

樂透購買行為、金錢態度和其它強迫性行為之 關係

張威龍

中國科技大學行銷與流通管理系教授

鄭如珍

萬能科技大學企管系

蕭君華

萬能科技大學企管系

摘 要

近年來台灣仿效國外發行全國性的樂透彩，造成全國性的風潮。樂透彩雖強調其公平性的機率，但對於購買者因其以小搏大的心理因素，持續不斷的購買彩券，會造成個人的損害及對社會產生不良的後果。本研究的目的以其它強迫性行為、金錢態度、為自變數，樂透與吉時樂強迫性購買行為與購買樂透與吉時樂頻率為應變數。為驗證研究假設，擬邀請 400 多位測試對象，並採用 LISREL 統計方法實証樂透購買者之金錢態度、是否有其它強迫性行為與樂透彩、吉時樂強迫購買行為與頻率的關係。結果顯示電玩與樂透彩強迫性購買行為有顯著的關係。權力、時間保留與與吉時樂強迫購買行為有關。

關鍵字：強迫性購買行為、金錢態度、樂透購買行為

The Impact of Money Attitude and Other Addicted Behaviors on Lottery Buying Behaviors

Wei- Lung Chang

China University of Technology

Ru-Jen Cheng

Vanung University

Chun-hua Hsiao

Vanung University

Abstract

Recently national lottery was issued and gained popularity in Taiwan as it was in overseas. Despite of emphasizing on even chance, Lottery draws great attractions of winning a big fortune by waging a small amount of money. However, if the lottery players continue buying the tickets without self-control, it might cause serious consequences for individuals and for our society.

The main purpose of this study is to examine the effect of money attitude and other addicted behaviors on both lottery and scratch-cards buying behaviors which include frequency and compulsiveness. A sample of 400 respondents was collected and Structural Equations Modeling (SEM) was employed to test the hypotheses in an integrated model. The results of this study suggest that first, addicted behaviors such as computer games addiction were related to lottery buying compulsiveness. Second, the subconstructs of money attitude-power and retention-time were related to scratch-cards buying compulsiveness.

Keywords: Compulsive Behaviors, Money Attitude, Lottery Ticket Buying Behaviors

壹、緒論

自民國 90 年台灣仿效國外發行全國性的樂透彩，每當前期首獎損龜，全民投入的程度愈加瘋狂，造成全國性的風潮。對某些族群而言是否會將樂透購買行為變成一種強迫性的購買行為。根據 O'Guinn and Faber (1989) 觀點，強迫性購買者為減輕長期失控的焦慮或緊張而導致重複的行為。Roberts (1998) 發現強迫性購買對個人產生嚴重後果，不僅影響個人更會擴及危害自然環境和社會中的每一個人。沮喪、焦慮、低自我尊重將影響強迫性購買行為。20 世紀末是個物質主義的社會，賭博是最快致富與使夢想成真的方法。樂透的發行在電視頻道最佳時段廣告，並鼓勵觀眾參與。近年來美國增加五百至一千萬強迫性賭徒(Kwak,2004)，重度樂透與吉時樂購買者比輕度購買者有強迫性行為(Frost,2001)。更預測未來強迫性購買行為會日益增多 (Roberts, 1998)。

Roberts (2001) 研究美國大學生之金錢態度與強迫性購買行為之關係，結果顯示權力、不信任、低價、時間保留都與強迫性購買行為有顯著差異。與過去研究墨西哥大學生對金錢態度與強迫性購買行為的結果相同，並未因文化之不同而有差異。

依據 Caltabiano (1989) 的說法賭博是一種強迫性但不同於其他的強迫性。賭徒尋求冒險、有計畫的活動。樂透購買者總是期盼以小金額換取財富。多數的樂透購買者相信自己對於某些數字有偏財的特性，如生日或透過其他方式取得的幸運數字。以致每週購買相同號碼的彩券，每當所選的數字出現，便覺得自己越來越幸運，彩金的投入也易加龐大，以致上癮 (Walker,1985)。Lesieru 1988; Lesieur and Rosenthal (1990) 文獻也討論強迫購買行為和吸毒強迫性與強迫性賭博有關。

此外，某些人口統計資料都顯示與賭博有關係。Layton (1999) 報告顯示影響樂透與吉時樂為賭博行為之因素包含性別、年齡、道德倫理、職業與家庭結構。低收入者參與較多的賭博性活動並演伸其他社會救助問題。Keynote (1996) 研究顯示樂透購買者男性比女性多。Games (1983) 研究認為中產階級為樂透的購買大宗。Gaming and Wagering Business (1986) 描述樂透購買者為受較高教育者且平均工作時間為 13 年，年齡較長。McConkey and Warren (1987) 發現對樂透而言,退休、低收入的家庭主婦不玩樂透。沉

迷於樂透者之年齡為 40 歲且雙薪家庭者。偶發性玩家其人口統計資料介於上述二者間。一年至少買一次樂透的人口佔受訪者(1651 人)的 2/3；一月買一次樂透者佔受訪者的 1/3。43%的人承認從未玩樂透其年齡層主要分部於超過 65 歲或介於 18-24 歲的年輕人(Cravatta, 1998)。

