

基于大数据环境下的高校大学生消费行为的特征研究

黄俊萍

(闽南理工学院 信息管理学院 福建 石狮 362700)

【摘要】随着现代化高校的不断扩招,大学生的消费已经成为社会消费的重要组成部分,集中体现在年轻者的消费方面,在消费的特征当中,和许多方面是有着相当重要的关系,因此需要对大学生的消费行为进行研究。本文基于大数据环境下利用问卷调查的方式对大学生消费的基本特征进行了分析,并且对形成此种特点的原因进行分析,最后在此基础上提出了针对性的措施来引导大学生进行科学的消费观。

【关键词】高校大学生;消费行为;特征研究

1.引言

大数据的爆炸式增长在大容量、多样性和高增速方面,全面考验着现代企业的数据处理和分析能力;同时,也为企业带来了获取更丰富、更深入和更准确地洞察市场行为的大量机会。大数据对于高校大学生的重要作用在近几年受到这个群体所认知并认可。随着每年高校毕业生的增多,他们在社会潮流中越来越起到引领作用,他们是高收入群体的主要组成部分,而他们在大学期间的消费观念往往会顺带到社会,进而影响自己的家庭和周围的人,成为社会消费观念重要的引导和践行者。因此,大数据无疑对于帮助大学生尽快适应时代的发展起到重大的作用,为大学生提供便利的信息量支持。

我国的高等教育已经逐渐的成为了大众化的教育,集中体现在各大高校的招生数量的不断增长方面,因此大学生已经成为了社会中相当庞大的一个群体,在社会消费的当中占据这相当重要的作用。随着现代经济科技的不断进步,已经警务了一个大数据的环境时代,因此大学生的整体消费水平也在不断的提高。大学生作为一个相当庞大的消费群体,消费市场是具有很大的潜力的。在大学生消费行为特征方面,需要进行科学化的研究,从而根据其实际情况来制定出科学的政策和措施,培养大学生在大数据环境背景下可以建立良好的科学消费观。

2.大数据环境下大学生消费情况的现状

调查对象:本研究以闽南理工学院大一到大四现任的学生为调研对象。

调查方法:本研究的数据收集采取问卷调查的方式,发出了问卷调查 600 份,其中回收到的有效问卷为 548 份,占据了总数的 91%,在调查的内容当中,对大学生的性别年龄以及家庭的月收入 and 消费支出等各方面都进行了调查。

调查数据分析结果与讨论:

经过调查发现,在大学生们的经济来源方面都是依赖性相当强烈的,并且还存在着相当明显的差别,依赖于奖励助学金的学生比例占到了 9%,依赖于勤工俭学以及兼职活动的占到了 11%,农村的学生有 79% 的比例是依靠勤工俭学来达到补贴自身生活费用的。

其次,在消费水平方面也呈现出了离散的趋势状态,在消费支出方面除了学费以及住宿费用等方面,在不同的学生群体当中也呈现出了不同的消费趋势,其中 1500 到 2000 元消费的比例在 53% 左右,月消费在 2000 到 2500 元范围内的占到了

11% 左右,月消费在 1500 元以下的占到了 7% 的比例,因此不同的大学生消费方面也是不尽相同的。

另外,在消费的方式当中呈现出了多样化的状态,在更多的学生当中都对多样化的发展型消费进行了注重,其中基本的生活消费是占比例最多的,在 51% 左右,在人际交往的费用方面占了 21%。

最后,在消费的心里方面还处于不成熟不完善的状态当中,存在着很大的超前意识消费和攀比的心里。在大学生们的消费支出当中是处于相当理性的状态当中的,需要根据自身的条件来完成自身的消费活动,但是现代化的市场当中出现的超前消费的现象在很大程度上影响了大学生们的消费观念,从而导致了学生的消费超出了自身的承受能力和范围。

3.大数据环境下大学生消费行为分析

首先,在大学生们的消费领域当中,可以分为几个领域的消费,在基本的日常消费领域当中,保持了经济独立性的同时,也存在着很多的依赖性,集中体现在学费等相关费用都是来源于父母的,因此消费方面需要满足学校生活的多种方面。并且在大学生的情感消费方面也是处于逐渐增长的趋势当中,比如人际交往费用、谈恋爱费用支出等。在大学生们的时尚类的奢侈物品的消费方面,由于大学生们的消费方面都带有时尚新潮的特点,因此在时尚类的物品消费当中需要在满足自身的实际需求之外,还需要对商品的实用满意程度保持了高度的重视。在娱乐性的消费方面,随着现代化科学技术的不断发展,网络游戏以及娱乐方面的消费支出也处于相当高的状态当中,并且已经成为了大学生们在日常生活当中的一项重要活动。在学习的积极性以及自我的发展消费方面,集中体现在为将来的就业所做出的相对应的准备,从而在一定程度上可以对学生的特定方面的资质进行不断的培养,从而为学生在将来的就业提供了相当大的便利条件。

