

投稿類別：商業類

篇名：

以在地居民觀點探討高雄巨蛋主商圈

作者：

黃怡馨。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。高三6組

陳韻涵。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。高三6組

指導老師：邱惠華 老師

壹•前言

一、研究背景及動機

高雄巨蛋主商圈包括了漢神巨蛋購物廣場與高雄巨蛋體育館，本專題製作小組透過臺灣博博士論文知識加值系統搜尋「商圈」共計 186 篇，「巨蛋主商圈」共計 0 篇。透過臺灣博博士論文知識加值系統進階搜尋「商圈+在地居民」、「巨蛋主商圈+在地居民」、「商圈+高雄」與「巨蛋主商圈+高雄」，搜尋結果都為 0 篇。由此觀之，由在地居民角度看主商圈的研究相當缺乏，也是本專題製作小組要研究的對象。

地方政府對於各個商圈一再加強行銷，但對於在地居民的看法與意見的研究卻相對缺乏，故本專題將由在地居民的角度探討高雄巨蛋主商圈，透過實地訪談與問卷調查法，進行 SWOT 分析、問題分析與部落格行銷，找出關鍵問題所在，並針對此關鍵問題提出具體改造的方案。

本專題對於主商圈的定義，根據林靜儀（2009）依 William Applebaum（1966）的研究將主要商圈（Primary Trading Area）定義為一家商店大約七成的顧客所來自的地理區域。在這區域內，由於這家商店具備易接近性的競爭優勢，足以吸引顧客前往惠顧，形成非常高的顧客密集度，而且通常不會與競爭者的主要商圈重疊。

本專題在確定研究主題以後，根據研究目的取向來蒐集相關文獻資料，經過多次組員開會討論決定訪談的對象與問題大綱。本專題一方面，藉助相關文獻探討與事實資料的輔助；另一方面，以實地訪談法、個案研究法與問卷調查法做為主要研究工具，其中問卷調查主要是衡量在地居民對於高雄巨蛋主商圈的感受程度，期望研究結果能對實務提供相關的客觀建議。

