

公有零售傳統市場與超級市場之顧客來源及消費行為的比較—以雲林縣北港鎮、麥寮鄉、四湖鄉為例

劉益元

公有零售傳統市場的形成，大部份都由早期部落農特產商品販賣自然聚集而成，或是當時省政府規畫而成，或是後來都市規劃興建完成，容納原有地方流動攤販，整頓市容城市化，公有零售傳統市場是消費者購買魚、肉、菜、生鮮農產品及日常民生及年節用品重要場所，就消費者而言，公有零售傳統市場它必須提供一個乾淨、衛生、舒適、安全購物環境。近年來由於時代快速轉變，電子科技工商不斷進步，社會生活型態的改變，都市化、商業化、且產業快速向國外移，任何產業若沒有跟隨著時代潮流、社會的脈動與時代快速轉變，很容易就會遭到淘汰。公有零售傳統市場也應隨時代與經濟環境的改變而改變。台灣由於國民所得增加，高消費需求增加，而各式之新型市場應運而生，包括超級市場、便利商店、量販店、專門店、百貨公司及近年來興起的網路生鮮超市等，它們所講求是舒適安全、明亮、節淨、一次買足的便利，更仿倣公有零售傳統市場於賣場中設攤提供生鮮魚貨、鮮菜、鮮肉企圖攻陷公有零售傳統市場引以為傲（生鮮）這最後一道堡壘，超級市場、便利商店有看到公有零售傳統市場的優點並仿倣運用。由於國人教育普及化，對環境衛生的觀念及飲食衛生的要求越來越高，導致以傳統經營方式的公有零售傳統市場對消費者逐漸無吸引力及產生厭惡，使得消費者將消費場所轉向以有組織性及擁有現代化管理、明亮、節淨的超級市場及便利商店、大型量販店及近年來線上生鮮超市的興起(方便、不用出門)等等，造成公有零售傳統市場非常大的衝擊。逐漸鯨吞蠶食原本屬於公有零售傳統市場消費客源，使公有零售傳統市場之營業額愈來愈少，空攤率愈來愈高，而且有逐漸增加之趨勢。面對已經邁入以服務業為主的社會型態，公有零售傳統市場與超級市場的顧客來源及消費行為之比較是非常值得研究的課題。本研究之目的旨在探討消費者的消費行為對於公有零售傳統市場與超級市場之顧客來源的影響，並且分析消費群之族群特性，以提供地方主管機關與超級市場業者於擬定服務策略之參考。針對消費者基本資料與消費行為對於公有傳統零售市場與超級市場之顧客來源進行變異數分析，並分析探討消費者認知、購買因素及生活型態三者間之關係，以進行分析。本研究以問卷調查的方式，針對北港、麥寮、四湖等地區的居民進行便利抽樣之方式，問

卷總樣本數共計為 400 份，實際回收 380 份，有效問卷 350 份。研究結果顯示北港鎮、麥寮鄉、四湖鄉等地區的消費者習慣到超級市場購買乳製品、日用品、冷凍食品、飲料、加工食品等商品，而到傳統市場購買新鮮肉類、蔬菜、新鮮水果、海鮮、年節供品等食品。