

互联网金融背景下大学生网络信贷风险识别、评价与对策研究

——基于江苏高校的调研

于 淼, 孙洲龙, 邬楚奇

江苏师范大学 江苏徐州

【摘要】互联网的迅速发展推进了互联网金融的崛起。这使得大学生信贷行为产生了重大转变。文章在分析影响大学生网络信贷行为的理论基础之上,采取问卷调查的方式,以江苏高校大学生群体为调查对象,分别从绩效期望、努力期望、社会影响、促成影响、感知风险及信任因素进行探究,从而深入了解大学生互联网信贷产品使用行为情况,为大学生应对网络信贷风险提出对策建议。

【关键词】互联网金融;大学生网络信贷;信贷风险

【基金项目】国家大学生创新创业训练计划项目(项目编号:202010320065)

Research on the identification, evaluation and countermeasures of college students' online credit risk under the background of Internet finance——Based on the research of Jiangsu universities

Miao Yu, Zhoulong Sun, Chuqi Wu

Jiangsu Normal University Xuzhou, Jiangsu, China

【Abstract】The rapid development of the Internet has promoted the rise of Internet finance. This has brought about a major shift in college students' credit behavior. Based on the analysis of the theoretical basis of influencing college students' online credit behavior, this paper adopts the method of questionnaire survey, taking the college students in Jiangsu as the survey object, and explores the factors of performance expectation, effort expectation, social influence, enabling influence, perceived risk and trust, so as to deeply understand the use behavior of college students' Internet credit products, and put forward countermeasures and suggestions for college students to deal with online credit risks.

【Keywords】Internet Finance; College Students' Online Credit; Credit Risk

1 引言

截至 2020 年 3 月,我国网民规模达 9.04 亿,较 2018 年底增长 7508 万,互联网普及率达 64.5%,较 2018 年底提升 4.9 个百分点,稳居世界前列。由此可见,互联网已经成为人们日常生活中不可分割的一部分。而传统的金融机构为了生存,开始了与互联网公司合作,利用互联网通信技术实现资新型金融业务模式,这就孕育出了互联网金融。近年来,互联网金融呈现飞速发展状态,如今的互联网金融不再是简单的网络业务,而成为网络技术与金融业

务紧密结合的产物,从而使传统金融机构与互联网金融机构所提供的产品与服务的差异性也逐渐缩小。互联网与金融服务各自取长补短,从而使金融服务模式和市场参与主体能够进行创新^[1]。

随着互联网金融的迅速发展,大学生网贷逐渐兴起。国内校园贷在 2014 年和 2015 年两年间发展尤为迅速,由于市场监管不完善、网络借贷平台虚假宣传、学校的安全教育不到位、大学生缺乏网贷知识、法律意识淡薄且容易盲目消费等原因,很容易导致大学生网络信贷呈现一片乱象,使不断发酵

作者简介:于淼,女,江苏徐州人,江苏师范大学商学院会计学专业学生;
邬楚奇,女,江苏苏州人,江苏师范大学商学院财务管理专业学生;
孙洲龙,男,江苏盐城人,江苏师范大学商学院经济学专业学生。

的负面效应给校园安全带来极大威胁。而合理疏导大学生网络信贷, 构建和谐校园, 则成为高校刻不容缓的任务。为了调研江苏高校大学生对网贷产品的了解情况, 我们设计了问卷, 并通过问卷星平台发放了网络问卷, 通过回收问卷进行调研分析, 从而为应对信贷风险提供建议。

2 大学生使用互联网信贷产品行为影响因素理论基础

2.1 技术采纳与整合理论

Venkatesh、Morris 和 Davis^[2]基于心理学、行为学的相关研究, 在技术接受度模型中增加了相关因素, 对用户的采纳意愿和采纳行为进行了研究, 该模型整合了理性行为理论(TRA)、计划行为理论(TPB)、技术接受模型(TAM)等模型, 并结合了创新理论等增强了模型的解释性, 经过实证分析, 该模型的解释率可以达到 70%左右, 可以较好的对个体的采纳意愿和行为进行刻画。

