



嶺東科技大學  
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系

## 行動支付與網路購物的關聯

指導教授：馮曼琳 教授

組員名單：簡瑋暄 A78B055

陳羿縉 A78B021

中 華 民 國 1 1 1 年 0 5 月



嶺東科技大學  
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系專題口試委員審定書

## 行動支付與網路購物的關聯

指導教授： 馮曼琳 教授

組員名單： 簡瑋暄 A78B055

陳羿縉 A78B021

指導教授： \_\_\_\_\_

口試委員： \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

中 華 民 國 1 1 1 年 0 5 月

# 謝 誌

本專題之所以能順利完成，首先要感謝負責我們專題的指導教授馮曼琳老師耐心、細心的指導我們，並提供我們寶貴的意見，讓我們獲得許多的知識，並告知我們專題上有哪些不足與需要修改的地方，使本專題得以順利完成。

在製作專題的過程中，難免遇到許多困難，甚至一度找不到方向該如何下手，幸好有師長們耐心的教導及同學們彼此鼓勵、相互學習。我們在不知不覺中重新認識了各式解決問題的方法、團隊合作精神的態度以及誠實的面對自己所擔負的責任，充分地發揮了創意、研究能力、組織能力、解決能力和協作精神，才能完成我們的專題研究。

藉由此專題研究完成，成員們能適當地運用已有的知識、技能和經驗，把問題有系統地分類，按部就班地尋找資料和解決問題，並把此次專題所學經驗應用在未來課業或職場上，相信能幫助成員們更快適應環境及擴展視野。

研究報告的口試，感謝倪克明教授、王曉玫教授不辭辛勞細心審閱，不僅給予我們指導，並且提供寶貴的建議，使我們的專題內容以更臻完善，在此由衷的感謝。

再一次感謝所有參與本研究的教授的幫忙與協助，以及撥空為我們填寫問卷的同學及朋友們，在此獻上最誠摯的感謝，謝謝大家！

簡瑋暄 謹誌  
陳羿縉

中華民國111年05月 於嶺東

# 摘 要

本研究旨在探討消費者網路購物及使用「行動支付」的經驗及現況，研究對象設定在透過行動裝置(如：智慧型手機、平板電腦)購買網路商品及使用行動支付完成交易的消費者作為研究樣本。資料收集是透過 Google 問卷表單，主要發送在社群軟體 Line。Google 問卷採集資料後，使用 Excel 試算表輸出，並進行問卷項目資料分析，共計有效問卷共計 147 份。經由資料分析的結果顯示如下：

- 一、網路購買商品並使用行動支付完成交易的有 112 位，占了全數填答者的 76.19%，相對代表近 2 成 5 消費者仍在觀望中。
- 二、在購買網路商品並使用行動支付完成交易的經驗上，問卷題項包含便利性、交易流程、介面設計、安全性等四個構面，經問卷回則資料整理分析，顯示受訪者目前普遍滿意的是網路購物及使用行動支付便利性、操作流程及介面設計，然而對於個資及詐騙的安全性也是憂慮的。
- 三、147 位填答者中，未來進行網路購物時，會繼續或考慮使用「行動支付」完成交易的，有 125 位表示會使用，顯示使用行動支付完成交易的意願是正向的。

關鍵詞：行動支付、網路行銷、電子商務、網路購物

# 目 錄

摘要.....	I
目錄.....	II
表目錄.....	III
圖目錄.....	IV
第壹章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	3
第貳章 文獻回顧與探討.....	4
2.1 網路購物的定義.....	5
2.2 行動支付的定義及由來.....	5
2.2.1 行動付款定義.....	5
2.2.2 行動付款由來.....	7
2.3 行動支付對網路購物的影響.....	9
2.3.1 行動支付滿意度.....	10
2.3.2 行動支付普及率.....	13
2.4 行動支付與電子支付的差異.....	13
第參章 研究方法.....	16
3.1 研究流程圖.....	16
3.2 研究對象.....	16
3.3 研究工具.....	16
3.4 Excel 介紹.....	18
第肆章 結果分析.....	19
4.1 個人基本資料背景分析.....	19
4.2 行動支付的經驗與現況.....	22
4.3 研究議題.....	23
4.4 未來行動支付使用意願.....	30
4.5 問卷結果分析.....	30
第伍章 討論與建議.....	34
5.1 結論.....	34
5.2 建議.....	35
參考文獻.....	36
附錄.....	39

## 表目錄

表 2.1 傳統行銷與網路購物的差異.....	4
表 2.2 行動支付優缺點一覽表.....	12
表 3.1 問卷調查的優缺點.....	17
表 4.1 便利性題項表.....	31
表 4.2 交易流程題項表.....	32
表 4.3 安全性題項表 1.....	32
表 4.3.1 安全性題項表 2.....	32

## 圖目錄

圖 2.1 使用行動支付的原因.....	11
圖 2.2 台灣民眾考量是否使用行動支付的前五名因素.....	13
圖 2.3 2019 年行動支付及率暨重點場域推動成果.....	14
圖 3.1 研究流程圖.....	16
圖 4.1 性別分佈圖.....	20
圖 4.2 年齡分佈圖.....	20
圖 4.3 教育程度分佈圖.....	20
圖 4.4 職業別分佈圖.....	21
圖 4.5 平均月收入(零用金)分佈圖.....	21
圖 4.6 行動裝置購物分佈圖.....	22
圖 4.7 行動支付交易分佈圖.....	22
圖 4.8 行動支付交易,方便、省時分佈圖.....	23
圖 4.9 行動支付任何交易,查詢交易紀錄分佈圖.....	23
圖 4.10 購物流程是簡易的分佈圖.....	24
圖 4.11 行動支付可免攜帶現金或信用卡消費不便分佈圖.....	24
圖 4.12 行動支付提高使用分佈圖.....	25
圖 4.13 行動支付手機資料盜用分佈圖.....	25
圖 4.14 行動支付的介面設計分佈圖.....	26
圖 4.15 行動支付訊息通知分佈圖.....	26
圖 4.16 行動支付繼續使用分佈圖.....	27
圖 4.17 行動支付使用簡易分佈圖.....	28
圖 4.18 行動支付安全性比信用卡高分佈圖.....	28
圖 4.19 政府及 APP 安全開發業者提升行動支付安全性分佈圖.....	29
圖 4.20 購物前您會先查明該網站的真偽的分佈圖.....	29
圖 4.21 有機會使用「行動支付」會使用它分佈圖.....	30

# 第壹章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

隨著科技的發展，網際網路已經成為現代人類密不可分的一部分，根據財團法人台灣網路資訊中心(TWNIC)在 2019 年的統計報告顯示行動上網使用普及率在短短 5 年內已高達 85.2% [1]。國發會(2019)的網路趨勢與社群應用分享報告中提到，有 65.2% 會透過網路「買東西」，其中 20~44 歲有較高使用率，此外純手機族的使用率也較高；網路「賣東西」則僅 14.6% 使用率。受訪者平均一個月會花費 2661 元，男性一個月平均網購金額 2860 元高於女性的 2491 元。四成是因為「方便搜尋商品資訊」使用網路購物，此外分別有三成是因為「可節省時間、交通等成本」、「價格便宜」[2]。

何謂網路購物？網路購物的策略是將傳統的實體活動，放到網路上，與行銷工具相互結合、精準操作，使行銷目標達成率最大化。透過數位科技管道來行銷產品或服務，也被稱為「數位行銷」。網路行銷包括：搜尋引擎行銷、展示型廣告、EDM 行銷、會員行銷、互動式行銷…等多種方法，1990 至 2000 年隨著網路發展蓬勃，加上智慧型手機的普及率提高，消費者逐漸改變原有的消費模式。

行動網路時代的到來，導致生存和生活型態發生革命性的變化，全球網路化的發展將成為塑造新興生活的決定因素。各行各業的營運模式皆出現改變，紛紛搭上行動網路的列車，行動商務(Mobile commerce)服務的型態也跟著日新月異，如手機購物，在線支付及行動支付服務，能讓使用者不論身在何處皆能藉由行動設備使用服務與應用[3]。

根據資策會產業情報研究所(MIC)進行 2020 年下半年行動支付消費者調查，並發布 2020 上半年疫情期間的消費者使用習慣變動情形。在消費者常用交易方式中，各別項目調查統計為：行動支付(60.3%)仍低於實體卡(76.3%)與現金(75.5%)，首度超越實體電子票證(54.8%)。另外，當商家支援付款，消費者會

優先選擇行動支付的比例，從 2018 年 22.9% 穩定上升至 2020 下半年的 37.2%，超越實體卡（34.5%）、現金（18.8%）與電子票證（8.9%），成為首選[4]。

根據資策會產業情報研究所（MIC）公布 2021 年行動支付消費者調查，發現消費者首選行動支付的偏好度明顯提升，從 2020 年 37% 成長至 50%，相反的，首選實體卡的比例從 2020 年 35% 降至 2021 年 26%。產業分析師廖珈璵表示，2021 年行動支付常用度首次逼近七成（69%），與實體卡（74%）與現金（71%）接近，三年內連續成長者[5]。其原因，一是為了防疫，避免沾染紙鈔、零錢上的病毒細菌；另一個原因是消費行為發生變化，電商、外送、線上點餐受歡迎，這些數位經濟的成長，都是靠數位金流支撐，才能完成交易[6]。

為加速行動支付普及，政府自 106 年 9 月起啟動跨部會推動機制，以完備基礎環境、擴大應用場域、加強體驗行銷 3 大策略，從民眾生活及公共服務等場域優先導入，建立民眾使用行動支付的習慣，並藉由市場需求驅動業者共同投入，帶動產業發展。在政府與民間共同努力下，行動支付普及率從 105 年 24.4%，至 107 年已突破 5 成，108 年行動支付交易金額可望突破千億元，民眾在食衣住行育樂，都可體驗行動支付的便利性。隨著數位經濟發展，行動支付近年已成為全球發展趨勢，是數位生活與智慧國家的重要環節。台灣擁有多元支付環境，行動支付場潛力無窮，未來將在既有基礎上，持續推動有感方案，滿足民眾對行動支付的需求，建構完善行動生活圈，帶動國內數位轉型，早日達成「一機在手，樂活台灣」的智慧國家目標[7]。

鑒於政府也積極推廣行動支付，而逐年網路購物及使用行動支付的成長率，代表無紙貨幣時代正在悄然前進。對於網路購物的成長，行動支付是否扮演重要的角色，正是本專題要探討的動機。

## 1.2 研究目的

基於消費者經由手機或是平板在網路購物電商平台的比率越來越高，顧客透過線上刷卡、第三方支付、QR Code 等方式完成行動付款，讓購物變得越來越快速、簡單、又方便。本專題主要是探討在網路購物中行動支付的發展現況，以及消費者在網購時，使用行動支付完成交易付款後，對行動支付的使用與滿意度。

探討議題如下：

- (1) 探討「行動支付」對網路購物的正面影響。
- (2) 分析行動支付的優缺點。
- (3) 消費者網路購物時，使用行動支付的經驗及現況調查。

## 第貳章 文獻回顧與探討

傳統的購物方法指的是數位時代之前的購物方法，也就是我們平日裡涉及的這些購買方式，直接通過給人們商品的資訊來進行銷售和服務，是可以實際看到商品的消費方式。品牌及商品多半著重在利用廣告曝光。隨著網路時代的崛起以及消費者習慣的改變，傳統行銷現在已經不如以往有效、受歡迎。

