

台灣純網路銀行與網路銀行使用行為分析

王光賢

林宇辰

摘要

本研究自行設計問卷針對台灣純網路銀行與網路銀行進行使用行為決定因素與感知效果分析，實證結果發現台灣民眾選擇銀行服務型態的主要因素是多元且交織複雜的。學生由於資源有限、缺少金融知識、對網路安全的擔憂及不同的生活需求較少使用網路金融服務。相反地，金融業勞動者和高學歷人群則因為較高的數位素養和對效率的追求而更傾向於使用網路金融服務。高所得者則可能因為對隱私和安全的高標準以及偏好定制化服務而不選擇網路銀行。於感知效果分析部份，服務滿意度和安全度認知在銀行型態間存在差異，民眾對傳統銀行有較深信任，對純網路銀行則因缺乏面對面服務及對新技術的不確定感而有所顧慮。這些發現顯示了民眾在選擇銀行服務時的心理和行為模式的多樣性。

關鍵字：網路銀行、純網路銀行

一、緒論

純網路銀行的概念於1995年10月在美國萌芽，當時的安全第一銀行（Security First Network Bank, SFNB）標誌著全球金融服務進入網際網路時代的開端。這一創舉，正值網際網路初期發展階段，不僅引起了廣泛關注，也促使金融機構紛紛探索將業務數位化的可能性。此後，隨著科技的迅猛發展，網路銀行業務在21世紀獲得了爆炸性的成長，為日常需要到銀行辦理業務的人群提供了極大的便利和效率。

*王光賢現任銘傳大學經濟與金融學系副教授。

**林宇辰現為銘傳大學經濟與金融研究所研究生。

在台灣，網路銀行的崛起成為金融領域快速發展的一個重要趨勢。中國信託商業銀行的子公司「中國信託網路銀行」被視為台灣首家提供網路銀行服務的機構，為客戶提供了便捷的在線帳戶管理和轉帳服務。隨後，其他本地銀行也紛紛跟進，推出各自的網路銀行業務，如富邦銀行的「富邦e秒銀行」和台新銀行的「台新網路銀行」等，進一步豐富了市場的數位金融服務。

2020年，隨著COVID-19疫情的爆發，人們對於非接觸式服務的需求急劇增加，網路銀行成為許多人避免外出和減少人群接觸的首選。根據台新國際商業銀行的統計，疫情期間，通過數位通路完成的金融交易比例大幅增加，顯示出民眾金融消費習慣的顯著轉變。

純網路銀行的模式，無需實體分行，不受地點和時間限制，讓客戶能隨時隨地享受金融服務。政府為鼓勵金融創新，陸續頒發純網銀執照，如LINE Bank、樂天國際銀行及將來銀行等，這些機構通過各種優惠和會員活動吸引客戶，尤其是LINE Bank，利用其廣泛的消費生活圈和便利的支付功能，降低了消費者的接受門檻。儘管純網路銀行為「網路世代」提供了極大的便利，但要吸引非網路世代的客戶仍面臨挑戰。年輕消費者儘管活躍於網路，但其經濟能力和對傳統銀行的信任感相比較低。此外，網路銀行在處理較為複雜的金融業務時可能不如傳統銀行便捷，且在資安問題上也需要持續努力以贏取消費者信任。

傳統銀行與其數位分支的共存，展示了一種在便利與信任間求平衡的金融服務模式。消費者對於選擇純網銀還是傳統銀行的數位服務，其考量往往基於對品牌的信任、服務的便捷性以及個人的消費習慣。隨著金融科技的進步，未來金融服務的發展將更加多元化，更能滿足不同客戶的需求。本論文在上述台灣純網路銀行與網路銀行的發展下，對消費者選擇銀行之行為進行決定因素分析，且將進一步對於消費者感知進行影響效果分析，以茲了解台灣金融業之近期發展。

二、相關文獻回顧

在過去相關研究文獻上，李竹芬（2010）通過利益區隔策略來探討如何

在宅經濟中吸引和留住用戶，強調了方便性、效率、安全性和金融教育在用戶需求中的重要性。林榮春等人（2011）運用科技接受模型，指出知覺風險、安全性、隱私權與信任在影響用戶行為意圖中的作用。陳建文等人（2013）的研究則發現，對於網路銀行的使用意圖，線上態度和實體銀行的信任是關鍵因素。

