

南華大學藝術與設計學院產品與室內設計學系

碩士論文

Department of Product and Interior Design

College of Arts and Design

Nanhua University

Master Thesis

探討消費者選購辦公桌相關因素與喜好度關係之研究

A Study of the Relationship between Consumer Preferences  
and Factors Associated with Office Desks



林佳翰

Jia-Han Lin

指導教授：鄭順福 副教授級專業技術人員

Advisor: Shen-Fu Cheng, Associate Prof. Rank Specialist

中華民國 111 年 7 月

July 2022

南華大學  
產品與室內設計學系  
碩士學位論文

探討消費者選購辦公桌相關因素與喜好度關係之研究  
A Study of the Relationship between Consumer Preferences  
and Factors Associated with Office Desks

研究生：林佳翰

經考試合格特此證明

口試委員：李安勝  
黃清雲

鄭順福  
指導教授：鄭順福

系主任(所長)：

口試日期：中華民國

111年 06月

22日

## 謝誌

筆者學習生涯的大學以及研究所皆是在南華大學產品與室內設計系中度過，是我人生學習歷程中最豐富的一段旅程。回顧這兩年研究所生活，非常感謝所有教授們傳授給我的專業知識與面對事情的處理態度，讓我學習到以多元的研究觀點來支持我的論文研究。我更要感謝我的家人，在我進修的這段期間給予最大的支持以及鼓勵，讓我能無後顧之憂的專心學習，並讓我努力向前不放棄且一直堅持到現在。在撰寫論文的過程中，非常感謝我的論文指導老師鄭順福教授對本論文的各個環節給予細心的指導，不辭辛勞地審視及協助，並提供了很多寶貴的意見，才能夠讓我完成論文的撰寫。另外，感謝口試委員嘉義大學木質材料與設計學系的李安勝博士及南華大學產品與室內設計學系的黃清雲博士，提出能讓論文呈現的更加完整的建議，使我的論文得以更加完善。

最後，再次感謝老師的指導及各方好友、家人的協助，以及在此期間幫助我的所有人，非常感謝大家的協助！

林佳翰 謹誌於

南華大學

產品與室內設計系研究所

中華民國 111 年 7 月

## 中文摘要

本研究的主要目的在探討消費者對於辦公桌類家具喜好度之分析研究，本研究採取調查研究法，統計消費者對於辦公桌類家具的「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」等喜好度；並且分析不同背景的消費者在各變項喜好度的差異性及相關性，最後提出具體的結果如下：

- 一、消費者在辦公桌類家具「桌板造型」的喜好度以桌面大且使用方便的「L 字形」最受歡迎。
- 二、消費者在辦公桌類家具「桌板材質」的喜好度以保留天然木紋，質感好，且堅固耐用壽命長的「實木板」最受歡迎。
- 三、消費者在辦公桌類家具「桌體結構」的喜好度以更能有效利用空間的「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」最受歡迎。
- 四、消費者在辦公桌類家具「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」喜好度在各組之間有顯著差異性存在，代表不同背景的消費者在選擇上會各自有著不同的喜好度。
- 五、消費者在辦公桌類家具「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」喜好度的相關性在各組之間有部分相關性存在。代表消費者在選購辦公桌時不同的要素之間會有一定程度的相互影響。

**關鍵字：**家具、辦公桌、造型、材質、結構、消費者

## **Abstract**

This research aims to understand consumer' preferences for office desk, using survey research as the research method to understand consumers' preferences for "style", "quality", "structure" the office desk. Analyze the differences and correlations of different backgrounds' consumers in the preferences of various variables. The final conclusions are as follows:

- 1.The most popular style of office desk was L-Shaped.
- 2.The most popular quality of office desk was solid wood.
- 3.The most popular structure of office desk was with drawers for storage and a mobile office drawer.
- 4.There was a significant difference in consumers' preferences for the office desk between "style", "quality", and "structure". It means consumers from different backgrounds will have different preferences in their choices.
- 5.There was a partial correlation in consumers' preferences for the office desk between "style", "quality", and "structure". It means there are influence between the different factors.

**Keywords: Furniture, Office Desk, Style, Quality, Structure, Consumer**

# 目 錄

謝誌 .....	I
中文摘要 .....	II
Abstract.....	III
目 錄 .....	IV
圖目錄 .....	VI
表目錄 .....	IX
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究假設.....	4
第四節 重要名詞解釋.....	5
第二章 文獻探討 .....	7
第一節 辦公環境的變化對辦公桌設計的影響.....	7
第二節 時代的變遷與家具的變化.....	9
第三節 消費者購買行為.....	13
第四節 影響購買家具背景.....	15
第五節 桌類家具的造型樣式.....	16
第六節 桌面材質.....	28
第七節 桌體結構.....	35
第三章 研究方法 .....	44
第一節 研究架構.....	44
第二節 研究方法與對象.....	46
第三節 研究工具.....	52
第四節 研究程序.....	59
第五節 資料結果處理與分析.....	63

第四章 研究結果與討論 .....	68
第一節 不同背景消費者的人數分析 .....	68
第二節 不同背景消費者對辦公桌類家具喜好度的統計分析 .....	71
第三節 不同背景消費者喜好度的變異數分析 .....	89
第四節 不同背景消費者對辦公桌類家具喜好度的相關性分析 .....	108
第五章 結論與建議 .....	114
第一節 研究結論 .....	114
第二節 研究建議 .....	118
第三節 未來研究方向 .....	119
參考文獻 .....	120
中文書籍 .....	120
中文論文 .....	121
外文書籍 .....	123
網路資料 .....	124
附錄一 影響消費者選購辦公桌類家具相關之因素研究問卷 .....	127
附錄二 問卷圖片來源 .....	134

## 圖目錄

圖 2-5-1	一字型造形辦公桌-1	16
圖 2-5-2	一字型造形辦公桌-2	17
圖 2-5-3	一字型造形辦公桌-3	17
圖 2-5-4	一字型造形辦公桌-4	18
圖 2-5-5	一字型造形辦公桌-5	18
圖 2-5-6	一字型造形辦公桌-6	19
圖 2-5-7	L 型造形辦公桌-1	19
圖 2-5-8	L 型造形辦公桌-2	20
圖 2-5-9	L 型造形辦公桌-3	20
圖 2-5-10	L 型造形辦公桌-4	21
圖 2-5-11	其他造形辦公桌 BIO TSH MEETING TABLE-1	22
圖 2-5-12	其他造形辦公桌 BIO TSH MEETING TABLE-2	22
圖 2-5-13	其他造形辦公桌 BIO VI TES MEETING TABLE-1	23
圖 2-5-14	其他造形辦公桌 BIO VI TES MEETING TABLE-2	23
圖 2-5-15	其他造形辦公桌 FOLDAWAY TABLE MULTI PURPOSE TABLE-1	24
圖 2-5-16	其他造形辦公桌 FOLDAWAY TABLE MULTI PURPOSE TABLE-2	24
圖 2-5-17	其他造形辦公桌 TABLE KUGGEN-1	25
圖 2-5-18	其他造形辦公桌 TABLE KUGGEN-2	25
圖 2-5-19	其他造形辦公桌-1	26
圖 2-5-20	其他造形辦公桌-2	26
圖 2-5-21	其他造形辦公桌-3	27
圖 2-6-1	花梨原木	28
圖 2-6-2	原木家具	28
圖 2-6-3	塑合板	29



圖 2-6-4	密集板	29
圖 2-6-5	塑膠桌版	30
圖 2-6-6	玻璃桌板	30
圖 2-6-7	蜂巢板	31
圖 2-6-8	美耐板	31
圖 2-6-9	實木貼皮	32
圖 2-6-10	不織布人造貼皮	33
圖 2-6-11	塑膠貼皮	33
圖 2-6-12	皮仔板	34
圖 2-7-1	整體式辦公桌並在桌面下設有中抽-1	35
圖 2-7-2	整體式辦公桌並在桌面下設有中抽-2	35
圖 2-7-3	整體式辦公桌並在桌面下設有中抽-3	36
圖 2-7-4	分離式辦公桌並在桌面下設有中抽-1	36
圖 2-7-5	分離式辦公桌並在桌面下設有中抽-2	37
圖 2-7-6	分離式辦公桌並在桌面下設有中抽-3	37
圖 2-7-7	整體式辦公桌，無中抽-1	38
圖 2-7-8	整體式辦公桌，無中抽-2	38
圖 2-7-9	整體式辦公桌，無中抽-3	39
圖 2-7-10	僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽-1	39
圖 2-7-11	僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽-2	40
圖 2-7-12	僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽-3	40
圖 2-7-13	桌體結構外觀厚實且穩重-1	41
圖 2-7-14	桌體結構外觀厚實且穩重-2	41
圖 2-7-15	桌體結構外觀輕巧且易動-1	42
圖 2-7-16	桌體結構外觀輕巧且易動-2	42

圖 2-7-17 桌體結構可以變型 .....	43
圖 2-7-18 桌面設有隱藏式收納 .....	43
圖 3-1-1 研究架構圖 .....	44
圖 3-4-1 研究發展流程圖 .....	59



## 表目錄

表 3-1-1	研究流程表 .....	45
表 3-2-1	觀察質處理摘要 .....	50
表 3-2-2	可靠性統計量 .....	50
表 4-1-1	不同性別消費者的次數分配及百分比 .....	68
表 4-1-2	不同年齡消費者的次數分配及百分比 .....	69
表 4-1-3	不同學歷消費者的次數分配及百分比 .....	69
表 4-1-4	不同職業消費者的次數分配及百分比 .....	70
表 4-1-5	不同平均月收入消費者的次數分配及百分比 .....	70
表 4-2-1	不同性別消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度 .....	71
表 4-2-2	不同性別消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度 .....	72
表 4-2-3	不同性別消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度 .....	73
表 4-2-4	不同年齡消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度 .....	74
表 4-2-5	不同年齡消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度 .....	75
表 4-2-6	不同年齡消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度 .....	77
表 4-2-7	不同學歷消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度 .....	78
表 4-2-8	不同學歷消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度 .....	79
表 4-2-9	不同學歷消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度 .....	81
表 4-2-10	不同職業消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度 .....	82
表 4-2-11	不同職業消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度 .....	83
表 4-2-12	不同職業消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度 .....	84
表 4-2-13	不同月收入消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度 .....	85
表 4-2-14	不同月收入消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度 .....	86
表 4-2-15	不同月收入消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度 .....	88

表 4-3-1	不同性別消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析 .....	89
表 4-3-2	不同年齡消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析 .....	90
表 4-3-3	不同學歷消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析 .....	91
表 4-3-4	不同職業消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析 .....	92
表 4-3-5	不同月收入消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析 ...	93
表 4-3-6	不同背景消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度變異數統計 ...	94
表 4-3-7	不同性別消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析 .....	95
表 4-3-8	不同年齡消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析 .....	96
表 4-3-9	不同學歷消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析 .....	97
表 4-3-10	不同職業消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析 ....	98
表 4-3-11	不同月收入消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析 .	99
表 4-3-12	不同背景消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度變異數統計	100
表 4-3-13	不同性別消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析 ...	101
表 4-3-14	不同年齡消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析 ...	102
表 4-3-15	不同學歷消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析 ...	103
表 4-3-16	不同職業消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析 ...	104
表 4-3-17	不同月收入消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析	105
表 4-3-18	不同背景消費者對辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度變異數統計 ...	107
表 4-4-1	消費者對辦公桌類家具「桌板造型」喜好度的相關性分析 .....	108
表 4-4-2	消費者對辦公桌類家具「桌板材質」喜好度的相關性分析 .....	110
表 4-4-3	消費者對辦公桌類家具「桌體結構」喜好度的相關性分析 .....	113

# 第一章 緒論

本研究旨在探討辦公桌類家具之「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」等因素是否影響消費者購買產品之意願。透過資料收集、整理、探討進而設計問卷，透過問卷的發放及回收篩選有效問卷進行統計及分析，最後以客觀的數據來說明研究結果，並提出具體的結論與建議，提供家具設計、製造、銷售及後續研究之參考。第一章緒論將由研究背景與動機、研究目的、重要名詞釋義等，分別敘明如後。

## 第一節 研究背景與動機

「家具」自有人類開始便有著密不可分的關係，可說是人類生活演進的一部歷史，也代表了人類生活的另一種詮釋（陳啟雄，2000）。辦公桌家具之材質、結構、造型等因素，會直接或間接影響著消費者的選購意願。因此家具設計、製造、銷售等與相關業者必須了解消費者對上述影響因素之喜好度及需求，才能藉以調整及修正產品提供消費者，以迎合消費者之實際所需。

現今的消費者將個人原始感受層面作為選擇與購買決策的考量重點，這使消費型態產生重大變革。產品設計是為解決人們的需求，若能同時加入創新的概念，將對消費者產生新的產品體驗(沈旻璋，2003)。

在消費的時代裡，產品的功能已不再是社會所關心的重點，因為消費者對產品的購買意願及偏好不斷的在改變，在產品設計方面，呈現價值已遠大於強調功能性的價值。消費者不僅只是需要基本功能，更要能夠展現多方面的設計，故現今的產品追求必須有著創意和嶄新，而設計師則須不斷尋求創意，才能傳達產品的意象給予消費者(楊裕富、林萬福 2001)。

在數位化時代的當今，有許多不同的辦公模式，但仍以到公司辦公室進行辦公為大眾。但自 2020 年開始，進入疫情時代後，許多企業轉而採行居家辦公，企業的上班模式發生了巨大的變化，辦公型態的轉變也促使人們產生與以往不同的需求，如何打造一個舒適的居家辦公環境由許多不同的因素構成，而其中辦公桌是最直接影響的要素之一。

在這樣的時空背景下，加速了家具的發展，如何製造出受消費者青睞的商品是生產者重要的課題。

為了瞭解消費者心中真正的需求，以迎合消費者喜好，市場調查的工作就顯得非常需要，藉由市場調查的分析成果，可以提供客觀的資料作為相關業者的參考與評估。因此，本研究將以辦公桌家具的「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」等因素是否影響消費者購買產品之意願進行問卷調查，並以不同性別、年齡、學歷、職業、平均月收入等變項進行各項因素的滿意度統計，並分析不同背景的消費者購買辦公桌家具意願之差異性及相關性，希望能提供家具設計、製造、銷售及學術單位後續研究之參考。



## 第二節 研究目的

辦公桌家具使用的「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」等因素，都是設計師設計辦公桌家具必須考慮的因素，設計的成果也直接或間接影響辦公桌家具的美觀、質感、品味、售價等。這些因素對消費者而言也是購買產品之主觀要素，何種形式的辦公桌家具才能獲得消費者的青睞，是家具設計、製造、銷售等相關業者企盼了解的資訊。透過調查了解不同背景的消費者對辦公桌家具的一致主觀的喜好程度，找出符合消費者購買意願的客觀資訊，以達成企業與顧客雙贏之局面。基於上述研究動機，本研究有下列三項研究目的：

- 一、瞭解不同背景之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」之喜好程度。
- 二、分析不同背景之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」之喜好度的差異性。
- 三、探討不同背景之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」之喜好度的相關性。

### 第三節 研究假設

依據研究目的，本研究提出下列研究假設：

- 一、不同性別之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有顯著性差異。
- 二、不同年齡之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有顯著性差異。
- 三、不同學歷之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有顯著性差異。
- 四、不同職業之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有顯著性差異。
- 五、不同平均月收入之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有顯著性差異。
- 六、不同性別之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有相關性。
- 七、不同年齡之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有相關性。
- 八、不同學歷之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有相關性。
- 九、不同職業之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有相關性。
- 十、不同平均月收入之消費者對於辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」喜好度沒有相關性。



## 第四節 重要名詞解釋

本研究針對「消費者選購辦公桌相關因素喜好度之調查研究」所涉及之重要名詞解釋如下：

### 一、家具(Furniture)

廣義的家具是指人類維持正常生活、從事生產實踐和開展社會活動必不可少的一類器具。狹義家具是指在生活、工作或社會實踐中供人們坐、臥或支撐與貯存物品的一類器具。

具體而言，家具是人類衣食往行的活動中供人們坐、臥、作業以及供物品貯存和展示的一類器具。當然人類的衣食住行活動還應包括為生存而展開的室內生產作業與社會交往活動。抽象而言，家具是維系人類生存和繁衍必不可少的一類器具與設備。以哲學的高度進行概括，家具是建築環境中人類生存的狀態和方式，建築環境當然也包括室內與室外環境。人類生存方式的進化與轉變促進了家具形態和功能的變化，而家具的存在形態又決定了人們的生活方式與工作方式，這便是廣義的家具概念。

### 二、辦公家具(Office Furniture)

辦公家具是為日常生活工作和社會活動中為辦公者或工作方便而配備的用具。自工業革命以來，家具產業取得了前所未有的發展，作為家具行業的分支，辦公家具行業隨著生產技術的不斷更新、品種的不斷增加、專業化生產的逐漸形成和管理水平的不斷提高，也實現了迅速發展。

### 三、桌板(Table Top)

桌面是構成辦公桌的主要部分之一，直接的提供了一個支撐工作的台面。每天在上面完成工作時，都會有肢體應用的感受，所以桌板的構成是很關鍵的。

#### 四、結構(Structure)

結構是指家具內、外部的詳細結構，主要包括零部件的形狀，零部件之間的結合方法等。

#### 五、材料(Material)

材料是指原料經過加工手法處理後所產生的物質。利用基本科學的原理，研究分析材料的成分、結構與加工手法，使材料能發揮其效能與用途。

#### 六、材質(Quality)

材質是材料的性質，工業設計或藝術創作上所稱的創作材料，簡而言之就是物體看起來是什麼質地，材質可以看成是材料和質感的結合。

#### 七、消費者(Consumer)

消費者是指支付消費商品費用或支出服務費用的人。因此，消費者在社會的經濟體系中扮演著極為重要的地位。如果沒有消費者的選購需求，生產製造者或提供服務者就會缺乏工作目標及積極產出的動能(林靈宏，1998)。

#### 八、消費行為(Consumer Behavior)

消費行為可以被定義為消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念時，所表現的各種行為，以產生需求或欲望的滿足的過程 (林靈宏，1998)。

## 第二章 文獻探討

本研究針對研究主題蒐集相關文獻進行探討及分析，蒐集之文獻依序以辦公環境的變化對辦公桌設計的影響、時代的變遷與家具的變化、消費者購買行為、家具業的生產模式、桌類家具的樣式與材質等敘述如後。

### 第一節 辦公環境的變化對辦公桌設計的影響

近年來，許多企業採行居家辦公，企業的上班、管理及決策模式也隨之改變，辦公型態的轉變也間接影響了人們的需求，例如能夠升降的辦公桌、符合人體工學的辦公椅、足夠的儲藏收納空間以及具備完善的工作相關設備等，以達到舒適的辦公環境。

#### 一、辦公環境的變遷對辦公桌的設計具有引導作用

雖然辦公室並非二十世紀的新發明，但仍有許多空間和二十世紀的意象緊密結合在一起。如果說工廠是十九世紀的主要場景，那麼它也是改變一切發生的所在：工人運動在此產生，其時代階級觀念和辯證思考引發了人類擁有自主權的觀念。尋這一脈絡，辦公室也比任何地方更能引起人們對二十世紀的認同感。

過去幾百年來辦公室已佔領城市的核心，成為城市的標記區域，並且以其最具特色的建築外觀，例如摩天大樓改變城市原有的樣貌。這種新穎且激烈的建築在世界各地以屢見不鮮，它改變了城市風景，取而代之的以它本身為暗喻，投射在我們眼前。辦公室也形成了一種足以改變社會狀況的新現象。目前我們無法不去面對世界的新外觀和人與人之間的新關係，也就是通訊系統的劇變。這一切改變在其發展之初就已在辦公室成長、茁壯，通訊系統的每一項技術性的新發明都導因於此：電話、計算機、傳真機、電腦...等出現。(商業空間·辦公家具，世界翻譯社翻譯)

近年來由於工作型態漸漸轉變，上班族群開始希望自己的辦公空間有所變化，不在像以前乏味的辦公空間及疲勞的工作環境，在注意到這點的國外家具製造商便打造了新型的辦公家具，或是結合空間打造辦公空間，帶來新的工作環境，像是可以增加同事互動的家具、改變型態的辦公桌等，在這創新家具的出現狀態下，便有了新形態的辦公空

間。(陳啟雄，Interwood 木工家具雜誌 2017 年五月號)

所以隨著時代的變化，辦公家具也會與時俱進，展現出與以往不同的面貌。人們運用不同的概念加上對過往家具設計的經驗創造出符合時下辦公狀態的辦公家具，使得人們在辦公時能夠有效地運用辦公家具的輔助，進而使工作效率提升。

## 二、辦公方式對辦公桌的設計具有推動作用

由於邁入二十一世紀全球化的帶及 IT 產業的突飛猛進之下，近年來因為物聯網與大數據為主的各項新興產業及服務問世，顯示了辦公空間必須隨著企業的變革而有所改變，上述無論是各公司的努力創新，或是個人工作室之型態變革，都將提供未來辦公生活型態之新樣貌。無論是傳統在公司上班、SOHO 族的再家上班、創客族群的辦公實驗空間……等都將隨之改變，如共享空間、無特定形式之會議場所、無階級式的桌椅設計、無固定座位之共用桌椅……等皆將演化出新的創新形式來符合未來辦公環境變遷的需求。(陳啟雄，Interwood 木工家具雜誌 2017 年五月號)

近年來無論是流動式的辦公室或遠距工作或是將辦公室當作第二個家已成為常態，不在限定於特定時間、特定地點工作。新型態的工作環境漸漸成型變為新的工作趨勢，例如：共用工作空間(Co-Working-Space)、創意辦公室(Creative Office)、創客空間(Maker Space)等新型態的工作環境逐漸問世，逐步因應現今的多樣工作環境而慢慢形成新的工作趨勢，要符合新的工作環境，現代傢俱的設計又將面臨新的一波變革的來臨。(陳啟雄，Interwood 木工家具雜誌 2017 年五月號)

辦公家具的變化來自於人們對於其功能要求的改變，不同的時代有著不同的辦公方式，家具的誕生便是為了輔助人類的生活，而辦公家具為了有效輔助人們辦公而產生與過去不同的樣貌。如今數位化使得工作和私人生活間的界線變得逐漸模糊，家庭辦公正在成為工作世界中不可或缺的組成部分，但這也意味著居住空間與辦公空間的衝突正在加劇。因此，我們需要讓家裡的配置變得更加適合辦公，於此同時讓辦公室變得更溫馨，而如何於這樣的趨勢中競爭將是今後家具廠商的課題之一。

## 第二節 時代的變遷與家具的變化

家具與人們的生活息息相關，其影響著人們坐臥行立的姿態，家具的設計上也會隨著建築空間、生活習慣、地理環境的不同而有所改變。雖然家具發展至今，其樣式、材料、功能性都出現各式各樣的變化，但是對「優質生活的追求」卻沒有改變，直至今日仍然繼續影響著人們的生活。

### 一、家具設計影響人們的生活習慣和方式

#### (一) 空間的重新定義

在室內環境中，傢俱有著舉足輕重的作用，人們有效利用傢俱產品將大空間劃分成若干個小空間。若為了創造空間輕快且靈活的氣氛，可善用傢俱做流動空間的處理，使得空間更加自由多變。(萬輝，家具產品創意)

#### (二) 革新人們的工作、生活姿勢與狀態

家具對於人們工作與生活姿勢與狀態的影響甚多，從宋代高型坐椅家具到近代沙發的出現，家具改變了人們的休息方式和坐姿，形成了更舒適與自由的姿勢與狀態。當代家具的變化與創新同樣革新著人們的工作與生活姿勢與狀態。辦公家具不斷從人性化設計、高矮，角度的靈活調節、不同新材質的採用等方面出發，使得人們的辦公姿勢更加趨於合理舒適，避免了長時間處於固定姿勢而引起的疲勞，營造出對人類最舒適的辦公空間。(陳啟雄, 2015)

家具設計與當代生活方式之間的相互影響是緊密而深刻，而家具的革新與變化也影響著當代人們的生活。我們探討著家具與人的關係，推測出我們過去、現在及未來的生活方式。

### 二、辦公家具的發展與型態變化

在我們的生活體驗及空間體驗中，家具與人的關係是最密切的，也是最具有文化與情感的器物。環顧人類文明發展歷史，家具的形成已有數千年之久，蓬勃發展則是近兩百年的事，主要是受到工業革命以後機械化的影響。而辦公建築及辦公室的逐漸成型，

便是對辦公家具的發展創造了契機。從個人辦公室到開放式辦公室；從固定座位到機動辦公室；從個別工作到團隊合作；從工匠技術到機械量產；從傳統家具到系統家具；凡此種種變因都對辦公家具設計產生了影響。新世紀的來臨，又提供了更多元化的思考，顛覆了傳統辦公家具的思維，使得未來辦公家具及辦公空間更具有想像空間。(林凱文，概念辦公桌，2012)

