



計程電子收費後社會民意調查暨趨勢分析

主講人：鍾岳勳 副秘書長

社團法人台灣民意學會

TCSA

社團法人台灣民意學會

Taiwan Public Opinion Studies Association

104年9月11日



簡報大綱

壹、調查內容與方法

貳、用路人社經與旅次特性調查分析

參、用路人使用e-Tag服務調查分析

肆、用路人對於ETC計程收費效益
暨整體滿意度之調查分析

伍、用路人對於ETC政策意向延伸議題
暨e-Tag創新應用之調查分析



壹、調查內容與方法



1-1 調查內容與方法

調查目的

- 為了解高速公路計程電子收費制度實施後民眾意向與用路人接受度，反映民眾對政府與遠通公司營運看法與態度，以全面掌握民意動向做為遠通公司運作過程配套及改善，及政府做為推動相關政策可行性策略之參考。

調查時間 及調查範圍

- 本研究第一季調查時間於103年3月至4月期間；第二季調查時間於103年9月至10月期間；第三季調查時間於104年1月至2月期間。
- 調查對象為居住在台灣本島19個縣市內，且年滿18歲以上之民眾之小型車駕駛。

調查方法

- 本研究之民意調查方式係採用電話訪問調查法。優點包括時間快速、成本低、樣本明確易得、可以監督控制訪問品質、減輕受訪者的壓力及訪問成功率較高。

抽樣母體

- 本研究進行調查時，係以各縣市18歲以上人口資料作為母體，並過濾掉非高快速公路用路人後進行訪問。

調查樣本

- 本研究之抽樣方法係採分層隨機抽樣、比例配置法，依自小客貨車登記數比例分層。第一季調查共訪問1,068份有效樣本；第二季調查共訪問1,069份有效樣本；第三季調查共訪問1,068份有效樣本。

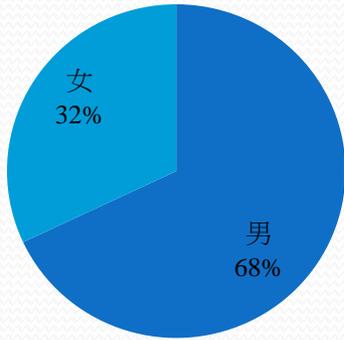


貳、用路人旅次特性調查分析

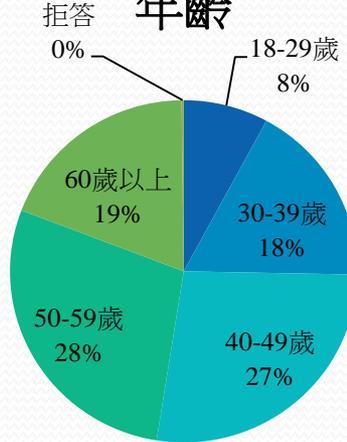


2-1 高速公路用路人社經特性分析_以第三季調查樣本為例

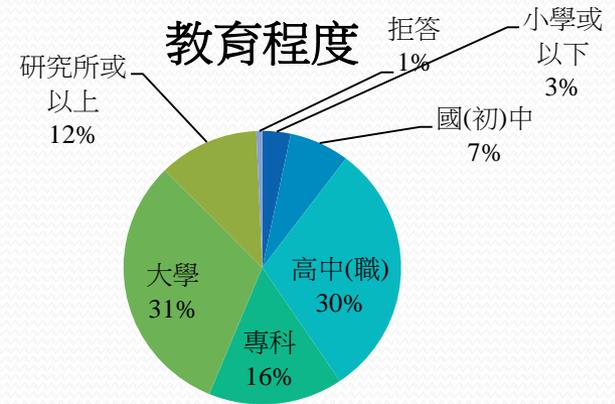
性別



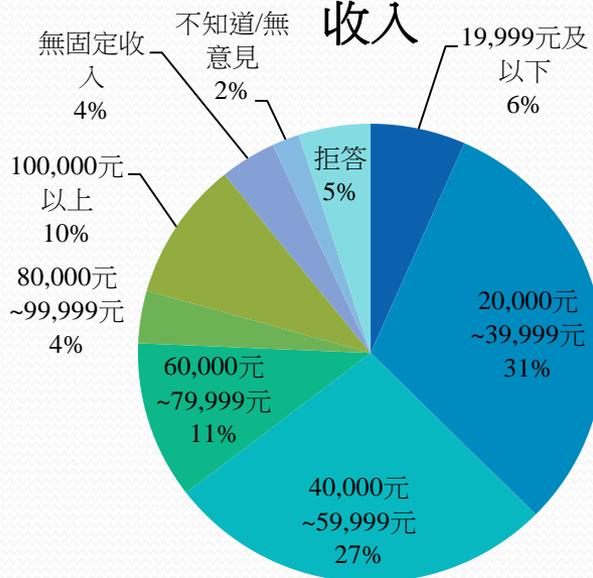
年齡



教育程度



收入



☞ 性別分析中，有68%為男性，顯示開車族群仍以**男性駕駛人居多**。

☞ 年齡分析中，以50~59歲之比例28%為最多，40~49歲比例為27%次之，顯示主要車輛駕駛人仍**集中於40~59歲之族群**，亦為較**有經濟能力之族群**。