技术接受与使用整合理论模型(UTAUT)的核心是绩效期望、努力期望、社会影响以及促成因素。UTAUT 中的四个核心维度的绩效期望是指行为主体人物使用该事物能够提升自身的绩效, 即个人感觉使用该事物对自己产生帮助的程度; 努力期望指个体为了掌握某一事物应当付出多少努力; 社会影响是个人受周围群体的影响程度, 主要包括三个方面: 主观规范、社会因素和公众形象; 促成因素主要定义为个体接受某项事务的过程中, 有某些因素能够促进个体的意愿。

在“互联网+”逐步全面覆盖的时代, 信息技术的渗透是众多金融产品和服务的未来消费形式。互联网金融逐渐被大众接受, 对它的采纳体现出消费者对消费方式、消费观念和产品认知上的态度、意愿和行为, 同时大学生属于消费群体中一股比较特殊的群体, 因此对于本文而言, UTAUT 所整合的理论模型可以为大学生信贷意愿相关因素的研究所利用^[3]。

2.2 感知风险理论

1960 年, Bauer 最早提出感知风险理论, 他表示人的行为一定会产生无法准确被预料到的结果。这种对结果的不确定性就是感知风险^[4]。随后, Cox^[5]也对感知风险理论有所研究。

国内也有很多学者运用感知风险理论进行研

究, 张赟等人^[6]基于信任转移理论及 UTAUT 模型, 探讨信任转移及其影响因素对互联网银行品牌信任和客户使用意向的影响, 发现感知风险对使用意向、及企业名誉对初始信任的影响不显著。赵保国等人^[7]基于 UTAUT 模型和相关文献, 构建了网络投资理财个人用户接受模型, 通过构建结构方程模型进行测评, 结果显示感知风险最能影响接受意愿。徐若然^[8]以 UTAUT 模型为基础, 构建 UGC 类智慧旅游服务平台用户使用行为影响因素的结构方程模型以探究用户的使用行为, 利用软件 AMOS 23.0 对结构方程模型进行分析, 结果表明, 感知风险对使用意愿有显著负向影响。

3 调查过程

本文于 2021 年 7 月通过发放 50 份纸质问卷进行实地预调研之后, 对问卷部分选项进行了修改和调正, 以保证其效度与信度分析的合理性。2021 年 11 月正式大规模发放网络问卷, 范围函括江苏省内的多所高校, 包含不同年级、专业的学生, 问卷总共发放 359 份, 其中有效的问卷达到 306 份。

3.1 调查对象

本次问卷作答者的基本信息统计有: 性别、所在年级、专业类别、每月零用钱金额(见表 1)。

表 1 大学生网络信贷调查对象基本情况

基本状况	调查选项	频次	有效百分比
性别	女	157	51.31%
	男	149	48.69%
所在年级	大一	58	18.95%
	大二	46	15.03%
	大三	56	18.30%
	大四	70	22.86%
	研究生及以上	76	24.84%
专业	财会类	151	49.35%
	非财会类	155	50.65%
每月零用钱金额	1000 以下	70	22.88%
	1000-1500	108	35.29%
	1500-2000	95	31.05%
	2000 以上	33	10.78%

3.2 大学生使用互联网金融理财产品的基本情况

况

(1) 大学生网络信贷产品的使用概况

本次调查采用线上问卷调查与线下纸质问卷发放相结合的方式, 选取 359 位调查人, 通过剔除重复填写和数据不全的问卷后, 有效的问卷数为 306 份。其中男性 149 人, 女性 157 人, 占总样本数的比重分别为 48.69%和 51.31%。调查样本中有 58 名大一学生, 46 名大二学生, 56 名大三学生, 70 名大四学生, 76 人为研究生及以上学历, 所占比重分别为 18.95%, 15.03%, 18.30%, 22.86%和 24.84%。在调查样本中, 财会类和非财会类学生占比较为均衡, 分别为 49.35%和 50.65%。每月生活费低于 1000 的共 70 人, 在 1000 到 1500 的共 108 人, 在 1500 到 2000 的共 95 人, 在 2000 以上的学生共 33 人。由以上数据可以发现, 大学生每月生活费主要集中于 1500 到 2000 元的区间, 且大学生网络信贷行为呈现网贷金额小、周期性短、频率较高等特点。

