

BOT 招商階段重要因素之探討

詹春瑩、李俊憲

E-mail: 9509692@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來由於政府大量引進BOT模式加速公共工程之建設，不僅解決政府財政負擔問題並可利用民間充沛資金與經營效率，而政府於推動BOT計畫中，為使順利完成BOT招商，亦需考量許多因素，因此，如何使計畫具有投資效益為政府於招商時最重要之招商議題。本研究主要以質性研究作為研究工具，研究設計將分析招商文件、BOT案例執行經驗、以及學術文獻等，並經由產、官、學三方面專家學者之訪談，匯集意見整理出BOT招商重要因素。研究結果顯示，招商過程中，其執行面與整體環境等因素皆會影響民間機構投資意願，而完善之先期規劃書、招商文件內容嚴謹、資訊透明化分享、有效之行銷策略與公平公正甄審皆為順利招商之重要因素。每件BOT案皆有其計畫特色，故先期計畫書、可行性研究與招商文件須"因案制宜"，最後，政府與民間機構應基於合夥之精神，政府必須提供優惠措施與提高誘因而協助事項，共同推動公共建設。

關鍵詞：招商成功、BOT專案、重要因素

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
要.....	v	誌謝.....	vi	目錄.....	vii
圖目錄.....	ix	長目錄.....	x	第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1	第二節 研究目的.....	3	第三節 研究範圍.....	4
第四節 研究流程.....	4	第五節 論文架構.....	5	第二章 文獻探討.....	8
第一節 BOT發展歷程與現況.....	8	第二節 BOT制度與整體運作.....	11	第三節 BOT招商內容.....	18
第四節 資訊不對稱性理論.....	30	第五節 行銷理論.....	30	第三章 研究方法.....	34
第一節 研究工具.....	34	第二節 研究設計.....	41	第四章 BOT招商與重要因素之分析.....	44
第一節 國內BOT招商現況分析.....	44	第二節 BOT契約重要項目分析.....	59	第三節 BOT申請須知重要項目分析.....	70
第四節 BOT招商遭遇問題之分析.....	77	第五節 BOT招商階段重要因素之分析.....	87	第五章 結論與建議.....	96
第一節 結論.....	96	第二節 建議.....	98	參考文獻.....	102
附錄一.....	102	附錄二.....	109	附錄三.....	115
附錄四.....	115				

參考文獻

- 中文部份 1. Donald, R.C. 著，古永嘉譯(1996)。企業研究方法。台北，華泰 2. Duggan, W. 著，李芳齡譯(2004)。專家直覺。台北：美商麥格羅希爾國際股份有限公司。 3. Neuman, W.L. 著，朱若柔譯(2000)。社會研究方法-質化與量化取向。台北：楊智文化。 4. Schwartz, A. 著，李風聖譯(1999)。契約經濟學。北京：經濟科學。 5. Weber, R.P. 著，林義男、陳淳民譯(1989)。內容分析法導論。台北：巨流圖書 6. 公共工程委員會(1998)。民間參與公共建設申請與審核作業注意事項。 7. 公共工程委員會(2001)。民間參與公共建設甄審作業參考手冊。 8. 公共工程委員會。(2004)。民間參與公共建設甄審委員會組織及評審辦法。 9. 公共工程委員會。政府電子採購網，網站位置：<http://web.pcc.gov.tw/>，2006.4 10. 王文科、王智弘(2004)。教育研究法。台北：五南圖書。 11. 江嘉瑜(2001)。台灣花卉電子商務網站內容之分析。國立中興大學行銷學研究所碩士論文。 12. 江耀宗(2003)。當前民間參與公共建設之施政方針與重點。民間參與公共建設。黃玉霖編輯。台灣營建研究院。11-12。 13. 吳貞慧(1999)。BOT模式暨風險之探討。國立中山大學財務管理學研究所碩士論文。 14. 吳耀昌(2003)。大陸台商回台投資意願關鍵因素之探索性研究-以彰濱工業區招商案為例。大葉大學工業關係學系研究所碩士論文。 15. 李允傑、吳瓊恩、陳銘薰(1999)。公共管理。台北。 16. 周鴻騰(2002)。社會行銷於政策決策過程中之應用-以推動購物用塑膠袋及免洗餐具限制使用政策為例。國立東華大學環境政策研究所碩士論文。 17. 林世育(2000)。BOT工程招商程序及決策程序研究-以高雄虎捷運為例。國立成功大學碩士論文。 18. 林宗德(1997)。國際港埠運用BOT民營化之研究兼論招標審標作業規範。國立台灣海洋大學航運管理碩士論文。 19. 林芸湘(1999)。BOT特許合約相關條款之初步研究-以特許權、履約保證、保險、爭議處理為例。國立中央大學土木工程研究所碩士論文。 20. 林嘉蓉(2004)。民間參與公共建設公告甄審作業。台灣營建研究院。 21. 胡幼慧(1996)。質性研究：

