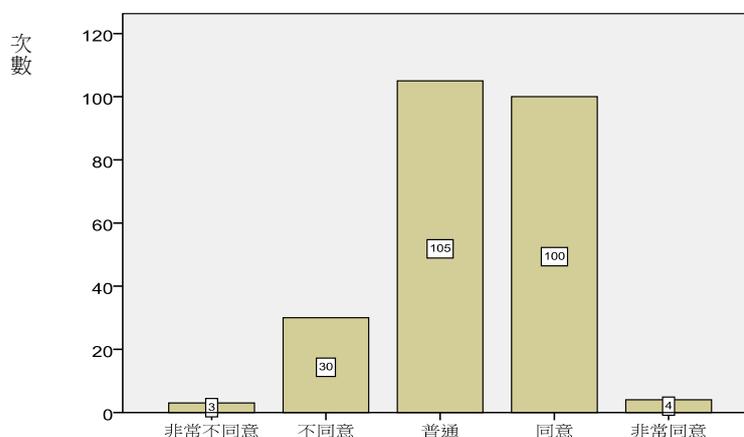


圖 4-25 購買特約商店商品會事先比價

表 4-26 購買特約商店商品會事先比價摘要表

購買特約商店商品會事先比價	次數	百分比
非常同意	3	1.2
同意	30	12.4
普通	105	43.4
不同意	100	41.3
非常不同意	4	1.7
總和	242	100.0

就圖 4-26 及表 4-27 顯示出非常不同意有 1 人，佔 0.4%，不同意有 14 人，佔 5.8%，普通有 78 人，佔 32.2%，同意有 142 人，佔 58.7%，非常同意有 7 人，佔 2.9%，對於如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購同意近五成九最多。

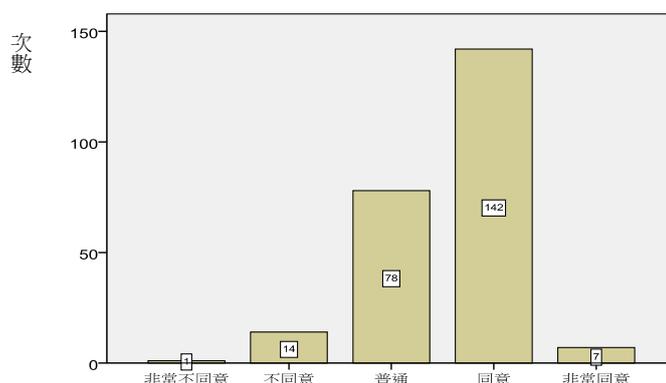


圖 4-26 如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購

表 4-27 如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購摘要表

如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購	次數	百分比
非常不同意	1	.4
不同意	14	5.8
普通	78	32.2
同意	142	58.7
非常同意	7	2.9

如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購	次數	百分比
非常不同意	1	.4
不同意	14	5.8
普通	78	32.2
同意	142	58.7
非常同意	7	2.9
總和	242	100.0

就圖 4-27 及表 4-28 顯示出不同意有 17 人，佔 7.0%，普通有 111 人，佔 45.9%，同意有 134 人，佔 55.4%，非常同意有 5 人，佔 2.1%，對於我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友感覺同意部分近五成五最多，其次普通佔四成六。

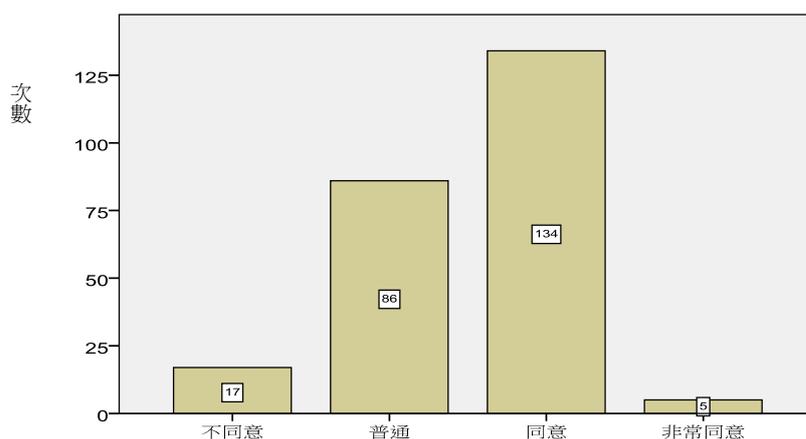


圖 4-27 我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友

表 4-28 我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友摘要表

我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友	次數	百分比
不同意	17	7.0
普通	111	45.9
同意	134	55.4
非常同意	5	2.1
總和	242	100.0

就圖 4-28 及表 4-29 顯示出不同意有 43 人，佔 17.8%，普通有 111 人，佔 45.9%，同意有 87 人，佔 36%，非常同意有 1 人，佔 0.4%，對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證感到普通佔近四成六，其次感到同意佔三成六。

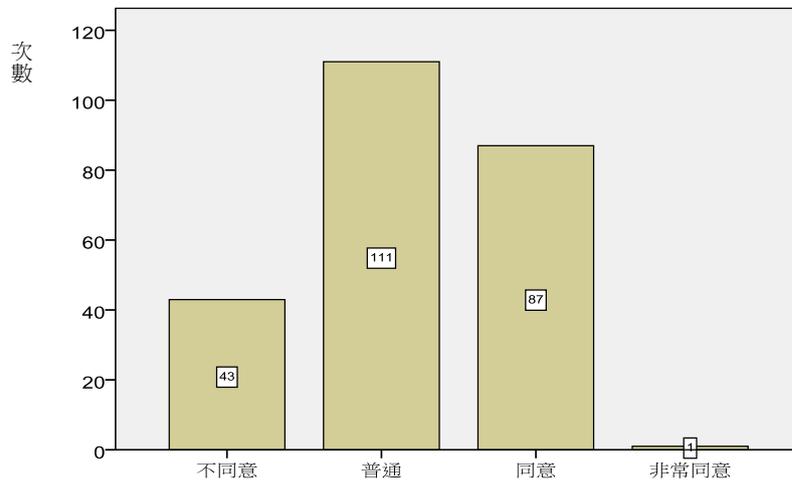


圖 4-28 對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證

表 4-29 對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證摘要表

對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證	次數	百分比
不同意	43	17.8
普通	111	45.9
同意	87	36.0
非常同意	1	.4
總和	242	100.0

此題為反向題，就圖 4-29 及表 4-30 顯示出非常同意有 1 人，佔 0.4%，同意有 45 人，佔 18.6%，普通有 99 人，佔 40.9%，不同意有 95 人，佔 39.3%，非常不同意有 2 人，佔 0.8%，對於我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡選項普通與不同意選項相當，分別為佔近四成一及三成九。

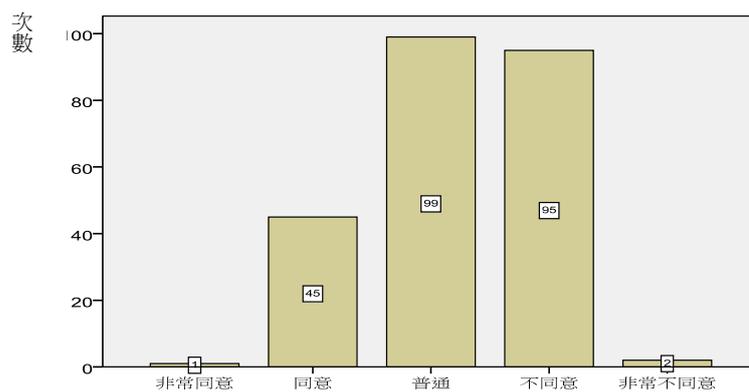


圖 4-29 我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡

表 4-30 我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡摘要表

我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡	次數	百分比
非常同意	1	.4
同意	45	18.6
普通	99	40.9
不同意	95	39.3
非常不同意	2	.8
總和	242	100.0

就圖 4-30 及表 4-31 顯示出非常不同意有 1 人，佔 0.4%，不同意有 18 人，佔 7.4%，普通有 86 人，佔 35.5%，同意有 115 人，佔 47.5%，非常同意有 22 人，佔 9.1%，對於我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式的限制選項中，同意佔四成七為最多。

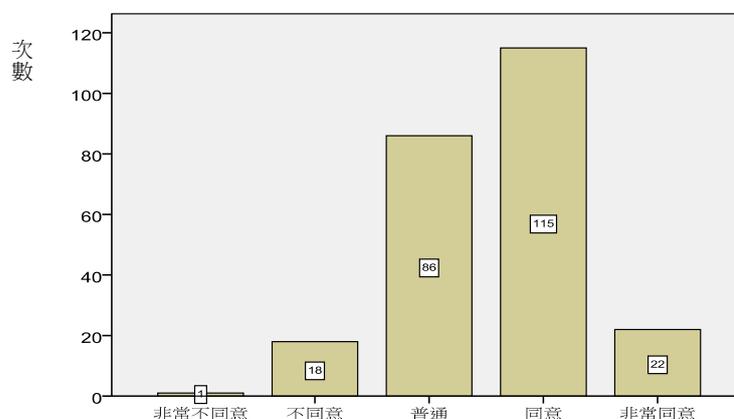


圖 4-30 我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式的限制

表 4-31 我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式的限制摘要表

我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式的限制	次數	百分比
非常不同意	1	.4
不同意	18	7.4
普通	86	35.5
同意	115	47.5
非常同意	22	9.1
總和	242	100.0

