

# 顧客資訊系統能耐、顧客關係品質與顧客關係管理績效之相關性研究：以外商銀行與本國銀行之消費者為例

江明政、賴文魁

E-mail: 321466@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This research mainly investigates the interrelationships of customer information system competency to customer relationship quality and customer relationship management performance between foreign banks and domestic banks.

The investigation was conducted by questionnaire method selecting the customers of both foreign banks and domestic banks as the research sample. The questionnaire of 120 each was collectively mailed to various banks located in the northern, central and southern part of Taiwan with total of 390 copies mailed. The valid questionnaire of 296 retained (approximately 75.9% rate of return) were constituted by 162 copies from foreign banks and 134 copies from domestic banks.

The result of this research shown that regardless of the banks identity (e.g. foreign banks or domestic banks) (1) customer information system competency has significant positive impact on customer relationship quality; (2) customer information system competency has significant positive impact on customer relationship management performance; (3) customer relationship quality has significant positive impact on customer relationship management performance, except for (4) a significant variation between the consumers of foreign banks and domestic banks on customer relationship management performance.

Keywords : customer information system competency、customer relationship quality、customer relationship management performance

## Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	vi
內容目錄	vii
表目錄	ix
圖目錄	xii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	1
第三節 研究目的	2
第四節 研究流程	4
第二章 文獻探討	6
第一節 顧客資訊系統能耐	6
第二節 顧客關係品質	9
第三節 顧客關係管理績效	12
第四節 資訊系統能耐對顧客關係品質與顧客關係管理績效之綜合探討	15
第三章 研究方法	18
第一節 研究架構	18
第二節 研究假設	19
第三節 變數的操作性定義	22
第四節 問卷設計	26
第五節 抽樣設計	27
第六節 資料分析方法	28
第四章 實證分析	30
第一節 敘述性統計分析	30
第二節 信度分析	36

第三節	t檢定分析 . . . . .	37
第四節	變異數分析 . . . . .	42
第五節	相關分析 . . . . .	52
第六節	迴歸分析 . . . . .	54
第七節	路徑分析 . . . . .	64
第八節	研究假說分析與結果 . . . . .	69
第五章	結論與建議 . . . . .	71
第一節	研究結論 . . . . .	72
第二節	研究限制 . . . . .	76
第三節	研究建議與管理意涵 . . . . .	76
參考文獻	. . . . .	79
附錄	研究問卷 . . . . .	90

