

# 產品利益與態度應用於產品差異化之研究:以公共盥洗設備設計實務 為例

李仲恩、杜瑞澤

E-mail: 8701177@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

在人的生活之中，公共場所是必然且經常涉足的環境，而公共產品當然也是會經常使用的物品。公共盥洗設備在公共場所中算是使用頻率相當頻繁的公共設備，但卻也是產品差異化相當缺乏的地方。在現有的市場區隔中，在浴室有浴室適用的盥洗設備；在廚房有廚房適用的設備，但是在公共場所中，卻較少有專為公共場所設計的盥洗設備，有鑑於此，本研究希望針對公共盥洗設備進行研究，並且應用於實務設計。由於公共場所與人的生活息息相關，故本研究採用生活型態研究方法中的產品態度及產品利益的衡量，藉此探討使用需求及實務設計之要素。研究方法主要以問卷調查為主，以非隨機之判斷取樣法，在國內各大百貨公司，對使用者作問卷調查。所蒐集到的資料數據，使用統計軟體SPSS進行資料分析，以次數分配(Frequency distribution)、因素分析(Factor analysis)、集群分析(Cluster analysis)、卡方檢定(Chi-square)、單因子變異數分析(One-Way ANOVA)，依照研究問題與假設進行統計分析。研究結果顯示，公共盥洗設備依其使用行為可明顯區分為六個生活型態族群，在不同背景因素、生活型態族群的使用者，在某些公共盥洗設備的使用及心理需求上有顯著的差異。此結果可應用於設計師在公共盥洗設備設計時的重要參考，使設計之公共盥洗設備真正能達到公共場所的使用需求，達成本論文研究目的。

在人的生活之中，公共場所是必然且經常涉足的環境，而公共產品當然也是會經常使用的物品。公共盥洗設備在公共場所中算是使用頻率相當頻繁的公共設備，但卻也是產品差異化相當缺乏的地方。在現有的市場區隔中，在浴室有浴室適用的盥洗設備；在廚房有廚房適用的設備，但是在公共場所中，卻較少有專為公共場所設計的盥洗設備，有鑑於此，本研究希望針對公共盥洗設備進行研究，並且應用於實務設計。由於公共場所與人的生活息息相關，故本研究採用生活型態研究方法中的產品態度及產品利益的衡量，藉此探討使用需求及實務設計之要素。研究方法主要以問卷調查為主，以非隨機之判斷取樣法，在國內各大百貨公司，對使用者作問卷調查。所蒐集到的資料數據，使用統計軟體SPSS進行資料分析，以次數分配(Frequency distribution)、因素分析(Factor analysis)、集群分析(Cluster analysis)、卡方檢定(Chi-square)、單因子變異數分析(One-Way ANOVA)，依照研究問題與假設進行統計分析。研究結果顯示，公共盥洗設備依其使用行為可明顯區分為六個生活型態族群，在不同背景因素、生活型態族群的使用者，在某些公共盥洗設備的使用及心理需求上有顯著的差異。此結果可應用於設計師在公共盥洗設備設計時的重要參考，使設計之公共盥洗設備真正能達到公共場所的使用需求，達成本論文研究目的。

關鍵詞：生活型態；盥洗設備；產品利益；產品差異化；產品態度

## 目錄

0

參考文獻

0