

以機率模式發展客戶滿意度評量機制-以銀行業為例

李友錚, 鄧肖琳, 秦瑞宏
工業工程與系統管理學系
管理學院
ycl@chu.edu.tw

摘要

近幾年來，銀行業的經營，隨著政府推動金融國際化自由化的政策和建設台灣成為亞太金融中心的影響，銀行欲在此一蛻變迅速、競爭激烈的環境中，保持競爭力，單靠傳統的調整存放款利率，改善價格競爭的條件是不夠的，必須更進一步的追求全方位顧客滿意，而銀行當如何滿足顧客之金融服務需求，日前已有許多學者提出了不同的看法，其中當屬狩野紀昭等日本學者最受矚目，其為了改進以往人們對服務品質認知之缺點提出了二維品質模式，意即將滿意及不滿意分開探討；並將品質要素區分為魅力品質要素、一維品質要素、必須品質要素、無差異品質要素與反向品質要素等五項。大多學者利用Kano二維品質模式來分析理解服務品質要素，進而對決策提出參考依據；卻少有研究針對Kano的要素結果進階理解服務品質與顧客滿意之間之關係，本研究運用機率概念及AHP層級分析法，嘗試發展一新穎且可針對服務品質建制量化評量機制。並為驗證此新方法論之應用性，本研究針對新竹四家銀行進行服務品質之評量，此結果可供銀行經營決策者進行資源配置與追求服務品質改善之依據。

關鍵字：服務品質、Kano二維品質模式、AHP