

交通部臺灣路管理局

109 年度全面提升服務品質績效報告

壹、整體執行績效：

本局依據交通部函頒「交通部提升服務品質實施計畫」，就為民服務特性資源、環境、特殊做法，研訂本局「全面提升服務品質執行計畫」，由局內各單位、直屬機構、分支機構及車站等辦理。各單位皆秉持「新臺鐵、心服務」之服務信念，堅持「安全、準確、服務」三大理念，持續推動提升民眾滿意服務，型塑專業、便民、高效率的鐵路運輸服務形象，並促使資訊透明化，提供友善網路服務，確保民眾知的權利與資訊使用權，俾整合服務、統合運用資源，開發創新服務措施。執行績效分述如下：

一、完備基礎服務項目，注重服務特性差異化

(一) 建立業務標準作業流程，維持服務措施處理一致性；確保資訊提供、問題回應或申辦案件處理的正確性，並適時檢討改進流程與作業方式。

1. 澈底診斷簡化作業流程、辦理時限、申請書表等，訂定明確作業程序及量化服務指標，建立標準作業規範。
2. 定期檢討服務項目及流程，加強服務人員在職訓練，培塑專業優質人員，充實員工知能及加強服務經營理念，提升服務形象及提供民眾洽公便利性，並針對民眾反饋建議項目進行檢討改善。
3. 考量民眾洽公之便利性及縮短案件處理時效，適時適性更新服務作業便捷及設施。

4. 本局商標授權、代銷商品之申請文件與流程等資訊及文件均已公告於本局網站，並依實際情形即時更新內容，以應民眾查詢。
 5. 為順利執行「臺鐵整體購置及汰換車輛計畫」及「電務智慧化提升計畫」，避免遭受廠商等外力不當干擾及發生違失情事，期透過建置複合式之防貪機制，達成提升採購品質及促進行政透明之目標，落實人民對廉能政府的期待，爰規劃辦理廉政平臺相關工作，109 年共召開 4 次定期聯繫會議，以共同研商解決問題；發掘廉潔正直楷模，以打造機關清廉文化；建置行政透明專區，以加強外部監督力量；執行採購驗收監辦，以促使同仁勇於任事；行銷廉政平臺成立，以爭取外界支持信賴。
 6. 各供應廠均確實依據「本局供應廠驗收標準作業程序」辦理各項檢驗與驗收作業，並依據財物採購減價收受作業執行程序履約，於減價收受後直接進行發貨，縮短作業時間，加快各單位領貨速度。
 7. 遇有履約爭議時，依法令及契約規定依限回應問題，重視案件之處理效率及正確性。
 8. 完成環島路網 239 站電子票證建置服務，除節省旅客購票時間，亦加速進出站速度，同時結合公路總局提供旅客於本局全線 32 站（東線 6 站、西線 26 站）轉乘客運或公車優惠措施，達到減能減碳之效。因具有便利性，109 年每日使用電子票證搭乘為 37.7 萬人。目前刻正規劃辦理定期票結合電子票證，增加電子票證服務範圍。
- (二) 提供民眾易讀、易懂、易用的服務申辦資訊及進度查詢管道，提升服務流程透明度。

1. 依「政府資訊公開法」及「政府採購法」之規定辦理，採購案件之招標、決標情形均於規定時間內登載於政府電子採購網以便利民眾或廠商查詢。
2. 配合政風室廉政平台作業，在不違反法令規定之前提下，提供各購案之辦理情形。
3. 資訊透明化，主動將各項作業規定、標準作業程序、招標作業等資訊，透過網路公告周知，滿足廠商知的權益。
4. 本局自 100 年推出會員消費積點紅利及媒合訂票機制，至 109 年底會員數已達 105 萬 7,103 人次(自然人 103 萬 1,758 人；法人 2 萬 5,345 人)。

