

小微企业使用互联网金融融资现状分析及建议

——基于TAM模型

叶梦琪

(浙江农业商贸职业学院财金系, 浙江绍兴 312000)

【摘要】 小微企业是我国经济稳定发展的重要组成部分,是科技创新和经济活力的来源。而互联网金融是一种新兴的信息技术应用形式,给传统的金融业带来了革命性的突破,它对于小微企业的融资困难问题是否起到有效帮助?本文以浙江省为例,调查小微企业利用互联网金融进行融资的情况,并构建了以技术接受模型(TAM)为基础的小微企业对互联网金融使用意向的模型,提出改善互联网金融服务、丰富用户体验模式等建议,为互联网金融更好地服务小微企业,有效解决小微企业融资难问题提供一些思路。

【关键词】 互联网金融; 小微企业; 技术接受模型; 使用意向

一、引言

小微企业融资难、融资成本高是一个顽症。互联网金融,是利用互联网技术和移动通信技术等一系列现代信息技术实现资金融通的一种新兴金融模式,它以互联网“开放、平等、协作、分享”为代表精神,以传统金融业的在线化、互联网企业的渗透化和金融生态圈的新型化为主要业态表现,是对传统金融业的一次革新。在互联网技术的推动下,近年来互联网业、金融业和电子商务业之间的分界线日渐模糊,行业融合日渐深入,已经形成新的“互联网金融”蓝海,具有巨大的潜在市场。以阿里金融为代表的新兴互联网,在支付、结算和融资领域内的种种“举措”,给银行的传统经营管理带来巨大挑战。因此,互联网金融正是目前小微企业急需的新兴融资平台,也成为解决小微企业融资难问题的合理途径。

二、互联网金融融资功能的使用现状

本次调查以浙江省500家小微企业为样本,考虑到不同经济发展水平对研究问题的影响,我们按照2013年《第一次财经》基于综合商业指数进行的城市排名,将浙江省11个地级市分为1~5线城市,并对1~5线城市分别随机抽取各1个城市,分别向杭州、绍兴、宁波、衢州、湖州五个区域发放样本问卷,每个区域抽样调查100家主营业收入在2000万元以下的企业(即小微企业),剔除数据不完整的无效问卷,最终得到373份有效问卷。

1. 以支付结算功能为主,融资贷款功能使用不多。

(1)了解和使用情况。根据调研数据,不了解的企业占8%,了解未使用的占29%,了解并使用的占63%。可见,随着互联网金融的快速发展,越来越多的企业关注、接受这种全新金融模式带来的变化。其中,了解未使用的企业

数占到29%,说明实际中还是有不少企业对这种新生事物抱着比较保守的态度,互联网金融还需要进一步推广。

(2)具体的使用功能。按照商业银行的业务分块,笔者将互联网金融功能划分为支付结算、理财和融资三个模块进行统计,详见表1。从表1可以看出,在了解并使用互联网金融功能的236家企业中,有85%的企业使用转账汇款功能、82%的企业使用在线支付功能、65%的企业使用自助缴费功能,即大部分小微企业对于互联网金融的使用集中在支付结算模块,而对理财功能和融资功能的使用就比较少,特别是对融资贷款功能的使用几乎可以忽略。因此,互联网金融还未给小微企业融资困难带来实质性的解决措施,在解决小微企业融资难问题上仍有非常大的改进空间。

表1 小微企业对互联网金融功能的具体使用

功能模块	使用功能	频数	百分比
支付结算功能	转账汇款	201	85%
	在线支付	193	82%
	到期还款	108	46%
	自助缴费	154	65%
理财功能	理财咨询	46	19%
	购买互联网理财产品	116	49%
融资功能	融资贷款	25	11%
其他		23	10%

