

南華大學  
文化創意事業管理學系休閒產業碩士班  
碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
Department of Cultural & Creative Enterprise Management,  
Nanhua University

臺灣銀髮族國內旅遊目的類型之分析

**A Study on Goal Type of Domestic Travel for the Elderly in Taiwan**

指導教授：黃瓊玉 博士

張鐸瀚 博士

**ADVISORS : Chiung-Yu Huang, Ph. D.**

**To-Hang Chang, Ph. D.**

研究生：溫盛傑

**GRADUATE STUDENT : Sheng-Jie Wen**

中 華 民 國 104 年 6 月

# 南 華 大 學

文化創意事業管理學系休閒產業碩士班

## 碩 士 學 位 論 文

臺灣銀髮族國內旅遊目的類型之分析

A Study on Goal Type of Domestic Travel for the Elderly in Taiwan

研究生：溫盛傑

經考試合格特此證明

口試委員：  
莊文彬  
黃瓊玉  
徐從淵  
楊政郎

指導教授：黃瓊玉 徐從淵

系主任(所長)：王世和

口試日期：中 華 民 國 104 年 6 月 17 日

# 摘要

臺灣銀髮族具有錢、有閒、有自主規劃旅遊能力等特質，加上交通便利等外在資源，銀髮族儼然成為國內旅遊市場重要的潛在客層。本研究以臺灣 60 歲以上銀髮族為研究對象，採用「國人旅遊狀況調查」問卷資料為樣本，以 2001 年至 2013 年為研究期間，利用 probit model 與 multinomial probit model 兩階段模型，來探討銀髮族國內旅遊的機率，並且進一步分析銀髮族國內旅遊目的類型的參與機率。

研究結果顯示：(1) 在是否參與國內旅遊部分：女性已婚、教育程度較高、月所得較高、年齡在 70~74 歲間旅遊機率較高；(2) 在旅遊目的類型部分：「健身度假運動」類型以教育程度高、居住地為都會區及北部非都會型之受訪者旅遊機率較高，職業是家管或無業之受訪者旅遊機率較低；「生態旅遊」類型以男性離婚或分居之受訪者旅遊機率較高，而男性已婚和無業之受訪者旅遊機率較低；「宗教性旅行」類型以教育程度愈高、月所得愈高、男性、居住地為都會區之受訪者旅遊機率較低，女性非已婚、高階專業或低階生產工作之受訪者旅遊機率較高；「探訪親友」以教育程度愈高、高階專業或低階生產工作之受訪者旅遊機率較高，而男性已婚和未婚喪偶、無業、月收入未滿二萬元、居住地為都會區和北部非都會區之受訪者旅遊機率較低；(3) 由銀髮族旅遊目的類型趨勢分析可知，「純觀光旅行」比例逐年增加而其他類型減少。

本研究建議政府相關單位在提倡銀髮族旅遊議題時能多加促進各種出遊目的類型之條件、環境，讓銀髮族擁有更多元的選擇，亦可提供無意願旅遊的銀髮族更多的參與誘因。

關鍵字：銀髮族國內旅遊、旅遊目的類型、時間趨勢、probit 模型、多重 probit 模型

# Abstract

Most of the elderly people in Taiwan are rich, free and able to make their own travel plans. In addition to convenient mass transportation, they consequently become potential customers in domestic tourist market. Understanding and analyzing the types of what their travel purposes are can help us explore some certain factors influencing how often they take a trip. This survey is based on 2001~2013 questionnaires of “The travel conditions of the seniors in Taiwan over the age of 60” from Tourism Bureau, MOTC. It aims to discuss if the rates of the elderly people who take a domestic trip rise, and analyze the relative types of taking a domestic trip by using probit model and multinomial probit model.

The survey results show that: (1.) whether to take a domestic trip or not : Chances are that married female interviewees in the seventies with higher-educated background and high monthly pay would take a domestic trip. (2.) Types of travel purposes : Higher-educated interviewees living in downtown or in Taipei suburbs prefer to take a sport trip. Housekeeping or unemployed interviewees have little chance of taking this kind of trip. Divorced male interviewees or those who are in separation are more likely to take an eco-trip than married or unemployed ones do. The better education, pay and residence male interviewees in downtown possess, the less chance they would take a religious trip. Unmarried, professional or laboring female interviewees are much more interested in it instead. Higher-educated, professional, laboring interviewees are more likely to visit their relatives or friends by taking a trip. Married, widowed, unemployed or paid less than twenty thousand dollars per month male interviewees in downtown or Taipei suburbs don't do so during the trip. (3.) According the analysis of the types of travel purposes, it suggests that taking a trip “simply” increase gradually every year.

The survey recommends that the government should put the conditions and environment of all kinds of travel plans into consideration while promoting the elderly people to take a trip, which not only gives them more options but also offers more incentives to those who are unwilling to take part in any trips

Keywords : Domestic travel for the elderly, Goal type, Probit model, Multinomial probit model, Time trend

# 目 錄

摘要	.....	I
Abstract	.....	II
目錄	.....	III
表目錄	.....	IV
圖目錄	.....	V
第一章	緒論.....	1
1.1	研究背景和動機.....	1
1.2	研究目的.....	6
1.3	研究方法.....	7
1.4	研究架構.....	8
第二章	文獻探討.....	9
2.1	銀髮族定義.....	9
2.2	銀髮族國內旅遊概況.....	10
2.3	銀髮族國內旅遊之因素.....	16
2.4	旅遊目的類型.....	21
第三章	資料處理與實證模型設立.....	26
3.1	資料來源與變數定義.....	26
3.2	實證模型設立.....	34
第四章	實證結果分析與討論.....	38
4.1	實證資料敘述統計.....	39
4.2	實證資料敘述統計之討論.....	49
4.3	第一階段實證結果與討論.....	53
4.4	第一階段 probit 模型分類估計預測能力 .....	61
4.5	第二階段實證結果與討論.....	62
第五章	研究結論與建議.....	76
5.1	研究結論.....	76
5.2	研究建議.....	78
參考文獻	.....	80

# 表 目 錄

表 1-1	2013 年國內、外旅遊次數統計表.....	1
表 1-2	2013 年 65 歲以上人口從事國內旅遊的比例.....	2
表 1-3	2013 年 65 歲以上人口從事國內旅遊的次數.....	2
表 1-4	2013 年臺閩地區 55~64 歲民眾對未來老年有生涯規劃者之規劃 項目.....	3
表 2-1	台灣老年家庭主要非必要消費支出統計.....	11
表 2-2	2013 年 65 歲以上國人旅遊的同伴數.....	13
表 3-1	變數名稱及定義.....	33
表 4-1	全體樣本各項變數的數據敘述統計.....	41
表 4-2	樣本國內旅遊目的類型的敘述統計(依樣本的年度).....	45
表 4-3	各項變數敘述統計(依樣本的目的類型).....	47
表 4-4	第一階段：是否參加國內旅遊估計結果.....	59
表 4-5	銀髮族旅遊參與機率的時間趨勢.....	60
表 4-6	第一階段 Probit 模型分類估計的表現.....	61
表 4-7	第二階段：旅遊目的類型的估計結果.....	74
表 4-8	各目的類型旅遊參與機率之時間趨勢.....	75

# 圖目錄

圖 1-1	研究架構圖.....	8
圖 4-1	銀髮族旅遊參與機率的時間趨勢.....	60
圖 4-2	各目的類型旅遊參與機率之時間趨勢.....	75



# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景和動機

「婆娑之洋，美麗之島。」臺灣，不只是歷史學家連雅堂的《臺灣通史》所稱載，連葡萄牙人初次來到臺灣，亦由衷讚嘆出「福爾摩沙」的美譽。臺灣是一座綠意盎然的美麗島嶼，擁有著得天獨厚的地理景觀，從海濱到高山，就能夠看到熱帶、亞熱帶、溫帶到寒帶的自然生態變化，而豐富的地形地貌、人文風采及離島風情，都值得人們流連忘返。臺灣交通便捷，往返容易，不管走到哪裡都饒富濃濃的人情味，諸多因素都促使國內觀光旅遊儼然成為一股全民運動。

根據交通部觀光局的統計資料顯示，102 年國人從事國內旅遊的比率為 90.8%，平均每人一年中國內旅遊次數為 6.85 次，國人國內觀光旅遊總旅次（含未滿 12 歲兒童）高達 166,111,000 旅次（交通部觀光局中華民國 102 年國人旅遊狀況調查報告，表 1-1），且其帶來的消費金額也很可觀，估計約有新臺幣 2,721 億元之多（交通部觀光局中華民國 102 年國人旅遊狀況調查報告）。

表1-1：2013年國內、外旅遊次數統計表

	國內旅遊					出國旅遊				
	第1季	第2季	第3季	第4季	全年	第1季	第2季	第3季	第4季	全年
沒旅遊	29.9%	35.7%	34.6%	35.6%	9.2%	92.9%	92.2%	90.9%	93.2%	78.4%
有旅遊	70.1%	64.3%	65.4%	64.4%	90.8%	7.1%	7.8%	9.1%	6.8%	21.6%
平均每人旅次	1.80次	1.62次	1.76次	1.67次	6.85次	0.11次	0.12次	0.13次	0.11次	0.47次
國人旅遊總旅次	37,403,000 旅次	33,704,000 旅次	36,667,000 旅次	34,841,000 旅次	142,615,000 旅次	2,534,616 旅次	2,754,038 旅次	3,089,260 旅次	2,674,994 旅次	11,052,908 旅次
	43,013,000 旅次 (含未滿12歲兒童)	39,434,000 旅次 (含未滿12歲兒童)	42,900,000 旅次 (含未滿12歲兒童)	40,764,000 旅次 (含未滿12歲兒童)	166,111,000 旅次 (含未滿12歲兒童)					

資料來源：交通部觀光局中華民國 102 年國人旅遊狀況調查報告。

而在人山人海的人群之中，銀髮族的身影也愈來愈常見。他們願意不辭舟車勞頓之苦，穿梭在人文自然景觀之間，享受觀光旅遊，也享受樂齡生活。就以民國 102 年國人旅遊調查報告資料為例，每一季 65 歲以上國人會去觀光旅遊的情



形約為 46%左右，全年有參與過國內旅遊的比例高達為 79% ，參與國內旅遊的次數平均達到 4.42 次（交通部觀光局中華民國 102 年國人旅遊狀況調查報告，表 1-2、1-3）。

**表 1-2：2013 年國人旅遊狀況調查報告-65 歲以上人口從事國內旅遊的比例**

	第 1 季	第 2 季	第 3 季	第 4 季	全年
從事國內旅遊比例	46.6%	44.6%	43.0%	51.7%	79.3%

註：國內旅遊比例=某段期間內至少曾從事 1 次國內旅遊的樣本數/總樣本數。

**表 1-3：2013 年國人旅遊狀況調查報告-65 歲以上人口從事國內旅遊的次數**

	第 1 季	第 2 季	第 3 季	第 4 季	全年
從事國內旅遊平均次數	1.05 次	1.04 次	1.12 次	1.21 次	4.42 次

資料來源：交通部觀光局中華民國 102 年國人旅遊狀況調查報告

以上概況初步歸納，大多數的銀髮族有國內旅遊行為，整體而言，銀髮族也願意去參與國內旅遊，這是一件旅遊市場所樂見的現象，亦為銀髮族休閒旅遊產業注入蓬勃活力。

推究八成銀髮族願意參與旅遊之因，可從旅遊的功能和益處來思考，過往研究認為，銀髮族需要從事休閒、觀光、旅遊活動，讓自己的生活品質得到正向循環。魏素芬（1997）認為，在老年人的生活調適上，參與休閒活動不僅可以提升自我認同感，對日常的生活也會有很大的幫助；林佳蓉（2001）研究更指出，老年人參與休閒活動，一來富有相當的正面價值，還可為生活帶來不同的滿足感，減少失去家庭核心主角的孤寂落寞感，使銀髮族心情得到舒解情緒，減緩身心機能衰退，增進自己的心理狀態、自我認同，以及促進家人溝通互動的和諧氛圍；蘇羨雯（2007）說明銀髮族從事旅遊休閒活動，一來可以增進身心健康，二來也減少晚年的危機感。銀髮族認為旅遊能為自己帶來更多的生活經驗，同時亦普遍認同觀光旅遊具有調劑身心、維持身體機能健康的好處。看來旅遊確實對銀髮族

有不少好處，銀髮族若能走出戶外、觀光旅遊，不僅能充實晚年生活，也更有機會得到心靈上、身體上、人際上的收穫。

美國退休人士協會 (American academy of pharmaceutical physicians, AAPP) 指出，有 73% 的已退休銀髮族計畫花更多時間在個人興趣或旅遊上；Supernaw (1985) 研究更顯示，美國銀髮族在退休之後，最想做的事就是旅遊，銀髮族掌握全國約七成的資產，可以讓他們盡情享受退休旅遊之樂。國內研究也支持同樣論點，蘇漢雯 (2007) 除了提出銀髮族在退休後最想從事的活動即為旅遊活動，指出他們也是相當重要的消費族群，所擁有的財富和閒暇時間使其有能力來從事旅遊活動。另外對於即將成為銀髮族者，依據衛福部 102 年度的「老人生活狀況調查」(如表 1-4) 分析報告，顯示在民國 98 年至 102 年這四年內，55 歲至 64 歲的國民對未來老年生涯規劃項目中，可以「四處旅遊」項目從 17.5% 升至 19.6%，成長了 2.1%，都是比例最高者。所以我們可以認知到：臺灣未來要邁入銀髮生活的人口裡，晚年能四處旅遊的意願有所提升，也是最想做的事。

表 1-4：2013 年臺閩地區 55~64 歲民眾對未來老年有生涯規劃者之規劃項目

單位：%

項目別	總計	繼續工作	專業知識或才藝的傳授	參加進修學習課程	從事志願服務工作	四處旅遊	從事宗教修行活動	在家照顧(外孫子女)	從事養生保健活動	賦閒在家	其他	不知道/拒答
98年6月	100.0	9.5	2.1	6.6	17.5	17.5	6.7	5.1	10.5	12.1	12.2	0.4
102年6月	100.0	14.0	4.6	8.7	14.1	19.6	7.4	6.7	12.2	6.8	5.9	-

資料來源：衛福部 102 年老人生活狀況調查報告

既然現況顯示不管是銀髮族與準銀髮族都有旅遊的規劃，那麼我們可以進一步多了解銀髮族旅遊之偏好。先在 102 年國人國內旅遊調查報告中一探初概，歸納數據顯示「自然景觀類」景點是銀髮族群的最愛，這不難理解，臺灣自然景觀豐富多元，銀髮族旅遊的動機大多是為了調劑身心，行到水窮處，坐看雲起時，

悠閒漫遊，讓原本規律、乏味的生活有放鬆感，所以偏於靜態的自然類景點正適合其步調，意圖讓心靈能受到大自然的洗滌、沉澱，這才是銀髮族所希望的；反觀之，運動型、遊樂園式的旅遊型態，比例偏低，大多是因陪同兒孫輩的情況下前去，以維繫親子間的天倫之情。不過，「宗教活動類」景點在銀髮族裡亦滿有影響力的。銀髮族一輩普遍具有傳統信仰，尤其是以道教、佛教較盛，臺灣道觀、廟宇林立，密度堪稱世界前茅，一些宗教聖地更吸引大批國內外觀光客慕名朝拜，諸如：萬華的龍山寺、台中的中臺禪寺、北港的朝天宮，南高雄也有佛陀紀念館等，而宗教活動如大甲媽祖繞境、平溪放天燈等也有眾多遊客體驗嚐鮮。宗教旅遊兼顧了祈福與觀光的雙重目的，在宗教旅遊方面的文獻研究現況都顯示了銀髮族對國內宗教景點的熱衷，唐明偉（2006）於萬華龍山寺的研究顯示，銀髮族在宗教旅遊有顯著的正相關；而蔡佩璇（2013）在佛光陀紀念館研究，得到了 60 歲以上的銀髮族旅客在為了充實宗教心靈、新奇與自我滿足、宗教文物偏好、宗教利益、休閒調劑、人際社交上的影響比其他年齡層大。普遍來說，宗教的心靈之旅，可以成為銀髮族另一種形式的生活寄託。

以上觀察呈現出銀髮族似乎傾向於為了欣賞自然景觀、宗教景點等目的而出遊，繼而推想，尚有其他可能提升的出遊目的類型嗎？若有，其各種出遊目的類型的表現為何呢？一個人為什麼要出遊？旅行總會有個目的，想從事某類型的旅遊，而讓旅遊行為得以發生。一次旅遊可能只有一種目的，例如純粹去看球賽、或探訪親友、或參加生態體驗營隊，但一趟旅程也可能是結合多種目的所組成，例如趁著要去體驗東港王船祭，也順路回老家探訪親友或至鄰近景點觀光。出遊的最主要目的如果不存在，會造成什麼影響呢？也許對鍾情於某單一目的的類型的旅遊者影響不大，但可能會造成附加旅遊行程也隨同取消，牽一髮而動全身；反之，為了一趟旅遊更充實，藉機融入一些其他次要行程，於是旅遊的參與廣度亦增加。尚且同類景點參與多次後其重遊吸引力不高，因此若能詳知銀髮族出遊主要目的，並將各種目的類型的活動規劃更加周延完善，期能觸發更多旅次以求帶動國內整體旅遊市場。

隨著高齡化時代來臨，國人銀髮族即將躍升為未來旅遊市場的重要客群，了解銀髮族旅遊產業的發展並加以推廣或改善有其必要性，銀髮族旅遊發展當前究竟呈現什麼樣貌，其間的發展趨勢又是如何，著實令人好奇。本研究欲從長期的

調查資料實證，以了解參與者具有何種特質與因素和 13 年來國內旅遊的發展趨勢；然後再更進一步研究，當前銀髮族國內旅遊目的類型為何、又在這十幾年間是否有所轉變，探討其發展趨勢，以提供相關部門與經營者作為推廣銀髮旅遊政策制定之參考，並期望本研究結果能讓相關單位瞭解銀髮族出遊的選擇，以增加誘因，呼應需求，期能為提升銀髮族參加國內旅遊的機率盡一分心力。



## 1.2 研究目的

觀光旅遊行為會帶來經濟效益，並帶動服務業的成長，所以世界各國都在大力宣導觀光，並營造更好的國內觀光環境和條件。本研究欲了解 60 歲以上銀髮族參與國內旅遊行為之人口特徵，並希望創造更優質的旅遊環境，而銀髮族是未來消費潛力雄厚的一群，若能增進銀髮族旅遊的機率與滿意度，拓展觀光市場以達到旅遊者與業者雙贏的局面。

銀髮族國內旅遊比例確實提升，但是影響他們參與機率的因素為何呢？而其出遊的主要目的是否有所改變呢？隨著時間演變的趨勢又是如何呢？本研究將整合各年度的資料作分析，全面性地探知銀髮族參與國內旅遊之因素，更探討旅遊目的類型的相關性。目的類型亦是採用國人旅遊狀況調查問卷所歸納分類，扣除不到 2% 的會議型學習性度假旅遊，保留「純觀光旅行」、「健身度假運動」、「生態旅遊」、「宗教性旅行」、「探訪親友」等目的類型來做探討，希望由此了解銀髮族出遊目的發展情形與轉變趨勢。

為回答以上問題，本研究具體之研究目的有二：

- 一、探討臺灣 60 歲以上銀髮族之教育程度、月所得、性別、婚姻狀態、工作別、居住地、時間趨勢及各年齡組銀髮族人口占全國總人口比例等因素對其國內旅遊參與機率之分析。
- 二、探討臺灣 60 歲以上銀髮族之教育程度、月所得、性別、婚姻狀態、工作別、居住地、時間趨勢及各年齡組銀髮族人口占全國總人口比例等因素，對其出遊選擇「純觀光旅行」、「健身度假運動」、「生態旅遊」、「宗教性旅行」、「探訪親友人際關係」等目的類型機率之分析。

### 1.3 研究方法

本文的研究目的是在分析探討銀髮族參與國內觀光旅遊，以及銀髮族出遊目的類型參與情況之分析。

在資料方面，採用交通部觀光局 2001~2013 年「國人旅遊狀況調查」資料庫，進行樣本篩選與編碼重整，以全國性、長期性調查資料來綜觀銀髮族旅遊機率的變化情形。

在實證方面，實證模型的設立則利用了 STATA 軟體，因為在應變數有間斷的情況，所以採用了二階段估計法分別利用 probit 模型與多重 probit 模型來進行資料的實證分析。

第一階段，採用 probit model 來估計 2001 年至 2013 年影響臺灣 60 歲以上銀髮族旅客特質對國內旅遊參與機率，並進一步討論這 13 年來他們旅遊參與的轉變，試圖分析長期來轉變之可能原因。

第二階段，將有國內旅遊行為的銀髮族樣本分成五組，探討出遊的主要目的分別為：「純觀光旅遊」、「健身度假運動」、「生態旅遊」、「宗教性旅行」、「探訪親友」共五種目的類型，實證模型採用 multinomial probit model 來估計 2001 年至 2013 年影響 60 歲以上銀髮族出遊目的類型之參與機率，並進一步論這 13 年來銀髮族在出遊目的類型的機率轉變情形。

## 1.4 研究架構

本文共分五章，其內容說明如下：第一章為緒論，提出本文的研究背景與動機、研究目的、研究方法與研究構架；第二章為文獻探討，敘述有關於銀髮族國內旅遊因素與旅遊目的類型之研究；第三章為資料處理與實證模型設立；第四章為實證結果與討論分析；第五章為結論與建議，對本文的主題作總結，並提出未來研究的方向。本研究架構圖如圖 1 所示：

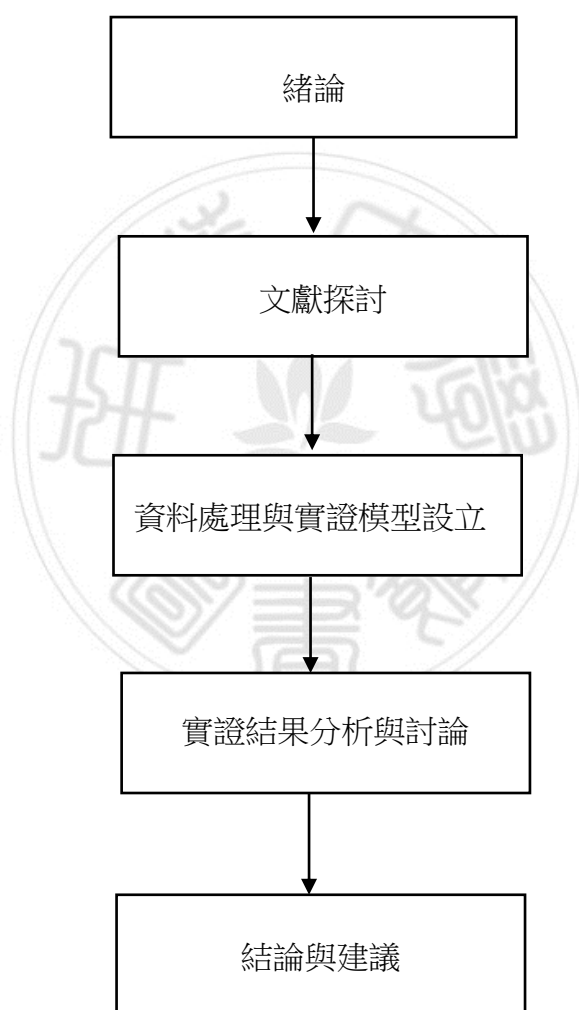


圖 1-1：研究架構圖

## 第二章 文獻探討

### 2.1 銀髮族定義

關於文獻對於銀髮族的定義，說法不一，見仁見智，社會上普遍的共識，是將65歲以上的人認定為老人或銀髮族，而多數國家的高齡化人口政策，也多以65歲區分。本國所制定之法律如《老人福利法》第二條係明訂「本法所稱老人，指年滿六十五歲以上之人。」世界衛生組織（World Health Organization, WHO）與一些西方已開發國家定義為「老年（old age）人，乃指65歲以上的人群」。

