

投稿類別：商業類

實體商店潮流行，網路商店阿宅行

作者：

蔡幸娟，高英工商，資料處理科三年一班
林志河，高英工商，資料處理科三年一班
鄂柏宇，高英工商，資料處理科三年一班

指導老師：

洪宛如老師

壹●前言

一、研究動機：

現在的人都有購買的欲望，我有網路購買服飾的習慣，也有去實體店面買東西過，這個便利化時代的網路商店，一直都是我們不可或缺的好鄰居。

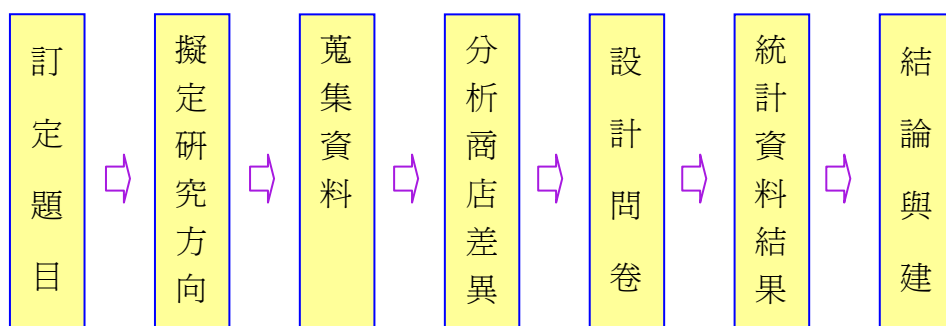
網路商店低成本，都比實體店面還要便宜，甚至推出一些特價或是免運費的商機，總是能引起喜愛網購的愛好者前來購物。

實體店面一般買東西時須親自到現場挑選，有時候停車麻煩和氣候等問題，還有可能碰到缺貨或是沒有你要的東西時，消費者的出門購買意願會逐漸下滑，但必須自己去貨比三家，不見得有網購來的便宜、划算，唯一最大的好處就是可以比較材質問題，並且買到最適合自己的服飾等。在這個便利的時代，是要躲在家裡可以不用出門亦可享受貨到付款的便利物，還是要出門親自挑選品質保障的服飾呢？這些問題會引起實體商店與網路商店互相被取代的問題嗎？而這些問題引起我們的好奇心並且加以研究？

二、研究主要目的：

- (一) 了解網購和實體店面的差異
- (二) 探討各年齡階層對於網路購物的使用程度
- (三) 客人對於選擇虛擬與實體店面的忠誠度

三、流程圖：



貳●正文

一、實體商店優點，缺點

優點

- 1.不容易受騙上當。
- 2.親自到店選購，有意願才會購買。
- 3.可以當下交易就收到商品。
- 4.服務態度比較有親切感。
- 5.解說較仔細。
- 6.如果要退貨或瑕疵不會找不到店家或店主。

缺點

- 1.店租成本支出很高。
- 2.店面地方大小都會影響商品陳設和位置。
- 3.時間地點和人潮流動量都會影響銷售數量。
- 4.有時會碰到東挑西揀的消費者，不過還是要以消費者為主。

二、網路商店優點，缺點

優點

- 1.消費者可消費時段為無時間限制。
- 2.商品多樣化無空間大小而限制。
- 3.讓消費者可以在短時間內搜尋到多項商品及價格，比價也便利。
- 4.不需負擔店面租金更可以把商品價格壓低，進而吸引消費者消費。
- 5.亦可讓消費者自行比價，不需接受推銷員強迫推銷。

缺點

- 1.轉帳或者匯款安全性，擔心受騙或者資料外流。
- 2.如果有疑問或者商品問題只能從賣家問與答中得知也無法馬上收到回覆。
- 3.商品不如預期到貨。
- 4.不方便退貨或換貨且須自付運費。
- 5.無法碰觸商品只能從介紹，或者圖片簡介和售後評價來得知商品資訊。