(三) 注重服務人員的禮貌態度，提高民眾臨櫃洽公或網站使用的便利性，建置合宜的服務環境。

1. 為營造友善、便利之乘候車環境，擇定台北、板橋、桃園、中壢、台中、彰化、台南、高雄及屏東等 9 個重點車站服務台，於週六、日外籍移工聚集時段，提供諳印尼語或越南語之服務人員播音、諮詢引導等服務。
2. 辦理並參與各項專業訓練，宣導服務理念並建立同仁責任感，提升同仁專業表現及培養辦理人員良好態度。
3. 材料處及各供應廠已完成提供環境適宜之會客區域，便利廠商順利完成洽辦業務。
4. 材料處及各供應廠提供 WiFi 免費無線上網服務，可供投標廠商於洽公或等候時可免費上網查詢資料。南區供應廠並提供手機充電服務，便於廠商使用。
5. 藉辦理人員訓練，宣導服務理念，培養辦理人員親切有禮之態度。

6. 考量民眾洽公之便利性及實用性，合適改造服務場所，更新服務設施，規劃改善辦公室各項設施；另大量佈置美麗盆景以綠化辦公室及四週環境，讓民眾以愉快心情洽公。
7. 推行電話禮貌，並以專業、親切、負責任態度優質形象，提供廠商或民眾之業務諮詢。

(四) 因應業務屬性及服務特性差異，汲取創新趨勢，投入品質改善，發展優質服務。

1. 為便利旅客通關進出站，本局已於全路 68 個車站共 409 道自動驗票閘門安裝 QR code 感應裝置，即日起旅客持本局 APP 電子車票或各大超商發售的車票，只要將 QR code 條碼對準自動驗票閘門上感應區，即可自由進出站，不需要再經由人工驗票。為提升服務品質，未來各自動驗票設備亦將增加讀卡設備，擴及於全路各車站均可使用。
2. 持續委託天下雜誌股份有限公司辦理「台灣鐵道觀光需求與網路行銷策略關聯研究案」，透過大數據分析調查，進而探求國內觀光旅客類型與需求、臺鐵推展鐵道觀光現況與困境、並提出旅遊社群平台執行之行銷策略及該行銷策略對參與遊客之影響等多面向相關鐵道旅遊元素。為使本案調查與現況結合，在調查程序中，亦將輔以實地拍攝數條最佳鐵道旅遊路線及人物專訪（含本局員工及專家學者）等方式，後續將藉由社群網路、數位平台及旅遊雜誌等多管道推播宣導。
 - (1) 進行形象再造計畫，擬定鐵道觀光旅遊宣傳策略，發展眼球經濟，以吸引國內外旅客搭乘，據以有效提升鐵道觀光旅遊經營績效。
 - (2) 交通部訂定 2022 年「鐵道觀光旅遊年」，驗收所有鐵道觀光、鐵道文化及鐵道經濟的成績，臺鐵局於 2020 年首發提出「110-115 年鐵道旅遊鳴日號暨藍皮解憂號觀光列車經營權

利案」標案，於 10 月 14 日辦理招商說明會，前來參與業者共計 19 家(42 位業者出席)，並於 10 月 22 將招商內容於政府電子採購網辦理財物出租公告，11 月 11 日辦理投標資格及文件審查，共計有 3 家旅行業通過審查。11 月 18 日進行遴選作業。依序位法遴選出「雄獅旅行社股份有限公司」為序位第一之第 1 優勝廠商，預計 11 月 27 日辦理鳴日號觀光列車開行審查會議，研商、確定觀光列車開行計畫，並於 110 年 1 月 1 日啟航。

(3)督辦觀光列車改造，包括 5 款不同形式列車：「鳴日號」、「藍皮解憂號」、「海風號」、「山嵐號」、與「寢台式觀光列車」，其中「鳴日號」獲得世界四大設計獎之一的日本 2020 Good Design Award，預定 110 年 1 月加入營運。

