

<https://doi.org/10.52288/jbi.26636204.2020.04.12>

養老服務平臺治理措施 Governance Measures for the Old-age Service Platform

邱碧珍^{1*} 陳杰仕²
Bi-Zhen Qiu Jie-Shi Chen

摘要

我國正步入人口老齡化階段，如何解決老齡人的養老問題，成為我國面臨的一大社會問題。借助互聯網技術，建立養老服務平臺，引入養老服務商為老齡人提供方便快捷的服務，不僅能夠有效地緩解養老難的社會問題，而且有利於養老服業健康可持續地發展。如何對養老服務平臺進行治理，對於平臺的成功運營起著決定性的作用。本文主要探討養老服務平臺的治理措施，從而為養老服務平臺提供參考依據。

關鍵字：互聯網、養老服務平臺、開放性機制、治理措施

Abstract

China is entering the stage of aging of the population. How to solve the old-age pension problem of the elderly has become a major social problem facing our country. With the help of internet technology, the establishment of old-age service platform and the introduction of elderly service providers can provide convenient and efficient services not only on effectively the alleviation of social problems of old-age difficulties, but also on the healthy and sustainable development of old-age service industry. How to govern the old-age service platform will play a decisive role in the successful operation of the platform. This paper mainly discusses the governance measures of the old-age service platform so as to provide a reference for the old-age service platform.

Keywords: Internet, Pension Service Platform, Open Mechanism, Governance Measures

根據國家統計局發佈的人口資料顯示，截至 2018 年末，我國 60 周歲及以上人口 2.49 億人，占總人口的 17.9%，比 2017 年增長了 859 萬，增長了 0.6%，表明我國老齡化正在進一步加深（黃清娟與張貴平，2019）。目前，我國已經進入人口老齡化快速發展階段，日益龐大的老年群體難以從傳統養老模式中獲得高品質的養老服務，傳統的家庭養老遭遇瓶頸，養老模式急需轉變。互聯網技術的發展壯大促進了養老模式的創新：利用互聯網技術，為老年人搭建養老資訊服務平臺，將服務商包括傳統養老機構、家政服務商、醫療機構、個體的護理人員、家政服務人員、執業醫師、執業藥師、全科醫師、營養師、醫療器械提供商等引入到平臺為老年人提供服務，這樣既能夠利用社會資源滿足居家老人的養老需求，又可以實現服務的便捷便利和服務內容的全面優質，從而提升居家老人的幸福感和歸屬感。養老服務平臺的治理措施對於平臺的成功運營起著決定性的作用。本文主要探討養老服務平臺（以下簡稱平

¹ 廈門大學嘉庚學院管理學院副教授 71816633@qq.com*通訊作者

² 廈門大學嘉庚學院管理學院本科生

臺)的治理措施，從而為養老服務平臺的運營提供有效的參考依據。平臺治理是一組關於誰來參與生態系統、如何進行價值分配，以及如何解決衝突的規則集(傑奧夫雷G.派克等，2017)。本文從使用者過濾機制、平臺如何制定規則以及信用管理三個角度來說明平臺如何進行治理。

1. 平臺用戶過濾機制

平臺是促進生產者與有價值的消費者進行互動的基礎設施，養老服務平臺是促進養老服務的提供商與老齡人進行互動的基礎設施，這兩類使用者使用平臺進行資訊聯繫並通過貨幣進行交換；兩類用戶在平臺上進行互動，為平臺創造價值，從而增加平臺的實用性並吸引其他參與者。鑒於平臺這種基本的設計，一個充滿活力和健康的平臺依賴於平臺上的兩類用戶所創造的價值，如果平臺過於封閉，用戶不能或不會實現互利交流所需的價值，這就意味著平臺的開放性機制決定著平臺是否能夠充滿活力和健康發展。

在平臺建立初期，為了吸引新使用者，提高日活躍數以及用戶粘性，平臺管理較為寬鬆，易造成平臺所呈現的內容品質下降、平臺聲譽受損，降低顧客的使用體驗；若低品質用戶過多，將導致惡意擾亂平臺運營秩序的情況和欺詐行為的發生。當顧客數量達到一定程度，則需要對使用者進行身份鑒定，維護平臺穩定、提高平臺品質及內容，因此，平臺需建立完善的用戶鑒定配套機制，在用戶群體大規模增長時也可以繼續保持穩定運行。

當使用者在平臺上進行註冊時，需以真實身份證帳號進行註冊驗證且綁定手機號碼後，才能正常使用平臺各項功能。在平臺使用時，會對使用者的使用情況進行即時回饋；同時平臺擁有完善的服務評價體系，當老年人享受服務後有權進行該次服務的評價，若該評價合理且非無意義的評價，將有機會獲得一定數量的優惠券，這樣既提升了顧客的複購率，又能為服務商提出合理的意見。

平臺會檢測使用者的資訊，當使用者發生高頻率、內容單一的惡意發言或評論，發表不當言論，包括但不限於：低俗語言、與政治相關、辱罵、帶節奏等詞彙，平臺管理員會人工對使用者進行懲罰，懲罰措施包括：一定時間段內禁止發言及評論，嚴重者則進行封號處理等。

