

中 華 大 學

專 題 報 告

探討影響消費者排隊行為之因素：
以訪談有排隊經驗者為例

學系別：國際企業學系四年甲班

學號姓名：B10013024 黃榆婷

B10013029 黃聖雁

B10013037 陳欣蘭

B10013050 黃瑀萱

指導老師：夏 榕 文 老師

中華民國 104 年 1 月

摘要

搭乘交通工具、嚐美食、彩妝保養品特賣、最新的 3C 產品發售、巨星演唱會、大型展覽等，這些需要花費時間、金錢及體力的排隊情形，在日常生活中隨處可見，排隊已經成為普遍消費者的經驗，因此探討消費者的排隊行為會受到哪些因素的影響為本研究的主要目的。

本研究以較全面性的方式進行探討，針對個人因素、外部因素、產品因素三大類，包含了性別、年齡、職業、性格、天氣、時間、環境、觀念式學習、價格、限量品、品牌、口碑共十二項因素，藉此了解每一項因素和消費者排隊行為之間的關連。

研究對象方面以皆有排隊經驗者為原則，男性與女性各八名、年齡平均分布於十到五十歲，研究方法為質性研究的深度訪談法進行，問題不設順序，是一個過程以受訪者為主，較為彈性的訪問方式，透過訪談者與受訪者雙向互動，探訪出受訪者的真正感受，蒐集每位受訪者特定的排隊經驗。

根據研究結果顯示，最影響排隊行為之因素類別為外部因素，最影響排隊行為之因素為口碑；成立的因素分別有：性別、時間、天氣、環境、觀念式學習、價格、口碑，不成立的因素分別有：年齡、職業、性格、限量、知名度。

期望本研究之所得結果能夠提供予企業，做為產品行銷企劃之參考，利用相關之因素增加消費者的排隊行為，為該企業提升知名度、品牌形象與業績等助益。

關鍵字:消費者、排隊行為、個人因素、產品因素、外部因素、質性研究

Keyword : Consumers, Queuing behavior, Personal factors, Product factors, External factors, Qualitative research

目錄

目錄	i
第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	1
第三節 研究目的	2
第二章 文獻探討	3
第一節 個人因素	3
第二節 外部因素	5
第三節 產品因素	7
第三章 研究方法	9
第一節 理論架構	10
第二節 研究對象	11
第三節 資料收集	11
第四節 問卷	12
第四章 資料分析結果	14
第一節 個人因素	14
第二節 外部因素	18
第三節 產品因素	21
第五章 結論與建議	24
第一節 研究結果與討論	24
第二節 研究建議	24
第三節 研究限制與未來方向	25
參考文獻	30
附錄 A	33

第一章 緒論

第一節 研究背景

近年來台灣人排隊的情形越來越普遍，從 1998 年的葡氏蛋塔、1999 年麥當勞的戀愛麥語公仔、2010 年的 Iphone4 開賣、2012 年清玉的黃金比例、2013 年的 Krispy Kreme 甜甜圈、便利商店霜淇淋與日本雷神巧克力；另外，每年的漫畫博覽會、旅遊展、電腦展、週年慶，以及不分年度的演唱會、簽唱會、展覽等等，排隊的時間從幾小時到幾天，甚至超過一個月都有，而人數從幾十人到幾萬人不等。

以往排隊行為的相關研究並不多，並且大多都探討少數因素對排隊行為之影響，例如：社會科學家 Bowlby (1987) 認為女性和消費這個社會行為之間有緊密的關連，便是針對性別因素來探討，而 Banerjee (1992) 認為排隊熱潮是消費者主義的觀念式學習現象，消費者察覺到他人的決策與行為時，往往會忽略掉自己本身已有的消費資訊，而做出與他人一樣的決策，則是以消費者行為中的觀念式學習角度來看待，還有強調限量因素，利用不同節日與紀念日的限量商品，引發排隊搶購熱潮的研究 (陳穎萱, 2012)，至於排隊等待與消費者反應之研究 (陳玉潔, 2009)，是在了解不同特性的消費者對於排隊是否有不同的反應，不同的情境下是否會帶來影響，網路口碑與排隊人潮對信任之影響 (汪馥嫻, 2013)，則是探討在購買情境中，網路口碑與排隊人潮對信任的影響；截至目前為止，都尚未有較全面性探討排隊行為的研究出現，因此本研究根據過去研究與實務上的觀察，將影響的因素分為三大類，包含性別、年齡、職業、性格、天氣、時間、環境、觀念式學習、價格、限量品、品牌、口碑共十二項因素，以較為全面性的方式來進行研究。

第二節 研究動機

在週遭生活之中，無論是在食衣住行哪一方面，排隊都在發生著，儘管排隊需要花時間、花體力，有時還需要花費到大量的金錢，但排隊的熱潮卻依舊蓬勃

發展著，絲毫沒有減弱的情形。

根據過往的研究，因此本研究針對個人因素、外部因素及產品因素三大類，來進行影響消費者排隊行為因素之探討，且為完善了解影響消費者排隊行為之因素，因此採取質性研究，藉由深度的訪談方式，讓訪談者與受訪者雙向互動，在訪問中較深入完整了解受訪者特定的排隊經驗，希望能夠察覺與分析影響受訪者的排隊行為之因素。

第三節 研究目的

根據過去的文獻與實際觀察，本研究以較為全面性的方式進行，針對個人因素、產品因素、及外部因素三大類，共十二項因素來探討，採用深度訪談的方式，透過受訪者分享過去的排隊經驗，進而探討出影響消費者排隊行為之因素，並且將研究結果提供予企業作為產品行銷企劃時之參考。

本研究主要研究目的的主要為以下三點；

- (1) 探討個人因素對消費者排隊行為的影響
- (2) 探討外部因素對消費者排隊行為的影響
- (3) 探討產品因素對消費者排隊行為的影響

第二章 文獻探討

本研究主要是在探討影響消費者排隊之因素，因此將分別就「個人因素」、「產品因素」、及「外部因素」、對排隊行為影響進行探討。

第一節 個人因素

一、性別

社會科學家一向認為女性和消費這個社會行為之間有緊密的關連(Bowlby, 1987)；Woodruffe (1997) 的研究指出，女性會用逛街來鼓舞自己的心情，用消費來彌補生活中的不滿與無趣，購物場所對她們來說是一個情感投入、社交的空間 (Griffith, 2003)。不同性別會使得消費行為有著顯著差異 (葉佳宜, 2002)。

現今產品在開發時，兼顧著市場環境、心理、行銷利益的前提下、各大企業勢必得開發更多消費族群，來求得產品生存空間，因而無特定性別族群目標的「中性策略」應勢而生(歐金珊, 2007)，因此中性產品在近年來，越來越受到消費者的認同。所謂的中性產品，是指不分性別皆可使用之產品。

從 2013 年的冬季開始的霜淇淋話題一路延燒到 2014 年的夏季，率先掀起霜淇淋熱潮的全家便利商店，由台灣南僑供應原料，加上草莓、抹茶都祭出「只賣兩週」的限時策略，刺激不少消費者排隊購買。霜淇淋為男女老幼都喜愛的食品，但經由愛買觀察發現，造成排隊的人潮多為女性，約佔總消費者六成左右。因此本研究針對中性產品推論出以下命題。

命題一：針對中性產品而言，女性比男性更常出現排隊行為。

二、年齡

美國維珍尼亞理工大學經濟系助理教授曾國平於 2014 年指出現在年輕人一般比老一輩敢創新、敢嘗試、敢冒險，反而老一輩較頑固、保守，有什麼創新料理餐廳，會排隊的反而是時間成本較高的年輕人。以瓦城為例，旗下最新的大心新泰式麵食登陸台中，立刻引起排隊人潮，隊伍當中便是以年輕世代為主。

另外跟著大型書店進駐雲林古蹟合同廳的連鎖美式咖啡，假日最遠曾經排了 50 公尺，這裡連結布袋戲館和故事館，形成一個三角型文化圈，加上未來高鐵也在虎尾鎮，結合交通、藝文、書香和咖啡，每到假日就出現排隊人潮，消費族群則以年輕人居多。

