

知覺理財專員專業對顧客金融商品投資決策之影響-以風險態度、口碑為干擾變數

蘇芳瑜、謝茵如

E-mail: 382073@mail.dyu.edu.tw

摘要

全球所面臨的金融風暴，到近年的歐債危機，使得全球都籠罩在不景氣與對金融商品缺乏信任感之下。金融海嘯爆發後所發生的金融糾紛中，投資失利顧客認為部份理財專員對其商品質性說明不清或刻意誤導，因而發生難以預期的金錢損失。故理財專員之角色、能力及專業度備受質疑，說明了顧客知覺理財專員的專業對投資人之金融商品決策會有其影響。故本研究之目的是針對知覺理財專員專業與顧客金融商品決策間關係進行探討，並探討風險態度、口碑之干擾效果。本研究共計發出問卷350份，透過回收之有效樣本數270份，其研究結果發現，知覺理財專員專業各三構面對顧客金融商品決策有正相關，當理財專員的專業知識、專業技能、專業態度愈佳，顧客購買金融商品的意願就愈高。另外，風險態度以及口碑皆對知覺理財專員專業與顧客金融商品決策間關係具干擾效果。最後再根據研究結果，本研究亦進一步提出對學術與實務界的建議。

關鍵詞：風險態度、口碑

目錄

中文摘要.....	iii	英文摘要.....	iv	誌謝.....	
.....	v	目錄.....	vi	圖目錄.....	
.....	viii	表目錄.....	ix	第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....	
.....	1	第二節 研究問題與目的.....	4	第三節 研究流程.....	
.....	5	第四節 研究結構與內容.....	6	第二章 文獻探討 第一節 知覺理財專員專業.....	7
.....	12	第三節 風險態度.....	14	第四節 口碑.....	
.....	22	第三章 研究方法 第一節 研究架構.....	26	第二節 研究假說.....	
.....	27	第三節 問卷內容與設計.....	29	第四節 樣本與資料蒐集.....	
.....	36	第五節 資料分析方法.....	37	第四章 資料分析 第一節 問卷回收率.....	
.....	39	第二節 敘述性統計.....	39	第三節 信度與效度分析.....	41
.....	43	第五節 變異數分析.....	46	第六節 迴歸分析.....	
.....	56	第五章 結論與建議 第一節 研究結論.....	63	第二節 研究建議.....	
.....	68	參考文獻 中文部分.....	70	英文部分.....	
.....	74	附錄 - 問卷.....	85	圖目錄 圖 1-1 研究流	
.....	5	圖 2-1 研究架構.....	13	表目錄 表2-1態度組成	
.....	17	表3-1知覺理財專員專業量表.....	31	表3-2風險態度量表.....	
.....	32	表3-3口碑量表.....	34	表3-4金融商品投	
.....	36	表4-1問卷回收統計.....	39	表4-2基本資料統計	
.....	40	表4-3信度分析.....	42	表4-4效度分	
.....	43	表4-5相關分析.....	45	表4-6年齡於各構面間之差異分析.....	46
.....	46	表4-7教育程度於各構面間之差異分析.....	49	表4-8月	
.....	51	表4-9個人投資總額於各構面間之差異分析.....	53	表4-10知覺	
.....	56	表4-11專業知識對顧客金融商品投資決策之迴歸分析.....	57	表4-12專業技能對顧客金融商品投資決策之迴歸分析.....	57
.....	58	表4-13專業態度對顧客金融商品投資決策之迴歸分析.....	58	表4-14風險態度對知覺理財專員專業與顧客金融商品決策之干擾效果.....	58
.....	59	表4-15風險態度對專業知識與顧客金融商品投資決策之干擾效果.....	59	表4-16風險態度對專業技能與顧客金融商品投資決策之干擾效果.....	59
.....	60	表4-17風險態度對專業態度與顧客金融商品投資決策之干擾效果.....	60	表4-18口碑	
.....	61	表4-19口碑對專業知識與顧客金融商品投資決策之干擾效果.....	61	表4-20口碑對專業技能與顧客金融商品投資決策之干擾效果.....	61
.....	62	表5-1知覺理財專員專業對顧客金融商品投資		表5-2風險態度作為干擾效果之檢定結果彙整表.....	64
.....	64	表5-3口碑作為干擾效果之檢定結果彙整表.....	67		

