

## 關於消費申訴爭議案件五大類型的性別比例分析

- 一、緣起：由於行政院消費爭議申訴督考系統具全國各縣市消費申訴案件統計功能，本局擬藉由統計數據分析本府今年（統計至 11 月底）五大消費爭議類型申訴人之性別比例，或能針對各類型性別比例，從消費案件行政調查、消費者保護教育宣導及座談等，參考性別比例設計題目，以達到降低消費申訴案件之目的。
- 二、根據該系統所為之統計，自 105 年 1 月 1 日起至 105 年 11 月 30 日止，第一次申訴案件收案數前五大類型，依序分別為補習、通訊及周邊產品、線上遊戲、服飾、皮件及鞋類、電信，詳如下表：

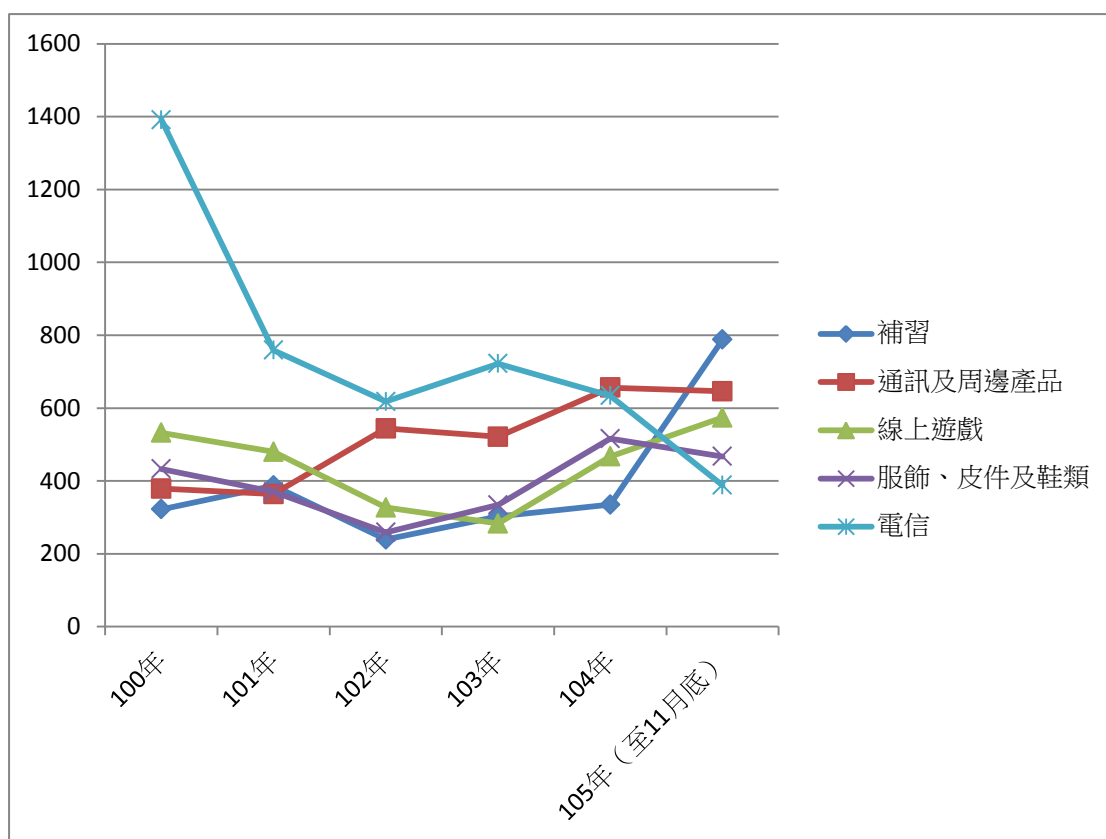
**R15-1050101~1051130 本市前 5 大類消費爭議第一次申訴案件性別統計**

類別	總計	男性	百分比	女性	百分比
1 補習	788	316	40%	472	60%
2 通訊及周邊產品	646	431	67%	215	33%
3 線上遊戲	574	473	82%	101	18%
4 服飾、皮件及鞋類	467	139	30%	328	70%
5 電信	388	245	63%	143	37%

