

逢甲大學學生報告 ePaper

2019 逢甲夜市行動支付發展調查

2019 Feng Chia Night Market Mobile Payment Development Survey

作者：李至皓、邱雁琳、徐子茹、陳泓蒼、蔡旻芳、楊宜蓓、劉振宇、
許芳菱、連威傑

系級：統計學系四年級

學號：D0536534、D0510010、D0536355、D0585781、D0585805、D0585819、
D0586039、D0586072、D0772107

指導教授：林文欽老師、張育瑋老師

課程名稱：統計專題(一)

開課系所：統計學系

開課學年：108 學年度第一學期

摘要

在這次專題報告中，本組以行動支付為主要目標，並進行設計一份問卷，配合逢甲商圈商家及流量調查，來調查前往逢甲商圈的消費者對於行動支付使用率以及行動支付看法。此外，本組也一併進行調查，假如在逢甲商圈裡增設行動支付使用店家，或行動支付在逢甲商圈變得更佳普遍，導致是否會吸引更多消費者前來觀光，並願意在逢甲商圈裡頭消費購物。以目前觀察逢甲夜市的消費族群來說，台中人佔據多數並以年輕族群居多，但我們卻發現台中人對於行動支付的使用率意外不普遍，猜想大部分台中人對於行動支付需要程度並不是那麼高，消費者目前主要消費方式還是以現金交易買賣為主。因此，希望此專題調查和分析結果中，將有助於商圈委員會，提出一些有關行動支付如何帶動逢甲商圈消費客群的想法。



關鍵字：逢甲夜市、行動支付、卡方檢定、無母數分析

Abstract

In this project, we target the mobile payment and develop a questionnaire to investigate the usage rate of mobile payment on Feng Chia Commercial District consumers and their opinions to mobile payment. In addition, we investigate whether consumers will come to the Feng Chia Commercial District more often if the mobile payment becomes a common practice in the Commercial District. Hopefully, the results of our survey and analysis will help the committee of the Commercial District come up with some idea of how the mobile payment could bring the Feng Chia Commercial District customers.



Keyword : Feng Chia Night Market 、 Mobile Payment 、 Chi-square Test 、
Nonparametric Statistics

目錄

第一章 緒論	17
第一節、動機與目的	17
1.1.1 研究動機.....	17
1.1.2 研究目的.....	17
第二節、研究流程	18
第二章 商家調查	19
第一節、商家調查範圍	19
第二節、範圍分配.....	20
第三節、商家編號.....	21
2.3.1 商家編號方式.....	21
2.3.2 區域商家編號.....	21
2.3.3 商店分類表.....	21
第四節、商家調查結果.....	22
2.4.1 逢甲路.....	22
2.4.2 文華路.....	23
2.4.3 慶和街.....	24
2.4.4 至善路.....	25
2.4.5 屋台街.....	26
2.4.6 福星路.....	27
2.4.7 歡樂星.....	28
2.4.8 逢甲商圈 B 組店家總和	29
第三章 流量調查	31
第一節、流量調查內容.....	31
3.1.1 流量調查實施日期為.....	31
3.1.2 流量調查實施時間.....	31

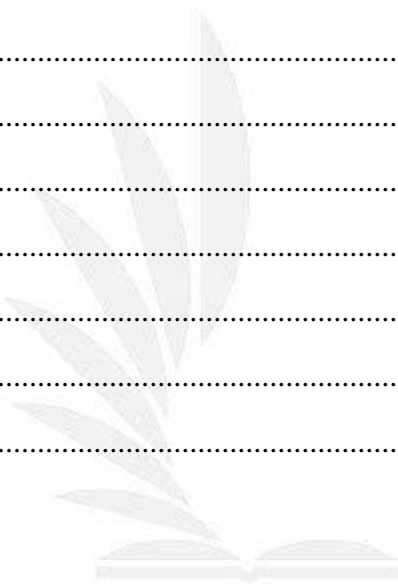
2019 逢甲夜市行動支付發展調查

3.1.3 流量調查測量方向說明表.....	32
3.1.4 測量人員與對應點.....	33
第二節、流量調查結果.....	33
第四章、問卷內容	36
第五章、問卷分析	24
第一節、敘述統計.....	24
5.1.1 第一部分 請表達您對逢甲夜市商圈的看法.....	24
5.1.2 第二部分 您對行動支付的使用狀況.....	39
5.1.3 第三部分 基本資訊.....	88
第二節、信度分析.....	107
5.2.1 何謂信度.....	107
5.2.2 Cronbach's alpha 係數.....	107
第三節、以因素分析決定效度.....	109
5.3.1 決定是否做因素分析.....	109
5.3.2 因素個數的取捨.....	110
5.3.2.1 特徵值(eigenvalue)大於 1.....	110
5.3.2.2 陡坡圖.....	111
5.3.2.3 題項與因素相關.....	112
第四節、交叉分析與卡方檢定.....	113
5.4.1 男/女 v.s 有無使用行動支付.....	113
5.4.2 男/女 v.s 平均一周使用行動支付的頻率.....	114
5.4.3 男/女 v.s 平均一周使用行動支付的金額.....	115
5.4.4 男/女 v.s.曾經在逢甲使用行動支付.....	116
5.4.5 男/女 v.s 若逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願.....	117
5.4.6 男/女 v.s 若逢甲商圈的店家或攤販普遍提供行動支付服務，是否會 增加前往逢甲商圈消費的意願.....	118
5.4.7 年齡 v.s. 有無使用過行動支付.....	119
5.4.8 年齡 v.s.平均一周使用行動支付的頻率.....	120

2019 逢甲夜市行動支付發展調查

5.4.9 年齡 v.s.平均一周使用行動支付的金額.....	121
5.4.10 年齡 v.s.是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付.....	122
5.4.11 年齡 v.s. 若逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願.....	123
5.4.12 年齡 v.s. 若逢甲商圈的店家或攤販普遍提供行動支付，是否會增加前往逢甲商圈消費的意願.....	124
5.4.13 居住地 v.s.有無使用過行動支付.....	125
5.4.14 居住地 v.s. 若逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願.....	126
5.4.15 有無使用過行動支付 v.s.逢甲商圈的店家或攤販提供行動支付是否會增加前往逢甲商圈消費的意願.....	127
5.4.16 有無使用過行動支付 v.s. 逢甲店家可使用行動支付是否會影響購買意願.....	128
5.4.17 是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付 v.s. 每次到逢甲商圈大約花費多少金額.....	129
第五節、無母數分析.....	130
5.5.1 Kruskal-Wallis Test.....	130
5.5.1.1 不同年齡的受訪者平均一週使用行動支付頻率的中位數.....	130
5.5.1.2 不同年齡的受訪者平均一週使用行動支付花費金額的中位數.....	132
5.5.1.3 不同縣市居住地的受訪者平均一週使用行動支付頻率的中位數.....	133
5.5.1.4 不同縣市居住地的受訪者平均一週使用行動支付花費金額的中位數.....	134
第六節、Cochran's Q Test.....	135
5.6.1 不使用行動支付的原因為何.....	135
5.6.2 哪些原因會增加使用行動支付的意願.....	136
5.6.3 曾經在何種實體店家使用過行動支付.....	137
5.6.4 曾經在逢甲商圈使用行動支付購買商品的種類.....	138
第七章、結論.....	139
參考文獻.....	142
附錄 學術倫理與道德心得報告.....	143

108 學年度逢甲大學統計系專題討論總會議紀錄	200
會議記錄(一)	200
會議記錄(二)	201
會議記錄(三)	202
會議記錄(四)	204
會議記錄(五)	206
會議記錄(六)	207
會議記錄(七)	208
會議記錄(八)	209
會議記錄(九)	210
會議記錄(十)	211
會議記錄(十一)	212
會議記錄(十二)	213
會議記錄(十三)	214
會議記錄(十四)	215
會議記錄(十五)	216
工作分配	217



圖目錄

圖 1	商家調查範圍(1).....	19
圖 2	商家調查範圍(2).....	20
圖 3	逢甲路店家比例圖.....	22
圖 4	文華路店家比例圖.....	23
圖 5	慶和街店家比例圖.....	24
圖 6	至善路店家比例圖.....	25
圖 7	屋台街店家比例圖.....	26
圖 8	福星路店家比例圖.....	27
圖 9	歡樂星店家比例圖.....	28
圖 10	逢甲商圈 B 組店家總和比例圖.....	30
圖 11	商家調查點位圖.....	31
圖 12	星期四到星期日各點位總流量折線圖.....	34
圖 13	104-108 學年逢甲商圈總流量折線圖.....	35
圖 14	商品具獨特性-長條圖.....	24
圖 15	商品獨特性-圓餅圖.....	24
圖 16	商品具多樣性-長條圖.....	25
圖 17	商品具多樣性-圓餅圖.....	25
圖 18	商品價格低廉-長條圖.....	26
圖 19	商品價格低廉-圓餅圖.....	26
圖 20	商品品質可靠-長條圖.....	27
圖 21	商品品質可靠-圓餅圖.....	27
圖 22	商品款式新潮-長條圖.....	28
圖 23	商品款式新潮-圓餅圖.....	28
圖 24	商家服務態度-長條圖.....	29
圖 25	商家服務態度-圓餅圖.....	29
圖 26	商家提供售後服務-長條圖.....	30
圖 27	商家提供售後服務-圓餅圖.....	30
圖 28	食物便宜-長條圖.....	31
圖 29	食物便宜-圓餅圖.....	31
圖 30	食物好吃-長條圖.....	32
圖 31	食物好吃-圓餅圖.....	32
圖 32	食物乾淨衛生-長條圖.....	33
圖 33	食物乾淨衛生-圓餅圖.....	33
圖 34	排隊購物井然有序-長條圖.....	34
圖 35	排隊購物井然有序-圓餅圖.....	34
圖 36	停車方便-長條圖.....	35

圖 37	停車方便-圓餅圖	35
圖 38	整體印象-長條圖	36
圖 39	整體印象-圓餅圖	36
圖 40	再次前來消費的意願-長條圖	37
圖 41	再次前來消費的意願-圓餅圖	37
圖 42	第一部份問題之各題平均分數-長條圖	38
圖 43	是否使用過行動支付-長條圖	39
圖 44	是否使用過行動支付-圓餅圖	39
圖 45	不使用行動支付的原因-長條圖	40
圖 46	不知道行動支付-長條圖	41
圖 47	不知道行動支付-圓餅圖	41
圖 48	不會設定-長條圖	42
圖 49	不會設定-圓餅圖	42
圖 50	安全性問題-長條圖	43
圖 51	安全性問題-圓餅圖	43
圖 52	無信用卡-長條圖	44
圖 53	無信用卡-圓餅圖	44
圖 54	使用方法不熟悉-長條圖	45
圖 55	使用方法不熟悉-圓餅圖	45
圖 56	覺得不需要-長條圖	46
圖 57	覺得不需要-圓餅圖	46
圖 58	其他-長條圖	47
圖 59	其他-圓餅圖	47
圖 60	平均一周使用行動支付的頻率-長條圖	48
圖 61	平均一周使用行動支付的頻率-圓餅圖	48
圖 62	平均一週使用行動支付花費的金額-長條圖	49
圖 63	平均一週使用行動支付花費的金額-圓餅圖	49
圖 64	使用過行動支付的 201 人，哪些原因會增加使用行動支付的意願-長條 圖.....	50
圖 65	無須使用現金-長條圖	51
圖 66	無須使用現金-圓餅圖	51
圖 67	不用帶錢包-長條圖	52
圖 68	不用帶錢包-圓餅圖	52
圖 69	使用便利-長條圖	53
圖 70	使用便利-圓餅圖	53
圖 71	因應時代潮流-長條圖	54
圖 72	因應時代潮流-圓餅圖	54
圖 73	消費優惠-長條圖	55

2019 逢甲夜市行動支付發展調查

圖 74	消費優惠-圓餅圖	55
圖 75	其他-長條圖	56
圖 76	其他-圓餅圖	56
圖 77	使用過行動支付的 201 人，曾經在何種實體店家使用過行動支付-長條圖.....	57
圖 78	一般店家或是攤販-長條圖	58
圖 79	一般店家或是攤販-圓餅圖	58
圖 80	便利商店-長條圖	59
圖 81	便利商店-圓餅圖	59
圖 82	賣場或超市-長條圖	60
圖 83	賣場或超市-圓餅圖	60
圖 84	旅店或飯店-長條圖	61
圖 85	旅店或飯店-圓餅圖	61
圖 86	娛樂場所-長條圖	62
圖 87	娛樂場所-圓餅圖	62
圖 88	餐廳-長條圖	63
圖 89	餐廳-圓餅圖	63
圖 90	其他-長條圖	64
圖 91	其他-圓餅圖	64
圖 92	是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付-長條圖	65
圖 93	是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付-圓餅圖	65
圖 94	在逢甲商圈使用過行動支付的 60 人，其購買的種類-長條圖	66
圖 95	食品-長條圖	67
圖 96	食品-圓餅圖	67
圖 97	飲料-長條圖	68
圖 98	飲料-圓餅圖	68
圖 99	服飾-長條圖	69
圖 100	服飾-圓餅圖	69
圖 101	娛樂-長條圖	70
圖 102	娛樂-圓餅圖	70
圖 103	住宿-長條圖	71
圖 104	住宿-圓餅圖	71
圖 105	其他-長條圖	72
圖 106	其他-圓餅圖	72
圖 107	知道逢甲商圈的店家提供何種行動支付-長條圖	73
圖 108	不曾注意-長條圖	74
圖 109	不曾注意-圓餅圖	74
圖 110	注意過 Apple Pay-長條圖.....	75

2019 逢甲夜市行動支付發展調查

圖 111	注意過 Apple Pay-圓餅圖	75
圖 112	注意過 Android Pay-長條圖	76
圖 113	注意過 Android Pay-圓餅圖	76
圖 114	注意過 LINE Pay-長條圖	77
圖 115	注意過 LINE Pay-圓餅圖	77
圖 116	注意過街口支付-長條圖	78
圖 117	注意過街口支付-圓餅圖	78
圖 118	注意過支付寶-長條圖	79
圖 119	注意過支付寶-圓餅圖	79
圖 120	注意過歐付寶-長條圖	80
圖 121	注意過歐付寶-圓餅圖	80
圖 122	注意過旺 Pay-長條圖	81
圖 123	注意過旺 Pay-圓餅圖	81
圖 124	注意過 Samsung Pay-長條圖	82
圖 125	注意過 Samsung Pay-圓餅圖	82
圖 126	注意過台灣 Pay-長條圖	83
圖 127	注意過台灣 Pay-圓餅圖	83
圖 128	其他-長條圖	84
圖 129	其他-圓餅圖	84
圖 130	逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願-長條圖	85
圖 131	逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願-圓餅圖	85
圖 132	逢甲商圈普遍提供行動支付服務，是否增加前往逢甲商圈消費的意願-長條圖	86
圖 133	逢甲商圈普遍提供行動支付服務，是否增加前往逢甲商圈消費的意願-圓餅圖	86
圖 134	希望逢甲夜市多增加的行動支付-長條圖	87
圖 135	希望逢甲夜市多增加的行動支付-圓餅圖	87
圖 136	交通資訊-長條圖	88
圖 137	交通資訊-圓餅圖	88
圖 138	導覽圖-長條圖	89
圖 139	導覽圖-圓餅圖	89
圖 140	商品資訊-長條圖	90
圖 141	商品資訊-圓餅圖	90
圖 142	商家資訊-長條圖	91
圖 143	商家資訊-圓餅圖	91
圖 144	折價券-長條圖	92
圖 145	折價券-圓餅圖	92
圖 146	不曾搜尋-長條圖	93

圖 147	不曾搜尋-圓餅圖	93
圖 148	至逢甲商圈使用的交通工具-長條圖	94
圖 149	至逢甲商圈使用的交通工具-圓餅圖	94
圖 150	至逢甲商圈花費時間-長條圖	95
圖 151	至逢甲商圈花費時間-圓餅圖	95
圖 152	受訪者居住地-長條圖	96
圖 153	受訪者居住地-圓餅圖	96
圖 154	受訪者居住其他縣市-長條圖	97
圖 155	受訪者其他居住地-圓餅圖	97
圖 156	受訪者年齡-長條圖	98
圖 157	受訪者年齡-圓餅圖	98
圖 158	消費金額-長條圖	99
圖 159	消費金額-圓餅圖	99
圖 160	是否有住宿在附近的旅館或日租套房-長條圖	100
圖 161	是否有住宿在附近的旅館或日租套房-圓餅圖	100
圖 162	受訪者最常使用的手機電信業者-長條圖	102
圖 163	受訪者最常使用的手機電信業者-圓餅圖	102
圖 164	是否願意提供手機前七位號碼-長條圖	103
圖 165	是否願意提供手機前七位號碼-圓餅圖	103
圖 166	使用的手機是否為智慧型手機-長條圖	104
圖 167	使用的手機是否為智慧型手機-圓餅圖	104
圖 168	受訪者同遊人數-長條圖	105
圖 169	受訪者同遊人數-圓餅圖	105
圖 170	受訪者性別-長條圖	106
圖 171	受訪者性別-圓餅圖	106
圖 173	陡坡圖.....	111
圖 174	台中市受訪者未使用行動支付各原因長條圖.....	139
圖 175	23歲以下受訪者未使用行動支付各原因長條圖.....	140
圖 176	24-28歲受訪者未使用行動支付各原因長條圖	141
圖 177	29歲以上受訪者未使用行動支付各原因長條圖.....	141

表目錄

表 1	商家範圍人員分配.....	20
表 2	商家分類表.....	21
表 3	逢甲商圈 B 組店家總和表.....	29
表 4	流量調查實施時間.....	31
表 5	流量調查測量方向說明表.....	32
表 6	測量人員與對應點.....	33
表 7	流量調查結果.....	33
表 8	商品具獨特性.....	24
表 9	商品具多樣化.....	25
表 10	商品價格低廉.....	26
表 11	商品品質可靠.....	27
表 12	商品款式新潮.....	28
表 13	商家服務態度親切.....	29
表 14	商家提供售後服務.....	30
表 15	食物便宜.....	31
表 16	食物好吃.....	32
表 17	食物衛生乾淨.....	33
表 18	排隊購物井然有序.....	34
表 19	停車方便.....	35
表 20	整體印象.....	36
表 21	有再次前來消費的意願.....	37
表 22	第一部份問題的各題平均分數.....	38
表 23	是否使用過行動支付-次數分配表.....	39
表 24	受訪者不使用行動支付的原因-次數分配表.....	40
表 25	不知道行動支付-次數分配表.....	41
表 26	不會設定-次數分配表.....	42
表 27	安全性問題-次數分配表.....	43
表 28	無信用卡-次數分配表.....	44
表 29	使用方法不熟悉-次數分配表.....	45
表 30	覺得不需要-次數分配表.....	46
表 31	其他-次數分配表.....	47
表 32	平均一週使用行動支付的頻率-次數分配表.....	48
表 33	平均一週使用行動支付花費的金額-次數分配表.....	49
表 34	使用過行動支付的 201 人，哪些原因會增加使用行動支付的意願-次數 分配表.....	50
表 35	無須使用現金-次數分配表.....	51

表 36	不用帶錢包-次數分配表	52
表 37	使用便利-次數分配表	53
表 38	因應時代潮流-次數分配表	54
表 39	消費優惠- 次數分配表	55
表 40	其他-次數分配表	56
表 41	使用過行動支付的 201 人，曾經在何種實體店家使用過行動支付-次數 分配表.....	57
表 42	一般店家或攤販-次數分配表	58
表 43	便利商店-次數分配表	59
表 44	賣場或超市-次數分配表	60
表 45	旅店或飯店-次數分配表	61
表 46	娛樂場所-次數分配表	62
表 47	餐廳-次數分配表	63
表 48	其他-次數分配表	64
表 49	是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付-次數分配表	65
表 50	在逢甲商圈使用過行動支付的 60 人，其購買的種類-次數分配表	66
表 51	食品-次數分配表	67
表 52	飲料-次數分配表	68
表 53	服飾-次數分配表	69
表 54	娛樂-次數分配表	70
表 55	住宿-次數分配表	71
表 56	其他-次數分配表	72
表 57	知道逢甲商圈的店家提供何種行動支付-次數分配表	73
表 58	不曾注意-次數分配表	74
表 59	注意過 Apple Pay-次數分配表	75
表 60	注意過 Android Pay-次數分配表	76
表 61	注意過 LINE Pay-次數分配表	77
表 62	注意過街口支付-次數分配表	78
表 63	注意過支付寶-次數分配表	79
表 64	注意過歐付寶-次數分配表	80
表 65	注意過旺 Pay-次數分配表	81
表 66	注意過 Samsung Pay-次數分配表.....	82
表 67	注意過台灣 Pay-次數分配表	83
表 68	其他-次數分配表	84
表 69	逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願-次數分配表 ..85	
表 70	逢甲商圈普遍提供行動支付服務，是否增加前往逢甲商圈消費的意願- 次數分配表.....	86
表 71	希望逢甲夜市多增加的行動支付-次數分配表	87

2019 逢甲夜市行動支付發展調查

表 72	交通資訊-次數分配表	88
表 73	導覽圖-次數分配表	89
表 74	商品資訊-次數分配表	90
表 75	商家資訊-次數分配表	91
表 76	折價券-次數分配表	92
表 77	不曾搜尋-次數分配表	93
表 78	至逢甲商圈使用的交通工具-次數分配表	94
表 79	受訪者花多久時間至逢甲商圈-次數分配表	95
表 80	受訪者居住地-次數分配表	96
表 81	受訪者居住其他縣市-次數分配表	97
表 82	年齡-次數分配表	98
表 83	消費金額-次數分配表	99
表 84	是否有住宿在附近的旅館或日租套房-次數分配表	100
表 85	住宿地點-次數分配表	101
表 86	其他旅館-次數分配表	101
表 87	受訪者住宿日租套房單日費用-次數分配表	101
表 88	受訪者最常使用的手機電信業者-次數分配表	102
表 89	是否願意提供手機前七個號碼-次數分配表	103
表 90	使用的手機是否為智慧型手機-次數分配表	104
表 91	受訪者同遊人數-次數分配表	105
表 92	受訪者性別-次數分配表	106
表 94	可靠性統計量表.....	107
表 95	項目整體統計量表.....	108
表 99	解說總變異量表.....	110
表 100	成分矩陣.....	112
表 104	性別與有無使用行動支付交叉表.....	113
表 105	性別與有無使用行動支付卡方表.....	113
表 106	性別與平均一周使用行動支付的頻率交叉表.....	114
表 107	性別與平均一周使用行動支付的頻率卡方表.....	114
表 108	性別與平均一周使用行動支付的金額交叉表.....	115
表 109	性別與平均一周使用行動支付的金額卡方表.....	115
表 110	性別與有無在逢甲使用行動支付交叉表.....	116
表 111	性別與有無在逢甲使用行動支付卡方表.....	116
表 112	性別與逢甲商圈使用行動支付是否影響購買意願交叉表.....	117
表 113	性別與逢甲商圈使用行動支付是否影響購買意願卡方表.....	117
表 114	性別與逢甲提供行動支付是否會增加前往消費意願交叉表.....	118
表 115	性別與逢甲提供行動支付是否會增加前往消費意願卡方表.....	118
表 116	年齡與有無使用過行動支付交叉表.....	119

表 117	年齡與有無使用過行動支付卡方表.....	119
表 118	年齡與平均一週使用行動支付的頻率交叉表.....	120
表 119	年齡與平均一週使用行動支付的頻率卡方表.....	120
表 120	年齡與平均一周使用行動支付的金額交叉表.....	121
表 121	年齡與平均一周使用行動支付的金額卡方表.....	121
表 122	年齡與曾經是否在逢甲商圈使用過行動支付交叉表.....	122
表 123	年齡與曾經是否在逢甲商圈使用過行動支付卡方表.....	122
表 124	年齡與逢甲商圈可使用行動支付是否影響購買意願交叉表.....	123
表 125	年齡與逢甲商圈可使用行動支付是否影響購買意願卡方表.....	123
表 126	年齡與逢甲商圈提供行動支付是否會增加前往消費的意願交叉表....	124
表 127	年齡與逢甲商圈提行動支付是否會增加前往消費的意願卡方表.....	124
表 128	居住地與無使用過行動支付交叉表.....	125
表 129	居住地與無使用過行動支付卡方表.....	125
表 130	居住地與逢甲商圈可使用行動支付是否影響購買意願交叉表.....	126
表 131	居住地與逢甲商圈可使用行動支付是否影響購買意願卡方表.....	126
表 132	使用過行動支付和普遍提供行動支付會增加前往逢甲商圈的意願交叉 表.....	127
表 133	使用過行動支付和普遍提供行動支付會增加前往逢甲商圈的意願卡方 表.....	127
表 134	使用過行動支付和逢甲使用行動支付會影響購買意願交叉表.....	128
表 135	使用過行動支付和逢甲使用行動支付會影響購買意願卡方表.....	128
表 136	曾經是否在逢甲使用過行動支付與每次在逢甲花費約多少金額交叉表	129
表 137	曾經是否在逢甲使用過行動支付與每次在逢甲花費約多少金額卡方表	129
表 166	年齡與平均一週使用行動支付頻率交叉表.....	130
表 167	年齡與平均一週使用行動支付頻率的獨立樣本中位數檢定表.....	131
表 168	年齡與平均一週使用行動支付花費金額交叉表.....	132
表 169	年齡與平均一週使用行動支付花費金額的獨立樣本中位數檢定表....	132
表 170	居住地與平均一週使用行動支付頻率交叉表.....	133
表 171	居住地與平均一週使用行動支付頻率的獨立樣本中位數檢定表.....	133
表 172	居住地與平均一週使用行動支付花費金額交叉表.....	134
表 173	居住地與平均一週使用行動支付花費金額的獨立樣本中位數檢定表	134
表 174	不使用行動支付原因-次數分配表	135
表 175	不使用行動支付原因-檢定統計量	135
表 176	增加使用行動支付意願-次數分配表	136
表 177	增加使用行動支付意願-檢定統計量	136
表 178	在實體店家使用行動支付-次數分配表	137

2019 逢甲夜市行動支付發展調查

表 179	在實體店家使用行動支付-檢定統計量	137
表 180	在逢甲商圈使用行動支付購買商品種類-次數分配表	138
表 181	在逢甲商圈使用行動支付購買商品種類-檢定統計量	138
表 182	台中市受訪者未使用行動支付各原因次數.....	139
表 183	23 歲以下受訪者未使用行動支付各原因次數.....	140



第一章 緒論

第一節、動機與目的

1.1.1 研究動機

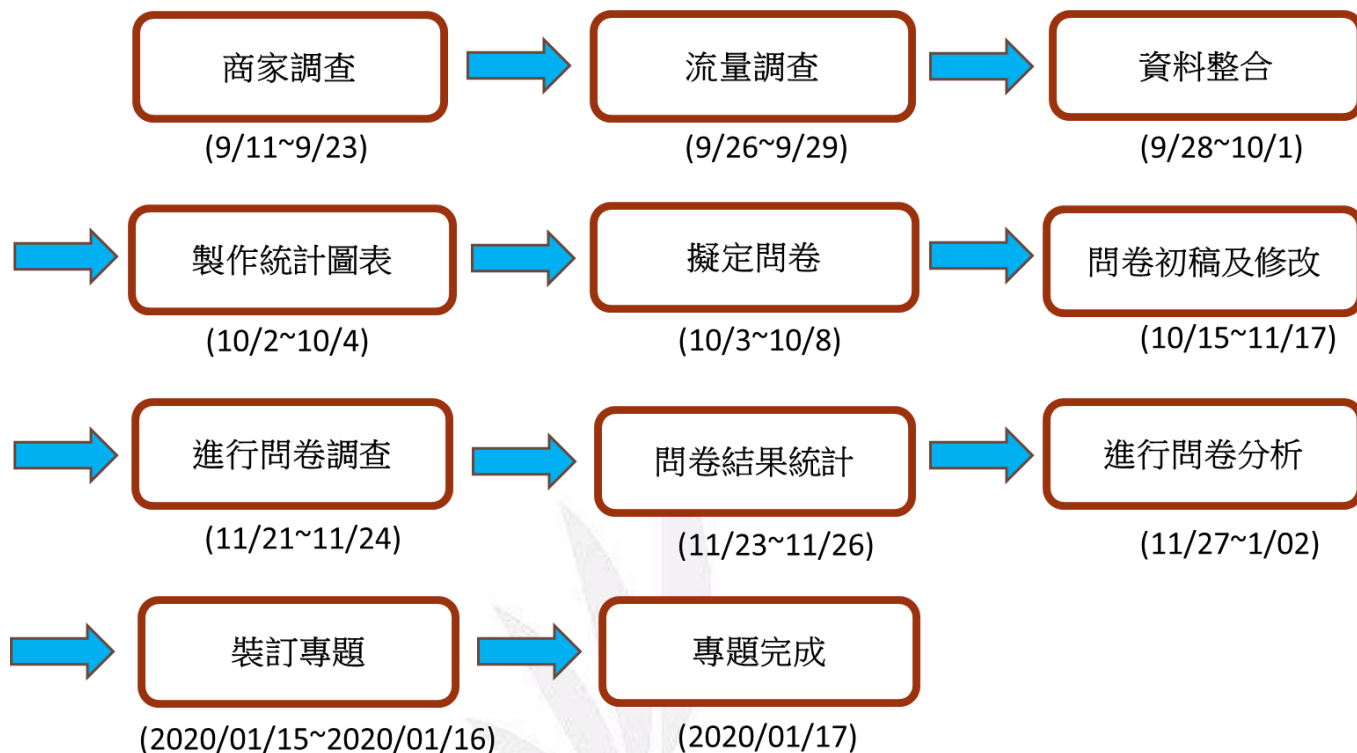
隨著時代的演變、科技的進步，錢幣的虛擬化已經是不可避免的，在未來，這對我們的生活習慣會慢慢的改變，目前為止我們從紙鈔變化到卡片，再從卡片到虛擬的網路之上。而手機做為現代人隨身攜帶且不可缺少的生活必需品，虛擬貨幣的媒介就變成了手機，人們為了解決錢包笨重、找零麻煩的問題，把手機與錢包做結合成為智慧錢包，除了在結帳上可以省去非常多的時間更可以解決出門忘記帶錢包，甚至是在衣著穿搭上口袋一大包困擾。我們也希望透過此方便性增加消費者的購買慾望。

1.1.2 研究目的

時間的推進,科技的日新月異。金錢的虛擬化應當是現代的潮流,而人手一支手機的時代，行動支付就這樣出現在我們的生活之中。因應潮流趨勢我們就近觀察逢甲商圈，調查商圈中所擁有的商家類型、數量和所佔的比例。也調查逢甲商圈的人流多寡以及疏密的位子。更甚我們也希望藉由問卷調查及數據調查，來取得更多資料，在上述的資料蒐集後調查逢甲商圈在行動支付的推廣之下，逢甲商圈中的消費者會不會因此增加他們的消費能力或是提高他們的購買意願。藉此我們希望這次調查能讓商圈的店家因為行動支付增加收入，讓整個逢甲觀光夜市能更加美好。

第二節、研究流程

這次的專題報告，我們根據時間整理出了主要流程，研究流程如下。



第二章 商家調查

逢甲商圈有數百家的店家，從西安街到文華路都是商圈範圍，我們根據商圈範圍內的店家做調查，讓我們快速了解目前逢甲商圈的趨勢。

第一節、商家調查範圍

我們將逢甲商圈分為兩個部分，分別是圖 1 與圖 2 中黃色區塊的 A 組及紅色區塊的 B 組，而我們這組調查的範圍是紅色區塊的 B 組。



圖 1 商家調查範圍(1)

第二節、範圍分配

根據逢甲 B 組商圈的範圍，我們在不同的點位上都安排人員進行施測，人員分配如表 1 所示。



圖 2 商家調查範圍(2)

表 1 商家範圍人員分配

路名	顏色	調查人員
歡樂星廣場	藍色	劉振宇、許芳菱、楊宜蒨
逢甲路+文華路	橘色	李至皓、邱雁琳
逢甲路 75 巷+屋台街	綠色	連威傑、陳泓蒼
文華路+福興路+慶和街	粉紅色	蔡旻芳、徐子茹

第三節、商家編號

為了能夠更快速的分辨出商家總類，我們將對調查來的商家進行編號。

2.3.1 商家編號方式

道路沿街為"000-門牌號"，逢甲路 20 巷"020-門牌號"，逢甲路 20 巷 28 弄"020_028_門牌號"，若逢甲路 20 巷 28 弄門牌號為 1 則"020_028_1"，若此門牌號包含兩間以上的店面，則"020_028_1_1"，以此類推。若為多間店舖(如屋台街)，有商場特定編號，以之為主，若無特定編號，則自行編流水號。

2.3.2 區域商家編號

- (1) 逢甲路 :A1
- (2) 福興路 :A2
- (3) 文華路 :A3
- (4) 慶和街 :A4
- (5) 至善路 :A5

2.3.3 商店分類表

表 2 商家分類表

分類代號	名稱	主要商品
a	服飾	衣服、褲子
b	飾品	項鍊、耳環
c	配件	包包、皮帶、皮夾
d	鞋子	各類鞋類
e	生活雜貨	寶雅、賣場、雨傘、鑰匙圈、十元商品店、便利商店、襪子店、玩具店、玩偶店 ex：格子趣、儂儂(口罩、襪子、安全帽、髮夾)
f	醫療保健	藥局、診所、藥妝店(藥妝店採用一般定義為有藥師駐守之場所) Ex：屈臣氏、康是美等為藥妝店
g	美妝店	化妝品、保養品、假睫毛、指甲彩繪、美容
h	通訊	手機、電信
i	眼鏡行	路邊攤眼鏡、仁愛眼鏡(小林、年輕人)
j	髮廊	
k	餐飲	餐廳、飲品、伙食店、糧食店
l	遊樂場	投幣型遊戲機、夾娃娃機
m	住宿	
n	未出租	
o	其它	寵物店、軍用品店、塔羅牌、唱片行、倉庫

第四節、商家調查結果

我們調查了逢甲路、文華路、慶和街、至善路、屋台街、歡樂星及福興路的店家種類，根據不同路段區分出商家總類，讓我們知道各路段目前的商家總類比例為何。

2.4.1 逢甲路

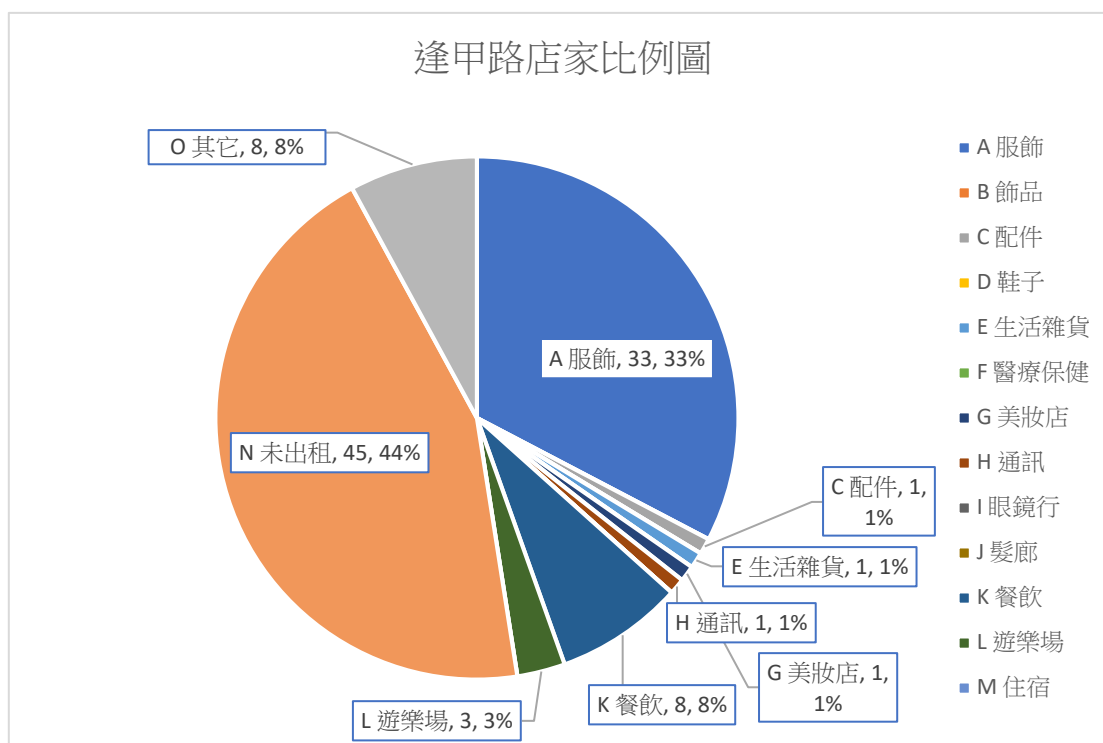


圖 3 逢甲路店家比例圖

圖 3 逢甲路這個路段的店家有將近 45% 的店面屬於未出租(N)，其次是服飾(A)有 40%，我們認為此路段因為需要等紅燈過馬路，所以多少有影響人潮。再加上可能店租成本過高，導致未出租的店面較多。

2.4.2 文華路

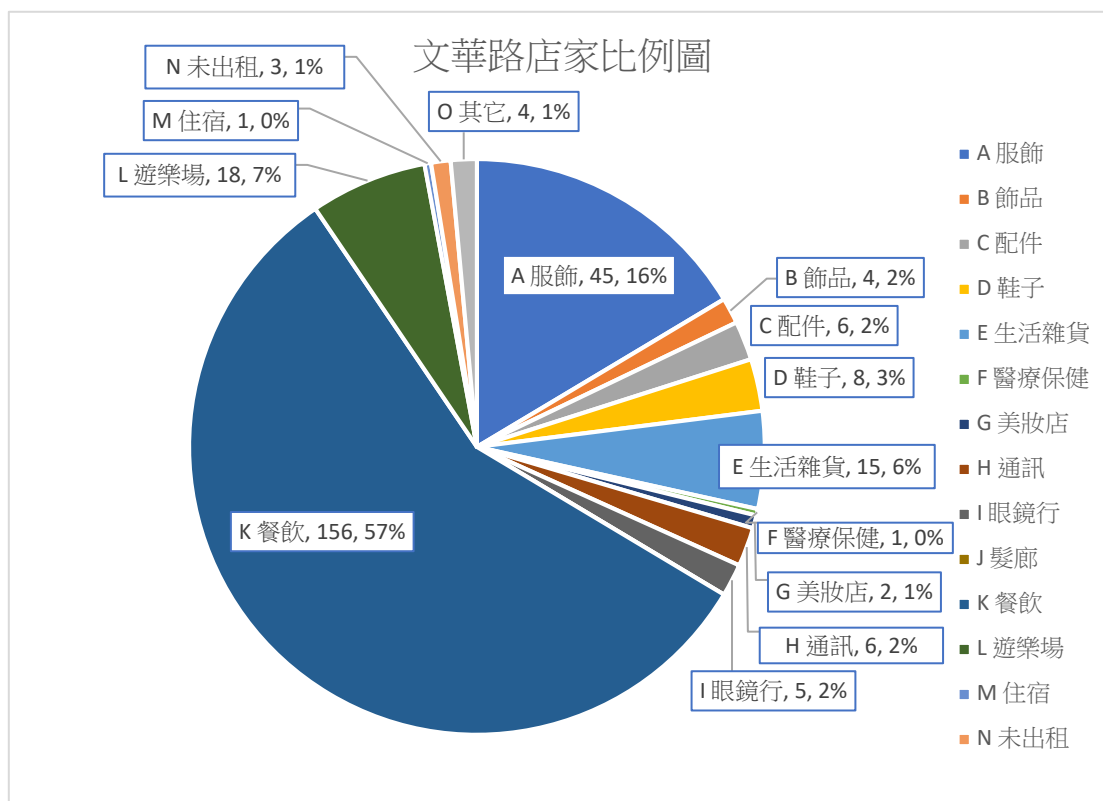


圖 4 文華路店家比例圖

從圖 4 中我們很明顯看出餐飲(K)已經佔了超過大部分，其次是服飾店，其他的皆在 10% 以下，顯示出文華路基本上是以吃得為主。

2.4.3 慶和街

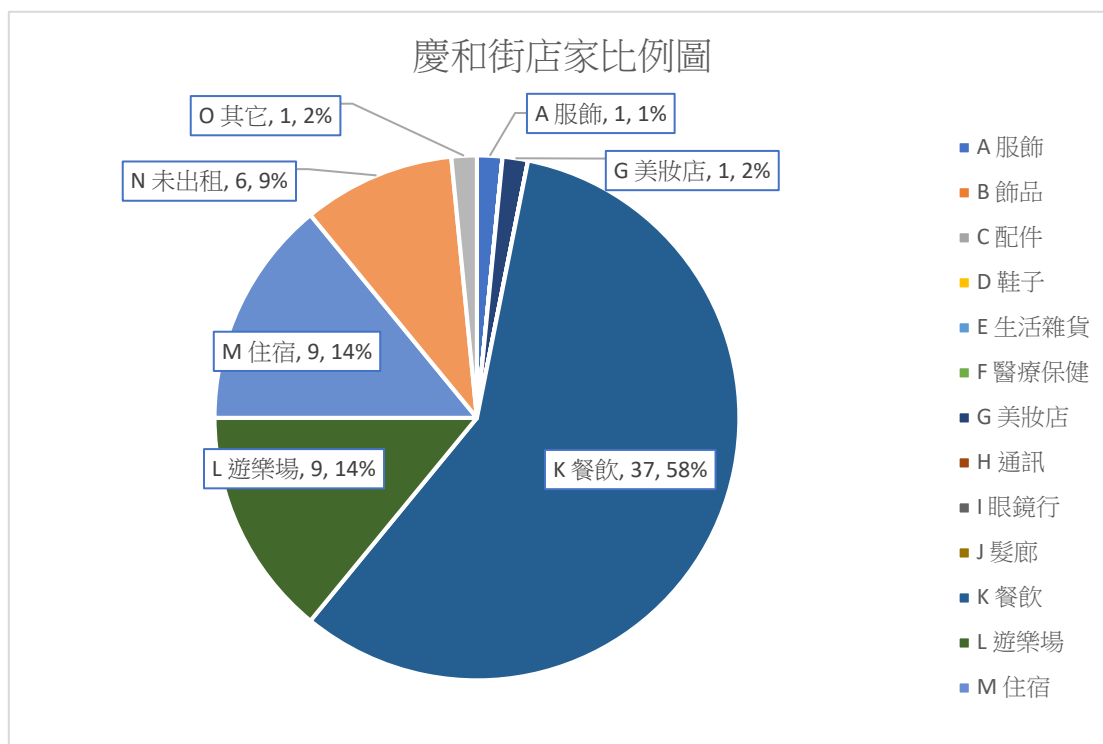


圖 5 慶和街店家比例圖

從上方圓餅圖圖 5 可看出慶和街之店家比例，其中又以「餐飲(K) 58%」最多，再來為「遊樂場(L)14%」、「住宿(M)14%」並列。此可知慶和街之商家以餐飲類為大宗。慶和街為文華路的分支路口，所以可能也是餐飲佔大部分的原因。

2.4.4 至善路

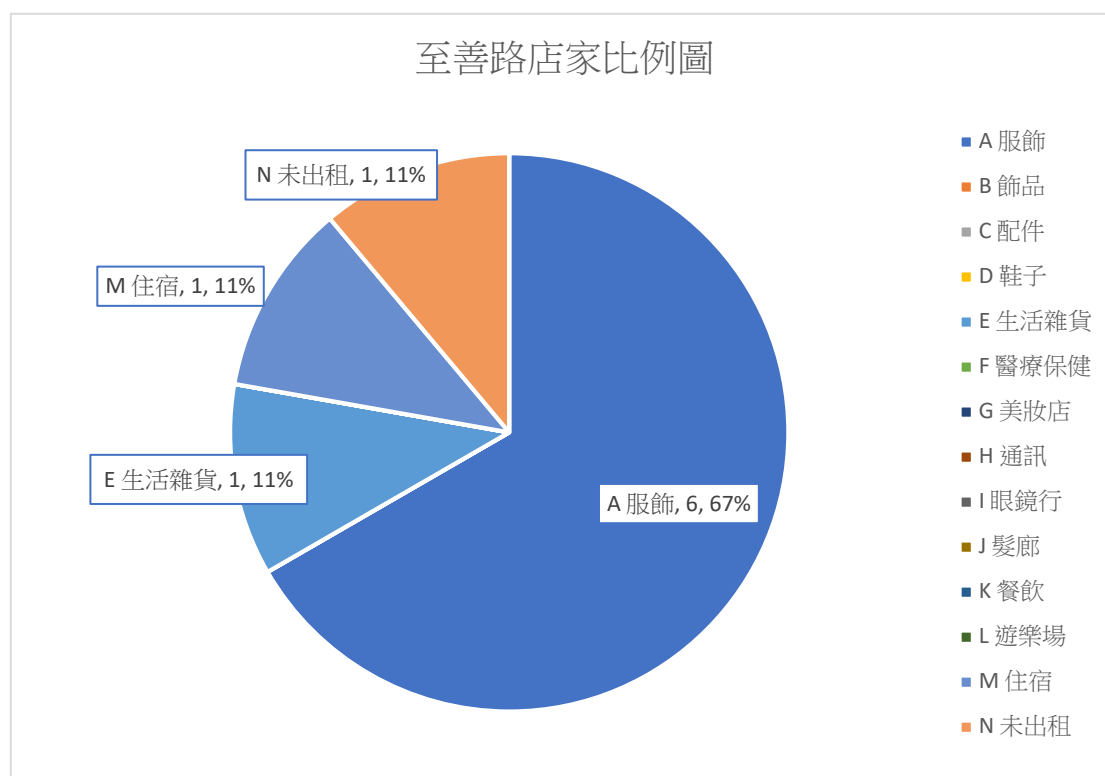


圖 6 至善路店家比例圖

由圖 6 可知，至善路位在逢甲夜市邊緣，所以我們的樣本不多。但是在少數幾家店裡服飾店(A)占據了 67%，我們也可以看到距離夜市越遠服飾店占比越高。

2.4.5 屋台街

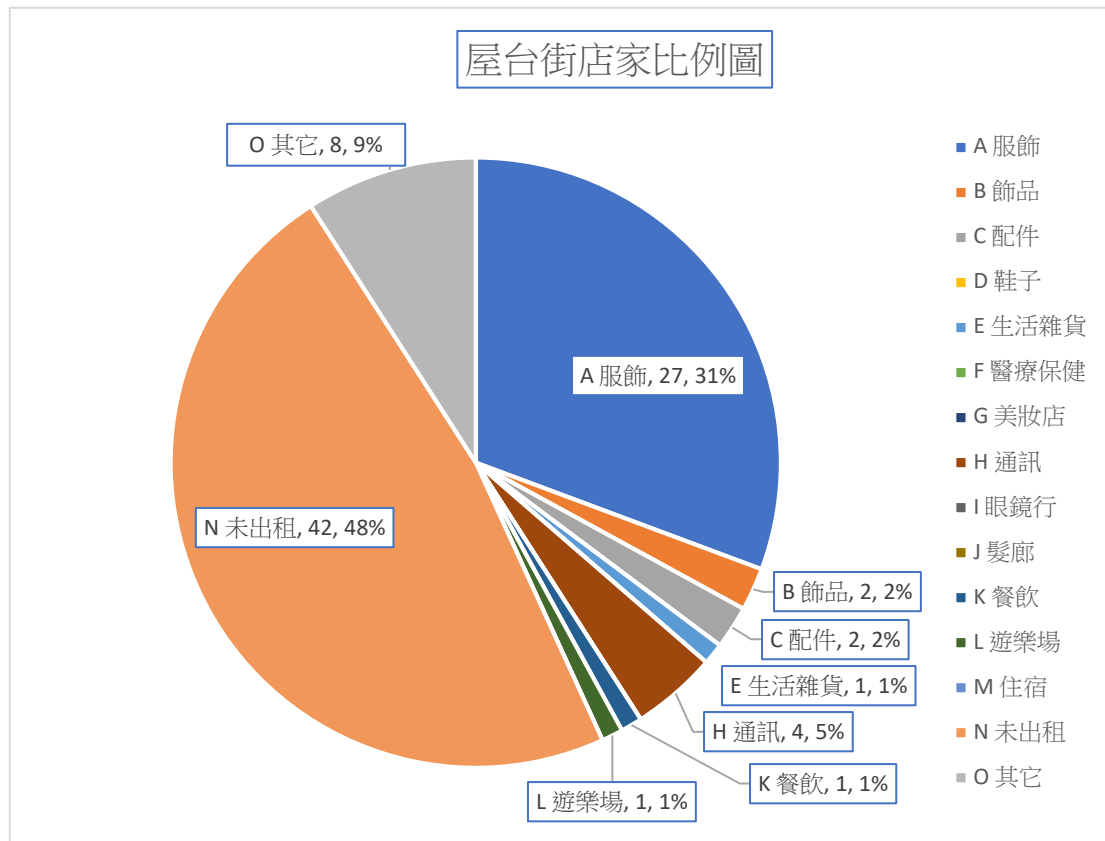


圖 7 屋台街店家比例圖

由圖 7 可知，屋台街也位在逢甲路上，而佔據最多的也是未出租(N)為主將近 43%，其次是服飾(A)有 31%，至於原因我們認為和逢甲路的理由相同，可能店租和過馬路的影响導致店面較多都是未出租的情況。

2.4.6 福星路

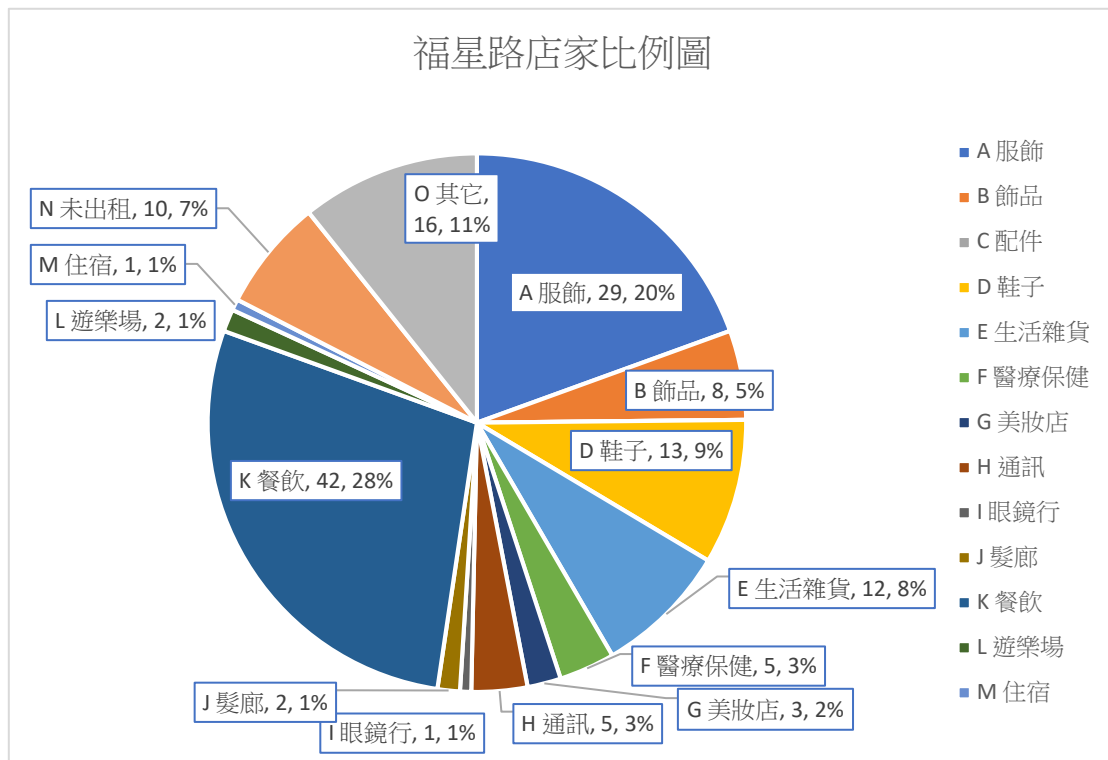


圖 8 福星路店家比例圖

從上方圓餅圖圖 8 可看出福星路之店家比例，以「餐飲(K) 28%」最多，再來為「服飾 (A) 20%」。若將其餘零星分類來比較，最多的為「其他(O)11%」，由此可知福星路之商家以服飾類與餐飲類為大宗。我們認為餐飲類和服飾類占比會這麼相近可能是福星路為店面較多的路。

2.4.7 歡樂星

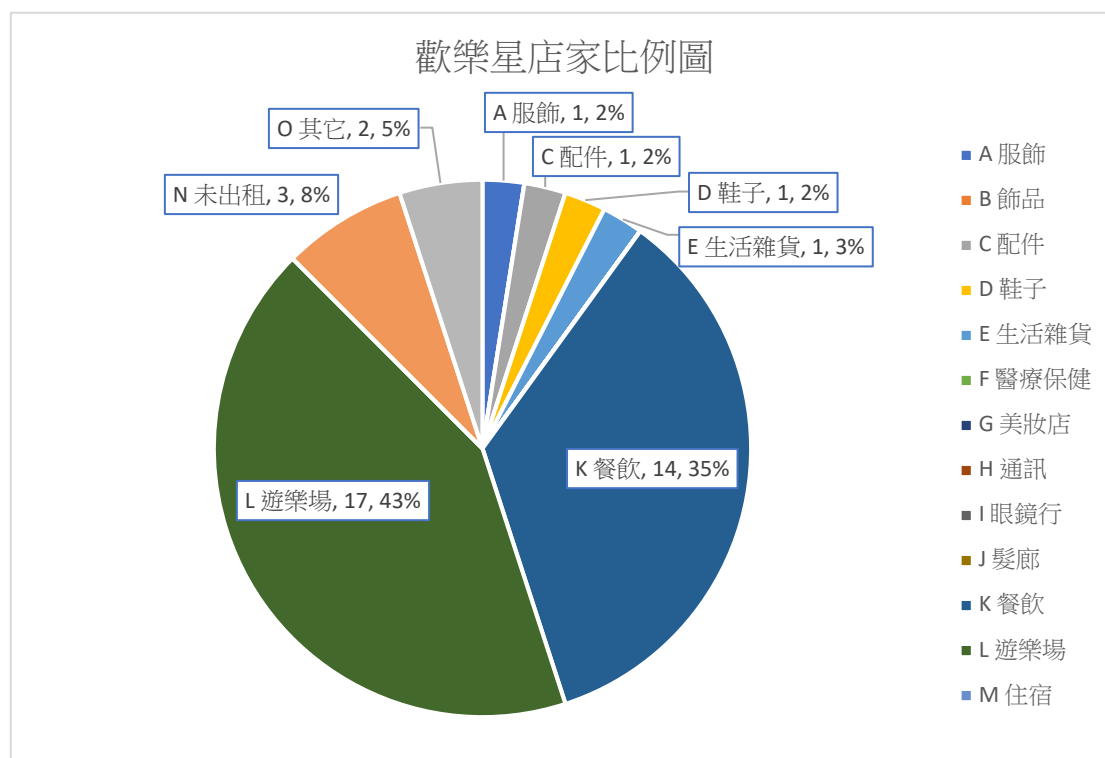


圖 9 歡樂星店家比例圖

從歡樂星店家的比例圖圖 9 可以看出佔據最多的為餐飲(K)跟遊樂場(L)，其餘為零星分配，由此可知，前往歡樂星的人主要都是為了吃和娛樂相關。

2.4.8 逢甲商圈 B 組店家總和

表 3 逢甲商圈 B 組店家總和表

種類 路名	逢甲路	福星路	文華路	慶和街	至善路	屋台街	歡樂星	總和
A 服飾	33	29	45	1	6	27	1	142
B 飾品	0	8	4	0	0	2	0	14
C 配件	1	0	6	0	0	2	1	10
D 鞋子	0	13	8	0	0	0	1	22
E 生活雜貨	1	12	15	0	1	1	1	31
F 醫療保健	0	5	1	0	0	0	0	6
G 美妝店	1	3	2	1	0	0	0	7
H 通訊	1	5	6	0	0	4	0	16
I 眼鏡行	0	1	5	0	0	0	0	6
J 髮廊	0	2	0	0	0	0	0	2
K 餐飲	8	42	156	37	0	1	14	258
L 遊樂場	3	2	18	9	0	1	17	50
M 住宿	0	1	1	9	1	0	0	12
N 未出租	45	10	3	6	1	42	3	110
O 其它	8	16	4	1	0	8	2	39

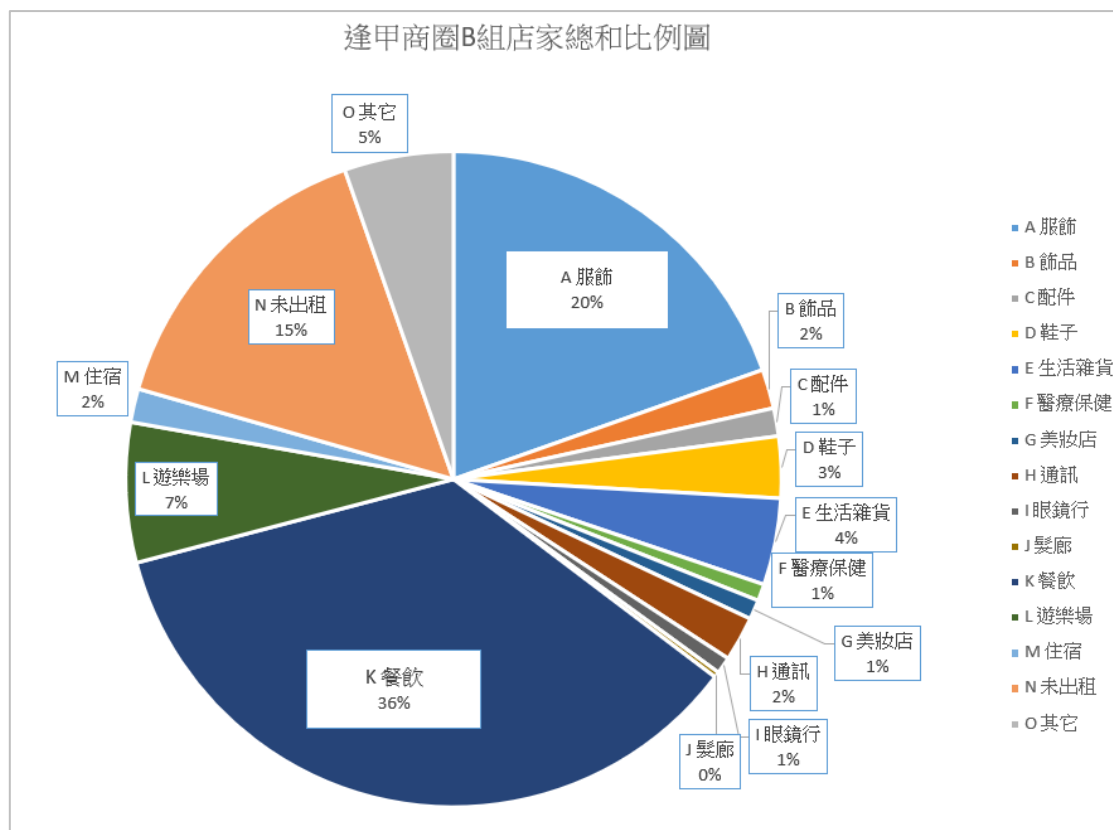


圖 10 逢甲商圈 B 組店家總和比例圖

由表 3 及圖 10 可以發現，在逢甲商圈 B 組的範圍裡，餐飲業(K)的 36%及服飾業(A)的 20%是占大部分的比例，其次便是未出租(N)的 15%，由此可推測 B 組範圍內的商家總類主要是以觀光客居多。

第三章 流量調查

夜市的主要經營就是靠著人潮流動，而逢甲商圈更是躍身為國際的知名夜市，所以我們利用流量測量，來推測目前逢甲夜市的觀光人潮數。流量測量的位置如圖 11 所示，而流量調查施測時間如表 4 所示，至於各點的測量方向與對應測量的同學，分別在表 5、表 6。

第一節、流量調查內容

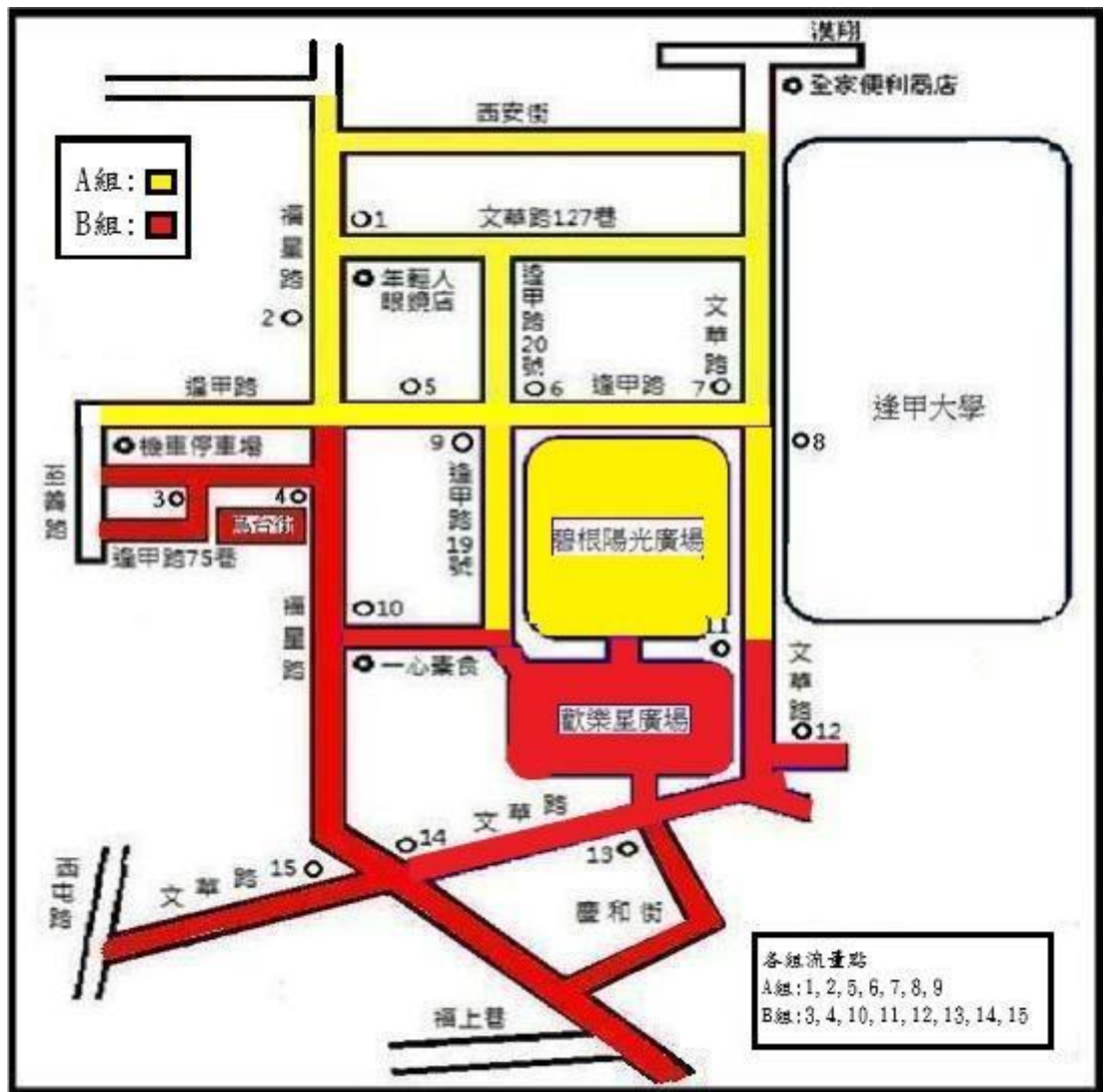


圖 11 商家調查點位圖

3.1.1 流量調查實施日期為: 2019/09/26、2019/09/27、2019/09/28、2019/09/29









3.1.2 流量調查實施時間:

