

# 高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

## 教師行動研究(專題製作)報告



## 如何創造一個成功的夜市人生

科 別： 資料處理科

姓 名： 洪宛如

中 華 民 國 103 年 07 月

## 目錄

|                        |    |
|------------------------|----|
| 壹、前言 .....             | 1  |
| 一、研究動機 .....           | 1  |
| 二、研究目的 .....           | 2  |
| 貳、正文 .....             | 3  |
| 一、台灣夜市的歷史 .....        | 3  |
| 二、夜市在台灣社會之中扮演的角色 ..... | 3  |
| 三、夜市成功因素 .....         | 4  |
| 四、行銷 4P 理論 .....       | 5  |
| 參、研究架構 .....           | 7  |
| 一、研究架構 .....           | 7  |
| 二、問卷設計 .....           | 8  |
| 肆、問卷與分析 .....          | 10 |
| 一、問卷發放與基本資料分析 .....    | 10 |
| 二、問卷分析 .....           | 10 |
| 三、男女群組差異分析 .....       | 12 |
| 伍、結論與建議 .....          | 14 |
| 一、結論 .....             | 14 |
| 二、建議 .....             | 14 |
| 陸、參考資料 .....           | 15 |
| 附錄 1 問卷內容 .....        | 16 |

## 圖表索引

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 圖 1 研究架構圖 .....       | 9  |
| 表 1 夜市成功因素彙整表 .....   | 4  |
| 表 2 行銷組合理論 .....      | 5  |
| 表 3 重要因素的行銷組合分類 ..... | 7  |
| 表 4 受訪者基本資料統計 .....   | 10 |
| 表 5 產品構面統計結果 .....    | 10 |
| 表 6 價格構面統計結果 .....    | 10 |
| 表 7 通路構面統計結果 .....    | 11 |
| 表 8 促銷構面統計結果 .....    | 11 |
| 表 9 行銷組合統計結果 .....    | 11 |
| 表 10 性別對題項的差異 .....   | 12 |

# 如何創造一個成功的夜市人生

## 摘要

在臺灣，夜市是個創造許多商機的地方，每年為台灣帶來了近新台幣 5,081 億元的營業收入，除了觀光客之外，夜市也是台灣人相當重要的休閒活動之一，在晚上與親朋好友一同在熱絡的夜市裡，尋找好吃的美食、飾品、遊戲攤，享受夜市裡濃厚的人情味，夜市是臺灣人親睦感情的好所在。

本研究中將討論成功夜市有著哪些關鍵因素，有著哪些劣處，透過所學的行銷組合及統計的相關概念，去製作並分析回收的問卷，研究結果發現行銷組合中的產品及通路影響較深，而在男女差異上則是男生較重視促銷活動，女生較重視通路的基本設施，本研究可提供欲於夜市擺攤的選擇參考。

關鍵字：夜市、行銷組合、消費者行為、觀光

## 壹、前言

### 一、研究動機

在臺灣，夜市是個創造許多商機的地方，每年為台灣帶來了近新台幣5,081 億元的營業收入，其中食品攤販的營收高達8成、4,064億元，占當年全民食品消費1兆7,931億元的22.6%；許多的觀光客來臺，大多數都會去夜市消費，根據觀光局中華民國101年來臺旅客消費及動向調查資料，夜市是觀光客們最喜歡的熱門景點，觀光客每一百人次就會有77.76人次到夜市觀光；除了觀光客之外，夜市也是台灣人相當重要的休閒活動之一，在晚上與親朋好友一同在熱絡的夜市裡，尋找好吃的美食、飾品、遊戲攤，享受夜市裡濃厚的人情味，夜市是臺灣人親睦感情的好所在。(1)

雖然夜市帶來了很多人潮和商機，但同時也有著一些缺點，如果買到瑕疵品顧客無法獲得賠償，所以在夜市買東西很沒有保障，來逛夜市的人有些個人習慣不好亂丟垃圾導致環境髒亂，人潮擁擠行走不便，賣吃的攤販為了方便造成衛生環境不良，夜市有賣各式各樣吃的東西，尤其是碳烤類的店家，會讓空氣品質不佳，又嘈雜，這些都是夜市的缺點。

雖然有著這些缺點，但是絲毫不會動搖到夜市的重要性，夜市還有著許多其他的功能，在景氣低落、失業率攀升、薪水不漲反減的時候，便宜又大碗的夜市能促進消費讓失業率不致持續惡化，早期政府容許夜市存在就是因為夜市提供弱勢者一條出路。分布廣泛的夜市給小型製造業、沒有知名度或是特殊功能的商家創造出新的市場，也讓瑕疵品、不受歡迎、退流行的商品有一個創造新價值的天地。

## 二、研究目的

本研究中將討論成功夜市有著哪些關鍵因素，有著哪些劣處，透過所學的行銷學得基礎及統計的相關概念，去製作並分析回收的問卷，最後得到結論能讓想要在夜市擺攤的店家更迅速的創業成功，以下為本研究之研究目的。

