

靜宜大學管理碩士在職專班
碩士論文
Executive Master Program of Business Administration,
Providence University
Master Thesis

夾娃娃玩家的人格特質、小確幸知覺與沉迷
對再回購之影響

Effects of the Claw Machine Players' Personality,
Small but Certain Happiness Perception and Flow on
Repurchases.

研究生：陳鴻達 撰
Graduate Student: Hung-Ta Chen

指導教授：吳姮惠 博士
Advisor: Heng-Hui Wu, Ph.D.

中華民國一〇七年六月
June, 2018

靜宜大學
論文口試委員會審定書

本校 管理碩士在職專班

陳鴻達 君

所提論文：(中) 夾娃娃玩家的人格特質、小確幸知覺與沉迷對再
回購之影響

(英) Effects of the Claw Machine Players' Personality,
Small but Certain Happiness Perception and Flow
on Repurchases.

合於碩士資格水準、業經本委員會評審通過。

口試委員：

吳姍惠

吳姍惠

吳姍惠

指導教授：

吳姍惠

班主任：

吳姍惠

中華民國 107 年 06 月 15 日

摘要

根據 2018 工商時報 A6/正經八百蕭富庭報導，2017 年短短一年全台灣夾娃娃機店面成長 1000 多家，營收逼近新台幣 8 億多元，可見真的有一大群的玩家喜愛玩夾娃娃，才能撐起這個夾娃娃的娛樂市場。本研究主要針對玩家做直接面對面的問卷訪談，分析出玩家有以下這些特性：

- 一、 於夾娃娃店面直接找尋實際有在玩夾娃娃的玩家，並請求玩家幫本研究做五大人格特質問卷，本研究想找出這一群玩家在五大人格特質中是否有特定人格特質傾向？研究結果：玩家有七成是親和性人格特質。
- 二、 常常在新聞媒體或報章雜誌，甚至電影橋段都會出現「夾中娃娃會有小確幸感受，而這種小確幸有療癒作用」；本研究用訪談方式驗證出玩家對夾中娃娃或商品時確實有小確幸的知覺感受。
- 三、 很多研究常常聽到網路沉迷、博奕沉迷，故本研究很好奇夾娃娃玩家是否也會對夾娃娃這種娛樂沉迷上癮嗎？於是本研究也以直接訪談方式對玩家做沉迷度的資料蒐集，並歸納分析出玩家會因小確幸感受而輕微沉迷於夾娃娃的玩樂。
- 四、 最後本研究想探討夾娃娃玩家是否會固定常常回來這家熱鬧店面再回購，因為本研究發現某些店家人潮總是絡繹不絕，有些店家卻冷冷清清，本研究直接對夾娃娃玩家做再回購訪談，歸納出玩家確實有小確幸知覺而且會輕微沉迷夾娃娃最後會再到原店家做再回購行為。

關鍵字：五大人格特質、小確幸、沉迷度、再回購

Abstract

According to the report of 2018 Business Times A6, the reporter, Xiaofuting of Zhen-Jin-Babai, in 2017, Taiwan's clip-doll machine store has grown by more than 1000 in just one year, and its revenue has approached NT\$800 million, and its growth and quantity have not lost to 7-11, Convenience Store and Family Convenience Stores. This study has conducted a direct face-to face questionnaire interview with the players of the clip-doll and analyzed the player's characteristics as follows:

1. The players who are found in clip-doll store are actually playing the clip-doll and are asked to help this study to do five personality trait questionnaires. This study will find out whether the players in the five personality traits are in a particular personality trait intention? Research results: 70% of the players are agreeableness persons.
2. Often in the news media or magazines, and even in movies segments showing that “there will be small fortunate feelings by clip-on the doll, and this type of small fortunate feeling has healing effects”; This study has used the way of interviews to verify the players who have clip-on the doll or merchandise are indeed in the perceptive feeling of a small fortunate.
3. Many studies have often heard of internet addiction and game indulging. Therefore, this research is very curious whether the clip-on doll players will also be addicted to clip-on doll entertainment. Therefore, this study also uses the direct-interviews to collect data on players' indulging degree and summarizes that the players will be slightly addicted to clip-doll entertainment due to their small fortunate feeling.
4. In the end, this study wanted to investigate whether the clip-on doll players would constantly go to the busy store and revisited. Because this study has found that the people in the certain shops are always crowded and endless , but some stores are deserted. This study has interviewed the clip-doll players who revisited the store and has concluded that the players do have the small fortunate perception feeling and will be slightly addicted to clip-on doll, and eventually revisited to the original store.

Keywords: five personality trait, small fortunate, addicted, revisited

謝誌

首先感謝指導教授吳姍憲老師的悉心指導，讓我的論文得以順利完成，僅向恩師致上萬分謝意。同時感謝口試委員靜宜大學詹秋貴教授、朝陽科技大學吳曉君教授，給予諸多寶貴建議與指正，使本論文更臻完善，僅在此致上最高敬意。

回首這兩年靜宜大學 EMBA 的點點滴滴，難得有此一機會可以親自走一遭才知道箇中辛苦滋味，尤其要兼顧工作、學業及家庭，感覺自己就像兩頭燒的蠟燭，儘管忙碌不堪，卻也因此讓自己更懂得安排自己有限的時間、更珍惜生命中的每一分每一秒。回想過去每個埋首書案的辛苦日子，終於隨著論文的完成而畫下完美句點。

在這短短的兩年 EMBA 學習之旅中，要感謝靜宜大學諄諄教誨的師長和教授們，以及班上同學們相互鼓勵與督促，使我在企業經營管理的相關領域增長不少知識與見聞。最後特別感謝企管系葉宸華學弟大力幫忙給我很多方向和建議，以及我的家人、同事、好友們的支持與鼓勵，才使我順利度過這艱辛的兩年，謝謝所有關心和幫助我的人，感謝大家！

陳鴻達 謹致於
靜宜大學 EMBA 在職管理碩士專班
民國一〇七年六月

目錄

摘要	i
ABSTRACT	ii
謝誌	iii
目錄	iv
表目錄	vi
圖目錄	viii
第一章、緒論	1
第 1.1 節研究動機	1
第 1.2 節研究目的	3
第二章文獻探討	4
第 2.1 節五大人格與特質定義	4
第 2.2 節小確幸定義	7
第 2.3 節沉迷度定義	9
第 2.4 節再回購定義	10
第三章研究方法	12
第 3.1 節研究架構與假設	12
第 3.2 節研究對象/研究樣本	14
第 3.3 節資料蒐集方式	15
第 3.4 節問卷設計、訪談大綱	16
第四章資料分析	21
第 4.1 節夾娃娃的人格特質分析	21
第 4.2 節夾娃娃玩家與小確幸知覺分析	48
第 4.3 節小確幸知覺與沉迷的行為分析	57
第 4.4 節沉迷行為與再回購行為分析	66
第五章結論與建議	71

第 5.1 節研究結論 -----	71
第 5.2 節管理意涵 -----	73
第 5.3 節研究限制 -----	74
第 5.4 節未來研究方向建議 -----	75
參考文獻 -----	76
一、中文部份 -----	76
二、英文部分 -----	78



表目錄

表 2.1：再回購行為表 -----	10
表 3.1：受訪者背景資料表 -----	16
表 3.2：五大人格特質問卷表 -----	17
表 4.1：受訪者 A 的人格特質分析表 -----	21
表 4.2：受訪者 B 的人格特質分析表 -----	24
表 4.3：受訪者 C 的人格特質分析表 -----	26
表 4.4：受訪者 D 的人格特質分析表 -----	29
表 4.5：受訪者 E 的人格特質分析表 -----	31
表 4.6：受訪者 F 的人格特質分析表 -----	34
表 4.7：受訪者 G 的人格特質分析表 -----	36
表 4.8：受訪者 H 的人格特質分析表 -----	39
表 4.9：受訪者 I 的人格特質分析表 -----	41
表 4.10：受訪者 J 的人格特質分析表 -----	44
表 4.10.1：受訪者背景資料分析表 -----	47
表 4.11：受訪者對小確幸感覺 Q1 表 -----	48
表 4.12：受訪者對小確幸感覺 Q2 表 -----	49
表 4.13：受訪者對小確幸感覺 Q3 表 -----	50
表 4.14：受訪者對小確幸感覺 Q4 表 -----	51
表 4.15：受訪者對小確幸感覺 Q5 表 -----	52
表 4.16：受訪者對小確幸感覺 Q6 表 -----	53
表 4.17：受訪者對小確幸感覺 Q7 表 -----	54
表 4.17.1：受訪者對夾娃娃小確幸感受程度分析表 -----	56
表 4.18：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q1 表 -----	57
表 4.19：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q2 表 -----	58

表 4.20：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q3 表-----	59
表 4.21：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q4 表-----	60
表 4.22：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q5 表-----	61
表 4.23：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q6 表-----	62
表 4.24：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q7 表-----	63
表 4.25：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q8 表-----	64
表 4.25.1：受訪者對夾娃娃沉迷程度分析表-----	65
表 4.26：受訪者對夾娃娃再回購行為之 Q1 表-----	66
表 4.27：受訪者對夾娃娃再回購行為之 Q2 表-----	67
表 4.28：受訪者對夾娃娃再回購行為之 Q3 表-----	68
表 4.29：受訪者對夾娃娃再回購行為之 Q4 表-----	69
表 4.30：受訪者對夾娃娃再回購行為分析表-----	70

圖目錄

圖 3.1：研究架構圖 -----	13
圖 4.1：受訪者 A 的人格特質分析圖 -----	23
圖 4.2：受訪者 B 的人格特質分析圖 -----	26
圖 4.3：受訪者 C 的人格特質分析圖 -----	28
圖 4.4：受訪者 D 的人格特質分析圖 -----	31
圖 4.5：受訪者 E 的人格特質分析圖 -----	33
圖 4.6：受訪者 F 的人格特質分析圖 -----	36
圖 4.7：受訪者 G 的人格特質分析圖 -----	38
圖 4.8：受訪者 H 的人格特質分析圖 -----	41
圖 4.9：受訪者 I 的人格特質分析圖 -----	43
圖 4.10：受訪者 J 的人格特質分析圖 -----	46

第一章 緒論

第 1.1 節 研究動機

2018-04-18 自由時報 綜合報導 2017 年夾娃娃機店的全年銷售總額為 11.73 億，年增率為 147%，2018 年 1 月的數據顯示全台有 3353 家夾娃娃機店，比 2017 年的 2859 家還多出 494 家，年增率達 210%。夾娃娃機店面的大量開店表示有一大群玩家忠實的支持著這個行業，而這些人是否有共通的特點，本研究動機一就是要探討這群玩家的人格特質是否有明顯偏向某一特殊人格特質。

2018/01/30 工商時報 A6 正經八百【張慧玲】金馬獎獲獎電影《大佛普拉斯》裡的主角「肚才」把拾荒的一些錢都賭在夾娃娃上，並對另一個主角「納豆」說：「夾娃娃有很好的療癒效果」。「肚才」把夾到的娃娃全部裝飾在自己居住的廢棄屋內，每次拾荒後回到自己的廢棄屋內看到滿屋的娃娃就覺得很幸福，即使獨居也不會感到孤單。本研究動機二究是要探討玩家們在夾中娃娃或喜愛的商品時，心裡的感受是什麼？是否真的有興奮、愉悅、幸福的感受。

2018-02-18 中央社【修瑞瑩】報導夾娃娃癮難戒！有人花的錢「可能等同好幾輛車」。報導指出經營夾娃娃的鬍子哥，10 年花了約 8 台國產車的金錢在玩夾娃娃。換算一台車約 60 萬 10 年約花 600 萬，一年平均 60 萬，這樣的花費其實是一般新鮮人剛入社會的年收入還多，所以鬍子哥這樣對夾娃娃的投資確實有沉迷現象，因為一般正常人並不會花掉幾乎一年的年薪在夾娃娃玩樂上。故本研究動機三究是要探討玩家們是否會對夾娃娃沉迷而無法自拔。

魯秀鳳（2014）再購買意願定義是由消費者在使用產品或接受其服務時當時產生的再次購買的意願性，而下次仍然向提供者購買。鄭家宜（2010）再購買意願是顧客在購買商品後，經過整體評估所產生在未來會再購買公司產品與服務的可能，亦即與公司維持交易關係的傾向。廖述賢 鐘鈺鈞 邱雅婷（2011）

顧客滿意度對於再購意願具有顯著的正向影響，顯示當顧客對於商品或服務具有良好的滿意度時，其再購買的機會亦隨之增加。一般再回購情況為消費者對某商品或服務感到滿意而再回來消費的行為，但夾娃娃玩家對店家再回購的報導和文獻非常稀少，因夾娃娃並非等同一般的消費行為，但夾娃娃有類似賭博的碰運氣機率，有可能會讓玩家發生沉迷現象，故本研究最後大膽假設玩家會因沉迷於夾娃娃而發生再回購情形，作為最後探討。



第 1.2 節 研究目的

本研究目的主要探討夾娃娃的"玩家"為主軸，本研究欲找出哪一群人的
人格特質比較會熱衷玩夾娃娃？

本研究運用五大人格特質分析玩家的人格特質是否會提升其夾中娃娃時
小確幸的知覺感受？有小確幸知覺的夾娃娃玩家是否會沉迷在夾娃娃的世界？
本研究運用網路沉迷的八項條件，把名詞"網路"改成"夾娃娃"，驗證玩家是
否因小確幸而產生對夾娃娃沉迷現象？最後，檢驗夾娃娃玩家們是否會因對
夾娃娃的沉迷行為而常常回到這家店面玩夾娃娃？

所以歸納研究目的如下：

- 一、 夾娃娃玩家在五大人格特質中的人格特質傾向。
- 二、 人格特質與小確幸心理知覺的關係。
- 三、 小確幸知覺與沉迷度關係。
- 四、 沉迷度與再回購的關係。

本研究以夾娃娃的玩家為主要對象，於研究方法中運用問卷和開放式訪
談蒐集所需資料，再透過資料分析，驗證研究結果，最後完成研究結論、管
理意涵、研究限制與未來研究方向建議。

第二章 文獻探討

第 2.1 節 五大人格與特質定義

有關人格(Personality)的研究在心理學上從未間斷，在 1990 年代開始活躍起來。最主要原因是般公司、行號、開始運用人格特質來挑選出誠懇、穩定、高成就感的員工(James & Mazerolle, 2002)。Allport(1937)提出對人格的定義：「人格存在於個體心理系統之內的動態組織，他決定個人適應外在環境的獨特型式。」1999 年戴維舵的研究證實人格特質在領導工作、績效工作、滿意度等在企業組織行為相關領域佔有極其重要的地位。五種廣泛的因素，作為組成較大數量的人類特質架構(Goldberg, 1993)。

Costa & McCrea(1992)是他們使用五大人格最大的倡導者，他們使用的FFM(Five Factor Model；FFM；Big Five Model)是目前最被推廣和接受，其長時間的縱向研究角度將問量表導入人格特質的研究領域，用形容詞為基礎的自我評量與第三者評量持續測試五大人格發展歷程中的穩定性。

