

投稿類別：商業類

篇名：

高中生使用網購之普遍性研究-以樹德家商學生為例

作者：

張淇淇。私立樹德家商。高三3班

指導老師：

張秀鵲老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

由於科技的發達和網際網路的方便性，網購漸漸取代了實體店面。網路商店能發展得如此蓬勃，網路商店能補足實體商店在空間上，時間上和金錢上的缺陷。而且隨著網路的普遍與智慧型手機的興盛，人們已經能說是可以隨時隨地的上網了。雖然網路上也同樣有競爭的問題和經營不慎而倒閉的可能性，但因為它的某一些特性讓店家不會面對到在實體店面時所可能發生的問題。

此研究之動機主要著重於探討網購的「使用普遍性」，研究購買者的購買動機及行為，分析高中生較喜愛之商品種類或商店的原因。並透過問卷方式取得相關資料，做出統計並分析，來研究網路購物時不同的購買動機是否會影響到購買行為。

### 二、研究目的

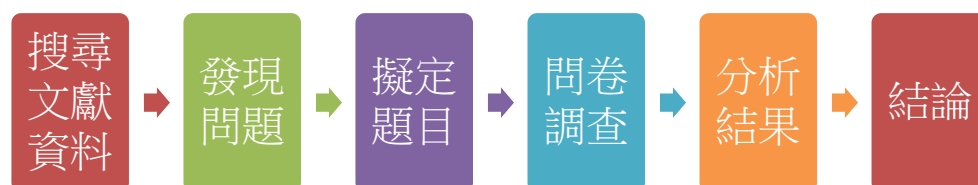
此研究之動機主要著重於探討網購的「使用普遍性」，研究購買者的購買動機及行為，分析高中生較喜愛之商品種類或商店的原因。並透過問卷方式取得相關資料，做出統計並分析，來研究網路購物時不同的購買動機是否會影響到購買行為進而研究它們的利與弊，並歸納出結論與建議。

### 三、研究問題

1. 網購的起源發展
2. 高中生偏愛的網購商店/平台及其原因
3. 高中生使用網購的便利性
4. 高中生網購經驗的優點/缺點

### 四、研究方法

透過圖書館找書面資料、上網收集資料，經過整理後以文章來呈現，再透過問卷來了解高中生使用網購的普遍性、動機、行為與較喜愛之商品種類或商店的原因。



## 貳●正文

### 一、網路購物的由來

古人們用以物易物的方式來交易，直到現金的出現，人們開始以金錢來購買物品。隨著市場的競爭越來越激烈，店面接二連三的開張，租金也成為一大負擔，而商家為了獲得更大的營利，在 2000 年時興起了一種名為網購的購物方式，商家開始把商品放置網路平台，不但減少開店成本也可使商品更國際化。更讓許多消費者不用出門也可以買到商品，省掉許多交通問題。

### 二、網路購物的好處

#### (一)方便性---省時省錢

網路購物是一種讓足不出戶的消費者購物的最佳選擇，它不僅方便快捷又省時省錢省交通費，消費者不管是在家中透過電腦或智慧型手機，兩者皆能進行選購以及結帳，在輕鬆簡單的方式下就能在幾日內拿到所購買的貨物。而賣家也能在任何細節、時間，提供有關產品的服務與資訊。

