

運動用品網路商店線上服務品質之研究-Kano 二維品質干擾迴歸模式之應用

徐郁鈴, 林千鈴, 蔡明春

企業管理學系

管理學院

mctsai@chu.edu.tw

摘要

台灣網路資訊中心 (TWNIC) 所發佈的最新台灣寬頻網路使用調查報告，截至2011年3月為止，上網人口推估已達到1695萬，創十年新高，此與智慧型手機、平板電腦日益普及也有相關聯。在此觀察中又發現，於線上購物者約有6成左右，而根據資策會產業情報研究所 (MIC) 調查，台灣線上購物市場每年幾乎都以20% 的速度在成長，由此可見網路購物風潮會越來越受重視。由於網路商店的購物情境不同於實體店面，如何吸引顧客進入購物網站進行交易以獲取利潤，成了網路商店最關切的問題。在現代人追求高品質、高享受的情況下，低價策略已不能滿足消費者多樣化的需求，追根究底還是需要良好的服務品質才能達成上述目標。

本研究採用Parasuraman, Zeithaml, and Malhotra 所提出之線上服務品質衡量模式 (e-SERVQUAL) 為問卷題項基礎，並參考相關文獻後發展問卷進行發放，回收有效問卷220份，再以Lin, Yang, Chan, and Sheu(2010)之干擾迴歸(moderated regression approach) 分析Kano二維品質方法，分析運動用品網路商店之線上服務品質，研究結果顯示目前運動用品網路商店之線上服務品質多數為績效因子，另有少部分為激勵因子。

關鍵字：Kano 二維品質模式、網路商店、線上服務品質、干擾迴歸法