

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

「等候」為每個顧客在購買服務時經常會經歷到的過程。等候不只會造成顧客時間上的損失，站在經營者的角度而言，顧客對於服務的滿意程度也會受到等候的影響。由於某些原因而造成的服務延遲，不僅讓顧客處於一種等候的狀態，更造成顧客在精神和實質上的損失，對於服務業而言，服務延遲無疑會對企業造成嚴重的傷害。

運輸業屬於服務業的一部分，由於其主要內容在於遞送乘客或是貨品，因此對運輸業而言，顧客對於「是否能準時接受到服務」的要求更是高於一般的服務業。然而即使是在作業過程上進行改善，服務提供者仍然無法避免讓旅客等候或是服務出現延遲的狀況發生。因此若能加強對顧客的知覺管理，在發生顧客等候或服務延遲時，服務提供者可減少顧客產生的負面情緒以及企業所蒙受到的損失。

以台灣地區而言，鐵路客運是南北往來最普遍、存在時間最久的一種旅行方式。雖然近年來國道客運及國內航空運輸不斷地蓬勃發展，但由於鐵路運輸具有服務能量龐大、班次密集及站次較多等優點，故仍為民眾長途運輸的主要選擇運具之一。然而，近年來台鐵本身連續發生服務失誤，服務時間延滯情況嚴重，耽誤民眾旅行時間，更造成許多社會安全事件，使得民眾對於台鐵服務抱怨連連。

以台鐵的現況而言，班車誤點是發生最頻繁且對乘客造成影響最大的服務要素。在鐵路運輸服務的特性中，因為有車種不同、會車、駕駛員控制及意外事件等因素，不但會影響到班車的誤點，更會造成候車旅客的等候。而從過去的文獻中發現，服務的延遲會影響乘客的情感及滿意度，進而產生不同的行為意向(Hui et al., 1996)。以台鐵目前營運的狀況而言，在非假日期間，快車(如自強號、莒光號)因具有車種層級較高，所以班車誤點情形不嚴重。普通車(如電車、平快車)則由於車種層級較低，在某些情況下須與快車會車，因此而造成班車誤點的情形發生。在例假日時間，尤其以假期的第一天和最後一天，因為旅客量與班車的增加，會使得延誤的狀況大幅提高，因此使得乘客的等候時間變長。該如何從管理

的角度分析乘客的等候經驗，以及瞭解乘客的等候對於鐵路服務的滿意度與行為意向有何影響，實為不容忽視的課題。

從服務行銷的觀點來看，在很多的服務環境下常常會有等候經驗的產生。多數時候顧客可能為了接受某種服務而等待了幾分鐘、幾小時甚至幾天。會產生等候的原因有可能是顧客正在排隊等待接受服務、服務本身的延遲或是顧客提早到達接受服務的地點。然而，等候是一種對服務評估有負面影響的經驗(Diaz and Ruiz, 2002; Hornik, 1982; Hui et al., 1996)。即使組織透過作業管理的技巧來努力減少等候發生，但等候情況還是會存在的。然而，顧客對於時間的感受並不是具有一致性的。某些情況雖然實際等候時間不長，但顧客可能「覺得」等了很久而不耐煩；某些情況雖然等候了一段不短的時間，但顧客卻覺得時間一下子就過去而沒有不愉快。這是由於顧客對時間流逝感受並不只是實際等候時間長短所影響，還包括在等候過程的相關活動要素(Hornik, 1982; Taylor, 1994)。因此，瞭解顧客知覺等候的相關變數與影響關係可以控制等候所產生的負面影響。而所謂的知覺等候管理，就是在管理消費者的等候經驗與情感。

知覺等候係指個體在等候時對於時間長度的感覺，而感覺的時間長度是指顧客在等待的過程中對於時間長度的感受(Hornik, 1982)。消費者對於等候所產生的情感反應，會影響到其對服務評估的結果。Taylor (1994)指出知覺等候時間越長，顧客越憤怒，對整體服務評估就會越低。同樣的，Hui and Tse (1996)發現在短、中、長時間的等候環境下，情感跟服務評估間有直接關係。Chebat and Filiatrault (1993)則發現態度對服務評估有直接影響。在等候經驗的文獻中，大部分學者都會以知覺時間、情感及服務評估為主軸，再導入其他影響因素來發展知覺等候模式(Taylor and Fullerton, 2000)。知覺時間與情感的交互影響可影響服務評估。有些變數已經確認是對延遲等候的情感反應有影響，包括歸因可控制性、穩定度歸因、延誤時間長度、對等候的接受度、時間填補、透過提供延誤資訊來減少不確定性、還有服務場景(Taylor and Fullerton, 2000)。Diaz and Ruiz (2002)除了與Taylor (1994)、Hui and Tse (1996)及 Baker and Cameron (1996)一樣探討情感與服務評估的關係外，更考慮到知覺等候模式的各項變數對滿意度及再購意願之影響。另外，此模式也將歸因、知覺等候時間及準時重要性等自變數納入討論範圍，因此對顧客在延遲環境下之反應能有更好的描述能力。

