

Kano模式與IPA於確認網路銀行服務品質強化首要關鍵屬性之研究

鄧維兆, 馬郁淇

餐旅管理學系

管理學院

simond@chu.edu.tw

摘要

進入二十一世紀的數位經濟體系，銀行業之服務已逐漸轉向為提供百貨化的金融服務，而且在服務通路上亦趨於多元化與電子化。如網路銀行、電話銀行、自動櫃員機、行動銀行等皆讓消費者享有便捷的金融服務。但此類e化金融服務因缺乏人際界面，當發生服務品質異常時，因服務補救立即性較差，故常帶來消費者較大之抱怨，且影響整體金融服務品質評價甚鉅。在銀行力行金融服務e化的當時，如何強化改善e化通路服務品質，是當今管理者促進顧客滿意與維持競爭力之重要課題。本研究針對網路銀行此一金融服務通路，進行確認首要關鍵服務品質屬性之研究，其中運用了文獻探討法、調查研究法、kano模式與重要度-績效分析(IPA)方法。Kano模式概念與兩虛擬因子迴歸分析分類出網路銀行服務品質屬性之不同二維品質屬性，並計算出每個服務品質屬性充足時增加滿意之程度與不充足時增加不滿意之程度，作為效益改善服務品質屬性決定之依據。重要度-績效分析(IPA)則用來確認優先改善之服務品質屬性。綜合效益改善服務品質屬性與優先改善服務品質屬性得出網路銀行服務品質強化首要關鍵屬性。研究結果顯示，網路銀行使用顧客對服務品質評價介於不滿意與普通之間，而「網路銀行服務通路能提供顧客所需知道之重要資訊」、「網路銀行服務通路能方便讓顧客反應問題」與「網路銀行服務通路能有效迅速回應顧客問題」為網路銀行服務品質強化首要關鍵屬性。此首要關鍵服務品質屬性之提出，將有助於銀行業者效益地完成網路銀行服務品質之強化，進而增強銀行業者之企業競爭力。

關鍵字：Kano模式、IPA、網路銀行、服務品質屬性