

篇名：
超級比一比--
傳統市場 VS.超級市場

作者：
張皖晴。國立嘉義女中。高三 14 班。
許苡萱。國立嘉義女中。高三 14 班。
許灝尹。國立嘉義女中。高三 14 班。

指導老師：
連珮瑩老師

●前言

一、研究動機

在我們每天的生活中，超級市場和傳統市場同時扮演了一個不可或缺的角色。對某些人來說，傳統市場是他們每天必定造訪的地方；相反的，對另一群人而言，超級市場才是他們生活中的一部分。在高一下學期的地理課程中，提到「**由於物流過程的改造，配合都市化快速發展及消費型態的變化，各種新型態零售業不斷出現，數量也逐漸增加。**」(註一)其中，因應大都會雙薪家庭增多，從傳統市場到超級市場這種零售商業的變革，在都會地區特別明顯。

然而筆者們所居住的嘉義市，在城市位階上雖屬於省轄市，卻只擁有 27 萬左右的人口數，實則為一個中小型城鎮，超級市場數量也僅有 9 家(分屬四個連鎖商)(表一、註二)，在消費型態上，是否也呈現出如台北這類大型都會之商業類型，亦或有所不同呢？此外在嘉義到底哪些人較常去傳統市場，而哪些人較常光臨超級市場呢？又，他們各自選擇的理由是什麼呢？有了這樣的疑問後，我們決定採用問卷調查的方式，鎖定目標對象為平時最常去傳統市場或超級市場的媽媽們，期望藉由此篇小論文研究解答我們的疑惑。

表一：嘉義市超級市場一覽表

店家名稱	住址
全買超級市場(2 家店面)	嘉義市興業西路 526 號； 嘉義市民權路 117 號
頂好超市(4 家店面)	嘉義市東區仁愛路 211.213 號； 嘉義市東區忠孝路 600 號 B1F； 嘉義市東區新榮路 152 號； 嘉義市東區德明路 128、130、132 號。
齊普超級市場(1 家店面)	嘉義市博愛路一段 261 號
億客來超級市場(2 家店面)	嘉義市博愛路一段 397 號； 嘉義市興業西路 420 號

(本研究整理)

二、研究過程及目的

首先我們先為傳統市場和超級市場進行定義，說明他們出現的緣由以及形式。接著我們採用問卷調查的方式，並實地訪問了家庭中擔任採買要角的媽媽們。藉著分析問卷調查結果，獲知嘉義市傳統市場與超級市場的消費型態差異及影響因素。

●正文

一、定義

依據「經濟部中部辦公室－商業行政暨市場及攤販輔導管理與台灣省零售市場管理規則」網站資料整理。「零售業」定義如下：

零售業是指從事零售商品為主要業務之公司行號，如百貨公司、零售店、攤販等均屬之。零售市場是指經直轄市或縣（市）主管機關核准，以零售及劃分攤（鋪）位方式，供蔬、果、魚、肉類及其他民生用品集中零售之營業場所。(註三)

此外零售市場又可依其商業型態，分為傳統市場和超級市場兩類。

01. 傳統市場：亦即「菜市場」，為經歷早期農業社會漸漸發展而成，是一個由許多攤商集中一地，進而提供日常生活的必需品與食品的零售買賣市場。

02. 超級市場：隨著時代潮流改變，因應人們生活型態的改變、對購物環境的要求水準提高、消費理念的差異等等，在1930年美國出現了世界第一家超級市場。超級市場為一單一經營主體，以現代化的方式經營，供應包裝蔬果、肉品等農產品及各種一般家庭用品。

二、我們共發出及回收有效問卷 100 份，調查對象涵括職業婦女 54 位（編號：個案 1~個案 54），家庭主婦 46 位（編號：個案 55~個案 100），並於問卷調查時再針對部分問題更深入進行訪談。

1、針對消費偏好分析

由表二可知，整體而言，嘉義地區的婦女不論身分為何，前往傳統市場消費比例仍高，而其中職業婦女偏好前往超級市場消費比例略高（占 66.7%）、家庭主婦則以傳統市場為主要消費考量（占 85%）。主要考量原因及相關分析，以下將分點敘述說明。

