

投稿類別：商業類

篇名：

PChome 購物中心與 momo 購物網影響消費者上網購物決定因素之比較

作者：

蕭宜綦。彰化縣國立北斗高級家事商業職業學校。資料處理科三年一班
蕭玉琴。彰化縣國立北斗高級家事商業職業學校。資料處理科三年一班
薛如秀。彰化縣國立北斗高級家事商業職業學校。資料處理科三年一班

指導老師：

張銘棋老師

壹、前言

一、研究動機

近年來，網路購物比例逐漸增加，其便利性以及產品多樣化、活動回饋、會員優惠、團購低價購買、介面使用方便性等等，因購物平台眾多，此研究想了解網路商店營運模式與消費者不選擇實體店面而在網路上購物之原因。

二、研究目的

吸引消費者選擇這些購物網站是因為琳琅滿目的廣告還是價格優惠又或者是個人品牌嗜好，依據前述的研究動機，本研究的具體研究目的如下：

- (一) 了解消費者選擇網路購物之原因。
- (二) 探討網路購物網站哪些優缺點會影響消費者的購買意願。

三、研究方法

整前述之研究動機，本研究以消費大眾為研究對象，為了瞭解消費大眾的想法，期望達到下列的研究目的：

- (一) 蒐集相關文獻：運用網路或圖書資料等資源來蒐集文獻。
- (二) 網路問卷調查：利用網路問卷統整消費者上網購物之原因。
- (三) 4P 理論：分析 4P，product、price、place、promotion。

四、研究流程



圖一、研究流程

貳、正文

一、PChome 購物中心

為 PChome online 旗下的集團業務，全名是網路家庭國際資訊股份有限公司，PChome 店商營運主要以 B2C 網站。

表一、B2C 網站的介紹

電子商務模式	定義	購物網站
B2C 網站	指企業在平台上提供商品或服務給消費者，而消費者也可利用平台搜尋商品。	PChome24h 購物，PChome 全球購物（銷售全球 104 個國家/地區）。

二、MOMO 購物網

富邦媒體科技股份有限公司（簡稱：MOMO 購物網、MOMO），是臺灣的一個購物網站，為富邦集團旗下電子商務子公司富邦媒體科技的主要營業項目之一。

三、顧客忠誠度

顧客忠誠度指顧客忠誠的程度，由於質量、價格、服務等諸多因素的影響，使顧客對某一企業的產品或服務產生依賴，形成偏愛並長期重覆購買該企業產品或服務的程度。

真正的顧客忠誠度是一種行為，而顧客滿意度只是一種態度，許多學者表示，忠誠的顧客將是企業競爭優勢的主要來源，因此，保有商譽及忠誠度的顧客對企業經營者來說，是相當重要的任務。

表二、顧客忠誠度

學者	定義
Jill Griffin	顧客忠誠度是指顧客出於對企業或品牌的偏好而經常性重覆購買的程度。
Jones 與 Sasser	學者認為有長期忠誠與短期忠誠兩種，而短期忠誠的顧客如果有更好的選擇時，即會離去。從學者的研究發現消費者會經由再次購買產品、購買產品的頻率、是否向親友介紹而產生顧客忠誠度。

四、4P 理論

4P 理論產生於 20 世紀 60 年代的美國，隨著營銷組合理論的提出而出現的，四大要素進行策略組合的以滿足市場需求為導向的基礎理論。

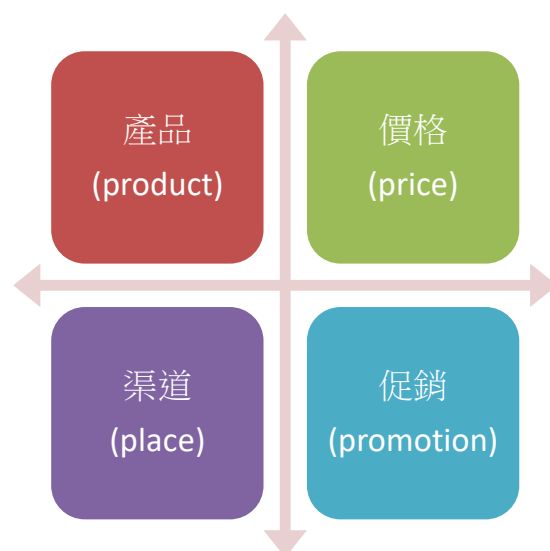
（一）產品（product）：它是有形的產品還是無形的服務，在這個產品的定位、品牌、質量如何、功能如何、如何包裝等。