表 2.1 傳統行銷與網路購物的差異

	傳統行銷	網路購物
花費成本	高	低
投放方式	對象鎖定不易	可透過數據分析，
營業時間	很難 24 小時都經營	24 小時都可以
使用媒介	電視、看板、廣告傳單、雜誌、報紙、廣播等	手機、電腦、數位電視、數位戶外看板
客戶廣度	易受區性限制	可廣可窄
區域範圍	購物侷限於城市、地區	購物也不再只是限於城市、地區之間，而是國家、全球間。
市場定位	一般的企業形象，主要只在於建立品牌意識。	網路的介面設計和品牌的形象
產品	可看到實體的產品	沒有實體性，但可增加產品的資料性、服務性、媒體性。
促銷方式	靜態定價	沒有關稅，可降低之間的成本，例如：中間成本、人事成本、行銷的成本
成效追蹤	追蹤不易	可追蹤
通路	單向媒體	由下而上的行銷方式， 例如：口碑
市場區隔	用不同的方向區隔附近消費者的需求	以使用資訊的程度或使用頻率作為區隔
售後追蹤	少關心顧客購買產品以後的事情	比較關注顧客購買產品後的使用情況
資料留存	取得不易，量少，也較難更新	量大，可持續更新

[資料來源：本研究整理]

網路購物成功縮短了買家和賣家的距離，也是未來經濟的趨勢。在傳統行銷模式下，身在台北的我們不可能買到來自日本的商品。但是通過網路，這一距離因素

卻不在是困擾我們的障礙了。所以人們想的購物不再只是限於城市、地區之間，而是國家。

## 2.1 網路購物定義

網路購物（On-line Marketing, Digital Marketing 或 E-Marketing）是屬電子商務的形式，經由數位科技來行銷產品或服務，消費者使用網頁瀏覽器在網際網路上從賣家網頁直接購買自己需要的商品或服務。「網路購物是一種新型的市場行銷方式，透過數位科技管道來行銷產品或服務，也被稱為「數位行銷」」[8]。

根據網站-跟上大數據時代！6大數位行銷入門，紮實掌握定義、方法、規劃、策略一次入手！文章中提及數位行銷的定義：「數位行銷是透過「數位資料」的利用來提升網路行銷效率的行銷手法，分析網頁、網路平台的後台數據資料，以「數據成長」為目標並制定行銷策略。應用範圍包含：數位廣告、社群粉絲團、搜尋引擎優化（SEO）、聊天機器人、自動化行銷等，以此幫助接觸網路的使用者，並分析他們的數位行為來提升行銷的準確度」[9]。

「近年來網路發展蓬勃，行動裝置普及，消費者逐漸由實體購物模式轉為線上購物模式，自 2007 年起，網路行銷趨已然成為企業行銷策略中不可或缺、最重要的一環行銷策略」[10]。

「電子商務因為行動裝置的普及，延伸出行動商務，而行動商務又延伸出行動付款，為現代的人的生活帶來許多便利。行動商務，不論身在何處，只要透過行動裝置取得所要的產品與服務。因此，早期的付款方式已經沒有辦法處理這樣的交易，只有發展行動付款機制才能符合行動商務的需求。行動付款不僅能使用於行動商務，還可以運用於電子商務及實體銷售點的付款」[11]。

## 2.2 行動支付的定義及由來

### 2.2.1 行動支付定義

行動支付(Mobile Payment)通常是指使用行動裝置(手機、平板電腦等)做為載具，綁定信用卡作為支付載具的方式，可在任何時間、任何地方安全地進行支付商品、服務和帳單等交易，取代現金的方式[12]。

行動支付應用程式包括 Android pay、PX-Pay, Apple pay、Line pay, 這些行動支付應用程式配合銀行所推出的金融卡或是信用卡可以直接與這些行動支付結合，讓消費者在支付時不用再拿出相關的信用卡，就可直接拿出手機做支付。

根據《行動支付懶人包》精選 6 大 QA 一次懂內容提到「用手機支付可以有更多額外的支付優惠 ;行動支付是一種可以將實體信用卡儲存為虛擬卡片的 App，主要有兩大代表軟體：Apple Pay、Google Pay。Apple Pay 為 iOS 系統專用，Google Pay 為 Android 系統專用。iPhone 手機內建有「Wallet」App，設定好至少一張信用卡就能開始使用。卡片若事先有設定電子發票功能，還可自動儲存及對獎。行動支付的付款方式也有所不同的類型和種類，分別有「NFC 感應支付」「掃碼支付」「電子支付」「第三方支付」這些種類也都各有優劣，也配合不同種類的電商有推出各式各樣不同種類的付款方式」[13]。

根據【懶人包】提及「2022 台灣 Pay 優惠活動！綁哪張信用卡回饋高？，台灣 Pay 是由政府主導以「QR Code 共通支付標準」應用發展為基礎，提供共通平台，共同打造台灣「共榮」、「共好」之支付生態圈，並創造國內及跨境的全方位電子金流服務平台。簡單來說，你想要用手機轉帳、繳費、繳稅、提款或者是掃碼購物消費等等。為了鼓勵大家盡量不拿鈔票、錢幣，使得行動支付使用者大增，「台灣 Pay」也推出一系列優惠，鼓勵民眾在防疫期間多使用行動支付購買民生物資，享有好康之餘，也能降低染疫風險」[14]。

在法務部調查局的月刊中提及，「行動支付簡單來說就是可利用行

動載具(如手機)以非現金方式進行付款交易。交易方式主要又可分為兩種，一種是使用 NFC 功能進行感應刷卡，以國際三大 Pay (Apple Pay、Google Pay 及 Samsung Pay) 為代表，其特色是交易時是利用行動裝置內建的 NFC (Near Field Communication, 近場通訊) 功能進行感應傳輸，故不需要啟用網路，行動裝置充其量只是信用卡的載體而已。另一種則是透過 QR Code 掃描方式進行支付，交易時需啟用網路，但因不限廠牌手機與 NFC 通訊功能，進入門檻較低，故配合的商家最廣，如夜市或手搖茶飲料店常見的街口支付或 Line Pay 等」 [15]。

### 2.2.2 行動付款由來

「無鈔化社會時代來臨,三個你接下來必須做的準備，金錢，是在這個世界上，它成為了一種人與人之間交易與溝通的必備工具之一。當科技伴隨著二戰之後越來越發達，二十一世紀，網路科技興盛，信用卡，電子貨幣等交易媒介也越來越盛行，電子貨幣擴及到網路消費用的虛擬錢包，包括網路銀行、第三方支付平台(Google Pay、Pay pal 等)。第三方支付，可說是行動支付歷史的起源」 [16]。

「根據什麼都 PAY 行動支付大爆炸的時代，最近這幾年，”政府大力倡導人民使用行動支付，訂定在 2025 年，要推動行動支付普及率至九成以上，以提高人民生活的便利性。究竟，行動支付對於消費者和商家有什麼好處？為什麼會逐漸成為智慧發展的重要條件之一呢？行動支付無需使用實體貨幣的特點，可以有效避免假鈔的流竄，建立起互相信任的買賣關係。當人們使用實體貨幣的次數降低，紙鈔、硬幣的磨損速度也會跟著變慢，銀行便不用頻繁的回收、銷毀、再製貨幣，可以節省大量能源，提高環保性」 [17]。

「國發會表示，2020 將繼續扮演跨部會協商角色，加速電子支付機構管理條例修法，建立電子支付跨機構平台、擴大多元行動支付場域、

加速電子票證數位化。未來推動行動支付政策將更貼近民眾生活，加速行動支付使用的普及，以完成 2025 年普及率達 9 成的目標。未來我們想像的世界，在風險可控的前提下，人人透過觸手可及的「電子化支付」，完整建構聯繫全生態，包含金融業、科技業、工業、服務業到農業等，界線的模糊化，讓百業得以串聯更多不同領域的技術與思維，進而創造更大的商機，期盼政府在規劃相關內容時，從心感受人民的實際需求，也更貼近民眾生活，屆時行動支付全民普及將在不遠處」[18]。

2019 年台灣網路報告調查發現：「現今行動支付市場競爭激烈，有效的結合數位與實體服務，由虛實整合相互帶動發展，以垂直與水平整合出的電子商務服務，跨場域合作打造更完整的無現金社會生活，藉由行動支付靈活之財務金融科技，將為台灣開啟新網路商機。然而網路經濟服務環繞更高的個資安全風險、並更需要使用者信賴，調查發現即使已經是行動支付的使用者中，仍認為便利性有提升空間，如何讓行動支付產業成為藍海市場，正在考驗政府與產業的發展策略」[19]。

「金管會在 2020 年統計第 3 季可望正式突破 3,000 億元大關，且跟 2019 年同期相比，呈現倍數躍增，年增近 156%！2020 年行動支付使用率創新高，台灣 COVID-19 疫情控制得宜讓數位轉型趨緩。民眾因為疫情關係，減少外出與避免與他人具有實際接觸，而使用行動支付的部分，觀察歷年調查結果，2020 年的使用行動支付的比例較 2019 年成長，增加 0.8 個百分點，為歷年來的高點」[20]。

「根據你能想像「無現金社會」的消費生活嗎？無現金社會的消費生活，民眾的生活與消費習慣，也因為多元化新興支付模式的出現而不斷改變。現在不用去便利商店，就能用手機 App 繳停車費；醫院看診也不用排隊批價，只要掃一下 QR Code 條碼就能快速繳費；最廣

泛應用的信用卡，已經能輕易整合綁定到手機上，以後出門可能連各種卡片都不用帶，這些變革，都是「無現金社會」發展的最基本起步環節」[21]。

### 2.3 行動支付對網路購物的影響

本研究探討項目之一是行動支付與網路購物的關聯性，在政府極力推廣行動支付的政策下，網路消費者從傳統交易付款的方式，轉為行動支付交易付款方式，是否會影響網路購物平台的業績？

「根據網路行銷實戰家，怎麼樣付款最方便？了解最熱門的線上支付方式！，在網路購物方面，AC 尼爾森在 2015 年進行的一項調查結果顯示，75%的台灣消費者在網路購物時習慣使用信用卡類的工具付款，便利商店付款取貨則以 38% 居次；使用銀行或 ATM 轉帳的傳統方式則有 36%。此外，這份報告同時指出使用手機進行網購的台灣消費者從 2013 年的 13% 大幅成長到 25%，充分反映了電商網站未來的發展前景」[22]。

「資策會表示，2021 年五大行動支付場域排名依序為「便利商店(70%)、網路商店(56.3%)、量販店(55.8%)、超級市場(51%)、連鎖餐飲(47%)」，相較 2020 年，便利商店比例持平，其他場域皆有提升，而增幅最大場域前五名依序為「網路商店、外送平台、繳費、超級市場、自營非連鎖餐廳」，其中網路商店成長 10%、外送平台成長約 9%[23]」。

「根據全聯、WALMART、IKEA 三大案例，看零售業如何數位轉型，行動支付 px pay：全聯數位轉型大將謝健南認為「在數位轉型的過程中，客戶最常用的功能應該最優先被解決。」因此不同於許多零售產業選擇先以電商切入，全聯透過先推出行動支付一方面精準收集會員資料與消費數據，一方面解決收銀檯經常大排長龍的問題、店內銅板運送所耗費的成本。透過推行 px pay 也能讓每位消費者有屬於自己的帳號，避免「一卡全家人 i 用」而無法進行精準行銷的痛點，並成功累計 600 萬次下載量」[24]。

「根據行動商機王，手機行動支付功能 將替企業掌握更多的行動商機，除了必備的手機網站之外，需要規劃清楚簡單的商品購買流程及動線，讓消費者在不算大的手機螢幕可以輕鬆填寫資料，完成購買。另外店家也需提供安全可靠的金流機制，只有讓消費者買得安心，才能吸引他不斷購買，進而為商家帶來巨大的商業利益。(MobiBizs 行動商機王，行動支付帶動行動商機) [25]。