- (一) 瞭解台灣夜市的文化背景與歷史
- (二) 搜尋並瞭解台灣夜市成功因素的相關研究
- (三) 透過行銷 4P 為理論基礎，並以問卷分析夜市成功的關鍵因素，最後並提出結論

## 貳、正文

在台灣，夜市已經是個不可或缺的活動，而台灣的夜市攤位有著相當驚人的數量，行政院主計處為了了解基層經濟活動，每五年都會走訪全台進行「攤販大調查」，最新的數字發布於 2012 年，全台夜市攤位數總計約有四萬五千七百個，在全台灣約三百個夜市中，平均一個夜市約有一百五十攤，在夜市裡經營攤販維生者約有七萬人之多，2012 年總計台灣夜市總營業更達到了新台幣 5,081 億元的營業收入，占我國 GDP 的 4.1%(2)。而這項為台灣帶來許多商機的活動，是如何在台灣興起的呢？

### 一、台灣夜市的歷史

台灣的夜市最早在舊都市中心（如台北市的大稻埕）出現，它們由小吃攤的聚集逐漸聚市而形成夜市。因此夜市開始在台灣形成時，即以每晚皆開市的型態出現，而非由趕集式的「定期市」逐漸增加開市日期轉變而來。現今在都會區邊緣及鄉下地區盛行的流動夜市（即定期市）則是 1970 年代後期交通發達後才盛行的現象。

夜市在台灣勞力密集、小型資本為主的製造業於 1960 年代興起後開始快速成長，70 年代中期的石油危機所造成的訂單退貨更促使夜市成為切貨及低價品的銷售中心，今天夜市除了依舊是外銷製造業瑕疵品銷售的管道外，更是島內無數以國內市場為主之小型製造廠所賴以維生之銷售網絡。

### 二、夜市在台灣社會之中扮演的角色

夜市分佈廣泛的銷售網絡使得這個以攤販為主所形成之經濟部門與台灣的輕工業及百貨業皆有密切的連結。它不但提供小型製造業一個非常有效率的銷售網絡，將民生用品販賣到全島各個角落，並提供國內製造及零售業應對市場競爭的彈性，讓設計不受消費者歡迎、退流行、訂單退貨、有瑕疵、及換季「庫存貨底」等產品，能夠經由夜市攤販（再次）進入市場，這個特殊的經濟角色在經濟不景氣時尤其明顯。

夜市經濟與其它經濟部門（如製造業及零售業）的密切連結，亦使得夜市的興衰關係著台灣無數小型企業的存活，近年來雖然因為產業的提昇及夕陽工業的外移，夜市已減少其原有之「消化」外銷切貨的功能，但是夜市的蓬勃發展則意味著攤販經濟與依賴此銷售網路的製造業之間愈加緊密的關係；換句話說，如果夜市所扮演的零售功能遭到徹底剷除的話，台灣數以萬計的小型企業亦將失去一個如此有效率且「便宜」的銷售管道。

夜市攤販生意在台灣社會也扮演一個獨特的角色，這個現象和台灣的特殊經濟情況有密切的關係。台灣經濟長期受困於勞力短缺（而非工作機會短缺）的問題，大部份的攤販進入此行業的原因，在於夜市生意提供了一個較一般工作機會更好的收入，對許多具有高企業心但又苦無家庭資助的薪資階級來說，夜市攤販生意更提供了一個累積資本以供創業及階級流動的機會。因此，夜市攤販並非如

一般所認為地，主要為貧窮、低教育水準的勞工，在無法進入正常的職業市場（失業），或在經濟不景氣、公司裁員的情況下，「被迫」進入此一經濟部門；相反地，此項研究發現，大部份的夜市攤販曾從事別的工作或仍持有白天的工作，亦不乏中產階級的參與，許多人主動選擇此項行業，期望以勞力及時間的付出，經營攤販生意來突破本身缺少創業資本的束縛，達到社會流動的目標。(3)

### 三、夜市成功因素

台灣有著許許多多的夜市，但是每個夜市的規模都不盡相同，為何夜市會產生規模上差異呢？根據網路上的資訊，原因大多是夜市的歷史悠久或者政府協助推廣又或是開立時有著相當的廣告與品質，使的夜市廣為人知，而帶來更多的人潮，店家為了賺更多的錢，會將攤販位置移動到有更多人潮的地方，已賺取更多的收入，而人們則是喜好更豐富更多元的夜市，可以嘗試越多新奇的事物，在這樣的交互影響之下，造成規模大的夜市越來越大，而小規模的夜市逐漸消亡；每個夜市都有著各自的特色，而有些夜市卻有著特別吸引人、受歡迎的魅力，這是為什麼呢？由許多的統計數據上來看，能夠受到人歡迎的夜市，大多擁有著完善的規畫、便利的交通、多元的商品選擇等等，而不受歡迎的夜市，通常少了這些關鍵的要素。

