

## 第六章 結論與建議

2002 年為歐美日國家零售業的「IC 卡片元年」，各零售及流通的通路無不扭足全力，要利用高科技的卡片在消費低迷的環境中，提升競爭力滿足顧客的需求。

綜觀各國經驗，金流電子化與晶片多元化應用（付款、會員、禮卷、身份辨識、忠誠度管理...）對於企業經營的效益日趨顯著，各行各業均有許多不同業務需求可憑藉新科技的應用來強化並有效降低整體成本。

面對花樣百出的卡片及市場競爭，零售業在發行企業儲值卡前應作好事前規劃，並以站在持卡人的立場，進行相關系統或作業規劃，才有可能成功。而資訊廠商的專業或提供解決方案的好壞，也將影響到整體運作的服務品質，未來我國如能比照美日國家由企業 IC 卡專業公司提供相關服務，應是最佳決策。

改變消費者小額現金交易的習慣，非一朝一夕可達成，惟有透過通路商建置 IC 儲值卡應用平台，並逐步培養大眾使用電子錢的消費付款習慣。而統一超商建置企業 IC 儲值卡及小額消費或增值示範應

用平台，提供國人電子錢包應用的舞台，值得鼓勵。進而，透過主管機關協助及民間企業或銀行相互合作及推廣。如此一來，我國零售業消費支付全面電子化的夢想，不是不可能的事。