

高职生消费心理的调查分析与引导对策

王海燕

(海南外国语职业学院 海南文昌 571300)

[摘要] 本文利用问卷调查法了解高职生消费心理的特点,并提出相应的引导措施,帮助高职生树立科学合理的消费观。

[关键词] 高职生; 消费心理

[中图分类号] G640 [文献标识码] A
doi:10.3969/j.issn.1671-5918.2011.10-010

[文章编号] 1671-5918(2011)10-0019-03

[本刊网址] http://www.hbxb.net

所谓消费心理,指的是消费者在社会总体消费环境的影响下,调节控制自身消费行为的心理现象。消费心理影响消费行为。随着我国经济的快速发展,人们的物质生活迅速地丰富多样化,现代的社会处处充满着物质享受的诱惑。高职生作为社会中特殊的群体,处在青春期的他们,有着强烈的自尊心、好面子、盲目地追求时尚等特点,他们又面临着来自东西方文化中的不同的消费观的冲突。目前,高职生中出现了消费的不合理性,并因此引发了一系列心理和行为问题,而且这种情况日趋严重。因此了解我省高职生的消费现状,培养他们健康的消费观念和行为习惯,对高职生的成长成才有着重要的实际意义。在消费观念的研究中,以大学生为被试的研究较多,但针对高职生的却很少,同时也没有对性别、年级进行细致的划分。因此,本研究对扩大消费心理学研究的对象范围及研究方法,具有一定的理论意义。本文将从高职生实际的消费心理特点出发,探讨帮助高职生树立科学合理的消费观的对策。

一、对象与方法

(一) 被试 在海南省不同地区的3所高职院校,选取大一到大三学生作为被试。发放问卷500份,回收有效问卷484份,有效率为96.8%

(二) 工具 以李涵编制的大学生消费心理调查问卷为工具,问卷共26个题目。问卷将大学生的消费心理假设为以下五个维度:消费心理假设为以下五个维度:(1)节约型消费心理:即大学生在量入为出的基础上,节俭、有计划、理智的消费心理。(2)冲动型消费心理:大学生在受到外部购买因素诱惑下,产生的情绪化、无意识的消费心理。(3)享乐型消费心理:大学生为追求享受和舒适产生的消费心理。(4)随心所欲型消费心理:大学生所具有的没有特定目的和随意的消费心理。(5)爱慕虚荣型消费心理:大学生为了满足虚荣心或为了体现自身的优越感形成的攀比消费心理。经检验发现问卷内部一致性信度为0.680—0.8273,结构效度为0.672—0.779,说明问卷有良好的信效度,符合心理测量的要求,能作为研究的测量工具。

(三) 统计学处理 数据资料利用SPSS13.0进行统计分析。

二、结果分析

(一) 高职生消费心理方式的一般特点

	最小值	最大值	平均值	标准差
节约型	6	30	24.4	4.5
冲动型	4	20	10.7	2.7
享乐型	6	29	14.1	4.7
随心所欲型	5	25	12.8	3.0
爱慕虚荣型	3	25	9.3	4.1

表一:高职生消费心理的一般特点分析

由表一可以看出,高职生在节约型消费心理的维度上得分最高,且明显高于其他的消费心理方式,爱慕虚荣型消费心理得分最低。各因素平均值的大小顺序依次为:节约型消费心理 > 享乐型消费心理 > 随心所欲型消费心理 > 冲动型消费心理 > 爱慕虚荣型消费心理。这说明高职生消费心理总体上是健康理智的,但也有小部分的高职生存在消极不理智的消费心理,需要加以关注与引导教育。

(二) 高职生消费心理的性别差异

	性别	人数	平均数	标准差	F.	Sig.
节约型	男	261	24.5	4.0	4.1	.04
	女	223	24.3	5.1		
冲动型	男	261	10.9	2.4	14.7	.00
	女	223	10.4	3.0		
享乐型	男	261	14.0	4.6	1.4	.23
	女	223	14.3	4.8		
随心所欲型	男	261	12.7	3.0	0.06	.80
	女	223	12.9	3.0		
爱慕虚荣型	男	261	8.7	3.9	0.6	.43
	女	223	10.0	4.1		

