

南華大學

財務金融學系財務管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

INSTITUTE OF FINANCIAL MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

彰化市國中生家庭金錢教養與消費行為之相關性研究

STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN THE FAMILY MONEY REARING

AND CONSUMPTION BEHAVIOR OF JUNIOR HIGH SCHOOL STUDENTS

IN CHANGHUA CITY

指導教授：張瑞真博士

ADVISOR: PH.D. JUI-CHEN CHANG

研究生：陶怡文

GRADUATE STUDENT: YI-WEN TAO

中華民國 104 年 6 月

南 華 大 學
財務金融學系財務管理碩士班
碩 士 學 位 論 文

彰化市國中生家庭金錢教養與消費行為之相關性研究

STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN THE FAMILY MONEY
REARING AND CONSUMPTION BEHAVIOR OF JUNIOR HIGH SCHOOL
STUDENTS IN CHANGHUA CITY

研究生：陶怡文

經考試合格特此證明

口試委員：洪蕙吉
吳錦文
張瑞真

指導教授：張瑞真

系主任(所長)：蔡丞斌

口試日期：中華民國 104 年 6 月 6 日

謝辭

兩年前，懷著喜憂參半的心情，踏入南華大學的殿堂。喜的是，終於有機會接受研究所課程的學術訓練，提升自己的能力；但是，在脫離學生時期多年後，重拾課本，不免惶恐。一路走來，點滴在心，最多的，是滿滿的感謝。

人生中能遇到良師益友，是一大樂事；在研究所期間，我得到了這份幸福。首先要感謝的，是我的指導教授張瑞真博士。張老師包容我原來所學非財金相關，耐心的引導我，也常安撫我不安的情緒，給我力量與信心，使我得以循序漸進地完成論文。張老師的風範與對我的照顧，讓我銘感於內！同時也要感謝賴丞坡所長、吳錦文老師、李怡慧老師以及洪萬吉老師，在我的論審和口試時給予寶貴的建議，使我的論文更臻完備，在此獻上最深的敬意與謝意。感謝研究所的老師們，開闊我的視野；和研究所的同學們一起學習、成長，亦是人生的美妙經驗。

兩年的研究所期間，我最親密的伙伴，莫過於潔和珮嫻。每次彰化、嘉義的往返路程，就是我們三人天南地北、無話不談的私房話時間；因為如此，去學校也變得格外令人期待。好同事，同時也是好朋友和好同學，在各方面都可以互相提攜，是多麼幸運的際遇！

當然，家人的協助與支持，是我能順利完成學業的堅強後盾。感謝親愛的老公和媽媽，給我無限的體諒和包容，讓我得以全心專注學業；也感謝我三個精力充沛的兒子，會互相提醒不要干擾媽媽，讓我深刻感受到你們的懂事與貼心。

最後謹將本論文獻給我最敬愛的父親，從幼稚園到大學，我人生中每個重要的學習階段，每當遇到瓶頸，總有您在身邊加油打氣，引領我度過難關。修習研究所的這兩年，雖然少了您在身邊陪伴，但您的愛，一直是幫助我繼續前進的穩定力量。願在天國的父親，與我共同分享這份成就！

陶怡文謹誌

2015/06

南華大學財務金融學系財務管理碩碩士班

103 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：彰化市國中生家庭金錢教養與消費行為之相關性研究

研究生：陶怡文

指導教授：張瑞真 博士

論文摘要內容：

本研究旨在探討國中生的家庭金錢教養與消費行為之現況，分析個人背景變項對家庭金錢教養及消費行為的差異，並探究其關聯性。本研究採用問卷調查法，以「家庭金錢教養量表」與「消費行為量表」為研究調查工具，研究對象為 440 位彰化市國中生。研究資料以描述性統計、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析與皮爾森積差相關等統計方法進行資料處理分析。根據分析結果發現，本研究獲致以下結論：

一、在家庭金錢教養方面，不同個人背景資料的國中生在「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」、「是否有儲蓄習慣」、「父母親教育程度」及「父母親職業」等面向上達部分顯著差異；在「性別」和「出生序」上，則未達顯著差異。

二、在消費行為方面，不同個人背景資料的國中生在「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」及「是否有儲蓄習慣」等面向上達部分顯著差異。在「性別」、「出生序」、「父母親教育程度」和「父母親職業」上，則未達顯著差異。

三、家庭金錢教養量表與消費行為量表呈現顯著相關。

關鍵字：國中生、家庭金錢教養、消費行為

Title of Thesis : Study on the Relationship between the Family Money Rearing and Consumption Behavior of Junior High School Students in Changhua City
Name of Institute: Graduate Institute of Financial Management, Nan Hua University

Graduate date: July 2015

Degree Conferred: M.S.

Name of student: Yi-Wen Tao

Advisor: Ph. D. Jui-Chen Chang

Abstract

The purpose of this study was to explore the relationship between the family money rearing and consumption behavior of junior high school students in Changhua City at present time. The influence of the population statistic variables on the family money rearing and consumption behavior and its relevance was analyzed. This study recruited 440 junior high school students in Changhua City for questionnaire survey. The questionnaires included "family money rearing scale" and "consumption behavior scale" survey tools. The collected data were analyzed by statistical methods of applied descriptive statistics, T-test, one-way ANOVA and Person product-moment correlation. The empirical results were as following:

1) In the family money rearing, the differences of personal backgrounds among junior high school students showed partial significant differences on dimensions of "whether pocket money was given at a fixed time", "amount of pocket money", "money saving habit", "education level of parents" and "parents' occupation". However, no significant difference was shown on dimensions of "gender" and "birth ranking".

2) In the consumption behavior, the differences of personal backgrounds among junior high school students showed partial significant differences on dimensions of "whether pocket money was given at a fixed time", "amount of pocket money" and "money saving habit". However, no significant difference was shown on dimensions of "gender", "birth ranking", "education level of parents" and "parents' occupation".

3) These results suggested that there was significant correlation between the family money rearing and consumption behavior.

Keywords: Junior High School Students, Family Money Rearing, Consumption Behavior

目錄

論文口試委員審定書.....	i
謝辭	ii
中文摘要.....	iii
Abstract	iv
目錄	v
表圖目錄.....	vii
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 名詞解釋.....	3
第二章 文獻探討.....	6
第一節 金錢教養的意涵.....	6
第二節 教養和金錢教養之相關研究.....	10
第三節 消費行為之相關理論.....	18
第四節 消費行為之相關研究.....	28
第五節 金錢教養與消費行為之相關研究.....	35
第六節 文獻探討小結.....	37
第三章 研究方法.....	39
第一節 研究架構.....	39
第二節 研究假設.....	42
第三節 研究對象及取樣.....	43
第四節 研究工具.....	44
第五節 實施程序.....	45
第六節 資料分析方法.....	48

第四章 研究分析與討論	50
第一節 背景資料之描述性統計	50
第二節 背景變項在家庭金錢教養之差異分析	54
第三節 背景變項在消費行為之差異分析	66
第四節 國中生家庭金錢教養與消費行為之相關分析	83
第五章 研究結論與建議	86
第一節 結論	86
第二節 建議	91
參考文獻	96
中文部份	96
英文部份	99
附錄一 正式問卷	101
附錄二 文獻探討彙整表	105
附錄三 父母親職業類別分類表	113
附錄四 問卷專家效度名單	114
附錄五 家庭金錢教養量表題目修正情形	115
附錄六 消費行為量表題目修正情形	118

表圖目錄

表 3-3-1	研究問卷施測及回收情形一覽表	43
表 3-5-1	預試問卷金家庭金錢教養各向度題型之信度分析表	46
表 3-5-2	預試問卷消費行為各類型題型之信度分析表	47
表 4-1-1	學生排行現況表	50
表 4-1-2	零用錢領取現況表	51
表 4-1-3	零用錢金額現況表	51
表 4-1-4	儲蓄習慣現況表	52
表 4-1-5	父親教育程度現況表	52
表 4-1-6	母親教育程度現況表	53
表 4-1-7	父親職業現況表	53
表 4-1-8	母親職業現況表	54
表 4-2-1	不同性別之國中生在金錢教養量表之 t 檢定	55
表 4-2-2	不同出生序之國中生在金錢教養之單因子變異數分析	55
表 4-2-3	固定時間領取零用錢與否之國中生在金錢教養量表之 t 檢定	57
表 4-2-4	領取不同零用錢金額之國中生金錢教養之單因子變異數分析	58
表 4-2-5	有儲蓄習慣與否之國中生在金錢教養量表之 t 檢定	60
表 4-2-6	不同父親教育程度之國中生在金錢教養之單因子變異數分析	61
表 4-2-7	不同母親教育程度之國中生在金錢教養之單因子變異數分析	62
表 4-2-8	不同父親職業之國中生在金錢教養之單因子變異數分析	64
表 4-2-9	不同母親職業之國中生在金錢教養之單因子變異數分析	65
表 4-3-1	不同性別之國中生在消費行為量表之 t 檢定	67
表 4-3-2	不同出生序之國中生在消費行為之單因子變異數分析	68
表 4-3-3	固定時間領取零用錢與否之國中生在消費行為量表之 t 檢定	70
表 4-3-4	領取不同零用錢金額之國中生消費行為之單因子變異數分析	71

表 4-3-5	有儲蓄習慣與否之國中生在消費行為量表之 t 檢定	74
表 4-3-6	不同父親教育程度之國中生在消費行為之單因子變異數分析	75
表 4-3-7	不同母親教育程度之國中生在消費行為之單因子變異數分析	77
表 4-3-8	不同父親職業之國中生在消費行為之單因子變異數分析	79
表 4-3-9	不同母親職業之國中生在消費行為之單因子變異數分析	81
表 4-4-1	國中生家庭金錢教養與消費行為之相關係數表	83
圖 3-1	研究架構圖	39



第一章 緒論

本研究主要在探討彰化市國中生家庭金錢教養與消費行為之現況，試圖瞭解不同的背景變項下，國中生在家庭金錢教養及消費行為上的差異，以及國中生家庭金錢教養與消費行為之相關性。

本章共分為三節：第一節說明研究背景與動機，第二節闡述研究目的，第三節進行相關名詞解釋。

第一節 研究背景與動機

隨著產業結構改變，經濟快速發展，國民所得不斷提昇，再加上雙薪家庭愈來愈多，家庭經濟狀況已不可同日而語！很多家庭早已常常捉襟見肘的窘境，不只有餘錢可儲蓄，還著重如何有效的運用金錢以創造更多的財富，提升生活品質。此外，生育率下降，所以現代小孩個個都是家庭的寶，備受寵愛！再加上很多家長也因忙於工作，無暇陪伴小孩而心懷愧疚，於是對孩子有求必應，企圖以金錢或更好的物質生活來彌補虧欠，維繫親情，因此孩子常有為數不少的零用錢入袋，消費能力大增，並隨年齡成長。根據調查，直至 2009 年，每位 7-14 歲的小朋友每週零用錢平均已達到 179 元(陳珮雯，2009)，推估起來，這些孩子一年直接消費額至少在 75 億元以上，若再加計他們對父母、家庭的消費影響力，那麼來自孩童的間接商機可能要再乘以三倍以上(林建煌，2007)。因此很多商品的行銷策略，也都著重在搶攻兒童和青少年市場！在這物慾橫流，令人眼花撩亂的時代，孩子比以前受到更多誘惑，所以探究其消費行為的模式，從而引導其正確的金錢與消費態度，更顯重要，此為研究動機一。

有些父母以為理財是大人的事，小孩聽不懂，或長大了自然就會懂。其實，「金錢教育」和很多知識的學習一樣，是須從小扎根的。而且，在兒童時期所學習到的各種消費知識、消費態度以及消費技能等，都將會影響其成人以後的消費行為(Ward，

1974)。所以很多專家都建議，孩子宜從小建立正確的金錢態度，懂得規畫自己的收支狀況，長大後，才不會成為「卡奴」、「月光族」或「啃老族」等家庭社會的負擔，或整天「窮忙」，卻口袋空空，甚至產生偏差行為！

問題是，誰來負責傳遞給孩子正確的金錢態度和消費方式？誰對孩子的影響力最大？花旗與婦女救援基金會自 2004 年開始，即共同推動「青少年價值觀及理財教育」，其於 2009 與 2010 年，以參與宣導學校之國中生為對象所作的「青少年價值觀及理財行為」調查研究中都發現，家人是提供理財資訊最主要的管道，其次是電視、老師、和網路，顯示青少年隨時在關心父母的相關行為。當父母對金錢愈有規劃，愈會規劃各種支出、擬定預算時，其子女對金錢使用方式也愈有規劃，所以父母在家中的言行對孩子的影響遠大於其他媒介。此外，根據美國推廣理財教育的非營利組織(National Institution of Financial Education)調查，有六成七的青少年認為，父母對自己的金錢價值觀影響最大。台灣的財金智慧教育推廣協會 (Financial Literacy & Education Association, FINLEA)也曾調查上千位年輕父母，其中八成三認為自己的金錢觀受父母影響(親子天下，陳雅慧，2011 年 9 月：139)。由此可見，父母其實是孩子金錢態度與理財教育最重要的老師，家庭的影響重於一切，所以家庭金錢教養是影響子女金錢觀與消費行為的關鍵因素，因此，探究兩者之間的相關性有其必要，此為研究動機二。

研究者服務於彰化市國中，發覺現今國中生的消費能力實在不容小覷！例如校外教學，自由活動時間一結束，集合時即可發現，很多學生人手一杯星巴克，甚至還提著多袋戰利品，其出手之闊綽以及購物之效率，實在令人咋舌！此外，來自中低收入戶的孩子，有時還得以領取一些補助金或減免若干繳費金額，但他們卻有能力購買昂貴且非必要的商品；此種例子屢見不鮮，令人困惑且憂心！此般現象，更引發研究者想要探究現今國中生消費型態的興趣，此為研究動機三。

查閱既有文獻，發現少有針對彰化市國中生的家庭金錢教養與消費行為之相關性研究，因此特別選定彰化市國中生作為研究對象，希望本研究之結果能提供給家

庭教育、學校教育與親職教育等課程方向，同時也提供給未來研究者深入研究國中生家庭金錢教養與消費行為之參考。

第二節 研究目的

本研究根據研究動機，用問卷調查方式，了解現階段國中生家庭金錢教養及消費行為之現況，並透過個人背景變項，分析兩者之間的相關性，主要目的如下：

- 一、探討不同背景變項之國中生家庭金錢教養之差異情形。
- 二、探討不同背景變項之國中生消費行為之差異情形。
- 三、探討不同背景變項之國中生在家庭金錢教養與消費行為之間的相關性。

第三節 名詞解釋

一、國中生

本研究中的國中生係指 103 學年度第一學期就讀於彰化市國民中學國一至國三之學生。

二、個人背景變項

本研究的基本資料調查表包含「性別」、「出生序」、「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」、「有無儲蓄習慣」、「父親教育程度」、「母親教育程度」、「父親職業」及「母親職業」等九個變項，主要目的在瞭解施測對象的個人背景變項。

三、金錢教養

本研究將金錢教養行為視為「有目的性」的影響行為 (Ward, 1974)，即指父母在養育孩子時，所給予的金錢教育，包括溝通討論的過程，以及實際表現

出來的行為或做法。研究者參考黃妤卉(2001)、呂志方(2011)及葉賢政(2014)等人的相關論文與研究，將金錢教養行為分為四個向度：

(一) 金錢教育：教導孩子用正確的態度和方式認識和使用金錢。包括說明金錢的意義與價值、金融機構的功能、或是勤儉的故事等。

(二) 提供經驗：提供給孩子擁有、規劃和使用金錢的經驗。包括帶孩子一起上街購物的經驗，給予零用錢、培養儲蓄經驗，並讓孩子有自主規劃或使用金錢的機會等。

(三) 溝通討論：和孩子溝通或討論有關金錢和消費的話題。包括和孩子討論零用錢的金額、物品價格是否合理、家庭收支狀況、分享購物經驗以及如何分配和使用金錢等。

(四) 建立規範：明白告訴孩子獲得金錢及使用金錢的方式，並要求其遵守。包括父母對於零用錢的發放與使用時機，以及購物等方面的限制與規範。

四、消費行為

消費行為就是一種個人以金錢換取商品或等值服務的決策行為(榮泰生, 1999)。本研究的消費行為係指影響國中生在進行消費時，受到個人所接受的金錢教養、人格特質，以及內在心理和外環境因素之影響，所展現出不同類型的消費行為。研究者參考郭豐齊(2010)、呂志方(2011)及高敏娟(2013)等人的相關論文與研究，將國中生消費行為分為六種類型：

(一) 衝動型：此類消費者在購物時，會因個人當下對物品的喜好，或店員鼓吹，一時衝動而決定其消費行為。

(二) 從眾型：此類消費者會因多數人如此，如同儕團體、網路媒體等，而決定其消費行為。

(三) 理智型：此類消費者在購物前已有周詳的考慮，並對於自己想購買的商品作過研究與比較，會傾向於選購功能性強且實用之商品。

(四) 習慣型：此類消費者會習慣到固定的商店，購買固定某幾種品牌或款式

之商品，而少有改變。

(五) 炫耀型：此類消費者會傾向於選購名牌、昂貴或時髦，並且可供炫耀之商品。

(六) 新奇型：此類消費者會傾向於選購新奇有趣、功能創新而且特殊之商品。



第二章 文獻探討

依據研究目的與研究問題，本章分別透過與本研究相關之理論與實證研究等文獻資料加以探討、分析，以作為研究架構之基礎依據。全章共分為五節，第一節為金錢教養的意涵，第二節為教養和金錢教養之相關研究，第三節為消費行為之相關理論，第四節為消費行為之相關研究，第五節為金錢教養與消費行為之相關研究。

第一節 金錢教養的意涵

本節分別就金錢的意義，教養的意涵，以及金錢教養的意義進行探討。

一、金錢的意義

金錢是目前社會經濟活動的重要媒介，而對金錢的認知與解讀，也因文化背景不同而有異差。John Kenneth Galbraith 曾說：「錢是奇怪的玩意兒：如同愛，它是人類喜樂最大的泉源；卻也如同死亡，是人類焦慮最瘡的來源。」Sylvia Porter 也表示，金錢從來就不只是硬幣和紙鈔而已，它不斷地轉換為日常生活的舒適。金錢可以化為生活的美適，潦倒時的依靠、教育或未來的保障。然而，金錢同時也可以化為悲苦的來源(許晉福譯, Adrian Furnham and Michael Argyle 著, 2000, 金錢心理學)。Newcomb 和 Rabow(1999)認為錢可以讓一個人受喜歡、快樂、有掌控力，且提供一種對自我價值的感覺。Hanley 和 Wilhelm(1992)認為金錢本身的價值其實很少，它只是一種交易的工具，但是人們對金錢所投射出的情緒性心理價值卻遠大於其真正的經濟價值。

國內學者方面，蔡瑞華(2000)認為金錢是權利和控制力的象徵，金錢代表個人能力和成就，金錢在人際互動中佔有相當的角色。邱宜箴(2002)認為金錢有自我肯定的意義，在生活中是不可或缺的，而且與文化、個人的成長經驗和家庭的價值觀有很大的關係。

歸納上述文獻重點，可知金錢不僅僅是交易媒介，其背後所隱含的意義更是微妙。它能安定人心，提升自我價值，創造美好的感受；但同時也是焦慮和罪惡的源頭。如此錯綜複雜的「金錢」，無怪乎會成為國內外學者都喜歡探究的議題。

二、教養的意涵

父母教養對於孩童各方面的發展，影響都極其深遠；其一言一行，都影響著孩子的內在信念與外顯行為，所以父母的教養議題一向是許多教育學、社會學、心理學、社會工作學等領域之學者關注的焦點。研究者以教養的定義、教養態度和教養行為三部分來探討教養的意涵。

(一)教養的定義

Merriam-Webster(1994)大學字典裡將教養廣義解釋為父母撫養子女、照顧子女之態度或活動(引自 Damon, & Lerner, 2006)。Belsky(1984)認為，所謂的「教養」，指的是父母教導子女的過程，包括父母自身對於養育孩子的信念，以及期待子女要具備的觀念、準則與行為。王鍾和(1993)提出所謂父母管教方式，是父母所採用之管教子女生活作息及行為表現的策略。國外學者針對教養有不同的說法，如「parenting」、「rearing」等，(楊國樞，1986)也指出，「教養」常與「管教」一詞交互使用，但在涵意上後者不如前者廣泛。多位國內學者對於父母教養的定義均強調父母在認知、社會行為、情緒等方面，包含內在信念與外顯行為，透過親子間的互動模式，對子女造成潛移默化且深遠的影響(魏美惠與楊騏嘉，2000)。

侯崇文(2001)針對少年偏差行為與家庭關係進行調查，發現負面的家庭關係直接影響青少年偏差行為的發生；國外學者 Yoshikawa(1995)的研究也呈現相同的結論，他認為粗劣或嚴酷的管教方式，是不良行為與反社會行為幼童的早期危險因子，可見父母教養深刻影響子女表現。

由以上可知，廣義的教養包含了父母和子女相處的過程中，因其內在

信念與態度不同，展現出與子女不同的互動模式，即外顯行為。而諸多學者亦針對父母內在的教養態度與外在的教養行為作專門的解釋與探討，以下說明之。

(二)教養態度

所謂父母教養態度指的是父母在教養子女時，所持的觀念與態度（侯春如，2005）。父母教養態度亦即表示父母在教育、教導及養育子女時所持的認知、行為表現、情感和信念，統稱為教養態度（魏美惠、楊騏嘉，2000）。

父母的教養態度會因著文化差異及生活經驗而有所不同（Lightfoot, Valsiner, 1992）。不同年代的父母面對不同的時空背景，總會有不同的教養信念，（李秀華，2002）。因此，在現代化的腳步下，工業社會和以往農業社會的父母教養態度有很大的不同。在工業社會，父母教養孩子主要是偏重獨立、表現、競爭與成就。農業社會則是以相互依賴、謙讓順同、忍耐自抑為優先。至於教養方法，工業社會重獎勵，以子女為中心；農業社會則教重責罰，並以父母為中心（楊國樞，1986）。

由此可見，隨著時代的轉變，子女數愈來愈少、孩童已逐漸成為家庭的核心，再加上受到新觀念、經濟環境、父母教育程度、實際教養經驗等因素的影響，父母的教養態度和以往已截然不同！現代的親子關係已逐漸轉向「類平輩關係」，重視子女的潛能、意願及幸福；或採取互惠性、引導性的教養方式，訂定規則時會跟子女討論、溝通、說理，從而產生所謂的「新慈道」與「新孝道」（黃迺毓，1998、2004）。

(三)教養行為

所謂教養行為（parenting practices），指的是父母在教導孩子所實際表現的行動與做法（楊國樞，1986）。而李芊蒂、吳齊殷、關秉寅（2005）將教養行為分為五大面向，分別為溫情、監督、一致性、引導、與嚴厲教養。溫情式教養，意指父母親能適時提供孩子關懷、讚美與傾聽，並撫慰孩子的情

感；監督式養，意指父母親對於孩子日常生活中所發生的事情能常保持警覺和掌握；一致性教養，意指父母親會確實執行所設定的準則與規範，讓孩子有所歸依，不會反覆無常；引導式教養，意指父母親採用說理、尊重孩子、開放溝通等方式來與孩子互動；嚴厲教養，意指父母親採用嚴厲的打罵等方式來管教孩子。本研究旨在探討父母親在金錢教育一事的實際作法，並未涉及父母的教養信念，故主要是探討教養行為的層面。

研究者參考教養意涵以及其他金錢教養等相關文獻，將家庭金錢教養分成「金錢教育」、「提供經驗」、「溝通討論」、「建立規範」等四個向度來探討。

三、金錢教養的意義

「家庭」是孩子一出生最早接觸的環境，對孩子的影響是終生的。孩子是看著父母的背影長大的，所以父母的價值觀、信念以及一言一行等，都對孩子各方面造成深遠的影響。陳忠慶（1999）認為，父母對金錢的管理與運用除了影響家庭生計之外，對於子女金錢的使用與金錢價值觀之建立更兼負了身教和言教的任。若父母經常將金錢做為獎賞的工具，甚至代替父母的關愛，或以金錢來建立權威，那孩子對金錢恐怕會產生扭曲的價值觀。因此家長應確實體認到自己對孩子的影響力，從日常生活中，利用機會傳達給孩子正確的觀念、態度與行為，並且以身作則，以期幫孩子建立正確的金錢價值觀，可以理性的金錢，並學習對自己的消費行為負責。所以，本研究將金錢教養行為視為「有目的性使用」的影響行為（Ward, 1974），即指父母在養育孩子時，所給予的金錢教育，包括溝通討論的過程，以及實際表現出來的行為或做法。

