

『銀髮族的智慧時代』—銀髮族對智慧型手機的使用態度與意圖之探討

投稿類別：資訊類

篇名：

『銀髮族的智慧時代』—銀髮族對智慧型手機的使用態度與意圖之探討

作者：

湯淙閔。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資處科三年 11 組

林俊緯。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資處科三年 11 組

黃啟丞。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資處科三年 11 組

指導老師：

施玉情老師

壹●前言

一、研究背景

隨著公共衛生的大幅改善及醫學科技的高度發展，人口平均壽命逐漸延長，加上經濟及社會型態的轉變，現在人的生育率降低，在雙重因素影響之下，許多國家紛紛出現人口高齡化的現象。我國 1993 年老年人口(65 歲以上)占總人口比率超過 7%，成為高齡化(ageing)社會，推計將於 2018 年超過 14%，使我國成為高齡(aged)社會，2025 年將再超過 20%，邁入成為超高齡(super-aged)社會。

在台灣，不管你從事什麼產業，都可能會有人告訴你「台灣市場太小了！做不起來那個產業的。」，但有趣的是，絕對沒有人會說銀髮族市場太小，因為台灣人口老化的速度遙遙領先世界各國。而智慧型手機，以往的市場都是針對年青人，但 2012 年，日本富士通針對銀髮族推出字體大、簡潔選單、有按壓按鍵觸感、不易按錯的觸控面板的「樂樂智慧型手機」，結果累計售出超過 2200 萬部，此銷售佳機已引起日本電信相關業者的注意。

二、研究動機

根據許多調查顯示，銀髮族對於智慧科技產品是存有好奇心的！然而，當真正有一台 iPad 或 iPhone 在銀髮族面前時，他們往往卻又不敢去使用它。究竟，銀髮族為何對於智慧科技產品有畏懼感？隨智慧型手機介面逐漸簡化、應用程式生活化，許多不會用電腦的銀髮族爸媽們，逐漸願意克服「科技恐懼症」，學習如何在手機上看新聞、打麻將、看電影、買高鐵票、查詢公車進站時刻。

行政院研考會(2013)公布「一〇二年數位機會調查報告」及「五十歲以上民眾數位機會調查報告」中發現，逾五十歲民眾中，約 35%持有智慧型手機；且上網族群中，五十歲到六十四歲民眾持有平板電腦的比率，已高過廿歲到廿九歲青年，人手一台行動載具，越來越普遍。這群即將邁入 65 歲人生新階段的臺灣戰後嬰兒潮，可說是近幾個世代中，口袋最深的族群，他們相較於老一輩的銀髮族而言更懂得享受生活、重視生活品質，以及使用各式各樣的 3C 科技產品，於是不管是政府、學術單位，還是產業界，都致力於開發以銀髮族為目標客群的智慧科技產品，期望透過科技來協助銀髮族「智慧老化」，這十年來對於銀髮族之智慧產品的專利申請量，呈現大幅成長趨勢，然而，當這群銀髮族碰上全球延燒的科技趨勢，會碰撞出怎樣的火花呢？

三、研究目的

本研究主要目的在探討銀髮族對智慧型手機的使用態度與意圖的影響。本次研究目的，希望從科技準備度及使用態度、意圖的角度，分析銀髮族對於智慧型手機的科技使用態度影響。主要分為以下幾點：

- 1、不同銀髮族使用態度、意圖對於使用智慧型手機行為的影響
- 2、手機功能設計對銀髮族選擇使用智慧型手機行為影響
- 3、主觀規範及科技準備度將對銀髮族選擇使用智慧型手機行為影響

四、研究流程圖



圖 1、研究流程圖

五、研究限制

本專題研究的調查方式，以高屏地區的銀髮族為範圍隨機發放問卷，故研究結果可能有無法類推至所有台灣的部分。

貳●正文

一、文獻探討

本研究根據研究動機及目的，整合歸納學者提出的論述，依序探討智慧型手機相關議題及銀髮族行為意圖的相關理論。

(一)計劃行為理論

Fishbein 與 Ajzen 於 1975 年提出的理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA)，假定行為受行為意圖所影響，而行為意圖又受對行為的態度及主觀規範所影響。其中，對行為的態度反映個人的因素，而主觀規範則是反映著社會影響的因素。Ajzen(1985)的計劃行為理論，探討人類採取某項行為的影響因素，認為行為意圖會影響實際行為的發生。Ajzen 認為要預測或解釋個人是否執行某一行為及行為發生的原因，就必須瞭解他對該行為的意向。而意圖又受對行為的態度、主觀規範及知覺行為控制所影響。

