

The Study of Helmet on Female Life Style and Usage Demand

曾逸展、杜瑞澤；林東龍

E-mail: 8809527@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

When we enjoy the convenience from motorcycle, there are also many motorcycle accidents. The weakness of motorcycle includes stability, lack of safety equipment, which caused the motorcycle driver become the most weakness people on road. When accident happens, it often killed the rider because of head injury. Thus, to protect the motorcycle rider is head becomes the most important thing. The best way is to put on a helmet, which can pass national standard. But the helmets manufacture didn't put special efforts to design and develop helmets for female, even female motorcycle rider is increasing more and more in recent years. The main objective for this research is to analyses special design factors for female's helmets by take a consideration for female life style and what female motorcycle riders need. To collect related materials and use questionnaire for this research. Several statistics methods such as Factor Analysis, Cluster Analysis, One-Way ANOVA..etc,are used to analysis. And this research focus on " the background of motorcycle riders ", " Life style ", " the difference of the demand for helmet " and the impact for " life style " to " background of motorcycle rider " to analysis the design factor for female helmet. Eventually, using life style analysis uses design factors for female helmet design.

Keywords : national standard ; life style ; ANOVA

Table of Contents

第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	3	第二節 研究目的	4	第三節 研究重要性	6	第四節 研究範圍與限制	7	第五節 名詞解釋及定義	8	第六節 研究架構	9
第二章 文獻探討	11	第一節 生活型態探討	11	第二節 女性消費者生活型態特質	21	第三節 使用者需求	25	第四節 安全帽產品分析	31	第五節 安全帽之人因考量	37		
第三章 研究方法	41	第一節 研究理論架構	41	第二節 研究對象	43	第三節 研究工具	43	第四節 問卷設計	46	第五節 研究信度與效度	47	第六節 資料分析方法	49
第四章 資料分析結果	52	第一節 基本資料分析	52	第二節 生活型態之因素分析	56	第三節 生活型態之集群分析	64	第四節 生活型態族群、樣本背景因素對安全帽使用需求分析	73	第五節 目標族群分析	86		
第五章 實務設計	89	第一節 設計理念	89	第二節 設計特色	90								
第六章 結論與建議	99	第一節 研究結論	99	第二節 研究心得與建議	102								
參考文獻	105	附錄 研究問卷	109										

REFERENCES

- 【1】張秋春，1998，《從推動「騎乘機車戴安全帽政策」看機車安全問題》，交通部道安會報，p.1。【2】蔡益堅，1991，《台北市機車使用者戴安全帽對預防頭部外傷效果分析》，臺灣大學公共衛生研究所 碩士論文。【3】William Lazer，1963，Life Style Concepts and Marketing，《Toward Scientific Marketing》，P.10-18，Chicago:AMA。【4】Joseph T. Plummer，1974，The Concept and Application of Life Style Segmentation，《Journal of Marketing》，Vol.38，p38。【5】駱惠淑，1994，《由創用者的生活型態研究發展新產品-以電傳視訊為例》交通大學管理科學研究所 碩士論文。【6】翁世富，1989，《產品使用情境與生活型態應用於市場區隔之研究》，淡江大學管理科學研究所 碩士論文。【7】Wind and Green，1963，Some Conceptual Measurement and Analytical Problem in Life Styling Research，in W.D.Wells, Life-Styling and Psychographics, (Chicago.A.M.A.1984) p100-125。【8】陳鴻彬，1996，《生活型態在都會公共汽車座椅設計之應用研究》，大葉大學工業設計研究所 碩士論文。【9】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，p.56-63。【10】楊靜、麥兆昌，1997，「設計學會學術研究

成果論文集」，pp283-288，雲林。【11】鄒光華，1995.1，遠見雜誌廣告部策劃報告，遠見雜誌103期，p56-58，台北。【12】日本博報堂生活綜合研究所編著，黃恒正譯，1989五版，《女性:時代變遷的重心》，女性時代，遠流出版社，p8-9。【13】李佩玲，1995.6，《反映女性生活型態之產品-以呼叫器為例》，國立成功大學工業設計研究所碩士論文，p23。【14】Elizabeth B.-N. Sanders 1992 CONVERGING PERSPECTIVES:Product Development Research for the 1990s。【15】宋同正，1996，《消費者評析在產品開發之應用》，第十一屆全國技職研討會工業類，p.255-264。【16】Larry Keeley，1992，Tailoring:A Design Strategy for the 1990s，American Center for Design Journal，Vol.6，No.1，pp.74。【17】謝毅彬，1995.4，《使用者需求調查》，工業設計89，第二十四卷第二期，p.29-34。【18】檢驗委員會，1987.7，《安全帽的材質與安全性》，消費者報導，第75期，p18-19。【19】曾明基，1988.6，《機車安全帽力學性質之研究》，國立陽明醫學院醫學工程研究所碩士論文。