

基于网站特征视角分析患者在线择医意愿*

刘娟 邹爱辉

(湖南广播电视大学(湖南网络工程职业学院) 长沙 410004)

[摘要] 介绍网站特征的定义及分类,分析在线医疗网站具体和抽象特征对患者在线择医意愿的影响,从优化在线医疗网站具体和抽象特征两方面提出增强患者在线择医意愿的建议,包括完善网站功能,精选网站信息内容,增强感知有用性、易用性,加强用户信息隐私保护等。

[关键词] 在线医疗;择医;网站特征

[中图分类号] R-056 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1673-6036.2020.04.004

Analysis of Patients' Willingness of Selecting Doctors Online from the Perspective of Website Characteristics LIU Juan, ZOU Aihui, Hunan Radio and Television University (Hunan Network Engineering Vocational College), Changsha 410004, China

[Abstract] The paper introduces the definition and classification of website characteristics, analyzes the impact of specific and abstract characteristics of online medical websites on patients' willingness to select doctors online, puts forward suggestions on enhancing patients' willingness to select doctors online from aspects of perfecting both specific and abstract characteristics of online medical websites, including improve website functions, select website information contents, enhance usefulness and ease of use of perception, and strengthen the protection of users' information privacy, etc.

[Keywords] online medical care; select doctor; website characteristics

1 引言

2018年4月《国务院办公厅关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》提出鼓励医疗机构应用互联网等信息技术拓展医疗服务空间和内容,构建覆盖诊前、诊中、诊后的线上线下一体化医疗服务模式,缓解就医难题,提升人民健康水平。近年来信息技术的飞速发展及智能设备的普及使用加速推进互联网机构加入医疗领域,在线医疗网站的出现旨在为患者提供健康咨询、网上预约挂号、推荐优质医生、诊治常见病、慢性病等医疗服务,一定程度上满足公众健康医疗需求。在线医疗网站为患者

[修回日期] 2019-11-08

[作者简介] 刘娟,副教授,发表论文10篇;通讯作者:邹爱辉,讲师。

[基金项目] 2016年湖南省自然科学基金项目“基于医患信任度、满意度研究在线医疗社区对预防医患纠纷的影响”(项目编号:2016JJ4030);2016年湖南省教育厅科学研究项目“在线医疗社区患者择医行为影响因素研究”(项目编号:16C1080)。

择医提供更多选择,患者足不出户即可完成图文问诊、在线咨询等网络医疗服务,但医疗网站设计、体验度、安全性及医疗人员技术、态度、响应速度等诸多因素均影响着患者的择医意愿。本研究对患者择医意愿进行分析,从而为医护人员更好地从事网上医疗服务工作提供一定参考。

2 在线医疗网站患者择医意愿

2.1 相关研究成果

曹玉枝^[1]等认为消费者在传统环境下使用某一服务形成的习惯行为,对其转移到网络环境使用类似服务的意愿有显著消极影响。张雪文^[2]等研究发现下载过医疗 APP 的医学生愿意选择网络就医者占 43.45%。而对于常见疾病,下载过 APP 者中仍有一半人首选传统就医模式。其主要原因在于“互联网+医疗”模式存在诸如网络信息安全、APP 功能优化、在线医生资格审查等方面的安全隐患。刘颖馨^[3]等研究表明患者生成信息与医生生成信息对转化率产生影响,而系统生成信息对转化率未产生影响。

2.2 研究结果述评

在线医疗网站是“互联网+医疗”的产物之一,其与传统就医模式有本质区别。患者可随时随地选择全国各地医生进行问诊、咨询,也能根据医生资质、专长选择最合适的医生问诊,同时还能根据评论信息了解医生服务态度和成效。政府对“互联网+医疗”的支持、用户消费习惯的转变不断推动着在线医疗网站发展,患者选择网络就医意愿也日趋强烈,但是信息真实性、用户隐私信息安全、资金安全、医生资质审查等隐患依旧制约在线医疗网站的发展速度。已有一些学者从网站信息、感知风险、服务质量等方面研究人们基于在线医疗网站、移动医疗 APP 等网络平台的就医行为或就医意愿,而从在线医疗网站设计、网站搜索引擎及患者使用感受等网站特征方面研究患者择医意愿较少。基于以往学者研究成果,本文从网站特征角度分析其对患者择医意愿的影响。

