

國小高年級學童的金錢態度與消費行為

徐淑敏、林麗華*

本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。本文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。同時，將國小學童的金錢態度界定為權力名望、預算、焦慮及不信任四個面向。根據問卷調查結果如下：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。本研究結果顯示，兒童的金錢態度與其消費行為，具有密切的相關。藉由對兒童的金錢態度與消費行為研究結果，可提供將來教師在輔導兒童金錢態度與消費行為之參考。

關鍵詞：國小學童、金錢態度、消費行為

* 徐淑敏：台北市立教育大學社會暨公共事務學系副教授

hsm@tmue.edu.tw

林麗華：桃園縣頭洲國小教師

lialia16@yahoo.com.tw

A Study of the Concept of Money and the Consumption of Upper-Grade Students in the Elementary Schools

Shu-Ming Hsu & Lia-Hwa Lin*

The purpose of this paper is to gain an understanding of the relationship between the concept of money and the consumption of the upper-grade elementary school students. Stratified and random sampling was used in this questionnaire study. The fifth and sixth graders in elementary schools in Taoyuan were the subjects of the study. The findings from this study included the following. First, male, sixth grade student, or the ones living in urban areas had improper concept of money. The second finding was that fifth graders from the rural areas who had less than NT\$200 pocket money each month exhibited saving habits that manifest positive and reasonable consumption. Third, children who were less likely to show the dimensions of power, prestige and anxiety had positive and reasonable consumption, and they exhibited more sophisticated higher budget dimensions. The research findings could provide references for teachers to develop students' proper concept of money and consumption.

Keywords: *elementary school students, concept of money, consumption*

* Shu-Ming Hsu: Associate Professor, Department of Social and Public Affairs, Taipei Municipal University of Education
Lia-Hwa Lin: Teacher, Taoyuan Elementary School, Taoyuan County.

國小高年級學童的金錢態度與消費行為

徐淑敏、林麗華

壹、緒論

一、研究背景與動機

近年來社會及家庭結構型態改變，「少子化」的現象使得家長對子女多所寵愛。同時，由於父母忙於工作，無法利用更多的時間陪伴孩童，因而父母以金錢或其他的物質替代，以彌補疏於和子女相處的情形時有所聞。在此情況下，兒童對於金錢的觀念與態度，勢必受到某種程度的衝擊和影響。

Brigitte (1996/2005) 指出態度、價值觀是行為的指導。在面對社會價值觀的急遽變遷和經濟快速成長的世代中，價值的變遷受到社會上各種改變的影響，與新思潮、新典範、生活型態或制度變化皆息息相關。國內研究(秦玉梅, 2000) 指出，一個人的態度與價值觀會直接影響行為，偏差的金錢觀會造成金錢的不當使用。熱衷於金錢的追求、無法穩定的獲取金錢，以及無法愉悅地使用金錢，可能導致衝動性(強迫性)、感性之消費習慣，甚至釀成犯罪行為。

兒童的金錢問題不是管教上的單一獨立事件，應該將之視為人格教育中的一環。國小五、六年級的學童即將進入青少年身心發展的階段，是最具可塑性與教育性的時期，更是其建立自我觀念和尋求同儕認同的重要關鍵期。若能在這個階段，了解兒童的金錢態度與想法，將可以引領兒童對金錢有正確的認識，並且有比較正面的看法(林芳如, 2001)。消費是享受財貨與勞務的過程，購買則是獲取財貨與勞務的過程。消費是日常生活中重要的一部分，兒童經由消費過程的學習，將影響其未來成人後的消費行為。合宜的金錢價值觀應是消費者應有的一種態度，亦是另一項消費者教育的情意教學目標(胡蘭沁, 1998; 鍾志從、許勝雄, 1988)，是以了解學童的金錢態度和消費行為是十分重要的。

家庭、學校、同儕團體等都可能影響兒童的金錢態度與消費行為。兒童在學校裡

與同學、師長接觸，經由每日和周遭的人互動及使用金錢，會對金錢產生新的認識，同時也會對金錢有不同的定義、感受。消費行為、金錢態度和價值觀的形成乃是由整體環境塑造而成（別連蒂，2000）。金錢觀和消費行為是學校教育與家庭生活中重要的一環，目的在於使兒童學習金錢及價格的功能，澄清及拓展金錢與購物的概念，並能作購買的決定。因此，如何協助兒童培養合宜的金錢態度和消費行為，是值得深思的。

本文的主要研究目的，包括：了解國小學童的金錢態度；了解國小學童的消費行為；探討國小學童金錢態度與消費行為之間的關係。並針對上述結果，提供家庭與教育單位建立資料，做為消費教育或未來進行研究之參考。

貳、文獻探討

一、金錢態度的相關理論

（一）金錢態度意涵

態度是指個體對人、對事、對周圍世界所持有的一種具有一致性與持久性的傾向。態度一般被認為是由認知、情感與行為等三種成分所組成。這三種成分的多寡，會隨著個人的年齡、性別、性格等而有所不同。一個人的態度形成包括三部分：1. 認知要素：指個人某一目標或事件的信念，此一信念來自於其本身的思想、知識、觀念或學習；2. 情感要素：指個人對於物所觸發的一種情感上的反應，也就是對事物的好惡感覺；3. 行為要素：又稱為行動傾向，指個人對人事物所表現的某種特定行為意圖（張春興，1994）。

一個人的態度並非與生俱來，而是從生活環境中學習形成的。態度的發展是一種極其複雜的社會化歷程，包含個體對人、事、物在認知上的價值判斷、評價，最後則化為行動傾向，是個體的行動意願與心理狀態的呈現，並非指真正的行為表現（高毓婷，2000）。由此可知，金錢態度是個體對金錢議題的持久價值觀或信念。這樣的金錢態度與價值觀，會隨著個人與周遭人、事、物的互動關係學習而得，也會對其消費者行為造成影響。

有關金錢態度意涵，本文歸納張春興（1994）與高毓婷（2000）的觀點，將「金

錢態度」界定為個人對金錢持有的信念，所觸發之反應，所表現的一種相當持久且一致的行為傾向，包括對金錢的價值觀念、金錢所代表的意義、對零用錢多寡的看法等。

（二）兒童金錢態度發展

根據 Forrest (1990) 的研究發現，兒童對於金錢興趣的發展可分為下列四階段：1. 對金錢感到好奇，將之視為父母的所有物；2. 將金錢視為獎賞及交易媒介；3. 將金錢視為階級地位的測量物，更是青少年團體認同的指標；4. 具有較成熟的觀點，將金錢視為全世界認同的系統、可顯示相關價值訊息的替代形式，是一種資本及生產力的要素。

國內的研究（鍾志從、洪淑蘭、趙威，1999）指出，幼稚園的兒童已具備基本的金錢學習能力，他們能指認貨幣名稱以及幣值的比較。在金錢的概念發展呈現先後的發展次序，亦即先會指認而後說出錢幣名稱，並且已經了解買東西是要付錢的。在其研究中也發現父母的金錢教養，會影響幼兒的金錢概念與金錢使用能力發展。若能提供子女直接學習金錢的經驗效果最好，例如讓幼兒有機會接觸錢幣、付錢買東西等。

兒童每天都經驗著和經濟、消費概念有關的活動，其經濟觀念是依循著發展的順序逐漸形成的。在兒童的成長與學習的過程中，觀察父母親的買賣行為，開始了他們與金錢接觸的機會。兒童階段對於金錢概念的了解，已有相當的發展，例如由不能分辨各種型式的硬幣，到能夠了解交易行為、金錢的媒介角色及利潤、整個市場的運作等概念。

