

投稿類別：觀光餐旅

篇名：
愈「夜」愈美麗-新興彩虹夜市之分析

作者：
徐暄茹。國立花蓮高級商業職業學校。會計事務科三年甲班
陳芷妍。國立花蓮高級商業職業學校。會計事務科三年甲班
邱子芹。國立花蓮高級商業職業學校。會計事務科三年甲班

指導老師：
謝淑姿老師

壹●前言

一、研究動機

現今夜市已成為人們生活的一部分，晚上肚子餓就往夜市前進，而全台的夜市有那麼多家，要如何做選擇呢？身為花蓮人決定研究花蓮的夜市，為什麼會吸引那麼多的人呢？為何大家晚上肚子餓了就會想到夜市呢？將透過此研究找出答案。

而那些店家為何能吸引到那麼多人潮呢？是用哪些方法呢？這是值得我們去探索的，因此我們決定要探討彩虹夜市，並分別找出它的特別之處。在新興的彩虹夜市裡藏有什麼好吃的、好玩的？花蓮在地人耳熟能詳的南濱夜市現今為何轉變為彩虹夜市呢？這個變化又能帶給花蓮觀光業多少營收？也因為現今夜市的消費者不單單只包含在地人，還會有許多遊客到此地觀光，使得台灣夜市已成為生活中不可或缺的休閒娛樂，也是台灣的特色之一，所以值得我們去探討並加以分析。

二、研究目的

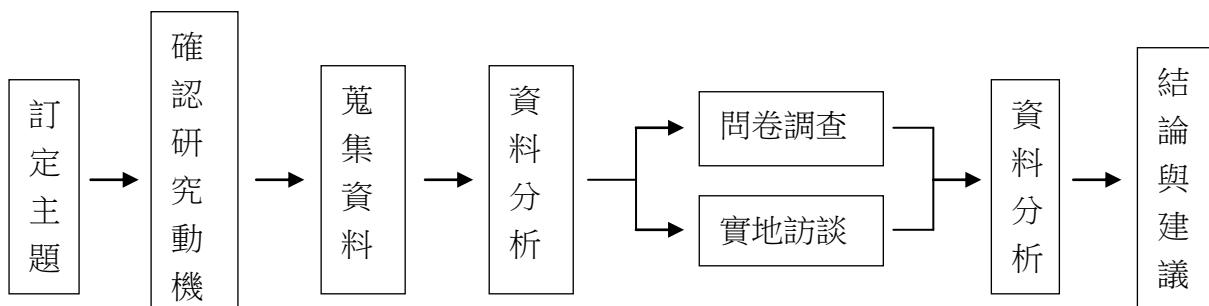
- (一) 瞭解夜市的定義與起源
- (二) 瞭解彩虹夜市的滿意程度
- (三) 分析彩虹夜市的優劣勢
- (四) 總結並提出具體建議

三、研究方法與流程

(一) 研究方法

- 1、文獻資料：尋找有關彩虹夜市的相關報導及書籍，以了解彩虹夜市的歷史，統整彩虹夜市的相關資訊，對彩虹夜市有更進一步的認識。
- 2、問卷調查：利用假日到彩虹夜市對消費者做簡單的問卷調查，了解消費者的滿意度。
- 3、實地訪談：訪談彩虹夜市的攤販做，以便了解他們的經營現況。

(二) 研究流程



圖一 研究流程

四、研究對象與限制

因為彩虹夜市是新開的，所以文獻資料沒有很多，因此本研究以問卷調查法來了解消費者對彩虹夜市的消費行為及滿意度，並且安排時間與店家做訪談。由於仍在學，只能利用假日時間來做問卷調查，問卷的發放地點則以彩虹夜市的消費者為主。