第二節 教養和金錢教養之相關研究

由於台灣從農業社會，轉而進入工商業社會，經濟起飛再加上時代潮流與教育理念之轉變，教養孩子的方式與行為也隨之改變。雖然經濟逐漸富裕，但有些人有錢，卻不懂得如何用錢，故也衍生出繁多的社會問題，因此金錢教育與理財教育在現代顯得益發重要。王永銘（2004）認為，家庭是一個學習、觀察父母使用金錢的過程，會進而內化、影響自己對金錢的態度。蔡政宏（2008）也指出，家庭是個體第一個接觸的學習環境，家庭教育的影響最為深切。所以，在日常生活中，家長的教養方式、金錢觀念和表現出來的消費行為，影響孩子的學習與行為模式甚鉅，那也是近年來金錢教養的議題愈來愈受到重視的原因。茲將近年來教養與家庭金錢教養之相關研究，歸納整理如下：

一、教養之相關研究

(一)洪巧（2006）以自編之「基本資料」、「國小學生父母教養方式量表」、「國小學生社交技巧量表」為研究工具，採多階段叢集隨機抽樣，以高雄市、高雄縣、屏東縣之公立國小五六年級 890 位學生為調查對象，其研究旨在了解國小學生知覺父母教養方式與社交技巧之現況以及兩者之間的關係和不同背景變項的國小學生知覺父母教養方式與社交技巧之差異情形。

1.研究主題：國小學生父母教養方式與社交技巧關之研究係之研究

2.研究結果：

- (1)父親與母親的教養方式不同，但都是「要求」多於「回應」。
- (2)父親與母親的教養方式以「開明權威型」佔最多數。
- (3)女生知覺父母教養方式顯著高於男生。
- (4)不同出生序與社經背景子女知覺父母教養方式顯著不同。

(二)魏美惠與楊騏嘉(2010)以自編「父母教養態度相關因素之調查」問卷為研究工具，針對中部四縣市學齡前幼兒的父母共 1039 人進行問卷調查，其研究旨在探討中部四縣市父母對學齡前子女之教養態度及不同背景變項之幼兒、

父母與父母教養態度之差異情形。

1. 研究主題：中部地區父母教養態度相關因素之調查研究

2. 研究結果：

(1) 中部四縣市學齡前父母傾向「專制威權型」和「開明權威型」之教養態度。

(2) 母親的原生家庭、父母親的年齡、父親的族群、父母親的教育程度、父親的職業、家庭每月總收入等變項的不同組別，其父母的教養態度有顯著性的差異存在。

(3) 父親的原生家庭、母親族群、父母婚姻狀況、母親職業、家庭信仰、家庭結構、居住地等變項的不同組別，其父母教養態度並無顯著性的差異存在。

(4) 家中不同子女數、幼兒的不同性別及出生序，其父母教態度並無顯著差異存在。

(三) 趙蕙鈴(2011)以問卷調查法、次級文獻分析法和實地訪談法，針對台中縣、市目前家中有子女就讀小學的兩百位家長進行研究，有效問卷 183 份，其研究旨在探討父母的教養觀特徵，以及理解父母的教養心態樣貌和親子處境。

1. 研究主題：「以子女為中心」和擔心子女輸在起跑點的父母教養心態與親子處境之探究

2. 研究結果：

(1) 子女宜多才多藝、表達關愛和權威最能預測父母擔心子女輸在起跑點，前兩者也適合用來預測父母能否肯定自己的能力。

(2) 雙向溝通最能預測父母對親子關係的發展是否充滿信心。

(3) 父母認為愛孩子就是讓其發得「更好」，因而產生許多商業化的親職作為。

(4)現代父期待良好親子溝通但實際上經常過度期待子女的學習成就，同時又缺乏陪伴。

(四)葉詩蓓與林惠雅(2013)以問卷調查法，針對彰化市、彰化縣、台南市、屏東縣等四所國民中學七、八、九年級的在學學生，且母親為目前主要教養者進行研究，有效樣本 697 人，研究旨在探討青少年知覺母親教養行為與自我揭露的現況及其關聯的情形。

1.研究主題：青少年知覺母親教養行為與其自我揭露之探討

2.研究結果：

- (1)青少年知覺母親一半時間以上採用「溫情」、「監督」、「一致性」和「引導」教養行為，偶而採用「嚴厲教養」。
- (2)青少年越知覺母親採用「監督教養」，其在各領域的自我揭露的程度越高。
- (3)青少年越知覺母親採用「嚴厲教養」，其在「學業」、「同儕」、和「個人感受」領域的自我揭露的程度越低。
- (4)青少年越知覺母親採用「溫情教養」，其在「個人感受領域」的自我揭露的程度越高。

茲將上述國中生教養之相關研究整理成表(參見附錄二)。

二、金錢教養之相關研究

由於台灣從農業社會，轉變進入工商業社會，因新聞媒體自由與網路世界的興盛，教養孩子的方式與行為，有重大的改變；也由於世界經濟的緊密連結，加上前幾年發生了「全球金融危機」，造成世界各國經濟的大動盪，也使國人逐漸重視金錢教養的課題。依王永銘（2004）從社會學習的觀點來看，家庭是一個學習、觀察父母使用金錢過程，進而內化、影響自己對金錢的態度。蔡瑞華（2000）強調，經常受到父母金錢教養者對金錢規劃及處理較謹慎。蔡政宏（2008）指出家庭是個體第一個接觸的學習環境，家庭教育的影響最為深切，父母在教

育孩子時，應給予適當的要求與回應，隨時注意孩子行為與心理的變化，主動和孩子溝通，並且應當將金錢與消費的觀念列為教育子女時的重要項目。綜上所述，在日常生活中，家長的金錢觀念與消費行為，潛移默化的影響了孩子的學習與行為模式。

近幾年社會環境與經濟活動的變化甚大，使得大眾開始重視金錢教養的議題，茲將近年來國內金錢教養相關之研究歸納整理如下：

(一)蔡瑞華(2000)以工具「國中生金錢態度量表」、「父母金錢教養實務量表」、「個人基本資料」為研究工具，採用立意取樣，抽取台北市五所國中之一、二、三年級，共 16 個班級，合計 480 位國中生進行問卷調查，研究旨在探討台北市國中生的金錢態度，並從家庭觀點探討其相關影響因素。

1.研究主題：台北市國中生金錢態度研究

2. 研究結果：

- (1)無儲蓄習慣、零用錢金額較多、愈常受到父母金錢教養者，傾向視金錢為權力名望之象徵。
- (2)愈常受到父母金錢教養者對金錢規劃及處理較不謹慎。
- (3)無儲蓄習慣者、零用錢金額較多者、愈常受到父母金錢教養者，對金錢較感到焦慮。
- (4)愈常受到父母金錢教養者，購物時較著重商品的品質。

(二)張惠炤(2009)採取分層隨機抽樣及群集抽樣，在八個鄉鎮中每個鄉鎮抽取一至二所國小六年級，一至七個班級進行問卷調查，旨在研究家庭金錢教養與金錢態度之關係，並探討性別、社會經濟地位對家庭金錢教養程度、學生金錢經驗之差異性影響，家庭金錢教養程度對學生金錢經驗的差異影響，以及學生金錢經驗對學生金錢態度的差異性影響。

1.研究主題：家庭金錢教養與金錢態度之研究—以台中縣海線國小為例

2.研究結果：

- (1)國小六年級學童金錢經驗方面，儲蓄習慣與知覺家庭經濟狀況會因性別的不同存在差異性，女學生較傾向儲蓄。
- (2)中高家庭社經地位的國小六年級學童比低家庭社經地位學童的知覺家庭經濟狀況要好。
- (3)金錢經驗會因家庭金錢教養程度的不同而存在差異性。
- (4)國小六年級學童的家庭金錢教養程度與零用錢數量、預算、儲蓄習慣的有顯著相關。

(三)洪瑞禧(2009)用問卷調查採叢集抽樣方式，以 97 學年度就讀於臺北市、臺北縣、基隆市綜合高中之日間部學生為研究對象，共抽樣 16 所學校，有效問卷計 1,080 份，研究旨在瞭解大臺北地區綜合高中學生金錢態度的現況，同時探討不同背景變項學生在金錢態度上的差異情形。

1.研究主題：綜合高中學生金錢態度之研究—以大臺北地區為例

2.研究結果：

- (1)綜合高中學生之整體金錢態度較積極。
- (2)綜合高中學生對預算管理層面之金錢態度最為積極。
- (3)綜合高中學生的金錢態度因性別、有無固定零用錢、零用錢多寡、零用錢用途、有無儲蓄習慣、家庭型態、父母金錢教養之不同而有差異。
- (4)綜合高中學生的金錢態度因平時金錢來源、家庭社經地位之不同則無差異。

(四)呂志方(2010)以「理財態度量表」、「金錢教養行為量表」及「個人基本資料」為研究工具進行問卷調查法，研究對象為民國 99 年臺北縣（新北市）境內國小高年級學生之家長，有效總問卷數為 708 份，研究旨在探討國小高年級學童家長的理財態度與金錢教養行為現況，以及二者之間的關係。

1.研究主題：新北市國小高年級學童家長理財態度與金錢教養行為之關聯

2.研究結果：

- (1)家長之金錢教養行為以「規範性」較多，「溝通性」較少，但單一面向中之各個行為仍有個殊性。
- (2)家長最常鼓勵子女存錢，較少和子女討論投資概念。
- (3)整體而言，金錢教養行為頻率介於「有時」至「經常」之間。
- (4)受訪家長的整體性金錢教養行為，會隨著年齡、教育程度、家庭收入水準之不同而有顯著差異。

(五)黃妤卉(2011)以「金錢態度問卷」與「家庭金錢教養問卷」，針對 99 學年度就讀桃園縣觀音國民小學五年級和六年級的學童進行施測，研究旨在從客家地區國小高年級學童之家庭金錢教養與金錢態度之研究來探討父母親的族群差異與學童金錢態度的關係，客家學童與非客家學童的家庭金錢教養與金錢態度是否有所不同。

1.研究主題：客家地區學童家庭金錢教養與金錢態度之研究—以桃園縣觀音國小為例

2.研究結果：

- (1)客家學童與非客家學童的零用錢發放情況無顯著差異。
- (2)客家學童與非客家學童的儲蓄習慣無顯著差異。
- (3)客家學童與非客家學童的金錢態度 有顯著差異，客家學童較有儲蓄概念，花錢較保守，另外在對金錢焦慮感和不信任感較高。
- (4)客家與非客家學童的文化與家庭金錢教養有顯著差異，客家學童較常受到父母金錢態度方面教養的影響。

(六)林宜君(2012)以「金錢態度」問卷和「金錢教養」問卷，針對 100 學年度新北市永和國小五年級學生進行施測，有效樣本 276 份，研究旨在探討國小五年級學童的金錢態度及金錢教養之關係。

1.研究主題：國小五年級學童金錢教養與金錢態度之研究-以新北市永和國小為例

2.研究結果：

- (1)學生普遍認同儲蓄的重要性。
- (2)個人背景不同之零用錢及儲蓄習慣無顯著差異。
- (3)父母教育程度不同之儲蓄方式有差異。
- (4)母親的教育程度不同與學童的家庭金錢教養有差異。

(七)余佩穎(2012)以「個人背景資料調查表」、「家庭背景資料調查表」、「理財教育量表」及「金錢態度量表」為工具，並以「分層比例」之抽樣方式，選取台北地區(台北市及新北市)公私立國中七至九年級學生為研究對象，有效樣本為510份，研究旨在瞭解台北地區青少年「理財教育」與「金錢態度」之現況，並分析不同「個人背景因素」與「家庭背景因素」之台北地區青少年分別在「理財教育」與「金錢態度」的差異情形及關聯性。

1.研究主題：台北地區青少年理財教育與金錢態度之研究

2.研究結果：

- (1)台北地區青少年在整體「理財教育」表現上，屬於中高程度。
- (2)台北地區青少年在整體「金錢態度」表現上，屬於中高程度。
- (3)不同「家庭型態」、「父母教育程度」、「父母親金錢教養」、「金錢觀影響」之青少年在「理財教育」上達顯著差異。
- (4)不同「母親職業」、「父母教育程度」、「父親金錢教養」、「金錢觀」之青少年在「金錢態度」上達顯著差異。
- (5)不同「父親職業」、「母親金錢教養」、「家庭型態」之青少年在「金錢態度」上，則未達顯著差異。

(八)李旻穎(2013)採分層隨機抽樣方式，以大高雄地區國小六年級學童為研究對象，採用調查法並以對偶(dyadic)方式搜集學生與家長的問卷資料，研

究旨在探討我國家庭的金錢教育及同儕用錢行為對學童金錢觀與用錢行為的影響

1.研究主題：家庭金錢教育、學生金錢觀與用錢行為的關係 -同儕用錢行為的干擾效果。

2.研究結果：

(1)家庭金錢教育(含身教與言教)對學生金錢觀及與學生用錢行為均有正向影響。

(2)學生金錢觀對學生用錢行為亦有正向影響。

(3)學生金錢觀對家庭金錢教育與學生用錢行為的關係具有部份中介效果。

(4)同儕用錢行為對學生金錢觀與學生用錢行為的關係則具有正向干擾效果。

(九)王子昂(2014)以「背景資料調查表」與「父母金錢教育量表」為研究工具採問卷調查法，針對臺北市高中生進行施測，採「立意取樣法」得有效樣本664份，研究旨在探討高中生不同個人及家庭背景變項父在母金錢教育上之差異情形。

1.研究主題：臺北市高中生父母金錢教育之研究

2.研究結果：

(1)高中生對於金錢教育的感受程度，母親高於父親。

(2)高中生在母親金錢教育總量表的感受程度，「二年級」高於「三年級」。

(3)高中生在「金錢溝通」感受程度，「家庭社經地位」以「中高社經地位」高於「中低社經地位以下」。

(4)高中生母親「教育程度」在「金錢管教」感受程度，「國中或高(職)中以下」高於「專科或大學畢業」。

(5)高中生在金錢溝通方面較能感受到父母的金錢教育。

茲將上述國中生金錢教養之相關研究整理成表(參見附錄二)。

透過上述文獻的整理與分析，可知影響國中生家庭金錢教養的因素很多，現代經濟快速發展，社會風氣改變，家庭少子化，親子關係亦不同以往，家長對子女的金錢教養態度與方式也隨之轉變，故本研究想試圖了解時下國中生的家庭金錢教養以及影響國中生家庭金錢教養的因素，因而擇取「性別」、「出生序」、「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」、「有無儲蓄習慣」、「父親教育程度」、「母親教育程度」、「父親職業」及「母親職業」等九個變項，和家庭金錢教養的「金錢教育」、「提供經驗」、「溝通討論」、「建立規範」等四個向度進行探究。

第三節 消費行為之相關理論

本節從消費的定義出發，再分別探究消費行為的定義，消費行為理論，消費行為決策模式以及消費行為的類型。

一、消費的定義

我國教育部(2005)的「教育部重編國語辭典修訂本」中，將消費定義如下：使用或消耗財物。而 Berkman 等人(1986)將消費解釋為，「消費是透過使用商品的內在作用，以滿足人類慾望」。陳晴蕙(2003)對消費的說明是，「消費乃是經濟制度下達成生產終極目標的過程。其內容在於滿足人類日常生活上的需求，包括生理、經濟以及社會的欲求，透過對產品或勞務的效用破壞來滿足慾望的一種過程」。郭豐齊(2010)認為，「消費」(Consumption)乃是經濟制度下達成生產目標的過程。其內容在於滿足人類日常生活中物質上或精神上的需求，包括生理、經濟以及社會的欲求的一種過程。高敏娟(2013)指出，消費是指藉商品或勞務的效用以滿足人類在食、衣、住、行、育、樂各方面的需求或欲望。

綜上所述，人類為了求生存或舒適的生活，在食、衣、住、行、育、樂等

與生活相關的各層面，所從事用以滿足需求或慾望的行為和活動，包含影響此些外顯行為的內在心理運作過程，皆屬於消費的範疇，並非單純只是經濟學上的一種概念。

二、消費行為的定義及相關理論

(一)消費行為的定義

對於消費行為或消費者行為的定義，國內外許多學者以不同的角度，分別提出不同的定義與解釋。國外學者 Williams (1982) 認為消費者行為是一切與消費者購買產品或勞務過程中，有關的活動、意見以及其影響過程。Engel, Blackwell, and Miniard (1990) 則將消費行為視為消費者直接投入獲取消費及支配產品與服務的行為，包括此行為前後的決策過程，並指出消費活動包含購買行動前、中、後的過程。而 Wilkie (1994) 將消費者行為定義為「當消費者為了滿足其需求與慾望，而進行產品與服務的選擇、採購、使用與處置，因而發生在內心、情緒以及實體上的活動。」Schiffman 和 Kanuk (1994) 認為消費者行為，是消費者為了滿足需求所表現出對於產品與服務的需求、購買、使用、評價、和處置等行為。

國內學者黃香瑜(1998) 將消費行為，或稱消費者行為，定義為「個人直接參與獲取及使用財貨或勞務的行為，包括引發決定這些行為的決策程序。」謝文雀(2001) 將消費者行為視為「人們進行取得、消費和處置產品與服務的活動。」王永銘 (2004)，則認為「消費行為係對消費者獲取或使用財貨或勞務之中，所從事對問題的認知、訊息的蒐集、可行方案的評估、選擇及購買結果，所表現於外的活動」。張美玲 (2004) 將狹義的消費者行為定義為「所有有關的購買與使用決策活動之過程」，而廣義的消費者行為則指「消費者對產品與服務所表現的搜尋、購買、使用及評價等行為」。

綜上所述，消費行為包含了消費動機、資訊蒐集、決策評估、執行動作及購買後的過程及反應等，也就是消費者為了滿足身體或心理的需求，

在可供選擇的範圍內決定行動的程序，包含購買產品或勞務行動之前、中、後過程，表現於外的的行為或活動，以及在消費過程中所產生的決策歷程。

(二)消費行為理論

消費行為或稱消費者行為，其範疇涵蓋了社會心理學、心理學、人類學、經濟學、行銷學等各個行為科學的領域，而且會隨著時間、地點等而改變。茲簡略引述與本研究相關的理論如下：

1.社會心理學的觀點

社會學家以社會人類學來探討消費行為，認為所有的消費者皆隸屬於一個以上的參考團體，大多數的消費行為並非由基本的需求所引起，而是受文化、社會階層所影響。也就是說，社會學者認為人類行為具有社會化傾向，因此在探討消費行為時，著重於社會性變數的影響，如家庭、文化、小群體、社會階層及生命週期等。但此種觀點忽略了消費者的個人因素，因為人們即使處在相同的社會環境中，但每個人的有不同的人格特質與獨特性，因此所反應出來的行為價值觀，因而在消費型態上會有所差異（陳晴蕙，2003）。

2.心理學的觀點

心理學研究認為每一個消費行的背後必隱含著其原因，因此著重於影響消費者之內在因素，例如，動機、學習、態度、知覺或本能等。其中的行為學派，也常用「刺激→有機體→反應」來說明消費行為。例如在購買情境上，給消費者一些刺激，則消費者有可能發生購買反應，廣告便是利用此情境。Kolter即以依此理論，解釋消費者行為，他認為產品刺激進入消費者黑箱之後才會產生消費者反應，進而對產品有所選擇（林靈宏，1994）。

3.人類學的觀點

人類學，或稱作人類文化學，主要是研究人類的社會與文化。人類

文化學者在分析消費行為時，主要著重在族性特徵、文化形態，文化差異以及文化變遷。鄭伯璦(1997)認為，一個文化所包含的價值觀、規範，會影響個人對生活的看法以及行為，因此消費行為自然也受到文化的影響。

4.經濟學的觀點

經濟學者認為消費者購買決策完全基於「理性」，且能清醒地計算如何以最低的成本來購買能得到滿足效用最大的商品，因此可解釋消費行為為理智性的層面。大部分經濟學偏重於研究社會的福祉，將有限資源充分利用，以達到最大的效果，並認為消費行為的目的是在於追求最大欲望之滿足，以效用的大小做為衡量滿足程度標準，並以貨幣作為衡量標準的單位，因此著重於貨幣因素之研究，如個人所得、收入以商品的交易價格等；但其過度強調「低價格取向」的消費行為，忽略了消費者對於產品及品牌偏好的因素。

5.行銷學的觀點

行銷學則是觀察和分析消費行為的變數，研究產品的銷售，並利用廣告內容與設計，產生讓消費者購買商品之誘因，而且消除消費者對競爭品牌的喜好，進而順利引進新品牌，接著塑造深刻的品牌形象，確立品牌忠誠度，再經由重複廣告，建立習慣性購買。

徐丹桂（1985）從行銷學的角度來定義消費者行為，分成知曉（awareness）、明瞭（knowledge）、喜歡（liking）、偏好（preference）、確信（conviction）及購買（purchase）六個階段，從一個階段進入另一個階段所需的時間會受到商品性質與消費者特質的影響，並非相等。

(三)消費行為決策模式- EBM 模式

EBM 模式(Engel-Blackwell-Miniard Model)由 EKB 模式(Engel-Kollat-Blackwell Model)修正而來，此模式原為 Engel、Kollat 與

Blackwell 所提出，經過不斷修正，中途由 Miniard 替代 Kollat，最後修訂而成(李怡蓉，2011)。此模式綜合了各家學者的看法，而且變數之間的關係清楚明確，消費決策過程簡單而具體，是消費行為理論中較為詳盡且完整的模式(徐達光，2003；蔡政宏，2008；蘇慧玲，2008)。

此模式以消費者的決策過程為中心，在各種內、外影響因素的交互作用下，呈現消費行為的連續過程，包括以下四大部分(Engel、Miniard、blackwell, 2001)：

1. 訊息輸入：一般消費者的資訊來源可分為：

(1)個人來源 (personal source)：包含過往的搜尋、個人經驗、朋友、家庭等來源。

(2)商業來源 (commercial source)：諸如銷售人員、廣告、包裝與展示等行銷來源。

(3)公共來源 (public source)：諸如消費者群體、大眾傳播媒體與政府機關等獨立來源。

2. 資訊處理：外來刺激經由個人感官接觸個體後，經由接觸、注意、理解、接受、保留等步驟處理訊息，激起記憶形成情報或經驗。

3. 決策過程：有七道程序，分述如下：

(1)需求確認：需求的確認發生於一個人感覺到理想的狀態和實際狀況有差時，產生欲望，而引發需求。需求的喚起，是問題確認主要來源，特別當該需求是與自我形象有關時，動機便成為去從事特定某目的行為之持續驅策力 (王至剛、謝文雀，1995)。

(2)資訊蒐集：一個受刺激的消費者可能會對相關事物提高注意力，投入較以往更高度的關注，或者主動透過各種管道蒐集資訊。一般消費者的資訊來源可分為內部資訊和外部資訊。其中內部資訊包含過往的搜尋及個人經驗等來源。外部資訊則諸如銷售人員推薦、廣告、親朋好

友看法等。

- (3)購前方案評估：在理性消費者的前提下，消費者會從他所蒐集的資料中，對備選方案加以評估。一個理性的消費者會對於他所感興趣的商品，會透過一些評估程序賦予不同的重要性權數(importance weights)，給商品一定的評價(如總分)，並會應用不同的評估程序，在具有多重屬性的商品間作一抉擇。
- (4)購買決策：消費者在眾多可行的方案中，選擇其中最適合的一項，並進行產品或服務的購買以滿足其需求。消費者於決定執行購買意圖的過程，則受品牌、供應商、數量、時間及付款方式等五個購買次決策所決定。
- (5)產生消費：購買後，消費者擁有產品，一旦消費者需使用產品，消費就會產生。消費可能立即發生，也可能延宕一段時間，另外消費者審慎使用或維護產品，也會影響消費時間。
- (6)購後方案評估：消費者於購買商品後，會經歷某種程度的滿足或不滿足，進而產生不同的反應。一般學者認為購買者的滿足程度取決於，購買者對產品的期望與產品實際的績效，二者之間差異的函數。如果產品的績效低於消費者的期望，則消費者會感到失望；如果它符合期望，則消費者會感到滿足。
- (7)處置：是消費行為的最後階段，消費者可有很多的做法，包括直接丟掉、回收或再售。

4.影響決策的因素：

消費者並非憑空地作決策，其購買行為會受到文化、社會、個人以及心理因素等的影響，其中大多是行銷人員無法掌控，但是又有極大影響力，必須列入考慮的(傅致榮，2009)。