表 4 流量調查實施時間

時段一	時段二	時段三
19:00-19:05	19:30-19:35	21:00-21:05

3.1.3 流量調查測量方向說明表

表 5 流量調查測量方向說明表

流量地點	施測方向
01. 遠傳	 (含從福星路、走廊行走者，含對街人潮)
03. 烤珍珠玉米逢甲店	 (屋台街門口行走者)
04. ABC-MART	 (含從福星路、走廊行走者，含對街人潮)
10. 悠跑	 (含從逢甲路、走廊行走者，含對街人潮)
11. 歡樂星入口前	 (含出入口行走者、文華路行走者)
12. 大鵬新城出口	 (含從文華路、大鵬新城倉庫路出入者)
13. 娃娃帝國	 (含從文華路、慶和街行走者)
14. 伊麗莎精品鞋坊	 (福星路行走者，不含對街人潮)
15. 日船章魚小丸子	 (文華路行走者，含對街人潮；以及福星路行走者，不含對街人潮)

3.1.4 測量人員與對應點

表 6 測量人員與對應點

測量點	位置	測量人員
01	遠傳	徐子茹
03	烤珍珠玉米逢甲店	邱雁琳
04	ABC-MART	李至皓
10	悠跑	陳泓蒼
11	歡樂星入口前	蔡旻芳
12	大鵬新城出口	楊宜蓓
13	娃娃帝國	劉振宇
14	伊麗莎精品鞋坊	許芳菱
15	日船章魚小丸子	連威傑

第二節、流量調查結果

根據四天的流量調查，我們將調查結果彙整成表，如表 7 所示。並將調查結果繪製成圖，做初步的分析，如圖 12 及圖 13。

表 7 流量調查結果

測量點/日期	2019/09/26	2019/09/27	2019/09/28	2019/09/29	小計
1	591	684	1260	856	3391
3	338	521	757	510	2126
4	600	584	1177	716	3077
10	365	585	1444	830	3224
11	947	1286	2619	1795	6647
12	925	1104	2000	1432	5461
13	1319	1612	3138	1922	7991
14	268	305	751	453	1777
15	662	1024	1965	1269	4920

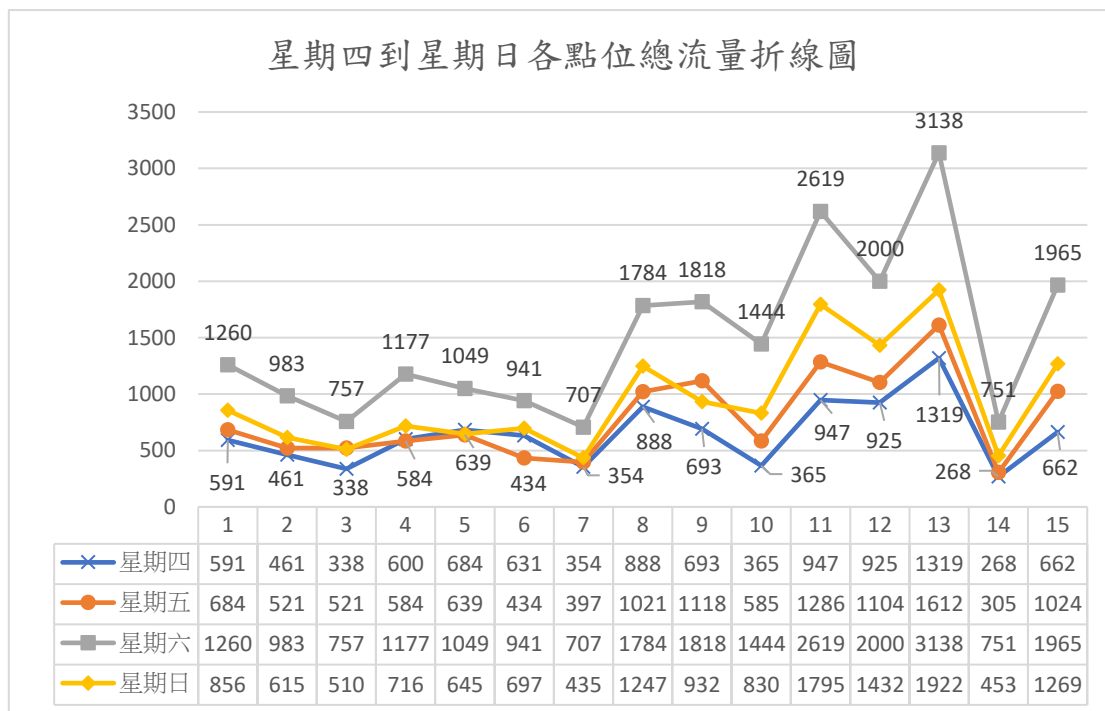


圖 12 星期四到星期日各點位總流量折線圖

由折線圖圖 12 可以看出假日的流量和平日相比有明顯的差異，尤其星期六最為明顯，推測平日裡因為大家都要上班上課，假日大家則有較多的時間可以自由運用，即使沒有連續假期，但隔天依然是放假日，所以大家還是會利用時間出來消費，人數才會相較於其他天都要來的高。相對地，受到隔天上班上課影響，星期日的人數增加幅度不會太高，但因為屬於假日最後一天，有些人會想利用這天再出門逛逛，故人潮還是會比平日多出一點。

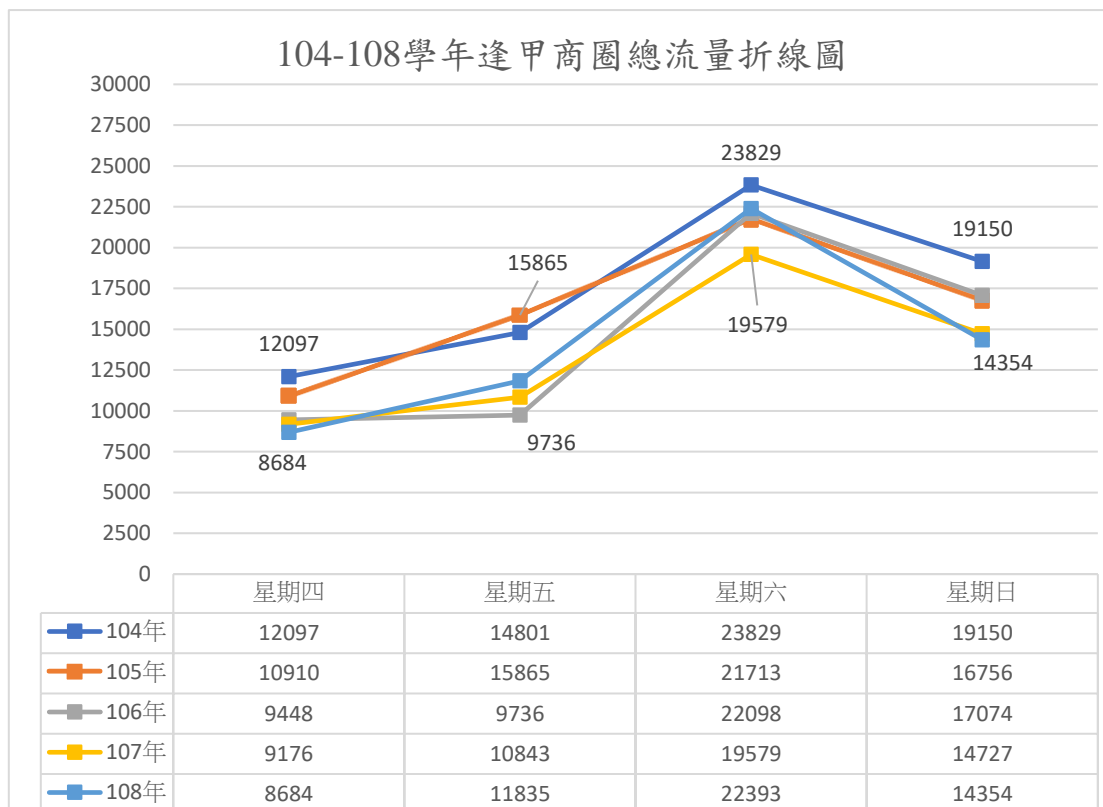


圖 13 104-108 學年逢甲商圈總流量折線圖

由流量折線圖圖 13 中我們可以得知，流量人數除了在星期四、星期日有遞減的狀況外，在星期五、星期六的流量人數有明顯的增加，推測同樣以假日來說，由於禮拜日的隔天要上班，大家的逗留時間會縮短，而以人數最多的星期六來看，107 年到 108 年增加了 2814 人，推測有三個主要的原因，第一，經濟部配合擴大秋冬國旅第二波獎勵，自由行旅客每房再發給夜市抵用券 200 元，第二，逢甲夜市為台灣知名觀光夜市，故許多人選擇來逢甲夜市，最後，基本時薪由 107 年的 140 元調漲為 108 年的 150 元，民眾的薪資增加，讓他們的消費能力提高，推測是因為這三個原因而導致 108 年的流量人數較往年增加。

至於星期日的人數相較星期六少的原因推測為，隔天就是上班日所以民眾提早回家休息準備，星期日逛夜市的民眾應該是居住在離台中較近的民眾與星期一不用上班的觀光客。

第四章、問卷內容

本組設計初稿後，經由老師們討論後的問卷定稿如下。

您好：

我們是逢甲大學統計行銷研究小組，為瞭解逢甲商圈吸引力、知名度與消費行為，請提供您寶貴的意見。您的協助將有助於逢甲商圈的持續進步，以提供您更優良的消費品質，非常感謝您百忙中撥冗填寫問卷。謝謝您!

2019 年逢甲大學統計行銷研究小組

指導教授：李榮銘、林文欽、高秀蘭、李仁佑

王婉倫、張育瑋、劉峰旗敬上

聯絡電話：(04)24517250 分機 4411，4408

第一部份、請表達您對逢甲商圈的看法(圈選較高的分數代表較高的同意程度)

	最高 同意					最低 同意
1. 商品具獨特性	6	5	4	3	2	1
2. 商品具多樣化	6	5	4	3	2	1
3. 商品價格低廉	6	5	4	3	2	1
4. 商品品質可靠	6	5	4	3	2	1
5. 商品款式新潮	6	5	4	3	2	1
6. 商家服務態度親切	6	5	4	3	2	1
7. 商家提供售後服務	6	5	4	3	2	1
8. 食物便宜	6	5	4	3	2	1
9. 食物好吃	6	5	4	3	2	1
10. 食物乾淨衛生	6	5	4	3	2	1
11. 排隊購物井然有序	6	5	4	3	2	1
12. 停車方便	6	5	4	3	2	1
13. 整體印象良好	6	5	4	3	2	1
14. 有再次前來消費的意願	6	5	4	3	2	1

第二部分、逢甲商圈飲品商機調查

行動支付是指透過智慧型手機來支付各項商品費用的服務。

1. 您有使用過行動支付嗎?
 1. 有
 2. 沒有
2. 您不使用行動支付的原因為何? (可複選，答完後跳達的 10 題)
 1. 不知道行動支付
 2. 不會設定
 3. 安全性問題
 4. 無信用卡
 5. 使用方法不熟悉
 6. 覺得不需要
 7. 其他_____
3. 您平均一週使用行動支付的頻率為何?
 1. 少於一次
 2. 1-3 次
 3. 4-6 次
 4. 7-9 次
 5. 10 次以上
4. 您平均一週使用支付花費的金額為何?
 1. 300 以下
 2. 301-600 元
 3. 601-1000 元
 4. 1001-1500 元
 5. 1501 元以上
5. 哪些原因會增加您使用行動支付的意願? (可複選)
 1. 無需使用現金
 2. 不用帶錢包
 3. 使用便利
 4. 因應時代潮流
 5. 消費優惠(折扣、點數...)
 6. 其他_____
6. 您曾經在何種實體店家使用過行動支付? (可複選)
 1. 一般店家或攤販
 2. 便利商店
 3. 賣場或超市
 4. 旅店或飯店
 5. 娛樂場所
 6. 餐廳
 7. 其他_____
7. 您曾經在逢甲商圈使用過行動支付嗎?
 1. 有
 2. 沒有 (跳達第 9 題)
8. 您曾經在逢甲商圈使用行動支付購買的種類? (可複選)
 1. 食品
 2. 飲料
 3. 服飾
 4. 娛樂
 5. 住宿
 6. 其他_____
9. 您知道逢甲商圈的店家提供何種行動支付? (可複選)
 1. 不曾注意
 2. Apple Pay
 3. Android Pay
 4. LINE Pay
 5. 街口支付
 6. 支付寶
 7. 歐付寶
 8. 旺 Pay
 9. Samsung Pay
 10. 台灣 Pay
 11. 其他_____
10. 若逢甲商圈的店家可使用行動支付，會影響您的購買意願嗎?
 1. 會增加購買意願
 2. 不會影響購買意願
 3. 不一定
11. 若逢甲商圈的店家或攤販普遍提供行動支付服務，會增加您前往逢甲商圈消費的意願嗎?
 1. 會增加前往意願
 2. 不會影響前往意願
 3. 不一定
12. 您希望逢甲商圈的店家攤販多增加使用何種行動支付? (最多三項)
 1. _____
 2. _____
 3. _____

第三部分、基本資料

1. 您曾使用網路搜尋何種逢甲商圈的相關資訊？(可複選)
 1. 交通資訊
 2. 導覽圖
 3. 商品資訊
 4. 商家資訊
 5. 折價券
 6. 不曾搜尋
2. 您這次到逢甲商圈的交通工具為何？
 1. 徒步
 2. 腳踏車
 3. 機車
 4. 汽車
 5. 計程車
 6. 公車
 7. 遊覽車
3. 您這次到逢甲商圈大約花多少交通時間？
 1. 15 分鐘內
 2. 15~30 分鐘
 3. 30~60 分鐘
 4. 60 分鐘以上
4. 您目前的居住地(非戶籍地)是哪個縣市？
 1. 台中市
 2. 彰化縣
 3. 苗栗、南投、雲林、嘉義地區
 4. 其他
5. 您的年齡為何？
 1. 15 歲(含)以下
 2. 16~18 歲
 3. 19~23 歲
 4. 24~28 歲
 5. 29~34 歲
 6. 35 歲以上
6. 您每次到逢甲商圈大約花費約多少錢？
 1. 200 元(含)以下
 2. 200~500 元
 3. 500~1,000 元
 4. 1,000~1,500 元
 5. 1,500~2,000 元
 6. 2,000 元以上
7. 您這次到逢甲商圈是否有住宿在附近的旅館或日租套房
 1. 是(請圈選)
 1. 文華道會館
 2. 星享道酒店
 3. KUN Hotel
 4. 碧根行館
 5. 黎客商旅
 6. 台中商旅
 7. 拓程商旅
 8. 原德飯店
 9. 其他旅館 (請填旅館名稱)_____
 10. 日租套房(請填單日費用)_____
 2. 否
8. 您目前最常使用的手機電信業者：
 1. 中華電信
 2. 台灣大哥大
 3. 遠傳
 4. 亞太
 5. 台灣之星
 6. 其他 _____
9. 您是否願意提供手機前 7 個號碼？
 1. 是，09__-__-XXXX
 2. 否
10. 請問您使用的手機是智慧型手機嗎？(手機作業系統為 Android、iOS、windows)
 1. 是
 2. 否

:: 問卷調查到此結束 ::
謝謝您的填答，您的回答對我們將是寶貴的意見！

-----以下為訪員填寫-----

受訪者性別： 男 女

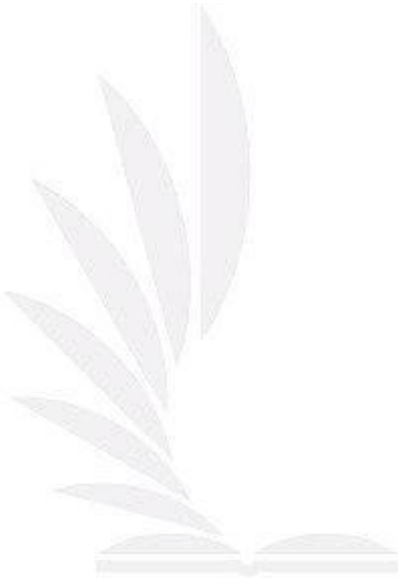
同遊人數(含受訪者)： 人

受訪日期：

受訪地點：

訪員編號：

流水號：



第五章、問卷分析

針對收集到的 501 份問卷，鍵入 Excel 後，利用 SPSS 軟體做資料分析。

第一節、敘述統計

5.1.1 第一部分 請表達您對逢甲夜市商圈的看法

第1題 商品具獨特性

我們調查受訪者對於「逢甲商圈商品是否有特色」的看法。其結果以次數分配表、長條圖及圓餅圖的方式呈現在表8、圖14及圖15。在501位受訪者中，表示同意度5分的占總數35.6% (178位)，且有78.8% (394位)對於獨特性的同意度在4分以上，可以看出民眾多半認為逢甲的商品是具有獨特性的。

表 8 商品具獨特性

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	5	24	77	176	178	40	500	1
比例	1%	4.8%	15.4%	35.2%	35.6%	8%	100%	

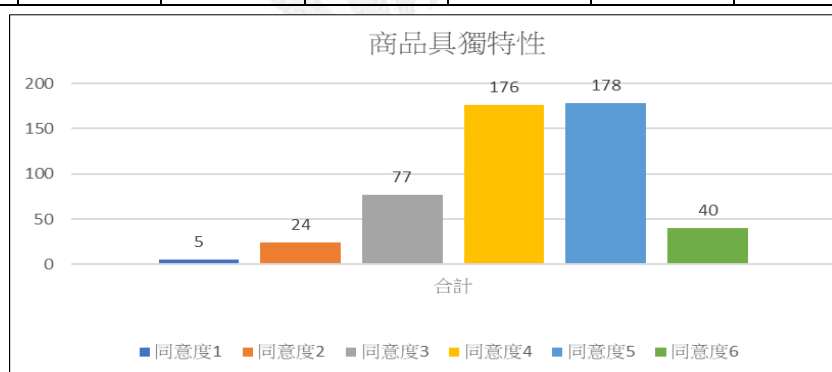


圖 14 商品具獨特性-長條圖

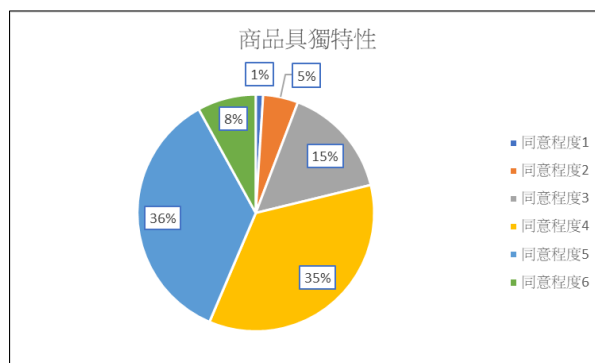


圖 15 商品獨特性-圓餅圖

第 2 題 商品具多樣化

由表9、圖16及圖17，可以看出民眾多數認為逢甲的商品是具多樣化的。在501位受訪者中，表示同意度5分的受訪者占總體36.7% (183位)，且有84.5% (422位)對於多樣性的同意度在4分以上，由此可知逢甲商圈的商品種類琳瑯滿目，使觀光客有多元的選擇和比較空間。

表 9 商品具多樣化

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	1	10	66	124	183	115	499	2
比例	0.2%	2%	13.2%	24.8%	36.7%	23%	100%	

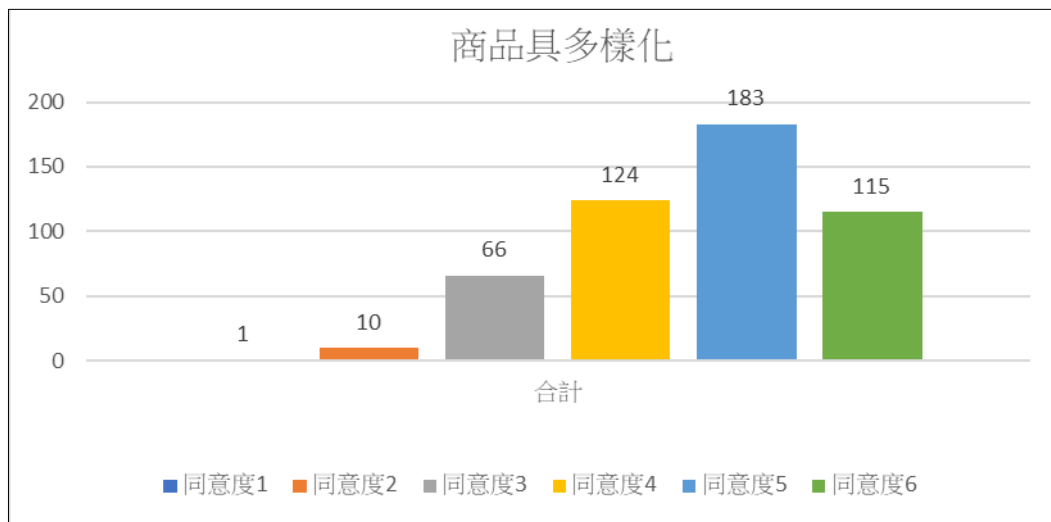


圖 16 商品具多樣性-長條圖

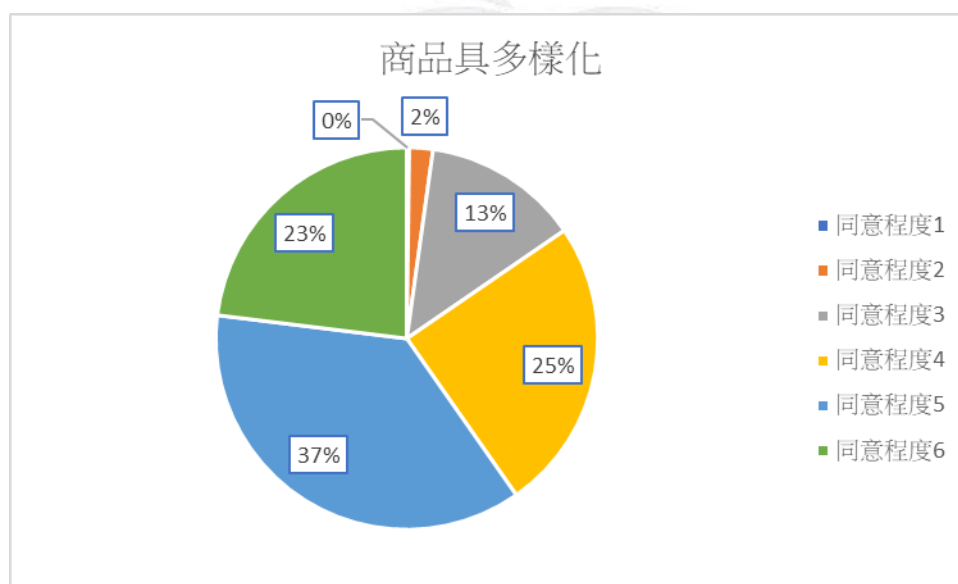


圖 17 商品具多樣性-圓餅圖

第3題 商品價格低廉

由表10、圖18及圖19，可以看出超過半數民眾認為逢甲商圈的商品價格是低廉的。在501位受訪者中，有55.8% (279位)的受訪者對於價格低廉方面的同意度在4分以上，由此可知逢甲商圈的商品對於大多數人是相當實惠，但在同意度4分以下的民眾還是佔所有受訪者的44.2% (221位)，表示在價格方面還有進步空間。

表 10 商品價格低廉

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	11	55	155	154	88	37	500	1
比例	2.2%	11%	31%	30.8%	17.6%	7.4%	100%	

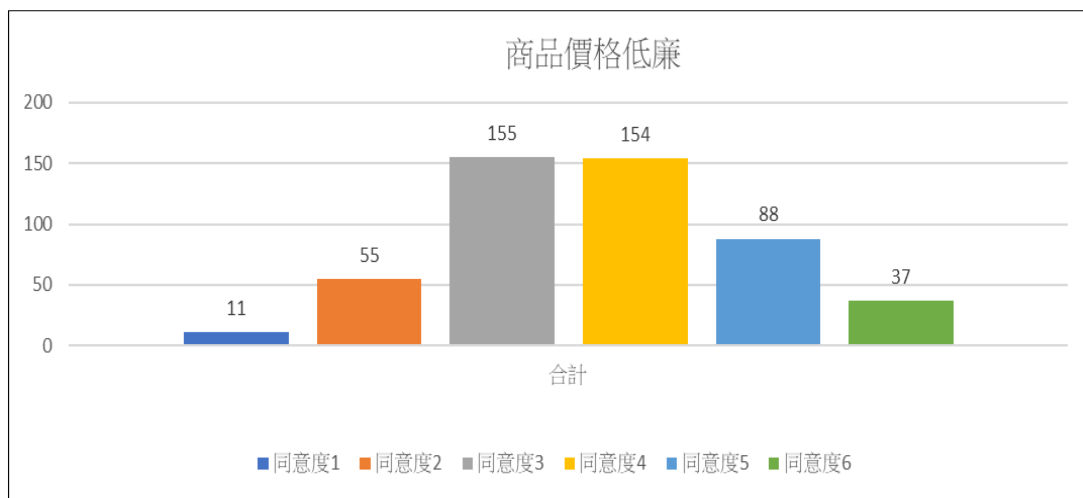


圖 18 商品價格低廉-長條圖

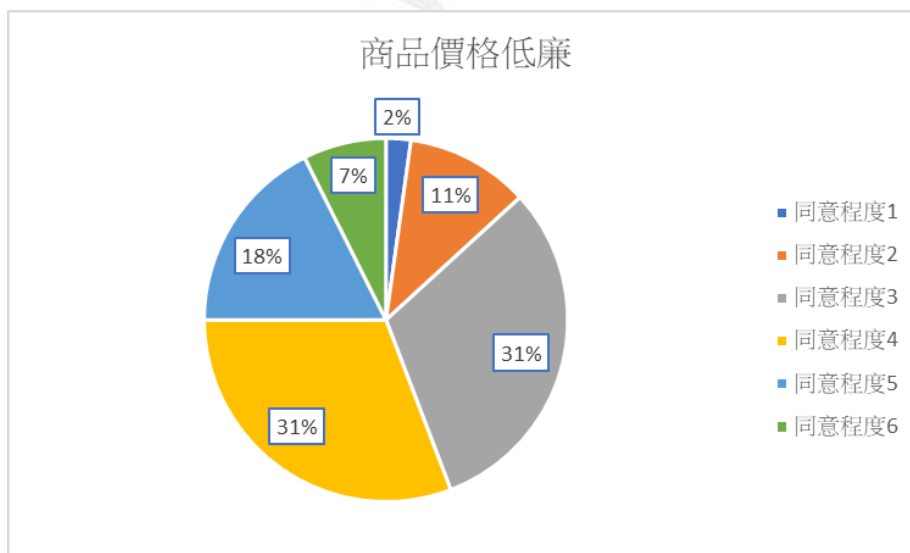


圖 19 商品價格低廉-圓餅圖

第4題 商品品質可靠

由表11、圖20及圖21，可以看出民眾多半認為逢甲的商品品質可靠。在501位受訪者中，表示同意度4分的受訪者占有所有受訪者的42.6% (212位)，且有73.1% (364位)的受訪者對於可靠程度的同意度在4分以上，由此可知逢甲商圍的商品品質是非常值得信賴，且相較於2018年的數據，同意度在4分以上的成長了0.1%，期待未來可以繼續進步。

表 11 商品品質可靠

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	2	15	117	212	115	37	498	3
比例	0.4%	3%	23.5%	42.6%	23.1%	7.4%	100%	

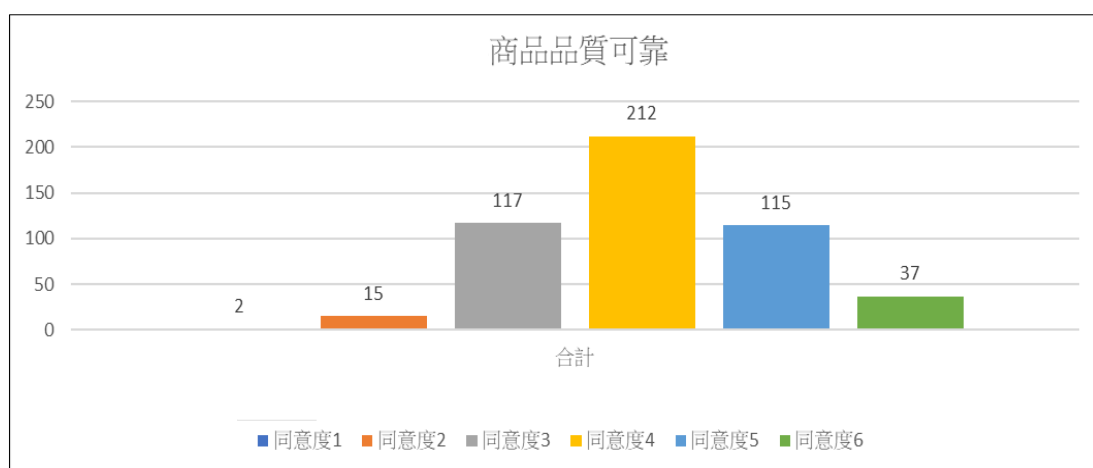


圖 20 商品品質可靠-長條圖

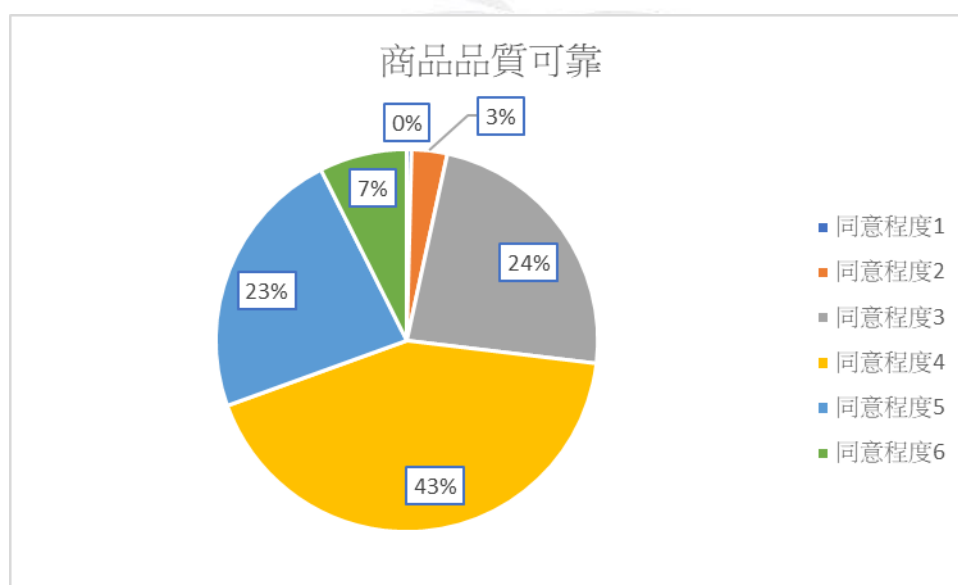


圖 21 商品品質可靠-圓餅圖

第5題 商品款式新潮

由表12、圖22及圖23，可以看出民眾多半認為逢甲的商品款式新潮。在501位受訪者中，有80.6% (402位)的受訪者對於商品新潮的同意度在4分以上，可知逢甲商圈沒有被時代潮流拋在腦後，反而相較於2018年的數據，同意度在4分以上的民眾成長了0.6%，對於觀光客來說，逢甲商圈是有隨著時代在進步的景點。

表 12 商品款式新潮

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	2	12	83	176	169	57	499	2
比例	0.4%	2.4%	16.6%	35.3%	33.9%	11.4%	100%	

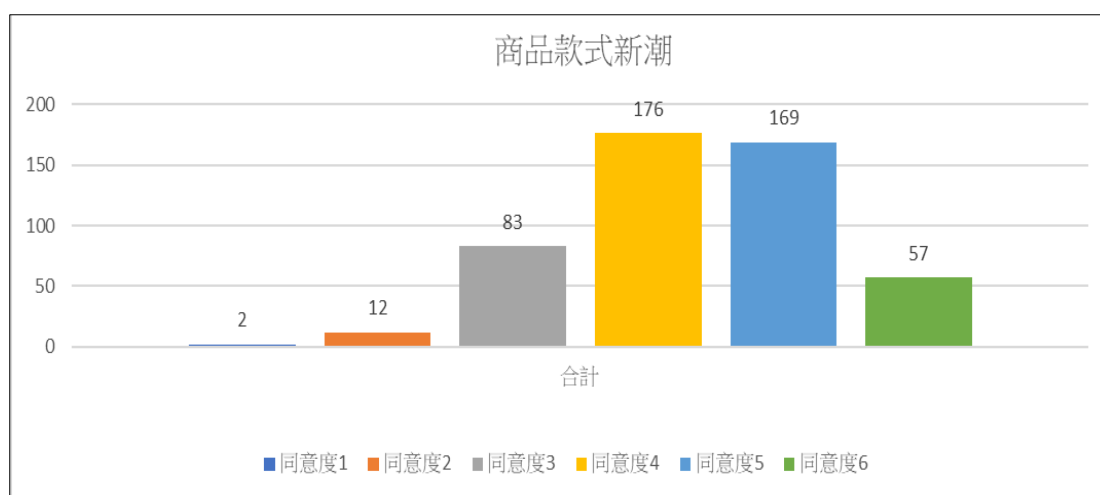


圖 22 商品款式新潮-長條圖

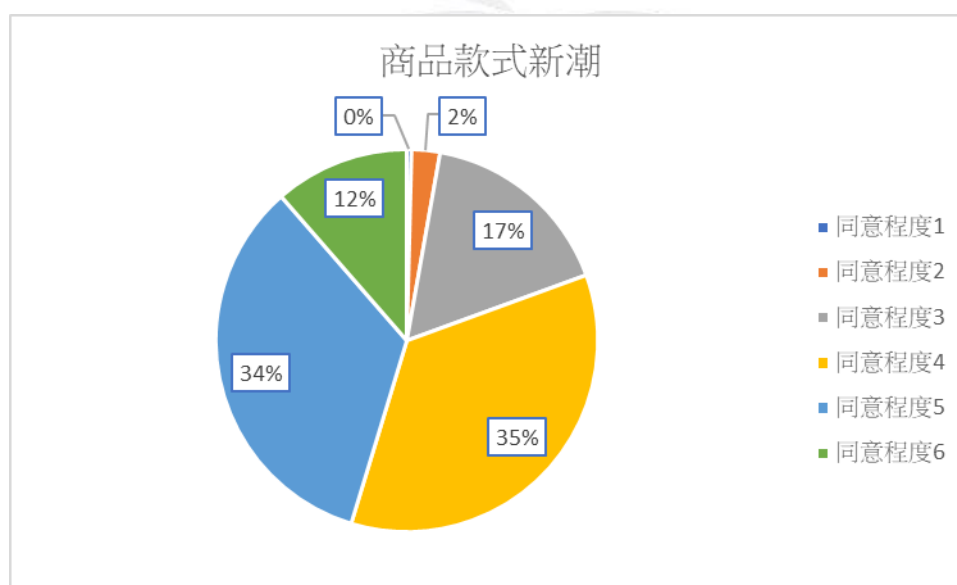


圖 23 商品款式新潮-圓餅圖

第6題 商家服務態度親切

由表13、圖24及圖25，可以看出民眾多半認為逢甲的商家服務態度親切。在501位受訪者中，表示同意度5分的受訪者占總體35.6% (178位)，且有81.4% (407位)對於商家服務態度親切的同意度在4分以上，可以發現逢甲商家的服務素質可圈可點，且相較去年資料同意度在4分以上提升了3.3%，在這服務業眾多的時代，逢甲商圈以親切的服務態度展現了台灣特有的夜市精神，並得到更多消費者的肯定。

表 13 商家服務態度親切

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	2	10	81	163	178	66	500	1
比例	0.4%	2%	16.2%	32.6%	35.6%	13.2%	100%	

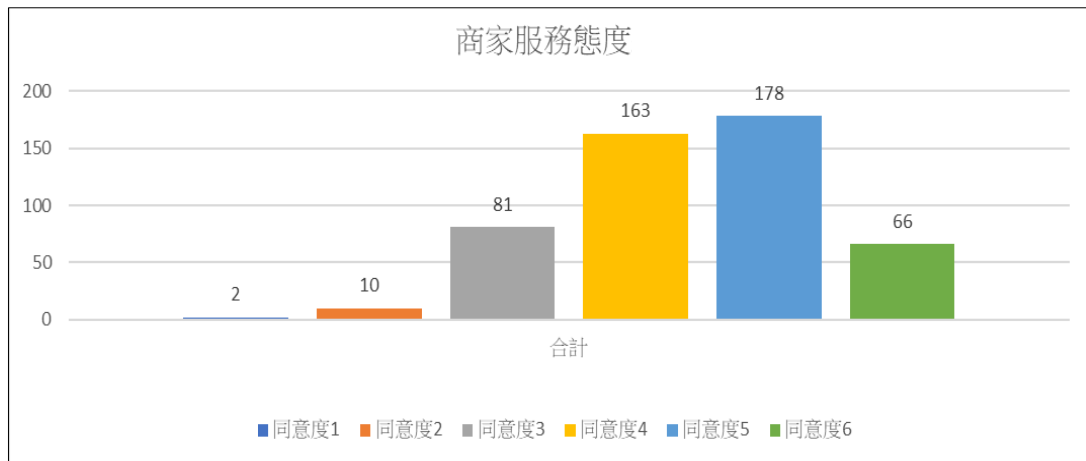


圖 24 商家服務態度-長條圖

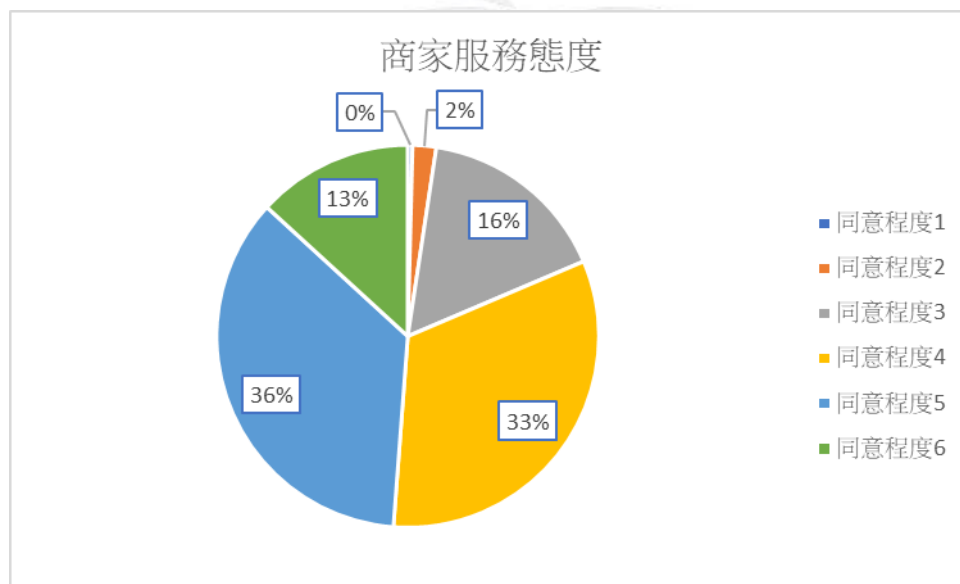


圖 25 商家服務態度-圓餅圖

第7題 商家提供售後服務

由表14、圖26及圖27，可以看出超過半數民眾認為逢甲有良好的售後服務。在501位受訪者中，有54.3% (271位)的受訪者對於售後服務方面的同意度在4分以上，由此可知儘管售後服務不是夜市商業型態的強項，可是逢甲的商家依然是在標準之上，但在同意度4分之下的民眾還是佔所有受訪者的45.7% (228位)，且相較於2018年的資料同意度，在4分以下的消費者成長了9.2%，也顯示出售後服務是逢甲商家未來可以努力的方向。

表 14 商家提供售後服務

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	15	52	161	150	90	31	499	2
比例	3%	10.4%	32.3%	30.1%	18%	6.2%	100%	

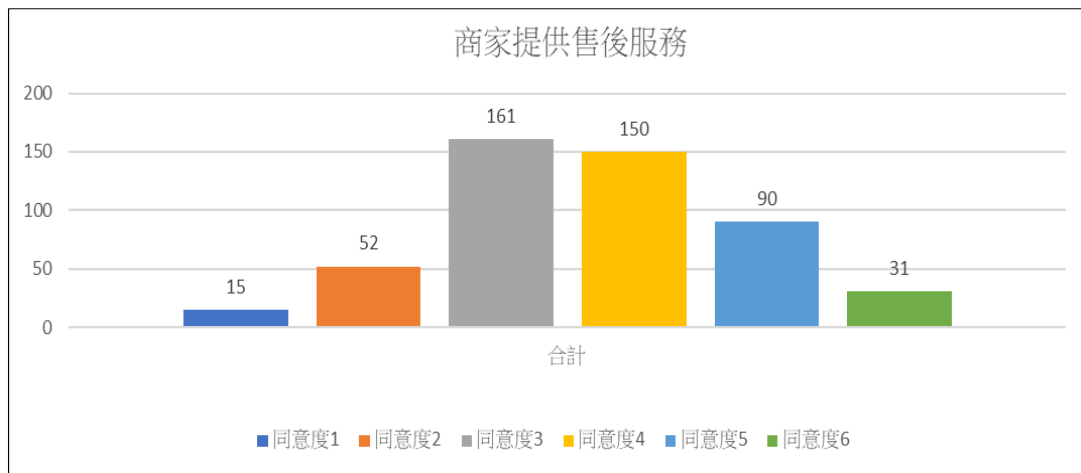


圖 26 商家提供售後服務-長條圖

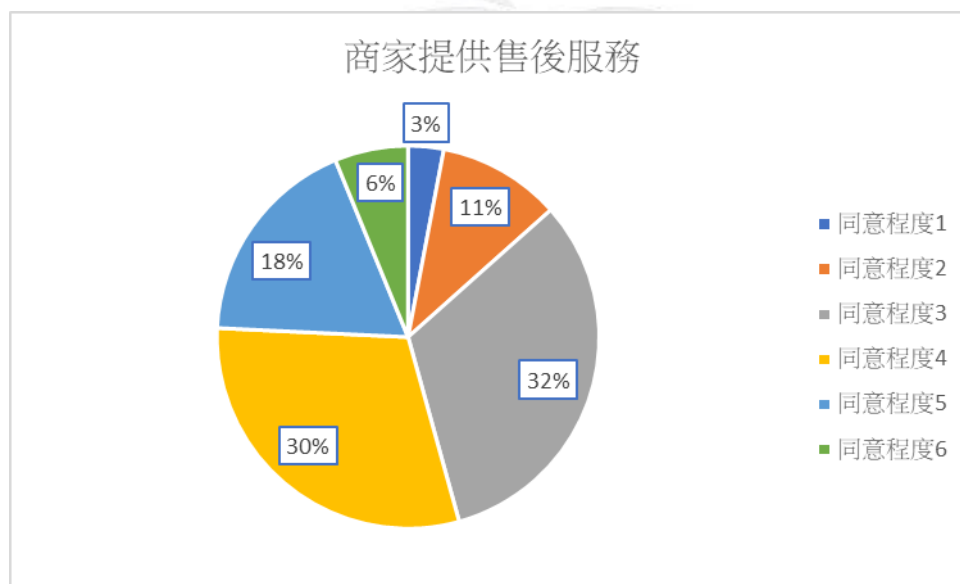


圖 27 商家提供售後服務-圓餅圖

第8題 食物便宜

由表15、圖28及圖29，可以看出超過半數民眾認為逢甲的食物價格便宜。在501位受訪者中，有57.5% (288位)的受訪者對於食物便宜的同意度在4分以上，由此可知逢甲商圈的食物對於大多數人來說cp值依舊頗高，但在同意度4分之下的消費者，還是佔所有受訪者的42.5% (221位)，且相較於2018年的資料，同意度在4分以下的消費者成長了4.9%，表示在食物價格方面有些許提高。

表 15 食物便宜

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	18	57	138	147	91	50	501	0
比例	3.6%	11.4%	27.5%	29.3%	18.2%	10%	100%	

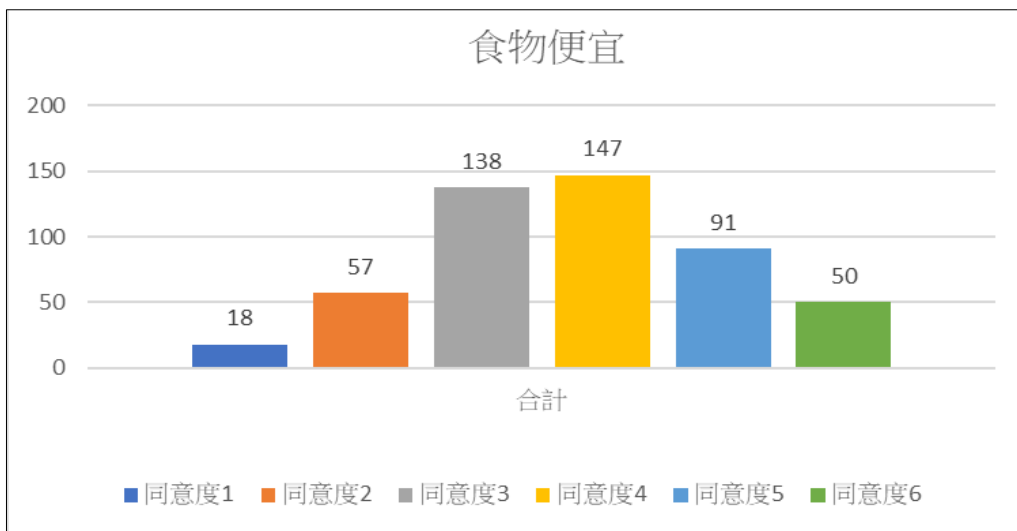


圖 28 食物便宜-長條圖

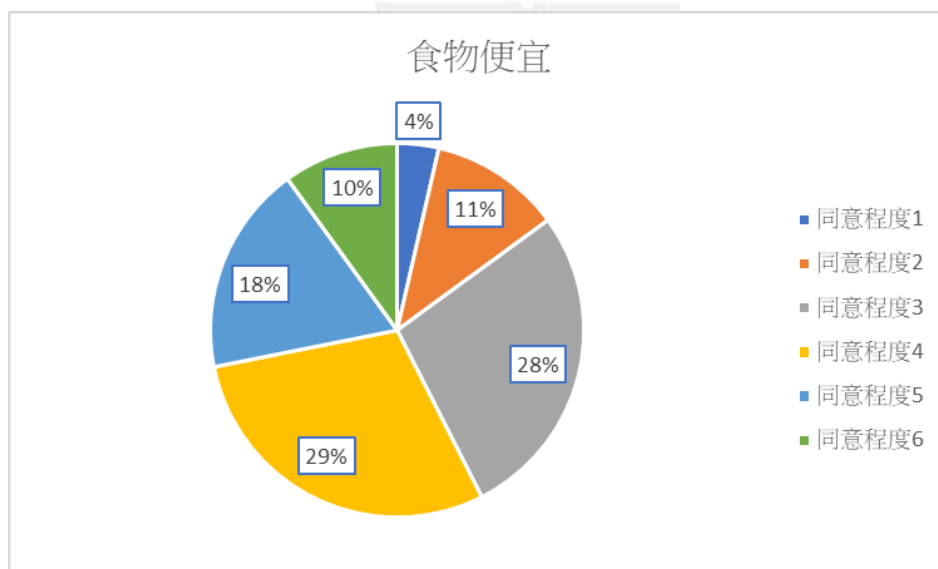


圖 29 食物便宜-圓餅圖

第9題 食物好吃

食物好吃是夜市的重點。如表16、圖30及圖31，在這次501位受訪者中，同意度5分的受訪者占全部受訪者40.4% (202位)，而同意度4分及以上的受訪者更高達86.6% (433位)，可知逢甲在食物方面還是相當深得人心。

表 16 食物好吃

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	2	13	52	138	202	93	500	1
比例	0.4%	2.6%	10.4%	27.6%	40.4%	18.6%	100%	

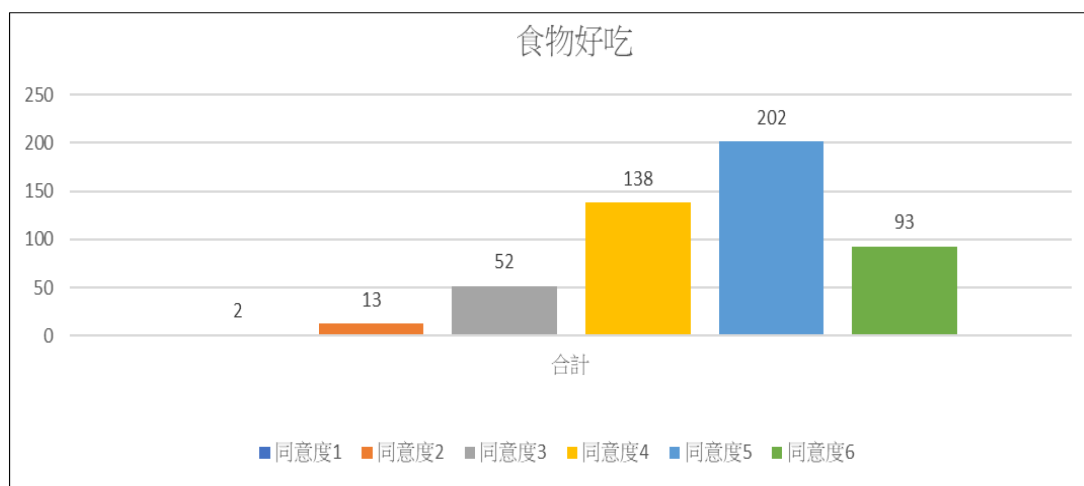


圖 30 食物好吃-長條圖

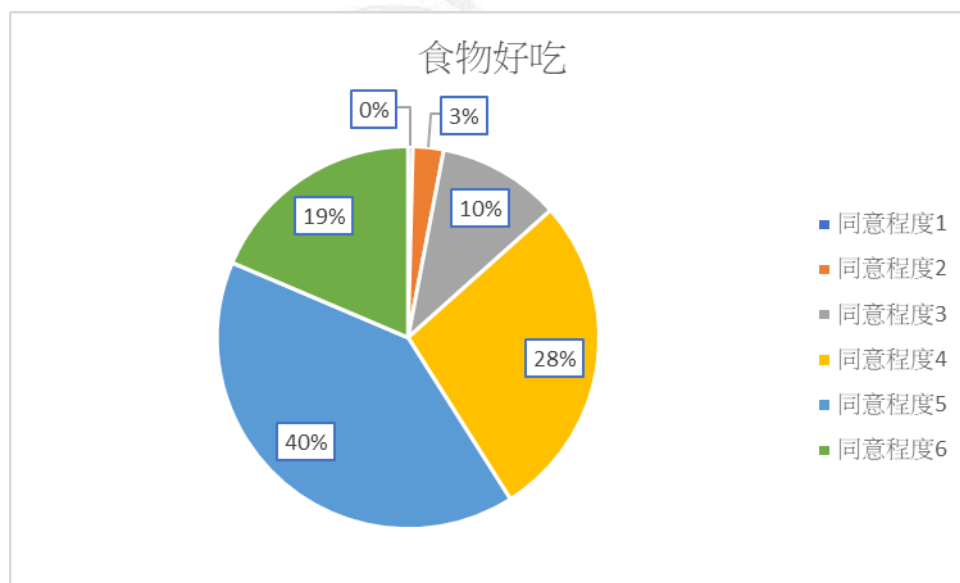


圖 31 食物好吃-圓餅圖

第10題 食物衛生乾淨

食物的衛生乾淨可以說是夜市相當重要的課題。如表17、圖32及圖33，在這次501位受訪者中，同意度在4分的受訪者佔了總數40.6% (203位)，而同意度在4分及以上的受訪者更高達了73.2% (366位)，可以說逢甲在衛生方面得到多數人的認可，且相對於去年同意度4分以上的受訪者升高了5.2%，看的出來在食物衛生的部分逢甲真的不遺餘力。

表 17 食物衛生乾淨

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	6	28	100	203	124	39	500	1
比例	1.2%	5.6%	20%	40.6%	24.8%	7.8%	100%	

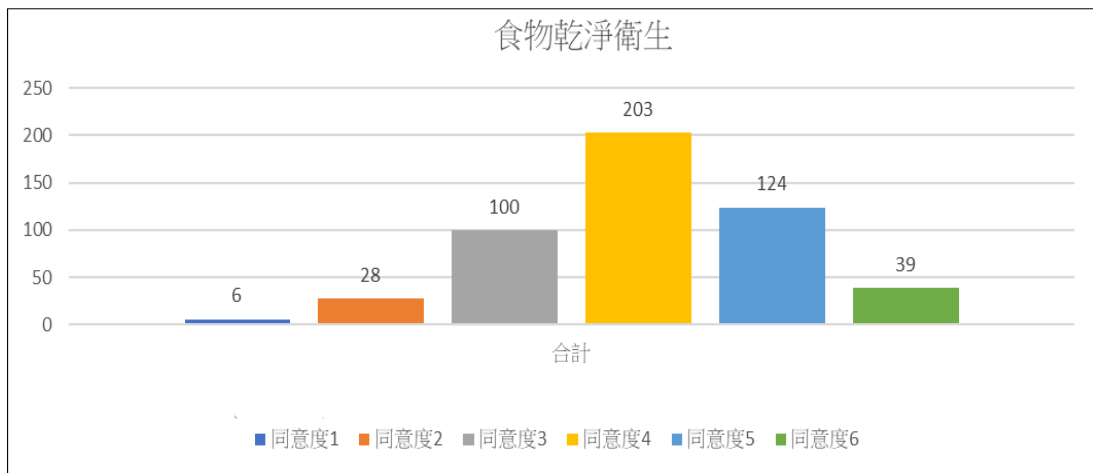


圖 32 食物乾淨衛生-長條圖

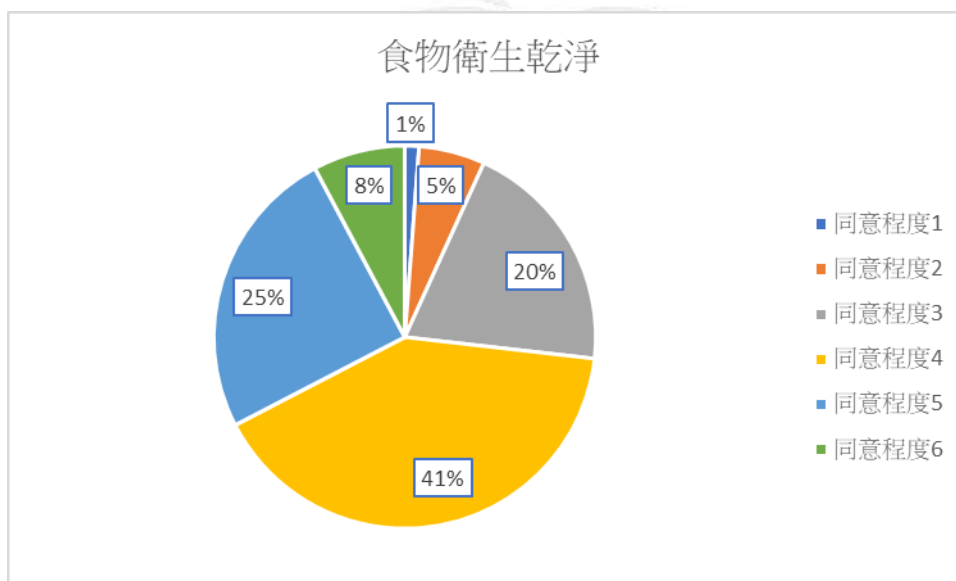


圖 33 食物乾淨衛生-圓餅圖

第11題 排隊購物井然有序

排隊購物井然有序可以看出商家的規劃和消費者的素質。由表18、圖34及圖35，可以得知大多民眾認為逢甲商圈排隊購物井然有序。在501位受訪者中有71.6% (359位)的受訪者同意度在4分以上，由此可知商家的安排和消費者的素質都相當好。

表 18 排隊購物井然有序

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	9	34	99	154	143	62	501	0
比例	1.8%	6.8%	19.8%	30.7%	28.5%	12.4%	100%	

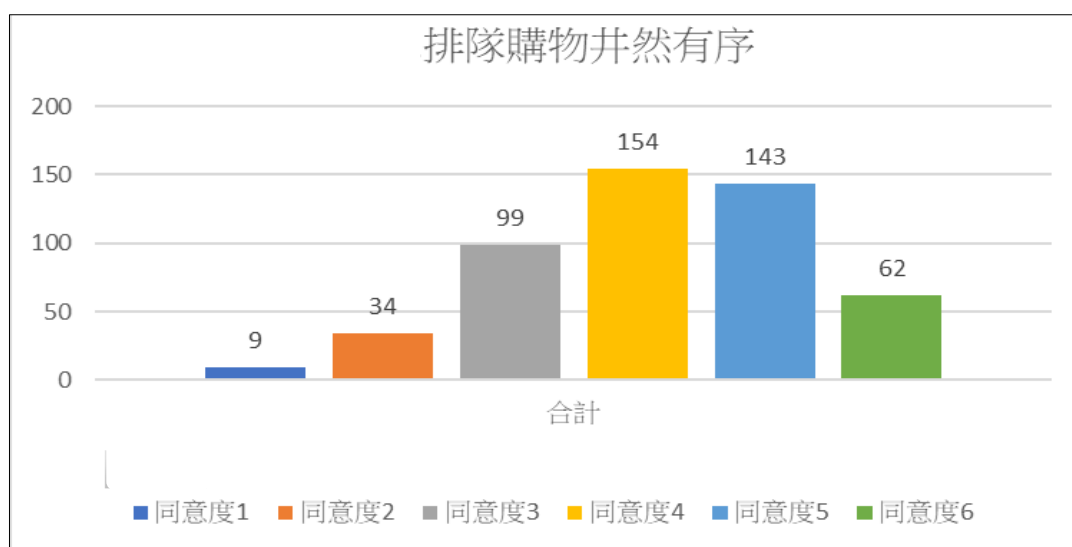


圖 34 排隊購物井然有序-長條圖

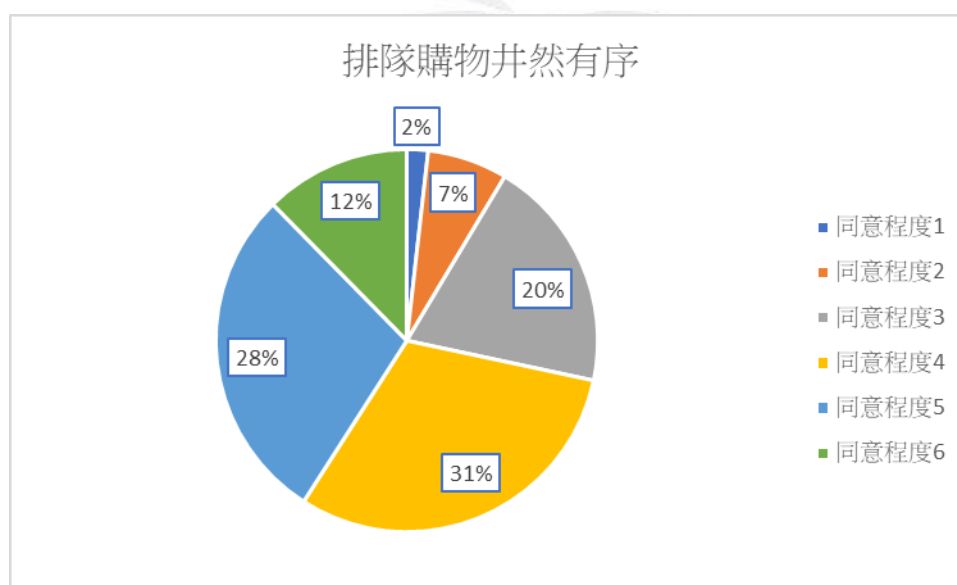


圖 35 排隊購物井然有序-圓餅圖

第12題 停車方便

在觀光地區停車是最重要的問題，也是觀光客對於觀光地的第一映像。由表19、圖36及圖37，可以看出逢甲商圈在這方面顯然不是做的那麼好，同意度3分的受訪者占總體26.2% (131位)，而同意度2分及以下的受訪者高達32.4% (162位)。

表 19 停車方便

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	54	108	131	105	66	36	500	1
比例	10.8%	21.6%	26.2%	21%	13.2%	7.2%	100%	

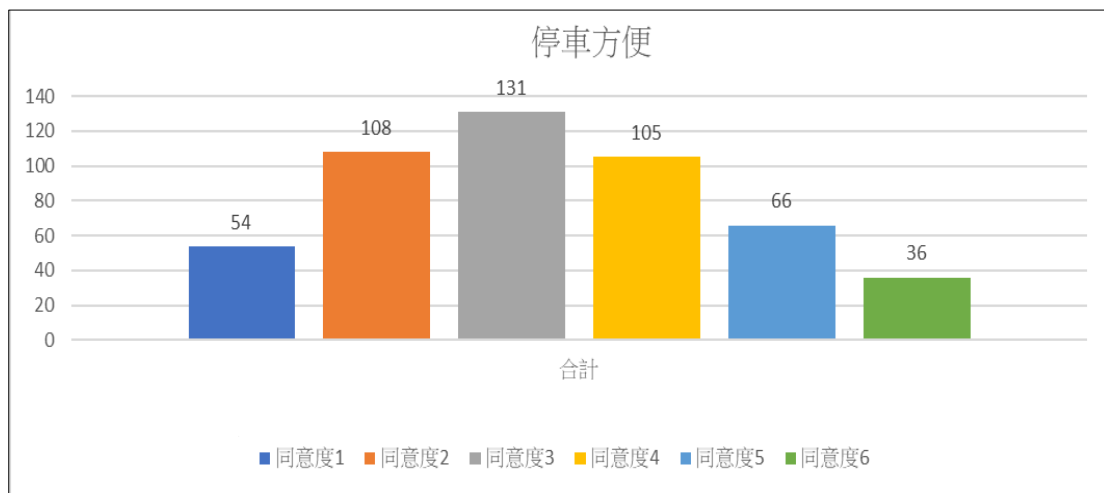


圖 36 停車方便-長條圖

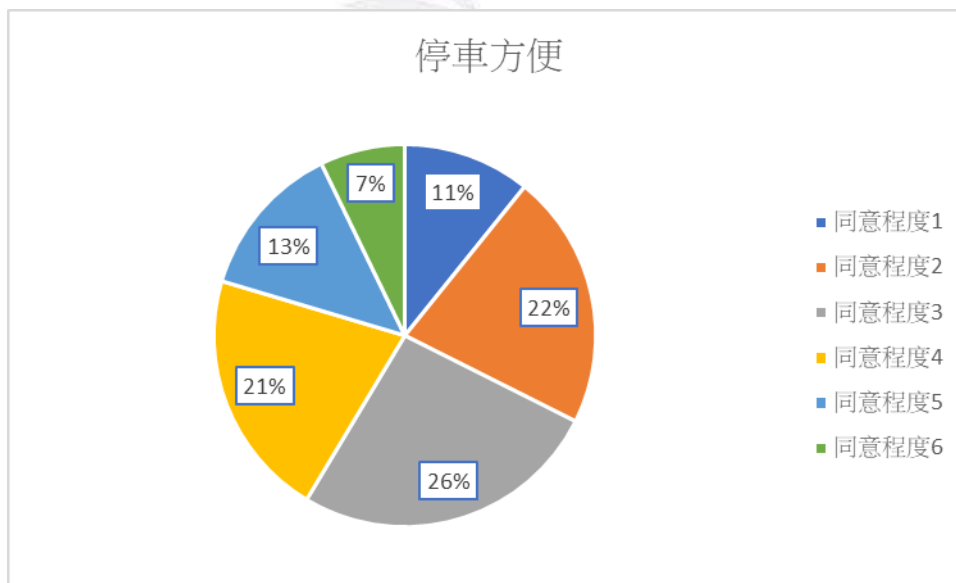


圖 37 停車方便-圓餅圖

第 13 題 整體印象

由表20、圖38及圖39，可以看出民眾大多數對於逢甲商圈的整體印象良好。在501位受訪者中，表示同意度5分的佔總體41% (205位)，且有89% (445位)的受訪者對於獨特性的同意度在4分以上，由此可知逢甲商圈整體給人的感覺相當不錯，相較於2018年的資料同意度4分以上的受訪者成長了4.4%，代表對消費者來說逢甲整體的觀光體驗是小有進步。