注:百分比以了解并使用的企业为基数计算。

2. 融资平台单一化。根据现有的互联网融资模式,笔者将互联网融资平台分为以下几种:一是以阿里小贷、京东、苏宁为代表的大数据服务平台模式;二是以拍拍贷、

合力贷、翼龙贷为代表的P2P模式；三是众筹模式。对三类平台进行统计，浙江省小微企业对于互联网融资贷款平台并不是很了解，有39%的企业完全不了解。此外，调研表明，目前浙江省小微企业最愿意选择的还是以“阿里小贷”为代表的大数据服务平台模式，它占据了全部数据的34%。这种平台之所以被广大小微企业所接受，一方面是这些平台本身就集结了大批小微企业商户，为平台上的商户进行融资，另一方面是其所属的阿里巴巴、京东、苏宁这些大公司具有的影响力被广大小微企业所熟知。而另外两种形式的融资模式，特别是众筹，目前我国发展缓慢，对小微企业融资的影响非常有限。

3. 贷款获得率低。浙江省小微企业的互联网融资贷款的获得率是极低的，“容易获得”仅仅占11%，而“不容易获得”的数据却占据了57%。这说明，目前小微企业通过互联网金融获得贷款的难度较大。

利用互联网金融获得贷款难的原因主要有以下几点：一是大数据服务平台模式仅针对其平台内的商户，根据平台上商户的交易信用等信息数据，依靠云计算能力进行风险定价、核定贷款，在贷款对象上有一定的局限性；二是P2P贷款模式目前还处于发展阶段，本身的风控体系不完善，曝出大量坏账、骗贷案例，由于针对的是资信相对较差、抵押物不足的小微企业，并且央行的征信系统暂时没有对P2P企业开放，就直接造成P2P审贷效率低、客户单体贡献率小以及批贷概率低等问题；三是有一大批小微企业对互联网金融融资功能的了解度不足，这在我们的调研数据中也得到了印证。

4. 整体满意度差。对已使用过互联网金融进行融资的小微企业来说，只有9%的企业对融资功能“满意”，15%的企业认为“比较满意”，而认为“不满意”和“一般”的企业分别占33%和43%。多数企业对融资功能“不满意”或感觉“一般”的主要原因有：一是互联网金融融资的条件较严，由于申请贷款的企业完全无需任何抵押和相关机构担保，仅依靠网络信用对申请者进行判断，因此要求企业不能有不良记录，诚信档案有一定的年限等；二是融资利率较高，个别新兴网络平台的年利率甚至超过30%，让企业无法承受。

三、基于TAM理论模型的分析

1. 模型构建及提出假设。

(1)模型构建。我们根据事先对互联网金融相关文献的研究发现，在信息技术领域中，影响用户使用行为的理论中，技术接受模型(TAM)是运用最广泛的模型之一。该模型认为，用户的使用行为是由使用意向决定的，该理论提出感知有用性和感知易用性决定了用户行为意向。考虑到互联网金融是一种新兴的信息技术应用形式，以TAM作为基础模型具有较好的理论根据。

感知有用性：用户使用某一特定系统能增加其工作

绩效的主观可能性。用户感知技术的有用性越高，采用技术的态度越正向。

感知易用性：用户使用某一特定系统的感知容易程度。用户感知系统越容易学习，则采用系统的态度越正向；感知易用性的程度越高，则感知有用性的程度也越高。

使用意向：用户对某种新技术所表现出来的正面或负面的评价，反映用户对使用的感受。

外部变量是指其他可能影响用户接受系统的因素。为了进一步提高模型的解释力，我们在TAM基础上，根据互联网金融的特点，引入了一些外部变量。

感知风险性：互联网金融的属性是金融产品，它的使用伴随着明显风险性，因此我们在TAM模型中加入了感知风险变量，以提高模型的解释力。感知风险理论认为，消费者的任何购买行为都存在着风险承担，而这些结果中有些可能使消费者感觉到不愉快。结合互联网金融的实际情况，我们将感知风险划分为财务风险和隐私风险两个维度。

主观规范：互联网金融一跃成为媒体和大众关注的焦点，理论界和实务界对互联网金融带来的金融变革都加大了宣传，尤其是在小微企业的问题上，互联网金融更是作为一种重要的出路在探索，这种宣传和推广在一定程度上会影响小微企业使用互联网金融的意向。

