



20xx

分期购物报告



目录

Contents

01

标题标题标题标题

02

标题标题标题标题

03

标题标题标题标题

04

标题标题标题标题



表目录

1

表目录



表1 KMO和Bartlett的
检验 5



表 2量表信度检验
5



表 3家庭所在地分布
6



表 4每月生活费情况
6



表格 5分期付款购物了
解程度 8



表格 6了解过分期付款购
物和是否有过分期购物的
经历交叉表 9



表 7是否有过分期购物
经历和分期购物缺点交
叉表 9



表 8性别与前景交叉表
12



表 9性别与前景交叉制
表卡方检验 12

表目录



表 10性别与选择分期
购物物品的交叉表
13



表 11性别与分期购物
优点交叉表 14



表 12是否有过分析购
物经历与分期购物优点
交叉表 14



表 13二元logit参数估
计 19



图目录



图 1听说过网络分期购
物的情况 7



图 2分期付款购物了解
程度 7



图 3分期购物使用情况
8



图 4大学生是否浏览过
分期购物开通协议书
10



表目录

图 6平台使用情况 11

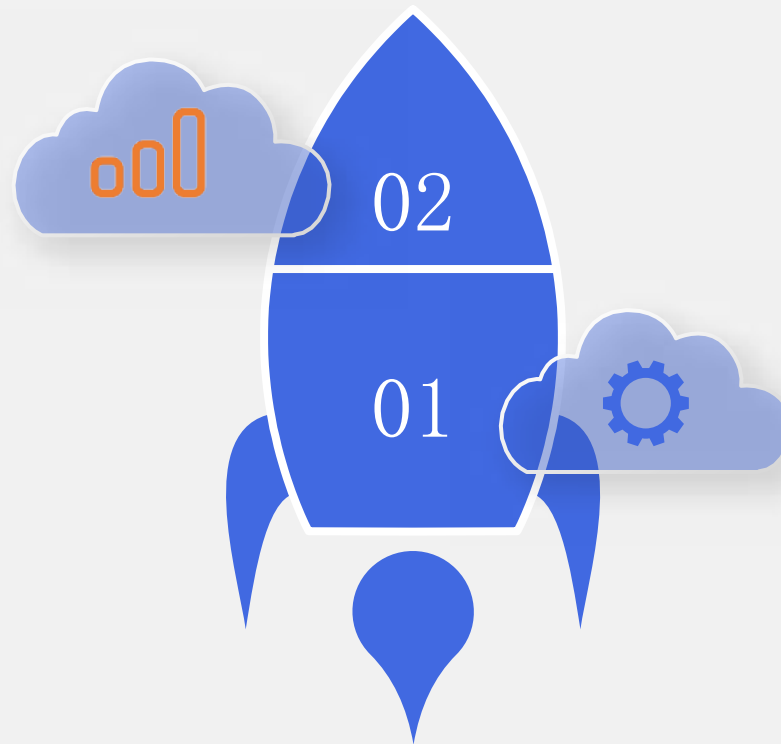


图 5大学生对分期付款购物的评分 11



一、导论

2



一、导论

(一) 引言

近几年，分期付款逐渐兴起，大到房子、车子、小到手机、电脑，甚至买一件衣服，看一场电影均可以分期付款。这种购物模式往往具有准入门槛低、商业范围广、办理流程简便等特点，收到年轻人的大力追捧

