

# 高雄市高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

## 專題製作報告



### 潛在顧客對銀髮養生村住宿意願之探討-以高雄居民為例

指導教授：\_\_\_\_\_ 蔡靜宜 \_\_\_\_\_ 博士

指導老師：\_\_\_\_\_ 盧沛明 \_\_\_\_\_ 老師

科別班級：\_\_\_\_\_ 資料處理 \_\_\_\_\_ 科 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 班

座 號：\_\_\_\_\_ 03、10、34 \_\_\_\_\_

姓 名：\_\_\_\_\_ 李秀媚、許茜蓮、葉韋豪 \_\_\_\_\_

中 華 民 國 104 年 03 月

## 目錄

壹、前言.....	1
一、研究動機與背景.....	1
二、研究目的.....	2
貳、文獻探討.....	3
一、養生機構比較(以台塑長庚養生村、高雄市老人公寓為例)：.....	3
二、影響消費者入住的心理因素：.....	4
三、安養機構的設施影響入注意願之因素：.....	5
參、研究設計與實施.....	6
一、研究方法：.....	6
二、研究步驟：.....	6
三、研究工具與樣本.....	6
肆、研究結果與發現.....	9
一、研究結果：.....	9
伍、結論與建議.....	14
一、結論與建議.....	14
參考文獻.....	15
附錄一 問卷.....	16

## 圖表索引

圖 1 民國 98 年~102 年老年人口比率折線圖 .....	1
圖 2 研究步驟.....	6
圖 3 想要入住的原因.....	10
圖 4 拒絕入住的原因.....	10
圖 5 消費者選擇銀髮養生村最注重的.....	11
圖 6 認為當今銀髮養生村的主要問題.....	11
圖 7 消費者在軟硬體設施上，會希望養生村內有的設施.....	12
圖 8 消費者在醫療保健方面會希望提供的服務.....	12
圖 9 消費者在收費上認為合理價格(保證金).....	13
圖 10 消費者在收費上認為合理價格(月租金).....	13
表 1 兩間安養設施的比較表 .....	3
表 2 樣本資料分布情形 .....	7

# 潛在顧客對銀髮養生村住宿意願之探討-以高雄居民為例

## 摘要

面對台灣老年人口快速增加，以及出生率下降，養生村將為大家帶來不少的益處，想透過本研究使大家更了解養生村為何，以及了解大家對入住養生村意願。

關鍵字：銀髮、養生村、入注意願、高雄

## 壹、前言

### 一、研究動機與背景

依聯合國定義，65 歲人口占總人口比率達 7%，即進入老人化社會。根據我國內政部 1993 年之調查，由於生活機能、醫療上的進步，使得國民平均壽命上升，65 歲以上人口占總人口已達 7.1%，成為高齡化社會國家。於 2013 年底內政部的人口結構調查中，65 歲以上者已成長至佔全台灣人口的 11.53% (圖 1)，推估到 2030 年 65 歲以上高齡人口將增加至 22.6% (經建會，2003)。

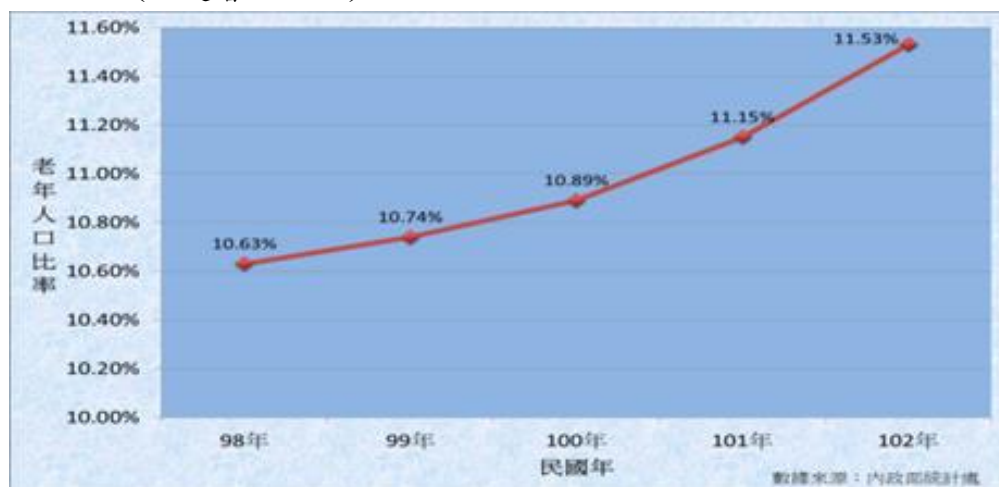


圖 1 民國 98 年~102 年老年人口比率折線圖

老人化比例逐年上升，出生率也逐年的下降，在此時代趨勢中，傳統養兒防老的觀念已不再是老年後的保障。隨著社會型態的變遷，盛行於日本、美國已有一段時間的養生村，也在台灣掀起熱潮，吸引許多企業財團爭取這塊頗有潛力的市場。針對目前台灣所設立的銀髮族養生村，除提供安全的住宿及休閒娛樂、醫療照護等多元化服務外，同時工作人員的專業能力更是受養生村業者所重視，例如，提供更適合年長者的身心活動、知識增長、舒適的生活，以及銀髮長者健康樂趣的交友居住環境，並且建立完善的醫療照護系統，讓年長者享有無後顧之憂的生活。

