網路交易(網購及網售)使用者上網行為分析

- 2017 年寬頻使用調查後續研究

國家通訊傳播委員會　綜合規劃處

2018 年 9 月 26 日

摘　　要

本研究係利用2017年末國家通訊傳播委員會完成的第一次年度大調查:「通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查」，其中的寬頻使用調查成果，進行網購者及網售者的上網行為分析。

於分析中我們得到的訊息豐碩，我國16歲以上的民眾，有49%的網購比率，15%的網售比率，網購者中有近 30%身兼網售者，重度網購者更高達半數身兼網售者，而網售者幾乎全數身兼網購者，也就是，我國16歲以上的民眾，有14.6%既是網購者、又是網售者。

這些數字告訴我們，我國的電子商務商機正迅速的發展，已經有逾半的上網者接觸過網路交易了，有 1/7 的人甚至嘗試在網路上自己當老闆。

這些接觸過網路交易的網售者及重度網購者相當年輕，平均年齡在32~37歲之間，偏未婚及大學以上教育程度，多從事服務及銷售業，個人平均月收入約3.15萬元。而在上網行為上，他們表現出謹慎的作為，小心求證、不輕易相信網路上的訊息，但又樂於分享資訊，在網路使用的自信上，與非網購者和非網售者有著不小的差距。

這樣的後續分析，雖然是第一次進行，但是，我們相信這些資料的提供，應當有助於關心電子商務產業發展的相關人士或產學人士，希冀也能作為相關單位制訂電子商務相關決策的客觀參考依據。

目　　錄

壹、 前言.....1
一、 研究背景.....1
二、 研究動機.....2
三、 研究目的.....3
四、 預期效益.....4
貳、 研究方法.....5
一、 研究素材.....5
二、 研究標的.....6
三、 統計方法.....7
四、 研究限制.....8
參、 文獻探討.....9
一、 尼爾森 2017 年網路購物行為研究.....9
二、 資策會產業情報研究所(MIC)網購大調查.....10
三、 國家發展委員會 106 年個人家戶數位機會調查...16
肆、 資料分析：針對網購者.....18
一、網購者定義.....18
二、重度網購者的特色.....20
三、非網購者定義.....27

四、非網購者的特色.....27
五、重度網購者與非網購者的特色比較與統計檢定....34
伍、 資料分析：針對網售者.....104
一、定義網售者.....104
二、網售者的特色.....106
三、非網售者定義.....114
四、非網售者的特色.....114
五、網售者與非網售者的特色比較與統計檢定.....121
陸、 綜合結論與建議.....196
一、 綜合結論.....196
二、 展望與建議.....207
三、 未來研究建議.....208
柒、 附錄-1.重度網購者/非網購者獨立性檢定....209
柒、 附錄-2.網售者/非網售者獨立性檢定.....241

壹、 前言

一、 研究背景

智慧型手機普及，讓個人間交易（C2C）變得簡單，任何人都可以上網買賣。日本內閣府與總務省 2018 年 8 月初發表「共享經濟（Sharing Economy）」報告，推估這個市場有五千億日圓規模，以個人物品交易比例最高、達三千億日圓；日本媒體形容，日本將進入「總計一億商人時代」，也就是一億人口是消費者也是商家，日本目前人口數約一億兩千萬人[1]。

反觀台灣，隨著經濟持續復甦，刺激家庭支出的增長，加上網路和智慧型手機使用的普及化，順勢推動了整個 C2C 的行動電商時代。台灣網路交易熱絡、電商表現亮眼，電商市場規模從 2015 年的新台幣 7,274 億大幅成長至 2017 年的 1 兆 1,086 億元，CIC[2]報告也預測至 2022 年，台灣電商市場規模將達新台幣 2 兆 1,598 億元[3]。當然，這樣的市場規模估計並未涵蓋非電商平台或個人在網路上的交易量。

這些訊息告訴我們，網路交易能創造出的交易量，很可能遠超過我們現在的想像，不久的未來，網路交易創造的生產力與財富乘數效應，將會是一幅壯觀的景象。

---

[1] 文參考:聯合新聞網，是買家也是賣家 日本將進入「一億商人時代」，2018/7/30。

[2] 灼識諮詢有限公司簡稱

[3] 文參考: 財訊快報/陳浩寧，產業新聞：CIC 報告預估，2022 年台灣電商市場規模逾 2 兆元，人均年度網購額近 5 萬元，2018/06/08

二、 研究動機

2017 年末，國家通訊傳播委員會完成了第一次的年度大調查：「通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查」[4]，針對寬頻使用、通訊市場、廣電市場及匯流發展進行全面且深入的需求面調查，獲取能細緻、客觀描繪消費者行為偏好圖像的資訊；其中，從寬頻使用調查中，獲致了完整的消費者寬頻使用經驗資訊，同時，也讓我們得以一窺網路交易使用者（包含網購者及網售者）的上網行為；因此，我們利用這 1,131 份涵蓋全國的樣本資訊，深入探討網購者及網售者的特徵，希冀所獲致的資訊能做為各決策及管理單位未來制定策略時的參考資訊之一。

[4] 請參見本會外網所公開的調查報告：
https://www.ncc.gov.tw/chinese/gradation.aspx?site_content_sn=4201&is_history=0

三、 研究目的

本研究擬達致以下目的：

(一)、 探討網購者及網售者的人口基本特質。

(二)、 分析網購者及網售者的網路使用行為。

(三)、 瞭解網購者及網售者的社群媒體使用行為。

(四)、 研究網購者及網售者的網路資訊查證行為。

(五)、 解析網購者及網售者的網售及網購經驗。

(六)、 研判網購者及網售者的資訊搜尋與分享行為。

(七)、 探究網購者及網售者的資安行為。

(八)、 判斷網購者及網售者的網路影響認知。

四、 預期效益

網路的與生俱來的特色告訴我們，網路是天生的交易市集，網路本質是互動的，當網路上交換的不僅是訊息，而是有價的商品時，就形成了交易。不管是過去、現在，還是未來，網路都會形成各式各樣的交易對口，這個交易對口有什麼樣的特徵、要如何管理應對，值得所有決策單位深思；同時，不論是電商平台，抑或是非電商平台的交易個體，在思索如何吸引網購者與網售者的目光焦點時，本研究所提供的資料，當可做為思考的起點。

貳、 研究方法

五、 研究素材：

本研究係採用本會「2017 年度寬頻使用調查」之統計資料為素材，該調查於 2017 年 8 月 17 日至 10 月 5 日以結構式問卷進行，針對我國 16 歲及以上民眾，共在全國 62 個抽樣點成功訪得 1,131 份有效樣本，在 95%的信心水準之下，抽樣誤差在±3%以內；同時，樣本的性別、年齡及戶籍分佈經一致性檢定顯示與內政部 2017 年 8 月份公告的我國人口統計特徵分佈無差異。

六、 研究標的：

本研究係針對「2017 年度寬頻使用調查」結構式問卷「Q61.請問您是否有在網路上購物的經驗? 」回答「1.有」的受訪者-網購者、及「2017 年度寬頻使用調查」結構式問卷「Q68.請問您有沒有在網路販售商品的經驗? 」回答「1.有」的受訪者-網售者，探討其基本人口特徵與上網行為。

七、 統計方法：

本研究使用的統計分析方法計有：百分比分析法、無母數統計之獨立性檢定法及 Jackknife 多重比較檢定法[5]。

[5] 請參考：顏月珠著，無母數統計方法，1992/02。

八、 研究限制

本會「通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查」，係第一次針對寬頻使用、通訊市場、廣電市場及匯流發展進行全面性的調查，並無過往調查的歷史資料可資比較，故本報告僅能就 2017 年度調查所得資料忠實呈現；希冀來年「通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查」繼續執行後，所得資料可供趨勢比對。

參、 文獻探討

一、 尼爾森 2017 年網路購物行為研究[6]

根據尼爾森 2017 年網路購物行為研究資料顯示：

(一)、 行動裝置網購已超越非行動裝置：台灣 12 至 65 歲的受訪者當中，有接近四成 (37.4%) 的民眾曾於過去三個月內在網路上購物，估計全台網購人口約達 676 萬。同時，約有四分之三的網購者是透過行動裝置進行網購，超越了非行動裝置如桌上型電腦與筆記型電腦的 72%。

(二)、 消費者的網購品群逐漸轉向日常必需品：主要四大品群是服裝/內睡衣 (34.1%)、旅遊/休閒/交通服務 (18.7%)、鞋品/包包/皮革 (16.3%) 和臉部潔保養/身體保養/彩妝用品/香水 (14.1%)，為台灣消費者最愛的網購商品。「這表示網購對台灣消費者而言，從過去只集中在購買非必需品的管道，已漸漸成為日常必需消費品的重要通路之一，」尼爾森對所得資訊下了這樣的推論。

(三)、 網購平台的選取受價格及購買流程所影響：消費者網購

[6] 文參考：尼爾森行銷研究顧問股份有限公司，2017 年台灣網購消費者透過行動裝置購物首度超越電腦，2017 / 11 / 07，http://www.nielsen.com/tw/zh/press-room/2017/taiwan-mobile-shopping-overpassed-shopping-via-pc.html

時選擇主要購買平台的關鍵因素，產品價格/提供促銷活動（34.7%）、簡便的購物及結帳流程（26.6%）及常去的網站（24.9%），是受訪的網購消費者主要的考量因素，此外，交貨速度也是影響消費者選擇平台的重要因素之一。

(四)、 結論：網絡購物已經成為消費者購物的主要管道之一。「不同商品品牌，尤其是家庭用品品牌應精準掌握消費者的購物模式，選擇合適的購買平台或接觸點與目標客群溝通，才能有效地宣傳推廣，進而達到最佳銷售效益，」尼爾森最後這麼說。

二、 資策會產業情報研究所（MIC）網購大調查[7]

(一)、 整體網購頻率已逼近實體購物：也就是消費者在 10 次購物行為中，約有 4.5 次是透過網購通路，其中 21~45 歲族群網購頻率又高於整體平均。此外，調查結果顯示 2017 年平均網購金額為 26,487 元，其實比起 2016 年的 27,715 元有小幅衰退，

(二)、 網購族對「送貨速度」有不同期待：23.5%的人期待 24 小時內到貨，其中以 36~55 歲期待比例最高，而最多數的消費者（62.2 %）則期待 2~3 天。至於網購族喜歡的取貨方式，目前仍以超商取貨（78.5%）與宅配（74.1%）為主。

(三)、 網購族獲取產品資訊的優先管道：購物網站（59.1%），已經勝過使用 Google（40.2%），甚至是其他管道如 Facebook（26.7%）、比價網站（25.9%）或入口網站（16.8%）。當網購族想購買特定產品時，PChome（含 24h/商店街）（40.8%）列搜尋網站首位，其次才依序為 Google（32.5%）、Yahoo（含超級商城/購物中心，31.3%）、蝦皮購物（26.9%）、露天拍賣（24.7%）、

[7] 文參考：資策會產業情報研究所（MIC），網購大調查，2018/03/15，https://mic.iii.org.tw/IndustryObservations_PressRelease02.aspx?sqno=488

momo 購物網（23.2%），其他比價網站如 Feebee、FindPrice、EZprice 比例皆不到 2 成。

(四)、 網購者最常購物的前五大 B2C 平台：依序為 PChome 24h（50%）、Yahoo 購物中心（45%）、momo 購物網（41.5%）、創業家兄弟（17.9%）與博客來（16%）。至於最常購物的 B2B2C、C2C 開店平台，前五名依序為露天拍賣（36.8%）、蝦皮購物（36%）、PChome 商店街（36%）、Yahoo 拍賣（33.9%）與 Yahoo 超級商城（31.3%）。

(五)、 行動裝置網購已超越非行動裝置：64.9%臺灣網友曾以智慧型手機或平板電腦進行網購。特別的是，會使用 PC 與行動的跨螢網購者無論是消費頻率或金額，皆比單從 PC 網購的消費者更高：跨螢網購者每月消費頻率為 2.4 次，每次消費金額為 1,147 元；而 PC 網購者每月網購頻率僅 1.4 次，每次消費金額 1,023 元。

(六)、 透過行動網頁購物比例超過使用購物 APP：不過仍平均一人擁有 3 個購物 APP，而下載率前五名依序為蝦皮購物（39.1%）、momo 購物網（21.8%）、Yahoo 購物中心（19.4%）、露天拍賣（17.8%）與

PChome24H（17.8%），同時也有 21.9%網購族未下載任何購物 APP。

(七)、 網購族最常行動購物的場景：臥室 / 書房（37.7%），其次依序為客廳（25.5%）、公司 / 學校（23%）、等候時（12.3%）與搭乘大眾交通工具時（10.2%）。

(八)、 導致網購者降低行動購物意願的前五大主因：依序是螢幕太小不舒服（44.9%）、操作不易 / 不夠直覺（29.8%）、比價不方便（27.6%）、行動版網站功能不完整（27.1%）、App 推播訊息擾人（21.5%），這些將是未來電商業者設計行動購物頁面或 APP 的參考方向。

(九)、 近 2 年跨境網購比例無明顯增幅：但 2017 年曾進行跨境網購的網友，年均消費金額為 16,378 元，較 2016 年 15,535 元成長了 5.4%，其中 26~35 歲是最主要族群。跨境網購族最青睞的網購平台為淘寶 / 天貓商城（69.5%），其次為日本樂天（19.3%）、日本 Amazon（17.9%）、美國 Amazon（14.2%）與 eBay（7.2%）等。

(十)、 跨境網購管道：最多數人習慣自行訂購（71.1%），而透過國內個人代購賣家比例則相較 2016 年（31.8%）

成長至 37.4%，其中女性比例(44.5%)大幅高於男性(31.3%)；在整體透過國內代訂網站比例上，則從25.8%降至 20.3%。

(十一)、跨境網購五大商品類別：依序為服飾配件(39.3%)、日常用品(36.9%)、3C 產品(35.6%)、精品鞋包(20.9%)與家具家電(11.8%)。男性購買品項最大宗為 3C(53.7%)，顯著高過女性(14.5%)；而女性購買最大宗則為服飾配件(52.6%)。其中男性跨境網購族購買力高過女性，年均消費金額為 18,279 元，女性族群為 14,171 元。跨境網購族選擇跨境網購的五大主因，依序為價格實惠(59.1%)、臺灣買不到(56.1%)、種類多元(24.6%)、促銷折扣多(24.1%)與品質優良(11.2%)，不同性別也有所差異，男性第一名動機為臺灣買不到(66.7%)，遠高過女性比例(43.9%)，至於女性第一大動機是價格實惠(60.7%)，其次才是國內買不到。

(十二)、降低跨境購物意願的前五大主因：分別為退換貨不方便(45.2%)、國際運費太貴(44.2%)、消費糾紛求助無門(41.4%)、不信任海外網站(21.1%)與沒有

直送臺灣，需透過第三方轉運 (19.3%)。另外，相較起來「口碑因素」對於跨境網購資訊的獲取也相對國內網購更加重要，如親友推薦與 PTT 而言，在國內平台資訊獲取管道排行僅排名第 6 與第 10 位，卻在跨境網購資訊獲取管道中雙雙排入前 5 名，這也顯示跨境網購資訊相對更仰賴口碑。

三、 國家發展委員會 2017 年個人家戶數位機會調查[8]

(一)、 網路購物是臺灣 12 歲以上網路族參與數位經濟的主要方 式： 61.3%的受訪者曾透過網路查詢商品評價或比價，59.2%曾於線上購物； 不過，網路族對網路銀行的接受度未見提升，近一年使用率 33.2%，10.2%曾經 使用 AIRBnb、Uber 等網路創新服務，7.3%過去一年曾於網路銷售商品。至於行 動支付，國內每百人次網路族已有 10 人次已體驗。

(二)、 從使用頻率來看：合計有 9.1%網路族每天查詢感興趣的商品或比價，25.8%每周至少研究一次，是應用最頻繁的經濟活動；網路族透過網路購物則以每月一次最常見(27.7%)；合計 12.5%網路族為網路銀行的經常利用者(3.3%每天利用、9.2%每週使用一次)，經常性使用網路創新服務及販售商品的網路族則不多，比 率低於 0.5%。

(三)、 網路購物付款：國內目前仍以超商取貨付款最常見，且比率由 2016 年的每百人次 79 人次增為 2017 年的 87 人次，其他各項付款方式也都普遍獲得成長，貨到

[8] 文參考：國家發展委員會，106 年個人家戶數位機會調查報告，2017/12。

付款使用率由每百人次 74 人次增為 82 人次，線上刷卡由每百人次 53 人次增為 56 人次，實體 ATM 轉帳由每百人次 34 人次增為 43 人次、網路銀行轉帳由每百人次 21 人次增為 31 人次、臨櫃匯款由每百人次 19 人次增為 25 人次， 手機感應或掃瞄付款則由每百人次 4 人次增為 12 人次。

肆、 資料分析：針對網購者

一、 網購者定義

本研究所稱網購者係指於「2017 年度寬頻使用調查」結構式問卷「Q61.請問您是否有在網路上購物的經驗? 」回答「1.有」的受訪者，回答「2.沒有」者則為非網購者；其中，在「2017 年度寬頻使用調查」中網購者計有 551 人，佔本次調查有效樣本 1,131 人的 49%，非網購者計有 480 人，佔本次調查有效樣本 1,131 人的 42%[9]。

本研究的目的係為找出網購者與非網購者的基本人口特質差異及上網行為特徵，為凸顯兩者的特徵差異，故針對重度使用網路交易的網購者，以非網購者為對照組進行比較；為達致此目的，應定義何謂重度網購者，經 Jackknife 多重比較檢定法對問卷 Q.62 網購者的網購次數進行分組(詳見以下附表 1.)後，發現：

- 重度網購者（過去 12 個月網購次數 15 次及以上者，共 77 人）、
- 中度網購者（過去 12 個月網購次數 10-14 次者，共 96 人）、
- 輕度網購者（過去 12 個月網購次數 0-9 次者，共 378 人）。

故本研究針對重度網購者（過去 12 個月內網購次數達 15 次及以上者，共 77 人）及非網購者(共 480 人)進行分析比較。

[9] 本調查另有 5%的受訪者不上網、4%於 Q.61 回答:不知道、拒答。

表、網購者網購頻率分組 - Jackknife 多重比較檢定

過去12個月網購次數	0次	1次	2次	3次	4次	5次	6次	7次	8次	9次	10次	11次
人數$_{(X)}$	23	63	82	57	40	57	29	8	18	1	67	3
累積人數$_{(r)}$	23	86	168	225	265	322	351	359	378	378	445	449
變異數S_j^2	177626	128491	76428	48161	32205	15009	8768	7331	4512	4405	0	15

過去12個月網購次數	12次	14次	15次	16次	17次	19次	20次	21次	24次	25次	26次	30次
人數$_{(X)}$	24	2	13	1	3	3	18	1	7	2	1	12
累積人數$_{(r)}$	473	474	487	488	491	494	512	513	520	521	522	534
變異數S_j^2	775	867	1801	1870	2139	2425	4522	4630	5632	5875	5999	8002

過去12個月網購次數	33次	40次	45次	49次	50次	57次	60次	63次	66次	76次	80次	100次	總平均
人數$_{(X)}$	1	3	1	1	4	1	2	1	2	1	1	1	
累積人數$_{(r)}$	535	538	539	540	544	544	546	547	548	549	550	551	**445**
變異數S_j^2	8146	8696	8847	8998	9773	9932	10255	10418	10748	10915	11083	11252	**19044**

採用T檢定：

N = 36 , V = 35 , T(0.95,35) = 1.69 , 95% Confidence Level , Confidence Interval of r =

405.85 ≦ r ≦ 483.59

Test Conclusion：

分類	輕度網購者	中度網購者	重度網購者
網購次數	0~9次	10~14次	15次及以上
人數	378	96	77

二、 重度網購者的特色(Base=77 人)

(一)、 基本人口特質

重度網購者主要分布在高屏澎地區(36%)、其次是桃竹苗地區(20%)；女性居多(67%)；年齡層最多的是 25-44 歲(68%)；未婚居冠(57%)；家庭月收入約為 2-8 萬(55%)，平均家庭月收入為 6.41 萬元；自有房屋率 78%；主要的教育程度是大學(44%)；最多人從事的職業是製造業(15%)、專業、科學及技術服務業(14%)及其他服務業(10%)；逾四成的人職務是服務及銷售工作人員(42%)；個人平均月收入約為 3.15 萬元；平均年齡約為 37 歲；平均網齡 15 年。

(二)、 上網行為

1. 網路使用行為：

重度網購者最常上網使用的裝置是智慧型手機(90%)；最常使用的保護上網安全措施是使用防毒軟體(65%)、使用防火牆(44%)及在使用的裝置上設定複雜密碼(36%)，只有 3%的人都沒有使用安全措施；過去 12 個月內上網曾遇到的狀況主要是電腦中毒(20%)及個資遭到外洩(20%)，另有 53%都沒有遇過。

重度網購者對於使用網路的自信程度分別是(10 分為滿分)：

項目	分數
掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	6.81 分
閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度	7.65 分
整體而言，對於使用網路的自信程度	8.18 分

重度網購者使用網路的頻率主要是每天超過 50 次(58%)；最常從事的網路活動是造訪曾經使用過的網站/App(93%)；上個星期使用網路從事的活動最多的是瀏覽網頁/查詢(85%)及使用社群網路(78%)；有 90%的人會在家中以外地方上網；在家中以外上網的地方主要是工作地點(68%)、乘坐交通工具或行走時(55%)；在住家以外地點使用網路的頻率是每天超過 50 次(47%)；一星期在工作場合或求學處上網的時間平均是 39 小時；一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間平均是 25 小時；最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動主要是使用社群網路(71%)、瀏覽網頁/查詢(65%)；在家中使用網路的頻率是每天超過 50 次(43%)、每天超過 10 次(41%)；一星期在家上網的時間約為 35 小時；最近 7 天在家中使用網路時從事的活動最多的是瀏覽網頁/查詢(87%)、使用社群網路(66%)、線上查詢商品或服務資訊

(63%)、線上購物(62%)。

2. 社群媒體使用行為：

重度網購者有 91%擁有社群媒體網站/App 的帳號；仍在使用的社群媒體網站/App 主要是臉書(87%)、Line(82%)；最常使用的社群媒體網站/App 是 Line(58%)和臉書(36%)；曾在社群媒體網站/App 上進行的活動是發表評論或分享自己的影片或照片(72%)、瀏覽他人分享之文章、影片或是照片(70%)及在別人分享的文章、影片或是照片上按讚(68%)。

重度網購者對於社群媒體的認知是：

項目	% (非常同意+還算同意)
會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	85%
使用社群媒體時經常感到被排擠	18%
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	87%

有 87%的重度網購者曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結；有 58%的人曾在社群媒體網站上與不認識的人分享意見；但只有 33%的人願意以真名分享意見；有 57%的人有時會瀏覽不同的意見；對於在社群媒體分享資料的認知是：

項目	% (非常同意+還算同意)
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結	36%
每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的	52%
項目	**% (總是 + 經常)**
發佈照片時，考慮到隱私或安全	76%
標註照片中的其他人時，會考慮到任何隱私或安全的事情	69%
發表評論時，會考慮到任何隱私或安全的事情	77%
標註所在地點時，會考慮到任何隱私的事情	68%

3. 網路資訊查證行為：

重度網購者在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是 Google 等搜尋引擎)，主要是透過「找其他網站的資訊比對」(64%)、「找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等) 」(49%)來確認其真實性，不曾確認者則僅有 12%；同時，對於：

- 「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的同意程度是 51%
- 對於「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」的同意程度是 34%
- 對於「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」，總是+經常這麼做的人佔 61%

4. 網購行為：

重度網購者最近 12 個月內在網路上購物的產品類型

前五名依序是：手機與通訊（38%）、食品,甜點(含餐券)（38%）、精品,包包與服飾配件（36%）、美容與彩妝（35%）、廚房,生活雜貨與文具用品（34%）；最近 12 個月內在網路上購物的金額平均是 26,000 元；最近 12 個月內有 62%是購買國內產品；最近 12 個月內支付網路購物費用的方式主要有線上刷卡(68%)、便利商店取貨付款(67%)、貨到付款(49%)、網路銀行轉帳(39%)；而最常使用的付款方式是線上刷卡(50%)及便利商店取貨付款(23%)。

重度網購者在決定購買產品或使用服務時，有 87%會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論；但在購買產品或使用服務後，有 78%不會撰寫相關網路評論。

5. 網售經驗：

重度網購者中有 53%曾在網路販售商品；最近 12 個月內販售商品的次數平均是 11 次；最近 12 個月內在網路上販售商品的類型主要有食品與甜點(33%)、手機與通訊(29%)、玩具(16%)、嬰幼兒與孕婦用品(14%)等等；最近 12 個月內在網路上販售商品的金額平均是 6,682 元；有 87%是在國內網站販售商品的，另 13%則是在國外網站販售。

6. 資訊搜尋行為：

當重度網購者想要在網路上搜尋資訊時，有 94%曾透過「搜尋引擎(如 Google)」、46%曾透過「YouTube」、43%曾透過「維基百科網站」來搜尋資訊；使用搜尋引擎尋找資訊時，有 72%認為「部分資訊是正確，部分不正確」、21%認為「既然被列出，資訊應該是正確」，只有 7%認為「從未想過正不正確之問題」。

7. 資安行為：

重度網購者在網路上購物，於輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮的事情主要有是否是我熟悉的公司或是品牌(48%)、與其他有保障的付費機制是否連結(如 PayPal 等)(40%)、購物網站看起來是否很安全(37%)；而現今許多網站要求註冊時輸入個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，重度網購者在註冊前會考慮的事情主要是網站是否安全(80%)、有擔保我的個資不會外洩(51%)、是我熟悉的公司或是品牌(46%)，另有 1%的人不會在網站上註冊或提供個人資料，僅有 3%只要網站要求就會在線上註冊個人資料。

8. 網路的影響：

重度網購者認為網路使用對工作或日常生活造成的正面影響主要是：上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等(81%)、上網使我獲知最新事件與社會議題(73%)、上網讓生活更便利如網購、網路銀行(72%)；而造成的負面影響主要是視力退化/肩頸痠痛/影響健康(75%)、影響作息/第二天感到疲憊(51%)、減少與親友共度或互動的時光(27%)，另外，認為都沒有任何負面影響佔 15%。

重度網購者和朋友及家人交流方式主要是面對面(91%)、打電話(60%)、網路電話(56%)；而對手機/網路的依賴程度分別是（１０分為滿分）：

對手機的依賴程度	分數
睡覺時確認手機在身邊	7.65 分
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	8.07 分
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	7.42 分
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	6.16 分
對網路的依賴程度	**分數**
若不能上網人生無趣	7.11 分
不上網不知道如何找到資料	7.12 分
不上網不知道外界發生什麼事件	6.74 分
不上網讓我覺得焦慮	6.65 分
不上網讓我覺得失落	6.47 分
我覺得脫離網路很困難	7.51 分
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	6.85 分
當我上網時我覺得自己正在工作	6.27 分
因為有網路讓我的生活不無聊	7.62 分

三、 非網購者定義

本研究所稱非網購者係指於「2017 年度寬頻使用調查」結構式問卷「Q61.請問您是否有在網路上購物的經驗? 」回答「2.沒有」的受訪者；在「2017 年度寬頻使用調查」中網購者計有 551 人，佔本次調查有效樣本 1,1 31 人的 49%，非網購者計有 480 人，佔本次調查有效樣本 1,031 人的 42%。

四、 非網購者的特色(Base=480 人)

(一)、 基本人口特質

非網購者最主要分布在北北基地區(32%)、其次是中彰投地區(19%)；男性居多(58%)；年齡層分佈最多的是 55 歲以上(53%)；已婚居冠(74%)；家庭月收入約為 2-6 萬(43%)，平均家庭月收入為 6.65 萬元；自有房屋率 81%；主要的教育程度是高中職(含五專前三年)(47%)；最多人從事的職業是家管(18%)、退休(16%)、其他服務業(12%)及製造業(10%)；有 25%是專業人員、另有 21%是服務及銷售工作人員、有 15%是基層技術工及勞力工；個人平均月收入約為 2.71 萬元；平均年齡約為 51 歲；平均網齡 9 年。

(二)、 上網行為

1. 網路使用行為：

非網購者最常上網使用的裝置是智慧型手機(89%)；最常使用的保護上網安全措施是使用防毒軟體(34%)，但有 45%的人都沒有使用安全措施；過去 12 個月內上網曾遇到的狀況主要是電腦中毒(6%)，另有 79%都沒有遇過。

非網購者對於使用網路的自信程度分別是(10 分為滿分)：

項目	分數
掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	4.59 分
閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度	5.68 分
整體而言，對於使用網路的自信程度	5.26 分

非網購者使用網路的頻率主要是每天至少一次(51%)；最常從事的網路活動是:造訪曾經使用過的網站/App(82%)；上個星期使用網路從事的活動最多的是瀏覽網頁/查詢(51%)、撥打語音網路電話(49%)及使用社群網路(42%)；有 66%的人會在家中以外地方上網；在家中以外上網的地方主要是工作地點(30%)、室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)(17%)及乘坐交通工具或行走時(16%)；在住家以外地點使用網路的頻率是每天至少一次(38%)及

每天超過 10 次(36%)；一星期在工作場合或求學處上網的時間平均是 15 小時；一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間平均是 8 小時；最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動主要是：瀏覽網頁/查詢及撥打語音網路電話(各 30%)、使用社群網路(24%)；在家中使用網路的頻率是每天至少一次(47%)、每天超過 10 次(41%)；一星期在家上網的時間約為 13 小時；最近 7 天在家中使用網路時從事的活動最多的是:瀏覽網頁/查詢(48%)、撥打語音網路電話(43%)、使用社群網路(38%)。

2. 社群媒體使用行為：

非網購者有 75%擁有社群媒體網站/App 的帳號；仍在使用的社群媒體網站/App 主要是 Line(69%)、臉書(56%)；最常使用的社群媒體網站/App 是 Line(72%)和臉書(23%)；曾在社群媒體網站/App 上進行的活動是：瀏覽他人分享之文章、影片或是照片(42%)、在別人分享的文章、影片或是照片上按讚(39%)及發表評論或分享自己的影片或照片(19%)，只有 7%未曾進行任何活動。

非網購者對於社群媒體的認知是：

項目	% (非常同意+還算同意)
會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	63%
使用社群媒體時經常感到被排擠	12%

項目	% (非常同意+還算同意)
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	60%

有 58%的非網購者曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結；有 16%的人曾在社群媒體網站上與不認識的人分享意見；但只有 67%的人願意以真名分享意見；有 47%的人有時會瀏覽不同的意見、41%不常瀏覽不同意的意見；對於在社群媒體分享資料的認知是：

項目	% (非常同意+還算同意)
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結	35%
每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的	70%
項目	% (總是 + 經常)
發佈照片時，考慮到隱私或安全	46%
標註照片中的其他人時，會考慮到任何隱私或安全的事情	55%
發表評論時，會考慮到任何隱私或安全的事情	53%
標註所在地點時，會考慮到任何隱私的事情	52%

3. 網路資訊查證行為：

非網購者在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是 Google 等搜尋引擎)，主要是透過「找其他網站的資訊比對」(18%)、「找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等) 」、「詢問信任的人是否也相信該網站」(各 16%)來確認其真實性，不曾確認者則有 44%；同時，對

於：

- 「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的同意程度是 50%
- 對於「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」的同意程度是 39%
- 對於「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」，總是+經常這麼做的人佔 32%

4. 網售經驗(人數過少僅 10 人，下文僅供參考)：

非網購者中僅有 2%曾在網路販售商品；最近 12 個月內販售商品的次數平均使 3 次；最近 12 個月內在網路上販售商品的類型主要有：手機與通訊(27%)、廚房,生活雜貨與文具用品及寵物用品(各 13%)、圖書與雜誌(10%)等等；最近 12 個月內在網路上販售商品的金額平均是 9,525 元；100%是在國內網站販售商品。

5. 資訊搜尋行為：

當非網購者想要在網路上搜尋資訊時，有 63%曾透過「搜尋引擎(如 Google)」、22%曾透過「YouTube」、16%曾透過「社群媒體網站」來搜尋資訊；使用搜尋引擎尋找資訊時，有 49%認為「部分資訊是正確，部分不正確」、23%認為「既然被列出，資訊應該是正確」，但有 28%認為「從未想過正不正確之問題」。

6. 資安行為：

現今許多網站要求註冊時輸入個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，非網購者在註冊前會考慮的事情主要是：網站是否安全(50%)、有擔保我的個資不會外洩(32%)、是我熟悉的公司或是品牌(30%)，另有 8%的人不會在網站上註冊或提供個人資料，僅有 3%只要網站要求就會在線上註冊個人資料。

7. 網路的影響：

非網購者認為網路使用對工作或日常生活造成的正面影響主要是：找資料超方便(49%)、上網使我與朋友及家人更親近(40%)、生活變得有趣多了(36%)；而造成的負面影響主要是視力退化/肩頸痠痛/影響健康(51%)、影響作息/第二天感到疲憊(12%)、減少與親友共度或互動的時光(11%)，另外，認為都沒有任何負面影響佔 31%。

非網購者和朋友及家人交流方式主要是：面對面(83%)、打電話(77%)、網路電話(47%)；而對手機/網路的依賴程度分別是（１０分為滿分）：

對手機的依賴程度	分數
睡覺時確認手機在身邊	4.43 分
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	4.51 分
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	4.42 分
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	3.64 分
對網路的依賴程度	**分數**
若不能上網人生無趣	4.35 分
不上網不知道如何找到資料	4.82 分
不上網不知道外界發生什麼事件	4.43 分
不上網讓我覺得焦慮	3.71 分
不上網讓我覺得失落	3.72 分
我覺得脫離網路很困難	4.04 分
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	3.69 分
當我上網時我覺得自己正在工作	3.64 分
因為有網路讓我的生活不無聊	5.42 分

五、 重度網購者與非網購者的特色比較與統計檢定

(一)、 統計檢定結果

本研究以「重度網購者/非網購者」為自變數、「基本人口特質」及「上網行為」為依變數，進行自變數與依變數的獨立性檢定，探討受訪者的「基本人口特質」及「上網行為」是否會因受訪者是重度網購者或非網購者而有所不同。

經進行「基本人口特質」10 項獨立性檢定及「上網行為」64 項獨立性檢定，發現在 95%的信心水準之下，「重度網購者/非網購者」與「基本人口特質」有關係者計有 7 項、「重度網購者/非網購者」與「上網行為」有關係者計有 57 項，茲將檢定結果臚列於下表，並於下節文中針對檢定顯著者進行比較分析。

獨立性檢定結果表

依變數 \ 自變數	重度網購者(77 人)/非網購者(480 人)	
	檢定結果	
基本資料		
S1.請問您的居住地區？	有關	
1.請問您的出生年次是？	有關	
2.請問您的性別是？	有關	
S3.請問您現在的婚姻狀況？	有關	
S4.請問您和家中同住家人的月收入？(稅前)		無關
S5.請問您的居住狀況？		無關
S7.請問您的教育程度是？	有關	
S8.請問您的職業是？	有關	
S9.擔任什麼樣的職務?	有關	
S10.請問您個人平均每個月所有的(稅前)收入差不多有多少？		無關
網路使用行為		
4.哪一項是最常上網使用的裝置		無關
5.請問您上網網齡多久?	有關	
9.請問您採取哪些措施來保護上網安全？	有關	
10.請問您在過去 12 個月內是否曾遇到下述狀況?	有關	
15.對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度?	有關	
16.閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度?	有關	
17.整體而言對於使用網路的自信程度?	有關	
18. 請問您多常使用網路(包括家中及其他任何地點)？	有關	
19.下列網路活動中，您最常從事的是哪一項?		無關
21.請問您上個星期使用網路從事哪些活動?	有關	
22.您有沒有在家中以外地方上網?	有關	
23.如果有在家中以外的地方上網，請問通常是哪裡?	有關	
24.請問您多常在住家以外地點使用網路？	有關	
25.請問您一星期在工作場合或是求學處上網幾個小時?	有關	
26.請問您一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時?	有關	
28.您最近 7 天於住家以外地點使用網路時，從事哪些活動？	有關	
29.請問您多常在家中使用網路？	有關	
30.請問您一星期在家上網幾個小時?	有關	
32.您最近 7 天在家中使用網路時，從事哪些活動？	有關	
社群媒體使用行為		
35.請問您擁有任何社群媒體網站或 App 的帳號嗎?	有關	
36.您擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或 App 帳號?	有關	
37.您最常使用的社群媒體網站或 App 是哪一個?	有關	
38.您曾在社群媒體網站或 App 上進行哪些事情?	有關	
39.我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文，請問您同意不同意?	有關	
40.我使用社群媒體時經常感到被排擠，請問您同意不同意?	有關	
41.使用社群媒體時，讓我感覺更有創意，請問您同意不同意?	有關	
42.您曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結嗎?	有關	
43.我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結，請問您同意不同意?		無關
44.每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的，請問您同意不同意?	有關	

獨立性檢定結果表-續

依變數 \ 自變數	重度網購者(77 人)/非網購者(480 人)	
	檢定結果	
45.您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見嗎?	有關	
46.當您有選擇時，你願意還是不願意以真名分享意見?	有關	
47.每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率為何?	有關	
48.每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情?		無關
49.每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情?	有關	
50.每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情?		無關
51.哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態?	有關	
網路資訊查證行為		
54.每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是 Google 等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性?	有關	
55.我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分，請問您同意不同意?	有關	
56.只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊，請問您同意不同意?	有關	
57.請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」	有關	
58.請您回想，每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊?	有關	
網路販售商品經驗		
68.請問您有沒有在網路販售商品的經驗?	有關	
69.請問您最近 12 個月內販售商品的次數共幾次?		無關
70.請問您最近 12 個月內在網路上販售商品的類型有哪些?		無關
網路資訊搜尋及分享行為		
73.在您決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論?	有關	
74.在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論?	有關	
75.每當您使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見?	有關	
網路資安行為		
77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情?	有關	
網路使用對工作或日常生活的影響		
78.網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響？	有關	
79.使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響？	有關	
83.睡覺時確認手機在身邊，請問您同意不同意?	有關	
84.睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)，請問您同意不同意?	有關	
85.睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)，請問您同意不同意?	有關	
86.如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)，請問您同意不同意?	有關	
87.您和朋友及家人交流方式?	有關	
88.若不能上網人生無趣，請問您同意不同意?	有關	
89.不上網不知道如何找到資料，請問您同意不同意?	有關	
90.不上網不知道外界發生什麼事件，請問您同意不同意?	有關	
91.不上網讓我覺得焦慮，請問您同意不同意?	有關	
92.不上網讓我覺得失落，請問您同意不同意?	有關	
93.我覺得脫離網路很困難	有關	
94.當我無法連網時，猶如脫離真實世界，請問您同意不同意?	有關	
95.當我上網時我覺得自己正在工作，請問您同意不同意?	有關	
96.因為有網路讓我的生活不無聊，請問您同意不同意?	有關	

(二)、 基本人口特質的比較與檢定：

1. 居住地區

居住地區	重度網購者	非網購者
北北基	18%	32%
桃竹苗	20%	16%
中彰投	12%	19%
雲嘉南	12%	14%
高屏澎	36%	16%
宜花東	3%	3%

「重度網購者/非網購者」與「居住地區」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「居住地區」可能無關

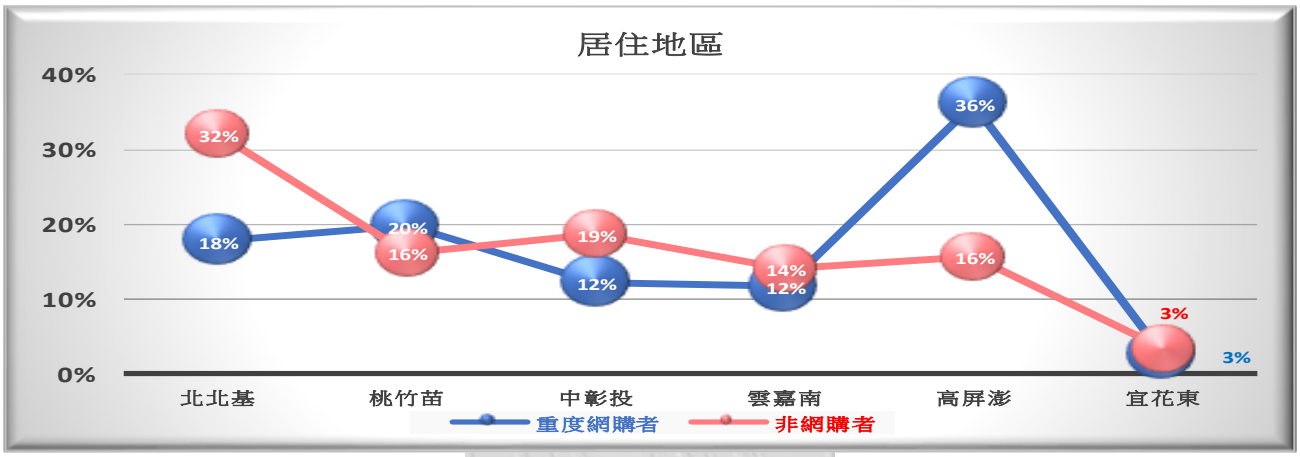
H_1：「重度網購者/非網購者」與「居住地區」可能有關

採用卡方檢定：

χ^2= 21.75 ，ν = (C-1)*(R-1)= 5 χ2(0.95,5)= 11.07 < 21.75

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「居住地區」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「居住地區」可能有關係。

由以上圖表可知，主要的差異來自於：重度網購者有 36%分布在高屏澎地區，高於非網購者的 16%；非網購者有 32%分布在北北基地區，高於重度網購者的 18%。依此跡象顯示，商業及交通比較不發達的地區，重度網購者分佈可能比較多；商業及交通比較發達的地區，非網購者分佈可能比較多。

2. 年齡

年齡	重度網購者	非網購者
16-24歲	13%	8%
25-34歲	31%	5%
35-44歲	37%	12%
45-54歲	5%	23%
55歲以上	14%	53%

「重度網購者/非網購者」與「年齡」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「年齡」可能無關

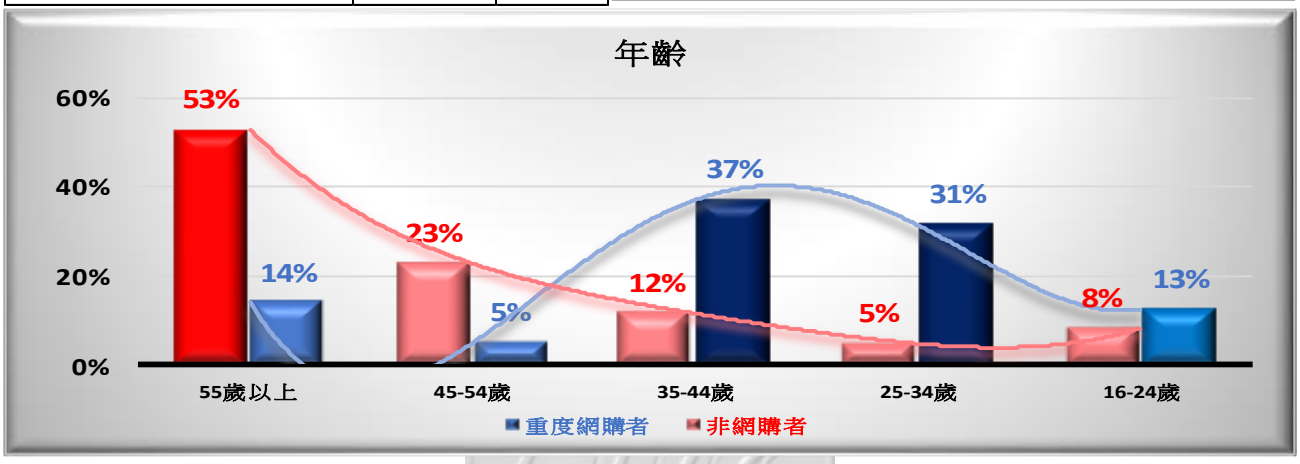
H_1：「重度網購者/非網購者」與「年齡」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 116.36 ，v = (C-1)*(R-1)= 4 χ2(0.95,4)= 9.46 < 116.36

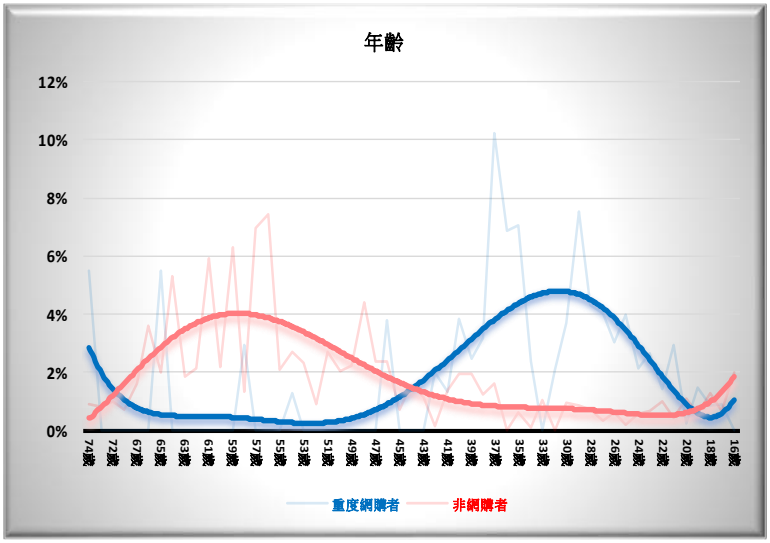
即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「年齡」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「年齡」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者有 68%分布在 25~44 歲，高於非網購者的 17%；非網購者有 53%分布在 55 歲以上，高於重度網購者的 14%。若再從受訪者的出生年次來看，重度網購者的線型分布大異於非網購者(如左圖)，重度網購者的線型呈現右偏峰的型態，異於非網購者的左偏峰型態，顯示重度網購者較為年輕；據以計算，重度網購者的平均年齡約為 37 歲，非網購者的平均年齡約為 51 歲。



