

從國際旅遊競爭力指標 檢視我國觀光政策與策略

Examining Taiwan's Tourism Policies and Strategies based on Travel and Tourism Competitiveness Perspective

謝義偉⁴，李晶⁵，原友蘭⁶
Yi-Wei Hsieh¹, Ching Li², Yu-Lan Yuan³

摘要

旅遊與觀光產業為目前世界上最大的經濟活動之一，且旅遊競爭力的發展也越來越受到重視。旅遊競爭力可參考世界經濟論壇發布的旅遊競爭力報告書。旅遊競爭力是評估該地旅遊環境的發展狀況及潛力的指標，目的地管理組織可制定不同的行銷策略，以便使該旅遊目的地能夠吸引更多的旅客前來旅遊。在台灣同樣也可以檢視政府提出的觀光政策與競爭力指標間的關聯性，以確定台灣在旅遊與觀光產業發展的狀況。若能持續維持良好的旅遊競爭力便能吸引到更多的遊客前來旅遊，促進國家經濟發展。

本研究藉由文獻分析法及檔案分析法探討旅遊競爭力報告書及從 2002 年至今台灣觀光政策，歸納整理出能夠提升旅遊競爭力之策略及觀光政策內容，並比對現行政策與旅遊競爭力中指標之間的關係。本研究結果發現，旅遊競爭力指標包含旅遊產業內的發展狀況及該國的整體環境，除了非觀光政策需進行規劃的內容之外，分析結果揭示觀光政策的施行影響本國旅遊競爭力的評分及排名。當政府規劃執行與旅遊競爭力相關的內容或維持自身優勢時，能提升在旅遊競爭力上的排名。若是觀光政策能夠持續與旅遊競爭力配合，代表台灣旅遊與觀光產業發展有足夠能力因應全球產業的發展變遷，意味著旅遊與觀光產業能維持良好的旅遊競爭力，持續吸引遊客前來我國觀光，創造永續的利益。

關鍵詞：旅遊競爭力、觀光政策、目的地管理組織

⁴ 國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所碩士生；Master Degree Student, Graduate Institute of Sports, Leisure and Hospitality Management of National Taiwan Normal University

⁵ 國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所教授；Professor, Graduate Institute of Sports, Leisure and Hospitality Management of National Taiwan Normal University

⁶ 東海大學景觀系副教授；Associate Professor, Department of Landscape Architecture of Tunghai University

* 通訊作者：李晶，E-mail: t94002@ntnu.edu.tw

原友蘭，E-mail: yoyoyuan@thu.edu.tw

Abstract

Travel and Tourism (T&T) industry is one of the largest economic sectors in the world, and the development of travel and tourism competitiveness has been increasingly received great attention. The travel and tourism competitiveness index (TTCI) is a complex indicator for measuring the development status and potential of the tourism environment in the area. The full edition of this index can be found in the Travel & Tourism Competitiveness Report (TTCR) published by World Economic Forum. Destination management organizations can develop different marketing strategies to enable the destination to attract more visitors. Seen from this perspective, the tourism policies employed by the Taiwan government in alignment with the competitiveness index to examine the Taiwan's tourism development. As Taiwan continually meets the criteria of TTCI, which means Taiwan is a viable destination to visit, and further facilitates the national economic development.

This study investigates the TTCI and the Taiwan tourism policy from 2002 to 2019 by taking document analysis. The results of analysis are summarized the strategies and tourism policies. The tourism strategies and policies are identified based on criteria list in TTCI. The results of this study found that TTCI indicators include the development status within the tourism industry and the overall environment of the country. In addition to the content that is not planned for tourism policy, Taiwan's tourism policy will affect the rating and ranking of TTC. When the government plans to implement policies related to TTC or maintain its own advantages, Taiwan can improve its ranking in TTCR. If the tourism policy can continue to cooperate with TTC, on behalf of Taiwan's tourism development and the development trend of the world's tourism industry, it will be able to maintain good TTC and attract more visitors to visit to create more benefits.

Key words: travel and tourism competitiveness, tourism policy, destination management organization

壹、前言

旅遊與觀光產業為目前世界上最大的經濟體之一，對世界經濟直接貢獻佔總 GDP 的 10%，是許多國家的主要產業，也是全球創造就業機會增長最快的經濟產業，在 10 個工作機會中就有一個是與旅遊與觀光產業相關的工作 (WEF, 2017)。有鑑於旅遊與觀光產業的重要性，目前越來越多學者重視旅遊競爭力的發展。旅遊競爭力係指該目的地相對於其他競爭對手更有吸引及滿足遊客的潛在能力 (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Enright & Newton, 2004)。旅遊競爭力係參考世界經濟論壇 (World Economic Forum, WEF) 發布的旅遊競爭力報告書 (The Travel & Tourism Competitiveness Report, TTCR)，當報告書中指標數值越高時，代表該地更具有吸引及滿足遊客的競爭力。

旅遊競爭力是評估該地旅遊環境的發展狀況及潛力的指標，因此對於目的地管理組織 (Destination Management Organization, DMO) 而言，可以根據旅遊競爭力指標制定不同行銷策略，以便使該旅遊目的地能夠吸引更多的旅客前來旅遊。同樣的也可以

根據旅遊競爭力指標檢視我國政府的觀光政策，從而揭示政府投注觀光發展的策略與努力，並更進一步瞭解觀光政策在旅遊競爭力的疏漏，及現有政策可改善之處，確定台灣在旅遊與觀光產業發展的方向。因此，本研究欲探討旅遊競爭力，並以旅遊競爭力指標為架構，檢視我國旅遊策略及與觀光政策，最後提出未來觀光策略建議。

貳、研究方法

本研究方法採用文獻分析法及檔案分析法。藉由文獻分析法探討旅遊競爭力各項指標的意義及近年學者對於各項議題的研究，比較其中的差異並探討 DMO 在旅遊環境中能採取的觀光策略，以吸引更多遊客前往該地旅遊。另外，藉由檔案分析法瞭解從 2002 年觀光政策白皮書以來，政府詳細規劃之觀光政策內容，並對比旅遊競爭力提出之指標作為分類，分析政策內容以瞭解台灣在旅遊與觀光產業上的發展。

參、研究結果

一、旅遊競爭力與 DMO 策略之關係

應變全球快速變遷的環境與全球化的發展，競爭力為各國在國際競爭不可或缺之力，而知己知彼方能立於不敗，因此了解競爭力為各國國際發展之必要任務。WEF 將競爭力定義為「一個國家在世界市場上按比例產生比其競爭對手更多財富的能力」（WEF, 1991），強調競爭力是一個國家在永續發展的條件下，各國追求穩定而持續的經濟成長率以提高國民所得財富之能力，當國家的制度與政府政策有助於國民提升財富時，則該國的競爭力越強。

