



FREEWAY  
BUREAU  
M O T C  
高公局

# 「106 年度上半年服務區民眾滿意度問卷調查」 結果報告書（摘要）

委託機關：交通部臺灣區國道高速公路局

執行單位：遠見研究調查

中華民國 106 年 6 月

# 目 次

---

<b>壹、 調查計畫概述.....</b>	<b>1</b>
一、 研究背景與目的.....	1
二、 研究方法.....	1
三、 應用統計方法.....	5
四、 調查內容.....	6
五、 信效度檢驗.....	8
<b>貳、 樣本結構分析.....</b>	<b>9</b>
一、 各服務區回收樣本數.....	9
二、 性別.....	10
三、 年齡.....	11
四、 教育程度.....	12
五、 乘坐車型及身分.....	13
六、 最近三個月到訪服務區次數.....	15
七、 至服務區之目的（複選）.....	16
八、 本次行車目的.....	17
九、 居住地、目的地與出發交流道所在地.....	18
十、 平均里程數.....	21
十一、 再訪意願.....	22
十二、 近一年內曾到訪之服務區.....	23
<b>參、 整體服務區滿意度分析.....</b>	<b>24</b>
一、 各服務項目滿意度分數評比.....	24
二、 服務區滿意度評價分析.....	29
三、 服務項目重要度與滿意度分析排序暨管理矩陣.....	34
四、 服務區意見與建議彙整.....	38

五、	未來期待服務區新增之服務意見彙整.....	40
肆、	結論與建議.....	<b>41</b>
一、	結論.....	41
二、	建議.....	43

# 表 次

---

---

表 1-1：各服務區調查樣本數分配表 .....	2
表 1-2：平日各服務區完成有效樣本數 .....	2
表 1-3：假日各服務區完成有效樣本數 .....	3
表 1-4：執行訪員數分配表 .....	4
表 2-1：服務區樣本結構表 .....	9
表 2-2：服務區與性別交叉表 .....	10
表 2-3：服務區與年齡交叉表 .....	11
表 2-4：服務區與學歷交叉表 .....	12
表 2-5：服務區與乘坐車型交叉表 .....	13
表 2-6：服務區與身分交叉表 .....	14
表 2-7：服務區與到訪次數交叉表 .....	15
表 2-8：服務區與至服務區目的交叉表 .....	16
表 2-9：服務區與行車目的交叉表 .....	17
表 2-10：服務區與居住地交叉表 .....	18
表 2-11：服務區與目的地交叉表 .....	19
表 2-12：服務區與上高速公路縣市交叉表 .....	20
表 2-13：服務區平均里程數 .....	21
表 2-14：整體服務區再訪意願 .....	22
表 2-15：各服務區再訪意願 .....	22
表 2-16：一年內到過哪些服務區 .....	23
表 3-1：各項設施滿意度分數 .....	24
表 3-2：戶外休憩區各分項滿意度分數 .....	25
表 3-3：停車場各分項滿意度分數 .....	25
表 3-4：公共廁所各分項滿意度分數 .....	26
表 3-5：用餐區各分項滿意度分數 .....	26
表 3-6：密封包裝食品滿意度分數 .....	27

表 3-7：熱熟食滿意度分數 .....	27
表 3-8：其他服務設施滿意度分數 .....	28
表 3-9：戶外休憩區滿意度評價分析 .....	29
表 3-10：停車場滿意度評價分析 .....	30
表 3-11：公共廁所設備滿意度評價分析 .....	30
表 3-12：用餐區滿意度評價分析 .....	31
表 3-13：密封包裝食品滿意度評價分析 .....	32
表 3-14：熱熟食滿意度評價分析 .....	32
表 3-15：其他服務設施滿意度評價分析 .....	33
表 3-17：服務區管理矩陣各項目 .....	36
表 3-18：服務區意見與建議 .....	38
續表 3-18：服務區意見與建議 .....	39
表 3-19：服務區意見與建議 .....	40

# 圖

# 次

---

---

圖 1-1：標準化作業流程 .....	5
圖 3-1：服務區管理矩陣 .....	35
圖 3-2：服務項目重要性與滿意度排名 .....	35
圖 4-1：服務區整體重要程度與滿意度排名比較 .....	41

# 壹、 調查計畫概述

## 一、 研究背景與目的

國道高速公路為我國運輸及交通的重要幹道，國人使用高速公路服務區的頻率也日益增加。國道高速公路服務區，已經成為高速公路系統中不可或缺的重要設施，它提供高速公路車輛及用路人適當便利之休憩場所，對於解除長途駕車疲勞及增進行車安全均有助益。高速公路服務區除了滿足用路人的生理需求外，也必須考量到用路人的心理需求，提昇服務品質，以發揮國道服務區多元的價值。國道高速公路局為了落實顧客導向的理念，欲了解台灣民眾對目前高速公路服務區所提供的各項服務之滿意度看法，做為評估各服務區之績效及改進之參考，並進一步提昇服務品質，作為未來高速公路服務區規劃之參採。

主要之調查目的有以下三項

1. 了解民眾對高速公路服務區提供服務之滿意度以及期望服務
2. 了解民眾對於高速公路服務區之改善建議
3. 了解民眾行車及使用服務區之基本資訊

## 二、 研究方法

### (一) 調查範圍

國道 1 號中壢、湖口、泰安、西螺、新營、仁德服務區。國道 3 號關西、西湖、清水、南投、古坑、東山、關廟服務區及國道 5 號石碇服務區等 14 處服務區。

### (二) 調查對象

年滿 18 歲之國道服務區用路人，調查對象不包含服務區管理人員、經營廠商服務人員及協力廠商人員。

### (三) 調查樣本分配與完成有效樣本數

#### 1. 樣本需求規劃

本調查計畫共分為上、下半年度執行。106 年度上半年度平日與假日樣本各預計完成 1,660 份，共 3,320 份，以及備用問卷 5%。總計平日完成有效樣本 1,849 份；假日完成有效樣本 1,860 份，總計共完成 3,709 份有效樣本。各服務區應完成之有效樣本數由國道高速公路規劃樣本表，請見表 1-1。

表 1-1：各服務區調查樣本數分配表

表1 各服務區樣本數及訪員數分配表																
摘要	國道別	國1						國3						國5	合計	
		北區		中區		南區		北區		中區		南區		北區		
		服務區	中壢	湖口	泰安	西螺	新營	仁德	關西	西湖	清水	南投	古坑	東山		關廟
每次有效樣本數	南下向	120	120	150	150	100	100	280	120	460	200	180	280	100	120	2,480
	北上向		120	150	150	100	100		120					100		
小計		120	240	300	300	200	200	280	240	460	200	180	280	200	120	3,320
各服務區每次訪員人數	南下向	3	3	3	3	3	3	6	3	9	3	3	6	3	3	54
	北上向		3	3	3				3					3		
小計		3	6	6	6	3	3	6	6	9	3	3	6	6	3	69

註1. 中壢、關西、清水、南投、古坑、東山、石碇服務係合併型服務區，有效樣本數及人力分配併計於南下方向。  
 2. 每上、下半年辦理1次，每次3,320份，平常日與例假日分別各為1,660份有效樣本。106度辦理2次共6,640份。  
 3. 問卷調查數量應依表1所需之份數增加調查約5%備用份數。

## 2. 平日完成樣本數

14 個服務區於 106 年 3 月 1 日至 3 月 21 日共執行 10 日，依照訪問地區（停車場、飲食休憩區）、時段（早、中、晚）規定，完成有效樣本 1,849 份。詳細各區完成數請見表 1-2。

表 1-2：平日各服務區完成有效樣本數

各服務區完成有效樣本數-平日							
	中壢	湖口	泰安	西螺	新營	仁德	關西
完成有效樣本數	63	139	174	171	109	109	153
	西湖	清水	南投	古坑	東山	關廟	石碇
完成有效樣本數	131	244	108	115	151	118	64

## 3. 假日完成樣本數

14 個服務區於 106 年 3 月 4 日至 3 月 19 日之假日執行，共執行 6 日，依照訪問地區（停車場、飲食休憩區）、時段（早、中、晚）規定，共完成有效樣本 1,860 份，詳細各區有效樣本完成數請見表 1-3。



表 1-3：假日各服務區完成有效樣本數

各服務區完成有效樣本數-假日							
	中壢	湖口	泰安	西螺	新營	仁德	關西
完成有效樣本數	66	134	160	170	111	113	161
	西湖	清水	南投	古坑	東山	關廟	石碇
完成有效樣本數	132	247	116	114	150	123	63

#### (四) 調查方式

採面對面接觸，以問卷調查法之自填問卷為主，遇特殊原因受訪者無法自行填寫時，訪員以面對面訪問方式為輔，讀出問卷題目並圈選受訪者答案，完成問卷填答。

#### (五) 抽樣方法

1. 按國道高速公路局規劃，各服務區（除中壢、關西、清水、南投、古坑、東山、石碇）外，分為南、北兩個執行地點，每天劃分為早（10:00~12:29）、午（12:30~14:59）、晚（15:00~17:30）三個時段，每個時段於飲食休憩區及停車場區輪流進行調查。
2. 採隨機抽選方式，盡量依照各區應完成數與人數／桌次分配計算訪問，秉持一桌訪問一人、一車訪問一人原則，同行者不得接受訪問。以求讓調查結果涵蓋性更高，能反映整體之樣貌。

#### (六) 調查日期

1. 平日樣本執行日期由 106 年 3 月 1 日至 3 月 21 日期間之平日執行，共執行 10 天。從每日上午 10 點至下午 5 點 30 分執行。
2. 假日樣本執行日期由 106 年 3 月 4 日至 3 月 19 日期間之假日執行，共 6 天。從每日上午 10 點至下午 5 點 30 分執行。

#### (七) 抽樣誤差

以 95%信賴度估計，最大抽樣誤差為±1.6%。

#### (八) 訪員分配表

訪問執行於 3 月 1 日開始，3 月 21 日結束。平日共執行 10 日；假日共執行 6 日。訪員共 69 人次，另設總督導 1 位、分區督導 2 位及工讀生 1 位，詳見表 1-4。

表 1-4：執行訪員數分配表

摘要	國道別	國1						國3						國5	合計	
		北區		中區		南區		北區	中區		南區		北區			
	服務區	中壢	湖口	泰安	西螺	新營	仁德	關西	西湖	清水	南投	古坑	東山	關廟		石碇
各服務區每次訪員人數	南下	3	3	3	3	1	1	6	3	9	3	3	6	3	3	36
	北上		3	3	3	2	2		3					3		
小計		3	6	6	6	3	3	6	6	9	3	3	6	6	3	69

\* 另設總督導一位、中區督導一位、南區督導一位

### (九) 品質確保機制

#### 1. 簽到退

要求訪員於訪問開始前及結束後，至服務區辦公室簽到並領取服務區背心。訪問期間依據抽樣規則尋找受訪者。

#### 2. 督導陪訪

至少 10%督導隨訪，訪問執行時，要求督導巡迴詢點，每日至少巡查 3 個訪問區，以確保訪員詳實執行訪問，遵守訪問規定。

#### 3. 異常問卷處理

如遇受訪者積極受訪，中心要求訪員以「執行抽樣訪問」原則先行婉拒，如受訪者仍堅持受訪，訪員會以備用紙本問卷讓該受訪者填答，該樣本不視為成功樣本，不納入分析。此外，本次調查以平板電腦確認受訪時間，並刪除不符合規定受訪時間之極端值以確保品質。

