

# Using Ohmic Heating to Determine Food Water Mobility Affected by Voltage, Frequency and Wave Form

黃孟笙、王維麒

E-mail: 9701010@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

In the past, there were few studies on the Professional Liability Insurance from consumer behavior point of view. Furthermore, the Education Office Liability Insurance is a new kind of insurance; therefore there are no studies for our references. This study is based on EKB model theory that confers the consumer personality, cognitive involvement, and purchase behavior of the Education Office Liability Insurance. We sent 500 questionnaires to junior high school and elementary school teachers in Yuan Lin (員林) area and out of these 390 were valid questionnaires. Then we took these valid questionnaires to carry on to descriptive statistics, factor analysis, Pearson product moment correlation analysis, and t-test. The major findings of this study are as follows: 1. Teachers do not know much about the Education Office Liability Insurance. There are even more than 68.9% teachers do not know the Insurance which has been sold. 2. Most teachers do not buy the Insurance, however they have high intention to buy it. They have higher purchase intention by means of Teacher Association. 3. Most teachers can accept the price of the Insurance. 4. Teachers emphasize three items of evaluation criteria. First is the service attitude of the salesperson. Second is the reputation of the insurance company. And third is the professional knowledge of the salesperson. 5. Personality and cognitive involvement degree are conspicuous for the correlations. 6. Personality and purchase behavior are conspicuous for the correlations. 7. There are conspicuous diverseness of purchase behavior between high cognitive involvement group and low cognitive involvement group. Key Words: Education Office Liability Insurance, Consumer Behavior, Personality, Cognitive Involvement

Keywords : Education Office Liability Insurance ; Consumer Behavior ; Personality ; Cognitive Involvement

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書		iii 中文摘要	
iv 英文摘要	v 誌謝		vii 目錄
	viii 圖目錄		xii 表目錄
	xviii 第一章 緒論	1.1 研究背景	1.1.2 研究動機
2 1.3 研究目的	4 1.4 研究範圍		5 1.5 研究流程
6 第二章 文獻探討	7 2.1.1 漆器工藝相關文獻探討		7 2.1.2 台灣
傳統文化創意與延續相關文獻探討	11 2.1.3 台灣工藝外銷產業文化相關文獻探討	17 2.2 中國漆器的發展	
20 2.3 漆的特性與應用	22 2.3.1 漆樹的引進	23 2.3.2 漆的特性	24 2.3.3 漆的用途
法研究	25 2.4.1 漆器的製作流程	26 2.4.2 漆藝技法類別概述	27 2.5 台灣漆器發展概況
30 2.5.1 早期的台灣漆器工藝	30 2.5.2 有計畫培植的台灣漆器工藝技藝	31 2.5.3 台灣漆器工藝產業的發展時期	32
2.5.4 漆藝創作的興起	32 2.6 小結	33 第三章 研究架構與方法	3.1 研究架構
	34 3.2 研究方法與步驟	36 3.3 研究方法之執行	37 3.3.1 專家訪談問題
設定	37 3.3.2 產品收集分析	38 3.3.3 問卷調查	38 3.3.4 實物創作方向
與現況分析	41 4.1 台灣漆器工藝的現階段分析	40 4.1.1 埔里天然漆文物館經營的策略與方向	41 4.1.2 豐原漆藝館之誕生與經營方向
42 4.2 台灣漆器產業發展之淵源	43 4.2.1 漆器工藝產業概況	45 4.2.2 漆器工藝製作胎體的故鄉	47 4.2.3 漆器胎體製作過程
49 4.3 外銷漆器產品種類分析	59 4.3.1 ?類分析	59 4.3.2 盤子類分析	
67 4.3.3 鉢類分析	90 4.3.4 ?器分析	97 4.3.5 盒類分析	112 4.3.6 小物類分析
119 4.3.7 其它類分析	127 4.3.8 小結	144 4.4 外銷漆器產品技法分析	
146 4.4.1 塗裝技法分析	147 4.4.2 車工技法分析	149 4.4.3 雕刻技法分析	151 4.4.4 圖紋樣式
156 4.5 台灣民眾對漆器的認知與感受度	158 4.5.1 問卷分析	158 4.5.2 各項因素認知與喜好分析	
178 4.5.3 小結	188 第五章 漆器技法應用與產品創新設計	5.1 蝴蝶蘭的特點	191 5.1.1 蝴蝶蘭的生長習性
191 5.1.2 蝴蝶蘭的栽培管理	191 5.2 設計發展		193 5.2.1 產品設計動機及背景
193 5.2.2 創新設計理念	194 5.3 產品設計提案		194 5.3.1 針線盒設計
194 5.3.2 飾品設計	196 5.3.3 花器設計	200 5.4 產品製作過程	
201 5.4.1 胎體的製作過程	201 5.4.2 產品的彩繪塗裝過程	204 5.5 產品最終呈現	