3. 建立臺鐵服務新品牌-禮賓候車室，提供旅客新型優質休憩空間，建立臺鐵創新新形象，提升服務品質。

4. 除於本局網站刊登廢料公開標售訊息及招標文件外，另提供廢料數位圖檔照片，方便有意投標者線上看貨，以增加廠商、自然人或團體參與本局廢料標購之便利性及興趣。

5. 於本局網站公布電子版廢料標售案投標文件，免費提供廠商自行下載，以節省投標廠商洽購標單時間及成本。

6. 確實了解及主動詢問潛在及現有承租廠商之需求，針對廠商需求或民眾陳情等，進行檢討改善服務流程，立即改進。

二、重視全程意見回饋及參與，力求服務切合民眾需求

(一) 納入民眾參與服務設計或邀請民間協力合作，提供符合民眾需求的服務。

1. 「結訓座談會」共計辦理 54 班，了解學員需求及問題轉知各相關單位，即時處理改善。

2. 除委由專業設計廠商進行車站設計，於各階段審查時，提請

「臺鐵美學設計諮詢審議小組」審查並會同本局各相關單位進行聯合審查，以整合使用單位需求調整設計，並將旅客提供意見一併納入做參考。另為配合通用設計理念，本局已成立通用設計委員會，廣納各界建議，亦依通用設計原則進行站場設計，以符各使用者需求。

3. 持續辦理車站內各類商店及土地出租。
4. 除委由專業設計廠商進行車站設計，於各階段審查時，會同本局各相關單位進行聯合審查，以整合使用單位需求調整設計，另亦會將旅客意見提供做參考。
5. 不定期邀約或訪談現有或潛在廠商，檢討履約執行問題，解決困難，並對未來規劃之標的，提供意見，以切合市場需求。
6. 增加與同業務屬性單位交流分享，辦理標竿學習，將新進設備及措施因地制宜，納入標租條件，合理充實提供更符合民眾需求之設施，如停車場悠遊卡付費設施、車牌辨識系統等。
7. 辦理台鐵便當、列車服務品質維護、發展觀光旅遊（推動 2 天 1 夜郵輪式列車）、靚道季刊發行作業、開發鐵路商品及商標授權。
 - (1) 提升服務品質及本局形象並增裕營收，同時藉由靚道季刊推廣鐵道觀光及旅遊。
 - (2) 每日運行之環島觀光列車，順逆行各一列次開行，市場定位為國內外中階消費客群，車廂設計、車上活動是行程亮點。目前本國旅客佔 80%，廣受家庭客喜愛；外國旅客佔 20% 顯見環島觀光列車亦受外籍人士喜愛有相當的吸引力。目前已針對車廂內景點播音提供導覽服務，讓旅程體驗更立體到位。
 - (3) 為配合中央防疫新生活推廣，於 109 年 7 月 15 日至 12 月 31 日期間，推出環島之星 Hello Kitty 繽紛列車 31 條旅遊套裝行程，每人優惠 500 元及兩天一夜郵輪式列車共計

20 條旅遊行程，每人優惠 500 元，並提供振興券加碼措施：針對本局 51 條郵輪列車及環島之星旅遊行程使用振興券付款再加碼，使用 1000 元振興券再優惠 100 元，使用 2000 元振興券再優惠 200 元，使用 3000 元振興券再優惠 500 元。

(4) 為發展鐵道觀光旅遊，本局推動 2 天 1 夜(含以上)郵輪式列車業務，於 109 年 1 月至 12 月止開行 31 趟行程，參加人數計 5,847 人，共計帶來本局營收 1,055 萬 3,775 元(含車票、便當、權利金及車銷商品等)。

(二) 善用各類意見調查工具與機制，蒐集民眾對服務的需求或建議，適予調整服務措施。

1. 為順暢旅客投書管道，於車站設置站長信箱、網站設置「站長電子信箱」，並將服務電話及站長電子信箱在車站明顯位置公告。針對旅客投書案件，指定專人處理。
2. 109 年度信用卡線上付款(官網及 APP)交易筆數約 789 萬筆、交易金額約 45 億 3 千萬元；車站信用卡付款交易筆數約 330 萬筆、交易金額約 12 億 3 千 700 萬元；車站使用行動支付交易筆數約 7 萬 560 筆、交易金額約 2 千 219 萬元。配合第 4 代票務系統上線與多功能自動售票機建置，將增加行動支付功能，便利旅客購票作業。
3. 「學員意見反應表」共計辦理 76 班，了解學員需求及問題轉知各相關單位，處理改善。
4. 提供業務專線供民眾提出建言使用，將民眾提出之需求做整理後，規劃合宜之標的及模式，提供民眾參考。
5. 閒置土地標租案件透過當地居民將資訊回饋，落實民眾參與及即使掌握時效。

