

## 1. 研究背景與目的

2019年12月底於中國武漢地區爆發一起不知名病毒，日後醫療專家命名為「新型冠狀病毒」，因疫情迅速擴散至全球，台灣外交部領事事務局對世界各國分別採取邊境管制措施，所以來台觀光人數日益減少，觀光產業因此受到重創，經濟狀況也逐漸下滑。

由於新型冠狀病毒是近期熱門新興話題，不僅涉及到國際的經濟運轉情況，也影響到最貼近我們生活周遭的觀光業、餐飲業等等，各行各業也都開始採取相關防疫措施，身為觀光學院的我們，想藉由社會大眾及消費者的角度，來研究病毒對觀光產業的衝擊。因此期望了解調查出新型冠狀病毒對台灣觀光產業造成哪些具體重大影響，並以新竹市巨城百貨來做研究，希望透過KANO屬性分類的方法針對防疫措施進行分類，提出有效防疫措施，使顧客回流，達到重振觀光的目的。

## 2. 研究方法與研究結果

透過KANO屬性分類的方法針對防疫措施進行分類，提出有效防疫措施，使顧客回流，達到重振觀光的目的。

本研究將以 Kano 二維品質模式來探討新竹巨城對冠狀病毒的防疫措施品質特性，本報告之研究目的包括：

(一)運用Kano二維品質要素之歸類，找出巨城各項防疫措施之屬性歸類，提供業者選擇消費者有感的防疫措施，進而達到吸引顧客回流的目標。

(二)應用Matzler and Hinterhuber(文獻)(1998)提出了一套品質改善的指標公式，利用顧客滿意度係數，找出可以增加滿意度與減少滿意度的項目，進行更多的因應措施的策略建議。