表二:高职生消费心理的性格特点分析

由表二可以看出,高职生消费心理存在性别差异。在节约型消费心理、冲动型消费心理两个维度上,高职女生得分高于高职男生,且差异显著。在享乐型消费心理、随心所欲型消费心理、爱慕虚荣型消费心理三个方面,高职男生得分高于高职女生,但差异不显著。

(三) 高职生消费心理的年级差异

	(I) 学生年级	(J) 学生年级	平均差异	标准差	Sig.
节约型	大一	大二	2.0	0.4	.00
	大三	大二	0.8	0.6	.18
冲动型	大一	大二	-0.6	0.2	.02
	大三	大二	-1.0	0.3	.00
享乐型	大一	大二	-2.6	0.4	.00
	大三	大二	-1.6	0.6	.01
随心所欲型	大一	大二	-1.2	0.2	.00
	大三	大二	-0.6	0.4	.12
爱慕虚荣型	大一	大二	-1.1	0.4	.00
	大三	大二	-1.5	0.5	.00

表三:高职生消费心理的年级特点分析

我们以年级作为自变量,进行单因素方差分析,发现高职生消费心理的五个因素上存在主效应。接着对五种消费心理进行事后检验发现:在节约型消费心理上,大一学生得分最高,其次是大三学生,得分最低的是大二学生,大一与大二学生差异显著,大二与大三学生的差异不显著。在冲动型消费心理、享乐型消费心理、随心所欲型消费心理、爱慕虚荣型消费心理四个维度上,大二的学生得分最高,且大一与大二学生的差异显著,大二与大三的学生在冲动型消费心理、享乐型消费心理、爱慕虚荣型消费心理差异显著,在节约型消费心理、随心所欲型消费心理差异不显著。大一与大三的学生在消费心理上差异都不显著。结果说明大二是高职生在消费心理上出现问题最多的时期,需要特别注意。

(四) 高职生消费心理在独生子女与非独生子女方面的差异

	子女情况	人数	平均数	标准差	F.	Sig.
节约型	独生	124	23.0	5.0	10.4	.00
	非独生	360	24.9	4.2		
冲动型	独生	124	11.5	2.7	0.1	.65
	非独生	360	10.4	2.7		
享乐型	独生	124	15.5	4.8	0.2	.58
	非独生	360	13.6	4.6		
随心所欲型	独生	124	13.3	3.2	4.0	.04
	非独生	360	12.7	2.9		
爱慕虚荣型	独生	124	11.0	4.6	13.3	.00
	非独生	360	8.7	3.7		

表四:高职生消费心理独生子女与非独生子女的差异分析

由表四可以看出,高职生独生子女与非独生子女在冲动型消费心理、享乐型消费心理上差异不显著,但在节约型消费心理、随心所欲型消费心理、爱慕虚荣型消费心理三个维度上差异显著。非独生子女比独生子女有更多的节约型消费心理,独生子女比非独生子女有更多的冲动型消费心理、享乐型消费心理、随心所欲型消费心理、爱慕虚荣型消费心理。

三、讨论

(一) 高职生消费心理的一般特点

调查发现,高职生在节约型消费心理维度上得分最高,爱慕虚荣型消费心理得分最低。这表明大部分高职生的消费心理是积极健康的,这与前人对大学生消费观的研究结果一致。

但我们也发现,高职生中小部分存在消极不健康的消费心理,这不容忽视。之所以出现这种情况,原因是目前社会上不断涌现的享乐主义和拜金主义思潮并渗透到高校校园中,加之一些高职生家长对子女的溺爱放纵,以及高职生冲动、情绪化、自制力差的心理特点,使得部分高职生存在不良的消费心理。