本研究以探討樂透彩券與吉時樂為主。因為吉時樂與樂透有明顯差異的特質。吉時樂提供較少的獎金和較多的中獎機會。不像樂透彩，吉時樂得獎者可立即享受中獎的喜悅。在美國，吉時樂是 18-24 歲者之最愛，與 32%的樂透玩家比較，超過 57%的年輕人玩吉時樂。42%的男性與 34%的女性每月玩一次樂透彩或吉時樂。(Cravatta, 1998)

過去文獻顯示英國發行彩券以匿名賭博方式，一開始便增加 17%購買人口。Shepherd et al. (1998) 發現此購買彩券之行爲變爲一種強迫性賭博的行爲，並且對年輕族群更容易上癮。證實樂透購買行爲與強迫性是否有關，是否會產生不良後果，更是目前急需探討之議題。台灣自從發起樂透後，掀起一陣風潮，許多人抱持著一夜致富的心理，不斷購買樂透而形成一種習慣，這種行爲是否會強迫性，進而形成傷害，對社會整體與個人將造成不良後果。爲避免此不正常的狀況，本研究將探討樂透購買者之性別、年齡和金錢態度與其它強迫性行爲如對酒、煙、賭博、電玩，對樂透的購買行爲也易產生強迫性，並觀察和其購買頻率。

本研究主要目的：

1. 了解樂透購買者之金錢態度與樂透及吉時樂強迫購買行爲與購買頻率之關係。
2. 其它強迫性行爲對樂透購買者之影響與樂透及吉時樂強迫購買行爲與購買頻率之關係。
3. 樂透購買者之人口統計變數與樂透強迫購買行爲與購買頻率之關係。

貳、文獻探討與假設建立

O'Guinn and Faber (1989)定義強迫性消費是因無法控制因素，爲達到最終慾望或目的，不斷重複特定的行爲，此行爲可能傷害自己或他人。強迫性賭博、強迫性酗酒即屬於此種強迫性消費。Orford (1985)文獻表示強迫性賭徒通常伴隨對煙、酒、毒品、或性上癮的行爲。Reid et al. (1999)研究顯示購買樂透與菸酒消費有關。Welte et al., (2001)及 Potenza et.al.,

(2005)顯示賭徒和酒的消費有關。Kyngdon and Dickerson (1999)發現飲酒與賭的次數和賭金有關。但 Burns et. al. (1990)實證卻證實重度樂透購買者年紀長、中高收入、父母皆有賭博行為和酒的消費沒有顯著關係，但和其它賭博有顯著關係。Hraba et. al. (1990)和 Coups et. al. (1998)也發現樂透購買與其它賭博有正向相關。吉時樂比其他賭博方式與酒的消費有關(Hraba et al.,1990)。Hendriks et al.'s (1997) 研究經常購買吉時樂者對其他賭博方式與酒之購買遠超過其他族群。針對美國大專生的賭博性行為作調查，結果顯示男大專生的賭博性行為受到朋友與父母的賭博性行為影響極大，並會增加其他賭博性行為與樂透購買之頻率與金額(Browne, 1994)。Balabanis (2002)的研究顯示美國樂透與吉時樂的強迫性購買與香煙消費有正向的相關。使用機器賭博將更快速引發賭博問題(Breen & Zimmerman, 2002)。酒將刺激增加使用樂透機的強迫性賭徒的賭博行為(Ellery, 2005)。透過網際網路的匿名性將引發更多賭徒上癮，年青人沉迷於線上賭注，在家中無法停止透過電腦賭博(Ford, 2006)。另根據美國互動數位軟體協會公佈 2004 年電玩全球人口 4500 萬,並預估 2002 至 2005 年全球參與電玩人數每年增加 16.5%的增長率,且上網參與線上電玩的時間也日益增加，雖無研究顯示電玩的成癮與強迫性購買有顯著的關係。但依目前全球上網參與電玩遊戲者年年增加，本研究在其它強迫性行為中加入電玩此因素，探討其對樂透與吉時樂強迫性購買之影響。綜合上列文獻，本研究的研究假設如下：

- H_{1aa}: 愈嗜酒強迫性者對樂透愈有強迫性購買行為
- H_{1ab}: 愈嗜酒強迫性者對吉時樂愈有強迫性購買行為
- H_{1ba}: 愈嗜煙強迫性者對樂透愈有強迫性購買行為
- H_{1bb}: 愈嗜煙強迫性者對吉時樂愈有強迫性購買行為
- H_{1ca}: 愈對賭博強迫性者對樂透愈有強迫性購買行為
- H_{1cb}: 愈對賭博強迫性者對吉時樂愈有強迫性購買行為
- H_{1da}: 愈電玩強迫性者對樂透愈有強迫性購買行為
- H_{1db}: 愈電玩強迫性者對吉時樂愈有強迫性購買行為