目前台灣成立的養生村機構，主要目的是以提供一個適合老年人居住並且以安全舒適的生活環境為主要要求重點，加強訓練服務人員的專業能力，並打破傳統安養照護機構，例如榮民之家與老人公寓的經營模式與管理方法，使養生村如同旅館般能夠因應老人們的各種需求服務。但是，因為華人的傳統重視孝道，供養父母是為人子女必須遵守的道德觀念；又因為華人是以家庭為重心，生老病死一般都是由家庭負責照顧，也因此一般人對養生村的印象普遍並不好。再加上各界新聞媒體的負面報導，造成了消費者對入住養生村一事有著較為負面的心理因素。根據過去文獻(賴雅淳,2013、陳麗敏,2006、內政部統計處,2011)，這些消費者心理因素的問題包含了，

1. 家中並沒有足夠的錢能夠讓老人家去養生村。
2. 想跟自己的家人及子孫住在一起。
3. 養生村的軟硬體設施，不符合自己的需求。

這些是過去研究所發現造成大部份的老年人不願意進到養老村度過晚年生活的因素，但對文化與價值觀有著相當大的差異的台灣南北部老年人來說，過去在北部所獲得的研究發現是否可推及南部的消費者？這是值得深思的部分。而本研究便是要針對南部的養生村潛在客戶，透過實證研究，探討增加中高年齡族群入住養生村意願的影響因素，並探討如何解決個人的心理因素，以供政府及企業未來策劃養生村及規劃行銷策略的參考。

## 二、研究目的

本研究主要目的有以下三項，

- (一)了解中高齡族群選擇進住養生村的主要影響因素。
- (二)從不同層面(例如：醫療、地點、環境、軟硬體設施、服務、餐飲、收費標準等)探討中高齡族群對養生村的期望，以及其對進住意向的影響。
- (三)依據研究結果，提出有效建議，以供未來政府及企業規劃養生村或者行銷策略的參考。

主要針對高雄市內居民做問卷調查，並以 40~55 歲的中高年齡族群為主要對象。

## 貳、文獻探討

在文獻探討的部分中，我們針對前言中所提到的刻板印象及心理影響因素的部分，找出過去研究中曾提出過相關論點的資料，並做出彙整。另外，再將全國最知名的養生村與高雄市內具代表性的養生機構做出比較。

### 一、養生機構比較(以台塑長庚養生村、高雄市老人公寓為例)：

在國內較知名的養生村約有十家，分別為台塑長庚養生文化村、潤福生活新象、潤福大台北華城、北海福座泰和園、國寶聖恩休閒養生會館、松柏園老人養護中心、奇美悠然山莊、康寧生活會館、雙連安養中心、翠柏新村等。其中長庚養生村為全國規模最大的養生村，而高雄市老人公寓雖名氣並不高，但卻是全國第一座長青公寓，因此本研究特以此二機構做出介紹以及比較。

1. 台塑長庚養生文化村：在於桃園縣龜山鄉，旁邊為林口長庚醫院、是台塑集團興建的「長庚養生文化村」，為全台灣最大的養生村。土地面積共計 34 公頃，一半面積作為綠地、醫院、活動中心及公園……等，活動的空間十分寬闊，可接納約 4,000 戶入住。其中一項特色是寬廣遼闊，另一項特色就是多元的休閒活動及建立銀髮學園，入住者可以學習各項有氧運動、玩桌遊、及各項美術活動外，也提供上網買股票的空間。(取自痞客邦 NCTUEP61)

2. 高雄市老人公寓：位於高雄市鳳山區，此設施為內政部補助工程款購地自建，地坪為 674 坪，共有 12 層樓及地下 1 樓，合計約 3639 坪。此產權屬於高雄市政府，並委託「財團法人佛光山慈悲社會福利基金會」經營管理，為全台灣第一間長青公寓。設施內的每個樓層都設有進行各項休閒活動的房間，也提供洗衣間讓老人家可以不用常上下樓，另外還設有宗教活動用的房間等特色。(取自高雄是老人公寓官方網站)以下是兩家養生村的比較表格：

表 1 兩間安養設施的比較表

單位	長庚養生文化村	高雄市老人公寓
房間數量	4000 戶	180 戶
入住資格	年滿六十歲 經長庚醫院身體檢查合格	年滿五十五歲 經機構評審定後認可
保證金	216,000-372,000	100,000
月租金	單人：18,000~26,000 雙人：23,000~31,000	單人：9,500~14,500 雙人：16,000
水電費	依實際消費計算	已內含在月租金
伙食費	依實際消費計算	4300 元

資料來源：長庚養生文化村及高雄市老人公寓松鶴樓官方網站。

## 二、影響消費者入住的心理因素：

由於新聞媒體上常傳出安養機構的負面消息，導致許多消費者對安養機構反感，並造成許多刻板印象，而不想進住安養機構。除此之外，也有個人的心理因素影響進住的意願，如收費標準太高等，以下為依上述所做的文獻探討。

1. 陳麗敏(2006)提到在逐漸變遷的社會中，一些傳統的倫理規範漸漸的改變，養兒防老已漸漸變得不多見，取而代之的是獨居老人身故卻無人提及、或是未通過審核的安養機構常發生令人感到遺憾的事，甚至老年人遭到遺棄、虐待、照顧不當等事情也常發生，其中在入住安養機構的心理影響因素中有：

(1). 無法養兒防老已經夠沒面子了，進住到安養機構還要遭受親友的異樣眼光，寧可選擇獨居。

(2). 不想離開自己熟悉的環境。

(3). 住進機構覺得自己成為社會福利制度下的寄生者，而不想入住。

2. 黃萃文(2009)地」提到老年人覺得住進安養機構代表自己是社會的負擔、沒有家人及子孫的陪伴、認為外面的人會看不起自己、覺得住在裡面很丟臉不想讓朋友知情、或者是怕住進機構後，子女被別人認為不孝而覺得愧疚等。

