

以計畫性行為理論探討消費者使用物聯網 的行為意圖

—以義大世界 GOGO 購—物聯網為例

陳浚朋、吳泓昇、許筱君、沈姿君、蔡佩君

摘要

2015 年為物聯網實踐元年，從實驗階段正式進入實踐階段。物聯網的應用已蓬勃發展，舉凡居家安全、物流、交通、環境、旅遊與醫療等等領域。根據 IDC (International Data Corporation) 預估，物聯網將成為下一個兆元的產業。因此，物聯網的議題值得進一步研究。回顧過去物聯網的相關研究，大致從應用、技術、分析探討等三大面向探討，從這些研究發現，以消費者面探討物聯網之研究尚不多見。因此，激發本研究以計畫性行為理論來探討消費者使用物聯網的行為意圖。

本研究以義大購物中心之顧客為抽樣架構進行實證研究。從 385 個有效樣本中發現：消費者之認知、主觀規範、知覺行為控制會正向影響消費者對使用物聯網的態度；消費者之態度、主觀規範、知覺行為控制會正向影響消費者對使用物聯網的行為意圖；消費者之認知、主觀規範、知覺行為控制會透過態度的中介效果，間接影響使用物聯網的行為意圖。

關鍵字搜尋:物聯網、義大世界、計畫性行為理論、義大 GOGO 購