

網路菜市場的基本架構

高雄區農業改良場 鄭文吉

※本文已於2001年7月發表於農業世界雜誌215期54-59頁※

前言

自從在二月號農業世界雜誌刊出[農產品電子商務]系列報導之一「未來，已經來了～上網買菜去」後，由於想先把遠距教學的部分連載完畢，以致拖延了近半年才出了這個續集，在此向許多關心的朋友致歉。

在第一期刊出後，便有不少朋友來電詢問小弟，是否有提供電子商務的服務？希望能夠把他們的農產品掛在小弟的網站上販賣，或者前去教導他們如何建立電子商務網站等等，在此也必須說聲抱歉。因為小弟寫這些文章，是希望能提供一些關於網路行銷方面的觀念，至於技術層面實在不是三言兩語能夠說明清楚。而且，科技進步實在太快，隨時都有新的技術出現，市面上所有關於電子商務的實作書籍，可能不用一年就變成「舊書」了，因此教導技術方面其實也沒什麼意義。不如了解一些觀念，至少在大家如果真的想要請人架站賣菜時，也知道需要些什麼東西，不會被人家輕易的唬去。而小弟雖有意在網站上替農民宣傳販賣農產品，不過農委會已耗費鉅資申請專案計劃，請電腦公司設計了幾個光鮮亮麗的網站提供農友利用(如圖1)，實在也輪不到小弟這種業餘人士來說話。



圖1、農委會提供的農產品電子商務服務，包含農產品網路商城、鮮綠生活館、真情食品館及圓仔花等四個專業網站，各有不同的服務對象(看圖示就知道賣什麼了)。

但是，由這些殷切的農友來電也可以看出，現在的農友們絕非過去傳統觀念中的「憨農民」，只會傻傻的「日出而作、日落而息」。對於像資訊或網路這類新興科技的興趣和需求，現在的農友們絕不比理工方面的人士差多少。

真希望那些認為「農民怎麼會這些東西」的長官們，能夠看到這些。

閒話太多了，回到正題。本期先要為大家介紹的，是一個「網路菜市場」應該是什麼樣子。

傳統菜市場的演進

在介紹網路菜市場之前，先從傳統菜市場的演進說起，希望大家一起回憶一下，以便有個概念。

記得小時候跟媽媽去菜市場買菜，實在是很好玩的事。那些菜販幾乎都跟顧客很熟，每次買個菜都得聊上一陣子，繞上一圈之後，所有地方上的小道消息也都順便交流完畢了。而且，雖然賣同一類東西(青菜、雞、鴨、魚、肉)的都各有好幾個，但主婦會去光顧的，可能都是固定幾個死忠的對象。因為大家都很熟了，所以當你在一堆菜裡挑東檢西時，老闆除了會幫你挑，還會順便告訴你什麼菜也不錯，然後這個菜配排骨來煮很好吃，順便還指點你哪一個豬肉攤的排骨價錢比較公道等等。走的時候，還會隨手塞一把蔥給你。雖然不值幾塊錢，但總是讓人覺得很窩心。

隨著時代演進，傳統市場逐漸被生鮮超市和量販店取代。這類「現代菜市場」特色是貨色齊全，隨便一間都能提供過去整個菜市場所有販賣的東西，然而由於只要在出口處坐幾個人專門負責收錢就好了，不用在每一類貨物前面都請專人賣東西。對老闆來說，不用請那麼多人，因此人事費用可以降到最低；加上大量採購進貨的結果，使得成本也可以降低；由於各種成本都降低了，因此售價就可以跟著降低，以吸引消費者花錢購買。而傳統菜市場由於沒法像超市那樣低價促銷，在消費者愛撿便宜的競爭壓力下，自然也就逐漸消失了。

除了便宜之外，效率也是一項因素。消費者在現在的生鮮超市買東西，大概都是在入口處拿個菜籃或推車，然後沿路亂逛，看到架子上有什麼喜歡的東西，就放進推車或菜籃裡。沿路上除了偶而有一些促銷商品會有人叫賣推銷之外，很少有人會管你買了些什麼。等你逛完一圈到出口處結帳，付了錢就可以走人了。除非你主動找人問，否則也不會有人跟你多說一句話。

