

HAPPY HAIR 美髮沙龍空間視覺美感偏好之研究

邱馨慧、翁玉慧

E-mail: 9701122@mail.dyu.edu.tw

摘要

近十年來台灣隨著國民所得的提高，以及人們消費觀念與型態的轉變，已著重於消費品質和精神層次的感官體驗。而美髮沙龍業係以提供無形服務為主，更需營造出能使顧客舒適放鬆的消費情境。因此，本研究主題探討美髮沙龍顧客對消費空間之視覺美感偏好與視覺感知，試圖瞭解顧客之心理情緒及感受。本研究調查運用語意分析法(SD法)的問卷測量方式，顧客從不同型態之美髮沙龍空間圖片中，依個人主觀之視覺感受填答。總問卷發放數400份，扣除無效問卷8份，實際有效問卷392份，回收率為98%。再將所得問卷資料做統計分析與探討。根據研究結果發現，以深色調為主要色調，並採用昏暗燈光，營造舒適放鬆的美髮沙龍空間，其視覺美感與視覺偏好程度均較高。不同個人屬性對其空間視覺美感及偏好有顯著影響，其中以「年齡」、「教育程度」、「專業背景」較為顯著。不同個人屬性對視覺感知有部分顯著影響，其中以「性別」、「年齡」、「教育程度」之影響較為顯著。美髮沙龍空間之視覺美感與視覺偏好，兩者具有正向高度相關性。因此，建議美髮沙龍空間設計上，可採用深色調為主，並配合亮度適宜的燈光，營造舒適放鬆的視覺感受。設計規劃時，應考慮不同個人屬性「性別」、「年齡」、「教育程度」及「專業背景」之顧客群做設計規劃，以滿足顧客在空間視覺感官上之愉悅感。

關鍵詞：美髮沙龍；視覺美感偏好；視覺感知；SD法

目錄

封面內頁 簽名頁 授權頁.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v	誌謝.....	vii	目錄.....	viii	表目錄.....	x		
第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....	1	第二節 研究目的.....	3	第三節 研究問題與範圍.....	3	第四節 重要名詞釋義.....	5	第五節 研究流程.....	7				
第二章 文獻探討 第一節 美髮業相關理論與文獻.....	9	第二節 快樂麗康集團與HAPPY HAIR快樂髮型.....	17	第三節 商業空間相關理論.....	20	第四節 環境美學相關理論.....	23	第五節 視覺感知與美感偏好相關理論.....	25	第六節 本章小結.....	30		
第三章 研究方法 第一節 研究架構與研究假設.....	31	第二節 美髮沙龍空間類型及取樣.....	35	第三節 語意差異分析法(SD法).....	38	第四節 美髮沙龍空間形容詞詞彙篩選.....	42	第五節 問卷設計及調查方式.....	45	第六節 資料分析方法與工具.....	56		
第四章 研究結果與分析 第一節 基礎調查結果.....	59	第二節 個人屬性與空間視覺美感偏好之關聯性分析.....	64	第三節 個人屬性與空間視覺感知因子之關聯性分析.....	67	第四節 美髮沙龍空間視覺美感偏好及視覺感知差異性.....	72	第五節 美髮沙龍空間視覺美感與視覺偏好之相關性分析.....	81				
第五章 結論與建議 第一節 結論.....	83	第二節 研究檢討、建議與後續相關研究.....	86	參考文獻.....	89	附錄一.....	93	附錄二.....	96	附錄三.....	98	附錄四.....	101

參考文獻

1. J.J. 德盧西奧 - 邁耶著 / 李璋 周水濤譯(1993), 視覺藝術設計, 台北:地景。
2. Julian Robinson著 / 薛綸譯(1999), 美學地圖, 台北:臺灣商務。
3. Paul Zelanski Mary Pat Fisher著 / 陳淑珍譯(2000), 塑造空間, 台北:六合出版社, pp.82-175。
4. Richard L. Gregory 著 / 瞿錦春、張芬芬譯(2006), 視覺心理學, 台北:五南圖書。
5. Robert L. Solso著 / 梁耘瑤編譯(2004), 視覺藝術認知, 台北:全華科技圖書。
6. Rudolf Arnheim著 / 李長俊譯(1985), 藝術與視覺心理學, 台北:雄獅圖書, pp.45-46。
7. 王林(1993), 美術形態學, 台北:亞太圖書。
8. 尤煌傑、潘小雪 編著(1998), 美學, 台北:國立空中大學。
9. 行政院勞工委員會編印(2000), 中華民國職業分類典。台北:行政院勞工委員會。
10. 行政院主計處編(1992), 中華民國台灣地區國民所得統計摘要, 台北:行政院主計處。
11. 汪光宗(1993), CI 贏的策略 - 台灣企業CI 實戰案例分析。台北:商周文化。
12. 李明儒(1998), 中國庭園空窗造型、背景與偏好關係之研究, 國立中興大學園藝學系研究所碩士論文。
13. 李美蓉(1993), 視覺藝術概論, 台北:雄獅圖書。
14. 李厚強(2002), 人工光源之照度及色溫對視覺感知影響與照明方式調查研究-以住宅客廳為例, 中原大學室內設計研究所碩士論文。
15. 邱皓政(2000), 量化研究與統計分析, 台北:五南。
16. 林明德(1996), 美容美髮經營寶典, 台北:漢湘文化。
17. 林學宜(2004), 老人住宅環境偏好相關因素研究 以潤福生活新象為例, 中原大學室內設計研究所碩士論文。
18. 周憲(2002), 美學是什麼What is aesthetics?, 台北:揚智文化。
19. 莊修田(2003), 室內環境實證美學研究初探, 中原大學

