

农产品伤害危机中消费者责任归因研究

陈 通,青 平,刘贝贝

(华中农业大学 经济管理学院,湖北 武汉 430070)



摘 要 消费者的主观归因能够更好地预测农产品伤害危机对涉事企业及相关组织的危害。结合质化和量化研究方法,对农产品伤害危机中消费者责任归因的结构和结果变量进行了分析。结果发现:努力不足的归因相较于能力不足会导致更加负面的企业态度或政府信任;责任无论归咎于企业还是政府都会对企业产生负面的态度;只有当消费者认为责任归结于政府(而非企业)时,才会降低对政府的信任。

关键词 农产品伤害危机;消费者责任归因结构;企业态度;政府信任

中图分类号:C 931 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-3456(2017)06-0079-08

DOI 编码:10.13300/j.cnki.hnwkxb.2017.06.010

近些年农产品伤害危机频频发生,给原本脆弱的农产品品牌声誉带来极大的破坏。诸如“毒生姜”、“镉大米”等热点事件,不仅对我国国民经济造成了严重伤害,同时也引发了一系列的社会问题。在这些社会问题的背后,消费者充当了至关重要的角色。通常,农产品伤害危机发生后消费者会自发地判断危机中各相关主体应承担的责任^[1-2],这种现象称之为责任归因。责任归因能够良好地预测消费者对涉事企业和各利益相关者的态度和行为^[3]。洞察消费者的归因规律和后续影响对解释和解决企业声誉、政府信任等社会问题具有重要意义。

农产品伤害危机(包含食品安全危机)的成因一直是学术界关注的热门话题。现有研究通常遵循理论性的、非实证的研究范式,从制度、自然环境、企业管理、生产技术、产业机构等多个角度提出了解释^[4-5]。这类研究通常有两点不足:第一,根据社会心理学的观点,消费者主观的归因要比事件的客观成因能够更好地预测消费者的态度、情绪及后续的行为^[6]。仅仅从制度的设计、管理技术和科学技术寻找原因难以预测危机对组织声誉的破坏。第二,受限于研究问题的复杂性,前人研究多依赖理论分析或逻辑推演,缺少运用实证研究方法得出更加可靠的结论。本文将基于 Weiner 的归因理论^[7],研究消费者责任归因对涉事企业态度及政府信任的影响,揭示农产品伤害危机中消费者的责任归因特征及规律。

一、文献综述

1. 农产品伤害危机的成因

前人对农产品伤害危机的成因进行了广泛的探讨。从经济学角度,学者们认为主要成因有三:一是生产者和消费者的信息不对称;二是农产品质量安全问题存在外部性;三是农产品信息具有公共物品属性^[8]。信息不对称,使消费者在知情权和选择权等方面处于劣势,对农产品安全性的信息知之甚少,因而对所选农产品的安全性难以正确判断。农产品安全的外部性有正外部性与负外部性之分,正外部性的表现是农产品在质量、品牌、效果等方面符合并满足了消费者的需求;负外部性主要表现在

收稿日期:2017-04-17

基金项目:国家自然科学基金项目“作物营养强化对改善人口营养健康影响及评估研究”(71561147001);国家自然科学基金项目“农产品伤害事件的外溢效应对产业集体品牌资产的损害与品牌补救研究”(71073064);国家自然科学基金项目“农产品伤害危机的网络外溢效应、公共危机事件演化机理与社会应急管理研究”(71273106)。

作者简介:陈 通(1989-),男,博士研究生;研究方向:食物经济、风险沟通。

非正规厂商生产与销售伪劣农产品会导致消费者对市场同类产品的怀疑,减少或停止对该类产品的购买与消费^[9],正规厂商的生产与销售因此大受影响,经济效益受大损伤,而非正规厂商对此却不予补偿。依据农产品信息的公共属性分析,市场上不会有人自愿充当农产品信息披露者的角色,因此,消费者很难不借助于专业人员、专业技术的帮助,完全靠个人检测出不安全农产品^[10]。此外,李想指出,市场竞争压力并非是厂商追逐销量而忽视产品控制的原因,关键在于质量信息不对称背景下厂商缺少在质量控制上投入的动力^[11]。