Mowen and Spears(1991)更以結構方程式模型驗證其真實的存在，而五大人格特質項目為：1.情緒穩定(Emotional Stability) 2.外向性(Extraversion) 3.開放性(Open to experience) 4.親和性(Agreeableness) 5.嚴謹性(Conscientiousness)。五大人格特質定義主要內容介紹如下：

一、 情緒穩定性(Emotional Stability)：

情緒不穩定人格特質的人包含了焦慮(anxiety)、敵意(angry hostility)、憂鬱(depression)、自我知覺(self-consciousness)、衝動(impulsiveness)、弱勢(vulnerability)的特質(Costa & McCrea, 1992)。情緒穩定用來衡量一個人的情緒穩定度，能鑑別出有心理抑鬱，不切實際的理想，過度欲求和衝動，對壓力的處理能力較差。情緒不穩定的人容易受到過去負面情緒的影響，會讓人容易產生悲傷、恐懼、困境、內疚、嫌惡等情緒反應，對於別人的嘲笑容易覺得羞恥、困窘、有自卑傾向。(陳鈺鑫、黃有傑、范振德, 2015)

情緒穩定低的人往往不能控制自己的衝動和慾望，容易與他人發生衝突，

事後也常常感到後悔，比較不能承受壓力，當壓力來臨時容易感到孤單、無助和恐慌。(李君如、楊棠安, 2005)

二、外向性(Extraversion)：

外向性人格特質的人包含了熱情(warmth)、武斷(assertiveness)、主動力(activity)、合群(gregariousness)、正面情緒(positive emotion)、追求興奮(excitement-seeking)的特質(Costa & McCrea,1992)。外向性用來衡量一個人的人際關係的能量和強度，包含對於樂觀能量、刺激需求、活動水平的評量，此特質高的人社會程度會比較高，他是健談的、合群的、樂觀的、熱心的、溫和的、友善的、善於社交的。此特質高的人生活步調快，工作或生活喜歡保持忙碌狀態，在刺激情況下容易興奮，喜歡體驗生活中的喜悅、興奮、愛、幸運的正面情緒。這類型的人組成構面上有熱心、樂群、積極、樂於活動追求刺激的正面情緒等。

三、經驗開放性(Open to experience)：

經驗開放性人格特質的人包含了幻想(fantasy)、感受(feeling)、唯美(aesthetics)、行動(action)、理想(ideas)、價值觀(values)的特質(Costa & McCrea,1992)。有此面向人格特質的人多半會是藝術家或詩人，他們不受傳統羈絆，常常有與眾不同的靈敏思維，感情非常豐富而且非常有想像力和創造力。經驗開放性用來衡量一個人對陌生事物的容忍和探索能力，主動追求經驗和體驗的取向。此特質高的人有幻想、尚美、重感情、有點子有價值觀。通常這種人想像力豐富、比較重視內在的感覺、對美的東西比較敏感、喜歡多樣化求知慾望盛、好奇心強獨立思考及判斷不存偏見。開放性高的人喜歡幻想，不是白日夢那種亂想，而是透過編織幻想可以豐富他們內心世界，對於內在的感覺和情感體驗較深、敏感度較高。

四、親和性(Agreeableness)：

親和性人格特質的人包含了信賴(trust)、坦率(straight forwardness)、順從

(compliance)、利他主義(altruism)、謙遜(modesty)、溫柔慈悲之心(tender-mindedness)的特質(Costa & McCrea,1992)。(楊明玉、番承懷, 2011)親和性用來衡量一個人在思想情感和人際互動上人際取向程度。親和性的人有容易相處溝通與合作的特質，此特質高的人構面上有信任、坦誠、利他主義、順從、謙虛、體貼天真，相信每一個人都會是善良的、意圖都是好的、他們很坦白而且替別人著想對敵人寬恕喜歡幫助別人。在團體中一定扮演順從角色，盡量避免衝突，避免攻擊性話語，即使他們對自己表現已有相當信心，仍然會表現得很謙虛。

五、嚴謹性(Conscientiousness)：

嚴謹性人格特質的人包含了能力(competence)、條理(order)、盡職(dutifulness)、成就趨勢(achievement striving)、自律(self-discipline)、深思熟慮(deliberation)的特質(Costa & McCrea, 1992)。嚴謹性用來衡量一個人的組織性、堅毅性、以及目標取向的動機強度。此種特質的人有組織能力、自我要求和堅持、及自我成就導向的人，這種人組織構面上是成就導向、按部就班、責任心、勝任感、追求成就自律且深思熟慮。此特質高的人比較有規劃、有組織、自我控制程度較高，而且比較有目標，意志力堅強做事有決心謹慎，而且有效率做事。

游森期(2003)「台灣地區大學生人格特質、網路成癮、憂鬱&焦慮之結構方程式模式檢定」中，研究發現網路成癮和情緒穩定、外向性、及經驗開放性有正相關。與親和性無顯著相關，與嚴謹性有負相關。本研究將研究網路改成夾娃娃，並研究觀察是否也有類似相關。

H1：夾娃娃玩家與五大人格特質中的情緒穩定、外向性、及經驗開放性有正相關。

第 2.2 節 小確幸定義

小確幸和幸福感有什麼不同呢？過去研究幸福感是長時間生活滿意的概念(陳建璋、季力康, 2009)。為了滿足個人需求可藉由參與休閒運動或人際互動的過程產生愉悅地的感受(Argyle, 1987)。而小確幸則是短時間的幸福感，所以日本文學作家-春上村樹說：[生活中要是少了小確幸，人生只不過是乾巴巴的沙漠而已]。春上村樹把英文的「A little happiness」翻譯為「小確幸」一詞。(英文之家,2014) 朱朱(2014)探討春上村樹的小確幸時認為"小"是一種對慾望的節制，為小而真確的幸福感存在。劉玉真(2014)提到小確幸的感覺在於"小"，每一枚小確幸持續的時間約 3 秒~3 分鐘不等，源自於生活細節中的小幸福，而且散落於我們生活中每個角落，是最簡單的快樂也是幸福的體現。Myers & Dinner (1997)收集關於 1000 份幸福感的調查發現，幸福感跟性別無特殊差異，但跟生命歷程、教育程度、婚姻狀況在子構面上存有差異。

陳博志(2014)在台灣經濟研究月刊 37 卷 8 其中明確定義小確幸現象為「花小錢而得到大幸福」。他引用禪境小故事來顯示這種現象—某人為了逃避老虎追殺而抓住一條藤蔓掛在懸涯邊，雖然暫時躲過老虎威脅，這時卻發現涯下有一條惡龍正等著他掉下來準備要吃掉他，同時又看到有兩隻小老鼠正在啃蝕他抓住的藤蔓，他當下心情真是糟透了心想這下必死無疑了，此時他抬頭一看發現樹上有一蜂巢，而蜂蜜正沿著藤蔓往下滴，於是她張口吃了蜂蜜，蜂蜜的味道鮮美幸福，以致她忘記了險境。換言之；當下的效用和幸福感已和當下的財貨及可能的傷害無關，而完全專注和享受蜂蜜的甜美。想必這種禪境每個人都有經歷過，都專注於某一快樂事件上，完全忘卻其他現實中的不如意和困境。

綜合以上論點小結，小確幸條件如下：

1. 節制慾望後達到目標的快樂。
2. 小投資大報酬(高 CP 值)。
3. 獲得的物品或服務完全滿足心理需求。
4. 愉悅得心理時間從 3 秒~3 分鐘不等。

為了夾娃娃需要挪出一筆小錢所以要節制其他花費的慾望，可能投資 10 元就夾中心中想要的物品，吻合高 CP 值，夾中物品後滿足心理一段幸福感受的時間，所以夾娃娃的遊樂過程確實有小確幸的幸福感覺存在。

H2：夾娃娃玩家夾中商品時與小確幸知覺有正相關性。



第 2.3 節 沉迷度定義

沉浸(Flow)由 Csikszentmihalyi 首次提出，他認為人們從事某種活動時，若注意力完全集中在活動上，此時人們會忽略其他事物的知覺，進而進入渾然忘我的狀態，完全享受自我滿足的經驗，而此一經驗會帶來莫大的喜悅，會使人付出龐大的代價。在沉浸的過程中會伴隨著自覺的喪失，進而得到一種源自於個人對挑戰(Challenge)和技巧(Skill)之間感知平衡的最佳體驗(Psychology of optimal experience)(Ellis et al.. 1994)。

沉浸可謂廢寢忘食，幾乎完全沒有時間的運行，完全沉浸在自己的世界，假如沉浸在正面行為有可能是好的結果，如科學家們為了發明或發現某一事件或原理可以茶不思飯不想得完全一直努力地做實驗，直到找出原因或結果才走出沉浸的世界，這段時間可能花上數個月甚至數年都可能。另一方面假設沉浸於負面的行為比如：吸毒、酒精中毒、賭博。這些沉浸者小者傷身大者家破人亡，不可不慎（韓揚銘、劉瑞啟、范錚強 2013）。

比沉浸輕微些的狀態就是沉迷(Addiction)，在醫學中沉迷被定義為「屈服於某種習慣的狀態，特別是對毒品的強烈依賴」。Young(1997)用八項問題來協助專業人員做為臨床診斷網路沉迷參考；若具備五項(含)即屬網路沉迷者之參考(此處把網路改成夾娃娃遊樂)。

- (一) 你夾娃娃時是否全神貫注？
 - (二) 你是否需要更多夾娃娃的花費才能感到滿足？
 - (三) 你是否對夾娃娃行為上癮感到困擾？
 - (四) 你是否停止夾娃娃後感到難過、沮喪或空虛？
 - (五) 你是否夾娃娃時間超過 30 分鐘？
 - (六) 你是否因夾娃娃而忘記生活中、工作上的壓力？
 - (七) 你是否隱瞞家人或師長或關心你的人偷偷去玩夾娃娃的事實？
 - (八) 你是否藉著夾娃娃來逃避生活壓力或減輕心裏不舒服的感覺？
- 小結：沉迷的程度是非常主觀的看法，本研究也探討夾娃娃的玩家是否因小確幸而有進入沉迷狀態而不自知。

H3：玩家因小確幸與沉迷夾娃娃有正相關性。

第 2.4 節 再回購定義

表 2.1：再回購行為表

魯秀鳳	2014	再購意願定義是由消費者在使用產品或接受其服務時當時產生的再次購買的意願性，而下次仍然向提供者購買。
廖述賢 鐘鈺鈞 邱雅婷	2011	顧客滿意度對於再購意願具有顯著的正向影響，顯示當顧客對於商品或服務具有良好的滿意度時，其再購買的機會亦隨之增加。
鄭家宜	2010	再購意願是顧客在購買商品後，經過整體評估所產生在未來會再購買公司產品與服務的可能，亦即與公司維持交易關係的傾向。
Hellier et al.	2003	將再購意願定義為顧客在考量自身的現況後自相同公司再一次購買同服務的決定。
Mittal & Kamakura	2001	指出老客戶的再購行為表示對產品或服務有相當高的滿意程度，因此提升顧客的滿意度，促使老客戶再進行消費就是企業營運的目標。
Kotler	2000	再購意願是當顧客滿意企業提供的服務品質或高於顧客要求的期望時，顧客就會有再次購買或是推薦他人的行為出現。

資料來源：本研究整理

小結：客戶會再回購主要對產品和服務感到滿意，或轉換可能需付出更大成本所以雖不滿意仍會再回購該產品或服務。

因再回購與博弈的文獻非常少，因為博弈目前尚未合法所以不容易找到相關文章證明賭客必定會回到固定場所博弈，但也因只有某些合法場所才能讓賭客上門。但夾娃娃的玩家是否會一直固定上某些夾娃娃店面玩樂與店家的經營手法有些關係。本研究發現生意好的店家有運用一些經營技巧來吸引夾娃娃玩家上門的方法，發現手法如下：

- (一) 娃娃機內容物放最新流行商品，比如：最新流行的海螺藍芽喇叭、最新公仔等等。
- (二) 娃娃機某幾台的爪子很有力，可能抓三次就能抓到物品。
- (三) 店面有雇用店員隨時幫玩家調整物品擺放角度，甚至教玩家要如何夾才能夾中娃娃。
- (四) 店家會設定保證夾取機台，玩家投資一定金額後保證夾取物品。
- (五) 店家會辦夾娃娃比賽或 Show Girl 等活動。

玩家會再回購(回到原店家夾娃娃)有很多因素都是商家操弄的手法(擺設娃娃角度和容易夾取)有關，和店家的物品有好品質和服務似乎不太有關聯。

H4：玩家因沉迷行為與再回購有正相關聯性。



第三章 研究方法

第 3.1 節 研究架構與假設

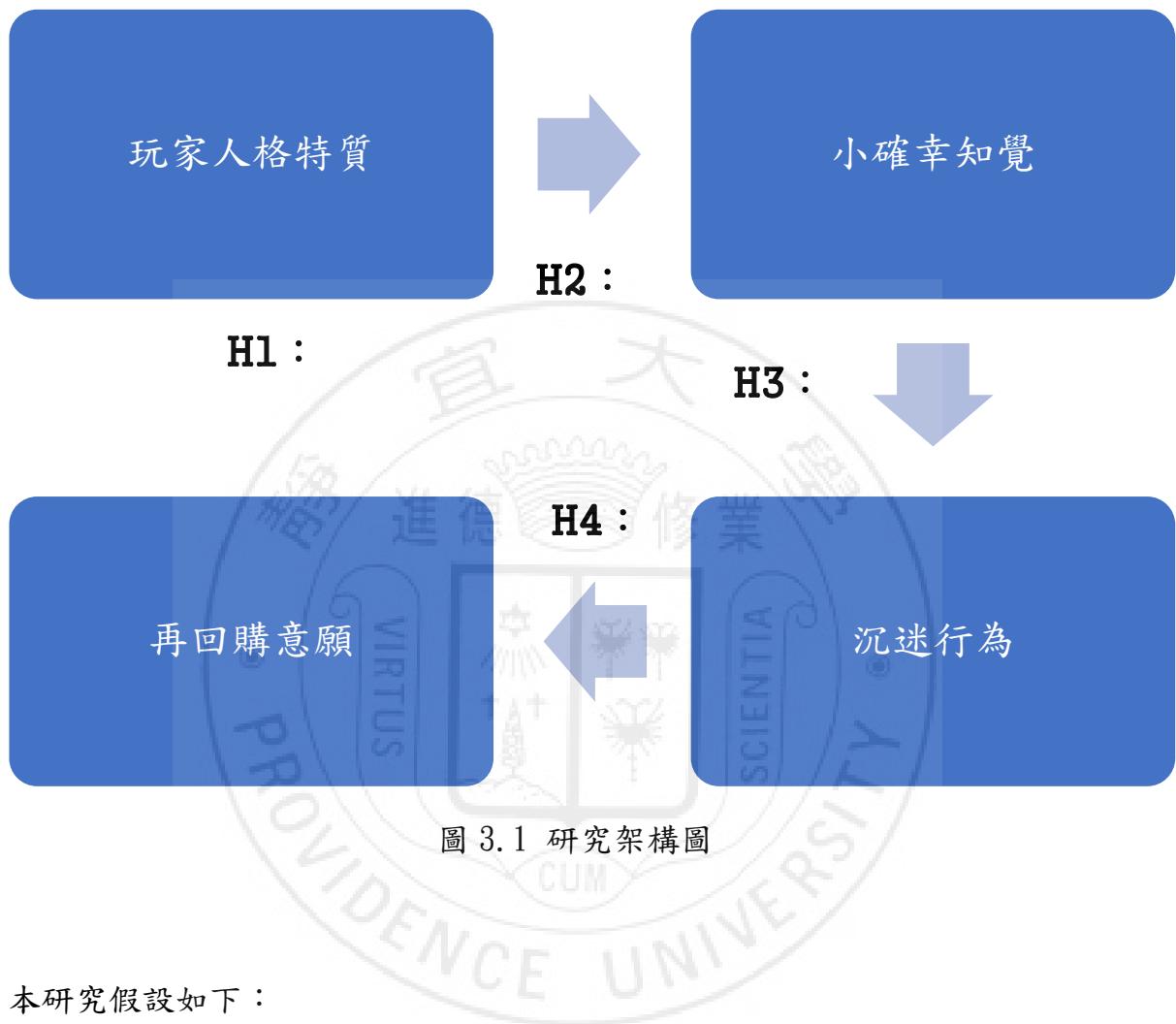
H1~H4 推導: 陳博志 103 年 8 月【台灣經濟研就月刊】37 卷 8 期 任何一段時間都可以細分很多時段，一個人在某些時段排除其他時段的煩惱，則這些時段會有較大的幸福感。為了得到更多的小確幸，個人的修為要讓心境能做這種時間上的切割和改變，能夠切割出越多不受煩惱干擾的時間就可以得到越多的幸福感。例如：參加熱鬧節慶、藝術展演、煙火施放、花小錢夾娃娃……等等。故推論 H1 實有一群特殊性格的人因為玩夾娃娃而得到心理的滿足、興奮、和幸福的感覺。間接推論 H2 的小確幸知覺確實存在，也就是 H1(人格特質)可以推導到 H2(小確幸知覺)。

