

以传播学使用与满足理论验证YAHOO网路拍卖市场下买卖双方之行为模式

作者: 徐弘轩 钟佳伦 陈慧依 陈芷芸 赖晏甄

本文来源: 台湾艺术大学图文传播艺术学系94级毕业论文

摘要

由于网际网路的兴起与全球化科技的发达, 逐渐改变了一般市场的交易模式, 网路使用率的提高相对地网路购物的比例也跟着上升, 因此网路拍卖市场已成为一股强大的风潮, 网路拍卖打破了僵化的传统交易、定价模式。YAHOO 奇摩拍卖网站就是个最好的例子, 本研究主要的研究对象是以具有YAHOO 奇摩拍卖网站评价之会员为主。

本研究透过传播学《使用与满足》理论中的『媒体使用与满足研究的共通模式』为主要研究架构, 并验证解说网路拍卖市场下买卖双方对于使用与满足的动机过程与因果关系。期望藉由此研究了解以下几点: (一) 针对研究对象, 了解他们对于网际网路习惯性的使用行为; (二) 了解研究对象对于网际网路及其它媒体管道的信念与期待; (三) 了解拍卖网站中买卖双方的使用动机以及透过网路拍卖所得到满足的过程; (四) 经由研究对象经验分享, 得知网路拍卖的效果。综观以上各点, 本研究可以进一步了解研究对象对于使用网路拍卖的满意程度, 分为以下三大类做为分析探讨: (一) 社会变革的满意程度; (二) 价格与安全的满意程度; (三) 消费方式的满意程度。

研究结果得知研究对象的性别、年龄、职业、教育程度、目前月收入额与婚姻状态等不同结构在社会变革的满意程度、价格与安全的满意程度以及消费方式的满意程度等各方面之差异分析。

[点击此处查看论文全文 \(PDF\)](#)

打印

去论坛

关闭

相关文章

站内搜索

科教

站内搜索

企业搜索

企业登记

自助链接

实用服务

疑难求助

印刷网站

论坛新贴