綜合兩個例子，發現在老人小孩都適宜的產品或服務中，年輕人的排隊行為明顯比中壯年人更頻繁，因此本研究推論出以下命題。

命題二：年輕人比中壯年人更常出現排隊行為。

三、職業

2011 年聯合報報導，十月二十三日中央研究院一年一天的開放參觀活動日，200 餘場活動一大早就吸引不少學生及民眾前往參加。可以自己動手玩的科學遊戲和標本、特展都很受歡迎，平常因為擺放貴重儀器、難得開放的實驗室，也讓到場的人都甘願排隊等候參觀，民眾當中以學生排隊為多數。

職業類別會對對購買意願有顯著的影響（胡天鐘，2011），在需要花時間、體力或金錢的排隊項目上，學生族群的意願就其他族群高，因此本研究推論以下的命題。

命題三：學生族群比上班族群更常出現排隊行為。

四、性格

Engel, et al. (1982) 認為人格與個人價值觀的綜合表現，會影響各體的行為，並進一步影響到消費者的購買決策行為。

以 Apple 為例，經銷商 STUDIO A 宣布 26 日凌晨零時將於信義區 Neo19 旗艦店舉辦跨夜首賣活動，STUDIO A 表示當晚雖下著大雨，但澆不熄排隊民眾的熱情，約六點開始就已經有排隊人潮。

消費者個體性格差異是形成各種購買行為的主因。性格特點不僅是表現在現實生活中，也往往表現在商品的購買方式上，消費者性格類型在購買行為的典型表現分為七項，而本論文只針對表露較為明顯的外向性格與內向性格來做討論。

外向型的消費者在購買過程中熱情活潑，易受商品廣告與其他因素的感染；而內向型的消費者在購買過程中沉默寡言，反應緩慢，對商品廣告冷淡，通常是憑經驗購買，因此本研究推論出以下命題。

命題四：外向比內向性格的人，更常出現排隊行為。

第二節 外部因素

一、時間

越來越進步的現今社會裡，時間對於消費者來說是非常寶貴的，等候時間變成是一個具有影響性的關鍵因素（Taylor, 1994），大多數人都討厭排隊，尤其是當完全無法掌握等候時間時，消費者的情緒有可能因此而受影響，但是在現今的時代，排隊變成是生活上必經的過程，所以消費需花費的時間多寡漸漸被認為是消費者在選購商品與評估服務品質的重要因素（Larson, 1991）。因為消費者不喜歡長時間的等待，因此本研究推論出以下命題。

命題五：當預期排隊時間短，個人會更常出現排隊行為。

二、天氣

在貝克情境理論的指導下，提出影響消費者行為的情境變量主要有天氣、周圍的物質、及商店的地理位置等變項（李華敏、崔瑜琴，2010），其中天氣氣溫的驟降或回暖，皆會影響消費者的決議。

永康街的芒果冰店，平日就已有不少的消費者，在 2013 年的夏天，氣溫一度飆升到 37 度，連帶讓冰店的生意特別好，冰店內已坐無虛席，而冰店外的排隊人潮，更是已佔滿整條人行道。因為天氣與氣溫適當時，環境讓消費者有足夠且適合的條件，讓他們去等待獲得此商品或產品後的滿足感。例如：冬天願意花時間排碗熱呼呼的熱甜品、夏天願意等待消暑的冰品、晴天等待看想看的藝文展覽或音樂會，因此本研究推論出以下命題。

命題六：天氣適當時，會更常出現排隊行為。

三、環境

銷售者必須仔細觀察外在環境的變動，留意消費者的消費習性(曾昭茂，2002)。由於現今的排隊環境大多位於室外，若能改善環境帶來的不適，會讓消費者增加對於排隊的意願。

以中國 2010 上海世博會為例，在高溫天氣裡排長隊參觀世博場館，對於不少遊客來說是一次體力和興致的考驗。面對數以萬計的遊客湧入，各館方正在設法改善排隊方式，讓遊客觀博更輕鬆。參展方為了加快進館遊客的流動速度，創造更舒適的排隊環境，除了遮陽棚、電風扇和噴霧等標準降溫裝備外，不少場館正在設法讓遊客排隊等候更舒適。例如：德國館、俄羅斯館、法國館、英國館、瑞士館、加拿大館等其他場館外的隔離欄皆增設長板凳，相較於其他必須站著排隊的場館人數，增設長板凳後的場館排隊人潮明顯增加許多，因此本研究推論出以下命題。

命題七：具有輔助設施，會更常出現排隊行為。

四、觀念式學習

國立高雄海洋科技大學運籌管理系副教授林義屏在 2004 年提到，觀念式學習是影響消費者購買的重要因素，亦即消費者會透過外來資訊或觀察他人而改變購買行為，換句話說，當消費者察覺到他人的決策與行為時，往往會忽略掉自己本身已有的消費資訊，而做出與他人一樣的決策 (Banerjee, 1992)。

美食專家葉怡蘭曾說過，排隊吃美食彷彿成為全民一致參與的餘暇消閒運動，除了出乎對美味的單純狂熱、渴望與嚮往，不能不承認，有部分來自於一窩蜂從眾與好奇，消費者常常產生排越多人應該表示越好吃的錯覺，或是排到了、吃到了，便可獲得一種虛榮的冠冕，因此本研究推論出以下命題。

命題八：消費者會受到群體影響，更常出現排隊行為。

第三節 產品因素

一、價格

價格的考量在消費者購買決策中，往往佔有極重要的影響。許多購買決策的決定最後仍是以價格為基礎(白仁豪，2002)。在一個消費者研究中，發現對 30~50 歲的女性而言，價格促銷會影響購買意願，發現折扣會提高購買意願且不會影響品牌形象(劉瑋婷，2008)。

經營了長達 12 年的台灣女鞋品牌 Miss Sofi，將在 2014 年 3 月底宣告結束，舉辦為期一個月「告別特賣會」，推出 10 萬雙鞋出清優惠，開賣當天，將近一千人的排隊人潮繞了台北東區巷子一大圈，因此本研究推論出以下命題。

命題九：低價促銷，會更常出現排隊行為。

二、限量品

市場上有經常利用限量來吸引消費者，例如 LV 設計的限量櫻桃包、SWATCH 手錶每款限量發行、不同節日與紀念日的限量商品，都成功引發搶購熱潮(陳穎萱，2012)。

知名韓劇《來自星星的你》男主角在台舉辦見面會，所販賣的限量周邊商品，一早便有群眾到達會場排隊搶購，此便是由於限量策略而產生的消費者排隊行為，因此本研究推論出以下命題。

命題十：限量發售，會更常出現排隊行為。

三、品牌

消費者在評估是否購買產品時，除了價格是一個用以判斷產品品質與價值的重要項目外，產品的品牌也會影響消費者的價值評估、購買意願和購買偏好(Dodds, Monroe & Grewal, 1991)。

以王品集團為例，原先就擁有眾多品牌，王品、西堤、陶板屋、原燒、聚、等等，使得新的品牌「Hot 7」一開幕就引起熱烈討論，和其他鐵板燒店相比之下，

有著滿滿的排隊人潮，說明了品牌在消費者的腦海中能與某產品類別有緊密連結，也就意味著當消費者在進行購買行為時，該品牌能順利地自消費者的腦海中被喚起並成為購買選項之一（Posavac, Sanbonmatsu, Cronley, & Kardes, 2001），因此本研究推論出以下命題。

命題十一：知名度高，會更常出現排隊行為。

四、口碑

一旦有店家造成排隊消費的風潮，加上媒體的渲染與民眾口耳相傳之下，店家馬上映入消費者腦中，進一步進入喚起集合裡，成為消費的首選(王信惠, 2006)。

Krispy Kreme 美國甜甜品牌在台開店前一天，便透過免費試吃與金卡活動製造話題，引起消費者討論，加上美食部落客的介紹，使其口碑成功推廣，於開幕當天，超過一千位民眾現場等候，至少排三個小時以上才能夠買到，展現出了口碑對消費者排隊意願之影響，因此本研究推論出以下命題。

