



朝陽科技大學  
休閒事業管理系

碩士論文

台灣家庭外食消費支出影響因素之世代分析

The Cohort Analyses of Food-Away-From-Home  
Expenditure of the Families in Taiwan

指導教授：陳宗玄博士

朱瑞淵博士

研究生：李桂芳

中華民國98年05月22日



朝陽科技大學休閒事業管理系

Department of Leisure Services Management

Chaoyang University of Technology

碩士論文

Thesis for the Degree of Master

台灣家庭外食消費支出影響因素之世代分析

The Cohort Analyses of Food-Away-From-Home Expenditure  
of the Families in Taiwan

指導教授：陳宗玄 博士 (Dr. Tzong-Shyuan Chen)

朱瑞淵 博士 (Dr. Jui-Yuan Chu)

研究生：李桂芳 (kuei-Fang Lee)

中華民國 98 年 05 月 22 日

May 22, 2009



台灣社會經濟結構改變，外出謀生與婦女就業人口增加、國民所得及外食人口增加的趨勢使然，直接帶動了餐飲業的發展，近年來餐飲業的家數與銷售額皆維持著逐年穩定成長的態勢，台灣每年的外食市場規模，觀看歷年來餐飲業營業額變化，顯見餐飲業的市場規模不容小覷。本研究以不同世代來探討台灣家庭外食消費支出，然而結果發現不同世代中，其人類會因為成長背景與生活經驗的差異及個人特色在不同年齡層的族群間彼此有著不同對影響家庭外食消費支出會有不同價值觀與行為模式。本文以民國 80-95 年間每家庭收支調查的資料，分析不同世代台灣家庭外食消費支出影響因素之差異性。

發現不同世代家庭在外食消費支出金額呈顯著相關，因家庭生長環境關係影響，家庭可支配所得隨著年齡增長而增加，其年輕世代家庭其外食消費支出較年老世代支出金額為高。

本研究經由迴歸分析發現，各世代其經濟變數（家庭可支配所得、家庭主婦時間成本與家庭租賃）、社會階層（經濟戶長教育程度與職業）、地理位置（不同居住地區）、家庭生命週期（經濟戶長年齡、經濟戶長性別、婚姻狀況、家庭規模、家中六歲以下小孩、家中七歲至十二歲小孩）等變項與家庭外食消費支出具顯著相關，均為影響家庭外食消費支出的重要因素。

關鍵字:外食、消費支出、世代分析



As the structure of social economy changed in Taiwan, the increase of the people out to make a living, woman employ population, national income and food-away-from-home population has driven the development of the food and beverage industry directly. The numbers and sales volume of the food and beverage industry keep growing up steadily every year. The market scale of the food and beverage industry in Taiwan should not be underestimated obviously by observing the change of business volume over the years. In this research, we study the food-away-from-home expenditure of the families among different generations in Taiwan. However, we find the result of research that people growing up with different background, different life experience and personal characteristic among different age levels has different values and patterns of behavior about food-away-from-home expenditure. According to data of balance of payments in each family between years 1991-2006, in the research we analyze the difference of the influence factors of food-away-from-home expenditure among different family generations in Taiwan.

In the research, we find the significant correlation between the different generation family and food-away-from-home expenditure. Because of influence of family environment on growth and disposable income increasing while age increasing, the food-away-from-home expenditure of the young generation family is higher than mature age generation.

By regression analysis, we find there are several factors which have the significant correlation with family food-away-from-home expenditure and influence it as well. These factors are each generation's economical variable, social stratum meaning the household head education degree and career, geography location meaning different living area and family life period. The economical variables mentioned above include disposable income, housewife time cost and family lease. The family life period mentioned above means the children less than 6 years old, the 7 to 12 years old child, sex and age of the household head, marital status and family size.

Key word: food-away-from-home, expenditure, generation analysis



朝陽的兩年碩士在職專班生涯，此時已屆臨感恩時刻，走過七百多個艱難苦煉的日子，從堅定目標出發，歷經努力到完成，這是畢生難忘且寶貴的體驗。

兩年的課程訓練與學習意義非凡，由衷感謝指導教授陳博士宗玄及朱博士瑞淵耐心包容與細心指導，讓學習過程帶有幽默灰諧的樂趣，又可習得正確的學理與知識，終使論文得以順利完成，在此，致上最誠摯的謝意。其次，感謝口試委員朱博士瑞淵、黃博士志成，不吝指正並給予寶貴的意見。感謝系上顏主任建賢、何昶鴛老師、鄭政宗老師、張君如老師、曾宇良老師及班導李素箱老師，在生活經驗、課程訓練及論文寫作的啟發與技巧的傾囊相授，讓學生撰寫論文時，得以臻備完善。

求學過程中，一起經歷無數的淚水、歡笑的好友：潘姐、嘉賢、碧珠、若怡、育潤、孟德、瓊媚、俊仁、如容、耀男、志宏、璇真學姐，真心感謝您們，因為有您持續不斷的鼓勵，讓我順利走過無數次的挫折與困難，也因有您相伴的學習生涯，讓苦澀的生活增添幾分色彩，充滿無限美好的回憶。最後，感恩我的家人，尤其是大姐、大姐夫，謝謝您們的付出與精神支持。

謹此論文，獻給我最親愛的家人與關心我的師長、朋友，感恩有你們的包容、愛護與照顧，願與你們一同分享這份榮耀。

李桂芳 謹誌 2009年05月22日

朝陽科技大學休閒事業管理研究所



摘要 .....	I
Abstract .....	II
謝誌 .....	III
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的 .....	4
第二章 文獻探討 .....	6
第一節 餐飲產業的情況 .....	6
第二節 國內外家庭外食相關研究 .....	19
第三節 世代相關研究 .....	25
第三章 研究方法 .....	33
第一節 資料來源與說明 .....	33
第二節 世代分組分析方法 .....	36
第三節 統計方法 .....	39
第四章 實證結果與分析 .....	41
第一節 家庭外食消費概況 .....	41
第二節 模型設定 .....	45
第三節 結果分析 .....	48
第五章 結論與建議 .....	55
參考文獻.....	58
一、中文文獻.....	58
二、英文文獻.....	64



表目錄 .....VI

圖目錄 .....VIII



表2-1-1 餐飲業分類名稱、定義及主要經濟活動表.....	7
表 2-1-2 2007 年批發、零售及餐飲業營業額變動.....	8
表2-1-3 餐飲業歷年每月營業額變化.....	10
表2-1-4 餐飲業歷年營業額變化.....	11
表2-1-5 餐飲業場所單位數—按縣市別 .....	13
表2-1-6 餐飲服務連鎖店家統計表.....	15
表2-1-7 餐飲業分類.....	17
表2-2-1 外食相關文獻彙整.....	23
表2-2-1 外食相關文獻彙整（續完） .....	24
表2-3-1 世代的意義 .....	26
表2-3-1 世代的意義（續） .....	27
表2-3-2 不同世代消費者心理趨勢特質 .....	28
表2-3-3 各世代名稱及出生年齡界定 .....	30
表2-3-3 各世代名稱及出生年齡界定（續完） .....	31
表3-1-1 次級資料之名詞解釋 .....	34
表3-1-1 次級資料之名詞解釋（續完） .....	35
表3-2-1 世代分組資料 .....	37
表4-1-1 不同世代之戶長年齡與平均外食消費支出 .....	42





表 4-1-2	不同年度之戶長年齡與家庭外食消費支出	.....44
表 4-2-1	變數說明	.....45
表 4-2-2	家庭外食消費支出模型解釋變數名稱、衡量方法與統計值	...47
表 4-3-1	不同世代家庭外食消費支出模型參數推估結果彙整	.....49



圖2-2-1 餐飲業88-98年營業額的變化.....	12
圖4-1-1 不同世代之戶長年齡與家庭外食消費支出 .....	41
圖4-1-2 不同年度之戶長年齡與家庭外食消費支出 .....	43



# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

民國60、70 年代之際，台灣社會進入富裕、工商業發達的階段，國民消費型態逐漸轉型，其消費支出的消長使驗證了面的變化，即說明國民消費型態已從基本維生消費的飲食費，轉移到育樂、文教、運輸等方面支出。並開啟台灣在富裕社會消費型態的明顯變化。進入80年代後，國人之消費重心也更由食衣之溫飽，轉為兼顧各種教育及育樂活動為主，顯示對於追求生活品質要求已提升。其中飲食習慣、型態也同時在改變。以家庭結構而言，家庭由大家庭或是三代同堂的折衷家庭（又稱主幹家庭）變化成為小家庭為主，反應社會變遷對家庭結構的影響，也直接影響家庭消費支出。其中飲食文化、習慣及型態的改變是最明顯之處。本研究主要是以台灣家庭人口數替代家庭結構，分析是否影響家庭消費支出，藉由影響因子之探討，以瞭解家庭規模與消費支出之關係。

台灣於民國 60 年代，經濟發展繁榮，國民所得亦隨之提升，餐飲業因而有長足的進展。其中，餐飲型態不斷更新，如麥當勞、肯德基等速食連鎖業出現，同時也提供消費者多元的選擇。目前，是台灣餐飲業的黃金時代，由於社會經濟繁榮、經濟活動國際化、休閒場所增加等因素供需相長，餐飲業已由單純的供食場所，進步到具備多元休閒功能的餐飲服務業。餐飲業性質屬於內需型產業，其景氣好壞與國內經濟變化息息相關。但是，受到國內經濟結構改變，外出謀生與婦女就業人口增加、國民所得及外食人口增加的趨勢使然，直接帶動餐飲業的發展。近年來，餐飲業的家數與銷售額，皆維持著逐年穩定成長的態勢。



根據我國行政院主計處統計，民國 93 年餐飲業比 92 年同期成長 7.2%，國內外食人口數高達 2 千 300 萬人，80%的民眾中午幾乎都是外食，晚餐外食比例也達到 60%，飲食開銷佔可支配所得比例達 20.85%。其中，外食費又佔飲食費的 29.3%，若以這樣的比例乘上年國民平均所得約 40 萬元，則每年的外食市場規模約有 5 千 500 億元新台幣，顯見餐飲業的市場規模不容小覷。根據中華民國連鎖店協會(1998)統計得知，隨著我國每年外食金額以 2.5%成長率穩定增加，在各類餐飲業中，以速食產業屬單店營業額及營業額成長速度是最快的。雖然，店數僅佔 4%左右，其營業額卻達 12%左右(劉慧明，1997)。蕭玉倩(1999)指出，由於近年來經濟繁榮、國民所得提高、人們生活型態改變及職業婦女與單身人口的增加，使得外食人口增多，而餐飲業在台灣的發展空間也因此提升，再加上政府實施週休二日政策，使得業者對市場前景看好，陸續投入這塊前景看好的餐飲市場。然而，在競爭日趨激烈的市場中，業者除了應該隨時注意消費者的需求變化外，更應該對未來潮流的發展趨勢有所了解。同時，因應時代的改變，社會大眾對餐飲業的轉型，也具有相當程度的期待。這是因為國民所得提高，生活型態不斷改變，追求生活品質的慾望有增無減，加上政府大力推廣兩岸經貿以及提供多項有利觀光事業的措施等因素，均為餐飲業帶來不少的商機與無窮的發展空間。

此外，環境變遷下的不同世代對於價值的判斷，亦有所不同。然而，造成原因可能是因不同世代的生長背景時代之差異性，而有不同的生活經驗，加上不同世代教育程度與社會結構的差異，所形成的知識差距，均直接影響不同世代教育程度對外食消費的認知程度，進而導致對外食消費意識產生差異的價值觀。

對國內餐飲業者而言，應深入了解家庭式外食消費行為，如何讓新世



代引領帶動消費市場，或許可以從新世代的個人特質與需求著手，找出各世代分群的實質需求和消費趨勢，才能掌握市場先機，訂定正確策略方向，開發目標商品，方能鎖定目標對象。

因此，本研究擬探討國內家庭結構及不同世代對社會價值之判斷等是否影響家庭消費支出，藉由影響因素之分析，以釐清影響因子對國內飲食文化型態變化之關係。



## 第二節 研究目的

國學大師林語堂說：「人世間如有一件事情值得我們慎重其事的，不是宗教，不是文學，那就是吃，道盡凡人皆好吃的德性，沒有一件事比吃更重要的。漢書·酈食其傳出處《漢書·酈食其傳》：「王者以民為天，而民以食為天。」是比喻賴以生存的最重要的東西。在幾千年的歷史君主主流中，都是以民為天，以民為主的，人民以糧食為自己生活所系。幾千年來，飲食型態的多元化，對人類消費習慣影響甚遠。目前，台灣外食人口的成長趨勢驚人，大體而言，家庭至今仍然是主要的消費單位，個人生活的滿足至今，仍是藉由家庭消費而實現，因此，對於家庭消費型態動機的研究，即具有舉足輕重的影響性。

根據我國行政院主計處 1998 年「社會發展趨勢調查報告」中指出，國內家庭經濟消費趨勢，台灣地區的家庭類型主要為核心家庭，平均每戶家庭人口數為 3.91 人，主要以一對夫婦和未婚子女所組成之家庭為主，以家庭規模而言，四人家庭最多。然而，家庭消費支出總額發現，平均每戶消費支出 71.3 萬元，增加 1.7%。其中，食品費用占 23.5%，隨消費習慣及生活方式的改變，在外伙食比率逐年提高，2006 年已達 7.1%，較 10 年前提高 1.1 個百分點（行政院主計處，2006）。

根據李皇照（1998）指出，雖然食品消費支出金額因為所得增加而逐年提升，但是成長幅度小於國民所得總消費支出金額的成長速度，且差距有逐漸擴大的趨勢。由此可見，因應經濟、人口和社會文化的變遷，食品消費支出也有重大的改變，因為飲食消費所得彈性小，所得越增加，在食、住的消費就會越減少，而運用於教育娛樂方面的消費則有增加的趨勢。儘管家庭中之飲食消費比率降低，但相較於其他的家庭開支，仍佔有相當大



的比例。此外，必須注意到家庭消費的內容改變，如外食機率增加，這對家庭功能維繫和家人健康有一定程度影響。

所謂「外食」，是指所有家庭在外飲食與非自行烹調的消費型態。隨著經濟發展、社會結構的改變與生活型態的變遷，外食消費支出已逐年增加，而探討影響家庭外食消費支出之因素，亦可提供給與餐飲業者有關市場需求之訊息，進而帶動餐飲市場的蓬勃發展。因此，綜合上述之研究動機，本研究是運用行政院主計處進行的台灣地區家庭收支調查資料庫，以民國80-95年間每隔五年一次的家庭收支調查的資料，依據年齡分層，縱斷面的時間歷程，以世代為主要研究對象基礎，依據其特性，藉由統計分析，探討台灣家庭各世代外食消費支出結構和型態的變化及差異性；採用「世代分析」的方法，分析比較不同世代在外食消費支出時間趨勢上的變化，以了解國人外食支出消費趨勢的世代效應，並預測國人未來的外食消費趨勢及未來可能的消費支出情況。冀望本研究結果能提供餐飲業者，針對各世代消費群更有效行銷策略之調整。

