

互联网信贷产品消费风险感知研究

——以高校学生为例

杜钦炎 陈之魁 赵逸凡

(武汉理工大学管理学院,湖北 武汉 430070)

摘要:互联网金融面向的消费群体逐渐向在校学生扩大,而其还未形成完整的消费观念而更容易陷入还款危机。以高校学生为研究对象,引入消费行为理论、风险感知维度理论模型等进行拓展,采用网络调研与实地调研并行进行实证研究。利用 SPSS、AMOS 工具构建高校学生对互联网信贷产品消费风险感知模型,建立风险评价体系,从产品、网购过程、物流、售后、交易以及还款六个方面进行深入探讨,为高校学生防范互联网信贷的消费风险提出对策及建议。

关键词:高校学生;互联网信贷产品;风险感知;防范对策

中图分类号:F27

文献标识码:A

doi:10.19311/j.cnki.1672-3198.2017.11.027

1 引言

随着互联网金融市场不断向高校学生群体拓展,高校学生对互联网金融产品的需求也日益增强。吴婷艳于 2012 年提出大学生是数量巨大、收入有限但消费能力可观的群体,其消费习惯具有很强的延展性,是互联网消费的中坚力量。近年来,众多电商平台推出不同形式的信贷产品,如我国两大电商巨头——京东商城和淘宝一天猫,先后于 2014 年 2 月及 12 月推出信贷消费产品“京东白条”和“蚂蚁花呗”。此类产品的出现为大学生提供了超前消费的更大可能性,其低门槛、低成本的特点也使其更为倾向于信用消费。然而,互联网信贷产品消费也有很多风险。2009 年,蒋勇提出信贷消费在给大学生带来便利、促进经济发展、建设诚信体系的同时,也造成赤字消费、盲目消费等风险。学生们还不起的巨额贷款,最终还是由父母承担。2015 年,张小明在已有研究基础上,归纳出金融法律法规、融监管体系、弱势金融群体及网络信息公开与隐私保护等问题。缺乏有力的监管体系滋生出许多不法借贷网络平台,其造成的后果不容小觑,如有大学生因无法还款而跳楼自杀,再如女大学生陷入“裸贷”风波受到威胁等等情况。

2 理论基础及模型构建

2.1 理论基础

1960 年,哈佛大学教授雷蒙德·鲍尔(Raymond Bauer)首次提出感知风险的概念,指消费者购买某种产品或服务的决策暗含对结果的不确定性。Cox 和 Cunningham 对此定义的完善最为广泛认同,即消费者作出购买决策后会感知到不确定性和所引发结果的严重性。

此外,感知风险有很多测量方法。其中,应用最为广泛的是由 Cunningham(1967)提出的双因素模型,即“风险=损失的不确定性×结果的危害性”。1973 年, Bettman 应用了双因素加法模型,并将感知风险细分为

固定及处理后风险。目前,该模型中两个因素相乘或相加的问题仍存争议。

2.2 互联网信贷产品消费感知模型的构建

2.2.1 风险感知维度划分

根据查阅的文献,2005 年,李广辉通过实证研究总结出网络购物伴随风险、网络零售商核心服务风险、个人隐私风险和假货风险 4 个网购感知风险构面,并研究了年龄、学历、收入、触网时间和网购频率 5 个特征变量的影响;2007 年,于丹指出除 6 个传统风险构面外,消费者还会感知到特有交付风险、服务风险、隐私风险及信息风险等风险。结合既有成果,本文归纳出高校学生对互联网信贷产品消费的 6 个感知风险维度,其基本定义如表 1 所示。

表 1 互联网信贷产品消费感知风险维度一览

风险类型	包含内容
产品风险	商家所销售的产品不能完全满足客户需求,与预期不符的风险
网购伴随风险	伴随着网上购物行为不得不承受的风险或者附加心理伤害
物流风险	在物流配送过程中对可能存在的原因而将导致损失的风险
售后服务风险	售后阶段不能得到应有的服务和保障的风险
安全交易风险	交易支付过程对可能存在的原因而将导致损失的风险
还款风险	还款阶段未能按时还款以及对可能存在的原因而将导致经济损失的风险

2.2.2 研究假设

消费者在判断是否接受产品风险、网购伴随风险、物流风险、售后服务风险后,才会经历判断是否接受安全交易风险、还款风险的过程,因此我们猜测产品风险、网购伴随风险、物流风险、售后服务风险与安全交易风险、还款风险之间是否会存在一定的相关关系,提出下列假设:

假设 1:产品风险与安全交易风险存在正相关关系;

假设 2:产品风险与还款风险存在正相关关系;

假设 3:网购伴随风险与安全交易风险存在正相关关系;

假设 4:网购伴随风险与还款风险存在正相关关系;

假设 5:物流风险与安全交易风险存在正相关关系;

