

投稿類別：資訊類

篇名：

探討不同科別網路購物之差異比較

作者：

吳奕潔。高雄市私立樹德家商。三年 13 組
王怡婷。高雄市私立樹德家商。三年 13 組
柯宜函。高雄市私立樹德家商。三年 13 組

指導老師：

鄧朱雅

壹●前言

一、研究動機

隨著電腦及網路的普及，購物方式打破了傳統的方式，流行著不用出門即可完成購物，即所謂的網路購物，不受限於時空，不分男女老幼，只要有部能上網的電腦，就可享受購物的樂趣。網路購物的熱潮引發了本組的研究動機。

二、研究目的

主要是針對不同科別的高職生，探討其對於使用網路購物時是否有差別，包括價格、付費方式等等。

三、研究方法

本專題研究設計是以問卷調查法進行研究，為求樣本資料的客觀性將進行隨機發放的方式，利用 EXCEL 軟體進行統計分析作出建議與結論。

四、研究對象

研究對象以樹德家商美容科與資處科三年級學生為主，研究結果只能解釋該科該年級，不宜擴大解釋。

貳●正文

一、網際網路

網際網路是由一些甚具遠見的人士，於 1960 年初期，發現在科學與軍事界中，若電腦可共享研發資訊，將帶來的可觀的價值。麻省理工學院的 J.C.R. Licklider 首先在 1962 年提出電腦全球網路的案子，然後 1962 年稍後即由國防尖端研究專案機構（ DARPA ）接手，領導該項工作，進行研發。

網際網路，也就是當時所謂的 ARPANET，於 1969 年根據 Advanced Research Projects Agency (ARPA) 的合約開始上線使用，而 ARPA 在更名前，原本連接美國西南部大學（ UCLA、史丹福研究機構、UCSB、及猶他州大學）間四大電腦系統。該合約後由麻州劍橋 BBN 的 Bob Kahn 主持，於 1969 年 12 月正式上線。及至 1970 年 6 月，MIT、Harvard、BBN、加

州聖摩尼卡的 **Systems Development Corp (SDC)** 也加入該網路。

早期的網際網路由電腦專家、工程師、科學家、及圖書館員所使用。沒有什麼比它更好用的了，當時沒有所謂的家用或辦公室個人電腦，不論使用它的是電腦專家、工程師、科學家、或是圖書館員，都必須懂得如何使用這個複雜的系統。

二、網際網路的發展

網際網路帶我們許多便利，也拓展我們的視野，但也帶來負面影響，如色情、駭客……等等。但是，網際網路還能帶給我們許多的知識，就像是個知識的寶庫，不但能從上面獲得許多資訊，還能回應我們的疑惑，能查到很多對我們有幫助的訊息，足以解決我們的問題，網路提供了我們互相學習、娛樂甚至是休閒與交流互動的機會，在生活中也能依賴著網路帶來的便利性，還能夠和朋友寫信問候，甚至是討論學業與溝通事情都藉由網路來進行。科技的運用不可能只隨著時間的流動便創造出一個新社會，或著是巨大的變動，人們如何使用、社會結構層面的影響是關乎著演進的關鍵。

透過網路的誕生，網路交易奇蹟般地改變了人們的生活，不出家門，打開電腦，輕點滑鼠，跨國從事各種商業活動。（任賢旺，2010）

三、網路購物的方法

網購是現今最方便、最熱門的購物方式，而網路購物的方式有很多種，如：網路 **ATM** 轉帳，其優點就是可免申請，只要有晶片金融卡，及一台晶片讀卡機，不論是那一家銀行的客戶，都可透過網路 **ATM** 轉帳，繳費，查詢餘額等，即時又方便。此外又可以上網查詢轉帳狀態和存款餘額，清楚掌握金錢流動狀態。但在使用網路 **ATM** 轉帳時仍須注意以下事項，即所持有的任何一家銀行的晶片金融卡，皆可在所有網路 **ATM** 銀行使用以及同行轉帳是免收手續費。其缺點則為將浪費 17 元的轉帳手續費，雖然繳費時會覺得很便利，卻得再花一筆不必要的錢才能完成繳款。除網路 **ATM** 轉帳之外，尚有無摺存款、銀行或郵局轉帳、及貨到付款的方式，而有些店家在選擇其它付款方式，運費會比較貴。

