

遊樂場數位園區導覽系統設計之設計研究

歐雅芳、林東龍

E-mail: 9314411@mail.dyu.edu.tw

摘要

工業革命之後，產品的開發與設計重點，已慢慢的由生產導向轉變為市場導向，再進而轉變為以使用者為中心導向的產品開發模式。現今博物館、美術館等公共設施都已導入數位科技，使得民眾有數位導覽系統的新觀念產生。但無論數位導覽系統是呈現在何種數位產品上，不可避免的是其操作模式是否恰當？是否有合乎使用者的需求？這是值得探討的議題。現今休閒生活概念已深深植入民眾的生活當中，除了博物館、美術館等獲得知識的場所外，遊樂場園區也是民眾們會常去的休閒地。本研究以以上之相關文獻為發展基礎，並利用因素分析建立消費者生活型態資料庫以執行決策管理關係行銷，得以研究設計遊樂場數位園區導覽系統之設計。本研究亦透過數位產品的導覽輔助，完整的介紹，也就是針對此一休憩園地暨其園區導覽介面系統做一有系統的研究與設計。

關鍵詞：遊樂場；導覽系統

目錄

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要
v 英文摘要	vi 誌謝
目錄	vii 表目錄
目的	xiii 第一章 緒論 1.1 研究背景與動機
-3- 1.3 研究價值與重要性	-1- 1.2 研究
-3- 1.4 研究範圍與限制	
-4- 1.5 名詞解釋	-5- 1.6 研究流程
-7- 第二章 文獻探討 2.1 生活型態分析	-8- 2.1.1 何謂生活型態分析
2.1.2 生活型態之構面分析	-10- 2.1.4 生活型態之整合
-9- 2.1.3 生活型態之整合	
-11- 2.2 互動式導覽系統	-14- 2.2.1 何謂導覽
覽系統之設計與規範	-14- 2.2.2 導
-14- 2.2.3 導覽系統的定義	-18- 2.2.4 數位導覽系統
-19- 2.3 體驗行銷、行為意圖分析	-20- 2.3.2
行為意圖之衡量	-20- 2.3.2
-22- 2.4 現有遊樂園區之經營模式	-23- 2.4.1 現有之遊樂園區
-24- 2.4.2 導覽系統軟硬體與數位園區特徵元件分析	-25- 第三章 研究方法 3.1 研究理論與架構
-28- 3.2 研究對象	-30- 3.2.1 一般遊客
3.2.2 專家訪談	-30- 3.2.1 一般遊客
-30- 3.3 研究工具	-31- 3.3.1 問卷編製
-31- 3.3.2 問卷內容	-32- 3.3.3 研究步驟
資料統計分析	-34- 3.3.4
-36- 第四章 研究結果與分析方法 4.1 問卷樣本基本調查	
-38- 4.2 生活型態因素分析	-39- 4.3 使用者對導覽系統使用上需求之重要評估
分析結論	-47- 4.4 研究資料
-58- 4.4.1 導覽系統設計之使用需求	-59- 4.4.2 導覽系統設計之重要性問題
-60- 第五章 實務設計與驗證 5.1 問題與設計轉換	-62- 5.1.1 使用問題分析
-62- 5.1.2 使用情境分析	-64- 5.1.3 使用觀察與分析
-64- 5.1.3 使用觀察與分析	-65- 5.2 設計規劃
-65- 5.2.1 使用者定位	-65- 5.2.2 設計規範
-66- 5.3 設計方向	-69- 5.4 產品特點與說明
特點	-70- 5.4.1 產品
-70- 5.4.2 使用流程	-72- 5.4.3 產品模型
-75- 第六章 結論與建議	-76- 6.1 生活型態的分析與分群
研究結論	-77- 6.2 研
-77- 6.3 建議	-80- 參考文獻
-84- 附錄一：相關遊樂場法規整理	-86- 附錄二：問卷
-91- 圖目錄 圖1.6 研究流程圖..... 7 圖2.1.2 生活型態之一般	
架構..... 10 圖2.3.1 策略體驗模組..... 22 圖2.4.1-1 現有遊	
樂園區之經營..... 24 圖2.4.1-2 遊樂場與遊客共同關係圖..... 24 圖3.1 研究	
理論架構..... 29 圖3.3.3 研究步驟..... 35	
圖5.2.2-1 ID設計圖..... 67 圖5.2.2-2 Client block Architecture..... 68	
圖5.4.1-1 無線網路傳輸模式..... 70 圖5.4.1-2 軟體架構傳輸模式.....	