貳●正文

一、文獻探討

(一) 夜市定義

為什麼夜市總會有那麼多人，尤其是到了假日，經過附近都會看到非常多人在排隊，只為了品嚐台灣的夜市小吃。讓我們來了解一下夜市吧！「夜市為主要於夜間做買賣的市場，可能販售飲食、服飾、雜貨、遊戲等。」（維基百科）而飲食方面主要以「具有鄉土味之點心小吃，甜鹹冷熱樣樣俱全。」（葉益青，2004）

(二) 夜市的起源

「中國社會市集之發展，乃追溯至周朝之集中市場設立開始。」（候靜華，1988），而最早的夜間市集是出現在唐朝，尤其是亞洲特別流行。

「開始由小吃攤的聚集逐漸聚集而形成夜市。因此夜市開始在台灣形成時，即以每晚皆開市的型態出現」（楊嵐鈞，2004）。而夜市又有分為流動與非流動，現今在都會區的夜市大多為非流動夜市，反之郊區較多為流動夜市。

(三) 彩虹夜市的發展起源和歷史

花蓮市的海岸分為南濱與北濱兩段，南濱是早期花蓮開墾時登岸的灘頭堡，後來因為其風浪太大進出港不易，從此南濱逐漸被遺忘，這幾年才被開闢為南濱公園。民國 70 年開始，公園內停車場陸續有小吃攤販設攤營業，長久以來成為花蓮縣民與觀光客遊憩休閒的所在。花蓮縣政府一方面為了讓南濱公園整建，一方面讓原本的攤販能夠繼續營業，規劃彩虹觀光夜市，使原有攤販進駐繼續營業。

南濱夜市是彩虹夜市的前身，南濱夜市在花蓮市地區已經進駐了 30 餘年，但因為土地的合約問題，南濱夜市必須配合縣政府拆遷，並於 2014 年 1 月 27 日進行拆遷作業，而縣政府為了南濱夜市的業者設立了彩虹夜市，並於 2014 年 2 月 24 日正式開幕，新興的彩虹夜市位於花蓮市中山路和重慶路交叉口。

(四) 彩虹夜市的地理位置

彩虹夜市位於花蓮市中山路、重慶路交叉口（六期重劃區），左邊是遊戲區，右邊大多為販賣飲食。

(五) 彩虹夜市的特色

彩虹夜市內劃分為 ABC 三區，總共約 100 個商家，飲食類約 40 攤，遊戲機、夾娃娃機和彈珠檯等遊戲類的攤位約 60 攤。其中比較有特色的攤位包括 A 區的臭豆腐、牛排、原住民美食；B 區的新鮮果汁吧、甘蔗汁；還有 C 區的魷魚羹、傻師傅小籠包等等。夜市內的道路寬敞，而且有放置垃圾桶方便遊客使用，整體來說，逛起來相當舒服。旁邊的大空地又常常有活動舉行，真的是有得吃又有得玩。唯一美中不足的是，好吃有特色的攤位不多，希望未來能在夜市看到更多不一樣的美食，如此一來，這個夜市會更加吸引人。



圖二 南濱夜市(彩虹夜市的前身)



圖三 彩虹夜市

圖片來源：本研究小組拍攝

(六) 滿意度的定義

「指的是顧客的評價以及感覺的消費過程。顧客滿意度是顧客需求是否滿足的一種界定尺度」(王作成，何曉群，2004)，我們認為服務品質也是屬於滿意度重要的一部分，「好的服務品質不僅使你不費唇舌就可以吸收到更多的新顧客，還可以輕易的保住舊客戶及增加交叉銷售的機會。」(陳舜萍(譯)，1992)

二、分析

(一) 彩虹夜市 SWOT 分析

SWOT 分析之意義：「由學者 Marriott 提出，主要在考量企業內部條件的優勢和劣勢，及外在環境的機會和威脅」(林淑芬，2012) 是為了尋找彩虹夜市的競爭力與市場環境配合的策略，及分期層面為內部的優勢、劣勢和外部的機會、威脅。如表一所示。