參考文獻

- 一、中文部分 王志剛 謝文雀譯 (1995), 消費者行為, 華泰書局, 台北。(Engel, J. F., Blackwell R.D. and Miniard, P. W.) 王瑛 (2006)。潛水教練對遊憩水肺潛水風險管理之研究, 國立臺東大學體育學系碩士班未出版碩士論文。毛仁傑 (1989)。個人生活型態理財觀念與理財行為 - 台北市國小學生家長個案研究。台灣大學商學研究所未出版碩士論文。江書婷(2002)。不同服務業類型下, 服務品質與關係品質關聯性之研究, 東吳大學企業管理學系碩士班未出版碩士論文 何心展等(2003), 寧波民眾對非典型疫情風險認知的調查研究, 寧波大學學報, 第16卷, 第3期, 頁258-261。余玥辰(2011), 風險認知、先驗知識及自我效能對創業意圖之影響-風險態度之中介效果, 國立高雄應用科技大學企業管理系未出版碩士論文。余建輝(2010), 人際溝通、銷售人員之專業知識、關係利益與購買意願關係之研究, 國立中山大學企業管理系未出版碩士論文。吳秀珍(2001), 使用者態度與使用行為意向關係之研究 以農產品行銷資訊系統為例, 國立中興大學行銷研究所未出版碩士論文。吳應台(2008), 壽險業務員專業能力、人際信任與消費者投資型保單購買行為之關係, 樹德科技大學金融與風險管理所未出版碩士論文。李美枝 (1996), 兩性關係的社會生物學原型在傳統中國社會與今日臺灣社會的表現型態。本土心理學研究, 第5期, 頁114-213。林生祝(2008), 企業對客製化資訊軟體購買意願影響因素之研究, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理所未出版之碩士論文。林孟宗(1976), 特殊教育師資專業能力之分析研究, 國立台灣師範大學教育研究所未出版之碩士論文。林瑞欽(1990), 師範生任教職志之理論與實徵研究, 頁17-24復文書局, 高雄。邱文照 (2004) 專業能力、人際關係、企業形象對購買意願影響之研究 - 以投資型保險商品為例, 中國文化大學國際企業管理研究所未出版碩士論文。柯麗霞(2008), 銷售員的外表吸引力與專業能力對發展顧客關係的影響之研究, 義守大學管理學院碩士班未出版碩士論文。段開齡(1981), 風險管理專題演講, 產險季刊, 40卷, 5-14頁。許士軍(1987), 管理學, 東華書局, 台北。許智發(2007), 科技創新、涉入程度及口碑對消費者使用網路銀行意願之研究, 靜宜大學企業管理學系未出版碩士論文。許維玲(2002), 個人金融商品選擇模式之研究, 屏東科技大學企業管理系碩士班未出版碩士論文。許慧琳(2010), 投資人對金融商品的風險態度與投資決策行為:行為財務學的觀點, 國立高雄第一科技大學管理研究所未出版碩士論文。陳宜君(2011), 服務行為、口碑傳播、信任與購買意願關係之研究-以私人銀行為例, 國立成功大學高階管理碩士在職專班(EMBA)未出版碩士論文。陳忠慶 (1990), 個人理財手冊。遠流出版社, 台北市。陳滄河 (1985), 我國職業會計師風險態度及其相關因素之研究, 政治大學會計研究所未出版碩士論文。彭蘇蓉(2003), 風險容忍度與變額保險購買決策之研究, 逢甲大學保險學系碩士班未出版碩士論文。黃懿慧, (1994), 科技風險認知與溝通問題, 民意研究季刊, 第188期, 頁95-129。楊美維(2004), 視覺傳達設計人員專業知覺之研究。設計學報, 第9卷, 第2期, 頁13-33。楊緒永(2009), 品牌形象、知覺價值、口碑、產品知識與購買意願之研究 - 以手機為例, 南華大學企業管理系管理科學未出版之碩士論文。趙清遠、黃義俊、趙美雯、王崇禮(2009), 專業能力、關係品質與顧客關係管理效能之關聯性研究 以非金融綜合券商顧客為例, 朝陽商管評論第八卷p67-100。蔡文輝(1994), 社會學理論, 三民書局, 台北。練乃華、留淑芳(2003), 口碑相傳訊息之傳播及對消費者購買行為之影響:文獻回顧與評論, 中山管理評論, 第十一卷第二期, 頁283-307。鄭如吟(2006), 銀行理財服務購買意願之研究, 國立成功大學統計學研究所未出版碩士論文。鄭欣怡 (2009), 台灣地區社區大學行政人員專業能力指標建構之研究, 國立新竹教育大學教育學系未出版碩士論文。賴宇志(2004), 消費者決策風格對風險承受度與投資偏好結構之影響, 國立臺灣大學國際企業學研究所未出版碩士論文。戴鸞萱(2006), 在FCB架構下, 探討風險態度與自尊意識對消費者決策模式的關係之影響效果, 國立成功大學企業管理學系碩博士班未出版碩士論文。謝佳宏、莊雅慧(2012), 探討銀行客服銷售人員與顧客購買意圖之關聯性-在消費金融與財富管理商品之比較, 企業管理學報 第94期p19-39。韓宗原 (2004), 口碑對網路銀行採用行為之影響, 國立臺灣科技大學企業管理研究所未出版碩士論文。
- 二、英文部分 Allport, G.W. (1935). A handbook of social psychology. Worcester, MA:Clark University Press. Arndit, J. (1967), " Role of product-related conversation in the diffusion of a new product ", Journal of Marketing Research, 4, 291-295. Arrow, K.J. (1965), Aspects of the Theory of Risk Bearing, Helsinki:Yrjo Jahnsson Foundation, Lecture 2. Athearn, James L.