競爭力蘊含兩個層面的意義。第一個層面是競爭力是個相對比較的概念（Scott & Lodge, 1985; Feurer & Chaharbaghi, 1994）。第二個層面是在競爭環境中行動和作出反應的能力（Richie & Crouch, 2003）。

表 1 各學者對於競爭力之定義

| 學者 | 比較 | 在競爭環境中行動和作出反應能力 |
|-----------------------------------|--------------------------|--|
| Scott 與 Lodge (1985) | 競爭力既是相對的概念，且通常會是多維的存在 | 在國際貿易中創造、生產、分配和服務產品，同時利用該國的資源獲得更高收益的能力 |
| Feurer 與 Chaharbaghi (1994) | 競爭力是相對的概念 | 在競爭環境中行動和作出反應能力的財務實力、員工和技術實施必要戰略變革的潛力 |
| Ritchie 與 Crouch (2003) | 比較優勢是一地擁有的天然要素，包含自然及人文資源 | 競爭優勢是能有效率使用資源去獲得利益的程度 |

有鑑於旅遊業對於國家的重要性，WEF 與國際航空運輸協會（IATA），國際自然保護聯盟（IUCN），世界旅遊組織（UNWTO）和世界旅遊觀察委員會（WTTC），以及其他全

球 150 個合作夥伴，發展旅遊業競爭力指數 (The Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI)，用以分析全球 141 個不同國家的旅遊競爭力。從 2007 年開始 WEF 每兩年發表一次 TTCI 以供各國確定競爭力的主要障礙，並透過對世界各國旅遊業環境進行詳細評估，共同努力提高該行業在國民經濟中的競爭力，並探討旅遊業中在近幾十年來如何應對經濟、安全及健康的衝擊，從而促進國家的增長和繁榮。TTCI 對旅遊業競爭力的驅動因素進行跨國比較，以便各國的政策進展能夠進行基準比較。此外也可以讓國家政策制定者瞭解目前旅遊業中需要關注的議題及當前的挑戰為何，給予旅遊業一個能夠與政府進行對話的機會。

隨著旅遊與觀光產業日益重要，作為協調開發，行銷目的地，為遊客提供難忘體驗的目的地經營管理組織--DMO，更是看重目的地相對於其他競爭目的地是否更有吸引及滿足遊客的潛在能力 (Carlsen, 1999; Morrison, 2013)。Dwyer 與 Kim (2003) 根據 Crouch 與 Ritchie 認為旅遊地競爭力為「對潛在遊客而言，該旅遊目的地的整體吸引力優於其他的競爭對手的優勢」。也就是一個目的地能夠吸引和滿足潛在的遊客的話就具有競爭力 (Enright & Newton, 2004)。因此 TTCI 能夠為 DMO 提供戰略工具。

TTCI 中將 TTCI 區分為三個構面與 13 項分項指標，這三個構面分別為「旅遊業監管框架」，「旅遊業商業環境和基礎設施」，與「旅遊業人力、文化和自然資源」(見表 2)。2009 年及 2015 年進行構面調整以反應當前全球環境的狀況，增加至 4 個構面，包含 14 項分項指標。表 2 顯示歷年度評鑑旅遊競爭力的構面與分項指標，並可了解修改後的內容。各分項指標都再有許多細項指標以對旅遊競爭力進行量化評估，其中有 2/3 的細項指標的資料來源是從國際組織開放具體資料 (Hard Data) 庫中取得，剩下的 1/3 是利用世界經濟論壇年度行政問卷調查蒐集。當分數越高時，則代表旅遊目的地該項目的競爭力及旅遊環境越好，也就越具備吸引遊客前往該地旅行的潛力。

表 2 TTCI 歷年構面與分項指標

| 構面 | 2007 | 2009 / 2011 / 2013 | 構面 | 2015 / 2017 |
|-------------------|----------|--------------------|----------------|-------------------|
| 旅遊業 監管框架 | 政策規則和條例 | 政策規則和條例 | 有利環境 | 商業環境 |
| | 環境監管 | 環境的可持續性 | | 安全 |
| | 安全 | 安全 | | 健康與衛生 |
| | 健康與衛生 | 健康與衛生 | | 人力資源、勞動力市場 |
| | 旅遊業的優先順序 | 旅遊業的優先順序 | | ICT 整備度 |
| 旅遊業商業環 境和基礎設施 | 航空基礎設施 | 航空基礎設施 | 旅遊業政策 和扶持條件 | 旅遊業的優先順序 |
| | 地面交通基礎設施 | 地面交通基礎設施 | | 國際開放程度 |
| | 旅遊基礎設施 | 旅遊基礎設施 | | 價格競爭力 |
| | ICT 基礎設施 | ICT 基礎設施 | | 環境的可持續性 |
| | 旅遊業價格競爭力 | 旅遊業價格競爭力 | | |
| 旅遊業人力、文 化和自然資源 | 人力資源 | 人力資源 | 基礎設施 | 航空基礎設施 |
| | 國家旅遊觀念 | 自然資源 | | 地面和港口基礎設施 |
| | 自然和文化資源 | 文化資源 | | 旅遊服務基礎設施 |
| | | 旅遊業的親和力 | 自然和文化 資源 | 自然資源 文化資源和商務旅行 |

由於 2017 年 TTCR 中所公布的 TICI 最能反映目前世界局勢與經濟脈動，本節將解說 TICI 指標對 DMO 觀光策略之意涵，在下一節以各項指標解析本國之旅遊發展與觀光政策。表 3 顯示 TICI 指標的意義與對 DMO 觀光策略之意涵。

（一）有利環境（Enabling Environment）

有利環境包括商業環境、安全、健康與衛生、人力資源和勞動力市場及 ICT 整備度這五項分項指標。這些因素與經濟增長有直接相關，對於旅遊業的發展有很大的影響。

商業環境體現國家為企業發展業務提供有利政策環境的程度（Hajkova et al., 2006），對 DMO 管理來說需要配合有利政策環境來進行該地的旅遊業發展。而優秀的人力資源對於 DMO 而言是一項重要的發展因素，需要聘請專業熟練且符合旅遊業特質的員工進行工作（Baum, 2006a; Ladkin, 2011）。

