

互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿及影响因素研究

李孟军 陈 晶

(华中科技大学同济医学院医药卫生管理学院 武汉 430030)

[摘要] 采用问卷调查法分析互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿现状及其影响因素, 构建结构方程模型并进行路径分析。结果显示互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿不高, 且在健康和经济情况方面存在显著差异; 绩效期望、社会影响和知觉价值显著正向影响互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿等。

[关键词] 互联网医疗平台; 医疗知识; 知识付费; 付费意愿

[中图分类号] R-056 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1673-6036.2022.01.005

Study on the Willingness of Internet Medical Platform Users to Pay for Medical Knowledge and Its Influencing Factors LI Mengjun, CHEN Jing, School of Medicine and Health Management, Tongji Medical College, Huazhong University of Science & Technology, Wuhan 430030, China

[Abstract] A questionnaire survey is used to analyze the status quo and influencing factors of users' willingness to pay for medical knowledge on the Internet medical platform. A structural equation model is built and the path analysis is conducted. The results show that the willingness of Internet medical platform users to pay for medical knowledge is not high, and there are significant differences in health and economic status. Performance expectation, social influence and perceived value significantly and positively affect the willingness to pay for medical knowledge of Internet medical platform users.

[Keywords] Internet medical platform; medical knowledge; payment for knowledge; willingness to pay

1 引言

当前健康医疗服务资源需求急剧增长, 但医疗服务资源供给与需求间矛盾较突出^[1]。我国医疗环境面临供需结构、医疗资源发展失衡困境, 通过发展互联网医疗有助于改善现有就医模式^[2]。有研究表明 73.08% 的调查对象认为在互联网医疗平台咨询健康信息得不到及时答复, 不满意率高

达 50%^[3]。现阶段互联网医疗平台营利模式不清晰, 无法实现长期健康发展。在此背景下互联网医疗平台推出医疗知识付费模式, 提供付费阅读、问诊等医疗知识付费服务。互联网医疗平台与知识付费的结合将有较大发展空间。了解用户医疗知识付费意愿及其影响因素, 对互联网医疗平台发展具有积极意义。本研究通过问卷调查实证分析互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿及其影响因素, 以期为互联网医疗平台提升用户医疗知识付费意愿、促进互联网医疗平台持续健康发展提供参考。

[修回日期] 2021-05-25

[作者简介] 李孟军, 硕士。

2 资料与方法

2.1 研究对象

调查采取线上问卷方法,在春雨医生、丁香医生和好大夫等在线互联网医疗平台用户中展开调查,共发放问卷419份,回收有效问卷376份,有效率89.7%。调查对象中,男性127人(33.8%),女性249人(66.2%),其中有82.7%的调查对象年龄在19~22岁范围内。

2.2 研究方法

在文献查阅和理论分析等基础上自制互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿影响因素问卷^[4],其中用户付费意愿影响因素包括绩效期望、易用期望、知觉牺牲、社会影响、知觉价值和知觉风险6个方面21个条目,付费意愿通过“我有为医疗知识付费的打算”“如果我需要的医疗知识需要付费,我愿意购买”两个条目进行测量。问卷采用Likert 5级计分,1~5代表从“非常不认同”到“非常认同”。评分越高则说明用户对互联网医疗知识付费意愿影响因素认同度越高。

2.3 统计方法

应用SPSS Statistics 26.0进行描述性统计分析、*T*检验、方差分析等;通过Amos 26.0进行结构方程模型拟合与路径分析。

3 结果

3.1 付费意愿现状

互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿总体均值为 3.34 ± 0.99 ,处于中等偏上水平,其中“我有为医疗知识付费的打算”均值为 3.19 ± 1.16 ,”如果我需要的医疗知识需要付费,我愿意购买”均值为 3.48 ± 1.17 ,可见互联网医疗平台用户有为医疗知识付费的意愿,但整体付费意愿不高,见表1。

表1 付费意愿现状

项目	均值	标准差	方差
WP1. 有为医疗知识付费的打算	3.190	1.076	1.158
WP2. 如果需要的医疗知识需要付费,愿意购买	3.480	1.081	1.168
总均分	3.336	0.992	0.983

3.2 付费意愿人口学特征差异分析

通过独立样本*T*检验对性别、健康状况和医疗知识付费意愿进行差异性分析,结果表明不同性别的用户医疗知识付费意愿差异不具有统计学意义($P > 0.05$);不同健康状况的用户医疗知识付费意愿差异具有统计学意义($P < 0.05$),见表2。采用单因素方差分析判断不同月可支配收入组间的医疗知识付费意愿是否存在差异,结果表明不同月可支配收入的互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿差异具有统计学意义($F = 0.787, P = 0.015 < 0.05$),见表3。