若以付出勞動貢獻社會的觀點來看，可將人區分為三大階段：「15歲以下和65歲以上者為經濟依賴人口，16歲以上至64歲之間者為經濟勞動人口，老年人則定位於65歲以上之依賴人口」（翁廷碩，2001）。就經濟效能來說，退休才是老年階段的開始，雖說各行各業退休年限不同，但臺灣目前是以公務人員退休年限65歲作為標準。所以，國內普遍將銀髮族解讀為戶口登記上年滿65歲的國民。

但銀髮族的定義不盡然如此狹義。在浩瀚中國歷史上，史籍有所記載，比如《禮記·曲禮上》：「五十曰艾。」其註解「艾，年老的。」古人壽命不長，於是以50歲作為劃分。在營養學的領域，則對應人類的生理情形，認定55歲以上為銀髮人口。少數國家如中華人民共和國則是以60歲定為老人與中年的分界線。Whitford（1998）更提出「maturing market」一詞，定義出五十歲至六十四歲者為前銀髮族群，滿六十五歲以上者則為銀髮族群。

再者，「銀髮族」一詞則是在1980年代始於國外對時下老人給予新的代名詞「銀髮族」，範圍相對比較廣義的，不嚴格以年齡為區分。他們是市場上一股不可忽略的潛力，行銷專家為盡量避免使用「黃金年代」、「60歲以上族群」、「退休老年人」等字眼，以及任何與年齡直接有關的暗示造成其反感，因此給予「銀髮族」這個詞彙。

而本研究因採用2001年至2013年交通部觀光局「國人旅遊狀況調查」問卷作為研究資料分析，問卷在2007年~2013年的部分有將60~64歲及65歲以上者做出區隔，但2006年以前的選項則將60歲以上歸納為同一年齡層。在本研究仍須採用2001年至2006年前樣本數的前提條件下，本研究的銀髮族定義為年滿60歲以上者。



## 2.2 銀髮族國內旅遊概況

### 2.2.1 高齡化商機與旅遊需求

2013 年國家發展委員會所公布的「人口推估」報告預測臺灣 20 年後老年人口將有 640.7 萬人，2025 年達 700 萬大關，相較 103 年底的 281 萬人呈現快速倍增；而內政部主計處公布之「102 年受僱員工動向調查統計結果綜合分析」報告第三項更指出 102 年度臺灣平均退休年齡為 57.4 歲，若根據經濟合作暨發展組織（Organization for Economic Co-operation and Development, OECD）公布 2006 至 2011 年平均退休年齡數據，可發現台灣男性平均退休年齡的 61.9 歲，台灣女性平均退休年齡為 59.3 歲，這意謂著目前台灣人口平均約在 61 歲就已進入退休生活，相較世界而言偏低，此意謂著未來台灣在高齡與退休市場有不少商機。

首先借鏡全球老化人口最多的日本，人口老化後產生不少新的消費需求，過往認為紙尿布的主要市場是嬰兒，但是日本 2011 年嬰兒紙尿布市場約 1400 億日元，反觀成人紙尿布市場卻已在 2012 年達到了 1,500 億日元，超過嬰兒市場；還有針對銀髮族需求的智慧型手機銷售量也節節高升，KTV 等服務業場所在平日冷門時段也得仰賴銀髮族的消費力而獲取營業額（村田裕之，2014）。而臺灣銀髮族商機可謂一片藍海，工研院推估我國高齡社會產業市場規模在 2025 年將可增加至 1,089 億美元（約新台幣 3 兆 5,937 億元），相較 2001 年的 246 億美元（約新台幣 8,118 億元），成長約 4.4 倍。因此隨著老人人口數量與結構比例增加，市場供需的思維也須跟著調適，簡單地說，銀髮族未來成為人口之大宗，要設法讓他們願意投入旅遊活動才有利可圖，所以呼應銀髮族的旅遊需求，提高其參與機率才是重點所在。

從觀光局「102 年國人旅遊狀況調查報告」來看，65 歲以上的銀髮族國內旅遊率為 79.3%，若改用本研究所採定的 60 歲以上年齡層，比例會再往上提升，顯示現階段銀髮族願意將旅遊列為晚年生活休閒活動項目之一。這群戰後嬰兒潮銀髮族，遇逢臺灣經濟發展快速起飛的時期，相較過往的銀髮族群，教育水準更高、經濟能力更佳、對科技產品接受程度也高，且對身體健康、生活品質更為重視，倘若能多方鼓舞使其提高旅遊機率，則對銀髮族旅遊商機而言是不可小覷的事。再者，根據亞洲老年消費力報告中，萬事達卡國際組織（MasterCard Worldwide）

調查指出 2005 年臺灣地區老年家庭的整體消費力為 227 億美元，在 2015 年更可達 475 億美元，其中在非必要性支出金額以「旅遊與休閒活動」的支出占最大比例，這項調查結果支持了銀髮族隨著人口增加，銀髮族實際在非必要性的「旅遊」消費能力也跟著增加的現況（王月魂，2007），如表 2-1：

表 2-1：台灣老年家庭主要非必要消費支出統計

台灣老年家庭主要「非必要性消費項目」之支出 (單位：10 億美元)			
消費項目	2005 年	2015 年	年平均成長率
外食與娛樂	2.6	3.5	3.6%
購物	1.0	1.5	5.3%
旅遊活動	7.2	11.2	5.7%
醫療保健與藥品	0.8	1.5	7.4%
汽車電腦手機	0.9	1.4	5.5%
總金額	12.5	19.1	5.3%

資料來源：萬事達卡全球資料庫，引自《閃耀中的銀髮市場：亞洲老年消費力報告》。

現今時代，健康與休閒安排才是銀髮族的首要需求，未來旅遊潛力預期頗為可觀，為了更能瞭解銀髮族現在及未來旅遊的需求，以下簡述探討臺灣銀髮族旅遊之景況。

### 2.2.2 旅遊方式

陳嘉樺（2004）研究表示：現今臺灣老人已學習改變保守作風，又具備自主的經濟能力，具有獨立追求自主的傾向。同時，交通部觀光局 102 年調查發現，銀髮族旅遊方式以「自行規劃」的比例較高，為 71.5%；其次才為「參加村里社區或老人會團體舉辦的旅遊」，為 10.8%，而且不喜歡依靠旅行社，由旅行社承辦僅占 6.3%。由子女來規劃全家旅遊是一種好方式，但子女也不見得有空暇規劃或參加，所以銀髮族喜歡靠自己來規劃的情形也日益普遍，這顯示銀髮族由於教育程度日漸升高，自理能力也足夠，對旅遊內容的安排可以符合自己的旅遊需

求，形成現今偏好自助旅遊的模式。

但是也有研究反駁此現象，洪崇彬、王慧媚（2012）指出銀髮族旅遊依賴旅行社或老人團體比較多，旅遊方式亦以「參加旅行團」為主，占 70.8%，僅少部分的銀髮族喜歡自行出遊，若是參加老人會舉辦的旅行團，身分、個性較契合、具同質性，也比較有話題可以互動，也許對某些銀髮族而言機率會提高。

由這兩項調查可以知道，不同的研究方法結果不盡相同，小地區小樣本可能有較大的偏誤，這也是本研究利用全國性資料庫來進行探討的原因之一。

### 2.2.3 旅遊交通工具

根據觀光局「102 年國人旅遊現況調查報告」，銀髮族國內旅遊的交通工具以民營汽車的比例為最高，占 45.2%，顯見自行開車前往最受歡迎，搭遊覽車 25.1% 居次，其他有不少則是利用大眾運輸工具，可見遊覽車、鐵路、客運、捷運等也有一定的銀髮族旅遊市場，未來應該連 u-bike 也納入選項。大眾運輸網的方便確實有促進旅遊發展之作用，只是仍不敵自行開車來得更有機動與彈性。此外從銀髮族在觀光局 100 年國人國內旅遊調查報告裡反映了「停車場的規劃」項目是旅遊滿意度中最需要改進的一項，可見開車自行旅遊的銀髮族確實眾多，而停車設施的完善性也是較迫切的需求。

### 2.2.4 旅遊同伴

遊覽車團體旅遊、家族旅遊的型式別有一番趣味，但同伴人數過多也會衍生諸多需要協調與相互配合之處。因此從實際的現況資料可以看出，銀髮族國內旅遊有 83% 是有同伴同行，平均同伴人數為 2.1 人，單獨出遊的銀髮族也達到 17.5% 之比例，如表 2-2（交通部觀光局 102 年國人國內旅遊調查報告，2014），顯示部分銀髮族崇尚簡單，選擇獨自旅遊。報告顯示平均同伴數為 2.1 人，可以推論退休後銀髮族沒有工作羈絆，又顧慮到子女有各自的家庭、事業要奔波忙碌，因此旅遊同伴多偏向自己的老伴或一至兩位親友。擁有友伴邀約同遊也是提高銀髮族旅遊的因素之一，不僅可以在旅途中互相照應，亦可滿足人際社交的需求，或增進存在感與同遊樂趣。

表2-2：2013年65歲以上國人旅遊的同伴數

旅遊同伴	整體	當日來回	過夜
合計	100.0%	100.0%	100.0%
有同伴	82.5%	81.5%	85.1%
沒有同伴	17.5%	18.5%	14.9%
平均同伴人數	2.1 (人)	2.2 (人)	2.1 (人)

資料來源：交通部觀光局 2013 年國人旅遊狀況調查報告。

### 2.2.5 旅遊天數與利用日

洪崇彬、王慧媚（2012）其研究也指出銀髮族過去三個月有國內旅遊經驗者占 83.3%，其中旅遊天數以「一天、當日來回」為最多，占 53.2%，顯示銀髮族偏好一日來回的短期國內旅遊，而觀光局的數據也同樣支持這結果。另外，蘇鈺雯、林惠玲（2012）指出臺灣的旅遊現象：國人國內觀光行程及天數都受到工作時間的影響十分顯著，形成離尖峰時間觀光客人數的懸殊差異，尖峰期間道路壅塞、旅館供不應求，而離峰時間卻門可羅雀，這不僅會造成資源浪費，亦影響旅遊的品質與滿意度，畢竟，當我們興致勃勃出遊之際，卻因為塞車、排隊、上廁所等問題而掃興不悅，也會降低下次重遊的機率。銀髮族有不受上班日侷限之優勢，一週七日皆可以參與觀光旅遊，時間頗具彈性，況且有車、有駕照的銀髮族不在少數，更是增加旅遊的便利性。市場供給面若能妥善經營較不受工作時間影響的族群，如學生、退休人員、銀髮族等，便能夠彌補一些離尖峰的差距，使觀光資源獲得較有效的分配，以獲得更大的旅遊收益。而目前國人銀髮族參與國內觀光旅遊時，有 54.6% 會選擇平常日以享受到更悠閒愜意的旅遊服務(觀光局 100 年國人國內旅遊調查報告)。

再者，國人國內旅遊天數及消費力受到所得收入影響甚大，因此當經濟景氣好，能夠帶動國人國內觀光效益的增加；反觀之，國內經濟不景氣或發展遲緩之時，政府亦可以提出一些宣導方案，例如交通部觀光局規劃不少銀髮族路線，企圖以更富同理心的平緩坡道設計、無障礙空間，以及簡單明白的路線設計等給予

銀髮族參考，吸引銀髮族的青睞。因此進入交通部觀光局網站（2015），蒐尋銀髮族專區 13 條國家風景區路線，提供景點簡介、大字文宣、規劃時間與路程、導覽地圖、實景影片、門票優惠、停車場位置、無障礙廁所等為銀髮族貼心考量之處，讓銀髮族容易上手，憑一己之力就能出發暢遊。這些觀光政策、新設的景點也許看似微不足道，但有時也能泛起漣漪效應，引起不錯的迴響。

### 2.2.6 旅遊經費

旅遊的經費顯著影響旅遊的機率，Fleischer and Pizam（2002）研究顯示，年紀在 55 歲以上族群參與觀光旅遊活動的主要因素為旅費及健康狀況，同時，更指出退休之後，經濟因素的影響程度更為顯著。歷經臺灣經濟起飛興盛時期的銀髮族和準銀髮族，國民所得提高下，卻是國內儲蓄的響應者，銀髮族多半能為自己留一筆資產，來安享退休生活、樂活度日，把自己長久辛苦賺來的資產用來犒賞退休的自己，或者與老伴共享晚年的觀念也是不錯的選項。張振哲（2010）以台中地區參與一日遊之 60 歲以上老人為研究對象，研究結果發現嬰兒潮時期出生的資深國民，消費自我意識及經濟自主能力高，對這些資深國民，旅遊經費不是大問題。

政府在 2005 年新增訂之退休金條例，也保障了不少勞工退休金等福利，勞退新制得領月退休金者為 60 歲，也讓不少銀髮族退休後仍有穩定的收入。衛福部也指出，國內 65 歲以上的老人，平均每月可使用的生活費用為 12,875 元，男性平均每月可使用的生活費用為 14,066 元，比女性 11,716 元為高。就主要經濟來源別觀察，以經濟來源為「自己的退休金、撫卹金或保險給付」者，平均每月可使用的生活費用 18,708 元最高，其次為「自己的儲蓄、利息或租金或投資所得」之 15,903 元。內文還提到，就經濟狀況觀察，「大致夠用」者之平均每月可使用生活費用為 12,447 元（102 年衛福部老人生活狀況調查報告，2013）。從此來看，若不是獨居老人，在一般有親人照料生活起居的情況下，銀髮族一年內參與幾次國內旅遊是可行的，更遑論現今多數銀髮族的旅遊經費是由子女所支應。

### 2.2.7 旅遊阻礙

然而國內調查指出，每一年內仍有近 20%的銀髮族是不參與國內觀光旅遊活動，究竟是何因素使其機率較低呢？推究銀髮族旅遊阻礙的因素，林佳蓉(2002)的研究結果：銀髮族自我評估是阻礙最高的前五項依序是：我的年紀太大了、我有病在身、我害怕受傷、只有和朋友在一起才會參與、沒有一起活動的人。黃榮鵬、蔡憲唐(2002)則研究銀髮族的消費行為，發現旅遊者的本身阻礙因素(如生理無法負擔、離家不適應、財力問題、缺乏同伴)與其教育程度、健康狀況、居住狀況都有顯著相關性。國人國內旅遊調查報告則顯示：100 年銀髮族沒有從事國內旅遊的原因以「想去，健康狀況不佳」的比例最高，為 36%，以上各家所言乃符合我們對此題議的普通認知。而與之相較，陳漢志(2002)的研究則得到了不同的結果，其得出銀髮族自認為的阻礙因素依序是設施的便利及安全性、缺乏合適的友伴、場所的環境衛生、身體健康狀況、場所治安，而金錢與交通因素排在後端。因此可知，銀髮族在旅遊阻礙上因個人因素而有所差異。



## 2.3 銀髮族國內旅遊之因素

觀光旅遊行為包羅萬象，美國旅遊公司協會（United States Tour Operators Association, USTOA）將旅遊（tour）包含了多項不同的產品，可以是安排妥當附加導遊等專業人員的套裝行程，也可以是旅客自行選擇的旅遊項目。另依據 McIntosh 與 Goeidner (1990) 的定義：旅遊，是指人們離開家裡外出至其他地方，或從一地至另一地，去從事與日常生活以外目的的活動。而莊惠安（2004）也強調了旅遊行為是「人們從事任何目的的旅行時，基於個人意志，所具體表現於外的所有行為與活動。」本研究將探討銀髮族旅遊，則廣義地認定：銀髮族國內旅遊是因銀髮族群進行國內旅遊活動時，所產生的行為表現。

究竟是何因素影響銀髮族是否參加國內旅遊？除前文 2.2 內文討論的面向外，其答案更可能是受到旅客之個人特質、社經背景所影響，從而獲得不同結論。以下是有關於本研究在討論銀髮族是否國內旅遊時，所要考慮到的個人社經背景變項，在前人研究中，討論個人特徵影響旅遊與否的文獻也不少，茲舉用為參考資料：

### 2.3.1 年齡

年齡可能決定旅遊行為的不同，例加近年來蔚為風潮的澳洲打工度假旅遊，其年齡就有三十歲以下的限制，因此較適合青年人在成家立業之前出去體驗與感受的一種特殊旅遊形式。舉凡劍湖山、六福村等機械型主題遊樂園或極限運動類的旅遊，對中高年齡層而言吸引力會比青少年年齡層低落。劉文禎（2010）研究指出銀髮族對於外出旅遊仍以害怕生理狀況不能負荷為主要阻礙因素，也就是說旅遊場所是否有良好醫療環境及安全休閒環境，也是銀髮族從事旅遊活動考慮的重要因素之一。觀光局 102 年國人旅遊狀況調查結果也顯示，銀髮族相對於其他年齡組來說，其整體參與旅遊的比例較低。

但銀髮族在活動目的類型選擇上，銀髮族參與國內宗教型態的觀光旅遊明顯有比其他年齡層來得高。唐明偉（2006）在研究於台北龍山寺的旅遊年齡層、劉泳倫（2012）研究雲林北港的朝天宮，以及黃耀德（2014）研究高雄佛光山佛陀

紀念館等研究結果皆顯示，中高齡者對宗教性旅遊之機率較高，這可能與銀髮族晚年尋求心靈上的寄託或健康上的祈求比較多的緣故。

以上可知，銀髮族也許有比較特定的旅遊目的類型，如宗教、賞景或者偏靜態的文化觀光活動，但在時代變遷之下，宗教或某目的類型的旅遊是否仍能持有高比例還是未知數，也許在參與的次數頻率上已有轉變，本研究第二階段將探討其變化。

### 2.3.2 教育程度

張桂嘉（2008）是針對前往森林遊樂區旅遊的銀髮族作研究，發現以男性、教育程度以國中以下為最多，職業大多是退休狀態。

蕭吉男（2006）在探討臺灣地區中老年人國內外旅遊參與狀況之研究中，結果指出教育程度愈高，旅遊參與的機會也愈高。

由上可知，不同的旅遊類型可能會吸引不同教育程度的銀髮族，高知識分子與低學歷者雖都從事旅遊，但旅遊目的類型偏好情形，本研究將實證之。

### 2.3.3 所得收入

溫美櫻（2008）進行臺灣家計單位國內旅遊消費之世代分析研究結果，提及家庭所得對於家計單位國內旅遊消費支出有顯著的影響，所得高者，其旅遊消費支出也高，另外在所得支出彈性方面，國內旅遊之消費支出的成長空間仍然很大，旅遊業未來之前景仍是看好的，較年長的世代之消費支出有成長的跡象，也是一個極有開發潛力的市場。

曹雅晴（2011）則持續研究，得出結論「銀髮族戶長可支配所得愈高，參與休閒旅遊活動的機會相對增加。可以推知，旅遊參與會受到家庭收入或個人所得的影響。

由上可知，家庭所得因素，在一般的認知中，會影響住宿旅館品質、出遊次數等旅遊行為，本研究雖不探討住宿、旅次等項目，但假設月所得較高者，在旅遊機會上應有趨向於正值。



#### 2.3.4 性別

莊淑惠（2009）研究出遊客的性別在綠色消費行為、旅遊行為的構面上也沒有明顯的差異。陳欣怡（2010）研究出銀髮族與準銀髮族在性別與家庭狀況這兩項人口統計變項對旅遊行為無顯著影響。曾盛義（2009）探討銀髮族對運動觀光認知與運動觀光阻礙，發現性別在運動觀光認知與阻礙上也並無顯著差異。

也有不同的結論，陳曉蘭（1992）研究得出在旅遊性休閒上，性別是主要影響宗教活動的因素，女性較男性多參與宗教方面活動。覃子榮（2014）研究臺灣中部地區銀髮族達到健康促進生活型態時，休閒參與會受到不同性別的銀髮族而有所差異。蕭吉男（2007）的研究則指出，女性中老年人在國內旅遊參與程度比較高。

由上可知，性別對各種旅遊類型的相關性因研究的不同，其結論較為分歧不一致。

#### 2.3.5 婚姻狀態

曹雅晴（2011）認為：「已婚銀髮族戶長在旅遊、娛樂消遣服務、娛樂器材及附屬品之支出高於未婚之家庭，而未婚銀髮族在書報雜誌之支出多於已婚家庭；銀髮族家庭中人數愈多，休閒消費支出愈高。」顯示了有婚姻狀態的銀髮族，在休閒活動類型的選擇中，比較能選擇參與觀光旅遊活動，而且若與晚輩同住時，更偏向動態活動，其消費支出也較高。

曾櫻慧（2013）銀髮族溪頭自然教育園區旅遊之研究顯示，家人、朋友對準銀髮族與銀髮族的森林遊樂行為最具影響力，可見若銀髮族有家人陪伴同遊時，更能促進此偏向於生態旅遊目的類型之機率。

許毓容（2013）探討臺灣民眾長期旅遊狀況研究時也發現，年紀 60 歲以上之銀髮族其旅遊一次的比例及平均旅遊費用逐年增加，同時已婚者旅遊次數頻繁且平均旅遊費用增加，顯示銀髮族及家庭旅遊之市場逐漸拓發展，因此建議可以推出適合銀髮族與家庭的休閒行程。

由上可知，國內的研究結果多傾向於處於已婚狀態的銀髮族，在國內旅遊的

頻率是較高的，本研究亦將實證驗明。

### 2.3.6 工作別或職業

黃中昱（2014）進行高齡者旅遊學習動機與成效之研究，職業狀況會影響高齡者參與旅遊學習的頻率、天數與結果。管小雲（2013）探討銀髮族休閒參與認知及阻礙因素，結論得出銀髮族職業與每週參與休閒次數、有無參與休閒活動、休閒阻礙呈現顯著性，其認為職業與心理調適有關，有工作之銀髮族有經濟來源，較不必為旅費而擔心，且老年工作壓力也需有紓解之管道，藉由參與旅遊休閒活動可以幫助成功老化。而銀髮族原本所從事的工作和職業，可能會影響其老年時期的健康情況，也會影響退休後可自由運用的存款，並進而對於參與旅遊之類型也有所差異，可以推想教師退休的銀髮族可能選擇藝文展覽性質的比例會比工人退休銀髮族高。

### 2.3.7 居住地區

劉文禎（2006）研究三大都會區銀髮族參與國內旅遊活動行為，得到了與都會區的銀髮族較能自覺要維持健康狀況而願意出遊，且與家人同遊比例最高，旅遊方式則多藉由親友介紹推薦，口碑相傳；但他也指出其旅遊動機因素與阻礙因素，會因各區銀髮族的生活環境、生活文化背景不同而有所差異。

居住位置會影響旅遊的地點，畢竟都市與鄉村生活條件不同，生活在農村中，對鄉野景觀熟悉，容易對於農村體驗這類的旅遊行程興致索然，較無法有旅遊帶來的新奇感受；而長期居住在繁華都市的銀髮族則嚮往退休後的田園樂活，放假會渴望驅車前往有山有水的景點放鬆一番，所以在雪山隧道之後，因地利之便，每逢假日，便一窩蜂湧入宜蘭觀光旅遊，可見台北人在旅遊時會就近選擇宜蘭去純觀光旅行，雖帶動了旅遊的熱潮，民宿、觀光工廠、景點的新設或重整，但也影響了宜蘭居民的生活品質。

而交通部觀光局「國人旅遊狀況調查」結果顯示，98 年約有 65%的旅次是在居住地區內從事旅遊活動，100 年約有 64%的旅次是在居住地區內從事旅遊活動，而 102 年約有 63%的旅次是在居住地區內從事旅遊活動。就近在居住地區內

或附近縣市旅遊的比例一直是最高的，但加上時間趨勢變數探究，也許會有新發現，這也將作為本研究實證分析的一項。

以上所述，綜覽前人許多研究，探討旅遊行為的影響變不少，每份研究也因應其研究對象、區域或國情、不同的針對性項目來研討，結論有異有同，皆有參考與取捨的價值。而本研究是則採用政府機關的全國性大規模的取樣問卷，樣本具信度、效度、有公信力，且橫跨 13 個年度，具體方法欲藉由交通部觀光局的調查問卷深入分析，篩選出 60 歲以上的樣本，仔細研究了 2001-2013 各年份的問卷題項，而挑選出性別、教育程度、職業、個人所得、婚姻狀態、居住地區等因素作為討論，實證分析這些個人社經背景因素與銀髮族國內旅遊參與機率、國內旅遊目的類型之間，是否有顯著性的差異存在，最後討論探究 13 年長期間的轉變趨勢。



