

大學生個人特質、生活型態、休閒偏好及 消費行為之關係研究

Interrelationships Between Personal Traits, Lifestyles, Leisure Preferences, and Consuming Behaviors for College Students

吳萬益 Wu, Wann-Yih

國立成功大學企管系

National Cheng Kung University

Department of Business Administration

陳淑惠 Chen, Shu-Hui

國立成功大學企管系

National Cheng Kung University

Department of Business Administration

(Received November 1994; revised July 1995; accepted September 1995)

摘要

近年來，隨著教育政策之改變及社會各界對於高等人材之殷切需求，國內大學生及研究生人數也跟著急速膨脹，同時每年更有成千上萬的同學前往各國留學，以追求其他的進修機會。然而，過去對於大學生生活與休閒問題之研究，大部份均以國內大學生為調查研究對象，對於人數激增之研究生及留學生則極少注意。因此，國內大學生及研究生在個人特質、生活型態、休閒偏好及消費習慣等方面是否與國外留學生及世界其他國家之大學生及研究生有所不同，實為亟待探討之主題。

本研究擬以中美日韓的大學生為研究群體，來從事個人特質、生活型態、休閒偏好與消費行為之關係研究，而研究之主要目的如下：

1. 瞭解並比較中美日韓大學生在個人特質、生活型態、休閒偏好與消費習慣等各主要構面因素間之差異性。
2. 探討以上各構面因素間之相關性與互動關係。
3. 提供實務界研究之結果，以瞭解個人特質對購買行為之影響，並作為市場區隔及擬定行銷組合策略之參考；亦可提供學術界更進一步研究之依據。

透過1310份問卷調查及資料分析結果，本研究發現美國大學生之自信心與獨立性較強，且敢於承擔風險，日本之大學生較為依賴、任性及多疑。美國大學生亦比較重視追求時髦，並重視高品牌、高價位及顯異性產品。大陸及日本之大學生較重視經濟實在及中低價位產品之消費。

本研究同時顯示自信心較高、外向上進、追求時髦且重視品牌品質之消費者，花在社交類、藝文類及賭博性娛樂活動之時間明顯較多。而比較依賴、成熟穩重且以經濟實在為消費傾向之消費者，花在戶外活動之時間明顯較多。

關鍵詞：自信心，獨立性，風險承擔，生活型態，休閒偏好，消費習慣

Abstract

Recently, with the change of governmental regulations and the urgent demand of higher level professionals from various institutions, the quantity of domestic college and graduate students has increased tremendously. In addition, tens of thousands of students have chosen to study abroad to experience alternative higher educational environments and opportunities. Nevertheless, most of previous studies has neglected these facts and still focused only on the living and consuming issues of the domestic college students. Specifically, whether the personal characters, social values, lifestyles, leisure preferences, and consuming behaviors of the domestic college students are different from those students studying abroad, and students in other countries is subject to further validations.

This study focuses on identifying the interrelationships between personal traits, lifestyles, leisure preferences, and consuming behaviors. Through a questionnaire survey of college students from Taiwan, Mainland China, United States, Japan, and Korea, the purposes of this study are as follows :

1. to understand and compare the differences on personal traits, lifestyles, leisure preferences, and consuming behaviors, among Chinese, American, Japanese, and Korean college students.
2. to investigate the interrelationships between factors of the above constructs.
3. to provide business industries with relevant information about current college students, so that firms can identify market segmentation and marketing mix strategies. The information will also be useful for further empirical validations about this matter.

Through a series of mailed questionnaire survey for 1310 Taiwanese students in Taiwan, Taiwanese students in Japan, Taiwanese students in the U.S., Mainland students in Mainland China, Korean students in Seoul, Japanese students in Japan and American students in the U.S., this study found that American students have more self-confidence and independence, and also have more courage to take risk, while Japanese students are more dependent, willful, and suspicious. Also, American students have comparatively shown to be more fashion-conscious and more brand-oriented shoppers, preferring high-price and distinguished products; while Mainland and Japanese students have turned to be more economical and practical shoppers, preferring middle-price and low-price products.

Finally, this study found that if consumers are more self-confident, extroverted, high-achieving, fashion-conscious, and brand-oriented, they would spend significantly more time on social activities, appreciation of art, music and literature, and gambling entertainments. Yet, if consumers are comparatively more dependent, mature, stable, and revealing an economical and practical shopping style, they tend to spend significantly more time on outdoor activities.

Key Words: Personal Traits, Lifestyles, Leisure Preference, Consuming Behaviors

壹、前言

追求自我主張與配合新潮流是現代人消費行為的首要趨勢，而隨著國民所得的提高，商品消費者導向的大受重視，不但增廣了現代的消費型態，更助長了消費者個人意識的抬頭，於是消費者個人特質與其消費個性的關係如何，將成為現代人重視的課題。而在這愈來愈多元化的消費體系中，個人特質、價值觀與生

活型態的改變與互動，無疑是促進個性化主張之消費行為的催化劑，更是決定個人消費習慣與休閒偏好的關鍵因素。

然而，個人特質如何影響消費者的生活型態？而生活型態又如何影響其消費習慣與休閒偏好？過去有關這方面的文獻並不多，例如丁虹（民72）探討價值觀與生活型態之關係，李金漢（民71）研究個人價值觀對消費行為之影響，鄭淑芬（民76）探討生活型態與動機如何決定個人休閒活動之選擇，鮑國勇（民79）進行消費者知覺風險對生活型態之影響研究，Lazer(1963) 曾探討生活行態在行銷上的應用等，多以局部性構面架構及變數為主，而且主要以國內的群體為研究對象；因此，極有必要整合各相關構面因素，進行完整性之分析探討及系統化的跨國性差異分析。

基於以上之研究動機，本研究擬透過實證資料分析，進行以下幾方面之研究探討：

- 一、探討中美日韓及大陸地區之大學生在個人特質、生活型態、休閒偏好與消費習慣之主要構面因素之差異性。
- 二、分析以上各主要構面因素之關係性及互動性。
- 三、探討不同組群之大學生在生活型態、休閒偏好與消費習慣等構面因素間之特性。

貳、相關文獻探討

本文之相關文獻探討，先討論過去有關個人特質、生活型態、休閒偏好與消費行為之研究，再探討個人特質、生活型態、休閒偏好與消費行為間之互動關係。

一、個人特質

Guilford 定義個人特質為「個人得以與他人不同之一種持久且特殊之特質」，「個體與其環境交互作用之過程，所形成一種持久之過程」。綜合言之，所謂個人特質係指個人對於外在環境刺激的一種一致性反應，為一個人與別人不一樣的個人屬性、特性及特質的總和。本研究認為最重要之項目有自信心、獨立性與風險承擔特質，並針對此三項個人特質進行其與生活型態、休閒偏好與消費行為間之互動關係研究。

(一)自信心

回顧過去有關自信心的研究文獻，對自信心的定義與衡量隨著研究主題而有不同的詮釋方式，茲列舉最近有關之衡量方式與研究結果如下：

1. 某學者(1988) 在從事行銷人員如何增進其自信心的研究時，曾指出據美國哥倫比亞大學的心理學的研究顯示自信心可由穿著的整齊精緻及高雅品味而呈現較佳的適應個性來顯現。

2. Knippen 和 Green(1989) 曾探討管理者如何建立其自信心的方法，他們認為自信心就是所謂克服嘗試某項任務時的疑惑與恐懼的能力，自信心即是激勵、績效、報酬、認知和昇遷的基礎。而有自信的個人將感覺自己較美好與較快樂。
3. Handy(1990) 曾探討教育與阿拉伯主管的形成間的關係，他認為自信心就是有做決策的意願與擔當此項決策責任的能力；而且發現在青春時期曾有過對工作負責的學習經驗者，將有益自信心的建立。
4. Fletcher(1990) 曾以申請入大學的學生來研究候選人人格特質、自我表現與面談者的評價之間的關係，並發現能為自己論點與面談者據理力爭便是自信心的表現。
5. 某學者(1991) 在從事對銷售人員人格特質的探討時發現所謂優秀的銷售人格特質是立基於自信心，也就是明瞭銷售技巧、熟悉科學的銷售方法和簡報。
6. Welch(1991) 在從事對 GE 公司 Work-out 計畫的研究時，定義自信心就是生產力、創新力、果斷力與速度的原動力。
7. 自信心與消費行為 Greco 和 Paksoy(1989) 曾以心理學的變數與購買前資訊來源來剖析成熟年齡且具服飾流行意識購物者的屬性，並發現追求時髦者，不管年齡差別與不具流行意識的購物者的差別是在於較具一般性自信心並且常是意見領袖者；此外，也較會是新品牌的嘗試者。
8. McCarthy(1986) 研究績效回饋對自信心的影響作用，結果顯示男女兩性的自信心程度是不等的，即使女性大學生所得的績效評價與男性大學生是相同的，兩者間自信心差距仍然存在。