此外, 在全部有效调查样本中, 共有 218 名大学生使用过网络信贷产品, 占比达 71.24%, 没有使用过网络信贷产品的大学生占比为 28.76%, 由此可得网络信贷是大部分大学生获取资金满足需求的一种手段。此外, 调查数据显示, 在众多互联网信贷平台中, 最常使用蚂蚁花呗的有 234 人, 常用京东白条的有 28 人, 常用银行信用卡的有 17 人, 常用分期乐的有 5 人, 常用趣分期的有 4 人, 还有 18 人使用其他网络信贷产品。由此可见, 大学生使用网络信贷产品种类繁多, 其中蚂蚁花呗借助支付宝平台成为大家做常用的网络信贷产品, 其次分别为京东白条和银行信用卡。各类平台的网络信贷产品有一定的差别和特点, 大学生可以依据个人需求选择适合的网络信贷产品。

通过对收回的 306 份有效问卷数据整理, 我们发现其中有 218 位大学生经常使用网络信贷产品。与此同时, 通过大量阅读有关网络信贷行为的相关

文献, 可以发现影响大学生网络信贷行为的因素主要有绩效期望、努力期望、社会影响、促成因素和感知风险这五个因素。因此, 本文以收集到的 218 份数据为样本, 探究以上五个因素对大学生网络信贷行为的影响, 并对结果进行分析。

(2) 大学生使用网络信贷产品行为绩效期望分析

根据图 2 数据显示, 约 54.13%的大学生认为网络信贷有效的减轻了个人生活负担, 满足了消费需求, 16.97%的大学生对此持不赞成态度; 39.91%的大学生认为网络信贷极大的提高了其生活水平和生活质量, 对此有 33.03%的大学生不赞成; 认为网络信贷可以使人更好的融入周围生活的大学生占比为 35.32%, 反对的占比为 22.02%; 48.17%的大学生认为网络信贷极大的方便了生活, 使支付更为便捷, 19.27%反对 (见图 2)。以上数据说明大学生喜欢使用网络信贷作为其交易手段的原因主要为网络信贷具有的便捷性、能够提高生活质量、减轻个人负担的特点。

(3) 大学生使用网络信贷产品行为努力期望分析

调查结果显示, 有 59.63%的大学生认为需需要耗费太多精力就可以学会使用网络信贷, 13.76%不这么认为; 57.80%的大学生赞成网络信贷的操作程序简单, 借款和还款速度快, 然而 20.18%的大学生对该种结论并不赞成; 赞成网络信贷页面清晰明了、通俗易懂的大学生占全部人数的 54.59%, 反对的大学生占比 19.27% (见图 3)。从中可以看出, 大学生群体作为整个社会中知识体系较为完善的群体, 接触、学习并使用网络信贷平台对大学生群体来说并不是非常困难的事, 不需要付出很多努力便可以实现。