在 19 世紀以後，隨著工業革命的展開，機械化及規格化的生產模式，也開始應用於家具的製造；材料及技術的快速發展，也給予家具設計有了革命性的突破。室內的配置、家具造形及工藝品一直受到裝飾風格的影響，從英國美術工藝運動、1896 年法國新藝術運動、1910 年荷蘭風格派、1926 年法國裝飾藝術派等，在每個時期的特殊社會背景下，各有其獨特的風格與特色。(林凱文，概念辦公桌，2012)

20 世紀以前的辦公家具幾乎全部以木頭製作為主，當時最流行的就是捲門桌 (roll-top) 及格架櫃 (pigeon-holes)。在 20 世紀初期，現代辦公家具形式便有了較大的變化，如金屬家具、旋轉椅、打字工作桌等。這些功能不同的家具，多是因為打字機的出現而創造，它是改變辦公家具面貌的重要催化劑。(林凱文，概念辦公桌，2012)

Steelcase 在 1973 年推出屏風系統「Series 9000」，成為美國最暢銷的屏風系統。其功能完備，確立了系統家具在辦公室中的主流地位。使得系統家具的優點與觀念逐步深入每一個辦公室，開放式空間的規劃形成一股潮流。其影響力遍及全世界，並開啟往後系統家具市場，百家爭鳴的時代。各個廠牌先後提出各種不同概念主張的系統家具，使系統家具蔚為辦公家具的主流。(林凱文，概念辦公桌，2012)

Herman Miller 在 1977 年對辦公空間進一步的人性研究，推出了個人工作站「Work Space」。(林凱文，概念辦公桌，2012)

Bill Stumpf 在 1984 年為 Herman Miller 設計的新系統家具「Ethospace」，突破了傳統屏風二十年來發展的模式，率先採用塊狀(block)的規劃方式，並提出新的設計概念，從系統中再次細分系統。這是一套同時兼顧人性、工作型態與環境的系統家具。其推出市場後，形成系統家具發展的新趨勢，引領風潮至今無人能及。為了順應這趨勢，Steelcase

也將原本傳統屏風增加表面塊狀的設計；Haworth 相繼推出名為「Places」的新型塊狀屏風。此設計風潮乃席捲北美及歐洲，並且影響到日本及臺灣。至此，系統家具成為辦公家具市場的成熟商品。(林凱文，概念辦公桌，2012)

因此，辦公家具的生產與變化，闡述著家具與人共同生活方式的不同樣貌，不同時代的文化背景給予辦公家具的樣貌變化多端，所以我們可以想像未來的辦公狀態來推測並設計符合未來辦公狀態的辦公家具設計。

### 三、家具業的生產模式

常態而言，喜愛實木家具產品的顧客，相對於在價格上比較能接受高單價的產品，因為實木家具各式製品，色澤紋路都比裝潢業所使用複合材料製作的家具更加美觀及價值，這是家具製造產業到目前還能生存下來的因素。(陳正和，2010)

這幾年來，銷售型態與家具製造已在改變，以往新居落成很自然地會前往賣場選購家具，可是時下的年輕人，不願那麼麻煩，所以在購屋時挑選有買房屋送家具的買屋為主要考量，如此便能直接搬進新屋居住，所以間接影響家具銷售業績。一般家具的產業經營者，有區分兩種經營型態，第一種是甲方負責製造家具製品（家具工廠）家具產業製造商，另外乙方家具產業經營者（大賣場）。以家具工廠產業經營者而言所用的材料除了實木以外都大量採用複合材料（夾板、木心板、美耐板、纖維板、粒片板）為主。第二種是家具廠商可以搭配到業者家中量尺寸，依據顧客要求的尺寸、材質、造型、活動功能等需求施作，然後再到消費者家中進行組裝。這是近年來家具產業因應多樣少量的生產模式（陳顯潔，2008）。

然而在家具產品現代化工業生產中，其生產途徑可通過四種生產模式來保證和促進新產品的質量，即：

(一) 標準化:對工業產品的零部件、構件的類型、尺寸、材料、質地以及功能進行整理並統一成若干通用性的規格，並以最大限度適合和滿足不同行業工業產品的部件、裝備及功能需求。

(二) 通用化:對不同行業的零部件、構件的類型、尺寸、材料、質地以及功能進行整理並

統一成若干通用性的規格，並以最大限度適合和滿足不同行業工業產品的部件、裝備及功能需求。

(三) 系統化:僅在同一類產品中，根據生產和使用的技術要求，透過技術和經濟分析，適當地加以歸納與簡化，將產品的主要參數和性能指標按照一定的規則分檔，合理安排產品的品種規格以形成系列。

(四) 模塊化:是指系統科學滲透到標準化領域的一種新方法，以一定範圍內產品的總功能為目標。為了創造不同功能的產品，模塊化的生產模式對工業產品的部件、組件、構件的類型、規格、性能等共性組合，形成滿足不同需求的技術規範。(萬輝，家具產品創意)

家具的生產方式與使用者的喜好有密切關係，生產方根據市場調查出使用者的購買喜好，改變生產模式，大量製造滿足使用者喜好的產品，並有效攻佔市場，提供滿足消費者的產品，因此，在消費者不斷演變的生活方式、價值觀及品味更趨於多元化的同時，產業也必須跟得上消費者的習性、自我提升，引領消費者的終端需求。



### 第三節 消費者購買行為

消費者購買行為是指顧客為了滿足家庭的生活需要或者企業為了滿足生產的需要，購買喜好的產品或服務時所表現出來的各種行為，而發生的購買商品的決策過程。消費者購買行為是複雜的，其購買行為的產生是受到其外在因素和內在因素的相互促進交互影響的。消費者購買行為具有動態性、多樣性、互動性、易變性、衝動性、交易性等特點。換言之，顧客購買行為是由一系列環節組成，即顧客購買行為來源於系統的購買決策過程，並受到內外多種因素的影響。(周建亨，2009)

消費者的決策過程是指消費者從感受到問題存在、尋找解答、評估替代方案、選取替代方案，以及評估決策結果的一連串過程。其內涵包括要購買何種品牌產品、要購買多少數量、要在何處購買，以及何時購買等相關的購買決策。其購買決策過程一般可分為以下五個階段，並制定相應的營銷策略。(周建亨，2009)

#### 一、需要認知

當消費者意識到對某種商品有需要時，購買過程便開始了。此階段企業必須通過市場調查，認定促使消費者認識到需要的具體因素，營銷活動應致力於做好兩項工作一為發掘消費驅策力，另一為規劃刺激、強化需要。

#### 二、信息收集

多數情況下，消費者要考慮到商品的品牌、價位及販售的地點等問題，需要尋求並瞭解商品訊息。尋求的訊息一般有：產品質量、功能、價格、牌號、已購買者的評價等。消費者的信息來源通常有以下四個方面：(一)商業來源(二)個人來源(三)大眾來源(四)經驗來源。企業營銷的任務是設計適當的市場營銷組合，尤其是品牌廣告策略，宣傳產品的質量、功能、價格等，以促使消費者最終選擇本企業的品牌。

#### 三、方案評估

消費者得到的各種有關信息可能是重覆的，甚至是相互矛盾的，因此還要進行分析、評估和選擇，這是決策過程中的決定性環節。消費者進行比較評價的目的是能夠識別何

種品牌、何種類型的商品最適合自己的需要。消費者對商品的比較評價，是根據收集的資料，對商品屬性做的價值判斷。消費者對商品屬性的評價因人因時因地而異，有的注重價格，有的注重質量，有的則是注重牌號或式樣等。企業營銷首先要瞭解並努力提高企業產品的知名度，使其列入到消費者比較評價的範圍之內，才可能被選為購買目標。同時，還要調查研究人們比較評價某類商品時所考慮的主要方面，並突出進行這些方面宣傳，對消費者購買選擇產生最大影響。

#### **四、購買決策**

消費者通過對可供選擇的商品進行評價，並作出選擇後，就形成購買意圖。在正常情形下，消費者通常會購買他們最喜愛的品牌。但有時也會受兩個因素的影響而改變購買決定：(一) 他人態度；(二) 意外事件。消費者修改、推遲或取消某個購買決定，往往是受已察覺風險的影響。察覺風險的大小，由購買金額大小、產品性能優劣程度，以及購買者自信心強弱來決定。企業營銷應盡可能設法減少這種風險，以推動消費者購買。

#### **五、購後行為**

消費者購買商品後，要給予已經購買的商品評價。企業營銷必須給予充分的重視，因為它關係到產品今後的市場和企業的信譽。企業營銷必須密切注意消費者購後的感受，並採取適當措施，消除不滿；提高滿意度。如經常徵求顧客意見，加強售後的服務和保證，改進市場營銷工作，可使消費者的不滿降到最低。(周建亨，2009)

為了瞭解消費者的需求，必須透過市場調查來得知消費者的喜好，並利用蒐集的資料進行產品的設計方向及行銷手段，進而研擬出佔有市場的對策。然而在資料的蒐集上可能會因為環節的出錯而導致信息出現重複或是錯誤的結果，為了排除這樣的狀況，必須利用方案評估的特性來確認商品屬性的價值判斷，藉此推斷消費者的購買決策，最後再以消費者購後行為的回饋來為產品重新定位。

## 第四節 影響購買家具背景

在現今消費市場競爭越來越激烈的大環境下，由於品質較好的家具其使用年限長，與一般的日常必需品並不相同，因此瞭解影響消費者購買意願是非常重要的。因此，此節將針對影響消費者對於家具選購的原因做說明，彙整出三種主要的因素如下：

### 一、居室背景

家具產品的材質與色彩對於整體室內的氣氛營造有重要的作用，在選擇家具產品時應盡量與室內的設計風格協調統一，但若過份統一又會使得空間過於呆板、單調。因此，在選擇產品家具時，產品家具的色彩和材質應適當變化。(萬輝，家具產品創意)

### 二、文化背景

隨著人們審美傾向的變化，視野不斷開闊以及工作觀念和方式的轉變，辦公家具的設計顯現出許多新的特徵，以不斷地適應人們新的需求和時代的步伐。(家具設計，楊清、胡德強、李祖鵬)

不同文化的背景會對人們的興趣、愛好、藝術取向和審美觀產生影響，因此也會對於室內空間的環境與其對家具的選擇產生影響。(家具設計，楊清、胡德強、李祖鵬)

### 三、空間大小

若居室空間很大，選擇家具時不會受到太多的限制，而如果在空間有限時，選擇規格尺寸較大的家具，有可能會使居室顯得擁塞(曹茹蘋，2013)。因此合適的家具尺寸與空間的比例關係也非常重要。

人們生活的家居背景會大大影響著人們對於家具的消費意願，然而人們的生活與其文化背景息息相關，有著不同文化背景的人們，會有著不同的喜好，這也會影響消費者購買家具的意願。而很多時候，滿足消費者喜好的家具也不見的會有良好的銷售紀錄，畢竟，空間的大小也會影響消費者對於家具的購買意願。而文化背景的不同，就會有著不同的喜好、生活習慣、使用模式...等差異，這些因素也會也會影響消費者購買家具的意願，因此在很多時候在家具的販售上不見的會有良好的銷售紀錄。

## 第五節 桌類家具的造型樣式

大部分消費者在選擇辦公桌家具的時候，對辦公桌形式的選擇是決定購買的主要因素之一，因為製作辦公桌家具的桌板材質及造形而言，有許多是消費者不一定了解的專業知識，因此，認識辦公桌家具的桌板材質及形式，是消費者應該具備的基本知識，研究者將市面上幾種常見的辦公桌整理成以下幾項：

### (一) 一字型桌

簡單俐落的辦公桌以一字形為主要構件，將空間中的線條收束的簡潔不紊。書桌、工作桌、化妝桌、閱讀桌，能夠適應多樣的使用需求和空間條件，化繁為簡的設計，規劃運用更加靈活。(圖 2-5-1)



圖 2-5-1 一字型造形辦公桌-1

(圖片來源 <https://www.pcone.com.tw/product/info/180907118771>)

以純白色為基調的桌面，搭配白鐵的直式方管桌角，呈現簡約且帶有現代感的一字形辦公桌。(圖 2-5-2)



圖 2-5-2 一字型造形辦公桌-2  
(圖片來源 <https://www.trplus.com.tw/p/016538420>)

辦公桌的整體設計採用實木製造，使得體態不僅溫潤，同時又帶有厚實且穩重的感覺。(圖 2-5-3)



圖 2-5-3 一字型造形辦公桌-3  
(圖片來源 [http://www.rfy.com.tw/?route=product/product&product\\_id=6578](http://www.rfy.com.tw/?route=product/product&product_id=6578))

辦公桌整體設計帶有輕工業風的味道，以木紋為用色主軸，再以鐵件做為結構點綴並穿插其中。(圖 2-5-4)



圖 2-5-4 一字型造形辦公桌-4

(圖片來源 [https://www.momoshop.com.tw/goods/GoodsDetail.jsp?i\\_code=4626060](https://www.momoshop.com.tw/goods/GoodsDetail.jsp?i_code=4626060))

此辦公桌整體架構以箱體構成，側面的箱體與桌體背板內側設有置物功能，搭配中抽的設計，能使其擁有大量的置物空間。(圖 2-5-5)



圖 2-5-5 一字型造形辦公桌-5

(圖片來源 <https://www.rakuten.com.tw/shop/shang-pin88/product/CM-214-5/>)



粗曠的黑色鐵件結構與溫潤的深色木板相互搭配，有效利用鐵件組合的特性，在桌上另外嫁接出置物架，使得置物空間增加；整體搭配和諧。(圖 2-5-6)



圖 2-5-6 一字型造形辦公桌-6  
(圖片來源 <https://www.etmall.com.tw/i/2121065>)

## (二) L 型桌

L 型桌，又稱轉角桌。巧妙利用 L 型桌的特性有效利用房間裡的轉角，將那原本使用效率不高的角落變成可以有效利用的桌面或是其他書面資料及辦公用具的收納空間。

利用色彩上的對比，白色的面板與深色木頭的木板的和諧相得益彰。桌體結構厚實且穩重，坐落於地面上有著相當實在的落實感。(圖 2-5-7)



圖 2-5-7 L 型造形辦公桌-1  
(圖片來源 <https://q222687.shop2000.com.tw/product/p36109231>)

以鐵件製作的桌腳呈現夾角狀，使得整體比例線條別具特色。設立於桌前的檔板以

曲面呈現，使得整體面貌靈活不呆板。(圖 2-5-8)



圖 2-5-8 L 型造形辦公桌-2

(圖片來源 <https://home.591.com.tw/newFurniture-detail-5774855.html>)

以烤漆玻璃作為桌面，烤漆鐵件作為桌腳。桌體結構以三個不同的物件組合成一個 L 形狀，輕巧的造型使得辦公桌俐落且優雅。(圖 2-5-9)



圖 2-5-9 L 型造形辦公桌-3

(圖片來源 [https://www.trplus.com.tw/p/016206765?c=EC\\_10000141](https://www.trplus.com.tw/p/016206765?c=EC_10000141))

以厚實的木板作為整體材質的基礎，在桌面的右方以櫃體的結構呈現並支撐整個桌



面，不僅有效利用櫃體的支撐性，同時又增加許多置物空間。(圖 2-5-10)



圖 2-5-10 L 型造形辦公桌-4  
(圖片來源 <https://www.amazon.com/dp/B00FHXI350>)

### (三) 其他特殊造型

善用桌子各異的造型，多種的功能，目的是為了可以有效運用空間。人們可以依空間的限制而選擇其中幾樣不同造型、不同功能的桌子，來搭配出屬於當下情境或空間的桌型，使得整體空間展現出不同的層次與深度。

此辦公桌可透過不同的方式呈現辦公的樣貌，同時也可以規劃辦公的空間。

(圖 2-5-11、圖 2-5-12)



圖 2-5-11 其他造形辦公桌 BIO TSH MEETING TABLE-1  
(圖片來源)

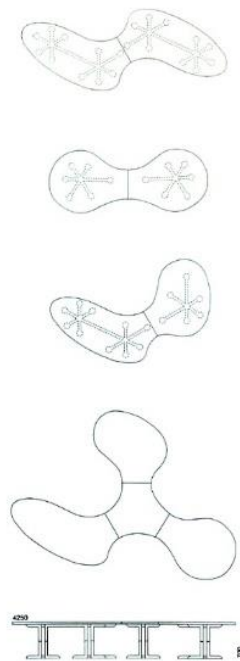


圖 2-5-12 其他造形辦公桌 BIO TSH MEETING TABLE-2  
(圖片來源)

此辦公桌以輕巧的結構呈現，桌板的曲現造型圓滑可愛，能與其他相同的辦公桌合併，增加桌面的辦公空間。(圖 2-5-13、圖 2-5-14)



圖 2-5-13 其他造形辦公桌 BIO VI TES MEETING TABLE-1  
(圖片來源 <http://ihd.it/portfolio/bio-table-iv/>)



圖 2-5-14 其他造形辦公桌 BIO VI TES MEETING TABLE-2  
(圖片來源 <http://ihd.it/portfolio/bio-table-iv/>)

桌面造型與桌體結構簡潔俐落，而在桌面的機關可將桌板摺疊於桌腳側面，便於收納。(圖 2-5-15、圖 2-5-16)



圖 2-5-15 其他造形辦公桌 FOLDAWAY TABLE MULTI PURPOSE TABLE-1  
(圖片來源 <https://www.atec.com.br/produtos/the-intersect-portfolio/>)



圖 2-5-16 其他造形辦公桌 FOLDAWAY TABLE MULTI PURPOSE TABLE-2  
(圖片來源 <https://www.atec.com.br/produtos/the-intersect-portfolio/>)

桌面以不規則多邊形為主體，桌腳以多支柱單點呈現，並支撐主桌板。其造型特殊多樣，能拼湊出多種樣貌，有利於空間上的配置。(圖 2-5-17、圖 2-5-18)



圖 2-5-17 其他造形辦公桌 TABLE KUGGEN-1

(圖片來源

<https://quasimodomodern.com/products/table-bord-kuggen-with-expansionlegs-of-chromium-plated-steel/>)

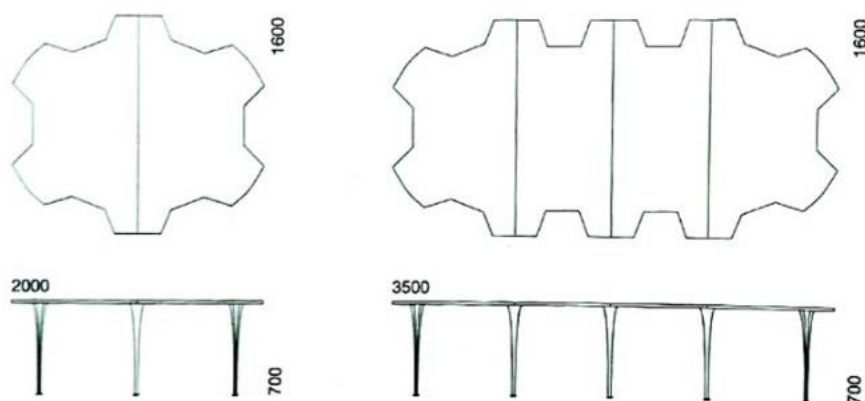


圖 2-5-18 其他造形辦公桌 TABLE KUGGEN-2

(圖片來源

<https://quasimodomodern.com/products/table-bord-kuggen-with-expansionlegs-of-chromium-plated-steel/>)



輕巧造型且易於移動的小型辦公桌，能夠有效地在開放式的辦公空間穿梭，而旗下設有置物空間，能夠放置電腦的主機或其他配備與文書資料。(圖 2-5-19、圖 2-5-20)



圖 2-5-19 其他造形辦公桌-1

(圖片來源 <https://zhuanlan.zhihu.com/p/450682905>)



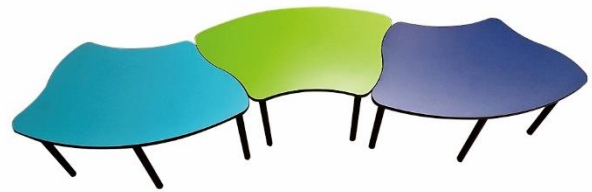
圖 2-5-20 其他造形辦公桌-2

(圖片來源 [https://www.mfcl.com.hk/products.php?p\\_id=193](https://www.mfcl.com.hk/products.php?p_id=193))

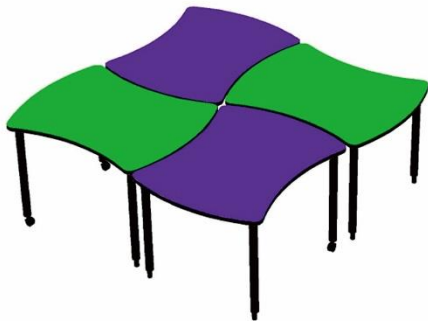
繽紛亮眼的色彩能給人的心情有不同的轉換，運用同樣造型的桌子能夠搭配出多變多樣的辦公桌。(圖 2-5-21)



Leaf



Squabble



Core



Petal

圖 2-5-21 其他造形辦公桌-3

(圖片來源 <https://www.carrmclean.ca/moen-woodworks-colourful-activity-tables.html>)

## 第六節 桌面材質

整個辦公桌的結構中，桌面就占了大約一半的體積，選擇什麼樣的桌面材料來製造，基本上就對桌子的整體類型定義了大半。目前辦公家具市場上以人造板為桌板材料的銷量是最高的，這種板材易加工造價低，所以製成的辦公桌也相對較便宜。

### (一) 原木板

原木板是直接把樹材剖片取下，沒有以其他木種做添加或增加膠合物，而是直接以原木木板裁切加工定型成各式家具，因為樹種的物性不同，要取得大面積的原木也較為困難，故市面上的原木家具數量較為稀少、價格也較貴。(圖 2-6-1)



圖 2-6-1 花梨原木

(圖片來源 <https://www.ruten.com.tw/item/show?21840747284894>)

### (二) 實木板

實木板就是以樹材的原木做裁切後，再依照裁切後的板材大小、花紋及色澤做適當的拼接組合，外觀和原木家具一致無異，也沒有家具貼皮或是膠合物的疑慮，是目前市面上最常見的好選擇。(圖 2-6-2)



圖 2-6-2 原木家具

(圖片來源 <http://www.funbugi.com>)



### (三) 塑合板

塑合板就是一般市面上所稱呼的甘蔗板，特色是將木料絞碎後加入膠合劑料和防止發霉的藥劑混合，再經過高溫壓製成型，重量是以上介紹所有材質當中最輕盈、價格最便宜，優點是其可採用回收木料較為環保，但是缺點相對的就較無法耐重也容易受潮，不建議用於需荷重的家具。(圖 2-6-3)



圖 2-6-3 塑合板  
(圖片來源 <http://www.funbugi.com>)

### (四) 密集板

密集板就是一般俗稱的 MDF (中密度纖維板)，是以木材去絞碎成更細的纖維，以樹脂和膠料混合壓製而成的板材，由於密集板是以纖維為主要材質，最容易因為潮濕而導致膨脹變形，若要採用密集板製做家具或是物材，做好防潮的步驟才能加強其耐用度和壽命。(圖 2-6-4)



圖 2-6-4 密集板  
(圖片來源 <http://www.funbugi.com>)

### (五) 塑料材料

塑料是以合成樹脂為主要成分，適當加入填料、增塑劑、潤滑劑、色料等添加劑，在一定的溫度和壓力下塑製成型的一類高分子材料。塑料具有良好的綜合特性，塑料質量輕，強度高，耐化學性好，加工方便，價格便宜。(家具設計，楊清、胡德強、李祖鵬)(圖 2-6-5)



圖 2-6-5 塑膠桌版

(圖片來源

<https://www.besteventrentals.net/fort-collins-event-rentals/tables/4-plastic-banquet-table-detail.html>)

### (六) 玻璃

玻璃是一種較為透明的固體物質。在熔融時形成連續網格結構，冷卻過程中黏度逐漸增大並硬化而不結晶的矽酸鹽類非金屬材料，屬於混合物。有的混入了某些金屬的氧化物或鹽類而顯現出顏色。玻璃具有硬度大、感光強、化學性質穩定等一系列優良特性。(家具設計，楊清、胡德強、李祖鵬)(圖 2-6-6)



圖 2-6-6 玻璃桌版

(圖片來源 <https://www.lamercanti.cn/classic-desk/llt-fiam.html>)