假设 6:物流风险与还款风险存在正相关关系。

3 高校学生消费风险实例调研以及数据分析

3.1 调查设计

此次调查人群主要为武汉地区 3 所高校(武汉理工大学、武汉大学、华中师范大学)的在校大学生,向学生随机发放调查问卷(每所学校 70 份,共计 210 份)。另外,深入访谈方面主要采取一对一面谈的调研方式,共采访学生 30 名。调查问卷设计方面,根据面对面访谈中收集到的大学生对于信贷消费的行为表述,设计的问卷为两部分,首先是统计大学生个人信息,包括性别、月生活费、年级等基本信息,然后是调查大学生购物心理、习惯、对风险感知敏感程度以及应对风险的能力。本次调查共发出问卷 210 份,回收 210 份,其中有效问卷 174 份,有效率 82%。

3.2 数据分析

3.2.1 基本信息分析

调研人群基本资料如表 2。

表 2 样本统计量基本信息

基本信息	选项	人数	比例
性别	男	57	33.5%
	女	113	66.5%
月生活费	1000 元以下	31	18.2%
	1000—1500 元	102	60%
	1500—2000 元	28	16.5%
	2000 元以上	9	5.3%
	2000 元以下	61	35.9%
可考虑的信贷消费范围	2000—3000 元	26	15.3%
	3000—4000 元	14	8.2%
	4000—5000 元	12	7.1%
	5000 元以上	57	33.5%
可考虑的信贷消费的产品种类	数码产品	148	81.7%
	高档化妆品	15	8.8%
信贷消费的产品种类	名牌衣服、鞋子	27	15.9%
	家电类	62	36.5%
	其他	5	2.9%

对于上表中的数据,容易看出大多数学生每月生活费用在 1000—1500 元之间,且女性群体占比更大,这也比较符合大学生的生活条件以及女性更乐于网上购物的特点。在信贷消费的种类上,数码产品独占鳌头,这一点十分符合年轻人对于数码产品的追捧以及跟随潮流的特点。

3.2.2 均值分析和因子分析

对于大学生信贷消费风险感知方面执行 SPSS19.

0 均值分析,其最终结果如表 3。

表 3 感知风险要素均值表

代码 内容	分数 均值	分数 排序
L5 网上购物信息量大,鱼目混珠,搜寻时间较长	3.84	1
L2 担忧买到质量差的产品需要投资金钱修理、退换	3.81	2
L14 担心被不法网络信贷消费产品所骗或高额手续费造成经济损失	3.79	3
L13 担心个人信息会被滥用、盗用	3.75	4
L15 担心使用网络信贷消费产品操作失误造成经济损失	3.68	5
L12 担心网上在线支付时银行卡账号、密码等被盗	3.64	6
L18 担心时间拖久之后造成的高利润支出	3.62	7
L11 售后服务差导致自身利益受损	3.60	8
L1 追求品牌,担心买到假货	3.58	9
L3 担心产品与本身的形象不符或达不到预期的使用效果	3.51	10
L17 担心忘记还款周期或错过还款时间等自身操作失误造成经济损失	3.51	11
L10 担心店家不能保障无理由退换货或需要支付额外的钱	3.49	12
L16 担心没有足够的钱及时还款	3.46	13
L4 担心产品买后不久又开始降价	3.45	14
L6 担心受骗后带来的心理伤害和挫折感	3.45	15
L8 担心物流过程中产品受损	3.39	16
L7 担心物流太慢造成时间浪费和心理焦急	3.19	17
L9 送担心货时送错地方或被别人领走	3.16	18

从均值分析的结果能够看出,消费者在进行相关的信贷消费时,最大的感知风险来自于 L5、L2 和 L14,从这里可以得到消费者对于产品的选择以及相关风险的顾虑较大,而对于物流配送方面没有较大的担忧。另一方面对于产品的售后服务和还款风险有一定的担忧,售后服务主要包括产品的修理、退换货以及店家售后服务的态度,消费者遇到的还款风险主要集中在三个方面:不能按时还款、错过还款时间、时间长导致高利息支出。

对消费感知风险数据执行因子分析,最后得出三个具有代表性的风险因子——因子一安全交易感知风险,主要体现在网络信贷产品的交易方面;因子二网购伴随感知风险,反映网购过程中必须要承受的产品、时间、金钱等风险;因子三售后服务感知风险,围绕消费者对于售后的物流风险和可能出现的心理风险而产生的。

3.2.3 假设检验

从表 4 的假设验证情况可以看出,假设 1 和假设 3 的路径系数超过 0.5,相关性较强;假设 2、假设 4、假设 6 的路径系数在 0.3 到 0.5 之间,呈中等相关;假设 5 路径系数在 0.1 到 0.3 之间,为弱相关。综上,本文研究所提出的假设 1—6 均得到了验证。假设 7 和 8 的路径系数几乎为 0,属于基本不相关,因此这两种假设标注“未能验证”。