而旅遊目的地安全、健康衛生及 ICT 整備度隨著旅遊業的發展成為影響遊客進行決策及制約旅遊發展的考量之一，代表著影響遊客在旅遊目的地遊玩時舒適的程度（Ma, Buhalis, & Song, 2003; Shanker, 2008; Nagai & Tkaczynski, 2014; WEF, 2015; Reisinger & Mavado, 2006），因此 DMO 可以保障該地的旅遊安全及改善健康衛生環境形象以吸引對此敏感及在意的旅客，也需要完善 ICT 基礎設備使旅客能夠在該地遊玩時更加舒適。

（二）旅遊業政策和扶持條件（T&T Policy and Enabling Conditions）

旅遊業政策和扶持條件與有利環境相比，包含的分項指標更加特定。其中包含旅遊業的優先順序、國際開放程度、價格競爭力及環境的可持續性。

旅遊業的優先重視程度是影響重大的指標。如果重視程度高，政府會優先將資金用於旅遊業的基本發展項目，並協調發展旅遊業所需的資源（WEF, 2017）。近年來政府重視 ICT 科技的發展，並利用 ICT 蒐集旅遊業的各項資料，開放給 DMO 作為行銷規劃的依據（Caldwell & Freire, 2004）。此外，DMO 也需要配合政府的發展策略提升該地的實力，以吸引旅客進入該地旅遊。

同樣的，旅遊業需要有一定程度的開放及旅行便利化，才能吸引更多的遊客優先考慮到該目的地進行旅遊，其中以簽證是旅客最為在意的部分（Rizzi, 2014）。DMO 可以配合國家的觀光政策，吸引有開放簽證國家旅客的關注，並提供相關的服務。價格競爭力也是遊客優先決定是否及在何處進行旅遊的最重要因素之一（Dwyer, Forsyth, & Rao, 2002; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005）。DMO 可提出優惠的行銷措施以提升該地旅遊的性價比，吸引對價格敏感的旅客。

最後，自然環境是為旅遊業提供具有吸引力的地點的重要因素，因此提高環境永續性是確保一個國家未來作為有吸引力的目的地重要的競爭優勢（Eccles, 1995; Hassan & Salah, 2000）。

(三) 基礎設施 (Infrastructure)

交通的聯通性和飯店基礎設施是旅遊業的獨特驅動因素。此構面中包含航空基礎設施地面和港口基礎設施及旅遊服務基礎設施等分項指標。

對於 DMO 而言，國家的交通基礎設施從 20 世紀後期開始就被視為一個重要的潛在因素來決定遊客的旅遊目的地 (Gunn, 1988; Inskeep, 1991)，DMO 需要提升目的地的可達性使得更多的旅客能夠較方便的進入該地 (Khadaroo & Seetana, 2007)。

另外，目的地是否能提供好的服務基礎設施也會影響到遊客的旅遊體驗 (Mo, Howard, & Havitz, 1993; Murphy, Pritchard, & Smith, 2000; Smith, 1994)。因為 DMO 需要確保當地的飯店房間數量以便容納更多的旅客，以及滿足旅客在當地花費的便利性，像是設立足夠的 ATM 或是建設行動支付的環境。

(四) 自然和文化資源 (Natural and Cultural Resources)

除了商業和個人的因素之外，文化和自然的資源也是到訪目的地的主要原因之一。在此構面中討論自然資源及文化資源和商務旅行這兩個議題。目的地擁有更多自然及文化資產的國家在吸引遊客方面更具有競爭優勢 (WEF, 2017)，對於 DMO 來說需要滿足旅客對於自然及文化資產的數位需求 (Aridor et al, 2003; Do et al., 2015) 及配合當地的資源開發規劃行程，以便能夠更容易吸引遊客前來旅遊。

整體而言，WEF 提出之旅遊競爭力為評估各國旅遊與觀光產業的發展現狀及潛力。因此其中的指標評估包含旅遊與觀光產業內的發展狀況，如價格競爭力、商業環境及自然和文化資源等，以及該國的整體環境，如安全、健康衛生及交通建設等指標。

表 3 TICI 指標的意義與 DMO 觀光策略之意涵

| 構面 | 2015/2017 | 意義 | DMO 觀光策略 |
|------------|------------|----------------------------|---------------------------------------|
| 有利環境 | 商業環境 | 國家為企業發展業務提供有利政策環境 | - 配合國家提供的有利政策環境來吸引旅客 |
| | 安全 | 遊客考量是否前往目的地的重要因素 | - 吸引安全敏感旅客 |
| | 健康與衛生 | 影響遊客在目的地遊玩時的舒適程度 | - 改善健康衛生環境形象 |
| | 人力資源和勞動力市場 | 高質量的人力資源意味著可以確保能夠得到所需要的勞動力 | - 聘請多元、符合特質的勞動力 - 培養適合的基層人才 |
| | ICT 整備度 | ICT 科技越來越普及，是有利環境的一部分 | - 線上服務和在移動裝置的服務 |
| 旅遊業政策和扶持條件 | 旅遊業的優先順序 | 政府優先考慮旅遊業的程度 | - 藉由開放資料做未來行銷決策依據 - 配合政府開放的政策以吸引遊客 |
| | 國際開放程度 | 具有競爭力的旅遊業需要一定程度的開放和旅行便利化 | - 吸引有開放簽證國家的旅客 - 提供簽證諮商之服務 |
| | 價格競爭力 | 旅行價格的多寡會影響旅客是否到該地旅行 | - 提升性價比、提出優惠折扣或是其他的行銷活動，吸引對價格敏感的旅客 |
| | 環境的可持續性 | 提高環境可持續性的政策和因素是重要的競爭優勢 | - 提升自然環境永續性 |

表 3 TTCI 指標的意義與 DMO 觀光策略之意涵 (續)

| 構面 | 2015/2017 | 意義 | DMO 觀光策略 |
|---------|-----------|--------------------------|----------------------------|
| 基礎設施 | 航空基礎設施 | 旅客是否能輕鬆進出各國及在國家內活動 | - 提升目的地的可達性 |
| | 地面和港口基礎設施 | 為旅遊景點提供高效便捷的交通運輸 | |
| | 旅遊服務基礎設施 | 提供足夠優質的住宿和娛樂相關設施 | - 保障飯店房間數目 - 提升旅客花費的便利性 |
| 自然和文化資源 | 自然資源 | 擁有自然資產的國家顯然在吸引遊客方面具有競爭優勢 | - 滿足數位需求 |
| | 文化資源和商務旅行 | 國家的文化資源是旅遊競爭力的重要因素之一 | - 配合當地的資源開發規劃行程 |

