

GEYS 4010  
College Senior Seminar  
Professor Wong Hin Wah

· FROM HEART ·

*Emologue*

· TO HEART ·

Group A07



**EMO-  
LOGUE**

## 目錄：

## 題目簡介

研習價值	頁3-5
創新性	頁6-7
企業精神	頁7-9
起點及目標	頁9-10

## 先導計劃

商場導覽	頁11-28
遊戲治療	頁28-41
Facebook及Instagram平台管理	頁42-64

財政預算	頁65
------	-----

內部分工	頁66
------	-----

從往屆的報告學習	頁67
----------	-----

參考資料	頁68-69
------	--------

## 附錄

送暖行動心意卡	頁70
---------	-----

商場導覽手冊（一田）	頁71-83
------------	--------

商場導覽手冊（Uniqlo）	頁84-103
----------------	---------

商場導覽參加者評估問卷	頁104-107
-------------	----------

遊戲治療參加者評估問卷	頁108-115
-------------	----------

## ● 題目簡介

### ◆ 研習價值

藝術家兼打工仔撐未放工打工仔群組成立人程展緯



### 「為何我們看不到身邊服侍我們的人是人？」

因為我們彼此間的失語，打工仔在收到投訴之際仍然需要笑面迎人，叫我們的社會割裂，但往往這樣的情緒壓力都找不到出口。情緒勞動依然，而我們仍然沒法和彼此對話。

Photo from:

<https://thestandnews.com/art/%E5%B0%88%E8%A8%AA-%E8%A9%A6%E7%94%A8xx%E8%97%9D%E8%A1%93%E5%AE%B6%E5%AE%9A%E7%BE%A9%E7%A8%8B%E5%B1%95%E7%B7%AF/>

藝術家兼打工仔撐未放工打工仔群組成立人程展緯曾說過一句：「為何我們看不到身邊服侍我們的人是人？」（程展緯，2018）也許我們不察覺，在職場中「作為人」這身分很易失落。失落這身分，在我們忙碌生活的每一瞬間看不見「人」的存在，才叫我們的社會肢離破碎，叫每顆受壓的心心碎。

在職場上，我們都將會成為職員、服務提供者。但當我們認定薪金早已包了被人鬧、被剝削、OT至夜深是必然，我們又會延續相同的荒謬：在下班後以顧客，或是「金主」自居，要求得到「今時今日的服務態度」，動輒投訴。看不到辛苦幫我們掃街的是上了年紀的公公婆婆；也看不到超級市場、便利店、時裝店的姐姐，大廈的保安，整天站着之苦。因為我們彼此間的失語，打工仔在收到投訴之際仍然需要笑面迎人，叫我們的社會割裂，但往往這樣的情緒壓力都找不到出口。情緒勞動依然，而我們仍然沒法和彼此對話。

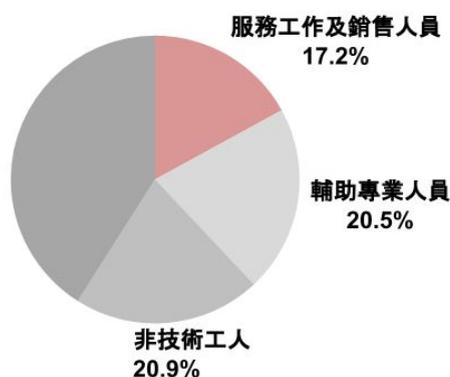
因此，我們把計劃命名為Emologue，是情緒（Emotion）與對話（Dialogue）的合字（Emotion + Dialogue）。



### 香港服務業人口之多：

根據香港政府統計處 (2017) 顯示，「服務工作及商店銷售人員」為香港第三大職業組別，現時該組別總勞動人口僅次於非技術工人和輔助專業人員，由此可見，從事服務業的勞動人口甚為之多。而當中的主要勞工類別就包括「零售業售貨員、住宿及膳食服務業服務員，以及安老院和醫護機構護理員」（勞工及福利局，2015），所涵蓋的領域亦甚為之廣。

### 香港服務業人口之多

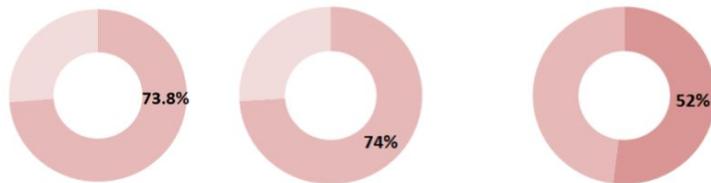


政府統計處。(2017)。《2016年中期人口統計：統計圖解》。香港：政府統計處

### 香港服務業負面情緒現況：

據工聯職安健協會 (2017) 於去年的「香港在職人士工作壓力調查報告」顯示，多於七成 (73.8%) 服務性行業受訪者表示零售或餐飲侍應工作使其感受到沉重壓力，見出其精神健康問題的蘊存。而據香港優質顧客服務協會夥伴委員會的數據亦顯示，除了約七成半 (74%) 現職服務業的受訪者認為壓力沉重為行中困擾，多於一半 (52%) 服務業人員亦反映面對顧客時其不合理要求為工作壓力的一大源頭 (文羨怡，2017)，此更可見顧客的態度對於服務業員工負面情緒問題有着不容忽視的關鍵性。

## 香港服務業負面情緒現況及關鍵之處



**表示壓力沉重受訪者**

工聯職安健協會。(2017)。《香港在職人士工作壓力調查》。香港：工聯職安健協會。

文羨怡。(2017年11月23日)。《服務業前線缺人3招留才企業互換員工取經擴眼界學對應》。香港：香港經濟日報。

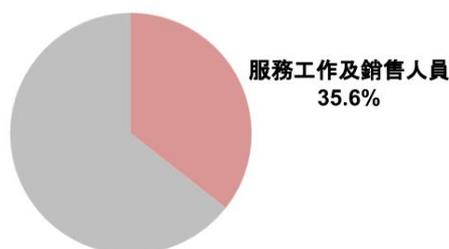
**處理來自顧客的無理訴求**

文羨怡。(2017年11月23日)。《服務業前線缺人3招留才企業互換員工取經擴眼界學對應》。香港：香港經濟日報。

### 與我們的切身性：

從事服務業的人口不為少數，而當中青年人口所佔比例更是十分高。15至24歲的年齡層在這職業組別的百分比（35.6%）遠比組別總人口百分比（17.2%）為之高，換以實質數字，即是在334,858總青年勞動人口中，就有119,209人從事服務業（政府統計處，2018），（政府統計處，2017），身為同年齡組別的大學生身份，不少同學也為當中一員，可見服務業者的處境實非跟我們不太關聯，而是與我們息息相關，值得我們去正視。

### 與我們的切身性



從事服務業青年(15-24歲)勞動人口比例

**服務工作及商店銷售人員**

政府統計處。(2018)。《香港2016年中期人口統計 - 主題性報告 - 青年》。香港：政府統計處

### 壓力來源的社會脈絡：

基於顧客永遠是對的這所謂金科玉律下，以客為尊、顧客至上的概念不單為服務業者的一大工作指標，更深深根植於顧客的認知之上。顧客固然可對服務的品質有要求，但過份挑剔則將要求變成苛求。近年怪獸顧客這詞彙開始出現，他們自持顧客的身份，認為自己該享用最優質的的服務態度，對服務業打工仔的工作表現吹毛求疵，一稍有未如意則連聲呼喝、白眼連篇，甚或動不動就加以投訴，大大增加服務業提供者的職場壓力。

## ◆ 創新性

創新性可於以下方面體現 (Kanter, 1983) :

創新是將任何新的解決問題的想法付諸實踐的過程。

Emologue其中一個目標是希望服務業員工能被顧客所尊重，守護身為人的尊嚴。通常讓大眾了解社會現況的活動是舉辦講座等聽講式活動，但這類活動欠缺互動性。Emologue的其中一個行動是商場導覽服務，該行動是一個新想法：將由我們帶領參加者到商場實地了解、觀察服務業員工的工作情況。參加者將從第三者的身份從旁觀察顧客對服務業員工是否有不公平行為，讓他們思考這些行為對於服務業員工情緒的影響，讓他們具體、實際地了解到服務業員工承受的不公平行為，繼而反思自己平常對待服務業員工的態度，了解到服務業員工同樣是人，從而諒解並尊重服務業從業員。我們通過商場導覽這一項新活動來解決服務業員工受到不公平行為的問題，讓服務業員工被顧客所尊重，守護為人的尊嚴。

由於服務業人員的職場情緒壓力是急需正視的問題，Emologue將通過遊戲治療來達至改善服務業員工的職場情緒壓力目標。根據*Play therapy with adults*，遊戲治療對成人有一定成效。遊戲能夠減少壓力，商業領袖發現遊戲能有效地減壓，組織發展專家會以遊戲性的工作模式與員工工作；從其中一個治療受訪者Susanna案例中了解到遊戲治療比傳統的談話治療更能理解她難以言說的感受(Wimmer, D. W., 2003)，可見遊戲治療在舒緩情緒壓力方面在外國有一定的基礎。但目前，香港本地仍未有針對職場情緒和壓力而設計的治療服務，受情緒勞動影響較大的服務業從業員欠缺疏導情緒的渠道。我們嘗試將遊戲治療拓展到治療服務業員工的職場情緒方面，讓新的群體能體驗遊戲治療，也同時讓服務業員工通過新的服務來治療職場情緒壓力。雖然遊戲治療早已存在，但是從未在香港用作治療服務業員工的職場情緒壓力，所以對於解決香港服務業員工的職場情緒壓力方面，遊戲治療是一項新解決問題的想法，而Emologue正正將這想法實踐。

Emologue主要以社企形式運作，而企業的創新元素可在以下六方面展現（Jon-Arild Johannessen, Bjørn Olsen, G.T. Lumpkin, 2001），包括：

1. 推出一種新產品或現有產品的新特性
2. 提供一種新服務
3. 採用一種新的生產方法
4. 開闢一個新的市場
5. 開發新的原材料來源
6. 企業或產業組織的重組



Emologue可以體現第二（提供一種新服務）及第四項（開闢一個新市場）。

在提供一種新服務方面，我們為服務業員工提供資訊以及中介，讓他們能體驗遊戲治療這項未在本本地治療成人職場壓力流行的新服務。

而在開闢一個新市場方面，私人遊戲治療多以兒童為主要受眾，對於成人職業壓力的舒緩並沒有太多的關注，忽略了成人市場。Emologue為私人遊戲治療開闢了治療服務從業員職場壓力這一個新市場。

#### ❖ 企業精神

根據David Johnson (2001)，企業精神可以從以下四方面體現：

1. 在環境或市場中，發掘需要和機會
2. 為個人、群體、社會創造價值
3. 勇於承擔風險：意念嶄新的服務在短時間內市場接受度會較低，市場對服務的供應和需求難以估計
4. 針對當代人的需要，建立具持續性及被認受的產品或服務的商業模式

以下將分別論述Emologue 如何體驗以上四個企業精神：

第一，我們 Emologue根據日常觀察、訪問與文獻研究了解到服務業從業員有舒緩職場情緒壓力的需要，從而發掘出企業的市場與機會--提供新服務於治療服務業員工的情緒壓力。

第二，通過聯絡遊戲治療師，以較低的價格提供治療給服務業員工，令員工的職場情緒壓力得以減輕；同時，為遊戲治療機構提供推廣，讓該群體有更多人了解、認識。另外Emologue 的Facebook專頁也會發佈文章，進行送暖challenge等公眾活動讓大眾關注了解服務業員工的職場壓力。同時，我們亦會去信相關企業，以顧客的身份向僱主提出我們所見員工的壓力，希望令服務性員工這一群體的職場壓力情況得到重視。透過以上行動從而為個人（服務業員工）、群體（服務業員工、遊戲治療機構）創造價值。

第三，遊戲治療在香港的認識程度較低，而且坊間多為兒童私人遊戲治療，甚少將該服務拓展到成人治療方面。我們Emologue願意承擔遊戲治療認識度較低的風險，創立我們的社會企業。

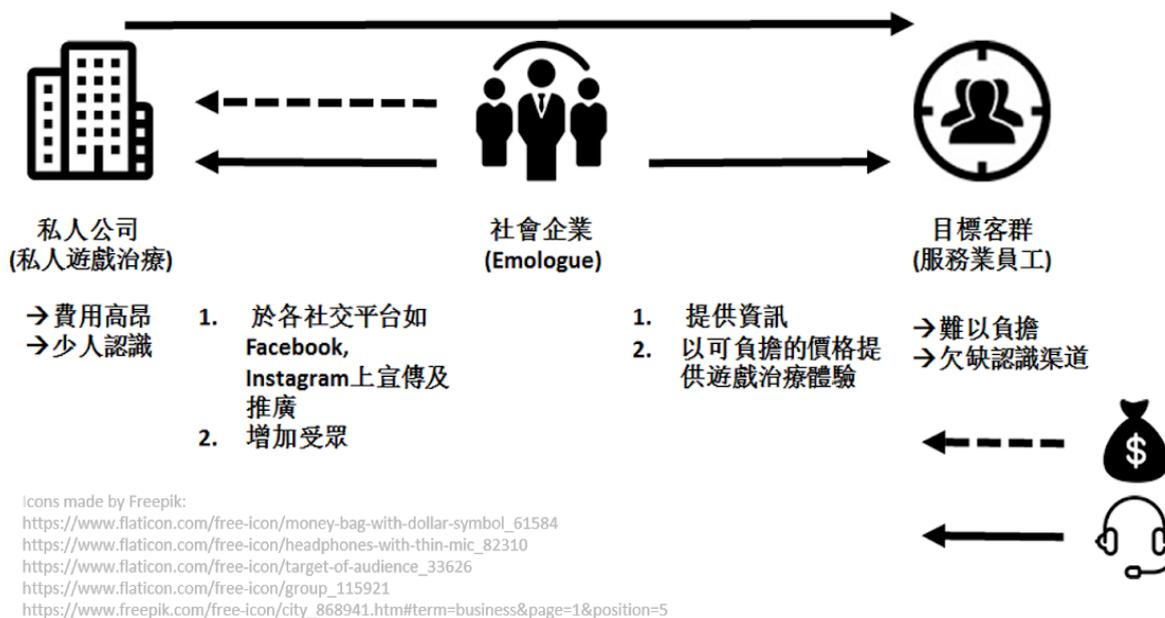
第四，綜合創新性所提及的外國對於成人遊戲治療的成效研究，以及第一點所提及的市場研究，我們Emologue建立屬於我們的商業模型來營運我們具可持續性的社會企業。

#### 商業模式：

我們將採用混合模式– 低收入顧客(Low-income client) 與私人機構非牟利合作模式(Private not for profit partnership model) (Alter S. K., 2006) 為顧客提供服務，並且主要為一些原本不能負擔該服務的顧客提供途徑，讓他們能使用相關服務。

與私人機構非牟利合作模式(Alter S. K., 2006)：社會企業與私人商業機構建立合作關係。相方以非牟利性質合作，私人機構提供服務或資金，社會企業則多負責推廣其品牌。

下圖展示了我們的商業模式：



私人遊戲治療在香港本地仍未被普羅大眾所認識，較多市民不太知道有這樣的心理療法。而且，遊戲治療往往需要個人或者小組進行，一次活動不能太多人，所以每一次的服務費用較高，原本以中產或者更富於階層為其主客群。同時，遊戲治療原本多用於兒童心理治療方面，由於以上的原因，以致原本客群較窄。

服務業員工在職場上有一定的情緒壓力需要減少，但是缺少宣洩的渠道。雖然有遊戲治療這樣的治療，但是，該治療的費用昂高，服務業員工難以負擔。同時，他們亦欠缺接觸遊戲治療的渠道，很多都不知道有這樣的治療服務。即便知道遊戲治療的存在，也沒有接受治療的途徑。

Emologue作為中介及推廣的角色。為服務業員工：提供資訊及可負擔的價格讓他們體驗遊戲治療，以減少職場情緒壓力。我們會收取中介費用以作日常開支，達至可持續性商業運營。為私人遊戲治療：進行推廣。與其合作，我們會在社交平台上宣傳與推廣，藉此增加大眾對遊戲治療的認知；私人遊戲治療以較低價格提供遊戲治療予服務業員工，並以此拓展其市場。

## ● 先導計劃起點及目標

值得思考的是，服務業人員與顧客的身份是絕對劃分的嗎？實非。當服務提供者離開職場後，在消費時其身份變回顧客；而當部份從事服務業的顧客上班後，則會成為受氣的一方。為何當身份互換時，就忘卻要尊重對方？藝術家程展緯先生因而曾提出「為何我們看不到身邊服待我們的人是人」這看法，展開名為「職場臥底行動」的計畫，行動中他和其他成員分別扮演清潔工、保安、連鎖店快餐員及時裝售貨員的身份，深入不同服務業，以當事人的角度理解該行從業者的難處（程展緯，2018）。

他的計畫啟發了我組，其行動無疑喚起不少讀者對服務業職工的同理心，但除此之外，我組更希望多走一步，開展Emologue社會企業計畫，使到服務行業員工、以致社會整體能受益。服務業人員的職場情緒壓力是急需正視的問題，本計畫希望達致讓更多公眾看見平日沒有發現的服務業員工所面對的情緒勞動問題，使其以及打工一族學會在身份變換下亦懂得尊重彼此作為人的身份，改善顧客和服務業員工之間負面情緒轉移的惡性循環，最重要的是集結個體的力量，最終可共同達致程展緯先生所述「守護身為人的尊嚴」（程展緯，2018）。另一方面就於其負面情緒本身，本計畫亦希望為服務業職工提供專業的情緒疏導方法及心理支援，供其所積存的職場壓力能舒緩，找到出口。

從兩大角度，期望最終能做到我們想做的事：盡最大的能力，重建顧客與打工仔之間對話的可能，訴說打工仔情緒的故事。透過行動、溝通，使社會支離破碎的情況被看見、了解、以及修補，連結社會，讓我們學會打工仔如何撐打工仔，如何做一個今時今日的顧客，彼此守護大家身為人的尊嚴，並且讓服務業打工仔找到一情緒壓力的出口。

## 我們的介入：

我們透過以下兩個行動和Facebook及Instagram平台針對不同受眾的需要進行對話：

- **行動一：人在職場 — 顧客和服務業員工的對話**  
(The Dialogue between Consumers and Service Providers)
- **行動二：遊戲治療 — 服務業員工與自身情緒對話**  
(In Dialogue with our Emotions )
- **Facebook及Instagram平台管理 — 與公眾對話**  
(In Dialogue with the Individuals in the Society )

針對現時狀況，Emologue會從不同持份者的角度着手，開展一系列的項目。其一，通過商場導覽活動，為參加者提供另類視點，讓公眾看見平日沒有發現的服務業員工情緒勞動問題，並在網絡平台撰文，讓公眾看見服務業職工所面對的困難，了解他們被忽略和壓抑的感受，期望為他們提供情緒支援。

其二，與私人遊戲治療機構合作，成為機構與服務業員工之間的橋樑，以較廉宜的收費提供遊戲治療服務讓公眾參與，一方面為服務業職工提供專業的情緒疏導方法及心理支援，另一方面在網絡平台推廣遊戲治療，為公眾提供舒壓方案。

# 商場導覽

## 一、設計構思

我們的目標：

1. 讓公眾看見平日沒有發現的服務業員工情緒勞動問題
2. 反思「消費者」的心態和權限
3. 減少顧客不公平行為

社會現況及啟發點：

從上文的研究所得，顧客不公平行為時有發生，加上目前的社會現況（詳見前文部分），職場問題是需要被正視的。同時我們在看UNIQLO的服務問卷調查時發現，企業是極其注重員工是否禮貌，服務是否親切熱情等，這些考察項目正正可反映企業對服務業員工的情緒勞動，而同時顧客亦多因應以上準則去評定一個員工的工作表現，無論從企業、員工、還是顧客的視點，都反映出情緒勞動該是服務業員工的工作的一部分並將之視為理所當然。有見及此，這就成為了我們Emologue的啟發點，通過行大商場這服務業員工佔多數的場所，以及導覽手冊的設計去提供一種另類視覺，從嶄新的角度去了解職場狀況，以視點的倒置令參加者以同理心盡量貼近員工的工作實況，從而達至我們以上的三個目標。

您對店員的服裝、禮貌用語、措辭的滿意程度

Were you satisfied with the store staffs' attire, greetings, and wordings?

您對店員的收銀服務的滿意程度(包括親切度、禮貌、速度)

Were you satisfied with our service at the cash register?  
(Kindness, politeness, and speed)

您對貨場內的服務的滿意程度(包括親切及準確度)

Were you satisfied with our service on the sales floor?  
(Kindness and appropriateness)

您對試身服務的滿意程度(包括親切及準確度)

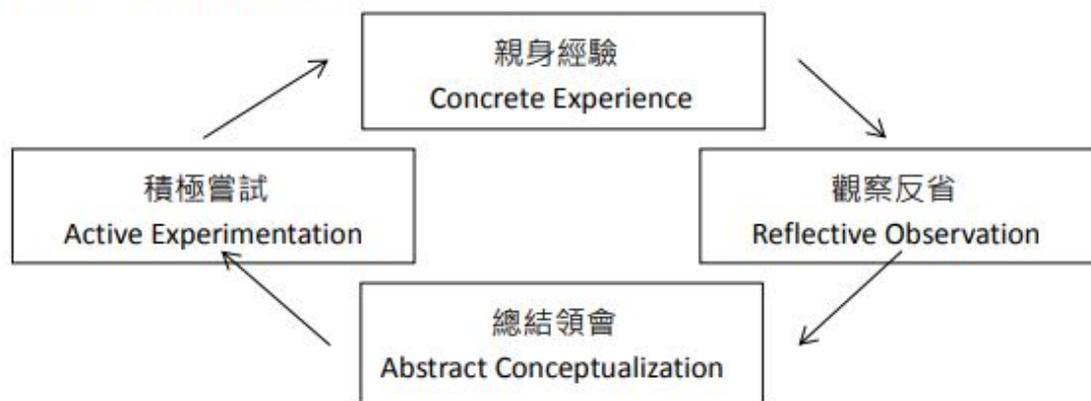
Were you satisfied with our fitting service? (Kindness and appropriateness)

來自UNIQLO官方網站關於UNIQLO服務的問卷調查 (HK)

### 活動形式：

我們希望透過體驗式學習，為我們的參加者帶來經驗的輸入，使他們更了解職場現況。根據McLeod(2010)，體驗式學習是「由直接經驗建立知識、技巧及價值觀的一個過程」。而且「學習、轉變及成長是最能由一個整合過程來推動。這個過程是由已有的經驗開始。」因此，我們構思了商場導覽這個活動，從積極嘗試、親身經驗、觀察反省、總結領會這四個體驗式學習的階段，以此為框架，設計我們的導覽活動，讓參大加者通過另類視覺，自己動手去填寫導覽手冊的內容的這個過程中觀察到平日沒有發現的服務業員工情緒勞動問題，繼而藉著分享時間和總結活動的部分深化對「消費者」的心態和權限的反思，最後在長遠來說望以減少顧客不公平行為這現象。而這也是我們整個商場導覽活動的目標。

圖：體驗學習的四個階段



McLeod, S. A. (2010). Kolb's learning styles and experiential learning cycle. *Simply Psychology*.

