

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

养老服务平台治理措施 Governance Measures for the Old-age Service Platform

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

摘要

我国正步入人口老龄化阶段，如何解决老龄人的养老问题，成为我国面临的一大社会问题。借助互联网技术，建立养老服务平台，引入养老服务商为老龄人提供方便快捷的服务，不仅能够有效地缓解养老难的社会问题，而且有利于养老服务业健康可持续发展。如何对养老服务平台进行治理，对于平台的成功运营起着决定性的作用。本文主要探讨养老服务平台的治理措施，从而为养老服务平台提供参考依据。

关键词：互联网、养老服务平台、开放性机制、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

根据国家统计局发布的人口数据显示，截至 2018 年末，我国 60 周岁及以上人口 2.49 亿人，占总人口的 17.9%，比 2017 年增长了 859 万，增长了 0.6%，表明我国老龄化正在进一步加深（黄清娟与张贵平，2019）。目前，我国已经进入人口老龄化快速发展阶段，日益庞大的老年群体难以从传统养老模式中获得高质量的养老服务，传统的家庭养老遭遇瓶颈，养老模式急需转变。互联网技术的发展壮大促进了养老模式的创新：利用互联网技术，为老年人搭建养老信息服务平台，将服务商包括传统养老机构、家政服务商、医疗机构、个体的护理人员、家政服务人员、执业医师、执业药师、全科医师、营养师、医疗器械提供商等引入到平台为老年人提供服务，这样既能够利用社会资源满足居家老人的养老需求，又可以实现服务的便捷便利和服务内容的全面优质，从而提升居家老人的幸福感和归属感。养老服务平台的治理措施对于平台的成功运营起着决定性的作用。本文主要探讨养老服务平台（以下简称平

¹ 厦门大学嘉庚学院管理学院副教授 71816633@qq.com*通讯作者

² 厦门大学嘉庚学院管理学院本科生

台)的治理措施,从而为养老服务平台的运营提供有效的参考依据。平台治理是一组关于谁来参与生态系统、如何进行价值分配,以及如何解决冲突的规则集(杰奥夫雷G.帕克等,2017)。本文从用户过滤机制、平台如何制定规则以及信用管理三个角度来说明平台如何进行治理。

1. 平台用户过滤机制

平台是促进生产者与有价值的消费者进行互动的基础设施,养老服务平台是促进养老服务的提供商与老龄人进行互动的基础设施,这两类用户使用平台进行信息联系并通过货币进行交换;两类用户在平台上进行互动,为平台创造价值,从而增加平台的实用性并吸引其他参与者。鉴于平台这种基本的设计,一个充满活力和健康的平台依赖于平台上的两类用户所创造的价值,如果平台过于封闭,用户不能或不会实现互利交流所需的价值,这就意味着平台的开放性机制决定着平台是否能够充满活力和健康发展。

在平台建立初期,为了吸引新使用者,提高日活跃数以及用户粘性,平台管理较为宽松,易造成平台所呈现的内容质量下降、平台声誉受损,降低顾客的使用体验;若低质量用户过多,将导致恶意扰乱平台运营秩序的情况和欺诈行为的发生。当顾客数量达到一定程度,则需要对使用者进行身份鉴定,维护平台稳定、提高平台质量及内容,因此,平台需建立完善的用户鉴定配套机制,在用户群体大规模增长时也可以继续保持稳定运行。

当使用者在平台上进行注册时,需以真实身份证账号进行注册验证且绑定手机号码后,才能正常使用平台各项功能。在平台使用时,会对使用者的使用情况进行实时反馈;同时平台拥有完善的服务评价体系,当老年人享受服务后有权进行该次服务的评价,若该评价合理且非无意义的评价,将有机会获得一定数量的优惠券,这样既提升了顾客的复购率,又能为服务商提出合理的意见。

平台会检测用户的信息,当用户发生高频率、内容单一的恶意发言或评论,发表不当言论,包括但不限于:低俗语言、与政治相关、辱骂、带节奏等词汇,平台管理委员会人工对使用者进行惩罚,惩罚措施包括:一定时间段内禁止发言及评论,严重者则进行封号处理等。

2. 平台规范的制定

2.1 平台自身治理规范

平台在治理规范措施时,首先要保证自身必须符合规范,平台的运营要符合以下条件:平台需要有与运营规模相适应的硬件保障措施;平台有保障交易正常运营的计算机信息系统和安全环境;平台会聘请与交易规模相匹配的管理人员、技术人员与服务人员;平台要符合《中华人民共和国电信条例》、《互联网信息服务管理办法》、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》、《电子认证服务管理办法》等法律、法规和规定的其他条件。