三、性別與主要年齡層統計

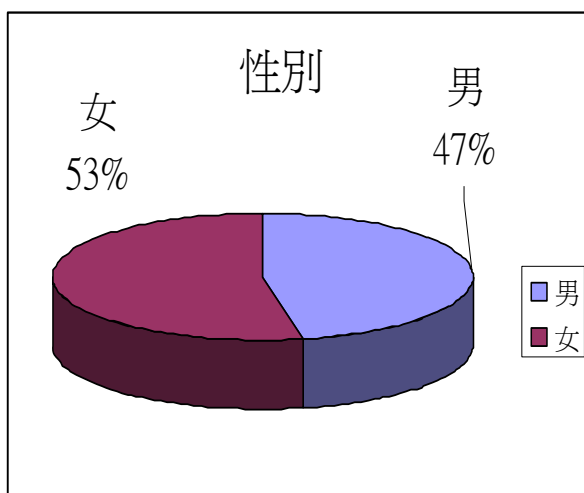


圖 1：性別統計

資料來源：問卷分析結果

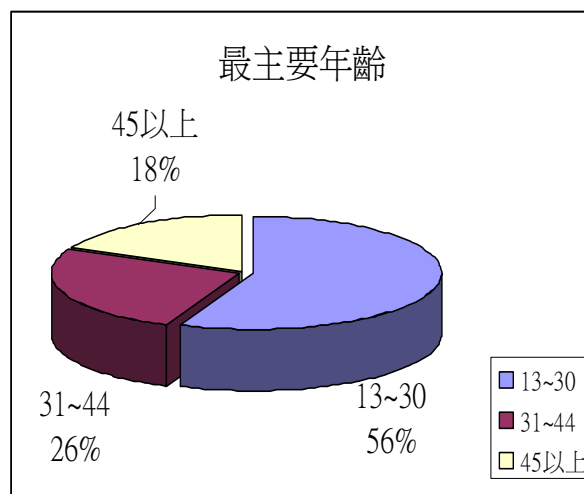


圖 2：最主要年齡層統計

資料來源：問卷分析結果

由圖 1 當中我們可以清清楚楚的得知，這次參予問卷的人，大多數都是以女性為多，女性分別為 53%，男性則為 47%。相較之下為女性居多。

由圖 2 得知，我們在最主要的年齡層為 13~30 歲為 56%，31~40 歲為 26%，和 45 歲以上為 18%相較之下為 13 歲到 30 歲的人口居多，而比較之下 15~25 歲的青少年為多。

四、是否有網路購物的經驗

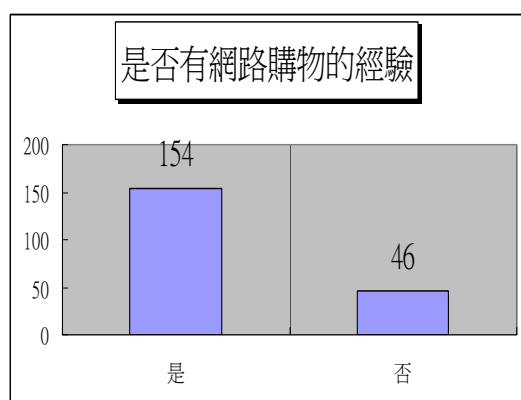


圖 3：消費者是否有網路購物的經驗

資料來原：問卷分析結果

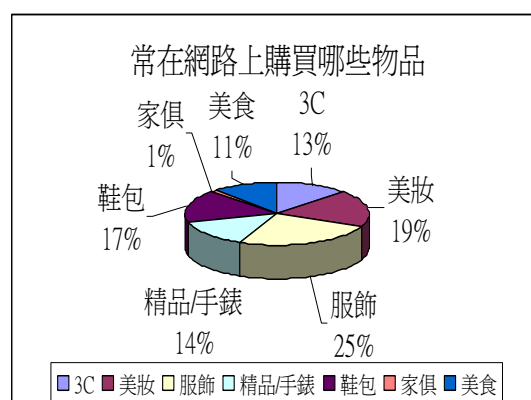


圖 4：是否有網路購物的經驗

資料來原：問卷分析結果

由圖 3 中我們可以得知現在的消費者有大多數人有網路購物的經驗，而目前我們也可以得知現在網路上有多麼的便利，也使消費者可以隨心所欲便利的取得消費資訊或者交易平台。

