

投稿類別：商業類

篇名：

網路購物之顧客滿意度-以Yahoo購物中心為例

作者：

潘純玉。私立高英工商。高三2班

郭怡君。私立高英工商。高三2班

劉正潭。私立高英工商。高三2班

指導老師：

黃蘭瑛老師

## 壹●前言

網路購物網站越來越多，像是知名的奇摩購物中心、樂天賣場，又或者是熱門的 Face book 和無名小站都可以成為網路的商機，種類有很多都等著消費者選擇上門消費！但是為什麼他們可以在眾多競爭者中嶄露頭角，成為網路購物中心的佼佼者呢？我們以『奇摩購物中心』為例，來探討奇摩購物中心是如何迎合消費者的口味以及服務消費者的態度，讓消費者能一試成主顧，成為主要的顧客群！我們可以藉由作問卷調查以及一些文獻資料，讓大家知道消費者對網路購物的滿意度！

### 一、研究目的

- (一) 了解其網站與其他網站的相異處。
- (二) 了解其網站的行銷策略及對消費者行為的影響。
- (三) 了解其網站的缺點。
- (四) 了解其網站之使用者滿意度。

### 二、研究方法

根據已上之研究目的，先探討文獻及相關資料，再採用「問卷調查法」進行研究。

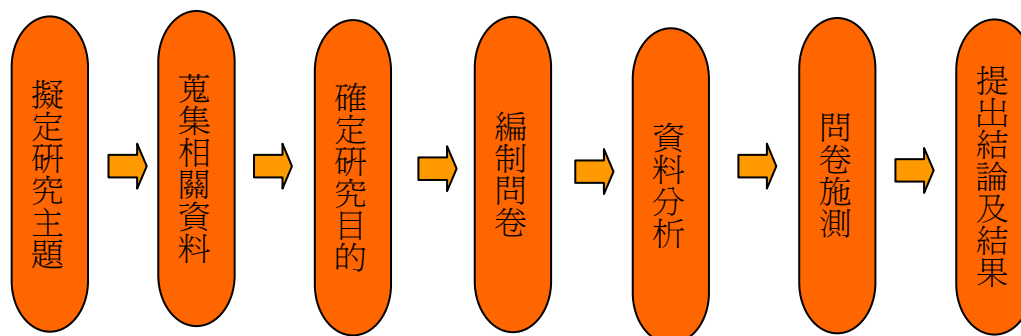


圖 1 流程圖

## 貳●正文

### 一、公司簡介

Yahoo！奇摩購物中心成立於 2002 年，是超大型虛擬購物中心，共分為三大區塊。分別為大型百貨公司、量販店及 3C 賣場。他已經連續四年蟬聯網友最常使用之購物網站（MIC,2007/10）。

## 二、Yahoo 奇摩購物中心之 4P 分析

### (一) 產品 (Product)

產品是否需要實際觸摸、看到，是否需要創新、發明、擁有獨特性質，又或者是全球性。

### (二) 價格 (Price)

網站通常設有商品金額分類，可以讓消費者自行輸入有能力購買的消費金額，再由網站找出符合條件的商品。

### (三) 通路 (Place)

購物網站的通路有很多像是宅配、便利商店、郵局取貨等，付款方式又分為現金、信用卡、貨到付款等。這些都是吸引消費者網購的一大誘因。

### (四) 促銷 (Promotion)

在入口網站放置廣告，好記的廣告詞，時常更新網站資訊，良好的售後服務留住顧客。

## 三、SWOT 分析

表一 SWOT 分析表

優勢	劣勢
(一) 網站瀏覽人數多 (二) 快速到貨服務 (三) 電子郵件廣告通知 (四) 出貨狀況方便查詢	(一) 主觀的商品介紹 (二) 退換貨較麻煩 (三) 議價空間小
機會	威脅
(一) 上網速度加快 (二) 24 小時營業 (三) 無遠弗屆 (四) 網路使用人口增加	(一) 同性質網站日漸增多 (二) 成立實體商店 (三) 山寨品在外流通