其次,在大学生们的消费来源方面,大学生属于一种可以控制自己行为的成年人,但是在经济方面,还没有取得相应的经济收入,因此在消费的来源方面也可以分为几个方面进行分析:一方面是来源于自身家庭所提供的生活经费,主要依靠父母来给学生的日常生活提供主要的消费来源,由于自身家庭的经济状况的不尽相同,因此在学生的消费方面也得到了充分的体现。另外一方面,为学校内部的奖励助学金的收入,在国家对于学生的奖励方面是有着相当良好的政策的,下阶段当中的学生

可以利用自己的学习成绩来进行奖助学金的获取,从而减轻家庭的经济负担。最后一方面是来源于学生在课外的兼职收入,学生在日常的生活当中可以利用课余时间从事兼职活动,而在积累社会经验的同时,还可以补贴自己的生活费用。

另外,在大学生消费方式方面,可以分为日常的普通消费、信用卡消费以及网络购物消费这三个方面。在日常普通消费当中,主要为大学生在生活当中的日常普通生活费用;在信用卡消费当中大多体现在超前消费的意识当中,越来越多的大学毕业生成为了持卡一族,促进了大学生的消费意识。

4. 大数据环境下影响大学生消费行为的因素

在大学生消费观念当中,大学生自身的心智还处于尚不成熟的阶段当中,因此很容易受到外界的一些错误的价值观的影响,从而表现出消费的行为特点,形成此种现象的原因是多方面的,需要从每个不同的角度当中进行分析:

在大学生自身因素方面,处于一个还未真正成熟的阶段中,没有进行过独立生活的体验,因此对于生活费用的支配方面不会进行很合理的分配。但是在大学生当中,希望自身的经济生活是独立的,因此就充分的体现在消费方式和特征当中。并且加上自身的青春期的影响,对外界事物的好奇心,造成了不一样的消费行为和消费心里。

另外,会受到外界因素的影响,比如学生之间的彼此行为以及其社会当中的时尚行为。大学生具有群居的特点,因此在班级或者学生群体当中都会影响彼此的消费行为和消费心理。并且在现代社会当中的很多大众化的消费娱乐活动也属于群体性的活动,在感染性方面是相当强烈的,容易受到彼此行为的影响。在大学当中,容易接受超前的新鲜事物,会不断的追求新鲜事物,对消费需求和实际的消费能力产生一定的差异现象。同时,大学生在消费当中还会不断的追求自身的个性化的发展。

最后,大学生是生活在大学校园当中的,因此会受到校园文化以及经济因素的影响。在日常的学习生活当中,大学生会受到校园文化的感染,从而具有开放性和超前性的特点,对自身的思想特点、价值取向以及其生活方式当中都是有着相当大的影响的。并且在大学校园当中,消费习惯的方式会得到很大程度的传播,尤其是在同龄人质检的传播,更加容易接受到新型事物的影响和新型思想观念的影响。并且在大学生群体当中进行生活,同学之间的消费行为也是影响最为直接的,容易造成攀比的风气,在结合自身的经济条件情况下,在大学生当中的学习生活以及消费行为就会受到一定程度的影响。

5. 大数据环境下提出大学生健康消费的行为对策

在大学生当中,对于新鲜事物的接受能力是相当强烈的,并且思维一直处于活跃的状态当中,因此需要在大学校园的教育当中培养大学生的科学的消费观,从而引导我国的消费经济不断的科学化和规范化。

首先在大学的高校校园当中,需要进行适当的消费和理财的培训。不断的对当前的大学生在消费方面所存在的消费观念进行科学化的培养,实现高校大学生校园的理性消费,从而提升大学生的消费品味。在大学生消费内容当中,大学生用于满足自身基本需求的费用在不断的进行降低,但是在对于自身的学习条件以及自身的精神文化建设方面的需求则处于不断的提升的过程当中,因此在此种情况下,就需要增加适当的理财知识对大学生进行有效的辅导,利用选修课程来培养学生的

科学的消费观念了,并且还可以利用灵活的行为方式以及其形象的内容来培养大学生的消费理财行为。

其次,在大学生消费心理方面,还需要进行不断的引导,鉴于当代的大学生自身存在的从众心理和白领心理的情况,出现了大学生盲目的崇拜品牌的现象。但是在大学生当中自己却没有可以支付品牌的经济能力,最终在长期的心理作用之下就会形成攀比的心理,进行模仿性的消费。面对此种情况,需要对社会当中的奢侈消费进行正确的把握,做到消费心理的平衡状态。在平时的理财课程当中,高校的教育工作者可以利用心理咨询以及课外沟通的方式和学生进行良好的交流,最终对学生的攀比心理进行正确的引导,逐渐养成科学的消费心理观念。

