

# 國小學童同儕關係、自我概念對其消費行為的影響之研究

楊沛穎、呂勝瑛

E-mail: 9805411@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究主要目的在了解國小六年級學童自我概念、同儕關係對其消費行為之影響。採用問卷調查法，研究工具為個人基本資料表、自我概念量表、同儕關係量表、消費行為類型量表，以台中縣市、彰化縣市國小六年級學童為母群體，共對904位學童進行施測，從中再挑選594位有零用錢者當作統計分析樣本，研究結果發現如下：

一、不同性別之國小六年級學童在同儕關係自評有顯著差異，女童高於男童；自我概念方面，道德自我和心理自我達顯著差異，前者女童高於男童，後者則是男童高於女童；至於消費行為類型方面，只有創意型層面有達顯著差異，男生較女生傾向於創意型之消費行為。

二、不同家庭社經地位之國小六年級學童在同儕關係和自我概念未達顯著差異；只有在消費行為類型之創意型層面有差異。

三、國小六年級學童的自我概念、同儕關係自評與消費行為類型之間有顯著相關性。

四、多迴歸分析結果發現：友誼、道德自我、生理自我、學校自我、模仿可以有效預測炫耀衝動型的消費行為；社交焦慮、模仿、學校自我可有效預測新奇從眾型的消費行為；性別、心理自我、友誼、模仿可有效預測創意型的消費行為。

關鍵詞：同儕關係、自我概念、消費行為

## 目錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
致謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	xi
第一章 緒論	1
第一節 研究動機與背景	1
第二節 研究目的與研究問題	6
第三節 名詞界定	7
第四節 研究限制	8
第二章 文獻探討	9
第一節 兒童的消費行為	9
第二節 兒童時期的同儕關係	33
第三節 自我概念的發展	24
第四節 同儕關係、自我概念與消費行為之相關	43
第三章 研究設計與實施	47
第一節 研究架構	47
第二節 研究假設	48
第三節 研究對象與抽樣方法	49
第四節 研究工具	51
第五節 資料處理與統計方法	72
第四章 研究結果與討論	73
第一節 描述性統計分析	73
第二節 不同背景變項之國小六年級學童在同儕關係、自我概念與消費行為類型之差異情形	77
第三節 國小六年級學童同儕關係、自我概念、消費行為類型之相關	88
第四節 國小六年級學童消費行為類型的多元迴歸之預測情形	93
第五章 結論與建議	98
第一節 結論	98

第二節 建議 . . . . .	103
參考文獻 . . . . .	108
附錄A 預試問卷 . . . . .	125
附錄B 正式問卷 . . . . .	131
附錄C 家庭社經地位劃分方式 . . . . .	137

