

# 大學生之背景、生活型態及兼職工作對其消費 決策型態及消費類型影響力之探討

胡蘭沁

國立臺南大學行政管理學系

## 摘 要

本研究採用問卷收集資料，以大學生為研究對象，探討背景、生活型態及兼職工作對其消費決策型態及消費類型之影響力，其中消費類型乃針對目前的流行數位商品與菸酒。抽樣以地區與公立大學為層級，採分層隨機抽樣方法。研究分析方法除了量表之信、效度與項目分析外採用多元迴歸分析(Multiple-Regression Analysis)、多變量分析(Multivariate Analysis)、卡方(Kai-Square)檢定與t檢定等方法。

本研究實證分析結果顯示，不同背景之大學生兼職狀況有顯著差異，並且大學生之背景、生活型態、兼職狀況對其消費決策型態以及消費類型皆有顯著影響力。依據實證分析結果，建議教育相關單位應加強學生之消費與生活教育，輔導學生兼職工作，學校、雇主與學生三方面適當的配合與協調，將可創造三贏之局面。

**關鍵詞：**青少年，大學生，兼職工作，消費決策型態，生活型態



## 壹、緒論

隨著科技創新，媒體廣告多元化並且網際網路盛行，促使消費者獲得大量且多樣的產品訊息，商品與品牌多樣化，在高度商品化的社會中，充斥著大量刺激消費的訊息，要靠「錢」來達成消費的滿足，再者青少年為了追求經濟與生活的獨立，願意付出勞力賺取生活所需(包括學費、生活費或其他娛樂費用)(周佳君，2000)。所以造就目前學生兼職工作相當普及，且兼職的比例較以往大為提高，因而近年來青少年可支配所得額度快速上升，青少年的消費市場也隨之快速擴充。

我國近年來青少年打工風氣盛行，據行政院主計處在民國90年所做的「青少年狀況調查」資料顯示，15至24歲青少年平均就業年齡為18.5歲，約當高中(職)學業完成時期，而過去一年曾從事工作者計149萬5千人，占總人數的42.81%，至於青少年會去找工作的原因，以「賺取個人生活所需」與「補貼家用」之經濟性因素為主。該調查報告指出，有接近一半比例的青少年有過工作經驗，打工似乎成為青少年文化的一部分。在青少年眼中，打工已是生活的一部份，是生命成長的重要經驗，打工逐漸成為青少年主流意識(王麗容，2000)。

這幾年來，由於3C科技快速發展以及青少年可支配所得不斷上升，消費市場年輕化，尤其在數位產品上，特別受到年輕人的歡迎，例如：MP3隨身聽、手機和數位相機等消費性電子產品等。青少年透過兼職工作提早進入社會，也促成其對於酒等嗜好商品的接觸而上癮。據 Engel, Kollat & Blackwell (1978) 提出EKB消費者行為模式，將影響消費者購買決策程序的因素歸類為內在個別差異和外環境影響。內在個別差異因素包含消費者的消費資源、知識水準、對產品態度、動機與參與度、人格特質、生活型態及人口統計變數等；而外在的環境因素則包括文化、社會階層、家庭、處境和群體的影響等因素，這些內外因素都會潛移默化地影響消費者的購買決策及行為，因此在學青少年提早就業賺錢並接觸工作環境，勢必會影響其消費決策行為與所消費商品之類型。

青少年打工問題一直備受社會、學校以及學生家長們的重視，而國內相關問題的探討與研究大多著重在青少年打工環境安全、自我保護、如何避免打工陷阱等問題；其次則是打工對青少年身心所造成的影響。國內方面，教育部曾委託高雄師範大學於民國84年做過「青少年打工態度」的調查研究，研究結果顯示打工對青少年的影響，其優點有：學習支配金錢與時間、培養責任感、獲取經驗並了解自己的興趣，但缺點是：影響學業、染上壞消費習慣的可能性增高以及與家庭親密感漸低等(黃瓊瑢、劉玲君，1995)。另外，國外學者專家證實研究結果，打工對青少年的影響，其優點有：教導青少年勤勉、負責自我信任高工作品質，學習適應工作的艱辛環境，懂得遵守規律被他人信任，了解錢的價值，應對各種不同社會處境與權威，並且較能體諒父母辛勞；其缺點有：打工可能會影響課業，導致缺席以及與家人關係疏離，感染不良嗜好，改變消費習慣等(Carney, McNeish & McColl, 2005; Greenberger & Steinberg, 1980; Kohn & Schooler, 1978; Payne, 2003)。

當在學青少年兼職打工，則其可支配所得不單只來自父母或家人的供給，打工收入也成為可支配所得中重要的一部分，往往是由父母提供生活上基本需求，而打工收入則用來購買額外的奢侈品，以滿足物質上的慾望(Pershing, 1983)。台灣現今青少年的消費能力，成為一股不容忽視的強大力量，青少年儼然成為廠商所重視的族群之一，由目前市場上許多的產品與服務皆以青少年為目標，可知，現今青少年的消費行為是值得去探討，並且在相關影響因素方面應擴大分析之深度與廣度，例如需考慮青少年之自主性消費能力以及工作環境所造成之影響力，或做延續性之追蹤研究。

Engel, Kollat & Blackwell (1978) 提出一個詳細且具規模的生活型態與消費決策觀念模式，在此模式中，生活型態會受到外在環境的影響，包括文化、次文化、社會階層、參考群體和家庭的影響；也受到個人價值觀和人格的影響，故生活型態乃外在的價值體系與個人內在人格和價值觀的統合型態，呈現出來的個人一般行為，進而影響個人的消費行為，如金錢與時間的支配預算及產品的選擇等。而不同生活型態的衡量變數為活動、興趣、和意見，本研究參考Plummer(1974)所提出的



生活型態構面及相關實證研究結果(李芝靜、余若芸, 1998; 杜佳玲, 2002; 張惠慈, 1994; 梁伊傑, 2001; 陸玉蘭, 1999; 黃士銘, 1989; 黃識銘, 1998; 鄭鈞云, 1997; 鄭順璉, 2001), 編製生活型態量表(AIO量表), 考量大學生之特質將生活型態分為八個主要構面, 包括流行時髦取向、創新冒險取向、獨立果斷取向、家庭取向、孤獨內向取向、兩性觀念開放取向、群體社交取向、精打細算取向等。

在國內關於在學青少年消費行為方面之研究, 多將焦點放在市場行銷與廣告策略上(陸玉蘭, 1999; 林佳玲, 2002; 魏志浩, 2005)。目前國高中階段青少年升學壓力大, 所以打工比例較低, 故本研究選擇兼職打工最普遍的大學生為研究對象, 考量個人背景、生活型態與兼職工作狀況, 深入探討大學生的消費者決策型態及消費商品種類的相關影響因素。在商品消費類型上, 主要鎖定青少年較常購買的流行數位與菸酒商品, 本研究分析的流行數位商品包括有手機、數位相機與MP3。在消費決策型態方面, 本研究參考Sproles and Kendall於1986年所發展出的消費決策型態量表(CSI), 歸納出八種消費者決策型態, 分別為高品質完美、品牌高價格、價格敏銳、新奇流行、資訊困擾、休閒逛街型、衝動性, 以及習慣性。

綜合以上背景與動機, 茲條例具體主要研究目的如下:

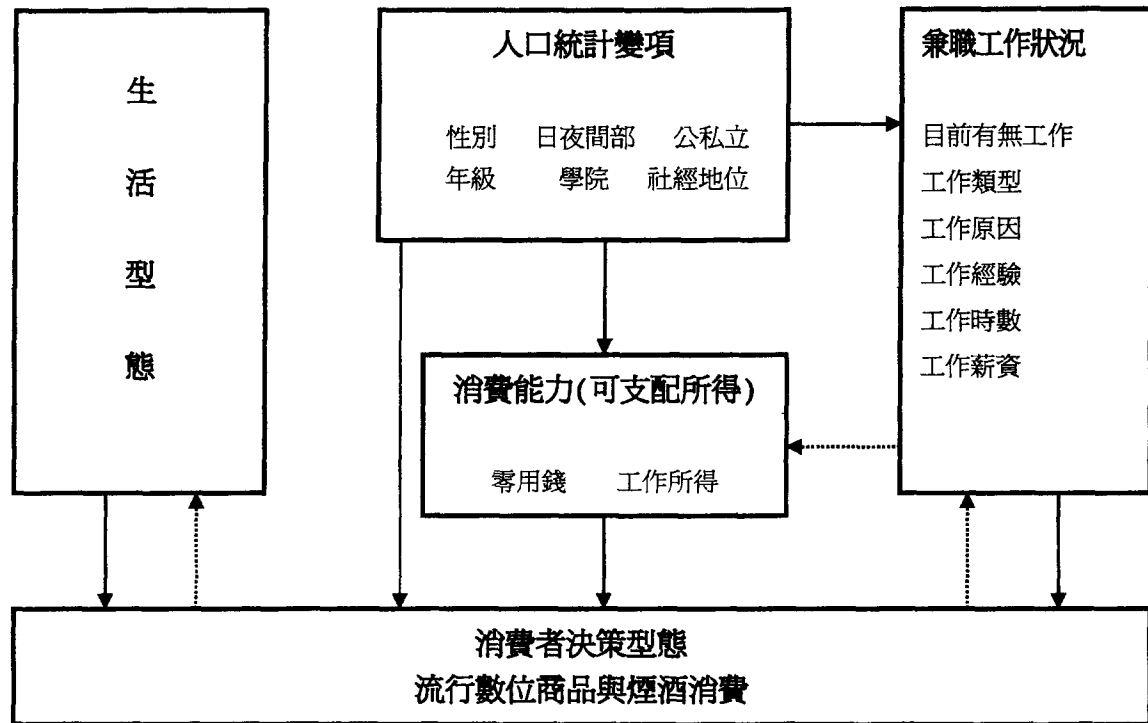
1. 採用問卷調查方式收集資料, 了解目前大學生兼職工作之狀況以及與其個人背景間之相關性。
2. 再進一步探討、分析影響大學生消費者決策型態及流行數位商品與菸酒消費的重要因素, 包括工作環境、個人背景與生活型態等。
3. 最後討論研究結果對於教育政策的意涵, 並提供未來研究之參考。