另一方面，當延遲發生是難以避免時，顧客對於等候的發生就不再能夠以容忍的態度面對。因此，管理者除了從情感、歸因、時間填補等變數影響顧客的感受之外，如何提供延遲時等候顧客實質的補償更為重要。因此，提供顧客服務的「品質保證」，漸漸被服務業者視為重要的行銷策略，同時也成為可以用來提昇及維護整體品質的工具。

以服務業而言，比起一般的實體產業，非實體的服務商品更容易使得顧客感到有風險或不安，在真正接受服務以前，顧客很難去預料即將面臨的問題及可能發生的損失。甚至在購買某些專業性服務時，由於收費偏高且為高度個人化之服務，顧客很容易會預先意識到服務品質不良造成嚴重損失的可能性，因此，儘管公司的服務在過去享有很高的評價，恐怕也無法減低消費者對於風險的評估(Murray et al., 1990)。因此，當顧客對於風險的評估偏高時，公司提出對服務失誤時做出彌補的承諾，可以降低顧客對於風險的評估或是對損失的估計，進而提高顧客的購買意願。許多學者也建議，服務保證應該被當作能有效刺激顧客消費的策略(Erevelles, 1993; Ostrom and Iacobucci, 1998; Shimp and Bearden, 1982)。公司給予顧客的承諾，其本質從原本消極對失敗的服務負責，漸漸轉成積極地提升服務滿意度，一些針對商品保證與服務滿意度的研究也發現，透過產品保證，可以降低顧客在購買時的風險評估，並使得顧客對公司有更高的評價(Ostrom and Iacobucci, 1998)。另外，服務保證也能夠提高顧客的服務滿意度及再購意願，因為顧客會認定如果企業無法提供某種程度以後的服務水準，不會對顧客做出與服務相關的承諾(McColl, Mattsson and Morley, 2005; Hays and Hill, 2006)。

有鑑於等候問題對服務品質的重要性已日漸受到企業的重視，而由於運輸業產業特性的關係，等候相關的研究更顯得重要，為了能夠對等待問題作更深入的了解，本研究嘗試以 Diaz and Ruiz(2002)所提出之顧客延遲反應模式為基礎，並納入服務保證變數，進而建構並驗證鐵路服務發生延遲時顧客等候的反應模式。

## 1.2 研究目的

基於上述的研究背景與動機，本研究擬將服務保證的觀念導入至消費者對延遲反應之模式中，藉此瞭解服務保證對顧客購買行為意向的影響，進而提出可供

台鐵參考，以提高服務競爭力之模式。主要研究目的如下：

1. 探討在服務延遲正在發生的情況下，服務保證是否透過知覺風險的中介，對等候經驗中的服務滿意度及再購意願產生影響。
2. 以台鐵旅客為研究對象蒐集資料，並應用結構方程模式(SEM, Structural Equation Model)分析，檢定所建構之因果模式的適配性以及關係確認。
3. 提供鐵路管理者對應用服務保證來提升旅客再購意願之建議。

### 1.3 研究範圍與對象

本研究以台鐵營運管理局（以下簡稱台鐵）之營運範圍為研究範圍，不包含高速鐵路。並以台鐵旅客為實證對象。由於延遲補償制度可視為一種對準點的保證，且台鐵在週末例假日時經常有列車誤點狀況發生，加上搭乘台鐵進行旅行的乘客在背景脈絡的分配上較為常態、乘客母體龐大，因此適合用以驗證本研究所提之評估模式之可行性與實用性。