另外,在大学生当中,可以利用记账的方式来对自己的生活费用进行一个合理的规划,在对自身平时的消费行为以及消费特点进行归纳总结之后,就可以进行预算的编制,对自己的生活费用进行一个整理,在自身消费情况的基础上进行对症下药,最终实现控制自身的消费观念的目的。

并且,对于学校方面来说,需要不断的对自身的学生的消费行为以及消费动向进行全面的掌握和了解,通过各种方式来了解大学生的消费特点,并且根据其自身的特点结合校园文化的基础上进行提出相关的措施。在大学生当中,可以说是青年旅游当中的主体,但是在未来的发展当中,可以体现处两个的趋势,一方面为自然分光,另外一方面为文化旅游。随着社会的不断发展,大学生在消费方面已经不能满足传统的旅游项目带给他们的感觉,而是追求更加刺激和新鲜的活动。在此种情况下,高校等相关部门应该进行科学正确的引导,从而避免学生当中的追求刺激的消费心理来引起学生的消费过激行为。在校园和社会当中构建出一个和谐的现象,对精神文明进行全面的倡导和提高,从而保证消费理念当中的不断更新和自主发展,建立一个节约型的社会,为当代的大学生进行提供一个良好的发展榜样,最终实现大学生的健康良好的发展。

最后,对大学生消费行为的正确培养,不仅仅需要学校的教育,也需要社会的培养和发展,还需要和自身的家庭教育有着相当重要的影响。在家庭教育当中可以对学生自身对行为和心理发展产生相当重要的影响,并且学生消费的主要来源是依赖于家庭所提供的生活费用的,因此在平时的生活当中家庭方面可以在生活费用方面对学生进行正确科学的消费观念的培养,改善其消费结构,提高在平时当中的消费质量,有意识的对学生的勤俭节约以及吃苦耐劳的精神进行培养和树立,引导学生对于正确的人生观、价值观以及世界观有一个正确的认知,从而从根本上对消费价值观念进行树立,不应该过多的追求时尚,避免在学生当中出现攀比的现象,从大学生的日常行为和思想打的观念上进行自控能力的培养,最终实现对大学生正确消费观念和消费行为的引导,促进社会的和谐发展。

6. 结语

综上所述,在现代的时代背景下,需要培养高校大学生良好的消费行为和消费观念,为自己建立一个弹性的消费习惯。在高校的培养当中,需要根据时代的特点以及学生的特点来采取相关的科学措施,以此来实现对大学生消费观念的正确引导,培养大学生的正确消费观,让学生养成控制预算的方式来对自己的消费有一个合理的控制,并且在学校当中还要密切的关注大学生的消费动向,及时的进行引导,最终实现对大学生消费观念的正确引导,构建和谐社会和和谐校园。(下转第94页)

行。第一,完善适合创新型、应用型《C 语言程序设计》的教学模式,利用“翻转课堂”,由“教”向“学”的教学模式转变^[9],学生自主学习理论,通过教材、教学视频等资源完成理论知识的学习^[10],精心设计习题库和试卷库。充分与行业企业的实际应用相结合,设计有应用价值的题库,让学生通过完成题库习题,不仅掌握基本知识,又能迅速提升解决问题的能力以及专业技能。将现代信息技术与课程整合,精心制作《C 语言程序设计》图文并茂的教学课件、短小且高质量的《C 语言程序设计》微课视频,使枯燥乏味的语法知识变得更为生动、形象,便于学生随时预习、学习。第二,通过以下方法开发拓展资源:校企合作开发《C 语言程序设计》的案例库,引入企业案例,进行教学案例开发。随着与企业合作程度的深入,不断补充、更新案例库,使得这种更新完善贯穿于课程建设全过程。开展《C 语言程序设计》项目专题讲座,根据以项目为线索的教学模块,采取以视频、多媒体课件、文档等形式设计讲座课题。针对不同专业不同培养方案,进行项目模块,教学素材资源整合。

其三,是利用现代信息技术实现资源共享。借鉴国外 MOOCs(大规模网络开发课程)建设的经验,利用现代信息技术,整合多种社交网络工具和多种形式的数字化资源,突破时空限制,依托互联网,世界各地的学习者在有网络的地方都可以访问共享资源,进行学习。开发基于“互联网+”的《C 语言程序设计》教学平台和移动端 APP,学生在自学过程中,如遇到无法理解和掌握的知识点,可通过教学平台或 APP 直接反馈,开设课程论坛。论坛有作业区,共享区,交流区,转帖区等,也可以利用 QQ 群、微信群等现代通信工具,实现师生互动、生生互动,及时解惑答疑,不仅及时解决学生问题,也能拉近师生距离,增进同学友情,无形中提高了学习兴趣;同时,教师根据学生的普遍问题在课堂上有针对性讲解。