## 貳、研究方法

### 一、研究架構與假設

本研究依據EKB模式探討各種影響消費者決策行為的因素, 參考重要實證研究結果, 選擇EKB模式環境影響變數中之社會階層、家庭和工作環境以及個別差異變數中之消費資源、生活型態和人口統計變數等因素, 探討其對大學生之消費者決策型態與流行數位商品與菸酒消費之影響力。同時參考Hawkins, Best & Coney (1995) 提出個人生活型態與消費過程的互動模式, 其中生活型態受到許多內外因素之影響形成, 會影響一個人的需求及態度, 進而影響其消費行為, 而消費的結果也會加強或者維持個人獨特的生活型態而產生回饋影響力。本研究設計架構圖(圖一)以說明各變項間之相關性, 圖中虛線代表次級之回饋影響。





圖一 研究架構圖

本研究所探討的變項包括生活型態、人口統計變項、兼職工作狀況、消費能力、消費者決策型態與流行數位商品及菸酒消費，如研究架構圖。其中「生活型態」乃根據個人活動、興趣與意見分為八個面向：「」、「創新冒險取向」、「獨立果斷取向」、「內向孤獨取向」、「家庭取向」、「兩性觀念開放取向」、「群體社交取向」與「精打細算取向」；消費者決策型態分為「高品質完美型」、「品牌高價格型」、「價格敏銳型」、「新奇流行型」、「資訊困擾型」、「休閒逛街型」、「衝動性型」，以及「習慣性型」等八個面向。本研究所分析的流行數位商品乃針對手機、數位相機與MP3隨身聽。

根據本研究目的建立三個假設如下：

假設一 - 人口統計變項會影響大學生兼職工作狀況。

假設二 - 人口統計變項、生活型態及兼職工作狀況與大學生消費決策型態有相關性。

假設三 - 人口統計變項、生活型態及兼職工作狀況與大學生購買流行數位商品與菸酒消費有相關性。

## 二、研究樣本

本研究以全省大專院校為母群，分成北中南東四區，按地區與公私立兩個層級參考母群之比例抽樣，共發出問卷2000份，回收有效問卷共計1926份。但因部分問卷有漏答一些問項之情況，導致各變項的總計人數略有差異。

本研究所抽樣之大學生在流行數位商品(包括手機、數位像機及隨身聽MP3)與菸酒方面之消費狀況(表略)，其中有手機者佔約97.7%，六成大學生擁有數位像機，近四成大學生擁有MP3，抽煙者僅佔5%，但飲酒者佔近12%。



### 三、研究工具

本研究採用問卷調查方式收集資料，調查表包括個人基本資料、兼職工作狀況、生活型態量表與消費者決策型態量表四部分，關於本研究量表分別說明如下。

#### (一) 生活型態量表

本研究主要根據Plummer(1974)提出的生活型態構面，採用AIO量表再加上人口統計變項予以綜合性描述。本研究在問卷設計時，參考了(李芝靜，1998；杜佳玲，2002；張惠慈，1994；梁伊傑，2001；陸玉蘭，1999；黃士銘，1989；黃識銘，1998；鄭鈞云，1997；鄭順璉，2001)等研究。在問卷衡量上，採Likert五點量表，分別給予1至5分，各面向題目分數累加後做分析比較。

本量表經主成份分析後，得到八個因素與研究理論架構相符(見表1)，且八個因素可解釋的累積變異量達61.08%，每個問項的因素負荷量皆達0.45以上，表示此份生活型態量表具有不錯的建構效度。八個分量表的 Cronbach  $\alpha$  係數除了「創新冒險取向」略低 ( $\alpha=0.67$ ) 其餘七個因素皆在0.70至0.90之範圍內，因此可驗證本生活型態量表的內部一致性信度是不錯的。

#### (二) 消費者決策型態量表

本研究以 Sproles (1985) 和Sproles and Kendall(1986)所發展出消費者型態問卷(CSI)作為衡量消費者決策型態問卷的依據，在問卷衡量上，採用Likert四點尺度衡量，分別給予1至4分的評量，各面向題目分數累加後做比較分析。

本量表經主成份分析後得到八個因素，可解釋的累積變異量達62.98%，其中「衝動性型」因素中第16題為反向題，由於描述不夠明確、直接，所以信效度檢定結果欠佳，因而決定刪除。本量表採用主成份分析，得到八個因素，每個問項的因素負荷量皆達0.4以上，表示此份消費者決策型態量表具有不錯的建構效度，而八個因素內部一致性信度考驗結果除了「衝動性型」因素未達0.70，其餘七個因素皆為0.70以上，表示本量表內部一致性信度不錯。



表1 大學生生活型態量表之信效度分析表

因素名稱	題號	問 項	因素負 荷量	Item- deleted $\alpha$	Cronbach $\alpha$
流行時髦 取向	1	我喜歡穿時髦流行的衣服	0.824	0.8084	0.8591
	9	我喜歡具有挑戰性的工作	0.859	0.8039	
	17	在別人眼裡我是個時髦的人	0.747	0.8366	
	25	我很注意流行的趨勢	0.822	0.8327	
創新冒險 取向	2	我喜歡嘗試新穎奇特的產品或活動	0.714	0.5976	0.6748
	10	我喜歡具有挑戰性的工作	0.646	0.6169	
	18	我喜歡嘗試刺激冒險的活動	0.476	0.5901	
獨立、 果斷取向	26	我常主動搜尋新的產品或資訊	0.713	0.6296	0.7737
	3	我凡事喜歡自己來，不依賴別人	0.733	0.7313	
	11	我的獨立性比大部分的人強	0.786	0.7024	
	19	我大部分的事情，都由自己做決策	0.778	0.7046	
內向、 孤獨取向	27	對任何事，我都能有自己的意見	0.705	0.7366	0.7468
	5	我很少主動認識新的朋友	0.721	0.7193	
	13	在人群中，我不會主動跟別人講話	0.746	0.7077	
家庭取向	21	我的朋友很少	0.756	0.7235	0.8055
	29	我很難和別人打成一片	0.807	0.6855	
	4	我經常主動安排時間陪家人	0.779	0.7665	
	12	家庭是我的生活重心	0.799	0.7523	
兩性觀念 開放取向	20	我喜歡與家人一起共進晚餐	0.764	0.7773	0.7091
	28	我非常注重與家人之間共同活動	0.833	0.7283	
	6	男女生在公開場合「熱吻擁抱」是很普通的事	0.655	0.6784	
群體社交 取向	14	只要雙方願意，婚前性行為是被允許的	0.766	0.6324	0.7225
	22	我覺得男女朋友同居是很正常的事	0.819	0.5828	
	30	我覺得與朋友討論「性事」是很平常的	0.660	0.6835	
精打細算 取向	7	我喜歡同時參與多個社團活動	0.764	0.6900	0.7168
	15	在社團或團體活動時我是個活躍份子	0.644	0.6686	
	23	我的社交活動比大部分的朋友多	0.760	0.6138	
	31	我喜歡參加各種不同的聚會	0.640	0.6695	
	8	為了買到物美價廉的產品，我會多比較幾家商店	0.766	0.6314	0.7168
	16	買東西時，即使是小東西我也會注意它的標價	0.740	0.6463	
	24	我花錢之前總會精打細算	0.728	0.6575	
	32	我常注意大減價的廣告或訊息	0.687	0.6839	