### (十) 執行流程

為能有效進行調查，本調查專案自確立主題至提出報告，皆依照完整的標準程序操作請見圖 1-1。

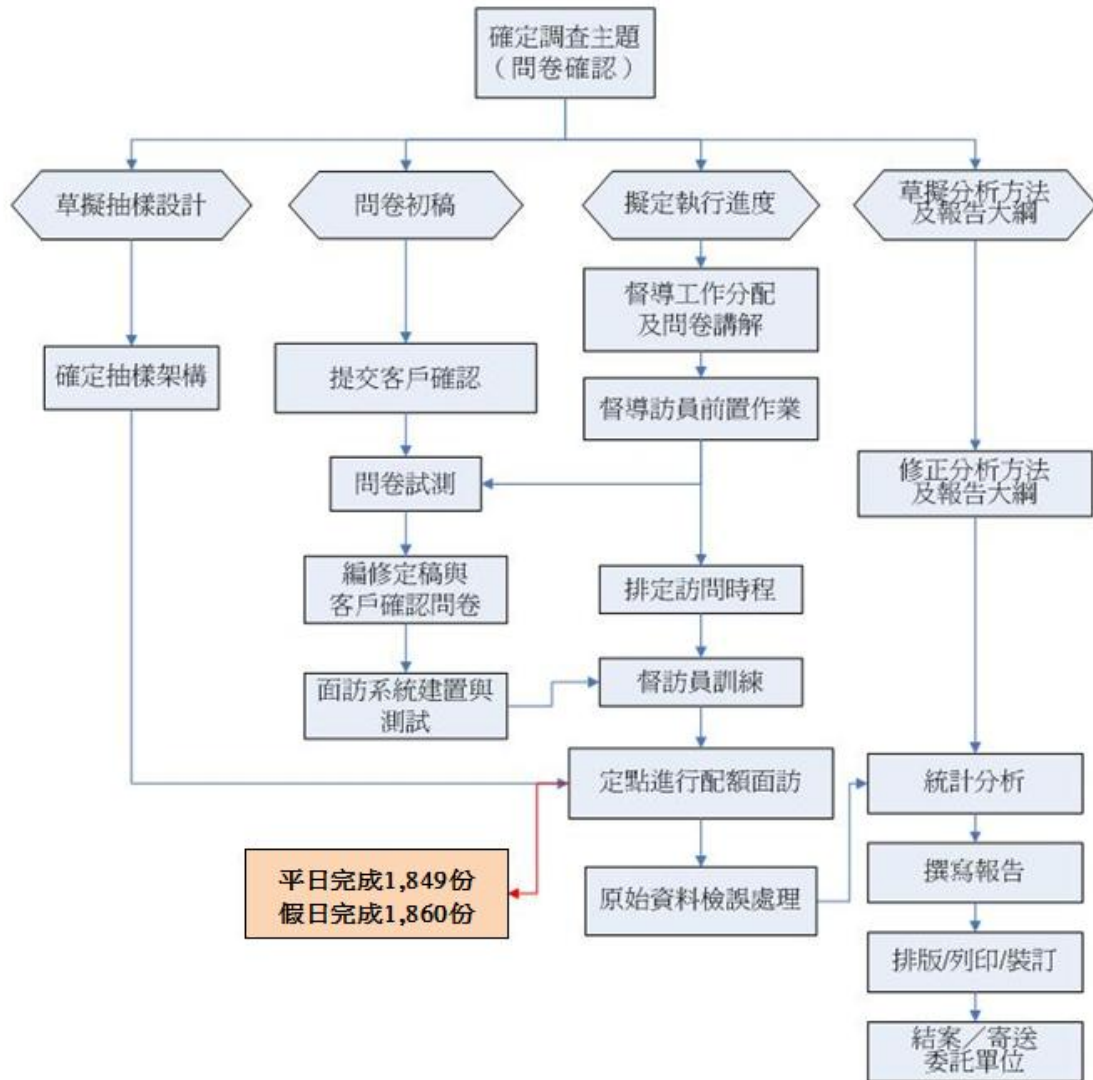


圖 1-1：標準化作業流程

### 三、 應用統計方法

本調查所應用之統計方法<sup>1</sup>，分別說明如下：

#### (一) 卡方檢定 **Chi-square test** ( $\chi^2$ test)

探討兩個類別或次序變項之關係，由於間斷變項都是以次數或百分比來表示，因此卡方檢定的目的就是在考驗變項間之各類別的實際觀察次數 (observed frequency, O) 和期望次數 (expected frequency, E) 間是否一致 (相關) 或有所差異的問題 (以  $\sum (O-E)^2/E$  算得所有類別之檢定用統計量  $\chi^2$  值，再依自由度與顯著水準條件對照「卡方分佈表」，判定  $\chi^2$  值是否落於拒絕區域)。當期望次數小於 5 的細格 (cell) 比例不

<sup>1</sup>王保進，1999。視窗版 SPSS 與行為科學研究。台北市，心理出版社。

超過 25%，而且每一細格的期望次數都至少是 1 時，即適合使用卡方檢定<sup>2</sup>。卡方檢定之用途有下列四種：

### 1. 適合度檢定

根據樣本在某一個類別變項（如政黨偏好、消費型態、休閒選擇等）的反應進行分析的資料，稱為「單因子分類資料」。利用卡方檢定對單因子分類資料進行假設性檢定，可針對樣本於各類別實際觀察次數與期望次數之差異進行檢定，以瞭解樣本對各類別的反應情形是否有顯著差異。

### 2. 百分比同質性檢定

分析自變項各類別樣本再依變項各水準上的反應次數是否有顯著差異。此種檢定適用於研究報告中，如「樣本在 Y 變項上反應的百分比（不）因 X 變項的不同而有（無）顯著差異」問題的假設檢定。當統計檢定結果顯示有顯著差異存在時，研究者通常必須進行事後比較（posteriori comparison），以了解究竟是自變項中哪幾類樣本間再依變項上的反應百分比有無顯著差異。於 SPSS 中，事後比較的計算可透過輸出報表之細格校正後標準化殘差值（adjusted standardized residuals）來進行比較。校正後標準化殘差是以各細格所對應的邊際次數（marginal frequency）進行校正，其機率分配接近常態分配，故在雙側考驗下，可以 1.96 做為 0.05 顯著水準的臨界值。

### 3. 獨立性檢定

探討樣本在兩個變項上的反應是否彼此獨立（或是否相關性存在），如「樣本在 X 變項和 Y 變項上反應的百分比有（無）顯著相關」的假設檢定。

### 4. 改變的顯著性檢定

分析樣本在某一個類別變項各類別上的反應，在前後兩次測量間改變的百分比是否有顯著差異。

## 四、 調查內容

問卷內容由國道高速公路局提供基本架構，另採納服務區各區督導意見及歷年調查經驗，由遠見民調中心設計問卷。問卷內容主要包含戶外休憩區、停車場、公共廁所設備、用餐區、服務區商品、其他服務設施等項目之滿意度，各大項目重要度排序，以及各項目細項滿意度，詳細問項如下：

---

<sup>2</sup>墨爾（David S. Moore），2002，鄭惟厚翻譯。統計學的世界。台北市，天下遠見出版公司。

**(一) 戶外休憩區項目**

1. 戶外休憩區整體滿意程度
2. 各項目滿意度（景觀布置與環境美化、動線安排、清潔度）
3. 不滿意原因及建議

**(二) 停車場滿意度項目**

1. 停車場清潔滿意程度
2. 停車場秩序管理
3. 不滿意原因及建議

**(三) 公共廁所設備項目**

1. 公共廁所設備整體滿意程度
2. 各項目滿意程度（清潔度、設備貼心度）
3. 不滿意原因及建議

**(四) 用餐區項目**

1. 用餐區整體滿意度
2. 各項目滿意程度（服務人員結帳速度、服務人員儀容衛生、清潔度）
3. 不滿意原因及建議

**(五) 密封包裝食品項目**

1. 密封包裝食品整體滿意度
2. 各項目滿意程度（食品多樣性、食品衛生、價格合理性、食品品質）
3. 不滿意原因及建議

**(六) 熱熟食項目**

1. 熱熟食整體滿意度
2. 各項目滿意程度（多樣性、衛生、價格合理性、食品品質）
3. 不滿意原因及建議

**(七) 六項服務區設施及服務的重要程度排序**

排序戶外休憩區、停車場、公共廁所、用餐區、密封包裝食品、熱熟食等項目之重要程度

**(八) 其他服務設施項目**

1. 包含服務區賣場內指引標示、無線上網、服務台所提供的各項服務、服務台人員服務態度、販賣區服務人員服務態度、哺集乳室之滿意度、駕駛人休息室滿意度<sup>3</sup>、漂書站滿意度及胎紋胎壓檢測儀器借用服務滿意度

---

<sup>3</sup>只針對設有駕駛人休息室之服務區詢問，包括湖口、泰安、清水、西螺、西湖、新營、關西、關廟、

2. 不滿意原因及建議
3. 未來期待服務區新增之服務

#### (九) 旅運目的與行為

1. 本次行車旅次主要目的
2. 最近三個月到訪本服務區次數
3. 本次至服務區目的
4. 一年內曾到訪過的服務區
5. 再訪意願

#### (十) 基本資料

包含性別、年齡、教育程度、出發地、居住地、目的地、乘坐車型、乘車身份、乘車人數等。

### 五、 信效度檢驗

#### (一) 效度檢驗

服務區滿意度調查延續 100 年度以來之題組，並於 103 年重新編纂後，邀請調查專家（洪永泰教授）、研究團隊（專業調查研究人員）進行「表面效度」檢測與討論，認可為問卷有效、便於受訪者填寫問卷。

表面效度檢驗係指受測者與測驗結果的使用者及一般社會大眾對於該測驗的試題和形式等所做的主觀判斷，判斷此一測驗能否達成其所宣稱的目的，一個具有高表面效度的測驗比低表面效度的測驗更能贏得受測者的合作及提高作答意願。檢測方式為邀請專家、調查研究人員針對設計好之整份問卷進行評估建議即試填，確保問卷設計使受訪者填答過程流程。

#### (二) 信度檢驗

根據 106 年上半年度問卷結果，採納各服務滿意度項目除（基本資料及旅運資料外），進行內部一致性信度分析，使用 Cronbach's  $\alpha$  統計量，計算所有題項 Cronbach's  $\alpha$  值，並觀察係數，Cronbach's  $\alpha$  係數高代表題目和題目之間的關聯性高，測量出結果具有一致性，具有信度，一般而言，全體量表之總信度的 Cronbach's  $\alpha$  要在 0.7 以上。而 106 年上半年度檢驗結果 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.941，測量結果具有高度一致性。

## 貳、 樣本結構分析

以下章節將分述 106 上半年度服務區滿意度調查樣本結構各項目。樣本結構大致上與 105 下半年度調查相近，比例大致接近，並無顯著差異。

### 一、 各服務區回收樣本數

本次調查總共完成 3,709 份有效樣本，其中以清水服務區所佔樣本最多(13.2%)，其次二到五名分別為西螺服務區(9.2%)、泰安服務區(9.0%)、關西服務區(8.5%)、東山服務區(8.1%)。

表 2-1：服務區樣本結構表

各服務區完成樣本數		
服務區	樣本數	百分比%
中壢	129	3.5%
湖口	273	7.4%
泰安	334	9.0%
西螺	341	9.2%
新營	220	5.9%
仁德	222	6.0%
關西	314	8.5%
西湖	263	7.1%
清水	491	13.2%
南投	224	6.0%
古坑	229	6.2%
東山	301	8.1%
關廟	241	6.5%
石碇	127	3.4%
總計	3709	100.0%

## 二、 性別

本次調查中，男性樣本為 2,214 位，佔 59.7%，女性樣本為 1,495 位，佔 40.3%。在各服務區中，中壢、泰安、新營、仁德、關西、西湖、清水服務區男性受訪者比率較高，有超過六成為男性受訪者，並且其中以新營服務區男性受訪者比例最高(70.0%)；全體服務區的女性受訪者大部分均低於五成，只有古坑服務區女性受訪者比例較高，超過五成。

表 2-2：服務區與性別交叉表

服務區	男		女		總計
	樣本數	百分比	樣本數	百分比	
中壢	79	61.2%	50	38.8%	129
湖口	141	51.6%	132	48.4%	273
泰安	208	62.3%	126	37.7%	334
西螺	179	52.5%	162	47.5%	341
新營	154	70.0%	66	30.0%	220
仁德	147	66.2%	75	33.8%	222
關西	211	67.2%	103	32.8%	314
西湖	181	68.8%	82	31.2%	263
清水	304	61.9%	187	38.1%	491
南投	128	57.1%	96	42.9%	224
古坑	110	48.0%	119	52.0%	229
東山	160	53.2%	141	46.8%	301
關廟	136	56.4%	105	43.6%	241
石碇	76	59.8%	51	40.2%	127
總計	2214	59.7%	1495	40.3%	3709



### 三、 年齡

受訪者中，以「30-39 歲」比率最高（34.6%），其次為「40-49 歲」（26.7%）及「18-29 歲」（22.7%），「50-59 歲」受訪者有 12.5%，而「60 歲以上」受訪者僅有 3.5%。在各服務區中，除了中壢及湖口服務區受訪者比率以「18-29 歲」最高，仁德、古坑及關廟服務區受訪者比率以「40-49 歲」最高，其他服務區受訪者皆以「30-39 歲」比率最高。