就圖 4-31 及表 4-32 顯示出非常不同意有 4 人，佔 1.7%，不同意有 13 人，佔 5.4%，普通有 102 人，佔 42.1%，同意有 118 人，佔 48.8%，非常同意有 5 人，佔 2.1%，對於我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便選項中，同意佔近四成九為最多，普通佔四成二次之。

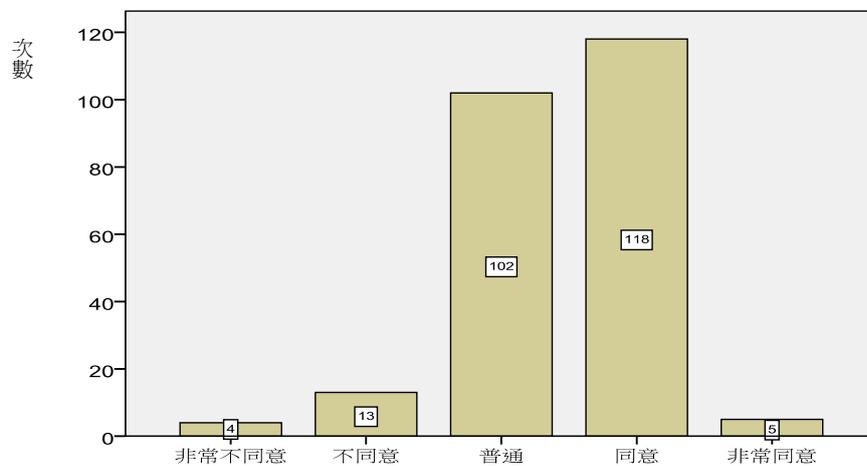


圖 4-31 我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便

表 4-32 我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便摘要表

我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便	次數	百分比
非常不同意	4	1.7
不同意	13	5.4

普通	102	42.1
同意	118	48.8
非常同意	5	2.1
總和	242	100.0

就圖 4-32 及表 4-33 顯示出非常不同意有 2 人，佔 0.8%，不同意有 25 人，佔 10.3%，普通有 133 人，佔 55%，同意有 80 人，佔 33.1%，非常同意有 2 人，佔 0.8%，對於特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同選項中，普通佔五成五為最多，其次為不同意佔三成三。

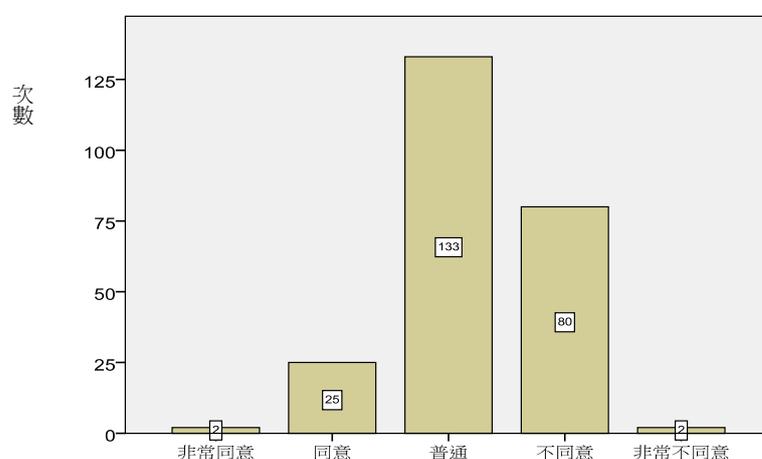


圖 4-32 特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同

表 4-33 特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同摘要表

特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同	次數	百分比
非常不同意	2	.8
不同意	25	10.3
普通	133	55.0
同意	80	33.1
非常同意	2	.8
總和	242	100.0

陸、敘述性統計分析

本研究以李克特(Likert)五尺度量表對問卷加以衡量，茲將各題目之平均數、標準差對問題的同意度、認同度進行分析如下：

一、公務人員對國民旅遊卡政策施行的重要程度調度

由表 4-34 可知，受訪者對國民旅遊卡政策施行的重要程度調查全都小於 3，意味著中央機關的公務人員對於國民旅遊政策並不完全清楚，由於問卷是以中央機關公務人員為發放對象，平均數以「約商店的價格合理」為最高的結果並不讓人意外，而平均數中「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便」為最低結果倒是出乎意外，因為以中央機關公務員大多在都會型城市服務，原認為以卡片消費的方式較容易被接受，但因為涉及領取補助費用的問題，以信用卡方式費用支出較為清楚，但卻不認為於使用上更方便公務人員領取補助費用。

表 4-34 公務人員對國民旅遊卡政策施行的重要程度調查敘述性統計

國民旅遊卡特約商店屬性認知調查題項	平均數	標準差
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便	2.12	0.577
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊	2.20	0.608
熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類	2.60	0.723
目前特約商店的據點夠普及	2.63	0.757
目前特約商店的交通位置夠便利方便	2.50	0.730
目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求	2.66	0.795
目前特約商店的行業種類夠多元性	2.66	0.769
特約商店的價格合理	2.80	0.797
特約商店的資訊很容易獲得	2.43	0.661
我可以輕易找到特約商店	2.43	0.698

二、公務人員對國民旅遊卡政策施行滿意程度調查

由表 4-35 可知，此項調查中，大部分的回答多數小於 3，可見得對於公務人員在國民旅遊卡特約商店的消費需求並不感到重視，對於在國民旅遊卡特約商店的消費與自己的消費需求亦較無直接感受。而受訪者對於「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡」平均數大於 3，但小於 3.5，此題為反向題，意味受訪者認為在於休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡是表示不同意的態度，反之，即認為受訪者仍認為對於將國民旅遊卡的消費項目運用於休假旅遊是可行的。其次，在「請超過（含）連續兩日的休假不至於影響業務」與「會利用在職休假方式領取一萬六千元的補助費用」這兩項平均數較高的結果並不讓人意外，代表受訪者在直接的業務影響上感到重要，如果涉及為消費國民旅遊卡費用而請假大多數對於影響業務是感到同意，為不影響業務，也有部分會以在職休假方式來做來消費國民旅遊卡的一種方式。

表 4-35 在國民旅遊卡特約商店的消費行為調查

在國民旅遊卡特約商店的消費需求調查題項	平均數	標準差
對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉	2.33	0.582
為請領一萬六千元補助事先排定休假旅遊日期	2.33	0.629
請超過（含）連續兩日的休假不至於影響業務	2.93	0.885
會利用在職休假方式領取一萬六千元的補助費用	2.94	0.938
為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額	2.58	0.890
會特別安排休假以使用國民旅遊卡以領取補助	2.42	0.720
為使用國民旅遊卡會事先規劃購買商品	2.45	0.699
購買特約商店商品會事先比價	2.70	0.753
如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購	2.42	0.666
我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友	2.48	0.658
對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證	2.81	0.721
我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡	3.21	0.764
我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式的限制	2.43	0.776
我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便	2.56	0.705
特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同	2.77	0.671

第二節 單因子變異數分析(One Way ANOVA)

為瞭解不同年齡、子女狀況有無、休假年資及官等等個變項在瞭解國民旅遊卡特約商店類型是否有顯著的差異，本研究以單因子變異數進行檢定，若 F 值與 P 值達顯著水準，表示存在顯著差異。

一、年齡在政策面、消費面及服務行銷面與同意程度因素的單因子變異數分析

(一)年齡在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度」

因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.726，組內的數值為 78.555，F 值為 1.037，p 值為 0.397，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二)年齡在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策面重要程度」

因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.833，組內的數值為 6.246，F 值為 1.550，p 值為 0.175，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(三)年齡在「熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度」因素

之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.581，組內的數值為 123.539，F 值為 0.986，p 值為 0.427，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(四)年齡在「對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉

的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.143，組內的數值為 80.411，F 值為 0.671，p 值為 0.646，沒有達到顯著水準，顯

示年齡在「對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(五)年齡在「為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.586，組內的數值為 92.625，F 值為 1.318，p 值為 0.257，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(六)年齡在「請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 6.150，組內的數值為 182.511，F 值為 1.591，p 值為 0.163，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(七)年齡在「會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.657，組內的數值為 208.413，F 值為 0.828，p 值為 0.531，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(八)年齡在「會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.097，組內的數值為 114.704，F 值為 1.275，p 值為 0.276，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(九)年齡在「我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.986，組內的數值為 117.704，F 值為 0.797，p 值為 0.553，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

- (十)年齡在「目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.111，組內的數值為 135.157，F 值為 1.086，p 值為 0.369，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十一)年齡在「目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.356，組內的數值為 125.144，F 值為 1.266，p 值為.279，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十二)年齡在「目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費消求的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 4.397，組內的數值為 147.818，F 值為 1.404，p 值為 0.224，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費消求的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十三)年齡在「目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 4.657，組內的數值為 137.876，F 值為 1.594，p 值為 0.162，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十四)年齡在「為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 4.869，組內的數值為 185.978，F 值為 1.236，p 值為 0.293，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十五)年齡在「為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.430，組內的數值為 121.417，F 值為 1.333，p 值為 0.251，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