#### (二)國際性---零空間

網路迅速的發展，使全球各地的人們都能夠馬上看到不同國家的商品或是其他國家的拍賣網站，使得購買商品不再受區域與時差的限制，只要隨時有空閒時間都能購買到國外商品。

#### (三) 全球化---零時差

網路購物一天有 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。

### 三、網路購物的缺點

#### (一) 虛擬化商品與真實商品有誤差

由於網路商店是無實體的店面，所以消費者只能用眼睛進行挑選，一來無法實際去確認商品的實體，二來也無法試穿或觸摸材質來決定是否適合自己。

## (二) 個人資料較無保障

由於網路的發展條件過於方便迅速，使個資安全的漏洞也越來越多，導致個人隱私被暴露於網路上而讓自己身陷於法律問題中。

## (三) 容易上當受騙

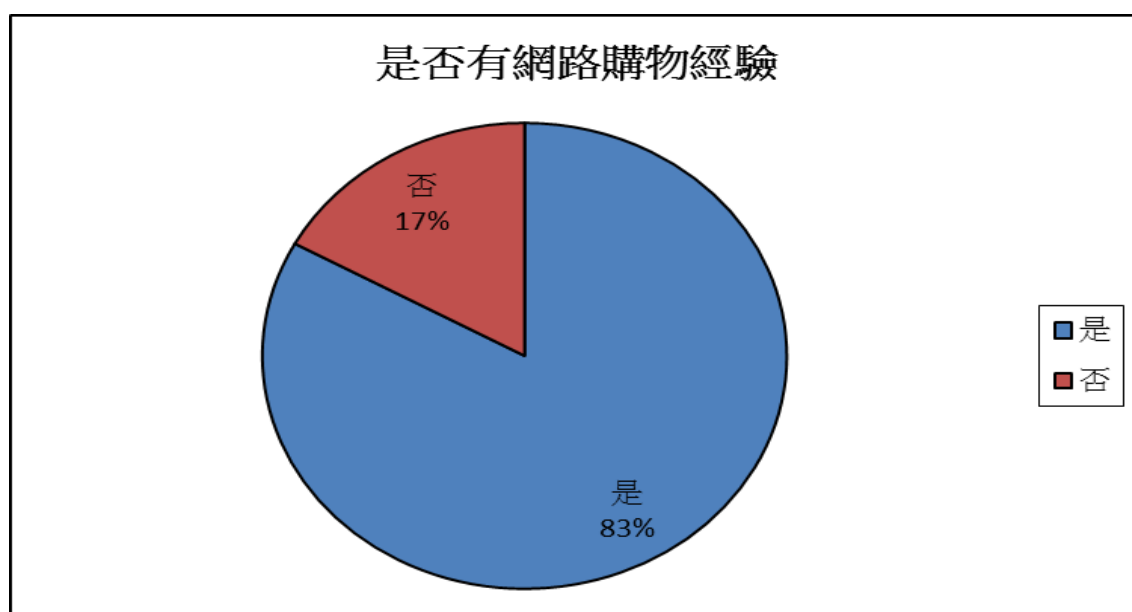
因為架設購物網站很容易，常會被一些駭客所盜用，加上虛擬店面的會造成消費者無法判斷商家的可信度，一不小心就會上當受騙，或是讓自身的個人資料外洩，讓騙徒趁機詐騙，輕則傷財重責被判刑。

