

doi:10.3969/j.issn.1006-4931.2021.04.002

# 基于网上药店 O2O 模式提升消费者网络购药偏好初探

黄佳欣, 邹雨佳, 易洪彬, 何浩雨, 咎 旺<sup>△</sup>

(成都医学院药学院, 四川 成都 610500)

**摘要:**目的 优化网上药店 O2O 模式,提升消费者网上购药偏好。方法 以消费偏好为基础,构建影响消费者选择网上药店 O2O 模式的假设模型,采用问卷调查的方式进行实证研究,研究网上药店消费者偏好与网上药店提供的服务之间的相关性。结果 影响消费者选择网上药店 O2O 模式的因素包括咨询服务、售后服务、药品质量、网订店取、网订店送、是否网购等。结论 建议从保障药品质量、明确售后责任、加强隐私保护、提高药学服务质量 4 个方面改善网上药店药学服务质量,以提升消费者网上购药偏好。

**关键词:**网上药店;O2O 模式;消费者偏好;药学服务

中图分类号:R95

文献标志码:A

文章编号:1006-4931(2021)04-0005-05

## Improvement of Consumers' Online Drug Purchase Preference Based on O2O Model of Online Pharmacies

HUANG Jiaxin, ZOU Yujia, YI Hongbin, HE Haoyu, ZAN Wang

(School of Pharmacy, Chengdu Medical College, Chengdu, Sichuan, China 610500)

**Abstract: Objective** To optimize the Online to offline(O2O) mode of online pharmacies and to improve consumers' online purchase preference. **Methods** Based on the consumers' preference, a hypothetical model of factors that influence consumers' choice of O2O mode of online pharmacies was constructed, and empirical research was conducted through the questionnaire survey to study the correlation

第一作者:黄佳欣,女,在读大学本科,研究方向为药事管理学,(电子信箱)15680625580@163.com。

<sup>△</sup>通信作者:咎旺,女,硕士研究生,副教授,研究方向为药事管理学,(电子信箱)33058766@qq.com。

- [14] American Cancer Society. Cancer Facts & Figures 2018[M]. Atlanta, GA: American Cancer Society, 2018: 1.
- [15] 管 维, 周四维. 非肌层浸润性膀胱癌的诊治现状及进展[J]. 现代泌尿生殖肿瘤杂志, 2014, 6(3): 129-133.
- [16] LI KW, LIN TX, Chinese Bladder Cancer Consortium, et al. Current status of diagnosis and treatment of bladder cancer in China - Analyses of Chinese Bladder Cancer Consortium database[J]. Asian Journal of Urology, 2015, 2(2): 63-69.
- [17] HUANG W, WANG F, WU C, et al. Efficacy and safety of pirarubicin combined with hyaluronic acid for non-muscle invasive bladder cancer after transurethral resection: a prospective, randomized study[J]. International Urology and Nephrology, 2015, 47(4): 631-636.
- [18] SHELLEY MD, JONES G, CLEVES A, et al. Intravesical gemcitabine therapy for non-muscle invasive bladder cancer (NMIBC): a systematic review[J]. BJU International, 2012, 109(4): 496-505.
- [19] 白云金, 杨玉帛, 韩 平, 等. 吉西他滨膀胱灌注治疗复发非肌层浸润性膀胱癌的疗效分析[J]. 现代泌尿外科杂志, 2016, 21(1): 9-11.
- [20] 张国平, 雷 戈, 王 岭, 等. 吉西他滨膀胱灌注治疗非肌层浸润性膀胱癌的疗效及安全性分析[J]. 四川医学, 2018, 39(11): 1246-1249.
- [21] ARENDS TJ, NATIV O, MAFFEZZINI M, et al. Results of a Randomised Controlled Trial Comparing Intravesical Chemohyperthermia with Mitomycin C Versus Bacillus Calmette - Guérin for Adjuvant Treatment of Patients with Intermediate - and High - Risk Non - Muscle - Invasive Bladder Cancer[J]. Eur Urol, 2016, 69(6): 1046-1052.
- [22] 刘彦军, 景治安, 毛长青, 等. 吉西他滨与表柔比星对中高危非浸润性膀胱尿路上皮癌的疗效观察[J]. 实用癌症杂志, 2018, 33(12): 2059-2061.
- [23] CHEN SY, DU LD, ZHANG YH. Pilot study of intravesical instillation of two new generation anthracycline antibiotics in prevention of superficial bladder cancer recurrence[J]. Chinese Medical Journal, 2010, 123(23): 3422-3426.
- [24] 许 超, 姜先洲, 张念昭, 等. 欧洲癌症研究与治疗组织风险评估表对预测行吡柔比星膀胱灌注化疗的膀胱肿瘤复发率及进展率的有效性分析[J]. 中华肿瘤杂志, 2012, 34(8): 609-612.
- [25] GONTERO P, ODERDA M, MEHNERT A, et al. The Impact of Intravesical Gemcitabine and 1/3 Dose Bacillus Calmette - Guérin Instillation Therapy on the Quality of Life in Patients with Nonmuscle Invasive Bladder Cancer: Results of a Prospective, Randomized, Phase II Trial[J]. The Journal of Urology, 2013, 190(3): 857-862.
- [26] BARTOLETTI R, CAI T, GACCI M, et al. Intravesical gemcitabine therapy for superficial transitional cell carcinoma: Results of a Phase II prospective multicenter study[J]. Urology, 2005, 66(4): 726-731.
- [27] ZHENG W, LI X, SONG G, et al. Comparison of laparoscopic and open cystectomy for bladder cancer: a single center of 110 cases report[J]. Translational Andrology & Urology, 2012, 1(1): 4-8.
- [28] 靳英辉, 曾宪涛. 中国非肌层浸润性膀胱癌治疗与监测循证临床实践指南(2018 简化版)[J]. 中国循证医学杂志, 2018, 18(12): 7-12.

