

基于校园零售数据分析的高职大学生消费行为探究

赵珊

威海职业学院, 中国·山东 威海 264200

【摘要】消费是一种社会活动,也是连接社会、经济、文化、生活等的枢纽。大学生是一个特殊的消费团体,其尚未走上工作岗位,没有自己的劳动收入,钱财来源主要来自家庭。随着人们消费水平的不断提升,大学生的消费行为也出现了很大的变化,不仅消费模式渐趋多元化、社会化,还出现了一些不良消费行为,对其成长和成才产生了负面的影响。本文以高职院校为例,基于校园零售数据,分析了大学生的不良消费行为表现,然后重点探讨了可行的不良消费行为引导对策,以供参考。

【关键词】校园零售; 高职学生; 消费行为

Research on Higher Vocational College Students' Consumption Behavior Based on Campus Retail Data Analysis

Zhao Shan

Weihai Vocational College Weihai, Shandong 264200

[Abstract] Consumption is a kind of social activity, but also the link between society, economy, culture, life and so on. College students are a special consumer group, who have not yet started to work and have no labor income of their own. Their money mainly comes from their families. With the continuous improvement of people's consumption level, the consumption behavior of college students has also changed a lot. Not only the consumption pattern is becoming diversified and socialized, but also some bad consumption behaviors have appeared, which has a negative impact on their growth and growth. This Paper Takes Higher Vocational AL colleges as AN example, based on the campus retail data, analyzes the bad consumption behavior of college students, and then focuses on the feasible bad consumption behavior guidance countermeasures, for reference.

[Keywords] campus retail; Vocational college students; Consumer behavior

【课题】课题类型: 山东省教育科学规划课题; 课题名称: 基于校园零售大数据的高职大学生消费方式的实证研究, 课题批准号: 2021YB081。

1 当前高职学生零售消费行为研究和分析

1.1 当代大学生的消费构造

(1) 伙食费: 除了在校就餐外, 校外就餐已经成为大学生饮食消费中必不可少的一局部, 每月到个体餐馆就餐的比例到达了被调查总人数的 75.4%, 每次消费 20 到 200 元不等。

(2) 服装: 大学生对服装消费的档次越来越高, 男生买衣服的宗旨是不买则已, 要买就买质量好的、价格高的; 女生买衣服则总是买个不停, 只要自己喜欢的都会买回来, 不喜欢了, 马上就不穿了。

(3) 学习费用: 学生买书的花销也是不小的开支。

(4) 恋爱: 大学生承认有恋爱经历, 每年用于恋爱消费的钱从 200-700 元不等。大学生恋爱支出主要在吃饭、零食、逛街、泡吧娱乐、通信等方面, 礼品消费是恋爱消费中绝对的“大头”, 逢年过节(情人节、圣诞节等)或是俩人过生日及特殊的纪念日, 恋人之间必要互送礼物, 此项花费少则几十元, 多则数百元。

(5) 网费: 当时网络传媒已经成了当代大学生外界沟通的主要渠道, 用于上网消费支出, 也是一笔不小的开支。有数据显示, 80% 的高职学生因广告而对某种商品产生购买欲望, 76.8% 的高职学生从手机、电视上看到商家琳琅满目的宣传广告, 而产生购买消费品的冲动。另外, 当下蔓延在高校的分期乐等“网贷”服务、鼓励透支信用卡等消费宣传以及网络炫富等现象都在腐蚀着

高职学生的消费价值观和人生观, 也影响着他们对自我目标和生命价值的界定, 更影响其自我同一性的形成。

(6) 通信费: 所有被调查的学生都拥有手机。学生月话费主要集中在 50-100 之间, 与其的经济实力根本相应。

(7) 人来往: 各种形式的聚会成为在校大学生消费的一个重点。对于同学之间花钱请客, 大局部同学认为偶尔可以但不要太频繁。理由多种多样: 老乡相识、放假归来、过生日、考试得高分、当了班干部、得了奖学金等都要请客吃上一顿, 否则被视为不够交情。