基於上述研究背景與動機，本研究欲探討之目的如下：

- 一、瞭解不同世代家庭外食消費支出情形。
- 二、分析不同世代家庭外食消費支出的外食因素之差異。
- 三、根據實證結果，提出建議以供餐飲業者訂定行銷策略之參考。



## 第二章 文獻探討

本章主要說明各世代家庭外食消費行為。第一節 介紹餐飲產業的現況。第二節 國內外家庭外食相關研究，了解影響家庭外食消費支出的主要因素。第三節 世代研究，說明世代的定義，並說明世代相關研究與本研究世代之應用的定義。

### 第一節 餐飲產業的現況

#### (一) 餐飲業的定義

餐飲服務業簡稱為餐飲業，係指供應餐食或飲料者，從攤販到領有公司執照皆屬之(黃淑麗，2000)。而餐飲服務業的定義可分為廣義及狹義二種，廣義的餐飲服務業又稱為外食產業 (food service industry)，其定義為「在家庭以外，提供膳食及外帶服務的專門機構」。而狹義餐飲業定義則為「以營利為目的，而提供餐飲服務的機構」(林振順，1990)。依據經濟部商業司「公司行業營業項目」分類(96年1月公告版)餐飲業分類名稱、定義及主要經濟活動分列如下(表2-1-1)。飲食不僅代表著社會的文化，更是當地最珍貴的天然文化資產(Corigliano & Baggio,2002)。中國有句俗諺說「民以食為天」，「食」是人類求生存的重要環節，也是最穩定的消費。「食」的開始於「家庭的內食」，慢慢的發展到在外用餐，即所謂的外食，外食的演變乃是由於社會的變遷、經濟的快速發展、以及婦女就業人口之增加，工作的繁忙使得外食的需求增加；傳統花費時間準備食物，張羅餐盤的生活逐漸由外食所取代 (Lin, Elizabeth & Joanne, 1999)。尤其工作在大城市中的美國人，外食成為生活中不可或缺的一部分，也漸漸造成餐飲市場之蓬勃發展。





表2-1-1 餐飲業分類名稱、定義及主要經濟活動表

分類	定義	舉例
飲料店業	從事非酒精飲料服務之行業，如茶、咖啡、冷飲、水果等點叫後供應顧客飲用之行業。	茶藝館、咖啡店、冰果店、冷飲店。
飲酒店業	從事酒精飲料之餐飲服務，但無提供陪酒員之行業。	啤酒屋、飲酒店、居酒屋、PUB、酒莊。
飲酒店業	從事酒精飲料之餐飲服務，但無提供陪酒員之行業。	啤酒屋、飲酒店、居酒屋、PUB、酒莊。
餐館業	從事中西各式餐食供應點叫後立即在現場食用之行業。	中西式餐館、日式餐館、泰國餐廳、越南餐廳、印度餐廳、鐵板燒店、韓國烤肉店、飯館、食堂、小吃店、快炒店。
其他餐飲業	從事以上三細類外之其他餐飲供應之行業。	學校餐廳、伙食包坐、辦桌。

資料來源：經濟部商業司「公司行業營業項目」分類（96年1月公告版）

早期外食人口並未普及，外食機會普遍集中於特定場合之「婚宴喜慶」為主。隨著工商業的發達，所得的增加，外食漸漸成為商業社交場合以「交際宴客」為主。後來，由於職業婦女工作忙碌，沒有多餘的時間在家製作飯菜佳餚，家庭外食的比率也因此增加。外食產業在60年代開始萌芽，到了70、80年代發展達到高峰，現在已進入了成熟與飽和階段。外食的種類可分為幾大類，如：台菜、閩菜、川菜、福建菜、客家菜、日本料理、西餐牛排…等，慢慢的進入了專業化、精緻化與細分化的階段。以西餐為例，就細分法式料理、義式料理、泰式料理、美式料理…甚至在各國風味料理之後又更加細分，如日本料理又分為專門壽司、本膳料理、會席料理、精進料理、懷石料理、日式拉麵…等。專業的細分市場區隔，成為成熟外食產業的發展必然趨勢。



在家庭外食頻率高的情況下，家庭主婦的功能喪失，而家庭和樂相聚的氣氛，遂成忙碌工作與物質追求者所嚮往精神上的滿足為最重要的一點。因此，將家庭外的美食帶回家和家人一同享用，「外食」衍然成為近代食事中的主流。由內食、外食這二種階段的演變，代表傳統社會進入工業社會與新 e 時代的人類生活型態和需求的變化。食市場由內食到外食，其規模從近年來出現極端之變化，如：大型連鎖店的出現(理得商機智庫，2007)，未來食品連鎖店將占有相當比重之外食市場，在美國前 25 家的連鎖店就有 24% 的市場占有率，推估未來將會壟斷整個外食市場。另外，因市場分化的結果，具風味的、個性化的、獨特性的餐飲，將成為另一個發展方向；小型個性化的餐廳，店面雖小，卻提供消費者溫馨、親切的服務，特別是對於現代忙碌的上班族群，一天工作後，下班和家人或朋友享用餐點，更可彌平上班族內心層面的勞累。

根據台灣連鎖暨加盟協會(2008)得知，累計 2007 年 1 月 12 月批發、零售及餐飲業營業額為 10 兆 8,491 億元，較上年同期增加 6.46 %。批發營業額為 7 兆 5,795 億元，較上年同期增加 7.85%，零售業營業額為 2 兆 9,781 億元，較上年同期增加 3.27%；餐飲業營業額為 2,916 億元，較上年同期增加 4.35% (如表 2-1-2)，由此可知，餐飲業營業額增加其外食人口數的成長為最重要因素。

表 2-1-2 2007 年批發、零售及餐飲業營業額變動

行業別	累計一至十二月營業額 (億元)	較去年同期增減 (%)
批發業	75,795	7.85
零售業	29,781	3.27
餐飲業	2,916	4.35
批發業、零售業、餐飲業	108,491	6.46

資料來源:經濟部 2007 年統計「批發業、零售業、餐飲業動態」(台灣連鎖暨加盟協會，2008)



依據經濟部統計處（2009）發佈的數據，參下表 2-1-3 是餐飲業歷年來營業額變化情形，從民國 88 年至民國 98 年彙編每個月的餐飲業金額。其中，因缺民國 87 年的資料，所以，無年增率資料。根據資料中顯示，以十年來的統計數據看來，民間消費能力可反應在外食消費支出上，每年每月餐飲業的營業額雖有正轉負、負轉正的年增率變化，但大都還是呈正成長。



表 2-1-3 餐飲業歷年每月營業額變化 單位：營業額(百萬元)；年增率(%)

	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
88年	21,033	21,280	21,747	22,181	23,040	23,082	23,597	23,366	22,351	22,152	22,464	23,389
年增率	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
89年	23,440	23,102	23,316	22,775	24,676	24,902	26,615	26,618	25,621	25,757	24,941	25,702
年增率	11.44	8.56	7.22	2.68	7.10	7.89	12.79	13.92	14.63	16.28	11.03	9.89
90年	22,368	21,321	20,313	19,896	21,381	22,120	23,062	23,366	21,232	20,681	22,079	23,558
年增率	-4.58	-7.71	-12.88	-12.64	-13.35	-11.17	-13.35	-12.22	-17.13	-19.71	-11.47	-8.34
91年	22,261	23,024	21,984	20,756	21,728	22,565	22,497	22,314	20,891	20,900	20,963	21,625
年增率	-0.48	7.99	8.23	4.32	1.62	2.01	-2.45	-4.50	-1.60	1.06	-5.06	-8.21
92年	22,817	21,201	20,923	18,986	17,923	21,156	23,583	24,682	22,262	22,418	22,646	24,838
年增率	2.50	-7.92	-4.82	-8.53	-17.51	-6.24	4.83	10.61	6.56	7.26	8.03	14.86
93年	27,183	22,953	21,729	21,009	22,483	21,967	24,023	23,143	20,823	21,858	21,317	22,777
年增率	19.13	8.27	3.85	10.65	25.44	3.83	1.86	-6.24	-6.46	-2.50	-5.87	-8.30
94年	25,886	25,212	22,365	22,423	24,315	24,410	25,695	25,336	22,739	23,728	22,807	24,493
年增率	-4.77	9.84	2.93	6.73	8.15	11.12	6.96	9.48	9.20	8.55	6.99	7.53
95年	27,365	24,557	23,565	23,907	24,672	25,223	26,918	25,856	24,315	25,603	23,948	26,736
年增率	5.71	-2.60	5.37	6.62	1.47	3.33	4.76	2.05	6.93	7.90	5.00	9.16
96年	27,350	28,113	25,353	24,411	25,124	26,679	27,793	26,784	25,177	26,142	24,842	28,135
年增率	-0.06	14.48	7.59	2.11	1.83	5.77	3.25	3.59	3.54	2.10	3.73	5.23
97年	29,125	30,076	27,345	25,763	27,224	27,165	27,285	27,867	24,075	25,063	24,601	26,068
年增率	6.49	6.98	7.86	5.54	8.36	1.82	-1.83	4.04	-4.38	-4.13	-0.97	-7.35
98年	30,379	27,178	27,004	26,099	28,492	26,908	--	--	--	--	--	--
年增率	4.31	-9.64	-1.25	1.31	4.66	-0.95	--	--	--	--	--	--

資料來源：資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業調查統計」

註：-- 表無資料



從 91 年~94 年期間，整體社會經濟面臨 SARS 風暴、各種飲食黑心產品的社會新聞、失業潮、禽流感爆發，加上國際原油價格波動帶動國內原物料成本上揚，社會對現行政經局勢不樂觀，94 年底開始的卡債問題...等，民眾在收入趕不及物價波動的前提下，明顯的反應在消費行為與趨勢上；我們發現值得繼續觀察與討論的現象。依據經濟部統計處「批發、零售及餐飲業調查統計」，由參考表 2-1-4、圖 2-2-1 可知，台灣地區餐飲業營業額從 91 年至 94 年仍呈增加趨勢。台灣區餐飲市場年總產值每年達 2 千多億台幣，91 年起至 94 年底止，年增率呈現 92 年增加 0.74%、93 年增加 2.97%、94 年因景況好轉，較 93 年大幅增長 6.69%，而 94 年相對於 91 年的成績，也增加 6.64%。觀察資料可知，社經政局議題的不穩定，對餐飲業種的穩定成長影響似乎不明顯，而民眾在忙碌生活壓力下，態度尋求休閒與放鬆的心態越來越明顯，在不花費大筆開銷的前提下，就近選擇允許自我滿足的商品，服務成為創造餐飲業穩定成長的主因，加上近年來媒體在精緻餐飲節目的密集製作等宣傳及廣告，對民眾的外食消費費用支出有正成長之趨勢。

表 2-1-4 餐飲業歷年營業額變化

單位：營業額(百萬元)；年增率(%)

年份	餐飲業營業額(百萬元)	年增率(%)
88 年	269,682	--
89 年	297,465	10.30
90 年	261,377	12.13
91 年	261,510	0.05
92 年	263,435	0.74
93 年	271,266	2.97
94 年	289,410	6.69
95 年	302,666	4.58
96 年	315,903	4.37
97 年	321,656	1.82

資料來源：資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業調查 <http://2k3dmz2.moea.gov.tw/gnweb/>

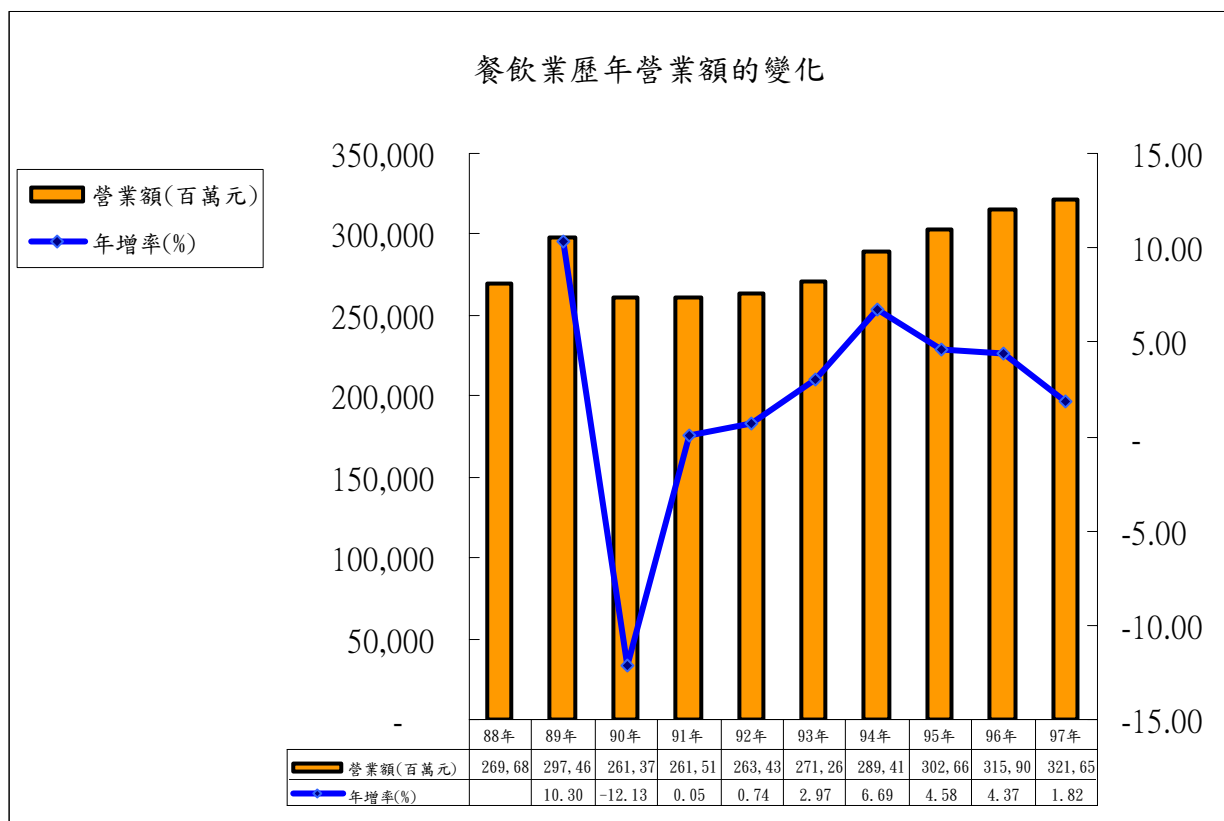


圖 2-2-1 餐飲業 88~98 年營業額的變化



根據 2005 年工商及服務業普查總報告書得知台灣地區餐飲業家數，如表 2-1-3，以台北市家數最多、次之為高雄市台北縣，嘉義縣家數最少。

表 2-1-5 餐飲業場所單位數—按縣市別 單位：家

項目別	餐飲業	餐館業	茶館及飲料店業	其他餐飲業
台北縣	4,670	7,426	1,028	82
宜蘭縣	1,244	1,550~	182	15
桃園縣	3,767	5,183	717	123
新竹縣	1,309	1,501	197	39
苗栗縣	1,568	1,555	212	29
台中縣	2,640	4,057	846	120
彰化縣	2,335	2,969	522	37
南投縣	1,049	1,525	236	29
雲林縣	1,576	1,477	305	30
嘉義縣	801	1,239	230	33
台南縣	2,195	2,720	611	65
高雄縣	2,352	3,611	786	73
屏東縣	2,630	2,804	608	72
台東縣	962	1,018	132	20
花蓮縣	1,486	1,396	212	36
澎湖縣	390	282	83	9
基隆市	1,468	1,483	222	8
新竹市	1,267	1,656	309	38
台中市	3,278	4,764	1,087	50
嘉義市	1,450	1,505	353	26
台南市	3,669	3,802	1,285	39
台北市	10,754	11,212	1,898	59
高雄市	5,624	6,485	1,774	65
總計	58,484	71,220	13,835	1,097