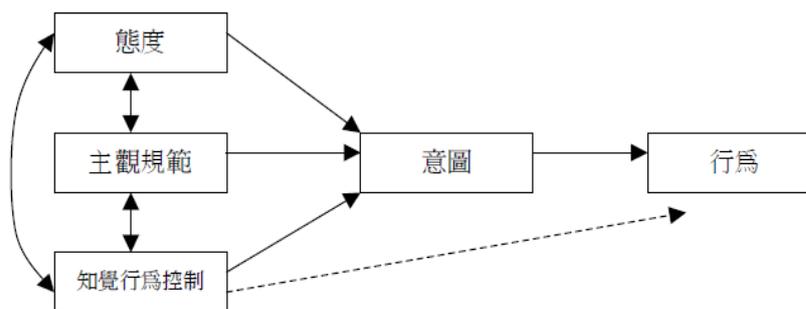


圖 2、計劃行為理論架構(Ajzen, 1987)

(二)科技準備度

Parasuraman (2000) 將科技準備度(Technology Readiness Index, TRI)定義為一個人適應與使用新科技來完成某項目標時,人格特質上一種採用與接受的行動傾向與心理預備狀態,反映出個體對科技的信念而非能力指標。透過科技準備度可以對科技採用層級與採用速度做出預測行為。科技準備度理論提出「樂觀主義」、「創新性」、「不適應」與「安全疑慮」四面向。

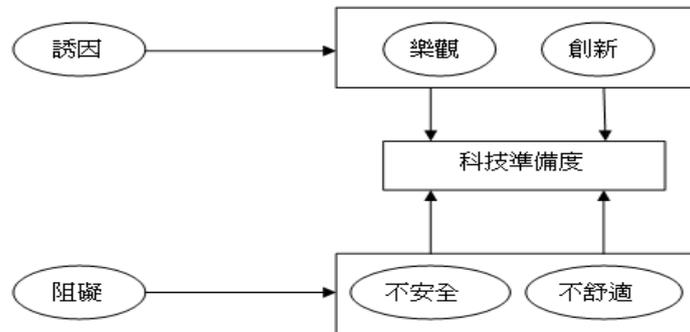


圖 3、科技準備度架構圖(Parasuraman & Colby, 2003)

(三)智慧型手機之應用及科技進展

行動網路的成熟、手機功能的轉變帶動了行動應用服務的發展,將促成更多消費者行為的轉變,也將連帶影響消費者的生活模式,以往只被拿來作為撥打電話的行動電話,如今已衍生出上網、拍照、聽音樂、查地圖、定位資訊服務等多重功能。當消費者對智慧型手機的黏著度越高,顯示的是其所產生的潛在行動應用服務的市場商機就越大,無論是硬體品牌業者亦或者是行動應用服務開發商,皆需面對新一波使用行為的改變與挑戰,並帶動新型態的行動服務產業鏈的形成(資策會, 2012)。

(四)銀髮族對電子產品的接受程度

1.銀髮族定義

銀髮族過去對於銀髮族的定義是依據世界衛生組織所發佈泛指年齡 65 歲以上之年長者(內政部社會司, 2014)。而在現今社會又重新為銀髮族定義,除了退休得早、健康長壽,再加上兒女普遍都已成年,大多可卸下養兒育女重擔,因而有一群有財富、有時間的五十歲又稱為「新銀髮族」(王沛娣, 2009)。現行公務人員退休年齡以 65 歲為基準,在修法後之銀髮族福利法中,定義 65 歲以上者為銀髮族。而在一般的福利先進國家,像是英、美、日、瑞典及聯合國等,皆以 65 歲作為基準(楊玉婷, 2004)。

2.銀髮族對電子產品的接受程度

電子科技產品越來越普及,不僅照顧各種人生階段的需求,更成為銀髮族輔助工具的重要設計。有鑑於日本等許多已開發國家老化程度升高,為排解這個階段的生理需求(防止老化、憂鬱)與生理需求(快樂、排遣無聊、陪伴),許多廠商

