

大学生网购风险管理研究

黄李钰, 杨裕洋, 江传业

(福州外语外贸学院, 福建 福州 350202)

摘要:近年来,随着互联网和通信技术的高速发展,电子商务迅速普及。越来越多的大学生为了方便节约时间,采取网上购物的方式。然而近年来网络诈骗层出不穷,商品也不总是物美价廉,服务质量差强人意。本项目通过对福建省高校在校大学生网购购买情况以及网购风险意识的实地调查,运用具体的数据来解析大学生的网购风险管理能力,希望对大学生树立良好的网购风险管理意识,培养风险管理的能力带来一定的指导意义。

关键词:大学生;网购;风险

0 引言

自我国大数据网络信息时代发展以来,^[1]人民生活 and 消费方式经历了从单一到多元、从个体到整体的根本性改变。网络市场商品丰富多样,价格相对较低,各种快递公司的发展使得购物比较便利,购买的快捷度与群体的认同感使得大学生成为网购的主力军。大学生群体对于网购的方式,商品的价格性能等方面都有自己的偏好,尤其是对网站的选择,付款方式,配送方式上都有自己的选择。而网购作为一个不断发展的新事物,其中一些风险因素如商品价格、商品质量,商家信誉,配送的时间性上都会存在一些明显问题,也因此制约了大学生网购的发展。由此可见,我国当前网购环境依旧存在不足,网购风险无法做到根除,这也为市场前景广大的网购市场留下了不小隐患。

1 大学生网购现状

通过问卷调查的形式,对校582名大学生进行网上购物消费及风险的调查,收取有效问卷500份进行分析。对

大学生网购现状的行为特征以及消费心理做如下分析。

1.1 大学生网购行为特征分析

1.1.1 大学生网购消费时间间隔

调查数据显示,有102人隔三天进行一次网购,占比率为20.4%;有205人隔一周进行一次网购,占比率为41%;有159人隔一月进行一次网购,占比率为31.8%;有34人隔半年进行一次网购,占比率为6.8%。

大学生进行网购的时间间隔大部分为一周、一个月,而半年才进行一次网购的人较少,这也表示了当前我国网购已经深入影响学生生活。在独立性较强的大学生群体中,网购的便捷性、自主选择性给予了大学生更多的选择,并且由于在智能移动端的全面普及,各大B2C商家(如淘宝、京东等)在移动客户端上不留余力地宣传营销也使得大学生更加频繁地进行网购。

1.1.2 网购商家门店选择

除此之外,我们还对大学生在网上购物时的商家门店选择进行了调查。调查显示,有310人会选择在官方

4 结论

(一)政府部门建立健全法规,加大监管力度

目前代购是一种仅仅靠信任维持的合约,买家付钱后会担心商品的质量和真伪,甚至担心卖方能否发货;卖方在代购时会担心如果代购后买方退货或者在海关清查时被扣不能及时发货的情况。在代购已经如此火爆的市场情况下,政府部门应该加大监管力度,出台相应的措施,避免给代购双方带来诚信的担忧和经济损失。

(二)健全海外代购交易市场及跨境物流

目前海外代购主要走邮政小包和国际快递,从购买付款到实际到手往往周期较长,等待时间过久,甚至会发生物品损坏,被海关查扣等情况。因此物流行业应与海外代购的发展相匹配,缩短配送时间,提高

配送效率,实现更快更好更完整的送货上门服务。

(三)学生消费者风险防范意识和维权意识

消费者首先应该确立正确的消费观,不贪图小便宜,在代购时慎重选择代购者和电商平台,谨防上当受骗;同时相关部门应该多引导消费者维权意识的养成,针对海外代购中经常出现的问题,提出相应的解决方案,提高消费者的购买体验,避免经济纠纷的发生。

参考文献:

- [1]冀梦凡.大学生海外代购问题对策研究[J].现代经济信息,2018(06):136-137.
- [2]奚露薇,吴雅悠,王雨晴,谢思宇.大学生海外代购现状分析[J].现代商业,2018(05):228-229.
- [3]赵博.基于有序Logistic回归模型的海外代购行为影响因素分析[J].统计与决策,2017(24):97-99.
- [4]田曹阳.大学生消费者海外代购意向影响因素研究——以安徽财经大学为例[J].西昌学院学报(自然科学版),2017,31(03):69-73.