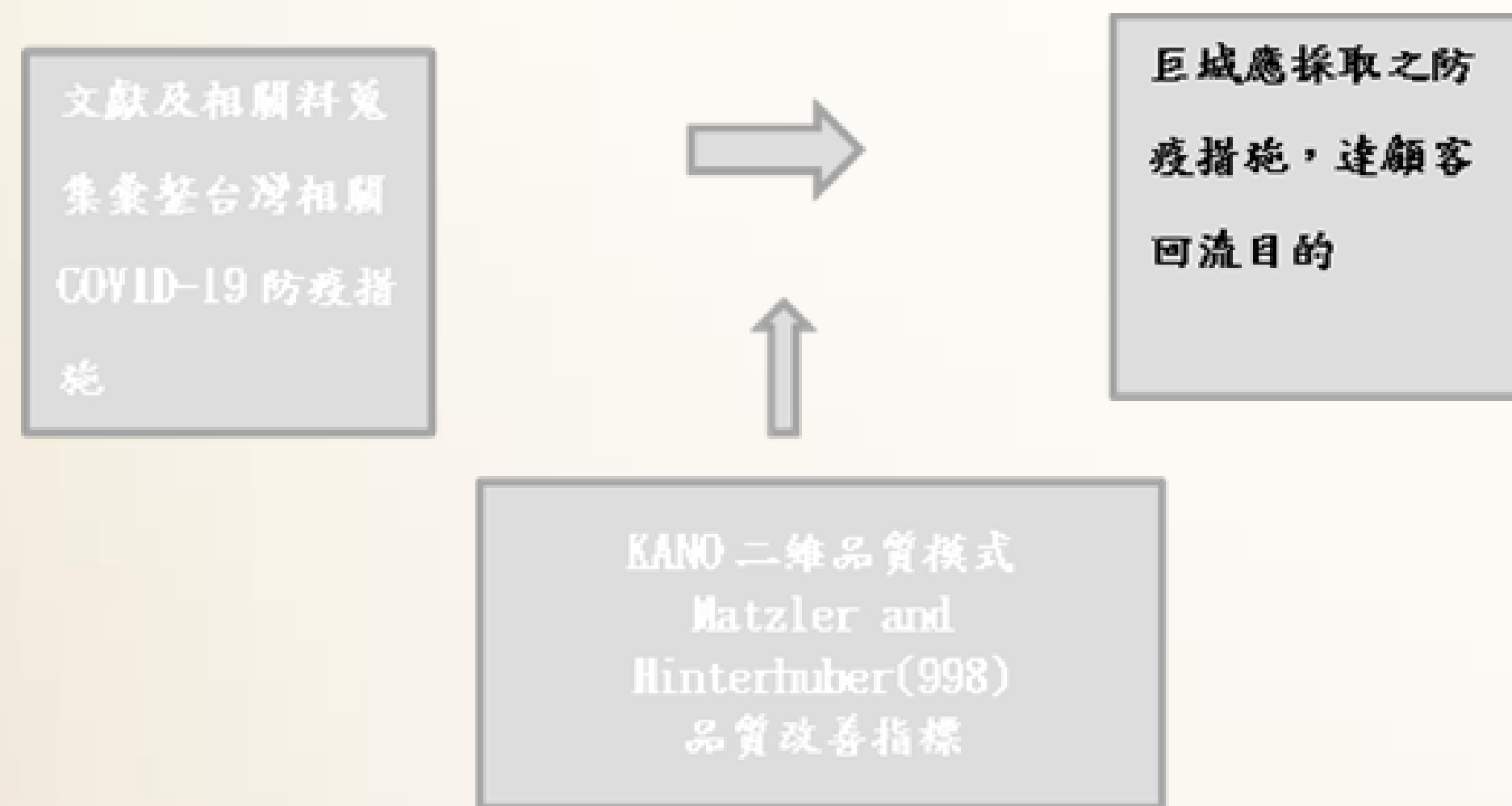


圖1：研究架構圖

表1 KANO 二維品質模式歸類結果

品質要素	A	I	M	O	Q	r	品質歸類
1.進入遊樂園戴口罩、消毒	19.20%	79.71%	2.17%	5.07%	1.45%	1.45%	I 無差異品質
2.增設電子購票機並鋪設塑膠膜	18.84%	80.80%	1.45%	6.16%	0.36%	1.45%	I 無差異品質
3.廁所水龍頭及洗手乳改成感應式	48.91%	42.39%	1.09%	15.94%	0.36%	0.36%	A 魅力品質
4.書局不提供現場閱讀並覆蓋塑膠膜	9.06%	82.61%	1.81%	3.99%	2.07%	9.42%	I 無差異品質
5.增設自動點餐機，提供現金及刷卡支付	36.59%	61.96%	0.72%	6.16%	1.45%	2.17%	I 無差異品質
6.各處廣設酒精自動噴灑器	36.59%	58.75%	1.09%	11.96%	0.72%	0.00%	I 無差異品質
7.智慧服務機器人提供送餐服務	19.93%	84.42%	0.36%	2.17%	0.36%	1.81%	I 無差異品質
8.設置AR 鏡像試衣	20.29%	81.88%	0.36%	2.17%	0.72%	3.62%	I 無差異品質
9.停車場設置紅外線熱像儀	35.14%	65.22%	0.36%	16.16%	1.09%	1.09%	I 無差異品質
10.所有座位採取梅花座	14.13%	87.36%	1.09%	2.90%	0.36%	3.26%	I 無差異品質
11.開業及閉店都進行酒精消毒	42.03%	38.41%	1.81%	25.00%	1.09%	0.72%	A 魅力品質
12.遊樂園內不可超過可用人數	19.20%	73.91%	1.45%	11.59%	0.36%	2.54%	I 無差異品質
13.接駁車每趟結束皆消毒	28.62%	57.97%	3.26%	18.12%	0.36%	0.72%	I 無差異品質
14.廁所、電梯、手扶梯每2小時清一次，假日每1小時	33.33%	52.90%	1.45%	19.93%	1.09%	0.36%	I 無差異品質
15.遊樂園減少可使用設施	11.23%	90.58%	0.36%	2.54%	0.36%	3.99%	I 無差異品質
16.定期請清潔公司消毒	40.58%	45.29%	0.72%	22.10%	0.36%	0.00%	I 無差異品質
17.若服務台提供拋棄式口罩	43.84%	51.09%	1.45%	10.87%	0.36%	1.45%	I 無差異品質
18.各層設置空氣清淨機	12.68%	26.09%	33.33%	19.57%	2.17%	6.16%	M 當然品質
19.各處廣設酒精噴	41.30%	57.25%	0.36%	9.06%	0.36%	0.72%	I 無差異品質

