

摘要

隨著大眾運輸工具在世界各地的普及，各國的傳統計程車市場逐漸萎縮，必須尋求創新的營運模式來提升消費者搭乘意願，而在 2009 年成立的優步(UBER)藉著新穎的行銷模式，高水準的服務內容切入市場，於短短的六年間營運範圍遍及世界各大主要城市，並且於 2013 年正式進入臺灣臺北，本研究將以乘客的角度，探討優步(UBER)的收費方式、服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度，並另外探討其適法性問題，使業者能針對當前所遇到的問題，改善其困境。

本研究首先回顧相關計程車服務品質之文獻，以 PZB 所提出之 SERVQUAL 量表為基礎進行修改以符合研究對象，後設計問卷進行調查，據分析結果除消費者在價格上尚有不盡滿意之處，其於在服務品質上都給予高度肯定，也都願意將優步(UBER)推薦給他人，故建議業者應盡速配合政府取得合法營運資格，研究如何在價格與服務品質中取得讓消費者滿意的平衡，並加大品牌推廣力度做為營運目標。

關鍵詞：優步、計程車、價格接受度、服務品質滿意度、顧客滿意度、顧客忠誠度