李國瑋（2014）探討了消費者從實體銀行轉換到網路銀行時的慣性與滿意度問題，認為這兩者會對轉換意願產生負面影響，並指出性別和年齡在這一過程中的影響。蕭文姬（2014）從經營管理的角度評估網路銀行對經營績效的影響，強調了數據累計與服務範圍擴展在提高績效中的作用。

在國際研究方面，Viktorija（2017）針對拉脫維亞地區，以信任模型來分析消費者對網路銀行的信任，而Pambudi（2021）以CRM效能的角度來看信任 and 技術接受度對於電子銀行的影響。Zyberi（2021）的研究則是在阿爾巴尼亞地區進行，關注客戶滿意度、信任度和忠誠度對於電子銀行的影響。

綜合上述研究，可以發現一些共同的主題，包括用戶的需求區隔、科技接受度、信任與安全性的重要性，以及轉換慣性對於消費者行為的影響。對於未來網路銀行研究，過去文獻凸顯了網路銀行服務中用戶個性化需求的重要性，並指出了影響用戶選擇和持續使用這些服務的關鍵因素。尤其是信任 and 安全性在當今網路經濟中的重要性，以及客戶關係管理在維持用戶忠誠度方面的作用。

三、資料來源說明

本研究透過自行設計的問卷「純網路銀行及網路銀行使用情況調查」來收集資料，詳細內容請參見附錄。調查於2023年7月14日至11月4日進行，目標對象為社群軟體用戶及親友群體，透過Dcard、Instagram等社群平台及親友間的分享來完成問卷填寫，獲得156份有效回應。

問卷涵蓋個人基本資料及網路銀行與純網路銀行的使用狀況，深入探討

使用頻率、服務類型、使用動機，以及使用後的滿意度和安全感受。此外，問題和困擾也在調查範疇之內。為了讓結果更為明確，本調查使用一至十分的評分標準，以辨識兩種銀行服務的差異。

在問卷的每一部分開始時，將詢問受訪者是否使用網路銀行或純網路銀行，並根據受訪者提供的基本資料和回答分析其選擇不同銀行服務的條件。特別是在問卷的2-1項目中，詢問受訪者使用的純網路銀行品牌（可多選），選項包括Line Bank、樂天銀行和將來銀行，從中得知民眾偏好的純網路銀行品牌。

關於使用時段，問卷中的1-4題目問及受訪者主要使用網路銀行的時間段，提供上午、下午、晚上等時段供選擇；而在1-5題目中，詢問受訪者網路銀行的常用時間，選項包括工作時間、下班後以及睡前。這些選項反映了人們在日常生活中最可能使用電子銀行服務的時機。

針對使用的服務種類，在問卷的1-6題目中，本研究讓受訪者指出其使用網路銀行最主要的功能，如存款、轉帳、投資、貸款等。此外，問卷的1-7題目探討使用網路銀行的主要動機，選項包括便捷性、無時間限制和高回饋利率等，受訪者也可以選擇「其他」並具體說明。這樣的設計旨在捕捉受訪者選擇網路銀行服務的可能動機。

四、實證模型設計

本論文的主要研究目的為了解純網路銀行以及網路銀行這兩種銀行型態，並與傳統實體銀行進行比較。在利用問卷方式收集資料評估在各個民眾的使用銀行意願狀況以及滿意程度，以有序邏輯特模型(ordered logit model)之方式進行模型設定，於台灣民眾使用銀行行為，可表示為：

$$bank_i = \begin{cases} 1 & \text{實體銀行} \\ 2 & \text{若 網路銀行} \\ 3 & \text{純網路銀行} \end{cases} \quad (1)$$

其中 $Bank_i$ 為第 i 個民眾使用實體銀行、純網路銀行以及網路銀行各種銀行型態之使用情況變數。銀行的使用選擇屬於內生變數，受性別、年齡、學歷以及收入影響，故本論文假設民眾選擇銀行型態受個體特徵所決定，其為：

$$bank_i = \alpha_0 + \alpha_1 sex_i + \alpha_2 age_i + \alpha_3 student_i + \alpha_4 fin_i + \alpha_5 eduyear_i + \alpha_6 mar_i + \alpha_7 midinc_i + \alpha_8 highinc_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