3 网站特征及其对患者择医意愿的影响

3.1 网站特征的定义及分类

3.1.1 定义 网站特征是指其内容和设计中包含的能够满足用户需求的特性,其中网站内容主要包括网站信息、交易、娱乐性等,网站设计则是向使用者传递信息、展现内容特色的一种呈现方式^[4]。网站特征是一个多维度的概念,其所呈现的特性影响消费者情绪,进而影响其购买行为。金晓彤^[5]等认为可以从知识性、互动性、安全性、娱乐性 4 个维度对网站特征进行评估。在线医疗网站择医类似服务型产品消费,在线服务型产品包括在线旅游、在线阅读、网上金融服务等。例如,张玉梅、刘梦思^[6]研究发现影响旅游者选择旅游网站的各因素按照其重要性程度排序依次是网站服务、产品、保障、口碑和性能;杨根福^[7]研究表明移动阅读服务内容、界面、个性化服务等功能对用户满意度有显著影响,而满意度、感知有用性、感知娱乐性等因素显著影响用户持续使用意愿;潘广峰^[8]提出互联网品牌网站特征的 4 个关键要素分别是技术易用性、内容有用性、社会交往性和娱乐休闲性,其中技术易用性、内容有用性与功能属性相关,社会交往性、娱乐休闲性与社会属性相关。

3.1.2 特征分类 综上所述,笔者认为网站特征可以分为具体和抽象特征。具体特征是指与网站本身相关的一些客观特征(即功能属性),例如功能设计、信息内容、搜索引擎及视觉效果等。抽象特征则是基于用户主观感受所表现出来的情感特征(即社会属性),如用户是否觉得网站操作容易上手、网站内容有帮助、就医过程感到愉快、网站支付安全、个人信息受到保护等。在线医疗网站具体特征从客观上影响用户选择,抽象特征则是从主观上影响用户信任度、忠诚度和满意度。另外用户选择服务型产品依赖于网站视觉效果、功能完善程度、安全性、口碑、信息内容感知有用性、风险感知、购买后的愉悦感知等因素。网站特征分类及维度,见图 1。本文将从网站具体和抽象特征(8 个维度)视角研究患者在线择医意愿。

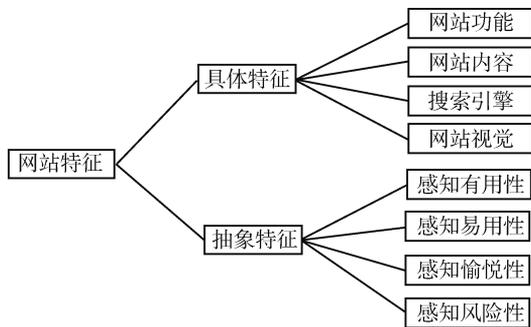


图1 网站特征分类

3.2 网站具体特征对择医的影响

3.2.1 功能 清晰的网站导航、人性化的网站布局设计、便捷的沟通方式能够给用户提供的有价值的信息和服务。尚慧娟、吴金南^[9]研究表明网站推荐功能对用户购买行为产生正向影响。马骋宇、王启桢^[10]认为在线医疗服务平台需根据医生需求提供有针对性的服务，从而改进技术匹配度，促进医生采纳。丰富的网站功能不仅能让用户快速检索到有用信息和服务，更重要的是能够提升用户体验，提高用户使用黏性。充分展现网站主题、特色和优势，可以加深用户对网站的印象，增加回访率。同时网站多样化的支付和沟通方式也能为用户提供更多选择。

3.2.2 信息内容 在线医疗网站不受时间、空间限制，将用户、医护人员及医疗机构之间紧密联系起来，为其交流与合作提供统一平台^[11]。从服务角度看，服务人员主要包括医护人员、网站设计人员和维护人员。在当前医患关系紧张的状态下，患者在在线医疗网站就医不仅仅是选择医生完成就医行为，还希望节约时间和资金成本，获得良好体验。因此完善的网站服务项目、人性化的网站内容设计有助于提高用户体验满意度。

3.2.3 搜索引擎 医疗健康网站的不断涌现给用户提供更多选择，一个网站如何脱颖而出，获得更多自然流量，提升购买转化率，搜索引擎很重要。用户习惯对符合检索要求且排名靠前的网页进行点击访问，因此在搜索引擎中获取好的排名成为每个网站推广者努力的目标^[12]。在线医疗网站属于虚拟社区服务类网站，虽产生交易，但与一般购物网站

不同，不应设置过多的广告信息，只需尽可能为广大患者提供精准信息与可靠服务。所以面向医疗网站的搜索引擎目标也存在一定差异，其主要目标是实现对某地区各大医院网站、各科室的精准搜索，同时实现对广告隔离，为用户提供简洁、直观的搜索结果^[13]。