(二)獨立性

1. Goertz(1991) 曾研究有效的領導與創新的管理者特性間的關係，並定義獨立性為獨立的思想與行動。
2. Immanuel(1989) 曾從事有關印度護士的領導行為模式與衝突管理之關係的研究，並發現果斷、風險承擔、獨立性和自信心對護士領導權是必備的特質。
3. Smith, Yanchinski, Sabin 和 Simmons(1985) 曾從事如何訓練創新能力的研究，結果顯示獨立性，多采多姿的童年與外向的個性是具創新想法者的特性。
4. Barrick 和 Mount(1993) 曾研究工作上的獨立性如何調節五大人格特性和工作績效的關係，並以工作中的自治程度，工作是簡單且重覆的，完成工作的方式會因人而異，完成工作的方法會受別人期待方式或公司規定影響和工作本身即暗示在職者應該怎麼做等來衡量獨立性程度。
5. 某學者(1994) 指出在 1993 年美國人力資源管理協會年度大會中，曾討論如何讓員工發揮潛力導致較高工作績效，而結論是高績效員工在獨立性所表現的是：1. 認為自由非常重要；2. 抗拒所有官僚結構；3. 可能不易被管理；4. 是目標導向和自我管理的。
6. Hitt(1993) 在研究模範領導者時，曾指出獨立性是領導者必備之屬性之一，

如此領導者才能執行其評估、洞察、教導、授權、建立團隊與提倡品質的能。

- 毛國楠（民 74）則發現在選擇的自我肯定程度和作決定的獨立性上，男生成熟度高於女生，而工作取向上是女生高於男生。

(三)風險承擔

- Singer 和 Singer(1984) 探討所謂風險是機率或是個人特質，指出所謂風險是同時需要心理學上的分析與統計學上的定義的，統計學上的風險就是所謂報酬的變異性或失敗發生率；而心理學上是以激勵理論，個人差異性與個人特質來探討的，因此個人行為之歧異性與風險的關係，值得注意。
- Schwer 和 Yucelt(1984) 曾探討美國中小企業企業家與管理者的風險承擔傾向，並定義所謂風險承擔有：與企業相關的，與個人相關的，與生涯有關的，和與瑣細決策有關的四種，而風險承擔行為將因個人的激勵，對自己的感覺，改進自己的機率與完成某項任務的機率而有所不同。
- Kogan 和 Wallach(1964) 以受訪者回答從事：選擇工作、心臟手術、投資決策、足球比賽、外國投資、選擇大學、西洋棋移步、職業上的決策、逃避 powcamp、政治競選、研究決策、與婚姻決策等風險的機率高低，來定義風險承擔；並發現女性較男性逃避風險即使她們對自己的決策很有把握。
- 自信心與風險承擔**
 - krueger 和 Dickson(1994) 曾研究自我效力與機會認知間的關係，並指出自我的感知就是自我勝任與自信心的感覺，個人自我效力感覺增加時，會認知較多機會與較少的威脅存在，而對機會與威脅認知的改變亦將決定個人風險承擔的傾向。
 - March 和 Shapira(1992) 曾探討不同風險偏好與注意力集中間的關係，並指出成功的風險承擔者會較樂觀；而 Krueger 和 Dickson(1994) 則又發現樂觀的決策者，會較願承擔風險。
- 風險承擔與消費行為 Krueger 和 Dickson(1994) 在其上述的研究中曾發現感覺較自我效力的消費者，將可能缺乏品牌忠誠度而較有風險承擔傾向去接受新產品。

二、生活型態

有關生活型態之相關研究可分為以下三點來說明：

(一)生活型態與行銷及消費行為

- 錢玲玲（民 76）在「生活型態研究之運用」中指出，生活型態的研究可以提供行銷策略的指標有：找出品牌未涵蓋的市場、最強有力的市場、現有品牌之間競爭激烈的市場。亦可提供廣告戰略：針對不同的市場區隔，找出最愛喜愛的促銷方法、廣告創作的主題、最有效傳達訴求對象的媒體。
- 黃士銘（民 78）探討台北市少女的生活型態與化妝品的消費行為，其將生活

型態加以集群分析後，再探討各生活型態群的差異，結果發現：生活型態和化妝品消費行為有顯著相關。

3. 鮑國勇（民 79）針對女性化妝品市場，對於消費者的知覺風險與生活型態加以研究，結果發現各知覺風險程度群在一般生活型態及特殊生活型態各構面上皆有顯著差異。
4. 葉志男（民 79）以男性內衣購買者為對象，探討購買者生活型態及市場區隔，以擬定行銷策略。研究結果發現：(1)不同群之購買者在購買習性方面，除內衣款式及最常購買品牌之原因外，其餘均有顯著差異。(2)在購買通路選擇方面，除連鎖便利商店、軍公教福利中心、量販店外，其餘均具顯著差異。
5. 盧進賢（民 79）研究台灣政商雜誌讀者之生活型態與廣告關係，結果發現不同雜誌讀者在生活型態與人口統計變數上皆有顯著差異。
6. 薛政昌（民 79）以運動鞋為研究產品，針對台北地區大學生來加以調查，結果發現：各市場區隔之消費者在一般化生活型態各構面有顯著差異。

(二)生活型態與個人特質

1. 丁虹（民 72）探討台灣民營企業的經理人員價值觀與生活型態的關係；結果發現：(1)價值觀可分為八個構面，生活型態可分為十九個構面。(2)價值觀與生活型態有顯著相關。
2. 董瑪璿（民 72）研究台灣管理學院研究生與法學院研究生在價值觀與生活型態上之差異與關係。研究結論顯示：(1)愈不重視自由、和諧及禮儀的價值觀者，愈不以家庭為生活的重心。(2)愈重視才高勵志，但愈不重視禮儀的價值觀者，愈常閱讀書報雜誌，並覺得朋友認為他是個具有創造力或想像力的人。(3)愈重視舒適愉快的價值觀者，愈常收聽廣播。(4)愈重視和平世界，但愈不重視成就認可的價值觀者，愈不常去西餐廳等地方，而愈喜觀鄉居生活。
3. 粘榮發（民 74）研究雜誌訂戶群的價值觀、生活型態等的差異，研究結果發現：(1)價值觀可分為七個因素，生活型態可分解成三十二個因素。(2)價值觀、生活型態等構面都呈顯著相關。(3)由人口特性或閱讀行為來分組群時，可發現價值觀、生活型態都有其特殊的色彩。
4. 翁淑緣（民 73）針對北部地區大學生作研究，亦肯定價值觀與生活型態的關聯性。
5. 黃俊傑（民 75）對青少年生活型態、意識與價值觀作分析，發現在青少年不論在學或在職，皆處於過渡時期，風格獨特，但其文化與行為的類型仍與其在社會經濟上之結構地位（如性別、階級等）有密切關係。

(三)生活型態與休閒偏好

1. 莊仲仁（民 76）探討大學生生活型態與休閒偏好的選擇，結果發現：(1)生活型態有二十四個因素，休閒偏好有十一個因素。(2)大學生可區隔為六群，各區隔群在生活型態及休閒活動方面皆有所不同。
2. 鄭淑芬（民 76）探討台北市民之生活型態與休閒運動選擇之關係，結果發現

生活型態在高爾夫球、網球、羽球、游泳、國術、及瑜珈等六項休閒運動的選擇上，確實具有差異。

3. 胡蘭沁（民 82）研究台南地區大專學生生活型態與休閒偏好的關係，結果發現：(1)九種生活型態對八種休閒活動者所造成之影響有顯著差異。(2)各校學生在九種生活型態因素上，除了因素二（積極、獨立、自信）之外，皆有顯著差異。

三、休閒偏好與消費行爲

隨著社會的蓬勃發展，學生在富裕安定的社會中成長，他們的消費潛力及消費習性不容忽視。根據行政院主計處「青少年狀況調查報告」顯示我國青少年每月平均可支配的零用錢約為 3338 元，可見青少年實際上有很大的消費能力，在消費市場上有其影響力，故研究學生之消費行為有其必要性。茲列舉與休閒活動相關的研究如下：

1. 文崇一（民 77）抽取 4313 位全國居民為樣本進行研究，結果發現影響休閒活動的變數，最主要是教育程度，其次為年齡與性別。
2. 謝伸裕（民 65）研究台北市大安區與臺南學甲之大專以上畢業公民之間暇活動，結果發現休閒時間的分佈顯著地受地域、性別、學歷、年齡的影響。
3. 陳麗華（民 82）抽取台北市 12 所大學院校 947 位學生的樣本，研究結果發現大學女學生的休閒運動狀況與參與的程度及期望參與的興趣有顯著的差異。
4. 李國華（民 82）針對臺灣區國民小學教師休閒活動狀況，結果發現休閒活動不因性別、年齡的不同而有所差異。