(1977), Risk and Insurance, N.Y. : West Publishing Co. Bansal, H. S.& Voyer, P. A.(2000), Word-of-Mouth Processes within a Services Purchase Decision Context, Journal of Service Research, Vol.3, No.2, pp.166-177. Bennett, P. D. & G. D. Harrell (1975), " The Role of Confidence in Understanding and Predicting Buyers Attitudes and Purchase Intentions, " Journal of Consumer Research, 2, 2, 110-117 Bernoulli, D.(1954),"Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk",Econometrica, Vol.22,pp.23-36. Blodgett, J. G., Granbois, D. H. & Walters, R. G. (1993), " The effects of perceived justice on complainants' negative word-of-mouth behavior and repatronage intentions, " Journal of Retailing, 69(4), pp. 399-428. Braunsberger, K.(1996),The effects of source and product characteristics on persuasion.Dissertation Abstracts International: Humanities and Social Science,57(6-A),25-75. Brooker, C. (1996), Churchill Livingstone 's Dictionary of Nursing. New York: Churchill Livingstone. Brown, Jacqueline Johnson & Peter H. Reingen(1987), " Social Ties and Word-of-Mouth Referral Behavior, " Journal of Consumer Research, Vol. 14, No. 3, December, 350-362. Brown, T. J., Barry, T. E., Dacin, P. A. and Gunst, R. F. (2005), " Spreading the word: Investigating antecedents of consumers' positive word-of-mouth intentions and behaviors in a retailing context, " Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 33, No. 2, pp. 123-138. Bullard, J. H.(1983), Professionals' attitudes toward advertising: a study of lawyers, dentists, and accountants. Ph. D.dissertation, Virginia, Polytechnic Institute and State University. Burzynski, M. H., & Bayer, D. J.(1977), " The effect of positive and negative prior information on motion picture appreciation ", Journal of Social Psychology, Vol.101, No.2, pp. 215-18. Bone, Paula F., 1995, " Word-of-Mouth Effects on Short-Term and Long-Term Product Judgments ", Journal of Business Research, Vol. 32, No.3, 213-223. Busch, P. & Wilson, D. T. (1976), An experimental analysis of a salesman 's expert and referent bases of social power in the buyer-seller dyad, Journal of Marketing Research, 13:3-11. Chandran & Morwitz (2005), " Effects of participative pricing on consumers' cognitions and actions: A goal theoretic perspective ", The Journal of consumer research,vol:32 iss:2 pg:249 Chisholm, M. E.& Ely, D. P.(1976), Media Personnel in Education; a Competency Approach, Englewood Cliffs, NJ:Prentice-Hall. Crosby, L. A.,K.R. Evans & D. Cowles (1990), " Relationship Quality

