

## 第二節 電話訪談之研究結果

### 一、電話撥打情形

表 3-1-1 電話撥打情形

#### (A)有效接通訪問結果

	人 數	百分比	總 計
(1)合格受訪者			
訪問結果			
訪問成功	13339	57.0%	17.2%
受訪者暫時不在或不便接聽	2340	10.0%	3.0%
受訪者因臨時有事而中途拒訪	848	3.6%	1.1%
受訪者拒絕受訪(無法再訪者)	935	4.0%	1.2%
受訪者中途拒訪(無法再訪者)	4543	19.4%	5.9%
因語言因素無法受訪	302	1.3%	0.4%
因生理因素無法受訪	84	0.4%	0.1%
因其他因素無法受訪	757	3.2%	1.0%
受訪者訪問期間不在	248	1.1%	0.3%
小計	23396	100.0%	30.1%
(2)其他			
訪問結果			
接電話者即拒訪	3805	53.9%	4.9%
戶中無合格受訪對象	519	7.4%	0.7%
已訪問過或非受訪地區	70	1.0%	0.1%
配額已滿	3	0.0%	0.0%
無法確定是否有合格受訪者	2661	37.7%	3.4%
小計	7058	100.0%	9.1%
合計	30454	100.0%	39.2%

#### (B)非人為因素統計表

訪問結果	人 數	百分比	總 計
無人接聽	26066	55.3%	33.6%
電話中	2631	5.6%	3.4%
電話停話改號故障空號	12731	27.0%	16.4%
傳真機	3132	6.6%	4.0%
答錄機	408	0.9%	0.5%
宿舍機關公司營業用電話	2203	4.7%	2.8%
小計	47171	100.0%	60.8%

#### (C)撥號紀錄統計表

接通率	50.0%
訪問成功率	17.2%
接通後訪問成功率	34.4%
拒訪率(含接電話者即拒訪)	13.1%
拒訪率(不含接電話者即拒訪)	8.1%

本研究總計撥打 77,625 個電話號碼，完成 13,339 個有效樣本，扣除了無人接聽、電話中、電話停話改號、故障、空號、傳真機、答錄機、宿舍機關公司營業用電話等，本研究共打了 23,470 個電話，其中成功受訪的電話為 13,339 個電話，受訪率為 56.8%。

## 二、樣本代表性檢定

### (一) 家戶部份

本次調查共完成有效樣本 13,339 份，其中有 10,014 人的家庭有裝設有線電視，理論上，我們仍然可以視為每一個有效樣本就代表一個家戶單位（雖然在實際上，少部份家庭擁有兩線以上的電話，但是在本次調查中，兩個有效樣本同屬相同家戶的可能性仍然極低）。

由於本研究的目的之一在於調查台閩地區家戶有線電視的普及率，因此，必須就所得資料進行加權。在家戶的加權部份，將以台閩地區各縣市的家戶比率來進行加權程序，加權之前的 13,339 份有效樣本之代表性檢定請見下表：

表 3-1-2 訪問成功樣本之代表性檢定：地區之家戶比例（加權前）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
臺 北 縣	2454	18.5	17.2	卡方值=453.536 P<0.05 樣本與母體不一致
宜 蘭 縣	270	2.0	2.0	
桃 園 縣	1095	8.2	7.8	
新 竹 縣	218	1.6	1.8	
苗 栗 縣	350	2.6	2.2	
臺 中 縣	871	6.6	5.9	
彰 化 縣	877	6.6	4.7	
南 投 縣	339	2.5	2.2	
雲 林 縣	446	3.4	3.0	
嘉 義 縣	352	2.6	2.3	
臺 南 縣	743	5.6	4.8	
高 雄 縣	825	6.2	5.6	
屏 東 縣	561	4.2	3.7	
臺 東 縣	132	1.0	1.1	
花 蓮 縣	195	1.5	1.6	
澎 湖 縣	47	0.4	0.4	
基 隆 市	196	1.5	1.9	
新 竹 市	181	1.4	1.7	
臺 中 市	430	3.2	4.7	
嘉 義 市	161	1.2	1.2	
臺 南 市	402	3.0	3.4	
金 門 縣	48	0.4	0.3	
連 江 縣	7	0.1	0.0	
臺 北 市	1371	10.3	13.1	
高 雄 市	724	5.4	7.5	
合 計	13295	100.0	100.0	

由表 3-1-2 的樣本代表性檢定之結果顯示，本研究的有效樣本與台閩地在各縣市的家戶比例方面有不一致的現象。為避免資料分析時造成推論的偏差，本研究乃針對每一樣本，進行成功樣本統計加權。經過加權處理後，顯示成功樣本在地區家戶的比例分佈上，均與母體分佈無差異。上表的樣本代表性檢定結果，顯示加權後的樣本結構和母體並無顯著差異。

表 3-1-3 訪問成功樣本之代表性檢定：各縣市地區之家戶比例（加權後）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
臺 北 縣	2287	17.2	17.2	卡方值=1.741 P>0.05 樣本與母體一致
宜 蘭 縣	261	2.0	2.0	
桃 園 縣	1032	7.8	7.8	
新 竹 縣	237	1.8	1.8	
苗 栗 縣	290	2.2	2.2	
臺 中 縣	785	5.9	5.9	
彰 化 縣	629	4.7	4.7	
南 投 縣	298	2.2	2.2	
雲 林 縣	395	3.0	3.0	
嘉 義 縣	305	2.3	2.3	
臺 南 縣	638	4.8	4.8	
高 雄 縣	742	5.6	5.6	
屏 東 縣	488	3.7	3.7	
臺 東 縣	142	1.1	1.1	
花 蓮 縣	210	1.6	1.6	
澎 湖 縣	55	0.4	0.4	
基 隆 市	258	1.9	1.9	
新 竹 市	227	1.7	1.7	
臺 中 市	624	4.7	4.7	
嘉 義 市	158	1.2	1.2	
臺 南 市	456	3.4	3.4	
金 門 縣	36	0.3	0.3	
連 江 縣	3	0.0	0.0	
臺 北 市	1742	13.1	13.1	
高 雄 市	997	7.5	7.5	
合 計	13295	100.0	100.0	

(以家戶加權權值計算所得)

表 3-1-4 各縣市有線電視普及率

	有線電視訂戶		非有線電視訂戶		合計個數
	百分比	個數	百分比	個數	
全體	76.2	10159	23.8	3180	13339
台北縣	82.6	1888	17.4	399	2287
宜蘭縣	65.2	170	34.8	91	261
桃園縣	78.0	805	22.0	227	1032
新竹縣	77.1	182	22.9	54	237
苗栗縣	79.4	230	20.6	60	290
台中縣	74.2	582	25.8	203	785
彰化縣	63.3	398	36.7	231	629
南投縣	69.3	207	30.7	91	298
雲林縣	61.9	244	38.1	151	395
嘉義縣	57.1	174	42.9	131	305
台南縣	62.9	401	37.1	237	638
高雄縣	75.4	559	24.6	183	742
屏東縣	55.8	272	44.2	216	488
台東縣	51.5	73	48.5	69	142
花蓮縣	57.4	121	42.6	89	210
澎湖縣	70.2	38	29.8	16	55
基隆市	90.3	233	9.7	25	258
新竹市	92.3	210	7.7	18	227
台中市	79.1	493	20.9	131	624
嘉義市	82.6	131	17.4	28	158
台南市	81.6	372	18.4	84	456
金門縣	83.3	30	16.7	6	36
連江縣	85.7	2	14.3	0	3
台北市	84.2	1468	15.8	274	1742
高雄市	86.5	862	13.5	135	997
拒答／不知道	27.3	12	72.7	32	44

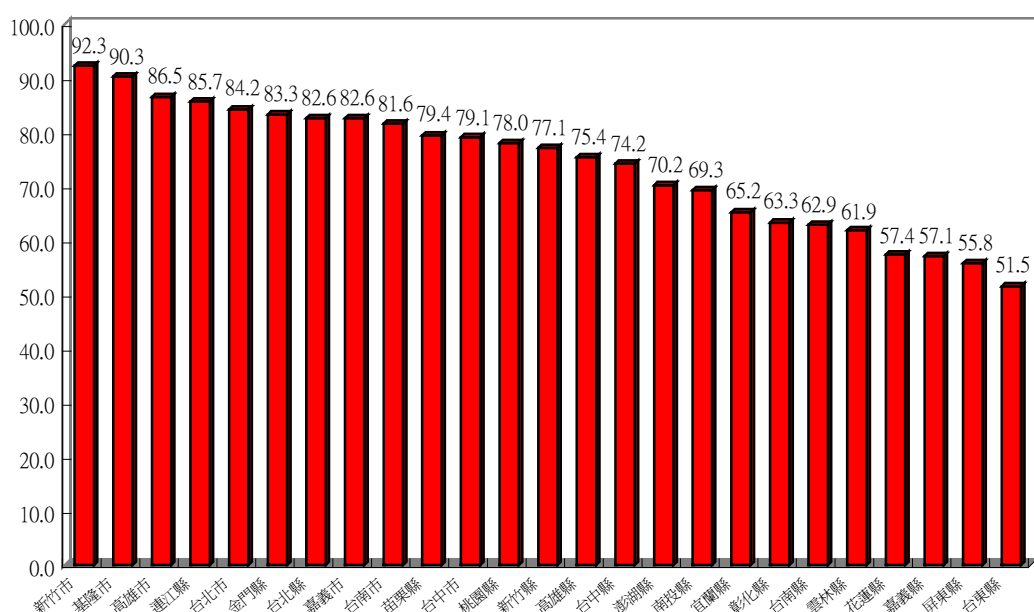


圖 3-1 各縣市之有線電視普及率

圖 3-1 為各縣市有線電視的普及率，新竹市的普及率為 92.3%，在台閩區第一位，其次為基隆市（90.3%），高雄市（86.5%），連江縣（85.7%），台北市（84.2%）。另外，從圖 1 的資料也可以發現，台灣有不少縣市有線電視普及率皆未達六成，包括台東縣、屏東縣、嘉義縣、花蓮縣等。

## (二) 個人部份

本研究最主要的部份在於瞭解台閩地區民眾對於有線電視系統的滿意度分析，因此，必須依照台閩地區的人口結構進行代表性檢定，才能避免將分析資料推論母體時所可能產生的偏差。

本次調查共完成 13,339 份有效樣本。為了瞭解 13,339 份有效樣本的代表性如何，以下分別就性別、年齡、教育程度及地區予以檢定：

表 3-1-5 訪問成功樣本之代表性檢定：性別（加權前）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
男	6514	48.8	50.67	卡方值=17.984 P < 0.05 樣本與母體不一致
女	6825	51.2	49.33	
合計	13339	100.0	100.00	

表 3-1-6 訪問成功樣本之代表性檢定：年齡（加權前）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
15 至 19 歲	1493	11.4	9.17	卡方值=435.208 P<0.05 樣本與母體不一致
20 至 24 歲	1192	9.1	11.04	
25 至 29 歲	1309	10.0	10.43	
30 至 34 歲	1560	11.9	10.13	
35 至 39 歲	1437	10.9	10.52	
40 至 44 歲	1615	12.3	10.62	
45 至 49 歲	1171	8.9	9.60	
50 至 54 歲	1286	9.8	7.91	
55 至 59 歲	551	4.2	4.69	
60 至 64 歲	510	3.9	4.47	
65 歲以上	1013	7.7	11.43	
合 計	13137	100.0	100.00	

表 3-1-7 訪問成功樣本之代表性檢定：教育程度（加權前）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
小學及以下	1690	12.9	24.41	卡方值=2368.916 P<0.05 樣本與母體不一致
國、初中	1371	10.4	18.16	
高中、職	4805	36.6	31.73	
專 科	2367	18.0	12.63	
大學及以上	2906	22.1	13.08	
合 計	13139	100.0	100.00	

表 3-1-8 訪問成功樣本之代表性檢定：地區（加權前）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
臺 北 縣	2454	18.5	16.27	卡方值=209.839 P<0.05 樣本與母體不一致
宜 蘭 縣	270	2.0	2.05	
桃 園 縣	1095	8.2	7.72	
新 竹 縣	218	1.6	1.95	
苗 栗 縣	350	2.6	2.48	
臺 中 縣	871	6.6	6.57	
彰 化 縣	877	6.6	5.80	
南 投 縣	339	2.5	2.41	
雲 林 縣	446	3.4	3.34	
嘉 義 縣	352	2.6	2.54	
臺 南 縣	743	5.6	5.00	
高 雄 縣	825	6.2	5.56	
屏 東 縣	561	4.2	4.06	
臺 東 縣	132	1.0	1.09	
花 蓮 縣	195	1.5	1.57	
澎 湖 縣	47	0.4	0.42	
基 隆 市	196	1.5	1.75	
新 竹 市	181	1.4	1.64	
臺 中 市	430	3.2	4.31	
嘉 義 市	161	1.2	1.17	
臺 南 市	402	3.0	3.33	
金 門 縣	48	0.4	0.27	
連 江 縣	7	0.1	0.04	
臺 北 市	1371	10.3	11.89	
高 雄 市	724	5.4	6.77	
合 計	13295	100.0	100.00	

由表 3-1-5 至表 3-1-8 的樣本代表性檢定之結果顯示：本研究的成功樣本與母體在性別、年齡、教育程度以及地區方面都有不一致的現象。為避免資料分析時造成推論的偏差，本研究決定針對每一樣本，特以「多變數反覆加權（raking）」的方式進行成功樣本統計加權。

經過加權處理後，顯示成功樣本在性別、年齡、教育程度以及地區的分佈上，均與母體分佈無差異。表 3-1-9 至表 3-1-12 為加權後的樣本代表性檢定結果，顯示加權後的樣本結構和母體並無顯著差異。



表 3-1- 9 訪問成功樣本之代表性檢定：性別（加權後）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
男	6733	50.5	50.67	卡方值=0.353 P>0.05 樣本與母體一致
女	6606	49.5	49.33	
合計	13339	100.0	100.00	

表 3-1- 10 訪問成功樣本之代表性檢定：年齡（加權後）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
15 至 19 歲	1188	9.1	9.17	卡方值=8.784 P>0.05 樣本與母體一致
20 至 24 歲	1417	10.8	11.04	
25 至 29 歲	1339	10.2	10.43	
30 至 34 歲	1303	9.9	10.13	
35 至 39 歲	1363	10.4	10.52	
40 至 44 歲	1383	10.5	10.62	
45 至 49 歲	1264	9.6	9.60	
50 至 54 歲	1056	8.0	7.91	
55 至 59 歲	634	4.8	4.69	
60 至 64 歲	608	4.6	4.47	
65 歲以上	1562	11.9	11.43	
合 計	13117	100.0	100.00	

表 3-1- 11 訪問成功樣本之代表性檢定：教育程度（加權後）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
小學及以下	3209	24.4	24.41	卡方值=0.323 P>0.05 樣本與母體一致
國 、 初 中	2386	18.2	18.16	
高 中 、 職	4170	31.7	31.73	
專 科	1660	12.6	12.63	
大學及以上	1719	13.1	13.08	
合 計	13144	100.0	100.00	

表 3-1- 12 訪問成功樣本之代表性檢定：地區（加權後）

	樣 本		母 體	檢 定 結 果
	人 數	百分比	百分比	
臺 北 縣	2163	16.3	16.27	卡方值=6.919 P>0.05 樣本與母體一致
宜 蘭 縣	271	2.0	2.05	
桃 園 縣	1027	7.7	7.72	
新 竹 縣	259	2.0	1.95	
苗 栗 縣	328	2.5	2.48	
臺 中 縣	874	6.6	6.57	
彰 化 縣	776	5.8	5.80	
南 投 縣	319	2.4	2.41	
雲 林 縣	443	3.3	3.34	
嘉 義 縣	339	2.6	2.54	
臺 南 縣	663	5.0	5.00	
高 雄 縣	738	5.6	5.56	
屏 東 縣	538	4.1	4.06	
臺 東 縣	145	1.1	1.09	
花 蓮 縣	208	1.6	1.57	
澎 湖 縣	56	0.4	0.42	
基 隆 市	231	1.7	1.75	
新 竹 市	217	1.6	1.64	
臺 中 市	573	4.3	4.31	
嘉 義 市	156	1.2	1.17	
臺 南 市	443	3.3	3.33	
金 門 縣	36	0.3	0.27	
連 江 縣	5	0.0	0.04	
臺 北 市	1566	11.8	11.89	
高 雄 市	894	6.7	6.77	
合 計	13269	100.0	100.00	

表 3-1- 13 全部有效樣本之樣本結構表（加權前）

		個數	百分比
性別	男性	6514	48.8
	女性	6825	51.2
年齡	15 至 19 歲	1493	11.4
	20 至 24 歲	1192	9.1
	25 至 29 歲	1309	10.0
	30 至 34 歲	1560	11.9
	35 至 39 歲	1437	10.9
	40 至 44 歲	1615	12.3
	45 至 49 歲	1171	8.9
	50 至 54 歲	1286	9.8
	55 至 59 歲	551	4.2
	60 至 64 歲	510	3.9
	65 歲以上	1013	7.7
教育程度	國小及以下	1690	12.9
	國、初中	1371	10.4
	高中、職	4805	36.6
	專科	2367	18.0
	大學及以上	2906	22.1
職業	民意代表、行政主管、企業主管、經理人員及自營商	1161	8.9
	專業人士	518	3.9
	技術員	533	4.1
	事務工作人員	939	7.2
	服務工作人員及售貨員	1275	9.7
	農林漁牧工作人員	432	3.3
	技術工	1013	7.7
	體力工	406	3.1
	軍警	140	1.1
	公務員、教師	993	7.6
	家庭主婦	2020	15.4
	學生	1939	14.8
	無業或待業中	1745	13.3
個人收入	15000 元以下	4603	42.7
	15001-30000 元	2138	19.8
	30001-45000 元	1816	16.9
	45001-60000 元	1223	11.3
	60001-75000 元	397	3.7
	75001-90000 元	210	1.9
	90001-100000 元	85	0.8
	100001 元以上	304	2.8
家庭收入	15000 元以下	621	8.7
	15001-30000 元	674	9.4
	30001-45000 元	890	12.5
	45001-60000 元	1281	17.9
	60001-75000 元	780	10.9
	75001-90000 元	653	9.1
	90001-100000 元	541	7.6