服务保障：互联网金融较传统金融由于其形式上的虚拟，因此在处理咨询、投诉和售后问题的效率上，可能会影响到其使用意向。

最终，笔者构建起影响小微企业对互联网金融融资功能的使用意向理论模型，如图1所示：

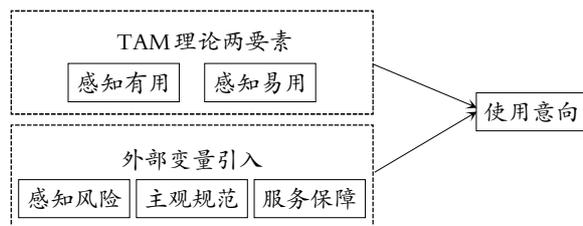


图1 小微企业对互联网金融的使用意向模型图

(2)变量定义。感知有用性：小微企业认为使用互联网金融能增加其工作绩效的程度；感知易用性：小微企业认为使用互联网金融操作的容易程度；感知风险性：小微企业使用互联网金融引起货币损失、泄露企业隐私信息等可能性；主观规范：小微企业受到政策或舆论的推广，致使其使用互联网金融；服务保障：互联网金融处理客户咨询、投诉等服务能力；使用意向：小微企业对使用互联网金融的主观意愿程度。

(3)提出假设。基于TAM理论、感知风险理论、主观规范理论及相关其他研究，我们提出以下五个假设：

H1：感知有用性与小微企业使用互联网金融的意向

存在正相关关系。互联网金融相比传统金融可以在任何时间、任何地点,通过手机、电脑等终端实现支付结算、融资贷款、理财产品购买等功能,这些便捷性会促使小微企业使用互联网金融。

H2:感知易用性与小微企业使用互联网金融的意向存在正相关关系。互联网金融是信息技术的一种应用形式,它的操作难度会直接影响用户使用的态度,因此简单的操作能促使更多小微企业使用。

H3:感知风险性与小微企业使用互联网金融的意向存在负相关关系。互联网金融依托于计算机技术,在网络虚拟环境下,安全性显得尤为重要,若存在较大安全隐患,会阻碍用户使用。

H4:主观规范与小微企业使用互联网金融的意向存在正相关关系。互联网金融是一种新兴的应用形式,同行及媒体的宣传对于新生事物的发展有较大影响,考虑到2013年掀起的互联网金融热潮,本文提出主观规范促使小微企业使用互联网金融。

H5:服务保障与小微企业使用互联网金融的意向存在正相关关系。良好的服务保障能够促使小微企业使用互联网金融。

各变量监测指标如表2所示:

变量名称	监测指标
感知有用性 X1	x1:使用互联网金融能够为公司带来便利,提高效率 x2:互联网金融能够为公司解决不少财务问题 x3:互联网金融能够减少资金占用时间
感知易用性 X2	x4:互联网金融平台操作是容易学习使用的 x5:互联网金融界面是友好人性化的 x6:互联网金融的操作是很方便的
感知风险性 X3	x7:担心账户密码泄露,导致货币损失 x8:担心计算机操作失误,导致货币损失 x9:担心使用互联网金融会导致企业信息被黑客窃取,并作非法使用 x10:担心使用互联网金融会导致企业信息外泄
主观规范 X4	x11:媒体宣传互联网金融有利于小微企业发展,促使公司使用互联网金融 x12:上下游企业或同行都在使用互联网金融,促使公司也使用互联网金融 x13:国家政策鼓励发展互联网金融,促使公司使用互联网金融
服务保障 X5	x14:互联网金融能够及时提供咨询和解答 x15:互联网金融能够更好地提供在线服务 x16:互联网金融能够处理好投诉问题
使用意向 Y	y1:公司愿意使用互联网金融产品和服务 y2:公司会继续使用互联网金融,并推荐给其他企业 y3:公司会扩大使用互联网金融的产品范围

