

公路局113年度為民服務考核結果優缺點紀錄摘要表

編號	受考核機關或單位名稱	優點及建議改進事項摘要
1	新竹所	<p>優點：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 擴散至幸福巴士服務結合客貨共載，成效良好值得肯定。 2. 報告書較以往乾淨、整潔、易閱讀，值得嘉許。 3. 網站上放置短片包含去年的貨物裝載平台介紹等，民眾較易取得、觀看，值得肯定。 4. 經檢視官網所有連結均正常，另有透過程式進行比對檢視，值得嘉許。 5. 報告書將超商進駐服務的內、外部效益說明的很詳盡，而且有效節省公帑，值得肯定。 6. 新竹所首創超商進駐監理所，提供稅費查詢及繳費、24小時回收報廢車牌、牌照吊扣期滿即時領件、便利員工購物用餐、提供民眾舒適休憩環境等服務措施且具推動成效，並擴散至全國各監理所(站)，值得肯定。 7. 報告書呈現，有面臨「課題(瓶頸)」，「服務策略或措施」，並提出後續的「推動成效」與未來努力方向，並有其對應性，亦值得肯定，只是這個服務策略或措施主軸上似乎在解決了機關的課題及成效(取代公庫)，相對於關注服務對象方面的契合度方面可再多思考。 8. 這是農會公庫長年駐點代收稅費方式的一大變革，本案突破現有困境，創造民眾、監理、超商多贏，開闢財源，具創新性與親民，成功經驗也推廣到各所站。 9. 報告書內容以 QR-Code 呈現洽公民眾或同仁的感想，將靜態文字轉化為動態影片，讓閱讀者更有感。 10. 以有限空間發揮綠美化效益，並有提供民眾休憩空間，相關導引標示也非常清楚。

編號	受考核機關或單位名稱	優點及建議改進事項摘要
		<p>11. 服務策略呼應內外部顧客需求，透過超商駐點提供多功能服務，成功營造公私協力，切合主題。</p> <p>建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 服務台管控之服務鈴可運用顏色區分位置；廁所可放置小盆栽增加綠美化環境。 2. 數位服務不等同數位創新，利用數位改善服務流程提升績效也是一種創新，建議未來數位創新可以改善痛點加以思考並以「人」為本優先考量。 3. 公路人粉絲專頁今年僅獲刊登1則，刊登率請再加強。 4. 簡報第7頁提及需往返600公尺與績效報告書第2頁提及鄰近300公尺便利超商繳納，寫法上有所不一致，建議調整。 5. 局本部在113年第2季的之「電話禮貌測試」成績中新竹所被扣分數較多的是電話鈴響5聲才接聽；另外在8月5日進行電話禮貌測試，總機與業務單位接聽速度與自報單位名稱或自己姓名及問候語，均有符合規範。 6. 愛心服務鈴有3處，顯示處僅1處，鈴響時服務人員可能要找是何處有民眾需要協助，建議可增加相對映燈號以利服務人員辨識方位，即時服務民眾。另哺（集）乳室建議設置意見回饋本以獲得民眾回饋，服務更臻完善。 7. 新竹所在「民眾對公路局監理所(站)服務品質滿意度調查」有針對低於全局平均值部分進行檢討與定期追蹤，惟「車輛檢驗人員服務態度」88.9%，不滿意度9.1%、「車輛檢驗人員專業程度」86.3%，不滿意達11.7%，與全國平均值差距較大，再請新竹所注意與改善。

編號	受考核機關或單位名稱	優點及建議改進事項摘要
		<p>8. 局長明信片應隨時巡查補充，現場局長信箱明信片提供數量不足外，另有2張5/27、8/6不滿意服務窗口太少或無人代理承辦業務之留言，未設有專人回收處理機制，請新竹所注意與改善。</p> <p>9. Google 評論去年3.6顆星，今年維持在3.6顆星，比其他監理單位尚有努力空間，然近期在颱風假後主動連繫考照學員與加班辦理考照等業務，獲得民眾多則留言並評定5顆星，也就是說民眾的反映是最直接的，有好的會留言評論，不好的也會直接上網評論（例如辦事效率不佳，等2小時都沒輪到、服務態度等），因此請新竹所持續關注與處置。</p> <p>10. 結合超商辦理繳註銷車牌回收，可能侷限在有超商門市進駐的監理所站，建議可再與超商研商擴充其它服務的可能性（如點到點），讓效益持續擴散。</p> <p>11. 報告書：</p> <p>(1) 基本資料與重大政策扣合的敘述建議再補充，例如節能減碳；未來擴散效益可以繼續延伸，建議可再加上 OK 超商的營運績效。</p> <p>(2) 照片應有日期及說明。</p> <p>(3) 報告書圖片略小不清楚，建議選用時應注意解析度；另統計表應加數值較易理解，數據誤植部分請修正。</p> <p>(4) 第8頁表1超商本所門市代收稅費來客數平均單月數值誤繕（應除以8個月，平均單月為1,405人），第10頁超商代收汽燃費件數亦有誤植（表2統計20,351人、表3統計21,982人，建議釐清改正。</p>

