

投稿類別：商業類

篇名：

豐原客運經營策略與經營現況之探討

王云汝。國立卓蘭實驗高級中學。國際貿易科。三年甲班。
林佳瑩。國立卓蘭實驗高級中學。國際貿易科。三年甲班。

指導老師：王永森老師

壹●前言

一、研究動機：

近年來因為豐原客運逐漸朝向大台中發展，要如何配合公車8公里免費的政策以及藉由哪些行銷策略去提升競爭力?豐原客運的重要性對於豐原地區地區的民眾來說，都是不可或缺的大眾交通運輸工具，每天都有各個族群的民眾需要搭乘，例如:學生、上班族、家庭主婦或者銀髮族，對此加以探討豐客的行銷策略與分析民眾對於搭乘豐原客運的各項滿意度為何?

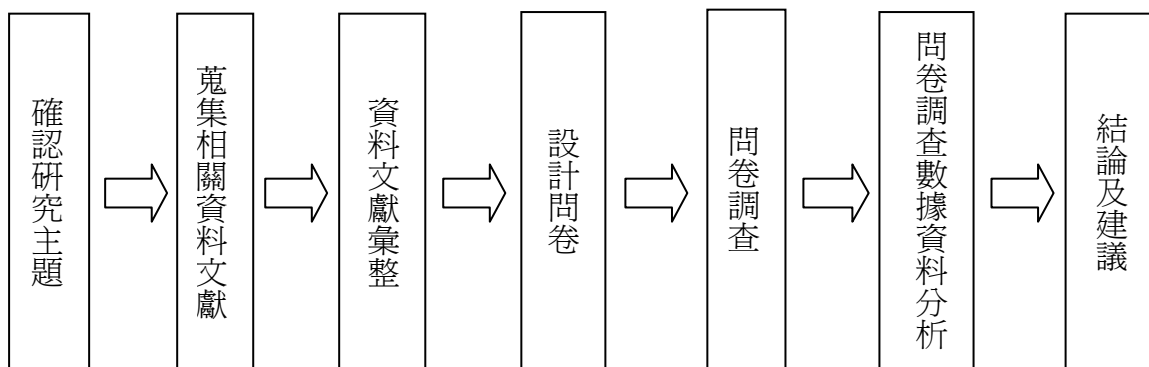
二、研究目的：

- (一)了解豐原客運歷史與發展。
- (二)了解豐原客運現況。
- (三)探討豐原客運的經營策略。
- (四)探討豐原客運的4P 理論分析。
- (五)探討豐原地區搭乘豐原客運的民眾對於豐原客運滿意度分析。

三、研究方法：

- (一) 文獻分析法：透過報章雜誌及網際網路搜集相關資料，將資料加以分析統整，並進一步探討現行的經營策略。
- (二)問卷調查法：透過發放問卷來調查民眾對於搭乘豐原客運滿意度，再將問卷收回加以分析統整。

四、研究流程圖：



圖(一):研究流程圖

貳●正文

一、豐原客運的簡介：

民國十年左右，各地有識之士，以公路交通是發展經濟、振興文化最重要的一環，相率集資購車，從事客運業的小規模經營，到了第二次大戰，因為日人的管制，將近藤、共榮、金豐、明星、老松等五公司合併成立為豐原乘合自動車株式會社，是豐原客運的前身。之後遵照政府法令，改組定名為豐原汽車客運股份有限公司，六十餘年來荷承政府英明領導與扶植，社會各方的厚愛與全體員工的奮鬥，慘澹經營，始具規模。



圖一 豐原客運豐原總站



圖二 豐原客運商標

(二)豐原客運的重要歷史沿革

表一 豐原客運重要歷史沿革一覽表

1921年	由當地張清泉集資購買車輛，從事小規模客運業經營。
1942年3月28日	「近藤」、「共榮」、「金豐」、「明星」、「老松」等五家小規模客運公司合併為「豐原乘合自動車株式會社」。
1945年10月22日	豐原乘合自動車株式會社改組，定名為「豐原汽車客運股份有限公司」。
2005年7月1日	加入臺中e卡通。
2013年8月30日	將281路、282路、283路移撥給中台灣客運，並調整營運路線。
2013年11月29日	新開闢12路（明德高中—豐原高中）與台中客運和全航客運共營。
2013年12月16日	豐原客運電動公車首航日，為台中市第一個引入電動公車的業者。

