

A Study on Positioning and Strategy of Internet Banking

黃秀峰、曾友慈

E-mail: 8809523@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Due to financial deregulation, competitions among commercial banks become more and more intense. Internet banking becomes a popular way to serve the customer and as a mean to remain competitive. The main purpose of this study is to examine the positioning and strategy of internet banking in Taiwan. We investigate commercial banks that had set up Chinese web site using content analysis. We mailed 54 questionnaires and received 40 usable responses, a 74.1% responding rate. Our results indicate that 45% of commercial banks, most of which are private banks, posit internet bank system as a part of the strategic information system. Most banks adopt innovation, alliance, growth and differentiation strategies to promote internet banking. However, different types of banks and different positioning of internet banking would lead to different strategies. Banks with more aggressive attitude tend to provide more internet banking services. Due to the high speed of information circulation and homogeneity of financial products, these banks hold the view that internet banking may intensify the competition among banks and other financial institution. About 75% of banks web site are partially outsourcing and partly self-constructed. In particular, most of the software systems and WebPages design are self-made, while the hardware systems and safety control technologies are handled by external specialists. Only half of the banks would integrate inner computer systems before provide internet banking service. Regarding the future of internet banking, domestic banks have similar view with banks in other countries, except Japan. Most bankers believe that internet banking will be the future focus of retail banking. Internet banking would replace branching and telephone financial systems as the most popular marketing channel.

Keywords : Internet ; Internet Banking ; Competitions Strategy

Table of Contents

第一章 緒論 1 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究目的與預期貢獻 3 第三節 研究範圍與對象 4 第四節 論文架構與研究流程 4 第二章 文獻探討 7 第一節 企業策略與資訊系統分類 7 第二節 網際網路介紹 18 第三節 銀行經營趨勢 22 第四節 網際網路銀行介紹 27 第五節 網路銀行的相關研究 36 第三章 研究方法 44 第一節 研究方法 44 第二節 研究問題 44 第三節 研究變數與操作性定義 45 第四節 研究對象 46 第五節 研究設計 50 第六節 資料分析方法 54 第四章 國內網路銀行現況分析 56 第一節 樣本選擇與分析過程 56 第二節 分析結果 57 第三節 線上觀察心得 66 第五章 資料分析 72 第一節 基本資料分析 72 第二節 銀行網站的相關統計 74 第三節 網路銀行對銀行競爭環境影響 81 第四節 網路銀行定位分析 83 第五節 網路銀行運用策略差異分析 91 第六章 結論 95 第一節 研究結論 95 第二節 本研究與網路銀行相關研究之比較 100 第三節 研究限制 102 第四節 研究建議 103 參考文獻 106 附錄一 研究問卷 110 附錄二 國內銀行網站網址 116 附錄三 個人電腦銀行業務及網路銀行業務服務契約範本 118

REFERENCES

中文部份 1. 王文泰, "Internet的網路服務概觀", 網路通訊, 第37期, 1994, pp.90-94. 2. 司徒達賢, "策略管理", 第二版, 遠流出版公司, 1995. 3. 吳思華, "策略九說", 初版, 麥田出版公司, 1996. 4. 周景弘, "網路銀行安全對使用者知覺風險與使用意願之影響", 臺灣大學會計學研究所碩士論文, 1997. 5. 林素儀, "銀行業電子商務應用與發展", 通訊雜誌, 1998.02, pp.88-97. 6. 林繼正, "網路銀行的來臨", 資訊與電腦, 1997.07, pp.67-71. 7. 張清溪、許嘉棟、劉鶯釧、吳聰敏等4人合著, "經濟學-理論與實際", 雨利美術印刷, 1991. 8. 莊振家, "我國銀行業運用網際網路之競爭策略", 臺灣大學商學研究所碩士論文, 1998. 9. 許士軍, "管理學", 第十版, 東華書局, 1980. 10. 陳一圜, "國內各銀行業者運用網際網路的策略觀點", 臺灣大學商學研究所碩士論文, 1997. 11. 陳柏煜, "台灣網路銀行可行性芻議", 0與1科技雜誌, 1996.08, pp.117-119. 12. 陳振遠、周建新, "金融環境變遷下之銀行競爭策略", 台北銀行月刊, 1998.01, pp.2-12. 13. 楊水美, "談當前金融環境下公營銀行經營策略", 今日合庫, 23卷2期, 1997, pp.106-113. 14. 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碩士論文, 1997. 15. 鄭伊雯, "資訊時代新趨勢-網路銀行", 今日合庫, 1997.09, pp.44-52. 16. 謝安田, "企業經營策略", 成龍書局, 1980. 17. 鍾震耀, "資訊科技與競爭策略之研究-以國內銀行業為例", 大葉工學院資訊管理研究所碩士論文, 1996. 18. 簡進盛, "台灣金融機構的蛻變與未來之研究", 中山大學企業管理研究所碩士論文, 1995.