(二) 高职生消费心理的性别特点

研究表明,不同性别的高职生在消费心理上有所不同,高职男生更倾向于随心所欲型消费心理、享乐型消费心理和爱慕虚荣型消费心理。究其原因,是由于我国传统文化的影响所致,我国传统文化历来主张男尊女卑,因此男性在消费中往往比女性更要面、更争强好胜,男生打肿脸充胖子、乱花钱的情况容易出现。而女生相对来说更能够体谅家长劳动的艰辛,所以倾向于节约型,但女生性格中情绪化非理性的成分更多,她们把购物消费当成一种缓解压力、平衡情绪、宣泄郁闷的一种方法,因此女生会出现冲动型消费。

(三) 高职生消费心理的年级特点

结果表明,大二是高职生容易出现更多不良消费心理的时期。其原因可能是,大一的学生刚踏入大学校园,仍然保持着简单纯朴的中学习惯和作风,所以花费较为节约,大三的学生开始顶岗实习,在工作中体会到挣钱的不容易,对于自己挣来的钱也会相对珍惜,不乱花,而大二的学生逐渐熟悉大学环境,学习和生活较为轻松,容易受到不良社会风气的影响,出现攀比、爱慕虚荣等消费心理。

(四) 高职生消费心理独生子女与非独生子女的特点分析

研究发现,独生子女与非独生子女在节约型消费心理、随心所欲型消费心理、爱慕虚荣型消费心理三个维度上差异显著。之所以出现这种情况,是因为独生子女家长对子女过分的爱护体贴,独生子女就容易被溺爱和放纵,形成以自我为中心、冲动、爱表现自己等性格特点,在消费商则体现为随心所欲型消费心理与爱慕虚荣型消费心理。非独生子女更多地考虑到其他兄弟姐妹,性格一般比较谦让,所以更容易形成节约型消费心理。

四、引导对策

对于高职生的消费问题,社会、政府有关部门、家庭、学校都应该发挥各自的职能,帮助他们形成健康积极的消费心理,树立正确的消费观,进行科学合理的消费。

(一) 利用大众媒体的宣传

毫无疑问,现代生活中传媒扮演着一个特殊的角色。媒体制作的大量影像和信息,带来强有力的视觉冲击,引领着社会的时尚潮流,它对高职生的消费心理产生重要的影响。因此,我们应该加强利用广播电视台、报纸、网络等大众媒体宣传勤俭节约的良好风尚和艰苦奋斗等优良传统,倡导正确的社会舆论,改善社会大环境。

(二) 发挥家庭教育的职能

在家庭的日常开支中,家长要以身作则,杜绝铺张浪费,反对盲目攀比,让子女从小养成节约勤俭的良好习惯。即使是家庭经济条件优越的家庭,也要抵制一味追求奢华享受的生活方式,有意识地培养子女吃苦耐劳、勤俭朴素的优良品质。有的家长宁愿自己缩衣节食,也要让子女穿名牌、用高档名贵产品,把对子女的爱体现在对子女的物质需要无原则性地满足上,但是这种爱对子女的成长并无好处,所以家长应该对子女的开支加以了解调控,对不必要的开支、不正当的要求不能迁就。

(三) 加强学校中的消费教育

首先,要教育高职生认识到消费应当从自身的经济状况、学习生活需要出发,在心理上需求上克服与他人的攀比。这表现在当高职生受到周围的物质诱惑时,要有理性的选择,不以物质消费的数量作为衡量成功的标志。其次,指导高职生不以物质消费的尺度来夸耀和证实自己的社会价值。消费的目的是为了提供我们健康生存的环境,而不是多多益善,人的消费程度超过一定界限之后,更多的消费并不等于更多的充实,而是浪费。第三,指导高职生在消费过程中做到计划性和目的性的有机结合,作一个有经济头脑的消费者。高职生要学会控制消费中的冲动性和被动性,分清基于需求的消费与