表一 彩虹夜市之 SWOT 分析

內部環境分析	優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
	1.價格平價(約 50~200 元) 2.位於花蓮金三角 3.停車方便	1 知名度不夠高 2.店面租金的金額過高 3.招牌不夠明顯
外部環境分析	機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
	1.近年國內外觀光遊客增加 2.有活動時可增加人潮 3.政府推動（舉辦大型活動）	1.物價上漲，成本增加 2.同質商品多，競爭者多（自強夜市） 3.人群問題（顧客人數較少）

(二) 彩虹夜市行銷 4P

行銷 4P 之意義：行銷策略可分為產品策略、定價策略、推廣策略及通路策略，合稱為行銷 4P，又稱為行銷組合。如表二所示。

表二 彩虹夜市之行銷 4P

產品 (Product)	價格 (Price)
1.在吃的、用的，甚至是娛樂上都是極具豐富的創意性和獨特性，能抓住消費者的心。 2.食材新鮮，讓消費者吃得安心。	1.以中低價位為主，吸引顧客目光（約 50~200）。 2.產品價格合理，並採用薄利多銷的定價策略。
通路 (Place)	推廣 (Promotion)
1.藉由彩虹夜市的消費者口耳相傳。 2.彩虹夜市幾乎是以最終零售商至消費者的階段。	1.透過報章雜誌報導，提高知名度。 2.由彩虹夜市網站 (Facebook)，推廣給更多人知道。

(三) 花蓮夜市的比較

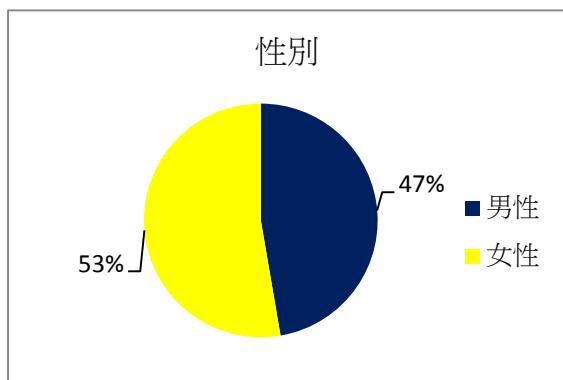
在花蓮眾多的夜市當中，我們選了兩家非流動夜市作為比較，以彩虹夜市和自強夜市作為範例，蒐集相關資料整理出下列表格來探討花蓮夜市中的差異性。如表三所示。

表三 彩虹夜市和自強夜市之比較

名稱	彩虹夜市	自強夜市
地點	花蓮市中山路、重慶路交叉口（六期重劃區）	花蓮縣吉安鄉自強路，位於和平路和自強路口
環境	有垃圾桶，因此地上不會有垃圾	不常看到垃圾桶
交通	方便停車，有公車站	不方便停車
人潮	較少	較多
知名度	較低	較高
人氣美食	皇佳現打新鮮果汁、番王臭臭鍋	蔣家棺材板、第一家烤肉串

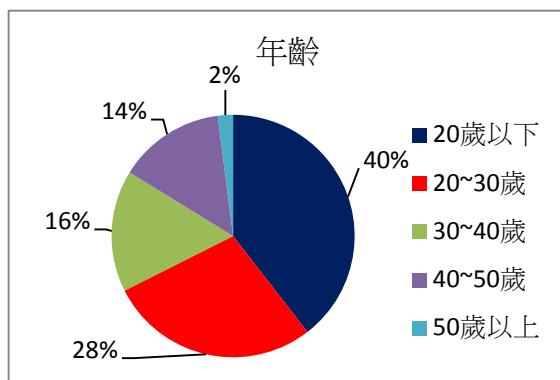
(四) 問卷分析

透過訪談彩虹夜市的委員會主委及攤商，由他們的建議來設計此問卷。本研究共發了 300 份問卷，收回 297 份，3 份無效問卷，問卷發放時間為 103 年 5 月至 103 年 9 月，受訪者為彩虹夜市的消費者。



