

國際物流業顧客忠誠度影響因素概念性架構之建立

陳昭華, 李惠瑜

運輸科技與物流管理學系

管理學院

erchen@chu.edu.tw

摘要

國際物流服務業因企業朝全球化經營發展而更趨蓬勃發展，國際物流服務業營業內容需同時處理多國的資訊流、金流、物流以完成運送服務，較諸傳統經營內陸運送的物流業複雜；但企業經營的特性倍受運送費率高低的影響，且因市場競爭激烈，常面臨須以削價競爭方式爭取顧客。由於削價競爭並非企業長久經營之計，若想永續經營，因應之道必須以非價格的競爭方式來解決。過去研究指出，企業的顧客忠誠度與企業的獲利呈正向的關係，因此，若能維持並提升顧客忠誠度，對企業獲利必有所幫助。本研究之目的主要為界定影響國際物流業顧客忠誠度的關鍵因素，透過該服務業特性之分析及相關文獻探討、分析及歸納，建立其顧客忠誠度影響因素之概念性關係架構及各項影響因素之衡量構面，提供後續研究之基礎及管理者在處理顧客忠誠度層面問題以獲致市場競爭優勢與企業獲利時參考。

關鍵字：顧客忠誠度、國際物流業。