

藉由「網」路，「銀」得第一 - 對消費者使用意願之調查

學生：黃祈瑄、李宛純、左宜宣、林琬情、李晏緹、湛欣儒

摘要

由於現今科技的進步，社會經濟逐漸轉型而消費行為也隨之改變，台灣的金融業者開始投入大量資金於金融科技的發展，自2018年末金管會開放純網路銀行執照申請後，終於在2021年初第一間純網路銀行於台灣正式開業為金融業帶來新氣象。

因為純網路銀行為近年新發展的營運型態，目前還是許多民眾並不了解純網路銀行到底是什麼？與實體銀行數位銀行之差距，經過問卷調查後我們了解到，目前吸引民眾使用純網路銀行的因素佔比最高為24小時營業且全年無休，其次為可以縮短作業時間，再來為問題能快速獲得解答，而使人卻步的原因大多環繞在資安問題上，相信純網路銀行業者對於營業時間方面繼續維持並且好好改善資安保護的問題後便能在日後使純網路銀行成為台灣銀行業的主要趨勢。

本專題以大眾對於純網路銀行的使用意願為軸心探討，並且比較三種銀行的差異處，使民眾更了解金融體系的發展。

關鍵字：純網路銀行、金融科技創新、使用意願

目錄

摘要.....	i
目錄.....	ii
表次.....	iii
圖次.....	iv
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	1
第二章 文獻探討.....	2
第一節 傳統實體銀行、數位銀行、純網路銀行比較.....	2
第二節 三家核准設立的純網路銀行之比較.....	6
第三節 純網路銀行的意願調查比較.....	8
第三章 研究方法.....	9
第一節 研究主題與對象.....	9
第二節 研究工具-問卷構面及題項.....	9
第三節 研究步驟.....	10
第四節 分析方法.....	10
第四章 統計分析.....	11
第一節 受訪者基本資料分析.....	11
第二節 交叉分析.....	18
第五章 結論與建議.....	22
第一節 研究結果.....	22
第二節 研究建議.....	22
參考文獻.....	24

表次

表 1-1 傳統實體銀行、數位銀行、純網路銀行之比較.....	6
表 2-1 目前核准設立之三家純網路銀行之比較.....	8
表 4-1 受訪者基本資料 – 性別.....	11
表 4-2 受訪者基本資料 – 年齡.....	12
表 4-3 受訪者基本資料 – 行業分類.....	12
表 4-4 受訪者基本資料 – 教育程度.....	13
表 4-5 受訪者基本資料 – 平均月收入.....	13
表 4-6 受訪者基本資料 – 是否聽過純網路銀行.....	14
表 4-7 得知純網路銀行者之主要管道.....	14
表 4-8 聽過純網路銀行者 – 是否有使用過純網路銀行.....	14
表 4-9 聽過純網路銀行者 – 使用過哪一間純網路銀行.....	15
表 4-10 使用過純網路銀行者 – 滿意度調查.....	15
表 4-11 是否有意願使用純網路銀行.....	16
表 5-2 有意願使用純網路銀行之原因.....	16
表 5-3 無意願使用純網路銀行之原因.....	18
表 6-1 受訪者是否有聽過純網路銀行.....	18
表 6-2 受訪者是否有意願使用純網路銀行.....	20

圖次

圖 3-1 研究步驟.....	10
圖 5-1 有意願使用純網路銀行之原因.....	16
圖 5-2 無意願使用純網路銀行之原因.....	17

第一章 緒論

一、研究動機

數位金融市場逐漸融入在民眾的生活中，相較於去實體銀行，在家中自行轉帳、進行金融業務逐漸盛行，而純網路銀行也是近幾年興起的趨勢，打破了空間以及時間的限制，台灣也與時俱進的開放純網路銀行，目前政府批准三家純網路銀行通過，先以LINE BANK、樂天銀行正式開業，將來銀行則在2022年3月29日正式開幕。

至今數位金融已經與我們密不可分，但大部分的民眾還是不太清楚純網路銀行與網路銀行之間的不同，於是藉此比較了實體銀行、網路銀行以及純網路銀行三者的差異性。即使大家對於純網路銀行的概念模糊，但由於便利性高、不受空間時間限制等等卻成為了一大優點，但實體銀行又有著顧客長期的信用度及黏著度，要完全依靠網路服務大眾仍有疑慮，於是想透過此研究來探討大眾對於純網路銀行的使用意願為何。

二、研究目的

隨著科技的進步，從日常生活到各行各業都在與科技做結合，網路普及率提高對金融業也產生了影響，傳統的實體銀行已經跟不上時代，各家銀行先是推出行動APP，讓民眾可以透過數位網路辦理銀行的業務，到近幾年純網路銀行成為新崛起的趨勢，政府也已正式核准三家純網路銀行設立，根據上述說明，本研究希望探討民眾對於純網路銀行的認知與使用意願，研究主題包含下列問題：

- (一) 探討純網路銀行/數位銀行/實體銀行比較
- (二) 探討三大純網路銀行比較
- (三) 探討大眾對純網路銀行的認知、使用經驗、使用意願

第二章 文獻探討

本章第一節首先探討傳統實體銀行、數位銀行、純網路銀行之比較，第二節針對政府已核准設立之三家純網路銀行進行比較，第三節則是整理其他針對社會大眾對純網路銀行使用意願之調查研究。

一、傳統實體銀行、數位銀行、純網路銀行之比較

(一) 傳統實體銀行

傳統銀行即我們在路上最常看到的實體銀行，銀行裡都是櫃檯人員在幫民眾辦理各式各樣的服務，其操作大部分仰賴銀行人員進行協助，無法隨時隨地進行作業，頗受限制。

1. 傳統銀行優勢¹

(1) 安全性高

傳統銀行最大的優勢是安全性高，不論是存款或是借貸等服務，皆需要至銀行現場臨櫃處理，同時只要收好存摺、卡片和密碼，帳戶的資金就會相對安全，網路駭客竊盜帳號密碼的疑慮較小。

