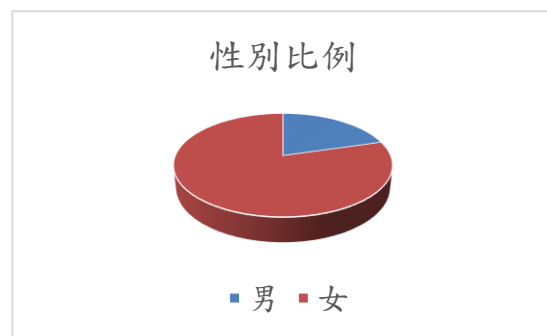
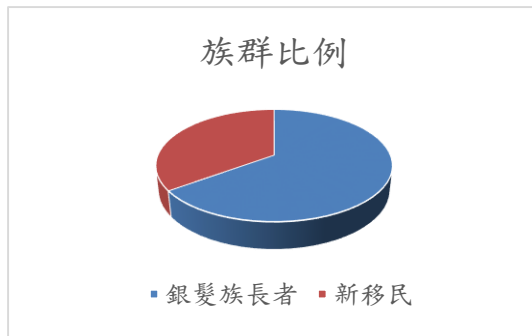


消費者保護教育宣導性別統計分析

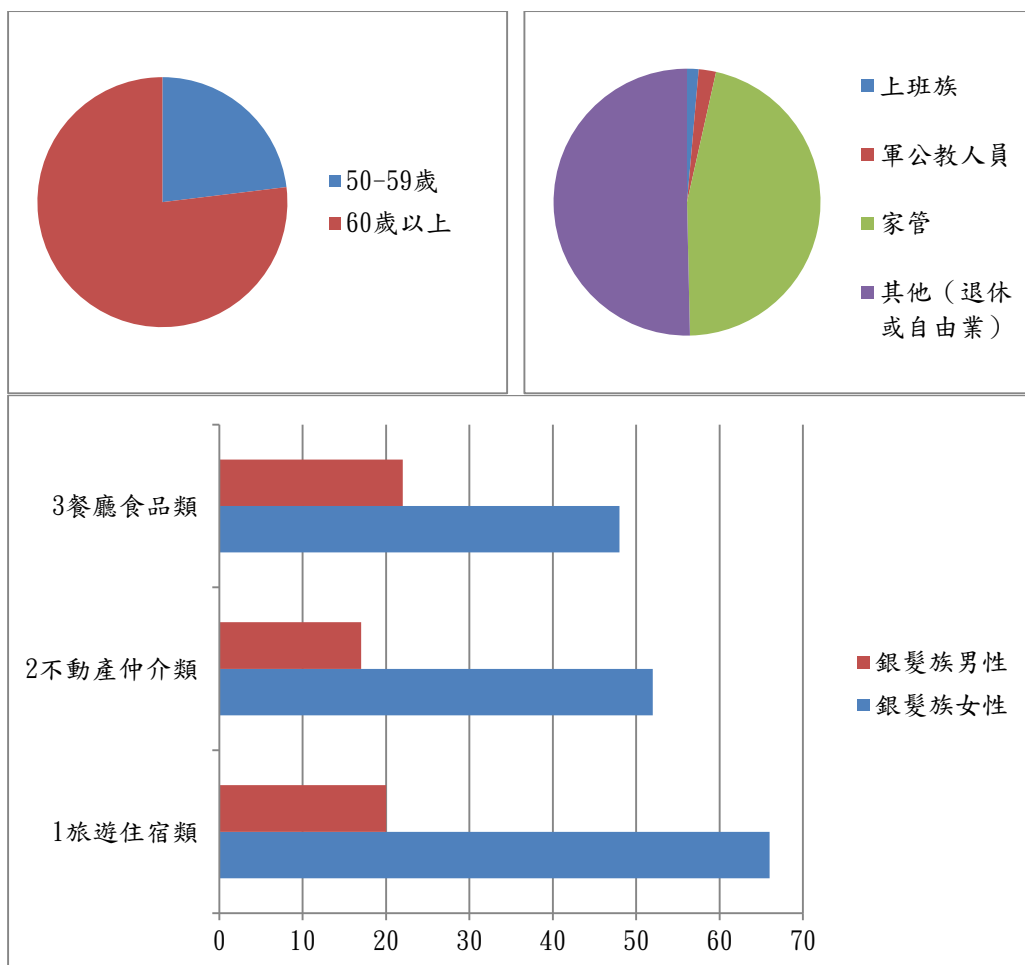
- 一、緣起：消費者保護相關機制的完備，乃是促進臺北市消費生活安全與提升消費生活品質的保證，消費者保護工作除有關消費者保護法制之更新，消費者教育宣導的落實，消保工作人員消保知能的充實等，還須更積極地以市民消費權利為尊，謀求市民消費福祉，提供更多消費警訊及更好的消費資訊，鼓勵市民參與消費者權利之保護，俾建構一個安全、健康、祥和的現代化消費者城市。為提昇民眾消費者保護意識、擴大公民參與，本局定期請各機關、學校、樂齡學習中心及團體辦理宣導活動或教育訓練時，可安排部分時段由本局消保官進行消費者保護宣導課程或活動，加強消費意識，以維消費者權益。本次分析統計報告係於上述消保教育宣導活動中製作問卷加入性別統計及有興趣消保議題等調查項目，將性別議題帶入統計資料，俟後統計分析性別意識差異所關注之消保議題，以為往後針對不同族群及性別時，研議辦理適合之消保教育宣導內容。
- 二、本次問卷統計分析，係依消保官及消服中心所作「臺北市政府法務局消費者保護教育宣導講座課後調查問卷（如附件）」，自 107 年 3 月 14 日起迄至 107 年 5 月 23 日止，8 場消保教育宣導（4 場對象是銀髮族長者；4 場是針對新移民），共發出問卷 265 份，有效回收問卷 220 份，問卷對象包括「銀髮族長者」及「新移民」二大族群，宣導主題分別為「消保概念及安養機構消費注意事項」及「消保官與新移民有約-消保概念及網路消費注意事項」，其中族群及性別比例如下表：