金錢態度是指個人對金錢相關事物所持的一種持久且一致的行為傾向，包含對事物的評價、感覺、及反應(Yamauchi & Templer,1982)。無論是實質的貨幣或抽象的金錢概念，人們都賦予了「錢」強烈的情緒與道德意義。James A Roberts, Eli Jones. (2001)研究發現，金錢態度中包含權力、

時間保留、低價與強迫性購買行為有極密切的相關性。當社會經濟產生重大的變革，金錢便是消費文化的共同語言。Hanley and Wilhelm (1992) 發現強迫性消費者對金錢的認知為錢是解決問題的方法，亦認為花錢可顯示權力與地位。以花錢當作顯示權力與特權的工具將引導產生強迫性購買行為。

強迫性購買行為被視為快速撫平焦慮的方式。Valence et al.(1988)強迫性購買模式之主要因素是它引起自發性的行為，且因消費降低壓力。強迫性消費者利用逛街或購物活動來減輕壓力都是和焦慮有關(Desarbo & Edwards, 1996)。Furnham (1984)研究，結果顯示權力、時間保留，對價格敏感度高者都與強迫性購買行為有顯著差異。

樂透購買行為在美國已影響家庭財務問題，通常購買樂透的金錢來自降低家庭產品的開支(Francis, 2006)，目前美國平均每人每年花費 150 元購買樂透(Ayres & Nalebuff, 2006)，樂透被視為一種衝動性產品，上癮者日益增多(Kidd, 1996)，甚至無法自拔盜用公款。目前很少文獻探討金錢態度與樂透、吉時樂購買行之關係。本研究為一探索性研究，綜合以上文獻，提出假設如下：

- H_{2aa}: 愈有權力對樂透愈有強迫性購買行為
- H_{2ab}: 愈有權力對吉時樂愈有強迫性購買行為
- H_{2ba}: 愈低價對樂透愈有強迫性購買行為
- H_{2bb}: 愈低價對吉時樂愈有強迫性購買行為
- H_{2ca}: 愈對未來時間保留規劃對樂透愈有強迫性購買行為
- H_{2cb}: 愈對未來時間保留規劃對吉時樂愈有強迫性購買行為

在美國，一年至少買一次樂透的人口佔受訪者(1651 人)的 2/3；一月買一次樂透者佔受訪者的 1/3。43%的人承認從未玩樂透其年齡層主要分部於超過 65 歲或介於 18-24 歲的年輕人。吉時樂是 18-24 歲者之最愛，與 32% 的樂透玩家比較，超過 57%的年輕人玩吉時樂。42%的男性與 34%的女性每月玩一次樂透彩或吉時樂。1/4 的男性和 15%的女性每週玩一次樂透(Cravatta.,1998)。綜合上述文獻，本研究提出假設如下：

- H_{3a}: 愈有樂透強迫性購買者其樂透購買頻率愈高
- H_{3b}: 愈有吉時樂強迫性購買者其吉時樂購買頻率愈高

參、研究方法

一、觀念性架構與變數定義

本研究的研究架構圖如圖 1 所示，主要構念為其它強迫性行為、金錢態度。根據過去的相關文獻，本研究的自變數為其它強迫性行為、金錢態度，應變數為樂透和吉時樂強迫購買行為與樂透和吉時樂購買頻率，人口統計為干擾變數。變數的操作型定義及衡量分述如下：

其它強迫性行為

本研究將以酒、菸、賭博、電玩作為其它強迫性行為之項目。探討樂透購買者對酒、煙、賭博、電玩之強迫性行為是否會影響樂透的強迫性購買。衡量酒、菸、賭博、電玩強迫性行為之強度，分從來不會、很少、偶而、有時、常常、幾乎成癮、已成癮等七層級。

金錢態度

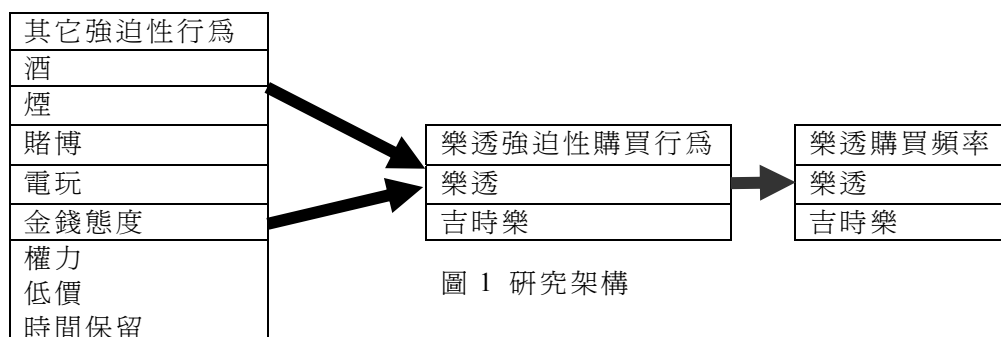
個人對金錢相關事物所把持且一致的行為傾向包含對事物的評價、感覺及反應。過去對金錢態度的衡量以權力、不信任、品質、低價、時間保留、著迷等構面。權力代表金錢用來影響他人及衡量成功之工具；低價代表對金錢的敏感度較高；時間保留代表計畫未來金錢的使用。本研究採權力、低價、時間保留等面向。

