

公眾氣象資訊應用服務之社會經濟效益評估

溫芳宜¹、林桓億²、楊晴雯²、劉哲良³、陳注維²

(1)中華經濟研究院第一研究所、(2)中華經濟研究院第三研究所、(3)中華經濟研究院綠色經濟研究中心

氣象資訊對於公眾而言，雖然經常運用於個人日常生活行為決策，但氣象資訊服務的重要性和潛在效益仍需受到更多的重視。對於公眾氣象服務而言，氣象資訊應用的價值或效益，不僅來自於準確且高品質的預報技術與結果，更重要的是氣象資訊是否被一般公眾妥善應用，並採取適當應對行動，以改善其生活的安全性、便利性與舒適度。此外，氣象資訊應用效益亦取決於一般公眾對氣象資訊的信任度，以及過去接受資訊後採取應對措施的經驗；而一般公眾接觸氣象資訊的內容、管道，以及個人特徵（例如：年齡、教育程度、所得）與環境經驗等，亦可能影響其對於氣象資訊之信任度及評價。

為針對公眾氣象資訊應用服務進行社會經濟效益評估，本研究分別於2020年及2021年，針對六大直轄市及非六大直轄市年滿20歲之公眾進行電話問卷調查，並透過經濟學中的假設市場評估法，針對我國公眾應用氣象資訊服務的重要性及潛在效益進行分析。

分析結果顯示，無論受訪民眾是否生活於六大直轄市，約有六成左右的受訪者係藉由電視臺來獲得氣象資訊，惟年齡較低的族群，透過手機APP觀看氣象資訊的比例較高。整體而言，氣象資訊有助於日常生活決策，民眾亦對於氣象局提供的資訊服務感到滿意。然而，六都及非六都公眾因家庭背景、居住環境及生活條件有所不同，因而對於氣象資訊服務的需求有所差異。例如，相較於六都而言，非六都有較多比例的受訪者從事農業，因此在從事相關業務（例如：種植作物）時會有氣象資訊或服務需求。此外，非六都調查結果顯示，公眾是否具有因天然災害而遭受經濟損失之經驗，將影響其對於氣象預報服務之支付意願。

整體而言，氣象資訊及氣候服務需貼近公眾日常並提供整合性資訊服務，以充分發揮氣象資訊之潛在應用價值，如何強化氣象資訊與公眾生活之連結以增加氣象資訊加值應用的可能性，為公部門與民間單位可著力之目標。

中文關鍵詞：公眾、氣候服務、經濟價值評估