

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

安心除舊方案：降低沉沒成本的阻力

學生：羅佳媛 彭俊霖

龍彥文 黃琮勝

指導老師：林舒予 老師

中華民國一百零九年十二月

## 摘要

沉沒成本效應對於決策行為的影響深遠且普遍，不論是在個人日常生活的決策中、商業決策或是社會議題的討論皆可以看到它的影響。相關文獻多由損失嫌惡的觀點來解釋沉沒成本效應，本研究接則區分浪費嫌惡與損失嫌惡的不同性質，以此來解釋不同決策情境中的沉沒成本效應，並進一步提出可有效降低沉沒成本效應的行銷方案。本研究主要的結果為：(1)當決策情境不容許「留舊換新」時，多數人會選擇維持不好的現狀(看完無聊影片)；但是當決策情境容許留舊換新(例如保留不適腳的舊鞋，另買新鞋)時，這就會成為最受歡迎的選項。這兩種選擇都顯示了沉沒成本的影響。(2)不論出錢者是自己或他人，決策者顯示的沉沒成本效應並無差異，這結果可由浪費嫌惡的角度來解釋，但不易由損失嫌惡的角度解釋。(3)實驗一的結果顯示，在電影與演唱會的決策情境中，投入程度高低會影響決策者的選擇。但在便當與鞋子的決策情境，投入程度高低並不會影響選擇，不過進一步分析仍可見多數決策者的選擇受沉沒成本的影響。(4)同樣是免費的選項，若是提醒決策者產品價格(如價值 300 元的免費電影)，仍能促發損失或浪費嫌惡，產生較強的沉沒成本效應。(5)實驗二結果顯示以浪費嫌惡與損失嫌惡的角度，可預測消費者採行各行動方案的優先順序。(6)實驗三結果顯示，目前市場上主流的行銷方案確實有助於降低會選擇續用舊商品的消費者，但對於降低會選擇「留舊換新」的消費者則更為有效。這顯示目前行銷方案是有一定效益，且主要效益在於讓本來就準備保留舊商品買新商品，來提供舊品折扣方案的廠商購買。(7)方便性對於消費者是否願意採取行動而言，至關重要。

【關鍵詞】沉沒成本、損失嫌惡、浪費嫌惡、自己與他人