

课题：关于大学生网络购物满意度的 调查研究

目录

1.摘要关键词	3
2.引言	3
2.1 作品背景	3
2.2 创意来源	3
2.3 相关解决方案	4
3.正文	4
3.1 创意核心	4
3.2 思路描述	4
3.3 创意可行性及分析	5
3.3.1 网络购物普及度研究	5
3.3.2 关于大学生网络购物满意度的问卷调查研究	6
3.3.3 优化改善方案	12
4.收获及感想	13

关于大学生网络购物满意度的调查研究

1.摘要关键词

摘要:每天在前往学校食堂的路上,我们总能见到一大群向学校门口奔去的同学,他们都是去取自己的快递。显然这些都是他们网络购物的成果。时至今日,网络购物作为一种新兴的购物方式已经融入了大学生的生活。然而实际上网络购物仍有许多不能够令人满意的地方,为此,我们对大学生网络购物的满意度进行了一系列的调查研究,并在分析后提出了一些相应的可行性建议,希望能够进一步解决大学生网络购物时所遇见的问题。

关键词:大学生 网络购物 满意度 优化

2.引言

2.1 作品背景

时至今日,网络购物以其方便快捷,种类繁多,价格实惠等方面的特点在大众中间普及开来,而大学生这一喜欢快节奏生活方式的群体更成为了网络购物中的生力军。根据中国互联网信息中心(CNNIC)第二十九次中国互联网络发展状况统计报告中统计的数据显示,截止2011年12月底中国的网民规模已经突破5亿人,学生群体在整体网民中的所占的比重仍远远高于其他群体,比例高达30%以上,并且互联网商务化程度迅速提高,全国的网络购物用户达到1.94亿,其中,网络购物使用率提升至37.8%,与2010年相比,网购用户增长率为20.8%[1]。大学生在消费水平不断提高的同时,网购所占的比重也日益加大,而在网购过程中这部分群体所遇到的一些问题之处也值得商家和企业去思考解决途径,来满足这个群体的需求,由此观之,大学生网络购物满意度的调查研究显得十分重要。

2.2 创意来源

进入大学生活以后,因为所在的北京航空航天大学沙河校区交通不是很便利,周围也不够繁华,我们发现我们与网络购物联系的越来越紧密。然而,在网络购物给我们带来快捷与便利的同时,我们也遇到了一些不太令人满意的问题,于是我们着手对此进行了调查研究。

2.3 相关解决方案

中国国内的网络购物始于 1998 年，在中国网络购物发展的十几年里，从邮局汇款到网银支付再到像支付宝这样的“第三方担保交易模式”，网络购物的安全性已经是在很大程度上得到了提高。

支付宝最初作为淘宝网公司为了解决网络交易安全所设的一个功能，该功能为首先使用的“第三方担保交易模式”，由买家将货款打到支付宝账户，由支付宝向卖家通知发货，买家收到商品确认后指令支付宝将货款放于卖家，至此完成一笔网络交易。然而，我们认为，支付宝并没有得到完全意义上的普及，而且支付安全仅仅是网络购物存在的诸多问题之一，其它有许多因素都在直接或间接地影响着大学生网络购物的满意度。因此，这次调查研究是有必要进行的。

3.正文

3.1 创意核心

我们由自身在网络购物过程中所遇到的一些问题出发，通过调查研究发现身边的大学生们也或多或少的遇到过类似的问题。同时，在我们看来，大学生这个群体有着非常鲜明的特点。首先大学生具有较高的文化程度，和较高的修养，具有好奇心，对新鲜事物敢于尝试；其次大学生的消费能力在不断提高，他们所代表的消费种类几乎能囊括网购的所有种类，这点能使我们的调查更加准确；再者大学生存在着边缘效应，毕竟现实生活中依旧有一些人不能亲自去接触网络购物，而经常取而代之的方法就是由大学生推荐并帮助其购买，因此大学生的边缘效益能影响到他周围的一个交际圈或是亲友，对一个商家的影响是很大的；最后现代大学生都喜欢节奏较快的生活，而网络购物的特点恰恰就是方便快捷，迎合了现代大学生的心理特点，可见这是一个具有研究价值的研究群体。综上，通过对大学生网络购物满意度的调查研究，我们基本上能够发现社会上这方面所普遍存在的问题，以便于找到解决方案。

