

摘要

農產品正在進入網路市場突破以往銷售模式，針對家庭提供客製化農產品的電子商務平台蔬果網如雨後春筍般出現，所需蔬果以及生鮮農產品能夠宅配到府，為使用者節省許多時間，同時為台灣小農增加一突破以往由盤商大量收購且避免被剝削的銷售管道。加上近年來食品安全問題層出不窮，一般大眾對於食品安全存有疑慮以及因應節能減碳蔬食趨勢盛行，越來越多人注重健康養生，外食主義者慢慢改變習慣選擇在家自行下廚，配合提供有機無毒的生鮮屬果以及提供宅配到府服務的蔬果網在這樣的趨勢下蓬勃發展。

本研究目的了解蔬果網的經營模式、一般大眾對選擇蔬果網的重視因子以及消費者對使用蔬果網後的滿意程度，在研究方法上，設計問卷進行市場調查，對象為一般大眾，以便利抽樣的方式進行問卷發放，並透過敘述統計分析，了解一般大眾與消費者對於蔬果網的重視因子以及期待，特別針對消費者進行滿意程度調查，整體得知消費大眾對此產業的重視與滿意度。另外，將十二家蔬果網業者分為四種經營形態下，選擇四種經營型態下流量排名最高的蔬果網透過訪談後，利用經營模式九宮格分析得知四種經營型態的優缺點，加以彙整蔬果網存在的優勢、劣勢、機會及威脅，整合整體蔬果網的供給面以及需求面，達到研究目的並提供蔬果網業者營運之建議，使蔬果網業者能依自身經營型態下所擁有之條件提供更符合市場需求的產品及服務，並得以改變一般大眾購買農產品的習慣，擴大消費客層，維護顧客關係建立消費者之忠誠度。

關鍵字：蔬果網、農產品、經營模式、電子商務。

Key Words: Fruits And Vegetables Network, Agricultural Product,
Business Model, Electronic commerce