開始搶攻這塊銀髮族市場，並針對其需求開發各類高科技產品，使其好操作、易上手，提高銀髮族對其電子商品之接受度。

目前市售的老人手機分為兩大類，一類是一線手機製造商研發的入門型手機，這類手機或許不是專門為銀髮族所設計，但是由於具有螢幕字體大、來電鈴聲大等特性，所以廣受銀髮族青睞。另一類是非主流品牌從國外引進的老人手機。這類老人機具超大按鍵、螢幕字體大又清晰，不怕老花眼；具有電話與簡訊速撥鍵，只要一鍵就能馬上撥電話給子女；晚上回家太暗，鑰匙孔插不準，還可打開手電筒照明功能；具有 SOS 求救按鈕，只要連續緊按 2 秒鐘以上，就能馬上自動發簡訊給 4 位預設聯絡人。

二、研究設計

(一)研究架構圖

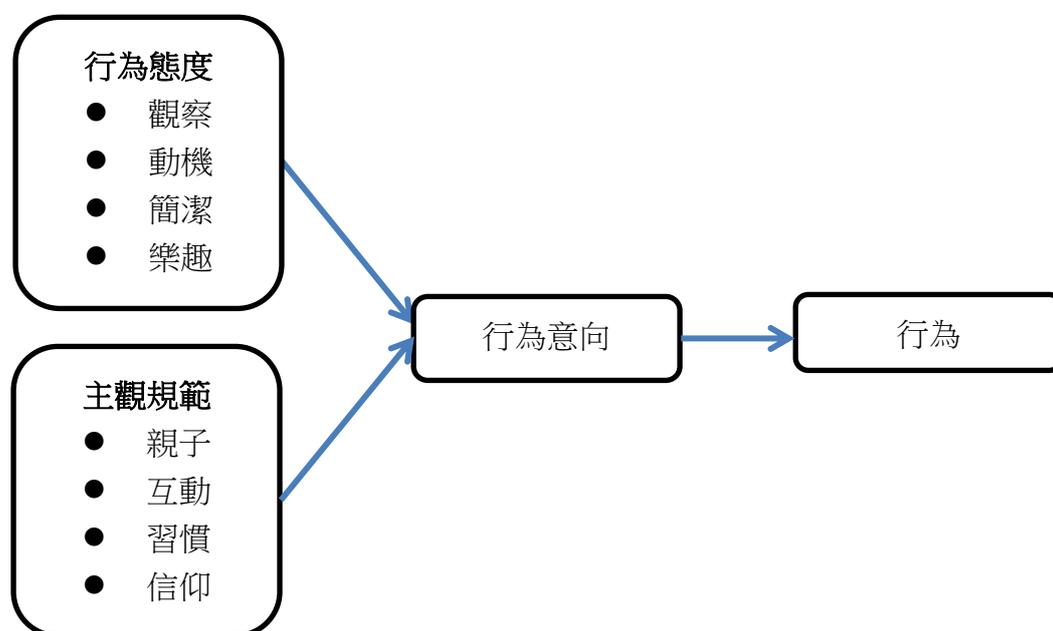


圖 4、研究架構圖

(二)研究方法

本研究是採用文獻探討法及問卷調查法。藉由網路、書籍等文獻整理法歸納出兩部份：一部分是不同的人格特質的銀髮族選擇智慧型手機的影響，例如：科技準備度、行為態度、主觀規範…等。另一部分是科技進展的銀髮族對於電子產品接受程度的因素。

問卷調查法方面，則依據文獻整理出的相關資料，了解銀髮族選擇使用智慧型手機的因素、以及會如何選擇，了解性格、態度的諸多因素是否會影響銀髮族們的選擇。

(三)問卷設計

本研究是以『銀髮族對智慧型手機的使用因素』調查問卷取得資料。此問卷

主要依研究目的及文獻探討所得區位因子，加以歸納設計而成。問卷內容是由三大部分所組成：第一部分為曾經使用過智慧型手機中的行動遊戲軟體使用者們一些資本資料調查，例如：性別、。第二部分則是智慧型手機的使用型態是否會影響銀髮族的選擇，例如：類型、動機、時間...等。第三部分則是對使用智慧型手機經驗與感受。