## 2.4 旅遊目的類型

銀髮族國內旅遊目的類型多元，但總體而言仍不脫於「國人旅遊狀況調查」問卷所提問的選項。除了「純觀光旅遊」之目的，有些旅遊會結合其他的要素，希望在觀光之餘，還能結合醫美行程或是參與當地一年一度的宗教節慶活動等，抑或就是單純為一趟黑面琵鷺的生態觀察，這些不同的旅遊目的類型，其參與趨勢是否隨著時間的演變而有所升降，在本文之前，前人專文探討「旅遊目的類型」的文獻甚少，希望能為此做出一點研究貢獻。茲就本文所要歸納的五項目的類型，先參考前人研究來作論述：

### 2.4.1 純觀光旅遊

經觀光局統計顯示，來台外國旅客成長率再創新高，而「純觀光」的旅客占了 55% 以上，以先進國家如美國、日本、新加等居大多數，「純觀光」意謂著並未結合保健、運動、醫療、環保、宗教參訪、探親、會議等目的而從事的觀光旅遊活動，亦即國人普遍所認知的一般旅遊活動，比如前往風景區賞景、參觀自然人文景點、暢遊主題式遊樂園、參觀動物園或美術館等，所以五月桐花季想到要去苗栗山城悠活閑逸，或是今天天氣爽前去漫步安平老街、品嚐海鮮美食等旅遊皆屬此目的類型。李世昌、陳元陽、陳宏斌、李敏蕙（2008）藉由問卷之調查，在為瞭解九二一前後觀光客之基本特徵及其在觀光景點的消費特性研究的結果裡發現：觀光客前往南投旅遊主要目的為「純旅遊休閒」，且其旅遊情形人口統計變數受「居住地」與「職業」影響。陳振燧、陳良進（2013）則認為相同品牌對相同消費者應該具有相同的價值與效用，因此不論在何地都應有相同的購買意願，進而探討消費者在不同旅遊國與本國對於相同品牌產品的購買意願差異，研究結果發現對於相同品牌產品，消費者在旅遊國之購買意願會高於本國，而且主要受到「純旅遊」效果、品牌來源國與國家形象的影響。而楊依蓁（2007）研究指出旅遊行為變數中，旅遊住宿方式為「當日來回」和旅遊主要目的為「純觀光旅遊」這兩個變數對旅遊頻率、旅遊總花費、最近一次旅遊至今時間、娛樂費用的預測指標是一致的。這三個研究顯示了「純觀光旅遊」的目的類型與受訪者的社經背景有關聯，而且會影響旅客的消費行為。

## 2.4.2 健身度假運動

隨著休閒活動的普及，國人在旅遊過程中結合運動的比例普遍成長，如騎自行車單車。張孝銘（2010）認為「健身度假運動」為主的觀光旅遊活動，也就是運動觀光，已成為臺灣民眾周休二日中喜好的一項觀光旅遊活動。在觀光局的原始調查問卷中，詢問旅遊目的時，僅本項涉及到運動。為了運動目的而從事旅遊的人口在本文的預期並不高，親自詢問了各年齡層的親友及學生之後，發現大多是因為參加體育類運動會比賽、馬拉松，或是單車、露營、衝浪、看球賽等，才會有健身度假運動目的類型的國內旅遊活動。Gibson, Attle, & Yiannakis（1998）指出運動觀光的定義乃個人旅遊的目的是為休閒或是競賽，而離開主要的居住地去參與運動、觀賞運動賽會，或是在旅遊中去參觀運動景點。Gibson（1998）指出運動觀光可以定義為以休閒基礎的旅遊，它讓人們暫時的離開他們的居家範圍，來從事、觀賞身體性的活動，或是參觀運動景點。Hall（1992）定義運動觀光為：「旅行的目的為非商務性的理由，去參與或是觀賞運動性的活動而離開自家範圍」。運動參與也可以提供有意義且有目的的「旅遊體驗」，運動可以刺激旅遊度假區的發展，對地區的發展有所貢獻（Bouchet, Lebrun, & Auvergne, 2004）。

而現在的銀髮族多有運動保健意識，具有空閒時間和能自由運用金錢之銀髮族增加，而成為運動中心最具吸引力的客群（王可雯、陳鴻雁，2012），而開設銀髮族健身類課程，其講師也應多有高齡者運動指導員應具備的專業能，許多傳統運動健身服務產業體認到日益增加的老年健身運動的需求，未來應該多開發高齡者市場且延續臺灣高齡者運動健身服務產業發展。只是雖然健身運動的銀髮族愈來愈多，但多是例行性的在家附近慢跑、散步、上健身房、打太極拳、球類活動等，這些並未能納入國內旅遊的定義，因此預期此目的類型的比例不高，可能是參加高爾夫、木球、登山健行、釣魚為主，特地為了健身運動目的而離家去旅遊者雖少，但其平日所保養鍛鍊好的體力，卻有助於在各項國內旅遊的參與機率上，尤其是純觀光旅行目的類型上，這符合為了到處遊山玩水而會在平日加強鍛鍊身體、儲備體力的觀點。

### 2.4.3 生態旅遊

在永續發展理念的思維下，Hetzer（1965）體認到觀光活動會對生態環境造成衝擊，於是呼籲大家重新思考觀光、教育、文化平衡共存的內涵，乃提倡一種「生態上的觀光」（ecological tourism）。Hetzer 提出所謂「生態上的觀光」具四個意涵：環境衝擊最小化（minimum environmental impacts）、當地文化衝擊最小化（minimum cultural impacts）、給予當地經濟利益支持最大化（maximum economic benefits to host country），以及遊客滿意最大化（maximum recreation satisfaction）。旅遊活動對於資源的破壞如果能夠減至最低，並同時讓遊客能從遊旅活動中獲得最大的滿足，是當前需要重視的觀念，所以「生態上的觀光」的概念，正是希望推廣觀光資源永續利用的目的（Orams, 1995），而臺灣也將 2002 年訂定為「生態旅遊年」，積極地推廣生態旅遊。

只是，具永續概念之生態旅遊已發展多年，但多數民眾仍以純觀光目的之自然景點旅遊為主，林裕強、何嘉琦（2013）研究在不同家庭生命週期之生態旅遊動機與阻礙，普遍都覺得缺乏生態旅遊活動這方面的訊息，處顧空巢期的銀髮族在生態旅遊方面則是阻礙程度最低的。歐聖榮、蕭芸殷（1998）針對前往福山植物園旅遊的遊客進行調查訪問，研究結果顯示生態旅遊遊客年齡集中在 26-45 歲、教育程度偏高、未婚者，曾聽過生態旅遊且對生態旅遊的瞭解程度較高，而其旅遊動機是因為想要觀賞當地的自然景觀及接受體驗環境教育的機會。林俊成、陳麗琴（2006）同樣在福山植物園的研究指出，生態旅遊的年齡層的分佈主要以青壯年層為主（26~45 歲），占 71.9%，在年齡層為 55 歲以上及 25 歲以下的比例稍低，教育程度方面以大學畢業程度的遊客比例最高，占 35.5%，職業類別則以從事軍公教的的比例最多，占 34.4%，每月收入部分以個人每月收入 3~4 萬元的比例為最高，占 21.8%。盧麗淑、何于凡（2015）認為：「親近大自然對高齡者的生理與心理皆具有正面的幫助，因此高齡者在體驗自然的氛圍中便成為因快樂而忘記年齡的『樂齡族』，樂齡族可藉由生態旅遊親近自然，而且還可以適度地運用科技增加生態旅遊的體驗性與學習性。」綜合言之，生態旅遊涉及到環境保育、知識性概念，感覺旅遊門檻較高一點，近年來報章雜誌傾向於報導較娛樂化、輕鬆化的景點行程，生態旅遊的現況似乎比較式微。

#### 2.4.4 宗教性旅行

宗教信仰是生活中的一種心靈活動，節慶時的祭祀或初一、十五在附近廟宇所從事的拜拜祈願，是最常見的宗教行為，但卻不在國內宗教性旅行的範疇裡。梵蒂崗天主教教廷曾對宗教觀光作出了明確的定義：「在其所轄範圍內，凡與信仰有關的宗教旅遊勝地，無論大小規模，其提供的服務與宗教性或非宗教性訪客相關者，皆屬宗教觀光範疇」（余幸娟，2000）。所以宗教性旅行是融合參與宗教目的的國內觀光旅遊活動，即使是非宗教信仰者在旁圍觀感受其宗教儀式或建築文化之魅力者亦在此定義中。例如臺灣的媽祖信仰對臺灣人心靈休閒文化之影響已不可言喻，大甲鎮瀾宮媽祖遶境活動，更為全國歷史最久、參與人數最多、日期最長、慶典最盛大的宗教性活動，學者探討遶境遊客個人之宗教與休閒文化觀點研究發現，「祈求庇佑」為遊客參與此遶境活動的最大動機，在遊客的參與動機上前五名皆為尋求心靈平靜、求平安（張鳴珊、王伶雅，2006）。又例如蘇子忻、湯惠婷、孫于涵、尤佩琪（2014）探討了銀髮族宗教安康旅遊模式，研究後認同並建議在實務上旅遊業可針對銀髮族發展更多以宗教為主軸的安康旅遊活動，使其在旅遊過程身、心、靈等各方面獲得更豐富的感受。宗教旅遊的相關文獻裡，陳奇民（2010）研究顯示有重大疾病之銀髮族喜好宗教性休閒活動；張俊彥（1996）則指出國人年齡高者、女性、教育程度為大專程度、已婚、受政府僱用者從事宗教性休閒活動之機率較高；宗教觀光是人們尋求紓解壓力和調劑身心時的最佳遊憩活動選擇之一。而且近年來許多宗教單位逐漸朝向觀光化發展，宗教觀光在旅遊市場上形成一股新興潛力（沈進成、謝金燕，2003）。所以我們常常可見以往宗教聖地也多元發展，不僅融合了文創藝術設計公仔等文具品，成立了禮品販賣部門，也會結合咖啡店、美食餐廳開店進駐、裝置藝術、規畫停車場和各式展覽動線，宗教聖地儼然改造成觀光化經營模式，讓宗教更加親民化，成為假日休閒放鬆的好去處。

#### 2.4.5 探訪親友

李鴻貽（2003）定義「探訪親友與社交活動」類型時指出，乃是「由於探訪親友所從事的一種觀光旅遊安排」。例如在台北的親人或好友有時藉著探訪住在

高雄的親友，順便前往墾丁度假觀光旅遊。選擇「探訪親友」目的類型的國內旅遊，其動機很多樣化，可能大至家族規劃旅行，亦可能是婚喪喜慶之必要、探望長輩的盡孝行為，也有的僅是在異地工作因思念而返鄉探視親友等，都符合觀光局問卷中「國內旅遊」的範圍，因此不管其動機為何，在實質意義上皆達到了以「探訪親友」為主要目的類型的旅遊事實。就銀髮族國內旅遊的現況而言，「探訪親友」為國內旅遊的主要目的之一，觀光局國人旅遊狀況調查報告指出 102 年度約有 20% 的銀髮族旅客為此而從事國內旅遊，雖可以結合其他遊憩活動，但旅遊的主因仍然在於探訪親友，其他的旅遊行為是衍生的、附加的（交通部觀光局，2014）。





## 第三章 資料處理與實證模型設立

本文使用 2001 年至 2013 年「國人旅遊狀況調查」問卷資料進行分析，原始問卷樣本數總計 56,314 筆，因本文主要研究目的是為了探討臺灣 60 歲以上銀髮族族群是否參與國內旅遊與社經背景因素的相關性，及其參與者進行國內旅遊時之目的類型 (goal type) 之分析，所以經過樣本篩選工作後，利用 55,566 筆有效樣本以分析探討之。

### 3.1 資料來源與變數定義

#### 3.1.1 資料來源

本研究係採自中華民國政府交通部觀局 2001 年起至 2013 年止的「國人旅遊狀況調查」問卷資料，該資料來源出自於中央研究院「學術調查研究資料庫 (Survey Research Data Archive, SRDA)」，此為中央研究院人文社會調查專題中心為了瞭解臺灣社會各項社會活動變遷的趨勢所建置的研究資料庫，並公開了過去政府機關所進行的各種社會調查資料，為學者、研究人員提供不少研究國內社會變遷的資源。而其中，交通部觀光局針對全國民眾所做的「國人旅遊現況調查」問卷，目的在於了解每年國人的旅遊動向、消費情形、滿意度，並估算出國人國內外旅遊支出，以供有關單位規劃與改善觀光設施、提升旅遊品質及作為訂定觀光發展策略之參考。

其資料內容分為全年國內旅次、全年國外旅次，以及全年旅客三大部分，其中，全年國內旅次主要蒐集全年曾進行國內旅遊的受訪者資訊，如當季國內旅遊的次數、天數、友伴人數、交通工具、目的型態、消費、滿意度等；全年國外旅次主要蒐集全年曾進行國外旅遊的受訪者資訊；而全年旅客主要蒐集全年度受訪者的個人資料如：年齡、性別、教育程度、婚姻情況、工作別、居住地等。本研究僅採用國內旅次、旅客基本資料兩部分中 60 歲以上年齡層的樣本資料，而第二階段探討臺灣銀髮族國內旅遊目的類型，則是採用了 60 歲以上年齡層中回答有參加國內旅遊的旅客、旅次。依「國人旅遊狀況調查」問卷上所明列，將「國內旅遊」定義為：指個人離開日常生活範圍到國內某地從事旅遊活動類型：包括

遊憩、度假、商（公）務兼旅行、宗教性旅行、探訪親友、健身度假運動、生態旅遊、會議度假），旅遊期間不超過 1 年者（含當日來回），這也是本研究採用的定義。

資料的調查頻率為每一年度分季進行四次調查（分別為 1 月至 3 月、4 月至 6 月、7 月至 9 月、10 月至 12 月）。調查對象是以居住在臺閩地區年滿 12 歲及以上的國民為母體，抽樣方式描述如下：「每一年分成四個季節，以人工方式分別進行電話訪談，每季應完成有效樣本數分為套，每套樣本皆採分層隨機抽樣方法抽出：其中，前 3 套為上季保留下來的舊樣本，並增抽 1 套新樣本。以西元 2013 年第 1 季為例，若當季有第 5、6、7、8 套樣本，則其中第 5、6、7 套樣本為沿用 2012 年第 4 季樣本，第 8 套為新增抽的樣本。到 2013 年第 2 季訪談時，沿用第 1 季的 6、7、8 套樣本，並增抽第 9 套新樣本。」本資料由政府研究單位所調查、採認、公開，並提供研究者進行研究時採用，其公信力較為良好，而其受訪者樣本數累計下來幾十萬筆，比自行設計調查問卷發放回收之少量、有限的樣本來說，顯得更具代表性。目前調查數據已至 2013 年，本研究因為將長期趨勢列為探討分析的項目之一，所以採用了所有年度之資料，計採用 2001 年至 2013 年共 13 年度的數據資料，期使本研究能夠深入分析且具有較高的應用價值。

### 3.1.2 資料整理

本研究整合 2001 年至 2013 年「國人旅遊狀況調查問卷」資料。因為每年度的問卷問題雖然大同小異，但仍有增減，且選項的範圍組距、資料的編碼方式不盡相同，因此必須選取適用的年齡樣本，再重新整理統合、重新編碼，以利本研究適用。

本研究資料，先將 2001 年至 2013 年「全年國內旅次」及「全年旅客」資料所有的變數找出，再將每年相對應的變數改成相同名稱，最後將 13 年來的樣本資料加以合併，得到總數量為 310,013 筆。但本研究只需使用十三年來國人的銀髮族資料，唯發現樣本背景資料中，只有近四年之問卷有將 60 歲以上的受訪者再進一步細分成 60~64 歲和 65 歲以上之區別，其餘大多數年份的資料皆以 60 歲以上為組年齡最大的組距。為了讓研究能夠顯現長期趨勢的觀察分析，早年度

的樣本必須採用，因此在此研究需求之下，刪除未滿 60 歲之樣本，留下的樣本總數共計有 56,314 筆。

本文旨在探討國人 60 歲以上之銀髮族群國內旅遊的參與機率與出遊目的類型，因此首先汰除了回答有參與國內旅遊樣本中拒答、回答不完整之樣本，另外發現到銀髮族回答以「商（公）務旅行」、「會議或學習型度假」、「其他」或「拒答」之目的類型的人數極少（2%），也予以刪除。因此經過了整理篩選後，本文實際採用的銀髮族樣本總數共有 55,566 筆。

整理過的資料將作兩階段的運用。第一階段，用來分析銀髮族旅遊參與的人口變數的統計分析，有效樣本數為 55,566 筆。第二階段，再從回答有參與國內旅遊的銀髮族有效樣本中，更深入一步進行銀髮族國內旅遊目的類型之分析探討，有效樣本數為 29,474 筆。

本研究所採用的調查內容重點包括：受訪者個人的性別、教育程度、工作別、月所得、婚姻狀況、區住地區、受訪當季是否參與國內旅遊、時間趨勢變數，以及國內旅遊之目的類型。

### 3.1.3 變數定義

教育程度：為受訪銀髮族的教育程度或最高學歷，變數名稱以 *Dedui* 代表，本文設有虛擬變數表示銀髮族的教育程度，變數的處理方式，原始問卷的樣本分成七項，個人教育程度回答不完整或拒答者，該樣本不採用予以刪除，此外依照原始問卷來分組，共分六組。國小及以下=1，有 30,302 位；國初中=2，有 6,874 位；高中職=3，有 9,036 位；專科=4，有 3,944 位；大學=5，有 4,598 位；研究所及以上=6，有 812 位；其中，將國小及以下設為控制組。

月所得：為受訪銀髮族的個人平均每月所得情形，變數名稱以 *Dinci* 為代表，本文設有虛擬變數表示銀髮族所得收入，變數的處理方式，乃以原始問卷中的十一項：無收入、未滿一萬元、一萬元~未滿一萬五千元、未滿一萬五千元~未滿二萬元、二萬元~未滿三萬元、三萬元~未滿四萬元、四萬元~未滿五萬元、五萬元~未滿七萬元、七萬元~未滿十萬元、十萬元以上、拒答，個人每月平均所得資料

不完整或拒答者，該樣本不採用予以刪除。考量合併後，重新分為八組：無經常性收入=1，未滿二萬元=2，二萬元至未滿三萬元=3，三萬元至未滿四萬元=4，四萬元至未滿五萬元=5，五萬元至未滿七萬元=6，七萬元至未滿十萬元=7，十萬元以上=8。其中，將無經常性收入設定為控制組。

性別：為受訪銀髮族的性別，變數名稱以 *Dsexi* 為代表，本文設有虛擬變數表示銀髮族的性別，變數的處理方式以原始問卷中回答男性=1，有 28,963 位；回答女性=2，有 26,603 位。將女性設為控制組。

婚姻情況：為受訪銀髮族目前的婚姻現況，變數名稱以 *Dmstusi* 代表，本文設有虛擬變數來表示銀髮族的婚姻情況，變數的處理方式，原始問卷的選項分為四項，將回答喪偶者，併入未婚組；將分居或離婚合併為一組，所以合併統整後分為三類，未婚或喪偶=1，有 9,495 位；已婚=2，有 42,301 位；離婚或分居=3，有 3,770 位。其中，將已婚設為控制組。

工作別：為受訪銀髮族的現在或過去所從事的主要工作類別，變數名稱以 *Docci* 代表，本文設有虛擬變數來表示銀髮族的工作別，變數的處理方式，原始問卷的樣本分成十五項，考量工作的屬性，參考臺灣大學經濟學系所蘇鈺雯、林惠玲（2012）「臺灣觀光需求—停留天數與消費金額之實證研究」的分類，將「軍公教人員」、「民意代表、主管及經理人員」、「專業人員（醫師、律師、建築師、會計師...）」、「技術員及助理專業人員」，屬於高階專業技術型人員，合併為「高階專業」；將「事務支援人員（辦公室事務人員、資料輸入人員、銀行櫃員...）」、「服務及銷售工作人員」、「農、林、漁、牧業生產人員」、「技藝有關人員（營造、砌磚、手工藝、印刷...等工作人員）」、「機械設備操作性及組裝人員」、「基層技術工及勞力工（清潔工、幫工...）」等選項，因工作性質較偏向於操作性、勞動等生產層面，屬為低階服務、事務生產人員，合併為「低階生產」；原家庭管理（料理家務）簡稱「家庭管理」，未就業及待業中保留，稱為「無業」，退休人員及學生同屬無需工作屬性而合併為一組，稱為「退休或學生」；因此，合併後共有五項，高階專業=1，有 2,308 位；低階生產=2，有 9,518 位；家庭管理=3，有

16,634 位；無業=4，有 1,824 位；退休或學生=5，有 25,282 位。其中，將退休或學生設定為控制組。

居住地：為受訪銀髮族的居住地區或縣市，變數名稱以 *Dresdi* 代表，本文設有虛擬變數來表示銀髮族的居住地區，變數的處理方式，原始問卷的樣本分為 22~25 項，整合為 25 項（即五都合併前的 25 個縣市），考量銀髮族居住地的城鄉屬性、地理條件或其生活習性與旅遊喜好會較相近，所以合併歸類為同一組。所以，將基隆市、新竹市、台中市、嘉義市、台南市、台北市、高雄市皆為人口高度密集且城市化高的縣市，稱為「都會型」；（原）台北縣、宜蘭縣、桃園縣、新竹縣、苗栗縣，表現相似，稱為「北部非都會型」；西部（原）台中縣、彰化縣、南投縣、嘉義縣、（原）台南縣、（原）高雄縣至屏東縣，加上東部花蓮縣、台東縣，以及離島澎湖縣、金門縣、連江縣，表現較相近，亦合併成同一組，稱為「中南部離島非都會型」。分析後總共分成三區，都會型地區=1，有 19,794 位；北部非都會型=2，有 14,976 位；中南部離島非都會型=3，有 20,796 位。其中，將中南部離島非都會型設定為控制組。

是否有旅遊行為：為受訪者個人在該次調查的期間內是否有旅遊行為，變數名稱以 *q1* 表示。變數的處理方式，若原始問卷中回答有旅遊行為者，則 *q1*=1，有 29,474 位；若回答沒有旅遊行為者，則 *q1*=0，有 26,092 位。

目的類型：為受訪銀髮族所回答的國內旅遊主要目的選項，變數名稱以 *type* 代表。原始問卷中對於參與國內旅遊的主要目的進行詢問，以 2013 年為例，其設計了問題八及問題八之一來進行調查訪問，共有「觀光、休憩、度假」、「商公務兼旅行」、「探訪親友」，以及「其他」、「拒答」；而「觀光、休憩、度假」項下再細分為「純觀光旅遊」、「健身度假運動」、「生態旅遊」、「會議或學習型度假」、「宗教性旅行」等項，其中針對「生態旅遊」有較嚴謹的規範：是指一種對環境負責任的旅行方式，顧及環境保育，並維護旅遊地住民的福祉，如賞鳥、賞蝶、自然步道觀察、濕地生態探索、荒野保護活動、原住民文化之旅、古蹟巡禮等。本研究重新整理，考量銀髮族需求與背景條件，事先於樣本篩選時已刪除只占不

到 2%的會議、學習、商公務旅行者，所以將目的類型合併為以下五類：純觀光旅遊=1，有 16,600 位；健身度假運動=2，有 2,399 位；(3)生態旅遊=3，有 1,228 位；(4)宗教性旅行=4，有 3,397 位；(5)探訪親友=5，有 5,850 位。