於解釋變數的設定上，性別變數(sex_i)為過往文獻中時常討論各種使用情況的解釋變數，依國家發展委員會統計(註一)，108 年全國 12 歲以上民眾曾使用網路達 86.2%，其中 88.6% 為男性，高出女性 4.8%，男性比女性更容易表現出整體網路成癮、強迫症狀和時間管理等問題，由此可知男性對網路使用有較高的黏著度，男性使用網路較多時間是遊玩遊戲以及查看運動新聞或財經新聞，女生較多為購物或是觀看影片，在近幾年女性上網時間逐漸與男性不相上下，男性比較喜歡上網鑽研；女性上網則偏重實用價值，李竹芬(2010)依男女性於使用網路銀行使用狀況的不同，對論證對於使用情況的影響。由於男性較喜歡專研網路新事物，比較能接受新東西，近幾年純網路銀行逐漸發展起來再加上本來就使用的實體銀行，本論文預期男性選擇純網路銀行以及實體銀行，而預期女性選擇實體銀行以及實體銀行發展出的網路銀行。

年齡變數(age_i)為第 i 個民眾之年齡變數。實體銀行能提供較多種的金融服務，比如外匯買賣，純網路銀行則無提供此服務，高存款的高年齡使用者比年輕人較可能使用外匯買賣這項服務，在過去文獻中，李國璋(2014)提及對偏高年齡使用者來說，實體銀行使用慣性明顯高於年輕族群，同時轉換至網路銀行意圖明顯低於年輕族群。另外，純網路銀行主要客群為年輕人，使用限制少及時間較自由，現今社會人手一支手機，年輕世代相對可能較長時間使用網路，以及其經濟能力明顯遜色於年紀較長的客群，更能凸顯出年齡變數的影響。對於年輕人接受新事物的程度較高，本論文預期年輕人選擇網路銀行以及純網路銀行，而較年長的人在過去已經習慣前往實體銀行辦理業務，加上網路時代的快速發展，手機和電腦有可能讓年長者無法適應以及順

暢使用，預期年長者選擇實體銀行。

在探討職業影響銀行服務選擇上，學生族群($student_i$)在使用銀行服務時，可能會更依賴實體銀行，主要是因為其可能對網路金融服務的操作不夠熟悉，對於網路安全有顧慮，且由於財務資源有限，金融需求可能不需要網路銀行或純網路銀行提供的高級功能。此外，學生可能更重視銀行的人際互動和面對面的服務，這將是實體銀行的優勢。相比之下，從事金融服務業的勞動者(fin_i)通常對金融產品和網路平台有更深入的瞭解，並且由於工作性質的關係，需要經常進行快速和高效的金融交易，這使得網路銀行和純網路銀行成為更吸引他們的選擇。這些工作者的數位素養通常較高，因此能夠更充分地利用網路銀行和純網路銀行提供的便捷性和全時可用性。此外，對於追求高效率和可能對於資產管理有更多需求的金融業勞動者來說，純網路銀行能提供的創新服務和可能較低的費用結構是一大吸引力。因此，學生族群可能更傾向於使用實體銀行，而從事金融服務業的勞動者則可能更多地依賴網路銀行和純網路銀行，反應出對於金融服務的不同需求和使用模式。

學歷變數($eduyear_i$)亦是影響銀行服務選擇的重要因素。通常，高學歷者有機會獲得較佳的工作機會和較高的收入。在本研究中，將使用教育年數進行評估。較高學歷的群體在學習過程中可能接觸到更多的金融知識和理財技能，這增加了他們使用銀行服務的頻率。此外，由於持續學習新知識，他們對新事物的接受度也較高。這顯示學歷水平的不同可能會對銀行服務的選擇造成影響。剛步入社會的大學畢業生可能因為起薪較低，而尋求純網路銀行較高的存款利率。同時，由於大多數人都擁有實體銀行帳戶，這也便於他們申辦純網路銀行帳戶，並可能享受更快的申辦過程。因此，預期大學畢業生會選擇使用實體銀行以及純網路銀行。而碩士生，由於在學期間投入大量時間於研究學習，對不同銀行服務的優點有更深入的了解，因此他們可能會平衡使用三種不同形態的銀行。

民眾的婚姻狀態(mar_i)可能會影響他們選擇和使用銀行服務型態的行為。已婚個體可能更傾向於使用實體銀行，因為他們可能有更複雜的財務需求，例如房貸、家庭開支管理以及兒童教育基金等，這些需求往往需要更多的個人化服務和面對面的諮詢。實體銀行能提供這樣的服務，並且有時對於