表 20 整體印象

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	0	4	51	172	205	68	500	1
比例	0%	0.8%	10.2%	34.4%	41%	13.6%	100%	

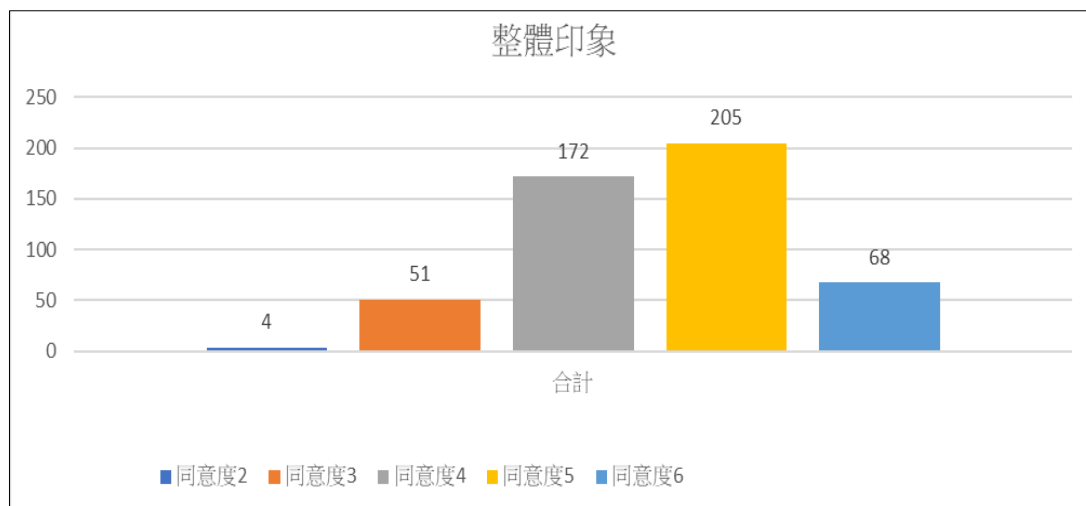


圖 38 整體印象-長條圖

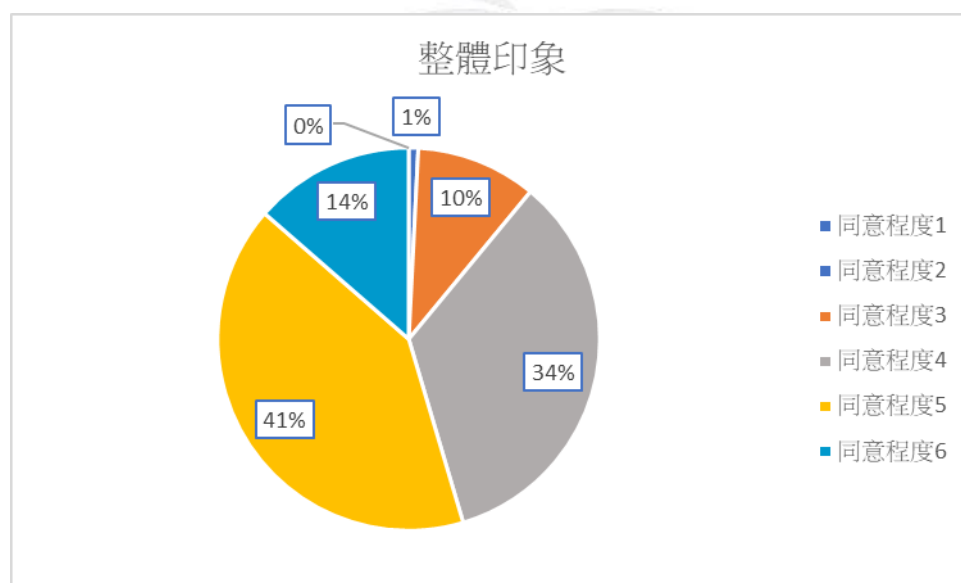


圖 39 整體印象-圓餅圖

第 14 題 有再次前來消費的意願

由表21、圖40及圖41，可以看出絕大多數民眾都有再次前來逢甲商圈消費的意願。在501位受訪者中，同意度5分的受訪者達總數的36.7% (184位)，而同意度4分以上的受訪者更是高達89.8% (450位)。

表 21 有再次前來消費的意願

選項	同意度1	同意度2	同意度3	同意度4	同意度5	同意度6	總和	遺漏
次數	1	12	38	117	184	149	501	0
比例	0.2%	2.4%	7.6%	23.4%	36.7%	29.7%	100%	

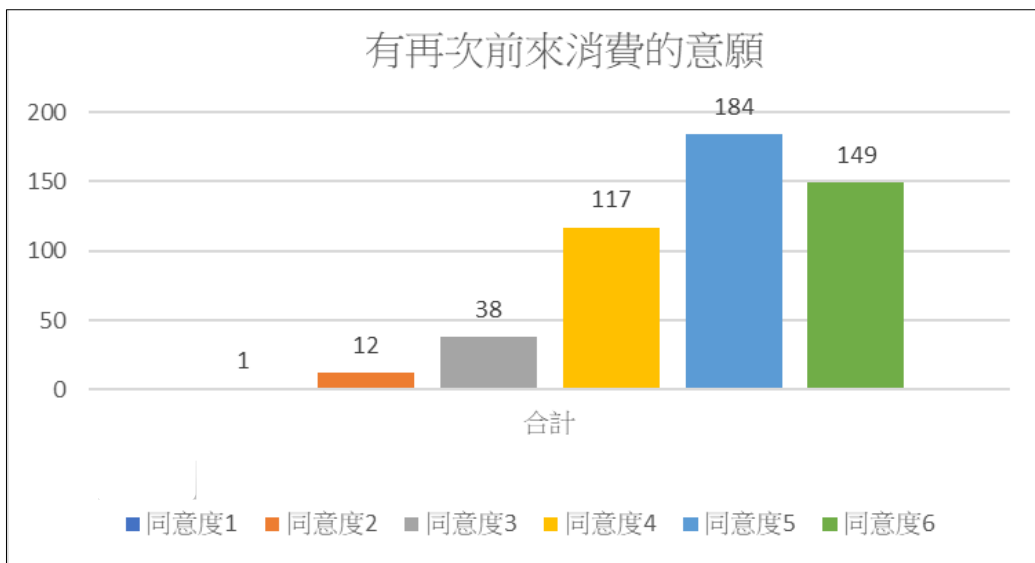


圖 40 再次前來消費的意願-長條圖

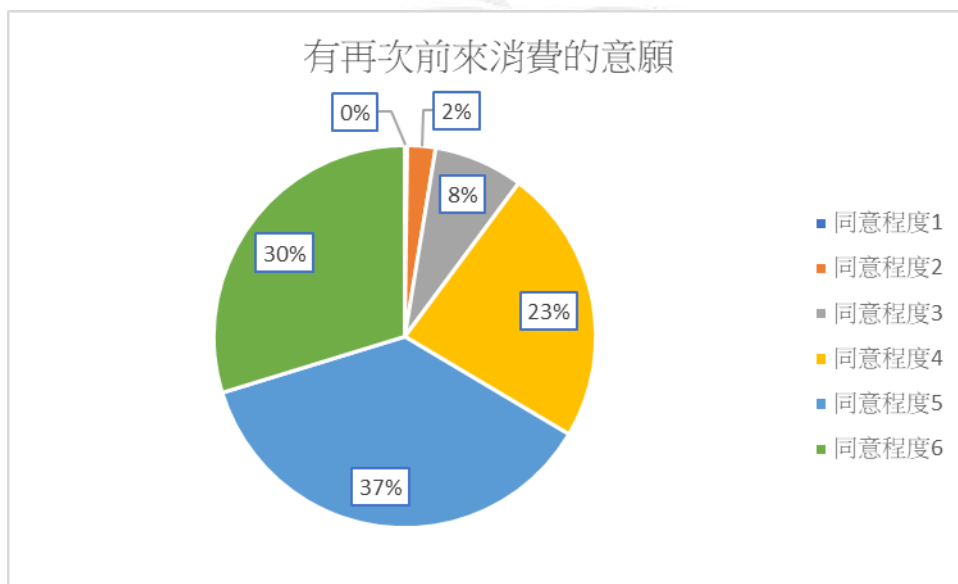


圖 41 再次前來消費的意願-圓餅圖

第一部分總結

問卷第一部份的各題平均分數整理於表22，並且以長條圖呈現在圖42。由圖表可知，受訪者對於逢甲夜市較滿意的是商品的多樣化與食物美味，但在商品價格、售後服務、食物價格是有進步的空間，且在停車方面是急需改進的，相信改進以上幾點，消費者可以在逢甲有近乎完美的體驗。

表 22 第一部份問題的各題平均分數

題目	平均分數
1. 商品具獨特性	4.236
2. 商品具多樣化	4.649
3. 商品價格低廉	3.728
4. 商品品質可靠	4.072
5. 商品款式新潮	4.341
6. 商家服務態度親切	4.406
7. 商家提供售後服務	3.683
8. 食物便宜	3.770
9. 食物好吃	4.608
10. 食物衛生乾淨	4.056
11. 排隊購物井然有序	4.146
12. 停車方便	3.258
13. 整體印象良好	4.564
14. 有再次前來消費的意願	4.832

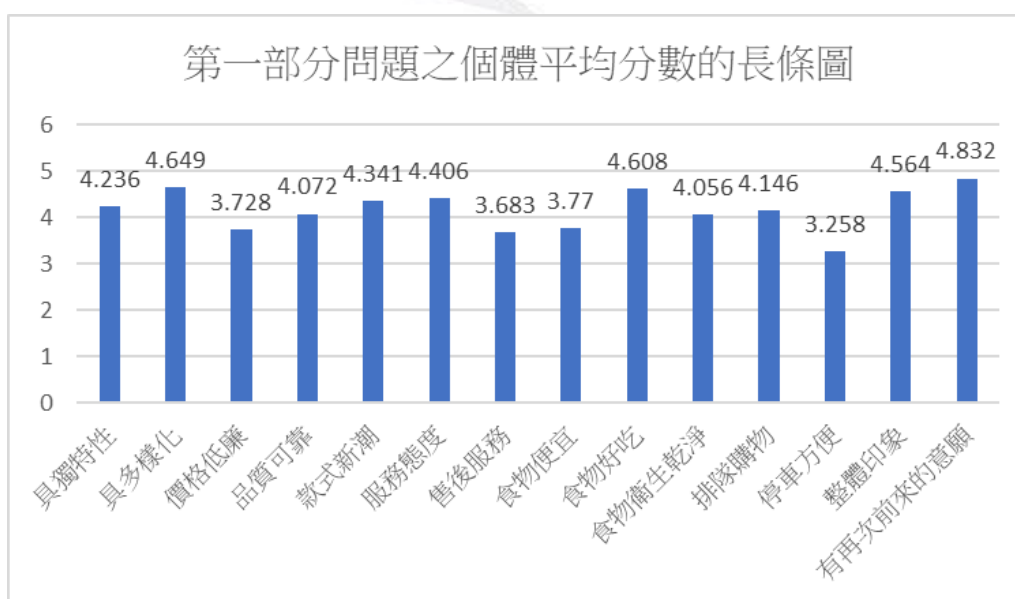


圖 42 第一部份問題之各題平均分數-長條圖

5.1.2 第二部分 您對行動支付的使用狀況

第 1 題 您有使用過行動支付嗎？

在調查的 501 位受訪者中，有使用過行動支付的人佔總體 40.1% (201 位)，沒有使用過行動支付的則佔總體 59.9% (300 位)，可以從數據中看出行動支付並沒有非常普及。次數分配表如表 23 所示，而圖 43 與圖 44 分別為長條圖與圓餅圖。

表 23 是否使用過行動支付-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	201	300	501	0
比例	40.1%	59.9%	100%	

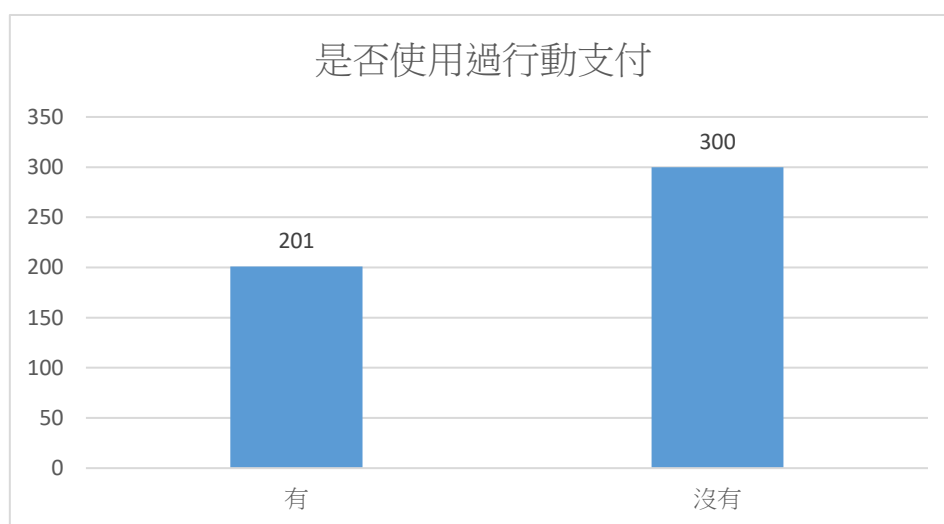


圖 43 是否使用過行動支付-長條圖

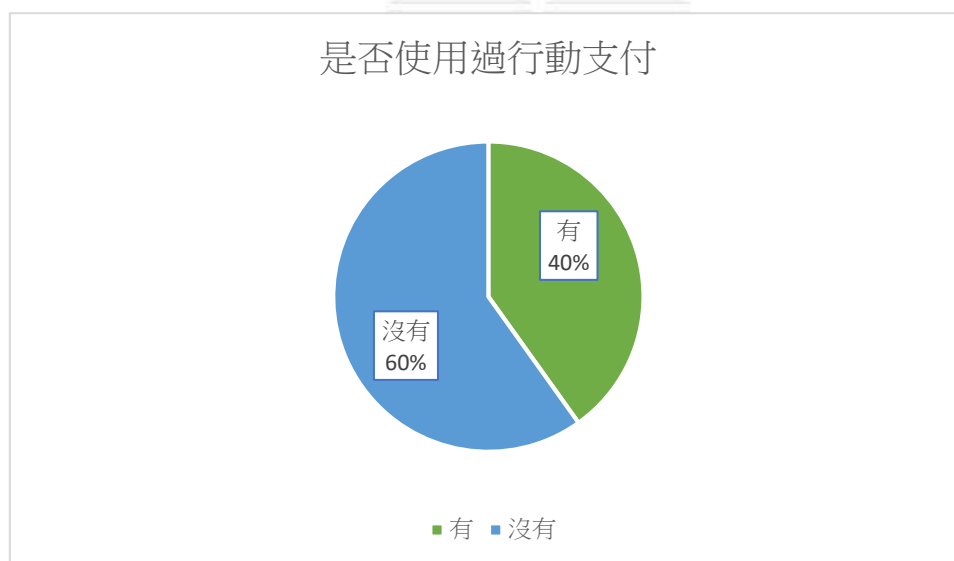


圖 44 是否使用過行動支付-圓餅圖

第 2 題 您不使用行動支付的原因為何 (複選題)

在此次 501 位受訪者中，有 300 位受訪者沒有使用行動支付，而這些受訪者中，選擇「覺得不需要」的人數最多，高達了 144 票；其次是「使用方法的不熟悉」，共有 91 票；再來選擇「無信用卡」的受訪者共有 78 票。而這之中，選擇「不知道行動支付」的人只有 13 票，從這點可以發現，其實大多數的受訪者都是知道有行動支付的，可是會因為其他外在原因而不做使用。次數分配表如表 24 所示，圖 45 為長條圖。

表 24 受訪者不使用行動支付的原因-次數分配表

選項	次數	比例
不知道行動支付	13	4.3%
安全性問題	60	20%
使用方法不熟悉	91	30.3%
不會設定	36	12%
無信用卡	78	26%
覺得不需要	144	48%
其他	4	1.3%

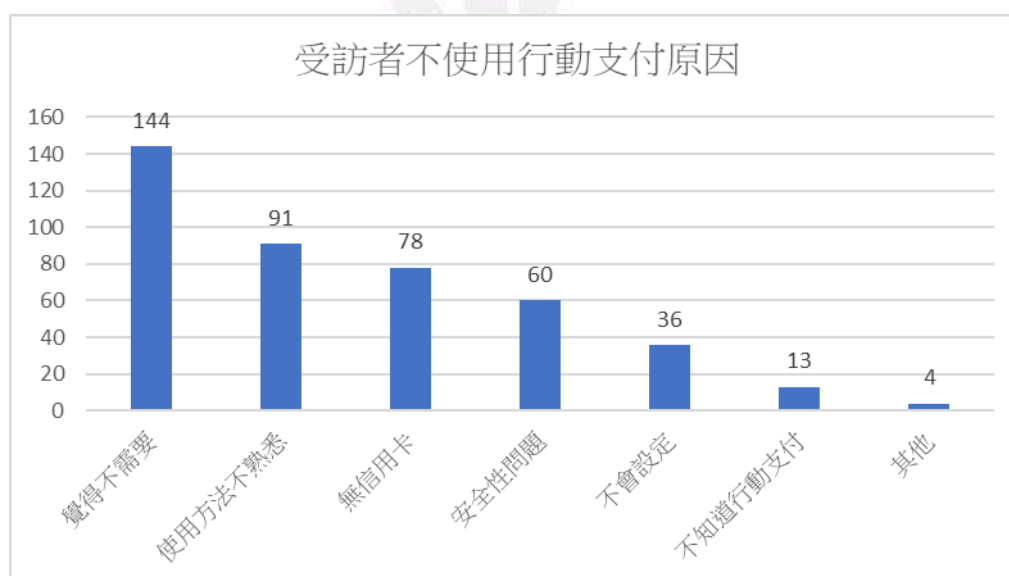


圖 45 不使用行動支付的原因-長條圖

第 2-1 題 不知道行動支付

在填寫未使用行動支付的 300 位受訪者中，扣除 3 份無效數量，共有 297 筆有效數據。這些受訪者，有 4.4% (13 位)的受訪者填寫不知道行動支付。從這裡可以發現，受訪者們並非不知道行動支付才未使用，而是還有其它原因存在。次數分配表如表 25 所示，而圖 46 與圖 47 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 25 不知道行動支付-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	13	284	297	3
比例	4.4%	95.6%	100%	

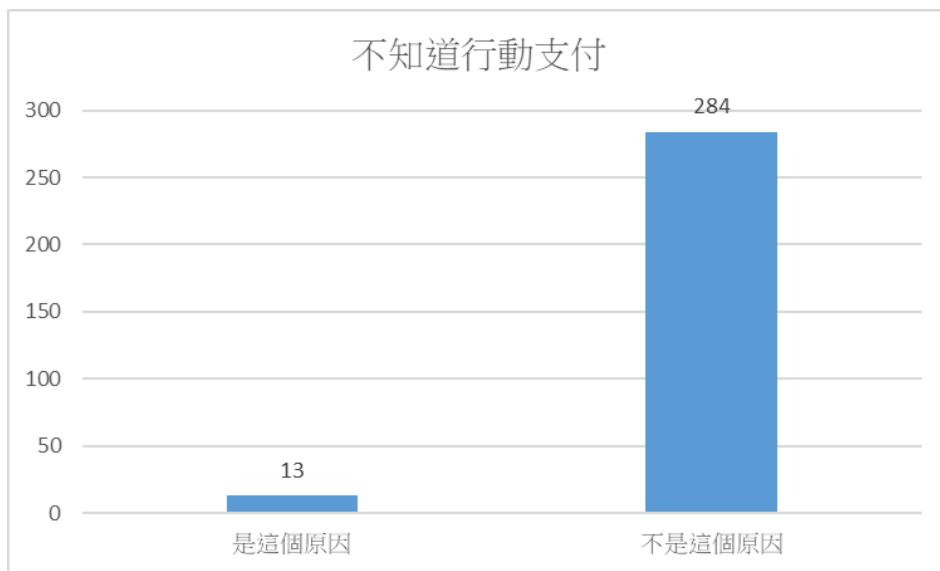


圖 46 不知道行動支付-長條圖

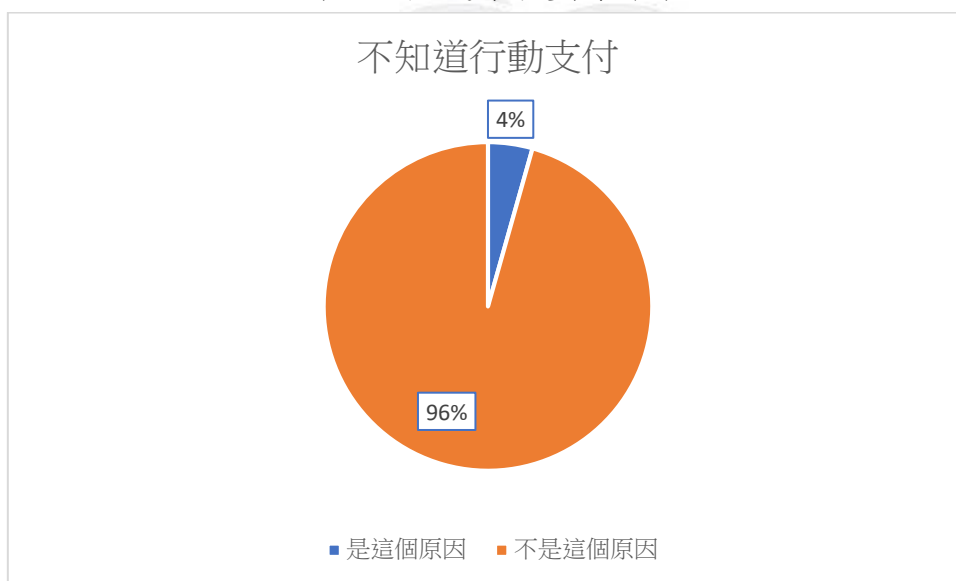


圖 47 不知道行動支付-圓餅圖

第 2-2 題 不會設定

在填寫未使用行動支付的 300 位受訪者中，扣除 3 份無效數量，共有 297 筆有效數據。這些受訪者，不會設定行動支付的受訪者佔了 12.1% (36 位)。次數分配表如表 26 所示，而圖 48 與圖 49 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 26 不會設定-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	36	261	297	3
比例	12.1%	87.9%	100%	

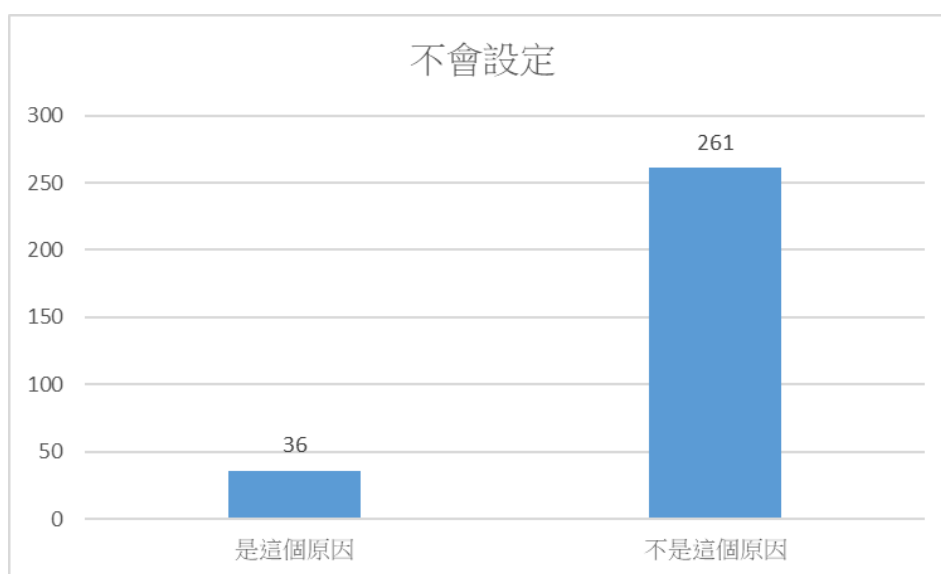


圖 48 不會設定-長條圖

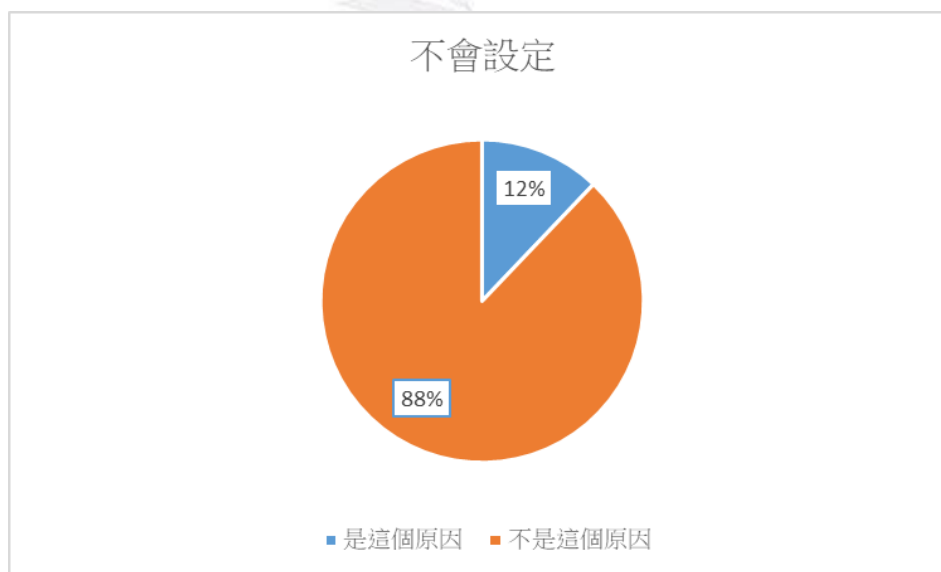


圖 49 不會設定-圓餅圖

第 2-3 題 安全性問題

在填寫未使用行動支付的 300 位受訪者中，扣除 3 份無效數量，共有 297 筆有效數據。這些受訪者，擔心安全性問題的受訪者佔了 20.2% (60 位)。次數分配表如表 27 所示，而圖 50 與圖 51 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 27 安全性問題-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	60	237	297	3
比例	20.2%	79.8%	100%	

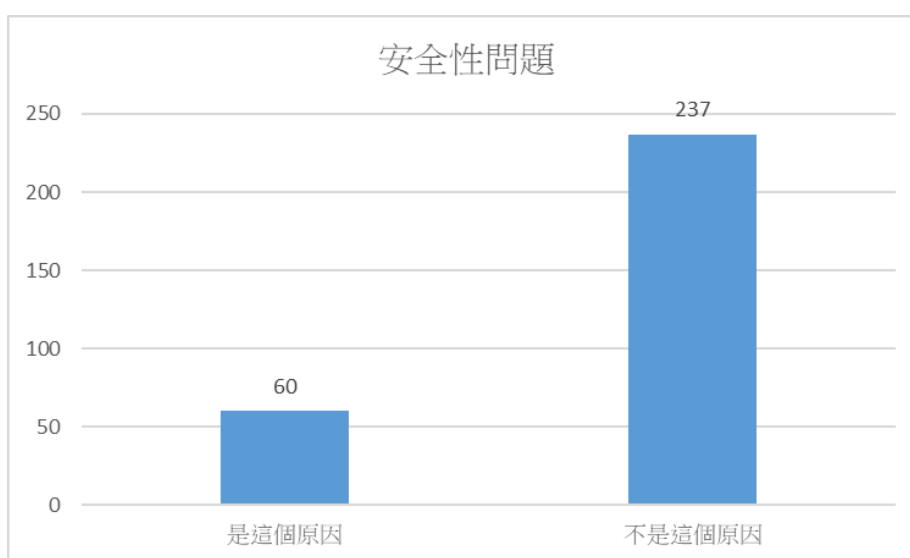


圖 50 安全性問題-長條圖

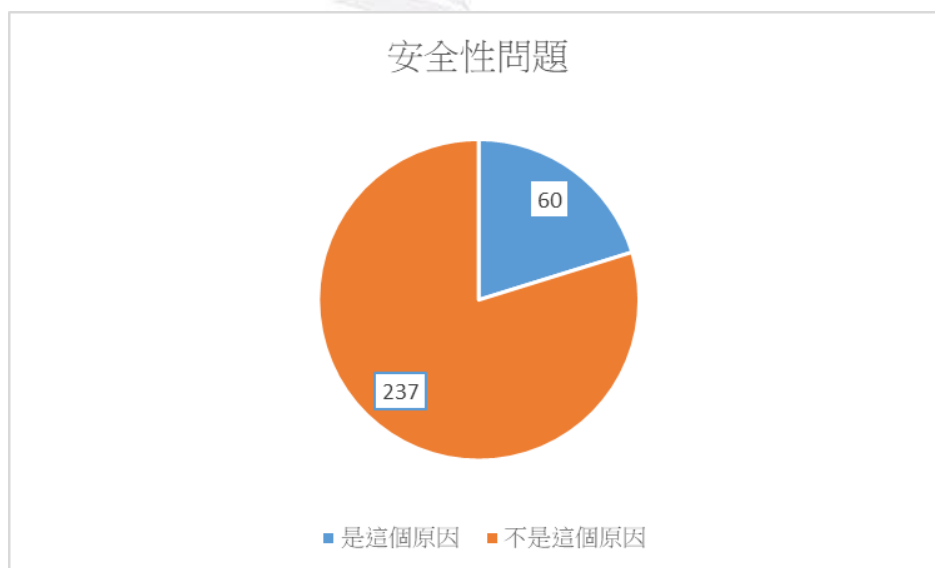


圖 51 安全性問題-圓餅圖

第 2-4 題 無信用卡

在填寫未使用行動支付的 300 位受訪者中，扣除 3 份無效數量，共有 297 筆有效數據。這些受訪者，勾選無信用卡的受訪者佔 26.3% (78 位)。次數分配表如表 28 所示，而圖 52 與圖 53 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 28 無信用卡-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	78	219	297	3
比例	26.3%	73.7%	100%	

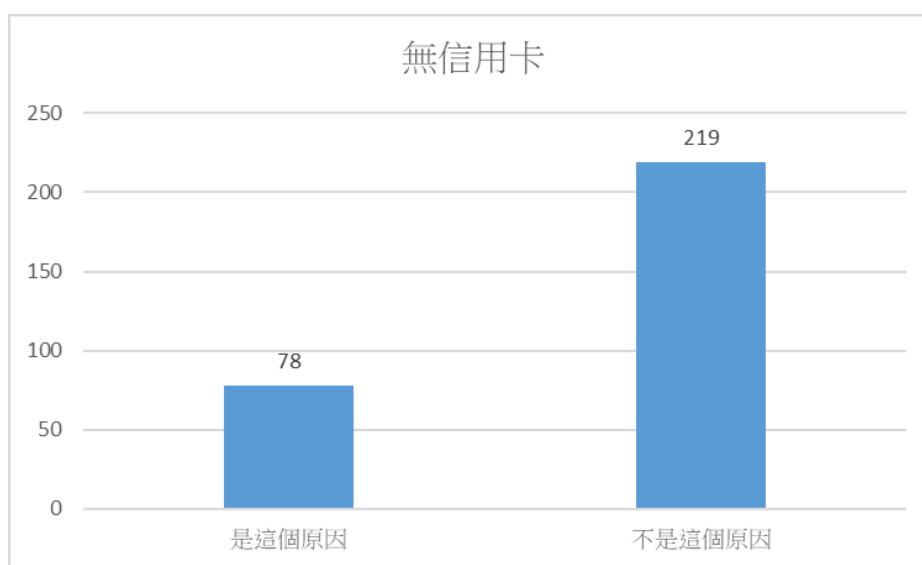


圖 52 無信用卡-長條圖

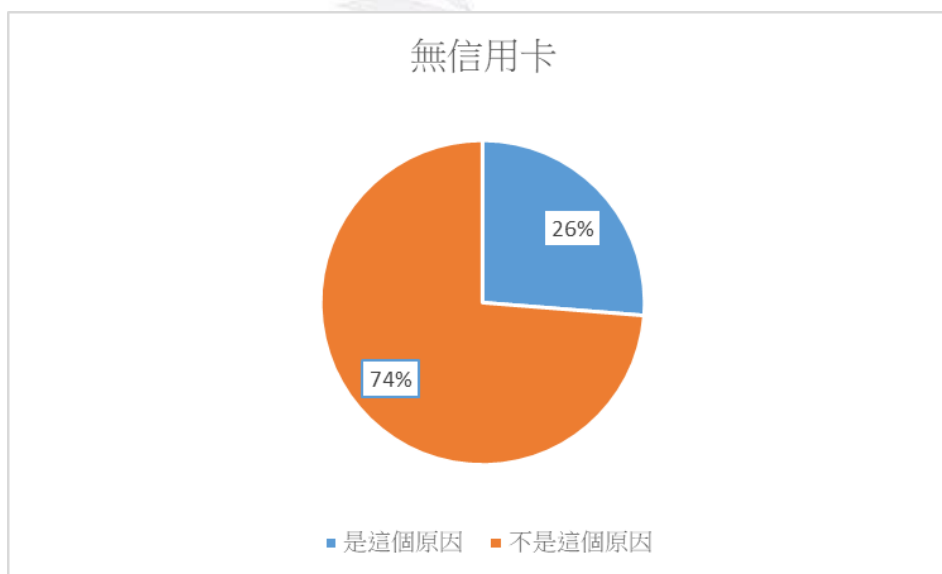


圖 53 無信用卡-圓餅圖

第 2-5 題 使用方法不熟悉

在填寫未使用行動支付的 300 位受訪者中，扣除 3 份無效數量，共有 297 筆有效數據。這些受訪者，勾選使用方法不熟悉的受訪者佔 30.6% (91 位)，可以知道在填寫未使用行動支付的受訪者中，大部分的受訪者對行動支付的使用方法是不熟悉的。次數分配表如表 29 所示，而圖 54 與圖 55 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 29 使用方法不熟悉-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	91	206	297	3
比例	30.6%	69.4%	100%	

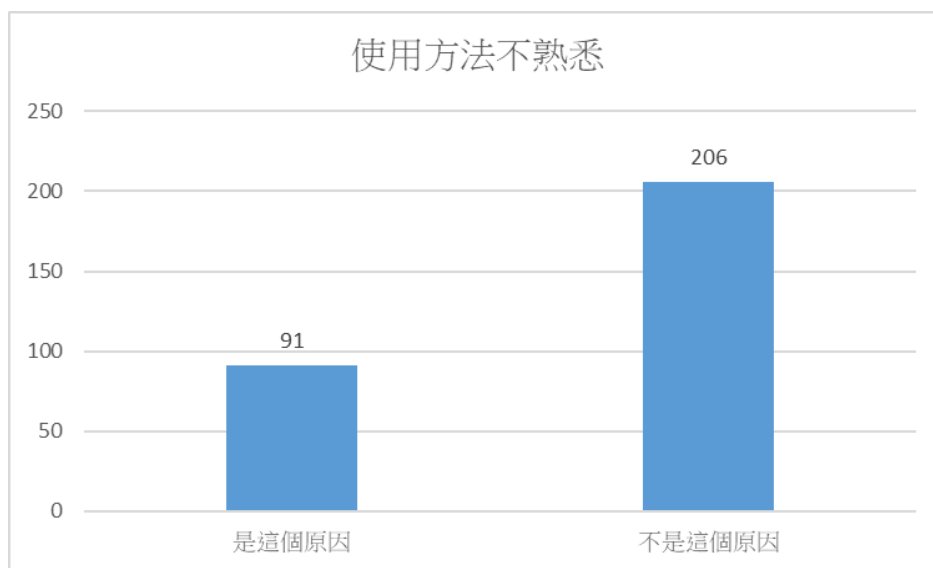


圖 54 使用方法不熟悉-長條圖

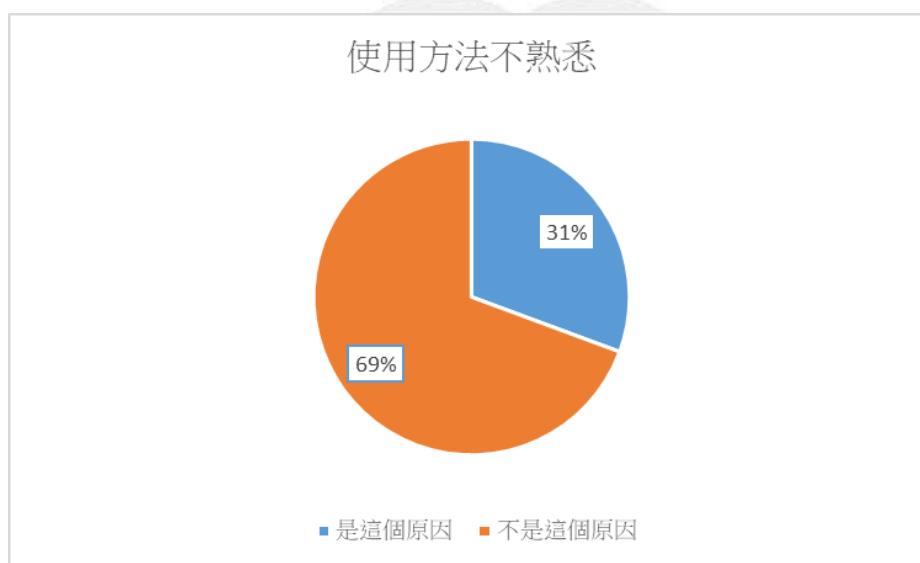


圖 55 使用方法不熟悉-圓餅圖

第 2-6 題 覺得不需要

在填寫未使用行動支付的 300 位受訪者中，扣除 3 份無效數量，共有 297 筆有效數據。這些受訪者，勾選覺得不需要行動支付的受訪者佔 48.5% (144 位)，可以知道在填寫未使用行動支付的受訪者中，大部分的人士覺得使用行動支付是不需要的。次數分配表如表 30 所示，而圖 56 與圖 57 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 30 覺得不需要-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	144	153	297	3
比例	48.5%	51.5%	100%	

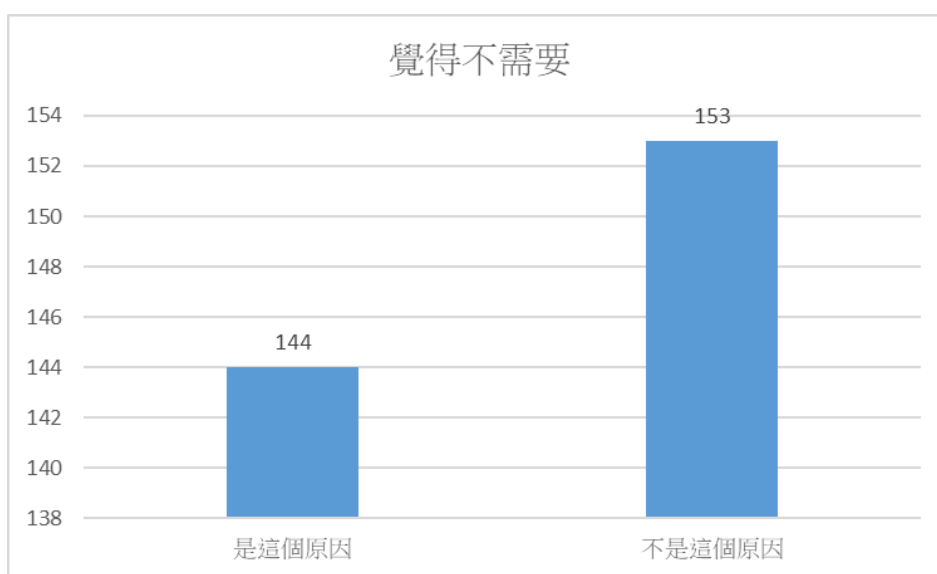


圖 56 覺得不需要-長條圖

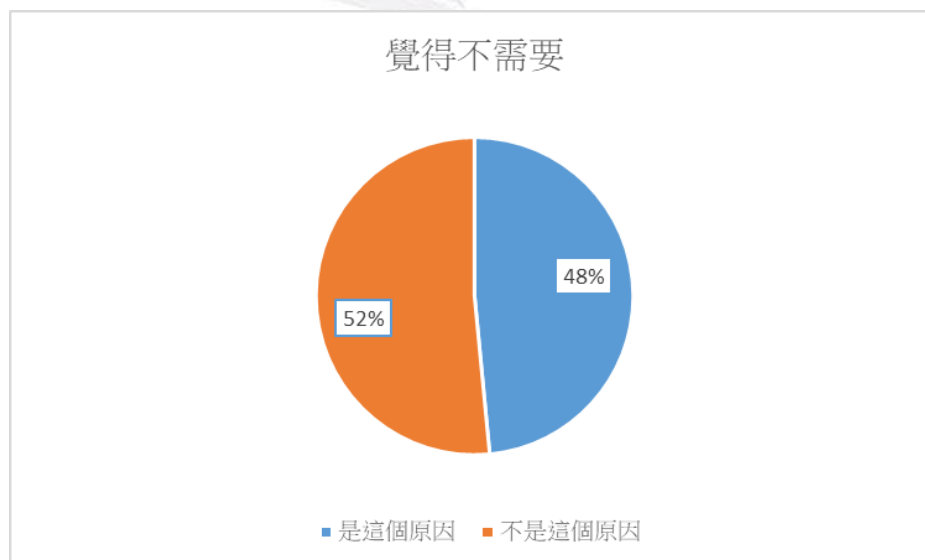


圖 57 覺得不需要-圓餅圖

第 2-7 題 其他

在填寫未使用行動支付的 300 位受訪者中，扣除 3 份無效數量，共有 297 筆有效數據。這些受訪者，有 1.3% (4 位) 的受訪者認為除了上述原因外，還有其他因素存在，這些原因包括，外國人、旅遊、沒用過及無，可能是不知道當地有何種行動支付，所以沒有做使用。此題次數分配表如表 31 所示，而圖 58 與圖 59 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 31 其他-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	4	293	297	3
比例	1.3%	98.7%	100%	

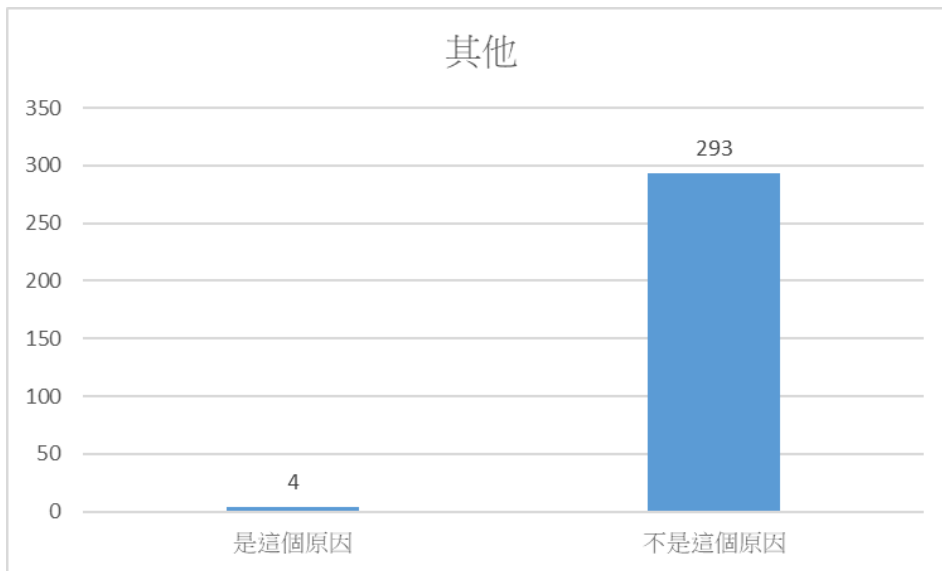


圖 58 其他-長條圖

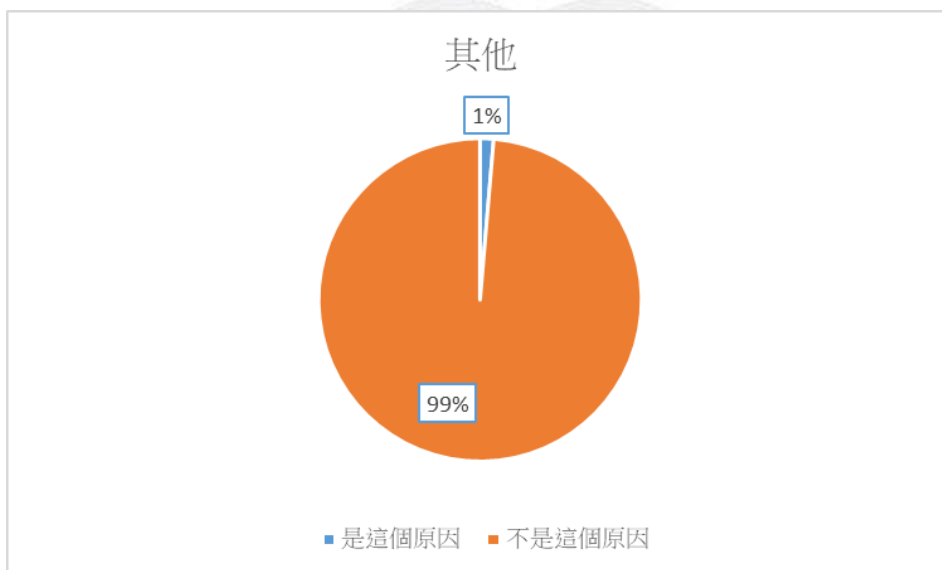


圖 59 其他-圓餅圖

第 3 題 您平均一週使用行動支付的頻率

在調查的 501 位受訪者中，平均一週使用行動支付的頻率少於一次的受訪者佔了 25.4% (51 位)、1 至 3 次的受訪者佔了 37.8% (76 位)、4 至 6 次的受訪者佔了 19.4% (39 位)、7 至 9 次的受訪者佔了 6% (12 位)、10 次以上的受訪者佔了 11.4% (23 位)，可能是因為行動支付還不普及，導致一週使用頻率「少於一次」與「1-3 次」總和高達一半以上。此題次數分配表如表 32 所示，而圖 60 與圖 61 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 32 平均一週使用行動支付的頻率-次數分配表

選項	少於一次	1-3 次	4-6 次	7-9 次	10 次以上	總和	無效數量
次數	51	76	39	12	23	201	0
比例	25.4%	37.8%	19.4%	6%	11.4%	100%	

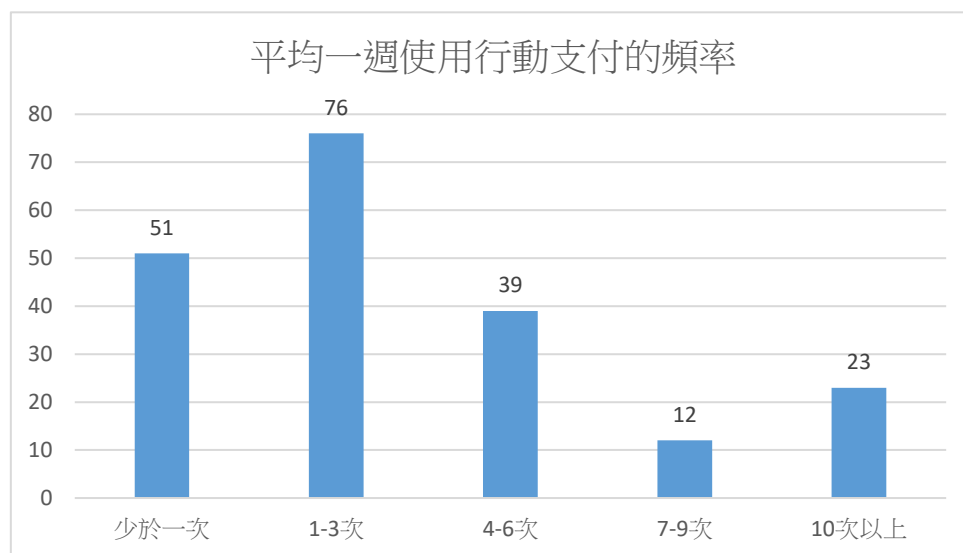


圖 60 平均一周使用行動支付的頻率-長條圖

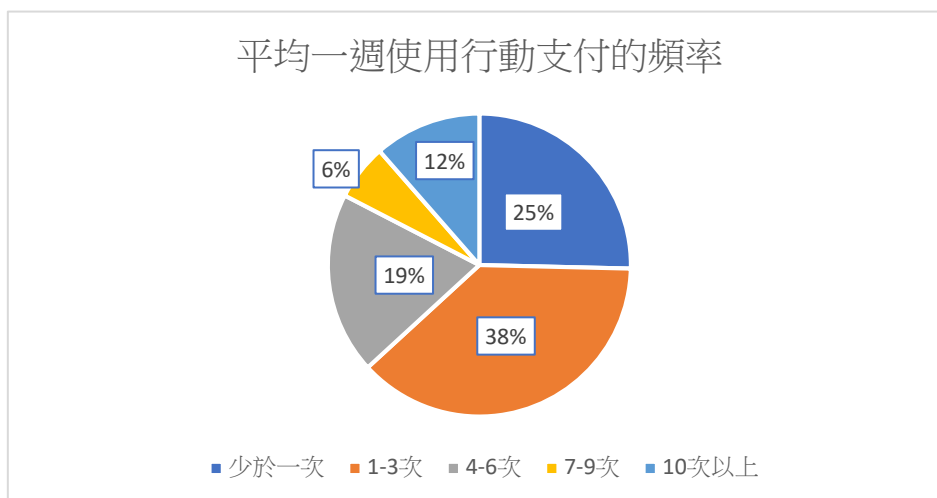


圖 61 平均一周使用行動支付的頻率-圓餅圖

第 4 題 平均一週使用行動支付花費的金額

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，平均一週使用行動支付花費的金額在 300 以下的受訪者佔了 39.3% (79 位)，301-600 元的受訪者佔了 28.4% (57 位)，601-1000 元的受訪者佔了 20.4% (41 位)，1001-1500 元的受訪者佔了 7.5% (15 位)，1501 元以上的受訪者佔了 4.5% (9 位)，可以看出最多人平均一週使用行動支付花費的金額在 300 元下，因為使用頻率次數較少，導致花費金額不高。此題次數分配表如表 33 所示，而圖 62 與圖 63 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 33 平均一週使用行動支付花費的金額-次數分配表

選項	300 元以下	301-600 元	601-1000 元	1001-1500 元	1501 元以上	總和	無效數量
次數	79	57	41	15	9	201	0
比例	39.3%	28.4%	20.4%	7.5%	4.5%	100%	

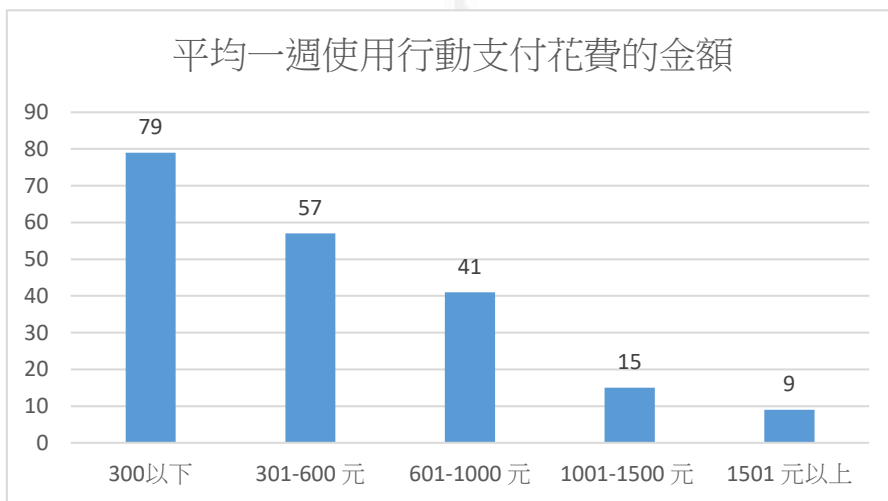


圖 62 平均一週使用行動支付花費的金額-長條圖

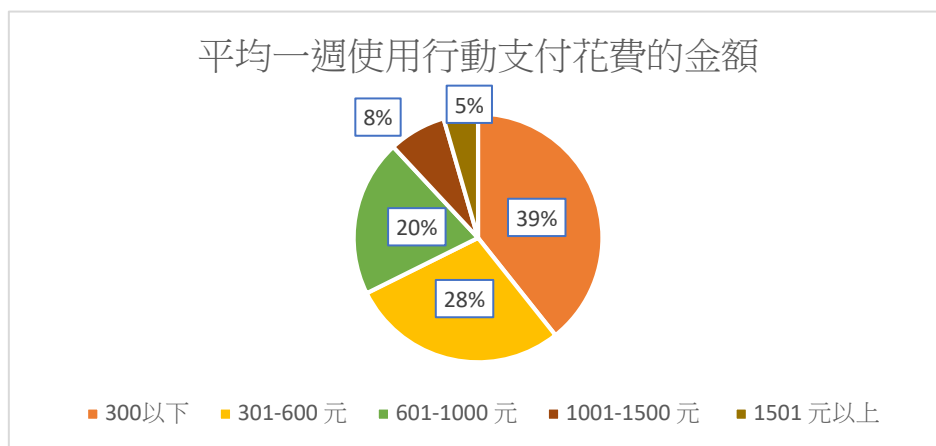


圖 63 平均一週使用行動支付花費的金額-圓餅圖

第 5 題 哪些原因會增加使用行動支付的意願(複選題)

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，而這些受訪者中，選擇「覺得不用帶錢包」會增加您使用行動支付意願有 142 票，其次是「使用便利」有 123 票，再來選擇「消費優惠(折扣、點數...)」有 112 票。而最少的是「因應時代潮流」有 31 票，可以看出大部分的人還是覺得實用性與便利性最為重要。此題次數分配表如表 34 所示，圖 64 為長條圖。

表 34 使用過行動支付的 201 人，哪些原因會增加使用行動支付的意願-次數分配表

選項	次數	比例
無需使用現金	110	54.7%
使用便利	123	61.2%
消費優惠(折扣、點數...)	112	55.7%
不用帶錢包	142	70.6%
因應時代潮流	31	15.4%
其他	0	0%

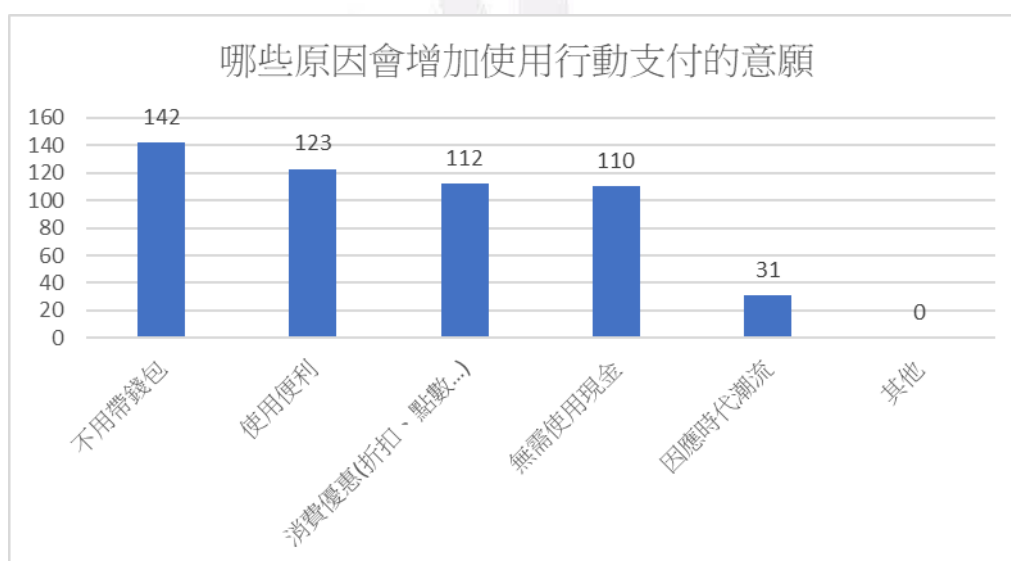


圖 64 使用過行動支付的 201 人，哪些原因會增加使用行動支付的意願-長條圖

第 5-1 題 無須使用現金

在填寫使用行動支付的 201 位受訪者中，扣除 2 份遺漏數量，共有 199 位受訪者，覺得無須使用現金的受訪者佔了 55.3% (110 位)，可以知道在填寫有行動支付的受訪者中，絕大部分的人覺得無需使用現金可以增加使用行動支付的意願。此題次數分配表如表 35 所示，而圖 65 與圖 66 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 35 無須使用現金-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	110	89	199	2
比例	55.3%	44.7%	100%	

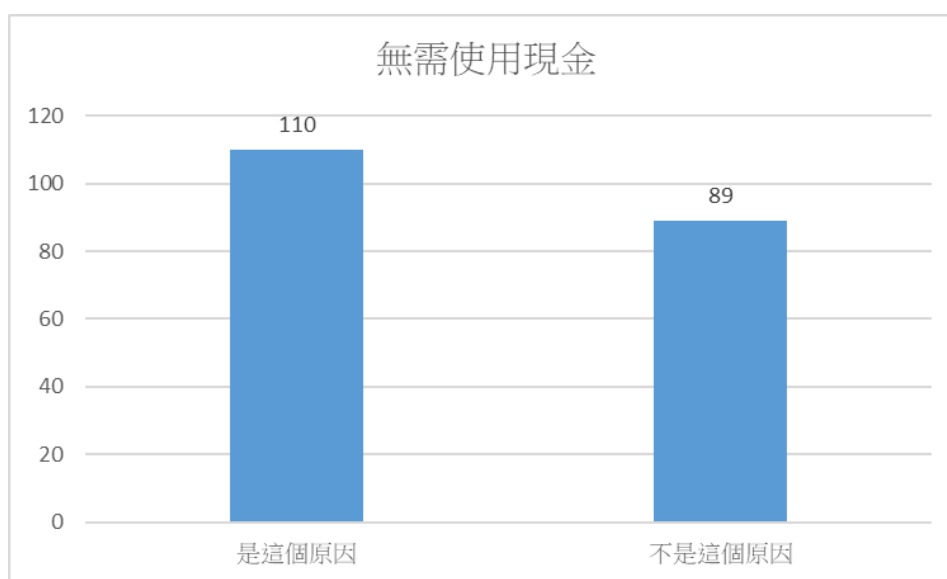


圖 65 無須使用現金-長條圖

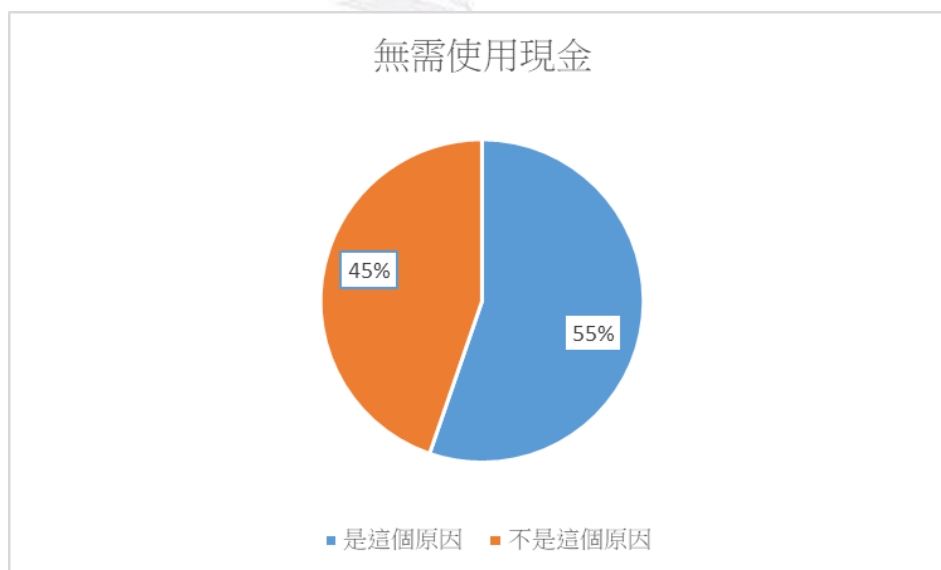


圖 66 無須使用現金-圓餅圖

第 5-2 題 不用帶錢包

在填寫使用行動支付的 201 位受訪者中，扣除 2 份遺漏數量，共有 199 位受訪者，而這些受訪者中覺得不用帶錢包的原因佔了 71.4% (142 位)，可以知道在填寫有行動支付的受訪者中，不用帶錢包是讓受訪者增加使用行動支付的重要主因。此題次數分配表如表 36 所示，而圖 67 與圖 68 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 36 不用帶錢包-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	142	57	199	2
比例	71.4%	28.6%	100%	