(2) 面對面服務

傳統銀行有著高品牌的知名度、系統穩定，以及與顧客建立長久的關係與信賴感，再加上還有實體分行、實體服務，都讓傳統銀行的優勢仍在。

(3) 營業據點多

直到2020年底，統計數據顯示全台有3,403家銀行營業據點，眾多的銀行據點可以提供民眾更便利的服務。

2. 傳統銀行劣勢

(1) 耗費時間與人力

實體銀行需要透過許多人力進行業務辦理，不論是第一線面對客戶的櫃台人員亦或是在後台的資料處理人員，且部分服務無法立即辦理完成，經常造成尖峰時段大排長龍的現象。例如玉山銀行每年需要開出的支票多達一千萬張，每張

¹ 信用管理指南(2021)·純網銀、數位銀行、網路銀行差別是?一張表看懂差異及特色

皆需人工作業再到系統進一步交易，花費相當的人力及時間、金錢，相對純網路交易，效率較低。

(2)有地域、時間限制

有營業時間限制，部分業務無法隨時辦理，而鄰近的銀行據點不一定是民眾所享有的帳戶，所以只能到自家銀行場所辦理相關業務，對上班族而言非常不便，各地的實體銀行分配也都不一，進而造成申辦一項業務有許多的困擾。

(3)業務單一繁瑣

雖然業務單一，但櫃檯人員處理相關業務種類繁多時，可能會不小心出錯，且高重複性質的工作可能使行員感到厭煩，身心俱疲進而導致工作成效不彰。如要去銀行辦理業務，就必須帶上身分證、印章等，可能還需要填寫一些單據資料，造成辦理時間相對拉長。

(二)數位銀行²

數位銀行是實體分行的延伸，精確來說只是實體銀行眾多服務的一環，能降低銀行服務成本、提升營業效率，本質上仍是傳統銀行，但與一般銀行最大的差別在於數位銀行是沒有實體存摺的線上銀行，但也能透過APP數位存摺確認存提款資訊、消費明細。它的方便之處在於線上申辦、全年無休，完全透過網路、官方APP進行管理及服務民眾，但其仍然有歸屬的實體銀行，可以辦理一些重要的業務。近年來的代表業者為王道O-Bank、台新Richart、永豐大戶DAWHO。

1. 數位銀行優勢

(1)活存利率高

活存利率高對一般民眾來說，好處是當資金流動率大的時候「可隨時提領」，若想穩定存錢，數位銀行也是個很好的理財工具。

(2)跨行免手續費

使用實體銀行的金融卡，進行跨行轉帳或提款時，常會被收取10~15元左右的手續費，而許多數位帳戶則會給予每月幾次免手續費優惠。

(3)換匯優惠

² 信用管理指南(2021)·純網銀、數位銀行、網路銀行差別是?一張表看懂差異及特色

客戶能用外幣換匯來獲取優惠，特別是大量換匯的民眾，更可以為自己省下價差。除了營業時間外的換匯，例假日或晚上也能隨時隨地進行交易，有些APP甚至能設定相關功能，提醒客戶在最低點的時候買進，協助客戶理財更靈活。

2. 數位銀行劣勢

(1) 優惠利息有期限

數位帳戶優惠利息的年限，相較於一般傳統銀行帳戶還要短，並且會依據銀行的公告，調整成良好的利率和期限提供給用戶，確保未來會獲得預期的利息金額。

(2) 限制條件多

雖然數位帳戶的優惠很多，但大部分都需要符合條件或達成任務才能夠享有優惠。許多家銀行推出的數位帳戶活存優惠利率都會有存款利率限制，舉例：20萬台幣以內活存可享1.5%利率，而達到指定的活存金額上限後，將不再享有優惠利率。

此外也有金額的限制，雖然每日都有固定次數的轉帳免手續費，但若為大金額還須另外攜帶雙證件至臨櫃申請才可以在數位銀行上進行大金額轉帳。

(3) 無實體存摺

因為沒有實體存摺，對於原本習慣刷存摺的用戶相對不習慣，要查帳和櫃檯領錢也僅能利用網路或是APP、ATM方式，老一輩和不熟悉操作的民眾較為不便。

(三) 純網路銀行³

純網路銀行顧名思義就是純網路銀行，是隨著網際網路與行動裝置的快速發展下的產物，依法規規定不得設立實體的銀行營業據點，幾乎所有業務透過網際網路提供服務。其特色就在於沒有實體分行也沒有營業據點，服務不受時間、地點限制，較傳統銀行便利。

金管會表示純網路銀行在面對科技創新時，是有助於促進普惠金融，於是在2018年11月時開放純網路銀行的執照申請，目前核准設立的純網路銀行有LINE Bank、樂天國際商業銀行、將來銀行等三家業者。

1. 純網路銀行優勢

(1) 營運成本降低

³ Hg 漢克探索中 (2021)·純網銀是什麼？與數位銀行、網銀差別？不可不知的7件事點這·

因為沒有實體銀行，因此在創設初期只需投入系統軟體設計及網站設立的成本，免去了租金、人事、硬體設備及擴展分行所需的費用，純網路銀行便將省下的費用回饋給消費者，如：提高存款利率或降低手續費等，藉此給予消費者更好的服務及更優的條件，吸引消費者使用。

(2)提升用戶體驗(快速方便)

純網路銀行為全數位化的環境，消費者只要擁有行動裝置或是電腦以及網路，不論是一般的銀行服務或是跨國跨區的交易都可以24小時全天候進行。同時透過大數據記錄下每一位客戶的使用紀錄、藉由收入支出得知客戶的風險偏好喜好及確切的消費需求等資訊，再由上述各項紀錄去提供最適合的理財產品，能省去貸款辦理業務時的調查過程。

(3)多元化服務(跨業經營綜效)

純網路銀行可以透過網路結合 B2B、B2C 或是其他電子商務平台等，提供使用者更多傳統銀行無法提供的服務，增加快速、便利性及提升品質。亦能與異業結合，例：與電信合作辦理手機號碼貸款或信用卡等，發展出差異化藉此回饋，給予更好的用戶價值。

2. 純網路銀行劣勢

(1)資安疑慮

純網路銀行的純數位環境，也帶來了資訊安全的威脅，可能讓用戶的敏感資訊、個人資料有外洩的可能性，也可能被竄改交易數據或虛擬貨幣偷竊等問題。因此身分驗證方式與安全性，都是需要特別注意的部分。

