

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

隨著全球網路使用人口的增加，電子商務市場漸漸開始普遍，根據(Internet World Stats)於 2010 年 9 月的統計指出，全球上網人口已達 19 億，而亞洲上網人口就達全球總上網人口的 42%。

根據資策會長期進行的「我國網際網路用戶數調查」報告中顯示，截至 2010 年 9 月底止，於台灣地區統計經常上網人口約有 1074 萬人，而在 2010 年 3 月台灣網路資訊中心調查的「台灣寬頻網路使用調查」報告中顯示其中有網路購物經驗之比例為 57.41%，表示在台灣國人上網購物的消費習慣已漸趨成型，這使得台灣電子商務的產值年年倍增。

另外，國內市場方面，根據經濟部商業司 2009 年「新網路時代電子商務發展計畫」研究顯示，台灣於 2012 年的 B2B 市場規模可達 152,253 億元，如圖 1-1 所示。

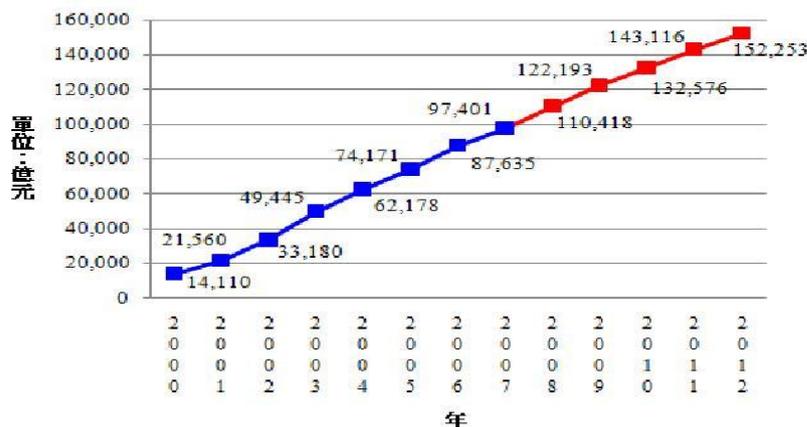


圖 1-1 台灣 B2B 電子商務交易市場規模預測

資料來源：經濟部商業司(2009)，中華民國電子商務年鑑，[線上資料]，來源：<http://gcis.nat.gov.tw/welcome.jsp>。

資策會(MIC)也表示,2010年台灣網路購物市場規模預估將達3,583億,預估至2011年台灣的網路購物市場規模可望達到4,300億元,詳細市場規模如圖1-2所示。



圖 1-2 2006~2010 年台灣 B2C&C2C 市場規模

資料來源：資策會 MIC(2010),台灣電子商務發展現況與趨勢[線上資料],來源：http://www.mgt.ncu.edu.tw/~ckfam/doc/20100414_B2C_EC_Taiwan_MIC.pdf。

由於國內近年來使用網路的人口數大量增加,在電子商務蓬勃發展的情況下,許多人透過網路開店拓展新的商機,網路創業成為許多企業或中小企業熱衷考量的因素。

根據資策會(MIC)於2010年調查台灣網路商店的經營模式中可發現,目前網路上有4成左右的店家,只經營網路商店,其次就是從實體商店跨入網路商店的店家,占整體比例約高達35.4%,就目前國內網路商店經營型態與分布如圖1-3所示:

- 一、由實體商店跨入網路商店
- 二、同時經營網路商店與實體店面
- 三、只有經營網路商店
- 四、由網路商店跨入實體商店

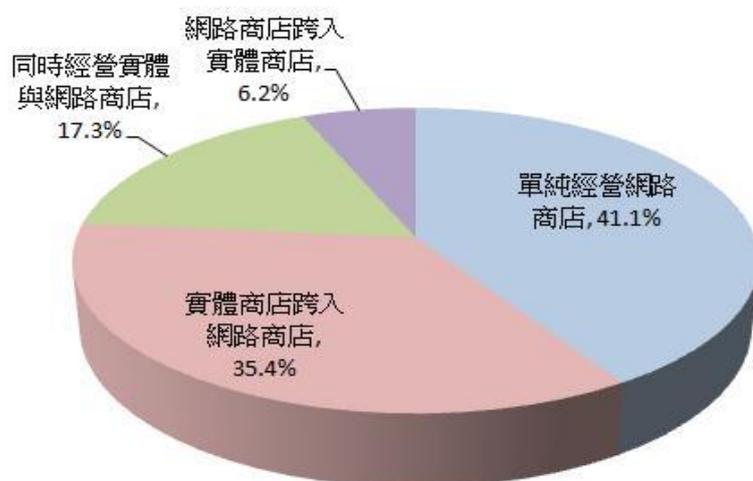


圖 1-3 台灣網路商店經營型態

資料來源：資策會 MIC(2010)，台灣電子商務發展現況與趨勢[線上資料]，來源：http://www.mgt.ncu.edu.tw/~ckfam/doc/20100414_B2C_EC_Taiwan_MIC.pdf。

由圖 1-3 可得知，約有 58% 的店家擁有網路與實體兩種店面，從上圖中可推測台灣網路商店經營型態逐漸的採取虛實整合。近年來，許多傳統零售商店紛紛選擇在網路上設置虛擬商店，因為可運用網路大量散佈訊息給消費者，即時與消費者互動，打破了時間與區域的限制。而且在網路上設置商店其成本較傳統實體店鋪租金來的便宜，除了租金成本較便宜，消費者在網路上購物也容易比較價格及搜尋商品內容，在許多開店平台還未發展成熟以前，拍賣是許多消費者上網購物的首選，但其風險如交易詐欺及商品退換貨問題等，都會讓消費者感到擔憂，而現今的開店平台其申請資格都有嚴格的限制與把關，並且在即時的訂單管理與商品的出貨狀態上，都能順利讓店家與消費者檢視訂單狀態，省去拍賣還需人工對帳的時間，因此，整個交易流程的速度提升許多。

另外，開店平台通常都擁有完整的會員管理功能，協助店家在行銷活動上發送 EDM 及電子報通知會員，並可根據流量統計分析與商品成交統計，讓店家可根據後台的分析管理工具來經營網

路商店，因此，近年來許多創業家或者中小型企業主紛紛投入網路購物市場，尋求龐大的網路商機。

第二節 研究目的

隨著在網路開店的店家數越來越多，可選擇的平台也隨之增加，許多入口網站與資訊公司紛紛推出購物商城、網路開店平台供個人或企業使用，而過去研究網路商店的相關文獻多為探討網路商店的服務品質、消費者購買意願、創業精神與經營績效等，較少提到欲在網路開店時，必須考量的關鍵因素，如：開店成本、商品上架、行銷工具、客服、交易安全機制、金物流問題等，許多傳統商家往往會被龐大的網路商機所吸引，欲在短時間內快速的在網路上開設網路商店尋求獲利，卻忽略了在網路開店需考量的問題，包括：開店的成本、促銷活動、關鍵字搜尋、人潮、金物流機制、會員管理、交易流程安全性等，因此許多商家雖然在網路開店平台開設了商店，往往訂單卻不如預期來的理想，本研究希望能藉由研究相關文獻與彙整實務上在網路開店平台遇到的問題，提供建議給平台業者以改善平台介面與功能，期望能符合開店店家之需求。

然而目前網路開店平台的種類繁多，許多開店平台提供的管理功能極為相似，藉由蒐集各個開店平台提供的管理功能與服務，可比較各開店平台的優缺點。因此，本研究目的在於如何尋求合適的開店平台以協助開店店家經營網路商店。