PChome 購物中心與 momo 購物網影響消費者上網購物決定因素之比較

(二) 價格 (price)：怎麼定？產品或者服務的基本價格是什麼？能有多少折扣，付款條件時間的政策等等。

(三) 渠道 (place)：這個產品的倉儲條件、物流運輸等因素的考慮，就是產品到用戶手中的一系列過程。

(四) 促銷 (promotion)：鋪天蓋地的廣告轟炸，總有人會買的，像是經常有人在大街上叫你掃二維碼，吃飯的時候打卡送一盤小菜，又或是滿千免運，這些都是促銷的手法及策略。



圖二、4P 理論

表三、4P 之分析

購物網 4P	PChome 購物中心	MOMO 購物網
產品 (product)	與 MOMO 購物網比較之後，大致上都相同。	與 PChome 購物中心比較之後，我們發現只有較特別的商品旅遊卷，例如：電影票、遊樂園門票等。
價格 (price)	商品大致上價格差異不大。	
	有很明確的重量區分。 (e 小包&國際快捷，運費以中國為例：兩公斤 309TWD)	運費區分不划算。 (e 小包&國際快捷，運費以中國為例：兩公斤以內 350TWD，所以假如 1 公斤也是 350TWD)
渠道 (place)	物流中心 (海外配送可至全球 104 個國家)。	物流中心 (海外只可配送中國及台灣離島)。
促銷 (promotion)	網站版面太擁擠。	擁有專屬購物頻道。

五、便利性

(一) 取貨方式之比較

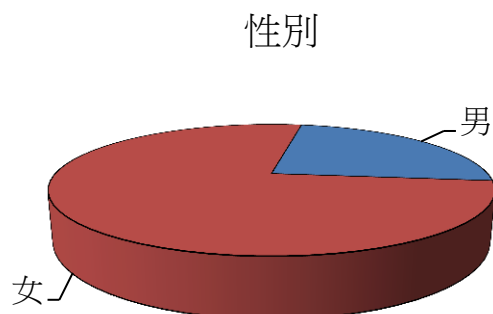
表三、收到貨品方式的介紹

	超商取貨	宅配到府
PChome 購物	只有一部分能採用超商取貨其餘只能透過 ATM 或信用卡付款。	目前此服務僅提供台北縣市、基隆市地區有 6 小時送貨服務，以及全台 24 小時送貨服務，若是較偏遠地區則僅能保證 48 小時送貨到府。
MOMO 購物網	超商取貨商品須達門檻 399 元，但不是全部商品都提供超商取貨付款。	商品及配送區域需要之因素，提供不同家廠商。(台灣宅配通、黑貓宅急便、新竹貨運、中華郵政)

六、問卷分析

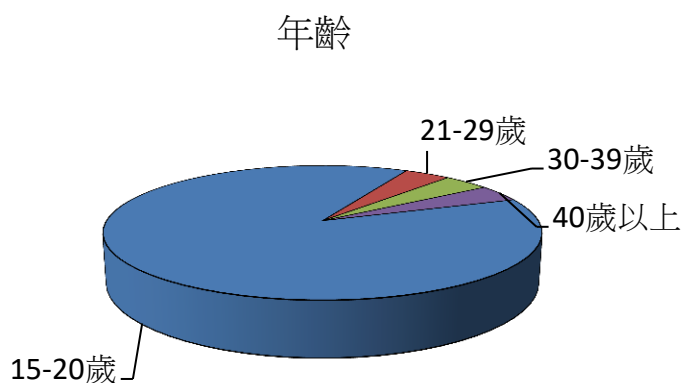
透過我們發的問卷，由於是用雲端分享問卷，填寫的人較多在 15~20 歲之間，本次問卷共發了 100 份，實際回收 50 份