根據《產業分析》行動支付，「嗶」出新商機 -中時新聞網，目前台灣第三方支付服務仍由電子商務業者主導，台灣網購業者將直接受惠第三方支付服務/行動網購/跨國網購/O2O 等新業務」[26]。

### 2.3.1 行動支付滿意度

根據《NOWNEWS 今日新聞》所作的網路問卷統計結果中，網友們認為會採行動支付的主原因是「方便省時（49.2%）」、「優惠回饋多（28.4%）」、「常用店開始支援（7.8%）」，安全性高與不想拿著一堆零錢[27]。相較於使用現金或信用卡交易，行動支付擁有交易方便、安全、環保等特性，由於行動支付採手機進行交易，現代人可以出門不帶錢、不帶信用卡或是悠遊卡，但是一定需要帶手機出門，因為透過手機 App 就能進行各種生活消費支付，可以方便使用又可以避免信用卡遺失的風險，在安全性方面，行動支付交易需輸入密碼或臉部、指紋辨識，因此安全性其實還比信用卡高，且一切都是以數位化進行，發票也能存在電子載具，環保的特性也很加分。

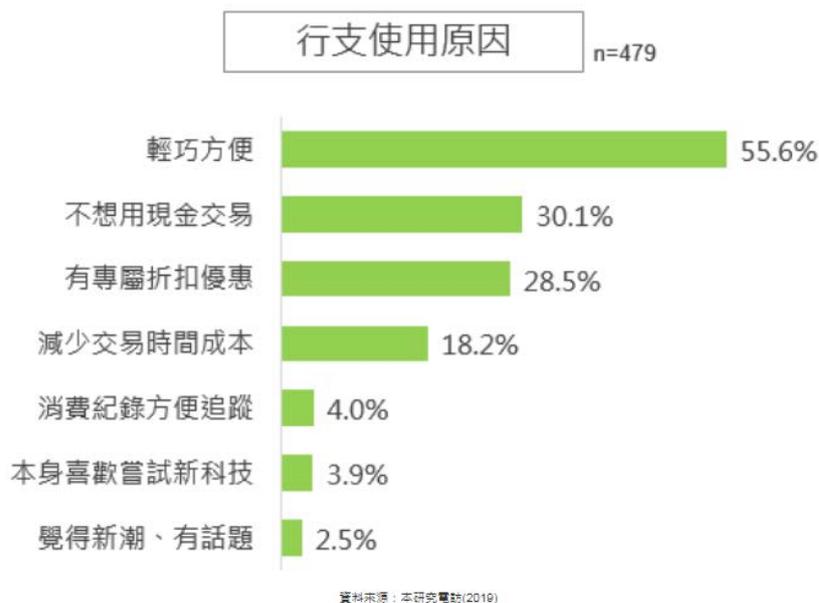


圖 2.1 使用行動支付的原因

[資料來源：國家發展委員會，2019]

「根據 MIC 產業情報研究所【行動支付消費者調查】80%消費者有意願使用行動支付，不過，行動支付也有缺點。根據資策會 MIC 調查顯示，國人考量是否使用行動支付的前五名因素之中，安全性因素（83.3%）排首位，其次為有無優惠（49.5%）、是否普遍（48.1%）、是否穩定（40.3%）與是否好用（30.9%）」[28]，顯見大家對於資安全的顧慮偏高，而使用有額外的優惠也是一大考量，普遍性與穩定度則是未來將會持續使用的重要因素。

「根據行政院加速推動行動支付普及，業者們共同建立行動支付生態系，讓消費者所擔心的問題：如安全性、商家普及率、和便利性等，一一獲得改善；也因此，用戶能在更安全、便捷且低門檻的環境使用，預計將促使行動支付的交易人數、次數與頻率，持續攀升。對此，為了滿足消費者在交易付款以外的需求，避免因同業的手續費率競爭所導致的低利潤問題；同時，尋求更大的獲利機會，以及提供更便利的服務，業者已逐漸整合線下與線上付款，並開始發展多元金流活動，將原本著重交易數量變化，轉為擴大支付功能價值。進一步分析行動支付

市場之驅動要素，和政府支持、技術演進、業者競合及年輕世代付款習慣移轉與擴散有關」[29]。

表 2.2 行動支付優缺點一覽表

優 點		缺 點	
1.	無需攜帶現金即可交易	1.	安全疑慮
2.	交易方便省時	2.	隱私顧慮
3.	防範偽鈔	3.	擔心網路不穩
4.	網路、實體商店皆適用	4.	使用網路不夠廣泛
5.	綁信用卡「現金回饋」優惠	5.	行動裝置要有電才能付款
6.	消費紀錄一目了然	6.	不能離線交易
7.	從事代收代付業務，帳戶也有儲值、轉帳等功能		
8.	可查詢交易紀錄		
9.	定期的優惠、折扣		
10.	減少紙本發票的使用量		
11.	付款快速，減少排隊人潮		
12.	轉帳無需手續費		

[資料來源：本研究整理]

根據張彥淳(2006)所做的無意願採用行動付款受訪者之原因統計，排序第一的安全性考量占了 37.13% 及 GO survey (2017) 針對行動支付調查分析總結，以及資策會產業情報研究所 (MIC) 在 2017 年 2 月所進行的「行動支付消費者調查分析」發現，台灣人考量是否使用行動支付的前五大因素之中，安全性排名第一，高居 83.3% 的受訪者認為，安全是其使用行動支付時的首要考量[30]。



圖 2.2 台灣民眾使用行動支付因素

[資料來源：資策會 MIC (2017 年 2 月)]

根據以上研究調查顯示消費者對行動支付具有高度期待，不過在安全性、便利性以及對應使用說明方面需要強化。

### 2.3.2 行動支付普及率

目前台灣使用信用卡比例仍高於行動支付，因此，台灣行動支付還有很大的成長空間。台灣行動支付業者及通路業者相繼投入下，國內行動支付使用率每年逐年提昇。在國家發展委員會第 60 次委員會議發言紀要，國家發展委員會提報「加速行動支付普及推動策略與成果」案，推動行動支付的目標是為達成行動生活，讓消費者能有「一機在手，樂活臺灣」之目標[31]。行動支付在數位生活時代已成趨勢，不僅能帶動產業新商機，亦能提升民眾生活便利性。國發會(2020 年)引用資策會 MIC 調查針對 18 到 65 歲使用智慧型手機的網民調查結果，國內行動支付普及率已達到 6 成[32]。在國家的國發會繼續跨部會協商角色協調下，繼續建立相關法規，加速電子支付機構管理條例修法，建立電子支付跨機構平台、繼續提升國內的行動支付的消費場域及消費便利性，也同時加速電子票證數位化及行動支付的普及使用。未來推動行動支付

政策將更貼近民眾生活，以達成政府希望在 2025 年普及率達到九成的目標[33]。



圖 2.3 2019 年行動支付普及率暨重點場域推動成果  
[資料來源：國家發展委員會/產業處發佈日期：2010]

## 2.4 行動支付、電子支付差異

根據【2021 台灣行動支付 App 推薦】內提及行動支付及電子支付有些許的差異，台灣目前有許多廣為消費者使用的行動支付，像是 Apple pay、街口支付、PX-Pay，Line pay、Google Pay、台灣 Pay 等支付方式，根據文章中提及行動支付是將信用卡、電子票證下載到行動裝置，並透過感應進行消費。另外，電子支付是利用 QR Code 掃描。行動支付是透過 NFC 感應技術，將有綁定信用卡、電子票證的行動裝置靠近刷卡機完成交易，像是消費者所熟知的 Apple Pay、Google Pay、PX-Pay，全家 Pay，電子支付是透過掃描支付也就是 QR Code 的方式，在用戶之間的帳戶資金相互流通，在交易時出示 App 中的條碼，或是直接掃描店家提供的 QR Code 都可以完成交易，例如 Line Pay、街口支付[34]。

行動支付優點包括行動支付具有大數據與智慧管理帳務，賣家可以經由實名制的數位交易，能夠收集到消費者的消費相關數據，由此可以得到相關的消費資訊，有了消費者或會員的資訊後，有利商家進行銷售的利用，商家可以將促銷資訊透過會員資訊傳遞給消費者，消費者也可以隨時查閱歷史交易紀錄、儲存在行動支付業者內的金額或點數，隨時掌握帳務狀況，全聯 PX-PAY APP 就是一個最佳的例子，但是消費者還是需要重視網路上個資的保護，常常在網路上看到一些民眾發現在某些 App 背後會藏著蒐集個人資料的程式碼或是程序，在消費者不知情情況下收集消費者資訊；Food Panda 跟 Uber Eat 也是另外一個利用行動支付的範例，愈來愈多消費者選擇在手機下載 APP 美食外送，也是行動支付普及的優點之一，另外，通路使用範圍不夠廣泛、折扣優惠資訊不清楚、付款速度不夠快、合作綁約信用卡行，以及害怕網路訊號不佳，都是目前大家常遇見的行動支付缺點。另外，如果遇到手機沒有電，或是完全沒有網路訊號，行動支付就變成完全無用武之地 [35]。

# 第參章 研究方法

## 3.1 研究流程圖

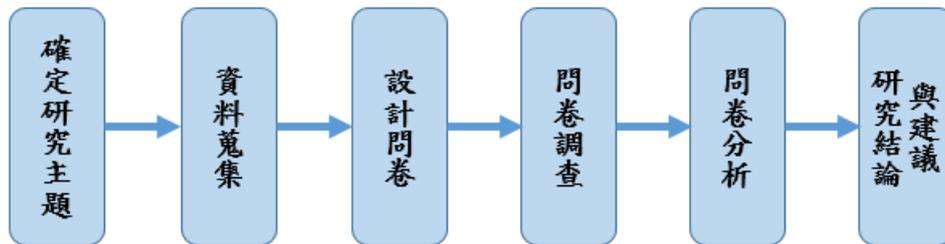


圖 3.1 研究流程圖

## 3.2 研究對象

本研究根據研究背景與文獻探討，旨在探討消費者於網路購物時，使用行動支付完成交易的經驗與現況。故研究對象設定在透過行動裝置 (如：智慧型手機、平板電腦)購買網路商品並使用行動支付完成交易的消費者作為研究樣本。

## 3.3 研究工具

本研究主要是透過 Google 網路問卷調查方式，進行資料的蒐集與分析，更進一步瞭解未來經由行動裝置在網路上購物，使用「行動支付」完成交易付款的意願。使用 Google 網路問卷表單來做資料收集，是基於透過 Google 表單的電子資訊系統自動收集受訪者的問卷回覆內容，並予以整理妥當，提供查看即時回覆的資訊和圖表。問卷將利用社群軟體:Line 發佈給受訪者，透過資訊的反饋，了解受訪者在網路購物使用行動支付完成交易的經驗及現況。

本研究的問卷包含了四個部分，填答者個人基本資料、填答者經由行動裝置在網路上購物完成交易付款的經驗與現況、填答者透過行動裝置網路購物時，使用行動支付完成交易的認知及操作方面的經驗以及未來進行網路購物時，使用「行動支付」完成交易的意願。