3. 性別

性別	重度網購者	非網購者
男性	33%	58%
女性	67%	42%

「重度網購者/非網購者」與「性別」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「性別」可能無關

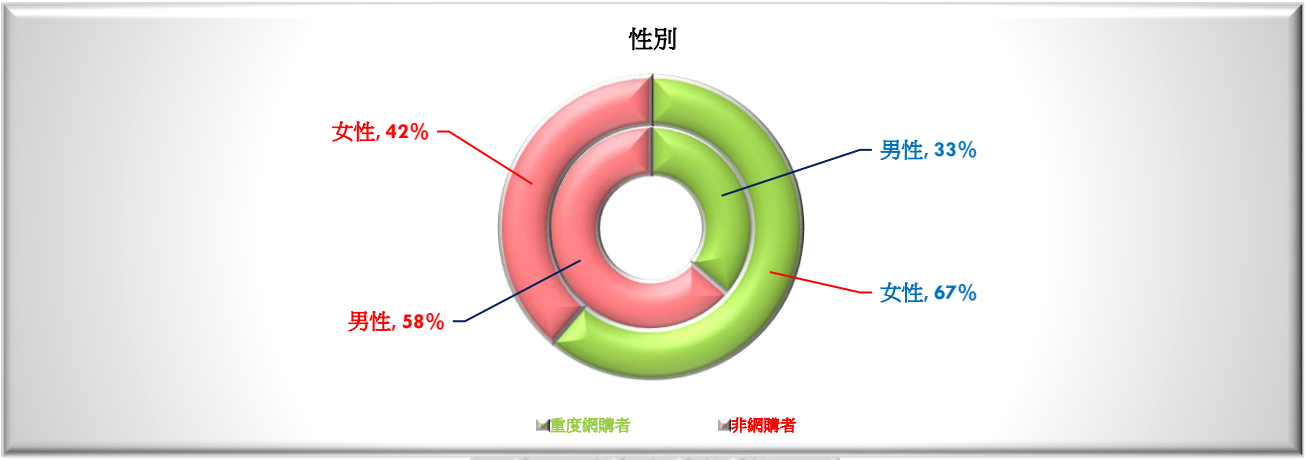
H_1：「重度網購者/非網購者」與「性別」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 16.34 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 16.34

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「性別」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「性別」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者有 67%為女性，33%為男性；非網購者有 58%為男性，42%為女性。顯然，重度網購者以女性占大多數，而男性比較容易是非網購者。

4. 婚姻狀況

婚姻狀況	重度網購者	非網購者
未婚	57%	16%
已婚	37%	74%
鰥寡/分居	6%	10%

「重度網購者/非網購者」與「婚姻狀況」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「婚姻狀況」可能無關

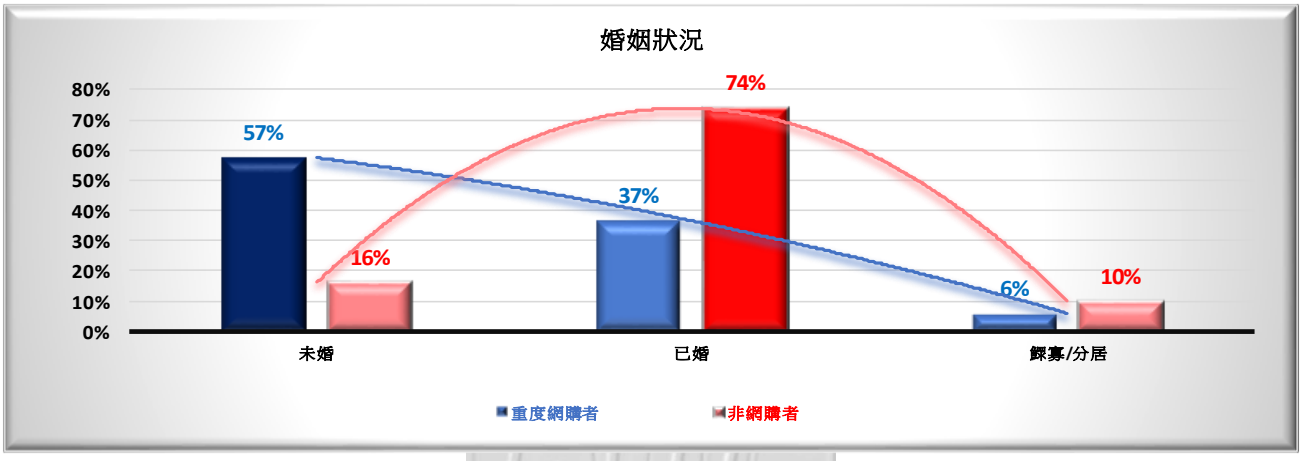
H_1：「重度網購者/非網購者」與「婚姻狀況」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 65.44 ，ν = (C-1)*(R-1)= 2 χ2(0.95,2)= 5.99 < 65.44

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「婚姻狀況」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「婚姻狀況」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者有 57%未婚，高於非網購者的 16%；非網購者有 74%已婚，高於重度網購者的 37%。顯然，要讓已婚者轉變成網購者的難度是高於未婚者的。

5. 教育程度

教育程度	重度網購者	非網購者
小學及以下	0%	7%
國中或初中	0%	19%
高中職	23%	47%
專科	14%	8%
大學	44%	17%
碩士及以上	19%	3%

「重度網購者/非網購者」與「教育程度」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「教育程度」可能無關

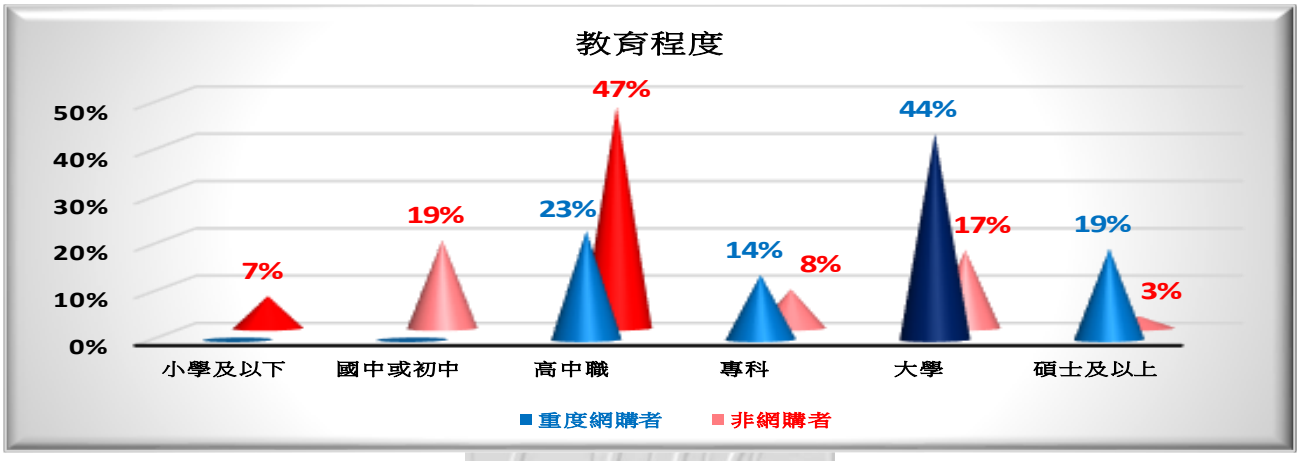
H_1：「重度網購者/非網購者」與「教育程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 88.87 ，ν = (C-1)*(R-1)= 5 χ2(0.95,5)= 11.07 < 88.87

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「教育程度」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「教育程度」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者有 63%的教育程度為大學及以上，高於非網購者的 20%；非網購者有 73%的教育程度為高中職及以下，高於重度網購者的 23%。這是否意謂著：教育程度越高，越容易接受網路交易呢？值得探討與深思。

6. 職業

職業	重度網購者	非網購者
用水供應及污染整治業	0%	1%
金融及保險業	0%	2%
農、林、漁、牧業	0%	4%
在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者	1%	1%
運輸及倉儲業	1%	3%
不動產業	1%	1%
營建工程業	1%	2%
其他	2%	1%
批發及零售業	2%	5%
退休	3%	16%
教育業	3%	1%
公共行政及國防；強制性社會安全	4%	1%
醫療保健及社會工作服務業	4%	2%
支援服務業	5%	5%
藝術、娛樂及休閒服務業	5%	0%
學生	6%	6%
出版、影音製作、傳播及資通訊服務	6%	1%
家管	7%	18%
住宿及餐飲業	9%	4%
其他服務業	10%	12%
專業、科學及技術服務業	14%	4%
製造業	15%	10%

「重度網購者/非網購者」與「職業」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「職業」可能無關

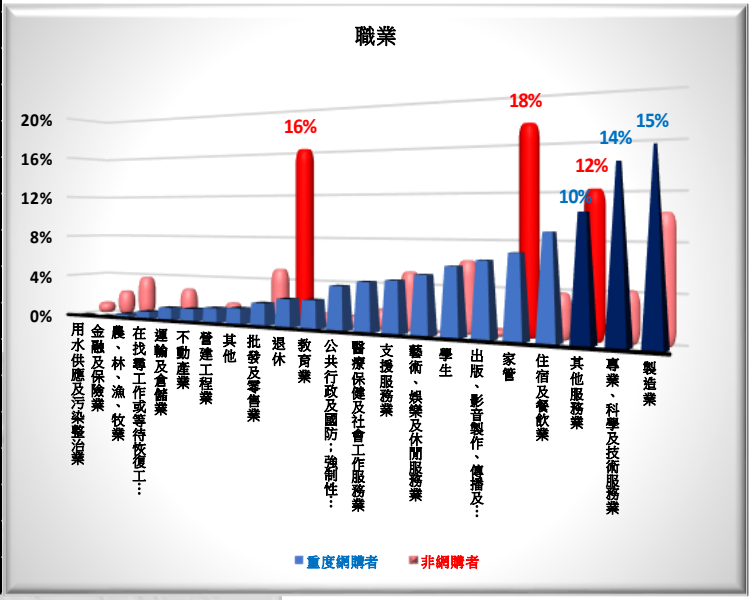
H_1：「重度網購者/非網購者」與「職業」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 78.16 ，ν = (C-1)*(R-1)= 22 χ2(0.95,22)= 33.92 < 78.16

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「職業」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者所從事的「職業」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者所從事的職業前三名為製造業(15%)、專業/科學及技術服務業(14%)、其他服務業(10%)；而非網購者所從事的職業前三名為家管(18%)、退休(16%)、其他服務業(12%)。值得一提的是，重度網購者從事家管(7%)及退休(3%)者僅計 10%，而非網購者卻達 34%，箇中原因是否與收入、網路技能有關，值得深入探討。

7. 職務

職務	重度網購者	非網購者
民意代表、主管及經理人員	0%	7%
技藝有關工作人員	0%	1%
機械設備操作及組裝人員	0%	2%
基層技術工及勞力工	0%	15%
農、林、漁、牧業生產人員	0%	7%
軍人	2%	1%
事務支援人員	3%	8%
其他	8%	3%
技術員及助理專業人員	15%	9%
專業人員	30%	25%
服務及銷售工作人員	42%	21%

「重度網購者/非網購者」與「職務」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「職務」可能無關

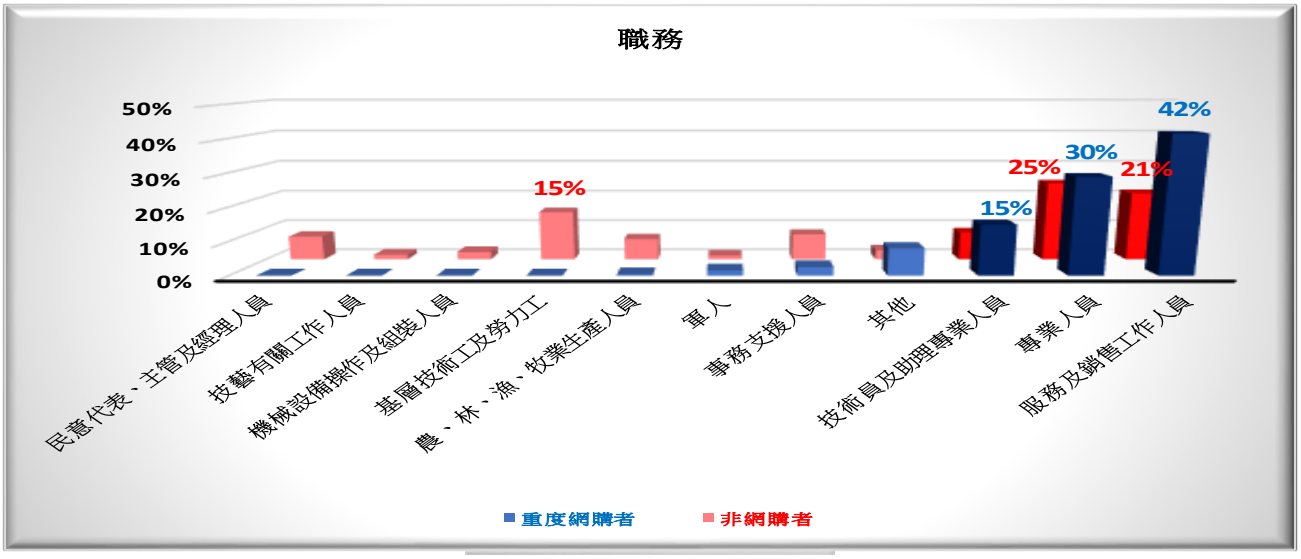
H_1：「重度網購者/非網購者」與「職務」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 36.42 ，v = (C-1)*(R-1)= 10 $\chi^2(0.95,10)$= 18.31 < 36.42

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「職務」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者所擔任的「職務」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者所擔任的職務前三名為服務及銷售工作人員(42%)、專業人員(30%)、技術員及助理專業人員(15%)，而非網購者所擔任的職務前三名為專業人員(25%)、服務及銷售工作人員(21%)、基層技術工及勞力工(15%)。其中最大的差異是，重度網購者有高達 42%的職務是服務及銷售工作人員，而非網購者卻僅 21%，非網購者有 15%是基層技術工及勞力工，而重度網購者則無人從事此職務；顯示，服務及銷售業人員比較容易成為網購者，而技術及勞力人員比較不容易成為網購者。

(三)、 上網行為的比較與檢定：

1. 網路使用行為

（1） 網齡

網齡	重度網購者	非網購者
1年	0%	2%
2年	2%	8%
3年	0%	14%
4年	3%	6%
5年	2%	8%
6年	0%	8%
7年	5%	4%
8年	4%	8%
9年	1%	3%
10年	20%	11%
11年	9%	2%
12年	2%	4%
13年	0%	2%
14年	0%	1%
15年	11%	7%
16年	7%	1%
17年	6%	2%
18年	4%	1%
19年	2%	1%
20年	11%	5%
21年	1%	0%
22年	2%	2%
23年	0%	0%
25年	2%	0%
30年	0%	1%
35年	2%	0%
37年	1%	0%
41年	2%	0%

「重度網購者/非網購者」與「網齡」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「網齡」可能無關

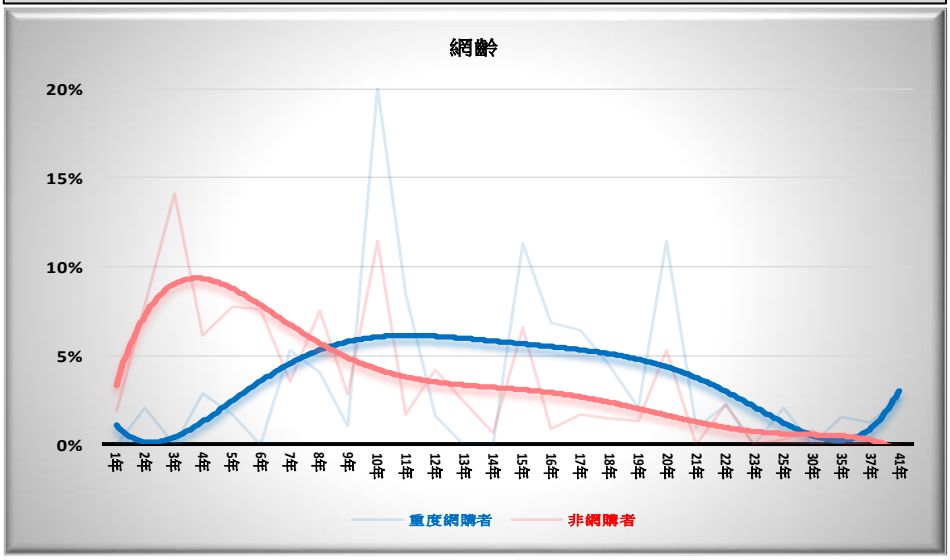
H_1：「重度網購者/非網購者」與「網齡」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 107.65 ， ν = (C-1)*(R-1)= 26 χ2(0.95,26)= 38.88 < 107.65

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「網齡」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「網齡」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者的網齡在 10 年及以上者占 83%，高於非網購者的 41%；非網購者的網齡在 10 年及以下者占 71%，高於重度網購者的 37%。據以計算，重度網購者的平均網齡為 15 年，非網購者的平均網齡為 9 年。顯示，網齡越大越容易成為網購者。

（2） 保護上網安全的措施

保護上網安全的措施	重度網購者	非網購者
刪除cookies	2%	2%
都沒有使用	3%	45%
使用過濾或封鎖功能防堵垃圾郵件(spam)	9%	1%
使用過濾或封鎖功能防堵網路廣	10%	3%
下載最新版本軟體	10%	6%
對email、社群媒體(如臉書、Line等)、第三方支付軟體設定	27%	4%
定期備份電腦資料	30%	3%
在使用的裝置上設定複雜密碼	36%	7%
使用防火牆	44%	10%
防毒軟體	65%	34%

「重度網購者/非網購者」與「保護上網安全的措施」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「保護上網安全的措施」可能無關

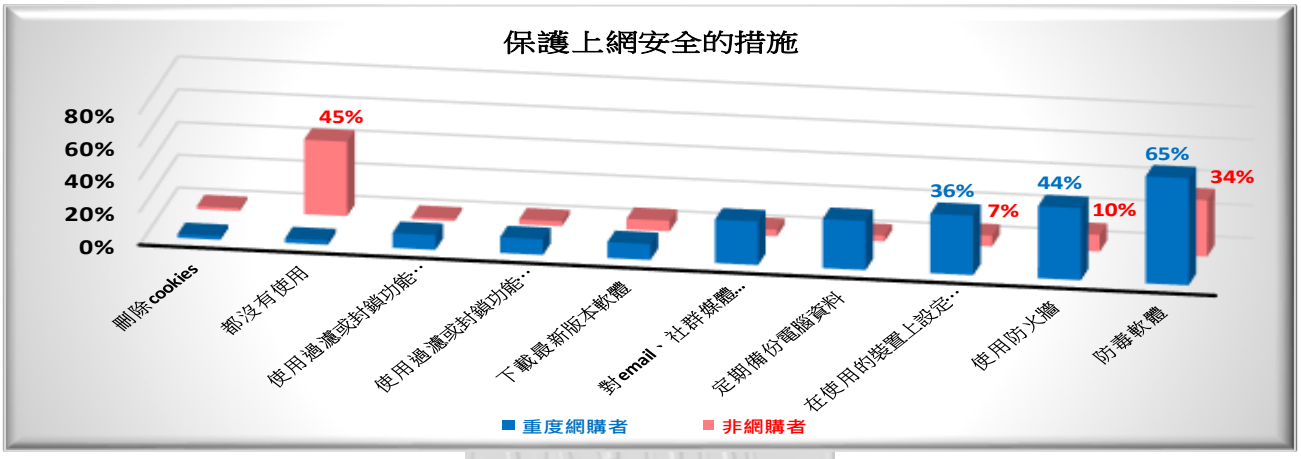
H_1：「重度網購者/非網購者」與「保護上網安全的措施」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 141.30 ，v = (C-1)*(R-1)= 10 χ2(0.95,10)= 18.31 < 141.30

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「保護上網安全的措施」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「保護上網安全的措施」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者會使用的上網安全措施主要有防毒軟體(65%)、使用防火牆(44%)、及在使用的裝置上設定複雜密碼(36%)等等，只有 3%都沒有使用安全措施；相對的，非網購者都沒有使用安全措施高達 45%，只有 34%使用防毒軟體。同時，重度網購者平均使用了 2.32 個防護措施，而非網購者僅使用了 0.72 個防護措施。顯然，重度網購者較重視「保護上網安全的措施」。

（3） 過去 12 個月內上網曾遇到的狀況

過去12個月內上網曾遇到的狀況	重度網購者	非網購者
遭遇網路挑釁者(troll)	1%	0%
遭遇網路霸凌	2%	0%
遭遇網路酸民	3%	1%
資料或是檔案因為中毒而流失	3%	0%
email遭到駭客侵入	3%	2%
網路詐騙	11%	4%
社群媒體帳號遭到駭客侵入	14%	1%
個資遭到外洩	20%	4%
電腦中毒	20%	6%
都沒有遇過	53%	79%

「重度網購者/非網購者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能無關

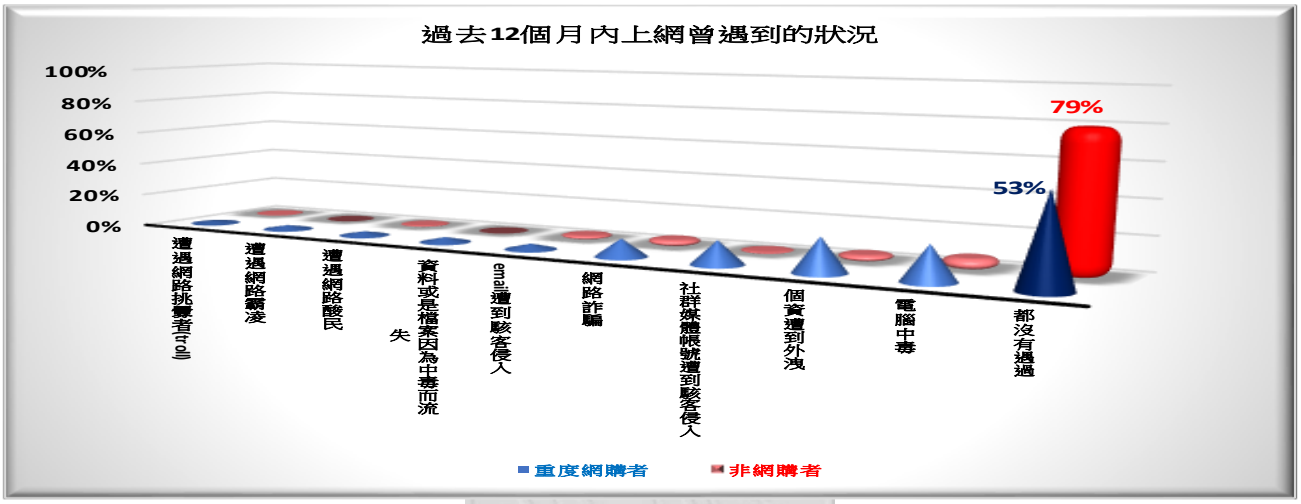
H_1：「重度網購者/非網購者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 93.06 ，v = (C-1)*(R-1)= 10 $\chi 2(0.95,10)$= 18.31 < 93.06

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「過去 12 個月內上網曾遇到的狀況」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者過去 12 個月內上網曾遇到的狀況主要有電腦中毒(20%)、個資遭到外洩(20%)、及社群媒體帳號遭到駭客侵入(14%)等等，另有 53%都沒有遭遇各種狀況；而非網購者都沒有遭遇各種狀況高達 79%，也只有 6%有電腦中毒的狀況。據以計算，重度網購者平均遭遇了 0.78 個狀況，而非網購者只遭遇了 0.19 個狀況，難怪重度網購者要比較重視上網安全的防護措施。

（4） 對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度

對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	重度網購者	非網購者
1分	1%	16%
2分	9%	10%
3分	4%	15%
4分	4%	9%
5分	10%	17%
6分	10%	9%
7分	19%	8%
8分	13%	8%
9分	13%	4%
10分	18%	5%
平均分數	6.81分	4.59分

「重度網購者/非網購者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能無關

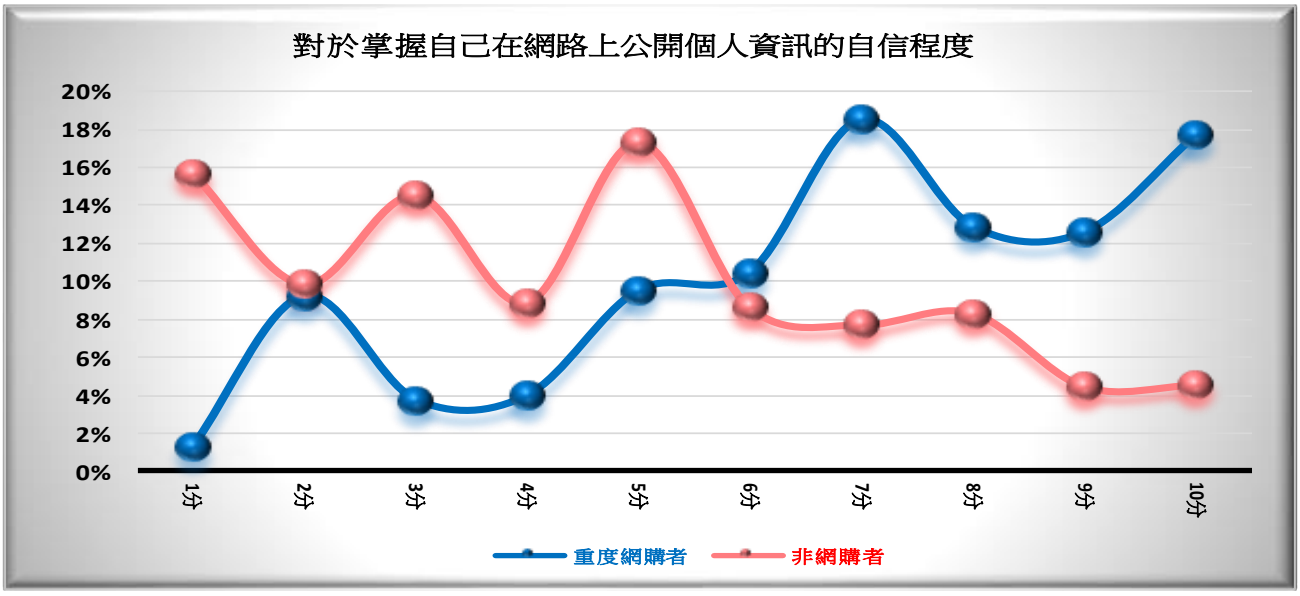
H_1：「重度網購者/非網購者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 55.52 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 55.52

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度是 6.81 分(滿分為 10 分)、高於非網購者的 4.59 分不少；同時，重度網購者自信程度在 6 分及以上者占 72%，而非網購者自信程度在 5 分及以下者占 66%；顯示，重度網購者較自信能掌握自己在網路上公開個人的資訊。

（5） 閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度

閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度	重度網購者	非網購者
1分	0%	8%
2分	3%	5%
3分	0%	10%
4分	0%	10%
5分	9%	18%
6分	16%	11%
7分	17%	11%
8分	21%	12%
9分	11%	8%
10分	23%	9%
平均分數	7.65分	5.68分

「重度網購者/非網購者」與「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」可能無關

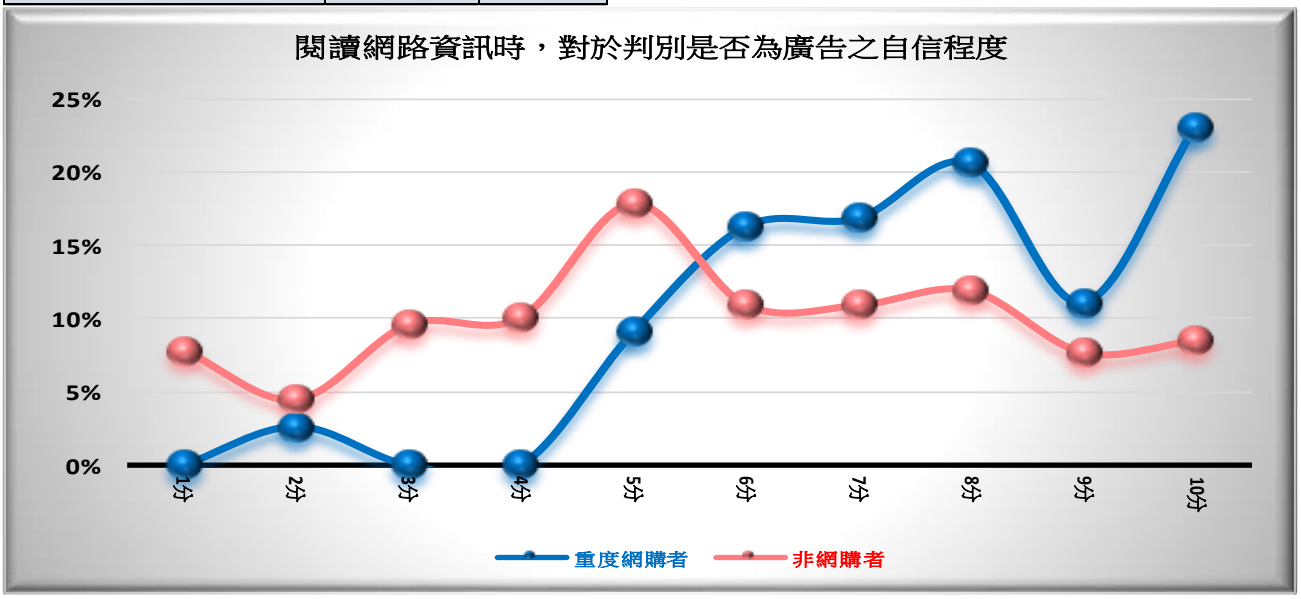
H_1：「重度網購者/非網購者」與「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 43.63 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 43.63

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於判別網路資訊是否為廣告之自信程度是 7.65 分(滿分為 10 分)、高於非網購者的 5.68 分；同時，重度網購者自信程度在 6 分及以上者占 88%，高於非網購者的 50%；顯示，重度網購者閱讀網路資訊時，較非網購者有自信能判別資訊是否為廣告。

（7） 整體而言，對於使用網路的自信程度

對於使用網路的自信程度	重度網購者	非網購者
1分	0%	8%
2分	0%	4%
3分	0%	12%
4分	0%	6%
5分	14%	28%
6分	8%	12%
7分	12%	12%
8分	15%	8%
9分	14%	6%
10分	37%	4%
平均分數	8.18分	5.26分

「重度網購者/非網購者」與「對於使用網路的自信程度」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「對於使用網路的自信程度」可能無關

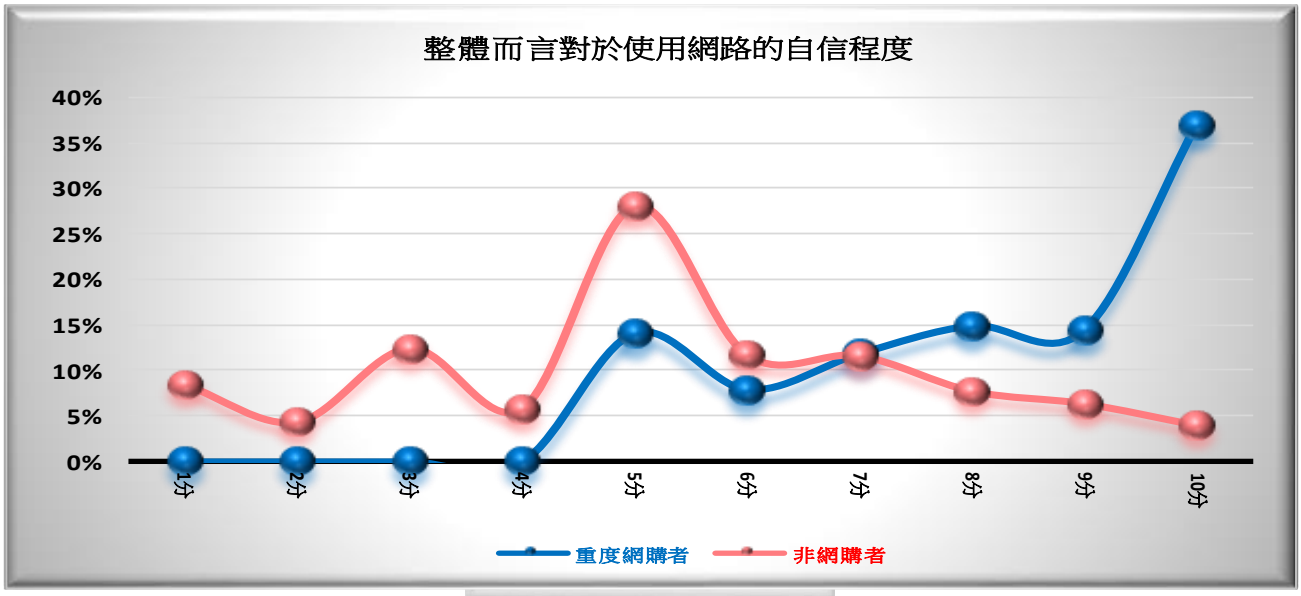
H_1：「重度網購者/非網購者」與「對於使用網路的自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 115.57 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 115.57

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「對於使用網路的自信程度」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「整體而言，對於使用網路的自信程度」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於使用網路的整體自信程度是 8.18 分(滿分為 10 分)、高於非網購者的 5.26 分；同時，重度網購者自信程度在 6 分及以上者占 86%，高於非網購者的 41%；顯示，整體而言，重度網購對於使用網路較有自信。

（8） 多常使用網路(包括家中及其他任何地點)

多常使用網路(包括家中及其他任何地點)	重度網購者	非網購者
每天超過50次	58%	8%
每天超過10次	27%	36%
每天至少一次	14%	51%
每週至少一次	0%	4%
每2週至少一次	0%	0%
一個月用不到一次	0%	1%

「重度網購者/非網購者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能無關

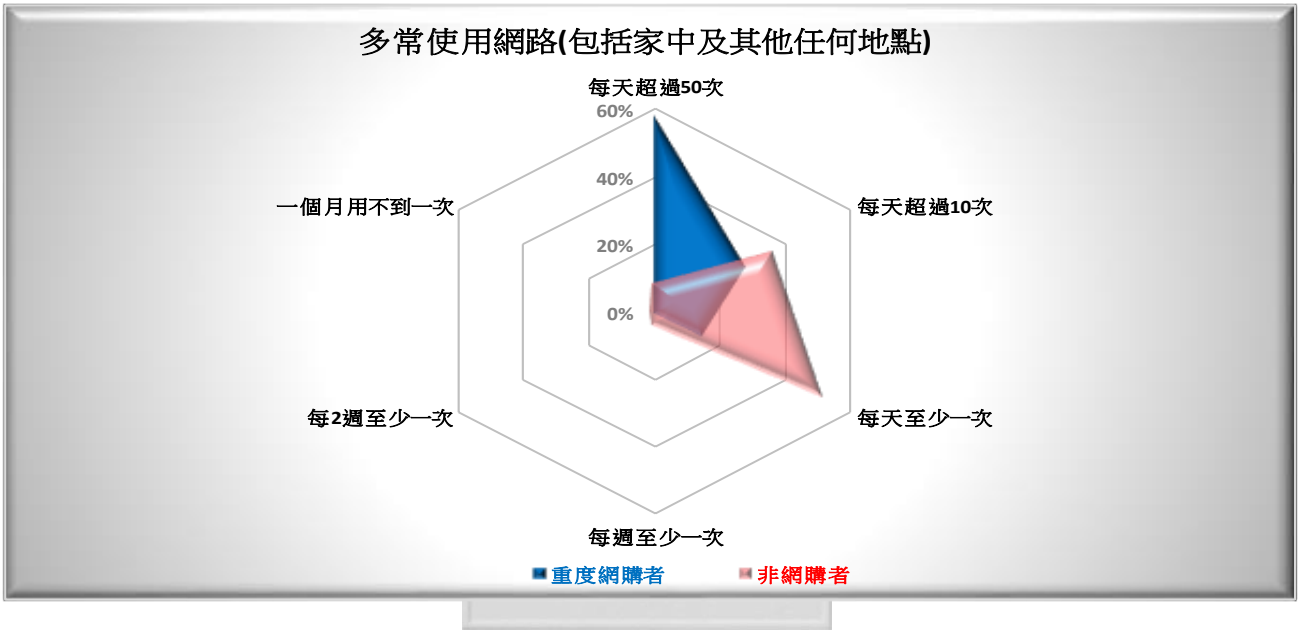
H_1：「重度網購者/非網購者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 131.00 ，ν = (C-1)*(R-1)= 5 χ2(0.95,5)= 11.07 < 131.00

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於網路的使用頻率主要是每天超過 50 次(58%)、而非網購者對於網路的使用頻率主要是每天至少一次(51%)，兩者的使用頻率頗為懸殊。

（9） 上個星期使用網路從事的活動

上個星期使用網路從事的活動	重度網購者	非網購者
使用手機連網操作可連網的家用電視	2%	0%
使用電子政府網站服務	3%	1%
使用正式線上課程	7%	1%
使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	7%	2%
免費線上音樂串流	8%	0%
參加專業社群團體	10%	0%
付費線上音樂串流	10%	0%
線上銷售商品或服務	11%	0%
聽廣播	13%	1%
透過網路進行醫療服務預約	13%	1%
查詢政府相關資訊	14%	5%
購買數位內容	15%	0%
閱讀線上報紙、雜誌或電子書	15%	4%
進行視訊會議	17%	0%
線上音樂串流	21%	1%
使用或瀏覽網路相簿	22%	3%
使用或瀏覽論壇,留言版	23%	2%
使用旅遊或旅遊相關住宿服務	24%	1%
上傳與下載檔案	25%	1%
尋找或下載與工作/學業相關的資訊	25%	5%
玩線上遊戲	26%	14%
搜尋與健康相關的資訊	26%	7%
線上拍賣	27%	0%
在別人的部落格上留言	27%	1%
經營個人網頁部落格	28%	1%
查詢維基百科或其他網站資訊	29%	4%
於雲端服務接取檔案	29%	1%
觀賞電視節目或線上電影	30%	6%
透過即時通訊進行溝通	30%	22%
撥打語音網路電話	34%	49%
撥打視訊電話	36%	14%
銀行金融服務	39%	7%
照片或影片上傳或分享	43%	6%
看影音短片	57%	31%
取得新聞資訊	59%	27%
線上購物	65%	0%
傳送或接收電子郵件	70%	16%
線上查詢商品或服務資訊	72%	15%
使用社群網路	78%	42%
瀏覽網頁/查詢	85%	51%

「重度網購者/非網購者」與「上個星期使用網路從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「上個星期使用網路從事的活動」可能無關

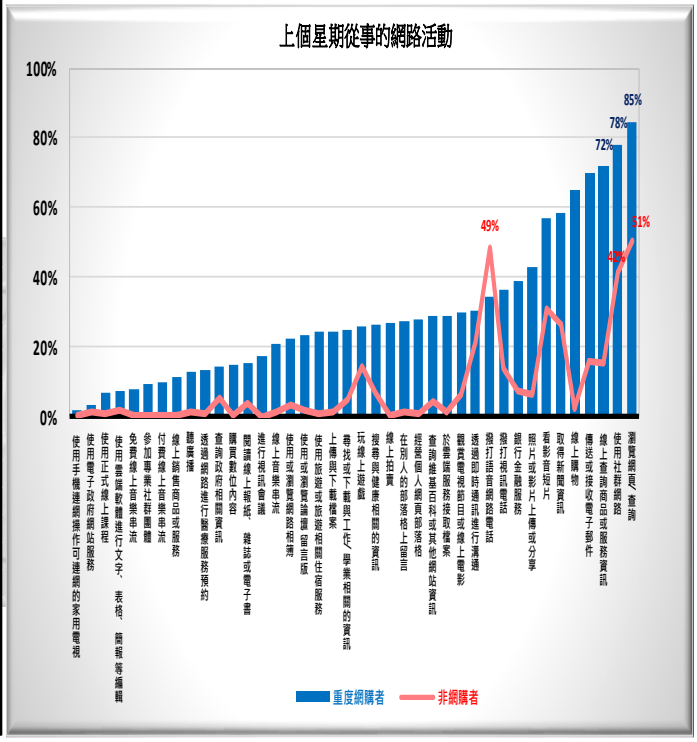
H_1：「重度網購者/非網購者」與「上個星期使用網路從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 516.17 ，v = (C-1)*(R-1)= 41 $\chi 2(0.95,41)$= 56.94 < 516.17

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「上個星期使用網路從事的活動」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「上個星期使用網路從事的活動」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者上個星期使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(85%)、使用社群網路(78%)、線上查詢商品或服務資訊(72%)；而非網購者上個星期使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(51%)、撥打語音網路電話(49%)、使用社群網路(42%)。同時，重度網購者上個星期使用網路從事的活動平均有 11.75 項活動，而非網購者則僅 3.42 項活動。顯示，重度網購者所從事的網路活動較非網購者多元。

（10） 有沒有在家中以外地方上網

有沒有在家中以外地方上網	重度網購者	非網購者
有	90%	66%
沒有	10%	34%

「重度網購者/非網購者」與「有沒有在家中以外地方上網」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能無關

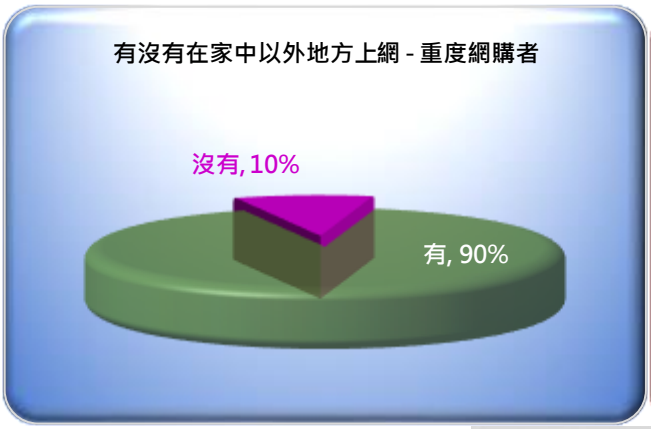
H_1：「重度網購者/非網購者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能有關

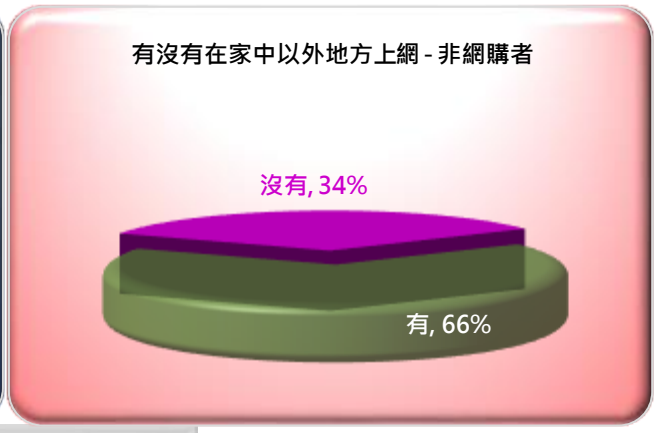
採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.45 · ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 18.45

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能有關





在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「有沒有在家中以外地方上網」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者 90%有在住家以外的地方上網、而非網購者則僅有 66%。顯然，重度網購者上網的地點較非網購者多變，而非僅僅在家中上網。

（11） 在住家以外上網的地方

在家中以外上網的地方	重度網購者	非網購者
其他	2%	2%
政府機關	12%	3%
網咖	13%	2%
圖書館	16%	4%
學校	20%	3%
便利商店	31%	14%
戶外公共場所(公園)	33%	14%
在別人家裡	39%	15%
室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)	40%	17%
乘坐交通工具或行走時	55%	16%
工作地點	68%	30%

「重度網購者/非網購者」與「在家中以外上網的地方」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「在家中以外上網的地方」可能無關