☞ 平均月收入分析中，以2~4萬之比例31%為最多，4~6萬比例為27%次之，顯示主要車輛駕駛人之平均月收入仍集中於**2~6萬之族群**。



2-2 高速公路用路人旅次特性分析

使用國道別	第一季比例(%)	第二季比例(%)	第三季比例(%)
國道1號	56.4	58.1	55.2
國道3號	36.1	35.6	38.1
國道5號	4.6	3.5	3.4
橫向國道	3.0	2.8	3.2

旅次長度	第一季比例(%)	第二季比例(%)	第三季比例(%)
20公里以內	13.0	14.4	12.6
20~50公里	32.5	28.6	28.1
50~150公里	25.4	30.6	27.2
150公里以上	17.9	18.5	15.5
不知道/未回答	11.3	7.9	16.6

- ☞ 三季調查使用較高頻率的國道類別皆集中於國道1號。
- ☞ 三季調查國道旅次長度皆約4成比例為短程用路人。(旅次長度50公里以下)
- ☞ 三季各項目比較分析中，相差比例無明顯差異(不超過5%)



2-3 高速公路用路人繳納通行費相關特性分析

付費方式	第一季 比例(%)	第二季 比例(%)	第三季 比例(%)
e-Tag	90.1	90.0	89.1
預約自動轉帳戶	0.5	0.6	0.6
使用3日後自行至 繳費地點繳費	3.2	3.3	2.7
接到收費通知再繳費	4.9	5.6	7.2
未裝e-Tag且 因都跑短途未曾繳費	1.2	0.5	0.5

儲值e-Tag方式	第一季 比例(%)	第二季 比例(%)	第三季 比例(%)
e-Tag直營門市	5.0	5.1	4.1
遠通ETC官方網站	0.7	0.1	0.9
便利商店	61.8	64.9	63.5
遠傳門市	2.2	1.5	2.3
信用卡自動儲值	25.2	24.5	23.5
其他	2.0	2.1	1.6
不知道/未回答	3.1	1.8	4.3

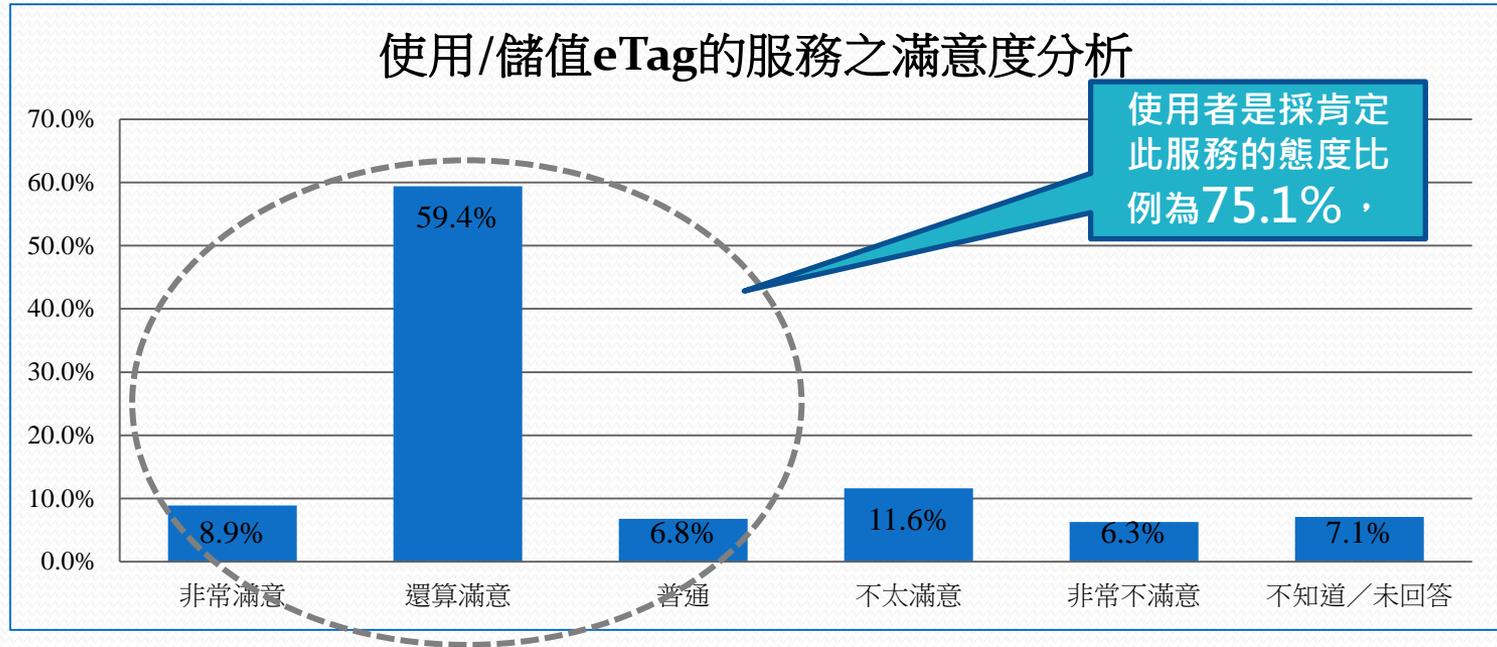
- ☞ 三季調查付費方式較高比例皆為**使用e-Tag(近9成比例)**。
- ☞ 三季調查儲值e-Tag方式皆為**使用便利商店服務(超過6成以上)**；其次皆為**使用信用卡自動儲值(近2成5比例)**。
- ☞ 三季各項目比較分析，相差比例無明顯差異(不超過3%)。