(一) 分析結果



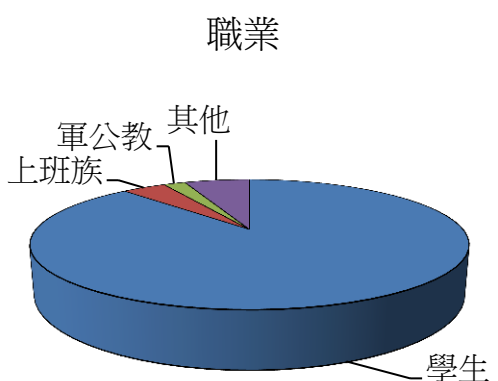
男生佔 24%，女生佔 76%，由此可知女生佔多數。

圖三、受訪者性別



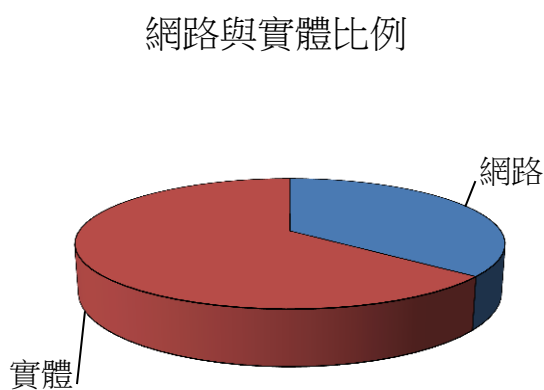
15-20 歲佔 44%，21-29 歲佔 2%，30-39 歲佔 2%，40 歲以上佔 2%，由此圖可知年輕人佔多數。

圖四、受訪者年齡



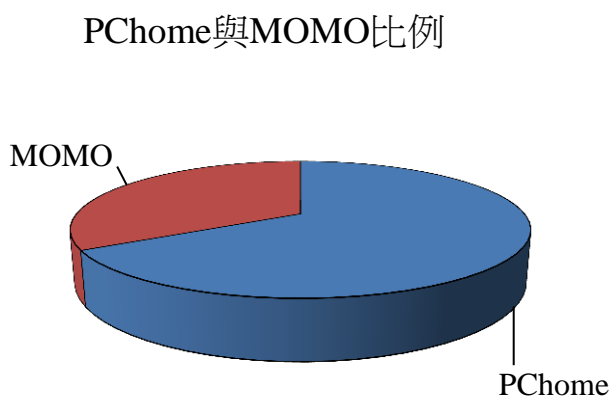
學生佔 88%，上班族佔 4%，軍公教佔 2%，其他佔 2%，由此可知學生佔超過半數，所以此分問卷多數是學生填寫。