(2)缺乏實體分行

沒有實體分行是優點也是缺點，缺點是對於對電子產品不熟悉的年長者來說，純網路銀行較不會在他們的使用考慮範圍內。假如使用後遇到問題時，線上或電話等處理方式便需要有強大的應變、處理的能力。

(3)提款、轉帳手續費問題

目前純網路銀行才剛上線較多業務還在摸索中，各家的 ATM 還沒有完全設立完全，因此會遇到提款、跨轉手續費問題，假設是一個月提領、轉帳非常多次的人，積少成多也會是一筆不小的負擔，但目前樂天銀行以及 LineBank，目前都有提供免手續費的優惠。

(4)轉出、提款金額受限

純網路銀行目前最大的限制為提轉帳金額無法過高，為了保障帳戶的安全性，純網路銀行的轉帳上限也跟數位帳戶一樣，若未經自然人憑證驗證，將只有單筆 1 萬元、單月 5 萬元的轉帳上限，提款部分也受跨行提款限制，對於臨時要動用大筆資金的人而言，可能會相對不便利。

(四)本節小結

綜整以上分析，本研究整理實體銀行、數位銀行、純網路銀行之比較如表 1-1。

表 1-1 傳統實體銀行、數位銀行、純網路銀行之比較

銀行類別	代表業者	營業時間	實體分行	實體存摺	線上操作
傳統實體銀行	各銀行營業據點 例：國泰世華銀行、彰化銀行	上午 9 點至下午 3 點 30 分	○	○	×
數位銀行	王道 O-Bank、台新 Richart、永豐大戶 DAWHO	24 小時全天無休	○	×	○
純網路銀行	將來銀行、樂天銀行、LINE BANK	24 小時全天無休	×	×	○

資料來源：本研究整理。

二、三家核准設立的純網路銀行之比較

純網路銀行近年來逐漸興起，其實純網路銀行最早是起源於網路泡沫時期，然而歷經泡沫化後，許多業者相繼倒閉。2014 年後，由於金融科技的帶動下，再加上有著開戶方便、快速的優勢，各國也逐漸開放純網路銀行的執照。金管會 2018 年 11 月開放純網路銀行執照申請後，共有將來銀行、LINE Bank、樂天國際商業銀行三家業者投入角逐，次年金管會宣布，三家候選的純網路銀行均獲得執照。

2021 年台灣分別有樂天銀行、LINE BANK 先後正式開業，將來銀行也於 111 年 3 月 29 日上線營運，台灣的純網路銀行漸漸步上軌道，也即將開啟金融數位新時代。其

以方便、快速等優勢，衝擊以往的傳統銀行，然而有別於廣設分行的實體銀行，純網路銀行如何讓消費者喜愛，以下為本研究整理三大純網路銀行之比較分析。

(一) 樂天國際商業銀行⁴

樂天銀行為台灣首間正式開業的純網路銀行，該銀行是由日本樂天集團與國票金控合作成立，國票金控屬於票券業，旗下並無營運銀行，跨領域整合可以說是對自身的挑戰。日本樂天集團在日本當地擁有第一大純網路銀行「樂天銀行」，過去也在台灣積極推動樂天市場、樂天信用卡，台灣會員約有600萬人。

樂天銀行是三家核准設立的純網路銀行中唯一有純網路銀行營運經驗的，此次推出全台首家純網路銀行，目標鎖定既有客戶以及 35~50 歲白領階級，標榜客戶可跨境流通樂天點數，並提供台日提款卡，出遊日本也可以在海外提領日幣。不僅可以借鏡在日本純網路銀行20年的經歷，和台灣會員人數打造出超高生態圈，串連整個會員生態鏈。

(二) LINE BANK TAIWAN⁵

LINE Bank 最大的優勢為其是台灣獨佔的社群媒體，鎖定原有的LINE客戶為基礎，以消費者為中心的金融服務，股東有富邦、中信、渣打以及遠傳、台哥大電信多家支持，現在LINE也積極推出各種服務，如 LINE 旅遊、LINE 酷券、LINE Music等等，還有常用的 LINE Pay、LINE Points，將這些結合，建構一個專屬LINE Bank 的金融服務生態圈。

目前開戶數已經達到近16萬人，遠勝樂天銀行的6萬人，加上LINE Pay電子支付超過900萬名的台灣用戶，未來仍有相當大的成長潛力。

(三) 將來銀行⁶

將來銀行主要股東皆為台灣本土企業，是三家中唯一的本土純網路銀行，主要股東皆為台灣本土企業，其中以中華電信及兆豐銀行為首，儘管相較下其數位優勢

⁴ 樂天銀行·樂天銀行·<https://goodideamin.com.tw/blog/post/rakutenbank>

⁵ Line bank·Linebank·<https://corp.linebank.com.tw/zh-tw>

⁶ 將來銀行·將來銀行·<https://www.nextbank.com.tw/>

並不明顯，卻擁有實體零售通路背景，針對數位延伸實體的發展，以及在地化資源的結合，也是打造出品牌獨特性的關鍵。

目標客群則以中華電信用戶，特別是傳統銀行低關注的客戶，還有需求未被完整滿足的客戶，例如沒有薪資收入證明的「信用小白」客戶，還有微型企業的客户。在營運模式上，計畫打造智慧生活小助手，提供社群帳戶服務，人人都可以即時的掌握帳戶狀況，可直接連結存款帳戶進行轉帳。

(四) 本節小結

綜整以上分析，本研究整理目前核准設立的三家純網路銀行之比較如表 2-1。

表 2-1 目前核准設立之三家純網路銀行之比較

名稱	股東結構(主要)	目標客群	特色
樂天國際銀行	日本樂天銀行、日本樂天信用卡、國票金控	35~50 歲白領階級、日本旅遊愛好者	1. 台日跨領域整合 2. 全台第一家純網路銀行 3. 推出台日雙幣提款卡
LINE BANK TAIWAN	Line Financia、台北富邦、中國信託	LINE 的使用者	1. 首家「無讀卡機」升級帳戶 2. 與 LINE 系統高度整合，輕鬆與好友轉帳、拆帳等
將來銀行	中華電信、兆豐銀行、新光集團	中華電信使用者、信用小白、微型企業	1. 台灣本土純網路銀行 2. 股東多元未來發展性大 3. 提供短天期小額週轉金服務

