

投稿類別：資訊類

篇名：

學生族群使用電子錢包的消費意圖之探討

作者：

許巧薇。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資處科三年 6 組

張姿瑩。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資處科三年 6 組

康淑菱。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資處科三年 6 組

指導老師：

施玉情 老師

## 壹●前言

### 一、研究背景

近年來，IC 卡商業應用在先進國家已廣泛應用於交通、電信等行業，並蓬勃發展中，而在零售業應用也漸露出曙光。手機結合信用卡、悠遊卡成了「電子錢包」，現在使用率越來越高，有行動支付平台，結合五大電信、信用卡等業者，民眾只要更換專屬 SIM 卡，下載 APP，建立個人帳戶，以後不用帶皮夾出門，這個專屬的電子錢包，未來不只能搭車、吃飯，還可以化身成集點、門禁卡。

目前零售業買賣交易仍以現金為主要支付工具，尤其便利商店往往因金額小而且筆數多，目前現行信用卡或金融卡支付工具較不適宜，如能利用行動支付平台，與五大電信業跟悠遊卡公司合作，整合信用卡等業務，讓「電子錢包」功能更多元，並以安全及簡便性為訴求目標，相信將是零售業及消費者一大福音。

### 二、研究動機

電子錢包本質上是一種現金儲值卡，其利用智慧卡的晶片來儲存持卡者所能消費的電子錢。由於晶片智慧卡具有安全、儲運與運算及離線交易的特性，除了可使消費者在購物付款更便捷外，亦可促進電子商務金流的發展，創造無現金的便利購物環境。

然而，電子錢包支付系統發展至今，使用者仍然有所猶豫及遲疑，例如：遺失風險不比現金高，電子錢包將成為今年發燒的消費付款工具，不過不少消費者仍擔心已完成儲值的電子錢包若不小心丟了，將得不償失。鑑於電子錢包在未來數位經濟所扮演的重要角色，其適用性有賴大眾的信心與支持。因此，本小組想探討消費者對使用電子錢包的接受度，並進一步探討影響其採用電子錢包的關鍵因素。

### 三、研究目的

隨著科技的進步，我們想探討以科技接受模式的學生消費者對電子錢包的接受度及使用度，本研究透過相關參考文獻後整理出了幾個主要的研究目的：

- (1) 探討不同生活型態及不同年齡層級的學生對電子錢包的行為意圖的影響
- (2) 探討學生族群對電子錢包的使用態度及認知的影響
- (3) 探討電子錢包帶學生族群在生活上帶來方便度及使用度的影響

#### 四、研究流程圖

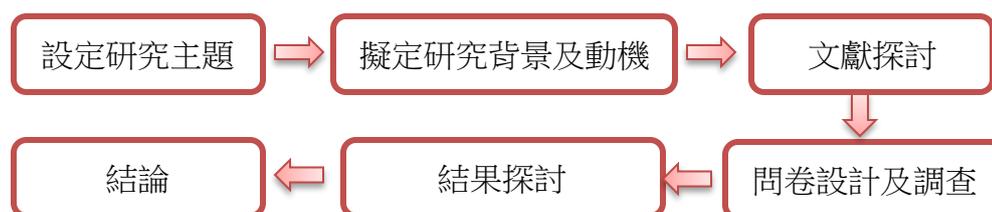


圖 1、本研究流程圖

### 貳●正文

#### 一、文獻探討

##### (一)科技接受模式

Davis(1986)以理性行為理論為其基礎，針對理性及感性因素，與科技使用的關係所發展出科技接受模式(TAM)，該模式延用理性行為理論(TRA)，認為行為意圖係由態度所影響，然不同點在於，認為「態度」是藉由「知覺有用性」與「知覺易用性」兩因子所影響。因此認為當使用者主觀認定使用某一資訊科技能增進其工作效能或績效，則採用該新資訊科技之態度將會愈強烈，意即若使用者主觀認定新資訊科技能有其提升效率與效能，將會提升使用者對於該新資訊科技的態度。Hsiao 和 Hung (2004)、Bruner 和 Kumar (2005)、Wu 和 Wang (2005)、Wu 和 Chen (2005)、Thiesse (2007)亦指出知覺有用性將會影響使用態度。