當然，這樣雖然很有效率，但「人情味」也跟著降低了。各種商西的價錢標示得清清楚楚，少一毛錢也不行；在店裡，從頭到尾只有你自己逛，就算想跟收帳小姐多哈拉兩句，人家也不會理你，就算多聊了幾句話，搞不好還會被後面排隊的人罵。如果今天晚上你想煮碗豬肝湯來吃，到生鮮超市買了一塊豬肝後，還缺兩根青蔥和一小塊薑來入味。這時你除了乖乖的再買一整把青蔥和

一盒薑之外，大概很難期望出口處的收帳小姐，會偷塞兩根青蔥或切一小塊薑給你吧？

因此，雖然同樣是賣蔬菜水果雞鴨魚肉，傳統菜市場和現代化生鮮超市卻可以說是兩種截然不同的營運方式。傳統市場對顧客的服務較好，能夠提供較多的相關資訊，套句專業用語，就是「客服較佳」。但由於個別攤位都需要有人看守，因此跟同樣規模的生鮮超市相比，傳統市場就需要更多的人力，因此成本提高。而生鮮超市雖然規模較大，成本較低，所需人力較少，且因大量進貨使售價比較便宜。但由於顧客必須自己找尋需要的東西，沒有人跟在顧客旁邊隨時介紹各種相關資訊，因而對客戶的服務沒有傳統市場那麼好。

雖然，現在許多的生鮮超市也經常舉辦像特價商品、限時搶購或集點回饋之類的促銷活動，以吸引人潮及提高顧客購買慾望，但這些都是針對所有客戶而進行的活動，很少能做到像傳統市場那樣針對個別的顧客提供「量身定做」的服務。因為要提供這樣的服務，勢必需要僱用更多的員工，這樣一來就會使得經營成本提高。因此，營運成本和客戶服務，就成了超市老闆難以兼顧的課題。每個老闆都會想，如果能將傳統菜市場與現代超市這兩種經營方式的優點結合起來，以最少的人力而提供最完善的服務，那該有多理想？

網路菜市場的基本架構

介紹完現實生活中的菜市場後，現在，讓我們再看看一個所謂的「網路菜市場」應該有哪些基本架構？

首先，要稱之為「網路菜市場」，可不是架個全球資訊網站，將宣傳海報擺上去就算了。而是必須像現實生活中的菜市場一樣具有營運的能力。因此，至少得具有下面幾個基本功能：

1. 展示攤位：

不管是傳統菜市場或是現代生鮮超市，基本上都是由許多擺滿各式各樣貨品的攤位構成的，這些攤位除了陳列貨物之外，也標示他們的名稱、價錢等等基本資料。然而，當我們要在網路上設置「攤位」時，除了這些基本資料外，由於顧客並不能實際接觸到貨品本身，因此不僅要放上貨物的照片，還必須利用文字介紹的方式來吸引顧客購買。這樣的展示方式，很像超市印出來做廣告的產品目錄，稱之為「電子型錄」。

與產品廣告傳單不同的是，印廣告傳單是需要印刷、紙張等等成本的，因此無法隨時更新，一般來說頂多一個月印一次「每月特價商品」之類的促銷傳單而已。然而電子商務網站的電子型錄則隨時都可以更新，顧客看到的，永遠都是最新的目錄。而且也必需隨時更新，因為顧客必須依照這個資料來買東西，這個電子型錄就等於商店本身，因此不能再說「實際售價以現場標示為準」了。

此外，現實世界的攤位受到空間的限制，並不能擺放太多種類與數量的貨物。但網路商店的攤位則不然，商店基本架構完成後，要擺放多少貨物與攤位並沒有限制。只是要注意分類清楚，以免因為貨物種類太多，使顧客不知從何

找起，甚至找不到想要的東西，影響業績。因此電子型錄的設計，就必須能讓顧客很快就能找到想買的東西。

2. 宣傳：

新開了一家店，總得宣傳一下讓人家知道；最近有什麼優惠商品、促銷活動等等，也必須廣為宣傳才能得到效果。然而做宣傳是要花大筆經費的，在電視、報章媒體登廣告固然要錢，就算自己印傳單發送，也需要印刷、紙張及分送傳單等等開銷。

