

---

PERSEPSYON SA PAGGAMIT NG ONLINE SHOPS NG MGA MAG-AARAL SA  
TRECE MARTIRES CITY SENIOR HIGH SCHOOL SA TAONG 2018-2019

Isang saliksik papel na ihaharap kay G. Dante Ramos ng

Departamento ng Kaguruan sa Filipino

Trece Martires City Senior High School

Trece Martires City, Cavite

Bilang pagtupad sa Pambahaging Pangangailangan

sa asignaturang Komunikasyon at Pananaliksik

Apes, Devina

Austria, Shaira Mae B.

Cala, Mikaela Marie L.

Cortez, Diane E.

De Vera, Shane Katya P.

Eroa, Erika

Nacilla, Carmela C.

Nazareno, Lorie May

Pancho, Alena Mae A.

Marso 2019

# KABANATA I

## KALIGIRAN NG PAG-AARAL

### Introduksyon

Parami ng parami ang mga taong gumagamit ng *internet* para sa iba't-ibang bagay. Ilan na dito ay para makakuha ng impormasyon, magkaroon ng komunikasyon at marami pang iba. Habang tumatagal ay mas umuunlad at dumadami ang kayang nitong gawin at isa na ang pagbili ng produkto. Sa patuloy na paglago ng teknolohiya ay mas nababago ang paraan ng pamumuhay ng tao katulad na lamang sa pamimili. Halimbawa ay imbes na personal na pumunta ang isang mamimili sa tindahan ay maaari na lamang itong hanapin sa *online shops* at doon na lamang bilhin.

Ang konsepto ng *online shopping* ay nagsimula noong 1900s. Dito nagbukas ang mga oportunidad ng maraming negosyante at mga taong nagbabalak kumita. Sa kasalukuyan, kilalang kilala na ang salitang *online shopping* lalo na sa kabataan. Ilan sa mga kilalang sites ay ang *Lazada*, *Shopee*, at *Amazon* kung saan maaaring pumili at makabili na hindi na kinakailangan pang lumabas pa ng bahay. Ayon kay Morah (2018), ang pagbili at pagbebenta sa *online* ay naging mahalagang bahagi ng maraming buhay ng mga tao. Ang mga mag-aaral at mga magulang ay umaasa sa mga upang makakuha at magbenta ng mga aklat sa abot-kayang presyo, hinahayaan ng mga *virtual* na tindahan ang mga tao na mamili mula sa kaginhawahan ng kanilang mga tahanan nang walang presyon ng isang salesperson, at ang mga *online marketplaces* ay nagbibigay ng

isang bago at mas maginhawang lugar para sa palitan ng halos lahat ng uri ng mga kalakal at serbisyo.

Ayon sa pag-aaral ng Visa Consumers Payments Attitude noong 2015, ang *e-commerce* sa Pilipinas ay patuloy na lumalago dahil 6 sa 10 Pilipino ang bumibili ng produkto at serbisyo *online* na mas tumaas mula sa 46% na naitala noong 2014. 60% sa mga mamimili na ito ay nasa edad 35 pababa. “E-commerce is becoming the ‘new normal’ in Southeast Asia, as consumers in the region take to online shopping because of the variety of goods and services available, competitive pricing and improved delivery options make the whole process much easier. Mobile devices such as smartphones have also brought online shopping to the palm of our hands,” ayon kay Stuart Tomlinson, Visa country manager sa Philippines at Guam.

