



# 交通部高速公路局

## 111年度ETC服務滿意度民意調查案

### 報告書(摘要版)

機關：交通部高速公路局

廠商：循證民調有限公司

契約編號：110A030C014

中華民國111年09月

## 摘要

本次調查自 111 年 7 月 25 日至 8 月 1 日止，以電話訪問方式進行。針對臺灣地區（本島 19 個縣市）年滿 18 歲且最近一年內曾經開車上過國道，並且有儲值或繳交國道通行費之民眾進行訪問，共計完成有效樣本數<sup>1</sup>為 1,352 筆，在 95%信心水準下，抽樣誤差約為±2.67%。

### 一、用戶類型與旅運特性

整體用戶中，eTag 用戶比率為 94.72%<sup>2</sup>，預約用戶占 0.42%，繳費用戶比率為 4.86%，因預約用戶樣本數僅有 6 筆，故其調查結果僅供參考。

其中，eTag 用戶申裝的時間以「5 年以上」(79.15%)比率最高；進一步詢問申裝時服務人員有無協助檢測車輛適合黏貼 eTag 的位置，74.64%的 eTag 用戶表示「有」，6.90%表示「沒有」。

預約用戶沒有申裝的主要原因為「不常行駛高速公路」(56.64%)；繳費用戶沒有申裝的主要原因也為「不常行駛高速公路」(43.23%)。

整體受訪者中有 25.38%每月行駛高速公路 1~3 天，比率最高；平均一天行駛路程最高為 20~49 公里 (32.70%)。

### 二、服務滿意度

#### (一) 整體服務

ETC 整體服務滿意度，整體用戶有 90.68%的受訪者表示滿意；eTag 用戶有 91.68%感到滿意；預約用戶有 60.88%感到滿意；繳費用戶有 73.82%感到滿意。

---

1 最近一年內曾經開車上過國道，並且有儲值或繳交國道通行費之民眾。

2 本報告書各細格內之數字為四捨五入後之結果，若據此反推計算，將可能產生微幅差距。

## (二)儲值服務

整體用戶以使用「四大超商」儲值的比率較高，為 44.76%；eTag 用戶最常使用的儲值管道為「銀行帳戶/信用卡自動轉帳」（44.96%），其次為「四大超商」（42.92%）；預約用戶最常使用的儲值管道為「四大超商」（84.75%）。

對於儲值服務的滿意度，整體用戶有 93.42%的受訪者感到滿意；其中 eTag 用戶有 93.53%感到滿意；預約用戶則有 69.05%感到滿意。

進一步詢問不滿意的原因，eTag 用戶對於儲值服務感到不滿意的主要原因為「儲值明細不清楚」（19.44%）；而預約用戶僅一位表示不知道/拒答，未表示不滿意原因。

## (三)查詢服務

本次調查中，整體用戶以遠通 ETC App 查詢的比率較高，為 35.09%，而「從未查詢過」為 25.46%；eTag 用戶最常透過「遠通 ETC App」（36.14%）來查詢通行費或帳戶餘額，而「從未查詢過」為 25.88%；預約用戶最常透過「四大超商多媒體事務機」（25.80%）來查詢通行費或帳戶餘額，而「從未查詢過」為 41.48%；繳費用戶最常透過「四大超商多媒體事務機」（26.53%）來查詢通行費或帳戶餘額，而「從未查詢過」為 15.89%。

在有查詢經驗的受訪者中，整體用戶有 92.42%感到滿意，感到不滿意的主要原因為「查詢操作介面複雜」（34.53%）；eTag 用戶有 93.22%感到滿意，感到不滿意的主要原因為「查詢操作介面複雜」（38.05%）；預約用戶感到滿意的有 47.93%，感到不滿意的主要原因為「查詢據點太少」（100.00%）；繳費用戶有 80.34%感到滿意，感到不滿意的主要原因為「帳目明細資訊不即時/有時差」（35.84%）。

#### (四)補繳服務

本次調查中，整體用戶有 31.22% 的受訪者有補繳費用的經驗；eTag 用戶有補繳經驗的占 30.18%；預約用戶則有 32.73% 有過補繳經驗；繳費用戶受訪者有補繳經驗的占 51.36%。

整體用戶中，以「四大超商多媒體事務機」為最主要的補繳方式，占 76.55%；eTag 用戶、預約用戶及繳費用戶最常使用的補繳管道均為「四大超商多媒體事務機」，分別為 77.48%、92.92% 及 64.94%。