(收稿日期:2020-05-22;修回日期:2020-07-05)

between consumers' preferences and services provided by online pharmacies. **Results** The factors affecting consumers' choice of O2O mode of online pharmacy included consulting service, after-sales service, drug quality, online order store pick-up, online order store delivery, online shopping or not and so on. **Conclusion** It is suggested to improve the quality of pharmaceutical care in online pharmacies from four aspects: ensuring drug quality, clarifying after-sales responsibility, strengthening privacy protection, and improving the quality of pharmaceutical care, so as to enhance consumers' online purchase preference.

**Key words:** online pharmacies; O2O model; consumers' preference; pharmaceutical care

网上药店 O2O(Online to Offline,即线上到线下)模式是以传统连锁实体药店为基础,依托线下配送等资源,将网上药店与实体企业的优势综合起来的模式<sup>[1]</sup>。为了解决“看病贵、看病难”的问题,实现《“健康中国2030”规划纲要》目标,国务院办公厅近几年发布了多项政策推动网上药店 O2O 模式发展的政策。如 2017 年发布的《改革完善药品生产流通使用政策的意见》提出,推广“网订店取”“网订店送”等新型配送方式<sup>[2]</sup>;2018 年发布的《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》提出,应“完善‘互联网+’药品供应保障服务”<sup>[3]</sup>。同时,作为电子商务领域的最后“蓝海”,资本正积极布局医药健康服务行业,网上药店 O2O 模式迎来了发展利好的时代。且新版《中华人民共和国药品管理法》中提出,将对网上药店采取与实体药店相同的监管力度,同时,只有连锁实体药店才能申请互联网销售。可见,随着相关政策的逐步完善,网上药店 O2O 模式将会成为集安全与便利于一体的药品销售方式,在满足居民用药需求的同时保障消费者权益。消费偏好是重要的市场信息,掌握消费偏好有利于商家把握市场需求,并可促进网上药店 O2O 模式的发展<sup>[4]</sup>。本研究中通过实证探讨影响消费者选择网上药店 O2O 模式购药的因素,以及消费者对网上药店 O2O 模式提供服务的偏好,以帮助网上药店 O2O 模式商家关注用户体验,提升服务质量和自身竞争力。

## 1 实证研究方法

### 1.1 研究方法

以“医药电子商务”“移动电子商务”“网上药店”“O2O”“消费偏好”等为关键词检索文献,了解我国网上药店 O2O 模式的发展现状与发展趋势,分析影响消费者选择网上药店 O2O 模式购药的因素;在此基础上,建立影响消费者选择网上药店 O2O 模式的假设模型,并根据假设模型设计调查问卷,通过预试验检验问卷的信效度;最后实地发放调查问卷,收集并整理数据。

