

消費者對橘色創新科技接受度之研究： 以億萬富翁 APP 為例

學生：詹書喻、楊宓縈、陳怡婷、陳薇多、蔡佳霈

摘要

摘要內文：

有別於「綠色科技」以環保為議題，「橘色科技」主要精神在於加強人本科技之研究與提倡，讓科技真正帶給人類健康、幸福與關懷。在科技部支持及產官學研的努力下，橘色創新科技將為未來發展的重要議題，此議題值得進一步研究。從文獻回顧發現，過去有關橘色創新科技的研究，大部份以技術面的角度切入，而以消費者觀點探討橘色創新科技的研究尚不多見。緣此，本研究將引用科技接受模式(technology acceptance model, TAM)，探討消費者對橘色創新科技的接受度。

本研究以億萬富翁 APP 為例，實證消費者知覺橘色創新科技的有用性、易用性、態度與使用意圖之間的關係。本研究對象為 45 歲以上的億萬富翁 APP 消費者，並從 384 份有效樣本中分析發現：消費者知覺橘色創新科技的易用性會直接影響有用性，易用性與有用性會直接影響態度，有用性與態度會直接影響使用意圖，而有用性與態度更會在變數間形成中介效果；而探討中介的方式，本研究採用自主抽樣法(Bootstrapping)，望能夠更加準確的檢驗出其中介的效果。此結果可供橘色創新科技的研發者對消費者需求的瞭解，以便進一步建構其可行的市場策略。

中文關鍵詞：橘色創新科技、科技接受模式、自主抽樣法、億萬富翁 APP

英文關鍵詞：Bootstrapping