

壹、前言

理財素養是現代公民素養的組成之一，反映出一個人管理與運用金錢的能力，這種能力需要額外的養成。現代社會教育普及，一個人在擁有各種知識的同時，還需具備理財知識與技能。各國國民普遍出現了理財不當的現象，如過度消費、無法償還房貸、高額舉債、退休準備不足等（黃富櫻，2008），說明人們的理財能力存在問題，加強理財能力有其必要性，以幫助他們培養正確的金錢觀，樹立完整的公民意識。因此，各國理財方面的政策與研究報告相繼推出，以便能有效地鼓勵人們增加理財知識與技能，改變其理財行為，實現個人財富健全與滿足（Braunstein & Welch, 2002）。

理財知識與技能的養成是一個逐漸及持續的過程，有多種養成來源，包括父母家人、學校教導、朋友同儕等。學生透過父母、同儕朋友、學校教師學習接受各樣的理財知能，進而擬定理財策略，以適應現代化社會。家庭是提供理財學習的重要場所，在孩童的理財社會化（financial socialization）過程中，父母扮演重要的角色，孩童是在父母所提供的環境下有了社會學習經驗，父母對錢財的態度與經驗、父母能否協助理財，對子女理財行為有必然的影響。相關研究發現，有87%大學生與90%高中生倚賴父母的理財諮詢，由家庭取得足夠的理財知識與技能對個人深具影響（Pinto, Parente, & Mansfield, 2005）。Shim、Barber、Card、Xiao與Serido（2010）發現，父母、學校與工作經驗會影響大學生的理財學習，而父母的教導與學生的理財態度、行為有正相關。Solheim、Zuiker與Levchenko（2011）發現，父母提供正確理財行為與教導，對學生理財態度與能聰明的消費有幫助。上述學者對於父母在理財社會化過程中表現的功能，均給予高度的肯定。

此外，朋友同儕亦是影響理財知識與態度的因素（Brown, Mounts, Lamborn, & Steinberg, 1993; Copur & Gutter, 2011）。同儕關係是社會化過程的基本人際關係，學生從「交朋友」的過程中學習如何表現自

我，且往往爲了迎合同儕，而改變他們的言語、行爲、思想甚至價值觀，影響範圍往往超越父母所能控制（陳俞霖，2002）。同儕團體幫助學生學習如何看待金錢、合理用錢，如何根據他人及自己的需要與願望來調整理財行爲，在團體中，學生會蒐集別人的意見及看法來形成自己對自己的價值觀點。大學生的消費行爲傾向在休閒娛樂、人際交往、戀愛等方面消費較多，缺乏理性，追求新潮時尚容易形成不恰當的理財觀（Blalock, Tiller, & Monroe, 2004）。上述父母與同儕理財社會化議題逐漸受到重視（Jorgensen & Savla, 2010）。

大學階段是邁向成年的關鍵轉換期，大學生在這個階段大多是離家在外生活，打理自己的起居作息與金錢使用，並逐漸建立理財觀念與習慣。不論這個階段求學資金來源是父母提供或自己賺取，學生都會開始思考未來工作機會與財務獨立，因此，在大學求學時期需要更多的理財知識與技能，如果具備足夠的理財能力，就可以管理自己的錢財、合理購買商品、適當的儲蓄，有助於大學生更加成熟與獨立，以適應未來的生活。大學階段可以說是理財知識與技能養成的重要時期，其發展狀況亦值得持續追蹤。

大學生的理財素養與行爲等影響因素一直是學者關心的議題（Jorgensen & Savla, 2010; Shim et al., 2010），內容包括學生的理財素養來自於父母、朋友同儕或學校教師，彼此間又如何影響等，但對於大學生的理財素養、態度（attitude）與行爲意向（behavior intention）、行爲（behavior）等變項間之中介、因果關係，仍需更多的釐清。關於大學生理財社會化的內容，需要利用實際數據加以驗證，研究結果可以更深入地剖析當前大學生之金錢價值觀的建立來源，提供教育單位幫助學生建立正確的財富態度，樹立自尊、自立及誠信的人生理念。本文利用結構方程模式（structural equation modeling, SEM）方法探討大學生的父母與同儕如何影響其理財素養、理財態度與他們的理財行爲意向，廣泛地了解大學生形成理財知識與技能的來源，爲台灣大學生理財素養程度及研究方法提供實際的驗證，也提供理財教育實施的論據。這部分理論或實證研究較少，本研