	100001-115000 元	598	8.4
	115001-130000 元	211	3.0
	130001-145000 元	80	1.1
	145001-160000 元	217	3.0
	160001 元以上	598	8.4
地區	北部	5522	41.5
	中部	3826	28.8
	南部	3350	25.2
	東部	597	4.5

註：表中的數字及百分比為扣除「拒答」及「不知道」後的所計算出的數值。

說明：地理區域四分類的劃分原則如下：

- 1．北部—台北縣、桃園縣、新竹縣、基隆市、新竹市、連江縣、台北市。
- 2．中部—苗栗縣、台中縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、台中市、嘉義市。
- 3．南部—台南縣、高雄縣、屏東縣、澎湖縣、台南市、金門縣、高雄市。
- 4．東部—宜蘭縣、花蓮縣、台東縣。

### 三、樣本結構

表 3-2 全部有效樣本（13,339 份）之樣本結構表（加權後）

		個數	百分比
性別	男性	6733	50.5
	女性	6606	49.5
年齡	15 至 19 歲	1188	9.1
	20 至 24 歲	1417	10.8
	25 至 29 歲	1339	10.2
	30 至 34 歲	1303	9.9
	35 至 39 歲	1363	10.4
	40 至 44 歲	1383	10.5
	45 至 49 歲	1264	9.6
	50 至 54 歲	1056	8.0
	55 至 59 歲	634	4.8
	60 至 64 歲	608	4.6
	65 歲以上	1562	11.9
教育程度	國小及以下	3209	24.4
	國、初中	2386	18.2
	高中、職	4170	31.7
	專科	1660	12.6
	大學及以上	1719	13.1
職業	民意代表、行政主管、企業主管、經理人員及自營商	961	7.3
	專業人士	379	2.9
	技術員	491	3.7
	事務工作人員	773	5.9
	服務工作人員及售貨員	1254	9.6
	農林漁牧工作人員	616	4.7
	技術工	1226	9.3
	體力工	547	4.2
	軍警	144	1.1
	公務員、教師	586	4.5
	家庭主婦	2270	17.3
	學生	1607	12.3
	無業或待業中	2256	17.2
個人收入	15000 元以下	5163	48.3
	15001-30000 元	2296	21.5
	30001-45000 元	1621	15.2
	45001-60000 元	921	8.6
	60001-75000 元	249	2.3
	75001-90000 元	141	1.3
	90001-100000 元	61	0.6
	100001 元以上	236	2.2
家庭收入	15000 元以下	920	13.4
	15001-30000 元	834	12.1
	30001-45000 元	930	13.5
	45001-60000 元	1219	17.7
	60001-75000 元	667	9.7
	75001-90000 元	539	7.8

地區	90001-100000 元	435	6.3
	100001-115000 元	482	7.0
	115001-130000 元	167	2.4
	130001-145000 元	55	0.8
	145001-160000 元	158	2.3
	160001 元以上	467	6.8
	北部	5468	41.2
	中部	3809	28.7
	南部	3368	25.4
	東部	624	4.7

註：表中的數字及百分比為扣除「拒答」及「不知道」後的所計算出的數值。

本研究經過教育程度、性別、年齡、及地區의加權之後，樣本在這四個人口變項上的分佈比例，與台閩地區人口的分佈比例沒有顯著差異，因此，本樣本的研究結果，應可有效的推論到台閩地區。

表 3- 3 家中裝設有線電視有效樣本之樣本結構表

		個數	百分比
性別	<b>男性</b>	5138	51.3
	女性	4876	48.7
年齡	15 至 19 歲	950	9.6
	20 至 24 歲	1228	12.4
	25 至 29 歲	1196	12.1
	30 至 34 歲	1127	11.4
	35 至 39 歲	1046	10.6
	40 至 44 歲	1028	10.4
	45 至 49 歲	948	9.6
	50 至 54 歲	798	8.1
	55 至 59 歲	431	4.4
	60 至 64 歲	397	4.0
	65 歲以上	741	7.5
教育程度	國小及以下	1632	16.5
	國、初中	1778	18.0
	高中、職	3471	35.1
	專科	1471	14.9
	大學及以上	1525	15.4
職業	民意代表、行政主管、企業主管、經理人員及自營商	882	9.0
	專業人士	351	3.6
	技術員	430	4.4
	事務工作人員	686	7.0
	服務工作人員及售貨員	1088	11.0
	農林漁牧工作人員	274	2.8
	技術工	949	9.6
	體力工	383	3.9
	軍警	129	1.3
	公務員、教師	496	5.0

個人收入	學生	1326	13.5
	無業或待業中	1301	13.2
	15000 元以下	3420	41.7
	15001-30000 元	1881	22.9
	30001-45000 元	1421	17.3
	45001-60000 元	851	10.4
	60001-75000 元	227	2.8
	75001-90000 元	133	1.6
	90001-100000 元	59	0.7
家庭收入	100001 元以上	218	2.7
	15000 元以下	354	6.5
	15001-30000 元	539	10.0
	30001-45000 元	692	12.8
	45001-60000 元	1070	19.8
	60001-75000 元	601	11.1
	75001-90000 元	494	9.1
	90001-100000 元	393	7.3
	100001-115000 元	453	8.4
地區	115001-130000 元	164	3.0
	130001-145000 元	51	0.9
	145001-160000 元	151	2.8
	160001 元以上	445	8.2
	北部	4611	46.1
	中部	2603	26.0
	南部	2445	24.5
	東部	341	3.4

註：表中的數字及百分比為扣除「拒答」及「不知道」後的所計算出的數值。

表 3-3 為訂閱有線電視受訪者的樣本結構，其中受訪者的年齡各有一成二的受訪者年齡在 20-24 歲及 25-29 歲之間，其次各約有一成一的受訪者年齡在 30-34 歲及 35-39 歲之間，約有一成左右的受訪者年齡分別在 15-19 歲、40-44 歲、或 45-49 歲之間，因此，本研究的受訪者大部分集中在 15-50 歲之間。受訪者的學歷，其中以高中、職占最多數（35.1%），其次為初中（18%），再來為小學以下（16.5%），大學及以上（15.4%）。受訪者的職業，其中家庭主婦占一成六，學生占一成四，無業或待業中占一成三，服務業占一成。

表 3-4 有線電視訂戶樣本分佈（從系統角度）

	個數	%
吉隆【基隆市】	158	1.6
大世界【基隆市】	38	0.4
長德【台北市】	83	0.8
金頻道【台北市】	106	1.1
大安文山【台北市】	148	1.5
萬象【台北市】	61	0.6
寶福【台北市】	29	0.3
聯維【台北市】	151	1.5
陽明山【台北市】	287	2.9

新台北【台北市】	157	1.6
麗冠【台北市】	42	0.4
新和【台北縣】	57	0.6
永佳樂【台北縣】	159	1.6
大豐【台北縣】	142	1.4
海山【台北縣】	216	2.2
興雙和【台北縣】	160	1.6
新視波【台北縣】	149	1.5
全聯【台北縣】	218	2.2
天外天【台北縣】	104	1.0
紅樹林【台北縣】	69	0.7
北海岸【台北縣】	16	0.2
大新店民主【台北縣】	48	0.5
新唐城【台北縣】	89	0.9
觀天下【台北縣】	67	0.7
家和【台北縣】	129	1.3
北桃園【桃園縣】	183	1.8
北健【桃園縣】	165	1.7
南桃園【桃園縣】	436	4.4
新竹振道【新竹市】	191	1.9
北視【新竹縣】	200	2.0
信和【苗栗縣】	100	1.0
吉元【苗栗縣】	148	1.5
群健【台中市】	422	4.2
西海岸【台中縣】	179	1.8
海線【台中縣】	17	0.2
豐盟【台中縣】	225	2.2
大屯【台中縣】	117	1.2
威達【台中縣】	59	0.6
大埔里傳播股份有限公司【南投縣】	75	0.8
吉尙有線播送系統【南投縣】	21	0.2
源煌有線播送系統【南投縣】	3	0.0
泰山電器行【南投縣】	2	0.0
新頻道【彰化縣】	115	1.2
三大【彰化縣】	200	2.0
佳聯【雲林縣】	158	1.6
北港【雲林縣】	73	0.7
世新【嘉義市】	198	2.0
國聲【嘉義縣】	2	0.0
大揚【嘉義縣】	75	0.8
三冠王【台南市】	175	1.7
雙子星【台南市】	157	1.6
新永安【台南縣】	163	1.6
南天【台南縣】	160	1.6
慶聯【高雄市】	315	3.1
大信【高雄市】	94	0.9
港都【高雄市】	188	1.9
大高雄【高雄市】	102	1.0
吉國【高雄縣】	165	1.6



高豐【高雄縣】	25	0.2
鳳信【高雄縣】	276	2.8
觀昇【屏東縣】	144	1.4
屏南【屏東縣】	103	1.0
東台有線播送系統【台東縣】	10	0.1
東台【台東縣】	18	0.2
東海岸有線播送系統【台東縣】	3	0.0
年進有線播送系統【台東縣】	4	0.0
聯禾【宜蘭縣】	152	1.5
洄瀾【花蓮縣】	66	0.7
東亞【花蓮縣】	30	0.3
名城事業股份有限公司【金門縣】	27	0.3
澎湖【澎湖縣】	35	0.3
祥通有線播送系統【連江縣】	3	0.0
* 高苑【高雄縣】	31	0.3
* 全南投【南投縣】	15	0.2
* 中投【南投縣】	25	0.3
* 北彰化【彰化縣】	9	0.1
* 彰視(彰化有線電視)【彰化縣】	18	0.2
* 南彰化【彰化縣】	2	0.0
拒答／不知道	1254	12.5
總和	10014	100.0

註：1・實際訪問成功 13,339 份，普及率 76.2%。

2・「\*」者未在問卷的業者名單中，可能是購併前後的公司名稱，有待查證與歸併。

本研究在電話訪談的問卷中，有一題詢問受訪者是否知道他們家的有線電視系統是什麼名字，如果受訪者無法記起來其系統名稱，本研究提供全台灣省的系統名稱給電訪員，電訪員可以根據受訪者的區域來提醒受訪者，在那個地區的系統有哪些。上表的資料就是受訪者所屬的有線電視系統的比例。

#### 四、媒體使用情形

表 3-5 每天收看電視時數

	個數	%
完全不看	126	1.3
很少（半小時以下）	407	4.2
半小時～1 小時	648	6.6
1～2 小時	2063	21.0
2～3 小時	2374	24.2
3～4 小時	1345	13.7
4～5 小時	847	8.6
5 小時以上	1992	20.3
總和	9802	100.0

表 3-5 的資料是有關於受訪者平均每天看電視的時數，從此表的資料中可以看到，受訪者看電視的時數集中在一到四小時之間。約有二成四的受訪者，每天看電視的時間平均為二到三小時，二成一的受訪者，每天看一到二小時，約有一成四左右的受訪者，每天看電視在三到四小時之間。另外，竟然有二成的受訪者，每天看電視的時間在五小時以上。

表 3-6 最常收看的電視頻道

頻道名稱	回答次數	佔回答次數百分比	頻道名稱	回答次數	佔回答次數百分比
TVBS-N	1834	5.6	華視	1299	3.9
Era news 年代	471	1.4	TVBS	1049	3.2
東森新聞 S 頻道	204	.6	東森綜合台	379	1.2
東森新聞台	2480	7.5	八大綜合台	545	1.7
三立新聞台	1613	4.9	三立都會台	1179	3.6
民視新聞台	1352	4.1	三立台灣台	1222	3.7
中天新聞台	1715	5.2	緯來綜合台	218	.7
環球新聞財經台	88	.3	衛視合家歡台	20	.1
慈悲新聞台	37	.1	環球綜合台	26	.1
非凡新聞台	293	.9	華頌綜合台	20	.1
真相政經新聞網	52	.2	超視	206	.6
東森洋片台	318	1.0	八大第一台	90	.3
東森電影台	671	2.0	衛視中文台	361	1.1
衛視電影台	441	1.3	公共電視	132	.4
衛視西片台	271	.8	東風衛視台	286	.9
緯來電影台	483	1.5	TVBS-G	262	.8
好萊塢電影台	209	.6	中天娛樂台	54	.2
龍祥電影台	163	.5	MUCH TV	129	.4
HBO	2044	6.2	東森戲劇台	122	.4
CINEMAX	216	.7	緯來戲劇台	130	.4
Hallmark	81	.2	華人戲劇台	12	.0
AXN	221	.7	八大戲劇台	85	.3
民視	1854	5.6	華人商業台	3	.0
台視	1231	3.7	中華財經台	14	.0
中視	1399	4.3	恒生財經台	17	.1

華爾街財經台	13	.0	人間衛視	25	.1
運通財經台	10	.0	TVB8 頻道	3	.0
非凡商業台	54	.2	中原衛星電視台	4	.0
緯來日本台	317	1.0	中華企業	2	.0
國興衛視	124	.4	知識頻道 KNOWLEDGE ADVENTURE	20	.1
NHK	53	.2	國衛頻道	12	.0
JET TV	76	.2	歐棚衛視	19	.1
CNN International	10	.0	好消息衛星電視台	14	.0
BBC WORLD	9	.0	蓬萊仙山頻道	10	.0
ESPN	323	1.0	國寶衛視	3	.0
緯來體育台	661	2.0	華藏衛星電視台	8	.0
衛視體育台	247	.8	台灣衛星電視台	4	.0
MTV 音樂電視	175	.5	台藝衛星電視台	16	.0
先進音樂	10	.0	中天資訊台	16	.0
九太有線音樂頻道	7	.0	Z 頻道	29	.1
阿里山台灣音樂台	11	.0	新朝日衛星頻道	15	.0
Channel V	124	.4	YoYoABC A 台	10	.0
音樂坊	16	.0	YoYoABC B 台	7	.0
東森購物一台	38	.1	YoYoABC C 台	1	.0
東森購物二台	21	.1	尼可兒童卡通頻道	13	.0
VOYAGE 頻道	13	.0	慈濟 1 台	13	.0
Animal Plant	48	.1	慈濟 2 台	2	.0
霹靂衛星電視	44	.1	慈濟 3 台	2	.0
客家衛星電視台	8	.0	東森戲曲頻道	2	.0
DISCOVERY	864	2.6	東森健康頻道	4	.0
太陽衛視	6	.0	東森高爾夫頻道	1	.0
國家地理頻道	460	1.4	限制級電影頻道	2	.0
客家電視	12	.0	HAPPY	1	.0
彩虹頻道	2	.0	HOT	3	.0
Cartoon Network	24	.1	澳洲 ABC 電視台	0	.0
迪士尼頻道	140	.4	Channel News Asia	1	.0
東森幼幼台	281	.9	拒答／不知道	500	1.5
大愛	309	.9			
法界弘法衛星電視台	42	.1		32915	100.0
衛普電視台	3	.0			

說明：此題為複選題，每個人不只回答一項，所以回答次數會  
超過回答人數之 10,014 人！

表 3- 7 最常收看的前五十個頻道（台閩地區）

01	東森新聞台	2480	7.5
02	HBO	2044	6.2
03	民視	1854	5.6
04	TVBS-N	1834	5.6
05	中天新聞台	1715	5.2
06	三立新聞台	1613	4.9
07	中視	1399	4.3
08	民視新聞台	1352	4.1
09	華視	1299	3.9
10	台視	1231	3.7
11	三立台灣台	1222	3.7
12	三立都會台	1179	3.6
13	TVBS	1049	3.2
14	DISCOVERY	864	2.6
15	東森電影台	671	2
16	緯來體育台	661	2
17	八大綜合台	545	1.7
18	緯來電影台	483	1.5
19	Era news 年代	471	1.4
20	國家地理頻道	460	1.4
21	衛視電影台	441	1.3
22	東森綜合台	379	1.2
23	衛視中文台	361	1.1
24	ESPN	323	1
25	東森洋片台	318	1
26	緯來日本台	317	1
27	大愛	309	0.9
28	非凡新聞台	293	0.9
29	東風衛視台	286	0.9
30	東森幼幼台	281	0.9
31	衛視西片台	271	0.8
32	TVBS-G	262	0.8
33	衛視體育台	247	0.8
34	AXN	221	0.7
35	緯來綜合台	218	0.7
36	CINEMAX	216	0.7
37	好萊塢電影台	209	0.6

38	超視	206	0.6
39	東森新聞 S 頻道	204	0.6
40	MTV 音樂電視	175	0.5
41	龍祥電影台	163	0.5
42	迪士尼頻道	140	0.4
43	公共電視	132	0.4
44	緯來戲劇台	130	0.4
45	MUCH TV	129	0.4
46	國興衛視	124	0.4
47	Channel V	124	0.4
48	東森戲劇台	122	0.4
49	八大第一台	90	0.3
50	環球新聞財經台	88	0.3

表 3-7 的資料是所有受訪者提到最常看的前五十個頻道的排行表，從此表的資料可以看到，受訪者提到最常收看的頻道包括無線四台，還有東森、中天、三立、民視、TVBS-N 等五個新聞頻道，而進入前十大頻道的電影頻道僅有 HBO，至於公視雖然進入受訪者提到最常收看的前五十個頻道，但排名在四十幾名左右，表 3-7 的資料是受訪者回答最常收看的頻道加以整理後排出來的最常收看的前五十個頻道，但是並不等於收視率（本題受訪者在回答時並未經訪員提示，由受訪者直接說出最常收看的頻道有哪些）。