（三）金錢態度量表類型

國外於 1982 年始即有學者制定金錢態度量表，針對成人及在學的大學、中學、國小的學生進行研究調查。近年來國內亦有相關的研究，就這些金錢態度量表的調查過程中，可以了解不同世代更迭與社會變遷下，人們對於金錢的態度和觀感。本研究將國內外所運用相關的金錢態度量表說明如下：

1. MAS 量表 (Money Attitude Scale)：Yamauchi 與 Templer (1982) 爲了研究美國人的金錢態度，發展出金錢態度量表，其量表將金錢態度分為五個向度：（1）「權力-名望」向度，把金錢用來做爲影響他人及衡量成功與否的一種工具；（2）「時間-保有」向度，則是指目前使用金錢謹慎情形及對未來財務的規劃，對未來做有計劃的準備；（3）「不信任」向度，使用金錢時會抱持著懷疑、猶豫不決及多疑的態度；（4）「焦慮」向度，把金錢視爲是焦慮的來源，同時也是免於焦慮的來源；（5）「品質」向度，將金錢視爲是一種可以換取較佳的服務或品質的工具。在上述的五個

金錢態度向度中的「品質」面向，在施測後經過信度和效度分析後，由於未達標準，該研究者予以刪除，僅存「權力-名望」、「時間-保有」、「不信任」、「焦慮」等四個面向。

2. MES 量表 (Money Ethic Scale) : Tang (1992) 發展金錢道德量表，研究美國全職工作者在團體、工作相關的環境中，人們的金錢態度、工作相關變項及工作滿意度等組織行為。其量表共分為六個面向：好的、邪惡、成就、自尊/尊敬、預算、權力/自由。Tang(1995)為了使 MES 量表更方便使用，修改量表名稱爲 Short-MES (Short Money Scale)，將金錢態度簡化爲三個面向：(1)「成功」面向；(2)「惡」面向；(3)「預算」面向。

歸納 Yamauchi 和 Templer (1982)、Tang (1992) 與 Tang (1995) 有關金錢態度的量表，可以了解金錢對每個人的意義不盡相同，而且十分複雜，它往往是多層面而非單一向量的。本文參酌 MAS、MES 二種金錢態度量表，編製金錢態度各面向的量表。由於本文研究的對象爲國小學童，因此研究者觀察國內環境的國小學童，綜合修改上述的量表，將金錢態度之面向設計爲：(1) 權力名望；(2) 預算；(3) 不信任；(4) 焦慮四個面向。選取這四項指標的目的，在於了解國內學童是否將金錢視爲一種權力和名望的象徵，藉以影響他人；對於金錢的規劃如何；運用金錢時抱持何種態度；對金錢是否感到焦慮。國內已有學者(林芳如，2001；邱宜箴，2003；王永銘，2004)應用 MAS、MES 量表探討國小學童之金錢態度，證明 MAS、MES 在國小學童的使用上，實爲有效工具。

本文根據量表設計的問卷，透過學童的前測與專家檢視，以增加其信效度。藉由本研究，除了有助於家長和教師在日常生活中，了解兒童的金錢態度並加以協助外，在量表的設計以進行的研究結果，或許也可以提供後續研究者檢驗此量表的適用性，將來可以發展出更適合國內使用的兒童金錢量表。

二、消費行為的相關理論

(一) 消費行為之意涵

消費是人類滿足欲望的行為。消費行為或稱爲消費者行為，其架構包含心理學、社會學、經濟學、行銷學、文化人類學等範疇，是一門科學的整合學科，而且會隨著時間、地點而有不斷的演進。學者司金鑾(2001)指出，消費者行為是一門國際流行的新興學科，國際學術界對消費者行為的定義眾說紛紜，以致於消費者行為的本質特

徵至今存疑。學術界對於消費行為的見解不盡相同，例如心理學者認為每一個消費者行為的背後必隱含著其行為的原因，其研究偏重於影響個人消費行為之內在因素；社會學則認為造成消費行為上的差異，是因為人類行為具有社會化的傾向，所以其研究著重在社會性變項因素的研究；經濟學者假設消費者皆是經濟人，他們是具有理性之判斷能力，其消費行為的目的在於追求最大之欲望滿足，以效用之大小做為衡量滿足程度的標準，並且是以貨幣為衡量標準的單位等等。歸納各學科之見解，本文認為個人消費行為，深受個人內外因素、社會因素及文化因素的影響，從事消費的目的在於滿足個人的欲望和需求，滿足的程度會以金錢做為衡量的標準。

（二）消費行為模式與決策過程

依據 Engel、Kollat 和 Blackwell (1978) 的「E.K.B. 模式」中指出，消費者行為是個人直接參與獲取，使用經濟性財貨與勞務的行為，包括導引和決定相關行為之決策程序。「E.K.B. 模式」特別重視消費決策達成之過程，將人類行為視為是一種連續而間斷之個別行動。「E.K.B. 模式」中消費者行為包含四個部分：1. 刺激的輸入 (input)：由於某種刺激對消費者產生的影響；2. 資訊處理 (Information Processing)：資訊處理是一種經由刺激的接受、中斷、記憶的儲存，和稍後取用的過程，包括顯露 (exposure)、專注 (attention)、理解 (comprehension)、接受 (acceptance)、保留 (retention) 等五個步驟；3. 決策過程 (decision process)：此為 EKB 模式最重要的部分，可分為問題的察覺 (problem recognition)、資訊的搜尋 (information search)、選擇評估 (alternative evaluation)、購買行為 (Purchase) 及購買後行為 (post-purchase)；4. 影響決策過程的變數 (variables influence process)：影響決策過程的變數有消費者內在的因素和外在環境的因素，例如人格、態度、家庭和文化等等。

Kotler (1994/2001) 認為消費者購買一項產品時，會經歷五個階段：1. 需要的確認：消費者體認到本身的問題或需要，感覺到他的實際狀態與所想要的狀態之間有差異存在時，此時便產生問題的確認；2. 資訊蒐集：一個受到引發需要的消費者可能會去蒐集更多的資訊和情報；3. 方案評估：消費者透過評估程序，對其所蒐集的情報進行選擇與評估。消費者所考慮的評估準則，例如價格、品牌、安全性以及其重要性等，會受到消費者的動機、知識水準、參與決策之程度等因素影響而有不同的表現；4. 購買決策：當消費者評估了各項可能的方案後，便會從中選擇一個最能滿足其原始的欲望與需要的方案，以採取購買行動；5. 購後行為：在購買並使用了某一種產品之後，可能產生滿意或購後不滿意等兩種結果。

根據洪惠娟（1987）的研究，學生在選擇產品時，會因為所購買的產品類型不同，而有不一樣的考量依據。高毓婷（2000）的研究也指出，面對各式各樣的商品，每一位消費者在消費時，心中自會有其一套評選的標準與看法，表現在消費行為上，也就有著截然不同的面向；影響其決定購買與否的因素，包括商品的包裝、設計、價格、品質、服務及消費者對自身對商品的先前印象等。消費者是否購買該商品的重要原因，在於他對該產品的評斷標準，這樣的取決標準是一種內在的價值觀或信念，也是一種態度，稱之為消費者對商品的態度。由此可見，消費行為包含了消費選擇評估的原則，及其評估後所購買的商品類型，而消費者對商品的態度，形成了他們對於商品的評估選擇的標準。