### (七) 蜂巢板

「蜂巢板」，英文叫「Board on frame」，所謂的蜂巢板是一種類似「三明治」的結構，上下用纖維板整片覆蓋在密集板或實木的邊框上，中間則是使用可再回收的紙板，做成像是「蜂窩狀」的結構填充。由於蜂巢板具有高平坦性、高剛性、防火、隔音、隔熱及質輕等特徵，已逐漸廣泛使用在建築物之內外牆、屋頂、地板、門板及隔音牆或無塵無菌室之金屬隔間等範圍。(裝潢維基百科－設計家)(圖 2-6-7)



圖 2-6-7 蜂巢板

(圖片來源 <https://www.duhpba.co/%E8%9C%82%E5%B7%A2%E6%9D%BF%E6%9D%90%E8%B3%AA-%E5%90%84%E7%A8%AE%E6%9D%BF%E6%9D%90%E4%BB%8B%E7%B4%B9/>)

### (八) 美耐板貼皮

美耐板是以含浸過的色紙與牛皮紙層層排疊，再經由高溫高壓壓製而成。產品具有耐高溫、高壓、耐刮、防焰等特性，是相當耐用的表面裝飾飾材。為表面飾材的一種，具有多種變化可省去油漆的預算，耐髒的特性也適合用於浴室的天花板、櫃門、壁面等處，但它具有轉角接縫處明顯的缺點，因此在收邊時須特別留意。美耐板的應用範圍很廣，常使用在居家環境，舉凡桌面、櫥櫃、壁面、檯面等等，都可以使用美耐板。(裝潢維基百科－設計家)(圖 2-6-8)



圖 2-6-8 美耐板

(圖片來源 <https://eiffel8158.pixnet.net/blog/post/279476303>)



### (九) 天然實木貼皮

又稱薄木、單板，英文名稱：veneer，應用於家具類等產品的貼面裝飾，是一種具有珍貴樹種特色的木質片狀薄型飾面或貼面材料。木皮及其貼面裝飾行業起步於上世紀 50 年代，經半個世紀的發展，已具備了相當的規模。特別是近十幾年來，隨著近十幾年來國內木材加工行業的快速發展及近年房地產業的飛速發展，木皮作為一種極佳的表面裝飾材料，隨之迅速發展起來。(每日頭條)(圖 2-6-9)



圖 2-6-9 實木貼皮

(圖片來源 <https://tw.bid.yahoo.com/item/100130719786>)

#### (十) 不織布人造貼皮

利用人造的技術下去仿製實木，質感也相當不錯，紋路也較實木統一連續，比起實木貼皮也較好黏貼，是常應用在現在木作裝潢上的材料。(裝潢設計)(圖 2-6-10)

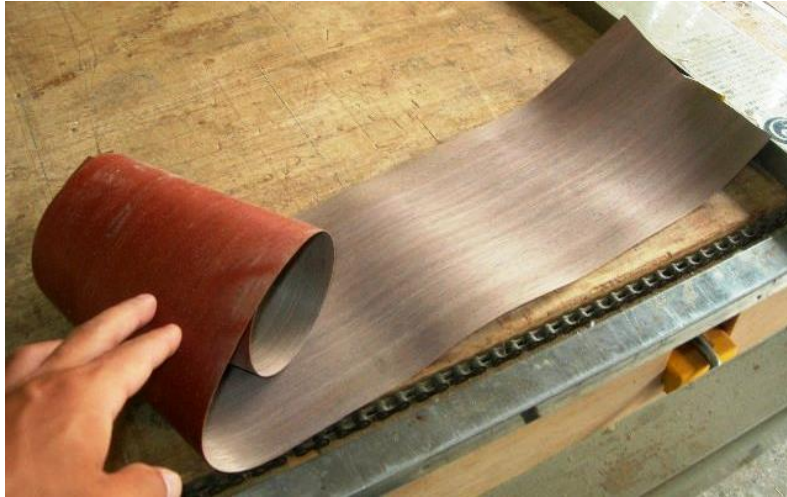


圖 2-6-10 不織布人造貼皮  
(圖片來源 <http://blog.udn.com/oceanda231/24867844>)

#### (十一) 塑膠貼皮

時下 DIY 盛行所衍生的產品，很像貼紙，只須裁切所需大小，黏貼即可，這種材質木工是不會用在櫃體或是外觀上的，因為它的質感不好，容易翻翹、不耐刮，多為時下 DIY 或是修補所用。(裝潢設計)(圖 2-6-11)

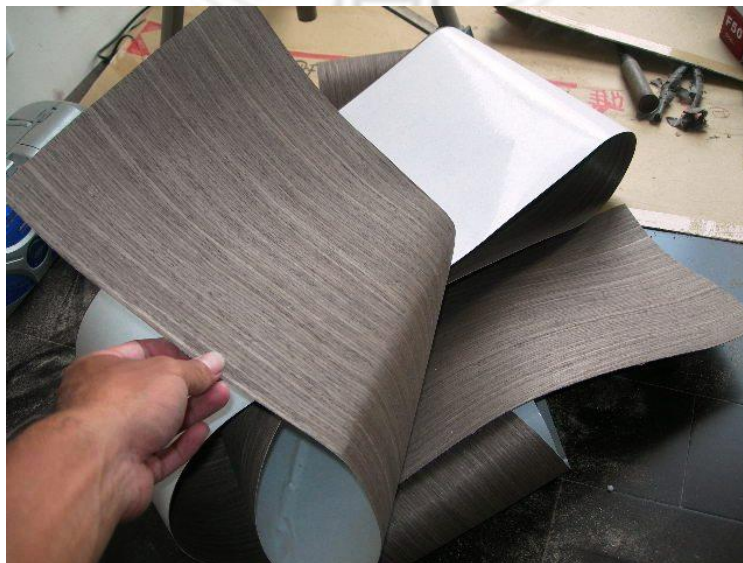


圖 2-6-11 塑膠貼皮  
(圖片來源 <http://blog.udn.com/oceanda231/24867844>)



## (十二) 皮仔板

就是將上述的外觀貼皮跟板材先在工廠接合，木工師傅可以視需要，要求一面貼皮的皮仔板，還是雙面都要貼皮的皮仔板。如此一來，木工在裁切跟黏貼都可以省事不少。此外視需求，皮仔板的厚度也可以不同，像是木作櫃的門片，就會用 6 分木心板的皮仔板，外觀的表面覆材可能就用 1 分的皮仔板。(裝潢設計)

(圖 2-6-12)



圖 2-6-12 皮仔板

(圖片來源 <http://blog.udn.com/oceanda231/24867844>)

## 第七節 桌體結構

桌子是由三種部件所組成：桌腿、望板和桌面。桌腿和望板拼接在一起形成了堅固且開放的支撐結構。最為常見的辦公家具為一字形辦公桌或L型辦公桌，搭配桌面下設有中抽或分離式櫃體的造型。

### (一) 整體式辦公桌並在桌面下設有中抽

白色的門片與深色的桌體相互搭配，使得桌體外觀靈活不呆板。(圖 2-7-1)



圖 2-7-1 整體式辦公桌並在桌面下設有中抽-1  
(圖片來源 <http://shopee.tw/trplus/1803541834>)

以單一素色的色彩基調包覆整體，利用這些和諧的設計元素給予整體式辦公桌。(圖 2-7-2)



圖 2-7-2 整體式辦公桌並在桌面下設有中抽-2  
(圖片來源 <https://shopee.tw/product/30122853/2728773734?smtt=0.3223599-1651019833.9>)

有效利用整體式 L 形辦公桌的特性，結合兩個抽屜櫃於桌子的兩側，不僅有利於收納，同時也成為桌面的支撐。(圖 2-7-3)



圖 2-7-3 整體式辦公桌並在桌面下設有中抽-3  
(圖片來源 [https://www.ouyun.com.tw/products\\_detail/2523.htm](https://www.ouyun.com.tw/products_detail/2523.htm))

## (二) 分離式辦公桌並在桌面下設有中抽

善用分離式辦公桌的桌體與抽屜櫃體分離，能夠使得空間分配上更佳靈活。

(圖 2-7-4、圖 2-7-5、圖 2-7-6)



圖 2-7-4 分離式辦公桌並在桌面下設有中抽-1  
(圖片來源 <https://www.pcone.com.tw/product/info/180907118771>)

善用分離式辦公桌的桌體與抽屜櫃體分離，能夠使得空間分配上更佳靈活。





(活動櫃)

(側櫃)

圖 2-7-5 分離式辦公桌並在桌面下設有中抽-2  
(圖片來源 <http://www.taf.com.tw/product/other/additional08.html>)



圖 2-7-6 分離式辦公桌並在桌面下設有中抽-3  
(圖片來源 <http://shopee.tw/jmw29531556/7978459427>)

### (三) 桌體與抽屜箱體相連，無中抽

無中抽的桌體俐落設計反映出桌板與抽屜箱體的設計比例和諧。(圖 2-7-7)



圖 2-7-7 整體式辦公桌，無中抽-1

(圖片來源 [https://www.momoshop.com.tw/goods/GoodsDetail.jsp?i\\_code=4626060](https://www.momoshop.com.tw/goods/GoodsDetail.jsp?i_code=4626060))

簡約的造型，無中抽得桌板在整體上顯得靈巧，並以抽屜櫃體、鐵柱及片板搭配支撐桌面的結構，大大地提高視覺的可看性，靈活不單調。(圖 2-7-8)



圖 2-7-8 整體式辦公桌，無中抽-2

(圖片來源 [https://www.momoshop.com.tw/goods/GoodsDetail.jsp?i\\_code=4944172](https://www.momoshop.com.tw/goods/GoodsDetail.jsp?i_code=4944172))

此整體式 L 形辦公桌的左側部分，其櫃體提供良好的置物空間與支撐結構，有效提升此桌的功能性。(圖 2-7-9)



圖 2-7-9 整體式辦公桌，無中抽-3

(圖片來源 <http://dhome.com.tw/product/%E2%98%86de%E5%BE%B7%E4%B8%80%E5%AE%B6%E5%85%B7%E2%98%86yf031-6%E5%B0%BA%E8%BE%A6%E5%85%AC%E6%A1%8C-cx22-735-2/>)

#### (四) 僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽

此種桌子的桌形結構簡單，用途分明。(圖 2-7-10、圖 2-7-11、圖 2-7-12)



圖 2-7-10 僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽-1

(圖片來源 <https://www.trplus.com.tw/p/016534762>)



圖 2-7-11 僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽-2  
(圖片來源 <https://www.trplus.com.tw/p/016091477>)



圖 2-7-12 僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽-3  
(圖片來源 <https://24h.pchome.com.tw/prod/QFAB7H-A90096I6R>)



(五) 桌體結構外觀厚實且穩重

此種類型的辦公桌，有著厚實的體積結構，落實於地面時相當穩重。(圖 2-7-13)



圖 2-7-13 桌體結構外觀厚實且穩重-1  
(圖片來源 <https://www.trplus.com.tw/p/016223354>)

此類型辦公桌，僅有單體的設計卻不乏多樣的功能。(圖 2-7-14)



圖 2-7-14 桌體結構外觀厚實且穩重-2  
(圖片來源 <https://www.rakuten.com.tw/shop/hd-deco/product/TSP-01926/>)

#### (六) 桌體結構外觀輕巧且易動

以輕型鐵件做為主架構，搭配五金件固定於桌面的輕巧造形，不僅僅風格強烈，在視覺上也相當輕巧。(圖 2-7-15)



圖 2-7-15 桌體結構外觀輕巧且易動-1

(圖片來源 <https://shopee.tw/product/47351426/9814619744?smtt=0.3223599-1651022554.9>)

以輕型鐵件做為主架構，搭配五金件固定於桌面的輕巧造形，不僅僅風格強烈，在視覺上也相當輕巧。(圖 2-7-16)



圖 2-7-16 桌體結構外觀輕巧且易動-2

(圖片來源 <https://shopee.tw/product/47351426/3879305505?smtt=0.3223599-1651022655.9>)

### (七) 桌體結構可以變形

桌面造型與桌體結構簡潔俐落，而在桌面的機關可將桌板摺疊於桌腳側面，便於收納。(圖 2-7-17)



圖 2-7-17 桌體結構可以變型

(圖片來源 <https://www.atcc.com.br/produtos/the-intersect-portfolio/>)

### (八) 桌面設有隱藏式收納

此類辦公桌造型簡約輕巧，並在桌面設有隱藏式多格收納的設計。(圖 2-7-18)



圖 2-7-18 桌面設有隱藏式收納

(圖片來源

<https://tw.buy.yahoo.com/gdsale/Home-Feeling-%E5%B7%A5%E4%BD%9C%E6%A1%8C-%E6%9B%B8%E6%A1%8C-%E6%94%B6%E7%B4%8D%E6%A0%BC-3-7543027.html>)

### 第三章 研究方法

本研究欲瞭解辦公家具之「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」等因素是否影響消費者購買產品之意願。根據上述主題先進行了相關文獻的分析與瞭解，以確定研究架構進而設計問卷，透過問卷的發放及回收篩選有效問卷進行統計及分析以達到研究目的。

#### 第一節 研究架構

依據研究緣起的論述及文獻探討的內容，有關辦公家具範例及介紹不同種類的设计、消費者購買行為等文獻探討的分析結果，本節針對研究方法、研究對象、研究程序及資料處理統計分析等過程建立研究架構，作為後續研究調查的依據。(如圖 3-1-1)

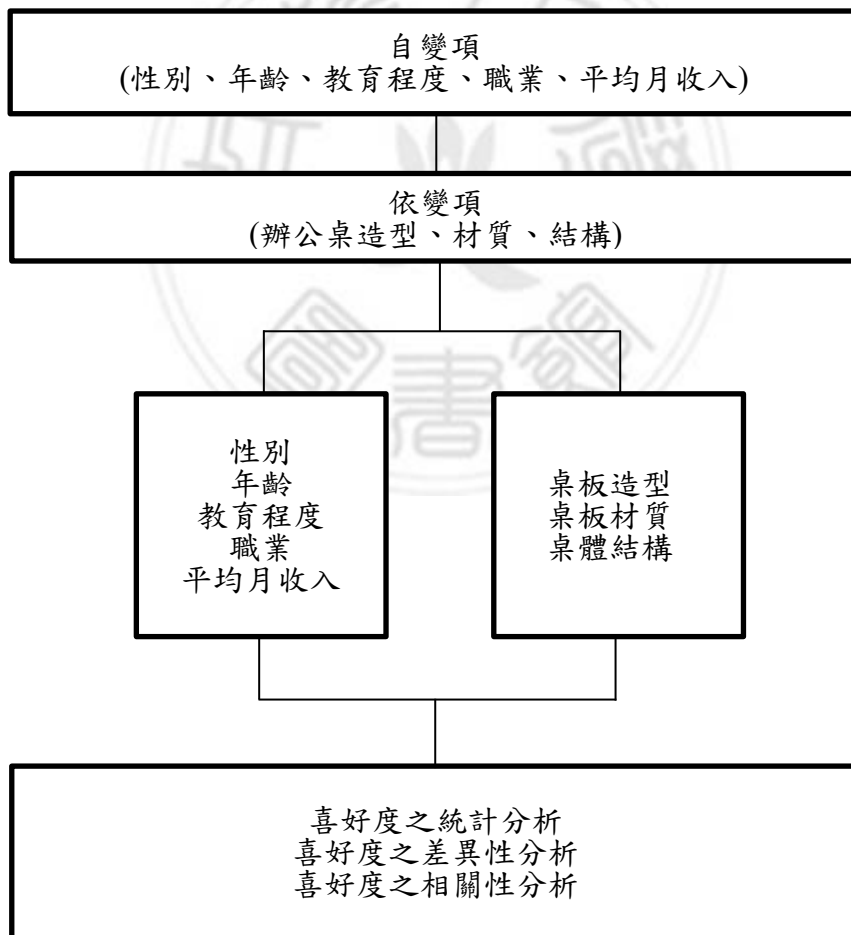


圖 3-1-1 研究架構圖

(研究者自繪)





## 第二節 研究方法與對象

本研究為探討影響消費者選購辦公家具之因素研究，因此首先採用文獻分析法，分析出市售辦公家具的「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」等三部分資料，並依據研究需要進行分類及設計問卷內容。以下就文獻分析法、問卷調查法、問卷調查之母群、取樣方法加以說明。

### 一、文獻分析法

「文獻」一詞的原意為典籍，從學術的角度來看，則是為官方或民間收藏用來記錄群體或個人在政治、經濟、軍事、文化、科學或是宗教等方面活動的文字或其它載體的材料，對此，文獻分析法係指根據一定的研究目的或課題，透過蒐集有關資訊、調查報告、圖書、期刊與學術論文等文獻資料，從而以系統、客觀的界定，全面且精確地鑑別和掌握所想要研究的議題現象，並且就上揭資料加以研究歸納、整理分析，以增進對於事實科學有所認識的一種方法。

文獻分析法主要目的在於了解過去、洞察現在和預測未來，對此，蒐集內容儘量要求豐富及廣博，經過分析後歸納統整，再分析事件的淵源、原因、背景、影響及其所隱含的結構意義等，除此之外，因為文獻分析法不與文獻中記載的人、事有所接觸，因此，又稱為非接觸性研究方法，至於，文獻分析法包括閱覽與整理(Reading and Organizing)、描述(Description)、分類(Classifying)以及詮釋(Interpretation)等四大步驟。綜合以上，文獻分析法的特性如下：

- (一) 它所研究的事件是過去而非目前發生，亦即，文獻分析超越過去時空的限制，紀錄的是過去的社會事實。
- (二) 文獻分析可超越個人的經驗與視野。
- (三) 文獻分析可超越調查互動中的不良影響。
- (四) 文獻分析可提供詳實可靠的背景資料。

最後，文獻分析不等於文獻探討，這其中的文獻探討（literature review）並不是研究方法，它只是一項資料收集的「技術」(techniques)，對此，一般研究中的文獻分析法，經常也會和相關的研究方法相互搭配，例如深度訪談法、問卷調查法、電話調查或焦點團體訪談法等，藉此讓資訊或資料的收集更為完整。(林萬青，2009)

本研究主要蒐集國內外有關於傳統生活方式與現代居家設計、現代生活方式與家具設計、家具業的生產模式、消費者購買行為、影響購買辦公家具背景、辦公桌的型式等資訊，透過相關之叢書、期刊論文、碩博士論文、網路資料等，分析辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」等資料，作為問卷設計的依據。

## 二、問卷調查法

問卷調查法(Questionnaire Survey)是透過一套標準刺激，施予一群具代表性的填答者所得的反應，據以推估全體母群對於某特定問題的態度或行為反應，此種研究方式除了使用在學術研究，更被大量用在民意調查、消費者意見蒐集、行銷調查等各種應用領域(邱皓政，2002)。

一般認為問卷調查研究法因為實施起來簡單，所以被廣泛使用，但它仍有其缺點，致使此研究方法常遭批評。所以研究者在進行此類研究之前，應該要確實了解其優點及限制，進而在研究設計裡，盡量避免其限制而妥善發揮其優點。問卷調查研究法的優點與限制分述如下素：

### (一) 優點：

1. 問卷印製與郵資花費有限，且容易實施。
2. 填答者選答自由，不會因面對研究者而有心理負擔。
3. 題目內容劃一，便於比較，容易標準化。

### (二) 限制：

1. 僅藉助文字或圖表作為溝通的媒介有其限制，填答者即使對問題內容不了解也無法獲得協助。
2. 研究者無法掌握填答者的動機、意願、興趣、認知能力、周圍環境或特殊狀況，但

往往這些狀況會直接影響填答結果。

3. 問卷內容常受篇幅所限，不能太繁複也不能太長，因此對所調查的事項，無法獲得較詳細、深刻的答案。
4. 回收率難以掌握。
5. 如果設計不夠精緻或填答者不遵照說明來回答，常使資料難以分析，或分析結果無法滿足研究需要。

本研究透過文獻分析將問卷內容區分辦公家具「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」等三部份，並以不同背景消費者的喜好程度為自變項，進行各變項之平均數統計及分析各變項之間的差異性及相關係數。

### 三、研究對象與限制

研究母群即為所界定研究對象的集合體，期望研究結果能解釋這個「特定群體」，母群體的範圍可大可小，母群體愈小，取樣愈容易，但是所得結果僅能推論到這有限的小群體，在統計分析中以 N 代表母群個數。

依研究對象的抽樣與否，可將問卷調查的類型分為普查(Censuses)與樣本調查(Sample Survey)二種，茲分述如后：

- (一) 普查：針對所研究的母群做全面性的調查，就是普查。如果客觀條件允許的話，對母群做全面性的普查是最正確、周延的方法(林生傳，2003)。常見的普查包含「台灣人口普查」、「農林漁牧業普查」……等，通常是政府用來瞭解國家人力、經濟、設備資源……等基本資料的最佳方式，當然民間或機關想執行較具規模的大型研究，也常執行普查。國小學生的研究通常以樣本調查為主，但若研究者認為研究目的需要，或者研究對象母群人數並不多，且為了讓研究結果更能真實代表現況，亦鼓勵研究者進行普查研究。
- (二) 樣本調查：不針對所研究的母群做全面性的調查，而只從母群體中抽取具代表性者進行調查，則稱為樣本調查。如果抽樣程序合適、蒐集資料方法正確、獲得的資料與研究該領域的重要問題相關，則樣本調查不失其價值。受限於現實因素

的考量，或是研究對象人數眾多、分布廣時，大部分的研究者會選擇樣本調查的方式進行研究。(王文科，1986)

本研究因受限於研究者時間、人力、物力等考量，受試者以台灣地區有經濟能力之辦公桌類家具消費者作為研究對象。其研究結果僅推論於台灣地區，無法直接類推於其他地區。本研究參考國內外有關「辦公桌」之相關文獻，根據研究目的蒐集相關資料，分類、整理後編製調查問卷內容，並利用網路 Google 表單模式的問卷，依據設定的消費者背景條件所使用的通訊軟體(如 Facebook、Twitter、LINE、Instagram…等)，發送給台灣地區在網路參加家具相關社群的社團人員，例如「二手辦公傢具之家 6710 人」、「二手新品家具家飾燈飾買賣 3.0 萬人」、「二手傢俱變現金 環保●實惠●不煩惱 6.0 萬人」、「二手家具不浪費 37.6 萬人」等社群，以社群成員為研究對象。申請加入社團後並回答入社之相關問題，待社團管理員批准入團申請後，私訊社團管理員說明論文及問卷之相關內容，並詢問是否能在社團內發文張貼不記名問卷，經獲同意後進行問卷的發放，並同樣於貼文內說明論文及問卷之相關內容，並備註僅需花費幾分鐘時間進行填答，懇請社團成員協助。自 2022 年 5 月 1 日至 2022 年 5 月 30 日止，利用網路 Google 表單，透過隨機邀請社群的成員協助進行填寫問卷，而受試者進行不記名方式的填答，並在問卷回收後利用 SPSS 統計軟體進行資料建檔。

#### 四、信度

信度就是一份問卷工具的穩定性。也就是用同一份問卷，不論何時對同一群人施測，結果都相似，就表示這份問卷的穩定性高、信度夠，可以信賴。舉一個簡單的例子，例如同一隻耳溫槍，一分鐘前測小敏的體溫是 40 度，一分鐘後測 卻變成 37 度，在沒有任何藥物控制之下，一分鐘之間人的體溫是不可能如此大的差異，所以表示這支耳溫槍穩定性差、不足以信賴，甚至可以說它可能壞了，不能使用了。

一般說來，研究者在設計問卷、前測或正式施測時即會把握許多原則，使問卷工具本身的信度有所提升，之後再透過統計方法來檢驗該問卷之信度是否合乎標準，若合乎標準，則才能表示這份問卷可能適合用於研究之中。

本研究為了提升問卷的信度，選定台灣地區 20 位一般民眾進行預測試(Pretest)，於 111 年 4 月 3 日發送 20 份問卷進行第一次問卷填答，於 111 年 4 月 8 日彙整問卷進行第一次資料建檔；111 年 4 月 13 日再發送第二次問卷填答，於 111 年 4 月 17 日彙整問卷進行第二次資料建檔。然後將第二組測試資料以 SPSS 統計軟體執行信度分析檢定所得 Cronbach's a 係數值，所得的 Cronbach's a 值為，列表如下：

表 3-2-1 觀察值處理摘要

		觀察值處理摘要	
		N	%
觀察值	有效	20	100.0
	已排除 <sup>a</sup>	0	.0
	總計	20	100.0

a. 根據程序中的所有變數成批刪除。

表 3-2-2 可靠性統計量

可靠性統計量	
Cronbach's Alpha	項目數
.784	16

## 五、效度

效度就是一份問卷工具的有效性，也就是其是否能有效的測量出所要測量的問題之指標。例如，老師想測學生對數學某單元的學習成效，因而設計一份考卷，結果考出來之後發現，學得好的同學分數沒有比較高，但學得差的同學分數反而高，這就表示這份考卷設計不良，是一份無效的考卷。以國小研究者在研究過程中確保問卷效度之參考如下：