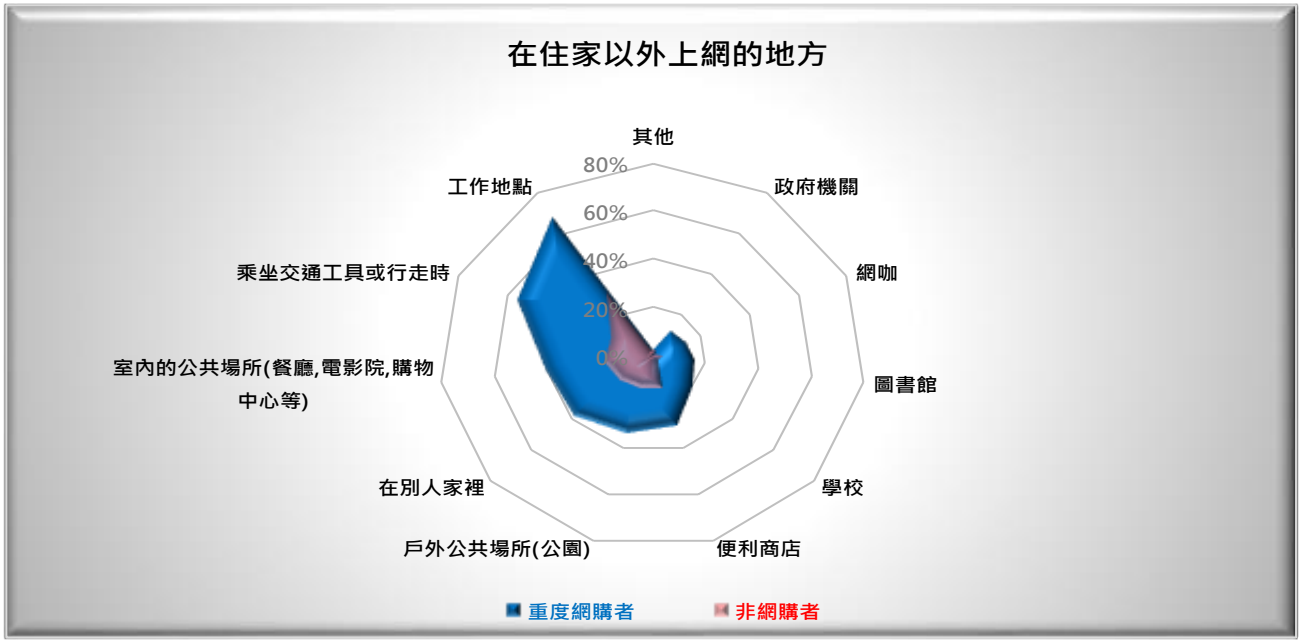
H_1：「重度網購者/非網購者」與「在家中以外上網的地方」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 19.51 ，v = (C-1)*(R-1)= 10 χ2(0.95,10)= 18.31 < 19.51

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「在家中以外上網的地方」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「在住家以外上網的地方」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者在住家以外上網的地方主要有工作地點(68%)、乘坐交通工具或行走時(55%)、室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)(40%)；而非網購者在住家以外上網的地方前三名雖然與重度網購者一致，但比率相差懸殊。另外，重度網購者平均在 3.28 個住家以外的地方上網，而非網購者僅 1.2 個。這也印證了重度網購者上網地點較多元的推論。

（12） 多常在住家以外地點使用網路

多常在住家以外地點使用網路	重度網購者	非網購者
每天超過50次	47%	8%
每天超過10次	38%	36%
每天至少一次	11%	38%
每週至少一次	1%	11%
每2週至少一次	2%	2%
每月至少一次	0%	1%
一個月用不到一次	1%	3%

「重度網購者/非網購者」與「多常在住家以外地點使用網路」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能無關

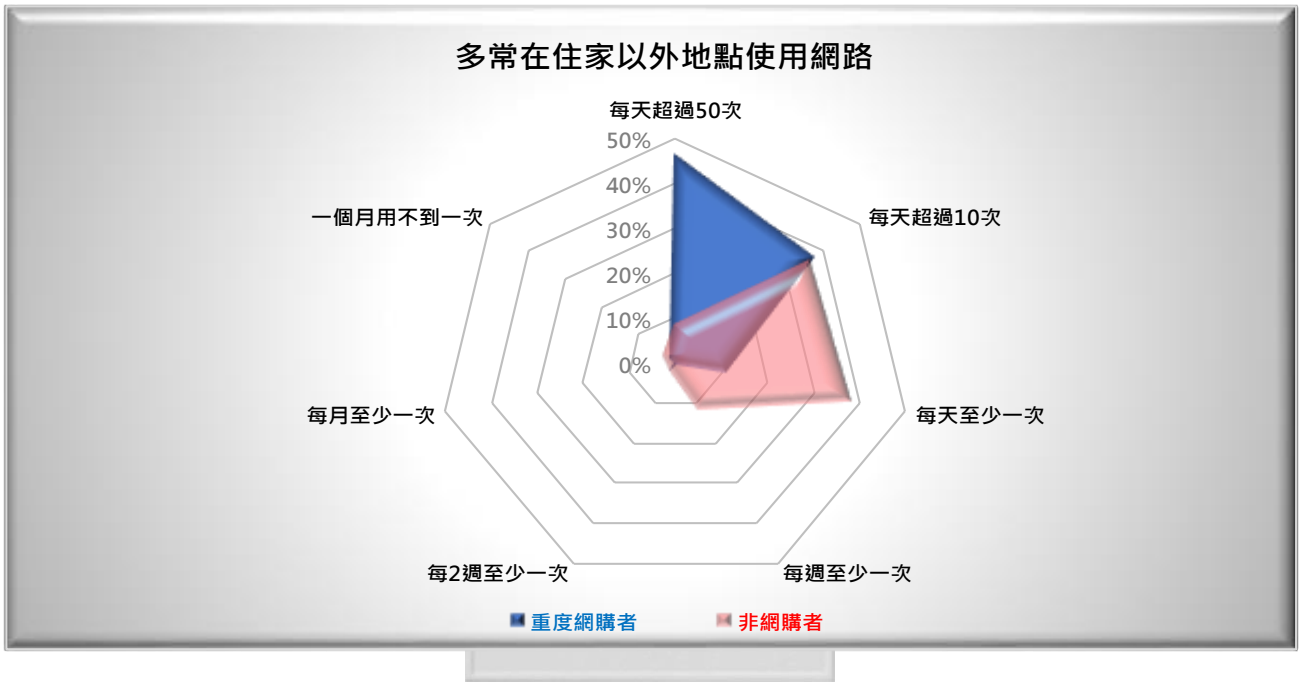
H_1：「重度網購者/非網購者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 74.13 ，v = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi 2(0.95,6)$= 12.59 < 74.13

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「多常在住家以外地點使用網路」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於在住家以外地點使用網路的頻率主要是每天超過 10 次及 50 次(共 85%)、而非網購者對於在住家以外地點使用網路的頻率主要是每天至少 1 次及 10 次(74%)。根據此現象，可以推論：重度網購者對於網路的黏著度要比非網購者高出許多。

（13） 一星期在工作場合或求學處上網的時間

一星期在工作場合或求學處上網的時間	重度網購者	非網購者
1小時	1%	10%
2小時	1%	10%
3小時	1%	5%
4小時	0%	3%
5小時	1%	4%
6小時	1%	6%
7小時	0%	5%
8小時	9%	6%
9小時	2%	1%
10小時	3%	6%
11小時	0%	1%
12小時	0%	4%
14小時	1%	5%
15小時	3%	5%
16小時	0%	1%
17小時	2%	1%
18小時	0%	1%
19小時	6%	0%
20小時	3%	4%
21小時	1%	3%
24小時	8%	0%
25小時	1%	0%
26小時	0%	1%
28小時	2%	3%
29小時	2%	0%
30小時	4%	4%
33小時	1%	0%
35小時	3%	0%
36小時	0%	1%
38小時	3%	0%
40小時	7%	4%
42小時	1%	0%
50小時	7%	2%
55小時	1%	0%
56小時	1%	0%
68小時	0%	1%
70小時	18%	0%
80小時	2%	0%
100小時	2%	0%
112小時	2%	0%
168小時	1%	0%

「重度網購者/非網購者」與「一星期在工作場合或求學處上網的時間」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「一星期在工作場合或求學處上網的時間」可能無關

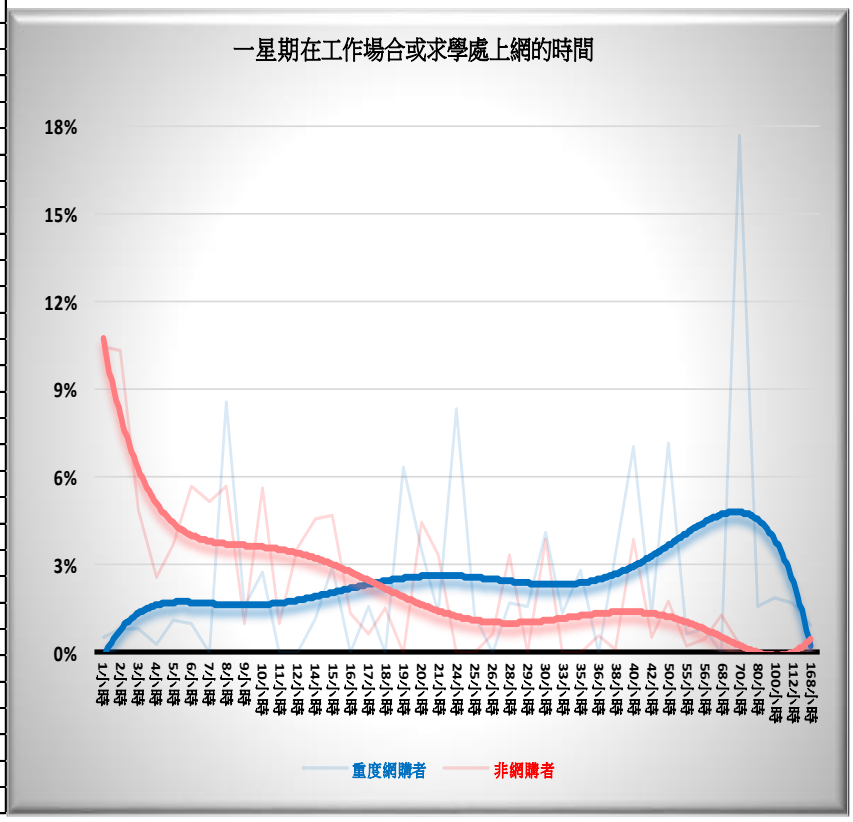
H_1：「重度網購者/非網購者」與「一星期在工作場合或求學處上網的時間」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 151.09 ， ν = (C-1)*(R-1)= 48 χ2(0.95,48)= 65.17 < 151.09

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「一星期在工作場合或求學處上網的時間」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「一星期在工作場合或求學處上網的時間」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者一星期在工作場合或求學處上網的時間主要分布在 17 小時及以上(78%)、而非網購者則主要分布在 16 小時及以下(70%)。據以計算，重度網購者平均一星期在工作場合或求學處上網的時間是 39 小時；非網購者平均一星期在工作場合或求學處上網的時間是 15 小時。

（14） 一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間

一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間	重度網購者	非網購者
1小時	4%	19%
2小時	1%	11%
3小時	7%	9%
4小時	6%	4%
5小時	5%	17%
6小時	2%	3%
7小時	2%	4%
8小時	3%	4%
10小時	5%	7%
11小時	1%	1%
12小時	1%	2%
14小時	4%	3%
15小時	7%	3%
16小時	2%	2%
17小時	1%	1%
19小時	0%	1%
20小時	14%	4%
21小時	0%	1%
22小時	0%	1%
28小時	9%	1%
32小時	2%	0%
35小時	0%	1%
38小時	2%	1%
40小時	3%	0%
41小時	2%	0%
44小時	2%	0%
50小時	2%	0%
56小時	4%	0%
60小時	1%	0%
94小時	1%	0%
100小時	4%	0%
112小時	2%	0%
168小時	1%	0%

「重度網購者/非網購者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」可能無關

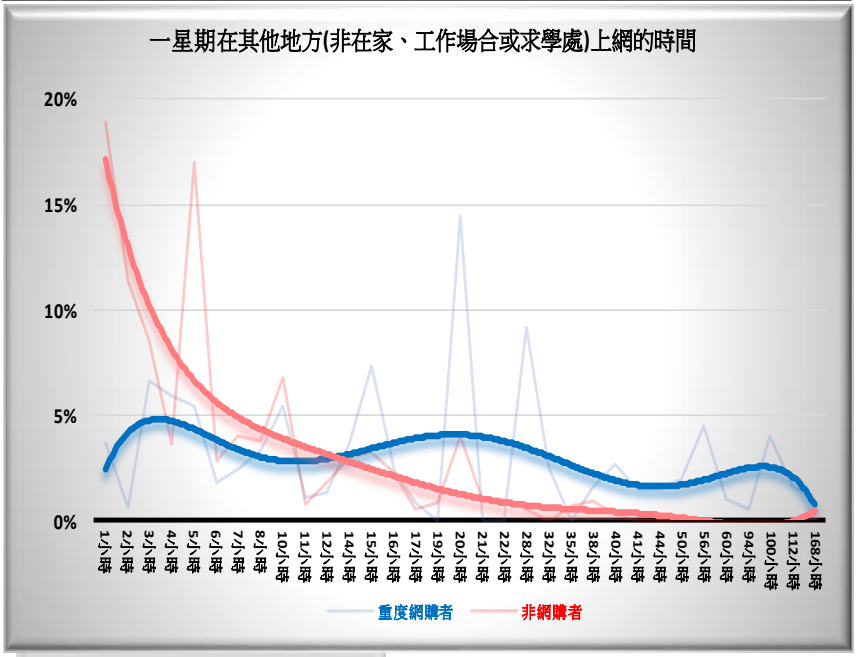
H_1：「重度網購者/非網購者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 106.93 ，ν = (C-1)*(R-1)= 39 $\chi 2(0.95,39)$= 54.57 < 106.93

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間主要分布在 12 小時及以上(64%)、而非網購者則主要分布在 11 小時及以下(78%)。據以計算，重度網購者平均一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間是 25 小時；非網購者平均一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間是 8 小時。

（15） 最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動

最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動	重度網購者	非網購者
使用正式線上課程	1%	0%
進行視訊會議	2%	0%
使用電子政府網站服務	2%	1%
使用手機連網操作可連網的家用電視	2%	0%
聽廣播	4%	0%
使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等	4%	0%
使用手機連網操作可連網的家用電器	5%	0%
購買數位內容	5%	0%
付費線上音樂串流	6%	0%
免費線上音樂串流	6%	0%
在網站上發表與公共事務或政治相關議	8%	0%
在別人的部落格上留言	9%	1%
搜尋與健康相關的資訊	9%	3%
查詢政府相關資訊	9%	2%
於雲端服務接取檔案	9%	1%
線上音樂串流	10%	1%
查詢維基百科或其他網站資訊	10%	4%
上傳與下載檔案	10%	0%
撥打視訊電話	11%	12%
線上銷售商品或服務	11%	0%
透過網路進行醫療服務預約	11%	0%
經營個人網頁部落格	11%	0%
線上拍賣	11%	0%
閱讀線上報紙、雜誌或電子書	12%	3%
觀賞電視節目或線上電影	12%	1%
使用或瀏覽論壇,留言版	14%	1%
玩線上遊戲	14%	10%
尋找或下載與工作/學業相關的資訊	15%	3%
使用或瀏覽網路相簿	16%	2%
使用旅遊或旅遊相關住宿服務	17%	1%
照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	22%	5%
透過即時通訊進行溝通	25%	10%
取得新聞資訊	27%	11%
銀行金融服務	27%	4%
撥打語音網路電話	30%	30%
線上購物	32%	0%
看影音短片	35%	12%
線上查詢商品或服務資訊	43%	11%
傳送或接收電子郵件	45%	11%
瀏覽網頁/查詢	65%	30%
使用社群網路	71%	24%

「重度網購者/非網購者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能無關

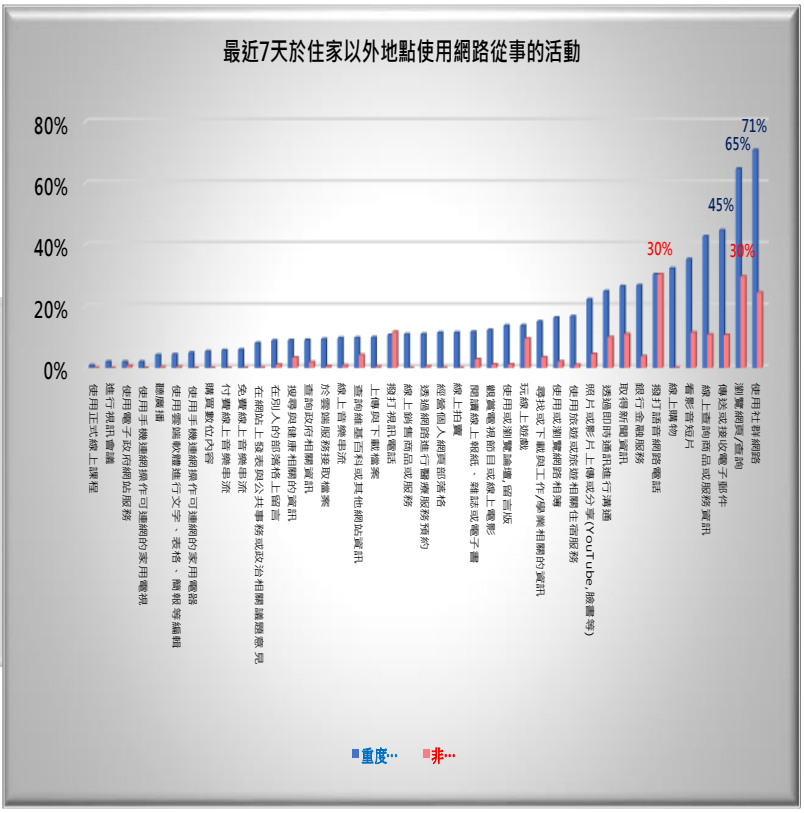
H_1：「重度網購者/非網購者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 261.49 ， ν = (C-1)*(R-1)= 41 χ2(0.95,41)= 56.94 < 261.49

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動前三名是使用社群網路(71%)、瀏覽網頁/查詢(65%)、傳送或接收電子郵件(45%)；而非網購者最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(30%)、撥打語音網路電話(30%)、使用社群網路(24%)。同時，重度網購者最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動平均有 6.88 項活動，而非網購者則僅 1.95 項活動。顯示，即便是在住家以外地點，重度網購者所從事的網路活動仍較非網購者多元。

（16） 多常在家使用網路

多常在家中使用網路	重度網購者	非網購者
每天超過50次	43%	5%
每天超過10次	41%	41%
每天至少一次	13%	47%
每週至少一次	0%	4%
每2週至少一次	2%	0%
從來沒有在家中使用網路	0%	2%

「重度網購者/非網購者」與「多常在家中使用網路」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「多常在家中使用網路」可能無關

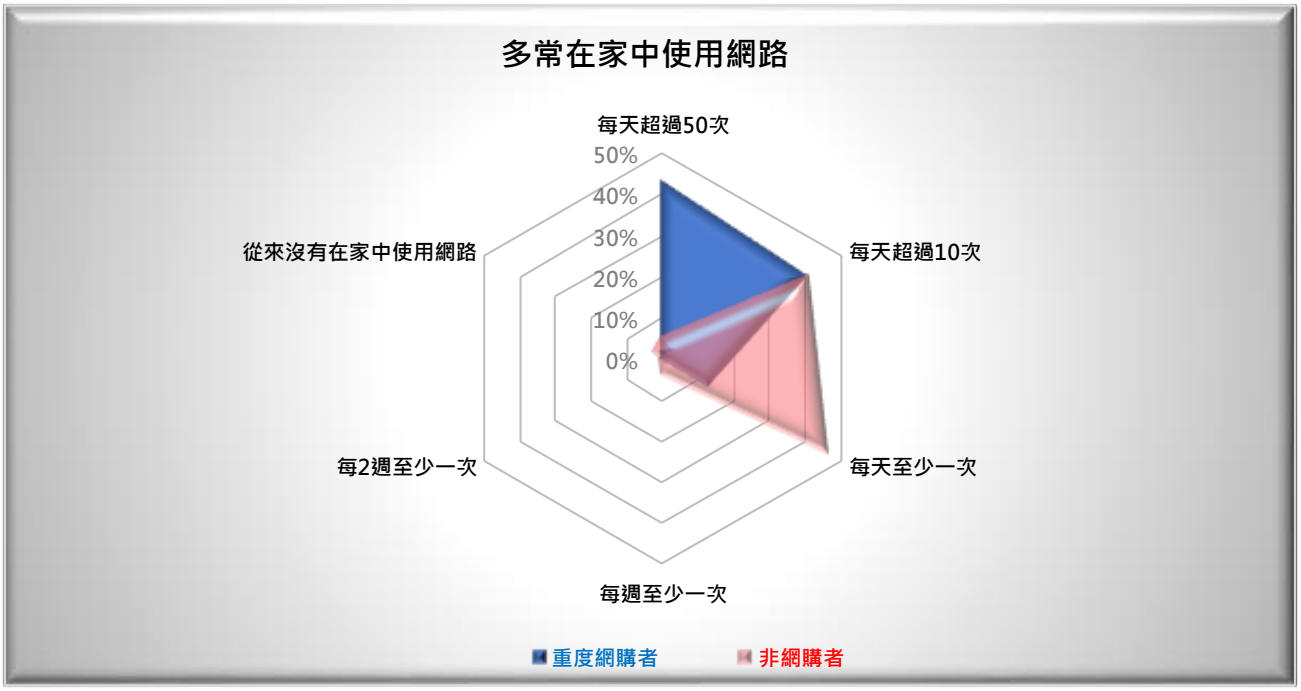
H_1：「重度網購者/非網購者」與「多常在家中使用網路」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 118.47 ，v = (C-1)*(R-1)= 6 χ2(0.95,6)= 12.59 < 118.47

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「多常在家中使用網路」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「多常在住家使用網路」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於在住家使用網路的頻率主要是每天超過 10 次及 50 次(共 84%)、而非網購者對於在住家使用網路的頻率主要是每天至少 1 次及 10 次(88%)；顯示，重度網購者在住家使用網路的頻率要高於非網購者。

（17） 一星期在家上網幾個小時

一星期在家上網幾個小時	重度網購者	非網購者
1小時	0%	6%
2小時	0%	7%
3小時	2%	6%
4小時	3%	2%
5小時	1%	3%
6小時	0%	2%
7小時	0%	16%
8小時	3%	4%
10小時	12%	13%
12小時	1%	2%
13小時	0%	1%
14小時	3%	8%
15小時	4%	2%
16小時	2%	3%
17小時	0%	1%
18小時	0%	1%
20小時	6%	4%
21小時	10%	3%
22小時	0%	1%
23小時	0%	1%
25小時	0%	3%
26小時	1%	0%
28小時	0%	1%
30小時	3%	4%
32小時	1%	0%
35小時	16%	0%
38小時	3%	0%
40小時	4%	1%
42小時	1%	1%
44小時	1%	0%
45小時	1%	0%
48小時	2%	0%
50小時	2%	0%
56小時	4%	1%
62小時	3%	0%
70小時	2%	0%
90小時	1%	0%
100小時	3%	0%
108小時	2%	0%
112小時	2%	0%
146小時	1%	0%

「重度網購者/非網購者」與「一星期在家上網幾個小時」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「一星期在家上網幾個小時」可能無關

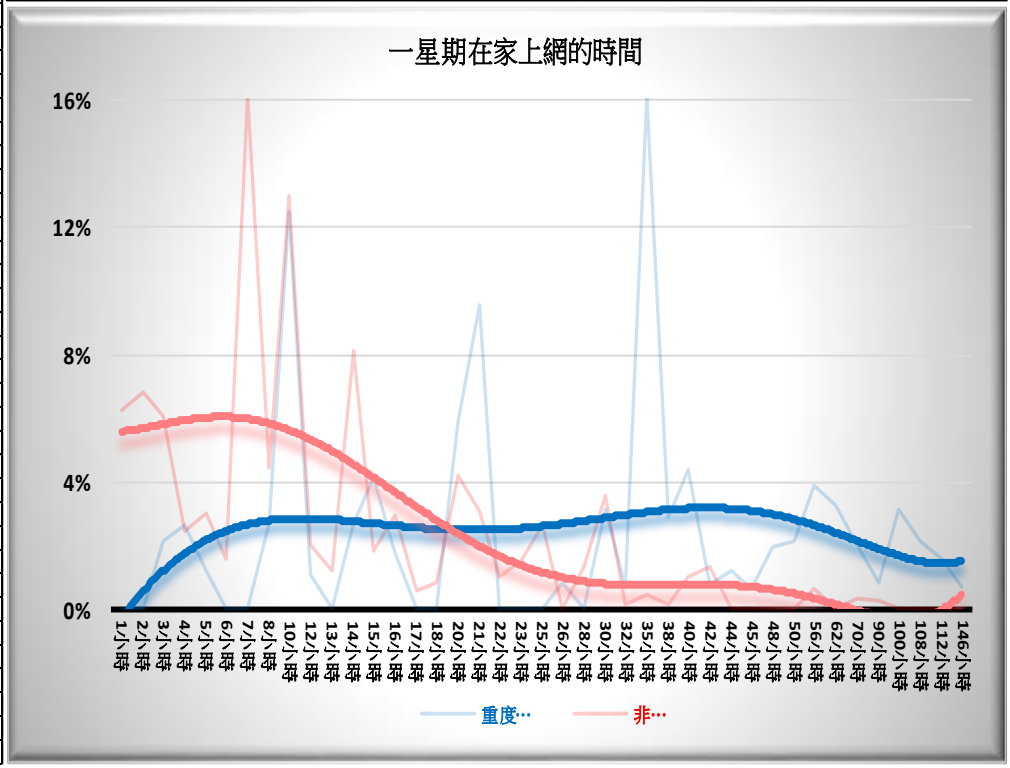
H_1：「重度網購者/非網購者」與「一星期在家上網幾個小時」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 201.78 ， ν = (C-1)*(R-1)= 49 χ2(0.95,49)= 66.34 < 201.78

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「一星期在家上網幾個小時」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「一星期在家上網的時間」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者一星期在家上網的時間主要分布在 20 小時及以上(68%)、而非網購者則主要分布在 18 小時及以下(77%)。據以計算，重度網購者平均一星期在家上網的時間是 35 小時；非網購者平均一星期在家上網的時間是 13 小時。

（18） 最近 7 天在家中使用網路從事的活動

最近7天在家中使用網路時從事的活動	重度網購者	非網購者
其他	0%	1%
使用手機連網操作可連網的家用電	3%	0%
進行視訊會議	4%	0%
在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	4%	1%
聽廣播	4%	1%
使用手機連網操作可連網的家用電	5%	0%
付費線上音樂串流	6%	0%
免費線上音樂串流	6%	0%
使用正式線上課程	8%	0%
查詢政府相關資訊	11%	5%
參加專業社群團體	12%	0%
使用電子政府網站服務	12%	1%
使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	13%	2%
在別人的部落格上留言	14%	0%
透過網路進行醫療服務預約	14%	0%
線上音樂串流	15%	1%
閱讀線上報紙、雜誌或電子書	15%	3%
上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	18%	1%
購買數位內容	20%	0%
尋找或下載與工作/學業相關的資訊	20%	4%
使用或瀏覽論壇,留言版	20%	3%
線上拍賣	22%	0%
使用或瀏覽網路相簿	22%	2%
玩線上遊戲	22%	16%
經營個人網頁部落格	22%	0%
觀賞電視節目或線上電影	23%	5%
搜尋與健康相關的資訊	23%	7%
撥打視訊電話	24%	15%
銀行金融服務	24%	7%
於雲端服務接取檔案	26%	1%
透過即時通訊進行溝通	26%	18%
線上銷售商品或服務	27%	0%
查詢維基百科或其他網站資訊	29%	6%
撥打語音網路電話	29%	43%
使用旅遊或旅遊相關住宿服務	31%	1%
照片或影片上傳或分享	33%	9%
看影音短片	46%	25%
傳送或接收電子郵件	50%	13%
取得新聞資訊	55%	23%
線上購物	62%	0%
線上查詢商品或服務資訊	63%	19%
使用社群網路	66%	38%
瀏覽網頁/查詢	87%	48%

「重度網購者/非網購者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能無關

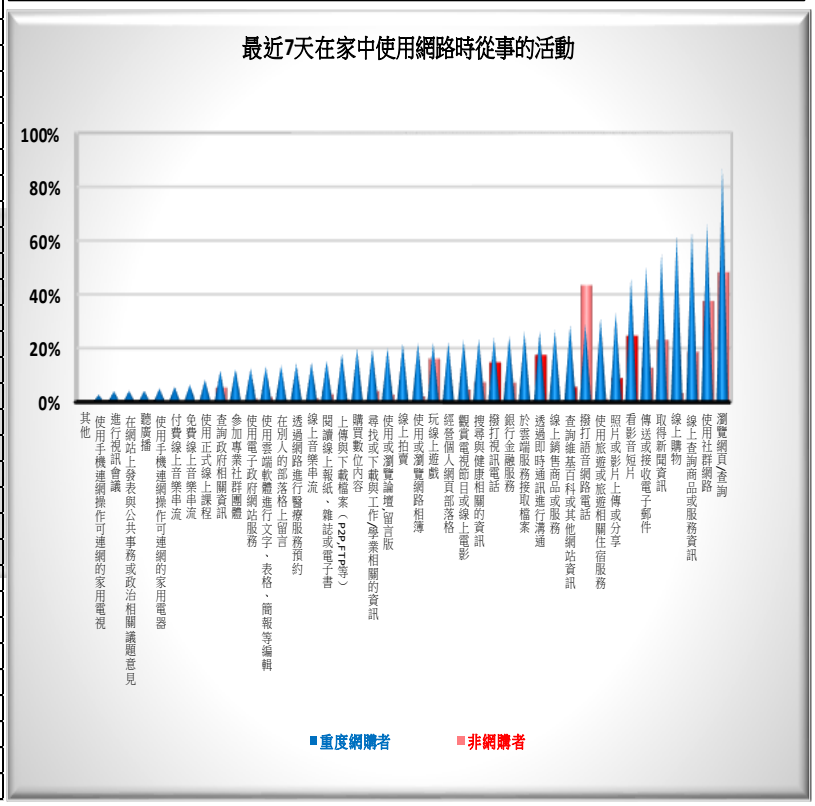
H_1：「重度網購者/非網購者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 495.81 ， v = (C-1)*(R-1)= 42 χ2(0.95,42)= 58.12 < 495.81

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「最近 7 天在家中使用網路從事的活動」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者最近 7 天在家中使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(87%)、使用社群網路(66%)、線上查詢商品或服務資訊(63%)；而非網購者最近 7 天在家中使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(48%)、撥打語音網路電話(43%)、使用社群網路(38%)。同時，重度網購者最近 7 天於住家使用網路從事的活動平均有 10.38 項活動，而非網購者則僅 3.2 項活動。顯示，重度網購者在家中所從事的網路活動較非網購者多元。

2. 社群媒體使用行為

（1） 是否擁有任何社群媒體網站或 App 的帳號

是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號	重度網購者	非網購者
有	91%	75%
沒有	9%	25%

「重度網購者/非網購者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能無關

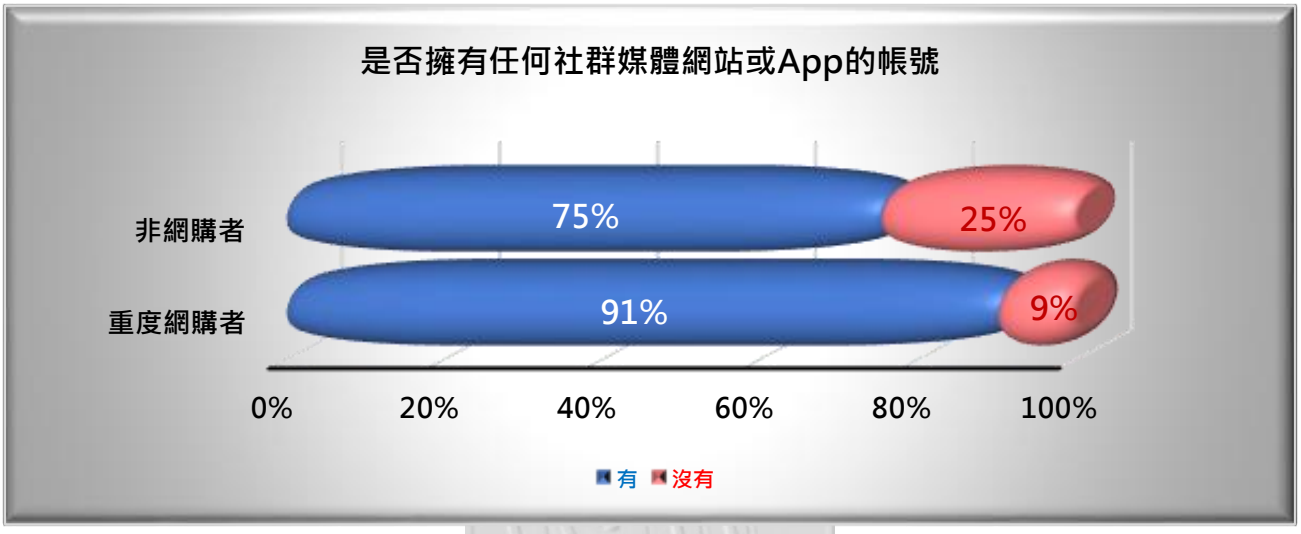
H_1：「重度網購者/非網購者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 8.56 · ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 8.56

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「是否擁有任何社群媒體網站或 App 的帳號」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者擁有任何社群媒體網站 / App 的帳號者占 91%，高於非網購者的 75%。

（2） 擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或 App 帳號

擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號	重度網購者	非網購者
SnapChat	2%	0%
Tumblr	3%	0%
Pinterest	4%	0%
Twitter	6%	1%
LinkedIn	6%	0%
Google+	24%	11%
WhatsApp	29%	0%
WeChat	37%	5%
Instagram	51%	3%
YouTube	69%	17%
Line	82%	69%
臉書	87%	56%

「重度網購者/非網購者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能無關

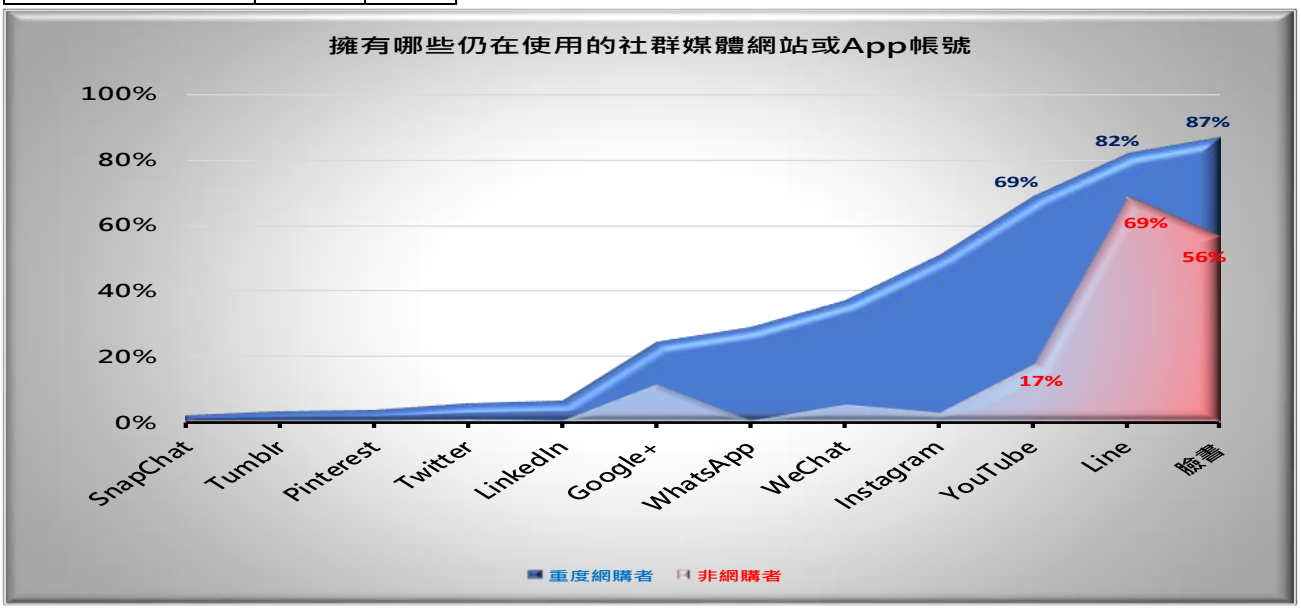
H_1：「重度網購者/非網購者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 189.92 ， v = (C-1)*(R-1)= 11 $\chi 2(0.95,11)$= 19.68 < 189.92

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或 App 帳號」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者所擁有的仍在使用之社群媒體網站 / App 帳號為臉書(87%)、Line(82%)、YouTube(69%)，均高於非網購者的臉書(56%)、Line(69%)、YouTube(17%)。

（3） 最常使用的社群媒體網站或 App

最常使用的社群媒體網站或App	重度網購者	非網購者
YouTube	0%	3%
Twitter	0%	0%
WeChat	0%	1%
Instagram	7%	0%
臉書	36%	23%
Line	58%	72%

「重度網購者/非網購者」與「最常使用的社群媒體網站或App」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能無關

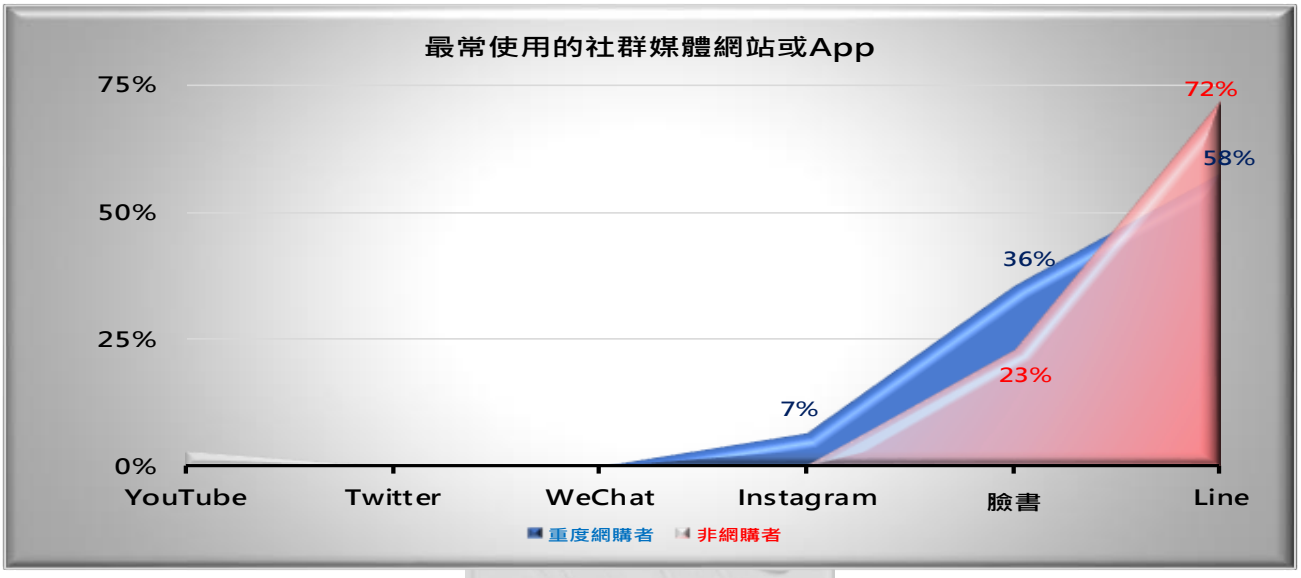
H_1：「重度網購者/非網購者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 24.00 ，ν = (C-1)*(R-1)= 6 χ2(0.95,6)= 12.59 < 24.00

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「最常使用的社群媒體網站或 App」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者最常使用的社群媒體網站 / App 為 Line(58%)、臉書(36%)，而非網購者最常使用的社群媒體網站或 App 為 Line(72%)、臉書(23%)。

（4） 曾在社群媒體網站或 App 上進行哪些事情

曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情	重度網購者	非網購者
於其他公司或組織網站留言抱怨	2%	0%
創造群組/張貼事件	6%	1%
於公開群組張貼訊息或留言	20%	4%
按讚留言以獲得獎品	24%	7%
在私人討論群組留言	36%	11%
打卡	56%	14%
在別人分享的文章、影片或是照片上按讚	68%	39%
瀏覽他人分享之文章、影片或是照片	70%	42%
發表評論或分享我自己的影片或照片	72%	19%
都沒有	0%	7%

「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能無關

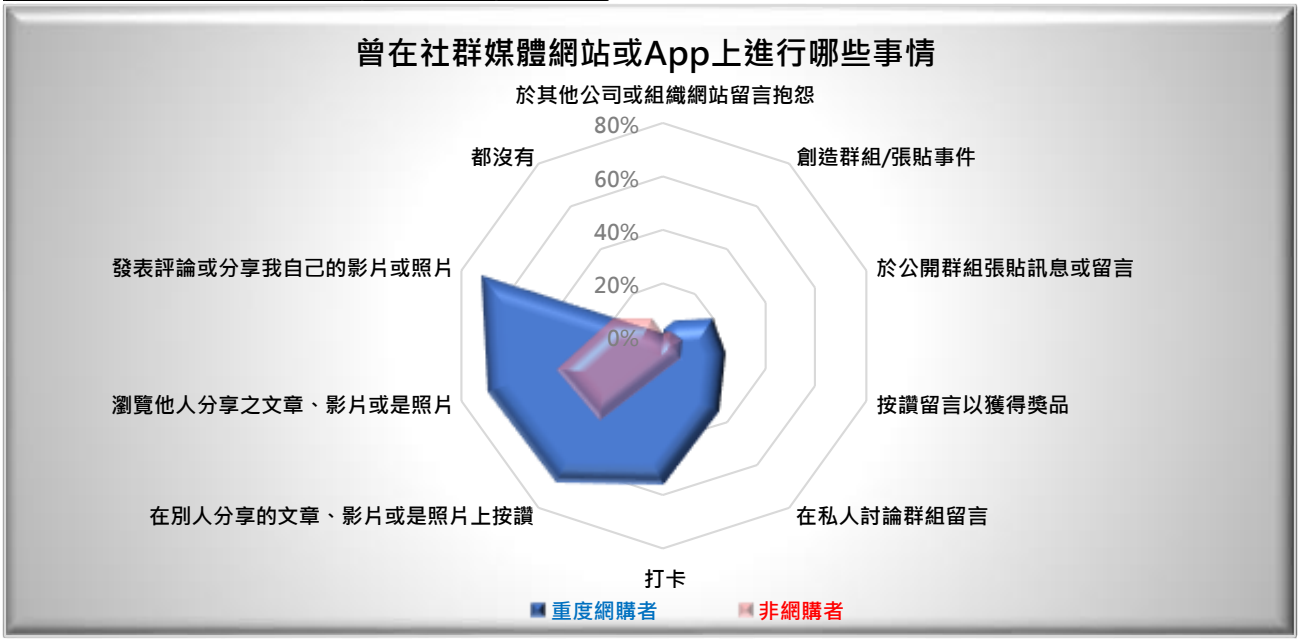
H_1：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 50.28 ，V = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 50.28

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「曾在社群媒體網站或 App 上進行哪些事情」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者曾在社群媒體網站或 App 上進行的事情主要為發表評論或分享我自己的影片或照片(72%)、瀏覽他人分享之文章、影片或是照片(70%)、在別人分享的文章、影片或是照片上按讚(68%)；而非網購者曾在社群媒體網站或 App 上進行的事情主要為瀏覽他人分享之文章、影片或是照片(42%)、在別人分享的文章、影片或是照片上按讚(39%)、發表評論或分享我自己的影片或照片(19%)。兩者雖然從事的事情大同小異，但比率相差頗大，顯示重度網購者較善用社群媒體網站 / App 的功能，且頻度也較高。

（5） 我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文

我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	重度網購者	非網購者
非常同意	49%	23%
還算同意	37%	40%
不太同意	8%	31%
非常不同意	7%	6%
平均分數	3.27	2.79

「重度網購者/非網購者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼

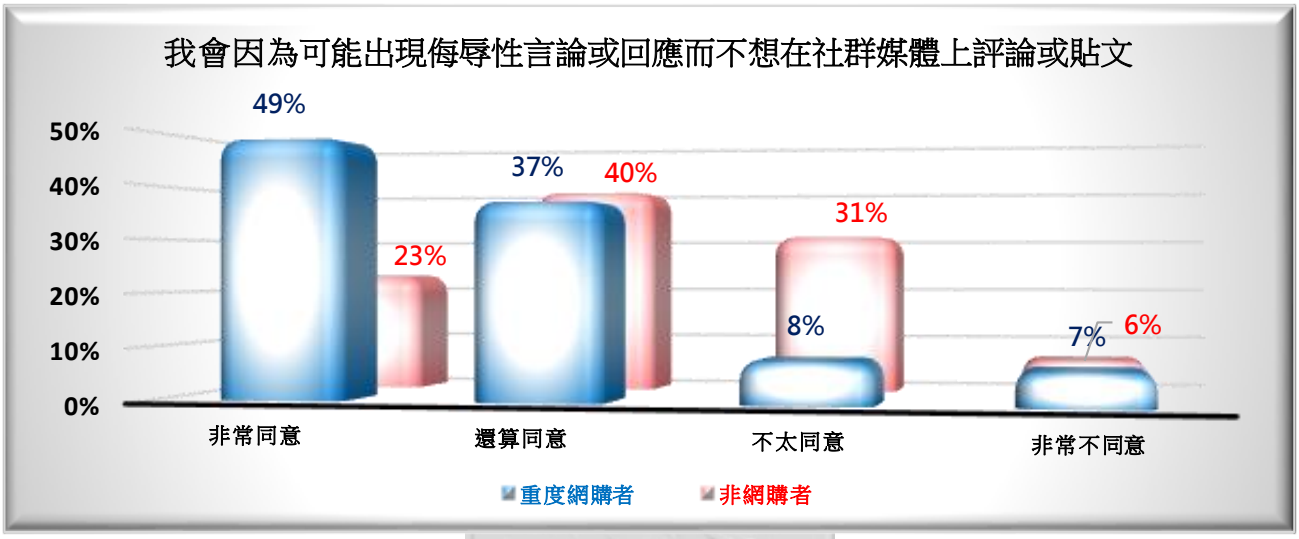
H_1：「重度網購者/非網購者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 23.16 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi 2(0.95,3)$= 7.81 < 23.16

