

## 我們排隊是為了什麼？

記者 殷顛霖 文

2018/09/23

從葡式蛋塔熱潮，到搶購甜甜圈、歌手封麥演唱會、日本拉麵來台展店、奶茶掃貨旋風、囤積大量衛生紙、連鎖咖啡買一送一，甚至是申辦電信499元吃到飽，台灣人似乎總是在排隊。而這些引領風潮的商品不外乎為食物，或是民生用品。為什麼人們可以為了它們，選擇徹夜排隊，甚至大打出手呢？

### 排隊行為的利與弊

排隊是文明行為的表現，以「先來者先得」的原則分配資源，可以保障公平性。然而，沒有一種制度是完美的，排隊耗費許多時間在等待上，需要極高的耐性面對無聊。當插隊者出現時，更是多數人無法忍受的情況。



我們幾乎可以為了任何事情排隊，但你有沒有想過：是什麼造成我們排

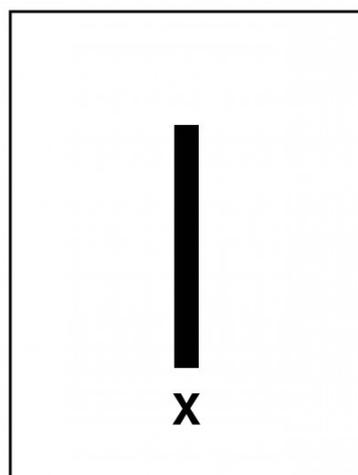
隊？（圖片來源/殷顛霖製）

想必每個人都有排隊的經驗，試著回想一下，你是為了什麼排隊的呢？是因為正好需要，還是看見許多人排隊，出於好奇也進入隊伍之中呢？如果是後者的話，那麼就是受到羊群效應影響的典型例子。

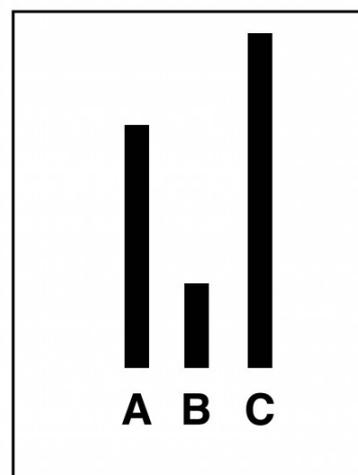
## 處處可見的羊群效應

羊群效應也稱為從眾效應，是指人們有時面對不熟悉的事物時，會選擇大多數人所做的抉擇。例如看見很多人排隊的餐廳，通常會認為「一定是很好吃，不然怎麼會有這麼多人？」只不過，事實的確如此嗎？也許餐點真的很美味，但可能是店家故意減緩叫號速度，甚至花大錢請人排隊，來吸引路過的客人。

美國心理學家索羅門·艾許（Solomon Eliot Asch）曾在1956年進行過一個實驗，他選擇七個人為一個小組，其中只有一人是真正的受試者，另外六人則為他暗中安排的實驗助手。他先展示一張畫有直線的卡片，然後再拿出另外一張畫有三條直線的卡片（其中一條直線的長度與最初卡片的直線相等），最後詢問七個人的答案。艾許讓事先串通好的六位助手先回答，他們有時會故意給出明顯錯誤的答案，希望藉此「主流意見」來觀察受試者的反應。實驗結果發現，大約有四分之三的受試者至少回答了一次多數人給出的錯誤答案，只有少部分人能在所有問題中堅持自己的答案。



卡片一



卡片二

比較兩張卡片上的直線，有非常明顯的答案（A）。但是當其他人都回答（B）時，你還會堅持自己的選擇嗎？（圖片來源/殷顥霖製）

透過艾許的實驗，我們會選擇較多人選擇的答案，也比較容易被多數人的意見影響。當我們做出和大眾不同的選擇時，通常會有被孤立、成為「意見邊緣人」的感覺。並不是違反主流的意見不好，其實很多創新的發明與技術，都是與眾不同想法的結果。只是一般來說，在面對抉擇的時候，人們會儘量選擇相對安全，比較容易達成的選項，而這些選項往往是大多數人的共同答案罷了。

