

地方院校大学生消费行为及心理分析

——以宝鸡文理学院为例

□宋 卓 白婷婷 陶 婷 吴泽怡

【内容摘要】本文通过调查地方大学生的消费行为以及消费结构,了解和分析大学生的消费心理,为引导大学生形成良好的消费理念和科学的消费行为,以及促进大学生树立正确的消费观,养成良好的消费习惯提供依据,对未来形成良好的社会消费风气具有积极意义。

【关键词】地方院校;大学生;消费结构;消费行为

【基金项目】本文为宝鸡文理学院大学生创新创业训练计划项目(编号:2019XJ067)、宝鸡文理学院第十七批教学改革研究项目(编号:2022JGYB34)研究成果。

【作者单位】宋卓,白婷婷,陶婷,吴泽怡;宝鸡文理学院数学与信息科学学院

【通讯作者】白婷婷(1983—),女,陕西凤翔人,宝鸡文理学院数学与信息科学学院副教授,硕士;研究方向:数值优化

社会的发展,时代的进步促使越来越多的学生有机会走进高等院校进行学习,大学生的在校人数逐年增多,已经成为一个特殊的社会群体。其中高等院校中地方院校又占据了绝大多数,一般来说地方院校大学生来自所在区域内普通居民家庭的比例更高,毕业后一般也是留在本地继续发展,即他们自己以后又必将是该区域内广大的消费者群体。此外,普通居民家庭的主要消费一般是优先考虑子女的教育消费,所以在一定程度上,地方高校大学生的消费水平代表了一

个区域内绝大多数民众的消费水平,其消费观更是能够引领今后区域内的社会消费水平和消费结构。

一、大学生消费结构分析

(一)大学生消费的基本情况。本文以宝鸡文理学院在校大学生为调查对象,发放电子调查问卷1,000份,最终收到有效调查问卷936份。问卷主要从消费来源、消费水平,以及伙食、服饰、日用品、旅游、学习、恋爱、通信等方面开展调查。被调查者的基本情况,如表1所示。

表1 被调查者的基本情况

项目	性别		年级				生源地		
	男	女	大一	大二	大三	大四	城市	农村	城镇
人数/人	489	447	228	237	246	225	333	297	306
比例/%	52.24	47.76	24.36	25.32	26.28	24.04	35.58	31.73	32.69

从表1可以看出,此次调查的大学生男女比例,各个年级的学生比例,学生的生源地比例都比较均衡,有利于调查分析大学生的消费结构情况。调查发现,在校大学生的主要经济来源也各不相同,如图1所示。从图1能够发现超过一半的在校大学生群体的经济来源来自家庭,因此大学生的消费行为受到家庭因素的约束较多;其次是依靠国家助学贷款、利用在校期间勤工俭学、社会援助、兼职打工赚钱等,其比例约占到了1/4。

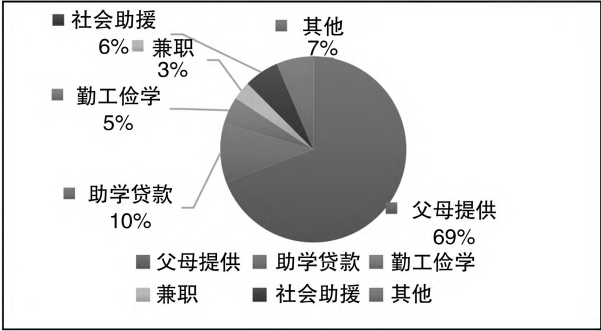


图1 大学生经济来源所占比重

(二) 大学生的消费结构。对宝鸡文理学院 936 名在校大学生消费水平的调查结果显示,在校大学生中

80% 以上的学生月消费总额集中在 800 元至 1,800 元之间,具体如表 2 所示。

表 2 大学生的月消费情况

项目	800 元及以下	800 ~ 1 200 元	1 200 ~ 1 500 元	1 500 ~ 1 800 元	1 800 元及以上
人数/人	90	258	294	204	90
比例/%	9.62	27.56	31.41	21.79	9.62