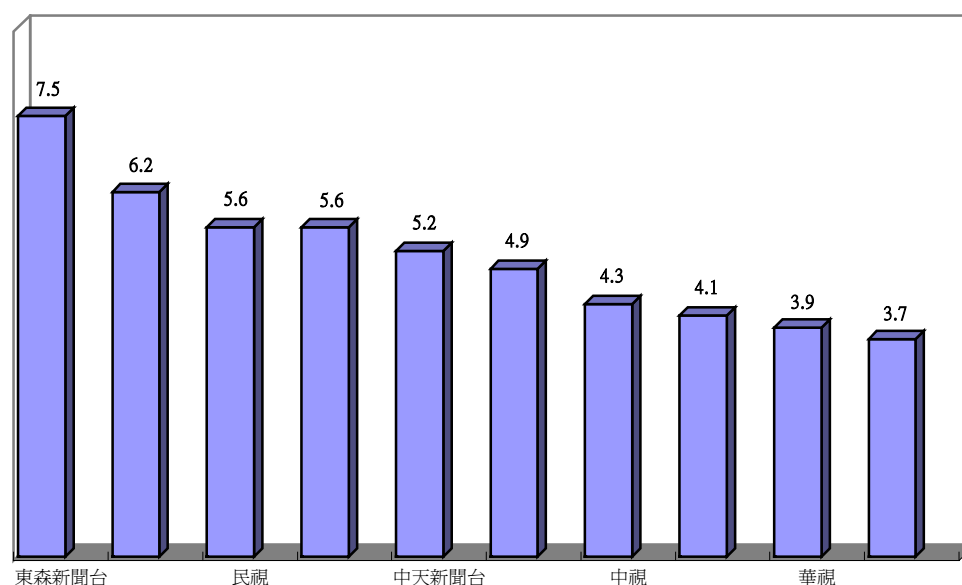


圖 3-2 最常收看之前十個頻道（台閩地區）

表 3-7-1 最常收看的前五十個頻道（北部地區）

01	東森新聞台	1170	7.7
02	HBO	1016	6.6
03	TVBS-N	907	5.9
04	中天新聞台	863	5.6
05	民視	741	4.8
06	三立新聞台	686	4.5
07	中視	612	4
08	民視新聞台	596	3.9
09	華視	584	3.8
10	TVBS	532	3.5
11	台視	525	3.4
12	三立都會台	476	3.1
13	三立台灣台	463	3
14	DISCOVERY	436	2.9
15	東森電影台	316	2.1
16	緯來體育台	294	1.9
17	Era news 年代	258	1.7
18	國家地理頻道	254	1.7
19	八大綜合台	238	1.6
20	緯來電影台	232	1.5
21	衛視電影台	202	1.3
22	緯來日本台	189	1.2
23	東森綜合台	177	1.2
24	東風衛視台	163	1.1
25	ESPN	157	1
26	非凡新聞台	152	1
27	衛視中文台	151	1
28	大愛	141	0.9
29	TVBS-G	140	0.9
30	東森洋片台	136	0.9
31	衛視西片台	129	0.8
32	衛視體育台	119	0.8
33	東森幼幼台	119	0.8
34	CINEMAX	110	0.7
35	好萊塢電影台	107	0.7
36	超視	107	0.7
37	AXN	103	0.7

38	東森新聞 S 頻道	99	0.6
39	緯來綜合台	91	0.6
40	MTV 音樂電視	89	0.6
41	國興衛視	80	0.5
42	龍祥電影台	73	0.5
43	公共電視	67	0.4
44	Channel V	67	0.4
45	緯來戲劇台	58	0.4
46	MUCH TV	57	0.4
47	迪士尼頻道	56	0.4
48	東森戲劇台	54	0.4
49	JET TV	50	0.3
50	八大戲劇台	46	0.3

表 3-7-1 的資料乃是以北部地區的受訪者為基準，計算出來受訪者提到最常收看的前五十個頻道的排行表，這個排行表與前一個表的排行表差異不大，前十名除了台視由 TVBS 取代之外，其它的頻道沒有改變，公共電視也是排名在四十三名左右。

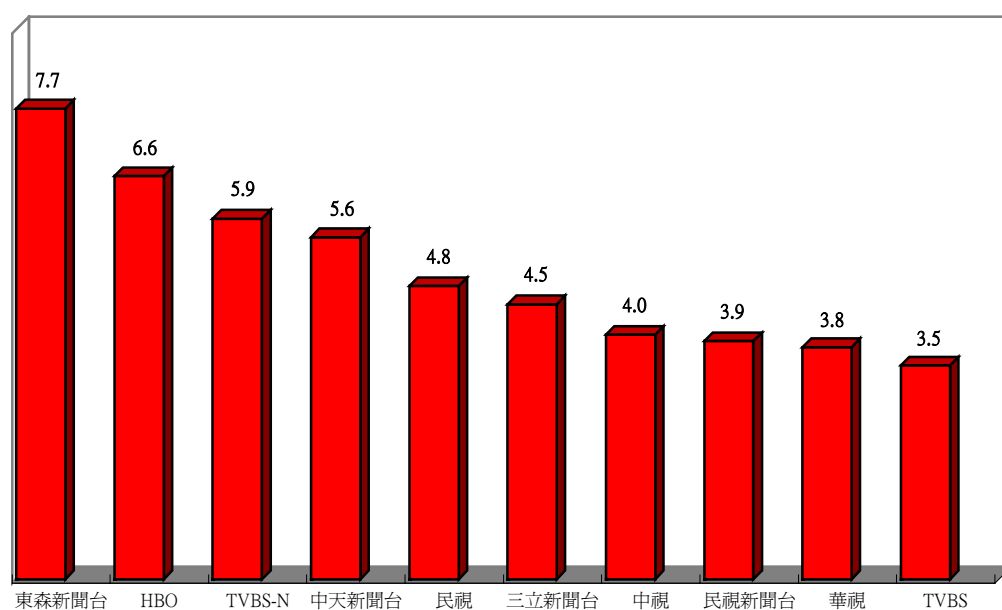


圖 3-3 最常收看之前十個頻道（北部地區）

表 3-7-2 最常收看的前五十個頻道（中部地區）

01	東森新聞台	634	7.4
02	民視	544	6.4
03	HBO	489	5.7
04	三立新聞台	455	5.4
05	TVBS-N	425	5
06	中視	420	4.9
07	三立台灣台	412	4.8
08	華視	380	4.5
09	台視	368	4.3
10	中天新聞台	367	4.3
11	三立都會台	363	4.3
12	民視新聞台	356	4.2
13	TVBS	228	2.7
14	DISCOVERY	194	2.3
15	八大綜合台	164	1.9
16	緯來體育台	164	1.9
17	東森電影台	161	1.9
18	衛視電影台	121	1.4
19	緯來電影台	118	1.4
20	國家地理頻道	99	1.2
21	衛視中文台	96	1.1
22	東森綜合台	95	1.1
23	Era news 年代	94	1.1
24	東森洋片台	88	1
25	大愛	84	1
26	東森幼幼台	81	0.9
27	ESPN	75	0.9
28	非凡新聞台	69	0.8
29	緯來日本台	68	0.8
30	衛視西片台	67	0.8
31	衛視體育台	67	0.8
32	緯來綜合台	60	0.7
33	TVBS-G	60	0.7
34	好萊塢電影台	58	0.7
35	東森新聞 S 頻道	52	0.6
36	AXN	50	0.6
37	龍祥電影台	49	0.6



38	東風衛視台	48	0.6
39	CINEMAX	46	0.5
40	迪士尼頻道	46	0.5
41	超視	44	0.5
42	緯來戲劇台	39	0.5
43	MTV 音樂電視	34	0.4
44	MUCH TV	33	0.4
45	東森戲劇台	28	0.3
46	公共電視	26	0.3
47	Channel V	23	0.3
48	Hallmark	22	0.3
49	八大第一台	21	0.2
50	環球新聞財經台	20	0.2

表 3-7-2 也是受訪者提到最常收看的前五十個頻道的排行表，主要是以中部地區的受訪者的資料來加以排序，與北部地區比較不一樣的地方是，民視在中部地區排名第二，而北部地區民視是排名第五，另外，三立台灣台在中部地區排名第七，可是在北部地區排名第十三，此外，TVBS 在中部地區排名第十三，但在北部地區排名第十，而 HBO 在中部地區的排名第三，稍微落後北部地區的排名第二，最後，公共電視在中部地區的排名也落後到四十六名，落後於北部地區的四十三名。

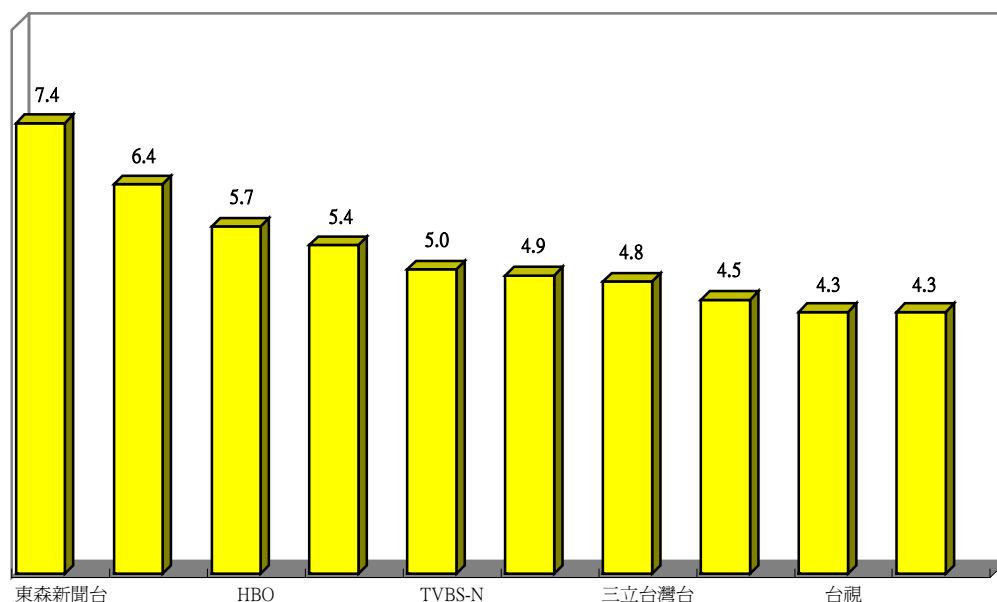


圖 3-4 最常收看之前十個頻道（中部地區）

表 3-7-3 最常收看的前五十個頻道（南部地區）

01	東森新聞台	587	7.4
02	民視	508	6.4
03	HBO	482	6.1
04	TVBS-N	442	5.6
05	三立新聞台	421	5.3
06	中天新聞台	419	5.3
07	民視新聞台	349	4.4
08	三立台灣台	315	4
09	三立都會台	302	3.8
10	中視	301	3.8
11	台視	279	3.5
12	華視	279	3.5
13	TVBS	260	3.3
14	DISCOVERY	200	2.5
15	緯來體育台	182	2.3
16	東森電影台	163	2.1
17	八大綜合台	127	1.6
18	Era news 年代	105	1.3
19	衛視電影台	101	1.3
20	緯來電影台	99	1.2
21	衛視中文台	98	1.2
22	東森綜合台	93	1.2
23	ESPN	83	1
24	國家地理頻道	82	1
25	東森洋片台	78	1
26	大愛	76	1
27	東森幼幼台	72	0.9
28	非凡新聞台	65	0.8
29	衛視西片台	65	0.8
30	東風衛視台	63	0.8
31	AXN	61	0.8
32	緯來綜合台	58	0.7
33	TVBS-G	58	0.7
34	緯來日本台	58	0.7
35	衛視體育台	58	0.7
36	CINEMAX	55	0.7
37	超視	48	0.6

38	東森新聞 S 頻道	46	0.6
39	MTV 音樂電視	45	0.6
40	好萊塢電影台	40	0.5
41	MUCH TV	37	0.5
42	東森戲劇台	35	0.4
43	龍祥電影台	34	0.4
44	公共電視	34	0.4
45	迪士尼頻道	34	0.4
46	國興衛視	32	0.4
47	Channel V	29	0.4
48	環球新聞財經台	23	0.3
49	八大第一台	21	0.3
50	緯來戲劇台	21	0.3

表 3-7-3 的資料為南部地區的受訪者提到最常收看的前五十個頻道排行表，南部地區的前五十個頻道排行表，與中部地區比較類似，但是與北部地區，就有更大的差異，無線四台中的台視與華視，在南部地區已經落後到十一及十二名，而民視也是排名第二，與中部地區類似，另外，三立都會台及三立台灣台在南部地區皆進入前十名，而 TVBS 在南部地區也落到第十三名，公共電視在南部地區為四十四名，而 HBO 在南部地區則是第三名，因此，從北、中、南三區來看，中部地區的口味比北部地區更為本土，而南部地區又比中部地區更為本土。

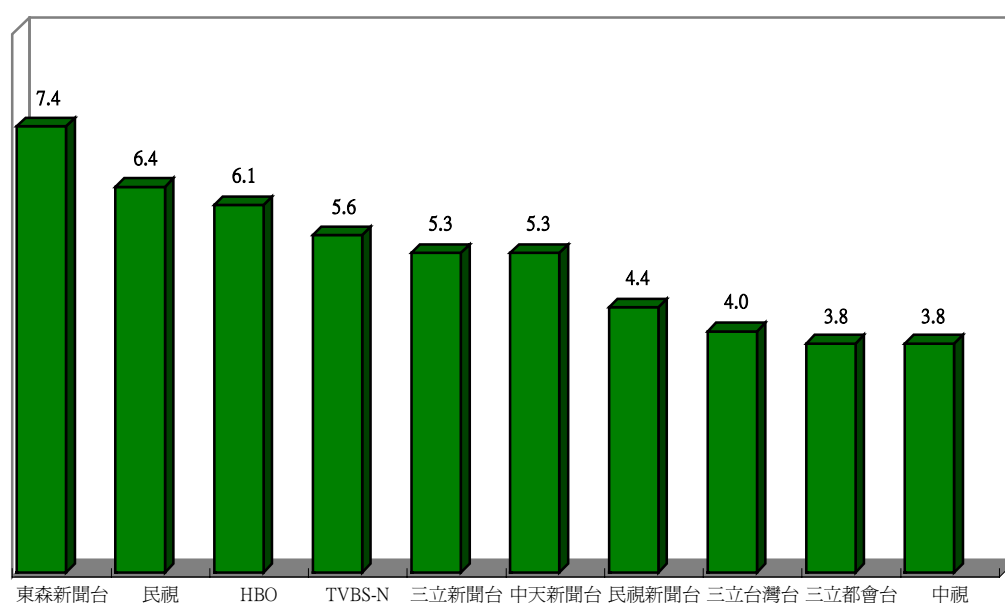


圖 3-5 最常收看之前十個頻道（南部地區）

表 3-7-4 最常收看的前五十個頻道（東部地區）

01	東森新聞台	87	7.6
02	中天新聞台	65	5.7
03	中視	65	5.7
04	民視	61	5.3
05	台視	59	5.2
06	TVBS-N	57	4.9
07	HBO	55	4.8
08	華視	55	4.8
09	民視新聞台	51	4.5
10	三立新聞台	47	4.1
11	三立都會台	38	3.3
12	緯來電影台	34	3
13	DISCOVERY	33	2.9
14	東森電影台	31	2.7
15	三立台灣台	31	2.7
16	TVBS	29	2.6
17	國家地理頻道	23	2
18	緯來體育台	20	1.7
19	衛視電影台	17	1.5
20	東森洋片台	16	1.4
21	八大綜合台	16	1.4
22	東森綜合台	14	1.2
23	衛視中文台	14	1.3
24	Era news 年代	13	1.2
25	緯來戲劇台	12	1.1
26	東風衛視台	11	0.9
27	衛視西片台	10	0.9
28	AXN	9	0.7
29	緯來綜合台	9	0.8
30	東森幼幼台	9	0.8
31	東森新聞 S 頻道	7	0.6
32	龍祥電影台	7	0.6
33	超視	7	0.6
34	ESPN	7	0.6
35	MTV 音樂電視	7	0.6
36	非凡新聞台	6	0.6
37	Channel V	6	0.5

38	大愛	6	0.5
39	環球新聞財經台	5	0.5
40	東森戲劇台	5	0.5
41	好萊塢電影台	4	0.4
42	CINEMAX	4	0.4
43	公共電視	4	0.4
44	TVBS-G	4	0.4
45	衛視體育台	4	0.3
46	東森購物一台	4	0.3
47	Animal Plant	4	0.3
48	環球綜合台	3	0.3
49	八大第一台	3	0.3
50	非凡商業台	3	0.2

表 3-7-4 是東部地區受訪者提到最常收看的前五十個頻道的排行表，比較特殊地方是中天新聞台在東部地區排名第二，而 HBO 在東部地區排名竟落到第七名，三立台灣台在東部地區排名第十五名，無線商業四台在東部地區都進入前十名，除了無線商業四台以外，進入前十名的還包括東森新聞台、中天新聞台、TVBS-N、民視新聞台、三立新聞台等五個新聞台。所以，東部地區所偏好的頻道，與中、南部地區所偏好的頻道有一些差距，中、南部地區的民眾似乎比較偏好本土屬性的頻道，而東部地區的民眾就看不出來有這樣的偏好。