而透過網路上的便利，消費者只要透過廣告或者交易平台上的活動，只要滑動滑鼠，甚至看到喜愛的物品，若是經過考慮，就會買下它，例如：有些買家會上露天拍賣交易，按照自己的需求搜尋關鍵字，由圖 4 得知服飾佔了最多的百分比，服飾是必備品，所以只要看到自己喜歡的，通常都會考慮購買，而 3C、美妝、鞋包、家俱、美食、精品／手錶，這些都是生活上常用的物品，圖 4 服飾、美妝最常購買，優惠都比其他物品來得多，而且網路得知資訊非常快速，而且這些東西在實體商店沒有的物品網路商店都有而且也來的多。

五、買家喜歡在網路購物的主要原因是

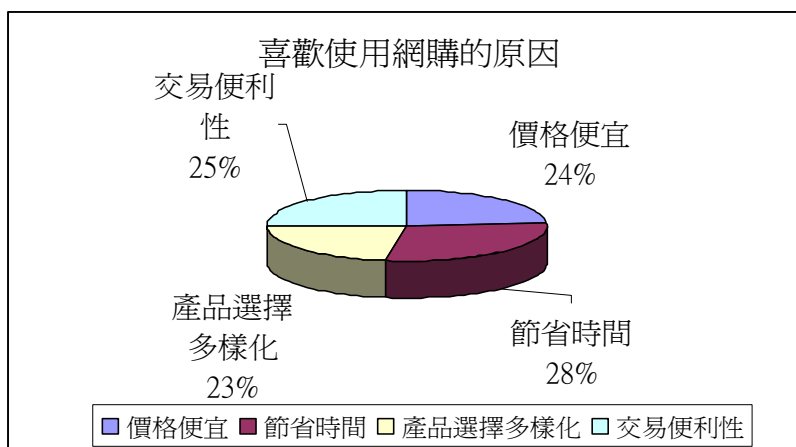


圖 5：

消費者喜歡使用網路購物原因統計表

資料來源：問卷分析

根據圖 5 可以清楚了解，各消費者喜愛網路購物原因是節省時間為多寡，網路購物雖然也有缺點，但是因為節省時間。其第二個就是交易便利性，佔比重的 25%，也就是說使用網路購物不僅不用出門，在家即可收到貨物並且享有貨到付款，再來就是使用網路購物中一定要貨比三家的重點了，就是價格便宜，網路商店因為不用成本或是店面租金或者實體店面坪數不大，也因為網路購物無需租金成本的負擔使得價格可以降到最低。其第四產品多樣化佔 23%也是統計數最低，大家都喜歡用網路購買商品的原因，其一選擇多樣化，因為實體店面坪數不大，無法將所有商品一一排列上架，或者根本沒有實體店面，而網路商店卻無需佔用空間，所以選擇的商品也就變的更多樣化更多選擇。