命題十二：口碑好，會更常出現排隊行為。

根據上述了解，此十二項因素部分有實證文獻證明，部分則是觀察與舉例，說明其對於影響消費者排隊行為有相關性的存在，因此用質性方式研究。

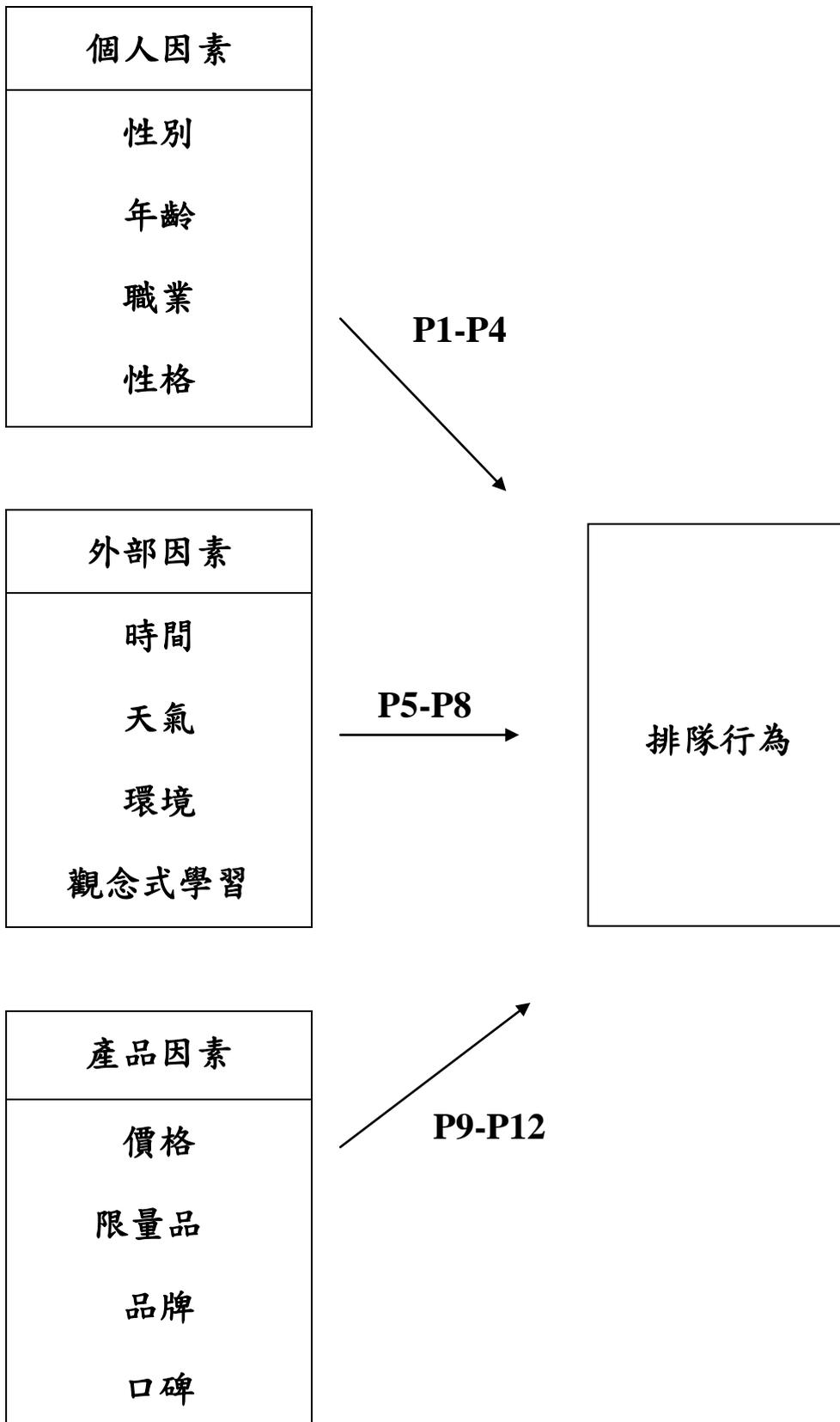
第三章 研究方法

近年來排隊行為雖受到許多人的觀察與研究，但是有關排隊的相關資料依然偏少數，因此我們採用質性研究(qualitative research)的方式，來探討影響消費者排隊行為之因素。

質性研究主要是在探討社會的某種現象與意義，把獲得的原始資料加以分析與整理，尋找不同研究對象之間的一致性與關連性，經過各項資料的比較與探討，將每種不同的經驗編織成一個理論性的解釋架構(陳棋勳，2005)，其適用於解釋一些表面之下鮮為人知的行為，對於平常習以為常的習慣或是規矩，以比較具有創意與新鮮感的觀點探討。質性研究方法也適合用來解釋表面之下的意義，補充量化方法的不足性(徐國宗，1997)，注重社會實像與文化意義，受情境因素影響甚大，屬於少數個案，因此更注重互動過程，適合做主題分析，而了解人類行為的最好方法，便是融入實際觀察，才能正確的把握真相，了解研究的結果(陳向明，2002)。

研究者親身進入研究的區域，透過觀察、深入訪談、查閱相關文件及文獻、理論等蒐集相關資料，獲得全面性的觀察與了解原因之外，研究者還深入其中，從個人的立場與觀點去了解和體驗社會現象，對研究的對象們做出一個詳細的詮釋，了解排隊的前因後果。因此，研究人員對研究者的要求，除了需要有獨特性之外，也強調參與性，Zikumund(1994)認為探索性研究是為了釐清與定義問題本質所做的初始研究，讓後續的研究者有初步的了解，揭開問題的質性資料。

第一節 理論架構



為探討影響消費者排隊行為之因素，本研究將影響的因素分為個性因素、外部因素、產品因素三大類來進行，其中分別包含性別、年齡、職業、性格、時間、天氣、環境、觀念式學習、價格、限量品、品牌、口碑十二項，並推論每一項因素都會提高排隊頻率，進而影響到消費者的排隊行為。

第二節 研究對象

本研究的訪談對象總共為十六名，訪問原則為以下四項：

1. 必須曾有過排隊的經驗
2. 男性與女性各八名
3. 年齡平均分布在十到五十歲之間
4. 在職者與學生各佔半數

本研究的目的不在於推論母群體的情況或講究樣本的代表性，而是注重在資料的豐富性，希望獲得一組內涵最豐富，對探討的主題最有幫助的樣本資料。

第三節 資料收集

觀察法、訪談法、文獻回顧法，以上三種方法是質性研究蒐集資料的方式(王永金，2000)，本研究欲探討影響消費者排隊行為之因素，因此採用深度訪談法(in-depth-interview)。

訪談法是質性研究中常見的一種研究方式，針對研究主題與受訪者進行討論，達到交換意見與建構，在訪問的過程中，相互感染而思考出的意見，可以發覺與分析受訪者排隊的動機或其他的干擾因素，形成訪談者與受訪者雙向互動(畢恆達，1996)。

本研究的目的是在探討哪些因素會影響到消費者的排隊行為，因此本研究著重於受訪者曾經排隊的經驗，來進行深度訪談，深度訪談法是一種臨床式訪談，有利蒐集個人特定經驗的過程、動機和情感、態度等資料，是希望可以取得重要因素，而這些重要因素又不好取得。

因此，透過深度訪談，研究者可藉由長時間的訪問，讓受訪者深入談出問題

核心藉由對事件的敘述與描繪，使問題與答案不經意浮現(陳曉宜，2005)。

深度訪談有別於單純訪談，深度訪談目的在於深入受訪者的內心深處，必須是如同抽絲剝繭一般向裡面探索，探訪出受訪者的真正感受，所得結果是具有參與意義的資料，而參與意義的意思是指在社會中的個人，對這世界構思的方式，與解釋他們生活周遭重要事物或賦予意義的一種方式，做為進一步分析的依據(王文科，2001)。