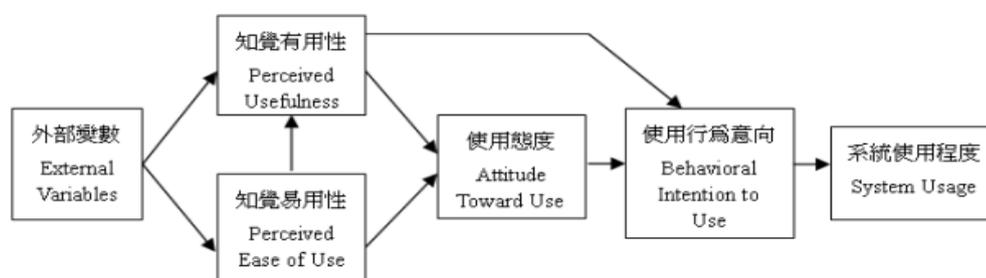


圖 2、科技接受模式圖

因此在消費者採用電子錢包之情境下，若消費者主觀感受到使用電子錢包較傳統付款方式更有效率與效能，且有助於提升付款流程與交易速度，將會提升消費者對於電子錢包之使用態度。反之，若消費者主觀感受到使用電子錢包較傳統付款方式無法有其效率與效能，且不能提升付款流程與交易速度，將會降低消費者對於電子錢包之使用態度。

##### (二)使用態度

「使用態度」意指「個人對某種行為正面或負面的感受與評價」(Ajzen, 1985)，

Fishbein 和 Ajzen(1975)認為態度是個人過去學習經驗的結果，產生對某一對象一致性的偏好或厭惡的行為，態度亦是個人對於特定的人、事、物、或理念等對象的整體評價。Davis(1989)則定義使用態度是個人對該科技正面或者是負面的感受。

### (三)電子錢包

電子錢包是一個設計用來讓消費者進行電子交易與儲存交易記錄的電子設施，能吸引更多消費者使用非現金支付。所謂的電子錢包，就是滿足某個特別形式的數字代表錢，消費者由電子錢包發行單位撥出一筆電子現金，同時在自己的帳戶扣除相同的現金金額，就像是平常在 ATM 領取現金一樣。電子現金指的是利用電子形式儲存於一張卡片，依現行貨幣單位計算的貨幣價值，減少使用者持現金成本，增進完成交易的迅速與效益(葉士民，1996)。

智慧卡是電子錢包的應用最成功的案例，不但便利，也省下消費者許多時間。然而這便利不斷的擴張，散佈於各種產業領域中。楊國鴻(2002)也提出，所謂的方式來處理交易的電子貨幣，而依據電子現金儲存的方式又可分為智慧卡型電子現金與網際網路空間型電子現金，智慧卡型電子現金是指將電子現金儲存在一個安全方便的智慧卡中，可由使用者隨身攜帶以取代傳統的貨幣方式，作為交易媒介之用。而網際網路空間型電子現金則是交易雙方設定電子給付款系統，以達到付款收款的目的。

## 二、研究設計

### (一)研究架構



圖 3、本研究架構圖

### (二)研究設計

本研究是以「電子錢包對消費意圖的影響」調查問卷取得資料。藉由網路、書籍、雜誌及學術研究等文獻整理法歸納出依據電子錢包的使用情形和影響的因素。

問卷內容是由三大部分所組成：第一部分是使用者的一些個人資料調查，例如：性別、教育程度…等。第二部分則是消費者使用電子錢包的因素，例如：安全、便利、有用、易用、態度…等。

### (三)統計分析方法

本研究對國中(含以下)、高中職、大學(專)及研究所等學生隨機發放 100 份問卷，有效問卷為 100 份，將問卷資料回收後，進而以 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 工具進行彙整與統計分析，利用統計圖表分析各個研究因素之間的影響。

