

行政院國家科學委員會專題研究計畫 期中進度報告

以平衡計分卡之觀點探討競爭策略對財務及非財務績效之
影響－以銀行業為研究對象(2/3)
期中進度報告(精簡版)

計畫類別：個別型
計畫編號：NSC 95-2416-H-004-012-
執行期間：95年08月01日至96年07月31日
執行單位：國立政治大學會計學系

計畫主持人：吳安妮

報告附件：出席國際會議研究心得報告及發表論文

處理方式：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，1年後可公開查詢

中華民國 96年07月17日

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫 期中進度報告

「以平衡計分卡之觀點探討競爭策略對財務及非財務績效之影響—以銀行業為研究對象(2/3)」

The View of BSC on the Effect of Competitive strategies on the Financial and Non-financial Performance-The examination of Banking Industry

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC 95-2416-H-004 -012 -

執行期間：95年8月1日至96年7月31日

計畫主持人：吳安妮

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)：完整報告

處理方式：本計畫得公開查詢

執行單位：國立政治大學會計學系

中華民國 96 年 6 月 30 日

中文摘要

平衡計分卡自從 1992 年發展至今，已成為策略執行之有力工具。為落實策略之執行，吾人必須深入了解組織之競爭策略方向為何？我國銀行業近年來面臨著全球金融業之合併趨勢與國際競爭之壓力，因而政府積極推動國內金融控股公司的成立，台灣銀行產業之競爭已進入白熱化之地步。面對著金融自由化與瞬息萬變的金融環境，了解銀行不同區隔之顧客，以及其對銀行財務與非財務績效之影響，並進一步制定具優勢的競爭策略，實為重要的管理議題。

本期研究以台灣某一個案銀行為研究對象，蒐集作業基礎成本、顧客之特質、持卡行為、與消費行為等資訊，探討顧客區隔對於財務績效與非財務績效之影響。實證研究結果發現：就持卡等級而言，普卡持有者對個案銀行利潤貢獻、荷包佔有率、與往來期間皆相對較少，白金卡顧客之荷包佔有率、刷卡次數、及往來期間則顯著較多。在資金需求方面，資金需求型顧客的確是個案銀行利潤貢獻的來源，與個案銀行的往來期間也較長，其中僅使用個案銀行循環利息的顧客對銀行的忠誠度最高。研究結果亦顯示：正卡數較多的持有者可以提高額度使用率、荷包佔有率、及刷卡次數，但無法提高與個案銀行的往來期間，甚至對於銀行之利潤貢獻具有負向影響。年齡越大的顧客對於個案銀行的利潤貢獻、荷包佔有率、刷卡次數、及往來期間皆有正向的影響。整體而言，白領與家庭主婦對個案銀行的利潤貢獻相對較高。最後，教育程度較低的顧客對於個案銀行的利潤貢獻、額度使用率、荷包佔有率、往來期間皆有正向影響。本研究分析結果可供銀行管理者制訂策略時之參考。

關鍵詞：顧客區隔、財務績效、非財務績效、信用卡。

Abstract

Balanced scorecard (BSC) has become a strong tool for strategic implementation since 1992. In order to make the strategic implementation into effect, we have to understand the direction of competitive strategy for organizations. The most important issues for companies to maintain their competitive advantages are to understand the content of competitive strategy in order to maximize the benefit of BSC, and, further, to create maximum financial and non-financial performances in the organization.

In recent years, the banking industry in Taiwan has faced global financial industry merger and acquisition, and intensive international competition pressure, so the government actively pushes the banks to establish domestic financial holding company. How to identify different customer segments and understand their influence on financial performance and non-financial performance has become a very important management issue for banking industry.

This study intends to examine the impact of customer segment on financial performance and non-financial performance. Based on June 2001 to December 2000 empirical data, the empirical results show that general card customers have lower profit contribution, customer loyalty, and shorter relation period with case bank. Regarding the situation of capital need, capital need type customers are the sources of the profit contribution of case bank. Those customers have longer period of relation with case bank and the loyalty of those who only use cyclic credit is the highest among all. Customers with more credit cards can increase usage rate, share of wallet, and the number of credit card transaction. However, those customers do not have long relation with case bank and have negative impact to profit contribution. According to the empirical results, older customers have positive effects on profit contribution, share of wallet, the number of credit card transaction, and relation period of case bank. In addition, white-collar and housewife have relatively higher profit contribution to case bank. Finally, customers with lower level of education have positive influence on profit contribution, usage rate, share of wallet, relation period of case bank. The results provide significant management implications to banks in Taiwan.

Keywords : Customer segment, financial performance, non-financial performance, credit card.

一、前言

平衡計分卡可區分為四大構面，分別是：財務構面、顧客構面、內部流程構面、及學習與成長構面。平衡計分卡的重點不僅在於其重視「平衡」之特質，Kaplan 及 Norton 在多次的公開演講當中，更強調「了解顧客」的重要性。公司在決定顧客構面之『顧客服務』策略時，必須先了解目標顧客群之需求，然後根據目標顧客數所重視的價值主張，確定應該提供之解決方案為何？而不同的顧客群所需之服務是不同的，因而有客製化或全方位服務等差異化策略之產生。

近年來，銀行業面臨全球金融業的整併與國際競爭之壓力，台灣銀行產業之競爭已進入白熱化之地步。因此對於銀行業而言，了解目標客戶群的需求，是十分重要的。絕大多數的市場都由異質性的顧客所組成，有些顧客重視長期持續的顧客關係(Kaplan & Norton, 2004, p.329)，有些顧客則重視一次購足(one-stop shopping)。在平衡計分卡制度中，是否可以滿足目標顧客之需求為衡量企業成為顧客構面表現的焦點。故銀行如何透過顧客區隔，了解不同顧客之需求，是創造利潤的基礎，也是維持競爭優勢的關鍵。本研究第二年的研究內容，延續前一年平衡計分卡的策略議題，主要探討目標顧客區隔，及提供不同區隔之服務對公司財務及非財務績效影響之相關議題。研究問題為探討不同目標顧客的選擇(顧客區隔)是否會對財務及非財務績效造成影響？

二、文獻回顧

(一) 顧客區隔相關文獻

顧客選擇流程，始於將市場劃分為不同的利基區隔，其中各利基市場都有其特性和偏好上的差異(Kaplan & Norton, 2004, p109)。傳統的顧客區隔變數，大都會因顧客類別不同而有所不同。但此種區隔方式是否會為公司帶來合適的顧客，進而產生利益？Alfansi & Sargeant (2000) 以印尼銀行為樣本，探討人口統計變數和期望顧客利益間的關係，研究結果顯示：兩者之間的關係並不明確。Anderson et al. (1976) 探討銀行選擇決策與市場區隔之間的關係。研究結果顯示：將銀行顧客區分為便利導向、與服務導向，便利導向的顧客對於銀行的評選標準訴求並不大；而服務導向的銀行顧客主要的決定因素為銀行形象及金融考量，也是提供市場區隔與顧客訴求最有效的標準。Zineldin (1995) 探討銀行與公司客戶的互動與關係，結果發現：公司決定選擇銀行時，最重要的因素是信任、貸款的價格競爭力、量

身訂做產品的彈性、與銀行決策者的接觸、及策略與處理交易的速度。

根據 Keltner et al. (1999)的調查報告，美國的服務業會根據顧客區隔，對不同類型的顧客採取不同的生產策略。在較低附加價值市場區隔中，將聚焦在效率上；在較高附加價值市場區隔中，會採取更密集的人力服務過程，以達到較高的服務品質和客製化策略。Dunn et al.(1999) 研究不同產業的市場區隔策略與生產力的關係。作者根據顧客區隔區分為四種具附加價值的解決方案：特殊解決方案（Fortune 500 中 top3-5 的市場領導者）、客製化解決方案（Fortune 2000 中科技的領導者）、價值解決方案（Fortune 2000 中的小中型公司）及套裝解決方案（行動化專業的小企業、家庭式企業、及極小企業消費者）。Morgan (2003)指出，除非公司使用顧客資訊管理（CIM）給予不同的顧客不同的待遇（treating different customers differently），否則 CRM 將無法達到投資報酬率的目標。另外，顧客區隔是 CIM 與 CRM 的基礎，沒有差別的對待所有顧客是一種危險的主張，如此會造成對獲利力高的顧客投資太少 CRM，而對獲利力低的顧客投資太多 CRM。