### 1.2 假设模型的建立

药品作为可用于调节人体机能的高度标准化商品,拥有较多适合网络交易的特性,但网上药店在我国历经 10 余年发展仍未取得满意成效,除政策的放开和技术的进步外,还与用药及时性等药品自身特性

有重要关系。通过查阅、整理文献和咨询相关专家,本研究中将影响消费者选择网上药店 O2O 模式的因素分为网上药店 O2O 模式优点、商品自身因素及网购体验因素 3 类。

#### 1) O2O 模式优点

网上药店 O2O 模式相较于其他网上药店模式的优点主要体现为“网订店取”和“网订店送”两个方面,即可提前知晓实体药店药品的种类,并可使用医保卡进行支付,价格便宜,配送快等。

#### 2) 商品自身因素

质量特性:药品作为具有预防、诊断等功能的化学物质,既能治病,也能致病,同时网络的虚拟性使消费者不能在购买时接触到实体药品,难以辨别药品真伪和质量,使消费者不愿轻易尝试通过网络购买药品。

售后服务:张璨等<sup>[5]</sup>调查发现,当前售后服务不能很好地满足消费者的需求,是制约网上药店发展的一个重要因素。因为使用网络购买商品普遍存在退换货麻烦、售后责任难划分等系列问题,加之药品自身的特殊性,消费者对使用网络购买药品仍有戒心。

物流配送:消费者患病时对药品的需求迫切,而目前多数网络购药配送速度慢、时效性差,不能满足其心理和实际需求。

药学服务:国家药品监督管理局执业药师资格认证中心截至 2019 年 11 月底的数据显示,全国注册执业药师共约 51 万,平均每 3.6 个执业药师需服务 1 000 个居民。相对我国庞大的人口基数而言,执业药师的供需关系仍然高度紧张。周金灿等<sup>[6]</sup>研究发现,我国网上药店与执业药师均存在发展不均衡、地区分布不均匀的状况。当前,我国网上药店注册的执业药师主要集中在沿海地区,不仅总体数量不足,而且提供的药学服务质量良莠不齐。

处方药网络销售禁令:为了避免药品滥用和引导消费者合理用药,我国目前尚未放开网售处方药的禁令。由美国网上药店的销售情况可见,其处方药的销售额约占美国网上药店总销售额的 50%,一旦放开网络销售处方药的禁令,不仅能为需要长期购买药品的慢性病患者带来便利,也会为网上药店带来巨大的市场。

医保卡支付:2019 年 11 月 25 日,国家医疗保障局宣布将在广东、上海、河北等 7 个省(市)陆续上线电子医保卡,这不仅能帮助网上药店积累使用医保卡支付的经验,同时也能为后续相关政策的修改和制订提供参考。目前,网上药店线上使用医保卡支付还存在违规销售处方药、医保卡使用者身份真实性不明、监管系统不完善等问题。郭翔等<sup>[7]</sup>认为,网络购药无法进行医保卡支付,已成为制约我国医药电子商务发展的瓶颈之一。

### 3) 网购体验因素

研究发现,学历越高、有网络购物经历、上网频率越高的消费者更倾向网络购药;女性和有医学背景的消费

者使用网络购药的次数更多;个人收入越高的消费者更愿意接受网络购药模式<sup>[8-11]</sup>。

## 2 数据分析与结果

### 2.1 样本特征

以前述假设模型为基础,设计调查问卷。问卷内容包括基本信息和主体量表两部分,其中基本信息主要涵盖受访者的性别、年龄、学历、职业、月收入等信息,主体量表包括影响消费者选择网上药店 O2O 模式购药的因素、消费偏好与网上药店服务项目相关性的测量。问卷正式调查时间为 2019 年 7 月至 10 月,共发放调查问卷 450 份,均收回,剔除无效问卷 43 份,有效回收率为 90.44%。受访者一般资料见表 1。

表 1 受访者一般资料(人,  $n = 407$ )

Tab. 1 General data of respondents(person,  $n = 407$ )

| 项目        | 人数  | 项目               | 人数  |
|-----------|-----|------------------|-----|
| 性别        |     | 学历               |     |
| 男         | 197 | 大专               | 41  |
| 女         | 210 | 本科               | 325 |
| 年龄        |     | 硕士研究生及以上         | 41  |
| < 19 岁    | 51  | 月收入              |     |
| 20 ~ 29 岁 | 193 | < 2 000 元        | 244 |
| 30 ~ 39 岁 | 41  | 2 000 ~ 5 000 元  | 136 |
| 40 ~ 49 岁 | 102 | 5 001 ~ 8 000 元  | 21  |
| > 50 岁    | 20  | 8 001 ~ 10 000 元 | 2   |
|           |     | > 10 000 元       | 4   |