二、研究目的

本專題製作的研究目的如下：

- 1.巨蛋主商圈目前的現況。
- 2.探討在地居民對高雄巨蛋主商圈的看法，找出關鍵問題並尋求具體改造方案。

三、研究架構

依據研究目的，並綜合前述的文獻探討，本專題的研究架構如圖 1 所示。

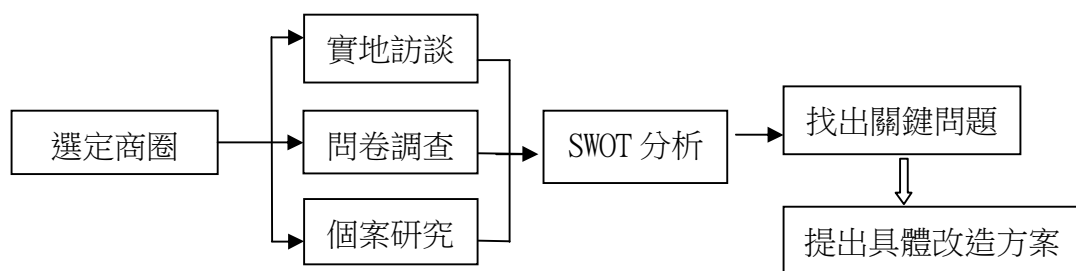


圖 1 研究架構

四、研究流程

本專題製作的研究流程如下圖 2：

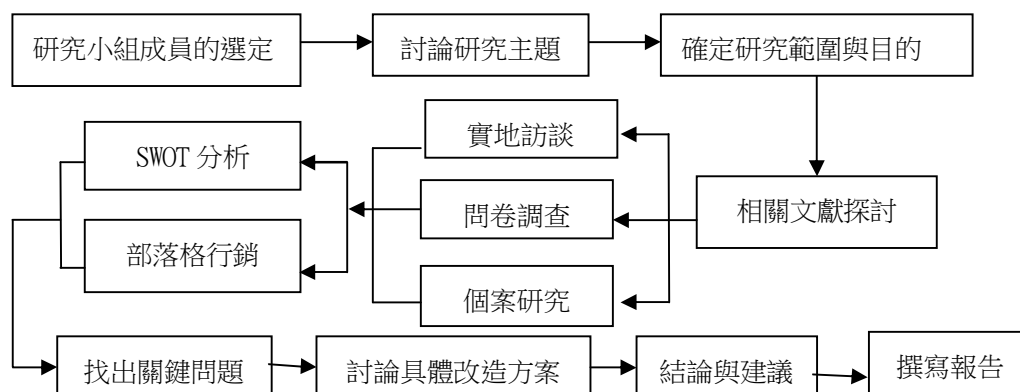


圖 2 研究流程圖

貳●正文

一、商圈定義的相關文獻

對於商圈的定義本專題製作經由研讀文獻後，依年份重新整理如下，如下表 1。

表 1 商圈的定義

作者	年份	定義
Huff	1964	商圈為一個地理區域，在該地理區域內存在一些潛在顧客，該潛在顧客對一家或一群廠商所提供的產品或服務的購買機會大於零。
William. Applebaum	1966	主要商圈(primary trade area)(約七成的顧客) 次要商圈(secondary trade area)(約二成的顧客) 邊緣商圈(fringe or tertiary trade area)(包含剩餘的顧客)
Ellis	1978	商店街是都市街道中行經兩排以商品交易為主要機能的建築間之路徑。
Ronald W. Hasty	1983	商圈代表一個區域，在其中一給定的設施可以經驗性的提供產品及服務給潛在購買者。
Ghosh & McLafferty	1987	商圈為一個地理區域，商店由此區域內可獲得大部份的顧客，且在該區域內的市場滲透程度最高，即對該區域內的平均每人銷售額最高。
Cox & Brittain	1988	是一特定店鋪或者商店市場來源的區域。
Lewis & Delozier	1989	商圈是一個區域，在此區域內該商店或商品群吸引他的顧客，並得以營業。

資料來源：本專題小組整理（原文作者部分引自林靜儀，2009）

表 1 商圈的定義（續）

作者	年份	定義
林達道	1991	消費者會前往購物之地理區域中的商店群。
方寶慶	1994	顧客從事購買行為之際，選擇到該處購物之顧客分佈的地區範圍。
Bennet	1995	是一家商店考量成本與銷售數量可行之下可銷售產品的地理區域。
Berman & Evans	1995	是指兩家或兩家以上商店所聚集的零售據點。
蔡博涼	1995	一商店獲取大部份顧客的地理區域。
毒島龍一	1996	係指商業設施之顧客吸引力所及的範圍。
王文義	1997	本身是一個可以得到穩定的消費支持。
周泰華、杜富燕	1997	商圈的觀念是針對一家零售商店及其產品而來的。
陳嘉民	1998	是消費者會前往購物之地理區域的商店群
李常生	1999	將台灣分為 16 個都會商圈，並分析商圈中的各項數據。
趙義隆	1999	從事購物時，優先選擇到某商店購物的顧客其所分布的地區範圍。
黃幹中、葉光毅	2000	對主要商店街進行調查，探討同類型商店的聚集現象及所產生的聚集效益，分析地價高低對業種分布的影響。
陳犀吉	2001	是人們進行經濟性交換與勞務活動所在的區域範圍，是為了進行供給與需求活動的場所。
顏雅雯	2001	不同的商圈其客層在生活型態、教育水平、年齡及消費習慣都會產生差異。
林雅菁	2002	隨著商圈環境的改變，商店需要適時的調整自我定位，利用不同的促銷方法帶動該商圈人潮的聚集，並提高來客數。
阮文照	2003	乃是商店對消費者所能發揮影響力的範圍。
高銓堂	2005	以以店舖為中心規劃出希望佔有區域，或服務區域。
張保隆、伍忠賢	2005	提供消費者跟店家交易的一個範圍、區域，小自數家店面集結而成，而商圈就是提供人們經濟交易和日常生活的地區。
林妙霏	2006	綜合多數的零售商店，主要是提供展示銷售、商業服務及資訊交流的區域。
林靜儀	2009	是一種商業性質的聚集體，由多數的中小零售業者所組成，其緊密的聚集於一定的地區，所形成之商業聚集體。

資料來源：本專題小組整理（原文作者部分引自林靜儀，2009）

本專題對於主商圈的定義，根據林靜儀（2009）以 William Applebaum（1966）的研究將商圈劃分為三個區域，對於主要商圈（Primary Trading Area）的定義係指一家商店大約七成的顧客所來自的地理區域。在這區域內，由於這家商店具備易接近性的競爭優勢，足以吸引顧客前往惠顧，形成非常高的顧客密集度，而且通常不會與競爭者的主要商圈重疊。