對網路商店來說，由於網路本身就具有媒體傳播的效果，張貼在全球資訊網站的資料，理論上都可以讓全國甚至全世界的使用者看到，而且不用花多少宣傳費用。只是，最重要的是，要如何將顧客吸引到你的網路商店來，否則再多的廣告都是沒用的。



圖2. 搜主意網路書店的進站畫面，除基本的館藏分類指引外，也充滿各種新書訊息介紹，讓人隨時得知最新訊息。

3. 購物車或菜籃：

當我們到超市買東西時，通常都會先在入口處拿個購物推車或菜籃，然後沿路亂逛，看到架子上有什麼喜歡的東西，就放進推車或菜籃裡，最後才到出口處結帳。

同樣的，網路商店的設計也必須如此。電子型錄除了提供產品介紹外，也必須同時具有購物車的功能，讓顧客在瀏覽目錄時，就能立刻將喜歡的貨物及數量勾選起來。而且顧客還可以隨時檢查購物車裡裝了什麼東西，花了多少錢。如果有不滿意的，還可以馬上勾選不要。等到最後確定要結帳了，就由電腦自行彙整做成購物單，進行下一步訂貨、繳款的動作。否則，總不能請顧客先抄下貨物的編號，最後再請人家填一張購物單一起購買吧？真的這麼麻煩的話，顧客早就跑光了。



圖3. 鮮綠生活館網站的購物方式。畫面顯示蘋果健康醋的相關資料和售價，點選右下方的購物車，即可加入購物清單之中。

4. 店員：

不知各位是否也有這種感覺？當我們進入超市或百貨公司之類的賣場時，如果從頭到尾都沒有半個人理我們，可能會覺得不受重視；但若這些店員一直跟在旁邊嘮嘮叨叨，我們又會覺得很煩。最好這些人都跟隱形人一樣，讓我們逛攤位時可以自己看自己的，不覺得身旁有人；但如果需要詢問問題時，馬上就有人出現回答。

這樣理想的店員現實生活中可能不太好找，但對網路商店來說，利用電腦程式卻可以做出這樣的服務。前面提過，所謂網路商店基本上就是一本電子型錄，當顧客進入網站翻閱型錄時，可能感覺上只有他一個人在商店裡，但其實他的一舉一動都受到電腦程式的監控。一個理想的網路商店系統，可以針對個別顧客紀錄他的行為模式，例如他常買那些東西，常逛哪幾個攤位等等，然後就可以依照他的習慣提供不同的訊息，例如他可能會有興趣的促銷商品廣告、一般人買這個東西時通常順便還會買哪些東西等等。這樣「量身定做」的服務，又稱為「客製化」服務。

而且，這樣的理想店員，可以隨時跟在每個顧客身旁提供客製化服務，不管店裡有三個顧客或三千個顧客，都能應付自如，而不需要聘請三千個店員，大大節省了人事開銷。

Soidea Shopping Cart

書名/商品名	數量	定價	優惠價	小計	取消	庫存
會計資訊系統	1	490	441	441	<input type="checkbox"/>	N
知識管理	1	300	270	270	<input type="checkbox"/>	Y

選購商品總計《尚未含運費》711 [更改](#)

·更改購買數目：您可以直接鍵入購買數量再按 [更改](#)

·取消訂單：勾選取消鍵，再按 [更改](#)

同樣選購您購物車中商品「知識管理」的顧客，還會再選購下列商品

▶ **魅力公開**

作者：方蘭生/
定價：230
會員價：207
· 詳情內容..... [W](#)

▶ 知識管理實務應用 [W](#)

▶ 複雜:走在秩序與混沌邊緣 [W](#)

▶ 幹嘛學數學 [W](#)

▶ 人力資源管理 [W](#)

▶ 實用QC手法應用手冊(一套) [W](#)