第四節 問卷

一、個人因素

- 1.(目測)
- 2.(不知道再禮貌性詢問)
- 3.(不知道再禮貌性詢問)
- 4.您喜歡新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
挑戰自己 受到關注
- 5.請問你有排隊的經驗嗎？
- 6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？
- 7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？
- 8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？
- 9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

二、外部因素

- 1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？
超過就會放棄不排了嗎？
- 2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？
- 3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？
- 4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

三、產品因素

- 1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？
 - 2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？
 - 3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？
 - 4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？
- 請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

第四章 資料分析

本研究將 16 位受訪者編號 A~P，根據受訪者的回答，判斷為支持、中性或反對，再依據此比例結論出每一命題是否成立，以下分別就個人因素、產品因素、外部因素來說明。

A	女，16 歲	I	男，17 歲
B	女，18 歲	J	男，19 歲
C	女，23 歲	K	男，22 歲
D	女，23 歲	L	男，23 歲
E	女，32 歲	M	男，31 歲
F	女，37 歲	N	男，33 歲
G	女，47 歲	O	男，50 歲
H	女，49 歲	P	男，50 歲

第一節 個人因素

為更清楚顯現出性別、年齡、職業、性向共四項因素對排隊行為的影響，本研究先針對排隊頻率分析，在比對相應之因素得出結論，而基於每位受訪者對頻繁的認定略有不同，因此本研究將頻繁的定義設定為一個月排隊超過四次。

問題：你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

支持 44%

A：沒有特別算過，如果是 5 分鐘以內的隊伍，一個月大概最少有 4-6 次以上。

B：很頻繁，一個月大概 10 次左右。

E：沒有。約 5-6 次。

H：普通。大概 10 次左右。

I：有，大概會有 20 次以上。

N：很頻繁，每天都會排隊。

P：大概有 10 次。

中立 6%

M：不頻繁，少於 5 次。

反對 50%

C：算頻繁，2-3 次。

D：還好。1-2 次。

F：沒有，1 次。

G：沒有，最多 1 次。

J：不頻繁，2-3 次。

K：算頻繁，2-3 次。

L：不頻繁，2-3 次。

O：不會。3-5 次。

根據問卷調查顯示出 A、B、E、H、I、N、P 排隊的頻率較高，範圍從一個月 6 次到 30 次，平均一個月排 13 次；C、D、F、G、J、K、L、O 排隊的頻率較低，範圍從一個月 1 次到 4 次，平均一個月排 2 次。

一、命題一

命題一：針對中性產品而言，女性比男性更常出現排隊行為。

問題：平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

A：幾乎都是排食物，像是下午茶、鼎泰豐、美式餐廳。

B：最常排食物，像小籠包、蔥油餅、滷味... 等。

C：餐廳。飲料店、很夯的中/台/日/韓式餐廳、麵包店。

D：展覽，特價。

E：活動進場、食物、特賣會。

F：食物類。吃、買車票、廁所。

G：買菜、生活用品、餐廳。

H：餐廳類。鼎泰豐、小吃、麵包店。

I：吃的。摩斯、7-11、美式餐廳。

J：最常排隊等餐廳、電影院、加油站…等，但是最常排的還是以吃的為主。

K：飲料、電影票、蔥油餅。

L：餐廳。人氣火鍋店、麵包店、下午茶店。

M：飲食、電子產品和剪髮之類。

N：7-11、加油、買早中晚餐。

O：用餐。餐廳、挫冰、小吃（甜甜圈、車輪餅）。

P：餐廳、停車場、路邊小吃。

根據問卷調查顯示有 100% 的受訪者所排隊的產品或服務都屬於中性。

16 位受訪者排隊頻率分析：

排隊頻率高的受訪者

支持:57%

A：女生

B：女生

E：女生

H：女生

不支持:43%

I：男生

N：男生

P：男生

根據 16 位受訪者的排隊頻率分析，排隊頻率較高的受訪者當中，女性佔 57 %，男性佔 43%，所以本命題成立。

二、命題二

命題二：年輕人比中壯年人更常出現排隊行為。

本研究將 30 歲設定為年輕人與中壯年人的分界。

16 位受訪者排隊頻率分析：

排隊頻率高的受訪者

支持:43%

A：年輕人

B：年輕人

I：年輕人

不支持:57%

E：中壯年人

H：中壯年人

N：中壯年人

P：中壯年人

根據 16 位受訪者的排隊頻率分析，排隊頻率較高的受訪者當中，年輕人佔 43%，中壯年人佔 57%，所以本命題不成立。

三、命題三

命題三：學生族群比上班族群更常出現排隊行為。

16 位受訪者排隊頻率分析：

排隊頻率高的受訪者

支持:43%

A：學生

B：學生

I：學生

不支持:57%

E：上班族

H：上班族

N：上班族

P：上班族

根據 16 位受訪者的排隊頻率分析，排隊頻率較高的受訪者當中，學生佔 43%，上班族佔 57%，所以本命題不成立。

四、命題四

命題四：外向比內向性格的人，更常出現排隊行為。

問題：勾選 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧 挑戰自己 受到關注

16 位受訪者排隊頻率分析：

排隊頻率高的受訪者

支持：43%

B：4，新奇的事物、主動結交朋友、周圍充滿喧鬧、受到關注。

I：5，新奇的事物、主動結交朋友、周圍充滿喧鬧、挑戰自己、受到關注。

P：3，主動結交朋友、周圍充滿喧鬧、受到關注。

不支持：57%

A：2，新奇的事物、周圍充滿喧鬧。

E：2，主動結交朋友、受到關注。

H：2，新奇的事物、周圍充滿喧鬧。

N：2，新奇的事物、受到關注。

根據 16 位受訪者的排隊頻率分析，排隊頻率較高的受訪者為 A、B、E、H、I、N、P，依勾選 3 個以上為外向性格來看，外向性格為 43%，非外向性格為 57%，所以本命題不成立。

第二節 外部因素

一、命題五

命題五：當預期排隊時間短，個人會更常出現排隊行為。

問題：請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多

久？超過就會放棄不排了嗎？

支持 88%

A：會，一個小時。超過一個小時就不會想排了。

B：會，平常可以接受 5-10 分鐘，超過 30-40 分鐘就會不排。

C：會，一小時以內，超過要看那個東西值不值得排。

E：會，大約 20 分鐘。如果快到就會排，還很久就會放棄。

G：會在意，大概 30~60 分鐘。超過 60 分鐘就會放棄。

H：會，最多 30 分鐘，會放棄。

I：會，30 分鐘以內，超過就絕對不排了。

J：會，平均大概 15min 差不多，1hr 的話就會不想排。

K：會，10~15 分鐘，不會。

L：會，一小時，超過要看一起排的人想不想要排。

M：會，一個小時吧。會放棄。

N：會，最久可以等到 40 分鐘左右，超過就不會繼續排。

O：會，大約 15 分鐘左右，超過就會離開。

P：會，10~15 分鐘就會不耐煩，最多 30 分鐘就會放棄。

中立 6%

D：看當時情況而定。半小時。看當時情況而定。

反對 6%

F：不會，三小時，不會放棄，因為都已經過了三小時，所以會繼續排。

16 位受訪者的排隊經驗中，14 位的受訪者會在意排隊時間，1 位受訪者視當時情況而定，1 位受訪者不會在意排隊時間；可接受的等候時間分佈在五分鐘至三小時之間，有 14 位的受訪者可接受的等候時間約為一小時之內，僅有 1 位受訪者 F 可接受的等候時間為三小時；等候時間超過可接受的範圍時，有 6 位受訪者會放棄排隊，有 5 位受訪者會繼續排隊。