資料來源：本研究整理。

三、純網路銀行的意願調查比較

VISA⁷報告顯示，在疫情的影響下促進電子商務的發展，消費者認為從現金支付轉為電子支付的主要原因是易於攜帶且支付速度較快，獎勵較多也有現金回饋，而無現金社會的接受程度都正在增長，無現金社會的四大好處有：易於追蹤財務交易、較高的效率、環保及衛生，接觸現金或其他物品可能導致病毒的傳播，行動支付隔空就能掃描付款，十分方便之餘更能夠減少肢體上、物品上多方的接觸，可以發現在疫情的不便下，數位金融卻是直直往上發展。因此相較於現金支付，行動支付則成了大家的首選。

隨著科技的進步以及行動裝置日趨便利的情況下，探討網路金融服務的文獻、資

⁷ 趙麗芳 (2020)·VISA 消費者支付調查 2.0 疫情如何改變台灣，香港及澳門支付及銀行金融生態環境。

訊逐漸增加，而大部分的人，都擁有實體銀行的帳戶，甚至擁有多個銀行帳戶，而隨著純網路銀行的推出，跟以往的網路銀行又有不太一樣的地方，民眾是否詳細地了解純網路銀行的內容和使用方法，對純網路銀行的看法、使用意願又是如何？

曾名慧(2019)⁸採用六個構面，以系統品質、服務品質、資訊品質、知覺風險、信用度來預測消費的使用意願，其中以「系統品質」及「信任度」達正向顯著，表示當系統品質及信任度提升時，態度也會隨著提升。而資訊品質對於使用態度呈現不顯著，因為資訊對於即時、完整、可靠、時效都有關聯，所以不會因為網路的即時資訊導致對於網路銀行的使用頻率及態度，因此呈現不顯著。除此之外純網路銀行的優缺點、迅速擴大的業務能力也可從中得知。

而影響使用者對於純網路銀行的意願，還包含了其他因素，從康心勻、李緒東(2021)⁹的報告中講述了科技焦慮對於科技接受的影響，使用者可能會在面對新科技，產生焦慮、抗拒的反應，尤其是年長者或者對電子產品操作不熟悉者，更容易出現不知道如何使用的現象，因為使用者的年齡不同，對於科技的了解程度也不同，所以使用網路來取得金融服務也有所不同。

總結以上研究，可以發現因疫情的影響下，數位金融發展得更加迅速，隨著純網路銀行的推出，我們可以透過六個層面去了解使用者對於純網路銀行的滿意度是如何，還有在面對如此創新的金融服務可能會出現的問題，即便從不同角度去探討，也都可以發現在數位金融發展的順利之下也有隱藏著許多問題。

第三章 研究方法

一、 研究主題與對象

現代科技持續進步，大多數人都仰賴使用網路來進行許多事項，不僅便利又快速，而網路銀行就是其中一項。由於純網路銀行目前正在崛起，例如：樂天銀行、LINE BANK，因此吸引我們想要了解。本研究以數位科技發展便利的時代下，將民眾對於純網路銀行的認知、使用經驗及使用意願納入研究主題，依據研究目的，採用問卷調

⁸ 曾名慧 (2019)· 影響消費者對純網路銀行使用意圖之研究。

⁹ 康心勻、李緒東 (2021)· 以固守現狀觀點探討消費者對純網銀之採用意願。

查法作為收集量化資料的方法，問卷發放以台灣地區各年齡層民眾為研究對象，透過問卷量化資料進行統計分析，以提出研究建議。

二、 研究工具—問卷構面及題項

第一部份 基本資料

1. 性別
2. 年齡
3. 行業
4. 教育程度
5. 平均月收入

第二部份 對純網路銀行的認知與使用經驗

1. 是否有聽過純網路銀行
2. 得知純網路銀行的主要管道
3. 純網路銀行的使用經驗及整體滿意度

第三部份 純網路銀行的使用意願與考量因素

1. 純網路銀行的使用意願
2. 有使用純網路銀行意願之考量因素
3. 無使用純網路銀行意願之考量因素

三、 研究步驟

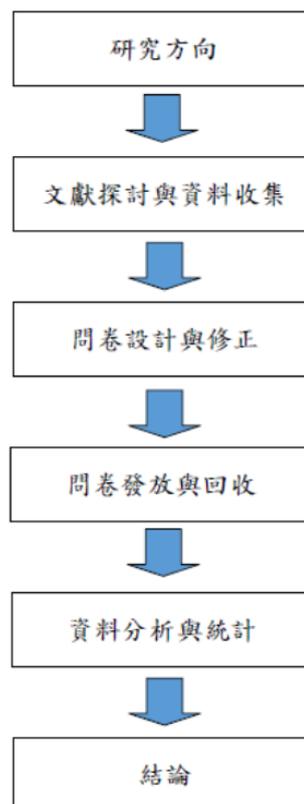


圖 3-1 本研究之研究步驟

四、 分析方法

本次研究採量化方式進行，主要透過問卷方式進行資料的收集，在資料分析部分，採用SPSS統計軟體進行資料分析，運用的統計分析方法包含描述性統計、交叉分析、複選題分析等方法。

(一) 描述性統計

回收問卷中填答者的基本資料，採用描述性統計方法，以次數分配及百分比等資料呈現，描述填答者基本資料，如性別、年齡、行業、教育程度、平均月收入等情形，並針對本研究問卷中各題項的填答分布情形加以統計分析；同時以平均數及標準差，以分析填答者使用純網路銀行的整體滿意度。

(二) 交叉分析

以各題與基本資料的交叉表來分析性別、年齡、行業、教育程度、平均月收入等個人屬性間的交叉分析。交叉表第一步採用卡方檢定，交叉表的卡方顯著水準小於5%時才認定兩變數間並非沒有相關。

(三) 複選題分析

在製作複選題檔案時，將複選題的每一個選項當作一個變數，以0表示沒選擇，1表示有選擇。在分析複選題時，一般從兩個方面分析，一是分析複選題各個選項的次數分布情況，並以排行榜方式呈現填答者的選擇狀況，另一方式是以複選題各個選項獲填答者選填的百分比加以統計，藉此瞭解每一個選項獲得填答者認同的比例，亦可瞭解填答者的認同趨勢。