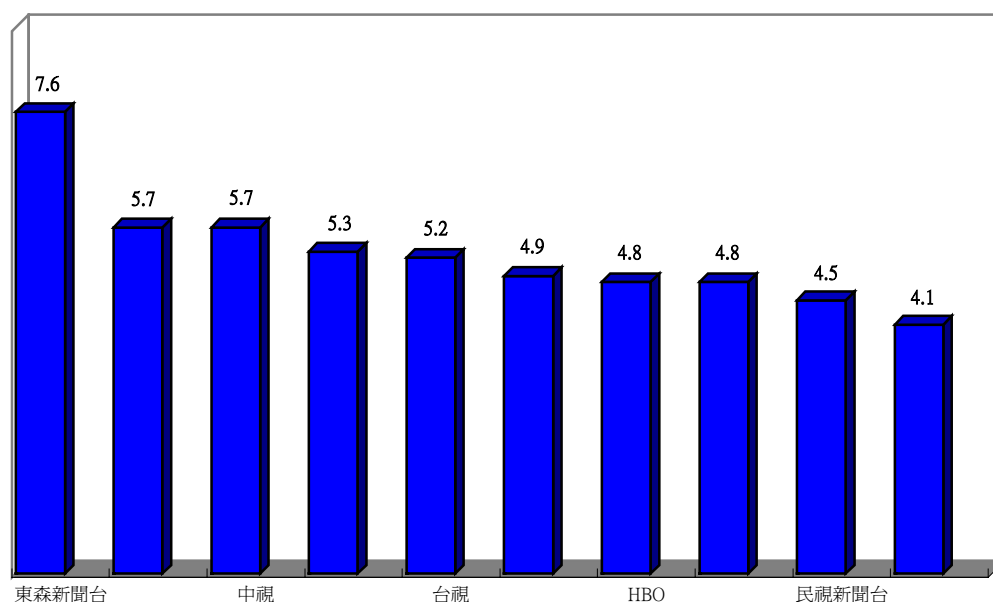


圖 3-6 最常收看之前十個頻道（東部地區）

表 3-8 每天收聽廣播時數

	個數	%
完全沒聽	5930	60.0
15分鐘以下	435	4.4
15分～30分	465	4.7
30分～1小時	864	8.7
1～2小時	848	8.6
2～3小時	308	3.1
3～4小時	184	1.9
4～5小時	120	1.2
5小時以上	728	7.4
總和	9882	100.0

表 3-8 的資料是受訪者每天平均聽廣播的時間，有六成左右的受訪者完全沒有聽廣播，約有一成七左右的受訪者，每天聽廣播的時間在三十分鐘到兩小時之間。

表 3-9 每天閱讀報紙時數

	個數	%
完全沒看	3701	37.4
15分鐘以下	970	9.8
15分～30分	1725	17.4
30分～1小時	2260	22.8
1～2小時	1021	10.3
2～3小時	151	1.5
3～4小時	41	0.4
4～5小時	12	0.1
5小時以上	12	0.1
總和	9892	100.0

表 3-9 的資料是詢問受訪者平均一天看報紙的時間，從此表的資料可以看出，約有三成七的受訪者完全不看報紙，約有二成三左右的受訪者，平均每天看報紙半小時到一小時之間，其次，約有一成七左右的受訪者，平均每天看報紙十五分鐘到三十分鐘之間，另外，各有約一成左右的受訪者看報紙的時間，各為十五分鐘以內，或一到兩小時之間。

表 3- 10 平均一週看雜誌時數

	個數	%
完全不看	5948	60.8
30分鐘以下	1061	10.8
30分～1小時	714	7.3
1～2小時	929	9.5
2～3小時	471	4.8
3～4小時	194	2.0
4～5小時	97	1.0
5小時以上	377	3.8
總和	9790	100.0

表 3-10 的資料是受訪者平均一個禮拜看雜誌的時數，從此表的資料中可以看到，有六成一左右的受訪者完全不看雜誌，一成一左右的受訪者，每個禮拜看雜誌的時間在三十分鐘以下，約一成左右的受訪者，每個禮拜看雜誌的時間在一到兩小時之間，再來，約有 7%左右的受訪者，每個禮拜看雜誌的時間在三十分鐘到一小時之間。

表 3- 11 平均一個月看電影的次數

	個數	%
完全不看	7745	77.9
1～2次	1912	19.2
3～4次	227	2.3
5～6次	37	0.4
7～8次	8	0.1
9次以上	20	0.2
總和	9948	100.0

表 3-11 的資料是受訪者一個月平均去電影院看電影的次數，從這個表的資料可以看到，約有七成八左右的受訪者完全不去看電影，其次，約有一成九的受訪者，每個月平均看電影的次數在一到二次之間，從此表的資料可以看出目前看電影的人數非常的少。

表 3- 12 平均一天上網時數

	個數	%
從不上網	5077	51.1
30分鐘以下	642	6.5
30分～1小時	683	6.9
1～2小時	1196	12.0
2～3小時	795	8.0
3～4小時	442	4.4
4～5小時	281	2.8
5小時以上	819	8.2
總和	9935	100.0

表 3-12 的資料是受訪者平均一天上網的時間，此表的資料顯示約有五成一的受訪者從來不上網，一成二的受訪者表示，他們一天上網的時數在一到兩小時之間，另外，各有 8%的受訪者表示，他們一天上網的時間分別在二到三小時之間，或五小時以上，最後，各有約 7%的受訪者表示，他們平均一天上網的時間，分別在三十分鐘以下，或三十分鐘到一小時之間。



## 五、收視滿意度

表 3- 13 有線電視系統畫面品質清晰良好

	個數	%
不同意	1064	10.8
普通	3340	33.8
同意	5463	55.4
總和	9866	100.0

本研究以一到七分分別表示非常不同意、不同意、有點不同意、普通、有點同意、同意、非常同意等七個滿意度的程度，本研究在做資料分析的時候，將非常不同意、不同意及有點同意合併為不同意，另外，也將非常同意、同意及有點同意合併為同意，以下所有題目都以相同的方式來整理資料，本研究在下面各個題項說明時候就不加贅述。表 3-13 的資料是有關於受訪者對於有線電視系統畫面品質清晰良好的滿意度，此表的資料顯示，一半以上的受訪者（55.4%）對於有線電視系統畫面的品質清晰還頗為滿意，僅有約一成左右的受訪者表示不滿意。

表 3-13- 1 「有線電視系統畫面品質」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4562	4.88	1.32	9.34	0.0000	(2)與(1)(3)(4) (3)與(1)
(2)中部	2563	4.71	1.40			
(3)南部	2393	4.79	1.40			
(4)東部	336	4.87	1.50			
全體	9853	4.81	1.37			

本研究將系統畫面品質的滿意度分為北、中、南、東區，然後再以 One-Way ANOVA 來分析北、中、南、東四區在這一個題項的滿意度，是否有顯著的差異。統計分析的結果發現，這四個地區在系統畫面品質的滿意度上，有顯著的差異（ $F = 9.34$ ， $p = .000$ ），由表中的資料顯示，其中，北部地區的滿意度最高（平均數 = 4.88），再來為東部地區（平均數 = 4.87），再來為南部地區（平均數 = 4.79），滿意度最低的為中部地區（平均數 = 4.71），其中，中部地區的滿意度與其他三個地區有顯著的差異，而南部地區與北部地區也有顯著的差異。

表 3-14 有線電視系統常常中斷訊號

	個數	%
不同意	4944	50.4
普通	2304	23.5
同意	2559	26.1
總和	9808	100.0

表 3-14 的資料是受訪者對有線電視系統是否常常中斷訊號的同意程度，此表的資料顯示有一半以上的受訪者（50.4%）表示不同意此種說法，換句話說，約有八成左右的受訪者表示他們家的有線電視系統，並沒有常常中斷訊號，僅有二成六的受訪者表示他們家的有線電視系統常常中斷訊號。

表 3-14-1 「有線電視系統訊號穩定」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4536	4.73	1.66	14.11	0.0000	(1)與(2)(3)(4)
(2)中部	2538	4.48	1.70			
(3)南部	2383	4.55	1.71			
(4)東部	337	4.42	1.78			
全體	9794	4.61	1.69			

與上一題同樣的情形，本研究將有線電視系統訊號的滿意度分為四區，然後再比較四區的滿意度是否有顯著的差異，因為這一個題目是反向題，因此，本研究在進行 One-Way ANOVA 的分析時，將此題的資料 recode，也就是說，將同意的登錄為不滿意，將不同意的登錄為滿意，將資料重新登錄之後，本研究進行統計分析，分析結果發現，北部地區在系統訊號穩定的滿意度上最高，其次為南部地區，再來為中部地區，滿意度最低的為東部地區，其中，又以北部地區與其他三個地區具有顯著的差異。

表 3-15 有線電視系統常常任意關閉頻道

	個數	%
不同意	5372	59.7
普通	1745	19.4
同意	1889	21.0
總和	9006	100.0

表 3-15 的資料是詢問受訪者，他們家的有線電視是否常常任意關閉一些頻道，此表的資顯示，有六成左右的受訪者不同意這種說法，換言之，也就是有

六成左右的受訪者，表示他們家的有線電視系統，不會任意關閉一些頻道，因此，這一個題項的滿意度也在五成以上，不滿意的受訪者僅有二成一左右。

表 3-15-1 「有線電視系統不任意關閉頻道」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4119	5.05	1.72	25.74	0.0000	(2)與(1)(3)(4)
(2)中部	2340	4.67	1.79			
(3)南部	2211	5.02	1.74			
(4)東部	321	4.94	1.83			
全體	8992	4.94	1.75			

這一個題項也是一個反向題，因此，本研究在進行 One-Way ANOVA 的統計分析之前，也先將資料重新登錄，再進行統計分析，資料分析的結果顯示，有線電視系統在不任意關閉頻道的滿意度上，在四個地區也呈現顯著的差異（ $F = 25.74$ ， $p = .000$ ），其中以北部地區的滿意度最高，其次為南部地區，再來為東部地區，而滿意度最低的為中部地區，本研究經過事後分析的比較發現，只有北部地區的滿意度與其他三個地區呈現顯著的差異，也就是說，北部地區的受訪者，在這一個題項的滿意度上，顯著的高於中、南、東三區的受訪者。

表 3-16 有線電視廣告很多

	個數	%
不同意	1204	12.4
普通	2186	22.5
同意	6318	65.1
總和	9707	100.0

表 3-16 的資料是詢問受訪者，他們家的有線電視廣告是不是很多，此表的資料顯示，有六成五的受訪者表示同意這種說法，換言之，也就是有六成五的受訪者認為有線電視廣告很多。

表 3-16-1 「有線電視廣告數量」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4485	2.93	1.55	10.68	0.0000	(2)與(1)(3)(4)
(2)中部	2517	2.72	1.53			
(3)南部	2364	2.86	1.59			
(4)東部	330	3.04	1.72			
全體	9695	2.86	1.56			

有線電視廣告數量的滿意度，在四個地區也呈現顯著的差異，以東部地區的滿意度最高，其次為北部地區，再來為南部地區，而滿意度最低的為中部地區，其中，以中部地區的滿意度跟其他三個地區的滿意度呈現顯著差異。

表 3-17 有線電視購物頻道很多

	個數	%
不同意	1976	22.1
普通	2490	27.9
同意	4475	50.1
總和	8941	100.0

表 3-17 的資料是詢問受訪者，他們家的有線電視購物頻道是不是很多，此表的資料顯示有五成的受訪者表示，他們同意他們家的有線電視購物頻道很多，僅有二成二的受訪者不同意此種說法，換言之，有一半以上的受訪者認為有線電視購物頻道很多。

表 3-17-1 「有線電視購物頻道數量」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4113	3.46	1.60	8.37	0.0000	(4)與(1)(2)(3) (1)與(2)
(2)中部	2318	3.31	1.61			
(3)南部	2196	3.40	1.66			
(4)東部	305	3.74	1.80			
全體	8932	3.42	1.62			

這一個題項也是一個反向題，因此，本研究在進行 One-Way ANOVA 的統計分析時，先進行資料的重新登錄，重新登錄之後再進行統計分析。統計分析的結果顯示，東部地區的受訪者對於有線電視購物頻道的數量的滿意度最高（平均數＝3.74），其次為北部地區的受訪者，再來為南部地區的受訪者，而中部地區的受訪者，對於有線電視購物頻數量的滿意度最低。再經過事後分析結果發現，以

東部地區的滿意度，顯著的高於北、中、南三區的受訪者，而北部地區的受訪者，在這一個題項的滿意度也顯著的高於中部地區的受訪者。

表 3- 18 有線電視常出現系統業者的跑馬燈廣告

	個數	%
不同意	2284	24.4
普通	1964	21.0
同意	5118	54.6
總和	9366	100.0

表 3-18 的資料是詢問受訪者，他們家的有線電視是否常常出現系統業者的跑馬燈廣告，此表的資料顯示，有五成五左右的受訪者同意此種說法，僅有二成四的受訪者不同意這個題項，換言之，有五成五左右的受訪者非常不滿意他/她們家有線電視的跑馬燈廣告，滿意的受訪者僅有二成四。

表 3-18- 1 「有線電視系統跑馬燈廣告數量」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4323	3.48	1.80	18.92	0.0000	(1)與(2)(3)(4) (2)與(3)
(2)中部	2439	3.13	1.76			
(3)南部	2269	3.35	1.83			
(4)東部	323	3.26	1.94			
全體	9355	3.35	1.81			

這一個題目也是一個反向題，因此，本研究在進行 One-Way ANOVA 的統計分析時，先行將資料重新登錄，再進行統計運算。統計分析及事後分析的結果，整理於表中。表 3-18-1 的資料顯示，對於有線電視系統跑馬燈廣告數量的滿意度，以北部地區的受訪者滿意度最高，其次為南部地區，再來為東部地區，而中部地區，在此一題項的滿意度最低。其中又以北部地區的滿意度顯著的高於中、南、東三區的滿意度，而南部地區的滿意度也顯著的高於中部地區的滿意度。

表 3- 19 有線電視系統頻道數量夠多

	個數	%
不同意	786	8.1
普通	1613	16.7
同意	7276	75.2
總和	9675	100.0

表 3-19 的資料是詢問受訪者，他們家的有線電視頻道數量是否夠多，七成五左右的受訪者表示同意他們家的有線電視頻道數量夠多，僅有 8.1% 的受訪者不同意此一題項，因此，有七成五以上的受訪者，滿意他們家有線電視的頻道數量。

表 3-19-1 「有線電視系統頻道數量」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4472	5.50	1.38	11.05	0.0000	(1)與(2)(4) (3)與(2)(4)
(2)中部	2511	5.32	1.44			
(3)南部	2350	5.47	1.42			
(4)東部	329	5.22	1.53			
全體	9662	5.43	1.41			

本研究將有線電視系統頻道數量，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 的統計分析，統計運算的結果顯示，對於頻道數量的滿意度最高的為北部地區的受訪者，其次為南部地區，再來是中部地區，滿意度最低的為東部地區的受訪者，而事後分析的結果顯示，北部地區的受訪者在這個題項的滿意度顯著的高於中部及東部地區，同樣的，南部地區的受訪者在這個題項的滿意度，也顯著的高於中部及東部地區。

表 3-20 有線電視節目很多樣

	個數	%
不同意	1350	14.1
普通	2525	26.4
同意	5677	59.4
總和	9552	100.0

表 3-20 是詢問受訪者，他們家的有線電視節目是否很多樣，有五成九的受訪者表示同意此種說法，僅有一成四的受訪者不同意這樣的說法，因此，五成以上的受訪者對於有線電視節目的多樣性相當滿意。

表 3-20-1 「有線電視節目多樣」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4403	4.95	1.44	8.79	0.0000	(1)與(2)(3)(4)
(2)中部	2490	4.78	1.49			
(3)南部	2328	4.86	1.57			
(4)東部	319	4.70	1.46			
全體	9540	4.88	1.49			

本研究就有線電視節目的多樣性，依北、中、南、東四區進行 One-Way ANOVA 的統計分析，分析結果顯示，在節目多樣性的滿意度上，以北部地區的受訪者滿意度最高，其次為南部地區，接下來為中部地區的受訪者，滿意度最低的為東部地區的受訪者。而事後分析的結果顯示，北部地區在節目多樣性的滿意度上顯著的高於中、南、東三區的受訪者。

表 3-21 有線電視節目重播率很高

	個數	%
不同意	714	7.4
普通	1404	14.5
同意	7583	78.2
總和	9701	100.0

表 3-21 是詢問受訪者，他們家的有線電視重播率是否很高，有七成八的受訪者表示同意這種說法，僅有 7.4%的受訪者不同意這種說法，這也是一個反向題，因此，同意就表示不滿意，換言之，有七成八的受訪者不滿意有線電視節目的重播率，僅有 7.4%的受訪者滿意有線電視節目的重播率。

表 3-21-1 「有線電視節目重播率」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4475	2.47	1.36	3.73	0.0109	(4)與(1)(2)(3)
(2)中部	2520	2.41	1.40			
(3)南部	2360	2.45	1.46			
(4)東部	334	2.22	1.41			
全體	9688	2.44	1.40			

有線電視重播率這個題項是一個反向題，因此，本研究在進行 One-Way ANOVA 的統計分析之前，跟前面一樣先行進行資料的重新登錄，統計分析的結

果列於表中。表中的資料顯示，有線電視節目重播率滿意度最高的為北部地區的受訪者，其次為南部地區的受訪者，再來為中部地區的受訪者，而滿意度最低的為東部地區的受訪者。而事後分析的結果顯示，東部地區的受訪者在這個題項上的滿意度明顯的低於北部、中部及南部三個地區的受訪者。

表 3- 22 有線電視有自製新聞

	個數	%
有	6475	75.9
沒有	2061	24.1
總和	8536	100.0

表 3-22 乃是詢問受訪者，他們家的有線電視是否有系統自己製作的地方上的新聞，有七成六左右的受訪者表示他們家的有線電視有自製新聞，僅有二成四的受訪者表示他們家的有線電視沒有自製新聞。

表 3- 23 有線電視有自製新聞

		有	沒有	個數
		橫 %	橫 %	
全體		75.9	24.1	8536
地理區域	北部	70.2	29.8	3851
	中部	82.1	17.9	2285
	南部	78.6	21.4	2073
	東部	83.0	17.0	316
居住縣市	台北縣	84.0	16.0	1586
	宜蘭縣	81.3	18.7	161
	桃園縣	80.3	19.7	688
	新竹縣	76.9	23.1	175
	苗栗縣	92.8	7.2	238
	台中縣	74.1	25.9	550
	彰化縣	86.9	13.1	422
	南投縣	89.6	10.4	188
	雲林縣	84.9	15.1	215
	嘉義縣	77.8	22.2	157
	台南縣	83.4	16.6	342
	高雄縣	78.9	21.1	469
	屏東縣	85.1	14.9	237
	台東縣	67.3	32.7	58
	花蓮縣	95.0	5.0	98
	澎湖縣	44.9	55.1	30
	基隆市	84.1	15.9	196
	新竹市	89.1	10.9	189
	台中市	76.5	23.5	393