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者對於「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」的反應可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」一事的主要反應是：非常同意（49%）、還算同意(37%)，平均評分是 3.27 分(滿分 4 分)；而非網購者對於「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」一事的主要反應是：還算同意(40%)、不太同意(31%)，平均評分是 2.79 分。顯然兩者對於「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」一事在非常同意上的認知是有很大的差異。

（6） 我使用社群媒體時經常感到被排擠

我使用社群媒體時經常感到被排擠	重度網購者	非網購者
非常同意	6%	1%
還算同意	12%	11%
不太同意	40%	44%
非常不同意	42%	43%
平均分數	1.83	1.69

「重度網購者/非網購者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能無關

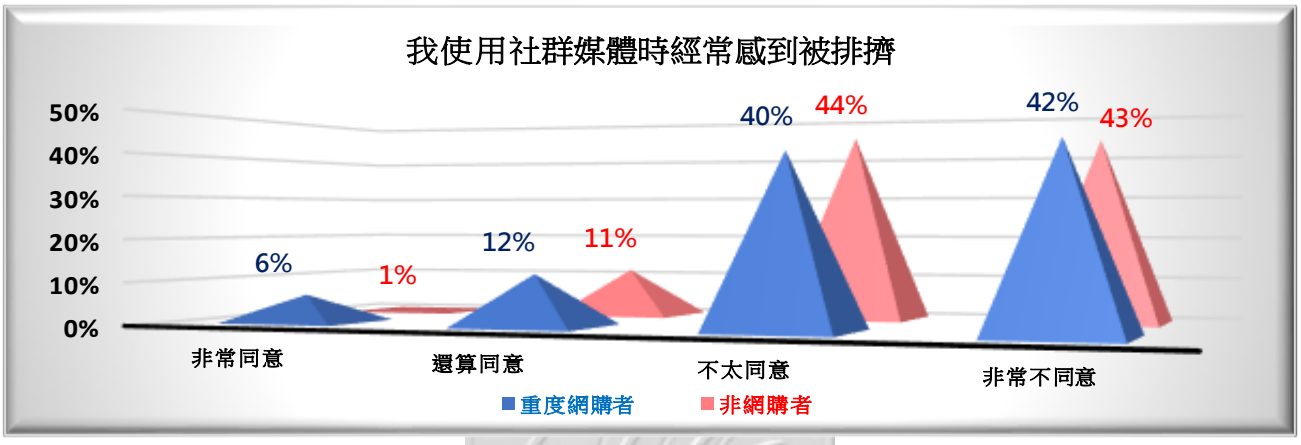
H_1：「重度網購者/非網購者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 9.86 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi 2(0.95,3)$= 7.81 < 9.86

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者對於「我使用社群媒體時經常感到被排擠」的反應可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於「我使用社群媒體時經常感到被排擠」一事的主要反應是：非常不同意（42%）、不太同意(40%)，平均評分是 1.83 分(滿分 4 分)；而非網購者對於「我使用社群媒體時經常感到被排擠」一事的主要反應是：非常不同意（43%）、不太同意(44%)，平均評分是 1.69 分。顯然兩者對於「我使用社群媒體時經常感到被排擠」一事的認知差異主要來自於非常同意一項，重度網購者有 6%，而非網購者僅有 1%。不過，整體而言，兩者均傾向不同意「我使用社群媒體時經常感到被排擠」。

（7） 使用社群媒體時，讓我感覺更有創意

使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	重度網購者	非網購者
非常同意	18%	9%
還算同意	69%	51%
不太同意	12%	33%
非常不同意	1%	7%
平均分數	3.04	2.62

「重度網購者/非網購者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能無關

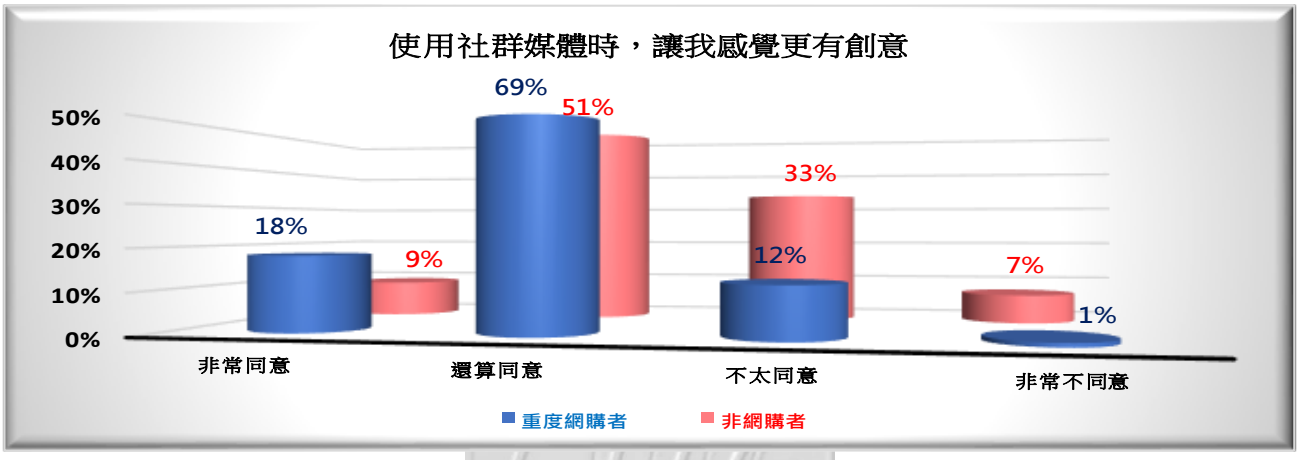
H_1：「重度網購者/非網購者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.02 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 18.02

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」的反應可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」一事的主要反應是：非常同意（18%）、還算同意(69%)，平均評分是 3.04 分(滿分 4 分)；而非網購者對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」一事的主要反應是：還算同意（51%）、不太同意(33%)，平均評分是 2.62。兩者對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」一事的認知，重度網購者向非常同意傾斜，非網購者向不太同意傾斜。

（8） 曾在社群媒體(臉書、Line 等) 上分享文章連結

曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結	重度網購者	非網購者
有	87%	58%
沒有	13%	42%

「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能無關

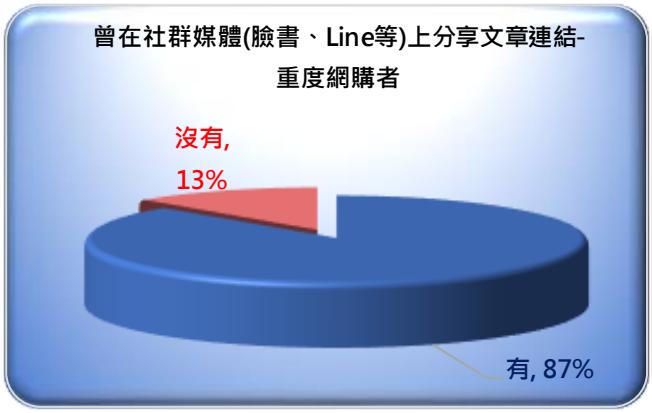
H_1：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關

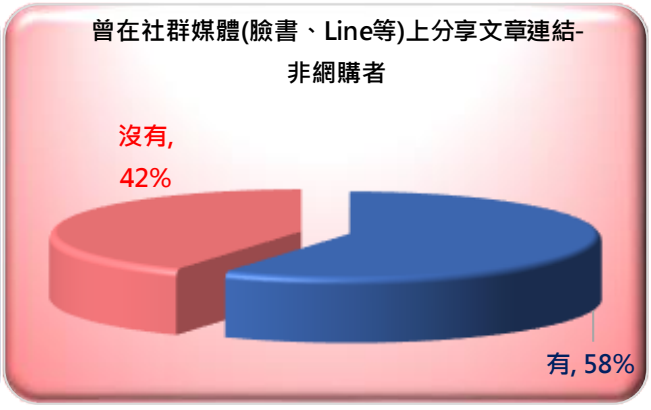
採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 21.11 · ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 21.11

即．差異顯著．拒絕 H_0．

表 示「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關





在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者 87%曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結、而非網購者則僅有 58%，顯示，重度網購者在網路上是較慷慨的、開放的、樂於分享的，也樂於擴展自己的影響力。

（9） 每當我拜訪社群媒體/App 時，我傾向相信我所讀到或看到的

每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的	重度網購者	非網購者
非常同意	19%	5%
還算同意	33%	65%
不太同意	45%	27%
非常不同意	3%	3%
平均分數	2.67	2.72

「重度網購者/非網購者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能無關

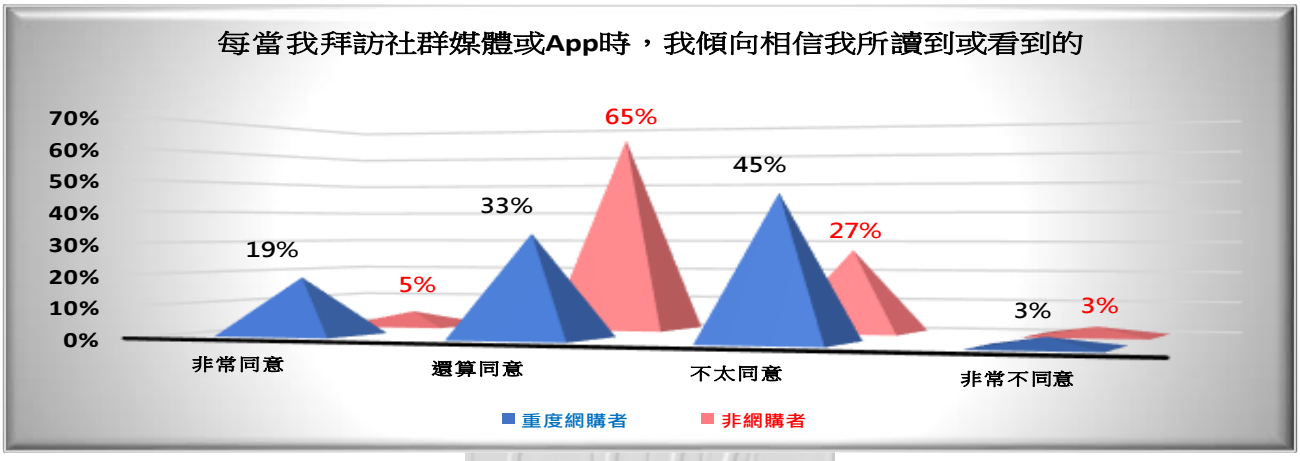
H_1：「重度網購者/非網購者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 29.82 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi 2(0.95,3)$= 7.81 < 29.82

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者對於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」的同意程度可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」一事的主要反應是：還算同意（33%）、不太同意(45%)，平均評分是 2.67 分(滿分 4 分)；而非網購者對於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」一事的主要反應是：還算同意（65%）、不太同意(27%)，平均評分是 2.72。整體而言，重度網購者對於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」一事的質疑程度較高，而非網購者則認同程度較高；顯示，重度網購者的網路素養較佳、較有質疑的能力。

（10） 曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見

曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見	重度網購者	非網購者
有	58%	16%
沒有	42%	84%

「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能無關

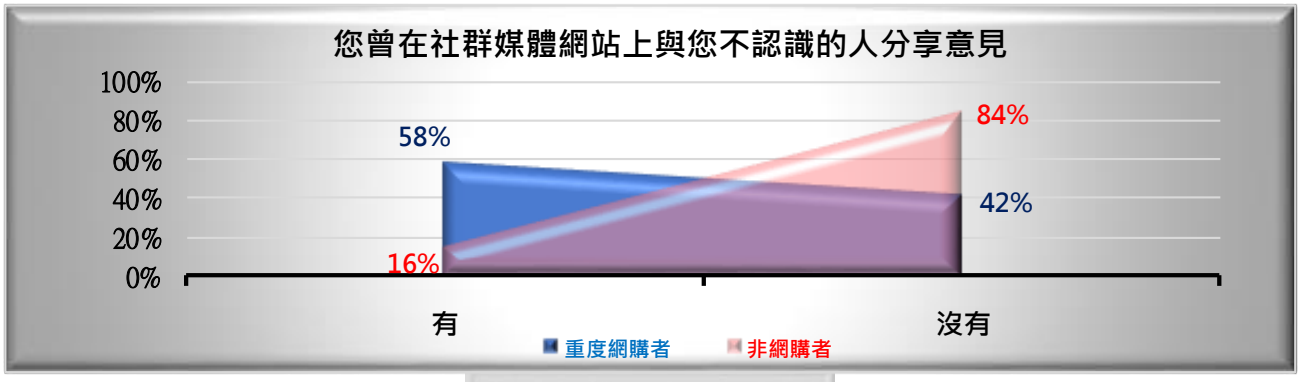
H_1：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 60.22 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 60.22

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者曾在社群媒體網站上與不認識的人分享意見者占 58%，高於非網購者的 16%；這也再次印證，重度網購者在網路上是較慷慨的、開放的、樂於分享的，也樂於擴展自己的影響力。

（11） 當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見

當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見	重度網購者	非網購者
願意	33%	67%
不願意	67%	33%

「重度網購者/非網購者」與「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」可能無關

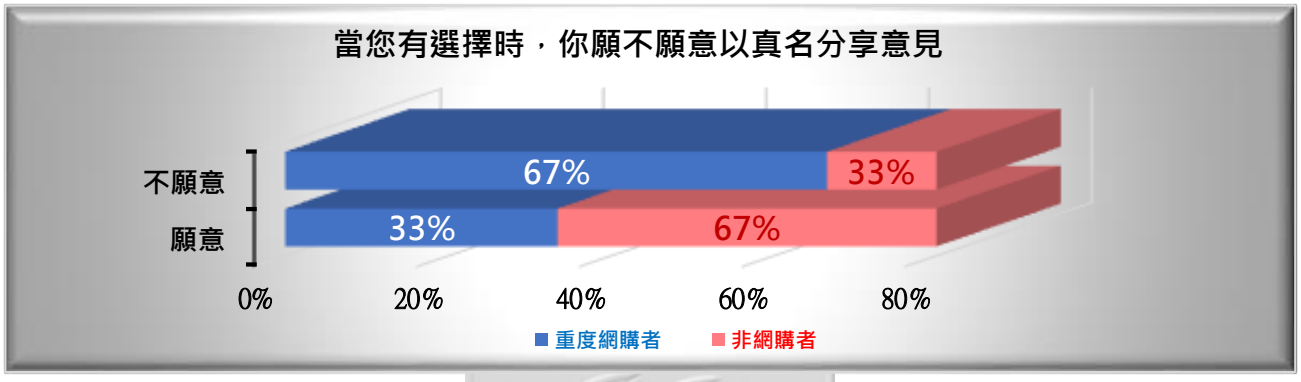
H_1：「重度網購者/非網購者」與「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 10.00 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi 2(0.95,1)$= 3.84 < 10.00

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者對於「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」的意願可能有關係。

由以上圖表可知，當有選擇時，願意以真名分享意見者，重度網購者有 33%，低於非網購者的 67%。顯示，在有選擇的情況之下，重度網購者寧願以非真名的方式分享意見，也顯示重度網購者在隱私保護上的謹慎。

（12） 發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率

發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率	重度網購者	非網購者
總是	33%	22%
經常	43%	25%
很少	23%	35%
從不	1%	19%
平均分數	3.08	2.49

「重度網購者/非網購者」與「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能無關

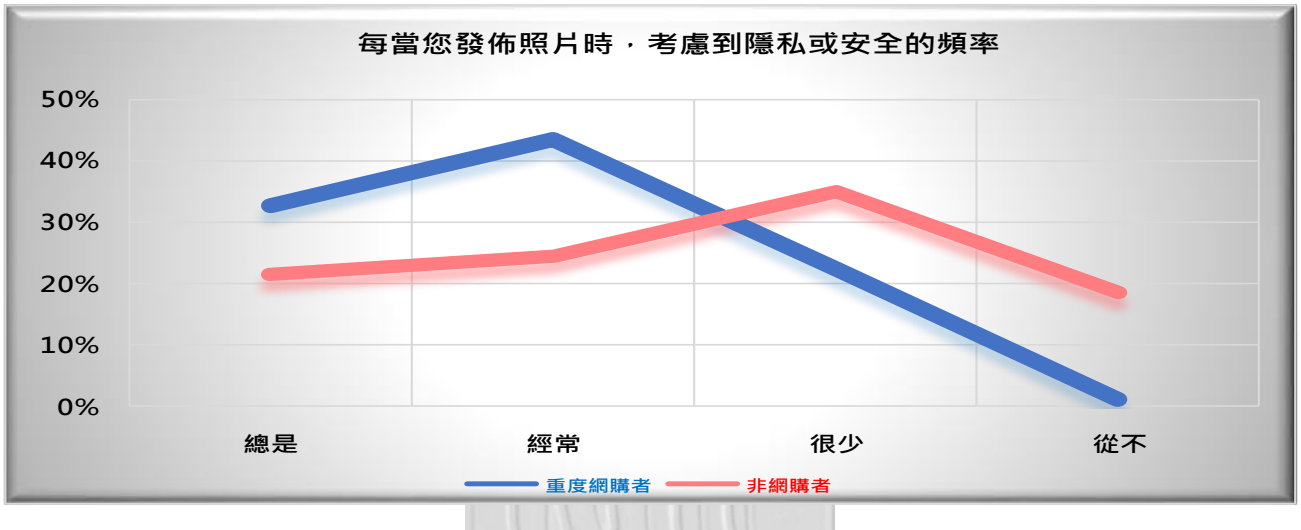
H_1：「重度網購者/非網購者」與「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 23.21 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 23.21

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者總是+經常考慮到隱私或安全者有 76%，高於非網購者的 47%。顯示，重度網購者比較重視「發佈照片時應考慮到的隱私或安全」。

（13） 發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情

發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	重度網購者	非網購者
總是	31%	24%
經常	46%	29%
很少	20%	31%
從不	2%	16%
平均分數	3.07	2.61

「重度網購者/非網購者」與「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能無關

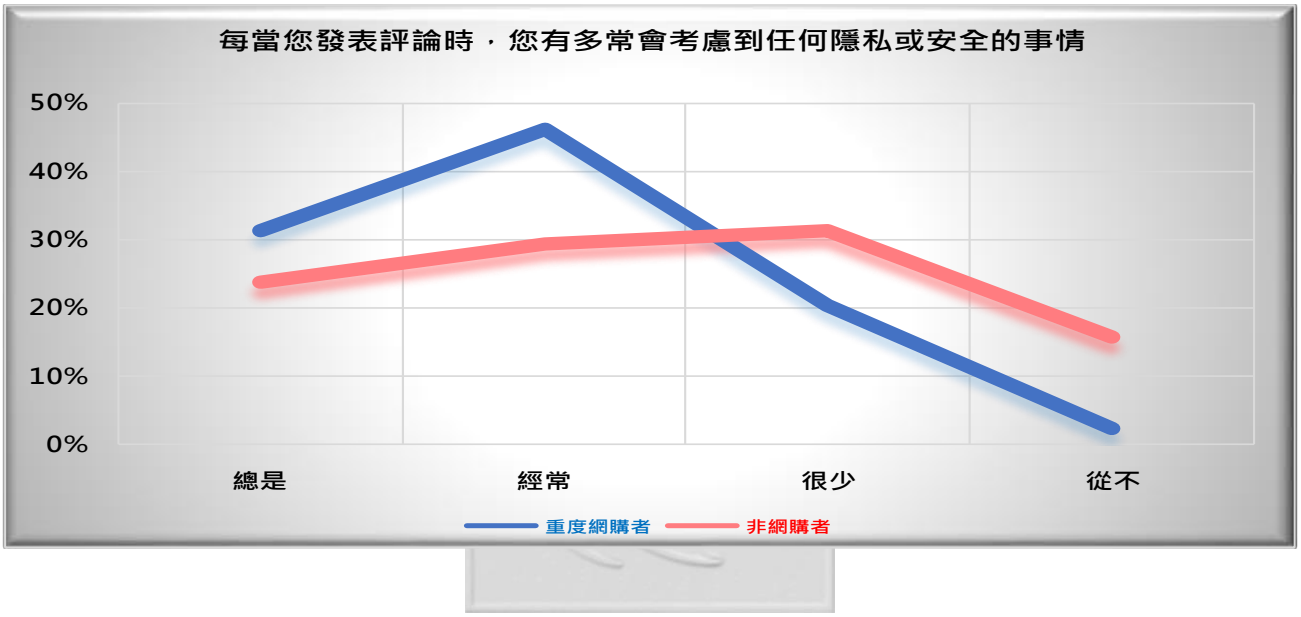
H_1：「重度網購者/非網購者」與「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 16.05 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi 2(0.95,3)$= 7.81 < 16.05

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者總是+經常考慮到隱私或安全者有77%，高於非網購者的 53%。顯示，重度網購者比非網購者更重視「發表評論時應考慮到的隱私或安全」。

（14） 哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態

哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態	重度網購者	非網購者
我常瀏覽我不同意的意見	20%	12%
我有時會瀏覽我不同意的意見	57%	47%
我不常瀏覽我所不同意的意見	24%	41%

「重度網購者/非網購者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能無關

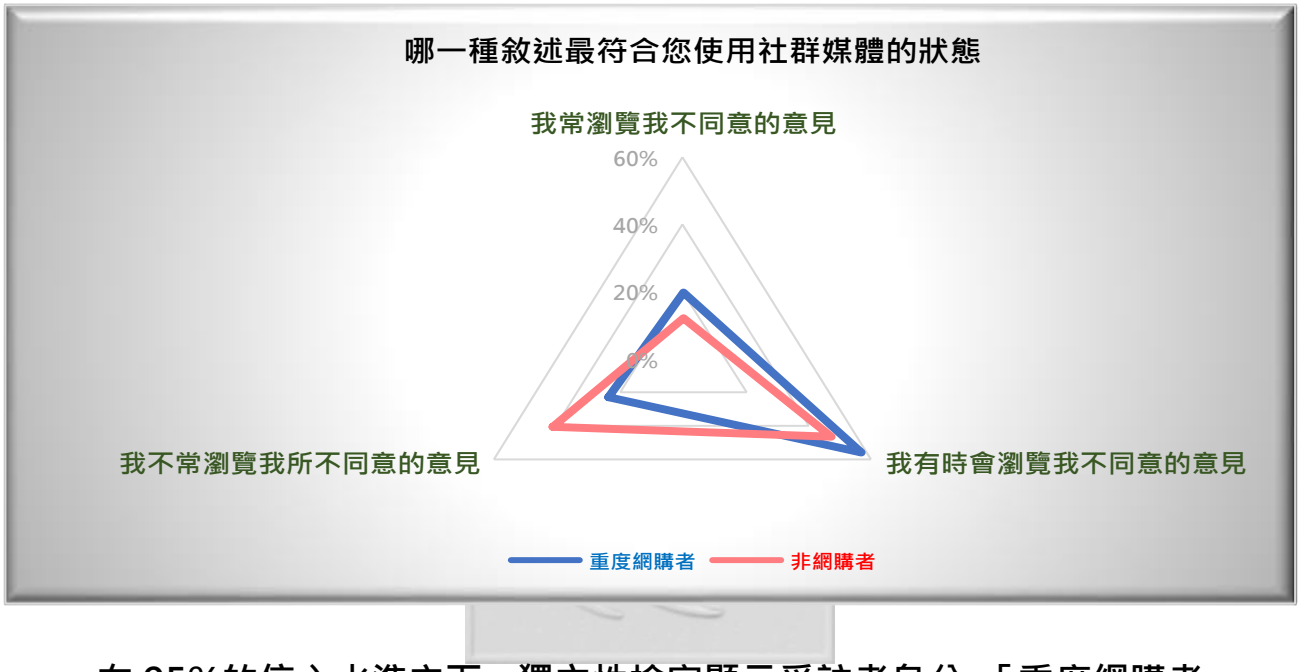
H_1：「重度網購者/非網購者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 8.38 ，v = (C-1)*(R-1)= 2 χ2(0.95,2)= 5.99 < 8.38

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者與非網購者的差異點在於：「我常瀏覽我不同意的意見」，重度網購者有 20%，而非網購者僅 12%；「我不常瀏覽我所不同意的意見」，重度網購者有僅 24%，而非網購者卻高達 41%。顯示，非網購者更常沉浸於同溫層，而重度網購者對於不同的意見則持較開放的態度。

3. 網路資訊查證行為

（11） 確認網路資訊真實性的方式

當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性	重度網購者	非網購者
其他	0%	2%
不曾找資訊	0%	9%
檢查該網站資訊是否會定期更新	10%	2%
不曾確認	12%	44%
檢查該網站是否為專業網站	26%	8%
透過網址確認是否為真實網站	27%	8%
詢問信任的人是否也相信該網站	29%	16%
找尋訊息來源的可信度	49%	16%
找其他網站的資訊比對	64%	18%

「重度網購者/非網購者」與「當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)

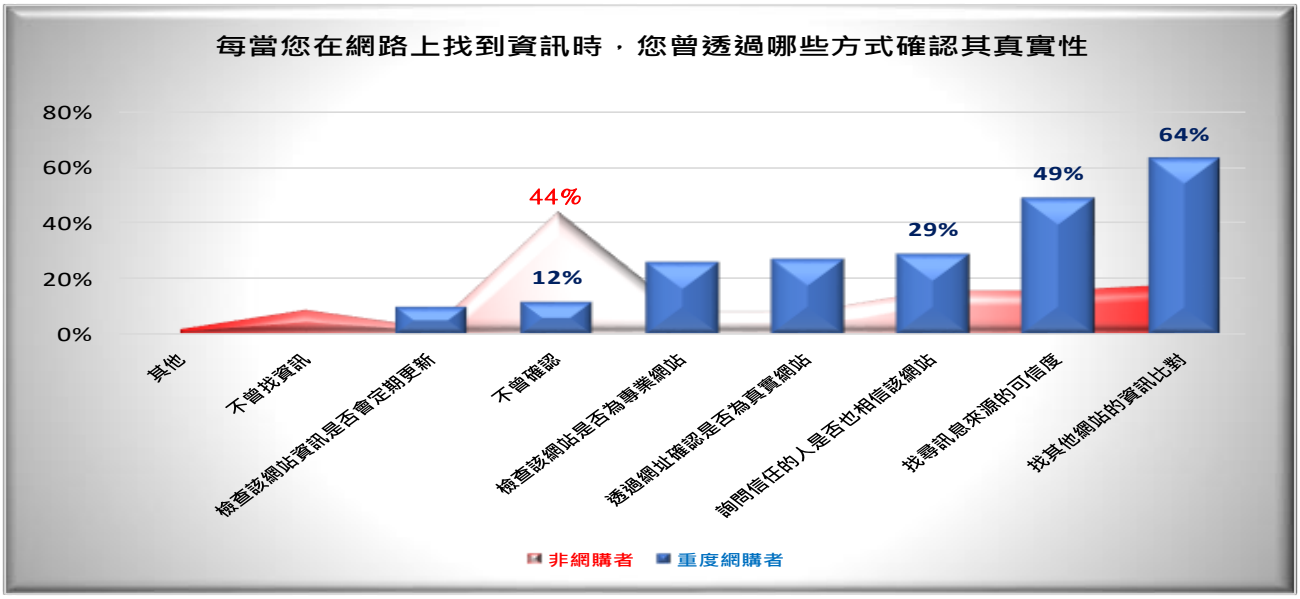
H_1：「重度網購者/非網購者」與「當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 93.74 ，V = (C-1)*(R-1)= 8 $\chi 2(0.95,8)$= 16.92 < 93.74

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「確認網路資訊真實性的方式」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者「確認網路資訊真實性的方式」主要有：找其他網站的資訊比對(64%)、找尋訊息來源的可信度(49%)、詢問信任的人是否也相信該網站(29%)， 而非網購者「確認網路資訊真實性的方式」與重度網購者略同，惟比率相差懸殊；值得一是，非網購者不曾確認網路資訊真實性的比率高達 44%，而重度網購者卻僅有 12%；同時，重度網購者平均使用了 2.17 個「確認網路資訊真實性的方式」，而非網購者則僅使用了 1.23 個；顯見，重度網購者在確認網路資訊真實性上的謹慎程度的確高於非網購者，而非網購者的網路素養還有加強的空間。

（2） 我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分

我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分	重度網購者	非網購者
非常同意	24%	11%
還算同意	27%	39%
不太同意	37%	34%
非常不同意	12%	16%
平均分數	2.64	2.46

「重度網購者/非網購者」與「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」可能無關

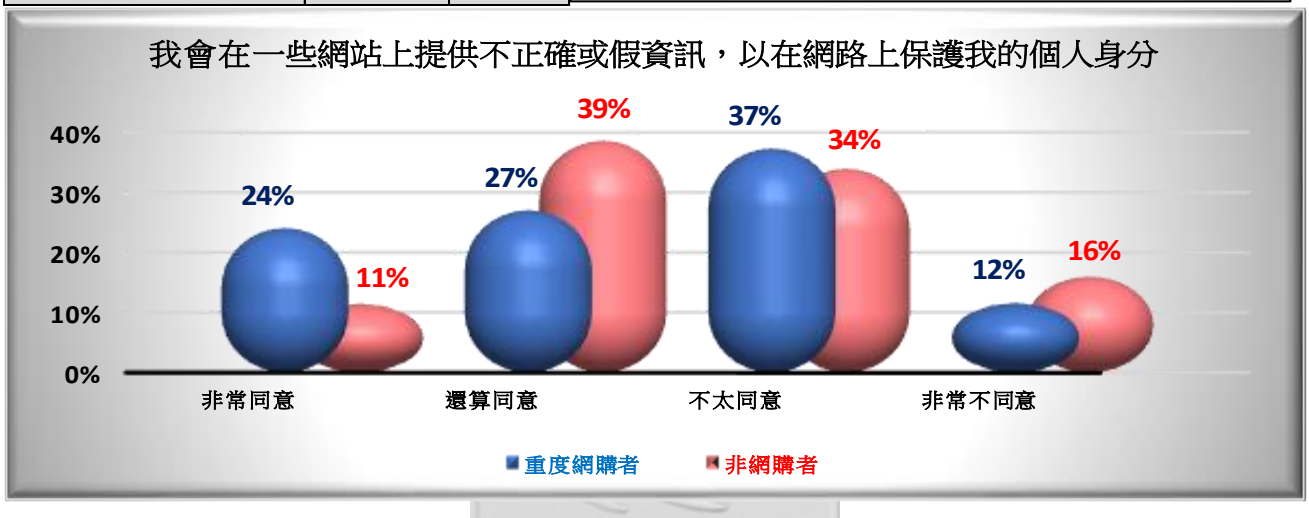
H_1：「重度網購者/非網購者」與「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 10.70 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 10.70

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」之認同程度可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者是由不太同意向左尾的同意方向傾斜，非網購者是由還算同意向右尾的不同意方向傾斜，兩者對於「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」之認同程度主要的差異在於重度網購者非常同意的比率(24%)高於非網購者的比率(11%)甚多。同時，重度網購者在本項的得分是 2.64 分，非網購者則是 2.46 分，雖然分數差距不大，但線型分布的不同的確也顯示出重度網購者在認同的程度上的強度高於非網購者。

（3） 只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊

只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。	重度網購者	非網購者
非常同意	14%	3%
還算同意	19%	36%
不太同意	42%	40%
非常不同意	25%	22%
平均分數	2.24	2.20

「重度網購者/非網購者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」可能無關

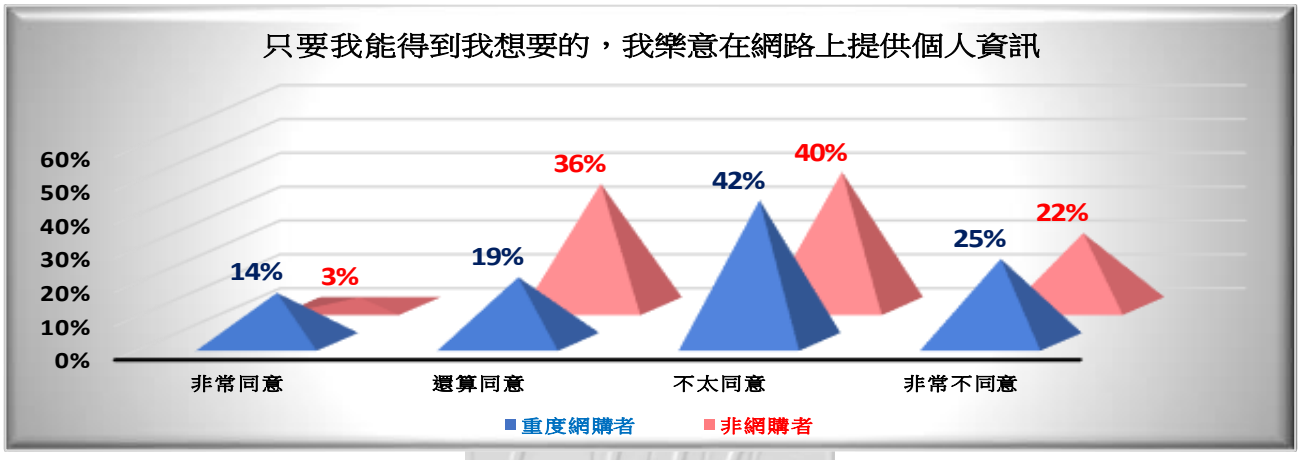
H_1：「重度網購者/非網購者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 27.16 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 27.16

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」之認同程度可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者與非網購者對於「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」之認同程度主要的差異在於重度網購者非常同意的比率(14%)高於非網購者的比率(3%)甚多，相反的，非網購者還算同意的比率(36%)高於重度網購者的比率(19%)甚多。顯示，非網購者的態度相對重度網購者保守，這是否意謂著，重度網購者已在保護個人隱私及資安上有了十足的自信呢?

（4） 您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」

您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」	重度網購者	非網購者
總是這樣做	25%	3%
有時這樣做	37%	29%
很少這樣做	30%	34%
從不這樣做	9%	34%
平均分數	2.77	2.01

「重度網購者/非網購者」與「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App

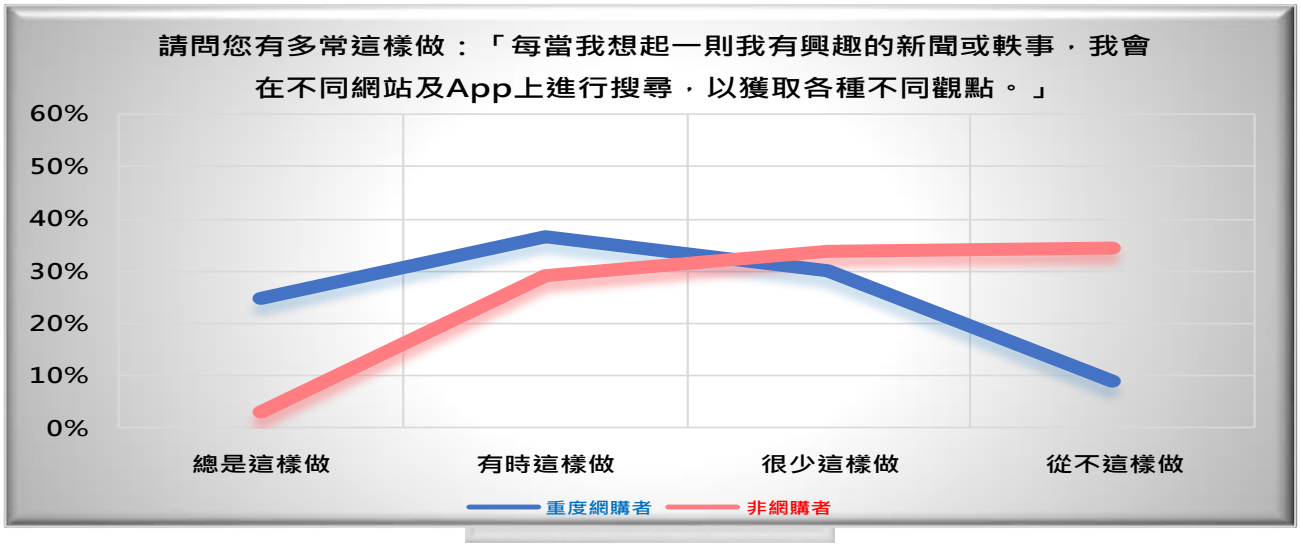
H_1：「重度網購者/非網購者」與「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 65.71 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi 2(0.95,3)$= 7.81 < 65.71

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪對於「您有多常這樣做：每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點」之認知程度可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者與非網購者對於「您有多常這樣做：每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」之認知程度主要的差異在於重度網購者總是+有時這樣做的比率(62%)高於非網購者的比率(32%)甚多，相反的，非網購者從不這樣做的比率(34%)高於重度網購者的比率(9%)甚多。顯示，重度網購者透過網路獲取不同觀點的行動較積極。

（5） 當您想要在網路上搜尋資訊時，曾透過哪些方式來搜尋資訊

當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊	重度網購者	非網購者
政府網站	6%	10%
網路文章	20%	6%
有網友評論之網站(Amazon,TripAdvisor)	20%	5%
社群媒體網站	31%	16%
維基百科網站	43%	15%
YouTube	46%	22%
搜尋引擎(如Google)	94%	63%

「重度網購者/非網購者」與「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能無關

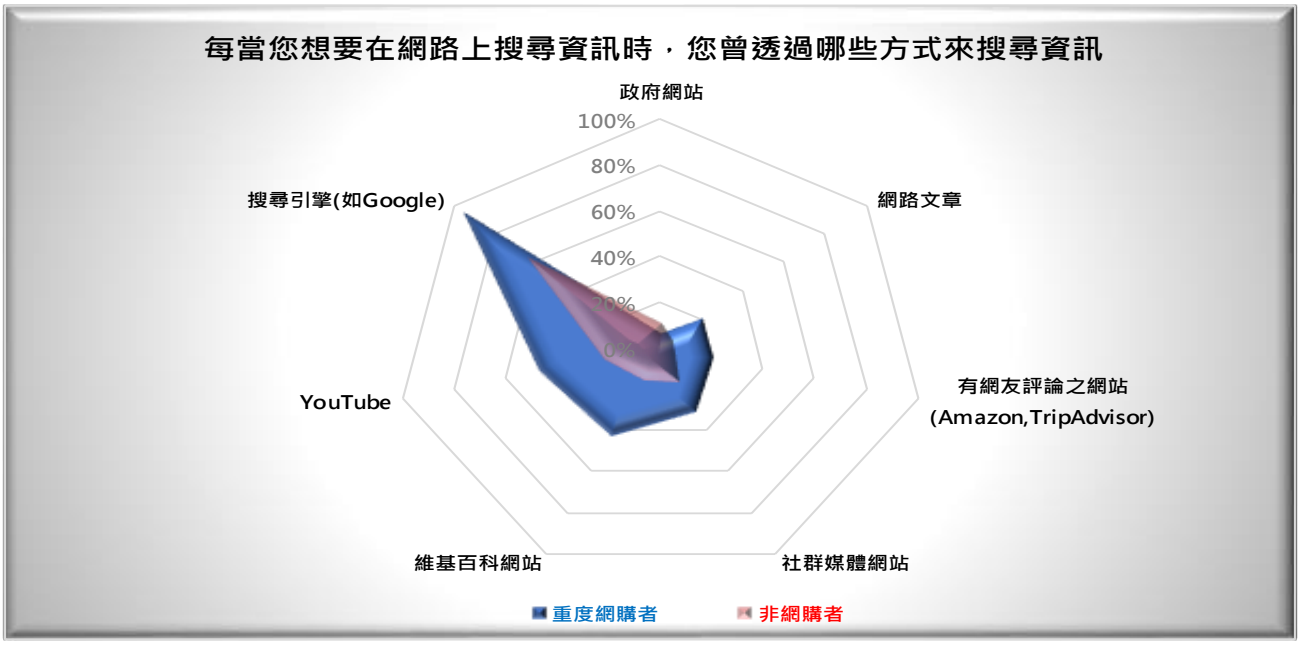
H_1：「重度網購者/非網購者」與「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 22.17 ，ν = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 < 22.17

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪的「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者與非網購者對於「搜尋資訊的方式」大同小異，主要的方式依序是搜尋引擎(如 Google)、YouTube、維基百科網站/社群媒體網站，但兩者比率相差懸殊；重度網購者平均透過 2.61 個方式搜尋資訊，而非網購者只有透過 1.37 個方式搜尋資訊。顯示，重度網購者網路資料查詢的管道較多元、查詢的動作也較頻繁。

4. 網路販售商品經驗

- **有沒有在網路販售商品的經驗**

有沒有在網路販售商品的經驗	重度網購者	非網購者
有	53%	2%
沒有	47%	98%

「重度網購者/非網購者」與「有沒有在網路販售商品的經驗」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「有沒有在網路販售商品的經驗」可能無關

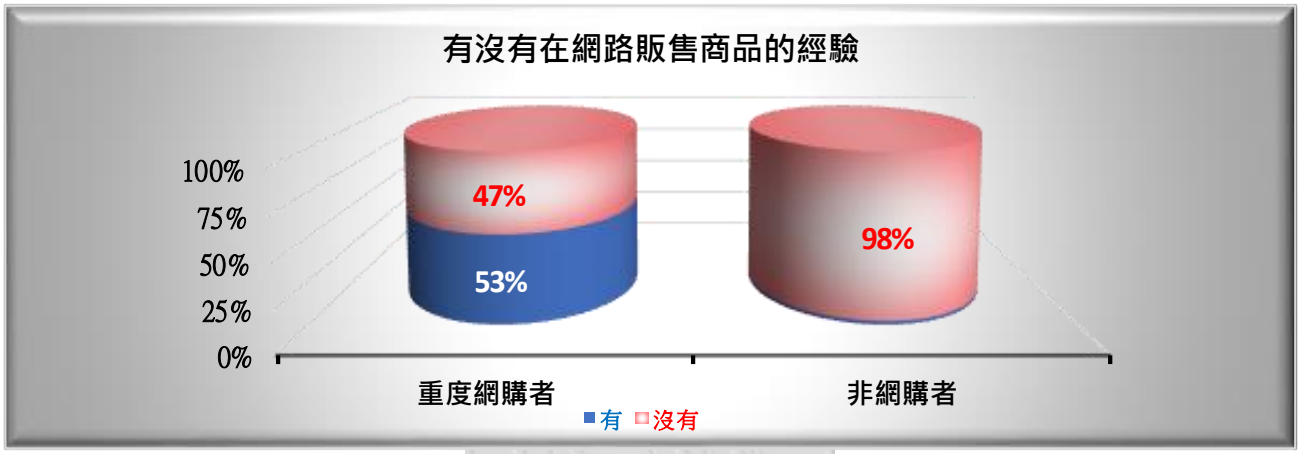
H_1：「重度網購者/非網購者」與「有沒有在網路販售商品的經驗」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 203.41 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 203.41

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「有沒有在網路販售商品的經驗」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「有沒有在網路販售商品的經驗」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者「有在網路販售商品的經驗」達 53%，而非網購者則僅 2%；顯示，重度網購者有半數身兼網售者。

5. 網路資訊搜尋及分享行為

（1） 決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論

決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論	重度網購者	非網購者
會	87%	28%
不會	13%	72%

「重度網購者/非網購者」與「決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能無關

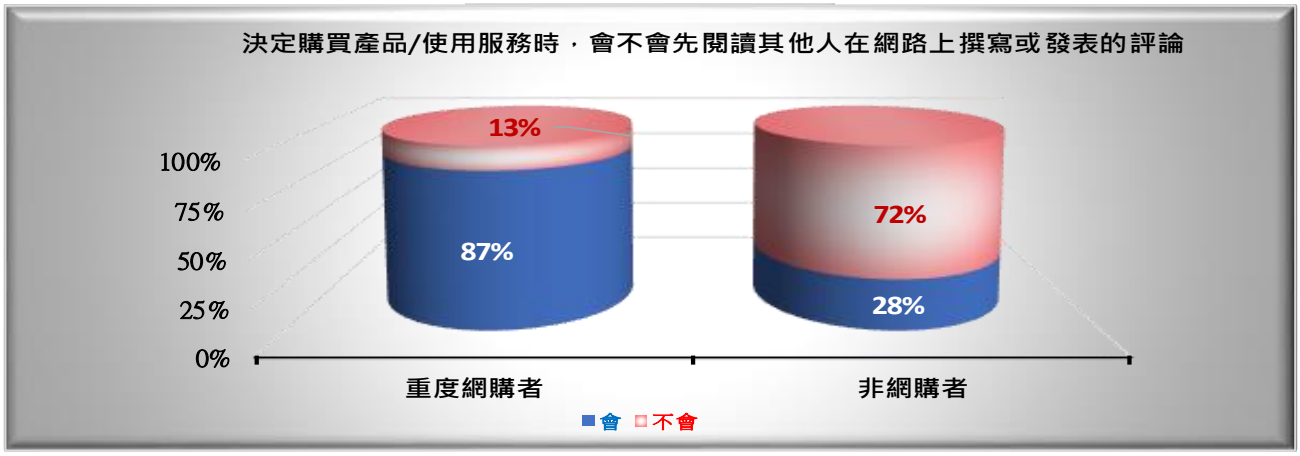
H_1：「重度網購者/非網購者」與「決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 96.80 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 96.80

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者「決定購買產品或使用服務時，會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」達 87%，而非網購者則僅 28%；顯示，重度網購者在作決定前，會較謹慎地蒐集資訊。

（2） 在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論

在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論	重度網購者	非網購者
會	22%	2%
不會	78%	98%