第四章 統計分析

一、 受訪者基本資料分析

本研究共蒐集 253 份有效問卷，茲針對有效問卷進行敘述性統計分析如下：

(一)性別：如表 4-1 所示，在 253 份有效問卷當中，受訪者生理男佔全部的 45.5%，共 115 人，生理女佔全部的 54.5%，共 138 人。

表 4-1 受訪者基本資料-性別

		次數	百分比
有效	生理男	115	45.5
	生理女	138	54.5
	總計	253	100.0

資料來源：本研究整理。

(二)年齡：如表 4-2 所示，在 253 份有效問卷當中，受訪者為 20 歲含以下者為 37 人，占 14.6%；21-30 歲者為 132 人，占 52.2%；31-40 歲者為 42 人，占 16.6%；41-50 歲者為 16 人，占 6.3%；51-60 歲者為 17 人，占 6.7%；61 歲或以上者為 9 人，占 3.6%。

表 4-2 受訪者基本資料-年齡

		次數	百分比
有效	20 歲(含)以下	37	14.6
	21 歲-30 歲	132	52.2
	31 歲-40 歲	42	16.6
	41 歲-50 歲	16	6.3
	51 歲-60 歲	17	6.7
	61 歲或以上	9	3.6
	總計	253	100.0

資料來源：本研究整理。

(三)行業分類：如表 4-3 所示，在 253 份有效問卷當中，受訪者工作分類為軍公教者為 36 人，占 13.8%，分類為農林漁牧者為 22 人，占 8.7%，分類為工業者有 59 人，占 23.3%，分類為服務業者為 89 人，占 35.2%，分類為學生者為 48 人，占 19.0%。

表 4-3 受訪者基本資料-行業分類

		次數	百分比
有效	軍公教	35	13.8

		次數	百分比
	農林漁牧	22	8.7
	工業	59	23.3
	服務業	89	35.2
	學生	48	19.0
	總計	253	100.0

資料來源：本研究整理。

(四)教育程度：如表 4-4 所示，在 253 份有效問卷當中，受訪者教育程度為國中或以下者為 1 人，占 0.4%，為高中/職者為 41 人，占 16.2%，為大專院校者為 179 人，占 70.8%，為研究所或以上者為 32 人，占 12.6%。

表 4-4 受訪者基本資料-教育程度

		次數	百分比
有效	國中或以下	1	0.4
	高中/職(含)	41	16.2
	大專院校	179	70.8
	研究所或以上	32	12.6
	總計	253	100.0

資料來源：本研究整理。

(五)平均月收入：如表 4-5 所示，在 253 份有效問卷當中，受訪者平均月收入為 20,000(含)元以下者為 90 人，占 35.6%，為 20,001 到 40,000 者為 68 人，占 26.9%，為 40,001 到 60,000 者為 63 人，占 24.9%，為 60,001 到 80,000 者為 18 人，占 7.1%，為 80,000 以上者為 14 人，占 5.5%。

表 4-5 受訪者基本資料-平均月收入

單位：新台幣/元		次數	百分比
有效	20,000(含)以下	90	35.6
	20,001-40,000	68	26.9
	40,001-60,000	63	24.9

	60,001-80000	18	7.1
	80,000 以上	14	5.5
	總計	253	100.0

資料來源：本研究整理。

(五) 是否有聽過純網路銀行：如表 4-6 所示，在 253 份有效問卷當中，受訪者曾聽過純網路銀行者為 159 人，占 62.8%，未曾聽過純網路銀行者為 94 人，占 37.2%。

表 4-6 受訪者是否聽過純網路銀行

		次數	百分比
有效	是	159	62.8
	否	94	37.2
	總計	253	100.0

資料來源：本研究整理。

(七) 主要透過什麼管道聽到純網路銀行：如表 4-7 所示，受訪者曾聽過純網路銀行者為 159 人，而透過社群平台(如 line、FB、IG 等)者為 71 人，占 44.7%，親朋好友者為 33 人，占 20.8%，新聞媒體者為 28 人，占 17.6%，報章雜誌者為 15 人，占 9.4%，教育機構者為 10 人，占 6.3%，其他者為 2 人，占 1.3%。

表 4-7 得知純網路銀行者之主要管道

		次數	百分比
有效	社群平台	71	44.7
	親朋好友	33	20.8
	新聞媒體	28	17.6
	報章雜誌	15	9.4
	教育機關	10	6.3
	其他	2	1.3
	總計	159	100.0

資料來源：本研究整理。

(八) 是否有使用過純網路銀行：如表 4-8 所示，受訪者曾聽過純網路銀行者的 159 人當中，使用過純網路銀行者為 64 人，占 40.3%，未使用過純網路銀行者為 95 人，占 59.7%。

表 4-8 聽過純網路銀行者 – 是否有使用過純網路銀行

		次數	百分比
有效	是	64	40.3
	否	95	59.7
	總計	159	100.0

資料來源：本研究整理。

(九) 使用過哪一間純網路銀行：如表 4-9 所示，受訪者曾使用過純網路銀行者的 64 人當中，使用樂天銀行者僅有 6 人，占 9.4%，使用 Line Bank 為 58 人，占 90.6%，可見目前純網路銀行以 Line Bank 為主，樂天銀行市占率仍大幅落後，這與 Line 幾乎是台灣社群媒體的獨佔者有很大關係，也和 Line Pay 是目前台灣地區主要的行動支付管道有關，Line Bank 擁有的基本客群成為他的絕佳優勢。

表 4-9 純網路銀行使用者 – 使用過哪一間純網路銀行

		次數	百分比
有效	樂天銀行	6	9.4
	Line bank	58	90.6
	總計	64	100.0

資料來源：本研究整理。

(十) 使用純網路銀行之整體滿意度：我們將滿意度分為 1 到 5 分，在 64 份有效問卷當中，1 分者為 1 位，2 分者為 0 位，3 分者為 11 位，4 分者為 23 位，5 分者為 29 位，整體滿意度為 5 分者占多數。經過計算後如表 4-10 所示，平均得分為 4.2344，標準差為 0.84969，顯示使用者對於純網路銀行的整體滿意度呈現高滿意的狀況。