綜合以上文獻，本研究各構面間之假設關係已經上述整體性文獻探討，其觀念架構如下：

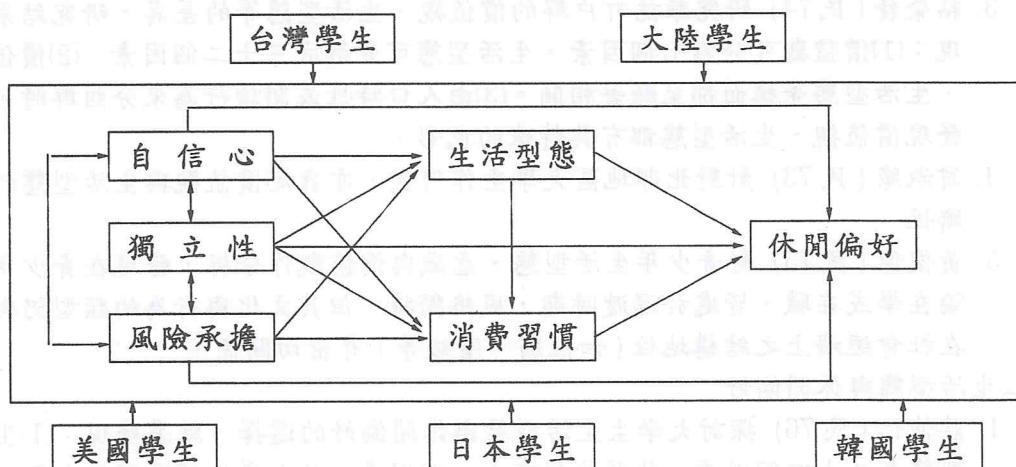


圖 1 本研究之觀念架構

參、研究方法

一、變數之操作性定義

本研究選擇之變數之原則係透過小組討論、文獻探討，並參酌類似研究所選用之變數而決定，在個人特質方面，計選擇自信心、獨立性及風險承擔等三個主要構面，其中自信心有五題問項來代表，獨立性八題，風險承擔十二題。生活型態方面係由 AIO 量表中選取十四題問項來代表。消費習慣方面係指消費者在選購產品過程中，對於流行品牌價格及地點之決策，有十一題問項來代表。休閒活動方面係指除日常生活必行之事外，在可以自由從事各項休閒活動之時間支配情形，本研究將休閒活動分為八大題，由受訪者填寫參與時間。詳細之問項設計如下：

二、研究假設

本研究之主要目的係探討及比較大學生在個人特質、生活型態、消費習慣及休閒偏好等方面之差異性與互動性，為一理論建構之肯定性研究 (Confirmatory research)，主要之研究假設如下：

1. 不同國籍之大學生在個人特質構面因素上無顯著差異。
2. 不同國籍之大學生在生活型態構面因素上無顯著差異。
3. 不同國籍之大學生在消費習慣構面因素上無顯著差異。
4. 不同國籍之大學生在休閒偏好構面因素上無顯著差異。
5. 自信心、獨立性與風險承擔高低不同之大學生，在生活型態構面因素無顯著差異。
6. 自信心、獨立性與風險承擔高低不同之大學生，在消費習慣構面因素無顯著差異。
7. 自信心、獨立性與風險承擔高低不同之大學生，在休閒偏好構面因素無顯著之影響。
8. 生活型態對於大學生之消費習慣構面因素無顯著之影響。
9. 生活型態對於大學生之休閒偏好構面因素無顯著之影響。
10. 生活型態與消費習慣對於大學生之休閒偏好構面因素無顯著之影響。

三、問卷設計

本研究之問卷全部以多指標之方式進行設計，問卷設計時曾進行十餘場小組座談，針對相關研究構面請大學生提供意見，同時參考呂勝瑛 (1984)、楊極東 (1985)、胡蘭沁 (1993) 等研究選用之變項，並斟酌本研究之需要而決定。問卷共分為自信心、獨立性、風險承擔、生活型態、消費習慣、休閒偏好及個人基本資料等七大部份。問卷中，除了第七部份外，皆採用 Likert 五點量表，由受測試的學生圈選，本問卷先以中文問卷設計後，再翻譯為英文、日文及韓文問卷，並經再譯法 (Back translation) 及量表信度檢定符合後始進行大規模之問卷調查。

各研究構面經採用主成份因素分析法及最大變異變數轉軸法，以確定因素構面，並以因素負荷量 (Factor loading)，特徵值 (Eigenvalue)，及 Cronbach α 係數來檢測各構面之量表信度，在確認各量表之信度後，始進行進一步之資料分析與研判之工作。

四、抽樣設計

本研究係採取郵寄問卷調查之方法，計發出中文問卷 910 份 (含國內大學生及研究生 380 份，大陸大學生及研究生 100 份，台灣留美大學生及研究生 280 份，台灣留日大學生及研究生 150 份)，日文問卷 150 份，韓文問卷 150 份，英文問卷 100 份。分別於 82 年 9 月中旬至 83 年 1 月期間寄出，平均有效回收率為 57%，有效問卷 745 份。

就整體而言，男女樣本比率蟹平均，分別各佔總樣本的 53%、47%；而年齡在 18~22 歲者，佔總樣本 42%，25 歲以上者佔總樣本 37%；大學生佔總樣本 62%，研究生為 38%；而科系之分佈文學院佔總樣本 15%，理工科 27%，法商科 35%。而有關個人花費部份，每個月之花費在新台幣 6000 元以下佔總樣本 48%，10500 元以上佔總樣本 18%；個人每月平均收入則集中在新台幣一萬元以下，佔總樣本 35%；家庭每月平均收入方面，新台幣六萬元以上佔總樣本 35%，三至四萬元者佔總樣本 18%。婚姻狀況分佈情形，單身者佔總樣本 90%；宗教信仰方面，無信仰者佔總樣本 57%，基督教次之，佔 11.95%；居住情形，在外租屋、住宿及住在自己家中者，三者比率相當，分別為 40%、28% 及 28%。

五、資料分析方法

(一)量表信度之檢定

本研究之問卷量表利用以下方法進行信度之檢定：

1. 因素分析法
2. 內部一致性分析 (Cronbach's α)

(二)中美日韓及大陸地區大學生及研究生其自信心、獨立性、風險承擔、生活型態、消費習慣及休閒偏好等方面之差異性比較，採用以下之統計分析方法加以檢定：

1. 變異數分析
2. 鄧肯多重比較差異分析

(三)探討自信心、獨立性、風險承擔、生活型態、休閒偏好及消費習慣等因素間的相關性與互動性時，採用以下之統計分析方法加以檢定：

1. 變異數分析
2. 結構方程模型分析 (LISREL)

肆、研究結果

一、各理論構面因素之量表信度檢定

本研究為檢定各構面因素之量表信度及內部一致性，首先利用主成份分析法來界定各因素之方向性，並依 Hair, Anderson, Tatham, and Black(1995) 之建議，取特徵值為 1.0 以上，因素負荷量大於 0.5，Cronbach's α 係數大於 0.5，且因素與另一因素負荷之差異量在 0.3 以上之變數為該因素之因子。分析過程中若有因素不符合以上之標準時，該題將予捨棄。

如表 1 所示，在自信心方面本研究選擇積極，能幹，有價值及對自己滿意等問題來界定自信心之因素。研究結果顯示各變項之因素負荷量及 Cronbach's α 均頗能符合標準。而在獨立性方面，本研究結果將之區分為「外向上進」與「任性多疑」兩個變項。其中「外向上進」係由「有雄心」、「好奇的」及「風趣的」等三個問題來代表。「任性多疑」是由「任性的」、「依賴的」及「多疑的」等三個問題來代表。這兩個因素之因素負荷量均在 0.63 以上， α 值亦在 0.50 以上，顯示「獨立性」構面之量表信度可以接受。

在「風險承擔」之構面方面，因素分析結果區分為「冒險執著」與「成熟穩重」等兩個變項。其中「冒險執著」係由「具有才幹能力好」，「具有信心(勤奮、有抱負的)」，「具有才智(聰明的)」，「勇敢擔當(能夠站起來維護自己的信念)」及「獨立自主(自立自主)」等五個問題來代表。「成熟穩重」係由「幸福滿足」，「內心和諧(沒有內在之衝突)」，「家庭安全(照顧所愛的人)」，「真正的友誼(親近的同伴)」，「智慧(成熟的瞭解生命)」及「自我尊重」等六個問題來代表。這兩個因素之因素負荷量均在 0.59 以上，且 α 值分別為 0.78 及 0.76，顯示「風險承擔」構面之量表信度頗佳。

在生活型態方面，本研究經因素分析結果將之區分為「追求時髦」與「家庭傾向」等兩個變項，其中「追求時髦」係由「我喜歡時髦的東西」，「我喜歡成為大家注意的焦點」，「我對名牌昂貴的東西感興趣」，「比起我的朋友，我比較愛嘗試新產品」，「我喜歡盛大喧鬧的聚會」，「我較喜歡富有挑戰性之休閒活動」等六個問題來代表。而「家庭傾向」係由「我喜歡和家人共進晚餐」，「我經常利用假日與家人團聚」，「我喜歡預先規劃自己的活動」等三個問題來代表。此兩個因素之負荷量皆在 0.52 以上， α 值分別為 0.76 與 0.55，顯示生活型態構面因素之量表信度可以接受。