二、從旅遊競爭力指標檢核本國旅遊發展與觀光政策

此章節回顧台灣歷年來公告之觀光政策，以政府推行重要政策的時間點略分為四個時段，分別是 2002 至 2008 年間的「觀光客倍增計畫」、2008 至 2014 年間的「觀光拔尖領航方案」、2015-2018 年間的「觀光大國行動方案」，以及 2017 至 2020 年間的「永續觀光發展方案 Tourism 2020」，期間並同步進行四年一期的「重要觀光景點建設中程計畫」(2004-2007 年、2008-2011 年、2012-2015 年、2016-2019 年)。謹就這四個時段的政策內容將以旅遊競爭力中的構面及指標進行探討，解析台灣觀光政策與旅遊競爭力間的關係。

(一) 2002 至 2008 年

在 2002 至 2008 年間台灣政府推行**挑戰 2008 觀光客倍增計畫 (2002-2008)**及**台灣觀光年 (2004) 行銷計畫**。這段期間中，於 2007 年 WEF 公布的 TTCI 中，台灣的旅遊競爭力全球排名排第 30 名。

1. 在**旅遊業監管框架**構面中，觀光客倍增計畫 (2002-2008) 依照促進民間參與公共建設條例，協助輔導民間資金能注入觀光產業，成立工作圈及組成「產業聯盟」，並提供遊客便利旅遊的工具；台灣觀光年 (2004) 放寬中國二、三類人士來台管制措施，並藉由完全解決 SARS 危機進而推動國內/國際宣傳計畫。因此，政策規則和條例及旅遊業的優先順序是這個階段中比較著重的指標。
2. 在**旅遊業商業環境和基礎設施**構面中，藉由觀光客倍增計畫 (2002-2008) 及台灣觀光年 (2004) 政策改善加強現有的服務設施及建置旅遊服務網的策略，著重在旅遊基礎設施及 ICT 基礎設施的指標。
3. 在**旅遊業人力、文化和自然資源**構面中，觀光客倍增計畫 (2002-2008) 包裝旅遊點周邊之人文觀光資源以吸引遊客進入；台灣觀光年 (2004) 放寬東南亞簽證措施並且篩選輔導具國際觀光魅力之節慶賽會活動國際化。因此，在此構面中內容著重在國家旅遊觀念及自然和文化資源的指標上。

在政策的目標上，預測 2004 年旅客人數將提升至 320 萬人次，而在 2008 年時來台旅客人數將增至 500 萬人次。依照觀光局來台旅客人數分析統計中顯示，在 2004 年時來台遊

客達 2,950,342 人次，在 2008 時達 3,845,187 人次，並沒有達成預期的效果(觀光局，2002；觀光局，2003)。

表 4 2002-2008 年旅遊競爭力對於 DMO 政策之關係

| 2002-2008 | | | | | |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------------------|-------------------|
| 構面 | 分項指標 | 排名 | 觀光客倍增計畫 (2002-2008 年) | 台灣觀光年 (2004 年) | |
| 2007 旅 遊競爭 力 | 旅遊業監 管框架 | 政策規則和條例 | 8 | 依照促進民間參與公共建設條例，協助輔導民間資金能注入觀光產業 | 放寬中國二、三類人士之來台管制措施 |
| | | 環境監管 | 21 | | |
| | | 安全 | 32 | | |
| | | 健康與衛生 | 85 | | 完全解決 SARS 問題 |
| | | 旅遊業的優先順序 | 78 | 1. 提供便利旅遊的工具 2. 成立工作圈及組成「產業聯盟」 | 國內/國際宣傳計畫 |
| | | 航空基礎設施 | 52 | | |
| | 旅遊業商 | 地面交通基礎設施 | 14 | | |
| | 業環境和 基礎設施 | 旅遊基礎設施 | 74 | 改善加強現有的服務設施 | |
| | | ICT 基礎設施 | 14 | 建置觀光旅遊服務網 | 建置旅遊服務網計畫 |
| | | 旅遊業價格競爭力 | 15 | | |
| 旅遊業人 力、文化 和自然資 源 | 人力資源 | 15 | | | |
| | 國家旅遊觀念 | 17 | | 放寬東南亞簽證措施 | |
| | 自然和文化資源 | 63 | 包裝旅遊點周邊之人文觀光資源 | 篩選並輔導具國際觀光魅力之節慶賽會活動國際化 | |
| 台灣旅遊競爭力總排名 | | 30 | | | |
| 觀光客倍增計畫 (2002-2008 年) | | | | | |
| 目標人數 | | 觀光客倍增計畫 (2002-2008 年) | | 台灣觀光年 (2004 年) | |
| | | 目標在 2008 年來台旅客人數增至 500 萬人次。 | | 打造台灣為「觀光之島」，將 2004 年旅客人數提升至 320 萬人次。 | |
| 實際人數 | 2002 | | 2,977,692 | | |
| | 2003 | | 2,248,117 | | |
| | 2004 | | 2,950,342 | | |
| | 2005 | | 3,378,118 | 2004 | 2,950,342 |
| | 2006 | | 3,519,827 | | |
| | 2007 | | 3,716,063 | | |
| | 2008 | | 3,845,187 | | |

(二) 2008 至 2014 年

在此階段中，政府推行觀光拔尖領航方案(2009-2014 年)、重要觀光景點建設中程計畫(2008-2011 年)及旅行台灣年(2008-2009 年)、旅行台灣感動一百(2010-2011

年)兩個行銷計畫。2009 年到 2013 年的 TTCR 中如同 2007 年的版本，將旅遊競爭力分為旅遊業監管框架、旅遊業商業環境和基礎設施及旅遊業人力、文化和自然資源這三個構面，只在細部的分項指標進行些微調整。然而，台灣的排名比起 2007 年較低，依序為 43 名、37 名，以及 33 名。