二、高雄巨蛋主商圈

高雄巨蛋主商圈位於北高雄「左營區」，商圈範圍包含漢神巨蛋購物廣場與高雄巨蛋體育館，當高雄捷運紅線完成後，高雄巨蛋主商圈逐漸成為北高雄的最大商圈，與南高雄的五福商圈、三多商圈與夢時代商圈相抗衡。高雄巨蛋體育館具備有表演、運動、會議、展覽、教學等多功能用途，與漢神巨蛋購物廣場相連，形成一座健康、休憩、購物三合一的多功能體育園區。本專題製作小組對於高雄巨蛋主商圈的店家簡介如下圖 3~8（因為商家眾多，故本專題只列舉部分商家）。

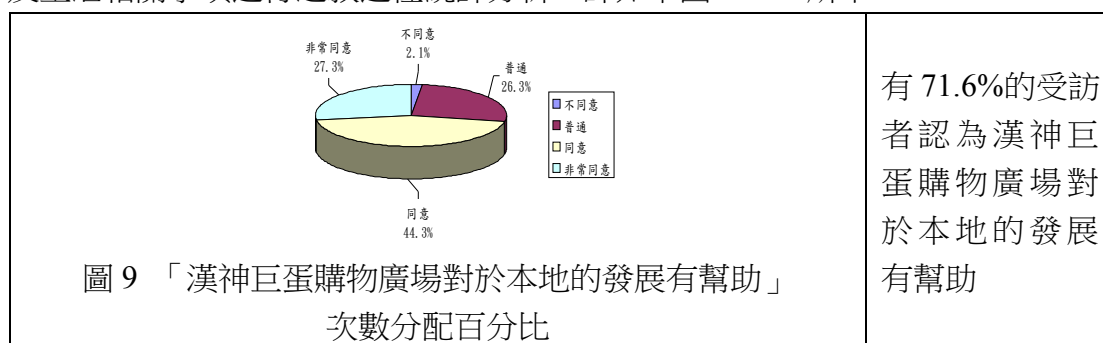


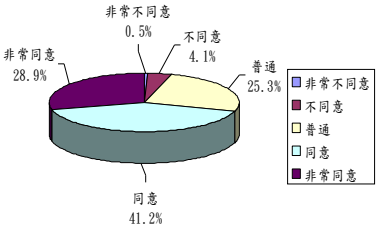
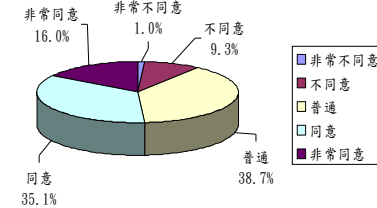
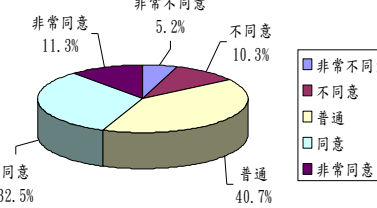
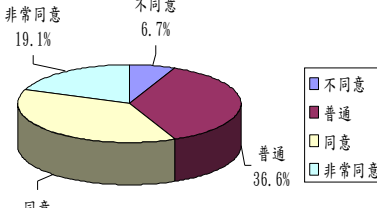
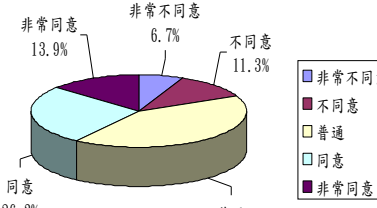
圖片來源：本專題小組自行拍攝