資料來源:從維基百科(見註一)蒐集相關資料,並經本研究彙整

二、豐原客運所營事業現況

表二 豐原客運所營事業之介紹

公司所營事業	介紹
--------	----

市區汽車客運業	市區公車是行駛於城市中，以服務城市居民為主的路線，收費方式也因分屬各縣市管理而各有不同，如臺中市即採用與公路客運相同的「里程計費」模式，其他縣市多採用分段收費或單一票價。
一般公路客運	一般公路客運，係指由交通部公路總局監理的非經國道的公路客運路線（多行駛於省道）。票價通常採用里程計費。
遊覽車客運業	代辦企劃公司社團旅遊行程：專業的經驗，規劃行程內容完美。
汽車檢驗業務	提供汽機車檢驗之工作。

資料來源:本研究彙整

(二) 豐原客運對外業務之介紹

表三 豐原客運對外業務之介紹

對外業務項目	介紹
學校、公司行號交通專車承租	1.提供四通八達，平穩安全，便捷舒適，新穎潔淨的專車。
公路局監理所委託之大小貨車車輛檢驗	1.公路局監理所委託檢驗場 (全盤電腦化連線，讓您在五分鐘完成全程檢驗，是一所方便而且迅速的檢驗場。) 2.代辦車輛各種保險 3.代換行照
國內外旅遊行程查詢、規劃	1.提供黃金旅遊、離島旅遊、國外旅遊 2.專業導遊全程參與介紹 3.國內外旅遊行程諮詢規劃 4.代辦機票、簽證、出國手續 5.代售各地遊樂區門票 6.代訂大飯店餐宿
遊覽車出租	1.本公司 ISO 9001品質政策「安全第一、以客為尊、永續經營」。 2.經營理念：車輪轉動、四通八達、海雁飛翔、遨遊八方。 3.代辦企劃公司社團旅遊行程：專業的經驗，規劃行程內容完美。

月票發售	1.月票種類: (1)專車月票：為乘坐開往特定學校之專車而購買之月票。 (2)一般月票：為乘坐本公司各營運路線而購買之月票。 2.學生在學區內，在通學路線內因為就讀需要得購買學生月票以六折計算。 3 國中學生越區就學及一班通勤皆以七折計算。
------	--

資料來源:本研究彙整

三、豐原客運現況分析

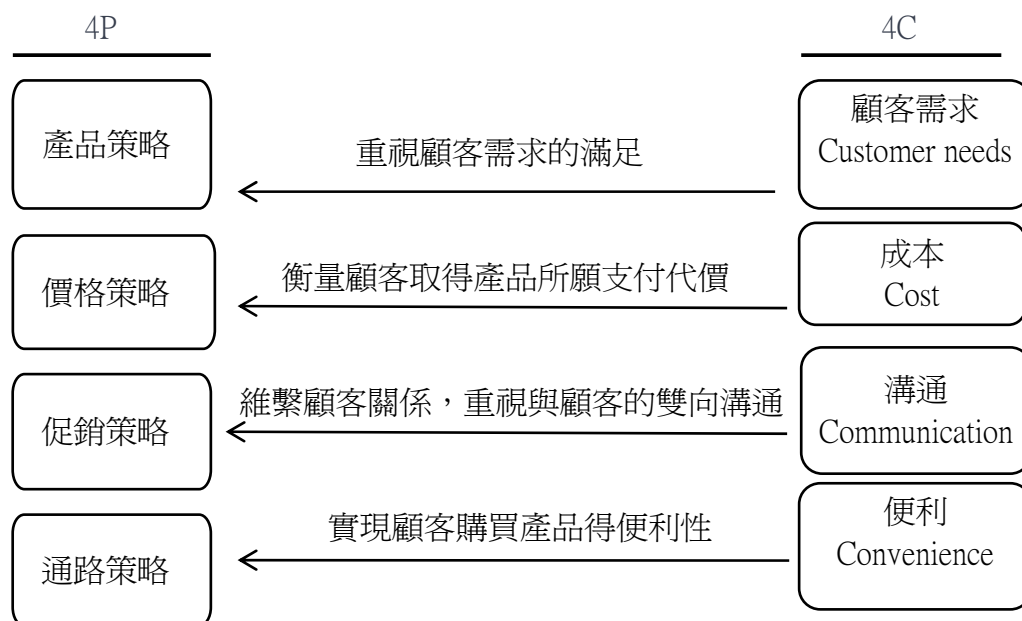
美國學者勞特伯恩(Robert Lauterborn)強調企業的經營應以「顧客利益」為中心，以追求企業與顧客的雙贏。隱噫此勞特伯恩提出4C 理論，主張企業在擬定行銷4P 時，應納入4C 理論做為考量。