基于欲望的消费,不被广告和流行所诱惑,正确地进行消费决策,合理的消费。

(四) 增加高职生的社会实践活动

由于国家实行计划生育,现在家庭中的孩子不多,而且生活条件越来越好,所以很多孩子都在娇生惯养中长大,他们普遍缺乏社会实践的锻炼,不懂得父母的艰辛,花钱大手大脚。因此,让高职生参加勤工俭学活动,尤其是假期的社会实践活动,不仅可以解决他们部分的生活费问题,而且可以给他们积累一些工作经验,培养他们艰苦创业精神,提升他们的综合素质,使他们养成勤俭结合的良好品质。

参考文献:

- [1] 闫纛,任意. 大学生的消费心理分析和引导[J]. 昆明大学学报(综合版) 2004: 57—59.
- [2] 胡娟. 大学生消费心理和消费行为的研究[J]. 心理科学 2003 26(2).
- [3] 郭金丽. 大学生消费心理及消费行为的调查与分析[J]. 中国健康心理学杂志 2007, 15(9).

(上接第6页)

人接受专接本的学习,48人于2011年4月前顺利找到工作,实现协议就业率100%。

(二) 全员育人 校企合作

以扬州工业职业技术学院为例,学校是一座高职院校,近几年来,学校的就业率一直保持在98%以上,这些和全员育人、校企合作的精神分不开,每到就业开始的月份,学院从上至下分3级管理,学院招生就业部门统抓就业的核心,积极组织全院的大小型招聘会,积极帮助学生进行就业信息的搜集,系部是就业管理的第2级管理,针对性的为学生联系专业对口的企业单位,组织系部的专场招聘会和企业的推介会,系部老师是就业管理的第3级管理,很多老师积极联系校外的企业,推荐本系的学生,为学生解决就业的问题。在此基础上,学院和系部积极和企业联系,加强校企合作,平时进行工厂实习,访问工程师等合作加强之间的联系,更是进行了“扬农班”、“金陵石化班”的试点,截止2011年,学院已经开办了数届的“扬农班”,第三批的“金陵石化班”也正在招录过程中,为我们的就业提供了广阔的舞台。

(三) 创业教育不可或缺

在进行就业的同时,我们鼓励学生进行创业的想法,这个设想从学生一开始进入校园就进行引导,对学生进行创业基础课程的辅导,让所有的学生都了解和接触到创业这个环节,

对个别有想法的学生进行SYB的单独的小班培训指导,让学生对创业有了初步的认识,也对以后的就业提供了广阔的基础,学院为每个团队配备了指导老师,提供经营场所,为有创业梦想的学生提供更大的舞台,每年进行大学生创业计划大赛,提供了理论实践的机会,扬州工业职业技术学院从2009年3月开始进行第一批SYB学员小班的开设,目前已坚持了两年多,培养了激发了很多学生的创业意识和创业兴趣。在学院开展培训的同时,学院积极为这些有创业兴趣的学生开设了每月的跳蚤市场,更有长时间经营的创业园,这些为梦想插上了实现的可能。

增加大学生就业的方法和做法很多,需要我们根据自己的实情进行分析,加强指导,除以上几点经验外我们还要:第一,加强大学生职场礼仪指导,不仅要掌握专业知识,还必须具备良好的修养。第二,注重分析和预测职业发展前景,有的职业今天可能是“热门”,明天可能就会有被淘汰出局的危险。第三,加速知识和技能转化,要提高大学生的就业能力,就要使学生所学尽快转变成适应社会的技能。

大学生就业形势严峻已成为不争的事实,这是社会、经济、历史等多种因素综合作用的结果,我们要不断调整,拓宽就业的方法,才能将高等教育继续发展下去,发挥大学之所用。

参考文献:

- [1] 邓巍. 我国大学生就业形势及其对策[J]. 现代商贸工业 2007, 19(5).
- [2] 于曼,李强. 高等院校毕业生就业现状分析及对策[J]. 国家教育行政学院学报 2007, 112(4).
- [3] 叶静. 探析高校就业指导工作新途径[J]. 科技成果纵横 2010(1).