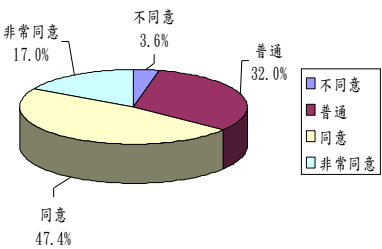
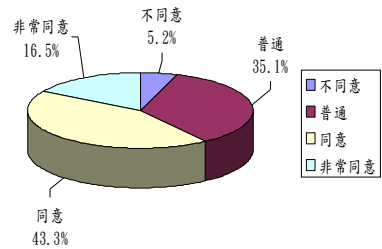
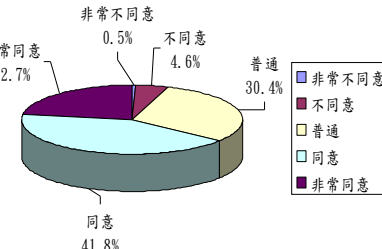
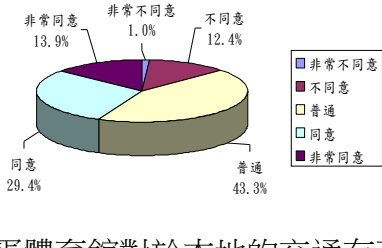
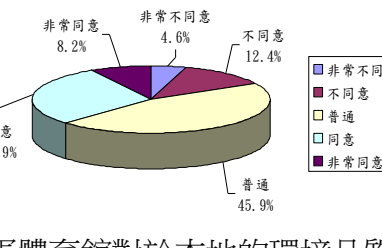
參●結論

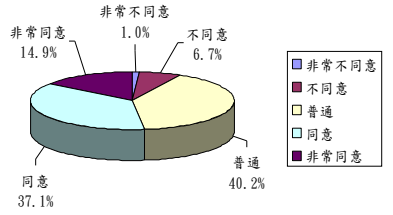
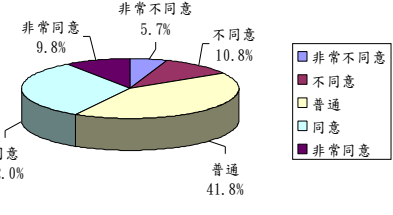
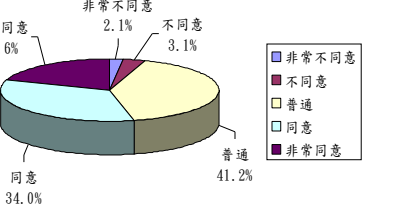
一、敘述性統計分析

本專題製作是以巨蛋主商圈在地居民為訪談與問卷調查的對象，以隨機抽樣方式預計訪談與問卷調查 300 份。經過一番努力後，成功訪談與問卷調查回收 219 份問卷，剔除填答不完整的問卷 25 份，有效問卷 194 份，有效回收率為 88.59%。茲將回收的 194 份有效問卷，在地居民對於巨蛋主商圈與本地的發展及生活相關事項進行之敘述性統計分析，詳如下圖 9~22 所示。






 <p>圖 10 「漢神巨蛋購物廣場對於本地的發展有幫助」 次數分配百分比</p>	<p>有 70.1% 的受訪者認為高雄巨蛋體育館對於本地的發展有幫助。</p>
 <p>圖 11 「漢神巨蛋購物廣場對於本地的交通有正面的影響」 次數分配百分比</p>	<p>有 51.1% 的受訪者認為漢神巨蛋購物廣場對於本地的交通有正面之影響。</p>
 <p>圖 12 「漢神巨蛋購物廣場對於本地的環境品質有正面的影響」 次數分配百分比</p>	<p>有 43.8% 的受訪者認為漢神巨蛋購物廣場對於本地的環境品質有正面之影響。</p>
 <p>圖 13 「漢神巨蛋購物廣場對於本地的生活便利有正面的影響」 次數分配百分比</p>	<p>有 56.7% 的受訪者認為漢神巨蛋購物廣場對於本地的生活便利有正面之影響。</p>
 <p>圖 14 「漢神巨蛋購物廣場的停車問題對於本地的交通有負面的影響」 次數分配百分比</p>	<p>有 40.2% 的受訪者認為漢神巨蛋購物廣場的停車問題對於本地的交通有負面之影響。</p>

 <p>圖 15 「漢神巨蛋購物廣場的商品很齊全」次數分配百分比</p>	<p>有 64.4%的受訪者認為漢神巨蛋購物廣場的商品很齊全。</p>
 <p>圖 16 「漢神巨蛋購物廣場的商品具有特色」次數分配百分比</p>	<p>有 59.8%的受訪者認為漢神巨蛋購物廣場的商品具有特色。</p>
 <p>圖 17 「漢神巨蛋購物廣場使本地的生意變好」次數分配百分比</p>	<p>有 64.5%的受訪者認為漢神巨蛋購物廣場使本地的生意變好。</p>
 <p>圖 18 「高雄巨蛋體育館對於本地的交通有正面的影響」次數分配百分比</p>	<p>有 43.3%的受訪者認為高雄巨蛋體育館對於本地的交通有正面之影響。</p>
 <p>圖 19 「高雄巨蛋體育館對於本地的環境品質有正面的影響」次數分配百分比</p>	<p>有 39.1%的受訪者認為高雄巨蛋體育館對於本地的環境品質有正面之影響。</p>