## (四) 易消費過度造成負債

線上購物因為操作簡單輕鬆，消費者常常忘記自己購買了什麼東西，甚至於過度消費而透支，造成經濟負擔，甚而負債累累。

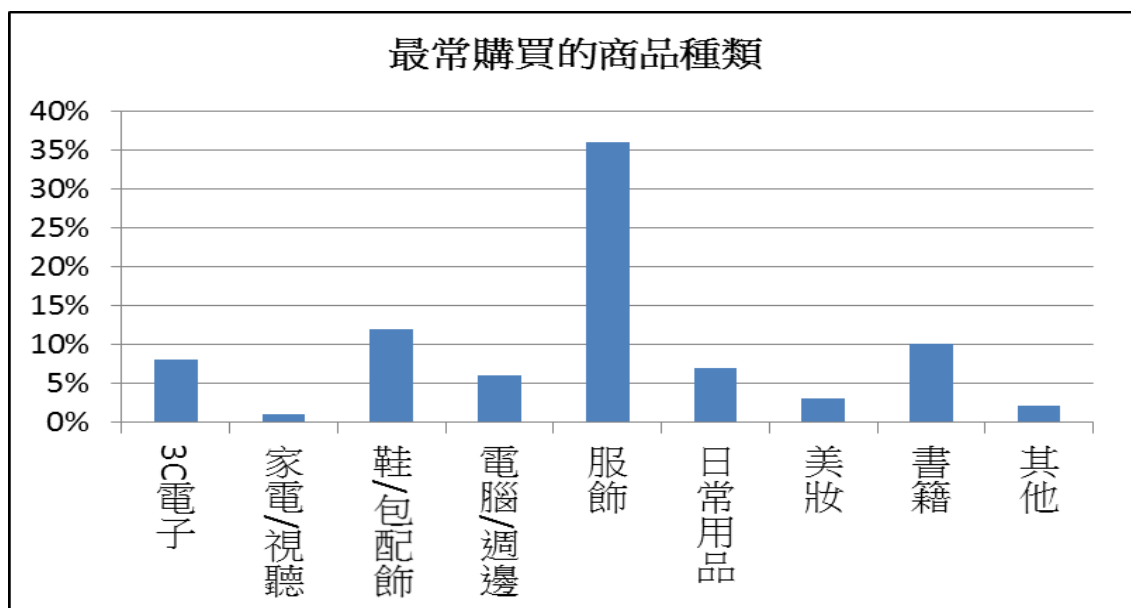
## 四、調查結果

我們以樹德家商 200 位同學做為研究對象包含美容、商經、和綜高科系的學生，並做出以下統計圖表，加以歸納分析。



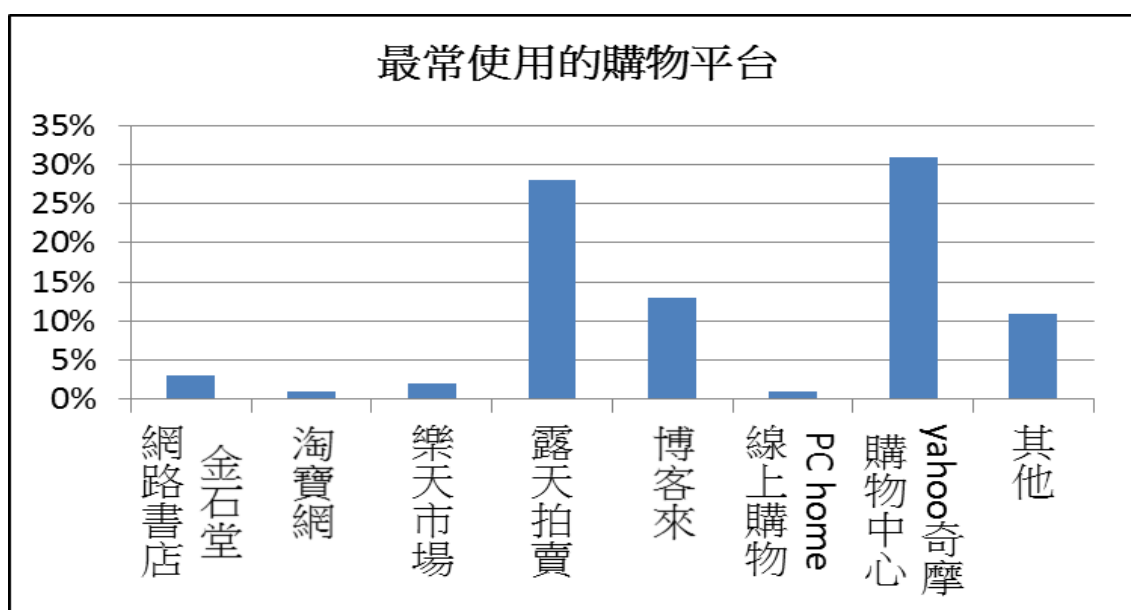