根據翁振益(4)等人的文章指出，良好的夜市具有便利的交通、整潔的環境、齊全的公共設施、完善的動線規劃、多樣性的產品、在地特色小吃、知名度、便宜的價格、熱鬧的氣氛、平穩的治安等因素。

而王淑儀(5)等人則是指出，一個受歡迎的夜市，擁有著便利的交通、多樣性的產品、在地特色小吃、知名度、地點良好(周邊有龐大的客群)、購物方便等因素。

王芳堃(6)的文章則指出，一個夜市能夠成功，需要具備整潔的環境、古早風味、產品獨特、便宜的價格、多樣性的產品等因素。

簡靜好(7)等人的文章指出，一個能夠成功發展的夜市，具備著便利的交通、多樣性的產品、整潔的環境、在地特色小吃、知名度、完整的動線規劃等因素。

吳咨諭(8)等人則是指出，一個夜市能讓人逛得開心，需要有多樣性的商品、便宜的價格、便利的交通、熱鬧的氣氛、整潔的環境、齊全的公共設施等因素。

經由上述的討論，本組將夜市應該具有的重要因素，彙整如表 1。

表 1：夜市成功因素彙整表

| 學者 | 成功因素 |
|----|------|
|----|------|

|                  |                                            |                                                   |
|------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 翁振益(4)<br>(2013) | 經濟實惠<br>整潔的環境<br>占地廣泛<br>完善的動線規劃<br>多樣性的產品 | 在地特色小吃<br>討價還價<br>便宜的價格<br>熱鬧的氣氛<br>平穩的治安<br>促銷活動 |
| 王淑儀(5)<br>(2011) | 便利的交通<br>多樣性的產品<br>在地特色小吃<br>停車方便          | 知名度<br>地點良好<br>購物方便                               |
| 王芳堃(6)<br>(2011) | 整潔的環境<br>古早風味<br>產品獨特                      | 便宜的價格<br>媒體報導<br>多樣性的產品                           |
| 簡靜妤(7)<br>(2006) | 便利的交通<br>多樣性的產品<br>整潔的環境                   | 在地特色小吃<br>知名度<br>完善的動線規劃                          |
| 吳咨諭(8)<br>(2009) | 便利的交通<br>多樣性的商品<br>夜市規模                    | 熱鬧的氣氛<br>整潔的環境<br>齊全的公共設施<br>表演活動                 |

我們從以上的討論發現夜市的成功因素與行銷理論中的行銷組合：4P(Product、Price、Place、Promotion)有著相對應的關係，因此以下本組針對行銷學中的「行銷組合」與本研究相關的部份加以探討。

#### 四、行銷 4P 理論

傑羅姆·麥卡錫 (E.Jerome McCarthy) (9)於 1960 年在其《基礎行銷》(Basic Marketing)一書中第一次將企業的行銷要素歸結四個基本策略的組合，即著名的“4P's”理論：產品 (Product)、價格 (Price)、管道 (Place)、促銷 (Promotion)，由於這四個詞的英文字頭都是 P，再加上策略 (Strategy)，所以簡稱為“4P's”。

1967 年，菲力浦·科特勒在其暢銷書《行銷管理：分析、規劃與控制》第一版進一步確認了以 4P 為核心的行銷組合(Marketing Mix)方法，即：

表 2：行銷組合理論

|                |                                                                               |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 產品 (Product)   | 注重開發的功能，要求產品有獨特的賣點，把產品的功能訴求放在第一位。                                             |
| 價格 (Price)     | 根據不同的市場定位，制定不同的價格策略，產品的定價依據是企業的品牌戰略，注重品牌的含金量。                                 |
| 管道 (Place)     | 企業並不直接面對消費者，而是注重經銷商的培育和銷售網路的建立，企業與消費者的聯繫是通過分銷商來進行的。                           |
| 促銷 (Promotion) | 企業注重銷售行為的改變來刺激消費者，以短期的行為（如讓利，買一送一，行銷現場氣氛等等）促成消費的增長，吸引其他品牌的消費者或導致提前消費來促進銷售的增長。 |

根據以上的討論，本組認為讓夜市能夠辦得成功的因素中，可以與行銷學的行銷組合理論有著密不可分的關係，因此我們要利用行銷組合理論，來分析這些令夜市成功的因素，藉此來判明哪些因素，是能夠讓夜市成功的要素。

## 參、研究架構

### 一、研究架構

經由以上的討論，我們將上述學者的討論相關的重要因素，以 4P 行銷組合進行分類整理，其結果如表 3，以下我們分別討論之。

表 3 重要因素的行銷組合分類

| 行銷組合 | 收錄的成功因素                |
|------|------------------------|
| 1.產品 | 獨特小吃<br>占地規模大<br>攤商產品多 |
| 2.價格 | 經濟實惠<br>可討價還價          |
| 3.通路 | 交通便利<br>環境整潔<br>停車方便   |
| 4.促銷 | 促銷活動<br>表演活動<br>媒體推薦   |