1. 在**旅遊業監管框架**構面中，重要觀光景點建設中程計畫（2008-2011）推動採取景點分級的策略，逐步提升服務水準，並永續利用環境資源；旅行台灣年（2008-2009）及旅行台灣感動一百（2010-2011）則制定國內接待單位獎勵措施，並持續推動國內/國際宣傳計畫；觀光拔尖領航方案（2009-2014）提出中國遊客來台旅遊交流鬆綁及開放等政策，使得旅遊業占 GPA 的比重逐年上升。因此，政策規則和條例及旅遊業的優先順序是這個階段中比較著重的指標。
2. 在**旅遊業商業環境和基礎設施**構面中，重要觀光景點建設中程計畫（2008-2011）推動五大焦點建設，提升服務設施品質；旅行台灣年工作計畫（2008-2009）及旅行台灣感動 100（2010-2011）建置旅遊服務網計畫，提昇觀光業者服務水準，並提出國際觀光客優惠措施；隨後，觀光拔尖領航方案（2009-2014）提升住宿與第一線服務人員水準，並持續建置全方位旅遊資訊服務網。因此，此構面的政策內容著重在旅遊基礎設施及 ICT 基礎設施的指標上。
3. 在**旅遊業人力、文化和自然資源**構面中，重要觀光景點建設中程計畫（2008-2011）合理有效開發觀光資源並塑造具地方特色之旅遊環境；旅行台灣年工作計畫（2008-2009）篩選並輔導具國際觀光魅力之節慶賽會活動國際化；最後在觀光拔尖領航方案（2009-2014）則是首次提到培養高素質的國際觀光人才。因此在此構面上著重自然和文化資源的指標，而在人力資源上則是採取培養高素質的國際觀光人才的策略以提升不斷下降的排名。

在政策的目標上，預測將達到來台旅客人數逐年成長 7%之目標，並在 2009 年來台旅客達 400 萬人次，2014 年來台旅客可達 950 萬人次。依照觀光局來台旅客人數分析統計中顯示，在 2009 年時來台遊客達 4,395,004 人次，在 2014 時達 9,910,204 人次，達成預期的效果（觀光局，2007a；觀光局，2007b；觀光局，2008）。

表 5 2008-2014 年旅遊競爭力對於 DMO 政策之關係

| | | 2008-2014 | | | | | |
|---------------------------|---------------------|-----------|------|------|---------------------------------|---|----------------------------|
| 構面 | 分項指標 | 排名 | | | 重要觀光景點建設 中程計畫 (2008-2011) | 旅行台灣年 (2008-2009) 旅行台灣感動一百 (2010-2011) | 觀光拔尖 領航方案 (2009-014) |
| | | 2009 | 2011 | 2013 | | | |
| 2009 2011 旅遊 競爭力 | 旅遊 業監 管框 架 | 政策規則和條例 | 42 | 9 | 5 | 制定國內接待 單位獎勵措施 | 中國遊客來台旅 遊交流開放政策 |
| | | 環境的可持續性 | 92 | 112 | 94 | 永續利用環境資源 | |
| | | 安全 | 51 | 38 | 17 | | |
| | | 健康與衛生 | 101 | 50 | 43 | | |
| | 旅遊業優先順序 | 74 | 69 | 55 | 採景點分級，逐步 提升服務水準 | 國內/國際宣傳 計畫 | 旅遊業占 GPA 的 比重逐年上升 |

表 5 2008-2014 年旅遊競爭力對於 DMO 政策之關係 (續)

| | | 2008-2011 | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------|-----------|---|---|-----------------------------|
| 構面 | 分項指標 | 排名 | | | 重要觀光景點建設 中程計畫 (2008-2011) | 旅行台灣年 (2008-2009) 旅行台灣 感動一百 (2010-2011) | 觀光拔尖 領航方案 (2009-2014) |
| | | 2009 | 2011 | 2013 | | | |
| 2009 2011 旅遊 競爭力 | 航空基礎設施 | 45 | 46 | 51 | | | 掌握大三通航線 並且增設航班 |
| | 旅遊 業商 業環 境和 基礎 設施 | 11 | 14 | 18 | | | |
| | 旅遊基礎設施 | 35 | 72 | 75 | 五大焦點建設、 提升服務設施品質 | 提昇觀光業者服務 水準 | 提升住宿與第一 線服務人員水準 |
| | ICT 基礎設施 | 12 | 15 | 16 | | 建置旅遊服務網 計畫 | 建置全方位旅遊 資訊服務網 |
| | 旅遊業價格 競爭力 | 34 | 17 | 21 | | 提出國際觀光客 優惠措施 | |
| | 人力資源 | 16 | 23 | 25 | | | 培養高素質的國 際觀光人才 |
| | 旅遊 業人 力、文 化和 自然 資源 | 77 | 68 | 37 | 合理有效開發觀光 資源 | | |
| | 文化資源 | 110 | 100 | 91 | 塑造具地方特色之 旅遊環境 | 篩選並輔導具國際 觀光魅力之節慶賽 會活動國際化 | |
| | 旅遊業的 親和力 | 47 | 42 | 34 | | | |
| | 台灣旅遊競爭力總排名 | | 43 | 37 | 33 | | |
| | | 重要觀光景點建設中程計畫 (2008 至 2011 年) | | | 旅行台灣年 (2008-2009) 旅行台灣感動一百 (2010-2011) | 觀光拔尖領航方案 (2009 至 2014 年) | |
| 目標人數 | 達成來台旅客人數逐年 成長 7% 之目標 | 2009 年來台旅客可達 400 萬人次 | | | 2014 年來台旅客達 950 萬人次 | | |
| 實際人數 | 2008 | 3,845,187 | | | 2009 | 4,395,004 | |
| | 2009 | 4,395,004 (成長 14.3%) | | | 2008 | 3,845,187 | |
| | 2010 | 5,567,277 (成長 26.7%) | | | 2009 | 4,395,004 | |
| | | 6,087,484 (成長 9.3%) | | | | 2014 | |
| | 2011 | | | | | | |

(一) 2015 至 2018 年

政府推行觀光大國行動方案 (2015-2018) 並延續旅行台灣就是現在 Time for

Taiwan (2012-2016) 的行銷計畫。2015 年的 TTCR 將旅遊競爭力從三個構面調整成有利環境、旅遊業政策和扶持條件、基礎設施及自然和文化資源等四個構面。在此階段中，台灣的旅遊競爭力排名持續上升，2015 年的排名為第 32 名。