 <p>圖 20 「高雄巨蛋體育館對於本地的生活便利有正面的影響」 次數分配與百分比</p>	<p>有 52.1% 的受訪者認為高雄巨蛋體育館對於本地的生活便利有正面之影響。</p>
 <p>圖 21 「高雄巨蛋體育館的停車問題對於本地的交通有負面的影響」 次數分配百分比</p>	<p>有 41.8% 的受訪者認為高雄巨蛋體育館的停車問題對於本地的交通有負面之影響。</p>
 <p>圖 22 「高雄巨蛋體育館使本地的生意變好」 次數分配百分比</p>	<p>有 53.6% 的受訪者認為高雄巨蛋體育館使本地的生意變好。</p>

二、部落格行銷

本專題製作進行部落格行銷，網址為 <http://www.ib2.kyu.edu.tw/>

 <p>圖 23 部落格行銷 - 1</p>	 <p>圖 24 部落格行銷 - 2</p>	 <p>圖 25 部落格行銷 - 3</p>	 <p>圖 25 部落格行銷 - 4</p>
 <p>圖 26 部落格行銷 - 5</p>	 <p>圖 27 部落格行銷 - 6</p>	 <p>圖 28 部落格行銷 - 7</p>	 <p>圖 29 部落格行銷 - 8</p>

圖片來源：本專題小組自行製作

三、高雄巨蛋主商圈的 SWOT 分析

本專題製作除了將高雄巨蛋主商圈與高雄其他商圈（夢時代商圈、三多商圈、五福商圈與義大世界購物廣場）進行 SWOT 分析外，另一方面由在地居民觀點探討高雄巨蛋主商圈的優、劣勢部分，SWOT 分析如下表 2。

表 2 高雄巨蛋主商圈的 SWOT 分析

優勢 (S)	劣勢 (W)
1. 漢神巨蛋購物廣場的精品比義大世界購物廣場與夢時代好。 2. 附近飯店喜宴多。 3. 鄰近美術館，人文藝術氣息濃厚，附近農十六特區新建社區多，住戶增加帶動人潮與錢潮。 4. 在地居民觀點認為高雄巨蛋主商圈帶來了生活便利、促進本地發展、生意變好。	1. 吃喝玩樂未集中在一起不如其他商圈便利。 3. 在地居民觀點認為高雄巨蛋主商圈的商品不具有特色、環境品質較差、停車問題造成行人不便與交通堵塞造成車禍連連。
機會 (O)	威脅 (T)
1. 外國觀光客多居住於商圈附近的蓮潭會館。 2. 左營萬年季活動帶來商機。 3. 蓮池潭龍舟賽帶來商機。	1. 消費者支出受物價高漲的影響，影響消費者的購買能力，使消費者對物品的價格敏感度提高，無形中消費者議價能力提高。 2. 流行服飾受五福商圈的威脅很大。

四、本專題小組實地訪談記錄



圖 30 製作團隊

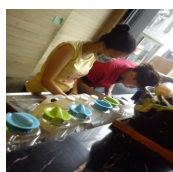


圖 31 店家接受訪問

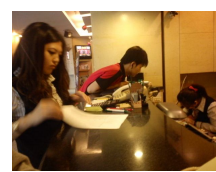


圖 32 店家接受訪問

圖片來源：本專題小組自行拍攝

五、問題的認定與具體改造的方案

問題一：消費者荷包縮水，議價能力偏高

解決方案：常舉辦促銷活動、降價活動等等，讓精打細算的消費者有節省支出的感覺。

問題二：流行服飾受五福商圈的威脅很大

解決方案：做好產品區隔、搭配促銷活動，銷售不一樣風格的衣服，降低新崛江（五福）商圈的威脅。

問題三：吃喝玩樂設施不集中

解決方案：增加安全性遊樂設施。

問題四：在地居民認為巨蛋商圈商品不具有特色

解決方案：建議市政府與當地居民共同規劃，充分利用高雄巨蛋體育館進行文化創意產品的展覽與特賣會，相關企劃案可與各大專院校進行合作。

問題五：在地居民認為環境品質不好

解決方案：請市政府與里長在定點設置垃圾桶，每半個小時聘請勞工來清理垃圾桶附近的環境，使環境變好；另一方面，加強環境衛生的宣導活動與比賽。

問題六：在地居民認為停車問題不好

解決方案：市政府規劃或鼓勵私人興建立體停車場，使大家有地方停車，減少在馬路旁亂停車現象；另一方面，相關交通單位加強違規車輛的拖吊工作，減少行人的不便以及交通問題。