解釋複雜的金融產品或服務條款更為便利。另一方面，未婚的民眾可能會更多地依賴網路銀行和純網路銀行，尤其是如果是屬於數位原住民且對於數位服務有較高的接受度。可能會傾向於網路銀行的便利性和快速性，例如線上支付帳單、轉帳或檢查帳戶餘額等服務。對於追求便捷和效率的未婚個體來說，純網路銀行可能更加吸引，因為純網路銀行通常提供更低的費用和更高的利率。

最後，本研究探討了收入水平對於選擇銀行服務類型的影響。收入變數以兩個指標 $midcome_i$ 和 $highincome_i$ 來表示，這些指標反映了受訪者的職業類型及其所帶來的收入水平。依據2023年的數據，基本薪資定義為26,400元。以此基準點，全國平均薪資為45,045元。本研究將超過全國平均薪資的收入群體定義為高收入群體，而位於基本薪資與全國平均薪資之間的收入群體定義為中等收入群體。高收入群體因為具有較多的可支配資金，因此在使用銀行服務—包括存款、外匯兌換、資金轉移及投資—方面的需求較大。由於高收入者在任何時候都有足夠的資金進行各種金融操作，本研究預計高收入群體會使用各種銀行服務類型。相對地，低收入群體因為可用資金有限，可能主要依賴實體銀行進行存款等基本金融業務。本研究旨在更深入理解不同收入水平的民眾在選擇銀行服務時的差異性，進而提供針對性的金融服務策略。

本研究除了針對台灣民眾選擇銀行型態進行行為決定因素分析外，尚對其使用後之感知施以影響效果推估，效果指標包括滿意度、安全性與困擾程度。其中在探討消費者對於純網路銀行的滿意度，以及這一態度如何影響他們的銀行選擇行為上，純網路銀行由於不能提供換匯服務，消費者必須通過傳統實體銀行或其網路平台進行此類交易。相比之下，儘管實體銀行能夠提供更高額度的貸款，純網路銀行以其24小時線上申請和快速撥款的便利性為特點，吸引了那些追求效率的消費者。因此，根據個人需求的不同，消費者對純網路銀行的滿意度也會有所差異。本研究假設，對於需要隨時能夠處理銀行業務的消費者來說，純網路銀行將是一個更受歡迎的選擇。

在選擇銀行服務時，安全性是消費者最關心的問題之一。純網路銀行的所有交易都在網絡上虛擬完成，這使得它們在資訊安全方面面臨諸多挑戰。詐騙案件的增加使得消費者更加擔憂自己的資金安全。相較之下，實體銀行

的交易通常由行員親自處理，消費者在發現任何問題時可以立即獲得幫助。鑑於這些風險，本研究預計消費者可能會傾向於選擇傳統銀行或混合型銀行服務。

此外，使用純網路銀行可能帶來的技術問題，如系統故障，也是消費者考量的因素之一。系統的不穩定性可能會導致服務中斷，從而給消費者帶來不便。考慮到這些潛在的問題，本研究進一步預測，面對可能的技術問題，消費者可能更傾向於選擇能提供更穩定服務的銀行選項。

五、實證結果說明

表 1 為利用有序邏輯特模型對台灣民眾選擇銀行型態之行為決定因素分析實證結果。觀察結果可以發現主要影響台灣民眾對銀行型態選擇的主要因素包括學生變數、從事金融服務業、學歷變數與所得變數。其中學生較少使用更具網路化金融服務的現象具多個可能解釋因素。首先，學生群體通常沒有穩定的收入和較低的財富水準，這減少了學生使用需要較大金額交易或投資的網路金融服務的需求與機率。此外，由於缺乏必要的金融知識和經驗，學生可能對於如何有效地利用這些服務感到不確定，這種不確定感可能進一步對網路金融安全性的擔憂所加劇，特別是在面對網絡詐騙和數據洩露風險之下。另一方面，傳統銀行服務的人際互動給某些學生帶來了更多的信任和安全感且在校園中多是實體金融服務為主，這將使其傾向於避開網路金融服務。技術導入和設備限制亦可能限制學生的使用，特別是對於那些生活在技術設施較差的地區的學生，它可能妨礙了流暢的網路銀行體驗。最後，學生的生活方式和金融需求與那些更常使用網路銀行的人群有所不同，他們可能不需要定期管理重大的財務責任，從而減少了使用這些服務的必要性。綜合以上因素，便可能導致了學生在使用網路化金融服務方面的較低參與度。