3.2 思路描述

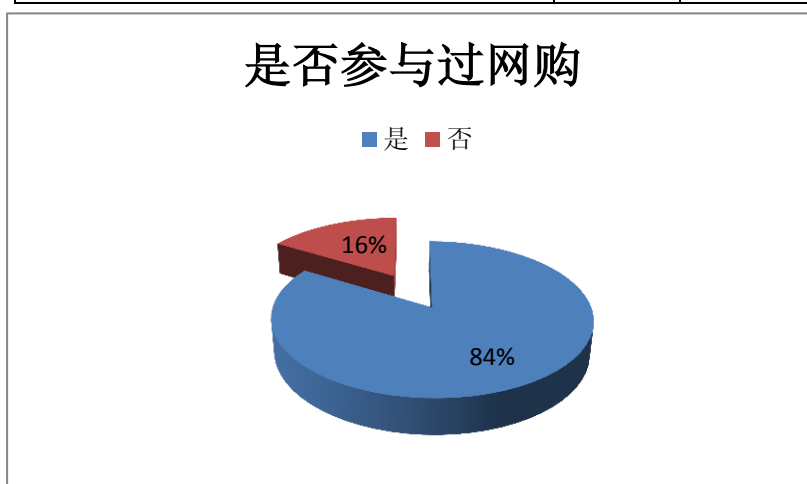
由于这次结题时间较为紧迫，我们在确定了大学生网络购物满意度这个课题之后只剩下了不到两周的时间。首先我们花了大概三天的时间，以纸质问卷和电子问卷相结合的方法，主要在北京航空航天大学沙河校区以及以前的同学之中分发了我们的调查问卷。在接下来的几天里我们主要是上网搜索一些相关资料，并且对手中的调查问卷进行了分析，在最后一周时间里撰写论文，同时针对各个不同问题想出了一些有效的解决方案，并且对这次参赛活动进行了总结。

3.3 创意可行性及分析

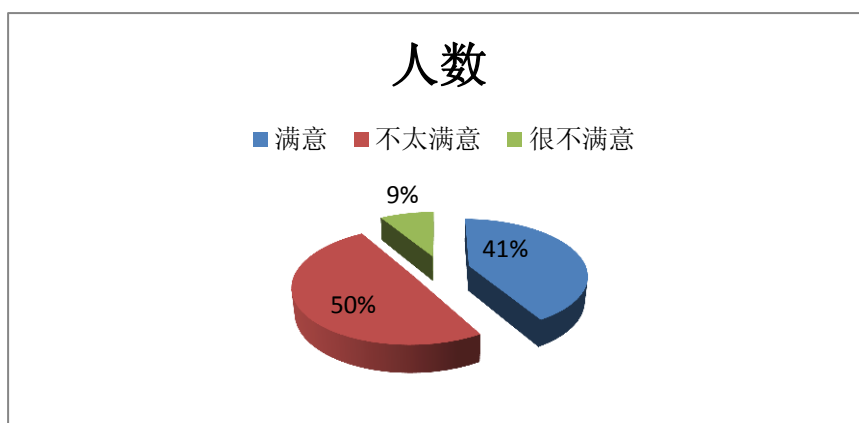
3.3.1 网络购物普及度研究

首先，我们对周围的大学生对网络购物的参与程度以及大概的满意度进行了一个调查研究，调查结果如下：

是否参与过网购（他人代购包含在内）	是	否
人数	149	29



网络购物总体印象	满意	不太满意	很不满意
人数	62	74	13



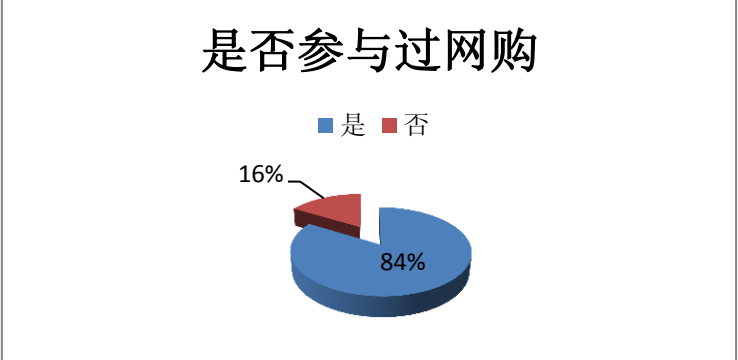
图表分析：

首先，在有效的 178 份调查问卷之中，我们发现直接或间接地参与过网络购物的大学生所占比例达到了很高的 84%。其次，通过第二张饼图可以看到，在参与过网购的大学生之中，感觉对网络购物有不满意地方的同学所占比例也是达到了 59%，已经是占了大约六成。