四、《C 语言程序设计》精品资源共享课程建设特色

采用上述建设策略后,《C 语言程序设计》精品资源共享课程建设具有以下特色:

1、资源丰富、共享开放

共享资源提供包括课程目标、课程标准、课程大纲、教学计划、教案、课件、教学重点、难点指导、作业、试卷、参考资料以及教学视频等基本资源和案例库、专题讲座、素材资源库、学科专业知识检索系统、演示、虚拟、仿真实验实训系统,试题库系统等拓展资源。网络教学平台和移动端 APP,可实现资源完全共享和开放,学习者在任意时间、地点都能进入学习平台根据实际情况进行学习。

2、资源动态、深度参与

《C 语言程序设计》课件、教案、案例、微课、视频等课程资源及时更新,吸引学习者深度关注学习平台,师生利用微信、QQ 等及时通信工具进行线上互动,及时解答学生疑问,解决学生问题,使得学习网站持续活跃;同时,结合慕课,学习平台提供作业互评,学生深度参与到教学互动交流中,不仅提高学生学习和效果,也使原来的以教为主成功转变为以学为主。

3 资源针对性强、高度信息化

《C 语言程序设计》精品资源共享课程教学平台提供了学习者中心和教师中心,充分利用现代信息化教学手段和现代通信工具,实现高职教育高度信息化,摒弃冗长的视频,采用短小精悍的微课,学生可以充分利用碎片时间进行学习,大大提高了学习效率。学习者中心记录了学习者所有学习轨迹,全面反映学生的自主学习情况;教师中心可以帮助教师全面掌握学生学习情况,以利于调整教学计划活动,使得教学更有针对性。

五、结语

精品资源共享课程建设尚有较长的路要走,需要不断思考、实践。《C 语言程序设计》课程作为一个课例,有助于我们从专业出发,立足实际,与时俱进地探索精品资源共享课程建设和持续推进。

参考文献:

- [1]C 语言精品资源共享课程建设与实践研究,孙静,赤峰学院学报(自然科学版),2013 年 11 月第 29 卷第 11 期(上)29-31;
- [2]教育部关于过精品开放课程建设的实施意见[EB/OL].<http://www.moe.edu.cn/publicfiles/business/htmlfiles/moe/s3843/201111/126346.html>, 2013-06-27.
- [3]对高职国家精品资源共享课程建设的研究,任淑美,李宁湘,职业教育研究,2014.5:141-143
- [4]高职国家精品资源共享课程建设的认识与实践,郭红,职业教育研究,2014.7, 149-152
- [5]互联网+时代背景下精品资源共享课程建设研究,杨久红,王小增,兰州教育学院学报,2015 年 12 月,第 31 卷第 12 期,86-88
- [6]“互联网+”时代下翻转课堂教学模式研究与实践——以《C 语言程序设计》为例,杨杰,湖南科技学院学报,2016 年 5 月,第 37 卷第 5 期,127-129。

作者简介:

冯蓉珍(1970 年 11-),女(汉族),江苏苏州人,副教授/高级工程师,学士/本科,主要研究方向为嵌入式系统,移动互联网技术应用。

(上接第 76 页)

参考文献:

- [1]李娜,赵玲玲,高志艳等.大学生消费特征与高校财商教育——以衡水学院为例[J].衡水学院学报,2014,(4):88-91.
- [2]迟玉斌.贵州大学生消费特征和消费模式的实证研究——基于消费理论视角[J].大观周刊,2010,(37):177-177.
- [3]张彤瑾,丁敏.大学生网络消费特征及其影响因素——基于对西安市大学生的实证调查[J].商业经济研究,2016,(14):33-35.
- [4]赵书虹.大学生群体消费行为特征及营销策略分析[J].学术论坛,2014,37(12):57-61.
- [5]袁海军.广东省大学生运动休闲消费特征研究[J].广州体育学院学

报,2013,33(4):57-60.

- [6]赵欢.浅谈大学生低碳消费的教育[J].商,2013,(22):296.
- [7]刘艳华,尹帅博,赵纪舒等.河北省大学生奶制品消费特征及影响因素分析——以保定、石家庄为例[J].商情,2016,(22):79-80.

作者简介:

黄俊萍(1990-),女,汉族,福建省莆田市仙游县人,助教,硕士,主要从事计算机技术和大数据的研究。