(一)產品：在一個夜市中，產品部份除了該夜市所包含的攤商及其所能提供的產品之外，本組認為還包括夜市帶給群眾的整體品牌形象，因此在產品的部份包括以下三項：獨特小吃、占地規模大、攤商產品多等。獨特小吃：獨特小吃代表該夜市所帶來具有獨特性的產品，與其他夜市能有所區隔，雖然小吃的外觀、材料是很容易被模仿，但是口味、品牌這種獨特性卻是模仿不來的，例如逢甲夜市的「大腸包小腸」，饒河夜市的「藥燉排骨」，基隆夜市的「營養三明治」等，雖然這些各地都有在賣，但是一提到這些名稱，卻會直接想到對應的夜市，因此當夜市具有知名的獨特小吃確實具有影響該夜市是否成功的因素之一。

占地規模大：佔地規模代表該夜市未來的發展潛力，具有較大的佔地規模將具有後續擴大夜市經營面積的可能性，對於消費者而言有比較具有消磨時光的功能，而較小的夜市除了擴張受到限制之外，無法滿足消費者在夜市能夠「一次購足」的需求，因此本項也列入成功因素之一。

攤商產品多：攤商產品多則消費者選擇多，因此可以進行比價及產品分析，消費者在商品逛的過程中，可獲得充分的產品訊息，最後在進行採購決策，而攤商若少，產品也少，消費者選擇性少，會減少消費者逛該夜市的意願。

(二)價格：價格是影響消費者購買意願很大的影響因此，對於夜市而言其所標榜的便是經濟實惠，因此夜市商品的定價策略相當重要，本研究中主要討論兩個在價格層面的影響因素：

經濟實惠：夜市產品是否貼近該地區生活水準，具有決定性的影響因素，觀察高雄的六合夜市，由於該夜市主要人群為中國大陸觀光群眾因此定價稍高，而台南花園夜市則屬於當地知名夜市，定價則較為一般，因此本研究認為商品的定價是否帶給消費者具有經濟實惠的感覺相當重要。

討價還價：在傳統商店購買東西一個很有趣的習慣便是「討價還價」，商品在銷售的過程中透過討價還價交換資訊，達成銷售者與消費者之間的平衡，這樣的過程在一般夜市裡也都經常發生，討價還價除了直接議價的行為外，也包括「買多送少」、「滿額送」、「合購價」等多種形式

(三)通路：通路在行銷學中代表產品銷售的管道及地點，在本研究中，我們則把通路定義為「該夜市（銷售地點）所具備的實體相關設施」，因此本項則包含以下幾個因素：交通便利、環境整潔、停車方便。

交通便利：夜市是否交通是否便利具有決定性的影響，觀察台灣最具知名的幾個夜市都可以發現，都具有著良好的交通的優勢，例如：士林夜市在捷運附近、凱旋夜市具有交通車、基隆夜市在高速公路末端等，讓消費者可以快速到達與消費。

停車方便：與上述因素相同著，消費者除了搭乘大眾交通工具之外，機車、汽車等交通工具的停車問題就相當重要，尤其夜市通常必須在靠近市中心的地方，因此寸土寸金之下，在「保持規模」及「停車空間」之間取得平衡便相當不容易。

環境整潔：整潔的環境除了帶給消費者良好的逛街體驗外，夜市中大量的小吃商也必須保持整潔衛生的空間，以帶給消費者衛生清潔的食品，這一個夜市所必須具有的義務與責任。

(四)促銷：夜市是一個商品流通的銷售場所，因此透過各種促銷活動可以提昇來客數、消費額、及賣場的熱度等，夜市是傍晚大家消磨時光的好去處，因此適時的促銷活動可帶動買氣。

促銷活動：各種促銷活動，本處已商品折扣或折價券為主，搭配夜市摸彩等之類的活動，透過夜市經營單位的整體行銷活動來營造買氣，例如台南花園夜市在開張初期有滿額摸彩活動。

表演活動：夜市如能定時舉辦一些表演秀場等活動可以炒熱賣場氣氛，促進消費等，例如知名歌星的演唱、Show girl 的走秀等都具有帶來人潮的效果，例如高雄的黃色小鴨活動就帶來大量的觀光人潮及消費活動。媒體推薦：透過一些媒體的報導及推薦可加強夜市的產品形象，並透過這類型的置入行銷提高夜市整體知名度及來客數，例如金鑽夜市初期便透過「全台最大規模的夜市」而常受到電視報導，而其他夜市的相關小吃也會因為這樣的報導而更受歡迎，因此本研究認為媒體推薦也是重要的因素之一。

## 二、問卷設計

在完成行銷組合的項目分類及分析之後，本研究確認研究架構為以下設計，夜市是否能成功受到四個構面影響，分別是產品、價格、通路、促銷，而不同構面中則包含 2-3 個項目，接下來我們透過問卷設計來確認消費者所認為的因素是否與我們的架構相同。

