

證券經紀業務之二維品質模式分析

李友錚, 陳光釗

科技管理學系

管理學院

ycl@chu.edu.tw

摘要

服務業在許多先進國家都已遠超過製造業，因此服務業管理近年來備受學者專家的重視。

證券業為服務業之一種。我國國民所得逐步提高以及投資理財的觀念盛行，近年來由於政府開放券商設立，各證券商莫不積極擴充據點、廣招人手，此一趨勢導致了證券經紀業務的激烈競爭，因此提昇證券經紀業務的服務品質，乃成為當今國內各券商的當務之急。

要提昇證券經紀業務的服務品質，首需了解顧客需求的特性，故本研究期望藉由KANO二維品質模式分析股票交易戶，對券商所提供服務項目的屬性為何，以作為未來國內券商進行服務系統設計之參考。

本研究利用KANO二維品質模式中的正反面問卷，針對券商經紀業務中的30項服務項目進行實證調查，以SPSS對該服務項目加以分析，歸類其之屬性為魅力、一維或必需品質，並據此建議券商該採行之對策。

關鍵字：KANO二維品質模式