根據問卷調查顯示有 88% 的受訪者支持命題五，因此本命題成立。

二、命題六

命題六：天氣適當時，會更常出現排隊行為。

問題：排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

支持 94%

A：晴天居多。涼涼的天氣會想繼續排。

B：平常排隊都是沒下雨的天氣。如果天氣不會讓人感到不舒服(下雨, 大太陽, 寒冬), 就會增加排隊的意願, 如果是室內的話最好。

C：不是超冷就是超熱。陰天, 涼爽天, 遮蔭處會想繼續排。

E：太陽。如果是陰天會繼續排。

F：通常都是好天氣。好天氣。

G：大部分都是太陽天。但是陰天會更好。

H：好天氣, 天氣不好就不會排隊。好天氣、陰天。

I：天氣晴, 有時陰天。不太熱的天氣會想繼續排。

J：有過在很冷或很熱的時候排隊。但最喜歡排隊的天氣是秋天。

K：大熱天。秋高氣爽有風不易使人流汗。

L：晴天。陰天最好帶點微風。

M：陰天。涼爽的天氣。

N：天氣好的時候, 下雨天一定懶的排。天氣好。

O：晴天。舒服的天氣。

P：出國玩的時後排隊都是大熱天。天氣如果不要太熱會想繼續排。

中立 6%

D：室內地點：不受天氣影響；室外地點：視情況而定

16 位受訪者的排隊經驗中, 9 位受訪者排隊時天氣舒適, 6 位受訪者排隊時的天氣較為冷熱, 1 位受訪者則視情況而定; 15 位受訪者表示天氣適當, 不冷不熱也無下雨的情況會增加他們的排隊意願。

根據問卷調查顯示有 94% 的受訪者支持命題六，因此本命題成立。

三、命題七

命題七：具有輔助設施，會更常出現排隊行為。

問題：排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

支持 94%

A：大部分都是店門外靠騎樓排。有椅子可以坐、有冷氣的地方。

B：平常排隊的環境常常是在戶外很不舒服，如果環境乾淨舒服且有位子坐，或是會有小點心之類的，就會增加排隊的意願。

C：一般騎樓，有椅子坐的、可以吹冷氣或蔭涼處。

可以先看菜單可以先點的那種會讓我想繼續排。

E：陰涼處。有椅子會想繼續排。

F：空曠，越舒適越好，最好是有沙發或供飲料、水。

G：室內。有地方可以坐著，最好有置物櫃可以寄放東西，不用一直提在手上。

H：一般騎樓。有椅子坐、有雜誌可以閱讀。

J：對於環境要求都還好，但是如果周圍非常乾淨、有冷氣、室內、有椅子可以坐著等都會願意繼續排。

K：環境通風不悶熱。

L：人行道。有遮雨棚。

M：通常都在室內。有冷氣的地方。

N：乾淨舒適，環境乾淨、地板不會有油垢、不會有難聞的氣味都會繼續排。

O：餐廳會有冷氣和椅子，路邊攤站著等待。越舒服的環境越會繼續排（有空調和椅子）

P：大部分是人多吵雜，只要不是蚊子多、髒亂就還可以。

反對 6%

D：室內室外皆有。不太受環境影響。

16 位受訪者的排隊經驗中，6 位受訪者平常排隊的環境為室內，其他則為室外，如騎樓、人行道及陰涼處；10 位的受訪者認為有椅子會想讓人繼續排隊，6 位的受訪者認為有冷氣會讓人想繼續排隊，乾淨舒適、提供茶水及雜誌、有遮蔽處及有置物櫃也會讓受訪者願意繼續排隊，受訪者 C 可以先看菜單可以先點的那種會讓我想繼續排；僅有一位受訪者 D 認為不太受環境影響。

根據問卷調查顯示有 94% 的受訪者支持命題七，因此本命題成立。

四、命題八

命題八：消費者會受到群體影響，更常出現排隊行為。

問題：身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

支持 50%

A：會，蠻常聽朋友推薦吃的，會被吸引。

C：都會去排，身邊朋友推薦吃過好吃的就會被吸引。

E：會，會受到吸引。

F：會，會。

J：會，身邊剛好有朋友很愛去排隊買鞋子，有時候明明是陪人家去買，結果自己看著看著也跟著買了一雙。

H：會，周年慶會受到朋友揪團一起去 SOGO。

L：會，受到吸引會請朋友代排或一起排。

N：會，曾經有過不管多遠都會去購買排隊的經驗。

中立 6%

D：會，依狀況而定，如果是感興趣的事物就會一起去排隊。

反對 44%

B：不會，身邊的朋友很少聽說會為了什麼去排隊，不太會受到朋友影響而去排隊。

G：會，不會。

I：會，不會很常受到建議吸引，因為有些自己沒興趣。

K：會，不會。

M：會，但是不會受到影響。

O：這個年紀排隊的意願不高，不會。

P：不會。

16 位受訪者的排隊經驗中，14 位受訪者的朋友都會去排隊，2 位受訪者的朋友不會去排隊；8 位受訪者會聽從朋友的建議受到吸引，受訪者 J 有時候明明是陪人家去買，結果自己看著看著也跟著買了一雙；受訪者 A 和 C 容易因為聽到朋友推薦美食被吸引去排隊，受訪者 N 曾經有過不管多遠都會去購買排隊的經驗；也可以發現會因為朋友的推薦被吸引去排隊；1 位受訪者視狀況而定，受訪者 D 依狀況而定，如果是感興趣的事物就會一起去排隊；7 位受訪者不會聽朋友的建議受到吸引，是因為對排隊的事物不感興趣。

根據問卷調查顯示有 50% 的受訪者支持命題八，因此本命題成立。

第三節 產品因素

一、命題九

命題九：低價促銷，會更常出現排隊行為。

問題：請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

支持：81%

A：有，週年慶的時候那種折扣。應該折了幾百塊。

B：有，最常排星巴克買一送一時，價差一百多很划算。

C：有，飲料免費所以排隊。

D：有，差一半。

E：有，大約 500 左右。

G：有，大概差了 3000 元。

I：有，合套餐省幾十塊，每天可以省很多。

J：有，像是餐廳禮卷這種一本買起來比較便宜，大該都差個 100~200 元。

L：有，半價，通常是買一送一或免費試喝/試吃。

M：有，半價。

N：有，大約五千以內。

O：有，數越高排隊的機率越高。

P：有，排電影票跟餐卷，差 100~200 元。

中立：7%

H：很少。6~8 折都會考慮。

反對：12%

F：沒有。

K：沒有。

16 位受訪者的訪談結果中，有 13 位受訪者表示會因為折扣去排隊，1 位受訪者表示很少因為折扣排隊，2 位受訪者則不會因為折扣去排隊；另外，從 13 位受訪者的內容中發現，大致上的價差介於 100~5000 元左右，且折扣的價格越多排隊的意願會越高。

根據問卷調查顯示有 81% 的受訪者支持命題九，因此本命題成立。

二、命題十

命題十：限量發售，會更常出現排隊行為。

問題：有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

支持：44%

A：有，排過限量衣服。

C：有，iPhone。

E：有，產品特惠活動。

I：有。衣服、帽子。

J：目前沒有自己買過限量商品，但是有陪朋友去買過，記得是去陪朋友去 7-11

用 i-bon 買歌星的演唱會門票。

K：知名運動員限量年曆。

L：有。蘋果產品。

反對：56%

B：沒有排過限量商品。

D：沒有。

F：沒有。

G：沒有。

H：沒有。

M：沒有。

N：沒有。

O：沒有。

P：沒有。

16 位受訪者的訪談結果中，有 7 位受訪者會因為限量品去排隊，9 位受訪者沒有因為限量品去排隊；另外，從 7 位因限量品去排隊的受訪者的內容中，發現排隊的產品大部份以大廠牌或有名氣的產品為主，受到限量品影響的大多只有以年輕族群為主，大部分的受訪者都不會因此去排隊。

