

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文
A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM
MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
NAN HUA UNIVERSITY

觀光夜市營運關鍵成功因素之研究

-以嘉義市嘉樂福觀光夜市為例

A STUDY ON THE KEY SUCCESS FACTORS OF TOURISM NIGHT MARKET
—A CASE STUDY OF CARREFOUR TOURISM NIGHT MARKET

研究生：陳如媚

GRADUATE STUDENT : JU-MEI CHEN

指導教授：李謀監 博士

ADVISOR : MOU-CHIEN LEE Ph. D.

中 華 民 國 一 〇 六 年 五 月

南 華 大 學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩 士 學 位 論 文

觀光夜市營運關鍵成功因素之研究-以嘉義市嘉樂福觀光夜市為例

研究生：陳如媚

經考試合格特此證明

口試委員：林明芳

黃宇成

李謀監

指導教授：李謀監

系主任(所長)： 系主任 丁誌敏(己)

口試日期：中華民國 106 年 5 月 3 日

謝誌

九十三年到旅遊所修課,感謝 丁誌紋 所長的肯定才能順利進入就讀,老師認真授課氛圍,讓我喜歡校學的課程;從丁老師的統計分析、李老師鄉村旅遊、洪老師的研究方法到論文撰寫,一再分析說明謝謝我的三位啟蒙老師。

學習過程中俊嘉、炳晟、學姊惠麗、梅娟;學長毅忠、紹平等不時給予建議及打氣,關懷情誼讓我獲得力量,謝謝您們!

感謝我的指導老師 李謀監 教授,承蒙師恩諄諄教誨,無論是課堂中風趣幽默、學術領域上、待人處事各方面的啟發,對我都有很大的幫助,有您的教誨與督促,我才能如期順利完成論文,雖然辛苦卻給予我信心和勇氣;更感謝口試委員 林明芳 教授與 黃宗成 教授百忙中撥冗蒞臨指導,提供寶貴建議與修正方向,千言萬語由衷感激!

碩士班這一路走來有好同學、系辦助理、老師、指導老師、所長、口考委員感謝與您們的好緣份,在此致上最高敬意。

如媚 謹致於南華大學旅遊所

中華民國一百零六年五月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
105 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：觀光夜市營運關鍵成功因素之研究－以嘉義市嘉樂福觀光夜市為例

研究生：陳如媚

指導教授：李謀監博士

論文摘要內容：

觀光夜市是政府力推的觀光項目之一，是國人重要的遊憩資源，除了生活的基本消費外，兼顧了休閒和文化保留的特色，吸引國際觀光客來台。然而夜市常給人髒亂、不衛生等負面意象；而嘉義市嘉樂福觀光夜市經過政府輔導與業者規劃，配合當地特色已成為一個重要的觀光據點。有鑒於國內夜市轉型為觀光夜市之需，因此本研究以觀光夜市營運關鍵成功因素為研究主題。

本研究運用修正式德爾菲法(Modified Delphi Method)經由群體腦力激盪，歸納出「自治會組織與管理」、「美食觀光」、「購物樂趣」、「基礎建設」、「遊憩休閒」等五大主準則與二十二項次準則，建立觀光夜市關鍵成功因素，運用分析層級程序法 (Analytic Hierarchy Process, AHP) 進行分析。結果顯示，在主準則部分，專家認為「美食觀光」最為重要，其次依序為「自治會組織與管理」、「購物樂趣」、「基礎建設」、「遊憩休閒」。次準則之整體排序以「口感美味」為最重要，其次重要性依序為「安全衛生」、「停車方便」、「價格合理」、「多種選擇」、「環境整潔」與「廣告企劃」。透過專家訪談與實證分析後所得之權重結果，本研究彙整建立觀光夜市結合遊憩、休閒、觀光之重要營運關鍵成功因素，其結論與建議，可提供政府、業者研擬經營策略之參考。

關鍵字：觀光夜市、關鍵成功因素、分析層級程序法

Title of Thesis:A Study on The Key Success Factors of Tourism Night Market
- A Case Study of Carrefour Tourism Night Market

Name of Institute:Master program of Tourism management,Department
of Tourism Management ,Nan Hua University

Graduate Date:June 2017

Degree Conferred:M.B.A

Name of Student:JU-MEI CHEN

Advisor : Mou-Chien Lee Ph.D.

Abstract

The government has put much effort in promoting the tourism night market, which is considered as a crucial resource attracting tourists from home and abroad. The night market not only serves the need of daily-life consumption, but also fulfills the function of recreation and cultural preservation. However, the night market often comes with a negative impression of being messy and not hygienic. With support from the public sector and careful planning of the managing organization, the Carrefour Tourism Night Market at Chia-yi City has already become a prominent tourist attraction with local features. As the need of transforming into tourism night market is constantly growing among Taiwan's various night markets, this research project focuses on the key success factors(KSF) in the operation of the tourism night market.

This thesis adopts the Modified Delphi Method: after the collective brainstorming process, the five major principles-‘self-governing organization and management’, ‘cuisine and tourism’, ‘fun of shopping’, ‘infrastructure’, and ‘recreation’, together with twenty-two sub principles. As the key success factors in the tourism night market operation are established, they are further analyzed by the Analytic Hierarchy Process(AHP). The results show that the experts consider ‘cuisine and tourism’ as the most important among the major principles, followed by ‘self-governing organization and management’, ‘fun of shopping’, ‘infrastructure’, and ‘entertainment and recreation’. The overall ranks show that ‘tastiness’ is the most prominent factor, followed in importance by ‘safety and hygiene’, ‘parking convenience’, ‘reasonable price’, ‘diverse choices’, ‘tidiness of environment’ and ‘advertising program’.

Based on the weighted result through expert interviews and empirical analysis, this research has established the key success factors in the tourism night market operation combining entertainment, recreation, and tourism. It is hoped that its conclusion and suggestion could offer some thoughts for the government and entrepreneurs when forming their future strategy.

Keywords: Tourism Night Market, Key Success Factors(KSF),
Analytic Hierarchy Process

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目 錄	iii
表目錄	vi
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究動機	4
1.3 研究目的	5
1.4 研究對象——嘉義市嘉樂福觀光夜市	6
1.5 研究流程	8
第二章 文獻探討	9
2.1 觀光夜市	9
2.1.1 觀光夜市定義與特色	9
2.1.2 台灣觀光夜市之興起發展	12
2.1.3 觀光夜市相關法規	14
2.2 關鍵成功因素	15
2.2.1 關鍵成功因素定義	15
2.2.2 關鍵成功因素確認方法	17
2.2.3 關鍵成功因素相關理論	18

2.3	觀光夜市關鍵成功因素相關文獻	19
2.3.1	影響觀光夜市營運績效因素之探討	21
第三章	研究方法	33
3.1	研究架構	33
3.1.1	評估構面及評估準則	33
3.2	研究方法	37
3.2.1	修正式德爾菲法	37
3.2.2	層級程序分析法	38
3.2.3	層級結構之種類與層級建構要素	39
3.2.4	層級程序分析法評估尺度	41
3.2.5	層級程序分析法的施行步驟	43
3.3	問卷設計	49
3.3.1	問卷調查對象	50
3.3.2	修正式德爾菲法問卷考量因子確立	51
3.3.3	問卷意見修正與回饋	54
3.3.4	修正後層級架構	57
3.3.5	修正後觀光夜市營運關鍵成功因素定義說明	58
第四章	結果與討論	60
4.1	樣本資料統計分析	60
4.2	評估因子權重分析	63
4.2.1	整體專家準則權重分析	64

4.2.2	成對比較矩陣分析	65
4.2.3	指標因素一致性與相對權重值分析	68
4.2.4	指標因素在整體層級之權重值分析與排序	74
第五章	結論與建議	80
5.1	結論	80
5.1.1	構面部分	80
5.1.2	指標因素部分	81
5.2	建議	83
5.2.1	政策性建議	84
5.2.2	實務性建議	85
參考文獻		87
附錄一	修正式德爾菲法專家問卷	96
附錄二	觀光夜市營運關鍵成功因素調查問卷	103
附錄三	嘉樂福觀光夜市營運風貌圖	115

表目錄

表 1.1 : 來台旅客動向調查	2
表 1.2 : 受訪旅客在臺期間參加活動排名	3
表 2.1 : 觀光夜市之定義	9
表 2.2 : 觀光夜市的特色	10
表 2.3 : 台灣夜市演變過程	13
表 2.4 : 嘉義市攤販集中場自治會設置辦法重點整理表	14
表 2.5 : 關鍵成功因素定義彙整	16
表 2.6 : 關鍵成功因素依市場及產品變化區分	17
表 2.7 : 關鍵成功因素的統計分析方法	18
表 2.8 : 關鍵成功因素相關理論	18
表 2.9 : 觀光夜市關鍵成功因素相關文獻	20
表 2.10: 影響觀光夜市營運績效相關文獻	21
表 2.11: 自治會組織與管理評估因素文獻	24
表 2.12: 美食觀光構面評估因素文獻	25
表 2.13: 購物樂趣構面評估因素文獻	27
表 2.14: 地理位置構面評估因素文獻	28
表 2.15: 遊憩休閒構面評估因素文獻	31
表 3.1 : 觀光夜市關鍵成功因素文獻來源整理	34
表 3.2 : 層級程序分析法之假設	39
表 3.3 : 層級程序分析法評估尺度定義與說明	42

表 3.4 : 層級程序分析法的施行步驟	43
表 3.5 : AHP 法隨機指標值表.....	46
表 3.6 : 專家樣本統計表	50
表 3.7 : 平均數決斷參數表	51
表 3.8 : 第一階段問卷調查分析結果	52
表 3.9 : 修正式德爾菲法專家問卷建議意見與修正	54
表 3.10: 觀光夜市營運關鍵成功因素定義說明	58
表 4.1 : 問卷發放統計	60
表 4.2 : 專家背景簡介	61
表 4.3 : 整體問卷基本資料統計	62
表 4.4 : 學術專家問卷基本資料統計	63
表 4.5 : 政府專家問卷基本資料統計	63
表 4.6 : 產業專家問卷基本資料統計	63
表 4.7 : AHP 問卷全體專家學者一致性檢定	64
表 4.8 : 構面之成對比較矩陣	65
表 4.9 : 自治會組織與管理構面之指標因素成對比較矩陣	65
表 4.10: 美食觀光構面之指標因素成對比較矩陣	66
表 4.11: 購物樂趣構面之指標因素成對比較矩陣	66
表 4.12: 基礎建設構面之指標因素成對比較矩陣	66
表 4.13: 遊憩休閒構面之指標因素成對比較矩陣	66
表 4.14: 構面項目之相對權重值分析	67

表 4.15:	構面項目之相對權重值排序	67
表 4.16:	指標因素之一致性分析	69
表 4.17:	指標因素之相對權重值分析	70
表 4.18:	指標因素在整體層級之相對權重值重要性	74
表 4.19:	指標因素在整體層級之相對權重值重要性排序前七名	...	75
表 4.20:	AHP 問卷全體專家學者主準則與次準則相對權重分配	...	76
表 4.21:	AHP 問卷全體專家學者準則絕對權重分配重要性	77



圖目錄

圖 1.1：	近十年觀光總收入	1
圖 1.1：	近十年國人國內旅遊總旅次變化	1
圖 1.2：	研究流程圖	8
圖 3.1：	初步層級架構圖	36
圖 3.2：	完整層級結構關係示意	40
圖 3.3：	不完整層級結構關係示意圖	40
圖 3.4：	層級程序分析法層級結構關係示意圖	41
圖 3.5：	層級程序分析法施行步驟操作流程	48
圖 3.6：	觀光夜市營運關鍵成功因素層級架構	57
圖 5.1：	觀光夜市成功關鍵之策略藍圖	84

第一章 緒論

1.1 研究背景

台灣生機盎然的夜市，不僅提供市民一個休閒與美食的場所，對於國際觀光客而言亦可從夜市瞭解台灣，更是深度體驗台灣特色文化意象的地方。夜市中的吃、喝、玩、樂，喧鬧吵雜的氣氛、人擠人拉近彼此距離，顯現濃郁人情味。因此，夜市成為大部份台灣人相當喜愛閒逛的地方，更反映台灣體驗獨特的夜市文化，深深吸引許多外國觀光客造訪。根據去年(2016)8月30日全球最大旅居外國人士網站 Inter Nations 公布，外籍人士評選台灣為全球最宜居住地，由圖 1.1 顯示我國近十年觀光總收入成長二倍，夜市觀光體驗，別於大眾觀光之深度旅遊，吸引國際觀光客成為我國觀光行銷之亮點。

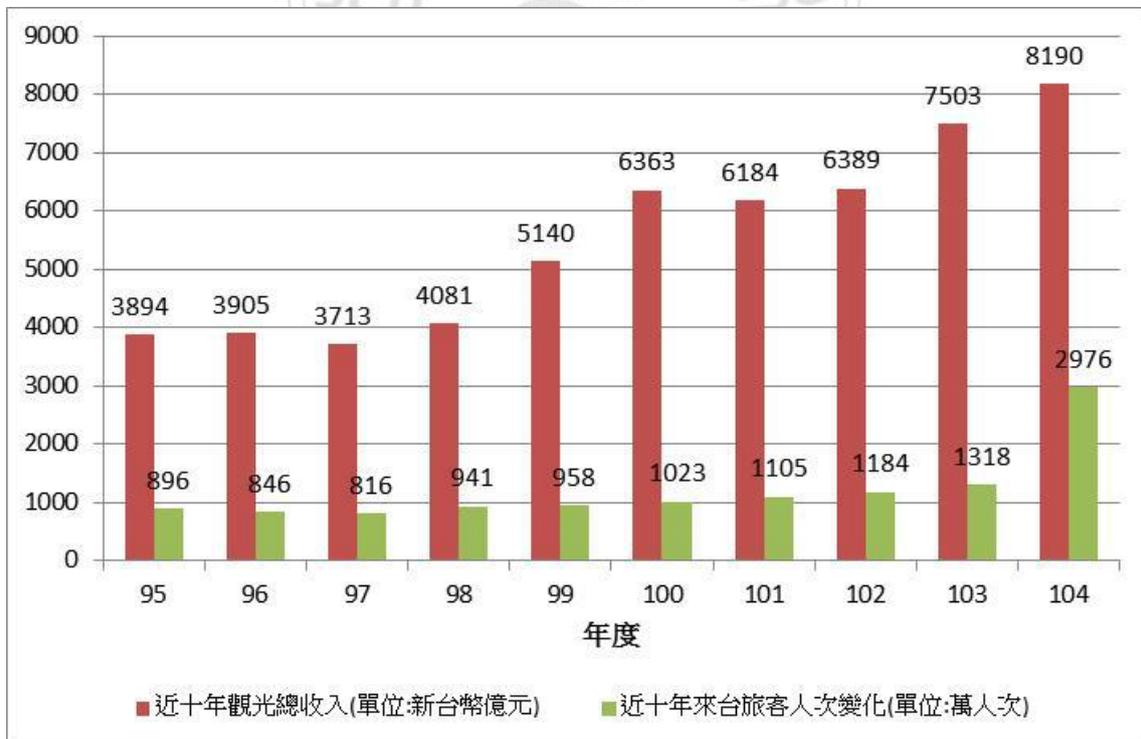


圖 1.1 台灣近十年觀光總收入及人次 資料來源:本研究整理

根據表 1.1 觀光局 104 年「來台旅客消費與動向調查」中顯示，夜市是外籍旅客來台必遊景點第一名，每一百名來台旅客，就有八十三位曾經到觀光夜市體驗；此外就在台期間加活動排名(如表 1.2)近五年來逛夜市活動僅次於購物，名列第二。

表 1.1 近五年 來台旅客動向調查

單位:人次/每百人次

年份	名次	項目	相對人次
2011 年	1	夜市	74.06
	2	台北 101	58.46
	3	故宮博物院	52.39
2012 年	1	夜市	77.76
	2	台北 101	61.71
	3	故宮博物院	52.90
2013 年	1	夜市	76.95
	2	台北 101	57.41
	3	故宮博物院	47.63
2014 年	1	夜市	79.00
	2	台北 101	57.95
	3	故宮博物院	49.03
2015 年	1	夜市	83.26
	2	台北 101	59.72
	3	故宮博物院	48.47

註：本題「受訪旅客遊覽主要景點」為複選題

資料來源:交通部觀光局行政資訊系統(2016 年);國際觀光客來台消費調查

觀光局 101 年辦理特色觀光夜市選拔，鼓勵夜市向上提升為觀光夜市，期待以良性競爭帶給遊客更好的夜市環境，以環保、友善、魅力、好逛等指標來評選，經消基會建議與廣大消費者共同監督觀光夜市服務管理品質，提醒除人氣、美味外，要重視觀光夜市公共衛生與環境清潔，進而提升台灣整體觀光形象，將台灣飲食文化推廣到世界各地，提升夜市的觀光價值使其更具有國際競爭力(交通部觀光局，2012)。

表 1.2 受訪旅客在臺期間參加活動排名

單位：人次/每百人次

年份	名次	項目	相對人次
2011 年	1	購物	82.76
	2	逛夜市	73.99
	3	參觀古蹟	36.26
2012 年	1	購物	86.70
	2	逛夜市	77.76
	3	參觀古蹟	37.37
2013 年	1	購物	87.64
	2	逛夜市	76.95
	3	參觀古蹟	47.56
2014 年	1	購物	90.25
	2	逛夜市	79.02
	3	參觀古蹟	46.81
2015 年	1	購物	91.92
	2	逛夜市	83.30
	3	參觀古蹟	46.07

註：本題「受訪旅客在臺期間參加活動」為複選題

資料來源：交通部觀光局行政資訊系統(2016 年)

觀光夜市是政府力推的觀光項目之一，是國人重要的遊憩資源，除了生活的基本消費外，兼顧了休閒和文化保留的特色，吸引國際觀光客來台。但夜市常給人髒亂、不衛生等負面意象。過去文獻皆與觀光夜市意象相關之研究較多(李佳虹，2005；蘇影倫，2005)，缺少對觀光夜市經營關鍵成功因素相關的探討，以掌握觀光夜市品質不良的源頭，進而有效實施源頭管理，基於上述研究背景與動機，觀光夜市對台灣的重要性，在經濟型態與一般行業不同，營業時間、消費型態亦不同，故對此重要課題之關鍵成功要素確實有其探討與研究之必要性。

1.2 研究動機

因應這股全球化的觀光熱潮，政府希望在全國推動區域型特色文化之觀光，包括寺廟、節慶活動、夜市、美食、商圈、文化遺址、藝術等，觀光局雖非觀光夜市主管機關，但仍希望藉活動評選，來鼓勵各觀光夜市提升服務品質，並行銷觀光夜市文化魅力。

台灣史學家連橫在《台灣通史》裡，如此描述小吃攤：初更後，始挑擔出賣，宿於街頭，各有定處，呼之不去，恐失信於顧客也。正是印證了食物的記憶確實很難被時間取代，那是堅守古早味的傳統「體貼」。1990年代後大型超市與百貨公司興起，群起仿效夜市特色，將觀光夜市小吃搬到地下美食街，現代裝潢空間亮麗，又有舒適座椅和冷氣空調，然而美食街並沒有對觀光夜市生意造成很大影響，知名觀光夜市依然人潮洶湧，究竟夜市消費文化的獨特性在哪？愛逛觀光夜市感受身處於吵雜、熱鬧、混亂、擁擠中消費的樂趣，在悶熱環境裡苦苦排隊不以為苦，美食到手感受到眾人艷羨的眼光湧起成就感。探訪觀光夜市感受身處種類繁多，處處驚喜的情境，喜歡觀察觀光夜市中攤商與遊客的行為與互動，夜市攤位的擺設和規劃整齊的百貨公司美食街大異其趣，無需花太多錢，就能滿足口腹之慾，生猛海鮮、小吃飲料應有盡有；沒有昂貴包裝，有殺價的樂趣，相較於歐美國家的夜店文化，越晚越美麗的觀光夜市是台灣一頁特殊景緻，並成為國外觀光客來台的首選景點。

觀光夜市已經成為台灣特色，象徵從早期路邊零散分布的小吃攤，漸聚集成每晚流動或定點定時開市，集體零售多元商品之夜市場，逐步

發展成國際社會所重視的觀光夜市；但觀光夜市始終面臨嚴重的管理問題，在自由、熱鬧，與現代化外，希望建立商圈的自我經營管理機制；嘉義市嘉樂福觀光夜市經過政府與業者規劃，由南投車埕孫家的私人公司經營一條街的嚴密管控，佔地面積六千坪，三百多個攤位，一千五百個停車位，內有許多台灣小吃以及各類生活用品、遊戲場，如何進一步發展成優質的消費環境，使觀光夜市成為我國觀光行銷之亮點是值得探究的重要課題；在研究觀光夜市的相關文獻中，大部分以探討觀光夜市與消費者之間關係和影響，針對觀光夜市經營與管理的關鍵成功因素研究較少，故引發本研究動機。

1.3 研究目的

本研究以嘉義市嘉樂福觀光夜市為探討對象，從相關文獻、專家訪談，瞭解影響夜市發展之重點構面及因子，藉此建立觀光夜市發展之架構，從專家、業者、消費者的角度利用分析層級程序法，呈現各構面及因子要素之權重次序。本研究擬對這些實證結果，提出實質的改善建議，作為未來發展地方觀光夜市之參考。具體而言，本研究具體目的如下：

1. 瞭解台灣觀光夜市發展現況及如何有效，結合美食觀光，購物樂趣，遊憩休閒觀光之管理規則。
2. 依據相關文獻之探討，歸納出關鍵成功因素指標之成功因素。
3. 提供政府、業者研擬觀光夜市經營策略之參考。

1.4 研究對象—嘉義市嘉樂福觀光夜市

嘉義市嘉樂福觀光夜市，佔地面積六千坪，三百多個攤位，一千五百個停車位，由南投車埕孫家投資經營。孫海，生於雲林縣口湖鄉（1917年—1979年）字揚波，「振昌木業」的創辦人，推展台灣南部的電桿和枕木市場，於1955年在嘉義市信義路（現今博愛路二段）創設木材防腐工廠基地約一萬坪，為嘉義市嘉樂福所在地。1997年產業沒落，第二代孫國昌，將原址四千坪面積租給家樂福大賣場。嘉義市流動攤商長期佔據各路段，市議會下令驅趕，攤商無處營業，2000年孫國昌將六千坪規畫後，形成現在嘉義市嘉樂福觀光夜市。

孫家為攤商管理者，以一條鞭法經營企業，透明租金制度開立統一發票給承租戶，十種顏色標示攤位價錢，依新承租攤還是續約攤、擺攤位置等之不同而有差異，保守估計租金為四千元就即為可觀，假設每天一千人來逛每人消費八十元計算，嘉義市嘉樂福觀光夜市一年的產值高達二千萬元以上，因此引發本研究動機。