2. 平臺規範的制定

2.1 平臺自身治理規範

平臺在治理規範措施時，首先要保證自身必須符合規範，平臺的運營要符合以下條件：平臺需要有與運營規模相適應的硬體保障措施；平臺有保障交易正常運營的電腦資訊系統和安全環境；平臺會聘請與交易規模相匹配的管理人員、技術人員與服務人員；平臺要符合《中華人民共和國電信條例》、《互聯網資訊服務管理辦法》、《網路商品交易及有關服務行為管理暫行辦法》、《電子認證服務管理辦法》等法律、法規和規章規定的其他條件。

2.2 平臺針對服務商的管理規範

服務商作為平臺的重要組成部分，需要遵守平臺制定的一系列治理準則，這些治理準則可能包括業務和管理規則、爭議解決規則、違法與不良資訊處理規則、信用評價規則等。

2.2.1 業務和管理規則

平臺需保證所接入服務商合法經營，不得銷售與國家相關標準不符的或危害消費者生命財產安全的產品。對涉及違法經營或侵犯消費者權益的服務商，可以按照事先公佈的程式在平臺上進行公示；若服務商計畫停止與平臺的合作，應至少提前告平臺，並配合平臺處理好涉及消費者或協力廠商的事務，例如售後與客戶投訴的處理工作。

2.2.2 爭議解決規則

在處理消費者與服務商的爭議上，平臺可依據《中華人民共和國電子商務法》進行爭議解決。平臺需要建立便捷、有效的投訴和舉報機制，並公開投訴、舉報方式等資訊，及時接受並處理投訴和舉報；若消費者在平臺購買商品或服務後，與服務商發生爭議，平臺要積極協助消費者並保障消費者的合法權益。

2.2.3 信用評價規則

在服務商對消費者提供服務後，消費者可以對服務商的服務進行評價，若在某個時間段內該服務商的累積負面評價過多，或短時間內該服務商收到的舉報過多，平臺有權對服務商進行調查並處理。

2.2.4 違法與不良資訊處理規則

平臺擁有配套的監督管理機制。若消費者在購買所需服務後，發現服務商正在傳播不良資訊或進行違法行為時，可以對該服務商進行直接舉報；平臺收到消費者舉報後，將在第一時間做出調查並告知消費者結果，同時對違反平臺規定的服務商進行處罰。

2.3 平臺對消費者的管理規範

消費者是平臺使用基數最大的人群，在消費者管理方面平臺也將有一定的管理規範。消費者在註冊平臺時，需通過手機號碼進行驗證並且實名制，通過規定驗證後，消費者才可以享受平臺的所有功能。消費者不得給予服務商惡意差評，若經發現，平臺有權對該帳號進行處罰或封號的處理。

3. 信用管理

信用管理是針對消費者個人的信用以及服務商的資信狀況進行的管理，管理的內容涉及對個人和服務商的征信資料的收集、審查以及處理，使之變成征信產品，用於信用交易。在我國 B2C 電子商務市場上，信用問題的存在不僅損害了消費者的合法權益，同時也對誠信經營的商家造成了巨大的威脅和利益侵害。平臺可依據《中華人民共和國電子商務法》、《電子商務模式規範》、《新消費者權益保護法》等法律法規制定出關於平臺自身、服務商與消費者的信用管理體系。

3.1 服務商信用管理

3.1.1 嚴格把控對服務商的准入與審查

在平臺發展前期，平臺雖然有一定的服務商數量基礎，但由於准入門檻低、審核機制不完善，並非所有服務商都能保證高品質的服務；但在平臺開始穩定運營後，平臺可以執行嚴格的平臺審查制度，將對每一個接入的服務商進行經營情況、信用情況、資金狀況進行瞭解和審查，提高接入智宇平臺服務商的品質與水準。

3.1.2 利用技術提高監管水準

平臺可依據服務商的累計評價品質來為消費者提供服務，若累計評價高的服務商將會優先推薦給消費者。為了防止有不誠信服務商進行刷信用和刷交易額的方式獲得更高的信用評分，平臺可以採取技術措施對此類行為進行辨別，若演算法發現有服務商惡意刷評價行為將主動對該服務商進行訂單遮罩，禁止訂單的接入。比如平臺的運營體系中可以創新性地引入助老員服務。一方面，從顧客的角度出發，助老員是服務的提供者，可以為購買服務的老年客戶提供周到且細緻的照顧，瞭解客戶的生活習慣、性格習性等；另一方面，從服務商的角度看，助老員也作為服務商的監督者，在服務商提供服務的週期內，助老員會代表消費者的利益，從專業的角度對該服務進行監督。

在老年人接受服務期間內，平臺將為助老員與服務商服務人員配發服務記錄儀，同時為助老員配發移動工作平臺。每次助老員在工作開始前，需在移動工作平臺打卡輸入接受服務的顧客的資訊，工作記錄等；並且，服務儀用全程錄影技術與定位技術，可以為服務提供全程記錄，保障服務品質，若在服務後出現糾紛，也可以第一時間調取錄影查看調查。在服務結束後，顧客可以在服務儀上為助老員或服務人員進行評價，以督促服務人員保證服務品質與工作態度。

