

# A Study of The Preference on Visual Aesthetic in "HAPPY HAIR" Hair Salon Space

邱馨慧、翁玉慧

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

## ABSTRACT

Followed by the increase of the national income in Taiwan for the past decade, there were changes in human consumption concepts and types which focused on the consumption quality and the organoleptic experiences in the spiritual levels. The hair salon offer intangible service requires creating the soothing and relaxing environment for the customers. Therefore, the main topic of this paper was to study the visual aesthetic preference and visual perception on the consumption space for the hair salon customers. Tried to understand the feelings and sensations were on the psychological of the customers. This paper used the method of semantic differential as the measuring method. The customers filled-in the answers, based on the personal subjective perspective, on the visual sensations from the photos of different styles of hair salons. There were total 400 copies of surveys given out with 8 invalid surveys. The actual valid surveys were 392 with 98% of return rate. Further statistical analysis and investigation were done on the information collected from the surveys. The result showed that the dark color will be the key tone with dim lighting to create comfortable and relaxing hair salon space with higher score on the visual aesthetic and preference. Different attribution of the person had significant difference on the spatial visual aesthetic and preference especially higher for 'age', 'educational background', and 'professional background'. Different attribution of the person had few significant differences on the spatial visual aesthetic and preference, 'sex', 'age', and 'educational background' had most significant. The spatial visual aesthetic and preference in the hair salons both had highly positive correlation. Therefore, suggested using dark color with appropriate lighting on the space design of the hair salon to create comfortable and relax visual sensations. During the designing, should consider different attribution of the customers in 'sex', 'age', 'education background', and 'professional background' for the planning to satisfy the delightfulness on the space visual sensations of the customers.

Keywords : Hair salon, visual aesthetic preference, visual perception, method of semantic differential

## Table of Contents

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		

## REFERENCES

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 / 薛絢譯(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 / 梁耘瑋編譯(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.蘇璋佳(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 Architectural Theory:The role of the Behavioral Sciences in Environmental Design. New York; Van Nostrand Reinhold. 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. Cambridge, 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). Aesthetic 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](http://www.wretch.cc/blog/canian&article_id=15165730)