3. 林美君(2009)認為一般安養機構的缺點，常讓人覺得住進機構就是被社會或者是家庭遺棄，而養生村則是不同於以往的安養機構的死氣沉沉，而是注重營造「家」的感覺。機構內設有許多的休閒設施及綠化環境，並強調「要活就要動」。

4. CNEX(2014)認為大部分的安養院機構都過於機械式化，將各個空間訂定用途，例如病床是單獨的個體化、交誼廳是被指定交流的場所，各種物件和人都以固定動線來來去去，完全不理會老人們的心理需求，像是一個「等待死亡」的空間。

5. 林秀姿(2014)提到，從臨床的案例中發覺，在家裡接受治療的病人與在醫院接受治療的病人，表情完全不一樣。在家中的老人，直到生命的最後一刻還能夠自由做自己喜歡的事；而在醫院的老人卻完全相反，在那裡，他們只能用空洞的眼神，躺在病床上迎接死亡，因此認為「臨終前的元氣」非常重要。

6. 賴雅淳(2013)提到，在安養機構中，仍有許多保證人(子女)無法繳納每個月月租金，導致老人們開始擔心自己活得太久，成為家中的負擔。

7. 內政部統計處(2011)於「一〇〇年第十一週內政統計通報(98年老人狀況調查結果)」中的調查結果顯示，老人獨居或與配偶同居佔 27.9%、住在安養機構僅佔 2.8%，其中希望與子女同住佔了 68.5%，顯示出目前多數老人還是希望與子女住在一起。

透過以上心理因素的探討，我們更加了解現代人對銀髮養生村的看法。例如多數銀髮族為了顧及自己的尊嚴、家中的負擔不起費用而自己又活太久、想跟子女同住等原因而不想入住。而安養機構的運作方式，大部分都太過於制式化而沒人性的負面形象，因而導致老人們不想入住。

### 三、安養機構的設施影響入注意願之因素：

在過去許多研究中，針對安養機構的設施方面，提出了許多相關論點，

1. 龔文華(2004)認為，健康醫療、硬體設施、服務措施、財務協助與社區參與等五項，與年齡、性別、學歷及所得確有顯著相關，皆與入住的影響因素有所相關。

2. 方紹宇(2011)於其研究中提到，在軟硬體設施方面，消費者對於安全方面的設施需求較大，例如緊急呼叫鈴系統及門禁管理等。另外在價格方面，消費者希望能夠在入住之前，免費參觀或者免費試住，同時也希望政府能夠訂立相關的費用補助政策。

3. 蔡耀如(2007)於其研究中得到的結論是健康醫療、硬體設施為入注意願的主要影響因素。而在價格方面，如果政府有所補助的話，消費者會較願意入住養生村，而沒有補助的情況下，則對「產品」、「定價」的影響因素較大。

4. 曹萌(2013)辨識出三項主要影響入注意願的因素，消費者希望環境為寧靜清新的戶外環境，並且是由可靠、可信任的組織、機構所經營，而且有規劃完善的無障礙空間等。

5. 黃秀玲(1998)的研究報告指出，老人們在居住上的軟硬體需求主要有：無障礙生活空間、專門的空間設計、交通方便、設有公 24 小時緊急送醫服務、專人三餐服務等。

根據以上文獻探討整合，影響養生村入住的原因最多為價格，多數消費者認為價格是相當重要的。消費者希望企業能和政府合作開發補助政策，協助老人家們入住養生村的經濟狀況。其次為醫療設施，不少的消費者認為能夠顧及立即的收到通知的醫療設施是重要的一項，最後軟硬體設施及環境對消費者來說也是一項影響入住的因素，能夠擁有消費者們需要的軟硬體設施及消費者們喜愛的環境，都能夠影響消費者入住的因素。

綜合文獻探討，我們認為在養生機構的服務上以收費標準、醫療保健、環境、硬體設施等為消費者入住養生村的影響因素較大。而在心理影響因素中，我們也從中瞭解到，過去的研究顯示大部分的消費者會因為想要擁有子女的陪伴、覺得入住養生村像是被子女遺棄且會遭受親友的異樣眼光而感到沒面子等因素，因此我們認為這幾點為影響入注意願的主要因素。依據以上敘述，我們決定建構在以上學者所提出的論點做問卷的設計並調查。



## 參、研究設計與實施

### 一、研究方法：

本組經過文獻探討，大量蒐集網路新聞及文章、報章雜誌、相關的論文與書籍等，藉此了解目前養生村的經營型態及中高年齡族群對於養生村的刻板印象、入住養生村的心理障礙等。並依此為根據，透過「問卷調查法」來調查消費者對養生村有什麼樣的期望，最後根據問卷的分析結果，提出結論與建議。

### 二、研究步驟：

本組使用「問卷調查法」來研究，研究步驟如下圖 2 所示：



圖 2 研究步驟

### 三、研究工具與樣本

本研究使用之工具及樣本，根據問卷內容、施測和樣本資料等各項說明，如下：

#### (一)問卷內容說明

本研究使用之工具為自行設計的問題，問題名稱為「高雄市中高年齡族群對養生村入注意願調查問卷」，經過文獻探討、自行發想，並與指導老師深入討論做了多次修改後設計而成。主要針對消費者對於養生村之認知、需求及入注意願做出調查。

