

南台科技大學行銷與流通管理系
學生專題報告

女大學生對網路化妝品之購買行為實證研究

指導老師：莊勝雄 老師

專題製作學生：494D0031 潘立欣

494D0041 顏婷懿

494D0057 倪芝亭

494D0067 黃毓婷

494D0093 劉湘萍

494D0097 王馨苗

中華民國 98 年 01 月

目 錄

目錄	2
表目錄	4
圖目錄	5
第一章 緒論	6
第一節 研究背景與動機	6
第二節 研究目的	7
第三節 研究對象	7
第四節 研究流程	8
第二章 文獻探討	9
第一節 化妝品保養的定義及種類	9
第二節 網路商店與線上購物	12
第三節 影響網路消費行為購買因素之分析	17
第四節 生活型態及其定義	19
第五節 意見領袖	27
第三章 研究方法	33
第一節 研究架構	33
第二節 研究設計	33
第三節 分析方法	35
第四章 實證結果分析	37
第一節 有效問卷之樣本結構	37
第二節 生活型態之分析	40
第三節 品牌形象及市場特性之分析	43
第四節 化妝品消費資訊來源之分析	44

第五節 購買決策評估之分析	46
第五章 結論與建議	48
第一節 研究結果發現與討論.....	48
第二節 建議	52
參考文獻	53

表 目 錄

表 2-1	化妝品分類·····	10
表 2-2	國內消費者進行網路購物所呈現的特性·····	14
表 2-3	網路商店的五種特性·····	14
表 2-4	生活型態的定義整理·····	19
表 2-5	生活型態構面·····	23
表 2-6	網際網路使用者區隔之相關研究·····	25
表 2-7	意見領袖特性·····	29
表 4-1	樣本結構分佈概況統計表·····	37
表 4-2	最常在網路上購買的基礎化妝品種類次數分配表·····	39
表 4-3	生活型態之次數分配表（一）·····	40
表 4-4	生活型態之次數分配表（二）·····	41
表 4-5	生活型態之次數分配表（三）·····	42
表 4-6	品牌形象及市場特性之次數分配表·····	43
表 4-7	化妝品消費資訊來源之分析·····	44
表 4-8	購買決策評估之分析·····	46

圖 目 錄

圖 1-1	研究流程圖	8
圖 2-1	網路商店架構圖	13
圖 2-2	網路購物流程圖.....	14
圖 2-3	網路商店與線上購物兩者之間關係的差異整理圖.....	15
圖 2-4	網路商店線上交易流程圖.....	16
圖 3-1	研究架構圖.....	33