表 2-3：服務區與年齡交叉表

服務區	18-29 歲		30-39 歲		40-49 歲		50-59 歲		60 歲以上		總計
	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	
中壢	45	34.9%	27	20.9%	40	31.0%	16	12.4%	1	0.8%	129
湖口	94	34.4%	75	27.5%	63	23.1%	33	12.1%	8	2.9%	273
泰安	69	20.7%	126	37.7%	92	27.5%	42	12.6%	5	1.5%	334
西螺	94	27.6%	126	37.0%	78	22.9%	38	11.1%	5	1.5%	341
新營	52	23.6%	80	36.4%	56	25.5%	23	10.5%	9	4.1%	220
仁德	54	24.3%	61	27.5%	74	33.3%	27	12.2%	6	2.7%	222
關西	59	18.8%	117	37.3%	86	27.4%	43	13.7%	9	2.9%	314
西湖	36	13.7%	113	43.0%	67	25.5%	36	13.7%	11	4.2%	263
清水	122	24.8%	183	37.3%	118	24.0%	47	9.6%	21	4.3%	491
南投	51	22.8%	93	41.5%	51	22.8%	21	9.4%	8	3.6%	224
古坑	39	17.0%	70	30.6%	78	34.1%	33	14.4%	9	3.9%	229
東山	60	19.9%	99	32.9%	79	26.2%	45	15.0%	18	6.0%	301
關廟	46	19.1%	69	28.6%	71	29.5%	45	18.7%	10	4.1%	241
石碇	21	16.5%	44	34.6%	36	28.3%	16	12.6%	10	7.9%	127
總計	842	22.7%	1283	34.6%	989	26.7%	465	12.5%	130	3.5%	3709

#### 四、 教育程度

在總體受訪者中，以「大學」學歷者比率最高（42.7%），其次為「高中職以下」（24.3%）、再其次為「專科」（21.0%），「研究所以上」所佔比率則最低（12.0%）。在各服務區中，每一服務區受訪者皆為「大學」學歷者比率最高。

表 2-4：服務區與學歷交叉表

服務區	高中職以下		專科		大學		研究所以上		總計
	樣本數	百分比%	樣本數	百分比%	樣本數	百分比%	樣本數	百分比%	
中壢	28	21.7%	30	23.3%	54	41.9%	17	13.2%	129
湖口	76	27.8%	57	20.9%	110	40.3%	30	11.0%	273
泰安	75	22.5%	61	18.3%	152	45.5%	46	13.8%	334
西螺	97	28.4%	71	20.8%	141	41.3%	32	9.4%	341
新營	47	21.4%	37	16.8%	101	45.9%	35	15.9%	220
仁德	53	23.9%	35	15.8%	112	50.5%	22	9.9%	222
關西	75	23.9%	71	22.6%	121	38.5%	47	15.0%	314
西湖	60	22.8%	63	24.0%	108	41.1%	32	12.2%	263
清水	136	27.7%	86	17.5%	206	42.0%	63	12.8%	491
南投	50	22.3%	41	18.3%	98	43.8%	35	15.6%	224
古坑	44	19.2%	59	25.8%	111	48.5%	15	6.6%	229
東山	64	21.3%	69	22.9%	127	42.2%	41	13.6%	301
關廟	62	25.7%	73	30.3%	93	38.6%	13	5.4%	241
石碇	34	26.8%	27	21.3%	50	39.4%	16	12.6%	127
總計	901	24.3%	780	21.0%	1584	42.7%	444	12.0%	3709

## 五、 乘坐車型及身分

本次調查中，以「小型車」比率最高，有 95.4%的受訪者駕駛或搭乘小型車，其次為「大客車」，佔 1.9%，駕駛或搭乘「遊覽車」的比率有 1.1%，「大貨車」的比率則為 1.1%，駕駛或搭乘「聯結車」的比率不到 1 個百分點。而在受訪者中，整體來看有 61.0%的受訪者身分為「駕駛」，39.0%的受訪者身分為「乘客」。

表 2-5：服務區與乘坐車型交叉表

服務區	小型車		大客車		大貨車		聯結車		遊覽車		總計
	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	
中壢	106	82.2%	8	6.2%	1	0.8%	2	1.6%	12	9.3%	129
湖口	263	96.3%	4	1.5%	4	1.5%	0	0.0%	2	0.7%	273
泰安	321	96.1%	7	2.1%	4	1.2%	0	0.0%	2	0.6%	334
西螺	317	93.0%	8	2.3%	3	0.9%	2	0.6%	11	3.2%	341
新營	212	96.4%	3	1.4%	1	0.5%	2	0.9%	2	0.9%	220
仁德	211	95.0%	2	0.9%	7	3.2%	1	0.5%	1	0.5%	222
關西	305	97.1%	5	1.6%	3	1.0%	0	0.0%	1	0.3%	314
西湖	248	94.3%	5	1.9%	6	2.3%	3	1.1%	1	0.4%	263
清水	466	94.9%	11	2.2%	7	1.4%	1	0.2%	6	1.2%	491
南投	216	96.4%	6	2.7%	0	0.0%	1	0.4%	1	0.4%	224
古坑	222	96.9%	4	1.7%	3	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	229
東山	292	97.0%	4	1.3%	2	0.7%	1	0.3%	2	0.7%	301
關廟	238	98.8%	2	0.8%	0	0.0%	1	0.4%	0	0.0%	241
石碇	123	96.9%	2	1.6%	1	0.8%	0	0.0%	1	0.8%	127
總計	3540	95.4%	71	1.9%	42	1.1%	14	0.4%	42	1.1%	3709

表 2-6：服務區與身分交叉表

服務區	駕駛		乘客		總計
	樣本數	百分比%	樣本數	百分比%	
中壢	90	69.8%	39	30.2%	129
湖口	163	59.7%	110	40.3%	273
泰安	208	62.3%	126	37.7%	334
西螺	192	56.3%	149	43.7%	341
新營	143	65.0%	77	35.0%	220
仁德	142	64.0%	80	36.0%	222
關西	201	64.0%	113	36.0%	314
西湖	182	69.2%	81	30.8%	263
清水	283	57.6%	208	42.4%	491
南投	138	61.6%	86	38.4%	224
古坑	127	55.5%	102	44.5%	229
東山	179	59.5%	122	40.5%	301
關廟	127	52.7%	114	47.3%	241
石碇	88	69.3%	39	30.7%	127
總計	2263	61.0%	1446	39.0%	3709

## 六、最近三個月到訪服務區次數

有五成以上的受訪者在過去三個月曾到受訪服務區 2 次或以上（2 次 26.2%、3 次及以上 26.0%），將近三成的受訪者（29.3%）在過去三個月中曾到受訪服務區一次；另外，有超過一成八的受訪者（18.5%）之前從未到過受訪服務區。

表 2-7：服務區與到訪次數交叉表

服務區	沒來過		來過 1 次		來過 2 次		來過 3 次以上		總計
	樣本數	百分比%	樣本數	百分比%	樣本數	百分比%	樣本數	百分比%	
中壢	13	10.1%	25	19.4%	49	38.0%	42	32.6%	129
湖口	35	12.8%	58	21.2%	108	39.6%	72	26.4%	273
泰安	56	16.8%	116	34.7%	81	24.3%	81	24.3%	334
西螺	54	15.8%	104	30.5%	92	27.0%	91	26.7%	341
新營	51	23.2%	73	33.2%	57	25.9%	39	17.7%	220
仁德	56	25.2%	53	23.9%	51	23.0%	62	27.9%	222
關西	65	20.7%	81	25.8%	83	26.4%	85	27.1%	314
西湖	47	17.9%	79	30.0%	53	20.2%	84	31.9%	263
清水	102	20.8%	150	30.5%	131	26.7%	108	22.0%	491
南投	39	17.4%	77	34.4%	50	22.3%	58	25.9%	224
古坑	22	9.6%	58	25.3%	70	30.6%	79	34.5%	229
東山	40	13.3%	92	30.6%	80	26.6%	89	29.6%	301
關廟	90	37.3%	86	35.7%	36	14.9%	29	12.0%	241
石碇	18	14.2%	35	27.6%	29	22.8%	45	35.4%	127
總計	688	18.5%	1087	29.3%	970	26.2%	964	26.0%	3709

## 七、 至服務區之目的（複選）

受訪者至服務區的目的中，以「休息」的比率最高（65.8%），其次為「如廁」（62.0%）、「用餐」（60.6%），購物的比率為將近二成（19.9%），加油的比率為一成（11.5%）、其次則是哺乳（2.5%），其他如洽公/上班、上網、返鄉、處理 Etag 相關事項等項目皆不到一個百分點。

表 2-8：服務區與至服務區目的交叉表

服務區	休息		如廁		用餐		購物		加油		哺乳		洽公/上班		上網		返鄉		處理 Etag 相關事項		總計 樣本數
	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	
中壢	88	29.3%	69	23.0%	70	23.3%	33	11.0%	25	8.3%	4	1.3%	1	0.3%	2	0.7%	2	0.7%	0	0.0%	129
湖口	177	27.6%	176	27.5%	180	28.1%	67	10.5%	39	6.1%	2	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	273
泰安	202	29.4%	195	28.4%	192	27.9%	52	7.6%	36	5.2%	7	1.0%	1	0.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	334
西螺	230	28.3%	201	24.7%	189	23.2%	90	11.1%	61	7.5%	40	4.9%	1	0.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	341
新營	138	29.1%	138	29.1%	133	28.0%	35	7.4%	26	5.5%	3	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%	220
仁德	150	35.2%	137	32.2%	80	18.8%	30	7.0%	22	5.2%	4	0.9%	0	0.0%	1	0.2%	0	0.0%	0	0.0%	222
關西	201	28.5%	197	27.9%	208	29.5%	50	7.1%	46	6.5%	3	0.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	314
西湖	149	26.5%	173	30.7%	173	30.7%	50	8.9%	13	2.3%	3	0.5%	1	0.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	263
清水	289	26.6%	277	25.5%	356	32.8%	99	9.1%	59	5.4%	5	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	491
南投	141	28.1%	136	27.1%	144	28.7%	47	9.4%	30	6.0%	4	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	224
古坑	187	34.8%	151	28.1%	106	19.7%	64	11.9%	16	3.0%	12	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%	0	0.0%	229
東山	206	29.1%	188	26.6%	201	28.4%	79	11.2%	27	3.8%	6	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	301
關廟	190	32.5%	190	32.5%	164	28.1%	21	3.6%	18	3.1%	1	0.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	241
石碇	92	36.9%	70	28.1%	53	21.3%	22	8.8%	7	2.8%	0	0.0%	2	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	127
總計	2440	65.8%	2298	62.0%	2249	60.6%	739	19.9%	425	11.5%	94	2.5%	6	0.2%	3	0.1%	3	0.1%	1	0.0%	3709

## 八、 本次行車目的

在整體受訪者中，本次行車目的比率最高的是「旅遊」，比率為 46.9%，其次為「公務出差」比率為 21.1%，再其次為「訪友、探親」比率為 12.9%，接著則為「返鄉」比率為 12.2%，另外還有「通勤、上下班、上下課」、「就醫」以及「處理 eTag 相關事項」、「搬家」、「購物」等目的，不過所佔比率都不到 10 個百分點。

表 2-9：服務區與行車目的交叉表

服務區	旅遊		公務出差		訪友／探親		返鄉		通勤／上下班／上下課		用餐／參加婚宴		就醫		處理 Etga 相關事項		搬家		購物		總計
	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數	百分比 %	樣本數
中壢	34	26.4%	48	37.2%	11	8.5%	15	11.6%	21	16.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	129
湖口	96	35.2%	79	28.9%	49	17.9%	23	8.4%	25	9.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.4%	273
泰安	135	40.4%	85	25.4%	41	12.3%	52	15.6%	21	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	334
西螺	137	40.2%	79	23.2%	46	13.5%	48	14.1%	30	8.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	0	0.0%	341
新營	103	46.8%	58	26.4%	25	11.4%	21	9.5%	13	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	220
仁德	99	44.6%	57	25.7%	26	11.7%	17	7.7%	22	9.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	222
關西	156	49.7%	79	25.2%	30	9.6%	31	9.9%	18	5.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	314
西湖	101	38.4%	55	20.9%	35	13.3%	53	20.2%	19	7.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	263
清水	240	48.9%	88	17.9%	62	12.6%	68	13.8%	26	5.3%	5	1.0%	1	0.2%	0	0.0%	1	0.2%	0	0.0%	491
南投	104	46.4%	44	19.6%	35	15.6%	30	13.4%	10	4.5%	0	0.0%	1	0.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	224
古坑	142	62.0%	13	5.7%	36	15.7%	29	12.7%	8	3.5%	0	0.0%	1	0.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	229
東山	191	63.5%	34	11.3%	45	15.0%	22	7.3%	6	2.0%	1	0.3%	1	0.3%	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	301
關廟	141	58.5%	32	13.3%	26	10.8%	33	13.7%	9	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	241
石碇	61	48.0%	32	25.2%	10	7.9%	11	8.7%	12	9.4%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	127
總計	1740	46.9%	783	21.1%	477	12.9%	453	12.2%	240	6.5%	6	0.2%	5	0.1%	2	0.1%	2	0.1%	1	0.0%	3709

