

「財富管理商品」消費行為及滿意度之探討

指導老師：楊敏里

組 員：楊俊德、劉偉成、趙華芳、趙盈菁

摘 要

本研究是以高雄市曾經購買財富管理商品之消費者為研究對象，主要目的在探討消費者使用財富管理商品之影響因素，以提供銀行業者做為行銷上之參考，本研究在消費者行為理論與相關文獻的基礎下，運用EKB 模式架構，並採用問卷調查法，將調查資料經過統計方法分析，獲致結果如下：消費者購買理財商品動機屬性，主要分為被動動機、成長動機、懶惰動機、保守動機；在購買理財商的的考慮因素，主要分為商品因素、銀行因素、人的因素、績效因素等四大因素；根據受訪者之生活型態與人口統計變數可區分成三群，分別為積極自主群、依賴顧家群、輕家消極群，消費者在日常生活中最主要的資訊來源分別為「電視、收音機」、「財經報紙、理財雜誌」及「親友告知」。

本研究建議銀行業者應採穩健經營，以確保財務健全，並嚴格要求從業人員之品德操守，致力提升銀行從業人員的專業知識，做好售後服務，以提高顧客對銀行的滿意度，進而培養顧客的忠誠度，與消費者建立長遠的顧客關係，對銀行而言才是長久經營之策。