

Влияние социального влияния и воспринимаемой ценности на намерение использовать услуги «Интернет + Медицинское здравоохранение» на уровне уездов: модерационный анализ региона

Источник: Frontiers in Digital Health

Оригинал: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fdgth.2026.1805619>

интернет-медицина

поведение пациентов

телемедицина

цифровое здравоохранение

Цель

Данное исследование направлено на изучение взаимосвязи между социальным влиянием, воспринимаемой ценностью и намерением использовать услуги формата «Интернет + медицинское здравоохранение», а также на изучение изменений модели с учетом региона как модератора. Целью является выявление ключевых предикторов намерения использования и изучение региональной модерации для разработки адресных рекомендаций в области политики и практики.

Методы

На основе модели принятия технологий (**TAM** — Technology Acceptance Model) было проведено эмпирическое исследование с использованием анкетирования. Данные были проанализированы, и на основе программного обеспечения **AMOS** была построена модель структурных уравнений.

Результаты

Результаты показали, что **воспринимаемая ценность** пациентов ($\beta = 0,337$, $P < 0,05$) и **воспринимаемая полезность** ($\beta = 0,303$, $P < 0,05$) положительно связаны с **намерением использования**. **Воспринимаемая ценность** ($\beta = 0,442$, $P < 0,05$) и **воспринимаемая простота использования** ($\beta = 0,382$, $P < 0,05$) положительно связаны с **воспринимаемой полезностью**. **Воспринимаемая ценность** положительно связана с **воспринимаемой простотой использования** ($\beta = 0,457$, $P < 0,05$). **Социальное влияние** положительно связано с **воспринимаемой ценностью** ($\beta = 0,307$, $P < 0,05$).

Воспринимаемая ценность выступала частичным медиатором положительной связи между **социальным влиянием** и **намерением использования**. **Воспринимаемая полезность** выступала частичным медиатором положительной связи между **воспринимаемой простотой использования** и **намерением использования**. **Регион** модерировал связь между **социальным влиянием** и **воспринимаемой ценностью**.

Заключение

Социальное влияние, воспринимаемая ценность, воспринимаемая простота использования и воспринимаемая полезность являются ключевыми факторами, связанными с намерением пациентов использовать услуги формата «Интернет + медицинское здравоохранение». Пациенты из сельской местности более подвержены социальному влиянию, что в дальнейшем корректирует их воспринимаемую ценность и изменяет их намерение использования.

Для содействия глубокой интеграции услуг «Интернет + медицинское здравоохранение» необходимо координировать технологическую простоту использования, социальные коммуникации и когнитивное восприятие ценности, уделять внимание социальному руководству для сельских пациентов, повышать их грамотность в вопросах медицинской информации и оптимизировать снижение стоимости медицинских услуг, предоставляемых через Интернет.

Перевод выполнен: 17.07.2026 | ai4med.ru

Машинный перевод. Рекомендуем сверять с оригиналом при клиническом использовании.