樂透強迫性購買行為

為贏得獎金，購買者持續性的購買彩券或吉時樂。

樂透購買頻率

樂透購買者在某週期中購買的次數。針對樂透彩購買週期，本研究採取每週、每半個月、每月為單位。



二、研究對象

本研究採用便利抽樣方式，以結構式問卷，針對某北部樂透攤旁，於開獎前二天起，晚間來購買樂透者 500 多人，扣除無效問卷，僅有有效問卷 411 份，來衡量此族群是否會因其金錢態度認知不同而產生樂透與吉時樂的強迫性購買行為。

三、問卷設計

問卷設計以金錢衡量量表為主，使用修正 Yamauchi 和 Templer's (1982)金錢態度的量表來研究強迫性購買之金錢態度，並將內容修改為樂透彩券與吉時樂之購買。

Templer (1982)以權力、時間保留、不信任和低價作為衡量金錢態度的四個因素。9 個項目是測試權力，本研究刪除不信任因與本研究樂透購買行為較不相關。6 個項目是測試低價之金錢態度。另加上 Valence et al. (1988) 量表之時間保留因素。問卷題目原為英文題項，未避免翻譯因素影響問卷結果，於問卷發放前邀請數十位同學與其家人作前測，以避免題意模糊之問卷題項。受測者須回答所有題項，並將結果以李克特七點尺度衡量，衡量範圍從總是到未曾。

四、分析方法

有關量表的信度檢定本研究將以 Cronbach's α 來檢定內部一致信度，共分五部份進行。第一部份為權力量表，第二部份為低價量表，第三部份

為時間保留量表，第四部份為樂透彩強迫性購買行為量表，第五部份為吉時樂強迫性購買行為。效度衡量本研究之量表問卷項目以參考文獻整理，加以預試作修正，以符合內容效度。

並以 LISREL 檢定實証樂透購買者之金錢態度、其它強迫性行為、人口統計與樂透彩、吉時樂強迫購買行為與其購買頻率等變數的關係。

肆、研究資料分析

一、樣本分析

411 份問卷，人口統計資料男為 213 位；女為 198 位，年齡分佈 20 歲以下（包含 20 歲）13 人；21-25 歲 112 人；26-30 歲 117 人；31-35 歲 67 人；36-40 歲 52 人；40 歲以上 50 人，以 20-30 歲族群為樂透購買主力。男性每月購買樂透 1-2 次 146 人；3-4 次 41 人；5-8 次 25 人，女性每月購買樂透 1-2 次 158 人；3-4 次 24 人；5-8 次 17 人，無論男女皆以每月購買 1-2 次人數最多。男性每月購買吉時樂 0 次 141 人；1-2 次 49 人；3-4 次 14 人；5-8 次 8 人，女性每月購買吉時樂 0 次 141 人；1-2 次 45 人；3-4 次 9 人；5-8 次 4 人，無論男女每月購買吉時樂情況相近。每月購買 1-2 次樂透和沒購買吉時樂為多數且主要是 20-30 歲的年輕人，每月購買 3-4 次樂透且購買 1-2 次吉時樂次之，仍以 20-30 歲的年輕人佔多數。

二、信度、效度檢驗

本研究之信度與效度之驗證，經 Cronbach's α 分析結果如表 1，表中顯示：權力之 α 值為 0.79，低價之 α 值為 0.74，時間保留之 α 值為 0.89，樂透強迫性購買之 α 值為 0.87，吉時樂強迫性購買之 α 值為 0.92，本研究整體量表構面之 α 值皆在 0.7 以上，符合 Nunnally (1978) 研究所提出之理論要求。

表 1 二各主要構面之信度比較表

因素構面	Cronbach's α 值
權力	0.79
低價	0.74
時間保留	0.89
樂透強迫性購買	0.87
吉時樂強迫性購買	0.92

由表 2 得知，金錢態度根據理論要求，取特徵值(Eigenvalue)大於 1 以上之因素可得三因素，其中權力之解釋力達 23.40%，低價之解釋力達 19.31%，時間保留之解釋力達 9.66%。

表 2 因素分析結果

金錢態度因素分析結果				
因素	自變項	因素負荷	特徵值	解釋力%
權力	雖然我應按照人們的行為表現來判斷其成功與否，但仍會被他們所擁有金錢多寡影響我的判斷	0.63	4.45	23.40
	我會用錢去影響別人替我做事	0.67		
	我傾向尊敬比我富有的人	0.72		
	我認為金錢財富是成功象徵	0.67		
	我必須承認我購物是因為這些東西會加深別人對我的印象	0.69		
	坦白說，我擁有好東西是為了加深別人對我的印象	0.72		
低價	一談到錢，我就有些焦慮	0.53	3.67	19.31
	不管付得起或付不起，我都會說我買不起	0.51		
	我會爭辯貨抱怨我所買東西的價錢	0.59		
	即使是必需品，我也會猶豫要花費的錢	0.73		
	買完東西後我總是懷疑能否再別的地方以更便宜的價格買到同樣的東西	0.80		
	若再其他商店發現更便宜的物品，我會覺得懊惱	0.66		
時間保留	我會固定存下一筆錢以作為將來的費用	0.76	1.84	9.66
	我作為來的財務規劃	0.82		
	我存下一些錢預備經濟蕭條時用	0.81		
	我存下一些錢預備退休時用	0.80		
	我實行謹慎的財務預算	0.86		
	我用錢非常謹慎	0.73		
累積解釋力				52.37%