## 參考文獻

- 一、中文部分 Ashford, J. B., LeCroy, C. W., & Lortie, K. L. (1999), 人類行為與社會環境(張宏哲譯), 台北市:雙葉, (原文於1997年出版)。
- Bill, W., & David, P. (1997), 消費者行為(王森平譯), 台北:台灣西書出版社, (原文於1996年出版)。
- Diane, E. P., Sally, W. O., & Ruth, D. F. (2001), 人類發展—兒童心理學(張慧芝譯), 台北:桂冠, (原著出版於2001年) Erwin, P. (1999), 兒童到青少年期的友誼發展(黃牧仁譯), 台北:五南, (原著出版於1982年)。
- Gunter, B., & Furnham, A. (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, (原著出版於1998年)。
- Lindstrom, M., & Seybold P. B. (2003), 人小錢大吞世代(曾洵菁譯), 台北:商智, (原文於2003年出版)。
- Santrock, J. W. (2006), 人類發展學, (雷若琬, 楊玉娥, 林怡君, 張淑敏, 劉玉湘, 張靜鳳, 賴佑銘, 王雅芬, 蔡佳玲譯), 台北:滄海, (原著出版於2004年) Schor, J. B. (2006), 天生買家(彭蕙仙譯), 台北:天下雜誌, (原文於1991年出版)。
- Verderber, R. F. & Verderber, S. K. (1996), 人際關係與溝通(曾端真, 曾玲譯), 台北:揚智出版, (原文於1996年出版)。
- 中時電子報(2008), 電視與網路 - 臺灣小孩重要資訊管道[線上資料], 來源: <http://www.hemidemi.com/group/nte/bookmark/info/211912/> [2007, November 20]。
- 王仁弘(2004), 國小中高年級學童人際溝通能力與生活適應之相關研究, 國立台北市立師範學院社會科教育研究所未出版之碩士論文。
- 王永銘(2004), 國小學童金錢態度、消費行為與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之碩士論文。
- 王黛玉(2004), 高雄市國中生父母教養方式、同儕關係與憂鬱傾向之相關研究, 國?高雄師範大學教育研究所未出版之碩士論文。
- 古永嘉, 張威龍(2001), 跨文化消費者決策型態表的分析與驗證。管理與系統, 8(3), 297-318。
- 朱經明(1981), 國中學生自我概念、友伴關係及其影響因素之研究, 國立台灣師範大學教育研究所未出版之碩士論文。
- 江國樑(2000), 高屏澎地區國小教師自我概念、內外控信念與工作滿足感關係之研究, 國立屏東師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。
- 何秋蘭(2004), 國小學童自我概念與同儕關係的研究, 國立台北市立師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。
- 余朝權, 林展永(1992), 核心家庭青少年子女在購買決策中之角色研究, 東吳經濟商學學報, 14, 20-59。
- 吳亞紘(2004), 技職生離合關係、同儕互動與生活型態之相關研究, 私立中國文化大學心理輔導研究所未出版之碩士論文。
- 吳明隆, 涂金堂(2005), SPSS與統計應用分析, 台北:五南。
- 吳竺穎(1997), 家庭因素、父母親教養方式與內外控信念對國小學童自我觀念影響之研究, 國立嘉義大學商學系未出版之碩士論文。
- 李仁芳(1981), 兒童資訊處理與消費行為發展之研究, 國立政治大學企業管理研究所碩士未出版之論文。
- 李宗琪(1993), 電視廣告對兒童行為的影響, 國立政治大學新聞研究所未出版之碩士論文。
- 李國祿(1990), 家庭生活型態、傳播行為、同儕團體與兒童消費行為關係之研究, 私立中國文化大學兒童福利研究所未出版之碩士論文。
- 李淑靜(2002), 國小六年級學童零食飲料消費狀況以及與父母和學校態度相關性之探討 - 以南南縣市為例, 國立台南師範學院社會科教學所未出版之碩士論文。
- 李輝(1994), 影響國小兒童自我觀念發展之重要因素, 國民教育, 34, 6-9。
- 雅芬(2003), 受歡迎與被拒絕兒童社交技巧、生活適應之比較研究, 國?屏東師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。
- 谷宗芸(2006), 台北縣國小高年級學童自我概念、挫折容忍力與學業成就之研究, 私立銘傳大學教育研究所未出版之碩士論文。
- 服裝商情網(2008), 解構兒童消費者心理消費者[線上資料], 來源: [http://www.ef168.com/news\\_view3225.html](http://www.ef168.com/news_view3225.html) [2005, December 8]
- 林仁和(2001), 商業心理學, 台北:揚智文化。
- 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之碩士論文。
- 林世欣(2000), 國中學生自我概念與同儕關係之研究, 國立屏東師範學院教育心理與輔導研究所未出版之碩士論文。
- 林世浩(1998), 以讀書治療進行歸因再訓練對兒童同儕關係之影響, 國立東華大學教育研究所未出版之碩士論文。
- 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, 國立台北市立教育大學社會科教育學系未出版之碩士論文。
- 林生傳(1990), 社會教育學, 50, 高雄:巨流。
- 林君徽(2006), 國小高年級學童間接攻擊與自我概念之探究, 國立臺灣師範大學人類發展與家庭學系未出版之碩士論文。
- 林邦傑(1986), 田納西自我概念量表(第三版), 台北:正昇科學教育社。
- 林玫瑰(2008), 青春期同儕關係和購買詭計:虛榮的干擾角色, 國立台北大學企業管理學系未出版之碩士論文。
- 林淑華(2002), 國小學童情緒管理與人際關係之研究, 國立屏東師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。
- 林雯菁(2001), 國小兒童社會計量地位與自評同儕互動關係之研究, 私立靜宜大學青少年兒童福利學系研究所未出版之碩士論文。
- 林耀南, 練穎潔, 王世昌(2008), 物質主義傾向、虛榮特性、自尊、享?主義與消費罪?感之關?性研究, 政治大學「第十六屆中華民國廣告暨公共關係國際學術與實務研討會」, 10月24-25日, 政治大學, 台灣。
- 林靈宏(1994), 消費者行為學, 台北:五南圖書。
- 邱招婷(2002), 國民中學青少年次級文化、同儕關係與生活適應相關之研究, 國立屏東師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。
- 邱寬敏(2001), 高雄市高年級學生氣質、自我概念與學業表現之相關研究, 國立高雄師範大學教育研究所未出版之碩士論文。
- 侯雅齡(1997), 國小兒童自我概念量表編製及其相關因素研究, 國立高雄師範大學輔導研究所未出版之碩士論文。
- 洪若和(1997), 國小兒童自我概念之相關研究, 台東師院學報, 6, 91-134。
- 洪惠娟(1987), 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之碩士論文。
- 洪慕妮(1992), 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未出版之碩士論文。
- 胡舜安(2003), 台灣地區中部地區國小高年級學童自我概念及其相關因素之研究, 國立台中師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。
- 胡蘭沁(2002), 由零用錢的運用探討中小學生消費行為之社會化, 台南師院學報, 35, 227-266。
- 胡蘭沁, 黃妙真(2005): 國小高年級學童消費態度相關因素之研究--以高雄縣市為例, 人與社會, 3, 1-15。
- 施秋燕(2006), 商職學生金錢態度與手機消費決策型態之研究, 國立彰化師範大學商業教育學系未出版之碩士論文。
- 徐淑敏, ??華(2007), 國小高年級學童的金錢態度與消費行為, 教育實踐

