

網路購物消費者降低知覺風險之研究

李雙華 研究、劉水深

E-mail: 8701383@mail.dyu.edu.tw

摘要

知覺風險為消費者不能預測其購買決策結果時的不確定感，所以知覺風險有兩個構面，一是購買的結果，二是不確定性。而知覺風險的形式則包括功能風險、財務風險、身體風險、心理風險、社會風險與時間風險。為降低其知覺風險，消費者常會發展出不同的方法，如尋求資訊、商店品牌忠誠與商店形象、要求保證等降低知覺風險的策略，這些策略雖然不能完全避免風險，但可以增加消費者在進行決策的信心。本研究透過知覺風險的理論架構及目前許多學者已研究過的降低知覺策略，調查目前網際網路消費者的人口統計特性、知覺風險與降低知覺風險策略，以探討人口統計特性對知覺風險、降低知覺風險策略的影響，知覺風險與降低知覺風險策略的關係及以知覺風險區隔市場的情況。本研究利用因素分析，分別求出知覺風險問項與降低知覺風險問項之因素，並經由相關分析及MANOVA檢定，發現人口統計變數中年齡、性別、可支配所得、教育程度或職業對知覺風險因素與降低知覺風險策略皆有顯著影響。由各個問項的平均數中可發現，網際網路使用者最擔心的大多為密碼失密風險與功能風險，在降低風險策略上，發現大多數人皆採取尋求保證的策略，希望能在可信賴的商店購物並購買有售後服務的產品。其後利用典型相關分析了解知覺風險因素與降低知覺風險策略的有無關係，其中顯示了社會與心理風險越高者及密碼失密風險越低者，越會採取價格策略。而財務與功能風險、社會與心理風險及密碼失密風險越高者，越會採取非商業機構保證、商店與品牌形象及要求實際保證策略。而過去是否曾在網路購物顯著影響財務與功能風險、身體風險、時間風險，且未曾在網路購物的潛在消費者其知覺風險平均數皆高於曾上網購物者，但過去是否曾在網路購物並不會影響降低知覺風險策略。最後以知覺風險因素為基礎，經集群分析後可分出六個知覺風險族群，並檢定出不同族群下其人口統計變數與降低知覺風險策略不同。

關鍵詞：知覺風險；網路購物

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書 摘要 致謝 目錄 圖目錄 表目錄 第一章 緒論 第一節 研究背景與動機 第二節 網際網路目前的發展 第三節 研究目的 第四節 研究對象 第五節 研究流程 第二章 文獻探討 第一節 網路行銷相關文獻 第二節 知覺風險相關文獻 第三節 市場區隔與知覺風險 第四節 降低知覺風險策略 第三章 研究方法 第一節 研究假設 第二節 知覺風險的衡量 第三節 問卷設計與前測 第四節 研究限制 第五節 分析方法 第四章 研究分析 第一節 人口統計基本分析 第二節 知覺風險因素 第三節 降低知覺風險因素 第四節 知覺風險與降低知覺風險策略 第五節 知覺風險集群分析 第五章 結論與建議 第一節 結論 第二節 行銷涵義 第三節 對後續研究者的建議 參考文獻 附錄：問卷

參考文獻

1. 陳文潔 消費者行為中知覺風險與降低知覺風險策略之研究-彩色電視機之實例 政大企研所碩士論文 民67/06
2. 賴志榮 消費者知覺風險與個人屬性、生活型態的關係及降低知覺風險策略有效性之研究-以服飾產品為例 民76/06
3. 孫國憲 消費性科技產品知覺風險研究-以彩色電視機、錄放影機、個人電腦為例 交大管科所碩士論文 民76/06
4. 宋向陽 消費者知覺風險與降低知覺風險策略關聯性之研究-以台北地區民眾自用小客車之購買決策為例 交大管科所碩士論文 民84/06
5. 楊俊軒 網際網路消費行為之研究 政大企研所碩士論文 民86/07
6. 官振華 WWW試用者運用電子購物意願之研究-以人格特質、購買涉入與網路使用行為探討 中央資管所碩士論文 民85/05
7. 范明中 消費者對郵購產品之購買行為研究-以台北市為例 中興企研所碩士論文 民84/06
8. 資策會 國內Internet使用者特性分析 1997年6月
9. 臺灣蕃薯藤 臺灣97網路使用調查活動
10. 經濟部商業網際網路商業應用計畫 電子商業答客問(FAQ)手冊-市場情報常見問題及解答 1997
11. 蕭美麗 1997年電子商務發展觀察與展望 1997
12. 王瑞之 電子商務經營模式分析及對業者之建議 1997年7月
13. 林素儀 美國線上雜誌市場暨經營模式剖析 1997年9月
14. 周冠中 臺灣Internet使用者特性與消費習性 網路生活 1997年7月
15. 周冠中 1998年國內Internet使用者之應用現況調查 資訊與電腦 1998年5月
16. Arndt, J., "Perceived risk, sociometric integration, and world of mouth in the adoption of new food product," in D. F. Cox, ed., *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, Boston: Harvard University, 1967, pp. 289-316
17. Bauser, Raymond A. "Consumer Behavior as Risk Taking," in R. S. Hancock (Ed.), *Dynamic marketing for a changing world*. Chicago: American Marketing Association, 1960, pp. 389-398. Cited from Donald F. Cox (Ed.), *Risk-Taking and Information-Handling in Consumer Behavior*, Boston: Harvard University Press, 1967, pp. 23-33.
18. Beatty, S. E. and Smith, S. M., "External search effort: An investigation across several product categories," *Journal of Consumer Research*, Vol. 14, June, 1987, pp. 83-95.
19. Boze, B. V., "Selection of legal services: An investigation of perceived risk," *Journal of Professional Services Measure*, Vol. 3, 1987, pp. 287-197.
20. Brown, T. L. and Gentry, J. W., "Analysis of risk and risk-reduction

