

文章编号: 1006-8309 (2006) 04-0042-03

电子商务中企业供方的风险认知

张茉^{1,2}, 焦璇^{1,2}, 陈毅文¹, 王二平¹

(1. 中国科学院 心理研究所, 北京 100101;
2. 中国科学院 研究生院, 北京 100049)

摘要:对电子商务交易中企业供方的风险来源要素和风险认知特征做了初步的探索性研究。采用心理测量范式,通过网上问卷调查法,对北京市的企业进行抽样调查,对收集到的 124份有效问卷采用因素分析法进行分析。结果表明:在电子商务交易中,企业供方认知到的风险来自四个方面(即风险来源要素),分别为企业内部管理、物流配送、消费者购物习惯和支付系统,其中最担心的是来自支付系统的风险。

关键词:企业供方; 电子商务; 风险认知

中图分类号: B849; C93 **文献标识码:** B

1 引言

自 1998年 3月我国第一笔网上交易成功以来,我国的电子商务已经有了长足的发展。据艾瑞市场咨询公司报告显示,截至 2004年底,中国电子商务市场规模已经达到了 3 239亿元人民币,预计到 2007年中国电子商务市场总体规模将会达到 17 373亿元^[1]。这说明我国电子商务将在经济活动中扮演越来越重要的角色。

但是,目前我国电子商务应用仍处于初级水平,在发展中尚有一些难以解决的问题,许多企业怯步不前^[2]。研究者认为,这是因为企业认知到电子商务交易存在着一定的风险。然而,以往的文献几乎没有关于电子商务交易过程中企业供方的风险认知的研究。因此,有必要对此进行深入探讨。

2 方法

2.1 问卷制定

2.1.1 问卷编制

首先在分析文献的基础上,深度访谈了 5家经营电子商务企业的高层管理人员,访谈的内容聚焦于企业管理人员对“风险”的看法,以及电子商务交易中遇到的风险来源。然后研究者又进行了电子商务的交易流程分析。综合文献、深度访谈结果和电子商务的交易流程分析,得到了 19个

风险来源,并按照交易流程的顺序排序。在深度访谈企业的高层管理人员时还发现,受访者提到的主要风险多来自外部的社会经济大环境,所以,此问卷没有采用完全域限的 5点 Likert式量表,而是采用了不完全域限的 5点 Likert式量表。从 1到 5分别代表:比较担心、有些担心、有一点担心、不太担心、根本不担心。

2.1.2 问卷修订

问卷初稿完成后,首先请专家组主观评价内容效度。专家组由 5名研究电子商务的专家、3名本基金项目组成员和 8名心理学研究者组成。根据专家意见,删除了 1个内容效度低的项目。然后,请 5个企业的 10名管理人员进行预试,根据项目分析结果和受访者填答时对问卷的理解和感受,对问卷的语言和一些具体表述方式进行了修改,最终得到了“电子商务交易中企业的风险认知调查问卷”。

2.2 抽样与施测

本研究采取了与中国电子商务协会和北京市信息化工作办公室合作收集数据的方式,将本研究的问卷加入到了“北京市企业电子商务发展状况调查”中。回收到企业的调查问卷 127份,其中有效问卷达 124份。

3 结果与分析

基金项目:国家自然科学基金(70271052)

作者简介:张茉(1972 -),女,吉林长春人,应用心理学专业硕士研究生,研究方向:广告和消费心理学,(电话) 13661163796(电子信箱) mollyzhang@163.com。

3.1 风险来源要素

对问卷调查结果使用 SPSS 11.5 中的探索性因素分析,对风险来源量表的 18 个项目进行初步分析,判断因素分析的适合性、筛选项目和确定因素数量。结果表明,KMO 值(为 0.88)大于 0.7, Bartlett 检验差异显著 ($P < 0.01$),说明数据适合做探索性因素分析。根据 18 个项目间的共同度计算结果,删除了共同度小于 0.6 的两个项目。根据特征根 (Eigenvalue) 大于 1 的原则,并结合碎石图,确定抽取因素的数目为 4 个。然后,再用主成分分析法对最终的 16 个项目进行分析,选择方

差最大法进行正交旋转,抽取特征根大于 1 的因素。结果得到 4 个有意义的风险来源要素,解释量达到了 67.99%。

根据旋转后的因素负荷,同时结合每个项目的实际意义,将 16 个项目分别归入 4 个因素中。再根据每个因素中各个项目的共同含义,对 4 个因素进行命名。同时,将项目归类和命名情况逐一呈现给专家组,并根据他们的意见进行修改。各项目的因素负荷见表 1;因素所含项目和命名见表 2。

表 1 各项目的因素负荷

	II	II2	II4	II6	II7	II8	II2	II3	II6	II8	II9	II10	II11	II4	II5	II7
因素 1	0.72	0.65	0.59	0.62	0.75	0.63			0.31	0.38			0.42			
因素 2				0.43		0.36	0.73	0.80	0.63	0.65			0.42			0.62
因素 3		0.30	0.44		0.33		0.43			0.82	0.75	0.44				
因素 4									0.42					0.78	0.82	0.57