- (十六)年齡在「購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.257，組內的數值為 135.321，F 值為 0.438，p 值為 0.821，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十七)年齡在「如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.536，組內的數值為 105.473，F 值為 0.687，p 值為 0.634，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十八)年齡在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.895，組內的數值為 139.932，F 值為 0.302，p 值為 0.911，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十九)年齡在「特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 4.014，組內的數值為 149.065，F 值為 1.271，p 值為 0.277，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (二十)年齡在「特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.107，組內的數值為 104.335，F 值為 0.501，p 值為 0.776，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (二十一)年齡在「我可以輕易的找到特約商店的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.109，組內的數值為 114.196，F 值為 1.285，p 值為 0.271，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「我可以輕易的找到特約商店的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

- (二十二)年齡在「我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.957，組內的數值為 102.394，F 值為 0.902，p 值為 0.480，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (二十三)年齡在「對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面同意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.296，組內的數值為 123.961，F 值為 0.493，p 值為 0.781，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (二十四)年齡在「我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 5.298，組內的數值為 139.863，F 值為 1.788，p 值為 0.116，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (二十五)年齡在「特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 4.065，組內的數值為 104.435，F 值為 1.837，p 值為 0.106，沒有達到顯著水準，顯示年齡在「特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

表 4-36 年齡在因素之單因子變異數分析摘要表

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度	1.726	78.555	5/236	1.037	.397	
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊	2.833	86.246	5/236	1.550	.175	

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
的政策重要程度						
熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度	2.581	123.539	5/236	.986	.427	
對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度	1.143	80.411	5/236	.671	.646	
為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度	2.586	92.625	5/236	1.318	.257	
請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度	6.150	182.511	5/236	1.591	.163	
會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度	3.657	208.413	5/236	.828	.531	
會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度	3.097	114.704	5/236	1.275	.276	
我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度	1.986	117.704	5/236	.797	.553	
目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度	3.111	135.157	5/236	1.086	.369	
目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度	3.356	125.144	5/236	1.266	.279	
目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求的消費面重要程度	4.397	147.818	5/236	1.404	.224	
目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度	4.657	137.876	5/236	1.594	.162	
為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度	4.869	185.978	5/236	1.236	.293	
為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度	3.430	121.417	5/236	1.333	.251	
購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度	1.257	135.321	5/236	.438	.821	

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度	1.536	105.473	5/236	.687	.634	
我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度	.895	139.932	5/236	.302	.911	
特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度	4.014	149.065	5/236	1.271	.277	
特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度	1.107	104.335	5/236	.501	.776	
我可以輕易找到特約商店的服務行銷面重要程度	3.109	114.196	5/236	1.285	.271	
我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度	1.957	102.394	5/236	.902	.480	
對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面滿意程度	1.296	123.961	5/236	.493	.781	
我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度	5.298	139.863	5/236	1.788	.116	
特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度	4.065	104.435	5/236	1.837	.106	

*p<0.05

二、子女狀況的有無在政策面、消費面及服務行銷面與同意程度因素的單因子變異數分析

(一)子女狀況的有無在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.893，組內的數值為 79.387，F 值為 2.701，p 值為 0.102，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二)子女狀況的有無在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政

策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.968，組內的數值為 88.111，F 值為 2.635，p 值為 0.106，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(三)子女狀況的有無在「熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.535，組內的數值為 124.585，F 值為 2.957，p 值為 0.087，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(四)子女狀況的有無在「對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.045，組內的數值為 81.509，F 值為 0.133，p 值為 0.716，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(五)子女狀況的有無在「為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.219，組內的數值為 138.050，F 值為 0.380，p 值為 0.538，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(六)子女狀況的有無在「請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.467，組內的數值為 128.033，F 值為 0.875，p 值為 0.350，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(七)子女狀況的有無在「會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.908，組內的數值

為 150.307，F 值為 3.046，p 值為 0.082，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(八)子女狀況的有無在「會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.111，組內的數值為 142.422，F 值為 0.187，p 值為 0.666，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(九)子女狀況的有無在「我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.253，組內的數值為 149.826，F 值為 5.210，p 值為 0.023*，達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」的認知，達到顯著差異。

(十)子女狀況的有無在「目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.611，組內的數值為 103.831，F 值為 3.724，p 值為 0.055，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(十一)子女狀況的有無在「目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.818，組內的數值為 116.488，F 值為 1.686，p 值為 0.195，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(十二)子女狀況的有無在「目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.015，組內的數值為 95.196，F 值為 0.037，p 值為 0.848，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求的消費

面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(十三)子女狀況的有無在「目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.239，組內的數值為 186.422，F 值為 2.883，p 值為 0.091，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(十四)子女狀況的有無在「為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.163，組內的數值為 211.907，F 值為 0.185，p 值為 0.667，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(十五)子女狀況的有無在「為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 5.852，組內的數值為 111.950，F 值為 12.545，p 值為 0.000***，達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度」的認知，達到顯著差異。

(十六)子女狀況的有無在「購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.978，組內的數值為 116.712，F 值為 6.123，p 值為 0.014*，達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度」的認知，達到顯著差異。

(十七)子女狀況的有無在「如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.214，組內的數值為 190.633，F 值為 0.270，p 值為 0.604，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(十八)子女狀況的有無在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.422，組內的數值

為 122.425，F 值為 4.748，p 值為 0.030*，達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度」的認知，達到顯著差異。

(十九)子女狀況的有無在「特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.001，組內的數值為 136.578，F 值為 0.001，p 值為 0.971，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十)子女狀況的有無在「特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.416，組內的數值為 106.592，F 值為 0.936，p 值為 0.334，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十一)子女狀況的有無在「我可以輕易找到特約商店的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.630，組內的數值為 140.196，F 值為 1.079，p 值為 0.300，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「我可以輕易找到特約商店的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十二)子女狀況的有無在「我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.919，組內的數值為 103.432，F 值為 2.133，p 值為 0.145，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十三)子女狀況的有無在「對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.269，組內的數值為 124.988，F 值為 0.516，p 值為 0.473，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十四)子女狀況的有無在「我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.683，組內的數值為 144.478，F 值為 1.135，p 值為 0.288，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十五)子女狀況的有無在「特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.141，組內的數值為 107.359，F 值為 2.552，p 值為 0.112，沒有達到顯著水準，顯示子女狀況的有無在「特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

表 4-37 子女狀況的有無在因素之單因子變異數分析摘要表

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度	.893	79.387	1/240	2.701	.102	
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策重要程度	.968	88.111	1/240	2.635	.106	
熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度	1.535	124.585	1/240	2.957	.087	
對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度	.045	81.509	1/240	.133	.716	
為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度	.219	138.050	1/240	.380	.538	
請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度	.467	128.033	1/240	.875	.350	
會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度	1.908	150.307	1/240	3.046	.082	

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度	.111	142.422	1/240	.187	.666	
我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度	3.253	149.826	1/240	5.210	.023*	有>無
目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度	1.611	103.831	1/240	3.724	.055	
目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度	.818	116.488	1/240	1.686	.195	
目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求的消費面重要程度	.015	95.196	1/240	.037	.848	
目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度	2.239	186.422	1/240	2.883	.091	
為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度	.163	211.907	1/240	.185	.667	
為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度	5.852	111.950	1/240	12.545	.000***	有>無
購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度	2.978	116.712	1/240	6.123	.014*	無>有
如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度	.214	190.633	1/240	.270	.604	
我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度	2.422	122.425	1/240	4.748	.030*	有>無
特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度	.001	136.578	1/240	.001	.971	
特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度	.416	106.592	1/240	.936	.334	
我可以輕易找到特約商店的服務行銷面重要程度	.630	140.196	1/240	1.079	.300	
我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度	.919	103.432	1/240	2.133	.145	
對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務	.269	124.988	1/240	.516	.473	

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
行銷面滿意程度						
我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度	.683	144.478	1/240	1.135	.288	
特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度	1.141	107.359	1/240	2.552	.112	

*p<0.05, **P<.01, ***<.001

三、最高學歷在政策面、消費面及服務行銷面與同意程度因素的單因子變異數分析

(一)最高學歷在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.106，組內的數值為 80.175，F 值為 0.157，p 值為 0.855，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二)最高學歷在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.391，組內的數值為 88.687，F 值為 0.527，p 值為 0.591，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(三)最高學歷在「熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.072，組內的數值為 126.048，F 值為 0.068，p 值為 0.934，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(四)最高學歷在「對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為

0.297，組內的數值為 81.257，F 值為 0.437，p 值為 0.647，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(五)最高學歷在「為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.357，組內的數值為 135.912，F 值為 2.072，p 值為 0.128，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(六)最高學歷在「請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.167，組內的數值為 127.333，F 值為 1.096，p 值為 0.336，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(七)最高學歷在「會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 4.321，組內的數值為 147.894，F 值為 3.492，p 值為 0.032*，達到顯著水準，顯示最高學歷在「會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度」的認知，達到顯著差異。