- 三、105 年 1 月到 11 月統計結果，其中申訴人性別比例較懸殊的是線上遊戲類（男：女約 4：1），如果單看本年的數據，可能比較不具參考性。所以我們同時把該五大類型此前四年的數據一起加進來看，如下表所示。從以下數據我們可以觀察到今年五大類型的品項多少都會在某年突然暴增的現象，這很可能是個案因素，例如今年補習業的案件突然較去年暴增超過 1 倍，是因為學承、威爾斯美語及邱素貞瑜珈天地的無預警停業。另部分遽增案件係網路使用者常常會在特定網站串連網友一起對某特定廠商提出申訴案件凸顯案件嚴重程度，視該網站的使用者男女比例不同，也可能造成數據失真的情形。五大申訴案件類型的人數統計如下表：

**五大消費爭議類型 100 年~105 年 11 月底申訴人數統計**

類別	100 年	101 年	102 年	103 年	104 年	105 年 (至 11 月底)
補習	322	387	239	303	335	788
通訊及周邊產品	379	364	544	521	656	646
線上遊戲	532	480	327	283	467	574
服飾、皮件及鞋類	433	370	259	334	516	467
電信	1391	759	618	722	634	388



但如果再把五大消費申訴類型中男性申訴人的人數表列如下，

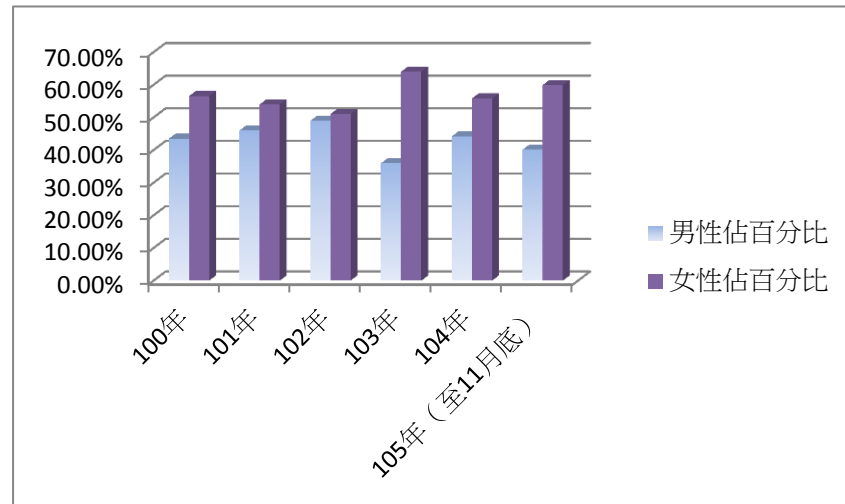
類別	100年	101年	102年	103年	104年	105年 (至11月底)
補習	140	178	117	109	148	316
通訊及周邊產品	239	236	367	369	437	431
線上遊戲	446	411	286	242	408	473
服飾、皮件及鞋類	129	132	82	102	149	139
電信	864	453	377	421	387	245

以及五大消費申訴類型中女性申訴人數表列如下：

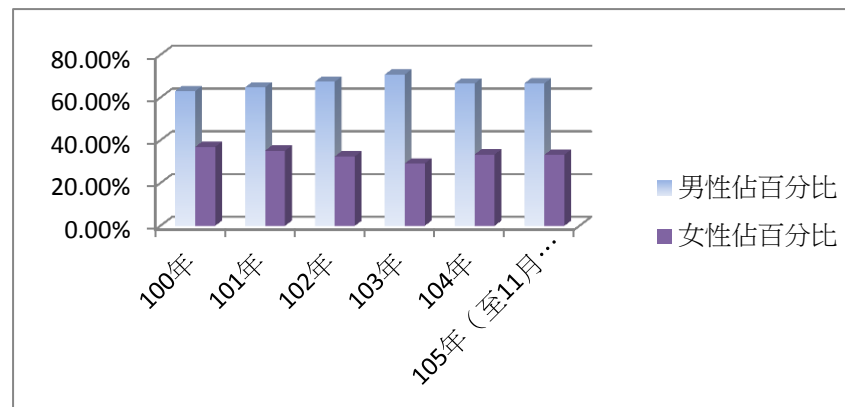
類別	100年	101年	102年	103年	104年	105年 (至11月底)
補習	182	209	122	194	187	472
通訊及周邊產品	140	128	177	152	219	215
線上遊戲	86	69	41	41	59	101
服飾、皮件及鞋類	304	238	177	232	367	328
電信	527	306	241	301	247	143