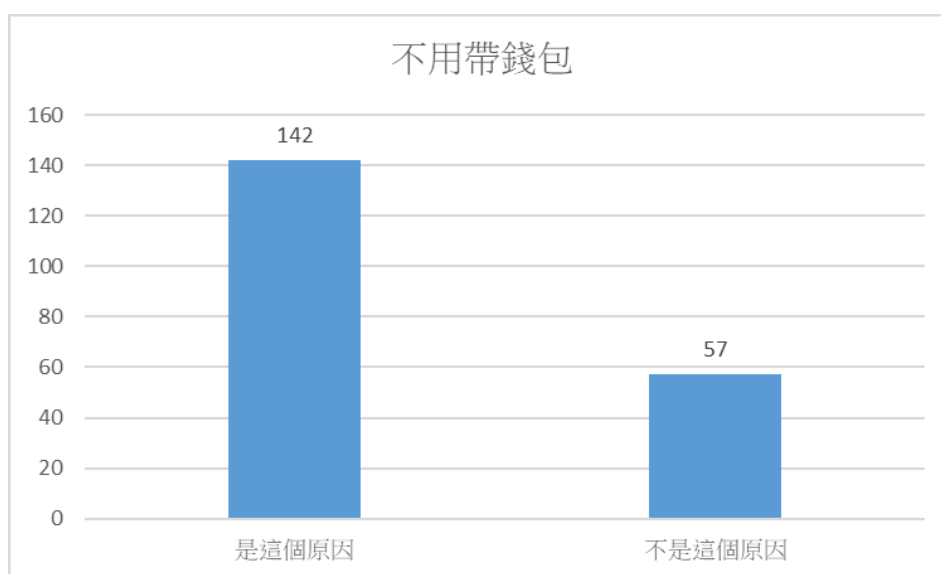


圖 67 不用帶錢包-長條圖

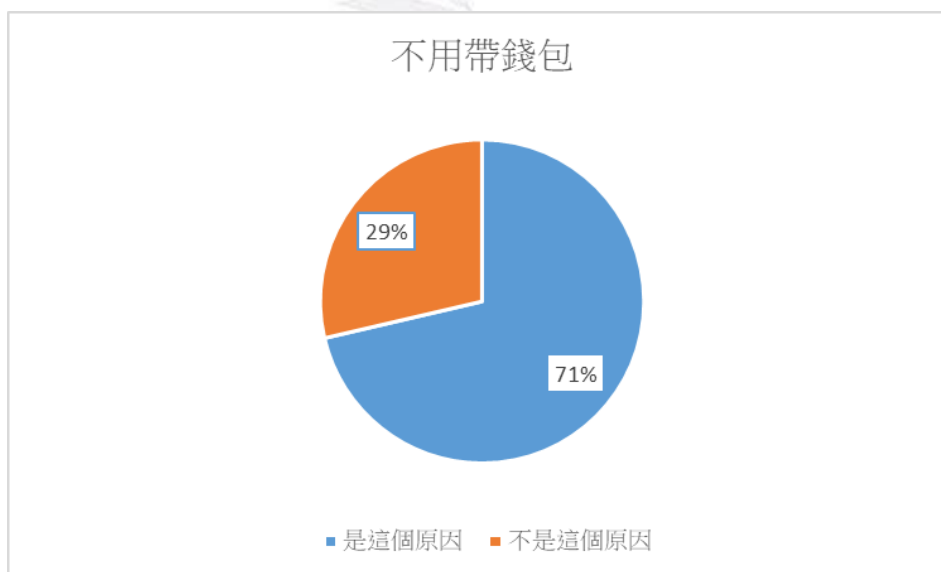


圖 68 不用帶錢包-圓餅圖

第 5-3 題 使用便利

在填寫使用行動支付的 201 位受訪者中，扣除 2 份遺漏數量，共有 199 位受訪者，覺得使用便利的受訪者佔了 61.8% (123 位)。此題次數分配表如表 37 所示，而圖 69 與圖 70 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 37 使用便利-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	123	76	199	2
比例	61.8%	38.2%	100%	

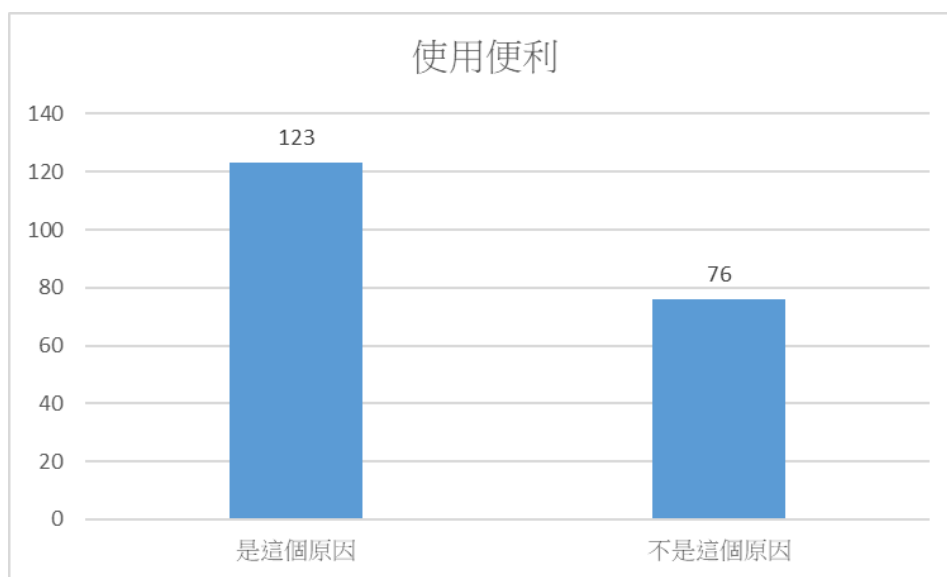


圖 69 使用便利-長條圖

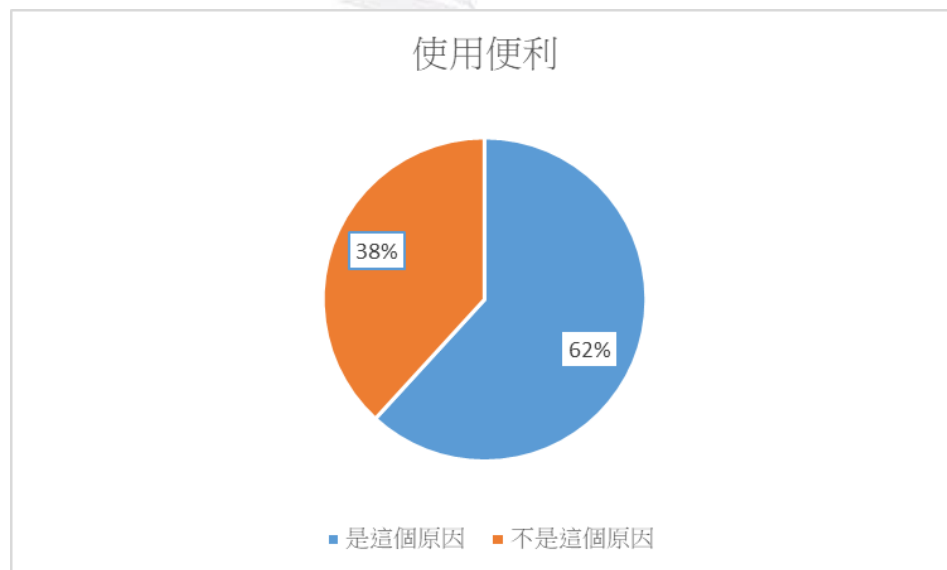


圖 70 使用便利-圓餅圖

第 5-4 題 因應時代潮流

在填寫使用行動支付的 201 位受訪者中，扣除 2 份遺漏數量，共有 199 位受訪者，覺得有因應時代潮流的受訪者佔了 15.6%(31 位)。此題次數分配表如表 38 所示，而圖 71 與圖 72 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 38 因應時代潮流-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	31	168	199	2
比例	15.6%	84.4%	100%	

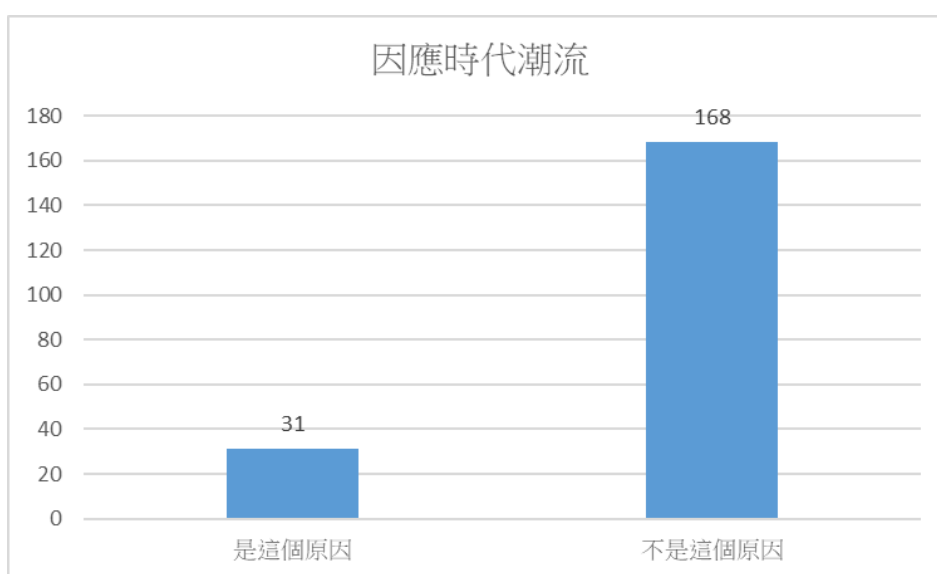


圖 71 因應時代潮流-長條圖

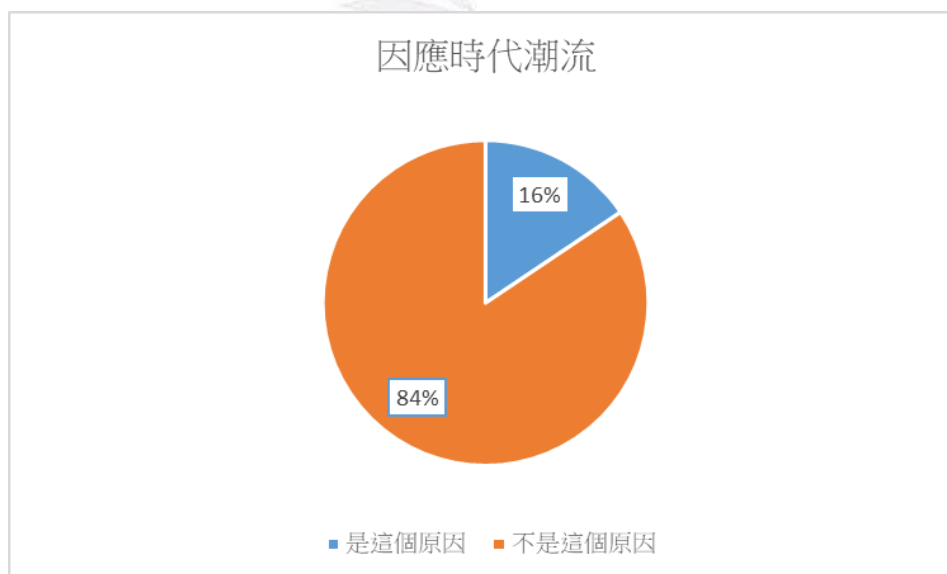


圖 72 因應時代潮流-圓餅圖

第 5-5 題 消費優惠 (折扣、點數...)

在填寫使用行動支付的 201 位受訪者中，扣除 2 份遺漏數量，共有 199 位受訪者，覺得有因應時代潮流的受訪者佔了 43.7% (87 位)。此題次數分配表如表 39 所示，而圖 73 與圖 74 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 39 消費優惠- 次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	112	87	199	2
比例	56.3%	43.7%	100%	

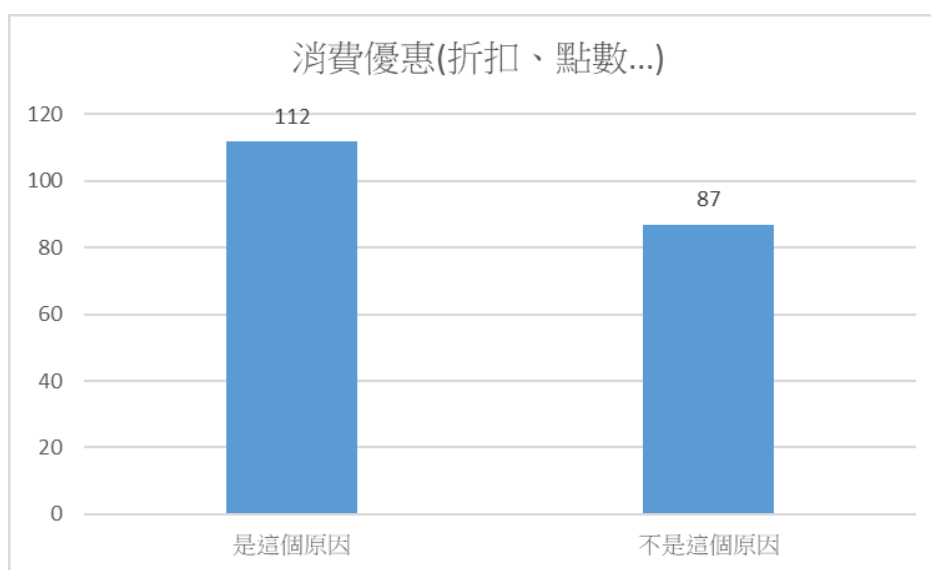


圖 73 消費優惠-長條圖

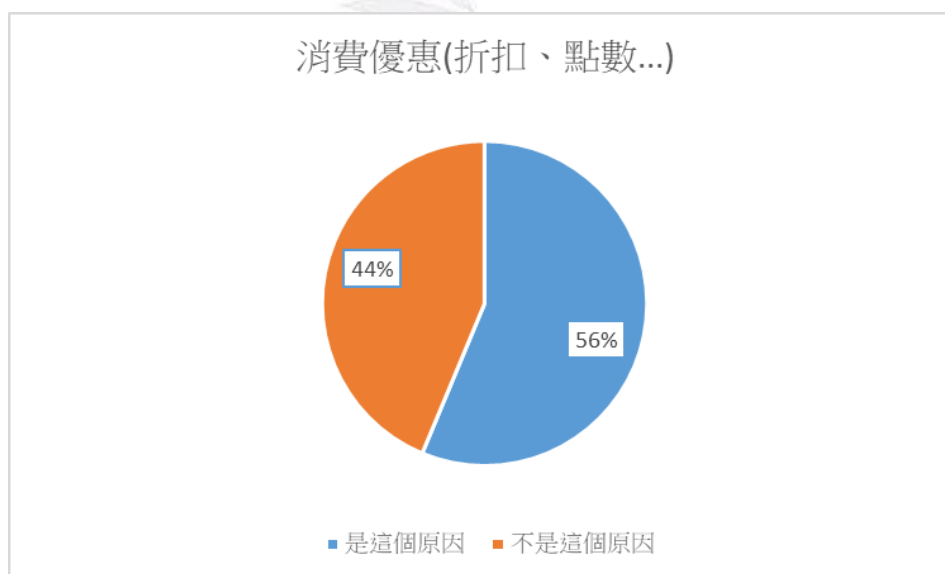


圖 74 消費優惠-圓餅圖

第 5-6 題 其他

在填寫使用行動支付的 201 位受訪者中，扣除 2 份遺漏數量，共有 199 位受訪者，覺得有因應時代潮流的受訪者佔了 0% (0 位)。此題次數分配表如表 40 所示，而圖 75 與圖 76 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 40 其他-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	0	199	199	2
比例	0%	100%	100%	

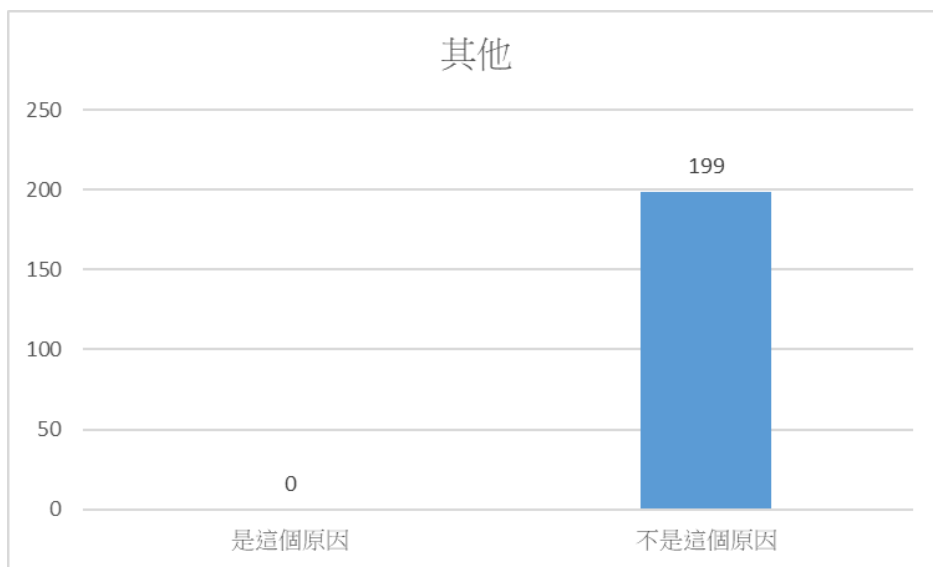


圖 75 其他-長條圖

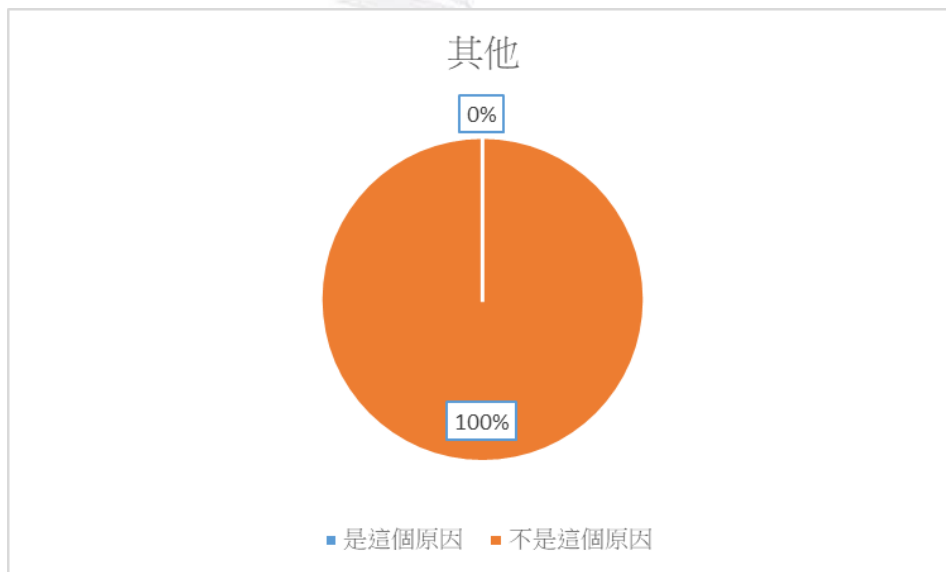


圖 76 其他-圓餅圖

第 6 題 曾經在何種實體店家使用過行動支付(複選題)

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，而這些受訪者中，在便利商店使用過行動支付有 150 位，其次是賣場或超市有 121 位，第三名則是餐廳有 90 位，最少人則是旅店或飯店，可以看出大部分的人使用行動支付其實都是小額支付，因為行動支付相較於攜帶零錢更加便利。此題次數分配表如表 41 所示，而圖 77 為此題的長條圖。

表 41 使用過行動支付的 201 人，曾經在何種實體店家使用過行動支付-次數分配表

選項	次數	比例
一般店家或攤販	69	34.3%
賣場或超市	121	60.2%
娛樂場所	32	15.9%
便利商店	150	74.6%
旅店或飯店	24	11.9%
餐廳	90	44.8%
其他	7	3.5%

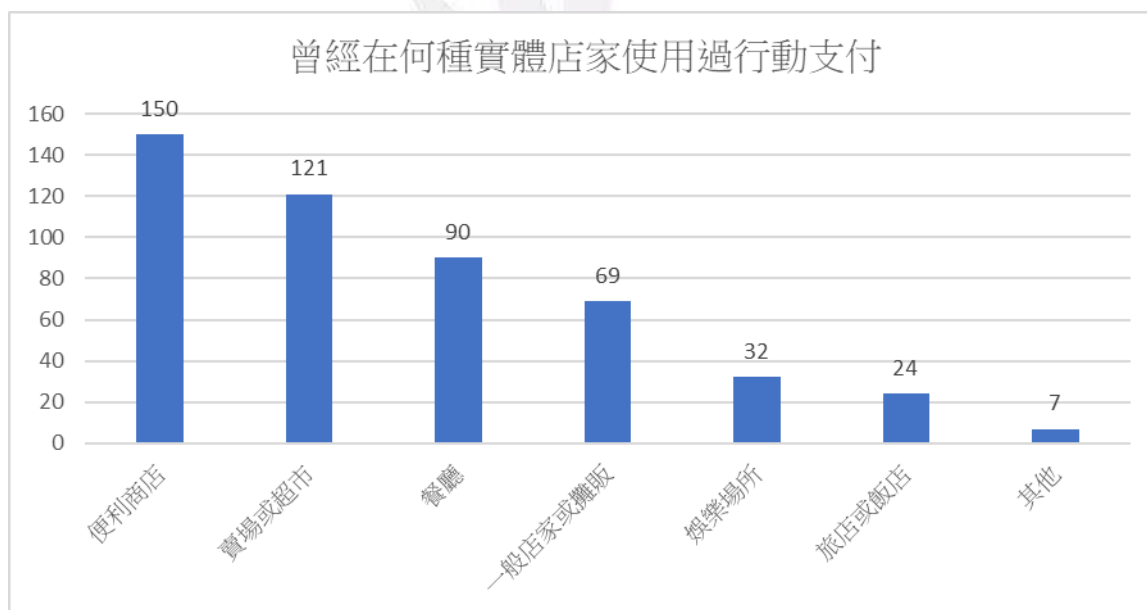


圖 77 使用過行動支付的 201 人，曾經在何種實體店家使用過行動支付-長條圖

第 6-1 題 一般店家或攤販

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 5 份無效數量，共有 196 份有效資料，而這些受訪者中，有在一般店家或攤販使用過行動支付的佔 35.2% (69 位)。此題次數分配表如表 42 所示，而圖 78 與圖 79 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 42 一般店家或攤販-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	69	127	196	5
比例	35.2%	64.8%	100%	

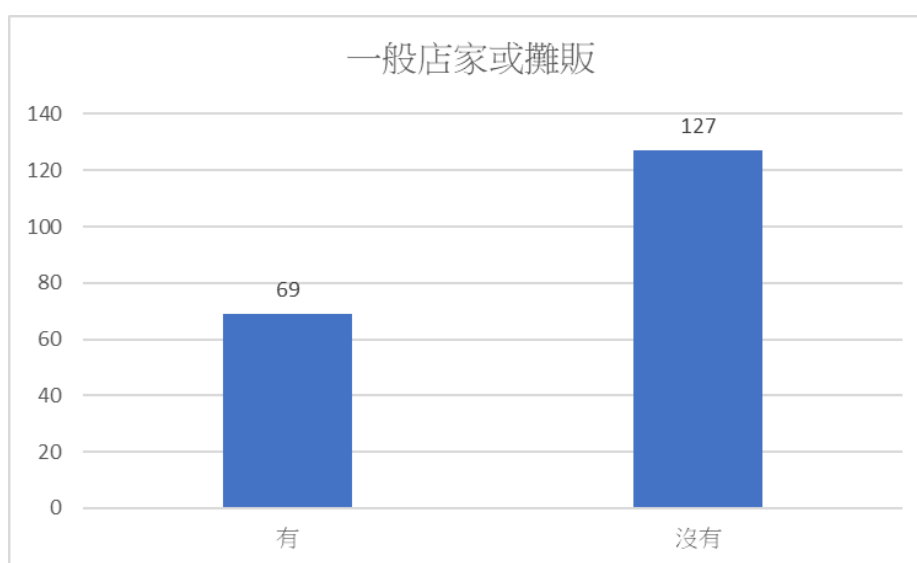


圖 78 一般店家或是攤販-長條圖

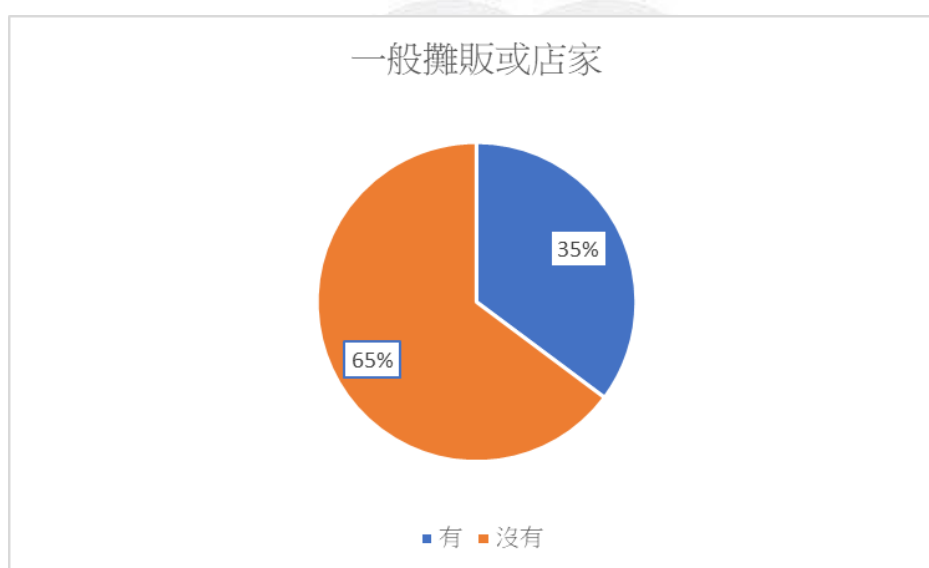


圖 79 一般店家或是攤販-圓餅圖

第 6-2 題 便利商店

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 5 份無效數量，共有 196 份有效資料。而這些受訪者中，有在便利商店使用過行動支付的佔 76.5% (150 位)。此題次數分配表如表 43 所示，而圖 80 與圖 81 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 43 便利商店-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	150	46	196	5
比例	76.5%	23.5%	100%	

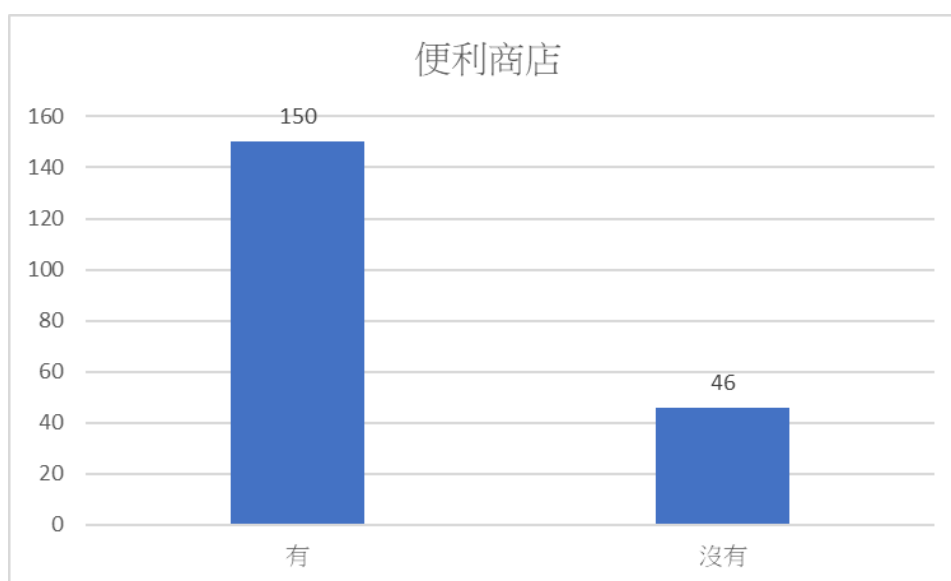


圖 80 便利商店-長條圖

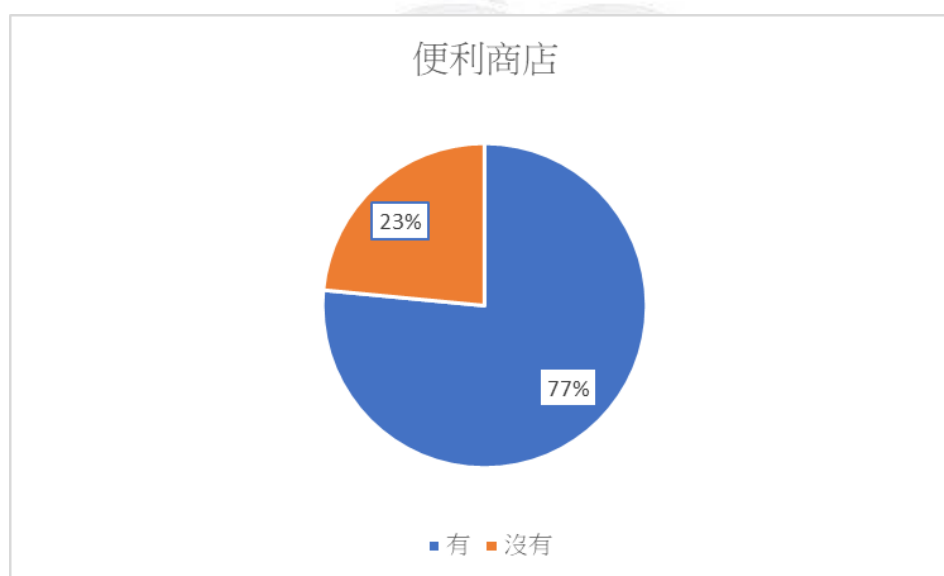


圖 81 便利商店-圓餅圖

第 6-3 題 賣場或超市

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 5 份無效數量，共有 196 份有效資料。而這些受訪者中，有在賣場或超市使用過行動支付的受訪者佔了 61.7% (121 位)。此題次數分配表如表 44 所示，而圖 82 與 83 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 44 賣場或超市-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	121	75	196	5
比例	61.7%	38.3%	100%	

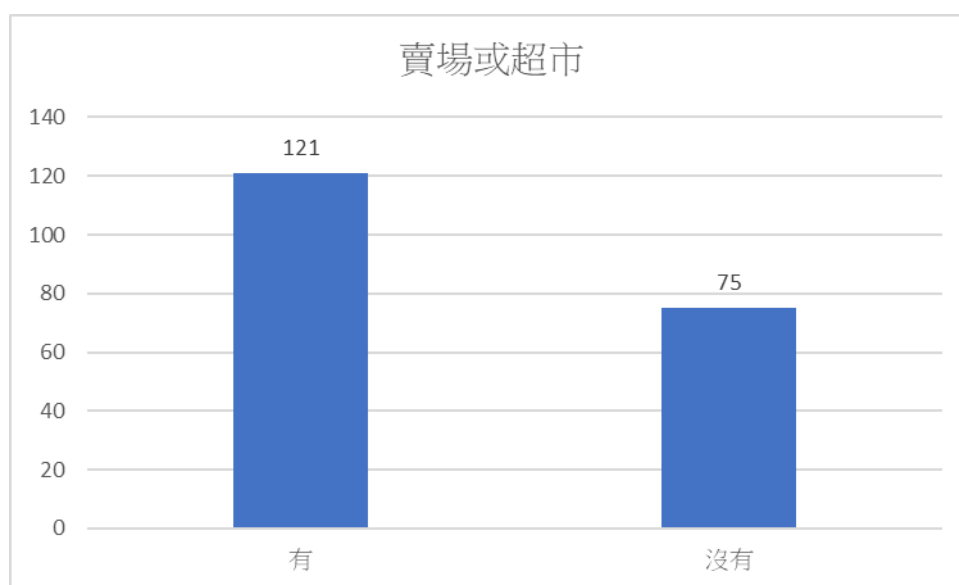


圖 82 賣場或超市-長條圖

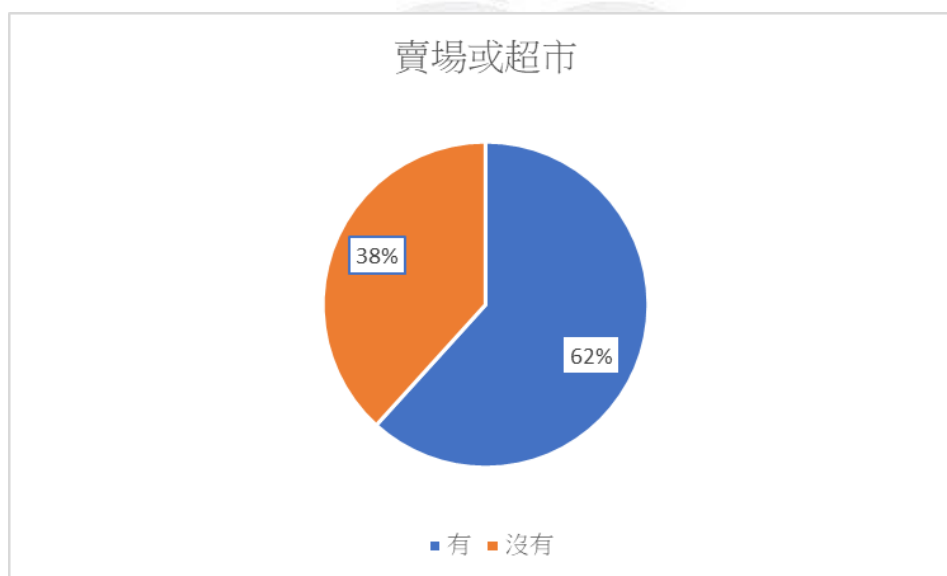


圖 83 賣場或超市-圓餅圖

第 6-4 題 旅店或飯店

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 6 份無效數量，共有 195 份有效資料。而這些受訪者中，有在旅店或飯店使用過行動支付的受訪者佔了 12.3% (24 位)。此題次數分配表如表 45 所示，而圖 84 與圖 85 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 45 旅店或飯店-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	24	171	195	6
比例	12.3%	87.7%	100%	

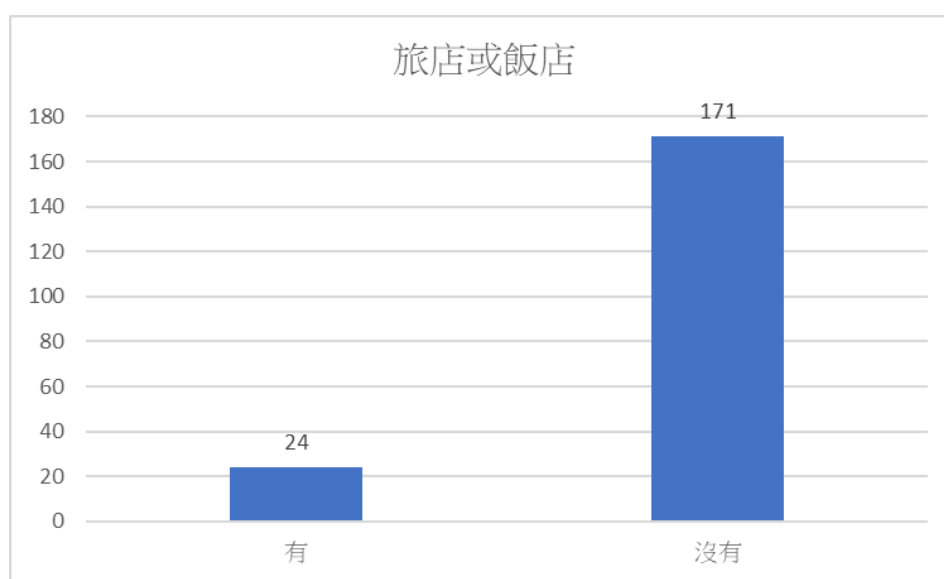


圖 84 旅店或飯店-長條圖

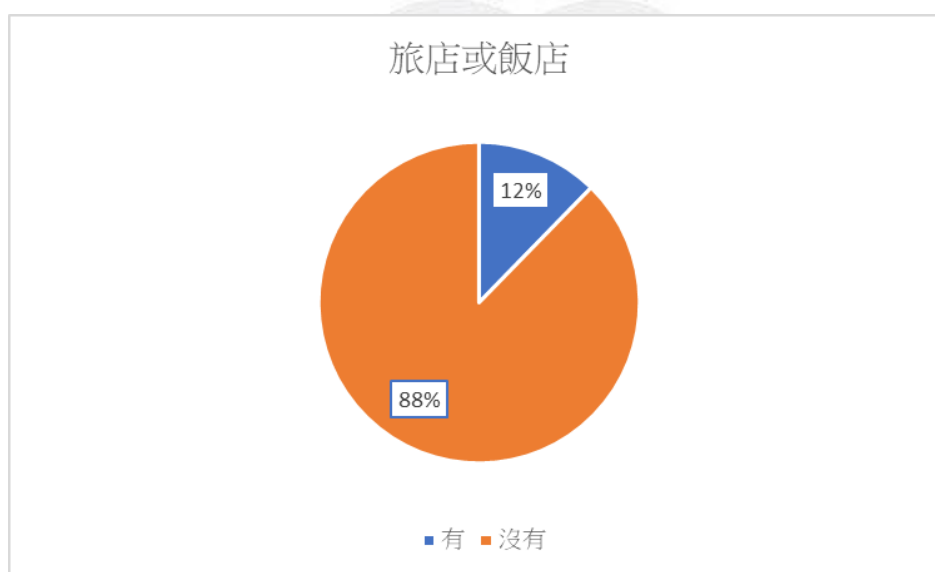


圖 85 旅店或飯店-圓餅圖

第 6-5 題 娛樂場所

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 5 份無效數量，共有 196 份有效資料。而這些受訪者中，有在娛樂場所使用過行動支付的受訪者佔了 16.3% (32 位)。此題次數分配表如表 46 所示，而圖 86 與圖 87 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 46 娛樂場所-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	32	164	196	5
比例	16.3%	83.7%	100%	

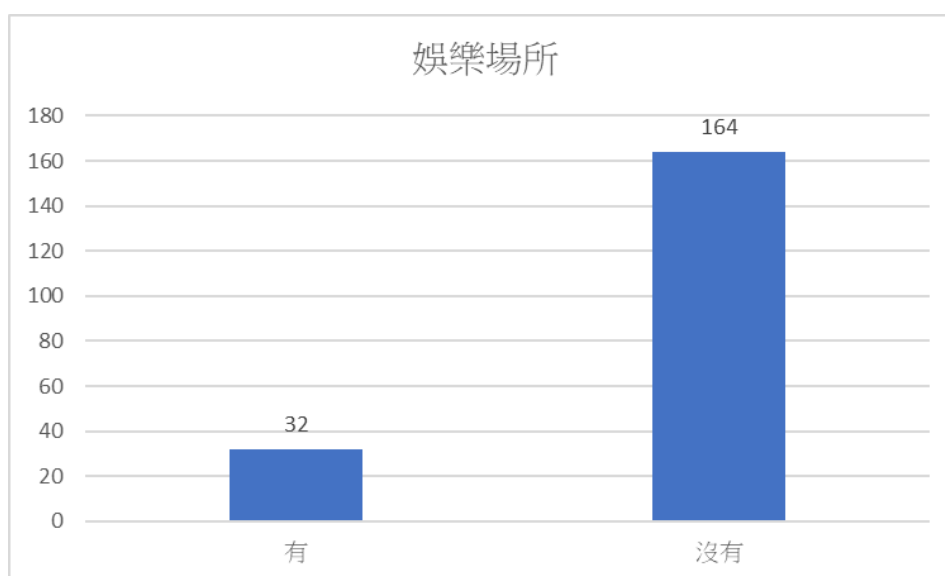


圖 86 娛樂場所-長條圖

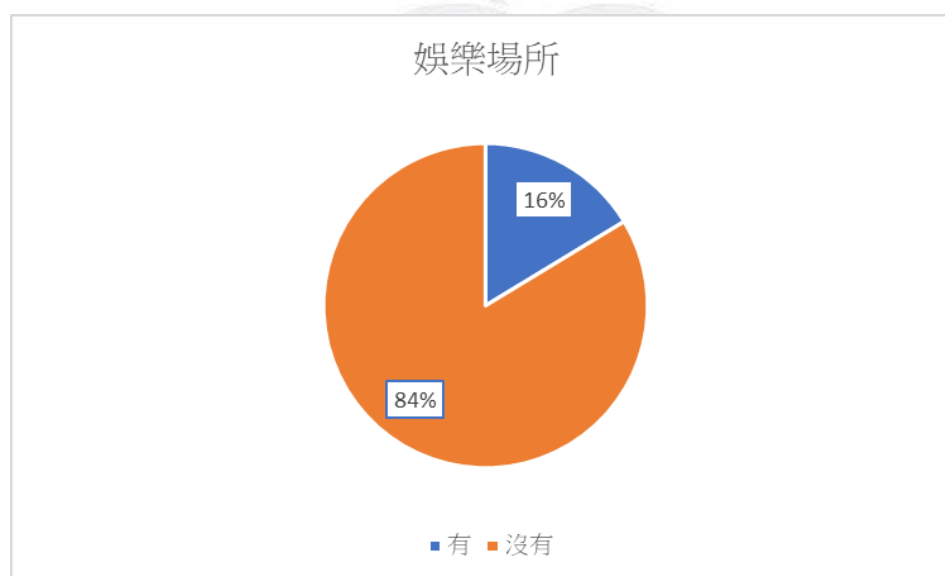


圖 87 娛樂場所-圓餅圖

第 6-6 題 餐廳

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 5 份無效數量，共有 196 份有效資料。而這些受訪者中，有在餐廳使用過行動支付的受訪者佔了 45.9% (90 位)。此題次數分配表如表 47 所示，而圖 88 與圖 89 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 47 餐廳-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	90	106	196	5
比例	45.9%	54.1%	100%	

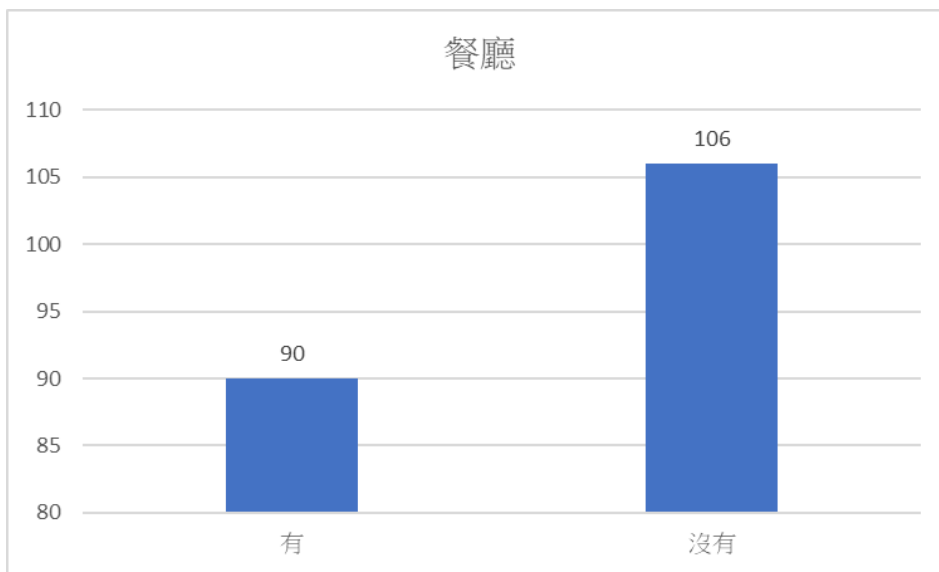


圖 88 餐廳-長條圖

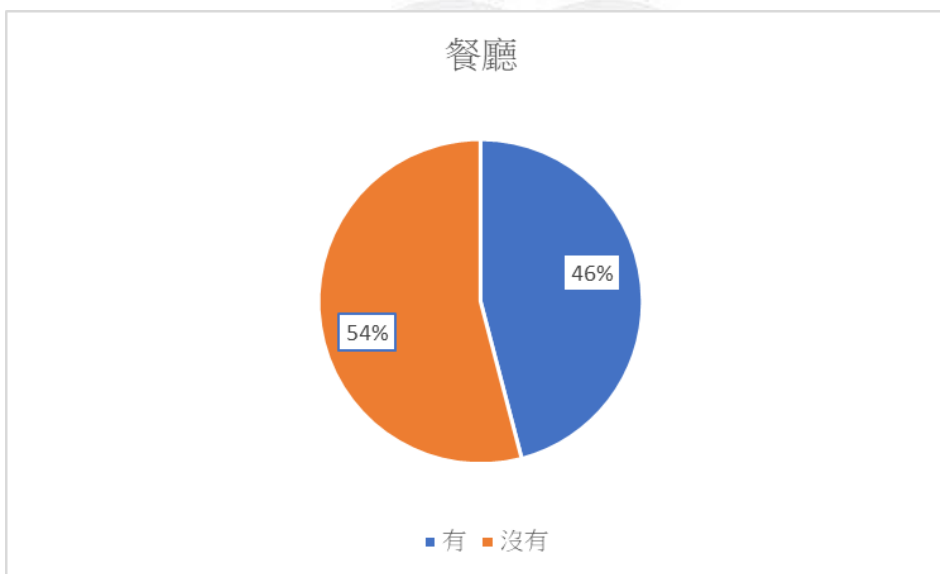


圖 89 餐廳-圓餅圖

第 6-7 題 其他

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 5 份遺漏資料，共有 196 位受訪者的資訊。而這些受訪者中，在其他地方使用過行動支付的人佔了 3.6% (7 位)，他們分別在國外、販賣機、髮廊、高鐵、電腦或是實體店面做使用。此題次數分配表如表 48 所示，而圖 90 與圖 91 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 48 其他-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	7	189	196	5
比例	3.6%	96.4%	100%	

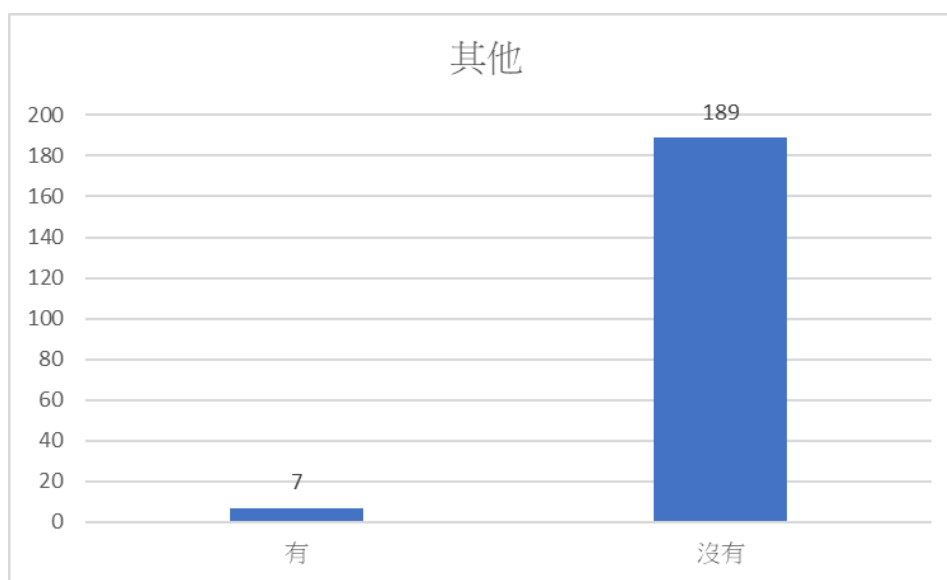


圖 90 其他-長條圖

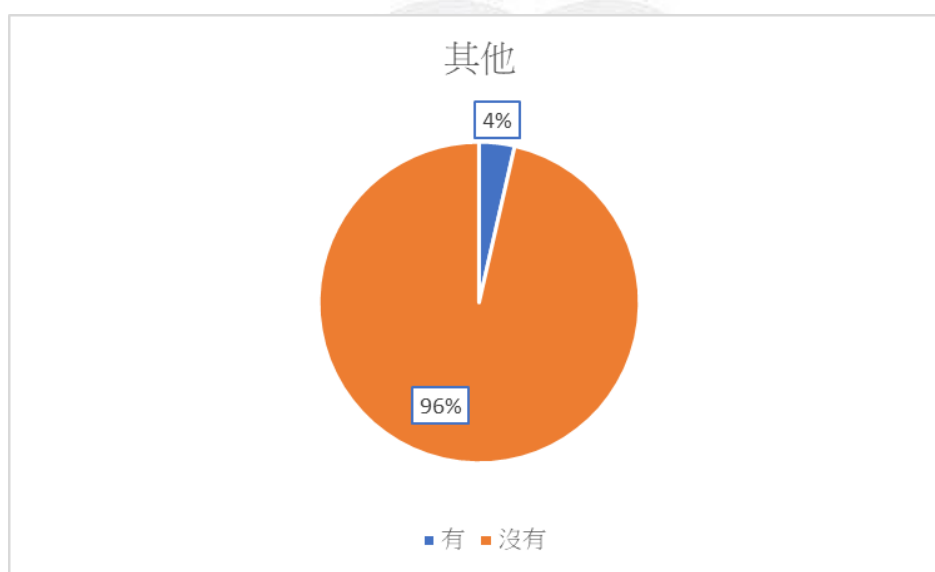


圖 91 其他-圓餅圖

第 7 題 是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 3 份遺漏數量，共有 198 份有效資料。而這些受訪者中，曾經在逢甲使用過行動支付的人佔 30.3% (60 位)。此題次數分配表如表 49 所示，而圖 92 與圖 93 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 49 是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	60	138	198	3
比例	30.3%	69.7%	100%	

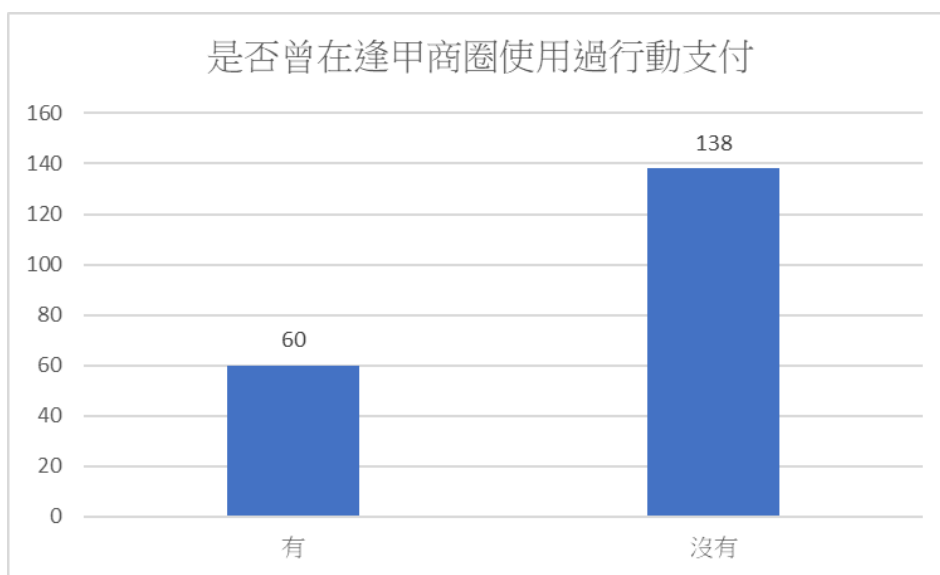


圖 92 是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付-長條圖

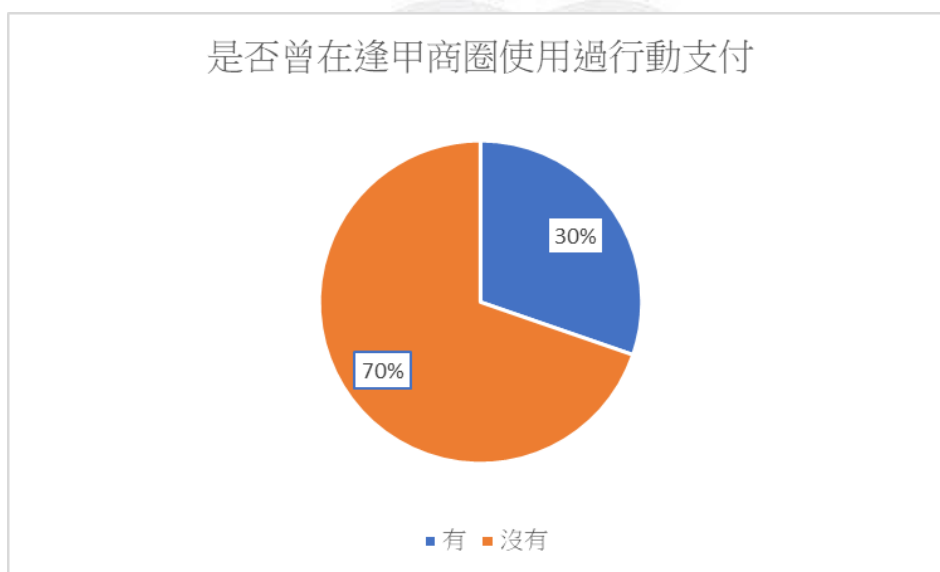


圖 93 是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付-圓餅圖

第 8 題 曾經在逢甲商圈使用行動支付購買的種類(複選題)

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，卻只有 60 位受訪者曾經在逢甲商圈是用過行動支付，扣除 2 份遺漏資料，共有 58 份有效資料。而這些受訪者中，最多人在逢甲商圈使用行動支付購買食品的有 58 位，其次是飲料有 40 位，第三名則是服飾有 36 位，最少人則是住宿有 10 位，我們推測，可能是大部分的人來逛夜市居多，通常都是當天來回；或是住宿費用普遍較高，並不會使用行動支付來付費。此題次數分配表如表 50 所示，圖 94 為此長條圖。

表 50 在逢甲商圈使用過行動支付的 60 人，其購買的種類-次數分配表

選項	次數
食品	58
服飾	36
住宿	10
飲料	40
娛樂	18
其他	1

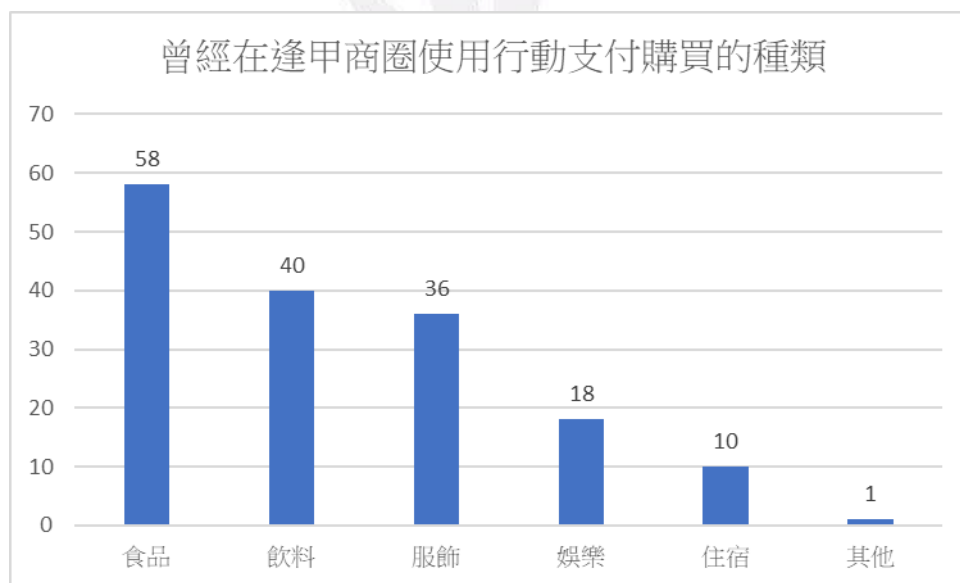


圖 94 在逢甲商圈使用過行動支付的 60 人，其購買的種類-長條圖

第 8-1 題 食品

58 份有效資料中，在逢甲商圈使用過行動支付購買食品的受訪者佔了 69% (40 位)。此題次數分配表如表 51 所示，而圖 95 與圖 96 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 51 食品-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	40	18	58	2
比例	69%	31%	100%	

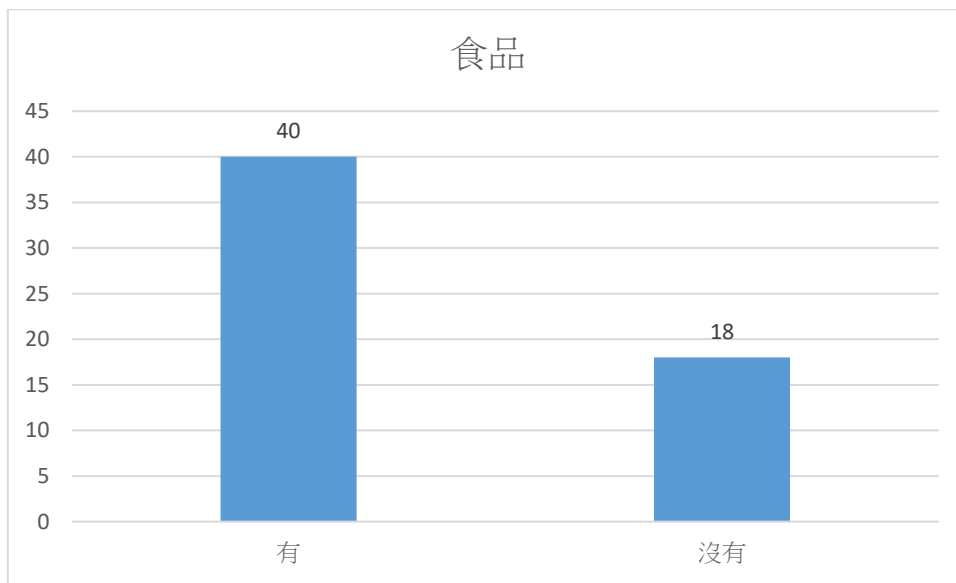


圖 95 食品-長條圖

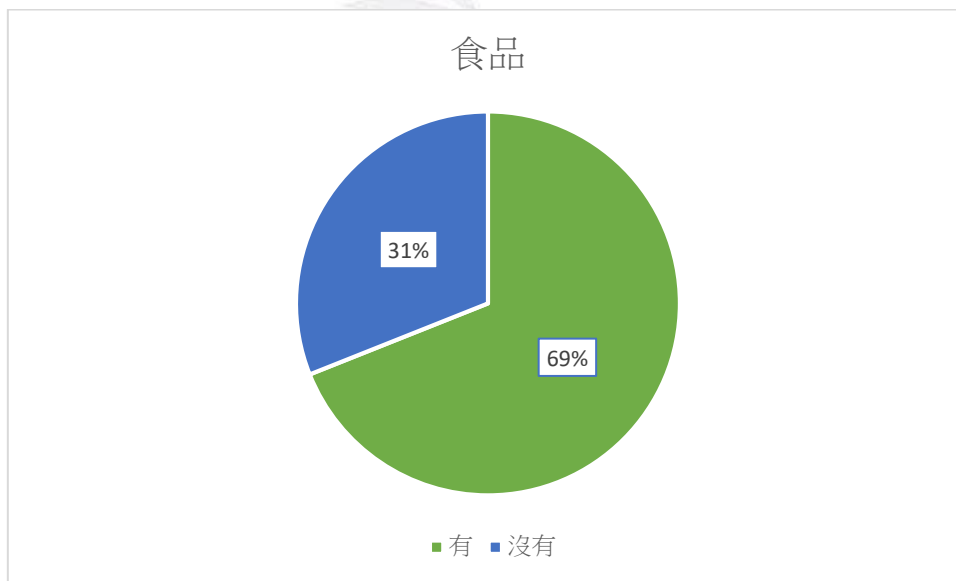


圖 96 食品-圓餅圖

第 8-2 題 飲料

58 份有效資料中，在逢甲使用過行動支付購買的受訪者佔了 62.1%(36 位)。此題次數分配表如表 52 所示，而圖 97 與圖 98 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 52 飲料-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	36	22	58	2
比例	62.1%	37.9%	100%	

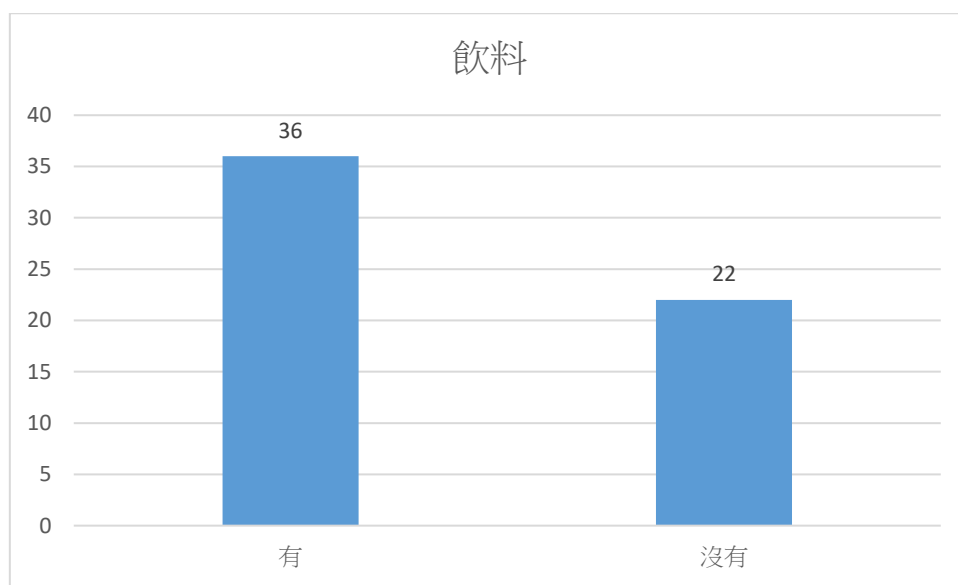


圖 97 飲料-長條圖

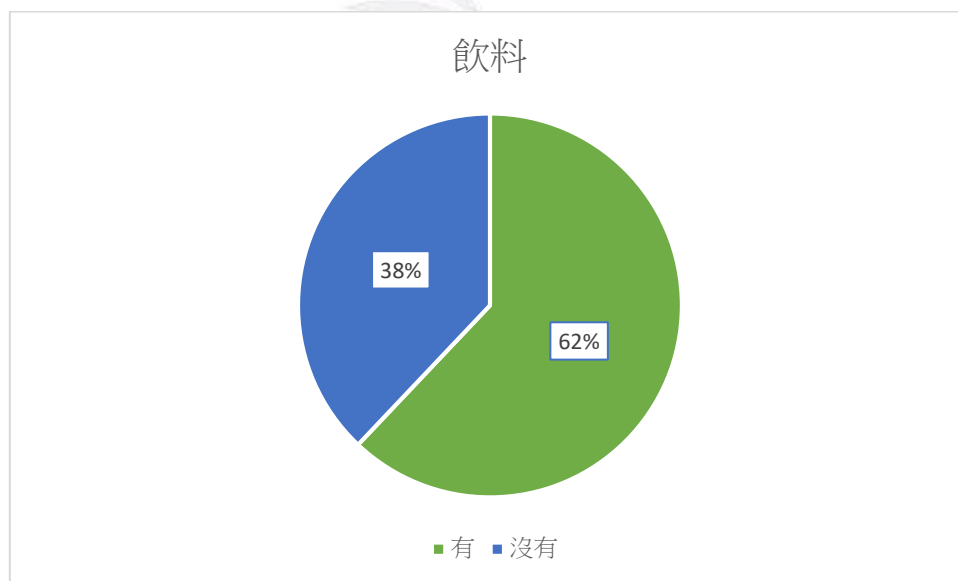


圖 98 飲料-圓餅圖

第 8-3 題 服飾

58 份有效資料中，有在逢甲使用過行動支付購買服飾的佔 31% (18 位)。此題次數分配表如表 53 所示，而圖 99 與圖 100 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 53 服飾-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	18	40	58	2
比例	31%	69%	100%	