本研究參考「E.K.B. 模式」、Kotler 的消費行為模式，以及國內學者（洪惠娟，1987；高毓婷，2000）的觀點，將消費行為視為獲取和使用物品的行為，也就是消費和購買的行為，以及當個人在消費行為之前所歷經的消費決策過程。本文並依據「E.K.B. 模式」中消費決策達成之過程，以及 Kotler 的消費者購買產品的五階段論，歸納出本文分析消費行為時的四項指標：1. 消費原則；2. 消費方式；3. 購物習慣；4. 消費評估選擇標準，並依據這些指標，設計本研究「消費行為」這個部分的問卷。關於此部分的說明，將於本文研究方法中進一步闡釋。

三、金錢態度與消費行為的相關研究

本節將探討有關金錢態度或消費行為的相關研究，並予以分類比較，同時指出本研究與以往的研究的差異，分述如下。

（一）消費的動機與型態

根據研究指出，國小學童在消費動機上，傾向於「喜歡的」、「流行的」和「實用的」物品；在「實用物品」的購買及「吃喝玩樂」方面，皆會受到同儕團體的影響，但在「流行物品」的購買上，受同儕團體的影響並不明顯；廣告在「實用物品」的購買上，則有明顯的影響；在「禮品」的購買上，對於學童消費型態之「吃喝玩樂」與「書籍」等面向，具有影響（徐淑敏，2002）。

（二）消費的選擇

兒童在消費上評估的準則，依序為東西的實用、價格的高低、喜歡的、零用錢的多少；喜歡的產品類型依次為有用的、漂亮的、名牌的、電視廣告的及別人有的；對價格上反應多半為不買或挑選比較便宜的東西，次為打折再買，照買。學童最常消費

產品類型，前五大項產品依序為「零食、飲料」、「圖書、文具」、「玩具」、「運動器材」、「漫畫、故事書」，消費類型往往會受到性別、年級、父母教育程度與職業、居住地區等因素之影響而有所不同。消費時最重視「喜歡的」或「名牌產品」，以及從不注意價格漲跌之學童其花費較大，消費需求量較高，零用錢數量有偏高之現象（胡蘭沁，1998）。

（三）金錢態度

根據鍾志從、魏秀珍、陳彥玲、陳寧容（2003）的研究指出，城鄉、年級、排行、家庭型態、壓歲錢處理方式和零用錢的有無，會影響小學生的金錢概念、金錢的價值觀、對金錢的未來期望、對何謂有錢的看法、對金錢的儲蓄與使用看法與消費技能。

鍾志從、許勝雄（1988）研究消費教育情意教學，依據消費者行為將消費者的金錢態度分為三類。第一型是「節約型」的金錢態度：認為購買應以節約為原則，商品外觀、品質、服務等不重要，價格最為重要，商品價格愈低愈好，「貪小便宜」的觀念，亦屬於此類型的態度。第二型是「慷慨型的」金錢態度：認為購買時出手宜大方；生活應追求豪華與享受，花大錢買東西才顯出尊嚴與地位；買貴的東西雖沒品味亦不是浪費。第三型是「實際型」的金錢態度：認為買東西該買就買，該花則花，只是錢要花在刀口上。

張清溪（1995）將國中生對金錢態度的運用分為三類型。第一型是「節約型」，購買時以價格為優先考慮，便宜就好。服務、產品外觀、品質是其次，有貪小便宜心態。此類型消費者特性為：價格便宜就好，產品外觀、服務、品質是其次；貨比三家不吃虧，喜歡多方面比價再購買；不重視立即享受，未來取向，重視儲蓄。第二型「慷慨型的」，追求豪華與物質享受，出手大方，花錢是地位與尊貴的表現。此類型購物者特性為：重視商品外觀，喜歡嘗試新東西，追求流行；追求豪華與物質享受；追求立即性的物質滿足，現在取向，少儲蓄。第三型是「實際型」，花錢購物以實用、需要為考慮，該買則買，該省則省。此類型消費者之特色為：購物以實用、需要為優先考慮；重視「物有所值」，要求不是最低價，而是合理價格；若發現某一品牌的產品很實用，會經常使用同一品牌。

（四）消費行為

面對市場上各式各樣的商品，兒童在消費時面臨極大的考驗，因習性未定，其生理機能、認知方式、社會行為與消費行為均尚在發展中，既喜歡模仿，又容易受暗示。王萍霜（2000）指出晚近社會學者、心理學者與教育學者莫不一致認為並強調兒童時

期的重要性。個人的消費態度與行為的建立自幼開始，早期學習經驗將影響兒童日後成長的消費認知與行為型態，因此兒童時期正是培養良好的消費行為的最佳時機。

Pritchard、Myers 和 Cassidy (1989) 研究美國高中生儲蓄及消費型態，分成三類型。第一型是「儲蓄型」：很努力工作，會為畢業後計劃，未來導向，有暫緩滿足的能力，較屬內控人格類型。第二型是「必需品花費型」：不會為畢業後計劃，不覺得擁有很多錢重要的，對工作的成就導向不高，屬外控人格類型。第三型是「隨意花費型」：覺得有很多錢是重要的，要求立即性滿足，對工作上的成就較有興趣，覺得工作比學業重要。

(五) 金錢態度與消費行為

王永銘 (2004) 指出學童的金錢態度在權利名望、成就成功、自尊三個面向與消費行為呈現顯著中度正相關；在情緒反應、預算行動二個面向則與消費行為呈現的是低度負相關。愈傾向權利名望者，對衝動型的消費行為愈明顯，而情緒反應與新奇型的消費行為的相關程度最低。

(六) 本研究與以往研究不同之處

綜觀上述金錢態度或消費行為的文獻，除王永銘 (2004) 的研究外，多數為純粹探討金錢觀或消費行為，較少作二者之相關性的分析。本文除了將金錢態度與消費行為二者連結外，選取的面向和變數與王永銘的研究亦不相同。本研究為了解兒童對於金錢所持有的態度如何，將金錢態度量表分為權力名望、預算、不信任、焦慮等四個面向。在消費行為方面，則針對消費原則、消費方式、購物習慣及消費評估選擇標準，做為研究兒童消費行為主要項目。最後，探討金錢態度和消費行為二者之間，是否具有相關性。

參、研究方法

一、研究假設

本文以國小學童為研究對象，在個人背景變項上選擇了性別、年級、就讀學區、家庭型態、有無零用錢、零用錢數量、有無儲蓄習慣。本文的研究假設如下：

(一) 個人背景不同的國小學童，在使用的金錢態度上有差異。

- (二) 個人背景不同的國小學童的消費行為有差異。
- (三) 不同類型的金錢態度與消費行為之間，具有相關性。

二、研究變項定義

本文之研究變項包括「金錢態度」與「消費行為」二部分，其定義說明如下：

(一) 金錢態度

本文金錢態度量表之四個面向，分述如下：

1. 權力名望面向：把金錢用來做為影響他人及衡量成功與否的一種工具。若是兒童對此面向的評價分數愈高，代表他們視錢為一種可以影響他人及讓人印象深刻的工具，並且視金錢為一種成功的象徵。因此，在本量表中摘取 MAS 的「權力名望」做為研究兒童金錢態度的面向，藉此探討其觀念中是否也認為金錢是一種權力名望的符號象徵。

2. 預算面向：意指在處理金錢時的謹慎態度及對錢財的計劃。兒童對預算面向的評價愈高，代表他們愈會詳實地從事零用錢等財務的規劃及監控他們的零用錢情況，亦即影響他們存錢及花錢的態度。此面向參考 MAS 的「時間-保有」與 MES 的「預算」發現兩面向類似，故將「預算」面向列入研究之面向。

