

摘要

健保快易通 App 在 2015 推動改版後，以視覺化資訊圖表介面取代原先生硬且欠缺直覺性操作的介面，整體介面操作友善直覺，並提供簡易檢索、篩選及分類功能，讓民眾快速瞭解個人最近的就醫紀錄、檢驗檢查結果及預防保健資料，進而能快速掌握個人的健康狀況，提供自我健康管理的目的。本研究希望針對改版與功能升級的健保快易通 App 進行系統成效評估，探討民眾對於改版後的健保快易通 App 的使用意圖。

本研究以消費價值理論及期望確認理論為理論基礎，提出概念化研究架構與假說。以線上問卷的方式，透過便利取樣，最終收集 96 份有效的問卷，收集民眾對健保快易通 App 的評價。資料分析以 Smart PLS 3.0 進行模式與假說驗證，以 SPSS 分析樣本特徵與差異分析。主要研究結果發現民眾對健保快易通 App 的『社會價值』、『功能價值』感受與對 App 的『使用者滿意度』之間具有正向顯著關係；而民眾對 App 具有正向且較高的『使用者滿意度』時也有助於增強民眾對 App 的『使用意圖』，最終，整體模式解釋力達 56%。由此顯示，民眾對於健保快易通 App 的使用易受到親近或較常接觸的關係人之影響越正向和健保快易通 App 的功能表現、效用表現越正向時，則民眾對於健保快易通 App 的使用滿意度也越高。故，建議衛服部或健保署可朝多元功能實用性及創新的服務持續擴展 App 的功能，且多方運用網路社群媒體、廣播、電視、進行文宣，並可製作宣導影片提供特約院所在候診區輪播，增強民眾對健保快易通 App 的印象，提高民眾對健保快易通 App 的認識，讓民眾了解到利用健保快易通 App 即可方便有效率地掌握自己或家人的健康資訊。

關鍵字：消費價值理論、期望確認理論、健保快易通、App、使用意圖