六、喜歡在實體店面購物的優點為何

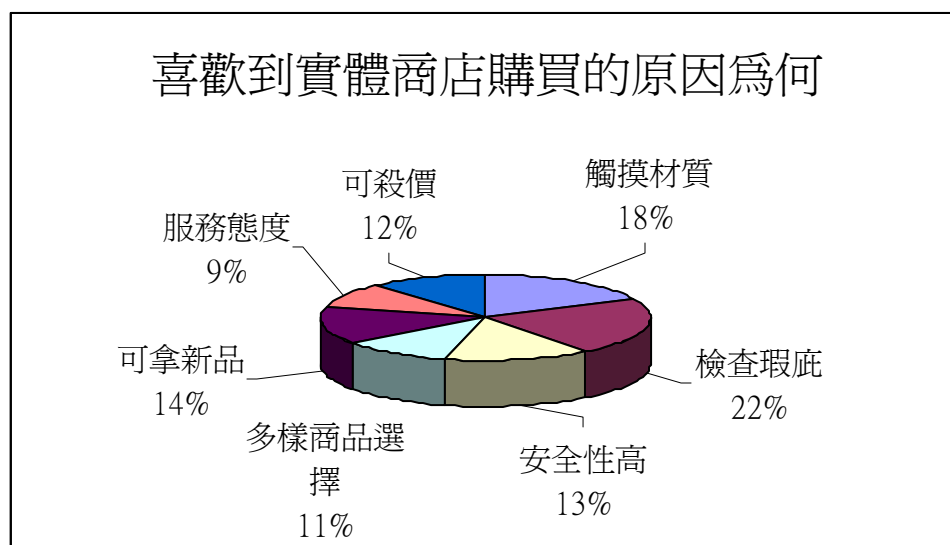


圖 6：喜歡在實體店面購物的優點為何

資料來源：問卷分析

經由圖 6，我們可以清楚得知，消費者喜歡到實體商店消費的原因為檢查瑕疵為多寡，分別佔為 22 %，能夠到花一些些許時間到實體商店買東西不管買服飾，鞋子等等為的就是要檢查有無瑕疵，例如：有些女生會特地找時間到實體商店去買服飾，鞋子等最大的好處就是可以試穿，也可以檢查有無瑕疵。其第二個就是可以觸摸材質，觸摸材質的好處就是可以分辨一分錢一分貨，因為你在網路商店是無法看到材質還有顏色的，在網路上可能會因為你的電腦或者手機或是其他原因等，會產生色差，導致你只能夠看著照片由育到底要不要購買，買了又會不會擔心不適合，觸摸材質真的是一大好處喔。其三，佔了 14%，就是可以拿到新品，除了花時間到實體商店，除了可以檢查瑕疵就是可以拿到新品囉，其第四就是安全性高，實體商店到不像是網路商店一樣有拿不到貨，或者是或是跟圖片上的不相同或者是有瑕疵等等的。到實體商店消費主要是在於安全性高，還可以有心品拿所以根本不需要擔心有風險。