與研究, 20 (2), 1-28. 時蓉華(1996), 社會心理學, 台北:東華。張怡貞(1997), 國小學童獨生子女與非獨生子女同儕關係及其相關因素研究, 國立臺東師範學院教育研究所碩士論文。張春興(1989), 張氏心理學辭典, 台北:東華。張春興(1995), 教育心理學:三化取向的理論與實踐, 台北:東華。張淑美(1995), 從自我概念談青少年的自我追尋與其輔導, 學生輔導, 36, 88-95。張雅惠(1998), 團體輔導對國小兒童自我概念與人際關係影響之研究, 國立嘉義師範學院教育研究所未出版之碩士論文。張嘉芳(2005), 高中職學生自我概念、成就動機與問題解決態度之探討, 國立屏東科技大學技職暨職業教育研究所未出版之碩士論文。莊朝淵(2004), 國中生同儕關係之自我覺察探討, 國立交通大學網路學習學程未出版之碩士論文。莊貴智(2007), 昆山地區外?聘僱人口消費?為之研究-以某台資企業為?, 國立中央大學管?學院高階主管企管未出版之碩士論文。莊榮俊(2002), 國中學生自我概念, 生活適應與自我傷害關係之研究, 私立南華大學生死學研究所未出版之碩士論文。許雅嵐(2002), 國中班級同儕團體互動之研究, 國立高雄師範大學教育學系未出版之碩士論文。郭丁熒(1988), 教師權力類型、學生參與心態與學生學校適應行為關係之研究, 國立台灣師範大學教育研究所未出版之碩士論文。郭為藩(1978), 自我態度問卷指導手冊, 台北:中國行為科學社。郭為藩(1996), 自我心理學, 台北市:師大書苑。陳李綱(1983), 國小兒童自我概念發展之研究, 中國測驗學會測驗年刊, 30, 93-100。陳信潔(2008), 理論概念:從消費心理學看消費行為, 明報通識網[線上資料], 來源: <http://life.mingpao.com/cfm/concept3.cfm?File=20080311/cptaa01a/gfn1.txt>[2008, March 11]。陳美芬(1996), 兒童認同對象與自我觀念之關係研究, 國立台東師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。陳若男(1993), 兒童手足關係與友誼關係之研究, 國立臺灣師範大學家政教育研究所未出版之碩士論文。陳淑美(1980), 國小及國中學生社會關係之研究, 教育心理學報, 13, 119-132。陳連欣(1991), 國民小學班級內低度被同儕接納兒童之調查研究, 國立台中師院獨立研究專輯, 3, 117-154。陳晴蕙(2003), 無人店舖之經營與規劃-以消費者行為理論探討, 私立實踐大學貿易經營研究所未出版之碩論文。單玉安, 鄭其嘉, 孫鳳卿(2008), 高中職學生性溝通、性態度及其受同儕關係類型影響研究 - 以高雄市為例, 台灣性學學刊, 14, 23-36。曾端真(1997), 國小學童生活型態及其手足因素之研究, 台北:揚智。曾端真(2001), 兒童行為的評估與輔導, 台北:天馬文化。黃妙真(2005), 國小高年級學童消費態度相關因素之研究 —以高雄縣市為例, 國立臺南大學社會科教育學系未出版之碩士論文。黃芳銘(2007), 在學青少年手機消費忠誠度-消費者社會化的觀點, 量化研究學刊, 1(1), 125-151。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之碩士論文。黃惠秋(2001), 「認識自我」生命教育課程對國中生自我概念及生命意義感之影響, 私立慈濟大學教育研究所未出版之碩士論文。黃德祥(2000), 青少年發展與輔導(第二版), 台北:五南圖書。楊妙芬(1995), 單親兒童非理性信念、父母管教態度、自我觀念、與人際關係之研究, 國立屏東師範學院學報, 8, 71-110。楊國樞(1986), 激發青少?的消費意?, 消費者報導, 67:18。楊錦雲(2004), 國中學生父母管教態度、同儕關係與解釋風格關係之研究, 國立彰化師範大學輔導與諮商學系未出版之碩士論文。葉蓁蓁(2007), 台灣兒童消費現象-以手機為例, 私立元智大學資訊社會研究所未出版之碩士論文。賈馥茗(1980), 教育概論, 台北:五南圖書。廖俊傑, 林房價(2002), 運動用品產業發展趨勢影響兒童消費行為之探討, 大專體育, 63, 140-146。熊祥林(1990), 消費者的知覺, 台北:理明叢書。臺灣商會聯合網(2008), 吞世代市場潛力大, 電信業者有意搶佔[線上資料], 來源: <http://www.tcoc.com.tw/>[2004, November 22]。蔡美瑛(1992), 青少年傳播行為、自我認同與其消費行為關聯性之研究-自我表達消費動機與衝動性購物之探究, 國立政治大學新聞研究所未出版之碩士論文。蔡麗雪(2006), 國民小學學生內外控傾向、學生能力與外表吸引力對同儕關係之影響 - 社交技巧的調節效果, 國立台南大學教育經營與管理研究所未出版之碩士論文。蕭淑穗(2007), 國小高年級學童控制信念、自我概念、偶像崇拜行為與幸福感之相關研究, 國立台南大學教育學系輔導教學所未出版之碩士論文。賴育淳(2006), 偶像劇對兒童消費行為之影響—以台北市國小高年級學童為例, 國立台北市立教育大學社會科教育學系未出版之碩士論文。賴佳菁(1996), 被同儕拒絕、攻擊行為與兒童內外控信念、自尊之研究-以台中地區國小四、六年級為例, 私立中國文化大學兒童福利研究所未出版之碩士論文。賴品秀(2009), 父母教養方式、學校適應、自我覺察對國小學童同儕關係的影響之研究, 私立大葉大學教育專業發展研究所未出版之碩士論文。