

以品質機能展開法探討服務品質設計：以眼鏡業為例

江建男、曾清枝

E-mail: 9901061@mail.dyu.edu.tw

摘要

台灣目前面臨近視人口愈來愈多，而且發生的年齡層有逐漸下降的趨勢，形成配戴眼鏡的人口逐年增加，因此也為台灣的眼鏡業者帶來了無限商機。由於台灣的「驗光師法案」在立法院修案至今沒有任何進展，造成眼鏡店開業無法可管以及有效地控制數量，相對之下形成眼鏡業者展店的速度急速增加，使其市佔率也漸趨飽和，一場激烈的競爭是無法避免的。眼鏡業者現在面臨的課題，不僅僅是要積極地開發新客源，更要鞏固現有的顧客群，提供顧客所需要的服務，並滿足顧客需求的服務品質，以避免顧客數量的流失，才能在眾多眼鏡業中脫穎而出。本研究採用品質機能展開法(quality function deployment, QFD)，找出品質技術排序。本研究針對眼鏡店的顧客作問卷調查，並將回收問卷利用SPSS軟體運算後，以因素分析法萃取出眼鏡店的六大構面與30項的顧客需求要素，再根據眼鏡店相關文獻及眼鏡店主管、專業人士所訪談的結果，將眼鏡店服務品質技術分為四大技術構面及21項品質技術項目。最後再依據品質屋，透過關係矩陣，探求出眼鏡店業者前五項重要品質技術改善項目。此結果將可提供眼鏡店業者進行服務定位及服務品質管理之參考。

關鍵詞：眼鏡業；服務品質；品質機能展開

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iv
誌謝辭	v	內容目錄	vi
目錄	viii	圖目錄	x
緒論	1	第一節 研究背景	1
		第二節 研究動機	
	3	第三節 研究目的	4
		第四節 研究對象範圍	
	5	第五節 研究流程	6
		第二章 文獻回顧	
	7	第一節 眼鏡業概況	7
		第二節 服務品質模式	11
		第三節 品質機能展開	21
		第三章 研究方法	27
		第一節 研究架構	27
		第二節 問卷設計	28
		第三節 抽樣設計與資料收集	30
		第四節 資料分析方法	30
		第四章 實證分析	
		第一節 統計分析	34
		第二節 服務品質機能展開	
	46	第五章 結論與建議	34
		參考文獻	
	67		

參考文獻

- 一、中文部份 中國生產力中心(1992)，系統化品質機能展開實務技術手冊，台北：編製者發行。水野滋，赤尾洋二原(1987)，品質機能展開(傅和彥譯)，台北：前程企業管理公司出版，(原文於1987年出版)。林保志(2002)，宿舍管理服務品質之研究 - 以國立成功大學學校宿舍為例，國立成功大學工業管理科學系未出版之碩士論文。吳家淑(2000)，管理教育服務品質之研究 - 品質機能展開法之應用，私立輔仁大學應用統計學研究所未出版之碩士論文。柯泰安(2005)，服務品質與顧客滿意度關係之探討 - 以台中市眼鏡業為例，私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。許馨芳(2001)，銀行競爭策略之研究 - 以品質的觀點來探討，私立元智大學工業工程研究所未出版之碩士論文。陳熾安(2000)，應用品質機能展開法改善大專院校圖書館服務品質：以輔仁大學「社會科學」圖書館為例，私立輔仁大學應用統計學研究所未出版之碩士論文。陳錫評(2006)，提升眼鏡業服務品質之研究，私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。蔣永明(2005)，內部行銷對組織創新及組織績效之影響 - 以連鎖眼鏡業G公司為例，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所未出版之碩士論文。劉煒仁(2000)，品質機能展開應用於教學品質之研究 - 以國防管理學院為例，國立國防管理學院資源管理研究所未出版之碩士論文。蔡珮娟(2000)，以品質機能展開法探討台北捷運系統之服務品質，國立台北科技大學生產系統工程與管理研究所未出版之碩士論文。薛飛源(2001)，以品質機能展開法探討博物館服務品質 - 以國立故宮博物館為例，國立台北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。二、英文部份 Bossert, J. L. (1991). Quality Function Deployment-A Practitioner's Approach. New York: ASQC Quality Press Inc. Carvin, D. A. (1987). What Does Product Really Mean? Sloan Management Review, 26(1), 25-43. - 69 - Conti, T. (1989). Process Management and Quality Function Deployment. Quality Progress, 22(12), 45-48. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. Journal of Marketing, 56, 55-68. Dabholkar, P. A., Dayle, I. T., & Joseph, O. R. (1996). A Measure of

Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24 (winter), 3-16. Garvin, D. A. (1983). Quality on the Line. *Harvard Business Review*, 61(5), 66-73. Gronroos, C. (1982). Service quality: The six criteria of good perceived service quality. *Review of Business*, 9(4), 10-13. Hauser, J. R., & Clausing, D. (1988). The House of Quality. *Harvard Business Review*, May-June, 63-73. Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (10th ed). Harlow, UK: Prentice Hall.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50. - 70 - Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(April), 35-48. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research, *Journal of Marketing*, 58(January), 111-124. Sasser, W. E., Olsen, R. P. J. R., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of Service Operations: Text and Cases*. Boston: Allyn & Bacon.