表2 不同性别及健康状况的用户医疗知识付费意愿差异

项目	个案数	平均值	标准差	<i>T</i>	<i>P</i>	
性别	男	127	3.287	0.981	-0.684	0.494
	女	249	3.361	0.998		
健康状况	基本健康;偶尔感觉不适/不太好;经常感觉不适	193	3.453	0.936	2.363	0.019
	很健康,没感觉不适	183	3.213	1.036		

表3 付费意愿的月可支配收入差异分析

月可支配收入	个案数	平均值	标准差
1 000元及以下	46	3.337	1.011
1 001~2 000元	226	3.294	0.973
2 001~3 000元	60	3.342	1.023
3 000元以上	44	3.545	1.028
总计	376	3.336	0.992

3.3 付费意愿影响因素分析

将互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿影响因素各维度，即绩效期望 (PE)、易用期望 (EE)、知觉牺牲 (PS)、社会影响 (SI)、知觉价值 (PV) 和知觉风险 (PR) 进行相关分析，可知互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿影响因素各维度相关。知觉价值与社会影响 ($r = 0.664, P < 0.001$)、知觉价值维度与绩效期望维度 ($r = 0.645, P < 0.001$) 的相关性较其他维度高，见表 4。

表 4 付费意愿影响因素相关分析

项目	PE	EE	PS	SI	PV	PR
PE	1	-	-	-	-	-
EE	0.614 ***	1	-	-	-	-
PS	0.221 ***	0.263 ***	1	-	-	-
SI	0.599 ***	0.617 ***	0.234 ***	1	-	-
PV	0.645 ***	0.573 ***	0.174 ***	0.664 ***	1	-
PR	0.190 ***	0.199 ***	0.253 ***	0.240 ***	0.227 ***	1

注：* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$, *** $P < 0.001$, 下同。

3.4 付费意愿结构方程模型验证

互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿结构方程模型具有较佳拟合度，可以开展相应路径研究，见图 1、表 5。

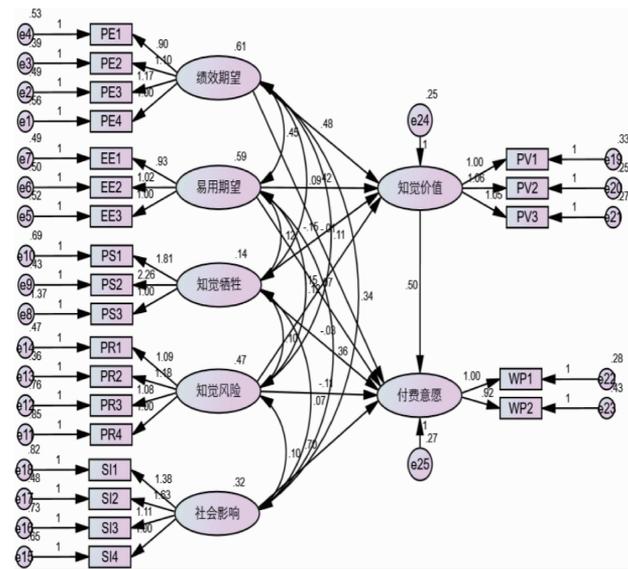


图 1 结构方程模型路径

表 5 研究假设、路径系数及 C. R. 系数值

路径	路径系数 (P. C.)	C. R. 系数	显著性
付费意愿←绩效期望	0.356	3.048	0.117 **
付费意愿←易用期望	0.066	0.423	0.672
付费意愿←知觉牺牲	-0.032	-0.211	0.833
付费意愿←知觉风险	-0.186	-1.979	0.094 *
付费意愿←知觉价值	0.503	5.323	<0.001 ***
付费意愿←社会影响	0.702	3.312	<0.001 ***

对表 5 分析可知，绩效期望、社会影响和知觉价值对互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿有显著正向影响，知觉风险对付费意愿有显著负向影响，易用期望和知觉牺牲对付费意愿影响不显著。

4 讨论

4.1 付费意愿不高

调查发现互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿总分均分为 3.34 ± 0.99 ，用户对医疗知识付费意愿处于中等偏上水平。相关影响因素中得分最高的是知觉风险 (3.82 ± 0.72)，可能原因是线上医疗知识付费不同于线上课程、问答社区等领域知识付费，用户更加关注自身医疗、隐私等风险因素。互联网医疗平台应加强对医疗知识付费产品的风险关注。互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿影响因素各维度相关，知觉价值与社会影响、知觉价值与绩效期望维度的相关性较其他维度高。