圖四 受訪者性別

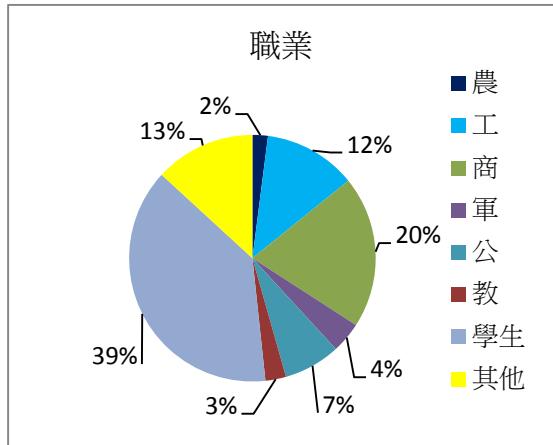
如圖四所示，消費者的性別為女性的有 53%，男性則有 47%。研究表示，受訪者的性別以女性較多。



圖五 受訪者年齡

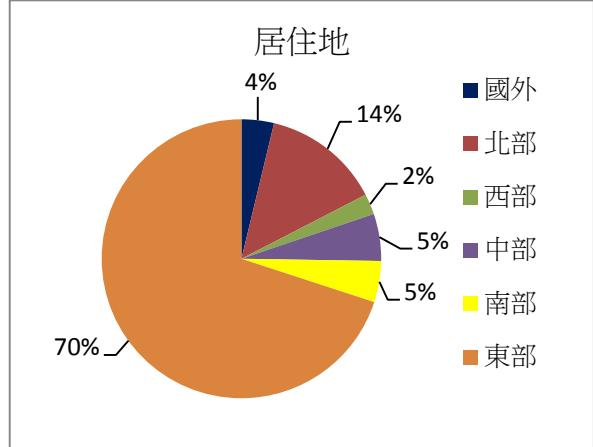
如圖五所示，消費者到彩虹夜市年齡層，20 歲以下有 40%，20~30 歲有 28%，30~40 有 16%，40~50 歲有 14%，50 歲以上有 2%，。研究表示，受訪者以 20 歲以下的年齡層占多數。