107 年消保教育宣導性別統計（3 月 14 日起迄至 5 月 23 日）

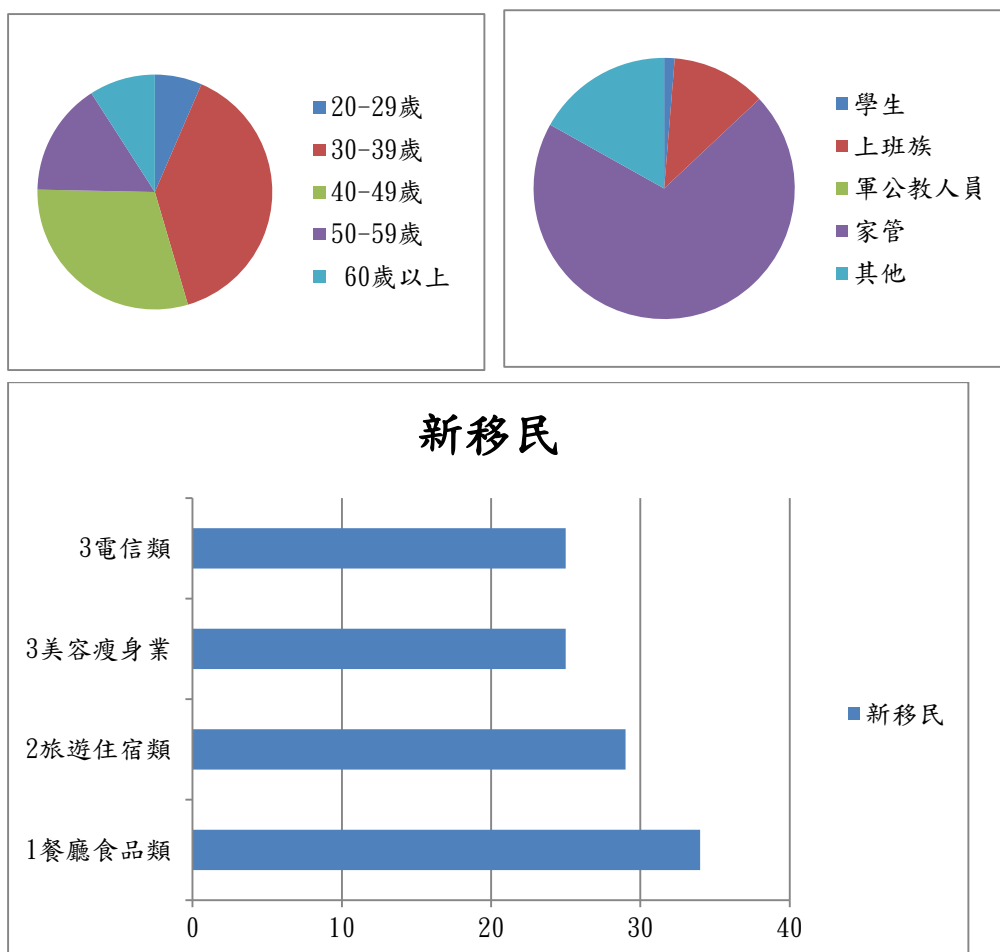
族群	總計	男性	百分比	女性	百分比
1 銀髮族長者	143	40	約 28%	103	約 72%
2 新移民	77	5	約 7%	72	約 93%
總計	220	45	約 21%	175	約 79%



