



## 研究論文

### 銀髮族旅遊服務需求之探索

\*王熙哲 許惠鈺  
龍華科技大學 企業管理系

#### 摘要

人口結構高齡化已是全世界共同的現象，銀髮族被視為未來的消費主力，由於銀髮族對旅遊服務的高度需求，使得銀髮族旅遊市場將成為未來旅遊市場中的重要區塊。目前台灣銀髮族的旅遊市場才剛開始發展，銀髮族對於旅遊服務的需求還沒有那麼的明確，因此本研究以旅遊服務為研究標的，利用服務體驗工程方法，從不同角度瞭解銀髮族在旅遊過程中的經驗和未被滿足的需求，彙整出銀髮族在旅遊過程中的潛在需求，進而提供業者實務上的建議，以改善現有銀髮族旅遊市場服務的不足。

關鍵詞：脈絡洞察、服務體驗工程、旅遊服務、銀髮族

#### 1. 前言

隨著全球高齡人口比例逐漸升高，銀髮產業日益受到重視，根據工研院(2007)的估計，台灣高齡社會衍生的市場規模，在 2025 年將高達 3 兆 5,937 億台幣的產值規模，銀髮族消費實力已成為各領域產業關注的焦點。目前與銀髮族相關的產業主要集中在醫療保健、安養照護、金融保險、休閒旅遊、智慧科技與生活消費等六大部份，其中醫療保健是由醫院和診所來提供銀髮族所需的各種醫療相關服務、安養照護是由安養院與老人看護中心提供照顧相關服務、金融保險則是由金融機構與保險公司提供各種金融理財與保險規劃等服務、智慧科技與生活消費的部份也有愈來愈多廠商投入，以提供銀髮族更多元的選擇與服務。

至於在休閒旅遊的部份，雖然銀髮族對於休閒旅遊具有高度的需求，但相較於一般大眾，銀髮族在參加旅遊活動時，常常必須完善地規劃活動內容以及評估各種突發狀況，因此鮮少有旅遊業者專門為銀髮族設計、規劃與安排旅遊活動。在即有旅遊業者所提供的旅遊行程中，也沒有專門為銀髮族設計旅遊行程，旅遊業者所提供的行程都是按照一般社會大眾的需求來安排規劃，缺乏考量銀髮族的特殊狀況與需求，而這些需求卻將成為銀髮族在選擇購買旅遊產品時的重要考量

因素。目前台灣銀髮族的旅遊市場才剛開始發展，銀髮族對於旅遊服務的需求還沒有那麼明確，因此如何發現銀髮族在旅遊服務的潛在需求，並有效利用資源提供銀髮族最適合的旅遊服務，將是一個重要且有意義的研究方向。

本研究將聚焦於銀髮族參與旅遊活動的過程，透過服務體驗工程方法進行資料的收集與分析，針對銀髮族實際參與旅遊活動的行為，做為本研究的調查重點。藉由參與式的觀察與訪談，深入的探討銀髮族在旅遊時所可能發生的各種狀況，進而發現銀髮族在旅遊服務的潛在需求，以改善現有銀髮族旅遊市場服務的不足。

## 2. 研究方法

本研究採用資策會創新應用服務研究所(2008)提出的「服務體驗工程方法論」進行資料的調查與分析，希望透過服務體驗工程在創新服務研發的系統化特性，找出旅遊服務中銀髮族所可能面臨的服務缺口以及潛在需求，進而提供給相關業者以發展出更符合銀髮族需要的創新旅遊服務。

如圖 1 所示，服務體驗工程方法論可分為趨勢研究(FIND)、服務價值鏈研究(InnoNet)與服務實驗(Design Lab)三大階段，衍生出其下的趨勢研究、產業價值鏈研究、服務塑模、概念驗證、服務驗證以及商業驗證六大程序。由於每個研究活動都包含多種不同的方法、工具及模型，因此使用時必需考量服務與產業本身的特性，選擇合適的方法與工具。