## 四、問卷分析與說明

### (一) 研究方法與對象

本研究問卷訪問方法是以網路發放方式，共發放 120 份問卷。問卷設計共

13 題，基本資料 3 題、滿意度調查 10 題。

## (二) 問卷分析

### 1、基本資料

#### (1) 性別

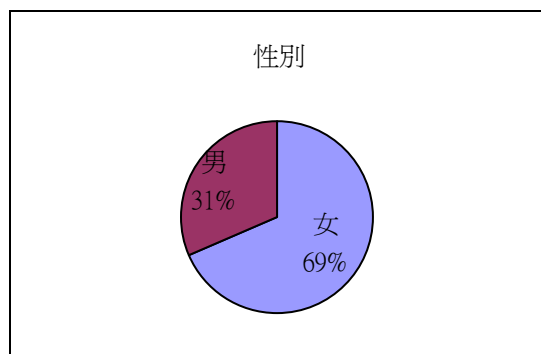


圖 2 性別分析圖

由圖二數據得知，此問卷發放對象男性佔 31%，女性則佔了 69%

#### (2) 年齡

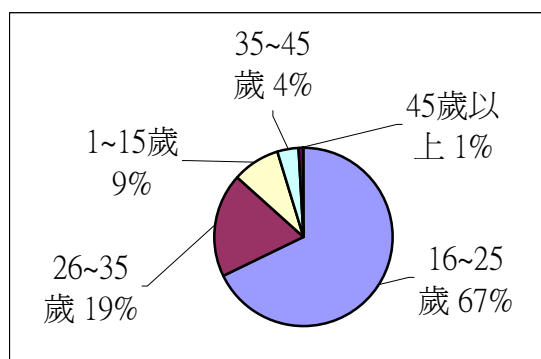


圖 3 年齡分析圖

由圖三數據得知，此問卷發放對象為 16-25 歲居多，45 歲以上較少。

#### (3) 購買金額

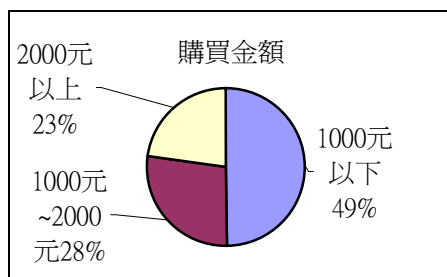


圖 4 購買金額分析圖

由圖四數據得知，購買金額大多在 1000 元以下，2000 元以上則佔 23%。

## 2、滿意度調查

### (1) 隱私政策及機制。

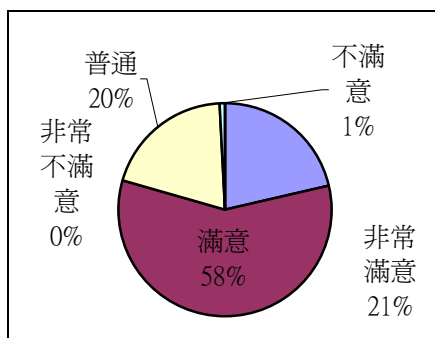


圖 5 隱私政策及機制滿意度分析圖

由圖五數據得知，對於此網站的隱私政策及機制滿意佔 79%，不滿意則佔了 1%。

### (2) 賣家資訊。

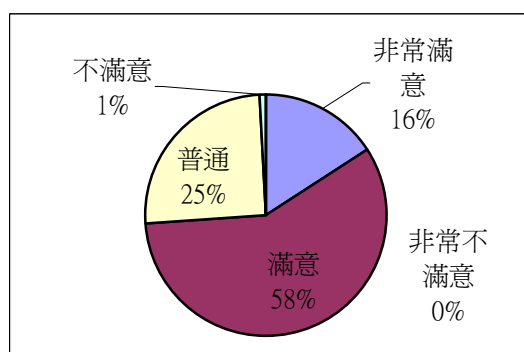


圖 6 賣家資訊滿意度分析圖

由圖六數據得知，對於此網站的賣家資訊（銀行帳戶、聯絡電話..等）的滿意佔了 74%，不滿意則佔了 1%。

(3) 網路購物保障性。