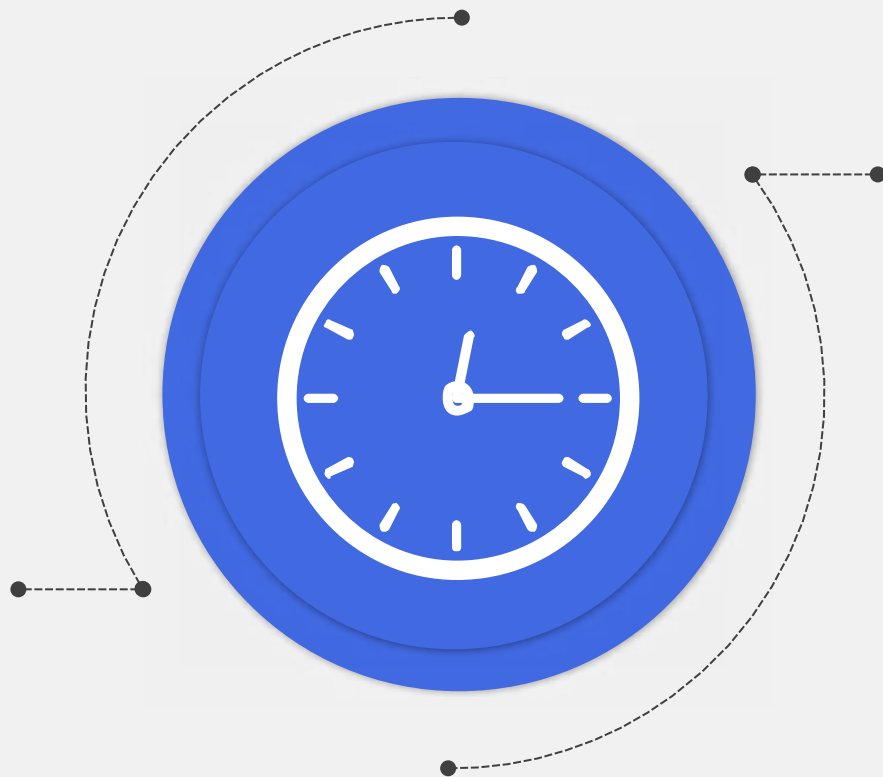
“分期付款可以把大笔开支化大为小，每期只需要支付一比较小金额费用，减轻一次性付款压力。”“在校学生没有稳定的收入来源，但又想追求点时尚和潮流，如果碰到想要的东西，一时拿不出那么多钱，就可能会选择分期付款

尤其是在一些电商平台，分期付款还能提升信用值，获得分期额度提升，服务费率降低，租借免押金等好处。”这些都是大家愿意选择分期付款购物的原因

未来，随着社会信用环境改善，技术水平进步等，信用消费或将迎来更大的发展空间

一、导论

但凡事有利必有弊，随着大家使用网络分期付款购物越来越多，问题也随着浮现出来，如有不能按时还款，信用度下降等问题



在此背景下，我们计划从大学生对网络分期付款行为、态度、以及使用感受等方面进行深入探究，探求其原因，并对网络分期付款的使用情况进行分析，找到使用者与平台的平衡点。这不仅有利于未来网络分期付款的长期发展，也有利于保护使用者自身财产安全。对于网络分期付款和社会公众具有重要意义

一、导论

(二) 分期购物兴起的原因研究

1. 资金来源有限 [5]

中国大学生手上每月可支配的钱大多都来源于父母，仅有少部分勤工俭学以及奖学金、助学金等，这些钱仅够满足他们日常的开销，由于年龄与眼界的增长，大学生想要的东西例如电子产品、球鞋等东西越来越多，因此他们需要符合他们预期的购买渠道

2. 大学生融资渠道狭窄 [5]

过去大学生群体是银行信用卡业务的重要对象，但现在由于政策的限制，这类金融服务大大减少，2009年起，国内多家商业银行纷纷提高了信用卡办理的门槛

有的银行只优先针对知名高校的优秀学生办理信用卡，有的为了控制风险，大幅降低了对大学生的授信额度，从最初的3000元左右降到几百元

传统金融市场这样过山车般的变化，使得大学生这个消费需求旺盛的特殊群体不得不另寻他法



一、导论

基于互联网而出现的专门针对这个群体的消费分期产品，正好弥补了传统银行业务中难以实现的部分，成为大学生短期资金融通和消费的渠道

3. 网络分期付款的申请简单且实行合同制[4]

在购物前,买卖双方须签订合同;合同的签订保证了大学生的权益,控制了风险,同时也对平台的行为做出了约束。网络分期购物只需在第一次注册的时候对个人信息进行验证,在其后的购物中都能保证方便性与快捷性。其次,网络分期购物平台的服务较为完善,官方平台以及校园代理会在还款日期前日予以提醒

4. 国家政策支持[2]

一、导论



2013年，随着我国新一届领导人换届完成，有关金融改革的政策出台在不断加快，金融改革成为经济转型的重要部分



2015年国务院印发《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》指出，对于符合条件的消费金融公司给予鼓励，大力支持消费信贷的发展，拓宽消费金融公司试点范围，激发民众消费需求，促进消费变革与升级
2017年6月，中国银监会、教育部等六部委发布了《关于进一步加强校园贷规范管理



工作的通知》要求目前暂停所有网贷机构针对在校大学生开展的网贷业务，逐渐消化存量业务，有关于危害大学生人身安全的行为，例如分期平台进行暴力催收等要制止



因此，大学生分期购物平台在互联网金融发展的背景下迅速发展

一、导论

(三) 分期购物国内发展现状研究

2009年，由于国家对大学生发放信用卡实施严格控制，信用卡逐步退出大学生金融借贷市场
2013年我国第一家专门针对大学生网络分期购物的平台的创建，象征着大学生网购进入了一个新时代

