

度獎助 100 團。為使演藝團隊能有更大的發展空間，並增加團隊的國際能見度，文化部在既有的獎助基礎上，在 102 年度推展本計畫，藉由挹注更多的資源，使原本已達卓越級補助的演藝團隊，提升為「臺灣品牌團隊」。

- 二、誠如陳委員所言，「臺灣品牌團隊計畫」係針對已具有國際演出實績及潛力、營運具一定規模之卓越團隊，以策略投資的方式，營造成為臺灣表演藝術的旗艦品牌，並適時推動這些演藝團隊大步走向國際，其次，藉由提昇品牌團隊的創作質量，並且推動有計畫的國內外巡演及偏鄉開放型演出，期使更多民眾欣賞到品牌團隊優質的演出，以達到文化平權的目標，文化部特在 102 年編列 1 億元經費，用於扶植品牌團隊，使其能有充沛且目標性的資源運用，而原有的演藝團隊分級獎助計畫，則能使更多中小型團隊繼續穩定地發展，除有充裕的補助資源可以運用外，也能有更多的發展空間，為表演藝術界增加多樣性及新活力。
- 三、承蒙陳委員對此事項熱忱關注，未來文化部在推動藝文展演政策，除致力鼓勵藝術創作、提升專業展演水準、拓展藝文欣賞人口外，當更著重鼓勵更多民間企業將資源挹注於文化團體、踴躍參與藝文活動，讓演藝團隊逐步成為臺灣文化軟實力的重要表徵，得以深耕國際舞台展現文化國力。

（六十三）行政院函送羅委員淑蕾就「關廠歇業失業勞工促進就業貸款」問題所提質詢之書面答復，請查照案。

（行政院函 中華民國 102 年 4 月 16 日院臺專字第 1020023486 號）
（立法院函 編號：8-3-7-156）

羅委員就「關廠歇業失業勞工促進就業貸款」問題所提質詢，經交據本院勞工委員會，查復如下：

- 一、本項貸款係依「關廠歇業失業勞工促進就業貸款實施要點」辦理：該要點明定貸款用途、利息、還款期限及貸款人如未能依約如期償還貸款，將依法追訴，故為保障就業安定基金債權免於貸款請求權時效消滅，且本會職業訓練局並無具備訴訟專業能力之編制人員可因應，爰依法編列預算，俾辦理追償訴訟事宜，以保障國家債權。
- 二、還款困難者可運用調（和）解程序：本案總貸款戶數計 1,105 戶，截至 102 年 2 月底止，共計已有 555 位貸款戶還款（包含職訓局委請律師催收後全數清償貸款之 75 位貸款戶），550 戶尚未還款，如貸款戶還款困難則可運用調（和）解程序。
- 三、本案已先合意停止訴訟，並組成專案小組研商解決方案且持續與貸款勞工協商：本會已於 101 年 8 月 10 日與貸款勞工代表溝通、協商，本案現即依協商結果處於合意停止訴訟程序階段；另為妥善處理本案，本會業已召集相關部門組成專案小組處理，期能在未損及國家債權並兼顧逾貸戶還款能力等前提下，儘速尋求本案後續最適當之解決方案。
- 四、針對經濟困難且未完全清償貸款的關廠歇業勞工提出補貼計畫：依本會提出的補貼計畫規劃內容，適用對象是經濟困難且未完全清償貸款的關廠歇業勞工，對於經濟困難之貸款人全額補貼利息及違約金；本金補貼標準則按照勞工收入、工作能力等不同經濟狀況，給予不同額度

的補貼，上限為 90%，並保留 10%的行政裁量空間。故勞工仍有先行清償的義務，勞工若採分期清償方式，則分期核予補貼；符合經濟困難致無力清償貸款的關廠歇業勞工，於本會發布該補貼計畫後，即可依規定提出補貼申請。另，該補貼計畫亦規劃對於有意願還款之逾期戶，提供訴訟程序外之和解管道。

（六十四）行政院函送羅委員淑蕾就國內推行觀光住宿小費制問題所提質詢之書面答復，請查照案。

（行政院函 中華民國 102 年 4 月 16 日院臺專字第 1020023499 號）

（立法院函 編號：8-3-7-169）

羅委員就國內推行觀光住宿小費制問題所提質詢，經交據交通部查復如下：

按小費屬贈與性質，係旅客對於基層服務人員服務之肯定出於自願給與，無對價關係，亦無債權債務關係，與服務費有別。針對推行旅館服務小費措施，本部觀光局前於 4 月 2 日召開研商會議，徵詢觀光相關產業代表意見，會中共識為鼓勵基層員工士氣，宣導來臺旅客給予小費有其必要性，但不宜訂定小費制度，未來將透過適當管道，適時向旅客宣導建議給予小費。

（六十五）行政院函送蔡委員其昌就二代健保資訊多上網公開，對部分民眾造成資訊落差問題所提質詢之書面答復，請查照案。

（行政院函 中華民國 102 年 4 月 16 日院臺專字第 1020021107 號）

（立法院函 編號：8-3-6-127）

蔡委員就二代健保資訊多上網公開，對部分民眾造成資訊落差問題所提質詢，經交據衛生署查復如下：

- 一、本署健保局為使二代健保順利推動，加強民眾對二代健保之瞭解，除在本署及本署健保局全球資訊網公開二代健保相關資訊外，另在宣導策略上，依不同族群，採行分眾宣導，宣導方式亦考慮針對年長、不諳使用網路及不識字等民眾獲取二代健保資訊之途徑與效益，而全面涵蓋各種媒體通路，包括電視（國語、台語）、廣播（國語、台語與客語）、報紙、雜誌、網路、戶外燈箱、看板、醫療院所電視牆、公車（螢幕、車廂內、車體外廣告）、社區活動（說明會及設攤）、捷運電視、看板等多元之宣導通路。
- 二、在有限經費及人力之下，宣導對象也包括各類補充保費之扣費義務人、中央及地方政府機關、醫療專業團體、各工（公、協、學）會等對象，自 100 年起，已辦理完成 1,637 場次二代健保作業說明會；101 年起，繼續進行面對面之溝通及宣導，102 年，50 人以上投保單位派人參加說明會已達 100%，本署健保局針對小型投保單位亦將持續宣導，40 至 49 人以下投保單位已派人參加說明會達 96.8%，累計至 102 年 3 月 21 日止，已完成 4,318 場次。另外，本署健保局亦主動加強以電話連繫及輔導提供投保單位及扣費義務人所需的諮詢服務。
- 三、同時，針對偏鄉地區民眾的宣導則採取製作布條、布幔懸掛、發送農民曆等方式，結合全國 22 縣市村（里）辦公室說明，亦已完成 100%。