嘉義市	86.9	13.1	122
台南市	86.5	13.5	331
金門縣	92.1	7.9	28
連江縣	25.4	74.6	4
台北市	34.5	65.5	1014
高雄市	70.2	29.8	635

表 3-23 的資料是就有線電視系統是否有自製新聞，再與北、中、南、東四區，以及台灣省各縣市進行交叉分析，分析的結果顯示，沒有自製新聞的地區以北部地區最高，接下來是南部地區，再來為中部地區，而以東部地區自製新聞的比例最高。而各縣市的情況，則以台北市自製新聞的比例為最低，竟然達到六成六，再來為澎湖縣，有五成五的澎湖縣受訪者，表示他們家的有線電視系統沒有自製新聞，接下來為台東縣，有三成三左右的台東縣受訪者表示，他們家的有線電視系統沒有自製新聞。自製新聞比例最高的為花蓮縣及苗栗縣。

表 3-24 自製新聞符合地方的需求

	個數	%
不同意	994	19.1
普通	1608	30.9
同意	2607	50.1
總和	5210	100.0

表 3-24 是詢問那些有自製新聞的受訪者，他們家有線電視的自製新聞是「否符合地方的需求，有五成的受訪者表示，他們家的有線電視的自製新聞符合地方的需求，僅有一成九的受訪者不同意此種說法。

表 3-24-1 「自製新聞節目符合地方需求」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	2140	4.53	1.48	3.04	0.0279	(2)與(1)(3)
(2)中部	1535	4.64	1.48			
(3)南部	1300	4.50	1.55			
(4)東部	229	4.69	1.57			
全體	5205	4.56	1.50			

在本研究的樣本中，有 5205 個的受訪者表示，他們家的有線電視有自製新聞，本研究就這 5205 個受訪者，依北、中、南、東四區進行自製新聞是否符合地方需求的顯著差異分析，One-Way ANOVA 的統計分析結果顯示，東部地區的受訪者最滿意自製新聞符合地方需求，其次為中部地區的受訪者，再來為北部

地區的受訪者，而滿意度最低的為南部地區的受訪者。而事後分析的結果顯示，中部地區的受訪者在這個題項的滿意度顯著的高於北部及南部地區的受訪者。

表 3- 25 有線電視有推出自製頻道

	個數	%
有	2986	43.5
沒有	3886	56.5
總和	6872	100.0

表 3-25 是詢問受訪者，他們家的有線電視有沒有推出自製頻道，有五成七的受訪者表示沒有自製頻道，四成三左右的受訪者表示有自製頻道。

表 3-25- 1 有線電視有推出自製頻道

		有	沒有	個數
		橫 %	橫 %	
全體		43.5	56.5	6872
地理區域	北部	41.0	59.0	3109
	中部	47.6	52.4	1829
	南部	43.1	56.9	1658
	東部	46.0	54.0	264
居住縣市	台北縣	48.1	51.9	1233
	宜蘭縣	46.9	53.1	138
	桃園縣	43.3	56.7	528
	新竹縣	42.6	57.4	130
	苗栗縣	63.3	36.7	198
	台中縣	41.3	58.7	444
	彰化縣	53.5	46.5	309
	南投縣	40.9	59.1	151
	雲林縣	49.0	51.0	170
	嘉義縣	48.2	51.8	131
	台南縣	47.9	52.1	253
	高雄縣	43.4	56.6	394
	屏東縣	40.8	59.2	200
	台東縣	34.0	66.0	43
	花蓮縣	50.7	49.3	84
	澎湖縣	20.6	79.4	26
	基隆市	52.5	47.5	164
	新竹市	54.0	46.0	151
	台中市	41.4	58.6	325
	嘉義市	53.2	46.8	102
	台南市	46.0	54.0	236
	金門縣	59.0	41.0	23
	連江縣	34.2	65.8	4
	台北市	25.4	74.6	900
	高雄市	40.4	59.6	527

本研究根據是否有自製頻道，再進行北、中、南、東四區，以及台灣省各縣市的交叉分析，分析結果顯示，有最多的北部地區民眾（59%）表示他們家的有線電視沒有自製頻道，其次為南部地區的民眾（56.9%），再其次為東部地區的民眾（54%），最低的則是中部地區的民眾（52.4%）。至於各縣市的分佈情形，其中比較值得注意的是，有七成五的台北市的受訪者表示，他們家的有線電視沒有推出自製頻道（註：本題是受訪者的認知情形）。認為系統業者有推出自製頻道的則以苗栗縣的受訪者最多（63.3%）。

表 3- 26 有線電視自製頻道很有水準

	個數	%
不同意	1027	39.4
普通	948	36.4
同意	631	24.2
總和	2606	100.0

本研究在前一題詢問受訪者，他們家的有線電視是否有業者推出的自製頻道，其中有四成四左右的受訪者表示，他們家的有線電視有自製的頻道，本研究針對這些受訪者，進一步詢問這些自製頻道的內容是否夠水準，表 3-26 是受訪者認為他們家有線電視的自製頻道是否夠水準的資料，從此表的資料可以知道，有三成九左右的受訪者表示，他們家的有線電視的自製頻道水準不夠，僅有約二成四左右的受訪者表示，他們家的有線電視自製頻道夠水準。

表 3-26- 1 「有線電視自製頻道很有水準」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	1088	3.72	1.51	2.31	0.0746	無
(2)中部	769	3.68	1.40			
(3)南部	635	3.58	1.41			
(4)東部	108	3.42	1.40			
全體	2601	3.66	1.45			

本研究的所有受訪中，有 2601 個受訪者表示，他們家的有線電視有自製頻道，本研究就這些受訪者，依北、中、南、東四區進行自製頻道是否夠水準的 One-Way ANOVA 的統計分析，分析結果顯示，以北部地區的受訪者滿意度最高，其次為中部地區，再來為南部地區，在此題項上滿意度最低的為東部地區的受訪

者。事後統計分析的結果顯示，四個區域在這個題項上的滿意度沒有顯著差異。

表 3- 27 有線電視節目內容夠水準

	個數	%
不同意	1771	18.8
普通	3976	42.3
同意	3664	38.9
總和	9411	100.0

表 3-27 的資料是詢問受訪者，他們家的有線電視節目內容是否夠水準，有三成九的受訪者表示同意此種說法，僅有一成九的受訪者不同意此種說法，因此，就這個題項而言，滿意的受訪者高於不滿意的受訪者，然而，表中的資料顯示其實有高達四成二的受訪者，表示他們家的有線電視節目內容的水準普通。

表 3-27- 1 「有線電視節目內容夠水準」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4339	4.29	1.22	1.78	0.1490	無
(2)中部	2437	4.22	1.20			
(3)南部	2306	4.26	1.33			
(4)東部	317	4.20	1.38			
全體	9399	4.26	1.25			

本研究就有線電視節目內容夠水準的滿意度，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 的統計分析，分析結果顯示，在這個題項上滿意度最高的為北部地區的受訪者，其次為南部地區的受訪者，再來為中部地區的受訪者，滿意度最低的為東部地區的受訪者。而事後分析的結果顯示，四個區域在這個題項上的滿意度沒有顯著差異。

表 3- 28 有線電視的服務人員非常專業

	個數	%
不同意	1794	25.3
普通	2630	37.1
同意	2674	37.7
總和	7098	100.0

表 3-28 是詢問受訪者，他們家有線電視的服務人員對有線電視是不是非常專業，有三成八的受訪者表示同意此種說法，也有二成五的受訪者不同意此種說法，因此，在這個題項上，滿意的受訪者高於不滿意的受訪者。

表 3-28-1 「有線電視服務人員專業程度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	3154	4.19	1.39	0.59	0.6214	無
(2)中部	1914	4.19	1.43			
(3)南部	1759	4.15	1.48			
(4)東部	264	4.11	1.55			
全體	7091	4.18	1.43			

本研究就有線電視服務人員的專業程度的滿意度，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 的統計分析，分析結果顯示，北、中、南、東四區的受訪者，在這一個題項上的滿意度並沒有顯著的差異。

表 3-29 有線電視的服務人員態度親切有禮

	個數	%
不同意	1506	19.6
普通	2505	32.6
同意	3679	47.8
總和	7690	100.0

表 3-29 乃是詢問受訪者，他們家的有線電視服務人員的服務態度是否親切有禮，表中的資料顯示，有將近一半的受訪者（47.8%）同意此種說法，僅有約二成的受訪者不同意服務人員的服務態度親切有禮，因此，將近一半的受訪者非常滿意有線電視服務人員的態度。

表 3-29-1 「有線電視服務人員服務態度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	3395	4.46	1.42	0.31	0.8200	無
(2)中部	2094	4.48	1.48			
(3)南部	1916	4.49	1.56			
(4)東部	275	4.44	1.65			
全體	7681	4.47	1.48			

本研究就有線電視服務態度的滿意度，進行北、中、南、東四區的 One-Way ANOVA 統計分析，分析結果顯示，四個區域的受訪者，在這個題項上的滿意度

並沒有顯著差異。

表 3-30 有線電視叫修的速度很快

	個數	%
不同意	1903	24.0
普通	2163	27.3
同意	3862	48.7
總和	7927	100.0

表 3-30 是詢問受訪者，他們家的有線電視有問題時叫修的速度是不是很快，表中的資料顯示有四成九的受訪者同意叫修的速度很快，僅有二成四的受訪者不同意這種說法，因此，將近五成的受訪者相當滿意有線電視的叫修速度。

表 3-30-1 「有線電視系統維修速度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	3555	4.47	1.57	1.24	0.2922	無
(2)中部	2116	4.40	1.59			
(3)南部	1954	4.40	1.66			
(4)東部	292	4.39	1.71			
全體	7917	4.43	1.60			

本研究就叫修速度的滿意度，進行北、中、南、東四區的 One-Way ANOVA 的統計分析，分析結果顯示，四個區域的受訪者，在叫修速度的滿意上沒有顯著的差異。

表 3-31 有線電視對客戶意見的反應是迅速確實

	個數	%
不同意	2103	28.9
普通	2367	32.6
同意	2797	38.5
總和	7268	100.0

表 3-31 是詢問受訪者，他們家的有線電視對客戶意見的反應是否迅速確實，表中的資料顯示，有三成九的受訪者，同意有線電視對客戶意見反應是迅速確實的，僅有二成九的受訪者不同意這種說法，因此，在這個題項上，滿意的受訪者高於不滿意的受訪者。

表 3-31-1 「有線電視對客戶意見的反應速度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	3269	4.14	1.48	2.43	0.0638	無
(2)中部	1939	4.03	1.51			
(3)南部	1785	4.07	1.57			
(4)東部	267	4.13	1.56			
全體	7260	4.09	1.51			

本研究就有線電視系統對客戶意見的反應速度的滿意度，進行北、中、南、東四區的 One-Way ANOVA 的統計分析，分析結果發現，北、中、南、東四區的受訪者，在這個題項上的滿意度上並沒有顯著差異。

表 3-32 有線電視收費很合理

	個數	%
不同意	4588	49.2
普通	2589	27.8
同意	2144	23.0
總和	9321	100.0

表 3-32 是詢問受訪者，他們家的有線電視收費是否很合理，有四成九的受訪者，表示不同意有線電視的收費很合理，僅有二成三的受訪者同意這種說法，因此，有將近五成的受訪者認為有線電視的收費不合理。

表 3-32-1 「有線電視收費合理程度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4267	3.54	1.61	20.13	0.0000	(1)與(2)(3) (4)與(2)(3)
(2)中部	2440	3.29	1.61			
(3)南部	2290	3.27	1.71			
(4)東部	316	3.54	1.77			
全體	9312	3.41	1.64			

本研究就收費合理的滿意度，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 的統計分析，分析結果顯示，北部及東部的受訪者，在這個題項的滿意度最高，其次為中部的受訪者，滿意度最低的為南部的受訪者。事後分析結果顯示，北部及東部地區的受訪者，其滿意度顯著的高於中部及南部地區的受訪者。整體而

言，北部及東部對有線電視收費合理程度的滿意度最高，其次為中部及南部，其中以北部及東部地區的滿意度顯著的高於中部及南部地區的滿意度。

表 3- 33 有線電視很積極參與地方公益活動

	個數	%
不同意	3759	59.4
普通	1452	23.0
同意	1113	17.6
總和	6325	100.0

表 3-33 是詢問受訪者，他們家的有線電視是不是很積極參與地方公益活動，有五成九的受訪者不同意這種說法，僅有一成八的受訪者同意這種說法，因此，在積極參與地方公益活動的滿意度上，不滿意的受訪者遠遠高於滿意的受訪者。

表 3-33- 1 「有線電視參與公益活動積極程度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	2842	3.06	1.57	9.19	0.0000	(3)與(1)(2) (2)與(1)
(2)中部	1689	3.18	1.61			
(3)南部	1551	2.89	1.54			
(4)東部	236	3.00	1.59			
全體	6317	3.05	1.58			

本研究就參與地方公益活動的滿意度，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 的統計分析，分析結果發現，中部地區的受訪者，在這個題項上的滿意度最高，其次為北部地區，再來為東部地區，而南部地區的滿意度最低。事後分析的結果顯示，其中以北部及中部地區的滿意度顯著的高於南部地區的滿意度，另外，中部地區的滿意度也顯著高於北部地區的滿意度。

表 3- 34 有線電視很熱心參與地方社區服務

	個數	%
不同意	4161	65.3
普通	1284	20.1
同意	929	14.6
總和	6374	100.0

表 3-34 是詢問受訪者，他們家的有線電視是不是很熱心參與地方社區服



務，有六成五的受訪者表示，他們不同意他們家的有線電視很熱心參與地方社區服務，僅有一成四的受訪者同意這種說法，因此，在這個題項上，不滿意的受訪者遠遠的高出滿意的受訪者。

表 3-34-1 「有線電視參與社區服務熱心程度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	2877	2.84	1.57	6.30	0.0003	(2)與(1)(3) (1)與(3)
(2)中部	1689	2.94	1.60			
(3)南部	1567	2.71	1.52			
(4)東部	232	2.76	1.59			
全體	6365	2.83	1.57			

本研究就有線電視系統參與地方社區服務熱心程度的滿意度，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 的統計分析，分析結果顯示，中部地區的受訪者，在這個題項上的滿意度最高，其次為北部地區的受訪者，再來為東部地區的受訪者，滿意度最低者為南部地區的受訪者。事後分析的結果顯示，其中以中部地區的滿意度顯著的高於北部及南部地區的滿意度，而北部地區的滿意度又明顯的高於南部地區的滿意度。

表 3-35 有線電視系統業者是一個可靠值得信賴的公司

	個數	%
不同意	2052	24.5
普通	3117	37.2
同意	3216	38.4
總和	8385	100.0

表 3-35 是詢問受訪者，他們家的有線電視是一個可靠值得信賴的公司，表中的資料顯示，有三成八的受訪者表示同意這種說法，而二成五的受訪者不同意這種說法，因此，就這個題項而言，滿意的受訪者高於不滿意的受訪者。

表 3-35-1 「有線電視系統業者可靠信賴程度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	3895	4.26	1.41	10.81	0.0000	(1)與(2)(3)
(2)中部	2180	4.08	1.50			

(3)南部	2021	4.09	1.48			
(4)東部	280	4.12	1.52			
全體	8376	4.17	1.46			

本研究就有線電視系統業者可靠信賴程度的滿意度，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 統計分析，分析結果顯示，北部地區的受訪者在這個題項的滿意度最高，其次為東部地區的受訪者，再來為南部地區的受訪者，滿意度最低者為中部地區的受訪者。事後分析的結果顯示，其中又以北部地區的受訪者，其滿意度顯著的高於中部及南部地區的受訪者。

表 3- 36 有線電視系統很盡力去了解客戶的需求

	個數	%
不同意	4654	55.8
普通	2220	26.6
同意	1467	17.6
總和	8341	100.0

表 3-36 是詢問受訪者，他們家的有線電視是不是很盡力去瞭解客戶的需求，表中資料顯示，有五成六的受訪者不同意他們家的有線電視很盡力去瞭解客戶的需求，有一成八的受訪者同意此種說法，因此，在這個題項上，不滿意的受訪者遠遠高於滿意的受訪者。

表 3-36- 1 「有線電視系統瞭解客戶需求盡力程度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	3791	3.20	1.51	4.82	0.0024	(3)與(1)(2)
(2)中部	2181	3.15	1.55			
(3)南部	2059	3.04	1.57			
(4)東部	298	3.11	1.67			
全體	8330	3.15	1.54			

本研究就有線電視系統瞭解客戶需求盡力程度的滿意度，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 統計分析，分析結果顯示，北部地區的受訪者在這個題項的滿意度上分數最高，其次為中部地區，再來為東部地區，滿意度最低的為南部地區的受訪者。事後分析的結果顯示，其中又以北部及中部地區的受訪者，其滿意度顯著的高於南部地區受訪者。

表 3- 37 有線電視的整體分數

	個數	%
0 分	59	0.6
1 分	3	0.0
2 分	2	0.0
3 分	3	0.0
4 分	3	0.0
5 分	12	0.1
6 分	3	0.0
7 分	3	0.0
9 分	1	0.0
10 分	41	0.4
15 分	4	0.0
18 分	0	0.0
20 分	84	0.9
25 分	9	0.1
28 分	1	0.0
29 分	2	0.0
30 分	218	2.2
32 分	1	0.0
33 分	1	0.0
35 分	12	0.1
36 分	2	0.0
38 分	1	0.0
39 分	3	0.0
40 分	337	3.4
43 分	1	0.0
45 分	38	0.4
47 分	1	0.0
48 分	2	0.0
49 分	32	0.3
50 分	1410	14.4
51 分	0	0.0
52 分	3	0.0
53 分	1	0.0
54 分	1	0.0
55 分	139	1.4
56 分	3	0.0
57 分	2	0.0
58 分	24	0.2
59 分	208	2.1
60 分	2416	24.7
61 分	18	0.2
62 分	9	0.1
63 分	5	0.0
64 分	1	0.0
65 分	371	3.8
66 分	4	0.0

