



致理科技大學

商務科技管理系 實務專題報告



「GO GO BUY」-好好買

指導老師：沈介文

學生：游雅惠 (10933204)

李孟恩 (10933208)

王修芸 (10933217)

藍瑩芯 (10933234)

中華民國 112 年 12 月

致理科技大學

商務科技管理系 實務專題報告

「GO GO BUY」—好好買

學生：游雅惠（10933204）

李孟恩（10933208）

王修芸（10933217）

藍瑩芯（10933234）

本成果報告書經審查及口試合格特此證明

指導老師（親簽）：_____

中華民國 112 年 12 月

CTM 實務專題研究授權書

本授權書所授權之實務專題研究為__李孟恩、游雅惠、王修芸、藍瑩芯____
共 __4__ 人，

在致理科技大學商務科技管理系__112__學年度第__1__學期完成商管實務
專題。

商管實務專題名稱：_____「GO GO BUY」- 好好買_____

同意 不同意 本組同學共 __4__ 人，皆同意著作財產權之論文全文資
料，授予

教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方
法重製，或為上述目的在授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人
以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬
性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上
述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名(親筆正楷)：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

中華民國 112 年 12 月 18 日

誌 謝

首先感謝致理科技大學，提供良好的環境、豐富的學識資訊、優秀的師資，以及優良的硬體設備供我們使用，讓我們學習不落人後，讓我們贏在起跑點，謹此致上最誠摯的謝意。

感謝系上的所有老師在這四年來的教導，不僅傳授我們學術上的知識，輔導我們考取證照，並將在職場上的經驗與我們分享，使我們瞭解社會上的為人或處事態度，不再對職場一無所知；在未來，工作職涯上受益匪淺。

系上所開的專業課程，讓我們能學習到更多的專業技能和瞭解最新的資訊，所以在課業上或者是學習態度上我們都受益良多；系上非常用心，定期舉辦演講，邀請企業界人士來為我們演講，讓我們吸收更多經驗和資訊，也舉辦校友座談會，請學長姐分享職場經驗，為即將踏入職場的我們，事先做好功課，也補充自己所學的不足，謹此致上最誠摯的謝意。

感謝指導老師無私奉獻的精神，將其豐富的學識與知識傾囊相授，並且很有耐心的從旁協助指導我們解決所有的問題，也竭盡所能的將最好的資源提供給我們使用以及將最新的資訊與我們分享，也因為這樣使我們在做專題的過程當中能無後顧之憂，順利的完成專題。

為期一年的專題給了我們一個磨練的機會，讓我們到業界工作前有做專案的經驗。專題雖然被視為畢業的一大必修門檻且歷程艱辛，但卻也給了我們一次難得的經驗。

本文承蒙指導老師沈介文老師之悉心指導、指正引導，始能順利完成，謹此致上最誠摯的謝意。

摘要

隨著近代經濟、科技、醫療的進步，人們的生活日漸完善，平均壽命相對延長許多，隨之而來的高齡化現象不但是社會發展的趨勢，同時也是商業市場的新目標，根據聯合國人口統計，當 65 歲以上人口超過總人口數 7%，即為「高齡化社會」，達到 14%是「高齡社會」，若達 20%則稱為「超高齡社會」。依內政部統計，我國老年人口占總人口比率自 107 年 3 月底跨越 14%「高齡社會」門檻後，今年(108 年)6 月底占比持續提高至 14.9%。根據國家發展委員會推估，預計 115 年我國老年人口比率將超過 20%，邁入「超高齡社會」。

因應高齡化社會現象，陸續有科技業者為熟齡長者設計專屬的智慧手機、平板電腦抑或是為銀髮族群所做的專屬網站頁面，同時也為已接近飽和的智慧產品市場開創新的可能。本研究透過分析熟齡銀網族的行為及數位需求，可得知透過科技時代的發展，能夠更多元地接近這群長者，並從另外一個角度思考，銀髮族長者所需要的不只是科技產品的創新，而是透過生活情境，且在結合科技之前提下，同時考量符合銀髮長者的思維設計。打造一款適合銀髮族群的購物 APP，頁面簡潔明瞭，且字體因應年長者需求特別放大，本網站親自審核廠商，免除年長者購物受騙的風險，無論何時何地打開此 APP，動動手指就可以在這個平台上輕鬆下單。滿足需求後，將繼續推廣，使更多銀髮族群也想繼續使用這款 APP，便可製造更多的商機。

關鍵字：高齡化社會、人口轉變、智慧產品市場、購物

目 錄

| | |
|---------------------|----|
| 誌 謝..... | iv |
| 摘 要..... | i |
| 目 錄..... | ii |
| 圖 目 錄..... | iv |
| 表 目 錄..... | v |
| 第一章 緒論 | 1 |
| 第一節 研究動機..... | 1 |
| 第二節 研究目的..... | 2 |
| 第二章 文獻探討 | 3 |
| 第一節 網路購物..... | 3 |
| 第二節 銀髮族群的消費行為..... | 4 |
| 第三節 網路市場中的消費型態..... | 6 |
| 第四節 消費者的購買決策過程..... | 7 |
| 第五節 價格對購買意願的影響..... | 7 |
| 第三章 研究方法..... | 9 |
| 第一節 系統概述..... | 9 |
| 第二節 系統架構..... | 9 |
| 第三節 功能模組流程圖 | 10 |
| 第四節 研究步驟..... | 11 |
| 第四章 產品與服務內容 | 14 |
| 第一節 系統說明..... | 14 |
| 第二節 畫面詳細說明 | 15 |
| 第三節 營運模式..... | 19 |

| | | |
|------------|-------------------------|----|
| 第五章 | 市場環境與競爭分析 | 20 |
| 第一節 | 競爭者情報分析 | 20 |
| 第二節 | 行銷策略分析(STP、商業九宮格)..... | 20 |
| 第三節 | 外部環境分析（PEST、五力分析） | 22 |
| 第四節 | 消費者情報分析 | 24 |
| 第五節 | 行銷 7P..... | 28 |
| 第六節 | 財務規劃..... | 31 |
| 第六章 | 研究結論與建議 | 34 |
| 第一節 | 研究結果..... | 34 |
| 第二節 | 學術與義務意涵 | 35 |
| 參考文獻..... | | 37 |
| 中文文獻 | | 37 |

圖 目 錄

| | |
|----------------------------|----|
| 圖 1 價格交互影響之模式 | 8 |
| 圖 2 系統架構圖 | 9 |
| 圖 3 功能模組流程圖..... | 10 |
| 圖 4 「GO GO BUY」系統架構圖 | 14 |
| 圖 5 五力分析表 | 24 |

表 目 錄

| | |
|------------------------|----|
| 表 1 平台詳細介面表..... | 15 |
| 表 2 與市面上各大購物平台比較表..... | 20 |
| 表 3 市場區隔表..... | 21 |
| 表 4 商業九宮格..... | 22 |
| 表 5 PEST 分析表..... | 23 |
| 表 6 SWOT 分析表..... | 25 |
| 表 7 問卷分析結果-年齡/意願..... | 27 |
| 表 8 問卷分析結果-影響..... | 27 |
| 表 9 問卷分析結果-推廣..... | 28 |
| 表 10 營收預估表..... | 31 |
| 表 11 營運預算表..... | 32 |
| 表 12 預估損益表..... | 32 |