（二）顧客區隔與財務績效關係之相關文獻

好的顧客區隔是否能為公司來好的財務績效？Venkatesan & Kumar (2004) 探討顧客生命週期價值(Customer Lifetime Value, CLV)，作為企業選擇顧客及資源分配策略的依據。研究結果顯示：不同管道的行銷溝通對於顧客生命週期價值存在著非線性關係的影響。又企業依顧客生命週期極大化作為顧客選擇及資源分配依據，所創造的利潤較其他顧客關係管理為高。Wang & Lo (2004) 將目標客群，依購買量及重覆購買金額排序，探討資源分配及公司獲利。研究結果顯示：決定焦點顧客貢獻(customer-focused performance)的主要變數為：組織學習、策略彈性、對顧客價值有獨特意義的核心優勢。Mentzer et al. (2004) 以物流服務業為研究對象，探討物流服務業在海外市場的區隔，研究指出：藉由確認特定的海外顧客區隔，物流的經理人可以透過降低成本、增加收入、及藉由區分高度競爭市場而獲利。Sharma (2004)以澳洲製造業公司為對象，探討行銷策略對於組織績效之影響，研究結果發現：增加對於新市場區隔與顧客的努力與發展，顯示可以提高國內與出口銷售的成長。研究結果也發現：發展新的市場區隔與顧客對於資產報酬率有顯著負面的影響，顯示發展新市場與顧客需要龐大的資本支出。

（三）顧客區隔與非財務績效關係之相關文獻

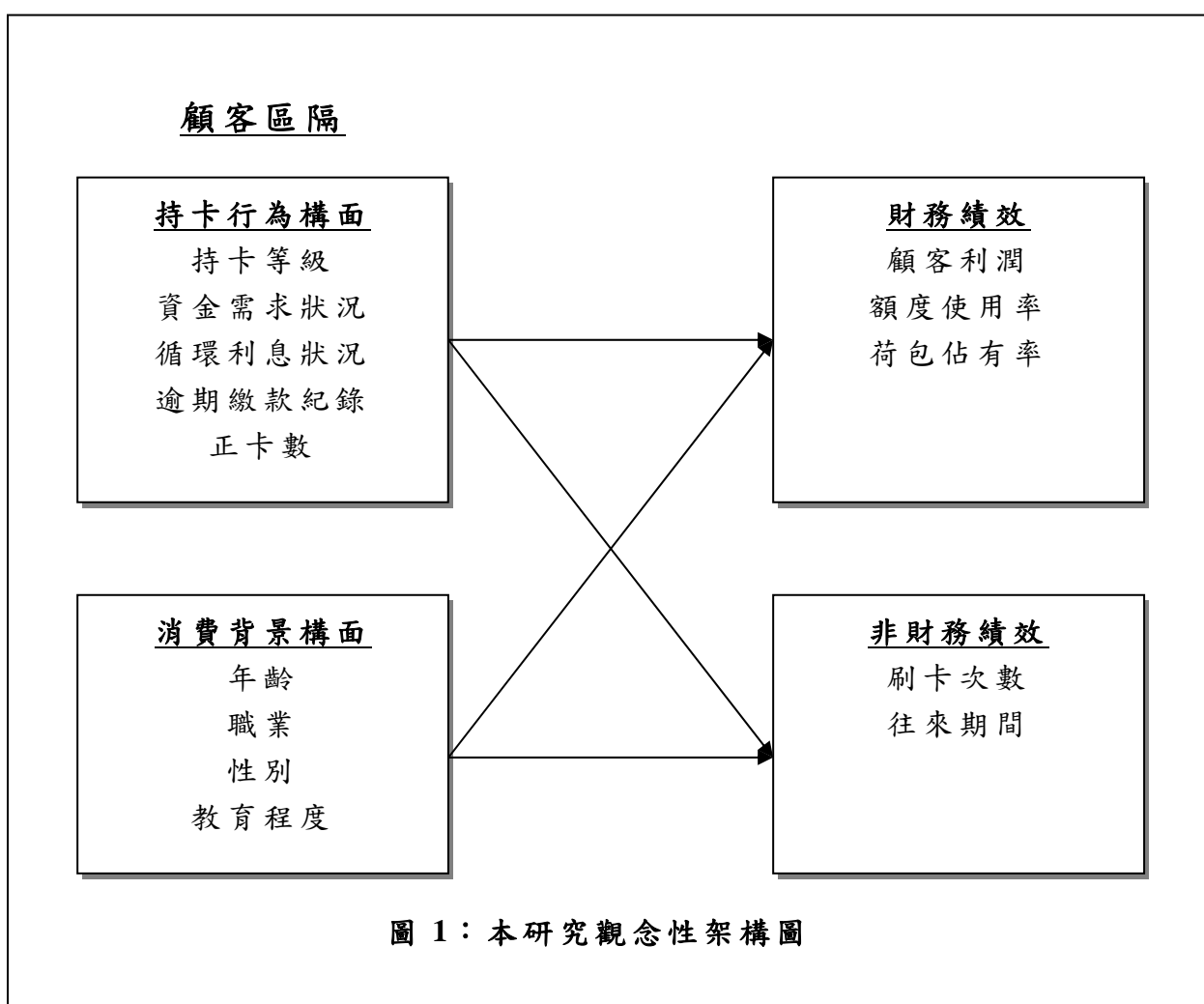
Harrison et al. (2004) 以小家庭、位於住宅區的居住型房貸為研究樣本，從放款對價值比(loan-to value, LTV)及違約成本來探討顧客的借款行為。研究顯示：當違約成本愈高，則相對於低風險顧客，高

風險顧客會申貸較低 LTV 額度的貸款，當違約成本愈低時，則情況相反。Yi & Joen (2003) 探討顧客購買的涉入程度與顧客忠誠度的關係。研究結果顯示：高涉入的顧客，直接回饋比間接回饋有效果，價值知覺對品牌忠誠度存在直接及間接影響；低涉入的顧客，立即回饋比落後回饋更有效果，價值知覺對品牌忠誠度僅存在間接影響。

三、觀念性架構

本研究先透過學術文獻的整理及瞭解，以田野研究方式實地訪談個案銀行主管，避免建立理論架構與變數衡量時之偏誤，並進而從事實證研究，以獲取相關的結論。

本研究之觀念性架構圖如圖 1 所示。



四、變數衡量

有關驗證假說所需之變數的定義及衡量方式茲彙總與說明如下：

(一) 應變數

本研究之應變數分為兩部分，一為財務績效，包括顧客利潤、額度使用率、及荷包佔有率。另一為非財務績效，包括刷卡次數及往來期間，茲分別說明如下：

1. 財務績效—顧客利潤 (PROFIT)

顧客利潤係指個案公司之信用卡處之樣本顧客於樣本期間內平均之利潤貢獻，其計算公式如下：

$$\text{顧客獲利性} = \text{顧客收入} - \text{顧客成本}$$

2. 財務績效—額度使用率 (UTI)

係指樣本期間內顧客每月平均刷卡金額除以信用額度。

3. 財務績效—荷包佔有率 (LOY)

荷包佔有率(LOY) = 顧客平均每月本行應繳款 / 全部應繳款

4. 非財務績效—刷卡次數 (PUR)

係指樣本期間內顧客每月平均刷卡次數。

5. 非財務績效—往來期間 (SIN)

從顧客開卡日至 2002 年底顧客的持卡期間，以月為單位。

(二) 自變數

1. 持卡行為構面

此構面有五種自變數，分別為持卡等級、資金需求狀況、循環狀況、逾期繳款記錄、正卡數等，分述如下：

(1) 持卡等級(CLA)

意指顧客擁有本行卡片中最高等級的卡片，共有普卡、金卡、白金卡三種等級，以虛擬變數值處理，產生兩個虛擬變數，分別為普卡(CLA_1)與白金卡(CLA_3)，「0」代表「不是」，「1」則代表「是」。

(2) 資金需求狀況(INT)