游森期(2003)「台灣地區大學生人格特質、網路成癮、憂鬱&焦慮之結構方程式模式檢定」中，研究發現網路成癥和情緒穩定、外向性、及經驗開放性有正相關。因網路會讓人沉迷表示夾娃娃也是有可能讓玩家沉迷，而這些沉迷的玩家是否也和情緒穩定、外向性、及經驗開放性有正相關？則需要本研究深入探討。故可推導 H1(人格特質)到 H2(小確幸知覺)到 H3(沉迷行為)。

2017-11-25 華視新聞 新北市新莊林姓男子非常愛玩夾娃娃，甚至沉迷其中，把薪水都花在上面還去貸款借了 30 萬，最後錢花光了竟當起雨衣大盜，直接用電擊器破壞娃娃機台偷走裡面 3C 產品。林姓嫌犯平時為電梯維修員，有正常工作和家庭卻因夾娃娃沉迷而偷竊，最後不僅要賠償和留下前科，家人孩子恐怕也無法體諒。以上新聞得知有些人會對夾娃娃沉迷而一直再回來店家做再回購行為，故推論 H1(人格特質)到 H2(小確幸知覺)到 H3(沉迷現象)再到 H4(再回購)是成立的。

根據以上推導，本研究設定研究架構和研究假設如後。

根據 H1~H4 推導，本研究設定研究架構圖如下：



本研究假設如下：

H1：夾娃娃玩家傾向於擁有較高五大人格特質中的情緒穩定、外向性、及經驗開放性。

H2：玩家五大人格特質與小確幸知覺有正相關聯性。

H3：玩家小確幸知覺與沉迷夾娃娃行為有正相關聯性。

H4：玩家因沉迷行為與再回購有正相關聯性。

第 3.2 節 研究對象/研究樣本

本研究對象為實際在夾娃娃店面玩樂的玩家(夾客)，本研究訪談時間為周一~周五晚上 19：00~21：00 資料蒐集，時間約一個月，地點為靜宜大學校外人潮較多的同一夾娃娃店面做觀察和請求夾娃娃玩家做訪談，研究訪談樣本數為十份，訪談夾娃娃玩家十人，尋找受訪者條件之一就是一定要有在夾娃娃店面投資玩樂 10 次(含)以上方可列為訪談對象。現場觀察到玩家有趣行為如下：

- 一、有些單獨玩家很容易專注自己夾娃娃過程，當物品被夾出時常會有"YES"語音和手勢，當夾取過程中物品又從夾子滑落時，也會聽到"哎呀"感嘆聲，表示可惜。單獨玩家常常容易失控把身邊零錢和百元紙鈔花光才離開該夾娃娃店面。單獨玩家比較有機會成為訪談對象。
- 二、2 人以上成群玩家常常一個夾娃娃一個幫忙指揮看角度，當物品被夾出時，興奮快樂的互相擊掌以表雙方對這次收穫的快感有認同，當一直夾不出物品時，其中一位成員就會建議放棄，換其他機台再試試看。這些玩家常常投資一兩百元就離開夾娃娃店面，這群人不容易成為受訪對象，他們常說有下個行程就婉拒受訪。
- 三、有些玩家到夾娃娃店面先不夾，到處觀察這個機台夾娃娃機的夾子是否好夾，物品擺放角度與被夾出成功率高不高，他們常常很冷靜，他們似乎會算成功率似的，他們常常大豐收且心滿意足的離開夾娃娃店面。
- 四、有些家庭玩家是因孩子喜歡機台內的娃娃而要求爸爸或媽媽幫忙夾，觀察發現只要女兒要求爸爸夾娃娃，爸爸會不惜代價一定會努力把物品夾出來送給女兒，離開店面時會看到小女孩滿心歡樂心情雀躍地炫耀戰利品。該父親臉上也看出驕傲的表情，既使花費的金額已遠遠大於商品價值。

第 3.3 節 資料蒐集方式

本研究資料蒐集方式為實際面對陌生的夾娃娃玩家，請求該玩家撥些時間接受本研究訪談，但成功率常常掛零，夾娃娃的玩家們内心深處對本研究這個陌生的請求者似乎完全不想理睬，甚至告誡不要再靠進他，為了得到一份訪談資料真是得到一百分的挫折感，終於感受業務人員開發新客戶時的痛苦感受在哪裡了，但本研究還是不折不饒的完成十份訪談資料。以下區分"拒絕受訪因素"和"願意受訪因素"。

拒絕受訪因素：

- 一、 害怕本研究者是詐騙集團，怕被騙個資，害怕本研究是來詐財的...等。
- 二、 以沒時間不方便為理由拒絕接受訪談。
- 三、 發現本研究者手上拿著資料夾就認為是直銷公司派來做直銷的而拒絕溝通。
- 四、 沒有理由就不想跟本研究者有任何交集，完全不讓本研究者說話就快速離開。

願意受訪因素：

- 一、 本研究者的外表穿襯衫，黑西裝褲，看起來比較正式，首次接觸比較有禮貌。
- 二、 找尋單獨夾娃娃玩家，因單獨玩家比較不會有下個行程壓力，接受訪談機率較高。
- 三、 秀出學生證直接表明本人是研究生，表明本研究者只是單純蒐集夾娃娃玩家的一些資料，不會蒐集到個資問題，打破心防。
- 四、 觀察到受訪者猶豫時，本研究者再拿出 7-11 百元禮卷作為答謝，這時受訪者願意接受訪談的成功率提高到 90%。

第 3.4 節 問卷設計、訪談大綱

一、問卷設計依循研究目的規劃出五部分，第一部分為受訪者背景資料，收集內容包含性別、年齡、教育程度、職業類別、婚姻狀況、過去六個月平均收入、每次夾娃娃的費用約多少。資料如下：

第一部分受訪者基本資料：

表 3.1；受訪者背景資料表

1.	性別
	<input type="checkbox"/> 1 男 <input type="checkbox"/> 2 女
2.	年齡
	<input type="checkbox"/> 1 20 歲(含)以下 <input type="checkbox"/> 2 21-30 歲 <input type="checkbox"/> 3 31-40 歲 <input type="checkbox"/> 4 41-50 歲 <input type="checkbox"/> 5 51 歲(含)以上
3.	教育程度
	<input type="checkbox"/> 1 國中(含)以下 <input type="checkbox"/> 2 高中(職) <input type="checkbox"/> 3 大學(專) <input type="checkbox"/> 4 碩士(含)以上
4.	職業類別
	<input type="checkbox"/> 1 學生 <input type="checkbox"/> 2 工業 <input type="checkbox"/> 3 商業 <input type="checkbox"/> 4 服務業 <input type="checkbox"/> 5 自由業 <input type="checkbox"/> 6 軍公教 <input type="checkbox"/> 7 其它
5.	婚姻狀況
	<input type="checkbox"/> 1 未婚 <input type="checkbox"/> 2 已婚 <input type="checkbox"/> 3 失婚
6.	過去六個月，平均每月收入
	<input type="checkbox"/> 1 20,000 元以下 <input type="checkbox"/> 2 20,001-40,000 元 <input type="checkbox"/> 3 40,001-60,000 元 <input type="checkbox"/> 4 60,001-80,000 元 <input type="checkbox"/> 5 80,001 元(含)以上
7.	您每一次花費在夾娃娃的費用約多少
	<input type="checkbox"/> 1 200 元(含)以下 <input type="checkbox"/> 2 201~500 元 <input type="checkbox"/> 3 501~800 元 <input type="checkbox"/> 4 800~1000 元 <input type="checkbox"/> 5 1001 以上元(含)以上

第二部分依據文獻探討第 2.1 節五大人格特質與定義，參考 Saucier(1994)依 Costa&McCrae(1992)做修改後，提出五大人格模型與分類，設計出五大人格問卷並計算出受訪者是屬於何種人格特質，問卷 40 題如下：

第二部分主要調查夾娃娃夾客的人格特質分類。

表 3.2；五大人格特質問卷表

以下想了解您平時生活的一些個人特質，請依您實際感受選擇適合分數進行作答，並在空格內打圈「○」，表示您的 <u>同意程度</u> 。	意 常 同	非 常 同	同 意	普 通	不 同 意	同 意	非 常 不
1.我喜歡創新的活動	5	4	3	2	1		
2.我擁有豐富的想像力	5	4	3	2	1		
3.我的思維極富哲理	5	4	3	2	1		
4.我的反應聰明伶俐	5	4	3	2	1		
5.我喜歡處理複雜的事務	5	4	3	2	1		
6.我說話的語調比一般人深沉	5	4	3	2	1		
7.我的反應並不聰明伶俐	5	4	3	2	1		
8.我缺乏想像力	5	4	3	2	1		
9.我會依循計劃、有組織的進行	5	4	3	2	1		
10.我以追求效率為導向	5	4	3	2	1		
11.我喜歡有系統的進行	5	4	3	2	1		
12.我會瞭解實際情況後再做決定	5	4	3	2	1		
13.我做事沒什麼計畫	5	4	3	2	1		
14.我做事沒什麼效率	5	4	3	2	1		
15.我做事會按步就班的進行	5	4	3	2	1		
16.我做事似乎比較粗心	5	4	3	2	1		
17.我是個健談的人	5	4	3	2	1		
18.我喜歡參加各種社交活動	5	4	3	2	1		

19.我喜歡做大膽的假設	5	4	3	2	1
20.我經常保持精力旺盛	5	4	3	2	1
21.我的個性比較害羞	5	4	3	2	1
22.我比較喜歡安靜	5	4	3	2	1
23.我的個性比較內向	5	4	3	2	1
24.我比較喜歡獨處	5	4	3	2	1
25.我很有同情心	5	4	3	2	1
26.我的個性比較溫和	5	4	3	2	1
27.我待人一向仁慈、親切	5	4	3	2	1
28.我喜歡與人合作	5	4	3	2	1
29.我做事一向清楚、冷靜	5	4	3	2	1
30.我待人一向冷漠以對	5	4	3	2	1
31.我經常無理取鬧	5	4	3	2	1
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	5	4	3	2	1
33.我是多愁善感的人	5	4	3	2	1
34.我容易猜疑別人	5	4	3	2	1
35.我的脾氣不好、很容易發怒	5	4	3	2	1
36.我會嫉妒他人的成就	5	4	3	2	1
37.我的情緒易激動、易受刺激	5	4	3	2	1
38.我常常很煩躁、耐不住性子	5	4	3	2	1
39.我不會嫉妒他人的成就	5	4	3	2	1
40.我不喜歡受到拘束	5	4	3	2	1

二、訪談大綱中接續問卷訪談中第三~第五部分，第三部分依據文獻探討第2.2 節，針對夾娃娃玩家對小確幸認同程度是否有正相關，參考小確幸定義設計出訪談題目如下：

第三部分主要調查夾娃娃的玩家對小確幸程度感受。

1. 請問夾娃娃時，10 元硬幣投入洞口時的感想為何？

2. 請問你夾中娃娃那一刻，心中感覺怎樣？
3. 你覺得心中的這份愉悅幸福的感覺會持續多久？
4. 你覺得夾娃娃有以小博大的感覺嗎？為什麼？
5. 你覺得第幾次夾中會最快樂？夾幾次還是夾不中會選擇放棄？
6. 你覺得這次收穫有賺到嗎？為什麼？
7. 你覺得這次收穫是靠運氣還是超高技術？為什麼？

第四部份針對文獻探討中第 2.3 節中，夾娃娃的玩家是否會有沉迷程度，參考 Young(1997)用八項問題來協助專業人員做為臨床診斷沉迷參考。

第四部分主要調查夾娃娃的夾客對夾娃娃沉迷程度看法。

1. 你是如何專心專注的夾娃娃？
2. 如果現在完全禁止你再夾娃娃你的感受是什麼？
3. 從進入店面到離開夾娃娃店面大約花多少時間？
4. 你覺得夾娃娃和生活中的各種壓力有什麼相關聯嗎？
5. 承上題，夾娃娃的過程你會暫時不想面對那些事情？
6. 你玩夾娃娃的事實，你會跟親朋好友說嗎？為什麼？
7. 每次夾娃娃你容易控制金錢花費嗎？如何控制？
8. 你覺得夾娃娃是休閒娛樂還是賭博行為呢？為什麼？

第五部份針對文獻探討中第 2.4 節中，依據學者專家定義的再回購行為中，歸類重要四點重點並用訪談方式直接蒐集受訪者對再回購看法。

第五部分主要調查夾娃娃的夾客對店家是否再回來玩樂看法。

1. 請問你常常回來這家店玩夾娃娃嗎？為什麼？
2. 你會跟朋友推薦哪一家店面一定要去玩夾娃娃嗎？為什麼？
3. 請你分享剛剛夾娃娃的經驗和感想好嗎？
4. 你覺得店家做哪些改變一定會吸引你再回來夾娃娃？