数据分析时采用 Cronbach 系数反映问卷内在信度,问卷总体 Cronbach's  $\alpha$  达 0.933,可信度较高。对调查所得数据进行 KMO 检验和球形检验, KMO 值为 0.898,大于 0.8,适合进行因子分析。球形检验  $\chi^2$  统计量的显著性概率小于 0.001,适合进行因子分析。

### 2.2 假设结果检验

单因素分析:Logistic 回归分析与多重线性回归相似,均属广义线性模型家族,可用于研究疾病的危险因素及数据挖掘等。影响消费者选择网上药店 O2O 模式购药的因素较多,故在进行 Logistic 回归分析前需以  $\chi^2$  检验对模型中涉及的因素进行单因素筛查,结果见表 2。可见,具有显著性的影响因素包括是否使用过网络购买药品、药品质量、支付方式、咨询服务、售后服务、网订店取、网订店送。

表 2 影响消费者选择网上药店 O2O 模式购药因素的单因素筛查结果( $n = 407$ )

Tab. 2 Single factor screening results of factors affecting consumers' choice of O2O model of online pharmacies( $n = 407$ )

| 因素       | 调查人数 | 愿意使用网上药      |                   | 不愿意使用网上药     |                   | $\chi^2$ 值 | P 值    |
|----------|------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|------------|--------|
|          |      | 店 O2O 模式购药人数 | 店 O2O 模式购药构成比 (%) | 店 O2O 模式购药人数 | 店 O2O 模式购药构成比 (%) |            |        |
| 使用网络购买药品 |      |              |                   |              |                   |            |        |
| 购买过      | 91   | 82           | 90.11             | 9            | 9.89              | 23.489     | 0.0004 |
| 未购买      | 316  | 101          | 31.96             | 215          | 68.04             |            |        |
| 质量       |      |              |                   |              |                   |            |        |
| 违法举报方式   | 124  | 37           | 29.84             | 87           | 70.16             | 17.458     | 0.0006 |
| 资质证明     | 77   | 16           | 20.78             | 61           | 79.22             |            |        |
| 公司简介     | 64   | 13           | 20.31             | 51           | 79.69             |            |        |
| 药品追溯系统   | 142  | 46           | 32.39             | 96           | 67.61             |            |        |
| 支付方式     |      |              |                   |              |                   |            |        |
| 第三方支付    | 357  | 86           | 24.09             | 271          | 75.91             | 9.475      | 0.0001 |
| 银行汇款     | 7    | 0            | 0.00              | 7            | 100.00            |            |        |
| 货到付款     | 34   | 11           | 32.35             | 23           | 67.65             |            |        |
| 医保卡支付    | 9    | 1            | 11.11             | 8            | 88.89             |            |        |
| 咨询服务     |      |              |                   |              |                   |            |        |
| 视频咨询     | 73   | 14           | 19.18             | 59           | 80.82             | 26.986     | 0.0001 |
| 文字咨询     | 138  | 36           | 26.09             | 102          | 73.91             |            |        |
| 电话咨询     | 155  | 42           | 27.09             | 113          | 72.91             |            |        |
| 药师上门咨询   | 41   | 5            | 12.20             | 36           | 87.80             |            |        |
| 售后服务     |      |              |                   |              |                   |            |        |
| 客服回访     | 197  | 52           | 26.40             | 145          | 73.60             | 37.627     | 0.0001 |
| 投诉       | 210  | 61           | 29.05             | 149          | 70.95             |            |        |
| 网订店取     |      |              |                   |              |                   |            |        |
| 提前知晓药品类型 | 212  | 58           | 27.36             | 154          | 72.64             | 28.649     | 0.0007 |
| 价格便宜     | 44   | 7            | 15.91             | 37           | 84.09             |            |        |
| 使用医保卡    | 19   | 2            | 10.53             | 17           | 89.47             |            |        |
| 面对面咨询    | 132  | 31           | 23.48             | 101          | 76.52             |            |        |
| 网订店送     |      |              |                   |              |                   |            |        |
| 便利       | 354  | 72           | 20.34             | 282          | 79.66             | 18.496     | 0.0001 |
| 配送快      | 53   | 21           | 39.62             | 32           | 60.38             |            |        |