整理以上三個表，我們發現三個表的男性、女性人數都與全部的人數的增長正相關，於是我們試著把各類型男性、女性申訴人比例整理如下：

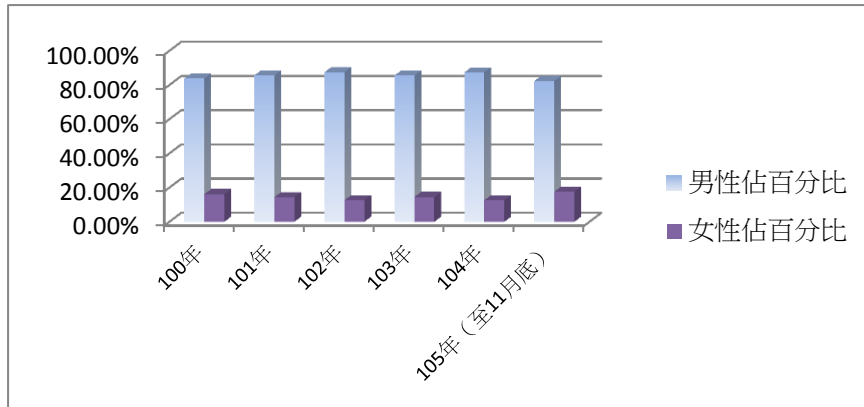
補習類	100年	101年	102年	103年	104年	105年(至11月底)
男性佔百分比	43.48%	45.99%	48.95%	35.97%	44.18%	40.10%
女性佔百分比	56.52%	54.01%	51.05%	64.03%	55.82%	59.90%



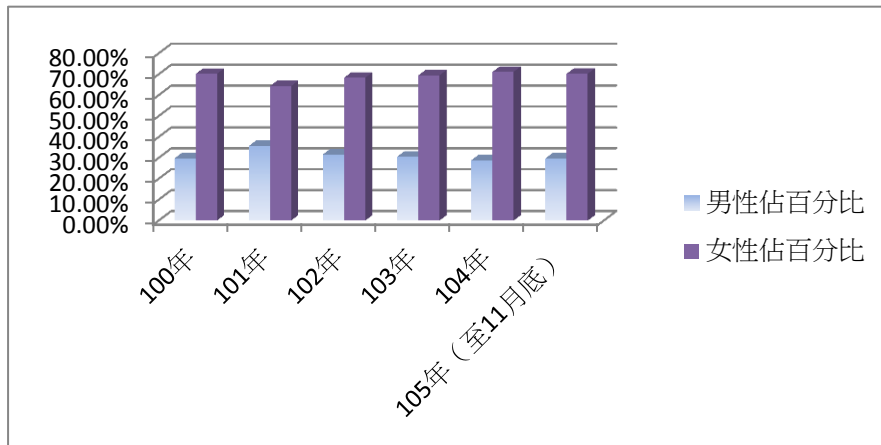
通訊及周邊產品	100年	101年	102年	103年	104年	105年(至11月底)
男性佔百分比	63.06%	64.84%	67.46%	70.83%	66.62%	66.72%
女性佔百分比	36.94%	35.16%	32.54%	29.17%	33.38%	33.28%