圖五、受訪者職業



網路佔 36%，實體佔 64%，由此可知大部分的回答者比較喜歡實體店面。

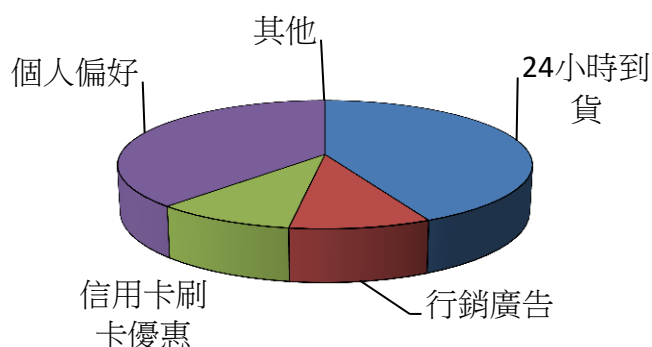
圖六、受訪者網路與實體選擇比例



PChome 佔 67%，MOMO 佔 33%，由此可知 PChome 在測試者中佔很大的比例。

圖七、受訪者 PChome 與 MOMO 選擇比例

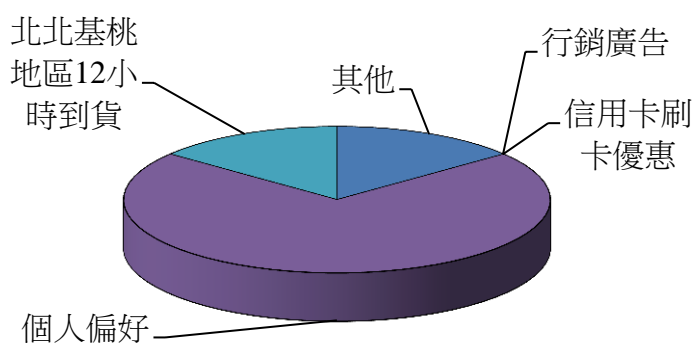
使用PChome之原因



24小時到貨佔43%，行銷廣告佔9%，信用卡刷卡優惠佔10%，個人偏好佔38%，其他佔0%，由此可知受訪者想24小時內收到商品。

圖七、受訪者 PChome 使用之原因

使用MOMO之原因



北北基桃地區12小時到貨佔14%，行銷廣告佔0%，信用卡刷卡優惠佔0%，個人偏好佔72%，其他佔14%，

圖七、受訪者 MOMO 使用之原因

參、結論

現在宅經濟發達，我們原本猜測選擇網網路購物應該占多數，但大多數人們還是選擇實體店面購買，優點是假如購買衣服，在實體店面不會有尺寸不合的問題，可直接現場試穿，所以在實體店面購物較安心，避免發生不必要得糾紛，其缺點是價格可能較網路購物高一些，或是實體店面離家遠，來回車程，不符合經濟效益，網路購物的優點是方便，在家就能購物，可選擇貨到付款或信用卡支付、銀行轉帳等等，缺點就是商品可能與照片上有些差異，容易與買家發生糾紛；而24小時到貨服務也吸引了不少消費者，由此可以發現消費者大多偏好快速到貨的服務，兩平台相較之下 PChome 的使用者較多。

Momo 購物需抵達 399 的門檻才能使用宅配服務，而且也不是所有商品都會提供超商取貨付款服務，PCHOME 則是沒有限制，版面編排上兩者都差不多，販售的商品內容也沒有太大的差異，我們發現影響消費者使用的因素中除了24小時快速到貨和信用卡優惠之外，個人

偏好也占了很大的一部分原因。MOMO 還有專屬的電視購物頻道，但在年輕族群偏好是使用電腦或手機等來購物，電視頻道較能吸引家庭主婦與年長的人去做選擇。

此研究的結果影響消費者上網購之最大因素是個人偏好及快速到貨，網路購物雖然方便但還是有部分消費者傾向於實體店面購物，經由問卷調查發現其選擇實體店面之原因是怕商品品質不如預期。

肆、引註資料

- 1、丁琴美（2015）。**專題製作-問卷調查篇-（修訂版）**。新北市：台科大。
- 2、張嘉芬（譯）（2018）。**圖解 行銷基本力**。台北市：商周出版社。
- 3、邦邦（2018）。**2018 年春節 MOMO 購物網 VS PCHOME 線上購物--24 小時到貨大 PK**。2019 年 6 月 29 日，取自 <https://bunny1711.pixnet.net/blog/post/346529020-2018年春節MOMO購物網VS PCHOME線上購物--24小時到>
- 4、夥伴行銷設計有限公司。**B2B 內容行銷的 10 個範例：優勢建議都在這**。2019 年 10 月 27 日，取自 https://blog.gogopartners.com/b2b?fbclid=IwAR3ZVThKlxsK8H9SYQD62gMZ13oD9Ty83-rAdGfMvwvNkZMC4w_dB2sV7I8

附錄：問卷內容

PChome 購物網站與 momo 購物影響消費者上網購物決定因素之比較

我們是北斗家商資料處理科的學生，希望透過這個問卷了解大家購物偏好。

1.個人資料

一、您的性別*

男 女

二、您的年齡*

15~20 歲 21~29 歲

30~40 歲 40 歲以上

三、您的職業*

學生 上班族

軍公教 其他_____

四、較喜歡在網路購物還是實體店面*

網路 實體

2.關於實體店面

一、為什麼選擇實體店面，選擇它的優缺點？

3.購物平台偏好

一、較常使用哪一個購物平台

Pchome MoMo

前往區段 5 前往區段 6

4.使用 momo 之原因

一、吸引你使用此購物平台之原因

北北基桃地區 12 小時到貨

行銷廣告

信用卡刷卡優惠

個人偏好

其他_____

5.使用 PChome 之原因

24 小時到貨

行銷廣告

信用卡刷卡優惠

個人偏好

其他_____

6.Q&A

一、以上這兩個購物網站之優缺點（請註記該網站之名稱） *