Lumabas sa pag-aaral ng *digital payment firm* na PayPal at Ipsos nitong 2018 na ang mga Pilipino ay mas inaasahan pang mag *online shopping* sa mga susunod pang taon. Sa survey na ginawa ng PayPal head of strategic partnership for Southeast Asia Abinav Kumar, lumabas na P92,5 billion ang kabuuang gastos ng mga Pilipino na may edad 18 pataas taong gulang nitong taon ng 2017 at mas inaasahan pang tumaas hanggang P122 billion ngayong 2018. Ayon sa ulat ni ito, ang Pilipinas ay na ikatlo sa pitong Asia Pacific countries pagdating sa *crossborder purchase via smartphone*, dahil lumabas sa pag-aaral ng PayPal na aabot sa P38.4 billion ang mobile *e-commerce* sa Pilipinas at inaasahang umabot ng P55.7 billion ngayong 2018. Inilabas din ng PayPal ang mga rason kung bakit mas inaasahan pang mas gumamit ang mga Pilipino ng *online shopping*. 82% ang

nagsabi na ang *e-commerce* ay *convenient*, 52% naman ang nagsabi na dahil ito sa *multiple online shopping platforms available* at 45% ang nagsabi na dahil ito sa mas mabilis na *shipping orders*.

Ang mga kabataan ngayon ay isa sa mga itinuturing na pinaka-aktibo sa paggamit ng *Internet* at isa na rin sa mga aktibong mamimili *online*. Ayon sa Statista's Global Consumer Survey na inilabas nitong July 2018, ang mga kabataan na nasa edad 18-24 na taong gulang ay pumangatlo sa pinaka-aktibong mamimili online na may 23.3%. Lumabas din sa pag-aaral ng KPMG International noong 2017, umabot sa 173\$ ang kabuuang ginastos ng mga kabataan na nasa edad o ang tinatawag na 'tech-savy' millennials na ipinanganak mula 1982 hanggang 2001. Convenience ang pinakadahilan ng mga millennials at ng mga nasa iba pang henerasyon kung bakit sila nag-*online shopping*. Ayon kay Claire Murdough, isang Affirm Content Contributor at isang Financial Services Professional, ito ang mga kadahilanan na nakaiimpluwensiya sa mga *Millenials* sa kanilang purchasing behaviors: Reviews for friends or peers; Budget; integrity of the business; Constant exposure to Social Media; innovation with purpose or new products for innovation

Nakatuon ang pag-aaral na ito sa pananaw ng mga mag-aaral na nasa ika 11 at 12 na baitang ukol sa *online shopping*. Ang pag-aaral na ito ay malugod na isasagawa upang makapangalap ng mahahalagang impormasyon ukol sa paggamit ng *online shops* na makatutulong hindi lamang sa mga mag-aaral kundi pati na rin sa iba pang *online shoppers*, at *internet users* ukol sa makabagong paraan ng pamimili.

## **Paglalahad ng Layunin**

Ang layunin ng mga pananaliksik na ito ay ang mga sumusunod:

1. Maipahayag ang mga pananaw sa paggamit ng *online shopping* ng mga mag-aaral.
2. Maibahagi kung paano nakatutulong ang paggamit ng online shops sa mga mag-aaral.

## **Paglalahad ng Suliranin**

Ang pananaliksik na ito ay naglalayong sagutin ang mga sumusunod na katanungan:

1. Ano ang mga pananaw ng mga mag-aaral sa paggamit ng *online shops*?
2. Paano nakatutulong ang paggamit ng online shops sa mga mag-aaral?

## **Saklaw at Limitasyon**

Ang pag-aaral na ito ay nakatuon lamang sa persepsyon ng mga mag-aaral na matatagpuan sa Tree Martires City Senior High School sa taong 2018-2019. Ang mga hindi nabanggit hindi na kasama pa sa parametro ng pag-aaral.

## **Kahalagahan ng Pag-aaral**

Layunin ng pag-aaral na ito na makapagbigay ng mga karagdagang kaalaman at imporasyon na makatutulong sa mga sumusunod:

*Mananaliksik* – ang magiging resulta ng pag-aaral na ito ay makatutulong sa mga mananaliksik upang bigyang sagot ang kanilang mga katanungan at magbibigay din sa kanila ng panibagong kaalaman.

*Mag-aaral* – ang magiging resulta ng pag-aaral na ito ay makapagbibigay ng kaalaman tungkol sa persepsyon sa paggamit ng *online shopping* ng mga mag-aaral na nasa Senior High School at sa mga bagay na kinakailangang ikonsidera bago bumili sa isang *online shopping websites*.