- (一) 結果變項的操作性定義必須符合邏輯：例如，某研究者想瞭解消費者每月收入情形，此時研究者對於年收入的定義可能包含每週（或每月）的固定（不固定）加班費，以及年終獎金……等，但不宜包含比賽獎金或彩卷中獎的部分。
- (二) 問卷內容需與結果變項的操作性定義配合：如前例，消費者每月收入情形，不包含比賽獎金或彩卷中獎的部分，在設計問卷時就不應將此部分的題目納入。

(三) 工具本身需具有信度。

(四) 編制具有「測謊題」的題目：在問卷中編制「測謊題」，用來檢驗填答者在答題時是否有真正思考，或只是應付了事。最簡單的測謊題編制方法，就是在問卷中編制完全相反的題目，如果填答者的答案沒有區隔性，表示該份問卷無效，在分析結果時，整份問卷應不採計。

(五) 問卷設計完之後，可委請在此領域的專家(學者)協助審核問卷內容，確認問卷題目確實符合研究目的，是一份有效的問卷。

本研究計畫聘請台灣地區具有 10 年以上資歷，從事造型設計課程，家具相關設計的專家(學者)協助審查問卷內容，確認問卷能有效測量出所要測量的問題，達到問卷的效度要求。名單如下：

姓名	職稱	備註
鄭○福	於南華大學從事造型設計課程 10 年以上	
陳○進	於樹德科技大學擔任助理教授	
黃○智	於嶺東科技大學擔任助理教授兼實習暨證照培訓中心主任	

### 第三節 研究工具

本研究採用「問卷調查法」，透過問卷資料整理、統計與分析，以驗證研究假設，首先透過文獻分析瞭解目前辦公家具之「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」等因素的現況，設計問卷調查消費者對這些因素的喜好程度，並探討其差異性及相關係數，以達成研究目的。問卷內容分為二大部分，第一部分為「基本資料」，第二部分為則是「消費者選購辦公桌相關因素喜好度之調查研究」喜好度調查。本節說明問卷編製與內容、問卷填答與記分、及問卷實施與分析。

本問卷參考文獻資料，編製「影響消費者選購辦公家具之因素研究問卷」，共分為五個部分，第一部分為受試者基本資料，第二部分為則是辦公家具「桌板造型」之喜好度調查。第三部分為則是辦公家具「桌體結構」之喜好度調查。第四部分為則是辦公家具「桌體結構」之喜好度調查。

#### 一、基本資料

- (一) 性別：分為「男」、「女」兩個類別。
- (二) 年齡：分為「18~30 歲」、「31~40 歲」、「41~50 歲」、「51~60 歲」、「60 歲以上」等五種類別。
- (三) 學歷：分為「國中及以下」、「高中職」、「大學/專科」、「研究所(含以上)」等四種類別。
- (四) 職業狀況：分為「學生」、「軍公教」、「工商服務業」、「農林漁牧」、「其它」等五種類別。
- (五) 個人平均月收入：「20,000 以下」、「20,001~40,000」、「40,001~ 60,000」、「60,001~80,000」、「80,000 以上」等五種類別。

#### 二、辦公家具「桌板造型」之喜好度調查

根據相關文獻之探討及分析，本研究將辦公家具「桌板造型」區分為三大項目，包括：「一字形」、「L 形」、「其他造形」共三種「桌板造型」作為測量內涵。依照受



試者的喜好排序，五點量表記分，5分為「非常喜歡」、4分為「喜歡」、3分為「尚可」、2分為「不喜歡」、1分為「非常不喜歡」。問卷的內容說明如下：

(一)辦公桌類家具採用「一字形辦公桌」的造型，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(二)辦公桌類家具採用「L字形辦公桌」的造型，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(三)辦公桌類家具採用「其他造型」的造型，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



### 三、辦公家具「桌板材質」之喜好度調查

根據相關文獻之探討及分析，本研究將辦公桌家具「桌板材質」區分為五大項目，包括：「實木板」、「塑合板」、「塑料材料」、「玻璃桌板」、「貼皮」共五種「桌板材質」作為測量內涵。依照受試者的喜好排序，五點量表記分，5分為「非常喜歡」、4分為「喜歡」、3分為「尚可」、2分為「不喜歡」、1分為「非常不喜歡」。問卷的內容說明如下：

(一)辦公桌類家具採用「實木板」的桌面材質，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(二)辦公桌類家具採用「塑合板」的桌面材質，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



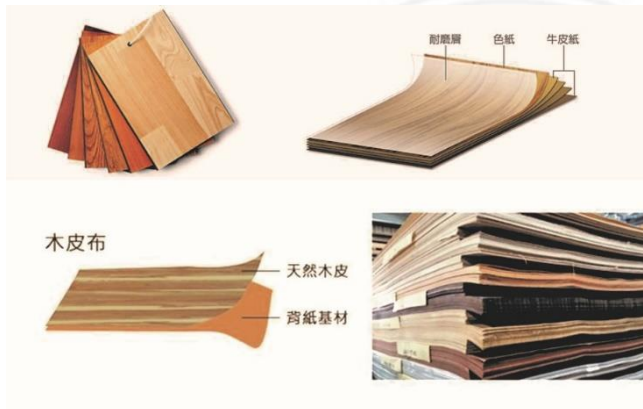
(三)辦公桌類家具採用「塑料材料」的桌面材質，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(四)辦公桌類家具採用「玻璃桌板」的桌面材質，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(五)辦公桌類家具採用「貼皮」的桌面材質，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(包含天然實木貼皮、美耐板貼皮、不織布人造貼皮、塑膠貼皮等各式貼皮)

#### 四、辦公家具「桌體結構」之喜好度調查

根據相關文獻之探討及分析，本研究將辦公桌類家具「桌體結構」區分為八大項目，包括：「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」、「整體式辦公桌，無中抽」、「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」、「僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽」、「桌體結構外觀厚實且穩重」、「桌體結構外觀輕巧且易動」、「可以變形」、「桌面設有隱藏式收納」共八種「桌體結構」作為測量內涵。依照受試者的喜好排序，五點量表記分，5分為「非常喜歡」、4分為「喜歡」、3分為「尚可」、2分為「不喜歡」、1分為「非常不喜歡」。問卷的內容說明如下：

(一)辦公桌類家具採用「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的桌體結構，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(二)辦公桌類家具採用「整體式辦公桌，無中抽」的桌體結構，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(三)辦公桌類家具採用「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的桌體結構，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡





(四)辦公桌類家具採用「僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽」的桌體結構，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(五)辦公桌類家具採用「外觀厚實且穩重」的桌體結構，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(六)辦公桌類家具採用「桌體結構外觀輕巧且易動」的桌體結構，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(七)辦公桌類家具採用「可以變形」的桌體結構，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(八)辦公桌類家具採用「桌面設有隱藏式收納」的桌體結構，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡





## 第四節 研究程序

本研究實施程序，可分為以下八個步驟。(如圖 3-8)

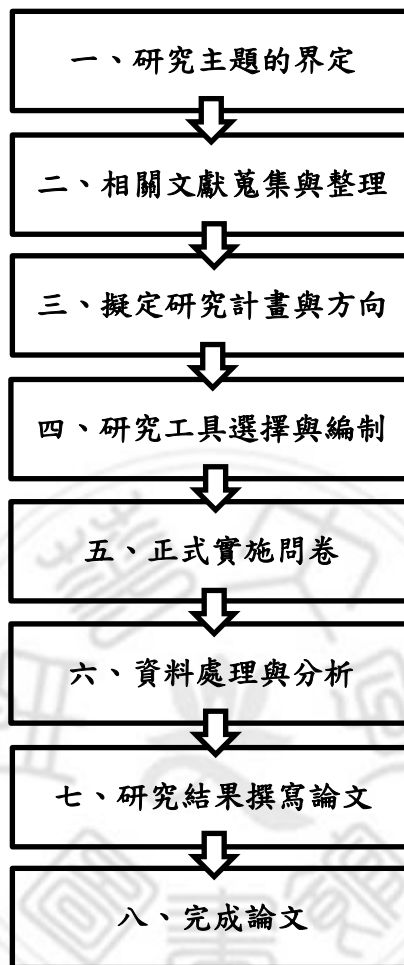


圖 3-4-1 研究發展流程圖  
(研究者自繪)

### 一、研究主題的界定

#### (一) 思考脈絡

在設定研究題目之前，首先要能夠明確且清楚的界定問題，了解社會上實際需要解決的難題，或社會上爭論中的社會議題，作為方案設計考量的前提，接下來就是要了解受到這些問題影響的人數及目標對象，其實要選擇適當的研究對象還真大有學問呢！也是思考的脈絡重點。(陳文良、張惠萍、許鳳雅等共 6 人 民 92 p9)

## (二) 問題界定

研究問題的界定通常由大方向開始。當研究問題漸漸由研究者衍生出想解答疑問的慾望時，發展問題本身就是一個過程，當發掘更多研究對象的資訊時，研究問題會隨著變動而重新調整重點，由大領域的問題不斷地明細化，並藉著不斷的調整和變動，會有新的發現可以來重新描述問題以反映其焦點的調整與變化。(王秋嵐譯、張英陣校閱 1988)

## (三) 問題與研究計劃間的關聯性

1. 有了具體明確的研究主題後才會試著獲取問題的相關資訊。
2. 再開始任何一種類型的研究前，查看問題所用的重要用語，並盡可能以最簡明的語言來下定義。(王秋嵐譯、張英陣校閱 1988)

## (四) 選擇合適的研究問題

在個人研究問題的線索上，將自己想要解答的問題以疑問句的形式來說明，弄清楚問題的關鍵、需要解答的內容是什麼、這些內容能否透過經驗研究來回答，接著深思構想中的研究主題是否真具意義，不致浪費精力在無謂的研究上，做為整個研究分析的方向及範圍，然後明確地提出研究問題，並查看及確定問題中的主題，接著對主題下定義。(王秋嵐譯、張英陣校閱 1988)

## (五) 可行性

可行性是個非常重要的步驟，對研究需求是相當重要的。要選擇適當的題目，其實與其他考慮有關，因為需要從不同的方向反思题目的可行性，也必須讓所有行政人員或相關人員愈早了解研究目的，並請他們共同參與主題的研究設計，觀念互相溝通，需求就容易達成，不是只要求他們的支持配合而已。當他們覺得參與研究是很有意義的貢獻，也發現研究很有用，自然而然，他們就非常願意參與研究了，對研究結果的擔心也就降低了。(趙碧華 朱美珍編譯，民 84 p106) ，

本研究之研究主題係根據上述理論，並參考自我興趣及專長決定研究主題，並廣泛閱讀過去專家學者所做的相關研究及文獻資料，決定以辦公桌類家具之「桌面造型」、「桌

板材質」、「桌體結構」等因素作為研究主軸。與指導教授討論後決定將研究主題定為「消費者選購辦公桌相關因素喜好度之調查研究」。

## 二、相關文獻蒐集及整理

確立研究論文主題後，立即進行相關文獻資料蒐集，利用國立圖書館、碩博士論文、網路相關報導等蒐集所需相關資料，並透過閱讀國內外相關書籍、期刊，彙整辦公桌類家具設計與製造現況及過去的相關資訊。

## 三、擬定研究計劃與方向

本研究根據文獻分析，將影響消費者購買辦公桌類家具之相關因素區分為「桌面造形」、「桌板材質」、「桌體結構」等三項，依據研究目的設計問卷調查消費者對這些因素的喜好程度，並探討不同背景消費者對各項因素喜好程度之差異性及相關係數，問卷內容與指導教授多次討論及修正，確立研究目標之後即開始撰寫研究計畫。

## 四、研究工具的選擇與編製

本研究之目的為了解「消費者選購辦公桌相關因素喜好度之調查研究」的各項變項喜好程度水準，與指導教授討論後，認為使用問卷調查法較為適切。因此，依據蒐集而來的相關文獻進行相關資料的分析及分類，再依據研究目的進行調查問卷的編製。

## 五、正式施測問卷

本研究為使調查母群都能具有關聯性，因此，特別以台灣地區在網路成立之家具相關網站，成員在 5000 人以上的社群為對象，例如「二手辦公傢具之家 ♪6548 人」、「二手新品家具家飾燈飾買賣 2.9 萬人」、「二手傢俱變現金 環保●實惠●不煩惱 5.5 萬人」、「二手家具不浪費 37 萬人」等社群的成員作為調查母群，以確定填答者提供之辦公桌構成因素的問卷喜好度具有代表性，問卷發放採取「隨機抽樣」方式，隨機邀請社群的成員進行網路填寫「消費者選購辦公桌相關因素喜好度之調查研究」之問卷。

## 六、所得資料處理與分析

問卷回收後，經由研究者整理、分類以及編碼，剔除無效問卷等步驟，以電腦 SPSS for Windows 26.0 版統計套裝軟體進行資料建檔及統計，並分析自變項與依變項之差異性與相關係數。

## 七、研究結果撰寫論文

依據上述統計分析結果，整理不同背景消費者對辦公桌類家具「桌面造形」、「桌板材質」、「桌體結構」等三項因素的喜好程度，及相互間是否有差異性及相關性撰寫研究發現，並多次與指導教授討論研究結論之撰寫，最後提出本研究之相關建議，完成論文的撰寫與修正。



## 第五節 資料結果處理與分析

研究者將本研究所蒐集到的問卷調查，進行資料的審核，檢閱各份問卷的答題狀況，剔除無效之問卷。以有效問卷進行資料的整理，利用 SPSS for Windows 26.0 版統計套裝軟體對問卷作進一步的資料分析。

### 一、描述性統計分析(Descriptive Statistics)

描述統計，又稱敘述統計，是統計學中用來描繪或總結觀察量的基本情況的統計總稱。研究者可以透過分析數據資料，瞭解各變量內的觀察值集中與分散的情況。運用的工具有：集中量數，如平均數、中位數、眾數、幾何平均數、調和平均數。與變異量數，如全距、平均差、標準差、相對差、四分差。本研究以平均數及標準差為主要分析的方法，藉以探討受試者不同背景中「性別」、「年齡」、「學歷」、「職業狀況」、「個人平均月收入」等自變項，在辦公桌的「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」等各項依變項表現的喜好程度；比較各變項層面之間的喜好程度，瞭解不同背景的消費者，對影響購買辦公桌因素之現況進行觀察與分析。(維基百科)

### 二、平均數(Mean)

平均數是統計學中最常用的統計量，用來表明資料中各觀測值相對集中較多的中心位置。統計平均數是用於反映現象總體的一般水平，或分佈的集中趨勢。數值平均數是總體標誌總量對比總體單位數而計算的(百度百科)。平均數計算公式如下：

$$\bar{X} = \frac{x_1 + x_2 + \cdots + x_n}{n}$$

$\bar{X}$ 為平均數， $x_1$ 為各單位標誌值（變數值）， $n$ 為總體單位數（項數）。

### 三、單因子變異數分析(One-way ANOVA)

變異數分析(analysis of variance；簡稱 ANOVA)是檢定三組或三組以上的平均數之間是否有顯著差異性，也就是檢定三組或三組以上相互獨立的群組，它們的期望值是否一樣，比較樣本與樣本間平均數的差異情況。如果只有一個自變項的變異數分析，稱為

單因子變異數分析。在統計分析中，總變異數等於組間變異數加組內變異數，公式如下：

$$(一) \text{總變異數 (TSS)} : \sum_i \sum_j (Y_{ij} - \bar{Y})^2$$

$i$  為組別 ( $i=1, 2, \dots, I$ )， $j$  為觀測值個數 ( $j=1, 2, 3, \dots, J$ )， $Y_{ij}$  為第  $i$  組第  $j$  個觀測值， $\bar{Y}$  為所有觀測值的平均數。

$$(二) \text{組間變異量 (BSS)} : \sum_i n_i (\bar{y}_i - \bar{y})^2$$

$n_i$  為  $i$  組內觀測值總數， $\bar{y}_i$  為第  $i$  組的平均數

$$(三) \text{組內變異量 (WSS)} : \sum_i \sum_j (Y_{ij} - \bar{y}_i)^2$$

由上述的計算公式可知，BSS 代表所有觀測值的期望值與分組後各組內的期望值差異，當各組的期望值沒有差異的時候， $BSS=0$ ，這個時候我們會認為各組間平均值就沒有差異存在；當  $WSS=0$  的情況，代表各組內的所有觀測值與各組的期望值沒有差異存在，因此只有 WSS 與 BSS 都為 0 情況下，我們才能斷定所有觀測值達到完美的一致。然而當  $WSS>0, BSS=0$  的情況，則是各組期望值達到一致，但組內卻存在變異， $WSS=0, BSS>0$ ，則是組內沒有變異存在，但各組間卻存在差異。因此必須比較 WSS 與 BSS 的差異來判斷變異數分析的結果，也就是各組期望值是否有差異存在。而這個部份在比較變異量的過程中，必須考量到各組變易量會受到觀測數量與組別數量的多寡而有所差異，因此必須進行自由度的調整，也就是計算出均方值來比較組內變異與組間變異量。

$$a. \text{組間均方 BMSS} : \frac{BSS}{k-1} = \frac{\sum_i n_i (\bar{y}_i - \bar{y})^2}{k-1}$$

$$b. \text{組內均方 WMSS} : \frac{WSS}{N-k} = \frac{\sum_i \sum_j (Y_{ij} - \bar{y}_i)^2}{N-k}$$

其中  $k$  為組別數量， $N$  為觀測值總數。兩個均方值的比較為  $\frac{BMSS}{WMSS}$ ，此比較值也稱為  $F$  檢定值。 $F$  越大，則組間均方大於組內均方，也就是組間變異量大於組內變異量，各組間的差異遠超出總期望值離差，代表各組的平均數存在明顯的差異；相反的， $F$  越小甚至於逼近於 0，則是組間變異量小於組內變異量，代表各組間的差異很小，各組平均數則不存在明顯的差異(維基百科)。因此本研究以單因子變異數分析探討不同背景的消費者，對於辦公桌的「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」等各項喜好程度之間的差



異情形。

#### 四、相關係數

著名統計學家卡爾·皮爾遜設計了相關係數（Pearson product-moment correlation coefficient）。相關係數是用以反映變數之間相關關係密切程度的統計指標。相關係數是按積差方法計算，同樣以兩變數與各自平均值的離差為基礎，通過兩個離差相乘來反映兩變數之間相關程度；著重研究線性的單相關係數。

依據相關現象之間的不同特徵，其統計指標的名稱有所不同。相關關係是一種非確定性的關係，相關係數是研究變數之間線性相關程度的量。由於研究對象的不同，相關係數有如下幾種定義方式。

簡單相關係數：又叫相關係數或線性相關係數，一般用字母  $P$  表示，是用來度量變數間的線性關係的量。

復相關係數：又叫多重相關係數。復相關是指因變數與多個自變數之間的相關關係。例如，某種商品的季節性需求量與其價格水平、職工收入水平等現象之間呈現復相關關係。

典型相關係數：是先對原來各組變數進行主成分分析，得到新的線性關係的綜合指標，再通過綜合指標之間的線性相關係數來研究原各組變數間相關關係

相關係數的值介於  $-1$  與  $+1$  之間，即  $-1 \leq r \leq +1$ 。其性質如下：

- 當  $r > 0$  時，表示兩變數正相關， $r < 0$  時，兩變數為負相關。
- 當  $|r| = 1$  時，表示兩變數為完全線性相關，即為函數關係。
- 當  $r = 0$  時，表示兩變數間無線性相關關係。
- 當  $0 < |r| < 1$  時，表示兩變數存在一定程度的線性相關。且  $|r|$  越接近  $1$ ，兩變數間線性關係越密切； $|r|$  越接近於  $0$ ，表示兩變數的線性相關越弱。
- 一般可按三級劃分： $|r| < 0.4$  為低度線性相關； $0.4 \leq |r| < 0.7$  為顯著性相關； $0.7 \leq |r| < 1$  為高度線性相關。

相關係數有一個明顯的缺點，即它接近於  $1$  的程度與數據組數  $n$  相關，這容易給人

一種假象。因為，當  $n$  較小時，相關係數的波動較大，對有些樣本相關係數的絕對值易接近於 1；當  $n$  較大時，相關係數的絕對值容易偏小。特別是當  $n=2$  時，相關係數的絕對值總為 1。因此在樣本容量  $n$  較小時，我們僅憑相關係數較大就判定變數  $x$  與  $y$  之間有密切的線性關係是不妥當的。(MBA 智庫百科)

因此本研究以卡爾·皮爾遜的相關係數分析不同背景的消費者，對於辦公桌的「桌板造型」、「桌體結構」、「桌板材質」等各項喜好程度之間的相關情形。

## 五、假設檢定(Hypothesis Testing)

假設檢定是推論統計中用於檢驗統計假設的一種方法。而「統計假設」是可通過觀察一組隨機變量的模型進行檢驗的科學假說。一旦能估計未知參數，就會希望根據結果對未知的真正參數值做出適當的推論。

統計上對參數的假設，就是對一個或多個參數的論述。而其中欲檢驗其正確性的為零假設(null hypothesis)，零假設通常由研究者決定，反映研究者對未知參數的看法。相對於零假設的其他有關參數之論述是對立假設(alternative hypothesis)，它通常反應了執行檢定的研究者對參數可能數值的另一種(對立的)看法(換句話說，對立假設通常才是研究者最想知道的)

在統計學中，假設檢定分為虛無假設及對立假設。虛無假設是做統計檢驗時的一類假設一般是希望能證明為錯誤的假設，或者是需要著重考慮的假設。與虛無假設相對的是對立假設，即希望證明是正確的另一種可能。(維基百科)

## 六、顯著性(Significance Testing)

顯著性檢驗是事先對總體的參數或總體分佈形式做出一個假設，然後利用樣本信息來判斷這個假設是否合理，即判斷總體的真實情況與原假設是否有顯著的差異(MBA 智庫百科)。其中  $F$  檢定的  $F$  值可用來判斷組跟組之間是否存在顯著的差異， $F$  值越大代表組跟組之間的差異越大， $F$  值越小代表組內的差異越小。

當  $p$  值  $\leq$  某顯著水平  $\alpha$  臨界值，即代表所得的檢定統計數值落於該顯著水平之拒

絕區域，拒絕了原本的虛無假設，則稱此假設檢定(hypothesis test)於  $\alpha$  水準下達統計上顯著(statistical significant at  $\alpha$  level)。(國立臺灣大學計算機及資訊網路中心)

研究與統計學者於實驗結果常使用下列說法：

- $p > .05$ ，表示結果不顯著，不加以註記。
- $p < .05$ ，表示結果顯著，通常會以「\*」註記。
- $p < .01$ ，表示結果更顯著，通常會以「\*\*」註記。



## 第四章 研究結果與討論

本研究之調查問卷採取「隨機抽樣」方式進行，自 2022 年 5 月 1 日至 2022 年 5 月 30 日止，在台灣地區利用網路 Google 表單，透過 facebook 中家具相關社團，如「二手辦公傢俱之家 ♪6710 人」、「二手新品家具家飾燈飾買賣 3.0 萬人」、「二手傢俱變現金 環保 ● 實惠 ● 不煩惱 6.0 萬人」、「二手家具不浪費 37.6 萬人」等群組隨機邀請社群成員進行問卷的填寫。回收之問卷共 217 份，經過分類及篩選剔除無效之問卷後，有效問卷共 217 份，問卷有效回收率為 100%。

### 第一節 不同背景消費者的人數分析

本研究將填答問卷消費者的背景區分為性別、年齡、學歷、職業、平均月收入五個部分，透過統計分析比較各類不同背景的消費者在該類的人數所占有的人數比例，藉以了解填答問卷的群體分布概況。

#### 一、不同性別消費者人數分析

本研究以不同性別的消費者進行分析可以發現，男性的有 90 人占全體的 41.5%，女性的有 127 人占全體的 58.5%，經分析結果不同性別的消費者以女性的占有比例最多，男性的占有比例最少。不同性別消費者的次數分配表及百分比如表 4-1-1 所示。

表 4-1-1 不同性別消費者的次數分配及百分比

	次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
有效 男	127	58.5	58.5	58.5
女	90	41.5	41.5	100.0
總計	217	100.0	100.0	

## 二、不同年齡消費者人數分析

本研究以不同年齡的消費者進行分析可以發現，18歲~30歲的有25人占全體人數的11.5%，31~40歲的有33人占全體的15.2%，41~50歲的有66人占30.4%，51~60歲的有87人占40.1%，60歲以上的有6人占2.8%，經分析結果不同年齡的消費者以51~60歲的占有比最多，60歲以上的占有比最少。不同年齡消費者的次數分配表及百分比如表4-1-2所示。