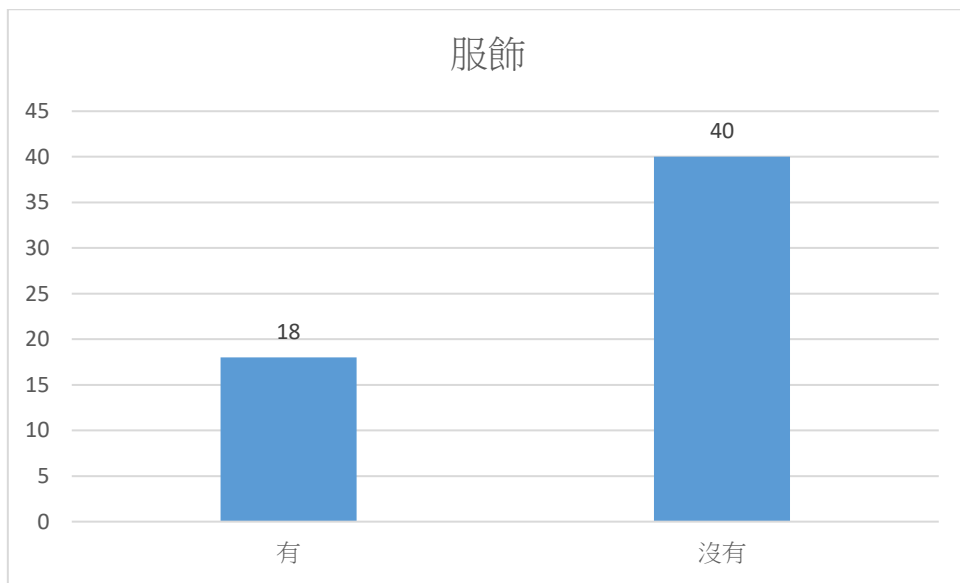


圖 99 服飾-長條圖

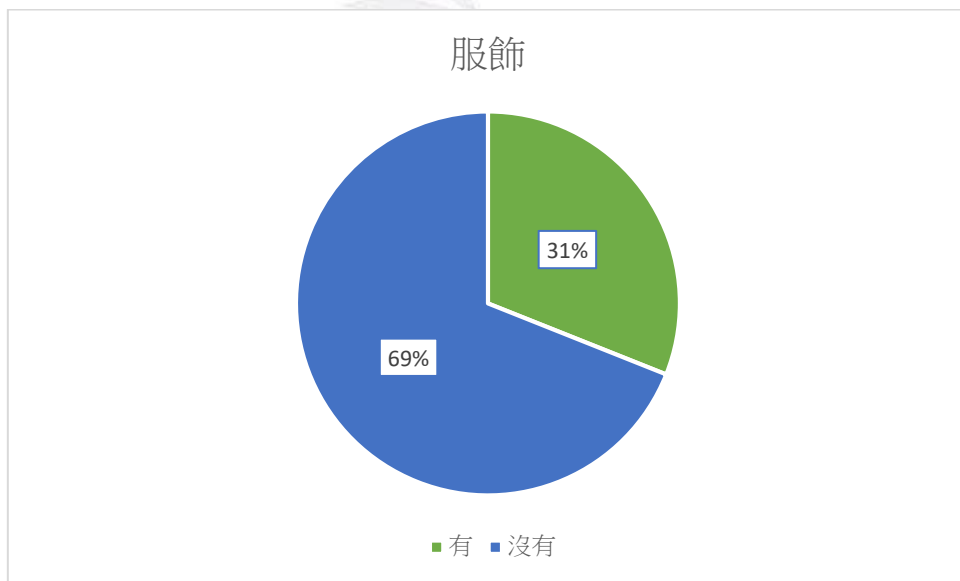


圖 100 服飾-圓餅圖

第 8-4 題 娛樂

58 份有效資料中，有在逢甲使用過行動支付娛樂的佔 17.2% (10 位)。此題次數分配表如表 54 所示，而圖 101 與圖 102 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 54 娛樂-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	10	48	58	2
比例	17.2%	82.8%	100%	

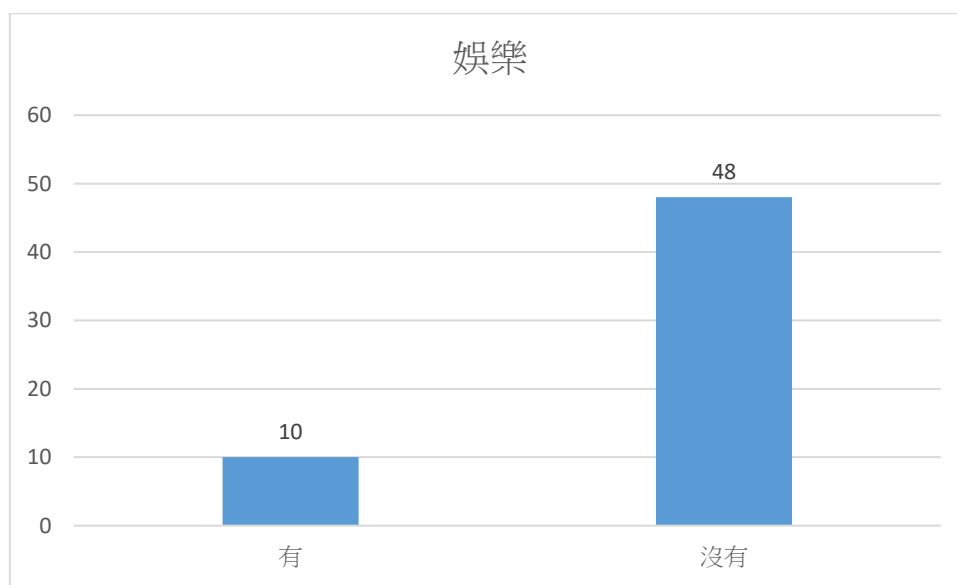


圖 101 娛樂-長條圖

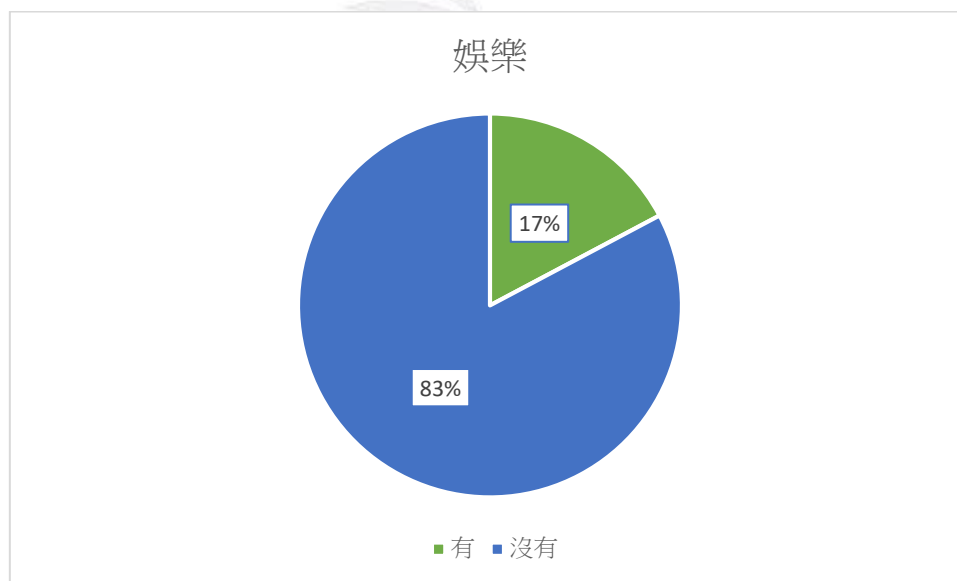


圖 102 娛樂-圓餅圖

第 8-5 題 住宿

58 份有效資料中，有在逢甲使用過行動支付住宿的佔 17.2% (10 位)。此題次數分配表如表 55 所示，而圖 103 與圖 104 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 55 住宿-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	10	48	58	2
比例	17.2%	82.8%	100%	

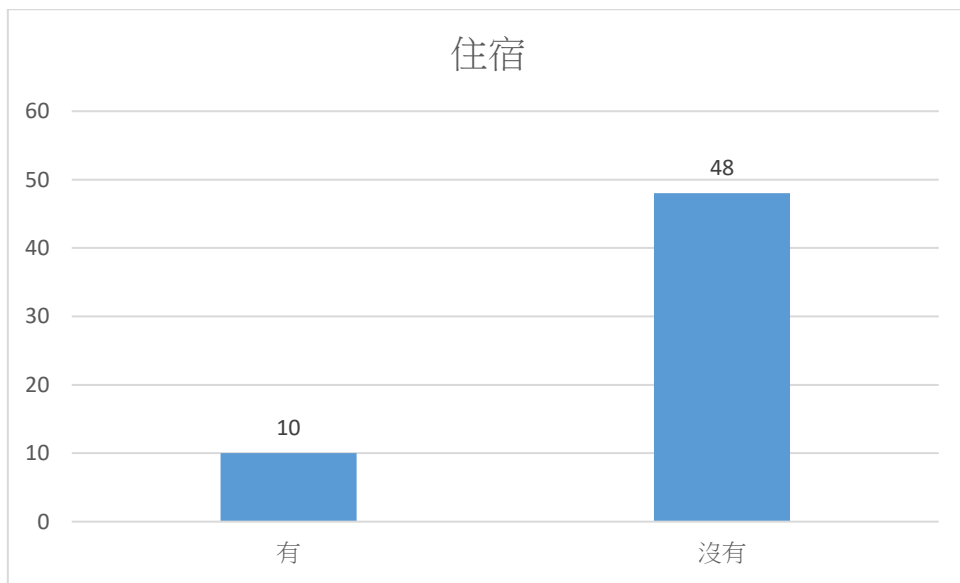


圖 103 住宿-長條圖

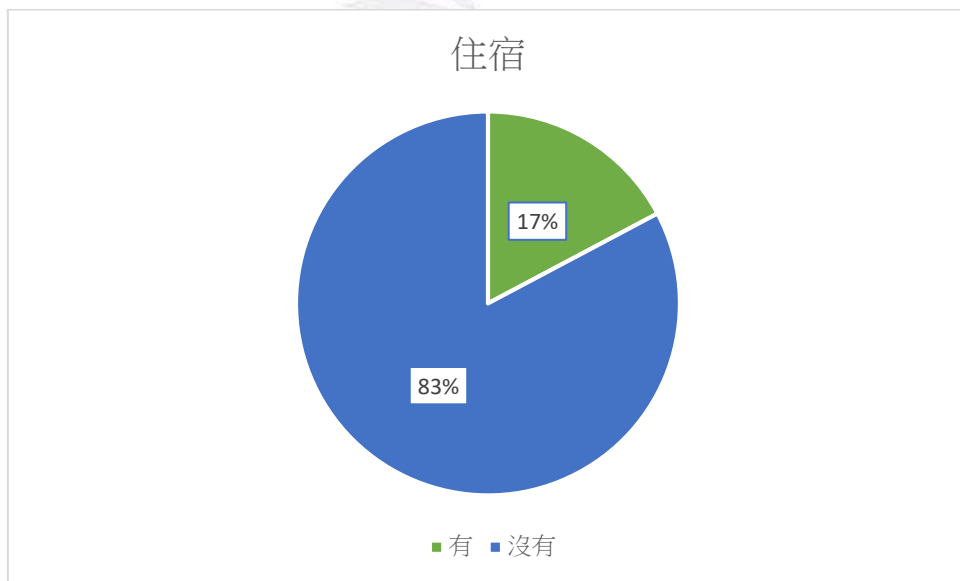


圖 104 住宿-圓餅圖

第 8-6 題 其他

58 份有效資料中，有在逢甲使用過行動支付購買其他東西的受訪者只有 1 位，他/她是在逢甲商圈的美妝店使用行動支付。此題次數分配表如表 56 所示，而圖 105 與圖 106 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 56 其他-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	1	57	58	2
比例	1.7%	98.3%	100%	

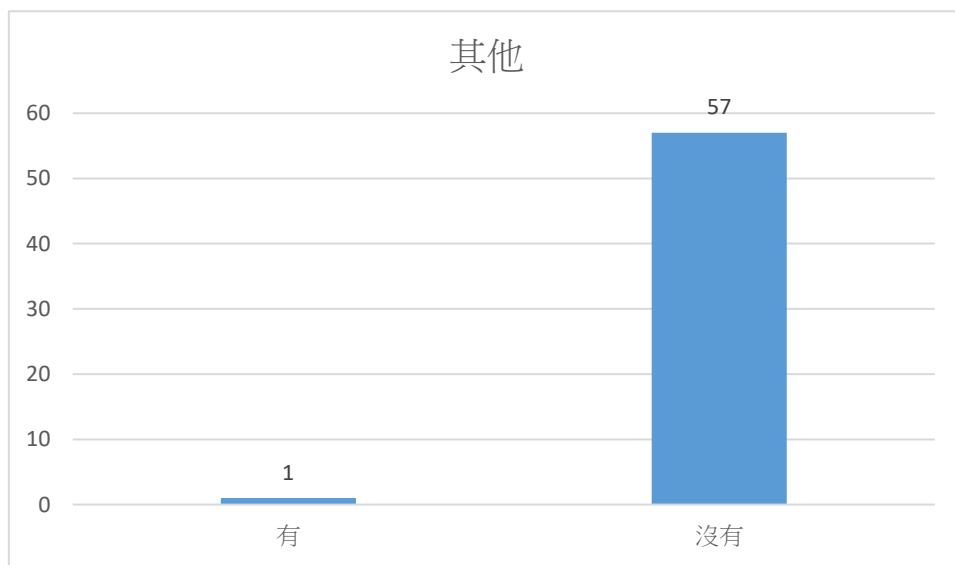


圖 105 其他-長條圖

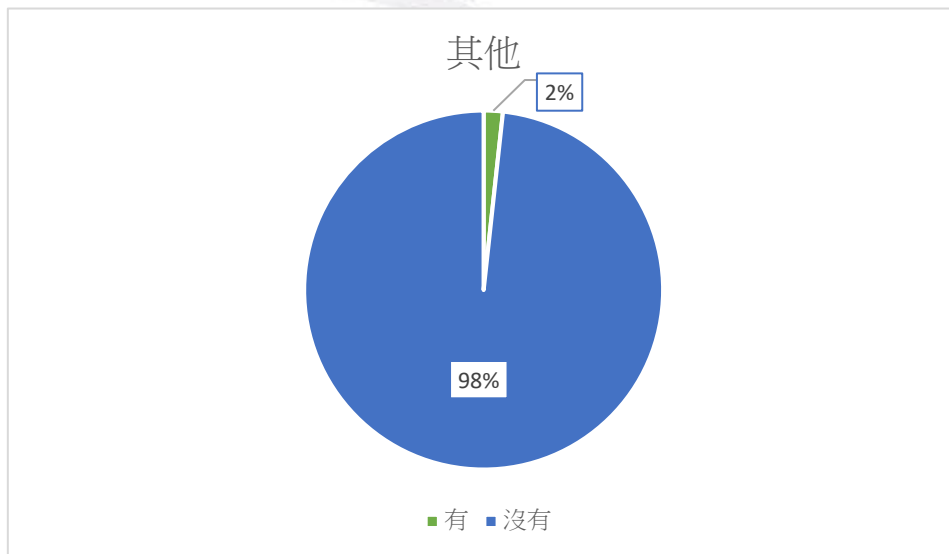


圖 106 其他-圓餅圖

第 9 題 知道逢甲商圈的店家提供何種行動支付

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 2 份遺漏數量，共有 199 份有效資料。而在這些受訪者中，最多人「不曾注意」逢甲商圈的店家提供何種行動支付，人數共有 82 位，我們推測可能是來逢甲商圈以玩樂居多，所以並沒有注意到何種行動支付在逢甲商圈有被使用。而被注目最多的是 LINE Pay，共有 76 位，其次則是街口支付，有 58 位。此題次數分配表如表 57 所示，圖 107 為此長條圖。

表 57 知道逢甲商圈的店家提供何種行動支付-次數分配表

選項	次數	選項	次數
不曾注意	82	Apple Pay	50
Android Pay	12	LINE Pay	76
街口支付	58	支付寶	50
歐付寶	5	旺 Pay	9
Samsung Pay	7	台灣 Pay	17
其他	1		

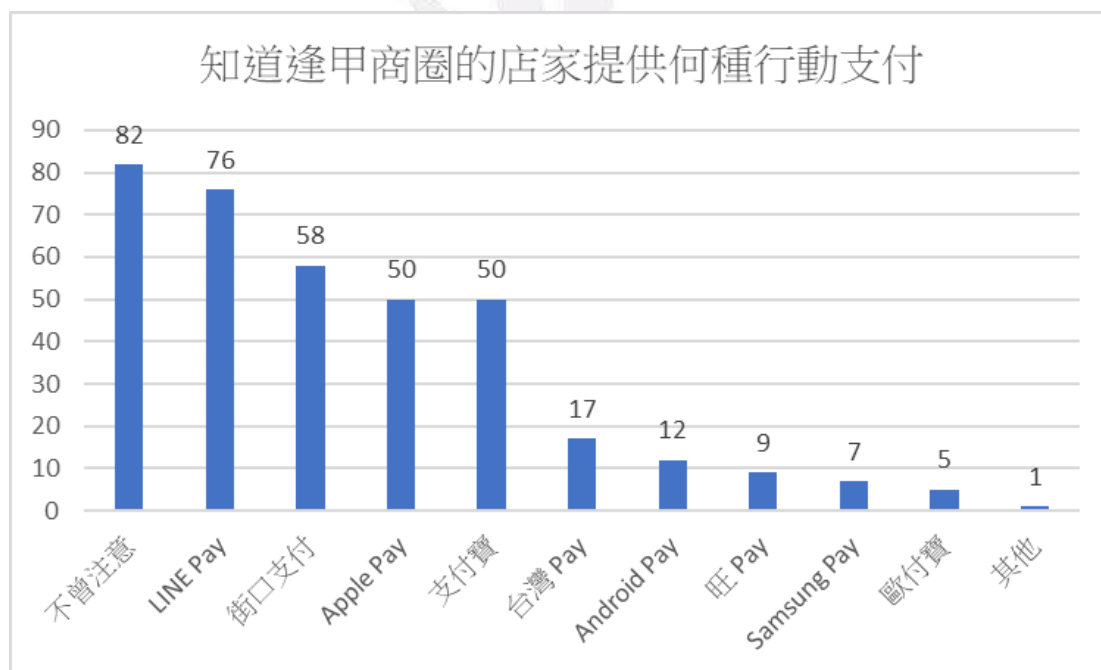


圖 107 知道逢甲商圈的店家提供何種行動支付-長條圖

第 9-1 題 不曾注意

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 2 份遺漏數量，共有 199 份有效資料。不曾注意逢甲商圈的行動支付的受訪者佔了 41.2% (82 位)。此題次數分配表如表 58 所示，而圖 108 與圖 109 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 58 不曾注意-次數分配表

選項	有	沒有	總和	遺漏數量
次數	82	117	199	2
比例	41.2%	58.8%	100%	

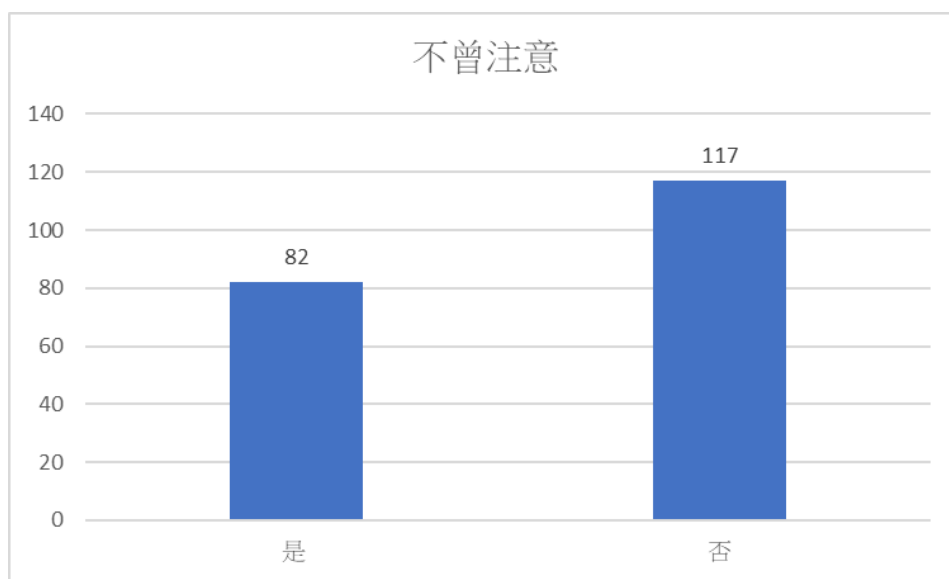


圖 108 不曾注意-長條圖

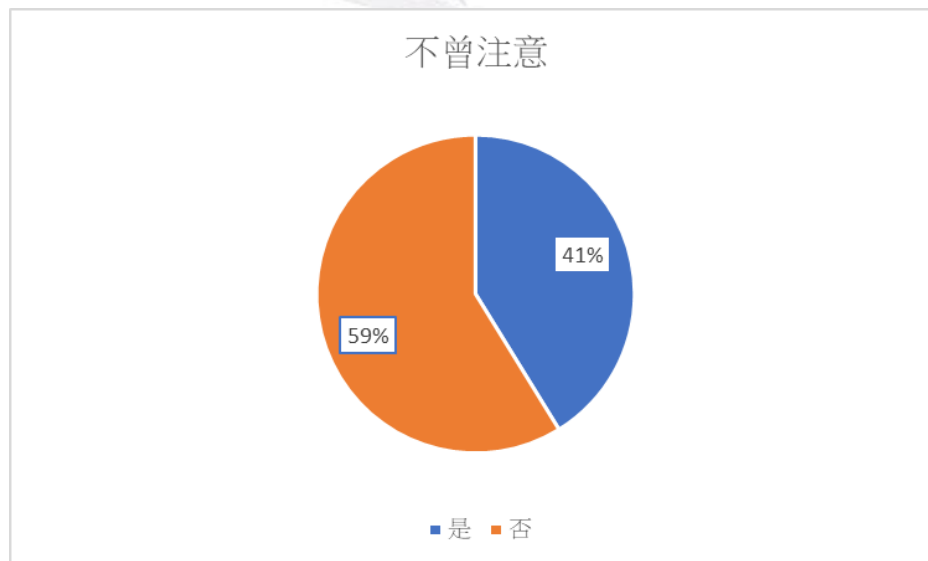


圖 109 不曾注意-圓餅圖

第 9-2 題 Apple Pay

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供 Apple Pay 的受訪者有 25.4% (50 位)。此題次數分配表如表 59 所示，而圖 110 與圖 111 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 59 注意過 Apple Pay-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	50	147	197	4
比例	25.4%	74.6%	100%	

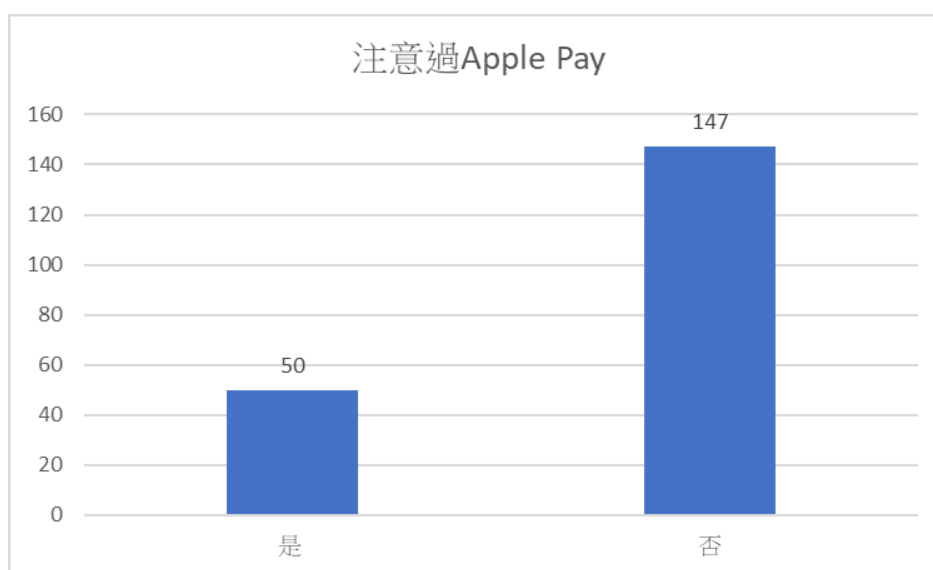


圖 110 注意過 Apple Pay-長條圖

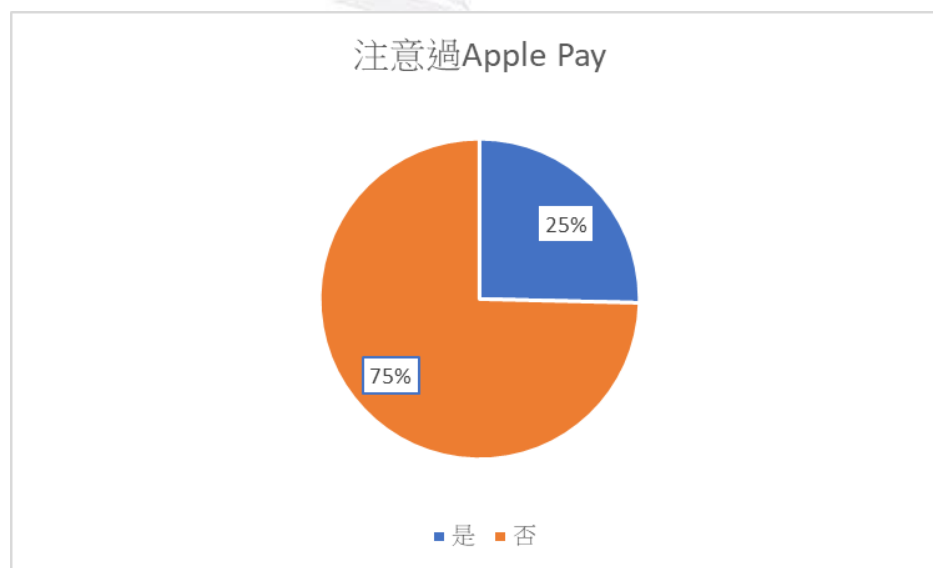


圖 111 注意過 Apple Pay-圓餅圖

第 9-3 題 Android Pay

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供 Android Pay 的受訪者有 6.1% (12 位)。此題次數分配表如表 60 所示，而圖 112 與圖 113 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 60 注意過 Android Pay-次數分配表

選項	有	沒有	總和	遺漏數量
次數	12	185	197	4
比例	6.1%	93.9%	100%	

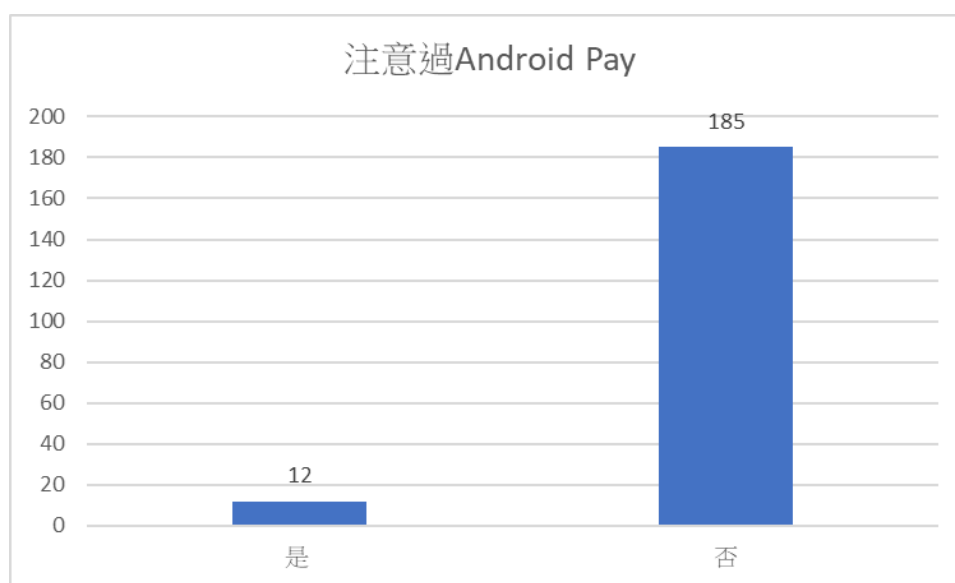


圖 112 注意過 Android Pay-長條圖

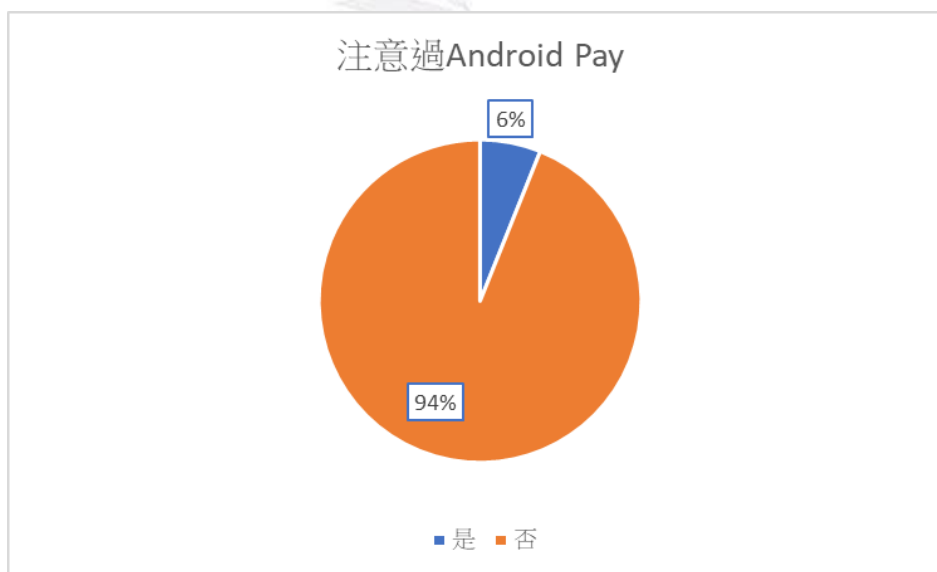


圖 113 注意過 Android Pay-圓餅圖

第 9-4 題 LINE Pay

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供 LINE Pay 的受訪者佔了 38.6% (76 位)。此題次數分配表如表 61 所示，而圖 114 與圖 115 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 61 注意過 LINE Pay-次數分配表

選項	有	沒有	總和	遺漏數量
次數	76	121	197	4
比例	38.6%	61.4%	100%	

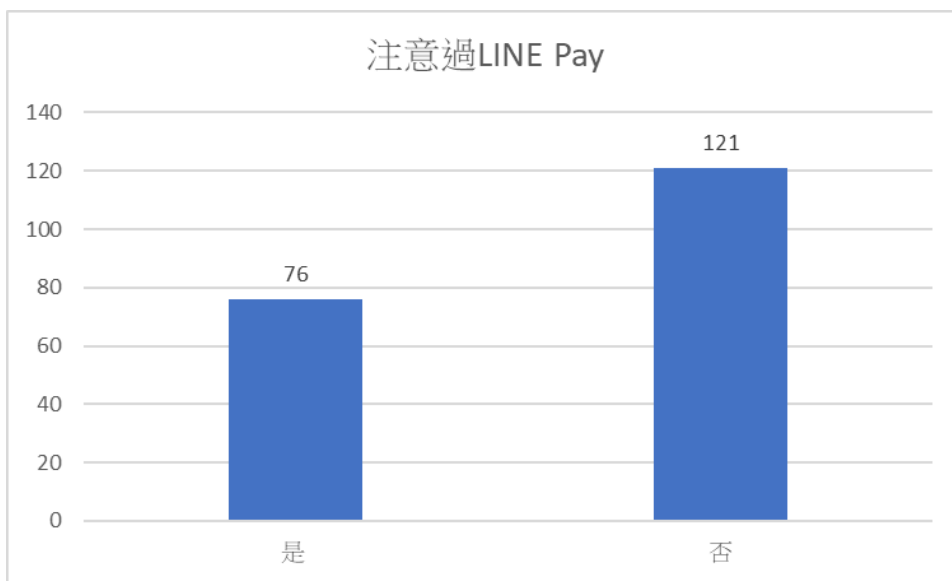


圖 114 注意過 LINE Pay-長條圖

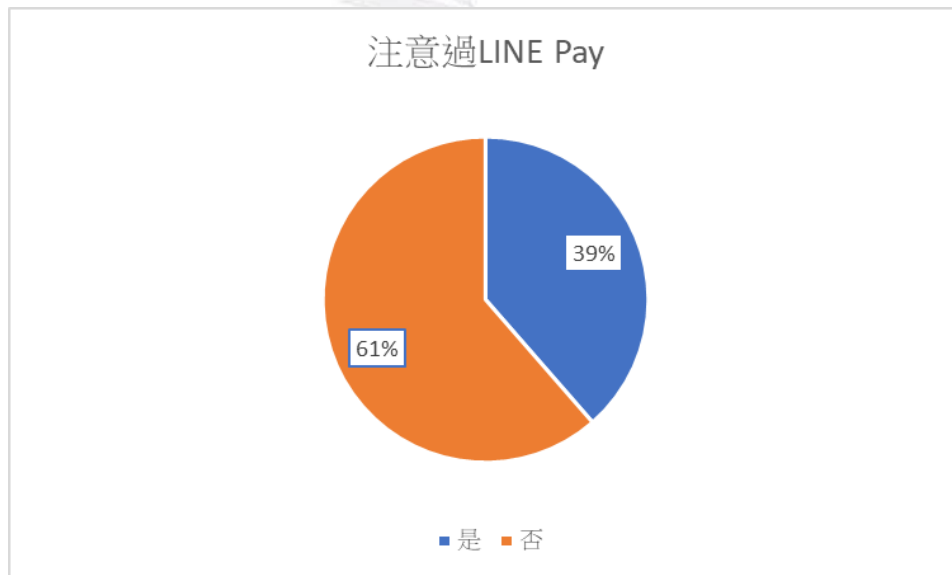


圖 115 注意過 LINE Pay-圓餅圖

第 9-5 題 街口支付

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供街口支付的受訪者佔 29.4% (58 位)。此題次數分配表如表 62 所示，而圖 116 與圖 117 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 62 注意過街口支付-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	58	139	197	4
比例	29.4%	70.6%	100%	

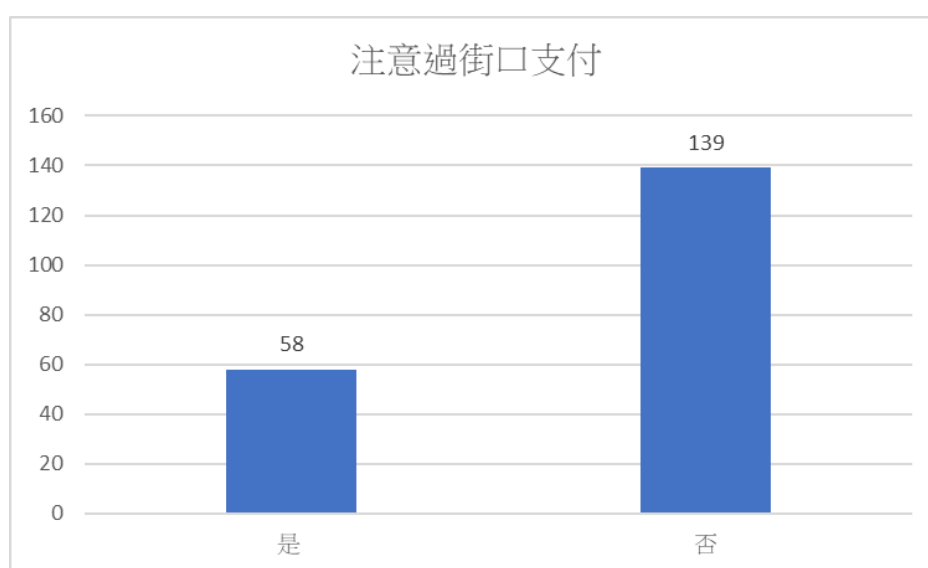


圖 116 注意過街口支付-長條圖

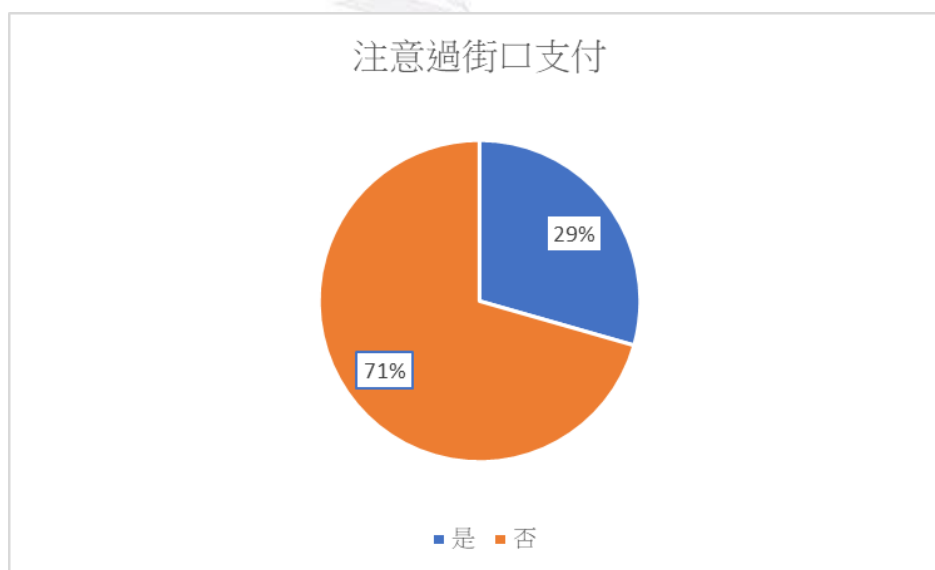


圖 117 注意過街口支付-圓餅圖

第 9-6 題 支付寶

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供支付寶的受訪者佔了 25.4% (50 位)。此題次數分配表如表 63 所示，而圖 118 與圖 119 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 63 注意過支付寶-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	50	147	197	4
比例	25.4%	74.6%	100%	

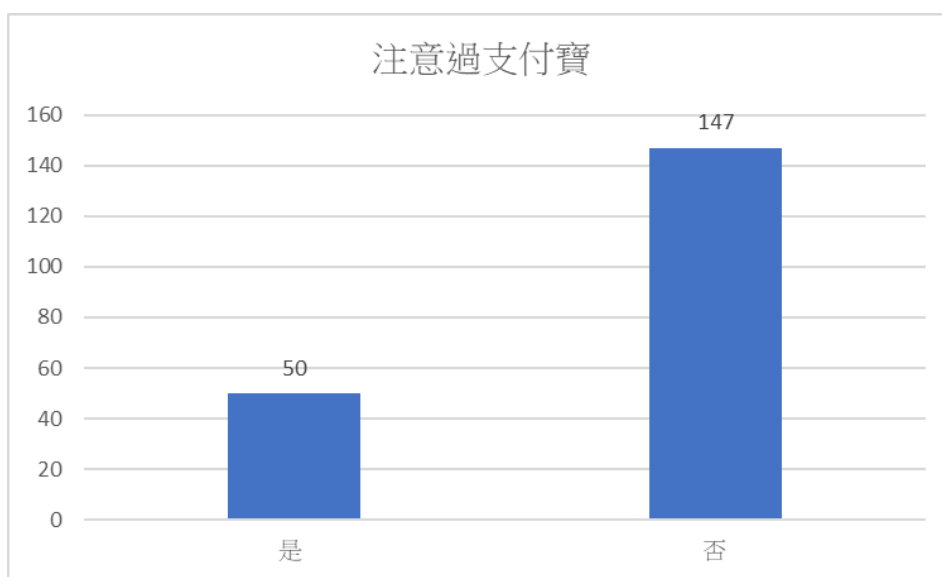


圖 118 注意過支付寶-長條圖

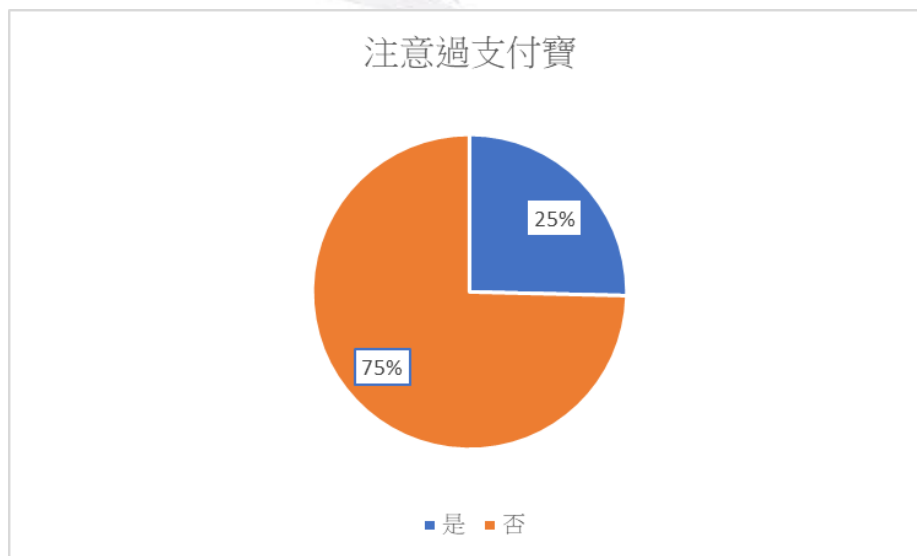


圖 119 注意過支付寶-圓餅圖

第 9-7 題 歐付寶

在此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供歐付寶的受訪者占 2.5% (5 位)。此題次數分配表如表 64 所示，而圖 120 與圖 121 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 64 注意過歐付寶-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	5	192	197	4
比例	2.5%	97.5%	100%	

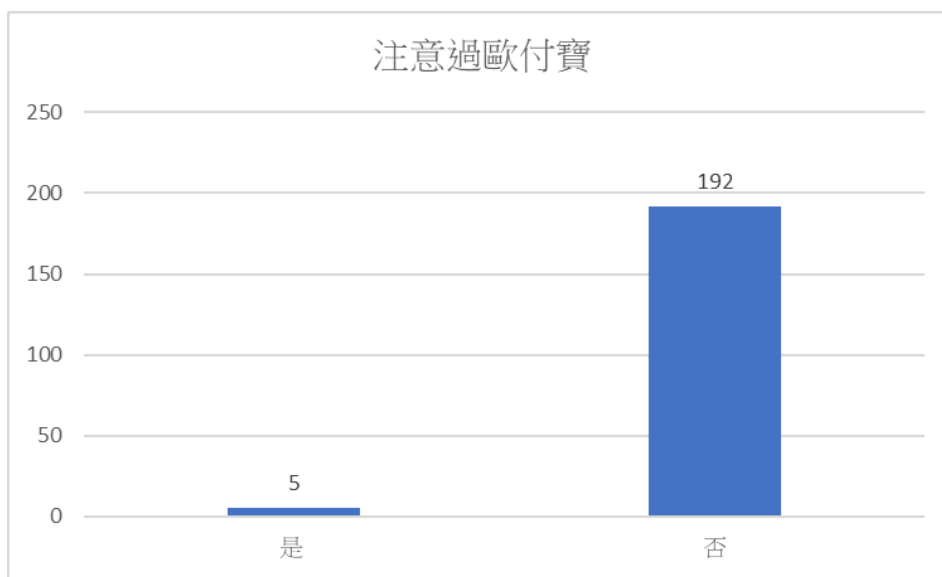


圖 120 注意過歐付寶-長條圖

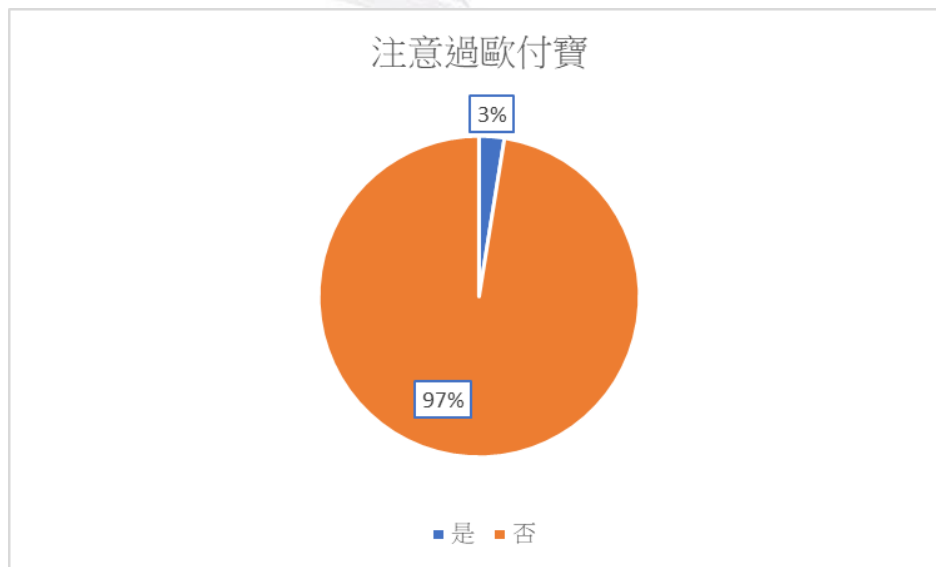


圖 121 注意過歐付寶-圓餅圖

第 9-8 題 旺 Pay

此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供旺 Pay 的受訪者佔了 4.6% (9 位)。此題次數分配表如表 65 所示，而圖 122 與圖 123 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 65 注意過旺 Pay-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	9	188	197	4
比例	4.6%	95.4%	100%	

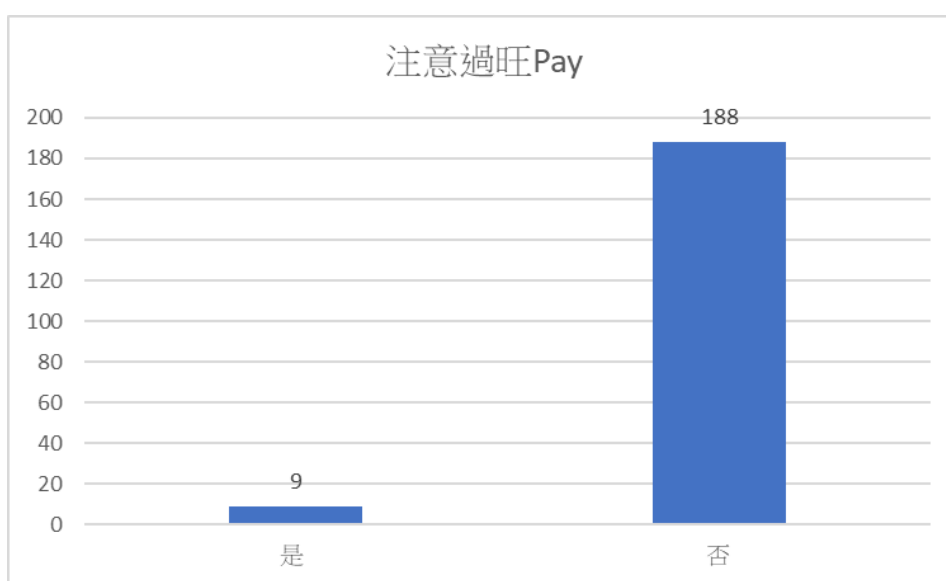


圖 122 注意過旺 Pay-長條圖



圖 123 注意過旺 Pay-圓餅圖

第 9-9 題 Samsung Pay

此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供 Samsung Pay 的受訪者佔了 3.6% (7 位)。此題次數分配表如表 66 所示，而圖 124 與圖 125 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 66 注意過 Samsung Pay-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	7	190	197	4
比例	3.6%	96.4%	100%	

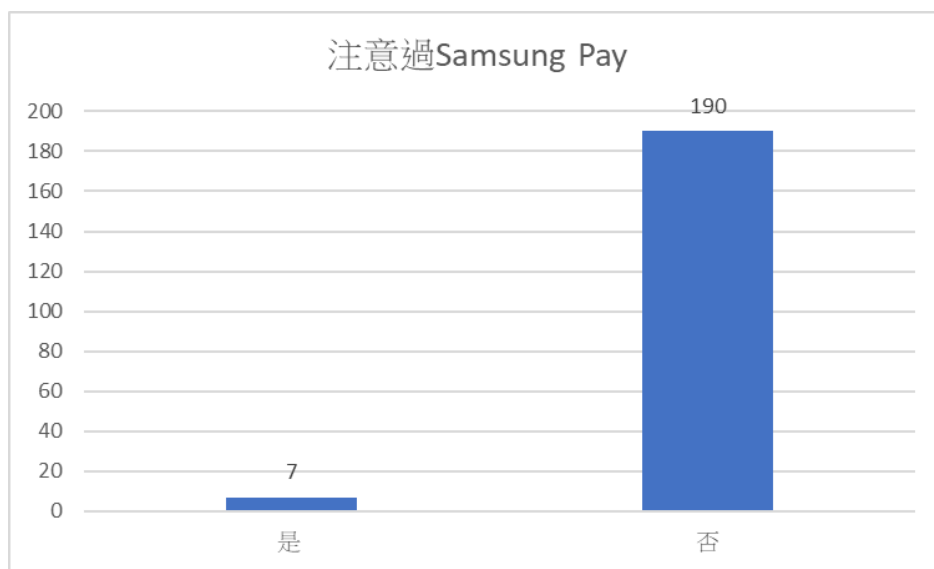


圖 124 注意過 Samsung Pay-長條圖

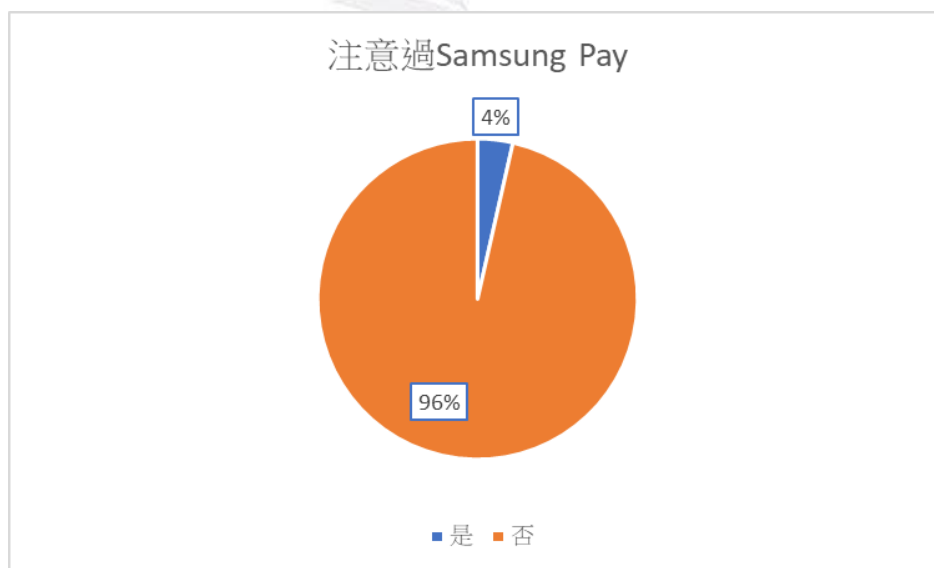


圖 125 注意過 Samsung Pay-圓餅圖

第 9-10 題 台灣 Pay

此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供台灣 Pay 的受訪者佔了 8.6% (17 位)。此題次數分配表如表 67 所示，而圖 126 與圖 127 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 67 注意過台灣 Pay-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	17	180	197	4
比例	8.6%	91.4%	100%	

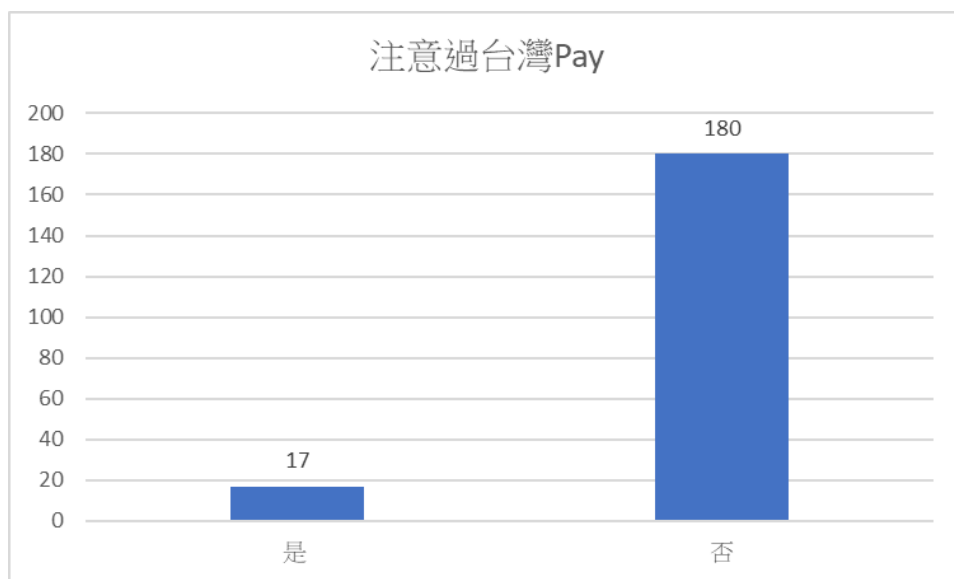


圖 126 注意過台灣 Pay-長條圖



圖 127 注意過台灣 Pay-圓餅圖

第 9-11 題 其他

此次 501 位受訪者中，有 201 位受訪者有使用行動支付，扣除 4 份遺漏數量，共有 197 份有效資料。有注意過逢甲商圈提供其他支付的受訪者有 1 位，他注意到在逢甲商圈有提供微信支付，並希望逢甲商圈內的其他店家之後可以增設微信支付。此題次數分配表如表 68 所示，而圖 128 與圖 129 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 68 其他-次數分配表

選項	有	沒有	總和	無效數量
次數	1	196	197	4
比例	0.5%	99.5%	100%	

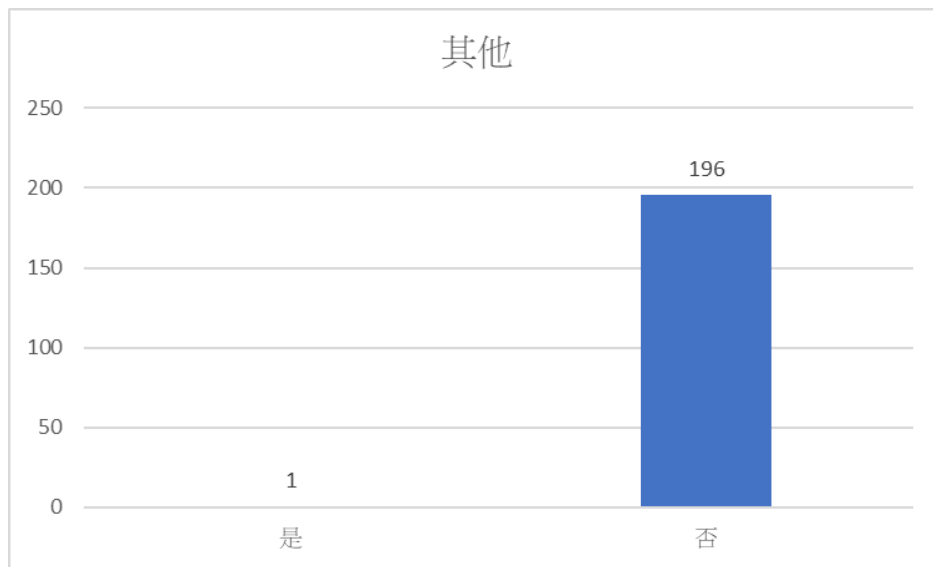


圖 128 其他-長條圖

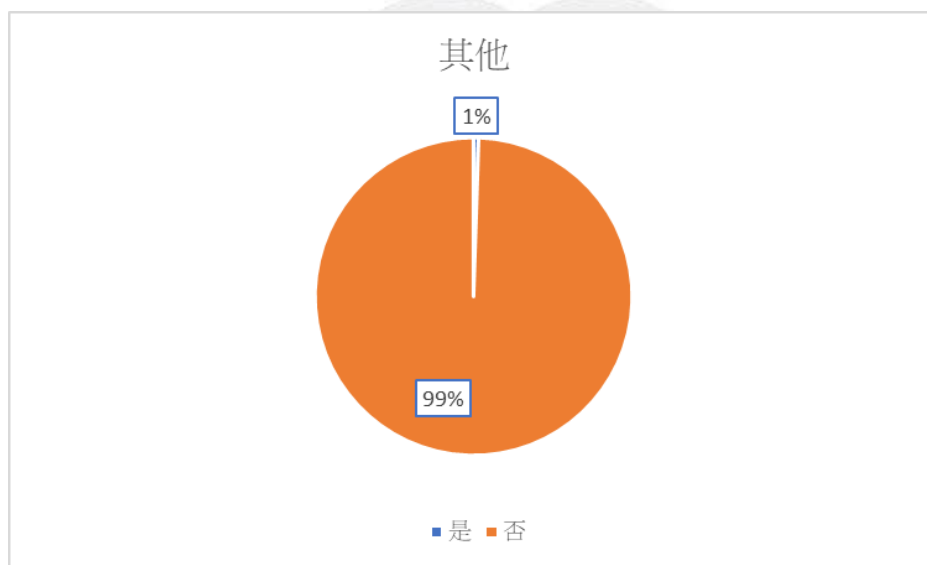


圖 129 其他-圓餅圖

第 10 題 若逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願

在調查的 501 位受訪者中，扣除 3 份在此題為遺漏值，共有 498 份有效資料。在這些受訪者中，會增加購買意願的受訪者佔了 33.1% (165 位)，不會增加購買意願的受訪者佔了 47% (234 位)，而選擇不一定的受訪者則有 19.9% (99 位)。此題次數分配表如表 69 所示，而圖 130 與圖 131 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 69 逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願-次數分配表

選項	會增加購買意願	不會增加購買意願	不一定	總和	遺漏數量
次數	165	234	99	498	3
比例	33.1%	47%	19.9%	100%	

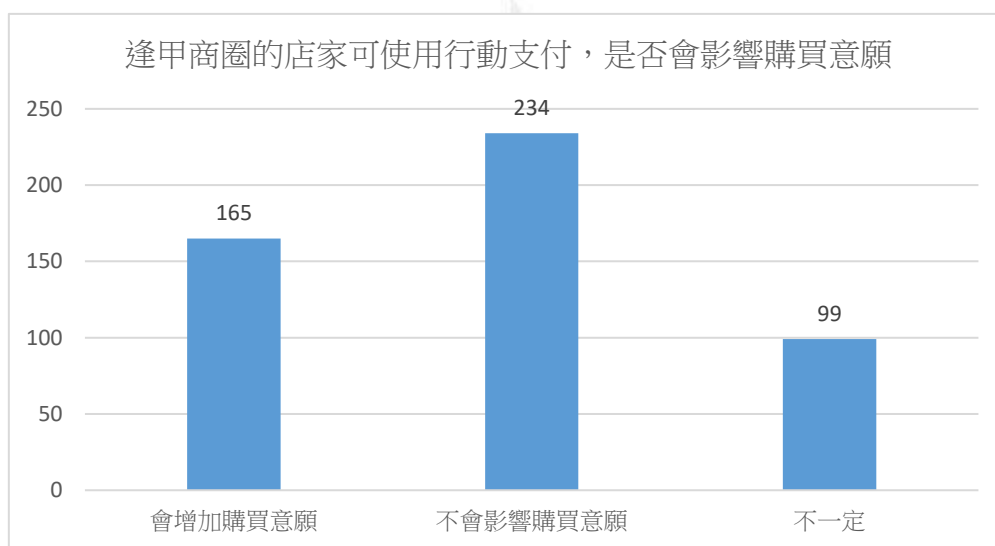


圖 130 逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願-長條圖

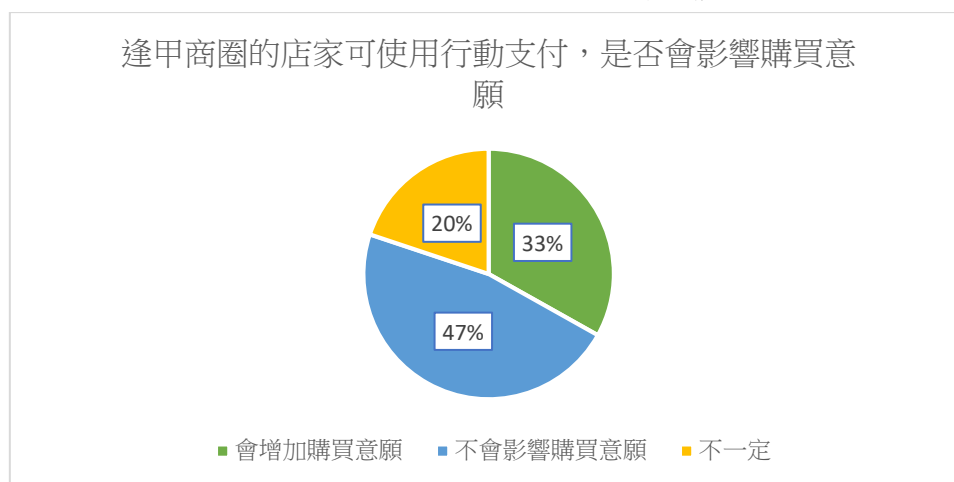


圖 131 逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願-圓餅圖

第 11 題 若逢甲商圈的店家或攤販普遍提供行動支付服務，是否增加前往逢甲商圈消費的意願

調查的 501 位受訪者中，扣除 3 份在此題為遺漏值，共有 498 份有效資料。在這些受訪者中，勾選會增加的受訪者佔了 31.9% (159 位)；選擇不會影響的受訪者佔了 54.8% (273 位)；勾選不一定的受訪者佔了 13.3% (66 位)。此題次數分配表如表 70 所示，而圖 132 與圖 133 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 70 逢甲商圈普遍提供行動支付服務，是否增加前往逢甲商圈消費的意願-次數分配表