有補繳經驗的用戶中，整體用戶有 85.33% 對補繳服務感到滿意；eTag 用戶有 86.38% 對補繳服務感到滿意；60.60% 的預約用戶對補繳服務感到滿意；繳費用戶則有 74.66% 對補繳服務感到滿意。

整體用戶中，對於補繳服務感到不滿意的原因以「繳費需要收取手續費」(31.56%) 比率最高；其中，eTag 用戶與繳費用戶不滿意補繳服務的主要原因皆為「繳費需要收取手續費」(30.73%、36.44%)。而預約用戶中則無人對於補繳服務感到不滿意。

#### (五)客服服務

本次調查中，整體用戶有 12.65% 的受訪者有與遠通客服中心接觸的經驗；eTag 用戶有與遠通客服中心接觸經驗的占 12.87%；預約用戶則均無電話接觸遠通客服中心的經驗；繳費用戶則有與遠通客服中心接觸經驗的占 9.41%。

整體用戶客服電話詢問類型，以「eTag 異動」的比率高，為 37.95%；eTag 用戶打電話到遠通客服中心主要因為「eTag 異動」(39.18%)；繳費用戶打電話到遠通客服中心主要因為「補繳費用問題」(37.80%)。

對於客服經驗，整體用戶有 92.29% 感到滿意；eTag 用戶有 94.41% 感到滿意；繳費用戶有 35.72% 感到滿意。

進一步詢問不滿意的原因，整體用戶中，以「客服人員沒有辦法解決問題」的比率較高，為 44.74%。eTag 用戶感到不滿意的主要原因則為「客服人員沒有辦法解決問題」(64.74%)；繳費用戶感到不滿意的主要原因則為「等待接通時間過長」，比率為 40.19%。

## (六)回廠檢測

針對 eTag 用戶進一步詢問，8.28%的用戶有接到遠通公司通知 eTag 偵測異常，要回廠檢測的經驗。其中有回廠的為 7.15%，有接到通知但沒回廠的有 1.13%。進一步詢問沒有回廠的主要原因為「認為沒有必要」(39.28%)。

對於各服務據點處理回廠檢測 eTag 的服務，有 84.98%感到滿意。

## (七)App 服務

本次調查中，整體用戶目前有使用遠通 App 比率占 42.82%，曾經使用過的為 4.32%；eTag 用戶目前有使用遠通 App 的占 44.07%，曾經使用過的為 4.26%；預約用戶目前無人使用過；繳費用戶目前有使用 App 的則占 22.25%，曾經使用過的為 5.89%。

針對有使用過遠通 App 的用戶，進一步詢問希望增加的功能，其中 eTag 用戶、繳費用戶皆認為「目前功能已經足夠/不需再增加」的比率較高，分別為 50.50%及 42.28%，其次皆為「多元化線上繳費方式」，分別為 3.05%及 7.00%。

## (八)創新服務

對於車輛買賣過戶後，只要在監理站撥打 eTag 異動專線或撥打遠通客服中心電話，即可辦理 eTag 終止、退費或重新啟用 eTag，整體用戶有 42.72%表示知道；其中 eTag 用戶有 43.64%表示知道；預約用戶有 15.25%表示知道；繳費用戶有

27.18%表示知道。

對於無紙化電子帳單申辦意願，整體用戶有 27.14%表示願意申辦、20.65%已經申請；eTag 用戶有 27.25%願意申辦、21.28%已經申請；預約用戶無人願意申辦、也無人已經申請；繳費用戶有 27.34%願意申辦、10.20%已經申請。

進一步詢問不願意的原因，整體用戶有 40.81%表示「不常使用/不需要」；其中 eTag 用戶、預約用戶及繳費用戶的主要原因皆為「不常使用/不需要」(40.07%、46.16%及 51.48%)。

對於遠通電收與超商百貨通路合作，推出累積消費點數可兌換國道 eTag 儲值金之服務，整體用戶有 12.51%表示知道；其中，eTag 用戶有 12.92%表示知道；預約用戶有 12.90%表示知道；繳費用戶有 4.39%表示知道。

針對未申裝 eTag 用戶進一步詢問，因 eTag 停車場服務而申辦 eTag 的意願，整體用戶有 32.93%表示會申辦；預約用戶有 12.90%表示會申辦；繳費用戶有 34.64%表示會申辦。