初步结论：

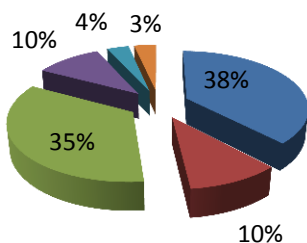
经过对这两张图表的分析，我们认为，和我们预想的一样，网络购物已经是深深地融入了我们大学生的生活之中。然而，虽然是有这么多人有着网络购物的经历，但是网络购物仍然是有着或多或少的让人感到不满意的地方。所以，我们得到的结论是我们这次论文的调查研究是十分有必要的，我们可以针对大学生对网络购物一些不满意的地方想出一些方案来改善存在的问题。

3.3.2 关于大学生网络购物满意度的问卷调查研究

<h2 style="margin: 0;">关于大学生网络购物满意度的调查问卷</h2>							
<p>大家好！现在网络购物已经成为当代的时尚消费，大学生更是作为其中的主力军，为了解当代大学生网络购物满意度我们特设计了此问卷调查</p> <p>公开级别：统计信息公开，详细信息不公开</p>							
<p>1、您是否参与过网购？（他人代购包含在内）_____。</p> <p>A. 是 B. 否</p>							
 <table border="1" style="margin: 10px auto; border-collapse: collapse;"> <caption>是否参与过网购数据</caption> <thead> <tr> <th>选项</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>是 (是)</td> <td>84%</td> </tr> <tr> <td>否 (否)</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table>		选项	百分比	是 (是)	84%	否 (否)	16%
选项	百分比						
是 (是)	84%						
否 (否)	16%						
<p>（选“否”，请答 A 卷，选“是”，请答 B 卷）</p> <p>A 卷</p> <p>2. 您不网购的原因？(可多选)</p> <p>A 质量没有保证，不放心</p> <p>B 喜欢上街购买</p> <p>C 网购程序复杂，送货慢</p> <p>D 曾有过不愉快的网购经历</p> <p>E 不熟悉网购流程</p> <p>F 其他_____</p>							

不网购的原因

- 质量没有保证，不放心
- 喜欢上街购买
- 不熟悉网购流程
- 曾有过不愉快的网购经历
- 网购程序复杂，送货慢
- 其他



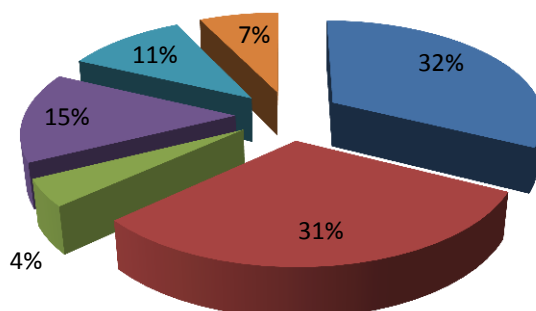
B 卷

2、您网购的主要方向是什么？（可多选）_____.

A. 衣物类 B. 图书类 C. 电子产品类 D. 食物类 E. 日用百货类 F. 其它

网购的主要方向

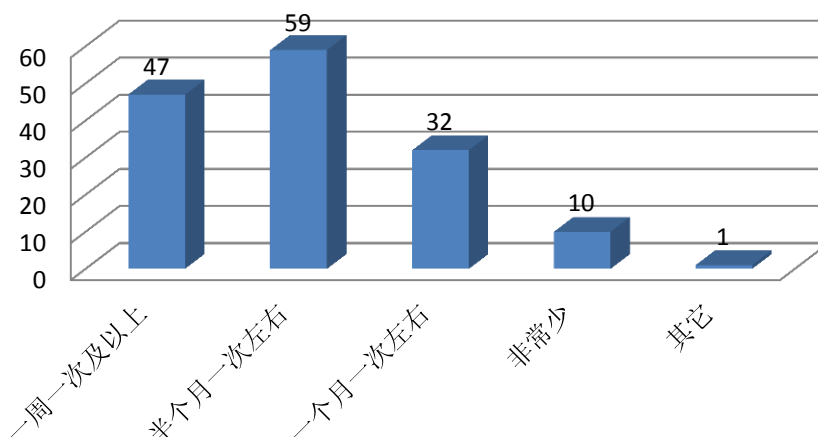
- 衣物类
- 图书类
- 电子产品类
- 食物类
- 日用百货类
- 其他类



3、您网购的频率是多少？_____.