strategies-A multiple product case," *Journal of The Academy of Marketing Science* , Vol.3, Spring, 1975, pp.148-160. 21. Brody, Robert P. and Cunningham, Scott M. "Personality variables and the consumer decision process," *Journal of Marketing Research* , Vol.5 , Feb , 1968, pp.50-57. 22. Coleman, W.; Warren, W. E. and Huston, R. "Factors Influencing the Choice of New Dental Service Provider: Traditional versus Nontraditional Settings", *Health Marketing Quarterly* , Vol.11(3/4), 1994, pp.145-160. 23. Cox, Donald F. "Risk Handling in Consumer Behavior-an Intensive Study of Two Cases," in Donald F. Cox(ED.), *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior* , Boston: Harvard University Press, 1967, pp.34-81. 24. Cunningham, S. M. "The Major Dimension of Perceived Risk" in Donald F. Cox(ED.), *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior* , Boston: Harvard University Press , 1967 , pp.82-108. 25. Engel, James F. and Kollat, David T. and Blackwell, Roger D. *Consumer Behavior* , New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc. 1968, pp.387-401. 26. Fram, Eugene H. and Grady, Dale B., "Internet Buyers :Will the Surfers Become Buyers?" *Direct Marketing* , Vol.58, 1995, pp.63-65. 27. Garner, S.J., "Perceived risk and information sources in services purchasing," *Mid-Atlantic Journal of Business* , Vol.24, Summer, 1986, pp.49-58. 28. Hirsch, R.D.; Dornoff, R. S. and Kernan, J.B., "Perceived risk and store selection," *Journal of Marketing Research* , Vol.9, Nov, 1972, pp.434-439. 29. IBM 1995 "Electronic Purchasing", IBM Electronic Commerce Service, Feb. 8. 30. James W. Taylor, "The Role of Risk in Consumer Behavior" *Journal of Marketing* , Vol.38, Apr, 1974, pp.54-60. 31. Kaplan, L.B., "Components of perceived risk in product purchase: A cross-validation," *Journal of Applied Psychology* , Vol.59, No.3, 1974, pp.287-291. 32. Kotler, Philip. *Marketing Management - Analysis, Planning, Implementation and Control* , seventh edition, Prentice-Hall International Edition, 1984. 33. Locander, W. B. and Hermann, P. W., "The effect of self-confidence and anxiety on information seeking in consumer risk reduction," *Journal of Marketing Research* , Vol.16, May, 1979, pp.268-274. 34. Lutze, R. J. and Reilly, P.J., "An exploration of the effects of perceived social and performance risk on consumer information acquisition," in *Advances In Consumer Research* , Association for Consumer Research , Vol.1, 1973, pp.393-405. 35. Mehta, Raj; Sivadas, Eugene, "Direct Marketing on the Internet: An Empirical Assessment of Consumer Attitudes", *Journal of Direct Marketing* , vol.9, 1995, pp.21-32. 36. Midgley, D. F., "Patterns of interpersonal information seeking for the purchase of a symbolic product," *Journal of Marketing Research* , February, 1983, pp.74-83. 37. Mitchell, V. W. and Prince, G. S. "Retailing to experienced and inexperienced consumers," *International Journal of Retail & Distribution Management* , Vol.21, No.5, 1993, pp.10-21. 38. Mowen, John C., *Consumer Behavior* second edition, New York, Macmillan Publishing Co., 1993, pp.166. 39. Murray, K. B., "An empirical determination of service products and consumer perception of their relative risk," Working Paper, College of Business Administration , Northeastern University, 1986, pp.50-86. 40. Peter, J. Paul. And Tarpey, Lawrence X. "A Comparative Analysis of Three Consumer Strategies," *Journal of Consumer Research* , Vol.2, June 1975, pp.29-37. 41. Robertson, T. S.; Zielinski, J. and Ward, S., "Low-commitment consumer behavior," *Journal of Advertising Research* , Vol.16, 1976, pp.19-24. 42. Roselius, Ted. "Consumer Rankings of Risk Reduction Methods" *Journal of Marketing* , Vol.35, 1971, pp.56-61. 43. Sheth, Jagdish N. and M. Venkatesan "risk-reduction Processes in Repetitive Consumer Behavior", *Journal of Marketing Research* , Vol., Aug. 1968, pp.307-310. 44. Stone, Robert N. and Gronhaug, K. "Perceived risk: Further considerations for the marketing discipline", *European Journal of Marketing* , Vol.38, Apr 1974, pp.54-60. 45. Terence, A. S. and William, O.B., "Warranty and other extrinsic cue effects on consumers' risk perceptions," *Journal of Consumer Research* , Vol.9, June, 1982, pp.38-46. 46. Wehling, R. L., "The future of marketing : What every marketer should know about being online," *Executive Speeches* , 10:6, 1996, pp.8-12/ 47. Woodside, A. G., "Group influence and consumer risk taking : An experimental study," Unpublished Doctoral Dissertation The Pennsylvania State University, 1968. 48. Yavas, U.; Riecken, G. and Babakus, E., "Efficacy of Perceived risk as a correlate of reported donation behavior : An empirical analysis," *Journal of Academy of Marketing Science* , Vol.21, Number 1, 1993, pp.65-70.