

Чиа-Мінг Ліу, Тсунг-Юан Ванг

Дослідження впливу якості послуг на лояльність клієнтів та результати діяльності компаній у фінансовому секторі

Оскільки уряд розпочав відкриття нових приватних банків у 90-х роках ХХ століття, конкуренція у банківському секторі у Тайвані стала сильною. Зокрема, заснування фінансових холдингових компаній після 2000 року призвело до злиття фінансових установ. Конкуренція у банківському секторі стає все сильнішою. Цінова конкуренція за відсотковими ставками між банками поступово зменшує розрив між ставкою за депозитами та ставкою за кредитами у банківському секторі, тому банки більше не можуть виживати при стандартній ставці за депозитами та ставці за кредитами. Банки повинні приваблювати клієнтів різними якісними послугами, задовольняти потреби клієнтів, а також створювати нові джерела прибутку для банківського сектору. Загалом, якість послуг пов'язана з задоволенням клієнтів після отримання послуги, а задоволення стає для клієнтів у фінансовому секторі внутрішнім показником оцінки. Багато успішних іноземних компаній або державних фінансових установ показують блискучу конкуренцію у сфері фінансів в плані напрямку діяльності та якості послуг. Беручи Земельний банк Тайваню в якості предмету дослідження, метою цього дослідження є обговорення впливу якості послуг на лояльність клієнтів та результати діяльності компаній у фінансовому секторі.

Автори виявили, що підвищення компанією рівня якості послуг через посередницький вплив лояльності клієнтів може значно покращити результати діяльності компаній. З цієї причини, у статті показано зв'язок між лояльністю клієнтів, якістю послуг та результатами діяльності компаній. Результати аналізу можуть допомогти у дослідженні банківського сектору Тайваню.

Ключові слова: якість послуг, лояльність клієнтів, результати діяльності компаній, земельний банк, фінансовий сектор.

Класифікація JEL: M31, G21, M21.



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Чиа-Минг Лиу, Тсунг-Юан Ванг

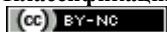
Исследование влияния качества услуг на лояльность клиентов и результаты деятельности компаний в финансовом секторе

Поскольку правительство начало открытие новых частных банков в 90-х годах ХХ века, конкуренция в банковском секторе в Тайване стала сильной. В частности, основание финансовых холдинговых компаний после 2000 года привело к слиянию финансовых учреждений. Конкуренция в банковском секторе становится всё сильнее. Ценовая конкуренция по процентным ставкам между банками постепенно уменьшает разрыв между ставкой по депозитам и ставкой по кредитам в банковском секторе, поэтому банки больше не могут выживать при стандартной ставке по депозитам и ставке по кредитам. Банки должны привлекать клиентов разными качественными услугами, удовлетворяют потребности клиентов, а также создавать новые источники прибыли для банковского сектора. В общем, качество услуг связано с удовлетворением клиентов после получения услуги, а удовлетворение становится для клиентов в финансовом секторе внутренним показателем оценки. Многие успешные иностранные компании или государственные финансовые учреждения показывают блестящую конкуренцию в сфере финансов в плане направления деятельности и качества услуг. Беря Земельный банк Тайваня в качестве предмета исследования, целью данного исследования является обсуждения влияния качества услуг на лояльность клиентов и результаты деятельности компаний в финансовом секторе.

Авторы выявили, что повышение компанией уровня качества услуг посредством посреднического влияния лояльности клиентов может значительно улучшить результаты деятельности компаний. По этой причине, в статье показана связь между лояльностью клиентов, качеством услуг и результатами деятельности компаний. Результаты анализа могут помочь в исследовании банковского сектора Тайваня.

Ключевые слова: качество услуг, лояльность клиентов, результаты деятельности компаний, земельный банк, финансовый сектор.

Классификация JEL: M31, G21, M21.



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует присутствия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.