資料來源：工商及服務業普查查詢系統資料(2005)



隨著消費者對生活品質要求的日益提升，其外食消費意識亦逐漸抬頭，對於消費標的之選擇，產生多元的主張意識，於是，個人及家庭需求的消費市場逐漸受到重視。其中，針對個別差異及需求的餐飲業受到消費者的認同尤其顯著。例如：講求健康養生的素食、輕食、生機飲食或是訴諸文化性主題，包括異國文化，如泰式、俄式、義式或美式、地方特色街等，對消費者具強烈的吸引力。然而，長久以來，我國製造業一向為經濟發展的主要動力，隨著因知識經濟發展而面臨全球化競爭，國際分工愈趨專業，台灣產業結構亦隨之改變，服務業已成為未來國家重要的發展方向之一。在經營型態方面，連鎖加盟經營將是服務業的主流，並且在國民經濟活動中扮演重要的角色。依據台灣連鎖暨加盟協會(2008)，經濟部批發、零售及餐飲業動態調資料顯示，台灣 2007 年零售及總營業額約 3 兆 5739 億元，推估連鎖加盟產業約 1 兆 6500 億元，約佔零售及餐飲業總產值的 46.16%，顯示在外食產業中，連鎖加盟體系已成為現在的發展趨勢。參考表 2-1-4，餐飲服務連鎖店家統計，可知連鎖加盟店類型分類及分布的店家數，其中以早餐專賣店的店家數最高；次之為西式速食店；中式速食店也達 2,236 家，這已顯示外食市場經營形態的發展，需視消費形態需求而有所不同。





表 2-1-6 餐飲服務連鎖店家統計表

項目別	類別	店家數 (單位：家)
西式速食店	直營店	1,049
	加盟店	3,776
日韓速食店	直營店	372
	加盟店	103
中式速食店	直營店	616
	加盟店	1,620
早餐專賣店	直營店	633
	加盟店	9,632
咖餐啡簡店	直營店	530
	加盟店	984
西式餐廳	直營店	121
	加盟店	65
日韓餐廳	直營店	258
	加盟店	70
東南亞餐廳	直營店	142
	加盟店	195
中式餐廳	直營店	219
	加盟店	251
牛排館	直營店	102
	加盟店	199
火鍋店	直營店	158
	加盟店	681
茶餐廳	直營店	162
	加盟店	452
冰品乳品	直營店	46
	加盟店	448
休閒飲料	直營店	205
	加盟店	1,891
總計		24,980

資料來源：台灣連鎖暨加盟協會(2008)



Jack 認為餐飲是提供餐飲服務的行業(陳俐穎等人，2001)。英國統計局依據 SIC(Standard Industrial Classification)分類，參見表 2-1-5，將餐飲業分為商業性餐飲與非商業性餐飲。然而，商業性餐飲可分為特定市場餐飲業和一般市場餐飲業，其服務對象為是指具特定身份的消費者及對象為一般顧客、無特定身份的消費者(蘇芳基，2004)。非商業型餐飲，係指附屬在某一特定單位的餐飲，其營業目的具有福利或慈善的意義，其主要資金通常來自於贊助、捐款、政府或機關的預算。基本上，非利益餐飲業因地點之不同可分為:(1)機關團體膳食，包括學校、軍隊、監獄、醫院或慈善等機構。(2)工廠及公司所設的員工伙食。這類餐廳供應大量的特定顧客及其特別需求，必須經常使用不同的菜單，服務意義大於營利目標，通常又稱團體膳食(蘇芳基，2004)。



表 2-1-7 餐飲業分類

餐廳性質分類	類別	分類	細分
商業性餐廳 (以營利為目的)	運輸業餐飲	空中廚房	
		郵輪	
	餐廳	酒吧	
		速簡餐廳	速簡餐廳
			外賣餐飲
		俱樂部	
		旅館附設餐廳	各式餐廳
			客房餐飲
		一般餐廳	美食餐廳
			家庭餐廳
	特色餐廳 (特別餐館)		
	員工餐廳	工廠員工餐廳	
		公司員工餐廳	
非商業性餐廳 (不以營利為目的)	機關團體餐廳	學校	
		醫院	
		軍隊	
		監獄	
		慈善機構	

資料來源：英國統計局依據 SIC 分類(蘇芳基，2004)

台灣的餐飲業市場型態，其外食型態大致可分為下列幾種型態：

### 1. 餐廳

#### (1) 中式餐廳

國內的中式餐廳可分為台菜、粵菜、湘菜、川菜、江浙菜、北平菜等六大菜系。此類餐廳多供食客聚餐或宴客，價格依餐廳等級不同而區隔，消費者以中老年客層佔多數(理得商機智庫，2007)。

#### (2) 西式餐廳



分為美式、法式、義大利、墨西哥、西班牙餐廳等屬西式餐廳。此類餐廳的顧客多屬中產階級以上，或對西餐接受程度較高的上班族(理得商機智庫，2007)。

### (3)異國風味餐

如越南菜、印度菜、日本料理、韓國火鍋烤肉、蒙古烤肉及最近興起的新疆燒烤等，中等價位與特殊風味為國人所接受。

## 2.速食業

### (1)中式速食

中式速食為國人自資開發的炸雞、漢堡(米漢堡)、中式點心。客層主要為在學學生及上班族。

### (2)西式速食

西式速食為美、日、法等國的漢堡、炸雞、比薩等。客層分布為在學學生及上班族。

## 3.團膳、外膳業

### (1)特殊團體

各機關團體、學校之供膳餐廳、住院病人食用之治療餐等。

### (2)辦桌業

是台灣傳統的飲食行業，普遍流行於城鄉大街小巷，因應民間婚喪喜慶、拜宴客的廣大需求。

## 4.小吃業

小吃業的繁榮，可稱為台灣飲食文化的特色。價格低廉、口味多樣化，由路邊攤、夜市、百貨公司美食街的發展，可看出台灣小吃的魅力，平均每人每餐消費約為100元左右(理得商機智庫，2007)。

## 5.自助餐



傳統的中式自助餐供應午餐、晚餐，個人消費價格多在 100 元以內。大型餐廳供應的高級歐式自助餐buffet，價位約在800元以內(理得商機智庫，2007)。

## 第二節 國內外家庭外食相關研究

由於社會型態的改變，國內經濟快速成長、工商業發達、教育普及，使得職業婦女日漸增多，因此，家庭主婦花費在廚房的時間相對減少，外食人口大幅增加，養成一些飲食上的不良習慣，如不吃早餐、不回家吃飯等。雙薪家庭與子女的相處時間變少，外食的頻率增加(陳怡臻，2008)。然而，消費者在追求方便的飲食外，購買現成食品回家用餐的比率，也有大幅成長的趨勢，即「外食」機會的提升。家庭，乃是社會組成基本單位，家庭對消費於社會經濟成長具有高度影響力。美國人外食的習慣從家庭結構改變開始，從雙薪家庭的數量增加，致使母親在工作之虞，往往沒有時間準備三餐；另一方面，忙碌的生活型態和工作壓力，也使得上班族用外食的方式解決三餐(陳怡臻 2008)。

何忠昇(1993)提出，從外食需求的消費者環境條件來看外食的發展，有三大形成條件：一、就業場所與住所遠隔：鄉村勞力至都市就業，都市中心地價昂貴，一般住宅由市中心遷往郊外發展，上班中午休息時間極短，大部分人不可能回家吃午餐，就近解決，省事省時。二、外食相對便宜：近 20 年來隨著經濟發展造成社會及家庭結構轉變，家庭制度由傳統的三代大家庭漸漸變為以核心形式及夫婦形式為主的家庭類型。小家庭化結果，如果自己開伙，菜、米、油、瓦斯、時間、人工成本算起來不見得比外食來的划算。畢竟，餐館老闆可以有效吸收增加中的食物及燃料成本，使其



菜單價格維持低廉。三、女性投入就業職場：截至 2005 年為止，投入職場的婦女比例已經達到 48.12%。這是由於教育水準的提高與女性職場工作保障的改善之下，使女性逐漸取代男性成為職場中的主要工作主力。由此趨勢看來，會影響到家庭主婦的可支配時間愈來愈少，做家事的時間相對減少，製備餐食的時間因此受到影響。Ortiz, MacDonald & Ackerman 指出婦女的職業狀態，例如全職工作（full-time employed）、兼職工作（part-time employed）或失業（unemployed）是會顯著影響是否選擇外食的重要因素之一(顏廷諭等人，2009)。

行政院主計處 1995 年的統計顯示，國內存在著大量早、午餐外食的人口，而晚餐則多傾向為與家人一起進食，約佔九成以上，其中自行開伙烹煮食物的家庭為 85.66%，買便當或現成食品回家用餐者為 5.51%，其餘為在外用餐，有 8.74%。通常外食的頻率與所居住地點的都市化程度、本身的教育、工作職位呈正相關。這可能與工作性質有關，花費在家中的時間減少，則無法回家或者自行烹煮食物，故外食的比率偏高。相對而言，在外用餐頻率降低，會隨著年紀增長呈現正相關，這與待在家中的時間長短有相關性，老人或者退休者待在家中的時間較長，所以在家裡進食的頻率較高。通常在週末假日外食比率最高，這會因為假日家人一同出去遊玩有關，故外食的比率增加。李皇照（1998）研究指出，在家食品消費支出所佔總消費支出的比率逐年降低，而外食消費支出所佔比率卻有逐年提升的趨勢，表示外食消費是未來每人食品消費支出的重要項目。

學者陳建國（1992）在臺中市西式消費速食動機的研究中指出，女性的消費頻率高於男性，教育程度以大專居多，職業是學生為主，年齡多為 20 至 29 歲之間，居住地以臺中市中區為主，婚姻狀態以單身為主。Yen 指出妻子的職業狀態、家戶大小及組成、家庭生命週期、及家戶收入是會影



響外食食物的消費支出(顏廷諭等人, 2009)。然而, 林素娟(1993)在家計單位環境變項顯示, 戶長及配偶年齡、戶長教育年數、都市化程度、居住地區及家庭規模會影響家計單位的外食消費支出。李皇照、林素娟(1997)指出, 家計單位食品消費支出、時間機會成本、家戶年齡、家中人口組成結構、不同家庭類型消費支出行為等變數, 對家庭外食消費支出具有顯著的影響。

鄧景衡(1999)指出, 以台北市都會區而言, 餐飲提供的形態是以集中型式出現, 將世界各地不同區域、主題的美食、海峽兩岸、地方小吃的特色, 集中在一條街、一處夜市、一家飯店之中, 造成一街百味、各地的特色集中一處, 如同百貨公司的地下街可以吃到美國、泰國、日本等各國料理, 人類的消費選擇更具多元性, 是造成外食機率增高的主因。而造成外食機率增加的因素, 除工商業發達、就業人口增加、國民所得提高等原因外, 餐飲業者大幅度的成長, 亦是增加因素之一(李正綱等人, 2000)。

依據連鎖店情報(2000)得知, 家庭的外食選擇類型上與不同年齡、職業、婚姻、教育程度和居住地點有關。1993-1996年國民營養的現況調查中亦提及, 13-18歲男女性早餐以西式早餐為主食, 但隨著年齡的上升, 以稀飯為早餐主食的比率增加, 這除了是受到社會因素影響外, 城鄉差異也是主要原因之一。萬衛華與李正綱(2001)研究臺灣地區消費者外食用餐習慣的消費行為指出, 分別將性別、年齡、教育程度、職業、月收入、吃素與否、婚姻狀態及有無小孩等八項因素, 列入是否購買外食的人口統計因素。Kim(2002)指出, 外食的消費者特性有家庭收入, 職業狀態、家戶大小、家長年齡、家長的營養知識、家長教育水平、有無小孩、家長性別、家長種族、居住地區及對食物屬性看法等因素, 均可能影響外食的動機。黃思華(2000)指出影響飲食型態之因素歸類為: 1. 個人因素, 包括性別、



年齡、教育程度及職業；2. 家庭因素，包括有家庭收入、家庭生命週期、家庭共同生活人口數、家事分工及家庭類型；3. 社會文化因素，包括參考群體、居住地區、宗教及籍貫。

歸納過去外食消費支出相關文獻彙整，參考表 2-2-1，本文將會影響台灣家庭外食支出的因素分成經濟因素：包括家庭可支配所得、家主婦時間成本與家庭租賃；社會階層因素：包括經濟戶長教育程度與職業經濟戶長教育程度與職業；家庭生命週期因素：包括戶長年齡、戶長性別、婚姻狀況長、家庭規模、家中六歲以下小孩、家中七歲至十二歲小孩；地理區位因素：不同居住地區與都市化程度等四大類來探討。





表 2-2-1 外食相關文獻彙整

作者(西元)	使用方法	研究內容	影響變數結果
何忠昇(1993)	Heckman兩階段估計法	本研究Heckman兩階段推估法，分析影響家庭外食消費支出的影響因素，進而引伸其對農產運銷之影響	實證結果發現，家庭所得、都市化程度與女主人教育程度對家庭外食消費支出皆為顯著正向影響。
林素娟(1993)	以 Heckman 兩階段方法	本研究Heckman兩階段方法推估家庭之家務時間價值，然後利用最小平方方法和加權最小平方方法推估包括家庭家務時間價值、人口統計變數和社經變數之六種類型家庭的外食消費需求模型參數。	實證結果發現，影響不同類型家庭外食消費支出的主要因素有家庭所得、家務時間機會成本、家庭成員組成結構、戶長年齡與家庭規模等變數。戶長年齡與外食消費支出呈現負向的關係，戶長教育年數對於家庭外食消費支出並沒有顯著的影響。
李皇照與林素娟(1997)	以家計生產經濟模型靜態分析。外食消費支出計量模式是以回歸方程式的型態設定	本研究以以家計生產經濟模型來分析家計單位消費選擇型為來解釋選擇型為的差異	實證結果發現家庭外食消費支出顯著受家庭食品消費支出金額、時間價值、家庭成員組成、居住地區和經濟戶長等變數的影響
Mutlu & Gracia (2004)	使用Double-Hurdle模型分析	本研究以Becker的家計生產理論(Household Production Theory)為基礎模型，探討西班牙家庭外食消費。	實證結果發現，家庭所得、家庭規模對於家庭外食消費支出有顯著性的影響。
Stewart & Yen (2004)	本研究以Censored體系方程式，利用 FIML (full information maximum likelihood) 進行模型參數的推估。	探討美國家庭速食(fast food) 與完全服務(full-service)外食消費支出影響因素與市場的變化。	實證結果發現，家庭所得、家庭規模、戶長年齡、戶長種族、教育程度和家庭結構，對於家庭外食消費支出有顯著性的影響。