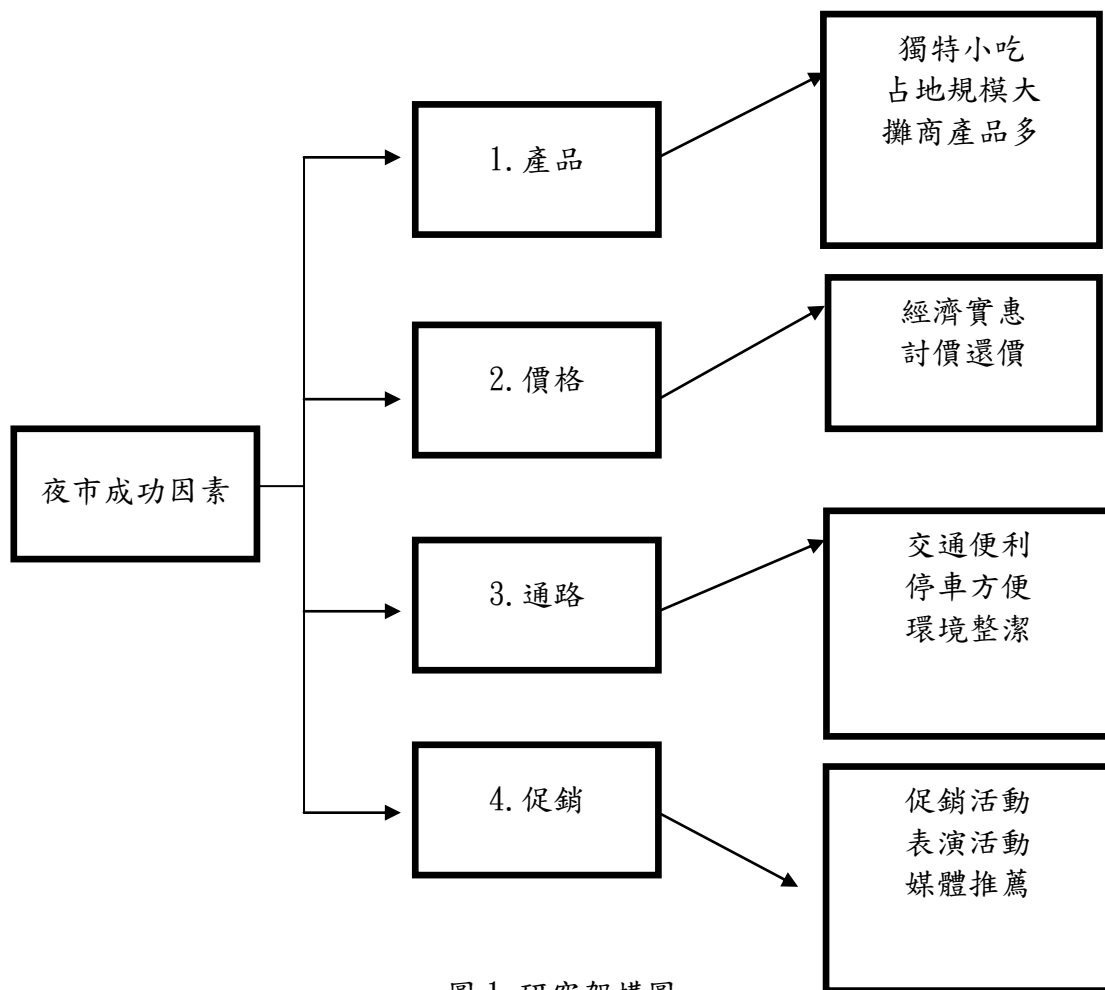


圖 1 研究架構圖

在完成研究架構之後，本研究著手設計問卷，問卷主要分成兩大部份，第一部份為基本資料，包括性別、年齡、月收入等，第二部份則是研究架構部份，以圖 1 為基礎一共設計 4 個構面合計 11 題項，問卷如附錄一。

## 肆、問卷與分析

### 一、問卷發放與基本資料分析

為能爭取時效及獲取更多樣本，本研究採用 Google 線上問卷，於民國 102 年 01 月 01 日～10 日於網路上發放，合計回收 139 份有效問卷，其受訪者基本資料如表 4。其中女性佔了 64%、男性佔了 36%，年齡部份則主要在 10~20 歲之間以青少年族群居多，月收入大多在 10,000 以下。

表 4 受訪者基本資料統計

| 項目  | 類別            | 次數(N=139) | 百分比           |
|-----|---------------|-----------|---------------|
| 性別  | 男             | 50        | 35.97%        |
|     | 女             | 89        | <b>64.03%</b> |
| 年齡  | 10-20 歲       | 107       | <b>76.98%</b> |
|     | 21-30 歲       | 12        | 8.64%         |
|     | 31-40 歲       | 12        | 8.64%         |
|     | 41-50 歲       | 3         | 2.15%         |
|     | 50 歲以上        | 5         | 3.59%         |
| 月收入 | 10,000 以下 (含) | 102       | <b>73.39%</b> |
|     | 10,001-20,000 | 13        | 9.36%         |
|     | 20,001-30,000 | 11        | 7.91%         |
|     | 30,001-40,000 | 7         | 5.03%         |
|     | 40,001 以上 (含) | 6         | 4.31%         |