从监管视角上看,伴随着中国经济社会的不断发展,人们的农产品消费日益高级化、多样化,农产品供应体系也越来越复杂多样化,问题也接踵而至。一方面,农产品安全的风险不断增大;另一方面,我国的农产品安全监督体系有待改善,农产品供应体系发展较为滞后,现有的农产品质量安全监管体系难以应对农产品供应发展的需求^[12]。农产品安全部门多而杂,职责不清,范围混淆等行政管理问题也普遍存在^[13]。李晓安等认为我国现在农产品安全问题多发的主要症结所在是我国法律建设存在着明显问题。首先,相关法律体系建立不完整,这使得农产品安全保障制度存在法律空白,现有的法律法规无法完全概括现实中的所有农产品安全问题;其次,我国农产品管理监测职责不够清晰,管理监测主体过多而且职责混乱;最后,现有法律对农产品安全违法行为所制定的行政处罚力度不够,同时,对遭受到农产品安全问题的群众进行法律救济制度运行的成本高昂^[14]。

不同于学者从经济学、管理学、法学等视角探讨农产品伤害危机的成因,消费者自身也会在危机发生后对危机的成因进行判断。前人的研究发现行业背景、企业声誉以及消费者思维模式都会影响归因的结果。例如 Lei 等的研究发现,如果企业遭遇的危机在行业中频频发生,此时消费者会认为引发危机的原因是由外部环境造成的,从而降低对企业的责任;相反,如果先前行业中没有类似事件发生,那么对企业的责备会更严重^[15]。除了行业背景,消费者自身的思维方式也会影响责任归因的结果。文化心理学的研究认为通常中国消费者更倾向于运用整体式思维^[16],Monga 等的研究发现整体式思维的消费者倾向于将危机的责任归咎于外部环境,而非企业自身,分析式思维的消费者则倾向于将危机的责任归结于企业^[17]。从企业声誉角度看,Laufer 等发现通常先前声誉良好的企业发生危机后,消费者更倾向于相信是由于外部的、不稳定和不可控的因素导致的,而先前声誉不好的企业遭遇危机,消费者更倾向于相信是由企业内部的、稳定的和可控的因素导致的^[18]。

可以看出,现有关于农产品伤害危机成因的研究成果已经比较丰富,从研究范式上来看,涉及制度经济学、管理学、政治学、法学、消费心理等多种研究视角。一方面,学者们认为农产品伤害危机的成因是多方面的,涉及监管缺失、法制不健全、行政混乱、市场结构、经济发展等多种客观因素。另一方面,学者们认为消费者的主观归因与客观成因存在差异,且受到行业、企业以及自身等多方面情境特征的有影响。更重要的是,消费者归因能够很好地预测消费者对企业和政府的态度。

2. 归因理论

学者们首先关注的归因维度是责任来源,早在 20 世纪 50 年代,学者们就开始区分事件起因的内外之分。外部原因指的是造成结果的原因来自于周围的情境,如造成农产品伤害危机的原因来自于消费者不良的饮食习惯。内部原因则是指事件的原因是由当事人的行为造成的,如农产品伤害危机的发生是由员工有意在产品中增加过量的防腐剂以延长保质期。归因需要的第二个维度是稳定性,即使同样是内部原因也存在不同的属性,即有些是恒定不变的,而有些却是波动的。例如,能力被感知为一种恒定的属性,然而,心态和努力程度确是可以变动的。在外因中同样存在类似的情况,例如,在湖中划船比赛中的胜出可能会被认为是风的因素。通常,特质类的因素被认为是稳定的,而临时的心态和努力则被认为是不稳定的。例如,如果一个成绩优异的学生某次没有考好,则认为这次的考试失利是不稳定的,而相反如果一个学生一直成绩不好,那么此次的考试失利则是稳定的。第三个维度是可控力。因果中的可控力控制的概念与常说的个人的“责任”非常相似。一个人可能会因为不够努力而被责备,但不会因为天资不足被责备。当失败被认为是缺乏努力造成时,通常努力作为可控因素,缺乏努力会遭受更多的责备并引起观察者的愤怒;然而当失败被认为是缺乏能力导致时,由于能力通常被看作不可控的稳定因素,则会遭受较少的责备,往往失败会收获同情。在本文情境中,企业