有些攤商將攤位裝潢的具有特色，基本投射燈外還有黑色水晶吊燈，各攤位皆設有自動雨棚，下雨時輕按搖控即可，收攤只需將鐵門拉上。經理陳惠銘先生與業務經理胡瀨云小姐具有敦親睦鄰觀念，在嘉樂福觀光夜市臨近住戶四個入口，下午十點後禁止進出，遊憩區十點打擊場得換消音球棒，設有分貝機隨時監控，有效管制噪音，十七年來維持和諧的居民與觀光夜市良好關係。

小吃、百貨、遊憩各佔三分之一，整體規劃完善，其中最受歡迎的是

「嘉樂福炭烤」，點率最高的炭烤雞腿需醃製一晚入味，久候雞腿到手一口咬下濃濃炭香，幸福感湧上心頭、蔥肉捲青蔥甜美多汁肉香逼人，品嚐後滋味令人難忘；遊客喜歡穿少少的來嘉義市嘉樂福觀光夜市吃熱食，日式料理「關東煮食堂」的培根魚捲、章魚丸、蛋絲蝦球真材實料，店家特製手工油豆腐口感厚實，柴魚湯無限共應吸引了滿滿人潮；「小時候粉圓」是許多嘉義人年經的回憶，用料實在淡淡黑糖香，口味堅持贏得在地好口碑，加上一匙冰淇淋粉圓在口中多一種層次變化，招牌為綠豆沙鮮奶粉圓是大家的最愛；十多年的「老牌石頭火鍋」勾魂湯頭一位難求，十餘種配料 180 元兩人可吃飽是很多人的晚餐，海陸火鍋顧客忠誠度最高，熱鬧滾滾的用餐氣氛，加上火鍋裡的陣陣香氣，一起沸騰到最高點；座無虛席「大漢蒙古烤肉」氣勢最強，有 50 種配菜可供選擇，豪氣堆疊一口價，太客氣業者幫忙往上堆，學生喜歡在這挑戰菜盤高度、打卡……深受年輕組群喜愛。

餐後「叮叮棒壘球打擊場」是全台灣夜市獨有之標準規格棒壘球打擊場、小朋友最愛「小型電動車」、「羅賓漢射箭場」是青少年的最愛。候靜華，(1985)指出觀光夜市以夜間營業為主，提供人們購物之便利，感受到台灣固有風土民情的好地方，因此國內外旅行業者紛紛帶團蒞臨，成為享受嘉義市之文化、美食、購物、遊憩的夜間最佳場所。

因此本研究以嘉樂福觀光夜市經營管理人員、學者專家、政府官員各 5 位，共計 15 位相關人員進行專家問卷調查。

1.5 研究流程

本研究之流程如下圖 1.3 所示：

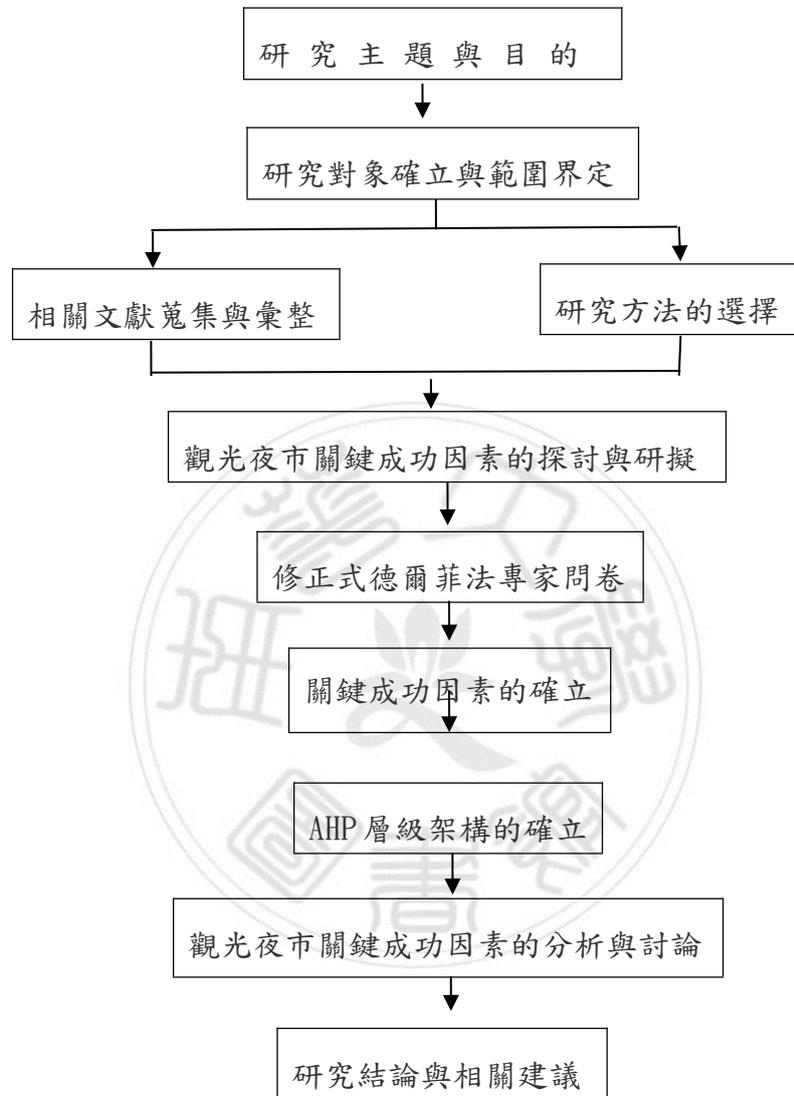


圖 1.2 研究流程圖

資料來源：本研究整理

第二章文獻探討

本研究為探討觀光夜市營運的相關因素，搜集觀光夜市經營成效有關之文獻，加以彙整。首先探討觀光夜市及其沿革、台灣觀光夜市之特色、觀光夜市相關法規、接著討論關鍵成功因素、觀光夜市經營成效相關研究文獻並歸納出觀光夜市關鍵成功因素評估準則。

2.1 觀光夜市

2.1.1 觀光夜市之定義與特色

觀光夜市的定義在商業界與學術界各尚無統一結論，對於商業界標榜「觀光」的名義，只要能促進在地觀光事業發展，提供多項觀光市場所需要的產品與服務，進而產生獲利機會，此一夜市即可稱之為觀光夜市。

表 2.1 觀光夜市的定義

學者(年代)	定義
蔡文彩 (1985)	觀光夜市的定義依機能分為 1. 飲食型夜市 2. 飲食服飾型夜市 3. 服飾飲食型夜市 4. 多機能型夜市。
蔡文彩 (1985)	觀光夜市機能活動及其類型、時間結構及空間組織和民眾對夜市之主觀視覺。將夜市分：A (巨型)、B (大型)、C (中型)、D (小型)、E (微型)。
戴伯芬 (1993)	從非正式經濟體系發展歷史角度將觀光夜市分為 1. 固定夜市：固定營業地點。2. 觀光夜市：經過政府設計規劃並配合當地特色，即稱為觀光夜市。流動夜市：在特定日子 (每週一次) 營業。常見於鄉下地方或是在都市邊緣的大型空地上。

徐旭誠 (1996)	觀光夜市的空間類型內部空間分為：『沿街型夜市』指攤販沿街道兩側排列，因動線流暢，參與者流動性大，通常具備較豐富的流動型態，以吸引往來穿越的參與者；『塊狀型夜市』，指一塊較完整的空地或建築物，聚集攤販的販售空間，較不具方向感，但地點明確，企圖讓參與者駐足停留，相對而言營業成本較高（需付場地租金）。
詹月雲、黃勝雄 (2002)	觀光夜市具有觀光資源與完善的自治組織，結合政府、消費者及攤販業者三者間之交互作用，並在政府有效輔導下提供消費者一般商品消費服務與便利性，及休閒娛樂之需求的夜間場所。

資料來源:本研究依郭欣慈 (2014) 整理修正

蘇影倫 (2006) 曾經指出夜市所具有觀光休閒價值；郭嘉倫 (2004) 在其研究中表示觀光夜市具有下列特色：

表 2.2 觀光夜市之特色

觀光夜市特色	說明
吸引力	入口處應設置牌樓，以吸引遊客。
多樣性	應依營業項目分區規劃，以滿足不同遊客需求。
民俗性	觀光夜市應有民俗表演。
安全性	應車輛管制，以行人徒步區方式保護遊客安全。
連續性	觀光夜市宜以做整體規劃，以維遊客逛街的整體性。
舒適性	應設置休息區、公廁等，便利遊客需要。
美觀性	攤架、招牌、燈光應一致，提供遊客適當的空間感受。

資料來源:本研究依郭嘉倫 (2004) 整理修正

觀光 tour 由拉丁文 Tornus 衍生而來，原意為畫圓圈的工具，衍生出周遊，即從出發點出發後，再回到出發點。因旅行達到娛樂的目的之各種活動並與觀光產業有關，觀光產業在經濟學上劃分係屬第三級產業，主要商品是服務，遊客除購買觀光產品外，需獲得滿意的服務；是我國外匯收入的重要來源，在國家經濟發展扮演很重要的關鍵。

「夜市」在學術領域中，各研究者對於其定義尚無統一的結論，蘇影倫(2006)認為夜市是一處在夜間營業的市集，許多攤販共同聚集而成，提供民眾隨性消費與休閒放鬆的場所。李佳虹(2006)亦指出夜市為台灣傳統文化，在 2008 年已發展成為台灣觀光重點，為非正式經濟體制攤販聚集、夜晚營業、隨性消費、樂趣於討價還價的過程。觀光局為了提升台灣整體觀光形象，將台灣飲食文化推廣到世界各地，提升夜市的觀光價值使其更具有國際競爭力，2012 年辦理特色觀光夜市選拔，於是各縣市的夜市紛紛改為觀光夜市。

夜市萌芽於漢代，興起於唐代中晚期，歷史悠久富於地方文化色彩，是當地居民夜間進行休閒社交場所，更是觀光客旅遊時體驗地方文化，享受美食的地方。史記記載「夜市」為隋唐實施「坊市制度」，將居民區與商業區分開，商店的營業時間受到官府限制，中唐王建《夜看揚州市》詩中：「夜市千燈照碧雲」，可見唐朝夜市的興盛；宋朝突破坊市封閉限制，店鋪開設延長營業時間而出現夜市，宋代文人遊記《夢梁錄》中出現的小吃、薄荷糕、杏仁糕等，一千年前的宋朝小吃與台灣夜市的飲食型態具有很高延續性；中國飲食文化小吃占有獨特的地位，賦予人們特

殊的文化意涵，例如過年吃年糕、元宵吃湯圓、清明吃潤餅、端午吃粽子等，家庭在特殊節日準備，平日想吃承襲小吃文化的夜市美食，終年供應掙脫時令之歡樂氛圍。

夜市對早期台灣的商業經濟活動極為重要，活動時間以夜間街路市集為主，是台灣民眾生活的一部分，提供消費者休閒以及遊憩的夜間場所；而今發展成為觀光夜市依然是台灣獨特的夜間生活型態，都市化日漸普遍，發展趨向多元，象徵著台灣傳統地方文化。

2.1.2 台灣觀光夜市之興起與發展

台灣觀光夜市有兩百多年歷史，清朝漢人移民福建、廣東渡海來台開墾山林需體力耗費，小吃業者便肩挑扁擔沿街叫賣，將食物送到田邊、山邊供開墾者食用，造就夜市最早的雛型。為祈求平安，興建廟宇舉辦迎神賽會，人群、攤販聚集而逐漸成市；農村社會白天農忙，加上電力不發達，產生節慶聚集廟宇形成廟會，圍繞廟會民俗活動之商業買賣、鄉土小吃及娛樂遊戲等交易行為，形成市集成當今的商店街的趨勢(潘江東，2005)，廟會與市集因此成為早期人民休閒及社交的主要場所。

蔡慕潔(2009)表示夜市營業時間以夜間為主，大約營業至深夜凌晨時段，兼具消費與休閒功能的場所。綜上所述可以得知，「夜市」是一種大多位於室外空地上，由攤販聚集而成，在夜晚進行商業活動，可提供民眾隨性消費與休閒放鬆的市集場所。表 2.3 可看出台灣夜市演變過程。

表 2.3 台灣夜市演變過程表

★型態	★攤販	★流動攤販	★固定攤販 或趕集攤販	★攤販集中 場	★夜市
◎ 特 色	◎隨地零售貨物以博取利潤。	◎沒有一定場所、路線、時間的商業銷售者。	◎固定：一定場所銷售商者。 ◎趕集性：有特定場所、時間，從事商品銷售，攤販活動率，週期性，具有半固定特質。	◎許多固定攤販所聚集之場所。	◎長時間、定期、具規模且在一定之場所，並於夜間營業的商業活動之攤販聚集體。
# 形 成 原 因	#產業結構改變，導致某些人不能適應，所以從事最低層商業銷售活動而形成攤販。	#流動型高營業時間、場所不定。	#有利可圖時，流動攤販變趨於固定攤販或趕集性販，以獲取更大利潤。	#由於攤販對消費能力地區選擇大致相同，且為增強市場吸引力驅使固定攤販聚集形成攤販集中場。	#因為照明設備發達、消費習慣改變等，形成夜間活動時間拉長，以致某些攤販集中場改變為夜間營業形成夜市。

資料來源：詹月雲、黃勝雄(2002)

台灣小吃在中華飲食文化是庶民的生活智慧，口味豐富，國父孫中山先生對新鮮的豬血湯註解：「豬血含鐵質為補身上品。」歷經百年傳承，夜市小吃從「各方一霸」變成「大融爐」讓夜市更具魅力。

1960年代台灣以勞力密集，造成夜市快速興起，由舊都市中心開始出現小吃攤為主聚集轉變成夜市；1970年代後期交通發達轉變成流動夜

市的定期市集,傳統市場卻沒有因公有市場出現而沒落,甚至因價廉物美因素,更受附近居民歡迎(楊嵐鈞,2004)。近年來各地方政府更積極的將轄區內最著名的夜市發展為『觀光夜市』吸引更多遊客,研究觀光夜市文化的中研院民族所副研究員余舜德說「熱鬧」在我們的文化裡顯然有一種鼓舞力量,能讓民眾感受到一種「能量」,在人潮和周遭環境中流竄、興起,逛觀光夜市就是為了享受這種氣氛;越晚越美,為觀光客造訪台灣的必備行程,也是附近居民遊憩休閒的好地方。

2.1.3 觀光夜市相關法規

台灣各縣市之觀光夜市相關法規,皆參考台北市夜市攤販管理的規定制定,本研究以嘉義市設攤區段及攤販集中場自治會設置辦法為主要法規基準。法規重點如下表 2.4:

表2.4嘉義市攤販集中場自治會設置辦法重點整理

法條依據	內容
第三條	1.各設攤區(路)段及攤販集中場應成立一個自治會處理自治事項,並受本府(市政府)監督與輔導。2.自治會應發揮自治功能,溝通各設攤區(路)段及攤販集中場攤販與政府間之意見,並策使其自動自發,出錢出力配合政府各項活動與措施。3.自治會應協助維持各設攤區(路)段及攤販集中場環境衛生,並維護各自會成員之權益。
第四條	攤販應加入各設攤區(路)段及攤販集中場之自治會為會員後,始得進入該區(路)段、地點營業。
第十條	自治會應執行下列事項:一般事項:(一)營業秩序之維持。(二)環境衛生之維護。(三)清潔費、管理費之收取與管理。(四)糾紛之協調。(五)違規之查報。(六)年度經營計畫、年度預算、結算、及經費籌措與運用等財務管理事項。(七)主管機關之交辦事項。
第十條	自治會應執行下列事項:二、經營管理事項:(一)廣告企劃、媒體運用、及活動設計等促銷活動事項。(二)建築景觀、整體配置、動線規

	<p>劃、及設備與安全維護等營運管理事項。(三)攤販與自治會幹部訓練管理、及其他事務等行政管理事項。</p> <p>自治會未能切實執行一般事項時，本府得令其於二個月內改選會長。本府(市政府)於必要時得遴任自治會會員代表一人，執行前項事務。</p>
--	---

資料來源:本研究依植根法律網整理(2016)

2.2 關鍵成功因素

台灣觀光夜市是外國觀光客到台灣參觀的必定體驗行程，國內觀光客也視為夜間的休閒活動，然而大型超市、百貨公司、商店街、美食街相繼成立，「物競天擇適者存」競爭激烈環境下，關鍵成功因素的核心能促使企業、組織或個人能達成其目標和宗旨的重要因素，有效組合協助企業、組織確保核心能力和競爭優勢，達到永續經營的目的，廣泛的運用到各個不同的研究領域(吳碧玉，2003)。找出屬於自己觀光夜市的關鍵成功因素，建立有別於其競爭者的特色，在競爭環境中脫穎而出，以下就關鍵成功因素之相關文獻做闡述。

2.2.1 關鍵成功因素定義

Hofe & hendl(1987)認為企業經活動領域與所掌握的資源，發展出獨特的優勢，掌握的資源會影響在產業中的競爭地位;透過各項關鍵成功因素的權數修正營運政策，在產業中更具競爭力穩固產業中的地位。

1961年Daniel提出關鍵成功因素的定義，是從觀點給予定義，之後陸續有中外學者對其定義提出更多見解。本研究整理幾位國內學者的研究文章資料將其彙整成表 2.5:

表 2.5 關鍵成功因素定義彙整

學者 (年份)	關鍵成功因素的定義
Daniel 1961	指一個企業為了成功必須要做得特別好的重要工作。
Porter1980	考慮產業整體面所有可能因素後所掌握的幾個重要關鍵點。
Ferguson& Dickinson 1982	支持或威脅公司目標達成, 影響公司存在與否的重要因素。
Leidecker& Bruno 1984	一些特性、條件或變數, 這些如果能夠適當且持續地維持和管理, 就能對公司在特定產業中競爭成功產生顯著的影響。
Ansoff 1984 CSF	利用獨特的資產、技術、資源及活動, 而使企業發展出相對於競爭者獨特而有利的地位。
Boseman 1986	由企業的優勢、劣勢和機會、威脅分析, 作為建立組織策略的基礎。
Schende1 1987	可視為管理者經由決定而影響產業中競爭狀況的變數, 透過賦予各項關鍵成功因素不同的權數, 可顯示出其在策略制訂上的相對重要性, 並且決定企業在產業中的地位。
吳思華 1988	在特定產業內成功與他人競爭, 所必須具備的技術或資產。
孟德芸 1988	產業環境、產業特性互動所產生之產業獨特競爭條件, 企業擁有此競爭條件或能力就能維持企業在產業中的競爭優勢。
Bamberger 1989	產業及市場的特性與基本需求, 關鍵成功因素會影響企業的在產業中的競爭優勢。
吳青松 1992	企業經營成功必須掌握的主要範疇, 引導企業制定有效的策略與執行程序, 廣泛地運用於高階決策資訊系統的設計。

黃營杉 1993	係指經營一個產業最重要的競爭能力或資產。
Crag & Grant 1993	是指在特定產業中建立競爭優勢的條件。
伍忠賢 2003	每個行業都有其獨特的關鍵成功因素，比較的標準分為主要競爭者及產業內平均水準，因素可分為必要條件及充分條件。
王怡文 2014	不同學者將(KSF)觀念應用在不同產業或領域而產生不同解釋及定義。

資料來源：本研究依陳立基、許崧庭、黃聖欽(2005)、王怡文(2014)整理修正

2.2.2 關鍵成功因素確認方法

曾慈惠、陳慶得(2010)依學者的看法，認為關鍵成功因素具有下列特性：關鍵成功因素的探討，需同時考量內外部環境因素，隨著時間不同、產業生命週期而改變，會因產業的不同、產品、市場的不同而有所差異，聚焦企業經營管理的關鍵領域，使其達到更高的效率，資本、人力和時間；依關鍵成功因素擬定經營策略時應深入了解領域。關鍵成功因素之構面會隨著市場及產品而變化，依下表 2.6 所示：

表 2.6 關鍵成功因素依市場及產品變化區分

成功因素	內容
產品品質	產品級數品質到一個合理的水準才在市場具有競爭力。
價格競爭力	價格相對於品質的觀念，用相同的價格，買到的品質。
通路掌握力	有效通路企業才能順利地將產品銷售給顧客。
促銷效果	舉辦促銷活動產生的消費者反應、市場銷售量成效。

資料來源：本研究依蘇育敏(2004)整理修正

關鍵成功因素的來源為總體環境面、個體面、產業,所面對的總體環境、政治、社會環境,產業結構、競爭對手、產業專家經驗、內部價值活動找尋等。確立產業關鍵成功因素在使用方法包括深度訪談、理論上的分析架構、外部資料的分析、以及決策者的判斷等。

透過文獻回顧的方式發現以因素分析法及分析層級程序法最常被採用,本研究關鍵成功因素的確認及找尋方法如表 2.7:

表 2.7 關鍵成功因素的統計分析方法

參考文獻	統計方法整理
Satty(1980)	分析層級程序法(AHP)
張自強(1988)	德爾菲法 (Delphi)
王叢貴、羅國英 (1992)	複迴歸分析法 (Multiple Regression)
黃俊英(1996)	因素分析法 (Factor Analysis)

資料來源:本研究依林得水(2010)整理修正

2.2.3 關鍵成功因素相關理論

1943年組織經濟學家John R. Commons提出依「限制因子」概念運用到管理、談判的運作時為關鍵成功因素之來源。以下表 2.8 為關鍵成功因素相關理論整理:

表 2.8 關鍵成功因素相關理論

學者(年代)	內容
D. W. Daniel 1961	「管理資訊的危機」(Management Information Crisis) 提出大部份的產業具有3至6項決定成功的關鍵要素;討論產業特質與企業策略常用關鍵成功因素的概念。「關鍵成功因

	素 (Critical Success Factor, CSF;或稱Key Success Factor, KSF) 麻省理工學院界定組織資訊需求的分析方法, 要能經營成功必定掌握的重要因素。
大前研一 1985	關鍵成功因素為策略家尋找策略優勢途徑, 透過確認本行業關鍵成功因素, 把企業資源集中投入, 在特定領域中可取得競爭優勢。
黃營杉 1999	指產業中最重要之競爭能力或資產。唯有把握住產業之關鍵成功因素, 才能建立持久性之競爭優勢。
吳碧玉 2003	各學者對關鍵成功因素之看法: 策略規劃是一種過程, 最終目的是要找出良好的策略, 達到理想目標或帶來預期的利潤。在規劃的過程中策略的設定必須有所依據才能有效達到目的, 而這些依據就是關鍵成功因素。擁有其他競爭者獨佔且優越的地位, 使企業在市場中得到利益超過競爭對手, 建立優勢地位, 必須掌握關鍵成功因素。
江政達2014	將此觀念應用在不同產業或領域則有不同解釋及定義。