表 3.1 問卷調查的優缺點

優點		缺點	
1	便利、且蒐集資料之速度快。	1	問卷調查研究的最大問題是收回率太低，有時會低於百分之十。
2	在時間和金錢成本上，都比較經濟。	2	缺乏釐清議題的機會，應答者對題目的意思不了解時，無法當面予以解釋或澄清。
3	問卷調查易於施行。	3	無法控制填答時的情境。應答者填答問卷時，情境是否安靜，有無他人干擾或是否自己填答，較無法控制。
4	採匿名方式填答，故更能充分表達自己的觀點而無所顧忌。	4	問卷題目與問卷形式都不能太複雜，否則易生誤解或不易了解而無從回答。
5	應答者可依自己方便的時間填答問卷，沒有即時回答的壓力。	5	填答的時間，無法控制。
6	不會有訪問者的偏見夾雜其中。		
7	利用社群軟體：Line、FB 及 IG 發佈給受訪者，具有廣布性。		
8	問卷調查的內容具統一性。		

[資料來源：本研究整理]

本研究的問卷是透過電子系統廣發予受訪者，主要是為避免郵寄問卷的收回率太低及問卷題目與問卷形式都不能太複雜，否則易生誤解或不易了解而無從回答的情況。基於科技發達，手機已成常態的時代，絕大部分手機使用者都有使用社群軟體 Line、Facebook 及 Instagram，可廣發問卷的優勢，是本研究採用 Google 網路問卷調查方式的最大考量。

### 3.4 Excel 介紹

Excel 是美國微軟(Microsoft)公司所發展出來的，為目前 Windows 環境下非常受歡迎的整合性套裝軟體，具有下面三大功能：

1. 試算表(spreadsheet)：具有工作表的建立、資料的編輯(包括修改、複製、刪除) 運算處理(如公式、函數之運算)、檔案存取管理及工作表的列印等功能。
2. 統計圖表：依照工作表的資料設定，繪出各種統計圖表，如直線圖、折線圖、立體圖、圓形圖等，也可以透過圖形物件的附加，豐富工作表的內容。
3. 資料分析：建立資料清單，對某關鍵欄進行「排序」，將符合條件的記錄進「篩選」及對資料進行「樞紐分析」等資料庫管理的操作。

圖表有助於以視覺化方式呈現資料，Excel 的圖表功能可迅速將工作表中的資料轉換成圖表，並提供多種圖表類型及設計樣式，依需求選擇最適合的類型來使用。

本研究使用 Google 問卷數據收集，問卷經由社群媒體 Line 發布，系統會透過 Google 表單自動為收集問卷回覆內容並整理妥當，數據收集完成後，可供查看即時回覆資訊和圖表。此外，也可以將自己的問卷回覆資訊下載成 excel 格式的文件，透過試算表進一步檢視所有資料。

## 第肆章 結果分析

本研究主要是探討行動支付與網路購物的關聯，目標鎖定在透過行動裝置(如：智慧型手機、平板電腦)購買網路商品及使用行動支付完成交易的消費者作為研究樣本。問卷資料的收集是透過 Google 表單自動收集問卷回覆內容，再將其資料整理並分析。

在廣發正式問卷前，為了解所設計的題項能合乎研究主題方向，於 2022 年 3 月 28 日至 4 月 1 日，特請校內資管科系教授 7 位及其他科系老師們 4 位，依據本組所設計的問題項先行填答，並針對題項給予修改建議，藉此前測問卷填答作為題項改進之基礎。根據前測 11 位填答者建議，於各區塊題項前，標示問卷題項題意及專有名詞定義，讓填答者能更明瞭所填題項的內容。而前測目的僅為問卷題項內容建議為目的，故並未併入正式問卷樣本計算。

正式問卷主要發送在社群軟體 Line，自 2022 年 4 月 4 日至 4 月 10 日止，為期 7 天，回收 162 份問卷。經檢視問卷回收，填答未完整者有 15 人，視為無效問卷，扣除後的有效問卷樣本共計 147 則。

問卷設計包含了四個部分，第 1~5 題是「填答者個人基本資料」、第 6 及第 7 題「填答者經由行動裝置在網路上購物完成交易付款的經驗與現況」、第 8~20 題「研究議題題項」這部分想瞭解受訪者透過行動裝置網路購物時，使用行動支付完成交易的認知及操作方面的經驗以及第 21 題未來進行網路購物時，使用「行動支付」完成交易的意願。問項之衡量方式，採用五等級語意尺度，以「非常同意」、「同意」、「一般」、「不同意」、「非常不同意」測量。

### 4.1 個人基本資料背景分析

第一部份：填答者個人基本資料。個人基本背景資料的設計是包含「性別」、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「個人月平均薪資收入(零用金)」，共有 5 個題項。

第 1 題：147 位填答者之性別

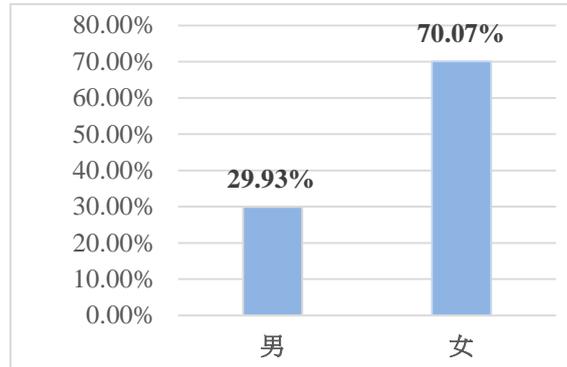


圖 4.1：性別分佈圖

依據回則統計，男性共 44 人佔 29.93%，女性共 103 人佔 70.07%。

第 2 題：147 位填答者之年齡

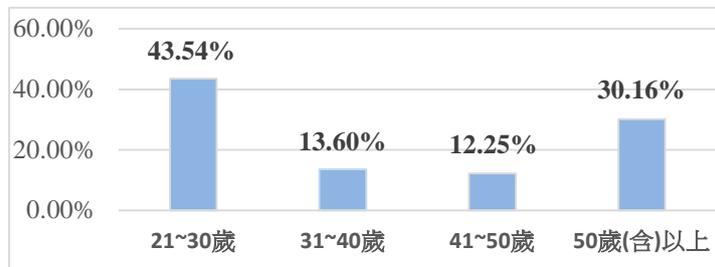


圖 4.2 年齡分佈圖

依據回則統計，21~30 歲共 64 人佔 43.54%，31~40 歲共 20 人佔 13.60%，41~50 歲共 18 人佔 12.25%，50 歲(含)以上共 45 人佔 30.61%。

第 3 題：147 位填答者之教育程度

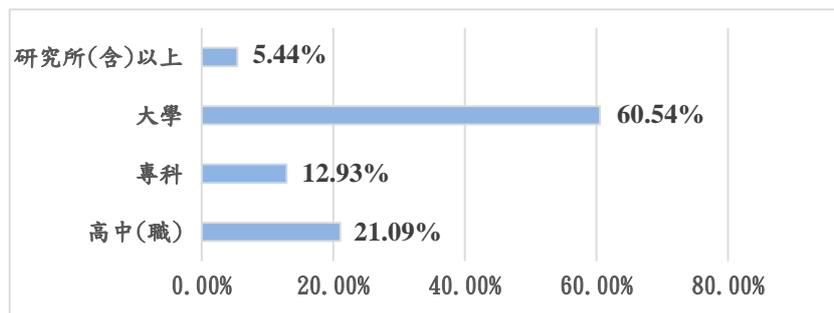


圖 4.3 教育程度分佈圖

依據回則統計，高中(職)共 31 人佔 21.09%，專科共 19 人佔 12.93%，大學共 89 人佔 60.54%，研究所(含)以上共 8 人佔 5.44%。

第 4 題：147 位填答者之職業

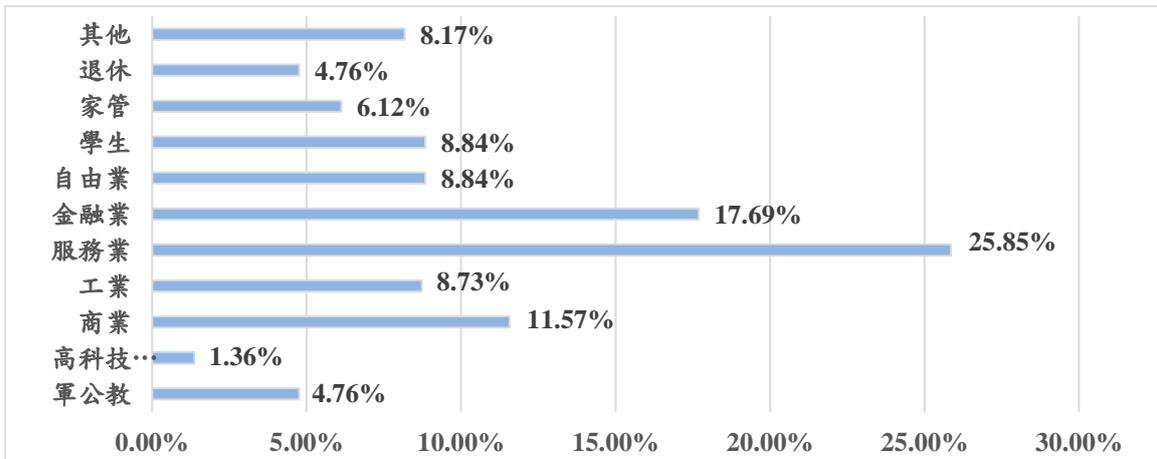


圖 4.4 職業別分佈圖

依據回則統計，軍公教共 7 人佔 4.76%，高科技產業共 2 人佔 1.36%，商業類共 17 人佔 11.57%，工業共 11 人佔 8.73%，服務業共 38 人佔 25.85%，金融業共 26 人佔 17.69%，自由業共 13 人佔 8.84%，學生共 13 人佔 8.84%，家管 共 9 人佔 6.12%，退休共 7 人佔 4.76%，其他行業共 12 人佔 8.17%。

第 5 題：147 位填答者之平均月收入(零用金)

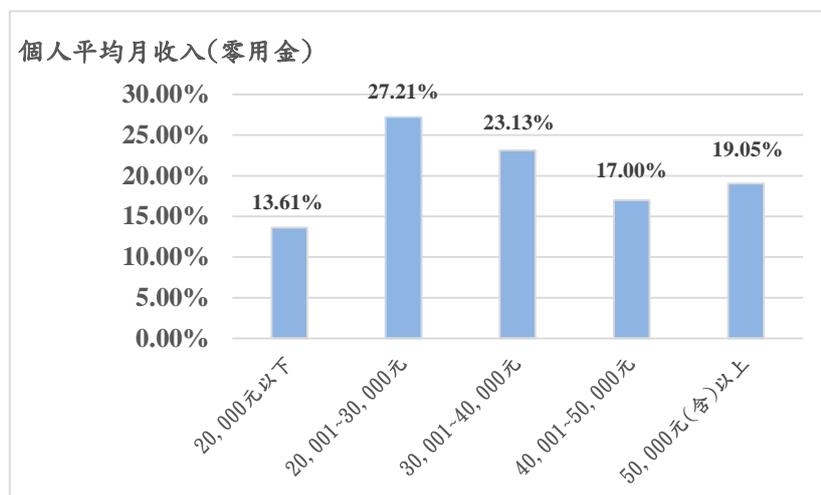


圖 4.5 平均月收入(零用金)分佈圖

在個人平均月收入(零用金)方面，依據回則統計如下：

20,000 元以下共 20 人佔 13.61%， 20,001~30,000 元共 40 人佔 27.21%， 30,001~40,000 元共 34 人佔 23.13%， 40,001~50,000 元共 25 人佔 17%， 50,000 元(含)以上 28 人佔 19.05%。

## 4.2 行動支付的經驗與現況

第 6 題：是否會透過行動裝置(如：智慧型手機、平板電腦)購買網路商品?