本研究根據相關文獻對信用卡顧客持卡屬性之論述，並透過與個案公司相關人員之深入討論，將個案公司之顧客分為交易需求型顧客與資金需求型顧客兩種，定義如下：

A. 交易需求型顧客：意指在樣本期間的 19 個月內在個案公司並無使用循環帳戶超過 6 個月之顧客。

B. 資金需求型顧客：意指在樣本期間的 19 個月內在個案公司使用循環帳戶超過 6 個月之顧客。

本變數以虛擬變數值處理，「1」則代表資金需求型顧客，「0」代表交易需求型顧客。

(3) 循環利息狀況 (REV)

使用循環利息狀況共分為三種情況，第一種情況為樣本期間內在本行與他行皆不循環利息超過六個月，或樣本期間內僅在他行循環利息超過六個月 (REV_1)，第二種情況為樣本期間內在本行與他行皆循環利息超過六個月 (REV_2)，第三種情況為樣本期間內僅在本行循環利息超過六個月 (REV_3)。

循環利息狀況以虛擬變數值處理，當變數值為「1」則代表「是」，「0」代表「不是」，

(4) 逾期繳款紀錄 (DEL)

由顧客消費資料檔中取得顧客有無逾期繳款紀錄之資訊，以虛擬變數值處理，「1」代表有逾期繳款紀錄，「0」代表在樣本期間中無逾期繳款紀錄。

(5) 正卡數 (PRI)

個案公司除了發行普卡、金卡、白金卡外，亦發行若干聯名卡產品，此變數主要衡量顧客擁有本行正卡數。

2. 消費背景構面

(1) 年齡 (AGE)

由顧客主檔資料 (CARD) 中取得顧客在 2002 年底時之年齡資訊。

(2) 職業 (OCC)

由顧客主檔資料 (CARD) 中取得顧客職業別之資訊，將職業別分為白領 (OCCU_1)、藍領 (OCCU_2)、自營 (OCCU_3)、學生 (OCCU_4)、家庭主婦 (OCCU_5) 以及其他 (OCCU_6) 等六類，共產生五個虛擬變

數，當變數值為「1」代表「是」，「0」則代表「不是」。

(3) 性別 (SEX)

以虛擬變數處理，當變數值為「1」代表「男」，「0」代表「女」。

(4) 教育程度 (EDU)

以虛擬變數處理，當變數值為「1」代表「低學歷」，包括高中與高中以下學歷，「0」代表「高學歷」，包括大學及專科（含）以上學歷。

茲將本研究之研究變數，彙總列示於表 1。

表 1：變數彙總表

變數性質	構面	變數	變數代號	變數來源
應變數	財務績效	顧客利潤	PROFIT	作業基礎成本制度(ABC)
		額度使用率	UTI	消費行為檔(DERIVE)
		荷包佔有率	LOY	金融聯合徵信中心(JCIC)
	非財務績效	刷卡次數	PUR	消費行為檔(DERIVE)
		往來期間	SIN	顧客資料主檔(CARD)
自變數	持卡行為構面	持卡等級--普卡	CLA_1	顧客資料主檔(CARD)
		持卡等級—金卡	CLA_2	
		持卡等級--白金卡	CLA_3	
		資金需求狀況	INT	消費行為檔(DERIVE)
		循環狀況--在本行與他行皆不循環或僅在他行循環	REV_1	金融聯合徵信中心(JCIC)
		循環狀況--在本行與他行皆循環	REV_2	
		循環狀況—僅在本行循環	REV_3	
	逾期繳款紀錄	DEL	消費行為檔(DERIVE)	
	正卡數	PRI	顧客資料主檔(CARD)	
	消費背景構面	年齡	AGE	顧客資料主檔(CARD)
		職業—白領	OCC_1	
		職業—藍領	OCC_2	
		職業—自營	OCC_3	
		職業—學生	OCC_4	
職業—家庭主婦		OCC_5		
性別		SEX		
教育程度	EDU			

五、樣本及資料

本研究採實證實地之研究方式，為深入之了解個案公司之作業基礎成本資訊及顧客之特質、持卡行為與消費行為，本研究自 2002 年 10 月起至 2003 年 5 月實地前往個案公司進行訪談與閱讀書面及電子檔資料，以進行對個案公司業務之深入瞭解。

對個案公司之業務取得適當之了解後，由個案公司保存之資料庫中隨機抽取 2001 年 6 月至 2002 年 12 月，共 10,000 名顧客之基本資料、持卡行為及消費行為之資料，並配合個案公司向聯合信用卡中心購買的外部資料，作為研究樣本，扣除若干遺漏值後，本研究共取得 7,634 個有效樣本。

六、資料分析方法

本研究採取複迴歸分析方法，以檢定顧客區隔對財務績效與非財務績效之影響。另外，在進行迴歸分析前，並進行敘述統計、相關性分析、及自變數共線性檢定。

七、實證結果

(一) 敘述性統計結果

表 2 顯示應變數與自變數之敘述統計結果。分析發現，個案公司透過信用卡之樣本顧客獲得之每月平均利潤貢獻約 176 元；樣本顧客每月平均刷卡金額佔信用額度的比例約 21%；荷包佔有率約為 51%，代表顧客對於個案公司之忠誠度甚高；顧客每月之平均刷卡次數約為 3.5 次；顧客從開卡至 2002 年底的平均持卡期間約為 48 個月；普卡、金卡、及白金卡持有人所佔比例分別為 45%、38%、17%；31% 的持卡人屬於資金需求型顧客；11% 的顧客有逾期繳款的紀錄；顧客約擁有一個案銀行 1.66 張的正卡；樣本顧客之平均年齡為 38 歲；持卡人有 63% 屬於白領的職業；48% 的顧客為男性；33% 持卡人的學歷在高中以下。

表 3 為各變數之 Pearson 相關係數表，表中顯示各自變數間多具有相關性，最高達 0.7984，惟進一步採用 Variance Inflation Factors (VIF) 測試自變數之間的共線性問題，結果發現在所有之 VIF 值皆在 5 以下，因此並無嚴重之共線性問題 (Belsey, Kuh, and Welsch 1980)。

表 2：應變數及自變數敘述統計

變數代號	觀察值	平均值	標準差	極小值	極大值
PROFIT	7634	175.6632	615.5885	-1987.396	6798.93
UTI	7634	.2062927	.2783787	0	1.124905
LOY	7634	.5097369	.3569373	0	1
PUR	7634	3.537318	3.754015	0	45.36842
SIN	7634	48.01153	39.38777	1	302
CLA_1	7634	.4473408	.4972519	0	1
CLA_2	7634	.3785696	.4850623	0	1
CLA_3	7634	.1740896	.3792113	0	1
INT	7634	.3057375	.4607493	0	1
REV_1	7634	.5914331	.4916011	0	1
REV_2	7634	.2099817	.4073219	0	1
REV_3	7634	.0957558	.2942754	0	1
DEL	7634	.1125229	.3160294	0	1
PRI	7634	1.665837	.810367	0	9
AGE	7634	38.0452	10.89299	20.67778	97.77222
OCC_1	7634	.629683	.4829212	0	1
OCC_2	7634	.1332198	.3398344	0	1
OCC_3	7634	.0711292	.2570573	0	1
OCC_4	7634	.073749	.2613791	0	1
OCC_5	7634	.0334032	.1796988	0	1
SEX	7634	.4794341	.4996096	0	1
EDU	7633	.3317175	.470861	0	1

