

大学生消费行为与商家经营策略的对接情况分析

——以中国章丘大学城附近高校和商家为例

Analysis on the Connection Between the Consumption Behavior of College Students and the Business Strategy

——Taking the Universities and Merchants Around the Zhangqiu Campus City of China as an Example

张静 李颖 张善晓 张云芳

Jing Zhang Ying Li Shanxiao Zhang Yunfang Zhang

齐鲁理工学院 经济与管理学院
中国·山东 济南 250000
Economics and Management School
of Qilu Institute of Technology,
Jinan, Shandong, 250000, China

【摘要】随着改革开放的进一步深化,社会主义市场经济的蓬勃发展,人们的物质水平得到极大提高,消费品的选择范围也不断扩大。目前,“90后”已成为在校大学生的主体,并日益成为一个对消费潮流有较大影响的消费群体。论文通过实证调查研究,利用计量经济学相关模型对相关数据进行了计量分析,从而大致得出了大学生消费状况,对当前大学生的一些消费行为和心理有一定的引导作用,商家可由此对其营销方式进行改进,实现有效对接。

【Abstract】With the further deepening of reform and opening up and the vigorous development of the socialist market economy, people's material level has been greatly improved, and the selection of consumer goods has also been expanding. At present, the "post-90s" has become the main body of college students, and is increasingly become a consumer group which has a great impact on the consumption trend. Through empirical research, quantitative analysis of the related data by econometric model was made in this paper. In this way, the consumption status of college students is roughly obtained. It has a certain guiding role on the current consumption behavior and psychology of college students, and merchants can improve their marketing methods accordingly, so as to achieve an effective connection.

【关键词】大学城;大学生;消费行为;计量经济学;商家对接

【Keywords】campus city; college students; consumption behavior; econometrics; merchant connection

【DOI】<http://dx.doi.org/10.26549/cjygl.v2i1.683>

1 引言

随着中国高等教育的不断发展,高校规模扩大,招生人数不断增加,高校集聚的现象愈发明显。高校集聚产生的人口规模化给大学城附近的商家带来了很大的商业空间。大学生作为消费的主力军,其消费能力为学校附近的服装、食品、餐馆的发展提供了客观条件,如果不去考虑价格、营销方式、产品类型、服装样式等客观因素,商家就无法为自己赚取可观的利润,所以,研究大学生消费行为与心理对大学城周围商家的经营具有指导意义。

2 中国章丘大学城大学生月消费情况的计量分析

首先,将影响大学生消费的影响因素分为以下三类:月生活费、额外收入、消费观。学校附近消费环境简单,可认为其消费观基本一致。

2.1 模型设定

$$Y=C+ax_1+bx_2+u$$

消费金额为 Y,每个月生活费金额为 X1,额外收入为 X2^[1]。

2.2 数据收集

为了使分析结果更加准确,采用网上调查问卷和走访问

卷调查相结合的形式,网上调查问卷收回有效问卷 125 份,走访调查 170 份,为方便计量分析,对数据采取随机抽样的方法,抽取 60 份问卷进行分析^[2]。

2.3 参数估计

参数估计和检验的结果写为:

$$Y_t = 416.0903 + 0.552373x_1 + 55.62736x_2$$

$$(100.2058) (0.079947) (50.62736)$$

$$t = (4.152359) (6.909212) (1.101232)$$

$$R^2 = 0.45883 \quad F = 23.87843 \quad n = 60$$

2.4 模型检验

2.4.1 经济意义的检验

所估计的参数 $c=416.0903$, $a=0.552373$, 说明大学生平均每个月生活费金额每增加一元,消费金额增加 0.552373 元,这与预期的经济意义相符^[3]。

2.4.2 拟合优度和统计检验

通过模型回归分析结果,可得出 R-squared 即可决系数 $R^2=0.455883$,拟合度较低,但结合问题的具体背景,消费金额的影响因素较多,生活费金额能解释 45% 的变异,说明影响也很大。

对回归系数的 F 检验:可以给定显著性水平即 $\alpha=0.05$,查 F 分布表得自由度 $n-2=58$ 的临界值 $F_{0.05}(3,60)=2.76$,上述回归模型中 $F=23.87843 > F_{0.05}(3,60)$,所以应拒绝原假设。对斜率系数的显著性检验表明,每个月生活费金额对消费金额有显著性影响^[4]。

可以表明在校大学生的消费金额 Y_t 确实受到每个月生活费金额 x_1 和额外收入 x_2 的显著性影响。

t 检验:同上,给定显著性水平 $\alpha=0.05$,在自由度 $n=58$ 的情况下, $t_{0.05}(58)=2.00$ 。

$t(x_1)=6.90921 > t_{0.025}(58)$,而 $t(x_2)=1.10 < t_{0.025}(58)$,可以看出,大学生消费金额 Y 受月生活费金额 x_1 的影响较大^[5]。

由上述分析得知,在 t 检验中,额外收入 x_2 的影响不显著,为了使结果更精确可靠,需要进行以下检验。

2.5 模型的精确检验及修正

多重共线性检验:简单相关系数检验法。计算各解释变量的相关系数,结果如表 1:

表 1

	x1	x2
x1	1.000000	-0.139290
x2	-0.139290	1.000000

由相关系数矩阵可以看出,各解释变量相互之间的相关系数较高,证明确实存在一定的多重共线性。

3 分析调查

3.1 横向分析方面

对大学生关于外出吃饭和服装上的消费观调查,如图 1 所示。

下列选项中,你更倾向于商家的哪些特点
答题人数 125

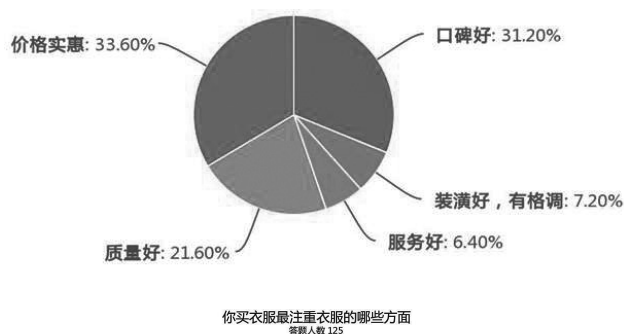


图 1

分析:在吃饭方面,33.6%的人注重食品的价格,31.2%的人注重餐馆的口碑,只有少数人关心其装潢。

在服装方面,通过分析几件具有季节代表性的衣服来看,大学生在买衣服时更注重其质量和款式,只有少部分人注重品牌。

从以上分析可以明显看出:大学生的消费观还是比较合情合理的,无论从外出吃饭还是服装购买方面,大学生考虑的首先是质量问题。商家可以从这一点加强产品的质量和和服务,以赢得更多的大学生群体。

3.2 纵向方面分析

图 2 为学生每月的生活费和倾向于商家的经营特点的关系图。调查得知,每月生活费在 500 元、500—800 元、1000—1200 元价格区间的学生更注重商家价格的实惠,每月 1200 元以上生活费的学生则更注重商家的口碑,每月 2000 元生活费的学生则更注重商家口碑和装潢。但每月 800—1200 元左右生活费的学生占据 40% 的比例,由此得出商家应按照大部分的学生生活费的指标来进行销售经营,主要以价格和口碑赢取学生的青睐。

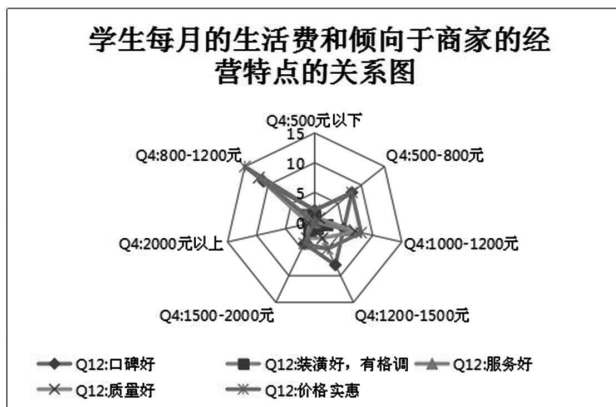


图 2

3.3 研究结论

论文研究结论表明,中国章丘大学城附近商家和商圈的形成对周边高校学生的日常生活产生非常大的影响,同时高校大学生也促进了商家的革新和发展。章丘大学城的商圈相比零散商家来说更能满足学生差异化的需求,提供的商品与服务更贴合学生需要,也为学生兼职提供了机会。随着智能手机和网络的快速发展,快捷与便利更成为商家主要的服务特点,但同时存在一些品质不高、快速、低廉消费的缺陷,有些不法商家也采取低质高价、抬高物价等手法牟利。因此,笔者为章丘大学城学生和附近商家提出如下建议。

4 对策及建议

4.1 针对大学生的建议

①树立文明理性正确的消费观念。针对大学生存在盲目消费、冲动消费的特点,呼吁大学生树立正确的消费观,不要盲目冲动攀比,绿色健康消费。切忌通过分期借贷软件消费,以免造成不良后果。

②及时了解商家促销优惠信息。大学生可多关注商家的促销优惠活动,通过打折促销、领取优惠券等优惠活动提高自己的消费质量。

③加强与商家的沟通交流。通过与商家的沟通交流提高商家的商品服务质量,扩大自己的交际范围,增加学生自身的

兼职工作机会。

④通过合法合理途径积极维护自身利益。当学生遇到恶意消费哄抬物价或自身合法权益受到侵害时,应该向有关部门举报或者向学校寻求帮助,通过合法途径维护自身利益。不要害怕,也不要抱着多一事不如少一事的心理逃避,这样只会助长不良商家的气焰。

4.2 针对商家的建议

①前期做好调研,不断改进和创新。商家在以后的经营中要经常通过问卷调查或口头询问的方式来了解学生的消费需求,并及时做好调整,还要经常多增加具有创新的经营手段。

②把握大学生的心理,引导其实际购买。消费心理决定消费行为,要把握大学生的消费心理,例如在服装方面,对于大学生在服装上追求时尚,看重品牌,讲究实惠的消费心理,要把一些时尚元素投入广告中,辅之一些促销活动,增加其购买的欲望。

③灵活利用网络。随着电子商务的发展,网购对实体店的冲击越来越大,与其背道而驰不如顺势而为,大学城的服装店也可以开设网店,拓宽渠道,通过微博微信与学生互动,了解商店的信息。

④合理定价,重视口碑效应。商家在平时的经营中,要利用优质的产品,合理的价格,温馨的服务来营造好的口碑,才能吸引更多的顾客,发展潜在学生顾客,提高学生满意度和顾客忠诚度,形成互利共赢的局面。

⑤优化服务,完善基础设施建设。

⑥定位准确,制定合理的销售策略。

参考文献

- [1]庞皓.计量经济学[M].北京:科学出版社,2016.
- [2]李晓霞.消费心理学[M].北京:清华大学出版社,2006.
- [3]江林.消费者心理与行为[M].北京:中国人民大学出版社,2002.
- [4]张志祥.高校大学生消费伦理研究[D].武汉:武汉理工大学,2006.
- [5]乔良.基于消费心理与行为的市场营销策略探析[J].中国商贸,2011(9):12-13.