於金融服務業職業變數所得係數為正，表示從從事金融服務業的勞動者傾向於更多地使用網路化金融服務。這類勞動者通常對金融產品和服務有較深入的了解，包括網路化金融服務的操作方式、利益以及風險管理。這種專業知識不僅提高了對網路金融服務的信任度，也使得能夠更有效地利用這些

工具來管理個人和客戶的財務需求。其次，金融業勞動者因其職業性質，更熟悉最新的金融技術和創新，這在日常工作中便可以自然而然地融入了這些技術的使用，從而也更可能在個人生活中採用相同的技術。此外，又因為工作或是之前學習之故，勞動者通常具有較高的數位素養，這使其能夠輕鬆利用網路平台和應用程序，包括網路銀行和投資平台，亦或著是純網路銀行服務。再者，從事金融服務業的勞動者經常需要進行快速、高效的交易和資金管理，無論是為了工作還是個人目的。網路化金融服務提供了便捷的解決方案，能夠隨時隨地進行財務操作，無需通過傳統的面對面或紙本交易過程。最後，這個勞動群體可能因為其對金融市場的緊密關注和參與，對於那些能夠提供即時信息、快速交易執行和高級財務管理功能的網路金融工具有著更高的需求。這種需求驅使其探索和使用各種網路金融服務，從而在財務活動中實現更大的便利和效率。換言之，金融業勞動者使用網路化金融服務的傾向反映了其對於該領域深入的專業知識、技術熟悉度、以及對效率和便捷性的高度需求。

表 1 台灣民眾選擇銀行型態之行為決定因素實證結果

Ordered Logit Model	銀行型態($bank_t$) (0:實體銀行；1:網路銀行；2:純網路銀行)
性別 (sex_t)	0.253 (0.72)
年齡 (age_t)	-0.182 (-0.87)
學生 ($student_t$)	-1.65** (-2.48)
金融 (fin_t)	0.885* (1.64)
學歷 ($eduyear_t$)	0.341*** (2.73)
結婚 (mar_t)	-0.316 (-0.55)
中所得 ($midinc_t$)	-0.706*** (-1.24)
高所得 ($hightinc_t$)	-1.200* (-1.72)
LR χ^2	16.77
(P-value)	(0.03)
N	155

註：括號中值為 z 值。***、**與*分別表示 1%、5%與 10%之統計顯著性。

學歷較高的民眾更傾向於使用網路化金融服務，這一現象可以透過其較高的數位素養、對金融服務深入的理解和信心、對效率和便捷性的追求，以及經濟效益和社會網絡的影響來解釋。高學歷者在教育過程中通常獲得學習新技術的能力，使得更容易掌握並適應新興的網路技術。對於如何有效使用這些服務以及如何保護自己免受網路安全威脅的理解，增加了對使用網路金融服務的信心。此外，較高學歷的人群往往擁有較高的收入和投資需求，這驅使其尋求網路化金融服務以高效地管理財富。又生活方式也促使他們偏好那些能夠提供即時訪問和靈活性的服務，從而使網路金融服務成為理想選擇。最後，廣泛的社會網絡促進了金融技術的導入和使用，因為這些網絡中的人可能會分享他們的經驗並推薦這些服務。因之形成了較高學歷群體在網路化金融服務使用上的顯著傾向。

最後在所得變數的部份，表 1 的實證結果呈現了愈高所得的民眾將愈不傾向於使用網路銀行或是純網路銀行之網路化金融服務。若以直覺論之，傳統上認為所得較高的民眾更傾向於使用網路化金融服務，因為高所得者通常對金融市場有更深入的理解，並且擁有更多的資源來投資於最新的技術解決方案。然而，如果存在一種情況，在這種情況下所得較高的民眾較不傾向於使用網路化金融服務，可能是由於幾個獨特的考慮因素。首先，所得較高的個體可能對個人財務隱私和資訊安全有更高的要求，因此可能對將財務資訊在網路上進行交易持謹慎態度。此外，可能更偏好定制化的金融服務和個人化的財務建議，這些服務通常通過面對面的互動在傳統銀行環境中提供。所得較高的民眾也可能已經建立了與個人理專或財務顧問的關係，依賴這些專業人士來管理相關的財務需求，而不是通過自助的網路平台。值得注意的是，當考慮所得較高的民眾對網路金融服務的使用時，重要的是要認識到影響他們選擇的複雜性和多樣性。