四、網路購物的優點

（一）網路購物是足不出戶的消費者最好的購物管道。只要準備好信用卡資料，打開電腦，接上網際網路，用手指移動滑鼠，在鍵盤上輸入你的個人資料，

數天後，貨物便送到府上等著簽收，不但方便更省下寶貴時間。

(二) 網路購物的商家並不需要店面，憑藉著完善電腦系統的協助，所節省下來的昂貴店面租金及人事費用，便反應在價格上，較便宜的價格就是另一吸引顧客下單的重要因素。

(三) 網際網路是動態的，畫面隨時可更新，即使新產品剛發表，消費者也能立刻知道，搶鮮訂購使用，而不用耐心地等待宣傳上架後才可以買到。另一方面，大部份具規模的網路購物商店一定有產品資料庫，具檢索功能，只要鍵入關鍵字，便可輕易尋找自己想要的商品，這可說是運用網路方便性的一大利器。

(四) 網路購物有一天 24 小時，一年 365 天的營業時間，同時打破國界、疆界限制，消費者也可透過網路向國外買到任何想到的商品或服務，達到真正的無遠弗屆。

五、網路購物的缺點

(一) 事實上大多數人購物就是享受那份壓馬路、逛櫥窗的閒情逸緻，百貨公司營造出舒服購物的環境，使消費者自在花錢是現代人主要休閒活動之一，這是網路購物所沒法取代的。傳統購物永遠有其不可取代的價值。

(二) 網路購物現階段的一個缺點則是對於有形的產品，沒辦法實地觸摸感受其實體，來決定購買與否，或許不久的將來，改善傳輸速度和網路頻寬後，3D 虛擬實境的網路購物商店會出現。

(三) 網路購物最普遍的付款方式是透過信用卡交易，因此便牽涉網路交易的安全性問題，多數人認為網路交易會使個人信用卡資料在傳輸過程中被取走，但目前各商家已備有多項交易安全機制

六、問卷調查結果分析

(一) 問卷調查說明

隨機發放問卷共 100 份，經問卷回收後統計，無效問卷 7 份，有效問卷 93 份，並以此進行相關統計分析。

(二) 問卷調查分析

1.在「性別」題項中，美容科的男生的占**34%**，女生的占**66%**。資處科的男生的占**26%**，女生的占**74%**。（圖 1、4）

2.在「有無使用過網路購物」題項中，美容科有使用的占**80%**，沒有使用的占**20%**。資處科有使用的占**80%**，沒有使用的占**20%**。（圖 2、5）

3.在「未使用網路購物的原因」題項中，美容科不喜歡等待的占**9%**，不安全的占**26%**，怕產品與圖片不符的占**26%**，覺得匯款很麻煩的占**13%**，要另加運費的占**17%**，其他的占**9%**。資處科不喜歡等待的占**4%**，不安全的占**13%**，怕產品與圖片不符的占**25%**，覺得匯款很麻煩的占**17%**，要另加運費的占**17%**，其他的占**4%**。（圖 3、6）

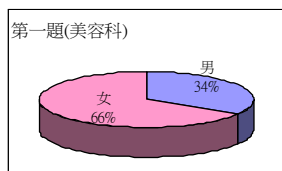


圖 1

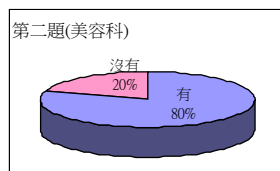


圖 2

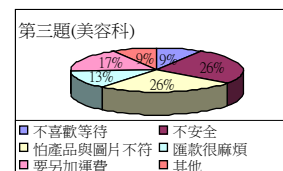


圖 3

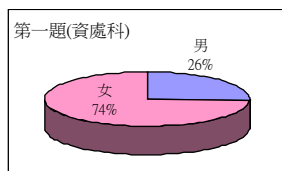


圖 4

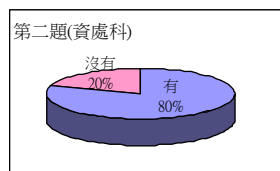


圖 5

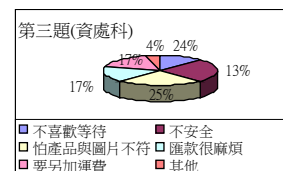


圖 6

4.在「使用網路購物的動機」題項中，美容科因為需要的占**26%**，便宜的占**34%**，方便的占**38%**，主動揪團的占**2%**，被動揪團的占**0%**。資處科因為需要的占**32%**，便宜的占**34%**，方便的占**32%**，主動揪團的占**2%**，被動揪團的占**0%**。（圖 7、10）

5.在「平均多久使用一次網路購物」題項中，美容科一週的占**20%**，一個月的占**34%**，半年的占**33%**，一年的占**13%**，一年以上的占**0%**。資處科一週的占**25%**，一個月的占**39%**，半年的占**23%**，一年的占**10%**，一年以上的占**3%**。（圖 8、11）