67 分	9	0.1
68 分	16	0.2
69 分	12	0.1
70 分	1919	19.6
72 分	8	0.1
73 分	3	0.0
74 分	2	0.0
75 分	526	5.4
76 分	7	0.1
78 分	25	0.3
79 分	13	0.1
80 分	1174	12.0
81 分	2	0.0
82 分	6	0.1
83 分	3	0.0
84 分	0	0.0
85 分	208	2.1
86 分	3	0.0
87 分	2	0.0
88 分	12	0.1
89 分	8	0.1
90 分	172	1.8
92 分	2	0.0
93 分	7	0.1
95 分	77	0.8
96 分	1	0.0
98 分	7	0.1
99 分	10	0.1
100 分	64	0.7
總和	9791	100.0

註：平均分數為：63.09，標準差為：15.4。

表 3-37 乃是詢問受訪者，如果要從零到一百分，來為他們家的有線電視打分數，他/整體而言，訂戶給有線電視系統業者的平均分數為 63.09 分，其中有二成五的受訪者給他們家的有線電視六十分，約有二成的受訪者給七十分，一成四的受訪者給他們家有線電視五十分。最後，有一成二的受訪者給他們家有線電視的分數為八十分。

表 3-37-1 「有線電視整體方面」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4533	64.18	14.90	14.10	0.0000	(1)與(2)(3)(4)
(2)中部	2543	62.21	15.42			
(3)南部	2372	62.08	15.91			
(4)東部	330	62.29	17.15			
全體	9778	63.09	15.40			

本研究就有線電視整體的滿意分數，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 統計分析，分析結果顯示，北部地區的受訪者其整體滿意度最高，其次為東部地區，再來為中部地區，滿度最低的受訪者為南部地區。事後分析的結果顯示，其中以北部地區的滿意度顯著的高於中部、南部及東部的受訪者。

表 3-37-2 有線電視訂戶滿意之項目表

項 目	不同意	普通	同意	個數	平均數
<b>滿意度超過五成或接近五成</b>					
有線電視頻道數量夠多	8.1	16.7	75.2	9675	5.43
系統不會常常任意關閉一些頻道	21.0	19.4	59.7	9006	4.94
有線電視節目很多樣	14.1	26.4	59.4	9552	4.88
畫面品質清晰良好	10.8	33.8	55.4	9866	4.81
系統沒有常常中斷訊號	26.1	23.5	50.4	9808	4.61
地方新聞符合地方的需求	19.1	30.9	50.1	5210	4.56
叫修速度很快	24.0	27.3	48.7	7927	4.43
服務人員親切有禮	19.6	32.6	47.8	7690	4.47
<b>滿意度沒有過半，但高於不滿意度</b>					
有線電視節目內容夠水準	18.8	42.3	38.9	9411	4.26
對客戶意見的反應迅速確實	28.9	32.6	38.5	7268	4.09
是一個可靠值得信賴的公司	24.5	37.2	38.4	8385	4.17
服務人員非常專業	25.3	37.1	37.7	7098	4.18

表 3-37-3 有線電視訂戶不滿意之項目表

項 目	不同意	普通	同意	個數	平均數
有線電視節目重播率很高	7.4	14.5	78.2	9701	2.44
不熱心參與地方社區服務	14.6	20.1	65.3	6374	2.83
有線電視廣告很多	12.4	22.5	65.1	9707	2.86
不積極參與地方公益活動	17.6	23.0	59.4	6325	3.05
沒有盡力去了解客戶的需求	17.6	26.6	55.8	8341	3.14
跑馬燈廣告很多	24.4	21.0	54.6	9366	3.35
購物頻道很多	22.1	27.9	50.1	8941	3.42
收費不合理	23.0	27.8	49.2	9321	3.41
自製頻道不夠水準	24.2	36.4	39.4	2606	3.66

## 六、有線電視雙向互動服務

表 3-38 贊成有線電視採用「分組付費」

	個數	%
不贊成	3190	33.7
普通	1807	19.1
贊成	4476	47.3
總和	9474	100.0

表 3-38 的資料是詢問受者，如果有線電是的收費是採用分組付費的方式，他們是贊成的程度為何，表中的資料顯示，有四成七的受訪者，表示他們贊成採用分組付費的方式來付費，但也有三成四的受訪者不贊成這種分組付費的制度。就這個題項整體而言，贊成的受訪者多於不贊成的受訪者。

表 3-38-1 「分組付費」制度實施的贊成分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4395	4.24	2.09	3.13	0.0248	(2)與(1)(3)
(2)中部	2440	4.37	2.07			
(3)南部	2308	4.20	2.14			
(4)東部	319	4.24	2.16			
全體	9461	4.26	2.10			

本研究就受訪者贊成分組付費的程度，依北、中、南、東四區，以 One-Way ANOVA 的分析來檢視這四個區與是否有顯著的差異，分析結果發現，中部地區

的受訪者，對分組付費的制度贊成度最高，其次為北部及東部的受訪者，贊成程度最低的受訪者為南部地區。事後分析的結果發現，其中以中部地區的贊成度顯著的高於北部及南部地區的贊成度。

表 3- 39 「付費頻道」收看的意願

	個數	%
不願意	5546	58.1
普通	1452	15.2
願意	2548	26.7
總和	9546	100.0

表 3-39 的資料是詢問受訪者，是否願意另外付錢去收看付費頻道，有五成八的受訪者不願意再額外付錢去看付費頻道，願意額外付錢去看付費頻道的受訪者僅佔全部受訪者的二成七，因此，整體而言，不願意的受訪者遠遠高於願意的受訪者。

表 3-39- 1 「付費頻道」收看的意願在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4446	3.12	2.00	0.52	0.6665	無
(2)中部	2452	3.08	2.00			
(3)南部	2309	3.06	2.02			
(4)東部	327	3.12	2.04			
全體	9534	3.09	2.01			

本研究就付費頻道的收看意願，依北、中、南、東四區，進行 One-Way ANOVA 統計分析，分析的結果顯示，北、中、南、東四區的受訪者，在付費頻道的收看意願上，並沒有顯著的差異。

表 3- 40 收看「付費頻道」的原因是什麼？【可複答三項】

	回答次數	佔回答次數之百分比
價錢合理	804	9.4
片源很新	1145	13.4
符合興趣	1653	19.3
節目或頻道品質	1304	15.3
熱門程度	174	2.0
方便	228	2.7
自主性高	264	3.1
*學習及吸收資訊	1961	22.9
*好奇	103	1.2
*為了看鎖碼頻道	59	0.7
*節目多樣性	302	3.5
*休閒娛樂、打發時間	114	1.3
*使用者付費	133	1.6
*內容比一般頻道專業	247	2.9
*別人介紹推薦	8	0.1
*沒有廣告	28	0.3
*有贈品、獎金等誘因	3	0.0
*控制收看量	17	0.2
*宗教需要	3	0.0
總和	8550	100.0

說明： 1.扣除「不願意收看付費頻道」及「拒答/不知道」後，本題有效回答人數為 5,722 人。由於此題為複選題，每個人不只回答一項，故回答次數會多於有效回答人數。此外，\*是開放性答案，有部分內容已歸類在「學習及吸收資訊」及「節目多樣性」的項目。

2.學習及吸收資訊：英文(外語文)學習(369)，可查詢更多資料(84)，為了孩童教育(313)，可獲得醫療保健資訊(19)，增加(學習)多元知識(664)，工作上的需求(217)，旅遊資訊(31)，教學節目(218)，獲取流行趨勢(43)，財經資訊之獲取(1)，社會教育(道德、倫理、勵志等)(2)。

3.節目多樣性：節目不會一直重複(203)，可看到更多國外頻道(45)，收看節慶或事件的節目(球賽即時轉播)(36)，節目頻道多樣化、選擇多(可看性)(18)。

本研究詢問了受訪者，是否願意收看付費頻道的意願之後，緊接著詢問受訪者，如果他們會另外考慮付錢去收看付費頻道，最主要的原因是什麼，表中的資料整理了受訪者收看付費頻道的原因，其中頻率比較高的原因，包括學習及吸收資訊(22.9%)，付費頻道內容符合興趣(19.3%)，節目或頻道品質好(15.3%)，頻道的片源很新(13.4%)，付費頻道的價錢合理(9.4%)。



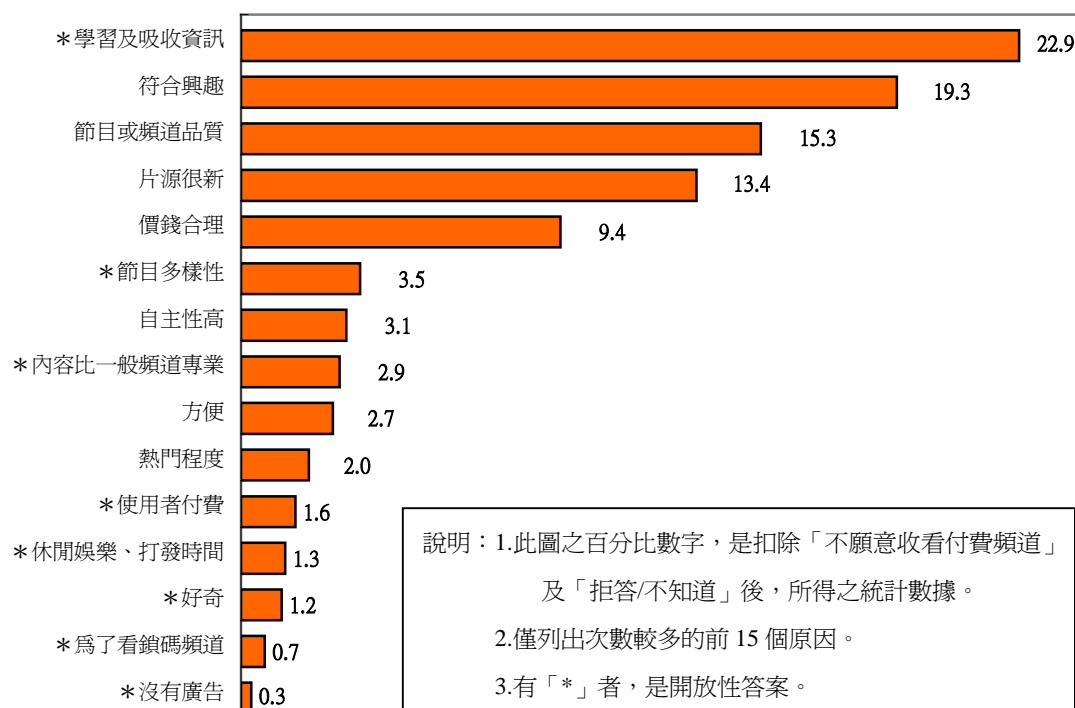


圖 3-7 考慮訂閱「付費頻道」原因

表 3-41 「計次付費節目」的收看意願

	個數	%
不願意	6787	71.4
普通	1316	13.8
願意	1408	14.8
總和	9512	100.0

表 3-41 的資料是詢問受訪者，是否願意收看計次付費節目，表中的資料顯示，有七成一的受訪者表示不願意付費收看計次付費節目，僅有一成五的受訪者願意收看這樣的節目，整體而言，不願意收看計次付費的受訪者高於願意收看的受訪者。

表 3-41-1 「計次付費節目」收看的意願「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4424	2.44	1.72	5.01	0.0018	(2)與(1)(3)
(2)中部	2435	2.59	1.81			
(3)南部	2321	2.45	1.74			
(4)東部	318	2.60	1.75			
全體	9499	2.48	1.75			

本研究就計次付費節目收看的意願，依北、中、南、東四區，進行統計上的 One-Way ANOVA 分析，分析結果發現，東部地區的受訪者，收看計次付費節目的意願最高，其次為中部地區，再來為南部地區，收看意願最低的受訪者為北部地區。事後分析的結果發現，其中以中部地區收看計次付費節目的意願，顯著的高於北部及南部地區的受訪者。

表 3- 42 收看「計次付費節目」的原因

	回答次數	佔回答次數之百分比
價錢合理	778	12.4
片源很新	599	9.5
符合興趣	1282	20.4
節目或頻道品質	998	15.9
熱門程度	127	2.0
方便	181	2.9
自主性高	312	5.0
*學習及吸收資訊	1117	17.7
*好奇	140	2.2
*為了看鎖碼頻道	36	0.6
*節目多樣性	216	3.4
*休閒娛樂、打發時間	115	1.8
*使用者付費	137	2.2
*內容比一般頻道專業	168	2.7
*別人介紹推薦	19	0.3
*沒有廣告	19	0.3
*有贈品、獎金等誘因	3	0.0
*控制收看量	46	0.7
總和	6293	100.0

說明： 1.扣除「不願意收看付費頻道」及「拒答/不知道」後，本題有效回答人數為 4,587 人。由於此題為複選題，每個人不只回答一項，故回答次數會多於有效回答人數。此外，\*是開放性答案，有部分內容已歸類在「學習及吸收資訊」及「節目多樣性」的項目。

2.學習及吸收資訊：英文(外語文)學習(120)，可查詢更多資料(49)，為了孩童教育(182)，可獲得醫療保健資訊(15)，增加(學習)多元知識(406)，工作上的需求(186)，旅遊資訊(22)，教學節目(108)，獲取流行趨勢(23)，財經資訊之獲取(5)，社會教育(道德、倫理、勵志等)(1)。

3.節目多樣性：節目不會一直重複(142)，可看到更多國外頻道(33)，收看節慶或事件的節目(球賽即時轉播)(22)，節目頻道多樣化、選擇多(可看性)(19)。

本研究在電話訪談中，也詢問受訪者如果他們會考慮另外付錢去收看計

次付費節目，其主要原因為何，表中整理受訪者願意收看的原因，其中頻率比較高的原因包括節目的內容符合興趣（20.4%），學習及吸收資訊（17.7%），節目或頻道品質好（15.9%），計次付費節目價錢合理（12.4%），節目片源很新（9.5%）。

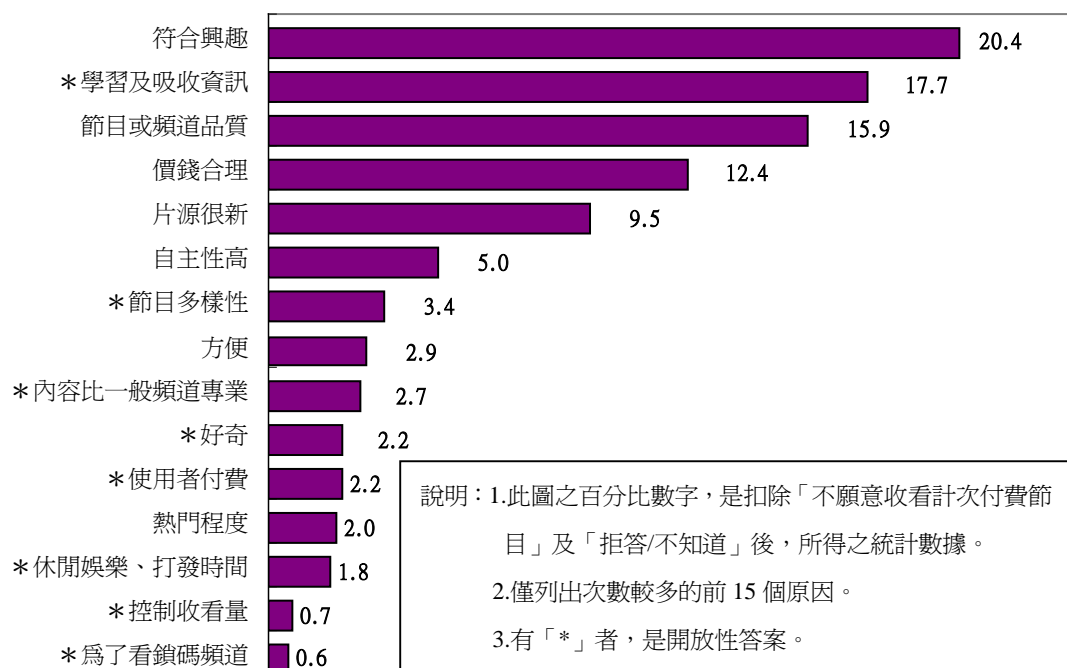


圖 3-8 考慮訂閱計次付費節目原因

表 3-43 機上盒的提供方式

	個數	%
向業者以 3500~5000 元買斷	1278	20.4
每個月用 140~200 元向業者租用，並交 500~1000 元左右的可退押金	2272	36.3
以 3500~5000 元可退的押金向業者押借	1594	25.5
自己去別的地方買	1110	18.7
總和	6254	100.0

本研究也在電話訪談中，詢問受訪者如果要安裝機上盒，他們比較偏好的收費方式，表中的資料顯示願意裝機上盒的受訪者中，有三成六的受訪者偏好每個月用 140~200 元向業者租用，並交 500~1000 元左右的可退押金，有二成六的受訪者偏好以 3500~5000 元可退的押金向業者押借，另外，也有二成的受訪者表示希望向業者以 3500~5000 元買斷，最後也有一成九的受訪者表示願意自己去別的地方買。

表 3-43-1 機上盒的提供方式在「地理區域」之差異情形

		每個月用 140 ~200 元向業 以 3500~ 向業者以 者租用，並交 5000 元可退 自己去別的 3500~5000 者租用，並交 5000 元可退 地方買 500~1000 元 的押金向業 元買斷 左右的可退 者押借 押金				卡方檢定
		橫 %	橫 %	橫 %	橫 %	個數
全體		20.4	36.4	25.5	17.7	6245
		$\chi^2=17.816$				
		df=9				
地理區域 北部		20.1	34.7	27.4	17.8	2908
中部		22.1	38.1	23.1	16.7	1614
南部		19.4	37.3	24.7	18.6	1500
東部		20.2	36.4	23.3	17.0	223
		P=0.037				