1. 在**有利環境**構面中，旅行台灣就是現在 Time for Taiwan (2012-2016) 及觀光大國行動方案 (2015-2018) 提出優化制度，營造良好投資環境、提升旅遊品質促進旅遊安全保障及提升觀光產業人才素質。因此，政策的規劃主要以商業環境、安全及人力資源、勞動力市場為主。
2. 在**旅遊業政策和扶持條件**構面中，旅行台灣就是現在 Time for Taiwan (2012-2016) 行銷計畫中執行「國際光點計畫」、建設「十大國際魅力據點」並將活動區分並做分層行銷，提供旅遊優惠方案並以永續、品質、友善、生活、多元為核心理念來推動觀光；而在觀光大國行動方案 (2015-2018) 的政策中則是以整合資源建設觀光平台，打造觀光亮點及完善「綠色觀光」體驗及關懷旅遊與落實綠色服務為主。因此，政策內容著重在旅遊業優先順序及環境的可持續性的指標上，特別是提出以永續、品質、友善、生活、多元為核心理念來推動綠色觀光及關懷旅遊。
3. 在**基礎設施**構面中，旅行台灣就是現在 Time for Taiwan (2012-2016) 提升交通接駁服務品質、強化旅遊中心服務及利用科技支援資訊提供；觀光大國行動方案 (2015-2018) 結合 ICT 科技強化「旅遊服務系統」。此構面的政策主要強調的是在旅遊服務基礎設施上。
4. 在**自然和文化資源**的構面中，旅行台灣就是現在 Time for Taiwan (2012-2016) 及觀光大國行動方案 (2015-2018) 的政策規劃並沒有提及這部分的內容。

在此階段的政策目標上，預測 2012 年來台旅客人數達 660 萬人次，2013 年來台旅客人數達 730 萬人次，而在 2017 年來台旅客人數達 1120 萬人次。依照觀光局來台旅客人數分析統計中顯示，在 2012 年時來台遊客達 7,311,470 人次，2013 時達 8,016,280 人次，2017 時達 10,739,601 人次，皆達成預期效果 (觀光局，2011；觀光局，2014)。

(一) 2017 至 2020 年

在最後一個階段中，政府推行 **Tourism 2020 - 台灣永續觀光發展策略 (2017-2020)** 及**重要觀光景點建設中程計畫 (2016-2019)**、**新南向「觀光」潛力領域工作計畫 (2017-2018)**。而 2017 年 TTCR 與 2015 年的版本一致，將旅遊競爭力區分為有利環境、旅遊業政策和扶持條件、基礎設施及自然和文化資源等四個構面。在此階段中，台灣的旅遊競爭力排名上升至第 30 名。

1. 在**有利環境**構面中，重要觀光景點建設中程計畫 (2016-2019) 辦理產業輔導並建立合作開發機制；新南向「觀光」潛力領域工作計畫 (2017-2018) 提出區域串連、連結產學合作，培養旅遊與觀光產業基層人才；而 Tourism 2020 - 台灣永續觀光發展策略 (2017-2020) 進行優化產業管理、落實產業獎優汰劣機制及旅遊安全控制，並進行人才培育。因此政策的規劃著重於商業環境及人力資源、勞動力市場。

2. 在**旅遊業政策和扶持條件**構面中，重要觀光景點建設中程計畫（2016-2019）提出旅遊業目標將觀光與生態發展兩者兼顧；新南向「觀光」潛力領域工作計畫（2017-2018）及 Tourism 2020 - 台灣永續觀光發展策略（2017-2020）提出實施觀宏專案（旅行團電子簽）、加速推動免簽，簡化來台簽證以減少簽證障礙，並且檢討鬆綁相關產業管理法令與規範。因此，此構面著重在旅遊業優先順序及國際開放程度的指標上。
3. 在**基礎設施**構面中，政策著重在旅遊服務基礎設施上，重要觀光景點建設中程計畫（2016-2019）導入智慧觀光，提供即時的資訊，並強化「台灣好行」系統；新南向「觀光」潛力領域工作計畫（2017-2018）強調強化觀光資訊應用；Tourism 2020 - 台灣永續觀光發展策略（2017-2020）則是運用 AI 人工智慧，建立觀光大數據資料庫，並完善自由行旅遊相關服務。
4. 在**自然和文化資源**構面中，著重在推動地方深度旅遊、發展鄉村旅遊及將各國家風景區分級開發建設。

在此階段的政策目標上，預測 2017 年來台旅客人數達 1061 萬人次，2020 年來台旅客人數達 1139 萬人次，且每年維持千萬人次，其中新南向市場占比達 25%（觀光局，2015；觀光局，2016a；觀光局，2016b）。依照觀光局來台旅客人數分析統計中顯示，在 2017 年時來台遊客達 10,739,601 人次，2019 年 1-10 月來台總數 9,730,507 人次，較前一年同期成長 9%，達成預期的效果。在新南向 18 國中，2017 年來台旅客為 2,283,979 人次，占總數的 21.27%，2019 年 1-10 月新南向國家來台人數 2,157,585 人次，成長 6.05%。

表 6 2017-2020 年旅遊競爭力對於 DMO 政策之關係

| 構面 | 分項指標 | 排名 | | 延續 | | | 2017-2010 | |
|---------------------------|---------------|------|------|--|----------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|--|
| | | 2015 | 2017 | 旅行台灣就是現在 Time for Taiwan (2012-2016) | 觀光大國行動方案 (2015-2018) | 重要觀光景點建設中程計畫 (2016-2019) | 新南向「觀光」潛力領域工作計畫 (2017-2018) | Tourism 2020 - 台灣永續觀光發展策略 (2017-2020) |
| 2015 2017 旅遊 競爭力 | 商業環境 | 21 | 27 | 優化制度 營造良好 投資環境 | 1. 辦理產業 輔導 2. 建立合作 開發機制 | 區域串 連，連結 產學合作 | 1. 優化產業管 理 2. 落實產業獎 優汰劣機制 | |
| | 有利 環境 | 24 | 28 | 提升旅遊 品質促進 安全保障 | | | 落實旅遊安全 控制 | |
| | 健康與衛生 | 30 | 40 | | | | | |
| | 人力資源 勞動力市場 | 25 | 19 | 提升觀光 產業人才 素質 | | 培養基層 人才 | 觀光產業人才 培育 | |
| | ICT 整備度 | 26 | 30 | | | | | |