(一) 豐原客運的4C 分析

4C，即消費者的需求與欲望（Consumer needs wants）、消費者願意付出的成本（Cost）、購買商品的便利（Convenience）、溝通（Communication）。依據顧客需求、顧客願意付出的成本、如何讓消費者便利以購得商品、如何與消費者溝通。(註二)

(二) 豐原客運的4P 分析

4P 分析主要在分析產品、價格、通路、推廣，是以市場定位發展出來的組合，關於新產品的研發，產品有哪些特色及定價策略，該如何定價才能獲得利潤又能掌握客源，以及如何將企業與產品訊息傳播給目標市場，那些方法能讓消費者注意到企業與產品。(註三)



圖三 以4C 理論來擬定行銷4P 圖

由上述 4P 及 4C 的分析，我們可以知道豐原客運是一家「顧客利益」為中心的運輸公司，雖然過去有許多因為攜帶不當的物品，遭到司機制止而產生糾紛，雖然根據汽車運輸業管理規則規定，旅客如有妨害運輸安全、公共衛生等情況，駕駛可以拒載(註四)，但是豐原客運認為仍應持續與顧客溝通，以避免衝突的發生，讓顧客利益因此而產生損失。

四、豐原客運問卷調查分析

為了了解各個職業對於乘客搭乘豐原客運公車的各項服務滿意度，本組研究設計了豐原客運各項服務滿意度的問卷調查，發放時間是2015年1月2日及3日，共發放110份，有效問卷108份，無效問卷2份，回收率98%。

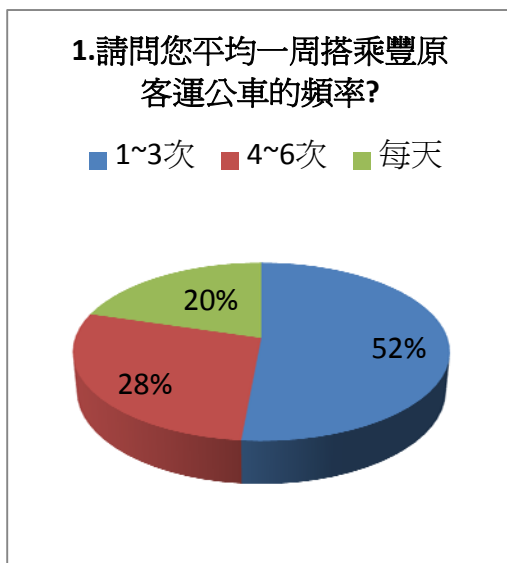
(一)基本資料分析

根據回收的問卷做統整分析，藉此了解各個樣本的分布，做為分析的依據。

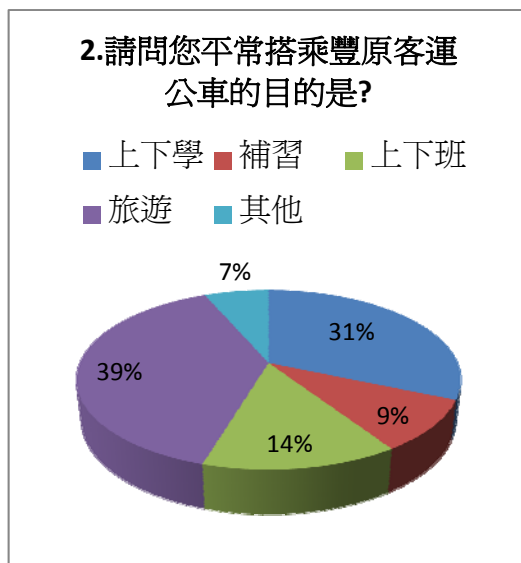
表四 受訪者基本資料

		百分比分布情形			
性別	男	44%		女	56%
	職業	學生	65%	上班族	20%
		退休人員	6%	家庭主婦	6%
		待業中	3%	其他	0%
居住地	豐原地區	55%		台中地區	40%
		其他縣市	5%		