表 2 為進一步推估台灣民眾在使用各類銀行型態後之滿意度、安合性與問題困擾程度之感知影響效果推估。綜觀三類感知指標的實證結果，可以發現對實體銀行與網路銀行均呈現負向之實證結果，然對純網路銀行則是呈現正向之顯著結果。以下將分就各個感知指標進行解釋。

表 2 台灣民眾使用各類銀行型態之認知影響效果分析實證結果

	滿意度 (<i>sat_i</i>)	安全性 (<i>safe_i</i>)	困擾程度 (<i>quest_i</i>)
實體銀行	-8.847*** (-8.31)	-8.445*** (-8.38)	-5.259*** (-6.57)
網路銀行	-8.016*** (-18.37)	-7.65*** (-18.70)	-4.765*** (-12.04)
純網路銀行	7.526*** (39.48)	7.184*** (42.11)	4.473*** (16.63)

註：括號中值為 z 值。***、**與*分別表示 1%、5%與 10%之統計顯著性。

民眾對於實體銀行與網路銀行的服務滿意度較低，而對純網路銀行的服務滿意度較高，這一現象可能源於幾個方面的考量。實體銀行在提供服務時往往涉及面對面的互動，這可能導致效率低下，尤其是在高峰時段需要等待的情況下。此外，實體銀行的操作程序可能比較繁瑣，如需填寫紙本表單、經歷較長的複核過程，這些都可能影響顧客對於金融服務的體驗。相對而言，網路銀行在一定程度上提高了服務效率，但本質上仍是以背後之實體銀行為主，故仍可能存在用戶使用界面不友好、功能限制或者是客服回應不及時等問題，這些都有可能影響顧客的滿意度。

相對於實體銀行和傳統網路銀行，純網路銀行通常提供了更為優化的客戶體驗，尤其是在即時性下。由於它們完全在網上運營，因此更加專注於用戶界面和客戶服務的數位化，這使得用戶可以享受到更快速、更便捷的服務。純網路銀行往往能夠提供更具競爭力的利率和較低的費用，因為它們沒有實體銀行的運營成本。此外，純網路銀行在設計產品和服務時往往更加以用戶為中心，並且能夠快速適應市場變化和客戶需求的變化，這種靈活性也是提高顧客滿意度的一個重要因素。因此，純網路銀行的高服務滿意度反應出它們在提供高效率、便捷性、低成本且用戶導向服務方面的成功。這與實體銀行和傳統網路銀行相比，後者在用戶體驗和服務創新方面可能還存在一些局限。

於第二類安全性指標部份，民眾對於實體銀行與網路銀行的安全度認知較差，而對純網路銀行的安全度認知非常好，其可能的解釋原因為，實體銀

行面臨的安全挑戰不僅來自於網路安全，還包括實體安全的風險，如搶劫或者內部人員的舞弊行為。此外，隨著技術的發展，許多實體銀行在轉型數位化過程中可能會遇到整合傳統系統與新技術的困難，這可能會在顧客看來顯得安全措施不足。另一方面，網路銀行在安全性上的挑戰主要來自於網路犯罪，包括釣魚攻擊、病毒以及其他形式的網路詐騙。即便網路銀行提供了便捷的線上交易，但是對於那些不熟悉或不信任網路交易的顧客來說，安全疑慮依然存在。這些顧客可能擔心自己的財務訊息在網上交易過程中被竊取或濫用。

相比之下，純網路銀行從一開始就是以網路為基礎建立的，其在設計之初就將安全性作為核心考量。這些銀行通常採用最新的加密技術、多重身份認證以及持續的安全監測來管控與保護客戶的交易和數據。由於純網路銀行沒有實體營業場所的風險，且其業務模式完全依賴於網路的信任和可靠性，因此在安全措施上進行了大量投資，以確保顧客與其往來的信心。隨著這些措施的實施和顧客經驗的累積，顧客對純網路銀行的安全度認知自然提高，認為純網路銀行在保護財務資產和個人訊息方面更為嚴謹和先進。

