

# The Relations Among Value , Life-style and Consumer Behavior in Adolescence

李宜霏、唐啟發

E-mail: 9701149@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Adolescents' purchase is increasing, therefore the market segment is more important. This study is on the basis of EKB model theory to confer whether both value and the life-style of the adolescents would affect their common consumption. Then we also analyzed the relationship between both of their value and life-style. We sent 550 questionnaires to five junior high school in Yuan Lein(員林) area and we retrieved 516 valid questionnaires. Then we took these valid questionnaires to carry on to descriptive statistics, factor analysis, cluster analysis, one-way ANOVA and Pearson product moment correlation analysis. The findings of this study are as follows: 1. According to the four types of value: conservation, openness to change, self-transcendence, self-enhancement, the adolescents can be classified into three clusters: ideal-confidence group, adventurous-progression group, and cold-exploration group. 2. The life-style of adolescents can be classified five types: fashion-oriented, family-oriented, self-centered, sports-oriented, media-oriented. According to the five types, the adolescents can be classified into three clusters: close-conservation group, advertisement-fashion group, multi-lifestyle group. 3. There is a obvious relationship between the value and the life-style of adolescents. 4. The value clusters of adolescents have significant influence to the consumer behavior. 5. The life-style clusters of adolescents have significant influence to the consumer behavior.

Keywords : adolescents ; value ; life-style ; consumer behavior

## Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	v	內容目錄	v
vi 表目錄	viii	圖目錄	viii
xi 第一章 緒論	1	第一節 研究動機與目的	1
1 第二節 名詞解釋	4	第三節 研究範圍與限制	4
4 第四節 研究流程	6	第二章 文獻探討	6
7 第一節 價值觀的意義和分類	7	第二節 生活型態	7
18 第三節 價值觀與生活型態	29	第四節 消費行為	29
30 第五節 本章小結	35	第三章 研究設計與實施	35
36 第一節 研究架構與假設	36	第二節 研究工具	36
38 第三節 抽樣設計	44	第四節 資料處理與分析	44
45 第四章 實證結果與分析	48	第一節 問卷回收與人口	48
48 第二節 效度與信度分析	52	第二節 價值觀與生活	52
57 第三節 價值觀與生活	57	第三節 價值觀與生活	57
63 第四節 價值觀集群與命名	59	第四節 價值觀與生活	59
63 第五節 價值觀與生活	63	第五節 價值觀與生活	63
77 第六節 生活型態集群與命名	72	第六節 價值觀與生活	72
77 第七節 生活型態	77	第七節 價值觀與生活	77
87 第八節 本章小結	85	第八節 價值觀與生活	85
87 第一節 研究結論	87	第五章 結論與	87
91 第二節 研究建議	91	建議	91
103 正式問卷	103	第一節 研究結論	87
111 附錄 A 集群分析	111	第二節 研究建議	91
111 附錄 B 因素分析	107	參考文獻	93
120 附錄 C 單因子變異數分析	120	附錄 A	93
		附錄 B	107
		附錄 C	111
		附錄 D	120

## REFERENCES

一、中文部份 Gunter, Barrie & Furnham, Adrian (2000), 兒童消費者:對年輕人消費市場所作的心理分析(劉會梁譯), 台北:亞太。 Roger, D. Blackwell, Paul, W. Miniard, & James, F. Engel(2001), 消費者行為(謝文雀譯), 台北:華泰文化。 牛保強(1996), 大學生的價值觀、生活型態與音樂偏好關係之研究, 私立大同工學院事業經營學系未出版碩士論文。 王令瑩(2001), 國民中學學生價值觀念及其相關因素之研究 以高高屏地區國中生為例, 國立高雄師範大學教育學系未出版碩士論文。 王永銘(2003), 國小學童金錢態度、消費行為與電視廣告態度之相關研究, 國立屏東師範學院國民教育研究所未出版碩士論文。 別蓮蒂(2000), 生活型態白皮書, 台北:商周出版。 吳明隆(2005)