A. 一周一次及以上 B. 半个月一次左右 C. 一个月一次左右
D. 非常少 E. 其它

网络购物频率

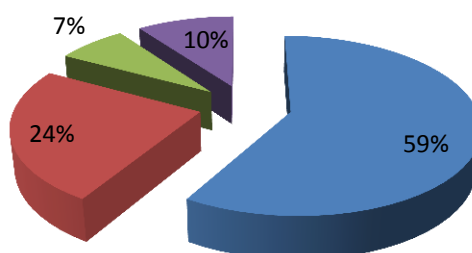


4. 您网购选择的网站主要是？（可多选）_____.

A. C2C 类如淘宝 B. B2C 类如凡客诚品 C. 代购网站如 Ctrip 携程旅行网

网购时选择网站

■ C2C网站如淘宝 ■ B2C网站如凡客诚品
■ 代购网站如Ctrip携程旅行网 ■ 其他

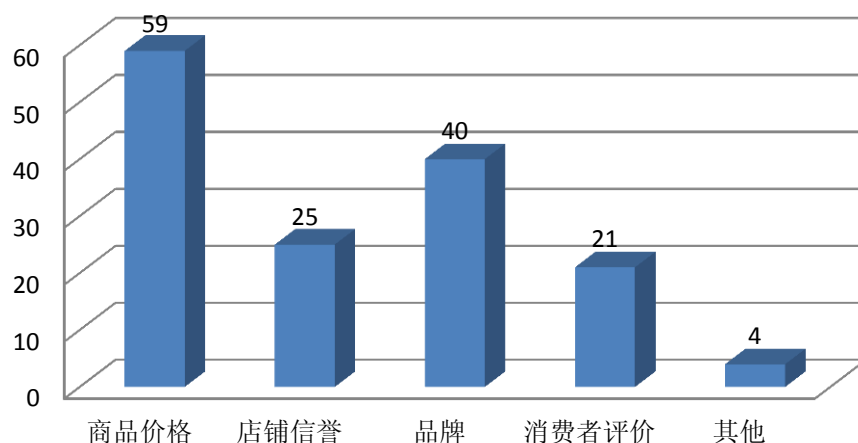


5. 网购时选择网店，您首先考虑的因素是什么？_____.

A. 商品价格 B. 店铺信誉 C. 品牌 D. 消费者评价

E. 其它如_____.

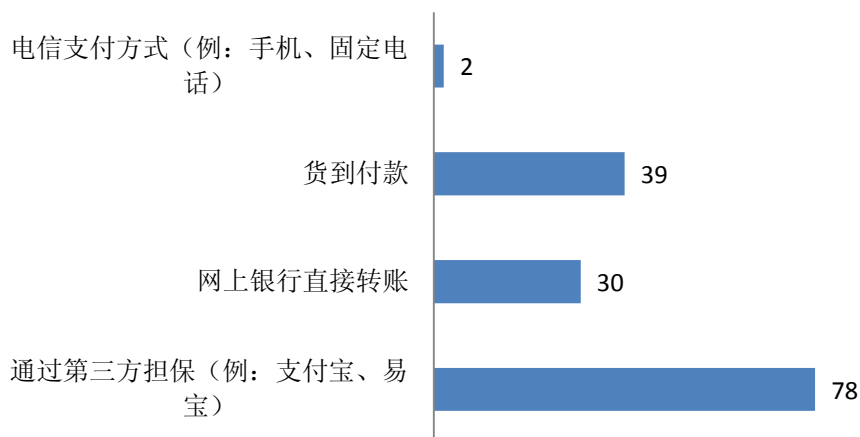
网购时首先考虑因素



6. 您网购时一般选择的支付渠道是什么? _____.