理論、方法及本土女性研究實例。台北:巨流圖書。22. 張筵儀(2002)。不完全契約與政府外包-從代理人理論分析台北市政府拖吊業務。國立政治大學公共行政學系碩士論文。23. 莊曜聰(2004)。BOT計畫之政府監督管理程度。國立成功大學土木工程研究所碩士論文。24. 許俊逸(2002)。“民間參與公共建設計畫之風險管理”，第八屆R 運輸安全研討會論文集。25. 許素鳳(2003)。利之所趨，設廠投資之所在，兩岸招商策略之比較。台灣經濟研究月刊，第26卷第3期，66-69。26. 陳天賜(2003)。我國國際機場航空貨運基礎設施民營化過程之探討。台灣營建研究院出版。27. 陳照明、陳春富(2002)。政治行銷模式之建構-商業行銷模式之修飾，網站位置：<http://www.if.itri.org.tw/content04/01if42b.htm>，2005.10 28. 游俊哲(2002)。以社會行銷觀點探討台北市民眾酒後駕車之行為意向。國立交通大學運輸科技與管理學研究所碩士論文。29. 黃玉霖主編(1998)。公共建設民營化。中華民國營建管理協會 出版。30. 黃俊英(1996)。行銷研究-管理與技術。台北:萬泰。31. 黃俊英(2001)。行銷學世界。台北:天下遠見。32. 黃俊英、楊必立、陳定國、劉水深、何雍慶(1999)。行銷學。台北:華泰文化。33. 黃榮燦(2001)。招商要有成效需要整體規劃-問君招商招幾多。卓越財經，第205期，94-96。34. 楊孝濂(1991)。社會及行為科學研究法。東華。35. 楊豐碩(1998)。推動民間參與公共建設之挑戰-從國內交通建設BOT談起。經濟論壇，第21卷第1期，97-102。36. 葛賢鍵(1999)。透視民間投資參與公共建設-剖析BOT類型計畫，中華綜合發展研究院。37. 劉昭博(1999)。資訊不對稱性與政府投機行為之研究。國立政治大學公共行政研究所碩士論文。38. 鄭麗嬌(1995)，社會行銷理論在科技政策之應用:美國太空總署太空梭發射計畫之個案研究。政治科學論叢，第6期 223-258。39. 蘇俊源、曾亮(1998)。淺談BOT之理念及應用。現代營建，第228期，34-59。英文部分 1. Cooper, D. R. & Emory, C. W. (1995). Business research methods, Richard D. Irwin Inc. 2. Horn, M. J. (1995). The political economy of public administration-institutional choice in the public sector. New York: Cambridge University Press. 3. Kotler, P & Roberto, E. L. (1989). Social marketing strategies for changing public behavior. New York The free press. 4. Kotler, P. & Andreasen, G. (1984). Marketing an introduction. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. 5. Kotler, P. & Zaltman, G (1971). Social marketing: An approach to planned social change. Journal of marketing, 3-12 6. Snavely, K. (1991). Marketing in the government sector: A public policy model, American review of public administration, 21(4), pp. 311-326 7. UNIDO (1996). Guidelines for infrastructure development through Build-Operate- Transfer (BOT) projects, UNIDO, Vienna. 8. Weber, R. P. (1989). Basic content analysis. Sage Publications.