多因素分析:将单因素检验发现的 7 个显著性影响因素作为自变量,将消费者是否愿意使用网上药店 O2O 模式购药作为因变量,使用二分类多因素 Logistic 逐步回归分析法进行分析,变量赋值情况见表 3。筛选指标时将  $\chi^2$  值 0.05 和 0.10 作为入选和剔除变量的标准。分析结果显示,除“支付方式”外的另 6 个变量进入回归方程。分析可知,使用过网络购买药品的消费者使用网上药店 O2O 模式购药的倾向更大;咨询方式中以

表 3 变量赋值表

Tab. 3 Variable assignment table

| 因素          | 变量赋值                                   |
|-------------|----------------------------------------|
| 使用 O2O 模式购药 | 愿意=0, 不愿意=1                            |
| 使用网络购买药品    | 未购买过=0, 购买过=1                          |
| 质量          | 公司简介=0, 违法举报方式=1, 网上药店资质证明=2, 药品追溯系统=3 |
| 支付方式        | 银行汇款=0, 使用医保卡支付=1, 第三方支付平台=2, 货到付款=3   |
| 咨询服务        | 视频咨询=0, 文字咨询=1, 电话咨询=2, 药师上门咨询=3       |
| 售后服务        | 客服回访=0, 投诉=1                           |
| 网订店取        | 可以使用医保卡=0, 提前知晓药品类型=1, 价格便宜=2, 面对面咨询=3 |
| 网订店送        | 配送快=0, 方便=1                            |

注:带下划线的变量为哑变量。

Note: Underlined variables are dummy variables.

文字咨询和电话咨询对消费者是否使用网上药店 O2O 模式购药的影响更大,其中文字咨询影响最大;O2O 模式的优点中面对面咨询的影响力最大,后依次为提前知晓药品类型、配送快、价格便宜。影响消费者选择网上药店 O2O 模式因素的 Logistic 回归分析结果见表 4。

### 2.3 受访者不使用网络购药的原因

受访者对网络 O2O 购药模式认知度不高:受访者中使用网络购买过药品的共 91 人(22.36%),多选择第三方平台,如美团送药、阿里大健康等。调查过程中部分受访者表示,之前并不知道网上药店 O2O 购药模式,但表示以后有需要时会尝试这种购药模式。消费者网购商品类型和网购平台偏好的具体情况分别见表 5 和表 6。

质量难保障、售后难追责而不愿选择:药品等医药相关商品的质量问题仍是消费者选择网络购买药品时最大的顾虑。调查过程中有部分受试者表示虽愿意通过网络购买药品等医药相关商品,但因为担心

表 5 消费者网购商品类型分布(n=407)

Tab. 5 Distribution of consumers' online shopping types(n=407)

| 网购商品类型 | 人数  | 百分比(%) | 网购商品类型 | 人数 | 百分比(%) |
|--------|-----|--------|--------|----|--------|
| 保健品、食品 | 264 | 64.86  | 母婴用品   | 47 | 11.55  |
| 药品     | 91  | 22.36  | 计生用品   | 5  | 1.23   |

表 6 消费者网购平台偏好分布(n=407)

Tab. 6 Distribution of consumers' preference for online shopping platform(n=407)

| 购物平台     | 人数  | 百分比(%) | 购物平台   | 人数 | 百分比(%) |
|----------|-----|--------|--------|----|--------|
| 第三方平台    | 262 | 64.37  | O2O 模式 | 55 | 13.51  |
| 网上药店 App | 68  | 16.71  | 其他     | 22 | 5.41   |

表 7 消费者不选择网络购买医药相关商品的原因

Tab. 7 Reasons why consumers do not choose to purchase medical-related products online

| 原因        | 人数  | 百分比(%) | 原因    | 人数 | 百分比(%) |
|-----------|-----|--------|-------|----|--------|
| 担心商品质量    | 154 | 37.84  | 退换货麻烦 | 43 | 10.57  |
| 不知道正规购买途径 | 114 | 28.01  | 快递太慢  | 27 | 6.63   |
| 售后无保障     | 64  | 15.72  | 其他    | 18 | 4.42   |
| 不能用医保卡支付  | 52  | 12.78  |       |    |        |