## 從心理學出發 檢視排隊時的想法

除了艾許之外，英國管理學家大衛·麥斯特（David H. Maister）於1984年對排隊的心理進行研究，並提出顧客等待心理的八條原則。

一、當有事情做時，會感覺等待時間較少。例如在理髮廳等待時，如果店家在旁邊放一些書籍或是雜誌，可以減少顧客的無聊感。

二、等待「被服務」的時間，感覺比「真正被服務」的時間還久。可以透過增加「正在被服務」的過程，像是先給顧客閱覽菜單、讓排隊客人先把商品放上結帳台等。雖然還是要等待，但是能使人感覺開始在被服務了。

三、焦慮感會讓人感覺等待的時間比實際多。排隊的顧客害怕被遺忘，或是輪到自己時，東西已經賣完了。因此明確告知商品的剩餘數量，以及提供舒適的環境，例如冷氣、飲料、柔軟的沙發等，能降低客人的焦慮感。

四、不確定的等待，會感覺等待時間較多。有些遊樂園會在等候區標示「還有二十分鐘」的告示牌，讓遊客可以預期需要等待的時間，再決定是否排隊。

五、沒有說明理由的等待，會感覺等待時間較多。當大眾運輸工具受到天候因素而停駛，應該向乘客說明情況，並解釋大約需要多久才能恢復運作。若是理由的說服力不足，或是說明者態度不佳時，可能會造成反效果。

六、不公平的對待比起平等的等待，會感覺等待時間較多。如果插隊者、店家的熟客可以先獲得服務，會引起其他顧客的不滿。因此店家必須遵守「先來者先得」的原則。

七、服務的價值越高，人們願意等待的時間越久。如果客人只是要買一瓶礦泉水，卻看見櫃檯前充滿排隊人潮，可能就會打消排隊的慾望。有些賣場設置快速結帳櫃檯，就是為了只購買少量商品顧客所做的特別處理。