此外，由於本文研究期間橫跨十三年，在這期間，經濟景氣的好壞，物價的變化，均會影響人們的旅遊決策。再者，六十歲以上不同年齡層的銀髮族，可能因為身體自然老化的程度，參與旅遊的狀況亦會有所不同。因此，本文使用消費者物價指數、油料費指數和 60 歲以上各年齡層銀髮族占全國總人口之比例來控制總體環境變化。三變數之定義與其資料來源，分述如下：

消費者物價指數：為行政院主計處公布之每年的臺灣消費者物價指數，以 2011 年為 100，以變數名稱 *cpi* 表示之。

油料費指數：為行政院主計處公布之每年臺灣消費者物價指數中之油料費指數，以 2011 年為 100，變數名稱則以 *tranp* 表示之。

60 歲以上各年齡層銀髮族占全國總人口比例：根據內政部統計處公布之台灣人口數之資料計算而得。變數名稱 *teld6064* 為「60~64 歲年齡組人口占全國總人口數比例」，*teld6569* 為「65~69 歲年齡組人口占全國總人口數比例」，*teld7074* 為「70~74 歲年齡組人口占全國總人口數比例」，*teld7579* 為「75~79 歲年齡組人口占全國總人口數比例」，*teld80* 為「80 歲以上年齡組人口占全國總人口數比例」。過去十三年來，台灣人口結構快速老化，六十歲以上不同年齡層銀髮族占全台灣人口比例亦有顯著變化。

除了上述影響人們旅遊決策的個人潛在變數和控制總體環境變化的變數外，還有其他未觀察得到的變數會影響人們旅遊參與的選擇。如前面第 1.1 節內文所述，這十幾年來，臺灣的中央與地方政府非常積極推展觀光，相關的政策和資源投入非常多，這可能會影響國人對休閒的態度和偏好。因此，本文特引入時間趨勢變數，*t*，來反應這方面的影響效果。變數的處理方式，將年份減去 2000，則

2001 年為  $t=1$ ，2002 年為  $t=2$ ，以此類推，故 2013 年為  $t=13$ 。當然，我們並不限制只有線性的趨勢效果，因此，特加入  $t^2$  項，由模型估計結果來觀察時間趨勢變數的影響效果。

為了增加本文之可讀性，上述各變數之說明整理於表 3-1。



表 3-1 變數名稱及定義

變數名稱	變數定義	
$Dedu_i$	教育程度	設虛擬變數，國小及以下為 $i=1$ （控制組），國初中為 $i=2$ ，高中職為 $i=3$ ，專科為 $i=4$ ，大學為 $i=5$ ，研究所及以上為 $i=6$ 。
$Dinc_i$	月所得	設虛擬變數，無經常性收入或無收入為 $i=1$ （控制組），未滿二萬元為 $i=2$ ，二萬元至未滿三萬元為 $i=3$ ，三萬元至未滿四萬元為 $i=4$ ，四萬元至未滿五萬元為 $i=5$ ，五萬元至未滿七萬元為 $i=6$ ，七萬元至未滿十萬元為 $i=7$ ，十萬元以上為 $i=8$ 。
$Dsex_i$	性別	設虛擬變數，男性為 $i=1$ ，女性為 $i=2$ （控制組）。
$Dmstusi$	婚姻情況	設虛擬變數，未婚與喪偶為 $i=1$ ，已婚為 $i=2$ （控制組），分居與離婚為 $i=3$ 。
$Docci$	工作別	設虛擬變數，高階專業為 $i=1$ ，低階生產為 $i=2$ ，家庭管理為 $i=3$ ，無業為 $i=4$ ，退休或學生為 $i=5$ （控制組）。
$Dresdi$	居住地	設虛擬變數，為都會型地區為 $i=1$ ，北部非都會型為 $i=2$ ，中南部離島非都會型為 $i=3$ （控制組）。
$q_l$	是否有旅遊行為	有旅遊行為者為 $q_l=1$ ，沒有旅遊行為者為 $q_l=0$ 。
$type$	目的類型	國內旅遊目的之類型（goal type），資料分為純觀光旅遊（控制組）、健身度假運動、生態旅遊、宗教性旅行、探訪親友五種。
$cpi$	消費者物價指數	為各年度臺灣的消費者物價指數。
$tranp$	油料費指數	為各年度臺灣的消費者物價指數油料費指數。
$tranp^2$	油料費指數平方	為各年度臺灣的消費者物價指數油料費指數的平方。
$teld^*$	60 歲以上各組人口 占全國比例	60 歲以上各組人口實際占全國總人口的比例。
$t$	時間趨勢	為時間趨勢變數。
$t^2$	時間趨勢平方	為時間趨勢變數的平方。



## 3.2 實證模型設立

由於本文旨在探討臺灣銀髮族參與國內旅遊之影響因素，然而，只有從事旅遊者，我們才能觀察到其所選擇的是屬於「純觀光旅遊」目的類型，或是「健身度假運動」目的類型、「生態旅遊」目的類型、「宗教性旅行」目的類型，還是「探訪親友」目的類型者這五種中的其中一種。而旅遊參與是一種自我選擇的過程，若忽略旅遊參與的選擇性，而僅選取有從事旅遊者的樣本進行估計，可能造成因樣本選擇性而產生估計誤差，解決此一問題的方法，本文採 Heckman (1979) 之兩階段模型來校正樣本選擇性的問題。

當決策者面臨多重選擇問題且選項不具順序性時，可選擇多重 logit 模型 (multinomial logit model, MNL) 和多重 probit 模型 (multinomial probit model, MNP) 作為實證研究模型。鑒於 MNL 有一嚴格限制，即「無關選項獨立性」之假設 (independent of irrelevant alternatives, IIA)，此假設是指，決策者所面對的一切選項皆相互獨立、彼此沒有關聯。顯然，這個假設與本文所探討之有從事旅遊者，在面臨 5 種旅遊類別的決策問題時，有所不符。因此，本文選擇較具一般性且較符合個體選擇理論之 MNP 作為實證研究模型。

### 3.2.1 多重 probit 模型

參考 Cameron and Trivedi (2005) 和 Greene (2011)，假設個體  $i$  面臨  $m$  種選項，而選擇第  $j$  種項目帶給個體  $i$  的效用，可用下面第 (1) 式表示：

$$y_{ij}^* = x_i' \beta_j + \varepsilon_{ij}, \quad i = 1, 2, \dots, n, \quad j = 1, 2, \dots, m. \quad (1)$$

其中， $y_{ij}^*$  為一個無法直接被觀察到的潛在變數 (latent variable)； $x_i'$  為影響個體  $i$  選擇的解釋變數向量； $\beta_j$  為第  $j$  種選項之參數向量。 $\varepsilon_{ij}$  為誤差項，假設  $\varepsilon_i'$  呈現多元聯合常態分配 (multivariate normal distribution) 且滿足下列條件：

$$\varepsilon \sim MND(0, \Omega), \quad \text{其中, } \Omega = I_n \otimes \Sigma \quad \text{且} \quad \Sigma = E(\varepsilon_i \varepsilon_i') = \begin{pmatrix} \sigma_{11} & \cdots & \sigma_{1m} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \sigma_{m1} & \cdots & \sigma_{mm} \end{pmatrix}. \quad (2)$$

然而，我們實際觀察到的是個體  $i$  的選項  $y_i$ ，其中， $y_i$  和  $y_{ij}^*$  兩變數間的關係如下：

$$y_i = \begin{cases} j, & \text{如果 } y_{ij}^* = \max(y_{i1}^*, y_{i2}^*, \dots, y_{im}^*) \\ -, & \text{其他} \end{cases} \quad (3)$$

亦即，個體  $i$  會選擇帶給其效用最高的那個選項。因此，若個體  $i$  選擇第  $j$  種項目，其機率為：

$$\begin{aligned} p(y_i = j | x_i) &= p(y_{ij}^* > y_{i1}^*, \dots, y_{ij}^* > y_{i(j-1)}^*, y_{ij}^* > y_{i(j+1)}^*, \dots, y_{ij}^* > y_{im}^*) \\ &= p((\varepsilon_{ij} - \varepsilon_{i1}) > x_i'(\beta_1 - \beta_j), \dots, (\varepsilon_{ij} - \varepsilon_{i(j-1)}) > x_i'(\beta_{(j-1)} - \beta_j), \\ &\quad (\varepsilon_{ij} - \varepsilon_{i(j+1)}) > x_i'(\beta_{(j+1)} - \beta_j), \dots, (\varepsilon_{ij} - \varepsilon_{im}) > x_i'(\beta_m - \beta_j)) \quad (4) \end{aligned}$$

令  $\tilde{\varepsilon}_{il} = \varepsilon_{ij} - \varepsilon_{il}$ ， $\xi_{il} = x_i'(\beta_l - \beta_j)$ ， $l = 1, 2, \dots, (j-1), (j+1), \dots, m$ ，則 (4) 式中的機率可改寫成：

$$\begin{aligned} p(y_i = j | x_i) &= \int_{\xi_{i1}}^{\infty} \dots \int_{\xi_{i(j-1)}}^{\infty} \int_{\xi_{i(j+1)}}^{\infty} \dots \int_{\xi_{im}}^{\infty} \phi(\tilde{\varepsilon}_{i1}, \dots, \tilde{\varepsilon}_{i(j-1)}, \tilde{\varepsilon}_{i(j+1)}, \dots, \tilde{\varepsilon}_{im}) d\tilde{\varepsilon}_{i1} \dots d\tilde{\varepsilon}_{i(j-1)} d\tilde{\varepsilon}_{i(j+1)} \dots d\tilde{\varepsilon}_{im} \quad (5) \end{aligned}$$

### 3.2.2 旅遊參與的選擇

假設個體  $i$  從事旅遊所帶來的效用，可用下面第 (6) 式表示：

$$z_i^* = w_i \gamma + \mu_i \quad (6)$$

(6) 式中的  $z_i^*$  為一個無法直接被觀察到的潛在變數， $w_i$  為影響個體  $i$  選擇旅行與否的解釋變數向量， $\gamma$  為對應於  $w_i$  的參數向量， $\mu_i$  為誤差項且假設其分配為  $\mu_i \sim N(0, \sigma_\mu^2)$ 。

然而，我們實際觀察到的是個體  $i$  的選項  $z_i$ ，其中， $z_i$  和  $z_i^*$  兩變數之間的關係如下：

$$z_i = \begin{cases} 1, & \text{如果 } z_i^* > 0 \\ 0, & \text{如果 } z_i^* \leq 0 \end{cases} \quad (7)$$

$z_i = 1$  代表個體  $i$  有從事旅遊， $z_i = 0$  則沒有。因此，當  $z_i = 1$  時，第 (3) 式才能被觀察到。其中，個體  $i$  選擇旅遊的機率為：

$$\begin{aligned} \Pr(z_i = 1) &= \Pr(z_i^* > 0) = \Pr(w_i\gamma + \mu_i > 0) \\ &= \Pr\left(\frac{\mu_i}{\sigma_\mu} > \frac{-w_i\gamma}{\sigma_\mu}\right) = \Phi\left(\frac{w_i\gamma}{\sigma_\mu}\right) \end{aligned} \quad (8)$$

### 3.2.3 模型估計

結合前兩節之模型，個體  $i$  對旅遊行為的選擇分成兩階段。第一階段，個體  $i$  選擇旅行或不旅行；而在第一階段選擇旅行者，才進行第二階段旅遊類型的選擇；如下第 (9) 式所示：

$$y_i = \begin{cases} j, & \text{if } y_{ij}^* = \max(y_{i1}^*, y_{i2}^*, \dots, y_{im}^*), \text{ and if } z_i^* > 0 \\ -, & \text{otherwise, and if } z_i^* \leq 0 \end{cases} \quad (9)$$

標準 Heckman 兩階段選擇模型，第一階段先以 probit model 估計旅遊參與機率，經由選擇的機率計算其 inverse Mill's ratio，再帶入第二階段旅遊類型選擇的多重 probit 估計模型。因此，第 (9) 式的條件期望值可表示為：

$$\begin{aligned} E[y_i | y_i \text{ is observed}] &= E[y_i | z_i^* > 0] \\ &= E[y_i | \mu_i > -\gamma w_i] \\ &= x_i' \beta_j + E[\varepsilon_{ij} | \mu_i > -\gamma w_i] \\ &= x_i' \beta_j + \beta_\lambda \lambda_i(\alpha_\mu) \end{aligned} \quad (10)$$

其中， $\alpha_\mu = -\gamma w_i / \sigma_\mu$ ， $\lambda_i(\alpha_\mu)$  為每個觀察值所對應的 inverse Mill's ratio，其值為  $\lambda_i(\alpha_\mu) = \phi(\gamma w_i / \sigma_\mu) / \Phi(\gamma w_i / \sigma_\mu)$ 。

接下來，我們即根據 3.1.2 小節中所定義的變數，採用 STATA 統計軟體進行模型估計。



## 第四章 實證結果分析與討論

因應銀髮族逐漸參國內旅遊的潮流，為瞭解近年來銀髮族參與國內旅遊的發展趨勢與遊客特質，並進一步瞭解有參與國內旅遊的銀髮族中，其旅遊目的類型的發展趨勢與遊客特質，作為推動銀髮族旅遊的參考，本文研究問題為臺灣近十三年來銀髮族國內旅遊參與因素為何？又，其旅遊目的類型的遊客特質為何？本研究採用「國人旅遊狀況調查」資料，運用 STATA 統計軟體進行實證：第一階段，採用 probit 模型，有效樣本 55,566 筆，來探討銀髮族是否參加國內旅遊與其人口特徵的關係；第二階段，以 multinomial probit model，有效樣本 29,474 探討臺灣銀髮族國內旅遊目的類型與其人口特徵的關係。藉此來瞭解本國 2001 年至 2013 年共十三年間銀髮族國內旅遊參與機率的變化，並歸納出參與旅遊的銀髮族旅客之特質、各種旅遊目的類型的銀髮族旅客之特質。

本研究第一階段需先了解國人銀髮族是否參與國內旅遊，因此整理問卷第一題問到受訪者於過去三個月內參與國內旅遊的次數，回答在一次（含）以上者，則接續回答第三至二十題的題目，若回答未參與（零次）者，則僅以第二題來了解其未參與的原因，並結束訪問。而回答有參與者，則進行各項旅遊行為的訪問。在問卷第一階段問到當季是否有參與國內旅遊行之行為，回答未參加者即跳答其後題組，因此本研究採用「兩階段估計法」，以修正「樣本選擇性偏誤」，第一階段先探討是否有參與國內旅遊，使用 probit 迴歸來分析，選擇有參與國內旅遊後，再行第二階段。樣本中共有 26,092 筆回答未參與，因此第二階段共有 29,474 筆樣本數，用 multinomial probit model 來探討其國內旅遊的目的類型。

## 4.1 實證資料敘述統計

### 4.1.1 全體樣本的各项變數的敘述統計

這部份是探討臺灣銀髮族是否參加國內旅遊、國內旅遊目的類型的情形。根據 STATA 統計軟體，列出資料的敘述統計表，本文研究資料有效樣本為 55,566 筆。

有效樣本共 55,566 筆資料，統計出時間趨勢的平均值為 7.88，標準差為 3.68；時間趨勢平方的平均值為 75.61，標準差為 55.69；消費者物價指數的平均值為 96.47，標準差為 4.56；消費者物價指數的平均值為 86.97，標準差為 16.09；油料費指數的平均值為 86.97，標準差為 16.09；油料費指數平方的平均值為 7823.43，標準差為 2717.78；年齡 60~64 歲銀髮族人口占全國總人口比例的平均值為 424.74，標準差為 90.74；年齡 65~69 歲銀髮族人口占全國總人口比例的平均值為 318.24，標準差為 13.09；年齡 70~74 歲銀髮族人口占全國總人口比例的平均值為 273.49，標準差為 14.93；年齡 75~79 歲銀髮族人口占全國總人口比例的平均值為 210.93，標準差為 11.51；年齡 80 歲以上銀髮族人口占全國總人口比例的平均值為 230.52，標準差為 47.08。

因為要判斷人口特徵與是否參加國內旅遊之間的關係，所以將各項人口潛在變數作了一些敘述性統計：

教育程度：銀髮族樣本教育程度以「國小及以下」30,302 人（54.53%）居多，再來依次為「高中（職）」9,036 人（16.26%），「國（初）中」6,874 人（12.37%），「大學」程度 4,598 人（8.27%），「專科」3,944 人（7.10%），而「研究所及以上」812 人（1.46%）則為最少。

月所得：銀髮族樣本月平均所得以「未滿二萬元」23,550 人（42.38%）為最多，其次為「無經常性收入或無收入」19,624 人（35.32%），最低則為「十萬元以上」736 人（1.32%）。

性別：銀髮族樣本男性為 28,963 人（52.12%），女性為 26,603 人（47.88%），男性稍多於女性。顯示男女性銀髮族之差異不大，但男性銀髮族參加國內旅遊稍多一些，若考量有少數銀髮族有在家照顧孫子女的需求，比例也不算很高。

婚姻情況：銀髮族樣本婚姻情況以已婚 42,301 人（76.13%）居多，其次為

未婚、喪偶 9,495 人 (17.09%)，最低為分居、離婚 3,770 人 (6.78%) 最低。

工作別：銀髮族樣本工作別其人數排列依序為「退休人員及學生」25,282 人 (45.50%) 最多，其次為「家務管理」16,634 人 (29.94%)、「低階生產」9,518 人 (17.13%)、「高階專業」2,308 人 (4.15%)，而最少人次則為「待業中及未就業」1,824 人 (3.28%)。

居住地：銀髮族樣本所居住之地區，以「都會型」有 19,749 人 (35.62%) 居多，其次為「中南部離島非都會型」20,796 人 (37.43%)，而「北部非都會型」14,976 人 (26.95%) 則是人數最少的。

由上述可知，銀髮族樣本各敘述性統計中：性別比例較為平均，而已婚、教育程度偏低、月所得在未滿二萬元、已經退休或學生、居住在都會型地區的銀髮族，則在樣本數中占較高的比例。

全體樣本的數據敘述統計，見表 4-1：



表 4-1：全體樣本各項變數的數據敘述統計

變數名稱	平均值	標準差	最小值	最大值
時間趨勢	7.88	3.68	1	13
時間趨勢平方	75.61	55.69	1	169
消費者物價指數	96.47	4.56	89.39	102.74
油料費指數	86.97	16.09	58.27	108.64
油料費指數平方	7823.43	2717.78	3395.39	11802.65
teld6064 (萬分之一)	424.74	90.74	335.09	587.94
teld6569 (萬分之一)	318.24	13.09	292.84	338.97
teld7074 (萬分之一)	273.49	4.93	256.45	298.06
teld7579 (萬分之一)	210.93	11.51	177.92	223.89
teld80 (萬分之一)	230.52	47.08	146.11	292.14

樣本總數 55,566

變數名稱	樣本數	百分比
教育程度		
國小及以下	30,302	54.53
國(初)中	6,874	12.37
高中(職)	9,036	16.26
專科	3,944	7.10
大學	4,598	8.27
研究所及以上	812	1.46
月所得		
無經常性收入	19,624	35.32
未滿二萬元	23,550	42.38
二萬元至未滿三萬元	4,244	7.64
三萬元至未滿四萬元	2,478	4.46
四萬元至未滿五萬元	1,642	2.96
五萬元至未滿七萬元	2,388	4.30
七萬元至未滿十萬元	904	1.63
十萬元以上	736	1.32
性別		
男性	28,963	52.12
女性	26,603	47.88
婚姻情況		
未婚或喪偶	9,495	17.09
已婚	42,301	76.13
離婚或分居	3,770	6.78



表 4-1：全體樣本各項變數的數據敘述統計（續）

變數名稱	樣本數	百分比
工作別		
高階專業	2,308	4.15
低階生產	9,518	17.13
家務管理	16,634	29.94
無業	1,824	3.28
退休或學生	25,282	45.50
居住地		
都會型	19,749	35.62
北部非都會型	14,976	26.95
中南部離島非都會型	20,796	37.43
是否旅遊		
是，該季有參加國內旅遊	29,474	53.04
否，該季未參加國內旅遊	26,092	46.96
目的類型（在：「是，有參加該季國內旅遊」條件下）		
純觀光旅遊	16,600	56.32
健身運動度假	2,399	8.14
生態旅遊	1,228	4.17
宗教性旅行	3,397	11.53
探訪親友	5,850	19.85

#### 4.1.2 樣本旅遊目的類型的數據敘述性統計--依年度說明：

本研究整合各項旅遊目的類型 (goal type)，重新分類為五大類：(一) 純觀光旅遊、(二) 健身度假運動、(三) 生態旅遊、(四) 宗教性旅行、(五) 探訪親友型旅行，茲就整合過的資料，得出了以下的結果：

由表 4-2，可以看出國人銀髮族針對五大項國內旅遊目的類型，較偏好「純觀光旅行」，占了 56.32%，其次為「探訪親友型」，占了 19.85%，再來是「宗教性旅行」，占了 11.53%，以及「健身度假運動」，占了 8.14%；而國內旅遊以「生態旅遊」目的類型為最低，僅占 4.17 了%。

##### 一、銀髮族國內旅遊「純觀光旅遊」目的類型之現況趨勢：

從統計數據中可發現：銀髮族在參與國內旅遊時，平均有 56.32%純粹是為了觀光旅遊的，而且近三年 2011 年至 2013 年的比例是最高的，各為：62%、59%、60%，相較於最前三年 2001 年至 2003 年各為 43%、50%、46%的比例，參與率轉變明顯提升。

##### 二、銀髮族國內旅遊以「健身運動度假」目的類型之現況趨勢：

每一年度的平均值變化度不大，但是在 2002 年至 2004 年這二年間有明顯的成長幅度，從 5.51%躍升至 19.63%，之後才回復到原來 5~7%的比例，推測其可能與臺灣在 2002 年生態旅遊年之後議題的熱度逐漸退燒有關，而回穩可能與近年來各地興辦路跑活動的風潮等較有所關聯。

##### 三、銀髮族國內旅遊以「生態旅遊」目的類型之現況趨勢：

這部分的參與比例在五大項中是最少的。呈現的趨勢比較特殊，前兩年有 10%、6%的比例，然後長期維持 2~3%的比例，值到近四年來才有稍為提升 (4.48~5.30%)，整體來看，13 年來的平均參與情況只有 4.17%，是比例最低的一項。

##### 四、銀髮族國內旅遊以「宗教性旅行」目的類型之現況趨勢：

此項目在五大項目中比例排名第三，雖然參與情形踴躍，但整體長期觀察而言，是呈現下滑的趨勢。在頭一年，高達 18.93%，之後一路下探，至 2011

年跌至 8.96%，然後持平於 9% 左右。可見以宗教性旅行為目的類型，逐漸有式微的現象。

五、銀髮族國內旅遊以「探訪親友型旅行」目的類型之現況趨勢：從數據中顯示，以探訪親友目的來進行國內旅遊的情況一直是很普遍的，雖然比例變動不小，起起伏伏，約略在 15%~23% 之間擺盪，但 13 年平均下來，擁有 19.85% 的比率，達五分之一，在五項目的類型中僅次於純觀光旅行目的類型。

比較前三年度與後三年度，可以發現近來國內銀髮族出遊目的往「純觀光旅行」靠攏，比例愈來愈高，而其他多樣的目的是類型卻成為了旅遊的附屬行程，甚至有不會再參加的可能性。



