

大学生网络购药消费者购买行为研究

——基于江苏省本科大学生数据

薛原 高俊杰 杨令¹

(南京中医药大学 翰林学院, 江苏 泰州 225300)

【摘要】: [目的]为提高网上药房业务提供依据与参考。[方法]在江苏省本科大学生中采用问卷调查法,对是否进行网络购药以及影响网络购药的因素进行调研。利用 SPSS22.0 软件对数据进行处理。[结果]最终回收有效问卷 581 份。分析显示受访者的性别、上网频率和网购频率对是否网络购药无显著影响($P>0.05$)。未进行网络购药的原因占比最高的三个为担心网上销售的药品质量、客服不能够指导购药、配送药物不够及时。选择进行网络购药的占比较高的几个原因是随时下单、可以买到一些本地没有的药品、认为网上购药价格优惠等。[结论]性别、上网频率、网购频率等皆不显著影响网络购药。消费者不选择在网络上购药的主要担忧还是在于对药品质量、药品物流等的担忧。建议增强消费者网络购药信心并培养其消费习惯,加强第三方物流建设。

【关键词】: 网络购药 购买行为 影响因素

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

社会经济不断发展,我国人民的健康意识亦在不断增强,同时,人们对制药业的关注日益增强。“互联网+”药品可以避免很多传统模式的短处,这种新模式方便、快捷、便宜。网络渠道与传统零售药店相结合,使得药品电子商务和移动医疗得到发展,这样消费者不仅可以从网络药房获取日常药品,还可以进行健康管理,这样即从线下药店的一次性消费模式转变成为健康管理模式。随着相关政策标准的发布,医疗电子商务的门槛进一步降低。互联网药品交易服务 A 证在 2017 年 9 月被取消。紧接着国务院办公厅在 2018 年 4 月发布《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》,文件明确提出,支持将医疗机构的处方信息与药品零售信息进行共享的探索,寻求开具网络处方、网上药剂师审查以及药物第三方配送的方法,加速实现在线支付与医疗保险系统联通。

笔者 2019 年 11 月通过问卷星渠道对江苏省本科大学生消费者在网上药店购药现状的调查,分析其性别、上网频率、网购次数等因素对网上购药行为的影响,分析影响年轻消费者是否在网上购买药物的主要原因,为医药电商的发展提供参考。

1 调查方法与对象

1.1 调查对象

2019 年 11 月,笔者选择在江苏省就读一年及以上的本科大学生,共发放问卷 600 份。

作者简介: 薛原(1989-),女,江苏泰州人,硕士,讲师,研究方向:药事法规,卫生事业管理。
基金项目: 江苏高校哲学社会科学研究基金项目(2018SJA2168)。

1.2 调查方法

本研究采用问卷调查法,通过问卷星渠道网络调研的方式收集江苏省地区大学生网络购药影响因素及行为特征相关调查问卷。

1.3 调查问卷设计

调查问卷共有两部分核心内容:一部分为笔者认为可能会影响网上购药的一些个人因素,如性别、上网频率和网购次数等几个方面,根据个人因素中“是否在网络购买过药品”将受访者分为未在网络购买过药品和在网络购买过药品两个群体,然后进一步分别填写第二部分问卷,具体分析在网上购买药品或者未在网上购买药品的影响因素。

1.4 统计学方法

采用 EpiData3.1 软件录入数据,采用 SPSS22.0 软件进行统计分析。

2 结果

2.1 基本情况

调研时间为 2019 年 11 月 8 日至 11 月 18 日,最终回收有效问卷 581 份。

2.2 网络购药影响因素分析

2.2.1 性别

本次调研中,男性 89 人,其中在网上购买过药品的有 27 人,占 30.34%;女性 492 人,其中网络购买过药品的有 142 人,占 28.86%。各性别购药人数比例详见表 1。利用 SPSS 软件进行 Pearson 相关性分析,认为性别与是否在网上买过药之间的相关系数值为-0.006,接近于 0,并且 P 值为 0.968>0.05,因而说明性别和是否在网上买过药之间并没有相关关系。