(8) 出游旅行: “游玩费”、“恋爱费”逐渐增长。随着旅游的概念进入现代消费, 大学生也逐渐有了这方面的花费。据了解, 大学生平均一年会出游两次, 跟集体出游或是与三两好友同游。

2 当前高职学生消费观现状

高职学生生活在物质丰富的时代, 并且他们多为独生子女或少孩家庭子女, 从小过着衣食无忧、全家人宠爱的生活, 在消费方面没有节俭和量入为出的观念, 想要的东西大都垂手可得, 养成了以自我为中心的性格, 对自己想要的东西很少考虑价格。物质生活的丰富造成他们不同于祖辈和父辈的消费观念, 也深深的影响着他们的人生价值观和行为方式, 以及自我认识和自我界定。

此外, 随着网络的普及和全球一体化的加快, 很多西方思潮

也侵入我国,对高职学生思想产生很大的影响,西方国家宣扬的及时享乐、超前消费、透支消费等消费价值观严重冲击着高职学生尚未稳定的价值观念。很多高职学生迷失了自己,甚至丢掉了初心,也因此影响了高职学生的生活、学习与健康成长,更影响了他们对自己的定位和自身同一性的形成。大学教育重要任务之一就是教育学生形成正确的“三观”,帮助学生扣好人生的第一粒“扣子”,促进其正确自我同一性的形成。

而且,高职大学生消费行为是否理性,会产生很多连锁反应。不少大学生的消费责任感或消费意识不强,其在作出某项消费行为时,较少考虑其消费行为是否会影响周围的关系人、群体甚至社会等,对其消费行为背后所隐含的连锁反应认知性并不强。如消费手机游戏、购买新款手机、以各种名义举办的团体聚会等,在消费之后,大学生往往会背上沉重的负担。大学生与普通消费者相比,其思想新潮,更易于接受新事物、新思想,也更易于受到不良消费思想的影响。传统的量入为出的消费理念是中华传统美德,艰苦奋斗、勤俭节约不仅是一种美德,也是开展社会主义现代化社会建设和可持续发展的根基,大学生的消费价值观理应遵循传统美德,形成勤俭节约的消费观念。然而很多大学生认为,在消费水平提高的情况下,消费行为也应当有所增多,甚至认为会花钱才能赚钱。长此以往,拜金主义、享乐主义等思想极就会固化到大学生的消费观念中,影响其价值观和自身可持续发展。

3 高职院校大学生消费行为对策

3.1 大学生自身要提高自我管理能力

大学生自身要增强自我管理能力,逐步形成和完善自己的世界观、人生观和价值观,不盲目地攀比消费、冲动消费,不去一味地追求物质和享乐。在具体消费过程中,要理智地了解自身消费需求,形成健康消费心理,并依此作出正确消费抉择。要培养自己的金融意识,具备一定的警容素养。要树立正确的信用观、价值观,增强价值评判能力,坚持诚信为本、艰苦奋斗,合理规划自己的收入与支出,量入为出,适度消费。这样,才能真正从主观意识的角度出发,主动改善现有的消费心理,大学生才能真正识别自身不当消费行为,做出科学、合理、文明的消费决策。

3.2 家庭要注重培养学生的合理消费理念

家长的不良示范、家庭消费价值观教育缺失以及对大学生过度溺爱等,是导致大学生不良消费行为的重要因素。父母要注重言传身教,降低享乐型消费,谨慎作出消费抉择等,为大学生树立良好的消费榜样,引导大学生形成正确的消费价值观。这样,可有效降低因家庭导致的大学生不良消费行为,将已经偏离正确消费价值观的大学生“拉”回正确轨道。因大学生已成年,对于社会的认知以及各类价值观的思考都已初步成型,大学生家长应避免采取强制式的教育引导,而要选择渗透式的方式,潜移默化地培养大学生的正确消费价值观,对其不当消费价值观和消费行为进行改善。大学生的家长要做到对大学生宠而不溺,当学生向家长提出消费需求时,家长应帮助大学生进行消费决策把控,帮助大学生做出更加理性和正确的消费抉择,而非毫无底线地满足。