3. 不信任面向：使用金錢時會抱持著懷疑、猶豫不決及多疑的態度。在本量表參考 MAS 的「不信任」做為研究兒童金錢態度的面向

4. 焦慮面向：把金錢視為是焦慮的來源，同時也是免於焦慮的來源。焦慮是指若是兒童對此面向的評價高，代表兒童將金錢視為焦慮的來源，也是免於焦慮的來源。此面向乃參酌 MAS 的「焦慮」面向。

(二) 消費行為

本文依據「E.K.B. 模式」中消費決策達成之過程，以及 Kotler 的消費者購買產品的五階段理論，歸納出分析學童消費行為的四項指標，並依據這些指標設計問卷，分述如下：

1. 消費原則、消費方式、購物習慣

本文消費原則、消費方式與購物習慣此三項指標，係參考 Kotler 的消費行為模式中，所歷經的「需要的確認、資訊蒐集、方案評估、購買決策、購後行為」等階段，而建立分析學童消費行為的指標。

2. 消費評估選擇標準，包括喜歡的產品類型、購物優先考慮條件、購物受何人

影響、對價格上漲之反應、購物所注意的其他事項等。此消費評估選擇標準的建立則是參考「E.K.B. 模式」中消費決策達成之過程，以及 Kotler 的消費行為模式中所經歷的資訊蒐集，方案的評估和購買決策，以確立分析指標。

三、研究資料分析方法

(一) 單因子變異數分析

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同的家庭型態、不同的零用錢數量，在金錢態度各面向的差異情形，若差異達到顯著水準，則進一步以薛費法 (Scheffe method, 簡稱 S 法) 進行事後比較。

(二) t 檢定

以 t 檢定考驗不同性別、不同年級、不同就讀學區、有無零用錢以及有無儲蓄習慣，在金錢態度各面向是否有顯著差異。

(三) 卡方檢定 (χ^2 分析)

使用 χ^2 考驗進行百分比同質性考驗的主要目的，在於考驗被調查的各組受試者，在數個反應中選擇某一選項的百分比是否有顯著差異。

四、資料分析結果

為了確認本研究量表之信度與效度，在擬訂問卷之初稿後，延請國內相關領域之學者專家就問卷內容的加以審閱、增刪，在綜合專家對問卷的建議後，即修改問卷，並進行問卷的預試。問卷衡量採用的是李克特式量表 (Liker-type Scale) 法，量表填答方式以五點量表法，依「非常同意—同意—普通—不同意—非常不同意」，分別給予 5、4、3、2、1 分的評量；問卷中的反向題則分別給予 1、2、3、4、5 分的評量，分數愈低表示對該問項的同意程度愈低，反之，則同意程度愈高。茲將考驗過程 (見表 1)，說明如下：

(一) 專家效度

在問卷初稿完成後，共計 52 題，即進行專家意見調查，填寫專家效度問卷，針對本問卷內容之適切性加以鑑定，提供修正意見，作為形成專家內容效度及修正問卷之重要參考。

專家意見調查回收後，根據其所提供之修正意見與勾選的資料進行統計分析，根據統計分析結果篩選題目，並根據題意及專家所提供之意見做適當的選擇及修正。本研究藉由專家效度及專家提供修正意見後，刪除數題與本研究主題相關略低，或是題

意重複性偏高之題目，修正後的題目即成爲預試題目。

由於研究對象爲國小高年級學童，爲使問卷施測時能讓學童明確的了解題目之意涵，於用字遣詞上已將原來適用於成人之詞義，修改爲高年級學童所能明瞭的詞句。此外，並於預試完成後，將學童對於題意仍有不解之處，再行修改，使問卷題目於正式施測時，提高問卷之有效性。

(二) 項目分析

預試問卷回收後，開始進行項目分析，先計算每位受試者對各問卷之總分，接著選取各問卷得分最高與最低的，做爲區分高低組，進行項目分析。分別求得每題之決斷值 (Critical ratio)、顯著性，每題與各分量表及總分的積差相關，以作爲篩選題目之依據，本研究預試有效樣本爲 169 人。

項目分析結果發現，第二部分兒童金錢態度量表問卷之第 16、25 題，其 cr 值和與總分之相關均未達 .05 之顯著水準，第 17 題其與總分相關雖達 .05 之顯著水準、其 cr 值卻未達 .05 顯著水準，予以刪除。

(三) 信度分析

項目分析之後，再實施信度分析。對所保留下來的題目所構成的問卷進行信度的計算，用以了解問卷的可靠程度，亦即問卷的一致性 (consistency) 或穩定性 (stability)。而本問卷採用 Cronbach α 係數，係數越高表示信度越好，依據預試結果以 Cronbach α 信度係數考驗量表的內部一致性。預試問卷中各分量表之 Cronbach α 值介於 .55~.79 之間。

(四) 因素分析

本問卷經項目分析及信度分析之後，對所保留下來的題目所構成的問卷進行因素分析，以了解問卷中所能解釋的變異量。採用主軸法進行斜交轉軸加以分析，選取特徵值 (eigenvalues) 大於 1 的因子，除第 16、17、25 題因素負荷量小於 .30，應予刪除外，其餘的題目予以保留。

由表 1 可知在所有預試填答者中，四個因素可解釋總量表的總變異量達 38.700%，其中因素一(權力名望)可解釋 14.119%，因素二(預算)可增加解釋 9.705%，因素三(不信任)可增加解釋 8.480%，因素四(焦慮)可增加解釋 6.396%，可見效度屬良好。

表 1 金錢態度因素分析摘要表

因素名稱	題號	因素負荷量	累積解釋變異量%	Cronbach α
權力名望	1	.464	14.119	.79
	2	.573		
	3	.501		
	4	.722		
	5	.648		
	6	.658		
	7	.567		
	8	.640		
預算	9	.328	23.824	.60
	10	.566		
	11	.548		
	12	.600		
	13	.305		
	14	.516		
	15	.753		
不信任	16	.639	32.304	.62
	17	.423		
	18	.412		
	19	.513		
	20	.657		
	21	.460		
	22	.427		
焦慮	23	.448	38.700	.55
	24	.396		
	25	.332		
	26	.780		
	27	.596		
	28	.414		
	29	.398		

五、研究對象與限制

(一) 研究對象

在預試問卷編製確定後，為了解其可用性，乃進行預試，預試對象為中壢市、楊梅鎮、新屋鄉之三所國小中抽取五、六年級各一個班級的兒童為樣本，本次預試共發出172份問卷，刪除答題不完整或隨意填答之無效問卷3份，有效問卷共計169份，有效率為98.2%。預試問卷收回後進行信度和效度的各項分析，根據分析結果加以修正後編製成正式問卷。

本研究的對象是以桃園縣國小高年級（五、六年級）學生為母群體。依據桃園縣教育局九十四學年度統計資料顯示，桃園縣境內共有173所國小學生，所有學生數共計約176,000人（桃園縣教育局，2005）。本研究的抽樣方法採分層隨機取樣，以區域分層，每一鄉鎮市各抽取一所學校。在由抽樣選取的十三所學校中，抽取五、六年級各一個班級的學生為團體施測的對象，回收的有效問卷共計727份。

(二) 研究限制

在樣本抽取的範圍，僅包括桃園縣國五、六年級，由於中、低年級的學童對於認字及閱讀能力，恐有不能達到理解問卷題目的程度之虞，所以未將中、低年級學童包括在問卷調查的對象中。另外，由於金錢態度屬於比較抽象的概念，本文依據成人的金錢態度量表的研究結果改編而成，運用在國小階段實施問卷調查，對於實證的結果可能有不盡完善之處。