圖(一)高中生是否有網購經驗

由上圖可見有 83% 的高中生有網購經驗，17% 則沒有網購的經驗。證明了在這個便利的時代，大部分的高中生都有使用過網路購物的經驗。



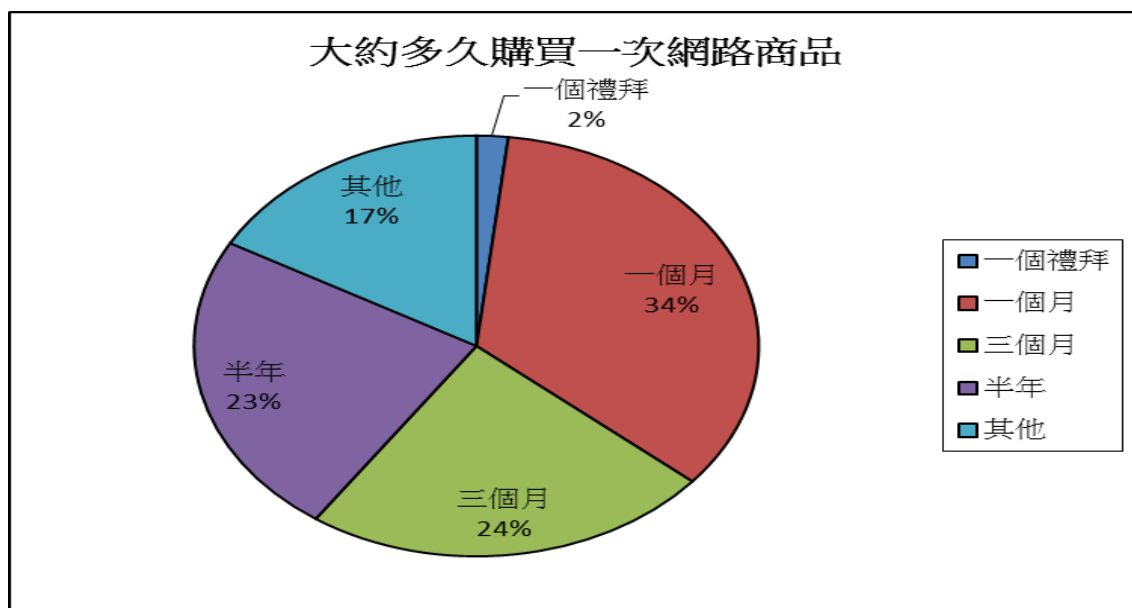
圖(二)高中生最常購買的商品種類

36%高中生購買商品以服飾類為主，其次為 12%鞋/包配飾。可推測高中生較注重流行和穿著外表而選擇服飾類商品。然而，高中生因財力關係較少不常購買家電/視聽，只佔了 1%。