在校大学生消费水平差异主要涉及性别差异、年级差异、生源地差异,具体表现如下。

1. 大学生消费水平的性别差异。调查发现在月消费总额不足 800 元的群体中,女生的比例明显高于

男生,且性别差异伴随消费水平的增长而逐步减小;在月消费总额超过 1,200 的群体中,男生所占比例明显高于女生,且消费差异逐步增大,如表 3 所示。

表 3 学生消费水平的性别差异

项目	800 元及以下	800 ~ 1 200 元	1 200 ~ 1 500 元	1 500 ~ 1 800 元	1 800 元及以上	合计
男/人	36	126	156	114	57	489
比例/%	3.85	13.46	16.67	12.18	6.09	52.24
女/人	54	132	138	90	33	447
比例/%	5.77	14.1	14.74	9.62	3.53	47.76

2. 大学生消费水平的年级差异。调查发现月消费少于 800 元,主要以大一年级学生为主;月消费 800 元至 1,200 元,主要以大三年级学生为主;月消费 1,200 至 1,500 元,主要以大二年级学生为主;月消费

1,500 至 1,800 元,主要以大三年级学生为主;月消费 1,800 元以上,各个年级的人数基本相同。如表 4 所示。

表 4 大学生消费水平的年级差异

年级	800 元及以下	800 ~ 1 200 元	1 200 ~ 1 500 元	1 500 ~ 1 800 元	1 800 元及以上	合计
大一	36	54	81	36	21	228
大二	12	60	96	45	24	237
大三	18	84	54	66	24	246
大四	24	60	63	57	21	225
合计	90	258	294	204	90	936

3. 大学生消费水平的地域差异。对大学生消费的地区差别调查发现,城市生源的大学生的消费支出略高于城镇在校大学生,但城镇生源的大学生又高于农村生源的在校大学生。具体体现在:月消费水平 800 元及以下的群体以农村大学生为主,而每月消费水平超过 1,800 元的群体以城市大学生为主。

软件计算各子序列与母序列的关联度,排序结果如表 5 所示。

表 5 男生与各消费因素关联度计算结果

关联度结果		
评价项	关联度	排名
饮食	0.832	1
服饰	0.632	2
日用品	0.542	4
旅游	0.532	6
学习	0.538	5
恋爱	0.603	3
通讯	0.483	7

由表 5 可以看出,男生消费支出的关联度由小到大的顺序依次是: γ 通讯 $<$ γ 旅游 $<$ γ 学习 $<$ γ 日用品 $<$ γ 恋爱 $<$ γ 服饰 $<$ γ 饮食。同理可以得到女生消费结构的灰色关联度由小到大的顺序依次是: γ 通讯 $<$ γ 恋爱 $<$ γ 旅游 $<$ γ 日用品 $<$ γ 学习 $<$ γ 服饰 $<$ γ 饮食。对比表明占据男女大学生消费首位的因素均是

二、大学生消费灰色关联分析

(一) 灰色关联分析基本思想。灰色关联分析方法是由国内研究者邓聚龙博士在 20 世纪 80 年代首次提出的一门系统科学理论,是通过比较各因素变化曲线间变化趋势的相似或不同程度,来评价各种因素间相关程度的方法。该方法利用对动态过程发展趋势的定性分析方法,并在系统内进行时间顺序下相关统计数据列几何关系的对比,从而得出信息系统内部各活动因素序列和主因素排序之间的灰色关联性。

(二) 对大学生性别与消费因素的灰色关联分析。首先对男生的消费情况做灰色关联分析,运用 Excel

伙食消费,“民以食为天”,伙食开支在消费总额中占了绝大多数,排在第二的是服饰消费,“爱美之心,人皆有之”,这也表明“吃”“穿”在日常生活中的不可动摇的基础地位。

其次在恋爱消费方面男生排在第三位,女生排在第六位,说明这方面男生消费要高于女生。日用品消费方面男生和女生的关联度都排在第四。相反学习消费方面男生和女生关联度分别为第五和第三,说明相对于男生,女生购买一些课外书籍的比例多一些。最后在旅游消费方面男生和女生关联度分别为第六和第五,说明女生比男生更喜欢出游。