肆、研究結果與討論

本文旨在探討兒童的金錢態度與消費行為的關係，並進一步分析不同金錢態度面向下，兒童消費行為的差異情形。

一、影響兒童金錢態度的因素

根據本研究的問卷調查結果（見表2），分述如下：

表 2 不同變項下兒童的金錢態度平均數、標準差及 t 考驗、F 值

面向	人數	權力名望			預算			不信任			焦慮		
		平均數	標準差	t 值或 F 值	平均數	標準差	t 值或 F 值	平均數	標準差	t 值或 F 值	平均數	標準差	t 值或 F 值
727													
性別：男	385	16.18	5.59	4.12***	29.43	4.55	-0.819	22.59	5.06	0.74	18.10	5.73	3.54***
女	342	14.61	4.72		29.69	4.16		22.32	4.62		16.65	5.20	
年級：													
五年級	354	15.22	5.64	1.12	29.56	4.58	0.03	22.00	4.96	2.50**	16.97	5.63	2.13**
六年級	373	15.66	4.87		29.54	4.17		22.90	4.73		17.84	5.40	
就讀學區：													
縣轄市	260	15.81	5.78	1.40	29.67	4.40	0.55	23.02	4.77	2.30**	17.57	5.77	0.55
鄉鎮	467	15.24	4.94		29.48	4.36		22.15	4.89		17.33	5.40	
家庭型態：													
小家庭	453	15.49	5.11		29.61	4.35		22.54	4.79		17.45	5.48	
折衷或大家庭	180	15.18	5.54	.617	29.55	4.50	.670	22.52	4.88	.473	17.07	5.65	1.388
單親或祖孫家庭	74	15.83	5.36		28.87	4.33		21.87	5.54		18.35	5.75	
其他	14	14.07	4.44		30.07	3.81		23.07	3.77		15.71	3.53	
零用錢：													
有零用錢	613	15.67	5.32	2.20*	29.41	4.47	-3.04**	22.46	4.87	-0.710	17.70	5.51	2.539*
無零用錢	94	14.39	4.61		30.63	3.47		22.58	4.70		16.14	5.65	
每個月零用錢金額：													
200 元以下	398	15.38	5.20		29.62	4.29		22.41	4.80		17.29	5.48	
201-400 元	87	15.82	5.18		29.13	4.42		22.55	4.70		17.79	5.37	
401-600 元	42	15.30	5.31	1.298	29.78	4.59	2.075	21.50	5.66	.543	17.69	5.23	.966
601-800 元	19	15.73	4.85		28.52	4.80		23.42	4.24		18.42	5.25	
801-1000 元	26	14.88	5.24		29.11	4.04		21.88	4.51		17.76	4.76	
1001 元以上	49	17.28	5.80		27.61	5.48		22.10	5.94		18.95	6.25	
儲蓄習慣：													
有儲蓄習慣	592	15.47	5.29	-1.857	29.67	4.28	5.446	22.47	4.86	1.778	17.47	5.47	-1.367
無儲蓄習慣	49	16.93	5.61		26.14	5.13	***	21.18	5.24		18.59	5.75	

註： * $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

(一) 不同性別的金錢態度：由本項研究發現，在「權力名望」面向和「焦慮」兩個面向中，男生平均得分顯著高於女生，顯示男生較女生視金錢為權力名望之象徵，同時也對金錢感到焦慮。

(二) 不同年級的金錢態度：研究發現在「不信任」、「焦慮」兩個面向，六年級的兒童平均得分仍些微高於五年級。此項結果顯示，就「不信任」面向，六年級學童，使用金錢時會抱持著懷疑、猶豫不決及多疑的態度；在「焦慮」面向上，六年級學童對金錢有較高的焦慮感。

(三) 不同就讀學區的金錢態度：在「不信任」層面，縣轄市學校的兒童平均得分高於鄉鎮地區的學校的兒童。此結果顯示，縣轄市學校的兒童較鄉鎮地區學校的兒童，在使用金錢時會抱持懷疑、猶豫不決及多疑的態度。

(四) 不同家庭結構型態的金錢態度：家庭結構型態在金錢態度之各面向皆拒斥本研究之假設。

(五) 有無零用錢的金錢態度：就「權力名望」面向而言，有零用錢的兒童平均得分顯著高於無零用錢的兒童，此即透露出，擁有零用錢的兒童較傾向於視金錢為權力名望之象徵；就「焦慮」面向觀之，擁有零用錢的兒童較沒有零用錢的兒童，對於金錢的擁有及運用感到較為焦慮甚或是不安；在「預算」層面，無零用錢的兒童平均得分高於有零用錢的兒童，且呈現的是負相關。換言之，沒有零用錢的兒童相對於擁有零用錢的兒童，對金錢比較沒有保留預算的計畫，且對金錢較無規劃性，處理金錢也較無謹慎的態度之傾向。由本項研究得知，有零用錢的兒童傾向於視金錢為權力名望之象徵，對金錢較有焦慮感，但是對金錢卻是有規劃預算的。

(六) 不同零用錢數量的金錢態度：結果呈現不同的零用錢數量，在金錢態度之各面向皆拒斥本研究之假設。

(七) 有無儲蓄習慣的金錢態度：在「預算」層面，有儲蓄習慣的兒童平均得分顯著高於無儲蓄習慣的兒童，亦即有儲蓄習慣的兒童對金錢比較有保留預算的計畫，處理金錢也較為謹慎。

二、影響兒童消費行為的因素

根據研究結果顯示，關於影響兒童消費行為的因素（見表 3），分別說明如下：

表 3 不同變項下兒童的消費行為分析表

項目	分類	年級	性別	就讀學區	家庭型態	有無零用錢	零用錢數量	有無儲蓄習慣
消費原則	慷慨型	2.082	.419	1.817	3.551	1.950	30.485***	13.333***
	實際型	.000	.128	8.710**	1.395	.918	3.002	11.945**
	節儉型	7.731*	2.362	.002	3.471	7.769**	12.024*	.112
	沒感覺	.000	.226	2.220	1.083	.157	2.965	8.521**
	其他	.241	.920	.031	15.052**	.396	1.123	2.197
消費方式	不會買太貴的東西	.676	.335	4.504*	1.817	2.317	4.251	.614
	不會在價錢上斤斤計較	.004	.894	.004	3.540	1.737	14.548*	5.600*
	花錢是很大的享受	.327	6.037*	.764	1.259	1.229	4.184	.157
	價格不重要	1.112	.259	1.585	.874	.073	5.559	1.276
	賺錢不容易不該太浪費	1.079	3.348	.009	.226	14.328* *	15.239**	14.237***
購物習慣	.923	6.427	5.999	10.349	6.505	12.845	21.644***	
消費評估	喜歡的產品	5.475	23.025***	2.659	17.360	12.102*	33.066	24.621***
	優先考慮條件	9.267	5.576	5.603	9.040	10.223*	41.654**	16.086**
	受何人影響	20.450**	26.261***	18.50**	19.757	5.291	35.148	6.436
	對價格上漲反應	5.213	5.431	8.999	11.561	7.922	36.415	4.318
	購價格	.000	.861	.365	6.490	2.057	2.788	4.425*
選擇標準	物品質	1.426	7.225*	.571	14.286*	.683	1.590	11.367**
	注意安全性	10.743**	.691	.879	3.522	.170	5.949	2.349
	之商品標示	.609	.034*	1.200	3.259	2.971	6.164	4.463*
	其成份內容	.030	4.632*	1.742	8.479*	1.436	2.204	6.246*
	他很少注意以上事情	.030	4.632*	1.742	8.479*	1.436	2.204	6.246*
其他	2.287	.815	1.144	8.066*	3.925*	5.301	.704	