選項	會增加	不會影響	不一定	總和	遺漏數量
次數	159	273	66	498	3
比例	31.9%	54.8%	13.3%	100%	

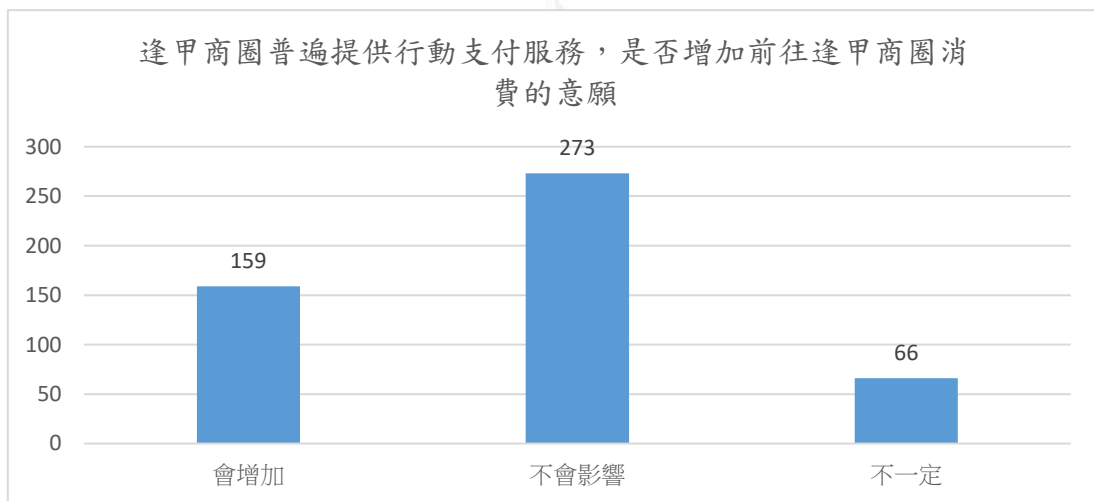


圖 132 逢甲商圈普遍提供行動支付服務，是否增加前往逢甲商圈消費的意願-長條圖

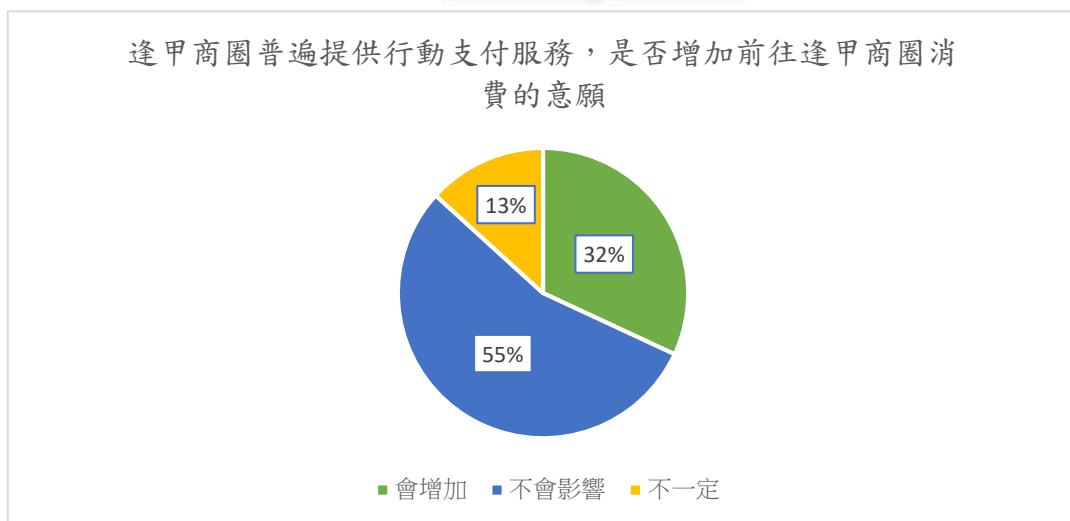


圖 133 逢甲商圈普遍提供行動支付服務，是否增加前往逢甲商圈消費的意願-圓餅圖

第 12 題 希望逢甲商圈的店家攤販多增加使用何種行動支付

表 71 希望逢甲夜市多增加的行動支付-次數分配表

選項	次數	選項	次數
LINE Pay	121	Apple Pay	75
街口支付	28	微信	10
台灣 Pay	10	支付寶	17
Payme	1	Android Pay	8
Samsung Pay	8	旺 Pay	1
Google Pay	2	Pi 錢包	2

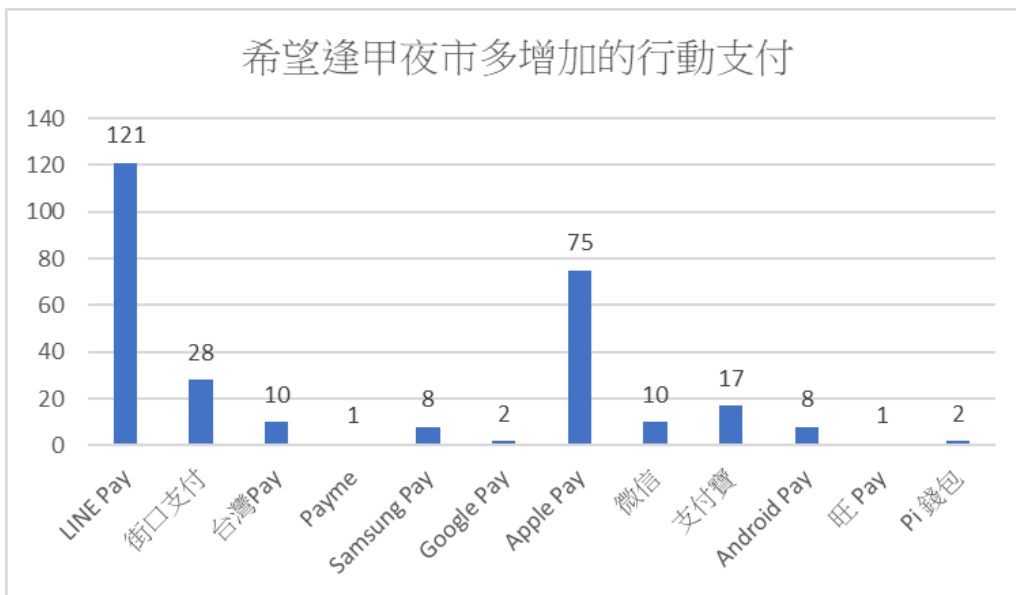


圖 134 希望逢甲夜市多增加的行動支付-長條圖

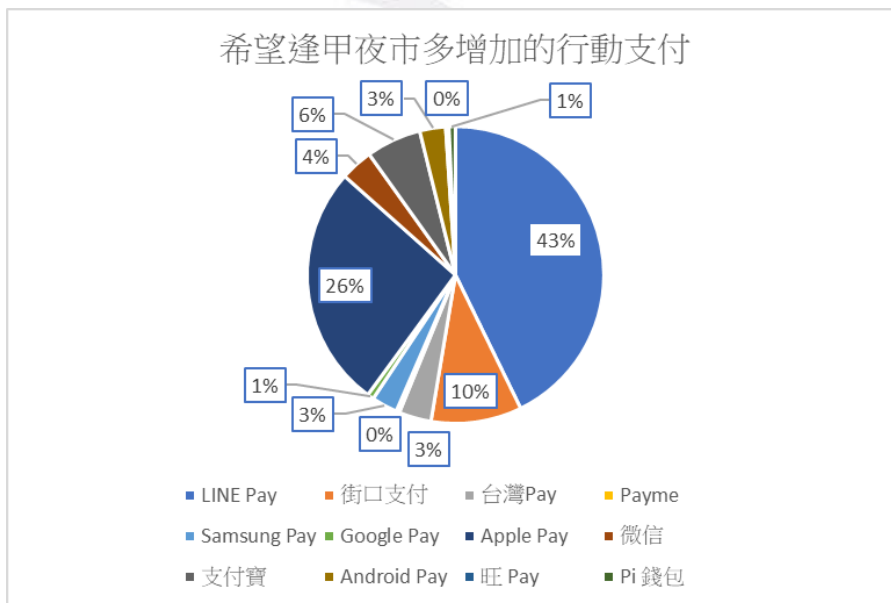


圖 135 希望逢甲夜市多增加的行動支付-圓餅圖

5.1.3 第三部分 基本資訊

第 1 題 曾使用網路搜尋何種逢甲商圈的相關資訊 (可複選)

第 1-1 題 交通資訊

在調查的 501 位受訪者中，扣除 2 份在此題為無效作答，共有 499 筆有效資料。曾使用網路搜尋交通訊息的受訪者占 43.9% (219 位)。逢甲夜市是台中著名觀光夜市，上網查詢逢甲商圈交通訊息可以事先了解逢甲商圈交通問題，不曾使用網路搜尋交通訊息占較多的原因推測為：來逢甲商圈的遊客為台中人的比例佔最多 (341 人)，可能來過逢甲商圈很多次，所以知道逢甲商圈的交通資訊。此題次數分配表如表 72 所示，而圖 136 與圖 137 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 72 交通資訊-次數分配表

選項	無	有	總和	遺漏數量
次數	280	219	499	2
比例	56.1%	43.9%	100%	

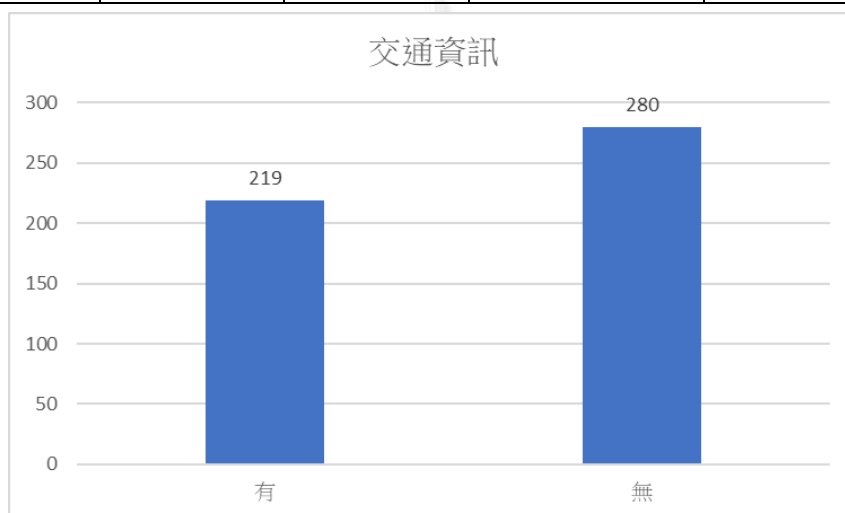


圖 136 交通資訊-長條圖

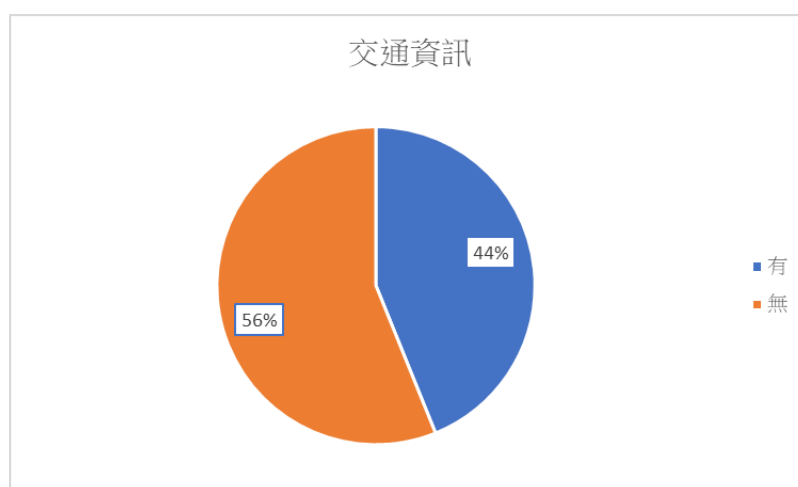


圖 137 交通資訊-圓餅圖

第 1-2 題 導覽圖

在調查的 501 位受訪者中，扣除 2 份在此題為無效作答，共有 499 筆有效資料。曾使用網路搜尋導覽圖的占了 15.8% (79 位)。此題次數分配表如表 73 所示，而圖 138 與圖 139 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 73 導覽圖-次數分配表

選項	無	有	總和	無效數量
次數	420	79	499	2
比例	84.2%	15.8%	100%	

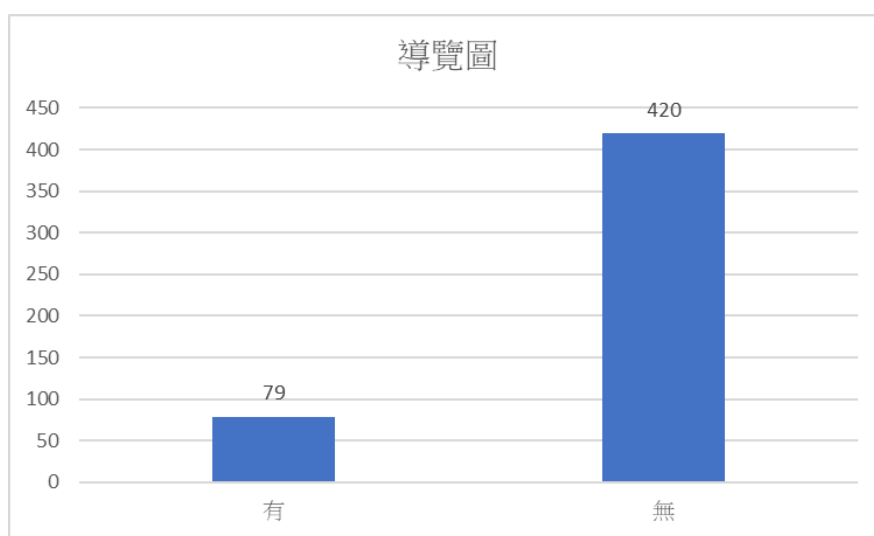


圖 138 導覽圖-長條圖

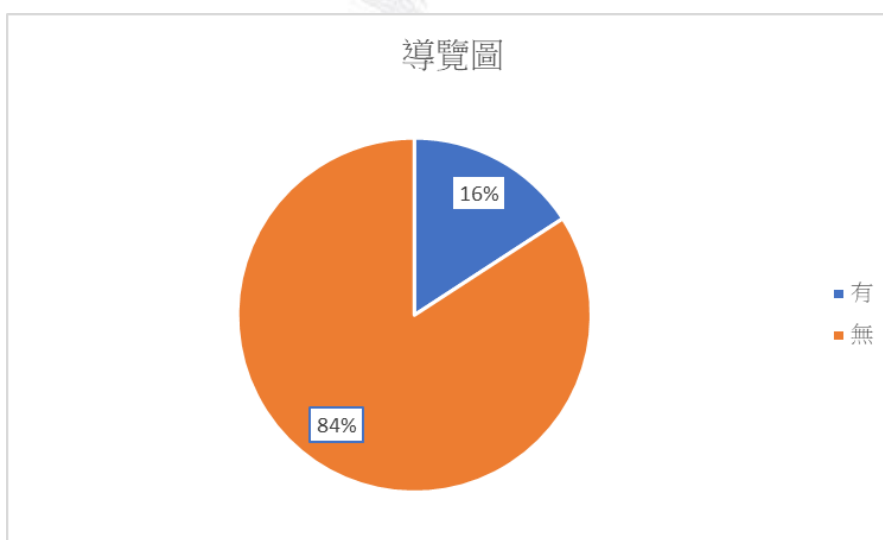


圖 139 導覽圖-圓餅圖

第 1-3 題 商品資訊

在調查的 501 位受訪者中，扣除 2 份在此題為無效作答，共有 499 筆有效資料。曾使用網路搜尋商品資訊的占 44.5% (222 位)。上網查詢逢甲商圈商品資訊可以事先了解逢甲商圈所販售的商品有哪些，現今的網路便利，許多商家會在網路上宣傳自己商品，利用網路的便利性，讓更多消費者了解商品。此題次數分配表如表 74 所示，而圖 140 與圖 141 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 74 商品資訊-次數分配表

選項	無	有	總和	無效數量
次數	277	222	499	2
比例	55.5%	44.5%	100%	

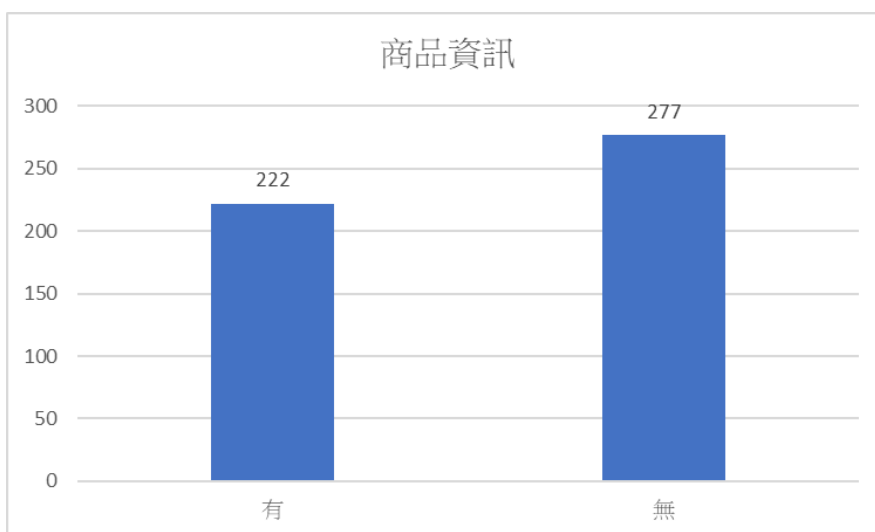


圖 140 商品資訊-長條圖

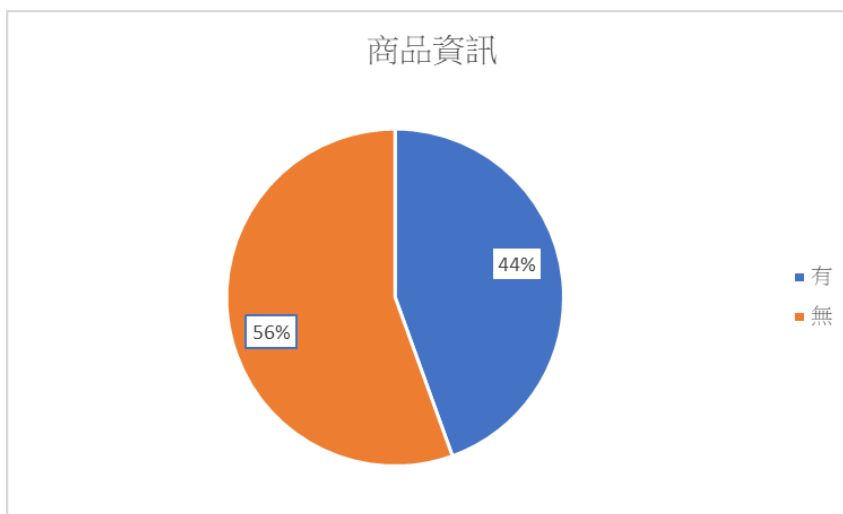


圖 141 商品資訊-圓餅圖

第 1-4 題 商家資訊

在調查的 501 位受訪者中，扣除 2 份在此題為無效作答，共有 499 筆有效資料。曾使用網路搜尋商家資訊的占 44.7% (223 位)。上網查詢逢甲商圈商家資訊可以事先了解逢甲商圈的商家有哪些，逢甲商圈商家的汰換率太高，所以事先上網查詢商家資訊便成了重要課題。此題次數分配表如表 75 所示，而圖 142 與圖 143 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 75 商家資訊-次數分配表

選項	無	有	總和	無效數量
次數	276	223	499	2
比例	55.3%	44.7%	100%	

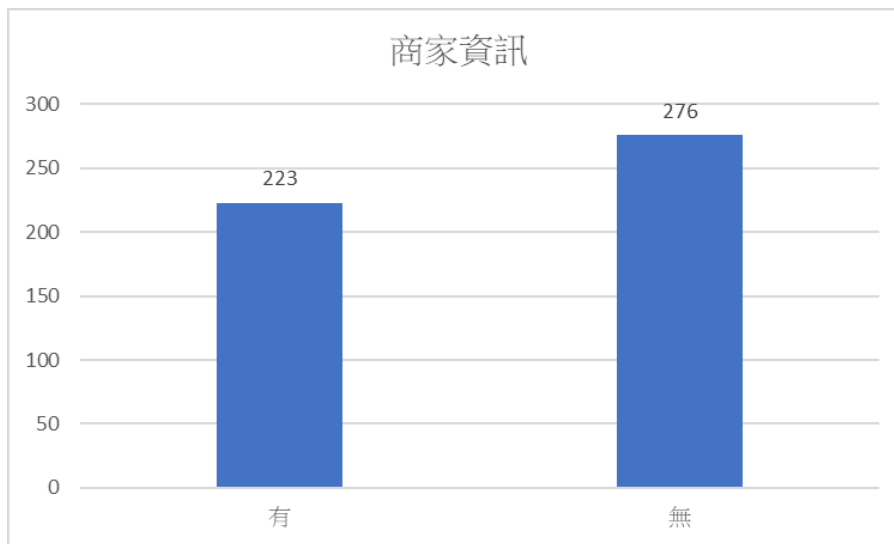


圖 142 商家資訊-長條圖

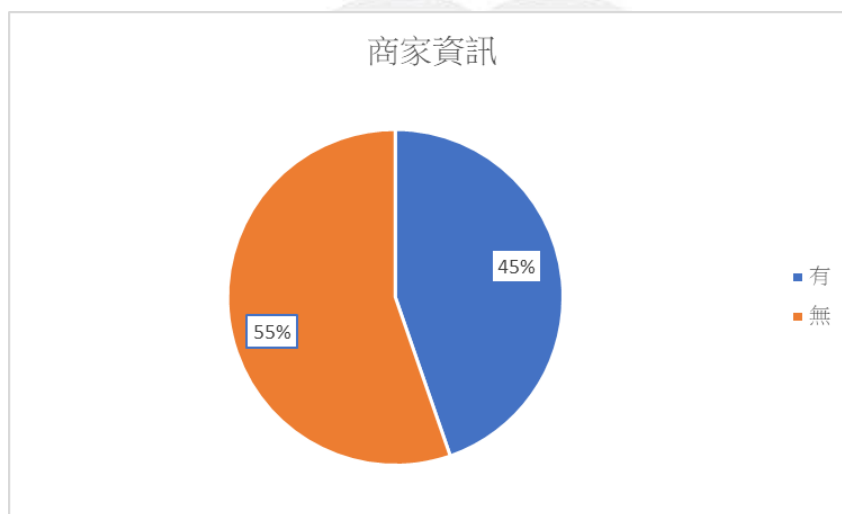


圖 143 商家資訊-圓餅圖

第 1-5 題 折價券

在調查的 501 位受訪者中，扣除 2 份在此題為無效作答，共有 499 筆有效資料。曾使用網路搜尋折價券的受訪者占了 8.2% (41 位)。上網查詢逢甲商圈折價券可以事先了解逢甲商圈的折扣商品，但由於逢甲商圈較多為小攤販，無折價券可以使用，故利用網路搜尋折價券的消費者並不多。此題次數分配表如表 76 所示，而圖 144 與圖 145 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 76 折價券-次數分配表

選項	無	有	總和	無效數量
次數	458	41	499	2
比例	91.8%	8.2%	100%	

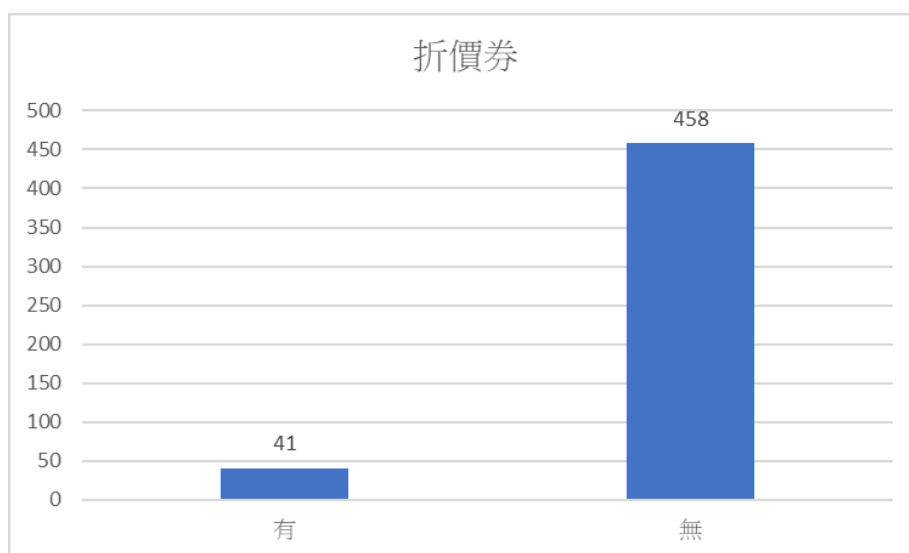


圖 144 折價券-長條圖

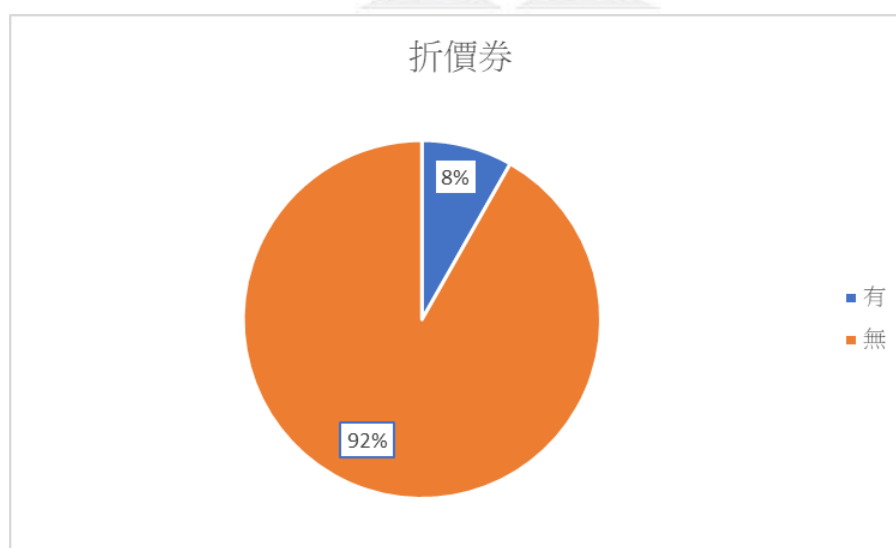


圖 145 折價券-圓餅圖

第 1-6 題 不曾搜尋

在調查的 501 位受訪者中，扣除 2 份在此題為無效作答，共有 499 筆有效資料。曾使用網路搜尋逢甲商圈的相關資訊者占了 20% (100 位)。此次受訪者中，來逢甲商圈的遊客為台中人的比例占最多 (341 人)，可能是來過逢甲商圈很多次，所以知道逢甲商圈大概的商家有哪些、交通資訊、商品資訊... 等等，故不曾利用網路搜尋。此題次數分配表如表 77 所示，而圖 146 與圖 147 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 77 不曾搜尋-次數分配表

選項	無	有	總和	無效數量
次數	399	100	499	2
比例	80%	20%	100%	

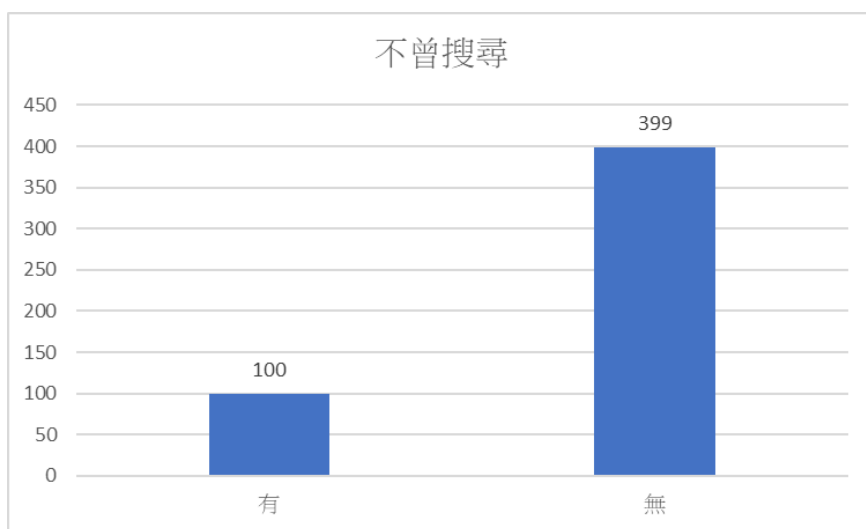


圖 146 不曾搜尋-長條圖

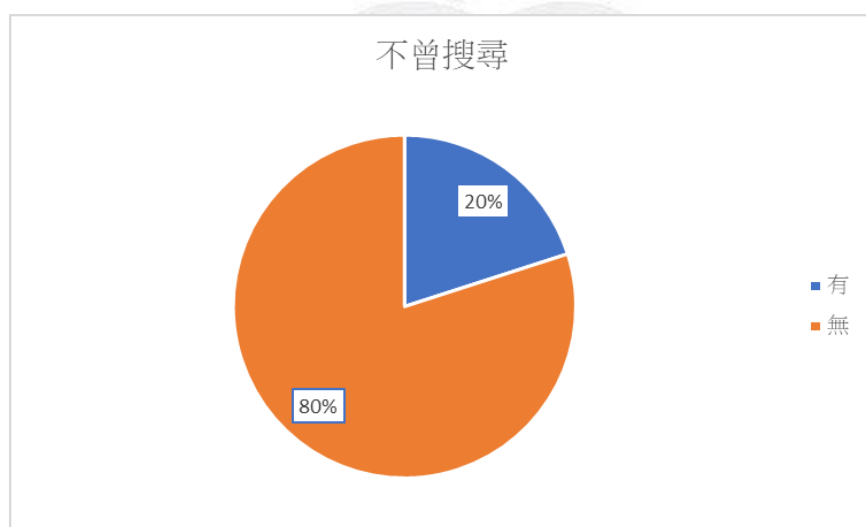


圖 147 不曾搜尋-圓餅圖

第 2 題 這次到逢甲商圈的交通工具為何

在調查的 501 位受訪者中，扣除 1 份遺漏數量及 26 份在此題為無效作答，共有 474 筆有效資料。有 38.4% (182 位) 的受訪者是騎機車至逢甲商圈；有 17.9% (85 位) 的受訪者是開車至逢甲商圈；有 21.5% (102 位) 的受訪者是選擇以徒步的方式前往逢甲商圈。選擇騎機車來逢甲商圈是因為距離不會太遠，且機車較具有機動性；選擇徒步來逢甲商圈是因為自由行旅客住在附近的飯店或旅館，所以選擇徒步走到逢甲商圈。此題次數分配表如表 78 所示，而圖 148 與圖 149 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 78 至逢甲商圈使用的交通工具-次數分配表

選項	徒步	腳踏車	機車	汽車	計程車	公車	遊覽車	總和	遺漏數量	無效數量
次數	102	6	182	85	77	11	11	474	1	26
比例	21.5%	1.3%	38.4%	17.9%	16.2%	2.3%	2.3%	100%		

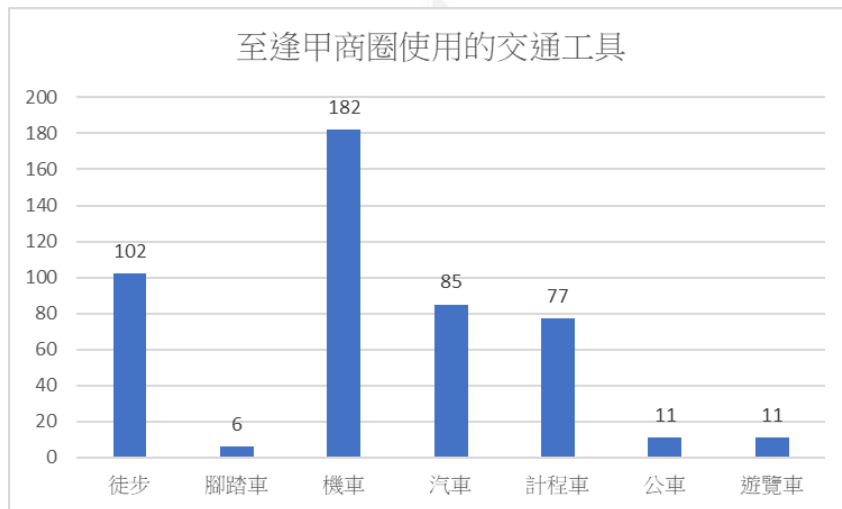


圖 148 至逢甲商圈使用的交通工具-長條圖

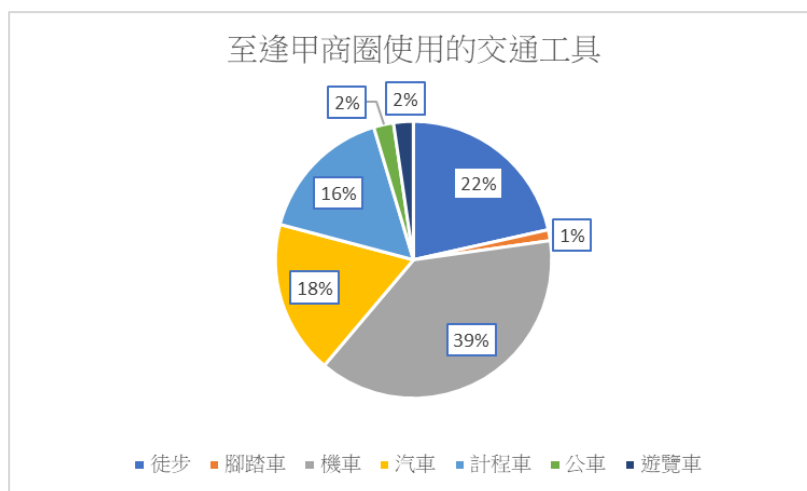


圖 149 至逢甲商圈使用的交通工具-圓餅圖

第 3 題 這次到逢甲商圈大約花多少交通時間

在調查的 501 位受訪者中，扣除 1 份在此題為無效作答，共有 500 筆有效資料。有 42 % (210 位) 的受訪者花費 15~30 分鐘抵達逢甲商圈，其次是 30.2% (151 位) 的受訪者花費 15 分鐘內抵達逢甲商圈。居住地及交通工具與受訪者到逢家商圈的時間有很大的關係，花費 15~30 分鐘抵達逢甲商圈且騎機車的受訪者，大多居住在逢甲商圈外圍；而花費 15~30 分鐘抵達逢甲商圈且是徒步的受訪者，大多是居住在逢甲商圈附近，利用徒步的方式來避免繁雜的交通。此題次數分配表如表 79 所示，而圖 150 與圖 151 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 79 受訪者花多久時間至逢甲商圈-次數分配表

選項	15 分鐘內	15~30 分鐘	30~60 分鐘	60 分鐘以上	總和	遺漏數量
次數	151	210	78	61	500	1
比例	30.2%	42.0%	15.6%	12.2%	100%	

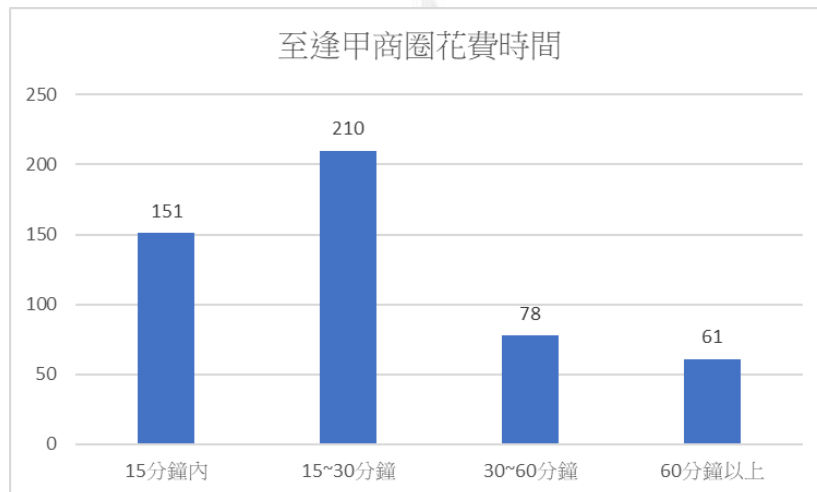


圖 150 至逢甲商圈花費時間-長條圖

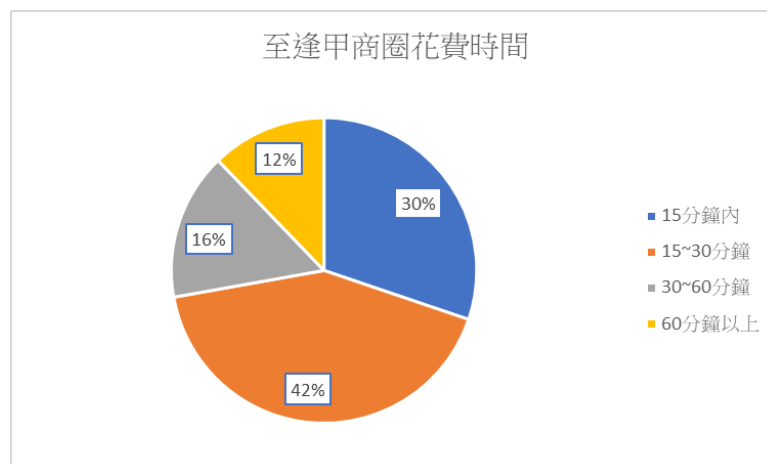


圖 151 至逢甲商圈花費時間-圓餅圖

第 4 題 目前的居住地(非戶籍地)是在哪個縣市

在調查的 501 位受訪者中，扣除 4 份在此題為無效作答，共有 497 筆有效資料。目前居住地(非戶籍的)為台中市的受訪者有 68.61%(341 位)，其次是來自其他地區的受訪者，有 19.52%(97 位)。此題次數分配表如表 80 所示，而圖 152 與圖 153 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 80 受訪者居住地-次數分配表

選項	台中市	彰化縣	苗栗、南投、雲林、嘉義地區	其他	總和	無效數量
次數	341	28	31	97	497	4
比例	68.61%	5.63%	6.24%	19.52%	100%	

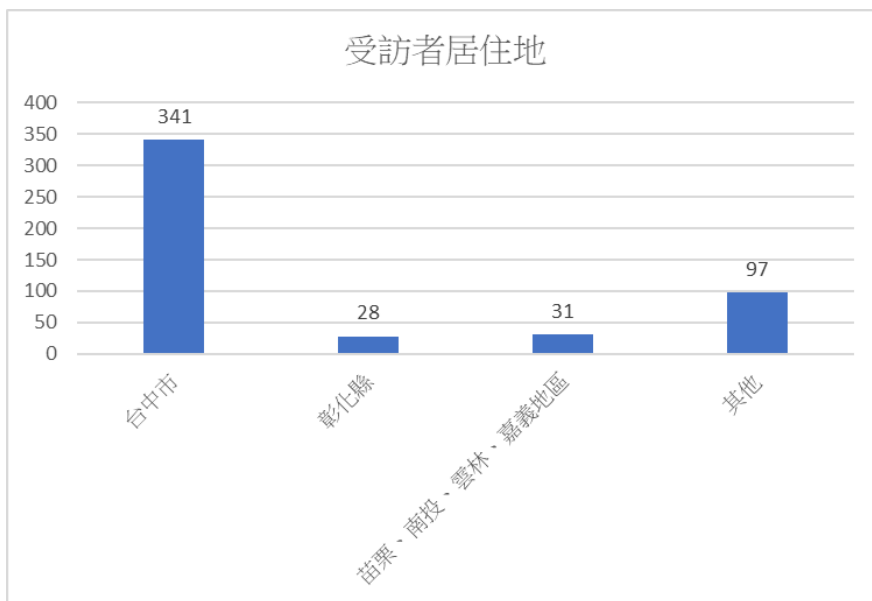


圖 152 受訪者居住地-長條圖

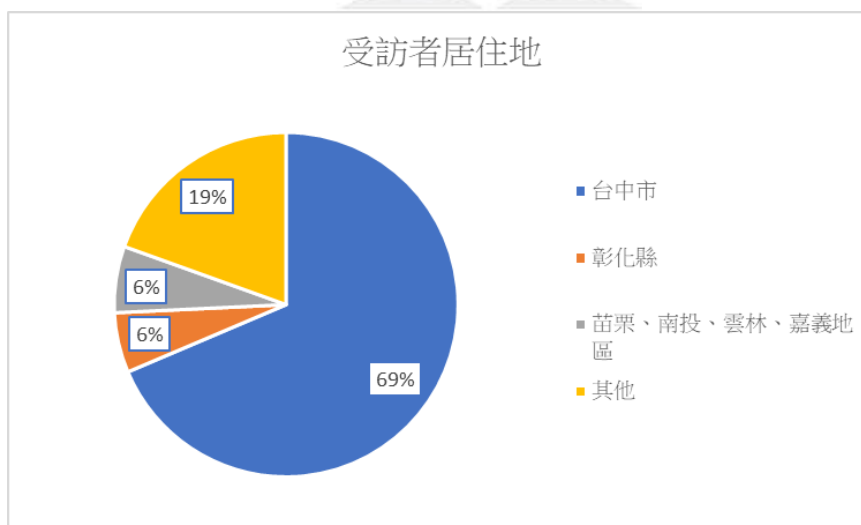


圖 153 受訪者居住地-圓餅圖

著手調查的 501 位受訪者中，有 101 位勾選是來自其他地區的居住地，但是有 12 位受訪者並無正確填寫居住地。因此我們總共分析了 89 位來自不同縣市的受訪者。接著發現有高達 19 位受訪者來自台北市，其次是 15 位來自桃園市。此題為受訪者在目前的居住地中勾選其他的項目，次數分配表如表 81 所示，而圖 154 與圖 155 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 81 受訪者居住其他縣市-次數分配表

居住地	台北	桃園	台南	新竹	新北	高雄	屏東
次數	19	15	11	10	9	9	2
居住地	宜蘭	澎湖	香港	馬來西亞	中國	英國	
次數	1	1	5	4	2	1	

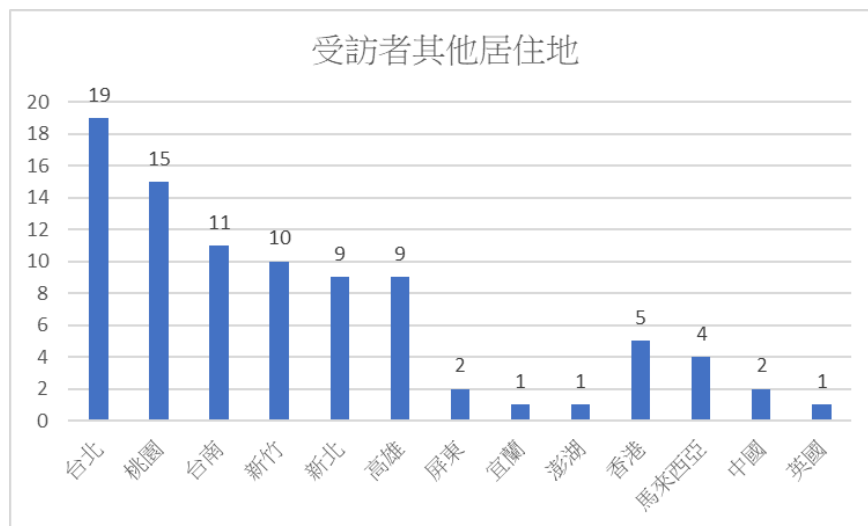


圖 154 受訪者居住其他縣市-長條圖

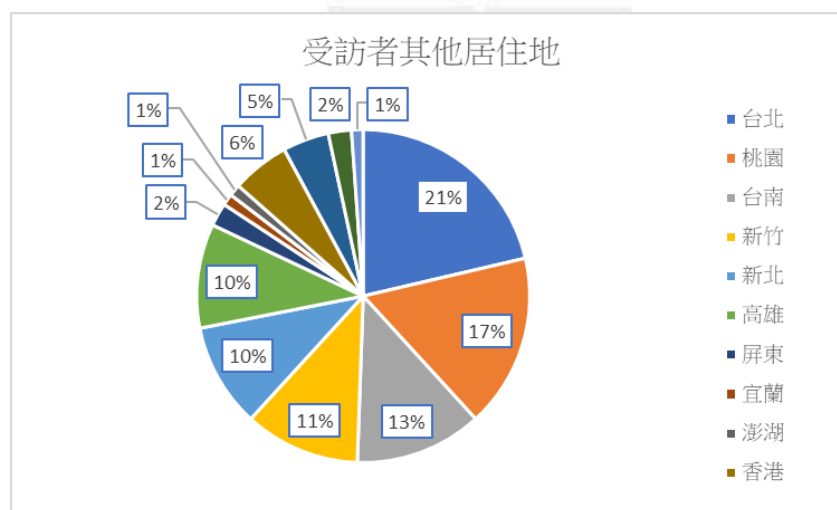


圖 155 受訪者其他居住地-圓餅圖

第 5 題 年齡

在調查的 501 位受訪者中，扣除 2 份在此題為無效作答，共有 499 筆有效資料。有 48.9 % (244 位) 的受訪者年齡層介於 19~23 歲，其次是 18.04 % (90 位) 的年齡層介於 24~28 歲。由年齡調查可以發現，年輕朋友佔據了大部分，他們趁著假日休息時間來逢甲商圈逛逛及消費。此題次數分配表如表 82 所示，而圖 156 與圖 157 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 82 年齡-次數分配表

選項	15 歲 (含)以下	16~18 歲	19~23 歲	24~28 歲	29~34 歲	35 歲 以上	總和	無效數量
次數	12	42	244	90	53	58	499	2
比例	2.40%	8.42%	48.90%	18.04%	10.62%	11.62%	100.00%	

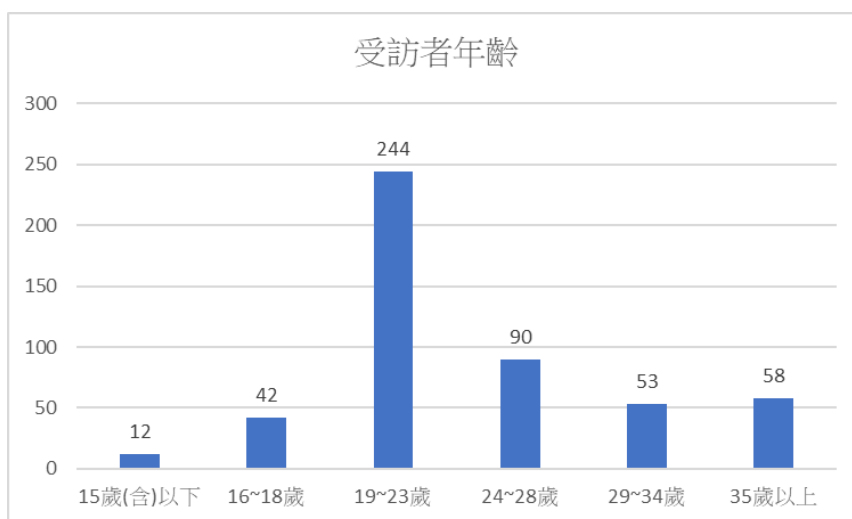


圖 156 受訪者年齡-長條圖

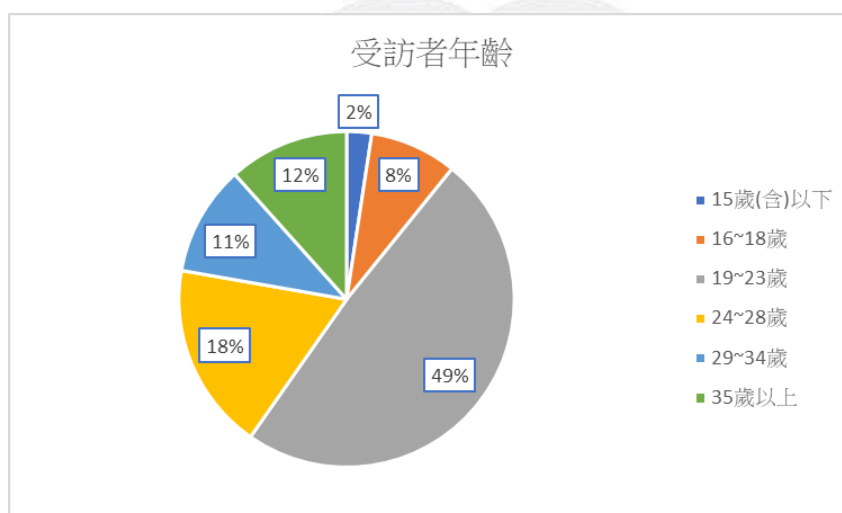


圖 157 受訪者年齡-圓餅圖

第 6 題 每次到逢甲商圈大約花費多少錢

在調查的 501 位受訪者中，扣除 2 份在此題為無效作答，共有 499 筆有效資料。有 50.3 % (251 位) 的受訪者每次到逢甲商圈大約花費的價格落在 200~500 元，其次的花費價格是 500~1000 元，約為 19.84 % (99 位)。大多受訪者消費金額落在 200~500 元，跟較多 19~23 歲的年輕人來逢甲商圈有一定關聯，他們大多沒有經濟基礎，所以能夠消費的金額不多。此題次數分配表如表 83 所示，而圖 158 與圖 159 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 83 消費金額-次數分配表

選項	200 元(含)以下	200~500 元	500~1000 元	1000~1500 元	1500~2000 元	2000 元以上	總和	無效數量
次數	87	251	99	35	15	12	499	2
比例	17.43%	50.30%	19.84%	7.01%	3.01%	2.40%	100%	

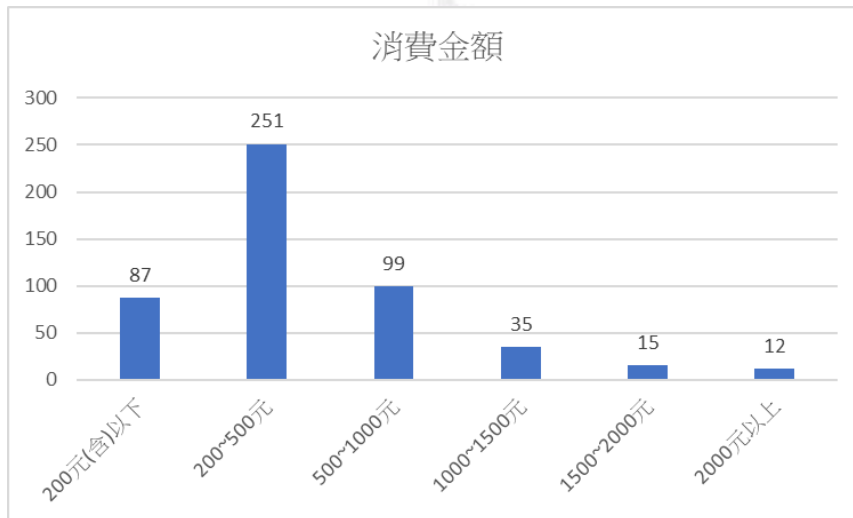


圖 158 消費金額-長條圖

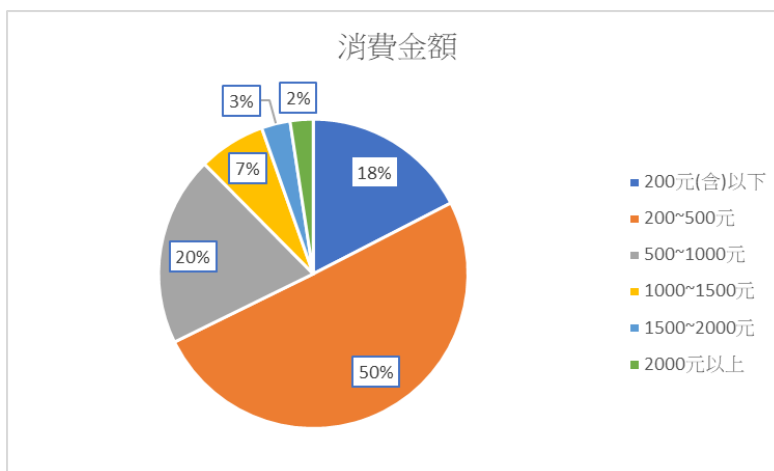


圖 159 消費金額-圓餅圖

第 7-1 題 這次到逢甲商圈是否有住宿在附近的旅館或日租套房

在調查的 501 位受訪者中，扣除 3 份在此題為無效作答，共有 498 筆有效資料。這次到逢甲商圈有住宿在附近的旅館或日租套房的有 19.48% (97 位)。有可能在這次的調查中，受訪者大多為台中人或附近學校的學生，他們都住在家裡宿舍，故住在商圈附近的旅館或日租套房的比例不多。此題次數分配表如表 84 所示，而圖 160 與圖 161 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 84 是否有住宿在附近的旅館或日租套房-次數分配表

選項	否	是	總和	無效人數
次數	401	97	498	3
比例	80.52%	19.48%	100.00%	

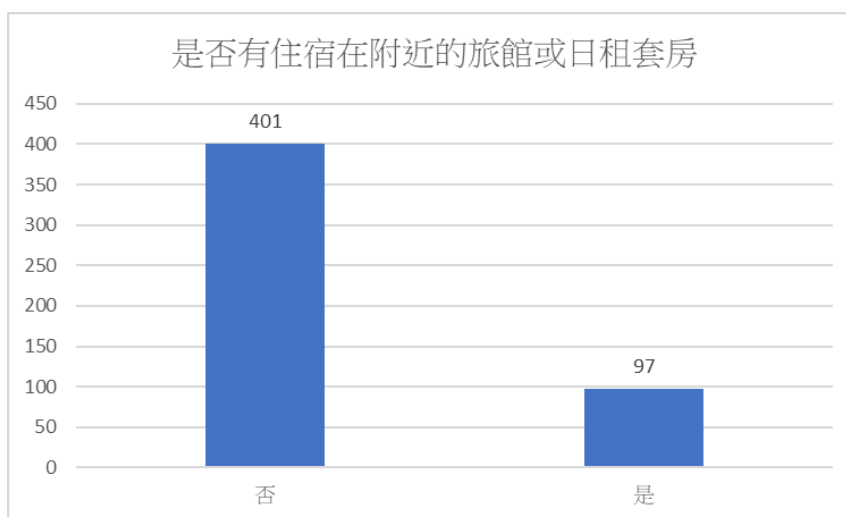


圖 160 是否有住宿在附近的旅館或日租套房-長條圖

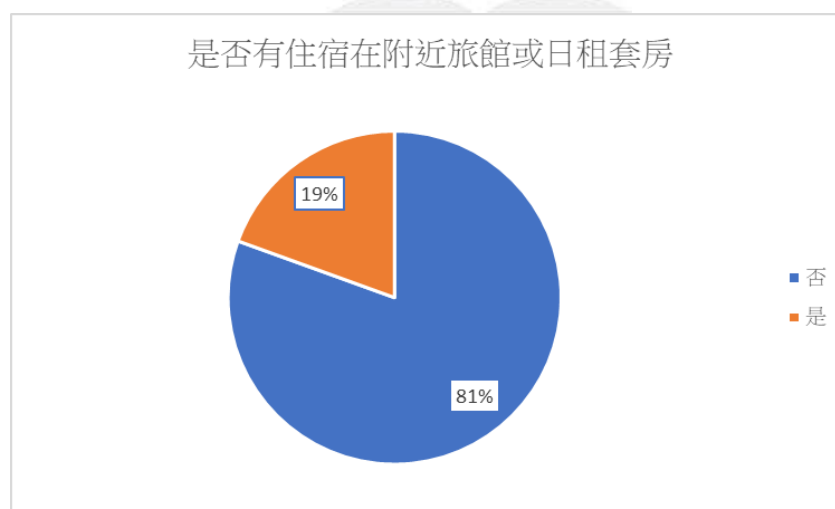


圖 161 是否有住宿在附近的旅館或日租套房-圓餅圖

第 7-2 題 有住宿在附近的旅館或日租套房地點

有住宿在附近的旅館或日租套房的受訪者中，扣除 14 份在此題為無效作答，共有 71 筆有效資料，有 36.62% (26 位) 的受訪者勾選住在其他旅館，且有 14.08% (10 位) 的受訪者住在星享道酒店，有 5 人住宿在日租套房，單日費用平均為 960 元，如表 87 所示。此題為受訪者有住宿在附近的旅館或日租套房的地點，次數分配表如表 85 及表 86 所示。

表 85 住宿地點-次數分配表

選項	文華道會館	星享道酒店	KUN Hotel	碧根行館	黎客商旅	台中商旅	拓程商旅	原德飯店	其他旅館	日租套房	總和	無效人數
次數	4	10	1	8	5	7	1	1	26	8	71	14
比例	5.63%	14.08%	1.41%	11.27%	7.04%	9.86%	1.41%	1.41%	36.62%	11.27%	100.00%	

表 86 其他旅館-次數分配表

101Hotel	1-Deal	hotel 7	mini hotels	the only	久窩	浮雲	探索私旅館	叮嚀
1	1	1	2	1	1	1	1	1
逢甲隨意宅	奇異果	隱和旅	轉角窩客	卡諾	璽朵	葉綠素	圖樂文館	水雲端
1	2	1	1	1	1	1	1	1
黎安	沙夏	夢樓	戀愛逢甲	福容	米樂行旅	總和	無效數量	桔子
1	1	1	1	2	1	28	14	1

表 87 受訪者住宿日租套房單日費用-次數分配表

600 元	800 元	900 元	1000 元	1500 元	總和	無效數量
1	1	1	1	1	5	9

第 8 題 目前最常使用的手機電信業者

在調查的 501 位受訪者中，扣除 4 份在此題為無效作答，共有 497 筆有效資料。受訪者中，最常使用的手機電信業為中華電信，共有 38.83% (193 位)，其次是使用台灣大哥大的受訪者，有 26.16% (130 位)。受訪者最常使用的手機電信業者的比例與台灣電信業者市占率的比例差不多。此題次數分配表如表 88 所示，而圖 162 與圖 163 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 88 受訪者最常使用的手機電信業者-次數分配表

選項	中華電信	台灣大哥大	遠傳	亞太	台灣之星	其他	總和	無效人數
次數	193	130	111	18	37	8	497	4
比例	38.83%	26.16%	22.33%	3.62%	7.44%	1.61%	100.00%	

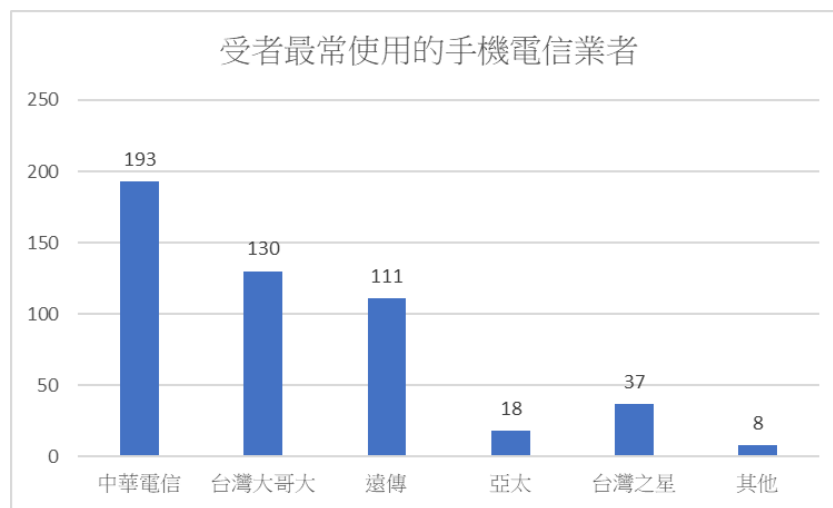


圖 162 受訪者最常使用的手機電信業者-長條圖

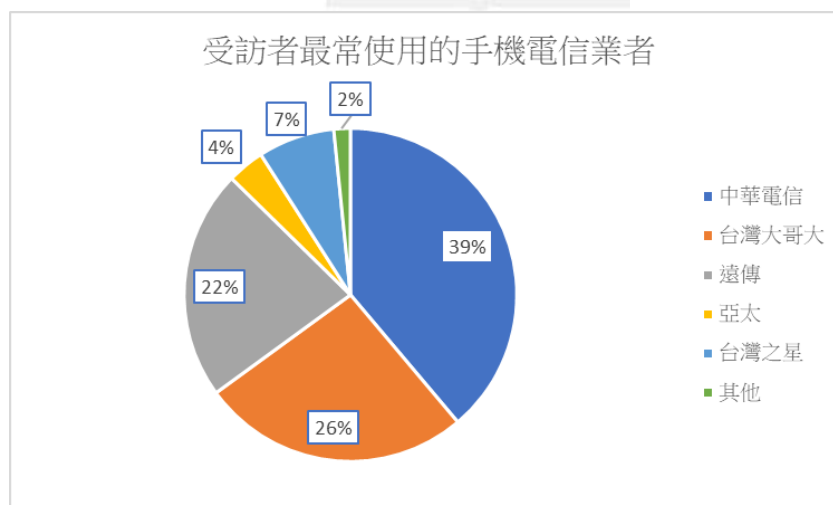


圖 163 受訪者最常使用的手機電信業者-圓餅圖

第 9 題 是否願意提供手機前七個號碼

在調查的 501 位受訪者中，扣除 1 份在此題為無效作答，共有 500 筆有效資料。有 64.2% (321 位) 的受訪者不願意提供手機前七個號碼，而受訪者當中有 35.8% (179 位) 提供了手機前七個號碼。大多數人認為手機號碼為私人聯絡方式，為了避免收到擾人的電話或是簡訊，大多受訪者選擇不提供其電話號碼。此題次數分配表如表 89 所示，而圖 164 與圖 165 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 89 是否願意提供手機前七個號碼-次數分配表

選項	是	否	總和	遺漏人數
次數	179	321	500	1
比例	35.8%	64.2%	100%	

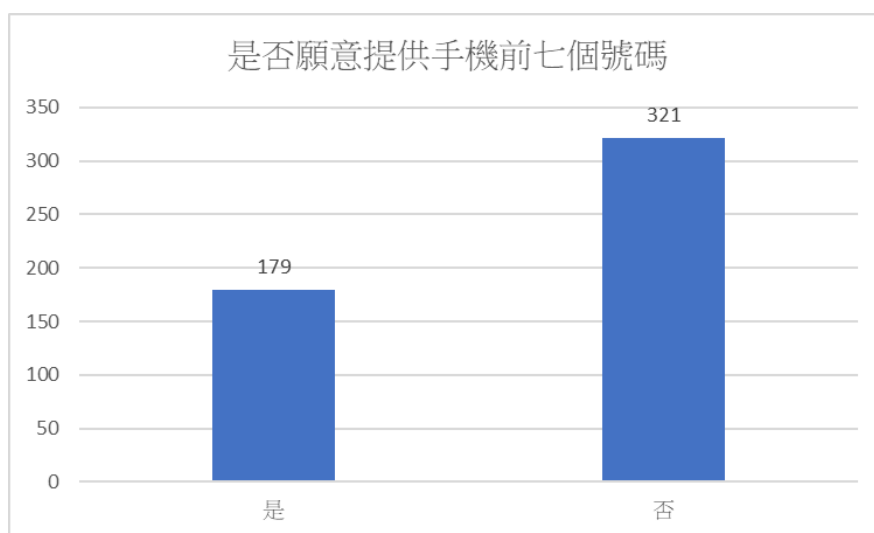


圖 164 是否願意提供手機前七位號碼-長條圖

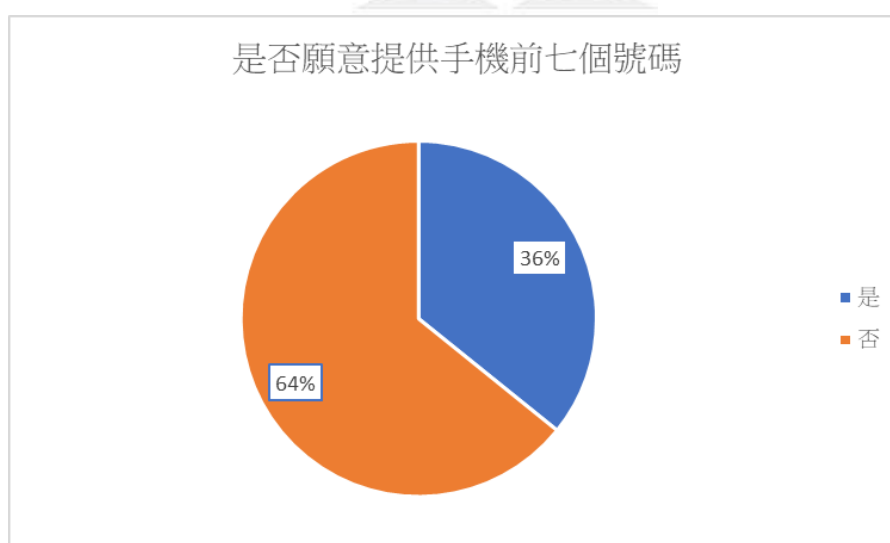


圖 165 是否願意提供手機前七位號碼-圓餅圖

第 10 題 使用的手機是否為智慧型手機

在調查的 501 位受訪者中，扣除 1 份在此題為無效作答，共有 500 筆有效資料。使用智慧型手機的受訪者有 99.2% (496 位)，不是使用智慧型手機有 0.8% (4 位)。在科技越來越發達的現代社會，不管是孩童、年輕人或是年長者，手中持有一台智慧型手機已經是最普遍不過的事。此題次數分配表如表 90 所示，而圖 166 與圖 167 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 90 使用的手機是否為智慧型手機-次數分配表