根據問卷調查顯示有 56% 受訪者不支持命題十，因此本命題不成立。

三、命題十一

命題十一：知名度高，會更常出現排隊行為。

問題：有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

支持：25%

C：有，Apple 出新產品的時候。

E：有，Apple。

N：有，像是手機。

P：像是王品旗下品牌推出新菜單就會想去吃。

反對：75%

A：沒有。

B：沒有。

D：沒有。

F：沒有。

G：沒有。

H：沒有。

I：沒有。要看有沒有喜歡。

J：目前沒有。

K：沒有。

L：沒有。

M：沒有。

O：沒有。

16位受訪者的訪談結果中，有4位會因為知名度高去排隊，12位受訪者不會因為知名度高去排隊；另外，從4位會去排隊的受訪者中發現多半以排隊買3C產品為主，但是有12位沒有因為知名度排隊仍然占了大多數，相較於其他因素，支持的確實比例偏低。

根據問卷調查顯示有75%受訪者不支持命題十一，因此本命題不成立。

四、命題十二

命題十二：口碑好，會更常出現排隊行為。

問題：排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

支持：100%

A：會。網路、朋友。有影響過，如果太多負評就不會去排了。

B: 如果是不熟的東西會去查評價再決定要不要買，管道是網路或是問親朋好友，如果大家都在排隊，可是在網路評價中看見它不是適合每個人的，就會考慮要不要去買了，如果是親朋好友，像是姊姊，有說什麼保養品好用或什麼好看，就會想去排隊採購。

C: 會，網路和朋友。有喔，使用者正負評和商品價值。

D: 會。網路、身邊朋友的評價。有。

E: 會，網路、APP 或是 Google。有。

F: 會。會利用網路，但沒有被影響過。

G: 會。上網看一下評價，但是通常都還是會去排。

H: 會。網路。有，使用者的正負面評價都會影響。

I: 會。網路或朋友。有過，但是還是要看自己喜不喜歡。

J: 會，會去查詢一些相關的評價，基本上都是用手機連上網路查詢。

曾經有過因為聽到某間餐廳或咖啡廳蠻好吃的，剛好朋友有找，就想一起去排隊試試看。

K: 會。網路、親朋好友。有。

L: 會。網路、雜誌。有，經過比較後來決定是否值得去排。

M: 會，網路搜尋。有。

N: 會。網路上的論壇，之前為了要買耳機有上網看過評價。有。

O: 會。大部份利用網路。會，評價不好會影響排隊的意願，有折扣也會影響。

P: 會。問親朋好友有誰知道，或是看新聞介紹。有影響自己排隊的意願。

16 位受訪者訪談結果中，有 15 位會利用網路查詢，8 位會詢問親朋好友，8 位會查詢使用者評價；另外，16 位受訪者均表示會因為口碑而影響排隊行為，如果周遭的人反應都是好評，確實會增加其排隊購買的意願。

根據問卷調查顯示有 100% 的受訪者支持命題十二，因此本命題成立。

第五章 結論與建議

本章節共分為三節來探討，第一節是研究結果與討論，第二節是研究建議，第三節是研究限制與未來方向。

第一節 研究結果與討論

表 5-1

命題一	命題二	命題三	命題四	命題五	命題六	命題七	命題八	命題九	命題十	命題十一	命題十二
性別	年齡	職業	性格	時間	天氣	環境	觀念式學習	價格	限量	知名度	口碑
成立	不成立	不成立	不成立	成立	成立	成立	成立	成立	不成立	不成立	成立

本研究人員原先預計十二因素皆會影響消費者的排隊行為，可實際探訪後才發現與設想的不盡相同。從表 5-1 可以得知，成立的因素分別有：性別、時間、天氣、環境、觀念式學習、價格、口碑；不成立的因素分別有：年齡、職業、性格、限量、知名度。

以產品因素的知名度為例，知名度高因為容易引起他人注意，感覺更常出現排隊行為，可訪問時大部分的受訪者都表示就算知道品牌，但在購買上還是會依自己的喜好為主。另外，在限量品的部分，常見許多民眾常為了限量品漏夜排隊，可是在經過訪談後發現，會因為限量品被吸引的多以年輕人為主，中年人跟老年人不太會去排隊，而產品類型也是會影響到排隊意願，這個部分可以在未來研究繼續深入探討。

研究結果顯示，最影響排隊行為之因素類別為外部因素，最影響排隊行為之因素排序依次是口碑、天氣、環境、時間、價格。

第二節 研究建議

本研究探討影響消費者排隊之因素，分成內部因素、外部因素、產品因素三部分進行，根據分析結果發現外部因素是本研究影響消費者排隊行為最多的因素，排隊的人潮越多，相對的銷售額就有機會提高，因此建議企業在決定行銷策略時可以著重在以下四個因素：

1. 時間：等待時間的明顯標誌、號放碼牌，建議控制排隊時間在一小時內讓消費者完成購買，因為在期望的等待時間內，則可增加購買的慾望，反之如果超過預期的等待時間，就會失去耐心與慾望。
2. 天氣：依情況施放冷氣、水霧、暖氣，發放冷或熱茶、暖暖包。
3. 環境：增設置物櫃、屋簷；避免環境雜亂，排隊動向清楚明瞭；提供雜誌、點心、椅子等讓民眾可以稍作休憩。
4. 口碑：舉辦免費試吃活動、邀請美食部落客撰文、美食節目或新聞採訪、設計APP、設立粉絲專業、虛擬網路商店等善用網路推廣。

第三節 研究限制與未來方向

本研究為深度訪談的質性研究，以下有幾點的研究限制與未來研究的方向，提供給後續研究者進行更加深入的討論。

1. 樣本數不足無法作量化研究：本研究的受訪人數有 16 位，男性女性各有 8 位，每個年齡層各四位，兩男兩女分散在 4 個年齡層，雖然平均分散，但只依據 16 位受訪者的內容來判斷仍顯不足，建議增加樣本數至 30 份以上，蒐集更多消費者對排隊的認知與因素，舉辦大規模的訪談會，以方便日後進行量化分析，取得更完整和全面性的資料。
2. 年齡因素以 35 歲為年輕人與中壯年人的分界。
3. 受訪者的表達會影響本研究在研究結果上的判定。
4. 本研究將一個月排三次以上歸類定義為頻率高。

參考文獻

- 陳穎萱(2012)。限量訊息策略與消費者獨特性需求對購買意願之影響。未出版之碩士論文，國立政治大學國際經營與貿易研究所，台北市。
- 陳玉潔(2009)。排隊等待與消費者反應之研究-以餐廳用餐為例。未出版之碩士論文，國立政治大學管理碩士學程(AMBA)，台北市。
- 汪馥嫻(2013)。網路口碑與排隊人潮對信任之影響-以消費捷思觀點探討。未出版之碩士論文，國立高雄第一科技大學服務科學管理研究所，高雄市。
- 葉佳宜(2002)。大型購物中心之區位與消費者生活型態對消費行為之影響研究。未出版之碩士論文，國立交通大學管理科學系碩士，新竹市。
- 歐金珊(2007)。中性文化思潮下的消費者行為。未出版之碩士論文，國立中正大學行銷管理研究所，嘉義縣。
- 胡天鐘、卓蓉芝、陳耀茂(2011)。企業品牌定位與策略之研究-以瓷磚產業為例。聯大專報，第8卷第1期：177-199。
- 李華敏、崔瑜琴(2010)。基於情境理論的消費者行為影響因素研究。未出版之碩士論文，陝西師範大學國際商學院，西安。
- 曾昭茂(2002)。消費者對國際性品牌與國內製造商品牌偏好之研究-以童裝服飾為例。未出版之碩士論文，國立成功大學高階管理碩士在職專班(EMBA)，台南市。
- 白仁豪(2002)。參考價格、涉入對消費者價格認知與資訊搜集之影響-化妝水之個案研究。未出版之碩士論文，國立中興大學行銷學系，台中市。
- 劉瑋婷(2008)。價格促銷對品牌形象與消費者購買意願之關係-以女裝品牌為例。未出版之碩士論文，國立屏東科技大學服飾科學管理系，屏東縣。
- 王信惠(2006)。宗教觀光地旅遊意象、知覺價值、旅遊品質、滿意度與遊後行為意圖關係之研究-以北港為例。未出版之碩士論文，南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義縣。
- 陳向明(2002)。社會科學質的研究。台北：五南出版社。

陳曉宜(2005)。報社記者抵抗資源之研究。未出版之碩士論文，國立政治大學傳播學院碩士在職專班，台北市。

王文科(2001)。教育研究法。台北：五南出版社。

徐國宗(1997)。質性研究概論。台北：巨流出版社。

Banerjee, A. V. (1992) "A Simple Model of Herd Behavior," *The Quarterly Journal of Economics*, 107: 790-817.

