

The Effect of Foreign Brides to Interracial Marriage's Family Consumer Behavior in Taiwan

陳慧珍、黃麗君

E-mail: 9512753@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The number of foreign marriages has increased enormously in recent years, and marriage bonds between different nationalities have become more and more common. In the process of consumer socialization, customers develop consumption-related skills, knowledge, and attitudes via their lifecycles. Therefore, this research attempts to explore the effects on consumption behaviors that foreign brides put upon their family members after they have gotten used to Taiwan's environment, from a consumer socialization point of view. Consequently, the main purpose of this research is to understand the process and related factors of the effects that foreign brides exert on spouse and family consumer behaviors in Taiwan foreign marriages. This research adopts the in-depth interview method in qualitative inquiry, and performs exploration on seven Tao-Yuan county Taiwanese spouses in interracial marriage families. The open coding method in grounded theory is also employed to generalize and conclude the interview data. Researchers have discovered that in the process of affection, foreign brides bring personal preferences and past consumption experiences into their families through indirect influences, and gradually input existing expenditure habits into the families that they are presently with. Elements that affect family consumption behavior could be classified as: the introduction of foreign culture, the affection towards foreign brides, economic gaps in the original environment, and decreasing the friction between relationships.

Keywords : Foreign Brides ; Consumer Socialization ; Grounded theory ; Qualitative Inquiry

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv 英文摘要 v 誌謝 vi 目錄 viii 圖目錄 x 表目錄 xi 第一章 緒論 第一節 研究動機 1 第二節 研究目的 3 第三節 研究流程 4 第二章 文獻探討 第一節 外籍新娘相關研究 6 第二節 消費者社會化 16 第三節 消費者行為相關研究 23 第四節 質性研究 30 第五節 紮根理論 33 第三章 研究方法 第一節 概念性研究架構 36 第二節 研究範圍與對象選擇 37 第三節 資料蒐集與分析 40 第四章 資料分析與研究結果 第一節 受訪者基本資料整理 42 第二節 資料分析：開放性譯碼 44 第三節 資料分析：概念的歸納 60 第五章 結論與建議 第一節 結論 65 第二節 建議 67 參考文獻 70 附錄一 訪談大綱 76 附錄二 訪談同意書 77 附錄三 效度檢核表 78 附錄四 訪談逐字稿 79 圖目錄 圖1-1 本研究流程圖 5 圖2-1 消費者社會化概念性模式 20 圖3-1 本研究概念性架構圖 37 表目錄 表2-1 民國90年~93年外籍新娘在台比例 - 以國籍別分 9 表2-2 外籍新娘相關文獻整理 12 表2-3 量化研究與質化研究之差異 31 表4-1 受訪者基本資料 43 表4-2 概念分析表 45 表4-3 受訪者T001之概念分析表 46 表4-4 受訪者T002之概念分析表 47 表4-5 受訪者T003之概念分析表 49 表4-6 受訪者T004之概念分析表 50 表4-7 受訪者T005之概念分析表 53 表4-8 受訪者T006之概念分析表 55 表4-9 受訪者T007之概念分析表 57 表4-10 初步概念統整表 58 表4-11 各影響因素之分析總表 64

REFERENCES

參考文獻 一、中文部份 朱玉玲(2002)。澎湖縣外籍新娘生活經驗之探討。國立嘉義大學家庭教育研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。吳佩芬（1998）。家庭成員對家庭旅遊決策影響程度之研究。私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，未出版，台北市。企業研究方法（莊立民、王鼎銘譯）（2005）。台北：雙葉。（原著出版年：2000年）吳金鳳(2005)。澎湖地區外籍新娘生活適應與政府生活輔導措施相關之研究。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。呂美紅(2000)。外籍新娘生活適應與婚姻滿意度及其相關因素之研究 - 以台灣地區東南亞新娘為例。私立中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文，未出版，台北市。吳清山（1999）。初等教育。台北：五南。社會研究方法 - 質化與量化取向（朱柔若譯）（2000）。台北：揚智文化。（原出版年：1997年）社會學習理論（周曉虹譯）（1995）。台北：桂冠圖書。（原著出版年：1977年）社會學辭典（周業謙、周光淦譯）（2005）。台北：貓頭鷹出版社。（原著出版年：1998年）社會學辭典（彭懷真譯）（1991）。台北：五南書局。（原著出版年：1989年）胡幼慧（1996）。質性研究：理論、方法及本土女性研究實例。台北：巨流。洪順慶（2000）。行銷管理。台北：新陸書局。洪慕妮(1993)。家長對兒童消費社會化之影響 - 以零售消費知識、技巧與態度為指標。國立中央大學企業管理研究所碩士論文，未出版，桃園縣。韋薇(2005)。外籍新娘在台灣。人籟論辨月刊，18，16-19。徐宗國(1996)。紮根理論研究法：淵源、原則、技術與涵義。載於胡幼慧（主編），質性研究：理論、方法及本土女性研究實例（頁47-73）。台北：巨流。高敬文（1996）。質化研究方法論。台北：師大書苑。徐達光（2003）。消費者心理學。台北：東華書局。夏曉鶯(2002)。流離尋岸 - 資本國際化下的「外籍新娘」現象。台北：台灣社會研究雜誌社。夏曉鶯(2005)。尋找光明 - 從「識字班」通往行政院的蜿蜒路。載於夏曉鶯(主編)，不要叫我外籍新娘(頁12-48)。台北：左岸。許士軍(1996)。定性研究在管理研究