*Guro* – makapagbibigay ng karagdagang kaalaman ang pag-aaral na ito sa mga guro tungkol sa *online shopping* na siyang maaari nilang ibahagi sa kanilang mga estudyante at kapwa guro.

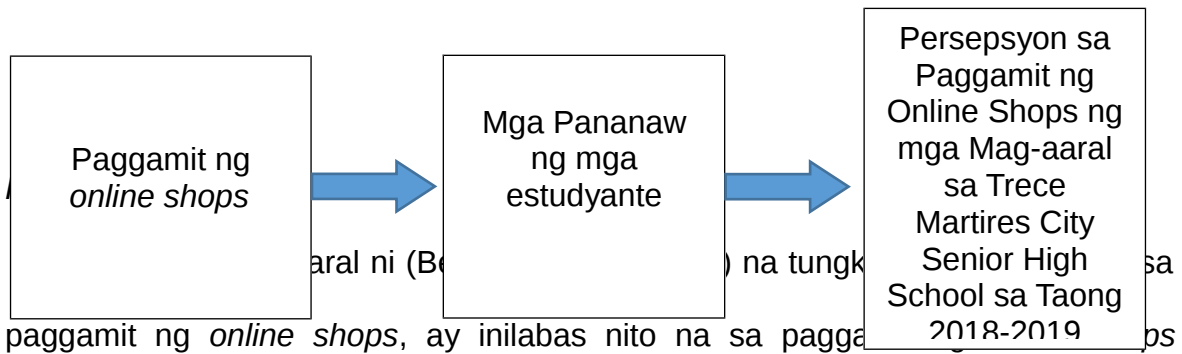
*Magulang* – ang mga magulang ay magkakaroon ng idea sa *online shopping* at mga gabay bago bumili sa isang *online shopping website*, at mabibigyang payo din nila ang kanilang mga anak ukol dito.

*Mamimili sa Online Shopping* - makatutulong ang pag-aaral na ito dahil malalaman nila ang mga persepsyon sa paggamit ng *online shopping* ng mga mag-aaral na nasa Senior High School na siyang maari nilang maging batayan bago tangkilikin ang *online shopping* at bago bumili at sa mga *online shopping websites*.

*May ari ng Online Shopping Websites* – makapagbibigay ang pag-aaral na ito ng mga karagdagang kaalaman tungkol sa persepsyon sa paggamit ng *online shopping* ng mga mag-aaral na nasa Senior High School na siyang maaring gawing batayan upang mas mapabuti pa ang kanilang mga *online shopping websites*.

*Mga susunod na Mananaliksik* – mabibigyan ang mga mananaliksik ng kaalaman ukol sa *online shopping* at maaring gawing batayan ng mga susunod pang mananaliksik upang makagawa ng mga bagong pag-aaral.

## Konseptuwal na Balangkas



nagkakaroon ng iba't-ibang persepsyon sa paggamit nito na naapektuhan ng iba't-ibang aspeto tulad ng kaginhawaan sa paggamit, kapaki-pakinabang at kasiyahan sa paggamit. Maging ang *consumer traits*, *situational factors*, dating karanasan sa paggamit ng *online shops* at tiwala sa mga *online shops*.

### Haypotesis

Inaasahan sa pananaliksik na ito na maipahayag ang mga naging persepsyon ng mga mag-aaral sa paggamit ng *online shops*.

### Depinisyon ng mga Terminolohiya

Internet- pagkonekta ng isang computer sa iba pang *computer* sa pamamagitan ng *router*.

Online shopping - paraan ng pagbebenta at pagbili ng iba't ibang produkto gamit ang *internet*.

Persepsyon- mga saloobin, kaalaman o ideya ng mga studyante patungkol sa paggamit ng *online shops*.

Teknolohiya- ito ay ang paglapat ng mga kasangkapan, makina, kagamitan at proseso upang tumulong sa paglunas ng mga suliranin ng tao.

This study resource was  
shared via CourseHero.com