

102 學年度大四工工專題摘要

第 10 組	以 Kano 模式與 IPA 分析探討通訊 App 服務品質之研究_以 LINE 為例
指導教授	吳建瑋 教授
參與學生	9934002 李卿驊 9934022 陳彥綾 9934053 孫碩晨
摘 要	
近年來隨著科技進步，人與人之間的交流也亦趨頻繁，尤其網路通訊 App 的興起，改變了人們的通訊方式，提供了更快速、即時的資料以供人們閱讀、瀏覽。以台灣地區為例，通訊軟體 Line 和 WhatsApp 分別為市場上兩大宗，主要功能都是以聯絡、溝通為主，但是 Line 的市佔率高達 67%，而 WhatsApp 只有 17%。這個現象的發生是否顯示 Line 具有獨特的行銷方式或是附加功能，又或者要如何改善現有的服務以滿足消費者，提升顧客的滿意度，本論文將著重於此方面的探討。 為了解消費者對於通訊應用程式 Line 的服務品質的需求所在，本研究利用 PZB 三位學者提出的 SERVQUAL 量表作為問卷設計基礎，並運用 Kano 二維品質模式之正反向題組設計問卷，分析各服務品質要素之屬性歸類，在計算出增加滿意係數與消除不滿意係數後，繪製改善指標四象限圖，藉此可得知哪些服務品質的存在或改善可以增加顧客滿意度，又哪些服務品質的欠缺或無法達成會降低顧客滿意度或增加顧客抱怨。接著利用認知重要度—表現績效分析法（Perceived Importance-Performance Analysis, P-IPA），找出需要優先進行改善的服務品質要素，以期能做為通訊 App 業者未來在服務品質或市場行銷上之參考，最後再與現今通訊 App 業界指標性企業 WhatsApp 做比較，希望能找出 Line 在台灣地區市佔率優於 WhatsApp 的主因，並做為國人業者研發相關 App 之參考。	