### 二、問卷分析

而在研究架構的問卷部份，包含四個構面合計 11 個題項，依據不同構面整理如表 5-表 8，並討論如下。

表 5 產品構面統計結果

| 產品    | 非常同意 |        | 同意 |        | 無意見 |        | 不同意 |       | 非常不同意 |       |
|-------|------|--------|----|--------|-----|--------|-----|-------|-------|-------|
|       | 次數   | 百分比    | 次數 | 百分比    | 次數  | 百分比    | 次數  | 百分比   | 次數    | 百分比   |
| 特色小吃  | 63   | 45.33% | 70 | 50.35% | 6   | 4.32%  | 0   | 0%    | 0     | 0%    |
| 占地規模大 | 35   | 25.18% | 43 | 30.94% | 48  | 34.54% | 12  | 8.63% | 1     | 0.71% |
| 攤商產品多 | 61   | 43.89% | 51 | 36.69% | 24  | 17.27% | 3   | 2.15% | 0     | 0%    |

根據收回問卷統計（表 5），「特色小吃」、「攤商產品多」兩各項目都有接近一半以上的受訪者覺得非常同意，惟「佔地規模」大約有 25.18%受訪者覺得最重要，所以由問卷結果得知佔地規模大對受訪者而言，還是特色小吃、攤商產品多更受歡迎。

表 6 價格構面統計結果

| 價格 | 非常同意 | 同意 | 無意見 | 不同意 | 非常不同意 |
|----|------|----|-----|-----|-------|
|----|------|----|-----|-----|-------|

|       | 次數 | 百分比    | 次數 | 百分比    | 次數 | 百分比    | 次數 | 百分比    | 次數 | 百分比   |
|-------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|-------|
| 經濟實惠  | 50 | 35.97% | 58 | 41.72% | 28 | 20.14% | 3  | 2.15%  | 0  | 0%    |
| 可討價還價 | 17 | 12.23% | 36 | 25.89% | 67 | 48.20% | 17 | 12.23% | 2  | 1.43% |

此項問卷題目可觀察出（表 6），經濟實惠約有 35.97%受訪者覺得最重要、可討價還價約有 12.23%受訪者覺得重要，讓受訪者感到經濟實惠，比起可討價還價對於銷售效果而言，還是經濟實惠較能發揮功用。

表 7 通路構面統計結果

| 通路   | 非常同意 |        | 同意 |        | 無意見 |        | 不同意 |       | 非常不同意 |       |
|------|------|--------|----|--------|-----|--------|-----|-------|-------|-------|
|      | 次數   | 百分比    | 次數 | 百分比    | 次數  | 百分比    | 次數  | 百分比   | 次數    | 百分比   |
| 交通便利 | 73   | 52.51% | 53 | 38.12% | 12  | 8.63%  | 0   | 0%    | 1     | 0.71% |
| 環境整潔 | 82   | 58.99% | 43 | 30.93% | 13  | 9.35%  | 1   | 0.71% | 0     | 0%    |
| 停車方便 | 73   | 52.51% | 42 | 30.21% | 23  | 16.54% | 1   | 0.71% | 0     | 0%    |

從問卷探討 4P 中管道的三項分類（表 7），環境整潔約有 58.99%受訪者認為非常重要，交通便利、停車方便都有超過一半的受訪者認為最重要，得知環境整潔對消費者而言最為重要，其原因可能是有良好的環境對於消費食品較為安心。

表 8 促銷構面統計結果

| 促銷   | 非常同意 |        | 同意 |        | 無意見 |        | 不同意 |        | 非常不同意 |       |
|------|------|--------|----|--------|-----|--------|-----|--------|-------|-------|
|      | 次數   | 百分比    | 次數 | 百分比    | 次數  | 百分比    | 次數  | 百分比    | 次數    | 百分比   |
| 促銷表演 | 31   | 22.30% | 49 | 35.25% | 53  | 38.12% | 5   | 3.59%  | 1     | 0.71% |
| 表演活動 | 26   | 18.70% | 38 | 27.33% | 62  | 44.60% | 9   | 6.47%  | 4     | 2.87% |
| 媒體推薦 | 21   | 15.10% | 33 | 23.74% | 66  | 47.48% | 14  | 10.07% | 5     | 3.59% |