表 6 2017-2020 年旅遊競爭力對於 DMO 政策之關係 (續)

| 構面 | 分項指標 | 排名 | | 延續 | | 2017-2020 | | |
|-----------------|-----------|------|------|--|----------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|
| | | 2015 | 2017 | 旅行台灣就是現在 Time for Taiwan (2012-2016) | 觀光大國行動方案 (2015-2018) | 重要觀光景點建設中程計畫 (2016-2019) | 新南向「觀光」潛力領域工作計畫 (2017- 018) | Tourism 2020 -台灣永續觀光發展策略 (2017- 2020) |
| | | 5 | 7 | | | | | |
| 旅遊業政策和扶持條件 | 旅遊業優先順序 | 82 | 56 | 1. 執行國際光點計畫、建設十大國際魅力據點 2. 將活動區分並做分層行銷 | 1. 建觀光平台，整合資源 2. 打造觀光亮點 | | 實施觀宏專案（旅行團電子簽） | 檢討鬆綁相關產業管理法令與規範 |
| | 國際開放程度 | 28 | 23 | | | | 加速推動免簽減少障礙 | 簡化來台簽證 |
| | 價格競爭力 | 38 | 46 | 提供優惠方案 | | | | |
| | 環境的可持續性 | 69 | 75 | 以永續、品質、友善、生活、多元推動觀光 | 完善綠色觀光體驗及關懷旅遊 | 觀光與生態發展兩者兼顧 | | |
| 2015 2017 旅遊競爭力 | 航空基礎設施 | 47 | 42 | | | | | |
| | 地面、港口基礎設施 | 16 | 16 | | | | | |
| | 旅遊服務基礎設施 | 77 | 53 | 1. 強化旅遊中心服務、提升交通接駁服務品質 2. 用科技支援資訊提供 | 結合 ICT 科技強化「旅遊服務系統」 | 1. 導入智慧觀光 2. 強化台灣好行系統 | 強化觀光資訊應用 | 1. 建立觀光大數據資料庫 2. 完善自由行旅遊相關服務 |
| 自然和文化資源 | 自然資源 | 62 | 55 | | | 1. 發展鄉村旅遊 2. 將各國家風景區內不同資源劃分進行開發建設 | | |
| | 文化資源商務旅行 | 23 | 26 | | | | 推動地方深度旅遊 | 發展遊輪產業 |

表 7 2012-2020DMO 政策之目標人數與實際到場人數

| 2012-2018 | | | | | | |
|---|---|------------------------------------|--|---|--|------------|
| 旅行台灣就是現在 Time for Taiwan (2012-2016) | | | 觀光大國行動方案 (2015-2018) | | | |
| 目標人數 | 2012 年來台旅客人數達 660 萬人次； 2013 年來台旅客人數達 730 萬人次 | | | 2017 年來台旅客人數 達 1120 萬人次 | | |
| 實際人數 | 2012 | 7,311,470 | | 2015 | 10,439,785 | |
| | 2013 | 8,016,280 | | 2016 | 10,690,279 | |
| | 2014 | 9,910,204 | | | | |
| | 2015 | 10,439,785 | | | | |
| | 2016 | 10,690,279 | | 2017 | 10,739,601 | |
| 2016-2020 | | | | | | |
| 重要觀光景點建設中程計畫 (2016-2019) | | 新南向「觀光」潛力領 域工作計畫 (2017-2018) | | Tourism 2020 – 台灣永續觀光發展策略 (2017-2020) | | |
| 目標人數 | 國家風景區遊客人數 從 105 年 4,572 萬人次成長 至 108 年 4,665 萬人次 | | 2020 年前來台旅客維持 千萬人次，其中新南向 18 國占比達 25% | | 2017 年來台旅客人數 達 1061 萬人次；2020 來台 旅客人數達 1139 萬人次 | |
| 實際人數 | 2016 | 4572 萬 | 2016 | 1,789,503 (16.74%) | 2016 | 10,690,279 |
| | 2017 | 4899 萬 | 2017 | 2,283,979 (21.27%) | 2017 | 10,739,601 |
| | 2018 | 4850 萬 | 2018 | 2,594,765 (23.45%) | 2018 | 11,066,707 |
| | 2019 | -- | 2019 | 2,157,585 | 2019 | 9,730,507 |
| | | | (1-10 月) | (6.05%) | (1-10 月) | 成長 9% |

肆、討論

從近年來的政策內容上發現有越來越符合旅遊競爭力指標的趨勢，代表世界上旅遊業討論的議題是極為類似的，也是現在正面臨的問題。而旅遊競爭力做為一個評估該國旅遊業環境現況及發展潛力的標準，同樣也可以用來檢視台灣旅遊業發展的狀況。

根據本研究結果顯示，台灣的旅行與觀光產業需要整體國家政策的支援，像是對於安全的規劃、健康與衛生環境、航空及地面交通基礎設施等等，而單就以觀光政策產生的影響是有限度的。依據 2017 年 TTCR 中所公布的 TTCI 指標反映目前世界局勢與經濟脈動，並討論 TTCI 指標對 DMO 觀光策略之意涵及以各項指標解析本國之旅遊發展與觀光政策，以下幾點討論說明：

一、DMO 可依據旅遊競爭力提出之指標，調整其行銷的策略，以吸引更多的旅客前往該地觀光。

首先在有利環境構面中，DMO 可配合國家提供的有利政策環境聘請多元、符合特質的勞動力及提升安全品質、改善健康與衛生的形象，並且藉由 ICT 的服務來吸引遊客前來目的地遊玩。在旅遊業政策和扶持條件構面中，DMO 可以藉由國際開放程度吸引簽證方便國家的遊客或是以政府的開放資料為根據進行提升性價比、提出優惠折扣或是其他的行銷活動決策，以吸引對價格敏感的旅客。在基礎設施構面中，DMO 可以藉由航空及地面的交通設施增加目的地的可達性，並提升該地的房間數量及旅客在當地花費的便利性，讓旅客可以更加舒適的遊玩。最後在自然與文化資源構面中，除了以現有資源去開發規劃行程之外，隨著網路世代的衝擊，DMO 需要去滿足遊客的數位需求，以吸引遊客的目光，達到提升旅客人數之目的。

從旅遊競爭力的指標進行討論時發現，DMO 在評估整體環境的指標（安全、健康衛生及交通基礎建設等）上只能配合以進行行銷策略規劃。而在評估觀光產業發展的指標上是可由 DMO 自身制定策略來吸引旅客進入，如價格競爭力、服務基礎設施等等指標。