三、假設驗證

為確認各題項是否能代表各構面的意義，本研究進一步採驗證性因素分析法針對量表進行模式配適度檢驗，以了解量表示是否能解釋資料是否具有收斂效度。以 LISREL 模式分析驗證研究假設果，顯示整體模式之 $GFI=0.9$ ， $AGFI=0.84$ ， $RMR=0.05$ ， GFI 指標值超過 0.9 的標準， RMR 值小於 0.05，顯示整體模式有良好的配適度。

（一）金錢態度與樂透強迫性購買行為驗證結果

由表 3 顯示，金錢態度中權力、低價、時間保留之 t 值皆小於 1.96，顯示其關係未達顯著水準。

（二）其它強迫性行為與樂透強迫性購買行為驗證結果

其它強迫性行為中僅對電玩成癮者與樂透強迫性購買行為有顯著關係，因其 t 值為 5.35 大於 3.29 的 0.001 顯著水準；而煙、酒和賭博成癮者之 t 值皆小於 1.96，顯示其關係未達顯著水準。假說 1da 得到支持，其路徑圖見圖 2。

（三）樂透強迫性購買行為與樂透購買頻率之驗證結果

樂透強迫性購買行為與樂透購買頻率之 t 值小於 1.96，顯示其關係未達顯著水準。

（四）金錢態度與吉時樂強迫性購買行為驗證結果

由表 4 顯示，金錢態度與樂透強迫性購買行為，權力、時間保留其 t 值分別大於 2.58 和 1.96，表示權力、時間保留與樂透強迫性購買行為有顯著關係；而低價其 t 值小於 1.96，顯示其關係未達顯著水準。假說 2ab 與 2cb 得到支持，其路徑圖見圖 3。

（五）其它強迫性行為與吉時樂強迫性購買行為驗證結果

其它強迫性行為與樂透強迫性購買行為無顯著關係，無論酒、煙、賭博、電玩成癮者其 t 值皆小於 2.58，顯示其關係未達顯著水準。

(六) 吉時樂強迫性購買行為與吉時樂購買頻率之驗證結果

吉時樂強迫性購買行為與吉時樂購買頻率之 t 值大於 2.58，顯示其關係達顯著水準。假說 3b 得到支持，其路徑圖見圖 3。

表 3 金錢態度、其它強迫性行為與樂透強迫性購買行為及其購買頻率 LISREL 分析結果

假設	關係路徑	假設關係	檢測結果	影響系數	t 值	p 值	假設是否成立
H _{1aa}	酒→樂透有強迫性購買	+	+	0.07	0.63		不成立
H _{1ba}	嗜煙→樂透有強迫性購買	+	+	0.01	0.01		不成立
H _{1ca}	賭博→樂透有強迫性購買	+	+	0.11	0.19		不成立
H _{1da}	電玩→樂透愈有強迫性購買	—	—	0.76	5.35	0.001	成立
H _{2aa}	權力→樂透強迫性購買	+	+	0.22	1.86		不成立
H _{2ba}	低價→樂透強迫性購買	+	+	0.20	1.69		不成立
H _{2ca}	時間保留→樂透強迫性購買	—	—	-0.20	-1.71		不成立
H _{3a}	樂透強迫性購買→樂透購買頻率	—	—	-0.18	-1.75		不成立