「重度網購者/非網購者」與「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」可能無關

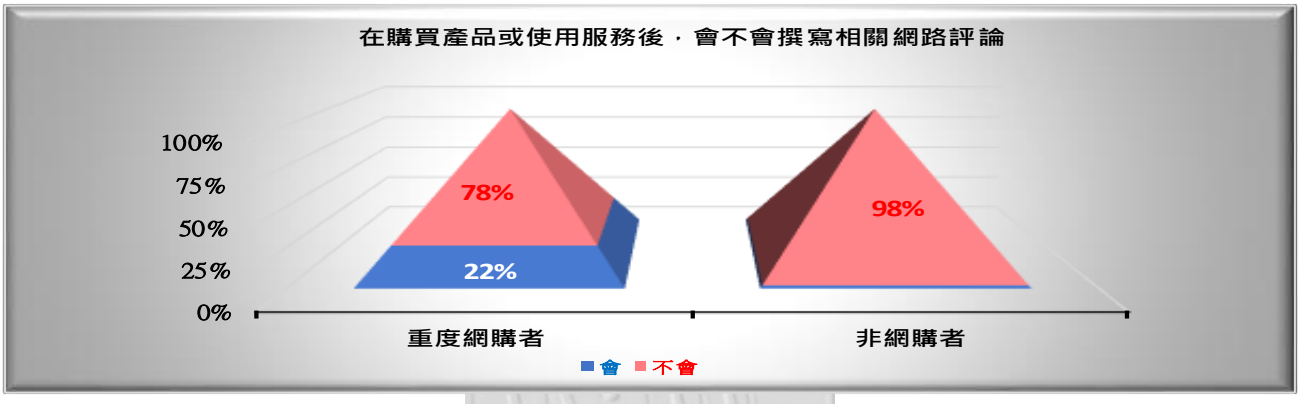
H_1：「重度網購者/非網購者」與「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 64.43 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 64.43

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者「在購買產品或使用服務後，會撰寫相關網路評論」達 22%，而非網購者則僅 2%；顯示，重度網購者較願意分享資訊。

（3） 使用搜尋引擎尋找資訊，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見

使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見	重度網購者	非網購者
既然被列出，資訊應該是正確	21%	23%
部分資訊是正確，部分不正確	72%	49%
從未想過正不正確之問題	7%	28%

「重度網購者/非網購者」與「使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能無關

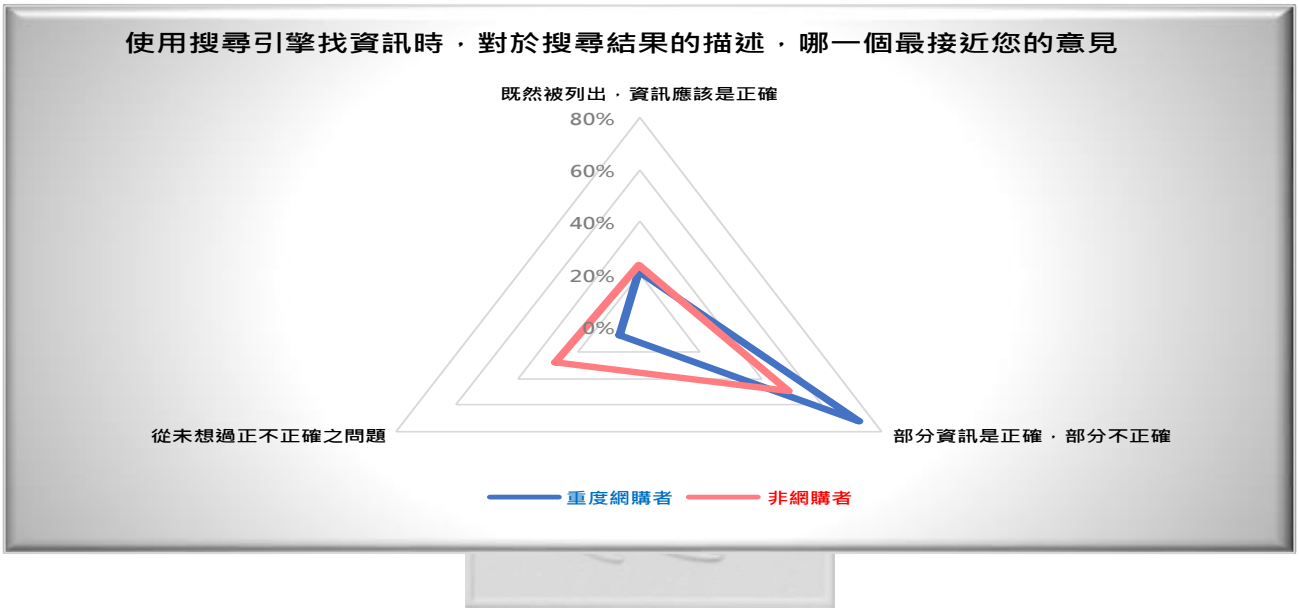
H_1：「重度網購者/非網購者」與「使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.14 ，ν = (C-1)*(R-1)= 2 χ2(0.95,2)= 5.99 < 18.14

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示 「重度網購者/非網購者」與「使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「使用搜尋引擎尋找資訊，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者對於使用搜尋引擎尋找資訊，所得到的結果是「部分資訊是正確，部分不正確」達 72%，高於非網購者的 49%，而「從未想過正不正確之問題」非網購者高達 28%，遠勝於重度網購者的 7%；顯示，非網購者對搜尋所得結果較少持質疑態度，相對的，重度網購者對搜尋所得結果的可信度較為謹慎。

6. 網路資安行為

- **現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情**

現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情	重度網購者	非網購者
其他	0%	1%
我不會在網站上註冊或提供我的個人資料	1%	8%
只要網站要求，我就會在線上註冊我的個人資料	3%	3%
網站由家人/友人所推薦	8%	19%
確認該網站列在搜尋引擎中	23%	9%
與其他有保障的付費機制連結	31%	4%
是我熟悉的公司或是品牌	46%	30%
有擔保我的個資不會外洩	51%	32%
網站是否安全	80%	50%

「重度網購者/非網購者」與「77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情」可能無關

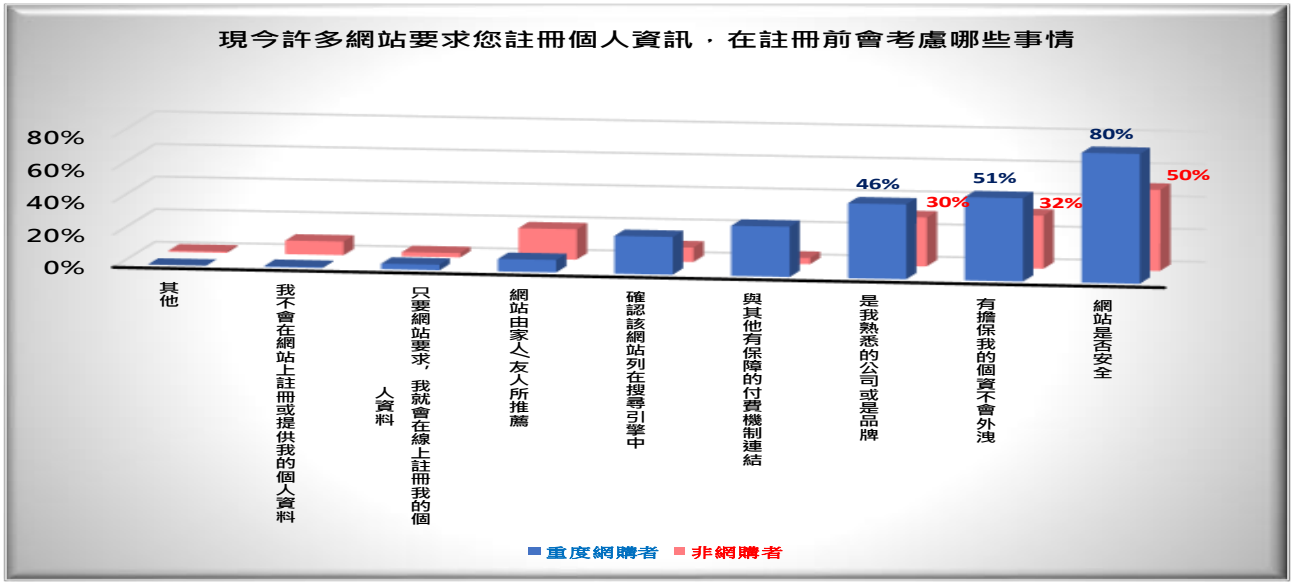
H_1：「重度網購者/非網購者」與「77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 59.72 ， ν = (C-1)*(R-1)= 8 χ2(0.95,8)= 16.92 < 59.72

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者關於「現今許多網站要求註冊個人資訊，在註冊前會考慮的事情」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者關於「現今許多網站要求註冊個人資訊，在註冊前會考慮的事情」主要有：網站是否安全(80%)、有擔保我的個資不會外洩(51%)、是我熟悉的公司或是品牌(46%)，而非網購者雖然考慮的事項雷同，但比率相差頗大；平均而言，重度網購者會考慮上述 2.42 個項目，非網購者則只考慮 1.55 個項目；顯示，重度網購者在這一方面是較為多慮的、周全的。

7. 網路使用對工作或日常生活的影響

（1） 網路使用對工作或日常生活造成的正面影響

網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響	重度網購者	非網購者
都沒有任何正面影響	0%	4%
能夠使工作更具彈性	16%	6%
接收正向資訊有益身心	21%	10%
新的溝通方式使生活更輕鬆	33%	33%
上網使我與朋友及家人更親近	34%	40%
生活變得有趣多了	37%	36%
找資料超方便	67%	49%
上網讓生活更便利如網購、網路銀行	72%	9%
上網使我獲知最新事件與社會議題	73%	26%
上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等	81%	27%

「重度網購者/非網購者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能無關

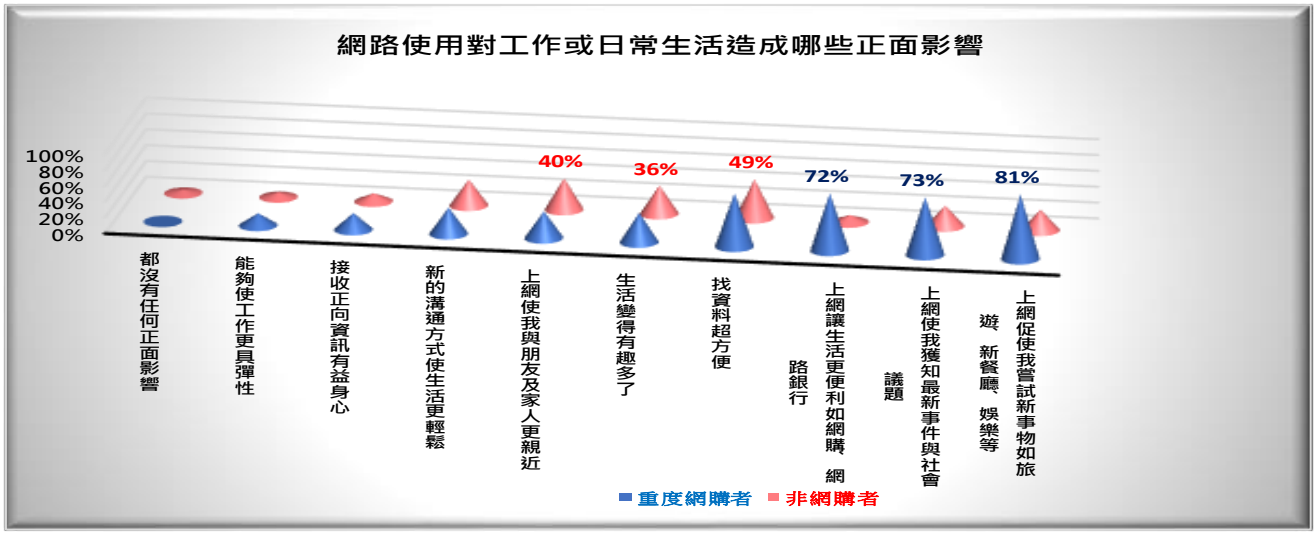
H_1：「重度網購者/非網購者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 121.95 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 121.95

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者關於「網路使用對工作或日常生活造成的正面影響」的認知可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者認為「網路使用對工作或日常生活造成的正面影響」主要有：上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等(81%)、上網使我獲知最新事件與社會議題(73%)、上網讓生活更便利如網購、網路銀行(46%)，而非網購者認為「網路使用對工作或日常生活造成的正面影響」主要有：找資料超方便(49%)、上網使我與朋友及家人更親近(40%)、生活變得有趣多了(36%)；平均而言，重度網購者認知的正面影響有 4.35 個，非網購者則只有 2.41 個；顯然，重度網購者對網路的認同著眼在新事物、新知識的引進，認同度也較非網購者為高。

（2） 網路使用對工作或日常生活造成的負面影響

使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響	重度網購者	非網購者
上班或上課遲到	4%	2%
影響工作或學業的表現	7%	4%
都沒有任何負面影響	15%	31%
影響家務	21%	9%
減少與親友共度或互動的時光	27%	11%
影響作息/第二天感到疲憊	51%	12%
視力退化/肩頸痠痛/影響健康	75%	51%

「重度網購者/非網購者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響」的獨立性檢定

「重度網購者/非網購者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響」可能無關

H_0：

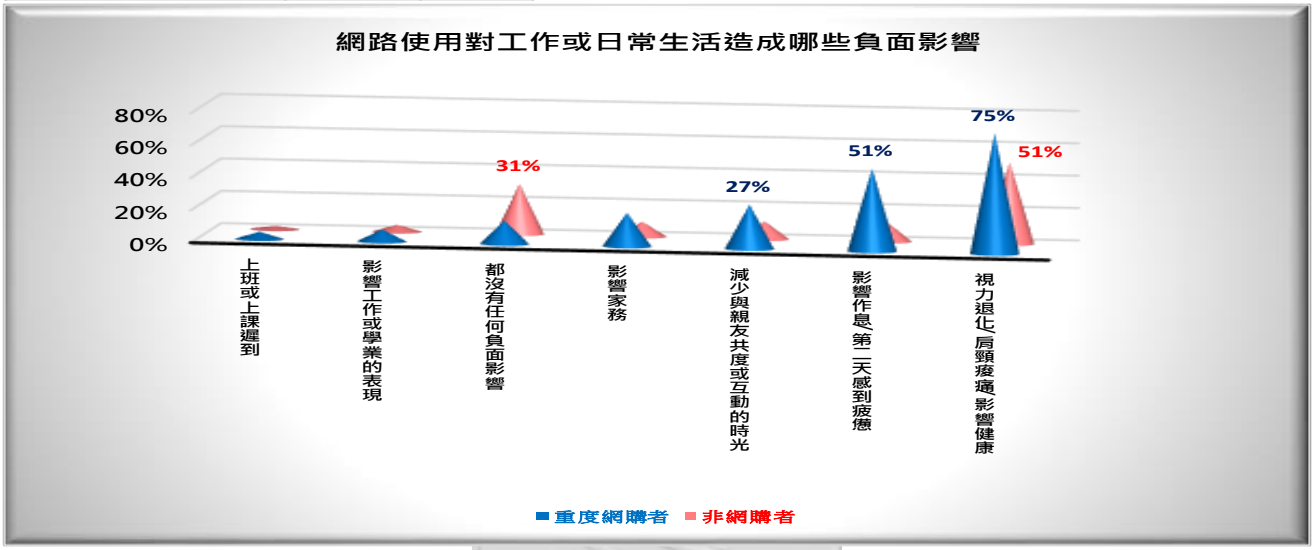
H_1：「重度網購者/非網購者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 45.75 ， ν = (C-1)*(R-1)= 6 χ2(0.95,6)= 12.59 < 45.75

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者關於「網路使用對工作或日常生活造成的負面影響」的認知可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者認為「網路使用對工作或日常生活造成的負面影響」主要有：視力退化/肩頸痠痛/影響健康(75%)、影響作息/第二天感到疲憊(51%)、減少與親友共度或互動的時光(27%)，而非網購者認為「網路使用對工作或日常生活造成的負面影響」與重度網購者相同，但比率相差懸殊；平均而言，重度網購者認知的負面影響有 2 個，非網購者則只有 1.21 個；同時，認為都沒有任何負面影響者，重度網購者有 15%，非網購者有 31%；顯然，非網購者對網路的負面評價較少，這可能與重度網購者使用網路的頻度較高有關，導致重度網購者產生網路的負面評價亦較多。

（3） 和朋友及家人的交流方式

您和朋友及家人交流方式	重度網購者	非網購者
寄信	2%	1%
電郵	4%	3%
簡訊	10%	5%
社群媒體	15%	11%
視訊電話	22%	9%
網路電話	56%	47%
打電話	60%	77%
面對面	91%	83%

「重度網購者/非網購者」與「您和朋友及家人交流方式」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「您和朋友及家人交流方式」可能無關

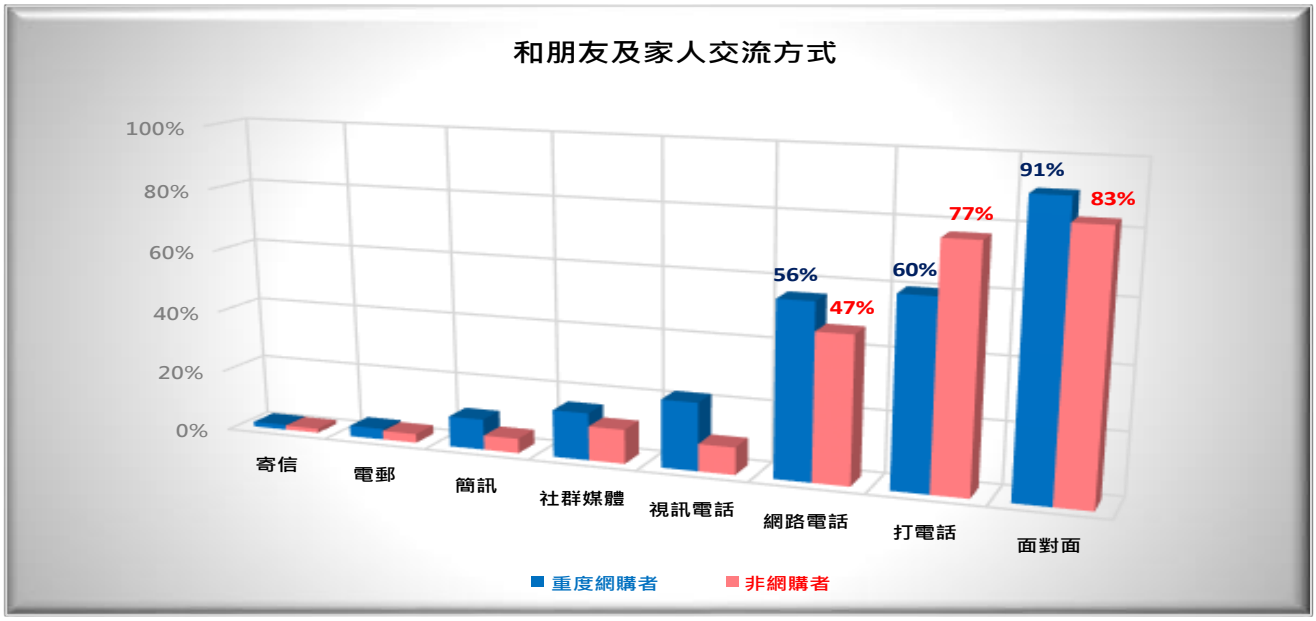
H_1：「重度網購者/非網購者」與「您和朋友及家人交流方式」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 16.73 ，v = (C-1)*(R-1)= 7 χ2(0.95,7)= 14.07 < 16.73

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「您和朋友及家人交流方式」可能有關



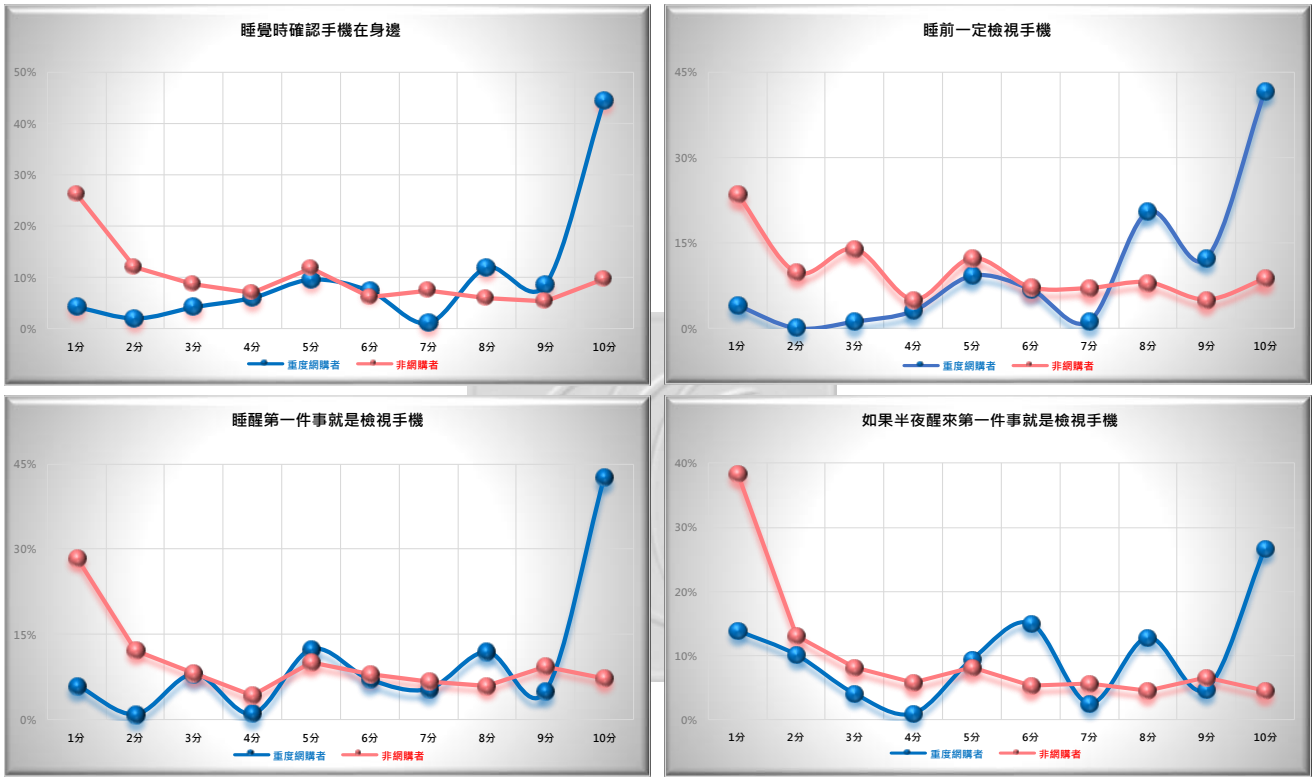
在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者「和朋友及家人的交流方式」可能有關係。

由以上圖表可知，重度網購者與非網購者「和朋友及家人的交流方式」大同小異，主要是：面對面、打電話、利用網路電話；但重度網購者與非網購者依賴網路的各種方式(如以上表格灰底者)來「和朋友及家人交流」的比率則相差頗大，重度網購者有 107%依賴網路，非網購者則僅有 74%；顯然，重度網購者較倚賴網路作為與他人交流的工具，較善用網路的溝通功能。

（4） 手機依賴的程度

單位：分數，滿分 10 分

手機依賴程度的評估項目	重度網購者	非網購者	檢定結果
睡覺時確認手機在身邊	7.65 分	4.43 分	相關
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	8.07 分	4.51 分	相關
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	7.42 分	4.42 分	相關
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	6.16 分	3.64 分	相關



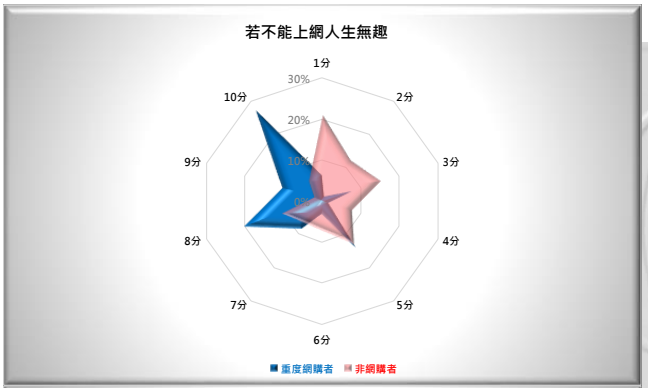
在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「手機依賴程度」可能有關係。

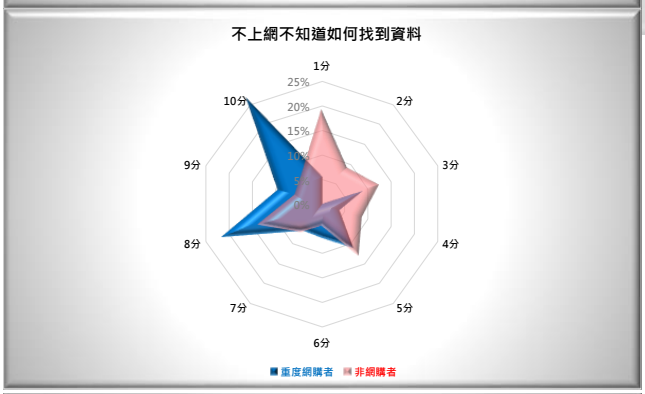
由以上圖表可知，重度網購者的「手機依賴程度」在各指標上均高於非網購者，重度網購者在各指標的評估分數均達 6 分以上(滿分 10 分)，依賴程度依序是：睡前一定檢視手機、睡覺時確認手機在身邊、睡醒第一件事就是檢視手機、如果半夜醒來第一件事就是檢視手機；但非網購者依賴手機的程度相對較低，評估分數均介於 3~5 分之間；同時，除了「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機」(27%)之外，重度網購者在其他 3 項填答[滿分 10 分]者均達 40%以上，而非網購者在 4 個指標填答[滿分 10 分]者均在 10%或以下；顯然，重度網購者相當依賴手機。

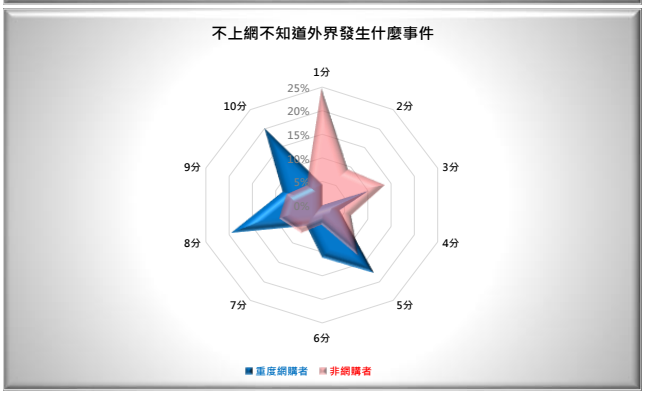
（5） 網路依賴的程度

單位：分數，滿分 10 分

網路依賴程度的評估指標	重度 網購者	非 網購者	檢定 結果
若不能上網人生無趣	7.11 分	4.35 分	相關
不上網不知道如何找到資料	7.12 分	4.82 分	相關
不上網不知道外界發生什麼事件	6.74 分	4.43 分	相關
不上網讓我覺得焦慮	6.65 分	3.71 分	相關
不上網讓我覺得失落	6.47 分	3.72 分	相關
我覺得脫離網路很困難	7.51 分	4.04 分	相關
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	6.85 分	3.69 分	相關
當我上網時我覺得自己正在工作	6.27 分	3.64 分	相關
因為有網路讓我的生活不無聊	7.62 分	5.42 分	相關

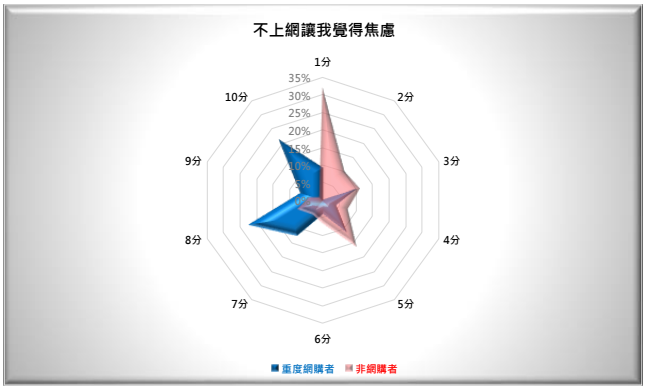


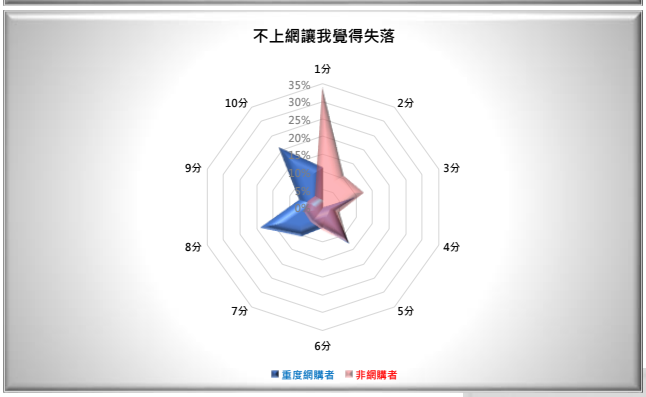




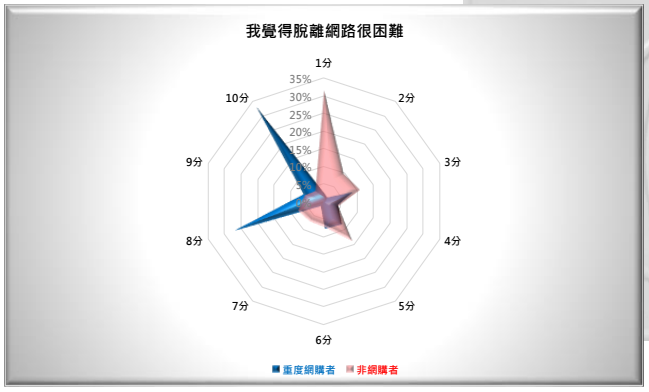
在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「重度網購者/非網購者」與受訪者的「網路依賴程度」可能有關係。

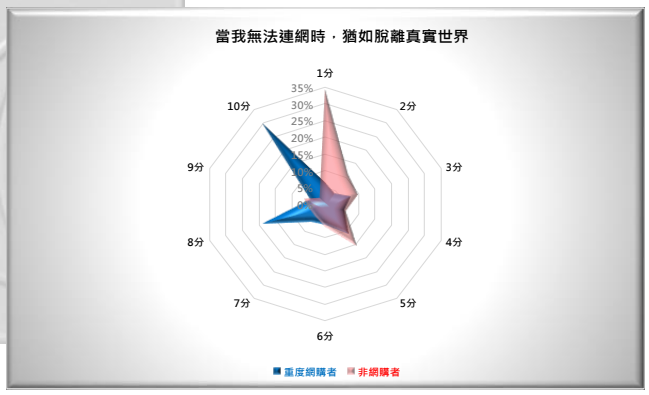
由以上圖表可知，重度網購者的「網路依賴程度」的評分上，在各指標均高於非網購者，重度網購者在各指標的評估分數均達 6 分以上(滿分 10 分)，其中依賴程度最大的指標依序是：因為有網路讓我的生活不無聊、我覺得脫離網路很困難、不上網不知道如何找到資料、若不能上網人生無趣；但，非網購者依賴網路的程度相對較低，評估分數幾乎都介於 3~5 分之間，分數較高的指標除

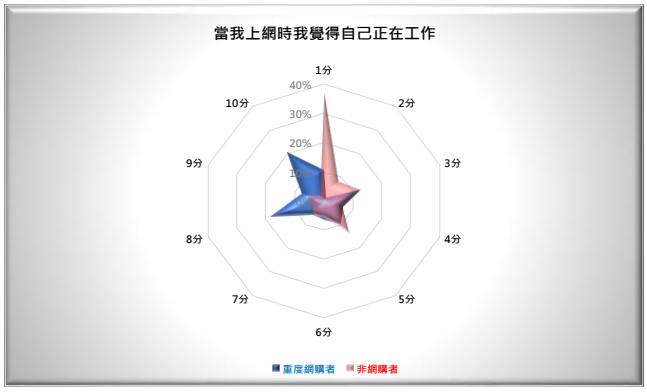


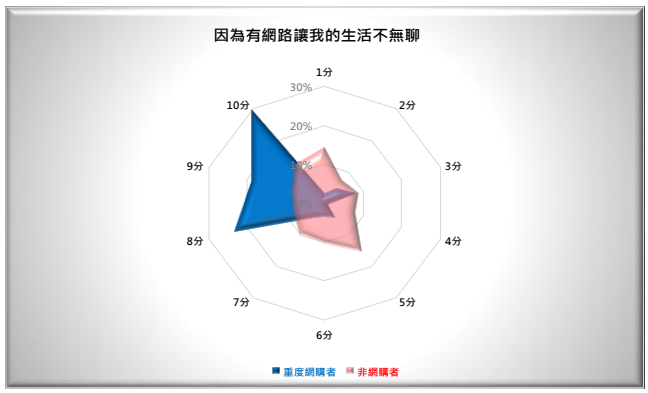


了與重度網購者相同的指標外，尚有: 不上網不知道外界發生什麼事件;同時,重度網購者在 9 項指標中填答[滿分 10 分]者均達20%以上，其中又以：我覺得脫離網路很困難、當我無法連網時猶如脫離真實世界、因為有網路讓我的生活不無聊三項為甚，高達 30%，而非網購者則大部分為10%或以下；顯然，重度網購者十分依賴網路。









六、 結論

由以上的特色分析與統計檢定結果顯示，相對非網購者，重度網購者的特色相當明顯，尤其是在人口特質上更為顯著：

(一)、 在人口特質上

重度網購者與非網購者除了在家庭月收入、個人月收入及居住狀況三者上無明顯特色差別外，在其他人口特質上均有明顯特色，例如：

1. 重度網購者在商業及交通比較不發達的高屏澎分布較多，相反的，非網購者在商業及交通發達的北北基分布較多。也就是說，網購交易的功能彌補了部分地區商業及交通不便的缺陷，發揮了「貨暢其流」、「以有運無」的功能，促使原本不容易發生的交易實現了。

2. 重度網購者的平均年齡約為 37 歲，非網購者的平均年齡約為 51 歲；重度網購者的平均網齡為 15 年，非網購者的平均網齡為 9 年。也就是年紀輕、網齡高，越可能成為網購者。

3. 重度網購者有 67%為女性、57%是未婚、63%的教育程度為大

學及以上；亦即，網購業者的目標市場可以設定為：高學歷的未婚女性。

4. 在職務上，服務及銷售業人員比較容易成為重度網購者，而技術及勞力人員比較不容易成為重度網購者；同時，非網購者有 34%的職業是家管及退休人員，他們平日可自由支配時間較多，但對當前的網路經濟貢獻有限，而重度網購者卻有 39%是製造業、專業/科學及技術服務業及其他服務業人員，平日可利用時間不多，但對當前的網路經濟貢獻較多；顯然，在收入允當之下，網購在各方面的便利性是可以用來彌補重度網購者時間的不足、地點的不可及、運輸的不便…，促使不可能發生的交易真的發生。

(二)、 在網路使用行為上

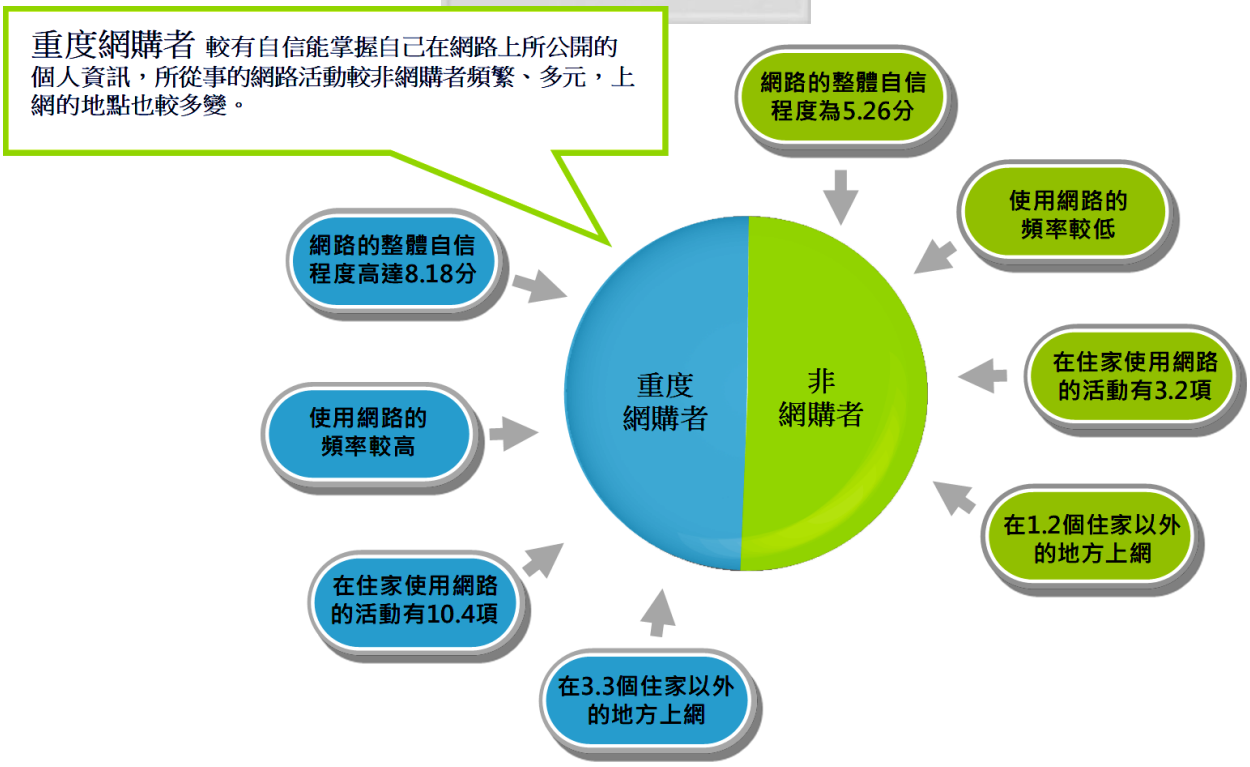
1. 重度網購者過去 12 個月內上網曾遇到的狀況如電腦中毒、個資遭到外洩、及社群媒體帳號遭到駭客侵入等等狀況較非網購者多，所以，重度網購者要比非網購者更重視上網安全的防護措施，平常會採取諸如防毒軟體、使用防火牆、及在使用的裝置上設定複雜密碼等等的防護措施，只有 3%都沒有使用安全措施，相對於非網購者有 45%都沒有使用安全措施，顯得謹慎多了。

2. 在網路使用的自信方面，重度網購者較自信能掌握自己在網路上所公開的個人資訊、也較有自信能判別資訊是否為廣告，對於使用網路的整體自信程度高達 8.18 分(滿分為 10 分)，超越非網購者的 5.26 分甚多。

3. 重度網購者每天家中使用網路的頻率以每天超過 10 次及 50 次最多，高於非網購者的 1 次及 10 次；重度網購者平均一星期在家上網的時間是 35 小時，而非網購者則是 13 小時；同時，重度網購者最近 7 天於住家使用網路從事的活動平均有 10.38 項活動，而非網購者則僅 3.2 項活動。顯示，重度網購者在家中所從事的網路活動較非網購者頻繁、多元。

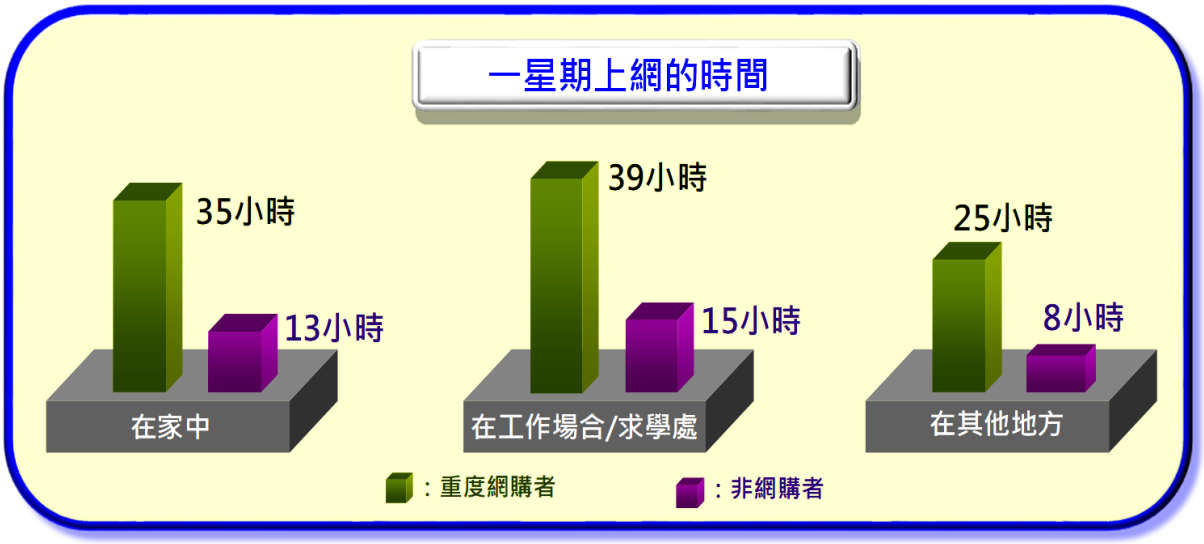
4. 重度網購者有 90%在住家以外的地方上網、而非網購者則僅有 66%；重度網購者在住家以外上網的地方主要有工作地點、乘坐交通工具或行走時、室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)，平均在 3.28 個住家以外的地方上網，而非網購者僅 1.2 個，顯示重度網購者上網地點較多元。

重度網購者在住家以外地點使用網路的頻率主要是每天超過 10 次及 50 次、而非網購者則是每天至少 1 次及 10 次，根據此現象推論：重度網購者對於網路的黏著度要比非網購者高出許多；同時，重度網購者最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動平均有 6.88 項活動，而非網購者則僅 1.95 項活動，顯示，即便是在住家以外地點，重度網購者所從事的網路活動仍較非網購者多元。



在上網的時間上，重度網購者平均一星期在工作場合或求學處上網的時間是 39 小時；非網購者平均一星期在工作場合或求學處上網的時間是 15 小時；重度網購者平均一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間是 25 小時，非網購者平均一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間是 8 小時。

也就是說，重度網購者一星期上網時間有 99 小時(35+39+25 小時)，平均每日 14.14 小時，而非網購者一星期上網時間有 36 小時(13+15+8 小時)，平均每日 5.14 小時，同時，重度網購者每日上網次數較頻繁、所從事的網路活動較多元、上網的地點較多變。



(三)、 在社群媒體使用行為上

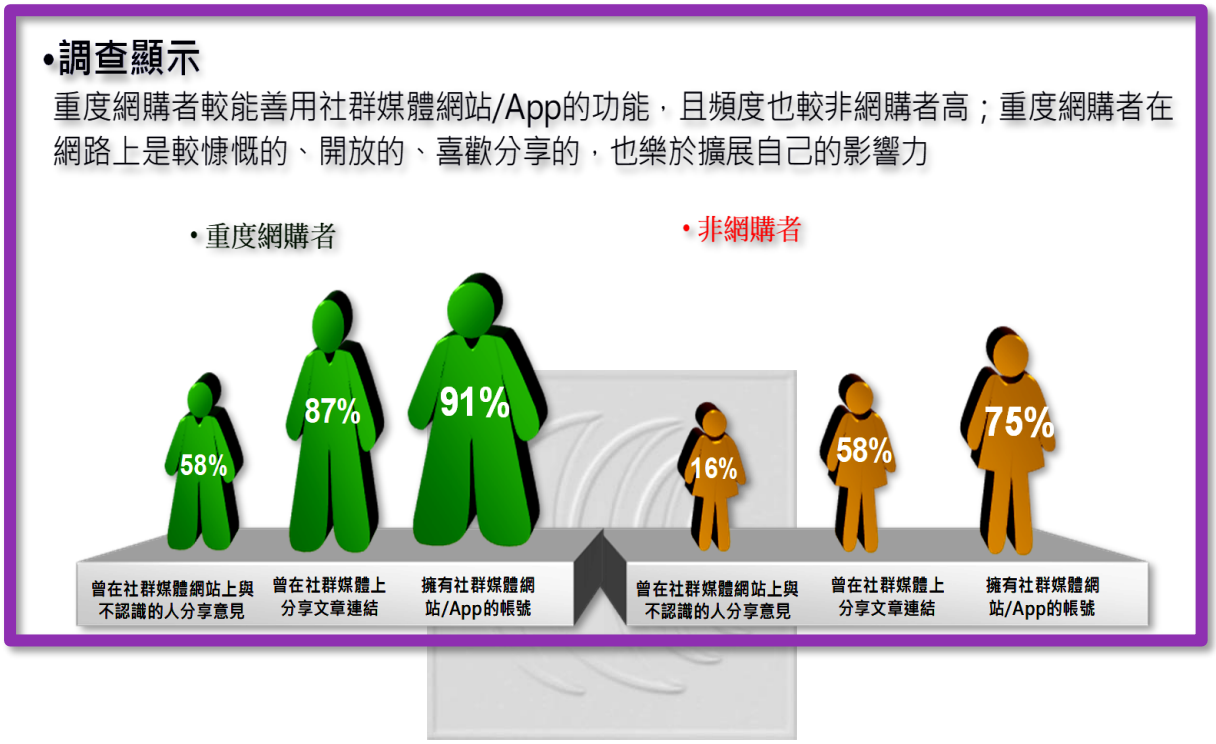
1. 重度網購者擁有社群媒體網站/App 的帳號者占 91%，非網購者則為 75%；兩者皆主要為臉書、Line、YouTube 帳號；他們在這些社群網站/App 從事發表評論或分享自己的影片/照片、瀏覽他人分享之文章、影片/照片、及在別人分享的文章/影片/照片上按讚等活動，但調查顯示重度網購者較能善用社群媒體網站/App 的功能，且頻度也較非網購者高。