表 3：Pearson 相關係數表

	PROFIT	UTI	LOY	PUR	SIN	CLA_1	CLA_2	CLA_3	INT	REV_1	REV_2	REV_3	DEL	PRI	AGE	OCC_1	OCC_2	OCC_3	OCC_4	OCC_5	SEX	EDU
PROFIT	1																					
UTI	0.729	1																				
LOY	0.0387	0.0536	1																			
PUR	-0.0177	-0.0476	0.2859	1																		
SIN	0.2941	0.1129	0.1362	0.2068	1																	
CLA_1	-0.0771	0.1887	-0.0553	-0.2661	-0.2823	1																
CLA_2	0.0804	-0.0887	-0.0237	0.0085	0.0184	-0.7022	1															
CLA_3	-0.0018	-0.134	0.1028	0.338	0.3466	-0.4131	-0.3583	1														
INT	0.6418	0.7699	0.0218	-0.1361	0.1429	0.1338	-0.0425	-0.121	1													
REV_1	-0.5251	-0.6274	0.1486	0.1705	-0.0841	-0.1558	0.0548	0.1342	-0.7984	1												
REV_2	0.5704	0.6666	-0.21	-0.1364	0.1095	0.0989	-0.0231	-0.1001	0.7769	-0.6203	1											
REV_3	0.2155	0.2827	0.3248	-0.0243	0.0721	0.0725	-0.0346	-0.0508	0.4904	-0.3915	-0.1678	1										
DEL	0.1967	0.3201	0.025	-0.1234	0.0713	0.1165	-0.0446	-0.0957	0.3197	-0.296	0.249	0.156	1									
PRI	-0.014	0.008	0.0359	0.2611	0.0736	-0.1287	-0.0371	0.2162	-0.0021	-0.0063	0.011	-0.0185	-0.0404	1								
AGE	0.1093	-0.0928	0.0846	0.1731	0.5572	-0.3779	0.1421	0.3138	-0.1062	0.1521	-0.0837	-0.0504	-0.0439	0.0828	1							
OCC_1	0.0391	-0.0941	-0.0604	0.0719	0.1791	-0.2648	0.1511	0.1539	-0.0528	0.0474	-0.0242	-0.0491	-0.0188	0.044	0.1576	1						
OCC_2	0.0142	0.0711	0.0305	-0.0558	-0.0602	0.0303	0.0095	-0.0519	0.0544	-0.0553	0.0307	0.0427	0.0202	-0.0367	-0.0803	-0.5112	1					
OCC_3	-0.0062	0.0042	0.0153	0.0573	-0.0212	-0.0245	0.0141	0.0141	-0.021	0.0278	-0.0225	-0.0017	-0.0147	0.0317	0.1383	-0.3608	-0.1085	1				
OCC_4	-0.0626	0.0487	0.0703	-0.0755	-0.0973	0.2915	-0.1996	-0.1269	0.039	-0.0265	0.0034	0.0564	0.0375	-0.0667	-0.283	-0.3679	-0.1106	-0.0781	1			
OCC_5	0.01	0.0011	0.0281	0.0169	-0.0133	0.0424	-0.0279	-0.02	-0.0205	0.0359	-0.0171	-0.0085	0.003	-0.0061	0.1144	-0.2424	-0.0729	-0.0514	-0.0525	1		
SEX	0.08	0.0788	0.1314	0.031	0.1205	-0.132	0.0327	0.1313	0.0655	-0.0382	0.008	0.0914	0.0184	-0.0107	0.141	-0.0248	0.0713	0.0405	0.0061	-0.1478	1	
EDU	0.1687	0.2238	0.0478	-0.1184	0.0733	0.129	-0.0371	-0.1217	0.1988	-0.1747	0.1377	0.1206	0.1189	-0.1066	0.0992	-0.1194	0.1381	0.0735	-0.1786	0.1028	-0.0279	1

(二) 迴歸分析之實證結果

1. 顧客區隔對財務績效影響之分析結果

本節探討顧客區隔對財務績效之影響，以顧客利潤、額度使用率、及荷包佔有率代表財務績效，自變數則將顧客區隔分為持卡行為構面及消費背景構面，其中持卡行為構面包括持卡等級、資金需求狀況、逾期繳款紀錄、及正卡數等。本研究更進一步將資金需求狀況區分為：不同循環利息狀況，包括不使用循環利息或僅在他行使用循環利息、在本行與他行皆使用循環利息、及僅在本行使用循環利息等。消費背景構面則包括年齡、職業、性別、及教育程度等。

以顧客利潤為應變數的實證結果發現：資金需求狀況的模式下（模式一），F 值為 496.81，調整後 R-square 為 0.4579；研究變數 CLA_1, INT, PRI, AGE, EDU 皆達 1% 的顯著水準，OCC_1, OCC_5 則達 5% 的顯著水準。惟 CLA_1, PRI 之係數呈現負向相關，顯示相對於金卡持有者，普卡持有人為個案銀行帶來之顧客利潤顯著較低，資金需求型、持有較少正卡、年齡較大、教育程度較低顧客之利潤貢獻較高，此外，相對於其他職業，白領與家庭主婦之利潤貢獻較高。若進一步分析顧客循環利息使用狀況則可以發現（模式二），F 值為 486.51，調整後 R-square 為 0.4711；REV_2, REV_3 皆達 1% 的顯著水準，顯示在本行與他行皆使用循環利息，或僅在本行使用循環利息者，對於個案銀行之顧客利潤皆有顯著正面影響。實證結果如表 4 所示。

表 4：顧客區隔對顧客利潤之影響

$$Profit = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 INT + \alpha_4 DEL + \alpha_5 PRI + \alpha_6 AGE + \alpha_7 OCC_1 + \alpha_8 OCC_2 + \alpha_9 OCC_3 + \alpha_{10} OCC_4 + \alpha_{11} OCC_5 + \alpha_{12} SEX + \alpha_{13} EDU + \varepsilon$$

$$Profit = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 REV_2 + \alpha_4 REV_3 + \alpha_5 DEL + \alpha_6 PRI + \alpha_7 AGE + \alpha_8 OCC_1 + \alpha_9 OCC_2 + \alpha_{10} OCC_3 + \alpha_{11} OCC_4 + \alpha_{12} OCC_5 + \alpha_{13} SEX + \alpha_{14} EDU + \varepsilon$$

變數代號	模式一：資金需求狀況		模式二：循環利息狀況	
	迴歸係數	t-值	迴歸係數	t-值
CLA_1	-147.918	-11.68***	-146.8658	-11.75***
CLA_3	-7.323289	-0.47	-4.527276	-0.29
INT	889.1678	72.62***		
REV_2			974.3659	71.79***
REV_3			696.6955	37.79***
DEL	-5.066096	-0.29	-6.4083	-0.37
PRI	-26.4747	-4.00***	-27.64615	-4.23***

AGE	7.144573	12.77***	7.105675	12.86***
OCC_1	51.63372	2.23**	60.7477	2.65***
OCC_2	13.54415	0.52	25.23781	0.98
OCC_3	5.521795	0.19	16.99884	0.58
OCC_4	6.937696	0.24	29.00589	1.00
OCC_5	74.95147	2.05**	88.38885	2.45**
SEX	9.616696	0.89	19.58342	1.83*
EDU	48.92924	4.06***	54.84168	4.60***
_CONS	-314.5021	-9.43***	-328.2558	-9.96***
樣本數	7633		7633	
Adj R-Sq	0.4579		0.4711	
F 值	496.81***		486.51***	

*、**、***分別代表 10%、5%及 1%的顯著水準

變數定義：

PROFIT：顧客收入-顧客成本；CLA_1：普卡；CLA_3：白金卡；INT：1 為資金需求者，0 為交易需求者；REV_2 為在本行與他行皆循環；REV_3：僅在本行循環；DEL：逾期繳款記錄；PRI：正卡數；AGE：顧客至 2002 年 12 月的年齡；OCC_1：白領；OCC_2：藍領；OCC_3：自營；OCC_4：學生；OCC_5：家庭主婦；SEX：1 為男，女為 0；EDU_LOW：1 為低學歷，0 為高學歷。

以額度使用率為應變數的實證結果發現：資金需求狀況的模式下（模式一），F 值為 926.42，調整後 R-square 為 0.6119；研究變數 CLA_1, INT, DEL, PRI, SEX, EDU 皆達 1%的顯著水準，OCC_2, OCC_3, OCC_5 則達 10%的顯著水準。顯示相對於金卡持有者，普卡持有人之額度使用率較高，主要原因是普卡之信用額度較低，因此刷卡金額較容易接近信用額度。資金需求型、逾期繳款紀錄較多、持有較多正卡、男性、教育程度較低顧客之額度使用率較高，此外，相對於其他職業，白領、藍領、與家庭主婦之額度使用率亦較高。若進一步分析顧客循環利息使用狀況則可以發現（模式二），F 值為 909.57，調整後 R-square 為 0.6250；REV_2, REV_3 皆達 1%的顯著水準，表示在本行與他行皆使用循環利息，或僅在本行使用循環利息顧客之額度使用率皆較高。實證結果如表 5 所示。