參、用路人使用e-Tag服務調查分析



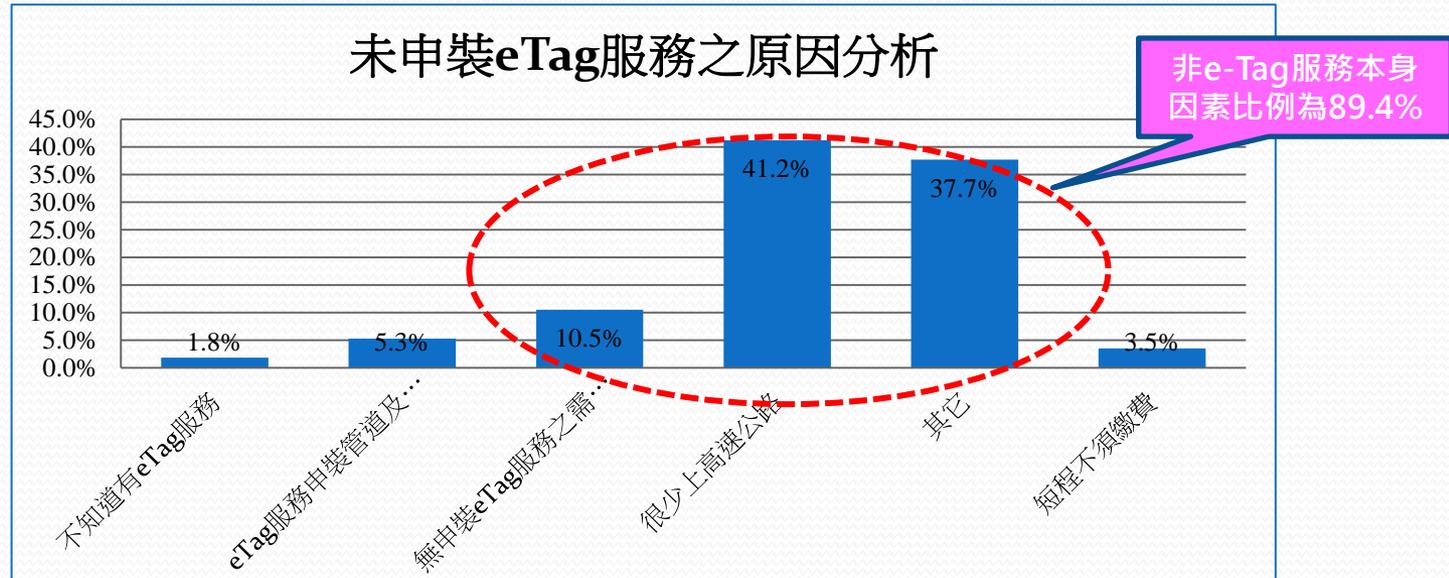
3-1 高速公路用路人使用/儲值e-Tag服務分析



- 第三次調查使用/儲值e-Tag服務滿意度分析中，有75%使用者表示肯定此項服務，顯示在目前使用/儲值e-Tag在推廣與營運服務上已有不錯成效。(不滿意比例僅17.9%)



3-2 高速公路用路人未使用e-Tag服務分析



- 從三季調查可知，透過e-Tag多元化的服務能讓使用者享有更多生活便利時，已讓道路使用者皆知道有e-Tag服務及申裝管道及條件。另外，亦讓無申裝e-Tag服務之需求降低了(21.9%→10.5%)。
- 不申裝原因約有4成是因**本身旅次甚少使用國道**。
- 上半年在未申裝e-Tag服務原因分析中，其他因素(對遠通及政府觀感不佳、服務及收費系統不夠健全、個人因素)之比例較高(36.0%)，但第二季調查結果比例已明顯下降(29.9%)，固雖非e-Tag服務本身因素，但顯示政府及遠通公司再進一步周全服務及收費系統後，已建立民眾良善的觀感。雖第三季有上升，但究其因政府相關政策影響民眾觀感所致。