在消費習慣方面，本研究將之區分為「重視品牌」及「經濟實在」等兩個因素。其中「重視品牌」之消費者經常在精品店或專賣店購物，喜歡顯異產品及價格高的產品。而「經濟實在」之消費者比較喜歡流行產品，半流行產品及價格普通之產品。這兩個因素之負荷量皆在 0.60 以上， α 值分別在 0.72 及 0.60，可見其信度可以接受。

在休閒偏好方面，本研究將之區分為「社交文藝活動偏好」「戶外活動偏好

表1 研究構面因素之量表信度檢定

因素	變項與問項名稱	構面信度分析			
		因素負荷量	因素分析特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
個 外向性	自信心 • 我和大多數人一樣的能幹 • 整體而研，我對自己很滿意 • 我覺得自己很積極	0.77 0.64 0.67 0.60	1.96	49.02	0.65
	• 我覺得自己與別人一樣的有價值 外向上進 • 有雄心 • 好奇的 • 風趣的	0.77 0.71 0.63			
人 任性多疑	任性多疑 • 任性的 • 依賴的 • 多疑的	0.72 0.69 0.68	1.51	25.15	0.50
	冒險執著 • 具有才幹(能力好) • 具有雄心(勤奮的、有抱負的) • 具有才智(聰明的) • 勇敢擔當(能夠站起來維護自己的信念) • 獨立自主(自立自足)	0.77 0.74 0.71 0.68 0.67			
質 成熟穩重	成熟穩重 • 幸福(滿足) • 心內的和諧(沒有內在的衝突) • 家庭安全(照顧所愛的人) • 真正的有誼(親近的同伴) • 智慧(成熟的瞭解生命) • 自我尊重(自尊)	0.67 0.71 0.67 0.61 0.59 0.59	3.73	33.94	0.78
	追求時髦 • 我喜歡時髦的東西 • 我喜歡成為大家注意的焦點 • 我對名牌昂貴的東西感興趣 • 比起我的朋友，我較愛嘗試新產品 • 我喜歡盛大喧鬧的聚會 • 我較喜歡富挑戰性的休閒活動	0.81 0.76 0.71 0.71 0.61 0.54			
生活 型態	家庭傾向 • 我喜歡和家人共進晚餐 • 我經常利用假日和家人團聚 • 我喜歡預先規劃自己的活動	0.85 0.85 0.52	1.65	18.28	0.55
	消費 習慣	重視品牌 • 我常在精品店購買產品 • 我常在專賣店購買產品 • 我喜歡顯異產品 • 我喜歡價格高的產品	0.82 0.78 0.66 0.65		
休 閒 偏好	經濟實在 • 我喜歡流行產品 • 我喜歡半流行產品 • 我喜歡價格普通的產品	0.79 0.79 0.60	1.44	20.51	0.60
	社交文藝活動偏好 • 社交類參與時間 • 安逸類參與時間 • 藝文類參與時間 • 視聽類參與時間	0.80 0.77 0.63 0.63			
	戶外活動偏好 • 大自然類參與時間 • 運動類參與時間	0.84 0.66	1.03 0.87	14.66	0.42
	賭博性娛樂偏好 • 賭注電玩類參與時間	0.96			

」及「賭博性娛樂偏好」等三個因素來代表，其變數係由消費者填寫參與各類活動之時間來表示。各因素之負荷量皆在 0.63 以上。「社交文藝活動偏好」之 α 值為 0.71，「戶外活動偏好」之 α 值稍低 (0.42)，但由於本研究之需要，我們仍然保留此一因素做為後續研究之依據。根據 Cuiford(1965) 之看法， α 值大於 0.7 者為高信度，若是小於 0.35 則代表信度過低。因此 α 值為 0.42 應在可以接受之範圍內。此外「賭博性娛樂偏好」由於是單題問項，故無 α 值。

綜合以上對於「自信心」、「獨立自主」、「風險承擔」、「生活型態」、「消費習性」及「休閒偏好」等研究構面因素之檢定發現各萃取因素之信度均能夠達到設定之選擇標準，因此為濃縮資料，便於掌握關鍵變數，本研究將以各萃取之因素來取代變數，做為後續研究之依據。

二、回收樣本基本特性

中美日韓大學生在自信心、獨立性、風險承擔、生活型態、消費習慣及休閒偏好等構面因素之整體表現如表 2 所示。由表 2 可知，中美日韓及中國大陸學生所表現出程度最高及最低的項目如下：

(一) 程度最高之項目

- | | |
|--------|------|
| • 成熟穩重 | 4.48 |
| • 冒險執著 | 4.22 |
| • 自信心 | 3.77 |

(二) 程度最低之項目

- | | |
|-----------|------|
| • 賭博性娛樂偏好 | 1.64 |
| • 戶外活動偏好 | 2.22 |
| • 重視品牌型 | 2.59 |

由上述結果看來，受訪學生皆普遍認為自己總是成熟穩重、冒險執著且頗有自信的，他們通常不是重視品牌的消費者，而花在賭博性娛樂與戶外活動的時間較少。回收樣本之其他基本特性請參考前節之說明。

三、中美日韓大學生在研究構面因素上之差異性

為比較中美日韓大學生在自信心、獨立性、風險承擔、生活型態、消費習慣及休閒偏好等方面之差異性，本研究利用變異數分析 (ANOVA) 及鄧肯 (Duncan) 多重檢定法進行分析，其結果如表 3 所示。由表 3 可知本研究將研究族群區分為台灣本地大學生 ($n=264$)，台灣留美學生 ($n=152$)，台灣留日學生 ($n=65$)，中國大陸大學生 ($n=41$)，美國大學生 ($n=52$)，日本大學生 ($n=40$) 及韓國大學生 ($n=131$) 等七組。ANOVA 及 Duncon 分析結果發現在自信心方面，美國之大學生及研究生其自信心遠較日本及台灣大學生及研究生為高 ($F=13.08, P<0.0001$)。此結果可能顯示美國大學生與研究生在自信、積極、滿意及能幹等變項上顯著偏高。

表2 回收樣本各構面因素之意見均值與標準差

構面	各構面因素	意見均值	標準差
自信心	自信心	3.77	0.64
獨立性	外向上進	3.64	0.70
	任性多疑	2.84	0.76
風險	冒險執著	4.22	0.51
承擔	成熟穩重	4.48	0.43
生活型態	追求時髦	2.90	0.78
	家庭傾向	3.59	0.83
消費	重視品牌	2.59	0.66
習慣	經濟實在	3.09	0.58
休閒偏好	社教文藝活動偏好	3.22	1.15
	戶外活動偏好	2.22	1.21
	賭博性娛樂偏好	1.64	1.25

在獨立性方面，研究結果顯示，日本之大學生與研究生其任性多疑之程度（包括任性，依賴及多疑之程度）遠高於其他組群大學生及研究生 ($F = 17.51, P < 0.0001$)。但各組群在外向上進方面（包括雄心、好奇與風趣方面）以美國最高，其他國家次之 ($F < 5.75, P < 0.0001$)。此一研究結果可能顯示，台灣、大陸、日本及韓國之大學生在獨立自主方面之訓練不夠。過去的研究 (Iranfor 1983) 亦顯示留學生所受的異國教育對其移民抉擇的影響效果，發現留學生決定返國者自尊程度較高，較有安全感，和較高情緒穩定性。而決定留在美國者有較高個人獨立性與個人適當性。

在風險承擔方面，研究結果顯示，美國大學生與研究生其冒險執著之程度遠較日本學生高 ($F = 2.80, P < 0.0106$)。而在成熟穩重方面，則以美國、台灣本土、台灣留美及台灣留日之大學生與研究生較高 ($F = 8.52, P < 0.001$)。

在生活型態方面，研究結果顯示，台灣本土及台灣留美大學生及研究生比較不注重追求時髦之生活型態，其對於時髦的東西，名牌，及新產品比較不重視 ($F = 7.18, P < 0.0001$)。此外大陸與台灣之大學生與研究生顯著地比美日韓國等方面之大學生與研究生重視家庭的和諧與家庭之團聚 ($F = 18.52, P < 0.0001$)。

在消費習慣方面，研究結果顯示美國及台灣留日之大學生比較傾向於重視高品牌之消費習慣，其對於顯異產品，價格高之產品比較有興趣亦經常在精品店與專賣店購物 ($F = 9.07, P < 0.0001$)。而相對於其他組群之大學生，大陸及日本學生似比較「經濟實在」，而傾向購買較為中、低價格之產品。

在休閒偏好方面，研究結果顯示，美國大學生與研究生花在社交類、安逸類、藝文類及視聽類之時間與在大自然及運動類之時間均較其他組群為高 ($F = 15.56,$

$P < 0.0001$ 及 $F = 7.12, P < 0.0001$)。在賭博性娛樂方面，各組群並無明顯差異存在 ($F = 1.50, P < 0.1740$)。

