

Application of the QFD in designing E-store service quality

周春滿、曾清枝

E-mail: 324355@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

With the rising of the World Wide Web, new business behaviors and economy modes were created and gradually changed the living habits of the people. For example, the shopping behaviors have been extended from the traditional stores to the new types of virtual E-stores. Many retail traders thought that it was a new channel to shop on the network. Therefore, the measurement of the service quality has become a significant issue for the management of the E-stores. The samples of the research were focused on the consumers of the material E-store of the car beauty. The research adopted the dimensions of the Network Service Quality developed by Parasuraman et al. in 2005. Moreover, the related literatures and the opinions of the managers of the E-stores were taken into consideration. By means of increasing and reducing the questions, the questionnaires were designed after analyzing. The results of the questionnaires were analyzed by the SPSS and the factor analysis method was conducted to build the measurement modes of the service quality of the E-stores, which could be divided into six dimensions of "responsiveness", "execution", "the accessibility of the system", "primacy", "efficiency" and "notability". Through the dimensions factors of the service quality, the research led in the Quality Function Deployment(QFD) in order to transform the consumers' needs of the service quality into the needs of the quality and technology of the E-store. Finally, the data was analyzed through the relation matrix and first ten important product quality technology of E-store were found, which were "the ability of the company to establish the image", "the ability of encouraging consuming", "attitude of service", "the management of goods-returning", "treatment ability of the problem in time", "education and training of the staffs", "adding and checking goods", "the ability to develop new markets", "the infiltrating ability of advertisement" and "the ability to communicate with the manufacturers". The results of this study expect to be a good value for the service-positioning and the management of the service quality for the material E-store of the car beauty. Key Words: e-store, service quality, quality function deployment(QFD)

Keywords : e-store、 service quality、 quality function deployment(QFD)

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	v	誌謝辭	
	vii	內容目錄	viii	表目錄	
	x	圖目錄	xi	第一章	
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	
研究流程與範圍	5	第五節 解釋名詞	6	第二章 文獻探	
討	9	第一節 電子商店	9	第二節 服務	
品質	15	第三節 線上服務品質	20	第四節 品質	
機能展開	27	第三章 研究方法	32	第一節 研究	
架構	32	第二節 問卷調查	33	第三節 分析	
方法	37	第四節 導入品質機能展開法	38	第四章 實證分析	
	41	第一節 統計分析	41	第二節 服務	
品質機能展開	51	第五章 結論與建議	62	第一節 結論	
	62	第二節 後續研究建議	67	參考文獻	
	68	附錄A 問卷	75	附錄B 汽車美	
容材料電子商店網頁	78				

REFERENCES

參考文獻 一、中文部分 王文良, 呂東壕, 黃貞芬, 劉安琪(2006), 以 Kano 二維品質模式應用於線上購物服務品質之研究, Journal of Information Technology and Applications, 1(1), 37-45。王貳瑞(2000), 電子商務概論, 華泰文化。王士元(1986)品質機能展開應用之探討 - 以北區A連鎖便利商店之服務品質為例, 國立台灣科技大學管理技術研究所未出版之碩士論文。水野滋, 赤尾洋二(1987), 品質機能