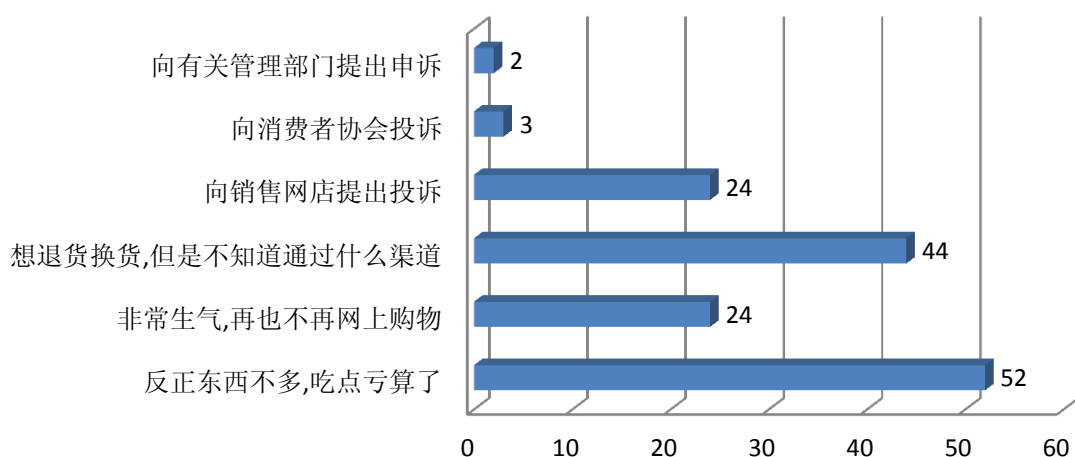
- A. 通过第三方担保 (例: 支付宝、易宝) B. 网上银行直接转账
C. 电信支付方式 (例: 手机、固定电话) D. 货到付款

网购时一般选择支付渠道



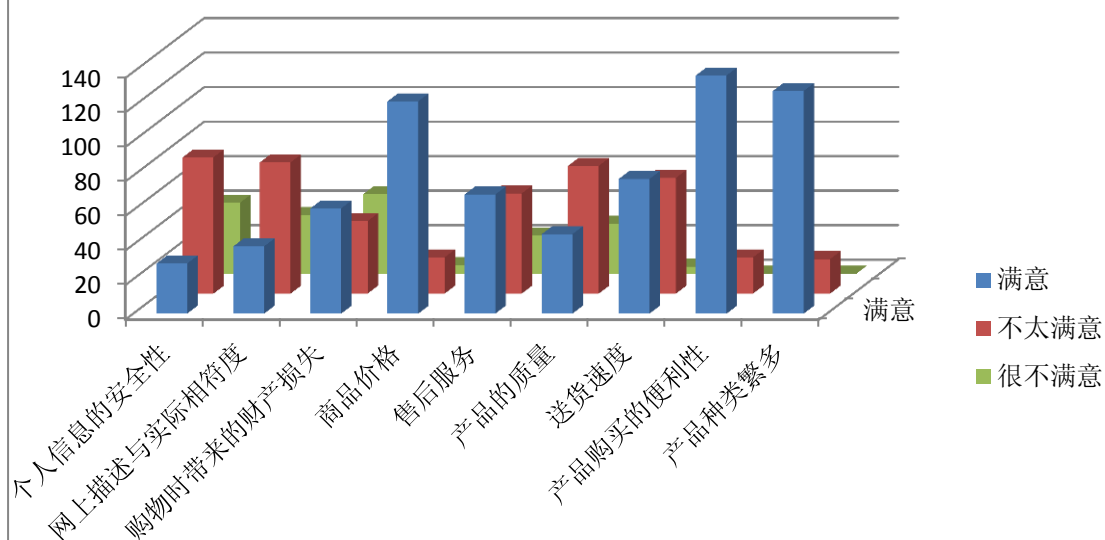
7. 如果你在网络购物中遇到购买的物品有质量问题或和网上图片有偏差, 你会怎么做? _____.