#### (二)問卷施測說明

本研究以高雄市內 40~55 歲之中高年齡族群為施測對象。書面問卷發放總數共 180 份，

回收 146 份，有效問卷 122 份，無效問卷 24 份，回收率達 81%。

### (三)樣本資料

此部份為回收樣本之基本資料的統計分析，可藉此了解樣本的基本分佈。

1. 在性別方面，以女性的填答率較高，占了全部填答者的 53%，而男性則是 43%。
2. 在年齡方面，以 40~45 歲的填答比率最高，占了全填答者的 57%，其次為 46~50 歲 (21%)、51~55 歲(20%)
3. 在教育程度方面，以高中(職)(52%)的比率占了最大，其次為大學(專)(30%)及研究所以上(3%)
4. 在職業方面，以服務業為大宗，占全部填答者之 39%。其次為工業從業人員(15%)、家管(11%)、以及自由業(10%)。
5. 在所得來源方面，以工作收入(87%)占了最多，而其他 5 個選項的比例都各占了 2%，可得知所得來源多為自身工作而來。
6. 個人每月平均收入方面，以 1~3 萬為主要收入水準，共占 53%，其次為 4~6 萬，占填答人數之 34%。此收入分布顯示出填答者的平均收入偏向於，7~9 萬占 3%，10 萬以上占 3%，可了解到填答者的收入多為 1~3 萬的範圍內。

表 2 樣本資料分布情形

項目	填答者資料	
性別	男性	43%
	女性	53%
年齡	40~45 歲	57%
	46~50 歲	21%
	51~55 歲	20%
教育程度	國小以下	1%
	國(初)中	1%
	高中(職)	52%
	大學(專)	30%
	研究所以上	3%
職業	教職人員	2%
	軍人	2%

	公務人員	7%
	服務業	39%
	農業	2%
	工業	15%
	自由業	10%
	家管	11%
	其它	8%
所得來源	工作收入	87%
	子女供給	2%
	存款	2%
	退休金	2%
	投資理財收入	2%
	其它	2%
個人平均 每月收入	1 萬以下	5%
	1~3 萬	53%
	4~6 萬	34%
	7~9 萬	3%
	10 萬以上	3%

資料來源：本研究小組自行統計整理

從以上資料可得知，本問卷多數填答者為 40~45 歲擁有高中職以上的學歷，多數從事服務相關行業，工作收入不高，但為主要的收入管道。

## 肆、研究結果與發現

根據問卷施測的結果，提出研究結果與發現，可清楚了解到消費者對養生村的認知、需求及入注意願。

### 一、研究結果：

依照本研究設計之問卷題目順序，探討如下：

#### 1. 您是否聽過銀髮養生村？

受訪者填寫「是」的占 59%，填寫「否」的占 40%，顯示多數消費者都聽說過銀髮養生村。

#### 2. 您認為養生村與一般安養機構有所差別嗎？

受訪者選擇「是」的占 68%，「否」的占 21%，顯示多數消費者認為養生村與一般安養機構有所不同。

#### 3. 您對養生村的認知是？

針對消費者對養生村的認知，本研究透過七題的語意差異題項，請受訪者分別在價格、學習機會、專業醫療設備及照護人員能力、住戶自理能力、住戶個性適合入住、是否有家人照護等方面，請受訪者分別在 5 個尺度中選擇他們所認知的養生村。首先，在價格方面，超過一半的受訪者(60%)認為養生村的價格偏向於昂貴的。而超過 57%的受訪者認為養生村提供住戶學習機會，這對養生機構來說，是較正面的認知。在專業醫療設備方面，約 63%的受訪者普遍認知養生村具有專業醫療設備。另外，超過 55%的受訪者認為養生村的照護人員具醫療背景。

在住戶方面的認知，超過 57%的受訪者認為養生村的住戶具備自理能力，這樣的結果呼應了第二題中受訪者普遍認為養生村與一般安養機構有差異，並認為養生村的住戶與安養院中偏向失能的住戶是不一樣的，尚具備自理能力。而在探討受訪者所認知中適合入住養生村的個性方面，雖然有 37%的人認為個性外向適合入住，但有一半的受訪者介於外向與內向的 5 點尺度中選擇 3，顯示他們認為適合入住的個性並無明顯哪種較適合。最後，在住戶是否有家人照料方面的認知，有 33%的受訪者認為養生村的住戶通常有家人照料，但還有 37%的受訪者在 5 點尺度中選擇 3，顯示尚有許多受訪者在住戶有否家人照料方面，並無明顯的認知。

#### 4. 在「自己年長時是否願意入住」中，填寫「是」的占 47%，填寫「否」的人占了 51%，填寫「否」的比率較高，但比率只差了一點點，可以看出消費者對於願不願意入住是一半一半的。

- a. 在「自己年長時是否願意入住」中選擇「是」的人，他們的入住原因如圖 3 所顯示，「生活環境良好」的占 26%，「完善醫療照護」的占 14%，「收費合理」的占

14%，「個人喜好」的占 7%，「軟硬體設施完善」的占 5%，「生活料理皆有人處理」的占 23%，其中「生活環境良好」的比率占最多，可見大部分消費者在選擇入住時，會因為生活環境良好而入住，其次為「生活料理皆有人處理」，可瞭解到也有一部份的消費者會因為此原因而入住。