2.2 平台针对服务商的管理规范

服务商作为平台的重要组成部分,需要遵守平台制定的一系列治理准则,这些治理准则可能包括业务和管理规则、争议解决规则、违法与不良信息处理规则、信用评级规则等。

2.2.1 业务和管理规则

平台需保证所接入服务商合法经营，不得销售与国家相关标准不符的或危害消费者生命财产安全的产品。对涉及违法经营或侵犯消费者权益的服务商，可以按照事先公布的程序在平台上进行公示；若服务商计划停止与平台的合作，应至少提前告平台，并配合平台处理好涉及消费者或第三方的事务，例如售后与客户投诉的处理工作。

2.2.2 争议解决规则

在处理消费者与服务商的争议上，平台可依据《中华人民共和国电子商务法》进行争议解决。平台需要建立便捷、有效的投诉和举报机制，并公开投诉、举报方式等信息，及时接受并处理投诉和举报；若消费者在平台购买商品或服务后，与服务商发生争议，平台要积极协助消费者并保障消费者的合法权益。

2.2.3 信用评价规则

在服务商对消费者提供服务后，消费者可以对服务商的服务进行评价，若在某个时间段内该服务商的累积负面评价过多，或短时间内该服务商收到的举报过多，平台有权对服务商进行调查并处理。

2.2.4 违法与不良信息处理规则

平台拥有配套的监督管理机制。若消费者在购买所需服务后，发现服务商正在传播不良信息或进行违法行为时，可以对该服务商进行直接举报；平台收到消费者举报后，将在第一时间做出调查并告知消费者结果，同时对违反平台规定的服务商进行处罚。

2.3 平台对消费者的管理规范

消费者是平台使用基数最大的人群，在消费者管理方面平台也将有一定的管理规范。消费者在注册平台时，需通过手机号码进行验证并且实名制，通过规定验证后，消费者才可以享受平台的所有功能。消费者不得给予服务商恶意差评，若经发现，平台有权对该账号进行处罚或封号的处理。

3. 信用管理

信用管理是针对消费者个人的信用以及服务商的资信状况进行的管理，管理的内容涉及对个人和服务商的征信数据的收集、审查以及处理，使之变成征信产品，用于信用交易。在我国 B2C 电子商务市场上，信用问题的存在不仅损害了消费者的合法权益，同时也对诚信经营的商家造成了巨大的威胁和利益侵害。平台可依据《中华人民共和国电子商务法》、《电子商务模式规范》、《新消费者权益保护法》等法律法规制定出关于平台自身、服务商与消费者的信用管理体系。

3.1 服务商信用管理

3.1.1 严格把控对服务商的准入与审查

在平台发展前期，平台虽然有一定的服务商数量基础，但由于准入门槛低、审核机制不完善，并非所有服务商都能保证高质量的服务；但在平台开始稳定运营后，平台可以执行严格的平台审查制度，将对每一个接入的服务商进行经营情况、信用情况、资金状况进行了解和审查，提高接入智宇平台服务商的质量与水平。

3.1.2 利用技术提高监管水平

平台可依据服务商的累计评价质量来为消费者提供服务，若累计评价高的服务商将会优先推荐给消费者。为了防止有不诚信服务商进行刷信用和刷交易额的方式获得更高的信用评分，平台可以采取技术措施对此类行为进行辨别，若算法发现有服务商恶意刷评价行为将主动对该服务商进行订单屏蔽，禁止订单的接入。比如平台的运营体系中可以创新性地引入助老员服务。一方面，从顾客的角度出发，助老员是服务的提供者，可以为购买服务的老年客户提供周到且细致的照顾，了解客户的生活习惯、性格习性等；另一方面，从服务商的角度看，助老员也作为服务商的监督者，在服务商提供服务的周期内，助老员会代表消费者的利益，从专业的角度对该服务进行监督。

在老年人接受服务期间内，平台将为助老员与服务商服务人员配发服务记录仪，同时为助老员配发移动工作平台。每次助老员在工作开始前，需在移动工作平台打卡输入接受服务的顾客的信息，工作记录等；并且，服务仪用全程录像技术与定位技术，可以为服务提供全程记录，保障服务质量，若在服务后出现纠纷，也可以第一时间调取录像查看调查。在服务结束后，顾客可以在服务仪上为助老员或服务人员进行评价，以督促服务人员保证服务质量与工作态度。

