

運用修正的重要度-表現度分析與決策實驗室分析法於贏得訂單條件的改善：以台灣
工業電腦製造業為例
李友錚, 閻鐵民, 蔡志弘
科技管理學系
管理學院
ycl@chu.edu.tw

摘要

重要度-表現度分析 (Importance-Performance Analysis, IPA) 模式已成為廣泛地運

用於顧客滿意管理的主要工具。IPA 係以顧客對品質特性所感受的重要度與組織的表現度為基礎的二維矩陣分析法，組織依據分析的結果制定顧客滿意管理的策略。然而傳統的IPA 模式卻隱含重要的假設，暨採用顧客回應的顯性資料直接評估品質特性的重要度與表現度，以及視品質特性為互相獨立的變數。在此假設下，若品質特性以顯性資料及具有因果關係時，傳統的IPA 模式無法正確地分析重要度與改善的優先順序，因而導致錯誤的決策。本研究提出一新的決策分析方法論，以修正的IPA 模式，既運用多元迴歸分析法建立品質特性與整體滿意度的隱性重要度，以缺口分析的方法計算品質特性的績效，並採用決策實驗室分析法 (Decision Making Trial and Evaluation

Laboratory, DEMATEL) 計算品質特性之間的因果關係與相互影響程度，找出贏得訂單

條件的核心問題，不僅修正IPA 模式的品質特性重要度與改善順序，而且還以最少的資源投入解決了實務上複雜難解與相互矛盾的問題。本研究以台灣工業電腦產業的個案實證研究，說明修正的IPA 模式與DEMATEL 的應用及其效益。

關鍵字：重要度-表現度分析 (Importance-Performance Analysis)、多元迴歸分析 (Multiple Regression Analysis)、缺口分析 (Gap Analysis)、決策實驗室分析法 (Decision Making Trial and Evaluation Laboratory)、贏得訂單的條件 (Order-Winner Criteria)