表 4-2：樣本國內旅遊目的類型的敘述統計（依樣本的年度）

年份	純觀光旅遊 (百分比)	健身度假運動 百分比)	生態旅遊 (百分比)	宗教旅行 (百分比)	探訪親友 (百分比)	年度總樣本數
2001 年	393 (43.00)	58 (6.35)	93 (10.18)	173 (18.93)	197 (21.55)	914
2002 年	720 (50.24)	79 (5.51)	89 (6.21)	262 (18.28)	283 (19.75)	1433
2003 年	652 (46.84)	179 (12.86)	34 (2.44)	214 (15.37)	313 (22.49)	1392
2004 年	895 (55.08)	319 (19.63)	54 (2.32)	208 (12.80)	149 (9.17)	1625
2005 年	913 (49.14)	194 (10.44)	44 (2.37)	190 (10.23)	517 (27.83)	1825
2006 年	1003 (52.71)	147 (7.72)	50 (2.63)	259 (13.61)	444 (23.33)	1903
2007 年	1240 (54.29)	189 (8.27)	69 (3.02)	335 (14.67)	451 (19.75)	2284
2008 年	1432 (59.27)	156 (6.46)	64 (2.65)	240 (9.93)	524 (21.69)	2416
2009 年	1285 (58.25)	149 (6.75)	56 (2.54)	242 (10.97)	474 (21.49)	2206
2010 年	1836 (58.27)	177 (5.62)	167 (5.30)	299 (9.49)	672 (21.33)	3151
2011 年	2152 (62.59)	253 (7.36)	178 (5.18)	308 (8.96)	547 (15.91)	3438
2012 年	1956 (59.87)	260 (6.74)	171 (4.48)	318 (9.84)	603 (19.06)	3308
2013 年	2123 (56.32)	239 (8.14)	159 (4.17)	349 (11.53)	676 (19.85)	3546
樣本數 (百分比)	16600 (56.32)	2399 (8.14)	1288 (4.17)	3397 (11.53)	5850 (19.85)	29,474 (100.00)

### 4.1.3 各項變數的數據敘述統計--依樣本的旅遊目的類型說明：

根據所有有效樣本 29,474 筆資料，整理出各目的類型樣本數據敘述統計，如表 4-3：

受訪者的教育程度樣本分佈，所有目的類型的旅遊樣本數都是以「國小及以下」為最多，而「宗教性旅行」67.74%比例最高，生態旅遊 29.97%比例最低，五組皆以「高中職」次之，而以「研究所及以上」為最少。

受訪者的月所得部分，純觀光旅遊目的類型以「未滿二萬元」最多（占 34.69%）；健身度假運動目的類型以「無經常性收入」最多（占 36.06%）；生態旅遊目的類型以「無經常性收入」最多（占 29.8%）；宗教性旅行目的類型以「未滿二萬元」最多（占 47.1%）；探訪親友目的類型以「未滿二萬元」最多（占 39.98%）。

受訪者的性別，五組旅遊目的類型都以「男性」較多約 55%左右，女性大多相差 10 個百分點。

受訪者的婚姻狀況，五組旅遊目的類型都以「已婚」最多，約在 80%上下，「未婚或喪偶」次之，約在 18%上下，而「離婚或分居」最少，大約都在 2~3%之間。

受訪者的工作別，五組旅遊目的類型都以「退休或學生」最多，約在 50%上下，「家管」次之，約在 25%上下，再依次為「低階生產」、「高階專業」，「無業」最少，約只有 2.5%。

受訪者的居住地，純觀光旅遊目的類型以「都會型」最多（占 41.41%），其他兩區差不多，皆為 29%；健身度假運動目的類型以最多（占 43.39%），北部非都會型次之，33.6%；生態旅遊目的類型以「都會型」最多（占 43.97%），其他兩組相近約為 29%上下；宗教性旅行目的類型以「中南部離島非都會型」最多（占 37.68%），其他兩區都為 31%；探訪親友目的類型以「中南部離島非都會型」最多（占 41.18%），都會型次之為 36.12%，而「北部非都會型」最少為 22.7%。

表 4-3：各項變數敘述統計（依樣本的目的類型）

變數名稱	純觀光旅遊	健身度假運動	生態旅遊	宗教性旅行	探訪親友
	平均值	平均值	平均值	平均值	平均值
時間趨勢	8.59 (3.43)	7.74 (3.59)	8.43 (3.93)	7.61 (3.73)	8.19 (3.49)
時間趨勢平方	85.74 (54.03)	72.82 (55.74)	86.54 (57.62)	71.79 (55.49)	79.30 (53.99)
消費者物價指數	97.37 (4.29)	96.18 (4.62)	97.24 (4.67)	96.15 (4.60)	96.89 (4.33)
油料費指數	90.13 (14.99)	86.37 (15.91)	89.33 (16.89)	85.95 (16.37)	88.44 (15.21)
油料費指數平方	8348.18 (2568.91)	7713.10 (2711.04)	8264.53 (2838.43)	7655.49 (2742.49)	8053.49 (2588.05)
teld6064	438.35 (92.20)	422.21 (90.44)	446.62 (91.95)	418.94 (89.45)	426.88 (90.96)
teld6569	320.02 (12.21)	317.63 (12.35)	317.39 (13.56)	317.67 (13.49)	319.69 (12.45)
teld7074	275.85 (15.05)	272.62 (15.17)	277.47 (14.72)	272.57 (14.69)	273.96 (14.91)
teld7579	212.88 (9.79)	211.35 (9.87)	210.59 (13.11)	210.11 (12.19)	212.09 (10.54)
teld80	239.84 (43.99)	228.34 (46.43)	238.11 (49.85)	227.13 (47.58)	234.61 (44.68)

註：括弧數字為標準差

變數名稱	純觀光旅遊	健身度假運動	生態旅遊	宗教性旅行	探訪親友
	樣本數	樣本數	樣本數	樣本數	樣本數
教育程度	16,600	2,399	1,228	3,397	5,850
國小及以下	6,049 (36.44)	838 (34.93)	368 (29.97)	2,301 (67.74)	2,740 (46.84)
國(初中)	2,439 (14.69)	344 (14.34)	155 (12.62)	410 (12.07)	791 (13.52)
高中(職)	3,709 (22.34)	570 (23.76)	297 (24.19)	461 (13.57)	1,085 (18.55)
專科	1,805 (10.87)	266 (11.09)	167 (13.60)	116 (3.41)	507 (8.67)
大學	2,188 (13.18)	309 (12.88)	195 (15.88)	91 (2.68)	626 (10.70)
研究所及以上	410 (2.47)	72 (3.00)	46 (3.75)	18 (0.53)	101 (1.73)
月所得	16,600	2,399	1,228	3,397	5,850
無經常性收入	5,109 (30.78)	865 (36.06)	366 (29.80)	1,321 (38.89)	1,926 (32.92)
未滿二萬元	5,759 (34.69)	688 (28.68)	341 (27.77)	1,600 (47.10)	2,339 (39.98)
二萬元至未滿三萬元	1,690 (10.18)	276 (11.50)	150 (12.21)	208 (6.12)	509 (8.70)

表 4-3：各項變數敘述統計（依樣本的目的類型）（續）

變數名稱	純觀光旅遊	健身度假運動	生態旅遊	宗教性旅行	探訪親友
	樣本數	樣本數	樣本數	樣本數	樣本數
三萬元至未滿四萬元	1,152 (6.94)	152 (6.34)	87 (7.08)	105 (3.09)	312 (5.33)
四萬元至未滿五萬元	791 (4.77)	119 (4.96)	80 (6.51)	48 (1.41)	213 (3.64)
五萬元至未滿七萬元	1,231 (7.42)	177 (7.38)	127 (10.34)	73 (2.15)	342 (5.85)
七萬元至未滿十萬元	492 (2.96)	68 (2.83)	46 (3.75)	26 (0.77)	144 (1.95)
十萬元以上	376 (2.27)	54 (2.25)	31 (2.52)	16 (0.47)	95 (1.62)
性別	16,600	2,399	1,228	3,397	5,850
男性	9,270 (55.84)	1,452 (60.53)	680 (55.37)	1,579 (46.48)	3,011 (51.47)
女性	7,330 (44.16)	947 (39.47)	548 (44.63)	1,818 (53.52)	2,839 (48.53)
婚姻狀況	16,600	2,399	1,228	3,397	5,850
未婚或喪偶	2,658 (16.01)	348 (14.51)	184 (14.98)	819 (24.11)	1,133 (19.37)
已婚	13,559 (81.68)	1,984 (82.70)	1,018 (82.90)	2,468 (72.65)	4,554 (77.85)
離婚或分居	383 (2.31)	67 (2.79)	26 (2.12)	110 (3.24)	163 (2.79)
工作別	16,600	2,399	1,228	3,397	5,850
高階專業	1,003 (6.04)	174 (7.25)	99 (8.06)	105 (3.09)	350 (5.98)
低階生產	2,506 (15.10)	329 (13.71)	160 (13.03)	643 (18.93)	1,027 (17.56)
家管	4,343 (26.16)	510 (21.26)	295 (24.02)	1,200 (35.33)	1,744 (29.81)
無業	405 (2.44)	50 (2.08)	18 (1.47)	118 (3.47)	142 (2.43)
退休或學生	8,343 (50.26)	1,336 (55.69)	656 (53.42)	1,331 (39.18)	2,587 (44.22)
居住地	16,600	2,399	1,228	3,397	5,850
都會型	6,874 (41.41)	1,041 (43.39)	540 (43.97)	1,064 (31.32)	2,113 (36.12)
北部非都會型	4,941 (29.77)	806 (33.60)	371 (30.21)	1,053 (31.00)	1,328 (22.70)
中南部離島非都會型	4,785 (28.83)	552 (23.01)	317 (28.51)	1,280 (37.68)	2,409 (41.18)

註：括弧數字為百分比

## 4.2 實證資料敘述統計之討論

根據全體樣本 55,566 筆敘述統計結果顯示，60 歲以上的國人銀髮族在國內旅遊的參與情形有所成長，意謂著銀髮族對晚年休閒生活益加重視，願意投身國內旅遊活動中。

而再依據有參加國內旅遊的有效樣本 29,474 筆，有國內旅遊的銀髮族之中，多數的比例是單純觀光而出遊，往「純觀光旅行目的類型」的成長趨勢也是發展最多的，而其他四種目的類型中，某一些特定人口特徵的銀髮族也有在某一種目的類型同質化的現象，而其他四種所設定的目的類型，這種出遊目的同質化的現象並不是本研究所樂見的。推論可能是因為問卷對於受訪者國內旅遊主要目的的調查是單選題，迫於只能挑選一種答案，而無法完全符合當時旅遊中所進行的所有活動項目，因此只能就印象較深的部分或自己的認知來歸類，又也許參加的確實是生態旅遊類型，但認為自己就是抱著去玩的心理，而非帶著環境保育、永續資源維護的心態，因此將其歸類於打算純粹是要觀賞景點、放鬆享受的「純觀光旅行」，但本研究仍必須以問卷資料中受訪者所認知填答的主要目的類型為依準。

根據本研究所有有效 29,474 個樣本（按目的類型分類）的敘述統計，配合表 4-3，作出本研究討論：

比較五個組別之間的教育程度部分，在最低學歷「國小及以下」組明顯對宗教性旅行有較強的吸引力（67.74%），而對專業感較深的生態旅遊則是最無機率參加的（29.97%）；反觀對銀髮族來視為高學歷組的「專科」、「大學」、「研究所及以上」是生態旅遊目的類型比例最高，其次為健身度假運動，參與機率最低的是宗教性旅行。這剛好呈現完全相反的數據，可能的原因是：高知識分子受過較專業、較理性的教育訓練，對較新興的旅遊目的類型接受度比較高，觸角也比較多元，能主動積極去探索新的旅遊經驗。而宗教性旅行對高教育程度之銀髮族吸引力不大，一方面可能是宗教附會靈異之說與科學講究實證的學養較不融合，以至於在客觀批判意識強烈的高知識分子眼中，有抗拒深入參與的心理。另外教育程度高者，自主規劃旅遊的能力較強，並且對藉由旅遊來拓展生活經驗的想法也較明顯，去除機率較低的宗教性旅行，其他四種旅遊目的類型的參加比例是較為



平均、分散的，不像國小學歷組很明顯占絕多數的比例在同一種目的類型。

比較五個組別之間的月收入部分，在低月所得的組別（未滿二萬元）明顯在宗教性旅行的機率非常高，占了 47.1%，而以探訪親友目的類型次之，占有 39.98%；反觀高月收入的組別（五萬元以上三組）都是以生態旅遊的機率最高，其次為純觀光旅行和健身度假運動不分軒輊，最低的仍是宗教性旅行。可能的原因是，因月所得高的銀髮族，在可自由支配的經費運用上彈性比較大，可以自主的規畫長時間、遠距離的、內容較妥善豪華的行程，交通住宿上也有較寬綽的經費，因此在前三類目的類型有能力也有機率去投入。而月所得較少，可能銀髮族也會覺得在家中成為一經濟負擔，而可支配的金錢少，也容易刻意壓低自己觀光、健身消費的欲望，而參加宗教性旅行可以尋求保底為家庭祈福，讓自己的心靈得到寄託與慰藉，透過探訪親友可以得到生活的紓解。

比較五個組別之間的性別部分，對男性銀髮族吸引力最強的顯示是健身度假運動（60.53%），其次是純觀光旅遊（55.84%）、生態旅遊、探訪親友，宗教性旅行最不受男性銀髮族的青睞（51.47%）；反觀，女性則完全相反，機率最高的是宗教性旅行（53.52），其次是探訪親友（48.53%）、生態旅遊、純觀光旅遊，最無機率的是健身度假運動 39.47%。可能的原因是：男性在體能精力的敏感度較高，總有老當益壯的想法存在，所以心中仍有利用晚年運動健身的訴求，有了充沛的體能，當然會選擇遊山玩水的純觀光旅行，所以在這兩項目的類型的機率比較高；反過來看女性銀髮族，可能對於親感的訴求較多，藉由宗教性旅行來獲得心靈的撫慰力量，而探訪親友彼此談心，熱絡情誼也能帶給自己人際關係上的需求。

比較五個組別之間的婚姻狀況部分，已婚組顯示各種目的類型皆有很高的機率參加，純觀光旅行、健身度假運動、生態旅遊都約為 82%，而最低的是宗教性旅行（72.65%），也不算低，只是在這五種目的類型較為無吸引力而已。反觀其他兩組「未婚或喪偶」和「離婚或分居」，數據顯示機率最高的是宗教性旅行（24.11%和 3.24%），然後是探訪親友居次，而其他三種目的類型的比例則是平

均偏低的。可能的原因是，有銀髮族伴侶的情況下，出遊時彼此有個照應，可以多元的選擇來充實生活經驗，一起分享旅遊的樂趣，而未婚、喪偶、離婚、分居的銀髮族，可能晚年生活的幸福感相較缺乏，容易有形單影隻的孤獨感，所以尋求宗教信仰幫助或多和親友互動來滿足自己的親屬關係與人際需求。

比較五個組別之間的工作別部分，顯示了「高階專業」在生態旅遊的機率是最高的，健身度假運動次之，而「退休或學生」在各組的表現機率是滿相似的，健身度假運動最高，生態旅遊次之，這兩個工作別旅遊吸引力最低的都是宗教性旅行；反觀，其他三組「低階生產」、「家管」、「無業」則完全相反，對宗教性旅行的機率居首，探訪親友次之，純觀光旅遊居中，而健身度假運動與生態旅遊機率最低。可能的原因是，高階專業銀髮族身為主管階級或專業技術強的領域中工作，因此決策能力、組織規劃能力較有獨到之處，自信心高，相對應於生態旅遊的專業性較高、學理面較廣的生態旅遊會符合高階專業人的訴求，有深度探訪價值的、有導覽解說的行程，還有目標性明確的健身運動旅遊，搭配較高質感的運動環境如高爾夫球場，往往可以襯托出高階專業銀髮族的附加價值。而退休或學生銀髮族則可能是抱持著「活到老，學到老」的學習心態去參與生態旅遊，認為自己是「退休」族的銀髮者多半對過往職業也不差，對自己的退休生活是有規劃、有預想的，希望長久而充實，所以在體力的保健上比較關注，重視自己的身體情況，用運動來養生，所以在參加健身度假運動目的類型的機率上是高的。反觀，其他三組工作別偏於藍領、家管甚或無業的銀髮族，過去在職場上位階相形見绌，所累積的成就感可能不足，實現自我的機會未能充分滿足，因而對於宗教寄託與人際關係的需求較多，透過信仰的輔助、親友的關心來調適自己的生活。

比較五個組別之間的居住地部分，顯示各區有各區的特色，在目的類型的比例上有較多的異處。都會型在純觀光旅遊、健身度假運動及生態旅遊上較高，而宗教性旅行機率最低；北部非都會型對健身度假運動最高，但與純觀光旅行、生態旅遊、宗教性旅行的比例相差只約 2%，機率明顯最低的是探訪親友；而中南部離島非都會型的銀髮族在探訪親友目的類型的吸引力最強（41.18%），宗教性旅行次之（37.68%），而其他三項目的類型明顯偏低，其中以健身度假運動最低

(23.01%)。可能的原因是，都會型銀髮族長期受都市化影響，旅遊資訊多元且交通網絡便利，旅遊活動的推廣相對快捷，也容易參加到多樣化的旅遊類別，所以也意識到旅遊活動應趨向多元方向參與，可以增廣見聞，開拓不同的生活體驗；而城市中宗教信仰明顯不若鄉下地區受到受視，所以機率最低。居住地區在北部非都會型的銀髮族，前四項目的類型也多元平均，唯獨探訪親友目的類型較少，推測可能是因為本區中包含宜蘭縣、北海岸、桃竹苗山區多，在過往交通上便利性不足，以探訪親友去中南部時多有過夜必要，無法當日來回，這促使部分銀髮族不願打擾過久而降低，再者，竹苗客家族群地域性強，老一輩言語不通，也減少了遠地親友的交流機會。至於中部部離島非都會型，先撇除樣本數少的東部與離島銀髮族來說，中南部人過往北上打拚，老家尚有不少親友，逢年過節、婚喪喜慶總要往來聯絡，因此相較於北部非都會型，可以理解為何機率最高的原因，加上中南部的人情味也比較濃重，習俗也保存完善，親友之間的依存比冷漠的都會緊密許多，不時會寄個衣服、家鄉味來維繫情感，而且趁著探訪友之便，去大城市走走逛逛，也會讓閒散已久的退休生活增添一份都市有熱情有勁的活力感；而宗教性旅行是中南部銀髮族普遍的生活文化之一，初一、十五去附近廟宇祈拜雖不算國內旅遊，但生活的話題常是圍繞著民間信仰的，因此有機會也會參加刈香、陣頭、進香團旅遊，與村里長輩交誼寒暄，各地的神明繞境、廟會活動也常需要不同縣市的陣頭來助陣，也衍生了不少宗教文化活動，如東港王船祭、西港第一香、大甲媽祖出巡、鹽水蜂炮、高雄內門宋江陣、佛光山宗教文化園區等，對於中南部某部分銀髮族而言，宗教是生活的重心之一，在國內旅遊時成為自然會考慮的選擇。

## 4.3 第一階段實證結果與討論

### 銀髮族是否參加國內旅遊與人口特質之實證結果與討論

第一階段，國人銀髮族群是否參與了國內旅遊活動。估計他們是否參與國內旅遊的情形，如果只對有參與國內旅遊者進行估計，而沒有把未參與國內旅遊的樣本包括在內，則參數估計值將不具有統計上的一致性，這樣的現象稱「樣本選擇性偏誤」，通常利用兩階段估計法來進行修正。

這部份的實證研究是採用 **probit** 模型估計方法來估計，探討臺灣銀髮族人口特徵對國內旅遊與的機率，本模型以 60 歲以上銀髮族且教育程度為「國小及以下」、月所得為「無經常性收入」、性別婚姻交乘項為「女性已婚」、工作別為「退休或學生」、居住地為「中南部離島非都會型」等為控制組。實證結果見表 4-4：

底下將逐一說明實證模型中各變數的估計結果及對其意涵之討論：

#### 一、教育程度：

各組估計值為正值，且在 1% 的顯著水準之下具有統計顯著性，尤其以「研究所及以上」的估計係數最高 (0.6135)，此外還可以發現「國(初)中」至「研究所及以上」的估計係數值是漸增的，這代表相較於「國小及以下」學歷，教育程度愈高的銀髮族參加國內旅遊的機率愈高。

就以上實證結果，推測教育程度高，所涉獵的旅遊資訊面較深、較廣，而且更有自主能力去取得旅遊所需的資源；在心態上，對旅遊內容的規劃也更有要求，不僅行程表安排妥當、食宿交通的利弊與優惠，也希望嘗試藉旅遊來拓展視野、增廣見聞，所以勇於從事較富文化教育價值的活動，以各式旅遊來豐富生活、體驗人生。而且教育程度高者，視參與旅遊為提高生活品質的一環，旅遊成為生活必備的享受，而不僅是走馬看花而已；而教育程度較低的組別，來自家庭背景、家庭旅遊習慣、工時等生活瑣事所影響，旅遊參與機率機的估計係數沒有高學歷銀髮族那麼高。

#### 二、月所得：

月所得在「未滿二萬元」的估計值為負值，其餘組別為正值，且皆在 1% 的

顯著水準之下具有統計顯著性。而尤以月所得為「五萬元至未滿七萬元」、「七萬元至未滿十萬元」的估計係數值最大，分別為 0.4984、0.4965，而且還可以發現「二萬元至未滿三萬元」至「七萬元至未滿十萬元」各組之間的估計係數值是上升的，這代表所得愈高的銀髮族參加國內旅遊的機率也跟著愈高。

就以上實證結果，推測旅費往往是影響旅遊多寡的重要因素，畢竟交通費、食宿費也是一筆可觀的費用。月所得較多，扣除生活費所需，可彈性支配的金錢較多，有多餘的閒錢，自然而然旅遊就成為了解除生活壓力、提高生活享受的一個方法，也因此，其旅遊機率自然較高。而銀髮族本身在退休前月所得高者，存下的退休資本也會較多，若子女也工作有成，自然是資金更加充裕，運用在休閒旅遊的部分也更高，無後顧之憂下，還可以規劃長期性的旅行。而月所得偏低之銀髮族，可支配的金錢少，在參與旅遊的態度上自然會比較保守，或就近縣市偶爾參加可省下交通住宿費用，消費態度也容易趨於保守，因此旅遊的機率相對低於月所得較高的組別。

### 三、性別與婚姻情況交乘項：

「男性已婚」的估計係數為正值，未具有統計顯著性；其餘非已婚組別皆為負值，且「女性未婚或女性喪偶」、「男性未婚或男性喪偶」與「男性離婚或男性分居」三組在 1% 的顯著水準之下具有統計顯著性。此意謂著相較於「女性已婚」控制組，現在婚姻狀態處於單身的銀髮族組別國內旅遊參與的機率較低。

就以上實證結果，推測是銀髮族生活幸福感的因素。在一般情況下，旅遊總是想要找個伴，比較能有分享歡樂的旅遊氛圍。而「國人旅遊狀況調查」提出，銀髮族國內旅遊時有 83% 是有同伴同行的，平均同伴人數為 2.1 人(觀光局, 2013)，可見極大多數銀髮族體認到旅遊要有伴的感受。而最好的旅伴當然是自己的配偶，在未婚、喪偶、離婚、分居等條件下，若無子女兒孫騰出時間來結伴時，便會減低參與旅遊的機率。

### 四、工作別：

估計結果顯示「高階專業」的估計係數為正值，未具有統計顯著性；而其他項目則皆為負值，其中「低階生產」、「無業」在 1% 的顯著水準之下具有統計顯

著性。此意謂著相較於「退休與學生」組來說，低階生產與無業的銀髮族，去參加國內旅遊活動的機率有比較低。

就以上實證結果，推測是低階生產組別銀髮族，多為藍領階級人員，其工作性質不如高階專業人員受到社會所尊重，時薪所得也不高，收入可能只夠應付家庭生活費用所需，相較於有穩定退休金收入或社福保險的「退休或學生」組而言，若想享受多次旅遊時，在資金上可自由支配的空間不足；而且他們在工作上需要付出較多的體力、工時較長，在休假時間可能會想在家休息，而減低了出遊的機率。而「無業」組別銀髮族，明顯可以推論是無業所帶來的人際觀感、自己的心理感受，認為自己沒有能力獨自支付所有旅遊消費，也因此更不願意出遊。至於「家庭管理」組亦呈負相關，但估計係數未達顯著，其原因推測是配偶或子女尚有工作，經濟壓力小相較於「退休或學生」組之間的所得情況差距並不大，因此雖然機率略微降低，估計係數僅為-0.0131，且難以具有顯著性。