表2 大學生消費者決策型態量表之信效度分析表

因素名稱	題號	問 項	因素負荷量	Item-deleted $\alpha$	Cronbach $\alpha$
高品質完美型	1	當我選購商品時，我會嘗試去達到最好、最完美的選擇	0.692	0.6594	0.6973
	9	我通常會嘗試去購買最高品質的商品	0.425	0.6570	
	17	我會努力去尋找最佳品質或最滿意的商品	0.723	0.6144	
	25	選購到高品質的產品對我而言是很重要的	0.619	0.5984	
品牌高價格型	2	我喜歡購買有名氣、國際性、或由專家設計的品牌	0.805	0.7268	0.7939
	10	我喜歡購買知名品牌，即使價格較貴也是值得	0.836	0.7023	
	18	我相信高價格代表高品質，所以產品價格愈高，品牌通常愈好	0.601	0.7965	
	26	專櫃或精品店能提供我最佳的產品	0.728	0.7378	
價格敏銳型	3	我會經常注意特價、減價的消息，並盡可能購買打折商品	0.643	0.6258	0.6953
	11	我會比較價格去尋找較低價格的產品	0.778	0.5686	
	19	我通常會選擇較便宜的商品	0.714	0.6917	
	27	我通常會仔細尋找物超所值的商品	0.643	0.6274	
新奇流行型	4	購買時髦、吸引人、流行的商品，對我而言很重要	0.791	0.6689	0.7635
	12	為了求變化，我經常選擇不同品牌或樣式之商品	0.429	0.8124	
	20	我通常擁有一件或多件新款流行商品	0.745	0.6666	
	28	我會保持我的衣櫃跟著時尚走	0.796	0.6579	
資訊困擾型	5	我經常很難決定要購買哪一件商品	0.647	0.7641	0.7631
	13	若有許多品牌供選擇常會使我困擾	0.764	0.7166	
	21	當我得到愈多有關產品的訊息時，我愈會困擾而無法選擇出最好的產品	0.825	0.6669	
	29	當我得到各種不同產品充分的資訊時，常會使我在決策時感到困擾	0.805	0.6765	
休閒逛街型	6	逛街對我來說是一件愉快的休閒活動	0.868	0.8253	0.8838
	14	我喜歡逛街，因為逛街很有趣	0.877	0.8186	
	22	在我的日常生活中逛街是一項有樂趣的活動	0.865	0.9204	
	30	逛街購物會浪費我的時間，所以我不喜歡	0.760	0.8258	
衝動性型	7	我選購商品時，常常喜歡就會立刻購買	0.444	0.6478	0.6065
	16	上街購物之前，我總是會謹慎事先計劃一番	-	-	
	23	我常在一時衝動下購買了不需要的東西	0.790	0.2592	
	31	我經常在做衝動的購買後，會懊悔自己的行為	0.741	0.5553	
習慣性型	8	我忠誠於特定的品牌和商店	0.731	0.6093	0.7267
	15	我經常都到相同的商店購物	0.646	0.6663	
	24	我有自己喜歡的特定品牌，且會一買再買	0.722	0.6385	
	32	我一但發現喜歡的商品或品牌，我會持續購買	0.598	0.7329	



## 參、研究結果

目前學生兼職工作相當普及，且兼職的比例較以往大為提高尤其是大學生，因而近年來青少年可以自行支配之金錢額度快速上升，消費市場年輕化，尤其在數位產品上，特別受到年輕人的歡迎，例如：MP3隨身聽、手機和數位相機等電子產品等。青少年透過兼職工作提早進入社會，也促成其對菸酒等嗜好商品的接觸而上癮。本研究探討不同生活型態及人口統計變項之大學生兼職工作對其消費決策型態以及在流行數位商品與菸酒方面之消費所造成之影響，以下分別說明實証分析結果。

### 一、不同人口統計變項大學生在兼職工作狀況上之差異分析

本研究探討之人口統計變項包括性別、日夜間部、公私立、年級、學院與社經地位等六項，兼職工作狀況包括「目前有無工作」、「工作類型」、「工作原因」、「工作經驗」、「工作時數」、「工作薪資」等，重要分析結果（見表3）分別說明如下：

#### 1.不同性別大學生在兼職工作狀況上有顯著差異

女性大學生目前有工作的比例與工作經驗均高於男性大學生，女生在餐飲服務業而男生則在技術人員的工作比例較高。另外女性大學生為「儲蓄」而工作的比例亦明顯高於男性大學生。

#### 2.日夜間部大學生在兼職工作狀況上有顯著差異

夜間部的大學生目前有工作的比例高於日間部的大學生，日間部的學生任職家教或安親班的比例較高，而夜間部的學生則任職事務工作的比例較高。

夜間部大學生因為「學習職業技能」、「貼補家用」與「儲蓄」等三個原因，因而工作的比例明顯高於日間部學生。

夜間部大學生的工作經驗、工作時數與工作薪資皆高於日間部大學生。可能因為夜間部在夜間上課，白天多半有正常工作，所以工作時間較長而工作薪資也較高。

#### 3.公私立大學學生在兼職工作狀況上有顯著差異

公立大學學生任職家教或安親班的比例較高，而私立大學學生則在餐飲服務業工作的比例較高，可能是因為公立大學學生的平均素質較高，學校聲譽較好，所以較容易找到家教或安親班的工作。

為了「貼補家用」而工作的比例私立大學學生較高，而因「受到同學朋友影響」而工作的比例公立大學學生則較高。可能是因為私立大學學費負擔重，故學生較多打工賺錢來貼補家用，而公立學校的學生則較多因為受到同儕朋友的影響而去打工賺錢。

在工作經驗、時數與薪資方面，私立大學學生皆高於公立大學學生。可能是因為私立大學學費負擔較重，因此學生需要在課餘時間工作賺錢來補貼。



表3 不同人口統計變項背景之大學生在兼職工作狀況上差異之彙整表

兼職工作狀況		性別	年級 <sup>1</sup>	學院 <sup>2</sup>	社經地位 <sup>3</sup>	日夜間部	公私立大學
目前有工作		$\chi^2=31.302$ P=.000*** 女>男	$\chi^2=18.615$ P=.000*** 3>1>4>2	$\chi^2=34.408$ P=.000*** 3>2>4>1>6>5	$\chi^2=45.436$ P=.000*** 1>2>3>4>5	$\chi^2=87.708$ P=.000*** 夜>日	$\chi^2=0.171$ P=.0679
工作類型		$\chi^2=8.538$ P=.074	$\chi^2=58.908$ P=.000***	$\chi^2=102.714$ P=.000***	$\chi^2=44.051$ P=.000***	$\chi^2=106.479$ P=.000***	$\chi^2=70.739$ P=.000***
工 作 原 因	學習 職業技能	$\chi^2=1.254$ P=.263	$\chi^2=8.418$ P=.038* 4>1,2,3	$\chi^2=19.131$ P=.002** 6>5>1>3>2>4	$\chi^2=13.383$ P=.010** 高>低	$\chi^2=3.888$ P=.049 夜>日	$\chi^2=.067$ P=.796
	吸收 社會經驗	$\chi^2=.222$ P=.638	$\chi^2=2.881$ P=.410	$\chi^2=2.104$ P=.835	$\chi^2=12.888$ P=.012* 高>低	$\chi^2=.030$ P=.863	$\chi^2=.060$ P=.806
	受同學朋友影響	$\chi^2=3.618$ P=.057	$\chi^2=1.918$ P=.590	$\chi^2=4.998$ P=.416	$\chi^2=7.425$ P=.115	$\chi^2=.811$ P=.368	$\chi^2=4.780$ P=.029* 公>私
	貼補家用	$\chi^2=1.588$ P=.208	$\chi^2=9.515$ P=.023* 1>2>3>4	$\chi^2=8.183$ P=.146	$\chi^2=65.829$ P=.000*** 低>高	$\chi^2=24.877$ P=.000*** 夜>日	$\chi^2=5.175$ P=.023* 私>公
	賺取個人 生活所需	$\chi^2=.143$ P=.706	$\chi^2=1.332$ P=.722	$\chi^2=3.974$ P=.553	$\chi^2=62.582$ P=.000*** 低>高	$\chi^2=.368$ P=.544	$\chi^2=1.571$ P=.210
	購買 想要的東西	$\chi^2=.065$ P=.799	$\chi^2=7.689$ P=.053	$\chi^2=1.323$ P=.933	$\chi^2=2.057$ P=.282	$\chi^2=1.793$ P=.181	$\chi^2=1.350$ P=.245
	儲蓄	$\chi^2=5.016$ P=.025* 女>男	$\chi^2=21.894$ P=.000*** 1>2>3>4	$\chi^2=1.938$ P=.858	$\chi^2=5.818$ P=.213	$\chi^2=10.085$ P=.001** 夜>日	$\chi^2=.040$ P=.842
工作經驗		t=4.731 P=.000*** 女>男	F=19.021 P=.000*** 1、3、4>2	F=19.725 P=.000*** 3>1、2、6、4、5 2>4、5	F=27.611 P=.000*** 1>3、4、5 2>4、5 3、4>5	t=8.733 P=.000*** 夜>日	t=5.603 P=.000*** 私>公
工作時數		t=1.374 P=.170	F=1.281 P=.280	F=21.502 P=.000*** 3>1、6、2、5、4 2>4	F=17.721 P=.000*** 1、2>5 1>3、4	t=8.162 P=.000*** 夜>日	t=4.066 P=.000*** 私>公
工作薪資		t=1.166 P=.244	F=14.975 P=.000*** 1>2、3、4	F=13.624 P=.000*** 3>1、2、6、4、5	F=4.529 P=.001** 1>4、5	t=11.472 P=.000*** 夜>日	t=4.466 P=.000*** 私>公

註：1 年級別：一年級為「1」、二年級為「2」、三年級「3」、四年級「4」。

2 學院別：理工學院「1」、人文社會科學學院「2」、法商管理學院「3」、醫學院「4」、農學院「5」、藝術學院「6」。

3 社經地位別：最高社經地位「5」、次高社經地位「4」、中社經地位「3」、次低社經地位「2」、最低社經地位「1」。

4 \* p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001



#### 4.不同年級大學生在兼職工作狀況上有差異

目前有工作之比例三年級的大學生高於其他年級的大學生（46%）。有可能是因為三年級學生打工經驗與資訊較為豐富，又不像四年級即將面對畢業的壓力，故有較多的時間從事工作。整體而言，全體大學生所從事的工作類型以家教或安親老師的比例為最高，而從事技術人員的比例則最低。大學生為了「儲蓄」與「補貼家用」而工作的比例，年級越高比例越低；而為了「學習職業技能」而工作之比例，以四年級大學生最高。整體大學生有工作經驗者高達八成，四年級的學生工作經驗最高(17.79個月)，而一年級的學生工作時數最長(16.09小時)，且工作薪資也最高(每週2818.25元)。