表 4-1-2 不同年齡消費者的次數分配及百分比

	次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
有效	18-30歲	25	11.5	11.5
	31-40歲	33	15.2	26.7
	41-50歲	66	30.4	57.1
	51-60歲	87	40.1	97.2
	60歲以上	6	2.8	100.0
	總計	217	100.0	100.0

## 三、不同學歷消費者人數分析

本研究以不同學歷的消費者進行分析可以發現，國中及以下的有4人占全體人數的1.8%，高中職的有63人占全體人數的29.0%，大學/專科的有129人占全體人數的59.4%，研究所(含以上)的有21人占全體人數的9.7%，經分析結果不同學歷的消費者以大學/專科的占有比最多，國中及以下的占有比最少。不同學歷消費者的次數分配表及百分比如表4-1-3所示。

表 4-1-3 不同學歷消費者的次數分配及百分比

	次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
有效	國中及以下	4	1.8	1.8
	高中職	63	29.0	30.8
	大學/專科	129	59.4	90.2
	研究所(含以上)	21	9.7	100.0
	總計	217	100.0	100.0

#### 四、不同職業消費人數分析

本研究以不同職業的消費者進行分析可以發現，學生的有 9 人占全體人數的 4.1%，軍公教的有 36 人占全體人數的 16.6%，工商服務業的有 64 人占全體人數的 29.5%，農林漁牧的有 4 人占全體人數的 1.8%，其他的有 104 人占全體人數的 47.9%，經分析結果不同職業的消費者以的其他占有比最多，農林漁牧占有比最少。不同職業消費者的次數分配表及百分比如表 4-1-4 所示。

表 4-1-4 不同職業消費者的次數分配及百分比

		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
有效	學生	9	4.1	4.1	4.1
	軍公教	36	16.6	16.6	20.7
	工商服務業	64	29.5	29.5	50.2
	農林漁牧	4	1.8	1.8	52.1
	其他	104	47.9	47.9	100.0
總計		217	100.0	100.0	

#### 五、不同平均月收入消費人數分析

本研究以不同平均月收入的消費者進行分析可以發現，月收入 20,000 元以下的有 29 人占全體人數的 13.4%，月收入 20,001~40,000 的有 73 人占全體人數的 33.6%，月收入 40,001~60,000 的有 58 人占全體人數的 26.7%，月收入 60,001~80,000 的有 39 人占全體人數的 18.0%，月收入 80,000 以上的有 18 人占全體人數的 8.3%，經分析結果不同平均月收入的消費者以平均月收入 20,001~40,000 的占有比最多，平均月收入 80,000 以上占有比最少。不同平均月收入消費者的次數分配表及百分比如表 4-1-5 所示。

表 4-1-5 不同平均月收入消費者的次數分配及百分比

		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
有效	20,000 以下	29	13.4	13.4	13.4
	20,001~40,000	73	33.6	33.6	47.0
	40,001~60,000	58	26.7	26.7	73.7
	60,001~80,000	39	18.0	18.0	91.7
	80,000 以上	18	8.3	8.3	100.0
總計		217	100.0	100.0	



## 第二節 不同背景消費者對辦公桌類家具喜好度的統計分析

本節依據研究目的需要將填答問卷之消費者的性別、年齡、學歷、職業及平均月收入等不同背景設定為自變項，並將影響消費者對於辦公桌類家具的「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」等特性之喜好成度設定為依變項，進行平均數分析比較。

### 一、不同性別之消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度分析

本研究將消費者的性別區分為男、女兩個等級，分析辦公桌類家具之「桌板造型」的喜好程度中發現，「一字形」的喜好度以男性的 3.33 為最高，「L 字形」的喜好度以男性的 4.00 為最高，「其他造型」的喜好度以男性的 2.91 為最高，總計的平均以「L 字形」的喜好度的 3.95 為最高。

根據以上的分析可以發現不同性別的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度中，大致上對於「L 字形」的喜好度有較高的評價，不同「桌板造型」的喜好程度為「L 字形」>「一字形」>「其他造型」。不同性別的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度，如表 4-2-1 所示。

表 4-2-1 不同性別消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度

性別	桌板造型			
	採用「一字形」	採用「L 字形」	採用「其他造型」	
男	平均值	3.33	4.00	2.91
	N	127	127	127
	標準偏差	.891	.797	.979
女	平均值	3.27	3.88	2.80
	N	90	90	90
	標準偏差	.922	.762	1.008
總計	平均值	3.30	3.95	2.86
	N	217	217	217
	標準偏差	.902	.783	.990

## 二、不同性別之消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度分析

本研究將消費者的性別區分為男、女兩個等級，分析辦公桌類家具之「桌板材質」的喜好程度中發現，「實木板」的喜好度以男性的 4.19 為最高，「塑合板」的喜好度以女性的 2.86 為最高，「塑膠材料」的喜好度以男性的 3.00 為最高，「玻璃桌板」的喜好度以男性的 2.91 為最高，「貼皮」的喜好度以女性的 3.16 為最高，總計的平均以「實木板」的喜好度的 4.12 為最高。

根據以上的分析可以發現不同性別的消費者對辦公桌類家具之「桌板材質」的喜好程度中，大致上對於「實木板」的喜好度有較高的評價，不同「桌板材質」的喜好程度為「實木板」>「貼皮」>「玻璃桌板」>「塑膠材料」>「塑合板」。不同性別的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度，如表 4-2-2 所示。

表 4-2-2 不同性別消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度

性別		桌板材質	桌板材質	桌板材質	桌板材質	桌板材質
		採用 「實木板」	採用 「塑合板」	採用 「塑膠材料」	採用 「玻璃桌板」	採用 「貼皮」
男	平均值	4.19	2.72	3.00	2.91	3.12
	N	127	127	127	127	127
	標準偏差	.784	.906	.854	1.057	.822
女	平均值	4.03	2.86	2.57	2.76	3.16
	N	90	90	90	90	90
	標準偏差	.726	.855	.794	.998	.792
總計	平均值	4.12	2.78	2.82	2.84	3.13
	N	217	217	217	217	217
	標準偏差	.763	.886	.855	1.033	.808

### 三、不同性別之消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度分析

本研究將消費者的性別區分為男、女兩個等級，分析辦公桌類家具之「桌板結構」的喜好程度中發現，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好度以男性的 3.51 為最高，「整體式辦公桌無中抽」的喜好度以男性的 3.50 為最高，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度以女性的 3.81 為最高，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好度以男性的 2.96 為最高，「外觀厚實且穩重」的喜好度以男性的 3.54 為最高，「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好度以男性的 3.15 為最高，「可以變形」的喜好度以男性的 2.87 為最高，「桌面設有隱藏式收納」的喜好度以男性的 3.38 為最高，總計的平均以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度的 3.80 為最高。

根據以上的分析可以發現不同性別的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度中，大致上對於「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度有較高的評價，不同「桌板結構」的喜好程度為「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」>「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」>「整體式辦公桌無中抽」>「桌面設有隱藏式收納」>「外觀厚實且穩重」>「桌體結構外觀輕巧且易動」>「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」>「可以變形」。不同性別的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度，如表。

表 4-2-3 不同性別消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度

性別	有中抽 整體式	無中抽 整體式	有中抽 分離式	無中抽 或分離式	僅有桌體	且厚實 且穩重	且輕巧 且易動	可以變形	收納 隱藏式	桌面設有
男 平均值	3.51	3.50	3.80	2.96	3.54	3.15	2.87	3.38		
N	127	127	127	127	127	127	127	127		
標準偏差	.795	.967	.820	.946	.871	.874	.934	.899		
女 平均值	3.37	3.31	3.81	2.74	3.04	3.10	2.71	3.31		
N	90	90	90	90	90	90	90	90		
標準偏差	.827	.882	.806	.787	.970	.849	.877	1.098		
總 平均值	3.45	3.42	3.80	2.87	3.33	3.13	2.81	3.35		
計 N	217	217	217	217	217	217	217	217		
標準偏差	.810	.935	.812	.888	.943	.862	.913	.985		

#### 四、不同年齡之消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度分析

本研究將消費者的年齡區分為 18~30 歲、31~40 歲、41~50 歲、51~60 歲、60 歲以上等五個等級，分析辦公桌類家具之「桌板造型」的喜好程度中發現，「一字形」的喜好度以 18~30 歲的 3.40 為最高，「L 字形」的喜好度以 31~40 歲的 4.06 為最高，「其他造型」的喜好度以 41~50 歲的 2.89 為最高，總計的平均以「L 字形」的喜好度的 3.95 為最高。

根據以上的分析可以發現不同年齡的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度中，大致上對於「L 字形」的喜好度有較高的評價，不同「桌板造型」的喜好程度為「L 字形」>「一字形」>「其他造型」。不同年齡的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度，如表 4-2-4 所示。

表 4-2-4 不同年齡消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度

年齡	桌板造型			
	採用「一字形」	採用「L 字形」	採用「其他造型」	
18~30 歲	平均值	3.40	3.68	2.76
	N	25	25	25
	標準偏差	.957	0.900	1.091
31~40 歲	平均值	3.39	4.06	2.85
	N	33	33	33
	標準偏差	.827	.704	1.302
41~50 歲	平均值	3.27	4.00	2.89
	N	66	66	66
	標準偏差	.775	.744	.897
51~60 歲	平均值	3.31	4.01	2.87
	N	87	87	87
	標準偏差	.992	.739	.900
60 歲以上	平均值	2.67	3.00	2.83
	N	6	6	6
	標準偏差	1.033	1.095	1.169
總計	平均值	3.30	3.95	2.86
	N	217	217	217
	標準偏差	.902	.783	.990

## 五、不同年齡之消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度分析

本研究將消費者的年齡區分為年齡區分為 18~30 歲、31~40 歲、41~50 歲、51~60 歲、60 歲以上等五個等級，分析辦公桌類家具之「桌板材質」的喜好程度中發現，「實木板」的喜好度以 31~40 歲的 4.27 為最高，「塑合板」的喜好度以 31~40 歲的 3.06 為最高，「塑膠材料」的喜好度以 31~40 歲的 2.94 為最高，「玻璃桌板」的喜好度以 31~40 歲的 3.12 為最高，「貼皮」的喜好度以 31~40 歲的 3.39 為最高，總計的平均以「實木板」的喜好度的 4.12 為最高。

根據以上的分析可以發現不同年齡的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度中，大致上對於「實木板」的喜好度有較高的評價，不同「桌板材質」的喜好程度為「實木板」>「貼皮」>「玻璃桌板」>「塑膠材料」>「塑合板」。不同年齡的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度，如表 4-2-5 所示。

表 4-2-5 不同年齡消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度

年齡	桌板材質 採用 「實木板」	桌板材質 採用 「塑合板」	桌板材質 採用 「塑膠材料」	桌板材質 採用 「玻璃桌板」	桌板材質 採用 「貼皮」
18~30歲	平均值 3.80	2.80	2.56	2.88	3.12
	N 25	25	25	25	25
	標準偏差 .764	.816	.821	1.269	.726
31~40歲	平均值 <b>4.27</b>	<b>3.06</b>	<b>2.94</b>	<b>3.12</b>	<b>3.39</b>
	N 33	33	33	33	33
	標準偏差 .626	.899	.864	1.139	.747
41~50歲	平均值 4.09	2.89	2.92	2.94	3.27
	N 66	66	66	66	66
	標準偏差 .696	.767	.865	.959	.795
51~60歲	平均值 4.24	2.63	2.77	2.68	2.98
	N 87	87	87	87	87
	標準偏差 .762	.941	.845	.958	.807
60歲以上	平均值 3.33	2.00	2.83	2.50	2.50
	N 6	6	6	6	6
	標準偏差 1.366	.894	.983	1.049	1.049
總計	平均值 <b>4.12</b>	2.78	2.82	2.84	3.13
	N 217	217	217	217	217
	標準偏差 .763	.886	.855	1.033	.808

## 六、不同年齡之消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度分析

本研究將消費者的年齡區分為年齡區分為 18~30 歲、31~40 歲、41~50 歲、51~60 歲、60 歲以上等五個等級，分析辦公桌類家具之「桌板結構」的喜好程度中發現，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好度以 31~40 歲的 3.55 為最高，「整體式辦公桌無中抽」的喜好度以 31~40 歲的 3.82 為最高，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度以 41~50 歲的 3.86 為最高，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好度以 31~40 歲的 3.15 為最高，「外觀厚實且穩重」的喜好度以 18~30 歲的 3.72 為最高，「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好度以 31~40 歲的 3.36 為最高，「可以變形」的喜好度以 31~40 歲的 2.97 為最高，「桌面設有隱藏式收納」的喜好度以 31~40 歲的 3.55 為最高，總計的平均以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度的 3.80 為最高。

根據以上的分析可以發現不同年齡的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度中，大致上對於「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度有較高的評價，不同「桌板結構」的喜好程度為「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」>「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」>「整體式辦公桌無中抽」>「桌面設有隱藏式收納」>「外觀厚實且穩重」>「桌體結構外觀輕巧且易動」>「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」>「可以變形」。不同年齡的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度，如表 4-2-6 所示。



表 4-2-6 不同年齡消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度

年齡		有中抽 整體式	無中抽 整體式	有中抽 分離式	無中抽 或分離式	僅有桌體	且穩重 厚實	且易動 輕巧	可以變形	收納 隱藏式	桌面設有
18~	平均值	3.36	3.60	3.84	2.72	3.72	3.12	2.76	3.20		
30歲	N	25	25	25	25	25	25	25	25		
	標準偏差	1.150	1.118	.943	1.021	1.028	1.092	.779	1.323		
31~	平均值	3.55	3.82	3.76	3.15	3.21	3.36	2.97	3.55		
40歲	N	33	33	33	33	33	33	33	33		
	標準偏差	.833	.917	.867	.972	.992	.859	1.132	1.148		
41~	平均值	3.44	3.47	3.86	3.03	3.47	3.08	2.95	3.32		
50歲	N	66	66	66	66	66	66	66	66		
	標準偏差	.704	.827	.699	.803	.845	.829	.919	.844		
51~	平均值	3.49	3.24	3.83	2.75	3.39	3.15	2.70	3.38		
60歲	N	87	87	87	87	87	87	87	87		
	標準偏差	.745	.889	.795	.824	.920	.771	.809	.879		
60歲	平均值	2.83	2.50	2.83	2.00	3.67	2.17	2.00	2.83		
以上	N	6	6	6	6	6	6	6	6		
	標準偏差	.983	1.049	.983	.894	1.211	.983	1.095	1.329		
總計	平均值	3.45	3.42	3.80	2.87	3.33	3.13	2.81	3.35		
	N	217	217	217	217	217	217	217	217		
	標準偏差	.810	.935	.812	.888	.943	.862	.913	.985		

## 七、不同學歷之消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度分析

本研究將消費者的學歷區分為國中及以下、高中職、大學/專科、研究所(含以上)等四個等級，分析辦公桌類家具之「桌板造型」的喜好程度中發現，「一字形」的喜好度以國中及以下與高中職的 3.33 為最高，「L 字形」的喜好度以大學/專科的 3.97 為最高，「其他造型」的喜好度以研究所(含以上)的 2.95 為最高，總計的平均以「L 字形」的喜好度的 3.95 為最高。

根據以上的分析可以發現不同學歷的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度中，大致上對於「L 字形」的喜好度有較高的評價，不同「桌板造型」的喜好程度為「L 字形」>「一字形」>「其他造型」。不同學歷的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度，如表 4-2-7 所示。

表 4-2-7 不同學歷消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度

學歷		桌板造型 採用「一字形」	桌板造型 採用「L字形」	桌板造型 採用「其他造型」
國中 及以下	平均值	2.50	3.75	2.50
	N	4	4	4
	標準偏差	1.291	.500	.577
高中職	平均值	3.33	3.92	2.83
	N	63	63	63
	標準偏差	.861	.747	.853
大學/專科	平均值	3.33	3.97	2.88
	N	129	129	129
	標準偏差	.903	.749	1.046
研究所 (含以上)	平均值	3.24	3.95	2.95
	N	21	21	21
	標準偏差	.944	1.117	1.117
總計	平均值	3.30	3.95	2.86
	N	217	217	217
	標準偏差	.902	.783	.990

## 八、不同學歷之消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度分析

本研究將消費者的學歷區分為國中及以下、高中職、大學/專科、研究所(含以上)等四個等級，分析辦公桌類家具之「桌板材質」的喜好程度中發現，「實木板」的喜好度以國中及以下的 4.25 為最高，「塑合板」的喜好度以大學/專科的 2.84 為最高，「塑膠材料」的喜好度以高中職的 2.94 為最高，「玻璃桌板」的喜好度以大學/專科的 2.88 為最高，「貼皮」的喜好度以研究所(含以上)的 3.24 為最高，總計的平均以「實木板」的喜好度的 4.12 為最高。

根據以上的分析可以發現不同學歷的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度中，大致上對於「實木板」的喜好度有較高的評價，不同「桌板材質」的喜好程度為「實木板」>「貼皮」>「玻璃桌板」>「塑膠材料」>「塑合板」。不同學歷的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度，如表 4-2-8 所示。

表 4-2-8 不同學歷消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度

學歷		桌板材質	桌板材質	桌板材質	桌板材質	桌板材質
		採用 「實木板」	採用 「塑合板」	採用 「塑膠材料」	採用 「玻璃桌板」	採用 「貼皮」
國中及 以下	平均值	4.25	2.25	2.25	2.50	2.75
	N	4	4	4	4	4
	標準偏差	.957	.500	.957	1.732	.500
高中職	平均值	4.10	2.68	2.94	2.79	2.97
	N	63	63	63	63	63
	標準偏差	.665	.895	.759	.953	.761
大學/專科	平均值	4.14	2.84	2.78	2.88	3.21
	N	129	129	129	129	129
	標準偏差	.788	.870	.866	1.031	.797
研究所(含以上)	平均值	4.10	2.76	2.81	2.86	3.24
	N	21	21	21	21	21
	標準偏差	.889	.995	1.030	1.195	.995
總計	平均值	4.12	2.78	2.82	2.84	3.13
	N	217	217	217	217	217
	標準偏差	.763	.886	.855	1.033	.808

## 九、不同學歷之消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度分析

本研究將消費者的學歷區分為國中及以下、高中職、大學/專科、研究所(含以上)等四個等級，分析辦公桌類家具之「桌板結構」的喜好程度中發現，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好度以國中及以下的 3.75 為最高，「整體式辦公桌無中抽」的喜好度以研究所(含以上)的 3.81 為最高，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度以國中及以下的 4.25 為最高，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好度以研究所(含以上)的 3.05 為最高，「外觀厚實且穩重」的喜好度以國中及以下的 3.50 為最高，「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好度以研究所(含以上)的 3.33 為最高，「可以變形」的喜好度以大學/專科的 2.83 為最高，「桌面設有隱藏式收納」的喜好度以研究所(含以上)的 3.57 為最高，總計的平均以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度的 3.80 為最高。

根據以上的分析可以發現不同學歷的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度中，大致上對於「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度有較高的評價，不同「桌板結構」的喜好程度為「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」>「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」>「整體式辦公桌無中抽」>「桌面設有隱藏式收納」>「外觀厚實且穩重」>「桌體結構外觀輕巧且易動」>「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」>「可以變形」。不同學歷的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度，如表 4-2-9 所示。

表 4-2-9 不同學歷消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度

學歷		有中抽 整體式	無中抽 整體式	有中抽 分離式	無中抽 或分離式	僅有桌體	且穩重 厚實	且易動 輕巧	可以變形	收納 隱藏式	桌面設有
國中 及 以下	平均值	3.75	2.75	4.25	3.00	3.50	2.75	2.25	3.25		
	N	4	4	4	4	4	4	4	4		
	標準偏差	.500	1.200	.957	1.414	1.000	.500	.500	1.258		
高中 職	平均值	3.40	3.35	3.86	2.84	3.37	3.05	2.81	3.30		
	N	63	63	63	63	63	63	63	63		
	標準偏差	.730	.845	.715	.787	.809	.831	.948	.994		
大學/ 專科	平均值	3.52	3.41	3.81	2.85	3.33	3.15	2.83	3.34		
	N	129	129	129	129	129	129	129	129		
	標準偏差	.839	.924	.798	.919	.986	.849	.858	.948		
研究 所(含 以上)	平均值	3.14	3.81	3.48	3.05	3.24	3.33	2.76	3.57		
	N	21	21	21	21	21	21	21	21		
	標準偏差	.854	1.078	1.078	.921	1.091	1.065	1.179	1.165		
總計	平均值	3.45	3.42	3.80	2.87	3.33	3.13	2.81	3.35		
	N	217	217	217	217	217	217	217	217		
	標準偏差	.810	.935	.812	.888	.943	.862	.913	.985		

## 十、不同職業之消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度分析

本研究將消費者的職業區分為學生、軍公教、工商服務業、農林漁牧、其他等五個等級，分析辦公桌類家具之「桌板造型」的喜好程度中發現，「一字形」的喜好度以學生與軍公教的 3.44 為最高，「L 字形」的喜好度以軍公教的 4.25 為最高，「其他造型」的喜好度以軍公教的 3.06 為最高，總計的平均以「L 字形」的喜好度的 3.95 為最高。

根據以上的分析可以發現不同職業的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度中，大致上對於「L 字形」的喜好度有較高的評價，不同「桌板造型」的喜好程度為「L 字形」>「一字形」>「其他造型」。不同職業的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度，如表 4-2-10 所示。

表 4-2-10 不同職業消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度

職業	桌板造型 採用「一字形」		桌板造型 採用「L字形」		桌板造型 採用「其他造型」	
	平均值	N	平均值	N	平均值	N
學生	平均值		3.44		3.56	
	N		9		9	
	標準偏差		1.130		.882	
軍公教	平均值		3.44		4.25	
	N		36		36	
	標準偏差		.877		.649	
工商 服務業	平均值		3.27		3.94	
	N		64		64	
	標準偏差		.877		.794	
農林漁牧	平均值		2.50		2.75	
	N		4		4	
	標準偏差		1.291		1.258	
其他	平均值		3.30		3.93	
	N		104		104	
	標準偏差		.891		.741	
總計	平均值		3.30		3.95	
	N		217		217	
	標準偏差		.902		.783	



## 十一、不同職業之消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度分析

本研究將消費者的職業區分為學生、軍公教、工商服務業、農林漁牧、其他等五個等級，分析辦公桌類家具之「桌板材質」的喜好程度中發現，「實木板」的喜好度以軍公教的 4.36 為最高，「塑合板」的喜好度以工商服務業的 2.89 為最高，「塑膠材料」的喜好度以軍公教的 3.00 為最高，「玻璃桌板」的喜好度以軍公教的 3.11 為最高，「貼皮」的喜好度以工商服務業的 3.23 為最高，總計的平均以「實木板」的喜好度的 4.12 最高。

根據以上的分析可以發現不同職業的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度中，大致上對於「實木板」的喜好度有較高的評價，不同「桌板材質」的喜好程度為「實木板」>「貼皮」>「玻璃桌板」>「塑膠材料」>「塑合板」。不同職業的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度，如表 4-2-11 所示。

表 4-2-11 不同職業消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度

職業		桌板材質	桌板材質	桌板材質	桌板材質	桌板材質
		採用 「實木板」	採用 「塑合板」	採用 「塑膠材料」	採用 「玻璃桌板」	採用 「貼皮」
學生	平均值	3.89	2.67	2.78	2.56	2.78
	N	9	9	9	9	9
	標準偏差	.928	1.000	.667	1.333	.441
軍公教	平均值	<b>4.36</b>	2.64	<b>3.00</b>	<b>3.11</b>	3.11
	N	36	36	36	36	36
	標準偏差	.593	.961	.926	1.090	.919
工商服務業	平均值	1.13	<b>2.89</b>	2.86	2.70	<b>3.23</b>
	N	64	64	64	64	64
	標準偏差	.787	.857	.833	1.003	.792
農林漁牧	平均值	2.75	1.75	2.50	1.75	2.25
	N	4	4	4	4	4
	標準偏差	1.500	.500	1.291	.500	.957
其他	平均值	4.12	2.81	2.75	2.90	3.14
	N	104	104	104	104	104
	標準偏差	.701	.860	.845	.990	.781
總計	平均值	<b>4.12</b>	2.78	2.82	2.84	3.13
	N	217	217	217	217	217
	標準偏差	.763	.886	.855	1.033	.808

## 十二、不同職業之消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度分析

本研究將消費者的職業區分為學生、軍公教、工商服務業、農林漁牧、其他等五個等級，分析辦公桌類家具之「桌板結構」的喜好程度中發現，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好度以工商服務業的 3.61 為最高，「整體式辦公桌無中抽」的喜好度以學生的 4.22 為最高，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度以工商服務業的 4.00 為最高，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好度以工商服務業的 3.03 為最高，「外觀厚實且穩重」的喜好度以工商服務業的 3.58 為最高，「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好度以工商服務業的 3.28 為最高，「可以變形」的喜好度以工商服務業的 2.94 為最高，「桌面設有隱藏式收納」的喜好度以學生的 3.44 為最高，總計的平均以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度的 3.80 為最高。