八、多人一起等待，會感覺等待時間較少。與他人聊天能分散注意力，與獨自等待比較起來，感覺時間縮短了。

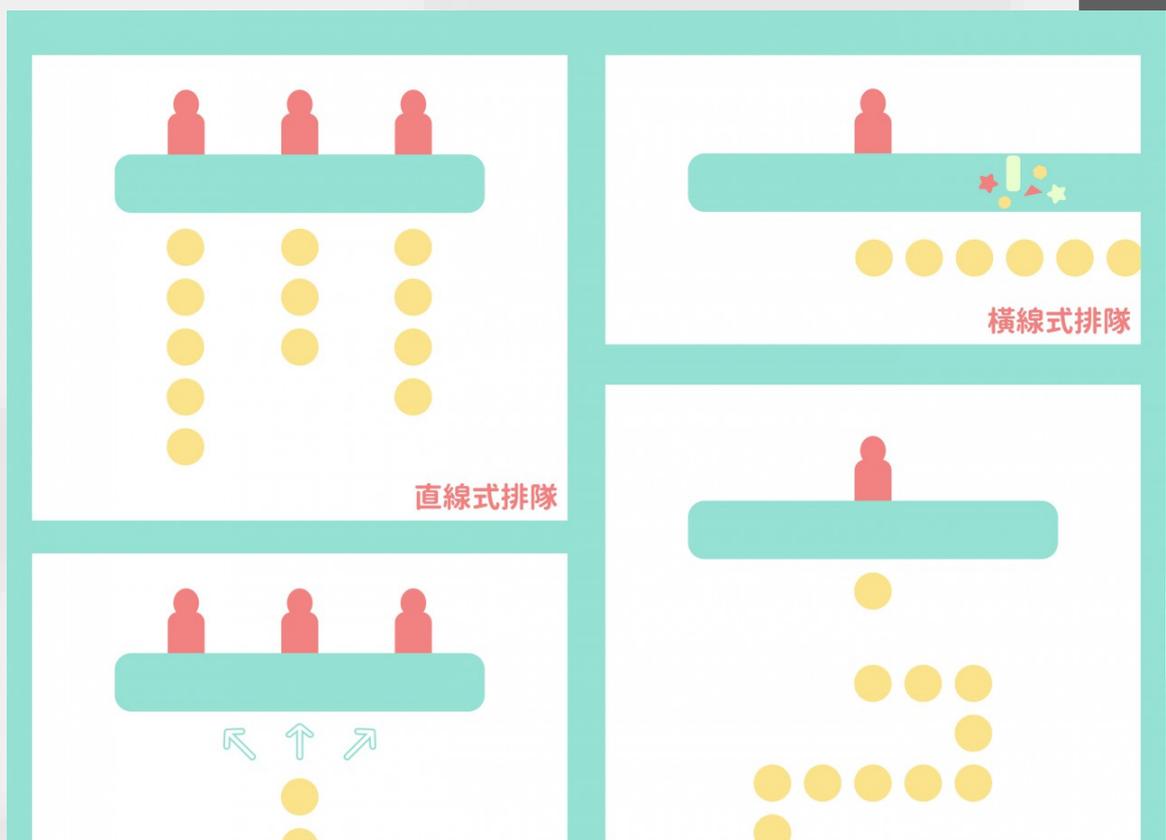
## 充滿巧思的排隊種類

許多企業為了銷售業績與顧客的滿意度，紛紛作出努力。麥斯特的研究給了它們參考的方向，在某些不得不排隊的情形之下，透過不同的方式，企圖減少顧客們等候的時間。隨著時間演變，我們可以在各地觀察出以下幾種常見的排隊方式。

直線式的排隊，各隊伍成平行狀態。常見於大賣場、速食餐廳等地，這種方式使得「選擇哪一條最快？」變成大哉問。我們總是覺得自己排的那一條最慢，當後面的人漸漸增加時，一股無形的壓力便產生了。有些企業注意到這個問題，於是稍微改良，成為「叉子式」隊伍：全部人排在一個隊伍裡，前方有多個櫃檯，顧客再依照排隊順序接受服務。

橫線式的排隊，常見於咖啡店、外帶型的餐廳。它讓所有人在橫向空間移動，除了安排動線之外，還可以看見商品的製作過程，也能增加顧客之間的互動。有些店家還會在隊伍視線可及之處放置一些小商品，促進額外的消費。

蛇行式的排隊，常見於遊樂園、登機門等地，能夠節省佔用的空間。此方法利用欄杆、繩索排出S型的動線，雖然不是百分之百有效，但是能減少插隊的發生率。另外，讓人群聚集在一小塊地方，使得從遠處看過去，感覺好像沒有那麼多人。



常見的排隊隊伍形式，下次排隊時不妨觀察它是何種例子。（圖片來源/殷顛霖製）

## 我真的要為了這東西排隊嗎？

網路的蓬勃發展，使得線上購物更加方便，相對地也減少需要出外排隊的機會。不過有時就是剛好需要，或是受到吸引而加入排隊的人潮，是否願意花大把時間排隊，每個人有不同的看法，我們應該予以尊重。

要解決排隊問題，最好的方式就是不排隊。很多商品與服務排隊的原因，是企業有意識地利用行銷手法，將新奇感、CP值很高，以及不買就來不及的觀念傳達給顧客，進而促進排隊風潮。如果在加入隊伍之前，試著思考：「我真的需要這個東西嗎？還是只是跟風呢？」就能避免事後的後悔了。很多熱門商品在退了流行之後，想買多少都沒問題，可以等到那個時候也來得及。

如果我天生就熱愛排隊，喜歡比別人先擁有的感覺呢？當然，只要排隊能帶給你樂趣，而且收穫大於付出，在不影響他人的情況下，那也不是什麼大問題。善加利用羊群效應，以及找到合適的「領頭羊」，在市場上絕對不會吃虧。

是否加入隊伍的後頭，見仁見智。如何聰明又快速地排隊，是新時代的消費者必須思考的問題。



記者 殷顛霖



編輯 李欣秣

