

# 電子商務應用於傳統產物保險之研究

黃有南、王學銘

E-mail: 9608218@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

網際網路與人民日常生活相互結合的時代裡，企業利用電子化移轉全球商業交易流程、開啟全新行銷通路以提高績效以強化企業競爭力，因此電子商務的發展將成為企業成功與否的關鍵因素。產物保險一直是由業務員與消費者雙向互動後，雙方簽定保障合約後而形成一保險契約，產物保險之需求是無形且潛在於顧客心中的，因此多仰賴專業的業務人員進行解說、推銷及售後服務保障後，顧客會因信賴業務人員才投保。現今產物保險透過電子商務化，利用網站傳達各種保險資訊與知識，擴張產物保險的深度與廣度，透過網站的連結傳播資訊與知識，逐漸改變產物保險交易生態。本研究旨在產險業者保有傳統行銷通路的特性加強並改進且在全球電子商務化普及的潮流之下，產險商品電子商務化是為產險業者之重要發展趨勢，雖仍處於萌芽發展階段但利用電子商務化行銷通路的特性，二者之結合使產險業者可實際有效縮短投保流程外，亦可減少通路費用的支付及新市場或新顧客的開發，讓產險業者獲利大增外，更讓顧客滿意進而提升線上投保之意願。隨著網路行銷的開啟，線上投保將是未來產險業者行銷通路的主流之一，目前產物保險業者推行線上投保之成效仍需再一段發展與觀察期，產險業者應將線上投保視為輔佐企業發展之重要工具，線上投保相關知識之提供可供客戶預先上網查詢所需之相關資訊即為自助服務，最後再由專人協助完成投保手續，節省業務員解說及介紹之時間與成本提升作業效率，透過線上及業務員之結合縮短流程，二者相輔相成使產險業者經營更有效率，並為顧客與業者雙方皆帶來利益。

關鍵詞：產物保險；電子商務；線上投保

## 目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
v 誌謝辭		vii 內容目錄	
viii 表目錄		x 圖目錄	
xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二章 文獻探討	6	第二節 產物保險	7
5 第三章 研究方法	38	第三節 台灣產物保險發展概況	21
6 第四章 個案研究	43	第四節 產物保險業之電子商務	32
16 第五章 結論	56	第一節 研究方法	38
21 第六章 建議	58	第二節 資料蒐集	40
38 第七章 研究限制	58	第三節 研究設計	41
59 附錄一	65	第四節 研究對象	42
69 附錄二		第一節 個案公司簡介	43
		第二節 個案分析	44
		第三節 小結	53
		第五章 結論	56
		第一節 結論	56
		第二節 建議	58
		第三節 研究限制	58
		參考文獻	59
		附錄一	65
		附錄二	65

## 參考文獻

- 一、中文部份 Joseph, A. M. (2001), 質化研究設計(高熏芳, 林盈助, 王向葵等人譯), 台北:心理出版社。 Turban, E., King, D., Lee, J., & Viehland, D. (2005), 電子商務—管理與技術(張瑞芬等人譯), 台北:華泰文化事業有限公司。 財團法人保險事業發展中心(2006), 台灣地區保險市場重要指標。 江朝峰, 汪芳國(2000), 人身與財產保險行銷管理, 台北:平安出版有限公司。 江朝國(1999), 強制汽車責任保險法, 台北:智勝出版。 林文昌(2001), 銀行保險之傳統人員銷售與網際網路銷售之行銷組合比較研究, 私立逢甲大學保險研究所未出版之碩士論文。 林萬福(2005), 資訊科技對產險經營管理影響之研究, 私立淡江大學保險經營研究所未出版之碩士論文 林群弼(2002), 保險法論, 台北:三民出版社。 保險專家學者合著(2002), 人身與財產保險經營, 台北:平安文化出版。 洪美芳(2004)我國人壽保險業推動電子商務之階段性發展研究, 國立交通大學經營管理研究所未出版之碩士論文。 胡宜仁(2002), 人身 & 財產保險經營, 台北:平安文化出版。