表 2-2-1 外食相關文獻彙整(續完)

作者 (西元)	使用方法	研究內容	影響變數結果
Ham,H wang & Kim (2004)	利用 Tobin 模型建構 兩國外食 消費支出 分析模型。	本文使用 1999 年韓國國家 統計局家庭所得與支出調 查與美國勞動統計局消費 者支出調查資料，進行兩國 外食消費支出影響因素之 比較分析。	實證結果發現，所得和家中有兩 人或更多工作收入者，對於韓國 與美國家庭外食消費支出具顯著 正向影響。戶長教育程度為大 專、家庭規模、戶長未婚等變數， 對於韓國家庭外食消費支出有顯 著正向的影響；3至18歲小孩數對 於韓國家庭外食消費支出有顯著 負向的影響；在美國家庭，戶長 學歷為高中、高中以下、女性對 於家庭外食消費支出有顯著負向 的影響。
Mutlu &Gracia (2004)	以Beck's家 庭生產理 論做為建 構家庭外 食消費支 出分析模 型。	實證結果發現，家庭所得與 婦女時間的機會成本是影 響三種類型外食消費支出 的重要影響因素。家庭擁有 自用住宅對於午、晚餐與早 餐的外食支出有顯著正向 的影響；對於早餐則是顯著 的正向影響；家庭人數對於 午、晚餐的外食消費支出有 顯著的負向影響家庭居住 於都市化程度越高的地 區，其在午、晚與早餐有顯 著正向的影響。家中六歲以 下小孩數比例，對於三種類 型餐食並沒有顯著的影響。	實證結果顯示，在年老家庭外食 消費中，其種族、所得、居住地 區、醫療支出、婚姻狀況、家庭 租賃、教育程度等變數，的意願 有顯著的影響。教育程度、城鄉 地區、居住地區和家庭租賃等變 數，對於年老家庭外食消費支出 金額有顯著的影響。
Jang、 Ham & Hong (2007)	Probit ,trun cated 方法	探 討 人 口 統 計 (demographics) 與 社 經 (socioeconomic)變項對美國 老年家庭外食消費支出的 影響。	實證結果顯示，在年老家庭外食 消費中，其種族、所得、居住地 區、醫療支出、婚姻狀況、家庭 租賃、教育程度等變數的意願有 顯著的影響。教育程度、城鄉地 區、居住地區和家庭租賃等變 數，對於年老家庭外食消費支出 金額有顯著的影響。

資料來源：本研究整理



### 第三節 世代相關研究

#### 一、世代的定義

根據學者Solomon 指出，所謂世代（Generation），是指一群生活在同一個時代的人們，一般多以出生年作為界定，通常以三十歲為一個世代，這群年齡相近的人，有相似的意見、問題、態度及價值觀，因其共同歷經一段社會、政治、歷史以及經濟等，生活於相同的流行文化與經驗，且具有相近的消費行為(蘇建州與陳宛非，2006)。有許多學者對世代的意義作出不同的詮釋彙整，如表2-3-1 (黃尹萱，2005；蘇建州與陳宛非，2006)，

表2-3-1 世代的意義

作者(西元)	相關定義
Solomon (1995)	提出世代科夥 (generation cohort) 指生活在同一年代、具有相似的購買行為的一群人，由於處於相同的生命階段，彼此分享經驗與生活，又因生活在相同的流行文化、經濟情況、天災人禍、國家政策與科技發展等環境下，因而創造出緊密聯結在一起的世代。
郭貞 (1995)	則用「cohort」來解釋「世代」的意義，cohort 一詞的起源意指羅馬的軍事單位，現在泛指一群人有共同的特點、或經歷過共同的事件者，由於界定和畫分上的簡便性，所以在許多研究上通常是以出生年來定義一個世代。
陳義彥與蔡孟熹 (1997)	Karl Mannheim 認為世代 (generation) 是社會中具有「共同位置」(common location) 的一群人所建構起來的，此一共同位置使得同一世代的人受限於特定經驗領域、特定思想、經驗模式，以及特定的行為模式中。
陳金貴 (1999)	根據一般字典的解釋，世代是出生和生活 在同一時代的整群人，這群年齡相近的人具有相似的意見、問題、態度和價值觀。
謝杏慧 (1999)	世代意指一群相同文化及社會勢力影響且處於同一時代的人，具有高度的同質性，且人數有限，而同質性則源自於成長階段並同經歷了重大事件及社會轉型之故。

資料來源：本研究整理



綜合學者 (Mannheim, 1997; Kopperschmidt, 2000; 王美娟, 2007) 的見解, 「世代」是在社會與歷史發展的過程中, 年齡相近的人受限於特定的經驗領域、思想、經驗模式及獨特的行動類型, 因而在社會上具有「共同位置 (common location)」, 明顯呈現出與其他年齡層不同型態的價值觀、偏好、態度與行為。Solomon提出, 世代同期群 (generation cohort) 這種效應在同一世代族群的人當中相當普遍, 單一世代族群中在某些特質上的同質性很高, 但在跨世代族群之間做比較時卻會顯現出差異來 (蘇建州與陳宛非, 2006)。

由「世代流行大調查」一書的研究, 美國可分為成熟世代、嬰兒潮世代、X 世代等三大世代, 三大世代不僅價值觀有所差異, 消費態度及消費行為亦有差異。在台灣亦存在世代差異的現象。黃識銘 (1999) 指出, 台灣三大世代為嬰兒潮世代、X 世代、Y 世代, 三大世代不僅於教育程度、職業、個人月收入、個人月開銷、家庭月收入、婚姻狀態、家庭生命週期等人口統計變項有差異, 在產品的消費行為、價值觀念、消費態度上皆有所不同, 因此, 世代可視為一有效的區隔變數。所以, 不能輕易忽略世代特徵與性格在消費行為上所造成的影響。現代人將世代分為熟年世代、嬰兒潮世代、X 世代及 Y 世代, 不同世代消費者心理趨勢特質, 參考表 2-3-2。



表2-3-2 不同世代消費者心理趨勢特質

世代名稱	年齡	年級說界定	人類特性、特性內容
熟年世代	1945前 (64歲後)	三年級前段班	具有外貿及移民成為生活中的首要指標的特性，引入美國式的文化與美式價值觀。追求健康及家庭生活，熟年世代族群深知一點一滴都是得來不易，所以他們的消費特徵，特別重視便宜的因素。
嬰兒潮世代	1946~1964 (45~63歲)	三年級後段班至五年級前段班	現正是社會的中堅份子，他們重建世界大戰後的社會經濟，是第一批勇於踏出追求自我，知識含量最豐、財富累積最快的一代；面對沉重的工作與夢想追尋兩項壓力，尋找平衡點是普遍的需求；愛錢但又不想做錢奴的價值觀，造就了對工作與生活的彈性；對公眾事務關心，肯定自我價值、護衛家庭，願意犒賞自己，懂得花錢享受。
X世代	1965~1980 (29~44歲)	五年級後段班至六年級前段班	具有理想主義、敢說敢衝、反權威、吸收資訊的能力強，有滿腦子的創意等特質；喜歡嘗新、充滿自信、支配力強但指導力弱；重視生活品質，有寬廣的世界觀。在臺灣的X世代經歷過經濟起飛的榮景，也承受過石油危機的打擊，面臨八〇年代末期房價狂飆的衝擊，致使他們強化「有土斯有財」的傳統觀念，形成價值導向的消費習慣。
Y世代	1981~1990 (19~28歲)	六年級後段班以後出生者	指一九八一年至一九九〇年間出生者。由於「一男一女恰恰好，兩個不嫌少」觀念的提倡，出生率大幅下降，每戶家庭子女數至多為一、兩人，玩具用品都足以一人一份，因此這個世代的孩子並沒有機會學習「分享」，從而導引出「個人化」的消費趨勢。擁有打電玩的「game over」重新再來的勇氣與執著。藉打電玩培養出了「競爭」的自然法則，養成了無比的精力與冒險活力。發揮無厘頭的思考力，突破不必要的框架以及老古董的教條；敢愛敢恨之外，更有能力敢做敢當，有一股永不服輸的衝勁，努力地讓自己發光發熱，但抗壓性差吃不了苦。

資料來源：本研究整理

## 二、世代年齡的界定



所謂的「世代」，其實不只是以出生年作劃分，也可以用共同經歷同一段歷史經驗來劃分。但由於界定和劃分上的簡便性，所以在許多研究，通常是以出生年來定義一個世代(Kupperschmidt, 2000; Zemke, Raines & Filipczak, 2000; 王叢桂，1992；陳金貴，1998；陳淑玲，1996；鍾淑珍，2000；徐增圓，2001；廖秋月，2001)，通常「世代」著眼的是一個長時間的趨勢變化。

近年來，國內外相關世代之區分，其中，以美國的分析最為廣泛。美國以行銷之立場探討價值觀與消費行為，將世代區分為：出生1909~1945年的成熟世代、出生於1946~1964年的嬰兒潮世代、以及出生在1965~1979年的X世代等三個世代。Hawkins et al.則以美國經濟蕭條為臨界點，於探討消費者行為研究，將美國世代區分為：1930年前出生的大蕭條前世代、1930~1946年出生的大蕭條世代、1946~1964年出生於戰後的嬰兒潮世代、1965~1978年出生的X世代、以及在1978~1994年出生的Y世代等五個世代。研究者謝杏慧曾將台灣民眾分為三個世代(蘇建州與陳宛非，2006)，分別是「傳統世代」：出生於西元1949年之前，為國民黨政府退守台灣的關鍵時期；「嬰兒潮世代」：出生於西元1950~1965年，當時正值台灣社會由政治領導人發動轉化且經濟成長及人口成長快速增加的蓬勃發展期；「新人類世代」：出生於西元1966~1976年，其考量五十多年來社會、政治、經濟、文化的變遷及環境的改變，身處台灣本土化、反對勢力萌芽且經濟富裕等多元化因素衝擊時期。

Smola & Sutton在工作者之工作價值觀差異情形研究，採用文獻分析與問卷調查兩種方式，結果發現工作價值觀確實有世代差異存在。是以1909- 19933年間出生的「二次大戰世代」(World War



II-ers)，1934-1996年間出生的「擺蕩世代」(Swingers)、1946-1964年間出生的「嬰兒潮世代」(Baby Boomers)、1965-1977年間出生的「X世代」(X-ers)、1978-1995年間出生的「千禧年世代」(new millennium) 為世代的劃分區隔。也有將這兩個年代合併成同一個世代，所有在1940年前出生的都算是傳統世代。Jurkiewicz & Brown則將出生在1925年至1942年間出生的視為「成熟世代」(Matures)。一般而言，二次大戰出生前稱為傳統世代，二次大戰期間或之後出生者為嬰兒潮時代，而X世代則是出生在1960至1980年代之間者(Kupperschmidt, 2000；溫櫻美，2008；蘇建州與陳宛非，2006)。

世代的起訖年代，歷年來有關世代的研究很多，其中，世代劃分的方式也往往不盡相同且沒有絕對的劃分標準，研究者在決定世代的臨界點時，也可能面臨交集重疊的情況，而不去刻意地強制切割。此外，各世代的稱謂亦不盡相同也未見統整，不同稱謂所指的可能為相同的世代，只是描述同一世代的不同特色。然而，研究者一般常會以十年為一個世代的分界點，但實際上的研究應用仍得視資料情況而定，且受到文化及國情的差異影響，「世代」的研究非常分歧、難有明確的描述，其中，以年齡的界定最為困難。

Solomon主張使用社會學的標記(marker)來界定一世代的重大事項，並將這些標記視為形成世代價值觀和態度差異的重要集體經驗(蘇建州與陳宛非，2006)。在國外學者的研究部分，在X世代的界定方面，有半數的學者主張X世代的起點為1965年；有Crispell et al.、Tapscott、Levy et al.對Y世代時間起點的定義，皆以1977年作為分界點；至於國內學者對X、Y世代起點的看法則相當分歧(溫櫻美，2008；鍾淑珍，2000；廖秋月，2001；黃尹萱，2005；蘇建州與陳宛



非，2006)。

本研究中，熟年世代(戰後世代)指1926~1945年出生者；嬰兒潮世代指1946~1965年出生者；X世代則指(1966~1980)年出生者。原因是西元1950年政府遷台、西元1965年美援停止及經建計畫四期開始、1979年中美斷交及美麗島事件等，且是採用黃識銘(1999)對世代年齡的界定，其年齡的界定方式考量到台灣社會的重要標記。

表 2-3-1 各世代名稱及出生年齡界定

學者	蕭新煌(1995)		
世代之說	稱謂	西元	年齡
	—	—	—
	新人類	1965 ~	現年 44 歲~
	—	—	—
學者	Assael (1998)		
世代之說	稱謂	西元	年齡
	嬰兒潮世代	1946 ~ 1964	現年 45 ~ 63 歲
	X 世代	1965 ~ 1976	現年 33 ~ 44 歲
	Y 世代	1976 ~ 1990	現年 19 ~ 33 歲
學者	梁良(1998)~美國		
世代之說	稱謂	西元(民國)	年齡
	成熟世代	1945 ~ 1909	現年 64 ~96 歲
	嬰兒潮世代	1946 ~ 1964	現年 45~ 63 歲
	X 世代	1965 ~	現年 44 歲~
—	—	—	
學者	沈呂白(1999)		
世代之說	稱謂	西元	年齡
	—	—	—
	—	—	—
	嬰兒潮世代	1950 ~	現年 59 歲 ~
—	—	—	





表 2-3-1 各世代名稱及出生年齡界定(續完)