- A 反正东西不多, 吃点亏算了
B 非常生气, 再也不再网上购物
C 想退货换货, 但是不知道通过什么渠道
D 向销售网店提出投诉
E 向消费者协会投诉
F 向有关管理部门提出申诉



8. 请您在下面各种满意情况的评价上面打√（单选）

	满意	不太满意	很不满意
个人信息的安全性	29	79	41
网上描述与实际相符度	39	76	34
购物时带来的财产损失	61	42	46
商品价格	123	21	5
售后服务	69	58	22
产品的质量	46	74	29
送货速度	78	67	4
产品购买的便利性	138	21	0
产品种类繁多	129	20	0



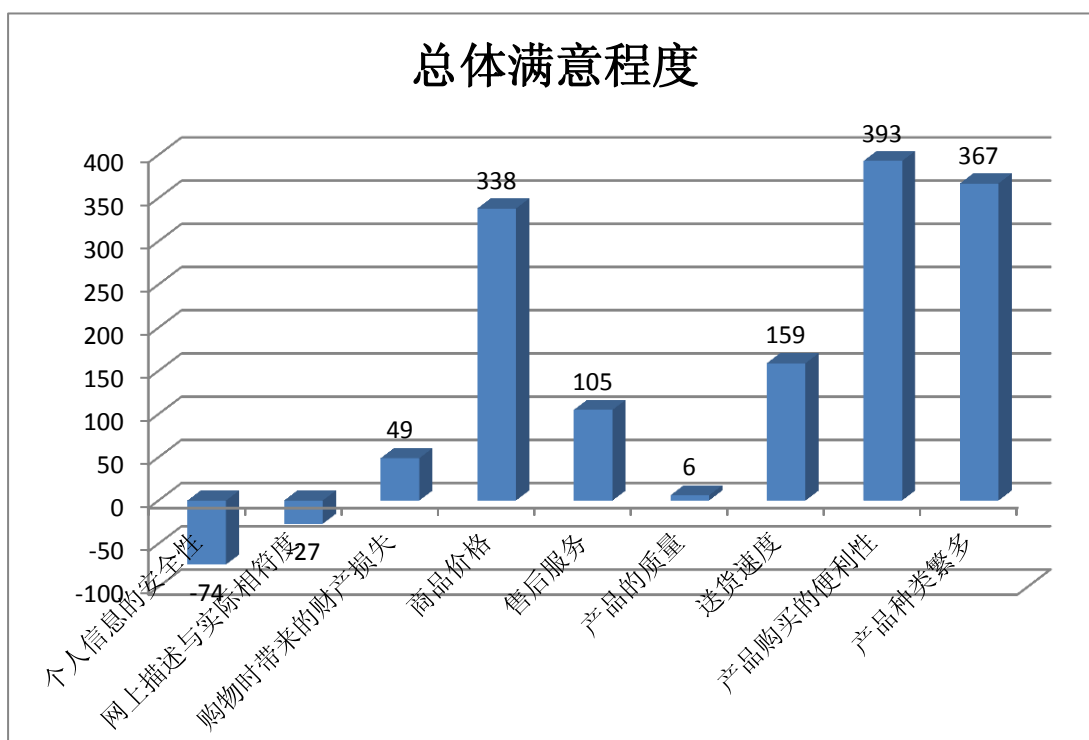
问卷结果分析：

1. 本次问卷调查共收回 185 份问卷，其中无效问卷有 7 份。
2. 根据 A 卷第二个题目的统计结果可知，没有参与过网络购物的大学生们对此给出的理由也是多种多样的。从图表中我们能够明显地看出，最主要的原因是他们对于网络购物的流程不是很熟悉；其次，他们也认为网络购物中的商品质量没有保证，令人不太放心。
3. 下面我们着重分析 B 卷的调查结果，也即是对参与过网络购物的大学生的调查结果。由 B 卷第二题的统计结果我们可以发现，目前大学生参与网络购物所购买的主要商品还是一些相对来说比较廉价的实用的物品，如图书类、衣物类，食品类等等；而又如电子产品这一类颇为高端的商品，受青睐的程度明显不及以上产品，仅仅是占了 4% 的比例。
4. B 卷第三题是关于大学生网络购物频率的一个调查，从调查结果来看，网络购物在大学生这个群体之中已经是发展到了一个很重要的位置。在被调查大学生之中，参与网络购物的 149 人之中有 106 人之多是半个月进行一次以及以上的网络购物的。
5. B 卷第四题是对大学生网络购物时所青睐的网站的研究调查。我们发现像淘宝这种 C2C 的网站是最受大学生欢迎的，甚至是一家独占了 59% 的比例。
6. 在 B 卷第五题之中，我们列出了参与网络购物时顾客可能会考虑的影响他们选择的因素。经过研究调查之后，从频数分布直方图之中我们能明显看出，商品价格和品牌是左右大学生网络购物时选择的最重要因素。
7. 正如我们一开始在相关解决方案中所提到的，支付宝已经成为了一种重要的网络交易平台。在关于选择何种支付渠道的问题之中，有超过半数的参与问卷调查的大学生表示会选择像支付宝、易宝这样的第三方交易工具来进行网络购物。
8. 网络购物时总会出现一些意外情况，我们就设想出现了顾客在拿到商品之后发现质量有问题或者说与网上描述不相符的情况，调查了一下大学生的会做出何种反应。最后统计结果显示，大多数大学生选择了忍让，其他还有一大部分大学生是有心想挽回损失却不知道如何做，能够真正做到去投诉的大学生只有屈指可数的几个人而已。
