

103學年度全面品質管理研習會 說話藝術與工作品質—淡江品管圈競賽結果：第二名皇帝大圈 增加低碳便當零售量

全面品質管理研習會特刊

由總務處組成的皇帝大圈以「提高低碳便當零售量」為題，獲得品管圈競賽第二名。總務處於102年11月開始試辦低碳便當零售、103年2月開辦低碳便當中庭餐廳，了解低碳便當的團購數量遠比零售數量高。在「2014低碳便當零售滿意度調查」網路問卷中，願意配合低碳便當定點、定時歸還認同率高達95.3%；購買低碳便當的次數顯示41%的人未曾購買過。

目標設定上，該圈以SMART原則分析，在選定對象時，因希望達到響應全球永續發展，創造健康校園；在統計時間上講求衡量性，統計自103年12月15日至104年1月16日間低碳便當零售量；在企圖心上，根據要因擬定實施對策，降低免洗餐具耗用與師生健康風險；在務實面上，該圈期望在最短時間內，運用加點使流程改善，增加銷售量。

要因分析中，首先由設備、作業、人員及銷售4面向思考，列出造成低碳便當銷售量不佳之40個要因，再將這些要因透過問卷方式，針對校內教職員工生進行調查，再依據統計結果歸納出櫃點不足、借還便當耗時、宣傳管道欠缺多元及教職員工在臨櫃購買需求時不易被滿足4項真因。

在對策擬定與實施上，首先，強化網路訂餐模式，運用網頁、APP軟體及QR-CODE等方式簡化改善訂餐作業，並規範網路訂餐流程以縮短訂餐時間，以精簡電話服務人時，達到加入訂餐會員人數增加。第二，增加販售點，如利用代售點地利之便，建議網路訂餐者多利用指定代售點取餐，增加便利性並節省時間。第三，增加臨櫃銷售模式，透過增加各銷售點的數量、加強各銷售點間聯繫互通有無，及在App中增加剩餘便當查詢功能等更彈性的服務來創造需求。第四，改善發放/回收餐盒之流程，援用總務處開發之「低碳便當流通系統」，師生可憑證刷卡借還便當。第五，以「教育消費者」為文宣定位，設定「70元預約健康環保」為 Slogan，強化師生對低碳便當「健康、環保」的印象。最後，透過全方位宣傳，運用網路平台並輔以紙本。

以上對策成功了，在改善後之平均銷量上，成長了206%。開學前10天（2月24日至3月10日）之日平均銷售量，在零售價格調漲5元情況下，與改善前銷量相比仍然成長185%。針對殘留問題中，在掌握涉及廠商內部營運資料，未能先與廠商溝通清楚，導致進度拖延；因此日後若牽涉利害關係人，應及早因應。代售點成績未有爆炸性

成長，可見圈會運作間之發想往往偏向樂觀，未來有關策略擬定及實施，仍須以客觀事實為依據。最後，希望未來夠將便當訂購系統置入「淡江i生活app」。（文／周雨萱整理）

得獎感言

參加這個活動讓我們學習到團隊合作的精神，讓同仁們一起成長。其中有人員在臺北校園工作，因活動籌辦而在兩校園間往返，但這個活動的成果確實能讓奔波之勞變得有價值。謝謝各位，讓我們繼續愛環保！希望全校人員都能來主題發想並實踐。謝謝總務處的支持、總務長親臨圈會指導，以及學校對於品管圈理念的重視。

2015/04/12