## 二、問卷結果與統計分析

### 1.樣本性別分析

本次研究發現，有效樣本中，受測者的性別比例為男佔 30%，女性佔 70%。

### 2.樣本教育程度分析

本研究發現，受訪者教育程度以高中/職 為最多，佔 63%，其次為大專/學，佔 31%。

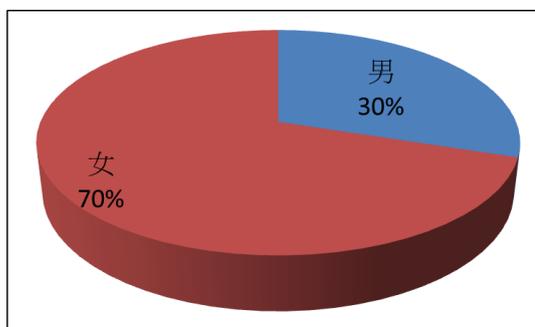


圖 4、樣本性別分析比例圖

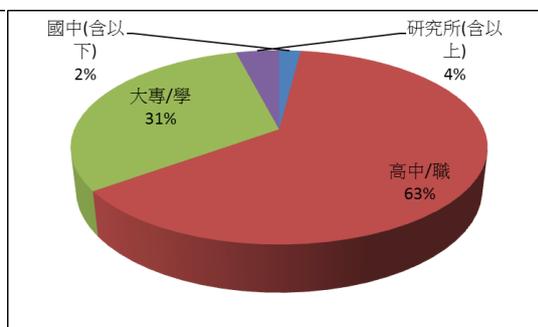


圖 5、樣本教育程度分析比例圖

### 3.電子錢包操作方式是容易學習的

本研究發現，有 96%受訪者認為電子錢包的使用操作方式是容易學習的。由此可知，電子錢包對於學生族群而言，學習使用操作是沒有問題的。

### 4.使用電子錢包是便利的

本研究發現，有 100%受訪者認為使用電子錢包來購物是便利的。由此可知，電子錢包對不論對哪個形態的學生族群而言，在購物使用上都是感到便利的。

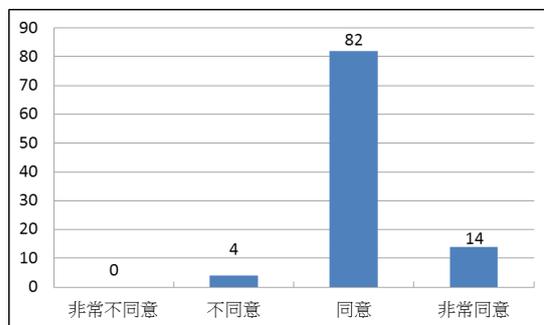


圖 6、操作容易學習的比例圖

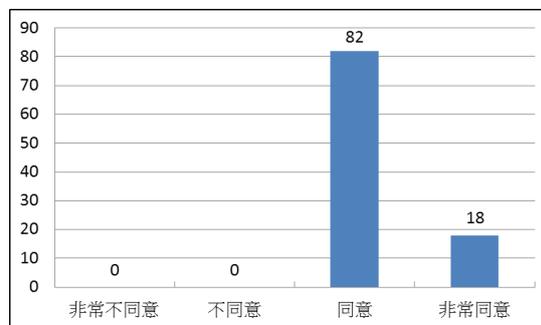


圖 7、電子錢包來便利比例圖

### 5.使用電子錢包能讓付款更輕鬆

本研究發現，有 97%受訪者認為使用電子錢包能讓自己購物付款更輕鬆。由此可知，電子錢包在學生族群使用上比傳統的付款方式更為方便。

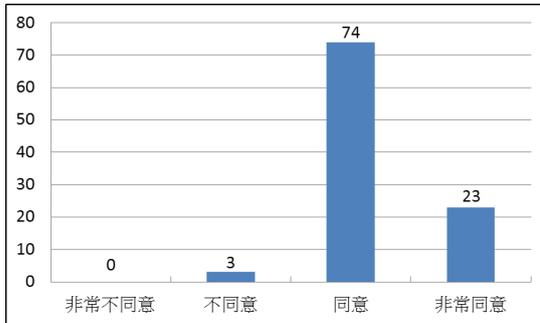