註：1. * $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

2. 本表格內各項數字所代表為卡方值。

3. 購物習慣：問卷內容包括，配合零用錢的多寡精挑細選，喜歡就買，不急於一時非必要不買。

4. 喜歡的產品：問卷內容包括，實用的，名牌的，別人有的，流行的，好看和有

- 趣的，電視廣告的，其他。
5. 優先考慮條件：問卷內容包括，價錢的高低，是否喜歡，零用錢的多少，東西的功能實用性，有無贈品和促銷活動。
 6. 受何人影響：問卷內容包括，父母親，兄弟姐妹，同學或朋友，老師，老闆推薦，依照自己的意思，其他。
 7. 對價格上漲反應：問卷內容包括，挑選其他便宜東西，無所謂，照樣買，不買，等打折再買，從未曾注意。

(一) 不同性別的消費行為：就「消費方式」方面，男生較女生認為花錢是很大的享受；就「喜歡的產品類型」，男生較女生喜歡實用的、名牌的及電視上廣告的，女生則較喜歡的是別人有的、流行的與好看的、有趣的；就「購物受何人影響」層面，男生遠較女生會接受父母親、老闆推薦，並且也會依照自己的意思，女生則較會接受兄弟姐妹、同學或朋友，而男女生會接受老師建議僅佔 0.3%；就「購物時所注意之其他事項」方面，男生較會注意商品所標示成份內容，但也有 4.0% 表示很少注意以上的事情，女生則傾向於注意品質。

(二) 不同年級的消費行為：就「消費原則」而言，五年級兒童節儉的消費原則達 11.6%，而六年級兒童則是佔 8.0%，顯見五年級較六年級的兒童略為節儉；就「購物受何人影響」面向，五年級兒童父母親、老師、老闆推薦，六年級則是接受兄弟姐妹、同學或朋友的意見，或依照自己的意思；就「購物時所注意之其他事項」，五年級較六年級學童注意安全性。

(三) 不同的就讀學區的消費行為：就「消費原則」，鄉鎮學區的兒童較縣轄市學區兒童認為該用就用，該省就省，屬於實際型；就「消費方式」方面，鄉鎮學區的兒童較縣轄市學區兒童不會買太貴的東西；就「購物受何人影響」面向，鄉鎮學區的兒童較縣轄市學區兒童表示，會接受父母親、兄弟姐妹、同學或朋友、老闆推薦，也會依照自己的意思購買。

(四) 不同的家庭型態的消費行為：由統計結果得知，不同家庭型態的兒童在消費行為達到顯著差異者為「購物時所注意之其他事項」。生活於小家庭的兒童比其他不同家庭型態的兒童，更注意品質，但也有 2.6% 者很少注意其他事項。

(五) 有無零用錢的消費行為：就「消費原則」而言，有零用錢的兒童均較無零用錢兒童反應更為節儉；就「消費方式」面向，有零用錢的兒童均較無零用錢兒童認為賺錢不容易，所以不該太浪費；就「喜歡的產品類型」，有零用錢的兒童表現較為明顯，依序為實用的、好看有趣的、別人有的、流行的、名牌的及電視廣告的；就「購

物優先考慮之條件」的面向，有零用錢的兒童整體反應較顯著，依次是物品的功能性和實用性、價錢的高低、是否喜歡、零用錢的多少及有無贈品和促銷活動。

(六) 不同零用錢數量的消費行爲：兒童每個月零用錢在 200 元以下者，較其他不同零用錢數量者，在「消費原則」上較爲節儉；就「消費方式」方面，較不會在小錢上斤斤計較、賺錢不容易，所以不該太浪費；就「購物優先考慮之條件」，零用錢在 200 元以下的兒童，其整體反應有明顯不同，考慮的條件依序爲東西功能和實用性、價錢高低、是否喜歡、零用錢的多少。

(七) 有無儲蓄習慣的消費行爲：就「消費原則」而言，有儲蓄習慣兒童認爲依次是，該用就用該省就省及想買就買，爲實際型；就「消費方式」而言，有儲蓄習慣的兒童表示不會在小錢上斤斤計較、而賺錢不容易，所以不該太浪費；就「購物習慣」而言，有儲蓄習慣的兒童是精挑細選配合零用錢的多寡、不急於一時非必要不買；就「購物優先考慮之條件」而言，有儲蓄習慣的兒童所依據的是東西功能和實用性、價錢高低、是否喜歡及零用錢的多少；就「喜歡的產品類型」，有儲蓄習慣的兒童偏好分別爲，實用的、好看有趣的、名牌的、別人有的、流行的及電視廣告的；就「購物時所注意之其他事項」而言，有儲蓄習慣的兒童較無儲蓄習慣兒童，更會注意商品所標示成份內容，但也有 4.4% 的表示很少注意以上的事情。

三、各類型金錢態度與消費行爲之相關性

本研究爲了解兒童在金錢態度各面向的高低傾向之差異，於是按照各分量總分的高低排列，選取金錢態度之各分量表中得分最高與最低總人數的分數，將樣本分成「高傾向組」與「低認同組」。將全體樣本依某一面向區分，以分析金錢態度四個面向（權力名望、預算、不信任、焦慮）的高、低二組兒童，在消費行爲的表現有何相關性。依據調查結果，兒童在金錢態度與消費行爲的情況（見表 4），分述如下。

（一）權力名望面向與各消費行爲之相關

高權力名望傾向組表示，消費時偏向於想買就買的慷慨型；喜歡選擇實用的、名牌的、別人有的或流行的產品；購物時優先考慮的條件，偏重於價錢的高低、有無贈品和促銷活動。低權力名望傾向組則表示，消費時較傾向於節儉；用錢時，會認爲賺錢不容易，所以不該太浪費；較喜歡好看的或有趣的產品；購物時會優先考慮東西的功能和實用性；購物時也會注意到價格、品質和安全性等事項。

本研究顯示，高權力名望傾向組在消費時想買就買的慷慨型，選擇實用的、名牌

的、別人有的或流行的產品。印證以往文獻（楊國樞，1986）指出，衝動性消費行為具有很高的情緒性，看到喜歡的東西就想立即購買；時髦性消費行為對時髦甚為敏感，易受到國內外時尚的影響。此結果相近於張清溪（1995）的研究，慷慨型消費追求流行。同樣的，王永銘（2004）研究亦發現愈傾向權利名望者，對衝動型的消費行為愈明顯。相形之下，低權力名望傾向組其消費行為就顯得較為實際，但也略顯節儉。高權力名望傾向組屬於慷慨型；低權力名望傾向組是實際型或節儉型。

（二）預算面向與各消費行為之相關

高預算傾向組表示，消費時該用就用、該省就省的實際型，也認為應該要節儉；用錢時則認為賺錢不容易，所以不該太浪費；購物習慣則認為不急於一時，非必要不買；喜歡的產品類型是實用的物品；購物會優先考慮東西的功能和實用性，並且會注意價格、品質及安全性等事項。低預算傾向組則表示，消費時想買就買、沒有太多的感覺；喜歡買名牌的、別人有的或流行的、好看的或有趣的、電視廣告的產品；購物時會優先考慮的是，價錢的高低、是否喜歡、零用錢的多少以及有無贈品和促銷活動。

本文結果可與其他文獻相互佐證，例如傾向於預算面向者，對金錢比較有保留預算的計畫，而且對金錢較有規劃性，處理金錢比較持謹慎的態度（Yamauchi & Templer, 1982）。根據本研究調查顯示，高傾向於預算面向組的兒童，因為在使用金錢時謹慎且有規劃性，故其消費行為表現相當理性且實際，而低預算傾向組則明顯呈現慷慨型的消費。