in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective", *Journal of Marketing*, Vol.54(July), p.69. Crouch, E. & R. Wilson(1982), *Risk/Benefit Analysis*, Cambridge: Mass Ballanger Publishing Co. Daniel, K., Hirshleifer, D. & Subrahmanyam A. (1998), *Investor Psychology and Security Market under-and Overreactions*. *Journal of Finance*, 53, 1839-86. David C. McClelland(1973), *Testing for Competence Rather than for Intelligence*, *American Psychologist*, 28: 1-14. Davidow, M. (2003), "Have You Heard The Word? The Effect of Word of Mouth on Perceived Justice, Satisfaction and Repurchase Intention Following Complaint Handling." *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol.16, pp.67-80. Day, George S.(1971), "Attitude Change Media and Word of Mouth," *Journal of Advertising Research*, Vol. 11, No. 6, December, 31-40. Dodds, B. W., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991), *Effects of Price, Bands and Store Information on Buyers' Product Evaluation*, *Journal of Marketing Research*, Vol.28, No.3, 308-319 Doob, L. W. (1948), "Public Opinion and Propaganda," New York: Henry Holt. Dwyer, R. F., Schurr, P. H., & Oh, S. 1987. *Developing buyer-seller relationships*. *Journal of Marketing*, 51(2):11-27. Engel, J. F., R. D. Blackwell & P. W. Miniard (1994), *Consumer Behavior*, 6th ed., Dryden Press. Gilly, M. C., Graham, J. L., Wolfenbarger, M. F., & Yale, L. J. (1998), *A dyadic study of interpersonal information search*. *Journal of Academy of Marketing Science*, 26(2), 83-100. Gremler, D. D., Gwinner, K. P., & Brown, S. W. (2001), *Generating positive word-of-mouth communication through customer-employee relationships* *International Journal of Service Industry Management*, 12 (1), 44-59. Guermat Cherief & Richerd D.F. Harris (2000), *Robust variance estimation and Value-at-Risk? Work Paper..* Hall, R. H.(1968), *Professionalization and bureaucratization*. *American Sociological Review*, 33(1): 92-104. Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004), *Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet?* *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-53. Herr, Frank Kardes, & John Kim(1991), "Effect of Word-of-Mouth and Product-Attribute Information on Persuasion: an Accessibility-Diagnostic Perspective," *Journal of Consumer Research*, Vol. 17, pp.454-462. Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953), *Communication and persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press. Jarvis, P. (1983), *Profession Education*, London: Croon Helm. Kakkar, P. & R. J. Lutz (1975), "The Psychological Situation as a Determinant of Consumer Behavior", in *Advance in Consumer Research*. Kenneth J. Arrow, 1963, *Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care*, *The American Economic Review*, Vol. 53, No. 5, Dec., 1963, pp. 941-973. Kimery & McCord (2002), *Third-Party Assurances: Mapping the Road to Trust in E-Retailing*, *Journal of Information Technology Theory and Application*, 4(2), pp. 63-82. Kotler, P.(2000), *Marketing Management- An Asian Perspective*, Singapore :Prentice -Hall, Inc. Lagace, R. R., Dahlstrom, R., & Gassenheimer, J. B. 1991. *The relevance of ethical salesperson behavior on relationship quality: The pharmaceutical industry*. *Journal of Personal Selling and Sale Management*, 11(4):39-47. Macintosh, G, 2007, *Customer Orientation, Relationship Quality, and Relational Benefits to the Firm*, *Journal of Services Marketing*, 21(3):150-159. Mangold, W. G., Miller, F. & Brockway, G. R.(1999), *Word-of-mouth communication in the service marketplace*. *Journal of Services Marketing*, 13(1), 73-89. Markowitz, H. (1952), "Portfolio Selection," *Journal of Finance*, Vol.7, No.1, pp.77-91. Mayer, R.C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995), *An integrative model of organizational trust*. *Academy of Management Review*, 20(3):709-734. Miserski, R. W. (1982), *An Attribution Explanation of the Disproportionate Influence of Unfavorable Information*, *Journal of Consumer Research*, Vol.9, No.3, pp.301-310. Morwitz, V. G., & Schmittlein, D. (1992), *Using segmentation to improve sales forecasts based on purchase intent: Which 'intenders' actually buy?* *Journal of Marketing Research*, 29 (4), 391-405. Oliver, R.L. & Swan, J.E. (1989), *Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: a field survey approach*. *Journal of Marketing*, 53(April), 21-35. Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988), *SERVQUAL: Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Peter, P.J., Olson, C.J. (2000) "Consumer behavior and Marketing Strategy 5th ed", McGraw-Hill Co. Richins, M. L. (1983), *Negative word-of-mouth by dissatisfied customers: A pilot study*. *Journal of Marketing*, 47, 68 – 78. Rosemary, L. M., & James, A. W. (2000), *Beyond initial certification: the assessment and maintenance of competency in professions*. *Evaluation and Program Planning*, 23, 95-104. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000), *Consumer behavior*, 7th ed., New Jersey: Prentice Hall Sears, D. O., L. A. Peplau, and S. E. Taylor(1991), *Social Psychology*, 7th ed., Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall. Sitkin, S. B. and Pablo, A. L. (1992). 'Reconceptualizing the determinants of risk behavior', *Academy of Management Review*, 17 (1):9-38. Shiller, R. J. (1998), *Human behavior and the efficiency of the financial System*. In Taylor J. & Woodford, M (ed.): *Handbook of Macroeconomics*. Sirohi, N., E.W. Mclaughlin & D.R. Wittink (1998), "A Model of Consumer Perceptions and Store Loyalty Intentions for a Super-marker Retailer," *Journal of Retailing*, 74(2):223-245. Vaughan, Emmett j. (1986), "Fundamental of Risk and Insurance", N.Y.: John Willey & Sons, Inc. Von Neumann, J., Morgenstern, O.(1944), *Theory of games and economic behavior*, Princeton University Press, Princeton, NJ. Wirtz, J. and Chew, P. (2002), *The effects of incentives, deal proneness, satisfaction and tie strength on word-of-mouth behavior*. *International Journal of Service Industry Management*, 13(2), 141-162.