根據以上的分析可以發現不同職業的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度中，大致上對於「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度有較高的評價，不同「桌板結構」的喜好程度為「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」>「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」>「整體式辦公桌無中抽」>「桌面設有隱藏式收納」>「外觀厚實且穩重」>「桌體結構外觀輕巧且易動」>「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」>「可以變形」。不同職業的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度，如表 4-2-12 所示。

表 4-2-12 不同職業消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度

職業	有中抽	整體式	無中抽	整體式	有中抽	分離式	無中抽	或分離式	僅有桌體	且穩重	厚實	且易動	輕巧	可以變形	收納	隱藏式	桌面設有
學生	平均值	3.22	4.22	3.78	2.44	2.56	2.89	2.89	3.44								
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
	標準偏差	1.302	.667	.833	.882	1.130	1.167	.601	1.333								
軍公教	平均值	3.61	3.44	4.00	3.00	3.58	3.28	2.94	3.42								
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
	標準偏差	.728	.939	.717	.986	.841	.882	.984	.967								
工商服務業	平均值	3.53	3.53	3.81	3.03	3.42	3.20	2.66	3.23								
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
	標準偏差	.776	.908	.871	.854	.940	.760	.801	.850								
農林漁牧	平均值	2.75	1.75	3.00	2.00	3.50	2.00	2.00	2.25								
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	標準偏差	1.258	.500	1.414	.816	1.000	.816	1.414	1.258								
其他	平均值	3.39	3.34	3.76	2.80	3.25	3.10	2.88	3.43								
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
	標準偏差	.781	.899	.770	.852	.932	.865	.942	1.012								
總計	平均值	3.45	3.42	3.80	2.87	3.33	3.13	2.81	3.56								
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
	標準偏差	.810	.935	.812	.888	.943	.862	.913	.985								

### 十三、不同平均月收入之消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度分析

本研究將消費者的平均月收入區分為 20,000 以下、20,001~40,000、40,001~60,000、60,001~80,000、80,000 以上等五個等級，分析辦公桌類家具之「桌板造型」的喜好程度中發現，「一字形」的喜好度以 20,000 以下的 3.41 為最高，「L 字形」的喜好度以 80,000 以上的 4.17 為最高，「其他造型」的喜好度以 80,000 以上的 3.17 為最高，總計的平均以「L 字形」的喜好度的 3.95 為最高。

根據以上的分析可以發現不同平均月收入的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度中，大致上對於「L 字形」的喜好度有較高的評價，不同「桌板造型」的喜好程度為「L 字形」>「一字形」>「其他造型」。不同平均月收入的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度，如表 4-2-13 所示。

表 4-2-13 不同月收入消費者對辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度

平均 月收入		桌板造型 採用「一字形」	桌板造型 採用「L 字形」	桌板造型 採用「其他造型」
20,000 以下	平均值	3.41	3.86	3.00
	N	29	29	29
	標準偏差	.983	.743	1.000
20,001~ 40,000	平均值	3.27	3.79	2.93
	N	73	76	73
	標準偏差	.821	.799	.948
40,001~ 60,000	平均值	3.28	4.05	2.47
	N	58	58	58
	標準偏差	.941	.736	.941
60,001~ 80,000	平均值	3.28	4.05	3.08
	N	39	39	39
	標準偏差	.916	.686	.984
80,000 以上	平均值	3.39	4.17	3.17
	N	18	18	18
	標準偏差	1.092	1.043	1.043
總計	平均值	3.30	3.95	2.86
	N	217	217	217
	標準偏差	.902	.783	.990

#### 十四、不同平均月收入之消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度分析

本研究將消費者的平均月收入區分為 20,000 以下、20,001~40,000、40,001~60,000、60,001~80,000、80,000 以上等五個等級，分析辦公桌類家具之「桌板材質」的喜好程度中發現，「實木板」的喜好度以 80,000 以上的 4.39 為最高，「塑合板」的喜好度以 40,001~60,000 的 2.91 為最高，「塑膠材料」的喜好度以 40,001~60,000 的 2.97 為最高，「玻璃桌板」的喜好度以 40,001~60,000 的 3.15 為最高，「貼皮」的喜好度以 80,000 以上的 3.39 為最高，總計的平均以「實木板」的喜好度的 4.12 為最高。

根據以上的分析可以發現不同平均月收入的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度中，大致上對於「實木板」的喜好度有較高的評價，不同「桌板材質」的喜好程度為「實木板」>「貼皮」>「玻璃桌板」>「塑膠材料」>「塑合板」。不同平均月收入的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度，如表 4-2-14 所示。

表 4-2-14 不同月收入消費者對辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度

平均 月收入		桌板材質	桌板材質	桌板材質	桌板材質	桌板材質
		採用 「實木板」	採用 「塑合板」	採用 「塑膠材料」	採用 「玻璃桌板」	採用 「貼皮」
20,000 以下	平均值	4.07	2.79	2.76	2.76	3.03
	N	29	29	29	29	29
	標準偏差	.923	.774	.786	.912	.626
20,001~ 40,000	平均值	4.01	2.85	2.77	2.79	3.16
	N	73	73	73	73	73
	標準偏差	.677	.877	.808	.985	.727
40,001~ 60,000	平均值	4.14	2.91	2.79	2.71	3.14
	N	58	58	58	58	58
	標準偏差	.712	.904	.913	1.060	.868
60,001 ~ 80,000	平均值	4.23	2.49	2.97	3.15	3.03
	N	39	39	39	39	39
	標準偏差	.706	.914	.778	1.014	.959
80,000 以上	平均值	4.39	2.67	2.89	2.94	3.39
	N	18	18	18	18	18
	標準偏差	1.037	.907	1.132	1.305	.850
總計	平均值	4.12	2.78	2.82	2.84	3.13
	N	217	217	217	217	217
	標準偏差	.763	.886	.855	1.033	.808

## 十五、不同平均月收入之消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度分析

本研究將消費者的平均月收入區分為20,000以下、20,001~40,000、40,001~60,000、60,001~80,000、80,000以上等五個等級，分析辦公桌類家具之「桌板結構」的喜好程度中發現，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好度以60,001~80,000的3.54為最高，「整體式辦公桌無中抽」的喜好度以80,000以上的3.67為最高，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度以80,000以上的4.11為最高，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好度以80,000以上的3.22為最高，「外觀厚實且穩重」的喜好度以80,000以上的3.83為最高，「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好度以20,000以下的3.34為最高，「可以變形」的喜好度以80,000以上的3.11為最高，「桌面設有隱藏式收納」的喜好度以60,001~80,000的3.54為最高，總計的平均以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度的3.80為最高。

根據以上的分析可以發現不同平均月收入的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度中，大致上對於「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度有較高的評價，不同「桌板結構」的喜好程度為「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」>「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」>「整體式辦公桌無中抽」>「桌面設有隱藏式收納」>「外觀厚實且穩重」>「桌體結構外觀輕巧且易動」>「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」>「可以變形」。不同平均月收入的消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度，如表 4-2-15 所示。

表 4-2-15 不同月收入消費者對辦公桌類家具「桌板結構」的喜好程度

平均 月收入		有中 抽 整 體 式	無中 抽 整 體 式	有中 抽 分 離 式	無中 抽 或 分 離 式	僅有 桌 體	且 穩 重 厚 實	且 易 動 輕 巧	可 以 變 形	收 納 隱 藏 式	桌 面 設 有
20,000 以下	平均值	3.41	3.41	3.19	2.72	3.14	3.34	2.83	3.38		
	N	29	29	29	29	29	29	29	29		
	標準偏差	.867	.983	.620	.702	.990	.897	.889	1.147		
20,001 ~ 40,000	平均值	3.41	3.40	3.84	2.73	3.21	2.97	2.77	3.38		
	N	73	73	73	73	73	73	73	73		
	標準偏差	.847	.909	.707	.804	.865	.799	.906	.967		
40,001 ~ 60,000	平均值	3.52	3.28	3.64	2.86	3.40	3.05	2.72	3.16		
	N	58	58	58	58	58	58	58	58		
	標準偏差	.843	.914	1.038	.999	1.025	.847	.854	1.040		
60,001 ~ 80,000	平均值	3.54	3.56	3.85	3.10	3.38	3.28	2.85	3.54		
	N	39	39	39	39	39	39	39	39		
	標準偏差	.600	.852	.670	.912	.877	.887	.904	.822		
80,000 以上	平均值	3.28	3.67	4.11	3.22	3.83	3.33	3.11	3.39		
	N	18	18	18	18	18	18	18	18		
	標準偏差	.895	1.188	.900	.943	.924	.970	1.183	.916		
總計	平均值	3.45	3.42	3.80	2.87	3.33	3.13	2.81	3.35		
	N	217	217	217	217	217	217	217	217		
	標準偏差	.810	.935	.812	.888	.943	.862	.913	.985		



### 第三節 不同背景消費者喜好度的變異數分析

本節依據研究目的需要將填答問卷之消費者的性別、年齡、學歷、職業及平均月收入等不同背景設定為自變項，並將影響消費者對於辦公桌類家具的「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」等特性喜好成度設定為依變項，進行變異數的統計及分析比較。

#### 一、不同性別之消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度沒有差異。

由表 4-3-1 不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度變異數分析顯示，「一字形」喜好度的顯著性  $p=.608>0.05$ ，「L 字形」喜好度的顯著性  $p=.258>0.05$ ，「其他造型」喜好度的顯著性  $p=.441>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度沒有差異的研究假設成立。

表 4-3-1 不同性別消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板造型採用「一字形」的喜好程度*性別	群組之間	.216	1	.216	.264	.608
	群組內	175.710	215	.817		
	總計	175.926	216			
桌板造型採用「L字形」的喜好程度*性別	群組之間	.787	1	.787	1.285	.258
	群組內	131.656	215	.612		
	總計	132.442	216			
桌板造型採用「其他造型」的喜好程度*性別	群組之間	.586	1	.586	.597	.441
	群組內	211.266	215	.983		
	總計	211.853	216			



## 二、不同年齡之消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度沒有差異。

由表 4-3-2 不同年齡之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度變異數分析顯示，「一字形」喜好度的顯著性  $p=.453>0.05$ ，「L 字形」喜好度的顯著性  $p=.009<0.05$ ，「其他造型」喜好度的顯著性  $p=.986>0.05$ ，表示不同年齡之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度沒有差異的研究假設無法完全成立。

表 4-3-2 不同年齡消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板造型採用「一字形」的喜好程度*年齡	群組之間	3.003	4	.751	.920	.453
	群組內	172.924	212	.816		
	總計	175.926	216			
桌板造型採用「L字形」的喜好程度*年齡	群組之間	8.135	4	2.034	3.469	.009
	群組內	124.307	212	.586		
	總計	132.442	216			
桌板造型採用「其他造型」的喜好程度*年齡	群組之間	.350	4	.088	.088	.986
	群組內	211.503	212	.998		
	總計	211.853	216			

### 三、不同學歷之消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度沒有差異。

由表 4-3-3 不同學歷之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度變異數分析顯示，「一字形」喜好度的顯著性  $p=.332>0.05$ ，「L 字形」喜好度的顯著性  $p=.936>0.05$ ，「其他造型」喜好度的顯著性  $p=.846<0.05$ ，表示不同學歷之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度沒有差異的研究假設成立。

表 4-3-3 不同學歷消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板造型採用「一字形」的喜好程度*學歷	群組之間	2.791	3	.930	1.145	.332
	群組內	173.135	213	.813		
	總計	175.926	216			
桌板造型採用「L字形」的喜好程度*學歷	群組之間	.261	3	.087	.140	.936
	群組內	132.182	213	.621		
	總計	132.442	216			
桌板造型採用「其他造型」的喜好程度*學歷	群組之間	.805	3	.268	.271	.846
	群組內	211.047	213	.991		
	總計	211.853	216			

#### 四、不同職業之消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度沒有差異。

由表 4-3-4 不同職業之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度變異數分析顯示，「一字形」喜好度的顯著性  $p=.358>0.05$ ，「L 字形」喜好度的顯著性  $p=.002<0.05$ ，「其他造型」喜好度的顯著性  $p=.205>0.05$ ，表示不同年齡之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度沒有差異的研究假設無法完全成立。

表 4-3-4 不同職業消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板造型採用「一字形」的喜好程度*職業	群組之間	3.571	4	.893	1.098	.358
	群組內	172.355	212	.813		
	總計	175.926	216			
桌板造型採用「L字形」的喜好程度*職業	群組之間	10.441	4	2.610	4.536	.002
	群組內	122.001	212	.575		
	總計	132.442	216			
桌板造型採用「其他造型」的喜好程度*職業	群組之間	5.816	4	1.454	1.496	.205
	群組內	206.037	212	.972		
	總計	211.853	216			

五、不同平均月收入之消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度沒有差異。

由表 4-3-5 不同平均月收入之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度變異數分析顯示，「一字形」喜好度的顯著性  $p=.946>0.05$ ，「L 字形」喜好度的顯著性  $p=.181>0.05$ ，「其他造型」喜好度的顯著性  $p=.007<0.05$ ，表示不同年齡之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度沒有差異的研究假設無法完全成立。

表 4-3-5 不同月收入消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板造型採用「一字形」的喜好程度*平均月收入	群組之間	.610	4	.152	.184	.946
	群組內	175.316	212	.827		
	總計	175.926	216			
桌板造型採用「L字形」的喜好程度*平均月收入	群組之間	3.834	4	.959	1.580	.181
	群組內	128.608	212	.607		
	總計	132.442	216			
桌板造型採用「其他造型」的喜好程度*平均月收入	群組之間	13.495	4	3.374	3.606	.007
	群組內	198.358	212	.936		
	總計	211.853	216			

由表 4-3-6 呈現不同背景消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度的變異數統計分析如下：

- (一) 不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。
- (二) 不同年齡之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度一項有顯著差異，兩項沒有顯著差異，研究假設不成立。
- (三) 不同學歷之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。
- (四) 不同職業之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度一項有顯著差異，兩項沒有顯著差異，研究假設不成立。
- (五) 不同平均月收入之消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度一項有顯著差異，兩項沒有顯著差異，研究假設不成立。

表 4-3-6 不同背景消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度變異數統計

	不同性別	不同年齡	不同學歷	不同職業	不同月收入	備註
桌板造型採用「一字形」的喜好程度	顯著性 .608	顯著性 .453	顯著性 .332	顯著性 .358	顯著性 .946	
桌板造型採用「L字形」的喜好程度	顯著性 .258	顯著性 .009	顯著性 .936	顯著性 .002	顯著性 .181	
桌板造型採用「其他造型」的喜好程度	顯著性 .441	顯著性 .986	顯著性 .846	顯著性 .205	顯著性 .007	
研究假設成立與否	研究沒有顯著差異，假設成立。	研究一項沒有顯著差異，一項有顯著差異，假設不成立。	研究沒有顯著差異，假設成立。	研究一項沒有顯著差異，一項有顯著差異，假設不成立。	研究一項沒有顯著差異，一項有顯著差異，假設不成立。	

## 六、不同性別之消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度沒有差異。

由表 4-3-7 不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度變異數分析顯示，「實木板」喜好度的顯著性  $p=.139>0.05$ ，「塑合板」喜好度的顯著性  $p=.283>0.05$ ，「塑膠材料」喜好度的顯著性  $p=.000<0.05$ ，「玻璃桌板」喜好度的顯著性  $p=.293>0.05$ ，「貼皮」喜好度的顯著性  $p=.783>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度沒有差異的研究假設無法完全成立。

表 4-3-7 不同性別消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板材質採用「實木板」的喜好程度*性別	群組之間	1.276	1	1.276	2.203	.139
	群組內	124.365	215	.578		
	總計	125.641	216			
桌板材質採用「塑合板」的喜好程度*性別	群組之間	.906	1	.906	1.156	.283
	群組內	168.477	215	.784		
	總計	169.382	216			
桌板材質採用「塑膠材料」的喜好程度*性別	群組之間	9.891	1	9.891	14.359	.000
	群組內	148.100	215	.689		
	總計	157.991	216			
桌板材質採用「玻璃桌板」的喜好程度*性別	群組之間	1.184	1	1.184	1.110	.293
	群組內	229.488	215	1.067		
	總計	230.673	216			
桌板材質採用「貼皮」的喜好程度*性別	群組之間	.074	1	.074	.113	.783
	群組內	141.051	215	.659		
	總計	141.124	216			

七、不同年齡之消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度沒有差異。

由表 4-3-8 不同年齡之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度變異數分析顯示，「實木板」喜好度的顯著性  $p=.005<0.05$ ，「塑合板」喜好度的顯著性  $p=.020<0.05$ ，「塑膠材料」喜好度的顯著性  $p=.378>0.05$ ，「玻璃桌板」喜好度的顯著性  $p=.209>0.05$ ，「貼皮」喜好度的顯著性  $p=.014<0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度沒有差異的研究假設無法完全成立。

表 4-3-8 不同年齡消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板材質採用「實木板」的喜好程度*年齡	群組之間	8.376	4	2.094	3.786	.005
	群組內	117.264	212	.553		
	總計	156.641	216			
桌板材質採用「塑合板」的喜好程度*年齡	群組之間	9.016	4	2.254	2.980	.020
	群組內	160.366	212	.756		
	總計	169.382	216			
桌板材質採用「塑膠材料」的喜好程度*年齡	群組之間	3.095	4	.774	1.059	.378
	群組內	154.896	212	.731		
	總計	157.991	216			
桌板材質採用「玻璃桌板」的喜好程度*年齡	群組之間	6.272	4	1.568	1.481	.209
	群組內	224.401	212	1.058		
	總計	230.673	216			
桌板材質採用「貼皮」的喜好程度*年齡	群組之間	8.061	4	2.015	3.211	.014
	群組內	133.064	212	.628		
	總計	141.124	216			



八、不同學歷之消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度沒有差異。

由表 4-3-9 不同學歷之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度變異數分析顯示，「實木板」喜好度的顯著性  $p=.964>0.05$ ，「塑合板」喜好度的顯著性  $p=.410>0.05$ ，「塑膠材料」喜好度的顯著性  $p=.365>0.05$ ，「玻璃桌板」喜好度的顯著性  $p=.870>0.05$ ，「貼皮」喜好度的顯著性  $p=.170>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度沒有差異的研究假設成立。

表 4-3-9 不同學歷消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板材質採用「實木板」的喜好程度*學歷	群組之間	.164	3	.055	.093	.964
	群組內	125.476	213	.589		
	總計	125.641	216			
桌板材質採用「塑合板」的喜好程度*學歷	群組之間	2.273	3	.758	.966	.410
	群組內	167.110	213	.785		
	總計	169.382	216			
桌板材質採用「塑膠材料」的喜好程度*學歷	群組之間	2.334	3	.778	1.065	.365
	群組內	155.657	213	.731		
	總計	157.991	216			
桌板材質採用「玻璃桌板」的喜好程度*學歷	群組之間	.768	3	.256	.237	.870
	群組內	229.904	213	1.079		
	總計	230.673	216			
桌板材質採用「貼皮」的喜好程度*學歷	群組之間	3.280	3	1.093	1.689	.170
	群組內	137.845	213	.647		
	總計	141.124	216			

九、不同職業之消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度沒有差異。

由表 4-3-10 不同職業之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度變異數分析顯示，「實木板」喜好度的顯著性  $p=.001<0.05$ ，「塑合板」喜好度的顯著性  $p=.107>0.05$ ，「塑膠材料」喜好度的顯著性  $p=.560>0.05$ ，「玻璃桌板」喜好度的顯著性  $p=.056>0.05$ ，「貼皮」喜好度的顯著性  $p=.108>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度沒有差異的研究假設無法完全成立。

表 4-3-10 不同職業消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板材質採用「實木板」的喜好程度*職業	群組之間	10.081	4	2.520	4.623	.001
	群組內	115.560	212	.545		
	總計	125.641	216			
桌板材質採用「塑合板」的喜好程度*職業	群組之間	.5939	4	1.485	1.926	.107
	群組內	163.444	212	.771		
	總計	169.382	216			
桌板材質採用「塑膠材料」的喜好程度*職業	群組之間	2.201	4	.550	.749	.560
	群組內	155.790	212	.765		
	總計	157.991	216			
桌板材質採用「玻璃桌板」的喜好程度*職業	群組之間	9.747	4	2.437	2.338	.056
	群組內	220.926	212	1.042		
	總計	230.673	216			
桌板材質採用「貼皮」的喜好程度*職業	群組之間	4.942	4	1.236	1.924	.108
	群組內	136.182	212	.642		
	總計	141.124	216			

十、不同平均月收入之消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度沒有差異。

由表 4-3-11 不同平均月收入之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度變異數分析顯示，「實木板」喜好度的顯著性  $p=.329>0.05$ ，「塑合板」喜好度的顯著性  $p=.175>0.05$ ，「塑膠材料」喜好度的顯著性  $p=.762>0.05$ ，「玻璃桌板」喜好度的顯著性  $p=.282>0.05$ ，「貼皮」喜好度的顯著性  $p=.556>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度沒有差異的研究假設成立。

表 4-3-11 不同月收入消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌板材質採用「實木板」的喜好程度*平均月收入	群組之間	2.695	4	.674	1.162	.329
	群組內	122.946	212	.580		
	總計	125.641	216			
桌板材質採用「塑合板」的喜好程度*平均月收入	群組之間	4.969	4	1.242	1.602	.175
	群組內	164.414	212	.776		
	總計	169.382	216			
桌板材質採用「塑膠材料」的喜好程度*平均月收入	群組之間	1.370	4	.342	.464	.762
	群組內	156.621	212	.739		
	總計	157.991	216			
桌板材質採用「玻璃桌板」的喜好程度*平均月收入	群組之間	5.406	4	1.352	1.272	.282
	群組內	225.267	212	1.063		
	總計	230.673	216			
桌板材質採用「貼皮」的喜好程度*平均月收入	群組之間	1.983	4	.496	.755	.556
	群組內	139.142	212	.656		
	總計	141.124	216			

由表 4-3-12 呈現不同背景消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度的變異數統計分析如下：

- (一) 不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度一項有顯著差異，四項沒有顯著差異，研究假設不成立。
- (二) 不同年齡之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度三項有顯著差異，兩項沒有顯著差異，研究假設不成立。
- (三) 不同學歷之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。
- (四) 不同職業之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度一項有顯著差異，四項沒有顯著差異，研究假設不成立。
- (五) 不同平均月收入之消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。

表 4-3-12 不同背景消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度變異數統計

	不同性別	不同年齡	不同學歷	不同職業	不同月收入	備註
桌板材質採用「實木板」的喜好程度	顯著性 .139	顯著性 .005	顯著性 .964	顯著性 .001	顯著性 .329	
桌板材質採用「塑合板」的喜好程度	顯著性 .283	顯著性 .202	顯著性 .410	顯著性 .107	顯著性 .175	
桌板材質採用「塑膠材料」的喜好程度	顯著性 .000	顯著性 .378	顯著性 .365	顯著性 .560	顯著性 .762	
桌板材質採用「玻璃桌板」的喜好程度	顯著性 .293	顯著性 .209	顯著性 .870	顯著性 .056	顯著性 .282	
桌板材質採用「貼皮」的喜好程度	顯著性 .783	顯著性 .014	顯著性 .170	顯著性 .108	顯著性 .556	
研究假設成立與否	研究四一項沒有顯著差異，研究假設不成立。	研究兩三項沒有顯著差異，研究假設不成立。	研究沒有顯著差異，研究假設成立。	研究四一項沒有顯著差異，研究假設不成立。	研究沒有顯著差異，研究假設成立。	

十一、不同性別之消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度沒有差異。

由表 4-3-13 不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度變異數分析顯示，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.194>0.05$ ，「整體式辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.152>0.05$ ，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.888>0.05$ ，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.077>0.05$ ，「外觀厚實且穩重」喜好度的顯著性  $p=.000<0.05$ ，「桌體結構外觀輕巧且易動」喜好度的顯著性  $p=.677>0.05$ ，「可以變形」喜好度的顯著性  $p=.196>0.05$ ，「桌面設有隱藏式收納」喜好度的顯著性  $p=.623>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度沒有差異的研究假設無法完全成立。