□ 有關第二與第三季新增項目「短程不須繳費」因素，因調查中發現有許多國道短程使用者因免費20公里措施，暫免付出通行費，雖目前比例不高(約6%)，但此因素亦非為e-Tag服務，況且在兩年後重新檢討免費20公里措施後，此一比例應會再有所下降。

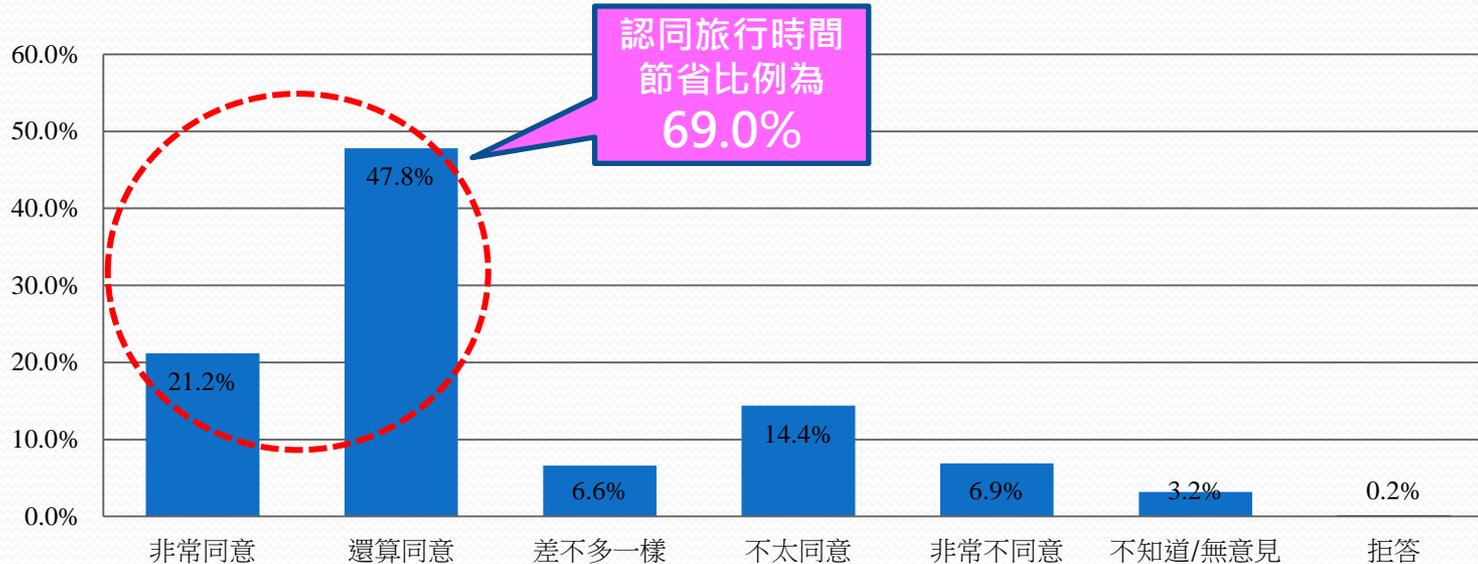


肆、用路人對於ETC計程收費效益 暨整體滿意度之調查分析



4-1 用路人對於ETC計程收費效益分析 —旅行時間節省效益

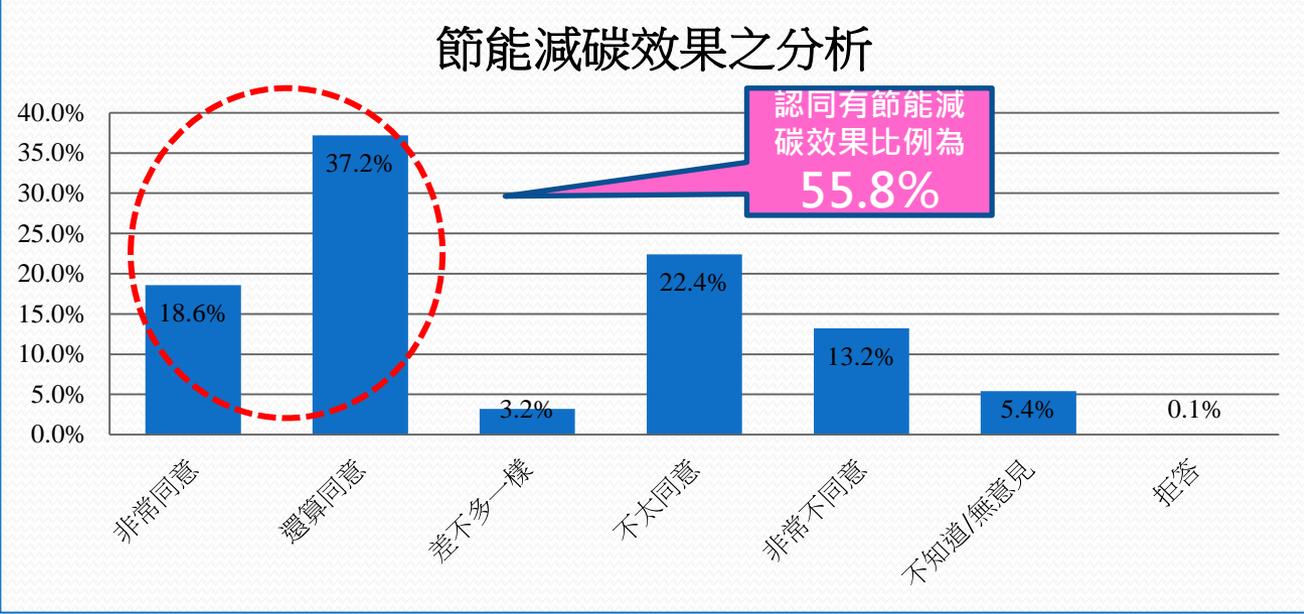
旅行時間節省分析



- 旅行時間節省分析中，有69.0%比例的受訪者認同(不同意比例為21.3%)，顯示目前ETC計程收費確實讓用路人感受到旅行時間節省的效益。
- 第三季調查分析顯示民眾對於ETC計程收費後旅行時間變化有更明顯的感受。(差不多一樣的比例降低很多)