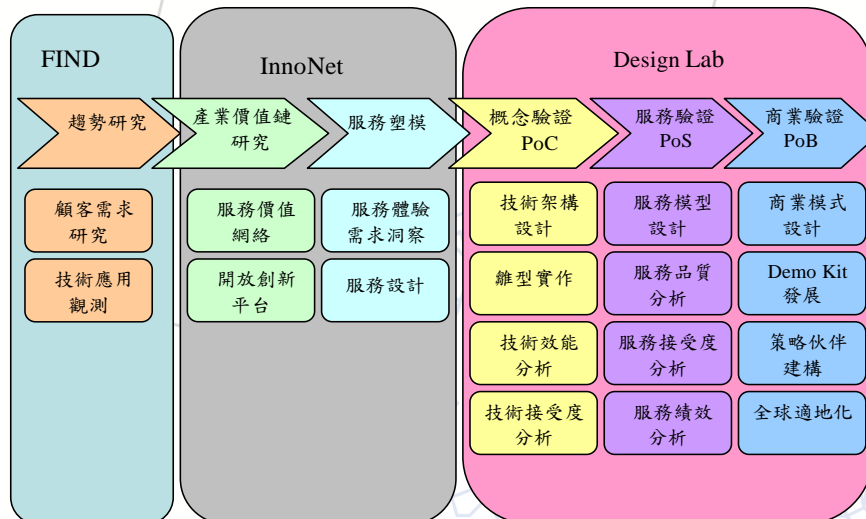


圖 1. 服務體驗工程方法論架構

趨勢研究階段主要是研究大環境趨勢，以及從中所可能發展出的消費者需求或潛在商機。此階段主要的工作是透過研究資訊技術的發展趨勢或人口等大環境趨勢，進行創新服務的創意蒐集，進一步加以具體化並評估過濾的過程。服務價值鏈研究階段為創新服務價值鏈的研發階段，分別由產業價值鏈及服務塑模二個程序所組成：產業價值鏈研究重點為提供企業規劃出新創服務產業

價值鏈的作法；服務塑模主要有兩個工作，一是進行服務體驗需求洞察，二是進行工程化的服務設計，這個階段的主要工作為結合系統化服務發展及顧客導向觀點，最終產出完整的服務規格書，其規格書內容包含服務產品模型、服務流程模型、服務資源模型等相關內容。最後，在服務上市前，一定要進行服務實驗，於是進入服務實驗階段，此階段的主要目的在於驗證創新服務的可能性與商業性，將驗證的結果做為創新服務正式上市前最後調整措施的基礎。

本研究旨在探討銀髮族對於旅遊服務的潛在需求，從中改善現有旅遊服務內容，因此由銀髮族的角度與經驗出發，深入瞭解銀髮族在旅遊服務過程中的相關需求與行為，選擇服務價值鏈研究階段中「服務體驗需求洞察」為研究架構，並以脈絡洞察方法中的行為模型為分析工具，完成資料的收集及分析。

### 3. 執行方式與結果

為了瞭解銀髮族對於旅遊服務的需求，本研究以服務體驗工程方法論中「服務體驗需求洞察」進行深入的研究與分析。服務體驗需求洞察方法在進行上，可以區分為四個階段：界定議題與洞察目標、規劃洞察計畫、進行現場洞察以及洞察結果的解讀與呈現。

#### 3.1 界定議題與洞察目標

在洞察目標的界定與選擇上，本研究將針對有旅遊服務經驗的銀髮族進行資料收集，選擇 55 歲以上「嬰兒潮世代」的銀髮族做為研究對象。選擇「嬰兒潮世代」做為洞察目標的原因，除了此族群的銀髮族在旅遊方面重視的比重較高外，同時亦有較多的旅遊經驗可供研究，共計 14 位銀髮族受訪者參與研究（受訪者特性與說明如表 1 所示）。

表 1. 銀髮族特性

| 個案 | 性別 | 年齡 | 特性  |
|----|----|----|---|
| A  | 女  | 61 | 身體健康，沒有任何疾病。年旅遊次數：大約 3 次，以國外旅遊為主            |
| B  | 女  | 69 | 胃不好，定期看醫生治療。年旅遊次數：國外大約 3 次，國內大約 4 次         |
| C  | 男  | 70 | 身體健康，有運動習慣。年旅遊次數：國外大約 3 次，國內大約 4 次          |
| D  | 女  | 58 | 體型肥胖，且膝蓋有退化現象。年旅遊次數：國內旅遊約 20 次，國外好幾年才一次     |
| E  | 男  | 56 | 肥胖身體健康，沒有疾病。年旅遊次數：國外約 10 次                  |
| F  | 女  | 55 | 偏瘦，有貧血及失眠問題。年旅遊次數：一年國內旅遊約 20 次以上，國外約 5 次    |
| G  | 男  | 63 | 有良好的養身習慣。年旅遊次數：約 3 次，空閒時會超過 3 次             |
| H  | 男  | 58 | 膝蓋退化，不能長時間行走；缺牙未補只剩兩、三顆牙齒。年旅遊次數：次數不定，依時間來決定 |
| I  | 女  | 55 | 身體健康。年旅遊次數：約 5 次                            |
| J  | 男  | 59 | 身體狀況良好，早睡早起，有吃素的習慣。年旅遊次數：約 1~2 次            |
| K  | 女  | 56 | 有輕微高血壓，長期吃藥控制。年旅遊次數：約 3~4 次                 |
| L  | 男  | 61 | 有輕微高血壓，吃藥控制，定期到醫院看診。年旅遊次數：約 2~3 次           |



|   |   |    |                                    |
|---|---|----|------------------------------------|
| M | 男 | 59 | 有輕微高血壓，定期到醫院複診，定期做健康檢查。年旅遊次數：約 8 次 |
| N | 女 | 57 | 注重養身，喜歡散步，身體沒有特別的病痛。年旅遊次數：約 3 次    |

