

基于内容分析法的网络购物研究

李洁

上海理工大学出版印刷
与艺术设计学院
硕士研究生
170787027@qq.com

王勇

上海理工大学出版印刷
与艺术设计学院
教授

>>【摘要】

利用内容分析法,对 2001-2010 年间国内核心期刊上 98 篇与网络购物相关的文献进行统计分析。建立以网络购物技术研究、网络购物安全性研究、网络购物行为研究、网络购物理论性研究 4 个大类为基础的网络购物分类框架,以此探析 10 年来网络购物研究的热点以及发展变化。研究表明,网络购物研究的重点领域主要集中在网络购物行为研究方面,尤其是采用因素分析的研究,而网络购物的安全性及网络购物中企业对于网购消费者行为的研究是其中最为薄弱的环节。通过对网络购物发展趋势的描述,为未来网络购物进一步发展提供支撑和依据。

>>【关键词】

网络购物 内容分析 文献统计

1 前言

网络购物的定义为:人们通过互联网检索商品信息,并通过电子订购单发出购物请求,然后填上私人银行账户或信用卡的号码,厂商通过邮购的方式发货,或是通过快递公司送货上门。国内网上购物的付款方式有款到发货(如直接银行转账,在线汇款),担保交易(如淘宝支付宝、百度百付宝、腾讯财付通),货到付款等。

网络购物存在着诸多有利因素,如价格上的优势吸引着一些想要高档消费品却不愿多花钱的人;方便快捷的优势让那些因工作繁忙而无暇去商店购物的人足不出户便可购买自己心仪的商品。轻点鼠标,来自全国各地的各类商品瞬间呈现,提供给消费者更多选择。但是,网络购物也并不是完美无缺的购物方式,它仍有很多缺点。调查显示,消费者最担心的还是网上商品的质量问题,可见网上商品的质量将对消费者的消费行为和消费心理起到举足轻重的作用^[1]。

随着网络经济的迅速发展,越来越多的人参与到网络购物中,鉴于网购在电子商务的营销中起着非常大的作用,近年来,许多学者对于网络购物的研究热度也在逐渐上升,有学者从不同角度对于网络购物的感知价值或者背后的系统模型进行分析,挖掘其价值。本文采用内容分析法,以 2001-2010 年间关于网络购物的中文文献为分析对象进行研究,通过对其关键词的词频进行统计分析,得出当前网络购物研究的热点及发展动态,推断其今后的发展趋势,总结存在的问题并提出建议。

收稿日期:2012.07.16

发表日期:2013.02.28

2 研究方法

内容分析法是一种对传播内容进行客观、系统和定量地描述的研究方法。其实质是对传播内容所含信息量及其变化的分析,即由表征的有意义的词句推断出准确意义的过程。

内容分析法的优点:①研究方法较为客观;②结构化研究;③非接触研究;④定量与定性结合;④揭示文献的隐性内容。本文采用内容分析法以期获得可靠、准确的分析结果。

本文把网络购物研究分为网络购物技术研究、网络购物安全性研究、网络购物行为研究、网络购物理论研究等四大类。同时,在一些大类下面又分成若干小类,通过对检索到的文献进行内容分析,依据文章的题目、摘要、关键词、引言和结论来推断文献的主题,判断文献所属类目,一篇文章只对应大类中的一个小类。分类如表 1 所示:

表 1 网络购物研究分类框架

网络购物技术研究	网络购物安全性研究	网络购物行为研究	网络购物理论研究
<ul style="list-style-type: none"> 网络购物系统设计与开发 	<ul style="list-style-type: none"> 用户隐私权 网络购物风险 	<ul style="list-style-type: none"> 模型研究 因素分析 	<ul style="list-style-type: none"> 对网络购物的看法 网络购物产生的影响

为全面了解国内学者对网络购物的研究现状,保证来源数据的科学性、代表性,笔者以中国知网数据库中《中文科技期刊数据库》等多个数据库为来源数据库,以“网上购物”或含“网购”作为题名进行精确查找,查找出 4 565 篇文献,但由于 10 年的样本量太多,只选取核心期刊上发表的论文作为研究对象,因此,此次研究的文献共有 98 篇。

