

# A Research of Applying Electronic Commerce in Traditional Insurance

黃有南、王學銘

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

## ABSTRACT

In this Internet Age, enterprises began to use e-commerce to transfer global trading processes and to develop new channel, making their company more competitive. Therefore, the success or failure of developing e-commerce is the key factor to a company. Property Insurance is built under two-way interaction between salesperson and consumer. The demand of Property Insurance is invisible. Consumer is usually convinced by a salesperson, signing a contract after the deal. Now Property Insurance is using e-commerce, to transmit information and knowledge through Internet. E-commerce is changing the trading environment little by little. This research is focused on keeping and improving traditional channel for Property Insurance companies. Under the popularization of global e-commerce, using e-commerce is a trend for future developing. The developing of E-commerce is still in the initial stage, but it can not only shorten the process to insure but also reduce the payment on developing new market and customer. In that way, Property Insurance companies can highly increase the profit, and making customers satisfied, willing to insure online. With the opening of online marketing, online insurance will be the mainstream in the future. Property Insurance companies should take online insurance as an important tool though it is still in the initial stage. Online insurance provides information for customers to search what they need, then finish the procedure with professionals. Combine e-commerce and salesperson together, making companies more efficient and bringing more profit for both consumer and companies.

Keywords : Property insurance ; Electronic commerce ; Insurance online

## Table of Contents

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 第二節 研究目的	4	第三節 研究流程	5
5 第二章 文獻探討	6	第一節 保險商品之種類	6
6 第二節 產物保險	7	第三節 台灣產物保險發展概況	16
16 第四節 電子商務		21 第五節 產物保險業之電子商務	32
32 第三章 研究方法		38 第一節 研究方法	40
40 第三節 研究設計	41	42 第四章 個案研究	43
43 第二節 個案分析	44	43 第一節 個案公司簡介	43
44 第三節 小結	53	53 第五章 結論	56
56 第一節 結論	56	56 第二節 建議	
57 第三節 研究限制	58	58 參考文獻	
59 附錄一	65	65 附錄二	
69			

## REFERENCES

- 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。彭敏娟(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: Perntice-Hall. Zwass, V. (1996) Electronic commerce: Structure and issues. International Journal of Electronic Commerce, 1(1), 3-12.