

探討搭乘動機、服務創新對顧客忠誠度之影響-以台灣高鐵為例

謝佳燕, 劉佳松, 林鈺珮, 林淑萍

科技管理學系

管理學院

splin@chu.edu.tw

摘要

服務創新是目前各運輸服務業為提升其乘客滿意度、忠誠度，以進而達到永續經營之目的的重要關鍵要素，而隨著台灣高鐵帶動台灣運輸業的創新服務以及掀起巨大的競爭氛圍，因此本研究將以台灣高鐵為例，探討相關之服務創新議題。故本研究之研究目的之一為瞭解乘客選擇接受高鐵服務的動機，並進而了解接受服務之乘客對高鐵的整體滿意度及忠誠度之現況，其次，探討不同背景變項乘客對台灣高鐵搭乘動機及服務創新認知的差異性分析，再者，高鐵是帶動台灣陸地運輸業服務創新者，因此研究目的二為了解乘客對高鐵整體所提供之服務創新的創新認同度以及釐清能確實有助於提升高鐵顧客之整體滿意度及忠誠度的服務創新項目。

為達上述研究之目的，本研究採用問卷調查方式進行資料蒐集，並以搭乘過高鐵的乘客或校內曾經坐過高鐵的學生為研究對象，共發放250份問卷，有效回收率為84.4%，接著再透過t檢定、變異數分析及迴歸分析法進行資料分析，結果顯示，省時使主要搭乘動機；價格及家人數將影響搭乘動機；異業結合之相關創新服務項目將提升乘客之滿意度及忠誠度。最後，根據研究結果提出相關建議供高鐵於推動服務創新之決策參考依據。

關鍵字：服務創新、顧客滿意度、顧客忠誠度、搭乘動機、台灣高鐵