

## 第五章 結論與建議

本章依據研究目的，透過深度訪談與問卷調查法進行台南市夜市經營現況、遊憩吸引力、遊客人口統計變項、夜市參與行為、滿意度、忠誠度之資料蒐集與分析驗證，根據研究結果提出結論，針對實際應用與未來研究方向提出建議。

### 第一節 結論

#### 一、台南市夜市經營現況

##### (一) 立地條件

##### 1. 露天開放式、區塊狀空間型態為台南市夜市整體特色

台南市夜市基地選擇以大範圍空地之取得和避免與業者同區競爭為主要考量，均由流動性攤販集聚於空地結市而成，屬於區塊狀空間分佈之廣場型夜市。再者，基於夜市業者對搭設建築物的成本考量，欲保有流動夜市特性，以及顧及逛夜市民眾習慣等因素，台南市夜市多為露天開放式。

##### (二) 市場經營

##### 1. 飲食、百貨、遊樂類為台南市夜市主要攤販類型

夜市所能容納的攤販愈多，夜市規模愈大，攤販數量又以飲食、百貨類為多，不同於早期台南市夜市（如 Sakariba、民族路夜市）單

以飲食類取勝。

## 2.台南市夜市皆為定期流動性夜市

因為缺乏支撐夜市每日營業所需的遊客量導致無法每日開市營業。台南市各夜市固定每週營業 1 至 3 天，營業時間從下午 5、6 點至凌晨 1、2 點左右。

## 3. 夜市行銷宣傳上之薄弱

夜市宣傳活動僅限夜市開幕初期，才會有散發傳單、廣告車遊街、摸彩活動等，後續宣傳則依賴遊客口耳相傳，顯現出夜市宣傳行銷手法上的呆板化。

## 4.台南市夜市由民間人士自行營運管理

台南市夜市成立過程中，並無預先和政府主管單位接洽，全由民間人士以「夜市管理委員會」名義自行營運管理，異於台北市夜市管理委員會乃由攤販自行推選代表所組成。至於管理委員會的工作項目包含向攤販收取攤租、維護夜市環境整潔、維持交通秩序、處理大小雜事等。在夜市個體互動部分，缺乏攤販對自治會回饋反應管道，夜市造成的交通、噪音，甚至是佔用文教、公園用地等問題引發當地居民不滿，使得夜市和社區民眾之互動關係較為對立。

### (三) 消費潛力

#### 1. 夜市消費集中化

從夜市人潮聚集時段與來客類型可發覺夜市消費集中化現象。晚間 8 點至 10 點為夜市人潮最多的時段，雖然台南市夜市消費者調查付之闕如，業者表示仍可觀察出夜市遊客以年輕人、學生、在地人居多。

#### 2. 台南市夜市市場日趨飽和

由於失業率攀升，攤販人口增加，加上經營夜市有利可圖，台南市現有 17 處夜市分佈於各行政區，競爭激烈，彼此交流不多。推測可能與夜市同業暗中較勁，互爭客群，缺乏提供各夜市業者交流的公會組織有關。

#### 3. 攤販質、量為各夜市之特色區隔主因

台南市各夜市主要差別為攤販質量，符合「活動選擇吸引力」內涵。然而，從各個夜市大同小異的說法可以看出，現階段台南市夜市業者並未因應「夜市觀光化」、「夜市主題化」等趨勢，拓展本身的魅力特色，業者亦未重視夜市遊憩吸引力其他構面因素，使得夜市消費潛力難以深植。顯示台南市夜市業者在經營管理方面尚有很大的進步空間。

#### (四) 策略輔導

##### 1. 台南市夜市法規和輔導策略之缺乏

現今台南市政府對於夜市無任何輔導策略，亦缺乏夜市管理法源依據。夜市業者一方面希望市府給予輔導，另一方面卻認為夜市統一管理有其難度。此矛盾心態顯示出長久以來夜市經營遊走於灰色地帶，也可看出台南市政府夜市管理效率不足且進度緩慢。

##### 2. 現有夜市轉型為觀光夜市之可能性不高

鑑於台南市夜市業者對於觀光夜市的解釋著重在「搭設建物」、「每日營業」上，不同於「觀光夜市，係指主管機關列管之夜間營業攤販臨時集中場，經主管機關核定具有觀光發展價值者。」定義。再者，「安平夜明珠觀光夜市」、「小北觀光夜市」相繼歇業，導致業者摻雜迷信的心態，所以不樂見台南市發展觀光夜市。

## 二、台南市夜市遊客人口統計變項、參與行為與遊憩吸引力的關係

### (一) 人口統計變項

台南市夜市遊客樣本女性略多於男性，年齡介於 20—29 歲居多，多數未婚，教育程度以大學（專）為主，職業以學生居多，遊客每月收入大多介於 10,000—30,000 元，居住地以台南市為多。