### 3.2 規劃洞察計畫

本研究將洞察計畫分為深度訪談與參與觀察兩部分，詳細說明如下：

#### (1) 深度訪談

本研究首先要瞭解銀髮族對於旅遊服務的看法與實際作為，因此透過深度訪談的方式收集資料，銀髮族的訪談大綱如表 2 所示。

#### (2) 參與觀察

本研究目標在於找出銀髮族在旅遊服務中的潛在需求，因此透過慎密的觀察方法來收集資料，本研究選擇參與式觀察法，即實際參加銀髮族的旅遊活動，從中觀察銀髮族在旅遊活動中所發生的狀況與行為，並透過觀察重點做為指引（如表 3），紀錄所觀察到的各種現象。

表 2. 銀髮族訪談大綱

| 旅遊的興趣   | 旅遊害怕碰到的事情  |
|---|--|
| 平均一年出外旅遊的次數?<br>旅遊的地點如何選擇?<br>有很常去的遊遊地點嗎?<br>過去旅遊回憶裡，有特別喜歡或印象深刻?<br>哪種旅遊行程會第一眼就吸引你? | 在過去的旅遊記憶中，有讓你感到不安的情形發生嗎?<br>在旅遊的過程當中，有出現特殊的突發狀況嗎?<br>有無法忘記的旅遊悲慘或是不好的經驗嗎? |
| 旅遊前會阻礙出遊意願的事  | 旅遊過程中在意的事  |
| 在旅遊前會做什麼準備?<br>有曾經反悔沒參加旅遊行程的經驗?<br>在旅遊之前是否會感到緊張或是有其他的感覺?                            | 在旅遊過程當中有什麼是不可缺少的服務或是其他的要求?<br>什麼特殊的理由或條件會提高你參與旅遊的意願?                     |

表 3. 觀察重點列表

| 觀察重點 |  |
|------|--|
| 人    | 觀察對象，如何活動、吃、住，互動的對象（家人、朋友、新朋友）                 |
| 事    | 用事件區分，將旅遊活動切為時間點                               |
| 時    | 記錄時間順序性，及做了什麼事                                 |
| 地    | 在哪裡停留最久？車上、用餐、觀光景點、飯店                          |
| 物    | 隨身攜帶物品、行李放置物品（反應需求，與心理狀態有關）                    |
| 觀察細節 |  |
| 集合   | 地點、活動、聊天內容、點名方式                                |
| 人數   | 幾台遊覽車、預估人數、年齡層、是否攜家帶眷                          |
| 上車   | 安排座位方式、有無領隊或車掌小姐服務                             |
| 車上   | 外觀、樓梯、行李放置、座位、廁所、安全設備、逃生介紹                     |
| 車上活動 | 聊天、唱歌、看風景、睡覺、服務、景點介紹、發東西、推銷行為、介紹名產             |
| 休息站  | 停留時間、下車人數、活動內容                                 |
| 景點活動 | 景點介紹、如何行動、休息、拍照、購物、排隊狀況、活動方式順序玩法、用的工具（玩的速度、習性） |
| 用餐   | 餐廳用餐情況（合菜/自助）、葷素、打包（打包方式）、爭先恐後的方式（行為）          |

|      |  |
|------|--|
| 住宿   | 分房情形？飯店外觀、房內物品、房間的活動動線、睡眠狀況（品質）、床墊軟硬度、睡眠品質（是否會認枕頭、認床）、房間內設備（使用後的痕跡、洗澡習慣） |
| 攜帶物品 | 相機、電池、手機、筆記本   |

### 3.3 進行現場洞察

完成洞察計畫的前置作業後，隨即進入現場洞察階段。本研究採用體驗旅途框架、導覽之旅以及行為考古等三種工具進行資料的收集，分別說明如下。

#### (1) 體驗旅途框架

指旅遊體驗過程每個重要的階段，事先分成好幾個特定的接觸點，並預先設想被觀察者在這些接觸點會有的重要活動與行為。在這些關鍵的接觸點，找出銀髮族對旅遊服務的隱藏需求。並從中瞭解每個階段銀髮族的體驗及活動，透過拍照、訪談等方式記錄其重要的行為。以旅遊行為而言（如圖 2 所示），旅遊行為從開始到結束的一連串過程，事先演練行為發生時會在特定的關鍵時間點及地點，透過這些關鍵時刻可以提醒研究者該注意重要的觀察點，並以銀髮族的體驗為主要重點，以記錄他們的行為。