购买的药品质量有问题、出现药品不良反应时售后责任难界定,或不知道正规的网络购买途径而不敢轻易尝试。消费者不选择网络购买医药相关商品的原因见表 7。对此,网上药店可加大宣传力度,让消费者充分了解网上药店 O2O 购药模式,且可通过提供违法举报途径、完善药品追溯系统、当场验货后再签收等方式保障商品质量,增强消费者的信心。

### 2.4 受试者对网上药店服务项目的偏好

随着社会的发展,药学服务愈加受到重视。调查显

表 4 影响消费者选择网上药店 O2O 模式因素的 Logistic 回归分析

Tab. 4 Logistic regression analysis of factors affecting consumers' choice of O2O model of online pharmacies

| 变量           | B      | SE    | WALD   | P 值   | OR    | 95% CI         |
|--------------|--------|-------|--------|-------|-------|----------------|
| 使用网络购买药品     | -0.438 | 0.074 | 27.651 | 0.000 | 1.787 | (1.289, 2.477) |
| 质量 公司简介      |        |       | 32.147 | 0.000 |       |                |
| 违法举报方式       | 0.578  | 0.341 | 58.169 | 0.000 | 1.360 | (0.921, 2.008) |
| 网上药店资质证明     | 0.453  | 0.071 | 24.753 | 0.000 | 0.822 | (0.468, 1.444) |
| 药品追溯系统       | -0.196 | 0.102 | 34.758 | 0.000 | 1.658 | (1.236, 2.224) |
| 咨询服务 视频咨询    |        |       | 34.685 | 0.421 |       |                |
| 文字咨询         | -0.215 | 0.341 | 34.821 | 0.005 | 1.955 | (1.582, 2.416) |
| 电话咨询         | -0.351 | 0.294 | 24.137 | 0.000 | 1.717 | (1.423, 2.073) |
| 药师上门咨询       | 0.438  | 0.453 | 11.574 | 0.264 | 0.450 | (0.292, 3.693) |
| 售后服务 投诉      | 0.149  | 0.304 | 3.491  | 0.007 | 0.584 | (0.329, 1.036) |
| 网订店取 可以使用医保卡 |        |       | 16.758 | 0.014 |       |                |
| 知晓药品类型       | 0.346  | 0.307 | 14.328 | 0.471 | 1.151 | (0.636, 2.082) |
| 价格便宜         | 0.524  | 0.072 | 9.176  | 0.154 | 0.676 | (0.266, 1.721) |
| 面对面咨询        | -0.216 | 0.247 | 5.357  | 0.014 | 1.436 | (1.122, 1.686) |
| 网订店送 配送快     | 0.378  | 0.128 | 11.216 | 0.074 | 0.878 | (0.632, 1.220) |

示,受访者非常注重对自身隐私的保护,更愿意采用电话咨询和文字咨询2种方式进行咨询;售后服务中对于投诉方式的选择,消费者倾向于电话投诉与网络投诉,这与当前网络发展迅猛的现状相符,消费者倾向于使用网络与他人交流;对于回访时客服询问的问题,消费者更看重用药效果、不良反应及药品质量;而对于回访时间的偏好,消费者更希望售后人员在顾客收到商品并使用一段时间时进行回访。且消费者希望网上药店提供多样的方式以保障消费者购买商品的质量。受访者对咨询方式及药品质量保障方式的偏好分别见表8和表9。

表8 受访者咨询方式偏好分布( $n=407$ )

Tab. 8 Distribution of respondents' preference for consulting methods( $n=407$ )

| 咨询方式 | 偏好人数(人) | 百分比(%) | 咨询方式   | 偏好人数 | 百分比(%) |
|------|---------|--------|--------|------|--------|
| 电话咨询 | 150     | 36.86  | 视频咨询   | 78   | 19.16  |
| 文字咨询 | 138     | 33.91  | 药师上门咨询 | 41   | 10.07  |

表9 受访者对药品质量保障方式偏好分布[人(%),  $n=407$ ]