管理者因追逐利润而减少在农产品质量安全方面的投入通常会被认为是缺少努力的结果,从而会遭受更多的责备。相反,如果消费者认为危机是由于企业缺乏检测有害健康成分的技术时,遭受的责备也会相对弱些。

基于 Weiner 的归因理论,可以将农产品伤害危机的责任归属按照两个维度划分,一个是责任的来源,一个是事件的可控力,即事件被消费者感知为企业缺乏能力造成还是缺乏努力造成的^[7]。这里之所以不考虑稳定性这一维度,理由是考虑到农产品伤害危机作为一项严重的产品事故通常在一家企业身上发生的频率较低,消费者难以回忆起企业先前犯错的历史从而判断事件的稳定性。

二、消费者责任归因的特征

1. 研究设计

当一件农产品伤害危机在线上曝光后,消费者会自发地到新闻下的评论区展开热烈的评论与讨论,这些评论中就包含消费者的归因倾向。本文运用文本分析方法对消费者的真实在线评论内容进行分析,来了解消费者的归因现状。通过网络爬虫软件搜集互联网评论资料,对这些文本资料进行编码和理论归纳,基于编码结果和相关理论进行分析。

2. 样本选择

基于农产品伤害危机的典型性和该事件的评论热度来挑选合适的事件样本。典型的农产品伤害危机要具备足够的知晓度和影响范围。越典型的事件中参与评论的网友的异质性越强,样本结构越接近于一般的网民。评论热则取决于评论的条数,较多的评论条数保证了可以涵盖尽量多的归因相关内容,从而可以避免由于样本不足导致的某种归因的遗漏。在平台的选取上,根据活跃程度和活跃人群的代表性来选择数据来源的平台。当下中国主要的互动式社交平台有新浪微博、朋友圈、QQ空间、百度贴吧、知乎、天涯社区等。朋友圈与QQ空间属于熟人网络的社交平台,通常一条信息的评论不会太大,而且评论者均为发布者的熟人,并不具备代表性。新浪微博、百度贴吧、知乎以及天涯等生人社区中,新浪微博的日均覆盖数UV排名最大,且覆盖群体最广泛。最终我们选择新浪微博中“头条新闻”发布的农产品伤害事件作为研究的事件背景。“头条新闻”是新浪微博官方运营的媒体账号,截止到2017年2月27日,关注人数多达51 520 979,是新浪微博最有影响力的官方账号之一。

在综合考虑了事件典型性和评论的热度之后,最终选择了2011年曝光的“毒生姜”事件以及2013年曝光的“镉大米”事件作为本文的事件背景。具体数据抓取情况见表1。

表1 微博评论抓取情况

事件	微博内容	评论数	评论时间跨度	链接
毒生姜	【湖北宜昌查获硫磺熏制毒生姜】 4月15日,宜昌工商执法人员查获“毒生姜”近1 000公斤。据介绍,不良商贩将品相不好的生姜用水浸泡后,使用有毒化工原料硫磺对其进行熏制,使正常情况下视觉不够美观的生姜变得娇黄嫩脆,然后在市场上高价出售获取暴利。	1 941	2011-4-16 02:04 至 2011-8-16 09:25	http://weibo.com/1618051664/zF4mYyawvI?type=comment#_rnd1487731520543
镉大米	【今日网言:自相残杀的下一个受害者就是你】 媒体曝光湖南万吨镉超标大米流向广东,长期食用镉米易致癌。网友评论:你卖地沟油,我卖胶面条;你卖皮革奶,我卖镉大米;你卖毛酱油,我卖陈化粮……最后大家一起吃毒胶囊。如果你不吃特供,也许下一个受害者就是你。	2 774	2013-2-27 18:20 至 2013-2-27 21:33	http://weibo.com/1618051664/zl8Ez07wb?type=comment

3. 对归因相关评论进行编码

首先对原始评论进行整理,共从4 715条评论中筛选出538条与归因相关的评论。然后由两名独立编码人对评论进行编码,编码结果见表2。每条评论按照责任来源和事件可控力两个维度编码。责任来源是指评论中指涉的对象,如“要怪就怪政府监督部门太腐败,没有严格的监管”中指涉的对象是政府监督部门。事件可控力则划分为能力不足和努力不足两类。以企业为例,能力不足是指企业