### 活動場所之設定：

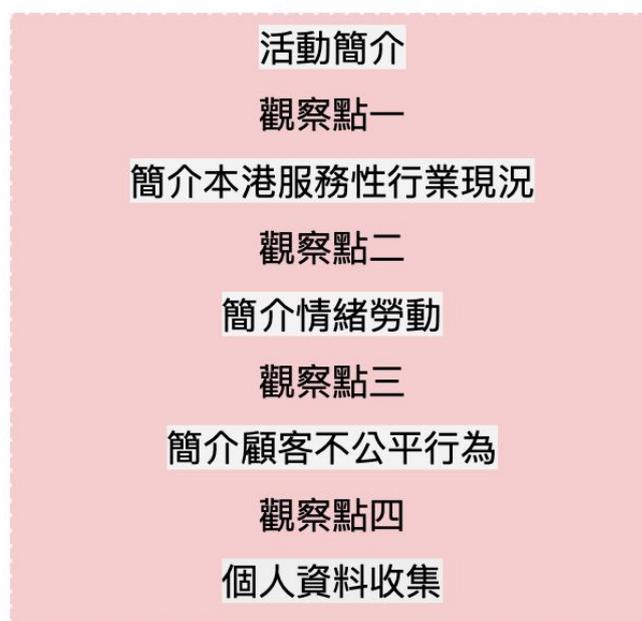
大型商場是現今較常見的工作環境，服務性工種較多，員工需不斷重複特定語句及動作，被要求保持微笑，比其他行業涉及更多情緒勞動，故我們選擇在大型商場進行商場導覽。

### 活動所需材料：

由Emologue團隊自製的導覽手冊，以電子版的形式讓參加者可以在手機上方便填寫和接收有關資訊。



導覽手冊的設計：



手冊的共通問題設計：

以上是導覽手冊的基本架構。當中四個觀察點代表的是同一家店內，不同的工作崗位。在每個觀察點我們都安排了三個範疇的觀察內容，包括員工的工作內容、工作環境，以及員工與顧客的互動。我們預期通過問題，使參加者能重點留意服務性行業的職場制度和工作環境、他們的工作實況及情緒表現，和觀察員工和顧客的關係及相處模式，看見平日沒有發現的服務業員工情緒勞動問題。以下為導覽手冊中共通問題的歸納：

工作內容	工作環境	員工與顧客的互動
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 簡述服務員的工作流程</li> <li>● 重複特定語句</li> <li>● 服務人次</li> <li>● 有否間歇性休息</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 人流</li> <li>● 有否受監督</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 員工的情緒表現</li> <li>● 顧客的態度</li> <li>● 有沒有遇到進行不公平行為的顧客</li> </ul>

## 手冊相異之處：

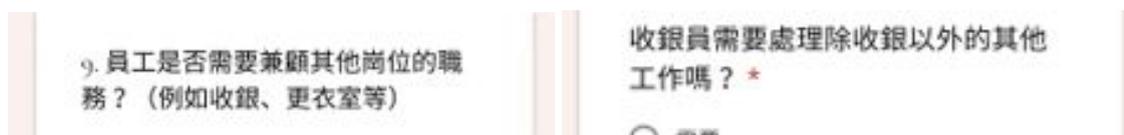
### ●兩個觀察點（兩個導覽手冊版本）

服務業的運行模式有很多種類，我們希望活動導覽的商業模式不止局限於其中一種，不同的參加者可以分組了解不同的商業模式，最後在分享環節中，不同組別的參加者可以互相分享所見所聞，這樣不同運營模式的服務業員工的工作情況都能被了解。所以我們設計了兩個導覽手冊，當中的分別是不同的導覽地點，Uniqlo和一田（美食廣場）。

Uniqlo的運營模式較普遍，店鋪為一個整體，每個部分都不能從整體中分割開去。在這種運營模式下，員工大多需要轉換其工作崗位，也就是說其工作崗位會按照實際情況被上級調換。該員工需要離開原有的工作崗位到另一個工作性質完全不同的工位工作，例如，由於排隊付款的人過多，原本負責處理試身室的員工可能會被調至收銀。員工需要對整個店鋪的運作都有一定的了解，以及熟悉店內每個崗位的內容，因而增加員工一定的工作壓力。

而一田的美食廣場則是由不同的獨立個體商鋪所組成，也可以看做是多可獨立小商鋪聚集成為一個大商鋪。員工不需要完全離開工作崗位，但是公司為減少人手，需要員工一心二用，同時處理不同工作。以秀吉收銀員為例，該員工除需收銀外，更需要兼顧售貨工作。員工不能專注處理一項事情，員工會因為害怕出錯而感到壓力。

所以就以上兩個地點的運營模式的不同，我們在導覽手冊中的提問字眼也有所不同。



兩個問題都希望參加者了解員工的工作量是否合適，左邊的是Uniqlo的導覽問題，而右邊的是一田的導覽問題。了解並熟悉整個店鋪的運作，以及一心二用都會增加員工的工作量；從以上的問題可以看出其中的區別。我們對於問題的設計是因應不同的情況，而非千篇一律。

UNIQLO作為一個整體性商鋪，店內有廣播。我們在問題設計上，希望參加者留意廣播頻率、員工廣播語調等，這些事項皆有可能造成員工的情緒勞動，從而讓參加者從店內廣播了解員工被情緒勞動的情況。

1. 請留意及記錄廣播頻率、內容和廣播者\*的語調。

## ●不同的觀察點

上述解釋了設計兩個導覽手冊的原因以及其中的不同。每個導覽手冊中都有4個觀察點，而不同觀察點所設計的導覽問題也有所不同。主要是工作內容以及員工與顧客關係上有分別。

首先是工作內容方面，產品推銷員、銷售員等需要主動推銷貨品，員工主動推銷需要控制自身的語調、表情以至情緒。根據其工作性質，我們加設了以下問題讓參加者觀察，從而引導至之後有關情緒勞動的觀察。

員工是否需要主動推銷客人？\*

- 需要
- 不需要

另外是員工與顧客的關係方面，有些工作崗位有更大機會需要處理顧客之間的紛爭，例如：收銀員可能需要處理插隊等情況，我們因而在該觀察點當中加插有關問題。

6. 顧客間有沒有衝突（例如：插隊）需  
服務業員工處理

除了顧客間的紛爭之外，有顧客的行為會增加員工額外的工作，例如：顧客用餐後桌面的情況會直接影響清潔員工的工作量。所以在清潔工人的觀察點中加入了以下問題，但在其他觀察點則沒有提及。

顧客離開時餐桌上的狀況\*

- 1 2 3 4 5
- 整潔      混亂

我們通過不同觀察點的特點來設計問題，讓整個導覽更有變化，以免讓整個導覽顯得過於重複、沉悶。同時也因著這些特點更容易設計指向性問題讓參加者從不同參觀點了解我們想帶出的信息，例如：主動推銷的情緒勞動，以及處理顧客之間和凌亂桌面的顧客不公平行為。

導覽手冊中附加資訊之作用：

從手冊設計中可見，我們在觀察點之間加入了現今服務性行業現況的簡介、情緒勞動和顧客不公平行為的資訊，我們希望藉此做到深化和相關知識輸入的這兩個目的。

- 深化（Uniqlo導覽手冊）



### Uniqlo招聘網頁

"無論不同工作的範圍、你對他人的**關心、微笑、打招呼**等,都會獲得評價。而最重要的是你的「**幹勁**」。不論是全職或兼職員工,我們對你的承諾是：**你付出的越多,可發揮的機會就越多。**"



員工在這裡  
全是為了滿足顧客。

針對Uniqlo企業的特殊性，我們在導覽手冊特地加插了它的企業架構以助說明Uniqlo上級監督的情況常見，基層員工的工作壓力亦相對有所增加；而招聘網頁的相關內容則說明了企業對員工的期望與顧客至上的要求。這些都側面說明了對員工造成情緒勞動的一些因素，所以我們把相應的補充資料放在導覽手冊中，以便進行深化，讓參加者可以在實際觀察中有所對應。在了解到員工的入職時的要求，再對比員工實際的工作表現；以及在導覽活動中會特別注意一下上級的監督程度，這些都是我們想帶給參加者的一些特殊的親身經歷。以一種既不是員工又不是顧客的身分，卻微妙地掌握兩者的情況與心態，正正是我們想在商場導覽中做到的另類視覺，既抽離又貼身地提供反思的空間和深度。在Uniqlo的導覽手冊中透過加插以上資料，就是希望能有效深化導覽，為我們的參加者在價值觀上帶來一點的衝擊。

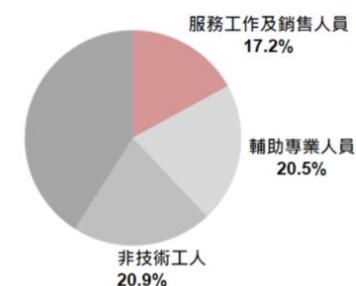
- 相關知識輸入

在兩份的導覽手冊中，我們均加入了社會現況、情緒勞動和顧客不公平行為的一些背景資料，盡量以圖表和精簡的文字表達以便參加者能直觀地得到一個宏觀的視點。

- 社會現況

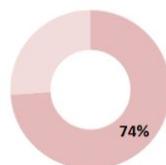
可能一般人對於服務業員工的狀況都一知半解，或是在切身性和關心程度上都有所欠缺。因此，在讓公眾看見平日沒有發現的服務業員工情緒勞動問題和反思「消費者」的心態和權限之先，有必要讓參加者對社會現況有認識，在明白到問題的重要性後，再進行接下來的導覽手冊的填寫和體驗相信會更有得著。以下是我們加入的圖表：

## 香港服務業人口之多



政府統計處，(2017)。《2016年中期人口統計：統計圖解》。香港：政府統計處。

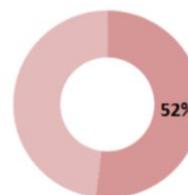
## 壓力大



表示壓力沉重受訪者

安健協會，(2017)。《香港在職人士工作壓》。香港：工聯職安健協會。

## 壓力源頭



工作壓力源頭：處理來自顧客的無理訴求

文儀怡，(2017年11月23日)。《服務業前線缺人3招留才企業互換員工取經驗眼界學對》。香港：香港經濟日報。

## □ 情緒勞動

商場導覽的第一個目標就是讓公眾發現服務業員工的情緒勞動問題，我們在導覽手冊裡面加插了有關何為情緒勞動的資訊，結合相關的指導性問題，讓參加者從理論上了解什麼是情緒勞動外，結合實際觀察情況情況；實際觀察能加深他們對情緒勞動的了解。但是卻不能只有觀察，文字輔助他們的觀察，讓他們的觀察變得有意義，而不是成為一個單純的觀察者，更作為一個思考者了解、反思服務業員工所面臨的情緒勞動。下圖為我們在導覽手冊裡所加插的情緒勞動資訊：

### 甚麼是情緒勞動？

在剛完成的兩節觀察中，我們留意到服務員的情緒表現及他們面對顧客時的反應和特定的對答，現在，Emologue會為你解釋甚麼是情緒勞動。

Hochschild AR. 在1979年提出情緒勞動的概念（其論文：Emotion work, feeling rules, and social structure. American Journal of Sociology, 85:551-575.），她把情緒勞動定義為「為產生一種公眾能觀察到的面部或身體表情所做出的情緒管理。」這個概念表明員工不但是要完成自己的智力勞動和體力勞動，還需要把管理自己的情緒當作工作內容的一部分。

### 企業透過制定規則來控制員工的情感

Hochschild AR. 提出：在服務交往過程中，服務人員較自發地表達出組織所需的某種情感，為了保持良好的顧客關係，企業便會透過制定規則來控制員工的情感。另一位學者GRANDEY AA. 進一步指出，服務人員的工作環境具有以下三個特點：

- 一、與顧客接觸的頻率高、時間長；
- 二、員工需要根據企業的情感規則來表現顧客需要的情感上；
- 三、員工缺乏情感表現自主權。

由此，即使顧客的行為會讓員工心裡覺得委屈、鬱悶、不服氣，但他們不一定會直接表現出來，而是按照企業的情感表現規則來調節自己的情感。員工為了符合企業要求而調節情感、表達情感的過程即為「情緒勞動」。

## □ 顧客不公平行為

最後一個所加插的資訊時顧客不公平行為。我們目標的參加者（是次參加者）平常多為顧客，商場導覽行動很著重讓參加者了解何為不公平行為。我們在一開始活動

流程簡介是便已經介紹五種不公平行為，讓參加者在導覽前就有相關的概念。我們每一個參觀點最後的問題都是請參節者選出參觀期間有否遇見五種不公平行為，問題如下：

觀察期間有否遇到以下顧客\*

- 言語冒犯者 (這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至謾罵等。)
- 求全責備者 (這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。)
- 規則破壞者 (這類顧客無視企業的規則，只希望按照自己的喜好和要求享受服務，給企業和員工製造麻煩。)
- 投機取巧者 (這類顧客在服務出現問題時，傾向於誇大問題，並要求企業對其進行超額賠償。)
- 退貨愛好者 (這類顧客喜歡在購買商品後，抓住退貨政策中的漏洞，要求退貨及全額退款。上述研究描述了顧客不公平行為的表現。)
- 沒有

導覽手冊中添加顧客不公平行為的詳細資訊，目的是希望深化參加者對何為不公平行為的了解與記憶，與以上的問題、簡介時的內容環環相連，盡最大可能的讓參加者牢牢地記住這幾個顧客不公平行為，希望在活動結束後也能記住、當自己再次作為消費者時也能想起顧客不公平行為，從而達至我們的第三個目標：減少不公平行為。下圖為導覽手冊中不公平行為的添加資訊：

## 甚麼是顧客不公平行為？

也許你已經發現，每節觀察的最後一條問題都是：員工有沒有遇到以下類別的顧客？其實這問題與顧客不公平行為的現象有關。

學者Berry在2008年提出（其論文：Serving Unfair Customers [J]. Business Horizons, 51(1):29~37.）將顧客不公平行為定義為顧客沒有禮貌、無理、不尊重別人權利、製造不公平、對企業和員工(或其他顧客)造成傷害的行為。他指出，顧客不公平行為不同於其他不合法行為，即這些行為通常是不合情理的，但不一定是不合法的。

### 五類顧客不公平行為

Berry在研究中並未探討顧客不公平的構成維度，而是根據行為將不公平的顧客分為以下五類：

- 一、言語冒犯者。這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至謾罵等。
- 二、求全責備者。這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。
- 三、規則破壞者。這類顧客無視企業的規則，只希望按照自己的喜好和要求享受服務，給企業和員工製造麻煩。
- 四、投機取巧者。這類顧客在服務出現問題時，傾向於誇大問題，並要求企業對其進行超額賠償。
- 五、退貨愛好者。這類顧客喜歡在購買商品後，抓住退貨政策中的漏洞，要求退貨及全額退款。上述研究描述了顧客不公平行為的表現。

### 顧客不公平行為對員工的影響

根據另一位學者Grandey的情感調節過程模型，服務人員在遭遇某些事情後，會產生一系列的情感反應。他們認為，在工作環境中，人際矛盾、不文明事件及不公平事件都會引起員工的負面情感。在服務交往過程中，不單是員工之間，員工和顧客之間也可能出現矛盾爭執，處於不公平的狀態。當顧客做出一些對員工不公平的行為(如言語攻擊、行為冒犯、不理解員工、推卸責任等)，員工可能會覺得委屈、鬱悶、厭煩、壓力、沮喪、憤怒等。

## 二、實際執行

活動當日：

我們於2018年10月7日的下午二時至三時半舉行了試行。地點是沙田新城市廣場，當中分成兩個小隊，分別前往 Uniqlo和一田。每個小隊由兩人位Emologue成員帶領四至五位參加者進行導覽。

流程：

我們首先在沙田大會堂外簡介活動流程，包括介紹我們Emologue團隊的理念、顧客不公平行為等：



繼而，我們分成兩個分隊出發。圖為分隊一在Uniqlo考察的情況：



以下為一田小隊的考察的情況：



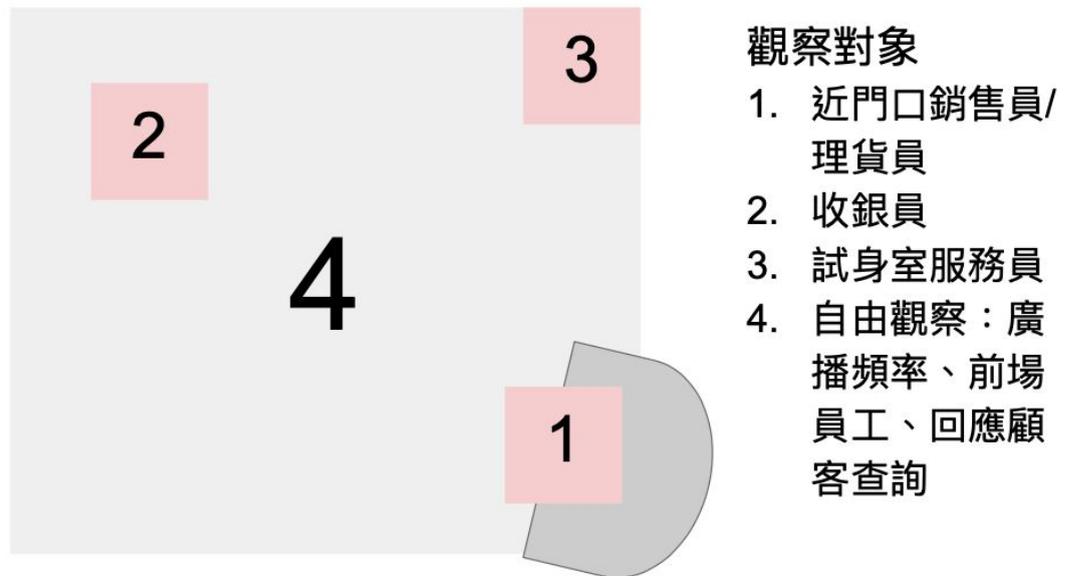
考察後為分享時間，參加者在成員的帶領下講述剛才活動的感受和反思：



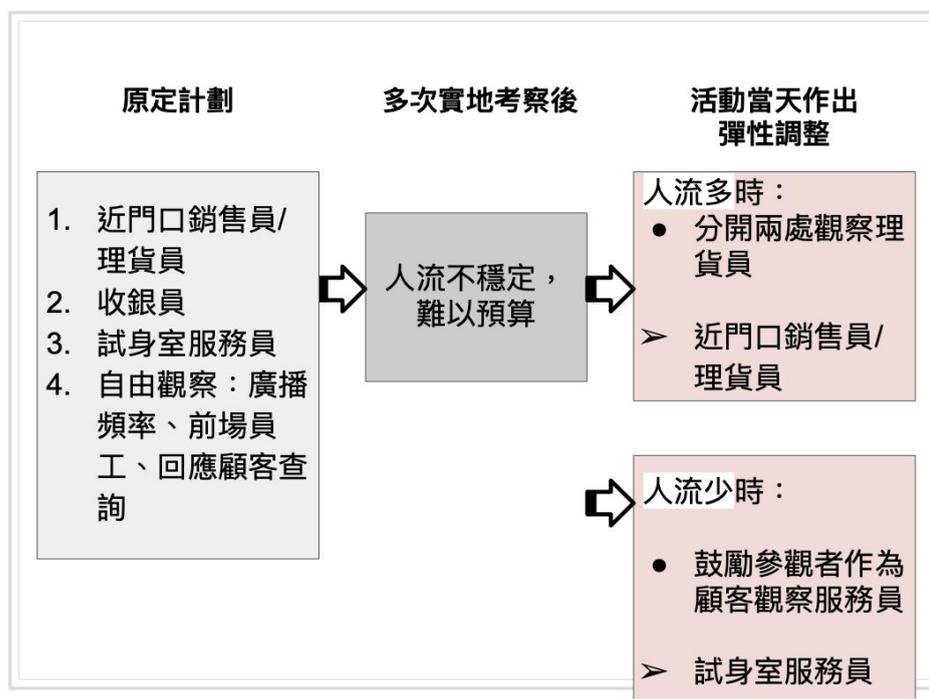
活動完滿結束，在填寫問卷後拍攝了大合照：



### Uniqlo路線圖之計劃與調整：

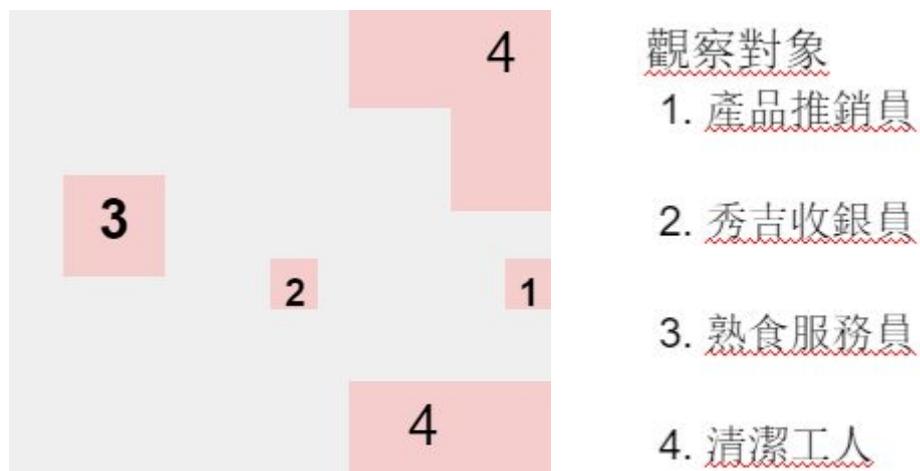


我們在Uniqlo設定的四個觀察點分別是近門口銷售員/理貨員、收銀員、試身室服務員和自由觀察。我們希望有效利用店內空間，讓參加者走遍整間Uniqlo。其中值得注意的是：我們設了自由觀察環節，Uniqlo作為一個整體性商舖，員工沒有固定的工作地點，工作內容亦會因應情況隨時變動，例如要回應顧客查詢和滿足他們的要求。故此我們希望參加者能了解身兼多職的員工實況。