## REFERENCES

- 參考文獻 一、中文部份 Burger, J. M.(1997), 人格心理學(林宗鴻譯), 台北:揚智。 Jerry, Phares, E.(1994), 人格心理學(林淑梨、王若蘭、黃慧貞譯), 台北:心理。 Robbins, S. P.(1995), 管理學(王秉鈞譯), 台北:華泰文化。 Roger, D. Blackwell, Paul, W. Miniard, & James, F. Engel(2001), 消費者行為(謝文雀譯), 台北:華泰文化。 方世榮(2005), 統計學導論, 台北:華泰文化。 石浩吉(2003), 建築師工程師專業責任保險 承保範圍與投保策略之研究, 國立台灣大學土木工程研究所未出版之碩士論文。 民間司法改革基金會(2004), 老師, 你也可以這樣做! 校園法律實務與理念, 台北:五南。 古德龍(2003), 台北縣市羽球拍消費者之消費行為研究, 國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文, 16-23。 向令平(2004), 個人特徵及購買動機對大陸城市地區幼教商品購買行為傾向之研究, 私立大葉大學國際企業管理學系未出版之碩士論文。 余昭(1989), 人格心理學, 台北:三民書局。 李仁傑(2005), 意外保險學, 台北:全華圖書。 李牧軒(2001), 台灣地區建築師專業責任保險之研究, 國立台灣大學土木工程學研究所未出版之碩士論文。 李增探(2001), 金門地區金融業消費行為之探討, 私立銘傳大學管理科學研究所未出版之碩士在職專班論文, 26-33。 沈煌寶(2001), 國小教師社會態度、人格特質與衝突因應方式之相關研究, 國立屏東師範學院教育心理與輔導研究所未出版之碩士論文。 林伯岳(2001), 優酪乳消費者行為之研究 以台中地區居民為例, 私立東海大學企業管理研究所未出版之碩士論文, 17-22。 林東茂(2001), 一個知識論上的刑法學思考, 台北:五南。 吳明隆(2005), SPSS 統計應用學習實務:問卷分析與應用統計, 台北:知城。 周忠翰(2002), 保險商品的風險知覺、人格特質與投保意願之關係研究 以綁架勒索保險為例, 國立高雄第一科技大學風險管理與保險所未出版之碩士論文。 林建煌(2002), 消費者行為, 台北:智勝文化。 林浴村(2006), 產業開辦教育機構責任保險 [線上資料], 來源: <http://www.nlia.org.tw/modules/wfsection/download.php?fileid=889>[2006, November 3]。 邱皓政(2006), 量化研究與統計分析, 台北:五南。 周惠莉(2002), 五大人格特質、性別角色與轉換型領導關聯性之研究, 私立中原大學企業管理學系未出版之碩士論文。 林靈宏(1994), 消費者行為學, 台北:五南。 高添富(2002), 醫師責任與保險法制之研究, 國立政治大學法律學系未出版之碩士論文。 黃志文(1995), 行銷管理, 台北:華泰書局, 116。 黃堅厚(1999), 人格心理學, 台北:心理。 陳正文譯(1994), 人格理論, 台北:揚智文化, 290-292。 陳志陽, 張瓊文, 陳銘漢(2005), 國小教師人格特質影響職務決策之研究, 學校行政雙月刊, 35, 33-59。 教育部(2005), 94年各級學校校園事件統計分析報告 [線上資料], 來源: <http://140.111.1.166/>[2006, October 24]。 陳家聲(1993), 商業心理學, 台北:東土圖書公司。 陳威臣(2004), 會計師責任保險分析性研究, 國立台北大學會計學系未出版之碩士論文。 陳建璋(2006), 台灣會計師責任保險之研究, 私立中國文化大學會計研究所未出版之碩士論文。 陳益亭(1996), 醫護專業責任保險之研究, 國立國防管理學院法律學研究所未出版之碩士論文。 陳麗芬(1999), 醫療行為之法律責任與保險之研究, 國立政治大學風險管理與保險研究所未出版之碩士論文。 張春興, 林清山(1999), 教育心理學, 台北:東華書局, 78-80。 張春興(1986), 心理學, 台北:東華書局。 張翊祥(2003), 團隊成員人格特質組合對團隊效能影響之研究 以團隊互動過程為中介變項, 私立中原大學企業管理學系未出版之碩士論文, 33-36。 楊美怡(2002), 人格特質、價值觀與生活型態對後現代主義消費行為影響之研究:三個世代之比較研究, 私立義守大學管理研究所未出版之碩士論文, 44-47。 楊國樞(1989), 心理學, 台北:台灣商務印書館。 楊誠對(1999), 意外保險 理論與實務, 台北:三民書局, 259-269。 鄒政下等著(1993), 意外保險訓練教材, 保險事業發展中心, 273。 董榮政(2004), 生技保健食品之消費行為分析 以屏東縣藥局為例, 國立屏東科技大學農企業管理系未出版之碩士論文, 48-65。 彰化縣教育局(2006), 彰化縣各國民中小學校基本資料平台 [線上資料], 來源: <http://schooldata.chc.edu.tw/>[2007, May 6]。 廖志達(2004), 銀行保險消費者購買動機、認知、涉入與意願之研究, 私立朝陽科技大學企業管理系未出版之碩士論文。 蔡育倫(1998), 任意汽車責任保險認知涉入與購買行為之關係, 私立逢甲大學保研所未出版之碩士論文。 鄭鎮樑(1980), 醫師專業責任保險之研究, 私立逢甲大學保險研究所未出版之碩士論文。 鄭麗玉(1993), 認知心理學 理論與應用, 台北:五南, 2-4。 賴俊偉(2004), 商業醫療費用保險購買行為之研究, 私立逢甲大學保險學系未出版之碩士論文。 簡士家(2003), 消費者對投資型保險購買行為之研究 產品認知涉入之應用, 私立朝陽科技大學保險金融管理系未出版之碩士論文。 龍育民(2000), 軍官人格特質工作特性與工作壓力之研究, 國立國防管理學院資源管理研究所未出版之碩士論文, 7-8。 鍾聖校(1998), 認知心理學, 台北:心理, 1-3。 謝瑞智(1996), 教育法學, 台北:文笙。 顏虹菁(2003), 保險代理人經紀人專業責任保險之研究, 私立淡江大學保險學系未出版之碩士論文。 顏惠玲(2005), 國小教師人格特質、生活型態與旅遊風險知覺對旅遊保險消費之影響 以高雄縣市為例, 國立高雄第一科技大學風險管理與保險所出版之碩士論文。 羅進水(1986), 會計師責任保險之研究, 私立逢甲大學保險研究所未出版之碩士論文。 二、英文部份 Allport, G. W. (1961). Pattern and Growth in Personality. New York: Holt, Rinehart & Winston. Boyd, M., & Yin, Z. (1999). Cognitive-affective and behavioral correlates of self-schemata in sport. *Journal of Sport Behavior*, 22(2), 288-302. Cattell, R. B. (1943). The Description of Personality: Basic Trait Resolved into Clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38, 476-506. Celsi, Richard L., & Jerry, C. Olson (1988). The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes. *Journal of Consumer Research*, 15, 210-224. Costa, P. T, Jr. & McCrae, R. R. (1985). The NEO Personality Inventory Manual. Florida: Psychological Assessment Resources Costa, P. T., Jr. & McCrae, R. R. (1989). The NEO-PI/NEO-EFI Manual Supplement. Florida: Psychological Assessment Resources. Costa, P. T., Jr. & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory and New Five-Factor Inventory: Professional Manual. Florida: Psychological Assessment Resources. Costa, P. T., Jr. & McCrae, R. R. (1992). NEO-PIR: Professional Manual. Florida: Psychological Assessment Resources. Demby, Emanuel (1973). Lifestyle and Psychographics. Chicago:AMA. David, V. D. & Stanley, B. S. (1989). Personality and Job Performance:Evidence of Incremental Validity. *Personal Psychology*, 42, 25-36. Guilford, T. P. (1959). Personality. New York: McGraw-Hill. James, F. Engel, David, T. Kollat, & Roger, D. Blackwell (1973). *Consumer Behavior* (2nd ed.). Chicago:Rinehar and Winston Inc.