(四)統計分析方法

本研究預計對外隨機發放 100 份問卷，將問卷資料回收後，進而以 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 工具進行彙整與統計分析，利用統計圖表分析各個研究因素之間的影響。

三、問卷結果與統計分析

1.樣本年齡分析

本研究發現，銀髮族受訪者年齡以 50-54 歲佔 44%最多、其次為 55-59 歲佔 24%。

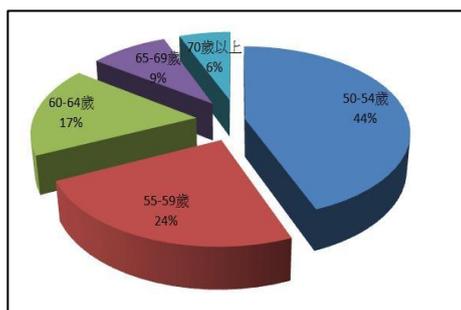


圖 5、樣本年齡分析比例圖

2.樣本性別分析

本研究發現，銀髮族受訪者性別，男生的 71%遠遠大於女生的 29%。

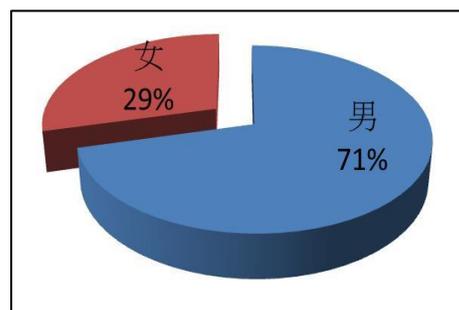


圖 6、樣本性別分析圖

3.樣本教育程度分析

本研究發現，銀髮族受訪者教育程度以高中職為最多，佔 43%，其次為大專院校，佔 30%。

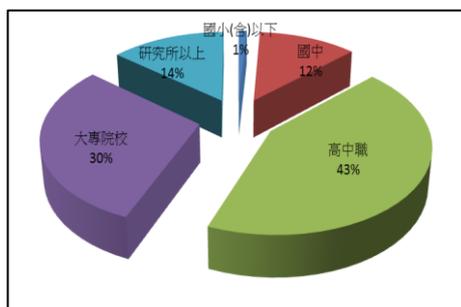


圖 7、樣本教育程度分析圖

4.樣本職業分析

本研究發現，銀髮族受訪者職業總類以商業及農漁牧為 18%最多，其次為工，佔 13%。

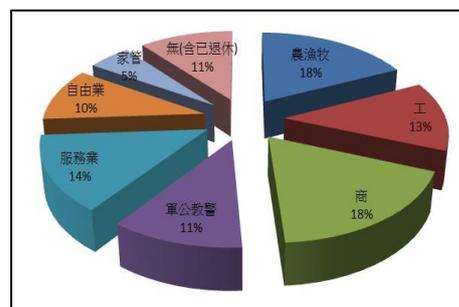


圖 8、樣本職業分析圖

5. 想要使用智慧型手機之因素

本研究發現，銀髮族受訪者想要使用智慧型手機最主要因素為通話，佔 46%，其次為娛樂，再來是工作所需。

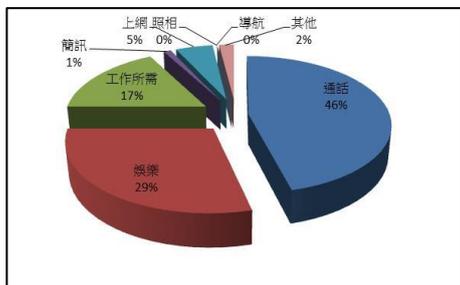


圖 9、想要使用智慧型手機之因素圖

6. 選擇手機的考量

本研究發現，銀髮族受訪者購買手機時的考量以品牌為主，佔 41%，其次是大小和重量，佔 30%。

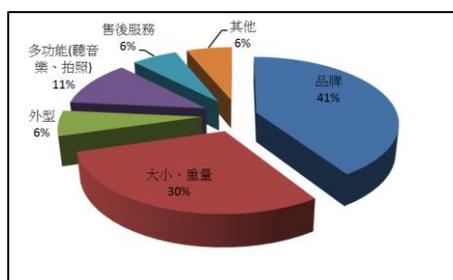


圖 10、選擇手機的考量比例圖

7. 智慧型手機來源

本研究發現，銀髮族受訪者的智慧型手機來源為自購居高、其次是子女或親朋友好有贈送的。

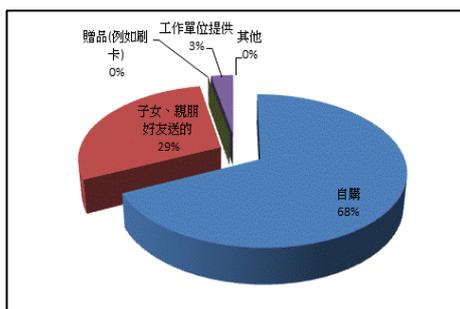