(二)問卷內容分析



圖四 乘客搭乘豐原客運公車每周平

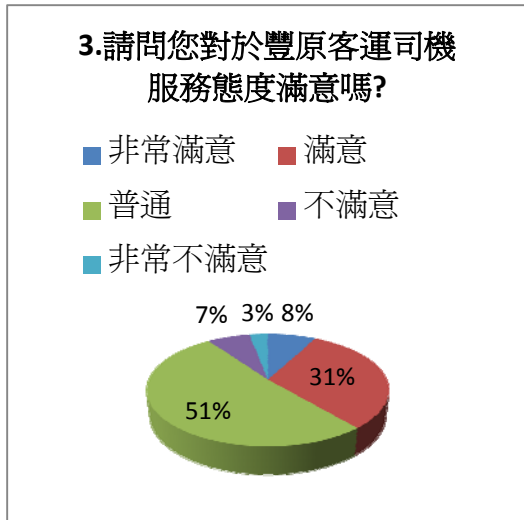


圖五 乘客平常搭乘豐原客運公車目的

均次數

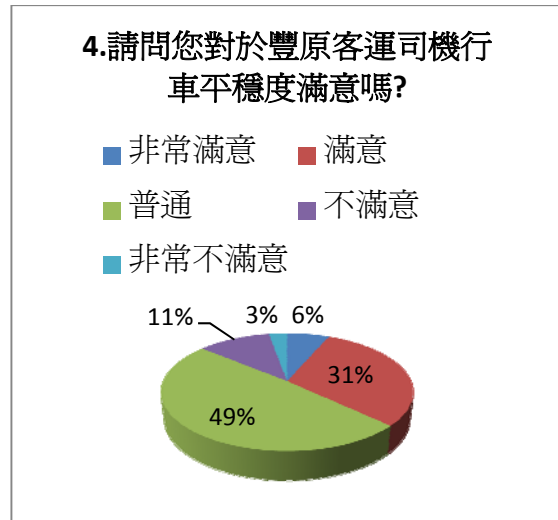
由圖四可得知乘客平均一周搭乘豐原客運為搭乘1~3次最多，其次為搭乘4~6次，每天搭乘則最少。