本研究根據受訪者偏好的機上盒的收費方式，依北、中、南、東四區，於統計上的卡方檢定來分析北、中、南、東四區在機上盒的收費方式上，是否有不同的偏好，從表中的資料顯示，北、中、南、東四區的受訪者，最偏好的收費方式，第一是每個月用 140~200 元向業者租用，並交 500~1000 元左右的可退押金，再來是以 3500~5000 元可退的押金向業者押借，第三個偏好的收費方式為向業者以 3500~5000 元買斷，最不偏好的方式是自己去別的地方買。

表 3-44 家中有裝「機上盒」情形

	個數	%
有	222	2.2
沒有	9792	97.8
總和	10014	100.0

表 3-44 的資料是詢問受訪者，他們家目前是否有裝機上盒，表中的資料顯示，目前裝有機上盒的訂戶非常的少，僅有 222 個受訪者（2.2%）家裡裝有機上盒。

表 3-44- 1 家中有裝「機上盒」的地區分佈

		有	沒有	個數
		橫 %	橫 %	
全體		2.2	97.8	10014
地理區域	北部	2.1	97.9	4611
	中部	3.1	96.9	2603
	南部	1.6	98.4	2445
	東部	1.6	98.4	341
居住縣市	台北縣	1.6	98.4	1826
	宜蘭縣	1.6	98.4	173
	桃園縣	1.9	98.1	816
	新竹縣	0.7	99.3	202
	苗栗縣	2.8	97.2	259
	台中縣	5.2	94.8	643
	彰化縣	2.5	97.5	477
	南投縣	2.4	97.6	209
	雲林縣	2.2	97.8	246
	嘉義縣	1.0	99.0	180
	台南縣	1.0	99.0	389
	高雄縣	1.0	99.0	554
	屏東縣	2.9	97.1	282
	台東縣	0.8	99.2	64
	花蓮縣	2.1	97.9	103
	澎湖縣	2.8	97.2	37
	基隆市	1.0	99.0	212
	新竹市	4.8	95.2	205
	台中市	2.9	97.1	458
	嘉義市	2.0	98.0	131
	台南市	1.9	98.1	366
	金門縣	0.0	100.0	30
	連江縣	0.0	100.0	4
	台北市	2.9	97.1	1346
	高雄市	1.7	98.3	788

本研究根據受訪者是否有機上盒，按北、中、南、東區，以及台灣各縣市進行交叉分析，分析的結果顯示，中部地區裝有機上盒的比例最高（3.1%），其次為北部地區（2.1%），南部及東部地區裝機上盒的比例最低（1.6%），至於台灣省各縣市裝機上盒的比例都很低，其中比較值得注意的是，台中縣裝機上盒的比例最高（5.2%），其次為新竹市（4.8%），其他縣市的比例都很低，都不到 3%。

表 3- 45 對家中機上盒所能發揮的功能很滿意

	個數	%
不同意	58	28.5
普通	98	47.7
同意	49	23.8
總和	205	100.0

本研究首先詢問受訪者家裡是否裝有機上盒，如果受訪者回答是，就請他們繼續回答，他們家中機上盒所能發揮的功能，是否很滿意，表中的資料顯示有二成九的受訪者，表示不同意這種說法，也有二成四的受訪者表示同意相當滿意他們家機上盒所發揮的功能。整體而言，就目前家中有機上盒的 205 個受訪者中，不滿意的稍稍高於滿意的受訪者。

表 3-45- 1 「對家中機上盒功能發揮程度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	84	3.78	1.72	2.05	0.1079	無
(2)中部	80	3.83	1.41			
(3)南部	37	3.79	1.67			
(4)東部	5	2.00	1.07			
全體	205	3.76	1.60			

本研究對家中機上盒所發揮的功能的滿意度，依北、中、南、東四區，進行統計上的 One-Way ANOVA 分析，分析結果顯示，北、中、南、東四區的受訪者，在這個題項上的滿意度並沒有顯著的差異。

表 3- 46 機上盒收費很合理

	個數	%
不同意	68	36.9
普通	66	35.6
同意	51	27.6
總和	186	100.0

本研究就受訪者家中裝有機上盒的繼續詢問受訪者，是否覺得家中的機上盒收費很合理，表中的資料顯示，有三成七的受訪者不認為他們家的機上盒收費很合理，另外有二成八的受訪者，認為他們家的機上盒的收費很合理，因此，認為收費不合理的受訪者高於認為收費合理的受訪者。

表 3-46-1 「對家中機上盒收費合理程度」的滿意分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	79	3.80	1.75	2.50	0.0613	無
(2)中部	69	3.67	1.61			
(3)南部	33	3.91	1.67			
(4)東部	4	1.63	0.79			
全體	186	3.72	1.69			

本研究針對機上盒收費合理的滿意度，依北、中、南、東四區，進行統計上的 One-Way ANOVA 分析，分析結果發現，北、中、南、東四區的受訪者在這個題項的滿意度並沒有顯著的差異。

表 3-47 將來安裝機上盒的可能性

	個數	%
0 分	3209	35.8
1 分	702	7.8
2 分	868	9.7
3 分	1068	11.9
4 分	1489	16.6
5 分	885	9.9
6 分	283	3.2
7 分	455	5.1
總和	8960	100.0

註：平均分數為：2.33，標準差為：2.20。(0 分表示完全不可能，7 分表示非常可能)

表 3-47 的資料是詢問受訪者他們將來裝機上盒的可能程度，本研究要求受訪者以 0 分來表示完全不可能，7 分表示非常可能，表中的資料顯示，整體平均分數為 2.33，其中有三成六的受訪者表示將來完全不可能裝機上盒，有三成五的受訪者表示將來可能裝機上盒的可能性為 4 分以上。

表 3-47-1 「將來安裝機上盒」的可能性分數在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4156	2.33	2.18	0.07	0.9746	無
(2)中部	2298	2.33	2.20			
(3)南部	2201	2.34	2.21			
(4)東部	293	2.39	2.35			
全體	8948	2.33	2.20			

本研究就將來安裝機上盒的可能性依北、中、南、東四區，進行統計上的 One-Way ANOVA 的分析，分析的結果發現，北、中、南、東四區的受訪者，在將來安裝機上盒的可能性上沒有顯著的差異。

表 3-48 家中的有線電視提供有線電視雙向服務的情形

	個數	%
有	859	9.8
沒有	7910	90.2
總和	8768	100.0

表 3-48 的資料是詢問受訪者，他們家中的有線電視有沒有提供有線電視雙向互動服務，表 3-48 的資料顯示約有一成的受訪者表示他們家的有線電視有提供雙向互動服務。其他約九成的受訪者，表示他們家的有線電視沒有提供此項服務。

表 3-48-1 有線電視提供雙向服務的情形在「地理區域」之差異情形

		有	沒有	個數	卡方檢定
		橫 %	橫 %		
全體		9.8	90.2	8768	$\chi^2=5.166$
地理區域	北部	9.2	90.8	4043	df=3 P=0.160
	中部	10.9	89.1	2257	
	南部	9.8	90.2	2140	
	東部	8.8	91.2	314	

本研究就有線電是否提供雙向互動服務，就北、中、南、東四區，進行卡方檢定，卡方檢定的結果發現，北、中、南、東四區並沒有顯著的差異。不過，比較值得注意的是，中部地區在提供雙向互動服務的比例上最高（10.9%），其次為南部地區（9.8%），再來各為北部（9.2%）及東部地區（8.8%）。



表 3- 49 已在使用有線電視雙向互動的情形

	個數	%
已經在使用了	163	20.3
還未使用	640	79.7
總和	803	100.0

表 3-49 是詢問受訪者，他們家是不是已經在使用有線電視雙向互動服務，表中的資料顯示，有二成的受訪者表示已經在使用有線電視雙向互動服務了，其他約八成的受訪者，表示他們家沒有使用這樣的服務。

表 3-49- 1 已在使用有線電視雙向互動服務在「地理區域」之差異情形

		已經在使用了	還未使用	個數	卡方檢定
		橫 %	橫 %		
全體		20.3	79.7	803	$\chi^2=7.891$
					df=3
地理區域	北部	19.8	80.2	343	P=0.048
	中部	16.1	83.9	229	
	南部	22.7	77.3	203	
	東部	37.8	62.2	27	

本研究就是否使用雙向互動服務，依北、中、南、東四區，進行卡方檢定，檢定的結果發現北、中、南、東四區，在是否使用有線電視雙向互動服務上，有顯著的差異，其中東部地區竟高達三成八的受訪者表示有在使用這些服務，但東部地區的使用人數僅有 27 個(註：本題因使用雙向互動者只有 163，樣本太少)。，再來是南部地區（22.7%），其次為北部地區（19.8%），比例最小的為中部地區（16.1%）。

表 3- 50 將來可能訂閱有線電視雙向互動服務的可能性

	個數	%
0 分	3165	34.5
1 分	611	6.7
2 分	827	9.0
3 分	1052	11.5
4 分	1425	15.5
5 分	1040	11.3
6 分	482	5.3
7 分	576	6.3
總和	9178	100.0

註：平均分數為：2.53，標準差為：2.31。0 分表示完全不可能，7 分表示非常可能。

表 3-50 是詢問受訪者，將來使用有線電視雙向互動服務的可能性，本研究要求受訪者以 0-7 分來表示，0 分表示完全不可能，7 分表示非常可能，此表的資料顯示，整體平均分數為 2.53，所以可能性還算偏低，其中約有三成五左右的受訪者表示完全不可能，有三成八的受訪者表示可能性為 4 分以上。

表 3-50-1 「將來訂閱雙向互動服務」的可能性在「地理區域」之差異情形

	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	組間差異 (LSD)
(1)北部	4247	2.49	2.28	1.30	0.2741	無
(2)中部	2365	2.57	2.33			
(3)南部	2247	2.56	2.32			
(4)東部	308	2.68	2.37			
全體	9167	2.53	2.31			

本研究就將來訂閱有線電視雙向互動服務的可能性，依北、中、南、東四區，進行統計上的 One-Way ANOVA 分析，分析結果顯示，北、中、南、東四區的受訪者，在將來訂閱有線電視雙向互動服務的可能性上並沒有顯著的差異。

表 3-50-2 分組付費與機上盒態度

項 目	不贊成 (不願意)	普通	贊成 (願意)	個數	平均數
贊不贊成「分組付費」制度的收費方式	33.7	19.1	47.3	9474	4.26
願不願意另外付費收看「付費頻道」	58.1	15.2	26.7	9546	3.09
願不願意另外付費收看「計次付費節目」	71.4	13.8	14.8	9512	2.48
同不同意對家中機上盒發揮的功能很滿意	28.5	47.7	23.8	205	3.76
同不同意家中機上盒的收費很合理	36.9	35.6	27.6	186	3.72

## 七、重要變項之交叉分析

表 3- 51 贊成「分組付費」的收費方式

		不贊成	普通	贊成	個數
		橫 %	橫 %	橫 %	
全體		33.7	19.1	47.3	9474
性別	男	33.1	18.2	48.7	4870
	女	34.3	19.9	45.8	4604
年齡	19 歲以下	43.4	22.4	34.2	917
	20~29 歲	38.0	18.6	43.4	2362
	30~39 歲	28.7	18.2	53.2	2132
	40~49 歲	28.8	18.8	52.4	1882
	50~59 歲	30.9	20.9	48.2	1111
	60 歲以上	37.4	17.0	45.7	964
教育程度	國小及以下	39.3	21.5	39.3	1364
	國、初中	36.0	18.7	45.4	1689
	高中、職	34.0	20.6	45.4	3363
	專科	29.9	17.0	53.2	1444
	大學及以上	29.1	15.5	55.4	1490
家庭總收入					
	15000 元以下	37.5	17.1	45.4	311
	15001-30000 元	36.3	21.8	41.9	497
	30001-45000 元	33.4	21.5	45.1	661
	45001-60000 元	32.4	21.2	46.4	1041
	60001-75000 元	25.9	17.8	56.3	584
	75001-90000 元	28.4	18.4	53.2	487
	90001-100000 元	30.1	16.7	53.2	386
	100001-115000 元	27.9	13.8	58.2	443
	115001-130000 元	32.4	17.9	49.7	162
	130001-145000 元	23.3	7.1	69.6	50
	145001-160000 元	23.2	15.4	61.4	151
	160001 元以上	34.3	13.1	52.6	439
地理區域	北部	34.3	18.8	46.9	4395

中部	30.7	19.3	50.0	2440
南部	35.2	19.4	45.4	2308
東部	35.9	18.2	45.9	319

表 3-51 是贊成分組付費的收費方式與五個人口變項，包括性別、年齡、教育程度、家庭收入以及地理區域的交叉分析。爲了更明確瞭解性別與贊成分組付費的相關性，本研究進行 t 檢定，t 檢定結果發現，男性及女性受訪者在分組付費的贊成程度上有顯著的差異 ( $t=9.57$ ,  $p=.002^{**}$ )，其中男性的贊成程度 ( $\text{mean}=4.33$ ) 顯著的高於女性的贊成程度 ( $\text{mean}=4.19$ )。另外，本研究也進行年齡、教育程度、個人收入、及家庭收入等四個人口變項與分組付費贊成程度的相關性分析，分析結果發現，年齡與分組付費的贊成程度具顯著正相關 ( $R=.066$ ,  $p=.000^{***}$ )，教育程度與分組付費的贊成程度具顯著正相關 ( $R=.087$ ,  $p=.000^{***}$ )，個人收入與分組付費的贊成程度具顯著正相關 ( $R=.131$ ,  $p=.000^{***}$ )，家庭收入與分組付費的贊成程度具顯著正相關 ( $R=.071$ ,  $p=.000^{***}$ )。整體而言，贊成分組付費的受訪者男性較多，年齡較大，教育程度、個人收入及家庭收入皆較高。

表 3-51- 1 請問您贊不贊成「分組付費」制度的收費方式？

	列聯係數 (Contingency Coefficient)	卡方檢定 (Pearson Chi-Square)	自由度 (DF)	顯著性 (Asymp. Sig.)
性別	0.030	8.645	2	0.013
年齡	0.127	152.457	10	0.000
教育程度	0.106	106.668	8	0.000
家庭總收入	0.126	84.648	22	0.000
地理區域	0.040	15.464	6	0.017

表 3-51-1 是贊成分組付費的收費方式與五個人口變項，其中男性及女性受訪者在分組付費的贊成程度上有顯著的差異，不同年齡的受訪者在分組付費的贊成程度上有顯著的差異，不同教育程度的受訪者在分組付費的贊成程度上有顯著的差異，不同的家庭總收入的受訪者在分組付費的贊成程度上有顯著的差異，北、中、南、東地區的受訪者在分組付費的贊成程度上也有顯著的差異。

表 3- 52 訂閱「付費頻道」意願

		不願意	普通	願意	個數
		橫 %	橫 %	橫 %	
全體		58.1	15.2	26.7	9546
性別	男	56.2	14.5	29.3	4909
	女	60.1	15.9	24.0	4638
年齡	19 歲以下	62.3	19.3	18.4	913
	20~29 歲	55.5	17.4	27.1	2383
	30~39 歲	50.6	17.2	32.2	2118
	40~49 歲	56.9	13.3	29.8	1915
	50~59 歲	60.6	13.1	26.3	1158
	60 歲以上	75.3	8.2	16.6	950
教育程度	國小及以下	74.9	9.0	16.1	1401
	國、初中	63.0	16.5	20.5	1685
	高中、職	56.6	16.7	26.7	3390
	專科	49.9	16.4	33.7	1448
	大學及以上	47.4	15.3	37.3	1498
家庭總收入	15000 元以下	77.8	6.9	15.4	309
	15001-30000 元	71.8	10.3	17.9	516
	30001-45000 元	58.2	16.9	24.9	665
	45001-60000 元	57.8	16.9	25.3	1054
	60001-75000 元	50.7	17.2	32.0	594
	75001-90000 元	49.3	15.4	35.3	486
	90001-100000 元	46.1	17.0	36.9	386
	100001-115000 元	43.7	16.1	40.2	445
	115001-130000 元	48.0	14.1	37.9	161
	130001-145000 元	51.6	9.5	38.9	51
	145001-160000 元	42.5	14.5	42.9	150
	160001 元以上	49.6	13.6	36.8	436
地理區域	北部	57.5	15.7	26.8	4446
	中部	58.7	15.0	26.3	2452
	南部	58.8	14.4	26.8	2309
	東部	56.2	16.2	27.6	327

表 3-52 是收看付費頻道的願意程度與五個人口變項，包括性別、年齡、教育程度、家庭收入以及地理區域的交叉分析。為了更明確瞭解性別與收看付費頻道的願意程度的相關性，本研究進行 t 檢定，t 檢定結果發現，男性及女性受訪者在收看付費頻道的願意程度上有顯著的差異（ $t=61.19$ ， $p=.000^{***}$ ），其中男性的願意程度（ $\text{mean}=3.21$ ）顯著的高於女性的願意程度（ $\text{mean}=2.97$ ）。另外，本研究也進行年齡、教育程度、個人收入、及家庭收入等四個人口變項與收看付費頻道的願意程度的相關性分析，分析結果發現，年齡與收看付費頻道的願意程度具顯著負相關（ $R=-.066$ ， $p=.000^{***}$ ），教育程度與收看付費頻道的願意程度具顯著正相關（ $R=.186$ ， $p=.000^{***}$ ），個人收入與收看付費頻道的願意程度具顯著正相關（ $R=.179$ ， $p=.000^{***}$ ），家庭收入與收看付費頻道的願意程度具顯著正相關（ $R=.174$ ， $p=.000^{***}$ ）。整體而言，收看付費頻道的願意程度的受訪者男性較多，年齡較輕，教育程度、個人收入及家庭收入皆較高。