(1) 文化因素

文化因素對消費者有最深遠的影響，我們將會看到購買者的文化、次文化 (subculture) 和社會階級 (social class)，在在都左右著購買者的決定。

(2) 社會因素

社會因素包括參考群體 (reference groups)、家庭 (family)、社會上的角色以及地位 (roles and status)。

(3) 個人因素

個人因素包含年齡、生命週期階段 (age and life cycle stage)、職業 (occupation)、收入 (income)、生活方式 (life style)、人格以及自我觀念 (personality and self-concept) (Kotler,1992)。

(4) 心理因素

心理學中有關行為的理論，都對消費者行為有所貢獻。例如，學習理論中，把行為可能造成的獎賞及處罰，視為形成特定行為模式的影響因素，是重複性購買行為的基礎。態度理論讓我們瞭解消費者對產品的觀感，以及對產品賦予的意義，那就能解釋，為何有些廣告可以受到消費者青睞，並讓態度改變。心理學的資訊處理程序認為，消費者首先接受和記憶許多廣告上的刺激，然後根據這些資訊評估和選擇各項產品。而一個人的購買決策也受五種心理因素的影響：包含動機 (motive)、認知 (perception)、學習 (learning)、信念 (beliefs) 和態度 (attitudes)。

綜上所述，消費者固然是消費行為的主體，但消費行為卻是多樣性的；消費者在整個消費行為的過程中，不是僅僅扮演一種角色而已，他可能在不同階段中，分別扮演許多不同的角色，畢竟消費者行為會受到內、外在力量的影響 (林建煌，2009)。

(四)消費行為的類型

1.楊國樞（1986）針對青少年的消費觀念與行為特徵，將消費行為分成五種：

- (1)衝動型：青少年的消費行為易受情緒影響，看到喜歡就買。
- (2)從眾型：青少年的消費行為容易受到他人影響，尤其是同輩。
- (3)時髦型：容易受國內外青少年共同時尚的影響，即追求時髦。
- (4)創造型：青少年的消費行為喜歡購買新奇物品，或拿來做用途。
- (5)階段型：青少年的消費觀念是短暫、容易改變。

2. Sproles 與 Kendell 於 1987 年，將消費者行為特性分成六個面向，1996 年 Sproles 又另外增加兩種特質，敘述如下（梁伊傑，2001）：

- (1) 完美主義者：指尋求最佳品質，對產品抱持高度的標準和期望，同時考慮功能和品質的消費者。
- (2) 精打細算者：指重視低價格，值通常以金錢衡量喜好，多家比較，認為貨比三家不吃虧的消費者。
- (3) 品牌意識者：指傾向購買價格昂貴和知名國家的商品，且認為那即是品質指標的消費者。
- (4) 追求流行者：指尋找新事物來獲得刺激和快樂，同時考慮趨勢的消費者。
- (5) 簡單購物者：指行程快速，且為了節省時間與方便，有可能會放棄某些品質的消費者。
- (6) 缺乏主見者：指容易受市場迷惑，常尋求朋友協助或重視熟悉品牌的消費者。
- (7) 衝動消費者：指非計畫性購買或僅考慮他們花多少錢的消費者。
- (8) 品牌忠誠者：指傾向購買好的品牌或商品的消費者。

3. Martin Lindstrom 和 Patricia B. Seybold（2003）：將 8-14 歲的孩子稱之

為吞世代 (Tweens)，依其消費特性可區分為以下四個群體：

- (1) 趨勢尖端份子 (edges)：總是老早就嘗試新品牌，通常認同具有叛逆性格的牌子。常舊物新用，發明新用法讓產品更酷。
- (2) 說服者 (persuaders)：相當受到團體接納，也能快速的接受新趨勢，是流行時尚的主流。
- (3) 追求者 (followers)：代表大多數的年輕人，不會搶先嘗試新事物，追隨多於領導。
- (4) 反射者 (reflexives)：他們鮮少掌握得到流行趨勢，而且幾乎很少外出。

4.王永銘(2004)考量消費的決策過程或因素所造成的影響，將學生消費行為分成以下五種類型：

- (1) 從眾型：消費者會因多數人如此，而決定其消費行為。
- (2) 衝動型：消費者會因個人衝動，一念之差而決定其消費行為。
- (3) 新奇型：消費者會因單一決定理由而決定期消費行為。
- (4) 創意型：消費者會蒐集相關商品的資訊，進行比較，購買功能多、選擇性強的商品。
- (5) 炫耀型：消費者會以購買某種商品做為炫耀、時髦的象徵。

5.黃麗美(2006)將國小高年級學生的消費型態分成以下四種類型：

- (1) 保守型：此類消費者對金錢的處理方式以儲蓄為主，較少從事消費行為，認為儲蓄比消費更有樂趣。
- (2) 理智型：此類消費者在實際購買前，心中已有腹案，對於自己想購買的產品會事先經過考慮、研究與比較。
- (3) 經濟型：此類消費者較注意價格，比較不在乎物品的品質，只有廉價物品才能滿足他的需求。
- (4) 衝動型：此類消費者購物時，多屬於臨時起意，會被產品奇特的外

觀或廠牌名稱所吸引，只要售貨員稍加鼓勵、介紹，就會購買。

6.高敏娟(2013)以新北市汐止區國中生為研究對象，將消費行為分

成以下七種類型：

- (1) 從眾行為：會因多數人如此，如同儕團體、購物群體、虛擬群體或網路社群，而決定其消費行為。
- (2) 衝動行為：會因個人的不理性以及一時衝動而決定其消費行為。
- (3) 炫耀行為：會傾向選購可供炫耀、代表時髦之商品的消費行為。
- (4) 實用行為：會傾向選購功能性強、實用性佳之商品的消費行為。
- (5) 習慣行為：習慣到固定商店消費或選購某幾種品牌、款式之產品，而少有改變的消費行為。
- (6) 崇拜行為：喜歡選購偶像以及明星球員推薦之產品或模仿偶像以及明星球員之消費風格的消費行為。
- (7) 創意行為：會傾向購買新奇或功能有創新用途的物品。

總而論之，很多國內外學者分析消費者在購物時，會因為受到個人特質或外在環境等因素的影響，而展現出不同的消費行為或態度，並加以分類。雖然各類型名稱不同，究其內涵卻大致相近；主要有衝動型、實用型、從眾型、經濟型、炫耀型、習慣型、享樂型、理性型、創新型等。研究者參考之前文獻，再參酌本身任教於彰化市國中，對國中生消費行為之觀察，擬將本研究之消費行為分成以下六種類型，用以探討國中生之消費行為。

- (1) 衝動型：此類消費者在購物時，會因個人當下對物品的喜好，或店員鼓吹，一時衝動而決定其消費行為。
- (2) 從眾型：此類消費者會因多數人如此，如同儕團體、網路媒體等，而決定其消費行為。
- (3) 理智型：此類消費者在購物前已有周詳的考慮，並對於自己想購買的商品作過研究與比較，會傾向於選購功能性強且實用之商品。

- (4) 習慣型：此類消費者會習慣到固定的商店，購買固定某幾種品牌或款式之商品，而少有改變。
- (5) 炫耀型：此類消費者會傾向於選購名牌、昂貴或時髦，並且可供炫耀商品。
- (6) 新奇型：此類消費者會傾向於選購新奇有趣、功能創新而且特殊之商品。

第四節 消費行為之相關研究

由於經濟起飛，家庭所得提升，再加上少子化，大多數的青少年都有或多或少的零用錢可以自行運用，因此很多國內學者投入兒童、青少年「消費行為」之研究。茲將近年來國內消費行為之相關研究，針對其研究者、研究主題、研究對象、研究方法、研究工具以及研究結果，歸納整理如下：

一、林世彪(2006)以「國小學童金錢態度問卷」與「國小學童消費行為問卷」為研究工具，採叢集抽樣方式針對台北市十二個行政區三十一所學校高年級學童作抽樣調查，共選取 805 人進行調查研究，其研究旨在探討台北市國小高年級學童金錢態度與消費行為之相關性。

(一)研究主題：台北市國小高年級學童金錢態度與消費行為之研究

(二)研究結果：

- 1.女學童較男學童在「創意型」消費行為有顯著差異。
- 2.男學童較女學童在「新奇型」消費行為有顯著差異。
- 3.中高社經家庭的學童較低社經家庭的學童在「炫耀型」消費行為有顯著差異。
- 4.固定領取零用錢的學童較沒有零用錢的學童在「炫耀型」消費行為有顯著差異。
- 5.獨生子女較有兄弟姊妹的學童在「從眾型」面向有顯著差異。

二、黃麗美(2006)以台北市共二十一所公立國小之學童為研究對象，採叢集抽樣方式，抽取 569 位高年級國小學童為樣本進行問卷調查，研究旨在探討國小學童金錢觀與消費型態之現況及其相關情形。

(一)研究主題：台北市國小高年級學童金錢觀與消費型態之研究

(二)研究結果：

- 1.男學童較女學童易有衝動型消費行為。
- 2.雙親家庭學童較依親家庭學童的消費行為較趨向保守；雙親家庭者與單親家庭者都較依親家庭者傾向理智型消費；而依親家庭者較雙親家庭者傾向衝動型消費。
- 3.出生序為中間者較老么的消費行為趨向保守型；而其餘消費型態無顯著差異。
- 4.家庭為高社經者較低社經者的消費行為趨向保守型、理智型；中社經地位者也較低社經者傾向理智型消費；而低社經者較高社經者趨向衝動型消費。
- 5.有儲蓄習慣者消費為型趨向保守、理智型；而無儲蓄者較常有衝動型消費。
- 6.有固定領取零用錢者消費時較衝動、無固定領取者則較為保守。

三、謝淑美（2006）採質的研究方法，主要運用觀察、焦點團體訪談法及深度訪談法以蒐集資料，研究對象為北部地區某安親補教業國小、國中，四至九年級學生，以年齡 10-15 歲之青少年為限，研究旨在描繪並了解今日的青少年消費行為與品牌之關係。

(一)研究主題：青少年消費行為與品牌關係之研究

(二)研究結果：

- 1.青少年的金錢觀反映社會普遍的風氣。
- 2.家庭的消費社會化影響青少年品牌的消費行為甚鉅。
- 3.青少年的消費經驗豐富，是精明的消費者。
- 4.同儕團體對於青少年的消費行為影響力大。

5.消費是青少年認同形成的重要憑藉。

6.消費活動成為今日青少年休閒時不可或缺的一環。

四、徐淑敏、李麗華(2007)以桃園縣國小高年級學童進行抽樣，選取十三所學校，每所學校五、六年級各抽取一個班級學生為團體施測對象，回收的有效問卷共計 727 份。研究的目的是在於了解兒童的金錢態度、消費行為，並探討兒童金錢態度與消費行為之間的相關性。

(一)研究主題：國小高年級學童的金錢態度與消費行為

(二)研究結果：

- 1.男生六年級、或縣轄市學區學童，對金錢有較不正向的態度；有儲蓄習慣的兒童則具有正向、積極的金錢態度。
- 2.五年級學童、鄉鎮學區、或零用錢在 200 元以下及有儲蓄習慣的兒童，其消費行為較為正向、理性。
- 3.低權力名望傾向、高預算及低焦慮傾向的兒童其消費行為較為正向、理性，至於高不信任傾向者，其消費行為偏好以價格為導向。

五、蔡政宏(2008)以「金錢態度量表」、「消費行為量表」、「同儕關係量表」與「教養方式量表」為研究調查工具，經分層叢集抽樣取得台中縣、台中市國小六年級和國中二年級青少年共 647 人之有效樣本進行調查，研究旨在探討青少年金錢態度與消費行為相關因素之現況及其相關情形。

(一)研究主題：青少年金錢態度與消費行為相關因素之研究

(二)研究結果：

- 1.在消費行為方面，就性別而言，女性青少年在「創意取向」顯現較強的傾向，就年齡而言，國中二年級較傾向「從眾取向」、「衝動取向」與「炫耀取向」。
- 2.零用錢在較多的青少年在消費行為「從眾取向」、「衝動取向」「新奇取向」「創意取向」各層面上都有顯著，然效果值並不高，其中以「炫耀

取向」最高。

3.零用錢較多（501元以上）的青少年，在消費方面較傾向炫耀取向，而零用錢適中（50-200元）的青少年則比較會注意商品的實用性或蒐集相關商品的資訊。

4.就教養方式而言，開明權威家庭的青少年較傾向「新奇取向」與「創意取向」，但在不同社經地位與居住區位的青少年則無顯著差異。

5.不同性別、年齡與同儕關係的青少年在金錢態度與消費行為有差異。

六、傅致榮(2009)以苗栗縣國小高年級學童及國中學生進行抽樣，選取了七所小學及六所國中，有效問卷 386 份。試圖了解不同學齡階段的學生，於研究中是否會呈現出差異性。研究旨在瞭解兒童的「金錢態度」及「消費行為」，並進一步探討兩者之間的相關性。

(一)研究主題：國中及國小高年級學生的金錢態度與消費行為之研究-以苗栗縣學生為例

(二)研究結果：

- 1.國小組相對國中組較接受父母親的建議，而國中組相對國小組較會憑自己喜好購買。
- 2.國小組相對國中組較注意東西的安全性及商品標示成份內容；顯示國小組較為注意商品的標籤，購物時較為謹慎。
- 3.國小組相對國中組較為節儉。
- 4.國中組相對國小組較會花費在買零食飲料、衣服飾品及請客。
- 5.女性學童相較男性學童節儉。

七、林英花（2009）採用問卷調查法，以台南市在學青少年為研究對象，包含國小高年級、國中學生及高中職學生，共取得有效樣本 1153 份，研究的目的是在於探討不同階段在學青少年個人背景變項對他們的金錢態度與消費行為之影響。

(一)研究主題：在學青少年金錢態度與消費行為轉變相關性之研究分析

(二)研究結果：

- 1.女生較男生常消費在新奇流行的商品，男生則較女生喜歡炫耀型消費。
- 2.無儲蓄習慣者較常做衝動的消費，也較喜歡新奇流行、炫耀的商品；有儲蓄習慣者購物以實用為主。
- 3.單親家庭與其他狀況家庭的子女都較雙親家庭子女易有新奇流行型的消費。
- 4.不同排行的子女在消費行為的各層面並無顯著差異。
- 5.零用錢多者較易有從眾型、衝動型和新奇流行型的消費，無零用錢或零用錢少者則較傾向實用型消費。
- 6.家長社經地位較低者，較常選購新奇流行的商品，也較常出現衝動型的消費。
- 7.高中職學生較國中小學生易出現從眾型、衝動型和新奇流行型的消費。

八、郭豐齊(2010)究採用問卷調查法，以自編之「國小高年級學童金錢態度與其消費行為之調查問卷」作為資料蒐集的工具，以高雄市國小高年級學童為研究對象，總計有效樣本共 731 份。研究旨在瞭解高雄市國小高年級學童金錢態度及消費行為的現況與關係，及不同背景變項的差異情形。

(一)研究主題：高雄市國小高年級學童金錢態度與其消費行為關係之研究

(二)研究結果：

- 1.國小高年級學童消費行為以「創意型」傾向最高，具有正面的意義。
- 2.男學童在消費行為中的「新奇型」層面表現高於女學童。
- 3.六年級學童在消費行為中的「從眾型」層面高於五年級學童。
- 4.國小高年級學童的金錢態度愈趨向「金錢焦慮」層面，消費行為的表現則愈趨近於「衝動型」。
- 5.國小高年級學童的金錢態度可有效預測其消費行為。

九、李怡蓉(2011)以分層比例叢集抽樣方式，抽取台中市國小六年級學生 834 位學生進行問卷調查。研究旨在探討國小六年級學生經濟認知與消費行為之現況及其相關情形，並分析不同背景變項的國小學生其經濟認知與消費行為的差異情形。

(一)研究主題：台中市國民小學六年級學生經濟認知與消費行為之相關研究。

(二)研究結果：

- 1.國小六年級學生有積極的消費行為。六年級學生重視各個「消費資訊蒐集」管道及各項「消費評估標準」，並經常去大型或中型連鎖賣場及便利商店、專賣店、雜貨店等「消費地點」。
- 2.不同性別、閱聽(讀)大眾傳播媒體時間、零用錢、家庭型態及家庭社經地位的學生在經濟認知上有差異。
- 3.不同閱聽(讀)大眾傳播媒體時間和不同零用錢之學生在消費行為上有差異
- 4.國小六年級學生的經濟認知與消費行為有低度負相關。
- 5.國小六年級學生「總體經濟認知」可以預測整體消費行為 2.4%的變異量。

十、葉美慧(2011)採問卷調查法，以「國小高年級學童金錢態度與消費行為問卷」為研究工具，研究對象為花蓮縣公立國民小學高年級學生，經分層叢集抽樣，共得有效問卷 466 份，研究旨在探討花蓮縣國小高年級學童金錢態度與消費行為之現況及其相關情形。

(一)研究主題：花蓮縣國小高年級學童金錢態度與消費行為之研究

(二)研究結果：

- 1.國小學童之金錢態度的認同程度，於四點量表之得分為 2.40，達中度水準，且在「預算行動」上，具高度認同。

2. 國小學童之金錢態度會因性別、年級、族群、零用錢金額與儲蓄習慣而有顯著差異。
3. 國小學童之消費行為的認同程度，於四點量表之得分為 2.04，達中度水準，且對「炫耀型」具高度認同。
4. 國小學童之消費行為會因性別、年級、族群、儲蓄習慣與家庭社經地位而有顯著差異。
5. 國小學童之金錢態度與消費行為呈現顯著相關。

十一、周鐸峰(2012)採用問卷調查，以立意抽樣的方式，對台中縣大里市國中生共 215 位(本地生 137 人、外籍生 78 人)進行問卷調查，研究目的在了解並分析國中生(包括外籍配偶子女就讀國中者)之金錢態度與消費行為的現況，及探討影響其金錢態度與消費行為的因素。

(一)研究主題：國中生的金錢態度與消費行為因素探討-以大里市為例

(二)研究結果：

1. 不同的個人因素的國中生在金錢態度與消費行為方面有差異。
2. 不同的家庭因素的國中生在金錢態度與消費行為方面有差異。
3. 外籍配偶子女就讀國中者與本地生在金錢態度與消費行為方面有差異。
4. 國中生的個人因素、家庭因素及金錢態度對消費行為方面有影響解釋力

十二、高敏娟(2013)採問卷調查法，以「新北市汐止區國中生金錢態度與消費行為之相關性研究」問卷作為研究工具，研究對象為新北市汐止區公立國民中學學生，透過分層叢集抽樣，總計有效樣本 693 份，研究旨在探討新北市汐止區國中生金錢態度與消費行為之現況及其相關性。

(一)研究主題：新北市汐止區國中生金錢態度與消費行為之相關性研究

(二)研究結果：

1. 七成以上的國中生具有正向的金錢態度，包括肯定錢的用處，但不盲目

崇拜金錢；有儲蓄的習慣，但少有記帳的習慣。

2.七成以上的國中生之消費行為尚保有理性的特質，包括會參考朋友的推薦；不會買自己買不起的東西；會選擇堅固耐用的產品。

3.大部分受試的國中生喜歡新奇的商品但不認為其是必要的；不會去搶購限量或促銷的商品，可知消費者教育仍有其必要性。

4.國中生的「金錢態度」與「消費行為」之間呈現顯著正相關。

茲將上述國中生消費行為之相關研究整理成表(參見附錄二)。

綜合以上消費行為的相關研究可以看出，影響青少年消費行為的因素很多，大多數研究者，都就青少年的個人背景變項，如性別、年齡、家庭社經背景、是否領取零用錢及其數量、父母教養行為或同儕及大眾傳播等因素，分析對其消費行為所產生的影響。不同的背景變項，會衍生出不一樣的消費行為。參考以上的文獻，本研究在個人背景變項上選擇「性別」、「出生序」、「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」、「有無儲蓄習慣」、「父親教育程度」、「母親教育程度」、「父親職業」及「母親職業」等九個變項，來探究國中生的消費行為。

第五節 金錢教養與消費行為之相關研究

本節將針對國中生金錢教養與消費行為之相關研究作進一步的探討。將相關研究主題與結果，整理如下：

一、王麗芬(2012)以隨機抽樣的方式，針對台中市九年級和五年級之學生為施測對象做問卷調查，研究主要在探討國中小學生家庭金錢教養、金錢態度與消費行為之現況，並探討其在不同背景變項下的差異情形及其相互間的關係。

(一)研究主題：國中小學生家庭金錢教養、金錢態度與消費行為之研究

(二)研究結果：

1.國中小學生在家庭金錢教養方面，家長會提供孩子使用金錢、存錢、記

帳等經驗；購買物品時也會詢問孩子的意見；並能適時和孩子討論金錢的價值及建立消費的規範。

2. 國中小學生在金錢態度方面首重金錢處理規劃及儲蓄；對金錢即代表權力則不甚認同；而對金錢的持有稍有不妥之感；對物品的購買也稍有猶豫、不確定的現象。
3. 國中小學生在消費行為方面首重商品品質及實用性，同時也崇尚節約，願意到大賣場買較便宜或打折之物品；購物時不因炫耀、新潮、流行或一時衝動而去消費。
4. 不同背景變項(性別、年級、儲蓄習慣、母親教育程度)的國中小學生在家庭金錢教養上有顯著差異。
5. 不同背景變項(年級、零用錢金額、儲蓄習慣、家庭經濟狀況)的國中小學生在金錢態度上有顯著差異。
6. 不同背景變項(性別、年級、零用錢金額、儲蓄習慣、獲得財經訊息頻率、家庭經濟狀況)的國中小學生在消費行為上有顯著差異。
7. 國中小學生在家庭金錢教養、金錢態度及消費行為上互相顯著相關。

二、黃如瑩(2013)採用問卷調查法，以「個人基本資料」、「金錢態度量表」、「父母金錢教養量表」和「消費行為量表」為研究工具，並以高雄市國中生為研究對象，總計得到有效問卷 737 份，研究旨在探討高雄市國中生金錢態度、父母金錢教養與消費行為之關係。

(一)研究主題：高雄市國中生金錢態度、父母金錢教養與消費行為之研究

(二)研究結果：

1. 國中生之金錢態度以「不信任」傾向最高，「權力」傾向最低。
2. 金錢教養以「金錢使用指導與規劃」之情形最多，而女生、一年級、有儲蓄習慣和高家庭社經地位之國中生父母較重視金錢教養。
3. 國中生之消費行為以「衝動型」、「新奇流行型」傾向相對較高，「炫

耀型」傾向相對最低。

4.女生、無儲蓄習慣之國中生在「衝動型」消費行為的傾向較高；而男生則在「炫耀型」消費行為的傾向較高。

5.«權力»、«品質»、«焦慮»、«金錢使用指導與規劃»和«金錢溝通與討論»對於消費行為有顯著預測力。

三、葉賢政(2014)採用問卷調查法，以「金錢教養問卷»與«消費行為問卷»為研究調查工具，並以新竹縣國中生為研究對象，經分層抽樣，共發出 525 份問卷，回收 504 份，取得共 498 人之有效樣本進行調查，究旨在探討國中生的金錢教養與消費行為相關因素之關係。

(一)研究主題：新竹縣國中生金錢教養與消費行為之相關研究

(二)研究結果：

1.在金錢教養上，不同個人背景的國中生在«有無零用錢»、«不同零用錢數量»、«是否有存錢習慣»及«父母親的教育程度不同»等面向上達顯著差異。

2.在消費行為上，不同個人背景的國中生在«性別»、«年級»、«不同零用錢數量»及«是否有存錢習慣»等面向上達顯著差異。

3.金錢教養量表與其分量表與消費行為量表與其分量表之間僅有部分相關。

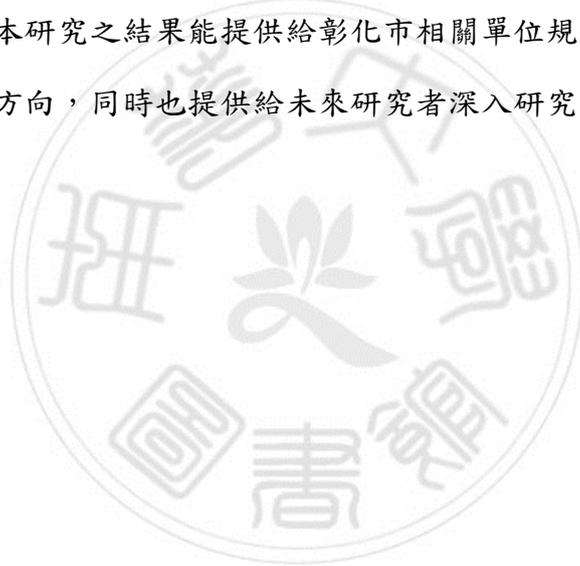
茲將上述國中生金錢教養與消費行為之相關研究整理成表(參見附錄二)。

第六節 文獻探討小結

綜合前面五節所述，人們對於金錢的想法，不僅僅是交易媒介，還能安定人心，提升自我價值，創造美好的感受；但同時也是焦慮和罪惡的源頭。金錢教養則是父母在養育子女時，有目的地給予孩子金錢教育，包括溝通討論的過程，以及實際表