4.2 付费意愿存在人口学特征差异

互联网医疗平台用户的经济、健康情况会显著影响其医疗知识付费意愿，健康状况较差的用户更倾向于为医疗知识产品付费，月可支配收入越高其医疗知识付费意愿越高，而用户医疗知识付费意愿在性别方面没有显著性差异。主要是因为月可支配收入高的人群可能会付出更多货币成本满足自身健康需求，因此其对线上医疗知识付费意愿显著不同，与既往研究结果一致。张帅、王文韬和李晶^[5]对消费者线上购物影响因素展开研究，发现网购行为在不同性别、收入的消费者中存在显著差异，其

中在一定范围内年龄较小、收入较高的消费者更愿意在网上购物。性别方面差异与本研究结果不同,这可能是因为我国始终注重男女平等,当前男性及女性群体对待新鲜事物的观点基本相似。

4.3 付费意愿影响因素

4.3.1 绩效期望对互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿有显著正向影响 与既往研究结果一致,如明均仁、郭财强和王鑫鑫^[6]认为用户在使用移动图书馆时绩效期望正向影响其付费意愿;王贇芝^[7]构建自媒体信息内容消费意愿的影响因素模型,经调研和结构方程模型验证表明感知有用性等因素影响自媒体信息内容消费意愿。

4.3.2 知觉风险对互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿有显著负向影响 与既往研究结果一致,如阙丹怡、郭晓丹和张倩妮^[8]认为付费意愿受到知觉风险等间接负向影响。但本研究中互联网医疗知识付费领域的知觉风险不同于其他领域,所涉及因素较多,除隐私泄露风险外,还包括医疗风险、耽误病情等潜在风险,表明互联网医疗平台在规避类似其他领域知觉风险的同时,还要结合互联网医疗特征重点关注其他特定知觉风险,采取措施,积极改善,提升用户医疗知识付费意愿。

4.3.3 知觉价值与互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿正相关 与既往研究结果一致,如赵宇翔、刘周颖和宋士杰^[9]在其实证研究中发现感知价值显著正向作用于付费意愿。互联网医疗平台应提升其线上医疗知识付费产品质量,优化线上医疗知识产品获取流程,提高用户获取线上医疗知识付费产品效率,从而提升用户知觉价值,进一步提高用户对线上医疗知识付费产品的付费意愿。

4.3.4 社会影响对互联网医疗平台用户医疗知识付费意愿有显著正向影响 与既往研究结果一致,如杜智涛和徐敬宏^[10]发现主观规范是影响用户知识付费意愿的最主要因素。因此社会影响对用户决策是否购买医疗知识付费产品时有较大影响,尤其是医

生、护士等专业人员建议。互联网医疗平台在制定营销策略时要加强宣传推广,树立良好社会形象。

5 结语

互联网医疗平台一方面要提高医疗知识付费产品质量,加强宣传推广,树立良好社会形象;另一方面要关注互联网医疗领域中的隐私、医疗等知觉风险因素,从而提高用户医疗知识付费意愿。

参考文献

- 1 顾坚苹. 浅谈“看病难”的成因与对策 [J]. 中国卫生事业管理, 2005 (3): 154 - 155.
- 2 国务院办公厅. 关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见 [EB/OL]. [2018-04-28]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2018-04/28/content_5286645.htm.
- 3 邵双, 刘芬, 袁玉婷, 等. 我国在线医疗信息服务平台现状分析——以39健康网、寻医问药网和好大夫在线为例 [J]. 现代商贸工业, 2014, 26 (7): 162 - 164.
- 4 邹伯涵, 罗浩. 知识付费——以开放、共享、付费为核心的知识传播模式 [J]. 新媒体研究, 2017, 3 (11): 110 - 112, 132.
- 5 张帅, 王文韬, 李晶. 用户在线知识付费行为影响因素研究 [J]. 图书情报工作, 2017, 61 (10): 94 - 100.
- 6 明均仁, 郭财强, 王鑫鑫. 基于UTAUT的移动图书馆用户使用意愿实证研究 [J]. 图书馆学研究, 2018 (22): 81 - 90.
- 7 王贇芝. 自媒体用户信息内容消费意愿影响因素研究 [D]. 合肥: 安徽大学, 2017.
- 8 阙丹怡, 郭晓丹, 张倩妮. 个人知识付费现状调查分析及影响因素研究 [C]. 北京: 2017年(第五届)全国大学生统计建模大赛, 2017.
- 9 赵宇翔, 刘周颖, 宋士杰. 新一代知识问答平台中提问者付费意愿的影响因素探究 [J]. 数据分析与知识发现, 2018, 2 (8): 16 - 30.
- 10 杜智涛, 徐敬宏. 从需求到体验: 用户在线知识付费行为的影响因素 [J]. 新闻与传播研究, 2018, 25 (10): 18 - 39, 126.