表2 顧客滿意度係數表

問卷題號	KANO 品質屬性	增加滿意係數	消除不滿意係數
1.進入遊樂園戴口罩、消毒並鋪設塑膠膜	I	0.22	0.06
2.增設電子購票機並鋪設塑膠膜	I	0.23	0.07
3.廁所水龍頭及洗手乳改成感應式	A	0.59	0.15
4.書局不提供現場閱讀並覆蓋塑膠膜	I	0.13	0.05
5.增設自動點餐機，提供現金及刷卡支付	I	0.40	0.06
6.各處廣設酒精自動噴灑器	I	0.44	0.12
7.智慧服務機器人提供送餐服務	I	0.20	0.02
8.設置AR 鏡像試衣	I	0.21	0.02
9.停車場設置紅外線熱像儀	I	0.38	0.06
10.所有座位採取梅花座	I	0.16	0.03
11.開業及閉店都進行酒精消毒	A	0.62	0.59
12.遊樂園內不可超過可用人數	I	0.29	0.12
13.接駁車每趟結束皆消毒	I	0.43	0.19
14.廁所、電梯、手扶梯每2小時清一次，假日每1小時	I	0.49	0.19
15.遊樂園減少可使用設施	I	0.13	0.02
16.定期請清潔公司消毒	I	0.57	0.21
17.若服務台提供拋棄式口罩	I	0.51	0.11
18.各層設置空氣清淨機	M	0.35	0.57
19.各處廣設酒精噴灑器	I	0.46	0.08
20.工作人員加強清潔及防疫觀念	A	0.61	0.19
21.接駁車須戴口罩及量體溫	I	0.38	0.15
22.各層安排巡邏人員關心民眾健康	I	0.27	0.44
23.顧客體溫過高予以柔性勸導就醫	I	0.36	0.24
24.工作人員體溫可使用自動點餐機	I	0.37	0.07

## 3. 結論與建議

因2019年疫情擴散至今仍未有好轉的情形，並且影響到眾多產業，會以巨城為例是因為這樣大型的百貨商場也因為疫情導致有一段時間人煙稀少，所以以它為例去探討如何讓顧客回流使逛街更加安心，研究方法採用了KANO二維品質要素品質改善指標去分析問卷結果。

首先Kano二維品質分析出這三個項目，歸類為魅力品質的有開店和閉店的消毒作業以及工作人員加強清潔及觀念宣導和廁所的設施包含洗手乳及水龍頭都改成感應式的設計，也就是說顧客對於這三個措施感到滿意及驚喜，有這些措施會更加安心，建議巨城能夠更加加強這些項目，讓這些措施成為宣傳要點使顧客回流，再來是當然品質，顧客認為在防疫期間不只消毒，空氣的清淨及流通也非常重要因此在各層樓加裝空氣清淨機是理所當然需要的設施，最後我們的研究大部分呈現無差異品質，就是說顧客對於大部分實行措施已經熟悉，並希望這些措施繼續保持，另外像是服務台提供口罩、所有座位採取梅花座等服務，雖然顧客認為沒有差異但也建議可以提供讓防疫更完整；下一個部分是品質改善指標，首先增加滿意的部分像是廁所設施自動化以及各時段和區域的消毒清潔都要持續保持並請專業清潔公司加強進行讓顧客更安心，而消除不滿意的部分像是各時段確實消毒作業、加裝空氣清淨機的設備以及請樓管輪流巡視樓層關心民眾健康；因這次的研究是針對巨城的消費者而消費者多為有經濟能力的年輕人，所以後續研究建議可以擴大研究的範圍及人口統計變數，並且可以向專家防範及尋求建議，讓整個研究更完整。