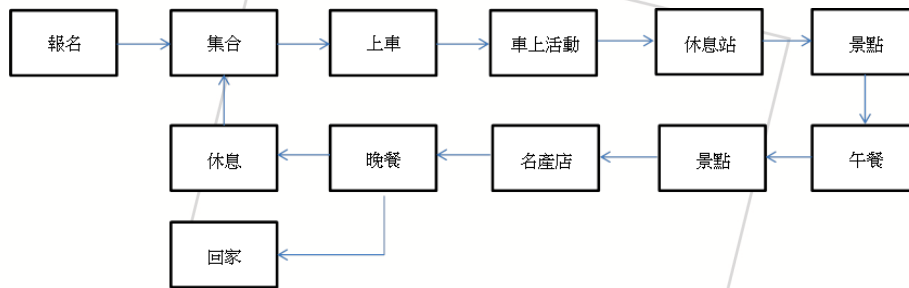


圖 2. 旅遊行為體驗旅途框架

#### (2) 導覽之旅

指在使用者的同意及陪同下，進行特定活動、地點、場景的參觀。在研究進行中，請銀髮族帶領研究者進行旅遊行為的場地觀察，如報名、遊覽車上、景點、休息站、飯店等地方，並請銀髮族實地操作旅遊進行中各種工具的使用，如拐杖等輔助器具，以瞭解每個動作背後真正的涵義或根本沒被注意到的需求。

#### (3) 行為考古

指觀察人們活動以及生活的地點，觀察各種活動所留下的痕跡、物品或是特殊的行為。在研究進行中，從留下的物品與痕跡，來觀察銀髮族在從事旅遊行為的活動中有什麼特定習慣或是特殊癖好，進而找出到底銀髮族在旅遊時有什麼需求，並藉由考古的觀察中發現是否有物品改造的行為，以利後續即可變成創新的依據。

### 3.4 洞察結果的解讀與呈現

在完成訪談與觀察等資料收集過程後，將會得到大量資料與記錄。在資料分析上，本研究運用蕭淑玲、黃宣龍、張呈璋、林義倫、吳明珊以及陳以玲（2009）所提出的五大行為模型做為分析工具。五大行為模型是一種將無形化為有形的工具，因為使用圖像來表達，比使用純文字表達來的更深刻且更容易理解，故五大模型是一種由五個不同面向去觀察，包含了互動、序列、工具器物、文化及實體等，將所有觀察蒐集到的資料，以有系統的方法，將觀察者的內隱知識以畫圖的方式表示出來，以達到資料彙整及分析的目的。五大模型依序為：互動模型、序列模型、工具器物模型、文化模型及實體模型，以下分別詳細說明分析的方法與步驟。

#### (1) 互動模型

互動模型主要是從互動與溝通角度來分析使用者的行為，代表了使用者在達成某項任務時，所有會接觸到的對象，此模型最主要目的在於描繪出整個事件過程中主要接觸、互動與溝通的對象，如人與地點等；也可以找出溝通的方式，如手機、網路、電話或直接口語交談等。互動模型可以將服務行為整體接觸及互動的過程，有效的簡化成易懂的模型，協助研究者迅速、清楚地瞭解使用者在此行為中所從事的任務以及與誰進行溝通、合作等相關內容（王熙哲、林曉琪，2010）。

以旅遊行為為例（如圖 3），旅遊行為者是被觀察者，旅遊資訊規劃者包含了當地里長和里長的家人，旅遊提供者包括了車掌小姐或觀光地點的導遊，旅遊陪伴者則是女兒或是孫女，旅遊參與者則包含了當地地區的里民、鄰居與朋友。在旅遊中，報名階段會因為沒聽到廣播錯過旅遊活動而產生斷裂，外出旅遊與旅遊行為者最密切的交通工具是遊覽車，但也常因通車時間過久而產生身體不適的現象而產生斷裂；旅遊行為結束會返回飯店休息，但房間內的設備不佳會影響睡眠品質也就會產生斷裂；購物站或觀光景點購物需求不是出於旅遊行為者反而變相成為強迫推銷的方式，也會就此產生斷裂。