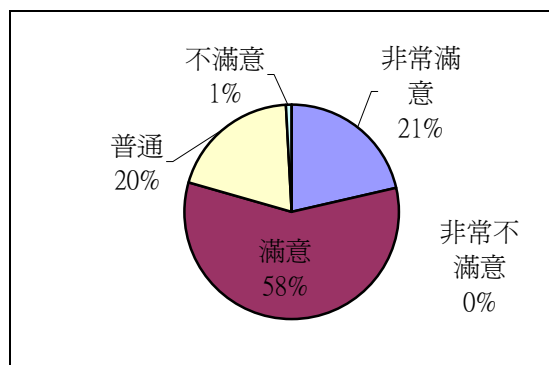


圖 7 保障性滿意度分析圖

由圖七數據得知，對於網路購物的保障性的滿意占了 79%，不滿意則佔了 1%。

(4) 分期付款服務。

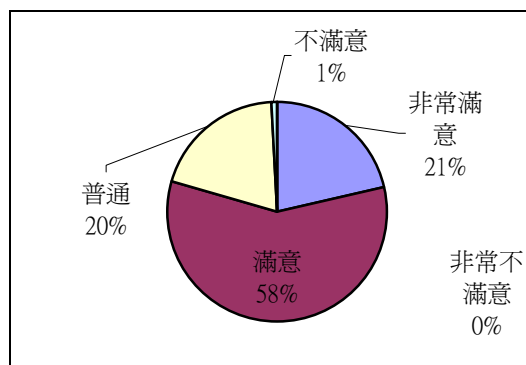


圖 8 分期付款服務滿意度分析圖

由圖八數據得知，分期付款的服務滿意佔了 79%，不滿意則佔了 1%。

(5) 商品及服務品質。

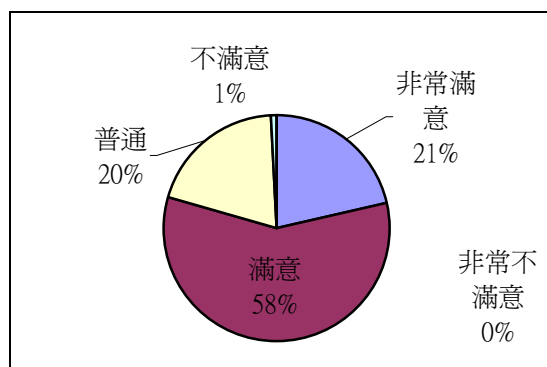


圖 9 商品及服務品質滿意度分析圖

由圖九數據得知，對此網站的商品及服務品質感到滿意有 79%，不滿意則佔了 1%。

(6) 商品分類。

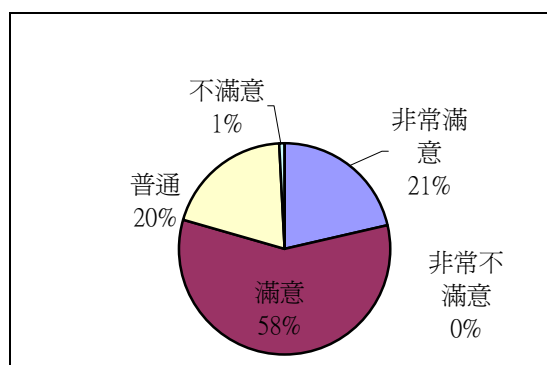


圖 10 商品分類滿意度分析圖

由圖十數據得知，對於此網站的商品分類感到滿意有 79%，不滿意則佔了 1%。

(7) 活動優惠。

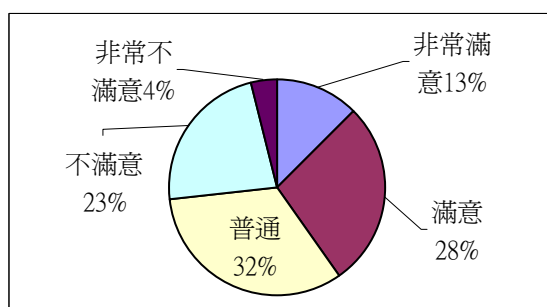


圖 11 滿意度分析圖

由圖十一數據得知，對於此網站的活動優惠滿意的人佔了 39%。

(8) 商品與實體的差異度。

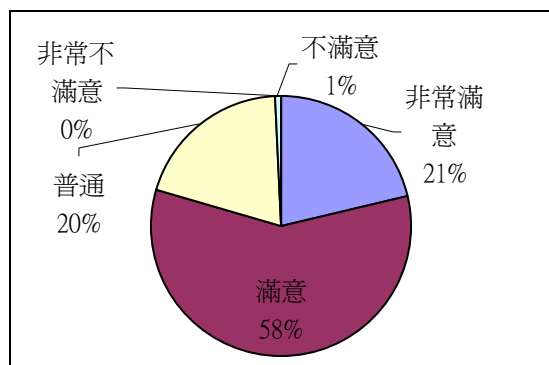


圖 12 實體滿意度分析圖

由圖十二數據得知，對於此網站的商品與實體的差異度滿意佔了 79%，不滿意則佔了 1%。

(9) 貨運速度。

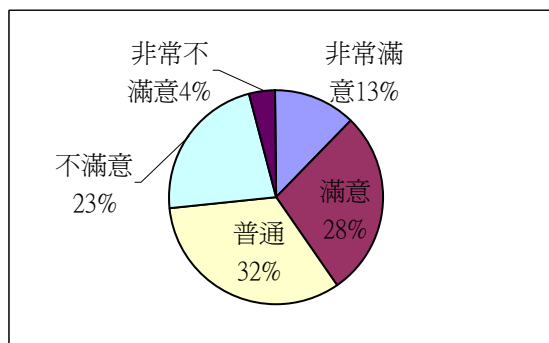


圖 13 貨運時間滿意度分析圖

