

整合模糊語意、OWA以及Kano二維品質模式進行服務品質績效研究

鄧肖琳, 劉佳芳

工業管理學系

管理學院

hteng@chu.edu.tw

摘要

以往在服務品質或是滿意度相關調查的問卷設計上，多採用李克特量表，但因考量人的感受是無法被切割的，尺度方式無法明確表達出人類思維模式與感受的模糊與不確定性。而區間語意變數能使評估者的表達，任兩相鄰語意變數之間更貼切於人的思維模式與感受特質。又考量服務品質績效之因素間可能存在著相互牽扯的關係，甚或有排序的問題存在。而OWA運算子考量了各要素排序的問題，並在取得排序位置權重後，整合排序評估值與排序位置權重，因應OWA運算子考量到每項要素之間的相對重要性，故本研究在各銀行品質績效整合評估值上採用OWA運算子。過往有關顧客需求特性之探討以日本學者狩野紀昭(Noriaki Kano)於1984年所提出的二維模型最具代表性。因應KANO二維品質模式之服務品質要素分類能簡單明瞭的辨識不同顧客的需求，故已被證實是用來分析顧客需求有利的工具。本研究基於過去相關銀行服務品質文獻，訪談專家學者後討論出四構面19項要素作為問卷基礎架構，並以三家銀行作為評估對象，請三位專家進行上述銀行績效之評估。為應用KANO二維品質模式，本研究同時將此相同19項要素設計為KANO正反向問卷，發放給一般銀行顧客填答，依據顧客的聲音將19項要素進行KANO品質分類歸屬之判定，最後，結合OWA運算子進行整合，可得知三家銀行綜合評估績效，從而可以提供銀行業者做為服務品質檢視之參考。

關鍵字：OWA；品質績效；模糊區間語意；Kano二維品質模型