3.2.4 视觉效果 视觉元素在网站中广泛应用，由文字、色彩、符号、图像、版面设计等元素构成的网站给用户带来感官上的体验。视觉体验是感官体验，是一种审美认知，在传达信息的同时对用户产生一定的心理作用，进而促使用户产生咨询、购买等一系列行为。

3.3 网站抽象特征对择医的影响

3.3.1 感知有用性 用户认为一个特定系统对其工作绩效的提升程度^[14]。当人们感知某个网站或系统信息内容能够对自身带来帮助时其使用意愿会增强。在服务型网站上在线评论能够为用户提供十分有价值的参考，比传统口碑、营销广告等方式更可靠。因此在线医疗网站评论信息也是患者对医生医疗水平考量的主要因素。在线医疗网站评论信息大多以主观感受型为主，一般描述的是用户在购买服务后的亲身感受，对医生评价比较抽象、感性。正面的评论将使患者感到网站信息有正向帮助，从而提升患者择医意愿；相反，负面的评论则会使网站流失用户。

3.3.2 感知易用性 用户认为使用一个特定系统能够减少其努力的程度^[14]。孙悦等认为在线医疗网站技术的易用性（如平台界面友好、学习成本较低）会影响用户是否使用，而医疗网站的易用性、技术安全性、先进性直接影响患者和关注健康人群获取知识的流程是否顺畅^[15]。在线医疗网站的患者希望能快速了解疾病信息、查询医生资质与特长、掌握网上就医的基本流程，减少熟悉网站、对比医生医疗水平及资质等时间成本。网站设计应更多考虑用户实际需求，根据数据分析调整和改进网站布局，使用户感到在线就医很便捷。

3.3.3 感知愉悦性 指个体使用某一信息系统所获得的感知愉悦程度^[16]，是用户情感的表现。刘莉

等基于心流体验研究移动支付的持续使用意愿,认为产品涉入度、控制感和愉悦性均对消费者的持续使用意愿产生影响^[17]。在线医疗网站感知愉悦性与多方面因素相关,如医生服务态度、医疗水平、网站体验等;或者医生未在规定时间内及时响应,用户对网站产生不好的印象,以致暂停后续就医行为并影响网站口碑。患者如果首次就医感觉很愉快,再次就医时可能仍选择同一网站或同一医生。

3.3.4 感知风险性 便捷、省时是用户选择预约挂号、在线咨询、问诊服务的主要原因,如果网站存在个人隐私信息披露、财务不安全的问题,将会失去用户基本的信任。网络用户一旦感知健康医疗网站可能存在财务、时间方面的风险,将影响对网站的总体评价^[18]。

4 增强患者在线择医意愿的建议

4.1 完善具体特征

4.1.1 完善功能 网站功能影响用户体验,在线医疗网站根据定位不同,功能设计也有所不同,如“春雨医生”按照医院、疾病、科室进行分类导航,“好大夫在线”按照找好大夫、专家团队、用药等进行分类导航,“百度拇指医生”则按照专家名医、本周医生好评等进行分类导航。此外个别网站增加疾病知识库、就诊记录、就诊评价、就诊指南等功能模块,不仅使患者根据网站信息对身体健康情况有比较正确的了解,也为患者及时、快速、专业就诊提供一定参考和帮助。然而大部分在线医疗网站功能不够完善,未能充分展示网站特色或缺少诊后评价功能。此外对于初次就诊或在选择咨询科室时遇到困扰的患者,大多未设置智能分诊功能。在线医疗网站应设置用户反馈中心,定期了解用户需求,分析网站历史数据,完善网站功能,增强患者在互联网平台的择医意愿。

4.1.2 精选内容 从患者需求和医疗服务机构提供的网上服务两方面设计网站信息内容,便于用户查询医疗有关信息,进而获得所需医疗服务。同时便于医疗机构展现医疗服务内容,及时响应患者需求,实现医患双方无障碍沟通。

4.1.3 优化搜索引擎 知名度不高的医疗网站可以参与搜索引擎竞价排名,获得靠前的搜索排名结果。另外医疗网站要优化网站搜索关键词,简短、容易被患者检索的关键词更有优势。设计 404 错误页面,给用户良好反馈和引导。加强与知名医疗网站的链接并优化站内链接。

4.1.4 增强视觉效果 较好的视觉效果可以促进用户使用医疗网站。要以用户需求为中心,以定位为导向,切合网站主题,抓住用户心理,在众多在线医疗网站中体现差异化的视觉效果,达到改善用户体验的目的。

4.2 优化抽象特征

4.2.1 增强感知有用性 用户认为医疗网站提供的服务有用才可能持续使用。在线预约挂号、咨询病情、就医导诊服务、用户分享就医经历、医生和医疗机构口碑等均是医疗网站用户常用的服务或关注的内容。在线医疗网站要充分呈现感知有用的栏目并提供相应服务。