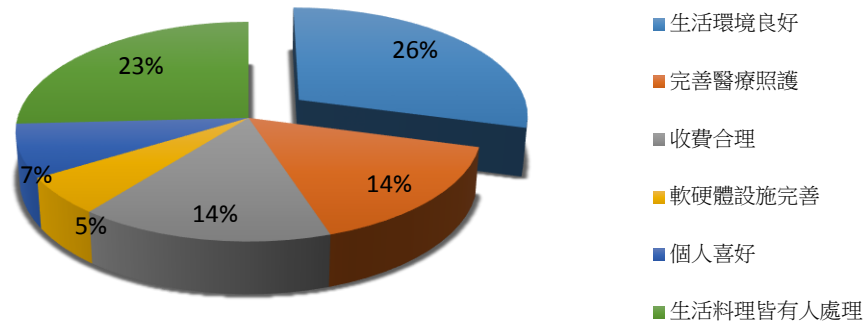


圖 3 想要入住的原因

- b. 在「自己年長時是否願意入住」中選擇「否」的人，他們的不入住原因如圖 4 所顯示，「享受自己居住的自由」的占 39%，「想有子女的陪伴」的占 24%，「自己還可以自理」的占 11%，「怕無法適應養生村的生活方式」的占 6%，「所得不足以支付入住費用」的占 5%，「價格太高」的占 3%，「怕遭受親友異樣的眼光」的占 2%，「怕面對陌生的環境」的占 2%；其中「享受自己居住的自由」占了最多的比率，可看出消費者大部分想在晚年生活時，不想要有人管而自由自在的生活，其次則是「想有子女的陪伴」，可看出華人的傳統觀念依然根深蒂固，希望生老病死都能夠在家庭裡度過。本題項的研究發現甚至呈現出與過去研究結果相反的現象，過去研究顯示消費者不願入住是因為擔心遭受異樣眼光，以及認為價格太過於昂貴。但本研究發現，只有分別 3%及 2%的填答者不願入住是受到此兩項因素所影響。

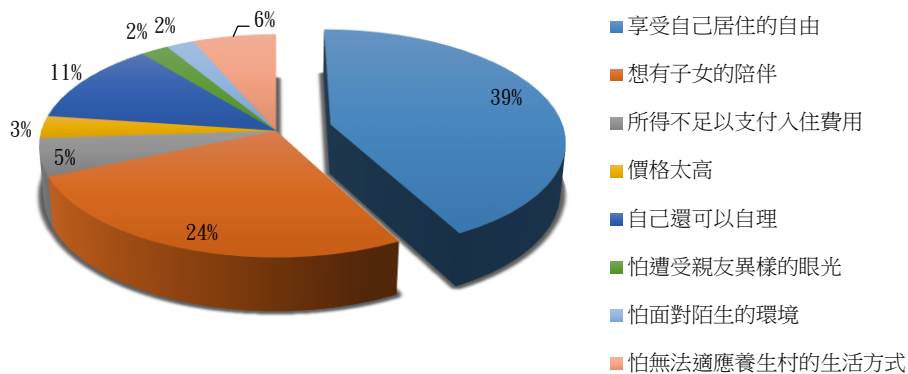


圖 4 拒絕入住的原因

5. 是否有週遭的朋友正住在銀髮養生村，勾選「是」的只有相當少數的(8%)有認識的人目前正居住於養生村比例，顯示出，在南部地區養生村是尚待開發的市場。
6. 在選擇銀髮養生村最注重的選項中，如圖 5 所顯示，「生活環境舒適度」占 31%，也是此題中的比率占最高。緊跟在後的選項分別包含「工作人員照顧細緻度」(16%)、「服務態度友善度」(12%)、以及「收費是否合理」(12%)。由此可以看出，填答者不僅重視養生村在硬體設施方面的舒適度，在軟體部分例如人員照顧方面的細緻度與服務態度上也相當在意。

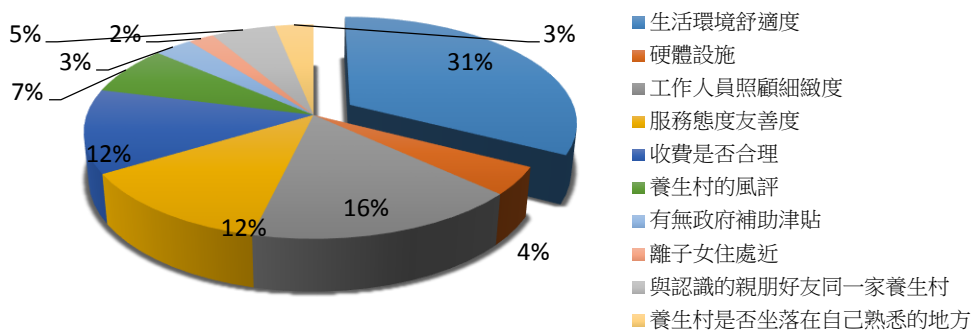


圖 5 消費者選擇銀髮養生村最注重的

7. 當填答者被要求指出他們認為當今養生村所面臨的最主要的問題時，31%的填答者認為「收費高」是一大問題。而 27%的填答者認為行銷不足是養生村最主要的問題，因為造成許多人對養生村的了解不夠。甚至，有高達 17%的填答者認為社會上將養生村與一般安養機構畫上等號是一大問題。顯示出養生村在行銷策略上的不足，造成潛在消費者對價格的不認同以及對產品的不熟悉，這是養生相關企業所需改進的部分。詳細資料如圖 6 所示。