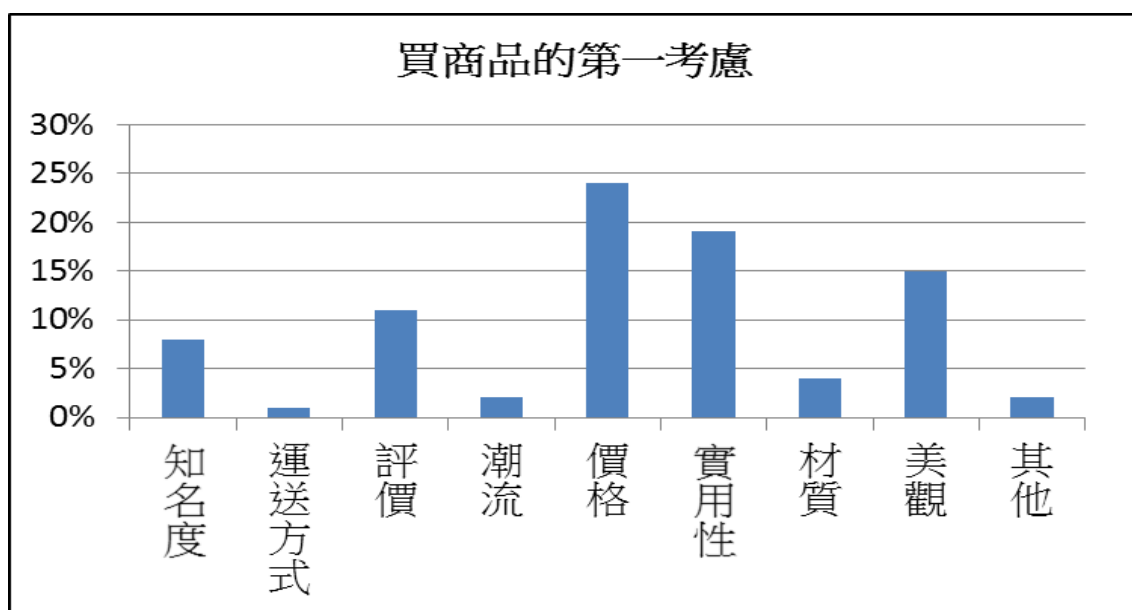
圖(三)高中生最常使用的購物平台

31%的學生常使用的平台為 Yahoo!奇摩購物中心，其次是露天拍賣 28%。由我們可得知大部分的人對於 Yahoo!奇摩購物中心的實用性較高。



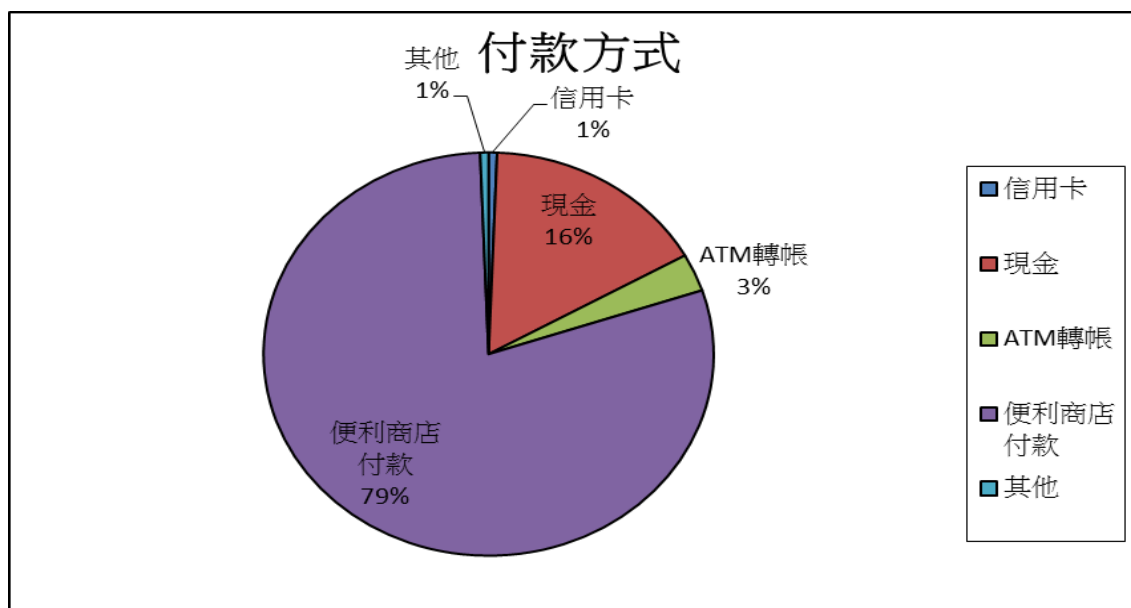
圖(四)高中生大約多久購買一次網路商品

有 34% 高中生約一個月購買網購商品一次，每三個月網購一次佔 24%，每半年網購一次佔 23%，而一個星期網購一次的佔 2%，可見他們購買的頻率很高。



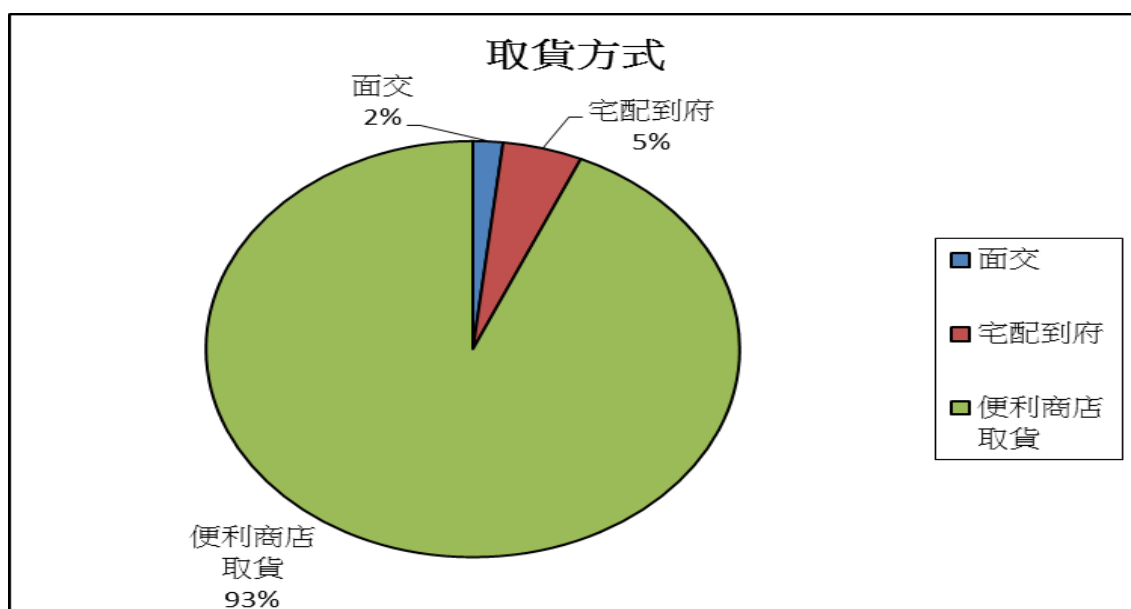