表 4-3-13 不同性別消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌體結構採用「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好程度*性別	群組之間	1.110	1	1.110	1.696	.194
	群組內	140.632	215	.654		
	總計	141.742	216			
桌體結構採用「整體式辦公桌無中抽」的喜好程度*性別	群組之間	1.802	1	1.802	2.071	.152
	群組內	187.037	215	.870		
	總計	188.839	216			
桌體結構採用「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好程度*性別	群組之間	.013	1	.013	.020	.888
	群組內	142.466	215	.663		
	總計	142.479	216			
桌體結構採用「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好程度*性別	群組之間	2.462	1	2.462	3.152	.077
	群組內	167.925	215	.781		
	總計	170.387	216			
桌體結構採用「外觀厚實且穩重」的喜好程度*性別	群組之間	12.698	1	12.698	15.216	.000
	群組內	179.413	215	.834		
	總計	192.111	216			
桌體結構採用「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好程度*性別	群組之間	.130	4	.130	.174	.677
	群組內	160.257	215	.745		
	總計	160.387	216			
桌體結構採用「可以變形」的喜好程度*性別	群組之間	3.398	1	3.398	1.684	.196
	群組內	178.473	215	.830		
	總計	179.871	216			
桌體結構採用「桌面設有隱藏式收納」的喜好程度*性別	群組之間	.235	1	.235	.242	.623
	群組內	209.147	215	.973		
	總計	209.382	216			

## 十二、不同年齡之消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度沒有差異。

由表 4-3-14 不同年齡之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度變異數分析顯示，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.343>0.05$ ，「整體式辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.002<0.05$ ，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.056>0.05$ ，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.008<0.05$ ，「外觀厚實且穩重」喜好度的顯著性  $p=.042<0.05$ ，「桌體結構外觀輕巧且易動」喜好度的顯著性  $p=.035<0.05$ ，「可以變形」喜好度的顯著性  $p=.067>0.05$ ，「桌面設有隱藏式收納」喜好度的顯著性  $p=.454>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度沒有差異的研究假設無法完全成立。

表 4-3-14 不同年齡消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌體結構採用「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好程度*年齡	群組之間	2.962	4	.741	1.131	.343
	群組內	138.780	212	.655		
	總計	141.742	216			
桌體結構採用「整體式辦公桌無中抽」的喜好程度*年齡	群組之間	14.059	4	3.515	4.263	.002
	群組內	174.780	212	.824		
	總計	188.839	216			
桌體結構採用「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好程度*年齡	群組之間	6.039	4	1.510	2.346	.056
	群組內	136.440	212	.644		
	總計	142.479	216			
桌體結構採用「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好程度*年齡	群組之間	10.728	4	2.682	3.561	.008
	群組內	159.659	212	.753		
	總計	170.387	216			
桌體結構採用「外觀厚實且穩重」的喜好程度*年齡	群組之間	8.780	4	2.188	2.529	.042
	群組內	183.361	212	.865		
	總計	192.111	216			
桌體結構採用「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好程度*年齡	群組之間	7.598	4	1.900	2.636	.035
	群組內	152.788	212	.721		
	總計	160.387	216			
桌體結構採用「可以變形」的喜好程度*年齡	群組之間	7.623	4	1.812	2.225	.067
	群組內	172.623	212	.814		
	總計	179.871	216			
桌體結構採用「桌面設有隱藏式收納」的喜好程度*年齡	群組之間	3.566	4	.892	.918	.454
	群組內	205.816	212	.971		
	總計	209.382	216			



### 十三、不同學歷之消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度沒有差異。

由表 4-3-15 不同學歷之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度變異數分析顯示，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.188>0.05$ ，「整體式辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.107>0.05$ ，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.178>0.05$ ，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.794>0.05$ ，「外觀厚實且穩重」喜好度的顯著性  $p=.937>0.05$ ，「桌體結構外觀輕巧且易動」喜好度的顯著性  $p=.465>0.05$ ，「可以變形」喜好度的顯著性  $p=.658>0.05$ ，「桌面設有隱藏式收納」喜好度的顯著性  $p=.740>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度沒有差異的研究假設成立。

表 4-3-15 不同學歷消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌體結構採用「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好程度*學歷	群組之間	3.140	3	1.047	1.608	.188
	群組內	138.602	213	.651		
	總計	141.742	216			
桌體結構採用「整體式辦公桌無中抽」的喜好程度*學歷	群組之間	5.308	3	1.769	2.054	.107
	群組內	183.530	213	.862		
	總計	188.839	216			
桌體結構採用「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好程度*學歷	群組之間	3.242	3	1.081	1.653	.178
	群組內	139.237	213	.654		
	總計	142.479	216			
桌體結構採用「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好程度*學歷	群組之間	.820	3	.273	.344	.794
	群組內	169.567	213	.796		
	總計	170.387	216			
桌體結構採用「外觀厚實且穩重」的喜好程度*學歷	群組之間	.372	3	.124	.138	.937
	群組內	191.738	213	.900		
	總計	192.111	216			
桌體結構採用「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好程度*學歷	群組之間	1.912	3	.637	.856	.465
	群組內	158.475	213	.744		
	總計	160.387	216			
桌體結構採用「可以變形」的喜好程度*學歷	群組之間	1.349	3	.450	.537	.658
	群組內	178.522	213	.838		
	總計	179.871	216			
桌體結構採用「桌面設有隱藏式收納」的喜好程度*學歷	群組之間	1.228	3	.409	.419	.740
	群組內	208.155	213	.977		
	總計	209.382	216			



#### 十四、不同職業之消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度沒有差異。

由表 4-3-16 不同職業之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度變異數分析顯示，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.180>0.05$ ，「整體式辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.000<0.05$ ，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.175>0.05$ ，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.049<0.05$ ，「外觀厚實且穩重」喜好度的顯著性  $p=.036<0.05$ ，「桌體結構外觀輕巧且易動」喜好度的顯著性  $p=.053>0.05$ ，「可以變形」喜好度的顯著性  $p=.175>0.05$ ，「桌面設有隱藏式收納」喜好度的顯著性  $p=.143>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度沒有差異的研究假設無法完全成立。

表 4-3-16 不同職業消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌體結構採用「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好程度*職業	群組之間	4.107	4	1.027	1.581	.180
	群組內	137.635	212	.649		
	總計	141.742	216			
桌體結構採用「整體式辦公桌無中抽」的喜好程度*職業	群組之間	18.486	4	4.621	5.751	.000
	群組內	170.353	212	.804		
	總計	188.839	216			
桌體結構採用「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好度*職業	群組之間	4.183	4	1.046	1.603	.175
	群組內	138.296	212	.652		
	總計	142.479	216			
桌體結構採用「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好程度*職業	群組之間	7.468	4	1.867	2.429	.049
	群組內	162.919	212	.768		
	總計	170.387	216			
桌體結構採用「外觀厚實且穩重」的喜好程度*職業	群組之間	9.029	4	2.257	2.614	.036
	群組內	193.082	212	.864		
	總計	192.111	216			
桌體結構採用「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好程度*職業	群組之間	6.878	4	1.720	2.375	.053
	群組內	153.509	212	.724		
	總計	160.387	216			
桌體結構採用「可以變形」的喜好程度*職業	群組之間	5.281	4	1.320	1.603	.175
	群組內	174.590	212	.824		
	總計	179.871	216			
桌體結構採用「桌面設有隱藏式收納」的喜好程度*職業	群組之間	9.947	4	1.662	1.738	.143
	群組內	202.735	212	.956		
	總計	209.382	216			

## 十五、不同月收入之消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度沒有差異。

由表 4-3-17 不同平均月收入之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度變異數分析顯示，「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.757>0.05$ ，「整體式辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.466>0.05$ ，「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」喜好度的顯著性  $p=.267>0.05$ ，「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」喜好度的顯著性  $p=.083>0.05$ ，「外觀厚實且穩重」喜好度的顯著性  $p=.089>0.05$ ，「桌體結構外觀輕巧且易動」喜好度的顯著性  $p=.139>0.05$ ，「可以變形」喜好度的顯著性  $p=.612>0.05$ ，「桌面設有隱藏式收納」喜好度的顯著性  $p=.431>0.05$ ，表示不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度沒有差異的研究假設成立。

表 4-3-17 不同月收入消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
桌體結構採用「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好程度*平均月收入	群組之間	1.250	4	.313	.472	.757
	群組內	140.492	212	.663		
	總計	141.742	216			
桌體結構採用「整體式辦公桌無中抽」的喜好程度*平均月收入	群組之間	3.149	4	.787	.899	.466
	群組內	182.690	212	.876		
	總計	188.839	216			
桌體結構採用「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好程度*平均月收入	群組之間	3.442	4	.860	1.312	.267
	群組內	139.037	212	.656		
	總計	142.479	216			
桌體結構採用「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好程度*平均月收入	群組之間	6.476	4	1.619	2.094	.083
	群組內	163.911	212	.773		
	總計	170.387	216			
桌體結構採用「外觀厚實且穩重」的喜好程度*平均月收入	群組之間	7.134	4	1.784	2.044	.089
	群組內	184.976	212	.873		
	總計	192.111	216			
桌體結構採用「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好程度*平均月收入	群組之間	5.148	4	1.287	1.758	.139
	群組內	155.239	212	.732		
	總計	160.387	216			
桌體結構採用「可以變形」的喜好程度*平均月收入	群組之間	2.251	4	.563	.672	.612
	群組內	177.620	212	.838		
	總計	179.871	216			
桌體結構採用「桌面設有隱藏式收納」的喜好程度*平均月收入	群組之間	3.721	4	.930	.959	.431
	群組內	205.661	212	.970		
	總計	209.382	216			

由表 4-3-18 呈現不同背景消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度的變異數統計分析如下：

- (一) 不同性別之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度一項有顯著差異，七項沒有顯著差異，研究假設不成立。
- (二) 不同年齡之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度四項有顯著差異，四項沒有顯著差異，研究假設不成立。
- (三) 不同學歷之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。
- (四) 不同職業之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度三項有顯著差異，五項沒有顯著差異，研究假設不成立。
- (五) 不同平均月收入之消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。

表 4-3-18 不同背景消費者對辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度變異數統計

	不同性別	不同年齡	不同學歷	不同職業	不同月收入	備註
整體式辦公桌並在桌板下設有中抽的喜好程度	顯著性 .194	顯著性 .343	顯著性 .188	顯著性 .180	顯著性 .757	
整體式辦公桌無中抽的喜好程度	顯著性 .152	顯著性 .002	顯著性 .107	顯著性 .000	顯著性 .466	
分離式辦公桌並在桌面下設有中抽的喜好程度	顯著性 .888	顯著性 .056	顯著性 .178	顯著性 .175	顯著性 .267	
僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽的喜好程度	顯著性 .077	顯著性 .008	顯著性 .794	顯著性 .049	顯著性 .083	
外觀厚實且穩重的喜好程度	顯著性 .000	顯著性 .042	顯著性 .937	顯著性 .036	顯著性 .089	
桌體結構外觀輕巧且易動的喜好程度	顯著性 .677	顯著性 .035	顯著性 .465	顯著性 .053	顯著性 .139	
可以變形的喜好程度	顯著性 .196	顯著性 .067	顯著性 .658	顯著性 .175	顯著性 .612	
桌面設有隱藏式收納的喜好程度	顯著性 .623	顯著性 .454	顯著性 .740	顯著性 .143	顯著性 .431	
研究假設成立與否	研究假設不成立。 七項沒有顯著差異， 一項有顯著差異，	研究假設不成立。 四項沒有顯著差異， 四項有顯著差異，	研究假設成立。 沒有顯著差異，	研究假設不成立。 五項沒有顯著差異， 三項有顯著差異，	研究假設成立。 沒有顯著差異，	

#### 第四節 不同背景消費者對辦公桌類家具喜好度的相關性分析

本節將依據研究目的，針對消費者對辦公桌類家具的「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」的喜好度進行相關性的分析，藉以了解消費者在各項辦公桌類家具的喜好度中是否具一致性的喜好水準。

##### 一、消費者對辦公桌類家具「桌板造型」喜好度的相關性分析

由表 4-4-1 消費者對辦公桌類家具之「桌板造型」喜好度的相關性分析顯示如下：

- (一) 桌板造型採用「一字形」的喜好程度，對於「其他造型」喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「L 字形」喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。
- (二) 桌板造型採用「L 字形」的喜好程度，對於「其他造型」喜好程度的相關性呈現\*0.05 層級顯著相關水準，對於「一字形」喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。
- (三) 桌板造型採用「其他造型」的喜好程度，對於「一字形」等兩項桌板造型喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「L 字形」喜好度的相關性呈現\*.0.05 層級顯著相關水準。

表 4-4-1 消費者對辦公桌類家具「桌板造型」喜好度的相關性分析

		桌板造型採用 「一字形」 的喜好程度	桌板造型採用 「L 字形」 的喜好程度	桌板造型採用 「其他造型」 的喜好程度
桌板造型採用 「一字形」 的喜好程度	皮爾森相關性 顯著性(雙尾)	1	.107	.203**
	N	217	217	217
桌板造型採用 「L 字形」 的喜好程度	皮爾森相關性 顯著性(雙尾)	.107	1	.152*
	N	217	217	217
桌板造型採用 「其他造型」 的喜好程度	皮爾森相關性 顯著性(雙尾)	.203**	.152*	1
	N	217	217	217

\*\*。相關性在 0.01 層級上顯著（雙尾）。

\*。相關性在 0.05 層級上顯著（雙尾）。

## 二、消費者對辦公桌類家具「桌板材質」喜好度的相關性分析

由表 4-4-2 消費者對辦公桌類家具之「桌板材質」喜好度的相關性分析顯示如下：

- (一) 桌板材質採用「實木板」的喜好程度，對於「塑合板」、「塑膠材料」、「玻璃桌板」、「玻璃桌板」等四項桌板材質喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。
- (二) 桌板材質採用「塑合板」的喜好程度，對於「塑膠材料」、「貼皮」等兩項桌板材質喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「實木板」、「玻璃桌板」等兩項桌板材質喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。
- (三) 桌板材質採用「塑膠材料」的喜好程度，對於「塑合板」、「玻璃桌板」、「貼皮」等三項桌板材質喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「實木板」喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。
- (四) 桌板材質採用「玻璃桌板」的喜好程度，對於「塑膠材料」、「貼皮」等兩項桌板材質喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「實木板」、「塑合板」等兩項桌板材質喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。
- (五) 桌板材質採用「貼皮」的喜好程度，對於「塑合板」、「塑膠材料」、「玻璃桌板」等三項桌板材質喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「實木板」喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。

表 4-4-2 消費者對辦公桌類家具「桌板材質」喜好度的相關性分析

		桌板材質				
		桌板材質 採用 「實木板」 的 喜好程度	桌板材質 採用 「塑合板」 的 喜好程度	桌板材質 採用 「塑 膠材料」的 喜好程度	採用 「玻璃桌 板」的 喜好程度	桌板材質 採用 「貼皮」的 喜好程度
桌板材質 採用 「實木板」的 喜好程度	皮爾森相關性 顯著性(雙尾) N	1 .062 217	.062 .367 217	.049 .476 217	.101 .137 217	.078 .252 217
桌板材質 採用 「塑合板」的 喜好程度	皮爾森相關性 顯著性(雙尾) N	.062 .367 217	1 .002 217	.210** .002 217	.099 .148 217	.455** .000 217
桌板材質 採用 「塑膠材料」 的 喜好程度	皮爾森相關性 顯著性(雙尾) N	.049 .476 217	.210** .002 217	1 .000 217	.329** .000 217	.350** .000 217
桌板材質 採用 「玻璃桌板」 的 喜好程度	皮爾森相關性 顯著性(雙尾) N	.101 .137 217	.099 .148 217	.329** .000 217	1 .000 217	.264** .000 217
桌板材質 採用 「貼皮」 的 喜好程度	皮爾森相關性 顯著性(雙尾) N	.078 .252 217	.455** .000 217	.350** .000 217	.264** .000 217	1 217

\*\*．相關性在 0.01 層級上顯著（雙尾）。

\*．相關性在 0.05 層級上顯著（雙尾）。



### 三、消費者對辦公桌類家具「桌體結構」喜好度的相關性分析

由表 4-4-3 消費者對辦公桌類家具之「桌體結構」喜好度的相關性分析顯示如下：

- (一) 桌體結構採用「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的喜好程度，對於「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」、「外觀厚實且穩重」、「桌體結構外觀輕巧且易動」等三項桌體結構喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「整體式辦公桌無中抽」、「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」、「可以變形」、「桌面設有隱藏式收納」等四項桌體結構喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。
- (二) 桌體結構採用「整體式辦公桌無中抽」的喜好程度，對於「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」、「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」、「桌體結構外觀輕巧且易動」、「可以變形」、「桌面設有隱藏式收納」等五項桌體結構喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」、「外觀厚實且穩重」等兩項桌體結構喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。
- (三) 桌體結構採用「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的喜好程度，對於「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」、「整體式辦公桌無中抽」、「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」、「外觀厚實且穩重」、「桌體結構外觀輕巧且易動」、「可以變形」、「桌面設有隱藏式收納」等七項桌體結構喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準。
- (四) 桌體結構採用「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」的喜好程度，對於「整體式辦公桌無中抽」、「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」、「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」、「桌體結構外觀輕巧且易動」、「可以變形」、「桌面設有隱藏式收納」等五項桌體結構喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「外觀厚實且穩重」喜好度的相關性呈現\*.0.05 層級顯著相關水準，對於「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」喜好程度的相關性大於\*0.05 的水準，呈現沒有相關。
- (五) 桌體結構採用「外觀厚實且穩重」的喜好程度，對於「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」、「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」、「可以變形」等三項桌體結構喜好程度的相關性呈現\*\*0.01 層級顯著相關水準，對於「僅有桌體或分離式的辦公桌無

中抽」、「桌面設有隱藏式收納」等兩項桌體結構喜好度的相關性呈現 $*.0.05$  層級顯著相關水準，對於「整體式辦公桌無中抽」、「桌體結構外觀輕巧且易動」等兩項桌體結構喜好程度的相關性大於 $*0.05$  的水準，呈現沒有相關。

(六)桌體結構採用「桌體結構外觀輕巧且易動」的喜好程度，對於「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」、「整體式辦公桌無中抽」、「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」、「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」、「外觀厚實且穩重」、「可以變形」、「桌面設有隱藏式收納」等七項桌體結構喜好程度的相關性呈現 $**0.01$  層級顯著相關水準。

(七)桌體結構採用「可以變形」的喜好程度，對於「整體式辦公桌無中抽」、「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」、「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」、「外觀厚實且穩重」、「桌體結構外觀輕巧且易動」、「桌面設有隱藏式收納」等六項桌體結構喜好程度的相關性呈現 $**0.01$  層級顯著相關水準，對於「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」喜好程度的相關性大於 $*0.05$  的水準，呈現沒有相關。

(八)桌體結構採用「桌面設有隱藏式收納」的喜好程度，對於「整體式辦公桌無中抽」、「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」、「僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽」、「外觀厚實且穩重」、「桌體結構外觀輕巧且易動」、「可以變形」等七項桌體結構喜好程度的相關性呈現 $**0.01$  層級顯著相關水準，對於「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」喜好程度的相關性大於 $*0.05$  的水準，呈現沒有相關。

表 4-4-3 消費者對辦公桌類家具「桌體結構」喜好度的相關性分析

		整體式有抽 的喜好程度	整體式無中 抽的喜好程度	分離式有中 抽的喜好程度	僅有桌體或分離 式無中抽的喜好程度	厚實且穩重 的喜好程度	輕巧且易動 的喜好程度	可以變形 的喜好程度	桌面設有隱藏式 收納的喜好程度
整體式辦公桌並在桌板下設有中抽的喜好程度	皮爾森相關性	1	.018	.193**	.068	.342**	.228**	.131	.068
	顯著性(雙尾)		.795	.004	.315	.000	.001	.053	.320
	N	217	217	217	217	217	217	217	217
整體式辦公桌無中抽的喜好程度	皮爾森相關性	.018	1	.293**	.517**	-.006	.438**	.258**	.363**
	顯著性(雙尾)	.795		.000	.000	.927	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217
分離式辦公桌並在桌面下設有中抽的喜好程度	皮爾森相關性	.193**	.293**	1	.388**	.280**	.268**	.235**	.307**
	顯著性(雙尾)	.004	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217
僅有桌體或分離式的辦公桌無中抽的喜好程度	皮爾森相關性	.068	.517**	.388**	1	.134*	.506**	.272**	.253**
	顯著性(雙尾)	.315	.000	.000		.048	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217
外觀厚實且穩重的喜好程度	皮爾森相關性	.342**	-.006	.280**	.314*	1	.124	.177**	.153*
	顯著性(雙尾)	.000	.927	.000	.048		.069	.009	.024
	N	217	217	217	217	217	217	217	217
桌體結構外觀輕巧且易動的喜好程度	皮爾森相關性	.228**	.438**	.268**	.506**	.069**	1	.456**	.323**
	顯著性(雙尾)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217
可以變形的喜好程度	皮爾森相關性	.131	.258**	.235**	.272**	.177**	.456**	1	.509**
	顯著性(雙尾)	.053	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217
桌面設有隱藏式收納的喜好程度	皮爾森相關性	.068	.363**	.307**	.253**	.153**	.323**	.509**	1
	顯著性(雙尾)	.320	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217	217	217

\*\* 相關性在 0.01 層級上顯著(雙尾)。

\* 相關性在 0.05 層級上顯著(雙尾)。

## 第五章 結論與建議

本章主要依據研究發現歸納出結論，並且根據研究結果提出客觀的分析與建議，做為辦公桌類家具設計、銷售等產業經營上的參考，也提供後續學術單位研究者進行相關研究時的參考。

### 第一節 研究結論

本研究主要目的在探討消費者對於辦公桌類家具喜好度的差異性及相關性分析研究。依據研究發現即結果討論，提出結論如下：

#### 一、不同背景的消費者對於辦公桌類家具的喜好程度

##### (一)不同背景的消費者對於辦公桌類家具之「桌板造型」的喜好程度

1. 不同性別的消費者辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度以「L字形」為最佳。
2. 不同年齡的消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度以「L字形」為最佳。
3. 不同學歷的消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度以「L字形」為最佳。
4. 不同職業的消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度以「L字形」為最佳。
5. 不同平均月收入的消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」的喜好程度以「L字形」為最佳。

##### (二)不同背景的消費者對於辦公桌類家具之「桌板材質」的喜好程度

1. 不同性別的消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度以「實木板」為最佳。
2. 不同年齡的消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度以「實木板」為最佳。
3. 不同學歷的消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度以「實木板」為最佳。
4. 不同職業的消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度以「實木板」為最佳。
5. 不同平均月收入的消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」的喜好程度以「實木板」為最佳。

##### (三)不同背景的消費者對於辦公桌類家具之「桌體結構」的喜好程度

1. 不同性別的消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」的喜好程度以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」為最佳。
2. 不同年齡的消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」的喜好程度以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」為最佳。
3. 不同學歷的消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」的喜好程度以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」為最佳。
4. 不同職業的消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」的喜好程度以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」為最佳。
5. 不同平均月收入的消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」的喜好程度以「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」為最佳。

## 二、不同背景的消費者對於辦公桌類家具喜好程度的差異性

### (一) 辦公桌類家具之「桌板造型」喜好程度的差異性分析

1. 不同性別的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」中的喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。
2. 不同年齡的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」中的喜好度同時存在沒有顯著差異與有顯著差異，研究假設不成立。
3. 不同學歷的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」中的喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。
4. 不同職業的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」中的喜好度同時存在沒有顯著差異與有顯著差異，研究假設不成立。
5. 不同平均月收入的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」中的喜好度同時存在沒有顯著差異與有顯著差異，研究假設不成立。

不同背景變項中的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」喜好程度的差異性分析，在不同的因素中都有項目呈現有顯著差異的情形。因此不同背景變項的消費者對辦公桌類家具「桌板造型」喜好度沒有差異的研究假設無法成立。

## (二) 辦公桌類家具之「桌板材質」喜好程度的差異性分析

1. 不同性別的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」中的喜好度同時存在沒有顯著差異與有顯著差異，研究假設不成立。
2. 不同年齡的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」中的喜好度同時存在沒有顯著差異與有顯著差異，研究假設不成立。
3. 不同學歷的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」中的喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。
4. 不同職業的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」中的喜好度同時存在沒有顯著差異與有顯著差異，研究假設不成立。
5. 不同平均月收入的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」中的喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。

不同背景變項中的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」喜好程度的差異性分析，在不同的因素中都有項目呈現有顯著差異的情形。因此不同背景變項的消費者對辦公桌類家具「桌板材質」喜好度沒有差異的研究假設無法成立。