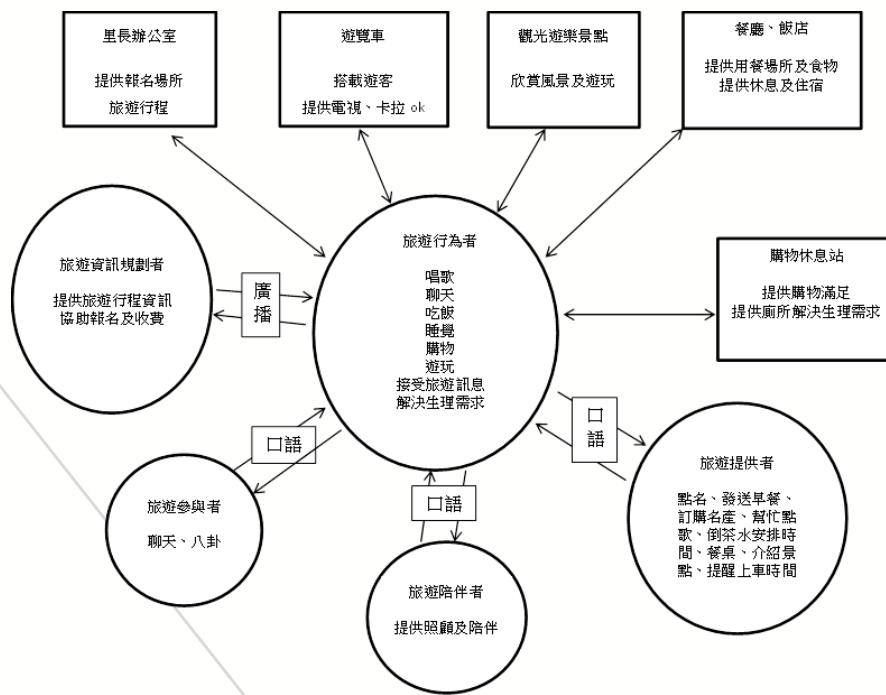


圖 3. 旅遊行為互動模型分析彙整圖

(2) 序列模型

序列模型探討的是流程的「順序」，以旅遊行為為例，確定好觸發點後，除了可畫出詳細的行為流程外，還可在特殊流程上附註其意圖。因為每個步驟中，不管是實際行為還是潛意識行為，都是經過使用者思考後才進行的，對於研究者或第三者而言卻會以為是隨機的，但實際上每個步驟都有其思考及特定的目的，研究者可在完成觀察後，依據逐字稿或錄音資料找出其意圖。確認好順序及意圖後，以流程圖的方式呈現。在過程中遇到阻礙或困難也同樣採用閃電符號表示，並標記出困難點（王熙哲、林曉琪，2010）。透過序列模型的描繪，可以發現許多人在猶豫和犯錯的地方，這些正是本研究所要探討的需求點，本研究將 14 位銀髮族受訪者的旅遊行為步驟彙整後，列出最主要的摘要步驟，並以這些摘要步驟為分類，進行意圖及行為上的整合，彙整如表 4 所示。

表 4. 旅遊行為序列模型意圖彙整表

| 時間點  | 彙整摘要行為                    | 意圖                         |
|------|---------------------------|----------------------------|
| 前置作業 | 得知相關訊息<br>引起想旅遊的動機        | 想跟家人一起出去放鬆心情               |
| 報名   | 攜帶相關證件<br>完成報名            | 為了能順利完成報名手續                |
| 集合   | 提早到集合地點<br>等遊覽車來<br>與鄰居聊天 | 怕搶不到好位置<br>等遊覽車時消磨時間就與鄰居聊天 |




|     |                                 |   |
|-----|---------------------------------|---|
| 上車  | 自行上車<br>選擇前面的座位坐<br>坐定後開始聊天     | 選前面的座位坐比較不會暈車<br>出去玩心情覺得很興奮而互相聊天                    |
| 休息站 | 下車走走<br>找蹲式的洗手間                 | 坐車花時間，需下車活動不知距離下個地點有多久時間<br>先上廁所並選擇蹲式的馬桶，覺得坐式的不衛生   |
| 景點  | 互相聊天<br>買紀念品<br>試吃              | 走累了就與朋友聊天免得無聊<br>先試吃口味合不合適，合適再買回去給家人吃               |
| 午餐  | 等大家集合坐定<br>一起開動用餐<br>打包飲料       | 基於禮貌都會等同桌都到齊才開動<br>用完餐後飲料有剩可以帶去車上在喝                 |
| 景點  | 上洗手間<br>玩不刺激設施<br>找休息地方<br>坐著聊天 | 怕刺激而選擇較溫和的設施搭乘<br>不玩或覺得累了都會找個地方休息<br>坐著與朋友互相聊著景點的風景 |
| 飯店  | 放行李<br>參觀飯店內設施<br>到附近的商店逛逛      | 放置好行李再看裡面有什麼設施待會可以使用<br>遊覽車有經過店家感覺還不錯利用空檔去逛         |
| 晚餐  | 等大家集合坐定 一起開始<br>用餐聊天            | 基於禮貌都會等同桌都到齊才開動<br>與同桌的朋友討論著當天的行程                   |
| 休息  | 輪流洗澡<br>吃宵夜<br>睡覺               | 房間只有一間浴廁要輪流洗<br>飯店則有提供宵夜<br>隔天必須早起所以都會早點睡           |