圖 8、付款更輕鬆分析比例圖

### 6.使用電子錢包付款是安全的

本研究發現，有 63%受訪者認為使用電子錢包付款是安全的。有此可知，大部分的人對於電子錢包的安全性還是有一定的疑慮所在。

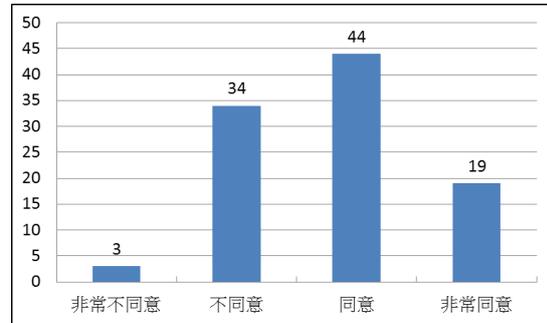


圖 9、付款安性分析比例圖

### 7.使用電子錢包付款是普遍的

本研究發現，有 80%受訪者認為目前使用電子錢包付款是普遍的。由此可知，大部分的人了解目前店家接受並利用電子錢包付款的行為是普遍的。

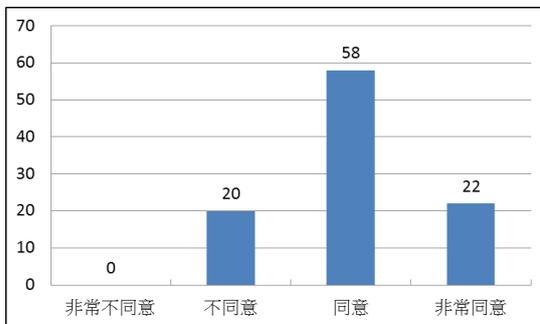


圖 10、付款普遍性分析比例圖

### 8.助於提升消費品質

本研究發現，有 77%受訪者認為使用電子錢包將有助於提升自己的消費品質。由此可知，大部分的學生族群覺得電子錢包是提高自己消費品質的因素之一。

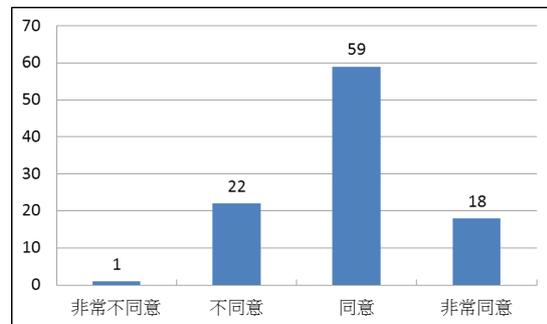


圖 11、助於提升消費品質分析比例圖

### 9.電子錢包與使用現金差別

本研究發現，有 64%受訪者認為使用電子錢包與使用現金是完全沒有差別的。由此可知，有將近一半的人認為電子錢包視同於現金票卷。

### 10.電子錢包 APP 符合生活型態

本研究發現，有 70%受訪者認為使用電子錢包 APP 購物是符合自己的生活型態的。由此可推論，或許是因族群特質，年輕族群的關係，所以覺得對於使用電子錢包 APP 軟體是符合自己的生活型態的。