以上第三章研究方法架構。

第四章 資料分析

第 4.1 節 夾娃娃玩家的人格特質分析

依據 3.4 節中第一部份夾娃娃玩家的問卷資料蒐集併計算出玩家的人格特質如下：

受訪者：A 男性，21~30 歲，大學畢業，服務業，未婚，過去六個月月平均收入 20001~40000，每次夾娃娃費用約 200 令以下，人格特質量表因素分析結果：**親和性人格**。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.1：受訪者 A 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分：3.77
38.我常常很煩躁、耐不住性子	3
37.我的情緒易激動、易受刺激	4
35.我的脾氣不好、很容易發怒	3
36.我會嫉妒他人的成就	4
34.我容易猜疑別人	4
31.我經常無理取鬧	5
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	4
33.我是多愁善感的人	3
39.我不會嫉妒他人的成就	4

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：3.9
2.我擁有豐富的想像力	4
19.我喜歡做大膽的假設	3
4.我的反應聰明伶俐	4
1.我喜歡創新性的活動	5
8.我缺乏想像力	4
3.我的思維極富哲理	4
7.我的反應並不聰明伶俐	4
20.我經常保持精力旺盛	4
40.我不喜歡受到拘束	4
5.我喜歡處理複雜的事務	3

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分：4.44
13.我沒什麼計劃	5
10.我以追求效率為導向	5
14.我沒什麼效率	5
9.我會依循計劃、有組織的進行	4
11.我喜歡有系統的進行	4
15.我做事會按步就班的進行	4
16.我做事似乎比較粗心	4
12.我會了解實際情況後再做決定	5
29.我做事一向清楚、冷靜	4

題項因素四：外向性 Extraversion	得分：3.43
22.我比較喜歡安靜	3
23.我的個性比較內向	3
21.我的個性比較害羞	4
24.我比較喜歡獨處	3
18.我喜歡參加各種社交活動	4
17.我是個健談的人	4
6.我說話的語調比一般人深沉	3

題項因素五：親和性 Agreeableness	得分：4.6
27.我待人一向仁慈、親切	5
25.我很有同情心	5
28.我喜歡與人合作	4
26.我的個性比較溫和	4
30.我待人一向冷漠以對	5

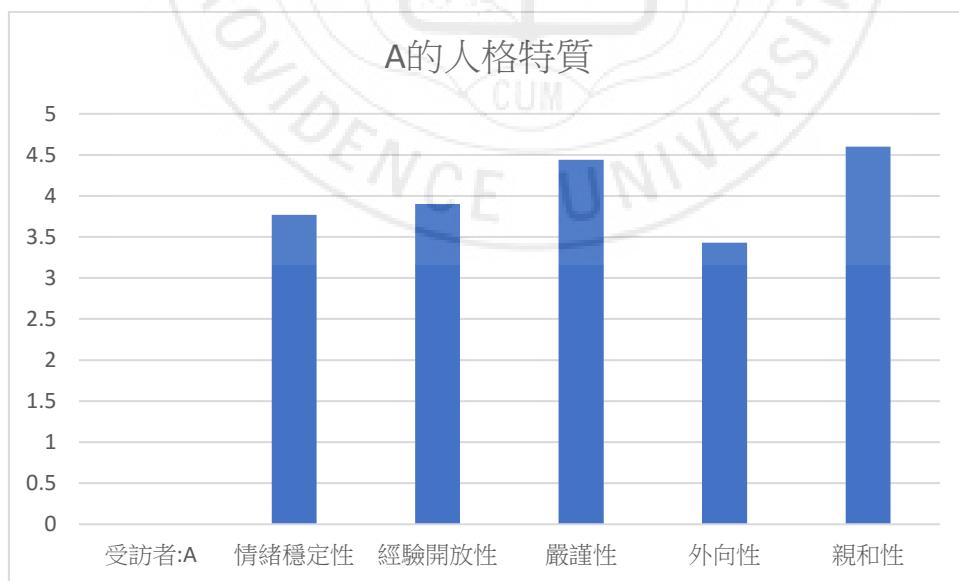


圖 4.1：受訪者 A 的人格特質分析圖

受訪者：B 女性，41~50 歲，高中(職)畢業，服務業，已婚，過去六個月月平均收入 20001~40000，每次夾娃娃費用約 200 元以下，人格特質量表因素分析結果：**外向性人格**。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.2：受訪者 B 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分：2.11
38.我常常很煩躁、耐不住性子	1
37.我的情緒易激動、易受刺激	1
35.我的脾氣不好、很容易發怒	1
36.我會嫉妒他人的成就	3
34.我容易猜疑別人	2
31.我經常無理取鬧	3
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	1
33.我是多愁善感的人	4
39.我不會嫉妒他人的成就	3

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：3.6
2.我擁有豐富的想像力	3
19.我喜歡做大膽的假設	4
4.我的反應聰明伶俐	4
1.我喜歡創新性的活動	3
8.我缺乏想像力	5
3.我的思維極富哲理	2
7.我的反應並不聰明伶俐	4
20.我經常保持精力旺盛	4
40.我不喜歡受到拘束	5
5.我喜歡處理複雜的事務	2

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分：3
13.我沒什麼計劃	2
10.我以追求效率為導向	4
14.我沒什麼效率	5
9.我會依循計劃、有組織的進行	2
11.我喜歡有系統的進行	4
15.我做事會按步就班的進行	1
16.我做事似乎比較粗心	3
12.我會了解實際情況後再做決定	3
29.我做事一向清楚、冷靜	3

題項因素四：外向性 Extraversion	得分：4.42
22.我比較喜歡安靜	5
23.我的個性比較內向	5
21.我的個性比較害羞	4
24.我比較喜歡獨處	5
18.我喜歡參加各種社交活動	3
17.我是個健談的人	5
6.我說話的語調比一般人深沉	4

題項因素五：親和性 Agreeable	得分：2.8
27.我待人一向仁慈、親切	2
25.我很有同情心	3
28.我喜歡與人合作	4
26.我的個性比較溫和	2
30.我待人一向冷漠以對	3

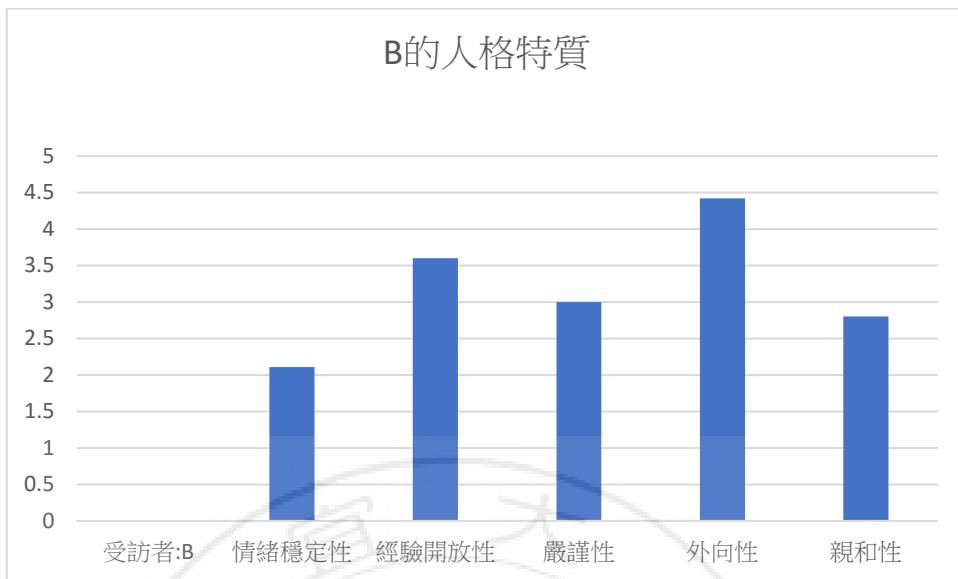


圖 4.2：受訪者 B 的人格特質分析圖

受訪者：C 男性，21~30 歲，碩士(含)以上畢業，工業，未婚，過去六個月月平均收入 40001~60000，每次夾娃娃費用約 200 合以下，人格特質量表因素分析結果：情緒穩定性人格。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.3：受訪者 C 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分：4
38.我常常很煩躁、耐不住性子	5
37.我的情緒易激動、易受刺激	4
35.我的脾氣不好、很容易發怒	4
36.我會嫉妒他人的成就	5
34.我容易猜疑別人	4
31.我經常無理取鬧	4
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	3
33.我是多愁善感的人	3
39.我不會嫉妒他人的成就	4

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：3.5
2.我擁有豐富的想像力	3
19.我喜歡做大膽的假設	4
4.我的反應聰明伶俐	3
1.我喜歡創新性的活動	4
8.我缺乏想像力	4
3.我的思維極富哲理	2
7.我的反應並不聰明伶俐	3
20.我經常保持精力旺盛	4
40.我不喜歡受到拘束	4
5.我喜歡處理複雜的事務	4

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分：3.88
13.我沒什麼計劃	4
10.我以追求效率為導向	5
14.我沒什麼效率	4
9.我會依循計劃、有組織的進行	4
11.我喜歡有系統的進行	4
15.我做事會按步就班的進行	3
16.我做事似乎比較粗心	3
12.我會了解實際情況後再做決定	4
29.我做事一向清楚、冷靜	4

題項因素四：外向性 Extraversion	得分：3
22.我比較喜歡安靜	3
23.我的個性比較內向	3
21.我的個性比較害羞	3
24.我比較喜歡獨處	3
18.我喜歡參加各種社交活動	3
17.我是個健談的人	3
6.我說話的語調比一般人深沉	3

題項因素五：親和性 Agreeableness	得分：3
27.我待人一向仁慈、親切	3
25.我很有同情心	4
28.我喜歡與人合作	4
26.我的個性比較溫和	4
30.我待人一向冷漠以對	4

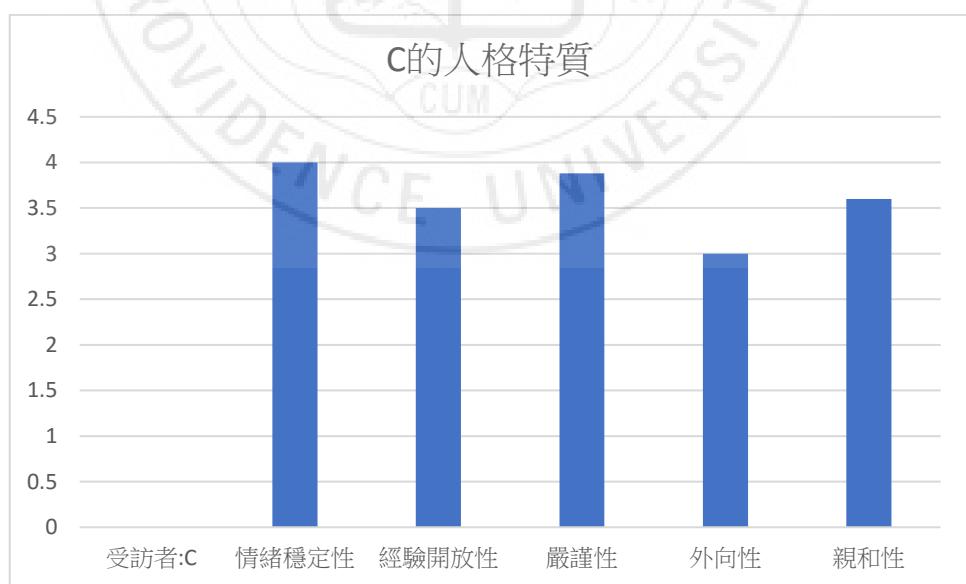


圖 4.3：受訪者 C 的人格特質分析圖

受訪者：D 男性，21~30 歲，大學畢業，軍公教，未婚，過去六個月月平均收入 20001~40000，每次夾娃娃費用約 200 令以下，人格特質量表因素分析結果：親和性人格。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.4：受訪者 D 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分：2.44
38.我常常很煩躁、耐不住性子	2
37.我的情緒易激動、易受刺激	3
35.我的脾氣不好、很容易發怒	2
36.我會嫉妒他人的成就	4
34.我容易猜疑別人	2
31.我經常無理取鬧	5
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	1
33.我是多愁善感的人	1
39.我不會嫉妒他人的成就	2

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：3.9
2.我擁有豐富的想像力	4
19.我喜歡做大膽的假設	2
4.我的反應聰明伶俐	5
1.我喜歡創新性的活動	5
8.我缺乏想像力	3
3.我的思維極富哲理	4
7.我的反應並不聰明伶俐	5
20.我經常保持精力旺盛	4
40.我不喜歡受到拘束	5
5.我喜歡處理複雜的事務	2

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分 : 4.11
13.我沒什麼計劃	3
10.我以追求效率為導向	5
14.我沒什麼效率	4
9.我會依循計劃、有組織的進行	4
11.我喜歡有系統的進行	4
15.我做事會按步就班的進行	5
16.我做事似乎比較粗心	4
12.我會了解實際情況後再做決定	5
29.我做事一向清楚、冷靜	3

題項因素四：外向性 Extraversion	得分 : 2
22.我比較喜歡安靜	1
23.我的個性比較內向	2
21.我的個性比較害羞	2
24.我比較喜歡獨處	1
18.我喜歡參加各種社交活動	3
17.我是個健談的人	3
6.我說話的語調比一般人深沉	2

題項因素五：親和性 Agreeable	得分 : 4.4
27.我待人一向仁慈、親切	5
25.我很有同情心	5
28.我喜歡與人合作	3
26.我的個性比較溫和	5
30.我待人一向冷漠以對	4

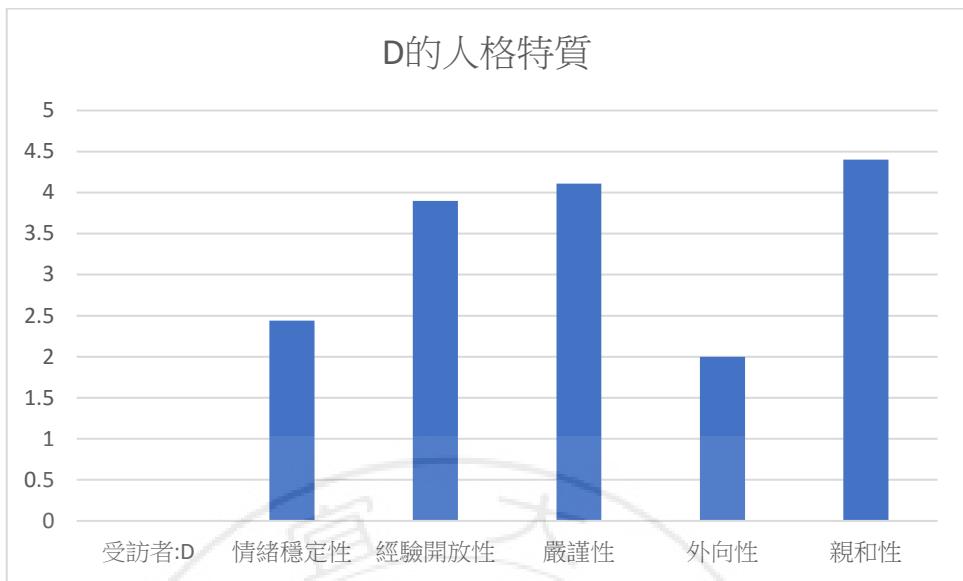


圖 4.4：受訪者 D 的人格特質分析圖

受訪者：E 男性，21~30 歲，大學畢業，學生，未婚，過去六個月月平均收入 20000 以下，每次夾娃娃費用約 200 合以下，人格特質量表因素分析結果：親和性人格。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.5：受訪者 E 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分 : 4.66
38.我常常很煩躁、耐不住性子	5
37.我的情緒易激動、易受刺激	5
35.我的脾氣不好、很容易發怒	4
36.我會嫉妒他人的成就	5
34.我容易猜疑別人	5
31.我經常無理取鬧	5
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	4
33.我是多愁善感的人	4
39.我不會嫉妒他人的成就	5