#### 五、居住地：

居住地變項估計結果顯示「都會型」估計值為正值，未具有統計顯著性；而「北部非都會型」估計係數為負值，且在 1% 的顯著水準之下具有統計顯著性。此意謂著同屬非都會型縣市，「中南部離島非都會型」的銀髮族比「北部非都會型」的銀髮族旅遊參與的機率高。

就以上實證結果，推測在北部非都會型的銀髮族，由於宜蘭縣、新北市本身就在旅遊業市場飛升的縣市，生活地區景點唾手可得，宜蘭、北海岸、九份山城的居民就等於是居住在觀光景點中，對離家出去外縣市參加國內旅遊的意識可能沒那麼敏銳。

#### 六、居住地與時間交乘項：

本研究增加了時間因素以觀察長期趨勢變化，估計結果顯示「都會型」、「北部非都會型」估計係數為正值，且在 1% 的顯著水準之下具有統計顯著性。表示隨著時間演變，「都會型」、「北部非都會型」銀髮族國內旅遊參與的機率提高。

就以上實證結果，推測是居住地的屬性所影響。都會型的銀髮族，每日生活在城市的喧囂繁亂中，與內心所嚮往的悠閒樂活的退休生活較為衝突，所以想要

遠離都市，出去接觸大自然的清新，或者來一趟心靈的寧靜之旅，藉由旅遊可以達到這樣的生活體驗。而且都會型銀髮族在環境的耳濡目染下，對於旅遊資訊的掌握相對容易，對於網路科技資源的旅遊輔助用品也較熟悉，皆有助於提高旅遊的機率。另外再推測可能的因素是交通方式更便捷，如雪山隧道的通車，去宜蘭、花東對北部縣市來說更容易方便，省下了長途跋涉之苦，以往可能要搶購火車票、塞車、繞遠路的情況減少，省下的時間可以讓行程規劃更有彈性、時間也更寬裕。中南部的銀髮族若要利用大眾運輸工具出遊，可能會面臨到先花費不少時間到市區中心，而班次也不多，但都會型台鐵、高鐵、捷運、計程車或航空站班次較多，不必大包小包地提行李舟車勞頓，節省很多轉車時間；而且都會區的銀髮族重點還是傾向於想要轉換生活環境的壓力，願意去接觸自然風景、文化探訪，以求放慢生活步調，轉換城市給人緊湊的壓迫感。

#### 七、消費者物價指數：

消費者物價指數變項的估計係數為負值，且在 5% 的顯著水準之下具有統計顯著性，此意謂消費者物價指數對銀髮族國內旅遊參與具有負向效果。以 2011 年為 100 當作基準，消費者物價指數自 2001 年開始不斷升高，此因素雖然會降低銀髮族旅遊的機率，但現況而言仍有愈來愈多的銀髮族與國內旅遊，顯見雖然消費物價不斷上揚，但旅遊已經成為生活的必要項目，無法阻擋住多數銀髮族對旅遊的需求。

#### 八、油料費指數、油料費指數平方：

油料費指數、油料費指數平方變項的估計係數為負值，且各在 10% 和 1% 的顯著水準之下具有統計顯著性，此意謂油料費指數對銀髮族國內旅遊參與具有負向效果。以 2011 年為 100 當作基準，油料費指數自 2001 年開始不斷升高，指數差距甚大，2001 年為 60.96，至 2013 年為 108.64，此因素實質反應在交通費用上，但旅遊必然會使用交通工具，尤其是自行開車前往的旅遊者，油料費上升顯然會降低出遊的機率，而可能會選擇影響性較少的大眾運輸工具旅遊。但就現況而言，仍顯示有愈來愈多的銀髮族與國內旅遊，顯見雖然交通油料費不斷上揚，壓縮旅遊經費，但旅遊已經成為生活的必要項目，與消費者物價指數之結果相同，

亦無法阻擋住多數銀髮族對旅遊的需求。

#### 九、60 歲以上各年齡層銀髮族人口占全國總人口之比例：

過去十三年來，台灣人口結構快速老化，六十歲以上不同年齡層銀髮族占全台灣人口比例亦有顯著變化。考量到銀髮族旅遊率可能會隨著銀髮族人數增加與各年齡層人數變化而有不同的結果，比較 60~64 歲、65~69 歲、70~74 歲、75~79 歲、80 歲以不同上年齡層的機率是否有相異，因此也設立變數來實證。

估計結果顯示「60~64 歲」組為負值，在 1% 的顯著水準之下具有統計顯著性，65 歲以上三組為正值，其中「70~74 歲」組在 1% 的顯著水準之下具有統計顯著性；而「80 歲以上」組又呈現負值，未具有統計顯著性。

就以上實證結果，當 60~64 歲、65~69 歲人口占全國人口比例愈高時，其旅遊參與機率較低，為負值，且在 1% 顯著水準下具有統計顯著性；當 70~74 歲人口占全國人口比例愈高時組時，其旅遊參與機率較低，為正值，且在 1% 顯著水準下具有統計顯著性。隨著老年人口超過 80 歲後，參加國內旅遊的機率降低，可以推論原因應該是台灣平均退休年齡約為 61 歲，而且法定退休年齡已延長至 65 歲，所以 60~64 歲銀髮族有半數仍在工作，老年體力上負荷較大，假日可能需要休息，旅遊頻率無法多，或是因為正值孫輩尚在襁褓階段，需付出心力幫忙照顧而出遊阻礙多。而隨著適應晚年生活，孫輩也成兒童，家庭中需要銀髮族幫忙家務的情形也漸少，因此規劃旅遊的次數也跟著提高。年齡若再更長時，只能是心有餘而力不足，80 歲以上之銀髮族，確實在身體機能上不若以往，適應社會、操作能力可能也不若以往靈敏自信，或是旅遊同伴相繼去世，所考慮的阻礙因素增多，因此就降低了出門旅遊的機率。如果在 80 歲以前的退休階段也遊歷了不少臺灣的景點，那麼很多旅遊就只變成了所謂的「再度重遊」，新鮮感不足，更何況也能轉向更養生的休閒項目，不見得會持續熱衷於旅遊這項相對比較耗時、耗體力、對身體負擔較大的選擇。

#### 十、時間趨勢：

$t$  和  $t^2$  的參數估計值分別為正值和負值，且各在 5% 和 1% 的顯著水準之下具有統計顯著性，表示在 2001 年至 2013 年的這段時間，60 歲以上銀髮族參與



旅遊的機率有逐年攀升的趨勢，但是增加的幅度是漸趨平緩的。這正好反映了過去十三年來，政府大力推行觀光，交通建設愈來愈便利，國內的旅遊景點不斷增加，旅遊型態也跟著推陳出新，影響了國人對休閒的態度和偏好，也意謂著台灣銀髮族確實愈來愈注重休閒旅遊。

為了更進一步觀察隨著時間的推演，台灣銀髮族旅遊參與行為的變遷，本文利用 3.2 小節中的 (9) 式與第一階段 probit model 所估計出  $t$  和  $t^2$  的係數來計算時間趨勢的邊際效果，算式如下：

$$\frac{\partial \Phi(w_i' \gamma)}{\partial t} = \phi(\overline{w_i' \hat{\gamma}})(\hat{\beta}_t + 2\hat{\beta}_{t^2}t) \quad (11)$$

利用上式 (11) 所計算出的邊際效果，陳列於表 4-5；另外，為了增加資料的可讀性，將數據繪製成圖（詳見圖 4-1）。

結果顯示，2002 年相較於 2001 年，台灣銀髮族參與旅遊的機率會增加 16.19%；2003 年相較於 2002 年的話，參與機率會增加 13.83%，若以 2003 年相較於 2001 年的話，則參與機率會增加 11.47%，以此類推。因此，2001 年至 2008 年的這段時間，台灣銀髮族參與旅遊的機率有逐年提高的趨勢，但是增加的幅度卻是逐年縮減，在 2008 年達到最高（63.76%），往後就開始下降，直到 2013 年，累計的邊際效果為 38.49%。換句話說，這十三年以來，台灣銀髮族參與旅遊的機率以 2008 年為分界點，在 2008 年之前屬於成長的階段，在 2008 年之後就開始減少。可能的原因是，政府與相關業者不斷地投入資源推展觀光之下，銀髮族參與旅遊的機率確實有被提升上來，可是這幾年以來，而物價與油料費高，台灣各地推展觀光的創意雷同、同質性高，使得銀髮族在選擇類似的觀光活動與觀光地點會產生排擠的效應，若拜訪過類似的景點之後，可能會大幅降低其再訪的機率。政府在推廣觀光的同時，往往只注意到「量」的提升，對於「質」的維護與提升卻沒有投注太多心力，規劃尚有改善空間，例如熱門大陸客過多排擠購票、景點經常塞車、人潮過多……等，使得國內的旅遊環境似乎有下滑的趨勢，造成銀髮族的旅遊機率開始有降低的現象產生。

表 4-4：第一階段：是否參加國內旅遊估計結果

變數名稱	估計係數
<i>Dedu2</i> (教育程度為國初中)	0.3982 (0.0174) ***
<i>Dedu3</i> (教育程度為高中職)	0.5144 (0.0168) ***
<i>Dedu4</i> (教育程度為專科)	0.5278 (0.0251) ***
<i>Dedu5</i> (教育程度為大學)	0.5212 (0.0250) ***
<i>Dedu6</i> (教育程度為研究所及以上)	0.6135 (0.0541) ***
<i>Dinc2</i> (月所得為未滿二萬元)	-0.1035 (0.0142) ***
<i>Dinc3</i> (月所得為二萬元至三萬元)	0.2170 (0.0245) ***
<i>Dinc4</i> (月所得為三萬元至四萬元)	0.2897 (0.0312) ***
<i>Dinc5</i> (月所得為四萬元至五萬元)	0.3382 (0.0383) ***
<i>Dinc6</i> (月所得為五萬元至七萬元)	0.4984 (0.0353) ***
<i>Dinc7</i> (月所得為七萬元至十萬元)	0.4965 (0.0541) ***
<i>Dinc8</i> (月所得為十萬元以上)	0.3090 (0.0574) ***
<i>Dsex1</i> (男性-已婚)	0.0038 (0.0164)
<i>Dmstus1</i> (女性-未婚或喪偶者)	-0.1135 (0.0176) ***
<i>Dmstus3</i> (女性-離婚或分居者)	-0.0349 (0.0516)
<i>sexmar1</i> (男性-未婚或喪偶者)	-0.0761 (0.0286) ***
<i>sexmar3</i> (男性-離婚或分居者)	-0.2813 (0.0681) ***
<i>Docc1</i> (工作別為高階專業)	0.0146 (0.0339)
<i>Docc2</i> (工作別為低階生產)	-0.0584 (0.0172) ***
<i>Docc3</i> (工作別為家務管理)	-0.0131 (0.0177)
<i>Docc4</i> (工作別為無業)	-0.1434 (0.0318) ***
<i>Dresd1</i> (居住地為都會型)	0.0381 (0.0312)
<i>Dresd2</i> (居住地為北部非都會型)	-0.1901 (0.0333) ***
<i>Dresd1t</i> (都會型時間趨勢變數)	0.0142 (0.0036) ***
<i>Dresd2t</i> (北部非都會型時間趨勢變數)	0.0434 (0.0039) ***
<i>cpi</i> (消費者物價指數)	-0.0392 (0.0168) **
<i>tranp</i> (油料費指數)	-0.0362 (0.0196) *
<i>tranp</i> <sup>2</sup> (油料費指數平方)	-0.0003 (0.0001) ***
<i>teld6064</i> (60-64 歲人口占全國比例)	-0.0071 (0.0026) ***
<i>teld6569</i> (65-69 歲人口占全國比例)	0.0069 (0.0055)
<i>teld7074</i> (70-74 歲人口占全國比例)	0.0842 (0.0150) ***
<i>teld7579</i> (75-79 歲人口占全國比例)	0.0056 (0.0107)
<i>teld80</i> (80 歲以上人口占全國比例)	-0.0213 (0.0154)
<i>t</i> (時間)	0.4798 (0.2212) **
<i>t</i> <sup>2</sup> (時間平方)	-0.0297 (0.0079) ***
<i>_cons</i>	-16.1418 (8.7052) *
樣本數	55,566

註：括弧數字估計參數的標準誤；\*、\*\*、\*\*\* 分別表示在 10%、5%、1%的顯著水準下顯著異於零；控制組為：60 歲以上、女性、已婚、月所得為無經常性收入、教度程度為國小及以下、居住在中南部離島非都會型之銀髮族。

表 4-5 銀髮族旅遊參與機率的時間趨勢

Year	每年的邊際效果	累計的效果
2001	-	-
2002	16.19%	16.19%
2003	13.83%	30.02%
2004	11.47%	41.49%
2005	9.11%	50.60%
2006	6.75%	57.35%
2007	4.39%	61.73%
2008	2.03%	63.76%
2009	-0.33%	63.43%
2010	-2.69%	60.73%
2011	-5.05%	55.68%
2012	-7.41%	48.27%
2013	-9.77%	38.49%

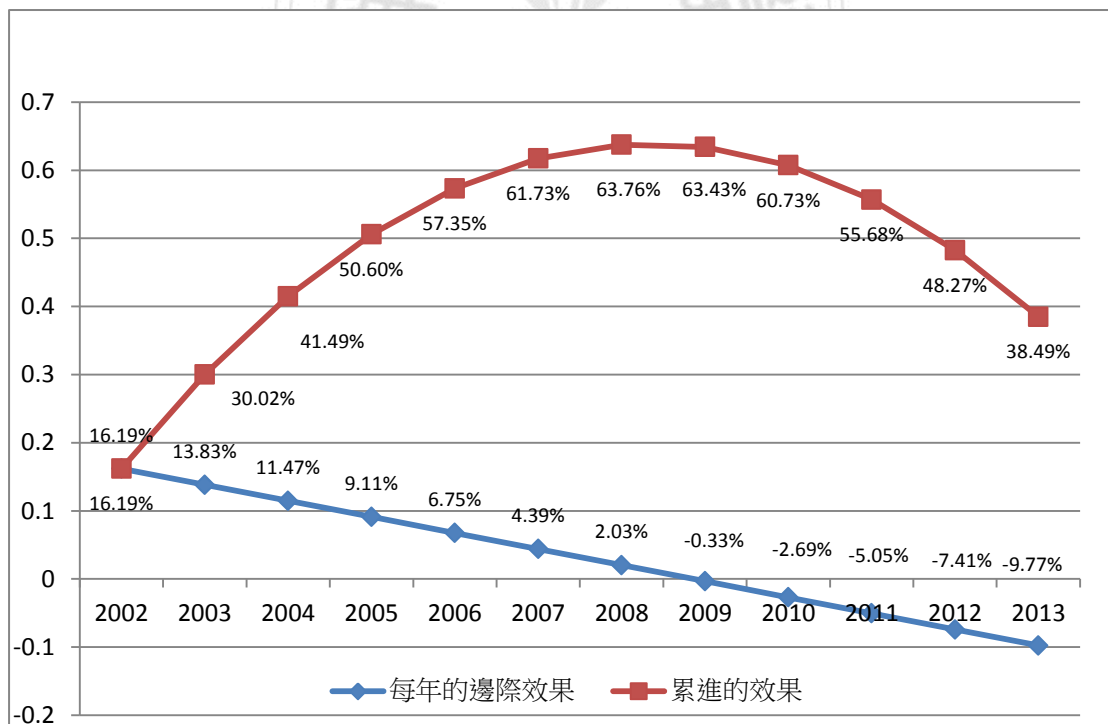


圖 4-1 銀髮族旅遊參與機率的時間趨勢

#### 4.4 第一階段 probit 模型分類估計預測能力

原始資料統計顯示銀髮族有參加國內旅遊的有 29,474 筆；未參加國內旅遊的有 26,092 筆。

根據分類估計銀髮族參加國內旅遊的有 27,932 筆 (0.5 以上)；未參加國內旅遊的有 27,634 筆 (0.5 以下)。所以分類估計錯誤的，參加國內旅遊的有 10,698 筆；未參加國內旅遊的有 17,014 筆，如下列表 4-5 所示。Probit 模型的表現指標顯示銀髮族國內旅遊參與機率表現尚佳，模型分類估計的準確率約為 64.52%。

推論其原因，可能是因為銀髮族在旅遊率上相較於其他年齡而言偏低，而且資料為季調查，一季只有三個月，受訪樣本必須在這三個月中有符合國內旅遊的行為，所以這對 60 歲以上銀髮族來說，其機率可以預期會比較低，而且有些銀髮族記憶力可能衰退容易混淆旅遊的準確時間，造成資料受訪時理解上的誤解，所以預測的效果未能表現出高度良好的數值。

表 4-6 Probit 模型分類估計的表現

分類	Ture (樣本資料)		合計
	D	~D	
+	18,846	9,086	27,932
-	10,628	17,006	27,634
合計	29,474	26,092	55,566
正確分類 (Correctly classified)			64.52%

## 4.5 第二階段實證結果與討論

### 銀髮族國內旅遊目的類型之實證結果與討論

第二階段，以 multinomial probit model 進行國人銀髮族人口特徵與國內旅遊主要目的類型關係之實證。這部分探討 2001 年至 2013 年影響臺灣 60 歲以上銀髮族國內旅遊目的類型之轉變。本模型以教育程度為「國小及以下」、居住地為「中南部離島非都會型」、工作別為「退休或學生」、月所得為「無經常性收入」、性別婚姻交乘項以「已婚女性」、旅遊目的類型為「純觀光旅遊」等為控制組。經模型實證後，旅遊目的類型的各個對照組實證結果列於表 4-7。

#### 一、教育程度：

「健身度假運動」目的類型的估計結果顯示，各種教育程度的受訪者估計係數都為正值，且「高中職」與「研究所及以上」在 5% 的顯著水準之下具有統計顯著性。表示教育程度高銀髮族與「健身度假運動」目的類型兩者之間有明顯相關，尤其以「研究所及以上」係數最高為 0.3261，代表相較於「國小及以下」，教育程度較高者，選擇「健身度假運動」目的類型的機率較高。

「生態旅遊」目的類型的估計結果顯示，「研究所及以上」組別的估計係數為正值，但未具有統計顯著性，表示各種教育程度的銀髮族與「生態旅遊」目的類型兩者之間並無明顯相關。

「宗教性旅行」目的類型的估計結果顯示，各種教育程度的受訪者估計係數都為負值，以「大學」、「研究所及以上」估計值最高，分別為 -0.9919 和 -0.8898，而且在 1% 的顯著水準之下皆具有統計顯著性。此意謂著相較於「國小及以下」的銀髮族，其餘各種學歷的銀髮族參加宗教性旅行目的類型的機率都較低，而且教育程度是愈高則估計係數負值偏高，兩者間呈現反比之現象。

「探訪親友」目的類型的估計結果顯示，各種教育程度的受訪者估計係數都為正值，在 1% 或 5% 的顯著水準之下皆具有統計顯著性。以「大學」相關係數最高 (0.2519)，「研究所及以上」次之 (0.2461)，此意謂著相較於「國小及以下」的銀髮族，其餘各種學歷的銀髮族普遍上對「探訪親友」的機率是較高的，而且在高學歷各組別係數比中低學歷各組別明顯較高。

以上結論為：教育程度在「健身度假運動」、「宗教性旅行目的類型」、「探訪親友」等皆有明顯的影響性，在 1% 的顯著水準下，教育程度愈高，參加「健身度假運動」、「探訪親友目的類型」的機率較高，而參加「宗教性旅行目的類型」較低。

依上述結果作分析討論，推測如下：

第一、「宗教性旅行」目的類型推測可能是宗教信仰活動較為通俗性，入門門檻低，並不需要學歷光環即可一窺宗教活動的領域，而且許多民眾是從小耳濡目染地跟著祖父輩來從事宗教習俗活動，這些活動包含了所謂比較迷信的成分，諸如起乩作法、神靈附體、神蹟乍現、驅除暗黑能量等科學上較無法解釋之教義，因此於求學過程中，愈能取得好成績者愈抗拒鬼神之說，以其是沒有科學徵驗根據的，視其為迷信的象徵，至多把所謂「怪力亂神」的宗教活動當成一場民俗文化儀式來看待之，對於實際參與成為神駕出巡的扛轎者或參攬朝聖等深入的活動就會卻步。在社會觀感上這些傳統宗教習俗也與自己高學歷形象有所差距，而且大多是體力粗活，所以可以觀察得到參加陣頭與扮演八家將角色者多是對學校課業較無興趣、成就感低落之學生，以在參與宗教團體過程中得獲得更多的存在感，與獲得歸屬感、認同感。銀髮族群情況相同，教育程度愈高，個人接受的長期教育所薰陶亦培養出較客觀理性的思考與判斷能力愈高，實證主義意識抬頭，對於相對俚俗且附會鬼神的宗教習俗也就興味索然，宗教文化的特殊魅力也無法吸引其目光，而且，教育程度高者對自己的人生規畫也更有想法，希望多方接觸不同的旅遊類型，以拓展人生經驗與感受，滿足自我身心健全。

第二、「健身度假運動」目的類型推測可能是教育程度愈高者，對於健康知識的涉獵較多、自我健康管理的關注意識較高，所以懂得吸取理論與技術來養護自己的健康。健身運動是近來的一股潮流，教育程度高之銀髮族懂得去蒐集相關資源來實踐，而教育程度較低的銀髮族並不瞭解或認同健身也是一門專業，反而會覺得把金錢消費在健身度假運動並不可取，還不如把時間拿來從事苦力工作，既可兼賺外快又能達到勞動身體的功用，因此應推廣健身與運動旅遊的益處，讓銀髮族體認到運動使人舒暢愉快、心情開朗的功效。

第三、至於「探訪親友」目的類型為正值且具有統計顯著性，可見教育程度高的銀髮族而且有隨著教育程度提升，參與機率是跟著增加的，可以推論出現今

社會普遍學歷提升是一個原因，而學歷又可以代表個人的成就，在人際關係上比較有榮譽感，對自己的定位更有自信心，喜愛與親友攀談，教育程度高者亦較能涉獵多方資訊，關注社會上的各種話題，見多識廣，可以作為閒話家常之外的話題，也能在親友對某些專業知識有需求時提供一些意見，在討論時也能給予較深刻獨到的意見或深入議題交流看法，因此在人際關係的表現上應是有所助益之處。

## 二、月所得：

「健身度假運動」目的類型的估計結果顯示，月所得「未滿二萬元」的銀髮族估計係數呈負值，估計係數為-0.1068，在 5%的顯著水準之下具有統計顯著性。表示該組在「健身度假運動」目的類型的機率比「無經常性收入」組低。而月所得「二萬元至三萬元」的銀髮族為正值，估計係數為 0.1191，在 10%的顯著水準之下具有統計顯著性。此表示該組在「健身度假運動」目的類型的機率比「無經常性收入」組高。

「生態旅遊」目的類型的估計結果顯示，月所得「二萬元至三萬元」的銀髮族估計值為正值，估計係數為 0.1367，在 10%的顯著水準之下具有統計顯著性。表示該組在「生態旅遊」目的類型的機率比「無經常性收入」組高。

「宗教性旅行」目的類型的估計結果顯示，除了「未滿二萬元」組估計值為正值，其他各種教育程度的受訪者估計係數都為負值。此表示相較於「無經常性收入」銀髮族，月所得在「未滿二萬元」者，其參加宗教性旅行目的類型的機率較高；而月所得收入超過二萬元的銀髮族，機率則皆降低，估計值為負值並且在 1%或 5%的顯著水準下皆有統計顯著性，其中以「十萬元以上」估計係數最大，參加宗教性旅行的機率為最低。

「探訪親友型」估計結果顯示，「未滿二萬元」組的受訪者估計係數為負值，在 1%顯著水準下具有統計顯著性，表示相較於「無經常性收入」銀髮族，其探訪親友目的類型的機率較低。

以上結論為：月所得只在影響銀髮族參加「宗教性旅行」的機率結果表現最顯著，而且從估計值可以看出，月所得愈高，其參加宗教性旅行的機率整體來說是愈低的。另外在「健身度假運動」、「探訪親友」目的類型上，月所得在「未滿