(三) 依據服務特性辦理滿意度調查，瞭解民眾對服務的看法，並

據以檢討改善既有措施。

1. 為提供機關團體及公司行號旅遊之服務，開放民眾線上申請團體專開列車，提供民眾多元化的旅遊服務，109 年度計受理 281 團，7 萬 9,741 人次，營收計 2,870 萬 426 元。除提升國、內外遊客舒適、便利之旅，並擴展延伸遊憩動線及層面，推動鐵道旅遊新發展。
2. 為了解旅客對車站所提供旅運服務之滿意度，以及因應競爭日益激烈的運輸市場變化，爰以各站每季辦理旅客滿意度調查，藉由相關旅客滿意度分析做為服務改善之參考。
3. 製作問卷調查意見表，針對投標民眾調查後進行分析，定期檢討服務項目及流程，並立即改進。

(四) 傾聽民眾意見，積極回應，有效協助民眾解決問題。

1. 針對新聞媒體及報章輿論，除主動為政策辯論護及更正不實內容外，更針對各項活動及業務新措施主動發布新聞，以達宣導及宣傳之效果。
2. 由電話或網站接受民眾抱怨並作訪談紀錄，依據本局「處理人民陳情案件要點」規定辦理，由專人立即處理，並將處理情形立即向民眾回報。
3. 與承租廠商保持良好互動關係，並於租金繳納期限前主動通知提醒，避免承租廠商因租金滯納而遭罰違約金。
4. 依據本局「處理人民陳情案件要點」規定辦理，針對民眾反映事項即時予以回應。
5. 採購案件如有廠商提出釋疑或異議時，立即將相關文件轉請需求單位澄清或說明，並依「政府採購法」及相關規定辦理，即時處理廠商反映事項，並於答覆廠商函文郵寄前，先行傳

真予該廠商，以減少廠商等候本局答覆之時間及避免造成爭議。

6. 廠商如於廢料公開標售之等標期間至現場看貨，或廢料得標廠商至供應廠廢料庫提貨時，除即由承辦人員帶領並宣導廠內工作安全事項外，對於廠商提出之意見均即時予以回應，以利看貨及提貨作業順暢。

三、便捷服務遞送過程與方式，提升民眾生活便利度

(一) 擴大單一窗口業務涵蓋範疇，減除申辦案件所需檢附之書表謄本，提高業務申辦便捷度。

1. 採區域分工，同一窗口可受理該區域各項標的標租及場地出借作業。適時調整同仁業務，增加工作豐富化，讓同仁對每項業務均能熟悉辦理。
2. 為考量外（縣）市得標人之便利性，可依其需求，安排離其最近、最便利之屬站辦理簽約及公證手續。

(二) 衡酌實際需求，開發線上申辦及跨平台通用服務，增加民眾使用意願。

1. 本局財物、工程及勞務採購案於招標公告內明示可電子領標或郵寄、現場領標，並持續推廣投標廠商至政府電子採購網電子領標且可直接於網路繳費，以節省投標廠商作業時間。
2. 本局廢料標售資訊除公告於政府電子採購網外，亦公開於本局全球資訊網之招商資訊/招標公告項下，且公布電子版廢料標售案投標文件免費提供廠商自行下載，除確保標售資訊公開透明外，亦可節省投標廠商洽購標單時間及成本。
3. 為提供民眾更便利取得招標文件及即時瞭解出租標的現況，除於標的現場、行政院公共工程委員會網站、臺灣鐵路局網