并非有意采取提高危机发生可能性的行为,而是由不可控因素(如环境、技术、人员素质)导致。努力不足是指企业拥有降低危机可能性发生的能力,但由于其他目的(如降低成本、谋求私利)等主动做出提高危机可能性的行为。

表 2 编码结果

成因来源	责任来源	事件可控性	责任归因	评论举例	条数	
内因	企业管理	努力不足	企业道德缺失	Lyz 美丽(2013-2-28 17:13):说这些都没用,要有点良心也不做这个。	280	
		能力不足	N/A	N/A	N/A	
	政府监管		官员腐败	靖哥雾里看花(2013-2-27 18:47):要怪就怪政府监督部门太腐败,没有严格的监管。	15	
		努力不足	特供	薛蛮子(2013-2-28 06:38):解决食品安全问题的前提是取消特供。你们同意吗?	47	
		能力不足	能力欠缺	和克拉斯(2013-2-28 08:08):政府无能啦,悲哀。	16	
			监管不力	慕寒霜(2013-2-27 18:44):还有政府监管吗?相关的监管部门去那了?	76	
	法律环境	能力不足	模棱两可	执法不严	李红伟律师(2011-4-16 06:43):对牛弹琴不起作用;希望有司严格执法。	12
				法律不健全	一个生无可恋人(2013-2-28 16:29):良知需要法律严肃的保护。	9
				惩罚力度不够	平哥 0530(2011-4-16 08:11):这样的人抓一个就枪决一个,这样就彻底根治了。	36
	经济技术环境	能力不足	商业环境严峻	香蕉美术:商业社会乃万恶之根源,拜金主义乃罪恶之洪流。商业丛林的法则是:物竞天择,在一个以金钱至上为行事准则的社会里生活,套用一句俏皮话:“出来混,迟早是要还的。”	13	
外因	社会环境		社会风气败坏	老者 bigbrother2012(2013-2-28 20:12):整个社会风气坏了……谁都骂别人,自己却又为了点利益坑害别人!你拐卖儿童,我就给老人推销“健康食品”!到头来谁也逃不了。你污染的水让他父母得肝癌肾癌,我污染的空气让你娘你爹得肺癌,他污染的食品让大家得胃癌!!!人人都赚了些小钱,创了政绩,都在笑……	2	
		努力不足	国民道德水准低下	沧海一钓(2011-4-16 11:39):中国社会“道德意识”怎么这么缺乏啊,看来和谐社会离我们还很远。政府应该考虑建立和开展广泛的道德机制,对社会造成重大危害的,绝不能心慈手软。	20	
		国民信仰缺失	Robert 见贤思齐(2013-2-28 18:47):根本原因是信仰的丧失,精神文明的缺失。	9		
	消费者	能力不足	消费者辨别能力	律宁其斤王里(2011-4-16 06:04):买东西不能追求卖相,过分美丽的东西都有毒!	3	

4. 特征分析

基于编码结果,可以发现消费者对农产品伤害危机的责任归因具有以下特征:

(1)多层次的责任归属,企业道德比例最大。从表 2 可知,消费者归因的目标从微观的消费者到企业再到宏观的产业竞争环境、国家的经济背景,跨度了多个层次。具体可以划分为四个层次:①消费者层次,该层次认为危机的发生主要是由于消费者缺乏相关知识,导致对农产品的安全性缺乏判断能力,如评论提到的“买东西不能过分追求卖相”。然而这类归因只有 3 条,在所有归因层次中比例最小。②企业层次,企业层次认为事件的发生是由于企业经营管理造成的。在评论中具体表现为认为管理者的道德缺失或追逐利润导致危机的发生。这类评论有 280 条,在所有归因对象中占比最大。③政府层次,该层次的评论主要将危机的发生归结于政府管理者。虽然对象都是政府,但成因又包含官员腐败、特供、监管不力、执法不严、能力欠缺 5 种。④外在环境层次。外在环境主要包括法律环境、经济环境和社会环境三种。其中法律环境主要关注立法和惩罚力度上不足,经济环境主要从市场