圖 11、智慧型手機來源比例圖

8. 智慧型手機價格的比較

本研究發現，銀髮族受訪者在購買手機時搭配門號偏低，反而以現金購買比例偏高。由此可推論，可能是與其經濟能力有關係。

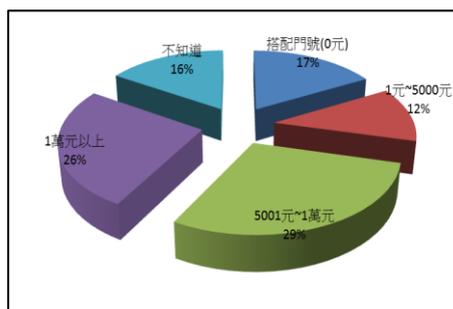


圖 12、智慧型手機價格比例圖

9. 知道老人手機的認知度

本研究發現，大部分的銀髮族受訪者都知道老人手機，但還是有少部分 22% 的人不清楚。

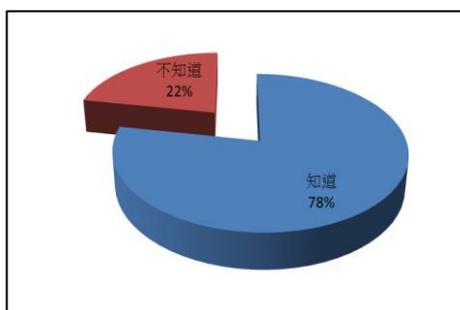


圖 13、老人手機的認知度比例圖

10. 已使用智慧型手機年時間比例圖

本研究發現，大部分的銀髮族受訪者(62%)的人，持有智慧型手機長達 1~3(含)年。

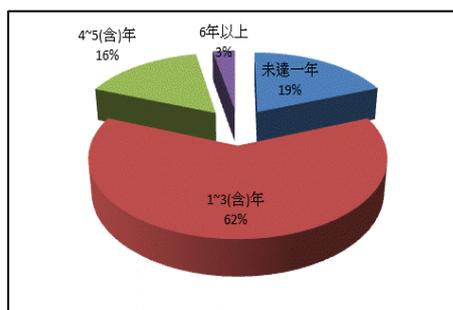


圖 14、已使用智慧型手機時間比例圖

7. 使用智慧型手機玩遊戲、看影片

本研究發現，有 65% 銀髮族受訪者會使用智慧型手機來玩遊戲或觀看影片。

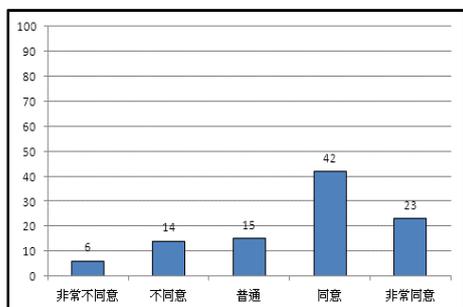


圖 15、使用手機玩遊戲看影片比例圖

8. 使用智慧型手機傳送 Line 及簡訊

本研究發現，有 79% 銀髮族受訪者會使用智慧型手機傳送 Line 訊息及簡訊。由此可推論，這是否代表科技開始疏遠我們人與人之間的互動了呢？

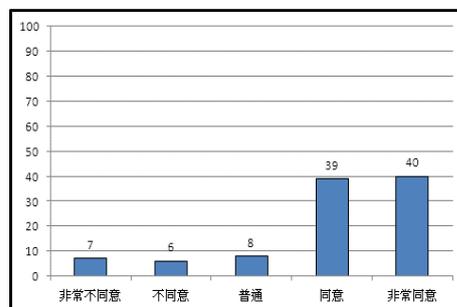


圖 16、使用智手機傳送簡訊比例圖

9. 使用智慧型手機上網

本研究發現，有 70% 銀髮族受訪者會不再像以往一樣只能早上每天買報紙才能知道最新狀況，而是滑手機來知道最新的狀況，都比傳統新聞、報紙來的方便許多。

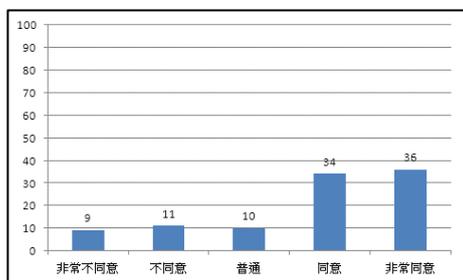


圖 17、使用智慧型手機上網比例圖

10. 可以使我更快速的聯絡事情

本研究發現，有 70% 銀髮族受訪者認為使用智慧型手機可以使其更快速聯絡事情，時代的變遷增加了許多聯絡的方法，不管距離多遠都快速的傳遞，使我們更加節省時間和金錢。

