

A Study on Discussing the Multilevel Business Service Quality by Integrating Kano Model and Quality Function Deployment

許淑婉、曾清枝

E-mail: 9900381@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The global financial crisis results in economic recession, and has negatively impacted many industries. For the direct marketing industry, as its products have a high level of similarity, and there is no a big difference between different markets, this impact even reveals that surviving in the direct marketing industry is very challenging. Therefore, it is very important to understand how to enhance market competitiveness from the level of service. This research investigates the level of service quality that customers pay attention based on the A case company. Next, other direct marketing companies in Taiwan are considered for comparisons and analyses in order to figure out the important issues of enhancing service quality. In particular, in order to find out the satisfactory features of service quality in the direct marketing industry, this study first of all uses Kano Two-Dimensional Model to categorize quality service, and then integrates Quality Function Deployment to analyze the relationship between the level of attention and satisfaction from customers. The research result shows that service quality has a high level of significant difference over the feature of population statistics. Specifically, we found that there are 20 one-dimensional quality features and two must-be quality features based on the 22 features considered in this research. In addition, after the integration of Kano Two-Dimensional Model and Quality Function Deployment over the case company, we obtain the priority of enhancing service quality from the customers, which are the charge for every items is very precise and trustworthy as the highest priority, the facilities are developed with humanity, and staffs will not neglect customers requests when they are busy. On the other hand, for the issues of service quality that customers pay attention to are reliability, reactivity, empathy, tangibility, and assurance.

Keywords : service quality ; kano two-dimension quality model ; quality function deployment

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
. iv 誌謝辭	iv	內容目錄	vi
. vii 表目錄	vii	圖目錄	ix
. xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
. 1 第二節 研究目的	3	第三節 研究步驟與流程	3
. 4 第二章 文獻探討	6	第一節 服務品質	6
. 6 第二節 二維品質模式	9	第三節 品質機能展開	9
. 15 第四節 整合Kano模式與品質機能展開	21	第五節 直銷產業	21
. 25 第三章 研究方法	28	第一節 研究範圍與對象	28
. 28 第二節 研究架構	31	第三節 資料收集	31
. 32 第四章 研究結果與實證分析	37	第一節 問卷回收及基本資料分析	37
. 37 第二節 期望與認知的差異	43	第三節 Kano二維品質分類	43
. 50 第四節 品質機能展開	61	第五章 結論與建議	61
. 66 第一節 研究結論	66	第二節 研究限制	66
. 74 第三節 建議	75	參考文獻	75
. 77 附錄A 問卷	86		86

REFERENCES

- 一、中文部份 王姿懿(2003), 以kano二維模式分析台灣民宿品質之研究, 私立臺中健康管理學院經營管理研究所未出版之碩士論文。王士元, 王瑞琛(2002), 以品質機能展開探討連鎖便利商店之服務品質, 精鍾學報, 5, 41-66。石川馨(1973), 講座 - 品質解析第一講, 品質管理月刊, 24(1), 70-82。中華民國直銷協會(2009), 在台發展成績[線上資料], 來源: http://www.dsa.org.tw/p4_4.htm [2009, August 30]。赤尾洋二(1991), 品質機能展開之實際運用(中國生產力中心譯), 台北:中國生產力中心, (原文於1911年出版)。李銘泰(2006), 整合QFD與TRIZ於突破式產品設計方案之研究 - 以高齡用拐杖雨傘設計為例, 國立雲林科技大學工業設計系碩士班未出版之碩士論文。

李久慈(2009), E世紀個人直銷新武器, 直銷世紀[線上資料], 來源:

<http://www.mlm.com.tw/article/E%E4%B8%96%E7%B4%80%E5%80%8B%E4%BA%BA%E7%9B%B4%E9%8A%B7%E6%96%B0%E6%AD%A6%E5%99%A8> [2009, November 23]. 李久慈(2008), 安麗公司, 直銷e世紀雜誌[線上資料], 來源:

<http://dswiki.net/w/%E5%AE%89%E9%BA%97%E5%85%AC%E5%8F%B8> [2009, May 20]. 李久慈(2008), 賀寶芙公司, 直銷e世紀雜誌[線上資料], 來源: <http://dswiki.net/w/%E8%B3%80%E5%AF%B6%E8%8A%99%E5%85%AC%E5%8F%B8> [2009, May 20]. 李久慈(2008), 如新公司, 直銷e世紀雜誌[線上資料], 來源: <http://dswiki.net/w/%E5%A6%82%E6%96%B0%E5%85%AC%E5%8F%B8> [2009, May 20].

