

大四工工專題摘要

2	結合產業消費記錄及綠色產品消費行為調查資料建構之 —產品推薦與應用系統
指導教授	王小璿 博士
參與學生	u940841 陳柏堯 u940847 翁佰瑞 u940857 黃騰璿 u940872 黃衍善
摘 要	
題目的由來 近年來，環保意識抬頭，為環保盡一份心力已是全球性的活動，政府也努力推廣節能減碳的理念，然而綠色產品在一般大眾心目中，還是一塊尚未琢磨的玉石，故綠色產品在國內仍是一項嶄新的產品，其創新的程度將足以影響整個消費型態。由於國內的人普遍對於綠色產品的法規不熟悉，尚停留在垃圾分類、少排放廢氣、減少臭氧層的破壞...等，因此我們希望將新興的綠色產品做有效的定義，並在尚未強烈競爭的綠色產業之中先站穩腳步。 題目的描述 故本研究主要探討國內消費者對於綠色電子產品消費行為並結合線上綠色產品推薦系統，主動呈現最適合消費者的產品或資訊。同時，本研究也將深入探討企業的綠色行銷策略，透過設立一套可行的方案做為綠色電子產品的推廣方式，達成企業家、消費者的雙贏。 解決的方法 本研究採問卷調查的方式，首先瞭解一般大眾對於綠色電子產品的「資訊來源」；再根據不同消費者可接受的綠色電子產品價格，制訂廠商可執行的「綠色產品訂價策略」；再分析消費者各項特質與其綠色消費行為的關連性，找出「綠色電子產品主要消費族群」；並找出消費者較為重視的產品綠色化評估指標，點出廠商設計綠色產品時的依據，與規劃行銷策略之依據。分析完畢後，將分析結果結合線上的「綠色產品推薦系統」(Grecommender 網站)，當消費者在任何地方透過網路即可使用推薦系統，減少消費者對於產品的挑選時間，增加綠色產品廠商的銷售情況。	

研究的成果

本研究所建立之網路推薦系統經某合作之電子經銷商實際資料測試。初步結果顯示本系統經由分析後之消費者特性所推薦之產品在信度與效度上均能達到滿意結果。

關鍵詞：綠色產品、推薦系統、綠色消費行為、環保態度