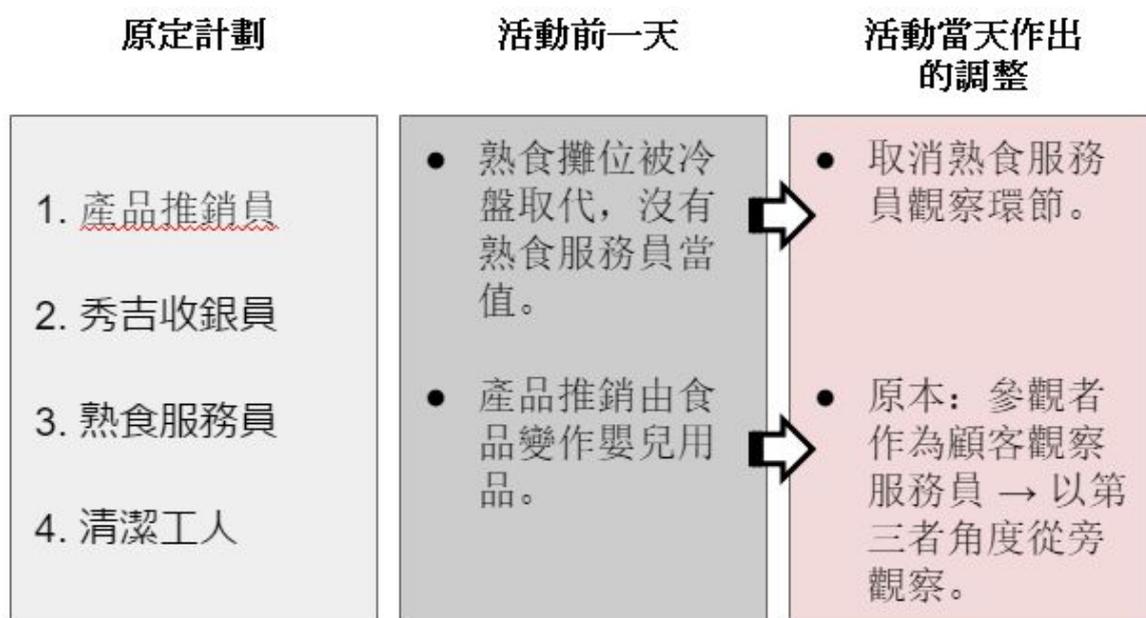


以上為我們因應人流的多少而定出來的彈性調整方案，務求在不影響他人的情況下，觀察到最多的事情。

### 一田路線圖之計劃與調整：



我們原定一田的觀察點有4個，分別是：產品銷售員、秀吉收銀員、熟食服務員以及清潔工人。



上圖為我們因當天因商場鋪位的更改所作的調整，由於攤位的取締，我們取消熟食服務員的觀察，增長其他3個觀察點的時間；在產品推銷區，由原本作為顧客，改為觀察者。希望將商場的改動對我們的計劃影響降到最低。

### 三、活動成效

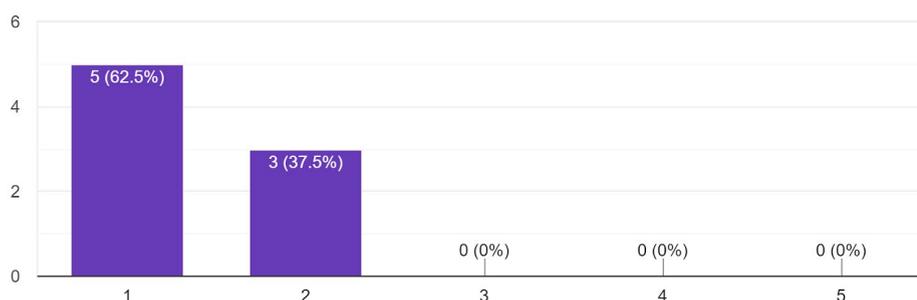
我們在完成先導計劃後讓參加者填寫成效評估問卷，了解導覽的成效。

- 情緒勞動

我們的第一個目標是讓公眾看見平日沒有發現的服務業員工情緒勞動問題，以下問題可以反映出該目標的成效。

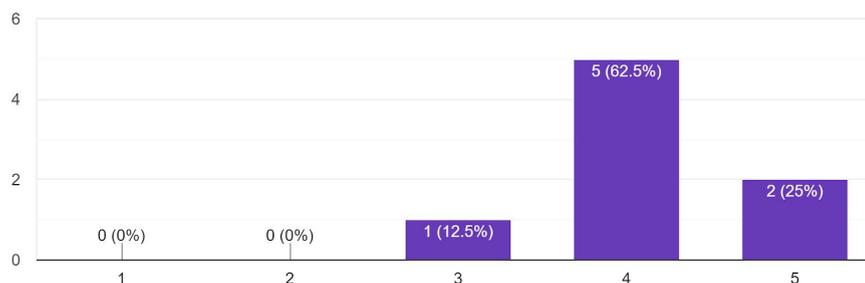
在參加活動前你發現服務業員工的情緒勞動的頻率是

8 則回應



你認為活動在多大程度上讓你發現服務業員工的情緒勞動？

8 則回應



從左上角的問題可以發現，全部參加者在參與我們的導覽前從來或很少發現到服務業員工的情緒壓力。但是通過導覽活動（右圖）可以發現在對服務業員工情緒勞動的發現上，8位參加者中有7位認為我們的導覽在大或很大程度上讓他們發現服務業員工的情緒勞動，反映我們的導覽計劃有效讓參加者察覺服務業員工情緒勞動的問題。

- 消費者心態和權限

我們舉辦商場導覽的另一個目標是，希望參加者能反思消費者的心態和權限。

你認為活動在多大程度上令你了解職員和顧客的關係及相處模式?

6 則回應



觀察時要回答的問題可以令我更注意到職員的情緒和用字

要表數重複話語次數，看到他們地位之間的不平等

產品推銷員，職員與顧客的態度說話語調不同。地位感覺有點不平等。

員工對顧客的提問很有耐心

觀察員工的用語，都很有禮貌

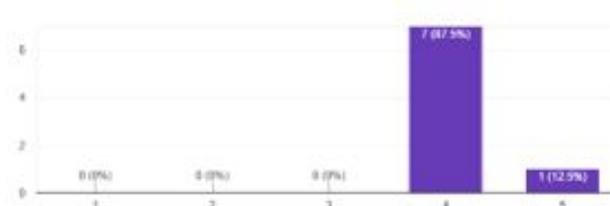
去試身家觀察讓表看到員工做到頭暈腳，而大部分顧客都對員工很冷漠

員工說話很有禮貌、友善。

反思需要從了解開始，從上圖可以了解全部顧客都認為是次導覽活動在大以及很大程度上了解顧客與員工的關係，右圖是他們的觀察，可以發現，參加者自發地觀察到顧客、店員之間的地位不平等。更直接的成效指標可以參考下圖：

你認為活動在多大程度上令你反思顧客身為消費者的權限?

6 則回應



全部參加者在大及很大程度上認同商場導覽活動令他們反思顧客身為消費者的權限，反映商場導覽在先導計劃中頗有成效。

- 顧客不公平行為

我們第三個目標是減少顧客不公平行為。

以下哪項(些)為不公平行為顧客

6 則回應



在了解參加者願不願意減少不公平行為之前，我們需要了解他們究竟是否真的知道什麼是不公平行為。在導覽手冊中我們從上述多方面嘗試加深參加者對不公平行為的認識，從上圖可見，全部參加者在商場導覽後都能記住不公平行為有哪五種。

今後作為顧客你會否對顧客不公平行為有更多關注？

8 則回應

會 (8)

今後作為顧客你會否對顧客不公平行為有更多關注？

8 則回應

會

上面兩幅圖顯示，全部參加者都願意對顧客不公平行為有更多的關注，以及願意減少不公平行為。

#### 四、活動的可行性

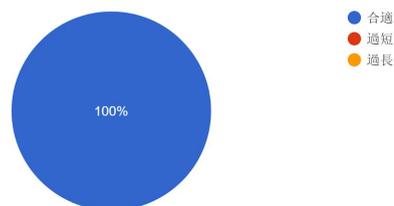
以下將從三方面分析活動的可行性，分別是活動時長、涵蓋內容以及導覽手冊的作用。

- 活動時長

活動時長方面，這次商場導覽活動歷時1個半小時，當中包括流程簡介、轉換地點時間、分享以及送暖行動。採取導覽者與參加者1:2的比例，所以運作順暢，沒有參加者跟失不見的情況，活動也沒有超時。根據以下參加者的反響，認為整體活動時長合適，故在時長方面活動安排恰當可行。

你認為整個活動時長是否合適？

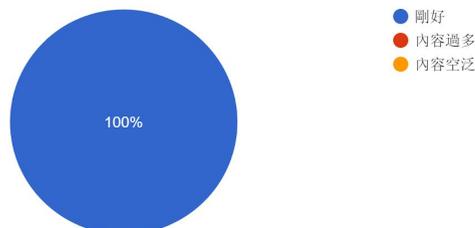
8 則回應



- 活動涵蓋內容

你認為整個活動所涵蓋的內容是否足夠？

8 則回應



而在活動涵蓋內容方面，參加者跟隨導覽者觀察服務業員工的工作以及消費者的態度。原定內容為每隊內容包含4個觀察點，但最後作出修改，Uniqlo保留4個4個觀察點，但一田則修改為3個。每隊內容都包括上述以提及的三個簡介。從以下參加者的回應可以知道，是次的導覽活動涵蓋內容合適，沒有過多或過少的評價，可持之而行。

請簡述你認為活動所欠缺的地方以及改善建議(如有)

1 則回應

可以增加每個觀察點的觀察時間。

參與Uniqlo團隊的參觀者認為可以增加每個參觀點的時長。我們在後續的活動中將因應情況將一田的參觀點保持3個，同時可以嘗試將UNIQLO的參觀點減少至3個，但延長每個參觀點的時間，讓參觀者有更充裕的時間在每個參觀點上觀察。

- 導覽手冊的作用

你認為商場導覽手冊起了多大的輔助作用？  
5 分滿分



導覽手冊作為我們活動的重心，裡面包含觀察問題以及額外資訊。所以除了時長以及觀察內容外，我們想知道，導覽手冊究竟起了多大的作用。從成效的分析來看，我們有效達成我們的目標。而從上圖中發現，全部參加者都認為導覽手冊有一定的導覽作用。其中7位更認為導覽手冊的輔助作用在5分滿分中給予了4或5分的高分，反映導覽手冊有一定的作用，導覽手冊的使用是可行的。

## 五、活動的可持續性

- 維持原有的計劃

是次活動的反映也十分熱烈，通過我們估個表格報名的人數有16位，而我們活動設定的參與人數為8位，後來詢問參加者為何會報名參加，其中有3位表示被後續能優先參與遊戲治療而吸引，而其他的則表示活動創新而感到有興趣。反映無論是我們獎品（參與遊戲治療的權利）或者是我們活動的本身都有一定的吸引力，所以商場導覽活動能力吸引足夠的參加者持續參與。同時我們舉辦商場導覽所需的只有導覽手冊（事前準備好），人手、物資的要求不高，所以是可應付、可持續的。

- 短導覽手冊

我們活動每次的參與人數不多，除了通過在臉書等社交平台發表參加者的感想外，我們打算將導覽手冊簡短 -- 保持3個附加內容，但是觀察點會減至一個，例如：一田的簡短版導覽手冊只會有觀察點四，也就是清潔工人。選擇清潔工人的原因是，觀察者在等候座位、吃飯時都能觀察。簡略版的導覽手冊將會發佈在我們的粉絲專頁讓大眾自行按照我們的手冊觀察員工的工作情況。邀請觀察者填寫我們的成效評估，並抽取部份提交者有參加遊戲治療的參與權。同時在粉絲專頁發佈提交者有趣的分享，進一步擴展我們的受眾。而短導覽手冊在縮短原有的手冊後，所需要的人手只有專業分享員，也不需要額外的支出，可行性、可持續性都很高。



## 六、送暖行動

送暖行動為商場導覽行動中的小分部，在這次行動中我們自備了卡片以及糖果作為小禮物，讓商場導覽的參加者送予服務業員工。如果說商場導覽是員工通過其表情、工作情況向參加者訴說自己工作上所面對的問題，那麼送暖行動就是參加者的回應：表示他們感受到服務業員工的價值、以及工作是的非人化。送暖行動與商場導覽兩個活動相呼應，參加者通過這兩個活動與員工「對話」，雖然這個「對話」並非雙方直接對話交流，卻比言語的對話更能觸發雙方的內心。因為商場導覽的活動重在讓參加者了解服務業員工工作上的情緒壓力，所以我們並沒有為送暖行動設置一份成效問卷，而我們收到以下的意見：

對此活動的其他任何意見/建議

1 則回應

在送暖環節時，當我嘗試送心意卡給員工，她一開始有點不知所措，令我感到人與人之間的相處可以更溫暖。

有參加者在我們沒有著重說明送暖行動下，主動在商場導覽的反饋上反映，認為送暖行動能讓其感受到人與人之間的相處可以更溫暖。這樣的感想實在難能可貴，同時也反映送暖行動成功增加服務業員工與參加者的溝通橋樑，讓參加者更深刻反思雙方的關係。

# 遊戲治療

## 一、前言

香港服務業員工被情緒勞動及長期心理受壓，據工聯職安健協會 (2017) 於去年的「香港在職人士工作壓力調查報告」顯示，多於七成(73.8%)服務性行業受訪者表示零售或餐飲侍應工作使其感受到沉重壓力，見出其精神健康問題的蘊存。而據香港優質顧客服務協會夥伴委員會的數據亦顯示，約七成半(74%)現職服務業的受訪者認為壓力沉重為行中困擾(2017)。



### 表示壓力沉重受訪者

工聯職安健協會。(2017)。《香港在職人士工作壓力調查》。香港：工聯職安健協會。

文羨怡。(2017年11月23日)。《服務業前綫缺人3招留才企業互換員工取經擴眼界學對應》。香港：香港經濟日報。

從以上數據可見，香港服務業員工的壓力沉重，容易積累負面情緒，令人擔憂的是，這並非單一的個別例子，而是整體服務業正面對的嚴峻局面。

針對此問題，Emologue計劃以提供較市價低廉的遊戲治療，為服務業員工提供多一個疏導負面情緒和壓力的選擇，並體驗與自身情緒對話。

**目標：通過遊戲治療讓服務業員工體驗與自身情緒對話**

## 二、遊戲治療簡介

根據美國資深遊戲治療師Landreft ( 2002 )所證，遊戲治療是「遊戲治療者與任何年齡的人之間的互動關係，而治療者必須受過良好的訓練，知道如何選擇遊戲器材及發展一份安全的關係，讓任何年齡的人能用其最自然的方式—遊戲，來完全表達及揭露自己的情感、想法、經驗、及行為。」遊戲治療是一種互動，以遊戲作媒介，治療師作引導，一種治療受眾與自己心理狀況情緒的互動。

現時，香港的心理輔導及情緒支援機構大多以兒童為遊戲治療的應用對象，但事實上，遊戲治療同樣適用於其他年齡層，以下列舉遊戲治療應用於非兒童對象上的部分實際例子：

據Ward-Wimmer ( 2003 ) 所引，曾有從事商業行業的員工在公司安排下參與遊戲治療，員工其後表示遊戲使其相較於平常，更容易道出一直壓抑而又未能言語化的內心負面情感。

另外，亦有正在處於憂鬱狀態的成年男士，憑藉着遊戲治療，以動物公仔作主題，成功將原先的悲傷情感整合，並從而漸漸尋找到正面的情緒的案例 ( 曾仁美, 2006 ) 。

在台灣高雄，也有護老院嘗試遊戲治療活動，參與長者在遊戲治療後，其衰弱程度顯示得以減輕，精神狀態和身體活力上也得到明顯改善，他們的快樂指數同有增加 ( 潘姿玲, 2010 )

從上述例子可見，遊戲治療在對象為非兒童的情況下，在針對情緒問題上的一定甚或顯著的成效。那麼，遊戲治療適用於成人嗎？除了上文概括的實際案例，從事遊戲治療的學者亦有就成人能否從中受益作延伸探討。

Frey ( 1994 ) 認為遊戲治療不單只對成人受眾的情緒上有着正面的幫助，遊戲本身更是充當着一個令成年人能深入探知自己內心，和自我情感表達的良好中介。Ward-Wimmer ( 2003 ) 亦就前人及自己的研究，總括出在成年治療者有着難以用言語來表達的感受時，相對於傳統的對話治療，遊戲治療更能發揮治療正面成效。他更論述出進行遊戲能使自己對自身內心世界得以重新連接，從而有適應行為。

可見遊戲治療適用於成人對象。

為探討遊戲治療的性質是否適合於我們的對象，我們將從服務業員工的處境分述遊戲治療從哪層面讓他們受益。

### 工作環境的限制：

由於服務業需要直接面對不同客戶，其公司對他們的態度有一定要求，因此不少公司如上述到的一田及Uniquo，它們均設有上級監察前線員工工作表現的制度，員工在監察下為本來就有的工作指引下加添多一份規限。有別於其他行業，服務業員工，尤其是從事零售及顧客服務類別，他們除了需覆行本身相對具重覆性的工作內容外，更需要重覆一些公司要求的指定語句，如歡迎顧客光臨，貨物的介紹，優惠推廣內容等。這亦為言語上的某種規限。

而遊戲治療的性質正是提供治療對象一個完全自主的空間，這份自主性不單指其能對房間中的全部遊戲物件作主，更指他們能選擇任何遊戲形式。這讓服務業員工從平常受限制的工作環境中重拾自主的感受。

### 情緒勞動及缺乏情感表現自主權：

另外服務業着重員工對顧客的態度，因此為使顧客能有滿意地消費，公司亦期望什或要求員工必須在工作期間面帶笑容，這其實為工作內容以外的情緒勞動活動，增添服務業員工負面情緒。另外當員工面對顧客時感受不滿或委屈等情感時，他們亦需壓抑這份情緒，不能自主地展現出來。

遊戲治療正可以講治療者在遊戲空間中儘情釋放自己的情緒，在此參與者不需顧慮需要帶着什麼表情，或是壓抑原來的負面情感，是一個情緒自主的過程。故此，遊戲治療對舒緩服務業員工職場負面情緒壓力有針對性的效用，適合於我們的對象。

## **遊戲治療的性質能提供機會和空間讓服務業員工與自身情緒對話**

### **三、Emologue的遊戲治療計劃**

儘管研究及海外例子都力證：遊戲治療適用於兒童以外的年齡層，有助舒緩負面情緒及疏導壓抑的想法，可惜的是，受限於以下三項因素，令我們所關注的對象：香港服務業員工難以接觸到遊戲治療。

#### 三項限制因素：

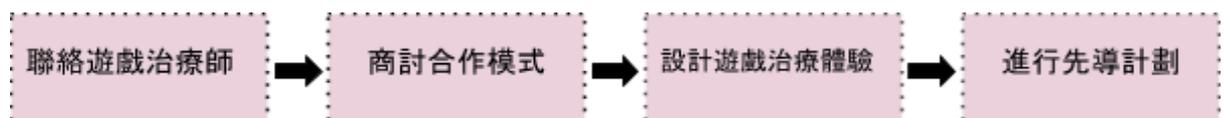
1. 治療的提供者：香港暫未有機構能為成年人及職場人士提供遊戲治療，亦欠缺專門為他們而設的遊戲治療療程。
2. 費用：現時一節約45分鐘的遊戲治療費用普遍高達1500元，服務業員工多為基層員工，難以負擔。
3. 大眾的接受程度：現時大眾對遊戲治療認識甚少，而對大多香港服務業員工而言，這更是一種未曾聽聞、陌生的治療方法。

有見及此，Emologue針對上述三大障礙，提出遊戲治療體驗計劃，讓服務業員工除了得以接觸及認識遊戲治療，更能通過參與其中，釋放壓力和情緒，體驗與自身情緒對話。

#### 計劃目標及執行方式：

1. 提供治療體驗：與治療師合作，針對服務業員工的特點和需求設計遊戲治療體驗，填補目前市場的空白，並連結遊戲治療師與有需要的服務業員工。
2. 降低費用：採用混合商業模式– 低收入顧客 (Low-income client)及與私人機構非牟利合作模式 (Private not for profit partnership model)，大幅降低每節遊戲治療的費用，提供價格廉宜、服務業員工的經濟能力也能負擔的遊戲治療體驗。
3. 增加大眾對遊戲治療的認識：以社交平台Facebook及Instagram推廣遊戲治療，向大眾宣傳和解釋遊戲治療的原理和成效，讓此治療方法進入普羅市民的視線，並以此為疏導情緒及舒解壓力的選擇之一。

#### 以下是計劃的執行流程：



#### 聯絡遊戲治療師：

我們聯絡了多間現時有提供兒童遊戲治療的機構及遊戲治療師，最後邀請了兒童遊戲治療師張崇謙先生進行合作，他同時是一位性格分析認可培訓師，在輔導及培訓方面有十分豐富的經驗，曾為為數不少人士提供幫助，成效非常顯著。



「通過這種方式，提供一個完全屬於參加者的空間，並鼓勵他們的自主性，在過程中會感到情緒的解放……希望提供多一種選擇，給大眾去處理本身的情緒問題。」

—遊戲治療師張崇謙先生

### 商討合作模式：

在合作模式方面，我們採用了先前提及的商業模式：低收入顧客與私人機構非牟利合作模式，成功將一節約45分鐘遊戲治療的費用大幅降低至50元，是非常吸引的價格水平，能增加服務業員工參與遊戲治療體驗的吸引程度。而作為長期合作的回饋，我們除了會替他連結潛在的顧客，更會在社交平台Facebook及Instagram為他進行個人介紹和宣傳，並公開專訪內容影片，提升其知名度。

### 設計遊戲治療體驗：

在為服務業員工設計遊戲治療體驗時，我們與遊戲治療師張崇謙先生進行商討和研究，最後在治療師的角色、遊戲治療房間的設置及遊戲治療的流程三方面均有所調節，以加強遊戲治療在舒緩服務業員工負面情緒和壓力的成效。

- 遊戲治療師的角色

一般遊戲治療的對象是3至16歲的兒童，而是次計劃的對象是服務業員工，皆為成年人、情緒和壓力水平受職場因素影響，針對此特性作出調節，遊戲治療師對參加者作出的追蹤和旁述只是兒童的一成。

在遊戲治療房間，遊戲治療師主要以觀察者的身分在場，除了觀察，治療師亦會間中旁述參加者的動向和給予提示，不會過多干涉參加者的活動。

- 遊戲治療房間的設置

自主的空間：日常生活中，參加者很難有一個讓其完全自主的空間，在職場甚至不能情緒自主，遊戲治療師會提供一個完全屬於參加者的空間，讓他們對空間內的所有物件作主，參加者想以怎樣的形式玩樂都可以。

跳出固有的觀念認知：參加者可以自由賦予一件物體新的意義和命名，例如一些觀念認知上的可變和創造：我們認知裡的刀，兩把在一起可以是筷子，以此增加玩樂的彈性和自由度。

按參加者的情況調節：遊戲治療是以參加者的需要和期望為本，例如是想放鬆、減壓、體驗各類型遊戲等，遊戲治療師會按照不同參加者的情況，調整遊戲室的佈置，擺放的玩具類型會有所增減。