表 1 各性别购药人数比例

X\Y	买过	没买过	小计
男	27 (30.34%)	62 (69.66%)	89
女	142 (28.86%)	350 (71.14%)	492

2.2.2 上网频率

受访者中,每天多次使用上网的有 257 人,其中在网上购买过药品的有 86 人,占 33.46%,比例最高;经常上网的有 288 人,其中在网上购买过药品的有 76 人,占 26.39%,详见表 2。利用 SPSS 软件进行 Pearson 相关性分析,认为上网频率和是否在网上买过药之间的相关系数值为-0.002,接近于 0,并且 P 值为 0.987>0.05,因而说明上网频率和是否在网上买过药之间并没有相关关系。

表 2 受访者各上网频率人群购药人数比例

X\Y	买过	没买过	小计
几乎从不	2(33.33%)	4(66.67%)	6
偶尔	5(16.67%)	25(83.33%)	30
经常	76(26.39%)	212(73.61%)	288
几乎每天多次	86(33.46%)	171(66.54%)	257

2.2.3 网购频率

最近 1 个月中,网购频率达到 10 次以上的受访者有 55 人,其中在网络上购买过药品的有 17 人,占 30.91%,比例最高;最近 1 个月网购频率为 6~10 次、3~5 次、0~2 次的受访者,其中在网络上购买过药品的比例依次分别为 33.62%、29.13%和 25%。利用 SPSS 软件进行 Pearson 相关性分析,认为最近一个月网购次数和是否在网络上买过药之间的相关系数值为 0.147,接近于 0,并且 P 值为 0.307>0.05,因而说明最近一个月网购次数和是否在网络上买过药之间并没有相关关系。

表 3 受访者每月各网购频率人群购药人数比例

X\Y	买过	没买过	小计
0~2	39(25%)	117(75%)	156
3~5	74(29.13%)	180(70.87%)	254
6~10	39(33.62%)	77(66.38%)	116
10 次以上	17(30.91%)	38(69.09%)	55

2.3 未进行网络购药的影响因素分析

未网络购买过药品的受访者有 461 人,具体原因及其所占比例见表 4,其中占比最高的就是担心网上销售的药品质量,占比达到 77.43%,其次为客服不能够指导购药、配送药物不够及时等,分别占比 32.52%及 21.60%。不会上网(1.70%)和不方便上网(2.43%)只占很小的比例,可见,不选择网上购药主要是主观上不信任的原因。

表 4 受访者未购药人群未购药原因及比例

X\Y	不方便上网	不会网上购物	担心网络支付安全	担心网上销售的药品质量	无法医保支付	配送药物不够及时	邮费过高	想买的药没有	客服不能够指导购药	其他	(空)	小计
没	10	7	31	319	72	89	38	45	134	80	6	412

买过	(2.43%)	(1.70%)	(7.52%)	(77.43%)	(17.48%)	(21.60%)	(9.22%)	(10.92%)	(32.52%)	(19.42%)	(1.46%)	
----	---------	---------	---------	----------	----------	----------	---------	----------	----------	----------	---------	--

2.4 进行网络购药的影响因素分析

在网络购买过药品的受访者有 199 人,具体网络购药行为特征及购买决策影响因素统计在表 5。可以看出 75.74%的人因为随时下单且方便选择在网络购药,还有 40.24%的人认为可以买到一些本地没有的药品,36.69%人认为网上购药价格优惠,34.91%的人认为在网络可以购买一些不愿意直接去店里购买的药品。

表 5 受访者购药人群购药原因及比例

X\Y	随时下单,方便	价格优惠	可以买到一些本地没有的药品	购买一些不愿意直接去店里购买的药品	其他	(空)	小计
买过	128 (75.74%)	62 (36.69%)	68 (40.24%)	59 (34.91%)	14 (8.28%)	3 (1.78%)	169

