

三、資料分析結果

本研究針對有使用 ibon 經驗的消費者進行問卷調查，調查方式採網路問卷調查，以 Google 表單方式進行。調查期間為 2016 年 11 月中旬至 12 月上旬截止，共約三個星期。總計回收 372 份，扣除填答不完整等無效問卷，最後共獲得 351 份有效問卷；因此本研究將以這 351 份問卷作為研究樣本。

1. 個人基本資料描述

(1) 性別

本研究 351 份有效樣本中，男性樣本數共有 178 個，比率為 50.7%；女性樣本數有 173 個，比率為 49.3%，男女樣本比例約略相當，如表 1 所示；此結果顯示目前 ibon 的使用者在性別上差異性並不大。

表 1 性別分佈

性別	次數	百分比(%)
男	178	50.7
女	173	49.3
合計	351	100

(2) 年齡

本研究樣本之年齡分佈情況如表 2 所示，以年齡 20-30 歲的樣本數 132 個為最多，比率為 37.6%；其次為 30-40 歲的樣本數 91 個，比率為 25.9%；而 51 歲以上的樣本數 7 個為最少，比率為 2.0%；由此可知，年齡介於 20-40 之間的 ibon 使用者占全部樣本的 63.5%，顯示目前 ibon 主要使用者仍以青壯年為主。

表 2 年齡分佈

年齡	次數	百分比(%)
20 歲以下	81	23.1
20-30 歲	132	37.6
30-40 歲	91	25.9
40-50 歲	40	11.4
50 歲以上	7	2.0
合計	351	100

(3) 教育程度

在教育程度方面，表 3 顯示目前 ibon 的使用者以大專以上程度為主，樣本數為 275 個，占總樣本比率為 78.3%；而教育程度為國中以下的樣本數只有 20 個為最少，比率為 5.7%，顯示國內 ibon 的使用者，其教育程度仍以大專以上佔絕大多數。

表 3 教育程度分佈

教育程度	次數	百分比(%)
國中以下	20	5.7
高中(職)	56	16.0
專科/大學	245	69.8
碩士以上	30	8.5
合計	351	100

2. ibon 使用經驗描述

(1) ibon 使用年資

ibon 的使用年資如表 4 所示，使用經驗超過 3 年的樣本數 263 個為多數，占總樣本數 74.9%；而使用半年以下的樣本數 7 個為最少，比率為 2.0%；顯示大多數受訪者都有蠻長久的 ibon 使用經驗。

表 4 行動 ibon 使用年資分佈

ibon 使用年資	次數	百分比(%)
半年以下	7	2.0
半年-1 年	13	3.7
1-3 年	68	19.4
3-5 年	118	33.6
5 年以上	145	41.3
合計	351	100

(2) 每年 ibon 使用次數

每年使用 ibon 次數如表 5 所示，以 10 次以上的使用者 198 個為最多，比率為 56.4%；其次以 3-5 次的使用者 54 個，占全部樣本比率為 15.4%。整體而言，絕大多數的受訪者每年都會使用 ibon 一次以上。

表 5 每年使用 ibon 的次數分佈

每年使用 ibon 次數	次數	百分比(%)
不到 1 次	10	2.8%
1-3 次	46	13.1%
3-5 次	54	15.4%
5-10 次	43	12.3%
10 次以上	198	56.4%
合計	351	100%

3. 研究變數之平均數與標準差

本研究共設計有 ibon 的易用性、有用性、滿意度等三大個構面，每一個構面皆涵蓋數個問項，用來衡量消費者的感知或認同度。各變數的平均數與標準差彙整於表 6~8 所示。在 ibon 易用性的平均數方面，以「易用性 3」的平均數最低，表示消費者對自己能「熟練地使用 ibon」的認同度感到最低。在標準差方面，表 6 顯示所有變數的標準差介於 0.77~0.83 之間，表示受訪者對這些變數的認同度，其高低差異並不甚懸殊。

表 6 ibon 易用性構面之平均數與標準差

變數名稱	平均數	標準差
易用性 1	3.61	0.79
易用性 2	3.48	0.77
易用性 3	2.88	0.83
整體易用性	3.11	0.80

在有用性的平均數方面，表 7 顯示「有用性 3」的平均數最高，表示在有用性構面中，消費者對於「使用 ibon 可以讓我很快捷地完成一些日常事務」的認同度最高。在標準差方面，表 7 顯示所有變數的標準差介於 0.74~0.81 之間，且與 ibon 易用性相較，其整體標準差又更低一些，表示受訪者對這些變數的認同度，更趨於一致。

表 7 ibon 有用性構面之平均數與標準差

變數名稱	平均數	標準差
有用性 1	2.05	0.77
有用性 2	2.04	0.81
有用性 3	3.72	0.74
整體有用性	2.87	0.76

在滿意度的平均數方面，表 8 顯示「滿意度 1」的平均數偏低，表示消費者對「使用 ibon 的經驗是愉快的」仍有相當程度的不認同。在標準差方面，表 8 顯示所有變數的標準差介於 0.85~0.98 之間，且與 ibon 易用性、以及有用性相較，其整體標準差明顯偏高，表示受訪者對這些滿意度問項的認同度，其高低差異頗為懸殊；其中「我會推薦別人使用 ibon」的標準差甚至高達 1.18，表示受訪者對這一個變數的認同度相當分歧。

表 8 ibon 滿意度構面之平均數與標準差

變數名稱	平均數	標準差
滿意度 1	2.35	0.88
滿意度 2	3.79	0.86
滿意度 3	3.06	1.18
滿意度 4	3.74	0.85
整體滿意度	3.21	0.89

4. 性別對 ibon 使用次數的交叉表

針對每年使用 ibon 次數，本研究依據受訪者的不同性別，求算其交叉表，結果如表 9 所示。表 9 顯示在男女性樣本比率相當的情況下，ibon 使用次數高的樣本偏向男性居多，而使用次數低的樣本則偏向女性居多；表示目前使用頻率比較高的人口，還是偏向以男性為主，相對的，女性使用頻率還是有偏低的現象。

表 9 性別對 ibon 使用次數的交叉表

每年使用 ibon 次數	次數(%)		合計
	男性	女性	
不到 1 次	2 (0.5%)	8 (2.3%)	10 (2.8%)
1-3 次	18 (5.1%)	28 (8.0%)	46 (13.1%)
3-5 次	27 (7.7%)	27 (7.7%)	54 (15.4%)
5-10 次	28 (8.0%)	15 (4.3%)	43 (12.3%)
10 次以上	112 (31.9%)	86 (24.5%)	198 (56.4%)
合計	178 (50.7%)	173 (49.3%)	351 (100%)

5. 性別對 ibon 易用性的交叉影響分析

本研究針對 ibon 易用性，依據受訪者的不同性別，計算其平均數，結果如表 10 所示。表 10 顯示在所有易用性題項當中，男性的認同程度都高於女性，特別是易用性 2，

男性的平均認同程度高於女性甚多，表示男性消費者自認比女性更「容易就熟悉 ibon 的操作與使用」。

表 10 性別對 ibon 易用性的交叉影響分析

變數名稱	平均數		整體平均數
	男性	女性	
易用性 1	3.85	3.40	3.61
易用性 2	3.74	3.14	3.48
易用性 3	2.92	2.78	2.88
整體易用性	3.25	3.04	3.11