

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景

台灣有線電視的存在雖然已經超過三十年，然而有線電視直到 1993 年才合法，有線電視在 1993 年合法之後，其佔有率迅速的攀升，從 1993 年百分之五十的佔有率迅速成長至 2000 年的百分之八十的成長率（劉幼琄，陳清河，2000；Chen，2002）。台灣有線電視的發展跟美國的情形非常的類似，最初有線電視也是以社區共同天線的模式出現，而漸漸發展成無線電視的強力競爭對手，美國有線電視其平行與垂直的整合非常的厲害，而台灣的情形也非常的類似。台灣的有線電視法，將全台灣省分為 51 個行政區，而行政院新聞局在審核執照的時候，特意的在每一個行政區裡盡量給兩張或兩張以上的執照，以避免市場的壟斷。然而，有線電視系統業者為了達到規模經濟的經營，不斷的在各個行政區裡面合併整合，以達到有效的經營。根據最近幾個調查研究，直至 2002 年底，台灣 51 個有線電視行政區中，有 30 區屬於獨佔市場（行政院新聞局，2003），所謂獨佔市場是一區中僅有一家業者在經營，或是表面上有二家業者在經營，但實際上兩家業者來自同一投資者，所以，有將近一半（47%）的行政區已整合為一區一家之獨佔經營狀況（陳炳宏，2000；鐘明非，1998）。而最近的一個研究也發現，至 2003 年 3 月底為止，台灣的有線電視獨占市場已增加至 35 區（Li & Chi，2003）。

隨著有線電視獨占市場的情況愈來愈普遍，政府及專家學者也更加關注收視戶的權益及滿意度，而事實上，許多研究也顯示消費者的滿意度並不是隨著有線電視的成長而增加。尤其有線電視在其發展期間，業者在軟、硬體的投資較以前大幅增加。但由於成本年年增加，導致收視費上漲，引起訂戶抱怨連連。除了價格方面的抱怨外，訂戶對有線電視的頻道內容、收訊品質與客戶服務亦常有批評。更由於系統業者和頻道商彼此間的相互較勁、互不相讓，廣大的有線電視訂戶反成了最大的犧牲者，一時怨聲四起，尤以民國八十六年的「斷訊事件」為甚。目前國內的有線電視經由整合大多已呈現一區一家、一區二家的態勢，業者應擺脫過去惡性價格競爭的模式，回歸有線電視「服務業」的精神，以服務品質做為主要訴求，也就是以追求訂戶最大的滿意度為公司經營的最高指導原則。

反觀美國的例子可以發現，隨著科技的演進與市場的發展，有線電視如何滿足訂戶以及滿足訂戶那些需求亦有相當大的改變。1970 年代，有線電視訂戶表示，吸引其訂閱有線電視最主要的理由是有較好的收視畫面（Baldwin & McVoy,1988）；1980 年代，節目的多樣性成了吸引訂戶的最大利器（Becker, Dunwoody & Rafaeli,1983）。到了 1990 年代，有線電視市場競爭加劇，同時由於科技的創新，訂戶有許多其他的替代媒介可供選擇，於是訂戶對於服務期望的滿意度躍居要角。由很多實證可以得知，滿意度直接影響訂戶的續訂意願（Atkin,1992），而且遠較傳統的人口變項或媒介市場變項更具有影響力與解釋力（Larose & Atkin,1988）。到了二十一世紀，有線電視訂戶的要求不僅僅是在傳統的

有線電視服務，更要求有線電視在科技上有更大的突破，所以，提供數位化服務及雙向互動服務已成為有線電視滿足消費者期望的重要因素（Kang，2002；Lin & Jeffres，1998）。

根據國內外相關文獻，有線電視收視戶的滿意度係受其對產品的「預期」與「認知」產品的「績效」二者交互作用所決定。若產品使用後的實際績效不但能符合、甚至超過預期水準，則收視戶將感到滿意，反之，則感到不滿意或非常不滿意。根據相關文獻，有線電視之滿意度可從四方面來評估：

- 一、有線電視之節目內容，此包括頻道多寡、內容品質、節目內容之多樣性、畫面之品質、廣告是否太多，是否常蓋台，此部分為節目相關之所有問題。
- 二、有線電視之服務品質，包括是否常斷訊，打電話是否常找不到人，維修是否迅速，及服務人員之態度是否良好等。
- 三、有線電視的社區參與，有線電視為一地方媒體，應努力參與地方公益活動，並服務社區，有線電視如盡了此方面之義務，市民自然對其具較正面之形象，此部分包括自製頻道或公益頻道之滿意度，及社區活動的參與等。
- 四、有線電視收費的合理性，包括基本頻道費用、付費頻道費用、計次付費節目費用，以及數位化之後，各種數位化設備之相關費用等（Atkins，1992；Jacobs，1995；LaRose & Atkins，1988；左宛玉，1999；伍翠蓮，1995；劉幼琍，陳清河，2000）。

電視數位化是一個全球的趨勢，目前世界上幾個先進之國家包括美國、日本、英國及德、法等國，早已進行數位化技術之開發，有些國家甚至已設定好了電視數位化之時程。（石朗，1997；李長龍，1998，1999）。

電視數位化可以從三方面來進行，一是無線電視之數位化，二是衛星電視之數位化，三是有線電視之數位化。無線電視之數位化很具迫切性，因為無線電視乃是使用國家之公有電波，而交通部已明確宣布，將於 2006 年收回所有類比電視之頻道，因此，無線電視勢必要在交通部宣布之時程前全面數位化，以保有其頻道使用權，當然，此一政策亦適用於廣播電台。目前，交通部已指配五組 UHF 頻道供四家無線電視台及公視作數位電視之使用，並要求無線電視台須於 2001 年正式開播數位電視，而無線電視台亦組了一個數位電視規劃小組，積極進行電視全面數位化（李彥甫，2000 年 1 月 14 日；張文輝，2000 年 1 月 14 日）。電視數位化的第二個方向則是從衛星電視之數位化著手，台灣的有線電視頻道幾乎皆由衛星傳送，其上傳下傳皆已數位化，所以，數位化對衛星電視而言，是比較輕而易舉之工作。

台灣有線電視之滲透率已高達 80%以上（劉幼琍、陳清河，2000），當無線電視在交通部收回類比頻道的壓力下，全面數位化的同時，有線電視之數位化如

過於緩慢，掌握全台灣省 80%收視戶的有線電視只要把所接收到的數位電視訊號轉為類比訊號再送給收視戶即可，如此一來，無線電視之全面數位化就變得毫無意義可言，因此，當政府以政策來促使台灣無線電視加速全面數位化之同時，有線電視系統之全面數位化亦須跟上腳步，否則就無法達到電視數位化之成效。