最後，在民眾所感知各類銀行型態所可能產生問題與困擾程度的實證結果中，民眾認為實體銀行與網路銀行的運作較不會產生問題，但對純網路銀行則有較多顧慮，這主要與對傳統銀行模式的信任和對新興金融技術的不確定性感有關。實體銀行有著悠久的歷史和固定的業務模式，顧客通常對這種熟悉的服務方式感到安心，又因為有明確實體的營業分行地點、人員可以直接交流，且過往在處理問題和糾紛方面的經驗使得顧客對其有一定程度的信賴。即使是網路銀行，由於其背景即為實體銀行，具直接關聯。因此顧客可能仍然相信網路銀行背後的品牌和實體支援，覺得即便在線上遇到問題也可以通過傳統途徑得到解決。

相對地，純網路銀行作為一種相對較新的金融服務模式，可能會讓人感到有更多未知的風險。由於缺乏實體分行，顧客可能對於僅在網上存在的銀行持懷疑態度，擔心在遇到問題時無法得到及時和有效的協助。加上萬一發

生技術故障、系統中斷或是網路安全事件，相關新聞報導可能進一步加深了這種顧慮。此外，由於純網路銀行的業務完全依賴於網絡和數位系統，任何技術問題都可能直接影響到顧客的使用體驗，從而在顧客心中形成一種印象，認為這些銀行在運營上可能更容易出現問題。即使這些擔憂並非總是基於實際的服務失誤，公眾對於新技術的疑慮和對傳統銀行的信任傾向，仍然可能導致對純網路銀行運作穩定性的低估。

六、結 論

在台灣影響民眾對於銀行型態選擇的主要因素顯然是多元且互相交織的。學生群體由於財務資源有限、金融知識缺乏、對網路安全的顧慮、以及生活方式和金融需求的差異，往往不太使用網路化金融服務。相對地，從事金融服務業的勞動者由於其對金融產品深入的理解、日常工作中技術的融合、以及高數位素養，傾向於更多地使用這些服務。而高學歷人群則因其數位素養、對金融服務的深入理解和對效率的需求而更可能使用網路化金融服務。然而，這些趨勢在所得較高的民眾身上並未呈現，這可能是因為他們對個人財務隱私和資訊安全有著更高的標準，且更偏好定制化的金融服務和個人化財務建議，這些通常在傳統銀行通過面對面互動提供。此外，在可能已經建立了與財務顧問的關係，更依賴於這些專業人士來管理財務需求。這些實證結果的發現突顯了在銀行型態選擇上，個體經濟狀況和背景的複雜性以及這些因素如何塑造其金融服務的使用模式。

在感知度分析上，民眾對於不同類型銀行服務的滿意度和安全度認知有顯著的差異。對於實體銀行與網路銀行的服務滿意度較低的現象可能源於這些銀行在服務提供上存在的效率問題和操作上的不便。面對面交互的繁瑣程度和高峰時段的等待，以及網路銀行的使用者界面和功能限制都有可能影響消費者體驗。相比之下，純網路銀行因為沒有實體運營成本，通常能提供更優化的客戶體驗，包括更佳的即時性、更具競爭力的利率，以及更快速的市

場和需求變化適應能力，這些因素共同提高了消費者對純網路銀行的服務滿意度。在安全性認知方面，實體銀行和網路銀行的安全挑戰不僅包括網路安全問題，還有實體安全風險，而且在數位化轉型過程中可能面臨系統整合的問題，這些都可能降低消費者的安全度認知。然而，純網路銀行的安全性通常被視為更高，因為它們從設計之初就將安全性視為核心，並投入大量資源以確保交易和數據的安全。

然而，當涉及到可能產生的運作問題時，消費者對實體銀行和網路銀行有較低的顧慮，這可能是因為這些銀行的傳統運作模式以及在解決問題和糾紛方面的經驗給予了消費者一定程度的信任。相對地，對純網路銀行的擔憂較大，這可能源於對於新興金融技術的不確定性感和缺乏面對面服務的顧慮，擔心在遇到問題時無法獲得有效的支援。這種疑慮可能會因為純網路銀行運營上的任何小問題或是技術故障而被放大，即使這些問題未必會影響到所有用戶或反映出整體服務品質。因此，儘管純網路銀行在許多方面表現出色，公眾對其運作穩定性的低估可能源於對新技術的疑慮以及對傳統銀行的信任傾向。

註釋：

註一：國情統計通報（第 042 號）109 年 3 月 6 日。資料來源：
(<https://www.stat.gov.tw/public/Data/0361613KIDMI9KP.pdf>)