## 九、 居住地、目的地與出發交流道所在地

交叉分析服務區與受訪者居住區、服務區與受訪者之目的地，從附表中可見各服務區及各縣市的交叉分析，從中了解各服務區民眾最多居住何處、前往何處以及上高速公路的地區，詳請見表 2-10 至 2-12。

表 2-10：服務區與居住地交叉表

服務區	居住地																							總計	
	基隆市	新北市	台北市	宜蘭縣	桃園市	新竹縣	新竹市	苗栗縣	台中市	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義縣	嘉義市	台南市	高雄市	屏東縣	澎湖縣	花蓮縣	台東縣	金門縣	連江縣	國外		
	百分比%																								
中壢	4.7%	18.6%	20.2%	0.8%	21.7%	3.1%	3.1%	2.3%	5.4%	5.4%	0.0%	0.8%	0.8%	1.6%	5.4%	5.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	129
湖口	4.0%	11.4%	12.8%	0.4%	9.9%	6.6%	5.1%	3.7%	24.2%	6.6%	1.8%	2.6%	1.8%	1.8%	2.9%	2.9%	0.4%	0.4%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	273
泰安	1.2%	17.7%	12.9%	1.2%	9.9%	4.5%	6.6%	4.5%	18.6%	6.3%	1.2%	1.8%	1.8%	1.2%	5.7%	4.2%	0.3%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	334
西螺	2.1%	10.9%	4.7%	1.2%	5.6%	2.1%	2.9%	4.7%	19.9%	5.0%	1.5%	4.4%	2.3%	4.4%	10.6%	15.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	341
新營	0.5%	4.5%	5.5%	1.4%	5.0%	1.8%	1.4%	1.8%	15.5%	11.4%	0.9%	1.4%	2.3%	2.7%	16.4%	25.9%	0.9%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	220
仁德	0.0%	1.4%	3.2%	0.9%	3.2%	0.5%	1.8%	2.7%	11.3%	3.6%	1.4%	1.8%	3.6%	3.2%	18.9%	38.7%	3.6%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	222
關西	1.6%	26.1%	13.7%	3.2%	9.9%	3.2%	2.5%	3.2%	22.9%	3.8%	1.0%	1.6%	1.3%	0.3%	1.6%	3.2%	0.3%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	314
西湖	1.1%	31.6%	12.9%	1.5%	12.9%	1.5%	2.7%	9.5%	11.8%	5.3%	1.9%	0.8%	0.8%	1.9%	2.3%	1.1%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	263
清水	1.6%	18.7%	11.6%	1.6%	13.8%	3.5%	4.7%	3.3%	17.5%	6.7%	1.8%	1.2%	1.4%	0.8%	4.3%	4.5%	1.2%	0.0%	1.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%	491
南投	0.4%	12.1%	2.7%	0.4%	5.4%	2.7%	4.5%	0.9%	28.1%	4.0%	8.5%	1.8%	1.3%	0.9%	6.7%	16.1%	3.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	224
古坑	2.6%	10.0%	10.9%	0.9%	4.8%	3.1%	6.6%	3.9%	12.7%	4.4%	3.1%	6.1%	4.4%	2.2%	9.6%	11.8%	2.6%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	229
東山	1.0%	2.7%	1.3%	0.0%	2.3%	0.0%	1.0%	0.7%	9.6%	1.3%	3.7%	2.0%	4.7%	5.6%	28.9%	26.9%	6.3%	0.0%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	301
關廟	0.0%	5.8%	0.8%	0.0%	2.5%	1.2%	0.8%	0.0%	13.3%	3.3%	0.8%	2.1%	2.5%	4.1%	8.7%	44.4%	8.3%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	241
石碇	3.9%	29.1%	23.6%	22.0%	4.7%	2.4%	2.4%	0.8%	3.9%	0.8%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	127
總計	1.6%	14.3%	9.2%	1.8%	8.1%	2.7%	3.5%	3.2%	16.4%	5.0%	2.0%	2.1%	2.2%	2.2%	8.8%	13.8%	2.1%	0.1%	0.3%	0.5%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	3709



表 2-11：服務區與目的地交叉表

服務區	目的地																			總計
	基隆市	新北市	台北市	宜蘭縣	桃園市	新竹縣	新竹市	苗栗縣	台中市	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義縣	嘉義市	台南市	高雄市	屏東縣	花蓮縣	台東縣	
	百分比%																			
中壢	1.6%	8.5%	14.0%	0.0%	29.5%	1.6%	11.6%	5.4%	8.5%	4.7%	0.8%	0.0%	2.3%	3.9%	2.3%	3.1%	2.3%	0.0%	0.0%	129
湖口	4.4%	12.1%	21.2%	1.1%	15.8%	2.9%	8.4%	4.8%	13.6%	3.7%	1.1%	1.8%	2.2%	1.5%	1.8%	2.6%	1.1%	0.0%	0.0%	273
泰安	0.6%	9.9%	9.9%	1.5%	6.9%	2.4%	3.6%	8.4%	26.0%	7.5%	3.0%	2.4%	1.2%	3.6%	5.4%	5.4%	2.4%	0.0%	0.0%	334
西螺	0.9%	2.1%	5.6%	0.0%	2.6%	0.9%	1.8%	2.3%	17.0%	5.0%	0.3%	8.8%	3.5%	8.5%	18.2%	19.4%	2.6%	0.3%	0.3%	341
新營	0.5%	1.8%	1.4%	0.0%	2.3%	0.5%	2.7%	2.7%	15.9%	6.8%	0.9%	3.6%	3.2%	7.3%	25.5%	20.9%	3.2%	0.0%	0.9%	220
仁德	0.0%	0.0%	1.8%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	9.5%	4.1%	0.9%	2.3%	3.2%	3.6%	25.7%	41.0%	7.2%	0.0%	0.0%	222
關西	2.2%	12.4%	15.3%	5.4%	9.2%	7.6%	12.4%	10.5%	13.1%	2.9%	1.6%	0.6%	1.3%	0.6%	1.9%	2.2%	0.3%	0.3%	0.0%	314
西湖	1.1%	13.3%	7.6%	1.5%	10.3%	4.6%	3.8%	14.1%	17.1%	3.4%	10.3%	2.7%	2.3%	0.8%	4.6%	1.9%	0.8%	0.0%	0.0%	263
清水	0.6%	7.1%	7.7%	2.6%	6.7%	2.6%	1.4%	4.3%	26.1%	5.1%	13.0%	3.1%	3.3%	1.6%	5.9%	6.3%	2.4%	0.0%	0.0%	491
南投	0.0%	5.8%	2.7%	0.0%	3.1%	0.4%	1.3%	1.3%	15.2%	1.8%	31.7%	4.5%	4.0%	2.2%	12.1%	9.4%	4.0%	0.0%	0.4%	224
古坑	0.0%	3.9%	5.2%	0.4%	0.4%	0.4%	2.6%	1.7%	5.2%	1.7%	7.0%	7.4%	10.0%	5.2%	16.6%	21.0%	10.9%	0.0%	0.0%	229
東山	0.7%	0.0%	2.7%	0.0%	1.0%	1.0%	0.7%	0.3%	10.0%	2.7%	9.3%	3.0%	7.0%	6.6%	28.6%	15.3%	10.0%	0.0%	1.3%	301
關廟	0.0%	2.9%	1.2%	0.4%	0.8%	0.8%	0.8%	2.5%	10.4%	2.9%	3.3%	3.3%	6.2%	3.3%	11.6%	22.0%	24.1%	0.0%	3.3%	241
石碇	0.0%	28.3%	13.4%	48.8%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	0.0%	127
總計	0.9%	7.1%	7.7%	2.9%	6.0%	2.1%	3.5%	4.5%	15.3%	4.0%	6.4%	3.3%	3.6%	3.6%	11.5%	11.9%	4.9%	0.2%	0.4%	3709

表 2-12：服務區與上高速公路縣市交叉表

服務區	從哪個縣市上高速公路																	總計
	基隆市	新北市	台北市	宜蘭縣	桃園市	新竹縣	新竹市	苗栗縣	台中市	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義縣	嘉義市	台南市	高雄市	屏東縣	
	百分比%																	
中壢	7.0%	14.7%	20.2%	1.6%	26.4%	2.3%	3.9%	1.6%	3.9%	6.2%	0.8%	1.6%	0.8%	0.0%	4.7%	3.9%	0.8%	129
湖口	4.0%	9.5%	17.2%	0.7%	9.2%	6.6%	7.3%	5.5%	22.7%	6.2%	1.1%	2.9%	1.1%	0.7%	2.2%	2.6%	0.4%	273
泰安	1.8%	13.2%	12.0%	0.6%	12.3%	4.2%	6.9%	5.1%	15.3%	4.2%	1.5%	3.6%	2.1%	1.8%	7.8%	7.2%	0.6%	334
西螺	1.8%	10.3%	5.0%	1.8%	7.0%	3.2%	2.3%	4.7%	22.0%	4.1%	0.9%	4.4%	0.9%	5.3%	12.0%	12.6%	1.8%	341
新營	0.5%	2.3%	5.5%	1.8%	3.2%	0.5%	0.9%	0.9%	10.5%	11.8%	2.3%	1.8%	5.5%	3.6%	20.9%	25.9%	2.3%	220
仁德	0.0%	1.8%	0.5%	0.5%	2.3%	0.5%	1.4%	1.8%	8.1%	1.4%	0.9%	2.3%	5.4%	3.2%	23.0%	44.1%	3.2%	222
關西	1.6%	26.1%	14.0%	4.5%	10.2%	2.5%	3.2%	3.5%	22.6%	3.2%	1.6%	2.5%	1.6%	0.0%	0.6%	2.2%	0.0%	314
西湖	1.5%	24.0%	9.1%	1.1%	7.2%	1.9%	3.4%	9.1%	16.3%	7.6%	6.1%	4.2%	1.1%	1.9%	2.3%	2.3%	0.8%	263
清水	1.0%	14.9%	11.4%	1.6%	10.8%	3.3%	4.9%	3.3%	18.5%	6.9%	5.5%	1.8%	2.6%	1.0%	5.9%	5.1%	1.4%	491
南投	0.9%	9.8%	3.1%	0.4%	4.9%	1.8%	3.1%	1.8%	29.5%	3.6%	12.9%	4.9%	0.9%	0.4%	5.4%	13.4%	3.1%	224
古坑	2.2%	8.3%	10.9%	1.3%	5.2%	3.5%	5.7%	4.4%	13.5%	3.5%	4.4%	6.1%	5.7%	1.7%	10.5%	10.5%	2.6%	229
東山	1.0%	1.3%	1.3%	0.0%	1.7%	0.3%	0.7%	1.7%	9.3%	1.3%	4.7%	2.0%	5.3%	5.6%	28.2%	27.6%	8.0%	301
關廟	0.0%	5.4%	0.0%	0.0%	1.7%	0.4%	0.8%	0.4%	14.1%	2.5%	2.1%	4.6%	3.7%	3.3%	11.6%	39.4%	10.0%	241
石碇	3.1%	29.9%	25.2%	26.0%	5.5%	2.4%	3.1%	0.0%	3.9%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	127
總計	1.6%	12.1%	9.0%	2.1%	7.5%	2.5%	3.6%	3.4%	16.3%	4.7%	3.4%	3.1%	2.7%	2.2%	9.8%	13.6%	2.5%	3709

## 十、 平均里程數

平均里程數為統計受訪者出發所在地里程數及目的地之距離，除以受訪者人數平均計算後所得出之結果。由表 2-13 可得知，石碇服務區受訪者由出發交流道至目的地之平均距離最短，為 39.33 公里，而古坑服務區受訪者由出發交流道至服務區之平均距離最長，為 218.47 公里。整體來看，受訪者由出發交流道至目的地之平均距離為 157.47 公里。

表 2-13：服務區平均里程數

平均里程數	
服務區	里程數
中壢	152.22
湖口	167.81
泰安	182.89
西螺	197.51
新營	173.18
仁德	122.14
關西	147.11
西湖	157.25
清水	173.91
南投	145.16
古坑	218.47
東山	145.85
關廟	181.76
石碇	39.33
平均	157.47

## 十一、再訪意願

整體來看，詢問受訪者會不會想再次到訪本服務區，有意願再次到訪的受訪者有 99.1%，沒有意願再次到訪的受訪者僅有 0.9%，再訪意願與 105 下半年相比(98.9%)，比率微幅提昇。

表 2-14：整體服務區再訪意願

	樣本數	百分比%
會	3674	99.1%
不會	35	0.9%
總計	3709	100.0%

各服務區的再訪意願皆超過九成，東山服務區的再訪意願最高，達 100%，所有受訪者均願意再次到訪東山服務區，其次則為關西、湖口、古坑、關廟、泰安、清水、石碇，再訪意願皆超過九成九。

