

投稿類別：商業類

篇名：

Orange shop(柑仔店) 和 Convenience store (便利商店)的變遷

作者：

莊湘婷。私立三信家商。三年 29 組

吳雅琳。私立三信家商。三年 29 組

胡凱傑。私立三信家商。三年 29 組

指導老師：

程援瑞老師

目錄

壹●前言-----	2
一、研究動機-----	2
二、研究目的-----	2
三、研究流程-----	3
貳●正文-----	3
一、文獻探討-----	3
(一) 探討柑仔店、便利商店的起源-----	3
(二) 了解柑仔店、便利商店的特色-----	4
(三) 明白柑仔店、便利商店的差別-----	5
二、調查分析-----	7
參●建議與結論-----	9
一、探討與結-----	9
肆●引註資料-----	10
附錄、問卷調查表-----	11

壹●前言

一、研究動機

不論你從什麼時代走出，相信你都有一種感覺：身邊的景物不斷變化越變越先進，越來越科技化。「柑仔店」也等於雜貨店，雜貨店顧名思義就是賣雜貨的店，雜貨店什麼都賣什麼都不奇怪，現代生活已少見當初那種復古風情有人情味得「柑仔店」，這個繁華多變化的年代走幾個路口就一間「便利商店」，雖然我也不曾體會過「柑仔店」那純樸的童年，但時常聽年長的人討論著那些回憶的童年或者從電視上的鄉土劇也多少都能了解，聽長輩他們訴說小時候總是努力存著錢只為了去柑仔店買金甘糖與玩具，漸漸的已看不見以往雜貨店都賣著的一元糖果或是巧克力、生活比較基本的必需品，像是米、醬油、鹽、柑仔店也是一些老年人閒話家常的好地方。

從舊時代到新時代；從手動門到自動門；從雜貨店到普普的昏暗燈光的木頭房到便利商店燈光明亮的玻璃窗；從那傳統觀念日落而襲到現代二十四小時高效又周到服務，出陳布新的便利商店讓我們了解到社會的變遷，也因為太過於便利使現代的人變得懶散，便利商店幾乎什麼都買得到，而且還有各式各樣的服務，如繳罰單、預購東西、領錢、等等等。回想過去六、七零年代 重工業發達的時代，街道上所見的是這些傳統雜貨鋪，而不是便利商店。 為什麼在經過三十年後，兩個角色會完全顛倒？同樣都是販售一些食品、日常用品，為何傳統雜貨鋪竟迅速消失？取而代之的是這些便利商店？這些變化令我非常不解，因此想要著手研究其中的原因。