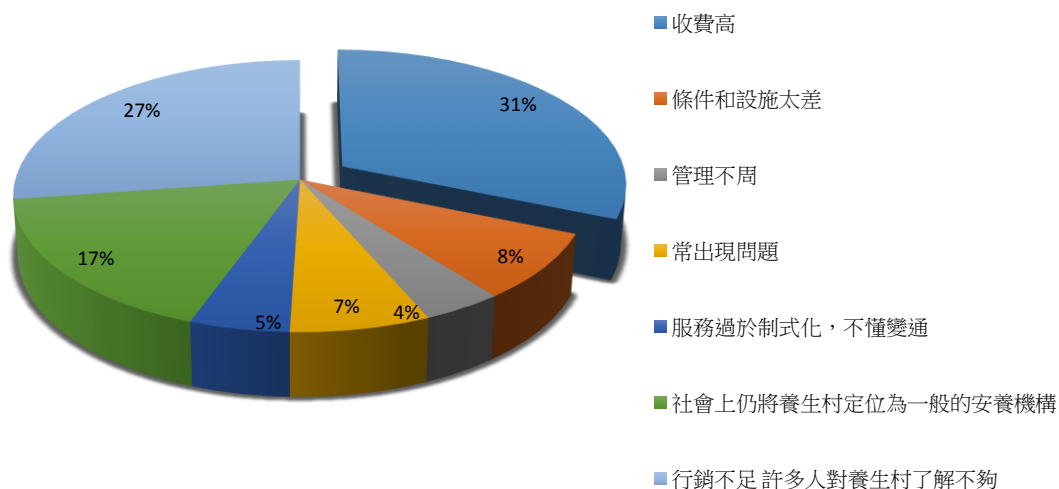


圖 6 認為當今銀髮養生村的主要問題

8. 在「軟硬體設施上，會希望養生村內有的設施」中，如圖 7 所顯示，填寫「休閒活動專用空間」的占 44%，為此題比率占最高，可以看出消費者對於入住養生村後的休閒活動是相當重視的。

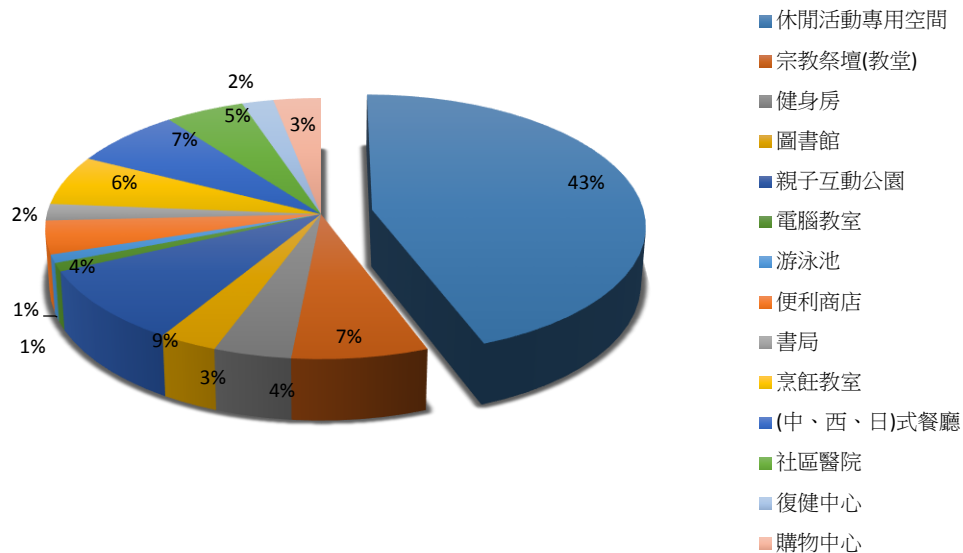


圖 7 消費者在軟硬體設施上，會希望養生村內有的設施

9. 在「醫療保健方面會希望提供的服務」中，填答者填寫「定期給予健康評估」的占 32%，為此題比率占最高。而分別有 26%的人選擇「有固定醫生可詢問健康問題」、以及 22%選擇「專業營養師設計套餐」，可以看出消費者在醫療保健方面的預期還是相對高，希望能透過定期的健康評估，以及固定的專業醫師可諮詢來達到其在醫療方面的需求。詳細資料如圖 8 所顯示。

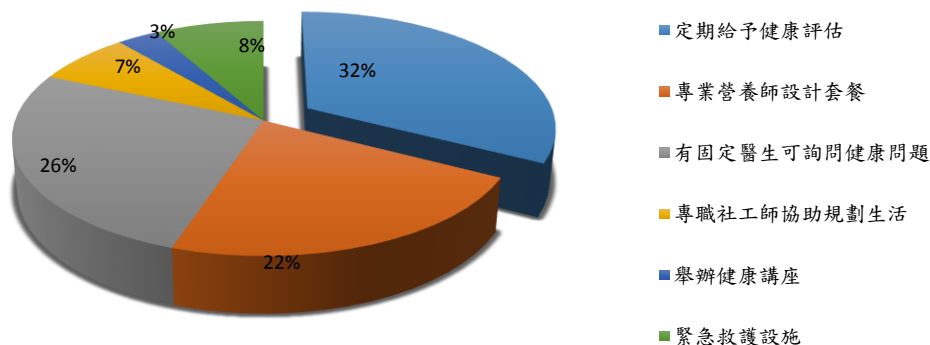


圖 8 消費者在醫療保健方面會希望提供的服務

10. 在「消費者在收費上認為合理價格(保證金)」中，絕大多數填答者(71%)認為「5 萬元以下」是合理的保證金價位，另外，有 17%的填答者可以接受 5~10 萬的保證金，7%的填答者可接受 11~20 萬的保證金。這些選項顯示出，或許多數消費者希望保證

金能較低些，但還是超過 25%的填答者可接受 5 萬以上的保證金。如圖 9 所顯示。

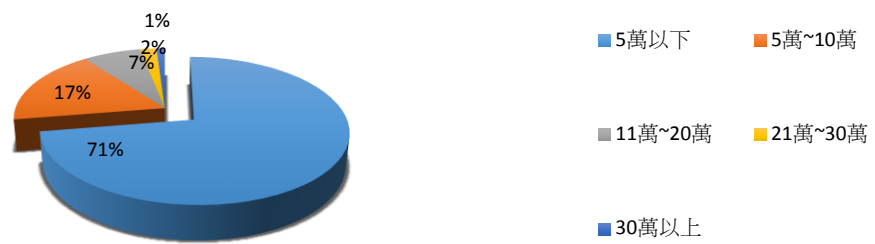


圖 9 消費者在收費上認為合理價格(保證金)