3.1.3 注重长远发展，加大惩罚力度

运营良好知名度高的平台，为诚信商家提供了更加公平的环境，保护消费者和服务商的合法权益，这势必会吸引更多的服务商接入平台，也为消费者提供更多种类的产品和服务，提高平台的知名度、市场占有率和消费者的忠诚度。因此，平台应从长远角度出发，加大监管力度并提高监管水平，形成高效有序的监管体系。平台可借助政府和社会的力量，如养老行业协会、民政局等相关职能机构，联合建立养老行业信用体系，建立负面清单，加大失信惩戒力度。在平台上若有服务商提供严重不符合国家规范的服务内容，该服务商将被载入负面清单，并在各大协会及部门进行公示，提高失信和违法违规的代价，以此对其他服务商形成相应的威慑力。

3.2 消费者信用管理体系

消费者作为平台的重要参与者，其对服务商的失信行为和做法，对平台的信用起着很大的影响。消费者对失信问题的不予理会或自认倒霉的做法，会助长失信商家投机取巧的想法，不利于平台的健康发展。因此平台需要鼓励消费者积极举报失信服务商，在收到消费者举报后，平台需在第一时间对该服务商进行调查，并将调查结果反馈给消费者。

消费者在进入平台前，需要进行细致完整的身份验证，包括手机号验证以及实名制等。在后期，若平台发现有消费者为商家刷单、刷好评等行为，将对该账号进行封禁，情节严重者将封禁 IP。

3.3 供需双方互评机制

双方互评实际上是平台对于服务提供者和消费者之间的一种信用制度，利用消费者制约商家，也利用商家筛选消费者。为了避免质量较低的消费者对商家的不良影响，也为了平息商家可能对于偏袒消费者的抱怨，互评机制因此产生。在顾客接受服务商方的服务后，将可以对该服务商进行评价，评价内容例如：服务质量是否到位、服务内容是否完整、服务态度是否符合要求等。在每个季度结束后，平台将对服务商进行筛选，若累积评价过低，则将对该服务商进行相对应的惩罚。同时，在服务人员

对顾客的服务项目结束后,也可以对顾客进行评价,评价内容包括但不限于:顾客是否准时与服务人员对接、是否提出非正常服务项目要求、是否恶意刁难服务人员等。平台将对顾客的累计评价进行统计,若顾客的累计评价过低,系统则会在该顾客二次进行服务购买时,对服务方进行提醒,由服务方选择是否接受该顾客的购买行为。

3.4 售后评价制度

在一次服务完成后或商品购买后,消费者有一次评价并评分该服务体验的机会。由于受服务者多为老年人,可能无法熟练操作智能手机,此时老年顾客可以通过助老员进行服务评价,并且助老员也可以提供专业的评价意见,评价可被服务商所接收但不可被删除。这些评价等级通过后台数据分析,直接对服务商的服务曝光率产生影响,评价高的服务商将获得优先推荐的机会,反之,评价过低的服务商的推荐机会将大大减少甚至受到平台的调查。

3.5 其他补充信用管理制度

还可以采取资金中介制度来进行平台的信用管理。服务商和消费者发生交易,其资金往来必须经过第三方中介,直至消费者确认服务成功为止。对于消费者来说,这个制度消除了所购服务并未保质完成的风险,也对服务商起到了一定监督作用。

4. 结论

利用互联网技术建立养老服务平台,引入养老服务商为老龄人提供方便快捷的服务,不仅能够有效地缓解养老难的社会问题,而且有利于养老服务业健康可持续地发展,而养老服务平台的治理措施对于平台的成功运营起着决定性的作用。本文从用户过滤机制、平台如何制定规则以及信用管理三个角度来说明平台该如何进行治理,在设置用户过滤机制时,消费者需要以真实身份进行注册,才能正常使用平台各项功能,平台会根据消费者的信息进行相应的治理管理;在如何设置规则时,本文提出平台可以从平台自身、服务提供商及消费者三个角度,分别对其制定适用的规则;在信用管理方面,本文建议针对服务商、消费者、双方互评和售后评价制度等几个方面着手。本文提出的养老服务平台措施能够为养老服务平台从理论上提供参考依据。

参考文献

1. 黄清娟、张贵平(2019)。基于知识管理角度构建智慧养老服务电子商务平台。《经济师》,9,226-228。
2. 杰奥夫雷 G.帕克(Geoffrey G. Parker)、马歇尔 W.范·埃尔斯泰恩(Marshall W. Van Alstyne)、桑基特·保罗·邱达利(Sangeet Paul Choudary)(2017)。《平台革命:改变世界的商业模式》。北京:机械工业出版社。

收稿时间:2019-11-13
责任编辑、校对:严佳怡、林雨熙