站 及本所外公布欄公告外，必要時刊登於標的鄰近車站及月台電子看板，供其參考及電子領標，並與行政院公共工程委員會之網站連結。

4. 持續簡化各項內部行政作業及申訴案件，以達成提升效率與便民服務。

(三) 推動跨單位、跨機關服務流程整合及政府資訊資源共用共享，提供全程整合服務。

辦理會勘時邀請相關機關單位，廣納多方的意見及資源。

(四) 關注社經發展新趨勢，運用創新策略，持續精進服務遞送過程及作法，提升服務效能。

1. 便當外送服務。

臺鐵局於 109 年 3 月推出「向醫護人員致敬 暖心便當專案」，提供醫護人員 9 折購買優惠價，優惠期間至 6 月 30 日止，除臺北鐵路餐廳外，外送服務另擴大增加設有餐務室之臺中、高雄、七堵、花蓮及臺東車站 3 公里左右範圍之公私立醫療院所、消防及警務人員，迄 6 月 30 日止專案便當數量已達 23,555 個，銷售金額已逾 1,596,432 元，服務醫療院所達 38 間。

2. 配合政府政策，活化公有資產。

3. 利用廣告或電子看板推廣業務及行銷轄區資源，在官網提供最新及各項作業規定、招標作業等資訊，並即時提供案件處理最新進度。

四、關懷多元對象及城鄉差距，促進社會資源公平使用

(一) 體認服務對象屬性差異，對特殊或弱勢族群提供適性服務，降低其取得服務的成本。

1. 配合 109 年 12 月 23 日列車時刻調整，分別印製冊本式時刻

表 15 萬本、摺頁式時刻表 2 萬張，分置各車站，供旅客免費索取。

2. 為推動通用設計，本局已於 101 年成立通用設計委員會，除每年持續召開會議，另已先行完成本局「鐵路車站及轉乘設施通用設計規範（草案）」，並持續滾動檢討。
3. 對特殊或公益族群，擬定不同的契約條款，配合政府政策給予適當之協助（如依規定提供及管理停車場身障或女性停車位）。

（二）搭配複合策略，延伸服務據點，提高偏遠或交通不便地區民眾的服務可近性。

1. 配合地方政府政策，提供相關便民服務。資產開發中心於全臺北、中、南、東均設有服務所、站，就近提供服務。
2. 推出「網路訂票預訂便當」服務，在臺鐵入口網頁及旅客行動服務訂票成功後提供訂便當服務。

(1) 為提供旅客更多元的支付方式，自 109 年 9 月 16 日起，全台 31 個「台鐵便當」實體直營門市全面啟用一卡通支付服務，於 10 月 15 日推出「擘一卡通」買「台鐵便當」享 9 折獨家回饋活動。另自 11 月 18 日起至 12 月 30 日止至實體自營門市及臺鐵列車，使用「台灣 Pay」付款碼（限金融卡/帳戶）購買「台鐵便當」全品項即享交易金額 9 折優惠活動。

(2) 便當本舖增設電子交易設施，提供信用卡（含 Apple Pay、Google Pay、Samsung Pay）、行動支付（台灣 pay）及電子票證（一卡通）等付款服務。

（三）考量服務對象數位落差，發展網路服務或輔以其他方式，提

供可替代的服務管道。

1. 設置客服電話 0800-765-888，並於各站之網頁及車站站長信箱外張貼訊息，方便旅客或其他機關洽辦業務。
2. 標租案件除政府電子採購網公告，於官網提供電子領標外，亦提供現場紙本標單購買，提供多元服務。
3. 資訊公平公開的服務平台，縮短作業流程及節省民眾申辦之效益。
4. 各項標租案件依規定上傳政府採購網供民眾查詢，相關作業流程規範公開於本局網站。預期效益如下：
 - (1) 持續辦理推動電子領標作業，使其政府資訊與民眾接軌，提昇服務品質增加整體競爭力。
 - (2) 落實資訊多元服務及維護民眾近用資訊的權利，進而增加資產開發中心盈收。