校级大学生科研项目:大学生网购风险管理研究(项目编号FWXXS16014)

作者简介:黄李钰(1999-),女,福建南平人,汉族,福州外语外贸学院2017级投资学专业本科生;杨裕洋(1997-),男,福建漳州人,汉族,福州外语外贸学院2017级金融工程专业本科生;江传业(1996-),男,福建泉州人,汉族,福州外语外贸学院2017级金融工程专业本科生。

认证的旗舰店购买商品,占比率为62.0%;有57名同学会选择国际代购店,占比率为11.4%;有114名同学会选择便宜实惠的个体店,占比率为22.8%;有19名同学会选择在线下门店购买自己所需商品,占比率为3.8%。

从调查中可以分析出,拥有比较强的购买力的大学生群体在进行商家选择时会倾向于品质更有保证的官方旗舰店,或者价格更加实惠的个体店。而受网购风潮的影响,选择在线下门店购买商品的大学生占比极少,这也说明了网购的强大竞争力。

1.1.3 网购资金配置

在所进行的问卷调查中,针对大学生网购时的资金配置,进行了详细调查。数据显示,在500名调查者内,有243名调查者每月的网购消费占到自身月总消费的10%,占比率为48.6%;有165人每月的网购消费占自身月总消费的25%,占比率为33.0%;有72人每月的网购消费占自身月总消费的50%,占比率为14.4%;有20人每月的网购消费占自身月总消费的80%,占比率4.0%。

由此可见,虽然网购已经成为大学生购物的主要方式,但对于这一群体而言,理性、适当的购物理念能够确保大学生在进行个人资金配置时更加合理地进行管理。而在确保生活开销的同时,也会有不少大学生网购消费者选择将余下资金投入网购消费中去。

1.2 大学生网购消费心理分析

在网购中,^[2]受许多不利的心理方面影响会对购物行为进行错误的判断和选择,从而导致风险的发生。其中大学生网购不良消费心理主要可分四种,分别是:冲动式消费心理、图便宜消费心理、盲目从众消费心理、攀比消费心理。

这四种不良消费心理对大学生进行网购行为时都有着不利的影响。而从我们的问卷调查中显示,有289人会受到冲动式消费心理的影响,占比率为57.8%;有116人会受到图便宜消费心理的影响,占比率为23.2%;有42人会受到从众消费心理的影响,占比率为8.4%;有53人会受到攀比消费心理的影响,占比率为10.6%。

数据表明,在大学生网购消费者中,受冲动式消费心理和图便宜消费心理影响的人最多,这一方面是因为大学生在网购消费时不仅仅是满足于日常生活必需品的消费,还有更多层面的消费结构如情感消费、娱乐消费等,而这些消费结构受到主观意识的影响往往会使大学生网购消费者产生“先买再说”消费心态。另一方面由于商家不留余力地全覆盖宣传,大学生在受到媒体广告的影响下也会产生冲动式的消费心理和贪图便宜的消费心理,从而导致风险的发生。

2 大学生网购风险问题

网购风险是指消费者在进行网购时所遇到的影响

损耗个人财产利益安全问题的可能。在网购消费已经成为当代大学生常用消费模式的同时,越来越多的大学生消费者遭遇到因网购过程中带来的各类风险问题,财产、隐私甚至是个人生命等涉及到自身的重要安全问题层出不穷,网购风险越来越成为大学生消费者较为担忧的问题。

可以将网络购物风险大致分为三大类:商品风险、交易风险、售后服务风险^[3]。

2.1 商品风险

结合大学生网购消费时间间隔的调查,可以发现大学生在网购次数不断增加的同时,其遇到功能风险问题的可能性也越来越大,结合消费不良心理,网购消费关注点有两个方面,我们可以分析出,一方面在大学生不断进行网购的同时,受其思维惯性影响,冲动型消费、从众型消费不断增多,而在此过程中对资金风险的重视使得大学生消费者更多地是关注到商品价格方面,图便宜的心理因此产生,因此在消费过程中忽视了商家品牌、商品质量,只是简单地浏览店家评价、继而产生出“这家店购买量那么大,质量一定没问题,大家买我也买”的从众心理,随即便购买商品,从而导致了买到假货,或者商品质量差的情况发生。

2.2 交易风险

在调查中显示,只有42.9%的大学生消费者认为超额超支的网络消费会让自己合理安排自身资金,节俭省钱,而有34.3%的人会认为超额超支的网络消费会导致不停地借贷,以贷还贷陷入深坑。

结合大学生资金配置情况的调查,可以发现虽然绝大多数大学生消费者能够合理安排自身的资金进行生活上的日常消费及网购支出,但是也有部分大学生消费者会出现超额支出的现象,而拥有攀比性消费心理在超额支出上的现象会更加严重。这类大学生消费者往往忽视经济风险的问题,不顾及自身的现有资金,进行不理智的消费。而超额支出后衍生的一种恶劣现象就是借入非法贷款,网上一些不良的P2P平台利用大学生在网贷认知上的不足,对其进行诱惑、诱导以借取高额的贷款。而当大学生消费者无力偿还高额贷款的时候,就会进一步陷入以贷还贷的深渊,造成家庭和个人的双重伤害。

而在现时代大数据流通的背景下,因为在网购时需要涉及到提交消费者个人的电话、家庭住址等信息,个人的隐私风险被无限性地放大。而绝大多数网购商家或者B2C平台会利用消费者的预留电话等信息将自身产品、活动等通过短信、电话的方式发送给消费者,造成骚扰的现象。而除此之外,一些不法分子会利用消费者的个人隐私信息对大学生消费者进行网络