- 选择分析单元:以本次选择文献的“篇”以及其关键词的“频次”为分析单位。
- 设计分析维度:本文通过文献数量的年代分布维度、文献所在期刊的类别分布维度、文献的关键词维度三个类目来进行关于网络购物的研究。
- 量化处理:将样本进行数据化处理,构造分类体系以得到词频,并对其进行评判记录,得出有关我国网络购物发展的客观情况。
- 信度:经过两位编码员对其中 40 篇文献进行抽样信度分析,根据统计计算得出 $\alpha=0.87$,说明对于文献的内容分类具有较高的可信度。

3 数据分析与结论

3.1 年度文献发表数量分布

2001-2010 年,各年度以网络购物为主题的核心期刊文献数量如表 2 所示:

表 2 2001-2010 年各年度发表文献数量所占比

年份	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	合计
比例(%)	6.12	5.10	3.06	5.10	7.14	12.24	15.31	13.27	17.35	15.31	100
篇数	6	5	3	5	7	12	15	13	17	15	98

从图 1 可以看出,我国对网络购物的研究起步比较晚,2003 年以前国内对网络购物研究相对较少,2006-2010 年之间文献量增长态势平缓。

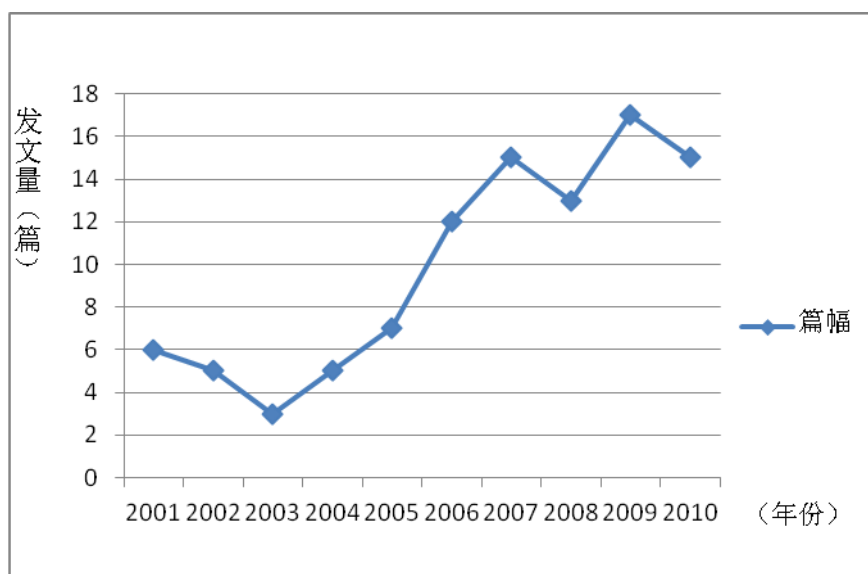


图 1 2001-2010 年各年度文献发表数量

通过对文献内容的分析,笔者列举出了 2001-2010 年间各年度关于网络购物研究方向的核心期刊文献分布情况,如表 3 所示:

表 3 2001-2010 年间各年度关于网络购物研究方向的核心期刊文献分布情况

年份	篇数	网络购物 风险	用户隐私	网络购物系 统设计开发	网络购物行 为模型研究	网络购物行 为因素研究	对网络购物 的看法	网络购物产 生的影响
2001	6	-	-	2	-	-	3	1
2002	5	1	-	2	1	1	-	-
2003	3	1	-	1	-	1	-	-
2004	5	-	-	2	-	1	1	1
2005	7	1	1	1	2	2	-	-
2006	12	1	1	4	2	3	1	1
2007	15	4	3	1	3	2		2
2008	13	1	1	2	2	2	2	3
2009	17	3	1	2	3	4	2	2
2010	15	2	2	0	2	4	3	2
总计	98	14	9	17	15	20	12	12

从表 3 中可以看出,关于网络购物行为分析的研究论文所占篇数较多,而网络购物安全性研究的论文数量则从 2005 年开始上升加快,说明网络购物安全方面的研究进一步深化。其中关于网络购物个人隐私方面的研究较少,属于薄弱环节。网络购物技术研究文献则在 2001-2006 中所占比例较大,其后则逐步减少以至在 2009、2010 两年中数量极少,表明网络购物技术的发展已到达一个成熟期。