### (3) 工具器物模型

工具器物模型的主要目的在於利用器具拼湊出當時實際的工作情況，然後更深入了解器物工具被使用的方式、使用條件，器具是否有被進行改造及被改造的原因等等。以旅遊行為來說，旅遊時會用到的隨身攜帶物品及物品使用的方式、收納的方法等，都可以觀察出使用者在完成旅遊這個任務時，可能遇到的阻礙，或從器具加工的部份意外發現更容易使用的特殊方法（王熙哲、林曉琪，2010）。本研究利用相機、錄音機等其他紀錄工具來收集有關器具的資料，再以文字的方式，在相片旁加以說明，如工具器物的內容、組成、使用方式、使用目的、使用條件、使用經驗、改造部份與動機等，若遇到使用的困難或阻礙，或是難以使用的部份，也可以利用文字標示出來（如表 5）。

表 5. 旅遊行為工具器物模型分析彙整表

|   |   |
|---|---|
| 遊覽車   | 隨身攜帶物品：包包   |
|  |  |
| 車上走過於狹窄   | 攜帶帽子、眼鏡、水瓶、外套、雨傘及小包包  |
| 問題：行走時會碰觸他人、下雨天走道易濕滑  | 問題：攜帶過多物品，行動上較為不便   |
| 隨身攜帶物品：雨傘   | 隨身攜帶物品：眼鏡   |



|   |  |
|---|--|
|  |  |
| <p>雨傘拿來當拐杖，行走較輕鬆</p>  | <p>太陽眼鏡與老花眼鏡難以選擇</p>   |
| <p>問題：拐杖一直拿著不方便，也可能忘記帶走<br/>創新：雨傘與拐杖結合的兩用傘</p>                                    | <p>問題：選擇太陽眼鏡時，東西卻看的不清楚<br/>創新：老花眼鏡與太陽眼鏡的新結合</p>                                    |

(4) 文化模型

文化模型主要定義任務在執行過程中的期待、慾望、規範、價值等文化相關要素，因此文化模型的目的是依據模型呈現行為形態、非語言溝通方式與態度等(王熙哲與林曉琪, 2010)。以旅遊行為來說，會影響旅遊行為者的因素有媒體(包含張貼公佈欄、傳單 DM)、經驗、健康情形、家人與生活習慣等，旅遊行為發生前，外出旅遊的想法可能會受到媒體、廣告或家人的影響，旅遊行為發生時又可能會受到健康情形與天氣的影響，旅遊行程中可能會受到家人的生活作息時間與身體狀況而改變，在旅遊的選擇上也會受到經濟能力與經驗與社交的影響。本研究將影響受訪者所有可能包含媒體、生活習慣、家人、飲食習慣等，這些因素並不是用觀察就可以了解，必需在洞察的過程中藉由訪談、錄音等一些資料的輔助，才能完整呈現出文化模型(如圖 4)。