### (二) 參與行為

遊客逛夜市的主要動機為品嚐美味小吃，其次為休閒娛樂、逛街購物等，夜市資訊來源以親友告知為主，遊客逛夜市的主要時段以週一至週五晚上 7—10 點居多，前往夜市的交通方式以騎摩托車為多數，所需交通時間以 11—20 分居多，逛夜市參與同伴則以同學、同事、朋友為主，逛夜市頻率以偶而（兩三個月一次）最多，逛夜市的時間大多介於 1—2 小時之間，消費金額以 101—300 元居多。至於參與習慣方面，大多數遊客會指定逛夜市的場處，在台南市 17 個夜市中，以花園夜市、武聖夜市、大東夜市較受到遊客歡迎。從上述遊客年齡、職業、居住地、資訊來源、參與時段、參與習慣等研究發現，和本研究台南市夜市經營現況之訪談結果一致，其餘人口統計變項、參與行為之研究發現可提供夜市相關單位參考，以進一步瞭解夜市遊客特性。

### （三）夜市遊客人口統計變項與遊憩吸引力有顯著差異—研究假設一不成立

遊客人口統計變項中的年齡、婚姻狀況、教育程度、居住地等四變項與遊憩吸引力同意程度達顯著差異水準。29歲以下遊客，對既存資源吸引力，以及服務設施吸引力同意程度普遍高於40歲以上遊客。已婚遊客在既存資源吸引力和服務設施吸引力同意程度高於未婚遊

客；教育程度愈高，特別是大學以上遊客對既存資源吸引力同意程度明顯高於國中以下遊客。另一方面，國中以下遊客在服務設施吸引力因素的同意程度則高於大學以上遊客；台南市遊客對服務設施吸引力同意程度高於台南縣遊客。

#### (四) 台南市夜市遊客參與行為與遊憩吸引力有顯著差異—研究假設二不成立

遊客參與行為變項中的交通時間、參與同伴、參與頻率、參與時間、消費金額等五變項與遊憩吸引力同意程度達顯著差異水準。花費11—20分鐘交通時間的遊客對既存資源吸引力因素同意程度會高於31分鐘以上遊客，與同學、同事、朋友同行逛夜市的遊客對既存資源吸引力同意程度高於和家人親戚同遊之遊客，逛夜市頻率每週一次以上之遊客對夜市遊憩吸引力四因素同意程度皆高於逛夜市頻率在每月一次以下的遊客，逛夜市消費金額在500元以上的遊客，對活動選擇吸引力、服務設施吸引力同意程度皆高於花費500元以下的遊客。

### 三、遊憩吸引力與遊客滿意度、遊客忠誠度的關係

#### (一) 遊憩吸引力

遊客對於台南市夜市整體遊憩吸引力的同意程度介於「普通」、「同意」之間，又以既存資源吸引力因素同意程度最高，服務設施吸

引力因素最低。在遊憩吸引力問項評估排序方面，遊客肯定夜市之休閒、露天、熱鬧等性質，但是夜市環境、衛生、交通等問項皆在普通水準之下。顯示台南市夜市既存資源、活動選擇、空間體驗等面向大致能符合遊客需求；夜市環境、衛生、交通部分則有待相關單位的重視與改進，以提升遊客之夜市遊憩吸引力評價。

## （二）遊客滿意度、忠誠度

遊客滿意度方面，遊客對於夜市整體滿意度的同意程度最高；夜市服務設施、夜市環境滿意度則偏低。遊客忠誠度部分，以個人重遊意願忠誠度最高，口碑宣傳忠誠度最低。相較於遊客對夜市遊憩吸引力（3.34）、滿意度（3.30）之同意程度，遊客忠誠度（3.79）整體得分明顯偏高，可知縱使遊客認為台南市夜市環境、服務設施等面向未盡善盡美，但遊客重遊意願仍高，可能因夜市空間體驗之不可取代性，或台南市缺乏其他夜間休閒場所、活動所致。

## （三）遊憩吸引力與遊客滿意度有顯著相關—研究假設三不成立

遊憩吸引力4個因素對遊客滿意度5個構面，組合而成之20個關係均具有正相關，達顯著水準，表示遊憩吸引力各因素得分愈高，遊客滿意度增加的可能性也會愈高。又以「空間氛圍吸引力」因素影響遊客滿意度高低的效果最為顯著。

**(四) 遊憩吸引力與遊客忠誠度有顯著相關—研究假設四不成立**

遊憩吸引力4個因素對遊客忠誠度3個構面，組合而成之12個關係皆具有正相關，達顯著水準。表示遊憩吸引力各因素得分愈高，遊客忠誠度提升的可能性也會愈高。又以「空間氛圍吸引力」因素影響遊客忠誠度高低的**效果最為顯著**。

**(五) 遊客滿意度與遊客忠誠度有顯著相關—研究假設五不成立**

遊客滿意度5個構面對遊客忠誠度3個構面，組合而成之15組關係皆具正相關，達顯著水準。表示遊客滿意度各構面得分愈高，遊客對台南市夜市之重遊意願、推薦親友、口碑宣傳的忠誠度也會愈高。又以「整體滿意度」構面影響遊客忠誠度高低的**效果最為顯著**。

## 第二節 建議

### 一、對夜市業者的建議

#### (一) 落實「夜市為平民百貨公司」

目前夜市飲食、百貨類攤販數量較多，建議業者可增加遊樂類攤販數量，或顧及各年齡層遊客之需求，提供多樣化之攤販類型，使夜市成為名符其實之「平民百貨公司」，以拓展客源、增加夜市來客率。