图 1 大学生常用的网络信贷产品

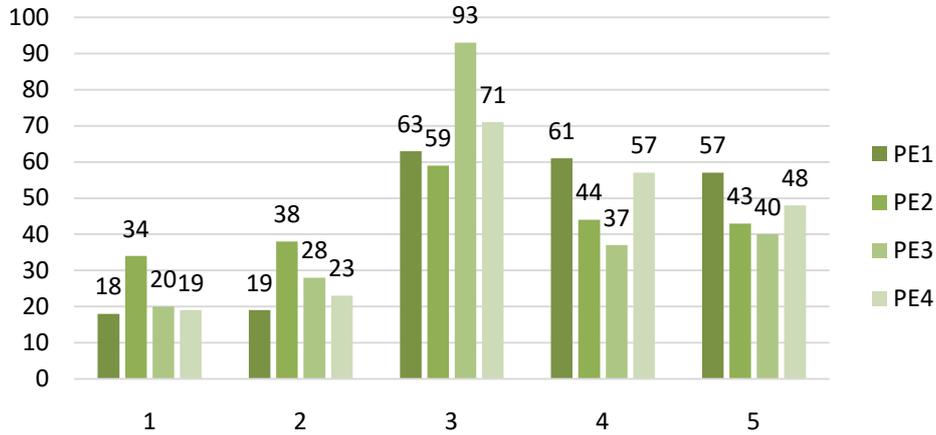


图 2 大学生使用网络信贷行为的绩效期望

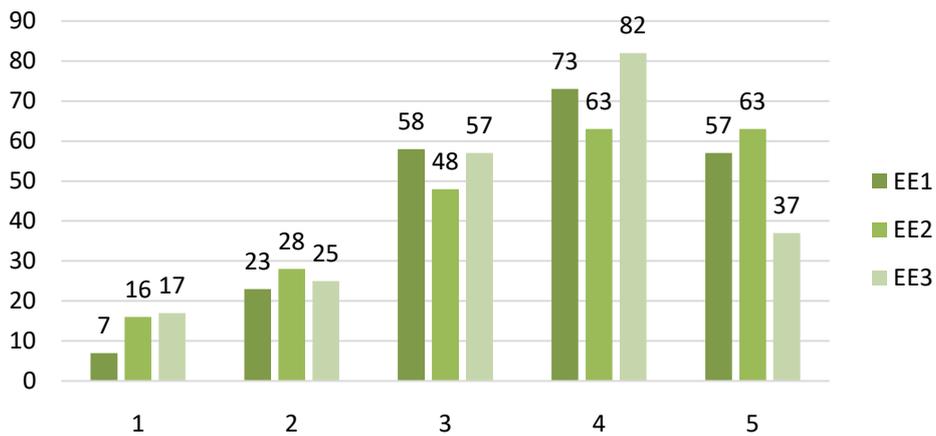


图 3 大学生使用网络信贷行为的努力期望

(4) 大学生使用网络信贷产品行为社会影响分析

由数据可以发现, 大学生中认为周围人的推荐会促使其接触网络信贷的占比达 53.21%, 对此有 26.61% 的大学生并不赞成; 33.94% 的大学生赞同大众媒体的宣传和推广会促使大学生使用网络信贷产品, 35.32% 的大学生对此持不赞成的态度; 38.53% 的大学生赞成使用网贷的行为是一种潮流趋势, 并想要增加使用网络信贷作为支付方式的比重, 有 27.98% 的大学生对此持反对态度 (见图 4)。从中可以看出, 大学生对周围关系较亲密的人信任度高, 并且具备一定的跟随、从众心理, 网络信贷行为往往因周围人的影响而改变。除此以外, 大众传媒对大闸蟹网络信贷的影响较小, 其原因可能是大众传媒的推荐往往作为广告, 其可信度没有保障。与此同时, 大学生对潮流较为敏感, 乐于接受新鲜事物,

对于网络信贷大学生往往愿意进行尝试。

(5) 大学生使用网络信贷产品行为促成因素分析

数据显示, 48.62% 的大学生认为自己具备使用网络信贷产品的条件和能力, 这种能力使他们更愿意实施网络信贷行为, 不赞成的大学生占比为 22.94%; 50.92% 的大学生赞成网络信贷平台处理速度快会促使其更多的使用网络信贷交易, 22.02% 的大学生不这么认为; 48.62% 的大学生认为大部分网络信贷平台是值得信赖的, 这一定程度上会影响其网络信贷行为, 对此, 有 21.10% 不赞成。从中得到, 在网络信贷前大部分大学生会根据自身的使用能力来决定是否接触并使用网络信贷。与此同时, 对网络信贷平台的信任以及网贷平台本身的操作便捷度符合预期使用的程度也会影响大学生的网络信贷行为。因此, 对于网络信贷, 大学生在使用前应对网

贷和网贷平台做好充分了解。

(6) 大学生使用网络信贷产品行为感知风险分析

数据结果显示, 认为对网贷产品不能保证个人信息安全的担心不会降低其网络信贷行为的大学生占比为 22.94%, 51.38%不这么认为; 赞同担心无法及时偿还贷款会降低自身信用却不减少网络信贷的