上的重要性。中原學報, 24, 1-3。莊玉秀(2002)。東南亞籍跨國婚姻婦女在台文化適應與其參與教育動關係之研究。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文, 未出版, 高雄市。陳玉華、伊慶春、呂玉瑕(2000)。婦女家庭地位之研究:以家庭決策模式為例。台灣社會學刊, 24, 1-58。國立嘉義大學家庭教育研究所(2002)。婚姻與家庭。台北:濤石文化。陳向明(2002)。社會科學質的研究。台北:五南。陳美惠(2002)。彰化縣東南亞外籍新娘教養子女經驗之研究。國立嘉義大學家庭教育研究所碩士論, 未出版, 嘉義縣。陳建興(2004)。家長角色介入對大學生信用卡消費行為影響之研究。國立中正大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 嘉義縣。張鈺珮(2002)。文化差異下跨國婚姻的迷魅以花蓮縣吉安鄉越南新娘的生命經驗為例。國立花蓮師範學院多元文化研究所碩士論文, 未出版, 花蓮縣。陳嘉誠(2000)。台灣地區外籍新娘幸福感之探討。私立高雄醫學大學醫學研究所碩士論文, 未出版, 高雄市。教學心理學(李茂興譯)(1998)。台北:弘智文化。(原著出版年:1997年) 菲利浦·科特勒(2003)。行銷管理學。(方世榮譯)。台北市:台灣東華。(原著出版年:2003年) 黃忠榮(2005年11月7日)。外籍配偶人數, 將超越原住民。自由時報, B5版。樓永堅、蔡東峻、潘志偉、別蓮蒂(2003)。消費者行為。台北:國立空中大學。質性研究入門:紮根理論研究方法(吳芝儀、廖梅花譯)(2001)。嘉義市:濤石文化。(原著出版年:1990年) 質的評鑑與研究(吳芝儀、李奉儒譯)(1999)。台北:桂冠。(原著出版年:1990年) 鄭雅雯(2000)。南洋過台灣:東南亞外籍新娘在台婚姻與生活探究 - 以台南市為例。國立東華大學族群關係與文化研究所碩士論文, 未出版, 花蓮縣。蕭昭娟(2000)。國際遷移之調適研究:以彰化縣社頭鄉外籍新娘為例。國立台灣師範大學地理研究所碩士論文, 未出版, 台北市。學習心理學 - 學習理論導論(王文科譯)(1991)。台北:五南。(原著出版年:1985年) 學習理論 - 學習活動的規律探索(邵瑞珍、皮連生、吳慶麟譯)(1990)。台北:五南。(原著出版年:1981年) 薛承泰、林慧芬(2003)。台灣家庭變遷 - 外籍新娘現象。國家政策論壇季刊, 冬季號, 236-238。顏錦珠(2002)。東南亞外籍新娘在台生活經驗與適應歷程之研究。國立嘉義大學家庭教育研究所碩士論文, 未出版, 嘉義縣。蘇俸卉(2004)。台灣地區越南新娘消費行為之研究 - 以保養用化妝品為例。私立台中健康暨管理學院國際企業研究所碩士論文, 未出版, 台中縣。

二、英文部份 Aronuld, E., Price, L., & Zinkhan, G. (2002). Consumers (2nd ed.). New York: McGraw-Hill. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). Consumer Behavior (9th ed.). Florida: Harcourt, Inc. Carlson, L., Grossbart, S., & Walsh, A. (1990). Mothers' Communication Orientation and Consumer-Socialization Tendencies. *Journal of Advertising*, 19(3), 27-38. Chang, L. C. (2005). The Study of Subculture and Consumer Behavior: An Example of Taiwanese University Students' Consumption Culture. *Journal of American Academy of Buisnss*, Cambridge, 7(2), 258-264. Clark, J. D., Price, C. H., & Murrmann, S. K. (1996). Buying Centers: Who Chooses Convention Sites? *Cornell Hotel and restaurant Administration Quarterly*, 37(4), 72-74. Deborah, R. J. (1999). Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 3(26), 183-213. Ekstrom, K. M., Tansuhaj, P. M., & Foxman, E. R. (1968). Children's Influence in Family Decisions and Consumer Socialization: A Reciprocal View. *Advances in Consumer Research*, 14, 286-290. Levy, D. S. & Lee, C. Kwai-Choi (2004). The Influence of Family members on Housing Purchase and Decisions. *Journal Property Investment and Finance*, 22(5), 320-332. Moore, R. L., & Moschis, G. P. (1981). The Role of Family Communication in Consumer Learning. *Journal of Communication*, 31(4), 42-53. Moschis, G. P. & Churchill, G. A., Jr. (1978). Consumer Socialization: A Theoretical and Empirical Analysis. *Journal of Marketing Research*, 15 (4), 599-609. Moschis, G. P. (1987). Consumer Socialization: A Life-Cycle Perspective. Canada: D.C. Heath and Company. Moschis, G. P. (1981). Patterns of Consumer Learning. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 9(2), 110-124. Moschis, G. P. (1985). The Role of Family Communication in Consumer Socialization of Children and Adolescents. *Journal of consumer Research*, 11(4), 898-912. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1987). *Consumer Behavior* (8ed ed.). New Jersey: Prentice Hall. Smith, R. B. (1982). Consumer Socialization of the Elderly. Georgia State University. Ward, S (1974). Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research*, 1(2), 1-14. Ward, S. (1978). Contributions of Socialization Theory to Consumer Behavior Research. *The American*, 21(4), 501-515. Webster, F. E., & Wind, Y., (1996). A General Model for Understanding Organizational Buying Behavior. *Marketing Management*, 4(4), 52-57.