竞争层面考虑危机发生的原因,社会环境则是从国民素质和信仰角度分析成因。

(2)消费者与专家在责任归属上存在观点差异。消费者与专家在责任归因上存在差异。通过编码结果可知,消费者没有将责任归因到生态环境的恶化。存在差异的原因可能有两点:其一,专家学者是基于客观性和全面性列举事件可能的原因,而在线评论中所反映的是某消费者最关注的因素;其二,消费者在评论事件的起因时往往会受到感性因素的影响,如消费者不愿意将危机的责任归咎于农民这类弱势群体,而更愿意归因于官员和企业家。

(3)消费者责任归因的两维度模型。编码的结果与理论预测的两维度模型基本一致。消费者责任归因主要可以按照两个维度划分:责任来源和事件可控力。责任来源决定了消费者认为谁应该为农产品伤害危机负主要责任,由于本研究的主体是企业,因此又可以将消费者、政府、外部环境统一归为外部因素,企业自身归为内部因素。可控力则是指行动者是否有能力阻止事件的发生。按照可控力的高低,可以划分为能力不足型归因和努力不足型归因。事件的可控力则关系消费者的态度和情绪。例如,归因主体为企业,且认为是努力不足导致,则消费者的主要责备对象为企业,且态度较为负面;如果归因主体为政府,由能力不足导致,则消费者主要责备的对象为政府,而又因为是能力不足,相较努力不足态度会相对积极。在农产品伤害危机情境中,努力不足通常指的是消费者认为企业道德缺失,或追逐利润,从而有意识地不在农产品质量和安全性上做出努力。从编码结果可知,当消费者将责任归结于企业时,普遍认为事件是由于努力不足导致的(能力不足评论数为0);而当消费者将责任归结于政府、外部环境时,努力不足和能力不足的归因都存在(见图1)。

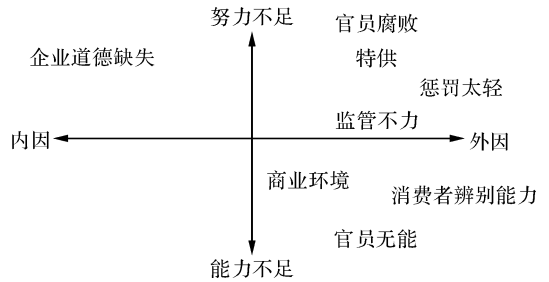


图1 消费者两维度责任归因模型

(4)努力不足是消费者对各责任主体可控力的主要判断。从编码结果可知,以企业和政府为责任主体的评论为例(社会经济环境由于责任主体模糊,暂且不论),企业努力不足归因(道德缺失)评论占到了所有企业责任评论的100%,政府努力不足归因的评论(腐败、特供)占到了所有政府责任评论的79.5%。这说明对于当下的农产品伤害危机问题,消费者普遍认为是由于各责任主体努力不足而非能力不足导致的。

三、消费者对企业和政府责任归因的影响

1. 数据来源

2016年1月15日至2017年2月28日共在全国各地区通过便利抽样的方法搜集了280问卷,其中有效问卷217份,有效回收率为77.5%,样本规模和回收率均达到了要求。样本基本信息见表3。从表3中可知,男性样本114人(占总体的52.5%)。绝大多数的调查对象年龄处在25~40岁之间,占到了总体的74.2%。从学历上看,72.8%的受访者拥有本科以上学历。

在调查中,首先给受访者看一段关于“汇源果汁瞎果门”事件的介绍,随后测量的是消费者对该事件的责任分配、企业态度、对政府监管部门的信任、思维方式以及人口统计学测量。

2. 测量方法

依据两维度责任归因模型,将消费者对汇源“瞎果门”的责任归属认定划分为企业能力缺乏、企业努力缺乏、政府监管能力缺乏、政府监管努力缺乏、惩罚力度、市场竞争、农民素质7种。这7种责任归属对象归纳自文本分析的结果。每种责任归属均有一个独立题项询问受访者,例如责任归属于企业努力缺乏的测量为“你是否认为事件的发生是由于汇源这家企业道德缺失造成的?”(非常不同意=1;非常同意=7)。

企业态度的测量综合参考了Lei等研究中使用的量表,这两个研究中的态度测量均是运用于危机发生后测量消费者对企业的态度^[17-18]。测量共包含3个题项,得分越高意味着企业态度越积极。例如询问消费者“你对企业的态度有多么积极?”(非常消极=1;非常积极=7)。