三、銀髮族長者族群分析說明：本次統計問卷係配合本市圖書館各分館之「銀髮消費寶典-安養機構篇」專題演講活動進行中消保教育宣導，宣導主題為「消保概念及安養機構消費注意事項」，對象為55歲以上銀髮族長者族群，共計4場。有效回收問卷143份，其中男性40份，女性103份，女性比例偏高。據承辦人向各文教機關（如市立圖書館）辦理銀髮族相關業務同仁請教，有登記註冊在案參加相關藝文活動之退休銀髮族，男女比例約1:3。究其原因係因許多男性退休銀髮族對於靜態藝文講座相關活動較無興趣，其興趣多傾向於運動類活動。本次回收問卷銀髮族長者男女比例亦與註冊男女比例相當，銀髮族男性長者最有興趣消費者保護議題前3名分別是餐廳食品類、旅遊住宿類及不動產仲介類；而銀髮族女性長者最有興趣消費者保護議題前3名分別是旅遊住宿類、不動產仲介類及餐廳食品類。銀髮族男性長者與女性長者有興趣消保議題差異性不大，前三名皆為餐廳食品類、旅遊住宿類及不動產仲介類。分析其原因，民以食為天，這是每天都離不開消費活動；近年來食品安全議題如塑化劑、餿水油、胖達人等事件所引起的消保團體消費訴訟層出不窮，又如因餐廳倒閉致大量發行在外的禮券無法使用如蓮香齋事件等亦時有所聞，故餐廳食品類消費議題自然是切身相關較有興趣的議題。此外退休後，與一般上班族不同的是，有較多的休閒時間可以從事旅遊活動，故會對於旅遊住宿類消保議題較有興趣。值得觀察的不論男女銀髮族長者，有興趣消費者保護議題前3名皆有**不動產仲介類**消保議題，這是以往針對銀髮族長者消保教育宣導容易被忽略的主題，分析其原因，可能係銀髮族長者有較多之既有不動產處分、閒置資金置產及為子女置產理財之需求，故對於本類消保議題較有興趣，此亦將列為往後銀髮族消保教育宣導主題之一。



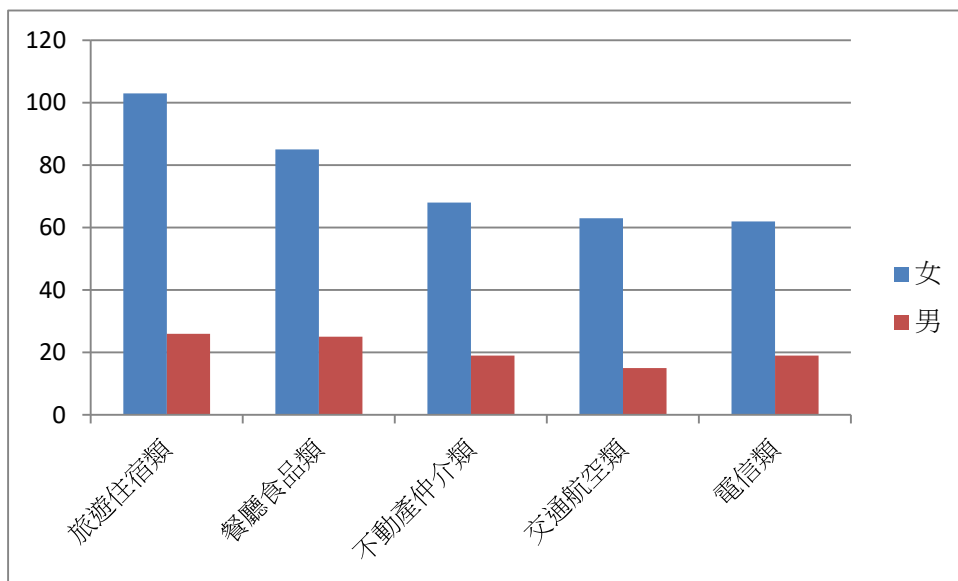
四、**新移民族群分析說明**：本次統計問卷係配合本市各區公所之「新移民生活成長營暨多元文化研習班-消費者權益保護課程」專題演講活動進行中消保教育宣導，宣導主題為「消保概念及網路消費注意事項」，對象為新移民族群，共計4場。有效回收問卷77份，其中男性5份，女性72份，女性所佔比例9成以上，經詢問業務承辦人員表示，參加新移民消保教育宣導講座對象多為女性外籍配偶，以求能儘速適應我國社會經濟人文消費等民情，故有此需求；新移民男性問卷部分，因參加男性為該女性之配偶陪同參加，多非新移民族群，且樣本過小，故此部分問卷略不予分析。新移民族群女性最有興趣消費者保護議題前3名分別為餐廳食品類、旅遊住宿類、美容瘦身類及電信類。與銀髮族長者族群不同的是「美容瘦身類」及「電信類」並列為第3名，分析其原因「美容瘦身類」係本族群多數比例為女性（93%）及年齡層較為年輕，故容易有此類消費需求。另分析「電信類」消費議題則由於新移民族群有聯繫家鄉、同鄉社交活動之電信需求較本國人為多所致。



