

摘要

油品市場開放自由化，促使台灣中油多角化經營策略，其中多角化項目之快速保養中心是民營加油站業者難以投入模仿經營，相對也另外面臨一般民營保修產業競爭壓力。因此協助快速保養中心，提高顧客消費意願行為與降低顧客流失，能在保修產業脫穎而出關鍵成功因素為本研究之目的。

快速保養中心能如何提高經營績效，在競爭的原車廠和民營保修廠兩者環境中，找出適合的經營關鍵成功因素，本研究先瞭解業者如何管理與顧客消費行為，先後訪談直營加油站與油品管理部之管理者，和實際與快速保養中心的消費者，並參考近過去探討加油站與汽車保修廠兩者之相關研究論文，因此本研究設定品牌意識、知覺品質、服務創新變數是否影響消費者對快速保養中心行為意向作探討。

本研究採取實地發放高雄市區 8 直營加油站區問卷調查方式，對象為接受過快速保養中心之顧客之立意抽樣樣本，發放 360 份，回收數 320 份，有效問卷 300 份，有效問卷率為 94%。

研究結果顯示：(1)顧客之品牌意識有顯著會正向影響其行為意向；(2)顧客之知覺品質有顯著會正向影響其行為意向 (3)中油快速保養中心之服務創新有顯著會影響顧客之行為意向。

針對研究結果提出改善建議，提高消費者對中油品牌意識，強化顧客之知覺品質會延伸到快速保養中心之意願。重視創新構思並不定期提出，做出與一般民營保修業差異化可快速提昇經營績效。

關鍵字:中油快保中心、品牌意識、知覺品質、服務創新、行為意向