政府信任在本研究中特指对政府监管工作的信任,询问受访者在总体抽象水平上对政府监管可信性的评价。测量上借鉴了 Lei 等组织可信性的量表,并在其基础上进行修改^[19]。量表包含 3 个语义差异题项,包含例如你是否同意政府监管“非常不可靠-非常可靠”等题项。

3. 各归因之间的相关关系

与归因现状分析的结果类似,消费者更倾向于将农产品伤害危机的责任归因于商家的道德($M=6.26$, $SD=0.943$)和惩罚力度($M=6.25$, $SD=1.002$),其次是政府的努力程度($M=5.47$, $SD=1.323$)、法律不健全($M=5.46$, $SD=1.326$)、政府能力($M=4.91$, $SD=1.590$)和市场竞争($M=4.11$, $SD=1.767$),责任最轻的是商家的能力($M=2.81$, $SD=1.612$)。

此外,相关分析的结果发现(见表 4),各责任对象之间存在一定的相关性。结果发现,对于企业来说,消费者认为危机是由于企业的道德问题所致就不会认为是能力问题,二者为负相关关系($r=-0.348^{**}$)。而

对于政府来说,能力缺失与努力缺失并不存在负相关关系,反而为正向关系($r=0.318^{**}$),这可能与消费者对政府事件可控力归因模棱两可有关。根据归因现状分析的结果可知,有相当一部分的消费者将责任归结于政府监管,但并不涉及监管部门是能力不足还是努力不足。

表 4 消费者归因描述性分析与规律

	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6	7	8
企业道德	6.26	0.943	1							
企业能力	2.81	1.612	-0.348**	1						
监管努力	5.47	1.323	0.413**	-0.164*	1					
监管能力	4.91	1.590	0.097	0.094	0.318**	1				
法律健全	5.46	1.326	0.040	0.102	0.158*	0.339**	1			
惩罚力度	6.25	1.002	0.478**	-0.328**	0.353**	0.131	0.232**	1		
市场竞争	4.11	1.767	-0.061	0.326**	-0.111	0.088	0.159*	-0.172*	1	
农民素质	3.21	1.659	-0.113	0.221**	-0.075	0.076	0.023	-0.135*	0.346**	1

注: *、** 分别表示在 10%、5%水平上显著。

企业事件可控力归因(能力不足 & 努力不足)与惩罚力度归因之间也存在一定的相关性。相关性结果显示,当消费者认为事件是企业道德缺少导致,同时也会认为惩罚力度不足也是原因之一($r=0.478^{**}$)。而当消费者认为事件是由企业能力不足导致,就倾向于不认为惩罚力度不足是原因之一($r=-0.328^{**}$)。

企业能力不足归因和市场竞争归因之间也存在一定的正相关性($r=0.326^{**}$),这说明消费者认为市场竞争过于激烈是企业没有能力在农产品质量和安全性上严格管理的原因。此外,市场竞争归因与农民素质归因也相关($r=0.346^{**}$),这说明,消费者认为农民素质水平不与市场竞争过于激烈之间也存在相关性。

4. 消费者责任归因对企业态度的影响

多元回归分析的结果表明,家庭月收入、事件熟悉度、企业可控力等因素对企业态度具有显著作用($F=5.414$, $R^2=0.153$)。企业可控力对企业态度存在显著负向作用($b=-0.187$, $se=0.53$, $P=0.000$, 见表 5),这表明消费者对企业努力不足的归因会引起相对负面的企业态度,而能力不足的归因则会引起相对积极的企业态度。该结果与 Weiner 归因理论的预期一致^[7]。根据 Weiner 的归因理论,努力不足的归因会导致消费者对行动者更多地责备^[7]。在农产品伤害危机情境中,如果消费者认

表 3 样本基本信息

类别	特征	频数	占比/%
性别	男	114	52.5
	女	103	47.5
年龄	≤25 岁	29	13.4
	26~40 岁	161	74.2
	≥41 岁	27	12.4
	收入		
收入	低于 2 000 元	2	0.9
	2 000~4 999 元	6	2.8
	5 000~9 999 元	45	20.7
	10 000~14 999 元	55	25.3
	15 000~19 999 元	66	30.4
	20 000~29 999 元	27	12.4
	高于 29 999 元	16	7.4
	学历		
学历	中等职业学校(普通中专、成人中专、职业高中、技工学校)	7	3.2
	普通高中	9	4.1
	在职硕、博士学位	3	1.4
	大学专科	40	18.4
	大学本科	140	64.5
	硕士	16	7.4
博士	2	0.9	