电信诈骗。从而造成经济和身体上的双重损失。

2.3 售后服务风险

结合大学生网购关注点调查,可以发现大学生网购消费者对商品评价以及店家客服服务的关注度很高。而在商家服务和售后问题这一块也是网购风险发生的重灾区。当消费者在购买商品之后,遇到了商品质量差、商品损坏等问题会与商家进行沟通解决,但部分商家恶劣的沟通态度和售后服务就会导致服务风险的发生。部分大学生消费者还表示自己在与店家沟通时还会遭受到语言暴力的行为。在给予店家差评之后,店家还会不间断地发送短信、打电话进行骚扰。而在物流配送过程中,会遇到物流公司配送过慢,影响了我们的正常使用的问题,以及在配送过程中导致商品损坏,造成了消费者的经济损失的问题。

3 大学生网购风险对策

3.1 培养健康消费心理

消费心理的健康与否同样是决定大学生网购消费者是否会产生网购风险的一个重要因素。保持健康的网购消费心理包括做到理性消费、适度消费、绿色消费。理性消费心理是要让大学生懂得在进行网购时不要盲目和攀比,要结合自己的需求,合理购买网络商品;适度消费心理是要做到在合理搭配自身资金的情况下进行网购消费,不要超额超支,懂得量力而行;绿色消费心理是要提醒大学生网购消费者购买正确的商品,不要去购买一些不符合法律规定、破坏环境、影响他人的商品。

3.2 建立正确网购消费行为

3.2.1 合理规划消费选择及行为

大学生网购消费者在购买过程中,最应该做的便是在进行网购前合理规划消费选择及行为。首先要明确自身购买需求,做到理性消费,建立一个系统完整的购物体系,明确自己的购买需求、商品的质量及定价等要素,从而进行统筹的规划安排。尤其是在选择商品时要通过比对不同店家的同款商品,同款商品的购买评价,结合分析出该商品的购买价值是否能够达到自身预估需求。而后还要计划出在购买完商品后如果出现问题的,要有一套有效的应对方案。包括和网购商家以及物流公司的有效通联、和B2C网购平台客服进行退换货程序的沟通等方面,从而尽可能地规避网购风险。

3.2.2 进行理智自我规划及评估

自我评估是大学生消费主体在网购前,对可能产生的网购风险的自我判断分析。大学生在网购前应该就网购平台的安全性、商家信誉的可靠性、支付途径的可靠性、个人注册的信息保密性、快递运输公司的可靠性等进行全方位的评估,了解网购的基本环境,规避网购风险。

自我校正包括自我策略调控和他人帮助督促。自我

策略调控是靠自我力量,通过明确网购目标,选择正规购物平台,有选择性地填写相关注册账号信息,设定支付限额等,降低风险发生的可能性。同时,要善于依靠他人力量,学习他人网购的可靠经验,比如合格商品品牌的推荐,商家的选择等信息,合理规避网购风险。

3.2.3 协调网购资金与生活消费支出

首先,资金是消费的前提,“钱包决定购买力”,合理安排自身资金进行网购也是预防规避网购风险的重要举措之一。部分大学生消费者存在将自己绝大部分的资金储蓄用来进行网购消费,从而对自己实际生活造成了麻烦与困扰的问题,因此就需要大学生消费者做到网购资金与生活消费支出相协调。

其次,近些年,在支付宝、京东商城等平台上出现的“蚂蚁花呗”、“白条”类的金融工具使得大学生网购消费者每月超额超支进行消费的现象愈发严重。因此我们需要做到理性控制自身资金安排、避免超额超支。可以为自己做一个账单、也可以限制贷款使用额度来避免出现每月消费超过支出的现象。

最后,受到各种风险因素的影响,部分大学生消费者群体在遇到自身资金不足,而购买欲望过于强烈时,很有可能会借取高额贷款从而产生更大风险。而当下互联网金融的快速发展,使许多不良网贷平台不断产生,这类平台利用虚假广告、发展下线等给大学生消费群体带来了许多贷款的渠道。而这类贷款都是具有高利率、高风险的不良贷款。很多大学生抱着盲目乐观的心态进行贷款,却都是陷入深坑。因此大学生要懂得辨别不良网贷平台,做到“不接受、会拒绝、懂举报”,杜绝高额贷款,为自身及周边营造健康的消费环境。

4 结语

电商企业在现行环境下已经逐渐发展成为消费市场的主力军,网购发展的趋势势不可挡,与之相对应的是有着巨大购买力和消费潜力的大学生消费群体。如何做到网购合理健康的发展依旧是需要不断思考的。

而作为大学生消费群体,有意识、能动地预防网购风险,也是能够合理进行网购消费的重要举措。本次通过调查研究总结出来的一些相关数据也表明当今大学生网购风险管理能力处于较低的水平,而不断提高大学生网购素养、培养大学生网购风险预防与规避能力是今后仍要继续研究与实践的方向。

参考文献:

- [1]第41次中国互联网络发展状况统计报告,[R]CNNIC中国互联网络信息中心,2018
- [2]陈梅梅,董平军,中国网络消费者行为特征[J],中国流通经济,2017,(02):80-85.
- [3]郭学品,基于云模型的网购风险综合评估[J],商业经济研究,2018,(08):60-62.