謝淑美(2005), 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未出版之碩士論文。簡美倫(2005), 兒童手機市場研究與設計, 私立華梵大學工業設計系研究所位出版之碩士論文。顏裕峰(1993), 國中生的社會興趣與同儕人際關係之相關研究, 國立彰化師範大學輔導研究所未出版之碩士論文。羅佳芬(2002), 國小兒童父母管教方式、自我概念、人際關係與利社會行為之相關研究, 國立台南師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。羅品欣(2004), 國小學童的家庭結構、親子互動關係、情緒智力與同儕互動關係之研究, 國立台灣師範大學教育心理與輔導研究所未出版之碩士論文。蘇玲媛(2006), 國小高年級學童人際智能、父母教養方式對同儕關係影響之研究, 國立嘉義大學家庭教育研究所未出版之碩士論文。蘇秋碧(2000), 國小六年級被同儕拒絕兒童其被拒絕因素之研究, 國立台中師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。二、英文部分Anthony, A., & Melanie, J. (2007). Peer status and behaviors of maltreated children and their classmates in the early years of school. *Child Abuse & Neglect*, 31, 971-991. Banerjee, R. (2008). Individual differences in children's materialism: The role of peer relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(1), 17-31. Berk, L. E. (1997). *Child development*. Massachusetts: Viacom. Berkman, Harold W. (1997). *Consumer behavior*. Lincolnwood, Ill.: NTC Business Books. Bukowski, W. M., & Hoza, B. (1989). Popularity and friendship: Issues in theory, measurement, and outcome. In T. J. Brendt & G. W. Ladd (Eds.), *Peer relationship in child development* (15-45). New York: Wiley. Cooley, C. H. (1922). *Human nature and the social order*. New York: Charles Scribner's Sons. Dodge, K., Lansford, J. E., Burks, V. S., Bates, J. E., Pettit, G. S., Fontaine, R., & Price, J. M. (2003). Peer rejection and social information-processing factors in the development of aggressive behavior problems in children. *Child Development*, 74, 374-393. Dusek, J. B. (1996). *Adolescent development and behavior*. A Simon & Schuster Company. Elliott, R., & Leonard, C. (2006). Peer pressure and poverty: Exploring fashion brands and consumption symbolism among children of the "British poor". *Journal of consumer behavior*, 3(4), 347-359. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). *Consumer Behavior* (6th ed.). Chicago: Dryden Press. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, D. T. (1978). *Consumer Behavior* (3rd ed.). Chicago: Dryden Press. Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2004). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (9th ed.). New York: McGraw Hill. James, W. (1980). *Principles of Psychology* (1st ed.). London: Macmillan. Jennifer, A., & Abraham, S. (1999). Association between self-concept and body weight, gender, and

