

結合二維品質模式與品質機能展開法建構顧客需求模式：以行動通訊業為例

林樑俊、曾清枝

E-mail: 9707399@mail.dyu.edu.tw

摘要

相對的在台灣的行動通訊市場也呈現普及的狀態，因此各家行動通訊業者在面臨競爭激烈與消費者意識抬頭的情況下，確切的了解消費者對於品質要素的需求實為業者提升自我競爭力不可獲缺的關鍵。本研究根據Kano二維品質模式分別將行動通訊業之服務品質要素歸類為魅力、一維、當然、無差異及反轉等五種不同屬性。爾後藉由問卷來得知消費者對於行動通訊業之期望重要度，並進行台灣大哥大、中華電信、遠傳電信三家電信業者的競爭者分析。最後，整合Kano二維品質模式和品質機能展開法來瞭解其相互之關連性，進而對行動通訊服務業未來發展提出改善和建議。

關鍵詞：服務品質;二維品質模式;品質機能展開法

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	2	第三節 研究目的與流程	2
2 第二章 文獻探討	4	第一節 服務品質	4
4 第二節 二維品質模式	6	第三節 品質機能展開法	6
13 第四節 整合二維品質模式以及品質機能展開	17	第三章 研究方法	17
19 第一節 研究架構	20	第二節 問卷設計	20
21 第三節 分析方法	22	第四章 研究分析與結果	22
24 第一節 前測問卷之信效度分析	24	第二節 正式施測之結果分析	24
25 第五章 結論與建議	48	第一節 研究結論	48
48 第二節 研究建議	52	文獻	53
53 附錄 研究問卷	56	表目錄	
表 2-1 授野紀昭(1984)之二維品質要素歸類表	11	表 2-2 Schvaneveldt(1991)之二維品質要素之歸類表	12
表 2-3 Matzler and Hinterhuber(1998)之二維品質要素之歸類表	12	表 3-1 係數可信程度參考範圍與意義	23
表 4-1 前測問卷之信度分析	24	表 4-2 正式問卷之信度分析	26
表 4-3 人口統計變數表	27	表 4-4 消費者對通訊業服務品質構面期望重要度評分表	28
表 4-5 中華電信認知滿意度評分表	30	表 4-6 台灣大哥大電信認知滿意度評分表	32
表 4-7 遠傳電信認知滿意度評分表	33	表 4-8 Kano二維品質屬性分類表	35
表 4-9 性別對於Kano二維品質屬性之歸類	38	表 4-10 年齡對於Kano二維品質屬性之歸類	40
表 4-11 職業對於Kano二維品質屬性之歸類	41	表 4-12 教育程度對於Kano二維品質屬性之歸類	43
表 4-13 收入對於Kano二維品質屬性之歸類	45	表 4-14 一般消費者之品質屋	47
圖目錄		圖 1-1 研究流程圖	3
圖 2-1 二維品質示意圖	9	圖 2-2 品質屋	9
圖 3-1 研究架構圖	20		

參考文獻

一、中文部份 石川(1973)，講座 - 品質解析第一講，品質管理，24(1)，70-82。吳統雄(1985)，態度與行為之研究的信度與效度:理論、應用、反省，民意學術專刊，夏季號，29-53。狩野紀昭，賴樂信彥，高橋文夫，?新一著(1984)，魅力品質與應有的品質，日本品質雜誌，2，147。康寧(2002)，以Kano品質模式探討探討直銷公司物流配送服務品質及直銷商滿意度研究，元智大學管理研究所未出版之碩士論文。張維昌(2003)，應用品質機能展開與品質工程於產品製程改善之研究，國立成功大學工業設計學系碩士班未出版之碩士論文。黃素齡(2000)，探討筆記型電腦之Kano二維品質模式，元智大學管理研究所未出版之碩士論文。黃艷雲(2004)，品質機能展開運用於成衣設計之研究，國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。楊錦洲(2000)，外部顧客與內部人員對品質屬性之認知上的差異性分析

, 中原學報, 28(4), 43-54。劉必慧(1995), 以品質機能展開改造企業流程, 中原大學工業工程研究所未出版之碩士論文。蘇朝墩(2004), 專訪日本品質大師 - 狩野紀昭博士, 品質月刊, 40(5), 14-16。二、英文部份 Barbara, S., Heather, P., Brendan, B., & Peter, M. (2003). A model for reduced fat food product development success. *Food Quality and Preference*, 14, 583-593. Bersterfield, D. H., Micina, C. B., Besterfield, G. H., and Sacre, M. B. (2003). *Total quality management*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc. Bossert, J. L. (1991). Quality function deployment: A practitioner ' s approach. New York: Quality Press Inc. Conti, T. (1989). Process management and quality function deployment. *Quality Progress*, 11(8). 45-48. Garvin, D. A. (1984). What does product quality really mean. *Sloan Management Review*, 26(1), 25-43. Griffin, A., & Hauser, J. R. (1993). The voice of the customer. *Marketing Science*, 12(1), 1-27. Hauser, J. R., & Clausing, D. (1988). The house of quality. *Harvard Business Review*, 66(5), 63-73. Herzberg, F. (1987). One more time: How do you motivate employees? *Harvard Business Review*, 1987(September-October), 109-120. Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 4, 30-48. Kuo Y. F. (2004). Integrating Kano ' s model into web-community service quality. *Total Quality Management and Business Excellence*, 15(7), 925-939. Matzler, K., & Hinter, H. H. (1998). Hows to make product development projects more successful by integrating Kano ' s model of customer satisfaction into quality function deployment. *Technovation*, 18(1), 25-38. Parasurman, A., Zeithmal, V. A., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 48. Schvaneveldt, S. J., Enkawa, T., & Miyakawa, M. (1991). Consumer evaluation perspectives of service quality: Evaluation factors and two-way model of quality. *Total Quality management*, 12, 149-161. Sullivan, L. P. (1986). Quality function deployment. *Quality Progress*, 1986(June), 39-50. Tan, K. C., & Shen, X. X. (2000). Integrating Kano ' s model in the planning matrix of quality function deployment. *Total Quality Management*, 11(8), 1141-1151.