

探討消費者於夜市消費行為之研究 -以饒河街夜市為例



前言

- 在繁忙的都市生活中，夜市儼然成為了民眾心目中重要的休閒場所。它不僅僅滿足了我們的口腹之慾，更擁有生活機能，提供我們多樣的民生消費商品，宛如大型便利商店般的地方，與我們的生活緊緊相扣，也是現代人紓解壓力的好去處。
 - 我們以繁華的饒河街夜市為例，探討何種因素影響消費者購買動機。
-

研究動機

- 在夜市中，充滿著各式各樣的商品，是什麼因素促使消費者進行消費？

 - 不同的背景因素是否會影響消費者在夜市消費的選擇？
-

研究目的

- 瞭解促使消費者在夜市中消費的因素。

 - 瞭解背景條件對消費者於夜市中消費的影響。
-

文獻探討

□ 饒河街夜市的沿革

□ 消費動機

□ 消費者的背景因素

饒河街夜市的沿革

□ 饒河街與松山車站一帶舊稱錫口，為基隆、宜蘭貨物運至台北城之轉運站，當時極盛，有「小蘇州」之稱。後因港岸河水淤積、八德路拓寬後，饒河街成為次要道路，商業活動大減。因此政府為改善商家生計，於民國1987年將有照攤販集中至饒河街長500M，為台北市第二條觀光夜市。內容琳琅滿目，除小吃外，各種日用百貨亦物美價廉。

消費動機

- 現場操作因素－消費者可能因為購買動機的不同，而重視不一樣的現場操作。
 - 1.製作人員的技術(熟練度)
 - 2.製作人員的服務態度
 - 3.食材的衛生或新鮮度
 - 4.攤位的衛生情況
 - 食品便宜
 - 慕名而去
-

消費者的背景因素-1

- 消費者年齡-人們購買的商品及服務會隨年齡增長不同階段而改變。

 - 消費者職業-職業也會影響商品與服務的購買行為。

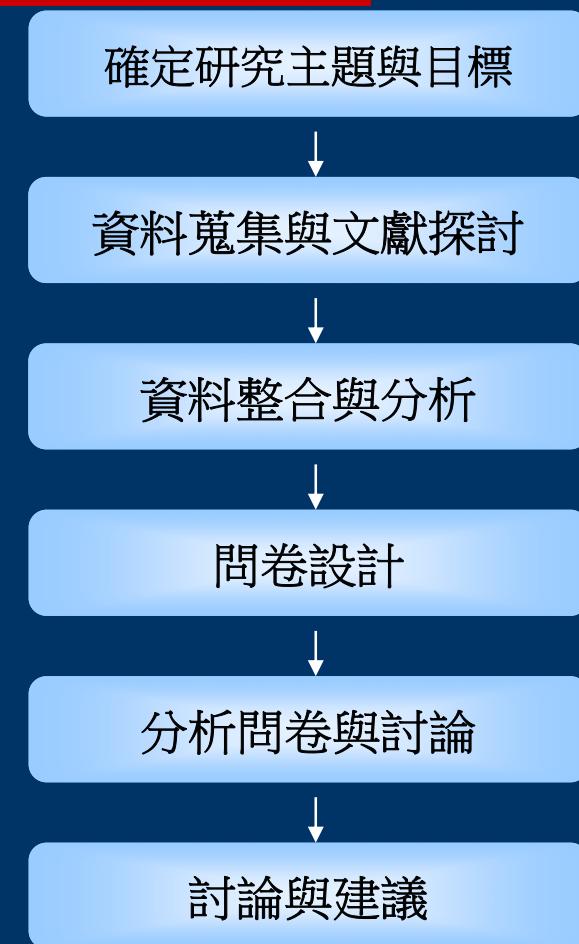
 - 經濟狀況-不同的經濟狀況會影響商品選購。
-

消費者的背景因素-2

□ 消費者偏好-消費者偏好定義為比較購買財貨（Market basket）方式來考慮偏好；這種財貨組合可能是不同物品的組合。大多數人在許多情況下，產生購買行為。

1. 偏好完整性(Complete)
 2. 遞移性 (Transitive)
 3. 偏好較多財貨
-

研究流程



引註資料／參考文獻

- 交通部觀光局 <http://okgo.tw/buty/00121.html>
 - 劉維群、彭馨儀、李峻瑋、張洲、邱柏勳・「消費者對觀光夜市整合行銷傳播偏好之研究－以高雄市六合觀光夜市為例」・國立高雄餐旅學院
 - 王瑞琳・食品類別、「購買動機對夜市攤販現場操作注重因素選擇之影響」・企碩一甲
 - 王旭煌，1996，台北市消費者逛夜市動機與購買行為之研究
 - 陳繪安 蕭淑貞 林詩屏・揭開台灣夜市的面紗・台中市私立宜寧高級中學
 - 謝佳琦 楊子萱 林宣佩・夜市文化
-



報告完畢

謝謝指教