表 5：顧客區隔對額度使用率之影響

$$UTI = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 INT + \alpha_4 DEL + \alpha_5 PRI + \alpha_6 AGE + \alpha_7 OCC_1 + \alpha_8 OCC_2 + \alpha_9 OCC_3 + \alpha_{10} OCC_4 + \alpha_{11} OCC_5 + \alpha_{12} SEX + \alpha_{13} EDU + \varepsilon$$

$$UTI = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 REV_2 + \alpha_4 REV_3 + \alpha_5 DEL + \alpha_6 PRI + \alpha_7 AGE + \alpha_8 OCC_1 + \alpha_9 OCC_2 + \alpha_{10} OCC_3 + \alpha_{11} OCC_4 + \alpha_{12} OCC_5 + \alpha_{13} SEX + \alpha_{14} EDU + \varepsilon$$

變數代號	模式一：資金需求狀況		模式二：循環利息狀況	
	迴歸係數	t-值	迴歸係數	t-值
CLA_1	.0442283	9.13***	.0447026	9.39***
CLA_3	-.0088173	-1.47	-.007557	-1.28
INT	.4345383	92.76***		
REV_2			.472941	91.53***
REV_3			.3477822	49.55***
DEL	.0640257	9.60***	.0634207	9.67***
PRI	.0111892	4.42***	.0106612	4.28***
AGE	.0001688	0.79	.0001513	0.72
OCC_1	.0003737	0.04	.0044818	0.51
OCC_2	.0185458	1.87*	.0238166	2.44**
OCC_3	.0204141	1.80*	.0255873	2.30**
OCC_4	.0139238	1.24	.023871	2.15**
OCC_5	.0234236	1.67*	.0294805	2.14**
SEX	.0242134	5.84***	.0287059	7.03***
EDU	.0359564	7.80***	.0386214	8.51***
_CONS	-.0066235	-0.52	-.0128229	-1.02
樣本數	7633		7633	
Adj R-Sq	0.6119		0.6250	
F 值	926.42***		909.57***	

*、**、***分別代表 10%、5%及 1%的顯著水準

變數定義：

UTI：顧客每月平均刷卡金額除以信用額度；CLA_1：普卡；CLA_3：白金卡；INT：1 為資金需求者，0 為交易需求者；REV_2 為在本行與他行皆循環；REV_3：僅在本行循環；DEL：逾期繳款記錄；PRI：正卡數；AGE：顧客至 2002 年 12 月的年齡；OCC_1：白領；OCC_2：藍領；OCC_3：自營；OCC_4：學生；OCC_5：家庭主婦；SEX：1 為男，女為 0；EDU_LOW：1 為低學歷，0 為高學歷。

以荷包佔有率為應變數的實證結果發現：資金需求狀況的模式下（模式一），F 值為 28.50，調整後 R-square 為 0.0447；研究變數 CLA_1, CLA_3, AGE, OCC_2, OCC_4, OCC_5, SEX, EDU 皆達 1% 的顯著水準，DEL, PRI 分別達 5% 及 10% 的顯著水準。顯示相對於金卡持有者，普卡持有者之荷包佔有率較低，可能原因是相對於金卡與白金卡，普卡所享受之優惠較少，因此使得普卡持有顧客之忠誠度不如金卡與白金卡之持有者。相對而言，白金卡之顧客忠誠度則顯著高於金卡之顧客，顯示對於白金卡顧客所給予之尊榮款待的確會提高顧客之忠誠度。逾期繳款紀錄較多、持有較多正卡、年齡較大、藍領、學生、家庭主婦、男性、教育程度較低之顧客荷包佔有率較高，顯示這些顧客對個案銀行的忠誠度也較高。進一步分析顧客循環利息使用狀況發現（模式二），F 值為 108.35，調整後 R-square 為 0.1645；雖然資金需求狀況在模式一中並不顯著，但在模式二中 REV_2, REV_3 皆達 1% 的顯著水準，但呈現不同方向之影響。結果指出在本行與他行皆使用循環利息顧客之荷包佔有率顯著較低，顯示偏好使用不同銀行循環利息之顧客傾向於使用多家銀行之信用卡消費，因此對個案銀行之忠誠度較低，而僅使用本行循環利息顧客之荷包佔有率則顯著較高，顯示其對個案銀行之忠誠度顯著較高。實證結果如表 6 所示。

表 6：顧客區隔對荷包佔有率之影響

$$LOY = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 INT + \alpha_4 DEL + \alpha_5 PRI + \alpha_6 AGE + \alpha_7 OCC_1 + \alpha_8 OCC_2 + \alpha_9 OCC_3 + \alpha_{10} OCC_4 + \alpha_{11} OCC_5 + \alpha_{12} SEX + \alpha_{13} EDU + \varepsilon$$

$$LOY = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 REV_2 + \alpha_4 REV_3 + \alpha_5 DEL + \alpha_6 PRI + \alpha_7 AGE + \alpha_8 OCC_1 + \alpha_9 OCC_2 + \alpha_{10} OCC_3 + \alpha_{11} OCC_4 + \alpha_{12} OCC_5 + \alpha_{13} SEX + \alpha_{14} EDU + \varepsilon$$

變數代號	模式一：資金需求狀況		模式二：循環利息狀況	
	迴歸係數	t-值	迴歸係數	t-值
CLA_1	-.0243075	-2.49**	-.0261411	-2.87***
CLA_3	.0756316	6.26***	.0707595	6.26***
INT	.0061534	0.65		
REV_2			-.1423064	-14.39***
REV_3			.341541	25.42***
DEL	.0243349	1.81*	.0266737	2.12**
PRI	.0128971	2.53**	.0149384	3.13***
AGE	.0017797	4.13***	.0018475	4.59***
OCC_1	.0103847	0.58	-.0054967	-0.33
OCC_2	.0525942	2.63***	.0322177	1.72*

OCC_3	.0264121	1.16	.0064131	0.30
OCC_4	.181997	8.03***	.1435427	6.76***
OCC_5	.0983993	3.49***	.0749843	2.85***
SEX	.0803682	9.63***	.063001	8.06***
EDU	.0536425	5.78***	.0433399	4.99***
_CONS	.3252034	12.67***	.3491695	14.54***
樣本數	7633		7633	
Adj R-Sq	0.0447		0.1645	
F 值	28.50***		108.35***	

*、**、***分別代表 10%、5%及 1%的顯著水準

變數定義：

LOY：顧客平均每月本行應繳款/全部應繳款；CLA_1：普卡；CLA_3：白金卡；INT：1 為資金需求者，0 為交易需求者；REV_2 為在本行與他行皆循環；REV_3：僅在本行循環；DEL：逾期繳款記錄；PRI：正卡數；AGE：顧客至 2002 年 12 月的年齡；OCC_1：白領；OCC_2：藍領；OCC_3：自營；OCC_4：學生；OCC_5：家庭主婦；SEX：1 為男，女為 0；EDU_LOW：1 為低學歷，0 為高學歷。

2. 顧客區隔對非財務績效影響之分析結果

本研究以刷卡次數及往來期間代表非財務績效，探討顧客區隔對非財務績效之影響。自變數則如前所述，將顧客區隔分為持卡行為構面及消費背景構面。

以刷卡次數為應變數的實證結果發現：資金需求狀況的模式下（模式一），F 值為 132.41，調整後 R-square 為 0.1829；研究變數 CLA_1, CLA_3, INT, DEL, PRI, OCC_3, EDU 皆達 1%的顯著水準，AGE, OCC_5 則達 5%的顯著水準。然 CLA_1, INT, DEL, EDU 之係數呈現負向相關。顯示相對於金卡持有者，普卡持有者之刷卡次數較低，可能原因是相對於金卡與白金卡，普卡所享受之優惠較少，因此使得普卡持有顧客之刷卡次數不如金卡與白金卡之持有者多。相對而言，由於白金卡顧客享有更優惠之服務，例如：免費 50 公里拖吊服務、高額旅遊平安險、免費停車服務、機場停車與機場貴賓室等優惠，因此白金卡之刷卡次數顯著高於金卡之顧客。交易需求型、逾期繳款紀錄較少、持有較多正卡、年齡較大、自營、家庭主婦、教育程度較高之刷卡次數較高。進一步分析顧客循環利息使用狀況發現（模式二），F 值為 125.19，調整後 R-square 為 0.1855；REV_2 達 1%的顯著水準且呈負向相關。表示在本行與他行皆使用循環利息顧客之刷卡次數顯著較少。主要原因是偏好使用不同銀行循環利息之顧客傾向於分散消費於多家銀行之信用卡，因此使用個案銀行信用卡的次數相對較少。實證結果如表 7 所示。