五、開放政府透明治理，優化機關管理創新

(一) 建構友善安全資料開放環境，落實資料公開透明，便利共享創新應用。

1. 各車站於站區公告「車站旅運服務規約、為民服務白皮書、旅客投訴處理程序表、旅客服務標準 SOP 申辦案件流程」。
2. 鐵路商品相關販售資訊均即時公告與更新於本所台鐵夢工場官網及臉書粉絲團，以利民眾查詢購買。
3. 配合「臺鐵整體購置及汰換車輛計畫」、「電務智慧化提升計畫」及「前瞻基礎建設計畫」，於本局網站建置行政透明專區，公開計畫相關採購資訊，包括計畫期程、願景效益、採購資訊、聯繫會議及廉政平臺辦理情形之資訊。

4. 109 年政風室將相關案例製作發行廉政快報，函發所屬各單位；另針對 109 年度當選交通部廉潔楷模同仁，製作影音專訪，公告於本局官網廉政專區，賡續運用相關媒體管道加強廉政宣導效能，增進本局廉潔形象。
5. 本局「鐵路建設作業程序」PDF 檔登錄於本局官方網站供民眾閱覽及下載。
6. 公開員訓中心基本資料並即時更新內容。
7. 提供 109 年度訓練計畫及訓練相關法規。訓練計畫資料更新有 2 次。
8. 所有標租案皆於行政院公共工程委員會網站及官網站公開所有標租資訊，並於官網公開各項申請及出租資訊與標準作業程序。

(二) 促進民眾運用實體或網路等多方管道參與決策制定，強化政策溝通及對話交流。

1. 於本局全球資訊網設置「首長信箱」、「旅客滿意度調查」等多元化公眾參與管道。
2. 加強宣導資產開發中心業務使民眾了解後可提出自己的需求，平時收集民眾意見及需求做為決策參考。

(三) 檢討機關內部作業，減省不必要的審核及行政作業，聚焦核心業務，推動服務創新。

1. 檢討修訂採購標準作業流程、全面檢視及調整本局「採購案件權責劃分及內部控制機制表」之授權規定，以提升採購效率；檢討修正本局「財物採購減價收受作業執行程序」，以符合實務作業，減少不必要之行政作業。

2. 檢討修訂採購標準作業流程，以提升採購效率。
3. 為減省行政作業時間，於廠商得標後並於決標公文通知繳交履約保證金前，先行試算並通知應繳納金額予該廠商，以提高服務效率。
4. 為提升採購效率，減少陳核流程，提高本局分支機構辦理勞務及財物採購之權限(勞務由未達100萬元提高至未達500萬元；財物由20萬元以下提高至未達100萬元)，並於109年11月17日完成修正本局採購案件權責劃分及內部控制機制表並實施。
5. 不定期檢討各項業務規定，合理整併作業流程，節省行政作業時間，以提升服務品質。
6. 採全面品質管理主動檢討，藉由法令與流程檢討再造、引進民間資源，妥善規劃創新的服務措施以提升服務品質。
7. 檢討現有為民服務工作廣度、深度，並主動協調整合性質重複或相關聯服務工作，針對民眾需求，重新規劃設計有創意之加值服務。
8. 108年度附業營運中心持續辦理與稽核廠商以商品內印製QRcode碼方式取代商品授權標籤，以簡化流程。
9. 108年度辦理內部稽核，針對本局商標授權及代銷商品作業程序進行檢討改進並製作「交通部臺灣鐵路管理局代銷商品申請資料檢核表」。
10. 簡化租約陳報備查等公文程序，改以上傳本中心內雲端硬碟，以達公文減量、利於資料庫管理。
11. 藉由各承辦人案例分享經驗，以充實彼此服務之實務經驗及專業服務的提昇。計畫完成後之預期效益如下：

- (1)提升申辦民眾及承租人之服務品質，改善及更新作業流暢效率性。
- (2)提高員工主動積極工作態度，減少申訴案件，增加效率及收益。
- (3)建立員工服務專業親切具責任感之優質形象。