3.2 期刊分布

一共有 40 种国内期刊发表了与网络购物相关的文献,表 4 列出了发表网络购物研究文献的核心期刊名称及文献数量。

表 4 发表网络购物文献的核心期刊

期刊来源	文献 篇数	(CNKI 综合) 影响因子	期刊来源	文献 篇数	(CNKI 综合) 影响因子
商场现代化	8	0.143	计算机辅助设计与图形 学学报	2	0.617
中国商贸	7	/	计算机系统应用	2	0.289
商业研究	7	0.388	计算机应用研究	2	0.455
江苏商论	6	0.216	湖北大学学报(哲学社 会科学版)	2	0.31
中国经贸导刊	5	0.164	教育与职业	2	0.33
商业时代	5	0.238	经济地理	2	1.227
经济管理	4	0.464	经济科学	1	1.439
消费经济	4	0.606	经济纵横	1	0.458
心理科学进展	3	0.945	科研管理	1	1.125
统计与决策	3	0.364	企业活力	1	0.155
特区经济	2	0.194	企业经济	1	0.255
情报杂志	2	0.786	清华大学学报(自然科 学版)	1	0.492
瞭望	2	0.144	人民检察	1	0.281
科技管理研究	2	0.401	山西财经大学学报	1	0.706
计算机应用与软件	2	0.322	商业经济与管理	1	0.593
计算机工程与应用	2	0.428	上海纺织科技	1	0.249
北京服装学院学报(自然科 学版)	2	0.382	上海交通大学学报	1	0.428
城市发展研究	2	0.673	涉外税务	1	0.293
法学评论	2	0.735	数量经济技术经济研究	1	1.666
管理评论	2	0.867	江淮论坛	1	0.269
文献篇数合计: 98 篇					

从表中可以看出,《商场现代化》(影响因子为 0.143)、《商业研究》(影响因子为 0.388)、《江苏商论》(影响因子为 0.216)是目前国内发表网络购物相关文献数量较多的期刊。从期刊的影响因子来看,目前我国发表网络购物方面论文的期刊质量还比较低。

3.3 研究领域分布

由图 2 可知,国内网络购物研究的重点领域主要集中在网络购物行为的研究方面(35 篇文献,占文献总数的 35.7%);其次是网络购物理论研究方面(24 篇文献,占文献总数的 24.5%),网络购物安全性研究(23 篇文献,占文献总数的 23.4%);而网络购物系统技术研究方面(17 篇文献,占文献总数的 16.4%)所占比例最少。

对检索到的文献进行内容分析得出如下结论:对网络购物的研究主要集中在网络购物行为研究方面,其中网络购物行为研究包括建立模型的研究和采用因素的研究两个方面,其中后者的研究文献有 20 篇,所占比例较高。

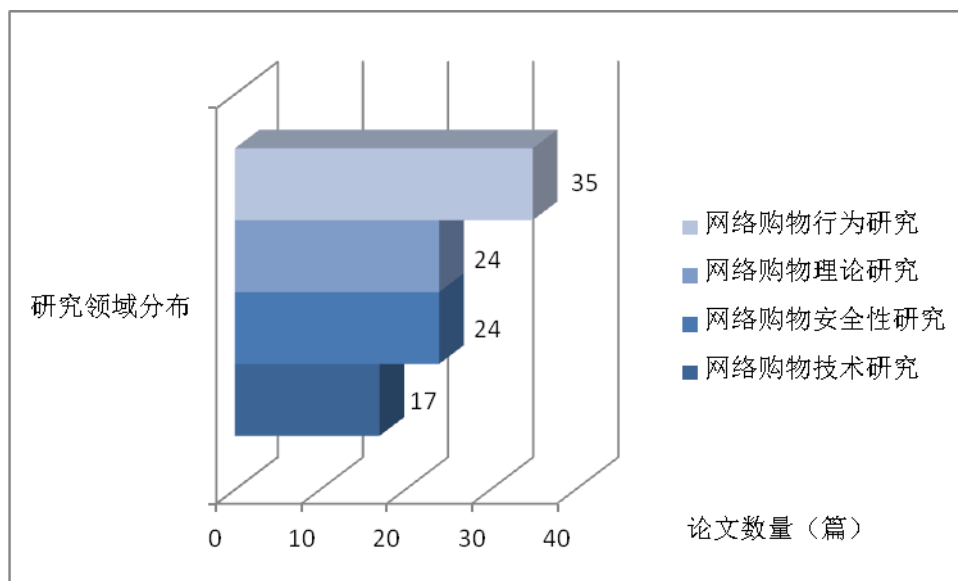


图2 研究领域分布

3.4 分析结论

对某领域已发表的文献进行回顾有利于研究者跟踪研究热点，避免研究风险^[2]。系统的文献综述不仅能对某些研究问题进行重新评价和创新，还能指引某研究领域的未来研究方向。本文通过对2001-2010年国内25种核心期刊上发表的98篇关于网络购物的文献进行研究，得出如下结论：