·如果您未立刻結帳，搜主義將為您保留購物車的清單（長達90天），直到您下一次的光臨。

圖4. 搜主意網路書店的購物清單。我買了兩本書，系統自動顯示跟我一樣買「知識管理」這本書的人通常另外買哪幾本書，看看我要不要順便買一買。

5. 收帳員：

前面所提的幾項，通常網路商店都能做得比現實商店好，但經營網路商店還是有幾項不易克服的問題。

首先，「如何收錢」就是一大難題。在現實商店買東西，只要把錢交給店員就行了。但在網路商店裡，由於我們實際上是坐在家裡，並沒有真的到商店裡去，因此也不可能直接拿錢給人家。比較可行的方式大概是刷信用卡或利用郵政劃撥匯錢，然而由於買賣雙方都沒有見過面，要顧客先把錢匯過去，可能會擔心不知會不會收不到東西；但要商店先送貨過去再收錢，又擔心會不會東西送了卻領不到錢。但買賣雙方都擔心的話，生意就很難做下去了。

解決之道，就是透過安全認證機制，使得商店的買賣資訊可以受顧客信賴，而顧客填寫的資料也有公信力，雙方都不會找不到人或不認帳。顧客確定收得到貨、而商店確定收得到錢，生意才做得下去。

6. 送貨員：

經營網路商店另一個難題是，如何將貨品送到顧客手裡。在現實世界的生鮮超市中，由於顧客本身已經到超市裡來了，所買的東西自然就由顧客自己帶回去就行了。但網路商店的顧客其實本身並未出門，因此貨物必須由業者運送到顧客家裡。如果我們賣的是可以數位化的東西，例如電腦軟體、流行音樂等等，只要透過網路傳送過去就行了。但一般實體的東西可沒辦法這樣送貨，必須要經由交通工具運輸才行。

因此，如果我們有意開設網路菜市場，就必須將運輸成本也考慮進去。因

為網路無遠弗屆，進入網路菜市場的人可能來自天涯海角，是否需要自行送貨，或者委託送貨公司代為寄送；農產品來源是哪裡，要由農友從產地直送嗎？還是另外派專人取貨再送去等等，這些都是必須事先考慮的問題。如果沒辦法把貨品由生產者送到消費者手裡，網站做得再漂亮、功能再完善，都是沒有意義的。

7. 申訴中心：

一間商店除了賣東西外，也必須要能提供售後服務，例如退貨、疑難解答及相關資訊詢問等等，因此必須設有專人提供這些服務。一個原本因為拿到瑕疵品而不滿的顧客，如果能得到良好的處理，通常都會繼續來光顧；反之，如果對這種狀況處理得不好，不但這個顧客會跑掉，搞不好還會跟親朋好友到處宣傳，讓企業形象受損，以後生意就更難做了。因此不論設立生鮮超市或網路菜市場，建立良好的申訴管道都是非常重要的。

8. 資訊中心：

由於網路商店的買賣雙方實際並沒有碰面，因此要在網路上進行交易，就同時牽涉到物流(如何送貨)和金流(如何收錢)如何透過網路進行的問題，這些資訊也就是所謂的資訊流。

所以，設立一個網路菜市場，需要資訊化的不只門市銷售部門，其他如內部的財務、會計、運輸、客服中心等，甚至連供應農產品的農民、運輸貨物的貨運公司等等，也都必須透過網路緊密結合，才能真正發揮功效。

因此一間能成功營運的網路菜市場，背後必須有一個強有力的資訊中心設立全自動化的系統軟體，而不是花錢找電腦公司架個網站廣告，請個小姐來收取網路訂單，再打電話聯繫相關的上下游業者就行了。這樣若生意不多還沒關係，若是生意源源而來，絕對會應接不暇的。

結語

許多人往往以為，只要架個網站，把他們的產品介紹擺上去，讓人家可以在網路上看到他們的產品和售價，這樣就算是網路商店了。其實，從上述的基本要件可以看出，這樣頂多只是網路商店中的「廣告」部分而已。一個能夠正常營運的網路商店，至少必須要能夠像現實商店那樣，提供顧客透過網路來進行交易，讓人坐在家裡就能買到東西，而要做到這樣的服務，就會牽涉到許多亟待解決的問題。

以上大致介紹了設立一個網路菜市場應該具有的幾項基本要件，以後將陸續深入探討各種再進行電子商務時可能遇到的相關問題及應用，敬請期待。