圖(五)高中生購買商品的第一考慮

在眾多的購買因素之下，學生族群購買商品的先決條件以價格來決定是否購買的比例最多佔 24%，其次為實用性來抉擇購買的意願佔 19%，最後考慮的因素是知名度只佔 1%。



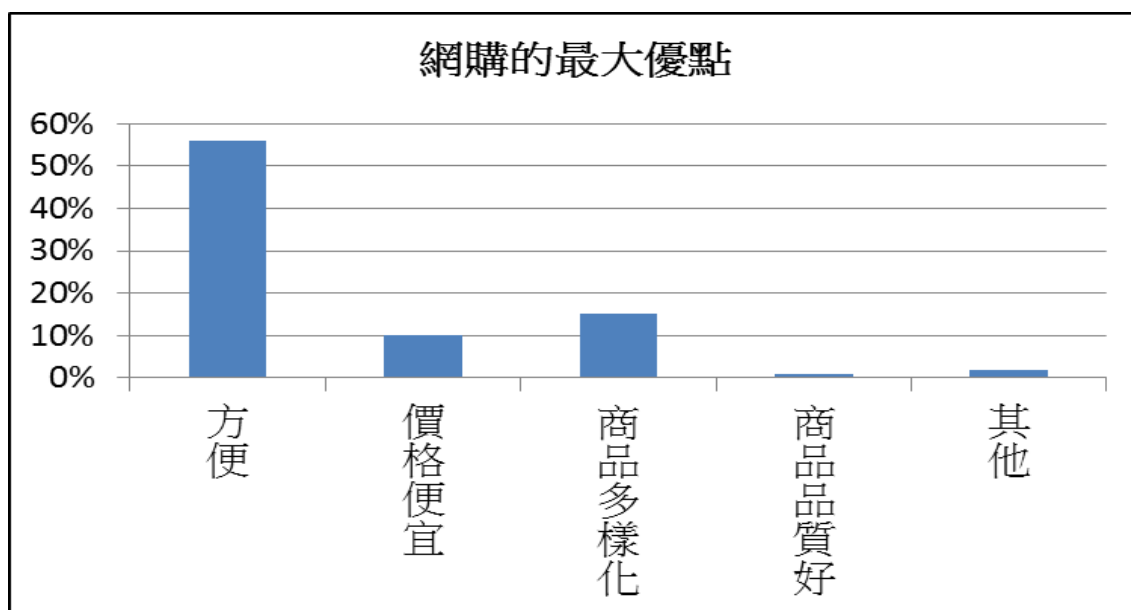
圖(六)高中生所選擇的付款方式

79%高中生選擇使用便利商店付款網購，16%現金交易網購。只有 1%選擇使用信用卡網購，大部分高中生以便利商店付款為最佳選擇，原因多為便利商店隨處可見且方便。而信用卡較少人選擇，其原因為大部分高中生未滿 18 歲或者沒有工作賺錢並無權力申辦信用卡而家長也不鼓勵高中生持有信用卡，以避免消費透支。