#### 5.不同學院大學生在兼職工作狀況上有差異

商、管理學院的大學生「目前有工作」比例最高的（44%），其次是文、社會科學院的學生，而農學院與藝術學院學生目前有工作的比例是最低（27%）。全體大學生從事的工作類型以家教或安親（32%）的比例為最高，其次為餐飲服務業（22.4%）與事務性工作（23.1%），而從事技術性工作（6.3%）的比例則最低，並且在不同學院學生間有顯著差異。

整體而言，工作原因為「吸收社會經驗」及「賺取個人生活所需」者在各學院的學生中所佔的比例（大多高於或接近60%）明顯的高於其他原因；為了「學習職業技術」而工作者以藝術與農學院學生比例最高，而醫學院學生比例最低。

在「工作經驗」、「工作時數」、「工作薪資」上，分析結果發現商、管理學院的學生皆較其他學院學生高，其次為人文社會學院的學生。

#### 6.不同家庭社經地位大學生在兼職工作狀況上之差異分析

家庭社經地位越高之學生，目前有工作的比例越低，並且從事家教或安親的比例越高；而家庭社經地位越低的學生，從事餐飲服務業的比例越高。

較低家庭社經地位的學生為「貼補家用」與「賺取個人生活所需」而工作者之比例較高，而高家庭社經地位的學生為「吸收社會經驗」與「學習職業技能」而工作者的比例較高。家庭社經地位越低的學生，工作經歷越高，工作時數越長，工作薪資也越高。

## 二、大學生消費決策型態相關因素之多元迴歸分析

本研究採用多元直線迴歸分析，分析與大學生消費決策型態相關之因素。多元迴歸分析之解釋變項包括：人口統計變項(含性別、社經地位、公私立大學、學院、日夜間部、年級、)、可支配所得、兼職工作狀況(含工作經驗、工作時數、目前有無工作)與生活型態。其中名義變項分別轉換成虛擬變項，包括「性別」以女性為參照組；「公私立大學」以私立大學為參照組；「學院」以理工學院為參照組，其他學院轉換成五個虛擬變項；「日夜間部」，以夜間部為參照組；「年級」以一年級為參照組，其他年級轉換為四個虛擬變項；「目前有無工作」，以「無工作」為參照組。大學生消費決策型態各構面之多元迴歸分析結果，如表5所示，各構面分析結果之條件指標（CI值）均在48至52之間。這表示各迴歸變數間具有中度線性關係（王保進，2002），所以不會造成嚴重之線性重合問題。各構面消費者決策型態之分析結果（見表4），分別說明如下：

### （一）大學生「高品質完美型」消費決策型態相關因素之多元迴歸分析

經由多元迴歸分析結果，迴歸變數共可解釋「高品質完美」消費決策型態總變異量的29.8%，其中具有顯著解釋力之變項說明於下：



在人口統計變項方面，男性大學生較女性大學生重視「高品質完美」，表示男性大學生比女性大學生更重視商品的品質，所以會花較多的時間與精神去挑選最好的商品；社經地位愈高之大學生在消費決策時愈重視「高品質完美」，家庭經濟能力較高，故有能力購買價格較高之高品質商品。

在兼職工作狀況方面，可支配所得愈高之大學生，因為購買力較高，也較重視「高品質完美」；工作經驗長的大學生在消費決策上比工作經驗短的大學生反而較不重視「高品質完美」，可能因在職場工作，促進其對現實生活之體驗而變的較為實際。

在生活型態方面，愈傾向流行時髦、創新冒險、獨立果斷、家庭與精打細算取向之大學生在消費決策時愈重視「高品質完美」。

統整以上分析可知，大學生為男性、社經地位較高、可支配所得較高、流行時髦、創新冒險、獨立果斷、精打細算與家庭傾向較強之大學生，消費決策時，愈傾向「高品質完美」消費決策型態，會不斷的尋找品質最好最完美的商品。

## （二）大學生「品牌高價格型」消費決策型態相關因素之多元迴歸分析

經由多元迴歸分析結果，迴歸變數共可解釋「品牌高價格」消費決策型態總變異量的35.4%，其中具有顯著解釋力之變項說明於下：

在人口統計變項方面，男性大學生較女性大學生偏好「品牌高價格」之產品；社經地位愈高之大學生在消費決策時愈重視「品質」，因為家庭經濟能力較高，故有能力購買價格較高之高品質商品；私立大學的學生較公立大學學生認同「品牌高價格」；三年級大學生最不偏好「品牌高價格」之產品。

在消費能力方面，可支配所得愈高之大學生對「品牌高價格」的喜好程度愈高，因為其消費能力較強，故較有能力購買有品牌與高價的產品。

在生活型態方面，愈傾向流行時髦、內向孤獨、兩性觀念開放與群體社交取向之大學生愈偏好「品牌高價格」產品，而愈傾向精打細算取向之學生則愈不喜歡「品牌高價格」產品。

統整以上分析可知，大學生為男性、社經地位較高、私立學校學生、可支配所得較高、流行時髦、群體社交取向之大學生，在消費決策時，愈傾向「品牌高價格」消費決策型，此傾向之消費者會偏好購買昂貴的知名品牌，並認為高價格代表高品質。不過，「精打細算取向」之大學生則相反，在消費決策時並不認同「品牌高價格」。

## （三）大學生「價格敏銳型」消費決策型態相關因素之多元迴歸分析

經由多元迴歸分析結果，迴歸變數共可解釋「價格敏銳」消費決策型態總變異量的45.9%，其中具有顯著解釋力之變項說明於下：

日間部的大學生在消費決策時較夜間部大學生注意產品價格。大學生愈傾向精打細算取向者，購物時愈會貨比三家，比較商品的價格並傾向購買特價或低價產品，但兩性觀念開放之大學生則相反，對價格較不敏銳。

## （四）大學生「新奇流行型」消費決策型態相關因素之多元迴歸分析

經由多元迴歸分析結果，迴歸變數共可解釋「新奇流行」總變異量的59.4%，其中具有顯著解釋力之變項說明於下：

在人口統計變項方面，男性大學生較女性大學生重視「新奇流行」，表示男性大學生比女性大學生追求時尚，對流行事物接受度較高。

在兼職工作狀況方面，工作時數愈長之大學生，愈偏好「新奇流行」。推測可因工作時數愈長，每月可支配所得較多，便有經濟能力購買流行產物。

在生活型態方面，生活型態愈傾向流行時髦取向、創新冒險、內向孤獨取向及精打細算取向



之大學生也愈偏好「新奇流行」；然而，生活型態愈傾向獨立果斷之大學生則愈不重視「新奇流行」。

統整以上分析可知，大學生為男性、工作時數越長、流行時髦、創新冒險、內向孤獨與精打細算傾向愈強之大學生，就愈認同「新奇流行」之消費型態，此傾向之學生喜歡追求新奇或流行時尚產品，尋求多變化。而獨立果斷取向之大學生則相反最不認同「新奇流行」消費型態。

#### （五）大學生「資訊困擾型」消費決策型態相關因素之多元迴歸分析

經由多元迴歸分析結果，迴歸變數共可解釋「資訊困擾」消費決策型態總變異量的17.2%，其中具有顯著解釋力之變項說明於下：

在人口統計變項方面，私立大學學生比公立大學學生更傾向「資訊困擾」；文、社會科學院與農學院的學生比其他學院的學生較不傾向「資訊困擾」；與一年級學生相比較二年級、三年級、四年級學生較不會有「資訊困擾」，這現象意味著一年級的學生可能因為剛升上大學，對於突然暴增的資訊無法適應導致資訊困擾。

在生活型態方面，生活型態愈傾向流行時髦取向、創新冒險取向與群體社交取向之大學生愈傾向「資訊困擾型」而獨立果斷取向之大學生則相反；推測可能因為具流行時髦、創新冒險與群體社交傾向之大學生，平時所獲得的商品資訊也較多，因而較容易有資訊困擾之情形。

統整以上分析可知，大學生為私立大學、一年級、流行時髦、創新冒險、獨立果斷與群體社交取向之大學生愈傾向「資訊困擾」消費型態，此傾向之大學生，在消費決策時，越容易因於消費資訊的爆炸而會愈難做出選擇。

#### （六）大學生「休閒逛街型」消費決策型態相關因素之多元迴歸分析

經由多元迴歸分析結果，迴歸變數共可解釋「休閒逛街」消費決策型態總變異量的25.7%，其中具有顯著解釋力之變項說明於下：

在人口統計變項方面，女性大學生較男性大學生喜好「休閒逛街」；社經地位越高之學生越喜好休閒逛街，可能因為較有消費能力從事於休閒逛街活動；農學院的學生相較於其他學院的學生不傾向「休閒逛街」的消費型態。

在生活型態變項方面，越是流行時髦取向、家庭取向、群體社交取向、精打細算取向之大學生越是偏好休閒逛街，越是獨立果斷取向的學生越是不喜歡「休閒逛街」的消費型態。

統整以上分析可知，大學生為女性、社經地位越高、流行時髦取向、家庭取向、群體社交取向與精打細算取向之大學生愈偏好「休閒逛街」的消費型態，認為逛街是一種休閒活動，可以消磨時間和感受新的流行資訊，而傾向獨立果斷取向之大學生，則較不喜歡在逛街上浪費時間。