11. 在「消費者在收費上認為合理價格(月租金)」中，如圖 10 所顯示，填寫「5,000~10,000」的占 58%，為此題比率占最高，而 33%的填答者接受 10,001~20,000 的月租金。可以看出消費者認為養生村月租金在此兩個價格區間為最合理。



圖 10 消費者在收費上認為合理價格(月租金)



## 伍、結論與建議

### 一、結論與建議

聯合國定義，65歲人口占總人口比率達7%，即進入老人化社會。生活機能及醫療上的進步，使得國民平均壽命上升，65歲以上人口占總人口已達7.1%，成為高齡化社會國家。老年人口逐年上升，以及出生人口的下降，這樣的時代下，傳統觀念的養兒防老已經不是老年後的保障。針對目前台灣所設立的銀髮族養生村，除提供安全的住宿及休閒娛樂、醫療照護等多元化服務外，同時工作人員的專業能力更是受經營養生村的業者所重視。台灣目前成立的養生村機構，主要目的是以適合老年人居住並且安全舒適的生活環境為主要要求重點，加強訓練服務人員的專業能力，並打破傳統安養照護機構，使養生村如同旅館般能夠因應老人們的各種需求服務，但是，過去傳統重視孝道，供養父母是為人子女必須遵守的道德觀念；又因以家庭為重心，生老病死一般都是由家庭負責照顧，因此一般人對養生村的印象普遍並不好。加上新聞媒體的負面報導，造成了消費者對入住養生村一事存著較為負面。

在人口日漸老化的趨勢下，投入於養生村的企業也日漸增多，成了一股另類熱潮，但因華人傳統的思想「生老病死都要由家庭照顧」，再加上新聞上傳出各項安養設施虐待老人的負面新聞，以及個人的心理因素等，依據上列的論點，提出的研究發現如下：現今消費者認為養生村與一般安養機構是有所差別的，但卻沒有足夠的了解養生村的使用的時機為何；消費者認為當今銀髮養生村的主要問題有收費過於高價以及沒有充份的行銷模式。

在問卷調查中可以發現，部份的消費者對銀髮養生村並不陌生，且認為養生村與一般的安養機構是不同的。受訪者認為養生村偏向昂貴、擁有專業醫療設備，以及住戶需擁有生活的自理能力，並提供學習規劃。在照護方面，受訪者認為養生村的照護人員是有醫療背景的。而在個性上則不管內向外向皆可居住，但是這樣的部分認識以及了解之下，若沒有人能夠加以說明解釋養生村的由來，將會導致消費者持續的誤解養生村。養生村提供老人們許多不同的軟硬體設施，不論是在醫療或者是在學習方面，都能夠滿足大部分的住戶，讓住戶就像是住在渡假村般，能夠平靜的生活。

透過問卷調查結果發現，消費者所認識的養生村為高價位的商品，若企業能夠與政府合作提供給願意入住的消費者一個能夠接受的合理價格，像是優惠專案兩人同行一人半價或者是先繳款幾月就多送幾月等優惠，相信消費者願意入住的機會會增加許多，另外一項則是應多加宣傳養生村，像是能夠提供有意願入住的消費者免費體驗入住的機會，使消費者能夠多了解養生村為老年人帶來的好處，進而使老年人願意入住。

## 參考文獻

- [1] 痞客邦 NCTUEP61。2006 年 9 月 10 日，精挑細選國內十大養生村，取自 <http://nctuep61.pixnet.net/blog/post/21622636-%E7%B2%BE%E6%8C%91%E7%B4%B0%E9%81%B8%E5%9C%8B%E5%85%A7%E5%8D%81%E5%A4%A7%E9%A4%8A%E7%94%9F%E6%9D%91>
- [2] 高雄老人公寓。2014 年 10 月 1 日，取自 <http://www.sh.org.tw/>
- [3] 長庚養生文化村。2014 年 10 月 1 日，取自 <https://www1.cgmh.org.tw/cgv/index.htm>
- [4] 陳麗敏。2006 年 6 月 15 日，從台灣老年人的生活狀況談老人照護 <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/56/56-47.htm>
- [5] 黃萃文。2009 年 9 月 19 日，入住自費安養機構老人對其居住環境依附情形之初探——人生歸途中最後能掌控的一方天地。國立政治大學社會學研究所。
- [6] 行政院統計處。2014 年 1 月 18 日，取自 <http://www.moi.gov.tw/stat/index.aspx>
- [7] 林美君。2009 年，長庚養生文化村——桃園安養住宅指標，取自 <http://www.techlife.com.tw/06magazine/06Magazine.asp?Period=119&MagazineTypeID=11>
- [8] CNEX。2014 年 9 月 22 日，變老不該就是等死，而是另一種回歸純真的方式，取自 <http://www.thenewslens.com/post/75064/>
- [9] 林秀姿(日本京都採訪)。良醫健康網，2014 年 2 月 24 日，80 歲老母親的願望：孩子，別讓我在安養院孤獨等死，取自 [http://health.businessweekly.com.tw/AArticle.aspx?id=ARTL000008566&utm\\_source=facebook.com&utm\\_medium=social&utm\\_content=health&utm\\_campaign=content](http://health.businessweekly.com.tw/AArticle.aspx?id=ARTL000008566&utm_source=facebook.com&utm_medium=social&utm_content=health&utm_campaign=content)
- [10] 行政院經建會人力規劃處。2002 年 6 月，中華民國臺灣地區民國 91 年至 140 年人口推計。
- [11] 龔文華。2004 年，高齡者進住養生文化村意願之影響因素。長庚大學企業管理研究所。
- [12] 方紹宇。2011 年 8 月，老人居住空間智慧化需求與滿意度之研究——以雙連安養中心為例。中華大學建築與都市計畫學系碩士班。
- [13] 蔡耀如。2007 年 1 月，銀髮族安養住宅顧客入注意願之探討——以長庚養生文化村為例。長庚大學企業管理研究所。
- [14] 曹萌。2013 年 7 月，「養生住宅入住行為意圖之研究——以台塑長庚養生文化村為例」。國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所。
- [15] 賴雅淳，Money 錢雜誌。2013 年 10 月號第 73 期，「每月存 1 萬元 退休月領 4 萬 活多久、領多久」。
- [16] 黃秀玲。1998 年，「銀髮小家庭居住型態之比較研究」，國立政治大學社會學系碩士論文。