... 71 圖5.4.2-1 原型機.....	72 圖5.4.2-2 南太平洋主題館.....
..... 72 圖5.4.2-3 大怒神.....	72 圖5.4.2-4 Guide System Flow Chart.....
..... 73 圖5.4.3-1 產品上視圖.....	74 圖5.4.3-2 產品側視圖.....
..... 74 圖5.4.3-3 產品後視圖.....	75 表目錄 表2.1.4一般性生活型態之AIO量表.....
表..... 12 表2.2.2導覽之性質屬性.....	16 表4.1問卷樣本基本資料分析.....
..... 38 表4.2-1成分矩陣, 主成分分析.....	41 表4.2-2因素名稱、特徵值、解釋變異量、累積解釋變異量表.....
42 表4.2-2-1因素一: 簡易刺激消費因素.....	42 表4.2-2-2因素二: 順應矛盾因素.....
43 表4.2-2-3因素三: 經濟效益因素.....	44 表4.2-2-4因素四: 非流行性因素.....
44 表4.2-2-5因素五: 工作狂熱因素.....	45 表4.2-2-6因素六: 領袖意見因素.....
45 表4.2-2-7因素七: 創新求變因素.....	46 表4.2-2-9因素九: 個人空間因素.....
47 表4.3-1遊園人數與關係屬性.....	48 表4.3-2遊園花費時間.....
48 表4.3-3是否曾注意遊樂場之導覽系統、及其動線情境.....	49 表4.3-4遊樂場園區平面導覽地圖之作用程度.....
49 表4.3-5遊樂場園區導覽系統位置的設置需求.....	50 表4.3-6遊樂場中推荐的遊園路線.....
50 表4.3-7依循指示遊園路徑的接受程度.....	51 表4.3-8遊樂場導覽、動線呈現情況了解與接受度.....
51 表4.3-9遊樂場所設置的各項設備其限制與配置之資訊.....	52 表4.3-10是否錯過主題秀倡之表演.....
52 表4.3-11錯過主題秀場的表演之因素.....	53 表4.3-12在園區中, 最令人感到麻煩或浪費時間的因素.....
53 表4.3-13輪候遊樂設施花費時間最大容忍度.....	54 表4.3-14等候遊樂設施時之行為因素.....
54 表4.3-15遇偶發事故時之可能狀況.....	55 表4.3-16在遊樂場園區內, 最想做的事情.....
55 表4.3-17遊樂場平面導覽地圖, 所提供的資訊之評價.....	56 表4.3-18希望導覽系統裝置所擁有的必須功能.....
57 表4.3-19希望導覽系統所能發揮其功效.....	57 表4.3-20遊樂場所導覽系統應該需增加之功能項目.....
58 表5.4.1-3軟體規格.....	71

參考文獻

- 【01】、George A. Kelly, The Psychology of Personal Constructs, Vol. I (NEW YORK: N.W. Norton & Co., 1995) 【02】、Lazer William, 1963, Life Style Concepts and Marketing, 「Toward Scientific Marketing」, Stephen Cresyser ed., Chicago AMA 【03】、設計的文化基礎-設計、符號、溝通 楊裕富著, 亞太出版, 1998年 【04】、Wind and Green, Some Conceptual, Measurement and Analytical Problem in Styling Research, in W.D.Wells, Life-Styling and Psychographics (Chicago.AMA 1984) 【05】、Thomas P.Hustard and Edger A.Pessemier, 1974 The Development and Applicant of Psychographics Life Style and Associated Activity and Attitude Measures in Willian D.Wells, ed., 「Life Style and Psychographics」. 【06】、參考書目: 心理學, 洪蘭譯, H. Gleitman著, 遠流出版, 民86. 【07】、林靜旻, 民89生活型態或產品設計策略關係之研究-以行動電話為例, 台灣科技大學 【08】、Plummer Josph T., 1974, The Concept and Application of Lifestyle Segmentation, Journal of Marketing, Vol.38, jan, pp33-37. 【09】、Engle J.F., R.D.Blackwell & D.T.Kollat, 1984, 「Consumer Behavior」, 4thed., 華太書局翻印, 台北, 第255-256頁. 【10】、杜瑞澤、宋誌凱, 生活型態中環境轉移在旅館控制系統之設計研究, 大葉大學碩士論文, 民90 【11】、林盈錫, 從生活型態觀點探討產品企劃之策略, 成功大學碩士論文, 民88 【12】、The effect of representational fidelity and product design quality on attitude toward the product and product recognition, by Malkewitz, Keven Carl, PhD UNIVERSITY OF OREGON, 2000 【13】、陳惠美, 國立自然科學博物館多媒體電腦導覽系統的規劃與設計. 博物館學季刊, 8(1), 77-85, 民83 【14】、陳五洲、賴秋梅, 運動場館線上虛擬導覽系統之開發研究--以國立體育學院為例, 國立體育學院, 民91 【15】、張曉東, 博物館互動式多媒體導覽系統之使用現況與觀眾研究, 交通大學傳播科技, 民83 【16】、張弘毅、余少卿, 個人化行動數位導覽之互動設計探討 - 以故宮博物院「乾隆皇帝的文化大業」特展為例, 元智大學, 民92 【17】、吳麗玲, 博物館導覽與觀眾涉入程度之研究 - 以達文西特展為例, 臺北市立師範學院, 民89 【18】、曹勝雄、邱媿, 體驗行銷模式與其遊客行為之實證研究, 文化大學, 民92