(八)最高學歷在「會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.181，組內的數值為 140.352，F 值為 1.857，p 值為 0.158，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(九)最高學歷在「我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 6.065，組內的數值為 147.013，F 值為 4.930，p 值為 0.008**，達到顯著水準，顯示最高學歷在「我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」的認知，

達到顯著差異。

- (十)最高學歷在「目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.388，組內的數值為 102.054，F 值為 3.967，p 值為 0.020*，達到顯著水準，顯示最高學歷在「目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度」的認知，達到顯著差異。
- (十一)最高學歷在「目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 5.034，組內的數值為 112.272，F 值為 5.358，p 值為 0.005**，達到顯著水準，顯示最高學歷在「目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度」的認知，達到顯著差異。
- (十二)最高學歷在「目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費消求的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.871，組內的數值為 93.340，F 值為 2.395，p 值為 0.093，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費消求的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十三)最高學歷在「目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.207，組內的數值為 187.454，F 值為 0.769，p 值為 0.464，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十四)最高學歷在「為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.680，組內的數值為 211.390，F 值為 0.384，p 值為 0.681，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十五)最高學歷在「為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.696，組內的數值為 117.106，F 值為 0.710，p 值為 0.493，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「為使用國

- 民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十六)最高學歷在「購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.705，組內的數值為 118.985，F 值為 0.708，p 值為 0.494，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十七)最高學歷在「如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.005，組內的數值為 190.842，F 值為 0.003，p 值為 0.997，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十八)最高學歷在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.045，組內的數值為 122.802，F 值為 1.990，p 值為 0.139，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十九)最高學歷在「特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.521，組內的數值為 135.057，F 值為 1.346，p 值為 0.262，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (二十)最高學歷在「特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.976，組內的數值為 106.033，F 值為 1.100，p 值為 0.335，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (二十一)最高學歷在「我可以輕易找到特約商店的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.189，組內的數值為 138.637，F 值為 1.887，p 值為 0.154，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「我可以輕易

找到特約商店的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十二)最高學歷在「我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 4.203，組內的數值為 100.149，F 值為 5.015，p 值為 0.007**，達到顯著水準，顯示最高學歷在「我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度」的認知，達到顯著差異。

(二十三)最高學歷在「對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.323，組內的數值為 123.933，F 值為 1.276，p 值為 0.281，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十四)最高學歷在「我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.525，組內的數值為 142.636，F 值為 2.115，p 值為 0.123，沒有達到顯著水準，顯示最高學歷在「我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十五)最高學歷在「特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.913，組內的數值為 105.587，F 值為 3.296，p 值為 0.039*，達到顯著水準，顯示最高學歷在「特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度」的認知，達到顯著差異。

表 4-38 最高學歷在因素之單因子變異數分析摘要表

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度	.106	80.175	2/239	.157	.855	

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策重要程度	.391	88.687	2/239	.527	.591	
熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度	.072	126.048	2/239	.068	.934	
對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度	.297	81.257	2/239	.437	.647	
為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度	2.357	135.912	2/239	2.072	.128	
請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度	1.167	127.333	2/239	1.096	.336	
會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度	4.321	147.894	2/239	3.492	.032*	碩士以上>高中
會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度	2.181	140.352	2/239	1.857	.158	
我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度	6.065	147.013	2/239	4.930	.008**	大學>碩士以上
目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度	3.388	102.054	2/239	3.967	.020*	大學>高中
目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度	5.034	112.272	2/239	5.358	.005**	大學>高中
目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求的消費面重要程度	1.871	93.340	2/239	2.395	.093	
目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度	1.207	187.454	2/239	.769	.464	
為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度	.680	211.390	2/239	.384	.681	
為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度	.696	117.106	2/239	.710	.493	

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度	.705	118.985	2/239	.708	.494	
如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度	.005	190.842	2/239	.003	.997	
我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度	2.045	122.802	2/239	1.990	.139	
特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度	1.521	135.057	2/239	1.346	.262	
特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度	.976	106.033	2/239	1.100	.335	
我可以輕易找到特約商店的服務行銷面重要程度	2.189	138.637	2/239	1.887	.154	
我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度	4.203	100.149	2/239	5.015	.007**	大學>碩士以上
對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面滿意程度	1.323	123.933	2/239	1.276	.281	
我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度	2.525	142.636	2/239	2.115	.123	
特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度	2.913	105.587	2/239	3.296	.039*	大學>高中

*p<0.05, **P<.01, ***<.001

四、休假年資在政策面、消費面及服務行銷面與同意程度因素的單因子變異數分析

(一)休假年資在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.788，組內的數值為 77.493，F 值為 2.131，p 值為 0.078，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面同意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二)休假年資在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策面重

要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.163，組內的數值為 86.915，F 值為 1.475，p 值為 0.211，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策面同意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(三)休假年資在「熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.778，組內的數值為 124.342，F 值為 0.847，p 值為 0.496，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(四)休假年資在「對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 5.990，組內的數值為 75.564，F 值為 4.697，p 值為 0.001***，達到顯著水準，顯示休假年資在「對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度」的認知，達到顯著差異。

(五)休假年資在「為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.943，組內的數值為 137.325，F 值為 0.407，p 值為 0.804，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(六)休假年資在「請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.719，組內的數值為 126.781，F 值為 0.803，p 值為 0.524，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(七)休假年資在「會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.511，組內的數值為 151.704，F 值為 0.200，p 值為 0.938，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在

「會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(八) 休假年資在「會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.834，組內的數值為 140.700，F 值為 0.772，p 值為 0.544，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(九) 休假年資在「我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.752，組內的數值為 149.327，F 值為 1.489，p 值為 0.206，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(十) 休假年資在「目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.639，組內的數值為 103.803，F 值為 0.936，p 值為 0.444，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(十一) 休假年資在「目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.414，組內的數值為 114.892，F 值為 1.245，p 值為 0.293，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(十二) 休假年資在「目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.317，組內的數值為 92.894，F 值為 1.478，p 值為 0.210，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「目前特約商店的數量已能滿足個人的休假消費需求的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

- (十三) 休假年資在「目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 7.044，組內的數值為 181.617，F 值為 2.298，p 值為 0.060，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「目前特約商店的行業種類夠多元的消費面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十四) 休假年資在「為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 6.355，組內的數值為 205.716，F 值為 1.830，p 值為 0.124，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十五) 休假年資在「為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.937，組內的數值為 113.865，F 值為 2.049，p 值為 0.088，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「為使用國民旅遊卡先規劃購買商品的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十六) 休假年資在「購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.983，組內的數值為 117.708，F 值為 0.998，p 值為 0.409，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「購買特約商店商品會事先比價的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十七) 休假年資在「如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 4.845，組內的數值為 186.002，F 值為 1.543，p 值為 0.190，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購的消費面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。
- (十八) 休假年資在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 5.972，組內的數值為 118.875，F 值為 2.976，p 值為 0.020*，達到顯著水準，顯示休假年資在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度」的認知，達到

顯著差異。

(十九) 休假年資在「特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 0.954，組內的數值為 135.625，F 值為 0.417，p 值為 0.797，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「特約商店的價格合理的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十) 休假年資在「特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.141，組內的數值為 104.867，F 值為 1.210，p 值為 0.307，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「特約商店的資訊很容易獲得的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十一) 休假年資在「我可以輕易找到特約商店的服務行銷面重要程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 1.017，組內的數值為 139.810，F 值為 0.431，p 值為 0.786，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「我可以輕易找到特約商店的服務行銷面重要程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十二) 休假年資在「我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 2.949，組內的數值為 101.402，F 值為 1.723，p 值為 0.146，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十三) 休假年資在「對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.550，組內的數值為 121.706，F 值為 1.728，p 值為 0.144，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十四) 休假年資在「我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.641，組內的數值為 141.521，F 值為 1.524，p 值為 0.196，沒有達到顯著水準，顯示休假

年資在「我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式限式的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

(二十五) 休假年資在「特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度」因素之單因子變異數分析的結果組間之數值為 3.810，組內的數值為 104.690，F 值為 2.156，p 值為 0.075，沒有達到顯著水準，顯示休假年資在「特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度」的認知，沒有達到顯著差異。

表 4-39 休假年資在因素之單因子變異數分析摘要表

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更方便的政策面重要程度	2.788	77.493	4/237	2.131	.078	
以刷卡消費方式較檢據核銷領取補助費用更能防弊的政策重要程度	2.163	86.915	4/237	1.475	.211	
熟知國民旅遊卡特約商店業別及細項分類的政策面重要程度	1.778	124.342	4/237	.847	.496	
對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度	5.990	75.564	4/237	4.697	.001***	14-21 天>7 天以下
為請領一萬六千元補助事先排定休的政策面滿意程度	.943	137.325	4/237	.407	.804	
請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務的政策面滿意程度	1.719	126.781	4/237	.803	.524	
會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度	.511	151.704	4/237	.200	.938	
會特別安排休假以使用國民旅遊卡領取費用的政策面滿意程度	1.834	140.700	4/237	.772	.544	