學者	謝杏慧 (1999)		
世代之說	稱謂	西元	年齡
	傳統世代	1949之前	現年 60 歲~
	嬰兒潮世代	1950-1965	現年 44 ~ 59 歲
	X世代	1966-1976	現年 33 ~ 43 歲
	Y世代	1976~	現年 33 歲~
學者	Peter and Olson(1999)		
世代之說	稱謂	西元	年齡
	—	—	—
	X 世代	1963 ~ 1980	現年 29 ~ 46 歲
	—	—	—
	—	—	—
學者	Hawkins et al. (2001)		
世代之說	稱謂	西元	年齡
	大蕭條前世代	1930年前	現年 79 歲~
	大蕭條世代	1930~1946	現年 49 ~ 79 歲
	嬰兒潮世代	1946~1964	現年 39 ~ 48 歲
	X世代	1965~1978	現年 29 ~ 38 歲
	Y世代	1978~1994	現年 19 ~ 28 歲
學者	Smola & Sutton (2002)		
世代之說	稱謂	西元	年齡
	二次大戰世代	1909~19933	現年 76 ~ 96 歲
	擺蕩世代	1934~19960	現年 49 ~ 75 歲
	嬰兒潮世代	1946~19964	現年 45 ~ 63 歲
	X世代	1965~1977	現年 32 ~ 44 歲
	千禧年世代	1978~1995	現年 19 ~ 28 歲
學者	明日報 (2000)		
世代之說	稱謂	西元	年齡
	3 年級 (30~39 年)	1941~1950	現年 59 ~ 72 歲
	4 年級 (40~49 年)	1951~1960	現年 49 ~ 58 歲
	5 年級 (50~59 年)	1961~1970	現年 39 ~ 48 歲
	6 年級 (60~69 年)	1971~1980	現年 29 ~ 38 歲
	7 年級 (70~79 年)	1981~1989	現年 19 ~ 28 歲

資料來源：本研究整理自溫櫻美(2008)；蘇建州和陳宛非(2006)。(年齡以2009年為基準)

註：「—」表無資料。



Jurkiewicz & Brown、O'Bannon、Scott等人提出嬰兒潮的出生年就有多種界定，從1940年至1946年間開始，結束於1960年至1964年間，而X世代之出生年的界定就更是意見分歧，開始於1960年間，結束於1975年、1980年、1981年或是1982年的說法都不相同(Kupperschmidt, 2000)。有許多者同意嬰兒潮世代和X世代的說法，但是對於這樣界定的年份卻缺乏共識。不同世代的人士，之所以可能會有不同的人格特質與行為模式，其中一個相當重要的因素，應該是成長背景的不同所致。由以上的分析可以發現，雖然世代的劃分不盡相同，不過大致可以看出各世代的區隔界定，亦即二次大戰之前出生者為傳統世代，二次大戰之後到1960年代初期之間出生者為嬰兒潮世代，至於1965年之後出生者，則屬於X世代(Kupperschmidt, 2000；Zemke et al.,2000)。

另外，陳金貴（1999）在探討公務人員世代差異管理中，將台灣區分為：1945年以前出生的傳統世代、出生在1946~1964年的嬰兒潮世代、於1965~1974年出生的新人類、以及1975年以後出生的新新人類等四個世代。在世代上的區別，台灣在1945年以前出生的傳統世代（又稱成熟世代、大蕭條世代），與美國的大蕭條世代為同一時期，均經歷第二次世界大戰及經濟大蕭條的生活環境，是個通貨膨脹與物資缺乏的年代，其成長正好處於戰爭與和平之間，故人們對於消費的需求多在於追求飽暖（陳金貴，1999）。



## 第三章 研究方法

### 第一節 資料來源與說明

本研究使用的資料，係來自行政院主計處2006年「台灣地區家庭收支調查報告」原始調查資料。其調查採分層二段隨機抽樣方法，以縣市為副母體，村里為第一段抽樣單位，村里內之戶為第二段抽樣單位，臺灣地區總戶數中約抽出千分之二為樣本戶，計約14,000戶；本調查項目包括：一、家庭戶口組成，二、家庭設備及住宅概況，三、所得收支，四、消費支出，調查期間於次年一月至二月進行實地訪問調查，8月下旬產生調查結果，10月編印調查報告書，提供各界參用。該資料調查對象是以居住於臺灣地區內具有中華民國國籍之個人及其所組成之家庭（指營共同經濟生活者所組成之家庭）為調查對象。調查資料按統計項目之性質分別以「戶」及「個人」為統計單位。調查項目包括家庭設備及住宅概況、戶口組成、所得收支、消費支出和資本損益及資本移轉收支。資料期間包括1991年，16,435戶家庭資料；1996年13,705戶，2001年13,601戶以及2006年13,376戶，總計四個年度計有57,517戶的樣本資料。以下為次級資料之名詞解釋，如下表3-1-1。



表3-1-1 次級資料之名詞解釋

名詞解釋	內容項目
戶內人口	是指與戶長同戶籍且共同生活為原則，若合乎下列原則亦屬於戶內人口。 1.與戶長同戶籍，但在外生活者 2.與戶長非同戶籍，但共同生活者
經濟戶長	1.係指戶內成員中，收入最多且負責維持家庭主要生計者。 2.如某成員收入雖較其他成員為多，但並未負擔家庭主要生計，不視為經濟戶長，而以收入次多且負擔家庭主要生計者為經濟戶長。 3.如該戶各成員均無職業又無收入，則以戶籍戶長為經濟戶長。
就業人口	係指年滿15歲以上人口在調查標準期(一年)內，合乎下列條件之一者。 1.凡從事有酬工作達六個月以上，且年內收入達99,000元以上者(雇主及自營作業者不受收入金額限制)。
成年人	指年齡滿二十歲及二十歲以上之戶內人口。
所得收入者	凡戶內成員年收入達99,000元以上者，以及家庭非公司企業主要負責人均屬之，另無業者家庭則需擇一財產所得或經常性移轉收入負責人。
社會經濟特性	指為戶內人口在社會經濟活動部門之從業身分及行職業之綜合狀況。
農家	指一般家庭從事農作物之栽培；家畜、家禽、及蜂、蠶等飼養生產業。
住宅所屬	1.自有：係現住房屋所有權係屬戶內成員之任何一人或其直系親屬者。 2.租押：住戶對其所住家宅，無所有權，而係以租賃或以押租方式，租用他人所有之房屋者。
住宅用途	1.專用住宅：係建築物專供住家使用者。 2.併用住宅：係指自住所在樓層建築物除供住家使用外，並兼供商店、工廠、倉庫等使用者。
家庭組織型態	1.單人家庭：指該戶僅一人居住。 2.夫婦家庭：指該戶僅夫婦二人居住。 3.單親家庭：指該戶成員為父或母親其中一人，以及至少一位未婚子女所組成，但可能含有同住之已婚子女，或其他非直系親屬，如兄弟姊妹。 4.核心家庭：指該戶成員為父及母親，以及至少一位未婚子女所組成，但可能含有同住之已婚子女，或其他非直系親屬。 5.祖孫家庭：指該戶成員為祖父(母)輩及至少一位未婚孫子(女)輩，且第二代直系親屬(父母輩)不為戶內人口，但可能含有同住之第二代非直系親屬。 6.三代家庭：指該戶成員為祖父(母)輩、父(母)輩及至少一位未婚孫子(女)輩，但可能還含有其他非直系親屬同住。 7.其他家庭：凡無法歸於以上型態者均屬之。
受雇人員報酬	戶內人員從服務處所獲得之全部收入(包括本職及兼職)。 本業薪資：指現金收入毛額，包括本俸、專業補助費、工作補助費、實物代金、房租津貼、配住租金設算及工資等。



表 3-1-1 次級資料之名詞解釋(續完)

名詞解釋	內容項目
產業主所得	指戶內成員經營家庭非公司企業，賺得之淨盈餘。 1. 農業淨收入： 2. 營業淨收入：指獨資經營商店、工廠、礦場、服務業等之經營淨盈餘或合夥企業淨盈餘之分配。淨盈餘指總收入扣除營業費用後之淨收入。如商業盈餘、工廠盈餘、計程車收入、自營水泥工收入、自營藥房藥局收入等。營業決算前，由經營人自企業總收入中提供家庭之生活費，需併入計算。
財產所得	利息收入：包括定期存款、儲蓄存款及各種存款、債券、貸出款、活會及儲蓄性人壽保險等之利息收入。
自用住宅及其他營建物設算租金	是由自用住宅及其他營建物設算租金扣除折舊後之餘額。
經常移轉收入	從私人：私人贈款收入、禮金收入、救濟金、慰問金收入、聘金收入、向私人借住房屋之租金設算收入、民間社團贈予之獎(助)學金收入等，且該項收入多用於當期消費，而非用於固定資產或金融資產之投資者。
其他收入	如廢物變賣收入、賣舊報紙收入、偶爾撿拾林產收入、垂釣漁撈收入及報廢家庭設備年內出售未達2萬元之所得款等。
財產所得支出	利息支出：消費性借款利息、典當利息、購置私有住宅貸款利息及死會利息支出等，其中貸款利息是指扣除還本後的利息支出。
經常移轉支出	對私人： (1) 婚喪壽慶禮金：包括禮金、賀儀，奠儀、聘金等。 (2) 公益慈善捐款：包括對教堂、寺廟、學校、財團法人(含對私人)等之捐款。 (3) 其他：包括黨費、互助金、救濟金等。 對政府： (1) 房屋稅、地價稅：僅包括自用住宅及其他營建物、土地之房屋稅、地價稅。 (2) 綜合所得稅：包括受僱人員報酬、產業主所得、財產所得、移轉及其他收入所繳納之所得稅。 (3) 其他直接稅：包括契稅、遺產稅、土地增值稅、私人汽車牌照稅。 (4) 彩券：購買彩券支出。 (5) 其他：包括罰款、規費、工程受益費、燃料使用費、行車執照費等。 社會保險：包括公、勞、農、漁、軍、健保等社會保險保費支出

資料來源：行政院主計處2006年「台灣地區家庭收支調查報告」原始調查資料



## 第二節 世代分組與分析(cohort analysis)方法

### 一、世代分組

最簡單的世代分析，就是比較一個世代在兩個時間點的特質差異，「世代」不只以出生年做劃分，也可以用共同經歷同一段歷史經驗來劃分，由於界定和劃分上的簡便性，所以在許多研究上，通常是以出生年來定義一個世代（郭貞，1995）。通常世代分析的著眼點是一個長時間的趨勢上的變化，Attanasio曾以十年為一個世代的分界點，實證分析時，世代分組的區間年度是可以任意決定的。同時Attanasio指出世代區間過小，可以降低樣本資料的異質性，但其代價就是樣本資料的短少（溫櫻美，2008）。本研究選擇戶長年齡每隔五年為一世代，將樣本家庭細分成熟年世代、嬰兒潮世代、X世代之分類架構。家庭戶長為1926年之前或1980年之後出生，則不納入分析的資料當中，詳細樣本分配，參考表3-2-1。



表3-2-1 世代分組資料

組別	出生年度 (西元)	民國 80 年 之年齡 (1991)	民國 85 年 之年齡 (1996)	民國 90 年 之年齡 (2001)	民國 95 年 之年齡 (2006)	世 代 類 別
1	1926~1930	61~65	66~70	71~75	76~80	熟年世代 (戰後世代) 1926~1945
2	1931~1935	56~60	61~65	66~70	71~75	
3	1936~1940	51~55	56~60	61~65	66~70	
4	1941~1945	46~50	51~55	56~60	61~65	
5	1946~1950	41~45	46~50	51~55	56~60	嬰兒潮世代 (1946~1965)
6	1951~1955	36~40	41~45	46~50	51~55	
7	1956~1960	31~35	36~40	41~45	46~50	
8	1961~1965	26~30	31~35	36~40	41~45	
9	1966~1970	21~25	26~30	31~35	36~40	X 世代 (1966~1980)
10	1971~1975	-	21~25	26~30	31~35	
11	1976~1980	-	-	21~25	26~30	

資料來源：本研究整理

註「-」：表無資料



## 二、世代分析(cohort analysis)方法

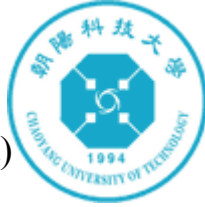
在研究動態的現象時，使用相同樣本重複調查資料(panel data)是最理想的資料分析型態，但當無法取得同一群人在不同時期中的資料時，研究者 Attanasio、Browning, Deaton & Irish 和 Moffitt 可以依某種同質性，將樣本區分成不同的組別，由觀察各同質組別在時間上的變化情形，代替個人在時間變動上的差異；因此，建議使用世代分析的方法，來克服無法取得相同個體在不同時期的資料，以了解消費或所得等生命週期動態的變數(life cycle dynamics of variables) (溫櫻美，2008)。

世代分析是一種將長期的資料綜合整理，並做跨時間點分析比較的方法，原本是由人口學者所發展出來的研究方法，現今已被廣泛應用於各種態度和行為現象研究。Attanasio 提到世代是指一群人有共同的特點，或是經歷共同的事件，所以「世代」不只可採用共同經歷的歷史經驗來劃分，也可將樣本依戶長出生年而分類，以樣本年齡作為「世代」分別的結果(溫櫻美，2008)。在世代分析中，由於世代是經由歷史時間和生理時間二者交互而形成，因此會出現三種不同的效應(郭貞，民 84)，其內容分別說明如下：

### 一、年齡效應(age effect)

資料中所區分的年齡層，若差異出現的規律與年齡層區分一致時，稱之為年齡效應或老化效應。即個人生理時間上的改變，包括個人的成長、生命週期、人生經歷及因伴隨年齡而來的文化規範準則，對個人態度或行為所產生的影響。這些影響通常是跨時間、跨地域性，受訪者無論時、地，只要屬同年齡層即顯露出相似的特質。





## 二、時期效應(period effect)

在資料中所區分的調查時間點，若差異出現的規律與調查時間點的區分一致，稱之為時期效應。此效應的產生原因與做調查當時所發生的重大歷史事件有關，這種時期效應是廣泛而普遍的，任何年齡層都會受其影響。例如，重大的天災、人禍等對在同一時間內所有接受調查的受訪者都會產生一定程度的影響。

## 三、世代效應(cohort effect)

在資料中所區分的世代，若差異出現的規律與世代族群的劃分一致，稱為世代效應。即指經歷共同歷史事件的一群人，所受到的共同影響。這種效應在同一世代族群的人當中相當的普遍，使得單一世代族群中在某些特質上的同質性很高，但在跨世代族群比較時卻會顯現出差異性。

在世代分析可用的資料結構有很多種，無論是橫斷面資料或是相同樣本重複調查資料都可以使用，本研究採用「多波橫斷面資料蒐集的設計」(multi-wave cross-sectional design)，乃是針對同一母群體，以相同問題在不同時間點所做的獨立樣本橫斷面資料處理。由於，資料人口結構上的代表性比較周全，在所有世代分析的研究設計中，可說是較佳的方式。

## 第三節 統計方法

### (一) 敘述性統計：

針對各世代家庭經濟變數中的家庭主婦就業、家庭租賃、與社會階層變數中的經濟戶長職業、教育程度和家庭生命週期變數中的經濟戶長男性及地理位置變數中的區域使用次數分配來描



述資料分佈情形。

(二) 複迴歸分析(或稱多元迴歸分析)：

複迴歸分析(multiple-regression-analysis)是簡單相關的一種延伸應用，用以瞭解一組預測變項和一個效標變項的直線關係；而每個預測變項的預測能力，是研究者重要的參考指標。

$$Y_i = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_iX_i。$$

本研究是利迴歸分析依台灣家庭中經濟變數（包含家庭可支配所得、家庭主婦時間成本與家庭租賃然而本研究家庭主婦時間成本以家庭主婦就業做為替代衡量變數）、社會階層（是指經濟戶長教育程度與職業；經濟戶長教育程度分為教育程度分為國小以下、國(初)中、高中職、專科、大學以上等四種不同類，以國小以下比較基準）、家庭生命週期（是指經濟戶長年齡、經濟戶長性別、婚姻狀況、家庭規模、家中六歲以下小孩、家中七歲至十二歲小孩）、地理位置（是指不同居住地區與都市化程度。不同居住區分台北市、北部、中部、南部、和高雄市等六個地區，以高雄市等六個地區，以高雄市為比較基準）與世代分組與歷年家庭收支調查中的外食消費支出，探討其變項之間關聯的強度。