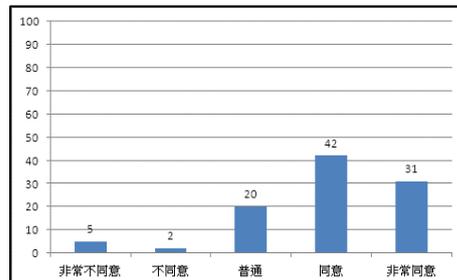


圖 18、可使其更快速聯絡事情比例圖

11. 智慧型手機對工作有幫助

本研究發現，有 67% 銀髮族受訪者認為智慧型手機在工作上是有幫助。

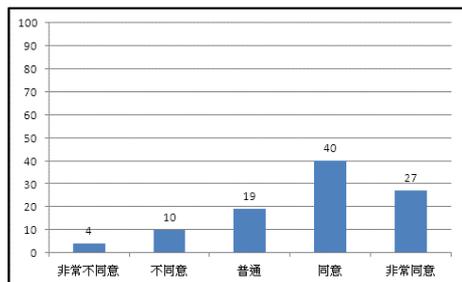


圖 19、智慧型手機對工作幫助比例圖

12. 智慧型手機的功能，是容易操作的

本研究發現，有 69% 銀髮族受訪者認為至型手機的功能是容易操作的。

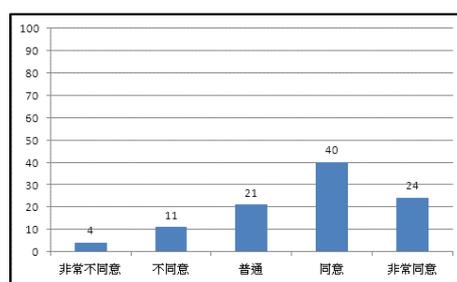


圖 20、手機的功能是容易操作比例圖

13. 使用智慧型手機可以拉近我的親子關係

本研究發現，有 58% 銀髮族受訪者認為使用智慧型手機可以拉近親子關係。

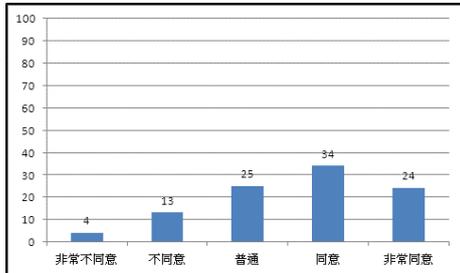


圖 21、可以拉近親子關係比例圖

14. 使用智慧型手機可以增加我與朋友的話題

本研究發現，有 64% 銀髮族受訪者認為使用智慧型手機可以增加與朋友之間的話題。

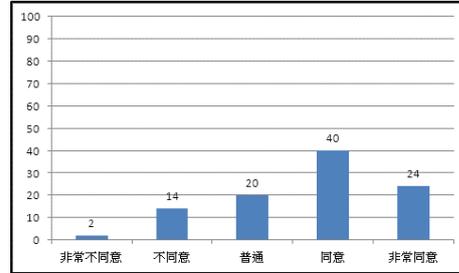


圖 22、可以增加與朋友話題比例圖

15. 智慧型手機操作便利性的滿意度

本研究發現，有 63% 銀髮族受訪者對於智慧型手機的操作便利性感到滿意的。

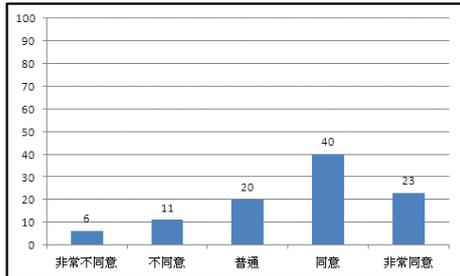


圖 23、操作便利性感到滿意比例圖

16. 智慧型手機的外型的滿意度

本研究發現，有 69% 銀髮族受訪者覺得外型越大使用起來更加便利。

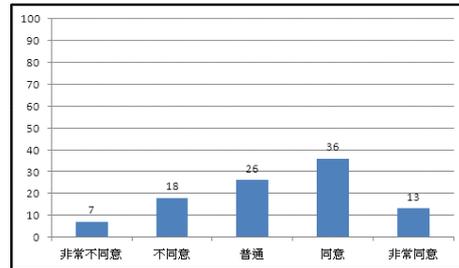


圖 24、外型感到滿意比例圖

17. 智慧型手機的螢幕顯示大小

本研究發現，有 59% 銀髮族受訪者覺得手機螢幕大圖案更能清楚知道各項功能。

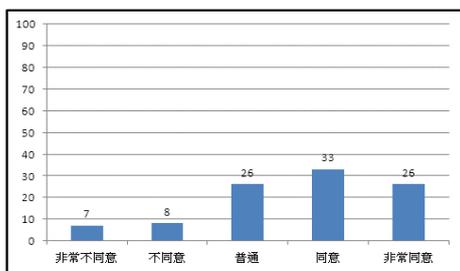


圖 25、螢幕顯示大小比例圖

18. 使用智慧型手機不必看完說明書

本研究發現，有 57% 銀髮族受訪者認為不需要用說明書操作智慧型手機。