六、掌握社經發展趨勢，專案規劃前瞻服務

(一) 主動發掘關鍵議題，前瞻規劃服務策略預為因應。

1. 推拉式自強號附掛親子車廂，親子車廂計畫改造 20 輛，車廂內部規劃有親子廁所、哺（集）乳室、12 席（2 連座及 4 張單人座）附桌親子座、娃娃車停放區。長條椅及矮桌可增加額外親子互動空間；娃娃車停放區便利親子乘客。車廂內裝及佈景將以親子友善為主題整體設計，使車廂空間更加友善。

為提供親子友善乘車環境，親子車廂以不發售無座票之方式辦理，惟每一車廂僅能提供 12 個座位，時有親子旅客訂不到票之情事，為服務親子旅客及本局連續假日疏運需要，於 107 年 12 月 20 日調整乘車規定：

- (1)逢六日及例假日除原發售親子車廂內 12 個座位外，再開放有 12 歲以下孩童同行之無座票旅客搭乘。
- (2)若遇三日以上連續假期停售親子車廂車票，以將座位釋出給一般旅客疏運尖峰旅次。
- (3)車長室已由第 1 車改至第 7 車位置，縮短與親子車廂距離（位於第 12 車），請車長除依規定外再增加巡視次數，加強勸導違章旅客至其他車廂搭乘。

2. 不定期對承商或潛在廠商進行訪談，以了解廠商需求並規劃服務策略；主動於定期巡查租賃標的物之過程中發掘應注意或改善事項，立即檢討改進。
3. 主動清查轄區閒置房地發掘議題，並整合配置促成多元標租案，以達成有效的土地再利用。

(二) 善用法規調適、資通訊技術應用及流程簡化，擴大本機關或第一線機關服務措施的運作彈性。

1. 推出「網路訂票預訂便當」服務，旅客於「網路訂票系統」訂票成功後，即可同時或於付款取票前預訂台鐵便當，深受旅客歡迎。
2. 鐵路商品相關販售資訊皆不定期公告與更新於附業營運中心臺鐵夢工場網站及臉書粉絲團，以利民眾查詢購買。
3. 訂定各類標準作業程序及緊急事故處理作業辦法，督促同仁熟悉各項經辦業務，提高同仁的應變能力。
4. 因不動產出租業務與民法息息相關，不定期邀請律師辦理講座，以充實員工法律知識。

(三) 結合跨域整合、引進民間資源、社會創新及開放社群協作等策略，務實解決服務或公共問題。

1. 近年來，國內飼養寵物人口數逐年增加，國人攜帶寵物搭乘大眾運輸等相關需求增長，為便利旅客攜帶寵物隨行乘車，臺鐵局自 108 年 12 月 1 日起至 109 年 2 月 29 日止為期 3 個月，試辦放寬寵物箱籠尺寸為「長 55 公分、寬 45 公分、高 38 公分」(比照台灣高鐵)，試辦期間旅客反映良好並無負面評論，試辦結束後修訂本局旅客運送契約。
2. 與其他機關、地方政府相互合作，妥善處理公共問題。尋找

具有知名度及績效良好之優良廠商參與投標，藉以穩定業績成長並提升服務品質。

(四) 權衡服務措施的必要性，以及投入成本與產出效益間的合理性，重視服務的制度化及持續性。

1. 便利高屏兩鐵雙向轉乘，縮短新左營－屏東間行車時間，並配合鐵路電氣化延伸至枋寮整併潮州－枋寮區間車，每日開行 14 班區間快車，新左營－屏東間行車時間約 32 分鐘（停靠高雄、鳳山及九曲堂等站、潮州－枋寮間為每站停靠模式），並以優化改造車廂行駛，高鐵左營站 29 班到開之直達車皆可於 15 分鐘內與臺鐵相互轉乘。
2. 藉由參訪政府機關、民間單位及其他資產活化利用案例，豐富不動產開發構想，撇開傳統思維，提升員工規劃招商實力。