由圖十三數據得知，對於此網站貨運速度滿意佔了 84%，普通則佔了 16%。

(10) 退換貨服務。



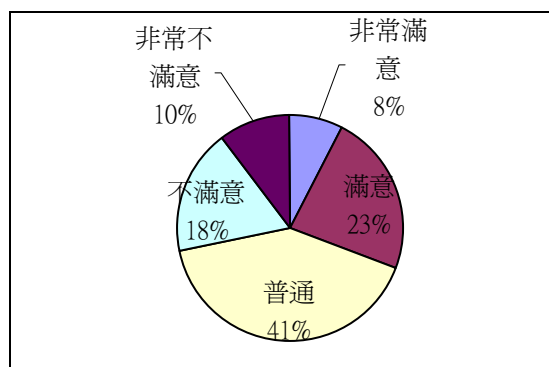


圖 14 退換貨服務滿意度分析圖

由圖十四數據得知，對於此網站的退換貨服務感到滿意的有 31%，不滿意的有 28%。

## 參●結論

### 一、結論

- (一) 消費族群大多為女性，年齡層分佈在 16~25 歲之間。
- (二) 消費者每次購買金額大多為 1000 元以下。
- (三) 同性質商品，消費者不一定會在此站購買，會與其他購物網站相比，再下手購買。
- (四) 在退換貨服務方面，不滿意的人數佔了 28%。是佔全部不滿意人數比例最高的。

### 二、建議

- (一) 同性質商品，可加強優惠折扣，使消費者更有消費意願。
- (二) 支付寄送貨物之運費費用，使消費者在退換貨服務方面滿意。

## 肆●引註資料

- 一、雅虎奇摩購物中心；[http://buy.yahoo.com.tw/help/helper.asp?p=company\\_about](http://buy.yahoo.com.tw/help/helper.asp?p=company_about)
- 二、<http://eshare.stut.edu.tw/View/83469>
- 三、<http://blog.udn.com/PCCUeMBA/5809817>
- 四、李昀叡（1998），「網際網路圖書購物公司行銷管理之研究」，元智大學資訊研究所碩士論文。
- 五、黃俊英，行銷研究--管理與技術，第五版，華泰書局，民國八十五年。