James, F. Engel, Roger, D. Blackwell, & Paul, W. Miniard (1990). *Consumer Behavior* (6th ed.). Chicago: Dryden, 469-487. James, F. Engel, Roger, D. Blackwell, & Paul, W. Miniard (1993). *Consumer Behavior* (7th ed.). Chicago: Dryden. Leon, G. Schiffman, & Leslie, Lazar Kanuk (1983). *Consumer Behavior* (2nd ed.). Leon, G. Schiffman, & Leslie, Lazar Kanuk (1991). *Consumer Behavior* (2nd ed.). New Jersey : Prentice-Hall Inc . Myung-Soo Lee, & Banwari Mittal (1989). A Casual Model of Consumer Involvement. *Journal of Economic Psychology*, 10, 363-389 . Pratt, Jr. W. Rober (1974). *Handbook of Marketing*. New York: McGraw-Hill Inc. Pervin, L.A. (1970). *Personality: Theory and Research*. New York: Wiley. Phares, E. J., & Chaplin, W. F. (1997). *Introduction to Personality* (4th ed.). New York: Longman. Roseman, M., & Friedman, R. H. (1974). *Type A Behavior and Your Heart*. New York: Knopf. Rotter, J. B. (1954). *Social Learning and Clinical Psychology*. Englewood Cliffs: Prentice-hall Development, 49(2), 263-279. Slama, M. E. & A. Tashchian (1985). Selected Socioeconomic and Demographic Characteristics Association with Purchasing Involvement. *Journal of Marketing*, 49, 72-82. Williams , T. G. (1982) . *Consumer Behavior Fundamental and Strategies*. St . Paul Minn : West Publishing Co. William, G. Zikmund, & Michael, d ' Amico (1998). *Effective Marketing Creating and Keeping Customers* (6th ed.). International Thomson. William, Moulton Marston (1928). *Emotions of Normal People* (1th ed.). Harcourt: Brace and Co. Zaickowsky, Judith Lynne (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12(December), 341-352