二、台灣觀光政策內容與旅遊競爭力做比對，以指標為整體環境評估或觀光產業發展狀況評估進行討論，以檢核台灣旅遊與觀光產業發展的現狀。

- (一) 根據旅遊競爭力與 DMO 策略討論之結果及比對政策內容後發現，觀光產業需要整體國家政策支援，單就觀光政策的影響有限。
- (二) 以評估觀光產業發展狀況的指標來說，觀光政策內容及會影響到旅遊競爭力指標的評分及排名。
 1. 在重要觀光景點建設中程計畫（2008-2011）中，並無規劃政策規則和條例相關的內容，導致在 2009 年 TTCR 中台灣的政策規則和條例指標排名是從第 8 名大幅下降至第 42 名。而後政府推行觀光拔尖領航方案（2009-2014）時，提出獎勵措施及鬆綁、開放的政策，因此在 2011 年及 2013 年 TTCR 中政策規則和條例指標排名回升至第 9 名及第 5 名。
 2. 在價格競爭力指標上，2009 年台灣的排名由第 15 名下滑至第 34 名，而在旅行台灣年（2008-2009）、旅行台灣感動一百(2010-2011)行銷計畫中開始提出對於國際觀光客的優惠措施，並在旅行台灣就是現在 Time for Taiwan（2012-2016）持續推動提供優惠方案。此項改變導致在 2011 年及 2013 年價格競爭力的排名回到第 17 名及第 21 名。
 3. 在人力資源的指標上，在 2009 年以前都沒有政策規劃相關的內容，而台灣的排名也從第 15 名一路下滑至第 25 名。而在政府推行觀光拔尖領航方案（2009-2014）時，終於將培養高素質的國際觀光人才納入政策的考量中，並在接下來的政策中持續改善人力資源的水準。因此台灣的排名從第 25 名提升至第 19 名。

參考文獻

- 交通部觀光局 (2002)。觀光客倍增計畫書。取自 <https://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/doublep/double.htm?no=120#top>
- 交通部觀光局 (2003)。2004 台灣觀光年工作計畫。取自 <https://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/public/File/200411/2004.htm?no=118>
- 交通部觀光局 (2007a)。重要觀光景點建設中程計畫。取自 <http://admin.taiwan.net.tw/upload/public/20110914/465bf512-9000-412f-87fc-60c3db34ae3b.pdf>
- 交通部觀光局 (2007b)。Tour Taiwan Years 2008-2009 旅行台灣年工作計畫。取自 https://admin.taiwan.net.tw/FileDownload/FileUpload/20081103_1.pdf
- 交通部觀光局 (2008)。觀光拔尖領航方案。取自 <https://admin.taiwan.net.tw/index.aspx/public/public.aspx?no=115>
- 交通部觀光局 (2011)。旅行台灣就是現在 Time for Taiwan。取自 https://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/annual_2011_hm/Chinese/Chapter7_2.html
- 交通部觀光局 (2014)。2015-2018 觀光大國行動方案。取自 <https://admin.taiwan.net.tw/index.aspx/public/public.aspx?no=379>
- 交通部觀光局 (2015)。重要觀光景點建設中程計畫。取自 3.計畫附件_重要觀光景點建設中程計畫 (105-108 年) (西管處) .pdf
- 交通部觀光局 (2016a)。新南向「觀光」潛力領域工作計畫。取自 <https://admin.taiwan.net.tw/FileDownload/FileUpload/6ea5efbd-890e-4c25-a7e4-9ee92a092efb.pdf>
- 交通部觀光局 (2016b)。Tourism 2020 - 台灣永續觀光發展策略。取自 <https://admin.taiwan.net.tw/FileDownload/FileUpload/303b7396-4267-4562-a2f0-52dbabfb4f24.pdf>
- Aridor, Y., Carmel, D., Herscovici, M., Maarek-Smadja, Y., Soffer, A., & Lempel, R. (2003). Information search using knowledge agents: Google Patents.
- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management*, 28(6), 1383-1399.
- Caldwell, N., & Freire, J. R. (2004). The differences between branding a country, a region and a city: Applying the Brand Box Model. *Journal of Brand Management*, 12(1), 50-61.
- Carlsen, J. (1999). A systems approach to island tourism destination management. *Systems Research and Behavioral Science: The Official Journal of the International Federation for Systems Research*, 16(4), 321-327.
- Crotti, R., & Misrahi, T. (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015-Growth through Shocks*. Paper presented at the meeting of the World Economic

- Forum, Geneva, Switzerland.
- Crotti, R., & Misrahi, T. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017- Paving the Way for a More Sustainable and Inclusive Future*. Paper presented at the meeting of the World Economic Forum, Geneva, Switzerland.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research, 44*(3), 137-152.
- Do, Y., Kim, J. Y., Lineman, M., Kim, D. K., & Joo, G. J. (2015). Using internet search behavior to assess public awareness of protected wetlands. *Conservation Biology, 29*(1), 271-279.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism, 6*(5), 369-414.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2002). Destination price competitiveness: Exchange rate changes versus domestic inflation. *Journal of Travel Research, 40*(3), 328-336.
- Eccles, G. (1995). Marketing, sustainable development and international tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 7*(7), 20-26.
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management, 25*(6), 777-788.
- Feurer, R., & Chaharbaghi, K. (1994). Defining competitiveness: a holistic approach. *Management Decision, 32*(2), 49-58.
- Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics, 11*(1), 25-43.
- Gunn, C. (1988). *Tourism Planning (2nd ed.)*. NY: Taylor & Francis.
- Hajkova, D., Nicoletti, G., Vartia, L., & Yoo, K. -Y. (2006). Taxation, business environment and FDI location in OECD countries. *OECD Economics Department Working Paper No. 502*.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research, 38*(3), 239-245.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. NY: Van Nostrand Reinhold.
- Khadaroo, J., & Seetanah, B. (2007). Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research, 34*(4), 1021-1032.
- Ladkin, A. (2011). Exploring tourism labor. *Annals of Tourism Research, 38*(3), 1135-1155.
- Ma, J. X., Buhalis, D., & Song, H. (2003). ICTs and Internet adoption in China's tourism industry. *International Journal of Information Management, 23*(6), 451-467.
- Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: from definition to explanation? *Journal of Travel Research, 46*(1), 86-95.

- Mo, M. C., Howard, D. R., & Havitz, M. E. (1993). Testing an international tourist role typology. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 319-335.
- Morrison, A. M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. England: Routledge.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43-52.
- Nagai, H., & Tkaczynski, A. (2014). Understanding perceived physical risk: the case of Japan. *Tourism Analysis*, 19(2), 249-253.
- Rauschenbach, T. M. (1991). Key Ingredients of Competitiveness in Perspective. *IMD and WEF, The World Competitiveness Report*, 201-7.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2006). Cultural differences in travel risk perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1), 13-31.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. England: Cabi.
- Rizzi, D. M. (2014). Travel visa impacts on destination choice and perception. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(4), 305-316.
- Scott, B. R., & Lodge, G. C. (1985). US competitiveness in the world economy. *The International Executive*, 27(1), 26-26.
- Shanker, D. (2008). *ICT and tourism: Challenges and opportunities*. Paper presented at the meeting of Conference on Tourism in India—Challenges Ahead, 2008, India, Lucknow.
- Smith, S. L. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582-595.