選項	是	否	總和	無效數量
次數	496	4	500	1
比例	99.2%	0.8%	100%	

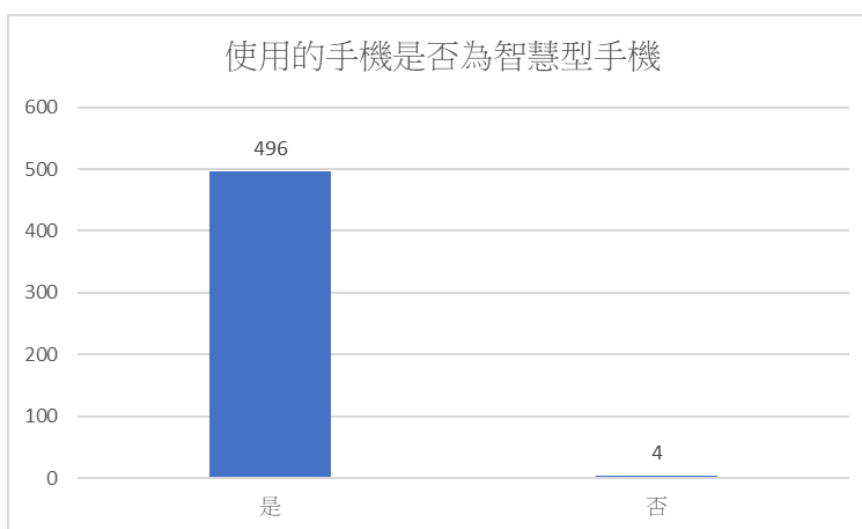


圖 166 使用的手機是否為智慧型手機-長條圖

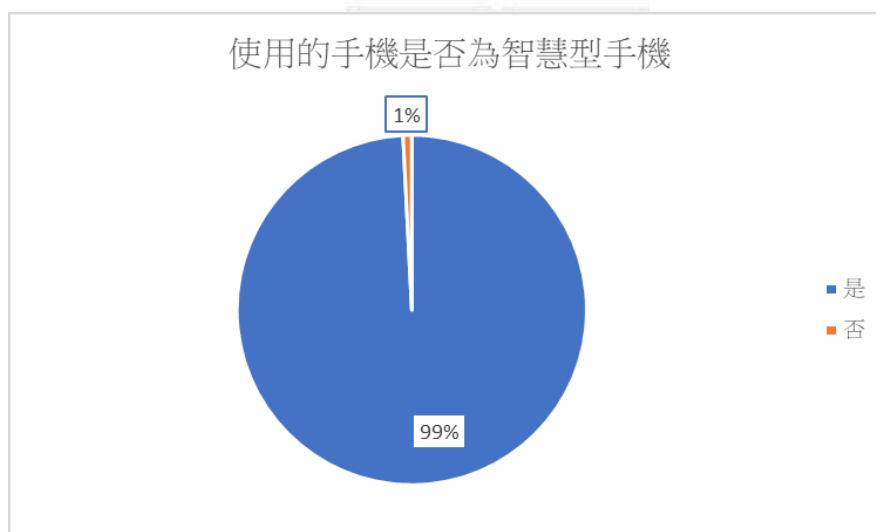


圖 167 使用的手機是否為智慧型手機-圓餅圖

受訪者同遊人數(含受訪者)

在 501 位受訪者中，當日同遊人數以 2 人同遊的比例最多，高達了 45.91% (230 位)，其次為 1 人出遊，有 31.74% (159 位)。大多數 2 人同遊的受訪者多為與男朋友、女朋友或是朋友。受訪者同遊人數(含受訪者)次數分配表如表 91 所示，而圖 168 與圖 169 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 91 受訪者同遊人數-次數分配表

選項	1 人	2 人	3 人	4 人	5 人	6 人	7 人	8 人	9 人	11 人	總和	遺漏人數
次數	159	230	52	37	13	4	3	1	1	1	501	0
比例	31.74%	45.91%	10.38%	7.39%	2.59%	0.80%	0.60%	0.20%	0.20%	0.20%	100.00%	

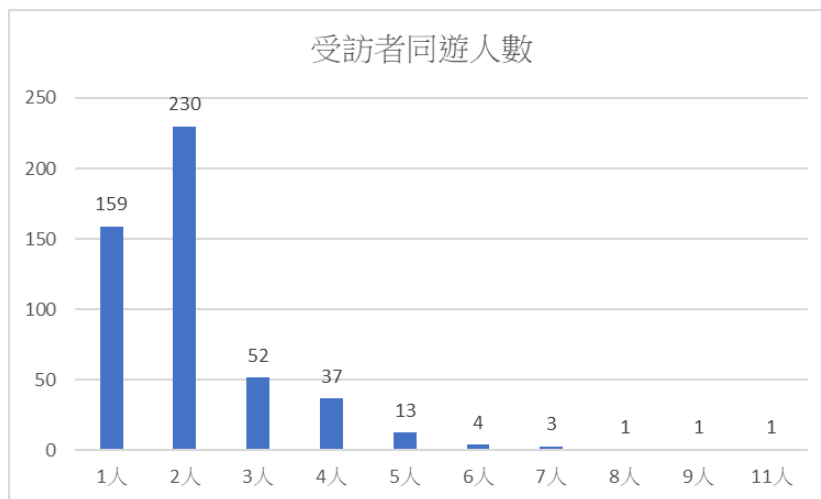


圖 168 受訪者同遊人數-長條圖

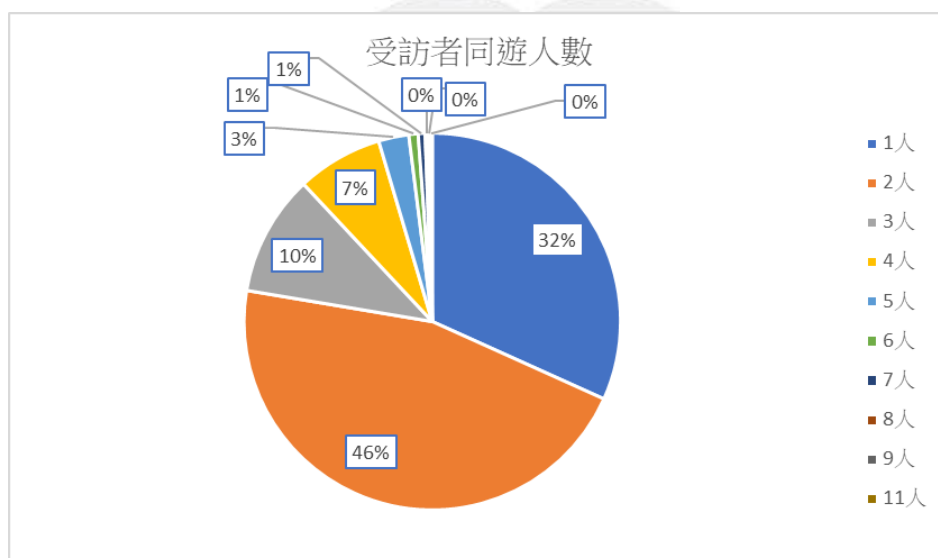


圖 169 受訪者同遊人數-圓餅圖

受訪者性別

在問卷調查的 501 位受訪者中，男性有 45.31% (227 位)，女性有 54.69% (274 位)。次數分配表如表 92 所示，而圖 170 與圖 171 分別為此長條圖與圓餅圖。

表 92 受訪者性別-次數分配表

選項	男	女	總和	無效數量
次數	227	274	501	0
比例	45.31%	54.69%	100%	

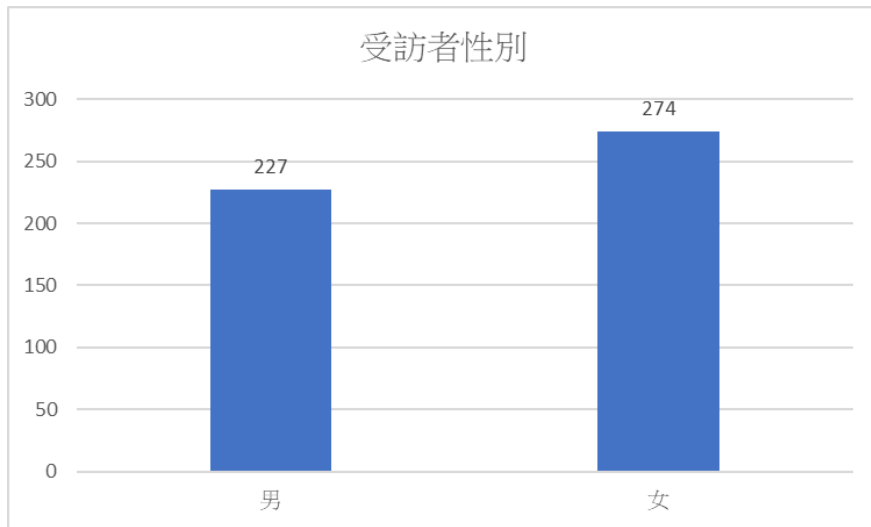


圖 170 受訪者性別-長條圖

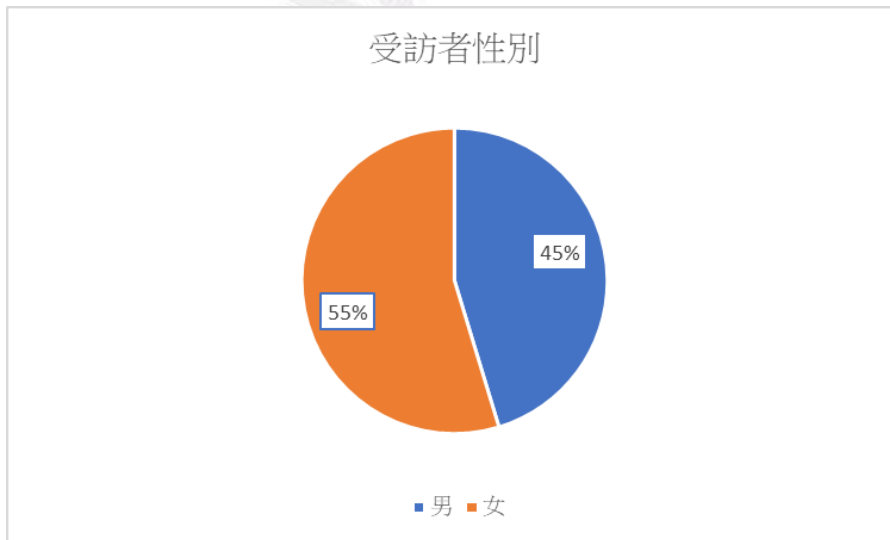


圖 171 受訪者性別-圓餅圖

第二節、信度分析

5.2.1 何謂信度

問卷調查的主要目的，是用來調查研究對象在心理特質/能力/態度...等抽象概念上的狀況如何。收集資料後，我們計算內部一致性信度，用以衡量此份問卷各題之間的一致性、同質性。

本次數據是問卷的一部份的 14 個題項所組成的逢甲夜市滿意度量表，計分方式為「最不同意」的 1 分到「非常同意」的 6 分，共收集了 501 位受訪對象。每個分量表各做一次信度分析，換句話說，每個分量表與總量表都可以得到一個 Cronbach' alpha 係數。

5.2.2 Cronbach's alpha 係數

克隆巴赫係數 (Cronbach's alpha)，又稱 alpha 信度 (alpha reliability)。其公式與可信度關係如下。

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \left[\sum_{i=1}^k \sigma_i^2 / \sigma_t^2 \right] \right\}$$

k : 問卷中題目的數量

σ_i^2 : 所有受訪者在題項 i 的分數變異數 (i=1,2,...,k)

σ_t^2 : 所有受訪者總分的變異數

表 93 可靠性統計量表

可靠性統計量	
Cronbach 的 Alpha	項目數
.913	14

Cronbach's alpha 係數越高，代表量表的內部一致性越高。分析結果的 Cronbach's alpha 係數值為 0.913，高於 0.9，表示此 14 題相當一致的測量到相同概念。

表 94 項目整體統計量表

	比例平均值 (如果項目已刪除)	比例變異 (如果項目已刪除)	更正後項目總計 相關性	平方複相關	Cronbach 的 Alpha (如果項目已刪除)
商品具獨特性	54.11	96.524	.574	.412	.909
商品具多樣化	53.68	96.301	.573	.429	.909
商品價格低廉	54.61	93.785	.625	.556	.907
商品品質可靠	54.28	95.563	.680	.525	.906
商品款式新潮	54.00	96.403	.605	.427	.908
商家服務態度親切	53.92	96.235	.616	.428	.908
商家提供售後服務	54.66	93.485	.645	.501	.907
食物便宜	54.57	91.460	.674	.603	.906
食物好吃	53.72	95.226	.652	.520	.906
食物乾淨衛生	54.29	93.870	.701	.533	.905
排隊購物井然有序	54.20	94.450	.578	.415	.909
停車方便	55.11	92.081	.561	.373	.911
整體印象良好	53.77	96.167	.712	.608	.905
有再次前來消費的意願	53.49	95.180	.655	.571	.906

另外，我們計算各題項刪除後，Cronbach's alpha 係數會變為多少，若刪除該題項後 Cronbach's alpha 可以提高很多，則該題項的相似度不高，可以考慮刪除。以第 1 題為例，目前滿意度量表 14 題的 Cronbach's alpha 係數為 0.913，如果把第 1 題刪除後，工作滿意度量表將剩下 13 題，而這 13 題所形成的 Cronbach's alpha 係數為 0.909，表示第 1 題題項刪除後，工作滿意度量表的信度從 0.913 降至 0.909。從分析中我們可以看出刪除每題後，Cronbach's alpha 係數都會下降，也就是說這 14 題具有同質性。

第三節、以因素分析決定效度

建構效度(或稱構念效度)係指問卷或量表能測量到理論上的構念或特質之程度。建構效度有兩類,分別為收斂效度與區別效度,若問題的因素負荷量(Factor loading)絕對值在每個因素上都低於 0.5 時,則表示該問題不具有收斂效度;若問題的因素負荷量絕對值在 2 個以上的因素都高於 0.5 時,則表示該問題不具有區別效度。假如研究量表的所有問題同時具有收斂效度與區別效度時,則表示該研究量表具有建構效度;而檢測量表是否具備建構效度,最常使用之方法為因素分析法。

5.3.1 決定是否做因素分析

變數之間需具有一定程度的相關,一群相關太高或太低的變項,皆會造成執行因素分析的困難,那麼,判斷這些變項的相關性是否符合因素分析的條件,就可以成為進行因素分析前的判定依據。

要判定一組變項是否適於因素,有二種方式:

1. KMO(取樣適切性量數)
2. Bartlett's test of sphericity(球形檢定)

KMO(取樣適當性量數),KMO 值愈大時,表示變數間的共同因素愈多,愈適合進行因素分析。若 KMO 值大於 0.9,即表示非常適合作因素分析。

Bartlett's test of sphericity (又稱Bartlett's球形檢定),若Bartlett's test of sphericity顯著,表示母體相關矩陣間有共同因素存在,適合進行因素分析。

結果顯示 KMO 為 0.922,表示適合進行因素分析。Bartlett 樣本球型檢定的檢定統計量之值為 3311.410,其 p 值 $< 0.001 < \alpha = 0.05$,拒絕虛無假設,這個檢定在統計上是顯著的,也適合做因素分析。

5.3.2 因素個數的取捨

5.3.2.1 特徵值(eigenvalue)大於 1

每1個項目的最高特徵值是1，總特徵值數，就是項目數，所以夜市問卷題項是14題；通常認為1個因素的貢獻要超過1個項目才有意義，所以預設為1以上，才進行萃取。觀察報表中，**特徵值大於1者的個數作為應萃取因素的個數**。但如果特徵值在1的臨界點附近時，可自行決定是否應增加應數個數。例如：有特徵值1.056與0.902，此兩個數值的差異很小，但依此方法時，特徵值為1.056者會被納入因素，但特徵值0.902者會被剔除於因素之外；由下表99可以看出來，特徵值大於1者有2個，因此如採用此準則，則應萃取2個因素，累積解釋變異量達**55.743%**。

表 95 解說總變異量表

成分	初始固有值			擷取平方和負荷量			旋轉平方和負荷量		
	總計	變異的 %	累加 %	總計	變異的 %	累加 %	總計	變異的 %	累加 %
1	6.748	48.200	48.200	6.748	48.200	48.200	4.044	28.889	28.889
2	1.056	7.543	55.743	1.056	7.543	55.743	3.760	26.854	55.743
3	.902	6.442	62.185						
4	.818	5.846	68.032						
5	.742	5.303	73.335						
6	.576	4.116	77.451						
7	.548	3.916	81.367						
8	.486	3.471	84.838						
9	.448	3.200	88.038						
10	.405	2.892	90.930						
11	.392	2.801	93.731						
12	.365	2.609	96.340						
13	.276	1.972	98.313						
14	.236	1.687	100.000						

擷取方法：主成分分析。

5.3.2.2 陡坡圖

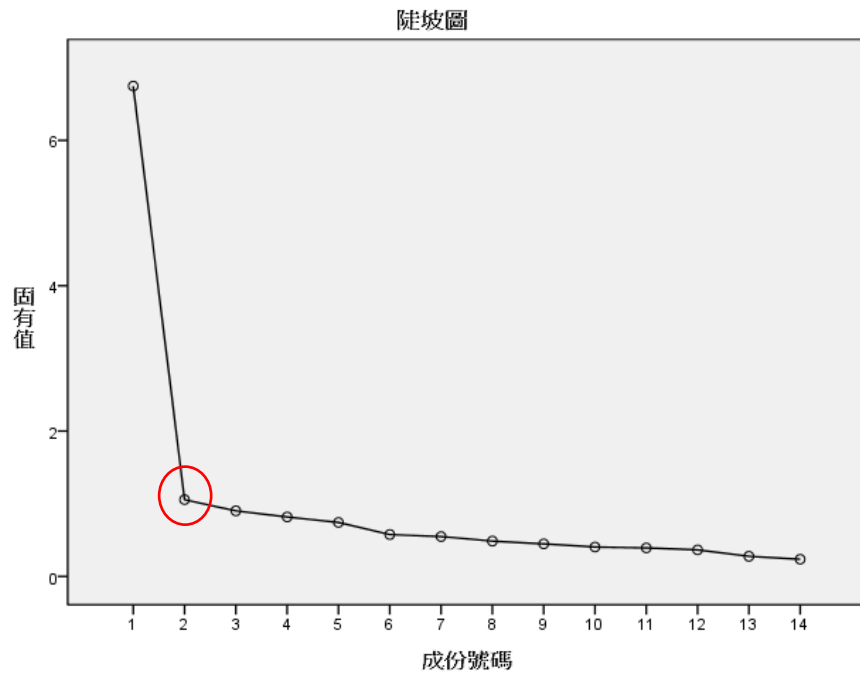


圖 172 陡坡圖

此圖是以因素個數為X軸，未轉軸前的特徵值為Y軸所畫出的散佈圖，由圖中自行判斷一臨界點，在此臨界點以上，特徵值的變動幅度大，但在此臨界點以下，特徵值的變動幅度小，就以此臨界點所對應的因素個數最為萃取因素的數目，如上圖173，便萃取2個因素。

5.3.2.3 題項與因素相關

表 96 成分矩陣

	成分	
	1	2
1_13整體印象良好	.768	-.324
1_10食物乾淨衛生	.757	-.156
1_4商品品質可靠	.734	.177
1_8食物便宜	.729	.132
1_14有再次前來消費的意願	.723	-.306
1_9食物好吃	.718	-.160
1_7商家提供售後服務	.702	0
1_3商品價格低廉	.681	.338
1_6商家服務態度親切	.680	0
1_5商品款式新潮	.671	.258
1_11排隊購物井然有序	.640	-.454
1_2商品具多樣化	.638	.392
1_1商品具獨特性	.635	.403
1_12停車方便	.621	-.202

由表100可以看出，沒有任何選項在因素一的因素負荷量低於0.5，表示這些問題具有收斂效度；同時，也沒有任何變數在因素二的因素負荷量同時大於0.5，表示這些問題具有區別效度；由於這些問題均具有收斂效度與區別效度，因此表示本研究量表具有建構效度。

第四節、交叉分析與卡方檢定

針對第二部分問卷的題項與第三部分基本資料的題項，本組對一些組合作交叉分析。

5.4.1 男/女 v.s 有無使用行動支付

卡方檢定的假設

H_0 ：性別與有無使用行動支付獨立

H_a ：性別與有無使用行動支付不獨立

表 97 性別與有無使用行動支付交叉表

性別 \ 有無使用行動支付		沒有	有	總計
		女	次數	154
	預期次數	161.7	108.3	270.0
男	次數	146	85	231
	預期次數	138.3	92.7	231.0
總計	次數	300	201	501
	預期次數	300.0	201.0	501.0

表 98 性別與有無使用行動支付卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	1.970	1	.160
有效觀察值數目	501		

由卡方檢定表105得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示性別與有無使用行動支付不具關聯性。

5.4.2 男/女 v.s 平均一周使用行動支付的頻率

卡方檢定的假設

H_0 ：性別與平均一周使用行動支付的頻率獨立

H_a ：性別與平均一周使用行動支付的頻率不獨立

表 99 性別與平均一周使用行動支付的頻率交叉表

性別 \ 頻率		少於一次	1-3次	4-6次	7-9次	10次以上	總計
女	次數	27	48	24	6	11	116
	預期次數	29.4	43.9	22.5	6.9	13.3	116.0
男	次數	24	28	15	6	12	85
	預期次數	21.6	32.1	16.5	5.1	9.7	85.0
總計	次數	51	76	39	12	23	201
	預期次數	51.0	76.0	39.0	12.0	23.0	201.0

表 100 性別與平均一周使用行動支付的頻率卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	2.847	4	.584
有效觀察值數目	201		

有卡方檢定表107得知， p 值 > 0.05 所以不拒絕虛無假設，則表示性別與平均一周使用行動支付的頻率不具關聯性。

5.4.3 男/女 v.s 平均一周使用行動支付的金額

卡方檢定的假設

H_0 ：性別與平均一周使用行動支付的金額獨立

H_a ：性別與平均一周使用行動支付的金額不獨立

金額1001-1500元與1500元以上皆為高單價，勾選的人數較少，故我們合併討論。

表 101 性別與平均一周使用行動支付的金額交叉表

性別 \ 金額		金額				總計
		300元以下	301-600元	601-1000元	1001元以上	
女	次數	44	30	27	15	116
	預期次數	45.6	32.9	23.7	13.9	116.0
男	次數	35	27	14	9	85
	預期次數	33.4	24.1	17.3	10.1	85.0
總計	次數	79	57	41	24	201
	預期次數	79.0	57.0	41.0	24.0	201.0

表 102 性別與平均一周使用行動支付的金額卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	2.073	3	.557
有效觀察值數目	201		

由卡方檢定表109得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示性別與平均一周使用行動支付的金額不具關聯性。

5.4.4 男/女 v.s.曾經在逢甲使用行動支付

卡方檢定的假設

H_0 ：性別與有無在逢甲使用行動支付獨立

H_a ：性別與有無在逢甲使用行動支付不獨立

表 103 性別與有無在逢甲使用行動支付交叉表

性別 \ 有無使用行動支付		有無使用行動支付		總計
		沒有	有	
女	次數	83	32	115
	預期次數	80.5	34.5	115.0
男	次數	57	28	85
	預期次數	59.5	25.5	85.0
總計	次數	140	60	200
	預期次數	140.0	60.0	200.0

表 104 性別與有無在逢甲使用行動支付卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	.609	1	.435
有效觀察值數目	200		

由卡方檢定表111得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示性別與有無在逢甲使用行動支付不具關聯性。

5.4.5 男/女 v.s 若逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願

卡方檢定的假設

H_0 ：性別與逢甲商圈店家可使用行動支付是否影響購買意願獨立

H_a ：性別與逢甲商圈店家可使用行動支付是否影響購買意願不獨立

表 105 性別與逢甲商圈使用行動支付是否影響購買意願交叉表

性別		購買意願			
		會增加	不會影響	不一定	總計
女	次數	87	126	55	268
	預期次數	88.8	125.9	53.3	268.0
男	次數	78	108	44	230
	預期次數	76.2	108.1	45.7	230.0
總計	次數	165	234	99	498
	預期次數	165.0	234.0	99.0	498.0

表 106 性別與逢甲商圈使用行動支付是否影響購買意願卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	.199	2	.905
有效觀察值數目	498		

由卡方檢表113得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示性別與逢甲商圈店家可使用行動支付是否影響購買意願不具關聯性。

5.4.6 男/女 v.s 若逢甲商圈的店家或攤販普遍提供行動支付服務，是否會增加前往逢甲商圈消費的意願

卡方檢定的假設

H_0 ：性別與逢甲商圈店家或攤販提供行動支付是否會增加前往消費的意願獨立

H_a ：性別與逢甲商圈店家或攤販提供行動支付是否會增加前往消費的意願不獨立

表 107 性別與逢甲提供行動支付是否會增加前往消費意願交叉表

性別		前往直願			總計
		會增加	不會影響	不一定	
女	次數	87	146	37	270
	預期次數	86.2	148.0	35.8	270.0
男	次數	72	127	29	228
	預期次數	72.8	125.0	30.2	228.0
總計	次數	159	273	66	498
	預期次數	159.0	273.0	66.0	498.0

表 108 性別與逢甲提供行動支付是否會增加前往消費意願卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	.166	2	.920
有效觀察值數目	498		

由卡方檢定表115得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示性別與逢甲商圈店家或攤販提供行動支付是否會增加前往消費的意願不具關聯性。

5.4.7 年齡 v.s. 有無使用過行動支付

卡方檢定的假設

H_0 ：年齡與有無使用過行動支付獨立

H_a ：年齡與有無使用過行動支付不獨立

15歲以下與16-18歲皆為青少年，勾選的人數較少，所以做合併討論。

表 109 年齡與有無使用過行動支付交叉表

年齡 \ 有無使用行動支付		有無使用行動支付		總計
		沒有	有	
18歲以下	次數	42	12	54
	預期次數	32.2	21.8	54.0
19-23歲	次數	155	89	244
	預期次數	145.7	98.3	244.0
24-28歲	次數	37	53	90
	預期次數	53.7	36.3	90.0
29-34歲	次數	30	23	53
	預期次數	31.7	21.3	53.0
35歲以上	次數	34	24	58
	預期次數	34.6	23.4	58.0
總計	次數	298	201	499
	預期次數	298.0	201.0	499.0

表 110 年齡與有無使用過行動支付卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	21.987	4	.000
有效觀察值數目	499		

由卡方檢定表117得知p值 < 0.05，拒絕虛無假設，則表示年齡與有無使用過行動支付具關聯性。

由表 116 得知，24-28 歲有使用行動支付的人數居多，代表 24-28 歲的接受度最高，而其他年齡層無使用行動支付的比例都大於 50%。

5.4.8 年齡 v.s. 平均一週使用行動支付的頻率

卡方檢定的假設

H_0 ：年齡與平均一週使用行動支付的頻率獨立

H_a ：年齡與平均一週使用行動支付的頻率不獨立

頻率7-9次與10次以上，勾選的人數較少，故做合併討論。

15歲以下、16-18歲與19-23歲皆為學生，勾選的人數較少，所以做合併討論。

29-34歲與35歲以上皆為適婚年齡，勾選的人數較少，所以做合併討論。

表 111 年齡與平均一週使用行動支付的頻率交叉表

年齡 \ 頻率		少於1次	1-3次	4-6次	7次以上	總計
23歲以下	次數	22	41	21	17	101
	預期次數	25.6	38.2	19.6	17.6	101.0
24-28歲	次數	15	20	11	7	53
	預期次數	13.4	20.0	10.3	9.2	53.0
29歲以上	次數	14	15	7	11	47
	預期次數	11.9	17.8	9.1	8.2	47.0
總計	次數	51	76	39	35	201
	預期次數	51.0	76.0	39.0	35.0	201.0

表 112 年齡與平均一週使用行動支付的頻率卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	3.862	6	.695
有效觀察值數目	201		

由卡方檢定表119得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示年齡與平均一週使用行動支付的頻率不具關聯性。

5.4.9 年齡 v.s.平均一周使用行動支付的金額

卡方檢定的假設

H_0 ：年齡與平均一周使用行動支付的金額獨立

H_a ：年齡與平均一周使用行動支付的金額不獨立

金額601-1000元、1001-1500元與1500元以上皆為高單價，勾選的人數較少，故合併討論。

年齡15歲以下、16-18歲與19-23歲皆為學生，勾選的人數較少，故合併討論。

年齡29-34歲、35歲以上皆為適婚年齡，勾選的人數較少，故合併討論。

表 113 年齡與平均一周使用行動支付的金額交叉表

年齡 \ 金額		金額			總計
		300元以下	301-600元	601元以上	
23歲以下	次數	40	32	29	101
	預期次數	38.0	27.4	35.6	101.0
24-28歲	次數	21	16	25	62
	預期次數	23.3	16.8	21.8	62.0
29歲以上	次數	18	9	20	47
	預期次數	17.7	12.8	16.6	47.0
總計	次數	79	57	74	210
	預期次數	79.0	57.0	74.0	210.0

表 114 年齡與平均一周使用行動支付的金額卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	4.646	4	.326
有效觀察值數目	210		

由卡方檢定表121得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示年齡與平均一周使用行動支付的金額不具關聯性。

由表 120 得知，針對 23 歲以下的族群花費 300 元以下的是最多的，未來可以推薦逢甲的商家例如有：攤販和飾品，可以多增設行動支付。而針對 24 歲以上的族群，花費 600 元以上的是最多的，則可以推薦逢甲服飾類的店家，可以多增設行動支付。

5.4.10 年齡 v.s.是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付

卡方檢定的假設

H_0 ：年齡與曾經是否在逢甲商圈使用過行動支付獨立

H_a ：年齡與曾經是否在逢甲商圈使用過行動支付不獨立

15歲以下與16-18歲皆為青少年，勾選的人數較少，所以做合併討論。

29-34歲與35歲以上皆為適婚年齡，勾選的人數較少，所以做合併討論。

表 115 年齡與曾經是否在逢甲商圈使用過行動支付交叉表

年齡		是否在逢甲使用過行動支付		
		沒有	有	總計
18歲以下	次數	7	5	12
	預期次數	8.4	3.6	12.0
19-23歲	次數	55	33	88
	預期次數	61.6	26.4	88.0
24-28歲	次數	39	14	53
	預期次數	37.1	15.9	53.0
29歲以上	次數	39	8	47
	預期次數	32.9	14.1	47.0
總計	次數	140	60	200
	預期次數	140.0	60.0	200.0

表 116 年齡與曾經是否在逢甲商圈使用過行動支付卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	7.229	3	.065
有效觀察值數目	200		

由卡方檢定表123得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示年齡與曾經是否在逢甲商圈使用過行動支付不具關聯性。

5.4.11 年齡 v.s. 若逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願

卡方檢定的假設

H_0 ：年齡與逢甲商圈店家可使用行動支付是否影響購買意願獨立

H_a ：年齡與逢甲商圈店家可使用行動支付是否影響購買意願不獨立

表 117 年齡與逢甲商圈可使用行動支付是否影響購買意願交叉表

年齡 \ 購買意願		會增加	不會影響	不一定	總計
18歲以下	次數	15	28	10	53
	預期次數	17.6	24.9	10.5	53.0
19-23歲	次數	79	115	48	242
	預期次數	80.5	113.7	47.8	242.0
24-28歲	次數	33	39	18	90
	預期次數	29.9	42.3	17.8	90.0
29-34歲	次數	15	24	14	53
	預期次數	17.6	24.9	10.5	53.0
35歲以上	次數	23	27	8	58
	預期次數	19.3	27.2	11.5	58.0
總計	次數	165	233	98	496
	預期次數	165.0	233.0	98.0	496.0

表 118 年齡與逢甲商圈可使用行動支付是否影響購買意願卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	4.787	8	.780
有效觀察值數目	496		

由卡方檢定表125得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示年齡與逢甲商圈店家可使用行動支付是否影響購買意願不具關聯性。

5.4.12 年齡 v.s. 若逢甲商圈的店家或攤販普遍提供行動支付，是否會增加前往逢甲商圈消費的意願

卡方檢定的假設

H_0 ：年齡與逢甲商圈店家或攤販提供行動支付是否會增加前往消費的意願獨立

H_a ：年齡與逢甲商圈店家或攤販提供行動支付是否會增加前往消費的意願不獨立

15歲以下與16-18歲皆為青少年，勾選的人數較少，所以做合併討論。

表 119 年齡與逢甲商圈提供行動支付是否會增加前往消費的意願交叉表

年齡		前往直意願			
		增加	不會影響	不一定	總計
18歲以下	次數	14	29	9	52
	預期次數	16.5	28.6	6.9	52.0
19-23歲	次數	77	137	30	244
	預期次數	77.6	134.0	32.4	244.0
24-28歲	次數	32	43	14	89
	預期次數	28.3	48.9	11.8	89.0
29-34歲	次數	14	33	7	54
	預期次數	17.2	29.7	7.2	54.0
35歲以上	次數	21	31	6	58
	預期次數	18.4	31.9	7.7	58.0
總計	次數	158	273	66	497
	預期次數	158.0	273.0	66.0	497.0

表 120 年齡與逢甲商圈提供行動支付是否會增加前往消費的意願卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	4.594	8	.800
有效觀察值數目	497		

由卡方檢表127得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示年齡與逢甲普遍提供行動支付有無增加前往逢甲商圈消費意願不具關聯性。

5.4.13 居住地 v.s.有無使用過行動支付

卡方檢定的假設

H_0 ：居住地與無使用過行動支付獨立

H_a ：居住地與無使用過行動支付不獨立

表 121 居住地與無使用過行動支付交叉表

居住地		有無使用過行動支付		
		沒有	有	總計
台中市	次數	205	136	341
	預期次數	203.1	137.9	341.0
彰化縣	次數	17	11	28
	預期次數	16.7	11.3	28.0
苗栗、南投、雲林、嘉義地區	次數	21	10	31
	預期次數	18.5	12.5	31.0
其他	次數	53	44	97
	預期次數	57.8	39.2	97.0
總計	次數	296	201	497
	預期次數	296.0	201.0	497.0

表 122 居住地與無使用過行動支付卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	1.896	3	.594
有效觀察值數目	497		

由卡方檢定表129得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示居住地與無使用過行動支付不具關聯性。

由表 128 得知，台中市相較於其他地區，使用行動支付的普遍性沒有那麼高。

5.4.14 居住地 v.s. 若逢甲商圈的店家可使用行動支付，是否會影響購買意願

卡方檢定的假設

H_0 ：居住地與逢甲商圈店家可使用行動支付是否影響購買意願獨立

H_a ：居住地與逢甲商圈店家可使用行動支付是否影響購買意願不獨立

表 123 居住地與逢甲商圈可使用行動支付是否影響購買意願交叉表

居住地		購買意願			
		會增加	不會影響	不一定	總計
台中市	次數	101	172	66	339
	預期次數	113.2	158.5	67.3	339.0
彰化縣	次數	12	10	5	27
	預期次數	9.0	12.6	5.4	27.0
苗栗、南投、雲林、 嘉義地區	次數	15	10	6	31
	預期次數	10.4	14.5	6.1	31.0
其他	次數	37	39	21	97
	預期次數	32.4	45.4	19.2	97.0
總計	次數	165	231	98	494
	預期次數	165.0	231.0	98.0	494.0

表 124 居住地與逢甲商圈可使用行動支付是否影響購買意願卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	9.234	6	.161
有效觀察值數目	494		

由卡方檢定表131得知，p值 > 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示居住地與逢甲商圈店家可使用行動支付是否影響購買意願不具關聯性。

5.4.15 有無使用過行動支付 v.s.逢甲商圈的店家或攤販提供行動支付是否會增加前往逢甲商圈消費的意願

卡方檢定的假設

H_0 ：使用過行動支付和普遍提供行動支付會增加前往逢甲商圈的意願獨立

H_a ：使用過行動支付和普遍提供行動支付服務會增加前往逢甲商圈的意願不獨立

表 125 使用過行動支付和普遍提供行動支付會增加前往逢甲商圈的意願交叉表

使用行動支付		前往逢甲消費意願			總計
		會增加	不會影響	不一定	
沒有	次數	67	179	51	297
	預期次數	94.8	162.8	39.4	297.0
有	次數	92	94	15	201
	預期次數	64.2	110.2	26.6	201.0
總計	次數	159	273	66	498
	預期次數	159.0	273.0	66.0	498.0

表 126 使用過行動支付和普遍提供行動支付會增加前往逢甲商圈的意願卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	32.743	2	.000
有效觀察值數目	498		

由卡方檢定表133 得知p值 < 0.05 ，拒絕虛無假設，則表示使用行動支付和普遍提供行動支付會增加前往逢甲商圈的意願具關聯性。

由表 132 得知對於行動之付使用者，逢甲商圈提供行動支付是一個非常大的吸引力。

5.4.16 有無使用過行動支付 v.s. 逢甲店家可使用行動支付是否會影響購買意願

卡方檢定的假設

H_0 ：使用過行動支付和逢甲店家使用行動支付會影響購買意願獨立

H_a ：使用過行動支付和逢甲店家使用行動支付會影響購買意願不獨立

表 127 使用過行動支付和逢甲使用行動支付會影響購買意願交叉表

使用行動支付 \ 購買意願		會增加	不會影響	不一定	總計
		沒有	次數	62	169
	預期次數	98.7	140.0	59.2	298.0
有	次數	103	65	32	200
	預期次數	66.3	94.0	39.8	200.0
總計	次數	165	234	99	498
	預期次數	165.0	234.0	99.0	498.0

表 128 使用過行動支付和逢甲使用行動支付會影響購買意願卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	51.493	2	.000
有效觀察值數目	498		

由表134交叉表得知沒有使用行動支付不會因為有無行動支付而受影響為大多數，而有使用行動支付也會因為有提供行動支付的服務而增加購買意願。由卡方檢定表135得知p值 < 0.05，拒絕虛無假設，則表示使用行動支付和逢甲店家使用行動支付會影響購買意願具關聯性。

5.4.17 是否曾經在逢甲商圈使用過行動支付 v.s. 每次到逢甲商圈大約花費多少金額

卡方檢定的假設

H_0 ：曾經是否在逢甲使用過行動支付與每次在逢甲花費約多少金額獨立

H_a ：曾經是否在逢甲使用過行動支付與每次在逢甲花費約多少金額不獨立

金額的1500-2000元與2000元以上皆為高單價，勾選的人數較少，所以做合併討論。

表 129 曾經是否在逢甲使用過行動支付與每次在逢甲花費約多少金額交叉表

		金額					總計
		200元以下	200-500元	500-1000元	1000-1500元	1500元以上	
沒有	次數	10	76	35	10	8	139
	預期次數	14.7	74.4	30.2	10.5	9.1	139.0
有	次數	11	30	8	5	5	59
	預期次數	6.3	31.6	12.8	4.5	3.9	59.0
總計	次數	21	106	43	15	13	198
	預期次數	21.0	106.0	43.0	15.0	13.0	198.0

表 130 曾經是否在逢甲使用過行動支付與每次在逢甲花費約多少金額卡方表

	值	df	漸近顯著性 (兩端)
Pearson 卡方檢定	8.365	4	.079
有效觀察值數目	198		

由卡方檢定表137得知，p值> 0.05所以不拒絕虛無假設，則表示曾經是否在逢甲使用過行動支付與每次在逢甲花費約多少金額不具關聯性。

第五節、無母數分析

將問卷第三部分的受訪者年齡和居住地與第二部分平均一週使用行動支付的頻率和花費金額做獨立樣本中位數檢定，探討其中的關聯性。

5.5.1 Kruskal-Wallis Test

對於計量變數區間的次數，計量的變數區間，本組由小至大分別用“1”、“2”……代表。

5.5.1.1 不同年齡的受訪者平均一週使用行動支付頻率的中位數

$Median_1$ =23歲以下平均一週使用行動支付頻率的中位數

$Median_2$ =24-28歲平均一週使用行動支付頻率的中位數

$Median_3$ =29歲以上平均一週使用行動支付頻率的中位數

$H_0: Median_1 = Median_2 = Median_3$

H_a :三組中位數不完全相等

頻率的7-9次與10次以上，勾選的人數較少，故合併討論。

15歲以下、16-18歲與19-23歲皆為學生，勾選的人數較少，所以合併討論。

29-34歲與35歲以上皆為適婚年齡，勾選的人數較少，所以合併討論。

表 131 年齡與平均一週使用行動支付頻率交叉表

年齡 \ 頻率		頻率				總計
		少於1次	1-3次	4-6次	7次以上	
23歲以下	次數	22	41	21	17	101
24-28歲	次數	15	20	11	7	53
29歲以上	次數	14	15	7	11	47
總計	次數	51	76	39	35	201

表 132 年齡與平均一週使用行動支付頻率的獨立樣本中位數檢定表

虛無假設	檢定	顯著性
平均一週使用行動支付頻率的中位數在受訪者年齡的種類間是相同的	獨立樣本中位數檢定	0.879

由表 167 可以得到顯著性水準為 0.879，依據獨立樣本中位數檢定的結果，顯著性 >0.05 ，不拒絕虛無假設，表示 3 組受訪者年齡平均一週使用行動支付頻率的中位數無顯著差異。

根據表 166 得知 3 組受訪者年齡平均一週使用行動支付頻率的中位數都落在 1-3 次的區間內。



5.5.1.2 不同年齡的受訪者平均一週使用行動支付花費金額的中位數

$Median_1$ =23 歲以下平均一週使用行動支付花費金額的中位數

$Median_2$ =24-28 歲平均一週使用行動支付花費金額的中位數

$Median_3$ =29 歲以上平均一週使用行動支付花費金額的中位數

$H_0: Median_1 = Median_2 = Median_3$

H_a :三組中位數不完全相等

金額的601-1000元、1001-1500元與1500元以上皆為相對高單價，勾選的人數較少，所以合併討論。

15歲以下、16-18歲與19-23歲皆為學生，勾選的人數較少，所以合併討論。

29-34歲與35歲以上皆為適婚年齡，勾選的人數較少，所以合併討論。

表 133 年齡與平均一週使用行動支付花費金額交叉表

年齡 \ 金額		金額			總計
		300元以下	301-600元	601元以上	
23歲以下	次數	40	32	29	101
24-28歲	次數	21	16	25	62
29歲以上	次數	18	9	20	47
總計	次數	79	57	74	210

表 134 年齡與平均一週使用行動支付花費金額的獨立樣本中位數檢定表

虛無假設	檢定	顯著性
平均一週使用行動支付花費金額的中位數在受訪者年齡的種類間是相同的	獨立樣本中位數檢定	0.228

由表 169 可以得到顯著性水準為 0.228，依據獨立樣本中位數檢定的結果，顯著性 >0.05 ，不拒絕虛無假設，表示 3 組受訪者年齡平均一週使用行動支付花費金額的中位數無顯著差異。

根據表 168 得知 3 組受訪者年齡平均一週使用行動支付花費金額的中位數都落在 301-600 元的區間內。

5.5.1.3 不同縣市居住地的受訪者平均一週使用行動支付頻率的中位數

$Median_1$ =台中市受訪者平均一週使用行動支付頻率的中位數

$Median_2$ =彰化縣受訪者平均一週使用行動支付頻率的中位數

$Median_3$ =苗栗、南投、雲林、嘉義地區受訪者平均一週使用行動支付頻率的中位數

$Median_4$ =其他地區受訪者平均一週使用行動支付頻率的中位數

$H_0: Median_1 = Median_2 = Median_3 = Median_4$

H_a :四組中位數不完全相等

頻率的 7-9 次與 10 次以上，勾選的人數較少，故合併討論。

表 135 居住地與平均一週使用行動支付頻率交叉表

居住地		頻率				總計
		少於1次	1-3次	4-6次	7次以上	
台中市	次數	34	50	27	24	135
彰化縣	次數	4	5	2	1	12
苗栗、南投、雲林、 嘉義地區	次數	3	4	1	2	10
其他	次數	10	17	9	8	44
總計	次數	51	76	39	35	201

表 136 居住地與平均一週使用行動支付頻率的獨立樣本中位數檢定表

虛無假設	檢定	顯著性
平均一週使用行動支付頻率的中位數 在受訪者居住地的種類間是相同的	獨立樣本中位數 檢定	0.792

由表 171 可以得到顯著性水準為 0.792，依據獨立樣本中位數檢定的結果，顯著性>0.05，不拒絕虛無假設，表示 4 種受訪者居住地平均一週使用行動支付頻率的中位數無顯著差異。

根據表 170 得知 4 種受訪者居住地平均一週使用行動支付頻率的中位數都落在 1-3 次的區間內。

5.5.1.4 不同縣市居住地的受訪者平均一週使用行動支付花費金額的中位數

$Median_1$ =台中市受訪者平均一週使用行動支付花費金額的中位數

$Median_2$ =彰化縣受訪者平均一週使用行動支付花費金額的中位數

$Median_3$ =苗栗、南投、雲林、嘉義地區受訪者平均一週使用行動支付花費金額的中位數

$Median_4$ =其他地區受訪者平均一週使用行動支付花費金額的中位數

$H_0: Median_1 = Median_2 = Median_3 = Median_4$

H_a :四組中位數不完全相等

金額的601-1000元、1001-1500元與1500元以上皆為相對高單價，勾選的人數較少，所以合併討論。

表 137 居住地與平均一週使用行動支付花費金額交叉表

居住地		金額			總計
		300元以下	301-600元	601元以上	
台中市	次數	56	39	40	135
彰化縣	次數	3	5	4	12
苗栗、南投、雲林、 嘉義地區	次數	2	4	4	10
其他	次數	18	9	17	44
總計	次數	79	57	65	201

表 138 居住地與平均一週使用行動支付花費金額的獨立樣本中位數檢定表

虛無假設	檢定	顯著性
平均一週使用行動支付花費金額的中位數在受訪者居住地的種類間是相同的	獨立樣本中位數檢定	0.677

由表 173 可以得到顯著性水準為 0.677，依據獨立樣本中位數檢定的結果，顯著性>0.05，不拒絕虛無假設，表示 4 種受訪者居住地平均一週使用行動支付花費金額的中位數無顯著差異。

根據表 172 得知 4 種受訪者居住地平均一週使用行動支付花費金額的中位數都落在 301-600 元的區間內。

第六節、Cochran's Q Test

又稱為複選題檢定，主要是適用於多個關聯樣本的資料。假設有 k 種處理，每種處理分別獨立使用很多次，其結果可整理為 $2 \times k$ 的列聯表，並比較這 k 種處理的差異性。

我們利用 Cochran's Q Test 檢定對第二部分問題中的複選題來做分析，探討受訪者在勾選選項時，每個選項被勾選的機率是否相同。另 P_i 代表被選的團體比例。

5.6.1 不使用行動支付的原因為何

$$H_0 : p_{i1} = p_{i2} = p_{i3} = p_{i4} = p_{i5} = p_{i6} = p_{i7}$$

$$H_a : P_{ij} \text{ 不完全相等, } j=1,2,\dots,7$$

表 139 不使用行動支付原因-次數分配表

	次數	
	0(沒選此項)	1(有選此項)
1 不知道行動支付	284	13
2 不會設定	261	36
3 安全性問題	237	60
4 無信用卡	219	78
5 使用方法不熟悉	206	91
6 覺得不需要	153	144
7 其他	292	5
合計	1652	427

表 140 不使用行動支付原因-檢定統計量

個數	297
Cochran's Q 檢定	270.268
自由度	6
漸近顯著性	.000

由表175可得知，p值為0.000，由於該機率小於常用的顯著水準(α)5%，因此我們拒絕虛無假設。也就是說，不使用行動支付原因的各個選項，在彼此間被勾選的比例顯著不同。

5.6.2 哪些原因會增加使用行動支付的意願

$H_0 : p_{i1} = p_{i2} = p_{i3} = p_{i4} = p_{i5} = p_{i6}$

$H_a : P_{ij}$ 不完全相等， $j=1,2,\dots,6$

表 141 增加使用行動支付意願-次數分配表

	次數	
	0(沒選此項)	1(有選此項)
1 無須使用現金	88	111
2 不用帶錢包	58	141
3 使用便利	77	122
4 因應時代潮流	168	31
5 消費優惠(折扣、點數...)	88	111
6 其他	199	0
合計	678	516

表 142 增加使用行動支付意願-檢定統計量

個數	199
Cochran's Q 檢定	316.047
自由度	5
漸近顯著性	.000

由表177可得知，p值為0.000，由於該機率小於常用的顯著水準(α)5%，因此我們拒絕虛無假設。也就是說，會讓消費者增加行動支付原因的各個選項中，彼此間被勾選的比例顯著不同。

5.6.3 曾經在何種實體店家使用過行動支付

$H_0 : p_{i1} = p_{i2} = p_{i3} = p_{i4} = p_{i5} = p_{i6} = p_{i7}$

$H_a : P_{ij}$ 不完全相等, $j=1,2,\dots,7$

表 143 在實體店家使用行動支付-次數分配表

	次數	
	0(沒選此項)	1(有選此項)
1 一般店家或攤販	127	70
2 便利商店	47	150
3 賣場或超市	75	122
4 旅店或飯店	173	24
5 娛樂場所	165	32
6 餐廳	107	90
7 其他	189	8
合計	883	496

表 144 在實體店家使用行動支付-檢定統計量

個數	197
Cochran's Q 檢定	370.522
自由度	6
漸近顯著性	.000

由表179可得知，p值為0.000，由於該機率小於常用的顯著水準(α)5%，因此我們拒絕虛無假設。也就是說，在各個實體店家使用過行動支付的機率，在彼此間被勾選的比例顯著不同。

5.6.4 曾經在逢甲商圈使用行動支付購買商品的種類

$$H_0 : p_{i1} = p_{i2} = p_{i3} = p_{i4} = p_{i5} = p_{i6}$$

$$H_a : P_{ij} \text{ 不完全相等, } j=1,2,\dots,6$$

表 145 在逢甲商圈使用行動支付購買商品種類-次數分配表

	次數	
	0 (沒選此項)	1 (有選此項)
1 食品	20	43
2 飲料	26	37
3 服飾	44	19
4 娛樂	52	11
5 住宿	53	10
6 其他	62	1
合計	257	121

表 146 在逢甲商圈使用行動支付購買商品種類-檢定統計量

個數	63
Cochran's Q 檢定	92.995
自由度	5
漸近顯著性	.000

由表181可得知，p值為0.000，由於該機率小於常用的顯著水準(α)5%，因此我們拒絕虛無假設。也就是說，在逢甲商圈使用行動支付購買商品種類的各個選項，在彼此間被勾選的比例顯著不同。

第七章、結論

首先，針對台中人受訪者使用行動支付來分析:對於逢甲而言，台中人還是主要客群，但是，台中人行動支付的使用率卻意外的不普及，大部分台中人對行動支付的需要程度不是那麼高，如表 182 及圖 174，我們猜測可能是因為提供的地方相較其他大城市沒那麼普遍。

表 147 台中市受訪者未使用行動支付各原因次數

	台中市
不知道行動支付	9
不會設定	29
安全性問題	43
無信用卡	64
使用方法不熟悉	69
覺得不需要	98
其他	2

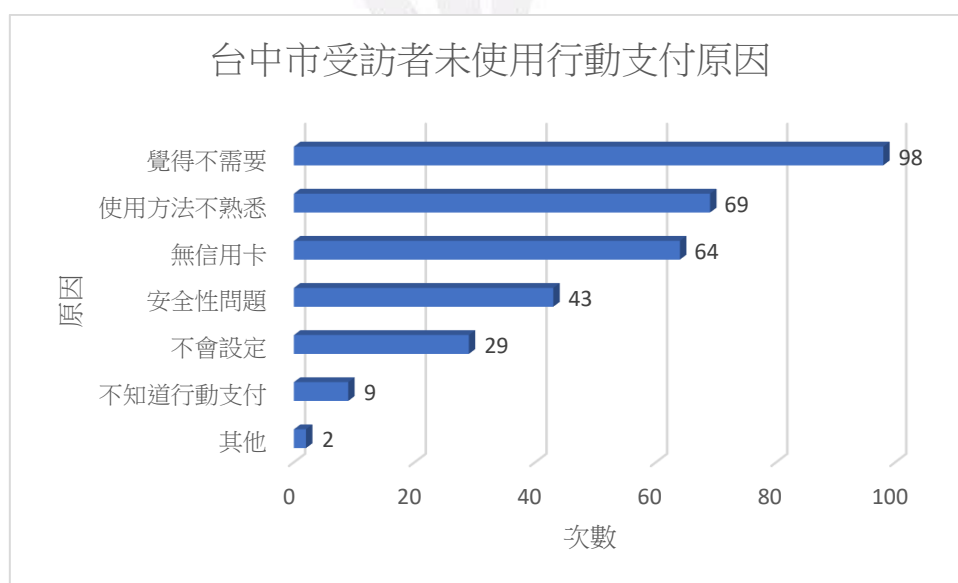


圖 173 台中市受訪者未使用行動支付各原因長條圖

以目前來看，根據卡方檢定表 133、表 135，行動支付會影響前往及購買意願，所以在逢甲商圈內，有設置行動支付的店家，會刺激消費，增加消費者的購買意願，因此建議逢甲商圈的店家可以多增設大家常使用的幾項行動支付，如:Apple pay、LINE pay。就目前而言，行動支付對於逢甲商圈不具有絕對的影響力，主要是因為使用人數少，無法明顯看出其影響力。

雖然目前使用行動支付的人數偏少，但行動支付勢必是未來的主要趨勢。對於行動支付的未使用者，我們的目標是增加行動支付的普及率，讓他們也能了解行動支付的益處。

再來對年齡方面我們做了進一步的分析：

年齡層主要分三段，如表 183 所示：

表 148 23 歲以下受訪者未使用行動支付各原因次數

	23 歲以下	24 歲-28 歲	29 以上
不知道行動支付	8	2	3
不會設定	21	7	8
安全性問題	31	8	20
無信用卡	71	3	4
使用方法不熟悉	57	15	19
覺得不需要	98	18	27
其他	0	2	3
總計	286	55	84

從圖 175 可以得知，23 歲以下受訪者大多數人認為還是不需要，而如果想用行動支付，第二個阻礙應該就是無信用卡這項原因，我們認為解決方案是提倡金融卡的方式，亦或是有帳戶、提款卡就能使用行動支付這項功能。

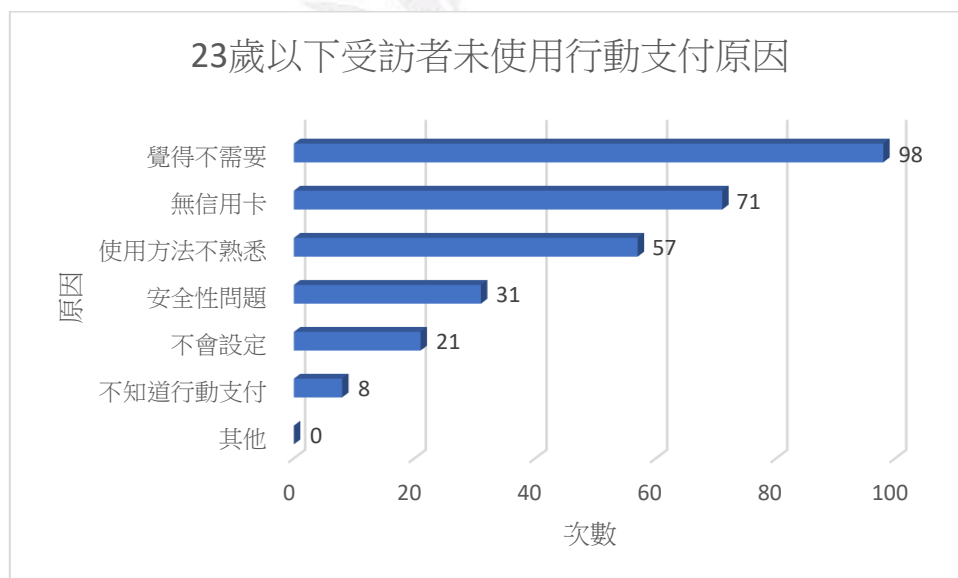


圖 174 23 歲以下受訪者未使用行動支付各原因長條圖

24-28 歲受訪者的使用人數最多，主要是因為不用帶錢包而且使用便利。然而沒有使用行動支付的主要原因還是覺得不需要，其次則是使用方法不熟悉，如圖 176 所示。我們覺得可以先從推廣開始，多透過社群媒體或廣告行銷方式，介紹行動支付的使用模式及其便利性。

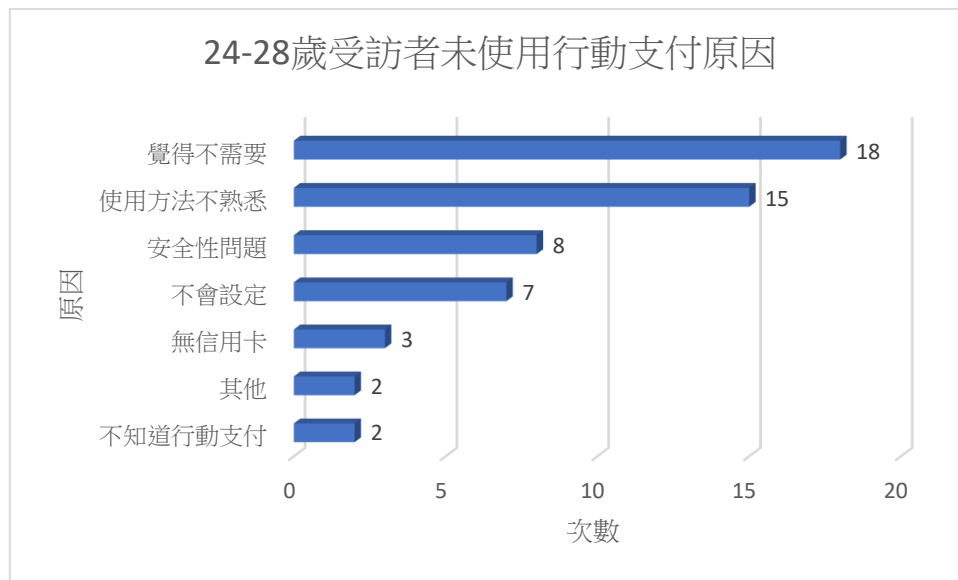


圖 175 24-28 歲受訪者未使用行動支付各原因長條圖

至於 29 歲以上的受訪者，從圖 177 可以得知，除了使用上不熟悉外，還對行動支付的安全存有疑慮，因此，希望政府能夠在推廣行動支付外，一併提出政策對行動支付安全性的保障。總而言之，從表可以得知，28 歲以下相對於 29 歲以上的人，比較理解行動支付的使用方式；相對的，29 歲以上的人對行動支付或 3C 的使用方法不是那麼的熟悉。

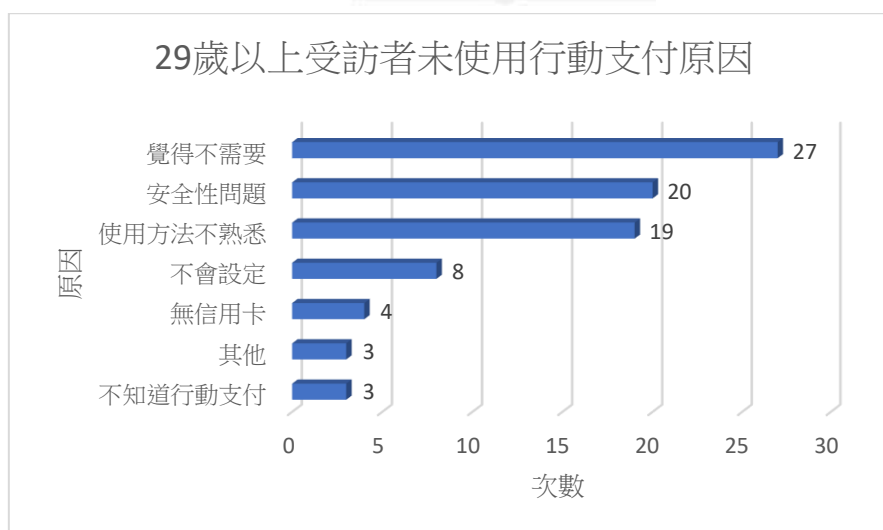


圖 176 29 歲以上受訪者未使用行動支付各原因長條圖

參考文獻

- 陳美君，(2019)，財金公司建行動支付高速路，經濟日報，
<https://reurl.cc/31qgZR>。
- 戴瑞瑤，(2019)，台灣共通支付規格「TWQR」 最快今年底前上路，聯合報，
<https://udn.com/news/story/7239/4086363>。
- 維基百科，(2019)，行動支付，<https://reurl.cc/M7mWOL>。
- 作者不詳，(2010)，統計觀念與軟體操作實務【SPSS / EXCEL】，
<http://tctspss.blogspot.com/?view=flipcard>。
- SAS RESOURCE CENTER，(2019)，建構效度，<https://reurl.cc/NaeDnk>。
- 東海大學公開的投影片，(2020/01/10)，信度效度分析，<https://reurl.cc/gv5lNQ>。
- 吳統雄，(2019)，探索式因素分析 (EFA)-詮釋與實作，<https://reurl.cc/k5b9nn>。
- 維基百科，(2019)，Cochran's Q Test，<https://reurl.cc/ZnLKYa>。
- how2stats，(2015)，Cochran's Q – SPSS，<https://reurl.cc/e5KRjQ>。
- 晨曦統計，(2008)，Cochran's Q Test，<https://reurl.cc/k5Kx4L>。
- 晨曦統計，(2008)，無母數分析，<https://reurl.cc/k5Kx4L>。

附錄 學術倫理與道德心得報告

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 統計專題(一)

指導老師： 林文欽 張育璋 教授

姓名： 連威傑

學號： D0772107

組別： B

心得報告：

轉進逢甲就讀第二年，接觸統計這的科目的時間不算太長，卻沒想到自己就被系辦通知要和幾位不太熟識的同學一起做畢業專題。聽到同學說製作逢甲夜市的專題報告會比其他沒被選到夜市組的同學辛苦及困難，就擔心起自己在未來的一學期中是否能做好。

一開始的商家調查就因為商家太多而傷腦筋，花幾個小時將店面的照片全部拍齊，甚至為了整理出地址，還跑一次店面抄門牌號碼。但是在抄的過程當中我發現，居然還有拍照當天沒開店的店家，害我又補拍了一次。接下來的流量調查反而就輕鬆許多，除了相當耗時間之外就害怕今年人潮和往年不相同，不過四天下來也是相當順利。