由圖五可得知乘客搭乘豐原客運的目的為旅遊最多，由此可知大部分民眾都是搭乘豐原客運公車出外旅遊，其次為上下學。



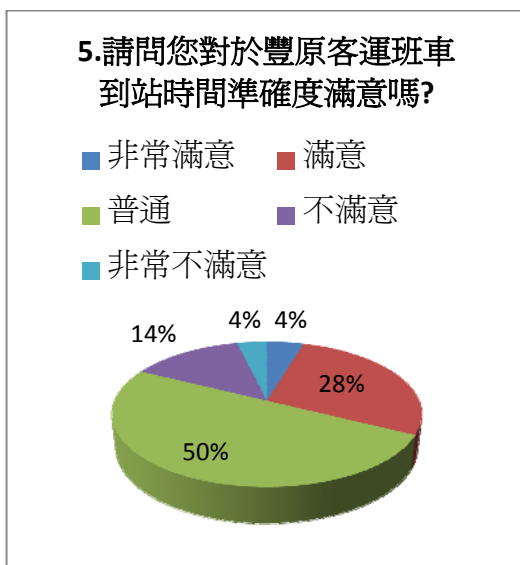
圖六 豐原客運司機服務態度滿意度

由圖六可得知乘客覺得豐原客運司機服務態度為普通最多，其次為滿意，由此可知豐原客運司機服務態度很良好。



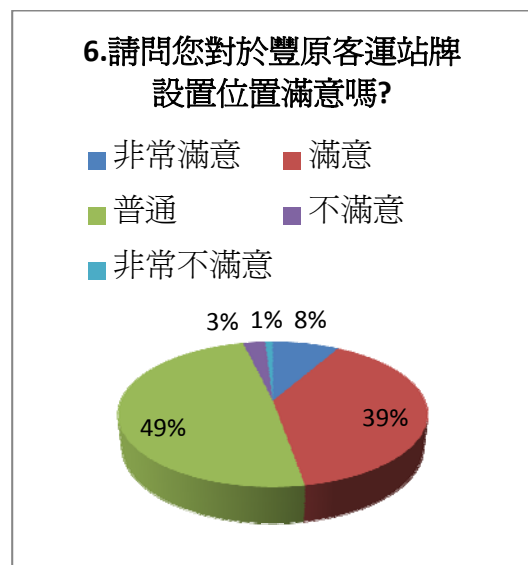
圖七 豐原客運司機行車平穩度

由圖七可得知乘客覺得豐原客運司機行車平穩度為普通最多，其次為滿意，由此可知豐原客運司機行車平穩度很平穩，這也表示行車非常安全。



圖八 豐原客運班車到站時間準確度

由圖八可得知乘客覺得豐原客運班車

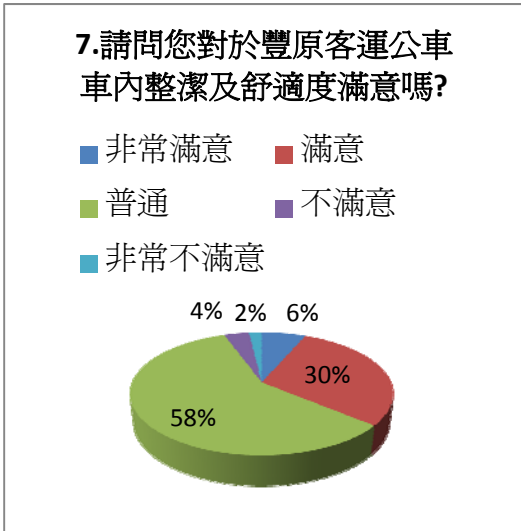


圖九 豐原客運站牌設置位置

由圖九可得知乘客覺得豐原客運站牌

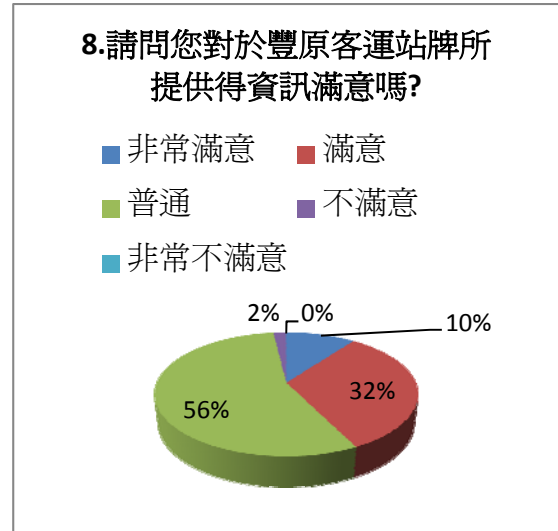
到站時間準確度為普通最多，其次為滿意，由此可知豐原客運班車到站時間還算準時，沒有讓乘客等候太久。