表 2-15：各服務區再訪意願

各服務區再訪意願		
服務區	會	不會
	%	
中壢	98.4%	1.6%
湖口	99.6%	0.4%
泰安	99.4%	0.6%
西螺	98.8%	1.2%
新營	98.2%	1.8%
仁德	98.6%	1.4%
關西	99.7%	0.3%
西湖	98.1%	1.9%
清水	99.2%	0.8%
南投	97.3%	2.7%
古坑	99.6%	0.4%
東山	100.0%	0.0%
關廟	99.6%	0.4%
石碇	99.2%	0.8%
總計	99.1%	0.9%

## 十二、近一年內曾到訪之服務區

整體來看，詢問受訪者過去一年內曾經到訪過之服務區，其中以清水服務區比率最高（49.4%），受訪者曾到訪的比率最高，其次則為泰安（35.9%）、西螺（32.4%）、關西（31.0%）、湖口（30.5%）與古坑（29.2%），石碇服務區則是受訪者較少去的服務區（8.8%），未曾到過其他服務區的比率為 4.3%。

表 2-16：一年內到過哪些服務區

服務區	一年內到過哪些服務區															總計
	中壢	湖口	泰安	西螺	新營	仁德	關西	西湖	清水	南投	古坑	東山	關廟	石碇	未到過其他服務區	
	百分比%															
中壢	49.6%	55.8%	47.3%	27.1%	20.2%	7.8%	34.1%	24.0%	46.5%	14.0%	17.1%	9.3%	8.5%	10.1%	2.3%	129
湖口	31.0%	59.0%	49.4%	25.8%	18.1%	7.0%	30.3%	24.4%	45.4%	15.1%	18.8%	10.0%	7.0%	8.5%	4.4%	273
泰安	19.3%	40.4%	54.2%	39.5%	20.5%	13.9%	28.0%	21.4%	45.8%	18.7%	21.7%	14.5%	10.5%	7.2%	5.7%	334
西螺	11.2%	24.4%	38.8%	54.1%	30.0%	22.9%	20.6%	16.2%	39.4%	18.2%	25.0%	17.6%	12.9%	4.1%	2.9%	341
新營	10.1%	20.6%	31.2%	44.0%	50.5%	28.9%	24.8%	20.2%	45.0%	22.0%	28.9%	28.0%	19.7%	5.0%	1.4%	220
仁德	19.1%	25.5%	26.4%	40.9%	42.3%	38.6%	24.1%	27.7%	40.9%	26.4%	28.2%	28.6%	23.2%	9.5%	3.2%	222
關西	21.4%	36.1%	40.6%	27.5%	15.3%	12.8%	53.7%	31.3%	60.7%	19.2%	21.1%	16.3%	12.1%	12.8%	4.5%	314
西湖	21.8%	34.5%	38.7%	24.1%	20.3%	11.1%	46.0%	54.4%	70.9%	24.9%	23.0%	16.5%	8.4%	13.8%	1.9%	263
清水	15.2%	26.0%	32.2%	26.6%	16.2%	10.0%	35.7%	31.8%	55.5%	20.7%	21.1%	15.8%	8.6%	8.2%	8.2%	491
南投	11.3%	26.7%	30.3%	31.2%	21.3%	16.7%	33.9%	25.8%	55.7%	47.1%	44.3%	31.7%	20.4%	7.2%	5.0%	224
古坑	7.4%	24.5%	32.8%	25.3%	8.7%	7.4%	18.8%	27.5%	47.6%	24.0%	57.2%	34.9%	19.2%	3.5%	1.3%	229
東山	8.3%	15.6%	23.3%	31.2%	29.6%	26.6%	21.3%	17.6%	45.2%	31.2%	52.5%	53.8%	34.9%	5.0%	5.3%	301
關廟	12.5%	18.3%	20.8%	25.8%	29.6%	36.3%	20.8%	24.2%	41.7%	26.7%	37.9%	32.5%	35.4%	2.5%	3.3%	241
石碇	28.8%	36.8%	41.6%	26.4%	17.6%	10.4%	48.8%	35.2%	48.0%	14.4%	17.6%	12.8%	11.2%	48.0%	6.4%	127
總計	17.4%	30.5%	35.9%	32.4%	23.6%	17.6%	31.0%	26.9%	49.4%	22.9%	29.2%	22.9%	16.1%	8.8%	4.3%	3709

## 參、 整體服務區滿意度分析

### 一、 各服務項目滿意度分數評比

#### (一) 各項設施滿意度分數評比

在滿意度的計算上，將各題目之選項進行分數之轉換，受訪者回答非常滿意重新編碼轉換為 100 分、回答滿意重新編碼轉換為 80 分、回答尚可重新編碼轉換為 60 分、回答不滿意重新編碼轉換為 40 分、回答非常不滿意重新編碼轉換為 20 分；分數轉換後計算各問項之平均值作為該問項之平均分數。

14 個服務區整體表現中，以公共廁所整體滿意度分數最高，其滿意度分數為 88.43 分，其他各項設施項目依滿意度分數高低排名分別為戶外休憩區整體分數（87.84 分）、停車場清潔分數（87.72 分）、密封包裝食品整體滿意度（87.64 分）、用餐區整體滿意度（86.23 分）、停車場秩序管理（85.6 分），四項均突破 85 分，整體滿意度分數最低的則為熱熟食整體滿意度（84.76 分），但無論哪一個項目，106 上半年度的滿意度分數都超過 80 分；而在平假日的表現上，大部分項目平日表現優於假日，唯密封包裝食品整體滿意分數與熱熟食整體滿意度分數假日較高於平日。

表 3-1：各項設施滿意度分數

服務項目	整體	平日	假日
公共廁所整體滿意度分數	88.43 N=3401	88.66 N=1717	88.20 N=1684
戶外休憩區整體分數	87.84 N=3709	88.09 N=1849	87.59 N=1860
停車場清潔分數	87.72 N=3709	88.13 N=1849	87.30 N=1860
密封包裝食品整體滿意度分數	87.64 N=2298	87.24 N=1125	88.01 N=1173
用餐區整體滿意度分數	86.23 N=3389	86.54 N=1696	85.92 N=1693
停車場秩序管理分數	85.60 N=3709	86.27 N=1849	84.94 N=1860
熱熟食整體滿意度分數	84.76 N=2956	84.29 N=1466	85.23 N=1490

## (二) 戶外休憩區

戶外休憩區整體滿意度分數為 87.84 分，受訪者對戶外休憩區各項目中，清潔度的滿意度最高（為 87.65 分），而對戶外休憩區景觀布置滿意度略低（85.67 分），不過本次調查中戶外休憩區的每一個項目，都得到超過 80 分的滿意度分數。戶外休憩區類別的滿意度分數表現，大部分項目平日的滿意度分數均略高於假日滿意度分數。無論平假日，滿意度分數最低的皆為戶外休憩區景觀布置項目（平日：85.69 分，假日：85.65 分）。

表 3-2：戶外休憩區各分項滿意度分數

服務項目	整體	平日	假日
戶外休憩區整體分數	87.84 N=3709	88.09 N=1849	87.59 N=1860
戶外休憩區清潔度分數	87.65 N=3709	87.69 N=1849	87.60 N=1860
戶外休憩區景觀布置分數	85.67 N=3709	85.69 N=1849	85.65 N=1860
戶外休憩區動線安排分數	86.57 N=3709	86.98 N=1849	86.16 N=1860
戶外休憩區座椅安排分數	87.52 N=3709	87.84 N=1849	87.20 N=1860

## (三) 停車場

停車場特別針對兩項項目評比，分別為清潔滿意程度及秩序管理。整體來看，停車場清潔滿意程度（87.72 分）高於停車場秩序管理分數（85.60 分）。平日之停車場清潔滿意度分數為 88.13 分，假日則為 87.30 分；停車場秩序管理滿意度分數方面，平日表現為 86.27 分，假日則為 84.94 分，平日表現分數皆優於假日表現。

表 3-3：停車場各分項滿意度分數<sup>4</sup>

服務項目	整體	平日	假日
停車場清潔分數	87.72 N=3709	88.13 N=1849	87.30 N=1860
停車場秩序管理分數	85.60 N=3709	86.27 N=1849	84.94 N=1860

<sup>4</sup> 問卷未詢問停車場服務整體滿意度。

#### (四) 公共廁所設備

公共廁所整體滿意度分數為 88.43 分，相較於 105 下半年度之 85.57 分，共高出 2.86 分，並達到統計上顯著差異水準。而在公共廁所各項目評比中，無論平日或假日，滿意度分數較低的項目為廁間設備貼心度（87.52 分，平日：87.32 分、假日：87.72 分）。其中在公共廁所整體滿意度與廁間清潔度部份，平日分數高於假日分數；至於廁間設備貼心度與洗手台清潔度部份，假日分數高於平日分數。

表 3-4：公共廁所各分項滿意度分數

服務項目	整體	平日	假日
公共廁所整體滿意度分數	88.43 N=3401	88.66 N=1717	88.20 N=1684
廁間清潔度分數	87.84 N=3401	88.04 N=1717	87.64 N=1684
廁間設備貼心度分數	87.52 N=3401	87.32 N=1717	87.72 N=1684
洗手台清潔度分數	87.56 N=3401	87.34 N=1717	87.78 N=1684

#### (五) 用餐區

用餐區之整體滿意度分數為 86.23 分。在其中各項目中，用餐區清潔度分數最高，為 87.80 分，用餐區整體滿意度較低，為 86.23 分。不論平日或假日，用餐區整體滿意度分數都是最低的（平日：86.54 分；假日：85.92 分）。

表 3-5：用餐區各分項滿意度分數

服務項目	整體	平日	假日
用餐區整體滿意度分數	86.23 N=3389	86.54 N=1696	85.92 N=1693
用餐區服務人員儀容衛生分數	86.96 N=3389	87.21 N=1696	86.72 N=1693
用餐區清潔度分數	87.80 N=3389	88.01 N=1696	87.60 N=1693
用餐區服務人員結帳速度分數	87.31 N=3389	87.68 N=1696	86.95 N=1693



### (六) 密封包裝食品

在此類別的所有項目中，密封包裝食品多樣性滿意度分數較高（88.13分），而分數較低的則為食品品質項目（85.02分）。不論平日或是假日，密封包裝食品食品品質分數都是最低的（平日 84.57分；假日 85.46分）。

表 3-6：密封包裝食品滿意度分數

服務項目	整體	平日	假日
密封包裝食品整體滿意度分數	87.64 N=2298	87.24 N=1125	88.01 N=1173
密封包裝食品衛生分數	87.05 N=2298	86.61 N=1125	87.47 N=1173
密封包裝食品多樣性分數	88.13 N=2298	87.63 N=1125	88.61 N=1173
密封包裝食品品質分數	85.02 N=2298	84.57 N=1125	85.46 N=1173
密封包裝食品價格合理性分數	87.36 N=2298	86.93 N=1125	87.77 N=1173

### (七) 熱熟食

熱熟食整體滿意度是各服務區中整體滿意度分數最低的項目。在熱熟食類別中，衛生和多樣性的滿意度分數較低（分別為 82.18分、81.73分）。不論平日或是假日，熱熟食多樣性分數都是各項目中最低的（平日 81.20分；假日 82.24分）。至於在熱熟食價格合理性分數，相較於 105 下半年該項目僅得 81.00分，106 上半年已進步到 84.03分，共成長 3.03分，並達到統計上顯著差異水準。

表 3-7：熱熟食滿意度分數

服務項目	整體	平日	假日
熱熟食整體滿意度分數	84.76 N=2956	84.29 N=1466	85.23 N=1490
熱熟食衛生分數	82.18 N=2956	81.53 N=1466	82.82 N=1490
熱熟食品質分數	85.45 N=2956	85.05 N=1466	85.85 N=1490
熱熟食多樣性分數	81.73 N=2956	81.20 N=1466	82.24 N=1490
熱熟食價格合理性分數	84.03 N=2956	83.70 N=1466	84.35 N=1490

## (八) 其他服務設施

有使用其他服務設施者，以整體樣本來看，服務區賣場內指引標示項目滿意度分數最高（90.46分），其次則為哺集乳室滿意度（89.76分），再其次為販賣區服務人員滿意度（89.58分）。另外滿意度分數較低的服務設施則是胎紋胎壓檢測儀器借用服務分數（87.52分）、漂書站（87.29分）、服務台所提供的各項服務（86.27分）。