3 讨论

3.1 性别、上网频率以及网购频率对网络购药没有显著影响

根据研究结果显示,受访者的性别、上网频率和网购频率对网络购药的影响并不显著。通过本研究的数据分析可以看到,上网频率相对越高或者网络消费次数较多的消费者并没有体现出更多可能进行网络购药。可能因为常规情况下,购药不同于普通网络购物,不会因为网购次数多或者经常上网就去购买本不需要的药品。亦可能由于本次调研对象是本科学生,正值身体健康的青少年时期,没有过多购药需求。

3.2 担心网上销售的药品质量、配送药物不够及时、客服不能够指导购药是不选择网络购药的主要原因

在分析不在线购买药品的具体原因时,比例最高的是担心网上销售药品的质量。网络的最大特点在于它的虚拟性,目前网上药店正是发展初级阶段,很多法律条款尚未完善,非法药店以及假冒伪劣药品经常出现。而绝大多数的消费者缺乏识别真药房和假药房的专业知识,再加上消费者又看不到药品实体,也无法具体识别药品的质量、真实性以及有效期,这些顾虑影响了消费者的信心。

物流速度不够和购药网络服务一般是限制消费者在线购买药品的另外两个重要原因。消费者一般在购药时对于药品的需求都是具有紧迫性的,而目前我国在线购买药品,从下单到收到货的周期长,无法满足药品的及时性。而且,一些特殊药物在运输过程中的储存需要一定的温度与湿度,这显然比普通物料要求高。目前,普通物流公司很难保证运输过程中药品的质量。网络购药时,在线专业服务不足也会影响消费者的在线药品购买行为。由于医药学知识具有非常强的专业性,消费者高度依赖专业建议。现阶段我国网上药店缺少相应的专业药学服务,使得消费者购药时没有安全感,这大大限制了在线药品的购买。

4 建议

4.1 增强消费者网络购药信心并培养其消费习惯

尽管曾经认为发展在线药店的最大障碍是政策因素(例如开设在线药店的门槛高,禁止处方药销售以及无法使用医疗保险卡付款等),但本次调研结果表明网络药品市场发展缓慢的第一原因是消费者对网上药品购买缺乏信任和信心。因此我们当前应该增强消费者对于网上购药的信心,并培养消费者网络购药的习惯,这也将是新《药品管理法》开始实施后有条件放开处方药在线销售的前提。本次调研的主要对象是青少年本科大学生,是社会未来的主要生产力,他们的行为习惯会影响将来的市场走向。因此,政府机构和行业协会应广泛利用各种媒体和渠道加强互联网购药信息与药品基本知识宣传,以帮助公众区分真假药房与真假药品,以此应对整个医药行业的互联网趋势。

4.2 加强第三方物流建设

政府机构应加快了第三方药品物流业的发展,以更好地解决了药品在运输过程中的质量保障问题。在线销售药品的药房还应明确相应的退货和换货政策,以减轻消费者的担忧。在线药店可以通过线上线下深度合作来提高物流的及时性。另外,尽管在线药店的交货周期长,有时候难以满足某些紧急需求,但它们具有价格优势,因此,网上药店可以首先尝试打开中老年慢性病人群市场。

参考文献:

- [1]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(04).
- [2]范滢,章瑞,范君晖.上海市居民网络购药意愿及需求研究[J].经济研究导刊,2019,(17).
- [3]安晓.大学生网络购物行为实证研究[D].临汾:山西师范大学,2014.
- [4]董京京,许正良,方琦,张安然.消费者与商家在线体验式互动对其购买意愿影响的模型构建[J].管理学报,2018,15(11).
- [5]贾丽琳,韩丽,胡敏,向南.网上购药消费者购买行为研究——基于江苏省数据[J].上海医药,2018,39(13):62-64.
- [6]邓茗月,曾贱吉.基于SWOT分析的我国网上药店发展研究[J].广东化工,2019,46(01):80-81.