二、研究目的

根據上述研究動機，本小組提出以下幾點：

- (一) 探討柑仔店、便利商店的起源
- (二) 了解柑仔店、便利商店的特色
- (三) 明白柑仔店、便利商店的差別

三、研究流程

根據研究目的，研擬本研究流程圖，參見圖1：

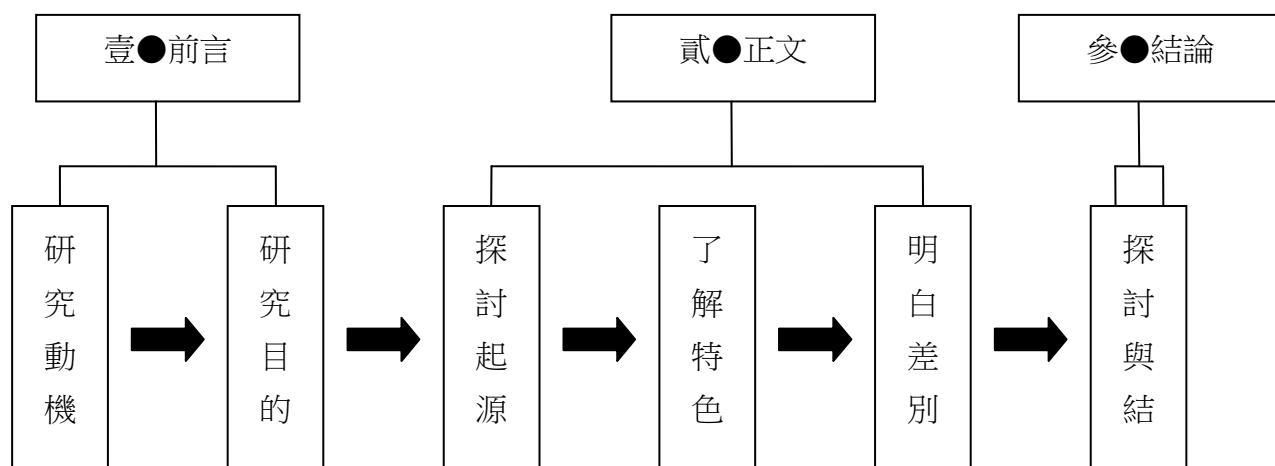


圖1 研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

(一) 柑仔店、便利商店的起源

1. 雜貨店，中國大陸叫糧店，福建、台灣亦稱口仔店，（白話字：**Kám-á-tiàm**，俗作柑仔店）(註一) 販賣各式各樣家用品與糧油食品的零售商店；在20世紀的港澳小社會中較為風行這類經營商店，此經營方式亦流行於華南一帶及台灣。只售乾貨（如五穀類、豆類）、開門七件事所羅列之物、罐頭或已包裝好之日用類貨品，過去預先包裝的油和米未盛行前通常亦有買油（顧客自備器皿，「打油／打醬油」）、買米（「糴米」）雜貨店之特色多為「麻雀雖小、五臟俱全」，凡家居用品大多皆可購得，店內佈置或有點凌亂，但全部貨品皆會在店內或門口展示，一目了然。

2. 便利商店，在日本等地區又稱為 CVS（從英文 *convenience store* 縮寫而來），緣起於美國（註二），通常指規模較小，但貨物種類多元、販售民生相關物資或食物的商店，其中也包含加油站附設商店，通常位於交通較為便捷之處，便利商店有時被當作小型超市。便利商店由統一企業於 1979 年引進，通常具有連鎖體系、24 小時營業、面積小、開架式販售等特質。密度為平均每 3 千人就擁有一家便利商店，為全球最高。臺灣便利商店發展腳步基本上跟隨日本，在發展的前 20 年中，經營內容多以飲料、書籍、報紙、泡麵、零食、冰品、香菸、民生必需品為主。雖然也有熟食，但僅限方便處理的熱狗、包子、茶葉蛋。在

2000 年前後，便利商店開始轉型，販售的物品開始加入飯糰、三明治等由工廠製造後，配送至門市的商品，之後再發展出便當、麵、小菜等正餐。

(二)柑仔店、便利商店的特色

新舊產品調查（註三）：一種產品至某一階段時，常有改進品質或更新式樣的措施，為了解消費者對新舊產品的好意及使用反應，可以在新產品進入市場不久後進行新舊產品調查，以便對於新產品的市場情況有更深入的了解。

比較項目：

A．台灣知名便利商店有：7－11、全家、萊爾富等

B．傳統雜貨店，俗稱的「柑子店」

以下分別比較其經營理念：

店家	經營理念
	<p>強調品質優良、產品多樣、衛生保證；對於消費者秉持「便民」以及「顧客至上」的態度。(註四)</p>
	<p>抱持認真、負責、誠懇，做為消費者、店鋪與廠商之間的橋樑，提供消費者親切的購物環境、優質的商品。(註五)</p>
	<p>熱忱—以人為先、以顧客為本的服務精神。 積極—勤奮務實勇於任事的工作精神。 嚴謹—誠懇樸實、實事求是的工作態度。 創新—不斷思考以提供最心、最好、最快的服務和產品給顧客。(註六)</p>
	<p>為經營而經營，小本營利，對顧客保有人情味，熟客的話，偶爾可以打折。(註七)</p>

(三) 柑仔店、便利商店的差別

便利商店和傳統雜貨店所販售的商品不盡相同，大概分類為食品 and 小型日常生活用品。(李英石·2005) (註八)

以下將分別比較這兩大類：

A. 食品

對於消費而言，食品類，所重視的不外乎是：衛生和新鮮度。食品類，又可分為很多項，以下表格將取一般大眾所熟知的物品來作個比較：

	便利商店	雜貨店
零食、餅乾類	種類繁多	種類繁多，會較便利商店便宜一點。
熱食類：茶葉蛋、熱狗和關東煮	注重衛生和新鮮度。	無販售
冰品、飲料類	種類繁多	種類較便利商店少
冷凍食品類：涼麵、御飯糰和須微波的食物	注重衛生和新鮮度，也提供微波	部份商店有販售
麵包類	美觀，注重衛生和新鮮度。	看起來比較沒那麼好吃，容易放到快過期
生鮮、蔬菜和水果類	少部分門市有販售	新鮮，都是當天到市場批發回來販售的