二萬元」者，相較於「無經常性收入」者表現出機率較低的現象。

依上述結果作分析討論，推估教育程度高低大多都會影響月所得收入，連帶著在實證數據的表現上會有比較相似的實證結果，這也是我們所看到的「宗教性旅行」在月所得這個變數的實證分析裡與「無經常性收入」組比較，每一組都是負值。月所得增加，國人銀髮族選擇國內旅遊時可以自主支配的旅費亦隨之增加，代表可以考慮消費較高的旅遊方式，偏向較精緻豪華的行程，而宗教性旅行普遍來說是屬於經濟簡約、參與容易的活動，性質上平易近人，住個香客大樓當然不如五星級大飯店時，同樣都要享受國內旅遊樂趣的銀髮族，在所得較高的情況下，選擇花費較昂貴、服務較好的行程是可以理解的。所以，宗教性旅行近年來在銀髮族旅遊參與比例明顯較不熱絡，隨著不少文化名勝與自然景點提供的服務品質提升，也吸引走月所得高的銀髮族消費族群。

而收入過少者為求生活飽足，已無能力也無意願再支出健身度假運動這種非必要性的旅遊活動，而探訪親友方面則或許是因為人際壓力的關係，因為有感於自己的生活困窘，有些話題在親友間較不易暢談，親友聚會的請客贈禮、紅白包場合又無力負擔，因此減少了親友間交際應酬的旅遊；而五萬至未滿七萬元組別通常是主管階級，身分地位皆有所成就，在親友聚會的場合獲得親友的肯定，也會提高參加的機率。宗教性旅行通常會在生活中不夠滿足時所進行，常理下月所得愈高，可支配的費用就較多，祈求神佛庇佑事業順利的情形降低了，而對生活滿意度較低的銀髮族會想藉宗教力量來改善現況，所以如果在旅費有限的情況下參加宗教性旅行的可能性就提高。

### 三、性別與婚姻交乘項情況：

因考量性別及婚姻情況有可能會交互影響，本文進一步將兩變項交乘而研究探討性別與婚姻情況的影響情形。

「健身度假運動」目的類型的估計結果顯示，各組的受訪者估計係數都不具統計顯著性，表示性別婚姻情況交乘項與健身度假運動目的類型無相關性。

「生態旅遊」目的類型的估計結果顯示，「男性離婚或分居」估計值為正值，且在 10% 顯著水準下有統計顯著性，此表示離婚或分居之男性銀髮族對生態旅遊的議題熱衷度較女性已婚者高，同時更看到「男性已婚」是負值，在 5% 的水準



下具有統計顯著性，表示已婚男性銀髮族對生態旅遊的議題熱衷度較女性已婚者低。

「宗教性旅行」目的類型的估計結果顯示則男女立場較鮮明，「男性未婚或男性喪偶」與「男性已婚」受訪者估計係數相對於「女性已婚」者來說為負值，對參與宗教性旅行的機率顯得較低，可是「女性未婚喪偶」和「女性離婚分居」兩組皆比控制組的「女性無婚」機率來得高，皆在 1% 及 5% 的顯著水準下具有統計顯著性。

「探訪親友型」估計結果在男性部分皆為負值，「已婚男性」在 1% 的顯著水準下具有統計顯著性，「男性未婚或喪偶」在 10% 的顯著水準下也有統計顯著性，可見相較於「已婚女性」來講，男性對「探訪親友」旅遊目的類型的機率是較低的。

以上結論為：將性別與婚姻情況兩組變項交乘來探討六組實證結果，以已婚女性為控制組，可得出具有統計顯著性的是：相較於已婚女性銀髮族，已婚男性對生態旅遊、宗教性旅行、探訪親友目的類型皆呈現負值；男性離婚或分居者對生態旅遊有正值；男性未婚或喪偶對宗教性旅和探訪親友為負值；女性非已婚者兩組皆對宗教性旅行為正值。可見已婚女性銀髮族對國內旅遊的機率普遍最高，唯一例外是女性非已婚者在宗教性旅行的機率上是比女性已婚來得更高。

依上述結果作分析討論，推測同樣在已婚狀態下，女性銀髮族比男性更喜愛國內旅遊，機率唯一不如男性的只有健身度假運動，而運動健身確實對男性而言吸引力比較高，女性從小開始與朋友談論運動健身者本來就相對於男性來得少。男性未婚者基於親戚之間的殷勤詢問或介紹相親對象可能有抗拒的心理，所以機率較低，而男性喪偶者對於神明無法庇護婚姻美滿產生怨嘆心理，也機會較低。至於男性離婚或分居者對生態旅遊機率高的情形，或許是想轉換生活目標，接觸些外在的花草蟲魚，來場生態攝影，把自己置身融入大自然裡，可以忘卻煩惱；而女性就比較傾向於內在心靈的補充，所以透過宗教性活動來沉澱自我，得到慰藉，所以反而會選擇參加宗教性的旅遊。

已婚男性在「生態旅遊」、「宗教性旅行」、「探訪親友」為旅遊主要出遊目的類型機率都低，可以推論旅遊受女伴的影響較深，有女性老伴時，在國內旅遊的選擇上可能會傾向於一般性的純觀光活動來增加夫妻情誼，而且容易有旅遊的各

種話題，這也是維持銀髮族生活良好的潤滑劑。在「探訪親友」目的類型裡也有值得分析探討的，從實證係數可以分割出男性銀髮族三組都是負值，而女性這兩組對照組卻都是正值，雖然只有一組是具有統計顯著性，但也不難說明，男性以「探訪親友」為旅遊主要目的的情況是較少的，而女性銀髮族會為了想去跟親友聊聊而出門旅遊，又加上正值的這兩組女性銀髮族都沒有婚姻狀態，少了老夫老妻的陪伴，這時候親友就成為了談心解憂的好對象，有不錯的代償性作用。統計顯著性表現最好的宗教性旅行目的類型，也有雷同的表現，男性有顯著性的組別為負值，女性有顯著性的組別皆為正值，此意謂著沒有婚姻狀態的女性銀髮族，除了找親友陪伴外，也會尋求宗教信仰的寄託與慰藉，這些都是增進晚年生活充實的方式之一。

#### 四、工作別：

「健身度假運動」目的類型的估計結果立判分明，「高階專業」組的受訪者估計係數為正值（0.1003）；「低階生產」、「家務管理」、「無業」的估計係數皆呈現負值，分別為-0.0623（不具有統計顯著性）、-0.1244（在 1% 顯著水準下具有統計顯著性）、-0.2760（在 1% 顯著水準下具有統計顯著性），「無業」的估計係數最高，表示「無業」的銀髮族參加健身度假運動目的類型的機率最低。

「生態旅遊」目的類型的估計結果顯示，「高階專業」組的受訪者估計係數為正值（0.515），「低階生產」、「家務管理」估計係數為負值，但此三組都不具統計顯著性；而「無業」的估計係數呈現負值，為-0.4130，且在 1% 顯著水準下有統計顯著性，此表示「無業」銀髮族參加生態旅遊目的類型的機率也最低。

「宗教性旅行」目的類型的估計結果顯示，「高階專業」組的受訪者估計係數為 0.2415、「低階生產」0.1496，為正值，在 1% 的顯著水準都有統計顯著性。此意謂著「高階專業」與「低階生產」的銀髮族參加宗教性旅行目的類型的機率較「退休或學生」組銀髮族高。

「探訪親友型」估計結果顯示，「高階專業」、「低階生產」、「家務管理」組的受訪者估計係數為正值，其中前二組有在 1% 及 5% 的顯著水準下具有統計顯著性；「無業」組的估計係數則為負值，且在 10% 顯著水準下具有統計顯著性，表示無業的銀髮族參加探訪親友型的目的類型機率較低。

以上結論為：對照「退休或學生」控制組，「高階專業」、「低階生產」兩組在「宗教性旅行」與「探訪親友」目的類型的機率皆較高，「家管」和「無業」組則是對「健身度假運動」目類型皆的機率較低，而「無業」組更是所有估計係數皆為負值，除宗教性旅行外的各目的類型都有統計顯著性。

依上述結果作分析討論，家管者在健身度假運動類型估計係數為負值，由此可知，家管者平時忙於家中事務，勞動頻繁，對家庭的觀念也較重視，對於健身運動類型會覺得並不必要，做家事不用花旅費又有認知上的活動筋骨效果，又能同時顧家。

無業者就現實面來講，探訪親友有自尊心障礙、其他消費性旅遊目的類型又因為無業而無收入，如何支付交通住宿購物消費呢？可想而知，無業的銀髮族在國內旅遊的經濟條件上明顯會比較吃虧，也就降低所有類型的旅遊參與機率。

有工作的高階專業、低階生產者，相對於有閒的退休銀髮族來說，當然沒有太多的空閒時段可以充份休閒旅遊，迫於生活壓力而仍無法退休的銀髮族藉由宗教旅遊活動來祈求自己工作順心穩定也不意外，所以相對於純觀光旅行花費的時間與體力可能較大，選擇參觀宗教氣息濃厚的旅行對自己有沉澱心靈、穩定思緒的作用，所以有利於尚有工作的銀髮族作為國內旅遊的選擇，而且銀髮族參加公司內部的國內旅遊機會高，而其中也包含了「宗教性旅行」目的類型的國內旅遊，所以才得到較高的具有統計顯著性的正估計值；他們在探訪親友能夠有工作上的話題，展現自己尚有工作能力，藉由親友的鼓勵交談也有紓壓的效果在。再仔細分析估計係數，高階專業組在每一種目的類型皆為正值，這表示高階專業銀髮族在國內旅遊時考慮層面較廣，容易去嘗試各種旅遊。

## 五、居住地：

「健身度假運動」目的類型的估計結果顯示，其他兩組的受訪者估計係數都呈現正值，以「北部非都會型」估計值最高（0.2965），而且各組別在 1% 顯著水準下皆具有統計顯著性，表示相較於「中南部離島非都會型」，居住地在「都會型」與「北部非都會型」的銀髮族對健身度假運動目的類型的機率都比較高。

「生態旅遊」目的類型的估計結果顯示，其他兩組的受訪者估計係數都呈現正值，但不具有統計顯著性。

「宗教性旅行」目的類型的估計結果顯示，「都會型」為負值，估計係數為-0.1139，在 1%顯著水準具統計顯著性，此意謂著居住地在「都會型」銀髮族對宗教性旅行目的類型之機率較居住在中南部非都會型者低。

「探訪親友型」估計結果顯示，其他兩組的受訪者估計係數都呈現負值，而且各組別在 1%顯著水準下都有統計顯著性，此表示相較於「中南部離島非都會型」，居住地在「都會型」與「北部非都會型」的銀髮族對探訪親友型目的類型的機率都比較低。

以上結論為：相較於中南部非都會型居住地的銀髮族，都會型及北部非都會型銀髮族在健身度假運動目的類型機率都較高、探訪親友目的類型機率都較低。換句話說，即是「都會型」「北部非都會型」銀髮族吸引力較高的是「健運度假運動」目的類型，「中南部離島非都會型」銀髮族吸引力較高的是「宗教性旅行」、「探訪親友」目的類型。

依上述結果作分析討論，都會區及北部的銀髮族，對個人身體保健的意識較注重，對健身度假的理念是比較能接受的，而中南部離島的老人們較難接觸到這樣的觀念，可能與都會區在推廣運動旅遊或健身度假等訊息流通較快，像一些觀賞球賽活動的運動旅遊，都會型訊息掌握容易，比賽場合也多在都會區中，普遍健身運動資源也有集中於都會區的情形。鄉村的銀髮族較不容易接受花錢在運動旅遊的觀念，生活習慣也有關聯，都會型老人平日裡靠健身跑步會增加外出旅遊時也融入健身運動的想法，而中南部的銀髮族則是田間散步、靠勞力粗活來運動筋骨，但他們對親友的感情是比較緊密的，人情味濃，注重情感的經營，所以在出遊時容易考量到造訪親友。有空時就去找些親戚老友聚聚，順便來個小出遊，所以在估計係數上有較明顯地差距，在 1%顯著水準下顯著異於零也支持此結果。而「都會型」居住地的銀髮族對宗教性旅行的參與機率也不高，為負值且顯著異於零，這反映這些銀髮族受到的旅遊資訊比較容易且管道多樣化，而宗教信仰在都會中不像鄉村是家常話題，在鄉下廟宇林立，鄰近的村落通常有共同的信仰，茶餘飯後也會聚會商量祭祀等活動，家裡甚至也沒有神明廳，宗教話題不是日常生活中的話題之一，自然也不熱衷宗教性活動。

六、60 歲以上各年齡層銀髮族人口占全國總人口之比例：

過去十三年來，台灣人口結構快速老化，六十歲以上不同年齡層銀髮族占全台灣人口比例亦有顯著變化，因此過往與現今的實證結果可能有所改變。

(一) 相較於「純觀光旅行」，65 歲以上各組在「健身度假運動」目的類型估計值為負值，但只有「80 歲以上」組在 10% 顯著水準下具有統計顯著性，此意謂著當 80 歲以上人口占全國人口比例愈高時，銀髮族出遊時選擇「健身度假運動」目的類型的機率是較低的。

可以推論是銀髮族因身體機能與保健因素，需避免負荷較重的運動，所以 65 歲以上普遍參與機率不若中壯年人口高。而至高齡 80 歲以上銀髮族對於健身、運動旅遊恐怕心有餘而力不足，畢竟身子沒有以往健壯，膝蓋使不上力，骨質缺乏又有容易在運動時受傷的風險，萬一真的受到傷害所帶來的嚴重性和後遺症恐怕又是自己無力所負擔的，所以會避免這一類型的活動。

(二) 相較於「純觀光旅行」，60~64 歲、65~69 歲這兩組在「生態旅遊」目的類型估計值為負值，且在 1% 顯著水準皆具有顯著統計性，此意謂著當 60~64 歲與 65~69 歲人口佔全國人口比例愈高時，選擇生態旅遊目的類型的機率會愈低。

可以推論這年段的銀髮族剛退休、體力尚好，對於「純觀光旅遊」目的類型會比較嚮往，而且容易規劃複合型、多元性的旅遊模式，綜合多個景點、過夜住宿、旅遊天數也拉長，若有參加生態旅遊，也頂多是總體行程中的一項目已，若要以生態旅遊為出遊的主要出發點，較難吸引到年輕銀髮族的目光。

(三) 相較於「純觀光旅行」，「宗教性旅行」目的類型對 60 歲以上各年齡組銀髮族都不具統計顯著性，表示宗教性旅行與銀髮族各年齡層人口佔全國總人口比例的轉變情形對旅遊參與的機率沒有顯著的差異性。

(四) 相較於「純觀光旅行」，在「探訪親友」目的類型的估計係數中，60~64 歲、65~69 歲這兩組與 80 歲以上組，估計值皆為負值，且在 1% 與 5% 顯著水準下具有統計顯著性，表示相較於純觀光旅遊，當 60~64 歲、65~69 歲、80 歲以上人口全國人口比例愈高時，選擇探訪親友目的類型的機率會愈低。

可以推論，並非這些銀髮族不愛探親訪友，而是其吸引力較低而已，可推想是雖然有時探訪親友是必需的，但在婚喪喜慶的場合也是有不少銀髮族會藉口體弱而不參加，對於年輕銀髮族而言，純觀光旅遊的吸引力絕對比較強，才剛要享受銀髮生活的時光，這種探訪親友的目的若成為交際應酬性質的的活動，那麼推

辭掉的情況也就不難而知了。

(五) 以上各目的類型總結來說，相較於「純觀光旅遊」目的類型，年齡在 60~64 歲與 65~69 歲兩組在生態旅遊、探訪親友兩目的類型部分都估計值都為負值，且皆顯著異於零，而 80 歲以上年齡組佔全國總人口比例這一組則在健身度假運動、探訪親友兩目的類型為負值，且顯著異於零，此意謂著相較於「純觀光旅遊」，這幾組年齡層佔全國人口比例愈高，不少旅遊目的類型的參與機率都有所降低。

可以推論，60~69 歲銀髮族對生態旅遊、探訪親友機率較低，可能的原因是趁著體力尚不差時，可能會先往國外旅遊發展，一圓人生的夢想，以免老來體衰，若國內旅遊則對純觀光旅遊目的類型的興趣較高，吸引力也較大，不希望帶著其他的目的性，純粹享受觀光的悠活，於是其他目的類型的估計係數都明顯為負值。而 80 歲以上銀髮族對健身度假運動目的類型參與機率較低，其因可能是體力或疾病已無法負荷，而探訪親友也降低說明了他們設法避免舟車勞頓之苦，又加上同齡親友相繼過世，也減少前往探訪的親友的機會。

#### 七、時間趨勢分析：

「健身度假運動」目的類型： $t$  的參數估計值為正值，且在 1% 的顯著水準下具有統計顯著性； $t^2$  的參數估計值為負值，且在 10% 的顯著水準下具有統計顯著性。此結果顯示，在 2001 年至 2013 年的這段時間，相較於「純觀光旅遊」目的類型，台灣銀髮族參與「健身度假運動」目的類型的旅遊機率有機率提高的趨勢，但增加幅度是趨緩的。

「生態旅遊」目的類型： $t$  的參數估計值為負值，不具有統計顯著性； $t^2$  的參數估計值為正值，在 1% 的顯著水準下具有統計顯著性。「宗教性旅行」目的類型： $t$  的參數估計值為負值，不具有統計顯著性； $t^2$  的參數估計值為正值，在 1% 的顯著水準下具有統計顯著性。而「探訪親友」目的類型： $t$  的參數估計值為正值，不具有統計顯著性； $t^2$  的參數估計值為正值在 1% 的顯著水準下具有統計顯著性。

為了更進一步觀察隨著時間的推演，台灣銀髮族對於各旅遊目的類型參與情形之變遷，以第一階段全體樣本數 55,566 筆，本文利用 3.2 小節中的 (1) 式與

第二階段 multinomial probit model 所估計出  $t$  和  $t^2$  的係數來計算時間趨勢的邊際效果，算式如下：

$$\frac{\partial \Phi(x_i' \beta_j)}{\partial t} = \phi(\overline{x_i' \hat{\beta}_j})(\hat{\gamma}_t + 2\hat{\gamma}_t^2 t) \quad (12)$$

利用上式 (12) 所計算出的邊際效果，陳列於表 4-8；另外，為了增加資料的可讀性，將累計的效果數據繪製成圖（詳見圖 4-2）。

結果顯示，在健身度假運動目的類型方面：2002 年相較於 2001 年的銀髮族，參與健身度假運動目的類型的旅遊機率會減少 17.7%；2003 年相較於 2002 年的話，參與機率會減少 16.9%，若以 2003 年相較於 2001 年的話，則參與機率會減少 34.6%，以此類推。換句話說，這十三年以來，台灣銀髮族參與健身度假運動目的類型的銀髮族雖然比例增加，但旅遊機率有逐年遞減的趨勢。可能的原因是，高齡化人口比例隨時間演進而增加，不少 60~64 歲的銀髮族一開始很有興趣參與，但隨著老化體能退步而無法抗衡，也漸漸低機率，而且另外隨著國內景點的增加、生態園區、文化園區走向小而美的規劃，以及宗教活動偏向觀光化，不見得需要需要付出大量體力走路，更適合高齡者。

在生態旅遊目的類型方面：每一年度相較於之前一年度，機率都有都增加，換句話說，這十三年以來，台灣銀髮族參與生態旅遊目的類的旅遊機率有逐年遞增的趨勢，可能的原因是，隨著生態與觀光永續經營的理念推廣出來，不少愛鳥、保護荒野、保育鯨豚的單位鼓吹，並規劃一些生態體驗活動，也號召不少有志之士一同幫忙，所以若是有結合此類生態體驗的旅行課程，亦能吸引銀髮族嘗試。而不少景點的設置，也開始兼顧生態的考量，如南投桃米生態村等；抑或是在文創園區或藝文特區裡結合生態教育，建設生態池、昆蟲館、蝴蝶館、蘭花展示館等，亦有助於增加銀髮族參與生態行程的機率。

在宗教性旅遊目的類型方面：在 2007 年之前每年的邊際效果為負比例，參與機率有所低潮期，但 2008 年之後，每一年度相較於前一年度，機率都有回升，逐漸爬升，可能的原因是，宗教性旅行不見得需要信仰者所從事的宗教儀式活動，

一般無宗教觀的銀髮族也樂意去體驗宗教建築之美、感受莊重寧靜之氛圍，甚至參加參禪、打坐等課程，以求心靈之沉澱等，宗教活動的宗教教義與關連性不強，有如去一個景點觀光，只是這個景點是宗教場所罷了，又有如參加一門選修課程，只是課程實施於宗教場域而已，所以一些原本排斥宗教的銀髮族也可以當做一般旅遊來參加，機率也就轉而提高。

在探訪親友目的類型方面：每一年相較於前一年的邊際效果都是增加的，可能的原因是國內的交通建設持續進步，讓往返各地的距離與時程皆縮短，以往可能有藉口說南北往返不易耗時而推託不少親族聚會場合，但現在交通迅捷，台灣一日來回也容易，只需解決旅費問題，即能提升探訪親友民眾的機率。且省下等車、坐車時間，亦可以在旅途中搭配更多類型之行程，讓旅程不單單僅止於純粹探訪親友而。另外，平日裡若有利用社群通訊軟體來聯絡互動、掌握近況，在探訪親友時也不會落於生疏不熟絡的尷尬局面，有話題可以暢談，亦有利於探訪親友的機率。

#### 八、Inverse Mill's Ratio：

估計結果顯示，估計係數在 1% 的顯著水準下具有統計顯著性，此表示樣本在選取的時候具有選擇性偏誤，可以藉由此變數來加以修正，減少估計結果的誤差。

為利於比較分析，彙整各目的類型的實證結果於同一表中，如表 4-7：



表 4-7 第二階段：旅遊目的類型的估計結果

變數	健身度假運動 估計係數	生態旅遊 估計係數	宗教性旅行 估計係數	探訪親友 估計係數
<i>Dedu2</i> (教育程度為國初中)	0.1228	-0.0282	-0.4450***	0.1406**
<i>Dedu3</i> (教育程度為高中職)	0.2106**	0.0835	-0.5344***	0.1916**
<i>Dedu4</i> (教育程度為專科)	0.1734	0.0801	-0.8192***	0.2196**
<i>Dedu5</i> (教育程度為大學)	0.1447	0.079	-0.9919***	0.2519***
<i>Dedu6</i> (教育程度為研究所及以上)	0.3261**	0.2516	-0.8898***	0.2461**
<i>Dinc2</i> (月所得為未滿二萬元)	-0.1068**	-0.02	0.0317	-0.0846**
<i>Dinc3</i> (月所得為二萬元至三萬元)	0.1191*	0.1367*	-0.2468***	0.0317
<i>Dinc4</i> (月所得為三萬元至四萬元)	-0.0326	0.0165	-0.3147***	-0.0092
<i>Dinc5</i> (月所得為四萬元至五萬元)	0.0644	0.1507	-0.4131***	0.0056
<i>Dinc6</i> (月所得為五萬元至七萬元)	0.0792	0.1361	-0.2965***	0.0942
<i>Dinc7</i> (月所得為七萬元至十萬元)	0.0264	0.0557	-0.3283**	-0.0537
<i>Dinc8</i> (月所得為十萬元以上)	-0.0439	0.0035	-0.5444***	-0.0661
<i>Dsex1</i> (男性已婚)	0.0214	-0.1001**	-0.0779*	-0.0985***
<i>Dmstus1</i> (女性未婚或喪偶)	-0.0355	-0.0037	0.2113***	0.0194
<i>Dmstus3</i> (女性離婚或分居)	0.0943	-0.2639	0.2638**	0.1308
<i>sexmar1</i> (男性未婚或喪偶)	-0.0506	0.0535	-0.1773**	-0.1131*
<i>sexmar3</i> (男性離婚或分居)	0.0228	0.4085*	0.0026	-0.1628
<i>Docc1</i> (工作別為高階專業)	0.1003	0.0515	0.2415***	0.3048***
<i>Docc2</i> (工作別為低階生產)	-0.0623	-0.0841	0.1496***	0.0834**
<i>Docc3</i> (工作別為家務管理)	-0.1244***	-0.0406	0.004	0.0158
<i>Docc4</i> (工作別為無業)	-0.2760***	-0.4130***	-0.0013	-0.1518*
<i>Dresd1</i> (居住地為都會型)	0.2360***	0.0273	-0.1139***	-0.1951***
<i>Dresd2</i> (居住地為北部非都會型)	0.2965***	0.0257	0.0164	-0.2751***
<i>teld6064</i> (60-64 歲人口占全國比例)	0.0075	-0.0255***	-0.0071	-0.0221***
<i>teld6569</i> (65-69 歲人口占全國比例)	-0.005	-0.0500***	-0.0144	-0.0349***
<i>teld7074</i> (70-74 歲人口占全國比例)	-0.0264	0.0209	-0.0147	0.0119
<i>teld7579</i> (75-79 歲人口占全國比例)	-0.0249	0.0214	0.0148	0.0165
<i>teld80</i> (80 歲以上人口占全國比例)	-0.0731**	-0.048	0.0042	-0.0571**
<i>t</i> (時間趨勢)	1.3304***	-0.1503	-0.4871	0.2728
<i>t<sup>2</sup></i> (時間趨勢平方)	-0.0283*	0.0869***	0.0410***	0.0636***
<i>invmills</i> ( <i>invmills</i> )	0.6116**	0.0853	0.151	1.2683***
<i>_cons</i>	17.3443	20.3685	7.4059	18.3460*
樣本數	29,474			