室內設計系學術研討會, P375-383。 20.美工圖書社編, 1995, 商店設計入門, 台北:邯鄲, pp.216~221。 21.郭敏俊(1989), 商店設計:原理/實務/資料, 台北:新形象。 22.陳思玫(2001), 色彩與城市意象 以台中車站週邊道路為例, 東海大學工業設計研究所碩士論文。 23.章彩瑛(1999), 美髮業關係品質模式之研究, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。 24.黃宜純(2003), 美容與美髮沙龍店長專業能力分析研究, 國立臺灣師範大學人類發展與家庭研究所論士論文。 25.黃艾可(2006), 探討捷運公共藝術之視覺感知-以台北捷運站為例, 中華大學建築與都市計畫學系碩士班碩士論文。 26.張曉平(2004), 室內環境之美學因素與美感反應關係之研究:以住宅客廳為例, 中原大學室內設計研究所碩士論文。 27.游照玉(2000), 髮型梳理, 台北:華立圖書。 28.楊國樞, 文崇一, 吳聰賢, 李亦園等(1978), 社會及行為科學方法(下), 台北:東華書局。 29.廖振宏(2004), 由PZB觀點探討服務品質管理對顧客忠誠度之影響 以連鎖美髮服務業為例, 中華大學科技管理研究所碩士論文。 30.鄭遠祥(1998), 美感偏好選擇過程之口語分析研究, 國立交通大學應藝所碩士論文, pp.11-12。 31.滕守堯著 / 李厚澤編(1987), 審美心理描述, 台北:漢京文化, pp.51-56。 32.賴志郎(2003), 消費者服務轉換過程選擇模式之研究 - 以美髮業為例, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文。 33.謝清秀(2005), 影響美髮時尚相關因素之初探, 餐旅暨家政學刊, 第一卷第三期, pp.243~256。 34.蘇瑋佳(2000), 以立面綠化設計改善都市商業街道視覺品質之模式研究, 國立中興大學園藝學系研究所碩士論文。

二、外文部分 1.Gronroos,C.(1982).Strategic Management and Marketing in the Service Sector, Swedish School of Economics and Business Administration. 2.Hubbert, A. R.(1995). Customer Co-creation of Service Outcomes: Effects of Locus of Causality Attributions, unpublished doctoral dissertation,Arizona State University. 3.Kaplan, S.(1987). Aesthetics, affect, and cognition: Environmental preference from an evolutionary perspective. *Environment and Behavior*, 19, 3-32. 4.Lang,J.(1987)Creating Architecectural Theory:The role of the Behavioral Sciences in Environmental Design. New York; Van Nostrand Reunhold. 5.Mehrabian, A., & Russell, J.A.(1974). An approach to environmental psychology. Cambridge, MA: MIT Press. 6.Nasar J. L. (1988) Preface; xxi- xxvii in J. L. Nasar (ed) *Environmental Aesthetics*. Cambridge;Cambridge University Press. 7.Osgood, C.E., Suci G. J., and Tannenbaum, P.H.(1957). *The Measure of Meaning*. Urbana, IL: University of Illinois Press. 8.Parsons, M. J.(1987). *How we understand art: a cognitive developmental account of aesthetic experience*. Cambrige, UK: Cambridge University Press. 9.Proshansky, H.M.(1990). The pursuit of understanding: An intellectual history. In I. Altman & K. Christensen(Eds.), *Environment and behavior studies: Emergence of intellectual traditions*. New York: Plenum. 10.Ulrich, R.S.(1983). Aeshetic and effective response to natural environments. In I. Altman & J.F. Wohlwill(Eds.), *Human behavior and the environment: Vo1.6. Behavior and the natural environment*. New York: Plenum. 11.Wohlwill, J.F. (1974, July) The place of aesthetics in studies of the environment, in the Symposium on Experimental Aesthetics and Psychology of the Environment at the International Congress of Applied Psychology, Montreal, Canada. 12.Zube, E., Pitt, D. and Taylor, J.(1982). Landscape perception: research, application, and theory. *Landscape Planning* 9, 1-33.

三、網路參考部分 1.行政院主計處, 中華民國資訊統計網: <http://www.stat.gov.tw/public/data/dgbas03/bs4/nis93/np01.xls> 2.台灣連鎖暨加盟協會, 產業分析: <http://digipro.com.tw/CD2001/chapter04/ch4-22.htm> 3.美髮工作誌: http://www.wretch.cc/blog/canian&article_id=15165730