資料來源: 本研究依江政達(2014)整理修正

2.3 觀光夜市關鍵成功因素相關文獻

楊嵐鈞 (2004) 以參與觀察法將台灣觀光夜市以地域性特徵分為社會性、空間、時間、機能、美學五個面向, 建構觀光夜市空間應具有的地域性設計原則; 並指出觀光夜市扮演的角色, 承載了地區居民獨特的集體場所活動, 並為地區居民生活的多重經濟、休閒及社會網情感之依附。本研究將透過相關文獻分析整理出觀光夜市關鍵成功因素如下表 2.9:

表 2.9 觀光夜市關鍵成功因素相關文獻

學者 ^(年代)	觀光夜市關鍵成功因素相關文獻
何一凡 (2002)	自治會確定觀光夜市攤販營業人地位包括法律及自治組織，使對攤販管理及課稅時有所依據。
秦宜婕 (2004)	觀光夜市訪談紀錄整理建議包含食物品質、裝璜、品味及氣氛、清潔衛生、餐點的安排及多樣性、提供用餐的服務品質等重視。
顏廷諭 (2010)	實用性價值包括經濟實惠、促銷活動、交通便利、熱鬧氣氛、餐飲人員服務品質、多樣化及選擇性、著名食物、美味程度、口味獨特性、食物營養、食物衛生、份量充足及取食方便等影響因子；為觀光夜市經營管理策略之參考。
葉雅馨 (2012)	消費者所感到夜市空間特質包括服務、美食、產品、氣氛、環境共五大類，且夜市娛樂體驗確實部分中介夜市空間特質與夜市滿意度之間的關係，代表影響夜市空間特質除了直接影響消費者對夜市的滿意度之外，尚存在著透過夜市娛樂體驗來影響夜市滿意度。
鍾小芳 (2013)	消費者對於觀光夜市食物品質最為重視之構面以食品衛生為首要。
高玉梅 (2015)	業者提高產品競爭力改善消費環境。自治組織：重新檢視；善用網路傳播力量，檢測夜市空污、噪音。

資料來源：本研究整理

2.3.1 影響觀光夜市營運績效因素之探討

台灣觀光夜市營運績效相關研究，在本章節彙整於表 2.10 中，因研究者的背景差異而有不同方向。由上述瞭解觀光夜市在台灣人民心中的地位，因而成為本研究以觀光夜市為主體試圖努力之重點。下表 2.10 為觀光夜市營運績效相關文獻彙整：

表 2.10 觀光夜市營運績效相關文獻彙整：

學者 ^(年代)	觀光夜市營運績效相關文獻彙整
黃國維 (2008)	攤販缺乏對食材解凍與冷卻食物方式不佳；往往以經驗判斷；廚具、抹布的清潔多數無消毒，對於消毒的概念薄弱。
姜重裕 (2010)	假日擁擠程度讓遊客感到危險、不便、骯髒、忙碌與緊張。
簡丞炘 (2011)	在觀光夜市體驗的過程中，外來遊客或本地遊客，對服務態度與商品價格是誘發其消費情緒之關鍵夜市意象。
郭子寧 (2011)	改善觀光夜市環境，保持乾淨整潔，改善服務人員的態度並保持食物乾淨衛生，推陳出新使遊客體驗到新鮮感，提高遊客逛夜市的意願。
錢芷雯 (2011)	觀光夜市遊客休閒活動參與旅遊目的地經驗具正向關係。
余向鈞 (2012)	台灣觀光夜市激發更多遊客，滿足遊客追求新奇與觀光購物需求，使台灣觀光夜市文化更加繁榮並發展出其特色。
陳慧珊 (2012)	觀光夜市環境屬性之愉悅氣氛和基礎設施屬性對趨避行為之關係，皆會受到消費者類型之調節作用影響。

王以石 (2012)	觀光夜市增加流動廁所、加蓋遮雨棚、增加免費停車場、降低商品重疊性、保留部分攤商汰換率以擇優汰劣,效法外縣市成功的模式、引進具特色攤商進駐夜市、攤位區隔化、規劃系列特色商品和在地文化相結合、朝向固定式商店街規劃、與觀光業者合推配套行程。
高郁涵 (2012)	需要理解當前觀光夜市飲食多元性以及夜市地方性的重構與生產,而人群移動與媒體兩項影響全球飲食文化流動,並建構對於觀光夜市飲食文化的想像。
郭欣慈 (2013)	觀光夜市經營成功因素為地理位置佳、攤位格數多、交通便利以及商品年輕化,攤販主要的成功因素則為商品獨特、價格平價以及產品穩定性高。
程琪 (2013)	宜適當增設機車停車位與汽車導引標誌,攤商宜提升服務人員態度、專業規劃使動線規劃更流暢,加強空調系統設備,座位引導並增設用餐座位量。
陳怡秀 (2013)	應規劃完善的觀光客夜市停車空間及疏導人車方案。
張雅婷 (2013)	夜市美食的物美價廉,是主要再次上門光顧的因素。對於美食享受過程中的感官體驗,認為味覺和視覺上的情緒性價值,能夠引發消費者的慾望及感動。
陳泓光 (2013)	影響台灣觀光夜市美食知覺價值的主要因素,認為區位與動線及口碑因素影響最大,其次是停車場位置及夜市的獨特性及外觀。
周維強 (2013)	顧客對觀光夜市所在的位置會影響顧客群的屬性,但顧客仍然最重視夜市攤商環境的整潔及人員的服務態度。
楊素美	觀光夜市參與行為與幸福感之間呈現正相關。

(2014)	
顏國林 (2014)	(1)觀光夜市氣氛的組成要素為：在地的夜市美食、夜市商品與服務、攤商、環境、社交與熱鬧氣氛(2)美食遊客對觀光夜市的氣氛感受包括：愉悅、刺激與舒適等情緒；(3)觀光夜市氣氛為一系列客觀與主觀的要件所組成，包括夜市美食、環境與熱鬧等客觀要素，以及美食遊客對氣氛的主觀感受。
蔡青芝 (2015)	商品觀光意象和環境設施觀光意象愈好，重遊意願愈高。
溫怡玲 (2015)	觀光夜市存在對居民的居住環境品質之安全性、寧適性有顯著差異。建議相關單位應加強輔導居民情緒與改善居住環境寧適性，將能有效提升居民對觀光夜市的支持度。

資料來源:本研究整理

由學者之論述得知, 關鍵成功因素會因個別產業結構、領域、競爭策略、環境因素等不同而異。本研究經由以上觀光夜市經營成效相關文獻彙整, 歸納出觀光夜市營運關鍵成功因素有五大構面為自治會組織與管理、美食觀光、購物樂趣、地理位置、遊憩休閒等, 以此作為本研究對嘉義市嘉樂福觀光夜市營運關鍵成功因素之參考指標。為使研究架構更加完整, 本研究再以此五大構面為依據探討文獻中相關因素做為個別構面評估指標之補充, 茲分述如下:

自治會組織與管理:A1 組織架構、A2 廣告企劃、A3 促銷活動、A4 整體配置、A5 動線規劃、A6 設備安全如下表 2.11 所示。

表 2.11 自治會組織與管理評估因素文獻

學者 (年代)	次準則	說明
何一凡 (2002)	A1	自治會確定觀光夜市攤販營業人地位包括法律及自治組織，使對攤販管理及課稅時有所依據。
高郁涵 (2012)	A2	需要理解當前觀光夜市飲食多元性以及夜市地方性的重構與生產，而人群移動與媒體兩項影響全球飲食文化流動，並建構對於觀光夜市飲食文化的想像。
顏廷諭 (2010)	A3	實用性價值包括有經濟實惠、促銷活動、交通便利、熱鬧氣氛、餐飲人員服務品質、多樣化及選擇性、著名食物、美味程度、口味獨特性、食物營養、食物衛生、份量充足及取食方便等影響因子;為觀光夜市經營管理策略參考。
程琪 (2013)	A5 A6	宜適當增設機車停車位與汽車導引標誌，攤商宜提升服務人員態度、專業規劃使動線規劃更流暢，加強空調系統設備，座位引導並增設用餐座位量。
陳泓光 (2013)	A4 A5	影響台灣觀光夜市美食知覺價值主要因素，專家認為區位與動線及口碑因素影響最大，其次停車場位置及夜市的獨特性及外觀。
高玉梅 (2015)	A1 A2	業者提高產品競爭力改善消費環境。自治組織：善用網路傳播力量;檢測夜市空污、噪音。

資料來源:本研究整理

美食觀光:B1多種選擇、B2供餐快速、B3口感美味、B4安全衛生、B5在地特色之相關文獻如下表2.12所示:

表 2.12 美食觀光構面評估因素文獻

學者 (年代)	次準則	說明
秦宜婕 (2004)	B1 B2	觀光夜市訪談紀錄整理建議包含食物品質、裝璜、品味及氣氛、清潔衛生、餐點的安排及多樣性、提供用餐的服務品質等重視。
顏廷諭 (2010)	B1 B3 B4	實用性價值包括有經濟實惠、促銷活動、交通便利、熱鬧氣氛、餐飲人員服務品質、多樣化及選擇性、著名食物、美味程度、口味獨特性、食物營養、食物衛生、份量充足及取食方便等影響因子;為觀光夜市經營管理策略之參考。
王以石 (2012)	B1 B5	觀光夜市增加流動廁所、加蓋遮雨棚、增加免費停車場、降低商品重疊性、保留部分攤商汰換率以擇優汰劣,效法外縣市成功的模式、引進具特色攤商進駐夜市、攤位區隔化、規劃系列特色商品和在地文化相結合、朝向固定式商店街規劃、與觀光業合推配套行程。
葉雅馨 (2012)	B3	消費者所感到夜市空間特質包括服務、美食、產品、氣氛、環境共五大類,且夜市娛樂體驗確實部分中介夜市空間特質與夜市滿意度之間的關係,代表影響夜市空間特質除了直接影響消費者對夜市的滿意度之外,尚存在

張雅婷 (2013)	B3	<p>著透過夜市娛樂體驗來影響夜市滿意度。</p> <p>夜市美食的物美價廉，是主要再次上門光顧的因素。對於美食享受過程中的感官體驗，認為味覺和視覺上的情緒性價值，能夠引發消費者的慾望及感動。</p>
顏國林 (2014)	B3	<p>(1)觀光夜市氣氛的組成要素為：在地的夜市美食、夜市商品與服務、攤商、環境、社交與熱鬧氣氛(2)美食遊客對觀光夜市的氣氛感受包括：愉悅、刺激與舒適等情緒(3)觀光夜市氣氛為一系列客觀與主觀的要件所組成，包括夜市美食、環境與熱鬧等客觀要素，以及美食遊客對氣氛的主觀感受。</p>
黃國維 (2008)	B4	<p>攤販缺乏對食材解凍與冷卻食物方式不佳；往往以經驗判斷；廚具、抹布的清潔多數無消毒，消毒的概念薄弱。</p>
鍾小芳 (2013)	B4	<p>消費者對於觀光夜市食物品質最為重視之構面以食品衛生為首要。</p>
高郁涵 (2012)	B5	<p>需要理解當前觀光夜市飲食多元性以及夜市地方性的重構與生產，而人群移動與媒體兩項影響全球飲食文化流動，並建構對於觀光夜市飲食文化的想像。</p>

資料來源:本研究整理

購物樂趣:C1 商品區隔、C2 品質穩定、C3 客服親切、C4 價格合理之
 相關文獻如下表 2.13 所示:

表 2.13 購物樂趣構面評估因素文獻

學者 (年代)	次準則	說明
王以石 (2012)	C1	觀光夜市增加流動廁所、加蓋遮雨棚、增加免費停車場、降低商品重疊性、保留部分攤商汰換率以擇優汰劣,效法外縣市成功的模式、引進具特色攤商進駐夜市、攤位區隔化、規劃系列特色商品和在地文化相結合、朝向固定式商店街規劃、與觀光業合推配套行程。
葉雅馨 (2012)	C3	消費者感到夜市空間特質包括服務、美食、產品、氣氛、環境共五大類,夜市娛樂體驗確實部分中介夜市空間特質與夜市滿意度之間的關係,代表影響夜市空間特質除了直接影響到消費者對夜市的滿意度之外,尚存在著透過夜市娛樂體驗來影響夜市滿意度。
程琪 (2013)	C3	宜適當增設機車停車位與汽車導引標誌,攤商宜提升服務人員態度、專業規劃使動線規劃更流暢,加強空調系統設備,座位引導並增設用餐座位量。
顏廷諭 (2010)	C4	實用性價值包括有經濟實惠、促銷活動、交通便利、熱鬧氣氛、餐飲人員服務品質、多樣化及選擇性、著名食物、美味程度、口味獨特性、食物營養、食物衛生、份量充足及取食方便等影響因子;為觀光夜市經營管理策略參考。

張雅婷 (2013)	C4	夜市美食的物美價廉，是主要再次上門光顧的因素。對於美食享受過程中的感官體驗，認為味覺和視覺上的情緒性價值，能夠引發消費者的慾望及感動。
簡丞鈺 (2011)	C3 C4	在觀光夜市體驗的過程中，外來遊客或本地遊客，對服務態度與商品價格是誘發其消費情緒之關鍵夜市意象。
郭欣慈 (2013)	C1 C2 C4	觀光夜市經營成功因素為地理位置佳、攤位格數多、交通便利以及商品年輕化，攤販主要的成功因素則為商品獨特、價格平價以及產品穩定性高。
顏國林 (2014)	C1 C3	(1)觀光夜市氣氛組成要素為：在地的夜市美食、夜市商品與服務、攤商、環境、社交與熱鬧氣氛；(2)美食遊客對觀光夜市的氣氛感受包括：愉悅、刺激與舒適等情緒；(3)觀光夜市氣氛為一系列客觀與主觀的要件所組成，包括夜市美食、環境與熱鬧等客觀要素，以及美食遊客對氣氛的主觀感受。

資料來源：本研究整理

地理位置：D1 停車方便、D2 公設便利、D3 環境衛生、D4 治安良好之相關文獻如下表 2.14 所示：

表 2.14 地理位置構面評估因素文獻

學者 (年代)	次準則	說明
顏廷諭 (2010)	D1	實用性價值包括有經濟實惠、促銷活動、交通便利、熱鬧

郭欣慈 (2013)		<p>氣氛、餐飲人員服務品質、多樣化及選擇性、著名食物、美味程度、口味獨特性、食物營養、食物衛生、份量充足及取食方便等影響因子；為觀光夜市經營管理策略之參考。</p>
陳泓光 (2013)	D1	<p>觀光夜市經營成功因素為地理位置佳、攤位格數多、交通便利以及商品年輕化,攤販主要的成功因素則為商品獨特、價格平價以及產品穩定性高。</p>
程琪 (2013)	D1	<p>影響台灣觀光夜市美食知覺價值的主要因素,為區位與動線及口碑因素影響最大,其次停車場位置及夜市的獨特性及外觀。</p>
陳怡秀 (2013)	D1	<p>宜適當增設機車停車位與汽車導引標誌,攤商宜提升服務人員態度、專業規劃使動線規劃更流暢,加強空調系統設備,座位引導並增設用餐座位量。</p>
王以石 (2012)	D1	<p>觀光夜市增加流動廁所、加蓋遮雨棚、增加免費停車場、降低商品重疊性、保留部分攤商汰換率以擇優汰劣,效法</p>
葉雅馨 (2012)	D3	<p>外縣市成功的模式、引進具特色攤商進駐夜市、攤位區隔化、規劃系列特色商品和在地文化相結合、朝向固定式商店街規劃、與觀光業合推配套行程。</p> <p>消費者所感到夜市空間特質包括服務、美食、產品、氣氛、環境共五大類,且夜市娛樂體驗確實部分中介夜市空間特</p>

周維強 (2013)	D3	質與夜市滿意度之間的關係，代表影響夜市空間特質除了直接影響到消費者對夜市的滿意度之外，尚存在著透過夜市娛樂體驗來影響夜市滿意度。
顏國林 (2014)	D3	(1)觀光夜市氣氛的組成要素為：在地的夜市美食、夜市商品與服務、攤商、環境、社交與熱鬧氣氛；(2)美食遊客對觀光夜市的氣氛感受包括：愉悅、刺激與舒適等情緒；(3)觀光夜市氣氛為一系列客觀與主觀的要件所組成，包括夜市美食、環境與熱鬧等客觀要素，以及美食遊客對氣氛的主觀感受。
高玉梅 (2015)	D3	業者提高產品競爭力改善消費環境。自治組織：善用網路傳播力量，主動檢測夜市空污、噪音。
蔡青芝 (2015)	D3	商品觀光意象和環境設施觀光意象愈好重遊意願愈高。
姜重裕 (2010)	D4	假日擁擠程度讓遊客感到危險、不便、骯髒、忙碌與緊張。研究結果：觀光夜市存在居民的居住環境品質之安全性、寧適性有顯著差異。
溫怡玲 (2015)	D4	建議相關單位應加強輔導居民情緒與改善居住環境寧適性，將能有效提升居民對觀光夜市的支持度。

資料來源：本研究整理

遊憩休閒：E1 氣氛熱絡、E2 創新體驗、E3 娛樂功能、E4 居民休閒觀之相關文獻如下表 2.15 所示：

表 2.15 遊憩休閒構面評估因素文獻

學者(年代)	次準則	說明
秦宜婕 (2004)	E1	觀光夜市訪談紀錄整理建議包含食物品質、裝璜、品味及氣氛、清潔衛生、餐點的安排及多樣性、提供用餐的服務品質等重視。
顏廷諭 (2010)	E1	實用性價值包括有經濟實惠、促銷活動、交通便利、熱鬧氣氛、餐飲人員服務品質、多樣化及選擇性、著名食物、美味程度、口味獨特性、食物營養、食物衛生、份量充足及取食方便等影響因子;為觀光夜市經營管理策略之參考。
陳慧珊 (2012)	E1	觀光夜市環境屬性之愉悅氣氛和基礎設施屬性對趨避行為之關係，皆會受到消費者類型之調節作用影響。
顏國林 (2014)	E1	<p>觀光夜市環境屬性之愉悅氣氛和基礎設施屬性對趨避行為之關係，皆會受到消費者類型之調節作用影響。</p> <p>(1)觀光夜市氣氛的組成要素為：在地的夜市美食、夜市商品與服務、攤商、環境、社交與熱鬧氣氛，;(2)美食遊客對觀光夜市的氣氛感受包括：愉悅、刺激與舒適等情緒;(3)觀光夜市氣氛為一系列客觀與主觀的要件所組成，包括夜市美食、環境與熱鬧等客觀要素，以及美食遊客對氣氛的主觀感受。</p>
錢芷雯 (2011)	E4	觀光夜市遊客休閒活動參與旅遊目的地經驗具正向關係。
余向鈞 (2012)	E2	台灣觀光夜市激發更多遊客，滿足遊客追求新奇與觀光購物之需求，使台灣觀光夜市文化更加繁榮並發展出其特色。

葉雅馨 (2012)	E1 E3	消費者所感到夜市空間特質:服務、美食、產品、氣氛、環境共五大類，且夜市娛樂體驗確實部分中介夜市空間特質與夜市滿意度之間的關係，代表影響夜市空間特質除了直接影響到消費者對夜市的滿意度之外，尚存在著透過夜市娛樂體驗來影響夜市滿意度。
楊素美 (2014)	E3	觀光夜市參與行為與幸福感之間呈現正相關。
郭子寧 (2011)	E3	改善推陳出新使遊客體驗到新鮮感，有提高遊客逛夜市的意願。

資料來源:本研究整理

觀光夜市和人民生活緊密結合，是外國觀光客認識台灣，兼具消費與休閒機能之特殊文化，高密度集中的攤販對消費者可及性高、方便消費，演變至今休閒消費的習性轉變，商品項目由日常用品增加為飲食、服飾、百貨、遊樂、藥品...是台灣夜間的嘉年華會使人們生活更豐富。因此綜合觀光夜市經營成效相關文獻探討後以自治會組織與管理、美食觀光、購物樂趣、地理位置、遊憩休閒之二十三項評估指標為構面為本研究對觀光夜市營運關鍵成功因素的參考指標。

第三章研究方法

本研究針對研究目的，探討「觀光夜市營運之關鍵成功因素」，廣泛閱讀與觀光夜市議題有關之期刊、論文、管理專業書籍、各機關行號出版資料，以瞭解目前觀光夜市營運之關鍵成功因素。依據研究動機、研究目的，彙整相關理論與文獻進行回顧，蒐集資料內容審慎評估與專家諮詢，從群體決策中獲取專家共識，尋求一致性之意見，依匿名參與者之專業經驗、價值判斷；最後達成共識，從中整理研擬，並依權重比例篩選出觀光夜市營運之關鍵成功因素。

3.1 研究架構

依據整理研擬初步層級架構中相關構面指標，運用修正式德爾菲法(Modified Delphi Method)建立層級架構以擬定嘉義市嘉樂福觀光夜市營運關鍵成功之因素根據，作為問題感受異同之理論參考。

3.1.1 評估構面及評估準則

本研究欲建構「觀光夜市營運之嘉義市嘉樂福觀光夜市關鍵成功因素」，依觀光夜市經營成效因素「自治會組織與管理」、「美食觀光」、「購物樂趣」、「地理位置」、「遊憩休閒」等五大構面指標，再依觀光夜市關鍵成功相關文獻初步建立評估指標分別為「組織架構」、「廣告企劃」、「促銷活動」、「整體配置」、「動線規劃」、「多種選擇」、「供餐快速」、「口感美味」、「餐飲衛生」、「食材安全」、「在地特色」、「商品區隔」、「品質穩定」、「客服親切」、「價格合理」、「停車方便」、「公設便利」、「環境衛生」、「治安良好」、「氣氛

熱絡」、「創新體驗」、「娛樂功能」、「居民休閒觀」等二十三項評估指標分別為觀光夜市關鍵成功因素構面。

初步擬定層級架構之架構準則為觀光夜市關鍵成功因素,其架構文獻來源整理於下表 3.1:

表 3.1 觀光市關鍵成功因素文獻來源整理

主準則	次準則	操作型定義	文獻來源
A. 自治會組織與管理	A1 組織架構	依目的、系統、秩序建立自治會。	何一凡(民 91) 陳雅婷(民104) 高玉梅(民 104)
	A2 廣告企劃	將文字案利用網路、廣播、影視傳播、報章雜誌有計畫宣傳。	高郁涵(民 101) 高玉梅(民 104)
	A3 促銷活動	運用折扣、現時、限量等方式刺激消費者購買慾望。	顏廷諭 (民 99)
	A4 整體配置	完整硬體空間設計。	陳泓光(民 102)
	A5 動線規劃	籌謀整體動線順暢，策畫留客率路線。	高郁涵(民 101) 程琪 (民 102) 陳泓光(民 102)
	A6 設備安全	安全配備符合各類法規	李孟倫(民 101) 程琪(民 102)
B. 美食觀光	B1 多種選擇	提供不同種類餐飲供顧客選擇。	秦宜婕 (民 93) 王以石(民 101) 顏廷諭 (民 99)
	B2 供餐快速	服務過程迅速有效，減少顧客等待時間。	秦宜婕 (民 93)
	B3 口感美味	提供的餐飲口味能滿足顧客的喜愛。	顏廷諭 (民 99) 葉雅馨(民 101) 張雅婷(民 102)
	B4 安全衛生	符合餐飲安全衛生法規。	黃國維 (民 97) 顏廷諭 (民 99) 鍾小芳(民 102)
	B5 在地特色	提供當地(本縣市)特色餐飲供顧客選擇。	王以石(民 101) 高郁涵(民 101)
	C1 商品區隔	餐飲、商品、服務與其他夜市、路邊攤販有顯著性差異。	簡丞堯(民 100) 王以石(民 101) 郭欣慈(民 102)