## 附錄一 問卷

### 高雄市中高年齡族群對養生村入注意願調查問卷

您好：

我們是高英工商資料處理科的學生，為了研究高雄市中高年齡族群對養生村的入注意願調查，需要做一份問卷調查，僅針對 40~55 歲年齡層做調查。本問卷採不記名方式，不會留下您任何的個人資料，請放心的填寫這份問卷。在此感謝您的填寫，這對我們助益良多，預祝您健康如意、事事順心。

指導老師：盧沛明 老師

高英工商—資料處理科三年二班第一組 敬上

#### 一、基本資料

- 1、性別：男 女
- 2、年齡：40~45 歲 46~50 歲 51~55 歲
- 3、教育程度：國小及以下 國(初)中 高中(職) 大學(專) 研究所(含以上)
- 4、職業：教職人員 軍人 公務人員 服務業 農業 工業 自由業 家管  
其他：\_\_\_\_\_
- 5、所得來源：工作收入 子女供給 存款 退休金 投資理財收入 其它：  
\_\_\_\_\_
- 6、個人每月平均收入：1 萬以下 1 萬~3 萬 4 萬~6 萬 7 萬~9 萬 10 萬以上

#### 二、問卷調查事項 (以下題目皆為單選題)

- 1、您是否聽過銀髮養生村：是 否  
(養生村的定義：生活能夠自理的銀髮族才能入住，提供各項休閒設施及強調終身學習，定期辦理活動娛樂住戶，並提供健康監護、衛教指導及生涯規劃等，使住戶在身體及心理上都能保持健康，達到養生的目的，例如台塑養生村。)
- 2、您認為養生村與一般安養機構有所差別嗎？：是 否
- 3、您對養生村的認知是？：(請從以下各兩種不同的描述，依照您的認同度圈選靠近的數字)

昂貴的	1	2	3	4	5	平價的
具專業醫療設備	1	2	3	4	5	無提供醫療設備
住戶須有生活自理能力	1	2	3	4	5	住戶須接受他人照護
提供自我學習機會	1	2	3	4	5	單純只提供照護服務
照護人員具專業醫療背景	1	2	3	4	5	照護人員無醫療背景
個性外向的人適合入住	1	2	3	4	5	個性內向的人適合入住
住戶無家人照料	1	2	3	4	5	住戶有家人照料
- 4、自己年長時是否願意入住：是(請接續第甲題) 否(請接續第乙題)

甲、 想要入住的原因(單選題)：

- 生活環境良好 完善醫療照護 收費合理 軟硬體設施完善  
有人陪伴 個人喜好 生活料理皆有人處理 其它：\_\_\_\_\_

**乙、 拒絕入住的原因(單選題)：**

- 享受自己居住的自由 想有子女的陪伴 所得不足以支付入住費用 價格太高  
沒有面子 自己還可以自理 怕遭受親友異樣的眼光 怕面對陌生的環境  
怕無法適應養生村的生活方式 其它：\_\_\_\_\_
- 5、 您是否有週遭的朋友正住在銀髮養生村？：是 否
- 6、 如果您選擇銀髮養生村，您最注重(單選題)：  
生活環境舒適度 硬體設施 工作人員照顧細緻度 服務態度友善度  
收費是否合理 養生村的風評 有無政府補助津貼 離子女住處近 與認識的親朋好友同一家養生村 養生村是否坐落在自己熟悉的地方
- 7、 您認為當今銀髮養生村的主要問題是什麼(單選題)：  
收費高 條件和設施太差 管理不周 常出現問題  
服務過於制式化，不懂變通 社會上仍將養生村定位為一般的安養機構  
行銷不足 許多人對養生村了解不夠
- 8、 在軟硬體設施上，您會希望養生村內有哪些設施？(單選題)：  
藝文教室 休閒活動專用空間 宗教祭壇(教堂) 健身房 圖書館  
親子互動公園 電腦教室 游泳池 便利商店 書局 銀行  
烹飪教室  (中、西、日)式餐廳 社區醫院 復健中心 購物中心
- 9、 在醫療保健方面，您會希望有哪些服務？(單選題)：  
定期給予健康評估 專業營養師設計套餐 有固定醫生可詢問健康問題  
專職社工師協助規劃生活 舉辦健康講座 緊急救護設施
- 10、 在收費上，哪個範圍的價位您認為合理？(※請各小題個別選一項)：  
(1)保證金：5萬以下 5萬~10萬 11萬~20萬 21萬~30萬 30萬以上  
(2)月租金：5000~10,000 10,001~20,000 20,001~30,000 30,001以上

---

問卷結束，感謝您的填寫