## 第四章 實證結果與分析

### 第一節 家庭外食消費概況

隨著家庭結構改變及社會經濟環境的變遷，外食成為生活中不可或缺的一部分（陳怡臻，2008）。圖4-1-1是表示不同世代之經濟戶長年齡與家庭外食消費支出。由圖4-1-1可得知，熟年世代為46歲至80歲，其家庭外食消費支出經濟戶長年齡最高點是53歲為35,551元，參考表4-1-1，然而46歲至51歲，是呈現增長的趨勢之後逐漸減少；嬰兒潮世代為26歲至60歲，其家庭外食消費支出戶長年齡最高點是51歲為60,539元；然而，26歲至51歲是呈現增長的趨勢之後亦逐漸減少；X世代為21歲至40歲，其家庭外食消費支出戶長年齡最高點是38歲為58,902元。由三個世代可得知，於熟年世代的家庭其生長環境關係影響，其外食消費支出減少也較節省，且於年輕世代其家庭外食消費支出較熟年世代支出金額高。

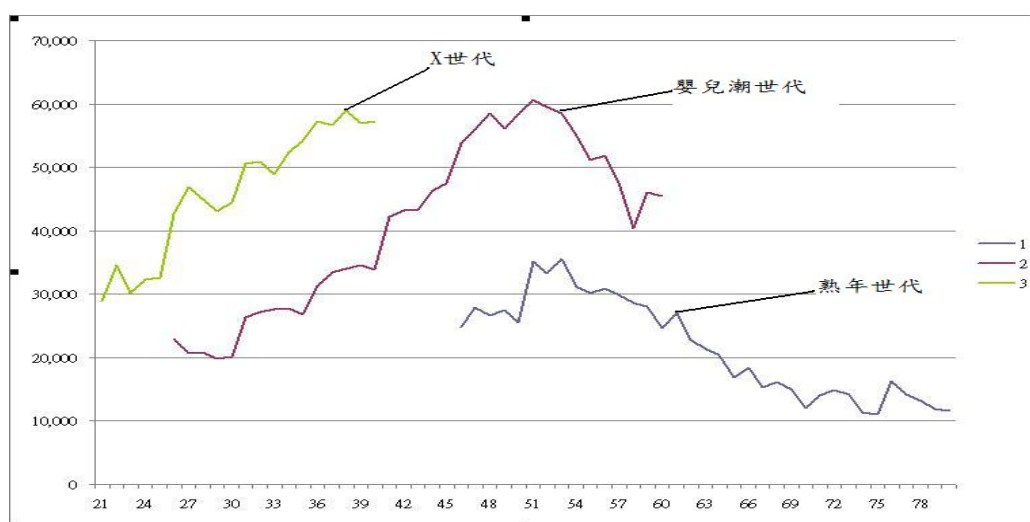


圖 4-1-1 不同世代之戶長年齡與家庭外食消費支出



表 4-1-1 不同世代之戶長年齡與平均外食消費支出

單位：元

年齡	家庭外食消費	熟年世代	嬰兒潮世代	X 世代
21				28,864
22				34,521
23				30,162
24				32,310
25				32,589
26			22,895	42,704
27			20,666	46,860
28			20,865	45,002
29			19,881	43,080
30			20,103	44,454
31			26,306	50,621
32			27,196	50,813
33			27,682	48,876
34			27,819	52,499
35			26,806	54,062
36			31,360	57,255
37			33,477	56,707
38			34,006	58,902
39			34,564	57,021
40			33,932	57,264
41			42,247	
42			43,149	
43			43,383	
44			46,280	
45			47,407	
46		24,747	53,789	
47		27,944	56,026	
48		26,668	58,589	
49		27,460	56,153	
50		25,442	58,312	
51		35,158	60,593	
52		33,313	59,508	
53		35,551	58,460	
54		31,122	55,046	
55		30,149	51,098	
56		30,900	51,875	
57		29,888	47,658	
58		28,570	40,431	
59		28,054	46,104	
60		24,618	45,469	
61		27,026		
62		22,745		
63		21,417		
64		20,442		
65		16,908		
66		18,454		
67		15,355		
68		16,097		
69		15,066		
70		12,050		
71		14,018		
72		14,884		
73		14,203		
74		11,354		
75		11,098		
76		16,337		
77		14,176		
78		13,227		
79		11,838		
80		11,549		

資料來源：本文計算求得



圖 4-1-2 表示不同年度之經濟戶長年齡由是與家庭外食消費支出變化分

佈圖。說明如下：

在西元 1991、1996、2001、2006 年（分別為民國 80、85、90、95 年），經濟戶長年齡為 47、47、50、48 歲時，各為平均外食消費支出最高峰為 27,944、490,924、59,094、66,029 元。由圖 4-1-2 顯示，四個年度的經濟戶長年齡為 60 歲～80 歲時，都進入家庭週期進入空巢期後，職業婦女已離開就業職場，子女進入職場工作或離鄉背井至外地學，家庭外食消費支出隨即快速降低，亦可得知四個年度的家庭外食消費支出隨著年度的增加於經濟戶長年齡為 60 歲前其金額有越高的趨勢。由表可知晚年度經濟戶長年齡較早年度經濟戶年齡其家庭外食消費支出金額高。

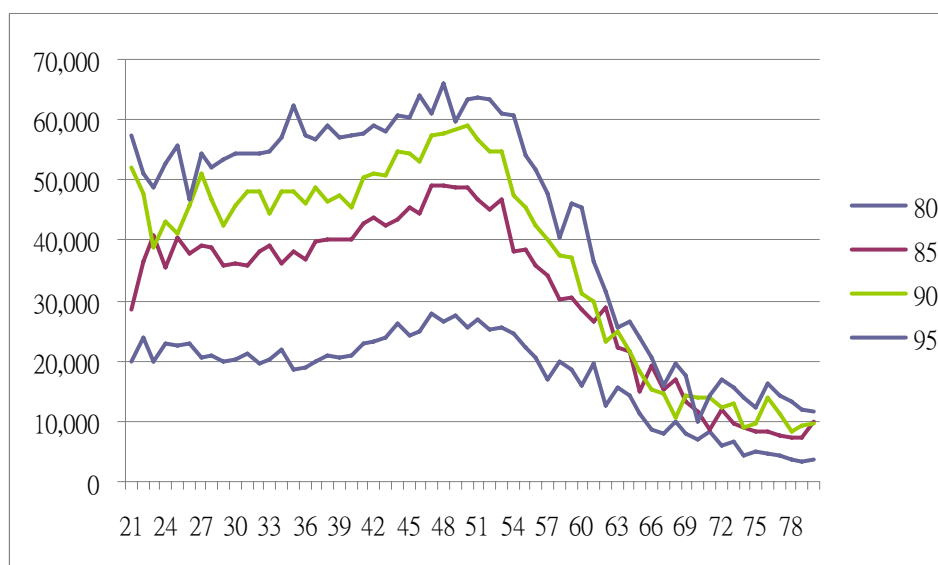


圖 4-1-2 不同年度之戶長年齡與家庭外食消費支出



表 4-1-2 不同年度之戶長年齡與家庭外食消費支出

年(西元) 年齡	民 80 (西元 1991)	民 85 (西元 1996)	民 90 (西元 2001)	民 95 (西元 2006)
21	19,872	28,491	52,129	57,232
22	24,017	36,517	47,700	51,087
23	19,754	40,760	38,815	48,857
24	22,768	35,573	43,161	52,674
25	22,569	40,313	41,209	55,808
26	22,895	37,894	45,857	46,879
27	20,666	39,019	50,945	54,335
28	20,865	38,848	46,681	52,238
29	19,881	35,719	42,567	53,525
30	20,103	36,268	45,935	54,405
31	21,374	35,762	47,942	54,389
32	19,480	38,097	47,996	54,516
33	20,172	39,066	44,513	54,721
34	21,748	36,216	48,184	57,101
35	18,620	38,111	48,060	62,248
36	18,975	36,790	46,048	57,255
37	19,939	39,894	48,827	56,707
38	20,868	40,015	46,344	58,902
39	20,650	40,287	47,427	57,021
40	20,772	40,259	45,612	57,264
41	22,890	42,878	50,525	57,817
42	23,180	43,819	51,058	59,141
43	23,898	42,454	50,727	57,912
44	26,173	43,601	54,768	60,843
45	24,284	45,587	54,367	60,433
46	24,747	44,536	53,118	63,870
47	27,944	49,092	57,254	61,205
48	26,668	49,060	57,574	66,029
49	27,460	48,649	58,227	59,851
50	25,442	48,614	59,094	63,436
51	26,850	46,656	56,876	63,579
52	25,086	45,147	54,671	63,449
53	25,647	46,932	54,786	60,943
54	24,439	38,008	47,314	60,670
55	22,196	38,453	45,457	54,011
56	20,610	35,670	42,384	51,875
57	16,872	34,039	40,091	47,658
58	19,866	30,313	37,378	40,431
59	18,442	30,661	37,234	46,104
60	15,923	28,437	31,184	45,469
61	19,606	26,616	29,729	36,454
62	12,620	28,859	23,363	31,523
63	15,484	22,314	24,968	25,442
64	14,217	21,616	21,643	26,466
65	11,235	15,089	18,225	23,863
66	8,676	19,230	15,228	20,417
67	7,800	15,352	14,710	16,058
68	10,038	16,907	10,552	19,554
69	8,044	13,288	14,307	17,732
70	6,987	11,657	14,056	10,072
71	8,439	8,471	13,770	14,302
72	5,890	12,086	12,380	16,877
73	6,781	9,461	12,923	15,461
74	4,265	8,945	9,015	13,909
75	4,906	8,420	9,682	12,219
76	4,602	8,360	13,933	16,337
77	4,350	7,542	11,168	14,176
78	3,727	7,283	8,152	13,227
79	3,186	7,435	9,397	11,838
80	3,614	9,988	9,772	11,549

資料來源：本文計算求得。



## 第二節 模型設定

### 一、變數說明

歸納過去外食消費支出相關文獻彙整，將會影響台灣家庭外食支出的解釋變數分成經濟變數、社會階層、家庭生命週期與地理區位等四大類，其說明如下列四點：

表 4-2-1 變數說明

變數	說明
(一) 經濟變數	包含家庭可支配所得、家主婦時間成本與家庭租賃。家庭主婦時間成本以家庭主婦就業做為替代衡量變數。樣本資料中家庭主婦 40.86% 就業。有 9.35% 的家庭住宅為租賃。
(二) 社會階層	是指經濟戶長教育程度與職業。經濟戶長教育程度分為教育程度分為國小以下、國(初)中、高中職、專科、大學以上等四種不同類，以國小以下比較基準。戶長四種教育程度中，高(職)28.25% 佔為最多。戶長職業類別由管理階層至無業共分成七種，以職業是農業為比較基準。七種職業類別中，以從事勞動業(33.08%)與專業人(28.07%)為較多。
(三) 家庭生命週期	是指戶長年齡、戶長性別、婚姻狀況長、家庭規模、家中六歲以下小孩、家中七歲至十二歲小孩。經濟戶長平均年齡是 45.35 歲。每戶家庭規模平均有 3.8 人。經濟戶長有 83.02% 是男性，13.23% 未婚。
(四) 地理位置	是指不同居住地區。不同居住區分台北市、北部、中部、南部、和高雄市等六個地區，以高雄市等六個地區，以高雄市為比較基準。家庭居住北為最多 26.74%，居住於東部為最少 3.78% 最少。

資料來源：本研究整理



## 二、實證模型設定

就經濟理論，所得應會有正向影響家庭外食消費支出。Mutlu & Gracia (2006) 認為家庭主婦時間成本是家庭外食消費支出重要的影響因素，因而，本研究以家庭主婦的就業情況做為時間成本之替代變數。依據研究指出 Becker 在探討西班牙家庭外食消費，是利用家計生產理論 (Household Production Theory) 且家庭外食消費支出會受到家庭所得、時間價值與社會經濟變數的影響。將本研究之家庭外食消費支出模型設定 (A) 如下：

$$\begin{aligned} LFA_i = & \beta_{0_i} + \beta_{1_i} LY_i + \beta_{2_i} LY2_i + \beta_{3_i} TIME_i + \beta_{4_i} HO2_i + \beta_{5_i} AGE_i + \beta_{6_i} AG2_i + \\ & \beta_{7_i} SEX_i + \beta_{8_i} MAR_i + \beta_{9_i} EDUB_i + \beta_{10_i} EDUC_i + \beta_{11_i} EDUD_i \\ & + \beta_{12_i} OCU2_i + \beta_{13_i} OCU3_i + \beta_{14_i} OCU4_i + \beta_{15_i} OCU5_i + \beta_{16_i} OCU7_i \\ & + \beta_{17_i} AREA1_i + \beta_{18_i} AREA2_i + \beta_{19_i} AREA3_i + \beta_{20_i} AREA4_i + \beta_{21_i} AREA5_i + \beta_{22_i} POPT_i \\ & + \beta_{23_i} CH6_i + \beta_{24_i} CH12_i + \varepsilon_i \dots \end{aligned}$$

式 (A)  $LFA$ 、 $LY$  和  $LY2$  係家庭外食消費支出、可支配所得平方經對數轉換後之後變數，採用對數值為單位的理方式主要目的有二：其一為減少誤差項異質項性存在的可能，以降低因採用一般最小平方法估計，所可能產生的估計係數無效率；其二認為雙對數數型態能較合宜的描述食品消費變化的曲線型態 (李皇照與林素娟，1997)。 $LY2$  和  $AG2$  分別是家庭可支配所得平方和經濟戶長年齡變平方，均是在衡量可支配所得增加與經濟戶長年齡增加，對於家庭外食消費支出增加幅度的大小。





