

摘要

健康保險局於民國八十五年開始，年滿 40 歲成年人，每 3 年可以進行 1 次免費的成人健康檢查，以此來提早發現疾病提早治療，在生活水平日漸提高，消費者意識抬頭後，他們所要的不單單是健康與否，還有後續的服務是否符合他們的期待，所以還要再增加更多顧客想要的健康管理服務，若是健檢中心除了提供健康檢查之外，還能提供更多相關的健康管理服務，相信能夠提高顧客再來消費的意願。本研究以健康管理中心健檢後的顧客為研究對象，利用 ServQual 量表的 5 種因素來設計問卷，並使用 PZB 缺口模式、IPA 分析法、Kano 二維品質模式等方法來進行分析，探討顧客對於健康管理服務品質之需求，弄清楚各項目情況，提供給健康管理中心，進行服務改善及方向。

研究結論：一、PZB 模式缺口五所有構面的差異值都大於 0，表示全都沒有符合顧客的預期，建議健康管理中心繼續鼓勵員工提升服務品質，降低顧客預期和實際接受之差異。二、從 IPA 分析方法得知，落在「優先改善區」裡的項目只有「飲食或營養指導」，是顧客最希望健檢中心優先改善的服務項目。三、透過 Kano 模式和精緻化 Kano 模型結果得知，高魅力品質有兩項：定時提醒用藥、飲食或營養指導。高附加價值品質有兩項：醫療轉介服務(掛號畫面連接)、醫師診察諮詢。關鍵品質有三項：個人健康檢查結果報告、藥物指南查詢、生理數值(心跳、血壓)歷程。四、本研究結果顯示，顧客覺得最重要的就是對自身健康的狀況分析和解釋，重要度的前七名，都是對於顧客滿意度會有顯著影響的品質，因此投入或改善得越多，顧客就會感到越滿意，都是建議改善或加強的服務項目，第八名之後都是對於顧客滿意度的影響不顯著的項目。針對顧客對於健康管理服務的看法和需求，進行改善和加強來吸引更多的顧客。

關鍵詞：PZB 模式、Kano 二維品質模式、IPA 分析法、健康管理