2. 统计结果。信度分析:用SPSS软件对数据进行信度分析,若Cronbach's α 小于0.6,说明问卷设计或变量定义等问题,需进行调整。根据测量结果,6个变量的Cron-

bach's α 都在0.6以上,且总体信度为0.787,说明指标、问卷整体具有较好的内部一致性,数据可靠,能够反映被调查者的真实情况。

效度分析:我们采用因子分析法对问卷结构进行检验,并提取公因子。当KMO值 >0.6 且巴特利球度检验的显著性概率 <0.001 时,则判定适合做因子分析。然后采用主成分分析法提取公因子,萃取出特征根大于1的公共因子,对于同一维度下存在的多个公共因子,采用方差最大旋转法进行正交旋转,共提取出5个变量。

相关分析:采用简单相关系数r(pearson相关系数)来进行相关分析,结果中仅主观规范X4的r值为0.097,其他均通过显著性检验。

回归分析:采用多元逐步回归分析,通过将重要变量逐一引入方程,观察决定系数的变化,最终找到最优方程,结果如表3所示:

变量名称	常量 C	感知有用性 X1	感知易用性 X2	感知风险性 X3	服务保障 X5
未标准化系数 B	1.378	0.603	0.527	-0.477	0.331
标准误差	1.256	0.268	0.289	0.295	0.505
标准化回归系数	-	0.339	0.311	-0.273	0.214
t值	4.219	6.901	6.842	-4.764	2.735
显著性	0.000	0.000	0.000	0.000	0.009

回归模型结果,四个变量的回归系数分别为0.603、0.527、-0.477、0.331,且回归系数的显著性检验均小于0.01,说明感知有用性、感知易用性、感知风险性、服务保障对使用意向都有显著影响。

综上所述,我们得到以下结论:

假设H1成立,说明小微企业对互联网金融感知有用性越高,使用意向越强烈。感知有用性指标影响力最大,影响系数为0.603。

假设H2成立,说明小微企业对互联网金融感知易用性越高,使用意向越强烈。感知易用性指标影响力其次,影响系数为0.527。

假设H3成立,说明小微企业对互联网金融感知风险性越高,使用意向越弱。感知风险性指标影响力第三,影响系数为-0.477。

假设H4不成立,企业使用互联网金融毕竟与个人用户使用有所不同,受到周围环境影响不大,而更多的是从企业本身考虑是否受益,因此与使用意向不存在显著的相关关系。

假设H5成立,说明良好的服务保障能够促使小微企业使用互联网金融,服务保障指标影响力第四,影响系数为0.331。

四、小微企业对互联网金融融资功能的评价

为了进一步探析互联网金融融资存在问题的原因,我们对小微企业使用融资功能的直接感受进行了调查分析,结果见图2、图3。

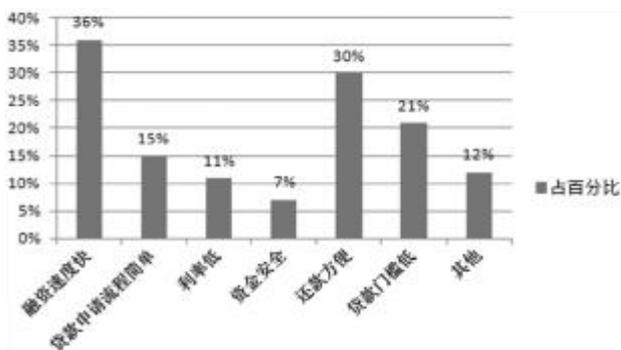


图2 小微企业认为互联网金融融资功能的优点

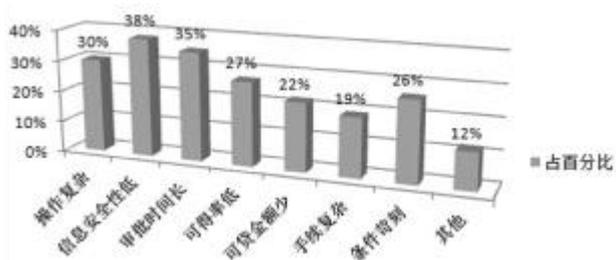


图3 小微企业认为互联网金融融资功能的缺点

五、利用互联网金融解决小微企业融资难问题的建议

1. 提高互联网金融资金的安全性。根据前期调研数据的综合分析,目前浙江省小微企业使用互联网进行支付结算、理财、融资的企业占比不高,较多的企业还在使用传统方式,在使用互联网金融的小部分企业中,它们最为看重的是互联网金融相比较其他方式更加快捷,但大多数企业认为互联网金融资金的安全性不高,个别企业还心存疑虑,因此,提高账户信息及资金的安全性尤为重要。借助云数据的计算处理能力,构建更为强大的风险管理制度,防范金融风险;规范互联网金融操作的规范和流程,加强互联网金融监管力度,减少资金挪用、非法营运等风险事件的发生。此外,利用各种计算机加密技术,构建起既人性化又防御性强的计算机网络系统。

2. 发展高效、人性化的互联网金融体验模式。浙江省大部分企业并没有使用互联网金融,主要是因为不了解而对其存在质疑。因互联网金融更加注重客户体验,强调开放共享,强调交互式营销以及新技术与金融的深度整合,故建议互联网金融机构从客户角度出发,进一步注重产品和服务的用户交互设计,充分了解客户需求,注重客户体验,同时,积极为小微企业提供各种形式的培训、咨询等体验式服务,让企业更加了解互联网金融的使用范围、流程及要求,从而让更多小微企业真正使用互联网金融并享受其带来的便利、实惠和高效。

3. 建立互联网金融融资监管与风险管理制度。互联网金融的融资手段没有被很多企业了解与使用的最主要原因是互联网金融的监管与风险管理存在缺陷。首先从监管上来讲,鉴于互联网金融是新兴事物,政府目前在监管上存在很大的缺陷,没有相应的制度规范;其次是风险因素,每个企业和机构在与钱打交道的时候都会十分谨慎,原因就是减少或避免其中的风险与损失。下一步,政府必须建立健全互联网金融监管与风险管理制度,从法律层面界定互联网金融范畴、建立行业准入门槛、规范市场主体交易行为,为互联网金融平台运营商、出借人、借款人等参与者提供具体规范引导;建立互联网金融监管体系,制定市场准入制度,实行分类管理,制定分类标准,加强互联网金融机构操作规范监管,进一步增强信息透明度,构筑互联网金融风险监测和预警机制,为互联网金融模式创新提供良好的监管环境。

4. 完善征信系统,提高互联网金融的信息透明度。现在许多的互联网金融机构对于发放贷款都不能做到全面了解贷款人的信息,其主要原因是互联网上没有存放完整的企业或个人信息的平台。而人民银行征信系统是企业或个人的信用记录系统,其数据主要来源于银行业金融机构等传统意义上的信贷机构,是记录企业、个人信用信息的主要平台,但P2P机构、网商小额贷款机构等新型信贷平台的信贷数据尚未被纳入征信系统。下一步,需尽快完善互联网金融配套征信系统建设,将互联网金融平台产生的信用信息纳入人民银行征信系统范围,向互联网金融企业开放征信系统接口,为互联网金融主体提供征信支持,提高互联网金融的信息透明度。

5. 促进传统金融与互联网的融合。传统金融和互联网各有优势,传统金融资产总量和客户资源庞大、风险控制体系比较完善、行业准入门槛较高;互联网企业拥有巨量的网络活跃用户、大量资信和交易数据、高效的第三方支付功能和简洁的操作。下一步,政府应当鼓励传统金融机构进入互联网金融行业,努力形成全面、高效、零距离的互联网金融与传统金融相互促进、共同发展的金融体系,传统金融机构可利用互联网技术简化流程,互联网企业可借鉴传统金融机构运营经验指导金融业务运作,双方可共享行业数据,充分挖掘数据价值,发挥内部协同能力,提升客户体验,提升互联网金融的整体核心竞争力。

主要参考文献

李金林,赵中秋.管理统计学[M].北京:清华大学出版社,2008.

屈胜会,屈书敏.个人网上银行使用态度和意愿影响因素——主观规范因素[J].商,2014(12).

新科.互联网金融投资热下的风险调查与思考——基于陕西省互联网理财产品情况的综合分析[J].金融经济,2014(12).