为企业原本能够预防事件的发生而并没有努力阻止,会更加责备企业,从而导致消费者对企业更加负面的态度^[3]。政府可控力对企业态度不存在显著作用($b = -0.398, se = 0.60, P = 0.392$)。

此外,责任来源对企业态度也同样不存在显著作用($b = -0.094, se = 0.084, P = 0.262$)。这说明即使消费者认为事件的责任外因(政府监管)多于内因(企业管理),也不会降低消费者对企业的责备。

5. 消费者责任归因对政府信任的影响

多元回归分析的结果表明,以性别、年龄、收入、事件熟悉度、企业可控力、政府可控力、责任来源等因素构建的自变量模型对政府信任的变异具有显著解释力($F = 11.392, R^2 = 0.276$,见表6)。政府可控力对政府信任存在显著负向作用($b = -0.393, se = 0.073, P = 0.000$),这表明消费者对政府努力不足的归因会引起相对较低的政府信任,而能力不足的归因则会引起相对较高的政府信任,结果同样与Weiner归因理论的预期一致^[7]。努力不足的归因会导致消费者对行动者更多地责备。在农产品伤害危机情境中,如果消费者认为政府原本有能力通过有效的监管阻止事件的发生而并没有这样做,从而会更加责备政府,认为政府是不可靠的,从而表现为较低信任。

责任来源对政府信任也具有显著负向作用($b = -0.220, se = 0.052, P = 0.000$),这表明消费者越认为该农产品伤害事件的发生是由外在原因(政府监管不力)导致的,消费者对政府的信任度越低。结合责任来源对企业态度的作用,可以发现责任来源对政府和企业两个对象的作用是不对称的。责任来源对政府信任具有显著作用,而对企业态度并不存在显著作用。换句话说,无论消费者将主要责任归结于企业还是政府,消费者都会对企业产生负面的态度,而仅仅当消费者认为责任归结于政府时(外因),才会降低对政府的信任。

四、结论与启示

1. 结论

本文提出了消费者农产品伤害危机归因的责任来源—可控力两维度模型。在该模型中,消费者归因的责任来源由内到外分别是企业、政府、社会经济环境。按照可控力的大小可以将事件的成因划分为能力不足和努力不足两类。

可控性归因对涉事企业态度和政府信任存在显著影响。企业努力不足的归因会引起相对负面的企业态度,而能力不足的归因则会引起相对积极的企业态度。政府可控力对企业态度不存在显著作用。责任来源只对政府信任有影响而不会减弱对涉事企业的负面态度。即使消费者认为事件的责任外因(政府监管)多于内因(企业管理),也不会降低消费者对企业的责备。消费者越认为该农产品伤害事件的发生是由外在原因(政府监管不力)导致的,对消费者对政府的信任度越低。

2. 启示

企业及政府相关部门应对农产品伤害危机网络舆情加以重视。由客观的消费者在线评论数据可知,消费者会自发地对农产品伤害危机进行成因分析。受限于各种因素,消费者的归因分析与专家或客观的事件成因判断存在一定的差别,且消费者对事件成因的判断结果会直接影响其对企业或政府的态度。农产品伤害危机事件发生后,相关组织应当重视事后的网络舆情监测,一方面了解消费者归

表5 责任归因对企业态度影响的回归分析

自变量 (常量)	因变量:企业态度			
	<i>b</i>	<i>se</i>	<i>t</i>	<i>P</i>
性别:	-0.183	0.193	-0.948	0.344
年龄	-0.010	0.012	-0.811	0.418
月收入	0.152	0.068	2.222	0.027
事件熟悉度	-0.154	0.061	-2.512	0.013
责任来源	-0.094	0.084	-1.124	0.262
政府可控力	0.051	0.060	0.847	0.398
企业可控力	-0.187	0.053	-3.543	0.000
<i>F</i>	5.414			
<i>R</i> ²	0.153			