Bowlby,R. (1987). Modes of Modern Shopping: Mallarmé at the Bon Marché. Pp.185-205 in *The Ideology of Conduct: Essays in Literature and the History of Sexuality* , edited by Nancy Armstrong and Leonard Tennenhouse .London: Methuen.

Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store Information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*,28(3), 307-319.

Griffith, David A. (2003). Intimacy, Rites of Passage and Social Support : Symbolic Meaning From Lifetime Shopping Experience. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*,13(3):263-278.

Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer Behavior*, (4th ed.). New York: Dryden Press.

Katz, Karen L., Blaire M. Larson and Richard C. Larson (1991). Prescription for Waiting-in-Line Blues: Entertain, Enliten, and Engage," *Sloan Management Review*, 32 (Winter),44-53.

Taylor, Shirley (1995). The Effects of Filled Waiting Time and Service Provider Control over the Delay on Evaluations of Service, *Journal of the Academy of Marketing Science*,23(1), 38-48.

Posavac, S. S., Sanbonmatsu, D. M., Cronley, M. L., & Kardes, F.R. (2001). The effects of strengthening category–brand associations on consideration set composition and purchase intent in memory–based choice. *Advances in*

Consumer Research, 28, 186–189.

Woodruffe, H. R. (1997). Compensatory Consumption (Or: Why do Women go Shopping When They're Fed Up? And Other Stories). *Marketing Intelligence and Planning* 15(7): 325-334.

附錄A

十六位受訪者之訪談資料

訪問編號：A

一、個人因素

1.性別：女

2.年齡：16

3.職業：學生

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

很頻繁，一個月大概十次左右。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

10-20 分鐘

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

40 分鐘。下午茶。因為當時很有名想去吃吃看

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

幾乎都是排食物，像是下午茶、鼎泰豐、美式餐廳。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會。一個小時。超過一個小時就不會想排了。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

晴天居多。涼涼的天氣會想繼續排。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

大部分都是店門外靠騎樓排。有椅子可以坐、有冷氣的地方。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

會。蠻常聽朋友推薦吃的，會被吸引。

三 產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

有，週年慶的時候那種折扣。應該折了幾百塊。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

有，排過限量衣服。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

沒有。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

會。網路、朋友。有影響過，如果太多負評就不會去排了。

訪問編號：B

一、個人因素

1.性別：女

2.年齡：18

3.職業：學生

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

沒有特別算過，如果是5分鐘以內的隊伍，一個月大概最少有4-6次以上。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

應該是15分鐘。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

排過最久的是排40分鐘左右，排的是宜蘭知名的正常小籠包，但是是在宜蘭市的店面才有排隊，動機是想吃看看它厲害在哪，而且身為在地人沒有吃過也很難介紹給朋友。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

最常排食物，像小籠包、蔥油餅、滷味....等。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，平常可以接受5-10分鐘，超過30-40分鐘就會不排。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

平常排隊都是沒下雨的天氣，如果天氣不會讓人感到不舒服(下雨,大太陽,寒冬)，

就會增加排隊的意願，如果是室內的話最好。

3. 排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

平常排隊的環境常常是在戶外很不舒服，如果環境乾淨舒服且有位子坐，或是會有小點心之類的，就會增加排隊的意願。

4. 身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

不會。身邊的朋友很少聽說會為了什麼去排隊，不太會受到朋友影響而去排隊。

三、產品因素

1. 請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

有，最常排星巴克買一送一時，價差一百多很划算。

2. 有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

沒有排過限量商品。

3. 有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

沒有。

4. 排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

如果是不熟的東西會去查評價再決定要不要買，管道是網路或是問親朋好友，如果大家都在排隊，可是在網路評價中看見它不是適合每個人的，就會考慮要不要去買了，如果是親朋好友，像是姊姊，有說什麼保養品好用或什麼好看，就會想去排隊採購。

訪問編號：C

一、個人因素

1.性別：女

2.年齡：23

3.職業：業務

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

算頻繁，2-3次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

30分鐘。

8.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

餐廳。飲料店、很夯的中/台/日/韓式餐廳、麵包店。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，一小時以內，超過要看那個東西值不值得排。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

不是超冷就是超熱。陰天，涼爽天，遮蔭處會想繼續排。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

一般騎樓，有椅子坐的、可以吹冷氣或蔭涼處。

可以先看菜單可以先點的那種會讓我想繼續排。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

都會去排，身邊朋友推薦吃過好吃的就會被吸引。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎?價格大約差了多少呢?

有，飲料免費所以排隊。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過?排過哪些限量產品呢?

有，iPhone。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗?

有，Apple 出新產品的時候。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎?

請問是利用哪些管道呢?有曾經影響過你排隊的意願嗎?

會，網路和朋友。有喔，使用者正負評和商品價值。

訪問編號：D

一、個人因素

1.性別：女

2.年齡：23

3.職業：內勤業務兼秘書

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧

挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

還好。1~2次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

半小時至一小時

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

一小時又30分鐘。展覽。喜歡的展覽。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

展覽，特價

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

看當時情況而定。半小時。看當時情況而定。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你繼續排？

室內地點：不受天氣影響；室外地點：視情況而定

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你繼續排？

室內室外皆有。不太受環境影響。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？
會。依狀況而定，如果是感興趣的事物就會一起去排隊。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？
有。價差一半。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？
沒有

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？
沒有

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？
請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？
會。網路、身邊朋友的評價。有。

訪問編號：E

一、個人因素

1.性別：女

2.年齡：32

3.職業：直銷商

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

沒有。約 5-6 次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

3~5 分鐘。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

1 小時。大會活動。想學習。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

活動進場、食物、特賣會。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會。大約 20 分鐘。如果快到就會排，還很久就會放棄。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

太陽。如果是陰天會繼續排。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

陰涼處。有椅子會想繼續排。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？
會。會受到吸引。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？
有，大約 500 左右。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？
有，產品特惠活動。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？
有，Apple。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？
請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？
會，網路、APP 或是 Google。有。

訪問編號：F

一、個人因素

1.性別：女

2.年齡：37

3.職業：工業設計工程師

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧

挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

很少。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

沒有，一次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

45 分鐘。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

兩小時。牛排。因為看到網路上推薦。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

食物類。吃、買車票、廁所。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

不會，三小時，不會放棄，因為都已經過了三小時，所以會繼續排。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

通常都是好天氣，好天氣。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

空曠，越舒適越好，最好是有沙發或供飲料、水。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

會，會。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

沒有。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

沒有。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

沒有。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

會。會利用網路，但沒有被影響過。

訪問編號：G

一、個人因素

1.性別：女

2.年齡：47

3.職業：全職主婦

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

普通。大概 10 次左右。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

約 10~20 分鐘。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

30 分鐘。醫院例行的健檢。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

買菜、生活用品、餐廳。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會在意。大概 30~60 分鐘。超過 60 分鐘就會放棄。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

大部分都是太陽天，但是陰天會更好。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

室內。有地方可以坐著，最好有置物櫃可以寄放東西，不用一直提在手上。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？
會。，周年慶會受到朋友揪團一起去 SOGO。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

有，大概差了 3000 元。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

沒有。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

沒有。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

會。上網看一下評價，但是通常都還是會去排。

訪問編號：H

一、個人因素

1.性別：女

2.年齡：49

3.職業：會計

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

沒有，最多一次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

30 分鐘以內。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

半小時。餐廳。好吃。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

餐廳類。鼎泰豐、小吃、麵包店。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，最多 30 分鐘，會放棄。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