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：4.5
2.我擁有豐富的想像力	5
19.我喜歡做大膽的假設	5
4.我的反應聰明伶俐	4
1.我喜歡創新性的活動	5
8.我缺乏想像力	5
3.我的思維極富哲理	4
7.我的反應並不聰明伶俐	3
20.我經常保持精力旺盛	5
40.我不喜歡受到拘束	5
5.我喜歡處理複雜的事務	4

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分：4.66
13.我沒什麼計劃	4
10.我以追求效率為導向	5
14.我沒什麼效率	4
9.我會依循計劃、有組織的進行	5
11.我喜歡有系統的進行	5
15.我做事會按步就班的進行	5
16.我做事似乎比較粗心	4
12.我會了解實際情況後再做決定	5
29.我做事一向清楚、冷靜	5

題項因素四：外向性 Extraversion	得分：4.71
22.我比較喜歡安靜	5
23.我的個性比較內向	5
21.我的個性比較害羞	5
24.我比較喜歡獨處	4
18.我喜歡參加各種社交活動	5
17.我是個健談的人	5
6.我說話的語調比一般人深沉	4

題項因素五：親和性 Agreeableness	得分：5
27.我待人一向仁慈、親切	5
25.我很有同情心	5
28.我喜歡與人合作	5
26.我的個性比較溫和	5
30.我待人一向冷漠以對	5

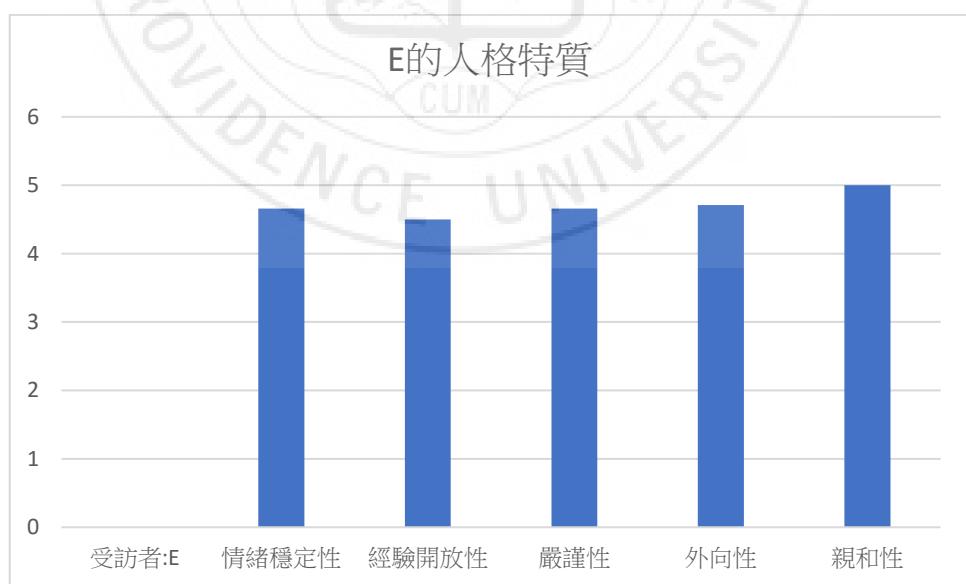


圖 4.5：受訪者 E 的人格特質分析圖

受訪者：F 男性，21~30 歲，大學畢業，學生，未婚，過去六個月月平均收入 20000 以下，每次夾娃娃費用約 200 元以下，人格特質量表因素分析結果：親和性人格。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.6：受訪者 F 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分：4
38.我常常很煩躁、耐不住性子	5
37.我的情緒易激動、易受刺激	5
35.我的脾氣不好、很容易發怒	5
36.我會嫉妒他人的成就	4
34.我容易猜疑別人	4
31.我經常無理取鬧	5
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	5
33.我是多愁善感的人	2
39.我不會嫉妒他人的成就	1

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：3.7
2.我擁有豐富的想像力	4
19.我喜歡做大膽的假設	4
4.我的反應聰明伶俐	4
1.我喜歡創新性的活動	5
8.我缺乏想像力	4
3.我的思維極富哲理	4
7.我的反應並不聰明伶俐	4
20.我經常保持精力旺盛	4
40.我不喜歡受到拘束	1
5.我喜歡處理複雜的事務	3

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分：3.88
13.我沒什麼計劃	4
10.我以追求效率為導向	4
14.我沒什麼效率	5
9.我會依循計劃、有組織的進行	3
11.我喜歡有系統的進行	5
15.我做事會按步就班的進行	3
16.我做事似乎比較粗心	3
12.我會了解實際情況後再做決定	4
29.我做事一向清楚、冷靜	4

題項因素四：外向性 Extraversion	得分：3.42
22.我比較喜歡安靜	2
23.我的個性比較內向	4
21.我的個性比較害羞	5
24.我比較喜歡獨處	3
18.我喜歡參加各種社交活動	4
17.我是個健談的人	4
6.我說話的語調比一般人深沉	2

題項因素五：親和性 Agreeabless	得分：4.8
27.我待人一向仁慈、親切	5
25.我很有同情心	4
28.我喜歡與人合作	5
26.我的個性比較溫和	5
30.我待人一向冷漠以對	5

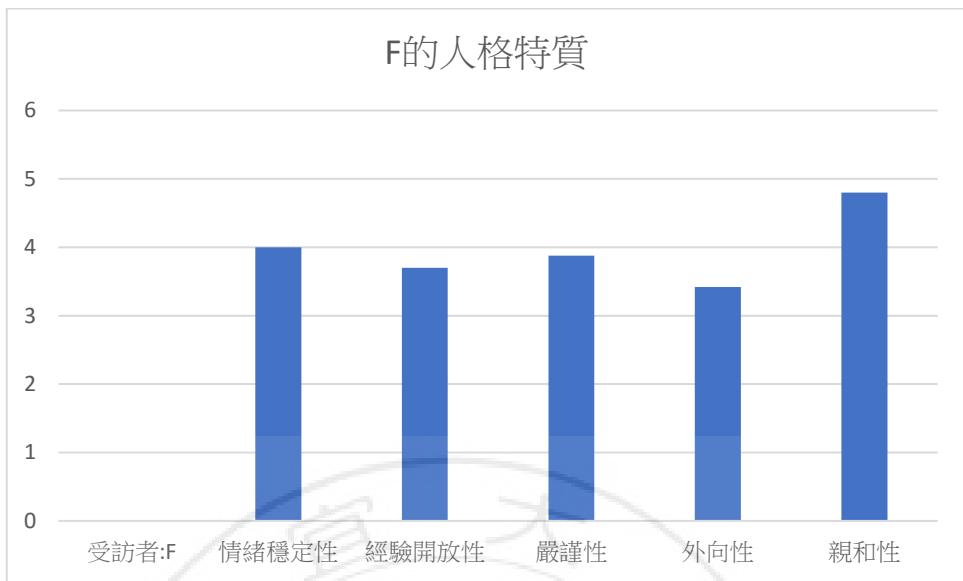


圖 4.6：受訪者 F 的人格特質分析圖

受訪者：G 女性，21~30 歲，大學畢業，商業，未婚，過去六個月月平均收入 20001~40000，每次夾娃娃費用約 200 令以下，人格特質量表因素分析結果：**親和性人格**。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.7：受訪者 G 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分：3.33
38.我常常很煩躁、耐不住性子	3
37.我的情緒易激動、易受刺激	2
35.我的脾氣不好、很容易發怒	4
36.我會嫉妒他人的成就	4
34.我容易猜疑別人	4
31.我經常無理取鬧	5
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	3
33.我是多愁善感的人	1
39.我不會嫉妒他人的成就	4

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：3.8
2.我擁有豐富的想像力	4
19.我喜歡做大膽的假設	3
4.我的反應聰明伶俐	4
1.我喜歡創新性的活動	4
8.我缺乏想像力	4
3.我的思維極富哲理	3
7.我的反應並不聰明伶俐	4
20.我經常保持精力旺盛	4
40.我不喜歡受到拘束	4
5.我喜歡處理複雜的事務	4

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分：3.88
13.我沒什麼計劃	4
10.我以追求效率為導向	4
14.我沒什麼效率	4
9.我會依循計劃、有組織的進行	3
11.我喜歡有系統的進行	4
15.我做事會按步就班的進行	4
16.我做事似乎比較粗心	4
12.我會了解實際情況後再做決定	4
29.我做事一向清楚、冷靜	4

題項因素四：外向性 Extraversion	得分：3.42
22.我比較喜歡安靜	3
23.我的個性比較內向	4
21.我的個性比較害羞	3
24.我比較喜歡獨處	3
18.我喜歡參加各種社交活動	4
17.我是個健談的人	4
6.我說話的語調比一般人深沉	3

題項因素五：親和性 Agreeableness	得分：4
27.我待人一向仁慈、親切	5
25.我很有同情心	4
28.我喜歡與人合作	5
26.我的個性比較溫和	2
30.我待人一向冷漠以對	4

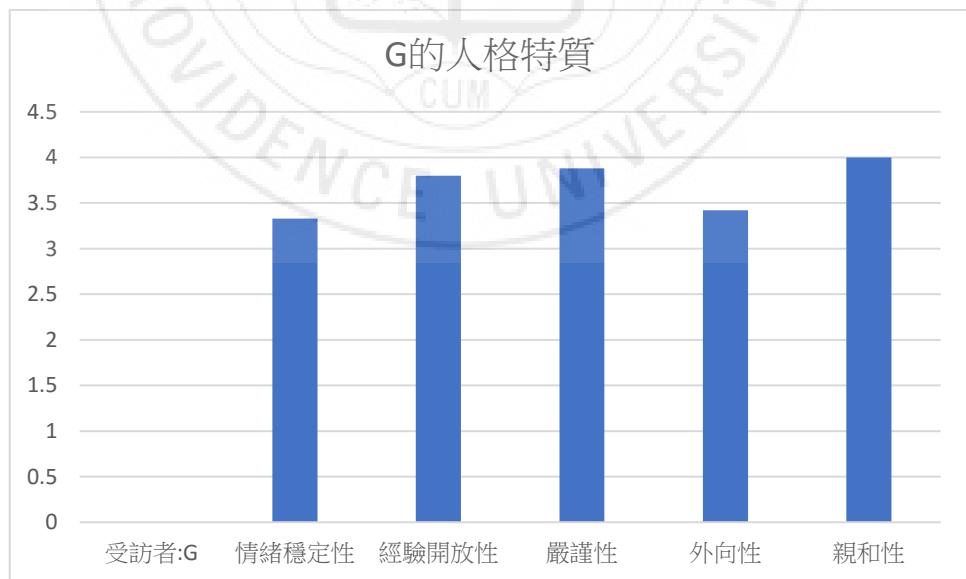


圖 4.7：受訪者 G 的人格特質分析圖

受訪者：H 男性，21~30 歲，高中(職)畢業，工業，未婚，過去六個月月平均收入 20001~40000，每次夾娃娃費用約 501~800 元，人格特質量表因素分析結果：親和性人格。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.8：受訪者 H 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分：2.44
38.我常常很煩躁、耐不住性子	1
37.我的情緒易激動、易受刺激	1
35.我的脾氣不好、很容易發怒	2
36.我會嫉妒他人的成就	2
34.我容易猜疑別人	3
31.我經常無理取鬧	5
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	5
33.我是多愁善感的人	1
39.我不會嫉妒他人的成就	2

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：4.3
2.我擁有豐富的想像力	4
19.我喜歡做大膽的假設	5
4.我的反應聰明伶俐	3
1.我喜歡創新性的活動	5
8.我缺乏想像力	5
3.我的思維極富哲理	5
7.我的反應並不聰明伶俐	3
20.我經常保持精力旺盛	5
40.我不喜歡受到拘束	5
5.我喜歡處理複雜的事務	3

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分：4.22
13.我沒什麼計劃	1
10.我以追求效率為導向	5
14.我沒什麼效率	5
9.我會依循計劃、有組織的進行	4
11.我喜歡有系統的進行	5
15.我做事會按步就班的進行	5
16.我做事似乎比較粗心	5
12.我會了解實際情況後再做決定	5
29.我做事一向清楚、冷靜	3

題項因素四：外向性 Extraversion	得分：2.14
22.我比較喜歡安靜	1
23.我的個性比較內向	1
21.我的個性比較害羞	1
24.我比較喜歡獨處	3
18.我喜歡參加各種社交活動	3
17.我是個健談的人	1
6.我說話的語調比一般人深沉	5

題項因素五：親和性 Agreeabless	得分：4.4
27.我待人一向仁慈、親切	5
25.我很有同情心	5
28.我喜歡與人合作	3
26.我的個性比較溫和	5
30.我待人一向冷漠以對	4

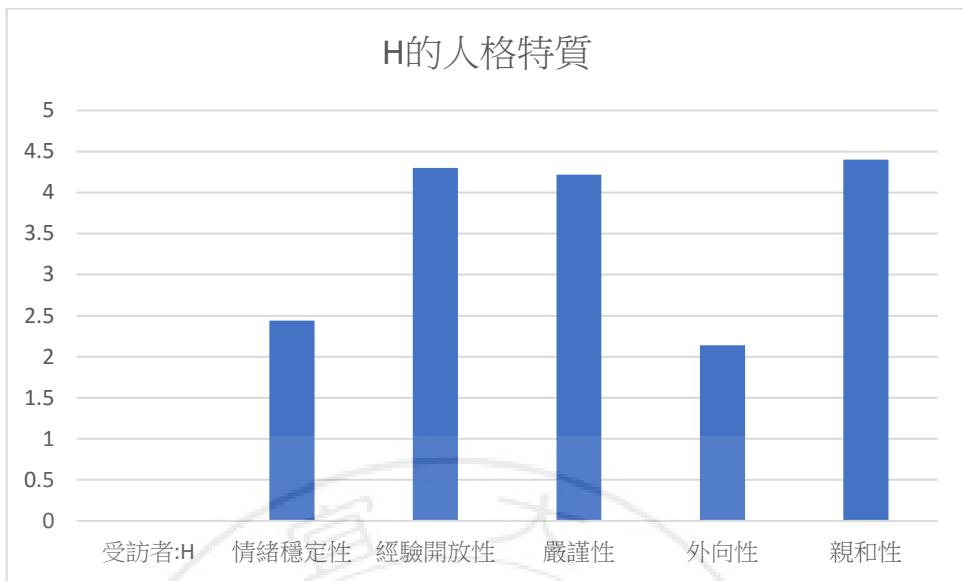


圖 4.8：受訪者 H 的人格特質分析圖

受訪者：I 男性，21~30 歲，大學畢業，工業，未婚，過去六個月月平均收入 20000 以下，每次夾娃娃費用約 200 合以下，人格特質量表因素分析結果：親和性人格。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.9：受訪者 I 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分：3.44
38.我常常很煩躁、耐不住性子	4
37.我的情緒易激動、易受刺激	4
35.我的脾氣不好、很容易發怒	3
36.我會嫉妒他人的成就	4
34.我容易猜疑別人	3
31.我經常無理取鬧	3
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	4
33.我是多愁善感的人	2
39.我不會嫉妒他人的成就	4