2. 重度網購者較非網購者更認同「我會因為可能出現侮辱性言論或回應，而不想在社群媒體上評論或貼文」，但兩者均傾向不同意「我使用社群媒體時經常感到被排擠」，而對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」一事，重度網購向非常同意傾斜，非網購者則向不太同意傾斜。顯然，重度網購者較非網購者更重視網路霸凌一事，但其實很少在網路上遭到排擠。

3. 重度網購者 87%曾在社群媒體上分享文章連結、而非網購者則僅有 58%，同時，重度網購者曾在社群媒體網站上與不認識的人分享意見者占 58%，高於非網購者的 16%；顯示，重度網購者在網路上是較開放的、喜歡分享的，也樂於擴展自己的影響力。但在分享時，重度網購者寧願以非真名的方式分享意見，也顯示

出重度網購者在隱私保護上較非網購者謹慎一些。

這樣的謹慎態度，也顯現在重度網購者發佈照片及評論時，重度網購者有 70%以上的人會考慮到隱私或安全的問題。



4. 而關於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」一事的認同，重度網購者的認同度較低、質疑程度較高，而非網購者則認同程度較高，顯示出重度網購者的網路素養較佳，不會一昧地相信網路內容；同時，重度網購者較非網購者更常瀏覽不同的意見，而非網購者則更常沉浸於同溫層，顯示，重度網購者對於不同的意見持較開放的態度。

(四)、 在網路資訊查證行為上

- 非網購者不曾確認網路資訊真實性的比率高達 44%，而重度網購者卻僅有 12%；
- 重度網購者平均使用了 2.17 個「確認網路資訊真實性的方式」，而非網購者則僅使用了 1.23 個；
- 重度網購者平均透過 2.61 個方式搜尋資訊，而非網購者只有透過 1.37 個方式搜尋資訊；

顯見，重度網購者在確認網路資訊真實性上的謹慎程度的確高於非網購者，而非網購者的網路素養還有加強的空間。

另外，對於「有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點」一事，重度網購者會這樣做的比率高於非網購者甚多，相反的，非網購者從不這樣做的比率高於重度網購者的比率甚多；顯示，重度網購者對於網路內容相對謹慎，做了比較多的網路查證、查詢工作。

(五)、 在網購行為上

重度網購者最近 12 個月內在網路上購物的產品類型前五名依序是：手機與通訊、食品,甜點(含餐券)、精品,包包與服飾配件、美容與彩妝、廚房,生活雜貨與文具用品；最近 12 個月內在網路上購物的金額平均是 26,000 元、有 62%是購買國內產品、支付網路購物費用的方式有線上刷卡、便利商店取貨付款、貨到付款、網路銀行轉帳；而最常使用的付款方式是線上刷卡及便利商店取貨付款。

重度網購者在決定購買產品或使用服務時，大部份會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論；但在購買產品或使用服務後，絕大部份不會撰寫相關網路評論。

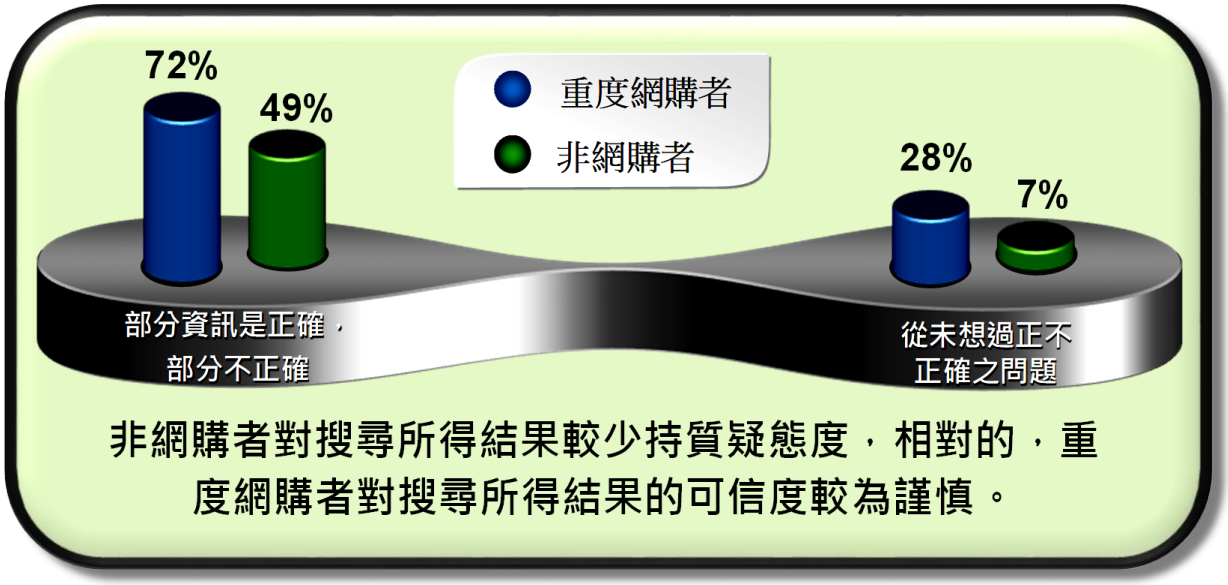
(六)、 在網售經驗上

重度網購者「有在網路販售商品的經驗」達 53%，而非網購者則僅 2%；顯示：

重度網購者有半數身兼網售者。

(七)、 在網路資訊搜尋及分享行為上

重度網購者對於使用搜尋引擎尋找資訊，認為所得到的結果是「部分資訊是正確，部分不正確」達 72%，高於非網購者的 49%，而「從未想過正不正確之問題」者，非網購者高達 28%，遠勝於重度網購者的 7%；顯示，非網購者對搜尋所得結果較少持質疑態度，相對的，重度網購者對搜尋所得結果的可信度較為謹慎。



(八)、 在網路資安行為上

重度網購者關於「現今許多網站要求註冊個人資訊，在註冊前會考慮的事情」主要有：網站是否安全、有擔保我的個資不會外洩、是我熟悉的公司或是品牌，而非網購者雖然考慮的事項雷同，但比率相差頗大；平均而言，重度網購者會考慮 2.42 個資安項目，非網購者則只考慮 1.55 個項目；顯示，重度網購者在網路資安上是較為多慮的、周全的。

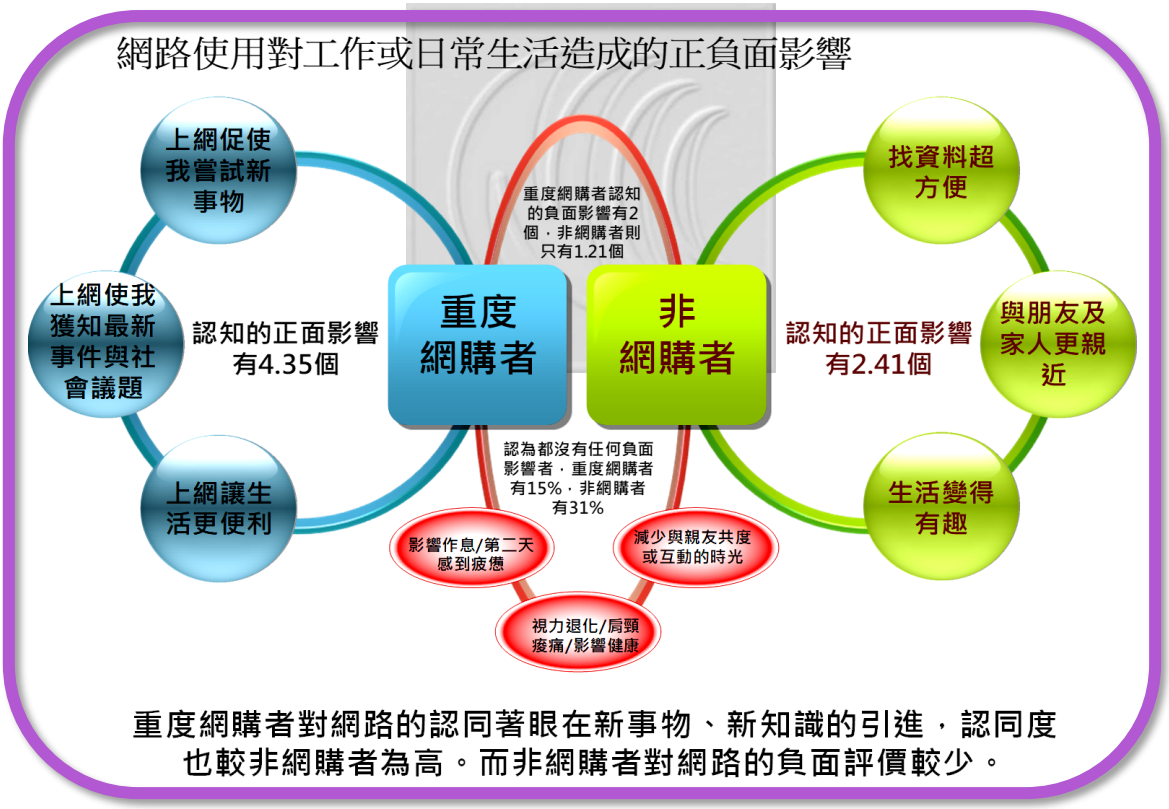
(九)、 在網路使用對工作或日常生活的影響上

1. **在「和朋友及家人的交流方式」方面，重度網購者與非網購者均主要依賴面對面、打電話、網路電話來和親人溝通，但，重度網購者有 107%依賴網路的溝通功能，非網購者則僅有 74%；顯然，重度網購者較倚賴網路作為與他人交流的工具，較善用網路的溝通功能。**

2. **重度網購者認為「網路使用對工作或日常生活造成的正面影響」主要有：上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等、上網使我獲知最新事件與社會議題、上網讓生活更便利如網購、網路銀行，與非網購者相較，重度網購者對網路的正面認同著眼在新**

事物、新知識的引進，認同度也較非網購者為高。

3. 而在「網路使用對工作或日常生活造成的負面影響」上，不論是重度網購者或是非網購者，均認為上網會對健康造成影響，但是，認為都沒有任何負面影響者，重度網購者有 15%，非網購者有31%；顯然，非網購者對網路的負面評價較少，這可能與重度網購者使用網路的頻度較高有關，導致重度網購者產生網路的負面評價亦較多。



4. 對手機的依賴程度，重度網購者相當依賴手機，睡前一定檢視手機，但非網購者依賴手機的程度相對較低；整體而言，重度網購

者依賴手機的程度是非網購者的 1.7 倍。

5. 對網路的依賴程度，重度網購者依賴網路的程度也較非網購者高出許多，因為網路讓重度網購者生活不無聊，而且重度網購者覺得脫離網路很困難；整體而言，重度網購者依賴網路的程度是非網購者的 1.6 倍。

伍、 資料分析：針對網售者

一、 定義網售者

本研究所稱網售者係指於「2017 年度寬頻使用調查」結構式問卷「Q68.請問您有沒有在網路販售商品的經驗? 」回答「1.有」的受訪者，回答「2.沒有」者則為非網售者；其中，在「2017 年度寬頻使用調查」中網售者計有 175 人，佔本次調查有效樣本 1,131 人的 15%，非網售者計有 890 人，佔本次調查有效樣本 1,131 人的 79%[10]。

本研究為找出網售者與非網售者的基本人口特質及上網行為特徵，並凸顯兩者的特徵差異，本欲以重度使用網路交易的重度網售者為標的，以非網售者為對照組進行比較，惟進行 Jackknife 多重比較檢定法對問卷 Q.69 網售者的網售次數進行分組後發現(詳見下表)，重度網售者的人數僅 31 位受訪者，人數過少不足已進行比較，故後續之研究乃以全部網售者(175 人)及非網售者(890 人)進行分析比較。

[10] 本調查另有 5%的受訪者不上網、1%於 Q.68 回答:不知道、拒答。

表、網售者網售頻率分組 - Jackknife 多重比較檢定

106年寬頻使用調查 -- 網售者(Q69)網售頻率 Jackknife 多重比較檢定

過去12個月網售次數	0次	1次	2次	3次	4次	5次	6次	7次	8次	9次	10次	12次	15次	16次	20次	24次	30次	50次	60次	80次	總平均
人數(X)	41	31	25	21	5	11	2	5	2	1	14	2	1	1	6	1	1	2	2	2	
累積人數 (r)	41	72	97	118	123	134	137	142	144	144	158	161	161	162	168	169	170	172	174	175	141
變異數S_J^2	10046	4793	1927	537	317	46	20	1	6	10	295	379	410	441	737	779	823	960	1058	1160	1302

採用T檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

N= 20 ，V= 19 T(0.95,19)= 1.73 ，95% Confidence Level ，Confidence Interval of r =

127.27 ≦ r ≦ 155.19

Test Conclusion：

分類	輕度	中度	重度
網售次數	0~4次	5~9次	10次及以上
人數	123	21	31

二、 網售者的特色(Base=175 人)

(一)、 基本人口特質

網售者主要分布在北北基地區(23%)、其次是桃竹苗地區(22%)及高屏澎地區(21%)；女性稍多(53%)；年齡層最多的是 25-44 歲(64%)；未婚居冠(68%)；家庭月收入約為 2-8 萬(55%)，平均家庭月收入為 5.89 萬元；自有房屋率 71%；主要的教育程度是大學(50%)；最多人從事的職業是其他服務業(14%)、學生(13%)、及製造業(8%)；近四成的人職務是服務及銷售工作人員(38%)；個人平均月收入約為 3.15 萬元；平均年齡約為 32 歲；平均網齡 14 年。

(二)、 上網行為

1. 網路使用行為：

網售者最常上網使用的裝置是智慧型手機(89%)；最常使用的保護上網安全措施是使用防毒軟體(68%)、使用防火牆(41%)及在使用的裝置上設定複雜密碼(29%)，只有7%的人都沒有使用安全措施；過去 12 個月內上網曾遇到的狀況主要是電腦中毒(21%)及個資遭到外洩(12%)，另有52%都沒有遇過。

網售者對於使用網路的自信程度分別是(10 分為滿分)：

項目	分數
掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	6.55 分
閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度	7.50 分
整體而言，對於使用網路的自信程度	7.52 分

網售者使用網路的頻率主要是每天超過 10 次及 50 次(88%)；最常從事的網路活動是造訪曾經使用過的網站/App(89%)；上個星期使用網路從事的活動最多的是瀏覽網頁/查詢(77%)、傳送或接收電子郵件(61%)及使用社群網路(59%)；有 92%的人會在家中以外地方上網；在家中以外上網的地方主要是工作地點(70%)、乘坐交通工具或行走時(56%)；在住家以外地點使用網路的頻率是每天超過 10 次及 50 次(68%)；一星期在工作場合或求學處上網的時間平均是 29 小時；一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間平均是 22 小時；最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動主要是瀏覽網頁/查詢(64%)、使用社群網路(57%)；在家中使用網路的頻率是每天超過 50 次(30%)、每天超過 10 次(51%)；一星期在家上網的時間約為 29 小時；最近 7 天在家中使用網路時從

事的活動最多的是瀏覽網頁/查詢(80%)、使用社群網路(58%)、傳送或接收電子郵件(51%)。

2. 社群媒體使用行為：

網售者有 92%擁有社群媒體網站/App 的帳號；仍在使用的社群媒體網站/App 主要是臉書(85%)、Line(80%)；最常使用的社群媒體網站/App 是 Line(51%)和臉書(40%)；曾在社群媒體網站/App 上進行的活動是發表評論或分享自己的影片或照片(62%)、瀏覽他人分享之文章、影片或是照片(60%)及在別人分享的文章、影片或是照片上按讚(60%)。

網售者對於社群媒體的認知是：

項目	% (非常同意+還算同意)
會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	85%
使用社群媒體時經常感到被排擠	23%
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	85%

有 92%的網售者曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結；有 63%的人曾在社群媒體網站上與不認識的人分享意見；有 59%的人願意以真名分享意見；有 59%的人有時會瀏覽不同的意見；對於在社群媒體分享資料的認知是：

項目	% (非常同意+還算同意)
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結	52%
每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的	58%
項目	**% (總是 + 經常)**
發佈照片時，考慮到隱私或安全	71%
標註照片中的其他人時，會考慮到任何隱私或安全的事情	70%
發表評論時，會考慮到任何隱私或安全的事情	74%
標註所在地點時，會考慮到任何隱私的事情	65%

3. 網路資訊查證行為：

網售者在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是 Google 等搜尋引擎)，主要是透過「找其他網站的資訊比對」(60%)、「找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等) 」(50%)來確認其真實性，不曾確認者則僅有 8%；同時，對於：

- 「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的同意程度是 63%
- 對於「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」的同意程度是 47%
- 對於「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」，總是+經常這麼做的人佔 73%

4. 網購行為：

網售者有 94%曾在網路上查詢產品資訊與比價、有 70%最近 7 日內曾在網路上查詢產品資訊與比價、有 95%曾在網路上購物，最近 12 個月內於網路上購物的平均次數是 12 次，最近 12 個月內在網路上購物的產品類型前五名依序是：手機與通訊（36%）、精品,包包與服飾配件（33%）、美容與彩妝（28%）、廚房,生活雜貨與文具用品（20%）、旅遊(飯店、機票、票券等)（17%）；最近 12 個月內在網路上購物的金額平均是 12,295 元；最近 12 個月內有 73%是購買國內產品；最近 12 個月內支付網路購物費用的方式主要有刷卡(61%)、便利商店取貨付款(50%)、貨到付款(41%)；而最常使用的付款方式是線上刷卡(47%)、貨到付款(22%)及便利商店取貨付款(20%)。

網售者在決定購買產品或使用服務時，有 87%會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論；但在購買產品或使用服務後，有 60%不會撰寫相關網路評論。

5. 網售經驗：

最近 12 個月內販售商品的次數平均是 5.6 次；最近 12 個月內在網路上販售商品的類型主要有手機與通訊

(22%)、精品,包包與服飾配件(13%)、食品與甜點(10%)、美容與彩妝(10%)、廚房,生活雜貨與文具用品(9%)等等；最近 12 個月內在網路上販售商品的金額平均是 13,442 元；有 78%是在國內網站販售商品的，另 22%則是在國外網站販售。

6. 資訊搜尋行為：

當網售者想要在網路上搜尋資訊時，有 85%曾透過「搜尋引擎(如 Google)」、43%曾透過「YouTube」、42%曾透過「維基百科網站」來搜尋資訊；使用搜尋引擎尋找資訊時，有 73%認為「部分資訊是正確，部分不正確」、23%認為「既然被列出，資訊應該是正確」，只有 4%認為「從未想過正不正確之問題」。

7. 資安行為：

網售者在網路上購物，於輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮的事情主要有購物網站看起來是否很安全(37%)、是否是我熟悉的公司或是品牌(33%)、與其他有保障的付費機制是否連結(如 PayPal 等)(26%)；而現今許多網站要求註冊時輸入個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，網售者在註冊前會考慮的事情主要是網

站是否安全(73%)、有擔保我的個資不會外洩(44%)、是我熟悉的公司或是品牌(35%)，另有 2%的人不會在網站上註冊或提供個人資料，僅有 4%只要網站要求就會在線上註冊個人資料。

8. 網路的影響：

網售者認為網路使用對工作或日常生活造成的正面影響主要是：找資料超方便(68%)、上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等(62%)、上網讓生活更便利如網購、網路銀行(60%)、上網使我獲知最新事件與社會議題(55%)、；而造成的負面影響主要是視力退化/肩頸痠痛/影響健康(61%)、影響作息/第二天感到疲憊(50%)、減少與親友共度或互動的時光(31%)，另外，認為都沒有任何負面影響佔 14%。

網售者和朋友及家人交流方式主要是面對面(78%)、打電話(55%)、網路電話(43%)；而對手機/網路的依賴程度分別是（１０分為滿分）：

對手機的依賴程度	分數
睡覺時確認手機在身邊	7.14 分
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	7.26 分
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	7.19 分
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	5.85 分

對網路的依賴程度	分數
若不能上網人生無趣	6.92 分
不上網不知道如何找到資料	6.77 分
不上網不知道外界發生什麼事件	6.59 分
不上網讓我覺得焦慮	6.22 分
不上網讓我覺得失落	6.21 分
我覺得脫離網路很困難	6.80 分
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	6.14 分
當我上網時我覺得自己正在工作	5.80 分
因為有網路讓我的生活不無聊	7.18 分

三、非網售者定義

本研究所稱非網售者係指於「2017 年度寬頻使用調查」結構式問卷「Q68.請問您有沒有在網路販售商品的經驗？」回答「2.沒有」的受訪者；在「2017 年度寬頻使用調查」中網售者計有 175 人，佔本次調查有效樣本 1,131 人的 15%，非網售者計有 890 人，佔本次調查有效樣本 1,131 人的 79%。

四、 非網售者的特色

(一)、 基本人口特質(Base=890 人)

非網售者最主要分布在北北基地區(32%)、其次是中彰投地區(21%)；男性稍多(51%)；年齡層分佈最多的是 55 歲以上(34%)，其次是 45-54 歲(20%)、35-44 歲(18%)；已婚居冠(64%)；家庭月收入約為 2-8 萬(56%)，平均家庭月收入為 6.65 萬元；自有房屋率 78%；主要的教育程度是高中職（含五專前三年）(37%)及大學(30%)；最多人從事的職業是家管(14%)、製造業(10%)、其他服務業(10%)、退休(10%)及學生(9%)；有 25%是專業人員、另有 25%是服務及銷售工作人員、12%是技術員及助理專業人員；個人平均月收入約為 2.74 萬元；平均年齡約為 45 歲；平均網齡 11 年。

(二)、 上網行為

1. 網路使用行為：

非網售者最常上網使用的裝置是智慧型手機(86%)；最常使用的保護上網安全措施是使用防毒軟體(51%)，但有 31%的人都沒有使用安全措施；過去 12 個月內上網曾遇到的狀況主要是電腦中毒(11%)，另有 73%都沒有遇過。

非網售者對於使用網路的自信程度分別是(10 分為滿分)：

項目	分數
掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	5.39 分
閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度	6.45 分
整體而言，對於使用網路的自信程度	6.31 分

非網售者使用網路的頻率主要是每天超過 10 次(41%)；最常從事的網路活動是:造訪曾經使用過的網站/App(85%)；上個星期使用網路從事的活動最多的是瀏覽網頁/查詢(64%)、使用社群網路(51%)及撥打語音網路電話(43%)；有 78%的人會在家中以外地方上網；在家中以外上網的地方主要是工作地點(46%)、乘坐交通工具或行走時(30%)及室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)(25%)；在住家以外地點使用網路的頻率是每天超過 10 次(41%)及

每天至少 1 次(32%)；一星期在工作場合或求學處上網的時間平均是 21 小時；一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間平均是 12 小時；最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動主要是：瀏覽網頁/查詢(47%)、使用社群網路(37%)及撥打語音網路電話(30%)；在家中使用網路的頻率是每天超過 10 次(43%)、每天至少一次(39%)；一星期在家上網的時間約為 18 小時；最近 7 天在家中使用網路時從事的活動最多的是:瀏覽網頁/查詢(63%)、使用社群網路(48%)、撥打語音網路電話(39%)。

2. 社群媒體使用行為：

非網售者有 84%擁有社群媒體網站/App 的帳號；仍在使用的社群媒體網站/App 主要是 Line(77%)、臉書(69%)；最常使用的社群媒體網站/App 是 Line(69%)和臉書(26%)；曾在社群媒體網站/App 上進行的活動是：瀏覽他人分享之文章、影片或是照片(52%)、在別人分享的文章、影片或是照片上按讚(51%)及發表評論或分享自己的影片或照片(34%)，只有 6%未曾進行任何活動。

非網售者對於社群媒體的認知是：

項目	% (非常同意+還算同意)
會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	71%
使用社群媒體時經常感到被排擠	12%
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	65%

有 71%的非網售者曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結；有 26%的人曾在社群媒體網站上與不認識的人分享意見；但只有 50%的人願意以真名分享意見；有 47%的人有時會瀏覽不同的意見、51%不常瀏覽不同意的意見；對於在社群媒體分享資料的認知是：

項目	% (非常同意+還算同意)
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結	37%
每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的	65%
項目	**% (總是＋經常)**
發佈照片時，考慮到隱私或安全	57%
標註照片中的其他人時，會考慮到任何隱私或安全的事情	61%
發表評論時，會考慮到任何隱私或安全的事情	63%
標註所在地點時，會考慮到任何隱私的事情	57%

3. 網路資訊查證行為：

非網售者在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是 Google 等搜尋引擎)，主要是透過「找其他網站的資訊比對」(34%)、「找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原

始資料來源等) 」(28%)、「詢問信任的人是否也相信該網站」(20%)來確認其真實性，不曾確認者則有 31%；同時，對於：

- 「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的同意程度是 54%
- 對於「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」的同意程度是 38%
- 對於「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」，總是+經常這麼做的人佔 44%

4. 網購行為：

非網售者有 54%曾在網路上查詢產品資訊與比價、有 47%最近 7 日內曾在網路上查詢產品資訊與比價、有 49%曾在網路上購物，最近 12 個月內於網路上購物的平均次數是 6 次，最近 12 個月內在網路上購物的產品類型前五名依序是：精品,包包與服飾配件（26%）、手機與通訊（18%）、廚房,生活雜貨與文具用品（17%）、居家,家具與寢飾(17%)、食品,甜點(含餐券)（17%）；最近 12 個月內在網路上購物的金額平均是 10,267 元；最近 12 個月內有 79%是購買國內產品；最近 12 個月內支付網路購物費用的方式主要有線上刷卡(46%)、貨到付款(45%)、便利商店取貨付款(42%)；而最常使用的付款方式是線上刷卡(36%)、貨

到付款(28%)及便利商店取貨付款(27%)。

非網售者在決定購買產品或使用服務時，有 52%會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論；但在購買產品或使用服務後，有 90%不會撰寫相關網路評論。

5. 資訊搜尋行為：

當非網售者想要在網路上搜尋資訊時，有 76%曾透過「搜尋引擎(如 Google)」、30%曾透過「YouTube」、24%曾透過維基百科網站來搜尋資訊；使用搜尋引擎尋找資訊時，有 59%認為「部分資訊是正確，部分不正確」、21%認為「既然被列出，資訊應該是正確」，但有 20%認為「從未想過正不正確之問題」。

6. 資安行為：

現今許多網站要求註冊時輸入個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，非網售者在註冊前會考慮的事情主要是：網站是否安全(61%)、有擔保我的個資不會外洩(41%)、是我熟悉的公司或是品牌(41%)，另有 5%的人不會在網站上註冊或提供個人資料，僅有 3%只要網站要求就會在線上註冊個人資料。

7. 網路的影響：

非網售者認為網路使用對工作或日常生活造成的正面影響主要是：找資料超方便(61%)、上網使我與朋友及家人更親近(42%)、上網使我獲知最新事件與社會議題(40%)、上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等(39%)；而造成的負面影響主要是視力退化/肩頸痠痛/影響健康(57%)、影響作息/第二天感到疲憊(20%)、減少與親友共度或互動的時光(16%)，另外，認為都沒有任何負面影響佔27%。

非網售者和朋友及家人交流方式主要是：面對面(85%)、打電話(75%)、網路電話(44%)；而對手機/網路的依賴程度分別是（１０分為滿分）：

對手機的依賴程度	分數
睡覺時確認手機在身邊	5.22 分
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	5.36 分
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	5.15 分
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	4.06 分
對網路的依賴程度	**分數**
若不能上網人生無趣	5.10 分
不上網不知道如何找到資料	5.55 分
不上網不知道外界發生什麼事件	5.27 分
不上網讓我覺得焦慮	4.50 分
不上網讓我覺得失落	4.41 分
我覺得脫離網路很困難	4.86 分
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	4.36 分
當我上網時我覺得自己正在工作	4.29 分
因為有網路讓我的生活不無聊	6.05 分

五、 網售者與非網售者的特色比較與統計檢定

(一)、 統計檢定結果

本節以「網售者/非網售者」為自變數、「基本人口特質」及「上網行為」為依變數，進行自變數與依變數的獨立性檢定，探討受訪者的「基本人口特質」及「上網行為」是否會因受訪者是網售者或非網售者而有所不同。

經進行「基本人口特質」10 項獨立性檢定及「上網行為」71 項獨立性檢定，發現在 95%的信心水準之下，「網售者/非網售者」與「基本人口特質」有關係者計有 8 項、「網售者/非網售者」與「上網行為」有關係者計有 61 項，茲將檢定結果臚列於下表，並於下節文中針對檢定顯著者進行比較分析。

獨立性檢定結果表

依變數 \ 自變數	網售者(175 人)/非網售者(890 人) 檢定結果	
基本資料		
S1.請問您的居住地區？	有關	
1.請問您的出生年次是？	有關	
2.請問您的性別是？		無關
S3.請問您現在的婚姻狀況？	有關	
S4.請問您和家中同住家人的月收入？(稅前)	有關	
S5.請問您的居住狀況？		無關
S7.請問您的教育程度是？	有關	
S8.請問您的職業是？	有關	
S9.擔任什麼樣的職務?	有關	
S10.請問您個人平均每個月所有的(稅前)收入差不多有多少？	有關	
網路使用行為		
4.哪一項是最常上網使用的裝置		無關
5.請問您上網網齡多久?	有關	
9.請問您採取哪些措施來保護上網安全？	有關	
10.請問您在過去 12 個月內是否曾遇到下述狀況?	有關	
15.對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度?	有關	
16.閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度?	有關	
17.整體而言對於使用網路的自信程度?	有關	
18. 請問您多常使用網路(包括家中及其他任何地點)？	有關	
19.下列網路活動中，您最常從事的是哪一項?		無關
21.請問您上個星期使用網路從事哪些活動?	有關	
22.您有沒有在家中以外地方上網?	有關	
23.如果有在家中以外的地方上網，請問通常是哪裡?		無關
24.請問您多常在住家以外地點使用網路？	有關	
25.請問您一星期在工作場合或是求學處上網幾個小時?	有關	
26.請問您一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時?	有關	
28.您最近 7 天於住家以外地點使用網路時，從事哪些活動？	有關	
29.請問您多常在家中使用網路？	有關	
30.請問您一星期在家上網幾個小時?	有關	
32.您最近 7 天在家中使用網路時，從事哪些活動？	有關	
社群媒體使用行為		
35.請問您擁有任何社群媒體網站或 App 的帳號嗎?	有關	
36.您擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或 App 帳號?	有關	
37.您最常使用的社群媒體網站或 App 是哪一個?	有關	
38.您曾在社群媒體網站或 App 上進行哪些事情?	有關	
39.我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文，請問您同意不同意?	有關	
40.我使用社群媒體時經常感到被排擠，請問您同意不同意?	有關	
41.使用社群媒體時，讓我感覺更有創意，請問您同意不同意?	有關	
42.您曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結嗎?	有關	
43.我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結，請問您同意不同意?	有關	
44.每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的，請問您同意不同意?	有關	
45.您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見嗎?	有關	
46.當您有選擇時，你願意還是不願意以真名分享意見?		無關
47.每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率為何?	有關	
48.每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情?		無關

依變數 \ 自變數	網售者(175 人)/非網售者(890 人) 檢定結果	
49.每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情?	有關	
50.每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情?		無關
51.哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態?	有關	
網路資訊查證行為		
54.每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是 Google 等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性?	有關	
55.我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分，請問您同意不同意?	有關	
56.只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊，請問您同意不同意?	有關	
57.請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」	有關	
58.請您回想，每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊?	有關	
59.請問您有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗?	有關	
60.請問您最近 7 日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗?	有關	
網路購物經驗		
61.請問您是否有在網路上購物的經驗?	有關	
62.請問您最近 12 個月內於網路上購物的次數共幾次?	有關	
63.若您有在網路上購物的經驗，請問您最近 12 個月內在網路上購物的產品類型為何?		無關
64.請問您最近 12 個月內在網路上購物的金額大約多少?		無關
65.請問您最近 12 個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例為何?	有關	
66.請問您最近 12 個月內透過哪些方式支付網路購物費用?	有關	
67.您最常使用的付款方式為何?		無關
網路資訊搜尋及分享行為		
73.在您決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論?	有關	
74.在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論?	有關	
75.每當您使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見?	有關	
網路資安行為		
76.每當您在網路上購物，在您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情?		無關
77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情?	有關	
網路使用對工作或日常生活的影響		
78.網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響？	有關	
79.使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響？	有關	
83.睡覺時確認手機在身邊，請問您同意不同意?	有關	
84.睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)，請問您同意不同意?	有關	
85.睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)，請問您同意不同意?	有關	
86.如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)，請問您同意不同意?	有關	
87.您和朋友及家人交流方式?	有關	
88.若不能上網人生無趣	有關	
89.不上網不知道如何找到資料	有關	
90.不上網不知道外界發生什麼事件	有關	
91.不上網讓我覺得焦慮	有關	
92.不上網讓我覺得失落	有關	
93.我覺得脫離網路很困難	有關	
94.當我無法連網時，猶如脫離真實世界	有關	
95.當我上網時我覺得自己正在工作	有關	
96.因為有網路讓我的生活不無聊	有關	

(二)、 基本人口特質的比較與檢定：

1. 居住地區

居住地區	網售者	非網售者
北北基	23.0%	31.5%
桃竹苗	22.4%	14.5%
中彰投	13.1%	21.0%
雲嘉南	16.6%	14.0%
高屏澎	21.3%	15.2%
宜花東	3.6%	3.7%

「網售者/非網售者」與「居住地區」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「居住地區」可能無關

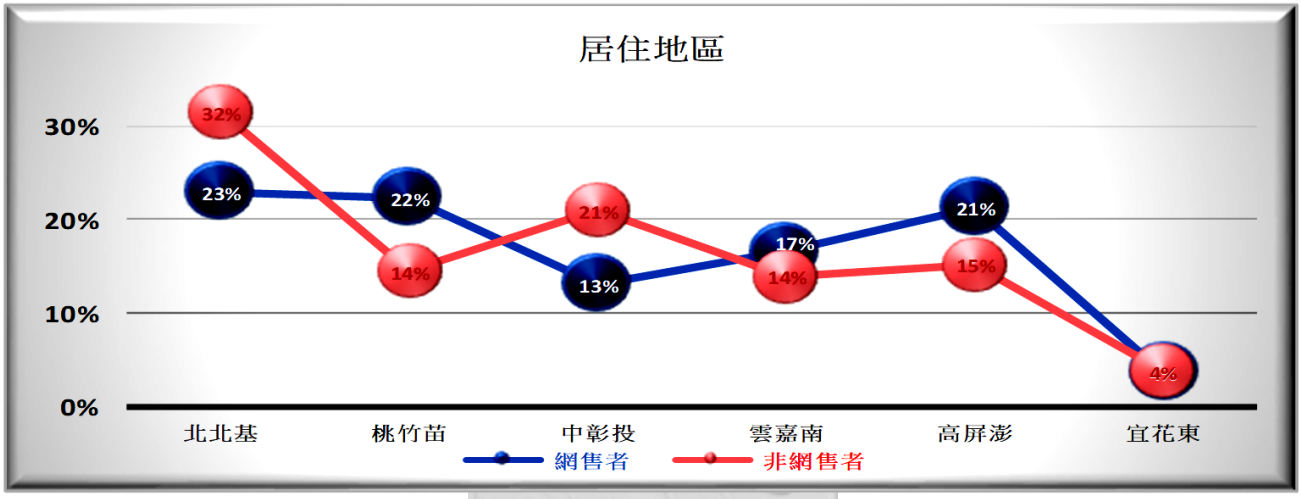
H_1：「網售者/非網售者」與「居住地區」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.03 ，v = (C-1)*(R-1)= 5 χ2(0.95,5)= 11.07 < 18.03

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「居住地區」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「居住地區」可能有關係。

由以上圖表可知，主要的差異來自於：「非網售者有 32%分布在北北基地區，高於網售者的 23%；非網售者有 21%分布在中彰投地區，高於網售者的 13%，而在其他地區網售者均高於非網售者。依此跡象研判，商業及交通比較發達的地區，非網售者分佈可能比較多；商業及交通比較不發達的地區，網售者分佈可能比較多。

2. 年齡

年齡	網售者	非網售者
16-24歲	21.9%	12.7%
25-34歲	36.7%	13.3%
35-44歲	27.4%	18.6%
45-54歲	14.0%	19.6%
55歲以上	0.0%	35.8%

「網售者/非網售者」與「年齡」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「年齡」可能無關

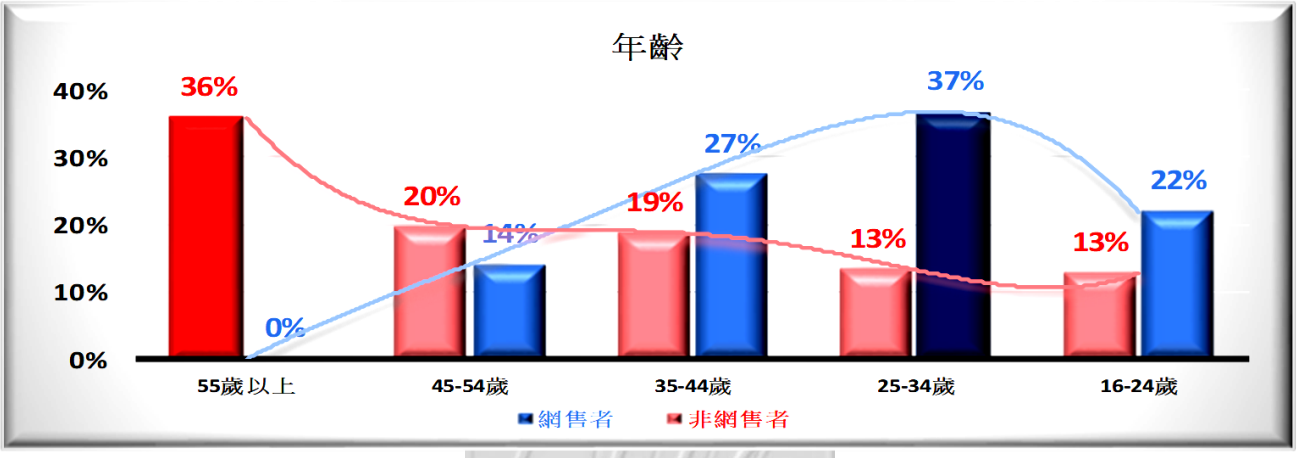
H_1：「網售者/非網售者」與「年齡」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 126.45 ，v = (C-1)*(R-1)= 4 $\chi2(0.95,4)$= 9.46 < 126.45

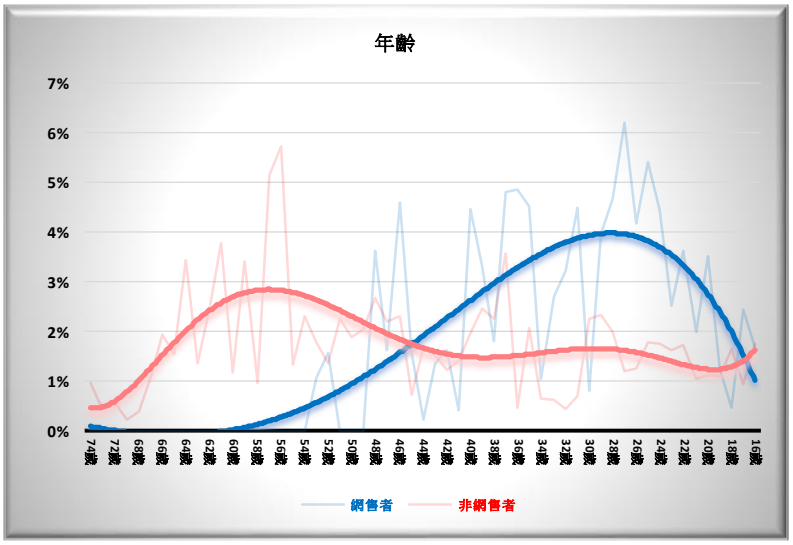
即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「年齡」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「年齡」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者有 64%分布在 25~44 歲，高於非網售者的 32%；非網售者有 36%分布在 55 歲以上，網售者則無人是 55 歲以上。若再從受訪者的出生年次來看，網售者的線型分布大異於非網售者(如左圖)，網售者的線型呈現右偏峰的型態，而非網售者則是左偏峰型態，顯示網售者較為年輕；據以計算，網售者的平均年齡約為 32 歲，非網售者的平均年齡約為 45 歲。



3. 婚姻狀況

婚姻狀況	網售者	非網售者
未婚	67.6%	29.5%
已婚	28.9%	63.5%
鰥寡/分居	3.5%	6.9%

「網售者/非網售者」與「婚姻狀況」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「婚姻狀況」可能無關

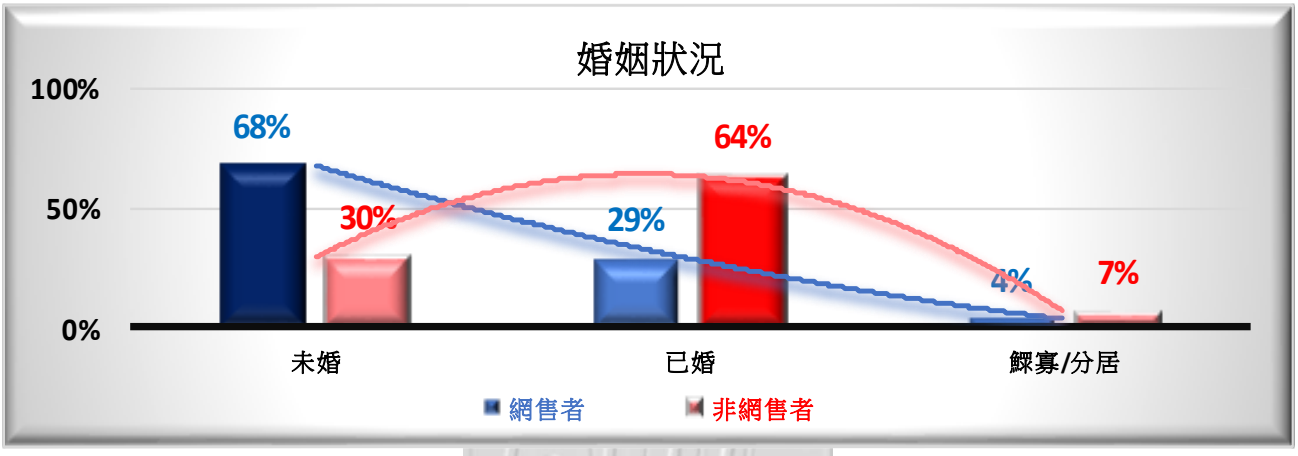
H_1：「網售者/非網售者」與「婚姻狀況」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 91.25 ，v = (C-1)*(R-1)= 2 χ2(0.95,2)= 5.99 < 91.25

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「婚姻狀況」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「婚姻狀況」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者有 68%未婚，高於非網售者的 30%；非網售者有 64%已婚，高於網售者的 29%。顯然，未婚者從事網路交易的興致或需求要高於已婚者。

4. 家庭平均月收入

家庭平均月收入	網售者	非網售者
無收入	7.7%	5.1%
1元-2萬元	8.0%	3.4%
2萬-4萬元	24.8%	21.1%
4萬-6萬元	18.0%	17.6%
6萬-8萬元	12.0%	17.4%
8萬-10萬元	7.3%	14.4%
10萬-12萬元	10.9%	7.3%
12萬元及以上	11.3%	13.7%
家庭平均月收入	5.89萬元	6.65萬元

「網售者/非網售者」與「家庭平均月收入」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「家庭平均月收入」可能無關

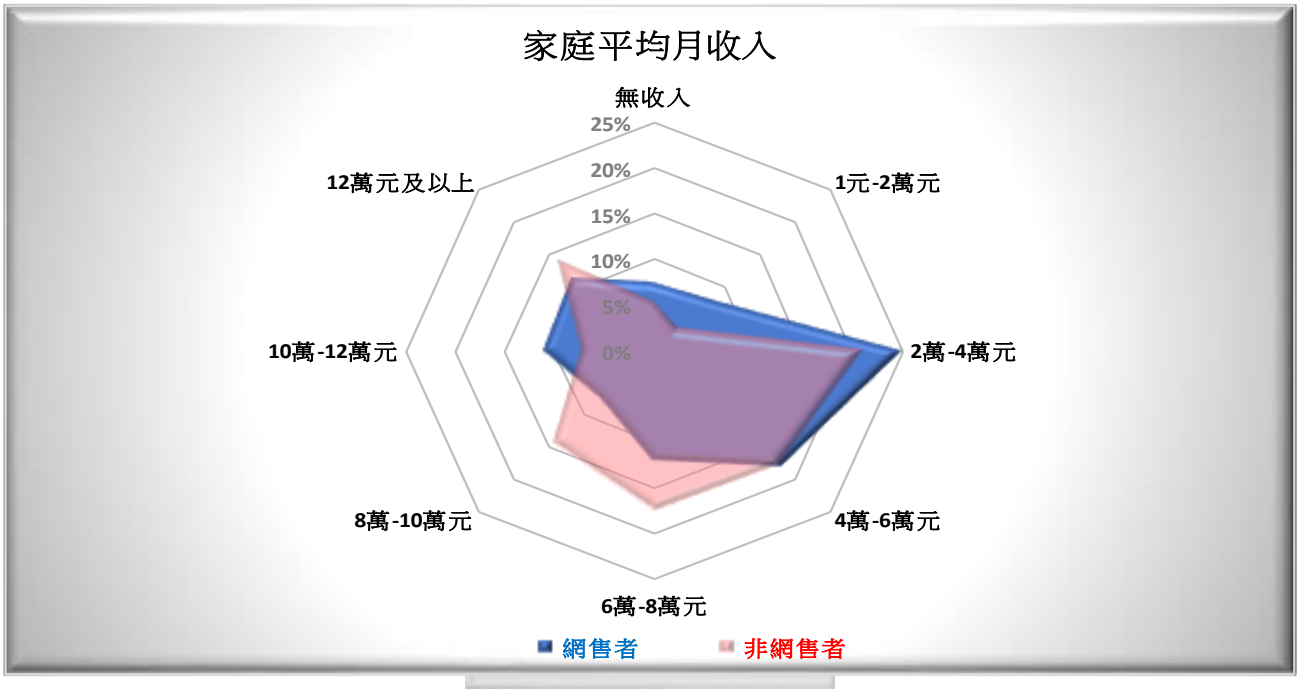
H_1：「網售者/非網售者」與「家庭平均月收入」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 15.33 ，v = (C-1)*(R-1)= 7 χ2(0.95,7)= 14.07 < 15.33