無壓力地玩樂：由於需要還原自己弄亂的場景會構成一定壓力，有違舒壓的原意，所以即使參加者最後把所有積木、球、各種器具散佈在房間的不同角落，他們最後都不用收拾場地，遊戲治療師會自行處理。



- 遊戲治療的流程

我們按照 *Handbook of play therapy*. (OConnor, Schaefer, & Braverman, 2016) 書中的文章 *The use of play therapy with adult*. (Frey, 1994) 提出的框架去建構遊戲治療的流程，分別是簡介、參與、發表、處理、認知及應用。

**簡介：**進入遊戲治療室前，遊戲治療師會向參加者強調遊戲室是不設限制，他們在治療室的表現不會被紀錄和評價，並讓參加者減低是次為「治療」的概念，讓他們盡情自主玩樂。

**參與：**在參與的過程中，是由參加者自由選擇遊戲種類及方式，治療師只會提供適量示範及引導。

**發表：**完成遊戲治療體驗後，參加者有自由發表觀察和感想的時間，讓參加者自發透露一些個人訊息，例如平日的情緒狀況及工作需要等。

**處理：**在處理的階段，參加者除了從遊戲感到情緒舒解，治療師會以剛才的遊戲作切入，向參加者提問與職場、工作情緒和壓力相關的問題。

**認知：**參加者會思考在職場的情緒和壓力來源，以及發現自己處理情緒的行為和思考模式。

**應用：**最後，治療師會向參加者提出有關職場的舒壓方向，期望參加者在離開遊戲治療室後，所建立的新認知可以有效應用在職場和日常生活中，能夠理解和接納自己的情緒。



## 先導計劃

通過各項調節，我們設計和建構了專為服務業員工而設的遊戲治療體驗，接下來，我們進行了先導計劃，以評估及探討為服務業員工提供遊戲治療的成效、可行性和可持續性。

我們在臉書公開宣傳下邀請到五位來自服務業不同工種的員工（清潔工、書店職員、玩具部推銷員、兼職從事服裝銷售員的大學生及顧客服務員），分別體驗一節45分鐘、一對一形式（遊戲治療房間內只會有一位遊戲治療師和一位參加者）的遊戲治療。

在他們完成遊戲治療體驗後，我們給予其一份電子形式填寫的評估問卷，據他們的感受回答當中的設計問題，用以我們來作遊戲治療活動針對服務業員工情緒問題的成效、可行性及可持續性上的分析，從而看遊戲治療活動於切合舒緩服務業情緒問題的方案價值。

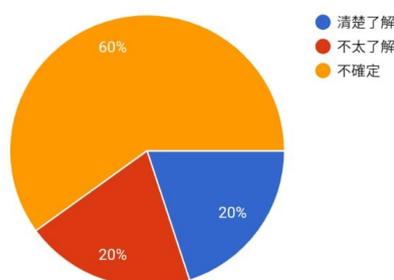
## 四、成效：

遊戲治療方案的目標為讓服務業員工與自身情緒對話，以提供多一個將負面情緒及壓力疏導的選擇。以下將從了解自身情緒，舒緩工作壓力，舒緩工作負面情緒，正面情緒的增加及對遊戲治療的認識增加方面分述方案成效。

### ● 了解自身情緒

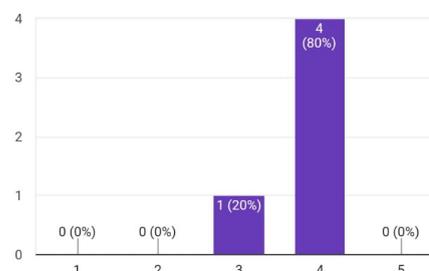
進行遊戲治療前，你清楚了解自己在工作時的情緒狀況嗎？

5 則回應



是次遊戲治療多大程度幫助你了解自身的情緒狀況？

5 則回應



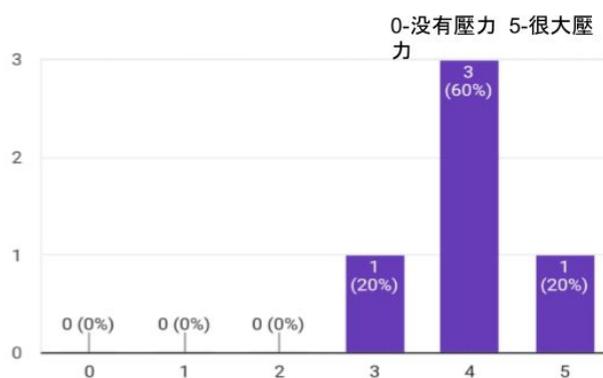
1-很小程度 5-很大程度

要跟自己的情緒對話，最先要明白情緒的本身。見上圖，進行遊戲治療前，大部分參與的服務業員工都對自己工作時的情緒狀況不太了解或不太確定為何種狀態，五位中只有一位參與者在活動前明白自己的工作情緒。然而體驗遊戲治療後，參加者都

認為這使他們對工作情緒的認知增加。可見遊戲治療能夠大程度幫助服務業參加者了解明白自身情緒。

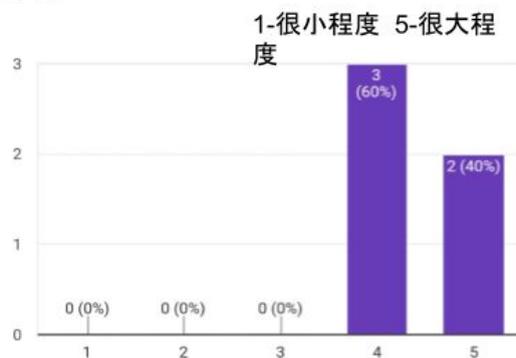
- 舒緩工作壓力

#### 參加者在職場的壓力狀況：



#### 遊戲治療多大程度減輕你從工作而來的壓力？

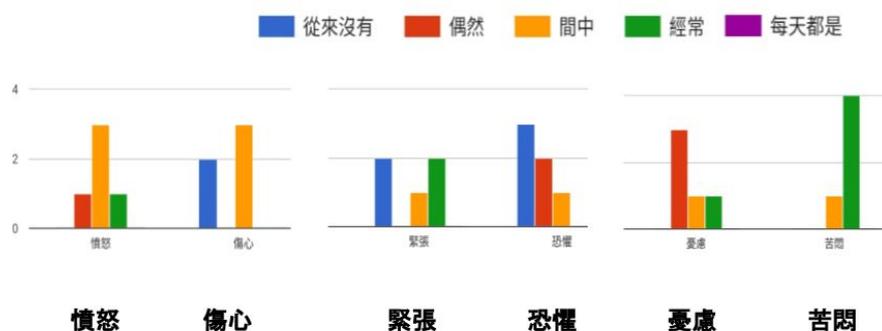
5 則回應



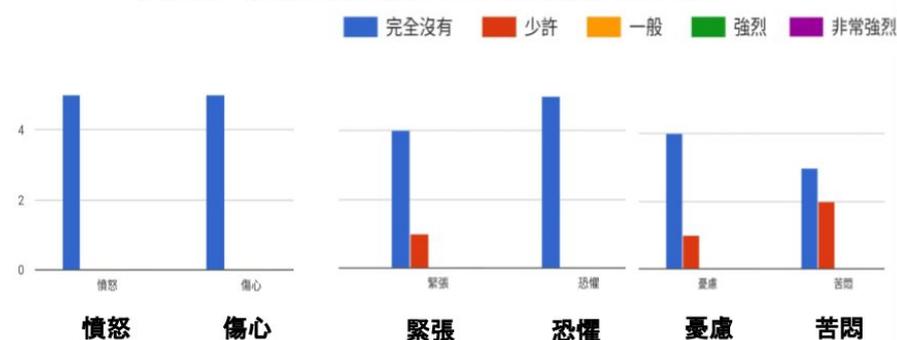
引用遊戲治療活動其中一目標是為服務業員工舒解從職場積累的壓力。從是次參加者的回應顯示，他們本身在工作環境都偏向感到壓力頗大，而他們均同意遊戲治療大程度地協助其舒緩工作壓力，可見方案為疏導其職場壓力的有效方法。

- 舒緩參加者從工作而來的負面情緒

參加者在工作時，感受到以下負面情緒的頻率：



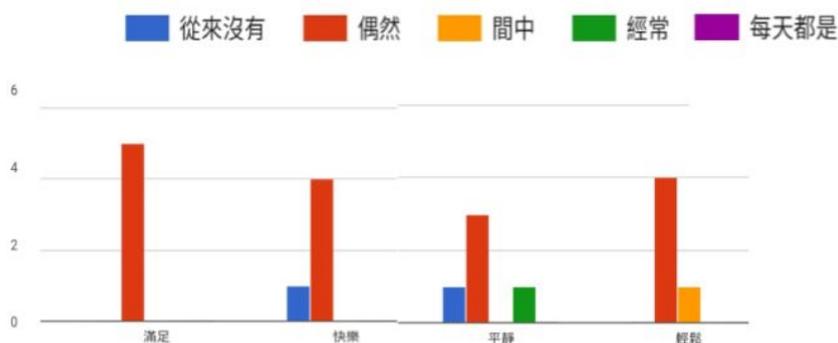
參加者在完成遊戲治療後，負面情緒的強烈程度：



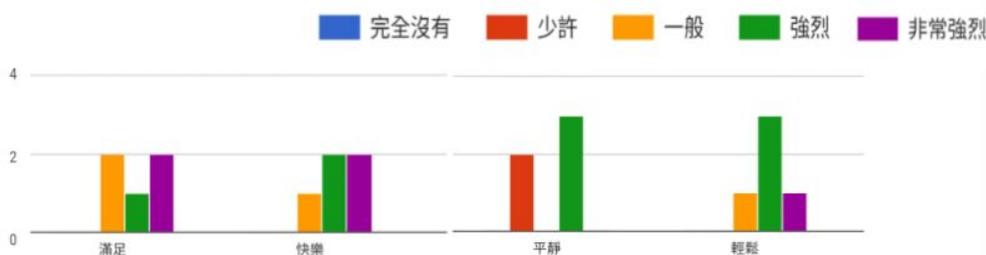
除了壓力問題，疏導情緒亦是治療活動另一目標。從圖可見，他們平常在服務業職場上均會因工作類型及面對客人等問題上，不同頻率地感受到不同類型的負面情緒（憤怒，傷心，緊張，恐懼，憂慮及苦悶），當中以苦悶情況就為明顯。而在完成是次遊戲治療後，即使仍少許感到部分負面情緒，但整體來看，完全消除的回應佔大多數。從另一問卷題目看，他們都認為遊戲治療大程度舒緩負面情緒，更反映負面情感減低的效果是基於是次活動。

- 正面情緒增加

參加者在工作時，感受到以下正面情緒的頻率：



### 參加者在完成遊戲治療後，正面情緒的強烈程度：

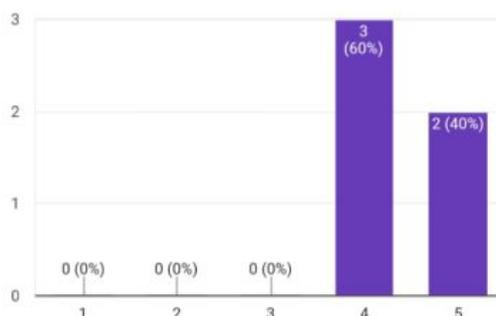


從另一角度看，提升正面情緒的程度亦是反映情緒問題是否得以改善的一指標。跟據問題回應顯示，服務業參加者在工作上大多只會在偶然感到正面情緒，而在遊戲治療後，結果反映出他們傾向於強烈或非常強烈感到正面情緒，可見遊戲治療使其正面情緒的指數得以提升，負面情緒問題得舒緩。

- 對遊戲治療的認識

此活動多大程度有助你增加對遊戲治療的認識？

5 則回應



要成功讓遊戲治療有效地幫助到服務業對象，他們先要理解遊戲治療的目的，活動如何進行及活動反思意義。從參加者的回答上，我們可見他們比以往更清楚了解遊戲治療，可見成效。

## 五、可行性：

以下將從三方面分析計劃的可行性。

- 遊戲治療提供者的合作意願

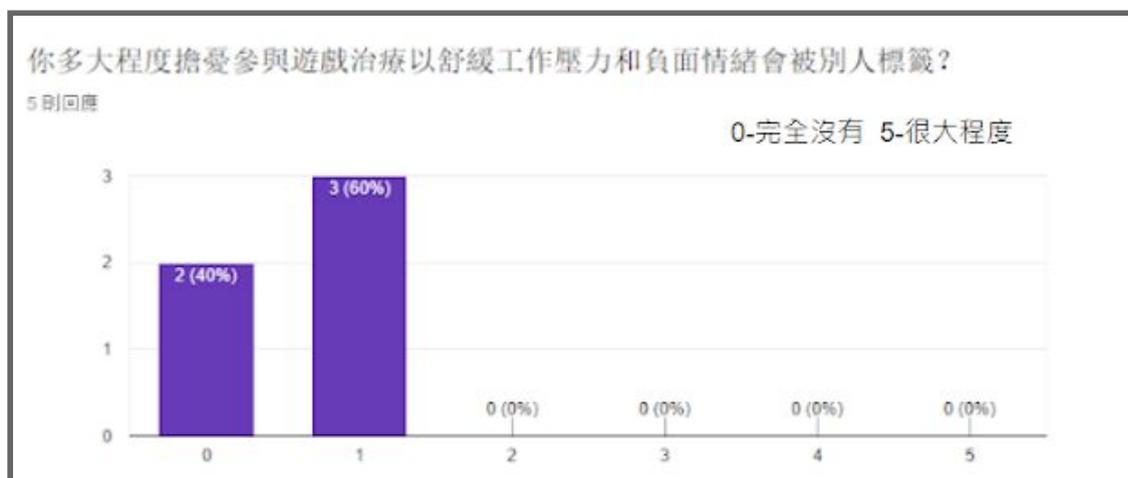
我們關注的對象：服務業員工是目前遊戲治療市場未有觸及的群體，我們通過此計劃為遊戲治療師連結有需要的服務業員工，可創造新市場需求，增加潛在受眾和客群。

我們所採用的商業模式：低收入顧客與私人機構非牟利合作模式，是以有效而廣泛的宣傳、推廣來換取低廉的遊戲治療體驗價格。現時，遊戲治療師欠缺宣傳平台，

難以接觸到普羅大眾，以致於特定的群體，例如職場人士、服務業員工等，故其服務對象受到局限，而我們則能利用社交平台的力量，為其提供所欠缺的個人宣傳及遊戲治療推廣，並成為遊戲治療師無形的收益。

除了是次與我們合作的遊戲治療師張崇謙先生，亦有另外兩位遊戲治療師認同並有興趣以此模式參與是次計劃。可見，此模式行之有效，既能為遊戲治療師宣傳並吸引潛在客群，亦能大大降低遊戲治療體驗費用，費用不再是服務業員工參與遊戲治療的障礙，達致雙贏的局面。

- 服務業員工對遊戲治療的接受程度



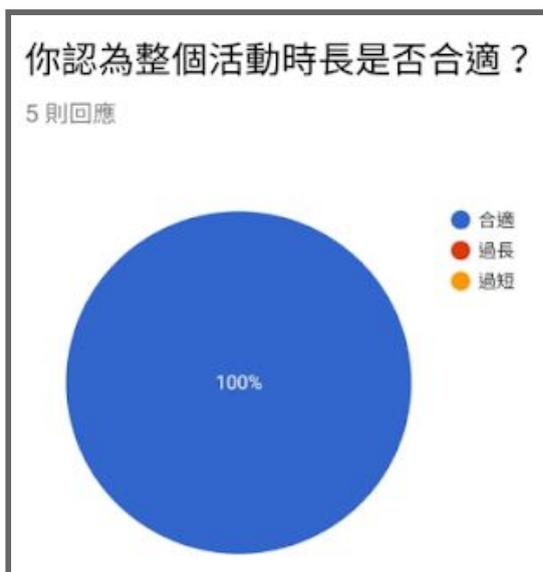
在評估問卷中，所有參加者都回答完全沒有或很小程度擔憂參與遊戲治療會被別人標籤，可見，這些參加者在考慮是否參與遊戲治療時，他人目光或標籤較低機會成為阻礙因素，較少心理負擔，有利提升他們對遊戲治療的接受程度。

- 活動安排

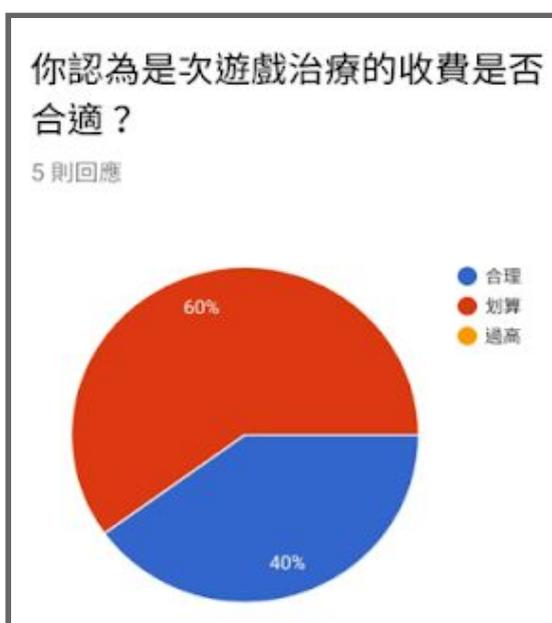


在評估問卷中，參加者的回應反映出體驗活動的安排大程度影響其決定是否參與這類針對職場壓力和情緒而設的心理輔導或治療，而當中，所有參加者都認為活動地點為影響因素，誠然，地點的交通便利程度、是否靠近下班或住屋地點直接影響職場人士的時間和行程安排，故安排遊戲治療體驗時，會優先考慮地點問題。

而時長及費用亦具有相當影響力，此兩項均是參加者需為參與遊戲治療付出的成本。



是次活動提供了45分鐘的遊戲治療體驗，加上活動前後的簡介、填寫活動評估，總時長的控制為一小時內，在評估問卷中，所有參加者的回應反映活動時長適合，可見，此活動安排可行，不會對參加者構成負擔。



一節45分鐘的遊戲治療體驗的收費低至50元，而所有參加者都認為收費合理、划算，反映此費用具有一定的吸引力。

## 六、可持續性：

- 目標客群：服務業員工

我們預期於先導計劃只招收五位參加者，而網上報名情況較預期熱烈，報名人數多於十人，反映遊戲治療是一種具吸引力的情緒舒緩和減壓方式，職場群體有實際需求。而在評估問卷中，有參加者表示會推介給自己的人际網絡，例如朋友，並有興趣持續參加，可見，在親身體驗遊戲治療後，參加者都認同其成效和進行方式。為服務業員工而設的遊戲治療、甚至是為職場人士而設的遊戲治療長遠可發展為具規模的市場，Emologue可繼續以中介社企為定位，連結更多遊戲治療師和有需要的受眾，為他們進行配對，讓更多人體驗與情緒對話，舒緩從職場而來的情緒和壓力。

- 遊戲治療提供者：私人機構遊戲治療師

除了遊戲治療師張崇謙先生樂意進行長期合作，我們已聯絡其他遊戲治療師或機構商討長期合作，可不斷複製先導計劃的運作模式，滿足服務業員工對此的潛在需求，提高以一對一形式進行遊戲治療體驗的可持續性。

**Emologue的遊戲治療計劃具長遠成效，可行性和可持續性俱高。**

# Facebook及Instagram平台管理

## 一、設計構思

於社交網絡平台Facebook以及Instagram分別成立「Emologue」專頁及帳號，利用各種數碼行銷技巧、帖文宣傳活動及資訊發佈，吸引我們的目標對象—服務業員工及顧客關注並讚好Emologue專頁，而增加社會大眾對香港服務業員工情緒勞動問題的關注，藉以拉近兩者的距離並重新建立關係，重啟他們之間的對話。並令大眾了解顧客不公平行為對員工情緒所造成的困擾，加強彼此之間的溝通，連結社會大眾成為集體守望彼此。

### I 我們的目標

連結職工和社會其他人士，

1. 讓服務業員工的處境和需要被看見
2. 化身服務業員工的「嘴巴」，讓公眾有途徑了解他們的處境和被壓抑的情緒，透過理解，喚起大眾互相體諒的心
3. 宣傳及推廣遊戲治療，為提供遊戲治療的服務機構吸引更多潛在受眾

### I 社會現況及啟發點

社交媒體（Social Media）是時下最流行的網絡溝通平台，近年來有爆發式的發展：它們為社交參與者為建立、拓展、維繫各類人際關係而進行的個人展示、互動交流、休閒娛樂等活動提供交流平台。越來越多人註冊社交媒體帳號，使用社交媒體來發布、分享、傳播信息。而社交媒體憑藉迅速、便捷、開放性等特點，不僅能減少營銷成本，也為企業，也包括我們，Emologue的社會企業，開展營銷創新活動以及推廣社會議題提升社會大眾關注提供了無限的機遇與可能。不少企業越來越看重社交媒體平台，力圖從企業戰略、市場營銷上找出革新機會與發展對策。Facebook是當今全球最流行、用戶量最多的社交媒體，2014年Facebook用戶總數達到22億人，佔全球總人口三分之一；同期，Instagram用戶總數突破3億人（李立耀，孫魯敬，楊家海，2015）。反觀香港的社交媒體使用情況：Facebook在港有逾530萬「每月活躍用戶」而Instagram則緊接其後有逾280萬「每月活躍用戶」（《10個港人7個常用fb》，2018）。

從目標受眾言之，不同社交平台的特性也不盡相同，雖然隨著科技進步，許多平台功能開始重疊，但每個平台所擁有的使用者定位與使用者習慣卻是截然不同。根據統計資料顯示，Instagram的限時動態觸及率和涉入程度是社交平台的首位，有10%的使用者每天都會觀看限時動態，甚至比限時動態始祖 Snapchat 更優秀，更受00後的喜愛（《[2019行銷趨勢一上] 社交平台、KOL和集客式行銷成2019數位行銷決定性因

素！》, 2018)。因此, 為將情緒勞動的議題的接觸面拓闊至年輕一代, 我們決定選用具有有限時動態觀看功能的Instagram作為我們的宣傳平台之一。反之, 全球社交平台之冠的Facebook, 用戶平均年齡層正在逐年攀升中, 代表越來越多長輩使用Facebook, 較能接觸到較年長的服務業員工, 並針對他們提供遊戲治療服務。因此, 鑒於社交媒體的受歡迎程度以及能接觸到的用戶人數, 我們Emologue選用了Facebook以及Instagram作為我們開啟專頁的社交平台, 雙線發展。