愈「夜」愈美麗-新興彩虹夜市之分析



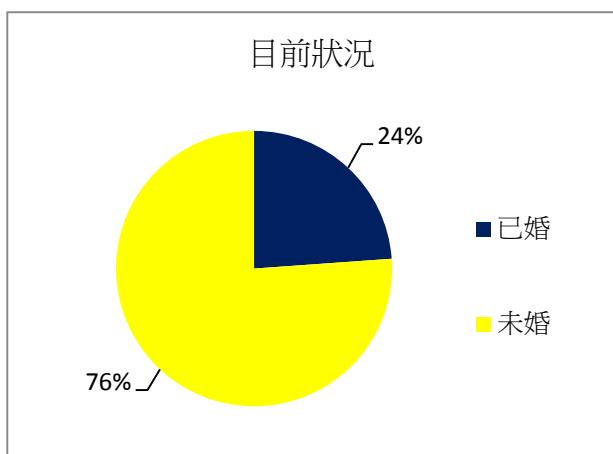
圖六 受訪者職業

如圖六所示，彩虹夜市的消費者主要職業，農 2%，工 12%，商 20%，軍 4%，公 7%，教 3%，學生 39%，其他 13%。研究表示，受訪者以學生居多。



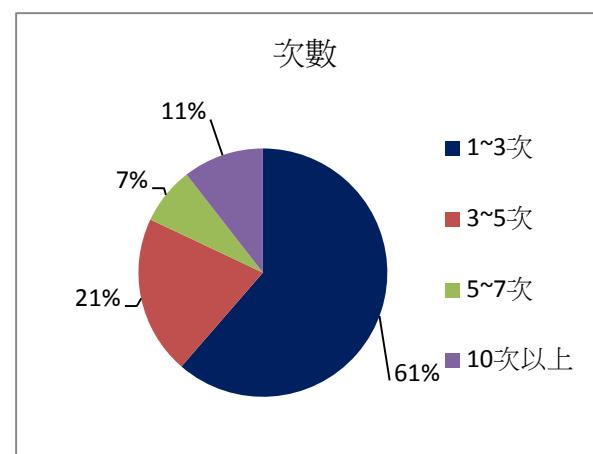
圖七 受訪者居住地

如圖七所示，彩虹夜市的消費者主要來自地區，國外 4%，北部 14%，西部 2%，中部 5%，南部 5%，東部 70%。研究表示，受訪者以東部為主。



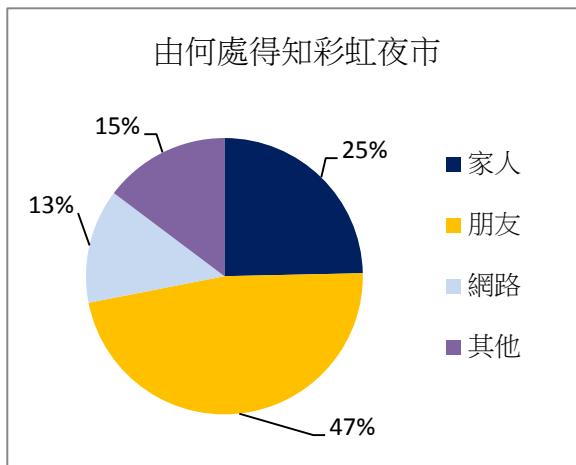
圖八 受訪者目前婚姻狀況

如圖八所示，消費者的目前狀態為已婚的有 24%，未婚則有 76%。研究表示，受訪者的目前狀態以未婚為主。



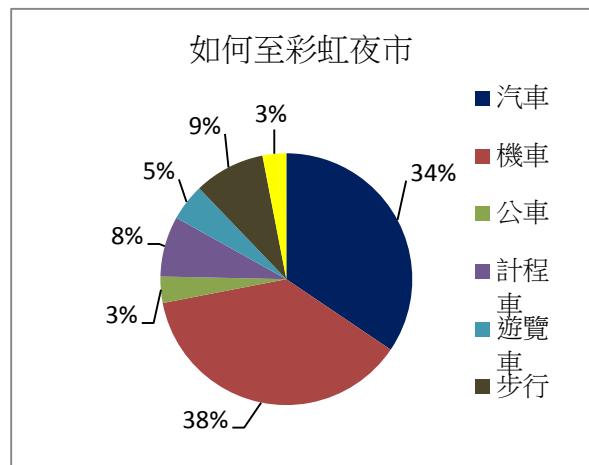
圖九 受訪者最近到彩虹夜市的消費次數

如圖九所示，最近一年消費者到彩虹夜市的次數 1~3 次有 61%，3~5 次有 21%，5~7 次有 7%，10 次以上有 11%。研究表示，受訪者最近一年到彩虹夜市的次數以 1~3 次為主。