以上之研究結果說明了幾項事實；第一，美國大學生及研究生比較自信、獨立且勇於承擔風險，這群人基本上具有個性化消費主張之特性，其消費習慣比較傾向差異化之購買者，而在社交、安逸、視聽及運動項目上花了更多的時間。第二，日本大學生及研究生比較任性、依賴且比較不具承擔風險之特質，其消費習性比較傾向中低價位產品之購買者。第三，台灣、大陸及韓國之大學生及研究生多半以讀書為重，重視家庭且亦是中低價位產品之購買者。此結果與 Hofstede (1980) 之研究結果剖為吻合。Hofstede 認為在權力級距 (Power Distance)、個人主義 (Individualism)、風險趨避 (Risk Aversion) 及男性主義 (Masculinity) 等四個文化構面因素中，美國人最重視個人主義，有極高之風險承擔傾向，其集權化之程度較高，但男性主義之傾向較低。日本人最重視男性主義，其權力級距、男性主義及風險承擔之程度均偏低。

表 3 構面因素及變項之差異分析

因素	變項名稱	台灣 平均值 (N=264) (1)	台灣留美 平均值 (N=152) (2)	台灣留日 平均值 (N=65) (3)	中國大陸 平均值 (N=41) (4)	美國 平均值 (N=52) (5)	日本 平均值 (N=40) (6)	韓國 平均值 (N=131) (7)	F 值	P 值	Duncan
自信心	自信心	3.60	3.88	3.60	3.99	4.10	3.41	3.98	13.08	0.0001	(5472)(316)
獨立性	外向上進	3.51	3.71	3.62	3.70	4.10	3.66	3.64	5.75	0.0001	(5)(246731)
	任性多疑	2.86	2.77	3.05	2.44	3.25	3.60	2.54	17.51	0.0001	(6)(53)(31)
風險承擔	冒險執著	4.15	4.26	4.23	4.33	4.40	4.10	4.21	2.80	0.0101	(54237)(42371)
	成熟穩重	4.50	4.58	4.57	4.38	4.63	4.31	4.31	8.52	0.0001	(5231)(14)(467)
生活型態	追求時髦	2.69	2.87	3.13	3.07	3.01	3.00	3.13	7.18	0.0001	(723562)(21)
	家庭傾向	3.67	3.81	3.73	4.05	3.42	3.16	3.08	18.52	0.0001	(42)(231)(15)
消費	重視品牌	2.46	2.57	2.86	2.28	2.99	2.64	2.67	9.07	0.0001	(53)(376) (7621)(14)
習慣	經濟實在	3.15	3.20	3.01	3.35	2.78	3.26	2.86	10.10	0.0001	(4621)(213)
休閒偏好	社交文藝活動偏好	3.37	3.32	2.97	3.55	3.83	1.90	3.01	15.56	0.0001	(54)(412)(127) (237)(6)
	戶外活動偏好	2.38	2.13	1.92	2.38	2.74	1.34	2.19	7.12	0.0001	(541)(4172) (732)(6)
	賭博性娛樂偏好	1.75	1.49	1.83	1.80	1.60	1.48	1.50	1.50	0.1740	(3415726)

四、不同組群之大學生在各研究構面之差異分析

表 4 係分別以自信心、獨立性及風險承擔之平均分數為分界點，將大學生區分為高低兩組，並探討各組群在生活型態，消費習慣及休閒偏好等方面之差異性。由表中可知自信心較高之大學生比較傾向追求時髦之生活型態 ($P < 0.001$) 及重視品牌之消費習慣 ($P < 0.05$)。同時，較為外向上進之大學生亦比較重視追求時髦之生活型態 ($P < 0.01$) 及重視高品牌之消費習慣 ($P < 0.0001$)，其賭博性娛樂 ($P <$

0.05)之偏好傾向均比較高。而較為任性多疑之大學生其家庭傾向似乎較低 ($P < 0.05$)，但卻亦重視品牌之消費習慣 ($P < 0.05$)。

表4 自信心、獨立性及風險承擔對於生活型態、消費習慣與休閒偏好之影響分析

構面因素			生活型態		消費習慣		休閒偏好		
			追求時髦	家庭傾向	重視品牌	經濟實在	社交文藝活動偏好	戶外活動偏好	賭博性娛樂偏好
自信心	自信	高	3.05	3.66	2.65	3.10	3.28	2.28	1.57
		低	2.77**	3.52	2.53*	3.08	3.18	2.17	1.70
獨立性	外向	高	3.12	3.59	2.68	3.10	3.27	2.34	1.73
		上進	2.57**	3.58	2.45**	3.08	3.15	2.05**	1.15*
任性多疑	高	2.94	3.51	2.65	3.12	3.25	2.14	1.65	
		低	2.87	3.66*	3.06	3.20	2.30	2.30	1.63
風險	冒險	高	3.12	3.59	2.68	3.10	3.27	2.34	1.73
		執著	2.57**	3.58	2.45**	3.08	3.15	2.05**	1.15*
承擔	成熟	高	2.89	3.70	2.61	3.13	3.34	2.33	1.61
		穩重	2.91	3.43**	2.55	3.03*	3.07**	2.08**	1.67

註：「*」代表高低組之間差異之顯著水準達 0.05。

「**」代表顯著水準達 0.01。

「***」代表顯著水準達 0.001。

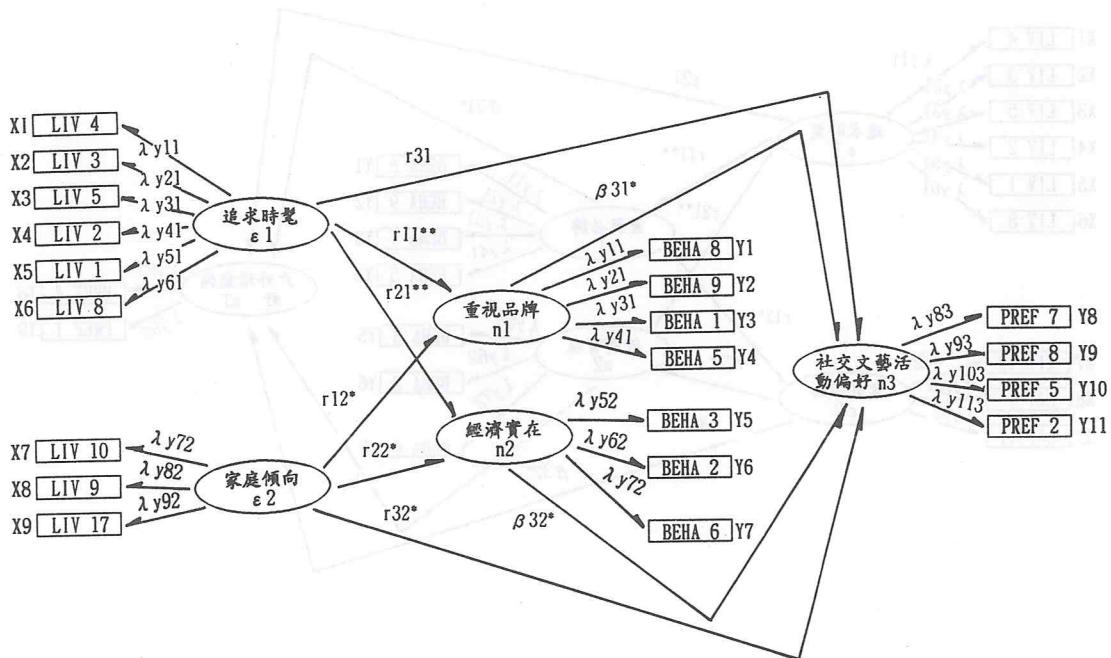
再者，冒險執著程度較高之大學生，其對於追求時髦 ($P < 0.001$) 及家庭傾向 ($P < 0.05$) 之重視程度較高，具有重視品牌之消費習慣 ($P < 0.001$)，且花在社交文藝活動之時間亦較多 ($P < 0.05$)。最後，比較成熟穩重之消費者較重視家庭傾向之生活型態 ($P < 0.001$)，經濟實在之消費習慣 ($P < 0.05$)。此類大學生之社交文藝活動 ($P < 0.01$) 及戶外活動 ($P < 0.01$) 之時間均較不成熟穩重之大學生為多。

五、結構方程模型分析

本研究以 LISREL 結構方程模型來分析大學生之生活型態對於其消費習慣及休閒偏好之影響。圖 2 為生活型態對於消費習慣及社交文藝活動時間之影響。由圖中可知追求時髦之消費者，其消費型態傾向於重視品牌 ($r_{11}=0.416, P < 0.01$)；而家庭傾向之消費者，其消費之型態傾向於經濟實在 ($r_{22}=0.172, P < 0.05$)。同時，愈具有家庭傾向之消費者，其花在社交文藝活動之時間愈多 ($r_{32}=0.226, P < 0.05$)。而愈重視品牌差異及愈重視經濟實在之消費習慣之消費者，其花在社交文藝活動之時間亦愈多。

圖 3 為生活型態對於消費習慣及戶外活動之影響。由圖中可知生活型態似對於消費者花在戶外活動之時間上無顯著之關連性。但經濟實在之消費習慣之消費者，其花在戶外活動之時間似比較多 ($\beta_{32}=0.197$)。

