

以計畫行為理論探討網路投保長期照護險之行為意圖

馬海瑄¹

樹德科技大學 金融管理系 學士生

劉育伶^{2*}

樹德科技大學 金融管理所 助理教授

吳雅婷³

樹德科技大學 金融管理系 學士生

藍婕心⁴

樹德科技大學 金融管理系 學士生

一、摘要

台灣於2020年正式邁入超高齡化社會，現今社會對於長期照護的需求逐漸擴大，且近年來網路消費漸獲大眾接受，金融保險業者因應經營環境變化及市場需求設立網路投保之通路。然而，目前長期照護對於網路投保議題的研究仍有待探討，因此本研究嘗試透過探討網路投保長期照護險，評估影響消費者投保意願之重要關鍵因素。本研究以計畫行為理論為基礎，從態度、主觀規範、知覺行為控制因素加上信任與認知需求變數為主要模型架構，透過問卷方式進行調查，研究結果顯示信任對於態度、主觀規範及知覺行為控制有顯著正相關，認知需求對於行為意圖亦呈現顯著正相關，研究結果可供作為長期照護險之網路投保相關政策擬定與業者制定長期照護險網路行銷策略借鑑參考。

關鍵詞：網路投保、長期照護險、計畫行為理論、信任、認知需求

二、動機與目的

1. 過去傳統紙本投保模式逐漸轉變成新型態線上交易模式，進而降低保險投保過程中的各項成本，讓保險業者得以較低的成本來完成承保過程，網路投保將成為未來保險經營上的重要議題。
2. 人們對網際網路有相當高的依賴感，進而成為現在每人不可或缺的一部分，網際網路的普及讓保險公司意識新型態的轉變。
3. 網路投保七成以上是三十歲至五十歲的消費者，使青壯年族群的網路投保商機受到重視，因此本研究從青壯年網路投保人身壽險裡的長期照護險做研究，探討數位投保對消費者之影響。

三、相關文獻與研究方法

網路投保:劉韋辰(2020)的研究提到網路投保業者若能可靠並正確地提供線上投保服務來滿足顧客的需求，並完善網路線上服務的品質來提升顧客線上滿意度及忠誠度，將可吸引更多消費者前往，增加競爭得優勢。

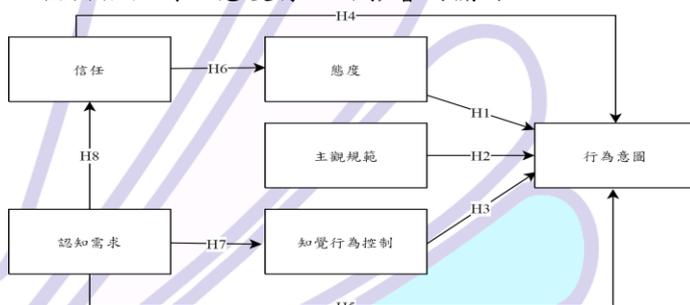
長期照護險:行政院衛生署(1995)首次提出；莊美娟(2003)提到政府應提供誘因，鼓勵商業型長期照護保險的推行。

計畫行為理論:Ajzen (1991)提出的計畫行為理論，可以有效的被用來解釋預測個人的行為，陳明珠

(2015)在中高齡者購買商業型長期照護保險行為意向之研究結果裡提到「行為態度」、「主觀規範」及「知覺行為控制」皆會正向影響中高齡者購買商業型長期照護保險的行為意向。

認知需求:Cohen, Stotland, and Wolfe (1955)最早提出認知需求(Need for Cognition,NFC)定義的學者，定義認知需求為個人為了要了解這個情境，必須合理跟有建設性的去塑造實驗性環境。

信任從呂美麗(2018)的探討青壯年購買長期照護保險之行為意圖中，認為在高信任度的狀況下，青壯年的態度會隨之提高進而影響購買行為意圖，研究方法指出信任對於態度有正向影響的關係。



四、研究結果與討論

1. 主觀規範呈負向顯著地影響行為意圖，而態度及知覺行為控制對行為意圖呈現顯著地正向影響，其次信任及認知需求對行為意圖的假設皆為成立。
2. 認知需求比信任對於行為意圖有更強的效果，而信任比認知需求對於態度則有更強的效果。
3. 主觀規範在此分析中假設並不成立，則以正向影響的關係協其他因素共同解釋網路投保長期照護險之行為意圖。

五、結論

為了解影響長期照護保險的網路投保意願，本研究運用計畫行為理論中的構面結合信任與認知需求探討投保人對於網路投保長期照護險的行為意圖。保險業應加強消費者對於網路投保長期照護險信任、認知需求之因素，並提高消費者的態度與知覺行為控制，促使消費者提升網路投保長期照護險之行為意圖。