## REFERENCES

- 一、中文部分王婷穎(2002), 國際觀光旅館之服務品質、關係品質與顧客忠誠度之相關性研究 - 以台北、台中及高雄地區為例, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。江錦樺(2001), 人格特質與組織文化之適配性對工作績效之影響 - 以高科技F公司為例, 國立中央大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。李志華(1982), 臺灣企業績效評估方式之研究, 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。李美枝(1990), 女性心理學, 台北:大洋出版社。李宜珈(2003), 人格特質、組織文化與訓練遷移成效關係之研究 - 以銀行業為例, 私立大葉大學工業關係研究所未出版之碩士論文。林春吉(2005), 資訊科技能耐、服務氣候、社會資本對顧客關係管理績效關聯性之研究 - 以銀行業理財專員為例, 私立樹德科技大學經營管理研究所未出版之碩士論文。林怡菁(2004), 資訊科技服務對服務品質與關係品質影響之研究 - 以旅館業為例, 私立大葉大學工業關係學系未出版之碩士論文。柯愷音(2000), 資訊科技與政府再造對組織績效之關聯性研究, 私立長榮管理學院經營管理研究所未出版碩士論文。吳家德(2007), 理財專員的人格特質、內部行銷、專業承諾、情緒勞務與工作績效之關聯性研究 - 以台南地區銀行為例, 私立南台科技大學高階主管企管碩士班未出版之碩士論文。施啟文(2000), 台灣投資人之性格特質及其投資獲利與生活滿意度之相關研究, 私立大葉大學事業經營所未出版之碩士論文。陳清龍(1988), 投資人人格特質、投資型態及投資績效之研究, 私立淡江大學金融研究所未出版之碩士論文。陳曉菁(2001), 服務技術接觸與顧客互動品質間關係之研究 - 以銀行服務為例, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所未出版之碩士論文。曾文俊(2005), 顧客價值與顧客關係管理績效之關聯性研究 - 以H銀行消費金融部門為例, 私立大同大學事業經營學系未出版之碩士論文。黃儀芳(2001), 利用資訊科技提升顧客關係管理績效之研究, 私立元智大學管理研究所未出版碩士論文。張娜婷(2003), 金融業實施顧客關係管理對顧客忠誠度效應影響研究, 國立東華大學國際企業研究所未出版碩士論文。張詩偉(2007), 品牌形象、品牌關係品質、顧客關係品質、涉入程度與品牌態度關係之研究 - 以名牌精品為例, 私立輔仁大學心理學系研究所未出版之碩士論文。曾義明, 陳頌(2003), 顧客願意與商店維持關係嗎? 服務業特性與顧客 - 商店關係認知, 管理研究學報, 3(2), 187-212。黃世忠(2002), 組織結構、領導風格、員工個人特質、工作特性與工作滿足關係之研究 - 以中山科學研究院電子系統研究所為例, 私立中原大學企業管理學系未出版之碩士論文。答京瑤(2005), 航空公司與旅行業關係管理、關係品質與關係績效之研究 - 以某國籍F航空公司為例, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。劉乃綺(2004), 企業建置顧客關係管理系統的影響因素與其績效之研究, 國立台北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。詹貞儀(2003), 內部管理與互動品質因素對顧客線品質影效果之研究 - 以台灣地區人壽保險業為對象, 私立淡江大學國際貿易學系未出版之碩士論文。遠擎管理顧問公司(2001), 顧客關係管理企業規範, 台北:遠擎管理顧問。廖學寅(2004), 台灣中小企業創業家人格特質與創業績效關係之研究, 私立輔仁大學管理研究所未出版之碩士論文。簡永在(2002), 顧客關係策略與顧客價值、滿意度及行為意向關聯性之研究, 國立台北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。羅世輝, 湯雅云(2003), 內外控人格特質與授權賦能認知對工作滿足之影響 - 以金融保險業為例, 人力資源管理學報, 3(1), 001-019。詹勳章(2005), 我國OBU成立後, 大陸台商人格特質、資金調度因素對資金行為及財務績效之相關研究, 私立大葉大學會計系研究所未出版之碩士論文。蔡建樑(2003), 個人人格特質對組織公正認知與組織公民行為關係影響之研究, 國立東華大學企管研究所未出版之碩士論文。謝福樹(2001), 從關係行銷探討關係品質之模式以我國銀行業為例, 私立義守大學管理科學研究所未出版之碩士論文。鍾碧菁(2004), 人格特質、台灣金控經營績效對股票投資人投資型態及投資績效之研究, 私立大葉大學會計資訊所未出版之碩士論文。鐘世昌(2008), 跨國銀行之服務品質和服務傳遞屬性對網路銀行顧客滿意度及忠誠度影響之研究, 私立大葉大學國際企業管理學系研究所未出版之碩士論文。蘇彥明(2003), 顧客關係管理對企業經營績效之影響 - 整合科技與管理觀點, 國立中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文。藍巧茹(2005), 顧客資訊系統能耐、動態顧客關係管理與顧客關係管理績效之關聯性研究 - 以證券業為例, 國立高雄應用科技大學企業管理系所未出版之碩士論文。盧坤利(2000), 台灣地區企業採用顧客關係管理系統之影響因素研究, 國立台灣大學商學研究所未出版之碩士論文。蕭至惠(2004), 服務業顧客滿意度實證研究之比較, 台灣銀行季刊, 55(2), 11-36。
- 二、英文部分Costa, P. T., Jr., & McCrae R. R. (1986). From catalog to classification; Murray's needs and the five-factor model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 258-265. Chung, H. P., & Young, G. K. (2003). A framework of dynamic CRM: Link marketing with information strategy. *Business Process Management Journal*, 9(5), 652-672. Dabholkar, P. A. (1996). Customer evaluations of new technology-based self-service options: An investigation of alternative models of service quality. *International Journal of Research in Marketing*, 13(1), 29-51. Dabholkar, P. A. (1994). Incorporating Choice into an Attitudinal Framework: Analyzing Models of Mental

Comparison Processes. *Journal of Consumer Research*, 21, 100-118.