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「家庭平均月收入」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「家庭平均月收入」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者家庭平均月收入約 5.89 萬元，低於非網售者的 6.65 萬元；其中，家庭平均月收入分布在 6-10 萬元者，非網售者有 32%，高於網售者的 19%。顯然，非網售者的家庭平均月收入要高於網售者一些。

5. 教育程度

教育程度	網售者	非網售者
小學及以下	1.9%	3.8%
國中/初中	0.8%	11.4%
高中職	26.4%	36.8%
專科	7.6%	12.6%
大學	49.6%	29.9%
碩士及以上	13.8%	5.5%

「網售者/非網售者」與「教育程度」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「教育程度」可能無關

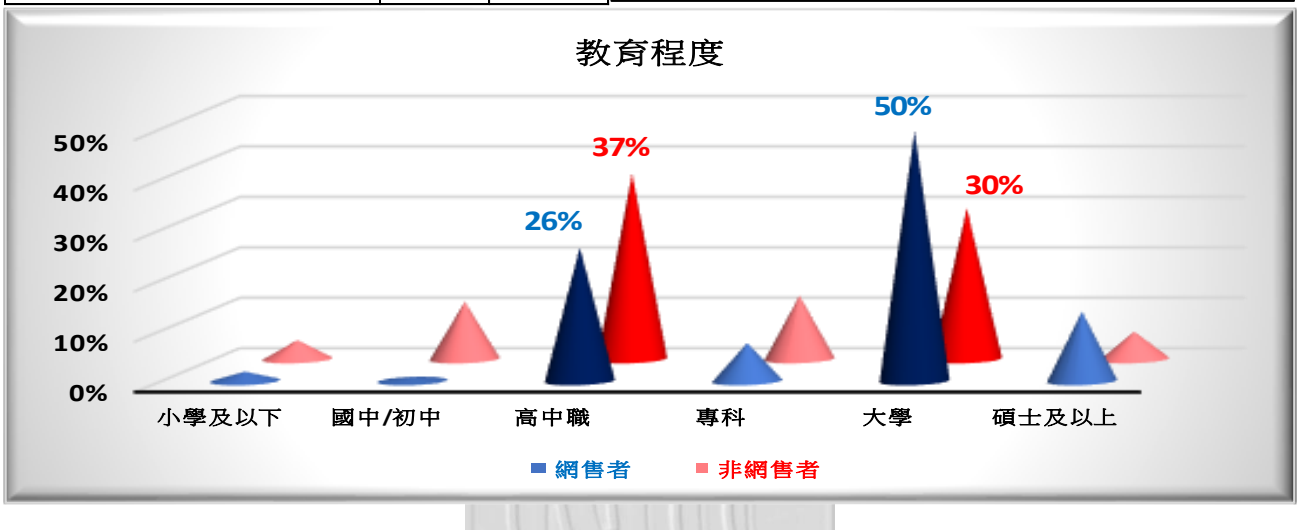
H_1：「網售者/非網售者」與「教育程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 56.63 ，v = (C-1)*(R-1)= 5 χ2(0.95,5)= 11.07 < 56.63

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「教育程度」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「教育程度」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者有 63%的教育程度為大學及以上，高於非網購者的 35%；非網售者有 52%的教育程度為高中職及以下，高於網售者的 29%。顯示，教育程度高者，較容易從事網路交易。

6. 職業

職業	網售者	非網售者
退休	0.0%	9.7%
其他	0.2%	1.4%
礦業及土石採取業	0.5%	0.2%
用水供應及污染整治業	0.8%	0.4%
不動產業	2.0%	0.6%
電力及燃氣供應業	2.1%	0.0%
教育業	2.7%	2.8%
營建工程業	2.7%	1.7%
在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者	2.8%	1.4%
運輸及倉儲業	3.0%	3.1%
公共行政及國防；強制性社會安全	3.5%	1.5%
藝術、娛樂及休閒服務業	3.5%	1.2%
支援服務業	3.7%	5.8%
醫療保健及社會工作服務業	4.1%	4.6%
批發及零售業	4.1%	3.6%
金融及保險業	4.1%	5.3%
農、林、漁、牧業	4.1%	2.7%
住宿及餐飲業	4.3%	3.9%
家管	4.6%	14.1%
出版、影音製作、傳播及資通訊服務	4.8%	1.4%
專業、科學及技術服務業	7.2%	4.8%
製造業	7.9%	10.4%
學生	13.4%	9.2%
其他服務業	13.8%	10.2%

「網售者/非網售者」與「職業」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「職業」可能無關

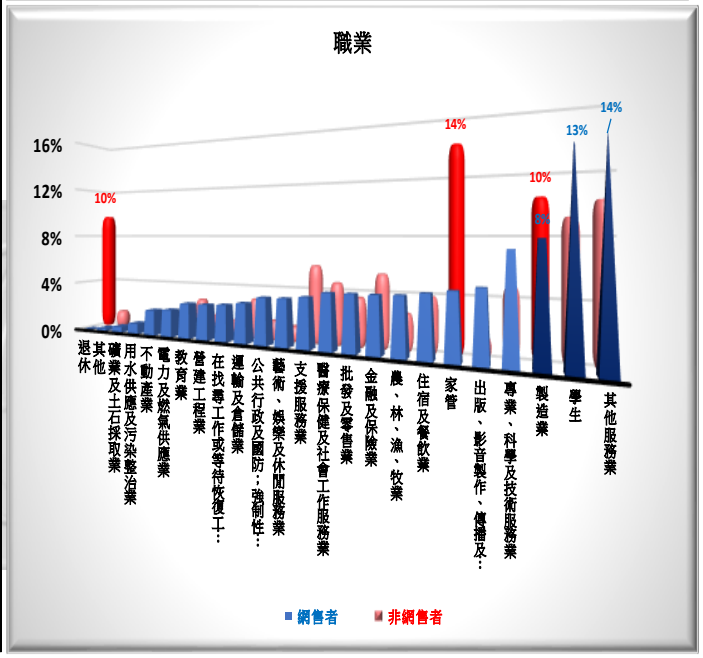
H_1：「網售者/非網售者」與「職業」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 78.11 ，v = (C-1)*(R-1)= 23 $\chi 2(0.95,23)$= 35.17 < 78.11

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「職業」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者所從事的「職業」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者所從事的職業前三名為其他服務業(14%)、學生(13%)、製造業(8%)；而非網售者所從事的職業前三名為家管(14%)、製造業(10%)、其他服務業(10%)、退休(10%)、學生(9%)。值得一提的是，網售者從事家管(7%)及退休(0%)者僅計 7%，而非網售者卻達 24%，箇中原因是否網路技能有關，值得深入探討。

7. 職務

職務	網售者	非網售者
技藝有關工作人員	0.7%	2.3%
其他	1.3%	4.4%
機械設備操作及組裝人員	1.9%	2.7%
軍人	2.1%	1.3%
民意代表、主管及經理人員	2.4%	4.7%
農、林、漁、牧業生產人員	3.1%	4.3%
事務支援人員	3.8%	9.9%
基層技術工及勞力工	4.3%	9.3%
技術員及助理專業人員	10.2%	11.6%
專業人員	32.7%	25.0%
服務及銷售工作人員	37.6%	24.5%

「網售者/非網售者」與「職務」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「職務」可能無關

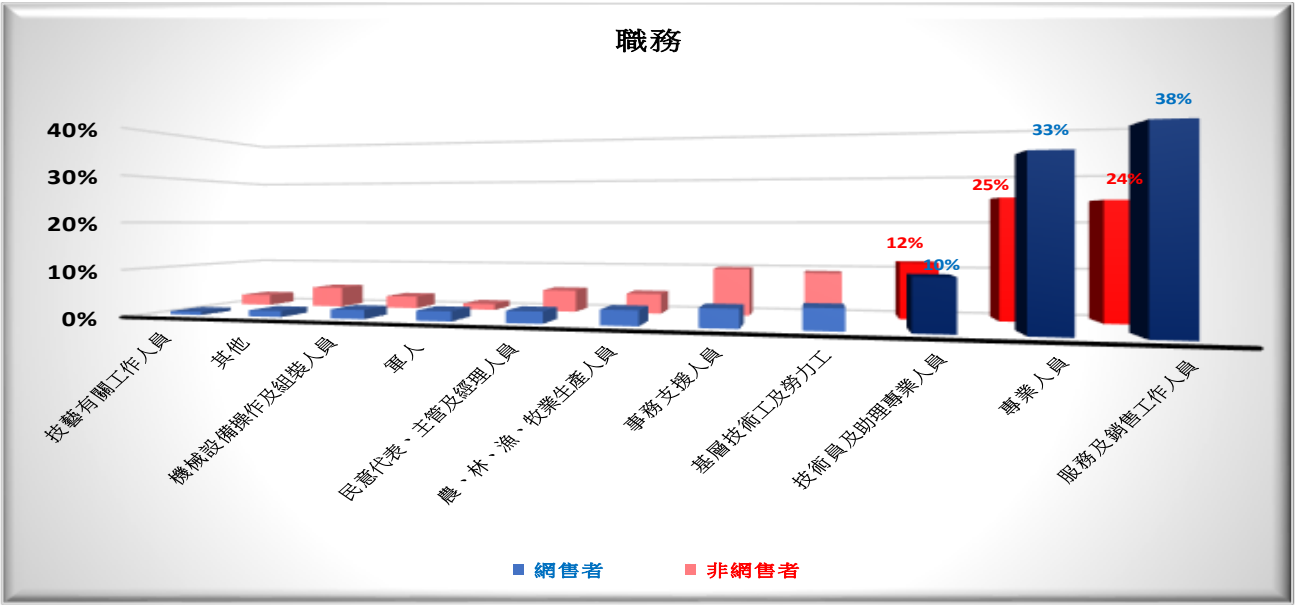
H_1：「網售者/非網售者」與「職務」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 23.11 ，v = (C-1)*(R-1)= 10 $\chi^2(0.95,10)$= 18.31 < 23.11

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「職務」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者所擔任的「職務」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者所擔任的職務前三名為服務及銷售工作人員(38%)、專業人員(33%)、技術員及助理專業人員(10%)，而非網售者所擔任的職務前三名為專業人員(25%)、服務及銷售工作人員(24%)、技術員及助理專業人員(12%)。其中最大的差異是，網售者從事服務及銷售工作人員偏多，而非網售者從事基層技術工及勞力工、事務支援人員偏多。

8. 個人平均月收入

個人平均月收入	網售者	非網售者
無收入	11.4%	21.9%
1元-2萬元	12.7%	12.2%
2萬-3萬元	18.9%	21.7%
3萬-4萬元	28.3%	17.5%
4萬-5萬元	11.7%	10.1%
5萬-6萬元	8.0%	6.8%
6萬元及以上	9.1%	9.7%
個人平均月收入	3.15萬元	2.74萬元

「網售者/非網售者」與「個人平均月收入」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「個人平均月收入」可能無關

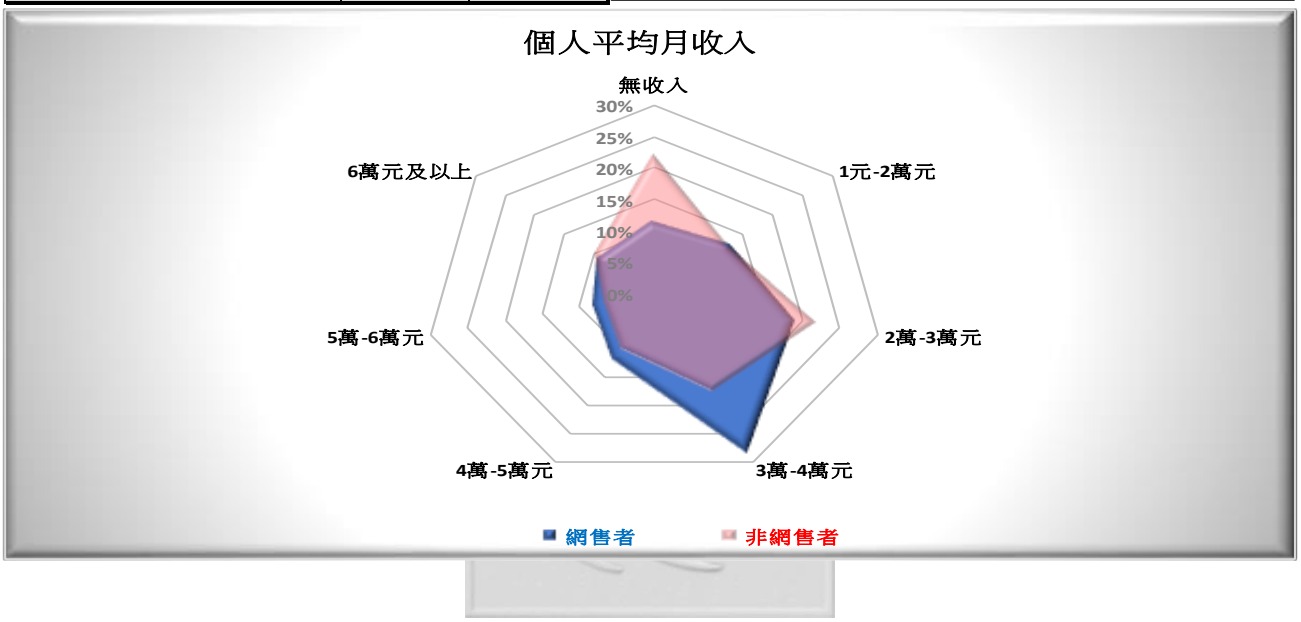
H_1：「網售者/非網售者」與「個人平均月收入」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 15.20 ，v = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi^2(0.95,6)$= 12.59 < 15.20

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「個人平均月收入」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「個人平均月收入」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者個人平均月收入約 3.15 萬元，高於非網售者的 2.74 萬元；其中，個人平均月收入分布在 2-5 萬元者，非網售者有 49%，低於網售者的 59%，而非網售者無收入的比率達 22%，幾乎為網售者的 2 倍。顯然，網售者的個人平均月收入要高於非網售者一些。

(三)、 上網行為的比較與檢定：

1. 網路使用行為

（1） 網齡

網齡	網售者	非網售者
1年	0.0%	1.0%
2年	1.1%	4.6%
3年	0.7%	8.0%
4年	0.5%	4.0%
5年	6.6%	7.6%
6年	3.5%	6.2%
7年	3.1%	4.1%
8年	3.0%	7.3%
9年	1.2%	1.9%
10年	17.5%	15.0%
11年	2.3%	2.9%
12年	2.6%	4.6%
13年	2.8%	3.1%
14年	3.4%	1.5%
15年	15.9%	7.3%
16年	8.2%	1.1%
17年	3.8%	2.2%
18年	3.8%	2.1%
19年	2.9%	1.0%
20年	12.1%	11.0%
21年	0.4%	0.4%
22年	1.4%	1.5%
23年	0.3%	0.3%
25年	0.9%	0.4%
30年	0.0%	0.5%
35年	0.7%	0.0%
37年	0.0%	0.1%
41年	1.1%	0.0%
平均網齡	14年	11年

「網售者/非網售者」與「網齡」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「網齡」可能無關

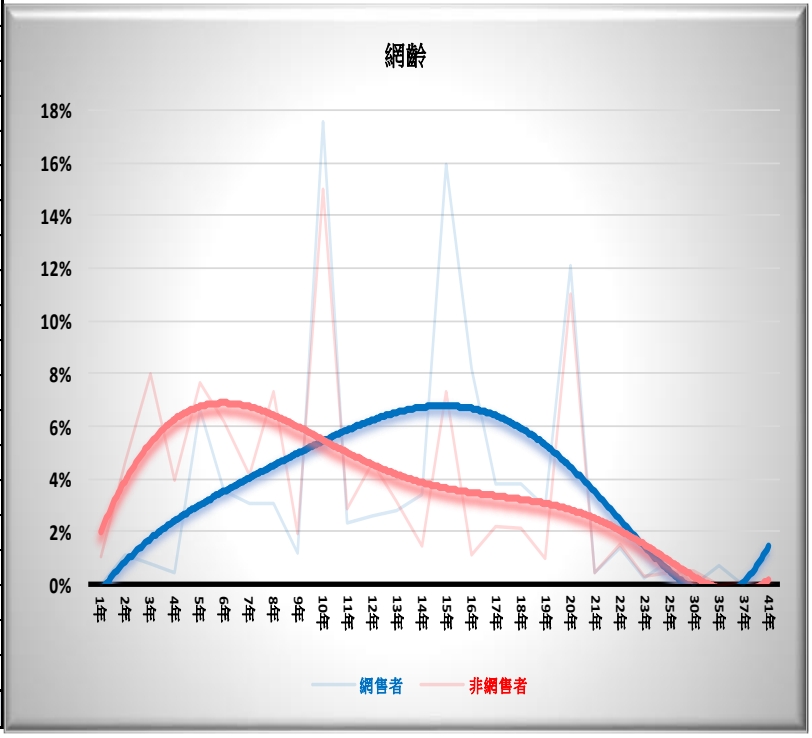
H_1：「網售者/非網售者」與「網齡」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 101.47 ，ν = (C-1)*(R-1)= 27 χ2(0.95,27)= 40.11 < 101.47

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「網齡」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「網齡」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者的網齡在 10 年及以上者占 80%，高於非網購者的 55%；非網售者的網齡在 10 年及以下者占 60%，高於網售者的 37%。據以計算，網售者的平均網齡為 14 年，非網售者的平均網齡為 11 年。顯示，網齡越大越容易成為網售者。

（2） 保護上網安全的措施

保護上網安全的措施	網售者	非網售者
都沒有使用	6.7%	31.4%
使用過濾或封鎖功能防堵網路廣告	12.0%	5.2%
刪除cookies	14.8%	5.5%
使用過濾或封鎖功能防堵垃圾郵件	14.8%	5.2%
下載最新版本軟體	15.1%	12.2%
定期備份電腦資料	17.4%	9.8%
對email、社群媒體、第三方支付軟體設定複雜密	28.3%	10.0%
在使用的裝置上設定複雜密碼	28.5%	13.5%
使用防火牆	40.6%	20.2%
防毒軟體	68.2%	50.9%

「網售者/非網售者」與「保護上網安全的措施」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「保護上網安全的措施」可能無關

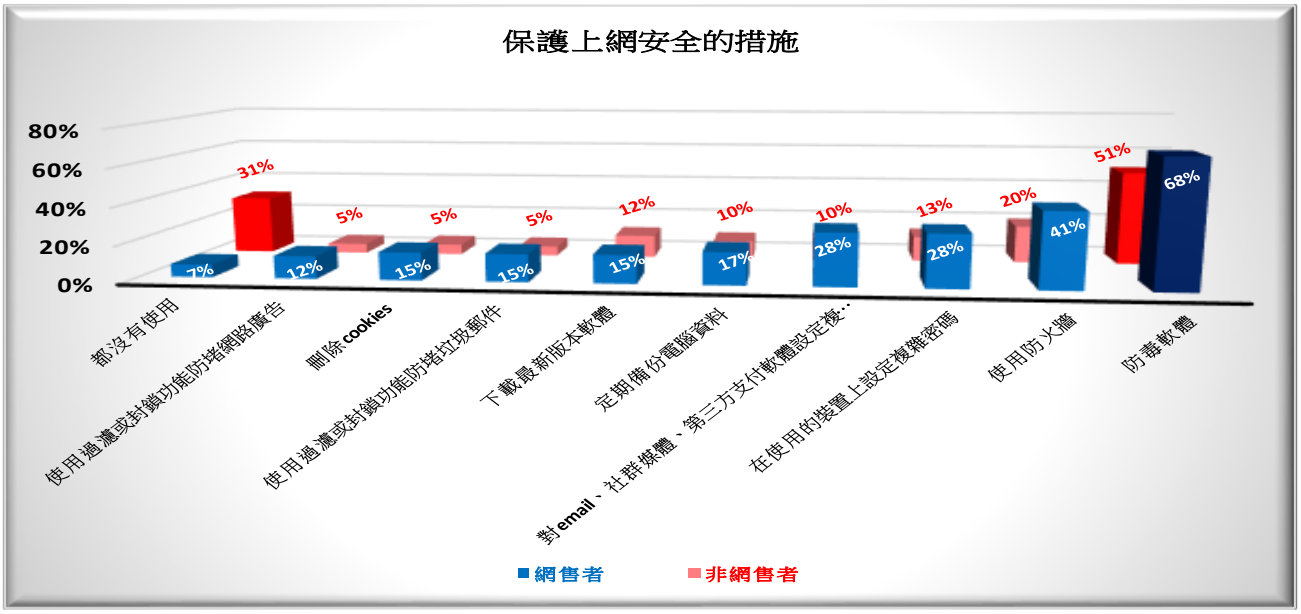
H_1：「網售者/非網售者」與「保護上網安全的措施」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 98.40 ，v = (C-1)*(R-1)= 10 $\chi 2(0.95,10)$= 18.31 < 98.40

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「保護上網安全的措施」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「保護上網安全的措施」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者會使用的上網安全措施主要有防毒軟體(68%)、使用防火牆(41%)、及在使用的裝置上設定複雜密碼(29%)等等，只有 7%都沒有使用安全措施；相對的，非網售者都沒有使用安全措施高達 31%，另有 51%使用防毒軟體。同時，網售者平均使用了 2.4 個防護措施，而非網售者僅使用了 1.32 個防護措施。顯然，網售者較重視「保護上網安全的措施」。

（3） 過去 12 個月內上網曾遇到的狀況

過去12個月內上網曾遇到的狀況	網售者	非網售者
都沒有遇過	52.4%	72.7%
遭遇網路挑釁者(troll)	0.6%	0.5%
遭遇肉搜	0.8%	0.0%
遭遇網路霸凌	1.1%	0.0%
其他	2.5%	0.0%
遭遇網路酸民	2.9%	1.3%
資料或檔案因中毒而流失	4.2%	1.1%
email遭到駭客侵入	4.3%	2.6%
社群媒體帳號遭駭客侵入	7.3%	2.8%
網路詐騙	9.8%	5.6%
個資遭到外洩	12.7%	6.5%
電腦中毒	21.4%	11.0%

「網售者/非網售者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能無關

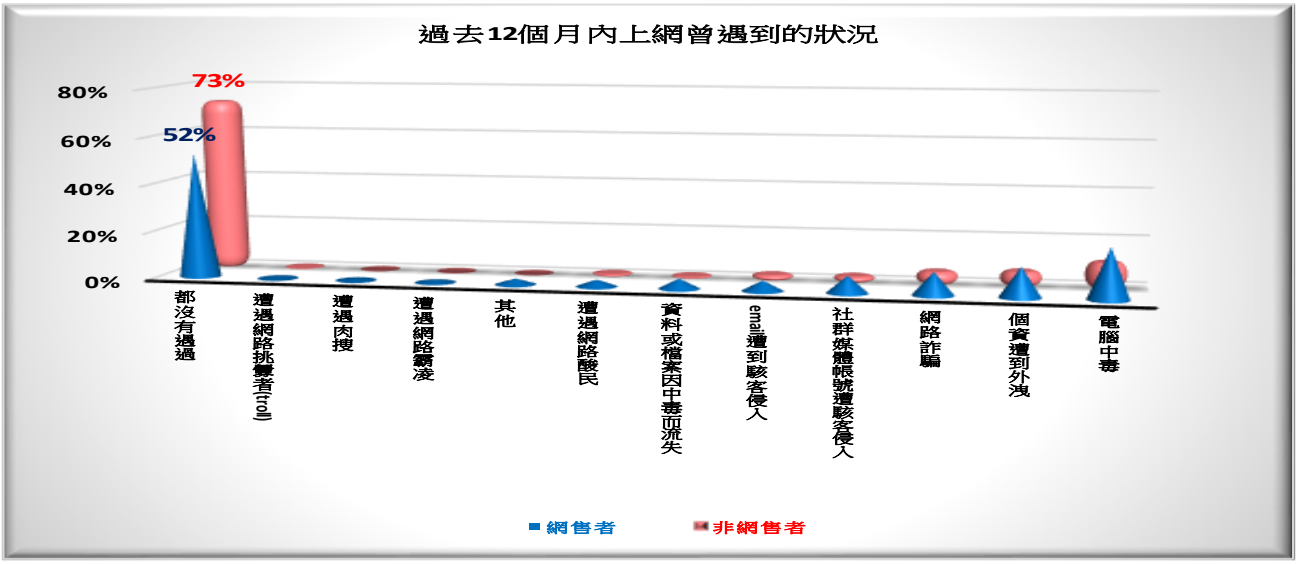
H_1：「網售者/非網售者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 78.47 ，v = (C-1)*(R-1)= 11 $\chi 2(0.95,11)$= 19.68 < 78.47

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「過去 12 個月內上網曾遇到的狀況」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者過去 12 個月內上網曾遇到的狀況主要有電腦中毒(21%)、個資遭到外洩(13%)、及網路詐騙(10%)等等，另有 52%都沒有遭遇各種狀況；而非網售者都沒有遭遇各種狀況高達 73%，也只有 11%有電腦中毒的狀況。據以計算，網售者平均遭遇了 0.68 個狀況，而非網售者只遭遇了 0.31 個狀況；顯然。網售者非得要比較重視上網安全的防護措施不可。

（4） 對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度

對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	網售者	非網售者
1分	2.7%	11.2%
2分	7.2%	6.9%
3分	2.7%	11.1%
4分	4.3%	6.2%
5分	15.6%	16.9%
6分	12.6%	9.9%
7分	17.7%	11.7%
8分	13.5%	12.0%
9分	9.2%	7.3%
10分	14.5%	6.9%
平均分數	6.55分	5.39分

「網售者/非網售者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能無關

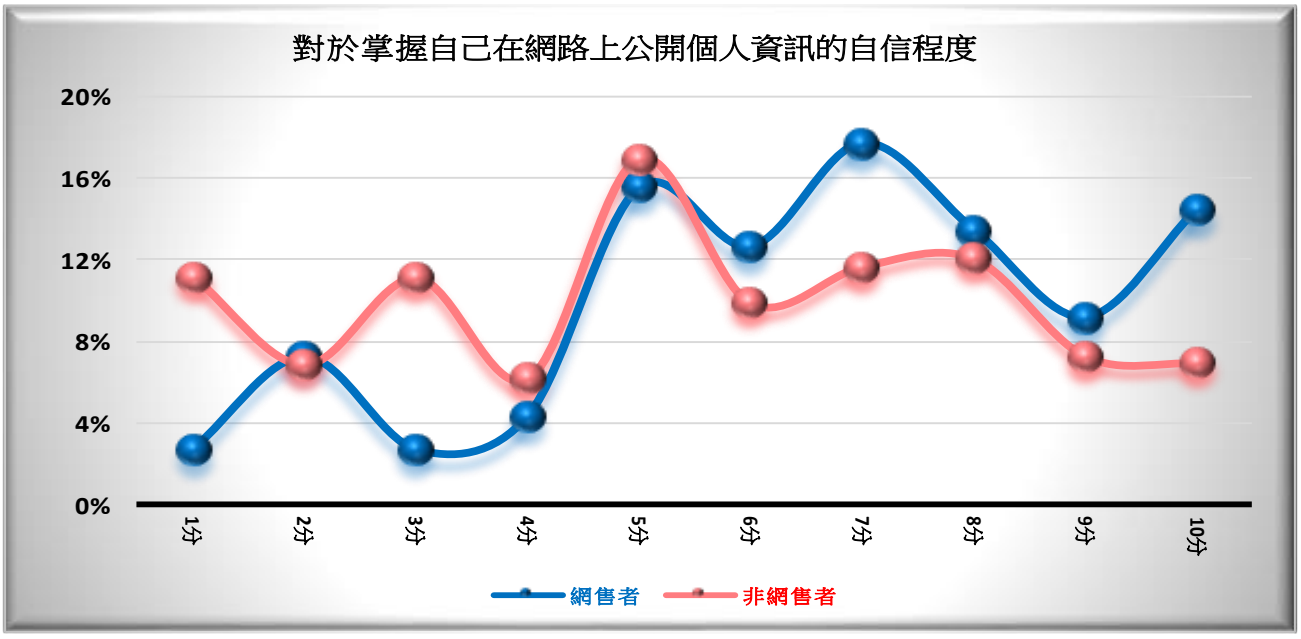
H_1：「網售者/非網售者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 37.43 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi^2(0.95,9)$= 16.92 < 37.43

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度是 6.55 分(滿分為 10 分)、高於非網售者的 5.39 分不少；同時，網售者自信程度在 6 分及以上者占 68%，而非網售者自信程度在 5 分及以下者占 53%；顯示，網售者較自信能掌握自己在網路上公開個人的資訊。

（5） 閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度

閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度	網售者	非網售者
1分	0.0%	4.6%
2分	2.6%	3.1%
3分	0.7%	6.3%
4分	0.7%	7.6%
5分	13.6%	14.6%
6分	15.9%	12.0%
7分	11.1%	12.6%
8分	21.4%	14.2%
9分	12.3%	12.1%
10分	21.7%	12.9%
平均分數	7.50分	6.45分

「網售者/非網售者」與「閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度」可能無關

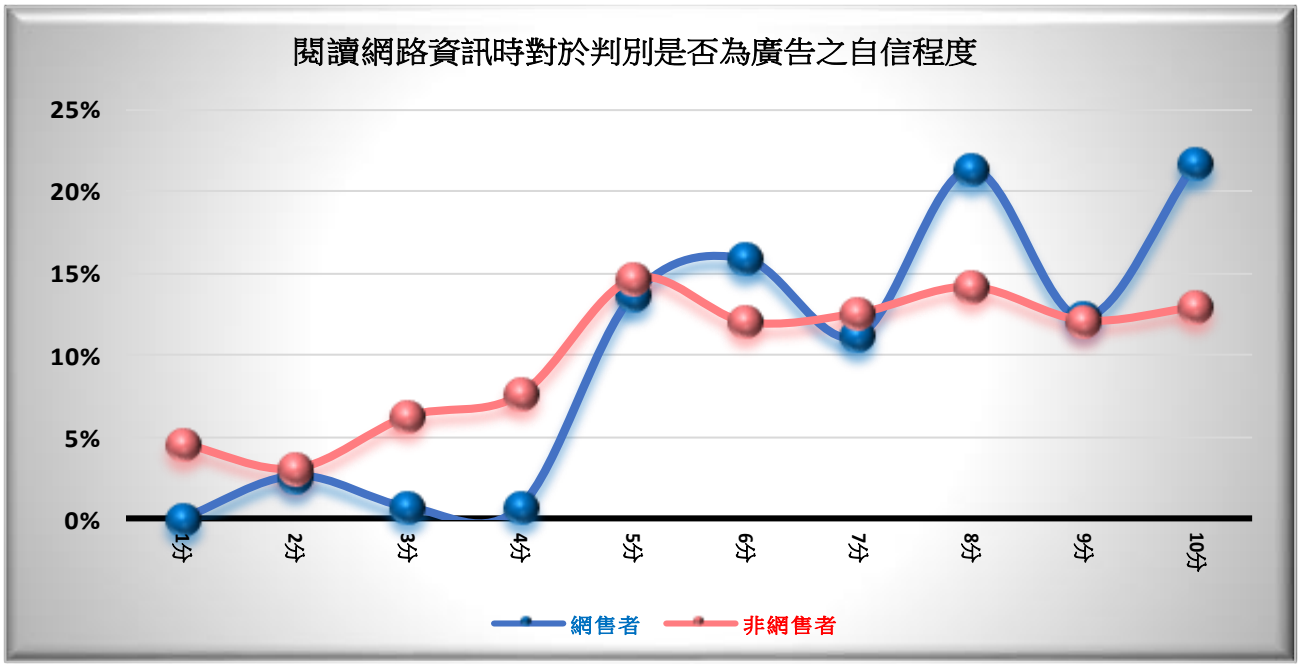
H_1：「網售者/非網售者」與「閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 40.54 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi^2(0.95,9)$= 16.92 < 40.54

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於判別網路資訊是否為廣告之自信程度是 7.5 分(滿分為 10 分)、高於非網售者的 6.45 分；同時，網售者自信程度在 6 分及以上者占 82%，高於非網售者的 64%；顯示，網售者閱讀網路資訊時，較非網售者有自信能判別資訊是否為廣告。

（6） 整體而言，對於使用網路的自信程度

整體而言對於使用網路的自信程度	網售者	非網售者
1分	1.3%	4.5%
2分	0.0%	2.3%
3分	1.9%	8.0%
4分	0.6%	3.7%
5分	17.1%	21.6%
6分	8.3%	11.9%
7分	13.9%	12.5%
8分	22.5%	13.9%
9分	14.3%	11.0%
10分	20.1%	10.5%
平均分數	7.52分	6.31分

「網售者/非網售者」與「17.整體而言對於使用網路的自信程度」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「17.整體而言對於使用網路的自信程度」可能無關

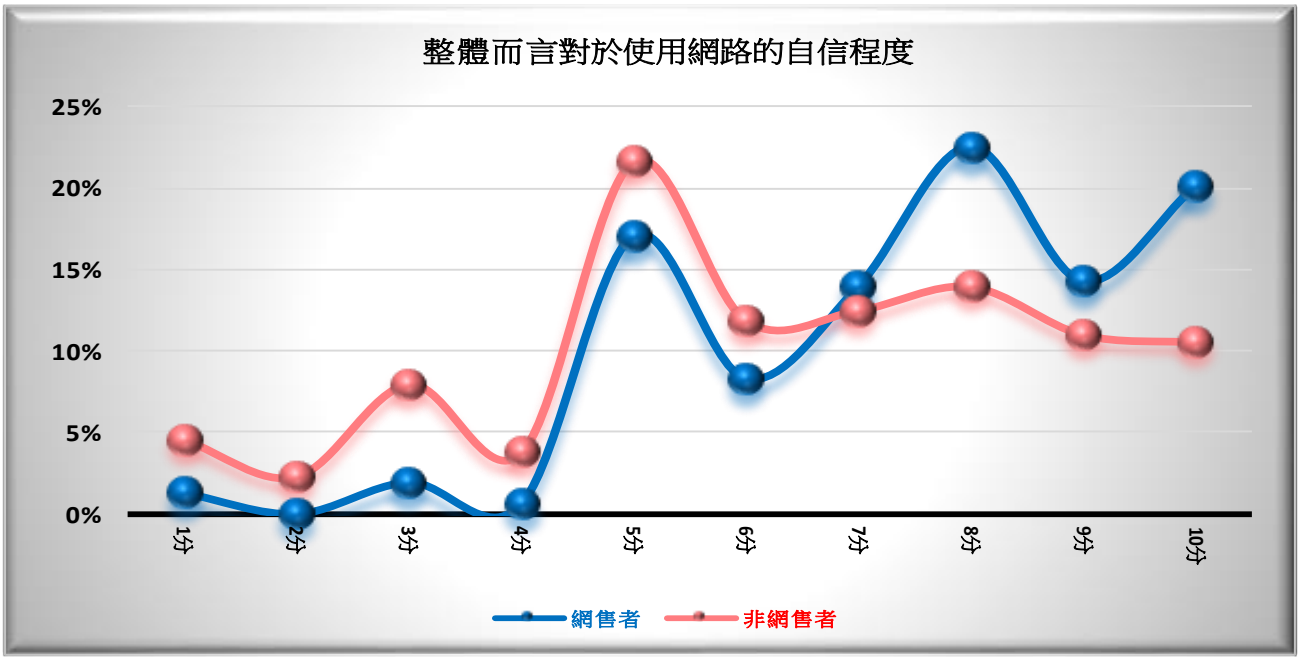
H_1：「網售者/非網售者」與「17.整體而言對於使用網路的自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 40.72 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 40.72

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「17.整體而言對於使用網路的自信程度」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「整體而言，對於使用網路的自信程度」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於使用網路的整體自信程度是 7.52 分(滿分為 10 分)、高於非網售者的 6.31 分；同時，網售者自信程度在 6 分及以上者占 79%，高於非網售者的 60%；顯示，整體而言，網售對於使用網路較有自信。

（7） 多常使用網路(包括家中及其他任何地點)

多常使用網路(包括家中及其他任何地點)	網售者	非網售者
每天超過50次	41.5%	18.1%
每天超過10次	44.3%	40.6%
每天至少一次	13.6%	38.0%
每週至少一次	0.3%	2.4%
每2週至少一次	0.0%	0.4%
一個月用不到一次	0.2%	0.5%

「網售者/非網售者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能無關

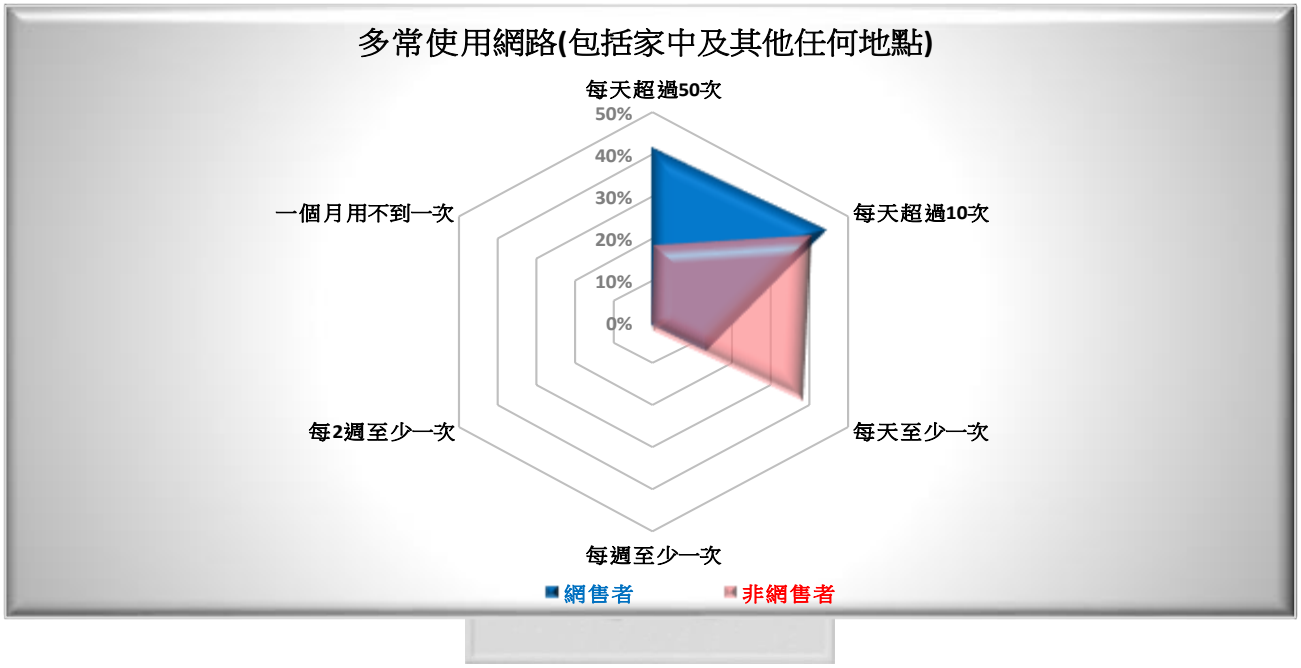
H_1：「網售者/非網售者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 65.70 ，v = (C-1)*(R-1)= 5 $\chi2(0.95,5)$= 11.07 < 65.70

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於網路的使用頻率主要是每天超過 10 次及 50 次(計 86%)、而非網售者對於網路的使用頻率主要是每天至少一次及超過 10 次(共 79%)，兩者的使用頻率相差頗大。

（8） 上個星期使用網路從事的活動

上個星期從事的網路活動	網售者	非網售者
使用電子政府網站服務	2.0%	2.1%
使用手機連網操作可連網的家用電器	2.2%	0.1%
使用手機連網操作可連網的家用電視	3.7%	1.5%
在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	3.9%	1.0%
聽廣播	6.7%	3.1%
進行視訊會議	6.8%	1.6%
付費線上音樂串流	8.3%	2.6%
免費線上音樂串流	9.1%	3.6%
使用正式線上課程	9.2%	1.8%
參加專業社群團體	9.4%	1.3%
透過網路進行醫療服務預約	9.4%	3.5%
使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	9.8%	4.1%
線上銷售商品或服務	11.3%	1.2%
查詢政府相關資訊	11.5%	6.7%
閱讀線上報紙、雜誌或電子書	13.9%	8.6%
經營個人網頁部落格	14.0%	3.6%
購買數位內容	14.6%	2.1%
搜尋與健康相關的資訊	15.5%	13.8%
上傳與下載檔案	15.8%	5.9%
使用旅遊或旅遊相關住宿服務	16.9%	5.1%
在別人的部落格上留言	17.8%	4.8%
使用或瀏覽網路相簿	17.9%	9.0%
線上音樂串流	18.7%	6.6%
線上拍賣	21.3%	4.2%
使用或瀏覽論壇,留言版	21.5%	7.6%
於雲端服務接取檔案	21.6%	6.2%
玩線上遊戲	24.5%	18.8%
撥打視訊電話	25.6%	21.6%
查詢維基百科或其他網站資訊	25.7%	11.2%
尋找或下載與工作/學業相關的資訊	25.8%	11.9%
透過即時通訊進行溝通	27.5%	24.1%
觀賞電視節目或線上電影	28.7%	15.8%
照片或影片上傳或分享	30.6%	17.0%
撥打語音網路電話	31.0%	42.5%
銀行金融服務	36.5%	14.8%
看影音短片	44.3%	40.7%
取得新聞資訊	46.7%	33.7%
線上購物	49.8%	17.1%
線上查詢商品或服務資訊	52.8%	27.5%
使用社群網路	58.7%	51.4%
傳送或接收電子郵件	60.8%	30.0%
瀏覽網頁/查詢	76.7%	64.1%

「網售者/非網售者」與「上個星期從事的網路活動」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「上個星期從事的網路活動」可能無關

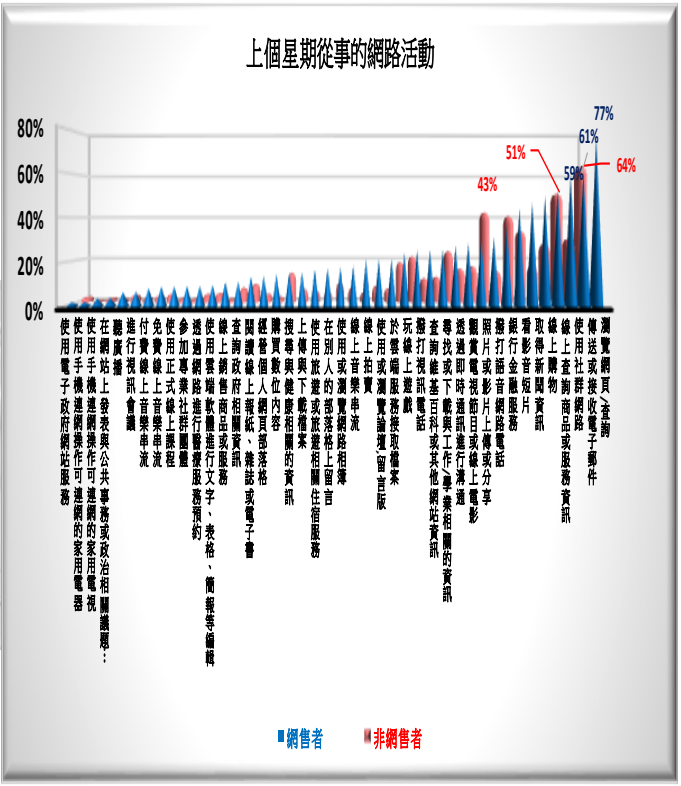
H_1：「網售者/非網售者」與「上個星期從事的網路活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 313.43 ，v = (C-1)*(R-1)= 41 $\chi2(0.95,41)$= 56.94 < 313.43

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「上個星期從事的網路活動」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「上個星期使用網路從事的活動」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者上個星期使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(77%)、傳送或接收電子郵件 (61%)、使用社群網路(59%)；而非網售者上個星期使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(64%)、使用社群網路(51%)、撥打語音網路電話(43%)。同時，網售者上個星期使用網路從事的活動平均有 9.58 項活動，而非網售者則僅 5.54 項活動。顯示，網售者所從事的網路活動較非網售者種類要多。