現出來的行為或做法。消費行為則包含了消費動機、資訊蒐集、決策評估、執行動作及購買後的過程及反應等，也就是消費者為了滿足身體或心理的需求，在可供選擇的範圍內決定行動的程序，包含購買產品或勞務行動之前、中、後過程，表現於外的的行為或活動，以及在消費過程中所產生的決策歷程。

由文獻的整理可知，過去文獻雖有金錢教養和消費行為的相關論文，但缺少彰化地區國中生的相關研究。台灣各地區的職業類別、經濟水平、風土民情和生活習慣等皆有其相異性，研究者任教於彰化市國中，觀察到學校學生的消費行為不只大方，而且有時令人無法理解，例如繳不出班級費用的同學，手機卻是上網吃到飽！因此研究者欲探究彰化市不同背景變項的國中生，其家庭金錢教養與消費行為之差異及相關性，期待本研究之結果能提供給彰化市相關單位規劃家庭教育、學校教育與親職教育等課程方向，同時也提供給未來研究者深入研究國中生家庭金錢教養與消費行為之參考。



第三章 研究方法

本研究旨在探討彰化市國中生家庭金錢教養與消費行為之現況，並探究兩者之相關性。以下分六小節說明：第一節為研究架構；第二節為研究假設；第三節為研究對象及取樣；第四節為研究工具；第五節為實施程序；第六節為資料分析方法。

第一節 研究架構

本研究的目的是瞭解彰化市國中生家庭金錢教養與消費行為之關係，提出研究架構如圖 3-1 所示：

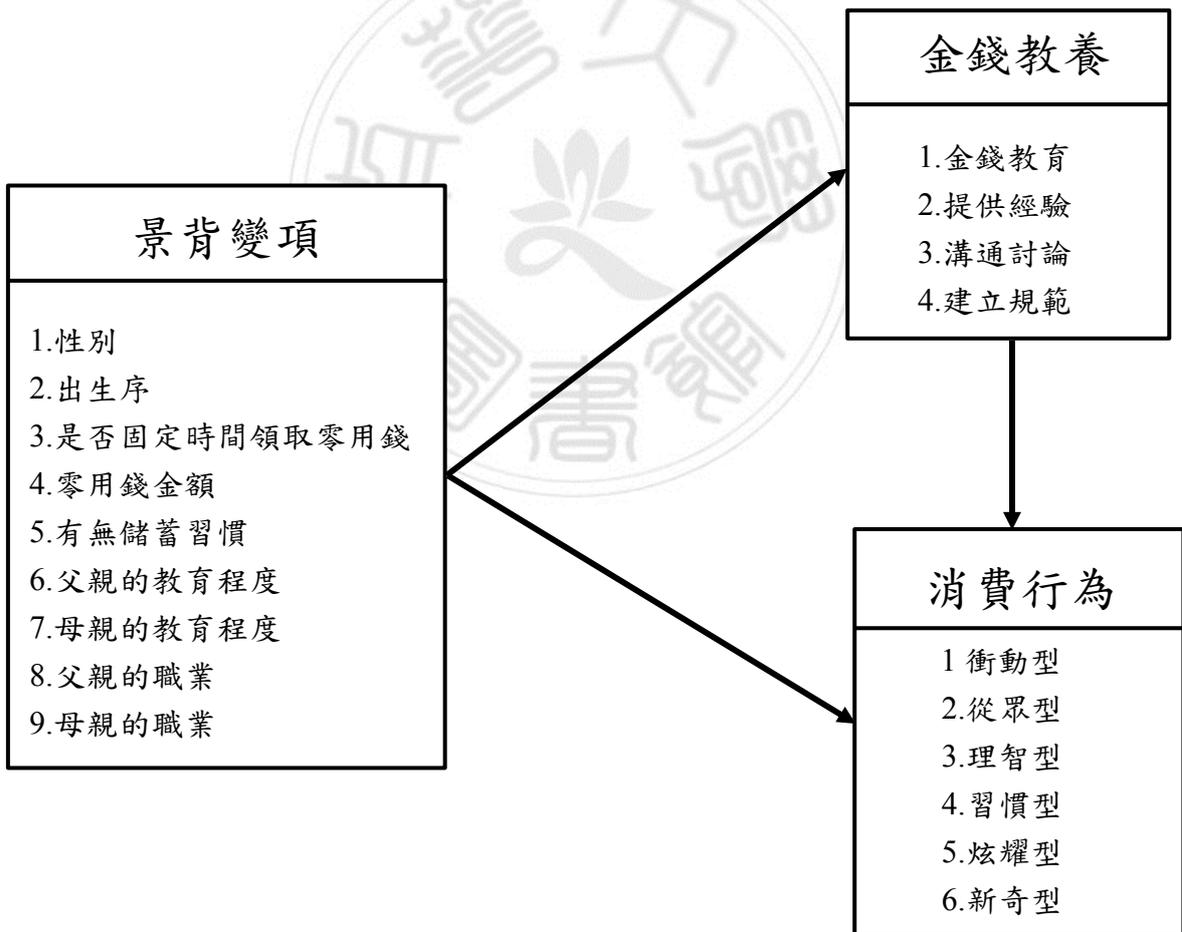


圖 3-1 研究架構圖

本研究的變項分述如下：

一、個人背景變項：「性別」、「出生序」、「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」、「有無儲蓄習慣」、「父親教育程度」、「母親教育程度」、「父親職業」及「母親職業」，共九個變項。

1.性別：分為①男 ②女

2.出生序：分為①獨生子 ②獨生女 ③老大④老二⑤老三⑥其他，共六個選項。

3.是否固定時間領取零用錢：分為①固定 ②不固定，共兩個選項。

4.每週的零用錢金額：分為①沒有零用錢 ②100元以下 ③101-300元 ④301-500元⑤501-700元 ⑥701-900 ⑦901元以上，共七個選項。

5.是否有儲蓄的習慣：分為①有 ②沒有，共兩個選項。

6.父母親的教育程度：分為①小學或不識字 ②國中 ③高中職 ④專科或大學 ⑤研究所（含以上），共五個選項。

7.父母親的職業：分為①第1類 ②第2類 ③第3類 ④第4類 ⑤第5類 ⑥無 ⑦其他，共七個選項。（父母親職業類別分類表參見附錄三）

二、金錢教養

本研究將金錢教養行為視為「有目的性」的影響行為（Ward, 1974），即指父母在養育孩子時，所給予的金錢教育，包括溝通討論的過程，以及實際表現出來的行為或做法。研究者參考黃妤卉(2001)、呂志方(2011)及葉賢政(2014)等人的相關論文與研究，將金錢教養行為分為四個向度：

（一）金錢教育：教導孩子用正確的態度和方式認識和使用金錢。包括說明金錢的意義與價值、金融機構的功能、或是勤儉的故事等。

（二）提供經驗：提供給孩子擁有、規劃和使用金錢的經驗。包括帶孩子一起上街購物的經驗，給予零用錢、培養儲蓄經驗，並讓孩子有自主規劃或使用金錢的機會等。

（三）溝通討論：和孩子溝通或討論有關金錢和消費的話題。包括和孩子討論

零用錢的金額、物品價格是否合理、家庭收支狀況、分享購物經驗以及如何分配和使用金錢等。

(四) 建立規範：明白告訴孩子獲得金錢及使用金錢的方式，並要求其遵守。

包括父母對於零用錢的發放與使用時機，以及購物等方面的限制與範。

三、消費行為

消費行為就是一種個人以金錢換取商品或等值服務的決策行為（榮泰生，1999）。本研究的消費行為係指影響國中生在進行消費時，受到個人所接受的金錢教養、人格特質，以及內在心理和外環境因素之影響，所展現出不同類型的消費行為。研究者參考郭豐齊（2010）、呂志方（2011）及高敏娟（2013）等人的相關論文與研究，將國中生消費行為分為六種類型：

(一)衝動型：此類消費者在購物時，會因個人當下對物品的喜好，或店員鼓吹，一時衝動而決定其消費行為。

(二)從眾型：此類消費者會因多數人如此，如同儕團體、網路媒體等，而決定其消費行為。

(三)理智型：此類消費者在購物前已有周詳的考慮，並對於自己想購買的商品作過研究與比較，會傾向於選購功能性強且實用之商品。

(四)習慣型：此類消費者會習慣到固定的商店，購買固定某幾種品牌或款式之商品，而少有改變。

(五)炫耀型：此類消費者會傾向於選購名牌、昂貴或時髦，並且可供炫耀之商品。

(六)新奇型：此類消費者會傾向於選購新奇有趣、功能創新而且特殊之商品。

第二節 研究假設

根據本研究之研究目的與研究架構，提出本研究假設如下：

假說一：不同背景變項的國中生在家庭金錢教養有顯著差異。

- 1-1 不同性別的國中生在家庭金錢教養上有顯著差異。
- 1-2 不同出生序的國中生在家庭金錢教養上有顯著差異。
- 1-3 有無固定時間領取零用錢的國中生在家庭金錢教養上有顯著差異。
- 1-4 領取不同零用錢金額的國中生在家庭金錢教養上有顯著差異。
- 1-5 有無儲蓄習慣的國中生在家庭金錢教養上有顯著差異。
- 1-6 父親教育程度不同的國中生在家庭金錢教養上有顯著差異。
- 1-7 母親教育程度不同的國中生在家庭金錢教養上有顯著差異。
- 1-8 父親職業不同的國中生在家庭金錢教養上有顯著差異。
- 1-9 母親職業不同的國中生在家庭金錢教養上有顯著差異。

假說二：不同背景變項的國中生在消費行為上有顯著差異。

- 2-1 不同性別的國中生在消費行為上有顯著差異。
- 2-2 不同出生序的國中生在消費行為上有顯著差異。
- 2-3 有無固定時間領取零用錢的國中生在消費行為上有顯著差異。
- 2-4 領取不同零用錢金額的國中生在消費行為上有顯著差異。
- 2-5 有無儲蓄習慣的國中生在消費行為上有顯著差異。
- 2-6 父親教育程度不同的國中生在消費行為上有顯著差異。
- 2-7 母親教育程度不同的國中生在消費行為上有顯著差異。
- 2-8 父親職業不同的國中生在消費行為上有顯著差異。
- 2-9 母親職業不同的國中生在消費行為上有顯著差異。

假說三：國中生所受的家庭金錢教養與消費行為有顯著相關。

第三節 研究對象及取樣

一、研究對象

本研究是以 103 學年度就讀彰化市公立國民中學國一至國三之學生為施測對象，透過問卷的題目設計，了解不同背景變項的國中生，其所受的家庭金錢教養與消費行為是否有所差異。

二、問卷發放方式

本研究係以彰化市公立國民中學 103 學年度第一學期之國中生為取樣母群體。為顧及樣本取樣之代表性與考量研究進行中受限於時間、人力等因素，故本研究採隨機抽樣法進行抽樣調查研究。

研究者以彰化市之國中學生為調查對象，分別為彰泰國中、陽明國中、彰興國中以及彰德國中之學生。本研究以班級為單位進行調查，共發出問卷 473 份，回收 463 份，回收率為 97.89%，經刪除胡亂填答及填答不完整者之無效問卷，共計有效問卷為 440 份，可用率為 95.03%。本研究問卷發出及回收之份數、比率與學校資料如表 3-3-1。

表 3-3-1 研究問卷施測及回收情形一覽表

學校名稱	抽樣份數	回收份數	回收比率	有效份數	有效比率
彰泰國中	145	141	97.24%	135	95.74%
陽明國中	130	125	96.15%	118	94.40%
彰興國中	108	108	100%	103	95.37%
彰德國中	90	89	98.89%	84	94.38%
合計	473	463	97.89%	440	95.03%

資料來源：本研究整理

第四節 研究工具

本研究以問卷調查為研究工具，問卷內涵包括三部分：

一、基本資料調查表

本研究的基本資料調查表包含「性別」、「出生序」、「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」、「有無儲蓄習慣」、「父親教育程度」、「母親教育程度」、「父親職業」及「母親職業」等九個變項，主要目的在瞭解施測對象的個人背景變項。

二、家庭金錢教養量表

本研究所使用的「家庭金錢教養量表」乃參考黃妤卉(2001)、呂志方(2011)及葉賢政(2014)等人的金錢教養量表，將其修改而成。其中將金錢教養行為分為「金錢教育」、「提供經驗」、「溝通討論」、「建立規範」等四個向度，共25題，用以瞭解國中生所接受的家庭金錢教養。

家庭金錢教養量表採用的是李克特式量表(Liker-type Scale)法，填答的方式以五點量表法，分成「非常符合」、「符合」、「普通」、「不符合」及「非常不符合」等五個程度，分別給予5、4、3、2、1分的評量，分數越高，則表示對該問卷之題目的符合程度越高，反之，則表示符合的程度越低。

三、消費行為量表

本研究所使用的「消費行為量表」乃參考郭豐齊(2010)、呂志方(2011)及高敏娟(2013)等人的消費行為問卷，將其修改而成。其中將國中生消費行為分為「衝動型」、「從眾型」、「理智型」、「習慣型」、「炫耀型」、「新奇型」等六種類型，共23題，用以瞭解國中生的消費行為。

消費行為量表採用的是李克特式量表(Liker-type Scale)法，填答的方式以五點量表法分成「非常符合」、「符合」、「普通」、「不符合」及「非常不符合」等五個程度，分別給予5、4、3、2、1分的評量，分數越高，則表示對該問卷之題目的符合程度越高，反之，則表示符合的程度越低。

第五節 實施程序

一、預試部分

(一)完成問卷初稿

為了慎重起見，將編製好的問卷初稿，先請幾位筆者所任教學校之學生做測試，對於他們無法理解的文句，進行語詞的修正，再將修正後之問卷，加上「個人基本背景資料調查表」，完成問卷初稿。並請專家針對本問卷初稿之適切性加以鑑定，作為編製預試問卷之重要參考。

(二)預試問卷之施測

預試問卷計有第一部份「基本資料調查表」9題，第二部份「家庭金錢教養量表」25題，第三部份「消費行為量表」24題。本預試問卷編定後，隨機選取彰化市一所國中，抽取90位學生作為預試問卷之施測對象。預試問卷於民國103年10月中旬發出，並於同月回收，依據預試問卷結果的統計分析，加以刪除問卷中不適合的語句，或信效度不良的題目，以編製正式問卷。

(三)預試問卷之統計分析

1.家庭金錢教養量表

(1)信度分析

本研究擬以 Cronbach's α 係數，考驗國中生之「家庭金錢教養量表」各向度以及總層面的內部一致性， α 係數愈高，表示各向度以及總層面的內部一致性也愈高。依據 Nunnally (1978)認為 Cronbach's α 係數符合最低標準 0.6 以上，即代表該向度之題項具有信度，故本研究以 $\alpha \geq 0.6$ 為最低標準。金錢教養量表各向度與總量表部分，Cronbach's α 係數介於 0.501~0.896 之間(如表 3-5-1)。雖然各分向度 Cronbach's α 係皆達最低標準，但「提供經驗」與「建立規範」二向度之 α 係數略低，為求更加提升量表信度，做係數細部分析，發現若刪

除「提供經驗」向度第 5 題， α 係數可從 0.501 提升至 0.687，而「建立規範」向度之第 1.2 題太過類似，故與指導教授討論後，「提供經驗」與「建立規範」二向度的題目皆再做修改(參見附錄五)。

表 3-5-1 預試問卷金家庭金錢教養各向度題型之信度分析表

向度	題項編號	Cronbach's α 係數
金錢教育	1-7	0.847
提供經驗	8-12	0.501
溝通討論	13-19	0.827
建立規範	20-25	0.608
總量表	1-25	0.856

(2)效度及因素分析

本研究以「主成分因素分析」來檢驗量表的效度，結果顯示本量表的 KMO 值達 .827 > 0.5，Bartlett 球形檢定值達 898.476， $P = .000 < .05$ ，故適合進行因素分析，而且母群體的相關矩陣間有共同因素存在，保留四個因素其建構效度良好，另外還聘請數位相關研究之專家學者進行專家效度的建構(問卷專家效度名單參見附錄四)。

2.消費行為量表

(1)信度分析

本研究擬以 Cronbach's α 係數，考驗國中生之「消費行為量表」各向度以及總層面的內部一致性， α 係數愈高，表示各向度以及總層面的內部一致性也愈高。依據 Nunnally(1978)認為 Cronbach's α 係數符合最低標準 0.5 以上，即代表該向度之題項具有信度，故本研究以 $\alpha > 0.5$ 為最低標準。消費行為量表各向度與總量表部分，Cronbach's

α 係數介於 0.611~0.796 之間(如表 3-5-2)。雖然各分向度 Cronbach's α 係皆達最低標準，但為求更加提升量表信度，做係數細部分析，發現若刪除「從眾型」向度第 3 題， α 係數可從 0.796 提升至 0.801，而刪除「理智型」向度第 4 題， α 係數可從 0.727 提升 0.782，「新奇型」的 α 係數也略低，故與指導教授討論後，「從眾型」、「理智型」和「新奇型」三向度的題目皆再作修改(參見附錄六)。

表 3-5-2 預試問卷消費行為各類型題型之信度分析表

類型	題項編號	Cronbach's α 係數
衝動型	1-4	0.714
從眾型	5-8	0.796
理智型	9-12	0.727
習慣型	13-16	0.648
炫耀型	17-20	0.762
新奇型	21-24	0.611
總量表	1-24	0.835

(2)效度及因素分析

本研究以「主成分因素分析」來檢驗量表的效度，結果顯示本量表的 KMO 值達 .619 > 0.5，Bartlett 球形檢定值達 833.699， $P=0.000 < .05$ ，故適合進行因素分析，而且母群體的相關矩陣間有共同因素存在，保留六個因素其建構效度良好，另外還聘請數位相關研究之專家學者進行專家效度的建構。

二、正式問卷

預試問卷經信效度的檢測後，再與指導教授討論，進行正式問卷的修改與

編製。

(一)家庭金錢教養量表

正式問卷的題數，經修改後，仍維持原來的 25 題，而總量表的 Cronbach's α 係數，則從原來之 0.856 提升至 0.886，KMO 值也從原來之 0.827 提升至 0.905，使其成為一分更具信效度的問卷。(家庭金錢教養量表題目之修正情形參見附錄五)

(二)消費行為量表

正式問卷的題數經修改後，由原來的 24 題減為 23 題，而總量表的 Cronbach's α 係數，則從原來之 0.835 提升至 0.851，KMO 值也從原來之 0.619 提升至 0.879，使其成為一分更具信效度的問卷。(消費行為量表題目之修正情形參見附錄六)

第六節 資料分析方法

本研究之正式問卷於施測完畢收回後，即進行資料的編碼與登錄工作。為確保資料的完整性與可靠性，將作答不完整或胡亂填答比率達五分之一以上之問卷視為無效問卷，並予以剔除。接著將有效樣本資料根據各部分之研究設計，利用電腦統計套裝程式 SPSS 分別加以統計處理，進行資料的分析。茲將本研究所採用的統計方式說明如下：

一、描述性統計分析

依據彰化市國中生個人背景變項問卷填答之結果，統計出次數分配、百分比、平均數與標準差，依變項的特性與分布結構，探討彰化市國中生的家庭金錢教養與消費行為的現況。

二、獨立樣本 t 檢定

本研究以獨立樣本 t 檢定分析檢測樣本的家庭金錢教養與消費行為是否因

不同性別、是否固定時間領取零用錢、有無儲蓄習慣而有顯著差異。

三、單因子變異數分析

本研究以單因子變異數分析檢測樣本的家庭金錢教養與消費行為，是否因為不同的出生序、零用錢金額、父母親的教育程度、父母親的職業而有顯著差異。

四、Pearson 積差相關

本研究以 Pearson 積差相關，分析國中生的家庭金錢教養與消費行為之間是否有顯著相關。



第四章 研究分析與討論

本章在於針對研究樣本之統計結果進行分析討論，內容分為五節：第一節為基本資料之描述性統計；第二節為背景變項在家庭金錢教養之差異分析；第三節為背景變項在消費行為之差異分析；第四節為 Pearson 積差相關分析；第五節為多元迴歸分析。

第一節 背景資料之描述性統計

本研究以彰化市 7 所公立國中，隨機抽樣 4 所學校做研究，共計選取 14 個班級，共 473 名學生，均予以施測家庭金錢教養量表和消費行為量表，實際回收 463 份，其中有效問卷達 440 份，其有效率達 95.03%，其中男生 224 人、女生 216 人。

由表 4-1-1 顯示，學生排行為老大的有 149 人(33.9%)，老二的有 159 人(36.1%)，佔大多數，而排行為其他的則最少(4.5%)。

表 4-1-1 學生排行現況表

	次數	百分比
獨生子	29	6.6
獨生女	22	5.0
老大	149	33.9
老二	159	36.1
老三	61	13.9
其他	20	4.5
總和	440	100

由表 4-1-2 顯示，固定零用錢的有 142 人 (32.3%)、不固定零用錢的有 298 人 (67.7%)，表示大部分的國中生並沒有固定領有零用錢。

表 4-1-2 零用錢領取現況表

	次數	百分比
固定	142	32.3
不固定	298	67.7
總和	440	100

由表 4-1-3 顯示，在零用錢金額方面，完全沒有零用錢的有 138 人(31.4%)，有領取零用錢的學生有 302 人(68.6%)，表示大部分的國中生均領有零用錢。此外，在有領取零用錢的學生中，領取 101-300 元有 119 人 (27%)，佔最多數。

表 4-1-3 零用錢金額現況表

	次數	百分比
完全沒有	138	31.4
100 元以下	107	24.3
101-300	119	27.0
301-500	50	11.4
501-700	11	2.5
701-900	6	1.4
901 以上	9	2.0
總和	440	100

由表 4-1-4 顯示，參與研究的 440 位學生，有儲蓄習慣的有 380 人（86.4%），沒有儲蓄習慣的僅 60 人（13.6%），結果顯示不論學生是否領有零用錢，大部分的學生均有儲蓄習慣，且比率高達 86.4%。

表 4-1-4 儲蓄習慣現況表

	次數	百分比
有	380	86.4
沒有	60	13.6
總和	440	100

由表 4-1-5 顯示，父親的教育程度為高中職最多，有 209 人(47.5%)，最少的則為小學或不識字(2%)。

表 4-1-5 父親教育程度現況表

	次數	百分比
小學或不識字	9	2.0
國中	51	11.6
高中職	209	47.5
專科或大學	142	32.3
研究所（含以上）	29	6.6
總和	440	100

由表 4-1-6 顯示，母親的教育程度為高中職最多，有 224 人(50.9%)，最少的則為小學或不識字(4.3%)。

表 4-1-6 母親教育程度現況表

	次數	百分比
小學或不識字	19	4.3
國中	36	8.2
高中職	224	50.9
專科或大學	141	32.0
研究所(含以上)	20	4.5
總和	440	100

由表 4-1-7 顯示，父親的職業為第四類最多，有 152 人(34.5%)，第一類則最少(3.9%)。

表 4-1-7 父親職業現況表

	次數	百分比
第一類	17	3.9
第二類	96	21.8
第三類	100	22.7
第四類	152	34.5
第五類	68	15.5
無	7	1.6
總和	440	100

由表 4-1-8 顯示，母親的職業為第五類最多，有 146 人(33.2%)，第一類則最少(1.8%)。

表 4-1-8 母親職業現況表

	次數	百分比
第一類	8	1.8
第二類	72	16.4
第三類	107	24.3
第四類	100	22.7
第五類	146	33.2
無	7	1.6
總和	440	100

第二節 背景變項在家庭金錢教養之差異分析

本節旨在探討不同背景變項國中生在家庭金錢教養量表得分的差異，以「性別」、「出生序」、「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」、「有無儲蓄習慣」、「父母親的教育程度」及「父母親的職業」為自變項，以家庭金錢教養量表得分為依變項，進行獨立樣本 t 檢定分析和變異數分析，結果如下：