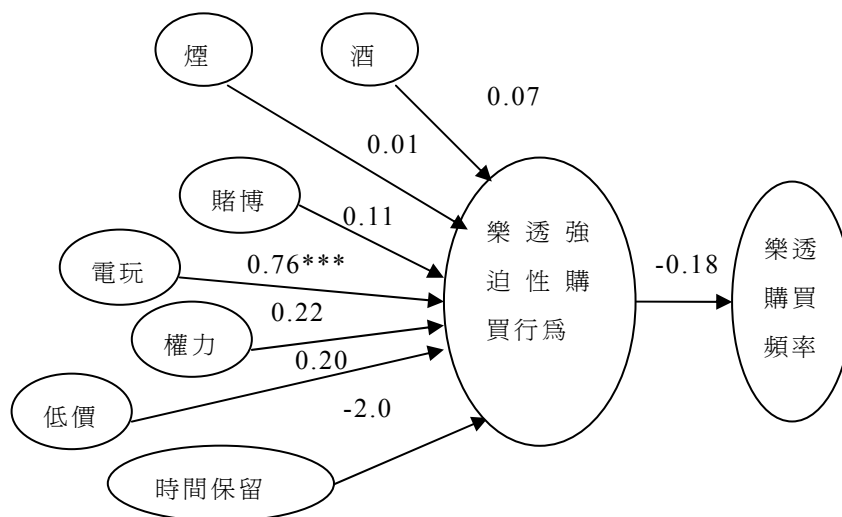


圖 2 各變數與樂透強迫性購買行為與購買頻率關係的 LISREL 結果

表 4 金錢態度、其它強迫性行為與吉時樂強迫性購買行為及購買頻率 LISREL 分析結果

假設	關係路徑	假設關係	檢測結果	影響系數	t 值	p 值	假設成立否
H _{1ab} :	酒→吉時樂有強迫性購買	+	+	0.01	0.05		不成立
H _{1bb} :	嗜煙→吉時樂有強迫性購買	+	+	0.02	0.01		不成立
H _{1cb} :	賭博→吉時樂有強迫性購買	+	+	0.28	0.21		不成立
H _{1db} :	電玩→吉時樂愈有強迫性購買	+	+	0.80	1.04		不成立
H _{2ab} :	權力→吉時樂強迫性購買。	+	+	0.30	2.82	0.01	成立
H _{2bb} :	低價→吉時樂強迫性購買。	+	+	0.13	1.25		不成立
H _{2cb} :	時間保留→吉時樂強迫性購買。	-	-	-0.22	-2.14	0.05	成立
H _{3b} :	吉時樂強迫性購買→吉時樂購買頻率	-	-	-0.21	-2.78	0.01	成立

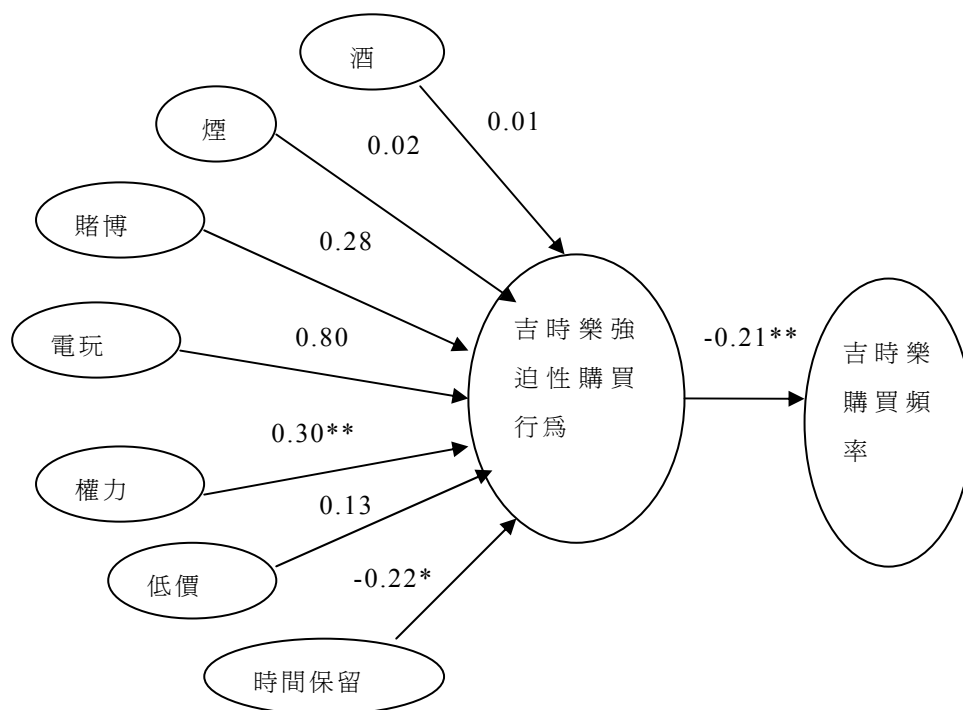


圖 3 各變數與吉時樂強迫性購買行為與購買頻率關係的 LISREL 結果

伍、結論與建議

一、研究結論

研究結果顯示其它強迫性購買行為中僅對電玩成癮者對樂透購買行為有顯著的關係，即對電玩成癮者愈會形成樂透之強迫購買行為，而菸、酒、賭博強迫性者，與樂透、吉時樂之強迫購買行為無顯著的關係。研究結果煙、酒與樂透或吉時樂強迫性購買行為相關性低，本研究屬探索性研究，模形尚未十分成熟，故刪除煙、酒與樂透或吉時樂強迫性購買行為等題項，提升整體配適度。過去文獻曾提及菸、酒、賭博強迫性者，與樂透、吉時樂之強迫購買行為有顯著的關係，與本研究結果不盡相同，主要考量因為文化上之差異，過去問卷對象是西方等歐美人士，導致不同的結果。而大環境的改變，每年參與電玩人數激增，在本研究的結果中顯示電玩成癮者與樂透強迫性購買有顯著的關係。