4.2.2 提高感知易用性、愉悦性 合理布局各栏目,便于用户便捷查询信息,提高查找效率,使用户感到操作简便。另外医生良好的服务态度、精湛的医疗水平以及在线医护人员或客服及时、耐心细致的回复等能增强用户感知愉悦性。

4.2.3 加强用户隐私保护 披露个人信息会增加隐私泄露风险。用户在互联网平台注册账户、实名认证时需要填写姓名、性别、年龄、职业、联系方式等隐私信息,为获取网上资源往往会权衡网站的隐私保护机制而有选择地披露个人信息,降低隐私泄露风险。在线医疗网站患者在就诊过程中还需要填写病情描述及上传检查结果等,接诊医生的保密意识和网站隐私保护机制十分重要。网站应严格审查医生资质和医德,分析患者对不同信息的敏感程度,建立更加完善的隐私保护机制,从而建立良好的信任关系,增强患者择医意愿。

5 结语

本文从网站特征视角,分析在线医疗网站具体

和抽象特征对患者择医意愿的影响。为增强在线医疗网站患者的择医意愿,网站设计人员应进一步完善网站特征。尽管“互联网+医疗”仍处于发展初期,但在人们生活方式及消费观念发生改变的背景推动下,加之政府大力支持,在线医疗网站的就医方式必将极大缓解当前医疗资源不均衡、患者看病难的困境,从而促进“互联网+医疗”健康发展。

参考文献

- 曹玉枝,鲁耀斌,杨水清,等.影响用户从网下到网上转移使用意愿因素的研究[J].管理学报,2013,10(3):404-414.
- 张雪文,仇蕾洁,杨雅妮,等.互联网+医疗视角下医学生网络就医行为及就医意愿研究[J].中国预防医学杂志,2018,19(3):223-227.
- 刘颖馨,吴红,卢乃吉.不同来源信息对患者购买转化率的影响研究[J].智慧健康,2017,3(22):18-25.
- 金永生,田慧.网站特征对消费者口碑传播意愿的影响机制研究[J].现代情报,2016,36(10):107-112.
- 金晓彤,李莱,李克会.感知价值与网站特征对团购中冲动性购买行为的影响:情感反应与自我控制的作用[C].北京:中国营销科学学术年会暨博士生论坛,2013.
- 张玉梅,刘梦思.影响旅游者选择旅游网站的因素研究[J].首都师范大学学报(自然科学版),2018,39(2):76-84.
- 杨根福.移动阅读用户满意度与持续使用意愿影响因素研究——以内容聚合类APP为例[J].现代情报,2015,35(3):57-63.
- 潘广锋,王兴元.互联网品牌网站特征要素分析及优化策略[J].山东社会科学,2013(5):140-144.
- 尚慧娟,吴金南.网站特性对在线冲动性购买影响的实证研究[J].安徽工业大学学报(自然科学版),2014,31(2):212-217.
- 马骋宇,王启桢.在线医疗服务平台医生采纳行为及影响因素研究[J].中国卫生政策研究,2018,11(6):68-73.
- Eijk M V D, Faber M J, Aarts J W, et al. Using Online Health Communities to Deliver Patient - centered Care to People with Chronic Conditions [J]. Journal of Medical Internet Research, 2013, 15 (6): e115.
- 李启庚,赵晓虹,余明阳,等.服务型产品在线评论信息特征对评论感知有用性与购买意愿的影响[J].工业工程与管理,2017,22(6):148-168.
- 姚奕仲,张旖旎,周婷,等.面向医疗的垂直搜索引擎的研究与开发[J].科技与创新,2018(13):17-20.
- 徐向东,何丹丹.图书馆移动服务使用意愿影响因素实证研究——基于信息安全感知和移动性等变量的技术接受模型[J].图书馆,2019(2):79-85.
- 孙悦,张向先,韩晓宏.在线医疗社区知识贡献行为的关键影响因素识别与分析[J].图书情报工作,2018,62(11):42-52.
- Davis F D, Bagozzi R P, Warshaw P R. Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace [J]. Journal of Applied Social Psychology, 1992, 22 (14): 1111-1132.
- 刘莉,周媚.移动支付用户持续使用意愿实证研究——基于心流体验视角[J].科技与管理,2016,18(6):99-103.
- 陈荣华,杨蓓.门户网站搜索引擎优化策略研究[J].电脑知识与技术,2018,33(14):173-174.

提供丰富的医学资讯
专业的医学科普



拿起手机扫码关注
中国医学科学院医学信息研究所