表 3-8：其他服務設施滿意度分數

服務項目	整體	平日	假日
服務台人員服務態度分數	89.19 N=3026	89.17 N=1488	89.22 N=1538
服務台所提供的各項服務分數	86.27 N=2033	85.92 N=994	86.60 N=1039
販賣區服務人員滿意度分數	89.58 N=2577	89.27 N=1249	89.88 N=1328
服務區賣場內指引標示分數	90.46 N=2674	90.46 N=1298	90.47 N=1376
哺集乳室分數	89.76 N=3148	89.89 N=1539	89.63 N=1609
無線上網分數	88.48 N=1651	88.49 N=815	88.47 N=836
駕駛人休息室分數	88.18 N=1349	88.10 N=662	88.27 N=687
漂書站分數	87.29 N=1725	87.26 N=848	87.32 N=877
胎紋胎壓檢測儀器借用服務分數	87.52 N=1587	87.60 N=782	87.45 N=805

## 二、 服務區滿意度評價分析

在此章節中，針對整體滿意度評價，以及各項目與基本資料（性別、年齡、教育程度、乘坐車型、身分、乘車人數、到訪次數）交叉分析。

各項目與基本資料交叉分析後，發現大部分並未達到統計上顯著程度，或是不適用卡方檢定。若達顯著程度，將在本節敘述中點出，其餘請見光碟電子檔，附錄檔案滿意度問卷調查交叉分析表 1-1 至附表 1-38。

### （一） 戶外休憩區

戶外休憩區整體滿意度有九成的受訪者給予正面評價（94.82%），另外有 5.04% 的受訪者認為表現尚可，僅有 0.13% 的受訪者給予負面評價。在戶外休憩區中，正面評價最高的項目為戶外休憩區景觀布置與環境美化，有 92.86% 的受訪者給予正面評價；戶外休憩區座椅安排項目的正面評價稍低，只有 87.57% 的受訪者給予正面評價。此類別中無論整體評價或項目，負面評價都不到一個百分點。

各項目與基本資料進行交叉分析，卡方檢定後，由結果可得，到訪次數對戶外休憩區座椅安排滿意度有顯著影響。除上述所提到之基本資料與項目達統計上顯著程度外，其餘項目與基本資料交叉後未達統計顯著程度或不適合用卡方檢定（期望值低於 5 比率大於 25%）。

表 3-9：戶外休憩區滿意度評價分析

	很滿意	滿意	正面評價	尚可	不滿意	很不滿意	負面評價
	%						
	N=3709						
戶外休憩區整體滿意程度	44.54%	50.28%	94.82%	5.04%	0.11%	0.03%	0.13%
戶外休憩區景觀布置與環境美化	45.51%	47.34%	92.86%	7.01%	0.13%	0.00%	0.13%
戶外休憩區座椅安排	41.36%	46.21%	87.57%	11.86%	0.54%	0.03%	0.57%
戶外休憩區動線安排	42.57%	47.99%	90.56%	9.17%	0.24%	0.03%	0.27%
戶外休憩區清潔度	45.97%	46.08%	92.05%	7.58%	0.35%	0.03%	0.38%

## (二) 停車場

停車場類別中，清潔滿意程度正面評價比率超過九成三（93.34%），高於「停車場秩序管理」項目正面評價（87.41%）。

性別與身分(駕駛/乘客)對於停車場清潔滿意度有顯著影響；性別與到訪次數對停車場秩序管理滿意度有顯著影響。除上述所提到之基本資料與項目達統計上顯著程度外，其餘項目與基本資料交叉後未達統計顯著程度或不適合用卡方檢定（期望值低於 5 比率大於 25%）。

表 3-10：停車場滿意度評價分析

	很滿意	滿意	正面評價	尚可	不滿意	很不滿意	負面評價
	%						
	N=3709						
停車場清潔滿意程度	45.54%	47.80%	93.34%	6.42%	0.19%	0.05%	0.24%
停車場秩序管理	41.68%	45.73%	87.41%	11.62%	0.86%	0.11%	0.97%

## (三) 公共廁所設備

公共廁所設備類別中，有近九成三的使用者在整體滿意程度項目上給予正面評價（92.99%）。在此類別中，使用者正面評價最高者為「洗手台清潔度」（91.41%），其次則為「廁間清潔度」（91.36%），最後則為「廁間設備貼心度」（90.56%）。各項目之負面評價皆未超過 1 個百分點。

公共廁所設備各項目與基本資料進行交叉分析，卡方檢定後，由結果可得知，性別與乘車人數對於公共廁所整體滿意度有顯著影響；身分(駕駛/乘客)對於廁間設備貼心度有顯著影響。除上述所提到之基本資料與項目達統計上顯著程度外，其餘項目與基本資料交叉後未達統計顯著程度或不適合用卡方檢定(期望值低於 5 比率大於 25%)。

表 3-11：公共廁所設備滿意度評價分析

	很滿意	滿意	正面評價	尚可	不滿意	很不滿意	負面評價
	%						
	N=3401						
公共廁所整體滿意程度	49.71%	43.28%	92.99%	6.54%	0.41%	0.06%	0.47%
廁間清潔度	48.34%	43.02%	91.36%	8.23%	0.32%	0.09%	0.41%
廁間設備貼心度	47.57%	42.99%	90.56%	8.97%	0.38%	0.09%	0.47%
洗手台清潔度	46.96%	44.46%	91.41%	8.09%	0.41%	0.09%	0.50%

#### (四) 用餐區

用餐區類別中，超過九成的使用者在整體滿意度上給予正面評價（90.34%），近一成的使用者認為表現尚可（9.07%），只有不到一個百分點的受訪者（0.59%）給予負面評價。在用餐區類別的各項目中，獲得使用者給予正面評價最高者為「用餐區服務人員儀容衛生」（94.04%），其次則為「用餐區服務人員結帳速度」（92.45%），「用餐區清潔度」（91.65%）的正面評價則較低。

用餐區各項目與基本資料進行交叉分析，卡方檢定後，由結果可得知，該題組所有項目與基本資料交叉後未達統計顯著程度或不適合用卡方檢定（期望值低於 5 比率大於 25%）。

表 3-12：用餐區滿意度評價分析

	很滿意	滿意	正面評價	尚可	不滿意	很不滿意	負面評價
	%						
	N=3389						
用餐區整體滿意度	41.45%	48.89%	90.34%	9.07%	0.56%	0.03%	0.59%
用餐區服務人員結帳速度	42.52%	49.93%	92.45%	7.41%	0.15%	0.00%	0.15%
用餐區服務人員儀容衛生	45.09%	48.95%	94.04%	5.84%	0.12%	0.00%	0.12%
用餐區清潔度	45.21%	46.44%	91.65%	8.06%	0.30%	0.00%	0.30%

#### (五) 密封包裝食品

密封包裝食品類別的整體滿意度獲得九成三的購買者的正面評價（93.67%）。認為表現尚可的購買者佔 6.28%。此類別中，「密封包裝食品衛生」獲得購買者最高的正面評價（94.65%）；「價格合理性」項目所獲得之正面評價最低，僅有近八成五的購買者給予正面評價肯定（84.99%）。

密封包裝食品各項目與基本資料進行交叉分析，卡方檢定後，由結果可得知，該題組所有項目與基本資料交叉後未達統計顯著程度或不適合用卡方檢定（期望值低於 5 比率大於 25%）。

表 3-13：密封包裝食品滿意度評價分析

	很滿意	滿意	正面評價	尚可	不滿意	很不滿意	負面評價
	%						
	N=2298						
密封包裝食品整體滿意度	44.55%	49.13%	93.67%	6.28%	0.04%	0.00%	0.04%
密封包裝食品多樣性	45.13%	45.34%	90.47%	9.23%	0.26%	0.04%	0.30%
密封包裝食品衛生	46.17%	48.48%	94.65%	5.18%	0.17%	0.00%	0.17%
密封包裝食品價格合理性	41.17%	43.82%	84.99%	14.10%	0.78%	0.13%	0.91%
密封包裝食品品質	44.60%	47.91%	92.52%	7.27%	0.13%	0.09%	0.22%

(六) 熱熟食

有八成七（87.49%）的購買者給予熱熟食類整體滿意度正面評價，是各類別中正面評價最低的項目。在此類別各項目中，「熱熟食衛生」獲得八成九購買者的正面評價（89.41%），其次則為「熱熟食品質」（84.74%）、「熱熟食多樣性」（76.83%），「熱熟食價格合理性」項目所獲得之正面評價最低（76.66%）。

各項目與基本資料進行交叉分析，卡方檢定後，由結果可得知，年齡、教育程度對於熱熟食多樣性以及熱熟食價格合理性有顯著影響；性別對於熱熟食衛生有顯著影響；到訪次數對於熱熟食價格合理性有顯著影響。除上述所提到之基本資料與項目達統計上顯著程度外，其餘項目與基本資料交叉後未達統計顯著程度或不適合用卡方檢定（期望值低於 5 比率大於 25%）。

表 3-14：熱熟食滿意度評價分析

	很滿意	滿意	正面評價	尚可	不滿意	很不滿意	負面評價
	%						
	N=2956						
熱熟食整體滿意度	36.94%	50.41%	87.35%	11.91%	0.68%	0.07%	0.75%
熱熟食多樣性	35.83%	41.00%	76.83%	21.58%	1.42%	0.17%	1.59%
熱熟食衛生	38.23%	51.18%	89.41%	10.25%	0.30%	0.03%	0.34%
熱熟食價格合理性	33.32%	43.34%	76.66%	22.19%	0.95%	0.20%	1.15%
熱熟食品質	36.03%	48.71%	84.74%	14.68%	0.51%	0.07%	0.58%

## (七) 其他服務設施

其他服務設施中，「服務台人員服務態度」所獲得使用者的正面評價最高，有 95.14% 使用者給予正面評價，其次為「販賣區服務人員滿意度」，94.79% 使用者給予正面評價，正面評價最低的項目則為「無線上網」（85.15%）

至於自 105 年度新增之「駕駛人休息室」、「胎紋胎壓檢測儀器借用服務」、「漂書站」三項服務措施題目，其中「胎紋胎壓檢測儀器借用服務」所獲得使用者的正面評價最高，有 88.97% 使用者給予正面評價，其次為「駕駛人休息室」與「漂書站」，其正面評價分別為 88.29%、87.94%。值得注意的是，上述三項服務設施滿意度評估項目，因使用人數較少，回答人數約只佔所有受訪者數量的五分之二。

各項目與基本資料進行交叉分析，卡方檢定後，由結果可得，性別、教育程度、身分以及到訪次數，對於無線上網滿意度有顯著影響。

除上述所提到之基本資料與項目達統計上顯著程度外，其餘項目與基本資料交叉後未達統計顯著程度或不適合用卡方檢定（期望值低於 5 比率大於 25%）。

表 3-15：其他服務設施滿意度評價分析

	很滿意	滿意	正面評價	尚可	不滿意	很不滿意	負面評價	N=
	%							
服務區賣場內指引標示	53.67%	39.00%	92.66%	7.04%	0.23%	0.07%	0.30%	3026
無線上網	47.37%	37.78%	85.15%	13.82%	0.89%	0.15%	1.03%	2033
服務台所提供的各項服務	54.06%	40.01%	94.06%	5.74%	0.19%	0.00%	0.19%	2577
服務台人員服務態度	57.29%	37.85%	95.14%	4.79%	0.04%	0.04%	0.07%	2674
販賣區服務人員滿意度	54.16%	40.63%	94.79%	5.08%	0.10%	0.03%	0.13%	3148
哺集乳室	51.54%	39.31%	90.85%	9.15%	0.00%	0.00%	0.00%	1651
駕駛人休息室	52.71%	35.58%	88.29%	11.64%	0.07%	0.00%	0.07%	1349
漂書站	48.70%	39.25%	87.94%	11.88%	0.17%	0.00%	0.17%	1725
胎紋胎壓檢測儀器借用服務	48.77%	40.20%	88.97%	10.90%	0.13%	0.00%	0.13%	1587

### 三、 服務項目重要度與滿意度分析排序暨管理矩陣

延續 105 年度之標準，106 年度服務項目重要度計算方式，同樣請受訪者直接針對戶外休憩區、停車場、公共廁所、用餐區、密封包裝食品與熱熟食等六項服務項目進行排名。上述六項服務項目，以數字 1 至 6 排名，1 代表最重要，6 代表最不重要，分別排序其重要性程度，藉此測量出民眾心目中認為最重要的服務區服務項目。

在重要程度的計算上，則將民眾的排序轉換為 0~100 分，排序 1 者為 100 分，排序 2 為 83.3 分，排序 3 為 66.7 分，排序 4 為 50 分，排序 5 為 33.3 分，排序 6 為 16.7 分。並計算每位受訪者對於六個不同項目的平均分數，即為重要度分數。