針對吉時樂強迫性購買以視金錢為權力象徵者，愈會購買樂透彩。相反的，對金錢在未來有時間保留者，愈不會去購買吉時樂。男性比女性在樂透與吉時樂有強迫性購買行為。購買族群以 20-30 歲之年輕人佔多數，主要原因因為年輕人有穩定收入，敢於冒險，願嘗試以小搏大，達到一夕致富的夢想。此外年輕人之特質喜歡立即的結果，也顯示對吉時樂的接受度。

根據過去文獻以時間保留作為金錢態度的衡量因素，主要在說明對金錢未來的規劃活動，但因翻譯問題皆以時間保留來表達對未來金錢的計劃，本研究認為此因素改為時間規劃將會更貼切表達原義，故將此因素重新命名為時間規劃。

二、研究限制

問卷方式以自我回憶的方式回答，特別有一些不可預測事件會影響到測試結果受限於研究經費，問卷對象以北區購買者為主，恐有抽樣偏差，難推論至全體。

金錢量表為國外的學者所發展的，其跨文化、跨種族的適用性有待研究。

三、研究貢獻

本研究透過樂透購買人口之年齡與性別分佈狀況，來了解台灣樂透購買人口之金錢態度、其它強迫性行為與樂透與吉時樂強迫性購買的關係和樂透與吉時樂強迫性購買與樂透購買頻率的關係，金錢態度以權力、低價和時間規劃為主；其它強迫性行為中酒、煙、賭博、電玩哪一個概念對樂透與吉時樂強迫性購買有最大的影響。研究者在整個計劃中可訓練問卷設計與分析的能力，並藉由過去相關的研究理論，以台灣北區購買樂透與吉時樂族群探討其金錢觀之不同，產生不同的結果。過去研究很少提及因金錢態度、其它強迫性行為的不同，會對樂透與吉時樂不同的購買行為，除增加不同的構面與樂透消費行為之間的探討外，也期盼能延伸其他研究學者對此樂透行為之研究，使領域的學術知識更完整。除學術貢獻外，對樂透業者、社會的貢獻如下：

1. 針對樂透業者從研究中了解樂透購買者之習性及其購買之頻率，幫助樂

透行銷人員做的市場區隔，尋找目標客群，以發展適當的促銷活動與配送和改善行銷倫理態度，避免被批評誘惑較沒有定力的族群。

2. 對社會而言，人們持續不斷的購買彩券，會造成個人的損害及對社會產生不良的後果。本研究試圖尋找出此族群之其它強迫性行為如煙、酒、賭博、電玩及年齡與性別，幫助社會機構處理有關樂透與吉時樂引伸的問題，並配合適當策略使此行為有較佳的控制，避免造成社會問題。
3. 研究發現不僅可供業者對樂透消費力有更深入的了解，可作為行銷策略、業者營運方向的參考。更可擬定公共政策，引導社會大眾正確的消費觀念、金錢觀念，使他們對社會能有更多的正向貢獻。

參考文獻

- Ayres, Ian, Barry Nalebuff, The ticket to Saving, Forbes, May 22, 2006, Vol.177, iss 11, pp.176.
- Balabanis, George, The Relationship between Lottery Ticket and Scratch-Card Buying Behaviour, Personality and Other Compulsive Behaviours, Journal of Consumer Behaviour, Sep 2002, Vol.2, pp7-22.
- Breen, R.B., & Zimmerman, M., Rapid Onset of Pathological Gambling in Machine Gamblers, Journal of Gambling Studies, 2002, pp.18, 31-43.
- Browne, Beverly A., and Daniel J. Brown, Predictors of Lottery Gambling Among American College Students, The Journal of Social Psychology, 1994, 134(3), pp.339-347.
- Burns, A.C., Gillett, P. G., Rubinstein, M. and Gentry, J. W., An Exploratory Study of Lottery Playing, Gambling Addiction and Links to Compulsive Consumption, Advances in Consumer Research, 1990, 17, pp.298-305.
- Caltabiano, N., Community Reaction to Gender and Ethnic Origin: The Case of Compulsive Gambler, unpublished PhD thesis, James Cook University of North Queensland, 1989.
- Coups, E., Haddock, G. and Webley, P., Correlates and Predictors of Lottery Play in the United Kingdom, Journal of Gambling Studies, 1998, 14(3), pp.321-341.