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：3.5
2.我擁有豐富的想像力	4
19.我喜歡做大膽的假設	3
4.我的反應聰明伶俐	3
1.我喜歡創新性的活動	4
8.我缺乏想像力	5
3.我的思維極富哲理	3
7.我的反應並不聰明伶俐	3
20.我經常保持精力旺盛	3
40.我不喜歡受到拘束	4
5.我喜歡處理複雜的事務	3

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分：3.22
13.我沒什麼計劃	2
10.我以追求效率為導向	3
14.我沒什麼效率	3
9.我會依循計劃、有組織的進行	3
11.我喜歡有系統的進行	3
15.我做事會按步就班的進行	3
16.我做事似乎比較粗心	4
12.我會了解實際情況後再做決定	4
29.我做事一向清楚、冷靜	4

題項因素四：外向性 Extraversion	得分：3.28
22.我比較喜歡安靜	4
23.我的個性比較內向	3
21.我的個性比較害羞	3
24.我比較喜歡獨處	3
18.我喜歡參加各種社交活動	3
17.我是個健談的人	4
6.我說話的語調比一般人深沉	3

題項因素五：親和性 Agreeable	得分：3.6
27.我待人一向仁慈、親切	3
25.我很有同情心	3
28.我喜歡與人合作	4
26.我的個性比較溫和	4
30.我待人一向冷漠以對	4

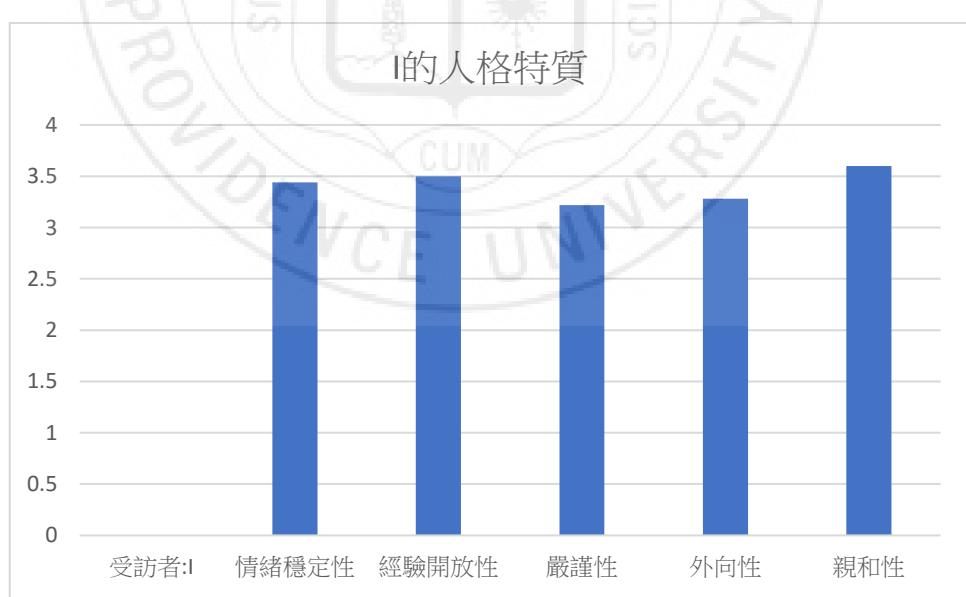


圖 4.9：受訪者 I 的人格特質分析圖

受訪者：J 女性，21~30 歲，大學畢業，服務業，已婚，過去六個月月平均收入 20001~40000，每次夾娃娃費用約 1000(含)以上，人格特質量表因素分析結果：嚴謹性人格。計分方式：非常同意 5 分，同意 4 分，普通 3 分，不同意 2 分，非常不同意 1 分；黑體數字題則反向計分；最後加總計分除以問題題數得出平均分數，求出人格特質類型。

表 4.10：受訪者 J 的人格特質分析表

題項因素一：情緒穩定性 Emotional Stability	得分：3
38.我常常很煩躁、耐不住性子	2
37.我的情緒易激動、易受刺激	2
35.我的脾氣不好、很容易發怒	3
36.我會嫉妒他人的成就	2
34.我容易猜疑別人	4
31.我經常無理取鬧	5
32.我經常口出穢言、蠻橫粗魯	3
33.我是多愁善感的人	2
39.我不會嫉妒他人的成就	4

題項因素二：經驗開放性 Open to Experience	得分：3.5
2.我擁有豐富的想像力	4
19.我喜歡做大膽的假設	3
4.我的反應聰明伶俐	3
1.我喜歡創新性的活動	4
8.我缺乏想像力	4
3.我的思維極富哲理	2
7.我的反應並不聰明伶俐	3
20.我經常保持精力旺盛	4
40.我不喜歡受到拘束	4
5.我喜歡處理複雜的事務	4

題項因素三：嚴謹性 Conscientiousness	得分：4.22
13.我沒什麼計劃	4
10.我以追求效率為導向	5
14.我沒什麼效率	5
9.我會依循計劃、有組織的進行	4
11.我喜歡有系統的進行	4
15.我做事會按步就班的進行	4
16.我做事似乎比較粗心	4
12.我會了解實際情況後再做決定	4
29.我做事一向清楚、冷靜	4

題項因素四：外向性 Extraversion	得分：3.71
22.我比較喜歡安靜	4
23.我的個性比較內向	4
21.我的個性比較害羞	4
24.我比較喜歡獨處	3
18.我喜歡參加各種社交活動	3
17.我是個健談的人	4
6.我說話的語調比一般人深沉	4

題項因素五：親和性 Agreeable	得分：4
27.我待人一向仁慈、親切	4
25.我很有同情心	5
28.我喜歡與人合作	4
26.我的個性比較溫和	3
30.我待人一向冷漠以對	4

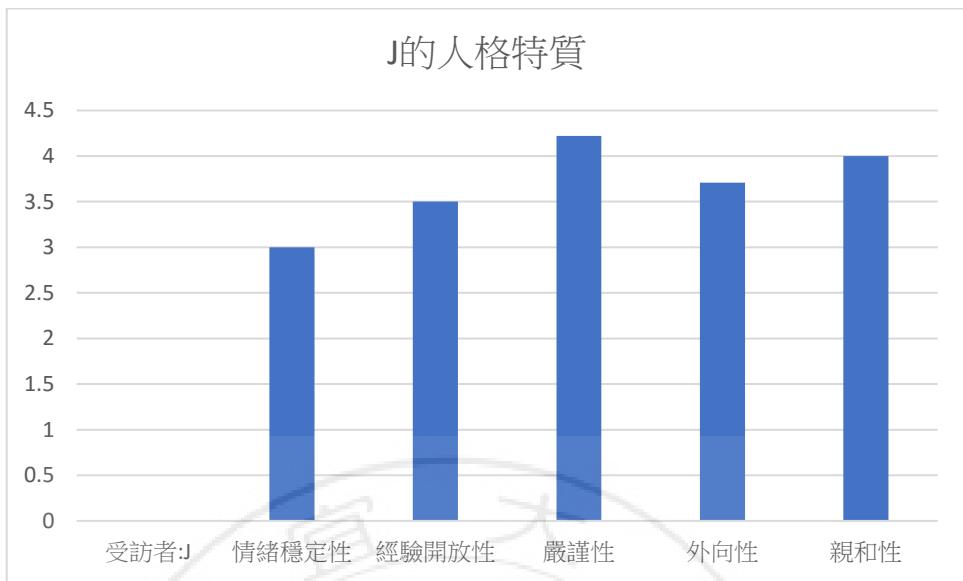


圖 4.10：受訪者 J 的人格特質分析圖

小結：在夾娃娃店面中玩家的人格特質中最多的特質是：親和性人格特質，有受訪者有：A、D、E、F、G、H、I 等七位。再來是外向性人格特質，受訪者有：B。最後為情緒穩定性人格特質，受訪者有：C 及嚴謹性人格特質，受訪者有：J。

表 4.10.1 受訪者背景資料分析表

受訪者	性別	年齡	學歷	職業	平均月收入	每次夾娃娃花費	人格特質
A	男	21~30	大學	服務業	2 萬~4 萬	200(含)以下	親和性
B	女	41~50	高中	服務業	2 萬~4 萬	200(含)以下	外向性
C	男	21~30	碩士	工業	4 萬~6 萬	200(含)以下	情緒穩定性
D	男	21~30	大學	軍公教	2 萬~4 萬	200(含)以下	親和性
E	男	21~30	大學	學生	2 萬以下	200(含)以下	親和性
F	男	21~30	大學	學生	2 萬以下	200(含)以下	親和性
G	女	21~30	大學	商業	2 萬~4 萬	200(含)以下	親和性
H	男	21~30	高中	工業	2 萬~4 萬	500~800	親和性
I	男	21~30	大學	工業	2 萬以下	200(含)以下	親和性
J	女	21~30	大學	服務業	2 萬~4 萬	1000 以上	嚴謹性

小結：背景資料呈現男性有 7 位，女性有 3 位；21~30 歲有 9 位，只有 1 位超過 40 歲；大學學歷有 7 位，高中學歷有 2 位，碩士有 1 位；每次夾娃娃花費 200(含)以下有 7 位，超過 200 元以上的 2 位；玩家的人格特質有 7 位是親和性人格特質，而外向性、親和性、嚴謹性人格特質各為 1 位。

第 4.2 節 夾娃娃玩家與小確幸感覺分析

這個章節以訪談方式，共有七道題目，歸納出夾娃娃玩家夾中娃娃是否有小確幸的感覺？

表 4.11：受訪者對小確幸感覺 Q1 表

(一定要夾中得 3 分；只想夾中得 2 分；碰運氣得 1 分。)

受訪者：	Q1：請問夾娃娃時，10 元硬幣投入洞口時的感想為何？	得分
A：	感想就是我要把娃娃夾出來	3
B：	感想就是要把商品夾出來	3
C：	想賭賭看	1
D：	感想就是有投資才有收獲	2
E：	很緊張，有可能白花錢，希望一次就把娃娃夾出來	3
F：	希望會有收獲	1
G：	很開心，一定要夾到商品	3
H：	只想把娃娃夾出來	2
I：	感想就是這次一定會夾中	3
J：	感想就是用 10 元買個希望	1

小結：一定要夾中有 5 位；只想夾中有 2 位；碰運氣有 3 位。

表 4.12：受訪者對小確幸感覺 Q2 表

(心中愉悅感受強烈：2 分；感受輕微：1 分)

受訪者：	Q2：請問你夾中娃娃那一刻，心中感覺怎樣？	得分
A：	非常舒服，非常愉悅的感覺	2
B：	很爽很快樂有小確幸的感覺	2
C：	感覺賺到了	1
D：	就是一個爽字	2
E：	很興奮很快樂有小確幸的感覺	2
F：	很開心很快樂	1
G：	很爽，有小確幸的感覺	2
H：	超爽，很快樂	2
I：	心情很愉悅	1
J：	就很高興啊	1

小結：玩夾娃娃夾中商品時，心情愉悅，幸福感受強烈有 6 位，感受輕微有 4 位。

表 4.13：受訪者對小確幸感覺 Q3 表

(愉悅時間一天得 4 分； 半天得 3 分； 一分鐘得 2 分； 一分鐘以下得 1 分)

受訪者：	Q3：你覺得心中的這份愉悅幸福的感覺會持續多久？	得分
A :	約 10 秒鐘的幸福愉悅感覺	1
B :	愉悅的感覺持續約 30 秒	2
C :	大約 10 秒	1
D :	約半天	3
E :	一整天都會很快樂	4
F :	約一整天	4
G :	大約半天時間	3
H :	可以持續一分鐘	2
I :	很久，約 10 分鐘	1
J :	可以持續半天都很愉悅	3

小結：每個夾娃玩家當夾中娃娃後對幸福愉悅的感受時間都不同但受訪者，至少都有 3 秒以上的心情愉悅和幸福感覺。

表 4.14：受訪者對小確幸感覺 Q4 表

(認為夾娃娃有以小博大感覺得 2 分；沒有得 1 分)

受訪者：	Q4：你覺得夾娃娃有以小搏大的感覺嗎？為什麼？	得分
A：	有，因為花 50 元就夾到上百元的商品	2
B：	有，因為我會上網查詢商品價值，夾中就是以小博大	2
C：	有，我會先試夾子，夾子若是很有力，夾中就是高 CP 值	2
D：	有，因為花小錢就能夾到商品，所以有以小博大	2
E：	有，因為商品價值大於投資	2
F：	有，這個遊戲就是要以小博大啊	2
G：	有，這個商品價值大於我的花費	2
H：	有，便宜可以獲得好貨	2
I：	有，花小錢夾中娃娃再放在網路變賣賺大錢	2
J：	有，小付出可以獲得大利益	2

小結：受訪者都認同夾娃娃是以小搏大的遊戲，有花小錢獲得高價值的機會，所以夾娃算是高 CP 值得投資。

表 4.15：受訪者對小確幸感覺 Q5 表

(夾 3 次不中放棄得 4 分；5 次放棄得 3 分；8 次放棄得 2 分；其餘得 1 分)

受訪者：	Q5：你覺得第幾次夾中會最快樂？夾幾次還是夾不中會選擇放棄？	得分
A :	第一次夾中最快樂，連續三次夾不中會放棄	4
B :	第一次，夾 10 次不中會放棄	1
C :	第一次，約夾 5 次不中會放棄	3
D :	第一次，3 次夾不中會選擇放棄	4
E :	第一次，夾 10 次不中會放棄	1
F :	第一次，約 8 次不中會放棄	2
G :	第一次，3 次不中就放棄	4
H :	第一次，不一定大約 10 次不中會放棄	1
I :	第一次，大約 3 次都夾不中會放棄	4
J :	第一次，大約 5 次不中會放棄	3

小結：所有受訪者一致認同第一次夾中會最快樂，玩家最少會投錢 3 次試玩機台，平均每人會花費 8 次玩夾娃娃。

表 4.16：受訪者對小確幸感覺 Q6 表

(感覺有收獲得 2 分；沒有得 1 分)

受訪者：	Q6：你覺得這次收獲有賺到嗎？為什麼？	得分
A：	有，30 元就夾中這個商品	2
B：	有，因為這些商品價值高於我所投資金額	2
C：	沒有，因為白花錢，都沒夾中	1
D：	有，不管花多少錢，有夾到商品就有賺到	2
E：	有，有夾中就很快樂，所以有賺到	2
F：	有，夾到的物品價值大於花費	2
G：	沒有，因為都沒夾中	1
H：	有，有夾中就感覺有賺到	2
I：	沒有，花很多錢都沒夾中	1
J：	有，因為商品價值大於投入的金額	2