三、影响大学生消费行为形成的主要原因

基于问卷调查结果和大学生消费的实际情况,得出影响大学生消费行为的主要原因一般有以下三个方面。

(一)家庭教育影响。家庭是人生的第一所学校,父母是孩子的第一任教师。大学生的消费行为中通常带着自己家庭消费的特点和烙印。一些家长在消费的时候过度关注品牌,而不在意东西价格的高低,为孩子提供了一种不良的“示范”。又或者有的父母错将溺爱当真爱,放纵了孩子的消费冲动,助长了大学生们铺张浪费的生活作风。很多大学生不合理的消费观在很大程度上是受到了其家庭环境的影响。

(二)学校教育影响。校园环境是大学生生活和消费最主要的场地。学校的大环境以及教师、同学的言行、思维、生活习惯等均对大学生的消费行为具有重要的影响。但是当前高等院校对消费认知能力的训练普遍缺乏关注。消费行为教育内容的缺失导致部分学生在大学独立生活时不能制定合理的消费计划。这也是当前中国高等教育发展中需要进一步解决的问题。

(三)大众传媒的影响。由于网络科技的迅速发展,网络消息传递量的变快变广,一些经营者通过互联网、广告、电脑、手机等传播媒介,利用大学生还不成熟的思维和强烈的感官刺激,诱导他们进行非理性消费。

四、引导大学生理性消费的对策建议

(一)从思想上建立正确消费观。要提倡和引导大学生从思想上始终确立艰苦朴实、勤俭节约的消费观。坚决反对奢华挥霍、一味攀比、过度消费的不良生活行为习惯。

(二)引导大学生不过度享受物质。要加强对大

学生大学期间的学业要求和学业监管,使其将主要精力和注意力用于学习,追求精神世界的满足而不要过分注重物质享受。

(三)开展有关消费知识教育。对大学生的消费行为开展持续性的分析和探讨,通过举办专门的消费知识课程,开展相应的消费行为教育与知识研究,培养健康的消费观,使其学会“精打细算”地生活。

五、结语

一方面,大学生作为年轻群体,他们有着旺盛的消费需求;另一方面,大学生年龄较轻,社会经验少,容易受到社会、校园生活环境,以及家庭经济背景等的影响,在自主消费行为中,容易产生跟风、攀比和超越其消费能力选择产品等不正确的消费方式;另一方面,由于大学生自身经济情况并不充分自由,使得消费水平也受到了较大的抑制。对正在蓬勃生长中的普通大学生来说,消费水平的超前和消费能力的落后,对其世界观、人生观、价值理念等都有着深刻的影响。因此引领大学生形成合理的消费理念、养成良好的消费习惯和消费行为,并寻求一个在精神上愉快、物质上合适的消费结构对社会的健康平稳发展具有十分积极的意义。

【参考文献】

- [1]高庆祝.95后大学生消费行为分析——基于新乡市高校调查数据[J].河南科技学院学报:社会科学版,2018,38(12):6
- [2]陈萍.高校大学生消费结构调查分析[J].现代农村科技,2020,10:86~87
- [3]梁伟.甘肃省粮食产量影响因素的灰色关联分析[J].生产力研究,2022,1:53~66
- [4]徐逸歌.大学生消费结构对现代经济影响的调查报告[J].现代商业,2019,11:183~184
- [5]孙江诚,韦艺.湖北省大学生消费结构调查及建议[J].现代商贸工业,2020,41(11):51~52
- [6]卢双.牧民家庭消费结构灰色关联分析——基于呼伦贝尔牧户的调查数据[J].现代经济信息,2014,7:203~204
- [7]王恩娟.经济发展对当代大学生消费文化的影响趋势探究[J].人文天下,2018,11:59~63
- [8]张玉荣.关于大学生消费状况的调查报告[J].中国集体经济,2009,21:28~29