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的 政策面滿意程度	3.752	149.327	4/237	1.489	.206	
目前特約商店的據點夠普 及的消費面重要程度	1.639	103.803	4/237	.936	.444	
目前特約商店的交通位置 夠便利方便的消費面重要 程度	2.414	114.892	4/237	1.245	.293	
目前特約商店的數量已能 滿足個人的休假消費消求 的消費面重要程度	2.317	92.894	4/237	1.478	.210	
目前特約商店的行業種類 夠多元的消費面重要程度	7.044	181.617	4/237	2.298	.060	
為湊滿一萬六千元而購買 不需要的商品以補足差額 的消費面滿意程度	6.355	205.716	4/237	1.830	.124	
為使用國民旅遊卡先規劃 購買商品的消費面滿意程 度	3.937	113.865	4/237	2.049	.088	
購買特約商店商品會事先 比價的消費面滿意程度	1.983	117.708	4/237	.998	.409	
如欲消費同樣產品會特別 至特約商店刷卡選購的消 費面滿意程度	4.845	186.002	4/237	1.543	.190	
我的休假旅遊消費項目無 法使用國民旅遊卡的消費 面滿意程度	5.972	118.875	4/237	2.976	.020*	21-28天 >30天
特約商店的價格合理的服 務行銷面重要程度	.954	135.625	4/237	.417	.797	
特約商店的資訊很容易獲 得的服務行銷面重要程度	2.141	104.867	4/237	1.210	.307	
我可以輕易找到特約商店 的服務行銷面重要程度	1.017	139.810	4/237	.431	.786	
我願意將購買過商品的特 約商店推薦給親友的服務 行銷面滿意程度	2.949	101.402	4/237	1.723	.146	
對於申請國民旅遊卡的商 家商品品質有保證的服務 行銷面滿意程度	3.550	121.706	4/237	1.728	.144	
我認為國民旅遊卡的使用 不應有任何形式限式的服	3.641	141.521	4/237	1.524	.196	

變數	組間	組內	組間/組內自由度	F 值	顯著性	比較
務行銷面滿意程度						
特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度	3.810	104.690	4/237	2.156	.075	

*p<0.05, **P<.01, ***<.001

第三節 本章小結

本章係根據本研究之目的與研究假設進行分析，首先先針對本次問卷回收樣本進行描述性分析，其次則分別針對本研究各個變項之現況描述與分析，藉以說明本研究各變項之間的關係，並回答本研究之研究假設。

有關本研究各變項之關係，筆者以本研究之研究假設驗證說明，而有關本研究假設之驗證，主要可歸納如下表 4-40：

表 4-40 研究假設驗證結果表

研究假設	研究發現	驗證結果
假設 1-1：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面重要程度因素有顯著差異。		不成立
假設 1-2：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面重要程度因素有顯著差異。		不成立
假設 1-3：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面重要程度因素有顯著差異。		不成立
假設 1-4：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素有顯著差異。		不成立
假設 1-5：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面滿意程度因素有顯著差異。		不成立
假設 1-6：年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面滿意程度因素有顯著差異。		不成立
假設 2-1：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面重要程度因素有顯著差異。		不成立

研究假設	研究發現	驗證結果
假設 2-2：子女狀況的有無年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面重要程度因素有顯著差異。		不成立
假設 2-3：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面重要程度因素有顯著差異。		不成立
假設 2-4：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素有顯著差異。	有子女的公務人員在「我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」高於無子女的公務人員	部分成立
假設 2-5：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面滿意程度因素有顯著差異。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 有子女的公務人員在「為使用國民旅遊卡會事先規劃購買商品的消費面滿意程度」高於無子女的公務人員 2. 無子女的公務人員在「購買特約商店商品會事比價的消費面滿意程度」高於有子女的公務人員 3. 有子女的公務人員在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費面滿意程度」高於無子女的公務人員 	部分成立
假設 2-6：子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面滿意程度因素有顯著差異。		不成立
假設 3-1：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面重要程度因素有顯著差異。		不成立
假設 3-2：最高學歷年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面重要程度因素有顯著差異。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大學(含專科)以上學歷的公務人員在「目前特約商店的據點夠普及的消費面重要程度」高於高中(職)學歷的公務人員。 2. 大學(含專科)以上學歷的公務人員在「目前特約商店的交通位置夠便利方便的消費面重要程度」高於高 	部分成立

研究假設	研究發現	驗證結果
	中(職)學歷的公務人員。	
假設 3-3：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面重要程度因素有顯著差異。		不成立
假設 3-4：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素有顯著差異。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 研究所(含)以上學歷的公務人員在「會利用在職休假方式領取一萬六千元補助費用的政策面滿意程度」高於高中(職)學歷的公務人員 2. 大學(含專科)以上學歷的公務人員在「我覺得使用檢核系列印休假補助費申請書很方便的政策面滿意程度」高於研究所(含)以上學歷的公務人員。 	部分成立
假設 3-5：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面滿意程度因素有顯著差異。		不成立
假設 3-6：最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面滿意程度因素有顯著差異。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大學(含專科)以上學歷的公務人員在「我願意將購買過的特約商店推薦給親友的服務行銷面滿意程度」高於研究所(含)以上學歷的公務人員。 2. 大學(含專科)以上學歷的公務人員在「特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相關的服務行銷面滿意程度」高於高中(職)學歷的公務人員 	部分成立
假設 4-1：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面重要程度因素有顯著差異。	休假年資為 14-21 天的公務人員在「對於刷卡領取補助費用方式分為加倍補助與核實補助的條件皆很熟悉的政策面重要程度」高於休假年資 7 天(含以下)的公務人員	部分成立
假設 4-2：休假年資年齡對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面重要程度因素有顯著差異。		不成立

研究假設	研究發現	驗證結果
假設 4-3：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面重要程度因素有顯著差異。		不成立
假設 4-4：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素有顯著差異。		不成立
假設 4-5：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的消費面滿意程度因素有顯著差異。	休假年資為 21-28 天的公務人員在「我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡的消費滿意程度」高於休假年資 30 天的公務人員	部分成立
假設 4-6：休假年資對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的服務行銷面滿意程度因素有顯著差異。		不成立

第五章 結論與建議

本研究主要在探討行政院及其所屬機關公務人員使用國民旅遊卡於特約商店消費之特性，目前在利用消費者購買決策變項、對於國民旅遊卡政策熟悉與否、國民旅遊卡使用限制變數分析國民旅遊卡特約商店消費者的特性，進而瞭解不同特性之消費者在購買消費行為及購後態度上的差異、特約商店市場與購買行為及消費行為之關係。

第一節 研究結論與發現

公務人員各項特性的分析：本研究實證結果得知，行政院及其所屬機關公務人員回答性別中以女性佔居多，年齡以 26-33 歲居多，婚姻為已婚佔最多數，子女狀況為無佔最多數，個人旅遊交通工具為大眾運輸系統為最多數，最高學歷以大學（含專科）居多佔 65.3%、學歷以研究所（含）以上佔 28.5%、高中（職）佔 6.2%；休假年資以 30 天為最多數，官等以薦任佔最多數。

壹、公務人員對使用國民旅遊卡的使用認知程度如何？

由於本部分皆為是以複選題選填的方式，而受訪者可能會勾選一個以上的選項，因此在統計的計算上以各選項中最多數為主，本細目問題主要的意義與重要性是在探討公務人員在對於國民旅遊卡是否熟知使用限制、範圍及各項規範，為詳細敘述，茲列點敘述如下：

- 一、從本研究之分析中得知，對於政策的相關內容及規定由同事告知佔最多數，依次才是由報紙、網路或電視媒體及從機關文宣中得知。
- 二、在公務人員如何得知特約商店管道部分，以網路（透過國民旅遊卡網站）得知佔最多數，換句話說，目前網路已是廣泛得知訊息的通路，對於特約商

店的管道已多由網路查詢得知，但對於實際瞭解如何使用消費的部分，卻仍以透過同事口耳相聞的方式獲取；換句話說，政府在實施本政策時，並沒有以直接管道讓國民旅遊卡使用限制、範圍及各項規範等資訊讓實際使用者得知，以此部分而言，在公務人員使用國民旅遊卡的認知程度上仍有加強部分。

三、而在瞭解公務人員使用國民旅遊卡實際狀況的消費面分析中，其中以從曾使用過國民旅遊卡消費項目，是以餐飲、住宿及商圈購物為比例最高的前三項，其次才是交通，但原政策原規劃提升國內觀光的目的，與實際參加旅遊行程在自行規劃及旅行社套裝部分僅佔四成及一成不到，並不完全達到提升國內觀光的目的，但無法認定該消費是以國內觀光的方式進行。

四、在認為國民旅遊卡規定是妥當的，以「對於限制僅能在國內補助的部分及休假補助費最高為一萬六千元是妥當的同意的比例是最高的，而無珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業等十三類特約商店比例僅佔一成最為低。但如以反項問法來詢問，公務人員認為國民旅遊卡措施是不妥當的部分，則以在「特約商店」消費認為是不妥當的比例最高。