小結：受訪者中有 7 位認為這次夾娃娃有賺到的感覺，有 3 位認為這次夾娃娃沒收獲。

表 4.17：受訪者對小確幸感覺 Q7 表

(靠運氣得 4 分；都有得 3 分；靠技術得 2 分；其餘得 1 分)

受訪者：	Q7：你覺得這次收獲是靠運氣還是超高技術？為什麼？	得分
A：	都有，但是運氣大於技術	3
B：	都有，但技術要看好爪子抓取角度	3
C：	都沒有，因為都沒收獲	1
D：	運氣和技術都有	3
E：	大部分靠運氣	4
F：	靠運氣，因為剛好遇到好夾機台	4
G：	都沒有，因為都沒夾中	1
H：	靠運氣，因為我沒有技術	4
I：	靠運氣，碰巧遇到好夾的機台	4
J：	都有，三分靠運氣，七分靠技術	3

小結：認為夾中娃娃商品靠運氣的有 4 位，大部分靠運氣加技術有 4 位，沒運氣也沒技術的有 2 位。

根據 2.2 節小確幸條件如下：

1. 節制慾望後達到目標的快樂。

驗證：在 Q1 中為了夾娃娃必須犧牲其他花費，而在 Q2 中，夾完娃娃後臉部表情顯露出夾中娃娃的心理愉快跟幸福狀態。所以 Q1 和 Q2 的驗證第一條成立。

2. 小投資大報酬(高 CP 值)。

驗證：在 Q4 中所有受訪者皆認為夾娃娃是小投資高報酬的娛樂。所以驗證第二條成立。

3. 獲得的物品或服務完全滿足心理需求。

驗證：在 Q6 中有高達 7 位認為夾完娃娃有賺到，甚至認為不管花多少錢有夾中娃娃就能滿足到心理愉悅需求。所以驗證第三條成立。

4. 愉悅的心理時間從 3 秒~3 分鐘不等。

驗證：在 Q3 中所有受訪者中，每個受訪者感受愉悅的心理時間都大於 10 秒，所以驗證第四條成立。

在下頁的表 4.17.1 中依據受訪者的回答，並計分顯示夾娃娃玩家有七成是親和性人格特質的人，所有受訪者有九成認為夾中商品時會有小確幸知覺感受。



表 4.17.1 受訪者對夾娃娃小確幸感受程度分析表 (總計小確幸的百分比)

受訪者	性別	年齡	學歷	每次夾娃娃花費	人格特質	小確幸程度(%)
A	男	21~30	大學	200(含)以下	親和性	76.1 (16/21%)
B	女	41~50	高中	200(含)以下	外向性	71.4 (15/21%)
C	男	21~30	碩士	200(含)以下	情緒穩定性	47.6 (10/21%)
D	男	21~30	大學	200(含)以下	親和性	85.7 (18/21%)
E	男	21~30	大學	200(含)以下	親和性	85.7 (18/21%)
F	男	21~30	大學	200(含)以下	親和性	76.1 (16/21%)
G	女	21~30	大學	200(含)以下	親和性	76.1 (16/21%)
H	男	21~30	高中	500~800	親和性	71.4 (15/21%)
I	男	21~30	大學	200(含)以下	親和性	76.1 (16/21%)
J	女	21~30	大學	1000 以上	嚴謹性	71.4 (15/21%)

小結：除了受訪者 C 為情緒穩定性人格特質對小確幸不明顯外 47.6%，其餘不同的人格特質玩家都顯現出有 70% 以上的小確幸感受，有 9 成的玩家確實在夾中娃娃時會有小確幸心理感受。現場觀察到受訪者：C 的小確幸程度低，有可能是受訪者 C 一直沒夾中自己喜愛的商品有關，這個狀況剛好在表 4.25 應證，受訪者 C 認為夾娃娃是賭博行為，因為都沒夾中，有詐賭嫌疑。以上推論受訪者 C 感受小確幸知覺程度較低的原因。

第 4.3 節 小確幸知覺與沉迷的行為分析

本節根據訪談大綱第四部分，夾娃娃玩家對夾娃娃是否有沉迷現象？根據文獻探討中的 8 道題目做訪談與資料分析和歸納。

表 4.18：受訪者對夾娃娃沉迷行為 Q1 表

(夾娃娃非常專注得 3 分；輕微專注得 2 分；不專注得 1 分)。

受訪者：	Q1：你是如何專心專注的夾娃娃？	得分
A :	催眠自己一定能把娃娃夾出來	2
B :	商品價值高就會全心全力去夾	2
C :	專心看爪子和娃娃擺放的角度	3
D :	請夥伴幫忙指揮夾子的位置和角度	2
E :	先試夾子再看商品擺放角度	2
F :	專注爪子和物品角度	3
G :	要安靜，讓我專心的夾娃娃	3
H :	專注自己想要的商品並推算如何夾出商品	3
I :	平常心，有夾中很高興，沒中也沒關係	1
J :	專心看夾子下降角度	3

小結：訪談結果有 9 位受訪者(非常專注加專注共 9 位)會專心專注的玩夾娃娃。

表 4.19：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q2 表

(禁止夾娃娃後感覺不舒服得 3 分；還好得 2 分；沒感覺得 1 分)

受訪者：	Q2：如果現在完全禁止你再玩夾娃娃你的感受是什麼？	得分
A：	不舒服，手癢會想偷偷去玩	3
B：	會掙扎，手癢想去玩	3
C：	沒感覺，不會一定要玩	1
D：	還好，不能玩就不玩	2
E：	感覺少了一項樂趣，會想偷偷去玩	3
F：	感覺還好，不會一定要玩	2
G：	感覺還好，不會一定要去玩	2
H：	沒差，就不玩了	1
I：	沒感覺，這只是一種娛樂罷了	1
J：	不舒服，會手癢想玩	3

小結：有 6 位受訪者(C、D、F、G、H、I)認為不玩夾娃娃並不會有心理落差，但是有 4 位感覺被禁止玩夾娃娃心理會不舒服。

表 4.20：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q3 表

(夾娃娃大約花 30 分鐘(含)以上得 3 分；10~30 得 2 分；其餘得 1 分)

受訪者：	Q3：從進入店面到離開夾娃娃店面大約花多少時間？	得分
A :	20~30 分鐘	2
B :	約 20 分鐘	2
C :	約一分鐘，大部分都先逛一逛觀察機台是否好夾	1
D :	30 分鐘以內	2
E :	約 10 分鐘	2
F :	約 10~15 分鐘	2
G :	約 30 分鐘以內	2
H :	約 10 分鐘	2
I :	大概 30 分鐘	3
J :	大約 20 分鐘	2

小結：10 位受訪者中有 9 位每次花在夾娃娃的時間都在 30 分鐘以內，只有一位超過 30 分鐘。

表 4.21：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q4 表

(認為夾娃娃跟壓力有相關聯得 2 分；沒有得 1 分)

受訪者：	Q4：你覺得夾娃娃和生活中各種壓力有什麼相關聯嗎？	得分
A：	有，可以釋放壓力	2
B：	跟壓力有相當關係	2
C：	沒有，跟壓力沒關係	1
D：	沒有，單純娛樂	1
E：	有，可以紓壓	2
F：	有，有紓壓的感覺	2
G：	沒有，因為沒夾中，壓力越大	1
H：	有，有紓壓感覺	2
I：	有，可以紓壓	2
J：	有，可以釋放壓力	2

小結：訪談結果有 7 位受訪者認為夾娃娃有紓壓的感覺。

表 4.22：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q5 表

(夾娃娃時有暫時不想面對的事情得 2 分；沒有得 1 分)

受訪者：	Q5：承上題，夾娃娃的過程你會暫時不想面對哪些事情？	得分
A :	忘掉上班不愉快的心情和工作壓力	2
B :	忘掉工作上的壓力	2
C :	沒有，跟壓力無相關聯	1
D :	沒有，單純夾娃娃跟壓力無關	1
E :	暫時忘掉生活上的各種壓力	2
F :	因為專注夾娃娃所以不會想到其他事情	2
G :	沒有，因為就單純夾娃娃	1
H :	有，暫時忘掉工作壓力	2
I :	有，可以忘記工作壓力	2
J :	有，忘記生活壓力	2

小結：受訪中有 7 位認為夾娃娃可以暫時忘卻生活上或工作上的壓力。

表 4.23：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q6 表

(玩夾娃娃的事實會跟親朋好友說得 1 分；不會得 2 分)

受訪者：	Q6：你玩夾娃娃的事實，你會跟親朋好友說嗎？為什麼？	得分
A：	會，因為容易夾中，可以揪團一起來玩	1
B：	會，因為可以分享經驗、互相交流	1
C：	不會，因為都沒夾中，很丟臉	2
D：	會，可以互相交流	1
E：	會，只是生活一部分，分享很正常	1
F：	會，好東西要和好朋友分享	1
G：	會，不管有沒有夾中都會分享	1
H：	會，可以互相交流	1
I：	會，可以找朋友一起玩	1
J：	會，分享夾中商品的喜悅	1

小結：受訪者有 9 位願意跟親朋好友分享夾娃娃事實，覺得夾娃娃不需欺瞞親朋好友。

表 4.24：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q7 表

(夾娃娃花費不容易控制得 2 分；容易控制得 1 分)

受訪者：	Q7：每次夾娃娃你容易控制金錢花費嗎？如何控制？	得分
A：	不容易，為了夾出娃娃可能花光零錢	2
B：	不容易，常常失控把皮夾的錢花光	2
C：	會，控制 50 次以內，花完就結束	1
D：	會，控制玩 20 次以內	1
E：	會，換 200 元零錢，皮包丟車上	1
F：	會，換 200 元，花完就結束	1
G：	會，皮夾零錢花完就算了	1
H：	會，約夾 20 次就結束	1
I：	會，控制夾 20 次	1
J：	不容易，因為要把喜歡的商品夾出來	2

小結：受訪者中有 7 位受訪者會控制夾娃娃的花費，但還是有 3 位認為自己無法控制花費。

表 4.25：受訪者對夾娃娃沉迷行為之 Q8 表

(認為夾娃娃是賭博得 2 分；休閒娛樂得 1 分)

受訪者：	Q8：你認為夾娃娃是休閒娛樂還是賭博行為？為什麼？	得分
A：	休閒娛樂，因為賭博是用錢賭錢	1
B：	休閒娛樂，因為夾娃娃不是對賭	1
C：	賭博行為，因為都沒夾中，有詐賭嫌疑	2
D：	休閒娛樂，單純消遣娛樂	1
E：	休閒娛樂，因為不會跟賭博一樣上癮	1
F：	休閒娛樂，可以選擇商品不算賭博	1
G：	休閒娛樂，我不會沉迷不算賭博	1
H：	休閒娛樂，不會上癮	1
I：	休閒娛樂，單純娛樂殺時間	1
J：	休閒娛樂，夾娃娃不到賭博沉迷程度	1

小結：受訪者中高達 9 位受訪者認為夾娃娃屬於休閒娛樂不會讓玩家沉迷或上癮而不可自拔。

依據訪談結果，本研究用百分比方式來驗證不同人格特質對小確幸感受程度與沉迷度的關係，將於表 4.25.1 分析出受訪者的沉迷程度。

表 4.25.1 受訪者對灰娃娃沉迷程度分析表

受訪者	性別	年齡	人格特質	小確幸程度(%)	沉迷程度(%)
A	男	21~30	親和性	76.1 (16/21%)	78.9(15/19%)
B	女	41~50	外向性	71.4 (15/21%)	78.9(15/19%)
C	男	21~30	情緒穩定性	* 47.6 (10/21%)	63.1(12/19%)
D	男	21~30	親和性	85.7 (18/21%)	* 57.8(11/19%)
E	男	21~30	親和性	85.7 (18/21%)	73.6(14/19%)
F	男	21~30	親和性	76.1 (16/21%)	73.1(14/19%)
G	女	21~30	親和性	76.1 (16/21%)	63.1(12/19%)
H	男	21~30	親和性	71.4 (15/21%)	68.4(13/19%)
I	男	21~30	親和性	76.1 (16/21%)	63.1(12/19%)
J	女	21~30	嚴謹性	71.4 (15/21%)	84.2(16/19%)

小結：沉迷條件為 $5/8 * 100 = 62.5\%$ 以上為沉迷，故受訪者中有 9 位認為有小確幸知覺，有 9 位認為自己有輕、中度沉迷(63%~84%)現象。(* 代表對小確幸與沉迷度不明顯)

第 4.4 節 沉迷行為與再回購行為分析

因夾娃娃並非固定商品，很少文獻針對夾娃娃店面做夾娃娃相關再回購行為調查，所以本節直接在同一夾娃娃店面對玩家做是否再回購調查，歸納分析出這間店面是否一直受玩家喜愛和再回購。

表 4.26：受訪者對夾娃娃再回購行為之 Q1 表

(會再回來這店面夾娃娃得 3 分；不一定得 2 分；不會的 1 分)

受訪者：	Q1：請問你常常回來這家店面夾娃娃嗎？為什麼？	得分
A：	常回來，因為好夾	3
B：	會，好夾	3
C：	不會，大部分都逛逛觀察，不一定會出手	1
D：	不一定，除非我喜歡的商品才會再回來	2
E：	會，因為夾子比較緊	3
F：	會，有幾個機台好夾	3
G：	會，今天有夾到	3
H：	不會，我不喜歡固定一家店面玩夾娃娃	1
I：	會，這家有我喜歡商品	3
J：	會，因為這家店好夾	3

小結：受訪者中有 7 位玩家會再回來這家店面再回購也就是再回來玩樂，而吸引他們再回來的因素有兩點：1. 機台好夾，中獎率高。2. 商品是玩家喜歡的。

表 4.27：受訪者對夾娃娃再回購行為之 Q2 表

(會跟朋友推薦這家店面得 2 分；不會推薦得 1 分)

受訪者：	Q2：你會推薦那家店面一定要去玩夾娃娃嗎？為什麼？	得分
A：	會推薦，因為收穫很多	2
B：	會，好夾，老闆有良心	2
C：	不會，都沒夾中	1
D：	會，你看我夾中很多	2
E：	會，我會跟朋友說這家店哪個機台好夾	2
F：	會，因為有收穫	2
G：	不會，今天都沒夾中半個	1
H：	會，那家夾子再緊一點會推薦給朋友	2
I：	會，好商品也好夾一定要分享	2
J：	會，剛剛那家店會推薦一下	2

小結：受訪者中有 8 位認為會推薦朋友要來那家店面玩夾娃娃，主要推薦因素還是好夾，有收穫有成就感，所以願意推薦給親朋好友知道。

表 4.28：受訪者對夾娃娃再回購行為之 Q3 表

(有可能會再回購得 2 分；可能不會得 1 分)

