

性別於網路購物之行爲差異比較

篇名：

性別於網路購物之行爲差異比較

姓名：

金美瑩。高雄私立樹德家商。高三 2 班

王佐華。高雄私立樹德家商。高三 2 班

黃琪毓。高雄私立樹德家商。高三 2 班

指導老師：

鄧朱雅 老師

壹●前言

隨著網際網路的普及，帶動一股網路購物的風潮，而網路購物的活絡正持續的加溫，然而便利性的提高，以及部分商品售價相對於實體通路便宜，加上商品種類多樣化與流行性，更是吸引年青族群的青睞。

以年青族群中的高中生為例，尚在求學階段，並無固定的工作，若是無法在這波網路購物旋風中有所節制，可能會發生很多不當的後果，而男女生在網路購物之行爲有何差異，是本研究探討的主題。

貳●正文

一、網路購物的興起

(一) 什麼是網路購物？

透過各種電腦網路，達成銷售和購買資訊、產品、服務等商業行爲，因應企業組織及商業需求，達到降低成本、增進商品及服務品質、加強服務效率等目的；簡單來說，把商業活動放到網路上來進行，透過電腦與網路來完成商品交易的過程，而產品可以是資訊或實際物品，交易可以是完全或者部份透過網路來進行。換句話說，『消費者透過電腦網路，進入網路上之電子商店，瀏覽商品並購買商品，稱之爲「線上購物」。』(註一)

(二) 網路購物之優缺點

1. 優點

A. 不受時間、地點限制

網際網路提供 24 小時的消費環境，消費者可以在任何時間、任何地點進行消費。

B. 不受廣告及銷售人員的影響

『在網際網路上，不同於傳統的行銷，消費者不會接受到傳統電視廣告，更沒有接觸銷售人員，因此，並不受廣告及銷售人員的影響。』(註二)

2. 缺點

A.賣家的信用問題

有些網路購物採用先付款後取貨的方式，但我們並不知道賣家的信用如何，所以可能會碰到不好的賣家，使我們付了錢卻沒收到商品。

B.商品真實性不明確

『透過網路，消費者無法真正看到實品，等到收到商品後，常常發現與想像不符，衍生出不少爭議。』(註三)

二、網路購物的消費行爲

現在網路的便利產生了網路購物，讓更多生活時間充滿忙碌卻想要消費的人有足夠的空間，上班族下班後總是感覺一身疲憊，假日也不想出門卻積極的想要滿足自己的購買慾時，網路購物就是很好的平台。它提供我們不用出門也能在家消費的便利，還可以宅配到府，讓許多上班族可以節省更多的時間。

對於年青族群更是好的選擇，網路購物提供多種商品類別，讓不管是男生或是女生都有足夠選擇自己喜愛的商品。過季商品、特價商品或是剛上市的新貨都會給予在網路購物的消費者很好的回饋以及折扣，這是給現在零用錢少、購買慾卻很大的年青族群一個很大的市場，不僅方便、選擇性多，還提供貨到付款的消費。

至於家庭主婦較常忙於家裡更沒有時間出門消費，這時網路購物也可以提供任何的商品型態，讓忙於家中的女性們也可以享受消費的權利，就算只是在家裡還是可以一次瀏覽到多種商品，再去選擇自己的需求，網路購物的方便性其實是不容小看的，不管是男性女性都很容易去接納這樣方便性的購物網站，也能夠去接受這樣的消費及提供的服務。

三、問卷調查

問卷調查主要對象：樹德家商綜合高中高三商經學程學生

高中生網路購物行為之調查

請問您的性別：男 女

1.最常在哪個網站進行購物?

奇摩 PChome ebay 博客來 其它_____

2.最常在網路購買的類型?

性別於網路購物之行為差異比較

服飾 包包 鞋子 書籍 3C 用品 其它_____

3.會在網路上購買的原因?

朋友推薦 被煽動的 比較方便 價格較便宜 其它_____

4.多久一次網路購物?

一個禮拜 一個月 半年 一年 其它__

5.購買商品的金錢來源?

零用錢 跟父母拿 打工 其它_____

6.購買金額大約在?

500 以內 500~1000 1000~3000 3000~10000 10000 以上

7.購買後的付款方式?

劃撥 ATM 轉帳 貨到付款 其它

8.購買後的取貨方式?