圖4為生活型態對於消費習慣及賭博性娛樂活動之影響。由圖中可知，追求時髦之消費者，其花在賭博性娛樂活動之時間明顯偏高 ($r_{31}=0.91, P<0.0001$)。而具有重視品牌之消費者，其花在賭博性娛樂活動之時間亦明顯偏高 ($\beta_{31}=0.25, P<0.05$)，具有經濟實在之消費者，其花在賭博性娛樂活動之時間明顯較低 ($\beta_{32}=-0.24, P<0.05$)。



解釋能力與配合度檢定

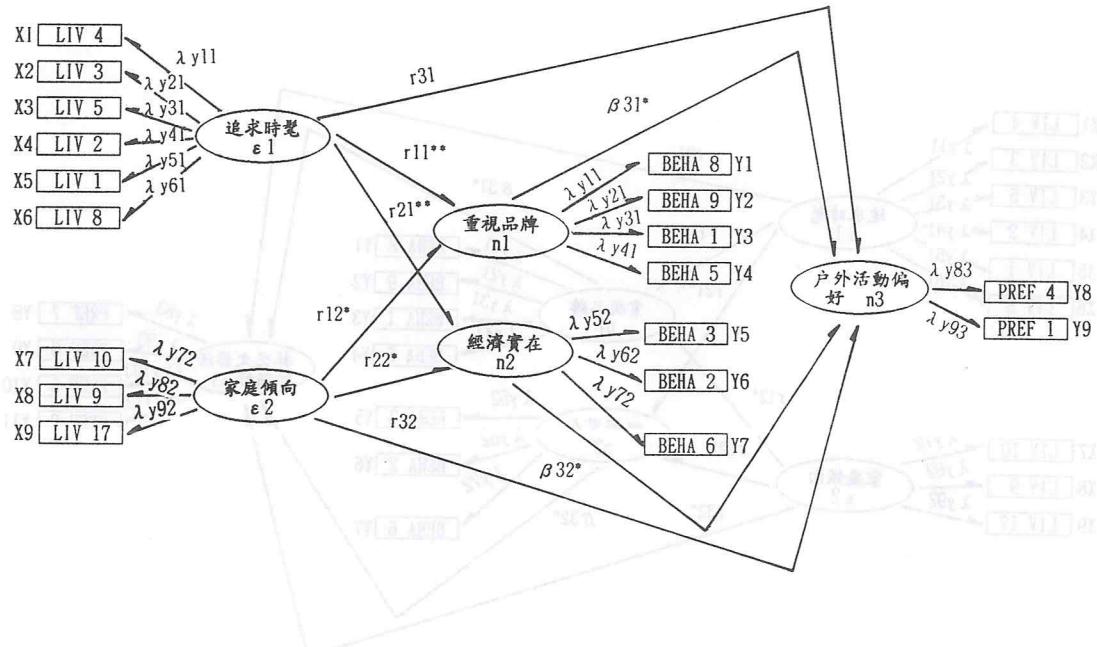
TCD for x=0.952
TCD FOR Y=0.908
$R^2=0.43$
GFI=0.92
AGFI=0.894
RMSR=0.059
$\chi^2=599.69 (df=158)$

結構方程式係數

$\lambda_{x11}=1$	$\lambda_{y11}=1$	$r_{11}=0.416$
$\lambda_{x21}=0.747$	$\lambda_{y21}=0.878$	$r_{21}=0.157$
$\lambda_{x31}=0.916$	$\lambda_{y31}=0.831$	$r_{12}=0.124$
$\lambda_{x41}=0.537$	$\lambda_{y41}=0.693$	$r_{22}=0.28$
$\lambda_{x51}=0.575$	$\lambda_{y51}=1$	$r_{31}=0.172$
$\lambda_{x61}=0.338$	$\lambda_{y61}=1.073$	$r_{32}=0.226$
$\lambda_{x72}=1$	$\lambda_{y72}=0.45$	
$\lambda_{x82}=1.303$	$\lambda_{y82}=1$	$\beta_{31}=0.229$
$\lambda_{x92}=0.289$	$\lambda_{y93}=0.92$	
	$\lambda_{y103}=0.694$	$\beta_{32}=0.287$
	$\lambda_{y113}=0.693$	

圖2 生活型態對於消費習慣及社交文藝活動偏好之影響

來並，城下中對由。香港之威示深外對和入前骨齒依推設深系主或小圖。
 $(1000.0 > 9.18.0 = 18)$ 香港國即質和之威示深外對和去蘇其，香港深文婆和
 $(65.0 = 18)$ 香港國即質和之威示深外對和去蘇其，香港深文婆和
 $= 18)$ 香港國即質和之威示深外對和去蘇其，香港深文婆和
 $\cdot (60.0 > 9.18.0$



解釋能力與配合度檢定

TCD for x=0.952
TCD FOR Y=0.955
$R^2=0.42$
GFI=0.921
AGFI=0.890
RMSR=0.059
$\chi^2=537.81(df=123)$

結構方程式係數

$\lambda_{x11}=1$	$\lambda_{y11}=1$	$r_{11}=0.415$
$\lambda_{x21}=0.751$	$\lambda_{y21}=0.882$	$r_{21}=0.154$
$\lambda_{x31}=0.918$	$\lambda_{y31}=0.848$	$r_{12}=0.027$
$\lambda_{x41}=0.642$	$\lambda_{y41}=0.706$	$r_{22}=0.165$
$\lambda_{x51}=0.576$	$\lambda_{y51}=1$	$r_{31}=0.065$
$\lambda_{x61}=0.341$	$\lambda_{y61}=1.120$	$r_{32}=0.091$
$\lambda_{x72}=1$	$\lambda_{y72}=0.461$	$\beta_{31}=0.001$
$\lambda_{x82}=1.234$	$\lambda_{y82}=1$	$\beta_{32}=0.197$
$\lambda_{x92}=0.282$	$\lambda_{y93}=0.671$	