表 7：顧客區隔對刷卡次數之影響

$$PUR = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 INT + \alpha_4 DEL + \alpha_5 PRI + \alpha_6 AGE + \alpha_7 OCC_1 + \alpha_8 OCC_2 + \alpha_9 OCC_3 + \alpha_{10} OCC_4 + \alpha_{11} OCC_5 + \alpha_{12} SEX + \alpha_{13} EDU + \varepsilon$$

$$PUR = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 REV_2 + \alpha_4 REV_3 + \alpha_5 DEL + \alpha_6 PRI + \alpha_7 AGE + \alpha_8 OCC_1 + \alpha_9 OCC_2 + \alpha_{10} OCC_3 + \alpha_{11} OCC_4 + \alpha_{12} OCC_5 + \alpha_{13} SEX + \alpha_{14} EDU + \varepsilon$$

變數代號	模式一：資金需求狀況		模式二：循環利息狀況	
	迴歸係數	t-值	迴歸係數	t-值
CLA_1	-0.9204367	-9.71***	-0.9233574	-9.76***
CLA_3	2.187809	18.62***	2.180048	18.58***
INT	-0.4985275	-5.44***		
REV_2			-0.7350113	-7.16***
REV_3			0.0357164	0.26
DEL	-0.6404854	-4.90***	-0.6367599	-4.88***
PRI	0.8664262	17.48***	0.8696778	17.57***
AGE	0.0105436	2.52**	0.0106516	2.55**
OCC_1	0.0828604	0.48	0.0575628	0.33
OCC_2	-0.0625533	-0.32	-0.0950114	-0.49
OCC_3	0.7081605	3.19***	0.6763038	3.05***
OCC_4	0.2124462	0.96	0.1511917	0.69
OCC_5	0.6568902	2.40**	0.6195921	2.26**
SEX	-0.070335	-0.87	-0.0979996	-1.21
EDU	-0.340347	-3.77***	-0.3567581	-3.96***
_CONS	1.962938	7.86***	2.001114	8.02***
樣本數	7633		7633	
Adj R-Sq	0.1829		0.1855	
F 值	132.41***		125.19***	

*、**、***分別代表 10%、5%及 1%的顯著水準

變數定義：

PUR：顧客每月平均刷卡次數；CLA_1：普卡；CLA_3：白金卡；INT：1 為資金需求者，0 為交易需求者；REV_2 為在本行與他行皆循環；REV_3：僅在本行循環；DEL：逾期繳款記錄；PRI：正卡數；AGE：顧客至 2002 年 12 月的年齡；OCC_1：白領；OCC_2：藍領；OCC_3：自營；OCC_4：學生；OCC_5：家庭主婦；SEX：1 為男，女為 0；EDU_LOW：1 為低學歷，0 為高學歷。

以往來期間為應變數的實證結果發現：資金需求狀況的模式下（模式一），F 值為 421.73，調整後 R-square 為 0.4175；研究變數 CLA_1, CLA_3, INT, DEL, AGE, OCC_1, OCC_2, OCC_3, OCC_4, OCC_5, EDU 皆達 1% 的顯著水準，其中 CLA_1, OCC_3, OCC_5 之係數呈現負向相關。顯示相對於金卡持有者，普卡持有人與個案銀行之往來期間較短，可能原因是相對於金卡與白金卡，普卡所享受之優惠較少，因此使得普卡持有顧客較不容易與銀行長期的關係。相對而言，由於白金卡顧客享有比金卡更優惠之服務，因此白金卡與銀行之往來期間顯著長於金卡之顧客。資金需求型、逾期繳款紀錄較多、年齡較大、白領、藍領、學生、教育程度較低之往來期間較長。進一步分析顧客循環利息使用狀況發現（模式二），F 值為 391.58，調整後 R-square 為 0.4174；REV_1, REV_2 達 1% 的顯著水準且呈正向相關。表示無論在本行與他行皆使用循環利息，或是僅在本行使用循環利息，顧客與個案銀行的往來期間皆顯著較長。實證結果如表 8 所示。

表 8：顧客區隔對往來期間之影響

$$SIN = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 INT + \alpha_4 DEL + \alpha_5 PRI + \alpha_6 AGE + \alpha_7 OCC_1 + \alpha_8 OCC_2 + \alpha_9 OCC_3 + \alpha_{10} OCC_4 + \alpha_{11} OCC_5 + \alpha_{12} SEX + \alpha_{13} EDU + \varepsilon$$

$$SIN = \alpha_0 + \alpha_1 CLA_1 + \alpha_2 CLA_3 + \alpha_3 REV_2 + \alpha_4 REV_3 + \alpha_5 DEL + \alpha_6 PRI + \alpha_7 AGE + \alpha_8 OCC_1 + \alpha_9 OCC_2 + \alpha_{10} OCC_3 + \alpha_{11} OCC_4 + \alpha_{12} OCC_5 + \alpha_{13} SEX + \alpha_{14} EDU + \varepsilon$$

變數代號	模式一：資金需求狀況		模式二：循環利息狀況	
	迴歸係數	t-值	迴歸係數	t-值
CLA_1	-3.833289	-4.57***	-3.830981	-4.56***
CLA_3	20.50221	19.70***	20.50834	19.70***
INT	17.41985	21.45***		
REV_2			17.60673	19.32***
REV_3			16.99767	13.73***
DEL	5.549665	4.80***	5.546721	4.80***
PRI	-3.049803	-0.69	-3.075498	-0.70
AGE	1.911941	51.53***	1.911855	51.52***
OCC_1	9.927052	6.46***	9.947043	6.47***
OCC_2	5.441886	3.16***	5.467536	3.17***
OCC_3	-5.838912	-2.97***	-5.813738	-2.96***
OCC_4	20.28125	10.39***	20.32965	10.40***
OCC_5	-6.693327	-2.76***	-6.663853	-2.75***

SEX	-0.2646959	-0.37	-0.2428342	-0.34
EDU	3.564156	4.46***	3.577125	4.47***
_CONS	-40.9208	-18.50***	-40.95096	-18.51***
樣本數	7633		7633	
Adj R-Sq	0.4175		0.4174	
F 值	421.73***		391.58***	

*、**、***分別代表 10%、5%及 1%的顯著水準

變數定義：

SIN：顧客從開卡至 2002 年底的持卡期間；CLA_1：普卡；CLA_3：白金卡；INT：1 為資金需求者，0 為交易需求者；REV_2 為在本行與他行皆循環；REV_3：僅在本行循環；DEL：逾期繳款記錄；PRI：正卡數；AGE：顧客至 2002 年 12 月的年齡；OCC_1：白領；OCC_2：藍領；OCC_3：自營；OCC_4：學生；OCC_5：家庭主婦；SEX：1 為男，女為 0；EDU_LOW：1 為低學歷，0 為高學歷。

八、結論及建議

(一) 結論

近年來，銀行業面臨全球金融業的整併與國際競爭之壓力，台灣銀行產業之競爭已進入白熱化之地步。銀行如何透過顧客區隔，了解不同顧客之需求，是創造利潤的基礎，也是維持競爭優勢的關鍵。本研究以台灣某一大型個案銀行為研究對象，探討顧客區隔對於財務績效與非財務績效之影響。實證研究結果發現：就持卡等級而言，普卡持有者對個案銀行利潤貢獻、荷包佔有率、與往來期間皆相對較少，白金卡顧客之荷包佔有率、刷卡次數、及往來期間則顯著較多；在資金需求方面，資金需求型顧客是個案銀行利潤貢獻的來源，與個案銀行的往來期間也較長，其中僅使用個案銀行循環利息的顧客對銀行的忠誠度最高；研究結果亦顯示：正卡數較多的持有者可以提高額度使用率、荷包佔有率、及刷卡次數，但並無法提高與個案銀行的往來期間，甚至對於銀行之利潤貢獻具有負向影響；年齡越大的顧客對於個案銀行的利潤貢獻、荷包佔有率、刷卡次數、及往來期間皆有正向的影響；此外，白領與家庭主婦對個案銀行的利潤貢獻相對較高；最後，教育程度較低的顧客對於個案銀行的利潤貢獻、額度使用率、荷包佔有率、往來期間皆有正向影響。上述實證結果可以提供銀行管理者制訂策略時之參考。