6.在「平均一週花多久時間在網路購物的網站」題項中，美容科 0-2 小時的占**59%**，2-4 小時的占**28%**，4-6 小時的占**10%**，6 小時以上的占**3%**。資處科

探討不同科別網路購物之差異比較

0-2 小時的占55%， 2-4 小時的占30%， 4-6 小時的占10%， 6 小時以上的占 5%。（圖 9、 12）

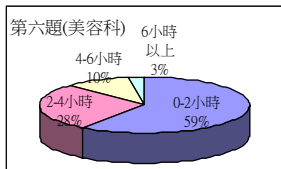
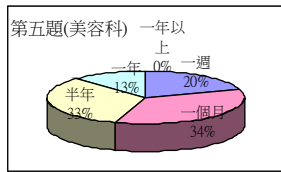
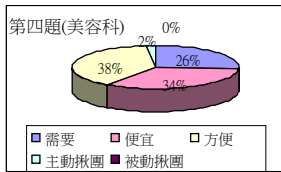


圖 7

圖 8

圖 9

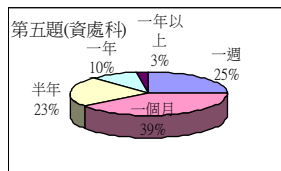
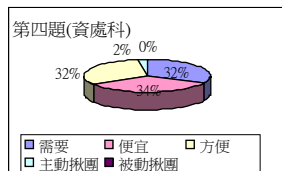
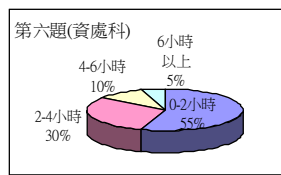


圖 10

圖 11

圖 12



7.在「最常網購的商品種類」題項中，美容科的衣服、褲子占46%，文具用品的占 1%，服飾配件的占16%， 3C 的占 7%，數位影像的占17%，家電商品的占 4%，美容用品的占 5%，美食甜點的占 4%，背包的占 0%，其他的占 %。資處科的衣服、褲子占38%，文具用品的占 4%，服飾配件的占 15%， 3C 的占13%，數位影像的占10%，家電商品的占 2%，美容用品的占 2%，美食甜點的占 4%，背包的占 6%，其他的占 6%。（圖 13、 16）

8.在「平均每次購買的金額」題項中，美容科 1000 以下的占82%， 1000-3000 元的占15%， 3000-5000 元的占 3%， 5000 元以上的占 0%。資處科 1000 以下的占 59%， 1000-3000 元的占 31%， 3000-5000 元的占 5%， 5000 元以上的占 5%。（圖 14、 17）

9.在「付費方式」題項中，美容科貨到付款的占65%， ATM 轉帳的占 7%，

探討不同科別網路購物之差異比較

劃撥的占 0% ，無摺存款的占 5% ，銀行郵局匯款的占 7% ，其他的占16% 。
 資處科貨到付款的占57% ， ATM 轉帳的占13% ，劃撥的占 4% ，無摺存款的
 占 9% ，銀行郵局匯款的占15% ，其他的占 2% 。 (圖 15 、 18)

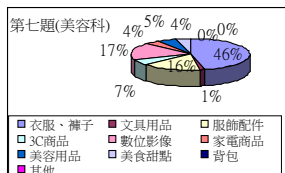


圖 13

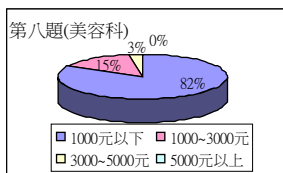


圖 14

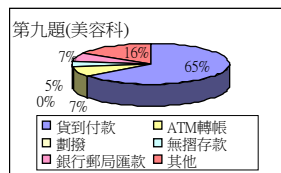


圖 15

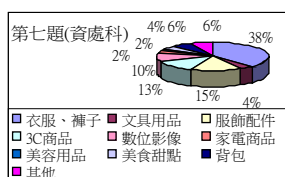


圖 16

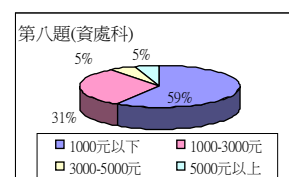


圖 17

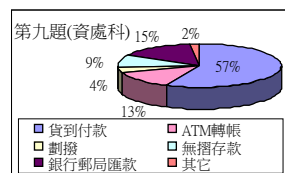


圖 18

10. 在「對於網路購物產品滿意度」題項中，美容科非常滿意跟滿意的占 72% ，沒意見的占23% ，非常不滿意跟不滿意的占 5% 。資處科非常滿意跟滿意的占 75% ，沒意見的占 25% ，非常不滿意跟不滿意的占 0% 。 (圖 19 、 20)