C. 購物樂趣			顏國林(民 103)
	C2 品質穩定	餐飲、商品、服務的性質始終一致。	郭欣慈(民 102)
	C3 客服親切	店家的服務態度能為顧客提供所需求的行為。	顏廷諭 (民 93) 葉雅馨(民 101) 程琪(民 102) 周維強(民 102) 郭欣慈(民 102) 曾忠全(民 102) 顏國林(民 103)
	C4 價格合理	價格為一般民眾所接受。	顏廷諭 (民99) 簡丞炆(民 100) 郭欣慈(民 102) 張雅婷(民 102)
D. 地理位置	D1 停車方便	專供停放汽機車的場地充足、便利，並有安全人員指揮交通。	顏廷諭 (民 99) 王以石(民 101) 程琪(民 102) 陳泓光(民 102) 郭欣慈(民 102) 陳怡秀(民 102)
	D2 公設便利	電源、水源、廁所等公共設備充足，能滿足所需。	王以石(民 101)
	D3 環境衛生	周圍環境整潔、無對人體健康有害物質之影響因素。	郭子寧(民 100) 葉雅馨(民 101) 周維強 (民102) 顏國林 (民103) 高玉梅 (民 104)
	D4 治安良好	周圍環境具有良好社會秩序。	姜重裕 (民 99) 溫怡玲(民 104)
E. 遊憩休閒	E1 氣氛熱絡	流行的風氣活躍;周圍環境熱鬧。	葉雅馨(民 101) 陳慧嫻(民 101) 顏國林(民 103)
	E2 創新體驗	親自實踐來認識新的事物,創造前所未有的感受。	余向鈞(民 101)
	E3 娛樂功能	因體驗活動而感覺歡樂。	葉雅馨(民 101) 郭子寧(民 100)
	E4 居民休閒觀	居民在工作、求學之餘到夜市休息與娛樂的觀念。	錢芷雯(民 100)

資料來源:本研究整理

初步擬定觀光夜市關鍵成功因素之構面及指標，層級架構為如圖 3.1 所示：

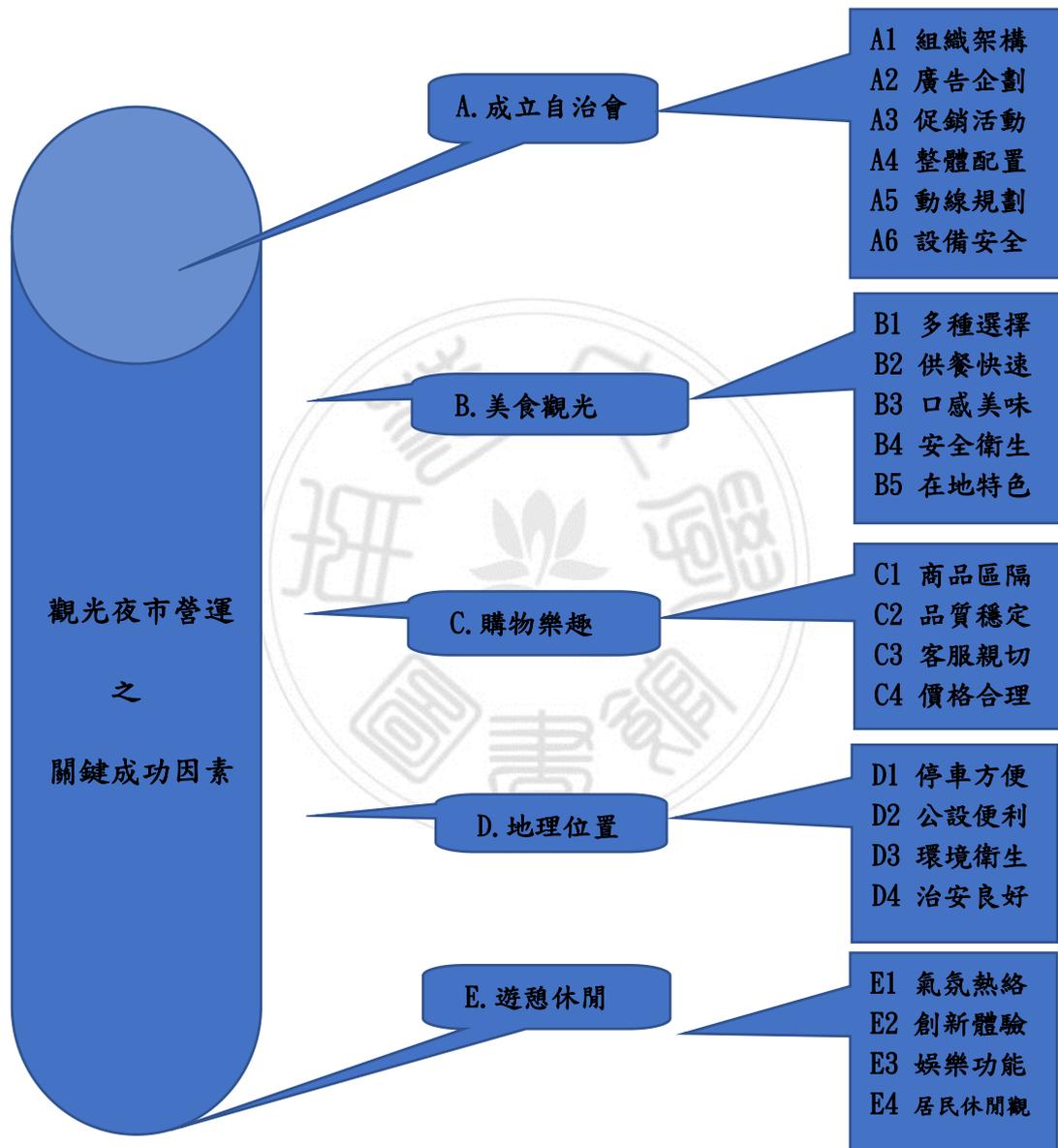


圖 3.1 本研究初步擬定層級架構

3.2 研究方法

初步層級架構中相關構面及指標，運用此修正式德爾菲法(Modified Delphi Method)建立層級架構，根據層級架構設計結構性第一階段專家問卷，再依據該專家問卷調查之結果進行層級程序分析。

3.2.1 修正式德爾菲法(Modified Delphi Method)

傳統德爾菲法技術是一種專家預測法，屬於群體決策技術，目的於獲取專家共識，尋求一致性之意見，集思廣益，兼顧專家獨力判斷的品質；運用時常因各個專家意見紛歧，導致需要增加調查的次數，依賴參與者之專業經驗、直覺與價值判斷；匿名的專家針對問題，經過反覆的訪談或問卷調查，排除干擾結合專家的知識、意見達成共識（潘淑滿，2003）；使用上的限制為主觀意識性較強，反覆回饋的運作過程繁瑣，缺少指標系統的操作彈性，測試對象易在過程中退出，進度不易掌握。

修正式德爾菲法（Modified Delphi technique）Murry and Hammons(1995)提出，藉由學者的經驗來建立公信的輿論，以進行相關議題，改善傳統德爾菲法所遇到的問題(陳姿樺 2011)。本研究以修正式德爾菲法，透過文獻收集與彙整出相關議題之資料，其量表評分表採用李克特五尺度量表，將衡量指標設計為五項尺度（1至5即非常重要、重要、普通、不重要、非常不重要），彙整專家意見求出平均數，以了解專家的意見。以匿名性的專家預測群體決策技術，利用統計分析與系統資料處理，來整合相關領域專家們的意見，經統計結果篩選出較客觀的評估因子，藉以建構出觀光夜市營運關鍵成功因素相關指標作為本次研究方針。再依層級程序分析法(Analytic Hierarchy Process，AHP)設計正式問

卷並施測，並針對施測結果求算權重值，以得出關鍵成功因素比序。

3.2.2 層級程序分析法 (Analytic Hierarchy Process)

人們每天要做各種決策，如上班的服裝、早餐的選擇、上班路線的決定，過程會根據經驗主觀的判斷後下決策，從多種替代方案中依據幾個準則，從中選擇一個或數個替代方案；在社會團體、地方政府及中央機關也常有決策問題，影響層面較深遠，所以決策者（群體）得用科學方法為依據研議繁複的問題進行評估作成決策。

1971 年 Thomas L. Saaty 是美國運籌學家匹茲堡大學教授，提出分析層級程序法 (Analytic Hierarchy Process, AHP)，應用不確定情況下及有多數評估準則的決策問題上的一套有系統之決策模式。 Saaty 應用 AHP 為美國國防部從事應變計畫問題研究，進行產業電力合理分配、協助埃及政府從事經濟、政治狀況的影響研究將決策問題判斷尺度化，隔年 AHP 法應用在蘇丹運輸研究後理論趨於成熟， Saaty 在 1980 年至 1987 年間，將相關論述整理出版；近年來此系統方法已發展到社會及行為科學上廣泛被應用，複雜問題可獲得簡化，建立相互影響關係的階層結構（褚志鵬，2009），而今定性和定量相結合系統化、層次化的分析方法，經濟計劃和管理、行為科學、農業、教育...等 30 種領域普遍的應用有效處理複雜決策問題。層級程序分析法 Saaty 認為假設為表 3.2 所示：

表 3.2 層級程序分析法之假設：

假設	內容說明
一	系統可被拆解成諸多類別 (classes) 或成分 (Components)，並形成如網路的層級結構。
二	各個層級的要素假設具獨立性 (Independence)。
三	下一層級的要素可用上一層級要素作為評準進行評估。
四	比較評估時可將絕對數值尺度轉換成比例尺度 (Ratio scale)。
五	使用正倒值矩陣於要素成對比較 (Pairwise Comparison)。
六	優劣關係滿足遞移性 (Transitivity) 如：A 優於 B，B 優於 C，則 A 優於 C；強度關係也滿足遞移性如：A 優於 B 三倍，B 優於 C 三倍，則得到 A 優於 C 九倍。
七	容許要素間不具遞移性存在，但需測試其一致 (Consistency) 程度。
八	由加權法則 (Weighting Principle) 求得要素的優勢程度。
九	檢核階層結構的獨立性並非階層結構中要素，優勢程度大小均會被認為與整個評估結構有關。

資料來源：本研究依據 Saaty(1980)整理修正

3.2.3 層級結構之種類與層級建構要素

將一個複雜的系統分解及結合後，建立的層級結構包括：

1. 完整層級 (Complete Hierarchy) 第 m 層與第 m+1 層的要素間均有關聯，即有完整的連線。如下圖 3.2 所示：

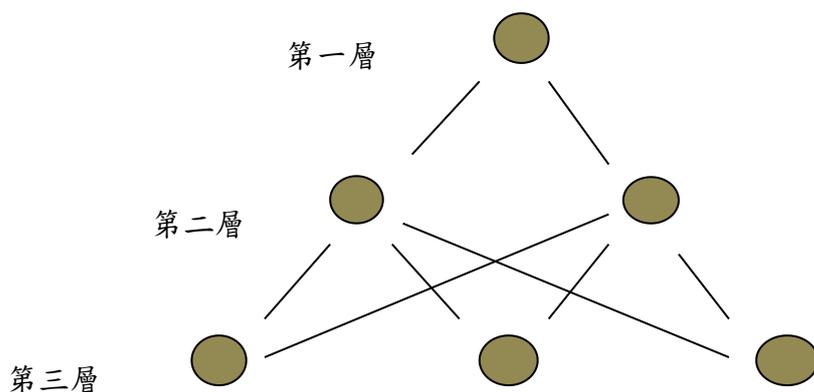


圖 3.2 完整層級結構關係示意圖

2. 不完整層級 (Incomplete Hierarchy) (如圖 3.3 所示) 第 m 層與第 $m+1$ 層的元素間不一定有關聯，即沒有完整的連結。以下圖說明：

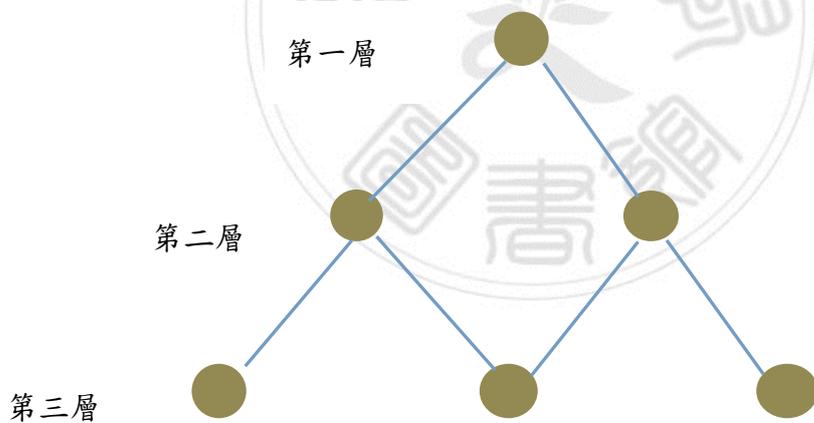


圖 3.3 不完整層級結構關係示意圖

本研究評估相對權重係採用不完整層級的型態。

層級結構化的要點將影響系統的要素加以分解成數個群體，每群再區分成數個次群，逐級下去建立全部的層級結構，其關係如下圖 3.4 所示：

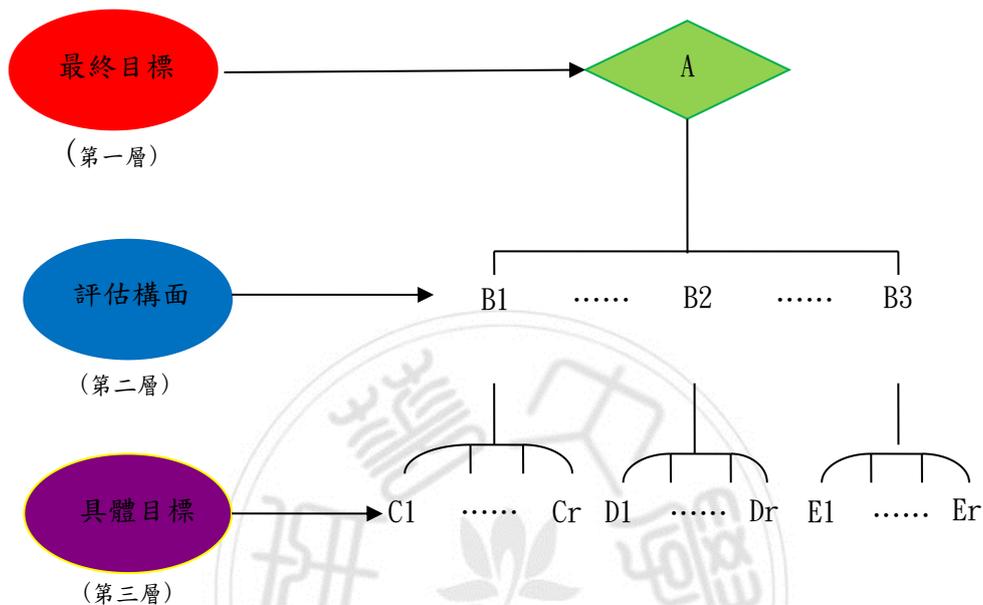


圖 3.4 層級程序分析法層級結構關係示意圖

資料來源：本研究依據鄧政源、曾國雄(1989)整理修正

3.2.4 層級程序分析法評估尺度

人類對尺度的反應為一固定比例增加時，會注意到增加部分所產生的改變，對間斷的算術序列，也能注意不同的地方反應與所使用的尺度，但無法同時對七種以上的事務進行比較；避免混淆 Saaty 採取九的最高限。方便在不同的連續數值中做比較將一設為起始值尺度的範圍一至九。

層級程序分析法用五項尺度評估(同等重要、稍重要、頗重要、極重要、絕對重要)，以 1、3、5、7、9 名目為尺度衡量值；當相鄰尺度之中

間值 (Intermediate values) 折衷尺度 2、4、6、8 名目為增強衡量值準確度。各尺度所代表的意義如表 3.3 所示：

3.3 層級程序分析法評估尺度定義與說明

評估尺度	定義	說明
1	同等重要	兩比較要素的貢獻程度同等重要：等強
3	稍微重要	經驗與判斷稍微傾向喜好某一要素：稍強
5	頗為重要	經驗與判斷強烈傾向喜好某一方案：頗強
7	極為重要	實際顯示非常強烈喜好某一要素：極強
9	絕對重要	有足夠證據肯定絕對喜好某一要素：絕強
2、4、6、8	相鄰尺度之間值	介於 1、3、5、7、9 需要折衷值時 <input checked="" type="checkbox"/> 選

資料來源：本研究依據鄧政源、曾國雄(1989)，褚志鵬(2009)整理修正

Saaty 從 27 種不同的尺度值進行測試，發現 1-9 的尺度值誤差均方根 (RMS) 與中位數絕對誤差 (MAD) 指標最小，能提供較好的一致性檢測；認為人類對質的能力之屬性，用等強、稍強、頗強、極強及絕強五個來表示較易區別。精確起見可在相鄰二個屬性間添加一折衷屬性便產生九個屬性值。目前的統計理論上通常應用 (Root Mean Square, RMS) 與 (Median Absolute Deviation, MAD) 兩個指標。

3.2.5 層級程序分析法的施行步驟

應用層級程序分析法施行五個步驟：問題的界定、建立層次結構、問卷設計與填答、構造成對比較陣、計算權向量並做一致性檢驗如表 3.4:

表 3.4 層級程序分析法的施行步驟

步驟	施行方式	操作說明
一、	問題的界定	層級程序分析法操作時，以文獻分析、腦力激盪，蒐集可供確認問題性質、範圍、影響因素、可用資源等資訊；盡可能將影響問題的要因均納入問題中，同時成立規劃群，對問題的範圍加以界定。
二、	建立層次結構	將會影響決策因子列出，依其相依性關係及獨立性程度於以層級結構化，解決問題及總目標之各項指標的評估準則或是列入考慮替代方案，以修正式德爾菲法截取重要評估準則與替代方案，依特性區分，本研究採用不完整層級結構作解決問題依據。
三、	問卷設計與填答	依建構之評估因子設計層級架構問卷，建立第一層級目標進而向下評估要素指標層級之完成，進行群體決策專家問卷調查，專家群依定義說明填答方便在不同的連續數值中做比較設起始值尺度一至九。
四、	構造成對比較矩陣	從層次結構模型的第2層開始，對於從屬於上一層每個因素的同層諸因素，用成對比較法和1—9比較尺度構造成對比較陣，直到最下層。

五、	計算權向量 並做一致性 檢驗;替代 方案的選擇 或權重順序	對於每一個成對比較陣計算最大特徵根及對應特徵向量，利用一致性指標、隨機一致性指標和一致性比率做一致性檢驗。檢驗通過，特徵向量為權向量；不通過需重新構造成對比較陣。計算出各層級要素間的權重再整體層級權重的計算。
----	---	--

資料來源:本研究依據(鄧振源、曾國雄 1989;張魁峯 2009)整理

計算成對比較矩陣之特徵向量與特徵值說明如下：

$$A\mathbf{w} = \begin{bmatrix} w_1/w_1 & w_1/w_2 & \cdots & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & w_2/w_2 & \cdots & w_2/w_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & \cdots & w_n/w_n \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{bmatrix} \quad (1)$$

其中 $a_{ij} = w_i / w_j$, w_i , w_j , 各為準則 i 與 j 的權重。

$$a_{ij} = 1/a_{ji} \quad (2)$$

$$a_{ij} = a_{ik}/a_{jk} \quad (3)$$

將準則成對比較矩陣 A 乘上各準則權重所成之向量 w ：

$$\mathbf{w} = [w_1 \quad w_2 \quad \cdots \quad w_n]^T \quad (4)$$

可求得 (5)與 (6)：

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} w_1/w_1 & w_1/w_2 & \cdots & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & w_2/w_2 & \cdots & w_2/w_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & \cdots & w_n/w_n \end{bmatrix} \quad (5)$$

$$\mathbf{Aw} = n \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{bmatrix} \quad (6)$$

$$\text{亦即 } (\mathbf{A} - n\mathbf{I})\mathbf{w} = \mathbf{0} \quad (7)$$

因為 a_{ij} 是為決策者進行成對比較時所主觀判斷所給予的評比，與真實的 w_i/w_j 值，有某種程度的差異，故 $\mathbf{Aw} = n\mathbf{w}$ 便無法成立，所以 Saaty 建議以矩陣 \mathbf{A} 中之最大特徵值 λ_{\max} 來取代 n 。

$$\mathbf{Aw} = \lambda_{\max}\mathbf{w} \quad (8)$$

$$(\mathbf{A} - \lambda_{\max}\mathbf{I})\mathbf{w} = \mathbf{0} \quad (9)$$

矩陣 \mathbf{A} 的最大特徵值由方程式(9)求得，所得之最大特徵向量即為各準則之權重。Saaty 提出四種近似法求算最大特徵值，分別為行向量平均值標準化、列平均值標準化、行向量與倒數的標準化及列向量幾何平均值標準化等；以行向量平均值標準化可求得較精確結果，如方程式 (10)。

$$w_i = \frac{1}{n} \sum_j \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}} \quad i, j = 1, 2, \dots, n \quad (10)$$

層級一致性檢定說明如下：理論基礎假設上，假設 \mathbf{A} 為符合一致性的矩陣，但填卷者主觀判斷，其矩陣 \mathbf{A} 可能不符合一致性，但評估的結果要能通過一致性檢定，方能顯示填卷者的判斷前後一致，否則視為無效的問卷。因此 Saaty 建議以一致性指標(Consistence Index, C. I.)與

一致性比例 (Consistence Ratio, C. R.) 來檢定成對比較矩陣的一致性。

(1) 一致性指標 (C. I.): 由特徵向量法中求得之 λ_{max} 與 n 兩者的差異程度可作為判斷一致性程度高低之衡量基準, 當 $C. I. = 0$ 表示前後判斷完全具一致性, 而 $C. I. > 0.1$ 則表示前後判斷不一致; Saaty 認為 $C. I. < 0.1$ 為可容許的偏誤, 如方程式(11)

$$C. I. = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1} \quad (11)$$

(2) 一致性比例 (C. R.): 根據 Oak Ridge National Laboratory & Wharton School 進行的研究, 從評估尺度 1-9 所產生的正倒值矩陣, 在不同的階數下所產生的一致性指標稱為隨機性指標 (Random Index, R. I.), 表 3.5 所示:

表 3.5 AHP 法隨機指標值表

階數	1	2	3	4	5	6	7	8
R. I.	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41
階數	9	10	11	12	13	14	15	-
R. I.	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	1.57	1.58	-

資料來源：依據(Saaty, 1980)本研究整理

在相同階數的矩陣下 $C. I.$ 值與 $R. I.$ 值的比率, 稱為一致性比率 (Consistency Ratio, C. R.), 若 $C. R. < 0.1$ 時, 則矩陣的一致性程度可被接受, 矩陣的一致性程度使人滿意。如方程式(12)。

$$C. R. = \frac{C. I.}{R. I.} \quad (12)$$

替代方案的選擇或權重順序說明如下：計算出各層級要素間的權重後，再進行整體層級權重的計算。若整體層級架構的一致性符合要求，可計算替代方案的特徵向量；假使只有一位決策者，只需要求出替代方案的綜合評估即可；若為一群決策群體時，則需分別計算每一決策成員的替代方案綜合評估，再利用幾何平均數法計算，求取加權綜合評估決定替代方案的相對重要性與優先順序之排序。



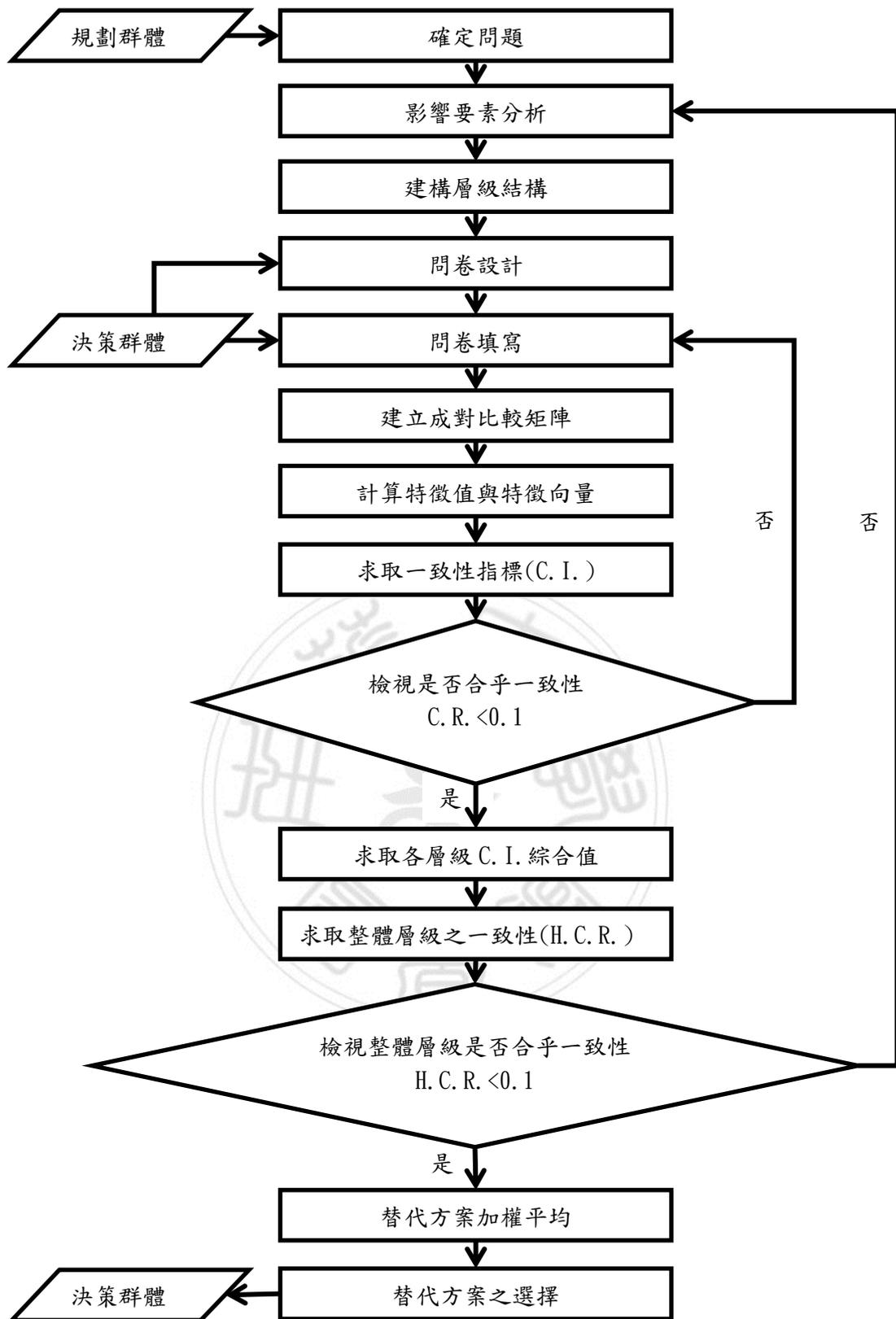


圖 3.5 層級程序分析法施行步驟操作流程(鄧振源、曾國雄，1989)

3.3 問卷設計

本研究使用問卷作為觀光夜市營運關鍵成功因素之調查工具。依據文獻找出相關之準則並徵詢專家意見後，選定與本研究評估架構有關之重要評估因子，並將上述評估因子設計成修正式德爾菲結構問卷，採李克特五點量表作為本研究之衡量尺度，每題有五個選項，分別為「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非常不重要」等五個等級，專家認為該項因子指標非常適當給 5 分，很適當的給 4 分，無意見給 3 分，認為不適當給 2 分，非常不適當給 1 分，由此方式給予問題修正，收集相關意見以評估重要程度，數字愈大表示重要性愈高，透過反覆的回饋，最終獲得一致性的意見；問卷內容如附錄一所示。以下僅以問卷中「遊憩休閒」構面下擬定次準則評估因素為範例：

問卷中「遊憩休閒」構面下擬定次準則評估因素，您贊成嗎？

贊成，請選重要性等級

次準則指標	非常不重要 1	不重要 2	普通 3	重要 4	非常重要 5
氣氛熱絡	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
創新體驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
娛樂功能	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
居民休閒觀	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

不贊成，建議修正：_____

3.3.1 問卷調查對象

本研究運用修正式德爾菲法，省略第一回合的開放式問卷實施步驟，改以參考文獻中相關的文件與專家訪談的方式取代，據以推估全體母群對於觀光夜市關鍵成功因素問題的看法。Adler & Ziglio (1984) 所提出實施德爾菲法時指出同質性的專家需有 10 ~15 位。本研究依主題列出相關領域適合的專家，學者 5 位、政府部門 4 位、產業者 4 位，共 13 位。修正式德爾菲法專家問卷總計發放 13 份，回收 11 份有效問卷，回收率為 84.6%如下表 3.6:

表 3.6 專家樣本統計表

抽樣領域	抽樣單位/樣本資格	發送份數	回收份數	回收率
政府部門	業務主管、承辦人員	4	3	75%
學者專家	相關領域研究學者	5	4	80%
產業專家	經營者與攤商	4	4	100%
總計		13	11	84.6%

資料來源:本研究整理

3.3.2 修正式德爾菲法問卷考量因子確立

德爾菲法依研究需求來決定所需要之統計方式，通常會計算下列統計數：1. 全體專家對各方案評價值的平均數 2. 計算專家意見的離散程度。此方法主要之目的是想獲得專家對於問題的看法一致性之意見。平均數 (Average) 為集中趨勢最常用的測度值，目的是表示資料中各觀測值相對的集中程度(簡茂發、劉湘川 1993)。因此，本研究以平均數來作為評估項目與因子之判斷及篩選的標準，選出專家所認同的指標，並依據陳素卿(2012)之平均數決斷參數來決定，如下表 3.7 所示：

表 3.7 平均數決斷參數表

重要區間	決斷	意涵
$X \geq 4.5$	很高	非常重要
$3.5 \leq X < 4.5$	高	重要
$2.5 \leq X < 3.5$	中	普通或中等
$1.5 \leq X < 2.5$	低	不重要
$X < 1.5$	很低	非常不重要

資料來源：依據陳素卿(2012)本研究整理

第一階段問卷調查 2016/11/7 進行發放，2016/12/2 全部回收，結果經統計分析，所有構面與因素平均數在 3.3 至 4.7 區間，通過篩選門檻。藉此平均數了解各個專家間對指標之共識程度，為選定評估指標依據，問卷資料量化統計結果如上表 3.8 所示：

表 3.8 第一階段問卷調查分析結果

A. 構面分析結果：

項目	評估構面	平均數	眾數	一致性
1	自治會組織與管理	4.5	5	很高
2	美食觀光	4.7	5	很高
3	購物樂趣	4.6	5	很高
4	地理位置	4.4	4	高
5	遊憩休閒	4.1	4	高

資料來源：本研究整理

B. 準則(指標)分析結果：

構面	準則(指標)	平均數	眾數	一致性
自治會組織與管理	成立自治會	4.3	4	高
	廣告企劃	3.8	4	高
	促銷活動	3.6	4	高
	整體配置	3.7	4	高
	動線規劃	3.8	4	高
	設備安全	3.9	4	高
美食觀光	多種選擇	4.4	5	高
	供餐快速	4.3	4&5	高
	口感美味	4.7	5	很高
	安全衛生	4.6	5	很高

	在地特色	3.4	4	中
購物樂趣	商品區隔	3.9	4	高
	品質穩定	4.4	5	高
	客服親切	4.4	5	高
	價格合理	4.8	5	很高
地理位置	停車方便	4.6	5	很高
	公設便利	4.3	4&5	高
	環境衛生	4.4	5	高
	治安良好	3.8	4	高
遊憩休閒	氣氛熱絡	4.6	5	很高
	創新體驗	3.3	3&4	中
	娛樂功能	3.9	4	高
	居民休閒觀	3.4	3&4	中

資料來源:本研究整理

彙整專家問卷,將 11 份問卷資料運用經 Excel 應用軟體進行量化統計分析,以求得各次準則評估指標之平均數,本研究以平均數來作為選定重要性評估指標的依據,並可瞭解專家群意見的一致性,量化統計平均數以 \bar{x} 表示,平均數大於 3.5 時專家問卷意見落在重要區間即達到篩選門檻。依據本研究問卷之調查結果統計如上表 3.8 所示,由表中可知各項平均數皆達 3.3 以上,表示專家群對於此研究之次準則指標意見已達一致性共識。

3.3.3 問卷意見修正與回饋

在主準則因子評估部分，專家群建議主準則中「地理位置」無法清楚表達其構面內容意涵，建議修正名稱為「基礎建設」構面；並在次準則因子評估時專家群認為「成立自治會」及「居民休閒觀」之內容無法清楚表達其指標內容意涵，建議修正次準則「成立自治會」為「組織架構」、「居民休閒觀」為「休閒體驗」。詳細之專家群意見建議與修正方向彙整如下表 3.9 所示：

表 3.9 修正式德爾菲法專家問卷建議意見與修正

構面	準則	專家建議	修正方向
自治會組織與管理	1. 成立自治會	1. 「成立自治會」無法清楚表達其指標內容意涵，建議修正名稱。	1. 修正準則「成立自治會」為「組織架構」。
	2. 廣告企劃	2. 將文字案利用網路、廣播、影視傳播、報章雜誌等有計畫「經營」。無法清楚表達其指標內容意涵，建議修正定義。	2. 修正定義「經營」為「宣傳」。
	3. 促銷活動	3. 運用「宣傳、廣告方式」刺激消費者購買欲望。無法清楚表達其指標內容意涵，建議修正定義。	3. 修正定義「宣傳、廣告方式」為「折扣、限時、限量等方式」。
	4. 整體配置	4. 建議合併準則「整體配置、動線規劃」使其指標內容意涵更為具體。	4. 修正準則「整體配置、動線規劃」為「整體規劃」。
	5. 動線規劃	5.1 合併準則後指標在「自治會組織與管理」構面，無法清楚表達內容意涵，建議移至其他構面。 5.2 合併後「整體規劃」定義建議修正。	5.1 指標在「自治會組織與管理」構面修正為「基礎建設」構面。 5.2 合併後「整體規劃」定義為：籌謀整體動線順暢、完整硬體空間設

	6. 設備安全	<p>6.1 「設備安全」指標在「自治會組織與管理」構面，無法清楚表達內容意涵，建議移至其他構面。</p> <p>6.2 「設備安全」定義「設立裝備符合建築法規」。無法清楚表達其指標內容意涵，建議修正。</p>	<p>計。</p> <p>6.1 「設備安全」指標在「自治會組織與管理」構面，修正為「基礎建設」構面。</p> <p>6.2 修正定義「設立裝備符合建築法規」為「安全配備符合各類法規」。</p>
美食觀光	7. 食材安全 餐飲衛生	7. 建議合併準則「食材安全、餐飲衛生」將其定義合併使其指標內容意涵更為具體。	7. 修正準則「食材安全、餐飲衛生」為「安全衛生」；合併後定義為：符合餐飲安全衛生法規。
購物樂趣	8. 商品區隔 9. 品質穩定	<p>8. 「餐飲、商品與其他夜市、路邊攤販有顯著性差異」。無法清楚表達其指標內容意涵，建議修正定義。</p> <p>9. 「餐飲、商品的性質始終一致」。無法清楚表達其指標內容意涵，建議修正定義。</p>	<p>8. 修正定義「餐飲、商品與其他夜市、路邊攤販有顯著性差異」為「餐飲、商品、服務與其他夜市、路邊攤販有顯著性差異」。</p> <p>9. 修正定義「餐飲、商品的性質始終一致」為「餐飲、商品、服務的性質始終一致」。</p>
地理位置	10. 環境衛生 11. 治安良好	<p>「地理位置」無法清楚表達其構面內容意涵，建議修正名稱。</p> <p>10.1 「環境衛生」無法清楚表達其指標內容意涵，建議修正名稱。</p> <p>10.2 「環境衛生」指標在「基礎建設」構面，無法清楚表達內容意涵，建議移至其他構面。</p> <p>11. 「治安良好」指標在「基礎建設」構面，無法清楚表達內容意涵，建議移至其他構面。</p>	<p>修正構面「地理位置」為「基礎建設」構面。</p> <p>10.1 修正準則「環境衛生」為「環境整潔」。</p> <p>10.2 「環境整潔」準則移至「自治會組織與管理」構面。</p> <p>11. 「治安良好」移至「自治會組織與管理」構面。</p>

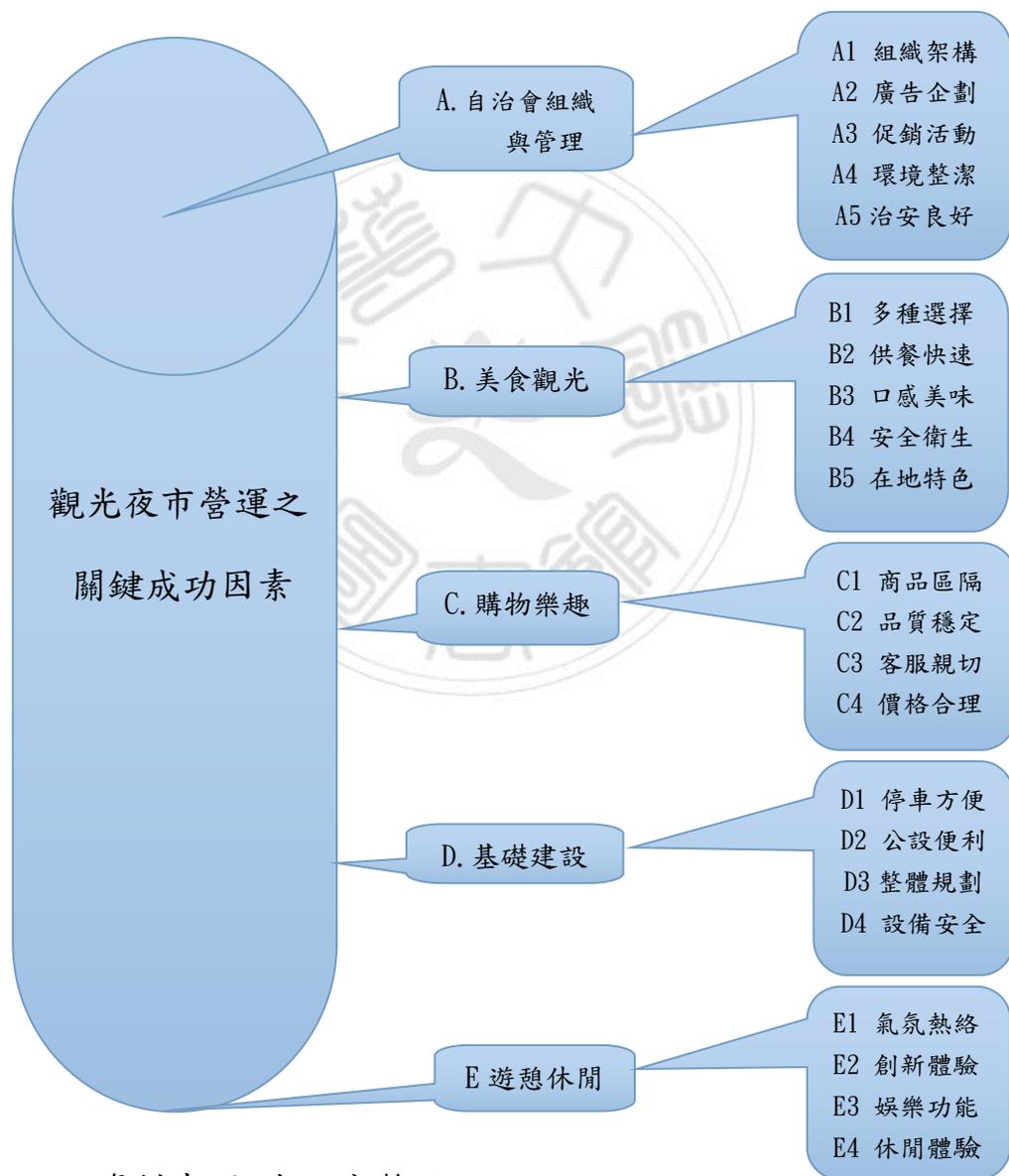
遊憩休閒	12. 居民休閒觀	12. 「居民休閒觀」無法清楚表達其指標內容意涵, 建議修正名稱。	12. 修正準則「居民休閒觀」為「休閒體驗」。
------	-----------	-----------------------------------	-------------------------

資料來源: 本研究整理



3.3.4 修正後層級架構

經由上述修正後本研究整體評估層級架構，如下圖 3.7。共有五大準則構面，二十二項次準則項目，正式問卷內容如附錄二。



資料來源：本研究整理

圖 3.6 修正後之觀光夜市營運關鍵成功因素層級架構

3.3.5 修正後觀光夜市營運關鍵成功因素定義之說明

彙整專家問卷建議意見與修正後之觀光夜市營運關鍵成功因素構面、指標、定義如下表 3.10 所示：

表 3.10 修正後觀光夜市營運關鍵成功因素構面、指標說明表

構面	指標(因素)	指標(因素)說明
自治會組織與管理	A1 組織架構 A2 廣告企劃 A3 促銷活動 A4 環境整潔 A5 治安良好	依目的、系統、秩序建立自治會。 將文字案利用網路、廣播、影視傳播、報章雜誌有計畫宣傳。 運用折扣、現時、限量等方式刺激消費者購買慾望。 周圍環境整潔、無對人體健康有害物質之影響因素。 周圍環境具有良好社會秩序。
美食觀光	B1 多種選擇 B2 供餐快速 B3 口感美味 B4 安全衛生 B5 在地特色	提供不同種類餐飲供顧客選擇。 服務過程迅速有效，減少顧客等待時間。 提供的餐飲口味能滿足顧客的喜愛。 符合餐飲安全衛生法規。 提供當地(本縣市)特色餐飲供顧客選擇。
購物樂趣	C1 商品區隔 C2 品質穩定 C3 客服親切 C4 價格合理	餐飲、商品、服務與其他夜市、路邊攤販有顯著性差異。 餐飲、商品、服務的性質始終一致。 店家的服務態度能為顧客提供所需求的行為。 價格為一般民眾所接受。
基礎建設	D1 停車方便 D2 公設便利 D3 整體規劃 D4 設備安全	專供停放汽機車的場地充足、便利，並有安全人員指揮交通。 電源、水源、廁所等公共設備充足，能滿足所需。 籌謀整體動線順暢，完整硬體空間設計。 安全配備符合各類法規。

遊 憩 休 閒	E1 氣氛熱絡	流行的風氣活躍;周圍環境熱鬧。
	E2 創新體驗	親自實踐來認識新的事物,創造前所未有的感受。
	E3 娛樂功能	因體驗活動而感覺歡樂。
	E4 休閒體驗	居民在工作、求學之餘到夜市休息與娛樂的觀念。

資料來源:本研究整理



第四章 結果與討論

本研究經過相關文獻資料的彙整與探討後，初擬觀光夜市營運關鍵成功因素之層級架構，經由修正式德爾菲法(Modified Delphi Method)取得群體專家的意見與建議，建立修正後的層級架構設計層級程序分析法(Analytic Hierarchy Process, AHP)相對權重問卷，應用運算軟體 Excel 設計程式以取得群體專家的一致性，最後求得構面及各指標因素之權重值，以提出觀光夜市營運關鍵成功因素。

問卷收集與分析、問卷結果一致性統計、構面與指標因素的權重值結果等在下面做討論。

4.1 樣本資料統計分析

本研究問卷發放對象分為三種類別，第一類為學術專家群，以大學相關科系教授為對象；第二類為政府專家群，以觀光夜市主管單位之政府負責相關業務人員為對象；第三類為觀光夜市專家群，以觀光夜市經營者及負責規劃與執行者為對象；各發放 5 份問卷，共計 15 份，其統計如表 4.1 所示。

表 4.1 問卷發放統計

發放專家	學術專家	政府專家	產業專家
佔總人數比例	33%	33%	33%
發放份數	5	5	5

資料來源：本研究整理

問卷研究對象第一類為學術界(學), 包括相關科系之大學系主任、教授等; 第二類為政府單位(官), 包括縣市政府相關單位之處長、科長、業務承辦人員; 第三類為觀光夜市經營管理者、自治會會長、資深攤商(產業界)共十五人, 專家背景簡介如表 4.2 所示。