3.3 学校要将财商教育融汇到教育教学中

高职院校要注重校园文化,举办学术、科技、体育、艺术等丰富的校园活动,将中华优秀传统文化和传统美德教育融入到校园文化活动中,注重校园文化建设中消费文化的教育与培养,在丰富大学生的思想和精神的同时,也切实发挥出高职院校在大学生消费行为中的引导作用。高职院校要加强校风建设,利用校

园网站、校园广播、校园画报、校园知识竞赛等,宣传正确的消费价值观,教育大学生之间不要进行攀比,杜绝不良攀比行为,在大学生之间引导形成良好的消费风气。加强学生管理,对学生的不良消费行为加以管控,强制教育学生规范自身消费行为,使社会环境对其产生的不良诱惑得到有效弱化,以减少大学生不良消费行为等事件。高职院校应结合大学生消费价值观实际,重视大学生的心理健康,开展心理咨询服务,通过心理健康教育来帮助大学生疏导负性情绪或,使大学生能积极面对人生的各种情况,树立正确的消费观。辅导员也要定期举办心理健康班会、心理健康研讨会、辩论会等活动,及时掌握班级学生的心理状态,帮助大学生形成正确的心理观念。对于存在不良消费状况的学生,辅导员要进行情况摸底、单独谈话、及时教育,引导其走向正确的消费理念。

3.4 社会要加强消费引导和顶层监管

国家和社会要积极倡导健康消费,通过互联网、官方及非官方短视频平台、传统媒体等线上和线下多渠道宣传,形成良好消费价值观的基本环境条件,让健康消费扎根于当代大学生的思想当中。例如,在全社会范围内积极宣扬合理消费、适度消费、以实际需求进行消费决策等,创建节约、理智、优质的消费环境;普及健康消费基本知识,使社会大众提高勤俭节约型消费责任感,让健康消费成为一种“时尚”,通过外在环境对当代大学生起到良好的带头示范作用,引导大学生进行理智消费,增强消费责任感,减少不良消费行为。国家也要加强对商家宣传的管控,明确要求产品宣传必须符合实际,避免商家针对大学生开展虚假宣传,或者引导大学生进行过度消费、享乐型消费等,避免大学生形成不良消费理念,进而减少不良消费行为。要严厉打击非法贷款平台,已经发现的要采取刑事诉讼方式严肃处理,以儆效尤。加大力度对非法贷款平台进行严格排查,尽快将非法贷款平台驱逐出校园,真正脱离大学生群体,为消费价值观的养成营造良好的校园环境。将财商教育融入到高职大学生课堂教学中,通过教育引导普及勤俭节约、可持续消费理念,引导大学生杜绝西方消费主义,帮助大学生切实认识到勤俭节约、可持续消费对于自身、国家、社会等的重要作用,积极利用所学的金融理财知识进行合理消费。

4 结束语

综上所述,高职学生形成良好的自我同一性是高校的一项重要育人任务。消费价值观深刻影响着一个人的人生价值观和行为习惯,以及自我同一性形成。消费是每个人的一种正常需求,高职大学生也是消费个体,在大学生成长过程中,国家与社会、家庭、大学生自身等都要加强注重对正确消费行为的理解和规范,做到心中有数、消费有度,实现自身健康、良性地发展。

参考文献:

- [1] 张明辉. 高职学生消费心理问题研究[J]. 环渤海经济瞭望, 2019(6): 132.
- [2] 陈其超, 张琴. “90后”高职学生消费现状调查[J]. 职业时空, 2015, 11(8): 106-108.
- [3] 杨海珍. 高职学生消费观调查与对策研究[J]. 辽宁高职学报, 2012, 14(7): 90-92.
- [4] 田松梅. “互联网+”消费时代高职学生消费现状分析[J]. 丝路视野, 2017(36): 31-32.
- [5] 郭春桃, 张立. 对江苏高职学生消费现状的分析与思考[J]. 考试周刊, 2010(56): 214-215.