五、在「我覺得最重要的休假日安排」中，選擇自由安排者為最多數，其次才為例假日（或連續假期）前後日、最少為周一到周五之間（非例假日），對於本政策原規劃鼓勵公務人員於非例假日的周一至周五從國內休假以刺激國內消費，但本研究得出除以自由安排休假日外，其餘大多數的公務員多喜歡採連續休假的方式，雖政策已調整變更為跨休假日前一日必須有休假和於旅宿業消費，則例假日期間所有在特約商店消費皆可補助。此一做法雖有改善，卻未考量公務人員的實際需求。

六、在「請超過(含)連續兩日的休假不至於影響業務」的題項中，仍有近二成七認為仍會影響，經文獻檢視時即可得知公務人員會考量周一至周五需考量業

務繁忙或職務代理需求的條件中，因此無法真正將工作放下，甚至於在子女有無的公務人員在考量周一至周五休假也有差別，都會影響到公務人員對國民旅遊卡政策的認知。

以上可知國民旅遊卡政策在制定時對於實際使用者並未顧及其消費需求，而實際在執行時，雖然公務人員認為在國內消費以獲得補助的政策是妥適的，但是在消費的商品上卻被侷限了，並認為使用上不應規定只於特約商店消費使用，但卻可限定消費的類別，本研究於文獻檢閱時，提有本政策歷經多次修正，但對於在「特約商店」消費的方式卻從未更動，經本研究發現原設定於「特約商店」刷卡消費的方式仍有檢討必要。

貳、公務人員實際使用國民旅遊卡於特約商店刷卡的情況如何？

本部分的意義與重要性是在瞭解公務人員使用國民旅遊卡於特約商店使用的狀況，在以公務人員對國民旅遊卡政策施行的重要程度消費面中，不論是對於目前特約商店的據點夠普及、交通位置夠便利方便、數量已滿足個人的休假消費需求及行業種類夠多元性等題項，相關結果分述如下：

- 一、對於目前特約商店的設置，對於實際使用者而言，同意以上者皆佔最多數。
- 二、對於國民旅遊卡政策施行滿意程度調查中，在事先規劃購買商品、事先比價與一般消費者的消費情形相同，大多數都同意此一作法。
- 三、而在消費時會採特別至特約商店刷卡選購及為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差價領取補助部分，在文獻檢閱過程得知，於消費時為領取補助會特別至特約商店刷卡選購，而且也會購買不需要商品以補足差額領據補助上，雖購買商品未必為本身所需，但基於「消耗預算」的心態，大多會另選購非原設定的消費，與問卷調查結果相符。
- 四、認為特約商店資訊很容易獲得及輕易找到特約商店的部分，感到同意者佔

大多數。

五、對於特約商店得知的管道，不論是何種管道得知，皆表示目前特約商店的存在已經讓很多公務人員習慣此種消費習慣，由一開始的到特約商店使用國民旅遊卡消費到事後利用檢核系統列印休假補助費申請書，已經讓公務人員養成習慣，對於即將邁入第 10 年的政策，雖歷經多次調整，但公務人員似乎也很熟悉此種領取補助方式，本研究中可得知標準作業流程已經讓本政策順利上軌道，對於申請加入特約商店的商家，除可增加廣告行銷露出的方式外，也讓商家多一種宣傳的機會。

六、在「我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友」，雖本題項不限於推薦給公務人員，但在此選項上，選擇同意者亦佔大多數，可見得對於商家而言，應為利大於弊，惟本研究並未調查至特約商店的商家，因此無法得知商家的真正想法。

七、對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證的題項，以普通佔最大多數。

八、而在特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同的題項，也認為普通佔大多數，究其原因，乃特約商店仍為一般商家，因此在商品品質部分與一般標準相同，在品質上並不會有特別的優劣情況產生，而服務態度也不會有差異的情況出現。

綜上可知，以公務人員實際使用國民旅遊卡於特約商店刷卡的情況而言，特約商店設置的情況已成規制，目前本政策已施行多年，對於一連貫的標準作業流程也已被公務人員所接受並執行中，然而少數公務人員也認為國民旅遊卡政策費用補助是應該被充分運用，至於消費何種商品就不是唯一考量的部分。

參、公務人員使用國民旅遊卡的消費行為現況，對其使用認知程度有顯著差異為何？

本部分的主要意義與重要性是在瞭解公務人員消費行為現況，以獲知使用國民

旅遊卡的認知程度情形，故本細目問題係以單因子變數方式進行分析，相關說明如下：

- 一、根據本研究實證結果發現，對於休假年資在國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面重要程度因素及消費面滿意程度因素有顯著差異，即公務人員休假年資長短會影響到使用者的消費情況。
- 二、在最高學歷對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素、消費面重要程度因素及服務行銷面滿意程度因素皆有顯著差異，換言之，對於政策上的消費現況與最高學歷的層級有所關聯，最高學歷為大學(含專科)以上學歷者在使用國民旅遊卡的消費行為認知程度皆較其他學歷者大。
- 三、在子女狀況的有無對國民旅遊卡政策施行時所考量各項屬性的政策面滿意程度因素及施行滿意程度消費面因素有顯著差異，換句話說，子女的有無狀況對於在使用國民旅遊卡的認知程度有差距。

第二節 建議

對於使用國民旅遊卡的公務員而言，因受到國民旅遊卡使用的限制，對於一萬六千元的補助往往都會加以善用，無論採取何種管道得知特約商店，大多數的公務人員都會事前做準備，希望藉此能購買到真正需要的東西。而在本研究中僅提出幾點建議如下：

壹、機關文宣的管道改善

從公務人員如何得知特約商店管道部分，研究可知多以網路（透過國民旅遊卡網站）得知佔最多數，在資訊發達的現在，網路使用已經成為必備的工具，對於傳統的機關文宣管道是否無法達到傳遞訊息的直接管道，或許可做些調整，如將訊息放置於機關內部網站宣傳，或是以電子郵件方式，讓更多人知道有哪些類別，甚至

提供查詢特約網站的連結，使用國民旅遊卡的公務員在上網之餘，能了解特約商店的經營型態與優惠折扣等，除消費者間口碑宣傳外，讓公務員願意再度到同一特約商店消費，製造觀光產業商機。

貳、非侷限於特約商店刷卡消費，放寬核准補助店家

既然國民旅遊卡為信用卡性質，對於商家必須經過申請才能成為合格特約商店的標準似乎多此一舉，筆者曾親自購買商品前詢問是否為特約商店，業者回答有沒有加入業績似乎沒啥差別，且有些銷售人員甚至不清楚何為國民旅遊卡特約商店。由此可知，本政策既然已限定消費項目及類別，僅需就規範內的商品購買即可，若限定某些特定商家，不但有圖利特定商家的嫌疑，更造成公務人員及特約商店的困擾。

參、限制旅遊以外消費的補助比例

本研究中發現，除顯示與自身迫切需求的消費項目比較獲得青睞外，在商圈購物也能顯示消費者的消費自主性，而參加旅遊行程在自行規劃及旅行社套裝部分僅佔四成及一成不到，由此統計得知公務員仍傾向能直接獲得消費需求滿足的方式為優先，但並不完全達成政府為提升國內觀光的目的所制定的措施。本研究以中央機關公務人員為例，由於生活大都位在交通發達的都市型區域，因此在特約商店的選擇上比例也較多，加上公務業務繁重及不願勞煩其他同仁，因此固然有休假也都不敢請，很多為了一萬六千元的補助費用，不是只請半天休假刷卡去，就是即便休假了仍是在營辦公，直到下班後才急忙跑去某些特約商店刷卡，以符合補助的標示，這種情形反倒形成消耗預算的不良情形。因此，建議是否應在旅遊相關以外的消費予以限制比例，讓公務人員能藉由國民旅遊卡提升國內觀光的方式。

肆、對國民旅遊卡主管機關建議

對於本政策自施行以來即受到不少質疑與阻礙因素，圖中也歷經多次變動，對

於逐步放寬的措施，公務人員大多深感認同，但不妨於擬定國民旅遊卡相關政策與措施時，就應多徵求公務人員的意見，並提供完整的配套措施，才不至於一改再改，造成政策反覆修改，重新適應新修正措施。如能研擬符合大眾需求之政策，加強使用者之恫程度，減少認知的差距，也更能降低實行國民旅遊卡之阻礙，更增加滿意程度。

伍、對後續研究建議

本研究僅針對行政院及其所屬機關公務人員進行研究，取樣上多以中央機關的公務人員為主要考量，未來後續研究可以進行較為基層公務人員的需要考量為依據，又或可進行不同的消費型態、不同的消費行為進行研究，也可以進行台灣不同地區的比較，也可針對各層面進行不同的調查，提供更多的訊息讓國民旅遊卡政策更加完備。