## 1.4 研究流程

本研究之研究步驟流程如圖 1.1 所示，各步驟分述如後。

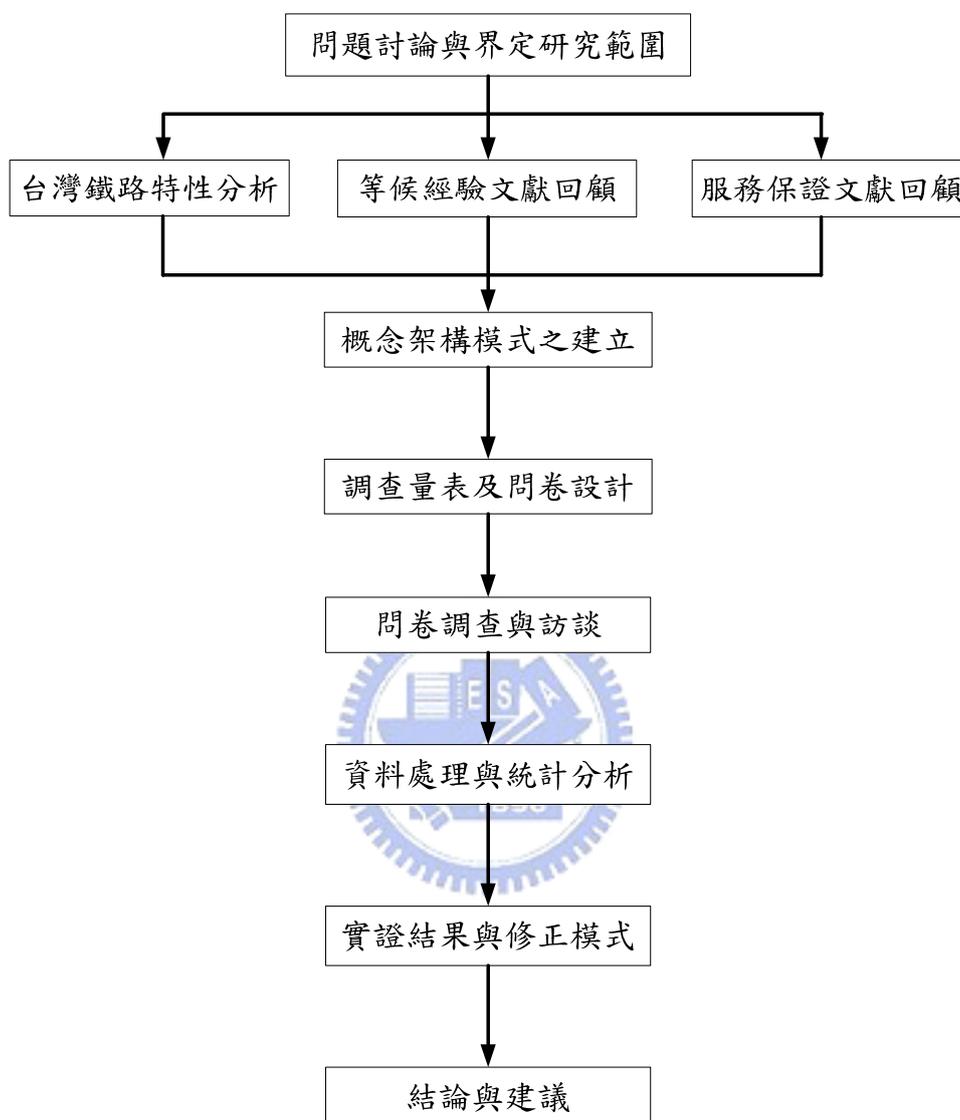


圖 1.1 研究流程圖

### (一) 問題探討與界定研究範圍

回顧過去相關文獻與研究，瞭解其優缺點及可改進之處，並確立所欲解決的問題，以及研究目的與範圍。

### (二) 相關文獻回顧探討

回顧有關「等候經驗」及「服務保證」等相關領域之研究文獻，並初步討論

之間的關係與研究方法，以作為後續研究之基礎。

### (三) 台鐵特性分析

深入觀察台鐵相關文獻及新聞資訊，探討台鐵在大眾運輸系統中所扮演的角色與功能，進而分析在此服務型態下所具有的服務特性為何，以及對模式變數的影響之所在。

### (四) 概念模式架構之建立

以台鐵為基礎，結合相關等候經驗及服務保證的探討，找出與乘客行為意向相關的重要因素，區分內隱、外顯變數並建構各個變項之間的因果關係，以提出研究假設（research hypothesis）。

### (五) 結構方程模式建構與推導

依據 SEM 的基本理論，建構適當的分析模式方程式，並推導可能的關係假設。



### (六) 問卷設計與調查

依據研究問題所需，設計適當的問卷量表，並與相關研究學者討論修正量表格式或語句。在問卷調查部分，選定適當的調查範圍與對象，對受訪者進行問卷填答。

### (七) 資料處理與統計分析

將調查所得的問卷資料，進行資料整理與編碼建檔。然後再使用套裝統計軟體 SPSS 13 版對量表構面進行信度分析，以及相關之統計檢定分析。當問卷量表信度達一定水準，且通過適當的檢定程序後，則便進行模式實證分析。

### (八) 實證分析與修正模式

利用結構方程模式套裝軟體 SAS 9.0 版，將所調查資料進行因果模式關係分析，以確認模式的適配性與合理性。若有必要，則修正原先模式各項關係結構方

程式。

#### (九) 提出結論與建議

對統計分析以及 SAS 分析所得之結果，作成完整之報告與分析，最後提出相關的研究建議。