, SPSS統計應用學習實務:問卷分析與應用統計,台北:知城數位科技。吳淑玲(1996),國中學生偶像崇拜與價值觀關係之研究(上),教育資料文摘,37(3),166-190。吳瓊淑(1997),國中學生次級文化之研究,國立高雄師範大學教育研究所未出版碩士論文。吳鐵雄(1996),工作價值觀量表之編製研究,台北:行政院青年輔導委員會。巫貞慧(2003),青少年生活風格與流行服飾消費文化之相關研究,私立實踐大學服裝設計研究所未出版碩士論文。李德治、董惠玲(2006),應用統計學,台北縣:博碩文化。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未出版碩士論文。林玉君(2006),青少年炫耀性消費行為、生活型態與生活壓力因應策略相關之研究 以台北市公私立高中職生為例,私立中國文化大學青少年兒童福利研究所未出版碩士論文。林建煌(2002),消費者行為,台北:智勝。林清江(1972),家庭文化與教育,師大教育研究所集刊,14,89-99。林麗華(2006),桃園縣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學研究所未出版碩士論文。林麗瓊(1993),臺北市國中生金錢觀之研究,國立臺灣師範大學公民訓育研究所未出版碩士論文。邱皓政(2006),量化研究與統計分析,台北:五南。金樹人(1987),價值問卷在生計輔導上的應用,諮商與輔導,6,21-22。施怡如(2005),青少年生活型態、參考群體影響與手機使用行為之關聯性研究,私立佛光人文社會學院管理學研究所未出版碩士論文。洪惠娟(1986),台北市高中(職)學生消費行為之研究,私立中國文化大學家政學研究所未出版碩士論文。徐維琳(2004),台灣珠寶消費行為及市場區隔之研究 以生活型態為區隔變數,私立銘傳管理學院高階管理碩士學程未出版碩士論文。徐寶聲(2005),留德、法之中國大學生人格特質、價值觀、生活型態及消費行為之研究,私立銘傳大學管理研究所碩士在職專班未出版碩士論文。浮絲曼(1993),山地兒童價值觀與疏離感之相關性研究 以花蓮縣為例,私立中國文化大學兒童福利研究所未出版碩士論文。翁淑緣(1984),台灣北部大學生的價值觀念與生活型態之研究,教育與心理研究,7,95-117。康曉蓉(1997),台北市國中生道德價值觀之研究,國立臺灣師範大學家政教育研究所未出版碩士論文。張春興(1986),價值學習四部曲 價值感、價值觀、價值標準、價值判斷。輔討通訊,7,8-11。張美玲(2004),台北市國中生對西式速食的消費者知識、態度與行為研究,國立台灣師範大學人類發展與家庭研究所未出版碩士論文。張國龍(1987),台北市在學青少年消費行為之研究 消費者人口統計變數與生活型態對產品評估準則與參考群體運用之研究,國立台灣大學商學研究所未出版碩士論文。張德聰、黃正旭和林丞(2000),青少年生活型態調查研究,生活科學學報,6,1-24。許士軍(1988),用行銷眼光掃描生活型態,卓越雜誌,41,29-30。陳怡靜(2004),產品文化價值與創意對顧客基礎品牌權益之探討,國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所未出版碩士論文。陳冠惠(2003),青少年生活型態、休閒態度與休閒參與之相關研究,國立雲林科技大學休閒運動研究所未出版碩士論文。黃旭男、張德儀、孫永和(2002),台北市溫泉遊憩區遊客行為之研究,戶外遊憩研究,15(2),1-10。黃信蒼(2001),國中學生價值觀與生活型態相關之研究,國立彰化師範大學教育研究所未出版碩士論文。黃俊英(1999),企業研究方法(2版),台北:東華。黃香瑜(1998),基隆市國中學生飲料消費行為研究,國立台灣師範大學家政教育研究所未出版碩士論文。黃偉豪(2004),圖書購買行為與消費者特性之關聯性研究 以台北市高中職學生為例,私立南華大學出版事業管理研究所未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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學研究所未出版碩士論文。楊美怡(2002),人格特質、價值觀與生活型態對後現代主義消費行為影響之研究 三個世代之比較研究,私立義守大學管理科學研究所未出版碩士論文。楊國樞(1993),中國人的價值觀:社會科學觀點,台北:桂冠。董瑪莉(1983),管理研究所學生價值觀與生活型態之研究 以法學研究所學生為比較對象,國立政治大學管理研究所未出版碩士論文。彰化縣教育局(2007),彰化縣各國民中小學校基本資料平台〔線上資料〕,來源: <http://schooldata.chc.edu.tw/> [2006,May 10]。劉天麟(2003),青少年生活型態與運動產品購買決策之研究以撞球運動與運動鞋為例,國立體育學院體育研究所未出版碩士論文。劉根維(2003),生活型態、知覺風險及性別角色對於消費者行為之研究,私立大葉大學事業經營研究所未出版碩士論文。鄭華清(2004),行銷管理,台北:全華。鄭增財(2000),實用技能班學生價值觀與學習行為之分析研究,國立臺灣師範大學工業教育研究所未出版博士論文。賴儀宣(2002),產品類別、生活型態對產品涉入程度影響之探討 以國立東華大學學生為例,國立東華大學經濟研究所未出版碩士論文。謝祖壽(1988),大臺北地區未婚職業青年生活型態與消費行為之研究,國立交通大學管理科學研究所未出版碩士論文。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在職專班未出版碩士論文。簡茂發、何榮桂和張景媛(1997),國中學生價值觀量表,台北:教育部訓育委員會。