- 在第二、三季調查旅行時間節省分析中，同意的比例明顯較第一季上升(增加約17%)，雖然不同意比例也有上升(增加約12%)，但整體來說，民眾對ETC計程收費後，是更明顯感受到旅行時間節省之效益。



4-2 用路人對於ETC計程收費效益分析 — 節能減碳效益

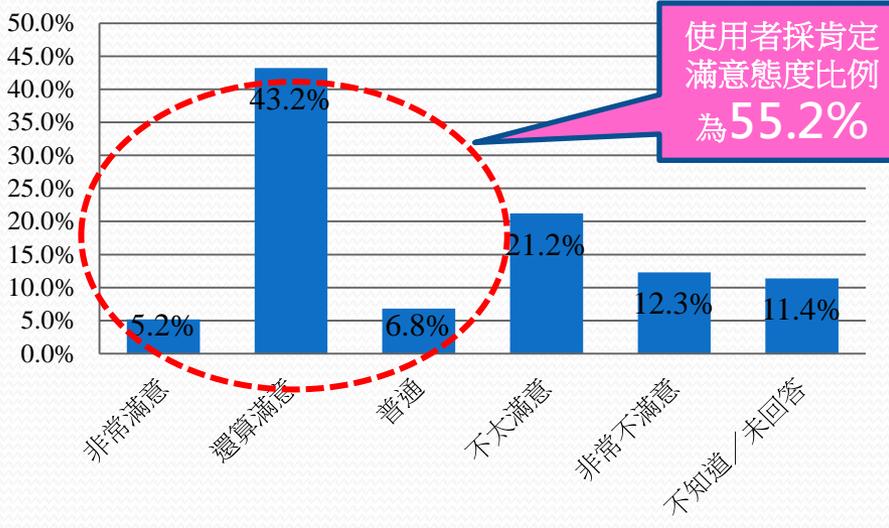


- 節能減碳效果分析中，有**55.8%**比例的受訪者認同(不同意比例為35.6%)。雖然一般大眾對於何謂節能減碳的效益可能較不清楚(非可數據化的一般資訊)，但在計程收費後的節能減碳效益仍有達半數以上民眾表示肯定。
- 在第二、三季調查節能減碳效果分析中，同意的比例明顯較第一季上升(增加約10%)，然而不同意比例也有明顯上升(增加約17%)，就整體來說，因上述原因，民眾對**ETC計程收費後**，對節能減碳的效益呈現兩極化感受。
- 惟第三季調查仍顯示ETC計程收費確實讓**近5.6成**用路人感受到**節能減碳效益**