以下將根據三方面展述這兩個社交平台的優勢以及如何配合我們Emologue的宣傳及發展。

1. 從數據角度來說, Facebook以及Instagram每天會提供大量的結構化或非結構化的文本數據、多媒體數據。例如Facebook內置的Page Manager可以為我們提供頁面數據, 發布數據、視頻數據以及點贊和點讚的來源。Instagram 洞察報告則能提供粉絲的資料、上線時間等資訊, 也可以針對我們建立的特定貼文和限時動態查看分析數據, 以瞭解貼文和限時動態的成效, 以及用戶的互動情形。可以查看貼文、限時動態及自身帳號的相關分析數據如曝光次數觸及人數、查看貼文、網站點擊次數以及商業檔案瀏覽次數。數據的獲取是我們分析用戶關注程度、平台互動性以及接觸人數等一切研究以及優化宣傳工作的基礎。
2. 從用戶角度看, 活躍用戶是社交網絡的核心, 它們主導整個網絡的交互行為。用戶行為分析是認識社交網絡的起點。然而社交網絡用戶組成結構複雜, 具有多樣文化背景, 這造就了不同的社交網絡用戶在社交關係建立、社交性行為、內容分享等方面都有各自鮮明的特點。而我們便可透過Facebook以及Instagram接觸到更多元化的社會個體, 並將服務業員工的情緒勞動議題推廣至不同的社會階層及機構, 提升關注之餘同時尋找合作的機會。
3. 從信息傳播角度看, 社交網絡特別Facebook以及Instagram這樣具有強媒體性質的社交網絡已經成為個人、機構等進行輿論表達、信息發布、營銷等的主要場所。Facebook以及Instagram現時設有多媒體的發佈形式: 動態消息、主題標籤、地點打卡、活動提醒、動態影片等, 將成為我們Emologue傳播訊息的主要媒介, 以加強溝通, 促進社會大眾對服務業員工情緒流動的了解並透過參與不同的群組招募服務對象, 以遊戲治療的形式紓緩他們的情緒。

## I 角色定位

Emologue的Facebook及Instagram專頁之於本先導計劃的定位如下:

1. 資訊發佈: 為訂閱者整合有關職場壓力及情緒勞動的資訊
2. 活動推廣: 宣傳及推廣我們的行動, 招募參加者
3. 溝通平台: 提供平台讓顧客和服務業員工進行交流和互動更多潛在受眾

## I 發佈內容

為促進顧客、食與公眾的對話, Emologue的Facebook以及Instagram專頁於先導計劃的實行期間定期更新和匯報各個服務性行業的處境以及向公眾展示有關服務業情緒勞動的數據以及相關概念, 有組織並持續地普及大眾對服務業員工情緒及壓力問題的關注。並以我們所見, 為他們發聲, 以文字、圖象以及影片呈現和傳播訊息。

在先導計劃中，我們為Emologue的專頁平台所發佈的內容定下了兩個重點：

### 1. 撰文

- 行動體驗分享：由我們及考察隊隊員撰寫有關考察的匯報，考察隊隊員除了是活動參加者，或許也有與情緒勞動、職場壓力相關的工作經歷，「Emologue」將成為他們分享個人化的體會和反思的平台；而我們也會客觀地撰寫考察的報告
- 圖文並茂的溫馨小提醒：鼓勵大眾有禮對待服務業員工、一些正能量的資訊、為打工仔加加油等

2. 分享文章：由我們篩選並轉發其他有關職場的相關文章、報導等，以便追蹤者能接觸到不同的實用消息

及後，在實際執行上，我們應用了其他不同的媒介以及數碼傳銷技巧宣傳我們的平台以及撰寫帖文，將在第二部份有更詳盡的展述。

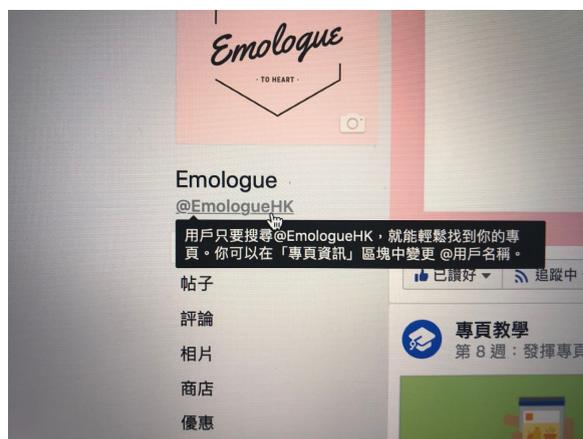
## 二、實際執行

### 1 建立專頁形象

Emologue作為社會企業同樣需要建立及經營品牌形象方能在資訊爆炸的年代，吸引到社會大眾的注意並與我們進行互動。為了為Emologue打造出品牌個性 (Brand Personality)，訂立品牌形象，令人更容易記住我們，我們在建立Facebook專頁時，分別在以下四方面進行數碼行銷管理：

#### 1. Facebook 專頁名稱

我們把專頁命名為Emologue，並加入@EmologueHK之搜尋功能，Facebook以及Instagram用戶只要搜尋@EmologueHK就好輕鬆找到我們的專頁。



#### 2. Facebook 專頁類別

Facebook 專頁現時分為「企業或品牌」及「社群或公眾人物」兩種，我們所選用的是「企業或品牌」，以得特顯我們作為社會企業的定位。在Instagram，我們亦把我們的帳號設為公開商業帳戶，並加入本地企業的定位。



### 3. 所在地區

為接觸到更多來自香港的服務業員工以及社會大眾關注情緒勞動問題，我們把所在地區定為香港，而帖文所用的語言即以中文為主，英文為輔。

### 4. 專頁個人資料相片及封面照

封面照片是Facebook以及Instagram用家到訪專頁時第一個注意到的元素，為了建立Emologue的社會企業品牌形象，我們選用了粉紅色、灰色、白色三種顏色為主色調去建立商標、個人資料相片及封面照。在商標中亦加入了“From heart, to heart”的字句，以傳達Emologue關注情緒問題的重要訊息，務求令人一眼看懂專頁是關於甚麼，同時傳遞一種具親和力以及溫柔的感覺。

同時我們亦善用資料相片及封面照的描述功能，把我們的企業理念並行動都囊括其中。



## 5. 「關於」的欄位

Facebook以及Instagram的「關於」欄位由一張橫幅及文字組成。我們善用Facebook「關於」的欄位，用家有更多機會看到有關Emologue的介紹。由於Facebook以及Instagram的「關於」欄位只有約150字的字數限制，因此我們便把我們的計劃濃縮成只有約100字的簡介：「Emologue，是情緒（Emotion）與對話（Dialogue）的合字（Emotion + Dialogue）。這就是我們想做的事：重建顧客與打工仔之間對話的可能，訴說打工仔情緒的故事。」讓用家可以更快捷清晰地了解我們的理念。

### I 帖子發佈

在試行計劃的三星期期間，我們分別在Facebook以及Instagram專頁發佈了總共18及14個帖子，而所發佈的帖子後分為六類：理念介紹、活動招募、互動帖文、概念介紹、文章分享以及行動體驗分享。

值得一提的是，Emologue專頁的所有帖子都有劃一的行文格式：均以 | 之符號作為標題；為配合香港人急速的生活節奏，每篇文章的長度亦盡量不超過500字；每個帖字的最後也會善用「hashtag」功能為貼文帶來更多的曝光機會，透過標籤功能，所有用戶都可以搜尋到貼文。根據TrackMaven的研究顯示，越多的標籤，會帶來越多的“like”，而一篇貼文中超過11個標籤可以與用戶產生更多的互動機會，增加香港服務業員工情緒勞動議題的關注程度。

以下將分類講述不同帖子的具體發佈內容、目的以及其中所應用到的數碼行銷技巧。

## 一、理念介紹

我們透過更新Emologue專頁的個人資料相片及封面照，向用戶傳達我們關注香港服務業員工以及我們作為顧客有可能犯上的顧客不公平行為為他們造成的壓力並從中互相了解，透過相互的溝通成為彼此情緒的出口，結為集體互相守望的理念。以下是我們撰寫的全文及影片：

### 1. Emologue專頁介紹

#### ┃ *Emologue - in dialogue with our emotions*

藝術家兼打工仔撐未放工打工仔群組成立人程展緯曾說過一句：「為何我們看不到身邊服侍我們的人是人？」（程展緯，2018）也許我們不察覺，在職場中「作為人」這身分很易失落。失落這身分，在我們忙碌生活的每一瞬間看不見「人」的存在，才叫我們的社會肢離破碎，叫每顆受壓的心心碎。

在職場上，我們都將會成為職員、服務提供者。但當我們認定薪金早已包了被人鬧、被剝削、OT至夜深是必然，我們又會延續相同的荒謬：在下班後以顧客，或是「金主」自居，要求得到「今時今日的服務態度」，動輒投訴。看不到辛苦幫我們掃街的是上了年紀的公公婆婆；也看不到超級市場、便利店、時裝店的姐姐，大廈的保安，整天站着之苦。因為我們彼此間的失語，打工仔在收到投訴之際仍然需要笑面迎人，叫我們的社會割裂，但往往這樣的情緒壓力都找不到出口。情緒勞動依然，而我們仍然沒法和彼此對話。

因此，我們把計劃命名為Emologue，是情緒（Emotion）與對話（Dialogue）的合字（Emotion + Dialogue）。

我們透過以下兩個行動和Facebook平台針對不同受眾的需要進行對話：

行動一：人在職場 — 顧客和服務業員工的對話

*(The Dialogue between Consumers and Service Providers)*

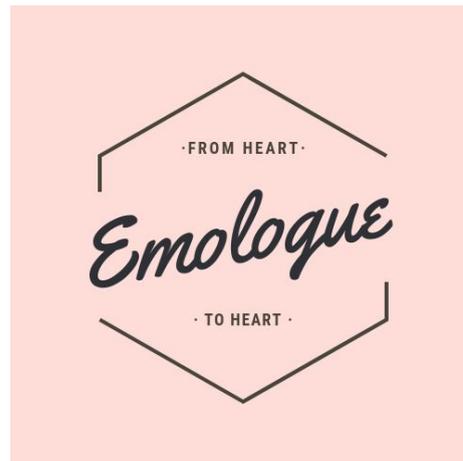
行動二：遊戲治療 — 服務業員工與自身情緒對話

*(In Dialogue with our Emotions)*

Facebook平台管理 — 與公眾對話

*(In Dialogue with the Individuals in the Society)*

因此這就是我們想做的事：重建顧客與打工仔之間對話的可能，訴說打工仔情緒的故事。透過行動、溝通平台與遊戲治療，連結社會：讓我們學會打工仔如何撐打工仔，如何做一個今時今日的顧客，彼此守護大家身為人的尊嚴並讓打工仔找到情緒壓力的出口。



## 2. Emologue理念介紹（影片）

／Emologue · 我哋想做啲咩

「我哋想重新看見身邊服侍我哋嘅人係人。」

[#InDialogueWithEmotion](#)

[#SocialEntrepreneurship](#)

[#ShoppingMallFieldTrip](#)

[#GameTherapy](#)

---

／Emologue商場導覽

<https://docs.google.com/.../1renE6C1KVSWDMB5XGB2ARjQXyibwHHyX...>

在活動中，我們會帶領參加者通過實地考察，了解職工在不同職場制度和環境中的工作實況及情緒表現，商場導覽期間，希望透過我們的介紹，提供另類視角，讓大家看見職工的處境和需要，認識更多有關顧客不公平行為和反思「顧客」的心態和權限。

影片連結：

<https://www.facebook.com/EmologueHK/videos/1953760148036253/>

## 二、活動招募

透過張貼海報貼文，我們向專頁的追蹤者介紹我們兩個行動：人在職場 — 顧客和服務業員工的對話以及遊戲治療 — 服務業員工與自身情緒對話的內容、活動時間地點並加入網上google form報名表格連結，以招募參加者參與商場實地考察以及遊戲治療工作坊，重建顧客與打工仔之間對話的可能，訴說打工仔情緒的故事。以下是我們撰寫的全文：

### 1. 建立活動：招募人在職場參加者（包括考察隊制的介紹）

#### ／ Emologue活動：第一彈商場導覽

人在職場 — 顧客和服務業員工的對話 (To Begin the Dialogue with Consumer and Service Providers)

我們以「讓人的身份和價值被看見」為此行動的理念，並致力重修顧客和服務提供者之間的關係。大型商場是現今較常見的工作環境，服務性工種較多，員工需不斷重複特定語句及動作，被要求保持微笑，比其他行業涉及更多情緒勞動，故我們選擇在大型商場進行商場導覽。

在活動中，我們會帶領參加者通過實地考察，了解職工在不同職場制度和環境中的工作實況及情緒表現，商場導覽期間，希望透過我們的介紹，提供另類視角，讓大家看見職工的處境和需要，認識更多有關顧客不公平行為和反思「顧客」的心態和權限。

日期：2018年10月7日

時間：1400-1530

地點：沙田新城市廣場

心動不如行動！快D Click 下面條link報名啦！

<https://docs.google.com/.../1renE6C1KVSWDMB5XGB2ARjQXyibwHHyX...>

靜靜雞話你知：成為我們商場導覽的參加者，可以優先體驗遊戲治療哦！遊戲治療係咩嚟？keep住關注我們，有關資訊將很快發放！

截止日期：5/10

[#JoinUsNow](#)

人在職場1.0

商場導覽招募!

1 OCTOBER 2018 @SHATIN

EKKLUUE

## 2. 建立活動：招募遊戲治療參加者遊戲治療體驗優先

### Emologue活動第二彈：遊戲治療

#### 遊戲治療－與自身情緒對話 (In Dialogue with our Emotions)

除了服務業員工產生負面情緒和壓力的原因，我們Emologue也十分關注情緒本身，而它們是需要被疏導和解決的，因此，我們即將舉辦遊戲治療活動，期望為服務業員工提供實際幫助。

我們很榮幸能邀請遊戲治療師張崇謙先生為我們合辦是次遊戲治療活動。張先生除了是遊戲治療師，亦是一位性格分析認可培訓師，在輔導及培訓方面有十分豐富的經驗，曾為為數不少人士提供幫助，成效非常顯注。

通過是次活動，我們希望參加者能在相較輕鬆的環境中舒解積累的壓力、發掘潛能、提升自尊、增加自信及成就感、及增加情感上正向的聯結等，同時在過程中享受樂趣。

活動名稱：遊戲治療體驗工作坊

日期：2018年10月5日及10月19日（只需出席其中一天）

時間：第一時段：1000 - 1200 / 第二時段：1630 - 1930（只需出席其中一節，約一小時）

地點：循理會門青少年綜合服務中心（田景路31號）

費用：\$50（讚好Emologue專頁及在此帖子tag三名好友，則可免費參加）

心動不如行動！快D Click 下面條link報名啦！

<https://docs.google.com/.../1renE6C1KVSWDMB5XGB2ARjQXyibwHHyX...>

截止日期：12/10

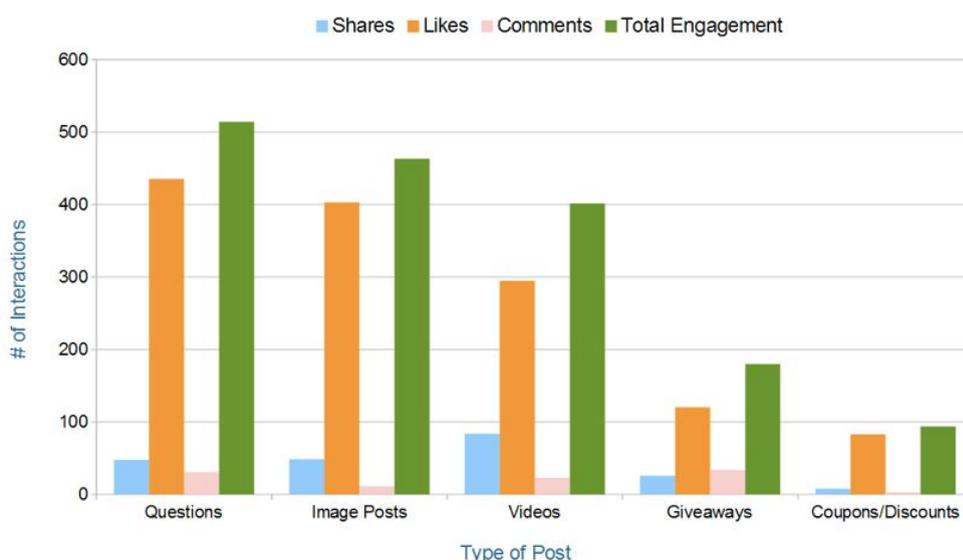
[#JoinUsNow](#)



### 三、 互動貼文

根據BuzzSumo調查3000萬個品牌，在Facebook專頁超過十億則的貼文中顯示運用問題與圖片的貼文會比使用影像、連結等其他方式更能抓住讀者目光，獲得更高的互動。因此我們除了發佈圖文並茂的貼文之外還會邀請我們專業的粉絲留言、選擇表情符號投票以及私訊我們，以增加我們Facebook以及Instagram帖入子的互動性。與此同時，透過加入不同的數據分析，以輕鬆互動的形式將平面的趨勢和現象化為更立體的活動行動，令讀者的印象更深刻。

#### Interaction on Posts by Post Types



#### 1. 感謝文字招募

##### ／ Emologue活動第二彈: 送暖行動

「服務提供者」與「顧客」只有交易的關係嗎？Emologue希望改善職員被「非人化」、現時與其所提供的服務割裂的情況，所以……

我們希望收集大家想對員工講的說話，整作小卡片送給他們。平時想講又唔知點開口？這次就由我們Emologue作為大家的嘴巴，促進彼此對話啦！

大家在下方留言或者PM我們都可以的！



2. 投票活動：哪個服務性行業最需要關注（選emoji）

┃ Emologue · Vote to show you care

根據政府統計處公佈的《服務業統計摘要》，香港服務業可分為14個主要服務行業／界別，我哋從中抽出左5個擁有最多就業人口嘅界別進行投票！

大家覺得邊一個服務行業／界別係最需要關注□呢？

讚好👍👍：進出口貿易及批發業 Import/Export and Wholesale Trades (479 307人)

心心❤️：零售業 Retail Trade (267 879人)

哈哈😄：餐飲服務業 Food and Beverage Services (243 204人)

嘩😱：地產服務業 Real Estate Services (128 475人)

慘慘😞：銀行服務業 Banking Services (102 870人)

(資料來源：香港特別行政區政府統計處《服務業統計摘要》

<https://www.statistics.gov.hk/pub/B10800072018AN18B0100.pdf>)

┃ 活動推介：遊戲治療－與自身情緒對話 (In Dialogue with our Emotions )

除了服務業員工產生負面情緒和壓力的原因，我們Emologue也十分關注情緒本身，而它們是需要被疏導和解決的，因此，我們即將舉辦遊戲治療活動，期望為服務業員工提供實際幫助。

活動名稱：遊戲治療體驗工作坊

日期：2018年10月5日及10月19日（只需出席其中一天）

時間：第一時段：1000 - 1200 / 第二時段：1630 - 1930（只需出席其中一節，約一小時）

地點：循理會門青少年綜合服務中心（田景路31號）

費用：\$50（讚好Emologue專頁及在此帖子tag三名好友，則可免費參加）

<https://docs.google.com/.../1renE6C1KVSWDMB5XGB2ARjQXyibwHHyX...>



#### 四、 概念介紹

我們同時亦有根據我們在先導計劃所完成的研究撰寫具有學術意味的概念介紹貼文，為的是令社會大眾更加了解香港服務業員工的處境，並反思他們作為日常顧客的行為以及消費態度會否造成顧客不公平行為成為服務業員工的壓力來源，並藉此推動消費者的教育以及從根源改善並減輕香港服務業員工所承受到的壓力以及情緒勞動。此外，我們亦透過影片的製作以及不同的分鏡介紹可謂遊戲治療並將遊戲治療推廣至社會上不同的階層。

##### 1. 介紹香港服務業負面情緒現況（影片）

／ *Emologue · Emotional labour in Hong Kong*

「究竟服務業員工同我哋有咩關係呢？」

[#SocialDialoguesThatRelatedToOurEmotions](#)

[#ShoppingMallFieldTrip](#)

[#GameTherapy](#)

---

／ *Emologue* 商場導覽參加者最後召集

<https://docs.google.com/.../1renE6C1KVSWDMB5XGB2ARjQXyibwHHyX...>

在活動中，我們會帶領參加者通過實地考察，了解職工在不同職場制度和環境中的工作實況及情緒表現，商場導覽期間，希望透過我們的介紹，提供另類視角，讓大家看見職工的處境和需要，認識更多有關顧客不公平行為和反思「顧客」的心態和權限。

影片連結: <https://www.facebook.com/EmologueHK/videos/303813780460466/>

##### 2. 介紹顧客不公平行為

／ 顧客不公平行為

唔知道大家有冇聽過顧客不公平行為呢個term呢？其實就係形容顧客冇禮貌、無理、唔尊重他人權利、製造唔公平、對企業同員工（或者其他顧客）造成傷害嘅行為。

顧客不公平行為可以分為以下呢五類：

###### 1. 言語冒犯者：

呢類顧客唔尊重服務人員，對佢地喺言語上訓斥、侮辱甚至謾罵等。

###### 2. 求全責備者：

呢類顧客會將過錯歸咎於服務人員，推卸自己嘅責任。

###### 3. 規則破壞者：

呢類顧客無視企業嘅規則，只希望按照自己嘅喜好同要求享受服務，製造麻煩俾企業同員工。

###### 4. 投機取巧者：

呢類顧客喺服務出現問題時，傾向誇大問題，更會要求企業對其進行超額嘅賠償。

###### 5. 退貨愛好者

呢類顧客鍾意啲買完商品之後，捉住退貨政策入面嘅漏洞，要求退貨同全額退

款。

作為顧客嘅我地其實喺日常嘅生活當中都可以注意自己嘅態度同埋行為有冇對服務業員工造成壓力嫁~~ 如果大家都將心比心，就可以一齊重建一個互相尊重、體諒嘅關係了~~~(^O^)//

### Emologue商場導覽

<https://docs.google.com/.../1renE6C1KVSWDMB5XGB2ARjQXyibwHHyX...>

在活動中，我們會帶領參加者通過實地考察，了解職工在不同職場制度和環境中的工作實況及情緒表現，商場導覽期間，希望透過我們的介紹，提供另類視角，讓大家看見職工的處境和需要，認識更多有關顧客不公平行為和反思「顧客」的心態和權限。



### 3. 介紹情緒勞動

#### ■ 情緒勞動

我地又有另一個terms介紹啦~~~

今次要介紹嘅係情緒勞動，呢個term係由Hochschild(1979)提出嘅概念，佢將情緒勞動定義為「為產生一種公眾能觀察到的面部或身體表情所做出的情緒管理。」呢個概念表明員工唔單止要完成自己嘅智力勞動同體力勞動，更加係需要將管理自己嘅情緒當做工作內容嘅一部分。