B. 小型日常生活用品

有時候，出門在外，總是會需要一些像是：紙杯、紙盤等，或者是像沐浴乳之類的，又或者是OK繃這類的急救物品。這類的物品兩種商店都有販售。以下表格將作個比較：

	便利商店	雜貨店
紙杯和紙盤類	美觀	看起來常會有灰塵
盥洗用具類	種類繁多	種類稀少，有些店家甚至沒有販售。
急救物品類	種類繁多	種類較稀少

C . 多元化的創意、創新

現今社會中，真的很注重「創新」這個名詞。小小的便利商店也為了要使自個兒營業額能夠蒸蒸日上，在其營業項目中，有許多多元化的服務，也是一種創意的表現。以下將列個表格比較傳統雜貨鋪與便利商店：

	便利商店	雜貨店
預購	最近有 i b o n 可以預購門票（包括電影票、遊樂園門片、棒球、演唱會的門票等等）。當季的物品可預購（例如：月餅、粽子等等）。	有類似超級市場的功能，可以預購食品、水果、生鮮類的
影印、傳真相關	有黑白、彩色影印。傳真也是很方便消費者	無
配送到府的服務項目	宅急便，可以輕鬆寄東西，全省都可以	只有附近區域可以。
其它	提款機	無

二、調查分析

經由本組研究所得，整理成表格和圖表，並列出相關議題加以探討便利商店與雜貨店之間的相互關係。

1、雜貨店與便利商店前往人口數與年齡層比例

分析：較常前往便利商店的人數明顯比常去雜貨店的人數多，而其中又以 20 歲以下和 20~40 歲的人數居多，這顯示了便利商店的普及且客源大多來自年輕人與中年人。

表一、雜貨店與便利商店前往人口數與年齡層比例

		便利商店	雜貨店
A、前往人口數		87.50%	12.50%
B、前往年齡層	a、20 歲以下	35.00%	7.50%
	b、20~40 歲	32.50%	2.50%
	c、40~60 歲	12.50%	2.50%
	d、60 歲以上	7.50%	0.00%

2、雜貨店與便利商店的吸引因素比較

分析：現代人大多選擇去便利商店而非雜貨店，與其區位的方便性、多樣的選擇有很大的關連，而選擇雜貨店的，多著重於傳統的「人情味」。

表二、雜貨店與便利商店的吸引因素比較

吸引因素			
A、便利商店		B、雜貨店	
a、距離較近	54.28%	人情特賣	80%
b、交通方便	51.42%	兒時回憶	60%
c、產品多樣	37.14%	態度親切	60%
d、品質較好	34.28%	個人喜好	40%
e、個人喜好	28.57%	價格便宜	40%
f、服務多樣	25.71%	距離較近	40%
g、東西新潮	20.00%	環境迫使	20%
h、集點贈品	8.57%	交通方便	20%
i、環境迫使	8.57%	品質較好	0%
j、態度親切	5.71%	東西新潮	0%
k、價格便宜	5.71%	集點贈品	0%
l、人情特賣	54.28%	服務多樣	0%
m、兒時回憶	51.42%	產品多樣	0%

3、雜貨店與便利商店的優勢與劣勢分析

分析：便利商店有系統的經營，加上多元的附加功能、多樣性又有保障的商品，還有二十四小時的服務，是其成功的重要因素。而雜貨店的式微，主要為現代人生活型態轉變，生活步調更為忙碌，僅提供購物功能且營業時間不定，已不能滿足社會大眾的需求。

表三、雜貨店與便利商店的優勢與劣勢分析

	便利商店	雜貨店
A、優勢	<ul style="list-style-type: none"> a、商品品質保證(有合格標籤)，來源穩定 b、具規模經濟的效益(連鎖性經營) c、用資訊系統掌控顧客及商品資訊 d、多樣化服務 e、自營性物流系統 f、可免現金交易 g、電子收銀機結帳 h、少數有設置休息區 i、舒適的購物空間 j、良好的服務禮節 k、二十四小時營業 l、開架式管理，易於掌握商品，消費者易於找貨 	<ul style="list-style-type: none"> a、價格便宜 b、有濃厚古早味(富含兒時記憶) c、老闆個性樸實有人情味 d、環保做的較徹底
B、劣勢	<ul style="list-style-type: none"> a、價格較高 b、加盟金壓力 c、商家與顧客關係冷 d、耗能源 e、負擔人事及進貨成本 	<ul style="list-style-type: none"> a、商品品質無保證，供貨有時差(補貨不全) b、單打獨鬥，孤立無援 c、缺乏行銷系統與策略 d、營業時間不定 e、封閉式管理，消費者不易找貨，需尋問老闆