問題七：在地居民認為巨蛋商圈交通阻塞嚴重

解決方案：丈量不必要的土地，進行道路拓寬行動，使得雙方道路增加寬度，使得車輛不再擁擠，車禍也能減少發生，民眾也能安心。

六、結論與建議

- 1.漢神巨蛋購物廣場對於本地的發展、生活便利、環境品質與交通便利有幫助，並使本地的生意變好。
- 2.高雄巨蛋體育館對於本地的發展、生活便利、環境品質與交通便利有幫助。
- 3.停車問題對於本地的交通有負面之影響。
- 4.做好產品區隔、搭配促銷與降價活動。
- 5.市政府、大專院校與當地居民共同規劃，充分利用高雄巨蛋體育館進行文化創意產品的展覽與特賣會。
- 6.加強環境衛生的宣導活動與比賽。
- 7.市政府規劃或鼓勵私人興建立體停車場。
- 8.丈量不必要的土地，進行道路拓寬行動。

肆●引註資料

方寶慶（1994）。商圈研判開店必修。**突破雜誌**，102期，頁71。

王文義（1997）。**購物中心規劃指南**。台北市：遠流。

王嘉勤、江振揚、黃育婷（2007）。**不同業態區位選擇之探討－以高雄市綜合商品零售業為例**（已出版碩士論文）。國立高雄海洋科技大學，高雄市。

李常生（1999）。**台灣地區商圈總覽**。中華徵信所。

阮文照（2003）。**商店街再發展之問題研究－以經濟部商業司推動之「形象商圈」為例**（已出版碩士論文）。私立南華大學，嘉義縣。

卓心蘋（2001）。**台灣舊市區復甦組織機制之研究－以台南市中正商圈為例**（已出版碩士論文）。國立成功大學，臺南市。

- 周泰華、杜富燕（1997）。零售管理（初版）。台北：華泰文化事業有限公司。
- 林妙霏（2005）。新竹市形象商圈遊客滿意度與環境意象之研究（已出版碩士論文）。私立中華大學，新竹縣。
- 林雅菁（2002）。從消費者觀點探討臺南市傳統與新興商圈之競合關係：以中正與新光三越兩商圈的發展為例。《數位典藏與數位學習聯合目錄》。
- 林達道（1991）。商業區立地條件與零售業者的策略之關係研究-以台北市百貨公司業為例（已出版碩士論文）。私立輔仁大學，新北市。
- 林靜儀（2009）。消費者對商圈之偏好研究－以鴻金寶商圈為例（已出版碩士論文）。私立輔仁大學，新北市。
- 毒島龍一（1996）。商圈及開店場所之評價，流通世界，p.35-38。
- 高銓堂（2005）。連鎖便利商店商圈特性與經營績效之研究－以統一超商為例（已出版碩士論文）。私立銘傳大學，桃園縣。
- 張保隆、伍忠賢（2005）。零售業管理。全華圖書股份有限公司。
- 陳犀吉（2001）。國內民宿之經營及發展現況之探討－以九份風箏博物館為例，休閒旅遊觀光學術研討會論文集，頁 263-283。
- 陳嘉民（1998）。都市傳統商圈再造問題之研究－以台南市中正形象商圈為例（已出版碩士論文）。國立成功大學，臺南市。
- 黃幹中、葉光毅（2000）。中心商業區業種聚集現象之研究－以台南市中心商業區為例。建築與規劃學報。
- 趙義隆（1999）。業態分析與商圈選擇。臺北：國立空中大學。
- 蔡博涼（1995）。零售商圈評估與店址選擇－以高雄大統商業區域為例（已出版碩士論文）。國立中山大學，高雄市。
- 顏雅雯（2001）。連鎖書店商圈經營與競爭態勢之研究（已出版碩士論文）。私立輔仁大學，新北市。