設置位置為普通最多，其次為滿意，由此可知豐原客運站牌設置位置對乘客來說很便捷，讓乘客覺得方便。



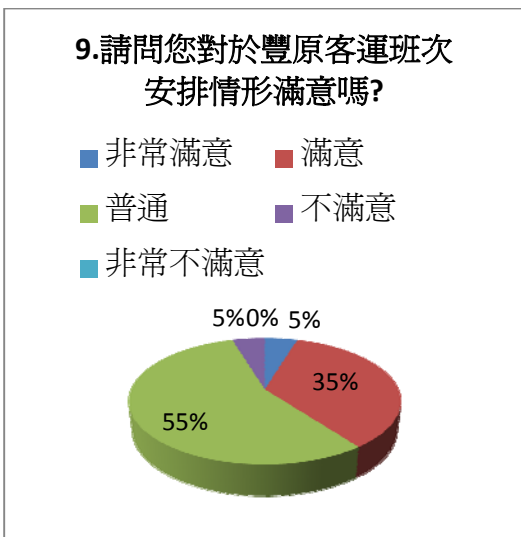
圖十 豐原客運公車內整潔及舒適度

由圖十可得知乘客覺得豐原客運公車車內整潔及舒適度為普通最多，其次為滿意，由此可知豐原客運在公車車內整潔及舒適度做得很好，讓乘客搭乘感到很舒適。



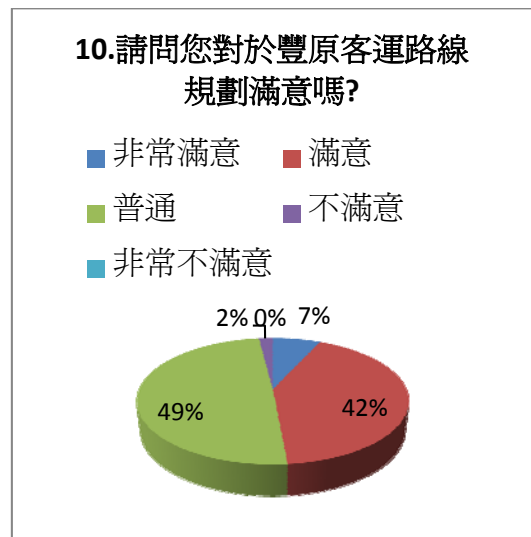
圖十一 豐原客運站牌所提供的資訊

由圖十一可知乘客認為豐原客運站牌所提供的資訊為普通最多，其次為滿意，由此可知豐原客運在站牌所提供的資訊很完整，讓乘客得到很完整的資訊。



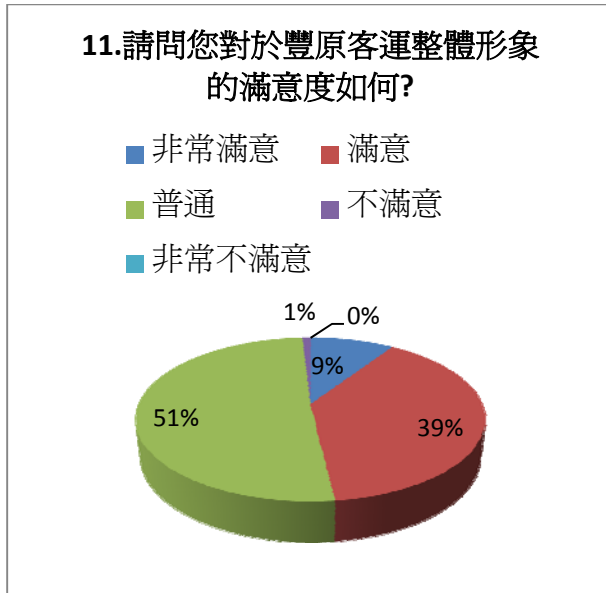
圖十二 乘客對班次安排的滿意度

由圖十二可知乘客覺得豐原客運班次安排情形為普通最多，其次為滿意，由此可知豐原客運在班次安排情形還蠻頻繁，對乘客來說很滿意。



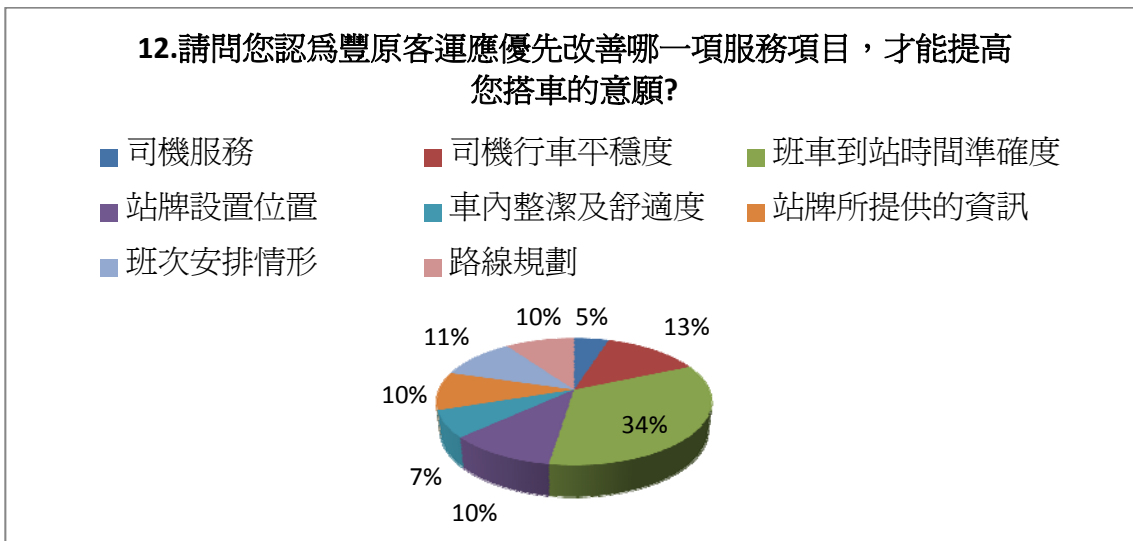
圖十三 乘客對路線規劃的滿意度

由圖十三可知乘客覺得豐原客運路線規劃為普通最多，其次為滿意，由此可知豐原客在運路線規劃方面規劃得很好，讓乘客覺得方便。



圖十四 乘客對豐原客運整體形象的滿意度

由圖十四可得知乘客覺得豐原客運整體形象為普通最多，其次為滿意，由此可知乘客對於豐原客運整體形象評價還不錯。

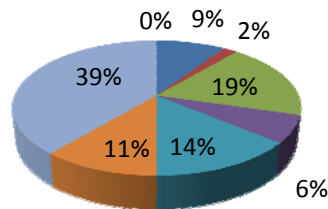


圖十五 豐原客運應優先改善哪一項服務項目，才能提高搭乘意願

由圖十五可得知乘客覺得應優先改善班車到站時間準確度為最多，其次為司機行車平穩度，才能提高乘客搭乘豐原客運公車的意願，因此豐原客運應加強司機職前技術訓練。

13.請問您認為豐原客運若能增加下列哪項服務，將能提高您對豐客的認同度及搭車意願?

- 提供攜帶動物及收費服務
- 結婚禮車
- 網路訂票系統
- 機場接送
- 商務接待
- 提供各種親子旅遊團
