

# 資訊科技對銀行業創新活動影響之研究

繩子龍、紀文章

E-mail: 8805071@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究旨在探究不同的資訊科技使用程度、資訊部門組織特性及銀行類型對於銀行業進行創新活動時的差異，以及銀行業進行創新活動與其所得到的效益之間的關係。針對國內銀行業之資訊部門主管，以郵寄問卷的方式，並透過單因子與雙因子變異數分析等統計分析方法進行資料分析與假設檢定。主要結論如下：創新策略與資訊科技使用程度有關。這表示目前資訊科技使用者已有相當經驗，具有一定水準。創新策略會受資訊部門本身規模大小影響，而不受資訊部門所處層級高低影響。就資訊部門本身規模方面而言，顯示資訊部門本身規模真能對創新策略發揮影響力。就創新策略不受資訊部門所處層級高低影響而言，可能原因是各行庫間資訊部門層級相去不遠因而降低層級之影響力。創新類型與資訊部門規模有關。此點顯示人的重要性：因為資訊部門規模包含人數多寡，而創新活動又是人類腦力激盪的結果。不同銀行類型會左右創新活動活躍程度。其原因之一可能是專業性，例如專業銀行，就銀行法定義言之，專業銀行可說已有基本客戶群，不同行業別之專業銀行不得任意跨行經營業務，因此市場可說已經固定，各安其位即可，不若一般商業銀行業務皆可經營，故彼此競爭力強，亟需積極創新以求生存。創新類型對效益面有所影響，而創新策略則無。此點可能代表意義是由於策略屬於間接性規劃，而不同創新類型較容易直接影響效益。

關鍵詞：創新策略；創新類型；資訊科技；銀行業

## 目錄

封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv 英文摘要 vi 誌謝 viii 目錄 ix 圖目錄 xiii 表目錄 xiv 第壹章 緒論 1 第一節 研究背景 1 第二節 研究動機 2 第三節 研究目的 3 第四節 研究範圍 4 第貳章 文獻探討 5 第一節 銀行業 5 一、銀行的定義 5 二、銀行的種類 5 三、銀行的業務 6 四、我國境內的銀行 9 第二節 創新 11 一、創新的定義 11 二、創新相關理論 12 三、國內創新相關研究 14 四、創新的機會 15 五、創新的原則 17 六、創新與效益 20 第三節 資訊科技 20 一、資訊科技定義 20 二、Internet 22 三、Intranet與Extranet 23 四、Smart card 25 五、E-cash 26 六、FEDI 26 七、網路銀行 29 第參章 研究方法 31 第一節 研究架構 31 第二節 研究變數 32 一、資訊科技技術特性 33 二、資訊部門組織特性 34 三、銀行類型 34 四、創新活動 35 五、效益 35 六、高階主管支持程度 36 七、員工適應程度 36 第三節 研究假設 37 第四節 資料收集 40 第五節 資料分析 40 第六節 信度與效度檢定 42 一、信度檢定 42 二、效度檢定 42 第肆章 研究結果分析 46 第一節 資料描述性分析 46 一、問卷回收狀況 46 二、各變數評比 46 三、基本資料分析 51 第二節 資訊科技與創新活動之相關性 55 第三節 銀行類型與創新活動之相關性 57 第四節 創新活動與效益之相關性 58 第五節 高階主管支持程度與員工適應程度的影響 63 第六節 檢定結果彙整 66 第伍章 結論與建議 69 第一節 結論 69 第二節 後續研究建議 71 第三節 對政府及業界建議 71 一、對政府建議 71 二、對銀行業界建議 72 第四節 研究限制 73 參考文獻 74 一、中文部份 74 二、英文部份 76 三、相關網站 77 附錄：本研究問卷 80