表 4-10 使用過純網路銀行者 – 整體滿意度

	數字	平均值	標準差
使用純網路銀行之整體滿意度	64	4.2344	.84969
有效的 N (listwise)	64		

資料來源：本研究整理。

(十一) 是否有意願使用純網路銀行：如表 4-11 所示，在 189 份沒有使用網路銀行的有效問卷當中，有意願使用者為 115 位，占 60.8%，無意願使用者為 74 位，占 30.2%，由此可知有意願使用者超過半數以上，顯示純網路銀行仍具有發展潛力。

表 4-11 是否有意願使用純網路銀行

		次數	百分比
有效	是	115	60.8
	否	74	39.2
	總計	189	100.0

資料來源：本研究整理。

(十二) 有使用純網路銀行意願之考量因素(複選)：對於有使用意願者做進一步調查，如表 5-2 所示，在 115 份有效問卷當中，民眾願意使用意願的原因，以「純網路銀行 24 小時全年無休」排行第一，有 104 位選擇，原因為民眾可以在一大清早或者三更半夜有任何問題就可以詢問、獲得幫助。次高者為「純網路銀行可以縮短作業時間」有 87 位選擇，不用跑一趟實體分行對於民眾而言相對方便且節省時間。第三為「線上客服解決問題清楚明瞭且快速」有 54 位選擇，對於民眾能有替他們快速解決問題的角色是最佳的選擇，而 24 小時營業的純網路銀行線上客服便扮演了這個重要的角色。觀察前三高的使用意願原因可發現，三個選項皆與時間息息相關，對於現代社會的民眾而言時間即金錢，優惠、回饋很重要，但更重要的是他們希望自己的需求或是困惑能及時獲得處理。

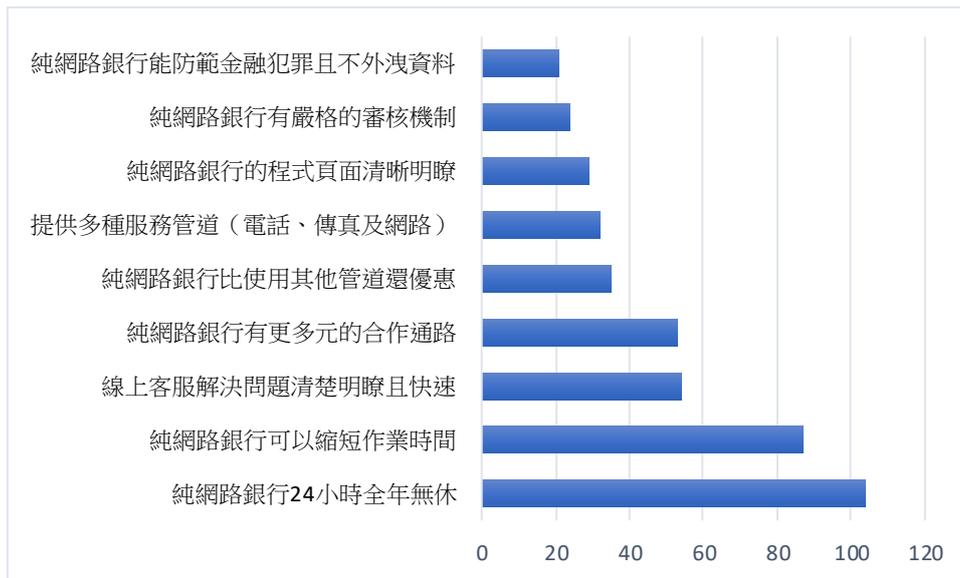


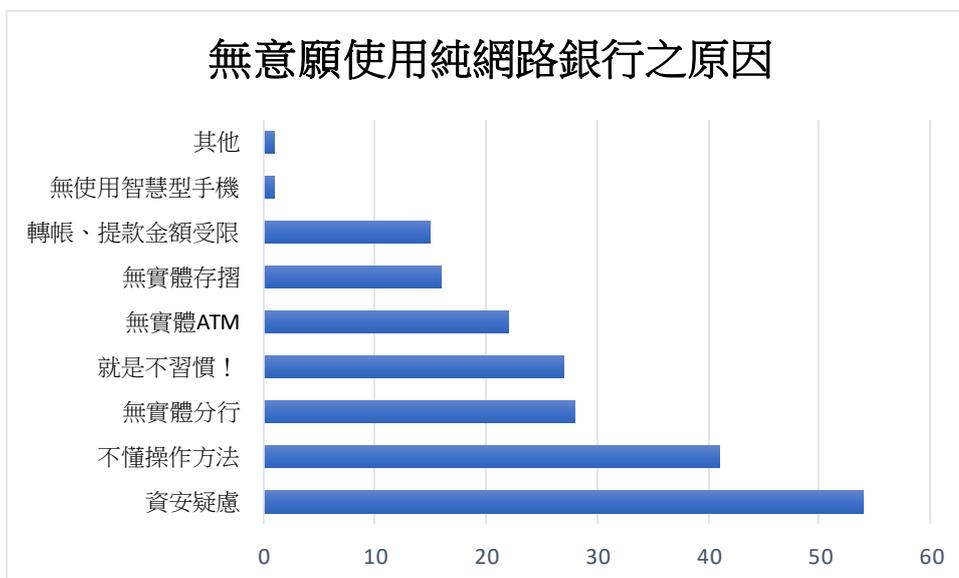
圖 5-1 有意願使用純網路銀行之原因

表 5-2 有意願使用純網路銀行之原因

排行	有意願使用者	贊同票數	占比
1	純網路銀行 24 小時全年無休	104	90.43%
2	純網路銀行可以縮短作業時間	87	75.65%
3	線上客服解決問題清楚明瞭且快速	54	46.95%
4	純網路銀行有更多元的合作通路	53	46.08%
5	純網路銀行比使用其他管道還優惠	35	30.43%
6	提供多種服務管道（電話、傳真及網路）	32	27.82%
7	純網路銀行的程式頁面清晰明瞭	29	25.21%
8	純網路銀行有嚴格的審核機制	24	20.86%
9	純網路銀行能防範金融犯罪且不外洩資料	21	18.26%

