

運用Kano及品質機能展開法分析民宿經營之特性

莊明學、林朝源

E-mail: 9806260@mail.dyu.edu.tw

摘要

近??, 隨著國民所得提高與九十年起全面週休二日政策實施, 使得國民旅遊市場日趨活絡, 其中民宿旅遊更是國人熱衷休閒遊憩活動之一。南投日月潭遊憩區由於地理位置優越且交通便利, 已成為國人民宿旅遊休閒熱門去處。在現今全球競爭市場中, 消費者意識高漲, 顧客導向已經取代以往的技术導向、生產導向、行銷導向的作業策略型態, 經營者應當加強提昇品質, 才是民宿永續經營的目標。

研究中Kano模型為應用於二維屬性分?最著名的概?模型之一, 也有許多以Kano模型為設計基礎之方法亦被相關研究者一一提出, 但由於各種方法之?點或基本假設?同, 所以對於相同的資?可能會產生?同的分?結果, 因此可能造成管?者對於分?結果無所適從; 有鑑於此, 本研究主要目的利用系統化的分析問題方法來做顧客需求的考量, 配合問卷設計來調查顧客需求, 將應用對偶重要?相關圖分析(DIM)進行KANO二維品質特性歸類, 結合品質機能展開(QFD)中的品質特性排序法, 並透過旅客對民宿之重視度與滿意度的觀點, 探討民宿該如何經營才能符合遊客需求, 避免大量投資又無法得到如期的效果, 進而提高其營運效率。

關鍵詞: 民宿、二維品質模式、品質機能展開、對偶重要度相關圖分析

目錄

第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	3
1.3 研究步驟與流程	4
1.4 研究範圍與限制	7
第二章 文獻探討	8
2.1 台灣民宿之概況	8
2.1.1 民宿的定義	8
2.1.2 民宿之起源	10
2.1.3 民宿的類型	13
2.2 KANO品質模式	14
2.2.1 KANO二維模式之文獻探討	14
2.2.2 KANO品質要素歸類之定義	18
2.3 KANO模型相關之品質特性分?方法	19
2.3.1 直接方法	19
2.3.2 間接方法	22
2.4 品質特性分?方法比較之相關研究	23
2.5 QFD品質模式	24
2.5.1 QFD品質模式之發展	24
2.5.2 QFD品質模式之定義與應用	26
第三章 研究設計	31
3.1 研究方法架構	31
3.2 問卷建構	33
3.3 問卷設計	34
3.4 統計方法	35
3.5 對偶重要?相關圖分析	36
3.5.1 DIM 基本假設	36
3.5.2 DIM 分?方法步驟	37
3.5.3 DIM 分?方法特性	42
3.6 建構品質屋	42

第四章 模式建構與結果分析	45
4.1 KANO問卷資料分析	45
4.2 信度分析	48
4.3 建立KANO二維品質模式之分析	49
4.3.1 顧客重要度與滿意度統計結果	49
4.3.2 對偶重要度相關圖分析結果	51
4.4 民宿服務品質之品質機能展開實証分析	53
4.4.1 服務品質權重	53
4.4.2 民宿之服務品質技術	57
4.4.3 導入品質機能展開圖	57
第五章 結論與建議	62
5.1 研究結果與分析	62
5.1.1 遊客消費特性相關	62
5.1.2 遊客重視度與滿意度相關	63
5.1.3 導入QFD方面	64
5.2 研究建議	64
參考文獻	66
附錄一 KANO品質技術紀對權值與重要度排序表	71
附錄二 KANO品質技術與需求關聯度統計表	72
附錄三 KANO品質技術與需求關聯度之平均指標	74
附錄四 KANO民宿問卷量表	76