Davids, M. (1989). From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism. *Geografiska Annaler B*, 71, 3-17.

Davids, M. (1999). How to Avoid the 10 Biggest Mistake in CRM. *Journal of Business Strategy*, 11, 22-26.

Drucker, P. F. (1974). *Management: Tasks, responsibilities, practices*. New York: Harper and Row.

Frederick, F. R., & Salter, W., Jr. (1996). Zero Defections: Quality Comes to Services, *Harvard Business Review*, 57-69.

Friedman, M., & Rosenman, R. H. (1974). *Type A Behavior and Your Heart*. New York: Knopf.

Furey, T. R. (1991). How information power can improve service quality. *Planning Review*, 19(3), 24-26.

Gronroos, C. (1982). An applied service marketing theory. *European Journal of Marketing*, 16(7), 30-41.

Hammer, T. H., & Vardi, Y. (1981). Locus of Control and Career Self- Management among Nonsupervisory Employees in Industrial Settings. *Journal of Vocational Behavior*, 18, 13-29.

Hennig, Thurman, T., & Klee, A. (1997). The impact of customer satisfaction and relationship quality on customer retention-a critical reassessment and model development. *Psychology and Marketing*, 14, 737-65.

Kim, S. D., Bae, J. E., Park, H. S., & Cha, D. K. (2005). Bioleaching of cadmium and nickel from synthetic sediments by *Thiobacillus ferrooxidans*. *Environmental Geochemistry and Health*, 27, 229-235.

Kumar, N. (1997). The Power of Trust in Manufacturer-Retailer Relationships. *Harvard Business Review*, 92-106.

Ledingham, J. A. (1984). Are consumers ready for the information age? *Journal of Advertising Research*, 24(4), 31-37.

Lefcourt, H. M. (1972). Internal Versus External Control of Reinforcement Revisited: Recent Developments. In B. A. Maher (Ed), *Progress in Experimental Personality research*, 6, New York: Academic Press.

Levitt, T. (1983). After the sale is over. *Harvard Business Review*, 61 (5), 87-93.

Newell, F. (2000). *Loyalty: Customer Relationship Management in the New Era of Internet Marketing*. New York: McGraw-Hill.

Ott (1999). Methods of analysis and resources available for genetic trait mapping. *Journal of Heredity*, 90(1), 68-70.

Parasuraman, A., & Grewal, D. (2000). The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain: A Research Agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 168-174.

Phillip, K. H., Gus, M. G., Rodney, A. C., & John, A. R. (2003). Customer repurchase intention A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37, 1762-1800.

Reinartz, W., & Kumer, V. (2002). The Mismanagement of Customer Loyalty. *Harvard Business Review*, 80(7), 86-94.

Roberts, K., Sajeev, V., & Rod, B. (2003). Measuring the Quality of Relationships in Consumer Services: An Empirical Study. *European Journal of Marketing*, 37(1/2), 169-196.

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80, 609.

Spector, P. E. (1982). Behavior in Organizations as a Function of Employee 's Locus of Control. *Psychological Bulletin*, 91(3), 482-497.

Smith, B. (1998). Buyer-Seller Relationship: Bonds, Relationship Management, and Sex-Type. *Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 15(1), 76-92.

Tiwana, A. (2001). *The Essential Guide to Knowledge Management: E-business and CRM Applications*, Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall PTR.

The New York Time (1989). The Powerful push for self-service, April 9, S3-1.

Tippens, M. J., & Sohi R.S. (2003). It Competency and Firm Performance: Is organizational Learning a Missing Link. *Strategic Management Journal*, 24, 745-761.

Ulrich, R. S. (1984). View through a window may influence recovery from surgery. *Science*, 224, 420-421.

Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches. *Academy of management Review*, 11(4), 801-814.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Services marketing*, London: McGraw-Hill.

Zhu, F. X., Walter W. Jr., & InJazz, C. (2002). IT-based vices and service quality in consumer banking. *International Journal of Service Industry Management*, 13(1), 69.