3.1.3 注重長遠發展，加大懲罰力度

運營良好知名度高的平臺，為誠信商家提供了更加公平的環境，保護消費者和服務商的合法權益，這勢必會吸引更多的服務商接入平臺，也為消費者提供更多種類的產品和服務，提高平臺的知名度、市場佔有率和消費者的忠誠度。因此，平臺應從長遠角度出發，加大監管力度並提高監管水準，形成高效有序的監管體系。平臺可借助政府和社會的力量，如養老行業協會、民政局等相關職能機構，聯合建立養老行業信用體系，建立負面清單，加大失信懲戒力度。在平臺上若有服務商提供嚴重不符合國家規範的服務內容，該服務商將被載入負面清單，並在各大協會及部門進行公示，提高失信和違法違規的代價，以此對其他服務商形成相應的威懾力。

3.2 消費者信用管理體系

消費者作為平臺的重要參與者，其對服務商的失信行為和做法，對平臺的信用起著很大的影響。消費者對失信問題的不予理會或自認倒楣的做法，會助長失信商家投機取巧的想法，不利於平臺的健康發展。因此平臺需要鼓勵消費者積極舉報失信服務商，在收到消費者舉報後，平臺需在第一時間對該服務商進行調查，並將調查結果回饋給消費者。

消費者在進入平臺前，需要進行細緻完整的身份驗證，包括手機號驗證以及實名制等。在後期，若平臺發現有消費者為商家刷單、刷好評等行為，將對該帳號進行封禁，情節嚴重者將封禁 IP。

3.3 供需雙方互評機制

雙方互評實際上是平臺對於服務提供者和消費者之間的一種信用制度，利用消費者制約商家，也利用商家篩選消費者。為了避免品質較低的消費者對商家的不良影響，也為了平息商家可能對於偏袒消費者的抱怨，互評機制因此產生。在顧客接受服務商方的服務後，將可以對該服務商進行評價，評價內容例如：服務品質是否到位、服務內容是否完整、服務態度是否符合要求等。在每個季度結束後，平臺將對服務商進行篩選，若累積評價過低，則將對該服務商進行相對應的懲罰。同時，在服務人員

對顧客的服務專案結束後，也可以對顧客進行評價，評價內容包括但不限於：顧客是否準時與服務人員對接、是否提出非正常服務專案的要求、是否惡意刁難服務人員等。平臺將對顧客的累計評價進行統計，若顧客的累計評價過低，系統則會在該顧客二次進行服務購買時對服務方進行提醒，由服務方選擇是否接受該顧客的購買行為。

3.4 售後評價制度

在一次服務完成後或商品購買後，消費者有一次評價並評分該服務體驗的機會。由於受服務者多為老年人，可能無法熟練操作智慧手機，此時老年顧客可以通過助老員進行服務評價，並且助老員也可以提供專業的評價意見，評價可被服務商所接收但不可被刪除。這些評價等級通過後臺資料分析，直接對服務商的服務曝光率產生影響，評價高的服務商將獲得優先推薦的機會，反之，評價過低的服務商的推薦機會將大大減少甚至受到平臺的調查。

3.5 其他補充信用管理制度

還可以採取資金仲介制度來進行平臺的信用管理。服務商和消費者發生交易，其資金往來必須經過協力廠商仲介，直至消費者確認服務成功為止。對於消費者來說，這個制度消除了所購服務並未保質完成的風險，也對服務商起到了一定監督作用。

4. 結論

利用互聯網技術建立養老服務平臺，引入養老服務商為老齡人提供方便快捷的服務，不僅能夠有效地緩解養老難的社會問題，而且有利於養老服業健康可持續地發展，而養老服務平臺的治理措施對於平臺的成功運營起著決定性的作用。本文從使用者過濾機制、平臺如何制定規則以及信用管理三個角度來說明平臺該如何進行治理，在設置用戶過濾機制時，消費者需要以真實身份進行註冊，才能正常使用平臺各項功能，平臺會根據消費者的資訊進行相應的治理管理；在如何設置規則時，本文提出平臺可以從平臺自身、服務提供者及消費者三個角度，分別對其制定適用的規則；在信用管理方面，本文建議針對服務商、消費者、雙方互評和售後評價制度等幾個方面著手。本文提出的養老服務平臺措施能夠為養老服務平臺從理論上提供參考依據。

參考文獻

1. 黃清娟、張貴平（2019）。基於知識管理角度構建智慧養老服務電子商務平臺。經濟師，9，226-228。
2. 傑奧夫雷 G.派克（Geoffrey G. Parker）、馬歇爾 W.範·埃爾斯泰恩（Marshall W. Van Alstyne）、桑基特·保羅·邱達利（Sangeet Paul Choudary）（2017）。平臺革命：改變世界的商業模式。北京：機械工業出版社。

收稿時間：2019-11-13

責任編輯、校對：嚴佳怡、林雨熙