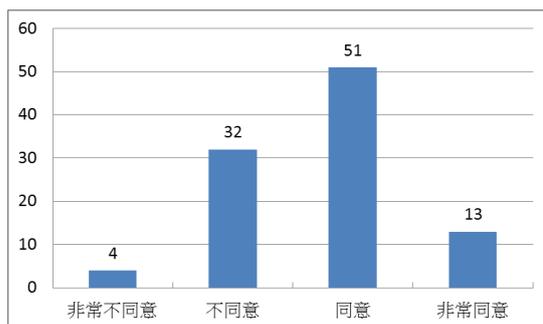


圖 12、電子錢包與現金差別比例圖

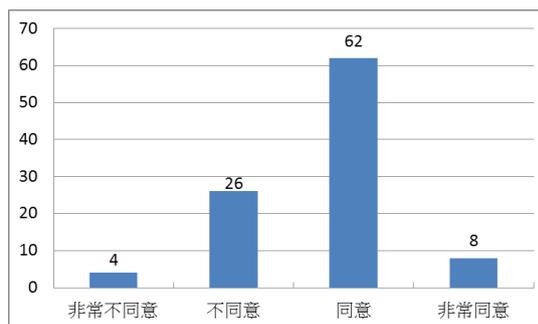


圖 13、APP 符合生活型態比例圖

### 15. 接受智慧型手機作為電子付款

本研究發現，有 83% 受訪者認為可以接受智慧型手機作為電子付款。由此可知，這或許與其學生族群日常的生活使用習慣有關係。

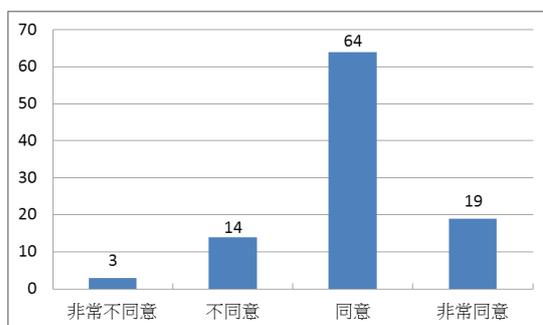


圖 14、智慧型手機為電子付款比例圖

### 16. 有意願使用電子錢包的付款方式

本研究發現，有 82% 受訪者意願使用電子錢包的付款方式。由此可知，大部分的學生都願意使用電子錢包的付款方式。

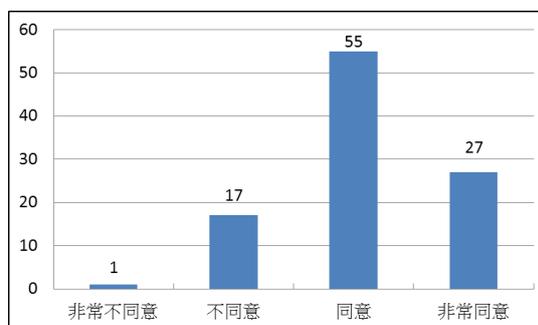


圖 15、有意願用電子錢包付款比例圖

### 17. 生活型態影響電子錢包的運用

本研究發現，有 87% 受訪者認為生活型態的不同會影響電子錢包的運用。有此可知，學生對於使用電子錢包的行為，並不會因為生活型態不同而有所差異。

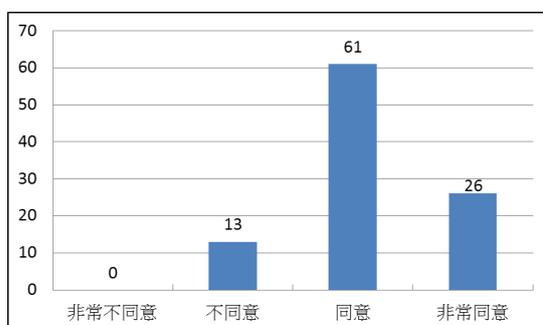


圖 16、生活型態影響使用比例圖

### 18. 使用後更瞭解電子錢包技術

本研究發現，有 86% 受訪者認為使用電子錢包後會更瞭解電子錢包的技術。有此可知，大部分的人都是使用電子錢包後才開始更了解電子錢包。

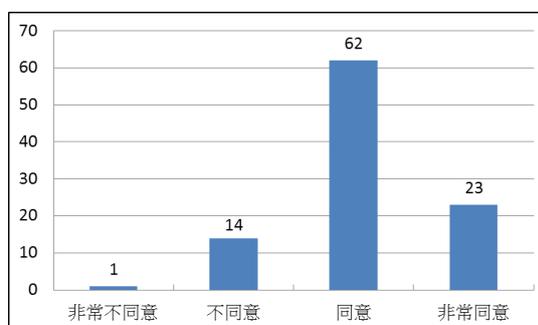


圖 17、使用後更瞭解比例圖

### 21. 周圍意見影響決定使用電子錢包

本研究發現，有 80% 受訪者認為周圍意見會影響自己是否使用電子錢包的決定。由此可知，周圍的意見是影響大部分的學生決定的因素之一。

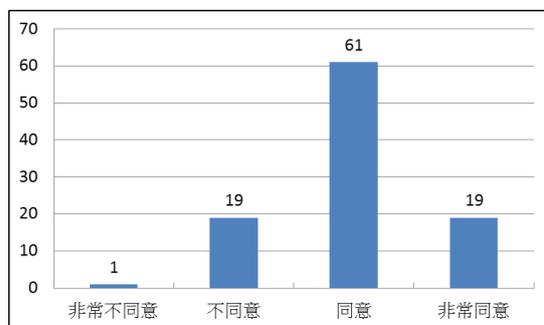


圖 18、周圍意見影響使用比例圖

### 22. 電子錢包不被商家接受

本研究發現，有 57% 受訪者認為電子錢包的付款方式可能不被某些商家接受。由此可知，電子錢包在目前市場或許流通，但未必所有商家皆普及。