表 4.2 專家背景簡介

學者專家屬性	稱謂	背景介紹
學界	A1 先生	00 科技暨管理學院 休閒遊憩管理學系系主任。
	A2 小姐	00 科技暨管理學院 休閒遊憩管理學系副教授; 研究專長: 遊憩區環境風險分析、遊憩資源規劃管理。
	A3 先生	00 科技大學 觀光休閒管理系副教授; 研究專長: 台灣觀光資源、觀光行銷、文化導覽
	A4 先生	00 大學 助理教授; 研究專長: 文化產業、文化創意產業。
	A5 小姐	00 科技暨管理學院 休閒遊憩管理學系助理教授; 研究專長: 旅遊口碑。
官方	B1 先生	00 市政府, 交通觀光處, 處長。
	B2 先生	00 市政府, 交通觀光處, 觀光發展科, 科長。
	B3 先生	00 市政府衛生局, 食品衛生科, 科長。
	B4 先生	00 市政府建設處, 市場管理科, 科長。
	B5 先生	00 市政府建設處, 市場管理科, 技士。

觀光夜市經營管理者 (產業界)	C1 先生	嘉義市 000 觀光夜市經理;觀光夜市經營管理 17 年。
	C2 小姐	嘉義市 000 觀光夜市業務經理;觀光夜市經營管理 16 年。
	C3 先生	00 市 000 觀光夜市設攤區段自治會現任會長;攤商 29 年;具 10 年自治會監事經驗。
	C4 先生	00 市 000 觀光夜市自治會現任會長;攤商 25 年;具 7 年自治會監事經驗。
	C5 先生	00 市 00 觀光夜市攤商 32 年,自治會 3 年監事經驗。

資料來源:本研究整理

本研究基本資料性別、年齡、教育程度為變項,整體問卷基本資料統計中,性別項目女性佔 4 人、男性佔 11 人;年齡項目 21~30 歲佔 1 人、41~50 歲佔 6 人、50 歲以上 8 人比例最高;在教育程度項目高中 2 人、大學 3 人、則以研究所以上佔多數 10 人;以下就基本資料變相體分析結果如表 4.3 所示;表 4.4~表 4.6 為各類別基本資料變項結果。

表 4.3 整體問卷基本資料統計

資料	性別		年齡(歲)				教育程度		
	女	男	21~30	31~40	41~50	50 以上	高中	大學	研究所以上
數量	4	11	1	0	4	10	2	4	9
總計	15		15				15		

資料來源:本研究整理

表 4.4 學術專家問卷基本資料統計

資料	性別		年齡(歲)				教育程度			
	女	男	21~30	31~40	41~50	50 以上	國中	高中	大學	研究所以上
數量	2	3	0	0	2	3	0	0	0	5
總計	5		5				5			

資料來源:本研究整理

表 4.5 政府專家問卷基本資料統計

資料	性別		年齡(歲)				教育程度			
	女	男	21~30	31~40	41~50	50 以上	國中	高中	大學	研究所以上
數量	0	5	1	0	1	3	0	0	1	4
總計	5		5				5			

資料來源:本研究整理

表 4.6 產業專家問卷基本資料統計

資料	性別		年齡(歲)				教育程度			
	女	男	21~30	31~40	41~50	50 以上	國中	高中	大學	研究所以上
數量	2	3	0	0	1	4	0	2	3	0
總計	5		5				5			

資料來源:本研究整理

4.2 評估因子權重分析

2017/02/02 正式對外發放 16 份問卷，其中產業界有 1 份因公務繁忙無取得問卷結果外，於 2017/02/18 共回收 15 份，回收率 93%。回收

之問卷以分析層級程序法做資料分析，利用 Excel 進行一致性檢定。

4.2.1 整體專家準則權重分析

一致性檢定正式問卷回收後，先進行一致性檢定，若問卷單項 C.R. 值 >0.1 未能通過一致性檢定，即捨棄該項的判斷數值，若問卷有 1/2 題項未能通過一致性檢定，該份問卷則視為無效問卷。本研究問卷檢定結果之 5 項構面與 22 項因素間一致性 C.I. 值 C.R. 值與 C.R.H. 值皆小於 0.1，表示問卷所有構面矩陣與因素矩陣具達到一致性，問卷一致性檢定結果如表 4.7 所示。

表 4.7 AHP 問卷全體專家學者一致性檢定

層級名稱		C.I 值	C.R 值	一致性檢定
主準則		0.037009081	0.041121201	符合
次準則	自治會組織與管理	0.098015731	0.087514046	符合
	美食觀光	0.085517902	0.076355271	符合
	購物樂趣	0.04120188	0.045779867	符合
	基礎建設	0.057813631	0.064237368	符合
	遊憩休閒	0.046193205	0.051325783	符合
整體層級一致性檢定結果		C.R.H. =0.066504		通過一致性檢定

資料來源:本研究整理

4.2.2 成對比較矩陣分析

本研究成對比較矩陣如表 4.8 所示，右上半部數值為問卷評量值，對角線為自身比較，故數值為 1，矩陣左下半部數值為右上半部相對位置問卷評量值之倒數，其構面之成對比較矩陣。

表 4.8 構面之成對比較矩陣

	自治會組織 與管理	美食觀光	購物樂趣	基礎建設	遊憩休閒
自治會組織 與管理	1.00000000	1.038866667	1.07000000	1.551533333	1.722666667
美食觀光	0.962587435	1.00000000	3.62200000	3.07600000	3.22200000
購物樂趣	0.936154278	0.276090558	1.00000000	1.986666667	2.868666667
基礎建設	0.644523697	0.325097529	0.503355705	1.00000000	2.513333333
遊憩休閒	0.580495356	0.310366232	0.348594004	0.397877984	1.00000000

資料來源：本研究整理

各構面指標因素之成對比較矩陣之分析如表 4.9 至表 4.13。

表 4.9 「自治會組織與管理」構面之指標因素成對比較矩陣

	組織架構	廣告企劃	促銷活動	環境整潔	治安良好
組織架構	1.00000000	1.49200000	1.33000000	0.342666667	0.63420000
廣告企劃	0.670241287	1.00000000	2.48000000	1.459285714	1.892666667
促銷活動	0.751503006	0.403225806	1.00000000	0.96400000	0.88800000
環境整潔	2.918287938	0.685266765	1.037344398	1.00000000	1.55400000
治安良好	1.576789656	0.528355055	1.126126126	0.643500644	1.00000000

資料來源：本研究整理

表 4.10 「美食觀光」構面之指標因素成對比較矩陣

	多種選擇	供餐快速	口感美味	安全衛生	在地特色
多種選擇	1.000000000	3.126000000	0.900000000	1.094866667	1.300666667
供餐快速	0.319897633	1.000000000	0.932142857	0.724866667	1.507333333
口感美味	1.10619469	1.072796935	1.000000000	1.709333333	3.333333333
安全衛生	0.913353224	1.379564058	0.585023401	1.000000000	4.280000000
在地特色	0.768836494	0.663423264	0.300000000	0.23364486	1.000000000

資料來源：本研究整理

表 4.11 「購物樂趣」構面之指標因素成對比較矩陣

	商品區隔	品質穩定	客服親切	價格合理
商品區隔	1.000000000	1.316666667	0.991333333	0.587333333
品質穩定	0.759493671	1.000000000	2.207333333	1.026666667
客服親切	1.008742434	0.453035337	1.000000000	0.634666667
價格合理	1.702610670	0.974025974	1.575630252	1.000000000

資料來源：本研究整理

表 4.12 「基礎建設」構面之指標因素成對比較矩陣

	停車方便	公設便利	環境衛生	治安良好
停車方便	1.000000000	4.146666667	3.198666667	2.496666667
公設便利	0.241157556	1.000000000	1.458666667	1.859333333
整體規劃	0.312630263	0.685557587	1.000000000	1.976000000
設備安全	0.400534045	0.537827178	0.506072874	1.000000000

資料來源：本研究整理

表 4.13 「遊憩休閒」構面之指標因素成對比較矩陣

	氣氛熱絡	創新體驗	娛樂功能	休閒體驗
氣氛熱絡	1.000000000	2.334000000	1.860666667	2.797333333
創新體驗	0.428449015	1.000000000	1.506000000	1.534000000
娛樂功能	0.537441777	0.664010624	1.000000000	3.066666667
休閒體驗	0.357483317	0.651890482	0.326086957	1.000000000

資料來源：本研究整理

構面之各變項為：自治會組織與管理、美食觀光、購物樂趣、基礎建設、遊憩休閒等五項，其全體專家及各類別專家之相對權重值分析與排序如表 4.14、表 4.15 所示。

表 4.14 構面項目之相對權重值分析

	全體專家		學術專家		政府專家		產業專家	
	權重值	排序	權重值	排序	權重值	排序	權重值	排序
自治會組織與管理	0.22197	2	0.27646	2	0.18569	3	0.26029	2
美食觀光	0.36271	1	0.28098	1	0.24869	1	0.26659	1
購物樂趣	0.19297	3	0.25633	3	0.18323	4	0.21944	3
基礎建設	0.18694	4	0.01491	4	0.24222	2	0.20839	4
遊憩休閒	0.08539	5	0.07637	5	0.17015	5	0.24226	2

資料來源：本研究整理

表 4.15 構面項目之相對權重值排序

排序	全體專家		學術專家		政府專家		產業專家	
	權重值	主構面	權重值	主構面	權重值	主構面	權重值	主構面
1	0.36271	美食觀光	0.28098	美食觀光	0.24869	美食觀光	0.26659	美食觀光
2	0.22197	自治會組織與管理	0.27646	自治會組織與管理	0.24222	基礎建設	0.26029	自治會組織與管理
3	0.19297	購物樂趣	0.25637	購物樂趣	0.18569	自治會組織與管理	0.21944	購物樂趣
4	0.18694	基礎建設	0.01491	基礎建設	0.18323	購物樂趣	0.20839	基礎建設
5	0.08539	遊憩休閒	0.07637	遊憩休閒	0.17015	遊憩休閒	0.19226	遊憩休閒

資料來源：本研究整理

在表 4.14 中，「美食觀光」項目(0.36271)權重值高於其他項目，獲得群體專家一致性認同；顯示「美食觀光」對於觀光夜市營運具有顯

著的影響，此結果與顏廷諭(2010)、葉雅馨(2012)、張雅婷(2013)等學者所提出之「口感美味」為建構觀光夜市顧客忠誠度因素相符合。由此得知觀光夜市成功關鍵在「美食觀光」，吸引具特色之美食攤商，讓消費者有多種選擇、供餐快速、安全衛生具在地特色的餐食為美食觀光應著重的因素。在構面項目中的「自治會組織與管理」構面(0.22197)權重值居次，並獲得政府專家一致共識，此結果與何一凡(2002)、陳雅婷(2015)、高玉梅(2015)等學者所提出之「自治會組織與管理」為建構觀光夜市滿意度因素相符合，而組織架構、廣告企劃、促銷活動、環境整潔、治安良好皆為自治會組織與管理應著重的因素。而「購物樂趣」構面項目(0.19297)在學術專家權重值中居次，受此一類型專家所重視。綜合上述，構面變項對於觀光夜市的經營具有顯著影響，其排序為「美食觀光」、「自治會組織與管理」、「購物樂趣」、「基礎建設」、「遊憩休閒」等如上表 4.15 所示。

4.2.3 指標因素一致性與相對權重值分析

指標因素一致性分析如表 4.16 所示，計有二十二個變項，由下表 4.16 可看出在全體專家及各類型專家之 C.I. 值與 C.R. 值均小於 0.1，顯示資料均已通過一致性檢定。

表 4.16 指標因素之一致性分析

	全體專家		學術專家		政府專家		產業專家	
	C. I. 值	C. R. 值						
組織架構	0.0980	0.0875	0.0459	0.0410	0.0998	0.0891	0.0216	0.0686
廣告企劃								
促銷活動								
環境整潔								
治安良好								
多種選擇	0.0855	0.0763	0.0459	0.0303	0.0849	0.0758	0.0574	0.0512
供餐快速								
口感美味								
安全衛生								
在地特色								
商品區隔	0.0412	0.0457	0.0931	0.0857	0.0173	0.0193	0.0496	0.0551
品質穩定								
客服親切								
價格合理								
停車方便	0.0578	0.0642	0.0718	0.0798	0.0226	0.0252	0.0635	0.0816
公設便利								
整體規劃								
設備安全								
氣氛熱絡	0.0461	0.0513	0.0270	0.0411	0.0820	0.0922	0.0666	0.0740
創新體驗								
娛樂功能								
休閒體驗								

資料來源:本研究整理

在「美食觀光」、「自治會組織與管理」、「購物樂趣」、「基礎建設」、「遊憩休閒」等構面之二十二項指標因素權重值分析如表 4.17：

表 4.17 指標因素之相對權重值分析

	全體專家		學術專家		政府專家		產業專家	
	權重值	排序	權重值	排序	權重值	排序	權重值	排序
組織架構	0.1646	4	0.0227	5	0.0675	5	0.0654	5
廣告企劃	0.2642	2	0.3013	1	0.2843	1	0.1074	3
促銷活動	0.1487	5	0.1127	4	0.1515	4	0.0673	4
環境整潔	0.2662	1	0.2914	2	0.2765	2	0.3738	1
治安良好	0.1761	3	0.2717	3	0.2736	3	0.2858	2
多種選擇	0.2865	3	0.2522	3	0.2931	3	0.3783	3
供餐快速	0.1491	4	0.0174	5	0.0835	5	0.0443	5
口感美味	0.4735	1	0.4935	1	0.4738	1	0.4803	1
安全衛生	0.4348	2	0.4565	2	0.3234	2	0.4710	2
在地特色	0.0958	5	0.2051	4	0.1859	4	0.2259	4
商品區隔	0.2289	3	0.0302	2	0.1621	3	0.0298	4
品質穩定	0.2802	2	0.2774	3	0.1685	2	0.1374	3
客服親切	0.1795	4	0.2072	4	0.1510	4	0.1769	2
價格合理	0.3111	1	0.4150	1	0.3982	1	0.3907	1
停車方便	0.4126	1	0.4182	1	0.3139	1	0.4674	1
公設便利	0.1921	2	0.1593	4	0.1995	4	0.3556	2
整體規劃	0.1723	3	0.1889	3	0.2598	2	0.2542	3
設備安全	0.1227	4	0.2103	2	0.2566	3	0.2225	4
氣氛熱絡	0.2431	1	0.2404	1	0.2702	1	0.2622	1
創新體驗	0.2260	3	0.0903	4	0.2328	2	0.1414	4
娛樂功能	0.2318	2	0.2398	2	0.2155	3	0.2316	3
休閒體驗	0.1189	4	0.2002	3	0.2113	4	0.2446	2

資料來源：本研究整理

1. 「自治會組織與管理」構面之指標因素分析：

自治會組織與管理構面之評估指標為：組織架構、廣告企劃、促銷活動、環境整潔與治安良好等五個變項，其全體專家之權重值依序為環境整潔(0.2662)、廣告企劃(0.2642)、治安良好(0.1761)、組織架構(0.1646)、促銷活動(0.1487)；其結果顯示環境整潔的考量為全體專家所共同重視，另在各類別產業專家中亦獲得高度的一致性共識，此結果與郭子寧(2011)、葉雅馨(2012)、周維強(2013)、顏國林(2014)、高玉梅(2015)等學者的研究結果相符合；而在此評估指標學術專家和政府專家較為重視廣告企劃，顯見將文字案利用網路、廣播、影視傳播、報章雜誌有計畫宣傳之重要。

2. 「美食觀光」構面之指標因素分析：

美食觀光構面之評估指標為：多種選擇、供餐快速、口感美味、安全衛生與在地特色等五個變項，其全體專家之權重值依序為口感美味(0.4735)、安全衛生(0.4348)、多種選擇(0.2865)、供餐快速(0.1491)、在地特色(0.0958)，由表 4.17 可知口感美味在全體專家及各類別專家皆獲得高度一致性共識，此結果與顏廷諭、葉雅馨(2010)、張雅婷(2013)等學者之研究結果相符合；其次安全衛生評估指標亦獲得全體專家及各類別專家一致性共識，顯見群體專家認為安全衛生是美食觀光重要指標因素，因此除了提供的餐飲口味能滿足顧客的喜愛外應符合餐飲安全衛生法規。

3. 「購物樂趣」構面之指標因素分析：

購物樂趣構面之評估指標為：商品區隔、品質穩定、客服親切、價格合理等四個變項，其全體專家之權重值依序為價格合理(0.3111)、品質穩定(0.2802)、商品區隔(0.2289)、客服親切(0.1795)，由表 4.17 可看出價格合理在全體專家及各類別專家皆獲得高度一致性共識，此結果與顏廷諭 (2010)、簡丞焱(2011)、郭欣慈、張雅婷(2013)等學者的研究結果相符合；另外品質穩定獲得政府專家一致共識，此與郭欣慈(2013)的研究結果相符合，顯示消費者除了價格為一般民眾所接受之吸引力外也重視餐飲、商品、服務的性質始終一致。

4. 「基礎建設」構面之指標因素分析：

基礎建設構面之評估指標為：停車方便、公設便利、整體規劃、設備安全等四個變項；其全體專家之權重值依序為停車方便(0.4126)、公設便利(0.1921)、整體規劃(0.1723)、設備安全(0.1227)，由此可看出停車方便在全體專家獲得高度一致性共識；而顏廷諭 (2010)、王以石(2012)、程琪、陳泓光、郭欣慈、陳怡秀(2013)指出停車方便在觀光夜市扮演著相當重要的角色，此與本構面的研究結果相符合。再者在全體專家中認為公設便利重要性居次，此與王以石(2012)之研究結果相符。另外學者專家認為設備安全之重要性居次，與李孟倫(2012)、程琪(2013)的研究結果相符合；由上述可知觀光夜市應有專供停放汽機車的場地充足、便利，並有安全人員指揮交通，電源、水源、廁所等公共設備充足，能滿足所需外，安全配備也應符合各類法規。

5. 「遊憩休閒」構面之指標因素分析：

遊憩休閒構面之評估指標為：氣氛熱絡、創新體驗、娛樂功能、休閒體驗等四個變項；其全體專家之權重值依序為氣氛熱絡(0.2431)、娛樂功能(0.2318)、創新體驗(0.2260)、休閒體驗(0.1189)，由此可看出氣氛熱絡在全體專家獲得高度一致性共識，此結果與葉雅馨、陳慧姍(2012)、顏國林(2014)等學者的研究結果相符；因此流行的風氣活躍；周圍環境熱鬧相當重要，消費者因體驗活動而感覺歡樂提升顧客滿意度。



4.2.4 指標因素在整體層級之權重值分析與排序

各指標因素在全體專家及各類別專家之整體層級相對權重值之分析與排序重要性前七名如表 4.18、表 4.19 所示：

表 4.18 指標因素在整體層級之相對權重值重要性

	全體專家		學術專家		政府專家		產業專家	
	權重值	排序	權重值	排序	權重值	排序	權重值	排序
組織架構	0.1646		0.0227		0.0675		0.0654	
廣告企劃	0.2642	7	0.3013	5	0.2843	6	0.1074	
促銷活動	0.1487		0.1127		0.1515		0.0673	
環境整潔	0.2662	6	0.2914	6	0.2765	7	0.3738	6
治安良好	0.1761		0.2717		0.2736		0.2858	
多種選擇	0.2865	5	0.2522	7	0.2931	5	0.3783	5
供餐快速	0.1491		0.0174		0.0835		0.0443	
口感美味	0.4735	1	0.4935	1	0.4738	1	0.4803	1
安全衛生	0.4348	2	0.4565	2	0.3234	3	0.4710	2
在地特色	0.0958		0.2051		0.1859		0.2259	
商品區隔	0.2289		0.0302		0.1621		0.0298	
品質穩定	0.2802		0.1774		0.1585		0.1374	
客服親切	0.1795		0.2072		0.1810		0.1769	
價格合理	0.3111	4	0.4150	4	0.3982	2	0.3907	4
停車方便	0.4126	3	0.4182	3	0.3139	4	0.4674	3
公設便利	0.1921		0.1593		0.1995		0.3556	7
整體規劃	0.1723		0.1889		0.2598		0.2542	
設備安全	0.1227		0.2103		0.2566		0.2225	
氣氛熱絡	0.2431		0.2404		0.2702		0.2622	
創新體驗	0.2260		0.0903		0.2328		0.1414	
娛樂功能	0.2318		0.2398		0.2155		0.2316	
休閒體驗	0.1189		0.2002		0.2113		0.2446	

資料來源：本研究整理

表 4.19 指標因素在整體層級之相對權重值重要性排序前七名

排 序	全體專家	學術專家	政府專家	產業專家
1	口感美味	口感美味	口感美味	口感美味
2	安全衛生	安全衛生	價格合理	安全衛生
3	停車方便	停車方便	安全衛生	停車方便
4	價格合理	價格合理	停車方便	價格合理
5	多種選擇	廣告企劃	多種選擇	多種選擇
6	環境整潔	環境整潔	廣告企劃	環境整潔
7	廣告企劃	多種選擇	環境整潔	公設便利

資料來源：本研究整理

各指標因素在全體專家及各類別專家之整體層級相對權重值之分析與排序如表 4.20 所示。

表 4.20 AHP 問卷全體專家學者主準則與次準則相對權重分配

主準則	權重	排序	次準則	相對權重	排序
自治會組織 與管理	0.221973	2	組織架構	0.164674	4
			廣告企劃	0.264252	2
			促銷活動	0.148742	5
			環境整潔	0.266213	1
			治安良好	0.176119	3
美食觀光	0.362715	1	多種選擇	0.286578	3
			供餐快速	0.149145	4
			口感美味	0.473544	1
			安全衛生	0.434864	2
			在地特色	0.095869	5
購物樂趣	0.192977	3	商品區隔	0.228984	3
			品質穩定	0.280296	2
			客服親切	0.179587	4
			價格合理	0.311133	1
基礎建設	0.186943	4	停車方便	0.412636	1
			公設便利	0.192179	2
			整體規劃	0.172392	3
			設備安全	0.122794	4
遊憩休閒	0.085391	5	氣氛熱絡	0.243128	1
			創新體驗	0.226064	3
			娛樂功能	0.231812	2
			休閒體驗	0.118996	4

資料來源：本研究整理

指標因素在整體層級之相對權重值，由求得構面與指標因素權重值後，將此二權重值相乘後所取得 AHP 問卷全體專家學者準則絕對權重分配重要性排序前七名以★標示，如表 4.21 所示。