歸納上述本研究目的可整理為以下兩項：

- 一、提供平台業者對於開店平台之功能改善建議。
- 二、協助開店店家選擇合適的開店平台。

第三節 研究流程

本研究流程圖如圖 1-4 所示。

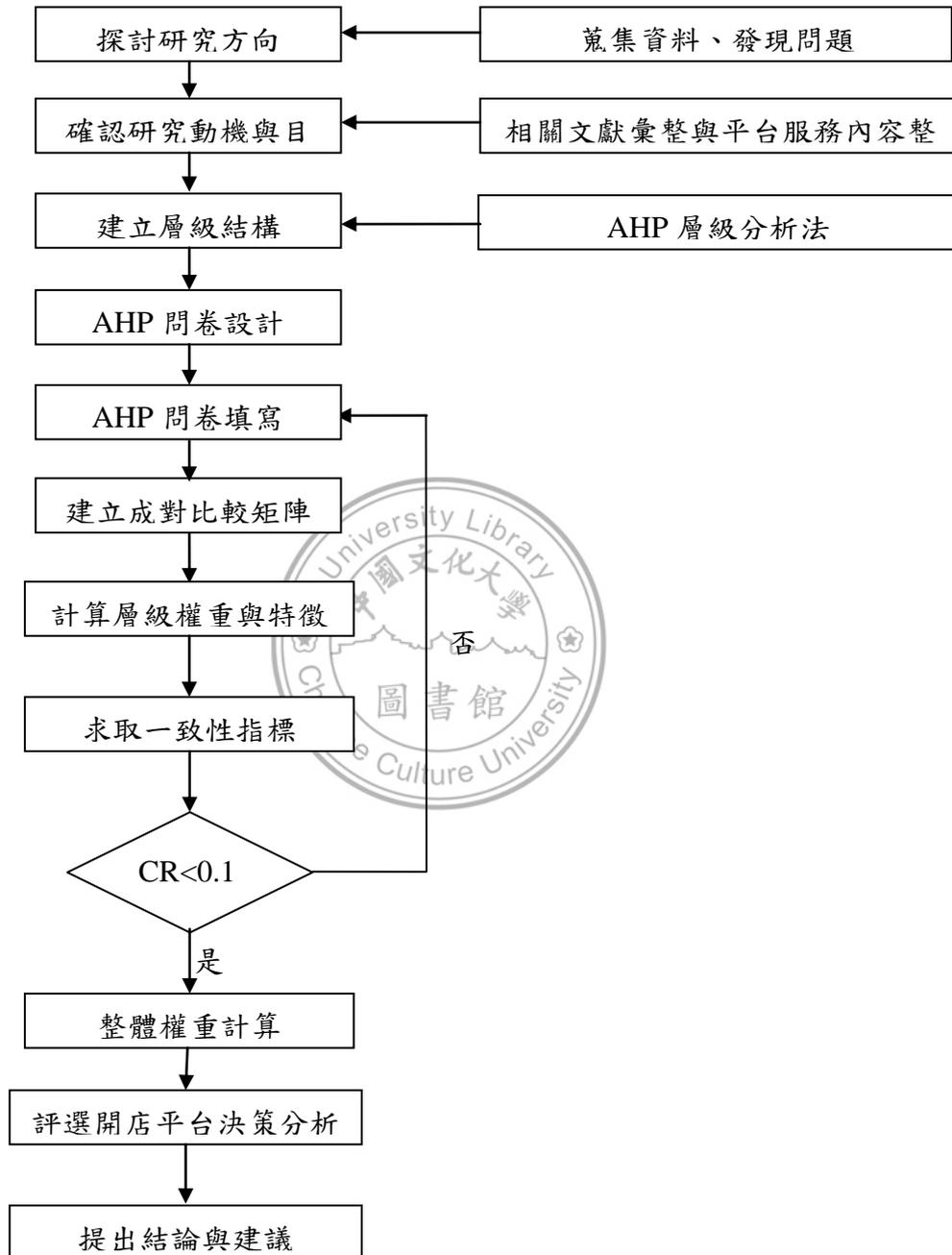


圖 1-4 本研究流程圖