一、不同性別之國中生在金錢教養之差異情形

為了解不同性別之國中生在金錢教養上的差異，進行獨立樣本 t 檢定，其結果顯示，「金錢教育」(p=-.668)、「提供經驗」(p=.169)、「溝通討論」(p=.314)、「建立規範」(p=.619)，各面向均未達顯著水準，顯示國中生對父母金錢教養各面向之感受程度，不因性別不同而有太大差異。上述資料表列如表 4-2-1：

表 4-2-1 不同性別之國中生在金錢教養量表之 t 檢定

向度	性別	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
金錢教育	男	224	3.764	.753	-.429	.668
	女	216	3.795	.758		
提供經驗	男	224	3.161	.783	-1.379	.169
	女	216	3.261	.742		
溝通討論	男	224	3.277	.804	1.009	.314
	女	216	3.198	.839		
建立規範	男	224	3.827	.722	.498	.619
	女	216	2.793	.717		

註：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

二、不同出生序之國中生在金錢教養之差異情形

為了解不同出生序之國中生在金錢教養上的差異，以出生序為自變項，「金錢教養量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示，「金錢教育」(F=.439)、「提供經驗」(F=.751)、「溝通討論」(F=1.237)、「建立規範」(F=.678)，各面向的 F 值檢定結果均未達顯著水準，因此不需做事後比較。顯示國中生對父母金錢教養各面向之感受程度，不因出生序而有所差異。上述資料表列如下頁表 4-2-2：

表 4-2-2 不同出生序之國中生在金錢教養之單因子變異數分析

向度	排行	人數	平均數	標準差	F 值
金錢教育	1	29	3.660	.784	.439
	2	22	3.805	.820	
	3	149	3.800	.816	
	4	159	3.816	.691	
	5	61	3.684	.709	
	6	20	3.771	.832	

表 4-2-2 不同出生序之國中生在金錢教養之單因子變異數分析(續)

向度	排行	人數	平均數	標準差	F 值
提供經驗	1	29	3.124	.722	.751
	2	22	3.112	.802	
	3	149	3.286	.865	
	4	159	3.220	.714	
	5	61	3.091	.665	
	6	20	3.150	.661	
溝通討論	1	29	3.503	.591	1.237
	2	2	3.156	.942	
	3	149	3.245	.860	
	4	159	3.250	.813	
	5	61	3.066	.790	
	6	20	3.321	.801	
建立規範	1	29	2.828	.749	.678
	2	22	2.651	.727	
	3	149	2.842	.741	
	4	159	2.775	.706	
	5	61	2.806	.697	
	6	20	3.017	.707	

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：出生序①獨生子 ②獨生女 ③老大 ④老二 ⑤老三 ⑥其他

三、是否固定時間領取零用錢之國中生在金錢教養之差異情形

為了解是否固定時間領取零用錢之國中生在金錢教養上的差異，進行獨立樣本 t 檢定，其結果顯示，在「溝通討論」($p = .048$)的 t 值檢定結果達顯著，表示固定時間領取零用錢與否的國中生在「溝通討論」上有所差異，有固定時間領取零用錢之國中生得分高於沒有固定時間領取零用錢之國中生，可見有固

定時間領取零用錢之國中生，比沒有固定時間領取零用錢之國中生，更常感受與父母溝通或討論有關金錢和消費的話題。在「金錢教育」(p=.260)、「提供經驗」(p=.792)與「建立規範」(p=.106)三向度的 t 值檢定結果不顯著，顯示國中生不因是否固定時間領取零用錢而有太大的差異。上述資料表列如表 4-2-3：

表 4-2-3 固定時間領取零用錢與否之國中生在金錢教養量表之 t 檢定

向度	組別	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
金錢教育	是	142	3.838	.735	1.128	.260
	否	298	3.751	.764		
提供經驗	是	142	3.224	.764	.264	.792
	否	298	3.203	.765		
溝通討論	是	142	3.350	.794	1.983	.048*
	否	298	3.185	.830		
建立規範	是	142	2.891	.746	1.618	.106
	否	298	2.772	.704		

註：n=440 *表示 p<0.05 **表示 p<0.01 ***表示 p<0.001

四、領取不同零用錢金額之國中生在金錢教養之差異情形

為了解領取不同零用錢金額之國中生在金錢教養上的差異，以每週領取零用錢的金額為自變項，「金錢教養量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示，在「溝通討論」(F=3.307)和「建立規範」(F=3.327)二向度的 F 值檢定皆達到顯著水準，進一步從事後比較發現，每週零用錢 101-300 元的國中生，其在「溝通討論」和「建立規範」二向度均高於沒有零用錢的國中生，可見每週領取零用錢 101-300 元的國中生比沒有領取零用錢的國中生，更常感受父母溝通或討論有關金錢和消費的話題，同時也更常感受父母

有關獲得金錢及使用金錢方式的教導及被要求遵守。而「金錢教育」(F=.499)和「提供經驗」(F=.546)的F值檢定結果皆未達顯著水準，因此不需做事後比較。上述資料表列如表 4-2-4：

表 4-2-4 領取不同零用錢金額之國中生在金錢教養之單因子變異數分析

向度	不同零用錢金額	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
金錢教育	1	138	3.802	.771	.499	
	2	107	3.757	.744		
	3	119	3.827	.688		
	4	50	3.657	.750		
	5	11	4.091	.562		
	6	6	3.714	.694		
	7	9	3.429	1.485		
提供經驗	1	138	3.223	.772	.546	
	2	107	3.170	.743		
	3	119	3.277	.761		
	4	50	3.160	.809		
	5	11	3.200	.559		
	6	6	3.233	.599		
	7	9	2.867	1.063		
溝通討論	1	138	3.088	.823	3.307**	3 > 1
	2	107	3.138	.790		
	3	119	3.432	.824		
	4	50	3.220	.747		
	5	11	3.818	.623		
	6	6	3.381	.692		
	7	9	3.381	1.149		

表 4-2-4 領取不同零用錢金額之國中生在金錢教養之單因子變異數分析(續)

向度	不同零用錢金額	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
建立規範	1	138	2.649	.720	3.327**	3 > 1
	2	107	2.855	.633		
	3	119	2.962	.757		
	4	50	2.853	.646		
	5	11	2.924	.825		
	6	6	3.028	.897		
	7	9	2.241	.764		

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：每週的零用錢金額 ①沒有零用錢 ②100 元以下 ③101-300 元 ④ 301-500 元 ⑤501-700 元 ⑥701-900 ⑦901 元以上

五、是否有儲蓄習慣之國中生在金錢教養之差異情形

為了解是否有儲蓄習慣之國中生在金錢教養上的差異，進行獨立樣本 t 檢定，其結果顯示，「金錢教育」($p=.000$)、「提供經驗」($p=.004$)和「溝通討論」($p=.018$)三向度的 t 值檢定結果均達顯著，顯示有否有儲蓄習慣之國中生在「金錢教育」、「提供經驗」和「溝通討論」上皆有所差異，且有儲蓄習慣平均數都高於沒有儲蓄習慣，可見有儲蓄習慣之國中生對父母教導認識和使用金錢，以及溝通或討論有關金錢和消費的話題之感受程度，比沒有儲蓄習慣之國中生更高，同時也擁有較多規劃和使用金錢的經驗。而「建立規範」($p=.456$)向度並未達顯著水準，顯示國中生在「建立規範」方面，不因是否有儲蓄習慣而有太大差異。上述資料表列如表 4-2-5：

表 4-2-5 有儲蓄習慣與否之國中生在金錢教養量表之 t 檢定

向度	組別	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
金錢教育	是	380	3.843	.723	4.549	.000***
	否	60	3.376	.833		
提供經驗	是	380	3.252	.758	2.896	.004**
	否	60	2.947	.756		
溝通討論	是	380	3.275	.825	2.379	.018*
	否	60	3.005	.761		
建立規範	是	380	2.800	.722	-.746	.456
	否	60	2.875	.699		

註：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

六、不同父親教育程度之國中生在金錢教養之差異情形

為了解不同父親教育程度之國中生在金錢教養上的差異，以父親教育程度為自變項，「金錢教養量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示：

(一) 「金錢教育」(F=3.488)、「提供經驗」(F=3.465)和「溝通討論」(F=2.487)三向度的 F 值檢定達到顯著水準，進一步從事後比較發現：

1. 在「金錢教育」方面，父親的教育程度為專科或大學，比父親的教育程度為高中職的孩子，更常感受父母教導用正確的態度和方式認識和使用金錢。
2. 在「提供經驗」和「溝通討論」二向度則無明顯差別。

(二) 「建立規範」(F=.959) 向度未達到顯著水準，因此不需做事後比較。

上述資料表列如表 4-2-6：

表 4-2-6 不同父親教育程度之國中生在金錢教養之單因子變異數分析

向度	父親教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
金錢教育	1	9	3.381	.808	3.488**	4>3
	2	51	3.683	.855		
	3	209	3.705	.709		
	4	142	3.960	.786		
	5	29	3.724	.564		
提供經驗	1	9	2.667	.800	3.465**	無明顯差別
	2	51	3.106	.743		
	3	209	3.189	.763		
	4	142	3.360	.791		
	5	29	2.986	.475		
溝通討論	1	9	2.619	1.111	2.487*	無明顯差別
	2	51	3.101	.815		
	3	209	3.246	.830		
	4	142	3.344	.802		
	5	29	3.094	.666		
建立規範	1	9	2.685	.580	.959	
	2	51	2.748	.644		
	3	209	2.864	.727		
	4	142	2.802	.757		
	5	29	2.621	.627		

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：父親的教育程度：①小學或不識字 ②國中 ③高中職 ④專科或大學 ⑤研究所（含以上）

七、不同母親教育程度之國中生在金錢教養之差異情形

為了解不同母親教育程度之國中生在金錢教養上的差異，以母親教育程度

為自變項，「金錢教養量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示，「金錢教育」(F=4.742)的F值檢定達到顯著水準，進一步從事後比較發現，在「金錢教育」方面，母親的教育程度為專科或大學，比母親的教育程度為國中或高中職的孩子，更常感受父母教導用正確的態度和方式認識和使用金錢。而「提供經驗」(F=1.229)、「溝通討論」(F=1.154)和「建立規範」(F=.270)三向度未達到顯著水準，因此不需做事後比較。上述資料表列如表 4-2-7：

表 4-2-7 不同母親教育程度之國中生在金錢教養之單因子變異數分析

向度	母親教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
金錢教育	1	19	3.602	.723	4.742***	4>2 4>3
	2	36	3.480	.900		
	3	224	3.713	.735		
	4	141	3.979	.724		
	5	20	3.821	.650		
提供經驗	1	19	3.042	.659	1.229	
	2	36	3.083	.742		
	3	224	3.198	.779		
	4	141	3.305	.774		
	5	20	3.060	.623		
溝通討論	1	19	3.090	.687	1.154	
	2	36	3.004	.988		
	3	224	3.248	.835		
	4	141	3.307	.781		
	5	20	3.200	.707		

表 4-2-7 不同母親教育程度之國中生在金錢教養之單因子變異數分析摘要表(續)

向度	母親教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
建立規範	1	19	2.790	.595	.270	
	2	36	2.852	.642		
	3	224	2.810	.747		
	4	141	2.825	.728		
	5	20	2.658	.608		

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：母親的教育程度：①小學或不識字 ②國中 ③高中職 ④專科或大學 ⑤研究所（含以上）

八、不同父親職業之國中生在金錢教養之差異情形

為了解不同父親職業之國中生在金錢教養上的差異，以父親職業為自變項，「金錢教養量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示，「溝通討論」(F=3.038)的 F 值檢定達到顯著水準，進一步從事後比較發現：在「溝通討論」方面，父親職業為第 3 類的孩子，大於父親職業為第 5 類的孩子，表示父親職業為第 3 類的孩子，感受父母溝通或討論有關金錢和消費的話題，比父親職業為第 5 類的孩子更多。而「金錢教育」(F=1.772)、「提供經驗」(F=1.438)和「建立規範」(F=.919)三向度未達到顯著水準，因此不需做事後比較。上述資料表列如表 4-2-8：

表 4-2-8 不同父親職業之國中生在金錢教養之單因子變異數分析

向度	父親職業	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
金錢教育	1	17	3.681	.938	1.772	
	2	96	3.868	.787		
	3	100	3.817	.764		
	4	152	3.812	.665		
	5	68	3.599	.832		
	6	7	3.306	.447		
提供經驗	1	17	2.929	.768	.438	
	2	96	3.244	.748		
	3	100	3.308	.806		
	4	152	3.220	.773		
	5	68	3.106	.701		
	6	7	2.829	.605		
溝通討論	1	17	2.807	.765	3.038**	3 > 5
	2	96	3.299	.827		
	3	100	3.373	.814		
	4	152	3.278	.806		
	5	68	3.004	.837		
	6	7	2.918	.394		
建立規範	1	17	2.745	.838	.919	
	2	96	2.738	.716		
	3	100	2.868	.725		
	4	152	2.868	.727		
	5	68	2.701	.670		
	6	7	2.952	.692		

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：父親職業①第 1 類 ②第 2 類 ③第 3 類 ④第 4 類 ⑤第 5 類 ⑥無

九、不同母親職業之國中生在金錢教養之差異情形

為了解不同母親職業之國中生在金錢教養上的差異，以母親職業為自變項，「金錢教養量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，結果顯示：

(一)「金錢教育」(F=2.955)和「溝通討論」(F=2.347)二向度的F值檢定達到顯著水準，進一步從事後比較發現：

- 1.在「金錢教育」方面，母親職業為第2類的孩子，大於母親職業為第4類的孩子，表示母親職業為第2類的孩子，感受父母教導用正確的態度和方式認識和使用金錢，比母親職業為第4類的孩子更多。
- 2.在「溝通討論」方面則無明顯差別。

(二)「提供經驗」(F=1.467)和「建立規範」(F=.693)向度未達到顯著水準，因此不需做事後比較。上述資料表列如表 4-2-9：

表 4-2-9 不同母親職業之國中生在金錢教養之單因子變異數分析

向度	母親職業	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
金錢教育	1	8	3.464	1.007	2.955*	2 > 4
	2	72	4.004	.742		
	3	107	3.792	.786		
	4	100	3.591	.683		
	5	146	3.811	.752		
	6	7	3.653	.600		
提供經驗	1	8	3.050	.723	1.467	
	2	72	3.328	.765		
	3	107	3.271	.770		
	4	100	3.050	.806		
	5	146	3.230	.726		
	6	7	3.029	.743		

表 4-2-9 不同母親職業之國中生在金錢教養之單因子變異數分析(續)

向度	母親職業	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
溝通討論	1	8	2.911	.648	2.347*	無明顯差別
	2	72	3.375	.870		
	3	107	3.318	.732		
	4	100	3.029	.879		
	5	146	3.261	.818		
	6	7	3.490	.480		
建立規範	1	8	2.646	.884	.693	
	2	72	2.692	.793		
	3	107	2.852	.666		
	4	100	2.833	.707		
	5	146	2.822	.712		
	6	7	3.024	.920		

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：母親職業①第 1 類 ②第 2 類 ③第 3 類 ④第 4 類 ⑤第 5 類 ⑥無

第三節 背景變項在消費行為之差異分析

本節旨在探討不同背景變項國中生在消費行為量表得分的差異，以「性別」、「出生序」、「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」、「有無儲蓄習慣」、「父母親的教育程度」及「父母親的職業」為自變項，以消費行為量表得分為依變項，進行獨立樣本 t 檢定分析和變異數分析，結果如下：

一、不同性別之國中生在消費行為之差異情形

為了解不同性別之國中生在消費行為上的差異，進行獨立樣本 t 檢定，其結果顯示，「衝動型」($p = .264$)、「從眾型」($p = .142$)、「理智型」(p

=.560)、「習慣型」(p=.443)、「炫耀型」(p=.154)、「新奇型」(p=.380)，各面向均未達顯著水準，顯示國中生在消費行為各面向，不因性別不同而有太大差異。上述資料表列如下頁表 4-3-1：

表 4-3-1 不同性別之國中生在消費行為量表之 t 檢定

向度	性別	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
衝動型	男	224	2.176	.676	-1.119	.264
	女	216	2.249	.683		
從眾型	男	224	2.338	.828	1.471	.142
	女	216	2.224	.797		
理智型	男	224	3.737	.886	-.583	.560
	女	216	3.782	.758		
習慣型	男	224	3.499	.844	-.768	.443
	女	216	3.560	.830		
炫耀型	男	224	2.526	.818	1.427	.154
	女	216	2.416	.801		
新奇型	男	224	2.896	.786	-.878	.380
	女	216	2.962	.802		

註：n=440 *表示 p<0.05 **表示 p<0.01 ***表示 p<0.001

二、不同出生序之國中生在消費行為之差異情形

為了解不同出生序之國中生在消費行為上的差異，以出生序為自變項，「消費行為量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示，「衝動型」(F=.945)、「從眾型」(F=1.444)、「理智型」(F=1.844)、「習慣型」(F=.522)、「炫耀型」(F=.300)、「新奇型」(F=1.080)，各面向的 F 值檢定結果均未達顯著水準，因此不需做事後比較。可見國中生不因出生序不同而在消費行為上有所差異。上述資料表列如下頁表 4-3-2：

表 4-3-2 不同出生序之國中生在消費行為之單因子變異數分析

向度	排行	人數	平均數	標準差	F 值
衝動型	1	29	2.112	.139	.945
	2	22	2.023	.116	
	3	149	2.176	.057	
	4	159	2.288	.052	
	5	61	2.217	.084	
	6	20	2.213	.174	
從眾型	1	29	.814	.151	1.444
	2	22	.791	.169	
	3	149	.849	.70	
	4	159	.806	.064	
	5	61	.791	.101	
	6	20	.632	.141	
理智型	1	29	.871	.162	1.844
	2	22	.769	.164	
	3	149	.910	.075	
	4	159	.793	.063	
	5	61	.666	.085	
	6	20	.753	.168	
習慣型	1	29	.741	.138	.522
	2	22	.766	.163	
	3	149	.846	.069	
	4	159	.861	.068	
	5	61	.826	.106	
	6	20	.862	.193	

表 4-3-2 不同出生序之國中生在消費行為之單因子變異數分析(續)

向度	排行	人數	平均數	標準差	F 值
炫耀型	1	29	.674	.125	.300
	2	22	.823	.175	
	3	149	.849	.070	
	4	159	.783	.062	
	5	61	.821	.105	
	6	20	.927	.207	
新奇型	1	29	.787	.146	1.080
	2	22	.719	.719	
	3	149	.828	.828	
	4	159	.780	.780	
	5	61	.831	.831	
	6	20	.560	.560	

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：出生序①獨生子 ②獨生女 ③老大 ④老二 ⑤老三 ⑥其他

三、是否固定時間領取零用錢之國中生在消費行為之差異情形

為了解是否固定時間領取零用錢之國中生在消費行為上的差異，進行獨立樣本 t 檢定，其結果顯示，在「新奇型」($p=.035$)的 t 值檢定結果達顯著，顯示固定時間領取零用錢與否的國中生在「新奇型」上有所差異，固定時間領取零用錢的國中生平均數高於沒有固定時間領取零用錢的國中生，可見有固定時間領取零用錢比沒有固定時間領取零用錢的國中生，更傾向於選購新奇有趣、功能創新而且特殊之商品。在「衝動型」($p=.080$)、「從眾型」($p=.558$)、「理智型」($p=.979$)、「習慣型」($p=.615$)、「炫耀型」($p=.377$)五向度的 t 值檢定結果不顯著，顯示國中生不因是否固定時間領取零用錢而有太大的差異。上述資料表列如下頁表 4-3-3：

表 4-3-3 固定時間領取零用錢與否之國中生在消費行為量表之 t 檢定

向度	組別	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
衝動型	是	142	2.294	.693	1.753	.080
	否	298	2.173	.671		
從眾型	是	142	2.249	.794	-.586	.558
	否	298	2.298	.824		
理智型	是	142	3.761	.866	.026	.979
	否	298	3.758	.807		
習慣型	是	142	3.558	.817	.503	.615
	否	298	3.515	.847		
炫耀型	是	142	2.521	.792	.885	.377
	否	298	2.448	.819		
新奇型	是	142	3.044	.777	2.115	.035*
	否	298	2.873	.797		

註：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

四、領取不同零用錢金額之國中生在消費行為之差異情形

為了解領取不同零用錢金額之國中生在消費行為上的差異，以每週領取零用錢的金額為自變項，「消費行為量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示：

(一) 領取不同零用錢金額之國中生在「理智型」($F=3.096$)、「習慣型」($F=2.553$)和「新奇型」($F=3.412$)三向度的 F 值檢定達到顯著水準，進一步從事後比較發現：

1. 在「理智型」方面，沒有領取零用錢的國中生大於每週領取 301 元-500 元和 701 元-900 元的國中生，可見沒有領取零用錢的國中生，比每週領取 301 元-500 元和 701 元-900 元的國中，更會在購物前作周詳的考慮，並對於自己想購買的商品作研究與比較，較傾向於選購功能性強

且實用之商品。

2.在「習慣型」方面，每週領取 101 元-300 元的國中生大於每週領取 100 元以下的國中生，可見每週領取 101 元-300 元的國中生比每週領取 100 元以下的國中生，更傾向於到固定的商店，購買固定某幾種品牌或款式之商品，而少有改變。

3.在「新奇型」方面，每週領取 101 元-300 元的國中生大於沒有領取零用錢的國中生，可見每週領取 101 元-300 元的國中生比沒有領取零用錢的國中生更傾向於選購新奇有趣、功能創新而且特殊之商品。

(二)領取不同零用錢金額之國中生在「衝動型」(F=2.238)、「從眾型」(F=.912)和「炫耀型」(F=.589)三向度的F值檢定結果皆未達顯著水準，因此不需做事後比較。

上述資料表列如表 4-3-4：

表 4-3-4 領取不同零用錢金額之國中生在消費行為之單因子變異數分析

向度	不同零用錢金額	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
衝動型	1	138	2.042	.675	2.238	
	2	107	2.271	.550		
	3	119	2.319	.680		
	4	50	2.310	.843		
	5	11	2.068	.560		
	6	6	2.417	.957		
	7	9	2.194	.748		

表 4-3-4 領取不同零用錢金額之國中生在消費行為之單因子變異數分析(續一)

	不同零用 錢金額	人數	平均數	標準差	F 值	Tukey 事後比較
從眾型	1	138	2.184	.791	.912	
	2	107	2.280	.762		
	3	119	2.395	.840		
	4	50	2.340	.943		
	5	11	2.212	.637		
	6	6	2.333	.817		
	7	9	2.037	.904		
理智型	1	138	3.911	.748	3.096**	1 > 4 1 > 6
	2	107	3.763	.813		
	3	119	3.765	.762		
	4	50	3.473	1.008		
	5	11	3.546	.946		
	6	6	2.889	1.026		
	7	9	3.741	.983		
習慣型	1	138	3.538	.822	2.553*	3 > 2
	2	107	3.322	.823		
	3	119	3.702	.803		
	4	50	3.540	.953		
	5	11	3.818	.699		
	6	6	3.042	.579		
	7	9	3.472	.804		

表 4-3-4 領取不同零用錢金額之國中生在消費行為之單因子變異數分析(續二)

炫耀型	1	138	2.382	.825	.589	
	2	107	2.465	.740		
	3	119	2.529	.772		
	4	50	2.565	.908		
	5	11	2.568	.956		
	6	6	2.333	1.180		
	7	9	2.611	.985		
新奇型	1	138	2.738	.819	3.412**	3 > 1
	2	107	2.888	.714		
	3	119	3.050	.748		
	4	50	3.028	.850		
	5	11	3.236	.819		
	6	6	3.367	.814		
	7	9	3.489	.917		

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：每週的零用錢金額 ①沒有零用錢 ②100 元以下 ③101-300 元 ④301-500 元 ⑤501-700 元 ⑥701-900 元 ⑦901 元以上

五、是否有儲蓄習慣之國中生在消費行為之差異情形

為了解是否有儲蓄習慣之國中生在消費行為上的差異，進行獨立樣本 t 檢定，其結果顯示：

(一)是否有儲蓄習慣之國中生在「衝動型」($p=.006$)、「理智型」($p=.000$)和「新奇型」($p=.040$)三向度的 t 值檢定結果均達顯著，顯示是否有儲蓄習慣之國中生在「衝動型」、「理智型」和「新奇型」三面向皆有所差異，進一步比較後發現：