參考文獻

- 中文部份:[1]何啟彰,「以顧客滿意度為基礎的kano模型品質特性分類方法比較研究」,2006。
- [2]林千源,「兄弟象職業棒球隊消費者行為之研究」,碩士論文,國立師範大學,1995。
- [3]?延昇,「遊客對推?休閒?業地區民宿服務品質意?之研究—以奮起湖地區民宿為?」,國?嘉義大學,碩士?文,2003。
- [4]林梓聯,「台灣的民宿」,農業經營管理會訊, No.27, pp.3-5, 2001。
- [5]吳玉印,「在美國引起爭論的田口方法之討論」,品質月刊, 27(3), 2001。
- [6]吳碧玉,「民宿經營成功關鍵因素之研究 - 以核心資源觀點理論」,朝陽科技大學,碩士論文,2003。
- [7]吳信宏、邱敏鑑,「品質機能展開用於價值管?之探討」,價值管?期刊, (3), 第33-40頁, 2002。
- [8]吳乾正,「農園的民宿經營」,農業經營管?會訊, 27, 10~11 頁, 2001。
- [9]吳統雄,「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,第29-53頁。1985。
- [10]赤尾洋二,「品質機能展開之實際運用」,生產力中心譯,1991。
- [11]邱湧忠,「休閒農業經營學」,台北:茂昌印製,2002。
- [12]狩野紀昭、瀨?彥、高橋文夫、新一「有魅?的品質與應該有的品質」,陳俊卿譯,品質管制月刊, 21(5), 第33-41頁, 1984。
- [13]陳宗玄,「從國際觀光角度思考我國發展觀光的契機」,台灣經濟金融月刊,第43卷第4期, 2005。
- [14]陳秋?,「民宿?客消費者?為之研究 - 以宜?地區民宿為?」,南華大學,碩士?文,2003。
- [15]陳昭郎,「休閒農業概論」,全華科技圖書,2006。
- [16]陳耀茂,「服務品質管理手冊」,遠流出版事業公司,2000。
- [17]陸允怡、陳箴,「民宿產業運用網路行銷策略之研究」,景文學報, 17 (2), 69-86, 2007。
- [18]張采芸,「利用多屬性決策分析購置車輛決策之研究 - 以3000c.c.以下車量為例」,國防大學決策科學碩士論文,2002。
- [19]楊錦洲,「二維服務品質模式在服務品質之運用」,品質管制月刊, 29(5), 第27-33頁, 1993。
- [20]劉清雄,「民宿分級標準,農村民宿人才訓練班授課講義」,行政院農業委員會,2002。
- [21]廖惠萍,「普?旺斯歐風民宿」,上旗文化事業股份有限公司,台?,2004。
- [22]廖瑞金,「遊客舒適度、感受價值與忠誠之關係」,國立嘉義大學,碩士論文,2005。
- [23]鄭健雄、吳乾正,「渡假民宿管理」,全華科技圖書,2004。
- [24]蔡耀宗,「休閒旅遊產業的服務品質提升」,品質月刊,第41卷5期, 24~26頁, 2005。
- [25]簡??,「民宿評鑑指標之研究」,朝陽科技大學,碩士?文,2004。
- [26]顧志遠,「服務業系統與作業管理」,華泰文化事業公司,1998。
- [27]龔筱?,「民宿特色與遊客偏好之研究—以宜?地區為?」,世新大學,碩士?文,2005。
- [28]交通部觀光局 <http://www.taiwan.net.tw/lan/Cht/search/index.asp>[29]行政院主計處 <http://www.stat.gov.tw/mp.asp?mp=4>英文部份:[30]Arnould, E., Price, L., and Zinkhan, G. "Consumers(2nd ed)", New York: The McGraw-Hill Companies, Inc, 2004.

- [31]Bartikowski, B. and Llosa, S., " Categorizing attributes in relation to overall customer satisfaction in services. Modifications of the theory of variant and invariant weights " , INSTITUT D ' ADMINISTRATION DES ENTREPRISES, 2002.
- [32]Bossert, J. L. , " Quality Function Deployment-A Practitioner ' s Approach " , ASQC Quality Press Inc., New York , 1991.
- [33]Brandt, D.R., " How service marketers can identify value-enhancing service elements " , The Journal of Services Marketing, Vol.2, No.3, pp.35-41, 1988.
- [34]Brown, P. G., " QFD: Echoing the Voice the Customer " , AT&T Technical Journal, March-April, 18-32, 1991.
- [35]Busacca, B. and Padula, G., " Understanding the relationship between attribute performance and overall satisfaction " , Marketing Intelligence & Planning, Vol. 23, No. 6, pp. 543-561, 2005.
- [36]Grigoroudis, E. and Siskos, Y., " Preference desegregation for measur-ing and anglicizing customer satisfaction: The MUSA method " , European Journal of Operational Research, 143, pp148-170, 2002.
- [37]Havser, J. R. and Clausing, D., " The House of Quality " , Harvard Business Review, 1988.
- [38]Herzberg, F. B. and Snyderman, B., " The Motivation to work, " . New York, John Willy & Sons, pp. 72-74, 1959.
- [39]Llosa, S., " Analysis of the contribution of the elements of the service to satisfaction: A model tetra-class " , Decisions Marketing Vol.10, pp. 81-88, 1997.
- [40]Matzler, K. and Hinterhuber, H. H., " How to make product development projects more successful by integrating Kano ' s model of customer satisfaction into quality function deployment " , Technovation, 18(1), pp.25-38, 1998.
- [41]Martilla, J. A., James J. C., " Importance Performance Analysis " , Journal of Marketing, Vol.41, January, pp. 77-79, 1977.
- [42]Schvaneveldt, S. J., Enkawa, T. & Miyakawa, M.. " Consumer Evaluation Perspectives of Service Quality: Evaluation Factors and Two-Way Model of Quality, " Total Quality Management, vol.2, pp.149-161, 1991.
- [43]O'Sullivan, S.B.. " Functional assessment, " In O'Sullivan S.B., Schemitz T.J. (eds.). Physical rehabilitation: Assessment and treatment. (2nd ed.). Philadelphia:F.A. Davis. pp.219-236, 1988.
- [44]Venkitaraman, R.K and Jaworski, C., " Restructuring customer satis-faction measurement for better resource allocation decisions: an integrated ap-proach " , Fourth Annual Advanced Research Techniques Forum of the Ameri-can Marketing Association, June 15, 1993.