表4 大學生消費者決策型態影響因素之多元迴歸分析表

自變項	依變項 迴歸係數 t值	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六	因素七	因素八
		高品質 完美型	品牌高 價格型	價格 敏銳型	新奇 流行型	資訊 困擾型	休閒 逛街型	衝動性 型	習慣性 型
		B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)
人口統計變項	男性	.470 4.067*** (.000)	.531 4.261*** (.000)		.316 2.235* (.026)			-.608 -5.524*** (.000)	
	社經地位	1.871E-02 3.996*** (.000)	2.307E-02 4.565*** (.000)				1.147E-02 2.579** (.010)		1.629E-02 3.164** (.002)
	公立大學		-.315 -2.234* (.020)	-.222 -2.143* (.032)		-.257 -2.620** (.009)			
	文、社會科學院					-.383 -2.647** (.008)			
	農學院					-.923 -5.421*** (.000)	-.476 -2.307* (.021)		
	日間部			.705 3.045** (.002)					
	二年級					.225 -2.035* (.042)			
	三年級		-.383 -2.267* (.024)		-.438 -2.279* (.023)	-.341 -2.765** (.006)			
	四年級					-.284 -2.122* (.034)			
	五年級				1.615 2.508* (.012)				
消費能力與兼職工作狀況	可支配所得	2.594E-05 3.128** (.002)	3.085E-05 3.448** (.001)						
	工作經驗	-6.329E-03 -2.074* (.038)							
	工作時數				1.920E-02 2.135* (.033)			1.661E-02 2.069* (.039)	
	目前有無工作								

續下表



表4 大學生消費者決策型態影響因素之多元迴歸分析表

接上表

自變項	依變項 迴歸係數 值	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六	因素七	因素八
		高品質 完美型	品牌高 價格型	價格 敏銳型	新奇 流行型	資訊 困擾型	休閒 逛街型	衝動性 型	習慣性 型
		B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)	B估計值 t值 (P值)
生 活 型 態	流行時 髦取向	.192 7.56*** (.000)	.431 15.876*** (.000)		.101 3.266** (.001)	.620 31.240*** (.000)	.298 12.428*** (.000)	.162 7.192*** (.000)	.291 10.493*** (.000)
	創新冒 險取向	.209 6.121*** (.000)			.127 3.045** (.002)	9.891E-02 3.696*** (.000)		8.269E-02 2.729** (.006)	
	獨立果 斷取向	.125 4.770*** (.000)			-.219 -6.820*** (.000)	-3.742E-02 3.696*** (.000)	-7.167E-02 -2.872** (.004)		.113 3.924*** (.000)
	內向孤 獨取向		.112 4.522*** (.000)		.178 6.384*** (.000)			.125 6.167*** (.000)	
	家庭 取向	6.275E-02 2.868** (.004)					6.033E-02 2.907** (.004)		6.570E-02 2.731** (.006)
	兩性觀 念開放 取向		6.656E-02 2.780** (.006)	-4.137E-02 -2.252* (.024)				4.355E-02 2.202* (.028)	
	群體社 交取向		.128 4.204*** (.000)			7.855E-02 3.53*** (.000)	6.602E-02 2.446* (.015)	6.163E-02 2.440* (.015)	
	精打細 算取向	.214 9.423*** (.000)	-7.704E-02 -3.161** (.002)	.584 31.246*** (.000)	.168 6.053*** (.000)		.119 5.529*** (.000)	-.143 -7.103*** (.000)	
CI值		48.339	48.308	48.156	48.137	52.102	48.157	48.112	48.335
R <sup>2</sup>		.298	.354	.459	.594	.172	.257	.158	.200
$\bar{R}^2$		.286	.343	.449	.587	.117	.244	.143	.186
F		24.536	31.724	49.081	84.566	3.129	20.040	10.839	14.385
P		.000***	.000***	.000***	.000***	.000***	.000***	.000***	.000***

註：\* p&lt;0.05 \*\*p&lt;0.01 \*\*\*p&lt;0.001

### (七) 大學生「衝動性型」消費決策型態相關因素之多元迴歸分析

經由多元迴歸分析結果，迴歸變數共可解釋「衝動性」消費決策型態總變異量的15.8%，其中具有顯著解釋力之變項說明於下：

在生活型態方面：愈傾向流行時髦、創新冒險、內向孤獨、兩性觀念開放與群體社交取向之大學生越認同「衝動性型」消費決策型態。而越傾向精打細算之大學生則越不認同「衝動性型」消費



決策型態。

統整以上分析可知，大學生為流行時髦、創新冒險、內向孤獨、兩性觀念開放與群體社交取向之大學生越傾向「衝動性」消費決策型態，此傾向之大學生在消費決策時，常常因為一時衝動而購買產品，一旦喜歡的就想要擁有，較不在乎花費金額或是否真正需要。精打細算取向之大學生則不認同「衝動性」消費型態，會先貨比三家，考慮再三，尋求低價或是真正對已有需要之商品。

### （八）大學生「習慣性型」消費決策型態相關因素之多元迴歸分析

經由多元迴歸分析結果，迴歸變數共可解釋「習慣性」消費決策型態總變異量的20.0%，其中具有顯著解釋力之變項說明於下：

就社經地位變項而言，社經地位愈高之大學生對「習慣性」消費行為的認同程度愈高，推測可能是因為社經地位越高的大學生，經濟能力較強，於是容易建立起對知名或優質商品的喜好，於是越容易傾向購買特定品牌的商品。

在兼職工作狀況方面，工作時數長的大學生比工作時數短的大學生更認同「習慣性」消費型態。可能是因為工作時數越長之大學生，薪資較高而購買力較強，或因工作忙碌而購物時間有限，故傾向購買特定及熟悉的品牌商品。

在生活型態方面，愈傾向流行時髦、獨立果斷與家庭取向之大學生愈認同「習慣性」消費型態，在購物決策時，會依先前的購物經驗或個人偏好選擇特定商品或店家。

統整以上分析可知，社經地位越高，工作時數越長，越具流行時髦、獨立果斷與家庭取向之大學生愈認同「習慣性」消費型態，此傾向之大學生會對固定商店或是固定品牌的商品具有較高度的忠誠度，具有高度的消費習慣性。

## 三、大學生流行數位商品與菸酒消費相關因素之分析

針對大學生在流行數位商品與菸酒消費上之相關因素，本研究將分別由人口統計變項、生活型態與兼職工作狀況三方面做分析，探討其影響力。

### （一）不同人口統計變項大學生在流行數位商品與菸酒消費上之差異分析

不同人口統計變項大學生在流行數位商品與菸酒消費的差異分析歸納如表5所示。本研究人口統計變項包括性別、日夜間部、公私立大學、年級、學院與社經地位。將分別說明如後。

1、女性大學生在擁有手機數高於男性大學生；男性大學生在有抽菸與飲酒的比例高於女性大學生；其他變項則無顯著差異。

2、夜間部的學生在擁有兩支以上手機與抽菸的比例上高於日間部的學生，其他變項則無顯著差異。

3、私立大學學生在擁有兩支以上手機與有抽菸習慣上的比例高於公立大學學生；公立大學學生則在擁有數位相機上的比例高於私立大學學生。

4、四年級以上的大學生在擁有手機數與數位相機的比例上高於其他年級的大學生。

5、法、商管理學院的學生在擁有兩支以上的手機的比例上高於其他學院學生；人文、社會、教育學院的學生則在擁有數位相機的比例上高於其他學院學生；藝術學院學生有抽菸及喝酒習慣之比例皆最高，其次為農學院的學生。

6、家庭社經地位較高的大學生在擁有數位相機與MP3隨身聽的比例上有較高現象。



表5 不同人口統計變項之大學生在流行數位商品與煙酒消費上差異分析彙整表

消費商品	人口統計變項				
	手機數 <sup>1</sup>	數位相機 <sup>2</sup>	MP3隨身聽	抽菸	飲酒
性別	$\chi^2=14.287$ P=.001**	$\chi^2=1.870$ P=.171	$\chi^2=0.612$ P=.736	$\chi^2=78.543$ P=.000***	$\chi^2=54.211$ P=.000***
年級	$\chi^2=15.953$ P=.014*	$\chi^2=41.015$ P=.000***	$\chi^2=12.208$ P=.057	$\chi^2=2.777$ P=.427	$\chi^2=.514$ P=.916
學院	$\chi^2=31.698$ P=.000***	$\chi^2=23.119$ P=.000***	$\chi^2=7.565$ P=.182	$\chi^2=40.041$ P=.000***	$\chi^2=25.470$ P=.000***
日夜間部	$\chi^2=20.497$ P=.000***	$\chi^2=.762$ P=.383	$\chi^2=.402$ P=.818	$\chi^2=7.422$ P=.006**	$\chi^2=.832$ P=.362
公私立大學	$\chi^2=7.394$ P=.025*	$\chi^2=8.004$ P=.005**	$\chi^2=3.346$ P=.188	$\chi^2=9.394$ P=.002**	$\chi^2=.130$ P=.718
社經指數	M(0)=31.84 M(1)=32.54 M(2)=32.84 F=.212 P=.809	M(無)=30.77 M(有)=35.04 t=-8.306 P=.000***	M(無)=31.47 M(有)=34.21 t=-5.150 P=.000***	M(無)=32.52 M(有)=31.99 t=.453 P=.651	M(無)=32.31 M(有)=33.82 t=-1.879 P=.060