1. 在「衝動型」方面，無儲蓄習慣之國中生的平均數高於有儲蓄習慣之國中生，表示無儲蓄習慣之國中生比有儲蓄習慣之國中生在購物時，更會

因個人當下對物品的喜好，或店員鼓吹，一時衝動而決定其消費行為。

2. 在「理智型」方面，有儲蓄習慣之國中生的平均數高於無儲蓄習慣之國中生，表示有儲蓄習慣之國中生比無儲蓄習慣之國中生在購物前更有周詳的考慮，並對於自己想購買的商品作過研究與比較，更會傾向於選購功能性強且實用之商品。
3. 在「新奇型」方面，無儲蓄習慣之國中生的平均數高於有儲蓄習慣之國中生，表示無儲蓄習慣之國中生比有儲蓄習慣之國中生在購物時，更會傾向於選購新奇有趣、功能創新而且特殊之商品。

(二)是否有儲蓄習慣之國中生在「從眾型」(p=.227)、「習慣型」(p=.363)和「炫耀型」(p=.202)三向度並未達顯著水準，顯示國中生在「從眾型」、「習慣型」和「炫耀型」方面，不因是否有儲蓄習慣而有太大差異。上述資料表列如表 4-3-5：

表 4-3-5 有儲蓄習慣與否之國中生在消費行為量表之 t 檢定

向度	組別	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
衝動型	是	380	2.163	.665	-2.788	.006**
	否	60	2.438	.733		
從眾型	是	380	2.263	.263	-1.210	.227
	否	60	2.400	.874		
理智型	是	380	3.852	.758	5.111	.000***
	否	60	3.172	.985		
習慣型	是	380	3.545	.815	.915	.363
	否	60	3.425	.966		
炫耀型	是	380	2.452	.785	-1.279	.202
	否	60	2.596	.957		
新奇型	是	380	2.897	.779	-2.057	.040*
	否	60	3.123	.864		

註：n=440 *表示 p<0.05 **表示 p<0.01 ***表示 p<0.001

六、不同父親教育程度之國中生在消費行為之差異情形

為了解不同父親教育程度之國中生在消費行為上的差異，以父親教育程度為自變項，「消費行為量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示，「衝動型」(F=.416)、「從眾型」(F=1.551)、「理智型」(F=.926)、「習慣型」(F=1.790)、「炫耀型」(F=1.300)、「新奇型」(F=.821)，各面向的F值檢定結果均未達顯著水準，因此不需做事後比較。可見國中生不因不同父親教育程度而在消費行為上有所差異。上述資料表列如表 4-3-6：

表 4-3-6 不同父親教育程度之國中生在消費行為之單因子變異數分析

向度	父親教育程度	人數	平均數	標準差	F 值
衝動型	1	9	2.472	.980	.416
	2	51	2.235	.655	
	3	209	2.205	.717	
	4	142	2.211	.610	
	5	29	2.147	.689	
從眾型	1	9	2.222	1.190	1.551
	2	51	2.183	.801	
	3	209	2.220	.782	
	4	142	2.420	.815	
	5	29	2.241	.899	
理智型	1	9	3.630	.841	.926
	2	51	3.915	.848	
	3	209	3.738	.770	
	4	142	3.779	.871	
	5	29	3.575	.942	

表 4-3-6 不同父親教育程度之國中生在消費行為之單因子變異數分析(續)

向度	父親教育程度	人數	平均數	標準差	F 值
習慣型	1	9	3.417	1.104	1.790
	2	51	3.275	.788	
	3	209	3.525	.836	
	4	142	3.634	.822	
	5	29	3.526	.867	
炫耀型	1	9	2.417	1.008	1.300
	2	51	2.324	.898	
	3	209	2.445	.785	
	4	142	2.586	.786	
	5	29	2.379	.870	
新奇型	1	9	2.911	.933	0.821
	2	51	2.855	.869	
	3	209	2.913	.791	
	4	142	3.011	.780	
	5	29	2.766	.701	

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：父親的教育程度：①小學或不識字 ②國中 ③高中職 ④專科或大學
⑤研究所（含以上）

七、不同母親教育程度之國中生在消費行為之差異情形

為了解不同母親教育程度之國中生在消費行為上的差異，以母親教育程度為自變項，「金錢教養量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示，「衝動型」（ $F=1.026$ ）、「從眾型」（ $F=.112$ ）、「理智型」（ $F=1.785$ ）、「習慣型」（ $F=1.570$ ）、「炫耀型」（ $F=.899$ ）、「新奇型」（ $F=.717$ ），各面向的 F 值檢定結果均未達顯著水準，因此不需做事後比較。

可見國中生不因不同母親教育程度而在消費行為上有所差異。上述資料表列如表 4-3-7：

表 4-3-7 不同母親教育程度之國中生在消費行為之單因子變異數分析

向度	母親教育程度	人數	平均數	標準差	F 值
衝動型	1	19	2.487	.852	1.026
	2	36	2.368	.816	
	3	224	2.186	.691	
	4	141	2.170	.550	
	5	20	2.250	.877	
從眾型	1	19	2.228	.802	.112
	2	36	2.333	.933	
	3	224	2.263	.780	
	4	141	2.300	.803	
	5	20	2.317	1.095	
理智型	1	19	3.526	.772	1.785
	2	36	3.806	.892	
	3	224	3.780	.794	
	4	141	3.804	.825	
	5	20	3.350	1.017	
習慣型	1	19	3.447	.753	1.570
	2	36	3.264	.900	
	3	224	3.508	.811	
	4	141	3.635	.835	
	5	20	3.575	1.030	

表 4-3-7 不同母親教育程度之國中生在消費行為之單因子變異數分析(續)

向度	母親教育程度	人數	平均數	標準差	F 值
炫耀型	1	19	2.368	.733	.899
	2	36	2.583	.928	
	3	224	2.416	.787	
	4	141	2.518	.805	
	5	20	2.663	.950	
新奇型	1	19	3.137	.846	.717
	2	36	3.072	.948	
	3	224	2.898	.785	
	4	141	2.914	.740	
	5	20	2.910	.923	

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：母親的教育程度：①小學或不識字 ②國中 ③高中職 ④專科或大學
⑤研究所（含以上）

八、不同父親職業之國中生在消費行為之差異情形

為了解不同父親職業之國中生在消費行為上的差異，以父親職業為自變項，「消費行為量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示，「衝動型」(F=.141)、「從眾型」(F=1.114)、「理智型」(F=.487)、「習慣型」(F=.891)、「炫耀型」(F=1.741)、「新奇型」(F=1.142)，各面向的 F 值檢定結果均未達顯著水準，因此不需做事後比較。可見國中生不因不同父親職業而在消費行為上有所差異。上述資料表列如下頁表 4-3-8：

表 4-3-8 不同父親職業之國中生在消費行為之單因子變異數分析

向度	父親職業	人數	平均數	標準差	F 值
衝動型	1	17	2.250	.643	.141
	2	96	2.208	.635	
	3	100	2.188	.688	
	4	152	2.209	.684	
	5	68	2.261	.757	
	6	7	2.107	.497	
從眾型	1	17	2.392	.757	1.114
	2	96	2.250	.792	
	3	100	2.373	.868	
	4	152	2.292	.785	
	5	68	2.113	.848	
	6	7	2.571	.713	
理智型	1	17	3.608	1.324	.487
	2	96	3.774	.804	
	3	100	3.697	.801	
	4	152	3.833	.748	
	5	68	3.701	.916	
	6	7	3.762	.763	
習慣型	1	17	3.324	1.045	.891
	2	96	3.620	.799	
	3	100	3.600	.846	
	4	152	3.500	.790	
	5	68	3.438	.930	

表 4-3-8 不同父親職業之國中生在消費行為之單因子變異數分析(續)

向度	父親職業	人數	平均數	標準差	F 值
炫耀型	1	17	2.397	.871	1.741
	2	96	2.495	.789	
	3	100	2.573	.834	
	4	152	2.482	.784	
	5	68	2.246	.844	
	6	7	2.857	.575	
新奇型	1	17	2.906	.759	1.142
	2	96	2.950	.718	
	3	100	3.062	.836	
	4	152	2.895	.796	
	5	68	2.777	.846	
	6	7	2.971	.582	

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：父親職業①第 1 類 ②第 2 類 ③第 3 類 ④第 4 類 ⑤第 5 類 ⑥無

九、不同母親職業之國中生在消費行為之差異情形

為了解不同母親職業之國中生在消費行為上的差異，以母親職業為自變項，「金錢教養量表」分量表得分為依變項，進行單因子變異數分析，其結果顯示，「衝動型」(F=.288)、「從眾型」(F=.727)、「理智型」(F=.752)、「習慣型」(F=1.665)、「炫耀型」(F=1.757)、「新奇型」(F=2.044)，各面向的 F 值檢定結果均未達顯著水準，因此不需做事後比較。可見國中生不因不同母親職業而在消費行為上有所差異。上述資料表列如下頁表 4-3-9：

表 4-3-9 不同母親職業之國中生在消費行為之單因子變異數分析

向度	母親職業	人數	平均數	標準差	F 值
衝動型	1	8	2.094	.654	.288
	2	72	2.139	.586	
	3	107	2.250	.675	
	4	100	2.218	.621	
	5	146	2.223	.768	
	6	7	2.214	.668	
從眾型	1	8	2.250	.886	.727
	2	72	2.236	.768	
	3	107	2.371	.879	
	4	100	2.203	.755	
	5	146	2.279	.826	
	6	7	2.619	.826	
理智型	1	8	3.667	1.182	.752
	2	72	3.847	.742	
	3	107	3.660	.827	
	4	100	3.730	.854	
	5	146	3.799	.821	
	6	7	4.048	.951	
習慣型	1	8	3.406	1.035	1.665
	2	72	3.757	.850	
	3	107	3.568	.816	
	4	100	3.415	.806	
	5	146	3.473	.840	
	6	7	3.536	.973	

表 4-3-9 不同母親職業之國中生在消費行為之單因子變異數分析(續)

向度	母親職業	人數	平均數	標準差	F 值
炫耀型	1	8	2.344	.790	1.757
	2	72	2.514	.728	
	3	107	2.626	.891	
	4	100	2.373	.743	
	5	146	2.394	.816	
	6	7	2.857	.945	
新奇型	1	8	2.700	.875	2.044
	2	72	2.981	.771	
	3	107	3.099	.802	
	4	100	2.878	.741	
	5	146	2.812	.822	
	6	7	3.171	.616	

註 1：n=440 *表示 $p < 0.05$ **表示 $p < 0.01$ ***表示 $p < 0.001$

註 2：母親職業①第 1 類 ②第 2 類 ③第 3 類 ④第 4 類 ⑤第 5 類 ⑥無

第四節 國中生家庭金錢教養與消費行為

之相關分析

本節在探討國中生家庭金錢教養與消費行為是否有顯著相關，以 Pearson 積差相關求取兩者之間的關係。並依據相關程度的高低判定標準， $r < .400$ 為「低度相關」， $.400 \leq r < .700$ 為「中度相關」， $r \geq .700$ 為「高度相關」（吳明隆，2007）。茲將國中生家庭金錢教養與消費行為之相關係數摘要整理如表 4-4-1：

表 4-4-1 國中生家庭金錢教養與消費行為之相關係數表

消費行為 金錢教養	衝動型	從眾型	理智型	習慣型	炫耀型	新奇型	整體
金錢教育	-.081	.034	.376**	.254**	.070	.037	.212**
提供經驗	-.046	.030	.284**	.181**	.065	.046	.171**
溝通討論	.062	.157**	.224**	.230**	.201**	.202**	.318**
建立規範	.400**	.341**	-.041	.050	.364**	.376**	.415**
整體	.101*	.176**	.273**	.231**	.215**	.208**	.354**

註：

“**” 表示在顯著水準為 0.01 時（雙尾），顯著。“*” 表示在顯著水準為 0.05 時（雙尾），顯著。

一、家庭金錢教養與消費行為之相關

（一）家庭金錢教養整體與消費行為整體之相關

國中生家庭金錢教養整體與消費行為整體呈現低度正相關

($r=.354$)，且達顯著水準($p < .01$)，亦即國中生家庭金錢教養得分愈高，其消費行為得分也愈高。

(二) 家庭金錢教養整體與消費行為各層面之相關

國中生家庭金錢教養整體與消費行為各層面呈現低度相關，由高到低依序為：理智型 ($r=.273$)、習慣型 ($r=.231$)、炫耀型 ($r=.215$)、新奇型 ($r=.208$)、從眾型 ($r=.176$)、衝動型 ($r=.101$)。由此可知，「理智型」與家庭金錢教養整體之相關程度較高，而「衝動型」與家庭金錢教養整體之相關程度較低。

二、家庭金錢教養各層面與消費行為之相關

(一) 家庭金錢教養各層面與消費行為整體之相關

家庭金錢教養中的「建立規範」層面與消費行為整體之相關呈現中度正相關 ($r=.415$)，且達顯著水準 ($p<.01$)；其他家庭金錢教養各層面與消費行為整體之相關呈現低度相關，且均達顯著水準 ($p<.01$)，惟相關程度不同，由高到低依序為：「溝通討論」($r=.318$)、「金錢教育」($r=.212$)、「提供經驗」($r=.1471$)。由此可知，「建立規範」與消費行為整體之相關程度較高，而「提供經驗」與消費行為整體之相關程度較低。

(二) 家庭金錢教養各層面與消費行為各層面之相關

1. 家庭金錢教養「金錢教育」與消費行為各層面之相關：

國中生家庭金錢教養「金錢教育」與消費行為「衝動型」、「從眾型」、「炫耀型」及「新奇型」之間無顯著相關，與「理智型」($r=.376$)及「習慣型」($r=.254$)呈現低度正相關，且達顯著水準 ($p<.01$)。

2. 家庭金錢教養「提供經驗」與消費行為各層面之相關：

國中生家庭金錢教養「提供經驗」與消費行為「衝動型」、「從眾型」、「炫耀型」及「新奇型」之間無顯著相關。與「理智型」($r=.284$)及「習慣型」($r=.181$)呈現低度正相關，且達顯著水準 ($p<.01$)。

3. 家庭金錢教養「溝通討論」與消費行為各層面之相關：

國中生家庭金錢教養「溝通討論」與消費行為「衝動型」之間無顯

著相關。與「從眾型」($r=.157$)、「理智型」($r=.224$)、「習慣型」($r=.230$)、「炫耀型」($r=.201$)及「新奇型」($r=.202$)呈現低度正相關，且達顯著水準 ($p<.01$)。

4. 家庭金錢教養「建立規範」與消費行為各層面之相關：

國中生家庭金錢教養「建立規範」與消費行為「理智型」及「習慣型」無顯著相關。與「衝動型」($r=.400$)呈現中度正相關，且達顯著水準 ($p<.01$)；與「從眾型」($r=.341$)、「炫耀型」($r=.346$)及「新奇型」($r=.376$)呈現低度相關，且達顯著水準 ($p<.01$)。

由以上可知，國中生家庭金錢教養得分愈高，其消費行為得分也愈高。國中生家庭金錢教養「金錢教育」與消費行為「理智型」及「習慣型」呈現低度正相關。國中生家庭金錢教養「提供經驗」與消費行為「理智型」及「習慣型」呈現低度正相關。國中生家庭金錢教養「溝通討論」與消費行為「從眾型」、「理智型」、「習慣型」、「炫耀型」及「新奇型」呈現低度正相關。國中生家庭金錢教養「建立規範」與消費行為「衝動型」呈現中度正相關；而與「從眾型」、「炫耀型」及「新奇型」呈現低度正相關。

第五章 研究結論與建議

本章依據第四章之研究結果與討論內容進行統整歸納，並提出結論與相關建議，以作為家長、學校教師以及未來研究者三方面之參考。本章共分為二節，第一節為結論，第二節為建議。

第一節 結論

本研究旨在探討本研究主要在探討彰化市國中生家庭金錢教養與消費行為之現況，以及二者之間的相關性，使用問卷調查法，以民國 103 年彰化市國一至國三之國中生為研究對象母群體，透過隨機抽樣方式，取得 440 位有效樣本，以描述性統計、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析、皮爾遜積差相關等方式，進行統計分析。根據本研究之發現，對照研究假設，綜合歸納出下列結論：

一、不同背景變項的國中生在家庭金錢教養有顯著差異。

本研究發現，在金錢教養方面，在「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」、「有無儲蓄習慣」、「父母親教育程度」及「父母親職業」等變項上達顯著差異，但在「性別」、「出生序」則無顯著差異。

(一)「性別」和「出生序」與金錢教養

研究結果顯示，不同「性別」和「出生序」之國中生，在四個向度均未達顯著水準，顯示國中生對於父母金錢教養各向度的感受程度，不因性別和出生序的不同而有太大差異。研究者認為，現在家庭少子化，每個小孩都是寶，家中子女不論男女或排行，所受到的重視程度和教育方式都差不多，所以對於父母金錢教養的感受程度也就沒有太大差異

(二)「是否固定時間領取零用錢」與金錢教養

研究結果顯示，在「是否固定時間領取零用錢」方面，「溝通討論」向度達顯著，而且有固定時間領取零用錢之國中生，比沒有固定時間領

取零用錢之國中生，更常感受與父母溝通或討論有關金錢和消費的話題，所以擁有固定的零用錢，可以讓國中生有更多與父母溝通或討論有關金錢和消費話題的機會。在其他三向度則無顯著差異。

(三)「領取不同零用錢金額」與金錢教養

研究結果顯示，在「領取不同零用錢金額」方面，「溝通討論」和「建立規範」二向度達到顯著水準，且「每週零用錢 101-300」之國中在金錢教養的得分，高於沒有零用錢的國中生得分。顯示家庭發放適當的零用錢，更可讓國中生感受到父母對金錢和消費的溝通和規範。

(四)「有無儲蓄習慣」與金錢教養

研究結果顯示，有效問卷的 440 位學生，有儲蓄習慣的有 380 人，比率高達 86.4%。在「有無儲蓄習慣」方面，「金錢教育」、「溝通討論」及「提供經驗」三向度均有顯著差異，顯示有存錢習慣之國中生，對父母的金錢教養，感受較深刻。此研究結果也與張惠炤(2009)針對台中縣海線國小六年級所作的研究結果相同。

(五)「不同父母親教育程度」與金錢教養

研究結果顯示，「不同父親教育程度」之國中生，在「金錢教育」向度有顯著差異，而且父親教育程度為「專科或大學」之國中生，在金錢教養的得分，顯著高於父親教育程度為「高中職」之得分，其他向度則無明顯差別。

而「不同母親教育程度」之國中生，也是在「金錢教育」有顯著差異，而且母親的教育程度為「專科或大學」的得分，顯著高於母親的教育程度為「國中或高中職」之得分，其他三向度則無明顯差異。顯示子女對父母金錢教養的感受程度，會因父母親的教育程度不同而有所差異，父母的教育程度越高，子女對父母的金錢教養感受越深刻。

(六)「不同父母親職業」與金錢教養

研究結果顯示，「不同父親職業」之國中生，在「溝通討論」向度達到顯著水準，而且父親職業為第3類的國中生，感受父母溝通或討論有關金錢和消費的話題，比父親職業為第5類的國中生更多。其他三向度則無明顯差別。

而「不同母親職業」之國中生，在「金錢教育」向度達到顯著水準，而且母親職業為第2類的國中生，感受父母教導用正確的態度和方式使用金錢，比母親職業為第4類的國中生更多。其他三向度則無明顯差別。研究普遍顯示，職業類別越高的父母親，其子女對於父母金錢教養的感受越深。

二、不同背景變項的國中生在消費行為上有顯著差異。

本研究發現在消費行為方面，在「是否固定時間領取零用錢」、「零用錢金額」及「有無儲蓄習慣」等變項上達顯著差異，但在「性別」、「出生序」、「父母親教育程度」及「父母親職業」則無顯著差異。

(一)「性別」和「出生序」與消費行為

研究結果顯示，不同「性別」和「出生序」之國中生，在消費行為各類型均未達顯著水準，顯示國中生在消費行為各類型，皆不因性別和出生序不同而有太大差異。

(二)「是否固定時間領取零用錢」與消費行為

研究結果顯示，在「是否固定時間領取零用錢」方面，「新奇型」的結果達顯著水準，而且有固定時間領取零用錢比沒有固定時間領取零用錢的國中生，更傾向於選購新奇有趣、功能創新而且特殊之商品。其他五種類型，則無顯著差異。

(三)「領取不同零用錢金額」與消費行為

研究結果顯示，在「領取不同零用錢金額」方面，「理智型」、「習

慣型」和「新奇特型」三類型達顯著水準，「衝動型」、「從眾型」和「炫耀型」三類型則無顯著差異。進一步從事後比較發現：

1. 在「理智型」方面，沒有領取零用錢的國中生，比每週領取 301-500 元和 701-900 元的國中，更會在購物前作周詳的考慮，並對於自己想購買的商品作研究與比較，較傾向於選購功能性強且實用之商品。可見沒有固定「收入」的國中生，較珍惜金錢，對買東西也較謹慎。
2. 在「習慣型」方面，每週領取 101-300 元的國中生比每週領取 100 元以下的國中生，更傾向於到固定的商店，購買固定某幾種品牌或款式之商品，而少有改變。可見有適量零用錢的國中生，較有機會自行購買熟悉的商品。
3. 在「新奇特型」方面，每週領取 101-300 元的國中生，比沒有領取零用錢的國中生更傾向於選購新奇有趣、功能創新而且特殊之商品，也較有自主消費的機會。

(四)「有無儲蓄習慣」與消費行為研究結果顯示，大部分的學生均有儲蓄習慣，且比率高達 86.4%。「有無儲蓄習慣」之國中生在「衝動型」、「理智型」和「新奇特型」三向度皆達顯著水準，進一步比較後發現：

1. 在「理智型」方面，有儲蓄習慣之國中生比無儲蓄習慣之國中生更會有理智型的購物行為，可見有儲蓄習慣之國中生，想要累積金錢，也知道金錢得來不易，因此更加珍惜使用金錢。
2. 在「衝動型」和「新奇特型」方面，無儲蓄習慣之國中生較會衝動購物，而且也更會傾向於選購新奇有趣的商品。可見沒有儲蓄習慣之國中生，有錢就用，也較會隨心所欲的購買自己喜愛，但不一定實用的商品。

(五)「不同父母親教育程度」和「不同父母親職業」與消費行為

研究結果顯示，「不同父母親教育程度」和「不同父母親職業」之國中生，在消費行為各類型均未達顯著水準，顯示國中生在消費行為各類型，

不因父母親教育程度不同而有太大差異。這和研究者在學校觀察到，一些來自低社經背景的孩子，可能無力繳納班級費用，但卻有能力購買昂貴且非必要的商品，可以互相呼應。

三、國中生所受的家庭金錢教養與消費行為有顯著相關。

- (一) 國中生家庭金錢教養整體與消費行為整體及其各層面呈現顯著低度正相關。
- (二) 國中生家庭金錢教養整體與消費行為各層面呈現低度相關，其中與「理智型」之相關程度較高，與「衝動型」之相關程度較低。
- (三) 國中生家庭金錢教養中的「建立規範」層面與消費行為整體之相關呈現顯著中度正相關；而「金錢教育」、「提供經驗」、「溝通討論」各層面與消費行為整體之相關呈現顯著低度正相關。
- (四) 國中生家庭金錢教養「金錢教育」和「提供經驗」與消費行為「理智型」及「習慣型」呈現顯著低度正相關，與其他層面則無顯著相關。
- (五) 國中生家庭金錢教養「溝通討論」只與消費行為「衝動型」之間無顯著相關，和其他五類型皆呈現顯著低度正相關。
- (六) 國中生家庭金錢教養「建立規範」與消費行為的「衝動型」呈現顯著中度正相關，與「從眾型」、「炫耀型」及「新奇型」呈現顯著低度正相關，與「理智型」及「習慣型」則無顯著相關。「建立規範」和金錢教養的其他三向度，是呈現幾乎相反的結果。

由以上研究看出，國中生家庭金錢教養整體與消費行為的確有顯著相關性。

第二節 建議

本研究根據研究結果與歸納之結論，分別針對家長、學校教師以及未來研究者三方面，提出相關建議。

一、對家長的建議

(一) 家長本身應先建立正確的金錢觀與消費態度

本研究結果發現，家庭金錢教養與國中生的消費行為呈現顯著的正相關，也就是說，父母傳達給子女的金錢教育與消費方式，確實影響了子女的消費行為。呂志方(2011)的研究也指出，父母的理財態度能顯著預測金錢教養行為的實施；因此，父母的金錢態度、金錢教養與子女的金錢觀和消費行為，著實息息相關！