佢仲提出左

1. 感受規則同
2. 表達規則嘅概念：

感受規則指喺任何具體嘅情境中，個體可以感受到適當嘅情緒，例如，喺朋友嘅生日會上感受到嘅係高興嘅情緒；

表達規則強調嘅係喺公共場合或者有其他人在場嘅場合，個體係點表達情緒，例如，其他人對自己微笑，自己表現出來嘅表情都係微笑。

小小嘅總結：情緒勞動正正係強調左組織成員喺遇到感受到嘅真實情緒，同組織要求嘅情緒表達相違背時候，佢地需要付出必要嘅情緒努力。呢個情況亦正正係令服務業員工處於受壓狀態嘅一大因素，亦係好多時被忽略嘅情感。

希望今次嘅資訊都可以令作為消費者嘅我地，更加明白服務業員工嘅工作情況啦～多一點體諒，多一點尊重，多一份溫暖(。'▽'。)♡

#emotionallabour



#### 4. 介紹遊戲治療（影片）

##### ／ Emologue · Introducing PLAY THERAPY

我們非常榮幸邀請到遊戲治療師張崇謙先生為我們合辦遊戲治療工作坊。張先生除了是遊戲治療師，亦是一位性格分析認可培訓師，在輔導及培訓方面有十分豐富的經驗，曾為為數不少人士提供幫助，成效非常顯注。

張先生：「遊戲治療可以提供一個完全屬於參加者的空間，在這個空間內參加者想怎樣玩都可以。」

通過是次活動，我們希望參加者能在相較輕鬆的環境中舒解積累的壓力、發掘潛能、提升自尊、增加自信及成就感、及增加情感上正向的聯結等，同時在過程中享受樂趣。

[#playtherapy](#)

影片連結: <https://www.facebook.com/EmologueHK/videos/175021606744741/>

## 五、 分享文章

我們亦透過分享其他不同專頁的文章，豐富我們自己專頁的內容。在文章或者短片的選擇上，我們亦會選擇圖文並茂的文章進行分享，並且將文章的內容連結至香港服務業員工的情緒勞動問題之上，讓社會大眾反思自己的日常行為並且靈活運用情緒勞動、顧客不公平行為等概念與日常生活之中。亦嘗試拓展我們所關注的情緒勞動問題於社會、政治、制度、歷史層次，加強反思以及鼓勵實踐。

### 1. 顧客不公平行為之非廣告轉載（影片）

#### ┃ 顧客不公平行為之非廣告轉載

近排毛台劇《我殺死了尊貴客戶》裏面嘅《西客5大金句》好似同我哋之前介紹過嘅五種顧客不公平行為（言語冒犯者、求全責備者、規則破壞者、投機取巧者、退貨愛好者）不謀而合啲！大家都一齊搵下究竟有邊幾種？

#### ┃ 活動推介：遊戲治療－與自身情緒對話（In Dialogue with our Emotions）

除了服務業員工產生負面情緒和壓力的原因，我們Emologue也十分關注情緒本身，而它們是需要被疏導和解決的，因此，我們即將舉辦遊戲治療活動，期望為服務業員工提供實際幫助。

活動名稱：遊戲治療體驗工作坊

日期：2018年10月5日及10月19日（只需出席其中一天）

時間：第一時段：1000 - 1200 / 第二時段：1630 - 1930（只需出席其中一節，約一小時）

地點：循理會門青少年綜合服務中心（田景路31號）

費用：\$50（讚好Emologue專頁及在此帖子tag三名好友，則可免費參加）

<https://docs.google.com/.../1renE6C1KVSWDMB5XGB2ARjQXyibwHHyX...>

影片連結:

<https://www.facebook.com/100most/videos/1975572402499052/UzpfSTU4MjkwOTk5NTQ2MTA2MDo1OTQwOTE5NTQzNDI4NjQ/>

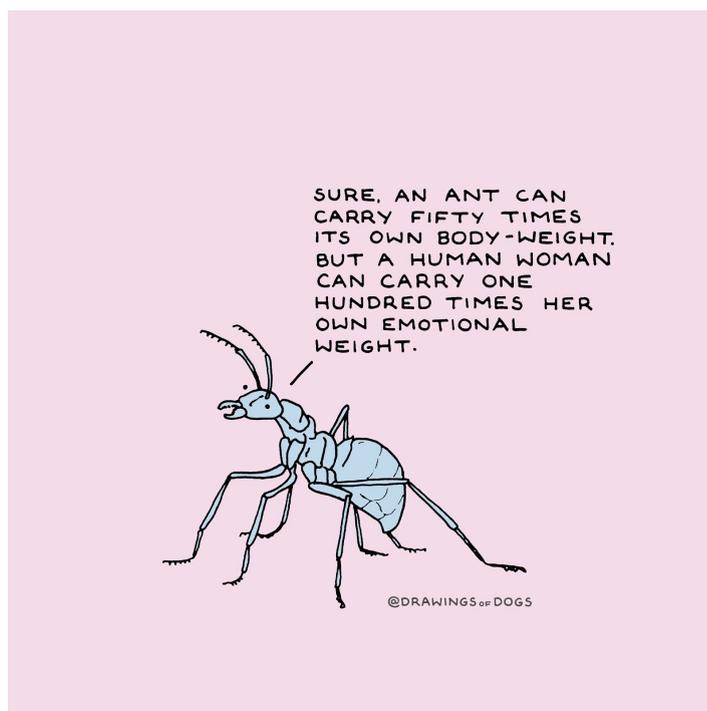
### 2. 情緒勞動之生活日常轉載（漫畫）

#### ┃ 情緒勞動之生活日常轉載

其實除左喺職場之外，情緒勞動仲會出現喺家庭、學校、各種關係之中，我哋又看得見多少？

*/I want to talk about emotional labour because it's one of the many things that was invisible before someone else did the work of making it visible to me./*

Credit to [Drawings of Dogs](#)



### 3. 情緒勞動、情感與政治（文章）

#### ┃ 文章轉載：情緒勞動、情感與政治

情緒作為一個課題於西方已有很多的討論，亦蔚為顯學的情感研究。讓我們一起從文章中學習，以「情緒」為我們人生的課題。

//寫字樓職員需要長期保持冷靜，而服務性行業則跳到另一極端，動輒發揮情感服務顧客。此說法出自另一位社會學家霍希爾德（Arlie Hochschild）的經典著作《被管理的心靈》（The Managed Heart）。她用上異化（estrangement）一字形容「情緒勞動」（emotional labour）——為了迎合顧客，就連本屬私人的情感也被商品化，情感不再由自我出發。例如迪士尼服務員需要接受笑容訓練，將之標準化，這些都屬於情緒勞動。霍希爾德說，這種形式的情緒是很淺薄的（thin），並且減弱自我與他者的連繫，更加劇了馬克思說的勞動異化問題。//

Credit to [虛詞. 無形](#)



## 六、 行動體驗分享

最後，在考察以及活動後，我們及考察隊隊員撰寫有關考察的匯報，考察隊隊員除了是活動參加者，或許也有與情緒勞動、職場壓力相關的工作經歷，使「Emologue」將成為他們分享個人化的體會和反思的平台，亦作為我們活動後的一個行動記錄。

### 1. 人在職場行動體驗分享

**Emologue特約：商場導覽圓滿結束。**

抱著以「讓人的身份和價值被看見」為此行動的理念，並致力重修顧客和服務提供者之間的關係嘅意志，我哋今日同八位參加者一齊走入沙田新城市廣場嘅一田百貨以及Uniqlo進行考察。

期間，我哋透過化身顧客分別觀察了職工在不同職場制度和環境中的工作實況及情緒表現。希望我們的介紹及導覽手冊，可以為參加者提供另類視角，讓大家看見職工的處境和需要，認識更多有關顧客不公平行為和反思「顧客」的心態和權限。

[#InDialogueWithEmotion](#)

[#SocialEntrepreneurship](#)

[#ShoppingMallFieldTrip](#)

[#GameTherapy](#)

---

**活動推介：遊戲治療－與自身情緒對話（In Dialogue with our Emotions）**

除了服務業員工產生負面情緒和壓力的原因，我們Emologue也十分關注情緒本身，而它們是需要被疏導和解決的，因此，我們即將舉辦遊戲治療活動，期望為服務業員工提供實際幫助。

活動名稱：遊戲治療體驗工作坊

日期：2018年10月5日及10月19日（只需出席其中一天）

時間：第一時段：1000 - 1200 / 第二時段：1630 - 1930（只需出席其中一節，約一小時）

地點：循理會門青少年綜合服務中心（田景路31號）

費用：\$50（讚好Emologue專頁及在此帖子tag三名好友，則可免費參加）

<https://docs.google.com/.../1renE6C1KVSWDMB5XGB2ARjQXyibwHHyX...>



## 2. 遊戲治療體驗分享

**Emologue特約：遊戲治療工作坊圓滿結束！**

感謝大家的關注和支持，合共兩節的遊戲治療體驗工作坊已圓滿結束！♡

是次工作坊有幸獲得參加者們的好評♡能夠為服務業員工提供多一個情緒和壓力的出口，是Emologue成員所樂見的，我們會繼續努力為大家發佈職場相關資訊，請繼續關注Emologue:D

[#InDialogueWithEmotion](#)

[#SocialEntrepreneurship](#)

[#PlayTherapy](#)



## I 數碼行銷策略

正如上一部份的具體展述，在這一部份將再一次歸納我們在Facebook以及Instagram專頁所運用的數碼行銷策略：

### 1. 數碼行銷策略—發佈形式

- 以劃一的商標、選色以及字體，建立企業形象
- 配合香港人急速的生活節奏，每篇文章的長度以五百字以內
- 以圖文並茂的形式，加入影片等多元化的形式加強文章的吸引力
- 以互動貼文形式與用家作出互動
- 善用#HashTag功能

### 2. 數碼行銷策略—更新頻率

- 更新頻率保持一定程度的活躍
- 出帖子的時間都選在晚上10:00 – 11:00之間最多人瀏覽的時間發佈
- 以一日發文一次的原則，匯報研究以及活動所得
- 不定期轉發相關職場資訊，至少一周一則

### 3. 數碼行銷策略—宣傳及推廣

- 邀請facebook上其他與職場有關的專頁互相追蹤，如「放工打工仔撐未放工打工仔」facebook專頁進行宣傳
- 透過轉換核心成員的頭像以及封面照片以獲取更多人關注Emologue專頁
- 為增加大眾的參與和投入，在專頁運作順暢後，會加入投票環節，加強貼文的互動性，並由網友一起選出需要重點關注的行業



## 三、專頁成效

先從各帖子的接觸人數檢視Facebook以及Instagram平台到今天為止的宣傳成效。Facebook與Instagram專頁分別的讚好及粉絲總數為192和81，而Facebook專頁每天的總瀏覽人數最高即達到62人。而以下將會分別列出Facebook及Instagram專頁上獲得最多瀏覽及互動次數的貼文：

#### Facebook—EmologueHK專頁

已發佈的帖子	接觸範圍	心情、回應和分享
█ Emologue活動：第一彈商場導覽	559	20
█ 情緒勞動	744	61
█ Emologue · 我哋想做啲咩	459	31

22:09	 坊圓滿結束！感謝大家的關注和			120		4	
2018-10-22 11:37	 情緒勞動之生活日常轉載 其實除左睇職場之外，情緒勞動仲會			44		8 3	
2018-10-15 21:49	 Emologue · Share your story with us 歌仔都有唱：「我地呢班			111		8 8	
2018-10-11 22:46	 Emologue · Introducing PLAY THERAPY 我們非常榮幸邀請到			118		13 8	
2018-10-10 23:01	 顧客不公平行為之非廣告轉載 近排毛台劇《我殺死了尊貴客			50		12 6	
2018-10-9 22:34	 Emologue · Vote to show you care 根據政府統計處公佈的《服			115		6 13	
2018-10-7 22:08	 Emologue特約：商場導覽圓滿結束。抱著以「讓人的身份和價			157		77 15	
2018-10-6 22:11	 Emologue活動第二彈：遊戲治療 遊戲治療－與自身情緒對話			156		6 13	
2018-10-5 22:34	 Emologue · Emotional labour in Hong Kong 「究竟服務業員工			159		17 9	
2018-10-4 22:45	 情緒勞動 我地又有另一個terms 介紹啦~~~~ 今次要介紹嘅係情緒			744		78 61	
2018-10-3 23:03	 顧客不公平行為 唔知道大家有冇聽過顧客不公平行為呢個term			140		4 14	
2018-10-2 23:13	 Emologue · 我哋想做啲咩 「我哋想重新看見身邊服侍我哋嘅人			459		118 31	
2018-10-1 22:31	 Emologue活動第二彈：送暖行動 「服務提供者」與「顧客」只			125		2 9	
2018-9-26 22:01	 Emologue活動：第一彈商場導覽 人在職場－顧客和服務業員工			559		74 20	

### Instagram – EmologueHK專頁

已發佈的帖子	讚好	瀏覽次數
Emologue · 我哋想做啲咩	14	106
Emologue特約：商場導覽圓滿結束。	19	/
文章轉載：情緒勞動、情感與政治	14	/

由此可見，emologue專頁在短短上星期中發佈的帖子接觸範圍頗為廣闊。在沒有付費宣傳的情況底下，最多亦可達至高達744人的接觸人數，同時都得到不少人分享貼文以及讚好。值得一提的是，當我們把專頁張貼在「放工打工仔撐未放工打工仔」時有幸得到程展緯先生的關注並留言：「我也是受很多人啟發，同學畢業前也就是進入職場前的時刻，我想這個final project可以是很好的職前反思，精神健康在香港很早就列入職安健的範圍，然而政府相對的政策接近零，多人關注很重要，加油！」支持我們的活動並讚好Emologue專頁，隨後也有不少他們專業的打工仔讚好我們的專頁，令我們十分鼓舞。



Louie Yan

10月21日

【One like = One support】

我哋係emologue 📍 受到程展緯先生嘅breakazine有關打工仔撐打工仔嘅分享所啟發，我哋一班來自中大伍宜孫書院嘅Final year學生決定以Final year project名義為香港服務業員工情緒勞動問題打拼 🥰🥰  
邀請大家同我哋一齊關注關於情緒嘅故事！

Give us a like & follow ❤️

Facebook:

<https://www.facebook.com/EmologueHK/...>

Instagram:

<https://www.instagram.com/emologuehk/?hl=zh-tw>



Ching Chin Wai、Apple Xiao 和另外 5 人

1個回應



讚好



回應



分享



Ching Chin Wai 📍 我也是受很多人啟發，同學畢業前也就是進入職場前的時刻，我想這個final project可以是很好的職前反思，精神健康在香港很早就列入職安健的範圍，然而政府相對的政策接近零，多人關注很重要，加油！

勁正 · 回覆 · 6週

1

Louie Yan已回覆 · 1則回覆



發表回應.....



此外，Emologue專頁的實際表現亦能夠符合我們的預期成效，就是在社會層面上透過貼文以及兩個常規活動：商場導覽實地考察以及遊戲治療工作坊，喚起市民大眾對服務業員工所面對的制度性及情緒性問題的關注，尊重和禮待服務提供者，減少顧客的不公平行為及對服務提供者的情緒勞動，緩和服務業員工與顧客之間的緊張關係。

#### 四、專頁的可行性

至於Facebook以及Instagram平台的可行性在未來發展是樂觀的。因為現時兩個平台在還未有實行任何付費宣傳的情況下已經可以獲得上200人的關注，相信為往下的宣傳工作打好了根基。Instagram的專頁最近更切換為商業模式，張可為我們提供更詳盡的洞察報告，在未來制訂更有效的發文模式。透過付費宣傳，Facebook以及Instagram平台的接觸人數將可拓寬至社會不同階層，而且費用亦不過是\$20 - \$100不等，具有相當的可行性。

在吸引力方面，「Emologue」作為一個集資訊發佈、活動推廣、溝通功能三者於一身的一個綜合式平台，不同於設計定位單一的平台，能滿足不同用家的不同需求。在未來的發展中亦可加入如無型虛詞、隱形香港及Breakazine等動態消息的分享以及影片製作，增加可以接觸到的人數，提升關注。

在獨特性方面，在目前的社會上，暫時未有其他與我們同類型的平台，有其不可取代性，相信能在眾多網絡資訊中脫穎而出。

## **五、專頁的可持續性**

Emologue Facebook以及Instagram平台的長遠發展中將更靈活運用專頁管理技巧。透過分析後台數據，例如接觸面，互動量，受眾年齡層等，並分享有啟發性和切身的內容，發佈有質量的帖子，保持話題性。

在未來的發展中我們預期專頁的關注人數持續增加，增加影響力，有利推廣我們的理念。其次，亦希望透過專頁以及推廣我們的理念更多人願意加入我們的考察組，並成為核心成員共同擴展我們的社企發展，並提供重要的人力資源。

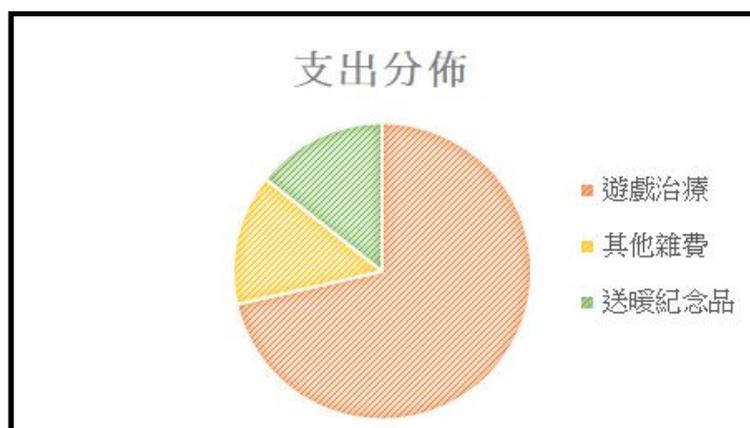
## ● 財政預算

### 先導計劃



### 長遠計劃

上圖是我們的實際運行財政收入圖。箭嘴上的數字是這次先導計劃的實際收入流程：參加遊戲治療的服務業員工向我們支付\$50的遊戲治療費用，我們作為中介把該費用轉交給與我們合作的遊戲治療師張崇謙先生。由於是先導計劃，我們並沒有收取任何收入。而箭嘴下方的數字是長遠計劃中的運行模式，客人支付\$80的費用，我們作為中介，將其中\$50交給遊戲治療師，而其中\$30則作為中介費，以用作其他開銷。



以上是我們運營的支出分佈，我們的收入在圖中包含了要轉交給遊戲治療師的\$50。從圖表中，遊戲治療師的工資是我們最大的開銷，佔總支出的65.5%。送暖紀念品以及其他雜費則平分我們的餘下開支，兩者分別為皆18.75%。

**● 內部分工**

商場導覽：二人 張穎怡 杜婉怡	負責事項： 設計及完善導覽手冊 統籌當日活動 評估商場導覽成效
遊戲治療：二人 劉萬 林曉蕙	負責事項： 聯絡遊戲治療師 統籌活動 評估遊戲治療成效
網上平台：一人 雷恩	負責事項： 宣傳及管理平台事務 回覆查詢 分析數據調整宣傳方向

## ● 從往屆的報告學習及結語

我們Emolouge學習的報告是去年的貓廬 Meowseum。從他們的報告初稿中可見，他們透過介紹成立貓廬的意義以及分享貓隻在咖啡室內的日常生活，令更多人在短時間內認識貓廬。從中我們獲得的啟示是：意義有價。我們發現人們喜歡關注一些在意念上有所創新的活動，並且追求貼地，使大家有一種共同實現出來的感覺。因此在推廣層面上，我們可藉著從文字，圖片分享 Emolouge成立的原因、理念、近期活動、活動情況等，分享我們所做的事情的意義，用一種同行者的感覺生活化地分享我們的所思所想（也就是我們關注到的社會現況和想做一些事情來改變社會），慢慢地吸引大眾，把我們的理念宣揚出去。

除了宣傳方向上，我們Emolouge更希望可以做到更上一層樓，在使用facebook平台上，我們加運用數碼行銷策略，更有成效地讓發佈的影片和帖子接觸更多facebook使用者。這除了使更多公眾了解香港服務業員工情緒勞動情況，及職場壓力及負面情緒問題，當中更是觸及本身為服務業的受眾，及一向有關關注上述議題的人士，換句話說，成地地連結了更多相關人士。

另一方面，我們不只是單方面向外發佈資訊及活動概況，更是鼓勵接觸到的facebook大眾主動留言，跟我們及其他對議題感興趣的人士互相進行對話，他們更可主動發起相關關懷尊重服務業員工的活動，因此我們的facebook平台是一種以互動性為元素的媒體。

Emolouge的角色並非提供一幅完整的拼圖，去向大眾講述服務業員工的情緒問題，我們更是希望公眾在我們提供的框架下，本身自己可成為其中一塊拼圖，真接參與成為守護服務業員工的一分子，將這份尊重實踐及蔓延。

## ● 參考資料

Alter, S. K. (2006). Social Enterprise Models and Their Mission and Money Relationships. In A. Nicholls (ed.), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press, 205-232.

David Johnson, (2001) "What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organisations", *Industrial and Commercial Training*, Vol. 33 Issue: 4, pp.135-140, <https://doi.org/10.1108/00197850110395245>

Frey, D. E.(1994). The use of play therapy with adult. In K. J. O'Connor & C. E. Schaefer (Eds.), *Handbook of Play Therapy* (pp.189-206). NY: John Willy & Sons.

Grandey A A. (2000). Emotion Regulation in the Work place: A New Way to Conceptualize Emotional Labour. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1): 95-110.

Grandey, Alicia A, David, N D, and Hock-Pen,S. (2004). The customer is not always right:Customer aggression and emotion regulation of service employees. *Journal of Organizational Behavior* , 25(3):397-418.

Jon-Arild Johannessen, Bjørn Olsen, G.T. Lumpkin, (2001) "Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom?", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 4 Issue: 1, pp.20-31, <https://doi.org/10.1108/14601060110365547>

Kanter, R.M. (1983). *The change masters*. New York: Simon and Schuster.

Landreft, G. L. (2002). *Play Therapy: The Art of the relationship* (2nd ed.). Muncie, IN: Accelerated Development Inc.

OConnor, K. J., Schaefer, C. E., & Braverman, L. D. (2016). *Handbook of play therapy*. Hoboken: Wiley.

Schaefer, C. E. (2003). *Play therapy with adults*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Ward-Wimmer, D. (2003). Introduction: The healing potential of adults at play.

工聯職安健協會（2017）。香港在職人士工作壓力調查。香港: 工聯職安健協會。

文羨怡（2017年11月）。服務業前綫缺人3招留才企業互換員工取經擴眼界學對應。香港: 香港經濟日報。

李立耀；孫魯敬；楊家海（2015）。社交網絡研究綜述, 計算機科學, Vol.42(11), pp.8-21.