表 4-2-2 家庭外食消費支出模型解釋變數名稱、衡量方法與統計值

變數名稱		說明	衡量方法	統計值 (%)
經濟變數	DSP	家庭可支配所得	家庭可支配所得	799,622 元
	TIME	時間成本	1:家庭主婦就業 0:無業	40.86
	HO2	房屋租賃	1:住宅為租賃 0:其他	9.35
社會階層	EDUA	戶長教育程度為國小以下	省略變數	29.39
	EDUB	戶長教育程度為國(初)中	1:戶長學歷為國(初)中 0:其他	17.17
	EDUC	戶長教育程度為高中(職)	1:戶長學歷為高中(職) 0:其他	28.25
	EDUD	戶長教育程度為專科、大學以上	1:戶長學歷專科、大學以上 0:其他	25.17
	OCU1	戶長無職業	1:戶長無職業 0:其他	10.85
	OCU2	戶長職業為管理階層	1:戶長職業為管理階層 0:其他	6.62
	OCU3	戶長職業為專業人員	1:戶長職業為專業人員 0:其他	28.07
	OCU4	戶長職業為服務業	1:戶長職業為服務業 0:其他	12.99
	OCU5	戶長職業為勞動業	1:戶長職業為勞動業 0:其他	33.08
	OCU6	戶長職業為農業	省略變數	7.44
OCU7	戶長職業為軍人	1:戶長職業為軍人 0:其他	0.91	
地理區位	AREA1	台北市	1:家庭居住於台北市 0:其他	15.81
	AREA2	北部	1:家庭居住於基隆市、台北縣、桃園縣、新竹縣、新竹市 0:其他	26.74
	AREA3	中部	1:家庭居住於苗栗縣、台中縣、台中市、南投縣、彰化縣和雲林縣 0:其他	21.93
	AREA4	南部	1:家庭居住於嘉義縣、嘉義市、台南縣、台南市、高雄縣和屏東縣 0:其他	22.24
	AREA5	東部	1:家庭居住於花東地區 0:其他	3.78
	AREA6	高雄市	省略變數	9.47
家庭生命週期	AGE	戶長年齡	年齡	45.35
	SEX	戶長性別	1:男生 0:女生	83.02
	MAR	婚姻狀況	1:未婚 0:已婚	13.23
	POPT	家庭規模	家中人口數	3.80
	CHILD6	家中六歲以下小孩	人	0.31
	CHILD12	家中七歲至十二歲小孩	人	0.35

資料來源：本研究整理



### 第三節 結果分析

利用STATA統計軟體推估 (A)式三個世代家庭外食消費支出模型係數推果彙整於表4-3-1。首先觀察三個世代外食支出模型之F值，在5%的顯著水準，棄卻所有參數為零的虛無假設，表示使用這些變數解釋家庭外食消費支出是合適的。其次就模型的配適度而言，熟年世代的 $\bar{R}^2 = 0.3$ ，嬰兒潮世代的 $\bar{R}^2 = 0.3$ ，X世代的 $\bar{R}^2 = 0.2$ ，本研究將表(4-3-1)是更深入的推估結果說明，針對家庭經濟戶長可支配所得等變數與外食支出分析概況，說明如下：

#### (一)熟年世代

##### (1) 經濟變數

家庭所得提供人類消費，也帶動台灣經濟的發展，家庭消費的動力主要來源即是所得。觀察表 4-3-1，家庭可支配所得其係數為 0.8854，且為正值，家庭所得平方值是-0.0086，這表示家庭所得隨著年齡增長而增加，可支配所得對外食消費支出是趨緩的；時間成本是指家庭主婦就業與無業，由熟年世代家庭主婦就業為負值-0.0146、無顯著相關；房屋租賃，其係數呈 0.1255、有顯著的水準，這顯示家中如有房屋出租或貸款，則可支配所得即受限制，這與 Jang、Ham & Hong(2007)研究結果相同。



表 4-3-1 不同世代家庭外食消費支出模型參數推估結果彙整

變數名稱	熟年		嬰兒潮		X 世代	
	係數	t	係數	t	係數	t
LY	0.8854	2.88**	1.6748	7.13**	1.9507	4.15**
LY2	-0.0086	-0.73	-0.0371	-4.25**	-0.0534	-3.08**
年齡(AGEN)	-0.0380	-2.4**	0.1476	22.82**	0.1129	5.6**
年齡平方(AG2)	0.0003	2.45**	-0.0014	-18.82**	-0.0014	-4.37**
性別(SEXN)	0.0596	2.23**	-0.0135	-0.97	-0.0035	-0.17
婚姻(MARN)	0.3478	6.16**	0.0169	0.85	0.0506	1.91*
教育 B(EDUB)	0.0821	2.72**	0.1526	10.38**	0.0265	0.42
教育 C(EDUC)	0.1780	5.92**	0.2059	14.6**	0.1070	1.74*
教育 D(EDUD)	0.1987	5.65**	0.2095	11.95**	0.1743	2.74**
職業 2(OCU2)	0.2842	5.36**	0.2914	8.05**	-0.0144	-0.18
職業 3(OCU3)	0.1581	4.2**	0.2574	7.75**	0.0606	0.87
職業 4(OCU4)	0.3011	7.77**	0.3313	9.74**	0.0021	0.03
職業 5(OCU5)	0.4035	11.32**	0.3589	10.94**	-0.0016	-0.02
職業 6(OCU6)	-0.1440	-4.12**	-0.0277	-0.73	-0.5896	-6.62**
職業 7(OCU7)	-0.0681	-0.32	0.2102	3.73**	-0.1334	-1.43
地區 1(AREA1)	-0.0840	-2.07**	-0.2731	-14.41**	-0.1073	-3.32**
地區 2(AREA2)	-0.2124	-5.71**	-0.0997	-5.7**	-0.0471	-1.68*
地區 3(AREA3)	-0.2248	-5.91**	-0.1862	-10.21**	-0.1455	-4.88**
地區 4(AREA4)	-0.1787	-4.75**	-0.1143	-6.24**	-0.1258	-4.2**
地區 5(AREA5)	-0.4836	-8.94**	-0.3024	-10.3**	-0.4577	-9.19**
家中規模(POPT)	0.1628	22.86**	0.0565	14.84**	0.0231	3.45**
小孩 6(child6)	-0.1913	-2.3**	-0.0814	-9.88**	0.0064	-0.45
小孩 7-12 歲 (child7_12)	-0.0681	-1.86*	-0.0842	-12.37**	0.0950	5.94**
時間(TIME)	-0.0146	-0.64	0.0685	6.73**	0.1611	7.54**
房屋租賃 (HO2)	0.1255	3.19**	0.0847	5.49**	0.1885	6.98**
截距項( $\underline{\underline{2}}$ _cons)	-0.2227	-0.1	-9.6888	-6.15**	-8.4861	-2.68**
$\bar{R}$	0.3921		0.3197		0.2568	0.3921
F	318.96		606.72		124.87	

註：\*\* 表示 5% 顯著水準棄卻係數為零之虛無假設資料來源。 \* 表示 10% 顯著水準棄卻係數為零之虛無假設

資料來源：本研究整理



## (2) 社會階層

熟年世代之家庭，經濟戶長教育程度國(初)中、高中(職)，專科大學以上其係數為 0.0821、0.1780、0.1987，由此可知，經濟戶長隨著教育程度越高，對外食消費支出的比例成正比。這與文獻中 Stewart & Yen(2004)、Ham, Hwang & Kim(2004)與 Jang、Ham & Hong(2007)結果相呼應；職業為管理階層、專業人員、服務業及勞動業其數值為正值 0.2842、0.1581、0.3011、0.4035，由此可知，隨著職業階層越高，與家庭外食消費支出成反比，呈顯著相關。

## (3) 地理位置 (即家庭居住地區)

其居住地在台北市、北部地區、中部地區、南部地區、東部地區等五個地區(相對高雄市為比較基準)，其推估數值皆為-0.0848、-0.2124、-0.2248、-0.1787、-0.4836，這表示與家庭外食消費支出皆具顯著差異，均低於高雄市家庭的外食消費支出。

## (4) 家庭生命週期

隨著經濟戶長智慧增長及年齡增加，其家庭外食消費支出會與現實生活需求欲望而有所改變，均呈顯著相關，學者 Kotler、Bowen & Makens 指出，消費者的需求與慾望隨著年齡增長而變化。觀察表 4-3-1，家庭經濟戶長年齡在熟年世代對家庭外食消費支出其係數值為 -0.0380，而經濟戶長的年齡平方其係數為變成正值 0.0003，表示經濟戶長智慧增長及年齡增加，家庭外食消費支出與現實生活需求慾望而有變化、呈顯著相關。學者 Kotler、Bowen & Makens 指出，消費者的需求與慾望隨著年齡增長，家庭外食消費支出有漸增的趨勢。在家庭經濟戶長性別中，男性佔 83%，與家庭外食消費支出呈正值且顯著相關 (2.23)。家庭的婚姻狀況 (已婚者)，數值為 0.3478、呈正相關，



表示已婚較未婚家庭外食消費支出較多。家中規模(家中人口數)，是指家庭的人口數的多寡，由表 4-3-1 可知，外食消費支出模型係數為 0.1628，表示家中人口數越多，外食消費支出的影響因素皆具顯著水準。這與何忠昇(1993)、林素娟(1993)、李皇照與林素娟(1997)、Stewart & Yen(2004) 與 Ham、Hwang & Kim(2004)結果是相同。由表 4-3-1 得知，家庭中擁有 6 歲小孩，其係數為-0.1913，比家中擁有 7~12 歲小孩之家庭外食消費支出係數值-0.0681 較多，這顯示家中擁有年紀較小的孩子，對家庭外食消費支出會更多。

## (二) 嬰兒潮世代

### (1) 經濟變數

由表4-3-1得知，家庭可支配所得其係數為1.6748、為正值，而其家庭所得平方值是-0.371，這表示家庭所得隨著時間的增加，可支配所得對外食消費支出是趨緩的。時間成本(家庭主婦就業)方面，其為正值0.0685，顯著相關，表示家庭主婦就業，則外食消費支出即增加。房屋租賃，其係數呈現為0.0847，有顯著相關，顯示家中如有房屋出租或貸款，外食消費的支出運用則有所節制，與Jang、Ham & Hong(2007)研究結果相同。

### (2) 社會階層

家庭經濟戶長教育程度國(初)中者其係數為 0.1526，高中(職) 其係數為 0.2059，專科大學以上，其係數為 0.2095、為正值，由此可知，家庭經濟戶長隨著教育程度越高，對外食消費支出的比例亦成正比。由文獻中 Stewart & Yen(2004)、Ham, Hwang & Kim(2004)與 Jang、Ham & Hong(2007)所敘述是相同的。職業為管理階層、專業人員、服務業及勞動業其數值 0.2914，0.2574、0.3013、0.3589 為正值，由此得知，隨著



職業階層越高，與家庭外食消費支出呈反比。相較於其他職業，若經濟戶長職業為服務業、勞動業者，則家庭外食消費支出較高。經濟戶長職業如為農業，係數為負值-0.0277、無顯著相關。

### (3) 地理位置（即家庭居住地區）

居住地在台北市，係數值為-0.20731、北部地區係數值是-0.0997、中部地區係數值是-0.1862、南部地區係數值是-0.1143、東部地區係數值是-0.3024 等五個地區，該係數值皆為負值，這顯示前述五個區域與家庭外食消費支出皆具顯著差異，即低於高雄市區。

### (4) 家庭生命週期

觀察表 4-3-1，家庭經濟戶長年齡之係數值為 0.1476，與年齡平方的係數為-0.0014，該項係數是由正值轉變為負值，表示隨著經濟戶長年齡增長，家庭外食消費支出幅度變小，顯示家庭外食消費支出是較趨緩。家庭經濟戶長性別，男性的係數值為-0.0135，與家庭外食消費支出呈負值、無顯著相關。已婚者，家庭外食消費支出係數為 0.0169、無相關，表示經濟戶長性別是男性、已婚者的家庭，並不影響外食消費支出。家中人口數目，與外食消費支出模型係數為 0.0565、具顯著水準，這顯示家中人口數越多，家庭外食消費支出有增加的趨勢。這與何忠昇（1993）、林素娟（1993）、李皇照與林素娟（1997）、Stewart & Yen(2004) 與 Ham、Hwang & Kim(2004)結果是一致的。家中擁有 7~12 歲小孩，與家庭外食消費支出係數值為-0.0842，相較於家庭中擁有 6 歲小孩之係數為-0.0814 較多，表示家中擁有 7~12 歲的小孩，對於家庭外食消費支出更多。

## (三) X 世代

### (1) 經濟變數



觀察表 4-3-1 可知，家庭可支配所得係數為 1.905、為正值，家庭所得平方值為-0.0534，這表示家庭可支配所得隨著時間的增加，對外食消費支出是趨緩的，這與文獻中 Stewart & Yen(2004)、Mutlu & Gracia (2004)、Ham,Hwang & Kim (2004) 、Mutlu & Gracia(2006)與 Jang、Ham & Hong(2007)等研究結果是相呼應。由係數得知，年輕世代所得，對於外食消費支出的影響較年老世代為高。時間成本，係數為正值 0.1611、顯著相關，表示家庭主婦就業與否，對外食消費支出具有重要影響力，在嬰兒潮世代及 X 世代者，家庭主婦就業與家庭外食消費支出是正值，且達顯著相關；但隨著年輕世代 (X 世代)社會結構改變，雙薪家庭變多，就業婦女就業機率增加，則家庭外食消費支出即增加，這與林素娟(1994)、陳怡臻(2008)及 Kim(2002)研究結果相同。房屋租賃係數為 0.1885、顯著相關，顯示家中若有房屋出租或貸款，則外食消費的支出運用即有所限制，與 Jang、Ham & Hong(2007)研究結果相同。

## (2) 社會階層

家庭經濟戶長教育程度，由國中至大學學歷以上，係數為 0.0265、0.1070、0.1743，由此可知，隨經濟戶長教育程度越高，與外食消費支出的比例成正比。由文獻中的 Stewart & Yen(2004)、Ham, Hwang & Kim(2004)與 Jang、Ham & Hong(2007)是可驗證的。職業為農業者，係數為負值-0.5896、達顯著水準，顯示其他職業皆無顯著水準。這表示 X 世代之家庭經濟戶長職業為農業者，與家庭外食消費支出為重要影響因素。

## (3) 地理位置 (即家庭居住地區)

居住地在台北市、北部地區、中部地區、南部地區、東部地區，其



居住地區的係數值依序分別為-0.1073、-0.0471、-0.14555、-0.1258、-0.4577、皆為負值。表示地理位置對家庭外食消費支出皆具顯著差異，這表示其他居住地區的外食消費支出，均低於高雄市區。何忠昇(1993)從外食需求的消費者環境條件來看外食的發展中指出，居住地位在高雄市與就業場所與住所遠近、上班休息時間極短，冀望就近解決，省事省時，理當外食消費支出較高。這與李皇照與林素娟(1997)、Mutlu & Gracia(2004)與Jang、Ham & Hong(2007)的研究結果相同。