參●結論

1.經由以上的比較，我們可以發現：現代的便利商店，對消費者都保持著一種「顧客至上」的態度，雖然傳統雜貨較缺乏，有時會因為自個兒心情影響對消費者的態度；便利商店也比較注重「多元化」這方面，比起便利商店，雜貨店確實較不注重這方面的發展，但是傳統雜貨店卻有便利商店比不上的人情味！

2.經過比較可以發現大部分的消費者會比較喜歡到便利商店買食品類的，因為較衛生也較新鮮，且種類也比較多，雖然有些東西會比較貴，但消費者仍覺得無妨。但是在生鮮、蔬菜和水果這部份，傳統雜貨店做的比便利商店好，結合了一點點超級市場的功能，讓鄉下的農民不需要大老遠的跑去市場。在小型日常生活用品的部份，傳統雜貨店確實是不如便利商店，而便利商店則是把這部份經營的很好，讓消費者很放心。

3.「一個事業如果能夠讓顧客喜悅、感覺幸福，這個企業自然會產生價值，利潤也隨之而來。」(國內零售流通業教父、7-ELEVEN 總經理徐重仁)(註九)經過這次的調查我們發現雖然便利商店完善的服務、功能，提供了生活的便利，但便利商店還是無法完全取代雜貨店；雜貨店珍貴的傳統文化與歷史價值，每一句熱情的問候，都滿含著傳統雜貨店真摯熱情的活力，更是無法替代。

肆●引註資料

註一、維基百科—雜貨店。2013年11月13日，取自網址

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9B%9C%E8%B2%A8%E5%BA%97>

註二、維基百科—便利商店的起源。2013年11月13日，取自網址

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BE%BF%E5%88%A9%E5%95%86%E5%BA%97>

註三、林大坤 (1974)。市場調查理論與務實，p.86

註四、7-11 官方網站 <http://www.7-11.com.tw/>，取自網路

註五、全家官方網站 <http://www.family.com.tw/Marketing/index.aspx>，取自網路

註六、萊爾富官方網站 <http://www.hilife.com.tw/>，取自網路

註七、維基百科—雜貨店-簡介。2013年11月13日，取自網址

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9B%9C%E8%B2%A8%E5%BA%97>

註八、李英石 (2005)。小店舖大奇蹟，p.7

註九、張殿文 (2007)。融入顧客情境—台灣7-ELEVEN的共好經營學，大綱

附錄、問卷調查表

親愛的受訪者 您好：

我們是三信家商的學生，本小組目前正在研究便利商店與傳統雜貨店的變遷過程，再此我們準備了一份問卷請您填寫。問卷是採不記名的方式請您放心填寫，您寶貴的意見將會成為我們研究的參考。打擾到您寶貴的時間，感謝您!

高雄市三信家商餐飲管理科

教師：程援瑞敬

學生：莊湘婷 (代表上)

您好!為了進行一項雜貨店與便利商店的研究，請就您個人看法實際填寫。

第一部份 個人基本資料

1.您的性別：男 女

2.您的年齡： 20 歲以下 20~40 歲 40~60 歲 60 歲以上

第二部份 請問您較常選擇去哪一邊購物呢?

01.雜貨店 02.便利超商

第三部份 承上題吸引您選擇 01.或 02.的因素為何? (可複選)

距離較近 價格便宜 品質較好 產品多樣

個人喜好 兒時回憶 東西新潮 其他

環境迫使 人情特賣 集點贈品 _____

交通方便 態度親切 服務多樣 _____

第四部份 在您看來，便利超商是否能完全取代雜貨店?

是 否，雜貨店在現代已經很罕見。

是 否，雜貨店的功能已不敷使用。

是 否，便利超商的服務更加完善。

是 否，雜貨店為傳統文化且具歷史價值。

是 否，雜貨店存在著無法替代的人情味。

是 否，便利超商缺乏環保與節約的概念。

★感謝您的配合★