二、英文部份  
Adler, N. J. and Graham, J. L. (1989). Cross-Cultural Interaction: The International Comparison Fallacy. *Journal of International Business Studies*, 15, 515-537. Allport, G. W., Vernon, P. E. & Lindzey, G. (1960). *A study of values* (3rd ed.). Boston: Houghton Mifflin. Andreason, A. R. (1967). *Leisure, Mobility, and Life Style Patten*, AMA Conference Preceedings, 56-62. Baier, K. (1969). What is value? An analysis of the concept. In Baier, K. & Rescher, N. (Eds.). *Values and the future: The impact of technological change on American values* (pp. 33-67). New York: Macmillan Co. Bales, R., & Couch, A. (1969). The value profile: A factor analytic study of value statements. *Sociological Inquiry*, 39, 3-17. Carman, J. M., (1978). Values and Consumption Pattern: A Closed Loop. *Advance in Consumer Research*, 5, 403-407. Demby, D. (1974). Psychographics and From Where It Come. In William D. Wells (Ed). *Life Style and Psychographics*, Chicago:AMA, 21. Engel, J. F., Kollat, D. T. & Blackwell, R. D. (1978). *Consumer Behavior* (3rd ed.). New York, Holt, Rinehart and Winston, Inc. Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Miniard P. W. (2001). *Comsumer Behavior* (9th ed.). Taipei: The Harcourt Press. Hawkins, Del I., Roger J. Best, Kenneth A. Coney. (1995). *Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy* (6th ed). IRWIN, 83-88, 331-341. Kluckhohn, C. et al. (1951). Values and value orientation in the theory of action: an expolration in deffinition and classification. In Talcott Parsons & Edward Shils(eds). *Toward a general theory of action* (pp.388-433). Cambridge, Mass: Harvard University Press. Kluckhohn, F. R. & Strodtbeck, F. L. (1961). *Variation in value orientations*. Westport, Conn: Greenwood Press. Kotler, P. (1998). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed.). New Jersey, Prentice-Hall Inc. Lazer, William. (1963). Life Style Concepts and Marketing, *Toward Scientific Marketing*. American Marketing Association (Dec.), 130-139. Mintz, S. M. (1995). Virtue Ethics and Accounting Education. *Accounting Education*, 10, 247-267. Perri, Matthew. (1990). Application of the List of Values Alternative Psychographic Assessment Scale. *Psychological Reports*, 66(7), 105-109. Plummer, Joseph T. (1974). The Concept and

Application of life-style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38, (Jan), 33-37. Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Value*. New York: The Free Press, 12-16. Schiffman, L. G. and L. L. Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. Prentice Hall International Editions. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical, Advances and Empirical Tests in 20 Countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances In Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. Spranger, E. (1928). *Types of Men: The Psychology and Ethics of Personality*. New York: Hafner. Sternberg. (1997). *The nature of Creativity*. New York: Cambridge University Press, 11-38. Wells, W. D. (1975). Psychographics: A Critical Review. *Journal of Marketing Research*, 12(2), 196-213. Wind and Green. (1974). Some Conceptual, Measurement, and Analytical Problems in Life Style Research. *Life Style and Psychographics*, 122.