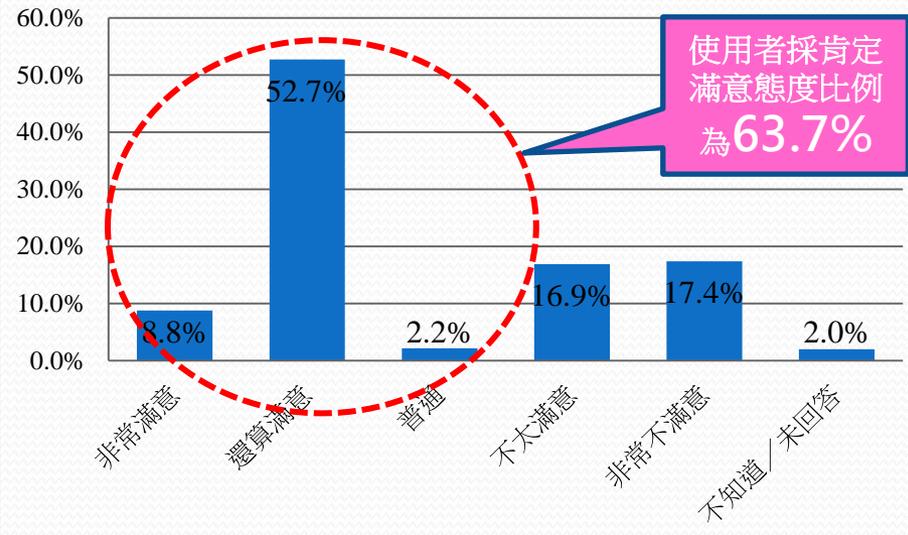


4-3 用路人對於ETC計程收費整體滿意度分析

遠通公司ETC服務整體滿意度分析



政府推動高速公路ETC計程收費整體滿意度分析



- 第三季遠通公司整體服務滿意度分析中，有**5成6**比例的受訪者是採**肯定滿意**的態度，顯示在目前整體服務已有過半的肯定支持度。
 - 在3成多的不滿意比例中，其因係個人駕駛使用習慣，或個人主觀感受等。
- 第三季調查政府推動ETC計程收費整體滿意度分析，有**6成4**的受訪者採**肯定滿意**態度，顯示在目前政府推動ETC計程收費已有多數的支持度。
 - 在3成多的不滿意比例中，究其因除政府在政策宣導或執行可能還未盡完善外，不外乎有部分受訪者是**對於政府政策的不認同(政治因素)**。



