

# 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

張景銘、曾清枝

E-mail: 9701141@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究以7-11作為研究對象，利用品質機能展開法系統化探討7-11之服務品質及品質技術，問卷調查對象以去過7-11購物之消費者。研究架構參考PZB服務品質模式，並參考Dabolkar (1996) 提出的服務品質量表Retail Service Quality Scale(簡稱RSQS)及相關文獻，再依便利商店的特性，增加或縮減問項，整理分析作為問卷之項目。調查結果經由SPSS軟體運算後，以因素分析法建立7-11服務品質評估模式可分為『實體形象』、『可靠性』、『人員互動』、『問題解決』、『商店政策』、『產品價格』六大構面，透過各服務品質構面要素導入品質機能展開法，將消費者所需的服務品質需求轉化為7-11品質技術之要求，最後整合分析結果得知7-11前十項重要品質技術改善項目為：『服務態度』、『現場處理能力』、『員工教育訓練』、『稽查制度』、『掌握市場能力』、『人力調配』、『廣告滲透能力』、『企業品牌形象』、『退貨處理』、『激勵消費能力』。此研究結果將可提供7-11進行服務定位及服務品質管理之參考。

關鍵詞：品質機能展開；服務品質；便利商店

## 目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	v	內容目錄	v
vi 表目錄	vii	圖目錄	vii
viii 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	2	第三節 研究目的	2
3 第四節 範圍與研究流程	4	第二章 文獻回顧	4
5 第一節 便利商店	5	第二節 服務品質的基本概念	5
10 第三節 品質機能展開	22	第三章 研究方法	22
28 第一節 問卷設計	28	第二節 抽樣設計與資料	28
31 第三節 資料分析方法	31	第四章 實證分析	31
35 第一節 統計分析	35	第二節 服務品	35
48 品質機能展開	48	質機能展開	48
59 結論	59	第一節 結	59
64 附錄 研究問卷	64	論	64
		第二節 後續研究建議	63
		參考文獻	63
			69

## 參考文獻

- 一、中文部分 統一7-11便利商店，來源：<http://www.7-11.com.tw>。全家便利商店，來源：<http://www.family.com.tw/www/index.asp>。萊爾富便利商店，來源：<http://www.hilife.com.tw/>。福客多便利商店，來源：<http://www.nikomart.com.tw/>。OK便利商店，來源：<http://www.okcvs.com.tw/>。Feigenbaum, A. V. (1989), 恆保品質的七大關鍵。品質雜誌, 8(5)。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。王槐平(1985), 95MCR速報解讀。流通世界, 52。中國生產力中心(1992), 系統化品質機能展開實務技術手冊, 台北:編製者發行。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。石川馨(1998), 日本式品質管理(鐘朝高譯), 台北:和昌出版社。林正修, 楊咸宇(2001), 連鎖店的經營致富寶典(初版), 台北:世界商業文庫。林保志(2002), 宿舍管理服務品質之研究-以國立成功大學學校宿舍為例, 國立成功大學工業管理科學系碩博士班未出版之碩士論文。林茂仁(2007), 超商春節業績吃香喝辣, 經濟日報(台北), 2。林建宏(1991), 連鎖式零售業行銷策略之建立 - 便利商店實證研究, 國立中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文。許馨芳(2001), 銀行競爭策略之研究 - 以品質的觀點來探討, 元智大學工業工程研究所未出版之碩士論文。經濟部(1994), 便利商店經營管理技術實務手冊(第一版), 台北:經濟部商業司。廖啟揚(2002), 台灣地區零售通路營運走向分析報告(上), 零售市場雜誌, 381。蔡珮娟(2000), 以品質機能展開法探討台北捷運系統之服務品質, 國立台北科技大學生產系統工程與管理研究所未出版之碩士論文。薛東都(2003), 連鎖便利商店關鍵成功因素之研究, 國立台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。薛飛源(2001), 以品質機能展開法探討博物館服務品質 - 以國立故宮博物館為例, 國立台北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。二、英文部分 American Marketing Association (1960). Marketing Definition, A Glossary of Marketing Terms. Committee on Definition of the American Marketing Association, 21, Chicago: Author. Carvin, D. A. (1987).

What Does Product Really Mean? Sloan Management Review, 26(1), 25-43. Conti, T (1989). Process Management and Quality Function Deployment. Quality Progress, 22(12), 45-48. Churchill, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. Journal of Marketing Research, 19(4), 491-504. Dabholkar, P. A., Dayle, I. T., & Joseph, O. R. (1996). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. Journal of the Academy of Marketing Science, 24(1), 3-16. Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2001). Marketing Management (12th ed.). New York: McGraw-Hill. Gronroos, C. (1982). Service quality: The six criteria of good perceived service quality. Review of Business, 9(4), 10-13. Gronroos, C. (1990). Service Management and Marketing. Lexington, 27. Hauser, J. R., & Clausing, D. (1988). The House of Quality. Harvard Business Review, 5, 63-73. Juran, J. M. (1986). Quality Planning and Analysis: From Product Development Through Use (2nd ed.). New York: McGraw-Hill. Juran, J. M. (1993). Quality Planning and Analysis: From Product Development Through Use (3rd ed.). New York: McGraw-Hill. Kotler, P. (2000). Marketing Management (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall. Mitra, S., (1993). Geometry and kinematic evolution of inversion structure: AAPG Bull, 77, 1159-1191. 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(Fall), 41-50. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 64, 12-40. Sasser, W. E., Olsen, R. P. J. R., & Wyckoff, D. D. (1978). Management of Service Operations: Text and Cases. Boston: Allyn & Bacon. Sullivan, L. P. (1986). Quality Function Deployment. Quality Progress, 6, 39-50. Zeithaml, V. A., & Mary, J. B. (1996). Service Marketing. New York: McGraw-Hill.