政府統計處（2017）。2016年中期人口統計:統計圖解。香港：政府統計處。

政府統計處（2018）。香港2016年中期人口統計- 主題性報告:青年。香港：政府統計處。

勞工及福利局（2015）。2022年人力資源推算報告。香港: 勞工及福利局。

曾仁美（2006）。成人遊戲治療初探。諮商與輔導 (248), 38-41。

潘姿玲（2010）。團體遊戲治療介入在改變養護機構老人的衰弱, 活力與快樂之成效。高雄醫學大學護理學系研究所學位論文, 1-94。

Breakazine團隊（2018）。《[Breakazine 052 職場臥底行動](#)》。香港：突破出版社

10個港人7個常用fb. (2018, April 15). Retrieved from <https://news.mingpao.com/pns/%E6%B8%AF%E8%81%9E/article/20180415/s00002/1523729067855/10%E5%80%8B%E6%B8%AF%E4%BA%BA-7%E5%80%8B%E5%B8%B8%E7%94%A8fb>

[2019行銷趨勢一上] 社交平台、KOL和集客式行銷成2019數位行銷決定性因素！(2018, November 15). Retrieved from <https://shopline.hk/blog/2018-marketing-trends-part1/>

- 附錄

送暖行動心意卡：



商場導覽手冊（一田）：

## 商場導覽電子手冊：一田百貨

### 商場導覽 - 活動簡介

此活動由Emologue團隊策劃，是「人在職場」行動的首個項目。結合送暖項目和Facebook專頁的互動平台，致力重修顧客和服務提供者之間的關係，令兩者之間能重新展開對話。

Emologue團隊以「讓人的身份和價值被看見」為商場導覽的理念，提供另類視角，讓大家看見服務性行業員工的處境和需要，反思「顧客」的心態和權限。

我們期望參加者在是次活動中能重點觀察以下三方面：

1. 服務性行業的職場制度和工作環境
2. 服務性行業員工的工作實況及情緒表現
3. 觀察員工和顧客的關係及相處模式

（備註：大型商場是現今較常見的工作環境，服務性工種較多，員工需不斷重複特定語句及動作，被要求保持微笑，比其他行業涉及更多情緒勞動，故我們選擇在大型商場進行商場導覽。）



下一個

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 商場導覽電子手冊：一田百貨

\*必填

### 觀察點一：產品推銷員

#### 活動簡介

我們以「讓人的身長和價值被看見」為此行動的理念，並致力重新塑造和服務提供者之間的關係。大型商場是現今較常見的工作環境，服務性工種較多，員工需不斷重複特定語句及動作，過程中保持微笑，比其他行業涉及更多機械勞動，故我們選擇在大型商場進行商場導覽。

#### 工作內容

員工每分鐘平均接待多少顧客？\*

您的答案

員工有否重複特定招呼句子？\*

- 有  
 沒有

重複特定語句的次數\*

您的答案

員工當中有否間歇性休息？\*

- 有  
 沒有

員工是否需要主動推銷客人？\*

- 需要  
 不需要

#### 工作環境

工作環境的人流\*

	1	2	3	4	5	
少	<input type="radio"/>	多				

你認為工作人手充足嗎？\*

- 足夠  
 欠缺

員工工作時有否受監督 (E.g. 其上级)？\*

- 有  
 沒有

## 員工跟顧客的互動

服務業員工有否在工作時保持微笑？\*

	1	2	3	4	5	
幾乎沒有	<input type="radio"/>	經常				

服務業員工有否在工作時進行情緒管理？\*

- 有  
 沒有

顧客的態度\*

	1	2	3	4	5	
不友善	<input type="radio"/>	友善				

顧客有否在等待服務時表現不耐煩？\*

- 沒有  
 有 (比較少顧客在等待服務時表現不耐煩)  
 有 (比較多顧客在等待服務時表現不耐煩)

顧客有否在言語上訓斥服務業員工？\*

- 沒有  
 有

如有，請簡單敘述。

您的答案

如有，請簡單敘述。

您的答案

觀察期間有否遇到以下顧客？\*

- 言語冒犯者 (這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至毆罵等。)
- 推全責備者 (這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。)
- 規則破壞者 (這類顧客漠視企業的規則，只希望按照自己的喜好和要求享受服務，給企業和員工製造麻煩。)
- 投機取巧者 (這類顧客在服務出現問題時，傾向於誇大問題，並要求企業對其進行高額賠償。)
- 退貨愛好者 (這類顧客喜歡在購買商品後，抓住退貨政策中的漏洞，要求退貨及全額退款。上述研究描述了顧客不公平行為的表現。)
- 沒有

返回

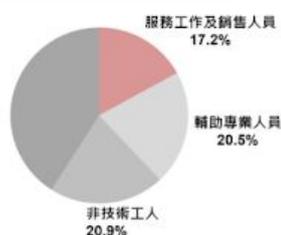
下一個

## 本港服務性行業現況簡介

在第一節的觀察，相信你對銷售員及理貨員的工作了解更多，並留意到他們和顧客的互動方式。而在進行第二節的觀察前，Emologue想先為你簡介本港服務性行業的現況，以更宏觀的視點去理解服務業人員所面對的問題。

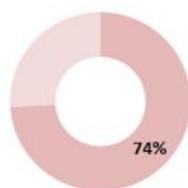
根據政府統計處《2016年中期人口統計：統計圖解》，「服務工作及商店銷售人員」為香港第三大職業組別，現時該組別總勞動人口僅次於非技術工人和輔助專業人員，由此可見，從事服務業的勞動人口甚多。

### 香港服務業人口之多



政府統計處。(2017)。《2016年中期人口統計：統計圖解》。  
香港：政府統計處。

而工聯職安健協會2017年《香港在職人士工作壓力調查》的「香港在職人士工作壓力調查報告」顯示，多於七成服務性行業受訪者表示零售或餐飲侍應工作使其感受到沉重壓力，見出其精神健康問題的隱存。

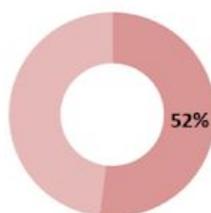


### 表示壓力沉重受訪者

工聯職安健協會。(2017)。《香港在職人士工作壓力調查》。香港：工聯職安健協會。

## 無標題的標題

而據香港僱傭顧客服務協會聘任委員的數據亦顯示，多於一半(52%)服務業人員亦反映面對顧客時其不合理要求為工作壓力的一大源頭，此更可見協會的態度對於服務業員工負面情緒問題有著不容忽視的關鍵性。



### 工作壓力來源：處理來自顧客的無理訴求

文美怡。(2017年11月23日)。《服務業前綫 缺人3招留才企業互換員工取經驗眼界學對應》。  
香港：香港經濟日報。

[返回](#)

[下一個](#)

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 觀察點二 - 秀吉收銀員

## 活動簡介

我們以「客人的期待和期望管理」為我們的核心理念，並致力重新塑造和優化消費者之間的關係。大型商場是其中較常見的工作環境，服務的工作較多，員工需不斷維持在壓力及動力，被要求保持微笑，比其他的員工及應付複雜的動，亦比們更難在大眾與零售進行高質溝通。

## 工作內容

試記錄兩分鐘內收銀員服務人次\*

您的答案

如有特別情況（個別顧客用時較長），請記錄

您的答案

員工有否重複特定招呼句子？\*

- 有  
 沒有

重複特定語句的頻率\*

最少  1  2  3  4  5 經常

收銀員需要處理除收銀以外的其他工作嗎？\*

- 需要  
 不需要

如需處理其他任務，請描述

您的答案

你認為工作人手充足嗎？\*

- 足夠  
 欠缺

## 工作環境

工作環境的人流\*

少  1  2  3  4  5 多

員工工作時有否受監督 (E.g. 其上司)\*

- 有  
 沒有

## 員工與顧客的互動

服務某員工有否在工作時保持微笑？\*

幾乎沒有  1  2  3  4  5 經常

服務某員工有否在工作時進行情緒管理？\*

- 有  
 沒有

顧客的態度？

	1	2	3	4	5	
不滿意	<input type="radio"/>	滿意				

顧客有否在等待服務時表現不耐煩？\*

- 沒有
- 有（比較少顧客在等待服務時表現不耐煩）
- 有（比較多顧客在等待服務時表現不耐煩）

顧客有否在言語上譴斥服務業員工？\*

- 沒有
- 有

如有，請簡單敘述。

其他答案

---

顧客間有沒有衝突（例如：插隊）需服務業員工處理？

- 沒有
- 有

如有，請簡單敘述。

其他答案

---

請記錄每分鐘內，有多少顧客說了「謝謝」、「唔該」等積極性用語？

其他答案

---

對於有說「謝謝」和沒有說「謝謝」的顧客，服務業員工的態度有分別嗎？\*

- 有
- 沒有

有何分別

其他答案

---

員工當中有否開敬性休息？\*

- 有
- 沒有

觀察期間有否遇到以下顧客？

- 言語粗魯者（這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上譴斥、辱罵甚至毆罵等。）
- 不負責任者（這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。）
- 規則破壞者（這類顧客藐視企業的規則，只希望按照自己的進行和表示享受服務，對企業制員工造成麻煩。）
- 投機取巧者（這類顧客在服務出現問題時，懶於說明大問題，並要求企業對其進行罰款賠償。）
- 消費愛好者（這類顧客喜歡在購買商品後，便在消費程序中的漏洞，要求退還及全額退款，上述研究描述了顧客不公平行為的表現。）
- 沒有

返回

下一頁

## 商場導覽電子手冊：一田百貨

### 甚麼是情緒勞動？

在剛完成的兩節觀察中，我們留意到服務員的情緒表現及他們面對顧客時的反應和特定的對答，現在，Emologue會為你解釋甚麼是情緒勞動。

Hochschild AR. 在1979年提出情緒勞動的概念（其論文：Emotion work, feeling rules, and social structure. *American Journal of Sociology*,85:551-575.），她把情緒勞動定義為「為產生一種公眾能觀察到的面部或身體表情所做出的情緒管理。」這個概念表明員工不但要完成自己的智力勞動和體力勞動，還要把管理自己的情緒當作工作內容的一部分。

### 企業透過制定規則來控制員工的情感

Hochschild AR. 提出：在服務交往過程中，服務人員較自發地表達出組織所需的某種情感，為了保持良好的顧客關係，企業便會透過制定規則來控制員工的情感。另一位學者GRANDEY AA.進一步指出，服務人員的工作環境具有以下三個特點：

- 一、與顧客接觸的頻率高、時間長；
- 二、員工需要根據企業的情感規則來表現顧客需要的情感上；
- 三、員工缺乏情感表現自主權。

由此，即使顧客的行為會讓員工心裡覺得委屈、鬱悶、不服氣，但他們不一定會直接表現出來，而是按照企業的情感表現規則來調節自己的情感。員工為了符合企業要求而調節情感、表達情感的過程即為「情緒勞動」。

[返回](#)[下一個](#)

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 商場導覽電子手冊：一田百貨

\*必填

### 觀察點三：熟食服務員

#### 活動簡介

我們以「讓人的身份和價值被看見」為此行動的理念，並致力重修顧客和服務提供者之間的關係。大型商場是現今較常見的工作環境，服務性工種較多，員工需不斷重複特定語句及動作，被要求保持微笑，比其他行業涉及更多情緒勞動，故我們選擇在大型商場進行商場導覽。

#### 工作內容

##### 試記錄熟食服務員的工作流程 \*

您的答案

##### 員工有否重覆特定招呼句子？ \*

- 有  
 沒有

##### 重覆特定語句的次數 \*

您的答案

##### 員工當中有否間歇性休息？ \*

- 有  
 沒有

#### 工作環境

##### 工作環境的人流 \*

	1	2	3	4	5	
少	<input type="radio"/>	多				

##### 員工每分鐘平均接待多少顧客 \*

您的答案

##### 你認為工作人手充足嗎？ \*

- 足夠  
 欠缺

##### 人多時候排隊的狀況如何？ \*

	1	2	3	4	5	
有秩序	<input type="radio"/>	爭先恐後				

##### 員工工作時有否受監督 (E.g. 其上級) \*

- 有  
 沒有

## 員工跟顧客的互動

服務業員工有否在工作時保持微笑？\*

	1	2	3	4	5	
幾乎沒有	<input type="radio"/>	經常				

服務業員工有否在工作時進行情緒管理？\*

- 有
- 沒有

顧客的態度\*

	1	2	3	4	5	
不友善	<input type="radio"/>	友善				

顧客有否在等待服務時表現不耐煩？\*

- 沒有
- 有 (比較少顧客在等待服務時表現不耐煩)
- 有 (比較多顧客在等待服務時表現不耐煩)

顧客間有沒有衝突 (例如: 插隊)? \*

- 沒有
- 有

服務業員工有否被遷怒, 遭顧客言語上訓斥? \*

- 沒有
- 有

如有, 請簡單敘述狀況。(e.g. 當其他客人插隊, 被插隊的客人將此錯歸咎於服務員) 如有, 服務員有何情緒表現, 其有何應對方法。

您的答案

---

請記錄兩分鐘內, 有多少顧客說了「謝謝」、「唔該」等禮貌性用語\*

您的答案

---

## 商場導覽電子手冊：一田百貨

### 甚麼是顧客不公平行為？

也許你已經發現，每節觀察的最後一條問題都是：員工有沒有遇到以下類別的顧客？其實這問題與顧客不公平行為的現象有關。

學者Berry在2008年提出（其論文：Serving Unfair Customers [J]. Business Horizons, 51(1):29~37.）將顧客不公平行為定義為顧客沒有禮貌、無理、不尊重別人權利、製造不公平、對企業和員工(或其他顧客)造成傷害的行為。他指出，顧客不公平行為不同於其他不合法行為，即這些行為通常是不合情理的，但不一定是不合法的。

### 五類顧客不公平行為

Berry在研究中並未探討顧客不公平的構成維度，而是根據行為將不公平的顧客分為以下五類：

- 一、言語冒犯者。這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至謾罵等。
- 二、求全責備者。這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。
- 三、規則破壞者。這類顧客無視企業的規則，只希望按照自己的喜好和要求享受服務，給企業和員工製造麻煩。
- 四、投機取巧者。這類顧客在服務出現問題時，傾向於誇大問題，並要求企業對其進行超額賠償。
- 五、退貨愛好者。這類顧客喜歡在購買商品後，抓住退貨政策中的漏洞，要求退貨及全額退款。上述研究描述了顧客不公平行為的表現。

### 顧客不公平行為對員工的影響

根據另一位學者Grandey的情感調節過程模型，服務人員在遭遇某些事情後，會產生一系列的情感反應。他們認為，在工作環境中，人際矛盾、不文明事件及不公平事件都會引起員工的負面情感。在服務交往過程中，不單是員工之間，員工和顧客之間也可能出現矛盾爭執，處於不公平的狀態。當顧客做出一些對員工不公平的行為（如言語攻擊、行為冒犯、不理解員工、推卸責任等），員工可能會覺得委屈、鬱悶、厭煩、壓力、沮喪、憤怒等。

[返回](#)
[下一個](#)

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 商場導覽電子手冊：一田百貨

\*必填

### 觀察點四：清潔工人

#### 活動簡介

我們以「讓人的身份和價值被看見」為此行動的理念，並致力重修顧客和服務提供者之間的關係。大型商場是現今較常見的工作環境，服務性工種較多，員工需不斷重複特定語句及動作，被要求保持微笑，比其他行業涉及更多情緒勞動，故我們選擇在大型商場進行商場導覽。

#### 工作內容

請記錄兩分鐘內，有多少顧客說了「謝謝」、「唔該」等禮貌性用語\*

您的答案 \_\_\_\_\_

對於有說「謝謝」和沒有說「謝謝」的顧客，服務業員工的態度有分別嗎？\*

- 有  
 沒有

如有，有何分別

您的答案 \_\_\_\_\_

顧客離開時餐桌上的狀況\*

	1	2	3	4	5	
整潔	<input type="radio"/>	混亂				

工作環境的人流\*

	1	2	3	4	5	
少	<input type="radio"/>	多				

#### 工作環境

美食廣場內有多少清潔工人？\*

您的答案 \_\_\_\_\_

你認為工作人手充足嗎？\*

- 足夠  
 欠缺

員工工作時有否受監督 (E.g. 其上級)\*

- 有  
 沒有

## 員工跟顧客的互動

服務業員工有否在工作時保持微笑？\*

	1	2	3	4	5	
幾乎沒有	<input type="radio"/>	經常				

服務業員工有否在工作時進行情緒管理？\*

- 有
- 沒有

顧客的態度\*

	1	2	3	4	5	
不友善	<input type="radio"/>	友善				

顧客有否在等待服務時表現不耐煩？\*

- 沒有
- 有 (比較少顧客在等待服務時表現不耐煩)
- 有 (比較多顧客在等待服務時表現不耐煩)

員工當中有否間歇性休息？\*

- 有
- 沒有

需清潔頻率 (7分鐘內大約有多少檯) \*

您的答案 \_\_\_\_\_

你認為工作量合理嗎

- 不合理 (太少)
- 不合理 (太多)
- 合理

觀察期間有否遇到以下顧客\*

- 言語冒犯者 (這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至毆罵等。)
- 求全責備者 (這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。)
- 規則破壞者 (這類顧客無視企業的規則，只希望按照自己的喜好和要求享受服務，給企業和員工製造麻煩。)
- 投機取巧者 (這類顧客在服務出現問題時，傾向於誇大問題，並要求企業對其進行超額賠償。)
- 退貨愛好者 (這類顧客喜歡在購買商品後，抓住退貨政策中的漏洞，要求退貨及全額退款。上述研究描述了顧客不公平行為的表現。)
- 沒有

返回

下一個

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 商場導覽電子手冊：一田百貨

\*必填

個人資料（我們不會向第三方透漏你的個人資料）

請問你有沒有工作經驗？ \*

- 有
- 沒有

承上題，如有，是何種工作？

您的答案 \_\_\_\_\_

你的電郵

您的答案 \_\_\_\_\_

是否願意收到活動推廣？

- 願意
- 不願意

返回

提交

請勿透過 Google 表格提交密碼。

商場導覽手冊 (Uniqlo) :



## 商場導覽電子手冊：UNIQLO

\*必填

### 觀察點一：近門口銷售員/理貨員

銷售員及理貨員是服務性行業常見工種之一，其工作表現直接影響顧客的購物體驗和企業形象，故此，大多企業都會為前線員工制訂員工手冊，要求員工符合工作流程並表現特定情感。

### 觀察項目一：工作性質及內容

UNIQLO對員工的要求（來源：UNIQLO官方網站－招聘頁面）



**UNIQLO公平及準確地評價你的努力。**

UNIQLO 不分種族、宗教、膚色、出身地、婚姻狀況、性別、健康、年齡，UNIQLO一視同仁，公平、準確地評價你的工作，無論是不同工作的範圍，你對他人的關心、微笑、打招呼等，都會獲得評價。而最重要的是你的「幹勁」。不論是全職或兼職員工，我們對你的承諾是：你付出的越多，可發揮的機會就越多。

1. 請簡述員工的工作內容及流程。\*

您的答案

2. 員工有沒有需要重複的特定招呼／對答語句？\*

- 有  
 沒有

3. 如有，請寫下其語句。

您的答案

4. 員工需重複特定語句的次數（請計時三分鐘，數出重複次數）。\*

您的答案

5. 員工每分鐘平均服務／接待多少顧客（請計時三分鐘，數算平均接待次數）。\*

您的答案

6. 工作環境的人流。\*

- |   |                       |                       |                       |                       |                       |   |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---|
|   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |   |
| 少 | <input type="radio"/> | 多 |

7. 你認為此崗位的人手充足嗎？\*

- 足夠
- 欠缺
- 過多

8. 員工有沒有主動向顧客推銷？\*

- 有
- 沒有

9. 員工是否需要兼顧其他崗位的職務？（例如收銀、更衣室等）

- 是
- 否

10. 員工工作時有沒有受到監督？（可參考下圖：UNIQLO的人事制度與職級說明）\*

- 有
- 沒有

UNIQLO的人事制度與職級說明（來源：UNIQLO官方網站—招聘頁面）



### 觀察項目二：員工的情緒表現

1. 員工在面對顧客時有沒有保持微笑？ \*

	1	2	3	4	5	
幾乎沒有	<input type="radio"/>	經常				

2. 員工在不需面對顧客時有沒有保持微笑？ \*

	1	2	3	4	5	
幾乎沒有	<input type="radio"/>	經常				

3. 請簡述員工在應對客人時的語氣和態度。 \*

您的答案

---

4. 你認為此員工有沒有在工作時進行情緒管理？ \*

- 有
- 沒有

承上題，為甚麼？ \*

您的答案

---

5. 你認為此員工的工作內容是否包括情緒勞動？（情緒勞動定義：）

- 是
- 否

承上題，為甚麼？ \*

您的答案

---

### 觀察項目三：員工跟顧客的互動

UNIQLO期望能提供的體驗 來源：UNIQLO官方網站（招聘頁面）



員工在這裡  
全是為了滿足顧客。

在 UNIQLO, 每位員工都為了迎接顧客而作出充分的準備, 目的是讓顧客可以自由地、盡情地享受購物的樂趣。最重要的是對顧客的殷勤款待。所謂「殷勤款待」就是「為了迎接顧客而作出充分的準備」。顧客對你的讚賞不會因著銷售額, 而是因著你所提供的「想你再來, 想再次與你見面」的笑容。

#### 1. 顧客的態度 \*

	1	2	3	4	5	
不友善	<input type="radio"/>	友善				

#### 2. 顧客有沒有在等待服務時表現不耐煩? \*

- 沒有
- 有 (比較少顧客在等待服務時表現不耐煩)
- 有 (比較多顧客在等待服務時表現不耐煩)

#### 3. 顧客有沒有在言語上給予員工壓力? \*

- 沒有
- 有

如有, 請簡單敘述。

您的答案

---

#### 4. 觀察期間員工有沒有遇到以下類別的顧客? \*

- 言語冒犯者 (這類顧客不尊重服務人員, 對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至毆罵等。)
- 求全責備者 (這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員, 推卸自己的責任。)
- 規則破壞者 (這類顧客無視企業的規則, 只希望按照自己的喜好和要求享受服務, 給企業和員工製造麻煩。)
- 投機取巧者 (這類顧客在服務出現問題時, 傾向於誇大問題, 並要求企業對其進行超額賠償。)
- 退貨愛好者 (這類顧客喜歡在購買商品後, 抓住退貨政策中的漏洞, 要求退貨及全額退款。)
- 沒有