子女是看著父母的背影長大的，父母的一言一行，都潛移默化的深植子女心中。父母本身一定要先建立積極正向的金錢觀與消費態度，並且用輕鬆的方式，與孩子討論與分享；更重要的是，必須言行一致，以身作則，真正表現出合宜的消費態度和行為，如此，自然能在日常生活中，幫助孩子建立正確的金錢態度，並學習如何善用金錢。

此外，國立臺北教育大學副教授、宜蘭人文中小學校長楊文貴曾指出，真正影響日後理財、消費行為的關鍵，其實是孩子的人格發展；人格健全，理財觀才會健全（楊秀清，2005），因此父母對於孩子的教育更須著眼於人格發展，致力培養子女的健全人格。

(二) 鼓勵儲蓄，並給予適量的零用錢，讓孩子學習金錢的分配與使用

本研究顯示，有效問卷的 440 位國中生中，有儲蓄習慣的為 380 人，高達 86.4%，這是一個可喜的現象；並且有儲蓄習慣的國中生，較會表現出理智型的消費行為，此結果和黃麗美(2006)與林英花(2009)的研究一致，所以，可持續鼓勵孩子的儲蓄行為。另外，孩子的儲蓄來源主要是零用錢，本研究發現，在有固定領取零用錢的學生中，每週領取 101 元-300 元的人

數最多，對父母金錢教養的感受度也最高。可見擁有適量零用錢的孩子，更會注意父母對於有關金錢的教導。

而且，沒有零用錢的孩子，比領有較多零用錢的孩子，更會出現理智型的消費行為，所以，零用錢不宜太多，以免不懂得珍惜金錢。但另一方面，研究者認為，買東西前能周詳考慮固然很好，可是若孩子手邊完全沒錢可自主使用，恐怕會對金錢變得過分斤斤計較，甚至想用不正當的方式獲取金錢，也並非是好現象。相對的，每週領取 101 元-300 元的孩子，較會出習慣型和新奇型的消費行為，表示有適當零用錢的孩子，會有練習消費的機會，例如購買平日慣用的商品；而國中階段的孩子，難免對新奇的事物感興趣，有時分配自己的零用錢，購買些新鮮有趣的玩意兒，在同儕間增加話題與互動，並尋求認同，促進同儕關係，也讓生活多些趣味，並不為過。況且，有適量的零用錢，可以讓孩子有機會思考如何運用金錢，學習分配儲蓄與花用的比例，因為零用錢有限，還要對於想擁有的商品作取捨；如此，不但提供給孩子實際練習分配與運用金錢的機會，也是父母觀察子女使用金錢，並適時提供建議的好方式。因此，本研究建議，父母可給予孩子適量的零用錢，讓孩子有自主消費的經驗，還可從錯誤中學習正確的方式。

(三) 金錢教養宜採溫和溝通的方式，國中生較能接受

本研究發現，國中生家庭金錢教養在儲蓄習慣之差異情形，於「金錢教育」、「提供經驗」和「溝通討論」三向度，有儲蓄習慣的平均數都顯著於沒有儲蓄習慣的平均數，而「建立規範」向度卻沒有顯著差異；家庭金錢教養與消費行為之相關分析也顯示，金錢教養中的「建立規範」與消費行為的「衝動型」呈現顯著中度正相關。兩種研究結果都點出，家庭金錢教養中的「建立規範」，不但不見得能夠幫助孩子養成儲蓄習慣，反而可能讓孩子容易出現「衝動型」的消費行為。

「建立規範」主要是家長使用規定、禁止、限制、控管或賞罰等方式，要求子女遵守使用金錢的規範。國中生的身心都都正值轉型階段，不同於孩提時期，此階段的孩子自主意識提高，喜歡用自己的方式發現自我與探索世界，並積極尋求同儕認同，口頭禪更從「我媽媽說」變成「我朋友說」。父母必須認清孩子正處於人生的過渡階段，其實本身也充滿著壓力與不安，過多教條式的規範只會讓孩子更反感，而可能藉由購物的快感來紓解來自父母的壓力，或者陽奉陰違，甚或為反對而反對，如此都會讓家長的教養適得其反。

之前文獻探討也提到，葉詩蓓與林惠雅(2013)針對青少年知覺母親教養行為與其自我揭露之探討的研究指出，青少年越知覺母親採用「嚴厲教養」，其在「學業」、「同儕」、和「個人感受」領域的自我揭露的程度越低，青少年越知覺母親採用「溫情教養」，其在「個人感受領域」的自我揭露的程度越高。而侯崇文（2001）更是發現，負面的家庭關係直接影響青少年偏差行為的發生；國外學者 Yoshikawa（1995）也認為粗劣或嚴酷的管教方式，是不良行為與反社會行為幼童的早期危險因子，可見父母教養對子女表現影響之深刻。因此，父母親對國中生的教養方式，一定要以耐心的溝通引導代替一味的要求責備，才能讓子女打開心房，接受父母的建議，進而表現出父母所期待的行為。

二、對學校教師的建議

（一）多在課程中融入金錢與理財教育，培養學生相關知能

現在國中雖已邁入多元免試升學，但很多老師背負著家長的期待，仍將重心放在考試的科目，以期學生進入明星學校。但反觀社會現象，很多高社經背景的人，甚或大企業，因為沒有正確的價值觀與金錢態度，企圖用不正當的方式獲取更多的金錢，甚至不惜觸犯法律，危害大眾！由此可見，從小學習正確的金錢價值觀，非常重要。老師本身要先充實自己在金

融理財與消費者教育方面的知能，並在平時教學時，盡量配合課程內容，融入相關知識，落實生活教育指導，以幫助學生建立正確的金錢態度和消費行為。

另外，學校或老師可設計一些活動，例如指導學生訂定收支紀錄表，安排參訪金融機構，或請校外專業人士來校演講，舉辦園遊會等，讓學生對金融理財更為熟悉，也有實際有練習的機會，從而協助其建立正確的金錢態度與消費習慣，並學習金錢的收支規劃。

(二) 結合親師座談活動，辦理金錢教養或親子溝通的相關講座

因為家長的金錢教養態度與子女的消費行為具有顯著相關，因此，老師可在親師座談中，提醒家長金錢與消費教育的重要性。此外，和諧的親子關係是一切教養的基礎，所以，建議學校所舉辦的親師座談活動中，多規劃有關親子溝通和金錢教養等議題，提供給家長親職教育、金錢教養與消費理財等相關資訊，以增進父母知能，讓家長在教養子女上更加得心應手。如此，父母與學校雙邊合作，在親子關係，以及幫助孩子建立正確的金錢態度上，將可收事半功倍之效。

三、對未來研究者之建議

本研究雖已力求準確性與客觀性，但礙於時間、人力與物力等因素，尚有不足之處，因此針對未盡完善之處提出以下幾點建議，盼後續研究者可以突破並進行更深入之研究。本研究提出後續研究建議如下：

(一) 擴大研究對象與區域

本研究僅以彰化市的公立學校國中生作為研究對象，建議未來研究範圍可擴大至全台其他區域或加入私立學校，樣本的年齡層亦可往上下延伸，以求更深入探討青少年金錢教養與消費行為之關聯，其結果將更具代表性。此外，本研究家庭金錢教養的部分，由國中生填寫，主要是子女對於父母金錢教養的感受程度，建議未來可納入父母樣本，探討彼此認知的差

異，讓研究更臻全面與完整。

(二) 增加研究變項

現代社會不若以往單純，幾乎每個青少年手邊都有 3C 產品，也面對更多的誘惑，因此影響消費行為的變項更趨複雜，如網路資訊、廣告等。此外，現在的社會型態轉變，價值觀、家庭觀以及家庭結構隨之變化，所以現在除了與父母同住的家庭，單親家庭、依親家庭，隔代教養，還有外配子女等的比例都逐漸攀升，故建議未來研究者可納入網路社群或家庭型態等變項，則更可與現代社會趨勢作結合。另外，學校所在的區域與學生學業成就等，也可納入變項的考慮範圍。

(三) 採用多元的研究方法

本研究是採用問卷調查法，針對國中生作現況調查，並加以統計分析。但問卷調查法僅能針對受試者的填答進行分析，較無法深入探究其背後的動機與意義。因此建議未來研究者可加入深度訪談、個案法等質性研究方法，以彌補量化研究之不足，如此更能深入了解家庭金錢教養對消費行為的影響，同時提供給家長或教師協助孩子建立正確金錢觀念和消費態度的具體做法或建議。

參考文獻

中文部份

- 王鍾和(1993),「家庭結構、父母管教方式與子女行為表現」,國立政治大學教育學系博士論文。
- 王至剛、謝文雀(1995)。消費者行為。華泰書局,台北。
- 王永銘(2004),「國小學童金錢態度、消費行為與電視廣告態度之相關研究」,國立屏東師範學院教育研究所碩士論文。
- 王麗芬(2012),「國中小學生家庭金錢教養、金錢態度與消費行為之研究」,私立大葉大學管理學院碩士在職專班。
- 王子昂(2014),「臺北市高中生父母金錢教育之研究」,中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文。
- 朱瑞玲(1986),「青少年心目中的父母教養方式」,中央研究院民族學研究所專刊乙種,第16號,617-654頁。
- 林宜君(2012),「國小五年級學童金錢教養與金錢態度之研究-以新北市永和國小為例」,私立玄奘大學國際企業研究所碩士論文。
- 李秀華(2002),「屏東地區母親教養信念及其相關因素之研究」,國立嘉義大學家庭教育研究所碩士論文,未出版,嘉義縣。
- 李怡蓉(2011),「台中市國民小學六年級學生經濟認知與消費行為之相關研究」,國立臺中教育大學區域與社會發展學系碩士論文。
- 李旻穎(2013),「家庭金錢教育、學生金錢觀與用錢行為的關係 -同儕用錢行為的干擾效果」,樹德科技大學金融與風險管理系研究所碩士論文,高雄市。
- 李芊蒂、吳齊殷、關秉寅(2005),「母親教養行為對青少年子女學業成就的影響:新衝突的效果」,台灣社會學會年會暨社會學與台灣社會的反思研討會,國立臺北大學,新北市。
- 呂志方(2011),「新北市國小高年級學童家長理財態度與金錢教養行為之關聯」,國立臺灣師範大學人類發展與家庭學系碩士論文。
- 余嫻穎(2012),「台北地區青少年理財教育與金錢態度之研究」,中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文。
- 余慧娟(2014),「從金錢教養看閩客國中生的金錢態度—以桃園縣為例」,國立中央大學客家研究碩士論文。
- 林靈宏(1994)。消費者行為學。五南出版社,台北。
- 林世彪(2006),「台北市國小高年級學童金錢態度與消費行為之研究」,台北市立教育大學社會科教育研究所碩士論文。
- 林建煌(2007),消費者行為概論,台北:華泰文化。
- 花旗與婦女救援基金會(2011),99學年度台灣國中生價值觀及理財知識與行為調查研究。

- 吳明隆(2007)，SPSS統計應用學習實務：問卷分析與應用統計，臺北市，知城數位科技。
- 吳月桂(2008)，「台中市國小六年級學生偶像崇拜與消費行為、金錢態度之研究」，國立台中教育大學教育學系研究所碩士論文。
- 林英花(2009)，「在學青少年金錢態度與消費行為轉變相關性之研究分析—以台南市為例」，國立台南大學文化與自然資源學系社會科教學碩士班研究所碩士論文。
- 侯崇文(2001)，「家庭結構、家庭關係與青少年偏差行為探討」，應用心理學刊，第11期，25-43頁。
- 洪巧(2006)，國小學生父母教養方式與社交技巧關係之研究。國立高雄師範大學教育學系親職教育所碩士論文，未出版，高雄市。
- 洪瑞禧(2009)，「綜合高中學生金錢態度之研究—以大臺北地區為例」，臺北科技大學技術及職業教育研究所碩士論文。
- 徐丹桂(1985)，「餅乾消費行為與行銷策略—台北市學生實證研究」，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 徐達光(2003)，消費者心理學(初版)。台北：東華書局。
- 高敏娟(2013)，「新北市汐止區國中生金錢態度與消費行為之相關性研究」，國立臺灣海洋大學教育研究所碩士論文。
- 郭豐齊(2010)，「高雄市國小高年級學童金錢態度與其消費行為關係之研究」，國立屏東教育大學社會發展學系社會科教學碩士班碩士論文。
- 陳忠慶(1999)，「現代應有的生活理財觀」，會計研究月刊，第158期，38-41頁。
- 陳晴蕙(2003)，「無人店舖之經營規劃—以消費者行為理論探討」，私立實踐大學貿易經營研究所碩士論文。
- 陳雅慧(2011)，「從錢開始傳遞價值」，親子天下，2011年9月，139-143頁。
- 陳珮雯(2009)，「全台兒童一年零用金415億元」，親子天下，2009年10月。
- 陳金淑(2014)，「國小高年級學童父母教養方式、金錢態度與玩具消費行為關係之研究」，私立高苑科技大學經營管理研究所碩士論文。
- 許晉福譯，Adrian Furnham & Michael Argyle著(2000)，金錢心理學，弘智出版社，台北。
- 黃迺毓(1998)，「由生態系統理論探討父母教養方式之影響因素」，全國家庭教育研討會論文集，台北。
- 張惠炤(2009)，「家庭金錢教養與金錢態度之研究—以台中縣海線國小為例」，私立中華大學經營管理研究所。
- 黃香瑜(1998)，「基隆市國中生飲料消費行為研究」，國立台灣師範大學家政教育研究所碩士論文。
- 黃識銘(1999)，「生活型態、消費態度與消費行為之關聯性研究—台灣地區世代群剖析」，私立元智大學管理研究所EMBA碩士論文，未出版，桃園。

- 黃麗美(2006),「台北市國小高年級學童金錢觀與消費型態之研究」,台北市立教育大學社會科教育研究所碩士論文。
- 黃好卉(2011),「客家地區學童家庭金錢教養與金錢態度之研究—以桃園縣觀音國小為例」,國立中央大學客家研究所碩士論文。
- 黃如瑩(2013),「高雄市國中生金錢態度、父母金錢教養與消費行為之研究」,國立高雄師範大學教育學研究所碩士論文。
- 馮麗蓉(2009),「青少年茶類飲料消費行為研究：以高雄市國中生為例」,高雄餐旅學院餐旅管理研究所碩士論文。
- 馮燕、江東亮、田旻立(2013)。「臺灣大型調查用家長教養量表之發展」,幼兒教保研究期刊,第11期,1-19頁。
- 傅致榮(2009),「國中及國小高年級學生的金錢態度與消費行為之研究-以苗栗縣學生為例」,中華大學經營管理研究所碩士論文。
- 傅瑞桃(2009),「苗栗縣國小高年級學童對金錢態度及其消費型態之研究」,私立玄奘大學國際企業研究所碩士論文。
- 葉美慧(2011),「花蓮縣國小高年級學童金錢態度與消費行為之研究」,國立東華大學教育行政與管理學系學校行政碩士論文,未出版,花蓮縣。
- 葉玉雪(2013),「父母教養態度對青少年消費行為影響之研究--以手機為例」,私立大葉大學管理學院碩士論文。
- 葉詩蓓、林惠雅(2013),「青少年知覺母親教養行為與其自我揭露之探討」,輔仁民生學誌,第19卷,第二期,1-18頁。
- 葉賢政(2014),「新北縣國中生金錢教養與消費行為之相關研究」,玄奘大學企業管理學系碩士班碩士論文。
- 楊國樞(1986),「家庭因素與子女行為：台灣研究的評析」,中華心理學刊,第28卷,第一期,7-28頁。
- 榮泰生(1999),「消費者行為」,台北市：五南出版社。
- 趙蕙鈴(2011),「以子女為中心和擔心子女輸在起跑點的父母教養心態與親子處境之探究」,家庭教育與諮商學刊,第十期,31-62頁。
- 鄭伯璦(1997),消費者心理學,大洋出版社,台北。
- 鄭雅婷(2007),「跨文化家庭中主要照顧者之教養方式對幼兒社會行為表現之探究—以台南市為例」,私立朝陽科技大學幼兒保育系碩士班碩士論文,未出版,台中縣。
- 蔡瑞華(1999),「台北市國中生的金錢態度研究」,國立臺灣師範大學家政教育學系。
- 蔡政宏(2008),「青少年金錢態度與消費行為相關因素之研究」,國立嘉義大學國民教育研究所碩士論文。
- 蔡慧玲(2009),「國中學生金錢態度,生活型態與消費行為之研究」,私立大葉大學教育專業發展研究所碩士論文。
- 謝文雀(編譯)(2001),「R. D. Blackwell, P. W. Miniard, & J. F. Engel 著,消費者行為(第二版)。台北：華泰。

- 謝淑美 (2006),「青少年消費行為與品牌關係之研究」,私立淡江大學企業管理學系碩士班碩士論文。
- 魏美惠、楊騏嘉(2000),「中部地區父母教養態度相關因素之調查研究」,彰化師大教育學報,第18輯,63-91頁。
- 蘇慧玲(2008),「國小兒童便利商店消費行為之研究—以屏東縣為例」,國立台東大學教育學系研究所碩士論文,未出版,台東市。

英文部份

- Belsky, J. (1984). "The Determinants of Parenting: A Process Model. *Child Development*" , 55, 83-96.
- Berkman, Harold W. and Christopher Gilson (1986) ,"Consumer Behavior-concepts and Strategies" , 3rd edition. "
- Damon, W., & Lerner, R. M. (2006) "*Handbook of Child Psychology*" , 4
- Engel, J. F., & Blackwell, R. D. (1984). *Consumer Behavior* (4th ed.). Chicago: Dryden Press.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986) . *Consumer Behavior* (5th ed.) . Chicago: Dryden Press.
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1986) . *Consumer Behavior*. New York: Holt Rinehart, and Winston.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990) . *Consumer Behavior*. Orlando: The Dryden Press.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001). *Consumer Behavior* (9th ed.). Orlando, FL: Harcourt College
- Lightfoot, C., & Valsiner, J. (1992). "Parental Belief Systems Under the Influence: Social Guidance of the Construction of Personal Cultures. " In Sigel, I. E.; McGillicuddy-DeLisi, A. V., Goodnow, J. J., Hillsdale, NJ. *Parental Belief Systems: The Psychological Consequences for Children* (2nd ed.). England: Lawrence Erlbaum Associates, 393-414.
- Maccoby, E. E., & Martin, J. A. (1983). "Socialization in the Context of the Family: Parent-child Interaction. " In E. M. Hetherington (Ed.). P. H. Mussen (Series Ed.) , "*Handbook of Child Psychology: Vol. 4. Socialization, Personality, and Social Development*" (pp. 1-101). NY : John Wiley & Sons.
- Schiffman, L. G., & Kanuk L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Sproles, G. B., & Kendall, E. L. (1986). "A Methodology for Profiling Consumers' Decision-making Styles. " *The Journal of Consumer Affairs*, 20(2), 267-279.

- Ward, S. (1974).“*Consumer Socialization. Journal of Consumer Research*”, 1, 1-17.
- Wilkie, William L. (1994) ,*Consumer Behavior*, 3rd ed., New York: John Wiley& Sons, Inc.
- Yoshikawa, H. (1995).“Long-term Effects of Early Childhood Programs on Social Outcomes and Delinquency”. *The Future of Children*, 5(3), 51-75.



附錄一 正式問卷

國中生家庭金錢教養和消費行爲問卷

各位同學，你好：

首先十分感謝你抽空填寫此份問卷。本問卷主要是想瞭解國中生所接受的金錢教養和消費行爲之間的關係。這是一份問卷，並非考卷，不記名也沒有對錯，只要按照你的想法和實際情形，選擇適合的答案。你的意見非常寶貴，而且內容僅供學術研究用，絕對保密，請安心作答。非常感謝你的用心與協助！

敬祝 學業進步 事事順心

南華大學財務金融學系財務管理研究所

指 導 教 授：張瑞真 博士

研 究 生：陶怡文 敬上

中華民國 103 年 12 月

第一部分：個人基本資料

- () 1.性別：①男 ②女
- () 2.請問在家中你排第幾：①獨生子 ②獨生女 ③老大 ④老二 ⑤老三
⑥其他
- () 3.請問你是否固定時間領取零用錢：①固定 ②不固定
- () 4.請問你每週的零用錢大約是：①沒有零用錢 ②100 元以下
③101-300 元 ④301-500 元 ⑤501-700 元 ⑥701-900 ⑦901 元以上。
- () 5.請問你是否有儲蓄的習慣？①有 ②沒有。
- () 6.請問你父親的教育程度：①小學或不識字 ②國中 ③高中職
④專科或大學 ⑤研究所（含以上）
- () 7.請問你母親的教育程度：①小學或不識字 ②國中 ③高中職
④專科或大學 ⑤研究所（含以上）

() 8.請問你父親的職業(請依下列參考表選填): ①第1類 ②第2類
 ③第3類 ④第4類 ⑤第5類 ⑥無 ⑦其他 _____(請寫出職業)

() 9.請問你母親的職業(請依下列參考表選填): ①第1類 ②第2類
 ③第3類 ④第4類 ⑤第5類 ⑥無 ⑦其他 _____(請寫出職業)

表一 職業類別分類表

編號	職業類別
1	大(專)學校長、大(專)學教授、醫師、大法官、科學家、軍官、立法委員、監察委員、考試委員、國大代表、董事長、總經理、將軍、特任或簡任公務人員(如部長、次長、局長、主任秘書)
2	中小學校長、中小學教師、中型企業負責人、會計師、音樂家、法官、推事、律師、工程師、建築師、公司行號科長、船長、經理、襄理、協理、副理、上校、中校、少校、警官、作家、畫家、新聞電視記者、薦任級公務人員(如:科長、課長、秘書、技正)
3	技術員、行員、出納員、政府機關公務人員、縣市議員、甲等職員、船員、護理人員、秘書、代書、鄉鎮民代表、批發商、代理商、包商、小型企業負責人、上尉、中尉、少尉、警察、消防隊員、演藝人員、服裝設計師、委任級公務人員(如科員、課員、技佐)
4	技工、汽修、水電工、店員、雜貨店老闆、小店主、零售商、推銷員、郵差、司機、打字員、裁縫師、廚師、美容師、理髮師、按摩師、自耕農、士官、士兵、監工、保全人員、領班
5	工廠工人、學徒、小販、佃農、漁夫、清潔工、雜工、臨時工、工友、建築物看管人員、門房、傭工、女傭、服務生、看護、汽機車看管人員、舞廳、KTV 等娛樂業服務員、家庭主婦

國中生家庭金錢教養量表

※請圈出最符合你個人情況的選項，所有的題目都是「**單選題**」，請在「非常符合」、「符合」、「普通」、「不符合」、「非常不符合」當中**圈選一個**。

	非常符合	符合	普通	不符合	非常不符合
1. 父母會告訴我金錢的功能與限制(如:有錢才會有好的生活品質，錢不是萬能...等)。	5	4	3	2	1
2. 父母會教我了解商品的廣告和促銷手法，並在消費時做正確判斷。	5	4	3	2	1
3. 父母會教我了解和金錢或投資理財有關的工具(如信用卡、股票、基金...等)。	5	4	3	2	1
4. 父母會說自己勤儉的往事或勤儉的故事。	5	4	3	2	1
5. 父母會告訴我儲蓄的好處和方法，並要我養成儲蓄的習慣。	5	4	3	2	1
6. 父母會教我了解金融機構(如郵局、銀行)的功能(如儲蓄、利息、投資...等)。	5	4	3	2	1
7. 我覺得父母也會以身作則，照著平常教導我的方式使用金錢。	5	4	3	2	1
8. 父母會帶我一起去買東西，並教導我購物的技巧。	5	4	3	2	1
9. 父母會教我練習記帳。	5	4	3	2	1
10. 父母會讓我練習預估某個事件的開銷(如學校的旅行)，並學習分配金錢。	5	4	3	2	1
11. 在購買和我有關的物品時，父母會詢問我的意見。	5	4	3	2	1
12. 父母會讓我自己使用自動提款機提款或匯款。	5	4	3	2	1
13. 父母會和我討論平日所需的零用錢金額。	5	4	3	2	1
14. 父母會和我討論家庭的收入與支出情形。	5	4	3	2	1
15. 父母會和我討論物品的價格是否合理。	5	4	3	2	1
16. 父母會和我討論什麼情況可以得到額外的零用錢。	5	4	3	2	1
17. 父母會和我討論如何分配和使用金錢。	5	4	3	2	1
18. 父母有時會詢問我購物之後的意見和想法。	5	4	3	2	1
19. 父母會向我說明不允許我買某樣商品的理由。	5	4	3	2	1
20. 當我行爲表現良好(如成績進步、幫忙家事等)，父母會以零用錢作為獎勵。	5	4	3	2	1
21. 雖然父母會管我的用錢，但我的零用錢仍常有超支(不夠用)的情形。	5	4	3	2	1
22. 父母要求我使用零用錢買東西時，仍須徵詢他們的意見。	5	4	3	2	1
23. 父母會依照子女不同的年齡，調整零用錢的金額。	5	4	3	2	1
24. 父母常抱怨我買的東西。	5	4	3	2	1
25. 父母常會禁止我隨便花錢買東西。	5	4	3	2	1