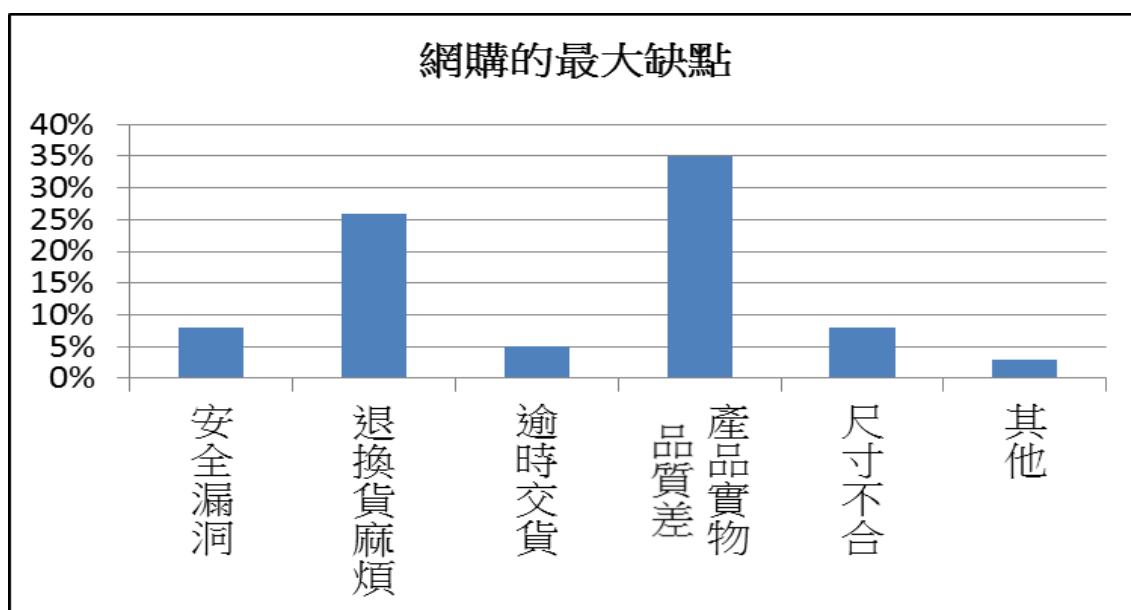
圖(七)高中生所選擇的運送方式

93%高中生以便利商店取貨為最佳選擇，大多數的人都希望以最方便取貨來購買商品，所以運送的方式也是購買的關鍵之一。比較上圖圖(六)，我們發現到大多數的高中生喜歡選擇超商貨到付款的方式來取貨，一方面方便，另一方面也省時。



圖(八)高中生覺得網購的最大優點

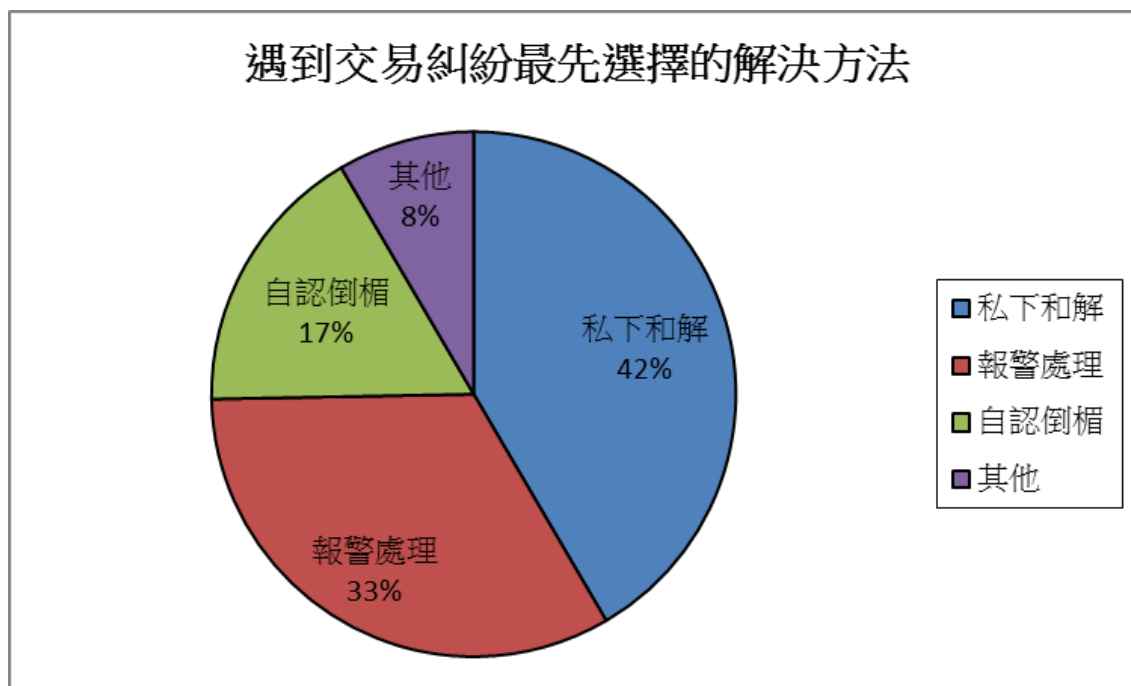
56% 高中生認為網購最大的優點為方便，買家可以透網路隨時隨地的購買自己想要的商品。然而，15% 高中生覺得商品多樣化也是優點之一，有各式各樣的商品供你選擇、搭配。