印象最深的也就是幾次開會的討論，雖然討論的不是非常熱絡，但總有笑聲伴隨我們度過。問卷的設計不時有意想不到的想法被提出，但是也讓大家有創新的想法出現。

緊接著就是四天的發問卷，前幾天學長一直說發問卷有多困難，讓我們當天前往發問卷時，還在想如果發不出去怎麼辦被拒絕該怎麼辦。規定的時間一到，出乎意料之外的是逛夜市的觀光客其實都非常親切，大多數年輕人通常不會拒絕我們的問卷，相反的年紀較大的可能怕被推銷或是直銷人員纏上，相對就沒有年輕人那麼好訪問。而發問卷的幾天下來我發現團隊真的很重要，我分配的站點是整個組裡面想對份數最多的一個地方，每當組員完成自己的部分時，站在對街的組員飛奔過來幫忙，心中有微微的感動。這是我這次專題中最好的體驗。

最後在各自在分析問卷時，大家也是盡自己的努力將分析的結果呈現出來，每個禮拜的討論以及督導和老師的一些意見讓我們的專題報告反覆修改、除錯，整個過程中討論的重點都是為了我們幾年來的所學，做最好的呈現。

在學術倫理方面我認為在做任何的報告上不應該抄襲誰的成果，在任何事情上應該盡自己最大的努力。但是你可以在一定程度上參考別人的想法或是思路，幫助自己不陷入思考的盲區，助長自身新想法的可能。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 統計專題(一)

指導老師： 林文欽 張育璋 教授

姓名： 陳泓蒼

學 號： D0585781

組 別： B

心得報告：

從開學到現在，突然多一個麻煩，時常要去想甚麼時候要討論專題麼時候要交東西，真的不敢去忘記這件事，很擔心一但錯過了甚麼，你會跟同學有進度上的落差，時刻不敢怠慢，不過多虧組員大家都很好，對專題也不會多了一份無力感。

在做商家調查時，實在蠻麻煩的，個人覺得每一個點位都有它的難度，沒有誰是特別輕鬆特別好拍的，拍完了之後雖然有給地址對位可以打上去，但你看那個地址是完全對不好，是一個完完全全對不上的概念，自己也得再去跑一趟做最後的確認，比第一次拍完時後還要花費更多的時間。流量調查其時就有趣多了，第一次有這種經驗可以到夜市人群中去感受人群，雖然需要用較長時間去等待，但整體而言算是滿意的，也很高興有這種經驗。

很快地來到了第二次的報告，學期也到了一半，問卷的內容也漸漸的完整。討論的過程中不單單是要內容的完整性，也牽扯到了學術倫理道德這一塊，所謂學術倫理是學術研究的基本道德守則，也是學術社群對學術研究行為之自律規範，其基本原則為誠信、負責、公正。只有在此基礎上，學術研究才能合宜有效進行，並獲得社會的信賴與支持。我們自己不透過上網尋求問卷內容方式、抄襲先例方式以及老師的想法來完成了這份問卷。當然在這之前也先做了功課在來設想問題與內容的。透過這種方式來達到一個大家都認可的一份問卷，說到這裡也希望它可以為行動支付帶來一個合格表現。

終於到了問卷的尾聲，期末真的事情很多，大家透過非常多的方法去完成它，不管是甚麼大四的所學方法都用上了吧!大家必須竭盡心力地在這份報告上，敘述的分析、圖檔的分析與解釋、最後的衝刺統整，就是希望最後的成果能夠完整的呈現，不管是自己還是大家，個人覺得都已經是拚盡了全力想做好這個學期最後的表現，畢竟已經大四了，對於可能沒有要繼續升學的人可能是已經最後的一個大報告，最後真的希望能順利的過完這學期。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 統計專題(一)

指導老師： 林文欽 張育璋 教授

姓名： 蔡旻芳

學 號： D0585805

組 別： B

心得報告：

一直很害怕的專題終於來了，抽到夜市組，原本以為會比較容易，但其實也沒有呢~暑假就開始了第一次的開會，到專題結束，其實也要花很長的一段時間！真的是長途的馬拉松，要努力一陣子了。後來得知有乙班的同學要加進來我們這組的時候，真的很緊張，畢竟自己跟乙班的同學不熟，深怕會尷尬之類的問題，但相處下來，其實不會呢，也多認識一位朋友！

專題的一開始要進行商家調查，看到地圖的時候都昏頭了，因為這樣才讓我真的好好去以一個觀光客的身分，每一間都很仔細的去觀察、拍照，然而，了解到逢甲的商店其實很多，但淘汰率似乎也很多，發現了許多未出租的商店，也發現娃娃機店的崛起。

再來是流量調查，位置一直不定，造成了一點麻煩，但最後還是順利地測完，測流量真的是一件很辛苦的一件事，逢甲的人潮真的是很多，文華路完全呈現塞車的狀況，讓測量流量這件事情變得困難許多，這次測流量真的是辛苦大家，也很感謝幫我代班的同學。

很快的就期中報告了，很開心組員在開會上，一次比一次熱絡，在討論上都會把自己的想法給提出來，讓每次的開會變得更有效率。在學術倫理方面，我認為是一件很重要的事情，抄襲是一件很不好的事情，所以在討論問卷題目的時候，為了避免想法被限制住，甚至直接採取範本的問題，我們選擇先不參考範本的內容，自己去發揮創意，讓想法無限延伸，進而再去修改，才能完成一份完美的問卷，也能避免抄襲的問題！

轉眼間就期末了，回想起一個夜晚把總共 1000 份的問卷給輸入完，真的很佩服我們的組員，一直盯著電腦真的很累，而且很害怕有輸入錯誤，希望以後不會再遇到類似的報告了，真的太辛苦了。尤其是分析問卷，因為對我來說真的很難，在過程中一直碰壁，甚至一直重來，這就是我一直很害怕也不喜歡專題的原因，但在這個學期我發現我學到很多的東西，例如：如何主動與陌生人開口、如何做分析、多多開口或發問、甚至是學會如何使用程式去分析。雖然到現在還是會害怕打程式這塊，但勤勞的去學習，一定會有更多的收穫。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 統計專題(一)

指導老師： 林文欽 張育璋 教授

姓名： 劉振宇

學 號： D0586039

組 別： B

心得報告：

不知不覺也到的第三次報告的時間，一轉眼就期末了，萬事起頭難，經歷過第一次戰戰兢兢的報告，大家也都慢慢地步上軌道，當然第二次也遇到了許多困難，尤其是在一張白白的紙上，慢慢變成一份完整的問卷，其中最為困難的不外乎是學術倫理與道德，因為在做問卷一開始老師一定會提供學長姊的問卷，此時我們遇到了不管如何思考，也不法超越學長姐的問卷，甚至延用學長姐的題目，但這就是抄襲，因為不是我們自己激發創意、合理性所寫出的問卷，所以，我們等於侵害了別人的智慧財產，當然得我們沒有這麼做，我們打掉在腦中既定的觀念，甚至諮詢了外系學生的意見，最後，我們在經歷了重重困難，與老師多次的討論與修改，終於創造了屬於我們自己的問卷，雖然說我自己隱隱約約還是可以看到學長姊的影子，不過，我知道我們已經盡人事了，但這還不是最難的，最難的肯定是第三次的專題報告，從發問卷開始對我來說是項超級大的挑戰，我沒有發問卷的經驗，學習被人家拒絕是一件非常困難且心理極度不舒服的是，我沒想到別人對我說沒空，我的心裡會有這麼大的失落感，有被人家當作怪物的感覺，視線刻意與我避開，我沒遇過真的不知道衝擊會這麼大，發完問卷本以為度過了大風大浪，沒想到的是問卷分析才是最最最困難的，要用哪些分析工具，做哪些檢定，這完全是張白紙，但隨著會議的加開再加開，我們的報告總算是有了基本的輪廓，接下來大家合力分工將做出來的結果不斷淘汰、不斷精進，終於做出一份像樣的報告，我自己對報告不敢說十分滿意但也是大家共同努力之下的產物，所以我非常有信心，當然我也非常感謝我的組員們，大家包容各自的缺點發揮各自的優點，因此我相信我們共同的努力，肯定有相當的成果。

第二段是我個人對學術倫理的想法和心得，學術不外乎是代代傳授下去的，不管怎樣一定有前人的心血在裡面，那要如何做到不抄襲呢？我認為要將我們得到的資料或知識，真正的吸收，並用自己的話寫出來，方能做到不抄襲，或者完完全全不看別人的東西，等做出一個雛型後再參考別人的成果，進行修改，同樣也能得到一份不抄襲且相對完整的作品。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 統計專題(一)

指導老師： 林文欽 張育璋 教授

姓名： 徐子茹

學 號： D0536355

組 別： B

心得報告：

一開始分配到這組時，因為自己是乙班的關係，擔心自己會與甲班的同學不熟而影響到討論，但經過幾個禮拜的相處後，我發現是自己想太多了，也因為大家一次比一次熱絡的討論，遇到的問題都迎刃而解，並且很有效率地去討論每個問題。

專題的第一步是從商家調查開始，因為要一個個的紀錄每一家店，讓我更加了解夜市裡的各個型態，並不是像平常逛夜市那樣看一眼就忘了。再來就是流量調查，剛開始還很擔心自己會做不來，因為之前只有發問卷的經驗，但其實沒有想像中的困難，是一個難忘的經驗，而這樣的調查為期四天各三個時段，這時也辛苦了指導老師和督導。

再來是思考接下來問卷的主題，主題的部分我們在思考之前學長姊都是做飲食、飲料或服飾相關主題，幾乎每個學期都是調查差不多的很無趣，所以聽取老師的建議決定行動支付這個主題，正是現在政府推動的一項政策。雖然問卷的內容很簡單想出好幾題，但卻要使這幾題題目中有關聯性且明確的得出我們想知道的結果，所以並不是一件容易的事。經過好幾次的更改後問卷終於定稿，定稿後最重要的任務就是去逢甲商圈發問卷。一開始就給自己打了預防針，以為會需要發到快十一點才能回家，因為問卷內容有些多，大部分的人看到問卷內容多達三頁，填答的意願就不大了。不過意外的逢甲組的大家都很積極，可能有些組員的份數較多，發問卷的時間需要較多，則先發完問卷的人就會團結的幫忙其他還沒發完的人，所以四天大概花了兩到三個小時就結束，很謝謝來幫忙的同學。

發完問卷後就是把所有填答內容 key 在 excel 上，用上去的過去也沒有太大的問題，主要是花比較多的時間在 key 上去。遇到比較多問題的地方就是分析我們想知道的結果，我負責的部分是卡方，一開始以為沒有甚麼限制，但做完後才知道卡方的觀測值不行 <5 ，所以能分析的題目其實是有限的。

關於學術倫理與道德的部分，要調查一件事就必須用一半主觀、一半客觀來思考，不需要用學長姊的範本來局限自己的思考，抄襲是一件不可取的事，並且自己不會學習到任何東西，創新才會引起別人的關注。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 統計專題(一)

指導老師： 林文欽 張育璋 教授

姓名： 許芳菱

學 號： D0586072

組 別： B

心得報告：

已經好久沒和同班的同學一起做類似這種大型的報告，好像又回到大一的 freshman project，這次被分配到逢甲夜市組，要去測流量跟商家調查，之後要設計問卷並發放，每個禮拜我們都會開會會報新進度並討論，學長和老師也會從旁協助和指導我們方向，大家把自己的意見提出並討論，我們的組員大家都會互相配合分工合作，使我們很有效率地完成我們各自需要的進度。商家調查算是對逢甲夜市重新認識的感覺，畢竟逢甲替換率實在是滿高的，在拍照的同時還會驚訝甚麼時候多了這家新店，甚麼時候記憶中的店已經消失了，有店家還給我們宣傳單以為我們是觀光客還是大一的學生，可能是我們的眼神充滿了好奇吧～；那四天穿著指定的衣服，手上拿著計流量的工具，觀察三段時間維持四天的人數流量，有時搞不清楚到底是我們在測量還是被人家觀察，有時在測的同時還會有人跑過來問你路怎麼走或哪家店在哪；大家最後也會互相分享自己當天的趣事，之後的統整與分析，也讓我們對於統計研究的流程更加理解。

由於團隊裡有甲乙兩班，大家對自己的專業領域也會有所不同，除了平常討論開會外，更需要發表想法和意見並發揮自己的長處，平時除了指導老師和教授給予的幫助外，還要在不同狀況及階段適時地去提點學生，而這次的專題不同於大一，雖然說範圍這次有規定逢甲，不過主題還是需要我們自己去想，經過一番討論後，對於網路發展速度之快，生活的行動漸漸變得更方便迅速，於是我們把目標放於行動支付上。在分配的一開始我們就把範圍裁切並把組員分組，各自去做拍照及整合，並設定繳交日期；討論問卷的問題依老師的提議我們先從大範圍漸漸縮至逢甲夜市，為了先對市場進行分析調查，看看我們的主題是否有符合一般民眾使用的普遍性再延伸到夜市，行動支付再夜市的可能性進而與人合作或促進觀光；另一方面因為教授有給於我們範本，但組員為了避免問題被設限，盡量不去參照老師給的範例使問題重複；而我們也在後面針對每個問題的選項商量過，讓問題計有連貫性選項也是問過身邊得朋友從而去制定。原本各自被動式的回答，經過這幾個禮拜的討論，變得具有互動性。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 統計專題(一)

指導老師： 林文欽 張育璋 教授

姓名： 李至皓

學 號： D0536534

組 別： B

心得報告：

一開始得知自己被分配到了逢甲夜市的專題其實有點害怕，因為都聽學長姐說做夜市專題的比較累比較忙碌，但是做到目前為止，我認為其實還好，比起其他專題我們至少有明確的方向，而且就按照表定的時間做事，一點一點的累積，也沒有那麼糟。

剛開始做商家調查有點麻煩，想說早點去拍照天色亮比較好拍，拍完回去做店家編號時就發現問題了，有些對不起來，一個門牌號同時分成很多家店面，最後只能在夜市又走了一回，而且不是所有店家門口都有門牌，也只能挨家挨戶的問，問到都不好意思了。回去調查門牌的時候發現，怎麼到晚上又多了幾攤，還又拍了幾次，甚至是過了幾天店家又變了，真的是汰換的有點快，我們都來不及反應呢！流量調查的時候就簡單多了，我站的點位算好計的，每次看到群組其他位置回報的人數都心想還好不是在那。我被老師指派當組長，需要帶領我的組員來完成我們的專題，剛開始開會的時候大家都蠻乾的，我都擔心接下來怎麼辦，但漸漸的，組員們的參與度越來越高，也都提出各自的想法，看來是我自己多慮了，也謝謝組員們的配合，希望能一起好好的完成這份專題。

第二次報告有關問卷的部份，我們在討論的時候，雖然一開始大家的意見有些不太一樣，但漸漸的，大家開始對不同人的想法提出建議，最後達成共識，所以我們的問卷討論起來還算容易，大家都有相當高的配合度，很高興我在這樣的團隊中。

問卷分析方面，大家都各自負責一部分，大家分工合作，所以我們的進度一直也算順利的，只是討論的時候偶爾會稍微碰壁，但大家都很主動的找老師把遇到的問題解決，這點讓我覺得很欣慰。

在學術倫理方面，抄襲他人的著作是件不可取的事情，每個人都有不同的想法，做出來的東西不可能會相同，就算我們的報告有學長、姊的範本能夠參考，但還是堅持先靠我們自己的力量，討論出屬於我們的想法，也不怕範本上的東西限制了我們的構思，所有題目都是我們改了又改才得出的共識，完全都是屬於我們自己的作品，看到這些我們自己做出的成果，非常有成就感。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 統計專題(一)

指導老師： 林文欽 張育璋 教授

姓名： 邱雁琳

學 號： D0510010

組 別： B

心得報告：

從大學開始分組報告便不曾停過，不同在於每回組員都不相同，跟不一樣的夥伴們都有不同的摩擦與感受，也可以趁這個機會再多認識一些不熟同學。這次的夜市調查算是對逢甲再一次的認識，從這次調查可以發現，逢甲的店面真的很多，但真的能夠撐下去的店家真的很少，從這次拍照的結果可以看到許多未出租店面，由此可知逢甲店家淘汰率真的很高。

再來便是流量調查，很幸運分配到的點位比較沒有什麼人，但也有些惋惜，曾經的逢甲夜市是人潮爆多，點位的安排應該也是屬於多人潮的地段，但這次發現，原來逢甲夜市已經沒有當初的輝煌了.....。

轉眼間又到了期中考，這也說明大四上的時間度過一半了，從一開始對夜市專題的戰戰兢兢，到現今專題也已經完成一大半，這種感覺真的很棒~其中最困難的莫過於想題目、想主題了。基於學術倫理與道德，雖然有學長姊的範本在旁邊，但我們卻不敢認真去翻閱，擔心看過範本之後，我們的思考範圍會被限制住，所以大家的一致共識便是從一面空白的白板開始，一題一題寫上各自的想法，寫了又擦，擦了又寫，經過不斷的討論跟思考，我們的問卷終於如期完成，看著空白的 word 檔漸漸有了文字，慢慢地打完我們的想法，這種成就感真的很美妙。

時間已經到了學期尾聲，專題也已經都告一段落了，在這段時間裡，大家一起討論，彼此間難免會有意見不合的時候，這時候的溝通便十分重要。我們是在這吵吵鬧鬧的環境下，一點一滴地將我們的報告完成，彼此間也越磨越合。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 統計專題(一)

指導老師： 林文欽 張育璋 教授

姓名： 楊宜蓓

學 號： D0585819

組 別： B

心得報告：




商家調查讓我仔細的逛過文華路上與歡樂星裡面的店家，發現逢甲的店汰換率真的很高，許多想吃想逛的店還沒去過就已經變成另一家店了，這也讓我看到一家新的店的時候，會想說他可以撐幾個月；流量調查則讓我睽違兩年在晚上去逛夜市，再拆校門口圍牆要拓寬道路的時候，我還在想逢甲商圈不是已經沒落沒有很多人要來嗎？沒想到晚上還是那麼多人，而且越晚越多，在計人數的時候，我都不知道自己到底有沒有算對，因為人實在太多了，而且有些人不知道為什麼突然停在路中間，會擋住視線，流量調查實在是一個很特別的經驗呢。

由於電腦網路的發達及不太注重著作權的問題讓網路抄襲的問題越發的嚴重，要減少這種事的發生就需要從教育做起，把尊重著作權變成常識。

附件3裡面寫到許多國家所發生的違反學術倫理的事例，其中包括許多對科學發展有著重大貢獻的名人，有此可知道違反學術倫理是多麼不道德的事，就算你再怎麼得厲害，只要違反學術倫理，汗點也會隨著你的貢獻一起名留青史，這些事例讓我對捏造、竄改/選擇性地接露成果、抄襲等違反學術理論的問題更加的謹慎小心，在文章的最後說到論文的架構及基本原則，更幫助了我了解論文到底要怎麼寫，以及在寫論文需要特別注意的地方，有些地方特別是一些小細節，如果沒有注意可能就會造成大錯，小心一點總是好的。

商家照片

路名：逢甲路

A1-107-1	N	A1-107-2	N	A1-107-3	N	A1-107-4	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
A1-107-2-2F	N	A1-103	A	A1-101	A	A1-99	A
未出租		Dusty		D-d		FINESTORE	
							
A1-97	A	A1-95	A	A1-93	A	A1-91	G
Timothy		V2		Supermarket		逗	
							
A1-89	A	A1-87	A	A1-85	N	A1-83	A
唐人街		SELFIE		未出租		GUAPA	
							

A1-81	A	A1-79	A	A1-79	A	A1-77-1	K
WAVE SHINE		CCFC		SISTERS		台南米糕	
							
A1-77-2	N	A1-77-3	A	A1-77-2F	O	A1-77-4	K
未出租		S-corner		粉色專業護髮設計		烤玉米	
							
A1-77-5	O	A1-75-2-1	A	A1-75-2-2	A	A1-75-4	a
Love Nail		Sizing		-Com		URMN	
							
A1-75-6-1	A	A1-75-6-2	A	A1-75-8	A	A1-75-10	A
小葉補拍		Mina		Tompkins		Sixneuf	
							

A1-75-12	A	A1-75-14	A	A1-75-16-2F	A	A1-75-16	A
DRESS-E		未出租		未出租		服飾店	
							
A1-75-18	N	A1-75-22	A	A1-75-26	A	A1-75-28	K
未出租		囍		S-MIDIN		左營賀奶奶	
							
A1-75-30	A	A1-75-32	A	A1-75-36	A	A1-75-38	O
2NI		C-H-H- SHO		AFTER CONTROL		非你莫屬美學館	
							
A1-75-40	N	A1-75-42	K	A1-75-46	N	A1-75-48	N
未出租		小熊炸餅		未出租		未出租	
							

A1-75-50	A	A5-234-9	A	A5-234-7	A	A5-234-5	A
服飾店		MS-WEDNESDA		PINKY ROOM		BUTTERFLY-2	
							
A5-234-3	A	A5-234-1	E	A5-234-2	A	A5-234-6	N
PINKU STYLE		全家		MAGIC DOSET		未出租	
							
A5-234-8	A	A5-234-16	M	A1-75-31-16	N	A1-75-31-15	N
DREZINS		LE PARKER		未出租		未出租	
							
A1-75-31-14	N	A1-75-31-13	N	A1-75-31-12	N	A1-75-31-11	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							

A1-75-31-10	N	A1-75-31-9	N	A1-75-31-8	N	A1-75-31-7	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
A1-75-31-6	N	A1-75-31-5	N	A1-75-31-4	N	A1-75-31-3	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
A1-75-31-2	N	A1-75-31-1	N	A1-75-15	N	A1-75-15-2F	K
未出租		未出租		未出租		COCO REA	
							
A1-41-16	I	A1-41-16-2	N	A1-73-1	A	A1-73-2	A
夾娃娃機		未出租		服飾店		真愛牛仔	
							

A1-73-3	A	A1-73-4	A	A1-73-5	A	A1-73-6	A
THE OWTFUT		M-A-T		AMOUR		服飾店	
							
A1-73-7	N	A1-73-8	E	A1-73-9	N	A1-73-10	A
未出租		小貝可		未出租		KIKI	
							
A1-73-11	I	A1-73-12	A	A1-73-13	A	A1-73-14	A
SUPER KTV		WWJX-SHOP		榛愛牛仔		服飾店	
							
A1-73-15	O	A1-73-16	N	A1-73-16-1	B	A1-73-17	A
沃德維普		未出租		飾品攤		未出租	
							

A1-73-18	A	A1-73-19	K	A1-73-20	N	A2-442-5	K
服飾店		水果攤		未出租		蠡源	
							
A2-442-4	K	A2-442-3	K	A2-442-2	K	A2-442-1	D
滷味		日本雞蛋糕		新鮮水果		ABC-MART	
							
A2-444	G	A2-446	A	A2-448	A	A2-450	F
INFINITY		LIF8		高大 HIGH BIG		日本藥鋪	
							
A2-452	K	A2-454	I	A2-456	K	A2-458	E
中興素食		犀利娃娃屋		滷味		阿性情趣	
							









A2-460	A	A2-462	D	A2-462-1	D	A2-466	A
YUPPIE		CROCS		達芙妮		歐瑪	
							
A2-459-1	E	A2-459-2	M	A2-451	O	A2-449	N
特賣會		達斯旅店		AT		未出租	
							
A2-447	E	A2-445	B	A2-443	A	A2-441	N
自強影印文具批發中心		BISNDEI		AIR SPACE		未出租	
							
A2-439	A	A2-437	A	A2-435	A	A2-435-2F	O
CACO		TYPE		MUURA		按摩店	
							

A2-433-6	O	A2-433-3	D	A2-433-2	D	A2-431-1	K
小林髮廊		CONVERSE		BASKETBALL		傻人有口福	
							
A2-431	F	A1-73-21	O	A1-73-22	O	A1-73-23	N
美康逢甲		SENS		逢甲花車		未出租	
							
A1-73-24	N	A1-73-25	O	A1-73-26	N	A1-73-27	N
未出租		依采邑		未出租		未出租	
							
A1-73-28	N	A1-73-29	N	A1-73-30	N	A1-73-31	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							

A1-73-32	A	A1-73-33	A	A1-73-34	N	A1-73-35	C
KLECTION		KLECTION		未出租		LM 精品皮具店	
							
A1-73-36	N	A1-73-37	C	A1-73-38	N	A1-73-39	N
未出租		梵卡亞		未出租		未出租	
							
A1-73-40	N	A1-73-41	H	A1-73-42	O	A1-73-43	N
未出租		SOFTBANK		AMME		未出租	
							
A1-73-44	H	A1-73-45	A	A1-73-46	N	A1-73-47	N
丹尼商城		SWEET WORLD		未出租		未出租	
							

A1-73-48	H	A1-73-49	N	A1-73-50	N	A1-73-51	A
3C 精品小舖		未出租		未出租		S-A FASDION	
							
A1-73-52	N	A1-73-53	N	A1-73-54	N	A1-73-55	O
未出租		未出租		未出租		星漾館塔羅	
							
A1-73-56	A	A1-73-57	A	A1-73-58	O	A1-73-59	A
JAND C		JAND C		瑰蜜		紐約公園	
							
A1-73-60	A	A1-73-61	N	A1-73-62	O	A1-73-63	N
N-Y-PARK		EOS		觀月		天上聖母	
							

A1-73-64	N	A1-73-65	N	A1-73-66	N	A1-73-67	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
A1-73-68	A	A1-73-69	N	A1-73-70	B	A1-73-71	H
憨妹的店		未出租		MANI		艾斯機模	
							
A1-73-72	A	A1-73-73	N	A1-73-74	N	A1-73-75	N
蛻變		未出租		未出租		未出租	
							
A1-73-76	N	A1-73-77	N	A1-73-78	N	A1-73-79	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							

A1-73-80	N	A1-73-81	N	A1-73-82	A	A1-73-83	A
未出租		未出租		服飾攤		服飾攤	
							
A1-73-84	A	A1-73-85	A	A1-73-86	N	A1-73-87	A
服飾攤		服飾攤		未出租		服飾攤	
							

路名：福星路

A2-468	D	A2-472-a	H	A2-472-b	D	A2-472-c	B
NIKE		通訊行		ROOKIE		YuKi	
							
A2-476-a	B	A2-476-b	K	A2-476-c	K	A2-478	O
Eva Eva		阿財烤肉		現榨果汁		珠寶店	
							
A2-492	D	A2-520	D	A2-522	K	A2-528	O
adidas		BIRKENSTOCK		那個鍋		地球村美日語	
							
A2-530	N	A2-542-5	B	A2-542-3	N	A2-542-2	B
未出租		S'aime		未出租		CH-2	
							

A2-542	K	A2-546-a	A	A2-546-b	K	A2-542-1	D
將軍滷味		尋衣啓事		東山鴨頭		adidas	
A2-546-c	E	A2-546-d	E	A2-395	E	A2-546	K
挖寶格子屋		多采多姿精品娃娃屋		四季流行館		明倫蛋餅	
A2-509-a	A	A2-509-b	A	A2-509-c	A	A2-509-d	K
Emma's		服飾店		Ellipsis		派克脆皮雞排	
A2-511	K	A2-513	K	A2-515	D	A2-517	N
WISH:Drink		大苑子		CONVERSE		未出租	
A2-519	D	A2-521	K	A2-523	A	A2-525	O
New balance		西門町排骨酥麵		Ms-oui		超級煙具	

A2-527	A	A2-529	A	A2-531	A	A2-535-a	O
GRACE		YISELLE		DANDY		寵物用品	
							
A2-535-b	K	A2-535-c	K	A2-537	N	A2-539	K
可麗露		大腸包小腸福星總鋪		未出租		旺萊山	
							
A2-543	F	A2-545	K	A2-547-a	H	A2-547-b	A
吳文豹耳鼻喉科		夏立克		膜人 JOJO		服飾店	
							
A2-547-c	A	A2-547-d	O	A2-551-a	K	A2-551-b	E
COCO5		東下繡		帝鈞胡椒餅		寶藏屋	
							

A2-555-a	A	A2-555-b	B	A2-557-a	A	A2-557-b	B
ATA		MAXINE		開拓者		N1	
A2-557-c	J	A2-557-1	G	A2-561-a	O	A2-561-b	E
日涵		小三美日		逢甲慕義堂		玩具	
A2-561-c	B	A2-561-d	H	A2-561-e	E	A2-561-f	A
飾品		手機配件		襪子		CLOTHES By SKIN	

路名：文華路

A3-13	K	A3-11	K	A3-9-11	K	A3-9-10-a	K
日船章魚小丸子		赤鬼		紅髮斑斑		北回木瓜牛乳	
							
A3-9-10-b	K	A3-9-9	E	A3-7-7	K	A3-7-6	K
大王麻辣乾麵		雜貨店		劉一刀刀削麵		CITY MILK	
							
A3-7-5	K	A3-7-4	K	A3-7-3	O	A3-7-2	K
徐師傅		清心福全		Emon 依夢		脆皮臭豆腐	
							
A3-7-1-a	H	A3-7-1-b	K	A3-7-1-c	K	A3-3-3-a	E
手機周邊		麵館		大麻粉圓		全家	
							

A3-3-3-b	K	A3-3-2-a	K	A3-3-2-b	K	A3-3-1	F
堂本家龍鬚糖白糖蔥		綠豆沙牛乳專賣店		德記東山鴨頭		祐生藥局	
							
A3-3-a	K	A3-3-b	K	A3-1-9-a	L	A3-1-9-b	K
飲料店		好大雞排		大創娃娃屋		炒飯達人	
							
A3-1-8-a	K	A3-1-8-b	L	A3-1-7-a	K	A3-1-7-b	K
功夫茶		特區娃娃屋		蜜汁燒烤		蹦現烤蛋糕	
							
A3-1-6-a	K	A3-1-6-b	K	A3-1-6-c	K	A3-1-2-a	K
阿秋茶飲		阿秋蜜汁爌肉販		口口品平價牛排		品味豆乳雞	
							
A3-1-2-b	K	A3-1-2-c	K	A3-1-2-d	K	A3-1-2-e	K
嘉義不一樣		正港蚵仔煎		西瓜汁		黃G紅炸雞	
							



A3-1-2-f	K	A3-1-2-g	K	A3-1-2-h	K	A3-1-2-i	K
黃 G 紅飲料		青蛙撞鮮奶		邱記 10 元碳烤		許生煎包	
							
A3-1-2-j	K	A3-1-1-a	K	A3-1-1-b	K	A3-17-1	D
惡魔雞排		阿卿現切水果		明倫蛋餅		伊麗莎皮鞋廣場	
							
A3-10-11-a	K	A3-10-11-b	K	A3-10-8-a	K	A3-10-8-b	L
繼光香香雞		地瓜球		臭豆腐		夾夾樂	
							
A3-10-7	E	A3-10-6	K	A3-10-5	K	A3-10-4	L
7-11		鮮茶道		圓稼嚼感鮮奶茶		ㄉㄤ'ㄉㄤ'夾 樂趣	
							

A3-10-3-a	K	A3-10-3-b	K	A3-10-2-a	K	A3-10-2-b	K
風茹茶		烤地瓜		水煮玉米		ET 鹽水雞	
							
A3-10-1	L	A3-10-a	K	A3-10-b	K	A3-8-a	K
夾享世界		安安青草茶		瓜董西瓜汁		燒烤杏鮑菇	
							
A3-8-b	K	A3-6-3-a	K	A3-6-3-b	K	A3-6-3-c	K
烙餅舖		下辣高手		阿三哥蔥油餅		阿三哥滷味	
							
A3-6-2-a	K	A3-6-2-b	K	A3-6-1	O	A3-6-a	K
曾氏福建炒麵		煉木瓜牛乳		真時美		阿呆滷味	
							
A3-6-b	K	A3-6-c	N	A3-2-12-a	L	A3-2-12-b	K
三兩三燒臘		未出租		大紅炮玩具宮殿		大紅炮木瓜牛奶	
							

A3-2-11-a	K	A3-2-11-b	K	A3-2-10	K	A3-2-9	K
太谷茶		新鮮現切水果		新易現炒店		劉記	
							
A3-2-8-a	G	A3-2-8-b	K	A3-2-7	K	A3-2-6	L
大雅美容美體		逢甲潤餅		吉峰蒸餃		夾娃娃機	
							
A3-2-5	K	A3-2-4	K	A3-2-3	K	A3-2-2	E
鐵拳		木瓜牛奶		雪花冰		大三通	
							
A3-2-1	G	A3-2	K				
東森自然美		阿貴姑抄手大餛飩					
							

路名：文華路

A3-79-2	K	A3-79-4	C	A3-77-5	E	A3-77-5-1	L
逢甲地瓜球		飾品、帽子		Miniso		射氣球	
							
A377-5-2	K	A3-77-4	L	A3-77-4-1	K	A3-77-4-2	K
日式魚蛋		瘋狂來客		純鮮奶雞蛋糕		無骨油雞&醉雞	
							
A3-77-4-3	K	A3-77-4-4	K	A3-77-4-5	K	A3-77-3	O
豬血糕		黃金轟炸魷魚		海食堂		CALVIN KLEIN	
							
A3-77-3-1	E	A3-77-3-2	K	A3-77-3-3	K	A3-77-2	A
好運姓名貼		炙燒厚切牛		蝦鮑串		THE LADYWORE	
							



A3-77-2-1	K	A3-77-2-2	K	A3-77-1	O	A3-77-1-1	K
88 碳烤雞排		甘蔗檸檬綠豆沙		學士鐘錶		尚賀甲雞爪凍	
							
A3-77	A	A3-77	E	A3-77-1	K	A3-77-2	K
sweet		玩具百貨		金豬王		水果	
							
A3-75	A	A3-75-1-1	K	A3-75-1-2	K	A3-73	A
AIR SPACE		漁人屋		炒年糕		FIFTY/PERCENT	
							
A3-73	A	A3-73-1	K	A3-73-2	L	A3-73-3	K
WUI/WUI/		手工粉圓		射氣球		阿爸ㄟ蒜香雞	
							

A3-73-4	K	A3-73-5	K	A3-73-6	K	A3-73-7	K
烤魷魚		台灣阿洪爆漿地瓜球		綠豆沙牛乳專賣店		去骨達人	
							
A3-71-1	K	A3-71-2	K	A3-71-1-1	K	A3-71-1-2	K
金沙蛤子		牛B 葫蘆王		大腸包小腸/熱狗		干貝蝦	
							
A3-71-A0- A1-A2- A3-A4	L	A3-71-A5- A6	N	A3-71-A7	N	A3-71-A8	L
娃娃機		未出租		未出租		BOWLER ROLLER	
							

A3-71-A9	L	A3-71-A10	L	A3-71-B5、 B6	1	A3-71-B7	1
BOWLER ROLLER		娃娃機		樂投籃		集蛋	
							
A3-71-B8、 B9、 B10	1	A3-71-B10- 1	1	A3-71-C0	1	A3-71-C3	K
遊戲場		CHALLENGE LIPSTICK		雀神四人麻將		滾滾燒	
							
A3-71-C7、 C6、 C5、 C4	1	A3-71-C7- C6-C5	L	A3-71-C8	K	A3-71-D1	K
夾娃娃機		射氣球		其森牛肉湯		逢甲臭豆腐	
							

A3-71-D1-1	L	A3-71-D3-D2	K	A3-71-D4	N	A3-71-D5	K
娃娃機		泰式奶茶		未出租		叉泡咪	
							
A3-71-D6	K	A3-71-D7	K	A3-71-2F	K	A3-71-D8	K
日本屋台拉麵		激旨		激旨二樓座位		激旨	
							
A3-71-D9	K	A3-71-E2	E	A3-71-E3-1	L	A3-71-E4	L
惡魔雞排		美格精油		扭蛋		娃娃機	
							
A3-71-2F	O	A3-71-F1	K	A3-71-F2	1	A3-71-F7	L
逢甲廁所		南霸天		自動販賣機		KTV	
							

A3-71-F7	K	A3-71-F8、 F9、F10、 F24、F23、 F22	1	A3-69-1	K	A3-69-2	K
飲料機		磁浮運球		一口煎餃		惡魔雞排	
							
A3-67	1	A3-67-B0	A	A3-67-B1	C	A3-67-B2	O
遊樂場		Muses Room		杉茂皮件		京華城精品婚紗	
							
A3-67-B3	D	A3-67-1	K	A3-67-2	K	A3-67-1-1	K
雅鉞品牌鞋		逢甲雞蛋糕		一口吃香腸		印度拉茶	
							

















A3-67-1-2	K	A3-57-B4	A	A3-55	I	A3-53	E
一家之薯		服裝店		射氣球		雜貨	
							
A3-53-1	K	A3-53-2	K	A3-53-3	K	A3-51	E
黃金礦工		金牌巨無霸		海味		86 shop	
							
A3-51-1	E	A3-49	A	A3-49-1	K	A3-49-2	K
知名姓名貼		向陽服飾		波特屋		巧蕉王	
							
A3-47	A	A3-47-1	K	A3-47-2	K	A3-45	A
服飾		麻辣魚蛋		戰戰醉雞油雞		CACO	
							


A3-45-1	K	A3-45-2	K	A3-43-1	H	A3-43-1-2F	M
陳記九龍城		雞蛋糕凍檸茶		手機配件		久窩行旅	
							
A3-43-1	K	A3-43-2	K	A3-41-1	K	A3-41-2	K
金桔檸檬		小 A 起司洋芋		小 A 烤鴨夾餅		現打西瓜汁	
							
A3-39-1	H	A3-39	A	A3-39-1-1	K	A3-39-1-2	K
手機包膜		LAKING		白甘蔗汁		花枝丸 烤肉	
							
A3-39-1	K	A3-39-2	K	A3-37	K	A3-37-1	C
成龍雞排		成龍新鮮果汁		新聯成西點麵包		飾品	
							

A3-37-2	K	A3-35	A	A3-35-1	K	A3-35-2	K
金莎蛤仔		桑尼		加賀雞爪凍		碳烤大叔	
							
A3-33-1	K	A3-33-2	K	A3-31-1	K	A3-31-2	K
快樂QQ球		古早味紅茶冰		石家莊雞爪凍		韓式炸雞部隊麵	
							
A3-31	B	A3-29	A	A3-29	A	A3-29	D
VACANZA		PSGB		M-S-H		紅不讓皮鞋	
							
A3-29-1	K	A3-29-2	K	A3-25-10	N	A3-25-10-1	k
海之味		黃金脆皮雞腿捲		未出租		三峽金牛角	
							









A3-25-10-2	K	A3-25-10-3	K	A3-25-9	E	A3-25-9-1	E
現打西瓜汁		白甘蔗汁		蒂龐		帽子店	
							
A3-25-9-2	K	A3-25-9-3	K	A3-25-8	L	A3-25-9-2	K
黑輪店		起司章魚燒		集蛋扭蛋專門店		紅茶臭豆腐	
							
A3-25-8-2	K	A3-25-7-1	K	A3-25-7-2	K	A3-25-7-3	K
牛B葫蘆王		火焰骰子牛		十方		燒酒螺	
							
A3-20-7	L	A3-20-7-1	L	A3-20-7-2	L	A3-20-7-3	A
抓狂一族		倪倪家娃娃屋		挖寶坊		LIVINGROOM	
							




A2-416-11	N	A2-416-44	N	A2-416-42	O	A2-416-40	O
未出租		未出租		掃具間		倉庫	
							
A2-416-38	O	A2-416-36	O	A2-416-32	N	A2-416-30	N
通道		倉庫		未出租		未出租	
							
A-416-28	O	A2-416-26	N	A2-416-22	C	A2-416-58	N
倉庫		未出租		Baby rabbit		未出租	
							
A2-416-56	N	A2-416-52	N	A2-416-50	N	A2-416-48	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							

A2-416-46	N	A2-416-20	N	A2-416-18	N	A2-416-16	L
未出租		未出租		未出租		娃娃機	
							
A2-416-16-2F	E	A2-416-10	A	A2-416-1-2	N	A2-416-3-1	N
Cartoon house		米飛美國		未出租		未出租	
							
A2-416-3-2	A	A2-416-1-1	N	A1-459	H	A3-19-58	A
Sa sa 日系精品		未出租		手機用品出清		ULTIMATE	
							
A2-461-8	I	A2-461-6-4	A	A2-461-6-3	K	A2-461-6-2	K
喀加喀加轉蛋		木札果		大甲芋頭城		一心素食	
							

A2-461-6-1	K						
水果玉米專賣							
							

路名：福星路

A3-10-10	K	A3-10-10	K	A3-10-10	B	A3-10-10	B
1828		琥珀糖		赤軍寶飾		K.H KOREA	
							
A2-550	k	A2-550	A	A2-550	K	A2-550	K
稻鮪		Bikini		沙曉綠豆沙牛乳		阿月紅茶冰	
							

A2-556	O	A2-562	E	A2-563	L	A2-563	K
寵物公園		寶雅		扭蛋		Ailin tea	
							
A2-563-2F	J	A2-564-1	K	A2-565	K	A2-566	K
維納詩		豪品		花茶大師		烤肉飯	
							
A2-567	I	A2-567	K	A2-567	A	A2-568	K
GO-LENS		進發家		GMMA'S		加州牛排	
							
A2-569	N	A2-570	K	A2-572	A	A2-572-2F	O
未出租		吉品鐵板燒		鬼洗		老師府	
							

A2-574	F	A2-575	O	A2-576	A	A2-579	A
慶和牙醫診所		福星停車場		Star Box		BT 精品服飾	
							
A2-580	E	A2-580-2F	G	A2-581	A	A2-583	O
7-11		淨膚中心		愛麋鹿		按摩	
							
A2-584	K	A2-585	O	A2-586	K	A2-587	A
采佳鄉		KYMCO		喫茶小舖		伊雅 加大尺碼	
							
A2-588	D	A2-589	F	A2-591	K	A2-593	N
Lanew		道生中醫診所		首爾韓鍋		未出租	
							

A2-595	K	A2-597	K	A2-599	O	A2-601	E
有田樂		短腿阿鹿		真豪按摩		全家	
							
A2-603	K	A2-603	K	A2-603	N	A2-605	A
越南王		阿木師		未出租		La mahu	
							
A2-607	N	A2-609	K	A2-611	H	A2-613	H
未出租		大丸靚鍋		地標網通		遠傳	
							
A2-613-1	O	A2-613-2	K	A2-613-2	K	A4-1	N
鑰匙		無飲		鴨樓		套房出租	
							

A4- 雞排	K	A4- 娃娃機	L	A4-2 小西藏館	K	A4-3 小梅挽臉	G
							
A4-5 娃娃機	L	A4-6 住家	M	A4-7 好口味素食	K	A4-8 娃娃機	L
							
A4-9 娃娃機	L	A4-10 住家	M	A4-12 萬華甜不辣	K	A4-16 娃娃機	L
							

路名：慶和街

A4-12-1-3	K	A4-12-1-4	K	A4-12-1-5	K	A4-12-1-4	K
山賊燒魷魚		蝦霸		紅茶臭豆腐		月亮屋	
							
A4-115-7	K	A4-115-6	K	A4-115-5	N	A4-115-4	L
我叫MT		薯條 Uncle		未出租		玩具宮殿	
							
A4-115-3	L	A4-115-2	L	A4-115-1	N	A4-107	K
夾娃娃店		魔力夾客		未出租		阿宗青草茶	
							
A4-97	A	A4-95	M	A4-93	K	A4-91	K
+1		住家		金門炒泡麵		冠軍魯肉飯	
							


A4-89-4	M	A4-89-3	M	A4-89-2	M	A4-89-1	O
住家		住家		住家		展翅上騰的健康教會	
							
A4-89	M	A4-87	K	A4-85	K	A4-83	M
住家		黃記麻油雞		寶慶		住家	
							
A4-83-1	N	A4-83-2	O	A4-9-3	A	A4-9-2	O
未出租		唯晟		RULES		丸藝舖	
							
A4-9-1	L	A4-11	K	A4-81-2	M	A4-81-1	K
Lucky 夾		菠羅先生		住家		Noo Na	
							

A4-79	N	A4-77	L	A4-75-6	K	A4-75-5	N
未出租		夾心未泯		莓好冰菓室		未出租	
							
A4-75-4	K	A4-75-3	K	A4-75-2-3	K	A4-92-1	K
球客道		老大薯條		按摩雞排		阿梅	
							
A4-92-2	K	A4-92-3	K	A4-92-4	K	A4-92-5	N
泰式香蕉煎餅		蔡大明		超大生蠔		未出租	
							
A4-92-6	K	A4-92-7	K	A4-12-12	K	A4-12-11	L
OVERLORD		厚黑堂		如花鮮果汁茶飲		韓國年糕專賣店	
							

A4-12-10	K	A4-12-9	K	A4-12-6	K	A4-12-8	K
黃金礦工		黃金右、左腿		韓國歐巴		哞牛	
							
A4-12-7-1	K	A4-12-7-2	K	A4-12-7-3	K	A4-12-3-1	K
豬寶盒		帝鈞胡椒餅		半天香		茶客幫	
							
A4-12-3-2	K	A3-12-3-3	K	A3-12-3-4	K	A4-12-3	N
逢甲雞排仁		麻辣魚蛋		昇和甘草芭樂		未出租	
							
A4-12-7-4	K						
OH YA 咖啡							
							




路名：文華路

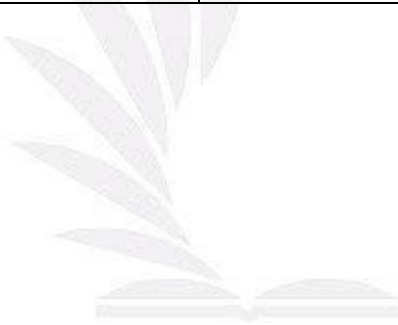
A3-25-8-1	I	A3-25-8	L	A3-25-7-1	B	A3-25-7-2	I
眼鏡攤販		集蛋扭蛋專門店		首飾攤販		眼鏡攤販	
							
A3-25-6-3	A	A3-25-6-2	L	A3-25-6-1	E	A3-25-5-2	K
MCF		把拔拾塊		2CV		青草茶	
							
A3-25-5-1	K	A3-25-5	K	A3-25-4	A	A3-25-3	A
Uncle Yam		天使雞排		服飾店		Leading Light	
							
A3-25-2-3	A	A3-23-4	A	A3-23-3	A	A3-23-2	A
博客來		愛霓		歐妮亞		服飾店	
							

A3-23-1	A	A3-21-4	A	A3-21-3	A	A3-21-2	A
¥=Jeans		SHK		衣著 PLUS		華慶	
							
A3-21-1	E	A3-19-9	B	A3-19-8	H	A3-19-7	E
生活雜貨		5Kara		3C 量販店		時尚の都	
							
A3-19-6	C	A3-19-5	D	A3-19-4-1	K	A3-19-4	A
1979		ABC-MART		彎豆冰		MSH	
							
A3-19-3	D	A3-19-2	L	A3-19-1	D	A3-19	A
不倒翁鞋城		夾		好腳力		東京	
							

A3-17-2	A	A3-17-1	D	A3-10-12-1	K	A3-10-13-1	A
傑士精品		精品鞋坊		鹹酥菇		衣+1	
							
A3-10-13-2	A	A3-10-13-3	K	A3-10-13-4	K	A3-10-14	B
開拓者		日出客棧		地瓜球		Nice One N1	
							
A3-10-15-1	K	A3-10-15	A	A3-10-16-1	A	A3-10-16-2	H
黑糖如		Nab Shop		Hangten		Devilcase	
							
A3-10-17	C	A3-10-18	A	A3-10-19	A	A3-10-20	A
15/16		Muura		服飾店		千森	
							

A3-10-21	A	A3-10-22	D	A3-10-23	A	A3-10-24	A
Sweet		Party&Wedding		PSGB		O'MUSES	
							
A3-12	D	A3-12-1-1	K	A3-12-1-2	K	A3-12-1	L
天生福星		韓式起司炸雞		爆漿地瓜球		天天樂	
							
A3-12-3-6	K	A3-12-4	L	A3-12-5	A	A3-12-6	C
滷味		娃娃帝國		LAKING		天藍小舖	
							
A3-14-1	A	A3-14-2	L	A3-16-1	K	A3-16-2	A
STYLE9		快樂芽娃娃屋		陳媽媽		帥街牛仔	
							

A3-18-1	I	A3-18-2	A	A3-20-1	A	A3-20-1-1	K
QLENS		G's house		心愛物語		黃金礦工	
							
A3-25-7-3	K	A3-25-8-2	K	A3-25-7	H	A3-12-3-5	K
韓式炸雞		豐收王國		e 通訊		日本雞蛋糕	
							



108 學年度逢甲大學統計系專題討論總會議紀錄

會議記錄(一)

時間：108 年 9 月 17 日 下午 6 點	
地點：人言 104	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蒨、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 1. 可去協作平台找尋商家調查 ->逢甲店家調查說明 ->商家細部規定解說裡面的空間地圖查詢系統，找到每個商店的門牌號碼 商家編號 ex:「路名-門牌號」；有攤販的後面要加-1or-2 2. Word 要以規定的格式 key 入（群組有傳），如果店家沒有名字的話就是寫賣什麼，做好後先傳上群組，時間到 9/20 前 3. 9/26（四）18:00 商 1011 集合宣佈事情，流量調查結束後在忠勤樓集合回收，當天需留 2 人留下輸入資料，資料輸入完才能離開 （四）蔡旻芳 劉振宇 （五）徐子茹 連威傑 （六）陳泓蒼 李至皓 （日）楊宜蒨 邱雁琳 許芳菱 4. 10/08 前要交心得，傳群組，協作平台上有格式	
決議： 1. 下禮拜討論問卷主題 2. 切勿遲到 請假或晚到要事先說 3. 下次會議：108/9/24 下午 6 點於人言 105。	

會議記錄(二)

時間：108 年 9 月 25 日 下午 6 點

地點：人言 105

主席：李至皓、邱雁琳

紀錄：劉振宇

出席人員：

李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、徐子茹、楊宜蒨、劉振宇、陳泓蒼、連威傑

討論事項：

內容：流量調查注意事項、商家調查檢查與統整、問卷討論

1. 問卷大方向與問題草稿:電子支付

- (1)知道那些電子支付?
- (2)有使用哪電子支付?
- (3)消費種類?
- (4)今日有無消費?
- (5)常用的電子支付?
- (6)使用電子支付的誘因?
- (7)使電子支付是否增加購買力?
- (8)知道逢甲夜市開始使用電子支付?
- (9)承上題，從哪裡知道?

2. 10/1(二)第二次問卷討論

3. 10/2(三)心得繳交與統整

4. 10/3(四)17:00~18:00 第三次問卷討論與總結，及請益老師

會議記錄(三)

時間：108 年 10 月 1 日 下午 6 點	
地點：人言 105	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蒨、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 1. 針對第一次報告的內容，包含 pdf 的前 3 部分 ppt 跟 word 每次報告都需要繳交並儲存，最後 word 一併整理 2. word 分工 (1) 研究動機：威傑 (2) 目的：泓蒼 (3) 流程：X (4) 店家調查分配：將區域成四個部分 ① 陳泓蒼、連威傑 ② 李至皓、邱雁琳 ③ 許芳菱、楊宜蒨、劉振宇 ④ 徐子茹、蔡旻芳 (5) 結果-文字：各組自想（可參考 ppt） (6) 各路比例：李至皓 (7) 流量調查-文字：許芳菱、楊宜蒨、劉振宇 (8) 上台報告： → 商圈調查結果 各組 1 個 → 流量調查結果 1~2 人 → 問卷主題（含研究動機） 1 人 → 心得 全部	

(9) 問卷方向

• 消費行為-電子支付

- 知不知道電子支付?
- 你有使用過電子支付嗎?
- 你會用電子支付買の種類?
- 你會想用電子支付的原因?
- 如果用電子支付，你覺得購買力會上升嗎?
- 你覺得逢甲適合用電子支付嗎?
- 普遍使用電子支付你會更想來嗎?
- 你有注意過店家提供哪種電子支付嗎?

• 服飾

- 促銷 (折扣、買一送一...)
- 花費價格
- 趨勢 (各國風格)
- 種類
- 服裝滿意度
- 注重 (1-5 分)

• 品質

• 品牌

• 服務

• 設計

• 價格

- 消費習慣 (哪種類型的消費者)

決議：

1. 心得要上台報告，在報告前記得繳交
2. Word 檔的所有東西在禮拜五前全部繳交
3. 禮拜四 10/3 17:00 與老師討論主題

會議記錄(四)

時間：108 年 10 月 15 日 下午 6 點

地點：人言 101

主席：李至皓、邱雁琳

紀錄：許芳菱

出席人員：

李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蓓、劉振宇、陳泓蒼、連威傑

討論事項：

1. 修改初稿內容及分配

- (1) 緒論: 威傑 泓蒼
- (2) TWQR: 子茹
- (3) 摘要: 振宇
- (4) 問卷細節: 旻芳

2. 心得加專業倫理

3. 流程圖詳細+標註

4. PPT 加上頁碼、Word 分工

5. 修改問卷內容

- 花費金額選項
 - 0-300
 - 300-600
 - 600-1000
 - 1000-1500
 - 1500 以上

- 第四題改為適不適合

是

否

- 行動支付選項

街口支付

Apple pay

Android pay

Line pay

支付寶

台灣 pay

旺 pay

歐付寶

其他

- 飲食選項

食品

飲料

6. 上台報告:

① 蔡旻芳、許芳菱、楊宜蓓

② 徐子茹、劉振宇、連威傑

③ 李至皓、邱雁琳、陳泓蒼

決議：

10 月底前把資料處理完並上傳

會議記錄(五)

時間：108 年 10 月 22 日 下午 6 點	
地點：人言 113A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蓓、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 1. 問卷選項框框前的數字刪除 2. 下次報告者： → 連威傑（商家） → 徐子茹（流量-TWQR） → 劉振宇（問卷）至皓負責摘要中翻英	
決議： 10 月底前把資料處理完並上傳	



會議記錄(六)

時間：108 年 10 月 29 日 下午 6 點	
地點：人言 104A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蒨、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： <ol style="list-style-type: none">1. 第二題的選項多增加 3 個2. 將選項中的認知不足 → 對支付管道不熟悉3. 第四題和第五題 → 改為平均一周4. 第四題選項 → 0、1-3、4-7、7 次以上5. 第六題改為 → 哪些原因會讓你增加使用行動支付的頻率6. 將選項中的行動方便 → 不用帶錢包、無需找零、支付迅速、忘記帶錢、怕被搶及自動兌發票7. 第十一題選項改為適合度8. 第十二、十三題適合 → 同意9. 第十四題 → 若逢甲夜市普遍提供行動支付，會增加您來逢甲夜市的意願嗎？10. 將選項中的沒差 → 不影響	
決議： 下禮拜一 11/4 前所有東西都要交	

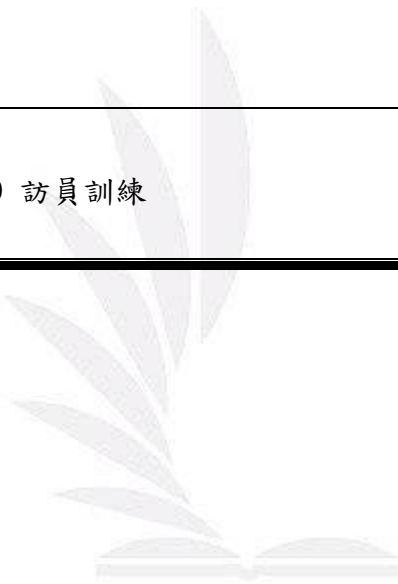
會議記錄(七)

時間：108 年 11 月 5 日 下午 6 點	
地點：人言 104A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蒨、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 討論報告分配內容	
決議： 下禮拜一 16:00 B103A re 稿	



會議記錄(八)

時間：108 年 11 月 19 日 下午 6 點	
地點：人言 104A	
組長：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蒨、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 確認問卷修改內容	
決議： 11/20 16:00 商 404 18:30 訪員訓練	

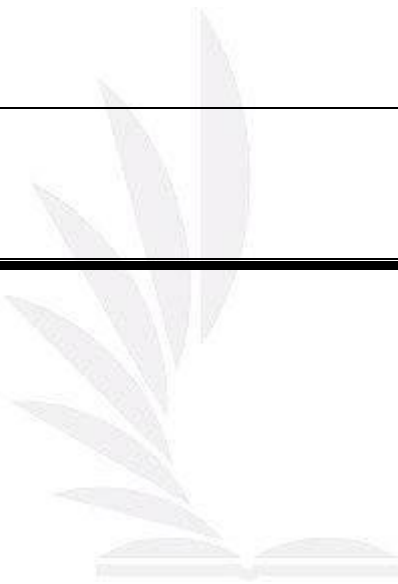


會議記錄(九)

時間：108 年 12 月 3 日 下午 6 點	
地點：人言 104 A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：劉振宇
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蓓、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： <ul style="list-style-type: none">● 分工<ul style="list-style-type: none">→ 敘述統計: 劉振宇、陳泓蒼、楊宜蓓→ 信效度分析: 連威傑→ 因素分析: 許芳菱→ 卡方分析、交叉表: 徐子茹→ 勝算比: 蔡旻芳→ 無母數檢定: 李至皓→ 複選題檢定(寇克蘭 Q 檢定): 邱雁琳	
決議： 12/21 前繳交所有分析書面 Word 檔	

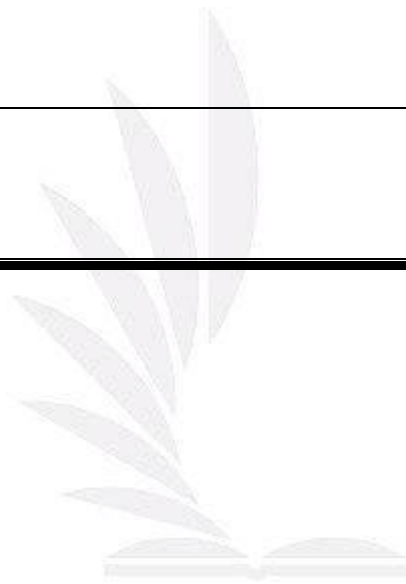
會議記錄(十)

時間：108 年 12 月 10 日 下午 6 點	
地點： 人言 104A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蒨、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 檢定內容	
決議：	



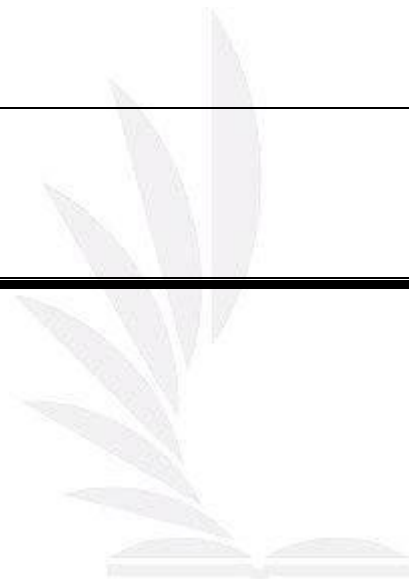
會議記錄(十一)

時間：108 年 12 月 17 日 下午 6 點	
地點：人言 105 A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、許芳菱、徐子茹、楊宜蓓、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 檢定內容	
決議：	



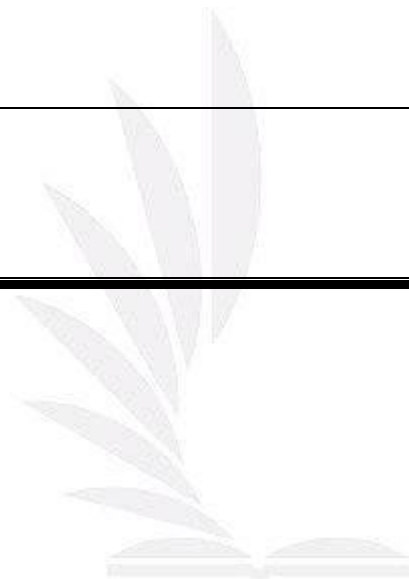
會議記錄(十二)

時間：108 年 12 月 20 日 下午 4 點	
地點：人言 101 A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蒨、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 檢定內容	
決議：	



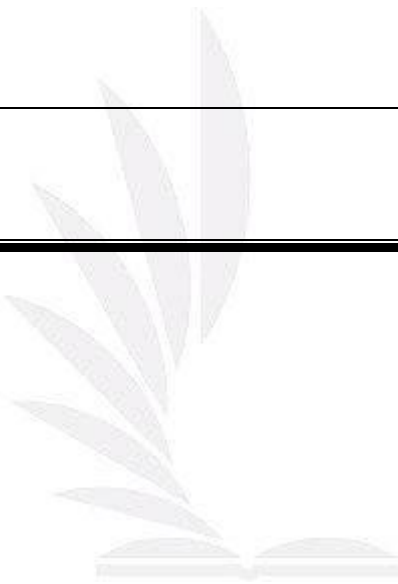
會議記錄(十三)

時間：108 年 12 月 24 日 下午 6 點	
地點：人言 105 A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：許芳菱
出席人員： 李至皓、邱雁琳、蔡旻芳、許芳菱、徐子茹、楊宜蒨、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 檢定內容	
決議：	



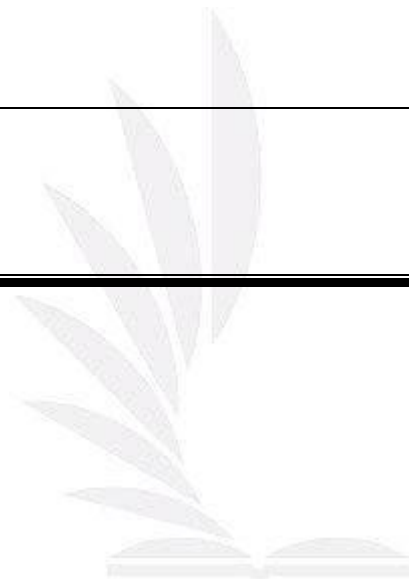
會議記錄(十四)

時間：108 年 1 月 3 日 下午 6 點	
地點： 人言 105 A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：劉振宇
出席人員： 李至皓、邱雁琳、許芳菱、徐子茹、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 檢定內容	
決議：	



會議記錄(十五)

時間：108 年 1 月 6 日 下午 6 點	
地點： 人言 105 A	
主席：李至皓、邱雁琳	紀錄：劉振宇
出席人員： 李至皓、邱雁琳、徐子茹、劉振宇、陳泓蒼、連威傑	
討論事項： 檢定內容、總結	
決議：	



工作分配

姓名↵	工作內容↵
李至皓↵	1. 無母數分析↵ 2. Word 檔整理↵ 3. 第三次上台報告↵
邱雁琳↵	1. Cochran's Q Test 檢定↵ 2. Word 檔整理↵ 3. 第三次上台報告↵ 4. PPT 製作↵
蔡旻芳↵	1. 勝算比↵ 2. 第一次上台報告↵
許芳菱↵	1. <u>信效度</u> 分析↵ 2. 第一次上台報告↵
許子茹↵	1. 卡方分析↵ 2. 第二次上台報告↵
楊宜蓀↵	1. 敘述統計第三部分↵ 2. 第一次上台報告↵
劉振宇↵	1. 敘述統計第一部分↵ 2. 第二次上台報告↵
陳泓蒼↵	1. 敘述統計第二部分↵ 2. 第三次上台報告↵
連威傑↵	1. <u>信效度</u> 分析↵ 2. 第二、三次上台報告↵