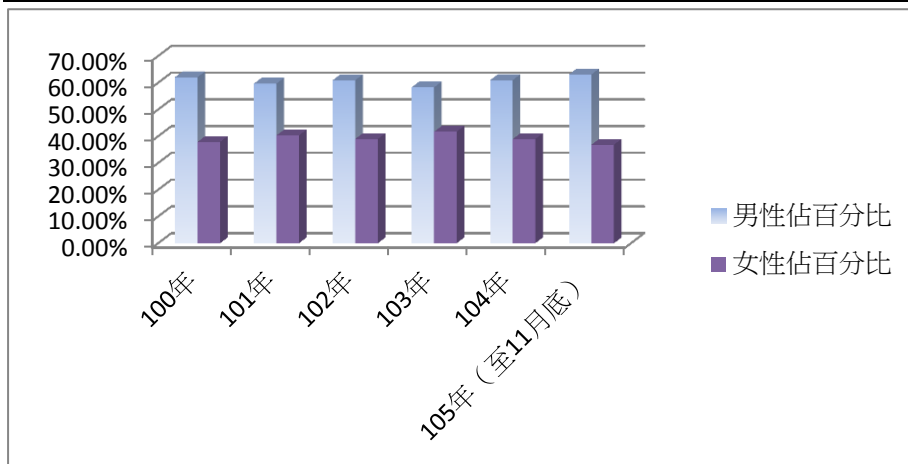
線上遊戲	100年	101年	102年	103年	104年	105年(至11月底)
男性佔百分比	83.83%	85.63%	87.46%	85.51%	87.37%	82.40%
女性佔百分比	16.17%	14.38%	12.54%	14.49%	12.63%	17.60%



服飾、皮件及鞋類	100年	101年	102年	103年	104年	105年 (截至11月底)
男性佔百分比	29.79%	35.68%	31.66%	30.54%	28.88%	29.76%
女性佔百分比	70.21%	64.32%	68.34%	69.46%	71.12%	70.24%



電信	100年	101年	102年	103年	104年	105年 (截至11月底)
男性佔百分比	62.11%	59.68%	61.00%	58.31%	61.04%	63.14%
女性佔百分比	37.89%	40.32%	39.00%	41.69%	38.96%	36.86%



#### 四、性別比例分析

從以上整理出來的表格數據可以得知，各類案件歷年來數量雖有增減，但除103年補習類的男、女性申訴人出現比較不規則的變化（女性申訴人突然升高13個百分點，造成極度偏差值）外，其實男、女申訴人比例一般來看並無太多變化，百分比誤差都在10%以內。前面所提的105年統計數據（如線上遊戲類呈現男申訴人：女申訴人約4：1的比例）單獨來看雖未必有決定性的參考價值，不能排除可能是偶然因素，例如上面所提到的業者倒閉或是網路大串連之類單一事件造成的結果。但循序追溯數據去比對歷年來的變化，持續幾年來一直不變的懸殊比例就有了意義，可以列為值得參考的依據，應用方向有二：

（一）提供本府日後為消費者保護教育宣導的參考資料：

如該宣導對象有明顯性別較集中之狀態（男子學校、女性團體等），或許可參考根據性別比例呈現的方向訂定比較適合符合最大公約數的題目。例如如果宣導對象是男校或是男性為主的工作團體，可以考慮線上遊戲消費爭議議題，如果是女性為主，服飾類的消費爭議案件或許可以認為是他們可能會比較希望瞭解的標的。

（二）作為與業者間研討及反饋的資料：

這些數據提供給企業經營者，可以讓他們內部單位研討分析，或許對不同性別的期待與需求可以提供更好回應與解決方案，這對企業與消費者而言會是雙贏。另外男性申訴人與女性申訴人都逐年同步增加的類別（在圖表中顯示的是通訊及周邊商品類），就可以在本府與業者溝通的場合特別提出來請業者作為研究及回應的題目，包括在本府職權範圍內召集相關業者舉行學術性研討會或是專門檢討案件控制的成果。若企業經營者從政府這邊的資料連結內部的數據，可以提供政府一些反饋，瞭解真正原因可能何在，可以說是一種政府跟企業合作的模式。如果能從消費申訴案件的源頭就控管得宜，無論是官方或是民間都能達到有效減少消費爭議案件的目的，無形中節省的龐大成本將非常可觀。