(二) 對管理者之建議

1. 就持卡等級而言，普卡持有者對個案銀行利潤貢獻相對較低，主要原因是普卡之優惠措施不如金卡及白金卡，因此造成普卡持有人刷卡意願較低落、往來期間較短、及荷包佔有率較低，進而使利潤貢獻亦較少。銀行管理者可以提出更多優惠活動，刺激普卡持有人使用個案銀行信用卡的意願，並進而鼓勵持卡人升級為金卡與白金卡等級，提高顧客對個案銀行的忠誠度。
2. 在資金需求方面，資金需求型顧客的確是個案銀行利潤貢獻的來源，與個案銀行的往來期間也較長，其中僅使用個案銀行循環利息的顧客對銀行的忠誠度最高，因此銀行管理者有必要提出對信用卡持有者更有吸引力的循環利率，促使信用卡持有人使用循環利率的動機，進而提高個案銀行的財務績效與非財務績效。
3. 雖然正卡數較多的持有者可以提高額度使用率、荷包佔有率、及刷卡次數，但並無法提高與個案銀行的往來期間，甚至對於銀行之利潤貢獻具有負向影響。顯示持有正卡數多，對於個案銀行可能只是增加更多的處理成本，更可能產生更多的呆卡，致使無法提升銀行的財務績效，因此銀行管理者不應一味衝卡量，而是設法提高現有持卡人的刷卡動機。
4. 年齡越大的顧客對於個案銀行的利潤貢獻、荷包佔有率、刷卡次數、及往來期間皆有正向的影響，顯示年齡較大的顧客經濟基礎較佳，對於銀行的忠誠度也較高，因此可以維持較久的關係，故銀行管理者應更重視此一族群顧客之需求與服務。
5. 整體而言，白領與家庭主婦對個案銀行的利潤貢獻相對較高，其中家庭主婦的往來期間較短，但荷包佔有率較高，而白領之往來期間較長，荷包佔有率則無顯著相關，因此銀行管理者應設法提高家庭主婦持續與個案銀行來往的意願，對於白領者，則應持續刺激其使用個案銀行信用卡做為主要的付款工具，例如針對白領商旅的需求，可提高其里程累積的優惠，並提供機場接送等貼心服務，以增加對個案銀行信用卡的認同感。
6. 教育程度較低的顧客對於個案銀行的利潤貢獻、額度使用率、荷包佔有率、往來期間皆有正向影響，銀行管理者有必要透過問卷調查、或此一群體顧客消費型態之分析，了解此一顧客區隔的真正需求為何，進一步提供符合顧客需求的服務。

(三) 未來研究者之建議

1. 由於樣本期間的限制，本研究僅採用橫斷面之迴歸分析，未來研究者可蒐集更長時間之樣本，採用時間序列分析探討顧客區隔對財務績效與非財務績效之影響。
2. 本研究採用持卡行為構面與消費背景構面等變數探討顧客區隔對財務績效與非財務績效影響，然而，各變數之間可能存在因果關係，例如顧客利潤是一落後績效指標，驅動顧客利潤的因素可能包括額度使用率及荷包佔有率等，而額度使用率及荷包佔有率又受到持卡行為與消費背景等因素的影響，並且各變數間之交互影響亦可能進一步加強或減弱對顧客利潤之影響。因此未來研究者可進一步建構完整的顧客獲利力觀念性架構，分析各變數之間之因果關係，與其對顧客利潤的直接、間接、及交互影響。
3. 本研究之研究樣本僅侷限於信用卡之顧客，未來研究者可進一步取得更全面性的顧客、財務、與非財務資訊，以更深入地分析顧客獲利力之相關議題。

十、參考文獻

1. Alfansi, L. and A. Sargeant. 2000. Market Segmentation in the Indonesian Banking Sector: The Relationship between Demographics and Desired Customer Benefits. *International Journal of Banking Marketing* 18(2): 64-74.
2. Anderson, W., E. Cox III, and D. Fulcher. 1976. Bank Selection Decisions and Market Segmentation. *Journal of Marketing* 40: 40-45.
3. Dunn, D., J. Hulak, and S. White. 1999. Segmenting High-Tech markets: A Value-Added Taxonomy. *Marketing Intelligence and Planning* 17(4): 186-191.
4. Belsley, A., E. Kuh, and R. Welsch. 1980. *Regression Diagnostics*. New York: Wiley.
5. Harrison, D., T. Noordewier, and A. Yavas. 2004. Do Riskier borrowers Borrow More? *Real Estate Economics* 32(3): 385-411.
6. Kaplan, R. & D. Norton. 2004. *Strategy Maps*. Harvard Business School Press.
7. Keltner, B., D. Finegold, G. Mason, and K. Wagner. 1999. Market Segmentation Strategies and Service Sector Productivity. *California Management Review* 41(4): 84-102.
8. Mentzer, J.T., Myers, M.B., and Cheung, M.S., 2004. Global market segmentation for logistics services. *Industrial Marketing Management* 33 (1): 15-20.
9. Morgan, J. 2003. Customer Information Management (CIM): The Key to Successful CRM in Financial Services. *The Journal of Bank Cost and Management Accounting* 16(2): 3-20.
10. Sharma, B. 2004. Marketing Strategy, Contextual Factors and Performance – An Investigation of Their Relationship. *Marketing Intelligence and Planning* 22(2): 128-143.
11. Venkatesan, R., and V. Kumar. 2004. A Customer Lifetime Value Framework for Customer Selection and Resource Allocation Strategy. *Journal of Marketing* 68(October): 105-125.
12. Wang, Y. & H. Lo. 2004. Customer-Focused Performance and Its Key Resource-Based Determinants: An Integrated Framework. *Competitiveness Review* 14(1/2): 34-59.

13. Yi, Y. & H. Jeon. 2003. Effects of Loyalty Programs on Value Perception, Program Loyalty, and Brand Loyalty. *Academy of Marketing Science* 31(3): 229-240.
14. Zineldin, M. 1995. Bank-Company Interactions and Relationships: Some Empirical Evidence. *International Journal of Bank Marketing* 13(2): 30-40.

美國會計協會 --
2006 年會

**American Accounting
Association — 2006 Annual Meeting**

出席年會報告

吳安妮
國立政治大學會計系
95 年 9 月

美國會計協會—2006 年年會

本次大會：美國會計協會 2006 年年會(2006 American Accounting Association Annual Meeting)於美國華盛頓舉行，共 4 天〔八月六日至八月九日〕。以下簡述參與本次大會之經過：

一、 參加會議經過

〔一〕 會前會議：

八月六日〔星期日〕

八月六日為非正式之接待活動，本日活動之主要目的為讓與會學者有相互溝通之機會，俾增進各國會計學者間交流，以達國際學術之深根效益。晚間並播放紀錄片” Enron: The Smartest Guys in the Room”，該影片報導美國有史以來最大的商業醜聞—安隆事件，此事件已成為會計教育中最重要的專業道德教材，也為美國會計協會 2006 年年會揭開序幕。

〔二〕 會議內容：

1、 八月七日〔星期一〕

早上 8:30 - 09:45，為開幕典禮及演講，首先由美國會

計協會會長 (Judy D. Rayburn) 致詞，說明本次會議之重點，並邀請 R. Eugene Rice 擔任主講貴賓，以 "The changing faculty role and the future education of accountants" 為題，探討會計教育者角色的改變，與未來會計教育的前景。

上午 10:15 – 11:45，分組研討會正式開始，本場次共有十八個研究場次進行，重要之研究場次包括：1、會計、行為及組織面之研究：個人投資者對會計資訊使用之相關議題；2、公共利益面之研究：社會會計學之研究議題；3、國際會計之研究：公司治理在國際面之研究議題；4、管理會計之研究：獎酬制度實施之相關議題；及 5、政府與非營利組織之研究：非營利組織之審計研究之相關議題。本人在此時段參加了管理會計之場次，研究者在會中發表了有關績效評估之研究議題，其中 Indjejikian 與 Matejka 發表 "Private pre-decision information and multiple performance measures: Theory and empirical evidence" 一文，主要探討當經理人對地區營運的瞭解程度，是否會影響績效評估指標的權重，作者以主理人-代理人模式進行理論的推導，並以問卷方式取得 120 家地區性經理人資料。研究發現，當地區性經理人對於特定的內部會計系統越熟悉，則地區性財務績效指標的權重