伍、用路人對於ETC政策意向延伸議題 暨e-Tag創新應用之調查分析



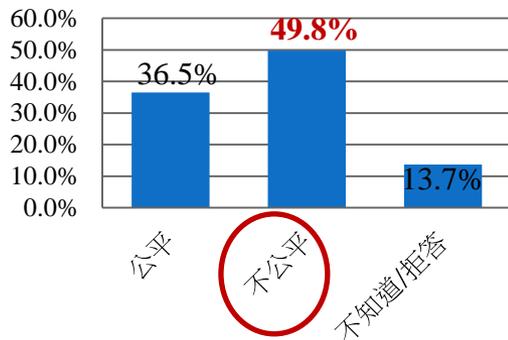
5-1 ETC計程收費政策意向延伸議題分析

分析議題1：政府採非eTag用戶也有九折優惠措施(收費政策)之公平性

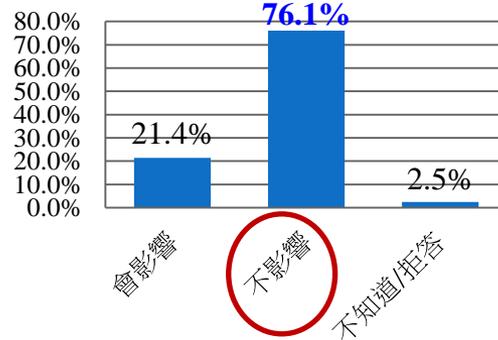
分析議題2：非eTag用戶也有九折優惠措施是否影響繼續使用eTag的意願。

分析議題3：非eTag用戶也有九折優惠是否影響申辦eTag的意願。

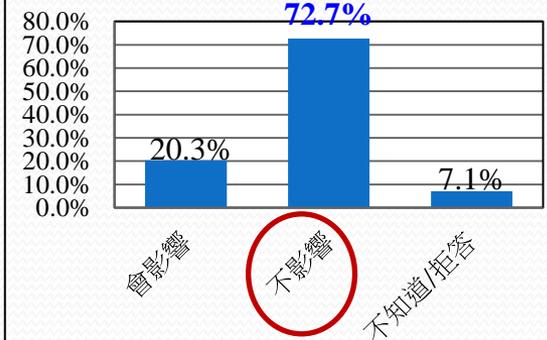
e-Tag用戶對於議題1意向分析



e-Tag用戶對於議題2意向分析



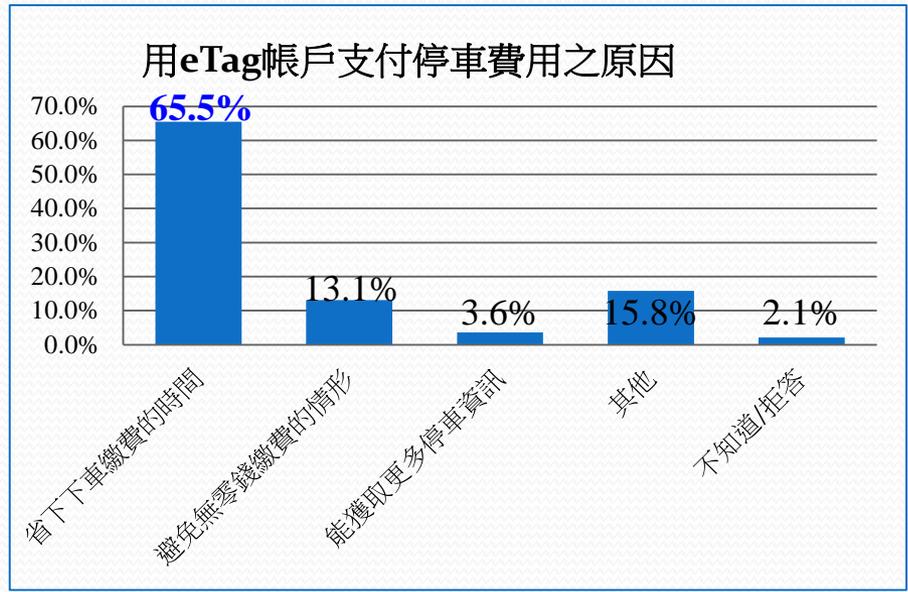
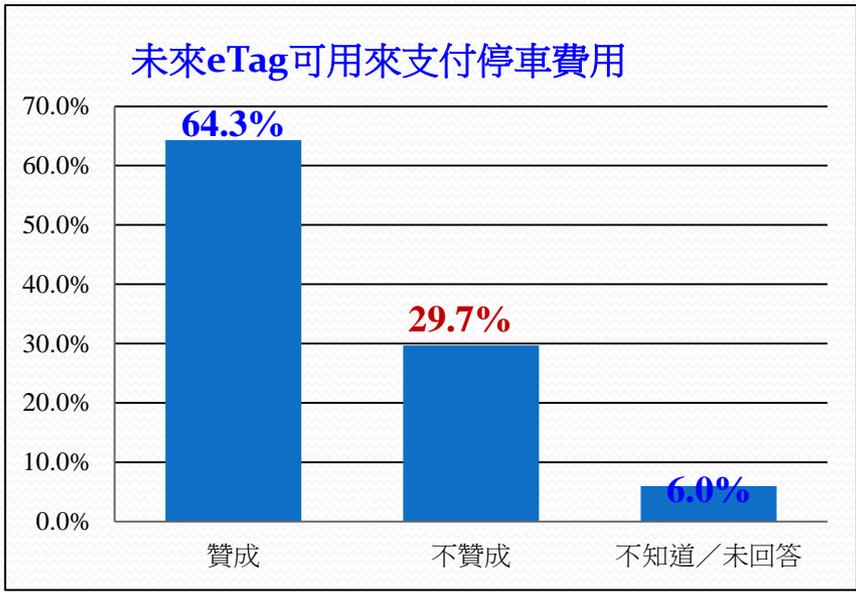
非e-Tag用戶對於議題3意向分析



- 對於議題1調查分析中有36.6%表示公平，然而有近五成(49.8%)認為不公平，顯示此一政府策略措施針對目前eTag用戶來說認為公平性欠佳。
- 對於議題2調查分析中有76.1%表示不會影響，顯示此一政府策略措施針對目前eTag用戶來不會影響他們繼續使用eTag的意願。
- 對於議題3調查分析中本調查中有72.%表示不會影響，顯示此一政府策略措施針對目前非eTag用戶來說，並不會影響他們未來想申辦並使用eTag的意願。