參考文獻

中文資料

A. 專書

1. 李允傑、丘昌泰(2009)。政策執行與評估。臺北：元照出版公司。
2. 林水波、張世賢(2007)。公共政策。臺北：五南圖書出版公司。
3. 邱皓政(2006)。量化研究與統計分析。臺北：五南圖書出版公司。
4. 吳定(2006)。公共政策辭典。臺北：五南圖書出版公司。
5. 吳定(2005)。公共政策辭典(三版)。台北：五南圖書。
6. 蔡祈賢(2003)。公務福利制度。台北：商鼎文化出版社。
7. 吳定(2003)。公共政策。台北：國立空中大學。
8. 邱皓政(2002)。量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析。
台北：五南圖書。
9. 鄧勝梁、許紹李、張庚森合著（2003）。行銷管理：理論與策略。台北：五南圖書。
10. 林建煌（2002）。消費者行為。台北：智勝文化事業有限公司。
11. 謝文雀（2001）。消費者行為(九版)。台北：華泰書局。
12. 郭靜晃(2001)。心理學。台北：揚智出版。
13. 丘昌泰(2000)。公共政策基礎篇。台北：巨流出版公司。
14. 榮泰生(1999)。消費者行為。台北：五南圖書。
15. 吳青松(1998)。現代行銷學—國際性視野。台北：智勝文化事業有限公司。
16. 徐光國(1996)。社會心理學。台北：五南圖書。
17. 俞文釗(1996)。管理心理學。台北：五南圖書。
18. 林靈宏(1994)。消費行為學。台北：五南圖書。
19. 王餘厚著(1993)。人事名詞釋義。台北：一成出版。

20. 張春興著(1982)。張氏心理學辭典。台北：東華書局。
21. 張春興著(1982)。心理學概要。台北：東華書局。

B. 期刊

1. 林士彥、陳冠仰(2007)。國民旅遊卡特約商店服務品質之研究。服務業管理評論，3卷1期，頁1-41。
2. 陳恆鈞、許文壽(2005)。「公務人員持用國民旅遊卡」政策成效之探討。研習論壇，60期，頁8-22。
3. 呂育誠(2004)。論「國民旅遊卡」政策與公務人員士氣激勵。中國人事行政學會會刊，147期，頁6-16。
4. 陳美伶(2004)。詐欺罪與貪汙罪之比較—以國民旅遊卡假消費真報銷為例。標準與檢驗，63期，頁93-105。
5. 陳朝政(2003)。國民旅遊卡政策之分析。國家政策論壇，92卷夏，頁292-297。
6. 劉宜君(2003)。「看我七十二變」--由國民旅遊卡事件談政府的決策風格。國家政策論壇，92卷冬，頁39-42。
7. 吳玲芳(1998)。公務人員請假規定及實務。公務人員月刊，20期，頁12-21。
8. 銓敘部法規司(1998)。公務人員請假規則修正芻議。公務人員月刊，20期，頁4-11。
9. 王順民(1993)。社會性需求再探。社區發展季刊，62，頁68-72。

C. 報紙

1. 李順德，2010年3月2日，〈刺激觀光？國旅卡政策走調〉，聯合報，A3版。
2. 洪肇君，2010年3月2日，〈選戰傳真 蕭美琴：全縣商家適用國旅卡〉，聯合報，B1版。
3. 蔡維斌，2009年4月3日，〈虎尾鬧區爭取設置形象商圈中山路、中正路商店林立申請國旅卡特約店無下文縣府：須先成立商圈可從統一市招做起〉，

- 聯合報，C2 版。
4. 許玉君，2008 年 12 月 19 日，〈再放寬 買書逛故宮國旅卡嘛ㄟ通〉，聯合報，A3 版。
 5. 何炯榮，2008 年 12 月 9 日，〈《就事論事》自助而後人助〉，聯合報，C2 版。
 6. 李濠仲，2008 年 11 月 29 日，〈國旅卡 看表演、展覽嘛也通 行政院擬發動公教大軍 消費救經濟〉，聯合晚報，A1 版。
 7. 何炯榮、簡慧珍，2008 年 10 月 19 日，〈國旅卡鬆綁 彰化商家叫好 不必隔夜異地 商家不再看有呷嘸 競相申請特約店 南投憂外地客不來 衝擊觀光旅遊〉，聯合報，C1 版。
 8. 許玉君，2008 年 9 月 2 日，〈鼓勵消費 國旅卡 將不限異地隔夜〉，聯合報，A3 版。
 9. 游明煌，2008 年 9 月 2 日，〈國民旅遊卡使用放寬 去年 2 千多名公務員被傳訊認罪的有事不認帳沒事〉，聯合晚報，A4。
 10. 牟玉珮，2008 年 7 月 19 日，〈國旅卡詐領 否認到底的 全沒罪〉，聯合報，A19 版。
 11. 陳嘉信，2007 年 6 月 28 日，〈國民旅遊卡 取消異地隔夜限制〉，聯合報，C1 版。
 12. 〈名不符實 國旅卡愈來愈像購物卡〉，《中時電子報》，(2006 年 5 月 4 日)。
網址：<http://tw.news.yahoo.com/060504/19/33joq.html> (瀏覽日期：2006 年 5 月 5 日)。
 13. 〈國民旅遊卡失之於貪〉，《經濟日報》(台北)，2004 年 1 月 16 日，第 2 版 (經濟要聞) 社論。
 14. 謝龍田，2004 年 1 月 15 日，〈旅遊卡弊案假消費真領錢 牽出一大票查出南縣酒廠及台糖人員涉案 人數眾多〉，聯合報，B4 版。
 15. 莊芳銘，2004 年 1 月 15 日，〈國民旅遊卡消費 縣府籲員工實報〉，聯合報，B2 版。

16. 余麗姿，2004年1月15日，〈光是嘉縣 就有 3500人涉案嘉義郵局昨有百餘人自首 希望有自新機會〉，聯合報，A2版。
17. 李順德，2004年1月15日，〈游揆指示檢討國旅卡制度人事局已備妥說帖 將加強宣導避免不法〉，聯合報，A2版。
18. 陶凱松，2003年8月6日，〈「異地隔夜」旅遊 萬把塊夠嗎？ 不合理的補助限制下，公務人員大量購物，商家譏諷、百姓反感...取消旅遊補助 還我公務員尊嚴〉，聯合報，A15版。
19. 黃仁謙，2003年8月6日，〈與旅遊無關商店 禁用國民旅遊卡〉，經濟日報，34版。
20. 王雪美，2003年7月1日，〈某大型家電廣告：刷旅遊卡，一地訂貨，全省宅配限縮特約店 還有下一波〉，聯合報，A2版。

D. 博碩論文

1. 黃玉倩(2010)。國小兼任行政教師生活型態與國民旅遊卡消費行為之研究—以高雄縣為例。國立屏東教育大學碩士論文，未出版，屏東。
2. 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。大葉大學碩士論文，未出版，彰化。
3. 程旺順(2007)。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。國立臺灣大學碩士論文，未出版，台北。
4. 黃漢鎮(2006)。公務人員使用國民旅遊卡消費行為之研究—以金門地區為例。銘傳大學碩士論文，未出版，台北，
5. 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。國立臺灣大學碩士論文，未出版，台北。
6. 王龍輝(2003)。捷運遊客生活型捷運一日票使用態度及滿意度之研究。南華大學士論文，未出版，嘉義。
7. 李家燕(2003)。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。南華大學碩士論文，未出版，嘉義。
8. 洪紹淵(2003)。國民旅遊卡措施執行現況與問題之探討—以臺北市政府工務局為例。國立台北大學碩士論文，未出版，台北。
 9. 張明旺(2003)。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。朝陽科技大學碩士論文，未出版，台中。
 10. 魏屏華(2003)。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。國立高雄師範大學碩士論文，未出版，高雄。
 11. 何正琳(2003)。百視達影視連鎖加盟店消費者行為與滿意之研究—以台南市地區。國立彰化師範大學碩士論文，未出版，彰化。
 12. 姜吉生(2003)。公務機關推行信用卡交易機制之研究。中華大學碩士論文，未出版，新竹。
 13. 李清芳(2001)。消費者有機餐廳的態度與需求之研究。中國文化大學碩士論文，未出版。台北。
 14. 左如芝(2001)。商務旅館服務與住客消費行為之研究—以台中永豐棧麗緻酒店為例。朝陽科技大學碩士論文，未出版，台中。

E. 研究報告

方佳華、范佳媛、陳彩玲、廖玉琪、劉宏玲、蔡欣耘(2004)。以政策評估的觀點探討國民旅遊卡使用者之滿意度—台中縣大雅鄉公所個案分析，台北：世新大學行政管理學系研究報告。

西文資料

1. Alderfer, C. P. (1972). "Existence, relatedness, and growth : Human needs in organizational settings". New York, NY: Free Press.
2. Demby, Emanuel,. (1973). "Psychographics and form where it comes lifestyle and psychographics", In Wells W. D. (Ed.). Chicago: AMA, pp. 22.