(十三)無使用純網路銀行意願之考量因素(複選)：對於無使用意願者做進一步調查，如表 5-2 所示，在 74 份有效問卷當中，降低民眾使用意願的原因，由「資安疑慮」為第一有 54 位選擇；次高者為「不懂操作方法」有 41 位選擇；第三為「無實體分行」有 28 位選擇。由此可知，大多數人沒有意願的原因為資安疑慮。

從上述兩項可知，對於有使用意願的民眾而言，資安問題的嚴謹處理並非是吸引他們的主要因素，而對於無使用意願的民眾來說，資安疑慮是最多人考慮的因素。因此可知資安疑慮的問題不管在有意願亦或是無意願使用者，皆是一個需要積極處理的問題。



資料來源：本研究整理。

圖 5-2 無意願使用純網路銀行之原因

表 5-3 無意願使用純網路銀行之原因

排行	無意願使用者	贊同票數	占比
1	資安疑慮	54	72.97%
2	不懂操作方法	41	55.40%
3	無實體分行	28	37.83%
4	就是不習慣	27	36.48%
5	無實體 ATM	22	29.79%
6	無實體存摺	16	21.62%
7	轉帳、提款金額受限	15	20.27%
8	無使用智慧型手機	1	1.35%
9	其他	1	1.35%

資料來源：本研究整理。

二、交叉分析

(一) 受訪者是否有聽過純網路銀行之交叉分析

受訪者是否有聽過純網路銀行之交叉分析詳如表6-1，做進一步的卡方分析後，其中性別、年齡、行業以及教育程度皆未達顯著水準，可見這些因素對於是否知道純網路銀行並無關聯性，但平均月收入則達到顯著差異水準，顯示受訪者是否有聽過純網路銀行與平均月收入有關，平均月收入為80,000元以上的受訪者聽過純網路銀行的比例最高，然而平均月收入為20,001~40,000元的受訪者聽過純網路銀行的比例較低，平均月收入為80,000元以上的高收入受訪者有可能為社會或是公司中的中高階層者，因此相較於平均月收入2-4萬的民眾可能會更加關注金融方面的新聞，所以有較多的人聽過純網路銀行。

表 6-1 受訪者是否有聽過純網路銀行

項 目 別	樣本數 (人)	是 (人)	否 (人)
總計	253	159	94
性別			
男性	115	66	49
女性	138	93	45
年齡			
20 歲(含)以下	37	28	9
21~30 歲	132	81	51
31~40 歲	42	26	16
41~50 歲	16	9	7
51-60 歲	17	10	7
60 歲或以上	9	5	4
行業			
軍公教	35	23	12
農林漁牧	22	15	7
工業	59	29	30
服務業	89	64	25
學生	48	28	20
教育程度			
國中或以下	1	0	1

項 目 別	樣本數 (人)	是 (人)	否 (人)
高中/職(含)	41	21	20
大專院校	179	115	64
研究所或以上	32	23	9
平均月收入*			
20,000(含)以下	90	62	28
20,001-40,000	68	34	34
40001-60,000	63	34	29
60,001-80,000	18	16	2
80,000 以上	14	13	1

資料來源：本研究整理。

* $p < .05$

(二) 受訪者是否有意願使用純網路銀行之交叉分析

受訪者是否有聽過純網路銀行之交叉分析詳如表6-2，做進一步的卡方分析後，其中性別、年齡、行業、教育程度以及平均月收入皆達顯著水準，可見這些因素對於是否有意願使用純網路銀行皆有關聯性。性別方面，女性受訪者有意願使用純網路銀行的比例較男性受訪者高，因許多女性在家庭是掌管財務的角色，所以較會去關注理財方面的資訊，因此女性的占比較高。年齡方面，20歲(含)以下受訪者意願較高，反之51-60歲受訪者較低，而其意願較低的原因出自對網路熟悉度的不足，導致他們會覺得實體銀行比較方便且更令人感到安心。行業方面，學生受訪者占比最高，反之軍公教受訪者占比最低，而優惠方案較多對於學生而言是一大優點，因此學生的意願較高。教育程度方面，大專院校受訪者意願較高，原因是大專院校的受訪者開始有理財的概念，且網路銀行對年輕族群來說較方便。最後月平均收入方面，月收入20,000元(含)以下受訪者意願較高，反之月收入40,001-60,000元意願較低，20,000元以下受訪者大部分都是學生，所以在受訪意願下月收入20000元(含)以下的占比較高。

表 6-2 受訪者是否有意願使用純網路銀行

項 目 別	樣本數 (人)	是 (人)	否 (人)
總計	189	115	74
性別*			
男性	85	44	51
女性	104	71	33
年齡*			
20歲(含)以下	31	26	5
21~30歲	95	63	32
31~40歲	31	13	18
41~50歲	10	4	6
51-60歲	13	4	9
60歲或以上	9	5	4
行業*			
軍公教	22	7	15
農林漁牧	18	8	10
工業	45	22	23
服務業	67	53	14
學生	37	25	12
教育程度*			
國中或以下	1	0	1
高中/職(含)	33	17	16
大專院校	133	89	44
研究所或以上	22	9	13
平均月收入*			
20000(含)以下	70	54	16
20001-40000	58	31	27
40001-60000	42	20	22
60001-80000	11	6	5
80000(不含)以上	8	4	4

資料來源：本研究整理。

* p<.05

第五章 結論與建議

根據前幾章節之文獻探討及資料分析後，本章為研究結果的彙整與討論。

一、 研究結果

由於現今金融普及度較高，純網路銀行也越來越盛行，電子支付易於攜帶且支付快速，現金回饋比例也高。從第二章的比較結果來看，純網路銀行的營運不須設立實體分行也不必發行實體存摺，對於業者而言除了可降低營運成本外，服務範圍也不再受地點限制，目前在台灣營業的三家純網路銀行目標客群皆不同，這也讓消費者能依據自己的使用需求去選擇開戶。同時，根據前一章統計分析的結果顯示，純網路銀行的營業時間以及多元的優惠方案皆有利於消費者，也因此有意願使用純網銀人數足足超越無意願使用者 41 位，有意願使用的主因為純網路銀行 24 小時全年無休，民眾隨時有問題都可以及時獲得解決，無意願使用者的擔憂則環繞在資安安全的問題上。除此之外，民眾普遍是通過社群平台得知純網路銀行居多，雖然目前在我國純網路銀行的使用者占比仍不高，但相信純網路銀行在未來必會成為一大趨勢，對數位銀行及傳統銀行將帶來極大的威脅。