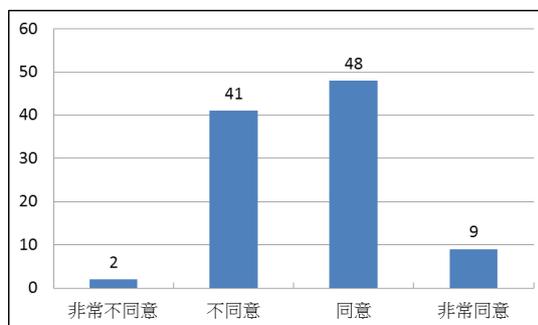


圖 19、不被商家接受比例圖

### 23. 完全融入目前的消費狀況

本研究發現，有 66% 受訪者認為電子錢包能完全融入自己目前的消費狀況。由此可知，有六成的學生使用電子錢包消費融入的生活。

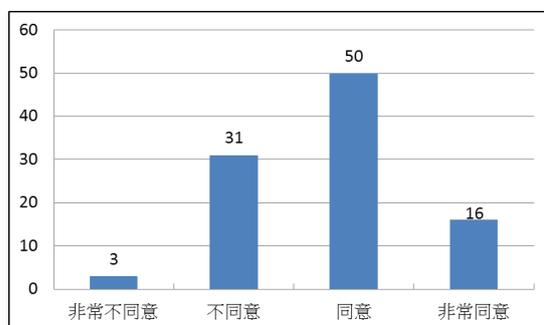


圖 20、完全融入目前消費狀況比例圖

### 24. 儲值足夠使用者使用

本研究發現，有 87% 受訪者認為電子錢包每次的儲值是夠使用者使用的。由此可知，大部分的學生會因為了使用電子錢包而像現金一般為自己儲值。

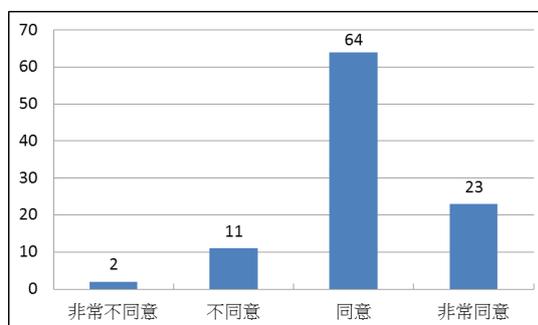


圖 21、儲值足夠使用比例圖

### 25. 未來會多多善用電子錢包付費

本研究發現，有 72% 受訪者未來會多多善用電子錢包來付費。由此可知，大部分的學生對於使用電子錢包的消費意圖是明顯的。

### 26. 強烈推薦他人使用行動電子錢包

本研究發現，有 69% 受訪者會強烈推薦他人用行動裝置版電子錢包。由此可知，消費者滿意度若提高，會進而影響其他消費者。

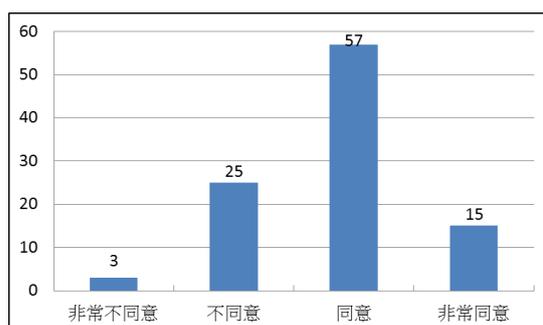


圖 22、未來善用電子錢包付費比例圖

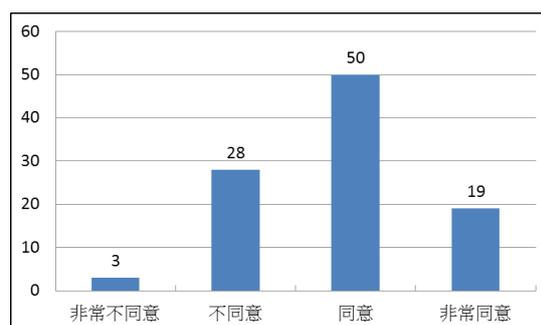


圖 23、強烈推薦他人使用比例圖

## 參●結論

### 一、研究結論

近年來隨著塑膠貨幣、電子錢包的普及與技術的成熟，導致紙鈔的使用率逐年下降。除了大家熟知的信用卡之外，使用NFC技術的智慧卡因為可以加快結帳的速度，推出後亦深受大眾的喜愛。而這樣的便利性，又有了更大的突破，Google更是將此項技術服務連結到智慧型手機上，掀起了新的貨幣革命。隨著科技的進步，本研究目的想探討以科技接受模式的學生族群的學生族群對電子錢包的接受度及使用度的消費意圖。本研究發現，不同年齡層的學生對電子錢包的使用行為有很明顯的使用意願，但並沒有因為生活型態不由而有較大的差異。大部分的學生使用電子錢包的態度，主要是受到電子錢包的易用性及可以用的原因影響，也會受到周圍的因素，例如：週圍的建議，或自己會推薦給他人使用。