大学生占比为 26.61%, 不赞成的占比为 50.00%; 25.69%的大学生认为对网贷逾期未偿还造成超过自身可承受能力损失的担心不会影响其网贷行为, 51.38%的大学生不赞成。由此可见, 大部分大学生对网贷风险的关注度较高, 大学生在综合考虑到网贷所带来的信息安全风险、信誉风险、偿还风险后会一定程度上减少网络信贷的使用。

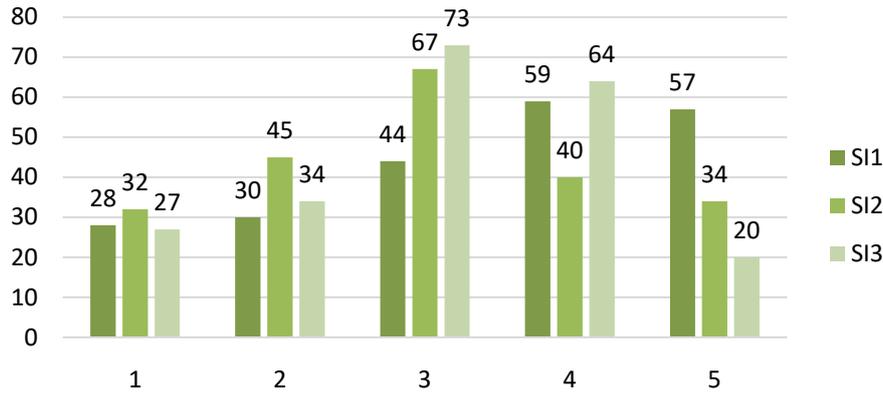


图 4 大学生使用网络信贷行为的社会影响

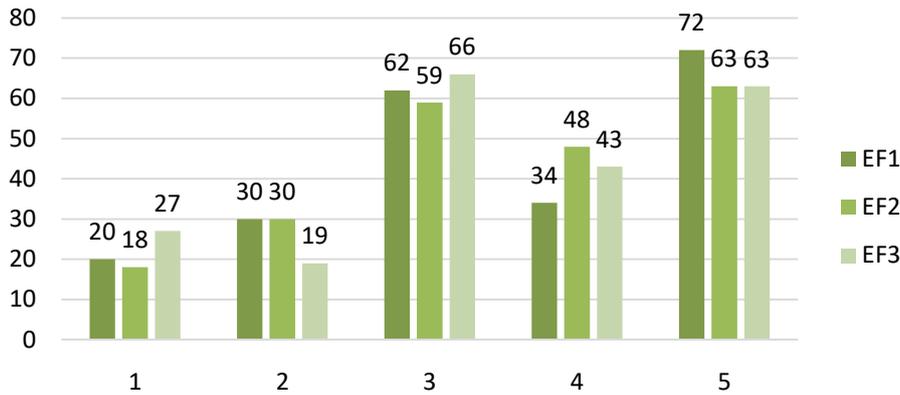


图 5 大学生使用网络信贷行为的促成因素

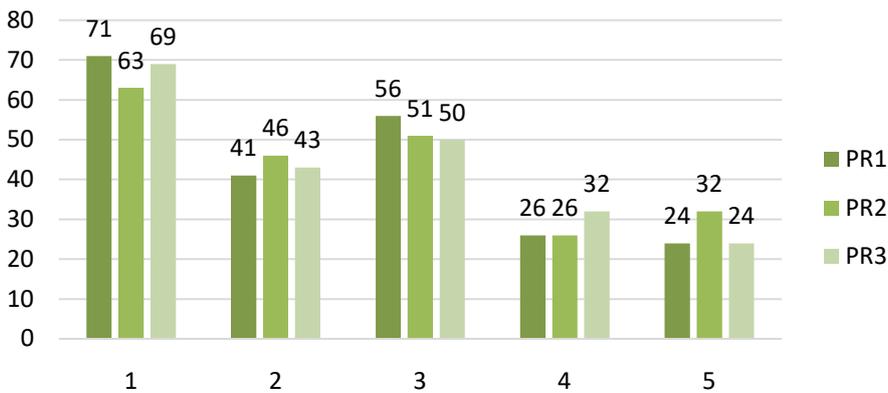


图 6 大学生使用网络信贷行为的感知风险

4 结语

通过前期间卷调查与上述统计分析, 我们不难发现, 绩效期望、努力期望、社会影响、促成因素对大学生网络信贷行为起到了促进作用, 而感知风险则起到了抑制作用。在大学生使用网络信贷产品时, 绩效期望作为“推进剂”, 起到了很大的效果。也正是由于绩效期望的存在, 大学生对待新事物十分包容, 敢于尝试, 对于网络信贷自然容易接受。但是如何引导大学生合理使用网络信贷, 正确认识到不良贷款的危害性迫在眉睫。基于此, 结合统计分析结果, 本文给出如下建议。