(表二)嘉義市職業婦女與家庭主婦消費偏好分析表

	偏好超級市場消費 (人數/佔比)	偏好傳統市場消費 (人數/佔比)	小計 (人數/佔比)
職業婦女	36 / 66.7%	18 / 33%	54 / 100%
家庭主婦	7 / 15%	39 / 85%	46 / 100%
總計 (人數/佔比)	43 / 43%	57 / 57%	100 / 100%

(資料來源：本研究問卷調查分析)

2、根據問卷調查及訪談得知，媽媽們偏好至超級市場消費的原因如下：

- 環境品質佳
- 物品齊全(從日常生活用品到水果蔬菜乾貨等皆可一次購足)
- 停車方便
- 颱風來襲時，超級市場的價格波動較小
- 食品控管佳
- 超級市場營運時間長，較能配合上班族的購物時間

(1)對於職業婦女的媽媽，選擇到超級市場消費，最主要考量原因為「物品齊全」及「營業時間」。畢竟由於工作忙碌，時間有限的情況下，採買消費的效率是非常重要的。這點在許多個案媽媽的回答中可得到映證。例如：

【個案 10】平時上班已經很忙了，如果能在最短時間買完菜，在趕回家做完晚飯，才能早點休息啊。

【個案 12】下班時都已經快五點半了，回家途中順便到超級市場買個菜、買個生活用品，才能節省時間。

(2)而綜合所有訪談對象，在以上 6 點原因之中，又以**環境品質佳、物品齊全、停車方便**為最主要的原因。以下幾位受訪媽媽的回答也可進一步證實。

A.關於「環境品質佳」的部分，

【個案 25】超市的環境好，又有冷氣，比較舒服。

【個案 42】超級市場感覺比較常在打掃，地板看起來還蠻乾淨的，而且比較涼。

【個案 33】身為職業婦女，推著推車在下班時間穿梭超市內採買，感覺比較時尚，嘻！

B.考量「物品齊全度」

【個案 11】東西齊全，我可以一次買足自己想要的東西。

【個案 6】不論是買菜、買魚、買肉，還是生活日用品啊，油鹽米醋之類的，都可以在超級市場一次買到。

【個案 33】有大拜拜的時候，比如說過年啊、中元普渡啊，要買餅乾、飲料跟拜拜用的魚啊肉啊，就可以全部都在那裡（超級市場）買到，不用說，還要跑去東市場買魚、西市場買水果什麼的，那，那太麻煩了！

C.擁有「停車方便」的優勢

【個案 28】好停車，像傳統市場就要在小路裡鑽來鑽去。

【個案 19】超級市場不是會有停車場嗎？這樣如果買很多東西就很方便啦！而且還有管理員可以幫忙顧車，如果停路邊就要擔心會不會被吊走。

3、另外，針對媽媽們偏好至傳統市場消費的原因則羅列如下：

- 價格較便宜，可議價
- 蔬果魚肉類較新鮮
- 較有人情味，與熟識老闆購物可以得到優惠

(1)像是【個案 58】【個案 75】【個案 84】的媽媽對於傳統市場可以殺價，較有「人情味」就深受吸引，尤其與熟識老闆購物還可以得到特別優惠，更是吸引他們前往傳統市場消費的關鍵。

【個案 58】菜市場卡好啊……嗯！卡俗(較便宜)，然後還可以和老闆殺價。

【個案 75】傳統市場如果比較常去固定的攤位，和老闆熟了之後，老闆會挑比較好的東西給你，而且會算便宜一點。

【個案 84】我每次都去王老闆那裡買水果，他都給我算的很便宜!