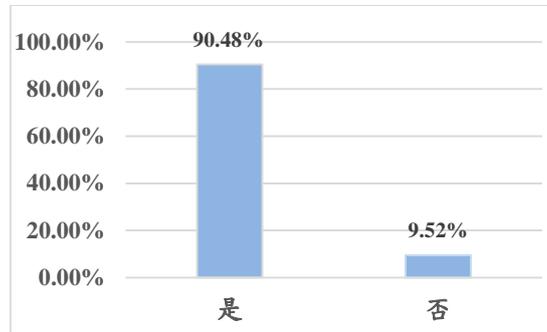


圖 4.6 行動裝置購物分佈圖

依據 147 位填答者回則統計如下：

是：共 133 人佔 90.48%

否：共 14 人佔 9.52% (跳到第 21 題)

第 7 題：透過行動裝置網路購物時，有使用「行動支付」完成交易的經驗?

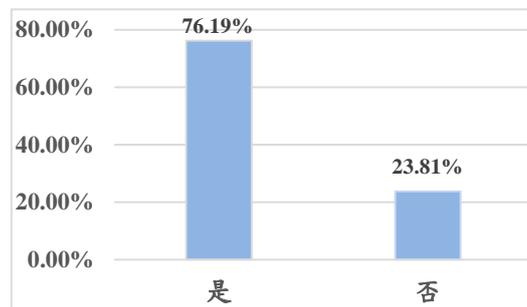


圖 4.7 行動支付交易分佈圖

依據 147 位填答者回則統計如下：

是：共 112 人佔 76.19%

否：共 35 人佔 23.81% (跳到第 21 題)

根據統計，透過行動裝置網路購物並使用行動支付完成交易經驗者共計 112 人，將作為研究議題的主要研究對象。

### 4.3 研究議題

這部分想瞭解受訪者透過行動裝置網路購物時，使用行動支付完成交易的認知及操作方面的經驗。

第 8 題：網路購物透過「行動支付」完成交易，在使用上是方便、省時。

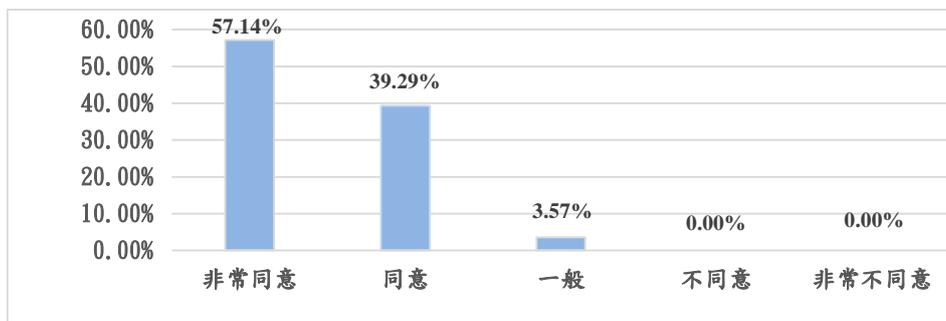


圖 4.8 行動支付交易，方便、省時分佈圖

依據 112 位填答者回則統計如下：

非常同意：共 64 人，佔 57.14%，

同意：共 44 人，佔 39.29%，

一般：共 4 人，佔 3.57%，

不同意：共 0 人，佔 0%，

非常不同意者：共 0 人，佔 0%。

第 9 題：「行動支付」有任何款項交易，可查詢交易紀錄（時間、地點、金額）。

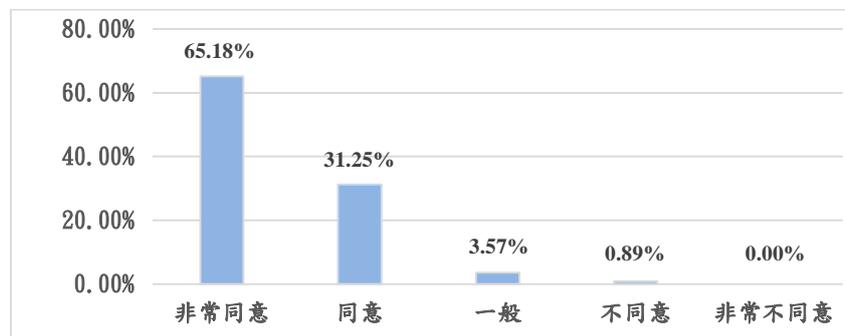


圖 4.9 行動支付任何交易，查詢交易紀錄分佈圖

依據 112 位填答者回則統計如下：

非常同意：共 73 人，佔 65.18%，

同意：共 35 人，佔 31.25%，

一般：共 4 人，佔 3.57%，

不同意者：共 1 人，佔 0.89%，

非常不同意者：共 0 人，佔 0%。

第 10 題：現今在網路平台進行購物的流程是簡易的。

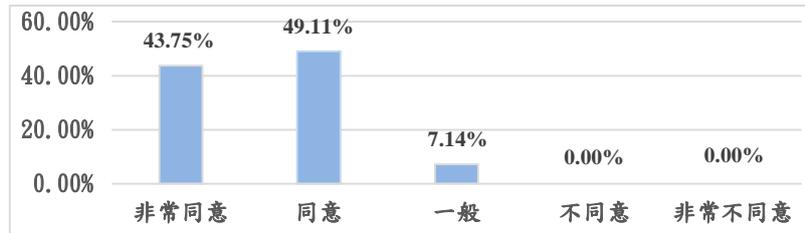


圖 4.10 購物流程是簡易的分佈圖

依據 112 位填答者回則統計如下：

非常同意：共 49 人，佔 43.75%，

同意：共 55 人，佔 49.11%，

一般：共 8 人，佔 7.14%，

不同意：共 0 人，佔 0%，

非常不同意：共 0 人，佔 0%。

第 11 題：「行動支付」作為付款工具，免去必須攜帶現金或信用卡消費的不便。

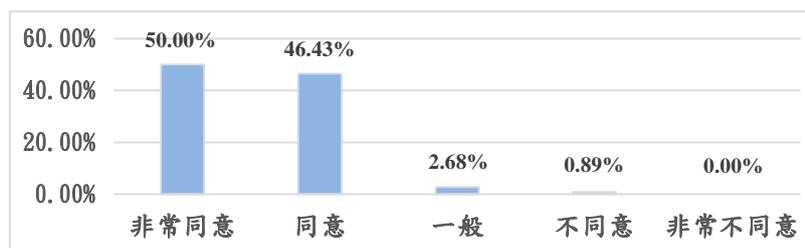


圖 4.11 行動支付可免攜帶現金或信用卡消費不便分佈圖

依據 112 填答者回則統計如下：

非常同意：共 56 人，佔 50.00%，

同意：共 52 人，佔 46.43%，

一般：共 3 人，佔 2.68%，

不同意：共 1 人，佔 0.89%，

非常不同意：共 0 人，佔 0%。

第 12 題：以「行動支付」作為付款工具，可以獲得額外折扣或點數累積的現金回饋，會提高使用意圖。

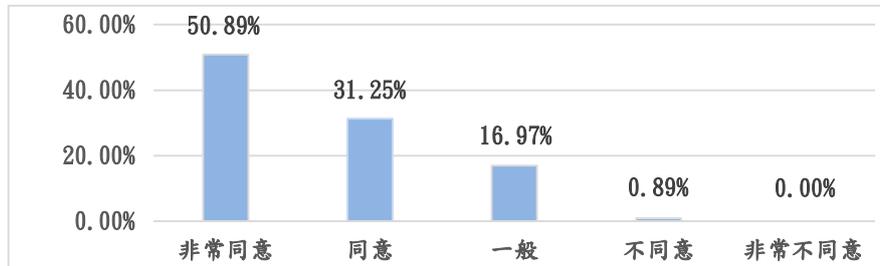


圖 4.12 行動支付提高使用分佈圖

依據 112 填答者回則統計如下：

非常同意：共 57 人，佔 50.89%，

同意：共 35 人，佔 31.25%，

一般：共 19 人，佔 16.97%，

不同意：共 1 人，佔 0.89%，

非常不同意：共 0 人，佔 0%。

第 13 題：使用「行動支付」進行交易，仍會擔心手機資料可能外流或遭盜用。

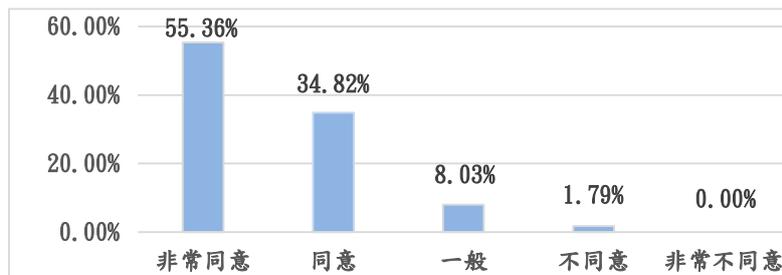


圖 4.13 行動支付手機資料盜用分佈圖

依據 112 位填答者之回則統計如下：

非常同意：共 62 人，佔 55.36%，

同意：共 39 人，佔 34.82%，

一般 共 9 人，佔 8.03%，

不同意：共 2 人，佔 1.79%，

非常不同意：共 0 人，佔 0%。

第 14 題：使用過的「行動支付」App 的操作介面設計是清晰、簡單易懂。(可複選)