返回

下一個

請勿透過 Google 表格提交密碼。

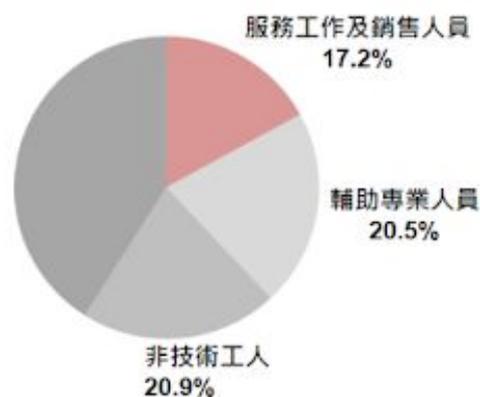
## 商場導覽電子手冊：UNIQLO

### 本港服務性行業現況簡介

在第一節的觀察，相信你對銷售員及理貨員的工作了解更多，並留意到他們和顧客的互動方式。而在進行第二節的觀察前，Emologue想先為你簡介本港服務性行業的現況，以更宏觀的視點去理解服務業人員所面對的問題。

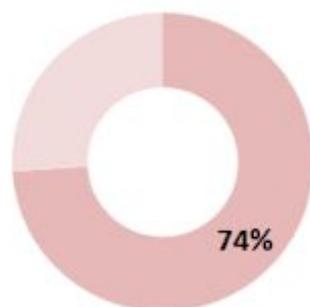
根據政府統計處《2016年中期人口統計：統計圖解》，「服務工作及商店銷售人員」為香港第三大職業組別，現時該組別總勞動人口僅次於非技術工人和輔助專業人員，由此可見，從事服務業的勞動人口甚多。

### 香港服務業人口之多



政府統計處，(2017)，《2016年中期人口統計：統計圖解》，香港：政府統計處

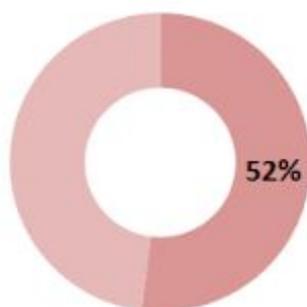
而工聯職安健協會2017年《香港在職人士工作壓力調查》的「香港在職人士工作壓力調查報告」顯示，多於七成服務性行業受訪者表示零售或餐飲侍應工作使其感受到沉重壓力，見出其精神健康問題的孳存。



### 表示壓力沉重受訪者

工聯職安健協會。(2017)。《香港在職人士工作壓力調查》。香港：工聯職安健協會。

而據香港優質顧客服務協會夥伴委員會的數據亦顯示，多於一半(52%)服務業人員亦反映面對顧客時其不合理要求為工作壓力的一大源頭，此更可見顧客的態度對於服務業員工負面情緒問題有着不容忽視的關鍵性。



### 工作壓力源頭：處理來自顧客的無理訴求

文羨怡。(2017年11月23日)。《服務業前綫  
缺人3招留才企業互換員工取經擴眼界學對  
應》。香港：香港經濟日報。

返回

下一個

## 商場導覽電子手冊：UNIQLO

\*必填

### 觀察點二：收銀員

從上一頁的數據和資料，我們了解到服務性行業整體正面對的壓力和情緒危機，這些壓力和情緒的來源與員工的工作要求及顧客的態度密切相關。現在，我們會前往下一個觀察點：收銀服務台。

#### 觀察項目一：工作性質及內容

1. 請簡述收銀員的工作內容及流程。\*

您的答案

---

2. 員工有沒有需要重複的特定招呼 / 對答語句？\*

有

沒有

3. 如有，請寫下其語句。

您的答案

---

4. 員工需重複特定語句的次數（請計時三分鐘，數出重複次數）\*

您的答案

---

5. 試記錄收銀員三分鐘內服務人次\*

您的答案

---

如有特別情況（個別顧客用時較長），請記錄

您的答案

---

6. 工作環境的人流\*

少  1  2  3  4  5 多

7. 你認為此崗位的人手充足嗎？\*

足夠

欠缺

過多

8. 員工當中有否間歇性休息？\*

- 有  
 沒有

9. 員工是否需要兼顧除收銀以外的職務？（其他崗位例如賣場接待、更衣室等）\*

- 是  
 否

如需處理其他任務，請描述

您的答案

---

10. 員工工作時有沒有受到監督？\*

- 有  
 沒有

#### 觀察項目二：員工的情緒表現

1. 員工在面對顧客時有沒有保持微笑？\*

	1	2	3	4	5	
幾乎沒有	<input type="radio"/>	經常				

2. 員工在不需面對顧客時有沒有保持微笑？\*

	1	2	3	4	5	
幾乎沒有	<input type="radio"/>	經常				

3. 請簡述員工在應對客人時的語氣和態度。\*

您的答案

---

4. 你認為此員工有沒有在工作時進行情緒管理？\*

- 有  
 沒有

承上題，為甚麼？\*

您的答案

---

### 觀察項目三：員工跟顧客的互動

#### 1. 顧客的態度 \*

	1	2	3	4	5	
不友善	<input type="radio"/>	友善				

#### 2. 請記錄兩分鐘內，有多少顧客說了「謝謝」、「唔該」等禮貌性用語 \*

您的答案 \_\_\_\_\_

#### 3. 對於有說「謝謝」和沒有說「謝謝」的顧客，服務業員工的態度有分別嗎？ \*

- 有
- 沒有

如有，請簡單敘述。

您的答案 \_\_\_\_\_

#### 4. 顧客有沒有在等待服務時表現不耐煩？ \*

- 沒有
- 有 (比較少顧客在等待服務時表現不耐煩)
- 有 (比較多顧客在等待服務時表現不耐煩)

#### 5. 顧客有沒有在言語上給予員工壓力？ \*

- 沒有
- 有

如有，請簡單敘述。

您的答案 \_\_\_\_\_

6. 顧客問有沒有衝突（例如：插隊）需服務業員工處理？\*

沒有

有

如有，請簡單敘述。

您的答案

---

7. 觀察期間員工有沒有遇到以下類別的顧客？\*

言語冒犯者（這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至謾罵等。）

求全責備者（這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。）

規則破壞者（這類顧客無視企業的規則，只希望按照自己的喜好和要求享受服務，給企業和員工製造麻煩。）

投機取巧者（這類顧客在服務出現問題時，傾向於誇大問題，並要求企業對其進行超額賠償。）

退貨愛好者（這類顧客喜歡在購買商品後，抓住退貨政策中的漏洞，要求退貨及全額退款。）

沒有

返回

下一個

## 商場導覽電子手冊：UNIQLO

### 甚麼是情緒勞動？

在剛完成的兩節觀察中，我們留意到服務員的情緒表現及他們面對顧客時的反應和特定的對答，現在，Emologue會為你解釋甚麼是情緒勞動。

Hochschild AR. 在1979年提出情緒勞動的概念（其論文：Emotion work, feeling rules, and social structure. *American Journal of Sociology*,85:551-575.），她把情緒勞動定義為「為產生一種公眾能觀察到的面部或身體表情所做出的情緒管理。」這個概念表明員工不但要完成自己的智力勞動和體力勞動，還需要把管理自己的情緒當作工作內容的一部分。

### 企業透過制定規則來控制員工的情感

Hochschild AR. 提出：在服務交往過程中，服務人員較自發地表達出組織所需的某種情感，為了保持良好的顧客關係，企業便會透過制定規則來控制員工的情感。另一位學者GRANDEY AA.進一步指出，服務人員的工作環境具有以下三個特點：

- 一、與顧客接觸的頻率高、時間長；
- 二、員工需要根據企業的情感規則來表現顧客需要的情感上；
- 三、員工缺乏情感表現自主權。

由此，即使顧客的行為會讓員工心裡覺得委屈、鬱悶、不服氣，但他們不一定會直接表現出來，而是按照企業的情感表現規則來調節自己的情感。員工為了符合企業要求而調節情感、表達情感的過程即為「情緒勞動」。

[返回](#)[下一個](#)

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 商場導覽電子手冊：UNIQLO

\*必填

### 觀察點三：試身室服務員

請前往下一個觀察點：試身室。

#### 觀察項目一：工作性質及內容

1. 請簡述試身室服務員的工作內容及流程。\*

您的答案

---

2. 員工有沒有需要重複的特定招呼 / 對答語句？\*

有

沒有

3. 如有，請寫下其語句。

您的答案

---

4. 員工需重複特定語句的次數（請計時三分鐘，數出重複次數）\*

您的答案

---

5. 試記錄試身室服務員三分鐘內服務人次\*

您的答案

---

6. 你認為此崗位的人手充足嗎？\*

- 足夠
- 欠缺
- 過多

8. 員工當中有否間歇性休息？\*

- 有
- 沒有

9. 員工是否需要兼顧除試身室服務以外的職務？（其他崗位例如賣場接待、收銀台等）\*

- 是
- 否

如需處理其他任務，請描述

您的答案

---

10. 員工工作時有沒有受到監督？\*

- 有
- 沒有

## 觀察項目二：員工的情緒表現

1. 員工在面對顧客時有沒有保持微笑？ \*

	1	2	3	4	5	
幾乎沒有	<input type="radio"/>	經常				

2. 員工在不需面對顧客時有沒有保持微笑？ \*

	1	2	3	4	5	
幾乎沒有	<input type="radio"/>	經常				

3. 請簡述員工在應對客人時的語氣和態度。 \*

您的答案

---

4. 你認為此員工有沒有在工作時進行情緒管理？ \*

- 有
- 沒有

承上題，為甚麼？ \*

您的答案

---

5. 你認為此員工的工作內容是否包括情緒勞動？

- 是
- 否

承上題，為甚麼？ \*

您的答案

---

### 觀察項目三：員工跟顧客的互動

#### 1. 顧客的態度 \*

	1	2	3	4	5	
不友善	<input type="radio"/>	友善				

#### 2. 請記錄兩分鐘內，有多少顧客說了「謝謝」、「唔該」等禮貌性用語？ \*

您的答案 \_\_\_\_\_

#### 3. 對於有說「謝謝」和沒有說「謝謝」的顧客，服務業員工的態度有分別嗎？ \*

- 有
- 沒有

如有，請簡單敘述。

您的答案 \_\_\_\_\_

#### 4. 顧客有沒有在等待服務時表現不耐煩？ \*

- 沒有
- 有 (比較少顧客在等待服務時表現不耐煩)
- 有 (比較多顧客在等待服務時表現不耐煩)

#### 5. 顧客有沒有在言語上給予員工壓力？ \*

- 沒有
- 有

如有，請簡單敘述。

您的答案 \_\_\_\_\_

6. 顧客多的時候排隊狀況如何？ \*

	1	2	3	4	5	
有秩序	<input type="radio"/>	爭先恐後				

7. 顧客間有沒有衝突（例如：插隊）需服務業員工處理？ \*

- 沒有
- 有

如有，請簡單敘述狀況。（例如：當其他客人插隊，被插隊的客人將此錯歸咎於服務員）如有，服務員有何情緒表現，其有何應對方法。

您的答案

---

8. 觀察期間員工有沒有遇到以下類別的顧客？ \*

- 言語冒犯者（這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至謾罵等。）
- 求全責備者（這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。）
- 規則破壞者（這類顧客無視企業的規則，只希望按照自己的喜好和要求享受服務，給企業和員工製造麻煩。）
- 投機取巧者（這類顧客在服務出現問題時，傾向於誇大問題，並要求企業對其進行超額賠償。）
- 退貨愛好者（這類顧客喜歡在購買商品後，抓住退貨政策中的漏洞，要求退貨及全額退款。）
- 沒有

返回

下一個

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 商場導覽電子手冊：UNIQLO

### 甚麼是顧客不公平行為？

也許你已經發現，每節觀察的最後一條問題都是：員工有沒有遇到以下類別的顧客？其實這問題與顧客不公平行為的現象有關。

學者Berry在2008年提出（其論文：Serving Unfair Customers [J]. Business Horizons, 51(1):29~37.）將顧客不公平行為定義為顧客沒有禮貌、無理、不尊重別人權利、製造不公平、對企業和員工(或其他顧客)造成傷害的行為。他指出，顧客不公平行為不同於其他不合法行為，即這些行為通常是不合情理的，但不一定是不合法的。

### 五類顧客不公平行為

Berry在研究中並未探討顧客不公平的構成維度，而是根據行為將不公平的顧客分為以下五類：

- 一、言語冒犯者。這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至謾罵等。
- 二、求全責備者。這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。
- 三、規則破壞者。這類顧客無視企業的規則，只希望按照自己的喜好和要求享受服務，給企業和員工製造麻煩。
- 四、投機取巧者。這類顧客在服務出現問題時，傾向於誇大問題，並要求企業對其進行超額賠償。
- 五、退貨愛好者。這類顧客喜歡在購買商品後，抓住退貨政策中的漏洞，要求退貨及全額退款。上述研究描述了顧客不公平行為的表現。

### 顧客不公平行為對員工的影響

根據另一位學者Grandey的情感調節過程模型，服務人員在遭遇某些事情后，會產生一系列的情感反應。他們認為，在工作環境中，人際矛盾、不文明事件及不公平事件都會引起員工的負面情感。在服務交往過程中，不單是員工之間，員工和顧客之間也可能出現矛盾爭執，處於不公平的狀態。當顧客做出一些對員工不公平的行為（如言語攻擊、行為冒犯、不理解員工、推卸責任等），員工可能會覺得委屈、鬱悶、厭煩、壓力、沮喪、憤怒等。

返回

下一個

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 商場導覽電子手冊：UNIQLO

\*必填

### 自由觀察：廣播頻率、前場員工、回應顧客查詢

1. 請留意及記錄廣播頻率、內容和廣播者的語調。 \*

您的答案

---

2. 前場員工之間的分工明確嗎？各分部（例如：男裝、女裝、兒童服飾、內衣）的人手分配是否合適？ \*

您的答案

---

3. 整體而言，你認為工作人手充足嗎？ \*

足夠

欠缺

4. 進行是次觀察時，整體人流次數： \*

	1	2	3	4	5	
少	<input type="radio"/>	多				

5. 請描述在回應顧客查詢時，整體員工的對答和情緒表現。 \*

您的答案

---

6. 請描述在面對員工時，整體顧客的對答和態度。 \*

您的答案

---

返回

下一個

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 商場導覽電子手冊：UNIQLO

\*必填

個人資料（我們不會向第三方透漏你的個人資料）

請問你有沒有工作經驗？ \*

- 有
- 沒有

承上題，如有，是何種工作？

您的答案

---

你的電郵 \*

您的答案

---

是否願意收到活動推廣？ \*

- 願意
- 不願意

Emologue團隊十分感謝 閣下參與是次導覽♡ 請跟隨領隊離開-

*Emologue*  
IN DIALOGUE WITH OUR EMOTIONS

返回

提交

請勿透過 Google 表格提交密碼。

## 商場導覽參加者評估問卷：

### 商場導覽問卷

你的觀察點

一田

Uniqlo

你認為活動在多大程度上讓你了解服務業員工的工作實況？

1      2      3      4      5

很小程度                                    很大程度

請簡述你認為活動所欠缺的地方以及改善建議(如有)

您的答案 \_\_\_\_\_

在參加活動前你發現服務業員工的情緒勞動的頻率是

1      2      3      4      5

從不                                    經常

你認為活動在多大程度上讓你了解服務業員工的情緒勞動？

1      2      3      4      5

很小程度                                    很大程度

請簡述你認為活動所欠缺的地方以及改善建議(如有)

您的答案 \_\_\_\_\_

你認為活動在多大程度上令你了解職員和顧客的關係及相處模式？

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

如回答低於3：請簡述你認為活動所欠缺的地方以及改善建議

您的答案

---

如回答高於或等於3：請簡述活動哪些部分能讓你對職員和顧客的關係及相處模式有所了解

您的答案

---

你認為活動在多大程度上為你提供了另類視覺，去觀察服務業員工的工作情況？

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

如回答低於3：請簡述你認為活動所欠缺的地方以及改善建議

您的答案

---

如回答高於或等於3：請簡述活動哪些部份為你提供了另類視覺，去觀察服務業員工的工作情況

您的答案

---

你認為活動在多大程度上令你反思顧客身為消費者的權限？

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

有何反思（如有）

您的答案

---

以下哪項(些)為不公平行為顧客

- 言語冒犯者
- 求全責備者
- 規則破壞者
- 投機取巧者
- 退貨愛好者

你作為顧客時曾否對服務業員工進行不公平行為？請簡述

您的答案

---

今後作為顧客你會否對顧客不公平行為有更多關注？

您的答案

---

今後作為顧客你會否減少顧客不公平行為

- 會
- 不會

下一個

請勿透過 Google 表格提交密碼。

你認為整個活動時長是否合適？

- 合適
- 過短
- 過長

你認為整個活動所涵蓋的內容是否足夠？

- 剛好
- 內容過多
- 內容空泛

你認為每一個觀察點的逗留時間是否足夠？

- 足夠
- 過短
- 過長

你認為商場導覽手冊起了多大的輔助作用？

1      2      3      4      5

沒什麼幫助

很大幫助

你認為商場導覽手冊中需填寫的內容量是否合適？

合適

過少

過多

有什麼希望領隊在導覽過程中增添的內容嗎？

您的答案

對此活動的其他任何意見/建議

您的答案

返回

提交

請勿透過 Google 表格提交密碼。

遊戲治療參加者評估問卷：

## 遊戲治療問卷

\*必填

### 第一部分：個人資料

此問卷收集的個人資料僅作研究用途，您的姓名及身份會被保密。

性別 \*

女

男

其他： \_\_\_\_\_

年齡 \*

您的回答 \_\_\_\_\_

目前職業（請簡述工作性質和內容） \*

您的回答 \_\_\_\_\_

曾否接受任何形式、針對職場壓力和情緒而設的輔導或治療？ \*

是

否

如有，請簡述其形式及成效（多大程度有助舒緩職場壓力和情緒）

您的回答 \_\_\_\_\_

繼續

## 第二部分：職場壓力和情緒來源

### 所在企業／公司對你的要求

1. 你所在的企業／公司有沒有要求你在工作時遵守特定的流程？\*

- 有  
 沒有

如有，請簡述

您的回答

---

工作的流程多大程度增添你在工作時的壓力和負面情緒？

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

2. 你所在的企業／公司有沒有要求你在工作時使用特定的對答語句，例如：您好、歡迎光臨等？\*

- 有  
 沒有

如有，請簡述

您的回答

---

使用特定的對答語句多大程度增添你在工作時的壓力和負面情緒？

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

3. 你所在的企業／公司有沒有要求你在工作時展露特定的表情或使用特定的語調？\*

- 有  
 沒有

如有，請簡述

您的回答

---

展露特定的表情或使用特定的語調多大程度增添你在工作時的壓力和負面情緒？

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

4. 工作時，有沒有上級監督你的工作？ \*

- 有
- 沒有

5. 你的工作表現會否被評審？ \*

- 會
- 不會

被上級監督或工作表現被評審多大程度增添你在工作時的壓力和負面情緒？

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

整體而言，你認為企業／公司的要求： \*

	1	2	3	4	5	
非常不合理	<input type="radio"/>	非常合理				

### 顧客的態度和行為

整體而言，你所遇到的顧客的態度： \*

	1	2	3	4	5	
非常惡劣	<input type="radio"/>	非常良好				

你遇過以下哪種顧客不公平行為？（可選多於一項） \*

- 言語冒犯者(這類顧客不尊重服務人員，對服務人員在言語上訓斥、侮辱甚至謾罵等。)
- 求全責備者(這類顧客總是將過錯歸咎於服務人員，推卸自己的責任。)
- 規則破壞者(這類顧客無視企業的規則，只希望按照自己的喜好和要求享受服務，給企業和員工製造麻煩。)
- 投機取巧者(這類顧客在服務出現問題時，傾向於誇大問題，並要求企業對其進行超額賠償。)

退貨愛好者(這類顧客喜歡在購買商品後，抓住退貨政策中的漏洞，要求退貨及全額退款。上述研究描述了顧客不公平行為的表現。)

以上皆沒有

顧客不公平行為多大程度增添你在工作時的壓力和負面情緒？ \*

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

工作時，顧客的態度和情緒多大程度影響你的壓力狀況和情緒？ \*

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

如顧客的態度和行為令你感到受壓或不滿，你需要多長時間才能平復？ \*

您的回答 \_\_\_\_\_

承上題，在情緒平復之前，你會怎樣面對接下來的顧客和工作？ \*

您的回答 \_\_\_\_\_

你會多大程度壓抑自身的情緒和壓力，展現企業／公司要求的特定表情和語調，以滿足顧客？ \*

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

工作時，有多少顧客會向你表達感謝？ \*

	1	2	3	4	5	
非常少	<input type="radio"/>	非常多				

對你而言，顧客的感謝有多大的鼓舞作用？ \*

	1	2	3	4	5	
很小作用	<input type="radio"/>	很大作用				

返回

繼續

### 第三部分：遊戲治療的成效

進行遊戲治療前，你清楚了解自己在工作時的壓力狀況嗎？ \*

- 清楚了解
- 不太了解
- 不確定

進行遊戲治療前，你清楚了解自己在工作時的情緒狀況嗎？ \*

- 清楚了解
- 不太了解
- 不確定

請評估你在工作時的壓力狀況： \*

	0	1	2	3	4	5	
沒有壓力	<input type="radio"/>	壓力非常大					

在工作時，你感受到以下情緒的頻率： \*

	從來沒有	偶然	間中	經常	每天都
憤怒	<input type="checkbox"/>				
傷心	<input type="checkbox"/>				
緊張	<input type="checkbox"/>				
恐懼	<input type="checkbox"/>				
委曲	<input type="checkbox"/>				
苦悶	<input type="checkbox"/>				
平靜	<input type="checkbox"/>				
輕鬆	<input type="checkbox"/>				
滿足	<input type="checkbox"/>				
快樂	<input type="checkbox"/>				
興奮	<input type="checkbox"/>				

是次遊戲治療多大程度幫助你了解自身的壓力水平？ \*

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

是次遊戲治療多大程度幫助你了解自身的情緒狀況？ \*

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

遊戲治療多大程度減輕你從工作而來的壓力？ \*

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

遊戲治療多大程度舒緩你從工作而來的負面情緒？ \*

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

完成遊戲治療後，你多大程度感受到以下情緒： \*

	完全沒有	少許	一般	強烈	非常強烈
憤怒	<input type="checkbox"/>				
傷心	<input type="checkbox"/>				
緊張	<input type="checkbox"/>				
恐懼	<input type="checkbox"/>				
憂慮	<input type="checkbox"/>				
苦悶	<input type="checkbox"/>				
平靜	<input type="checkbox"/>				
輕鬆	<input type="checkbox"/>				
滿足	<input type="checkbox"/>				
快樂	<input type="checkbox"/>				
興奮	<input type="checkbox"/>				

返回

繼續



你認為是次遊戲治療的收費是否合適？ \*

- 合理
- 划算
- 過高

價格的高低多大程度影響你決定是否參與遊戲治療？ \*

	1	2	3	4	5	
很小程度	<input type="radio"/>	很大程度				

對此活動的其他意見 / 建議

您的回答

---

返回

提交