注:旋转经过了 16 次迭代,表中略去了低于 0.30 的因素负荷。

表 2 各因素所含项目及命名

因素	因素命名	所含项目
因素 1	企业内部管理	II 产品不适合在网上销售 II2 网上产品信息出错,如标价错误 II4 客户的订货信息丢失或不能及时处理 II6 备货需要很长时间 II7 发错货
因素 2	物流配送	II8 本企业的配送人员卷走货款 II2 物流配送企业有欺诈行为 II3 配送行业落后,送货慢或损坏货物 II6 客户选择货到付款,但送上门时又不要了 II8 客户要求上门退换货
因素 3	支付系统	II9 网站或数据库遭黑客袭击 II10 网上支付系统出错 II11 资金回流时间太长
因素 4	消费者购物习惯	II4 客户觉得网上支付和汇款不方便或不安全 II5 客户对网络公司缺乏信任感 II7 客户不喜欢在网上买东西

3.2 信度分析

使用信度分析 (Reliability Analysis) 对各风险来源要素的内部一致性进行检验。4 个风险来源要素的一致性系数 (Cronbach α) 都大于 0.70,可以接受。这表明各风险来源要素内部项目间具有比较高的同质性,如此将 16 个项目分为 4 个风险

来源要素是可信的。

3.3 风险来源要素间比较

以 SPSS 中探索性因素分析所提供的因素分数作为 4 个风险来源要素的分数,计算平均数和标准差,见表 3。然后使用重复测量 (Repeated Measures) 的方差分析来检验企业供方对 4 个风

险来源要素的担心程度的差异 ($F = 47.39, P = 0.00$)。最后对各风险来源要素的担心程度进行了事后比较。

表 3 各风险来源要素的描述统计

		<i>n</i>	平均数	标准差
F1	企业内部管理	124	2.02	0.75
F2	物流配送	124	1.95	0.71
F3	支付系统	124	1.35	0.67
F4	消费者购物习惯	124	1.84	0.80

将 F1、F2和 F4与 2做差异检验发现：F1、F2与 2差异不显著，F4与 2差异显著，这说明企业供方对企业内部管理 (F1)、物流配送落后 (F2)的担心程度无显著差异，均为“有些担心”，对支付习惯 (F3)与消费者购物习惯 (F4)的担心程度为“比较担心”与“有些担心”之间，其中对 F3最为担心。

4 讨论

企业内部管理在电子商务风险管理中是十分重要的^[4,5]。电子商务交易比传统商务交易中，更有可能发生网上产品信息出错的情况。如果企业加强对数据的管理，增加对电子商务流程的了解，就可以尽量避免这些情况的发生。

虽然信息流有跨地域的优势，但物品在运输过程中的破损及相关费用会增加，这使得企业要承担比在传统商务中更大的物流风险。我国物流业比较落后，邮费偏高，运输较慢，物品受损、丢失的现象比较普遍，使得物流配送成为了阻碍电子商务发展的一大因素。

由于电子商务中，信息流、物流和资金流的不同步，增加了消费者交易过程中的风险，降低了消费者网上购物的行为^[6,7]。而消费者对网上购物的不接纳和不习惯，反过来又成为了企业经营电子商务的风险之一。

来自支付系统的风险是企业经营电子商务时面临的一个新的风险。由于电子商务的交易主体虚拟化的特点以及当前我国电子商务的发展现状，物流、信息流和资金流在时间和空间上不能同步协调，这就增加了支付时产生风险的可能性。

另外，目前我国信用体系才刚刚开始建立，个人或企业以往的信用情况无从查证。企业在交易时不能一手交钱、一手交货，必须要与第三方“网上支付系统”合作^[8]，而合作往往需要较高的手续费。由于上述原因，使得企业供方最担心的风险是来自支付系统的风险。要想降低电子商务交易中的支付风险，就必须大力发展虚拟界面与实体界面中的交易中介，如身份和信用认证中介、网上支付中介、金融结算服务中介和交易平台中介等，来完善我国电子商务的产业链条。

5 结论

研究表明要降低电子商务交易过程中的风险，就必须在以下四个方面有长足的进展：企业内部管理、物流配送、消费者购物习惯和支付系统。其中支付系统的完善，包括身份和信用认证中介、网上支付和交易平台中介，是完善我国电子商务产业链条的重中之重。

参考文献：

- [1] 艾瑞市场咨询公司. 2004年中国 B2B 电子商务研究报告 [DB/OL] (2005 - 05 - 15). http://www.iresearch.com.cn/ecommerce/detail_report.asp?id=16774.
- [2] 光明. 三大因素制约中国电子商务发展 [N]. 市场报, 2004 - 04 - 09(10).
- [3] Fischhoff B, Slovic P, Lichtenstein S, et al. How Safe is Safe Enough? A Psychometric Study of Attitudes Toward Technological Risk and Benefits [J]. Policy Science, 1978, (9): 127 - 152.
- [4] 王天梅, 赵雪媛, 刘笑冬. 电子商务风险与控制 [J]. 中央财经大学学报, 2002, (2): 74 - 77.
- [5] 林琼. 电子商务环境下的内部控制与风险管理 [J]. 中央财经大学学报, 2001, (10): 57 - 60.
- [6] 张硕阳, 陈毅文, 王二平. 消费行为学中的风险认知 [J], 心理科学进展, 2004, 12 (2): 256 - 263.
- [7] 尤丹蓉, 陈毅文, 王二平. 消费者认知风险概念模型的研究综述 [J]. 人类工效学, 2004, 10 (2): 44 - 46.
- [8] 高秩新. 电子商务中的支付问题综述 [DB/OL]. (2004 - 06 - 02). <http://www.zgjrc.com/wsyh/20040529-2.htm>.

[收稿日期] 2005 - 08 - 12

[修回日期] 2005 - 12 - 22