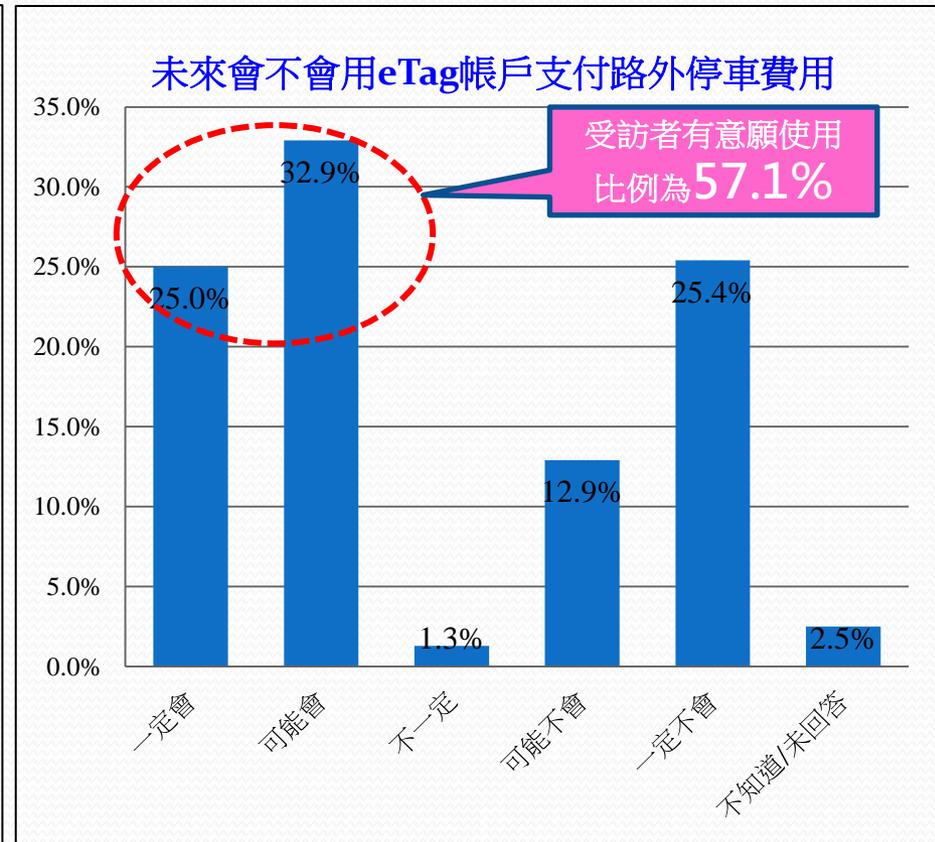
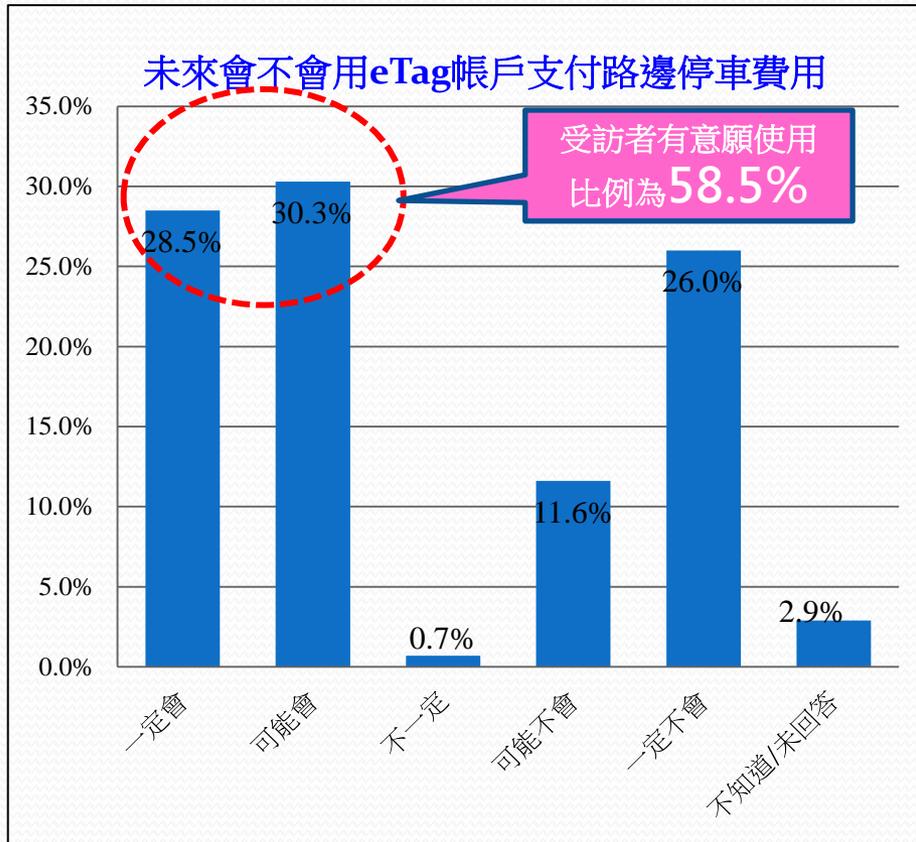
5-2 eTag創新運用於停車場繳付停車費議題之分析(1/2)



- 調查結果顯示**近6.5成的支持度**，顯示此eTag技術所呈現繳停車費的便利性，可讓民眾所認同。
- 雖然仍有3成不贊成比例，可能因此**eTag技術應用未普及停車場**，無法讓**停車民眾感受到實質的付費便利性或其他多元化的服務**，但相信在未來相關政策配合(eTag技術服務層面)以及**考量以民眾便利性為主**下，應該會讓此一技術應用(eTag技術應用繳付停車費)廣大受到社會大眾肯定。
- 意願調查結果顯示，**近6成6比例(65.5%)**未來會採eTag帳戶支付停車費原因為**可省下下車繳費的時間**以及有**13.1%比例是為避免無零錢繳費的情形**，顯示此eTag應用所能呈現繳停車費之相關便利性，可**讓社會大眾更有需求與意願去使用的**。



5-2 eTag創新運用於停車場繳付停車費議題之分析(2/2)



- 意願調查結果顯示，**近6成比例(57.9%)未來會採eTag帳戶支付路外停車費**；**近6成比例(58.5%)未來會採eTag帳戶支付路邊停車費**，與上述**近6.5成**民眾支持度相近，顯示此eTag應用所呈現繳停車費便利性，可讓社會大眾接受並有意願使用的。



簡報結束 敬請指導