吳炎文(2005), 多層次直銷商業發展與其個人特質關係之探討, 國立臺灣海洋大學食品科學系未出版之碩士論文。林帥宇(2003), 二維品質模式於物流中心服務品質之探討 - 以筆記型電腦配銷為例, 私立樹德科技大學經營管理研究所未出版之碩士論文。林恬予(2000), 旅館服務品質、顧客滿意度與再宿意願關係之研究, 私立長榮管理學院經營管理研究所未出版之碩士論文。周豐茂(2007), 服務品質、關係行銷、企業形象與顧客滿意度對顧客忠誠度之關聯性研究 - 以中油公司台南地區自營加油站為例, 私立南台科技大學高階主管企管碩士班未出版之碩士論文。洪順慶(2001), 行銷管理(第二版), 台北:華泰。狩野紀昭, 瀨樂信彥, 高橋文夫, ?N新一(1984), 有魅力的品質與應該有的品質(陳俊卿譯), 品質管制月刊, 33-41。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, 私立朝陽科技大學企業管理學系未出版之碩士論文。施勵民(2009), 直銷公司提升顧客滿意度及忠誠度之探討 - 以A公司為研究對象, 國立中央大學管理學院高階主管企管碩士班未出版之碩士論文。高宜慶(2004), 以綠色品質機能展開建立旅遊產品設計概念模式, 國立台北科技大學工業工程與管理系碩士班未出版之碩士論文。范家瑜(2008, February 19), 直銷業金雞母 - 健康商機旺, 自由時報[線上資料], 來源: <http://functionalfood.moeaidb.gov.tw/industrial/97industrial/9702industrial/970219-1.htm> [2009, April 23]。張惠娟(2009), 運用QFD規劃自行車遊憩環境與競爭力分析之研究, 私立大葉大學事業經營研究所碩士班未出版之碩士論文。陳俊峰(2005), 影響消費者購買保健食品決策因素之研究 - 以多層次傳銷為例, 國立成功大學高階管理碩士班未出版之碩士論文。范家瑜(2008), 直銷業金雞母 - 健康商機旺[線上資料], 來源:

<http://functionalfood.moeaidb.gov.tw/industrial/97industrial/9702industrial/970219-1.htm> [2009, April 23]。游宗仁(2002), 全國YMCA運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。游達榮(2003), 品質機能展開技術在餐飲服務業的應用 - 以高雄市布拉格西餐廳為例, 國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。曾子鴻(2007), 多層次傳銷之經營研究 - 以如新公司6-4-2系統為例, 國立中山大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。楊嘉玲(2004), 某醫學中心內科病房消費者滿意度指標之探討, 醫療品質雜誌, 3(1), 10-19。楊孟仁(2002), 品質機能展開(QFD)簡介與運用:本局品質管理系統規劃, 捷運技術半年刊, 26, 83-88。廖靜珠(2003), 運用品質機能展開探討民眾對急診服務品質需求 - 以中部某地區教學醫院為例, 私立中國醫藥學院醫務管理研究所未出版之碩士論文。劉必慧(1995), 以品質機能展開法改造企業流程, 私立中原大學工業工程研究所未出版之碩士論文。葉修帆(2005), 以品質機能展開法探討電視購物的服務品質 - 以東森購物為例, 私立朝陽科技大學企業管理系未出版之碩士論文。謝溫國(2001), 利用品質機能展開法解析醫院的服務品質要素與其系統化之研究:以中部某區域醫院為個案, 醫務管理, 2(4), 86-108。蔡樹生(2005), 品質機能展開技術在幼教服務業的應用 - 以台南市安南幼稚園為例, 私立崑山科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。蔡美玲(2009), 品質機能展開法在國小課後照顧服務品質之研究 - 以台中縣為例, 私立大葉大學事業經營研究所碩士班碩士論文。蔡佳憶(2007), 健康身體想像的論述形成與權力效果 - 解析保健食品的社會建構歷程, 私立南華大學社會學研究所未出版之碩士論文。盧一帆(2006), 利用QFD與FAHP於養護機構服務品質改善之研究, 私立中華大學資訊管理學系未出版之碩士論文。黎欣怡(2004), 應用品質機能展開於醫院整體服務品質之研究-以萬芳醫院為例, 私立華梵大學工業管理學系未出版之碩士論文。黎正中, 許聰鑫(1996), QFD品質屋的量化工作的探討, 品質學報, 3(1), 65-79。薛飛源(2001), 以品質機能展開法探討博物館服務品質:以故宮博物院為例, 國立臺北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。戴俊誠(2006), 以kano模式區分體驗行銷品質要素屬性之研究 - 以大型量販店為例, 私立中華大學科技管理學系未出版之碩士論文。二、英文部份 Adiano, C., & Roth, A. V. (1994). Beyond the house of quality: Dynamic QFD. Benchmarking: An International Journal, 1(1), 25-37. Bossert, J. L. (1991). Quality function deployment a practitioner's approach. New York: ASQC Quality Press Inc. Behara, R. S., & Chase, R. B. (1993). Service quality deployment: Quality service by design. In R. V. Sarin (ed.), Perspectives in Operations Management: Essays in Honor of Elwood S. Buffa(87-101). Norwell, Massachusetts: Kluwer Academic Publisher. Cohen, L. (1995). Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You. Massachusetts: Addison-Wesley. Griffin, A. (1993). Evaluating QFD 's Use in US Firms as a Process for Developing Products. Journal of Product Innovation Management, 9(3), 171-187. Govers, C. P. M. (2001). QFD not just a tool but a way of quality management. International Journal of Production Economics, 69, 151-159. Herzberg, F. (1987). One More Time: How do You Motivate Employees? Harvard Business Review, 65(5), 109-120. Hauser, J. R. (1993). How Puritan-Bennett Used the House of Quality. Sloan Management Review, 34(3), 61-70. Juran, J. M. (1986). Universal approach to managing for quality. Quality Progress, 19, 10-24. Matzler, K., & Hinterhuber, H. H. (1998). How to make product deployment projects more successful by intergrating Kano ' s model of customer satisfaction into quality function deployment. Technovation, 18(1), 25-38. Kogure, M., & Akao, Y. (1983). Quality function deployment and company wide quality control in Japan: A strategy for assuring that quality is built into products. Quality Progress, 16(10), 25-29. Kim, K. J., & Moskowitz, H. (1997). Quality function deployment: Optimizing product designs. In B. Wang (ed.), Integrated Product, Process and Enterprise Design (pp.64-90). Springer; 1 edition : Chapman & Hall. Laurette, D., Johnson, M. D., & Renaghan, L. M. (1999). Adapting the QFD approach to extended service transactions. Production and Operations Management Society, 8(3), 301-317. Lowe, A., Ridgway, K., & Atkinson, H. (2000). QFD in new production technology evaluation. International Journal of Production Economics, 67, 103-112. Matzler, K., & Hinterhuber, H. H. (1998). How to make product deployment projects more successful by intergrating Kano ' s model of customer satisfaction into quality function deployment. Technovation, 18(1), 25-38. Maryins, A., & Aspinwall, E. M. (2001). Quality function deployment: An empirical in the UK. Total

Quality Management, 12(5), 575-588. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Marketing*, 64, 13-40. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry L. L. (1985). Problems and strategies in services marketing. *Journal of Marketing*, 49, 33-40. Prasad, B. (1998). Review of QFD and related deployment techniques. *Journal of Manufacturing Systems*, 17(3), 221-234. Rosander, A. C. (1980). Service industry QC-iS the challenge being met. *QualityProgress*, 13, 34-35. 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*, 2, 149-161. 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.