就會較低，實證結果支持作者的假說。此一研究為相當有趣的
管理會計研究。

下午 2:00 – 3:30，本場次共有十七組不同之研究場次，
討論之重要議題包括：1、管理會計之研究：管理會計專業
之概況之相關議題；2、公共利益面之研究：倫理學之相關
議題；3、財務會計與報告之研究：傳統會計與公司治理之
相關議題；4、政府與非營利組織之研究：政府會計報導及
揭露之相關議題；及 5、財務會計與報告之研究：會計研究
方法之相關議題。

下午 4:00 – 5:30，共有二十三個不同之研究場次，其中
重要之議題包括：1、財務會計與報告之研究：公司揭露與
不揭露之決定因素及影響；2、管理會計之研究：董事會之
規模、獨立性、及誘因之相關議題；3、財務會計與報告之
研究：獎酬制度實施之決定因素及結果；4、國際會計之研
究：國際會計之文化與財務報導之相關研究議題；及 5、公
共利益面之研究：公共政策之相關議題。吾人在此時段參加
了管理會計之場次，研究者在會中發表了目標一致性與經理
人獎酬制度設計相關之研究，其中 Ramanan 與 Sridhar 發

表”Effects of non-contractibility of performance measures”一文，作者研究發現：包括市場價格於獎酬契約中，將有助於減少經理人盈餘管理的動機，研究且發現，在獎酬契約中考慮非契約性的績效指標時，盈餘管理將可促進主理人與代理人目標的一致性。本文讓吾人更了解公司治理與 CEO 績效間之關聯性及重要性，並開闊了吾人對績效評估研究的視野。

2、八月八日〔星期二〕

上午 10:15 – 11:45，本時段共有二十八組不同之研究議題，重要之研究議題包括：1、管理會計之研究：決策權利之指派與以非財務衡量指標作為協調決策；2、財務會計與報告之研究：驅動揭露因素之相關研究議題；3、財務會計與報告之研究：公司治理、公司評價、及績效之相關研究議題；4、國際會計之研究：國際會計財務報告品質之相關研究議題；5、審計方面之研究：風險評估之相關研究議題；6、會計、行為及組織面之研究：會計與揭露選擇之相關研究議題；及 7、資訊系統之研究：IT 管理方面之相關議題。

下午 2:00 – 3:30，討論之議題共有三十組，重要之議題包括：1、財務會計與報告之研究：財務與非財務資訊角

色之相關議題；2、審計方面之研究：審計品質之相關研究議題；3、會計、行爲及組織面之研究：管理誘因之相關議題；4、管理會計之研究：盈餘管理與 CEO 獎酬契約之相關議題；5、國際會計之研究：國際會計之財務報告及分析之相關議題；及 6、財務會計與報告之研究：公司治理與公司價值之相關議題。本人與共同作者在本場次中發表”Performance standards and managers’ adoption of risky projects”一文，本文主要使用實驗研究方法，測試不同的績效水準如何影響經理人採行具風險專業的意願。本文以美國與台灣代表不同程度的個人主義文化，研究結果發現與期望理論一致，亦即相對於較低的績效標準或無標準，較高的標準將激勵經理人承擔更高的風險。與會者對該主題相當感興趣，並對於文化差異與實驗設計提出許多寶貴的意見，吾人獲益良多。

下午 4:00 – 5:30，共有二十二個場次進行，其重要之研究議題包括：1、財務會計與報告之研究：盈餘揭露選擇及結果之相關議題；2、政府與非營利組織之研究：政府治理之相關議題；3、會計、行爲及組織面之研究：選擇、實

施、及查核 IT 系統之相關研究議題；4、管理會計之研究：成本資訊與決策制訂之相關研究議題；及 5、國際會計之研究：國際公司治理-股東與利害關係人之觀點。其中在管理會計的場次部分，Balakrishnan, Eldenburg, Krishnan, 及 Soderstrom 發表 "outsourcing as a response to increased operating risk" 一文，作者探討營運風險與醫院特質對於醫院外包行為的影響，作者認為醫院特性會影響組織之治理與誘因，因此，因應財務與競爭壓力的外包決策會因不同特質的醫院而不同。實證結果支持上面的論述，亦即營利型的醫院有最高的誘因採行外包的決策以因應財務與競爭壓力，而政府醫院的誘因則最低。

3、八月九日〔星期三〕

上午 10:15 – 11:45，其重要之研究議題包括：1、財務會計與報告之研究：盈餘標竿及盈餘管理之相關議題；2、財務會計與報告之研究：公司治理與財務報表品質之相關研究議題；3、政府與非營利組織之研究：政府績效衡量報導之相關議題；4、管理會計之研究：董事會、未來公司績效、及公司策略之相關議題；5、管理會計之研究：競爭、獎酬契約、及誘因判斷之相關研究議題；及 6、審計方面之研究：

公司治理之教學相關議題。本人在此時段參加了管理會計之場次，Dowell, Shackell, 與 Stuart 發表”CEOs, boards of directors, and firm survival: evidence from the internet shakeout”一文，作者分析治理機制與公司存續間的關係，並以 268 家網路公司為研究對象，作者假設董事會規模與其獨立性的程度會影響公司的存續，但董事會的獨立性決定於 CEO 是否為公司的創始人。結果發現，擁有較大或較小規模董事會的公司，其失敗率低於中間規模的公司；另外，當獨立董事較多的公司，其失敗率亦較低。

下午 2:00 – 3:30，共有二十六個之重要場次，討論之重要課題包括：1、會計、行為及組織面之研究：會計預測與評估之專業判斷之研究議題；2、財務會計與報告之研究：誘因管理及財務報導之研究議題；3、管理會計之研究：轉撥計價之相關議題；4、審計方面之研究：公司治理與審計之相關議題；5、管理會計之研究：平衡計分卡之相關研究議題；6、財務會計與報告之研究：分析師預測及評價之研究議題；及 7、國際會計之研究：國際會計之審計品質之相關議題。下午 4:00 – 5:30，重要的議題包括：1、會計、行為及組織面之研究：經理人決策之相關議題；2、管理會計之

研究：目標成本、股東價值管理、降低存貨、及附加價值之相關議題；3、財務會計與報導之研究：資本評價之相關研究議題；4、財務會計與報告之研究：盈餘管理與揭露誘因之相關議題；5、審計方面之研究：內部審計之相關研究議題；及6、國際會計之研究：國際會計差異之相關研究議題。吾人在這時段參加了財務會計與報導之場次，Li 與 Scott 發表”Human capital, pension information, and firm valuation”一文，本文以人力資本假說討論退休金資訊與公司價值間的關係，結果發現：在解釋價格與報酬中，可歸屬為人力資本的影響，本研究證實無形資產的價值。

二、與會心得

美國會計協會年會是世界上會計領域最重要的學術性會議，會中聚集了全球會計學術界之學者及少數的實務界人士與會。吾人在此次會議中深刻體會到學術環境的激烈競爭，因此透過參與會議，可以與更多優秀學者進行學術交流與研究合作，本會議是發掘重要研究議題、瞭解國際學術脈動、與拓展研究合作團隊的最佳機會與管道。另外，吾人亦可深切感受到大陸學者在歷次會議中大量發表文章，對於台灣學者所帶來的壓力，台灣學者更應加快腳步地走向國際舞

台，爭取在國際學術研討會的發表機會，俾提昇台灣的學術水準，並增加台灣學者研究之國際競爭力。

三、建議事項

本次研討會與會者眾多，尤其是大陸學者幾乎出現在各個場次中，而參與的台灣學者則相對式微。會議中已顯現中國大陸學者已開始主導會計研究之發展。為鼓勵台灣學者，尤其是年輕學者朝國際化發展，因此建議國科會能提供更多機會，積極地鼓勵及獎勵新一代之學者努力從事學術研究、並赴國際學術研討會發表，讓他們有機會朝國際化之研究舞台發展，俾提昇台灣之國際化學術水準。

四、攜回資料名稱及內容

本次會議攜回之資料為 Program and Proceedings of the 2006 Annual Meeting of the American Accounting Association：此為本次會議之行程內容：包括場次時間、論文場次、發表文章之摘要、發表人、及發表人之學校及聯絡方式等相關資訊，資料內容相當豐富及充實，參考價值極高。