圖 4.14 行動支付的介面設計分佈圖

依據 112 位填答者之回則統計如下：

Apple Pay → 共計 77 人

Line Pay → 共計 68 人

街口支付 → 共計 16 人

台灣 pay → 共計 14 人

Google Pay → 共計 7 人

ezPay → 共計 5 人

Samsung Pay → 共計 1 人

第 15 題：「行動支付」有任何款項交易，以訊息立即通知是重要的。

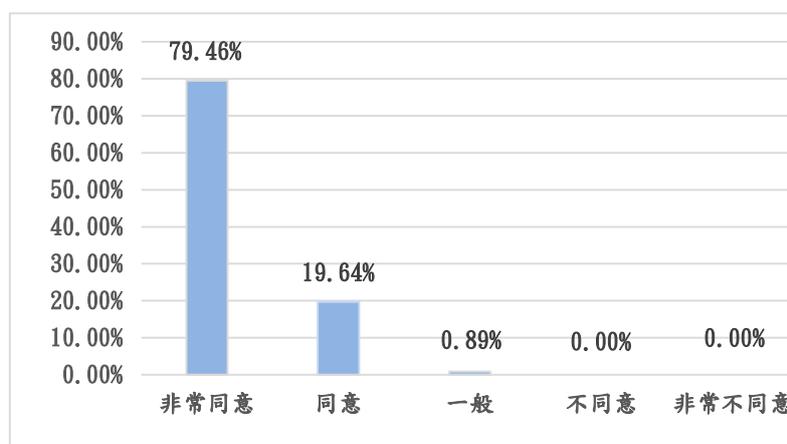


圖 4.15 行動支付訊息通知分佈圖

依據 112 位填答者之回則統計如下：

非常同意：共 89 人，佔 79.46%，

同意：共 22 人，佔 19.64%，

一般：共 1 人，佔 0.89%，

不同意：共 0 人，佔 0%，

非常不同意：共 0 人，佔 0%。

第 16 題：如果網路購物使用「行動支付」付費，在沒有任何折扣優惠的情況下，會繼續使用。

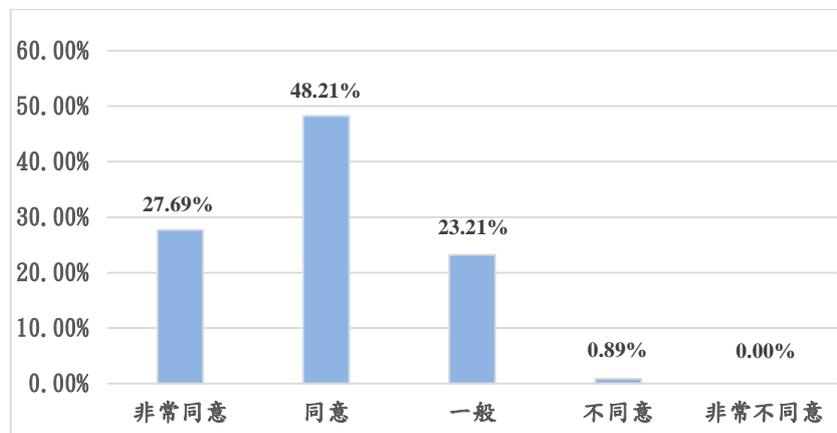


圖 4.16 行動支付繼續使用分佈圖

依據 112 位填答者回則統計如下：

非常同意：共 31 人，佔 27.69%，

同意：共 54 人，佔 48.21%，

一般：共 26 人，佔 23.21%，

不同意：共 1 人，佔 0.89%，

非常不同意：共 0 人，佔 0%。

第 17 題：112 位填答者之認為網路購物透過「行動支付」完成付款，是簡易的。

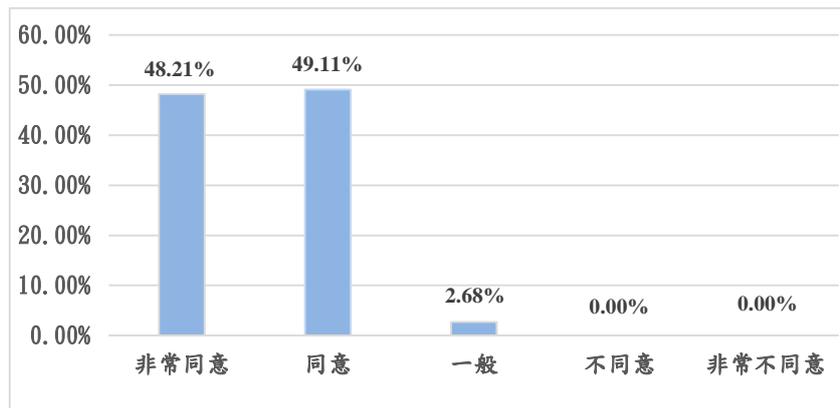


圖 4.17 行動支付使用簡易分佈圖

依據 112 位填答者回則統計如下：

非常同意：共 54 人，佔 48.21%，

同意：共 55 人，佔 49.11%，

一般：共 3 人，佔 2.68%，

不同意：共 0 人，佔 0%，

非常不同意：共 0 人，佔 0%。

第 18 題：透過透過「行動支付」交易前需要輸入密碼或臉部、指紋辨識，安全性比信用卡高。

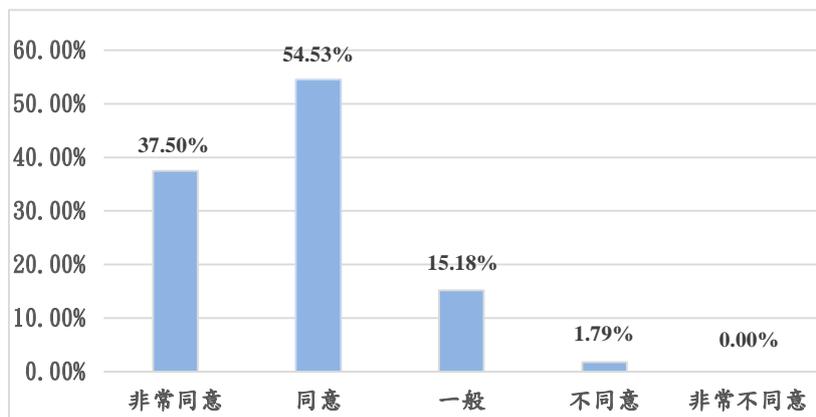


圖 4.18 行動支付安全性比信用卡高分佈圖

依據 112 位填答者回則統計如下：

非常同意：共 42 人，佔 37.5%，

同意：共 51 人，佔 54.53%，

一般：共 17 人，佔 15.18%，

不同意：共 2 人，佔 1.79%，

非常不同：共 0 人，佔 0%。

第 19 題：政府及行動應用 APP 安全開發業者應努力提升行動支付機制的安全性

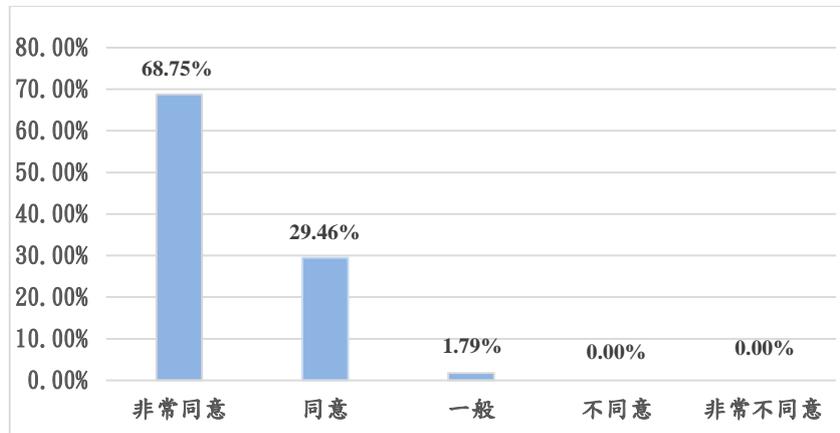


圖 4.19 政府及 APP 安全開發業者提升行動支付安全性分佈圖

依據 112 位填答者回則統計如下：

非常同意：共 77 人，佔 68.75%，

同意：共 33 人，佔 29.46%，

普通：共 2 人，佔 1.79%，

不同意：共 0 人，佔 0%，

非常不同意：共 0 人，佔 0%。

第 20 題：詐騙集團偽冒網路購物平台的網址，誘騙消費者上當，購物前您會先查明該網站的真偽。

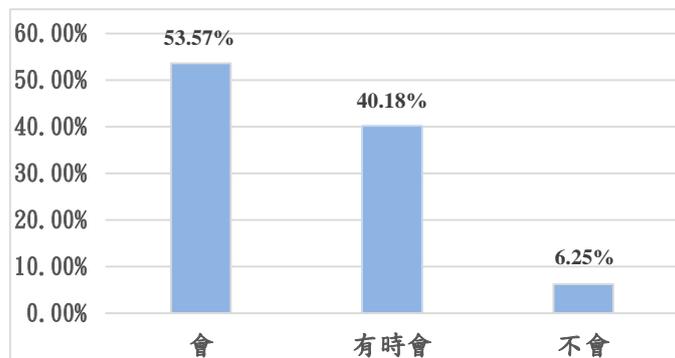


圖 4.20 購物前您會先查明該網站的真偽的分佈圖

依據 112 位填答者回則統計如下：

會：共 60 人，佔 53.57%，

有時會：共 45 人，佔 40.18%，

不會：共 7 人，佔 6.25%，

#### 4.4 未來行動支付使用意願

繼續-是網路購物時，有使用過「行動支付」者。

考慮使用-是沒有使用過「行動支付」者。

第 21 題：未來進行網路購物時，會繼續或考慮使用「行動支付」完成交易。

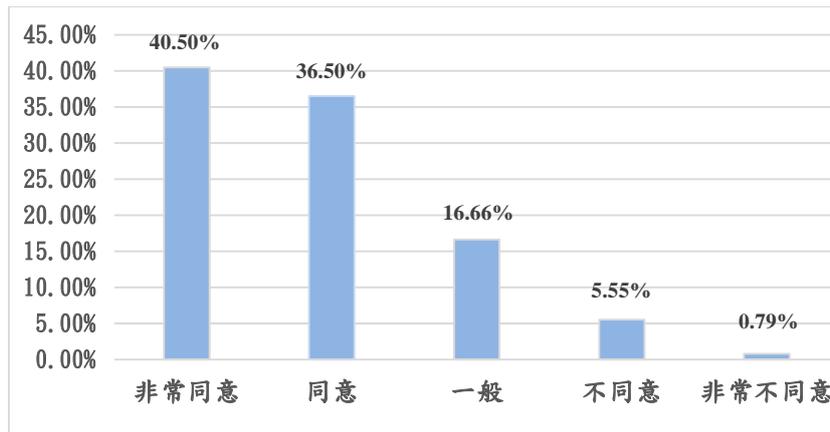


圖 4.21 有機會使用「行動支付」會使用它分佈圖

依據 147 位回則統計如下：

非常同意：共 57 人，佔 40.5%，

同意：共 68 人，佔 36.5%，

一般：共 16 人，佔 16.66%，

不同意：共 5 人，佔 5.55%，

非常不同意：共 1 人，佔 0.79%。

#### 4.5 問卷結果分析

本研究的有效問卷 147 份，資料整理結果分析如下：

性別方面，在有效問卷樣本中，男女比例分別佔有效問卷人數的 29.93% 和 70.07%，顯示填答者女性比例高於男性。在年齡方面，以 21 至 30 歲的樣本最多，佔有效問卷人數的 43.54%。其次為 50 歲(含)以上，佔有效問卷人數的 30.16%，顯示除了 21~30 歲外，50 歲(含)以上的年長者，也普遍接受也學會使用行動裝置進行網路購物。在教育程度方面，以大學的比例佔最高，佔有效問卷人數的 60.54%，

其次為高中(職)，佔 21.09%，這兩族群也算是智慧型手機的基本使用者，對科技化產品的接受度也較高。在職業方面，服務業佔有效問卷的 25.85%，金融業 17.69% 以及商業類 11.57% 分居第 2 及第 3 多的。在平均月收入(零用金)方面，以 20,001~30,000 元的佔比最高，佔有效問卷人數的 27.21%，其次為 30,001~40,000 元，佔 23.13%。

在本研究樣本中，有 147 位受訪者中，未曾透過行動裝置(如：智慧型手機、平板電腦)購買網路商品者計 14 人，而有網購經驗未使用行動支付完成交易的消費者計 21 人，總計 35 人。故透過行動裝置(如：智慧型手機、平板電腦)購買網路商品且使用行動支付完成交易的受訪者，達 112 人佔有效樣本 76.19%，顯示目前透過行動裝置購買網路商品且使用「行動支付」完成交易的比例是逐步邁向普及化。

在題項第 8 題至第 21 題，包含了便利性、操作流程、介面設計、安全性等四個構面。

#### 便利性 題項

表 4.1 便利性題項表

題號	題 項	非常同意	同意	總計
8	網路購物透過「行動支付」完成交易，在使用上是方便、省時。	57.14%	39.29%	96.43%
11	「行動支付」作為付款工具，免去必須攜帶現金或信用卡消費的不便。	50.00%	46.43%	96.43%
12	以「行動支付」作為付款工具，可以獲得額外折扣或點數累積的現金回饋，會提高使用意圖。	50.89%	31.25%	82.14%
15	「行動支付」有任何款項交易，以訊息立即通知是重要的。	79.46%	19.64%	99.10%