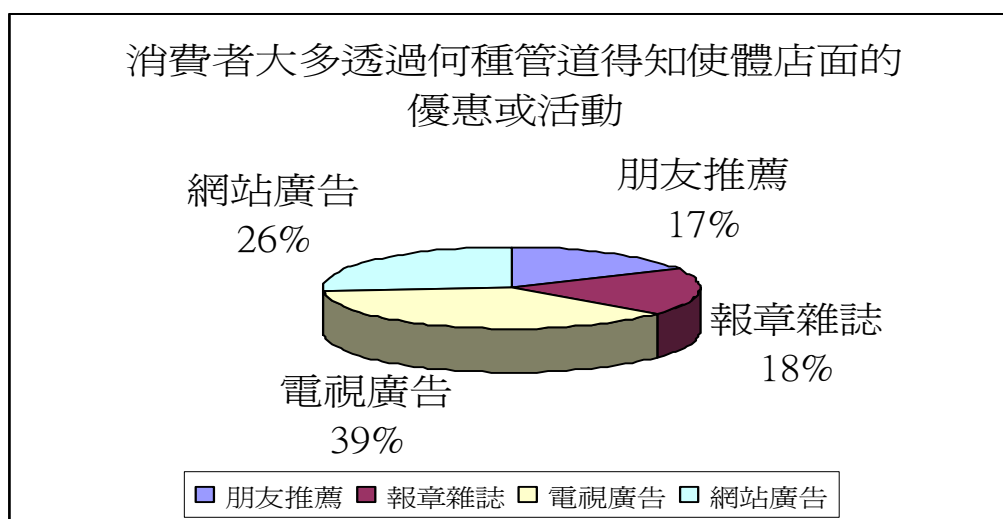


圖 7：透過何種管道得知實體店面的優惠或活動

資料來源：問卷分析

消費者大多透過哪些管道得知實體店面的優惠或活動，依據問卷分析內容消費者大部分都是以電視或者廣告來得知實體店面的優惠或活動，約 39%的消費者都是從電視廣告來得知優惠或活動的訊息，而第二個居多的就是網站廣告，約有 26%的消費者是從網站廣告發現實體店的優惠或活動，也從這裡我們可以發現在實體店面購物的人，有 26%的消費者都是網路上得知實體商店的優惠和活動，由此可見我們的生活中也是離不開網際網路的資訊。而第三個就是報章雜誌，比例大約佔了 18%，每天每天我們都會看報紙、雜誌也就是因為這樣開始有了一些業者把腦筋動到這哩，往往我們總會看到一些報章雜誌裡有夾著一些廣告 DM，所以網你也會看到一些實體店面的優惠或活動而吸引消費者購買，而第四個就是朋友推薦，佔了大約 17%，和報章雜誌懸殊不齊，往往我們在和朋友聊天時，有些話題，都是在聊實體店面的優惠或活動或是靠著朋友口耳相傳，可以得知那邊的實體店面有所謂的促銷或者優惠時，總會吸引您購買，然而位了吸引各消費者購買的欲望，不管是式電視廣告，網路廣告，或者是報章雜誌，又或者是朋友推薦以口耳相傳的方式等等，這些各方業者都是下了不少苦心。

參、結論

一、實體店面

從這專題當中，小組發現了，網路商店雖然有優點也有缺點，而網路商店擺放的商品無限可以提供消費者有更多樣化的選擇，並且相當方便比價。再來消費者更不需要直接到實體店面購買，而在家動動滑鼠即可輕鬆選購，方便又快速，符合現代大眾的需求。還有實體店面租金的問題也不須費心，因為不用租店面負擔昂貴的租金。網路世界有上網的人即是隱藏性消費者，相較之下人群廣泛不像實體店面者也有限制。更需受到店員的強力推銷，而影響自己到底是否真的需要。

但是一方面網路商品可能寄來的時候品質不如預期中的好，是因為在網路上只能靠賣家給的照片及敘述說明商品，不能摸到實際物品材質，且必須等待貨運的時間。然後購買商品的時候如果有疑問或對商品使用說明不清楚想馬上有人說明也沒辦法，因為賣家無法立即性的回覆消費者的問題、疑問。購買商品時有時也需要先轉帳但是轉帳的安全性問題買家也會擔憂，個人資料也無法保證說不會外洩，然而電腦駭客或電腦中毒資料都有可能因此外洩，所以有時會造買家接到詐騙集團的電話也說不定。

二、網路商店

消費者能夠親自到實體店面挑選，一定是有意願才會買下來，網路商店是依照賣家給的照片及敘述，但是到實體商店一定是買家摸過看過合自己的意，才會掏出荷包買下它，並且交易完後馬上取得商品，且能拿到新品，非常立即性。而且到了實體商店，因為有店員的關係，所以若不懂的問題，或者疑問，都能夠馬上就能得知回覆及解除疑問，而網路商店則是要等待時間回覆或是等網路商店的賣家回覆 E-mail，這樣如果是比較耐不住性子的消費者家可能會因此減少到網路商店消費或者是打消此次消費的念頭。

肆●引註資料

1. 行銷就是搞怪、荒木匡(2009)。寶鼎出版社。
2. 10 年後，你將找不到實體商店、麗莎·甘絲琪(2011)。時報出版。
3. 網路開店 123：砸小錢、大利潤！網路行銷好簡單、安晨好(2013)。上奇資訊。
4. 網路開店 123：實體店面網路大集客、安晨好(2011)。上奇資訊。
5. 行銷管理(第二版)、林欽榮(2010)。揚智出版社。
6. 網路行銷、駱少康(2014)。東華出版社。