本次調查中，各項服務滿意度、知曉度及不滿意之原因等整理如下表。

表1統整表

有效樣本數				
1,352份				
未申裝			未申裝的主要原因	
預約用戶			不常行駛高速公路 (56.64%)	
繳費用戶			不常行駛高速公路 (43.23%)	
服務項目(%)	滿意	不滿意	拒答	不滿意的主要原因
儲值	93.42	2.66	3.92	儲值明細不清楚 (18.88%)
查詢	92.42	5.12	2.46	查詢操作介面複雜 (34.53%)
補繳	85.33	10.62	4.05	繳費需要收取手續費 (31.56%)
客服	92.29	5.40	2.32	客服人員沒有辦法解決問題 (44.74%)
整體	90.68	4.47	4.85	-
App服務	有下載	曾下載	沒有	希望新增的功能
ETCApp	42.82	4.32	50.90	目前功能已足夠/不需要再增加 (50.27%) 多元化線上繳費方式 (3.16%)
知曉度(%)				
eTag異動專線服務			42.72	
超商百貨累積消費點數兌換儲值金			12.51	
申辦意願度(%)				
申辦電子帳單			27.14	
因eTag停車場服務申辦eTag的意願			32.93	

### 三、建議

#### (一)申裝情形

1. 建議針對未安裝 eTag 用戶，可透過網路、電視、廣播、遠通帳單(紙本或郵件)等管道，加強宣導 eTag 的便利性及申裝 eTag 手續簡單，除了可以享有優惠外，也可避免發生因逾期而衍生加收作業處理費的麻煩，藉此增加非安裝戶申辦 eTag 的意願度，另外也可以加強實體宣傳部分，諸如在服務區張貼海報、透過服務系統的跑馬燈、高速公路陸橋廣告，以提升 eTag 申裝率。

#### (二)服務項目

1. 儲值服務不滿意的主要原因為「儲值明細不清楚」、「最低儲值金額太高」，因此，建議可將儲值明細的內容進行調整，以便民眾對於儲值明細能清楚了解；另外，目前有 4 成左右的民眾以四大超商進行儲值，建議可加強宣傳自動轉帳服務的便利性，藉此提升綁定銀行帳戶/信用卡扣款的比率。
2. 關於查詢服務，建議針對查詢操作介面可進行線上意見填答，並整合回饋資訊作為相關調整；針對帳目明細資訊，應調整更新資訊的頻率，並在查詢頁面清楚註記資料更新時間點，避免誤會帳目明細為最新而產生金額落差；另外，建議針對各超商的多媒體事務機，製作查詢介面教學，並放在官網，或將教學網址放入遠通帳單裡，以便使用者操作，進而提升查詢服務滿意度。
3. 透過四大超商多媒體事務機、遠通公司網站及遠通 ETC App，積極推廣申辦 eTag 除了享有九折優惠，還有銀行帳戶或信用卡自動轉帳扣繳之便利性，進而免去補繳手續費及降低補繳率，以提升服務滿意度。

4. 建議客服人員應定期進行訓練，加強應對能力及解決能力，並進行電話禮儀測試，以維持高品質的電話服務；另外，可定期更新遠通公司網站常見問題，或是開發遠通 ETCApp 線上自動客服回覆，以減少民眾同時撥打客服，而造成在線等待接通的時間過長。
5. 建議遠通電收可針對高齡用戶，新增 ETCApp 字體放大功能及介面簡單化，以提高高齡用戶在 ETCApp 使用率；另外，建議遠通可加強推廣線上繳費儲值的功能，以增加 eTag 用戶在 ETCApp 的使用率，進而提升對於 ETC 服務之滿意度。

### (三)創新政策

1. 電話辦理 eTag 異動與消費點數兌換國道儲值金等創新便民服務知曉度皆未過半，由此可知，目前用路人對於 ETC 創新服務政策不太清楚，因此建議在網路(新聞、Youtube)、電視(新聞、廣告)、遠通 ETCApp 或是遠通公司網站等管道，進行政策活動的宣傳，甚至可在監理站、車商放置相關 eTag 異動的服務廣告、在合作的超商及百貨店面，放置活動海報，亦或是藉由警察廣播電台進行創新政策的宣傳，加深用路人印象，以提升創新政策知曉度，進一步讓更多的民眾可參與創新服務，藉此提升整體滿意度。
2. 可與警察廣播電台合作，錄製情境宣導廣告，宣導使用無紙化電子帳單，響應環保且又便利，積極介紹電子帳單之優點，讓只習慣看到紙本、或覺得不需要電子帳單之用戶，藉此引發申辦的興趣；另外，也建議加強宣導申辦電子帳單方便性，不論是實體店面、客服電話或是線上，皆可申辦，以提升申辦電子帳單的意願度。



交通部高速公路局  
FREEWAY BUREAU, MOTC