展開(傅和彥譯),台北:前程企業管理公司。行政院主計處(2010),第8次修訂-行業名稱及定義(線上資料),來源:
<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=14437&ctNode=3374>。台灣區車輛工業同業公會 <http://www.ttvma.org.tw/cht/industrial-survey.php>
呂東壕(2006),應用Kano,模糊層級分析法與品質機能展開法於線上服務品質之研究,中華大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。林佑達、鄭秀芬、楊銘賢(2006),旅遊網站服務品質對顧客關係品質影響之研究,第十七屆國際資訊管理學術研討會論文集,596-603。林政逸(2001),網路商店經營型態與產業特性對經營績效之影響,國立中山大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。吳信宏、邱敏鑑(2002),品質機能展開用於價值管理之探討,價值管理期刊,3,33-40。吳其峰(2009),品質機能展開運用於速食麵產品發展之研究,大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。邱以倫(2003),顧客對於線上服務品質衡量之研究-以網路銀行為例,臺灣大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。屈妃容、陳佩伶、謝昆霖(2009),應用Kano 品質機能展開整合系統程序,中華管理評論國際學報,12(2),1-27。徐椿輝(1997),網際網路線上服務品質評估模式之探討,台科大企管所未出版之碩士論文。張金順(2003),以成本與服務品質探討顧客價值對行為意圖的影響-以網路書店為例,中央大學資訊管理學研究所未出版之碩士論文。張景銘(2008),以品質機能展開法探討連鎖便利商店的服務品質-以統一超商為例,大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。張瓊文,(2000),網路商店中線上人員服務功能對消費者商店象與其購買意願之影響,國立中山大學傳播管理研究所未出版之碩士論文。郭峻廷(2002),以品質機能展開法探討-電信產業之服務品質,國立台灣科技大學工業管理系碩士論文。陳宏峻(2008),工具機開發流程導入品質機能展開(QFD)之研究,大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。陳光榮、杜陳文隆(2003),「透過內部行銷提升資訊服務品質之研究-以國立圖書館為例」,國立中央圖書館臺灣分館館刊,9(1),1-16。陳銘詮(1998),大學圖書館整體服務品質之調查研究-利用品質機能展開法,國立東華大學企業管理系未出版之碩士論文。黃豔雲(2004),品質機能展開應用於成衣設計之研究,成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。黃昱翔(2006),品質機能展開結合網路層級分析法與聯合分析法在線上遊戲產品開發之研究,南台科技大學工業管理研究所未出版之碩士論文。黃俊杰(2001),從網路消費者購買過程探討電子商店的構建,國立東華大學企業管理學系未出版之碩士論文。曾淑峰,張紹勳(2002),電子商店之關係品質模式,資訊管理展望,4(1),15-41。葉修帆(2005),以品質機能展開法探討電視購物的服務品質-以東森購物為例,朝陽科技大學企業管理系未出版之碩士論文。經濟部商業司(1999),1999年中華民國電子商務年鑑。台北:經濟部商業司。楊立群(2005),兩岸購物網站服務品質與顧客滿意關係之探討,大葉大學國際企業管理研究所碩士論文。楊淑鈞(2000),電子商務服務品質與消費者購買意願關係之研究,私立銘傳大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。楊錦洲(2002),服務業品質管理,台北市:品質學會。資策會FIND(2010),2009年12月底止台灣上網人口, <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=251>。資策會FIND,「2006年國內電子商務經營現況及發展趨勢分析」,經濟部工業局「電信平台應用發展推動計畫」,2006。黎欣怡(2004),應用品質機能展開於醫院整體服務品質之研究-以萬芳醫院為例,華梵大學工業管理學系研究所未出版之碩士論文。劉家綺、楊志弘(2004),網站品質與網站忠誠度之研究以新聞網站為對象,傳播管理學刊,5(2),124-132。劉靜宜(2000),網路商店消費者滿意度與再惠顧意願之研究-以實驗網路花店為例,國立中央大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。蔡孝豪(2005),入口網站服務品質量表建構之研究,東吳大學企業管理研究所未出版之碩士論文。賴志豪(2001),電子商務市場產品特性之研究,私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。賴俊宏(2001),網路購物再惠顧行為模式之研究,私立長榮管理學院經營管理研究所未出版之碩士論文。謝宗穎(2005),線上拍賣網站服務品質量表建構之研究,東吳大學企業管理研究所未出版之碩士論文。鍾國彪、周其宏、郭年真(2005),醫院網站服務品質與使用者就醫意向之關係探討,台灣衛誌,24(5),375-384。顧志遠(1998),服務業系統設計與作業管理,臺北:華泰文化。二、英文部分 Babakus, E., & Gregory W. B. (1992). An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Business Research*, 24(3), 253-268. Carman, J. M., (1990). Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions. *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55. Churchill, G. A., & Suprenant C. (1982). An Investigation into The Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 1(1), 491-504. Conti, T., (1989). Process Management and Quality Function Deployment. *Quality Progress*, 22(12), 45-48. Gronroos. (1982). A applied service marketing theory. *European journal of. Marketing*, 16,36. Lehtinen, U., & Lehtinen J. R., (1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions. *The Service Industries Journal*, 11(3), 287-304. Lociacono, E., Watson, R. T., & Goodhue D. (2000). WebQual: A Web Site Quality Instrument. Working Paper Worcester Polytechnic Institute. 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*, January(58), 111-124. 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(3), 41-50. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and A. Malhotra. (2005) "E-S-QUAL—a Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality." *Journal Service Research* 7(3): 213 – 233. Wolfenbarger, M. & Gilly M. C. (2003). eTailQ: Dimensionalizing, Measuring, and Predicting eTail Quality. *Journal of Retailing*, 79, 183-198. Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2000). A Conceptual Framework for Understanding E-Service Quality: Implications for Future Research and Managerial Practice. Working Paper Report No.00-115, Marketing Science Institute. Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375.