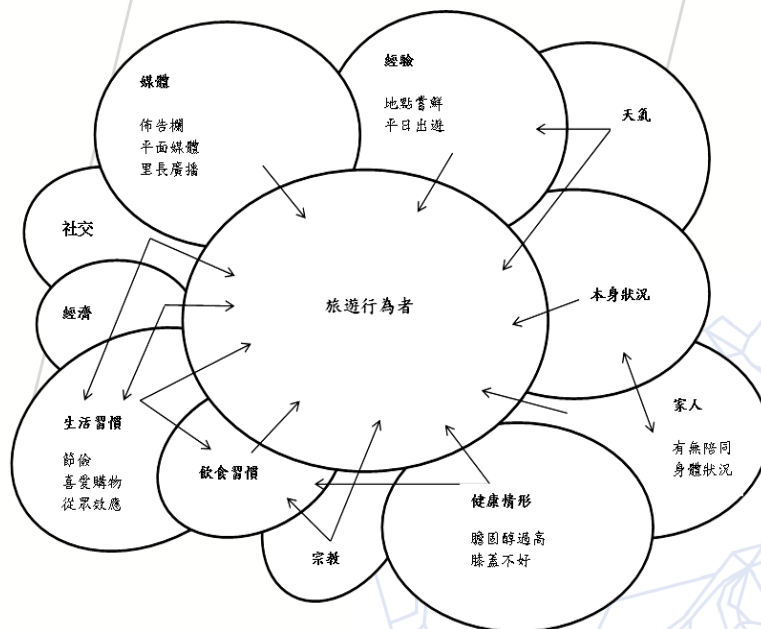


圖 4. 旅遊行為文化模型分析彙整圖

(5) 實體模型

實體模型主要是針對「地點」來進行模型描繪，使用者在進行每一項任務時都會在某一特定的空間裡完成，這個地方整體的佈局與結構、被使用的目的、被使用的方式及使用者的

動線，還有所有物品的擺設位置，都會在實體模型中呈現。實體模型繪製的重點，包括場所、結構、使用方式和活動、軟硬體、溝通路線和其他器物、佈局以及障礙等（王熙哲、林曉琪，2010）。以旅遊行為來看，本研究將使用者進行住宿這個任務時的場所平面圖繪製出來，包含床、洗手間和櫥櫃等，再以線及箭頭表示在進行任務期間會行走的動線及動作，這個路線圖可以很清楚的知道主角跟誰溝通、接觸過什麼工具、做過什麼事。若有阻礙或困難就以閃電符號標示，並以文字附註在旁邊（如圖 5）。

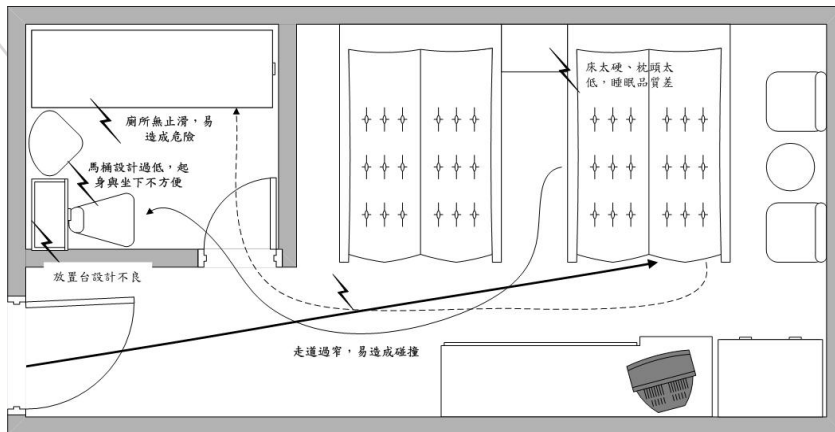


圖 5. 旅遊行為實體模型－房間位置分析彙整圖

經由上述五大行為模型所蒐集而來的資料經過分析彙整後，利用需求收斂法，將過程中所得到的眾多想法進行收斂整合的動作，可以得到不同面向的問題點與需求點。本研究整理出服務體驗需求洞察列表如下（表 6）。

表 6. 旅遊行為需求列表

| 說明                         | 需求點        |
|----------------------------|------------|
| 還沒玩完就被趕著往下個地點              | 行程時間做完善規劃  |
| 不符合原先給的行程，來不及反應            | 提供正確旅遊行程資訊 |
| 床墊太硬枕頭太低因為影響睡眠品質           | 舒適的睡眠環境    |
| 硬把東西推到你懷裡不讓你走，購買則變相成為強迫推銷  | 購物需求的選擇性   |
| 容易產生身體不適或較無聊的狀況            | 行程規劃的豐富性   |
| 報名服務提供者提供的旅遊時間不一定符旅遊行為者的需求 | 旅遊時間的多重選擇  |
| 出去旅遊都會想要品嚐不同的料理或比較有特色的料理   | 提供當地特色料理   |
| 遇上車禍、爆胎或是拋錨的情況會很掃興         | 交通工具的安全性   |
| 治安狀況會影響到旅遊品質及心情            | 旅遊當地的治安狀況  |
| 有的人吃素食、有的人不吃牛肉             | 提供特殊需求的飲食  |
| 休息是為了走更長的路                 | 放鬆抒壓的旅遊型態  |
| 遇上塞車或是人潮擁擠的情況會耽誤遊玩的時間      | 迴避旅遊尖峰時期   |
| 到語言不通的國家真的很麻煩              | 提供翻譯設備或人員  |
| 遇上爆胎或是拋錨的情況會很掃興            | 行車前事先檢查    |
| 有突發狀況要立即隨機應變               | 訓練應變措施     |
| 身體狀況不好                     | 避免過度勞累的行程  |
| 身體突然不舒服無法立即就醫              | 提供隨行醫護人員   |