註：1 M(x)：x代表手機數，M(x)代表持有x支手機大學生之平均社經指數。

2 M(有)：有數位相機大學生之平均社經指數；M(無)：無數位相機大學生之平均社經指數。

3 \* p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001

## (二) 不同生活型態大學生在流行數位商品與菸酒消費上之差異分析

不同生活型態的大學生在流行數位商品與菸酒消費的差異分析歸納如表6所示。本研究生活型態變項包括流行時髦、創新冒險、獨立果斷、內向孤獨、家庭取向、兩性觀念開放、群體社交與精打細算等八個取向，消費商品包含手機數、數位相機、MP3隨身聽、抽菸與飲酒等五類。將分別說明如後。

1、越傾向流行時髦、創新冒險、獨立果斷、兩性觀念開放與群體社交等五種生活型態的大學生擁有的手機數越高，內向孤獨取向的生活型態之大學生則相反，在其餘生活型態上則未達到顯著差異。

2、擁有數位相機的大學生較傾向流行時髦、創新冒險、獨立果斷與群體社交取向等四種生活型態。未擁有數位相機的學生則較傾向內向孤獨與精打細算等兩種生活型態。

3、擁有MP3隨身聽的大學生較傾向流行時髦、創新冒險與獨立果斷取向等三種生活型態。未擁有MP3隨身聽的學生則較傾向內向孤獨取向的生活型態，在其餘生活型態上則未達到顯著差異。

4、有抽菸的大學生較傾向創新冒險、獨立果斷、內向孤獨與兩性觀念開放取向等四種生活型態。沒有抽菸的大學生則較傾向家庭與精打細算取向等兩種生活型態，在其餘生活型態上則未達到顯著差異。

5、有飲酒的大學生較傾向流行時髦、創新冒險、獨立果斷、兩性觀念開放與群體社交取向等五種生活型態，在其餘生活型態上則未達到顯著差異。



表6 不同生活型態之大學生在流行數位商品與菸酒消費差異分析彙整表

人口統計變項	消費商品				
	手機數	數位相機	MP3隨身聽	抽菸	飲酒
流行時髦	F=13.448 P=.000*** 2支>1支	t=-5.310 P=.000*** 有>無	t=-2.858 P=.004** 有>無	t=-1.522 P=.131	t=-3.822 P=.000*** 有>無
創新冒險	F=10.391 P=.000*** 2支>1支	t=-6.000 P=.000*** 有>無	t=-3.891 P=.000*** 有>無	t=-2.593 P=.011*	t=-4.990 P=.000*** 有>無
獨立果斷	F=3.517 P=.030*	t=-3.012 P=.003** 有>無	t=-3.043 P=.002** 有>無	t=-3.398 P=.001** 有>無	t=-5.126 P=.000*** 有>無
內向孤獨	F=6.322 P=.002** 0支>1支、2支	t=2.100 P=.036* 無>有	t=1.976 P=.048* 無>有	t=-2.032 P=.042* 有>無	t=.369 P=.712
家庭	F=2.373 P=.093	t=-.307 P=.759	t=-.732 P=.464	t=2.928 P=.003** 無>有	t=1.197 P=.232
兩性觀念開放	F=3.149 P=.043* 2支>1支	t=-.714 P=.475	t=-1.342 P=.180	t=-6.276 P=.000*** 有>無	t=-6.613 P=.000*** 有>無
群體社交	F=9.949 P=.000*** 2支>1支	t=-3.566 P=.000*** 有>無	t=-1.944 P=.052	t=-1.148 P=.251	t=-3.970 P=.000*** 有>無
精打細算	F=.058 P=.944	t=2.757 P=.006** 無>有	t=.210 P=.833	t=3.641 P=.000*** 無>有	t=.787 P=.432

註：\* p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001

### (三) 不同兼職工作狀況大學生在流行數位商品與菸酒消費上的差異分析

不同兼職工作狀況大學生在流行數位商品與菸酒消費上的差異分析歸納如表7所示，將分別說明如後。

1、目前有工作的大學生在擁有手機數與MP3隨身聽的數量與比例上，高於目前沒有工作的大學生，其餘變項則無顯著差異。

2、從事技術人員的大學生有抽菸習慣的比例高於其他工作類型的大學生，其餘變項則無顯著差異。

3、不同「工作原因」之兼職大學生，在消費類型上有顯著差異。為「吸取社會經驗」而工作的大學生擁有手機之比例較高；受到「同學朋友影響」而工作的大學生擁有MP3隨身聽與飲酒的比例上較高；為「貼補家用」而工作的大學生在擁有數位相機與MP3隨身聽的比例上較低；為「賺取



個人生活所需」而工作的大學生在擁有數位相機的比例上較低；為儲蓄而工作的大學生擁有兩支以上手機的比例較高。

4、工作經驗越多的大學生擁有手機數較多並且抽菸之比例也較高。

5、擁有手機數愈多的大學生在工作時數上也愈長，事後比較結果，擁有兩支手機的大學生擁有的工作時數最長。



表7 不同兼職工作狀況之大學生在流行數位商品上與菸酒消費上的差異分析彙整表

消費商品		手機數 (0、1支、2支以上)	數位相機 (有/無)	MP3隨身聽 (有/無)	抽菸 (有/無)	飲酒 (有/無)
兼職 工作狀況						
目前 有無工作		$\chi^2=11.476$ P=0.003** 有工作>無工作	$\chi^2=.348$ P=0.555	$\chi^2=6.183$ P=0.045* 有工作>無工作	$\chi^2=.266$ P=0.606	$\chi^2=1.113$ P=0.291
工作類型		$\chi^2=15.303$ P=0.054	$\chi^2=5.731$ P=0.220	$\chi^2=7.669$ P=0.104	$\chi^2=16.097$ P=0.003** 技術人員較多	$\chi^2=3.330$ P=0.504
工 作 原 因	學習職業 技能	$\chi^2=.303$ P=0.859	$\chi^2=.619$ P=0.432	$\chi^2=1.866$ P=0.393	$\chi^2=3.213$ P=0.073	$\chi^2=2.633$ P=0.105
	吸取社會 經驗	$\chi^2=6.969$ P=0.031* 手機數較多	$\chi^2=.432$ P=0.511	$\chi^2=1.934$ P=0.380	$\chi^2=.692$ P=0.406	$\chi^2=3.132$ P=0.077
	受到同學 朋友影響	$\chi^2=1.123$ P=0.570	$\chi^2=.276$ P=0.599	$\chi^2=8.373$ P=0.015* 有MP3較多	$\chi^2=.031$ P=0.860	$\chi^2=5.029$ P=0.025* 飲酒較多
	貼補家用	$\chi^2=3.221$ P=0.200	$\chi^2=9.344$ P=0.002** 有數位相機較少	$\chi^2=15.760$ P=0.000*** 有MP3較少	$\chi^2=.026$ P=0.873	$\chi^2=.025$ P=0.875
	賺取個人 所需	$\chi^2=2.293$ P=0.864	$\chi^2=9.340$ P=0.002** 有數位相機較少	$\chi^2=.666$ P=0.717	$\chi^2=.243$ P=0.622	$\chi^2=.952$ P=0.329
	購買想要 的東西	$\chi^2=.679$ P=0.712	$\chi^2=.184$ P=0.668	$\chi^2=5.445$ P=0.066	$\chi^2=1.875$ P=0.171	$\chi^2=.005$ P=.942
	儲蓄	$\chi^2=9.693$ P=0.008** 手機數較多	$\chi^2=3.499$ P=0.061	$\chi^2=.710$ P=0.701	$\chi^2=1.555$ P=.212	$\chi^2=.310$ P=0.578
工作經驗 <sup>1</sup>	M(0)=9.552 M(1)=14.055 M(2)=19.249 F=8.893 p=.000*** 2支>0支、1支	t =-.395 p =.693	t =-1.415 p =.157	t =-3.278 p =.001** 有>無	t =.169 p =.865	
工作時數 <sup>2</sup>	M(0)=2.464 M(1)=4.784 M(2)=6.764 F=5.630 p=.004** 2支>1支、0支	t =.368 p =.713	t =-1.298 p =.195	t =-1.892 p =0.62	t =.161 p =.872	

註 1. M(x)：x代表手機數，M(x)代表持有x支手機之大學生工作經驗或工作時數之平均值。

2. \* p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001



## 肆、結論與建議

本研究採用問卷調查方式收集資料，首先分析了解目前大學生兼職工作之狀況以及與其個人背景間之相關性，再進一步探討影響大學生消費者決策型態及流行數位商品與菸酒消費的相關因素，所分析之相關因素包括有兼職工作狀況、個人背景與生活型態等方面。本章總結實證結果並討論其意涵提出建議，再歸納本研究之貢獻，以提供未來研究做參考。

### 一、結論

依據實證分析結果，對照本研究假設，歸納結論如下：

#### (一) 不同人口統計變項大學生其兼職工作狀況有顯著差異

重要分析結果歸納為以下六點：

1、女性大學生目前有工作的比例與工作經驗均高於男性大學生，女生在餐飲服務業而男生則在技術人員的工作比例皆較高。另外女性大學生為「儲蓄」而工作的比例亦明顯高於男性大學生。

2、日間部的學生任職「家教」或「安親班」的比例較高，而夜間部的學生則任職「事務工作」的比例較高。在「工作原因」上，夜間部大學生因為「學習職業技能」、「貼補家用」與「儲蓄」等三個原因而工作的比例明顯高於日間部學生。在工作經驗、工作時數與工作薪資上，夜間部大學生均高於日間部大學生。可能是夜間部的學生部份非應屆畢業生，畢業後曾工作過再繼續進修，擁有較多工作經驗，並且由於上課時間集中於夜間，所以白天多半有工作，工作時間較長而工作薪資也較高。