圖(九)高中生覺得網購的最大缺點

35% 高中生認為網購最大的缺點為產品實物品質差，因為在網路上不論是衣物還是日常用品，你無法試穿或是試用更沒辦法去判斷它的品質好壞。其次有 26% 的人認為退換貨麻煩，因為不知道退換貨的程序或者換貨後的尺寸依然不符合。





(圖十)高中生遇到網購糾紛時會如何處理

學生在網路購物上遇到了網路購物糾紛，有 42% 選擇跟賣家私下解決，其次為報警處理佔 33%。然而有 17% 的人選擇自認倒楣，這樣反而會讓自己的權益受損。

#### 參●結論

網路的進步促成網購的快速發展，但也帶來安全上的漏洞。因此，我們提出了解決辦法以保障高中生的購物安全，如遇到消費糾紛應先和家人討論，再報警處理以避免網路詐騙問題。另外，因學生無經濟能力，所以我們建議學生可以列出購物清單來預防金錢透支，限制自己的消費金額，來確保自己不會因為沉迷於網路購物造成金錢上的負擔。畢竟網路購物是以虛擬的方式來促成交易，消費者只能依圖片與文字敘述來了解產品，那麼我們建議學生可以多詢問賣家有關產品的資訊，來確定此商品是否適合自己。最後，只要擁有正確的購物觀念，人人都可以成為一位明智的消費者。

#### 肆●引註資料

- 1.林國獻(2013)。探討網路購物商城之經營策略研究(碩博士論文網)。
- 2.林芬慧(2014)。網路行銷：e 網打盡無限商機(再版)。智勝出版社。
- 3.溫慕垚(2014)。這就是行銷：行銷金三角。華文聯合出版平台。

- 4.網路開店賺進兆元商機。2014 第 1 期。商周編輯顧問。
- 5.動腦雜誌網購再升級。2 月 442 期。動腦出版社。
- 6.第一次創業就成功。一言堂出版社。陳藹玲。
- 7.鉅亨網雜誌。2014.08.15。著重流行與實用 美國開學季 網路購物正成長。  
<http://mag.cnyes.com/Content/20140815/68531273B3C94B8EB6EE09BB4BF5D152.shtml>
- 8.鉅亨網雜誌。2014.03.03。上品折扣：把大牌品質與時尚串聯的網路展臺。  
<http://mag.cnyes.com/Content/20140303/A6CDC1B22E774D80BF79E0696690868F.shtml>
- 9.鉅亨網雜誌。2013.08.07。網路已成為第三大戰場。2014.10.15  
<http://mag.cnyes.com/Content/20130807/2CC57A1116524CC191699C1DB2D6206D.shtml>
- 10.自由時報。2014.08.06。手機詐騙攀升 2 年飆 183 倍。2014.10.17  
<http://news.ltn.com.tw/news/local/paper/802262>