二、 研究建議

1. 社群平台

根據本研究問卷調查結果，大多數有聽說過純網路銀行的人，有 44.7% 的人都是透過社群平台上得知的，其次是透過親朋好友的介紹，由此可知，純網路銀行如果想吸引更多的消費者來使用，不能單單只透過廣告來宣傳，更要針對自己的優勢加以行銷，讓本就有在使用純網路銀行的人產生信任感，並分享給身邊的親朋好友，由此可見口碑行銷的重要性。

2. 資安疑慮

大多數沒有意願使用純網路銀行的民眾，是因為擔心資安的問題，其中又以中高齡客群為主。如果未來純網路銀行能夠對於資安方面有更進一步的改善的話，可能就會吸

引更多消費者安心的使用純網路銀行。而中高齡客群，對於純網路銀行可能不太熟悉，如果能對他們加強宣導，或許就能改善中高齡客群比較少的問題。

3.客群性別平衡

透過交叉分析發現，有意願的使用者為女性的比例較高，大部分的家庭中掌管財務的角色以女性居多，因此對於理財、金融方面的資訊更為關注，以利幫助家中財務控管。同時我們認為應該去平衡兩性的意願，若要增加男性使用者的意願，可以透過與知名遊戲聯名的行銷策略，不但可增加純網路銀行的知名度擴展客群，並且可與遊戲平台（如 Steam、PlayStation、XBOX）等合作，享有更多的現金回饋，藉此可以吸引更多男性客群，增加他們的使用意願。

參考文獻

1. Hg 漢克探索中 (2021), **【外幣帳戶推薦】2022 數位帳戶換匯優惠、外幣活定存整理** · https://www.hankexploring.com/digitalbank_foreign_currency/
2. Hg 漢克探索中 (2021), **純網銀是什麼？與數位銀行、網銀差別？不可不知的7件事點這** · <https://www.hankexploring.com/%E7%90%86%E8%B2%A1-%E5%AD%98%E9%8C%A2-%E7%B4%94%E7%B6%B2%E9%8A%80/>
3. iThome (2019), **為何三家純網銀都核准？顧立雄解釋最大理由是，3家目標客群不同，能各自創造新營運模式** · <https://www.ithome.com.tw/news/132139>
4. Line bank · *Line bank* · <https://corp.linebank.com.tw/zh-tw>
5. MIN 理財生活札記 (2021), **純網銀 》樂天國際銀行，台幣活存及定存 1% 年利率金額無上限，開戶即享免費跨轉(提)各 8 次，樂天帳戶網購回饋 10% 樂天點數無上限！(1 點=1 元，限樂天市場) 線上約定大額轉帳 300 萬元~零接觸的金融服務！** · <https://goodideamin.com.tw/blog/post/rakutenbank>
6. Mr.Market 市場先生 (2020), **純網銀、數位銀行、網路銀行差別是？純網銀的優點缺點是什麼？** · <https://rich01.com/digital-vs-internet-only-bank/>
7. Tech Orange 科技報橘 (2020), **金融服務再創新，將來、樂天、LINE 要如何拓展市場？** · <https://buzzorange.com/techorange/2020/06/23/taiwan-internet-banks/>
8. Tim 小踢開課中 (2022), **【純網銀三家比較及優惠推薦】3 個特點和存款利率大整理** · <https://learningisf.com/three-recommended-online-banks/#%E7%BC%BA%E9%BB%9E>
9. 工商時報 (2021), **零接觸理財 五國銀數位換匯大優惠** · <https://ctee.com.tw/news/exchange/474532.html>
10. 信用管理指南 (2021), **純網銀、數位銀行、網路銀行差別是？一張表看懂差異及特色** · <https://reurl.cc/NpV7Qp>
11. 將來銀行，**將來銀行**，<https://www.nextbank.com.tw/>
12. 樂天銀行，**樂天銀行** · <https://goodideamin.com.tw/blog/post/rakutenbank>
13. 理財之路 (2020), **[認識數位帳戶] 你應該知道的數位帳戶？一張表讓你看懂數位帳戶優缺點** · <https://roadtomoneymanagement.com/digital-account-pros-and-cons/>

14. 經濟日報 (2021), 三強鼎立的對決! 用戶輪廓一窺純網銀愛好者是誰? .
<https://money.udn.com/money/story/5617/5672730>
15. 經濟日報 (2021), 善用數位帳戶換匯 享優惠 .
<https://money.udn.com/money/amp/story/122376/5887316>
16. 數位時代 (2021), 樂天銀行、LINE Bank 都出招吸粉! 純網銀三強鼎立, 忠實用戶
有哪些人? . <https://www.bnext.com.tw/article/64451/online-bank>
17. 聯合新聞網 (2021), 3 大純網銀對決 憑什麼爭出頭? .
<https://udn.com/news/story/11596/5390871>
18. 懶人經濟學 (2021), 【純網銀總整理】樂天、將來、Line 純網銀特色、優惠全方位
分析! . <https://earning.tw/virtual-bank/>
19. 趙麗芳 (2020), VISA 消費者支付調查 2.0 疫情如何改變台灣, 香港及澳門支付及
銀行金融生態環境。 <https://meet.bnext.com.tw/blog/view/63139>
20. 高敬原 (2019), 純網銀、數位銀行、網路銀行差在哪? 一張表看懂代表業者與特
色。 <https://www.bnext.com.tw/article/54010/what-is-internet-only-bank?>
21. 曾名慧 (2019), 影響消費者對純網路銀行使用意圖之研究, 東海大學高階經營管
理碩士在職專班碩士論文。
22. 康心勻、李緒東 (2021), 以固守現狀觀點探討消費者對純網銀之採用意願, 東吳
經濟商學學報 103 期, P39 - 66。
23. 陳怡蓁 (2021), 以 PPM 理論探討消費者對純網銀之轉換意圖。國立中山大學資訊
管理學系碩士論文。