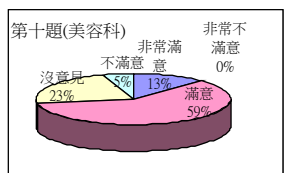


圖 19

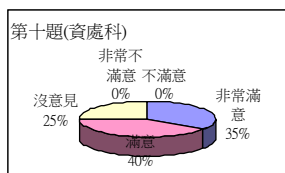


圖 20

參●結論

在本次的問卷結果中得知美容科與資處科均有80%使用過網路購物，比例相同，至於未使用過網路購物的人，美容科學生的因素最多是以不安全及怕產

品與圖片不符，各占了**26%**，而資處科學生的因素最多是怕產品與圖片不符，占**25%**，其次為不喜歡等待。資處科學生對於網路購物的安全較不擔心，可能是比較熟悉網路相關知識，能夠辨識及進行安全的網路交易，值得進一步地研究。

在「使用網路購物的動機」題項中，美容科學生多數為方便性，占了**38%**，其次為需要，占**26%**，而資處科學生多數是因為便宜，占了**34%**，其次為需要及方便性，各占**32%**。資處科是隸屬於商科，是否也與科別屬性有關，比較會精打細算，所以便宜成了其網購最大的動機。在「平均多久使用一次網路購物」題項中，美容科多數是一個月的占**34%**，其次為半年，占**33%**，資處科多數為一個月的占**39%**，其次為一週，占**25%**，二科仍略有差異。在「平均每次購買的金額」題項中，美容科以 **1000** 以下居多數，占**82%**，而資處科 **1000** 以下的占**59%**，其次為 **1000-3000** 元，占**31%**，可發現美容科在網購金額上比較有所保留，不像資處科這麼大膽。

在「平均一週花多久時間在網路購物的網站」題項中，美容科多數為 **0-2** 小時，占**59%**，其次為 **2-4** 小時，占**28%**，而資處科多數為 **0-2** 小時，占**55%**，其次為 **2-4** 小時，占**30%**。在時間方面二者並無明顯差異。在「最常網購的商品種類」題項中，美容科多數以衣服、褲子占**46%**，而資處科亦以衣服、褲子居多數，占**38%**，在網購的種類方面，二者並無明顯差異。在「付費方式」題項中，美容科與資處科均以選擇貨到付款的方式居多數，分別占**65%**及**57%**。在「對於網路購物產品滿意度」題項中，美容科與資處科多數均表示滿意，分別占**72%**及**75%**。

肆●引註資料

1. 隨意窩 **xuite** 日誌。2010 年 12 月 25 日。
<http://blog.xuite.net/aceching/yuzee/22851524>
2. 南華大學。2011 年 02 月 05 日。
<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/37/37-32.htm>
3. 開得利網路股份有限公司。2010 年 12 月 25 日。
<http://www.big.com.tw/shop/PayWay.htm>
4. 痞客邦。2011 年 02 月 18 日。
<http://first99.pixnet.net/blog/post/7296195>

5. 任賢旺（ 2010 ） 。網路商店創業手冊。台灣：憲業

附件：問卷範本

您好：

我們是樹德家商資處科三年十三組的學生。我們想研究「探討不同科別網路購物之差異比較」，本問卷均採無記名方式，資料僅作研究之用，請安心填寫，謝謝！

「探討不同科別網路購物之差異比較」問卷內容

1. 請問您的性別是？ 男 女
2. 請問您的科別是？ 美容科 資處科 餐飲科 應外科
3. 請問您有使用過網路購物嗎？ 有 沒有（填有者跳至5題）
4. 您未使用的原因為（複選）
不喜歡等待 不安全 怕產品與圖片不符 匯款很麻煩
要另加運費，增加支出 其它 _____
5. 請問您使用網路購物的「動機」是？
需要 便宜 方便 主動揪團（如；拉好人際關係之類）
被動揪團（被慫恿） 其它 _____
5. 請問您平均多久使用一次網路購物？ 一週 一個月 半年 一年 一年以上
6. 請問您平均一週花多久時間在網路購物的網站上？
0-2小時 2-4小時 4-6小時 6小時以上
7. 請問您最常網購的商品種類是？
衣服、褲子 文具用品 服飾配件 3C產品 數位影像
家電商品 美容用品 美食甜點 背包 其它 _____
-
8. 請問您平均每次購買的金額為
1000元以下 1000~3000元 3000~5000元 5000元以上
9. 請問您通常選擇的付費方式為
貨到付款 ATM轉帳 劃撥 無折存款 銀行郵局匯款
其它 _____
10. 請問您通常對於網路購物的產品滿意度如何
非常滿意 滿意 沒意見 不滿意 非常不滿意