在刘洋的网络分期购物分析中[4]，了解到在分期乐成立不足三年的时候，已经有77.9%的大学生知道网络分期购物，并且有21%的大学生已经使用过分期付款

其次在使用过程中，数码产品是大学生主要消费产品，占62.2%的大学生利用网络分期购物平台购买数码设备

随着大学生的观念不断改变，不少中国大学生已经形成提前消费观念，分期的需求也越来越大，分期平台也迅速发展

一、导论

在2015年，分期乐购物平台已经在全国35个城市大学3000所学校建立了自己的营销中心，覆盖范围包括北京、上海等国内的一二线城市

大学生的主要收入来源取决于父母给的生活费，另外来源就是奖学金和勤工俭学等，结合大学生的收入水平分析，小额贷款在大学生日常消费更加容易被接受

根据大学生自身的收入水平而言，在能够做到分期购物提前消费的情况下，大多数大学生会选择较高价格的购物来满足自己的需求，利用提前消费解决当期收入与支出不平衡的矛盾



选择提前消费的大学生主要原因是在于想要买的东西过多，需求过大，而自己的生活费不够花，并且随着进入社会压力变大，衣食住行跟在学校有所差异，开销也随之变大

在杨淞的调查研究中显示[7]，大学生在分期购物价格金额在1500-3000元范围内占比37.82%，3000元以上占比32.69%，1000-1500元占比19.44%，而1000元占比仅10.04%

一、导论

(四) 研究意义

目前，互联网金融发展迅速，网络平台产品层出不穷

自2013年网络分期付款问世以后，其发展速度之快给更是互联网金融市场带来不小的冲击，我们对大学生这个群体对网络分期付款的需求进行仔细研究，目的是希望能够为相关企业或者投资者提供一点设计分期付款产品的有用信息，帮助他们更深入的了解大学生群体这个消费市场
对网络分期付款的要求和偏好

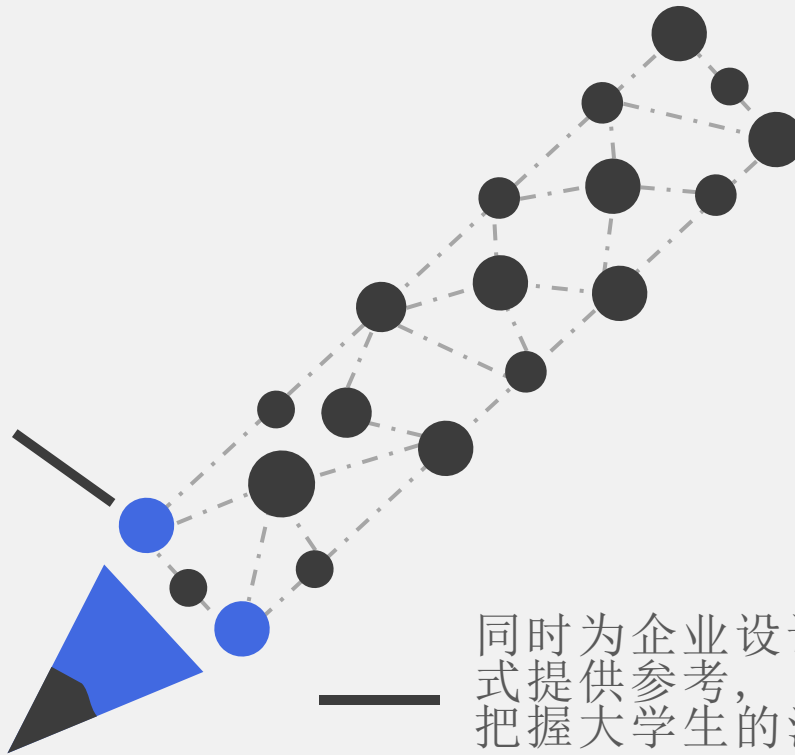
同时也有利于投资者们有利于更好地统一分析大学生网络分期付款的行业前景，进一步了解行业的竞争力和发展潜力，做出更优的决策

本次研究以烟台市的大学生为对象，通过问卷调查的形式了解大学生网络分期付款的使用情况和了解程度，从而分析大学生对分期付款的看法和建议，统计和预测大学生对分期付款的需求程度最后，对大学生网络分期付款这种消费方式的前景进行分析