pubertal development among male and female adolescent. *Adolescence*, 34, 69-80. Kevin, M., & Mzobanzi, M. (2001). Age and gender difference in the self-concept of South African students. *The Journal of Social Psychology*, 31, 47-96. Kurdek, L. A., & Krile, D. (1982). A development analysis of relation between peer acceptance and both interpersonal understanding and perceived social self-competence. *Child Development*, 53, 1485-1491. Mattern, P. (2007). University of Minnesota researcher finds materialism in children and adolescents linked to self-esteem. [online] [http://www.eurekalert.org/pub\\_releases/2007-11/uom-uom112007.php](http://www.eurekalert.org/pub_releases/2007-11/uom-uom112007.php) McNeal, J. U. (1987). *Children as consumers: Insights and implications*. MA: Lexington. McNeal, J. U., & C. H. Yeh (1993). Born to shop. *American Demographics*, 15(6), 34-39. McNeal, J. U. (1991). *A bibliography of Research and Writing on Marketing and Advertising to Children*. New York: Lexington Books. McNeal, J. U., & Ji, M. F. (1999). Chinese children as consumers: An analysis of their new product information sources. *Journal of Consumer Marketing*, 16(4), 345-364. Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society: from the Standpoint of A Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press. Morgan, R. L. & Kafer, N. F. (2001). The relationship between understanding of self and others in children's friendships. *The Journal of Psychology*, 119(6), 521-525. Paracchio, L. A. (1992). How do young children learn to be consumers? A script-processing approach. *Journal of Consumer Research*, 18, 425-440. Reece, B. B., & Thomas, C. K. (1986). Indices of consumer socialization for Retailing research. *Journal of Retailing*, 62(3), 267-280. Robertson, T. S., Zielinski, J., & Ward, S. (1984). *Consumer Behavior*. Scott, Foresman & Co., 144. Schiamberg, L.B. (1988). *Child and adolescent development*. New York: Macmillan. Sidin, S., Rahman, M. K. A., Rashid, Z. A., Othman, N., & Bakar, A. Z. (2008). Effects of social variables on urban children's consumption attitude and behavior intentions. *Journal of Consumer Marketing*, 25(1), 7-15. Sproles, E. K., & Sproles, G. B. (1990). Consumer decision-making styles as a function of individual learning styles. *The Journal of Consumer*, 24, 134-147. Sullivan, Harry S. (1953). *The Interpersonal theory of psychiatry*. New York: Norton. Ward, S. (1974). Consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, 1, 1-14. Wiley, John., & Heider, F. (1958). *The psychology of inter personal relations*. New York: Macmillan.