3、公立與私立大學之學生目前有工作的比例一樣，但公立大學學生任職家教或安親班的比例高於私立大學學生，而私立大學學生則在餐飲服務業工作的比例高於公立大學學生，可能是因為公立大學學生的平均素質較高，學校聲譽較好，所以較容易找到家教或安親班的工作。

在工作原因方面，私立大學學生為了「貼補家用」而工作的比例高於公立大學學生，公立大學學生因「受到同學朋友影響」而工作的比例則高於私立學校學生。可能是因為私立大學學費負擔重，故學生較多打工賺錢來貼補家用，而公立學校的學生雖學費負擔較輕，但是較多因為受到同儕朋友的影響而去打工賺錢。

在工作經驗、時數與薪資方面，公私立大學學生均高於公立大學學生。可能是因為私立大學學費負擔較重，因此學生需要在課餘時間找工作來補貼，所以工作經驗多，為了賺取更多的錢，工作時數也較長，因此工作薪資也較高。

4、在不同年級的大學生目前有工作之比例有顯著差異，三年級的大學生有工作的比例最高，可能是因為三年級學生打工經驗與資訊較為豐富，又不像四年級即將面對畢業的壓力，故有較多的時間從事工作。

在「工作類型」上，一年級的大學生從事事務及技術性工作的比例最高，三年級以及四年級的大學生則擔任家教或安親的比例明顯高於其他年級的大學生。整體而言，全體大學生所從事的工作類型以家教或安親老師的比例為最高，而從事技術人員的比例則最低。

在「工作原因」上，大學生為了「儲蓄」與「補貼家用」而工作的比例，與年級成反比，年級越高比例越低；而為了「學習職業技能」而工作之比例，以四年級大學生最高。四年級的學生工作經驗最高，而一年級的學生工作時數最長，且工作薪資也最高，二年級學生則在工作經驗、時數與薪資上皆最低。

5、在「有工作比例」、「工作原因」、「工作經驗」、「工作時數」與「工作薪資」上，不



同學院大學生間皆有顯著差異，詳請看前單元第一小結之分析。

6、家庭社經地位越高之學生，目前有工作的比例越低；家庭社經地位愈高的學生，從事家教或安親的比例愈高，而家庭社經地位愈低的學生，從事餐飲服務業的比例愈高；家庭社經地位愈高的學生，工作經歷愈低，工作時數愈短，工作薪資也愈低；家庭社經地位較低的學生為「貼補家用」與「賺取個人生活所需」而工作者之比例高於社經地位較高的學生，而家庭社經地位較高的學生為「吸收社會經驗」與「學習職業技能」而工作者的比例也較高；家庭社經地位越高的學生，工作經歷越低，工作時數越短，工作薪資也越低。

近年來國內關於青少年打工兼職方面之研究報告，雖然所調查之層面不同、研究對象不同，但研究結果皆相當一致，例如伊慶春(2004)、全國青年工讀輔導委員會(1988)、林邦傑(1992)、胡蘭沁(2002)、高雄師大(1995)、劉可屏(1994)等，研究對象涵蓋高中職與大學生，有些研究重點與分析方式與本研究雖然有相當差異，但在工讀動機、原因、兼職工作類型與社經地位等方面之實證結果皆與本研究一致。國內與國外關於青少年兼職打工方面之研究結果最大差異之處為社會對青少年打工之態度，在國外社經地位較高之家庭反而更鼓勵子女打工（Mortimer & Finch, 1994；Phillips & Sandstrom, 1990）；但在國內卻發現社經地位愈高之家庭，青少年打工比例愈低（胡蘭沁，2002；廖秋雅，2004），顯然這種現象應該是與東西方價值觀以及升學環境有密切關係。

## (二)人口統計變項、消費能力、兼職工作狀況與生活型態對大學生之消費決策型態有顯著相關性

重要分析結果歸納為以下八點：

1、男性大學生在「高品質完美」、「品牌高價格」與「流行新奇」三種消費決策型態上傾向較強，而女性大學生則在「休閒逛街」決策型態上傾向較強。

2、大學生社經地位愈高則在「高品質完美」、「品牌高價格」、「休閒逛街」與「習慣性」四種消費決策型態上也愈強。

3、私立大學生較公立大學生在消費決策型態上傾向於「品牌高價格」，對價格較敏銳，但「資訊困擾」之傾向也較強。

4、不同學院大學生在消費決策型態上略有差異，與理工學院大學生相比較，人文社會與農學院大學生在消費決策時較少發生「資訊困擾」，可能是因為理工學院之學生資訊來源較多或是在消費決策時不夠理性果斷；農學院大學生在「休閒逛街」上之傾向最弱，應該是與農學院之文化相關。

5、大學生就讀日間部者較夜間部者在價格上較敏銳，會貨比三家，尋找較便宜的東西，可能是因為日間部大學生兼職工作比例較低、工作時數較少、可支配所得較少，所以經濟壓力較大的原因。

6、不同年級大學生在消費決策型態上有顯著差異，與其他年級相較之下，三年級大學生之消費決策型態在「品牌高價格」、「流行新奇」與「資訊困擾」傾向上皆最弱，所以相對之下其消費最樸實、實際，因而資訊太多而造成之困擾也最少；一年級生在消費決策上產生的「資訊困擾」皆強於二、三與四年級，可能因為剛剛進入大學社會閱歷淺；五年級大學生在「流行新奇」的消費決策傾向最強，可能因為社會化最強，並即將進入職場。

7、大學生之消費能力與兼職工作狀況對其消費決策型態只有在「高品質完美」、「品牌高價格」與「習慣性」三方面有顯著影響力；大學生可支配所得愈高其消費決策型態愈傾向「高品質完美」與「品牌高價格」，但工作經驗愈高之大學生在「高品質完美」之消費決策傾向上反而愈弱，可能因為其社會化程度較高因而思想較成熟；然而大學生「工作時數」愈高其消費決策型態愈傾向「流行新奇」與「習慣性」，可能因其接觸職場時間長，受環境之影響因而追求時髦，或因工作長、空閒時間少，故「習慣性」消費傾向較強。以上結果顯示兼職工作對大學生之消費決策型態有



正向影響，但工作時間不宜太長。

8、大學生之生活型態顯然與其消費決策型態之相關性很大，八種消費決策型態中與大學生之生活型態相關性最少的是「價格敏銳」與「習慣性」兩種類型。

在過去涉及生活型態與消費行為之相關研究結果（例如汪方川，2006；廖秋雅，2004；梁伊傑，2001；黃識銘，1998；鄭鈞云，1997等）皆一致指出個人之背景、生活型態與其消費行為間有顯著相關性，但由於各研究所探討之背景因素、生活型態與消費行為皆不盡相同，所以無法逐一作比較。

### (三)人口統計變項、生活型態與兼職工作狀況與大學生在流行數位商品與菸酒上之消費有顯著關係

重要分析結果歸納為以下三點：

1、大學生個人背景對其在流行數位商品與菸酒之消費皆有顯著之影響，其中受到影響最小的消費品是MP3，最大的是手機數與數位相機，因為擁有MP3已成為很普遍之消費品，而手機與數位相機則是目前最時尚之數位產品；影響力最大之背景因素為「學院」，可見不同學院之文化對學生之消費類型是有很大的影響力。

2、大學生之生活型態對其在流行數位商品與菸酒之消費皆有顯著之影響，「流行時髦」、「創新冒險」與「獨立果斷」之大學生傾向擁有數位相機、MP3與較多隻手機，而「內向孤獨」之大學生則相反。有飲酒與抽菸習慣之大學生在消費決策型態上擁有某些相似性，較傾向「創新冒險」、「獨立果斷」與「兩性開放」；但飲酒之大學生還較傾向追求「流行時髦」或喜歡「群體社交」；而抽菸者則會較傾向「內向孤獨」；然而注重「家庭」與「精打細算」之大學生則較少抽菸。

3、兼職工作之大學生在擁有手機數上有顯著差異，可能因工作需要，工作時間愈長、經驗愈多者擁有手機數愈多。為了不同原因而兼職之大學生在流行商品與菸酒消費上有顯著差異，因為工作目的不同，所以花用工作所得的消費類型也就不同。工作環境顯然對大學生抽菸習慣有顯著影響，經驗較多的大學生抽菸者比例也較高，尤其是技術性工作者。

## 二、建議

本研究探討實證結果之意涵並提出建議，以作為相關單位以及未來研究者之參考

1、因為社會風氣或實質生活上之需求，大學生兼職打工已經非常普遍，根據台閩地區青少年身心狀況調查(1999)分析指出，有五成以上青少年對學校及社會所提供之打工安全教育及服務感到非常不足，因此學校及教育相關單位應加強學生校外工作輔導，提供合法、安全之工作管道與相關輔導。並且學校在課程安排上，可增加選課之彈性，使學生在賺錢與學習間能夠盡量兼顧，以減少兼職之負面影響。在Curtis(2005)與 Broadbridge and Swanson(2005)之研究結果皆建議透過學校、雇主與學生間適當的配合，使得學生能有效率的結合就業與學習，並達到三贏之局面。