背面還有題目喔

國中生消費行為量表

※請圈出最符合你個人情況的選項，所有的題目都是「**單選題**」，請在「非常符合」、「符合」、「普通」、「不符合」、「非常不符合」當中**圈選**一個。

	非常符合	符合	普通	不符合	非常不符合
1. 只要有帶錢，看到喜歡的東西，就算很貴，我還是幾乎都會買。	5	4	3	2	1
2. 買東西後，我常會後悔不該買。	5	4	3	2	1
3. 我看到已經擁有的喜愛物品，還是想再買	5	4	3	2	1
4. 店員一直鼓吹我買的東西，我通常會買。	5	4	3	2	1
5. 大部分同學都擁有的東西，我也要擁有。	5	4	3	2	1
6. 看到別人都在搶購某項商品，我也會去搶購。	5	4	3	2	1
7. 我常會買別人推薦的商品。	5	4	3	2	1
8. 我買東西都會買我真正需要的。	5	4	3	2	1
9. 我覺得賺錢不容易，該省則省。	5	4	3	2	1
10. 我會等物品不能再用時，才買新的。	5	4	3	2	1
11. 我常會到固定的店家買東西。	5	4	3	2	1
12. 我習慣用使同一個牌子的商品。	5	4	3	2	1
13. 我習慣穿類似款式的服裝。	5	4	3	2	1
14. 我習慣購買熟悉的東西。	5	4	3	2	1
15. 我會買名牌商品，並且拿給別人看，這讓我覺得有面子。	5	4	3	2	1
16. 我喜歡我的東西能夠吸引別人的目光。	5	4	3	2	1
17. 別人羨慕我所擁有的東西，會讓我覺得很開心。	5	4	3	2	1
18. 模仿偶像的服飾或髮型，讓我感到很爽。	5	4	3	2	1
19. 我喜歡擁有最新流行的商品。	5	4	3	2	1
20. 新奇的東西，就算不實用，我還是想買。	5	4	3	2	1
21. 我喜歡買有創意而且特殊的東西。	5	4	3	2	1
22. 有新口味的零食或飲料上市，我就會想買來嘗試。	5	4	3	2	1
23. 別人說我的東西很特別，會讓我覺得開心。	5	4	3	2	1

問卷到此結束，謝謝你的用心填答！

附錄二 文獻探討彙整表

附表 1 國中生教養之相關研究表

研究者	研究主題	研究對象	主要研究結果
洪巧 (2006)	國小學生父母教養方式與社交技巧相關之研究係之研究	高雄縣市及屏東縣市公立國民小學五、六年級	<ol style="list-style-type: none"> 1. 父親與母親的教養方式不同，但都「要求」多於「回應」。 2. 父親與母親的教養方式以「開明權威型」佔最多數。 3. 女生知覺父母教養方式顯著高於男生。 4. 不同出生序與社經背景子女知覺父母教養方式顯著不同。
魏美惠、 楊騏嘉 (2010)	中部地區父母教養態度相關因素之調查研究	中部四縣市立案公私立幼稚園之幼兒家長 1039 人	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中部四縣市學齡前父母傾向「專制權威型」和「開明權威型」之教養態度。 2. 母親的原生家庭、父母親的年齡、父親的族群、父母親的教育程度、父親的職業、家庭每月總收入等變項的不同組別，其父母的教養態度有顯著性的差異存在。 3. 父親的原生家庭、母親族群、父母婚姻狀況、母親職業、家庭信仰、家庭結構、居住地等變項的不同組別，其父母教養態度並無顯著性的差異在。 4. 家中不同子女數、幼兒的不同性別及出生序，其父母教態度並無顯著差異存在。
趙蕙鈴 (2011)	「以子女為中心」和擔心子女輸在起跑點的父母教養心態與親子處境之探究	目前家中有子女就讀小學的兩百位家長，有效問卷 183 份。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 子女宜多才多藝、表達關愛和權威最能預測父母擔心子女輸在起跑點，前兩者也適合用來預測父母能否肯定自己的能力。 2. 雙向溝通最能預測父母對親子關係的發展是否充滿信心。 3. 父母認為愛孩子就是讓其發得「更好」，因而產生許多商業化的親職作為。 4. 現代父期待良好親子溝通但實際上經常過度期待子女的學習成就，同時又缺乏陪伴。

附表 1 國中生教養之相關研究表(續)

研究者	研究主題	研究對象	主要研究結果
葉詩蓓、 林惠雅 (2013)	青少年知覺 母親教養行 為與其自我 揭露之探討	就讀彰市、彰 化縣、台南 市、屏東縣等 四所國民中學 七、八、九年 級的在學學 生，且母親為 目前主要教養 者，有效樣本 為 697 人。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 青少年知覺母親一半時間以上採「溫情」、「監督」、「一致性」和「引導」教養行為，偶而採用「嚴厲教養」。 2. 青少年越知覺母親採用「監督教養」，其在各領域的自我揭露的程度越高。 3. 青少年越知覺母親採用「嚴厲教養」，其在「學業」、「同儕」、和「個人感受」領域的自我揭露的程度越低。 4. 青少年越知覺母親採用「溫情教養」，其在「個人感受領域」的自我揭露的程度越高。

資料來源：本研究整理



附表 2 國中生金錢教養之相關研究表

研究者	研究主題	研究對象	主要研究結果
蔡瑞華 (2000)	台北市國中生金錢態度研究	台北市立公立國中一、二、三年級共 480 位學生。	<ol style="list-style-type: none"> 1.無儲蓄習慣、零用錢金額較多、愈常受到父母金錢教養者，傾向視金錢為權力名望之象徵。 2.愈常受到父母金錢教養者對金錢規劃及處理較不謹慎。 3.無儲蓄習慣者、零用錢金額較多者、愈常受到父母金錢教養者，對金錢較感到焦慮。 4.愈常受到父母金錢教養者，購物時較著重商品的品質。
張惠炤 (2009)	家庭金錢教養與金錢態度之研究—以台中縣海線國小為例	台中縣海線國小高年級學生	<ol style="list-style-type: none"> 1.國小六年級學童金錢經驗方面，儲蓄習慣與知覺家庭經濟狀況會因性別的不同存在差異性，女學生較傾向儲蓄。 2.中高家庭社經地位的國小六年級學童比低家庭社經地位學童的知覺家庭經濟狀況要好。 3.金錢經驗會因家庭金錢教養程度的不同而存在差異性。 4.國小六年級學童的家庭金錢教養程度與零用錢數量、預算、儲蓄習慣的有顯著相關。
洪瑞禧 (2009)	綜合高中學生金錢態度之研究—以大臺北地區為例	臺北市、臺北縣、基隆市綜合高中之日間部學生，有效問卷計 1,080 份。	<ol style="list-style-type: none"> 1.綜合高中學生之整體金錢態度較積極。 2.綜合高中學生對預算管理層面之金錢態度最為積極。 3.綜合高中學生的金錢態度因性別、有無固定零用錢、零用錢多寡、零用錢用途、有無儲蓄習慣、家庭型態、父母金錢教養之不同而有差異。 4.綜合高中學生的金錢態度因平時金錢來源、家庭社經地位之不同則無差異。

附表 2 國中生金錢教養之相關研究表(續一)

研究者	研究主題	研究對象	主要研究結果
呂志方 (2010)	新北市國小高年級學童家長理財態度與金錢教養行為之關聯	臺北縣(新北市)境內國小高年級學生之長，有效總問卷數為 708 份	<ol style="list-style-type: none"> 1. 家長之金錢教養行為以「規範性」較多，「溝通性」較少，但單一面向中之各個行為仍有個殊性。 2. 家長最常鼓勵子女存錢，較少和子女討論投資概念。 3. 整體而言，金錢教養行為頻率介於「有時」至「經常」之間。 4. 受訪家長的整體性金錢教養行為，會隨著年齡、教育程度、家庭收入水準之不同而有顯著差異。
黃好卉 (2011)	客家地區學童家庭金錢教養與金錢態度之研究—以桃園縣觀音國小為例	桃園縣觀音國小五、六年級學童	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客家學童與非客家學童的零用錢發放情況無顯著差異。 2. 客家學童與非客家學童的儲蓄習慣無顯著差異。 3. 客家學童與非客家學童的金錢態度有顯著差異，客家學童較有儲蓄概念，花錢較保守，另外在對金錢焦慮感和不信任感較高。 4. 客家與非客家學童的文化與家庭金錢教養有顯著差異，客家學童較常受到父母金錢態度方面教養的影響。
林宜君 (2012)	國小五年級學童金錢教養與金錢態度之研究-以新北市永和國小為例	新北市永和國小五年級學生	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學生普遍認同儲蓄的重要性。 2. 個人背景不同之零用錢及儲蓄習慣無顯著差異。 3. 父母教育程度不同之儲蓄方式有差異。 4. 母親的教育程度不同與學童的家庭金錢教養有差異。

附表 2 國中生金錢教養之相關研究表(續二)

研究者	研究主題	研究對象	主要研究結果
余佩穎 (2012)	台北地區青少年理財教育與金錢態度之研究	台北地區(台北市及新北市)公私立國中七至九年級學生,有效樣本 510 份。	<ol style="list-style-type: none"> 1.台北地區青少年在整體「理財教育」表現上,屬於中高程度。 2.台北地區青少年在整體「金錢態度」表現上,屬於中高程度。 3.不同「家庭型態」、「父母教育程度」、「父母金錢教養」、「金錢觀影響」之青少年在「理財教育」上達顯著差異。 4.不同「母親職業」、「父母教育程度」、「父親金錢教養」、「金錢觀」之青少年在「金錢態度」上達顯著差異。 5.不同「父親職業」、「母親金錢教養」、「家庭型態」之青少年在「金錢態度」上,則未達顯著差異。
李旻穎 (2013)	家庭金錢教育、學生金錢觀與用錢行為的關係-同儕用錢行為的干擾效果	大高雄地區國小六年級學童	<ol style="list-style-type: none"> 1.家庭金錢教育(含身教與言教)對學生金錢觀及與學生用錢行為均有正向影響。 2.學生金錢觀對學生用錢行為亦有正向影響。 3.學生金錢觀對家庭金錢教育與學生用錢行為的關係有部份中介效果。 4.同儕用錢行為對學生金錢觀與學生用錢行為的關係則具有正向干擾效果。
王子昂 (2014)	臺北市高中生父母金錢教育之研究	臺北市高中生,有效樣本 664 份	<ol style="list-style-type: none"> 1.高中生對於金錢教育的感受程度,母親高於父親。 2.高中生在母親金錢教育總量表的感受程度,「二年級」高於「三年級」。 3.高中生在「金錢溝通」感受程度,「家庭社經地位」以「中高社經地位」高於「中低社經地位以下」。 4.高中生母親「教育程度」在「金錢管教」感受程度,「國中或高(職)中以下」高於「專科或大學畢業」。 5.高中生在金錢溝通方面較能感受到父母的金錢教育。

資料來源：本研究整理

附表 3 國中生消費行為之相關研究表

研究者	研究主題	研究對象	研究方法	研究工具
林世彪 (2006)	台北市國小高年級學童金錢態度與消費行為之研究	台北市十二個行政區三十一所學校之高年級學童，共 805 人	問卷調查法	「國小學童金錢態度問卷」與「國小學童消費行為問卷」
黃麗美 (2006)	台北市國小高年級學童金錢觀與消費型態之研究	台北市二十一所公立國小之學童，抽取 569 人	問卷調查法	問卷
謝淑美 (2006)	青少年消費行為與品牌關係之研究	北部地區某安親補教業國小、國中，四至九年級學生，以年齡 10-15 歲之青少年為限	觀察、焦點團體訪談法及深度訪談法	研究者
徐淑敏、 李麗華 (2007)	國小高年級學童的金錢態度與消費行為	選取桃園縣國小十三所學校，每所學校五、六年級各抽取一個班級學生為團體施測對象，回收的有效問卷共計 727 份	問卷調查法	「金錢態度量表」和「消費行為問卷」
蔡政宏 (2008)	青少年金錢態度與消費行為相關因素之研究	台中縣、台中市國小六年級和國中二年級青少年共 647 人	問卷調查法	「金錢態度量表」、「消費行為量表」、「同儕關係量表」與「教養方式量表」
傅致榮 (2009)	國中及國小高年級學生的金錢態度與消費行為之研究-以苗栗縣學生為例	苗栗縣七所小學高年級學童及六所國中學生進行抽樣，有效問卷 386 份	問卷調查法	「金錢態度量表」和「消費行為問卷」

附表 3 國中生消費行為之相關研究表(續)

研究者	研究主題	研究對象	研究方法	研究工具
林英花 (2009)	在學青少年金錢態度與消費行為轉變相關性之研究分析	台南市在學青少年，包含國小高年級、國中學生及高中職學生，有效樣本 1153 份	問卷調查法	「金錢態度量表」和「消費行為量表」
郭豐齊 (2010)	高雄市國小高年級學童金錢態度與其消費行為關係之研究	高雄市國小高年級學童，有效樣本共 731 份	問卷調查法	「國小高年級學童金錢態度與其消費行為之調查問卷」
李怡蓉 (2011)	台中市國民小學六年級學生經濟認知與消費行為之相關研究	台中市國小六年級學生 834 位學生	問卷調查法	「經濟認知測驗」和「消費行為問卷」
葉美慧 (2011)	花蓮縣國小高年級學童金錢態度與消費行為之研究	花蓮縣公立國民小學高年級學生，有效問卷 466 份	問卷調查法	「國小高年級學童金錢態度與消費行為問卷」
周鐸峰 (2012)	國中生的金錢態度與消費行為因素探討-以大里市為例	台中縣大里市國中生共 215 位(本地生 137 人、外籍生 78 人)	問卷調查法	問卷
高敏娟 (2013)	新北市汐止區國中生金錢態度與消費行為之相關性研究	新北市汐止區公立國民中學學生，有效樣本 693 份	問卷調查法	「新北市汐止區國中生金錢態度與消費行為之相關性研究」問卷

資料來源：本研究整理

附錄 4 國中生金錢教養消費行為之相關研究表

研究者	研究主題	研究對象	研究方法	研究工具
王麗芬 (2012)	國中小學生家庭 金錢教養、金錢 態度與消費行為 之研究	台中市九年級 和五年級之學 生	問卷調查法	問卷
黃如瑩 (2013)	高雄市國中生金 錢態度、父母金 錢教養與消費行 為之研究	高雄市國中生 , 有效問卷 737 份	問卷調查法	「個人基本料」、「金 錢態度量表」、「父 母金錢教養量表」和 「消費行為量表」
葉賢政 (2014)	新竹縣國中生金 錢教養與消費行 為之相關研究	新竹縣國中生 , 有效問卷 498 份	問卷調查法	「金錢教養問卷」與 「消費行為問卷」

資料來源：本研究整理

附錄三 父母親職業類別分類表

編號	職業類別
第 1 類	大（專）學校長、大（專）學教授、醫師、大法官、科學家、軍官、立法委員、監察委員、考試委員、國大代表、董事長、總經理、將軍、特任或簡任公務人員（如部長、次長、局長、主任秘書）
第 2 類	中小學校長、中小學教師、中型企業負責人、會計師、音樂家、法官、推事、律師、工程師、建築師、公司行號科長、船長、經理、襄理、協理、副理、上校、中校、少校、警官、作家、畫家、新聞電視記者、薦任級公務人員(如：科長、課長、秘書、技正)
第 3 類	技術員、行員、出納員、政府機關公務人員、縣市議員、甲等職員、船員、護理人員、秘書、代書、鄉鎮民代表、批發商、代理商、包商、小型企業負責人、上尉、中尉、少尉、警察、消防隊員、演藝人員、服裝設計師、委任級公務人員（如科員、課員、技佐）
第 4 類	技工、汽修、水電工、店員、雜貨店老闆、小店主、零售商、推銷員、郵差、司機、打字員、裁縫師、廚師、美容師、理髮師、按摩師、自耕農、士官、士兵、監工、保全人員、領班
第 5 類	工廠工人、學徒、小販、佃農、漁夫、清潔工、雜工、臨時工、工友、建築物看管人員、門房、傭工、女傭、服務生、看護、汽機車看管人員、舞廳、KTV 等娛樂業服務員、家庭主婦

附錄四 問卷專家效度名單

	服務學校	畢業系所
賴丞坡(副教授兼系主任)	嘉義縣南華大學 財務金融學系	中正大學企業管理博士
李怡慧(助理教授)	嘉義縣南華大學 財務金融學系	淡江大學產業經濟學博士
蘇珮嫻(教師)	彰化市彰德國中	彰化師大特殊教育研究所



附錄五 家庭金錢教養量表題目修正情形

原題號	原題項 (預試問卷)	討論 結果	新題 號	新題項 (正式問卷)
1	父母會告訴我金錢的功能與限制(如:有錢才會有好的生活品質，錢不是萬能…等)。	保留	1	父母會告訴我金錢的功能與限制(如:有錢才會有好的生活品質，錢不是萬能…等)。
2	父母會教我了解商品的廣告和促銷手法，並在消費時做正確判斷。	保留	2	父母會教我了解商品的廣告和促銷手法，並在消費時做正確判斷。
3	父母會教我了解和金錢或投資理財有關的工具(如信用卡、股票、基金…等)。	保留	3	父母會教我了解和金錢或投資理財有關的工具(如信用卡、股票、基金…等)。
4	父母會說自己勤儉的往事或勤儉的故事。	保留	4	父母會說自己勤儉的往事或勤儉的故事。
5	父母會告訴我儲蓄的好處和方法，並要我養成儲蓄的習慣。	保留	5	父母會告訴我儲蓄的好處和方法，並要我養成儲蓄的習慣。
6	父母會教我了解金融機構(如郵局、銀行)的功能(如儲蓄、利息、投資…等)。	保留	6	父母會教我了解金融機構(如郵局、銀行)的功能(如儲蓄、利息、投資…等)。
7	我覺得父母也會以身作則，照著平常教導我的方式使用金錢。	保留	7	我覺得父母也會以身作則，照著平常教導我的方式使用金錢。
8	父母會帶我一起去買東西，並教導我購物的技巧。	保留	8	父母會帶我一起去買東西，並教導我購物的技巧。
9	父母會教我練習記帳。	保留	9	父母會教我練習記帳。
10	父母會讓我練習預估某個事件的開銷(如學校的旅行)，並學習分配金錢。	保留	10	父母會讓我練習預估某個事件的開銷(如學校的旅行)，並學習分配金錢。
11	在購買和我有關的物品時，父母會詢問我的意見。	保留	11	在購買和我有關的物品時，父母會詢問我的意見。

家庭金錢教養量表題目修正情形(續一)

原題號	原題項 (預試問卷)	討論 結果	新 題 號	新題項 (正式問卷)
12	父母會讓我用零用錢買自己想要的東西。	刪除		
		新增	12	父母會讓我用零用錢買自己想要的東西。
13	父母會和我討論平日所需的零用錢金額。	保留	13	父母會和我討論平日所需的零用錢金額。
14	父母會和我討論家庭的收入與支出情形。	保留	14	父母會和我討論家庭的收入與支出情形。
15	父母會和我討論物品的價格是否合理。	保留	15	父母會和我討論物品的價格是否合理。
16	父母會和我討論什麼情況可以得到額外的零用錢。	保留	16	父母會和我討論什麼情況可以得到額外的零用錢。
17	父母會和我討論如何分配和使用金錢。	保留	17	父母會和我討論如何分配和使用金錢。
18	父母有時會詢問我購物之後的意見和想法。	保留	18	父母有時會詢問我購物之後的意見和想法。
19	父母會向我說明不允許我買某樣商品的理由。	保留	19	父母會向我說明不允許我買某樣商品的理由。
20	當我行為表現良好(如成績進步、幫忙家事等)，父母會以零用錢作為獎勵。	保留	20	當我行為表現良好(如成績進步、幫忙家事等)，父母會以零用錢作為獎勵。
21	當我表現出父母不喜歡的行為，父母會扣零用錢作為懲罰。	刪除		
		新增	21	雖然父母會管我的用錢，但我的零用錢仍常有超支(不夠用)的情形。
22	父母會告訴我什麼可以買，什麼不能買。	修正	22	父母要求我使用零用錢買東西時，仍須徵詢他們的意見。

家庭金錢教養量表題目修正情形(續二)

原題號	原題項 (預試問卷)	討論 結果	新 題 號	新題項 (正式問卷)
23	父母會依照子女不同的年齡，調整零用錢的金額。	保留	23	父母會依照子女不同的年齡，調整零用錢的金額。
24	父母常抱怨我買的東西。	保留	24	父母常抱怨我買的東西。
25	父母常會禁止我隨便花錢買東西。	保留	25	父母常會禁止我隨便花錢買東西。

資料來源：本研究整理



附錄六 消費行為量表題目修正情形

原題號	原題項 (預試問卷)	討論 結果	新 題 號	新題項 (正式問卷)
1	只要有帶錢，看到喜歡的東西，就算很貴，我還是幾乎都會買。	保留	1	只要有帶錢，看到喜歡的東西，就算很貴，我還是幾乎都會買。
2	買東西後，我常會後悔不該買。	保留	2	買東西後，我常會後悔不該買。
3	我看到已經擁有的喜愛物品，還是想再買	保留	3	我看到已經擁有的喜愛物品，還是想再買
4	店員一直鼓吹我買的東西，我通常會買。	保留	4	店員一直鼓吹我買的東西，我通常會買。
5	大部分同學都擁有的東西，我也要擁有。	保留	5	大部分同學都擁有的東西，我也要擁有。
6	看到別人都在搶購某項商品，我也會去搶購。	保留	6	看到別人都在搶購某項商品，我也會去搶購。
7	看到同學都在喝飲料，我也會買來喝。	刪除		
8	我常會買別人推薦的商品。	保留	7	我常會買別人推薦的商品。
9	我買東西都會買我真正需要的。	保留	8	我買東西都會買我真正需要的。
10	我覺得賺錢不容易，該省則省。	保留	9	我覺得賺錢不容易，該省則省。

附錄六 消費行為量表題目修正情形(續一)

原題號	原題項 (預試問卷)	討論 結果	新 題 號	新題項 (正式問卷)
11	我會等物品不能再用時，才買新的。	保留	10	我會等物品不能再用時，才買新的。
12	我會盡量挑選物美價廉的東西。	刪除		
13	我常會到固定的店家買東西	保留	11	我常會到固定的店家買東西
14	我習慣用使同一個牌子的商品。	保留	12	我習慣用使同一個牌子的商品。
15	我習慣穿類似款式的服裝。	保留	13	我習慣穿類似款式的服裝。
16	我習慣購買熟悉的東西。	保留	14	我習慣購買熟悉的東西。
17	我會買名牌商品，並且拿給別人看，這讓我覺得有面子。	保留	15	我會買名牌商品，並且拿給別人看，這讓我覺得有面子。
18	我喜歡我的東西能夠吸引別人的目光。	保留	16	我喜歡我的東西能夠吸引別人的目光。
19	別人羨慕我所擁有的東西，會讓我覺得很開心。	保留	17	別人羨慕我所擁有的東西，會讓我覺得很開心。
20	模仿偶像的服飾或髮型，讓我感到很爽。	保留	18	模仿偶像的服飾或髮型，讓我感到很爽。
21	我喜歡擁有最新流行的商品	保留	19	我喜歡擁有最新流行的商品。
22	新奇的東西，就算不實用，我還是想買。	保留	20	新奇的東西，就算不實用，我還是想買。
23	我喜歡買有創意而且特殊的東西。	保留	21	我喜歡買有創意而且特殊的東西。

附錄六 消費行為量表題目修正情形(續二)

原題號	原題項 (預試問卷)	討論 結果	新題號	新題項 (正式問卷)
24	有新口味的零食或飲料上市，我就會想買來嘗試。	保留	22	有新口味的零食或飲料上市，我就會想買來嘗試。
		新增	23	別人說我的東西很特別，會讓我覺得開心。

資料來源：本研究整理