### 二、建議

- (一)電子錢包在生活上可以說相當的便利，但也帶來許多隱藏式的危機，電子錢包普及率不良的問題，部分來自駭客、身份盜用等安全疑慮。建議各家相關的電子錢包業者應該必須設好最佳的安全管理機制，減少因為便利帶來的危害。
- (二)電子錢包被冠上支付未來的封號已有許久，但現階段市場中的虛擬支付應用程式多半仍處於未被消費者使用，甚至是被錯誤理解的狀況。電子支付技術，以及使用過的消費者比例低，甚至有些人並不知道這些電子錢包的用處為何？電子錢包的前景看好，建議業者還需要完美行銷等策略的縝密執行，才能實現其完整潛能。
- (三)因本次的問卷發放範圍僅限於南部地區的國中(含以下)學生、高中職學生、大學(專)學生及研究所學生，研究對象並非所有台灣學生，或許研究結果會所侷限，建議未來的研究對象可以更加拓廣，使研究數據更加精確。

肆●引註資料

1. 孫仲山、趙育玄、劉金泉(2004)，科技工具知覺、使用態度、及使用行為意圖分析，高雄師大學報，第 17 期，頁 21-35。
2. 高懿柏(2007)，探討消費者採用電子錢包之因素與行為模式，長榮大學經營管理研究所碩士論文
3. 許家瑋、童俊福、劉乃萱(2011)，大專生生活型態、人格特質與電子錢包使用行為之關聯性探討，醒吾科技大學資訊管理系畢業專題。
4. 許端芳、高懿柏、徐筱萍(2008)，探討消費者採用電子錢包之因素，工商管理學刊 Vol. 4，No. 1，頁 35-44
5. 陳惠君等人(2011)，台灣北部地區大學生之生活型態與電子錢包使用行為，管理科學研究第四屆管理與決策學術研討會特刊，頁 15-29。
6. 維基百科(2016)，電子現金，擷取日期：2016 年 01 月 04 日，資料來源：<https://zh.wikipedia.org>
7. 韓宜庭、李亦君、羅文坤(2010)，以科技接受模式探討 3G 行動上網之使用態度與意願，2010 第六屆知識社群研討會論文集
8. 羅以琳(2013)，消費者不使用也不了解電子錢包，擷取日期：2016 年 01 月 04 日，資料來源：<http://www.bnext.com.tw/article/view/id/26435>