根據便利性題項統計結果，除了因獲得額外折扣或點數累積的現金回饋，提高使用意圖為 82.14% 外，其他題項均達九成以上，顯示便利性是被多數認同的。

## 交易流程 題項

表 4.2 交易流程題項表

題號	題 項	非常 同意	同意	總計
9	「行動支付」有任何款項交易，可查詢交易紀錄（時間、地點、金額）。	65.18%	31.25%	96.43%
10	現今在網路平台進行購物的流程是簡易的。	43.75%	49.11%	92.86%
16	如果網路購物使用「行動支付」付費，在沒有任何折扣優惠的情況下，會繼續使用。	27.69%	48.21%	75.90%
17	網路購物透過「行動支付」完成付款，是簡易的。	48.21%	49.11%	97.32%

根據交易流程題項統計結果顯示，在沒有任何折扣優惠的情況下，使用行動支付僅 75.90%。其他題項均達九成以上，顯示折扣優惠是影響到使用者使用行動支付的意圖。

## 安全性 題項

表 4.3 安全性題項表 1

題號	題 項	非常 同意	同意	總計
13	使用「行動支付」進行交易，仍會擔心手機資料可能外流或遭盜用。	55.36%	34.82%	90.18%
18	透過「行動支付」交易前需要輸入密碼或臉部、指紋辨識，安全性比信用卡高。	37.5%	54.53%	92.03%
19	政府及行動應用 APP 安全開發業者應努力提升行動支付機制的安全性。	68.75%	29.46%	98.21%

表 4.3.1 安全性題項表 2

題號	題 項	會	有時會	不會
20	詐騙集團偽冒網路購物平台的網址，誘騙消費者上當，購物前您會先查明該網站的真偽。	53.57%	40.18%	6.25%

根據安全性題項統計結果顯示，均達九成以上，代表使用者在安全性上是擔心疑慮的。但購物前會先查明網站真偽的僅 53.57%，有時會查明網站真偽的為 40.18%。所以在安全性上，除了政府及行動應用 APP 安全開發業者應致力提升行動支付機制的安全性外，消費者自己本身也需謹慎小心。

第 14 題中，介面設計方面，依據 112 位填答者之回則統計，Apple Pay 共計有 77 人使用，Line Pay 共計 68 人使用，代表 IPHONE 手機使用者為大眾及社群媒體 LINE 使用者普及，更顯示它們的設計讓消費者高度接受。

在未來網路購物時，會繼續或考慮使用「行動支付」完成交易的意願上，有 125 人佔有效樣本 147 份的 77%，比率雖高，仍有 23% 消費者對網路購物及使用行動支付完成交易的模式仍有疑慮，信心是不足的。

## 第五章 結論與建議

近年來網路購物逐漸普及化，人們購物不一定要到實體商店，可在網路上立即找到相關的產品資訊，還能經過比價，直接付款購買。這兩年更因為疫情關係，許多消費者都轉向網路購物消費，未來在使用人數比例及花費金額上勢必會增加。

### 5.1 結論

本研究經由文獻回顧及回收 147 份有效問卷實證研究後，藉由問卷資料統計分析消費者在網路購物使用行動支付完成交易的經驗上，獲得以下結果，茲將本研究結果討論與建議分述如下。

1. 由於網路詐騙層出不窮，消費者會因為擔心個資洩漏及遭到詐騙，而對網路購物及行動支付裹足不前。在未來網路購物時，會繼續或考慮使用行動支付完成交易的意願上，仍有 23% 消費者對網路購物及使用行動支付完成交易的模式仍有疑慮，信心是不足的。這是政府及行動應用 APP 安全開發業者，更應致力提升行動支付機制的安全性的方向。但在網路購物前會先查明網站真偽的僅 53.57%，有時會查明網站真偽的有 40.18%，雖然消費者都擔心網路詐騙，自己本身卻不夠謹慎小心。
2. 本研究 147 份有效問卷裡，有 112 位填答者有網路購物並使用行動支付的經驗，高達 76.19%，代表兩者間有正面的關聯性。但在未來網路購物時，會繼續或考慮使用「行動支付」完成交易的意願上，有 23% 消費者對網路購物及使用行動支付完成交易的模式仍有疑慮，信心是不足的。
3. 在網路購物使用行動支付完成交易的便利性、操作流程及介面設計上，填答者年齡方面，以 21 至 30 歲的樣本最多，教育程度方面，以大學的比例佔最高，算是智慧型手機的基本使用者，對科技化產品的操作熟悉，接受度自然較高。

## 5.2 建議

本研究根據 147 則問卷調查填答者回覆，資料整理後，做出以下建議：

1. 本組使用社群媒體 Line 發送問卷，仍然有受訪者質疑是詐騙連結，諸多不願點閱填答，足以表達受訪者對網路連結安全性的憂慮。未來問卷可考慮與企業合作，例如: Happy Go，填答者也可因填答問卷的到點數回饋，增加填答意願。
2. 由於問卷經由社群媒體 Line 發送，可能會過度集中在某行業別及年齡層，未來問卷轉發的群組分佈，需經過詳細評估再發送，將其推廣到更廣泛的人群。
3. 本研究以網路問卷為主，收集的資料來源及可信度有一定的範圍，無法完全確定填答者的資訊回饋，可能與事實有差異，這是值得商榷的。
4. 網路購物時，使用行動支付功能完成交易，雖帶來方便性，但網路詐騙盛行，讓使用者感到極度憂慮，政府及行動應用 APP 安全開發業者應致力提升行動支付機制的安全性。

## 參考文獻

- [1] 財團法人台灣網路資訊中心 (TWNIC)(2019)。調查重點解析。  
<https://report.twNIC.tw/2019/>
- [2] 台灣發展委員會 『2019 台灣網路報告』之『國內外趨勢分析：網路服務應用概況(上)』 [https://www.webguide.nat.gov.tw/News\\_Content.aspx?n=531&s=3028](https://www.webguide.nat.gov.tw/News_Content.aspx?n=531&s=3028)
- [3] 施子襄(2018)。潛在消費者對行動支付使用意圖之分析。未出版碩士論文。國立中山大學經濟學研究所，高雄市。
- [4] MIC 產業情報研究所(2021 年 2 月 3 日)，【2020 下半年行動支付大調查】六成消費者常用行動支付比例首度超越電子票證  
<https://mic.iii.org.tw/news.aspx?id=593>
- [5] 聯合新聞網，記者黃晶琳，疫情驅動行動支付大成長 常用度近七成創新高(2022 年 1 月 21 日)資料來源：經濟日報  
<https://udn.com/news/story/7239/6049748>
- [6] 數位時代，侯品如，7 成台灣人結帳選電子支付！從四大趨勢看台灣行動支付發展(2022 年 1 月 21 日)  
<https://www.bnnext.com.tw/article/67423/mic-mobile-payment-report-2022>
- [7] 行政院全球資訊網(2019 年 9 月 11 日)。加速推動行動支付普及。資料來源：新聞傳播處 <https://www.ey.gov.tw/Page/5A8A0CB5B41DA11E/84ca877a-f946-4684-a19d-732a351dc448/>
- [8] 集客數據行銷(2020 年 3 月 23 日)。網路行銷手法 5 大策略總整理，快速佈局網路行銷渠道 <https://inboundmarketing.com.tw/digital-marketing-strategy/%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E6%98%AF%E4%BB%80%E9%BA%BC.html>
- [9] Annie Wu(1 月, 2019) 跟上大數據時代！6 大數位行銷入門，紮實掌握定義、方法、規劃、策略一次入手！ Growth 零一行銷 <https://growthmarketing.tw/digital-marketing/>
- [10] 農科原區產學會(2020 年 11 月 13 日)，如何建置官網暨網路行銷講習會 (1091113)[http://www.rocaic.org/news\\_detail.php?id=1925](http://www.rocaic.org/news_detail.php?id=1925)
- [11] 張芝文 林佩蓉 葉怡珍 吳佳儒 蘇修布(2011 年 12 月 14 日)行動付款發展與採用意願之研究 - 明新科技大學
- [12] 楊運秀，趙行義(2019)。以創新抵制探討行動支付的使用意圖。國立臺北大學企業管理學系。新北市。東吳經濟商學學報 第九十九期。(2019 年 12 月)  
<http://cbrd.scu.edu.tw/sites/default/files/EG04%E6%A5%8A%E9%81%8B%E7%A7%80.PDF>
- [13] Smart 智富月刊 (2019 年 02 月 18 日)，林欣慧 《行動支付懶人包》精選 6 大 QA 一次懂：這樣用手機付錢，多賺 5% 優惠！  
<https://today.line.me/tw/v2/article/nN61Wx>

- [14] 【懶人包】2022 台灣 Pay 優惠活動！綁哪張信用卡回饋高？資料來源：卡優新聞網 <https://www.cardu.com.tw/mpay/detail.php?33187>
- [15] 行動支付安全嗎？（資料來源：法務部調查局清流雙月刊 2018 年 11 月號）
- [16] MCB-FIN 財富心元素(2022)，無鈔化社會時代來臨,三個你接下來必須做的準備 <https://fin.masscloudbiz.com/prepare-none-cash-generation/>
- [17] 喀報，李芝謙(2019 年 10 月 20 日)。什麼都 PAY 行動支付大爆炸的時代 <https://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article/13936?issueID=741>
- [18] 國家發展委員會(2020 年 1 月 21 日)。行動支付普及率創新高 邁向數位國家新生活。發布單位：產業處發布。  
[https://www.ndc.gov.tw/News\\_Content.aspx?n=114AAE178CD95D4C&sms=DF717169EA26F1A3&s=16D50DD1011EB298](https://www.ndc.gov.tw/News_Content.aspx?n=114AAE178CD95D4C&sms=DF717169EA26F1A3&s=16D50DD1011EB298)
- [19] 2019 年台灣網路報告」<https://blog.twNIC.tw/2019/12/26/5801/>
- [20] 金管會(2020 年 10 月 03 日) 金管會:台灣行動支付總額有望在 Q3 突破 3,000 億元大關！  
<https://www.inside.com.tw/article/21134-taiwan-total-mobile-payment-is-expected-to-exceed-the-300-billion-mark-in-q3>
- [21] 你能想像「無現金社會」的消費生活嗎？  
<https://n.yam.com/Article/20160502682960> 鉅亨網記者陳慧菱 台北 (2016 年 5 月 2 日)。番薯藤即時新聞〈FinTech〉
- [22] 網路行銷實戰家，怎麼樣付款最方便？了解最熱門的線上支付方式！  
<https://blog.dcplus.com.tw/marketing-knowledge/trend/52080> 2015-09-28
- [23] 台視財經，情驅動行動支付應用 網路商店/外送/繳費 3 場域快速成長 (2022 年 1 月 21 日) 資料來源：MoneyDJ 理財網  
<https://www.ttv.com.tw/finance/view/?i=012022211346664EADD57B774BF3A4E2754059D3FC5DCCBA>
- [24] (dipp, 2020 年 8 月 6 日)。全聯、WALMART、IKEA 三大案例，看零售業如何數位轉型 <https://blog.withdipp.com/zh-tw/retailer-digital-transformation-case-study>
- [25] 行動商機王，手機行動支付功能 將替企業掌握更多的行動商機  
[http://hicloudmall.mobi/marketing\\_85.htm](http://hicloudmall.mobi/marketing_85.htm)
- [26] 《產業分析》行動支付，「嗶」出新商機 – 中時新聞網產業分析-行動支付-嗶出 ... (2015 年 4 月 7 日)。時報資訊 王逸芯  
<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20150407002143-260410?chdtv>
- [27] 記者劉士成(2019 年 05 月 31 日)。行動支付優缺大剖析 網友們最在意的問題是什麼？今日新聞 NOWNNEWS / 綜合報導 2019。  
<https://www.nownews.com/news/3417178>
- [28] MIC 產業情報研究所，【行動支付消費者調查】80%消費者有意願使用行動支付，<https://mic.iii.org.tw/news.aspx?id=457> (2017 年 2 月 9 日)。