好天氣，天氣不好就不會排隊。好天氣、陰天。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

一般騎樓。有椅子坐、有雜誌可以閱讀。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？
會。不會。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？
很少。6~8折都會考慮。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？
沒有。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？
沒有。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

會。網路。有，使用者的正負面評價都會影響。

訪問編號：I

一、個人因素

1.性別： 男

2.年齡：17

3.職業；學生

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

不頻繁，兩三次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

30 分鐘左右。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

30 分鐘。衣服。因為衣服限量發售，朋友也要一起排才會排。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

吃的。摩斯、7-11、美式餐廳。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，30 分鐘以內，超過就絕對不排了。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你繼續排？

天氣晴，有時陰天。不太熱的天氣會想繼續排。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你繼續排？

室內居多。最好是要有椅子，有冷氣也會想繼續排。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？
會。不會很常受到建議吸引，因為有些自己沒興趣。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？
有。組合套餐省幾十塊，每天可以省很多。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？
有。衣服、帽子。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？
沒有。要看有沒有喜歡。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？
請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？
會。網路或朋友。有過，但是還是要看自己喜不喜歡。

訪問編號：J

一、個人因素

1.性別：男

2.年齡：19

3.職業；學生

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

有，大概會有 20 次以上。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

約 5~10 分鐘。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

有排過最常的印象中是 1hr，是在排隊等餐廳的位置，因為是家人一起吃飯大家一起等所以也不無聊。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

最常排隊等餐廳、電影院、加油站...等，但是最常排的還是以吃的為主。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，平均大概 15min 差不多，1hr 的話就會不想排。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

有過在很冷或很熱的時候排隊，但最喜歡排隊的天氣是秋天。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

對於環境要求都還好，但是如果周圍非常乾淨、有冷氣、室內、有椅子可以坐著等都會願意繼續排。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

會，身邊剛好有朋友很愛去排隊買鞋子，有時候明明是陪人家去買，結果自己看著看著也跟著買了一雙。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

有，像是餐廳禮卷這種一本買起來比較便宜，大該都差個 100~200 元。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

目前沒有自己買過限量商品，但是有陪朋友去買過，記得是去陪朋友去 7-11 用 i-bon 買歌星的演唱會門票。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

目前沒有。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

會，會去查詢一些相關的評價，基本上都是用手機連上網路查詢。

曾經有過因為聽到某間餐廳或咖啡廳蠻好吃的，剛好朋友有找，就想一起去排隊試試看。

訪問編號：K

一、個人因素

1.性別：男

2.年齡：22

3.職業：服務業

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

不頻繁，2~3次

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

20分鐘

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

半小時，北門綠豆沙，名氣高好喝

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

飲料、電影票、蔥油餅

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，10~15分鐘，不會

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

大熱天，秋高氣爽有風不易使人流汗

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

環境通風不悶熱

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

會，不會

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

沒有

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

有，知名運動員限量年曆

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

沒有

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

會。網路、親朋好友。有。

訪問編號：L

一、個人因素

1.性別：男

2.年齡：23

3.職業：工業設計師

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

算頻繁，2-3次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

20分鐘左右。

8.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

餐廳。人氣火鍋店、麵包店、下午茶店。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，一小時，超過要看一起排的人想不想要排。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

晴天。陰天最好帶點微風。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

人行道。有遮雨棚。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

會。受到吸引會請朋友代排或一起排。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎?價格大約差了多少呢?

有。半價，通常是買一送一或免費試喝/試吃。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過?排過哪些限量產品呢?

有。蘋果產品。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗?

沒有。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎?

請問是利用哪些管道呢?有曾經影響過你排隊的意願嗎?

會。網路、雜誌。有，經過比較後來決定是否值得去排。

訪問編號：M

一、個人因素

1.性別：男

2.年齡：31

3.職業：作業員

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

不頻繁，少於5次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

十分鐘左右。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

大概1小時。身體體適能檢測的隊伍，想要知道自已的身體狀況。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

飲食、電子產品和剪髮之類。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會。一個小時吧。會放棄。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？不是超冷就是超熱，陰

天。涼爽的天氣。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

通常都在室內。有冷氣的地方。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？
會，但是不會受到影響。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？
有，半價。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？
沒有。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？
沒有。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？
會，網路搜尋。有。

訪問編號：N

一、個人因素

1.性別：男

2.年齡：33

3.職業：髮型師

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

很頻繁，每天都會排隊

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

5-15 分

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

20 分鐘左右，鹽酥雞，買晚餐

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

7-11、加油、買早中晚餐

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，最久可以等到 40 分鐘左右，超過就不會繼續排。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

天氣好的時候，下雨天一定懶的排，天氣好。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

乾淨舒適，環境乾淨、地板不會有油垢、不會有難聞的氣味都會繼續排。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

以前會，現在比較少。

會，曾經有過不管多遠都會去購買排隊的經驗。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

有，大約五千以內。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

沒有。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

有，像是手機。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

會。網路上的論壇，之前為了要買耳機有上網看過評價。有。

訪問編號：0

一、個人因素

1.性別：男

2.年齡：50

3.職業：通訊業

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧
 挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

不會。3~5次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

3~5分鐘。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

20分鐘左右。食物。因為店家頗有名氣。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

用餐。餐廳、挫冰、小吃（甜甜圈、車輪餅）。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，大約15分鐘左右，超過就會離開。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

晴天。舒服的天氣。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

餐廳會有冷氣和椅子，路邊攤站著等待。

越舒服的環境越會繼續排（有空調和椅子）

4. 身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

這個年紀排隊的意願不高。不會。

三、產品因素

1. 請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

有。折數越高排隊的機率越高。

2. 有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

沒有。

3. 有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

沒有。

4. 排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

會。大部份利用網路。會，評價不好會影響排隊的意願，有折扣也會影響。

訪問編號：P

一、個人因素

1.性別：男

2.年齡：50

3.職業：公會理事長

4.您喜歡： 新奇的事物 主動結交朋友 周圍充滿喧鬧

挑戰自己 受到關注

5.請問你有排隊的經驗嗎？

有。

6.你覺得排隊的次數很頻繁嗎？一個月內大概會排幾次隊？

大概有 10 次。

7.印象中每次排隊大約平均排多久呢？

10 分鐘。

8.你排過最久一次的時間是？當時是排什麼呢？是什麼動機讓你想要去排？

出國玩比較常排隊，要登玉龍雪山一定要排隊搭纜車，不然也上不去。

9.平常最常排的類別或物品是什麼？可否舉例三項？

餐廳、停車場、路邊小吃。

二、外部因素

1.請問你排隊時會不會在意要排的時間？通常你能接受排隊等候的時間是多久？

超過就會放棄不排了嗎？

會，10~15 分鐘就會不耐煩，最多 30 分鐘就會放棄。

2.排隊當時都是怎樣的天氣？哪種天氣會讓你想繼續排？

出國玩的時後排隊都是大熱天，天氣如果不要太熱會想繼續排。

3.排隊的環境如何？哪種環境會讓你想繼續排？

大部分是人多吵雜，只要不是蚊子多、髒亂就還可以。

4.身邊的朋友會去排隊嗎？會經常聽從朋友的建議或受到吸引嗎？

不會。

三、產品因素

1.請問有因為商品折扣而排隊的經驗嗎？價格大約差了多少呢？

有。有排電影票跟餐卷，差 100~200 元。

2.有沒有曾經為了買限量商品排隊過？排過哪些限量產品呢？

沒有。

3.有沒有因為自己喜歡的品牌推出新品，而特地去排隊的經驗？

有。像是王品旗下品牌推出新菜單就會想去吃。

4.排隊前你會去查詢商品相關的評價嗎？

請問是利用哪些管道呢？有曾經影響過你排隊的意願嗎？

會。問親朋好友有誰知道，或是看新聞介紹。有影響自己排隊的意願。