表4 假设检验情况

表格	相关性	路径 是否 系数 验证
假设 1: 产品风险与安全交易风险存在正相关关系	产品风险 \leftrightarrow 安全交易风险	0.50 \checkmark
假设 2: 产品风险与还款风险存在正相关关系	产品风险 \leftrightarrow 还款风险	0.41 \checkmark
假设 3: 网购伴随风险与安全交易风险存在正相关关系	网购伴随风险 \leftrightarrow 安全交易风险	0.56 \checkmark
假设 4: 网购伴随风险与还款风险存在正相关关系	网购伴随风险 \leftrightarrow 还款风险	0.48 \checkmark
假设 5: 物流风险与安全交易风险存在正相关关系	物流风险 \leftrightarrow 安全交易风险	0.25 \checkmark
假设 6: 物流风险与还款风险存在正相关关系	物流风险 \leftrightarrow 还款风险	0.31 \checkmark
假设 7: 售后服务风险与安全交易风险存在正相关关系	售后服务风险 \leftrightarrow 安全交易风险	0.00 \times
假设 8: 售后服务风险与还款风险存在正相关关系	售后服务风险 \leftrightarrow 还款风险	0.03 \times
	产品风险 \leftrightarrow 网购伴随风险	0.52
	网购伴随风险 \leftrightarrow 物流风险	0.19
	安全交易风险 \leftrightarrow 还款风险	0.63

在修改后的验证性模型中,可以发现产品风险与网购伴随风险之间、安全交易风险与还款风险之间路径系数较高,存在较强的相关关系;网购伴随风险与物流风险之间存在较弱的相关关系。本文认为,学生消费者在选择网络信贷产品时,若认为该产品会产生主观上的预期损失,就会在购买行为过程中尽可能地减少这些损失,即在网购服务、网络信贷交易的相关行为上寻求降低损失度的方法。对网购产品感知风险较高的商家可能会使消费者产生不信任感和危机感,也可能对商家的服务方式是否可靠产生怀疑,这些担忧就引起了网购产品、服务风险与网络信贷交易因素的相关关系。

4 防范互联网信贷产品消费风险的对策及建议

4.1 从消费者角度降低风险

4.1.1 在正规网站平台网购

选择正规、有保障、知名度较高的网站进行网购,避免鱼目混珠造成的错误选择,也可以保障商品的质量。同时,选择知名的信贷服务产品,如“蚂蚁花呗”、“京东白条”等,避免使用不知名或不正规甚至违法的信贷服务产品。

4.1.2 搜集足够的信息,理性消费

进行网络信贷消费之前,应该事先了解清楚商品信息与信贷消费规则两大方面的信息,包括商品内容、售后服务情况和还款利率、还款期限等细节。

4.1.3 掌握信息,主动监控

掌握发货单号、快递单号等信息,对物流等环节主动监控,防止交易过程中出现差错。

4.1.4 合理信贷消费,制定合适还款计划

根据自己的经济能力合理选择信贷额度,合理选择

一次还清还是分期付款、分几期,计算分摊到每期的还款金额,主动缴费,保持在一个较好的信用等级水平上。

4.2 从电商角度降低风险

4.2.1 做好电商网站信誉建设

电商可以设置虚拟销售顾问,将这一功能开发给高校学生消费者进行详细的咨询,此外,供给物图一致、质量可靠的产品,保证优质的售后服务等是网络商家进行网络销售的基础。

4.2.2 严格管理产品质量

电商的购物网站应反思现有技术的不足,找出可以完善改进的地方,尝试把某些先进技术运用于网络交易中,比如某些网购平台已经试运行VR技术虚拟网购场景,以另一种方式来提升消费者的网购体验。除此之外,应尽可能供应高质量的产品,并建立客户服务中心,与顾客进行沟通交流,为学生消费群体提供质量保证和服务保证,可以激发在校学生选择网络信贷产品的信心。

4.2.3 科学调整信贷产品利率

利率高低直接影响学生是否选择信贷消费,另外,免息期的范围也要设计合理,既要保证对在校学生有一定的吸引力,也要提升学生消费者的还款积极性。

5 结束语

互联网信贷的发展势态愈加火热,而高校学生还未建立良好的消费观念,导致其易受诱惑,未经慎重考虑就开始消费网络信贷。2016年年底,多起“校园贷”事件曝光,不少学生身陷图圈,甚至因无法偿还贷款选择自杀。互联网信贷这一新兴产品固然有其优势所在,但当其面向高校学生这一特殊的消费群体时,利弊的权衡亟待深入研究。对于刚刚开始自由支配财产的高校学生来说,家庭、学校、亦或是社会都应帮助其树立正确的消费观、价值观,引导其做出正确的决定,也让他们学会为自己的行为和决定负责。

参考文献

- [1] 吴婷艳. 大学生网络购物感知风险评价体系研究[D]. 西安: 西安电子科技大学, 2012.
- [2] 蒋勇, 张秀群. 论信贷消费思潮对大学生消费的影响[J]. 中共成都市委党校学报, 2009, (03): 56-59.
- [3] 张小明. 互联网融的运作模式与发展策略研究[D]. 太原: 山西财经大学, 2015.
- [4] 李广辉. 网络环境下消费者感知构面研究[D]. 大连: 大连理工大学, 2005, (6): 35-41.
- [5] 于丹. 网上购物风险来源、类型及其影响因素研究[J]. 大连理工大学管理学院, 2007, (2).
- [6] 崔璨. 大学生网络信贷问题及对策研究[J]. 教育现代化, 2016, (37): 141-142.