9. 最后涉及到我们本次论文调查研究的核心点，那就是在大学生眼中网络购物到底是有哪些不能够让人满意的地方。我们总共选取了九个不同的方面，不同的方面分设满意、不太满意，很不满意三个不同的选项。由于选项众多，而且就满意程度而言并不能很容易的将其互相区分，于是做了设想，将不同的满意程度数量化，分别赋予不同的数值，最后通过加权求和，得出不同方面的总体满意程度，以便于我们互相比较，有针对性的想出解决方案。

具体的赋值方法如下：

总体满意程度=满意人数*3-不太满意人数*1-很不满意人数*2

于是我们就得到了下面的这一张有关总体满意程度的柱形图：



很显然，在这九个不同的方面之中，有四个方面比较显眼，分别是个人信息的安全性、网上描述与实际相符度、产品的质量，购物时带来的财产损失这四个方面。相比较而言，这四个方面在总体满意程度这个指标上远低于另外五个方面。所以我们认为我们应该就这四个方面提出一些优化改善的方案。

3.3.3 优化改善方案

根据上面的问卷结果分析我们发现了两个主要的需要改善的问题：

问题1：网上描述与实际相符度不同，网购商品质量不佳

原因1：卖家信用，服务态度的评分数值已经脱离了其所代表的实际网络店铺的真实水平，对消费者挑选商品时有误导情况。例如，某些卖家信用比较低的网店店主，为了吸引顾客，找人刷高自己的卖家服务态度评分，有的通过包邮或者送代金券的方式来刷好评；还有某些店铺营业时间不长，所以评价人数不多，可能评价很高，甚至是满分5分。再者，卖家信用和服务态度的评分规则模糊，消费者感性认识的差别导致对于同一个店铺的评分参差不齐，从而导致对以后购买该商品的消费者存在误导。

解决方法1：面对如此情况，一方面，卖家要更加致力于其店铺建设，提供性价比更高的产品与服务；另一方面，网购网站也要严厉打击以上刷信誉刷好评的现象，可根据实际情况，通过调查分析对产品的价格进行分段如0～10元，10～100元，100～1000元，1000元以上等不同梯度，按不同的价格段给出不同信用评分梯度，从而杜绝出现1元的商品和10万元的产品的好评得分均相同的现象，另一方面根据“店铺年龄”来设置信用好评梯度，并且严厉抵制卖家通过低价值产品的赠送或包邮等方式刷信誉刷好评的现象再次出现，设置公示的黑名单，对消费者反映较多的刷信誉刷好评的店铺进行公示，来杜绝这种情况的发生。同时应该提供具体明确的评分标准，使得消费者在这一环节的行为更统一化。

原因2：由于网络购物是一种虚拟的交易，消费者无法看到实物便成为了这种交

易方式最大的缺陷,消费者只能根据网商提供的商品图片作为参考,而此时消费者会在心里产生一个最佳情况,最终造成实物与预想的极大偏离,尤其当网络购物网站上的商品描述不清晰,使得消费者感觉商品与所描述的差异非常大。