Tab. 9 Distribution of respondents' preference for drug quality assurance methods[person(%),  $n=407$ ]

| 药品质量保障方式    | 非常不同意 | 不同意  | 不确定       | 同意        | 非常同意       |
|-------------|-------|------|-----------|-----------|------------|
| 违法举报方式      | 0(0)  | 0(0) | 23(5.65)  | 80(17.66) | 304(74.69) |
| 网上药店资质证明    | 0(0)  | 0(0) | 40(9.83)  | 93(22.85) | 274(67.32) |
| 公司简介(信誉、资质) | 0(0)  | 0(0) | 37(9.09)  | 86(21.13) | 284(69.78) |
| 药品追溯系统      | 0(0)  | 0(0) | 48(11.79) | 80(19.66) | 279(68.55) |
| 当场验货后再签收    | 0(0)  | 0(0) | 32(7.86)  | 87(21.38) | 288(70.76) |

### 3 建议

#### 3.1 充分保障药品质量,降低消费者顾虑

药品具有网络销售的便利性,但质量欠佳时不仅不能治病,反而可能会加重疾病,甚至造成新的伤害,导致消费者不愿轻易尝试使用网络购买药品。因此,网上药店必须保证药品质量,这也是其长远发展的重要基础,对此,可参考美国的药品质量保障经验,要求商家出示与所销售药品相关的保险公司所提供的证明或担保证书,以及能保证药品质量的文件。我国政府或相关行业协会可规定网上药店必须提供其销售药品的第三方担保机构的检查证明,从而大幅降低消费者对药品质量的担忧。

#### 3.2 商家明确划分售后服务责任

消费者使用网上药店购买药品时不仅担心售后保障问题,同时也担心药品出现不良反应时,网上药店能否规范可靠地对责任进行界定及赔偿。对此,网上药店O2O模式商家可以通过建立救济制度对药品药害、不良反应/事件进行基本保障。让网上药店对其所售卖的

药品进行投保,保险公司对药品质量进行检查,并提供药品质量鉴定证明,如出现药品不良反应/事件则主要由保险公司对受害者进行赔偿。

#### 3.3 加强消费者的隐私保护

由于担心网络大环境不安全,消费者对于网上提供既往病史、过敏史等存在担忧,影响其选择使用网上药店O2O模式进行购药。对此,可加强网站的安全建设,以保护消费者的隐私,并降低其顾虑。

#### 3.4 提高药学服务质量

目前,我国网上药店注册的执业药师多集中于沿海地区,总体数量不足,药学服务质量良莠不齐。在供小于求的现实背景下,网上药店O2O模式也应做到宁缺毋滥,严格把控药师服务水平,提高药学服务质量。为提高网上药店O2O模式的药学服务质量,首先应提高在线咨询人员的准入资格,并定期对其进行专业能力培训考核,保证其专业知识水平实时更新,为保障消费者的用药安全和合理用药提供坚实的专业知识基础;其次,可通过延长在线客服的服务时间,做到24小时在线,让有需要的消费者可及时得到正确的用药指导。

#### 参考文献

- [1] 靳晋,陈玉文. 试论我国网上药店经营模式[J]. 中国药业, 2016,25(6):18-20.
- [2] 国务院办公厅. 关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见(国办发[2017]13号)[Z]. 2017-01-24.
- [3] 国务院办公厅. 关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见(国办发[2018]26号)[Z]. 2018-04-28.
- [4] 崔艳武,苏秦,李钊. 基于电子商务环境的顾客消费偏好研究[J]. 软科学,2007,21(6):19-23.
- [5] 张璨,咎旺,许依省,等. 基于消费者心理的网上药店售后服务现状分析[J]. 中国医药导报,2014,11(21):142-146.
- [6] 周金灿,王玉伟. 我国网上药店执业药师现状研究[J]. 临床医药文献电子杂志,2019,6(17):190-191.
- [7] 郭翔,邵蓉. 基于比较的互联网药品医保支付研究[J]. 广东药学院学报,2016,32(1):97-101.
- [8] 赵静. 网络购药影响因素及行为特征调研——以宁波市为例[J]. 中国药房,2018,29(4):444-450.
- [9] 甄守洋,谷瑞敏. 我国网上药店消费行为的影响因素调查研究[J]. 中国药事,2015,29(8):782-787.
- [10] 黄瀚博,杨世民. 我国个人消费者对网上药店认知及使用状况分析[J]. 西北药学杂志,2015,30(5):643-647.
- [11] 杨迪雅,叶桦. 基于问卷调查的网上药店消费行为影响因素分析[J]. 中国药事,2013,27(2):142-144.

(收稿日期:2020-04-21;修回日期:2020-07-08)