第一, 社会对于大学生网络信贷要给予足够的关注。社会要对大学生网络信贷持开放包容的态度, 主流媒体要积极挖掘大学生网络信贷的重要意义, 强调其正面效果。同时也要注意大学生在使用网络信贷中存在的问题, 给大学生提供一个维权发声的平台, 发挥其舆论监督的作用, 让大学生网络信贷始终走在“阳光大道”上。

第二, 学校注意加强网络信贷的教育引导。大学生初步踏入社会, 对于网络信贷的情况不甚了解, 因此学校应立足学生需求开设网络信贷的有关专业课程, 积极引导大学生合理合法地使用网络信贷。同时, 针对大学生网络信贷诈骗, 学校要展开相应的宣传教育活动, 避免大学生上当受骗, 造成不必要的损失。

第三, 家庭切实做好理财计划。大学生生活支出主要来源于家庭供给, 家庭对于大学生来说无疑是经济支柱。对于网络信贷产品, 家庭要积极引导大学生分辨真假, 理清条款, 鼓励其做好自身的财务计划。同时, 家庭与大学生之间要构建有效的沟通渠道, 以便家庭及时掌握大学生的网络信贷情况, 即使是面对紧急情况也能积极应对。

第四, 大学生自觉加强对于网络信贷产品的认知水平。大学生作为大学生网络信贷使用的主体, 有权利更有义务通过各种媒介掌握网络信贷产品的情况, 学习网络信贷的相关知识, 真正理解网络信贷对于促进经济发展的意义。大学生在面对各种网络信贷难题时, 要积极和家庭、同学、老师沟通, 向他们寻求必要的帮助, 已积累参与网络信贷的经验。此外形成风险意识, 在追求盈利性的同时更要

注重安全性, 这样才能使网络信贷有效地为自身服务。

参考文献

- [1] 张圆. “人人贷”网络借贷平台信用风险防控研究[D]. 兰州大学, 2019.
- [2] Viswanath Venkatesh et al. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View[J]. MIS Quarterly, 2003, 27(3): 425-478.
- [3] 罗梦. 基于 UTAUT 模型的大学生信贷意愿因素研究[D]. 西南财经大学, 2019.
DOI:10.27412/d.cnki.gxncu.2019.000102.
- [4] RA Bauer. Consumer behavior as risk taking: Dynamic marketing for a changing world[M]. Chicago: American Marketing Association, 1960: 34-36.
- [5] Cox, Donald F. Risk Handling in Consumer Behavior-an Intensive Study of Two Cases[J]. Harvard Business Press, 1998(25): 34-81.
- [6] 张赞, 朱传进, 刘欣慧. 互联网银行品牌信任及客户使用意向影响因素研究[J]. 商业研究, 2019, (03): 1-10.
- [7] 赵保国, 成颖慧. 网络投资理财个人用户接受行为影响因素研究[J]. 财经问题研究, 2016, (08): 50-55.
- [8] 徐若然. UGC 类智慧旅游服务平台用户使用行为探究——基于 UTAUT 模型[J]. 经济与管理研究, 2021, 42(06): 93-105.
DOI:10.13502/j.cnki.issn1000-7636.2021.06.007.

收稿日期: 2022 年 3 月 16 日

出刊日期: 2022 年 6 月 13 日

引用本文: 于淼, 孙洲龙, 鄢楚奇, 互联网金融背景下大学生网络信贷风险识别、评价与对策研究[J]. 国际教育学, 2022, 4(2): 52-57.
DOI: 10.12208/j.ije.20220029

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

 OPEN ACCESS