近年来，特别是2005年以后，国内关于网络购物的研究得到了突飞猛进的发展，但2009-2010年国内关于网络购物系统技术方面的研究几乎没有，表明关于网络购物系统设计与开发的研究将达到成熟期。

目前国内关于网络购物的研究主要偏重于网络购物行为的研究，尤其是采用因素方面的研究，虽然在理论综述方面有一定发展，但还需继续加强理论研究。在网络购物安全性方面尤其是关于网络购物个人隐私方面的研究还是薄弱环节，需要进一步加深研究。

在国内网络购物行为研究中，多数学者是对消费者网络购物行为进行研究，缺乏企业或者服务商对于网购消费者行为进行研究，说明国内网络购物企业及服务商对于网购消费者的重视程度不够高，相关研究还处于低水平阶段^[3]。

3.5 发展趋势

理论研究和应用实践相结合是网络购物爆发式发展的关键，除加强网络购物相关技术的攻关外，还必须从企业、用户等角度对网络购物行为进行系统性研究。

未来网络购物研究的发展主要体现在以下几个方面：

- 网络购物系统技术的组合研究。众所周知，现有的网络购物系统已经得到广泛的推广和应用，但是在实际应用中存在一些不足。能否将各个系统的技术融合起来进行取长补短，以完善网络购物系统是未来网络购物系统技术研究方面的重中之重。

- 企业对于网购者行为的研究。通过分析，笔者发现目前企业对于网购者行为的研究还处于低水平阶段，近年网络购物出现了爆发式增长，网络购物提供商层出不穷，竞争日益激烈，网购消费者越来越注重消费体验。随着微博等的流行，用户的口碑对于网络购物企业日益重要。网络购物的规模化、透明化以及消费者不失幼稚的购物观念，使服务质量成为网购企业在竞争中制胜的关键。可以预计，企业对网购消费者的研究将会迅速展开，企业将会成为未来网络购物行为研究的主力军^[4]。

- 网络购物理论扩展的研究。目前关于网络购物的理论研究还限于与网络购物相关的方面，网络购物的快速增长，使其对实体购物所产生的影响日益加大。随着越来越多的企业建立网络购物平台，网络购

物对社会产生的影响也会越来越大,所以未来网络购物理论研究应该向网络购物所产生的影响方面倾斜^[5]。

● 网络购物安全性研究。分析发现,关于网络购物安全性方面的研究在2005年之后发展很快,表明随着网络购物的快速发展,网络购物安全性问题逐步突出,成为网络购物中一个不可忽视的问题。未来网络购物安全性研究应该从尽快完善法律法规、改进技术手段、倡导行业自律、加强消费者教育等4个方面入手。

4 本研究的不足之处

本文利用内容分析法对国内2001-2010年近10年来网络购物研究的发展情况进行了统计分析和概括总结,提出了网络购物研究的发展方向,但仍存在以下不足之处:①文献还不够全面,国内学者在国外期刊上发表的学术文献暂时没有被纳入统计范围^[2];②由于期刊发表时间的滞后性,本文的统计分析和结论并不能完全符合网络购物发展的真实状况;③由于国内暂时没有权威的网络购物研究分类框架,本文在借鉴前人成果的基础上提出了自己的观点,但由于内容分析法本身具有主观性,笔者的研究具有亦一定的局限。

[参考文献]

- [1] 丁川,管运波,蒋榕,等.网络购物存在的问题及其对策初探[J].电脑知识与技术,2010(6):4554-4555.
- [2] 李文川,王旭,吴昊.基于内容分析法的国内RFID技术现状与发展趋势研究[J].情报杂志,2009(12):60-63.
- [3] 谢卿.消费者网络购物行为影响因素——基于扩展的技术接受模型的实证研究[J].安顺学院学报,2011(2):66-69.
- [4] 王希希.消费者网络购物行为的影响因素研究[D].杭州:浙江大学,2002:3-18.
- [5] 张琼芳.影响在校大学生网络购物忠诚的关键因素分析[J].科技创业月刊,2009(10):63-65.