表 3-52-1 請問您願不願意每個月另外再付錢，去收看「付費頻道」？

	列聯係數 (Contingency Coefficient)	卡方檢定 (Pearson Chi-Square)	自由度 (DF)	顯著性 (Asymp. Sig.)
性別	0.060	34.015	2	0.000
年齡	0.153	226.770	10	0.000
教育程度	0.186	338.844	8	0.000
家庭總收入	0.204	226.864	22	0.000
地理區域	0.018	3.160	6	0.789

表 3-52-1 是願意收看付費頻道與五個人口變項，其中男性及女性受訪者願意收看付費頻道程度上有顯著的差異，不同年齡的受訪者在願意收看付費頻道程度上有顯著的差異，不同教育程度的受訪者在願意收看付費頻道程度上有顯著的差異，不同的家庭總收入的受訪者在願意收看付費頻道程度上有顯著的差異，北、中、南、東地區的受訪者在願意收看付費頻道程度上沒有顯著差異。

表 3- 53 訂閱「計次付費節目」意願

		不願意	普通	願意	個數
		橫 %	橫 %	橫 %	
全體		71.4	13.8	14.8	9512
性別	男	69.7	14.0	16.3	4899
	女	73.1	13.7	13.2	4613
年齡	19 歲以下	73.1	17.5	9.4	918
	20~29 歲	72.1	15.2	12.7	2369
	30~39 歲	69.0	14.9	16.1	2111
	40~49 歲	68.8	12.9	18.3	1883
	50~59 歲	69.9	11.6	18.4	1144
	60 歲以上	78.6	9.5	11.9	983
教育程度	國小及以下	76.9	11.3	11.8	1414
	國、初中	73.9	13.2	12.9	1680
	高中、職	70.6	14.5	14.9	3370
	專科	68.0	15.0	17.0	1435
	大學及以上	67.3	14.5	18.3	1487
家庭總收入					
	15000 元以下	78.5	8.4	13.1	316
	15001-30000 元	75.1	11.3	13.6	513
	30001-45000 元	74.0	13.4	12.7	669
	45001-60000 元	72.3	14.8	12.9	1051
	60001-75000 元	64.9	17.6	17.6	591
	75001-90000 元	66.5	13.1	20.3	486
	90001-100000 元	66.2	14.8	19.0	387
	100001-115000 元	62.3	14.6	23.1	440
	115001-130000 元	66.2	16.3	17.5	163
	130001-145000 元	66.5	6.8	26.7	49
	145001-160000 元	58.6	16.3	25.1	148
	160001 元以上	68.2	14.0	17.8	435
地理區域	北部	72.5	13.5	13.9	4424
	中部	68.6	14.8	16.6	2435
	南部	72.3	13.1	14.7	2321

表 3-53 是收看計次付費節目的願意程度與五個人口變項，包括性別、年齡、教育程度、家庭收入以及地理區域的交叉分析。爲了更明確瞭解性別與收看計次付費節目的願意程度的相關性，本研究進行 t 檢定，t 檢定結果發現，男性及女性受訪者在收看計次付費節目的願意程度上有顯著的差異（ $t = 50.25$ ， $p = .000^{***}$ ），其中男性的願意程度（ $\text{mean} = 2.58$ ）顯著的高於女性的願意程度（ $\text{mean} = 2.38$ ）。另外，本研究也進行年齡、教育程度、個人收入、及家庭收入等四個人口變項與收看計次付費節目的願意程度的相關性分析，分析結果發現，年齡與收看計次付費節目的願意程度沒有相關性（ $R = .001$ ， $p = .921$ ），教育程度與收看計次付費節目的願意程度具顯著正相關（ $R = .081$ ， $p = .000^{***}$ ），個人收入與收看計次付費節目的願意程度具顯著正相關（ $R = .103$ ， $p = .000^{***}$ ），家庭收入與收看計次付費節目的願意程度具顯著正相關（ $R = .088$ ， $p = .000^{***}$ ）。整體而言，收看計次付費節目的願意程度的受訪者男性較多，教育程度、個人收入及家庭收入皆較高。

表 3-53-1 請問您願不願意另外再付錢，去收看「計次付費節目」節目？

	列聯係數 (Contingency Coefficient)	卡方檢定 (Pearson Chi-Square)	自由度 (DF)	顯著性 (Asymp. Sig.)
性別	0.045	19.724	2	0.000
年齡	0.103	101.819	10	0.000
教育程度	0.075	53.043	8	0.000
家庭總收入	0.127	85.687	22	0.000
地理區域	0.042	16.702	6	0.010

表 3-53-1 是願意收看計次付費節目與五個人口變項，其中男性及女性受訪者願意收看計次付費節目有顯著的差異，不同年齡的受訪者在願意收看計次付費節目上有顯著的差異，不同教育程度的受訪者在願意收看計次付費節目上有顯著的差異，不同的家庭總收入的受訪者在願意收看計次付費節目上有顯著的差異，北、中、南、東地區的受訪者在願意收看計次付費節目上也有顯著差異。



表 3- 54 將來可能安裝機上盒

		0分	1分	2分	3分	4分	5分	6分	7分	個數
		橫 %	橫 %	橫 %	橫 %	橫 %	橫 %	橫 %	橫 %	
全體		35.8	7.8	9.7	11.9	16.6	9.9	3.2	5.1	8960
性別	男	33.0	7.7	9.5	11.7	16.5	10.9	3.8	6.9	4687
	女	38.9	8.0	9.9	12.1	16.7	8.7	2.5	3.1	4273
年齡	19 歲以下	25.1	7.3	10.8	17.5	21.9	12.5	1.4	3.4	846
	20~29 歲	29.0	8.7	10.9	13.0	21.4	9.6	3.7	3.7	2266
	30~39 歲	30.7	8.1	9.5	11.7	18.1	12.5	3.5	6.0	2004
	40~49 歲	37.1	6.9	9.1	10.4	16.0	9.2	3.8	7.4	1772
	50~59 歲	45.7	8.3	8.2	10.6	10.8	8.0	3.3	5.2	1065
	60 歲以上	57.7	7.5	8.8	9.4	5.6	6.0	1.5	3.5	911
教育程度	國小及以下	59.3	7.2	7.7	8.9	7.0	4.5	1.6	3.7	1306
	國、初中	36.2	8.6	8.9	12.5	15.6	9.7	2.8	5.5	1577
	高中、職	32.3	8.1	9.8	12.8	19.0	10.5	2.5	5.0	3163
	專科	29.2	7.2	10.7	12.4	19.0	11.4	4.3	5.8	1387
	大學及以上	26.1	8.0	11.0	11.8	19.7	12.5	5.6	5.3	1416
家庭總收										
入	15000 元以下	58.4	12.1	5.0	9.3	8.5	5.1	0.2	1.4	294
	15001-30000 元	47.1	11.2	9.9	7.4	10.4	8.2	2.0	3.8	496
	30001-45000 元	38.0	5.5	7.9	13.0	17.6	11.0	2.3	4.7	637
	45001-60000 元	32.4	7.2	8.8	13.3	20.5	9.3	2.8	5.8	1001
	60001-75000 元	25.9	8.6	7.8	13.2	21.7	12.2	6.0	4.6	557
	75001-90000 元	24.0	6.8	8.0	13.5	20.9	14.5	4.6	7.7	465
	90001-100000 元	24.5	7.2	11.5	12.0	19.0	14.8	5.1	5.9	358
	100001-115000 元	22.6	10.4	8.7	9.6	18.6	15.0	6.4	8.7	417
	115001-130000 元	30.2	8.4	6.8	10.5	21.2	12.1	4.7	6.1	154
	130001-145000 元	22.8	0.9	14.1	13.5	17.2	16.8	1.1	13.6	47
	145001-160000 元	21.0	9.5	10.0	13.0	19.1	15.8	3.9	7.6	139

	160001 元以上	28.7	7.5	7.8	10.9	17.3	12.6	5.6	9.5	419
地理區域	北部	35.5	7.7	10.1	12.6	16.3	9.5	3.5	4.8	4156
	中部	36.0	8.3	8.9	11.5	17.6	10.0	2.5	5.3	2298
	南部	35.8	7.8	10.3	11.1	16.3	10.5	3.0	5.2	2201
	東部	38.7	7.1	6.1	11.6	15.7	9.1	4.7	6.9	293

表 3-54 是安裝機上盒的可能性與五個人口變項，包括性別、年齡、教育程度、家庭收入以及地理區域的交叉分析。爲了更明確瞭解性別跟安裝機上盒的可能性的相關性，本研究進行 t 檢定，結果發現，男性及女性受訪者在安裝機上盒的可能性的程度上有顯著的差異( $t=6.17, p=.013^*$ )，其中男性的願意程度( $mean=4.63$ )顯著的低於女性的願意程度( $mean=4.73$ )。另外，本研究也進行年齡、教育程度、個人收入、及家庭收入等四個人口變項與安裝機上盒的可能性的相關性分析，分析結果發現，年齡與安裝機上盒的可能性成顯著負相關性( $R=-.025, p=.019^*$ )，教育程度與安裝機上盒的可能性具顯著正相關( $R=.026, p=.015^*$ )，個人收入與安裝機上盒的可能性具顯著正相關( $R=.033, p=.004^{**}$ )，家庭收入與安裝機上盒的可能性具顯著正相關( $R=.051, p=.000^{***}$ )。整體而言，安裝機上盒的可能性的受訪者女性較多，年齡較輕，教育程度、個人收入及家庭收入皆較高。

表 3-54-1 請問您將來安裝機上盒的可能性大概幾分？

	列聯係數 (Contingency Coefficient)	卡方檢定 (Pearson Chi-Square)	自由度 (DF)	顯著性 (Asymp. Sig.)
性別	0.110	110.019	7	0.000
年齡	0.232	506.208	35	0.000
教育程度	0.231	497.366	28	0.000
家庭總收入	0.260	361.414	77	0.000
地理區域	0.053	25.602	21	0.222

表 3-54-1 是安裝機上盒的可能性與五個人口變項，其中男性及女性受訪者與安裝機上盒的可能性有顯著的差異，不同年齡的受訪者與安裝機上盒的可能性有顯著的差異，不同教育程度的受訪者與安裝機上盒的可能性有顯著的差異，不同家庭總收入的受訪者與安裝機上盒的可能性有顯著的差異，北、中、南、東地區的受訪者與安裝機上盒的可能性沒有顯著的差異。

## 八、基本資料

表 3- 55 與受訪者住在一起的人數

	個數	%
1 人	330	3.3
2 人	942	9.4
3 人	1464	14.6
4 人	2472	24.7
5 人	2281	22.8
6 人	1162	11.6
7 人	503	5.0
8 人	260	2.6
9 人	88	0.9
10 人	152	1.5
11 人	38	0.4
12 人	57	0.6
13 人	20	0.2
14 人	8	0.1
15 人	16	0.2
16 人	7	0.1
18 人	3	0.0
20 人	17	0.2
21 人	2	0.0
28 人	2	0.0
29 人	2	0.0
拒答／不知道	190	1.9
總和	10014	100.0

註：扣除「拒答及不知道」後，此題的平均人數為：4.59 人，標準差為：2.17。

表 3-55 是詢問受訪者，目前和受訪者住在一起的總共有幾個人，表中的資料顯示，有二成五的受訪者表示目前包括受訪者在內共有 4 人住在一起，有二成三的受訪者表示有 5 人住在一起，有一成五的受訪者表示共有 3 個人住在一起，有一成二的受訪者表示共有 6 個人住在一起，另外約有一成的受訪者表示共有 2 個人住在一起，所以本研究受訪者的家庭人口數，從 2-6 人最為多數。本題的平均人數為 4.59 人。

## 結語

本研究之電訪主要在調查有線電視訂戶之滿意度、訂戶對分組付費及數位機上盒的看法。

### 一、有線電視滿意度

本研究共有 21 個題目來評估訂戶對有線電視的滿意度，以下是綜合歸納：

#### (一) 有線電視訂戶滿意的題項

滿意度超過五成或接近五成的共有八個項目，依序為有線電視頻道數量夠多（75.2%）、系統不會常常任意關閉一些頻道（59.7%）、有線電視節目很多樣（59.4%）、畫面品質清晰良好（55.4%）、系統沒有常常中斷訊號（50.4%）、地方新聞符合地方需求（50.1%）、叫修速度很快（48.7%）、服務人員親切有禮（47.8%）。

接下來，滿意度沒有過半但是高於不滿意的四項包括，有線電視節目內容夠水準（38.9%）、對客戶意見的反應迅速確實（38.5%）、是一個可靠值得信賴的公司（38.4%）、服務人員非常專業（同意 37.7%），這四項表示普通的有三成至四成多左右。原則上有線電視訂戶對超過一半有線電視的服務，其滿意度高於不滿意度。

#### (二) 有線電視訂戶不滿意的題項

訂戶不滿意的有九個題項，他們認為有線電視節目重播率很高（78.2%）、不熱心參與地方社區服務（65.3%）、廣告很多（65.1%）、不積極參與地方公益活動（59.4%）、沒有盡力去了解客戶的需求（55.8%）、跑馬燈廣告很多（54.6%）、購物頻道很多（50.1%）、收費不合理（49.2%）、自製頻道不夠水準（24.2%認為有水準，39.4%認為沒水準）。其中跑馬燈廣告很多的部分，根據本研究針對業者所做的深度訪談，業者表示有用跑馬燈廣告播一些政令宣導的廣告及催繳收視費的廣告。本研究的焦點團體座談受訪者表示，有些人把新聞頻道在播新聞時，在兩邊出現的字幕也當作是跑馬燈廣告。另外，從這次電訪結果可以看出來，受訪者很不滿意有線電視的社區參與，因為幾個社區參與的題項，受訪者的不滿意度皆遠遠高於滿意度。本研究所做的有線電視滿意度調查，與過去去行政院新聞局委託其他市調公司所做的調查，最大的不同點在於有線電視的社區服務，包括有線電視是不是很積極參與地方公益活動、有線電視是不是很熱心參與地方社區服務、有線電視是不是一個可靠值的信賴的公司、及有線電視是不是很盡力去瞭解客戶的需求，在這四個題項中本研究發現，僅有可靠值得信賴這一個題項上，有線電視系統的滿意度高於不滿意度，其餘三個題項其不滿意程度皆遠遠的

高於滿意程度，從這樣的結果看來，台灣的有線電視系統並不是很積極的參與地方社區服務。

### （三）受訪者最常收看的頻道

受訪者最常收看的前五個頻道為東森新聞、HBO、民視、TVBS-N、中天新聞台，至於前五十個頻道則請見前面表格。由有線電視訂戶常收看的前五十個頻道表可看到以下的特徵：

無論北、中、南、東或台閩地區，幾家主要的新聞專業頻道排行皆在前十名之內；電影頻道仍以 HBO 最受歡迎，其他國片頻道多能排行在四十名之內；體育類頻道多能排行在四十名之內；新知頻道如 DISCOVERY 與國家地理頻道皆在排行二十五名之內；三立家族頻道皆能居於十六名之內，觀眾對其頻道喜好南北有差異；八大之家族頻道則以綜合台較受歡迎；無線商業台之優勢不再，但其排名皆仍維持於前十二名之內；公共電視雖進入五十名以內，唯名次是在四十名之後；財經專業頻道大多排行甚後；兒童頻道如東森幼幼台與迪士尼頻道皆能排行前五名之內，本國自製之兒童頻道比國外兒童頻道受歡迎；音樂頻道如 MTV 與 Channel V 皆能排入前五名之內；宗教頻道僅大愛頻道能排入前五名之內，其排名在二、三十名左右。

### （四）自製新聞與自製頻道

大部分受訪者都知道或看過有線電視系統的自製新聞，而且也認為有線電視的自製新聞還頗符合地方上的需要。然而，大部分受訪者都不太清楚有線電視系統有推出自己製作的頻道，而且對於自製頻道的水準都認為不好。

## 二、分組付費

有四成七的受訪者贊成分組付費的制度，而不贊成的有三成四，至於付費頻道及計次付費節目，大部分的受訪者不願意付費訂付費頻道，不願意的有八成八，願意的僅有二成七；不願意付費收看計次付費節目的有七成二，願意的僅有一成五。

## 三、數位機上盒

有關機上盒的提供方式，受訪者最願意的方式是，每個月用 140~200 元向業者租用，並交 500~1000 元左右的可退押金，有三成六的受訪者贊成此一方式。另外，本研究也詢問受訪者目前是否有裝機上盒，僅有 2.2% 的受訪者裝有機上盒。

#### 四、交叉分析

本研究就受訪者是否贊成分組付費制度，是否願意收看付費頻道、計次付費節目、以及是否願意訂閱有線電視雙向互動服務這四個題項進行人口變項（性別、年齡、教育程度、個人收入、及家庭收入）的交叉分析，分析結果發現，贊成分組付費、願意收看付費頻道及計次付費節目者，大致而言，男性多於女性，年齡較輕的較願意或較贊成，而教育程度、個人收入及家庭收入，都與願意程度或贊成程度成正比，也就是說，教育程度較高、個人收入及家庭收入較高者，較願意或贊成這三個制度。至於，訂閱雙向互動服務的可能性，除了女性的可能性高於男性的可能性以外，其他與前面三個題項一樣，換言之，訂閱雙向互動服務可能性與年齡成負相關，與教育程度、個人收入、及家庭收入成正相關，這樣的發現跟 Rogers（1995）的創新傳佈的觀點相符合，Rogers 用創新傳佈的觀點來探討新科技的採用時發現，科技早採用者其年齡較輕，教育程度較高，個人及家庭收入也都比較高。

#### 五、有線電視的佔有率

根據本研究的電話調查，目前台灣的有線電視佔有率是七成六，而不是一般報導的八成。這樣的結果倒與蓋洛普公司過去三年為行政院新聞局所做的有線電視的服務品質的調查相符，蓋洛普的研究發現民國 89 年度有電視的佔有率為八成，90 年度為七成五，91 年度為七成二，也就是說，台灣的有線電視佔有率從過去最高峰的八成，逐年的降低，目前已在七成六左右，這樣的趨勢是否是因為消費者對有線電視滿意度逐漸降低的原因，值得再加以深究。