圖 3 生活型態對於消費習慣及戶外活動偏好之影響

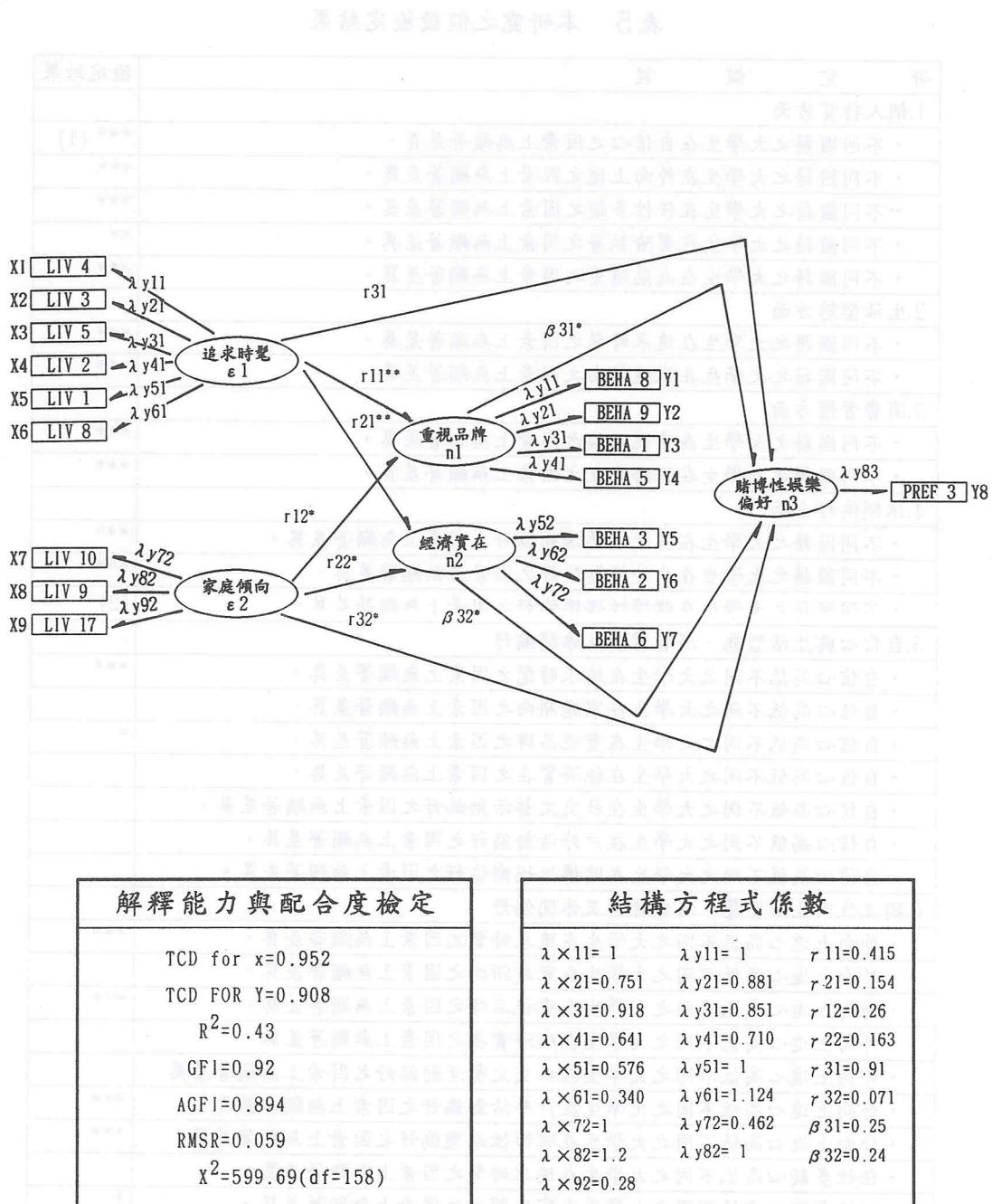


圖 4 生活型態對於消費習慣及賭博性娛樂活動偏好之影響

表5 本研究之假設檢定結果

研 究 假 設	檢定結果
1.個人特質方面	
• 不同國籍之大學生在自信心之因素上無顯著差異。	*** (1)
• 不同國籍之大學生在外向上進之因素上無顯著差異。	***
• 不同國籍之大學生在任性多疑之因素上無顯著差異。	***
• 不同國籍之大學生在冒險執著之因素上無顯著差異。	**
• 不同國籍之大學生在成熟穩重之因素上無顯著差異。	***
2.生活型態方面	
• 不同國籍之大學生在追求時髦之因素上無顯著差異。	***
• 不同國籍之大學生在家庭傾向之因素上無顯著差異。	***
3.消費習慣方面	
• 不同國籍之大學生在重視品牌之因素上無顯著差異。	***
• 不同國籍之大學生在經濟實在之因素上無顯著差異。	***
4.休閒偏好方面	
• 不同國籍之大學生在社交文藝活動偏好之因素上無顯著差異。	***
• 不同國籍之大學生在戶外活動偏好之因素上無顯著差異。	***
• 不同國籍之大學生在賭博性娛樂偏好之因素上無顯著差異。	(2)
5.自信心與生活型態、消費習慣及休閒偏好	
• 自信心高低不同之大學生在追求時髦之因素上無顯著差異。	***
• 自信心高低不同之大學生在家庭傾向之因素上無顯著差異。	
• 自信心高低不同之大學生在重視品牌之因素上無顯著差異。	*
• 自信心高低不同之大學生在經濟實在之因素上無顯著差異。	
• 自信心高低不同之大學生在社交文藝活動偏好之因素上無顯著差異。	
• 自信心高低不同之大學生在戶外活動偏好之因素上無顯著差異。	
• 自信心高低不同之大學生在賭博性娛樂偏好之因素上無顯著差異。	
6.獨立性與生活型態、消費習慣及休閒偏好	
• 外向上進心高低不同之大學生在追求時髦之因素上無顯著差異。	***
• 外向上進心高低不同之大學生在家庭傾向之因素上無顯著差異。	
• 外向上進心高低不同之大學生在重視品牌之因素上無顯著差異。	***
• 外向上進心高低不同之大學生在經濟實在之因素上無顯著差異。	
• 外向上進心高低不同之大學生在社交文藝活動偏好之因素上無顯著差異。	
• 外向上進心高低不同之大學生在戶外活動偏好之因素上無顯著差異。	**
• 外向上進心高低不同之大學生在賭博性娛樂偏好之因素上無顯著差異。	***
• 任性多疑心高低不同之大學生在追求時髦之因素上無顯著差異。	
• 任性多疑心高低不同之大學生在家庭傾向之因素上無顯著差異。	*
• 任性多疑心高低不同之大學生在重視品牌之因素上無顯著差異。	
• 任性多疑心高低不同之大學生在經濟實在之因素上無顯著差異。	
• 任性多疑心高低不同之大學生在社交文藝活動偏好之因素上無顯著差異。	
• 任性多疑心高低不同之大學生在戶外活動偏好之因素上無顯著差異。	
• 任性多疑心高低不同之大學生在賭博性娛樂偏好之因素上無顯著差異。	

表5 本研究之假設檢定結果(續)

7.風險承擔與生活型態、消費習慣及休閒偏好	
• 冒險執著性高低不同之大學生在追求時髦之因素上無顯著差異。	***
• 冒險執著性高低不同之大學生在家庭傾向之因素上無顯著差異。	
• 冒險執著性高低不同之大學生在重視品牌之因素上無顯著差異。	***
• 冒險執著性高低不同之大學生在經濟實在之因素上無顯著差異。	
• 冒險執著性高低不同之大學生在社交文藝活動偏好之因素上無顯著差異。	
• 冒險執著性高低不同之大學生在戶外活動偏好之因素上無顯著差異。	***
• 冒險執著性高低不同之大學生在賭博性娛樂偏好之因素上無顯著差異。	*
• 成熟穩重性高低不同之大學生在追求時髦之因素上無顯著差異。	
• 成熟穩重性高低不同之大學生在家庭傾向之因素上無顯著差異。	***
• 成熟穩重性高低不同之大學生在重視品牌之因素上無顯著差異。	
• 成熟穩重性高低不同之大學生在經濟實在之因素上無顯著差異。	*
• 成熟穩重性高低不同之大學生在社交文藝活動偏好之因素上無顯著差異。	**
• 成熟穩重性高低不同之大學生在戶外活動偏好之因素上無顯著差異。	**
• 成熟穩重性高低不同之大學生在賭博性娛樂偏好之因素上無顯著差異。	
8.生活型態與消費習慣	
• 追求時髦之對大學生重視品牌之因素無顯著影響。	**
• 追求時髦之對大學生經濟實在之因素無顯著影響。	**
• 家庭傾向之對大學生重視品牌之因素無顯著影響。	*
• 家庭傾向之對大學生經濟實在之因素無顯著影響。	*
9.生活型態與休閒偏好	
• 追求時髦之對大學生社交文藝活動偏好之因素無顯著影響。	
• 追求時髦之對大學生戶外活動偏好之因素無顯著影響。	
• 追求時髦之對大學生賭博性娛樂偏好之因素無顯著影響。	**
• 家庭傾向之對大學生社交文藝活動偏好之因素無顯著影響。	*
• 家庭傾向之對大學生戶外活動偏好之因素無顯著影響。	
• 家庭傾向之對大學生賭博性娛樂偏好之因素無顯著影響。	
10.消費習慣與休閒偏好	
• 重視品牌之對大學生社交文藝活動偏好之因素無顯著影響。	*
• 重視品牌之對大學生戶外活動偏好之因素無顯著影響。	*
• 重視品牌之對大學生賭博性娛樂偏好之因素無顯著影響。	*
• 經濟實在之對大學生社交文藝活動偏好之因素無顯著影響。	*
• 經濟實在之對大學生戶外活動偏好之因素無顯著影響。	*
• 經濟實在之對大學生賭博性娛樂偏好之因素無顯著影響。	*

註：(1)『*』代表顯著水準達0.05

『**』代表顯著水準達0.01

『***』代表顯著水準達0.001

(2)空白表無顯著差異存在。

伍、結論及建議

本研究之主要目的在於探討消費者自信心、獨立性及風險承擔之個人特質對其生活型態與休閒偏好之影響。透過1310份問卷調查及資料分析之結果，本研究獲致以下之結論：

1. 美國大學學生之自信心顯著高於台灣及日本之大學生。
2. 台灣、大陸、日本及韓國之大學生其獨立自主方面之訓練不夠，且日本學生較有任性，依賴及多疑之特質。
3. 美國之大學生之風險承擔之程度較台灣及日本大學生高，且日本及韓國大學生之成熟與穩定度則較為偏低。
4. 台灣之大學生比較不注重追求時髦之生活型態及不重視高品牌之消費習慣，且台灣及大陸之大學生較注重家庭之和諧與團聚。
5. 美國消費者比較傾向於重視高品牌之消費習慣，對於顯異產品及價格高之產品比較有興趣。大陸及韓國消費者比較重視經濟實在之購買傾向。
6. 美國之消費者花在社交類、藝文類、視聽類、大自然及運動類之時間較其他組群為高。
7. 自信心較高且較為外向上進之大學生比較重視追求時髦之生活型態，具有重視品牌之消費習慣，對於戶外活動與賭博性娛樂活動之偏好較高。
8. 風險承擔較高之消費者比較重視追求時髦及重視品牌之消費習慣，成熟穩重之消費者比較重視經濟實在之消費習慣。
9. 追求時髦之消費者比較傾向重視品牌之消費行為，家庭傾向之消費者比較傾向經濟實在之消費行為。同時，愈是具有家庭傾向之消費者，其花在社交文藝活動之時間亦愈多。
10. 經濟實在之消費者花在戶外活動之時間明顯較多，但花在賭博性娛樂之時間明顯較低。追求時髦之消費者花在賭博性娛樂活動之時間明顯偏高。

本研究是國內少數以中美日韓之大學生及研究生為樣本探討消費者獨立自主與風險承擔特質對其生活型態與休閒偏好之影響研究，雖力求完整，惟仍有一些研究限制，值得後續研究者更進一步地加以探討。