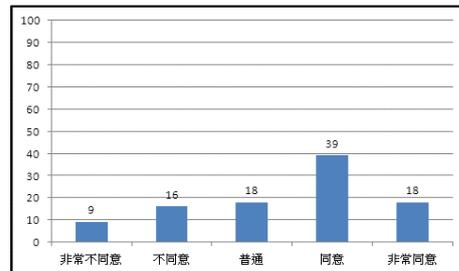


圖 26、不必看完說明書比例圖

19. 使用智慧型手機的經驗是愉快的

本研究發現，有 61% 銀髮族受訪者認為使用智慧手機的經驗是愉快的。

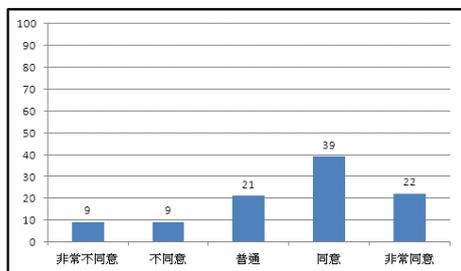


圖 27、使用經驗是愉快的比例圖

20. 與傳統電話比較，較喜智慧型手機

本研究發現，有 69% 銀髮族受訪者發現較傳統電話比較，他們比較喜歡智慧型手機。

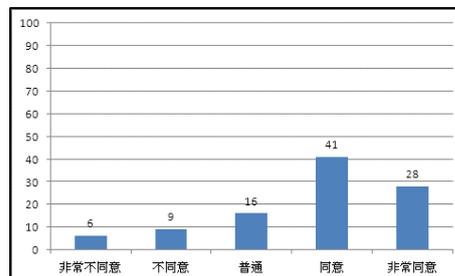


圖 28、與傳統電話比較比例圖

21. 有試用會更願意使用智慧型手機

本研究發現，有 57% 銀髮族受訪者認為若有智慧型手機試用，會更增加其使用意願。

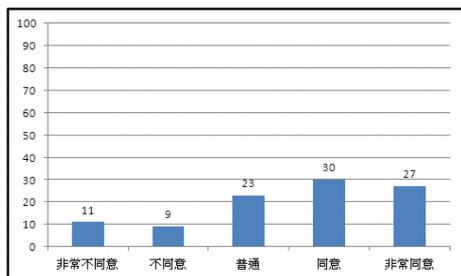


圖 29、有試用會更願意使用比例圖

22. 推薦親朋好友使用智慧型手機

本研究發現，有 61% 銀髮族受訪者都願意和親朋好友分享並推薦智慧型手機。

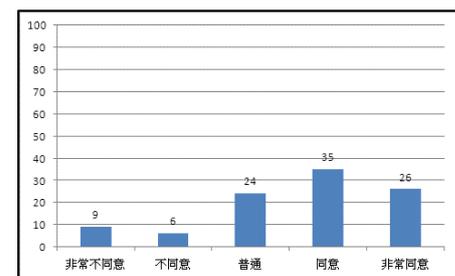


圖 30、推薦親朋好友使用比例圖

參●結論

一、研究結論

當消費者對智慧型手機的黏著度越高，顯示的是其所產生的潛在行動應用服務的市場商機就越大，無論是硬體品牌業者亦或者是行動應用服務開發商，皆需面對新一波使用行為的改變與挑戰，且上網族群中，五十歲到六十四歲民眾持有平板電腦的比率，已高過廿歲到廿九歲青年，人手一台行動載具，越來越普遍。

本研究發現，銀髮族受訪者手機使用動機依序為其中以通話為最主要的使用動機，佔 46%，其次為娛樂，佔 29%、工作所需佔 17%。然而，銀髮族受訪者絕大部分對使用智慧型手機持正向態度，並願意持續使用，有認同手機產品功能，操作手機模式能力都可，但是自行排除操作錯誤的能力不足。

二、建議

1. 建議未來老人智慧型手機可將字體調成特大，不僅能讓老花眼能快速閱

讀，連近視的人也能看清楚所有文字。

2. 建議未來老人智慧型手機將手機分為兩個模式，第一大桌面，重要的功能皆顯示於在桌面上能讓老年人快速的操作手機，第二子女端，適合年輕人使用包含聊天遠程協助等。