編號	受考核機關或單位名稱	優點及建議改進事項摘要
2	苗栗站	<p>優點：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 媒合公私協力促成偏鄉幸福巴士服務，更導入在地人士投入駕駛服務，讓年長者與居民倍感幸福，非常令人肯定及讚許。 2. 官網經營與新竹所一體，所有網站檢測都通過，對於錯別字有撰寫程式檢查，值得肯定。 3. 社群經營有達到宣傳效益，貼文的曝光數及觸及率都不錯，值得讚許。 4. 苗栗站針對南庄鄉公共運輸半世紀的交通困境，提出「客製化、在地化、全區全預約、服務零距離」的服務策略，積極提供優質、感動的服務，成為當地居民（目標族群）信賴的好夥伴，值得肯定。 5. 苗栗站在現場臨櫃服務，提供許多廳所內外服務設施、便民服務改善的作為，例如引導標示改善、增設無障礙車位、OK 便利商店進駐、服務台位置調整、綠美化、績優哺（集）乳室、服務鈴、整潔度，並持續進行環境交叉及自行稽核改善等積極作為，亦是值得肯定。 6. 本案特色結合地方創生團體，整合推動團隊，媒合外部資源；幸福巴士要能永續經營，除了要符合偏鄉民行需求外，也要結合在地服務及觀光元素，南庄幸福巴士具備上述條件，且解決苗客不續營問題，在這裡看到不一樣的幸福巴士，值得肯定。 7. 因應實際需求，原規劃定線定班，彈性調整為全區預約(東河村)，到家服務，1人預約即可開車，人民有感，建議可再結合整個生活圈，擴展到其他村落。 8. 哺乳室佈設很溫馨，另男廁有淋浴間提供熱水，非常貼心。

編號	受考核機關或單位名稱	優點及建議改進事項摘要
		<p>建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 廁所可放置小盆栽增加綠美化環境、南庄幸福巴士可結合推廣客貨共載。 2. 數位創新服務：把現有苗栗站便民服務項目完整呈現，但沒有看到業務執行創新改善措施及因執行創新改善後之績效成長或比較。 3. 全區全預約及門服務（非定點定時），對於天天均需往市集採買、就學、就醫者，在預約方面請苗栗站持續思考更為便民的方式。 4. 簡報中第12頁的平均載客數的數值與比較期間（11111-11206，524人，11211-11306，1,011人，表述方式與報告書第13頁（11111-11210，4,317人，11211-11306，8,090人）呈現不一致，再請苗栗站予以釐清。 5. 電話服務禮貌應再加強，另本局於8月5日早上進行「電話禮貌測試」詢問業務單位關於「微罪不開放檢舉」與「違規記點」及「道安講習自費」等問題，總機於接聽速度與轉接部分符合規範，惟同仁在接聽速度有超過電話聲響上限9響；另外轉接道安講習同仁時電話即予中斷，這部分請苗栗站注意改善。 6. 公共廁所緊急按鈕功在測試後並無回應，這部分再請苗栗站瞭解功能是否正常；另哺（集）乳室獲頒特優獎狀，值得肯定，惟設置民眾意見回饋問卷處，請再加強清楚標示，以利使用民眾回饋寶貴意見，服務更臻完善。 7. Google 評論目前是3.3顆星，比其他監理單位還有努力空間，若有重複建議事項請苗栗站進行瞭解與改善（例如服務態度、流程，電話接聽情形）。 8. 第1站導覽點簡報影片觸動人心，建議可製作短影片放在報告書內呈現。

編號	受考核機關或單位名稱	優點及建議改進事項摘要
		<p>9. 報告書：</p> <p>(1) 基本資料專案團隊可再補充公私協力單位。</p> <p>(2) 補充幸福啟程相關媒體的露出。</p> <p>(3) 報告書內容宜再加強，部分文字內容與圖片沒有相互搭配。考核規定為近2年內資料，較舊資料較不適合放入，另苗栗站數位服務(頭份市下鄉服務)行之有年，建議報告要突顯做了哪些改變及作為來提升績效(例:高齡換照績效有大幅度提升、CP 值有增加、效益有增加等)。</p> <p>(4) 報告書撰寫較平鋪直敘，建議增加質化元素(如服務對象的心得回饋)，以增加報告書的溫度；未來努力方向建議具體描述機關未來要推動或精進的方向與目標。</p> <p>(5) 擴散應用中有提及「假日服務」遊客提升產業發展，立意良善，請補充實施方式及假日接駁成效。</p> <p>(6) 第5頁提出之解決方案中有提及南庄鄉公所推動意願反覆不定之負面用詞建議刪除，改以正面表述經過機關「努力不懈」。</p> <p>(7) 第13頁(統計區間111年11月-112年10月4,317人)、第16頁(統計區間112年4月-9月3,939人)，統計區間不一致，並顯示111年11月-112年3月及112年10月這半年載客數僅378人，建議應以營運期間為統計區間，請再釐正。</p> <p>(8) 第17頁假日提供服務遊客，預約資訊傳遞方式及服務績效可補充。</p>