問卷統計結果顯示（表 8），在促銷的分類中媒體推薦有 15.10%人認為最重要、表演活動約有 18.70%消費者認為重要、促銷表演約有 22.30%受訪者認為最重要。因此得知大部分受訪者認為在促銷構面中，較重視促銷表演，其原因可能是能得到較多促銷的商品資訊，少部分消費者選擇表演活動、媒體推薦其原因可能是看到表演後有較大的吸引力吸引受訪者去購買，媒體推薦的商品、小吃較為實用、好吃。

表 9 行銷組合統計結果

| 4P | 總平均  | 平均   | 標準差  | 重要性  |
|----|------|------|------|------|
| 產品 | 4.11 | 4.41 | 0.57 | 非常重要 |
|    |      | 3.71 | 0.96 |      |
|    |      | 4.22 | 0.81 |      |
| 價格 | 3.73 | 4.12 | 0.80 | 重要   |

|    |      |      |      |      |
|----|------|------|------|------|
|    |      | 3.35 | 0.90 |      |
| 管道 | 4.42 | 4.42 | 0.71 | 非常重要 |
|    |      | 4.48 | 0.70 |      |
|    |      | 4.35 | 0.78 |      |
| 促銷 | 3.55 | 3.75 | 0.87 | 重要   |
|    |      | 3.53 | 0.97 |      |
|    |      | 3.37 | 0.98 |      |

若整合成行銷組合四個構面來分析，則是以管道最受到受訪者重視，而在管道的構面中的意義為銷售點的基本設施，包括交通、衛生、停車場等項目，可見得消費者在選擇要到那個夜市時，最重視的仍是夜市的基本設施是否完善，而後再討論夜市內的產品是否知名、獨特等，出乎意料的部份則是，價格及促銷手法反而並沒有這麼受到重視，可見得台灣群眾的消費者，已經不再只是考量價格優先，而是強調必須要在逛夜市那種「良好的體驗」，也代表台灣的夜市下一步必須改變策略，把好得產品、好得動線規劃及基礎設施做好，如能加上適當地促銷活動及定價策略，勢必能吸引大量消費者前來消費。

### 三、男女群組差異分析

此外另一個讓本組相當感興趣的問題則是，性別的不同是否在重視的項目中會有不同，因此我們將受訪對象以性別分成兩類使用者，並以平均數來比較其差異，其結果如表 10。

表 10 性別對題項的差異

| 行銷組合 | 項目    | 女性平均 | 男性平均 | 差異    |
|------|-------|------|------|-------|
| 產品   | 特色小吃  | 4.40 | 4.42 | -0.02 |
|      | 占地規模大 | 3.76 | 3.62 | 0.14  |
|      | 攤商產品多 | 4.33 | 4.04 | 0.29  |
|      | 合計    | 4.16 | 4.03 | 0.14  |
| 價格   | 經濟實惠  | 4.19 | 3.98 | 0.21  |
|      | 可討價還價 | 3.38 | 3.30 | 0.08  |
|      | 合計    | 3.79 | 3.64 | 0.15  |
| 通路   | 交通便利  | 4.49 | 4.28 | 0.21  |
|      | 環境整潔  | 4.62 | 4.24 | 0.38  |
|      | 停車方便  | 4.37 | 4.30 | 0.07  |
|      | 合計    | 4.49 | 4.27 | 0.22  |
| 促銷   | 促銷表演  | 3.76 | 3.72 | 0.04  |
|      | 表演活動  | 3.43 | 3.70 | -0.27 |
|      | 媒體推薦  | 3.33 | 3.44 | -0.11 |
|      | 合計    | 3.51 | 3.62 | -0.11 |

根據所列差異發現，男女差異的最大的部份在「通路」及「促銷」兩部份，其中通路部份，男女平均差異高達 0.22，而在題項「環境整潔」部份，高達 0.38，

代表女性群眾對於環境是否衛生（包括廁所是否足夠）等議題相對於男性而言相當重視。

另一方面則是「促銷」部份的差異，男性似乎在本議題上明顯的較女性為重視，也可反應到一些賣場如有 Showgirls 進行表演炒熱賣場時，男性群眾總是趨之若鶩的現象是完全相同的，所以有人稱男性是視覺動物，在本研究中是完全符合。

## 伍、結論與建議

### 一、結論

經由上述問卷設計及統計結果之後，本研究中之結論主要分析如下：

- (一) 本研究成功以行銷組合來瞭解消費者對於夜市成功因素。
- (二) 透過問卷統計，發現在以「產品」及「通路」兩個構面最受到消費者重視，產品代表攤商的商品數量多及具備特色小吃；通路部份，則強調夜市的基本設施，包括衛生環境及停車等交通問題。
- (三) 此外「價格」、「促銷」兩個構面，相較而言數值較低，代表台灣群眾的消費者，已經不再只是考量價格優先，也代表夜市下一步必須改變策略，把得好產品、好得動線規劃及基礎設施做好，如能加上適當地促銷活動及定價策略，勢必能吸引大量消費者前來消費。
- (四) 在男女差異的分析部份，則在「通路」與「促銷」上產生較大的差異，男生較重視炒熱氣氛的「促銷」活動，而女性最重視代表基本設施的「通路」，未來夜市在吸引不同族群的時候，可以交互著應用這些策略來吸引不同族群的人來消費。