超商取貨 面交 宅配 其它_____

表 1

四、問卷調查結果分析

(一)男女性網路購物趨向

1.最常在哪個網站進行購物?	奇摩	Pchome	ebay	博客來	其它	
男	67%	8%	17%	0%	8%	
女	77%	0%	0%	13%	10%	
2.最常購買的商品類型?	服飾	包包	鞋子	書籍	3C 用品	其它
男	17%	25%	25%	33%	0%	0%
女	37%	20%	20%	7%	17%	0%
3.在網路上購買的原因?	朋友推薦	被煽動的	比較方便	價格較便宜		
男	17%	8%	58%	17%		
女	33%	0%	40%	30%		
4.多久一次網路購物?	一個禮拜	一個月	半年	一年	其它	
男	0%	33%	33%	8%	25%	
女	3%	20%	30%	33%	13%	

5.購買商品的金錢來源？	零用錢	跟父母拿	打工	其它	
男	33%	8%	33%	25%	0%
女	80%	17%	0%	3%	
6.購買商品的金額大約在？	500 以內	500~1000	1000~3000	3000~10000	10000 以上
男	8%	42%	25%	17%	8%
女	60%	33%	3%	3%	0%
7.購買商品的付款方式？	劃撥	ATM 轉帳	貨到付款	其它	
男	8%	25%	42%	25%	
女	13%	7%	77%	3%	
8.購買後的取貨方式？	超商取貨	面交	宅配		
男	33%	25%	42%		
女	80%	3%	17%		

表 2

1. 從「**最常在哪個網站進行購物**」題項得知，男女生最常在奇摩網站進行網路購物，可能是因為奇摩網站的流行資訊比較先進所以可以發現奇摩網站所佔的百分比比其他四個網站多，其次男生選用的是 ebay，女生則選用博客來。

2. 從「**最常購買的商品類型**」題項得知，男性最多的消費在書籍上，其次是包包與鞋子，女生則是服飾居多，這與一般人的印象一樣，女生總是永遠少一件衣服，現在網路購物讓購買方式變得更簡單，女生可得要有所節制才行。

3. 從「**在網路上購買的原因**」題項得知，男女生會在網路上購物的原因大多數是比較方便，其次女生是朋友推薦的比例也高達 33%，男生只有 17%，是男生兩倍，可見女生在購物方面比男生更容易被影響。

4. 從「**多久一次網路購物**」題項得知，男生以一個月與半年居多，女生則是半年到一年之間居多，所以女生雖然在購物上容易受別人影響，但真正實際購物的頻率卻比男生久，這與一般人總是以為女生比較愛購物的認知，值得更進一步的研究。

5. 從「**購買商品的金錢來源**」題項得知，男性的花費金錢來源大多數來自於在零用錢或是打工，而女生則大部分來自零用錢，打工的比例竟然是 0%，可能與中國傳統的家長比較保護女生，都不希望女生去打工有關。

6. 從「**購買商品的金額大約在**」題項得知，男生的花費金額大都在 500~1000 元間，佔 42%，其次是 1000~3000 元之間，高達 25%，而女生則在 500 元以下，比例上高達 60%，女生在消費金額上似乎是男生保守許多。

7. 從「**購買商品的付款方式**」題項得知，男女生都以貨到付款的方式購物，但比例上男生有 42%，而女生則高達 77%。

8. 從「**購買商品後的取貨方式**」題項得知，男生多選擇宅配，女生則選用超商取貨的方式，取貨方式不同，若是宅配，則可能家長會知道孩子的購物狀況，若是超商取貨，可能家長會比較不容易知道，這是和中國傳統之男女不平等的教育是否有關呢？

參●結論

從問卷結果得知，男性其實並不是全然都不使用網路購物，而現在的女性也並非全部都著重在於外表的裝扮，少數還是會購買到其它的產品，男女性在網路購物的種類與購買金額、購買的頻率及取貨方式都是有所差異的，然而方便性的原因是男女生選擇網路購物相同的原因，偏愛的購物網站以及付款方式都是相同。

以上這些男女生的網路購物的差異，除了可提供網路商家的參考，也可提供給家長了解本身在教育男女生方面是否需要作調整。

肆●引註資料

(註一)、捕夢網。檢索日期：2010/03/01，取自網址：

http://www.pumo.com.tw/www/what_is_store.jsp

(註二)劉文良(編)。電子商務概論特訓教材。台北市：基峰資訊股份有限公司。
頁 2-9

(註三)卡優新聞網。檢索日期：2010/03/11，取自網址：

http://www.cardu.com.tw/news/detail.htm?nt_pk=6&ns_pk=4411