表 4.21 AHP 問卷全體專家學者準則絕對權重分配重要性

主準則	權重	排序	次準則	絕對權重	排序
A. 自治會組織 與管理	0.221973	2	A1. 組織架構	0.0365531	12
			A2. 廣告企劃	0.0586568	★ 7
			A3. 促銷活動	0.0330167	16
			A4. 環境整潔	0.0590920	★ 6
			A5. 治安良好	0.0390936	11
B. 美食觀光	0.362715	1	B1. 多種選擇	0.0594375	★ 5
			B2. 供餐快速	0.0540971	8
			B3. 口感美味	0.1717615	★ 1
			B4. 安全衛生	0.1577316	★ 2
			B5. 在地特色	0.0347731	14
C. 購物樂趣	0.192977	3	C1. 商品區隔	0.0441886	10
			C2. 品質穩定	0.0540906	9
			C3. 客服親切	0.0346561	15
			C4. 價格合理	0.0600415	★ 4
D. 基礎建設	0.186943	4	D1. 停車方便	0.0771394	★ 3
			D2. 公設便利	0.0359265	13
			D3. 整體規劃	0.0322274	17
			D4. 設備安全	0.0229544	18
E. 遊憩休閒	0.085391	5	E1. 氣氛熱絡	0.0207609	19
			E2. 創新體驗	0.0193038	21
			E3. 娛樂功能	0.0197946	20
			E4. 休閒體驗	0.0101611	22

資料來源:本研究整理

註: ★標示為指標因素重要性排序前七項

由表 4.20、表 4.21 可看出，口感美味(0.1717615)在整體層級相對權重值中最為群體專家所重視，除此之外，對於產業專家、政府專家及學術專家亦將口感美味為首要重視因子，由此可見不論哪一類別專家皆重視口感美味將美食觀光視為造訪觀光夜市之最重要的因素，吃美食已成為逛觀光夜市的目的地之一，體驗當地飲食文化的重要一環；唯有提供的餐飲口味能滿足顧客的喜愛，方能提高滿意度及增加重遊意願。在美食觀光構面的五項因素，有三項位居權重重要性排序前七名之第二第與五位，依序為口感美味(0.1717615)、安全衛生(0.1577316)及多種選擇(0.0594375)，由此可見群體專家對於美食觀光構面十分重視。顏廷諭(2010)指出多樣化及選擇性、著名食物、美味程度、口味獨特、食物衛生、為觀光夜市經營管理策略重要因子，此與美食觀光構面在構面的權重排序為第一位的結果一致。

在排序前七位的因素中，自治會組織與管理構面的五個因素，有二項位居權重的重要性排序之第六第七位，分別為環境整潔(0.0590920)、廣告企劃(0.0586568)，顯見自治會組織與管理構面為專家所重視，郭子寧(2011)認為改善觀光夜市環境，保持乾淨整潔，能提高遊客逛夜市的意願，由本研究結果中就可見自治會組織與管理構面其重要性與影響力。

在基礎建設的因素構面中之停車方便(0.0771394)，一項指標因素居第三位；可見基礎建設構面為專家所重視，而宜適當增設汽機車停車位與汽車導引標誌，專業規劃使動線更流暢，程琪(2013)。由本研究結果中可見基礎建設構面亦為觀光夜市成功重要因素。

而在購物樂趣的因素構面中，則有價格合理(0.0600415)一項指標因素居第四位；顯見購物樂趣構面亦為專家所重視，而觀光夜市經營成功因素之一為商品年輕化，商品獨特、價格平價以及產品穩定性高，郭欣慈(2013)；簡丞玆在(2011)年指出在觀光夜市體驗的過程中，商品價格皆是誘發其消費情緒之關鍵，由本研究結果可知價格合理因素與購物樂趣構面其重要性。

另外，值得一提的是「遊憩休閒」構面，從 E1~E4 此四個指標因素的權重值排序皆落於七名外，而構面本身的權重值亦排於最後的第五位，並非不為全體專家所重視，究其原因，本研究主要針對觀光夜市關鍵成功因素的探究，因此，群體專家在填答問卷時，可看出並不會將遊憩休閒視為較關鍵之因子，自然構面本身及其指標因素在排序上就不會太前面。

第五章 結論與建議

本章依據第四章之資料分析結果加以歸納，作成結論並據觀光夜市關鍵成功因素之分析結果，提出建構觀光夜市成功關鍵之策略藍圖，希望研究結果能提供政府、業者研擬經營觀光夜市策略之參考。本章共分為二節，第一節為本研究之結論，第二節為提出政策性與學術性之建議。

5.1 結論

觀光夜市為台灣特有之文化，這種文化不僅為庶民生活的一部份，更是國內外旅遊必造訪行程。而過去相關研究文獻大部分探討觀光夜市與消費者之關係和影響，較少以經營與管理作為研究為焦點，因此，藉由本研究觀光夜市關鍵成功因素之探討，有助於業者瞭解產、官、學界所重視的因素，建構觀光夜市營運成功關鍵；讓觀光夜市成為我國觀光行銷之亮點。再則能為觀光夜市找到明確的定位，及其與一般傳統夜市之區隔，創造屬於觀光夜市營運的新藍海。下面就本研究之分析結果，提出相關之結論。

5.1.1 構面部分

構面評估因子依數據運算分析所得之權重值高低依序為「美食觀光」(0.36271)、「自治會組織與管理」(0.22197)、「購物樂趣」(0.19297)、「基礎建設」(0.18694)、「遊憩休閒」(0.08539)，其中以「美食觀光」的權重值最高，此外，「自治會組織與管理」獲得產業專家及學者專家之高度共識，而政府專家則認為「基礎建設」之重要性高於「自治會組織與管理」評估因子。

綜此觀之，「美食觀光」是觀光夜市最應注重的因素，品嚐夜市美食是一種與親朋好友情感交流的活動，創造遊客的情感體驗，經本研究各專家學者確認後，認為美食觀光差異化是觀光夜市首要成功關鍵因素。

「自治會組織與管理」構面居全體專家權重值之第二位，且在學術專家部分則認為「自治會組織與管理」重要性優於其他四個構面，在眾多觀光夜市的研究中，對於自治會組織與管理之著墨，如何一凡(2002)指出自治會確定觀光夜市攤販營業人地位。因此經市府輔導各觀光夜市積極成立自治會，各擺攤之攤商皆加入成為會員，自治會執行經營管理之廣告企劃、媒體運用、及活動設計等促銷活動及整體配置、動線規劃、設備與安全維護等營運管理；市政府相關主管機關同時舉辦自治會幹部、攤販(會員)之訓練管理、輔導幹部事務行政管理，使自治會組織運作順暢，充分發揮營運管理功能，從本研究中「自治會組織與管理」被專家學者認同感居第二位，便可看出其重要性。

5.1.2 指標因素部分

各構面指標因素之整體層級權重值最高者為「美食觀光」構面之「口感美味」、「安全衛生」及「多種選擇」；「基礎建設」構面之「停車方便」；「購物樂趣」構面之「價格合理」；「自治會組織與管理」構面之「環境整潔」、「廣告企劃」。各指標因素在全體專家之相對權重值排序前七項依序為「口感美味」、「安全衛生」、「停車方便」、「價格合理」、「多種選擇」、「環境整潔」及「廣告企劃」。營運關鍵成功因素當中以「口感美味」最為全體專家所重視，可使用大眾媒體行銷推廣夜市特有美食，提供餐飲口味滿足顧客的喜愛，並有不同種類餐飲

供顧客選擇，同時應配合排序七的「廣告企劃」更能吸引具特色之攤商設攤。

其次為觀光夜市之餐食製作從材料、調味料選購到善後處理皆應重視的「安全衛生」，而TFDA(行政院食品衛生管理局)自99年起推動「觀光夜市、美食街等小型餐飲店衛生管理輔導計畫」，協助落實食品良好衛生規範(Good Hygiene Practice, GHP)自主管理機制，並以「人員、環境、餐具、食材、製備」五大方向做為管理指標，衛生福利部針對餐飲衛生管理設有分級評核制度，但此項評核並未落實(以餐飲業者自願申請為評核之對象)，經本次研究安全衛生為各專家所重視，更確定此項評核有全面強制執行之需要；而在學者專家和產業專家部分則認為「停車方便」頗為重要，位居權重第三位，此與陳泓光(2013)指出在交通因素對提升觀光夜市之美食知覺價值有重大的影響不謀而合。因此觀光夜市設有停放汽機車的場地充足、便利，並有安全人員指揮交通十分重要，唯有停車方便才能將人潮帶進觀光夜市。

排序第四「價格合理」亦顯為重要，簡丞玆(2011)指出在夜市體驗的過程中，不論是外來遊客或本地遊客，服務態度與商品價格皆是誘發其消費情緒之關鍵夜市意象；研究顯示「價格合理」高於排序第十五之「客服親切」。排序第六「環境整潔」顯示學術專家重視消費者對觀光夜市整潔感受的重視。「遊憩休閒」構面「氣氛熱絡」、「創新體驗」、「娛樂功能」、「休閒體驗」的權重值排序雖皆落於七名外，但觀光夜市擁有的文化意涵，除了在夜市吃小吃別具意義外，熱鬧空間裡消磨時間與體

力，體驗夜晚的自由、解放，是觀光夜市匯聚人氣，吸引民眾如朝聖般湧進的原因，讓觀光夜市成為地方文化資產，建立地方認同、社區居民凝聚與聚落的再生，找回社區活力，更進一步以文化經濟的理念，推動文化觀光，達成文化保存與經濟發展的雙贏局面，打造觀光夜市成為我國觀光行銷之亮點。

5.2 建議

依據本研究之分析結果，提出政策性建議與學術性建議供產、官、學界相關部門參考。



5.2.2 實務性建議

1. 運用大眾媒體行銷推廣提高知名度，吸引特色攤商進駐湧入人潮。
2. 建立觀光夜市周圍環境整潔、無對人體健康有害物質之影響因素如噪音和油煙。
3. 欲進駐攤商篩選出不同種類餐飲，價格能為一般民眾所接受，口味能滿足顧客所喜愛。
4. 自治會應監督攤商的餐飲製作，由材料、調味料選購到前置作業»»調製過程»»善後處理皆應符合餐飲安全衛生法規之規定。
5. 建構觀光夜市餐飲、商品、服務的性質始終一致機制可設置意見箱。
6. 可與當地居民配合解決停車場地不足問題、指揮交通，達成與社區連結促進經濟發展的雙贏局面。
7. 重視管理電源、水源、廁所；規劃整體動線順暢增加留客率。

此外政府方面：

1. 政府應輔導自治會組織使之功能健全有效執行經營管理。
2. 政府應宣導食品良好衛生規範準則(GHP)讓消費者監督攤商。
3. 政府應將危害分析重要管制點(HACCP)之客訴管制、產品申訴案件的處理應將紀錄公布。

未來研究建議：

對於日後研究的建議，可針對各構面項目或指標因素做更深入的探究，如美食觀光的部分，可針對口感美味、安全衛生、多種選擇的影響做細部研究，自治會組織與管理亦可針對運用折扣、現時、限量等方式

刺激與消費者之間的關係。另外，也可對於觀光夜市經營管理成效因素做探討，或對觀光夜市個案的深度訪談，以佐證本研究的相關論述。



參考文獻

一. 中文部份

1. 王旭煌(1995), 臺北市消費者逛夜市動機與購買行為之研究, 中正大學企業管理學系碩士論文。
2. 王芳堃(2010), 台中小吃經營關鍵成功因素, 東海大學餐旅管理學系碩士論文。
3. 王以石(2013), 觀光夜市之發展與策略研究- 以台東觀光夜市為例, 臺東大學身心整合與運動休閒產業學系碩士論文。
4. 王勝駿(2014), 夜市攤商經營模式之研究—以花園夜市男裝為例, 南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
5. 江俊輝(2004), 美日籍遊客對夜市新奇追求與市場區隔之研究, 中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
6. 李宗信(2012), 台灣日式料理餐廳服務品質量表之建構, 輔仁大學餐旅管理學系碩士班碩士論文。
7. 李承軒(2013), 中式速食餐廳食物品質知覺價值之探討:健康美味與環保觀點, 輔仁大學餐旅管理學系碩士論文。
8. 李孟倫(2012), 攤玩—臺灣夜市遊戲消費平台之現象研究與設計, 臺北教育大學數位科技設計學系碩士論文。
9. 余舜德 (1992), 從夜市的消費文化論夜市的存廢問題, 觀光管理, 93-103
10. 余舜德(2005), 夜市小吃的傳統與臺灣社會, 第九屆中華飲食文化學

術研討會論文集。P122。

11. 周姝軒(2014), 探討夜市消費者之休閒動機與夜市期望對滿意度之影響, 雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
12. 林志豪(2012), 高雄市居民外食消費行為之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理學系碩士論文。
13. 周明儒(2013), 服務品質與消費者滿意—台北米蘭意廚餐廳的餐廳管理研究, 世新大學企業管理研究所碩士論文。
14. 林建煌(2014), 策略管理, 台北泰華文化事業股份有限公司。
15. 林金定、嚴嘉楓、陳美花(2005), 質性研究方法: 訪談模式與實施步驟分析, 身心障礙研究季刊, 3(2), 122-136。
16. 吳來靜(2003), 以體驗行銷觀點探討消費者對氣氛之體驗及構成線索, 嘉義大學行銷與流通管理研究所碩士論文。
17. 吳芝儀、李奉儒(譯2008), 質性研究與評鑑(原作者: Patton, M. Q 原著出版年, 2002), 濤石文化。
18. 吳佳華(2011), 夜市觀光意象, 體驗滿意度與體驗後行為關聯性研究—以高雄六合觀光夜市遊客為例, 商業現代化學刊6(2), 59-74。
19. 林銘二(2014), 茶產業結合美食觀光關鍵成功因素之研究, 南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士論文。
20. 林庭仔(2013), 大陸遊客在六合夜市消費之夜市印象、顧客價值及消費決策行為之探討, 高雄餐旅大學台灣飲食文化產業研究所碩士論文。

21. 姜重裕(2010), 羅東夜市之遊客認知與滿意度研究, 國立宜蘭大學建築與永續規劃研究所碩士論文。
22. 洪正(2013), 食品安全事件下媒體資訊對外食行為影響之研究, 國立中山大學企業管理學系研究所碩士論文。
23. 侯靜華(1985), 夜市之市街空間-以士林夜市個案研究, 中原大學建築研究所碩士論文。
24. 高玉梅(2015), 觀光夜市行銷管理之研究-以臺北市寧夏夜市為例, 銘傳大學公共事務學系碩士論文。
25. 席汝楫(2003), 社會與行為科學研究方法, 五南圖書出版股份有限公司。
26. 陳哲維(2010), 國內夜市遊客特性、夜市體驗及整體滿意度之研究-以逢甲夜市為例, 中國文化大學觀光事業學系碩士論文。
27. 許仲靈(2012), 餐廳價格促銷、知覺品質對購買意願關係之研究, 高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所碩士論文。
28. 曹勝雄(2004), 觀光行銷學, 台北揚智文化事業股份有限公司。
29. 郭欣慈(2014), 夜市經營管理之研究-以斗六夜市為例, 雲林科技大學企業管理系碩士論文。
30. 陳華如(2004), 夜市屬性對環境知覺之影響-以士林、臨江街、師大夜市為例, 世新大學觀光學研究所碩士論文。
31. 郭瑋婷(2011), 大陸觀光客來台旅遊之顧客價值研究, 銘傳大學企業管理學系碩士班碩士論文。

32. 溫怡玲(2015), 觀光夜市居民健康與居住環境品質之研究, 臺北護理健康大學休閒產業與健康促進系碩士論文。
33. 曾忠全(2013), 探討地區性夜市飲食文化研究：以高雄瑞豐夜市與六合夜市為例, 康寧大學休閒管理研究所碩士論文。
34. 黃美慧(2014), 台南市安南區趕集性夜市之研究國立臺南大學, 台灣文化研究所碩士論文。
35. 黃云亞(2014), 嘉義縣市國中生夜市運動休閒遊戲消費行為之研究-以嘉義市家樂福觀光夜市為例, 嘉義大學體育與健康休閒研究所碩士論文。
36. 溫俐瑋(2015), 以消費者價值探討學童家庭選擇外食關鍵因素之研究, 南華大學旅遊管理系旅遊管理碩士班碩士論文。
37. 詹月雲、黃勝雄 (2002), 觀光夜市發展之課題與對策探討-以高雄六合觀光夜市為例。土地問題研究季刊, 1(4)62-78。
38. 蔡雨軒(2014), 共桌用餐對消費者情緒及行為意圖之影響, 東海大學餐旅管理學系碩士論文。
39. 蔡慕潔 (2009), 建構觀光夜市顧客滿意度模型, 中華大學經營管理研究所碩士論文。
40. 劉俊彥(2016), 觀光牧場體驗活動關鍵成功因素之研究, 南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士論文。
41. 廖國裕(2015), 休閒型態對壓力調適與工作效能影響之研究, 南華大學旅遊管理系旅遊管理碩士班碩士論文。

42. 張玉琳、黃旭男、黃美蓉 (2014), 觀光夜市的服務接觸、體驗價值與品牌體驗之關係探討, 觀光休閒學報, 20(1), 81-107。
43. 鄭名宏(2014), 熱量標示對夜市民眾健康餐食行為意圖及相關因素影響以遼寧夜市為例, 臺灣師範大學健康促進與衛生教育學系碩士論文。
44. 薛義誠(2008), 策略規劃與管理, 台北雙葉書廊有限公司。
45. 蕭湘勻(2005), 台南市夜市遊憩吸引力與遊客滿意度、忠誠度之研究, 臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
46. 戴國良(2005)行銷管理：策略、經營與本土實務五南圖書出版股份有限公司。
47. 錢芷雯(2011), 旅遊目的地經驗與休閒活動參與對地方依附之影響-以士林觀光夜市為例, 銘傳大學企業管理學系碩士論文。
48. 謝明玲 (2013年2月), 夜市憑什麼賣贏王品? 天下雜誌 516, 56-75。
49. 顏家芝、林子傑、盧遠平、李志仁、邱怡傑 (1997), 夜市消費者消費行為之比較-景美、士林、華西街三夜市之探討, 造園學報, 5(2), 39-56。
50. 顏家芝 (2002), 由環境體驗的角度探討夜市特質與其影響因素, 戶外遊憩研究, 15(4), 1-25。
51. 顏家芝(2002), 由環境體驗角度探討夜市特質與其影響因素, 戶外遊憩研究, 第十五卷, 第四期, P01-P25。
52. 顏國林(2014), 邊吃邊玩迺夜市：以遊客觀點探討觀光夜市氣氛, 嘉義大學行銷與觀光管理學系碩士論文。

53. 顏廷諭(2010), 消費者外食價值與選擇夜市之關係—以臺中市為例, 逢甲大學土地管理碩士論文。
54. 羅又慈(2013), 連鎖餐飲消費者滿意度之調查研究-以陶板屋為例, 高雄師範大學工業科技教育學系碩士論文。
55. 蘇影倫(2005), 國際觀光客對臺灣觀光夜市之觀光意象、旅遊體驗與旅遊購後行為關係之研究, 銘傳大學觀光研究所碩士論文。
56. 法務部-全國法規資料庫(2014.11.07), 食品良好衛生規範準則食品良好衛生規範準則(GHP 準則)。
57. 線上英漢字典(2016), 氣氛定義, 線上檢索日期: 2016年07月18日, 網址: <http://cdict.net/q/atmosphere>。
58. 欣傳媒編輯部(2015.8.5), 旅@天下 Global Tourism Vision, 38頁欣傳媒股份有限公司。

二. 英文部份

- Athanassopoulos, A. D. (2000). Customer satisfaction cues to support market segmentation and explain switching behavior. *Journal of Business Research*, 47(1), 191-207.
- Anderson, E. W. & Fornell, C.(2000). Foundations of the American customer satisfaction index. *Total Quality Management*, 11(7), 869-882.
- Anderson, Eugene W & Sullivan, Mary W.(1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12(2), 125-143.
- Brown, T. J., Churchill, G. A., & Peter, J. P. (1993). Research note: Improving the measurement of service quality. *Journal of Retailing*, 69(1), 127-139.
- Bowen, J. T. & Shoemaker, S.(1998). Loyalty: a strategic commitment. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 39(1), 12-25.
- Brown, Tom J., Gilbert A. Churchill Jr. & J. Paul Peter(1993). Research Note: Improving the Measurement of Service Quality. *Journal of Retailing*, 69(1), 127-139.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A.(1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- David Harris. (2005) .*Key concepts Leisure Studies* (pp.108-113) .London,UK : SAGE Publications.
- Day, G. S.(1984). *Strategic market planning: the pursuit of competitive advantage*.Minnesota: West Publishing Company.
- File, K.M. & Prince, R.A.(1992). Positive word of mouth: customer satisfaction and buyer behavior. *International Journal of Bank Marketing*, 10(1), 25-29.

- Feigenbaum, A. V. (1961). *Total Quality Control: Engineering and management*. New York: Mc Graw-Hill.
- Fisk, Raymond P., Bitner, Mary J. & Brown, Stephen W.(1993). Tracking the evolution of services marketing literature. *Journal of Retailing*, 69(1), 61-103.
- Garvin, D.A.(1984). What does "product quality" really mean. *Sloan Management Review*, 26(1), 25-43.
- Holbrook, Morris B.(1978). Beyond attitude structure: toward the informational determinants of attitude. *Journal of Marketing Research*, 15(4), 545-556.
- Ho, C.-I. & Lee, Y.-L.(2007). The development of an e-travel service quality scale. *Tourism Management*, 28(6), 1434-1449.
- Johnson, P. & Thomas, B.(1992). The analysis of choice and demand in tourism. In P. Johnson & B. Thomas (Eds.), *Choice and demand in tourism (p. 1-12)*. London: Mansell.
- Kotler, P.(2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Keane, M. J. (1997). Quality and pricing in tourism destinations. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 117-130.
- Konecnik M. & Gartner W. C.(2007). Customer-based brand equity for a destination. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 400-421.
- Lovelock, C.H.(1991). *Service Marketing, 2nd ed.* Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Molina A. & Esteban A.(2006). Tourism brochures usefulness and image. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1036-1056.
- Oliver, R. L.(1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.

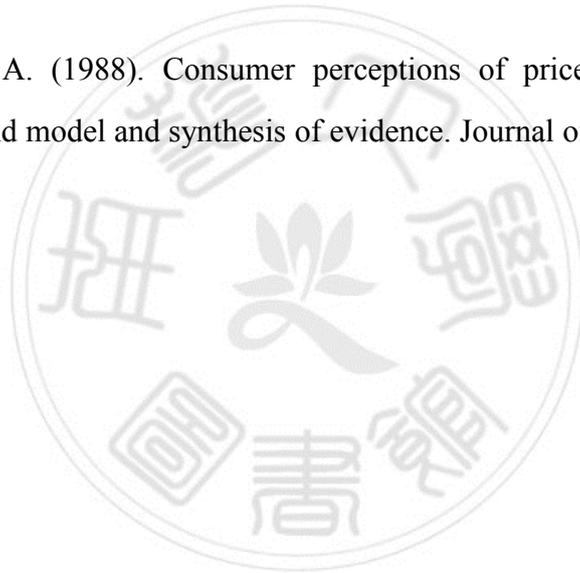
Regan, W. J.(1963). The Service Revolution. *Journal of Marketing*, 27(2), 32-36.

