

大学生从众消费心理的分析

——基于马斯洛需求层次理论

柯铭媛 于晨

广州工商学院, 中国·广东 佛山 528000

【摘要】从众消费心理是影响大学生消费行为的主要因素, 而从众消费心理的产生受到很多因素的影响, 包括内部原因和外部原因。本研究运用马斯洛需求层次理论对大学生从众消费心理的内部产生原因进行文献研究法和问卷调查法分析, 发现该群体在消费过程中上存在自我认知能力弱、自我调节能力差、消费主体不明等现象, 基于此, 我们从行为方式、需求意识和相关群体三个维度提出建议与对策, 基于需求层次理论帮助大学生树立更加健康的消费心理, 养成合理的消费习惯。

【关键词】从众消费心理; 大学生; 马斯洛需求层次理论

从众消费心理通常指个体的消费在外界群体的影响下, 为了获得心理上的安全感, 从判断和认识上发生改变, 使自己的消费观念和行为习惯符合所在群体的消费倾向, 如在产品性价比高、外界推荐、消费环境刺激等环境下易于产生从众消费心理。

人本主义科学领域的著名心理学家亚伯拉罕·马斯洛在《人类激励理论》论文中提出马斯洛需求层次理论, 指出人类需求可划分为五个层次, 依次由较低层次到较高层次分别为生理需求、安全需求、爱和归属感、尊重需求和自我实现需求。需求按层次逐级递升, 但这样层次顺序不是完全固定的, 会因为特殊情况发生改变。马斯洛需求层次理论目前已应用到各个领域。大学生从众消费行为除了受社会环境、经济环境等外部因素影响外, 离不开其内在需求, 心理学研究表明, 欲望和需求是人的能动性的源泉, 当大学生产生一种消费的需求和欲望的时候, 就易产生从众消费行为。本研究旨在从马斯洛需求层次理论视角下分析大学生的从众消费心理。

1 马斯洛需求层次视角下从众消费心理原因的分析

本文通过文献研究法采取CiteSpace5.3可视化软件对国内大学生从众消费、马斯洛需求层次理论的相关文献进行系统分析。使用问卷调查法, 对广州工商学院的学生进行随机抽样调查, 发放问卷110份, 回收108份, 回收率为98.2%, 对于调查数据使用描述性分析, 得出大学生从众消费心理的原因。

1.1 消费需求层次为支柱

从消费需求层次角度看, 调查数据显示消费支出主要是用于饮食、衣着、交际、娱乐及其他方面。大学生从众消费方向中, 从属低层次需求的伙食费和生活用品从众消费达39.45%, 仅为满足生活基本需要, 占比最高为中层需求的社交娱乐费用, 从众消费人数达53.21%, 通过相互分享购物信息, 在交流的过程中, 行为和心理容易达成一致, 相对于其他商品而言, 衣帽服饰从众消费倾向更为明显, 通过树立外在形象去满足归属感、尊重的需求。课外书籍、课程的从众消费程度最低, 对实现自我价值的需求较少。

1.2 自我控制不足为内因

调查结果显示, 大学生从众消费受自我控制不足影响达47.71%, 可知即使在消费前做好计划, 仍因自我控制不足而受他人的推荐影响消费计划, 以至于计划与行为并不总是一致; 由于自身没有主见盲目从众消费的人数达10.09%, 自我认知能力不强导致消费需求不清晰, 大学生在实施消费计划, 坚定意志、明确方向和自我控制的能力存在不足^[1]。

1.3 需求调节缺乏为外因

用“大学生从众消费”调查数据分析, 面向对象92.59%为大一、大二学生, 大学生主要从众消费需求是处于中层次的占53.7%, 可获得群体成员的尊重, 维持良好的人际关系现状; 对低层次需求的从属占比例38.89%, 通过他人介绍消费满足生活基本需求, 家庭和学校提供的生理需求和安全需求对大学生而言不再是占主导地位的需求。高层次需求是存在待提高性的, 仅占7.41

%。马斯洛需求层次理论说明了人的需求具有层次性, 大学生的多层次需求在同一时间点常常交织并存, 根据需求强度的高低, 大学生未采取不同的消费方式满足各层次自我需求。

2 大学生树立正确消费心理的策略

2.1 自我调节, 关注需求

马斯洛需求层次理论认为大学生的各个需求层次之间并不是刚性结构, 更多的是相互交织, 随着某一层需求强度的逐渐降低, 另一层次需求将逐渐上升, 社会需求和尊重需求尤为明显, 但马斯洛明确指出人们满足生理需要总是优先于自我实现需要。大学生的个体需求是复杂的, 有些需求通过从众消费可以满足, 有些需求通过自我调节也可得到更好的满足, 大学生应该充分认识马斯洛需求层次理论, 学会自我调节, 使心智从幼稚向成熟, 消费从从众到理性, 树立更高的人生追求。

2.2 梳理群体, 认识需求

同一群体中矛盾的普遍性和特殊性表明, 大学生间既有其共性, 也有其个性, 群体大学生表现出的消费需求层次不一属于正常现象, 因此大学生要从各个需求层次认识到自己的需求, 加强自身的控制力和判断力, 形成内化健康消费心理, 找到与之相匹配的群体, 适当脱离过度消费的圈子, 通过与绿色健康消费的人群多接触和交流, 突出消费合理性、适合性; 在“从众-独立”这一维度上发生转变, 不需为了和同学间有共同语言而从众消费。

2.3 分层施策, 满足需求

因个人需求层次不明确, 无法满足自身需求, 导致大学生盲目从众消费心理时常出现, 针对大学生的生活习惯、消费水平和学习兴趣, 对自身需求做出符合个性发展的分层需要, 构建以自身为中心的消费活动, 强化主体意识, 大学生在消费时需对所需商品做出定位和判断, 将个人需求层次纳入考虑范围内, 在自己可承受范围内去决定是否消费, 提高消费质量, 减少消费数量, 通过理性的消费行为获得需求的满足^[2]。

3 结语

本文结合马斯洛需求层次理论对大学生从众消费的状况进行分析, 大学生的从众消费行为受需求的支配, 一般根据个人需求从低级向高级各项需求的满足, 但仍存在着明显的消费需求层次交叉, 相应需求认识不明确等现象; 为此, 大学生需要明确自身需求层次, 加强主体意识力度和分析消费环境, 促进需求层次的逐步实现, 这有利于我们认识到自身的消费需求层次并有意识地克制从众消费行为, 养成良好的消费习惯。

参考文献:

- [1] 王一惠. 基于需要层次理论的高校学生现实需求[J]. 广西质量监督导报, 2019(09): 33.
- [2] 周思瑶. 基于问卷调查的当代大学生消费行为研究[J]. 中国商论, 2021(01): 44-46.