3. Engel, J. F., Blackwell R. D., and Miniard, P. W. (2001). "Consumer Behavior", 9th ed., pp. 83.
4. Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Miniard, P. W. (1995). "Consumer Behavior", 8th ed., Orlando, FL : Dryden Press.
5. Engel, J. F., Blackwell R. D., and Kollat D. T.(1982) "Consumer Behavior", 4thed., Orlando:Dryden Press, 1982.
6. Hempel, D.J. (1977). "Consumer satisfaction with the home buying process: conceptualization and measurement. Marketing Science" Institute.
7. Husen,T. and Postlethwaite,T.N.(1994)"The International Encyclopedia of Education".New York:Pergamon Press.
8. Kotler, H. F.(2000). "Marketing management: Analysis Planning, Implementation and Control." (10th ed.). Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall.
9. Kotler,P,(1997). "Marketing management: "Analysis Planning, Implementation and Control", 7th edition,New Your:Prentice-Hall,inc.
10. Kotler,P. and Armstrong,G(1996). "Principles of Marketing", (7th ed.).New Jersey: Prentice-Hall International.
11. Maslow, A. H. (1970). "Motivation and Personality"(2nd ed.).New York: Harper & Row.
12. Oliver,R.L.(1980). "A Cognitive Model of the Antecedent and Consequences of Satisfaction decision. Journal of Marketing Research",17,460-469.
13. Oliver,R.L.(1981). "Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting.Journal of retailing",57(3),25-28.
14. Peter, J. P., and Olson, J. C. (1990). "Consumer Behavior and Marketing Strategy",Richard D. Irwin Inc.
15. Schiffman, L. G. and Kanuk L. L. (1991). "Consumer Behavior",New Jersey : Prentice-Hill, 2nd ed.

16. Walter, C.G. and Paul, W. G, (1970)“Consumer Behaviors: An Integrated Framework,” Homewood, 3, Richard D. Irwin Inc.
17. Williams, Terrell G. (1982).“Consumer Behavior Fundamental and Strategies”,St. Paul Minn : West Publishing Co.
18. Zaltman, G.(2000), ”Consumer Researchers : Take a Hike”, Journal of Consumer Research, Vol. 26(Mar), pp. 423-428.

(三) 【網路資源】

1. 國民旅遊卡專屬網站，網址：<http://travel.nccc.com.tw/>
2. 行政院人事行政局網站，網址：<http://www.cpa.gov.tw/>
3. 行政院經濟建設委員會網站，網址：<http://www.cepd.gov.tw>
4. 銓敘部銓敘統計年報 <http://www.mocs.gov.tw/index.htm>
5. 推動國民旅遊卡政策說帖，網址：
[http://www.cpa.gov.tw/ct.asp?xItem=1229&ctNode=267&mp=1\(2004\)](http://www.cpa.gov.tw/ct.asp?xItem=1229&ctNode=267&mp=1(2004))
6. 國家政策基金會，網址：(瀏覽日期：2010年7月12日)
<http://www.npf.org.tw/PUBLICATION/CL/091/CL-B-091-080.htm>(呂啟元，2002.11.21，「國民旅遊卡」制度之評估)
<http://www.npf.org.tw/PUBLICATION/CL/092/SD-C-092-062.htm>(陳世圯，2003.05.31，國民旅遊卡如何導回正途)。
<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/IA/091/IA-C-091-121.htm>(張瓊玲，2002.06.07，為公務人員說說話－不要把公務員旅遊補助，當作「拼經濟」的樣板羔羊)

附錄

附錄一：本研究問卷

公務人員使用國民旅遊卡認知與滿意度之研究問卷

各位公務界的先進們好：

為瞭解您對使用國民旅遊卡於特約商店刷卡與消費需求間之情形，特製作本問卷，懇請您惠予協助，撥冗填寫，本調查自100年6月10日起至100年7月10日截止，請於填答後點擊「提交」即可。

本問卷採匿名方式，請您依個人的實際感受及看法，在適當方格中選填。您所填答的選項無關對錯，資料僅供研究分析使用，個別問卷的填寫內容絕對保密，請您安心作答！

東海大學行政暨政策學研究所

指導教授：項靖 教授

研究生：林佩瑩 敬上

*必要

第一部分：基本資料

本部分共有8題，請在適合個人狀況的選項做填選。

1. 性別 *

男

女

2. 年齡 *

18-25歲

26-33歲

34-41歲

42-49歲

50-57歲

58-65歲

3. 婚姻狀況 *

未婚

已婚

其他

4. 子女狀況 *

無

有

5. 個人旅遊交通工具 (可複選)

- 汽車
- 摩托車
- 大眾運輸系統
- 無交通工具

6.最高學歷 *

- 研究所（含）以上
- 大學（含專科）
- 高中（職）
- 其他

7.休假年資 *

- 7天（含7天以下）
- 14天
- 21天
- 28天
- 30天

8.官等 *

- 簡任
- 薦任
- 委任
- 其他

第二部分：公務人員使用國民旅遊卡實際狀況

本部分為複選題，請依符合自己使用狀況的選項做選填。

1.如何得知國民旅遊卡措施之相關規定 *

- 機關文宣
- 同事告知
- 報紙、網路或電視媒體
- 不太清楚

2.如何得知特約商店 *

- 機關文宣
- 同事告知
- 網路（透過國民旅遊卡網站）
- 網路（非透過國民旅遊卡網站）
- 到當地再自行尋找
- 其他：

3.本人會使用過國民旅遊卡消費項目 *

- 參加旅行社套裝行程
- 自行規劃之旅遊行程

- 餐飲
- 住宿
- 交通
- 商圈購物
- 遊樂區及博物館
- 農特產及手工藝品
- 其他：

4.使用國民旅遊卡來核銷休假補助費用，會優先購買哪三類產品 *

- 餐飲消費（餐廳、飲料等）
- 度假旅遊費用（旅行社、旅宿業、觀光遊樂業）
- 購買服飾配件（衣服、鞋子、皮包等）
- 交通費用（汽機車油費、通勤票券費用）
- 體育用品（體育器材、服飾、配件等）
- 藝文圖書（書籍、藝文展演、音樂講座）
- 其他：

5.我覺得最好的休假日安排 *

- 例假日（或連續假期）前後日
- 周一到周五之間（非例假日）
- 自由安排選擇

第三部分：特約商店類別之意見調查

本部分為複選題，請依符合自己使用狀況的選項做選填。

1.我認為國民旅遊卡以下規定是妥當的 *

- 「特約商店」消費
- 限制於國內補助
- 休假補助費最高為一萬六千元
- 儲值性票券排除列入休假補助之核銷（油票、提貨券、禮券、住宿券、高速公路回數票等）
- 無珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業等十三類特約商店
- 其他：

2.我認為國民旅遊卡以下規定是不妥當 *

- 「特約商店」消費
- 限制於國內補助
- 休假補助費最高為一萬六千元
- 儲值性票券排除列入休假補助之核銷（油票、提貨券、禮券、住宿券、高速公路回數票等）
- 無珠寶銀樓、電器、資訊、視聽服務業、通訊器材業等十三類特約商店
- 其他：

第四部分：公務人員國民旅遊卡政策施行的重要程度

請針對以下問題，依自己對國民旅遊卡的實際感受在最適當的選項中選填。 *

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.以刷卡消費方式較檢 據核銷領取補助費用 更方便	<input type="radio"/>				
2.以刷卡消費方式較 檢據核銷領取補助費 用更能防弊	<input type="radio"/>				
3.熟知國民旅遊卡特約 商店業別及細項分類	<input type="radio"/>				
4.目前特約商店的據 點夠普及	<input type="radio"/>				
5.目前特約商店的交通 位置夠便利方便	<input type="radio"/>				
6.目前特約商店的數 量已能滿足個人的休 假消費需求	<input type="radio"/>				
7.目前特約商店的行業 種類夠多元性	<input type="radio"/>				
8.特約商店的價格合 理	<input type="radio"/>				
9.特約商店的資訊很 容易獲得	<input type="radio"/>				
10.我可以輕易找到特 約商店	<input type="radio"/>				

第五部分：公務人員對國民旅遊卡政策施行滿意程度

請針對以下問題，依自己對國民旅遊卡的實際感受在最適當的選項中選填。*

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.對於刷卡領取補助費 用方式分為加倍補助 與核實補助的條件皆 很熟悉	<input type="radio"/>				
2.為請領一萬六千元 補助事先排定休假旅 遊日期	<input type="radio"/>				
3.請超過（含）連續兩 日的休假不至於影響 業務	<input type="radio"/>				
4.會利用在職休假方					

- 式領取一萬六千元的補助費用
- 5.為湊滿一萬六千元而購買不需要的商品以補足差額
- 6.會特別安排休假以使用國民旅遊卡以領取補助
- 7.為使用國民旅遊卡會事先規劃購買商品
- 8.購買特約商店商品會事先比價
- 9.如欲消費同樣產品會特別至特約商店刷卡選購
- 10.我願意將購買過商品的特約商店推薦給親友
- 11.對於申請國民旅遊卡的商家商品品質有保證
- 12.我的休假旅遊消費項目無法使用國民旅遊卡
- 13.我認為國民旅遊卡的使用不應有任何形式的限制
- 14.我覺得使用檢核系統列印休假補助費申請書很方便
- 15.特約商店對於持國民旅遊卡與否的服務態度相同

技術提供：[Google](#) 文件

[檢舉濫用情形](#) - [服務條款](#) - [其他條款](#)