- [29]行政院，加速推動行動支付普及日期：(2019 年 9 月 11 日)。資料來源：新聞傳播處 <https://www.ey.gov.tw/Page/5A8A0CB5B41DA11E/84ca877a-f946-4684-a19d-732a351dc448>
- [30]張彥淳(2006)。影響消費者採用行動付款因素之研究。國立中央大學，資訊管理學系碩士論文。桃園市。
- [31]Monwy101 理財一零一,簡單、方便、安全，行動支付發展三要素 February 9, 2017<https://www.money101.com.tw/blog/%E8%A1%8C%E5%8B%95%E6%94%AF%E4%BB%98-%E7%B0%A1%E5%96%AE-%E6%96%B9%E4%BE%BF-%E5%AE%89%E5%85%A8>
- [32] 國家發展委員會 (2022 年 1 月 6 日) 推動行動支付普及 [https://www.ndc.gov.tw/Content\\_List.aspx?n=C6EB8EE1D1A05161](https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=C6EB8EE1D1A05161)
- [33]iThome 新聞網，蘇文彬 | (2020 年 1 月 22 日)。國發會：國內行動支付普及率達 6 成，2025 年朝 90%邁進 <https://www.ithome.com.tw/news/135485>
- [34]【2021 台灣行動支付 App 推薦】Apple pay、街口支付、Line pay、Google Pay、台灣 Pay 完整分析，(2021 年 10 月 15 日)，chihyuan，資料來源：股感知識庫 stockfeel。  
<https://www.stockfeel.com.tw/%E8%A1%8C%E5%8B%95%E6%94%AF%E4%B%98-app-%E6%8E%A8%E8%96%A6/>
- [35]行動支付優缺大頗析 網友們最在意的問題是什麼？，(2019 年 05 月 31 日)，劉士成。資料來源：NOWnews 今日新聞。  
<https://today.line.me/tw/v2/article/nLwLMo>

## 附錄、正式問卷

### 「行動支付與網路購物的關聯」問卷調查

親愛的女士先生您好

我們是 嶺東科技大學資訊管理系的學生，以下問卷需耽誤您一些時間，此份問卷採不記名填寫，您所回答的各項資料，僅做專題製作(研究)之用，請您安心填答。您所提供的寶貴意見，對我們的專題製作(研究)將會有所助益，再次感謝您在百忙之中的填寫與協助。

嶺東科技大學資訊管理系

學生：簡瑋暄、陳羿縉 敬啟

題目：網路購物時「行動支付」使用的經驗及現況調查

#### 第一部分 個人基本資料 \*必填

1.您的性別 \* 男 女

2.您的年齡 \*

20 歲(含)以下 21-30 歲 31-40 歲 41-50 歲 51 歲(含)以上

3.您的教育程度 \*

國中(含)以下 高中(職) 專科 大學 研究所(含)以上

4.您的職業別 \*

軍公教 高科技產業 商業類 工業 服務業 金融業 自由業  
學生 家管 退休 其他

5.您的個人月平均薪資收入(零用錢) \*

20,000 元(含)以下 20,001-30,000 元

30,001-40,000 元 40,001-50,000 元 50,001 元(含)以上

#### 第二部分 經由行動裝置在網路上購物完成交易付款的經驗與現況

行動支付的定義：指透過手機、平板電腦等行動上網裝置，支付各項服務或數位及實體商品的費用。

6.請問您是否會透過行動裝置(如：智慧型手機、平板電腦)購買網路商品?

是

否 (跳到第 21 題)

7.請問當您透過行動裝置網路購物時，有使用「行動支付」完成交易的經驗?

是

否 (跳到第 21 題)

### 第三部分 研究議題

這部分想瞭解受訪者透過行動裝置網路購物時，使用行動支付完成交易的操作及方面的經驗，以使用過行動支付者為研究樣本。

題號	題 項	非常同意	同意	一般	非常不同意	不同意
8	網路購物透過「行動支付」完成交易，在使用上是方便、省時。					
9	「行動支付」有任何款項交易，可查詢交易紀錄（時間、地點、金額）。					
10	現今在網路平台進行購物的流程是簡易的。					
11	「行動支付」作為付款工具，免去必須攜帶現金或信用卡消費的不便。					
12	以「行動支付」作為付款工具，可以獲得額外折扣或點數累積的現金回饋，會提高使用意圖。					
13	使用「行動支付」進行交易，仍會擔心手機資料可能外流或遭盜用。					
14	您使用過的「行動支付」App 的操作介面設計是清晰、簡單易懂。(可複選) <input type="checkbox"/> Apple Pay <input type="checkbox"/> 支付街口 <input type="checkbox"/> Samsung Pay <input type="checkbox"/> Line Pay <input type="checkbox"/> Android Pay <input type="checkbox"/> 台灣 pay <input type="checkbox"/> Google Pay <input type="checkbox"/> 其它_____					
15	「行動支付」有任何款項交易，以訊息立即通知是重要的。					
16	如果網路購物使用「行動支付」付費，在沒有任何折扣優惠的情況下，會繼續使用。					
17	網路購物透過「行動支付」完成付款，是簡易的。					
18	透過「行動支付」交易前需要輸入密碼或臉部、指紋辨識，安全性比信用卡高。					
19	政府及行動應用 APP 安全開發業者應努力提升行動支付機制的安全性					

題號	題 項	會	有時會	不會
20	詐騙集團偽冒網路購物平台的網址，誘騙消費者上當，購物前您會先查明該網站的真偽。			

第四部分 未來使用「行動支付」意願

繼續-是有使用過「行動支付」者。

考慮使用-是沒有使用過「行動支付」者。

題號	題 項	非常同意	同意	一般	非常不同意	不同意
21	未來進行網路購物時，會繼續或考慮使用「行動支付」完成交易。					

本問卷到此結束，再次感謝您的協助。

教師姓名		馮曼琳		所屬系所	資訊管理系	
1	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	簡昭宜	資管四B	111年3月7日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 文獻探討內容搜尋，檢討並修正。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
2	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	陳翠娟	資管四B	111年3月7日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 文獻探討內容搜尋，檢討並修正。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
3	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派： 。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
4	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
5	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
輔導學生人次合計		2人	輔導時間合計	2 時 分	教師簽名	馮曼琳

備註：

- 一、本表以月為單位。任課教師請於次月 5 日前將本表繳交至系(所)辦彙整，由系(所)辦彙整統計表後擲交教學發展中心。
- 二、本表留存各系評鑑備查，並請受輔導學生於專題複審前至系辦領回影本，放至專題報告書附錄之中。
- 三、學生簽名欄，由受輔導學生簽名。

教師姓名		馮曼琳		所屬系所	資訊管理系	
1	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	許明廷	資管四B	111年3月21日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 第二章網路購物及行動支付定義之論敘及撰寫。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
2	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	陳祥裕	資管四B	111年3月21日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 第二章網路購物及行動支付定義之論敘及撰寫。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
3	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
4	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
5	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
輔導學生人次合計		2人	輔導時間合計	2 時 分	教師簽名	馮曼琳

備註：

一、本表以月為單位。任課教師請於次月 5 日前將本表繳交至系(所)辦彙整，由系(所)辦彙整統計表後繳交教學發展中心。

二、本表留存各系評鑑備查，並請受輔導學生於專題複審前至系辦領回影本，放至專題報告書附錄之中。

三、學生簽名欄，由受輔導學生簽名。

教師姓名		馮曼琳		所屬系所	資訊管理系	
1	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	黃瑞宏	資管四B	111年3月28日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 討論並修改資料內容及問卷議論題項制定。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
2	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	陳弘毅	資管四B	111年3月28日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 討論並修改資料內容及問卷議論題項制定。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
3	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
4	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
5	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
輔導學生人次合計		2人	輔導時間合計	2 時 分	教師簽名	馮曼琳

備註：

- 一、本表以月為單位。任課教師請於次月 5 日前將本表繳交至系(所)辦彙整，由系(所)辦彙整統計表後擲交教學發展中心。
- 二、本表留存各系評鑑備查，並請受輔導學生於專題複審前至系辦領回影本，放至專題報告書附錄之中。
- 三、學生簽名欄，由受輔導學生簽名。

教師姓名		馮曼琳		所屬系所	資訊管理系	
1	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	簡瑞宏	資管四B	111年4月11日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 1. 問卷回則統計彙整，製作圖表及分析。 2. 第四章問卷結果討論分析。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
2	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	陳祥智	資管四B	111年4月11日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 1. 問卷回則統計彙整，製作圖表。 2. 第四章問卷結果討論分析。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
3	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
4	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
5	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
輔導學生人次合計		2人	輔導時間合計	2 時 分	教師簽名	馮曼琳

備註：

一、本表以月為單位，任課教師請於次月 5 日前將本表繳交至系(所)辦彙整，由系(所)辦彙整統計表後擲交教學發展中心。

二、本表留存各系評鑑備查，並請受輔導學生於專題複審前至系辦領回影本，放至專題報告書附錄之中。

三、學生簽名欄，由受輔導學生簽名。



嶺東科技大學  
LING TUNG UNIVERSITY

4月份

111 學年度 第 2 學期  
教師綜合輔導紀錄表

填表日期：111 年 4 月 18 日

教師姓名		馮曼琳		所屬系所	資訊管理系	
1	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	簡瑞宏	資管四B	111年4月18日	共 2 時 分	
輔導項目	<input checked="" type="checkbox"/> 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 1. 第五章討論分析結果。 2. 根據結果分析，討論建議。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
2	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	陳祥智	資管四B	111年4月18日	共 2 時 分	
輔導項目	<input checked="" type="checkbox"/> 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 1. 第五章討論分析結果。 2. 根據結果分析，討論建議。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
3	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	<input checked="" type="checkbox"/> 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
4	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	<input checked="" type="checkbox"/> 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
5	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	<input checked="" type="checkbox"/> 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
輔導學生人次合計		2人	輔導時間合計	2 時 分	教師簽名	馮曼琳

備註：

一、本表以月為單位。任課教師請於次月 5 日前將本表繳交至系(所)辦彙整，由系(所)辦彙整統計表後擲交教學發展中心。

二、本表留存各系評鑑備查，並請受輔導學生於專題複審前至系辦領回影本，放至專題報告書附錄之中。

三、學生簽名欄，由受輔導學生簽名。

教師姓名		馮曼琳		所屬系所	資訊管理系	
1	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	簡瑋庭	資管四B	111年4月25日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 期末專題報告內容總檢視及修正。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
2	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)	陳聯智	資管四B	111年4月25日	共 2 時 分	
輔導項目	■ 專題 行動支付與網路購物的關聯	個人工作進度回報與任務指派： 期末專題報告內容總檢視及修正。			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
3	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
4	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
5	輔導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
	實務專題(三)			年 月 日	共 時 分	
輔導項目	■ 專題	個人工作進度回報與任務指派：			討論結果： <input type="checkbox"/> 1. 缺席 <input type="checkbox"/> 2. 分數：___	
輔導學生人次合計		2人	輔導時間合計	2 時 分	教師簽名	馮曼琳

備註：

一、本表以月為單位。任課教師請於次月 5 日前將本表繳交至系(所)辦彙整，由系(所)辦彙整統計表後擲交教學發展中心。

二、本表留存各系評鑑備查，並請受輔導學生於專題複審前至系辦領回影本，放至專題報告書附錄之中。

三、學生簽名欄，由受輔導學生簽名。

111  
學年度

嶺東科技大學

資訊管理系

行動支付與網路購物的關聯

中華民國一一年五月