一、导论

从而了解大学生对网络分期付款的看法和需求



同时为企业设计网络分期付款方式提供参考，有利于企业更好地把握大学生的消费需求





二、调查方案设计

3

(一) 调查目的

我们调查的目的是解决消费者与这种购物方式之间存在的矛盾。我们对消费者对该购物方式的看法进行数据调研，之后收集数据进行分析，最后提出合理建议



二、调查方案设计

(二) 调查对象及时间

本次调查主要是山东工商学院的学生为主，涵盖全国各省份的大学生。2021年11月22日开始进行问卷收集，持续到11月29日，保证充足的时间获取准确的数据

(三) 调查方法

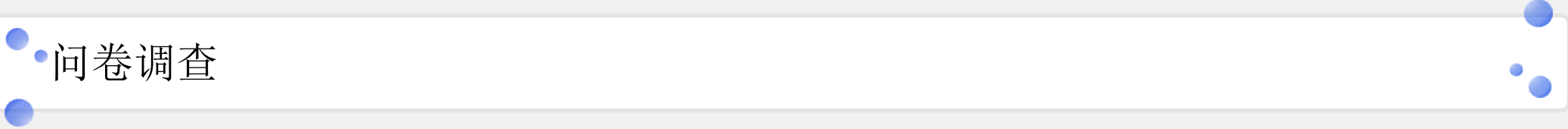
本项目小组选取的调查方式主要是网上问卷调查法，同时辅以网上文献调查。我们首先利用文献调查法的方式对分期购物的发展现状、兴起原因以及分期购物模式做了一个初步了解。然后选用问卷调查为主，了解大学生的基本情况，全方面考量大学生对分期购物的态度、看法

• 文献调查



二、调查方案设计

本项目组查阅了大量有关分期购物的现状发展的文献，通过对文献的调查可以更好的研究当今大学生对分期购物的看法、态度以及使用情况，本项目组通过研究对比相关文献，大致了解了当今大学生对分期购物的态度及看法



• 问卷调查



二、调查方案设计

本项目组在进行预调查时，发现在收集的数据中使用过分期购物的大学生占少数，为了增加使用过分期购物的样本量，我们采用了滚雪球抽样和目的性抽样，通过身边的朋友让他们转发问卷给使用过的人，并让使用过的人继续转发给他们所认识的使用过分期购物的人

(四) 质量控制

1. 样本量的确定

本次调查我们采用总体比例估计的方法，选取是否使用分期付款 p 作为指标，估计调查样本总量。进行预调查后，确定预期的意愿率，显著性水平，即样本量的确定为

其中，容许误差，计算得本次调查的样本量为224份左右。根据预调查情况问卷回收率为100%，但有效率为95%，所以最终确定发放问卷236份左右以满足调查要求

二、调查方案设计

2. 预调查作用

预调查是为调查做准备，是为了检验问卷的效度而做的小样本调查

2.1 通过预调查，发现大家使用分期购物的平台不仅限于蚂蚁花呗和银行卡，选择其他的人很多，因此我们又去设置了开放问题去搜集大家使用的平台

2.2 通过预调查，发现问卷设计的不足。某些问题不存在参考意义，例如A9，我们以为有了分期购物能大幅度刺激大家的消费，增加大家的购物次数，可是在预调查的数据中显示选择是否的人数均等，性别占比均等。以及量表中的经济性未通过检验

2.3 通过预调查，发现调查对象范围不宜过窄，无法体现更多的人群的大部分看法，使得问卷数据不具代表性，无法反映真实情况。比如使用过的人太少，因此我们增加了了解度，收集了解度达到一定程度的人与用过的人的数据

1.4 通过预调查，提高了调查效率，避免调查过程中出现问题反复修改的情况，节省了大量的人力物力，也提高了问题的把握度以及针对性

二、调查方案设计

检验内容	KMO值	Bartlett的近似卡方球形检验	P值
用户体验	0.75	241.676	0.000

3. 预调查的信效度检验

3.1 效度检验分析

通过预调查显示，表中KMO取值均大于0.7，Bartlett检验P值小于0.05，因子分析效果好，所以可以进行因子分析，可见评分表结构效度好

二、调查方案设计

3.2 信度检验分析

信度检验的目的是在考察量表的一致性、稳定性和可靠性，本研究采用Cronbach提出的系数进行信度检验。系数的计算公式如下

$$\alpha = \frac{q}{q-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^q Var(x_i)}{Var(H)} \right]$$



二、调查方案设计

式中： i 表示第几个题目， q 是量表中题目的总数，即题目的数量， σ_i^2 是第 i 题得分的题内方差， σ^2 是总题项(总得分)的方差

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum_{j=1}^q x_{ij}^2 - \frac{(\sum_{j=1}^q x_{ij})^2}{q}}{q-1}$$

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/187151031013006064>