### 二、建議

由於研究時間及人力的限制，本研究有著以下問題及限制，並提供後續研究者後續建議

- (一) 樣本族群太過集中：雖然採用網路問卷，但是樣本多為學生同學，因此樣本太過狹隘，後續研究者應避免這樣的問題。
- (二) 無因果關係研究：由於時間上的限制，本研究並未針對因果關係進行研究（滿意度、忠誠度等），後續可以再針對這類問題加入分析。

經由本次的研究才發現原來夜市的功能不只是提供一個消費者逛街、吃東西的場所而已，他還具備有調節產品、調節失業等多項功能，讓本組獲得相當多的歷史文化的相關知識，除此之外同時也為了問卷製作及統計，將課程中所學習的電腦統計及網路上找資料的技巧學以致用，製作本專題的過程中，也瞭解如何團隊分工以獲取最佳成績。

## 陸、參考資料

1. 觀光局中華民國 101 年來臺旅客消費及動向調查新聞稿  
[http://admin.taiwan.net.tw/news/news\\_d.aspx?no=249&d=4333](http://admin.taiwan.net.tw/news/news_d.aspx?no=249&d=4333)
2. 台灣光華雜誌－非浪漫傳奇：台灣夜市文化夜市經濟搖錢樹  
[http://www.taiwan-panorama.com/show\\_issue.php?id=2010129912112c.txt&table=0&cur\\_page=1&dis\\_type=text](http://www.taiwan-panorama.com/show_issue.php?id=2010129912112c.txt&table=0&cur_page=1&dis_type=text)
3. 民族學研究所研究助理余舜德－台灣夜市的歷史與政治經濟研究  
<http://www.sinica.edu.tw/as/weekly/85/564/04.txt>
4. 翁振益（2013）－國立高雄餐旅大學－《餐旅暨觀光(第十卷 第二期)》〈亞洲觀光夜市目的地意象探討〉  
<http://ir.nkuht.edu.tw/retrieve/1806/10-2-001.pdf>
5. 王淑儀（2011）－越夜越美麗－逢甲夜市  
<http://moss2007.shinmin.tc.edu.tw/admunit/resource/library/DocLib3/1001115/%E8%B6%8A%E5%A4%9C%E8%B6%8A%E7%BE%8E%E9%BA%97.pdf>
6. 王芳堃（2011）－台中小吃經營關鍵成功因素  
<http://thuir.thu.edu.tw/retrieve/13632/099THU00720016-001.pdf>
7. 簡靜妤（2006）－台灣夜市經濟的發展型態與形象重塑論析  
<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2006/10/2006101911170544.pdf>
8. 吳咨諭（2009）－淺談台灣夜市  
<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2009/03/2009033112393233.pdf>
9. 4P 行銷理論  
<http://info.abss.com.tw/a/marketplan/20130831674.html>

## 附錄 1 問卷內容

親愛的消費者，您好：

我們正在製作一個題目為「如何創造一個成功的夜市人生」的專題報告，請將您對於夜市的觀感與意見填寫於問卷中，此問卷採不記名方式，不會留下您任何的個人資料，請安心填寫，感謝您的填答。

### 一、基本資料

- 1.性別：☐男 ☐女
- 2.年齡：☐10-20 歲 ☐21-30 歲 ☐31-40 歲 ☐41-50 歲 ☐50 歲以上
- 3.月收入：☐10,000 以下（含） ☐10,001-20,000 ☐20,001-30,000  
☐30,001-40,000 ☐40,001 以上（含）

### 二、問卷內容

親愛的消費者，您好：

這是一份研究消費者在評價夜市的好壞的因素的問卷，我們想了解一個好的夜市應該具備哪些條件，因此請您依照您的直覺完成以下問題。

- 1.該夜市內有一些特殊在地小吃會提高你逛該夜市的興趣？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 2.該夜市的佔地規模越大，您會越想逛這個夜市？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 3.該夜市的攤商越多產品種類越多，您會越想逛這個夜市？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 4.該夜市的產品是否物超所值對您而言是重要的？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 5.夜市裡購物時，可以討價還價對您而言是重要的？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 6.到該夜市的交通方便（如：鄰近捷運站、公車站）對您而言是重要的？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 7.該夜市的環境與衛生對您來說是重要的？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 8.該夜市旁邊有無設置方便的停車空間對您而言是重要的？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 9.該夜市內提供促銷活動（折價券、免費餐券）會提高您逛該夜市的興趣？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 10.該夜市常具辦一些特殊活動（如：摸彩、藝人表演）對您來說是重要的？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意
- 11.該夜市經常有媒體報導或名人推薦，對您來說是重要的？  
☐非常同意 ☐同意 ☐無意見 ☐不同意 ☐非常不同意