Reynolds, F. D., Darden, W. R. & Martin, W. S.(1974). Developing an image of the store-loyal customer. *Journal of Retailing*, 50(4), 73-84.

Sweeney, J. C. & Soutar, G. N.(2001). Consumer perceived value: the development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.

Taylor, S. A. & Baker, T. L.(1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163-178.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2.



附錄

附錄一：修正式德爾菲法專家問卷

修正式德爾菲法專家問卷

觀光夜市營運關鍵成功因素-以嘉樂福夜市為例之研究

親愛的訪問者，您好：

感謝您撥空填寫本問卷，這是一份關於『觀光夜市營運關鍵成功因素以嘉樂福夜市為例』之研究。運用分析層級法(Analytic Hierarchy Process，簡稱AHP)為研究方法之學術問卷，研究中主要探討台灣觀光夜市營運關鍵成功因素之內涵，本研究透過文獻回顧初步研擬成功因素評估架構，希望透過您所提供的保貴意見，作為第二階段層級分析法專家問卷之基礎。問卷採匿名的方式，您在問卷中所提供的資訊，僅作為整體分析之用，不做個別資料之探討。您的意見將成為觀光夜市營運關鍵成功因素選擇之評定基礎，回答之內容將絕對保密。您的賜答對此研究具有莫大的貢獻。懇請惠允收到問卷後依照您個人感受與專業意見填答，俾利分析工作之進行。感謝您的鼎力支持與協助！

在此，對您百忙中抽空填寫這份問卷，謹致最誠摯的謝意，更對您在工作上的辛勞與奉獻致上最高敬意！

敬祝 身體健康！平安喜樂！

南華大學旅遊管理研究所

指導教授 李謀監 博士

研究生 陳如媚 敬上

2016.11.7

一、基本資料：1 - 3 請您圈選

1. 請問您的性別 男 女
2. 請問您的教育程度國中 高中大(專)學研究所以上
3. 請問您的年齡21-30歲 31-40歲 41-50歲 50歲以上
4. 請問您的職稱 職稱：_____

二、問卷填答說明：

1. 本問卷之目的，在於借助專家意見修正本研究『觀光夜市營運關鍵成功因素以嘉樂福夜市為例』所擬定之評估架構。為選定重要性評估準則因子，初步經由文獻蒐集資料整理及分析後，擬定主準則共五個評估構面，而次準則共二十三個評估指標因素。請您就本研究擬定指標因素提供意見，俾利後續研究順利進行。
2. 本問卷五大主準則評估構面，每個次準則都有五個選項，分別以1~5之等級評估其重要性，數字愈大表示重要性愈高。如贊成請選各項目之重要性等級；如不贊成亦請敘明建議修正方向。

◎範例說明如下表：

問卷中「遊憩休閒」構面下擬定次準則評估因素，您贊成嗎？
贊成，請圈選重要性等級

次準則指標	非常不重要 1	不重要 2	普通 3	重要 4	非常重要 5
氣氛熱絡	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
創新體驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
娛樂功能	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
居民休閒觀	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

不贊成，建議修正：_____

三. 評估架構:

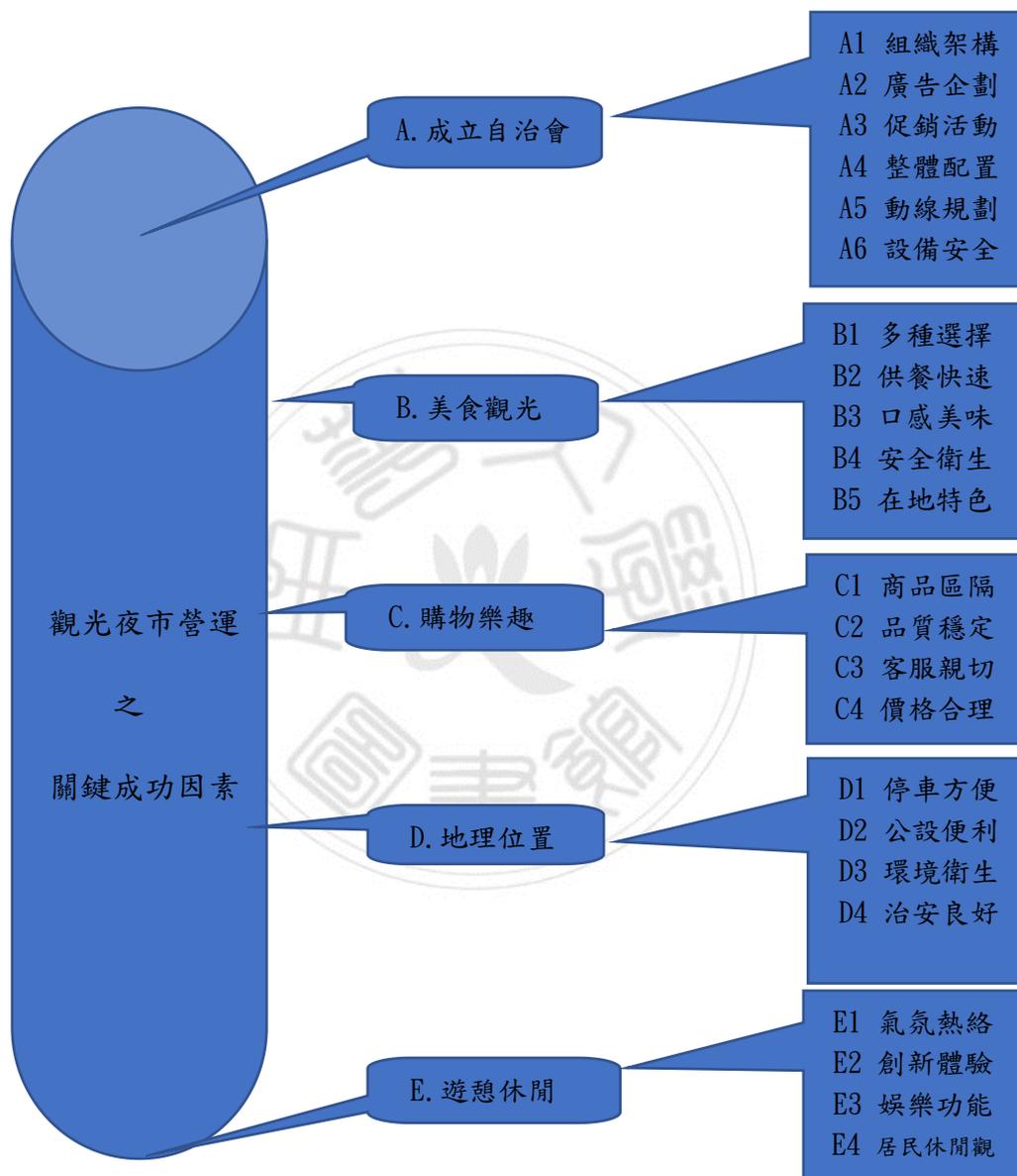


圖 3.1 初步擬定層級架構

表 初步評估層級架構準則內容說明

目標	構面	評估指標	操作性定義
觀光夜市營運之關鍵成功因素	A 自治會組織與管理	A1 組織架構 A2 廣告企劃 A3 促銷活動 A4 整體配置 A5 動線規劃 A6 設備安全	依目的、系統、秩序建立自治會。 將文字案利用網路、廣播、影視傳播、報章雜誌有計畫宣傳。 運用折扣、現時、限量等方式刺激消費者購買慾望。 完整硬體空間設計。 籌謀整體動線順暢，策畫留客率路線。 安全配備符合各類法規
	B 美食觀光	B1 多種選擇 B2 供餐快速 B3 口感美味 B4 安全衛生 B5 在地特色	提供不同種類餐飲供顧客選擇。 服務過程迅速有效，減少顧客等待時間。 提供的餐飲口味能滿足顧客的喜愛。 符合餐飲安全衛生法規。 提供當地(本縣市)特色餐飲供顧客選擇。
	C 購物樂趣	C1 商品區隔 C2 品質穩定 C3 客服親切 C4 價格合理	餐飲、商品、服務與其他夜市、路邊攤販有顯著性差異。 餐飲、商品、服務的性質始終一致。 店家的服務態度能為顧客提供所需求的行為。 價格為一般民眾所接受。
	D 地理位置	D1 停車方便 D2 公設便利 D3 環境衛生 D4 治安良好	專供停放汽機車的場地充足、便利，並有安全人員指揮交通。 電源、水源、廁所等公共設備充足，能滿足所需。 周圍環境整潔、無對人體健康有害物質之影響因素。 周圍環境具有良好社會秩序。
	E 遊憩休閒	E1 氣氛熱絡 E2 創新體驗 E3 娛樂功能 E4 居民休閒觀	流行的風氣活躍；周圍環境熱鬧。 親自實踐來認識新的事物，創造前所未有的感受。 因體驗活動而感覺歡樂。 居民在工作、求學之餘到夜市休息與娛樂的觀念。

資料來源：本研究整理

3. 美食觀光構面

本研究在「美食觀光」構面下擬定次準則評估指標因素，您是否贊成？贊成，請選重要性等級

次準則指標	非常不重要 1	不重要 2	普通 3	重要 4	非常重要 5
多種選擇	<input type="checkbox"/>				
供餐快速	<input type="checkbox"/>				
口感美味	<input type="checkbox"/>				
安全衛生	<input type="checkbox"/>				
在地特色	<input type="checkbox"/>				

不贊成，建議修正：_____

4. 購物樂趣構面

本研究在「購物樂趣」構面下擬定次準則評估指標因素，您是否贊成？贊成，請選重要性等級

次準則指標	非常不重要 1	不重要 2	普通 3	重要 4	非常重要 5
商品區隔	<input type="checkbox"/>				
品質穩定	<input type="checkbox"/>				
客服親切	<input type="checkbox"/>				
價格合理	<input type="checkbox"/>				

不贊成，建議修正：_____

5. 地理位置構面

本研究在「地理位置」構面下擬定次準則評估指標因素，您是否贊成？ 贊成，請選重要性等級

次準則指標	非常不重要 1	不重要 2	普通 3	重要 4	非常重要 5
停車方便	<input type="checkbox"/>				
公設便利	<input type="checkbox"/>				
環境衛生	<input type="checkbox"/>				
治安良好	<input type="checkbox"/>				

不贊成，建議修正：_____

6. 遊憩休閒構面

本研究在「遊憩休閒」構面下擬定次準則評估指標因素，您是否贊成？ 贊成，請選重要性等級

次準則指標	非常不重要 1	不重要 2	普通 3	重要 4	非常重要 5
氣氛熱絡	<input type="checkbox"/>				
創新體驗	<input type="checkbox"/>				
娛樂功能	<input type="checkbox"/>				
居民休閒觀	<input type="checkbox"/>				

不贊成，建議修正：_____

附錄二：觀光夜市營運關鍵成功因素調查問卷

相對權重問卷

觀光夜市營運關鍵成功因素以嘉樂福夜市為例

親愛的訪問者您好：

感謝您撥空填寫本問卷，這是一份關於『觀光夜市營運關鍵成功因素以嘉義市嘉樂福夜市為例』之研究問卷。本研究已在第一階段運用修正式德爾菲法建立層級評估架構，本問卷是第二階段問卷，主要運用分析層級法(Analytic Hierarchy Process，簡稱AHP)來探討台灣觀光夜市營運關鍵成功因素以嘉樂福夜市為例之內涵，亟需您提供寶貴意見以建立學術倫理。問卷採匿名的方式，您在問卷中所提供的資訊，僅作為整體分析之用，不做個別資料之探討。您的意見將成為觀光夜市營運關鍵成功因素權重選擇之評定基礎。回答之內容將絕對保密。您的賜答對此研究具有莫大的貢獻。懇請惠允收到問卷後依照您個人感受與專業意見填答，俾利分析工作之進行。

感謝您的支持與協助！

對於您百忙中抽空填寫這份問卷，謹致最誠摯的謝意，更對您在工作上的辛勞與奉獻致上最高敬意！

敬祝 身體健康！平安喜樂！

南華大學旅遊管理研究所
指導教授 李謀監 博士
研究生 陳如媚 敬上

第一部分:基本資料填寫、問卷填答說明、問卷填答示例

一、基本資料：選

1. 請問您的性別 男 女
2. 請問您的教育程度 國中以下 國中 高中 大(專)學 研究所以上
3. 請問您的年齡21-30歲 31-40歲 41-50歲 50歲以上
4. 請問您的職稱 職稱：_____
5. 請問對台灣觀光夜市營運關鍵成功因素，您的看法與建議?



二、問卷填答說明：

本問卷係採用層級程序分析法(AHP)進行分析，藉以評估要因及因素的相對重要性，其評估尺度基本劃分五個等級，如下表所示，即同等重要、稍重要、頗重要、極重要及絕對重要等，分別賦予1、3、5、7、9的衡量值；另有四項介於五個基本尺度之間的等級，賦予2、4、6、8的衡量值。評估尺度意義如下表說明：

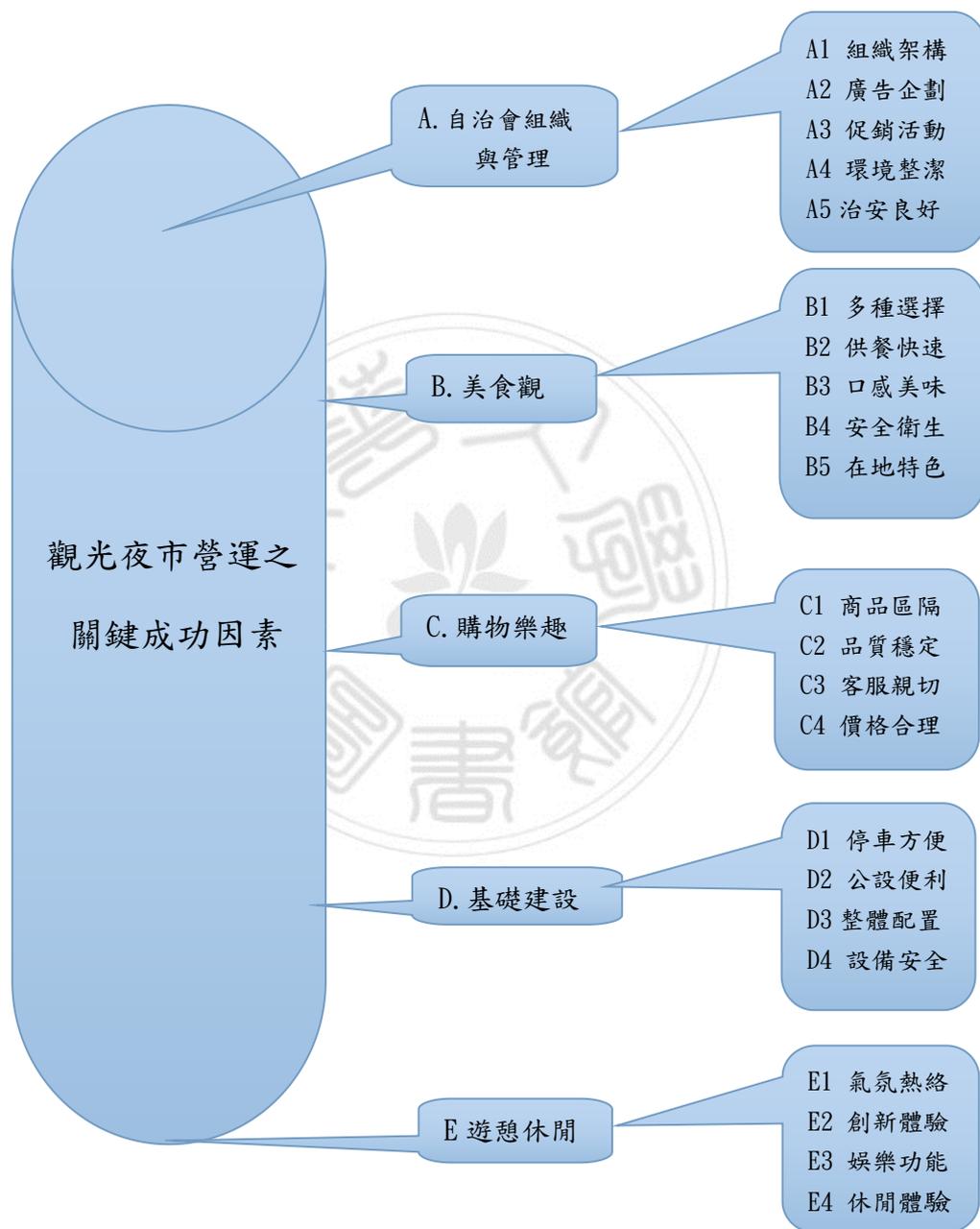
評估尺度	定義	說明
1	同等重要	兩比較要素的貢獻程度同等重要：等強
3	稍微重要	經驗與判斷稍微傾向喜好某一要素：稍強
5	頗為重要	經驗與判斷強烈傾向喜好某一方案：頗強
7	極為重要	實際顯示非常強烈喜好某一要素：極強
9	絕對重要	有足夠證據肯定絕對喜好某一要素：絕強
2、4、6、8	相鄰尺度之間值	介於1、3、5、7、9 需要折衷值時 <input checked="" type="checkbox"/> 選

三、問卷填答示例：

欲購機車時，考慮因素很多，現在假設其中有兩個因素是價格與品牌。如果您認為品牌因素的重要性介於「極為重要」與「頗為重要」於價格因素，則請您於下列的尺度表 6 下方 圈選。(為求精細，於每一等級再區分兩個尺度，依您專業經驗主觀判斷，偏左 圈選，或偏右 圈選) 如下所示：

尺度 因素 A	絕對重要		極為重要		頗為重要		稍為重要		同等重要	稍為重要		頗為重要		極為重要		絕對重要		尺度 因素 B
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
品牌				<input checked="" type="checkbox"/>														價格

第二部分:1.層級架構 2.評估層級架構準則定義:



觀光夜市營運關鍵成功因素關鍵因素層級架構

表 評估層級架構準則內容說明

構面	指標(因素)	指標(因素)說明
自治會組織與管理	A1 組織架構 A2 廣告企劃 A3 促銷活動 A4 環境整潔 A5 治安良好	依目的、系統、秩序建立自治會。 將文字案利用網路、廣播、影視傳播、報章雜誌有計畫宣傳。 運用折扣、現時、限量等方式刺激消費者購買慾望。 周圍環境整潔、無對人體健康有害物質之影響因素。 周圍環境具有良好社會秩序。
美食觀光	B1 多種選擇 B2 供餐快速 B3 口感美味 B4 安全衛生 B5 在地特色	提供不同種類餐飲供顧客選擇。 服務過程迅速有效，減少顧客等待時間。 提供的餐飲口味能滿足顧客的喜愛。 符合餐飲安全衛生法規。 提供當地(本縣市)特色餐飲供顧客選擇。
購物樂趣	C1 商品區隔 C2 品質穩定 C3 客服親切 C4 價格合理	餐飲、商品、服務與其他夜市、路邊攤販有顯著性差異。 餐飲、商品、服務的性質始終一致。 店家的服務態度能為顧客提供所需求的行為。 價格為一般民眾所接受。
基礎建設	D1 停車方便 D2 公設便利 D3 整體規劃 D4 設備安全	專供停放汽機車的場地充足、便利，並有安全人員指揮交通。 電源、水源、廁所等公共設備充足，能滿足所需。 籌謀整體動線順暢，完整硬體空間設計。 安全配備符合各類法規。
遊憩休閒	E1 氣氛熱絡 E2 創新體驗 E3 娛樂功能 E4 休閒體驗	流行的風氣活躍;周圍環境熱鬧。 親自實踐來認識新的事物，創造前所未有的感受。 因體驗活動而感覺歡樂。 居民在工作、求學之餘到夜市休息與娛樂的觀念。

資料來源:本研究整理

第三部分:問卷內容填寫，請您就下列之要素項目，評估其相對重要性。

一、構面相對權重比較:

構面「自治會組織與管理」、「美食觀光」、「購物樂趣」、「基礎建設」、「遊憩休閒」等五個構面。 請圈選重要性等級

尺度 (主)準則	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍為重要	同等重要	稍為重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	尺度 (主)準則								
	9	8	7	6	5	4	3	2	1		2	3	4	5	6	7	8	9
自治會組織與管理																		美食觀光
自治會組織與管理																		購物樂趣
自治會組織與管理																		基礎建設
自治會組織與管理																		遊憩休閒
美食觀光																		購物樂趣
美食觀光																		基礎建設
美食觀光																		遊憩休閒
購物樂趣																		基礎建設
購物樂趣																		遊憩休閒
基礎建設																		遊憩休閒

(二)"美食觀光"構面:

共有五項指標因素分別為「多種選擇」、「供餐快速」、「口感美味」、「安全衛生」、「在地特色」。請圈選重要性等級

尺度 (次)準則	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍為重要	同等重要	稍為重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	尺度 (次)準則								
	9	8	7	6	5	4	3	2	1		2	3	4	5	6	7	8	9
多種選擇																		供餐快速
多種選擇																		口感美味
多種選擇																		安全衛生
多種選擇																		在地特色
供餐快速																		口感美味
供餐快速																		安全衛生
供餐快速																		在地特色
口感美味																		安全衛生
口感美味																		在地特色
安全衛生																		在地特色

(三)"購物樂趣"構面:

共有四項指標因素分別為「商品區隔」、「品質穩定」、「客服親切」、「價格合理」。 請圈選重要性等級

尺度 (次)準則	尺度																(次)準則	
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍為重要	同等重要	稍為重要	頗為重要	極為重要	絕對重要									
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
商品區隔																		品質穩定
商品區隔																		客服親切
商品區隔																		價格合理
品質穩定																		客服親切
品質穩定																		價格合理
客服親切																		價格合理

(四)"基礎建設"構面:

共有四項指標因素分別為「停車方便」、「公設便利」、「整體規劃」、「設備安全」。
請圈選重要性等級

尺度 (次)準則	絕對重要 極為重要 頗為重要 稍為重要 同等重要 稍為重要 頗為重要 極為重要 絕對重要																		尺度 (次)準則
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
停車方便																			公設便利
停車方便																			整體規劃
停車方便																			設備安全
公設便利																			整體規劃
公設便利																			設備安全
整體規劃																			設備安全

(五)"遊憩休閒"構面:

共有四項指標因素分別為「氣氛熱絡」、「創新體驗」、「娛樂功能」、「休閒體驗」。☑請圈選重要性等級

尺度 (次)準則	尺度														(次)準則			
	絕對重要	極為重要		頗為重要		稍為重要		同等重要	稍為重要		頗為重要		極為重要			絕對重要		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
氣氛熱絡																		創新體驗
氣氛熱絡																		娛樂功能
氣氛熱絡																		休閒體驗
創新體驗																		娛樂功能
創新體驗																		休閒體驗
娛樂功能																		休閒體驗

附錄三 嘉樂福觀光夜市營運風貌圖



資料來源:網路搜尋

