

生活型態在都會區公共汽車座椅設計之應用研究

陳鴻彬、杜瑞澤、柯洛哲、楊靜

E-mail: 8515832@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究的主要目的，在於將生活型態的研究應用於都會區公車座椅的設計；生活型態的研究，可探討出各族群之間的差異性，以設計出滿足不同族群所需求的產品。然而，在面對公車座椅此種「公共設施」之產品設計時，不同族群（消費者）對產品需求的相同特性的探討，將使得生活型態的研究更有意義，並且成為本論文研究的重要課題之一。本研究以問卷調查進行研究問題資料的蒐集。依據回收資料，經因素分析、集群分析、變異數分析等統計方法，深入探討「公車乘客的背景因素」與「生活型態族群」，分別對「公車座椅使用需求」的差異，以及「公車乘客的背景因素」對「生活型態族群」在公車座椅使用需求上的影響。從中分析歸納出都會區公車座椅的設計因素，共有五大項：1、「座椅的安全性」。2、「座椅的舒適性」。3、「寬敞的座位」。4、「扶桿的握持感覺」。5、「站起\坐下椅子的迅速性」。本研究最終以生活型態研究與公車座椅設計因素，應用於都會區公車座椅的實務設計，使理論與實務相結合，期盼能提昇都會區公車的服務品質。關鍵詞：生活型態；公車座椅設計；都會區公車族；變異數分析

關鍵詞：生活型態；公車座椅設計；都會區公車族；變異數分析

目錄

| | | | | | | | |
|----------------|---------------------|-------------------------|----------------------|---------------------------------------|-------------------|----------------|---------------------|
| 中文摘要.....iv | 英文摘要.....v | 致謝.....vi | 目錄.....vii | 圖目.....ix | | | |
| 第一章 緒論 | 第一節 研究動機與背景.....1 | 第二節 研究目的.....2 | 第三節 研究重要性.....3 | 第四節 研究問題與假設.....5 | 第五節 研究限制與範圍.....7 | 第六節 名詞定義.....8 | 第七節 研究理論架構與流程.....9 |
| 第二章 文獻探討 | 第一節 產品與生活型態.....13 | 第二節 消費者行為.....21 | 第三節 公車系統與類型.....26 | 第四節 座椅設計之人體工學.....28 | | | |
| 第三章 研究方法與步驟 | 第一節 研究對象.....39 | 第二節 研究工具.....39 | 第三節 資料分析.....45 | | | | |
| 第四章 分析與結果 | 第一節 研究資料分析流程.....48 | 第二節 研究對象基本資料.....49 | 第三節 生活型態族群之萃取.....52 | 第四節 生活型態族群、公車乘客背景因素對公車座椅使用需求分析.....67 | | | |
| 第五章 結論、後續發展與建議 | 第一節 結論.....89 | 第二節 後續發展.....93 | 第三節 建議.....95 | | | | |
| 參考文獻.....96 | 附錄一 論文研究問卷.....101 | 附錄二 都會區公車座椅實務設計.....105 | | | | | |

參考文獻

- 【1】交通部統計處，「台灣地區縣市民營公共汽車客運量」，中華民國交通統計月報，第326期，84年7月，pp.68~69。【2】陳振甫，「新經濟模式對設計策略之影響」，產品設計與包裝，52期，1993，p.45。【3】張志榮，「都市捷運：發展與應用」(URBAN MASS TRANSIT: Systems and Applications)，台北建築情報雜誌出版，83年11月，p.35。【4】陳振甫，「新經濟模式對設計策略之影響」，產品設計與包裝，52期，1993，p.44。【5】黃友彬，「行銷之社會基礎」，行銷管理，專上圖書公司，1991年，p.4。【6】交通部統計處，「台灣地區縣市民營公共汽車客運量」，中華民國交通統計月報，第326期，84年7月，pp.62~63。【7】William Lazer，「Life Style Concepts And Marketing」，In Stephen Greyser，ed.，Toward Scientific Marketing (Chicago: Ama，1963)，pp.140-151。【8】Thomas P. Hustard and Edger A. Pessemier，「The Development and Applicant of Psychographics Life Style and Associated Activity and Attitude Measures」in William D. Wells，ed.，Life Style and Psychographics (Chicago: AMA，1974)，p.37。【9】Joseph T. Plummer，「The Concept and Application of Life Style Segmentation」，Journal of Marketing，Vol.38，Jan.1974，pp.33-37。【10】同註【9】，p.250。【11】Joseph T. Plummer，「The Concept and Application of Life Style Segmentation」，Journal of Marketing，Vol.38，Jan.1974，pp.143。【12】Joseph T. Plummer，「The Concept and Application of Life Style Segmentation」，Journal of Marketing，Vol.38，Jan.1974，pp.33-37。【13】James F. Engel、Roger D. Blackwell、David T. Kollat，Consumer Behavior，4th ed.(台北:華泰書局翻印，1982)，p.189。【14】James F. Engel、Roger D. Blackwell、David T. Kollat，Consumer Behavior，3rd ed.，N.Y.: The Dryden Press