1. 本研究採用橫斷面之研究設計，若能改以縱斷面時間序列之研究，以探討各構面之變更過程，也會有新的發現。
2. 本研究係先以中文設計，再翻譯為英、日、韓文，雖經再譯法(Back Translation)檢定其信度，但中美日韓大學生由於民族性與文化背景之不同，在回答問卷時，可能會參入其主觀之因素，而產生誤差，後續研究應進行再印證之工作。
3. 本研究為避免使問卷太長而影響回卷者答題之意願，故有許多相關之研究變數未能納入。後續研究者可再擴大研究構面及因素進行更進一步的探討。

參考文獻

1. 丁虹，「民營企業經理人價值觀與生活型態」，政大企研所碩士論文，1983。
2. 文崇一，「台灣區居民休閒活動的分析」，南港：中央研究院，1998。
3. 毛國楠，「職業成熟與職業興趣的相關研究」，師大教育心理學報，18，1985，頁229-238。
4. 行政院經濟建設委員會，「台灣地區國民生活結構調查分析報告」，1978。
5. 呂勝瑛，「資優兒童的心理特質之研究」，政大教育與心理研究，第5期，1982，頁225-250。
6. 李金漢，「個人價值觀念與消費行為」，文崇一等編，「社會及行為科學研究的中國化」，(台北：中央研究院民族學研究所)，1982，頁444-466。
7. 李國華，「國民小學教師休閒活動狀況調查研究」，台南師院學報，第26期，1993，頁313-332。
8. 林清財，「少年自我統整與心理特質關係之研究」，國立政治大學教育研究所，1983。
9. 胡蘭沁，「少年自我統整與心理特質關係之研究」，台南師院學報，26期，1993，頁169-191。
10. 修慧蘭，「台北市就業者的休閒狀況與休閒倫理觀」，國立政治大學心理研究所碩士論文，1983。
11. 翁淑緣，「台灣北部地區大學生的價值觀與生活型態之研究」，政大「教育與心理研究」，第七期，1987，頁95-117。
12. 張光華，「行銷本諸良心」，世界經理文摘，第59卷，1991，頁80-86。
13. 梁雲霞，「大學生自我統整、成就動機、性別角色與事件業發展之相關研究」，國立政治大學教育研究所，1986。
14. 莊仲仁，「大學生生活型態與休閒活動選擇之研究」，行政院國家科學委員會專題研究計劃成果報告，1987。
15. 郭為藩，「價值理論及其在教育學上的意義」，國立師範大學教育研究所集刊第14輯，1972，頁40-41。
16. 陳麗華，「台北市大專女生休閒活動參與態度研究」，中華民國大專體育80年度學術研究討論會論文，1991。
17. 粘榮發，「價值觀與 AIO 在媒體選擇之應用」，政大企研所碩士論文，1985。
18. 黃士銘，「台北市大專女生休閒運動參與與態度研究」，中華民國大專體育80年度學術研究討論會論文，1985。
19. 黃士銘，「在學少女生活型態與化妝品消費行為」，政大企研所碩士論文，1989。
20. 黃俊傑，「大都市青少年之生活型態、意識與價值觀之研究」，行政院國家科學委員會專題研究計劃成果報告，1986。

21. 黃淑芬，「大學生自我統整與事業成熟及自我確任的關係」，師大輔導研究所碩士論文，1982。
22. 楊極東，「政大學生學校生活適應之研究」，政大院，52期，1985，頁15-58。
23. 葉志男，「男性內衣購買者的生活型態及市場區隔」，1990。
24. 董瑪璿，「管理研究所學生價值觀與生活型態—以法學研究所學生為比較對象」，政大企研所碩士論文，1983。
25. 鄭淑芬，「生活型態、動機與休閒活動選擇」，1987。
26. 盧進賢，「台灣政商雜誌讀者生活型態與廣告」，台大商研所碩論文，1990。
27. 錢姈姈，「生活型態研究之運用」，行銷與推銷，第65卷，1987，頁30-34。
28. 鮑國勇，「消費者知覺風險與生活型態之研究」，淡江管理所碩士論文，1990。
29. 薛政昌，「消費者行銷反應指數及產品評估準則」，淡江管科所碩士論文，1990。
30. 謝坤裕，「台北市大安區與台南縣學甲鎮大專畢業公民閒暇活動調查比較研究」，師大體育研究所碩士論文專刊，1976。
31. Anonymous, "How to Boost Your Self-Confidence," American Salesman, Vol.33, Iss.3, 1988, pp.10-12.
32. Anonymous, "Your Sales Personality," American Salesman, Vol.36, Iss. 7, 1991, pp.27-28.
33. Anonymous, "Productivity: What Makes High Performance Tick," Association Management, Vol.46, Iss.1, 1994, pp.L-12.
34. Barrick, Murray R., & Mount, Michael K., "Autonomy as A Moderator of the Relationships Between the Big Five Personality Dimensions and Job Performance," Journal of Applied Psychology, Vol.78, Iss.1, 1993, pp.111-118.
35. Fletcher, Clive, "The Relationship Between Candidate Personality, Self-Presentation Strategies, and Interviewer Assessments," Human Relationship, Vol.43, Iss.8, 1990, pp.739-749.
36. Goertz, Mary Jean, "The Relationship of Leader Effectiveness and Selected Traits of Creativity," Dissertation Abstracts International-B, 53/06, 1991, pp.3177.
37. Greco, Alan J., & Paksoy, Christie H., "Profiling the Mature Fashion-Conscious Shopper," Akron Business & Economic Review, Vol.20, Iss.2, 1989, pp.7-23.
38. Guilford, J. P., Fundamental Statistics in Psychology and Education, 4th ed., N.Y. : McGraw-Hill, 1965.

- ed., N.Y. : McGraw-Hill,1965.
39. Hair, J.F. Jr., R.E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black, Multivariate Data, Analysis, 4th. Ed., Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall,1995.
40. Handy Charles, "Teach Your Children Well," Director, Vol.43, Iss.7, 1990, pp.25.
41. Hitt, William D, "The Model Leader: A Fully Functioning Person," Leadership & Organization Development Journal, Vol.14, Iss.7, 1993,pp.4-11.
42. Hofstede G., Cnlture's Consequences: International Differences in Work Related Values, Bererly Hills, Calif : Sage Publications,1980.
43. Immanuel, Mary Sulakshini, "The Ralationship Behavior Style of Executive Administrators of the Baccalaureate Nursing Programs in India and Its Relation to Conflict Management," Dissertation Abstracts International-B 49/12, 1989,pp.5228.
44. Iranfar, Mohammad Taghi, "international Education and Its Effect on Student Migration," Dissertation Abstract Interna tional, 44/02A, 1983,pp.328.
45. Knippen, Jay T.,& Green, Thad B., "Building Self-Confidence," Supervisory Management, Vol.34, Iss.8, 1989,pp.22-27.
46. Kogan, N., and Wallach, M.A., Risk-Taking: A Study in Cognitive and Pe raonality, New York: Holt, Rindhart, and Winston,1964.
47. Krueger, Norris Jr. & Dickson, Peter R., "How Believing in Ourselves Increases Risk Taking: Percieved Self-Efficacy and Opportunity Recognition," Decision Sciences, Vol.25, Iss.3, 1994,pp.385-400.
48. Lazer, "Life Style Concepts and Marketing," in Stephen Creyser (ed.) Two Scientific Marketing (Chicago; AMA), 1963,pp.143.
49. March, J., & Shapira, Z., "Variable Risk Preferences and the Focus of Attention," Psychological Review, Vol.99, Iss.1, 1992,pp.172-183.
50. McCarthy, Paulette A., "Effects of Feedback on The Self-Confidence of Men and Women," Academy of Management Journal, Vol.29, Iss.4, 1986,pp. 840-847.
51. Schwer, R. Keith, & Yucelt, Ugur, "A Study of Risk-Taking Propensities Among small Business entrepreneurs and Managers," American Journal of small business, Vol.8, Iss.3, 1984,pp.31-40.
52. Singer, Alan, & Singer, Ming, "Risk: Probability or Personality?" Accountancy, Vol.95, Iss.1092, 1894,pp.105
53. Smith, Emily T., Yanchinski, Stephanie, and Sabin, Margaret, "Are You Creative? Research Shows Creativity Can Be Taught-and Companies Are

Listening," *Business Week*, Iss.2914, 1985,pp.80-84.

54. Welch, John F., Jr., "In Pursuit of speed," *Executives Speeches*, Vol.6, Iss.1, 1991,pp.1-3.

40. Hsieh's Project, "Step Your Gripless Way", *Director*, Vol.15, pp.5-100.

41. Hill, William D. "The Mayberry Papers: A Little Bit More About Person", *Leadership Development Journal*, Vol.14, July 1993,pp.4-11.

42. Hobstetere G., *Gulfcoast Conference: Perspectives on Gulf*

43. Hobstetere A., *Barataria Bay Hill City: Sea Protection 1980*.

44. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

45. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

46. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

47. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

48. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

49. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

50. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

51. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

52. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

53. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

54. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

55. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

56. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

57. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

58. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

59. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

60. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

61. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

62. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

63. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

64. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

65. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

66. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

67. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

68. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

69. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

70. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

71. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

72. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.

73. Hunter, William S., *The Relationship Between State of the Environment and Quality of Economic Development*, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.15, 1983,pp.35-52.