（三）不信任面向與各消費行為之相關

高不信任傾向組對表示，平時的購物習慣會精挑細選，再配合零用錢的多寡去買；購物優先考慮的是價錢的高低；當價格上漲時，會挑選其他較便宜的東西、或是等打折再買；購物時也會留心價格。低不信任傾向組在消費時認為喜歡就買；日常的購物習慣則是不急於一時、非必要不買；購物優先考慮的是否喜歡、零用錢的多少；而當價格上漲時，則顯示無所謂照樣買或不買，部分則表示從未曾注意價格是否上漲的問題。

（四）焦慮面向與各消費行為之相關

高焦慮傾向組其消費原則為想買就買；用錢時認為不會買太貴的東西、而花錢是很大的享受；喜歡名牌的、別人有的或流行的、好看的或有趣的產品；購物優先考慮的是價錢的高低、是否喜歡；對價格上漲之反應為，無所謂照樣買或是等打折再買；購物時也會注意安全性等其他事項。而低焦慮傾向組顯示，消費原則偏向於節儉；用

錢時則認為賺錢不容易，所以不該太浪費；日常的購物習慣表示不急於一時、非必要不買；喜歡的是實用的產品。

本項研究發現，高金錢焦慮傾向的兒童認為花錢是很大的享受，與相關研究指出，「高焦慮傾向者會藉由花錢，使得自己感覺到更好」（蕭君華、張威龍，2005）的結果相同。同時，消費時想買就買，選擇實用的、名牌的、別人有的或流行的產品，部分行為符合了衝動性、時髦性消費行為。而低焦慮傾向組的兒童則屬於節約型消費者，選擇產品時以功能和實用之屬性為考慮的要項。

表 4 金錢態度面向與消費行為分析表

項分類 目	權力名望		預算		不信任		焦慮	
	高傾向	低認同	高傾向	低認同	高傾向	低認同	高傾向	低認同
消費原則	慷慨型	4.049*	17.676***	0.531	15.129***			
	實際型	0.137	10.772**	0.877	0.910			
	節儉型	15.656***	13.249***	0.109	9.503**			
	沒感覺	3.494	13.376***	0.078	5.379			
	其他	0.318	1.194	1.399	0.054			
消費方式	不會買太貴的東西	1.507	0.51	10.769	5.527*			
	不會在價錢上斤斤計較	1.396	3.915*	0.140	1.115			
	花錢是很大的享受	0.897	5.528*	0.003	7.427**			
	價格不重要	0.182	1.394	0.245	0.415			
	賺錢不容易，不該太浪費	29.947***	53.105***	0.190	25.595***			
購物習慣	7.38	31.195***	8.579*	20.942***				
消費評估 選擇標準	喜歡的產品	31.761***	28.726***	2.121	38.762***			
	優先考慮條件	45.315***	47.006***	16.275**	38.842***			
	受何人影響	12.531	10.874	4.161	11.886			
	對價格上漲反應	3.865	17.051**	27.776***	21.751**			
	價格	8.683**	7.916**	28.363***	0.002			
	品質	14.361**	20.769***	4.344	2.507			
	安全性	18.303***	45.524***	0.591	5.224*			
	其他	0.026	0.014	0.071	1.828			
商品成份內容	0.026	0.014	0.071	1.828				
很少注意以上事情	0.596	15.653***	3.480	1.117				
其他	2.524	5.031*	3.665	0.019				

註：1. * $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$
 2. 本表格內各項數字所代表為卡方值

綜合以上金錢態度、消費行為之研究結果，可知男生傾向於權力名望及焦慮面向的金錢態度，在金錢消費則屬慷慨型的消費者；六年級的學童則傾向於不信任和焦慮面向，同時也表現出相當高的自主性，並重視同儕的意見；在消費上五年級學童則略為節儉，比較願意順從長輩的建議從事購物；縣轄市區學童偏向不信任面向，然而在消費方面鄉鎮學區學童則顯得當實際，消費時有其自主性，但是也願意採納家人或同儕的看法；成長於小家庭的兒童，其消費行為略顯實際；持有零用錢者偏向權力名望及焦慮面向，屬於實際型消費，又因平時擁有零用錢可以消費，故而有明顯的產品類型偏好；沒有零用錢者則偏向對金錢沒有預算規劃；零用錢低於 200 元的學童，其所能運用的零用錢相當有限，故而趨向節約型，又因零用錢不多，理當節儉，但有時又會有想買就買的衝動性消費；同時，有儲蓄習慣的學童具備良好的預算方式，屬於該買則買，該省則省的實際型消費者。

伍、結論與建議

本研究旨在於探討國小高年級學童的金錢態度，以及其消費行為，並分析期間的關係。根據調查資料的結果與分析，提出結論與建議。

一、結論

(一) 兒童整體之金錢態度

由研究結果顯示，性別、年級、就讀學區、有無零用錢、零用錢數量和儲蓄習慣的有無，對於兒童的金錢態度皆會造成影響。整體而言，男生、六年級、縣轄市區及有零用錢的兒童，對金錢出現非正向的態度；有儲蓄習慣的兒童則具有正向、積極的金錢態度。男女生在金錢態度上有顯著差異，男生傾向於視金錢為權力名望之象徵，且對金錢較有焦慮感。就年級而論，六年級對金錢態度有明顯的不信任、焦慮傾向，亦即年級（年齡）愈高，使用金錢時會抱持著懷疑、猶豫不決及多疑的態度，且對金錢比較充滿著焦慮感。居住於縣轄市地區的兒童遠比鄉鎮地區的兒童，於使用金錢時會抱持著懷疑、猶豫不決及多疑的態度。

根據研究指出，擁有零用錢的兒童較傾向於視金錢為權力名望之象徵，但同時對金錢卻會感到焦慮甚至不安；沒有零用錢的兒童則對金錢比較沒有保留預算的計畫，

處理金錢較不謹慎。有關其金錢態度的形成，依據本研究結果發現，在日常生活中有接受過金錢及消費指導兒童平均超過 91.9%，其中 81.8%的兒童父母親曾給予金錢及消費教育，另外約有 14.7%的兒童曾接受學校老師的金錢消費教育之教導，顯見學童金錢態度的產生受父母的影響極大。有儲蓄習慣的兒童對金錢比較有保留預算的計畫，而且對金錢較有規劃性，處理金錢較謹慎。

（二）兒童整體之消費行爲

整體而言，五年級、鄉鎮學區、有零用錢、零用錢在 200 元以下及有儲蓄習慣的兒童，其消費行爲較爲理性。男生認爲花錢是很大的享受，喜歡名牌及廣告的產品，購物時比較願意接受父母的意見，但也相當比例有自我主見。而女生重視商品的外在屬性，購物時則比較接受同儕團體的意見。

五年級比六年級兒童較爲節儉，購物時比較會接受長輩的意見，相當重視商品的安全性。六年級兒童在購物時，雖重視同儕團體的意見，但也相當有自我主見。就讀於鄉鎮學區的兒童，是當用則用，該省則省的實際型消費者，購物時除了有自己的想法外，但也同時願接受長輩及同儕團體的建議。生活於小家庭的兒童，在購物時，比其他不同家庭型態的兒童，更會注意商品品質。

有零用錢的兒童消費時應節儉不該浪費，喜歡的產品類型很廣泛，在購物時考慮周詳，會將物品內外屬性均列入評估的選項。零用錢每個月在 200 元以下的兒童消費時較爲節儉，用錢時雖不會錙銖必較，但也認爲不該太浪費，會留意價格、個人喜愛、商品的內在屬性，更懂得量入爲出。可能因爲持有的零用錢數量不多，在購物時會考慮得較爲仔細。