#### (4) 家庭生命週期

由表 4-3-1 得知，X 世代家庭經濟戶長年齡的係數值為 0.1129，年齡平方其係數-0.0014，該係數由正值轉變成負值，可知隨經濟戶長年齡增長，家庭外食消費支出是較趨緩的。不同世代家庭經濟戶長年齡是家庭外食消費支出的影響變數，這與文獻中 Stewart & Yen(2004)結果是相同的。家庭經濟戶長性別是男性，係數值是-0.0035，與家庭外食消費支出呈負值、無顯著相關。已婚者，家庭外食消費支出係數值為 0.0506、顯著相關，表示此為影響家庭外食消費支出的因子。家中人口數目，觀察表 4-3-1，外食消費支出模型係數為 0.0231、達顯著顯著水準，表示家中人口數目越多，家庭外食消費支出越多。在熟年、嬰兒潮、X 等世代之家中人口數目，與家庭外食消費支出的影響因素皆呈顯著相關，這與何忠昇(1993)、林素娟(1993)、李皇照與林素娟(1997)、Stewart & Yen(2004)與 Ham、Hwang & Kim(2004)結果是相同的。相較於其他世代，隨著年輕化世代的家庭人口數目增加，則對外食消費支出有漸減的趨勢，這可能與年輕世代家庭多以小家庭為主之故。家中擁有 7~12 歲小孩，與家庭外食消費支出係數值 0.0950，是為影響家庭外食消費支出的重要因子。





## 第五章 結論與建議

俗話說：「民為食為天」，食的市場，從家庭的內食演變到外食用餐，餐飲業是內需型產業，其景氣好壞與國內經濟變化息息相關。但是受到國內經濟結構改變，外出謀生與婦女就業人口增加、國民所得及外食人口增加的趨勢使然，直接帶動了餐飲業的發展，近年來餐飲業的家數與銷售額皆維持著逐年穩定成長的態勢。

觀察台灣每年外食市場規模，累計2007年1月~12月餐飲業營業額為2,916億元，較上年同期增加4.35%，顯見餐飲業的市場規模不容小覷。家庭外食消費市場是推動餐飲業蓬勃發展的重要動力，若要維持餐飲業永續經營發展，首重餐飲行銷方式，該方式需以顧客立場為前提，建立正確的行銷理念，以滿足消費者的需求和慾望，適時發現、滿足顧客的潛在需求。因此，本研究以不同世代來探討台灣家庭外食消費支出，結果發現不同世代中，人類會因為成長背景與生活經驗的差異及個人特色，在不同年齡層族群間，有著不同因素對影響家庭外食消費支出具備不同價值觀及行為模式。歷經不同時間的發展階段，在物質充裕、資訊發達、價值觀多元化、及環境快速更迭下，各世代進入職場後，個人或家庭消費支出的價值及認知也有差異。本研究使用世代分析方法，在長期間分析資料的影響趨勢，配合世代效應做解釋，將結果歸納例如下：

不同時期家庭外食消費支出，隨著國內經濟結構改變，外出謀生與婦女就業人口增加、國民所得及外食人口增加的趨勢使然等因素，家庭在外食消費支出上逐漸提高；外食消費支出的金額高點，均發生於熟年世代、嬰兒潮世代、X世代之平均經濟戶長年齡，分別為53歲、51歲、38歲，之後隨著年齡增加，家庭外食消費支出即呈現下滑現象。不同世代的家庭，因



外在生長環境差異的影響，**外食消費支出**亦不同，年輕世代家庭外食消費支出較年老世代支出金額高。

各世代之經濟變數，家庭可支配所得隨著愈年輕世代而有所改變，隨國民所得的提升，普遍夫妻倆人投入職場成為雙薪家庭，婦女就業人口增加，加上夫妻倆人背負著房屋租賃等因素，家庭外食消費支出隨著年輕世代較年老世代支出為高。

各世代的社會階層變數中，經濟戶長的教育程度，隨著教育程度越高，年輕世代家庭外食消費支出就愈高；在職業方面，熟年世代及嬰兒潮世代家庭，會隨職業階層越高，家庭外食消費支出較少，而X世代卻無此趨勢；熟年世代及X世代家庭經濟戶長職業為農業及軍人，均較無業外食消費支出較少。

不同世代家庭其地理位置，即指家庭居住地，不同居住地區相較於高雄市，家庭外食消費支出均比高雄低。高雄是個人口密集地區，社會結構改變，在三個世代中均有相同之趨勢，即家庭外食消費支出皆低於高雄市。

在家庭生命週期中，熟年世代家庭，大都男主外、女主內，經濟戶長性別為男性，家庭外食消費支出即是重要影響因素，然而在年輕世代家庭卻無此現象。年齡方面，在熟年世代，隨經濟戶長年齡增加，家庭外食消費支出即呈現加速現象。在嬰兒潮及X世代，隨著經濟戶長年齡增加，家庭外食消費支出金額即有逐漸趨緩的現象。婚姻狀況面，在熟年世代及X世代對家庭外食消費支出為重要影響因素；家庭規模面，即家中人口數目多，對三個世代中家庭外食消費支出，均為重要影響因素。家庭中擁有6歲小孩與家中擁有7~12歲未成年小孩，對於家庭外食消費支出，在熟年及嬰兒潮世代家庭是為影響因子，且為負向。

餐飲相關業者，面臨社會結構產生急遽之轉變，經濟快速發展，使得



外食人口急速增加，應確切掌握影響不同世代家庭的外食消費因素，亦可掌握市場最新動態及未來趨勢的發展。針對以上實証結果，本研究對未來之相關研究提出下列幾點建議：近年來，國內經濟快速發展，雙薪家庭增加，家庭主婦時間成本隨著世代的年輕化而逐漸提升，本研究以家庭主婦就業取代家庭主婦時間成本，經濟獨立、投注家事勞務時間減少，可設計多元化、迅速、便利為主的料理，台灣的外食產業從傳統的飲食文化，分化出另一種飲食市場，業者應即時掌握外食市場商機。

經濟戶長年齡約在 51 歲之後，與家庭外食消費支出呈現緩降的趨勢，配合消費者飲食的要求已從吃到飽，逐漸轉向以健康、養生為主的飲食觀，如何經營拓展銀髮族市場，亦是一個重要商機。

大眾化口味的連鎖性食品產業興起，如：麥當勞、必勝客、STARBUCKS、快可力、美而美、鬍鬚張等，讓消費者更具多元性的選擇。此外，個性化、獨特性的餐廳也相繼出現，外食產業產生了一些變化，因此，考量消費者個別差異、選擇性，選擇適當的地區開拓市場等因素，均是相關餐飲業者的行銷策略考量因素。



## 一、中文文獻

1. 工商及服務業普查查詢系統資料(2005)。工商及服務業普查總報告書  
[On-line] [http://ebas1.ebas.gov.tw/icsweb/ics\\_menu.asp?na=I00](http://ebas1.ebas.gov.tw/icsweb/ics_menu.asp?na=I00)
2. 中華民國連鎖店協會 (1998) 。97'連鎖店年鑑。臺北：中華民國連鎖店協會。
3. 王美娟 (2007) 。不同世代員工的人格特質及其對工作滿足、組織承諾與離職傾向之影響。未出版在職專班碩士論文，國立中山大學人力資源管理研究所，高雄。
4. 王叢桂 (1992) 。社會轉型中之工作價值變遷研究—行政院國家科學委員會研究計畫成果報告，東吳大學，臺北。
5. 台灣連鎖暨加盟協會(2008) 。2008 台灣連鎖店年鑑。臺北：台灣連鎖暨加盟協會。
6. 行政院主計處 (1992) 。中華民國 80 年家庭收支調查報告。臺北。
7. 行政院主計處 (1997) 。中華民國 85 年家庭收支調查報告。臺北。
8. 行政院主計處 (2007) 。中華民國 95 年家庭收支調查報告。臺北。
9. 行政院主計處 (2002) 。中華民國 90 年家庭收支調查報告。臺北。
10. 行政院主計處 (1995) 。「國民生活型態與倫理調查報告」。臺北。



11. 行政院主計處(1996)。「中華民國行業標準分類」。臺北。
12. 行政院主計處(1998)。「社會發展趨勢調查報告」。臺北。
13. 行政院主計處(2006)。「台灣地區家庭收支調查報告」。臺北。
14. 何忠昇(1993)。「臺灣家庭外食消費及其對農產運銷之影響」。未出版碩士論文，國立台灣大學農業經濟研究所，臺北。
15. 李正綱、萬衛華與陳怡靜(2000)。「台灣消費者外食用餐消費行為之研究」。景文技術學院學報。89，11-22。
16. 李皇照(1998)。「在家和在外食品消費支出分析與預測」。台灣土地經融季刊。35，225-239。
17. 李皇照與林素娟(1997)。「三種家庭類型外食消費支出分析-家計生產模型之應用」。農業經濟叢刊。3，1-24。
18. 李榮生(2002)。「台北市不同社經地位家庭飲食與消費型態研究」。未出版碩士論文，國立台灣師範大學家政教育研究所，臺北。
19. 林松齡(1999)。「家庭」。臺北：巨流出版公司。
20. 林振順(1990)。「連鎖店主持人特質、策略選擇、績效關係之研究-以餐飲業為例」。未出版碩士論文，國立台灣大學商學研究所，臺北。
21. 林素娟(1993)。「家計單位時間價值與外食消費支出之研究」。未出版碩士論文，國立中興大學農產運銷研究所，臺北。



22. 林欽榮 (2002)。消費者行為。臺北：揚智文化事業股份有限公司。
23. 徐仁全 (2007, 6)。吃出競爭力，外食人口大調查全台 330 萬天天外食族逼近北縣總人口。天下雜誌。
24. 徐增圓 (2001)。新世代工作者之工作價值觀、期望報酬類型暨兩者相關因素與組織承諾之關係。未出版碩士論文，國立政治大學心理學系，臺北。
25. 理德商機智庫(2007)。搶先飲食同業 3 年的食之新潮流，臺北。
26. 莊宗憲 (1994)。消費社會：大眾文化與後現代。未出版碩士論文，國立政治大學社會學研究所，臺北。
27. 連鎖店情報(2000)。消費者外食機率上揚餐飲業者利多。連鎖店情報。
28. 郭貞 (1995)。世代分析在社會科學的應用。國立政治大學研究通訊。5, 3-23。
29. 陳宗玄 (2006)。休閒產業趨勢研究。朝陽科技大學休閒事業管理系。
30. 陳怡臻 (2008)。美國速食產業、生活飲食習慣與肥胖問題之關係。未出版碩士論文，淡江大學美國研究所，臺北。
31. 陳金貴 (1999)。公務人員世代差異管理的探討。公務人員月刊。19, 10-19。
32. 陳俐穎、黃宛臻、孔祥竹、陳霈臻與仝仰川 (2001) 電子點餐建置之研



究[On-line] [http://122.116.116.177/uploads/student\\_project/94232.pdf](http://122.116.116.177/uploads/student_project/94232.pdf)

33. 陳建國（1992）。臺中市西式速食消費動機之研究。未出版碩士論文，國立中興大學農產運銷所，臺北。
34. 陳淑玲（1996）。新人類的工作價值觀與工作特性對工作投入影響之研究。未出版碩士論文，國立中山大學人力資源管理研究所，高雄。
35. 黃尹萱（2005）。N世代生活型態與國內旅遊消費行為之研究/撰之研究。未出版碩士論文，世新大學觀光學系，臺北。
36. 黃思華（2000）。大臺北地區夫妻飲食及相關因子之探討。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學家政教育研究所，臺北。
37. 黃淑麗（2000）。西式餐館業網路行銷組合資訊之內容分析。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學家政教育研究所，臺北。
38. 黃識銘（1999）。生活型態、消費態度與消費行為之關聯性研究—台灣地區世代群剖析。未出版之碩士論文，私立元智大學管理研究所，桃園。
39. 溫櫻美（2008）。台灣家計單位國內旅遊消費之世代分析。未出版碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系，臺中。
40. 萬衛華與李正綱（2001）。臺灣地區消費者外食用餐習慣消費行為之調查研究。景文技術學院學報，11，131-139。
41. 經濟部商業司(2000)。餐飲經營管理與實務。臺北：經濟部商業司。



42. 經濟部統計處 (2009)。「歷年來餐飲業營業額」  
<http://2k3dmz2.moea.gov.tw/gnweb/default.aspx>
43. 經濟部統計處 (2009)。「批發、零售及餐飲業調查」  
<http://2k3dmz2.moea.gov.tw/gnweb/>
44. 廖秋月(2001)。X 世代護理工作人員工作價值觀之探討。 , 臺北醫學院護理學研究所, 臺北。
45. 劉慧明 (1997)。我國連鎖速食餐飲業發展趨勢。食品市場資訊。8601, 20-25。
46. 蔡春燕 (2002)。存在台灣消費社會之形成---家戶所得與消費關聯性的階層及城鄉分析。未出版碩士論文, 國立中正大學社會福利研究所, 嘉義。
47. 鄭金寶 (2001)。外食人口的營養問題。台灣地區飲食文化與國民健康研討會論文集。
48. 鄧景衡 (1995, 12)。鄉土小吃與空間。空間雜誌, 頁 65-74。
49. 蕭玉倩(1999)。餐飲概論。臺北: 揚智文化事業股份有限公司。
50. 顏廷諭與謝靜琪(2009)。消費者外食價值與選擇夜市之關係—以臺中市為例。2009 服務業行銷研討會論文集, 425-441。
51. 鍾淑珍(2000)。台灣與大陸新人類工作價值觀比較—以一電腦公司為例。未出版碩士論文, 國立中央大學人力資源管理研究所, 桃園。





52. 蘇芳基(2004)。餐旅概論。臺北：啟英文化公司。

53. 蘇建州與陳宛非（2006）。不同世代媒體使用行為之研究：以 2005 東方消費者行銷資料庫為例。資訊社會研究，(10)，205-234。



## 二、英文文獻

1. Corigliano, M. A. & Baggio (2002). Italian culinary tourism on the internet. In J. Collen & G. Richards (Eds.), *Gastronomy and Tourism* (pp.92-106). Antwerpen:Academie voor de Streekgebonden Gastronomie.
2. Ham, S., Hwang J. H. & Kim W. G. (2004). Household profiles affecting food-away-from-home expenditures: a comparison of Korean and US households. *International Journal of Hospitality Management*, 23, 363-379.
3. Jang, S., Ham, S. & Hong, G. S. (2007). Food-AWAY-FROM-HOME expenditure of senior household in the united states: A double-hurdle approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*,31(2), 147-167.
4. Kim, E. J. (2002). The impact of economic and socio-demographic characteristics on the decision to eat out: Whether to eat out and where to eat out. The Ohio State University Ph.D. thesis.
5. Kuppershmidt, B. R. (2000). Multigeneration Employee: Strategies for Effective Management. *Health Care Manager*, 19( 1), 65-76.
6. Lin, B. H., Elizabeth, F. & Joanne, G. (1999). Away-From-Home Foods Increasingly Important to Quality of American Diet. *Economic Research Service/USDA*, 749, 1-22.



7. Mutlu, S. & Gracia, A. (2004). Food consumption away from home in Spain, *Journal of Food Products Marketing*, 10(2).
8. Mutlu, S. & Gracia, A. (2006). Spanish food expenditure away from home (FAFH): by type of meal, *Applied Economic*, 38, 1037-1047.
9. Stewart, H. & Yen, S. T. (2004). Changing household characteristics and the away-from-home food market: a censored equation system approach. *Food Policy*, 29, 643-658.
10. Zemke, R., Raines, C. & Filipczak, B. (2000). *Generations at a Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*. N. Y.: AMACOM.