表6 责任归因对政府信任影响的回归分析

自变量 (常量)	因变量:政府信任			
	<i>b</i>	<i>se</i>	<i>t</i>	<i>P</i>
性别:	-0.034	0.169	-0.202	0.840
年龄	-0.015	0.011	-1.393	0.165
月收入	-0.006	0.060	-0.098	0.922
事件熟悉度	-0.018	0.054	-0.325	0.745
责任来源	-0.220	0.052	-4.214	0.000
政府可控力	-0.393	0.073	-5.357	0.000
企业可控力	-0.081	0.046	-1.747	0.082
<i>F</i>	11.392			
<i>R</i> ²	0.276			

因的主要矛头指向(责任来源),另一方面了解消费者对事件可控力的判断(能力不足 vs. 努力不足)。有效的舆情监测和归因分析能够帮助企业洞察消费者的观点和态度走向,为组织做出正确应对策略提供基础。

企业及相关政府部门应当重视消费者的努力不足型归因。本文的研究结果表明无论是消费者将农产品伤害危机的责任归咎于政府还是企业,努力不足型归因相比能力不足型归因都会带来更加负面的消费者态度。在日常生产经营中严格把控农产品的质量及安全,即使因能力不及导致事件发生也不会引发消费者过多的责备。政府有关部门也应采取类似做法,树立尽责尽力的形象,杜绝腐败、渎职等问题,从而塑造消费者的信任。

参 考 文 献

- [1] FOLKES V S.Consumer reactions to product failure;an attributional approach[J].Journal of consumer research,1984,10(4): 398-409.
- [2] FOLKES V S,KOTSOS B.Buyers' and sellers' explanations for product failure;who done it? [J].Journal of marketing,1986, 50(2):74-80.
- [3] KLEIN J,DAWAR N.Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in a product-harm crisis [J].International journal of research in marketing,2004,21(3):203-217.
- [4] 徐晓新.中国食品安全:问题、成因、对策[J].农业经济问题,2002(10):45-48.
- [5] 史海根.浅述我国食品安全成因、现状与对策[J].中国公共卫生管理,2007(1):37-39.
- [6] WRY T E.Does business and society scholarship matter to society? pursuing a normative agenda with critical realism and neoinstitutional theory[J].Journal of business ethics,2009,89(2):151-171.
- [7] WEINER B.An attributional theory of achievement motivation and emotion[J].Psychological review,1985,92(4):548-573.
- [8] 周应恒,霍丽玥.食品质量安全问题的经济学思考[J].南京农业大学学报(社会科学版),2003(3):91-95.
- [9] 刘荣.从经济学角度分析食品安全问题[J].新西部(理论版),2011(6):79-80.
- [10] 谢敏,于永达.对中国食品安全问题的分析[J].上海经济研究,2002(1):39-45.
- [11] 李想.信任品质量的一个信号显示模型:以食品安全为例[J].世界经济文汇,2011(1):87-108.
- [12] 周应恒,王二朋.中国食品安全监管:一个总体框架[J].改革,2013(4):19-28.
- [13] 肖平辉,阎志刚.中国食品安全行政管理体系初探[J].太平洋学报,2007(2):74-84.
- [14] 李晓安,钱星.论建立与完善食品安全二级检验体系——由苏丹红事件引发的法律思考[J].河北法学,2005(7):25-28.
- [15] LEI J,DAWAR N,GÜRHAN-CANLI Z.Base-rate information in consumer attributions of product-harm crises[J].Journal of marketing research,2012,49(3):336-348.
- [16] MONGA A B,JOHN D R.When does negative brand publicity hurt? the moderating influence of analytic versus holistic thinking [J].Journal of consumer psychology,2008,18(4):320-32.
- [17] MONGA A B,JOHN D R.Cultural differences in brand extension evaluation: the influence of analytic versus holistic thinking[J]. Journal of consumer research,2007,33(4):529-536.
- [18] LAUFER D,COOMBS W T.How should a company respond to a product harm crisis? the role of corporate reputation and consumer-based cues[J].Business horizons,2006,49(5):379-85.
- [19] LEI J,DAWAR N,LEMMINK J.Negative spillover in brand portfolios:exploring the antecedents of asymmetric effects[J].Journal of marketing,2008,72(3):111-123.

(责任编辑:金会平)