五、消費紛爭問卷男女性別比例分析說明：

- (一) 是否曾經發生消費紛爭：就已回收 220 份問卷中，有 70 份回應曾發生過消費紛爭，佔回收總數 32%。其中男性有 14 份，佔男性總數 31%；女性有 56 份，佔女性 32%，就申訴比例男女性別差異性並不大。
- (二) 另就上述消費紛爭發生後，曾透過行政院消費者保護會線上申訴系統申訴：就此問題已回答問卷中，有 16 份回應曾透過線上申訴系統申訴，佔回答問題總數 14%。其中男性有 4 份，佔回答問題男性總數 19%；女性有 12 份，佔女性 13%，就實際透過申訴系統申訴此部分，性別差異性亦不大。
- (三) 最有興趣消費者保護議題：就已回收 220 份問卷中，不分族群、性別，最有興趣消保議題前 3 名分別為旅遊住宿類、餐廳食品類及不動產仲介類。若不分族群，就男性而言，最有興趣消保

議題前 3 名分別為旅遊住宿類、餐廳食品類、不動產仲介類及電信類；就女性而言，最有興趣消保議題前 3 名分別為旅遊住宿類、餐廳食品類、不動產仲介類。前兩名之旅遊住宿類、餐廳食品類正如前說明民以食為天及食安、禮券議題引起重視之普遍性與退休族群特性緣故，但由於本次問卷對象係以族群為主的分眾宣導，因族群內本來男女性比例有顯著差距，與一般男女性常態分布比例有異，致使男女差異性於本次問卷中議題中表現並不明顯，反而分眾宣導之族群數量問卷回收多寡緣故，致使銀髮族長者族群有興趣之「不動產仲介類」躍居 3 族群總合第 3 名。



(四) 曾發生過消費紛爭類型：就已回收 220 份問卷中，僅有 70 份回應曾發生過消費紛爭，佔回收總數約 32%。再就實際曾發生過消費紛爭類型分析，若不分族群、性別，最多消費紛爭類型前 3 名分別為旅遊住宿類、餐廳食品類及其他類，前兩名基本上與最有興趣消費者保護議題重疊，其他類多半為網路購物所發生消費紛爭等。若比較本市 106 年度整年度接受消費申訴案數量前 3 大類型為網路購物類、線上遊戲類、通訊及週邊產品類，則本次問卷統計因對象族群差異而有所不同。本次問卷，若不分族群，就女性而言，曾發生過消費紛爭類型前 3 名分別為旅遊住宿類、餐廳食品類及其他（網路購物）；就男性而言，曾發生過消費紛爭類型前 3 名分別為餐廳食品類、電信類及其他（網路購物）。

六、小結與建議

從以上整理出來的表格數據可以得知，本次問卷對象由於受限於消費者保護教育宣導對象分眾緣故，男性與女性回收問卷比例數量差異過大，問卷結果兩性差異性，反不如年齡、族群特性差異性來得大，性別差異分析結果並不明顯。本問卷就此性別統計資料及相關資訊，欲從性別平等意識觀點來分析性別處境及現象，因而就看見性別差異的目的而言似有困難。惟本問卷分析結果，仍得提供本府日後繼續為消費者保護教育宣導的參考資料，例如對於銀髮族群長者的消保教育宣導，除一般常見旅遊住宿類、餐廳食品類教育宣導，或許可針對其較有興趣宣導議題如不動產仲介類訂定適合主題。又宣導對象若是年輕男性的男校或是男性為主的工作團體，亦可以考慮因年齡、性別差異性衍生不同興趣之健身類、線上遊戲類常見消費爭議議題。而如果宣導對象係以年輕女性為主，則網路購物類、美容瘦身業及電信類爭議案件應該是合適的消保教育宣導主題。