## (三) 辦公桌類家具之「桌體結構」喜好程度的差異性分析

1. 不同性別的消費者對辦公桌類家具「桌體結構」中的喜好度同時存在沒有顯著差異與有顯著差異，研究假設不成立。
2. 不同年齡的消費者對辦公桌類家具「桌體結構」中的喜好度同時存在沒有顯著差異與有顯著差異，研究假設不成立。
3. 不同學歷的消費者對辦公桌類家具「桌體結構」中的喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。
4. 不同職業的消費者對辦公桌類家具「桌體結構」中的喜好度同時存在沒有顯著差異與有顯著差異，研究假設不成立。
5. 不同平均月收入的消費者對辦公桌類家具「桌體結構」中的喜好度沒有顯著差異，研究假設成立。

不同背景變項中的消費者對辦公桌類家具「桌體結構」喜好程度的差異性分析，在不同的因素中都有項目呈現有顯著差異的情形。因此不同背景變項的消費者對辦公桌類家具「桌體結構」喜好度沒有差異的研究假設無法成立。

### 三、不同背景之消費者對於辦公桌類家具喜好程度的相關性。

本研究將辦公桌類家具的內容區分為「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」三個部分的喜好度進行相關性的檢定。研究發現部分因素都有顯著的相關。各項目中具有顯著相關的因素及相關情形如下：

- (一)不同背景之消費者對於「桌板造型」喜好度的相關性鑑定結果顯示，喜好度相關性分別呈現顯著相關或沒有相關。整體而言不同背景的消費者對於辦公桌類家具「桌板造型」喜好度沒有相關性的研究假設無法完全成立。
- (二)不同背景之消費者對於「桌板材質」喜好度的相關性鑑定結果顯示，喜好度相關性分別呈現顯著相關或沒有相關。整體而言不同背景的消費者對於辦公桌類家具「桌板材質」喜好度沒有相關性的研究假設無法完全成立。
- (三)不同背景之消費者對於「桌體結構」喜好度的相關性鑑定結果顯示，喜好度相關性分別呈現顯著相關或沒有相關。整體而言不同背景的消費者對於辦公桌類家具「桌體結構」喜好度沒有相關性的研究假設無法完全成立。

本研究發現填答問卷是消費者的主觀想法、感覺以及意見的表達，本研究呈現的都是消費者填答問卷的結果，研究過程並無法掌控喜好程度的多寡，雖然在各項目的檢定當中無法達到預期的研究假設。但是這也說明了每位消費者皆是獨立的個體，有不同的感覺、想法及意見。因此，這一些消費者對辦公桌類家具的「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」等喜好度之差異性及相關性的研究結果，提供給辦公桌類家具設計、銷售等產業經營上的參考。



## 第二節 研究建議

### 一、辦公桌類家具創作與設計業方面

辦公桌類家具製造業者設計的時候，在「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」等選用上，可以參考本研究之發現。「桌板造型」選擇L字型較容易受到消費者所喜愛，選擇「桌板材質」時以實木板較能夠得到消費者較高的評價，而「桌體結構」則以分離式辦公桌並在桌面下設有中抽的樣式最為消費者所青睞。

### 二、辦公桌類家具的銷售方面

根據研究結論得之，對於不同樣式的辦公桌類家具都有特定消費者選擇，任何產品的設計及製造，最終目標就是要能夠受到消費者的選用及購買，本研究發現台灣地區不同「年齡」、「學歷」、「職業」及「平均月收入」的消費者，對於辦公桌類家具「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」選擇上有較高的一致性，大多喜愛實木桌板L型並附有中抽的辦公桌，但因為影響產品成本的因素相當多，例如產品功能性、耐用性、方便性、獨特性等都會影響產品的製造成本與價格，透過銷售介紹產品的過程，銷售業者可以適時提供設計與製作的相關資訊給消費者了解，以建立消費者正確的購滿產品觀念，是銷售業者可以加強的課題。

## 第三節 未來研究方向

### 一、研究變數

影響消費者對於辦公桌類家具喜好度的因素相當多而複雜，本研究僅以辦公桌之「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」項目作為研究範圍，建議未來有興趣的研究者可以採用其他因素進行探討及研究，例如：機能設計、造型樣式、素材…等作為研究變相，讓研究結果有更好的深度及廣度。

### 二、研究方法

本研究是透過問卷調查蒐集消費者對辦公桌類家具的喜好度進行量化的統計及分析比較，建議後續研究者可以透過個案研究或深入訪談的方式進行質性研究。

### 三、研究工具

本研究採用的問卷是參酌相關理論及文獻後編製而成，實施前透過信度及效度的考驗，均能達到量化研究上的需求。建議未來研究者可以參考或修訂本問卷，使研究工具更加完善。

### 四、研究範圍

本研究因受限於人力、物力、時間與經費等因素，研究對象的抽樣只能透過網路問卷的方式在各家具的相關群組間進行隨機調查，且進行影響消費者選購辦公桌類家具問卷調查的研究變項只有界定在「桌板造型」、「桌板材質」、「桌體結構」等三大類，因此建議未來的研究者在進行相關的研究時，可以擴大取樣的範圍及時間，以增加取樣人數，如此研究結果將更具代表性及參考性。

## 參考文獻

### 中文書籍

1. 陳啟雄(2015)。參數式家具設計的新趨勢。台北：台灣區家具工業同業公會特刊。
2. 楊裕富、林萬福(2001)。E行銷品味論：後現代設計藝術。台北：田園城市。
3. 周建亨(2009)。消費者行為。台北：中華電視股份有限公司。
4. 林生傳(2003)。教育研究法。台北：全方位的統整與分析出版社。
5. 王文科(1986)。教育研究法。台北：五南圖書出版公司。
6. 游淑惠(2016)。系統櫃達不到的工藝與精粹。台北：風和文創出版。
7. 李明穎譯(2018)。住宅設計詳細圖集。台北：瑞昇文化事業股份有限公司。
8. 曹茹蘋(2014)。和一流設計師學選材。新北：楓葉社文化出版。
9. 張仲鳳(2012)。家具結構設計。台北：機械工業出版社。
10. 楊明津(2000)。系統家具之沿革與發展。台北：台灣家具通鑑。
11. 吳燦中(2013)。生活·設計與健康療癒環境。台北：心想事成出版社股份有限公司。
12. 郭琮、宋杰、陽慧全(2017)。定制家具：設計·製造·管銷。北京：化學工業出版社。
13. 夏鑄九、王志弘(1993)。空間的文化形式與社會理論讀本。台北：明文出版社。
14. 黃永川(2006)。家具之美。台北：台灣傳統家具研討會論文集。
15. 陳燕木(1999)。台灣家具通鑑。台北：台灣區家具工業同業公會出版。
16. 葉泰欽(2007)。木家具·台灣新意匠。台北：積木文化出版社。
17. 吳彧彰(1996)。家具材料(全)。台北：正元圖書有限公司。
18. 徐特雄(1996)。家具結構及五金配件。台北：正元圖書有限公司。
19. 黃俊傑(2008)。家具文化資源調查與榫接工法。台南：台南家具產業博物館出版。
20. 羅夢彬(2002 再版)。木工與家具製造(上)。台北：徐氏文教基金會出版。
21. 羅夢彬(2002 再版)。木工與家具製造(下)。台北：徐氏文教基金會出版。
22. 楊裕富，林萬福(2002)。《《後現代設計藝術：E行銷品味論》》。台北：田園城市。

23. 中華社會福利聯合勸募協會(2003)。以「成效評量」為導向之方案設計手冊。台北：中華社會福利聯合勸募協會。
24. 周建亨(2009)。顧客之服務參與對其與企業關係強度影響之研究，臺大管理論叢，第19卷第2期，p233-261。台北：臺大管理論叢。
25. 萬輝(2014)。家具產品創意。中國北京：化學工業出版社。
26. 楊清、胡德強、李祖鵬(2017)。家具設計。中國湖北省：華中科技大學出版社。
27. 陳文良. 張惠萍. 許鳳雅. 沈怡如. 莊元好. 張郁莉(2003)。以「成效評量」為導向之方案設計手冊。台北：中華社會福利聯合勸募協會。
28. 王秋嵐譯，張英陣校，Burge D. Friedman 著(1998)。The research tool kit 研究工具箱-研究技巧整合實用手冊。台北：紅葉文化事業有限公司。
29. 趙碧華、朱美珍編譯(1997)。《研究方法-社會工作暨人文科學領域的運用》。台北：雙葉書廊。

## 中文論文

1. 沈旻璋(2003)。多重感性語彙間之複合性探討。雲林科技大學工業設計系碩士班碩士論文，未出版，雲林。
2. 鄭正雄(2000)。台灣辦公家具演進與發展趨勢之探討。國立交通大學應用藝術研究所碩士論文，未出版，新竹。
3. 陳正和(2010)。台灣實木家具產業變遷的研究。樹德科技大學建築與環境設計研究所碩士論文，未出版，高雄。
4. 陳顯潔(2008)。台灣實木家具製造產業之技術變遷的研究。樹德科技大學建築與環境設計研究所碩士論文，未出版，高雄。
5. 段欣好(2016)。隨生活習慣而改變功能的家具設計。國立交通大學應用藝術研究所碩士論文，未出版，新竹。
6. 史雨婷、張榮強(2018)。傳統生活方式的現代家居產品設計。南京林業大學碩士論文，未出版，中國-江蘇省。

7. 鄭兆龍(2000)。消費價值與設計風格偏好性之研究-以家具為例。大葉大學工業設計研究所碩士論文，未出版，彰化。
8. 王靜亭(2002)。台灣木製家具產業設計策略之研究。國立雲林科技大學工業設計研究所碩士論文，未出版，雲林。
9. 李若俊(2000)。家具業建立品牌之經營策略研究。國立臺灣大學森林學研究所碩士論文，未出版，台北。
10. 李若俊(2000)。家具業建立品牌之經營策略研究。台灣大學森林研究所碩士論文，未出版，台北。
11. 劉庭宇(2000)。從管理觀點探討廚櫃家具銷售系統設計。中原大學室內設計研究所碩士論文，未出版，桃園。
12. 何維新(2009)。住宅空間系統家具的材料和五金要件之探究。樹德科技大學應用設計研究所碩士論文，未出版，高雄。
13. 吳怡珊(2008)。企業模式、經營策略與價值創造-以某五金家具製造業為例。中央大學財務金融學系碩士在職專班，未出版，桃園。
14. 李明陽(2009)。家具業供應物流評估模式建構之研究。輔仁大學管理學研究所碩士班論文，未出版，新北。
15. 張聖德(2007)。台灣自有品牌家具業導入設計行銷之輔助效益。雲林科技大學工業設計系碩士班論文，未出版，雲林。
16. 莊寧(2007)。擴增實境導入家具賣場行銷之研究。雲林科技大學工業設計系碩士班論文，未出版，雲林。
17. 陳國彬(2008)。台灣家具產業企業活動與動態能力關係之個案研究。雲林科技大學企業管理系碩士班論文，未出版，雲林。
18. 趙益祥(2008)。台灣環保家具公司綠色設計策略之研究。成功大學工業設計系博士論文，未出版，臺南。
19. 林凱文(2012)。概念辦公桌 concept office table。朝陽科技大學碩士論文，未出

- 版，台中。
20. 陳正和(2010)。台灣實木家具產業變遷的研究。樹德科技大學建築與環境設計研究所碩士論文，未出版，高雄。
  21. 王千維(2019)。影響消費者選購櫃類家具之因素研究。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
  22. 董育吟(2019)。消費者購買木製工藝產品因素之分析研究。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
  23. 毛秀玲(2019)。影響購買產品意願要素之研究—以木質板凳為例。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
  24. 黃韻甄(2019)。木製鋼筆造形與市場喜好度調查之研究。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
  25. 洪子棋(2020)。影響消費者選購寵物貓砂盆的滿意度分析研究。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
  26. 江奕泓(2020)。創新性與消費行為資料分析 - 以台灣流行服飾產業為例。國立臺灣大學商學研究所碩士論文，未出版，台北市。
  27. 陳維軒(2020)。消費者對於金屬茶則造形之喜好度研究。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
  28. 林莉芳(2020)。影響消費者購買綠色產品喜好度之研究—以環保吸管為例。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
  29. 王孟麗(2021)。影響消費者選購拼布包產品滿意度之分析研究。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
  30. 陳啟雄(2000)。消費行為與木製家具造形設計之研究—台灣茶藝品茗家具。國立臺灣大學森林學研究所論文，未出版，台北。

## 外文書籍

1. Lucie-Smith, Edward. (1990). *Furniture : a concise history*, London:Thames and

Hudson.

2. Hylton, Bill(2008). *Illustrated Cabinetmaking: How to Design and Construct Furniture That Works*, East Petersburg:Fox Chapel Publishing.
3. 和田浩一(2013)。世界で一番やさしい家具設計 増補改訂カラー版。東京：エクスタレッジ。
4. LaFarge, Antoinette(2019). *Louise Brigham and the Early History of Sustainable Furniture Design*, London:Palgrave Pivot.
5. Mateo Kries, Jochen Eisenbrand, Etc. (2019). *Atlas of Furniture Design*, Weil am Rhein:VITRA DESIGN MUSEUM.
6. Group Monomono(2022). *Simple Japanese Furniture: 24 Classic Step-By-Step Projects*, Tennessee:Ingram International Inc.

## 網路資料

1. MBA 智庫百科：購買意願。取自：  
<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E8%B4%AD%E4%B9%B0%E6%84%8F%E6%84%BF>
2. MBA 智庫百科：顯著性差異。取自：  
<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%98%BE%E8%91%97%E6%80%A7%E5%B7%AE%E5%BC%82>
3. MBA 智庫百科：相關係數。取自：  
<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%9B%B8%E5%85%B3%E7%B3%BB%E6%95%B0>
4. 百度百科：平均數。取自：  
<https://baike.baidu.com/item/%E5%B9%B3%E5%9D%87%E6%95%B8/11031224>
5. 百度百科：辦公家具。取自：  
<https://baike.baidu.com/item/%E5%8A%9E%E5%85%AC%E5%AE%B6%E5%85%B7>
6. 維基百科：敘述統計學。取自：  
<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%8F%8F%E8%BF%B0%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E5%A%D%A6>
7. 維基百科：變異數分析。取自：  
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%96%B9%E5%B7%AE%E5%88%86%E6%9E%90>



8. 維基百科：假說檢定。取自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%81%87%E8%AA%AA%E6%AA%A2%E5%AE%9A>

9. 家具定義。取自：<https://wenku.baidu.com/view/108843d2b9f3f90f76c61b95.html>

10. 家具的概念與意義。取自：

<https://big5.sj33.cn/industry/sj11/200606/9022.html>

11. 家具結構有哪些 家具的類型。取自：<https://kknews.cc/zh-tw/home/xqjx3eq.html>

12. 百科知識：材質。取自：<https://www.easyatm.com.tw/wiki/%E6%9D%90%E8%B3%AA>

13. 台灣家具產業前景看好。取自：

<https://info.taiwantrade.com/biznews/%E7%B8%BD%E8%AB%96-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%AE%B6%E5%85%B7%E7%94%A2%E6%A5%AD%E5%89%8D%E6%99%AF%E7%9C%8B%E5%A5%BD-1270978.html>

14. 疫情改變傳統辦公空間與模式 成企業一大挑戰。取自：

<https://innews.com.tw/35335/>

15. 後疫情時代，未來辦公室的設計趨勢（辦公室）。取自：

<http://ontologyacademy.tw/2021/08/03/%E5%BE%8C%E7%96%AB%E6%83%85%E6%99%82%E4%BB%A3%EF%BC%8C%E6%9C%AA%E4%BE%86%E8%BE%A6%E5%85%AC%E5%AE%A4%E7%9A%84%E8%A8%AD%E8%A8%88%E8%B6%A8%E5%8B%A2/>

16. 辦公室在演變，但辦公桌始終存在|LINAK（力納克）。取自：

<https://www.linak.tw/%E6%A5%AD%E5%8B%99%E5%96%AE%E4%BD%8D/%E8%BE%A6%E5%85%AC%E7%B3%BB%E5%88%97/%E6%8A%80%E8%A1%93%E7%99%BC%E5%B1%95/%E8%BE%A6%E5%85%AC%E5%AE%A4%E5%9C%A8%E6%BC%94%E8%AE%8A-%E4%BD%86%E8%BE%A6%E5%85%AC%E6%A1%8C%E5%A7%8B%E7%B5%82%E5%AD%98%E5%9C%A8>

17. 家具的文化色彩 隨著時代而變化。取自：

<https://read01.com/ed5aaP.html#.YqJLT6hBxPY>

18. 辦公桌桌面材質相關解析。取自：<https://read01.com/RLk5x2.html>

19. 圖解一張基本款的木工桌。取自：<https://kknews.cc/zh-tw/home/gp5ak39.html>

20. 辦公桌尺寸一般是多少？合創優品辦公家具-每日頭條。取自：

<https://kknews.cc/zh-tw/news/gm9ope9.html>

21. 國立臺灣大學計算機及資訊網路中心：顯著性檢定(顯著檢定)。取自：

<http://homepage.ntu.edu.tw/~clhsieh/biostatistic/6/6-8.htm>

22. 裝潢維基百科－設計家：蜂巢板。取自：

<https://www.searchome.net/wikientry.aspx?entry=%E8%9C%82%E5%B7%A2%E6%9D%BF>

23. 裝潢維基百科－設計家：美耐板。取自：

<https://www.searchome.net/wikientry.aspx?entry=%E7%BE%8E%E8%80%90%E6%9D%BF>

24. 每日頭條：木皮種類以及木皮的特點。取自：

<https://kknews.cc/zh-tw/home/zx38rzg.html>

25. 裝潢設計：木工貼皮常見的建材－木作外觀的覆材介紹。取自：

<http://blog.udn.com/jooster32/24814616>

26. MBA 智庫百科：相關係數。取自：

<https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%AE%B6%E5%85%B7>

**以上參考資料僅做學術使用**

## 附錄一—影響消費者選購辦公桌類家具相關之因素研究問卷

各位消費者您好：

非常感謝您願意在百忙之中，抽空填答本問卷。本研究問卷主要目的為瞭解您對影響選購辦公桌類家具因素的喜好程度，經統計分析之後將作為提供相關業界及學術研究之參考。本卷採無記名方式，資料絕對保密，您寶貴的意見對於本研究有莫大的幫助，衷心感謝您的協助與耐心填答！

南華大學 產品與室內設計學系

指導教授：鄭順福

研究生：林佳翰 敬上

中華民國：111年5月

### 作答說明：

1. 本問卷共有 16 題，敬請詳實填答
2. 本問卷分為四個部分  
第一部分為個人基本資料  
第二部分為辦公桌類家具「桌板造型」喜好度之調查  
第三部分為辦公桌類家具「桌板材質」喜好度之調查  
第四部分為辦公桌類家具「桌體結構」喜好度之調查
3. 請仔細作答，並於作答結束後，檢查是否有缺漏的答案。感謝您！

### 第一部分：基本資料

1. 性別：男 女
2. 年齡：18~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51~60 歲 60 歲以上
3. 學歷：國中及以下 高中職 大學/專科 研究所(含以上)
4. 職業：學生 軍公教 工商服務業 農林漁牧 其他
5. 平均月收入：20,000 以下 20,001~40,000 40,001~ 60,000  
60,001~80,000 80,000 以上

## 第二部分：辦公桌類家具「桌板造型」喜好度之調查

此部分為瞭解消費者對於辦公桌類家具的設計喜好度調查，桌板造型分為「一字形」、「L形」、「其他造型」共三種，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「尚可」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依實際經驗與個人認知，回答下列所有的問題，並選擇適當選項。感謝您的合作與配合！

1. 辦公桌類家具採用「一字形辦公桌」的造型，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



2. 辦公桌類家具採用「L字形辦公桌」的造型，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



3. 辦公桌類家具採用「其他造型」的造型，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



### 第三部分：辦公桌類家具「桌板材質」喜好度之調查

此部分為瞭解消費者對於辦公桌類家具的設計喜好度調查，桌板材質分為「實木板」、「塑合板」、「塑料材料」、「玻璃桌板」、「貼皮」共五種，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「尚可」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依實際經驗與個人認知，回答下列所有的問題，並選擇適當選項。感謝您的合作與配合！

4. 辦公桌類家具採用「實木板」的桌面材質，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



5. 辦公桌類家具採用「塑合板」的桌面材質，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



6. 辦公桌類家具採用「塑料材料」的桌面材質，您認為

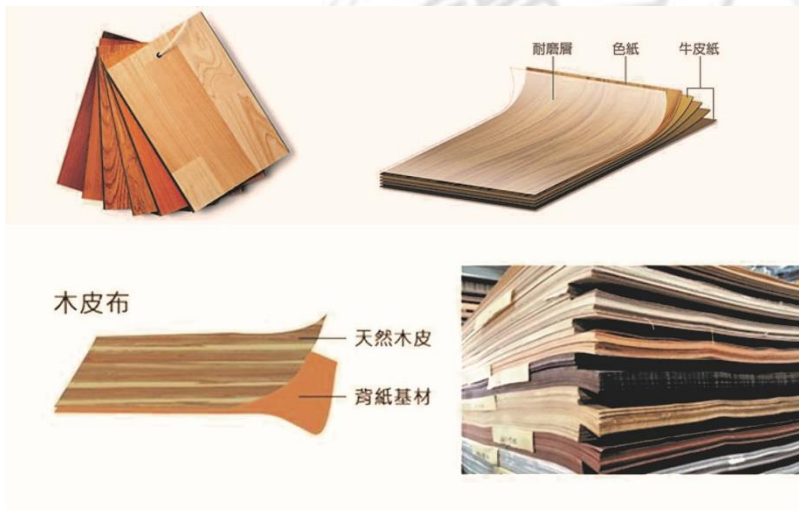
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



7. 辦公桌類家具採用「玻璃桌板」的桌面材質，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



8. 辦公桌類家具採用「貼皮」的桌面材質，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



(包含天然實木貼皮、美耐板貼皮、不織布人造貼皮、塑膠貼皮等各式貼皮)

#### 第四部分：辦公桌類家具「桌體結構」喜好度之調查

此部分為瞭解消費者對於辦公桌類家具的設計喜好度調查，桌板材質分為「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」、「整體式辦公桌，無中抽」、「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」、「僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽」、「桌體結構外觀厚實且穩重」、「桌體結構外觀輕巧且易動」、「可以變形」、「桌面設有隱藏式收納」共八種，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「尚可」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依實際經驗與個人認知，回答下列所有的問題，並選擇適當選項。感謝您的合作與配合！

9. 辦公桌類家具採用「整體式辦公桌並在桌板下設有中抽」的桌體結構，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



10. 辦公桌類家具採用「整體式辦公桌，無中抽」的桌體結構，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



11. 辦公桌類家具採用「分離式辦公桌並在桌面下設有中抽」的桌體結構，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡





12. 辦公桌類家具採用「僅有桌體的辦公桌或分離式辦公桌，無中抽」的桌體結構，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



13. 辦公桌類家具採用「外觀厚實且穩重」的桌體結構，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



14. 辦公桌類家具採用「桌體結構外觀輕巧且易動」的桌體結構，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



15. 辦公桌類家具採用「可以變形」的桌體結構，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



16. 辦公桌類家具採用「桌面設有隱藏式收納」的桌體結構，您認為  
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡



問卷到此結束，感謝您的協助！

## 附錄一問卷圖片來源

### 第二部分

問 1

<https://www.trplus.com.tw/p/016583969>

問 2

<https://www.gdu-oa.com/product-898.html>

問 3

<http://ihd.it/portfolio/bio-table-iv/>

### 第三部分

問 4

<http://www.funbugi.com>

問 5

<http://www.funbugi.com>

問 6

<https://www.besteventrentals.net/fort-collins-event-rentals/tables/4-plastic-banquet-table-detail.html>

問 7

<https://www.lamercanti.cn/classic-desk/11t-fiam.html>

問 8

<https://eiffel8158.pixnet.net/blog/post/279476303>

<https://tw.bid.yahoo.com/item/100130719786>

### 第三部分

問 9

<http://shopee.tw/trplus/1803541834>

問 10

[https://www.momoshop.com.tw/goods/GoodsDetail.jsp?i\\_code=4944172](https://www.momoshop.com.tw/goods/GoodsDetail.jsp?i_code=4944172)

問 11

<https://www.pcone.com.tw/product/info/180907118771>

問 12

<https://www.trplus.com.tw/p/016534762>

問 13

<https://www.rakuten.com.tw/shop/hd-deco/product/TSP-01926/>

問 14

<https://shopee.tw/product/47351426/3879305505?smtt=0.3223599-1651022655.9>

問 15

<https://www.atec.com.br/produtos/the-intersect-portfolio/>

問 16

<https://tw.buy.yahoo.com/gdsale/Home-Feeling-%E5%B7%A5%E4%BD%9C%E6%A1%8C-%E6%9B%B8%E6%A1%8C-%E6%94%B6%E7%B4%8D%E6%A0%BC-3-7543027.html>

