資料探勘應用於旅行業新產品開發之研究

旅行業處在一個競爭激烈且其在本質上具有高度的產業關連性，加上資訊科技的進步旅遊網站的興起，現行的上游原料提供者也漸漸涉入這一個區塊，推出同質性的產品。使現存市場空間愈來愈擁擠，獲利空間和成長展望日益萎縮，旅遊產品淪為大宗商品，不僅在旅遊品質上無法達到顧客滿意水準，甚至招致顧客投訴及抱怨，因此旅遊產品的創新與差異化變成企業成長的必要動作。新產品開發涉及複雜的風險與流程，而顧客的需求與購買產品後所聚集的經驗或知識，不但是企業最重要的資產與資訊，亦是新產品最佳的設計者，若能找出顧客對旅遊新產品的需求，將之套用於新產品開發知識上，不但能降低新產品開發的風險又可加強差異化的競爭優勢。本研究以規則化描述個案公司顧客在購買產品後的經驗，結合圖形方式呈現，以資料探勘技術配合Apriori演算法將顧客的隱性知識轉換成資訊，再從中萃取精鍊成企業資產，結合關聯性資料庫架構，把結果運用在新產品開發流程中。納入新產品開發流程中，讓相關人員在開發新產品時，能夠去除顧客不需要的功能，重視顧客未被滿足的需求，提高顧客滿意度，為顧客創造更多的價值，創造顧客與企業雙贏的局面。