肆●引註資料

1. 李昭安(2013)，我要 APP、不要 LKK 銀髮族加入低頭族，聯合新聞網，擷取日期：2014 年 11 月 21 日，資料來源：
http://mag.udn.com/mag/life/storypage.jsp?f_ART_ID=491200
2. 林雅惠(2008)，中老年者對網頁使用性與意象之探討，國立成功大學工業設計學系碩士論文
3. 林靖文、謝寶媛、莊馥瑄(2012) 以科技準備度與科技接受模型探討公共圖書館使用者運用數位服務科技之意願，圖書資訊學研究 7：2 (June 2013)，頁 81-122
4. 林憶如(2009)，銀髮族生活型態、養生住宅涉入程度與入注意願之研究—以南投地區為例，南開科技大學福祉科技服務管理研究所碩士論文
5. 洪畹秋(2011)，運用科技接受模式探討銀髮族對手機接受度之研究，南開科技大學福祉科技與服務管理研究所碩士論文。
6. 陳立儀(2009)，銀髮族買 3C 「三大」更要聰明，聯合新聞網，擷取日期：2014 年 11 月 21 日，資料來源：
http://mag.udn.com/mag/digital/storypage.jsp?f_ART_ID=210399
7. 楊清輝(2014)，台灣銀髮族市場初探，MKC 管理知識中心，擷取日期：2014 年 11 月 21 日，資料來源：
<http://mymkc.com/articles/contents.aspx?ArticleID=21945>
8. 葉盈君(2012)，淺談計畫行為理論，國家教育研究院電子報第 51 期，擷取日期：2014 年 11 月 21 日，資料來源：
http://epaper.naer.edu.tw/index.php?edm_no=51&content_no=1421
9. 資策會 FIND(2012)，台灣消費者使用智慧型手機行為解密：社群、拍照與定位成為三大關鍵應用，經濟部技術處「科技化服務價值鏈研究與推動計畫」。
10. 謝其美、謝建全(2012)，代間學習運用於銀髮族學習電腦的效果及其因應策略之研究，朝陽人文社會學刊第十卷第一期，頁 199-232