

# 企業員工教育訓練活動之研究：以Kano模式及訓練品質為架構

謝光仁、林朝源

E-mail: 9806262@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

目前國內各項在職訓練計畫已實施多年，除補助勞工在職進修外，近年來亦開始鼓勵一般企業機構舉辦教育訓練活動，並實際提供經費補助，以改善人力素質，提升整體之競爭力。

本文係藉由勞委會職訓局多年來所規劃，且目前也已發展成熟之台灣訓練品質計分卡（Taiwan Train Quality Scorecard，TTQS），嘗試探討各單位在辦理教育訓練活動時，所著重之項目。並利用Kano二維品質模式，針對各產業曾參與企業舉辦教育訓練活動之各階層從業人員，進行抽樣調查，以瞭解各品質要素對教育訓練活動之影響程度，探討與歸納教育訓練各品質要素之屬性，。

從本研究之研究調查與結果統計，將各品質要素之屬性，依Kano二維品質模型做歸類，並區分為魅力品質、必要品質、一元化品質與無差異品質等品質屬性，針對研究之結果提出各項建議，作為各企業教育訓練承辦單位或人員未來規劃教育訓練活動時之參考。

關鍵詞：Kano二維模式、教育訓練、TTQS、對偶重要度相關圖分析

## 目錄

封面內頁	
簽名頁	
授權書.....	iii
中文摘要.....	iv
ABSTRACT.....	v
誌謝.....	vi
目錄.....	vii
圖目錄.....	ix
表目錄.....	x

### 第一章 緒論 1

- 1.1 研究動機 1
- 1.2 研究目的 2
- 1.3 研究範圍 3
- 1.4 研究方法與流程 3
- 1.5 研究架構 5

### 第二章 文獻探討 6

- 2.1 教育訓練之定義與範圍 6
- 2.2 訓練品質計分卡（Taiwan Train Quality Scorecard,TTQS） 8
- 2.3 在職訓練計畫介紹 10
- 2.5 Kano二維品質模型之意義 15
- 2.6 Kano二維品質的歸類及應用 17

### 第三章 研究設計與方法 22

- 3.1 研究架構 22
- 3.2 問卷設計 23
- 3.3 樣本數及抽樣方法 26
- 3.4 對偶重要度相關圖分析(DIM) 26
- 3.5 信度與效度的分析 31

### 第四章 建構二維模式與結果分析 33

- 4.1 資料蒐集與統計整理 33
- 4.2 品質要素歸類 42

## 第五章 結論及建議 48

### 5.1 研究結論 48

### 5.2 研究建議 48

### 參考文獻 51

### 附錄 KANO二維模式調查表 53

## 參考文獻

1. 黃誌瑩 (2001), “教育訓練制度規劃之個案研究”, 中央大學人力資源管理研究所碩士論文。
2. 黃英忠、溫金豐 (1995), “外在經營環境與企業教育訓練實施及經營績效關係之研究”。
3. 林建山博士 (2006), “訓練品質的衡量與確保”。
4. 林文燦 (1994), “英國IIP 驗證制度簡介”, 行政院勞委會職訓局企業訓練聯絡網HRD 服務團顧問交流共識會資料手冊。
5. 行政院勞委會, TTQS訓練品質規範評核與服務工作實施計劃, <http://ttqs.evta.gov.tw/>
6. 行政院勞委會, 職業訓練局網站 <http://www.evta.gov.tw/>
7. Cheers期刊 (2009) 第101號刊, pp.70-718.
8. 楊錦洲 (2002), “顧客滿意度與忠誠度之關聯性研究”。
9. 狩野紀昭、瀨樂信彥、高橋文夫、新一 (1984) 「有魅力的品質與應該有的品質」品質管制月刊, 第21卷, 第5期, 第33至41頁, 譯自日本「品質」雜誌, vol.14, No.2, P.147.10.
10. 何啟彰 (2005), “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”, 大葉大學工業工程與科技管理所碩士論文。
11. 胡木榮 (2003), “消費者滿意之認知品質策略研究 以台灣運動休旅車實證”, 中央大學管理學院高階主管企管碩士班研究論文。
12. 吳基輔 (2004), “以Kano的二維品質模式探討數位相機使用者滿意度之研究”, 東華大學企業管理所碩士論文。
13. 胡智博 (2004), “大型連鎖書店顧客需求之研究-以Kano模式與體驗行銷為架構”, 朝陽科技大學企業管理所碩士論文。
14. 施心純 (2007), “Kano二維品質模式於手機通路服務品質之探討”, 立德管理學院工業管理研究所碩士論文。
15. 吳統雄 (1985), “電腦輔助電話調查使用者與應用效果之研究”, 政治大學新聞研究所博士論文。
16. Nadler, L. (1970), *Developing Human Resources*. Houston, TX. Gulf Publishing Co.
17. ISO 10015:1999 (Quality management – Guidelines for training)。
18. Kotler, P., (2000), “Marketing Management: Identifying Market Segments and Selecting Target Markets”, Prentice Hall, pp.39-48
19. Matzler, K., Bailom, F., Hinterhuber, H., Ranzl, B. and Pichler, J., (2004), “The asymmetric relationship between attribute-level performance and overall customer satisfaction: a reconsideration of the importance-performance analysis”, *Industrial Marketing Management*, Vol.33, pp.271-277.
20. Venkitaraman, P.K and Jaworski, C., (1993), “Restructuring customer satisfaction measurement for better resource allocation decisions: an integrated approach”, *Fourth Annual Advanced Research Techniques Forum of the American Marketing Association*, June 15.
21. Llosa, S., (1997), “Analysis of the contribution of the elements of the service to satisfaction: A model tetra-class”, *Decision Marketing* Vol.10, pp.81-88
22. Brandt, D.R., (1988), “How service marketers can identify value-enhancing service elements”, *The Journal of Services Marketing*, Vol.2, No.3, pp.35-41.