滿意度分數的計算上是以戶外休憩區、停車場、公共廁所、用餐區、密封包裝食品與熱熟食等六大類服務項目，將題目之選項進行分數之轉換，受訪者回答非常滿意重新編碼轉換為 100 分、回答滿意重新編碼轉換為 80 分、回答尚可重新編碼轉換為 60 分、回答不滿意重新編碼轉換為 40 分、回答非常不滿意重新編碼轉換為 20 分；分數轉換後計算各問項之平均值作為該問項之平均分數。

管理矩陣係對各分類項目的重要度及滿意度進行交叉分析，本研究將調查結果分析繪製成管理矩陣圖，在平面圖上主要分為四個部份，分別為「持續優勢指標」、「維持表現指標」、「優先改善指標」、「次要改善指標」。

- 「持續優勢指標」為評價重要度與滿意度均高者，表示服務區在某項服務項目上表現良好，具有優勢，且此指標亦為受訪者所重視關心的。
- 「維持表現指標」為評價指標滿意度高，但受訪者認為重要度較低者，表示服務區在某項服務項目上有優勢，但受訪者卻不大重視。
- 「優先改善指標」指項目評價滿意度低，但受訪者認為重要性高者。改善此區域對分數提昇正向效果最大。
- 「次要改善指標」為評價指標滿意度低，但受訪者也認為重要度較低者，表示服務區在某項服務項目上表現不佳，但受訪者也不重視。

本次調查發現，服務區的 6 大類、25 項服務項目，依重要度分析發現，重要程度排名分別為公共廁所設備、停車場、用餐區、戶外休憩區、熱熟食、密封包裝食品。在滿意度度評價方面，受訪者認為最不滿意的三個項目分別為熱熟食價格合理性、熱熟食多樣性、熱熟食品質；而最滿意的前三項服務項目分別為公共廁所整體滿意程度、密封包裝食品衛生、戶外休憩區整體滿意程度



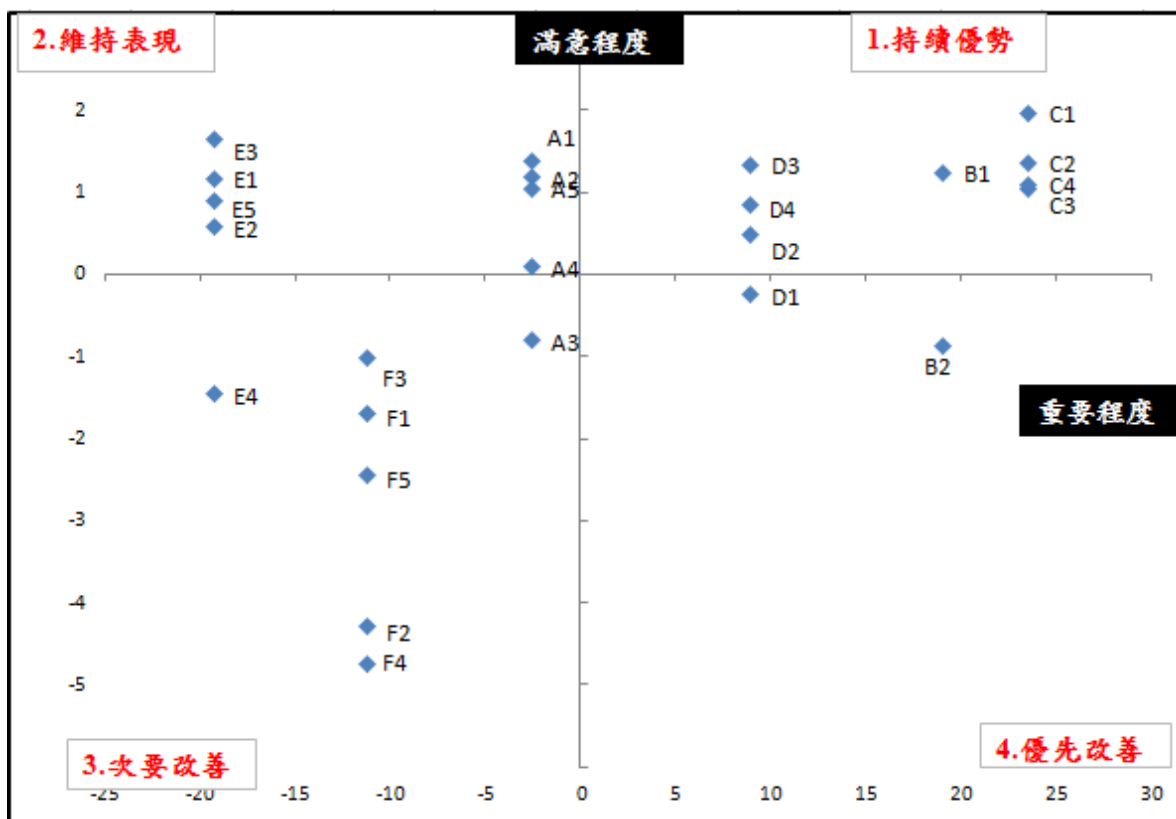


圖 3-1：服務區管理矩陣

受訪者對服務項目重要性與滿意度的排名不同，產生滿足感的落差，透過這個落差的認知，繪製管理矩陣，可以了解透過改善哪些項目，最有助於受訪者滿意度提昇，服務項目重要性認知與滿意分數如下圖：

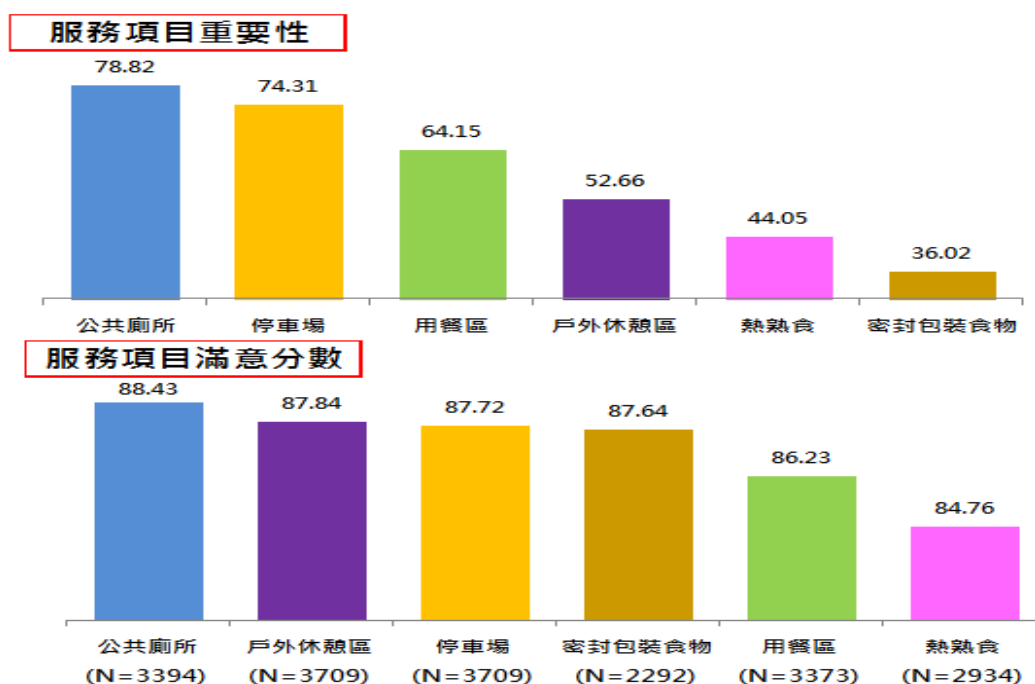


圖 3-2：服務項目重要性與滿意度排名

表 3-17：服務區管理矩陣各項目

	項目	重要度		滿意度	
		分數	排序	分數	排序
持續優勢 (重要度高、滿意度高)	B1 停車場清潔滿意程度	74.31	2	87.72	6
	C1 公共廁所整體滿意程度	78.82	1	88.43	1
	C2 廁間清潔度	78.82	1	87.84	4
	C3 廁間設備貼心度	78.82	1	87.52	11
	C4 洗手台清潔度	78.82	1	87.56	9
	D2 用餐區服務人員結帳速度	64.15	3	86.96	15
	D3 用餐區服務人員儀容衛生	64.15	3	87.80	5
	D4 用餐區清潔度	64.15	3	87.31	13
維持表現 (重要度高、滿意度低)	A1 戶外休憩區整體滿意程度	52.66	4	87.84	3
	A2 戶外休憩區景觀布置與環境美化	52.66	4	87.65	7
	A4 戶外休憩區動線安排(包括無障礙空間等)	52.66	4	86.57	16
	A5 戶外休憩區清潔度	52.66	4	87.52	10
	E1 密封包裝食品整體滿意度	36.02	6	87.64	8
	E2 密封包裝食品多樣性	36.02	6	87.05	14
	E3 密封包裝食品衛生	36.02	6	88.13	2
	E5 密封包裝食品品質	36.02	6	87.36	12
次要改善 (重要度低、滿意度低)	A3 戶外休憩區座椅安排	52.66	4	85.67	18
	E4 密封包裝食品價格合理性	36.02	6	85.02	21
	F1 熱熟食整體滿意度	44.05	5	84.76	22
	F2 熱熟食多樣性	44.05	5	82.18	24
	F3 熱熟食衛生	44.05	5	85.45	20
	F4 熱熟食價格合理性	44.05	5	81.73	25
	F5 熱熟食品質	44.05	5	84.03	23
優先改善 (重要度高、滿意度低)	B2 停車場秩序管理	74.31	2	85.60	19
	D1 用餐區整體滿意度	64.15	3	86.23	17

服務區之服務項目管理矩陣表現如下：

(一) 持續優勢區

停車場清潔滿意程度、公共廁所整體滿意程度、廁間清潔度、廁間設備貼心度、洗手台清潔度、用餐區服務人員結帳速度、用餐區服務人員儀容衛生、用餐區清潔度。

## (二) 維持表現區

戶外休憩區整體滿意程度、戶外休憩區景觀布置與環境美化、戶外休憩區動線安排(包括無障礙空間等)、戶外休憩區清潔度、密封包裝食品整體滿意度、密封包裝食品多樣性、密封包裝食品衛生、密封包裝食品品質。

## (三) 次要改善區

戶外休憩區座椅安排、密封包裝食品價格合理性、熱熟食整體滿意度、熱熟食多樣性、熱熟食衛生、熱熟食價格合理性、熱熟食品質。以上項目受訪者的滿意度及重視度均較低，應設法了解受訪者是真的不重視這些項目，或是不熟悉服務區的這些項目，或認知度較低。

## (四) 優先改善區

停車場秩序管理及用餐區整體滿意度。此項目的受訪者的重視程度高且滿意度低，應積極尋求改善方式，藉此提昇滿意度。

#### 四、 服務區意見與建議彙整

表 3-18：服務區意見與建議

意見與建議	次數	百分比	意見與建議	次數	百分比
<b>1.戶外休憩區</b>			<b>3.公共廁所設備</b>		
座椅太少	5	3.2%	環境髒亂	10	6.5%
綠美化不足	1	0.6%	廁所內異味很重	1	0.6%
遮陽/遮雨設備不夠	2	1.3%	設備損壞未維修	1	0.6%
應區隔吸菸區並嚴格落實	2	1.3%	洗手台出水量太小	1	0.6%
環境不整潔	7	4.5%	備品(衛生紙、洗手乳)用完未及時補充	1	0.6%
無障礙設備不足/路線規畫不良	3	1.9%	未即時清掃	4	2.6%
提供設備不佳	1	0.6%	烘手機風力不足	1	0.6%
位置區域標示不清	1	0.6%	廁所內無掛勾	1	0.6%
施工中	1	0.6%	洗手台過高，小朋友洗不到手	2	1.3%
<b>2.停車場</b>			廁所太少	1	0.6%
指示/指標不足	1	0.6%	廁所空間太小	1	0.6%
無障礙車位被占用	3	1.9%	洗手乳設備不足	1	0.6%
動線不流暢	2	1.3%	設備老舊	1	0.6%
停車位太少	10	6.5%	<b>4.用餐區</b>		
車輛未停放正確位置	3	1.9%	用餐區不夠整潔衛生	9	5.8%
應增設指揮人員	2	1.3%	商店太少	1	0.6%
環境不整潔	3	1.9%	結帳/服務速度太慢	4	2.6%
希望有看板標示剩餘車位	1	0.6%	座位太小	1	0.6%
停車格的方向不好停車	1	0.6%	光線不足	1	0.6%
逆向行駛	3	1.9%	用餐區無好吃店家	1	0.6%