|  |             |
|--|-------------|
| 護照不見、東西遺失  | 提供保管服務      |
| 不知該如何整理行李，東西忘記帶  | 提供所攜帶物品需知   |
| 最擔心東西被搶或被偷   | 選擇治安良好的國家   |
| 擔心買到黑心商品、過期商品  | 提供信譽良好的商店   |
| 衣物行李不知該如何整理  | 預告當地氣候變化    |
| 自助用餐但後面的人無法公平的拿取食物   | 提供足夠的食物     |
| 爭先恐後，容易推擠造成受傷  | 訂定相關的秩序規範   |
| 每個人的興趣不同   | 提供相關主題行程    |
| 看地圖還是會找不到路   | 清楚的地圖導覽     |
| 起身時易碰撞到頭部較危險，較老舊的遊覽車電視寬大也較低矮，起身時容易碰撞到頭較危險。電視擺放過低易撞到頭，乘客走動時會因走道過窄而受阻礙 | 選擇設計良好的遊覽車  |
| 走道過於窄小不利於行動，易碰撞造成危險  | 房間內環境安全     |
| 使用後地上潮濕會不小心滑倒產生危險，扶手裝設在牆邊，容易造成碰撞                                     | 浴室環境的安全     |
| 走道與座位過窄，身高較高的人腳較不方便於放置   | 舒適的乘車環境     |
| 會因沒聽到廣播而錯失得知資訊的取得，地點位於里長辦公室較少人知道                                     | 報名資訊公開化     |
| 需拿著行李與所購買的東西走至停車場  | 提供承載行李的小型推車 |
| 簽名表上有個人資料容易造成外流問題  | 點名簽到時採資料隱私化 |
| 通往飯店的樓梯過長且旁邊無電梯搭乘  | 飯店無障礙空間設置   |
| 無扶手較不方便於起身與坐下，會避免較髒的廁所與坐式的廁所。休息站廁所多人使用少人打掃容易髒亂，馬桶設計太低不利於行動不便者使用      | 廁所環境的安全     |

#### 4. 結論與建議

銀髮族在旅遊過程中所在意的潛在需求是需要被滿足的，但銀髮族卻受限於外在與內在因素，如生理機能的衰退、遊玩的環境安全性與方便性等，對銀髮族而言都是相當重要的。以下是本研究針對銀髮旅遊服務市場所提出的建議：

- 行前說明：可發放 DM 或提供說明手冊，讓銀髮族在旅遊前對相關資訊更清楚與明瞭。
- 行程安排：建議使用顧客關係管理系統歸類遊客的旅遊偏好與特殊需求等，並提供多種方案，依照客戶喜好設計出專屬銀髮族遊客的旅遊行程。
- 代訂服務：建議與便利商店合作開發旅遊服務代訂軟體，也可與飯店、交通業者合作，針對車內設備、房間設備、浴室及動線規劃做調整，提供安全、乾淨又舒適的環境。
- 交通工具：讓銀髮族詳細瞭解交通工具的相關資訊，如遊覽車的出廠年份、有無定期保養、司機的酒測檢查等，減少銀髮族的乘坐中的不安全感，並提供一車到底服務，可減少銀髮族提重物及搬運行李所造成的不便。
- 資訊提供：可提供線上旅遊服務資訊須知的專欄並定期更新，也可以結合廣告媒體增加曝光度，或與線上旅遊討論區或部落格合作定期推廣旅遊資訊。
- 保險辦理：可設立線上投保專區，使用顧客關係管理系統，減少銀髮族填寫重複性資料，



根據不同的旅遊行程，建立客製化的旅遊投保制度。

- 後製服務：旅遊途中與攝影業者合作在結束後推出客製化旅遊行程相簿、光碟以及旅遊的製作，並在開放網絡上傳、下載分享影片空間以供銀髮族遊客所使用。
- 經驗分享區：設立專屬臉書粉絲網站，可分享旅遊經驗心得，也附有討論區及留言板，能更加貼近的銀髮族遊客的需求。
- 即時客服：設立客服管家做即時回應服務與建立 24 小時客服專線，即時的消除銀髮族遊客的不安全感。

## 參考文獻

1. 工研院，(2007)。台灣戰後嬰兒潮世代之銀髮商機探討。台灣銀髮族休閒運動與健康學術研討會，屏東縣。
2. 王熙哲、林曉琪，(2010)。應用服務體驗工程方法於銀髮族家事服務系統設計。《產業與管理論壇》，12(4)，36-53。
3. 資策會創新應用服務研究所，(2008)。《服務體驗工程方法論》。台北：財團法人資訊工業策進會。
4. 蕭淑玲、黃宣龍、張呈瑋、林義倫、吳明珊、陳以玲，(2009)。《顧客洞察者的田野手冊》。台北：財團法人資訊工業策進會。

## A Study of Discovery the Needs of Travel Service for Senior

K-H-C. Wang, H-L. Xu,

### Abstract

The recently increased standard of living in Taiwan, along with advances in medical care, has gradually increased the longevity of the Taiwanese population. The senior travel market will become an important segment in the future economy. The purpose of this study is to explore the travel service needs of seniors. This study used the service experience engineering (SEE) approach to explore the travel service needs of seniors using contextual inquiry of senior's travel behavior. Fourteen seniors were invited to participate in this research. The result of this study will provide the travel industry with ways to improve travel service in the future.

**Keywords:** contextual inquiry, service experience engineering, travel service, senior