具有儲蓄習慣的兒童消費時兼具衝動性和理性，用錢時表示不應過度浪費；在購物習慣、購物優先考慮之條件及喜歡的產品類型的表現，其所顯現出的消費選擇行爲相當明確。前述研究顯示，具有儲蓄習慣的兒童對金錢較有規劃且謹慎。

（三）兒童的金錢態度與其消費行爲，具有密切的相關

由研究結果歸納，低權力名望傾向、高預算傾向及低焦慮傾向的兒童其消費行爲較爲正向；至於高不信任傾向者，其消費行爲偏向以價格爲導向。兒童的金錢態度與其消費行爲的關係如下：

高權力名望傾向組偏向於衝動型消費，喜歡選擇實用的，但也重視名牌及時尚的商品，偏重於以價格爲購物時優先考慮的條件。而低權力名望傾向組在消費時較爲節儉，認爲用錢時不應過度浪費，重視產品的內、外在屬性。

高預算傾向組是理性消費群，但也相當節儉；用錢時不該太浪費；能克制物欲，非必要不買，重視產品的實用、功能、品質及安全等內在屬性。低預算傾向組則表示，消費時頗為衝動，重視產品之外在屬性和價錢的高低。

高不信任傾向組，對平時的購物時精挑細選，對價格的高低及變化相當敏銳。低不信任傾向組，消費時重視個人喜好，但能量入為出、克制物欲，不急於一時購買，對價格較無概念。

高焦慮傾向組，其消費頗為衝動但不會買太貴的東西，覺得花錢是一種享受，重視產品的外在屬性，對價格的高低及其漲跌相當敏銳。而低焦慮傾向組則顯示，消費偏向於節儉，認為賺錢不易，應避免浪費；能節制物欲，待需要時再買，重視實用的產品。

二、建議

（一）適度的零用錢有助於兒童在金錢上的學習

本研究結果顯示，沒有零用錢的兒童則對金錢比較沒有預算的計畫，家長若給予適度的零用錢，可使其有機會學習運用和管理金錢。另外，本研究發現，父母在學童的金錢態度上極具影響力。因此，父母除了給兒童零用錢之外，重要的是提供兒童良好的正確消費管道，指導其如何計劃分配使用，如買學用品、繳交學校的費用等，並教導兒童節約，學習克制物質欲望，養成理性和適度的消費，以避免因消費過度或不滿足而造成其生活上的困擾。

（二）家庭與學校可多鼓勵兒童的儲蓄行為

本研究結果得知，有儲蓄習慣的兒童比較具有良好的預算計畫，足證儲蓄習慣對兒童金錢態度具有正面的影響。家長或學校可以鼓勵學童培養儲蓄的習慣，學校也可設計一些活動，以具體的措施，讓兒童學習對金錢的規劃。另外，學校在消費教育的輔導上，除了教導兒童正確之消費教育觀念和知識外，也必須注重情意層面，使兒童的金錢教育於生活中落實。

（三）注意兒童的性別和年齡在消費上的差異

就本研究結果發現，學童的性別、年級在金錢態度上皆有顯著差異。家長或教師在教育上，宜多留心兒童是否存有性別上的不同期待，以了解其個別差異。在年齡上，高年級兒童正處於身心變化時期，應多關注其金錢的運用，教導正確使用金錢的觀念。

(四) 對未來研究者之建議

本研究的對象為國小高年級的學童係以問卷調查為主，後續的研究者可輔以訪談的方式，進行更深入的探討。爾後，若能付諸行動加以實施，進行個案法和實驗法的研究，探討經過所提供之建議實施之後，兒童的金錢態度和消費行為是否朝正面發展和提升，此將使研究更具實效性。

參考文獻

- 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**。屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東。
- 王萍霜(2000)。**國民小學教科書消費者教育內涵分析之研究**。國立嘉義大學國民教育研究所碩士論文，未出版，嘉義。
- 司金鑾(2001)。**消費者行為：定義分歧與本質界定**。**浙江學刊**，6，77-78。
- 林芳如(2001)。**國小學童金錢態度及其相關因素之研究**。國立臺南師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，台南。
- 別連蒂(2000)。**生活型態白皮書：2000年台灣消費習慣調查報告**。台北：商周文化。
- 邱宜箴(2003)。**國小學童金錢態度量表之編製及理論模式驗證**。國立台中師範學院教育測驗統計研究所教學碩士論文，未出版，台中。
- 胡蘭沁(1998)。**國小學生零用錢運用狀況與其消費行為和休閒活動選擇間之相關分析**。行政院國家科學委員會研究報告(編號：NSC86-2413-024-010)，未出版。
- 洪惠娟(1987)。**臺北市高中(職)學生消費行為之研究**。私立中國文化大學家政研究所碩士論文，未出版，台北。
- 徐淑敏(2002)。**兒童零用金消費行為與觀念之研究：以台北市國學生問卷調查為例**。**台北市立師範學院學報**，33，235-250。
- 高毓婷(2000)。**台北都會區青少年消費文化初探--以兩所不同社會階級學區的國中為例**。國立臺灣師範大學教育研究所碩士論文，未出版，台北。
- 秦玉梅(2000)。**新新人類的金錢觀與價值學習**。**學生輔導**，70，88-105。
- 桃園縣教育局(2005)。**國小學生數**。2005年11月16日，取自桃園縣教育局 <http://www.tycg.gov.tw/>
- 張春興(1994)。**教育心理學：三化取向的理論與實踐**。臺北：東華書局。
- 張清溪(1995)。**台灣國中生金錢觀研究**。行政院國家科學委員會研究報告(編號：NSC83-0301-H002-46)，未出版。
- 楊國樞(1986)。**激發青少年的消費意識**。**消費者報導**，67，18。
- 蕭君華、張威龍(2005)。**台灣的 B 世代和 X 世代：關於金錢觀念和強迫性購買的探索性研究**。行政院國家科學委員會專題研究報告(編號：NSC93-2416-H-238-002)，未出版。
- 鍾志從、許勝雄(1988)。**我國消費者教育情意教學目標的探討**。**家政教育**，10，65-71。

- 鍾志從、洪淑蘭、趙威（1999）。幼兒的金錢概念、金錢使用能力及其父母金錢教養之影響。《家政教育學報》，2，104-105。
- 鍾志從、魏秀珍、陳彥玲、陳寧容（2003）。小學生的金錢概念、態度、與消費技能研究。《家政教育學報》，4，20-39。
- Brigitte, B. (2005)。 *Gutes kind, boses kind-warum brauchen kinder werte?* (培養小孩正確的價值觀) (高瑩君譯)。台北：天下雜誌股份有限公司。(原著出版於 1996)
- Kotler, P. (2001)。 *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and contro* (行銷管理學—分析、規劃與控制) (方世榮譯)。台北：東華書局。(原著出版於 1994)
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D., (1978). *Consumer Behavior* (3rd ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston Company.
- Forrest, D. (1990). Further developmental stages of the interest in money. *The American Journal of Psychoanalysis*, 50(4), 319-335.
- Pritchard, M. E., Myers B. K., & Cassidy D. J. (1989). Factors associated with adolescent saving and spending patterns. *Adolescence*, 24, 711-723.
- Tang, T. L. P. (1992). The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 97-202.
- Tang, T. L. P. (1995). The development of a short money ethic scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited. *Personality and Individual Differences*, 19(6), 809-816.
- Yamauchi, K. T., & Templer, D. I. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment*, 46(5), 522-528.

投稿收件日：2007 年 5 月 10 日

接受日：2007 年 8 月 8 日