[1] 提出意見或建議之受訪者共 155 位。

續表 3-18：服務區意見與建議

意見與建議	次數	百分比 %
<b>5. 密封包裝食品</b>		
價格太貴	6	3.9%
選擇性太少	3	1.9%
放太多在架上給人感覺有壓力	1	0.6%
份量少	1	0.6%
<b>6. 熱熟食</b>		
選擇性太少	19	12.3%
價格太高/品質與價格不符	15	9.7%
口味不好	4	2.6%
衛生不佳	2	1.3%
沒有提供素食餐點或選擇性太少	5	3.2%
現煮食物卻感覺溫冷	1	0.6%
希望提供在地特色產品或小吃	1	0.6%
供餐有點慢	1	0.6%
飯跟菜都是冷的	2	1.3%
<b>7. 其他設備</b>		
無線網路上網不順/過程麻煩	8	5.2%
指引標示不夠清楚	1	0.6%
服務人員態度不親切	2	1.3%
資訊公告不齊全	1	0.6%
供電位置太集中，不方便	1	0.6%
服務人員不在座位	1	0.6%
駕駛人休息室不足	1	0.6%
書籍略少	1	0.6%

**[1] 提出意見或建議之受訪者共 155 位。**

## 五、 未來期待服務區新增之服務意見彙整

在 106 年度調查中，新增「未來期待服務區新增之服務」此一題項，並希望藉此探究民眾需求，以此做為未來服務區提供新服務項目之依據。本次調查利用複選分析後發現，高達五成一(51.5%)的受訪者希望未來服務區能開設假日創意市集，其次依序為當地農產市集(45.4%)、休閒展覽(40.5%)、道路救援(36.9%)。至於在其他意見部份，亦有 18.9%的受訪者希望能舉辦親子休閒活動。

表 3-19：服務區意見與建議

意見與建議	次數	百分比 %	意見與建議	次數	百分比 %
<b>未來期待服務區新增之服務</b>			<b>其他意見</b>		
假日創意市集	1791	51.5%	座位區插座 / 手機充電區	2	5.4%
當地農產市集	1578	45.4%	擴增飲水機 / 熱水機	3	8.1%
道路救援	1282	36.9%	改善熟食/熟食店家品質	4	10.8%
休閒展覽	1407	40.5%	24 小時駕駛人休息室	3	8.1%
其他	54	1.6%	增加商家多樣性	3	8.1%
			免治馬桶	1	2.7%
			生態保護區	1	2.7%
			按摩椅	1	2.7%
			禁菸	1	2.7%
			親子休閒活動	7	18.9%
			盲人按摩	1	2.7%
			自助洗車	1	2.7%
			提供素食餐飲	2	5.4%
			加油站	2	5.4%
			地方特色商家	2	5.4%
			扭蛋機	1	2.7%
			星巴克	2	5.4%

[1] 明確提出其他意見或建議之受訪者共 37 位。

## 肆、結論與建議

### 一、 結論

#### (一) 各服務類別重要度

就服務區各服務項目重要程度來看，就整體服務區受訪民眾而言，各類別重要程度依序為公共廁所設備（78.82分）、停車場（74.31分）、用餐區（64.15分）、戶外休憩區（52.66分）、熱熟食（44.05分）、密封包裝食品（36.02分）。而其整體滿意度排名則是公共廁所（88.43分）、戶外休憩區（87.84分）、密封包裝食品（87.64分）、停車場（86.41分）、用餐區（86.23分）、熱熟食（84.76分），如下圖 6-1。

在本期調查中，受訪者認為公共廁所設備為其心中最為重要的服務項目，而根據下圖 6-1 亦可得知，公共廁所設備同樣也是受訪者心目中最為滿意的服務項目。而受訪者認為第二重要的停車場，在滿意度表現上卻略顯不足，需要進一步提升改善。

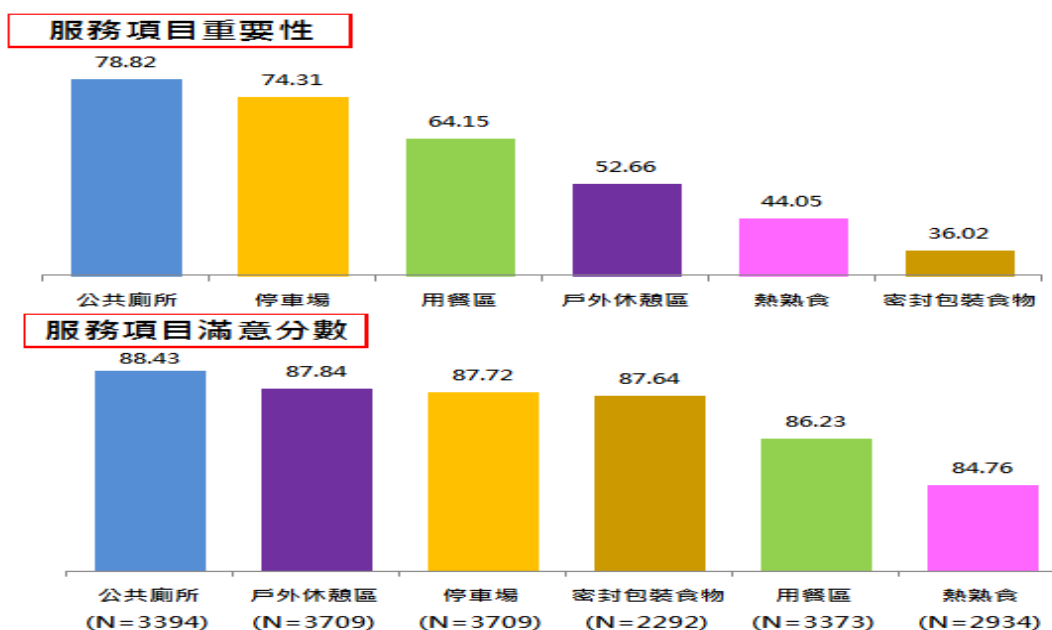


圖 4-1：服務區整體重要程度與滿意度排名比較

#### (二) 各服務類別滿意度

各分項滿意度分數的前五名分別為公共廁所整體滿意程度（第 1 名）、密封包裝食品衛生（第 2 名）、戶外休憩區整體滿意程度（第 3 名）、廁間清潔度（第 4 名）、用餐區服務人員儀容衛生（第 5 名）。而較為落後的項目則

是熱熟食品質（第 23 名）、熱熟食多樣性（第 24 名）與熱熟食價格合理性（第 25 名）。106 年度上半年調查結果，公共廁所的整體印象以及清潔度位於前五名，受訪者給予非常高的肯定，也因此滿意度分數上位居第一。而熱熟食各項目雖然排名墊底，不過各項滿意分數皆達八十分以上，分數持續穩定成長，可見各服務區之努力與規劃，獲得受訪者之肯定。

### （三） 服務區服務項目重要度與滿意度評比

本次調查發現，服務區的 6 大類、25 項服務項目，依重要度分析發現，重要程度排名分別為公共廁所設備、停車場、用餐區、戶外休憩區、熱熟食、密封包裝食品。而滿意度度評價方面，受訪者認為最滿意的前三項服務項目分別為公共廁所整體滿意程度（第 1 名）、密封包裝食品衛生（第 2 名）、戶外休憩區整體滿意程度（第 3 名）；而最不滿意的三個項目分別為熱熟食品質（第 23 名）、熱熟食多樣性（第 24 名）、熱熟食價格合理性（第 25 名）。

交叉重要度與滿意度分析發現，停車場清潔滿意程度、公共廁所整體滿意程度、廁間清潔度、廁間設備貼心度、洗手台清潔度、用餐區服務人員結帳速度、用餐區服務人員儀容衛生、用餐區清潔度等，為受訪者認為重要度高且滿意度也高的項目，應繼續保持。而停車場秩序管理、用餐區整體滿意度，兩項目的受訪者重視程度高但是滿意度低，是目前各服務區急需改善、能最快有效提升受訪者滿意度之服務項目，應列為首要目標。

### （四） 服務區平均分數

統計由 103 年至 106 上半年度持續追蹤之問項（共 31 項），本次調查服務區中，古坑服務區平均分數最高，以平均分數 92.16 分位於第 1 名，其次為西螺服務區（89.14 分）、湖口服務區（88.25 分）、西湖服務區（87.06 分）及東山服務區（86.58 分）。

從服務區整體服務項目平均分數表現來看，與前期（105 下半年）相比，新營服務區平均分數成長幅度最大，增加 3.34 分，其次依序為湖口（成長 2.74 分）以及古坑服務區（成長 2.74 分）；而分數退步較多的有南投服務區，分數下滑 1.53 分，其次為關廟服務區（下降 1.16 分），其餘退步的服務區分數變動均不超過 0.35 分。部分服務區在 105 年下半年度至 106 年度調查前陸續有相關設備改建更新（如：古坑服務區），推測為民眾滿意度提升關鍵。



## 二、 建議

### (一) 改善停車場秩序，優先且必要事項

在停車場相關項目滿意度評比中，停車場秩序管理為民眾心目中重要度高，但滿意度低的類別，應當將停車場秩序管理列為優先改善項目。也因此項目在服務管理矩陣中位於優先改善象限當中，真對此項目感改善預計可獲得立即顯著之成效。

另外，觀察停車場秩序之平假日表現，可以發現是各項目中差異較大者，平日之分數顯著高於假日。面對假日湧入之車流量，建議各服務區應設置疏導相關對策。從本次民眾意見中可得知，停車位太少依舊是民眾反應最多的問題，此外，在本次調查中，亦有民眾表示在停車場碰到他人逆向行駛，或是未將車輛停放在正確位置，甚至是身障車位遭到佔用等秩序管理相關問題。建議服務區於假日可增設路口交管與指揮人員，並適時引導車流保持動線順暢，必要時，也可針對違規停車或占用身障車位之民眾進行區內廣播規勸，以保障其他用路人之權益。

### (二) 加強服務區及清潔管理及便利設施，以提昇服務品質

針對不滿意服務項目的受訪者詢問對服務區的意見或建議，在戶外休憩區部份，座椅太少以及環境不整潔是受訪者反應的主要問題。此外，由於台灣屬於多雨炎熱地區，亦有民眾反應服務區應增設戶外遮陽及遮雨設備，以讓民眾下車徒步至服務區的過程中有更舒適的感受。

至於在用餐區部份，若清潔人員沒在第一時間內進行桌面清潔整理，將會直接影響到民眾對於服務區的觀感，因此，建議服務區在用餐尖峰時段能更有效管理清潔人員服務效率，以藉此提高民眾對於服務區的整體滿意度。

另外，民眾對公共廁所設備是其心中認為最為重要的服務項目，建議服務區能在廁間設備貼心度項目中持續努力，則可更貼近民眾實際需求。例如根據受訪者實際反應的意見，即時提供備品(衛生紙、洗手乳)、並在廁所內提供便利設備，如提供：廁所掛勾、幼兒洗手台，進一步提升滿意度。

### **(三) 打造飲食品牌及新風格，提升民眾用餐滿意度**

自 103 年起，雖然熱熟食整體滿意程度以及其他評比細項年年呈現穩定上升之趨勢，但整體而言，相較於服務區其他服務項目評比，熱熟食在選擇多樣性以及價格合理性之上，仍是相對有努力空間。

針對熱熟食選擇多樣性及價格合理性部份，建議以文創或在地化結合飲食，各服務區可針對在地特色飲食進行精緻化行銷，一來可滿足不同地區來訪顧客對於地方特色飲食之新鮮感，二來可藉此整合服務區與該地文化傳統之連結，讓民眾不只吃的多元，更能夠藉此認識在地飲食文化，並利用產品之特殊性、稀有性進行訂價，提供更精緻或特別的飲食給消費者，避免太多和市面上雷同之商品，降低消費者比較、以及認為價格不合理之感受。

### **(四) 提升服務區無線上網服務滿意度**

本次調查顯示，在其他服務類別滿意度評比中，無線上網的滿意度分數為最低分的類別（86.27 分），而從民眾對於無線上網的意見可得知，無線上網主要的不滿意集中在上網速度太慢，或是連線過程麻煩。建議服務區往後可以簡化上網流程或是將流程說明放置在民眾能夠一目了然的地方，並且增加服務區無線網路之頻寬，讓民眾在使用上有更好的體驗，以藉此有效提升服務區整體滿意度。

### **(五) 服務區功能複合化，提供多樣服務**

目前詢問受訪者到各服務區的目的，雖然仍以休息、如廁為主，不過也有不少消費者主要前往用餐（23%）、購物（11%）。另外在本次的調查中，受訪者希望服務區可以提供的新服務仍然以購物休閒居多，希望增加假日市集、農產市集的民眾超過或接近五成、超過四成的民眾希望服務區可以舉辦休閒展覽。建議服務區將功能複合化，打造成在地型購物中心，或規劃展覽空間持續舉辦活動，吸引更多民眾前往遊憩體驗。



交通部國道高速公路局  
FREEWAY BUREAU, MOTC