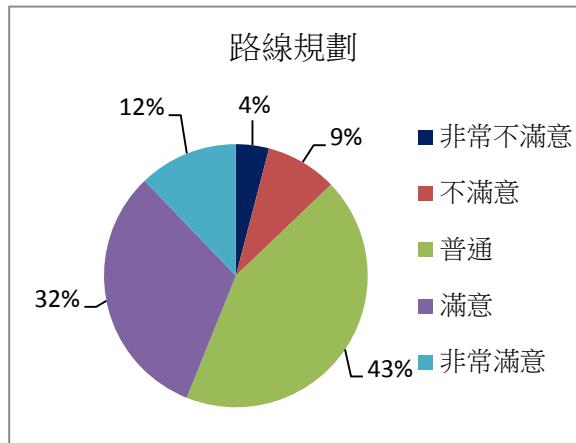
圖十 由何處得知彩虹夜市

如圖十所示，消費者是如何得知彩虹夜市，家人 25%，朋友 47%，網路 13%，其他 15%。研究顯示，受訪者得知彩虹夜市，是由朋友得知的占多數。



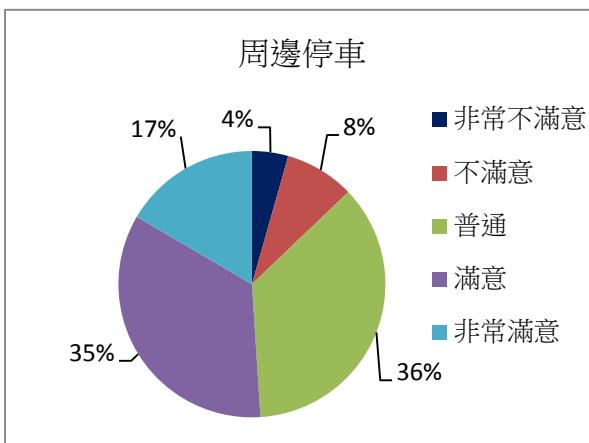
圖十一 如何至彩虹夜市

如圖十一所示，消費者至彩虹夜市的交通方式，汽車 34%，機車 38%，公車 3%，計程車 8%，遊覽車 5%，步行 9%，其他 3%。研究表示，受訪者至彩虹夜市的交通方式以搭乘機車居多。



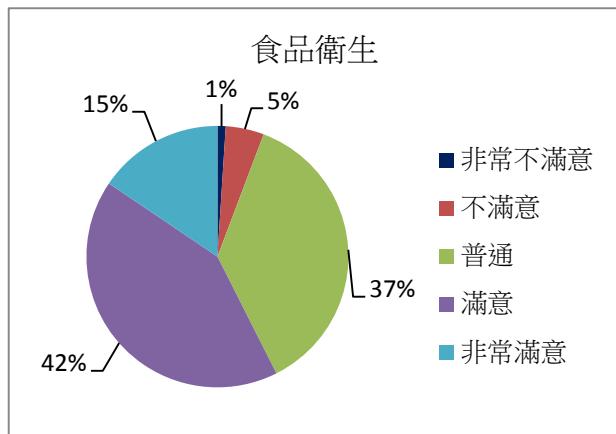
圖十二 路線規劃滿意度

如圖十二所示，消費者對彩虹夜市的路線規劃滿意度。非常不滿意有 4%，不滿意有 9%，普通有 43%，滿意有 32%，非常滿意有 12%。研究表示，受訪者對彩虹夜市的路線規劃滿意度以普通為主。



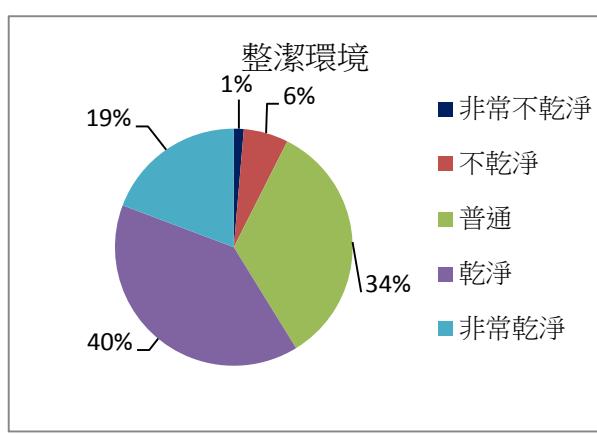
圖十三 周邊停車滿意度

如圖十三所示，消費者對彩虹夜市的周邊停車滿意度。非常不滿意有 4%，不滿意有 8%，普通有 36%，滿意有 35%，非常滿意有 17%。研究表示，受訪者對彩虹夜市的周邊停車滿意度以滿意及非常滿意以上佔有 52%。