- Cravatta, Matthew J., Looking for luck, American Demographics, Ithaca, Jan 1998, Vol. 20, Iss. 1; pp.36-38
- Desarbo, Wayne S., and Elizabeth Edwards, Typologies of Compulsive Buying Behavior: A Constrained Clusterwise Regression Approach, Journal of Consumer Psychology, 1996, 5 (3), pp.231-262.
- Ellery, Michael, Sherry H. Stewart, Pamela Loba, Alcohol's Effects on Video Lottery Terminal(VLT) Play Among Probable Pathological and Non-Pathological Gamblers, Journal of Gambling Studies, 2005, Vol21, No3, pp.299-924.
- Francis, David R., Gambling: Where the money goes, The Christian Science Monitor, Jun 19, 2006, pp.16.
- Ford, Jason, The Ultimate Gamble, New Statesman, July 2006, pp.24-32.
- Frost, Randy O., Beth M. Meagher, John H. Riskind, Obsessive-Compulsive Features in Pathological Lottery and Scratch-Ticket Gamblers, Journal of Gambling Studies, 2001, Vol.17, No.1, pp.5-19.
- Furnham, Adrian., Many Sides to the Coin: The Psychology of Money Usage, Personality and Individual Differences, 1984, 5, pp.501-509.
- Gaming & Wagering Business, Lottery Player Profile, July 1986.
- Hanley, Alice and Mari S. Wilhelm., Compulsive Buying: An Exploration Into Self-Esteem and Money Attitudes, Journal of Economic Psychology, 1992, pp.13:5-18.
- Hendriks, V. M., Meerkerk, G.J., Van Oers, H. A. M. and Garretsen, H. F. L., The Dutch Instant Lottery: Prevalence and Correlates of At-risk Playing, Addiction, 92(3) March 1997, pp.335-346.
- Hraba, J., Mok, W. and Huff, D., Lottery Play and Problem Gambling, Journal of Gambling Studies, 1990, 6(4), pp.355-377.
- Keynote, Betting and Gaming, Keynote Reports, 1996.
- Kidd, Tim, Lottery Buyer Play to Whim, Marketing Week, Apr 12, 1996, Vol.19, iss.3, pp.28-29.
- Kwak, Hyokjin, George M. Zinkhan and Elizabeth P.Lester Roushanzamir, Compulsive Comorbidity and its Psychological Antecedents, Journal of Consumer Marketing, 2004, Vol.21, No.6, pp.418-434.

- Kyngdon, A., & Dickerson, M, An Experimental Study of the Effect of Prior Alcohol Consumption on a simulated Gambling Acitivity, Addiction, 1999, 94, pp.697-707.
- Layton, Allan, Andrew Worthington., The Impact of Socio-Economic Factors on Gambling Expenditure, International Journal of Social Economics.Bradford, 1999, Vol.26, Iss 1/2/3; pp.430-434.
- Lesieur, H.R., Altering the DSM-III Criteria for Pathological Gambling, Journal of Gambling Behavior, 1988, 4, pp.38-47.
- Lesieur, H.R. and Rosenthal, R. J., Pathological Gambling and the New Criteria: DSM IV, Proceedings of the Eighth International Conference on risk and Gambling, London, August 1990, pp.256-268.
- McConkey, C. W. and Warren, W. E, Psychographic and Demographic Profiles of State Lottery Ticket Purchasers, Journal of Consumer Affairs, Winter 1987, pp.314-327.
- O'Guinn, T.C. and Faber, R. J., Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration, Journal of Consumer Research, September 1989, 16, pp. 147-157
- Orford, Jim, Excessive Appetites: A Psychological View of Addiction, John wiley, Chichester, NY, 1985.
- Potenza, Marc N., Marvin A. Steinberg, Ran Wu, Characteristics of Gambling Helpline Callers with Self-Reported Gambling and alcohol Use Problems, Journal of Gambling Studies, 2005, Vol21, No3, pp.233-254.
- Reid, S., Woodford, S. J., Roberts, R., Golding, J. F. and Towell, A.D., Health-related Correlates of Gambling on the British National Lottery, Psychological Reports, 1999, 84(1), pp.247-254.
- Roberts, James A., Compulsive Buying Among College Students: An Investigation of Its Antecedents, Consequences, and Implications for Public Policy, The Journal of Consumer Affairs, 1998, pp.32-34.
- Roberts, James A, Eli Jones., Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students, The Journal of Consumer Affairs. Madison, Winter 2001, Vol. 35, Iss. 2; pp.213-241.

- Shepherd, R. M., Ghodse, H. and London, M., A Pilot Study examining Gambling Behaviour Before and After the Launch of the National Lottery and Scratch Cards in the UK, Addiction Research, 1998, 6(1), pp.5-12.
- Valence, Giles, Alain d'Astous, and Louis Fortier., Compulsive Buying: Concept and Measurement, Journal of Consumer Policy, 1988, 11, pp.419-433.
- Walker, M. B, Explanations for Gambling, in Caldwell, G. T., Dickerson, M.G., Haig, B. and Sylvan, L.(eds), Gambling in Australia", Croom Helm, Sydney, 1985, pp.230-255.
- Welte, J., Barnes, G., Wieczorek, W., Tidwell, M. C., & Parker, J., Alcohol and Gambling Pathology Among U.S. Adults: Prevalence, Demographic Patterns and Comorbidity, Journal of the Study of Alcohol, 2001, 62, pp.706-712.
- Yamauchi, K. and D. Templer., The Development of a Money Attitudes Scale, Journal of Personality Assessment, 1982, 46, pp.522-528.

作者簡介

張威龍為中國科技大學行銷與流通管理系教授，電子郵件為 changwl@cute.edu.tw。

鄭如珍為萬能科技大學企管系講師，電子郵件為 jenny@vnu.edu.tw。

蕭君華為萬能科技大學企管系講師，電子郵件為 may@vnu.edu.tw。