, 1978, p.108。【15】Yoram Wind and Paul E. Green, 「Some Concept, Measurement, and Analytical Problems in Life Style Research」, in William D. Wells, ed. Life Style and Psychographics, (Chicago: AMA 1974), p.108。【16】同註【15】, p.106。【17】James F. Engel, Roger D. Blackwell, David T. Kollat, Consumer Behavior, 4th ed.(台北:華泰書局翻印, 1984)。【18】同註【17】。【19】Joseph T. Plummer, 「The Concept and Application of Life Style Segmentation」, Journal of Marketing, Vol.38, Jan.1974, pp.34。【20】William D. Wells, 「Psychographics: a Critical Review」, pp.197~199。【21】James F. Engel, Roger D. Blackwell, David T. Kollat, Consumer Behavior, 4th ed.(台北:華泰書局翻印, 1984, pp.36~37)。【22】Douglas J. Tigert, 「Life Style Analysis As a Basis for Media Selection.」, in William D. Wells, ed., Life Style and Psychographics (Chicago: AMA, 1974), pp.173~201。【23】黃友彬, 「消費者行為」, 行銷管理, 專上圖書公司, 1991年, p.4。【24】何明泉、李佩玲, 「產品設計與族群的生活型態」(Product Design and Life Style), 產品設計與包裝, 56期, 83年6月, pp.56-63。【25】James F. Engel, Roger D. Blackwell, David T. Kollat, Consumer Behavior, 4th ed.(台北:華泰書局翻印, 1984)。【26】同註【25】。【27】黃友彬, 「消費者行為」, 行銷管理, 專上圖書公司, 1991年, p.60。【28】張志榮, 「都市捷運:發展與應用」(URBAN MASS TRANSIT: Systems and Applications), 台北建築情報雜誌出版, 83年11月, p.35。【29】同註【28】。【30】同註【28】, pp.37~38。【31】A. C. Mandal 著;嚴子莊譯(譯自Applied ergonomics), 「工作坐姿的理論與實際」, 工業設計, 35期, p.41。【32】簡澤民, 「作業場所與配置」, 人體工程學, 徐氏基金出版社, 85年5月初版, pp.221~224。【33】莊明振、游萬來合譯, 「桌椅設計的人體工學因素」, 工業設計, 29期, pp.17~22。【34】Wesley E. Woodson, Barry Tillman, Peggy Tillman, 「Human Factors Design Handbook」, McGraw-Hill Inc., 2nd ed., 1992, p.314。【35】J. A. Levis, 「The Seated Bus Passenger A Review」, Applied Ergonomics, vol.9, no.3, 1978, pp.143~150。【36】Cronbach, L. J., 「Coefficient alpha and the internal structure of test」, Psychometrika, Vol.16, 1951, pp.297~334。【37】H. B. Lyman, 「Test Scores and What They Mean」, Engle wood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, 1971, pp.27~31。【38】張紹勳、林秀娟編著, 「因素分析」, SPSS For Windows 統計分析:初等統計與高等統計(下冊), 松崗電腦圖書資料股份有限公司, 1996年3月, pp.19-2。【39】張紹勳、林秀娟編著, 「集群分析」, SPSS For Windows 多變量統計分析, 松崗電腦圖書資料股份有限公司, 1994年9月, pp.8-2。【40】張紹勳、林秀娟編著, 「單因子變異數分析」, SPSS For Windows 統計分析:初等統計與高等統計(下冊), 松崗電腦圖書資料股份有限公司, 1996年3月, pp.12-2。【41】張紹勳、林秀娟編著, 「變異數分析」, SPSS For Windows 統計分析:初等統計與高等統計(下冊), 松崗電腦圖書資料股份有限公司, 1996年3月, pp.13-47~13-48。【42】同【38】pp.19-43~19-4。【43】Zaltman Gerald & Philip C. Burger, 「Marketing Research Fundamental and Dynamics」, 華泰書局出版, pp.500~509。【44】楊國樞等編, 「信度與效度」, 社會及行為科學研究方法, 第11版, 上冊, (台北:東華書局出版)。【45】同【39】pp.12-19。【46】交通部統計處, 「台灣地區縣市公民營公共汽車客運量」, 中華民國交通統計月報, 第326期, 84年7月, pp.62~63。