- 結合各著名觀光景點或遊樂園，提供接送與優惠



圖十六 豐原客運若能增加哪項服務，將能提高對豐客的認同度及搭車意願

由圖十六可得知乘客覺得豐原客運若能增加結合各著名觀光景點或遊樂園，提供接受與優惠，其次為增加網路訂票系統，將能提高乘客對豐原客運的認同度及搭車意願。

參●結論與建議

一、結論

- (一)、統計結果顯示，大部分搭乘豐原客運的族群以學生最多。目的也多是旅遊居多，其次為上下學，一週搭乘次數多為1~3次，由此可知，學生除了搭公車上下學之外，也會搭乘公車去旅遊。
- (二)、民眾對於豐原客運的司機行車平穩度以及服務態度，以普通最多，其次為滿意，由此可知，民眾對於這兩項的滿意度還算可以。
- (三)、民眾對客運的班車到站時間準確度、站牌設置位置、公車內整潔及舒適度、站牌所提供的資訊、班次安排情形、站牌所提供的資訊以及整體形象的滿意度都是普通居多，其次為滿意，表是民眾對於豐原客運的公車服務還算可以接受。

二、建議

根據上述的結論我們做了以下幾點建議，希望能提供未來做進一步相關研究之參考:

- (一)、雖然民眾普遍對豐原客運的班車到站時間的滿意度為普通，但是仍有14%的民眾不滿意，更有4%的民眾覺得非常不滿意。司機可以多增加職前訓練或是在職訓練，抵達站牌的時間若能更準確，更能夠提高民眾搭乘客運的意願。
- (二)、就豐原客運現有提供的資源以外，民眾認為若能增加"結合各著名觀光景點或遊樂園，提供接受與優惠"、"網路訂票系統"以及"提供各種親子旅遊團將能提高乘客對豐原客運的認同度及搭車意願。

肆●引註資料

註一：維基百科。豐原客運。2014年12月22日，取自 <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>

註二：行銷4P與4C理論。2014年12月22日，取自 <http://info.0800000601.com/qygl/549.shtml>

註三：林淑芬、旗立財經研究室(2014)。商業概論滿分總複習(下)。台北市：旗立。

註四：張菁雅(2014)。帶魚不能搭公車！司機拒載。自由時報。4月7日。2版。