註：\*、\*\*、\*\*\* 分別表示在 10%、5%、1% 的顯著水準下顯著異於零；控制組為教度程度為國小及以下、月所得為無經常性收入、女性已婚、工作別為退休或學生、居住地在中南部離島非都會地區、「純觀光旅遊」目的類型之 60 歲以上之銀髮族。

表 4-8 各目的類型旅遊參與機率之時間趨勢

Year	健身度假運動目的類型		生態旅遊目的類型		宗教性旅行目的類型		探訪親友目的類型	
	每年的邊際效果	累計的效果	每年的邊際效果	累計的效果	每年的邊際效果	累計的效果	每年的邊際效果	累計的效果
2001	18.51%	.	-0.48%	.	-9.27%	.	10.02%	.
2002	17.70%	17.70%	0.83%	0.83%	-7.56%	-7.56%	13.81%	13.81%
2003	16.90%	34.60%	2.13%	2.96%	-5.86%	-13.42%	17.60%	31.40%
2004	16.09%	50.69%	3.44%	6.40%	-4.16%	-17.58%	21.38%	52.79%
2005	15.29%	65.97%	4.75%	11.15%	-2.45%	-20.03%	25.17%	77.96%
2006	14.48%	80.45%	6.05%	17.20%	-0.75%	-20.78%	28.96%	106.92%
2007	13.68%	94.13%	7.36%	24.56%	0.96%	-19.82%	32.75%	139.68%
2008	12.87%	107.00%	8.66%	33.22%	2.66%	-17.16%	36.54%	176.22%
2009	12.07%	119.07%	9.97%	43.18%	4.37%	-12.80%	40.33%	216.56%
2010	11.26%	130.33%	11.27%	54.46%	6.07%	-6.73%	44.12%	260.68%
2011	10.46%	140.78%	12.58%	67.03%	7.77%	1.05%	47.91%	308.59%
2012	9.65%	150.43%	13.88%	80.92%	9.48%	10.52%	51.70%	360.29%
2013	8.85%	159.28%	15.19%	96.10%	11.18%	21.71%	55.49%	415.79%

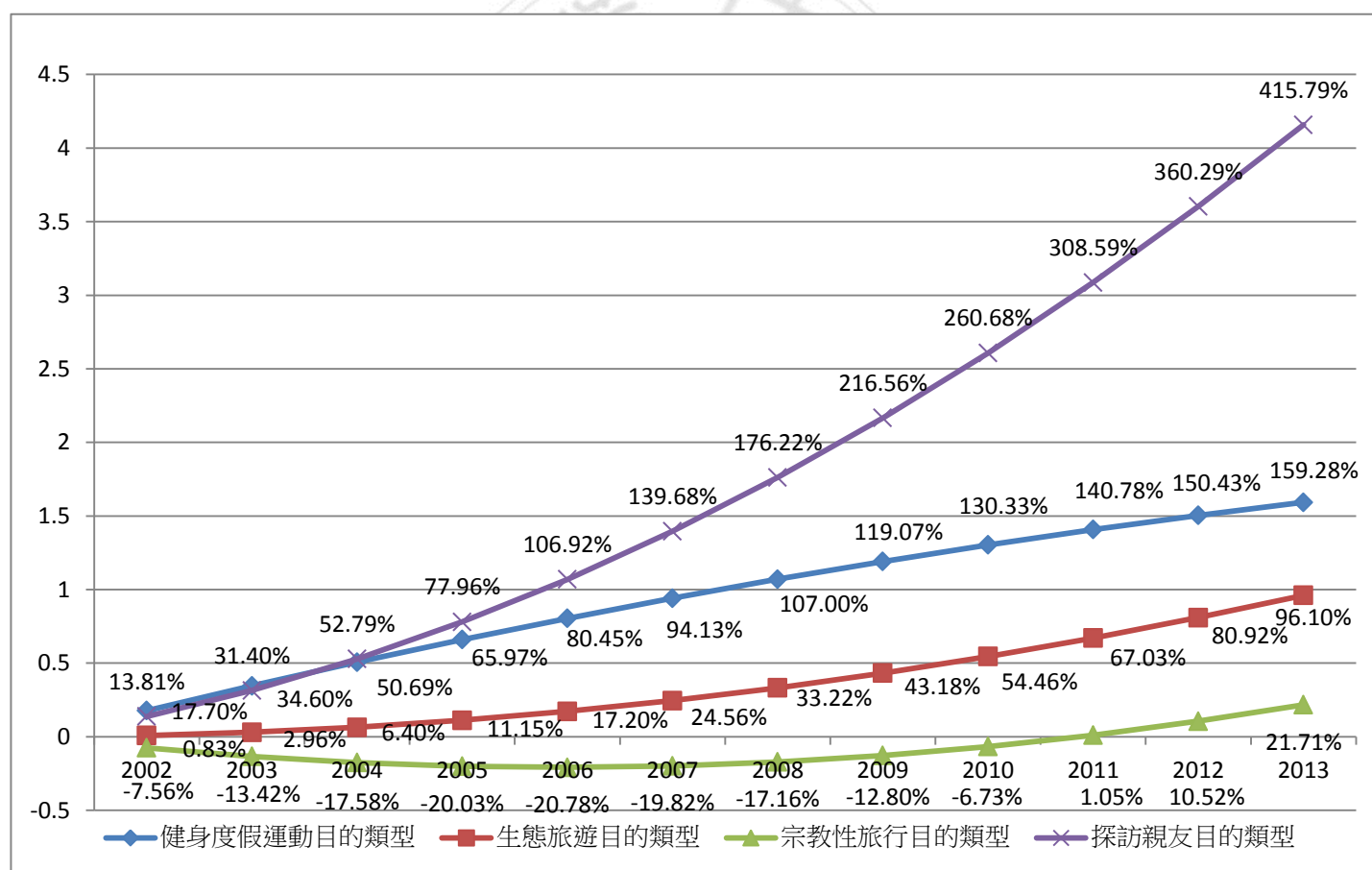


圖 4-2 各目的類型旅遊參與機率之時間趨勢

## 第五章 研究結論與建議

本章共分二節，第一節為研究結論，第二節為研究建議，茲將本論文之研究結論與建議，分別說明與敘述：

### 5.1 研究結論

本研究使用交通部觀光局 2001 年至 2013 年「國人旅遊狀況調查」的臺灣 60 歲以上銀髮族旅客、國內旅次資料為研究樣本，利用 stata 統計軟體和 probit 模型及 Multinomial probit model 兩階段來估計：第一階段，探討這 13 年來，影響臺灣 60 歲以上銀髮族國內旅遊機率之因素，以及旅遊參與機率是否會隨著時間而轉變；第二階段，探討同樣 13 年來影響 60 歲以上銀髮族旅遊目的類型之因素，及其旅遊目的類型的選擇機率是否隨時間而轉變。研究變數以銀髮族是否旅遊與其國內旅遊目的類型為被解釋變數，分析銀髮族國內旅遊的參與因素、目的類型是否會受到教育程度、月所得、性別、婚姻狀況、工作別、居住地、時間趨勢、60 歲以上年齡層人口占全國人口比例等因素之影響，經過二階段模型的實證研究後得到以下結論：

第一階段實證結果顯示，臺灣銀髮族國內旅遊機率較大者為教育程度較高、月所得較高、已婚女性、居住地為都會型地區的 60 歲以上銀髮族，而且隨著時間趨勢，銀髮族參與旅遊的機率是提升的，但趨勢愈來愈緩。而月所得在未滿二萬元、非已婚狀態、工作別為低階生產與無業、消費者物價指數升高、油料費提高時，銀髮族旅遊參與之機率較低。

第二階段實證結果顯示，若以「純觀光旅行」為控制組，對於其他四組對照組分別為「健身度假運動」、「生態旅遊」、「宗教性旅行」、「探訪親友型」目的類型，其參與的機率之結果如下：

健身度假運動目的類型以教育程度為研究所及以上、居住地在都會型與北部非都會型參與機率較高，且隨著時間趨勢，銀髮族對此類型的機率有增加的現象。而月所得在未滿二萬元、工作為家管及無業、80 歲以上人口占全國人口比例愈高的銀髮族，對健身度假運動目的類型參與的機率較低。

生態旅遊目的類型以男性離婚或分居、月所得在二萬至三萬間的銀髮族參與

的機率較高，但顯著性僅有 10% 顯著水準；而男性已婚、無業、60~69 歲人口占全國人口比例愈高的銀髮族對此類型參與機率有所降低，可見生態旅遊目的類型對銀髮族而言較無吸引力。

宗教性旅行目的類型以女姓在非已婚狀態、工作為高階專業及低階生產的銀髮族參與的機率較高，而教育程度愈高、月所得愈高、男性已婚與未婚喪偶、居住在都會型的銀髮族對宗教性旅行目的類型參與的機率是較低的，研究結果具有統計顯著性。

探訪親友目的類型以教育程度較高群組、工作為高階專業及低階生產的銀髮族參與機率較高，而男性、月所得在未滿二萬元、無業、居住在都會型與北部非都會型、60~69 歲和 80 歲以上人口占全國人口比例愈高的銀髮族參與機率較低。



## 5.2 研究建議

近年來臺灣旅遊風氣盛行，旅遊市場也積極吸引銀髮族一同參與，期許能為觀光事業帶來更多消費能力。但是媒體報導多是一窩蜂，一時間內某個剛剛炒熱的旅遊景點或旅遊方式就會成為當紅炸子雞，人群都往同一話題景點出遊，旅遊目的類型的訴求也愈接近，影響所及是一些值得重視的旅遊型態如富有保育意義的生態旅遊、富有文化傳承的宗教性活動、富有健康意識的健身運動旅遊等等，被吃吃喝喝、走走逛逛的旅遊方式取而代之，雖然參與機率的時間趨勢有提升，但仍遠落後於純觀光旅遊，所以旅遊所能推廣的附加價值逐漸失焦，有些銀髮族學著年輕人在社群網絡為自己曾造訪過某人氣景點、嘗超夯美食打卡作宣告，彷彿沒有跟著一般人的潮流走，就是承認自己老化、存在感薄弱的表徵。

本研究旨在探討 13 年來 60 歲以上銀髮族參與國內旅遊機率，以及探討出遊目的類型的現況與趨勢。最終結果，得出了銀髮族參加國內旅遊的機率有提升，以及偏向於「純觀光旅遊」目的類型而較忽視其他富有價值的旅遊類型，這顯示了其他旅遊目的類型在銀髮族市場尚有努力之處。

所以對政府與民間相關單位的建議是：

銀髮族國內旅遊參與機率有所提高，但漸有持平之趨勢，投注創新且多元的旅遊方式，以避免重遊意願減低。而即將步入銀髮族年齡的國人，也可能隨著教育程度提高、居住地越具都市機能化、交通及資訊傳播快捷化而有更高參與機會，而非已婚狀態銀髮族增加、工齡延長的政策則可能是未來阻礙參與意願的主要因素，可以提早設法規劃應對。

提供適合銀髮族的健身度假運動環境，避免銀髮族因為覺得和體格健美的年輕人在一起健身運動會格格不入，並投入適合銀髮族的器材設備，加之倡導適合銀髮族的運動，如木球、高爾夫、游泳、健走等，結合當地觀光資源，開辦老人組的比賽，而在觀看球賽的環境裡，為銀髮族著想，規劃老弱優先的購票服務、資訊管道、無障礙空間等。

對生態旅遊的規畫，需要考量適合銀髮族的場地、安全性、生活習慣、不需耗費過多體力的行程，甚者應該培育語言多元化的導覽員，講解生態時能深入淺出才能引發興趣。

對宗教性旅行的建議是，結合文創商品固然很好，但是也不能因此失焦，要討好銀髮族群的需求，也許銀髮族心中的傳統宗教觀念已經淡薄，也不再是生活重心，但是過於商業化、觀光利益化、融合大多新潮元素的宗教景點對許多老一輩人的心中，也許只是一種噱頭，而非一份虔誠的心意。

探訪親友上，因為科技通訊軟體的便利性，取代了出門探親的需求，在此，我們應該鼓勵大家多放下電腦、手機電話，以面對面的交流來重拾人與人之間親密零距離的感動。

致力於提升旅遊活動的多樣貌，不啻是促進銀髮族旅遊意願的良方，參與多元目的類型的旅遊對銀髮族而言，可以為晚年生活帶來更多的體會與滿足。僅以此研究提供給政府及民間推動旅遊相關單位參考，引發創意，讓旅遊更多元、更吸引人，呼籲鼓勵每一種旅遊內容銀髮族群都能去嘗試體驗，甚至投入而成為興趣，藉此亦能對少部分無意願國內旅遊的銀髮族提供更多的參與誘因。



## 參考文獻

### 一、英文部分：

- Bouchet, P., Lebrun, Anne-Marie, & Auvergne, S. (2004). Sport tourism consumer experiences: A comprehensive model. *Journal of Sport Tourism*, 9(2), 127-140.
- Cameron, C. and P. Trivedi (2005). *Microeconometrics: Methods and Applications*. 1st. ed., Cambridge University Press.
- Fleischer, A. & Pizam, A. (2002). Tourism Constrains among Israeli Seniors. *Annals of Tourism Research*, 29(1),106-123.
- Gibson, H. J. (1998). Active sport tourism: Who participates? *Leisure Studies*, 17, 155-170.
- Gibson, H., Attle, S., & Yiannakis, A. (1998). Segmenting the active sport tourist market: A life span perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 52-64.
- Greene, W. (2011). *Econometric Analysis*. 7th ed., Pearson Education.
- Hall, C. M. (1992). *Adventure, Sport and Health Tourism*. London: Belhaven Press.
- Heckman, J. J. (1979). Sample Selection Bias as a Specification Error, *Econometrica*, 47 (1), 153-161.
- Hetzer, W. (1965). Environment, tourism, culture. *Links*, July, 1-3.
- McIntosh, R. W. & Goeldner, C. R. (1990). *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley.
- Supernaw, S. (1985). Battle for the gray market. *Paper presented to the 16th Annual Conference of the Travel and Tourism Research Association*, 287-290, Salt Lake City UT.
- Whitford, M. (1998). Market in Motion. *Hotel and Motel Management*, April 20, 41.

### 二、中文部分：

- 王月魂 (2007)。閃耀中的銀髮市場：亞洲老年消費力報告。台北：財訊。
- 王可雯、陳鴻雁 (2012)。銀髮族參與運動中心之動機與服務品質之探討。輔仁

- 大學體育學刊，11，198-213。
- 交通部觀光局（2011）。中華民國 100 年國人旅遊狀況調查報告。
- 交通部觀光局（2014）。中華民國 102 年國人旅遊狀況調查報告。
- 余幸娟（2000）。宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究。中國文化觀光事業研究所碩士論文。
- 李世昌、陳元陽、陳宏斌、李敏蕙（2008）。九二一地震前後南投縣觀光客購買農特產品決策行為之計量實證。運動休閒餐旅研究，3（2），1-22。
- 李貽鴻（2003）。觀光學導論。台北市：五南。
- 村田裕之（2013）。無所不在的銀髮商機。台北：先覺。
- 沈進成、謝金燕（2003）。宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係模式之研究---以高雄佛光山為例。觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會，第 3 集，中華民國 92 年 4 月 26 日。
- 林佳蓉（2000）。老人的休閒參與對休閒滿意度與生活滿意之影響。大專體育，51，156-162。
- 林佳蓉（2001）。老人生活滿意模式之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 林俊成、陳麗琴（2006）。福山植物園生態旅遊服務品質研究。台灣林業科學，21（4），473-89。
- 林裕強、何嘉琦（2013）。家庭參與生態旅遊之動機與阻礙—不同家庭生命週期之探討。戶外遊憩研究，26（4），1-30。
- 洪崇彬、王慧媚（2012）。銀髮族休閒旅遊動機之分析-以彰化市老人會為例。南開學報，9（2），57-68。
- 唐明偉（2006）。觀光客遊覽台北市龍山寺滿意度之研究。世新大學觀光所碩士論文。
- 翁廷碩（2001）。中高齡族群對長住型旅館需求之研究。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 國家發展委員會人力發展處（2014）。中華民國人口推計報告：103 至 150 年。
- 張孝銘（2008）。休閒消費者行為。台北：華都文化。
- 張孝銘（2009）。遊客對海域運動觀光吸引力認知、旅遊體驗、知覺價值與行為意向之研究。休閒產業管理學刊，2（3），31-51。



- 張俊彥 (1996)。台灣宗教性休閒活動之社會人口分析。戶外遊憩研究，8 (4)，69-74。
- 張振哲 (2010)。銀髮族參與一日旅遊之消費行為與特性研究。環球科技大學中小企業經營策略管理研究所碩士論文。
- 張桂嘉 (2008)。銀髮族目的地意象及其忠誠度之研究--以滿月圓森林遊樂區為例。國立中興大學森林學研究所碩士論文。
- 張鳴珊、王伶雅 (2006)。由遊客觀點探討媽祖遶境文化與休閒之研究。嘉南學報 (人文類)，32，744-757。
- 曹雅晴 (2011)。銀髮族家庭休閒消費支出影響因素之研究。朝陽科技大學休閒事業管理所碩士論文。
- 莊淑惠 (2009)。綠色消費、人格特質與旅遊行為之研究。亞洲大學休閒與遊憩管理所碩士論文。
- 莊惠安 (2004)。感官追求與國內旅遊行為之研究--以台北市大學生與國際學生為例。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 許毓容 (2013)。探討台灣民眾長期旅遊狀況研究。國立臺北大學統計學系碩士論文。
- 陳奇民 (2010)。應用聯合分析法設計銀髮族休閒活動。樹德科技大學經營管理研究所碩士論文。
- 陳欣怡 (2010)。銀髮族與準銀髮族國內旅遊行為之研究。台南應用科技大學生活應用科學研究所碩士論文。
- 陳振燧、陳良進 (2013)。相同品牌為何購買意願不同？—旅遊觀點。觀光休閒學報，19 (2)，129-150。
- 陳婉蘭 (1992)。臺灣地區老人休閒活動參與影響因素之研究。國立中正大學社會福利研究所碩士論文。
- 陳嘉樺 (2004)。老年人國內旅遊行為之分析及其行銷策略之意涵。萬能科技大學經營管理研究所碩士論文。
- 陳漢志 (2002)。台灣中部地區老年人休閒參與阻礙與休閒教育需求之調查研究。國立體育學院論叢，12 (2)，77-90。
- 曾盛義 (2009)。銀髮族對運動觀光認知與阻礙之研究。大仁科技大學休閒健康

- 管理研究所碩士論文。
- 曾嫻慧 (2013)。準銀髮族與銀髮族森林遊樂之行為意向研究 -以溪頭自然教育園區為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 覃子榮 (2014)。銀髮族休閒參與、社會支持、休閒行為、自覺健康與健康促進生活型態之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 黃中昱 (2014)。銀髮族旅遊學習活動參與動機、學習成效與滿意度之研究。南開科技大學福祉科技與服務管理所論文。
- 黃榮鵬、蔡憲唐 (2002)。銀髮族旅遊消費行為之研究-以北高兩市老人活動中心為例。旅遊管理研究，2 (1)，79-100。
- 黃耀德 (2014)。宗教旅遊者動機、滿意度、忠誠度之研究—以佛陀紀念館為例。大仁科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
- 楊依蓁 (2007)。國人國內旅遊 RFM 指標比較靜態分析之研究。長榮大學企業管理研究所碩士論文。
- 溫美櫻 (2008)。臺灣家計單位國內旅遊消費之世代分析。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 管小雲 (2013)。銀髮族休閒參與認知及阻礙因素之探討-以花東地區為例。大仁科技大學休閒健康管理研究所碩士論文。
- 劉文禎 (2006)。銀髮族國內旅遊消費行為之研究-以三大都會區為例。正修科技大學九十五年補助教師提昇產業技術研究計畫成果報告 (編號：正研產學字(95)第 007 號)，未出版。
- 劉文禎 (2010)。台中都會區銀髮族國內旅遊消費行為之研究。運動健康與休閒學刊，15，105-118。
- 劉泳倫 (2012)。宗教觀光消費性地景資源、體驗與宗教依戀影響關係之研究—以北港朝天宮為例。人文暨社會科學期刊，8 (2)，1-17。
- 劉彩卿、陳欽賢 (2012)。STATA 基礎操作與統計模型應用。台北市：雙葉書廊。
- 歐聖榮、蕭芸殷 (1998)。生態旅遊遊客特質之研究。戶外遊憩研究，11 (3)，35-58。
- 蔡佩璇 (2013)。宗教觀光涉入、旅遊動機、體驗及忠誠度之相關研究—以佛陀紀念館為例。國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。

- 衛生福利部 (2013)。中華民國 102 年老人狀況調查報告。
- 盧麗淑、何于凡 (2015)。樂齡族生態旅遊體驗行為與情感之研究-互動科技導入之前置需求調查。《福祉科技與服務管理學刊》，3 (2)，223-234。
- 蕭吉男 (2006)。台灣地區中老年人國內外旅遊參與狀況之探討。政治大學財政研究所碩士論文。
- 魏素芬 (1997)。城鄉老人休閒活動之探討。國立臺灣大學農業推廣研究所碩士論文。
- 蘇子忻、湯惠婷、孫于涵、尤佩琪 (2014)。銀髮族宗教安康旅遊模式探討。2014 旅遊與健康學術研討會論文集，2014，1-16。
- 蘇漢雯 (2007)。銀髮族對於養老旅遊之行為意願研究。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 蘇鈺雯、林惠玲 (2012)。台灣觀光需求停留天數與消費金額。《戶外遊憩研究》，25 (1)，85-109。

### 三、網路資源：

- 中華民國統計網總體經濟資料庫 (2015)。消費者物價指數、油料費指數。  
<http://statdb.dgbas.gov.tw/pxweb/dialog/statfile9L.asp>
- 交通部觀光局 (2015)。國家風景區銀髮族專區。  
<http://taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0020095>
- 全國法規資料庫 (2015)。老人福利法條文 103.6.4 修訂版。  
[http://law.moj.gov.tw/News/news\\_detail.aspx?SearchRange=G&id=105549&k1=%E8%80%81%E4%BA%BA%E7%A6%8F%E5%88%A9%E6%B3%95](http://law.moj.gov.tw/News/news_detail.aspx?SearchRange=G&id=105549&k1=%E8%80%81%E4%BA%BA%E7%A6%8F%E5%88%A9%E6%B3%95)