2、本研究發現有兼職工作之大學生，消費決策型態較佳，但工作時間長則會產生負面影響，與Carney, McNeish & McColl(2005)研究結果一致。並且有兼職之學生抽菸比例較高，故學校應加強消費經濟教育與生活輔導，但因本研究發現生活型態與個人背景對大學生之消費決策型態與消費類型有相當之影響力，故學校應針對高危險群之特質，配合消費與生活教育課程，才能有效輔導、改善學生之消費行為與習慣。再者政府相關單位也應嚴格要求廠商不得販賣菸酒給未成年之青少年。

3、本研究發現家庭社經地位愈低之大學生，打工比例、工作經驗與工作時間皆較高，因此教育單位應提供更多的就學貸款、工讀機會或透過建教合作協助學生尋找校外兼職工作以減輕這些大



學生之經濟負擔。

4、本研究採用橫斷面資料做分析，實證結果肯定大學生兼職打工對其消費行為有顯著影響力，影響層面涵蓋正反兩方面，而這些影響力對大學生未來個人的身心健康、職場發展以及社會風氣會產生哪些影響？這些後續衍生問題之探究，需採用縱斷面研究方法，才能得到嚴謹驗證。故建議政府相關行政單位與教育及學術機構三方面配合，編列預算，長期追蹤調查，研究結果將可做為青少年輔導與政策之主要參考。

### 三、研究貢獻

近年來國內在青少年消費行為方面之研究，多將焦點放在市場行銷與廣告策略上。至於青少年打工問題雖一直備受社會、學校以及學生家長們的重視，但國內相關研究大多著重在青少年打工環境安全、自我保護、如何避免打工陷阱等問題；其次則是打工對青少年身心所造成的影響。關於青少年之生活型態、自主性消費能力以及工作環境對其消費行為所造成之影響國內研究甚少觸及。本研究採分層隨機抽取全省北中南東四區的公私立大學生，透過嚴謹實證考驗理論架構並呼應國外之研究結果，本研究成果應有足夠代表性作為其他後續研究之參考。

近年來在經濟環境需求與消費慾望刺激下，青少年打工之比例急速上升，大學生半工半讀之現象逐漸普遍。本研究呼籲教育相關單位應正視學生打工之正當性與必要性，讓選課機制彈性化，使得學生能兼顧就業與學習，學生來源未來將趨向多元化，也因應國外教育之發展趨勢。

### 伍、參考文獻

#### 【中文部分】

- 王保進(2002)。視窗版SPSS與行為科學研究。台北：心理出版。
- 王麗容(2000)。少年打工-保護與禁止之間的捏拿。人本教育札記，134，24-26。
- 伊慶春(2004)。青少年打工。青少年白皮書-九十四年版。台北市：行政院青年輔導委員會。
- 全國青年工讀輔導委員會(1988)。七十六年暑假青年工讀服務意見調查報告。
- 行政院主計處(1999)。臺閩地區少年身心狀況調查摘要分析【線上查詢】。
- 網址：<http://www.dgbas.gov.tw/census~n/four/map.htm>
- 行政院主計處(2001)。九十年青少年狀況調查統計結果綜合分析。台北：行政院主計處
- 行政院主計處(2001)。台灣青少年狀況調查報告。台北：行政院主計處
- 汪方川(2006)。大學生線上拍賣消費行為與相關影響因素之研究—以台南地區科技大學為例。國立台南大學社會科教育學系研究所碩士論文。未出版。
- 李芝靜、余若芸(1998)。生活型態區隔之學生購買飲料行為模式與行銷策略之研究：以大台北地區為例。銘傳學刊，9(2)，43-62。
- 杜佳玲(2002)。炫耀性消費行為之省思---以Y世代服飾為例。私立天主教輔仁大學織品服裝學系碩士論文。未出版。
- 林邦傑(1992)。大學生工讀之研究。台北市：行政院青年輔導委員會。
- 周佳君(2000)。學生工讀/打工分析。人本教育札記，134，22-23。
- 胡蘭沁(2002)。在學青少年消費能力發展狀況與相關影響因素之研究-以台南地區管理學院為例。九十一學年度師範院校教育學術論文發表會論文集，497-523。
- 高雄師大(1995)。「青少年打工態度」調查報告。訓育研究，34(2)，25-22。



- 張惠慈（1994）。中美日韓大學生及研究生在求學、生活及消費之比較研究。國立成功大學企業管理研究所碩士論文。未出版。
- 梁伊傑（2001）。台北市大學生參與休閒運動消費行為之研究。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文。未出版。
- 陸玉蘭（1999）。消費者生活型態與促銷活動對於品牌忠誠度之影響-以台北市大專女學生彩妝化妝品消費者為例。私立東吳大學企業管理學系碩士論文。未出版。
- 黃士銘（1989）。少女生活型態與化粧品消費行為之研究。國立政治大學企業管理研究所碩士論文。未出版。
- 黃瓊瑢、劉玲君（1995）。青少年打工態度調查報告。《學生輔導》，40，126-131。
- 黃識銘（1998）。生活型態、消費態度與消費行為之關聯性研究。元智大學管理研究所碩士論文。未出版。
- 廖秋雅（2004）。兼職工作與生活型態對大學生消費行為影響之研究－以政大成大為例。國立台南大學社會科教育學系研究所碩士論文。未出版。
- 劉可屏（1994）。由社會機構的觀點看大學工讀輔導計劃。《學生輔導》，37，118-13
- 鄭鈞云（1997）。青少年對日本流行性商品消費行為之探討。國立台灣大學國際企業學系碩士論文，未出版。
- 鄭順璉（2001）。大學生生活型態、休閒動機與休閒參與之相關研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。未出版。
- 魏志浩（2005）。大學生生活型態與鄰近商圈文化消費之關係研究－以師大商圈為例。國立臺灣師範大學工業教育研究所碩士論文。未出版。

## 【英文部分】

- Broadbridge, Adelina & Vivien Swanson (2005). Earning and Learning: How term-time employment impacts on students' adjustment to university life. *Journal of Education and Work*, 18(2), 235-249.
- Carney, Claire, Sharon McNeish and John McColl (2005). The impact of part time employment on students' health and academic performance: A Scottish perspective. *Journal of Further & Higher Education*, 29(4), 307-319.
- Curtis, Susan (2005). Support for working undergraduates: The view of academic staff. *Education & Training*, 47(7), 496-505.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell and D. J. Kollat (1978). *Consumer Behavior*, 3rd ed.,台北:華泰, 174 -296.
- Greenberg and Steinberg (1980).The part-time employment of high school students: A research agenda. *Children and Youth Services Review*, 2, 161-185.
- Hafstrom, Jeanne L., Jung Sook Chae, and Young Sook Chung (1992). Consumer decision-making styles: Comparison between united states and Korean young consumers. *The Journal of Consumer Affairs*, 26(1), 146-158.
- Hawkins, Del I., Roger J. Best and Kenneth A. Coney (1995). *Consumer Behavior – Implications for Marketing Strategy*. 6<sup>th</sup>, Irwin, Inc..
- Kohn, M., & C. Schooler (1978). The reciprocal effects of the substantive complexity of work and intellectual flexibility: A longitudinal assessment. *American Journal of Sociology*, 84, 24-52.
- Mortimer, Jeylan & Michael D. Finch, (1994). Work Experience in Adolescence. *Journal of Vocational Education Research*, 19(1), 39-70.



- Payne, Joan (2003). The Impact of part-time jobs in years 12 and 13 on qualification achievement. *British Educational Research Journal*, 29(4), 599-611.
- Pershing, Barbara (1983). Differences in teen - age consumer actions related to employment, sex, and consumer courses. *The Illinois Journal Consumer of Education*, 1, 12-14.
- Phillips, Sarah & Kent L. Sandstrom (1990). Parental attitudes toward youth work. *Youth & Society*, 22(2), 160-183.
- Plummer, Joseph T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38, 34.
- Sproles, G. B. (1985). From perfectionism to faddism : Measuring consumer' decision-making styles, *Proceeding, American Council on Consumer Interests*, 79-85.
- Sproles, G. B. & E. L. Kendall (1986). A methodology for profiling consumers' decision-making styles. *The Journal of Consumer Affairs*, 20, Winter, 267-279.
- Try, Sverre (2004). The role of flexible work in the transition from higher education into the labour market. *Journal of Educational and Work*, 17(1), 27-45.

投稿日期：95年12月14日

接受日期：96年8月26日

修正日期：96年9月7日



# **A Study of the Influence of College Students' Background, Life Style and Part-time Job on Their Consumption Decision Style and Types of Consumption**

**Lan-Chin Hwu**

Department of Administrative Management, National University of Tainan

## **Abstract**

Questionnaire survey approach is employed in this research to investigate the effects of demographic variables, life style and part-time jobs on the college students' consumption decision style and the consumption of fashionable digital goods, cigarette and wine. Stratified random sampling method is used to get samples wherein district, private and public school, and college are taken as stratification. Quantitative methods include Reliability and Validity Assessment, Multiple Regression Analysis, Multivariate Analysis, Kai-Square and t Test.

The research found that there were significant differences in the part-time job condition among college students with different backgrounds. Moreover, college student's background, life style, and part-time job condition significantly influence their consumption decision style and types of consumption goods. The empirical results support our theoretical model, therefore we suggest those institutions of education enhance college student's consumption and life education and provide advisory services of taking part-time job. We believe everyone would be better off as long as appropriate cooperation and coordination are well aligned among school, employer and students.

**Key words:** Adolescents, College Students, Part-time Job, Consumption Decision Style, Life Style