唐順明,李宗軒(1999),建立企業網路的關鍵因素影響模式之實證研究,亞太管理評論,4(2),201-214。徐明龍,陳璽煌(2006)電子商務—管理與技術,台北:鼎茂圖書。財團法人保險事業發展中心,保險資料庫[線上資料],來源:  
[http://www.tii.org.tw/fcontent/database/sta\\_test/genrep\\_selectg.asp](http://www.tii.org.tw/fcontent/database/sta_test/genrep_selectg.asp)[2007, June 1]。康裕民(1999),二十一世紀保險行銷通路,保險行銷,126,44-46。張碧真(2000),財產保險業網路行銷可行性之研究,第三屆商業現代化研討會論文集(p.30),雲林:國立雲林科技大學。張碧真(2001),電子商務系統-財產保險業網路行銷可行性之研究,大明學報,2,167-182。郭常銘(2002)消費者對保險網際網路功能認知之研究,產業金融季刊,117,127-141。陳松興,鄭鈺蓉(2000),保險業之信用評等,風險管理季刊,5,53-88。陳建勝、陳聰賢等人合著(2004)保險學理論與實務,台北:華立圖書股份有限公司。陳國璋(1999)電子商務與保險業,保險資訊,161,7-14。陳森松等(2003)產物保險經營,台北:華泰文化事業有限公司。陳雲中(1998)保險學要義—理論與實際,台北:自行出版。陳麗秋(2000),廿一世紀保險經紀人的定位與策略-該是保險經紀人可以積極發揮的時候了!,現代保險,138,72-75。陳繼堯(1999)汽車保險-理論與實務,台北:智勝文化出版。彭國星(1999),產險業分析,元大投資資訊,1,28-39。彭敏嬪(2003),直效行銷對產壽險業務員之心理影響—以網路為實證對象,私立朝陽科技大學保險金融管理研究所未出版之碩士論文。曾文瑞(2003),從保險利益觀點探討船舶運送業為旅客投保人身傷害保險之問題,高雄第一科技大學風險管理與保險系新世紀風險管理與保險研討會。游杰(2001)保險電子商務網住保險版圖,現代保險,139,34-36。湯宗泰,劉文良(2002)電子商務與網路行銷,台北:東橋資訊股份有限公司。黃俊英,黃士瑜(2006)行銷研究—概念與應用,台北:三民書局。黃俊英(2005)行銷研究—管理與技術,台北:華泰文化事業有限公司。楊坊山(1999)台灣汽車保險的回顧與展望,保險專刊,14。創新資訊應用研究計畫(2005),台北:資策會與經濟部技術處。榮泰生(2000)網路行銷—電子商務篇,台北:五南出版社。劉子操,郭頌平(2003),保險行銷學(曾文瑞校訂),台北:五南圖書出版公司。劉文良(2006),電子商務,台北:金平資訊股份有限公司。劉宇薇(2001),消費者型態與上網購買壽險意願之相關性研究,私立逢甲大學保險研究所未出版碩士論文。潘宏源(2001),壽險業多元通路的行銷策略與競爭優勢研究,國立台灣大學商學研究所未出版之碩士論文。潘承璋(2006),線上投保之網路服務、資訊安全及投保印象對滿意度之研究,私立樹德科技大學金融保險研究所未出版之碩士班。蔡俊平(2004),電子商務概要,台北:文魁資訊股份有限公司。鄭鎮樑,王維元(2004),我國產險從業人員、消費者對產險傳統行銷通路與網路行銷通路認知之差異及對網路行銷通路滿意程度之研究,創新與管理,1(1),71-89。謝坤民(2000)保險業之電子商務,保險資訊,180,11-17。

二、英文部分 Davidson, S. (2000) Looking at the life insurance industry. *Community Banker*, 9(3), 40-41. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, D. T. (1989) *Consumer Behavior* (3rd ed.) Orlando: Harcourt. Kalakota, R., & Whinston A. B. (1997) *Frontiers of electronic commerce*. Addison-Wesley Publishing Company, New York. Kolodinsky, J. (1999) Consumer satisfaction with a managed health care plan. *The Journal of Consumer Affairs*, 33, 223-236. Michael, B., Yves, P., & Arie, S. (1996) On the road of electronic commerce—a business value framework. *Gaining Competitive Advantage and Some Research Issues*, 2. Papazoglou, M., & Tsalpatidou, A. (1999) Guest editorial: Special issue on information systems support for electronic commerce. *Information Systems*, 24(6), 425-427. Segev, A., Wan, D., & Beam, C. (1995) Designing electronic catalogs for business value: Results of the commerce net pilot. *The Fisher Center for Information Technology & Management Haas School of Business University of California, Berkeley*, 6-15. Ted., H. (1995) *The electronic commerce dictionary*. Robleda Company, Menlo Park, CA. Turban, E., Lee, J., King D. & Chung, H. K. (2000) *Electronic commerce: A managerial perspective*. New Jersey: Prentice-Hall. Zwass, V. (1996) *Electronic commerce: Structure and issues*. *International Journal of Electronic Commerce*, 1(1), 3-12.