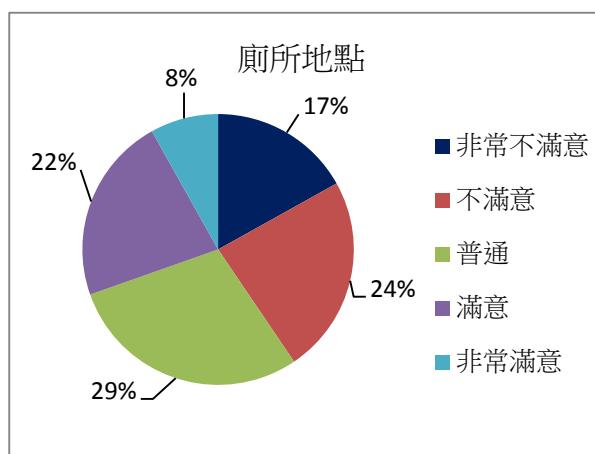
圖十四 食品衛生滿意度

如圖十四所示，消費對於彩虹夜市食品衛生的滿意度為非常不滿意 1%，不滿意 5%，普通 37%，滿意 42%，非常滿意 15%。研究表示，受訪者對於彩虹夜市食品衛生的滿意度以滿意為主。



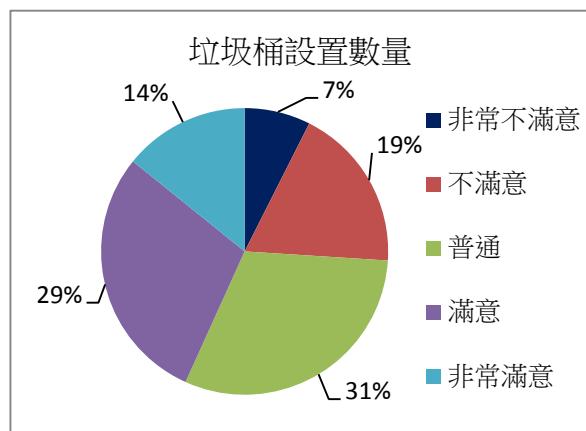
圖十五 整潔環境滿意度

如圖十五所示，消費對於彩虹夜市整潔環境的滿意度為非常不滿意 1%，不滿意 6%，普通 34%，滿意 40%，非常滿意 19%。研究表示，受訪者對於彩虹夜市整潔環境的滿意度以滿意為主。



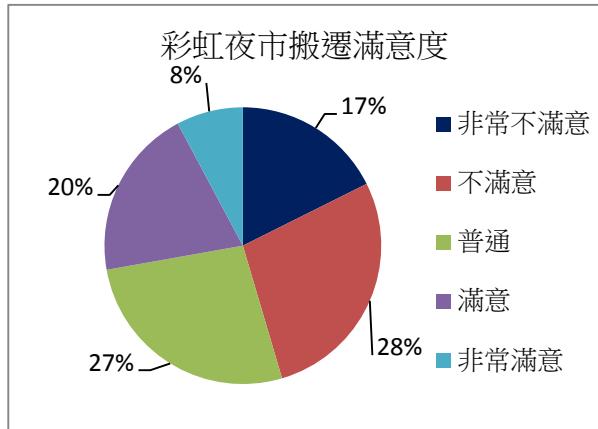
圖十六 廁所地點滿意度

如圖十六所示，消費對於彩虹夜市廁所放置處的地點，非常不滿意 17%，不滿意 24%，普通 29%，滿意 22%，非常滿意 8%。研究表示，受訪者對於彩虹夜市廁所的地點以普通以下居多，表示有待改善。



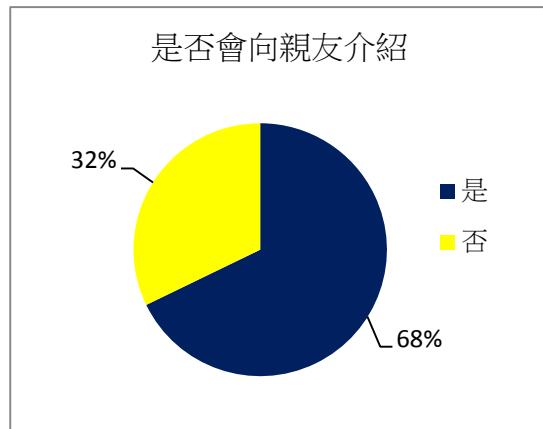
圖十七 垃圾桶設置數量滿意度

如圖十七所示，消費者對垃圾桶設置數量，非常不滿意 7%，不滿意 19%，普通 31%，滿意 29%，非常滿意 14%。研究表示，受訪者對垃圾桶設置數量以普通居多。