解决方法 2: 对于商家来说,网购商品图片与实物应当保持一致,商家在提供图片时尽量遵循实事求是的原则,避免夸大和过多美化修饰,缩小二者之间的差距,并且从多角度向消费者提供明确细致的产品信息说明,并对一些认为可能误导消费者的地方特别标注出来,并对一些照片上无法反映的信息做一个详细的阐述说明,以保证消费者能最大限度的了解所购买的商品,避免在收到货物后的巨大心理落差,减少交易纠纷。对于消费者来说,在购买网络商品是应仔细阅读商家对产品的介绍,已达到最大程度的全面了解所购商品,在不清楚一些细节时,能积极与卖家通过如“阿里旺旺”等网购交流工具做一个详细的了解,从而做出一个正确的选择。

问题 2: 财产安全性与个人信息安全性

根据《2011 年度中国电子商务市场数据监测报告》,中国电子商务投诉与维权公共服务平台接到电子商务投诉案例约 10 万起,其中网络购物投诉占总投诉的 52%[2]。在央视 3.15 晚会上也将网络购物安全性问题作为一个主要曝光方面,网上银行中巨额存款一夜之间不翼而飞,用户却毫无察觉,个人信息成为他人牟取利益的商品,被他人网上肆意叫卖,可见,对消费者的财产安全性和个人信息安全性的保护迫在眉睫。

解决方法: 对于网络购物网站,一方面一定要加强销售企业和个人的实名制认证,建立一套对其资质、所出售商品等各个方面能进行严格审核的审核系统,接到消费者投诉并确认属实时,采用将该商家封号处理,今后不得销售产品。另一方面,网络购物网站应进一步推动如支付宝这样的第三方支付平台的普及,以保证消费者财产的安全性,和良好的网络购物环境。对于消费者的注册信息做到足够的保密,以保证消费者个人信息安全性不受侵犯。对于消费者而言,首先要做到慎重购买,避免因贪图便宜而选择假冒伪劣商品,造成不必要的损失,网购时尽量选择信誉好的商家并采用第三方支付平台安全支付。再者,在网上银行支付操作时必须做到小心谨慎,注意看支付页面是否为银行的官方网站,并验证个人预留的预留信息,从而避免“钓鱼网站”对财产安全的威胁。另一方面,当网购过程中需要填入个人信息时,注意辨别该网站的资质,加强保护意识,谨慎填写,以免泄露个人信息。对于国家来讲,应弥补这方面的法律空白,建立相关法律,对个人信息的保护起到法制作用,加大力度惩治违法买卖公民个人信息的行为。

4. 收获及感想

通过这次有关大学生网络购物满意度的调查研究,我们已经是深深地体会到了网络购物在当今社会发展的是有多么的迅猛。从现实情况来讲,我们本身就是网络购物的常客,经常在网上买下一一些我们喜欢的东西。网络购物除了那无与伦比的便利性之外,还有在价格、种类上面的巨大优势,这些都是网络购物的优点。然而,每事物自诞生之际就存在着两面性,网络购物同样也不例外。我们就在自己上网购物以及周边同学网络购物的同时发现了网络购物存在一些不可忽视的缺点,而且这些缺点已经是影响到了我们大学生乃至是社会上的人们对网络购

物的参与。于是我们从自身出发，再加上对周边大学生进行了问卷调查，我们找到了几个主要的会影响我们对网络购物满意度的因素，着重对其分析，并且想出了一些在我们看来是能够有效改善问题的解决方案。我们希望我们的这些方案能够切实地为提高大学生网络购物满意度做出一些贡献，更希望能够广泛地运用到社会上去。在这次调查研究过程中，我们学到的最多的还是通过互相合作来解决问题。在很多时候我们都是各自苦思冥想时互相进行了一些简单的交流，然后得出了一致的结论，所以说，合作是我们这次做论文时最大的收获。再者，在这次做论文的过程中我们也是学到了一些调查研究常用的方法，我们相信这对我们以后进行类似的活动也是大有裨益的。我们应当感谢冯如杯创意大赛，给了我们这样锻炼自己的机会，我们以后会把这些学到的东西运用到实践中去，做德才兼备，知行合一的合格北航人。

参考文献

[1] 《中国互联网络发展状况统计报告》

<http://www.cnnic.net.cn/>. 中国互联网络信息中心(CNNIC). 2012. 01.

[2] 《2011 年度中国电子商务市场数据监测报告》

中国电子商务研究中心. 2012. 03