## 參考文獻

- 1、中文部份：[1] 張德明，創新採用模式在行銷上之應用——家用電腦為例，政治大學國際貿易研究所，1983年。
- [2] 邵慶國，資訊科技投資與經營績效關係之一研究——以本國一般銀行為例，淡江大學管理科學研究所系統分析組，1991年。
- [3] 張澄，金融服務業新產品發展程序之研究——以保險業、金融業為例，中正大學企業管理研究所，1993年。
- [4] 劉成河，資訊科技對台灣證券市場效率性之影響，成功大學工業管理研究所，1993年。
- [5] 李紹璧，資訊科技採用對我國商業銀行經營績效影響之實證研究，中原大學企業管理研究所，1994年。
- [6] 盧正宗，網路科技對組織的影響，中央大學資訊管理研究所，1994年。
- [7] 許宅因，我國電子業技術策略行銷策略對產品創新績效影響的實證研究，臺灣工業技術學院，1994年。
- [8] 李穎宗，以創新擴散觀點探討全面品質管理關鍵因素之差異，輔仁大學管理研究所，1994年。
- [9] 余清水，創新理論及實例的探討，清華大學工業工程研究所，1995年。
- [10] 施永裕，台灣地區銀行業資訊科技採用考慮因素之研究——以自動櫃員機為例，中央大學資訊管理研究所，1995年。
- [11] 簡瑞峰，產業創新力的研究，臺灣大學商學研究所，1995年。
- [12] 邱俊園，資訊科技之分類架構研究，師範大學工業科技教育研究所，1995年。
- [13] 洪新民，從資源依賴理論探討資源與加速創新策略之關係，中正大學企業管理研究所，民國1996年。

- [14] 高偉慈, 金融產品創新類型、創新程序與行銷績效關係之研究 銀行業實證研究, 臺灣大學商學研究所, 1997年。
- [15] 葉其葳, 網際網路對電子銀行服務影響之研究, 中正大學財務金融研究所, 1997年。
- [16] 黃俊英, 多變量分析, 臺北, 中華經濟企業研究所, 1988年。
- [17] 吳琮璠、謝清佳合著, 資訊管理 理論與實務, 臺北, 三民書局, 1992年。
- [18] Ikujiro Nonaka & Hirotaka Takeuchi著, 揚子江、王美音譯, 創新求勝, 遠流出版公司, 1997年。
- [19] Peter F. Drucker著, 蕭富峰、李田樹譯, 創新與創業精神, 臉譜文化出版, 1998年。
- [20] 吳思華, 策略九說, 臺北, 臉譜文化出版, 1998年。
- [21] 楊承厚編著, 銀行法釋義, 臺北, 三民書局, 1997年。 二、英文部份: [1] Axel, John F. & Panos, Pavlidis M.(1996) “ How Banks Apply Marketing Expertise to Develop New Derivatives ” . Journal of Product Innovation Management 13, pp.440-452 [2] Barczak, Gloria. (1995) “ New Product Strategy, Structure, Process, and Performance in the Telecommunication industry ” . Journal of Product Innovation Management 12, pp.224-234 [3] Donald R. Cooper, C. William Emory, Business Research Methods, Richard D. Irwin, Inc., 1995 [4] Drucker, Peter F., Managing in a Time of Great Change, Truman Tally, 1954 [5] Easingwood, Christopher J. & Storey, Chris. (1991) “ Success factors for New Consumer Financial Services. ” International Journal of Bank Marketing 9, pp.3-10 [6] Edgett, Scott. (1994) “ The traits of Successful New Service Development. ” Journal of Services Marketing, 8, pp.40-49 [7] Ein-dor, P. & E. Segev, “ Organizational Context and MIS Structure: Some Empirical Evidence ” , MIS Quarterly, September 1982, pp.55-69 [8] Henderson Rebecca M. & Kim. B. Clark(1991), “ Architectural Innovation: the Reconfiguration of Existing Product Technologies and The Failure of Established Firms. ” Administrative Science Quarterly, 35, pp.9-30