圖十八 彩虹夜市搬遷滿意度

如圖十八所示，消費者對於彩虹夜市搬遷後的滿意度，非常不滿意 17%，不滿意 28%，普通 27%，滿意 20%，非常滿意 8%。研究表示，受訪者對於彩虹夜市搬遷後的滿意度以普通及不滿意以上佔 72%。



圖十九 是否會向親友介紹

如圖十九所示，消費者是否會對親友介紹彩虹夜市。會向親友介紹的有 68%，不會向親友介紹的有 32%。研究表示，受訪者會向親友介紹彩虹夜市的占多數。

參●結論

一、研究結果

(一)基本資料

從問卷分析中我們可以得知，到彩虹夜市的人，男女性別分佈較平均，年齡以 20~30 歲為多數，以東部地區為最多數，職業以學生族群較多數，我們可以看出大部分都是以學生較多來逛夜市，這可能是因為彩虹夜市附近有幾間國中及高中，而且也離市區比較近。

(二)滿意度

從問卷分析中我們可以得知，到彩虹夜市的遊客對於路線規劃滿意度以普通為主，周邊停車滿意度以及食品衛生的滿意度以尚稱滿意為主，整潔環境的滿意度以滿意為主，廁所的地點以普通有改善空間；垃圾桶設置數量以普通為主，彩虹夜市搬遷後的滿意度以普通及不滿意居多，因此乃可努力推廣說明。

(三)顧客推廣

從問卷分析中我們可以得知，有去過彩虹夜市的人以會向親友介紹的人為主。而從我們實際發放問卷的同時，本研究發現有許多外地的遊客均會為了大型活動(六期重劃區)而至彩虹夜市消費，也因此增加彩虹夜市業者的業績。

二、建議

(一)給政府的建議

可多增加一些大型活動，例如：夏戀嘉年華。根據我們實地訪問到彩虹夜市的遊客後，大多數的受訪者都是因為夏戀嘉年華才到彩虹夜市，因此希望政府能夠多舉辦一些大型活動，藉此帶動人潮，並且提高其知名度，多打一些廣告提升知名度、可以做一個比較大的招牌（彩虹的形狀）這樣可以讓更多人知道彩虹夜市位置，可多利用網路行銷、廣告提升知名度。

(二)給彩虹夜市管理委員會的建議

廁所的標示需更加清楚，加蓋一個遮雨棚，這樣可減少梅雨季節所造成生意下滑的情形，另外可以實施一些優惠活動，來吸引更多人潮到此處消費。

(三)給消費者的建議

彩虹夜市附近飯店、民宿林立，離海邊也很近，到花蓮觀光旅遊的消費者或花蓮在地人如果想逛夜市，彩虹夜市是個不錯的好去處。

肆●引註資料

王作成，何曉群(2004)。揭開顧客滿意度的神秘面紗。《市場研究》。

林淑芬(2012)。達成企業願景的策略-SWOT 分析。商業概論滿分總複習講義(上)

陳舜萍(譯) (1992)。《行銷贏家》。台北市：遠流出版社。

侯靜華(1988)。夜市之市街空間-以士林夜市個案研究。私立中原大學建築研究所。

楊嵐鈞(2004)。夜市文化地景之地域性研究，碩士論文，國立台北科技大學建築與都市設計研究所，台北。

葉益青(2004)。台灣的市場。台北縣新店市：遠足文化出版社。

維基百科—夜市。2013年4月3日。取自

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%A4%9C%E5%B8%82>