#### (二) 重視主客群特性

根據本研究結果，夜市遊客以 20—29 歲年輕人，逛夜市動機以飲食為主，消費金額在 101—300 元居多。建議業者應嚴加把關飲食類攤販之衛生與口味，供應多元之飲食選擇。並且衡量攤販類型、價位是否符合年輕人之喜好或經濟能力，以提升留客率。

#### (三) 發展各夜市特色

台南市每日約有 3 至 6 處夜市開市，夜市市場日趨飽和，競爭激烈。各夜市除了在攤販品質或數量一較高下之外，建議業者應主動積極發展各夜市之獨特魅力，重視夜市遊憩吸引力，以達市場區隔之效。

#### (四) 改善夜市軟、硬體，提升夜市遊憩吸引力

遊憩吸引力問項方面，遊客認為夜市環境、衛生、服務設施等水

準有待加強。建議業者加強管理夜市攤販衛生、環境整潔、公共設施（公廁、垃圾桶）完善性、人身安全等軟、硬體面向，以提升夜市整體之遊憩吸引力，進而增加遊客之滿意度與忠誠度。

#### （五）著重夜市行銷宣傳

夜市資訊多半經由親友告知獲得，加上夜市之宣傳只限於開幕初期階段。建議業者因應網路時代，規劃設計夜市專屬網站，加強夜市之宣傳行銷，增加民眾獲取夜市資訊的管道。

#### （六）加強與其他夜市個體之互動

在夜市個體互動關係上，建議業者應重視攤商向上反應之意見，以達雙向溝通，乃因攤販為夜市形成之基本單位，處於和消費者接觸的第一線，獲知消費者觀感最為直接。其所繳交的租金亦是夜市管理委員會收入大宗，可謂是業者之衣食父母。業者與社區住戶互動上，應傾聽居民心聲，正視夜市之環境、衛生、交通等衍生問題。白天的夜市成了閒置空間，則可提供當地社區發展協會、里民活動之利用。在與夜市主管單位互動上，需以摒除「只要輔導不要管」心態為前提，建議成立台南市夜市公會組織，集結同業力量，互相支援、觀摩，良性競爭，作為與主管單位陳情、接洽之窗口。

## 二、對夜市主管機關的建議

### (一) 維持夜市既有特色

遊客認可夜市之休閒性、熱鬧愉悅氣氛、以及開放式露天型態特色。相較於有搭蓋建物或街道型夜市，台南市露天開放式，區塊狀夜市反倒成為民眾習慣、甚至是喜愛的逛夜市場域。建議主管單位未來規劃夜市整建時，應設法維持上述夜市既有特色。

### (二) 夜市管理與輔導雙管齊下

就眼前夜市無法可管之窘境，建議台南市夜市主管單位可參酌台北市「管地不管人」，或高雄市「就地合法」之夜市管理方案。另一方面，加速《台南市攤販集中區管理條例》草案之審議，及早達成夜市合法化的目標；此外，建議主管單位因應中央（交通部觀光局、經濟部商業司）對於夜市之重視，配合夜市朝主題性、特色化之行銷策略，擬訂台南市夜市輔導方針。

### (三) 審慎評估台南市發展觀光夜市之適宜性

鑑於現今夜市市場飽和，夜市業者不看好台南市發展觀光夜市之態度，加上基隆廟口、高雄六合夜市、羅東夜市因為本身觀光價值不足，缺乏配套措施，導致夜市人氣驟減之前車之鑑（吳淑君，2006；楊惠琪，2005；藍凱誠，2006）。建議主管單位應審慎評估台南市發

展觀光夜市之適宜性。

### 三、後續研究建議

#### (一) 研究範圍建議

本研究以台南市夜市為研究範圍，研究結果能否推估至其他區域之夜市值得商榷。建議後續研究可針對台灣其他地區、不同規模之夜市進行比較與驗證。

#### (二) 研究對象建議

目前台南市夜市文獻缺乏針對夜市攤販之探討。建議後續研究可朝此方面從事質性或量化的分析，以擴展夜市研究對象之廣度，探索各對象與夜市關係間的差異性。

#### (三) 量表設計建議

本研究依據 ITPS 模式，參考相關文獻，建構「夜市遊憩吸引力量表」。本研究結果發現，遊憩吸引力與遊客滿意度、忠誠度雖存有正相關，但相關性不高。建議後續研究者擬訂吸引力量表時，可針對夜市遊客採取深度訪談法或焦點團體法蒐集遊客想法，在擬訂初始量表時納入遊客意見，使量表建構更為完備，提升與依變數之相關性。

#### (四) 問卷調查方式建議

本研究採取偶遇抽樣法在夜市出入口進行問卷施測，在環境吵雜，問卷題目稍多的情形下，可能會耽誤遊客逛夜市之興致，導致年齡較長之遊客填答率不高。建議後續研究需斟酌施測地點是否方便遊客填答，或嘗試與夜市業者合作，使用夜市管理委員會辦公室作為問卷發放填寫之處。