受訪者：	Q3：請你分享剛剛夾娃娃的經驗和感想好嗎？	得分
A：	錢花越多夾中機率就越高	2
B：	單純好玩，主要紓壓和尋求快感	2
C：	錢還是留著不要亂花	1
D：	感覺很好，收穫很多	2
E：	夾娃娃就是花錢學技巧	2
F：	想夾中娃娃，就是要投資學經驗	2
G：	都沒夾中，感覺浪費金錢	1
H：	花很多錢只夾中這個娃娃，感覺不值得	1
I：	就單純娛樂沒有感想	1
J：	不要太認真，否則會影響好心情	2

小結：有 6 位受訪者認為會有再回購機會。

表 4.29：受訪者對夾娃娃再回購行為之 Q4 表

(店家做改變後玩家會再回購得 2 分；不會得 1 分)

受訪者：	Q4：你覺得店家做哪些改變一定會吸引你再回來夾娃娃？	得分
A：	做活動，如：showgirl 走秀，娃娃機內擺放流行新品	2
B：	夾中機率提高就會再回來	2
C：	機台標示中獎率就會再回來玩	2
D：	機台保夾額度再低一點就會回來玩	2
E：	機台爪子夠力就會吸引我回來夾	2
F：	辦活動，比如夾娃娃比賽，店面熱鬧我會回來玩	2
G：	夾子弄緊一點，不要死要錢	2
H：	請模特兒顧店，我會常回來夾娃娃	2
I：	把夾子弄緊一點，我會再回來	2
J：	夾子要好夾，商品要補滿	2

小結：所有受訪者認為店家做改變，比如：機台要好夾，商品要夠吸引力，就會再回來玩夾娃娃，有 3 位受訪者認為店家能辦活動，讓店面熱熱鬧鬧就會吸引玩家再回來玩樂。

表 4.30 受訪者對夾娃娃再回購行為分析表

受訪者	年齡	人格特質	小確幸程度(%)	沉迷程度(%)	再回購程度(%)
A	21~30	親和性	76.1 (16/21%)	78.9(15/19%)	100(9/9%)
B	41~50	外向性	71.4 (15/21%)	78.9(15/19%)	100(9/9%)
C	21~30	情緒穩定性	* 47.6 (10/21%)	63.1(12/19%)	* 55.5(5/9%)
D	21~30	親和性	85.7 (18/21%)	* 57.8(11/19%)	88.8(8/9%)
E	21~30	親和性	85.7 (18/21%)	73.6(14/19%)	100(9/9%)
F	21~30	親和性	76.1 (16/21%)	73.1(14/19%)	100(9/9%)
G	21~30	親和性	76.1 (16/21%)	63.1(12/19%)	77.7(7/9%)
H	21~30	親和性	71.4 (15/21%)	68.4(13/19%)	66.6(6/9%)
I	21~30	親和性	76.1 (16/21%)	63.1(12/19%)	88.8(8/9%)
J	21~30	嚴謹性	71.4 (15/21%)	84.2(16/19%)	100(9/9%)

小結：受訪者 C 對小確幸(47.6%)及再回購機率(55.5%)不明顯，而受訪者 D 則對沉迷程度(57.8%)不明顯；其餘受訪者都有小確幸(71.4%~85.7%)、輕微沉迷程度(63.1%~84.2%)及高度再回購機率(66.6%~100%)。(* 代表該受訪者對小確幸、沉迷度、再回購不明顯)

第五章 結論與建議

本章結論依據研究目的與研究架構實際於店面找尋夾娃娃玩家當受訪者，懇請玩家接受訪談，本研究努力邀請十位受訪者，他們確實剛剛夾完娃娃且經本研究誠懇請求下自願接受訪談，每位受訪者約花 15 到 20 鐘，本研究約花一個月時間蒐集到完整相關資料，並將資料歸納出研究結論，並依研究結果提出相關建議，及未來夾娃娃發展方向。

第 5.1 節 研究結論

本研究結論歸納出以下四點：

一、根據表 4.30 中針對夾娃娃玩家的人格特質分析後，歸納出：玩家之人格特質中的親和性人格特質最高，有七位受訪者是此類型人格特質(此人格特質可參考文獻探討 2.1 節)，再來是嚴謹性人格特質，有一位受訪者是此類型人格特質(此人格特質可參考文獻探討 2.1 節)，以及情緒穩定性人格特質，有一位受訪者是此類型人格特質(此人格特質可參考文獻探討 2.1 節)。最後是外向性人格特質(此人格特質可參考文獻探討 2.1 節)。有趣的是經驗開放性人格特質完全沒有出現在受訪的夾娃娃玩家中，此一結果為 H1：做出結論，喜愛玩夾娃娃的人格特質中以親和性人格特質最高。

驗證 H1：假設夾娃娃玩家與五大人格特質中的情緒穩定、外向性、及經驗開放性有正相關聯性。經資料分析出夾娃娃玩家有七成是親和性人格特質再來是嚴謹性與親和性與外向性人格特質，驗證 H1：夾娃娃玩家有七成是親和性人格特質。

二、根據 4.2 節受訪談資料中夾娃娃玩家夾中娃娃時完全與小確幸的四個條件完全符合：(一)為夾中娃娃必犧牲其他開支，夾中娃娃會使心裡愉悅興奮。(二)夾中娃娃感覺有高 CP 值。(三)夾中的商品完全滿足心理需求。(四)幸福愉悅的心理狀態都高於 3 秒~3 分鐘不等。此一結果為 H2：做出驗證，玩家在夾中娃娃時確實有小確幸的知覺感受。

依據表 4.30 資料驗證 H2：夾娃娃玩家夾中商品時與小確幸知覺有正相關聯性。經資料分析出玩家夾中商品時完全符合小確幸知覺的四個條件，除了受訪者 C 之外。驗證 H2：夾中娃娃跟小確幸知覺有正相關聯性。根據表 4.30 資料亦顯示在所有受訪者中有九位對夾中娃娃時會有小確幸知覺感受。

三、根據表 4.30 資料亦顯示，所有玩家中除了受訪者 D 沒有明顯沉迷現象外 (57.8%)，其餘 9 位受訪者都有輕、中度的沉迷現象從 63.1%~84.2%。

驗證 H3：假設夾娃娃玩家因小確幸知覺與沉迷夾娃娃行為有正相關聯性。經資料分析出玩家有小確幸知覺也會沉迷於夾娃娃這種玩樂，所以小確幸知覺跟沉迷夾娃娃現象有正相關聯性。

四、直接以訪談方式問夾娃娃玩家是否會常常回來這家店面玩夾娃娃？是否推薦給親朋好友這家夾娃娃店面？店家做哪些改變會再吸引你回來夾娃娃？這 3 題都顯示玩家會再回來這家夾娃娃店面再回購行為。根據表 4.30 資料亦顯示所有受訪者當中除了受訪者 C 之外，其餘受訪者都有 66.6%~100% 的再回購機率。此一結果為 H4：做出驗證，夾娃娃玩家願意再回來這家店面玩樂。

驗證 H4：假設夾娃娃玩家因沉迷行為與再回購有正相關聯性。經資料分析出親和性人格特質的玩家有小確幸知覺而且有輕、中度沉迷於夾娃娃並且會再回到這家店面再回購。

總結：夾娃娃玩家中有七成是親和性人格特質玩家，有九成玩家對夾中娃娃或商品時會有小確幸知覺感受，又九成玩家會有輕、中度的沉迷現象，並且有九成玩家會再回來同一店面做再回購行為。

第 5.2 節 管理意涵

本研之究管理意涵如下列二點所示：

一、本研究經過面對面訪談十位夾娃娃玩家，訪談結果歸納出會玩夾娃娃的玩家有七成是偏向親和性人格特質，親和性用來衡量一個人在思想情感和人際互動上人際取向程度。親和性的人有容易相處溝通與合作的特質，此特質高的人構面上有信任、坦誠、利他主義、順從、謙虛、體貼天真，相信每一個人都會是善良的、意圖都是好的、他們很坦白而且替別人著想對敵人寬恕喜歡幫助別人。在團體中一定扮演順從角色，盡量避免衝突，避免攻擊性話語，即使他們對自己表現已有相當信心，仍然會表現得很謙虛。身邊若有喜歡玩夾娃娃的親朋好友，可以賦予協調、溝通、信賴的相關工作，相信他們一定能完全勝任相關工作。但因夾娃娃會有沉迷現象所以建議對喜歡夾娃娃的親朋好友能多些關注，用其他方式引導玩家對其他活動的注意，比如讓玩家參加健康的休閒活動或運動，把玩家的注意力暫時轉移，避免傷身傷財。

二、本研究訪談發現，夾娃娃可讓玩家產生小確幸的心理感受，據此，給予夾娃娃店家建議是：標註某些機台中獎率比較高，讓玩家可以花小錢就有機會夾出商品，讓玩家有小確幸感覺，玩家们會因小確幸而再回來這家店面玩樂。雖然玩家認為夾娃娃是休閒娛樂的遊戲，但是玩家中依然有九成會輕微沉迷和上癮這個玩樂，玩家们一般認為平均 8 次夾不中會放棄再夾，所以店家可以考慮商品價值約跟 80~100 元等值，讓玩家在 8 次內可夾中娃娃，如此一來玩家會再繼續投錢繼續玩樂的機會會大增，店家也會容易賺到錢。或者，隱藏一、兩台高中獎率機台並公告在店內讓玩家自己找尋，或許玩家找到該機台前，玩家已經投入很多硬幣在其他機台上。要讓玩家一直回來夾娃娃就要讓玩家有小確幸知覺，也就是努力滿足玩家內心的喜悅和快樂而且這些喜悅快樂是會讓玩家沉迷上癮的，給店家強烈建議可以在店內加註警語《沉迷夾娃娃有礙身體健康》，讓店家和玩家可以達到雙贏。

第 5.3 節 研究限制

因本研究受限於時間和經濟狀況，以致本研究有以下三點限制：

一、因為要跟陌生的玩家接觸做訪談確實不容易，因陌生的玩家對本研究者的防備心都很強，所以要突破陌生人的心防而讓他們願意接受訪談真的不容易，常常花一週時間，才完成兩份受訪者的訪談資料，所以本研究的訪談樣本數不多，而且本研究是在同一店面找尋受訪者。所以僅完成十份訪談資料做研究分析，後面若有研究者要接續，或許可以再擴大研究樣本數和不同熱鬧店面，讓結論呈現更精準。

二、接受訪談的資料中，年紀都以 20~30 幾歲年輕玩家為主，要找到 40 歲以上玩家不容易，因為人格特質或許也會跟著年紀階段不同也有不同呈現，所以後面如有要接續研究者，可以尋找其他相似題目可以涵蓋老、中、青不同階段的受訪者，讓人格特質資料可以更精準呈現。

三、此次人格特質研究結果呈現親和性人格特質有高達七成比率，有可能是因本研究設定為現場訪談因素造成樣本失真，因為人格特質中的親和性人格特質最友善、不容易拒絕他人要求、相信他人意圖都是好的、每個人都是良善的性格特性，造成本研究誠懇請求到的受訪者對象為親和性人格特質比例較為偏高，後續研究可以運用單純問卷填表並增大問卷量，或許分析統計的結果會比較接近實際玩家的人格特質分佈情況。

第 5.4 節 未來研究方向建議

因本研究是夾娃娃人格特質對小確幸知覺感受及因沉迷夾娃娃行為而再回購之架構進行探討，在研究的過程中發現有些玩家很固執，他們對喜愛的商品會不惜代價的一直投錢，甚至花光所有零錢，所以，未來研究方向建議可試著以夾娃娃的店家為層級，以商家作為研究探討對象，加入更多可能影響再回購之變數進行研究。例如：商品吸引力、促銷活動、環境氣氛…等變數。



參考文獻

一、中文部份

李君如、楊棠安（2005）。線上遊戲玩家表現與其人格特質之研究—以“天堂”為例。高雄師大學報：自然科學與科技類，(19)，85-104。

陳建璋、季力康，2009，「大學生不同運動階段、心理需求與主觀幸福感」

陳博志（2014）。怎樣追求小確幸。臺灣經濟研究月刊，37(8)，8-9。

陳鈺鑫、黃有傑、范振德（2015）。單車微旅行參與動機與小確幸關係之研究—以臺中草悟道為例。朝陽商管評論，14(S)，39-61。

楊明玉、番承懷（2011）。顧客關係管理導入五大人格特質與資料探勘之研究—以人壽保險業為例。資訊管理展望，13(2)，151-169。

廖述賢、鐘鈺鈞、邱雅婷(2011)，消費者個性對顧客滿意度與再購意願之影響—以世代為調節變項，2011 第 14 屆科際整合管理研討會 June 25，332-345 頁。

劉玉真，2011，「小確幸」，大眾健康，11 期：第 10 頁。

鄭家宜(2010)，金融服務業顧客滿意與再購意願之關係研究：分析產品知識的效果，中山管理評論，第十八期第二卷：325-372 頁。

魯秀鳳(2014)，知覺價值、顧客滿意度與企業形象對再購意願之影響—以國內汽車產業為例，亞洲大學經營管理學系碩士在職專班碩士論文。

蕭富庭 (2108 / 2 / 23) 《專家傳真》電子遊戲機的過與不及工商時報 A6/正經八百。

聯合新聞網 (2018 / 2 / 22) 「娃娃機風潮」展現台灣劣根性？網友：貪便宜、愛賭又短視 UDN news 。

韓揚銘、劉瑞啟、范錚強（2013）。繼續還是不繼續？網路文學作品持續閱讀與沉迷程度之影響。中山管理評論，21(4)，705-742。



二、英文部分

- Argyle, M. 1987. *The psychology of happiness*. New York: Routledge.
- Allport,G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York : Holt.
- Barrick, M. R.,& Mount, M. K. (1991). The Big Five personality dimensions and jobpersormance: A meta-analysis. *Personnel Psychology* , 44 , 1-26.
- Costa, P. T.,Jr.,& McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R)and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual. Odessa,FL:Psychological Assessment Resources Inc.
- Csikszentmihalyi, M., 1991 , Flow: The Psychology of Optimal Experience: StepsToward Enhancing the Quality of Life, 1st, New York: HarperCollins.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., R. A. Carr. & Rickard, J. A. (2003). “CustomerRepurchaseIntention: A General Structural Equation Model.” European Journal ofMarketing no.37, pp1762-1763.
- James, Lawrence R.,& Mazerolle, M. D. (2002). *Personality in work organizations*.Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analysis, planning,implementation, andcontrol*, 10th ed.. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mowen, J. C. & Spears, N. (1999). A hierarchical model approach to understandingcompulsive buying among college students. *Journal of Consumer Psychology*, 8(4) , 407-430.
- Myers, D. G.,& Diener, E. 1997. The pursuit of happiness. *ScientificAmerican*, 7(1): 44-46.
- Mittal, V. &Kamakura,W. A. (2001). Satisfaction, repurchase intent, andrepurchasebehavior: Investigating the moderating effect of customercharacteristics. *Journal of Marketing Research*, 38(1): pp131-142.
- Szymanski, D. M. & Henard, D. H.(2001) “Customer satisfaction: A meta-analysis ofthe empirical evidence,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.

29, No. 1, pp16-35.

Young,K.S.(1997). Frequently asked questions. Retrieved May 3,2001,from the web:<http://netaddiction.com/resources/faq.htm>.