(2)此外傳統市場蔬果魚肉類較新鮮，也是重要影響因素。

【個案 55】我是覺得在傳統市場我可以挑要買的東西，很新鮮，可是超級市場是過包裝，我沒有辦法看到裡面，有的可能已經腐爛了，表面可能好好的。

【個案 97】傳統市場的魚都是活跳跳的，我可以直接抓到摸到，感覺比較新鮮。

但在訪談過程中可以發現，大家對於「比較新鮮」其實各有解讀，喜歡超市消費的媽媽們普遍認為「有完整包裝及冰箱冰存冷凍之超市產品較新鮮」；相對的，傾向前往傳統市場消費的媽媽們卻普遍認為「包裝完成後反而無法藉由觸摸或目視清楚知悉產品的新鮮度。」如同先前所提【個案 55】的媽媽所言。

(3)第三個較常見的原因，挺特別的，竟然只是因為「常去、去習慣了！」，像是

【個案 79】的媽媽就提到「其實很多人的生活習慣還是去傳統市場啊！像我從結婚前就是喜歡到傳統市場買菜，所以結婚之後也還是比較習慣到傳統市場。」

(4)在這次訪談整理中(表一)，我們發現即使是職業婦女，仍有超過三成比例選擇在傳統市場消費，這裡我們不禁疑惑，職業婦女的上班時間能允許這些媽媽們前往傳統市場消費嗎？其實，這是為了因應雙薪家庭結構增多，一種「傳統市場變革」正在悄悄發生。也就是興起了一股「黃昏市場」的潮流，以因應職業婦女的需求，所以對於有時間限制但喜愛在傳統市場消費的職業婦女而言，可說是個不錯的選擇。

4、但普遍受訪者均提到傳統市場的幾項共同性缺失，如能改善，對於新興的超級市場型態恐將造成不小的衝擊，整理如下：

- 環境髒亂、悶熱
- 停車位難尋
- 人車混雜，行動不方便
- 乳製品不新鮮

其中又以環境髒亂悶熱、人車混雜，行動不方便為主要原因。

根據受訪的幾位媽媽，我們得到更進一步的證實。

(1)環境髒亂悶熱部分

【個案 69】我比較少去傳統市場，我覺得那裡比較亂、比較熱，不像超市有冷氣吹。

【個案 29】傳統市場真的比較髒亂，而且夏天的時候非常悶熱，很不舒服。

(2)人車混雜，行動不方便

【個案 17】南部到處都是機車腳踏車，像是車子的菜籃會擋到路，不方便。

像北部有些傳統市場規劃的很好，一格一格的!恩..而且禁止開車進入，就只有行人，不會像南部到處都是機車腳踏車。

● 結論

根據我們的調查及訪談結果，我們得到了以下結論：

嘉義地區的受訪對象，不論是職業婦女還是家庭主婦，仍然有超過一半的比例偏好至傳統市場消費。這種情況和大都會地區配合都市化快速發展而使超級市場快速興起、傳統市場相對沒落的現象有極大的落差。

但是在針對職業婦女的研究中，我們也發現，職業婦女因為「時間的限制」及「便利性」，較大部分還是選擇至超級市場購物，這一點和大都會地區差異不大。而南部地區較特別的是，為了因應職業婦女的需求，興起一股「黃昏市場」的潮流。

而假使傳統市場經過改建、街道經過整理、路面拓寬以後職業婦女選擇傳統市場的比例也可能增加；如果超級市場不只是擁有光鮮亮麗的店面，多一份大家熟悉的人情味，家庭主婦也可能選擇超級市場。

但是這只是我們所做的 100 位調查對象的結果。也許在其他地方和不同的條件下，調查結果會有所不同。只是透過這樣的初探與課程所學結合，對於我們的學習的確帶來了不小的助益。

●引註資料

註一、《地理 2》。龍騰文化。2007。P.106。

註二、《嘉義縣市電話號碼簿 97-98 年》。中華電信公司出版。P.119-120。

註三、「經濟部中部辦公室－商業行政暨市場及攤販輔導管理與台灣省零售市場管理規則」網站 <http://www.cto.moea.gov.tw/04/04c.asp>

註四、郭崑謨(2007)。《商業概論》。美新圖書。

Gerald Pintel and Jay Diamond 著。曹次青 譯(2007)。《零售學》。Prentice Hall。