（9） 有沒有在家中以外地方上網

有沒有在家中以外地方上網	網售者	非網售者
有	92.1%	78.3%
沒有	7.9%	21.7%

「網售者/非網售者」與「有沒有在家中以外地方上網」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能無關

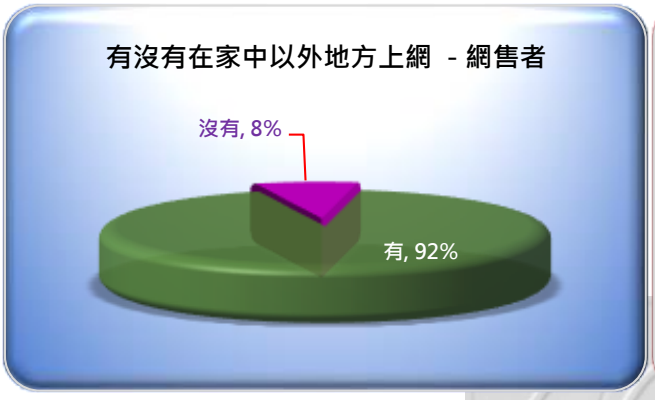
H_1：「網售者/非網售者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能有關

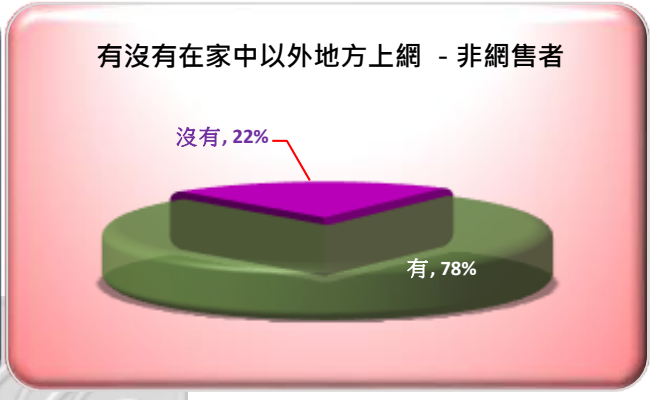
採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 17.65 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 17.65

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能有關





在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「有沒有在家中以外地方上網」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者 92%有在住家以外的地方上網、而非網售者則僅有 78%。顯然，網售者上網的地點較非網售者多變，而非僅僅在家中上網。

（10） 多常在住家以外地點使用網路

多常在住家以外地點使用網路	網售者	非網售者
每天超過50次	31.0%	15.9%
每天超過10次	37.4%	40.6%
每天至少一次	20.0%	31.6%
每週至少一次	8.2%	7.3%
每2週至少一次	2.0%	0.9%
每月至少一次	0.3%	1.2%
一個月用不到一次	1.1%	2.5%

「網售者/非網售者」與「多常在住家以外地點使用網路」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能無關

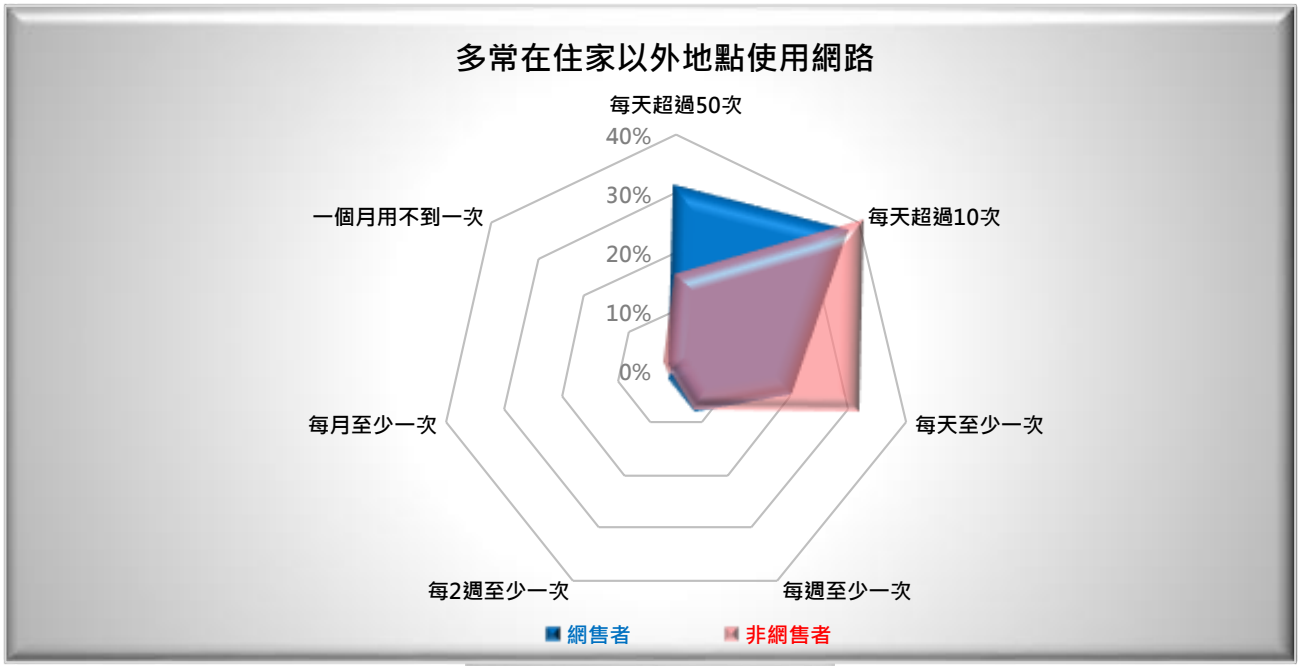
H_1：「網售者/非網售者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 25.35 ，v = (C-1)*(R-1)= 6 χ2(0.95,6)= 12.59 < 25.35

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「多常在住家以外地點使用網路」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於在住家以外地點使用網路的頻率主要是每天超過 10 次及 50 次(共 68%)、而非網售者對於在住家以外地點使用網路的頻率主要是每天至少 1 次及超過 10 次(72%)。根據此現象，可以推論網售者對於網路的黏著度要比非網售者高出許多。

（11） 一星期在工作場合或求學處上網的時間

一星期在工作場合或求學處上網幾個小時	網售者	非網售者
1小時	7.0%	6.8%
2小時	1.1%	7.4%
3小時	5.0%	4.6%
4小時	1.4%	2.4%
5小時	4.7%	4.8%
6小時	1.8%	3.2%
7小時	8.8%	5.5%
8小時	7.6%	5.9%
9小時	1.8%	0.5%
10小時	3.7%	5.7%
11小時	0.0%	0.5%
12小時	0.0%	1.9%
13小時	0.0%	0.1%
14小時	2.9%	3.6%
15小時	2.4%	3.0%
16小時	0.0%	0.7%
17小時	0.6%	0.3%
18小時	0.7%	0.6%
19小時	0.0%	0.6%
20小時	3.0%	5.1%
21小時	1.9%	4.9%
22小時	0.5%	0.2%
23小時	0.9%	0.1%
24小時	0.0%	1.0%
25小時	1.9%	1.4%
26小時	1.0%	0.7%
28小時	0.4%	3.0%
29小時	0.6%	0.2%
30小時	0.4%	3.2%
31小時	0.0%	0.1%
32小時	1.8%	1.0%
33小時	0.0%	0.1%
35小時	2.9%	1.1%
36小時	0.0%	0.4%
37小時	1.0%	0.0%
38小時	0.4%	0.5%
39小時	0.0%	0.5%
40小時	7.2%	4.7%
42小時	0.0%	0.8%
44小時	0.6%	0.4%
45小時	0.6%	0.8%
47小時	0.0%	0.5%
48小時	0.0%	0.4%
50小時	6.1%	3.4%
55小時	0.2%	0.1%
56小時	1.1%	1.3%
59小時	0.7%	0.0%
60小時	1.6%	0.7%
63小時	1.8%	0.1%
65小時	0.9%	0.0%
68小時	0.0%	0.8%
70小時	7.3%	2.0%
71小時	0.6%	0.0%
72小時	0.7%	0.0%
77小時	0.3%	0.0%
78小時	0.6%	0.0%
80小時	0.6%	0.5%
84小時	0.1%	0.4%
86小時	1.0%	0.0%
90小時	0.0%	0.2%
100小時	0.0%	0.5%
108小時	1.0%	0.2%
110小時	0.0%	0.2%
112小時	0.0%	0.3%
160小時	0.5%	0.0%
168小時	0.3%	0.2%
平均小時	29小時	21小時

「網售者/非網售者」與「一星期在工作場合或求學處上網幾個小時」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「一星期在工作場合或求學處上網幾個小時」可能無關

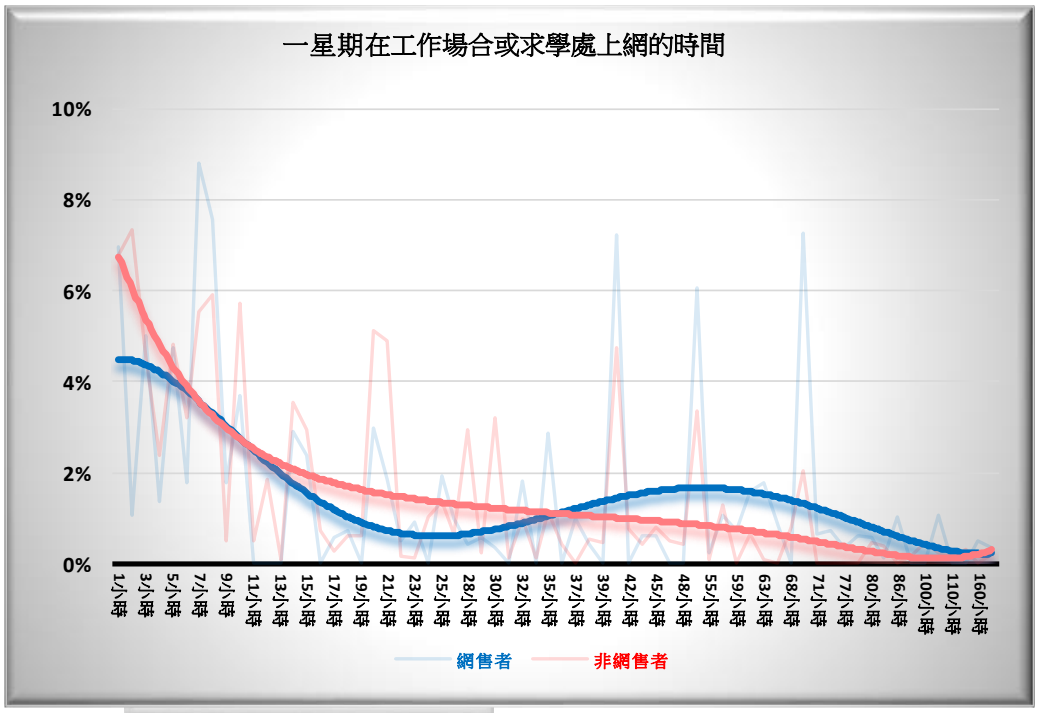
H_1：「網售者/非網售者」與「一星期在工作場合或求學處上網幾個小時」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 113.53 ， ν = (C-1)*(R-1)= 65 χ2(0.95,65)= 84.82 < 113.53

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「一星期在工作場合或求學處上網幾個小時」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「一星期在工作場合或求學處上網的時間」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者一星期在工作場合或求學處上網的時間主要分布在 20 小時及以上(51%)、而非網售者則主要分布在 20 小時及以下(63%)。據以計算，網售者平均一星期在工作場合或求學處上網的時間是 29 小時；非網售者平均一星期在工作場合或求學處上網的時間是 21 小時。

（12）一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間

一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時	網售者	非網售者
1小時	10.4%	13.9%
2小時	4.5%	10.0%
3小時	6.0%	7.6%
4小時	4.3%	3.5%
5小時	6.8%	13.2%
6小時	2.9%	2.2%
7小時	7.7%	5.3%
8小時	2.4%	4.0%
9小時	0.0%	0.2%
10小時	7.2%	8.0%
11小時	0.5%	1.0%
12小時	0.0%	1.3%
13小時	0.6%	0.5%
14小時	3.3%	4.5%
15小時	1.1%	3.4%
16小時	0.0%	1.4%
17小時	0.5%	0.7%
18小時	0.0%	0.1%
19小時	0.9%	0.2%
20小時	6.1%	5.5%
21小時	1.2%	1.2%
22小時	1.0%	0.6%
23小時	0.0%	0.2%
24小時	0.5%	0.7%
25小時	1.2%	0.3%
26小時	0.0%	0.1%
28小時	3.7%	0.8%
29小時	0.5%	0.3%
30小時	0.0%	1.3%
32小時	0.9%	0.3%
35小時	0.0%	1.2%
36小時	0.0%	0.2%
38小時	2.1%	0.5%
40小時	4.3%	1.6%
41小時	0.6%	0.1%
42小時	0.0%	0.2%
44小時	1.2%	0.0%
45小時	0.6%	0.0%
49小時	0.0%	0.5%
50小時	2.6%	1.4%
52小時	0.3%	0.0%
53小時	0.6%	0.1%
55小時	0.0%	0.1%
56小時	5.8%	0.3%
60小時	3.6%	0.1%
70小時	0.8%	0.3%
71小時	0.7%	0.0%
77小時	0.0%	0.3%
94小時	0.0%	0.0%
100小時	1.7%	0.4%
112小時	0.0%	0.2%
120小時	0.0%	0.1%
121小時	0.5%	0.0%
132小時	0.0%	0.1%
140小時	0.0%	0.5%
168小時	0.3%	0.1%
平均小時	22小時	12小時

「網售者/非網售者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時」可能無關

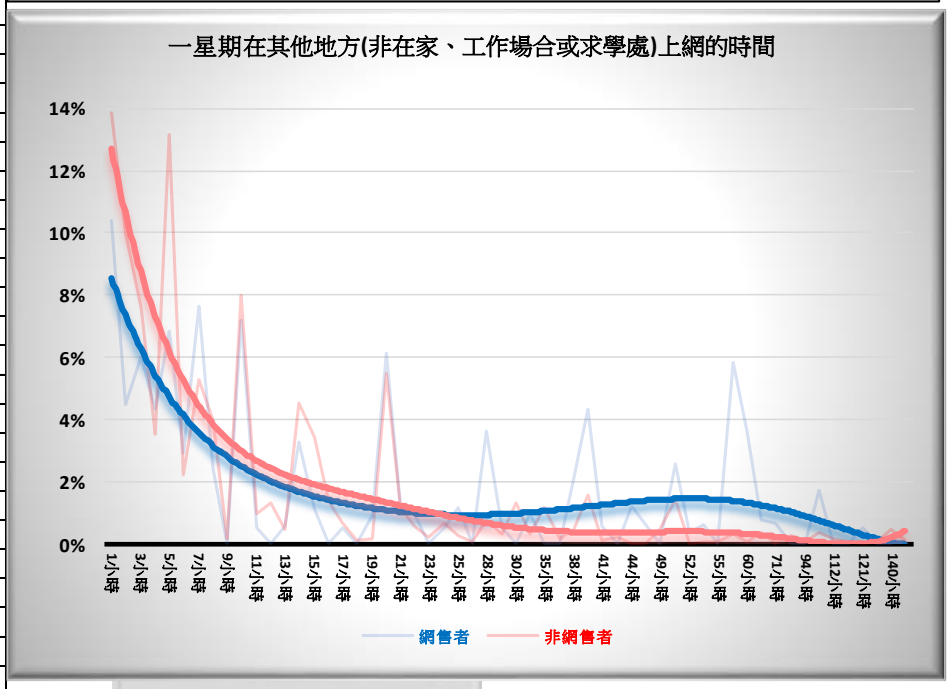
H_1：「網售者/非網售者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 123.20 ， ν = (C-1)*(R-1)= 55 $\chi 2(0.95,55)$= 73.31 < 123.20

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」可能有關係。

由以上圖表可知，網購售一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間主要分布在 10 小時及以上(55%)、而非網售者則主要分布在 10 小時及以下(68%)。據以計算，網售者平均一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間是 22 小時；非網售者平均一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間是 12 小時。

（13） 最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動

最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動	網售者	非網售者
進行視訊會議	1.3%	0.8%
使用手機連網操作可連網的家用電器	2.3%	0.4%
使用手機連網操作可連網的家用電視	2.8%	0.5%
使用電子政府網站服務	3.1%	1.0%
使用正式線上課程	3.2%	1.3%
參加專業社群團體	4.5%	1.1%
使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	6.8%	2.7%
透過網路進行醫療服務預約	7.0%	1.6%
聽廣播	7.0%	1.9%
在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	7.1%	1.1%
購買數位內容	7.9%	1.4%
查詢政府相關資訊	7.9%	5.1%
付費線上音樂串流	8.1%	1.9%
免費線上音樂串流	8.2%	2.3%
上傳與下載檔案	9.1%	2.7%
於雲端服務接取檔案	9.3%	4.3%
搜尋與健康相關的資訊	9.6%	5.6%
線上銷售商品或服務	9.9%	0.8%
使用旅遊或旅遊相關住宿服務	10.8%	1.9%
撥打視訊電話	10.9%	15.6%
經營個人網頁部落格	11.2%	1.8%
在別人的部落格上留言	11.5%	2.6%
線上音樂串流	12.2%	3.2%
閱讀線上報紙、雜誌或電子書	13.0%	4.9%
查詢維基百科或其他網站資訊	13.2%	6.9%
線上拍賣	13.3%	1.7%
觀賞電視節目或線上電影	15.1%	4.3%
使用或瀏覽論壇,留言版	15.1%	3.3%
尋找或下載與工作/學業相關的資訊	15.5%	7.0%
透過即時通訊進行溝通	16.7%	13.6%
玩線上遊戲	16.9%	11.3%
使用或瀏覽網路相簿	17.2%	4.0%
照片或影片上傳或分享	19.9%	10.3%
銀行金融服務	21.2%	7.7%
撥打語音網路電話	23.9%	29.6%
看影音短片	29.2%	19.0%
線上購物	32.4%	7.5%
線上查詢商品或服務資訊	33.4%	16.7%
傳送或接收電子郵件	36.4%	21.5%
取得新聞資訊	37.5%	17.5%
使用社群網路	56.8%	36.6%
瀏覽網頁/查詢	64.4%	47.1%

「網售者/非網售者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能無關

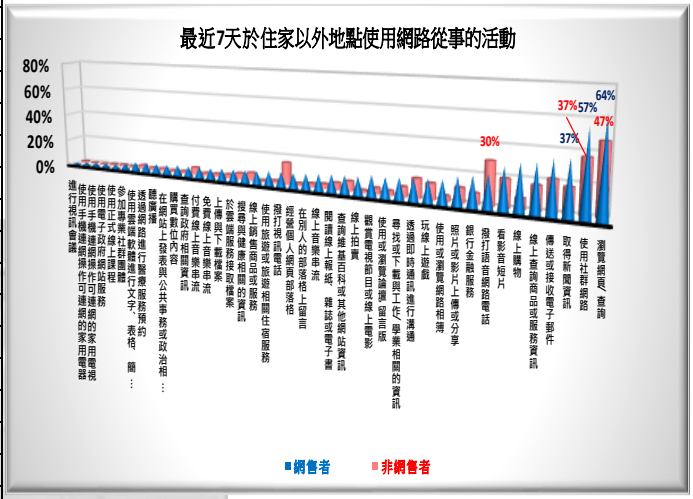
H_1：「網售者/非網售者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 252.05 ，v = (C-1)*(R-1)= 41 $\chi 2(0.95,41)$= 56.94 < 252.05

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(64%)、使用社群網路(57%)、取得新聞資訊(38%)；而非網售者最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(47%)、使用社群網路(37%)、撥打語音網路電話(30%)。同時，網售者最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動平均有 6.62 項活動，而非網售者則僅 3.32 項活動。顯示，在住家以外地點，網售者所從事的網路活動較非網售者多元。

（14） 多常在家使用網路

多常在家中使用網路	網售者	非網售者
每天超過50次	29.5%	12.5%
每天超過10次	50.6%	43.2%
每天至少一次	17.3%	39.2%
每週至少一次	0.6%	3.2%
每2週至少一次	1.3%	0.4%
每月至少一次	0.4%	0.2%
一個月用不到一次	0.2%	0.0%
從來沒有在家中使用網路	0.0%	1.4%

「網售者/非網售者」與「多常在家中使用網路」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「多常在家中使用網路」可能無關

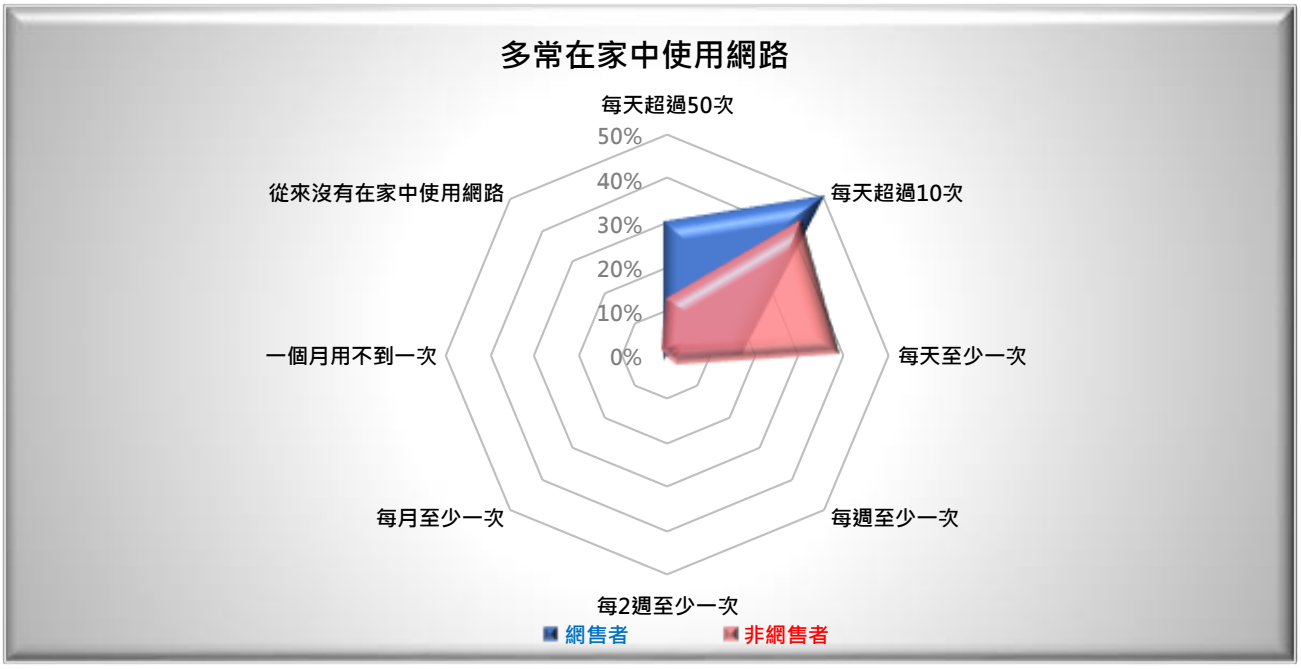
H_1：「網售者/非網售者」與「多常在家中使用網路」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 58.95 ，v = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi 2(0.95,7)$= 14.07 < 58.95

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「多常在家中使用網路」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「多常在住家使用網路」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於在住家使用網路的頻率主要是每天超過 10 次及 50 次(共 80%)、而非網售者對於在住家使用網路的頻率主要是每天至少 1 次及超過 10 次(82%)；顯示，網售者在住家使用網路的頻率要高於非網售者。

（15） 一星期在家上網幾個小時

一星期在家上網幾個小時	網售者	非網售者
1小時	1.4%	3.7%
2小時	1.4%	5.2%
3小時	2.9%	4.8%
4小時	3.7%	2.9%
5小時	2.6%	2.8%
6小時	0.0%	1.3%
7小時	5.4%	11.1%
8小時	3.5%	3.3%
9小時	0.1%	0.0%
10小時	5.4%	11.5%
11小時	0.1%	0.5%
12小時	1.1%	2.4%
13小時	0.9%	0.8%
14小時	5.3%	7.6%
15小時	1.8%	2.2%
16小時	1.0%	2.6%
17小時	0.3%	0.3%
18小時	0.0%	0.8%
19小時	0.3%	0.2%
20小時	7.4%	6.5%
21小時	3.0%	5.5%
22小時	1.7%	1.4%
23小時	0.0%	1.1%
24小時	1.0%	0.4%
25小時	2.8%	1.2%
26小時	0.8%	0.3%
27小時	0.6%	0.2%
28小時	5.2%	1.4%
29小時	0.3%	0.5%
30小時	5.1%	3.9%
31小時	0.0%	0.4%
32小時	0.3%	0.7%
34小時	0.0%	0.2%
35小時	8.8%	1.6%
36小時	0.3%	0.2%
37小時	1.0%	0.0%
38小時	0.5%	0.2%
40小時	3.2%	1.8%
41小時	0.0%	0.1%
42小時	0.6%	1.7%
43小時	0.0%	0.2%
44小時	0.5%	0.0%
45小時	1.0%	0.1%
48小時	0.0%	0.3%
50小時	2.8%	1.4%
52小時	0.0%	0.2%
55小時	0.2%	0.0%
56小時	5.2%	1.2%
60小時	1.1%	0.6%
62小時	1.4%	0.1%
63小時	0.0%	0.1%
65小時	0.0%	0.1%
68小時	0.6%	0.0%
70小時	0.4%	0.6%
71小時	0.6%	0.0%
72小時	0.2%	0.0%
74小時	0.9%	0.0%
75小時	0.5%	0.0%
80小時	0.8%	0.3%
81小時	0.0%	0.2%
84小時	0.1%	0.3%
90小時	0.4%	0.1%
100小時	0.0%	0.4%
105小時	1.0%	0.0%
108小時	0.9%	0.0%
110小時	0.0%	0.0%
112小時	0.1%	0.1%
120小時	0.0%	0.0%
121小時	0.0%	0.0%
130小時	0.5%	0.0%
140小時	0.0%	0.1%
144小時	0.4%	0.0%
146小時	0.3%	0.0%
平均小時	29小時	18小時

「網售者/非網售者」與「一星期在家上網幾個小時」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「一星期在家上網幾個小時」可能無關

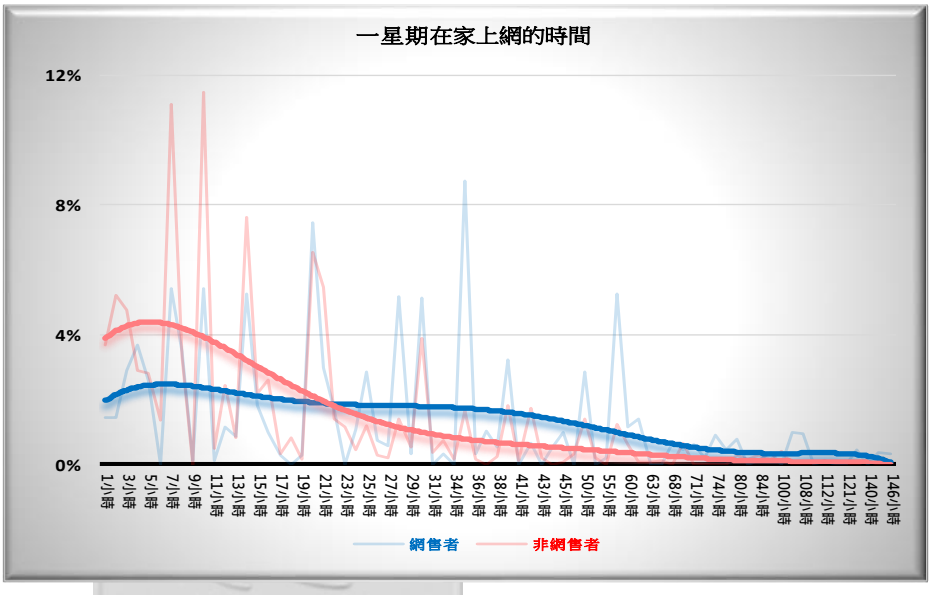
H_1：「網售者/非網售者」與「一星期在家上網幾個小時」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 166.32 ， v = (C-1)*(R-1)= 72 χ2(0.95,72)= 92.00 < 166.32

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「一星期在家上網幾個小時」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「一星期在家上網的時間」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者一星期在家上網的時間主要分布在 20 小時及以上(63%)、而非網售者則主要分布在 20 小時及以下(71%)。據以計算，網售者平均一星期在家上網的時間是 29 小時；非網售者平均一星期在家上網的時間是 18 小時。

（16） 最近 7 天在家中使用網路從事的活動

最近7天在家中使用網路時從事的活動	網售者	非網售者
其他	0.0%	0.5%
使用手機連網操作可連網的家用電器	2.3%	0.6%
使用手機連網操作可連網的家用電視	3.8%	0.8%
進行視訊會議	4.3%	1.1%
聽廣播	5.9%	2.1%
在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	7.2%	1.5%
免費線上音樂串流	8.0%	3.9%
付費線上音樂串流	8.0%	2.1%
使用正式線上課程	8.4%	1.3%
使用電子政府網站服務	9.1%	1.3%
參加專業社群團體	9.8%	1.6%
查詢政府相關資訊	10.1%	7.1%
透過網路進行醫療服務預約	10.9%	2.5%
使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	12.2%	4.3%
上傳與下載檔案	13.2%	4.9%
閱讀線上報紙、雜誌或電子書	14.0%	5.9%
在別人的部落格上留言	14.8%	3.7%
購買數位內容	15.5%	2.0%
搜尋與健康相關的資訊	16.4%	12.2%
線上音樂串流	16.8%	5.4%
經營個人網頁部落格	17.6%	3.0%
於雲端服務接取檔案	18.3%	5.6%
查詢維基百科或其他網站資訊	18.5%	11.2%
線上銷售商品或服務	19.1%	1.3%
撥打視訊電話	19.3%	21.6%
使用或瀏覽論壇,留言版	19.5%	5.5%
使用旅遊或旅遊相關住宿服務	19.6%	4.1%
線上拍賣	19.9%	2.2%
使用或瀏覽網路相簿	20.0%	6.8%
玩線上遊戲	23.8%	18.8%
尋找或下載與工作/學業相關的資訊	24.2%	10.3%
銀行金融服務	27.5%	11.6%
觀賞電視節目或線上電影	27.8%	12.2%
透過即時通訊進行溝通	27.9%	20.0%
照片或影片上傳或分享	29.5%	17.8%
撥打語音網路電話	32.1%	38.6%
線上查詢商品或服務資訊	41.6%	29.5%
取得新聞資訊	41.7%	31.8%
線上購物	42.1%	16.3%
看影音短片	42.7%	33.5%
傳送或接收電子郵件	50.8%	26.7%
使用社群網路	57.9%	48.0%
瀏覽網頁/查詢	79.8%	63.0%

「網售者/非網售者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能無關

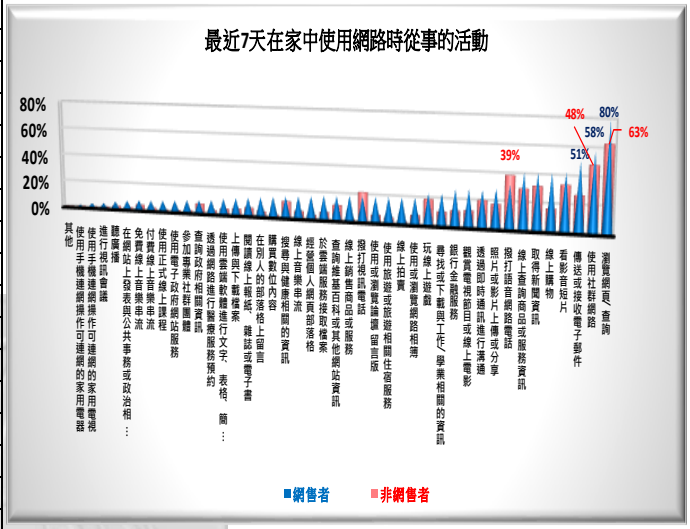
H_1：「網售者/非網售者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 386.62 ，v = (C-1)*(R-1)= 42 χ2(0.95,42)= 58.12 < 386.62

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「最近 7 天在家中使用網路從事的活動」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者最近 7 天在家中使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(80%)、使用社群網路(58%)、傳送或接收電子郵件(51%)；而非網售者最近 7 天在家中使用網路從事的活動前三名是瀏覽網頁/查詢(63%)、使用社群網路(48%)、撥打語音網路電話(39%)。同時，網售者最近 7 天於住家使用網路從事的活動平均有 9.11 項活動，而非網售者則僅 5.04 項活動。顯示，網售者在家中所從事的網路活動較非網售者多元。

2. 社群媒體使用行為

（1） 是否擁有任何社群媒體網站或 App 的帳號

是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號	網售者	非網售者
有	92.1%	83.9%
沒有	7.9%	16.1%

「網售者/非網售者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能無關

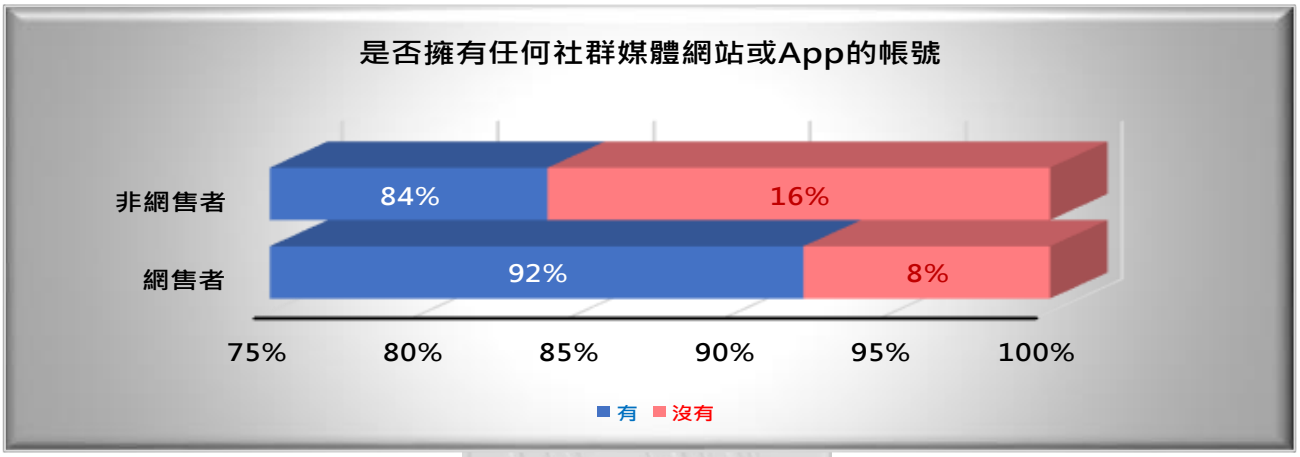
H_1：「網售者/非網售者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 7.57 ，v = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 7.57

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「是否擁有任何社群媒體網站或 App 的帳號」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者擁有任何社群媒體網站 / App 的帳號者占 92%，高於非網售者的 84%。

（2） 擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或 App 帳號

擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號	網售者	非網售者
都沒有在使用了	0.0%	0.3%
Tumblr	3.4%	1.0%
Pinterest	3.4%	0.9%
SnapChat	3.4%	0.9%
LinkedIn	8.2%	0.8%
Twitter	12.0%	3.4%
WhatsApp	18.0%	4.2%
WeChat	26.8%	9.7%
Google+	33.9%	18.1%
Instagram	42.7%	19.0%
YouTube	58.3%	32.9%
Line	80.2%	77.3%
臉書	84.7%	69.0%

「網售者/非網售者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能無關

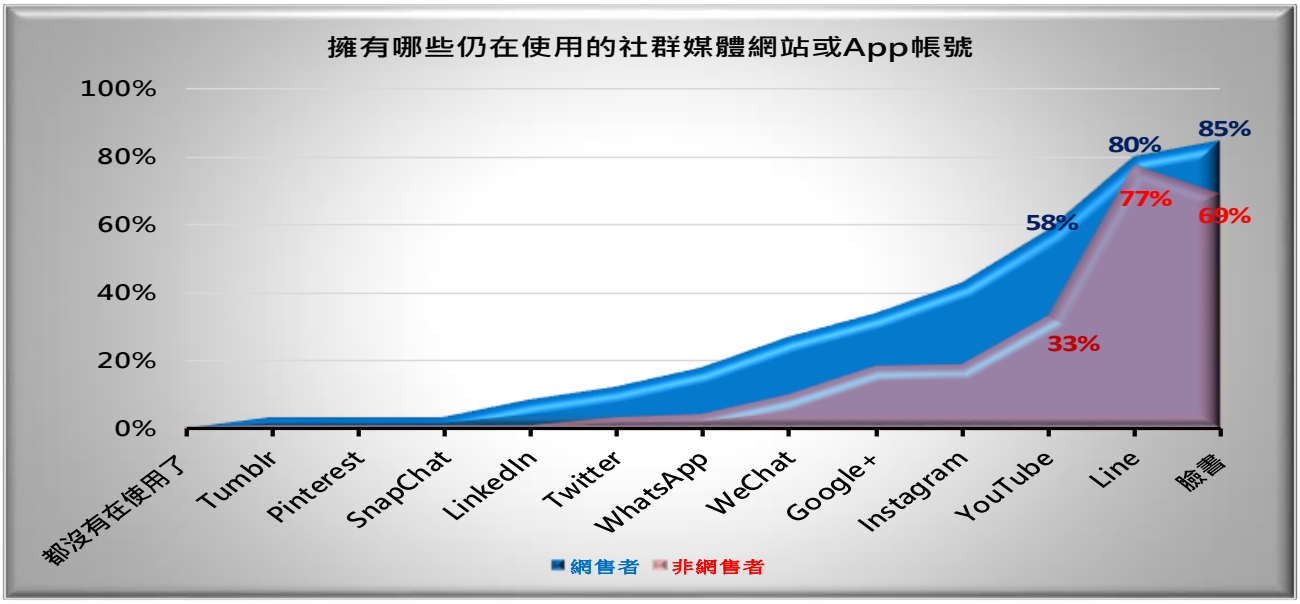
H_1：「網售者/非網售者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 105.76 ，v = (C-1)*(R-1)= 12 $\chi^2(0.95,12)$= 21.02 < 105.76

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或 App 帳號」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者所擁有的仍在使用之社群媒體網站 / App 帳號為臉書(85%)、Line(80%)、YouTube(58%)，均高於非網售者的臉書(69%)、Line(77%)、YouTube(33%)。

（3） 最常使用的社群媒體網站或 App

最常使用的社群媒體網站或App	網售者	非網售者
Google+	0.0%	0.2%
WeChat	0.0%	0.3%
Twitter	0.7%	0.1%
YouTube	2.2%	3.1%
Instagram	5.7%	1.1%
臉書	40.3%	25.7%
Line	51.2%	69.5%

「網售者/非網售者」與「最常使用的社群媒體網站或App」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能無關

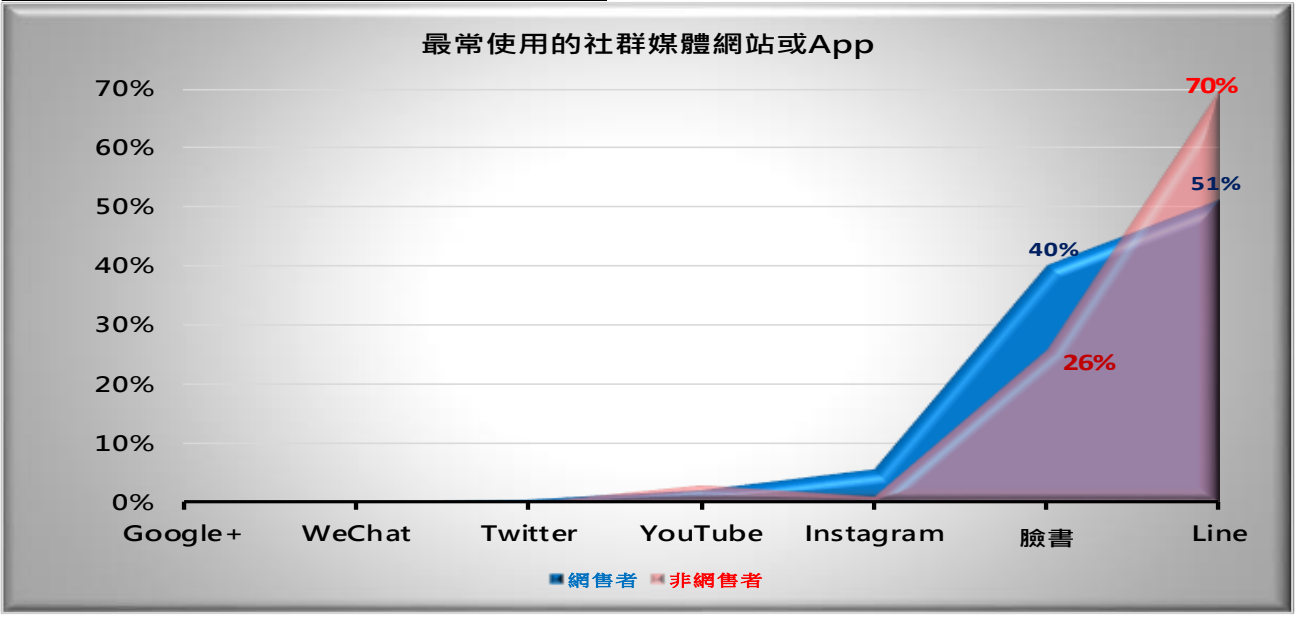
H_1：「網售者/非網售者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 33.21 ，v = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi^2(0.95,6)$= 12.59 < 33.21

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「最常使用的社群媒體網站或 App」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者最常使用的社群媒體網站 / App 為 Line(51%)、臉書(40%)，而非網售者最常使用的社群媒體網站或 App 為 Line(70%)、臉書(26%)。

（4） 曾在社群媒體網站或 App 上進行哪些事情

曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情	網售者	非網售者
都沒有	0.8%	5.5%
於其他公司或組織網站留言抱怨	3.4%	1.2%
創造群組/張貼事件	14.2%	4.8%
於公開群組張貼訊息或留言	18.4%	8.8%
按讚留言以獲得獎品	32.6%	13.5%
在私人討論群組留言	38.7%	20.1%
打卡	41.8%	25.6%
在別人分享的文章、影片或是照片上按讚	59.5%	51.0%
瀏覽他人分享之文章、影片或是照片	60.2%	51.8%
發表評論或分享我自己的影片或照片	62.4%	34.3%

「網售者/非網售者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能無關

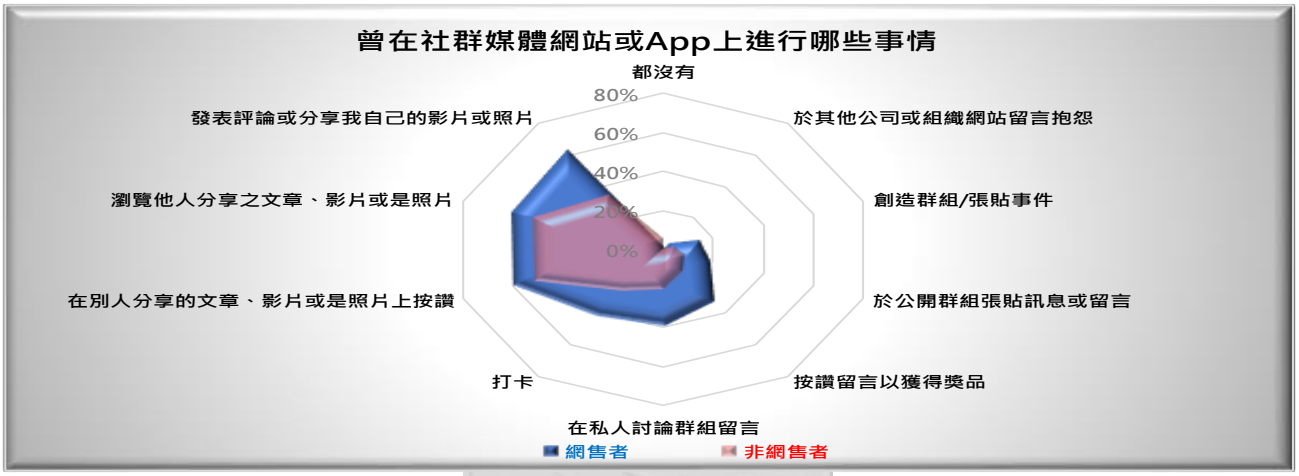
H_1：「網售者/非網售者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 48.81 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi^2(0.95,9)$= 16.92 < 48.81

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「曾在社群媒體網站或 App 上進行哪些事情」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者曾在社群媒體網站或 App 上進行的事情主要為發表評論或分享我自己的影片或照片(62%)、瀏覽他人分享之文章、影片或是照片(60%)、在別人分享的文章、影片或是照片上按讚(60%)；而非網售者曾在社群媒體網站或 App 上進行的事情主要為瀏覽他人分享之文章、影片或是照片(52%)、在別人分享的文章、影片或是照片上按讚(51%)、發表評論或分享我自己的影片或照片(34%)。兩者雖然從事的事情大同小異，但比率有些差距，同時，網售者平均進行了 3.31 項活動，非網售者則僅進行了 2.11 項活動，顯示網售者能較善用社群媒體網站 / App 的功能，且頻度也較高、活動種類較多。

（5） 我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文

我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	網售者	非網售者
非常同意	37.5%	33.2%
還算同意	47.3%	38.0%
不太同意	8.5%	22.6%
非常不同意	6.7%	6.2%
平均分數	3.16	2.98

「網售者/非網售者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」可能無關

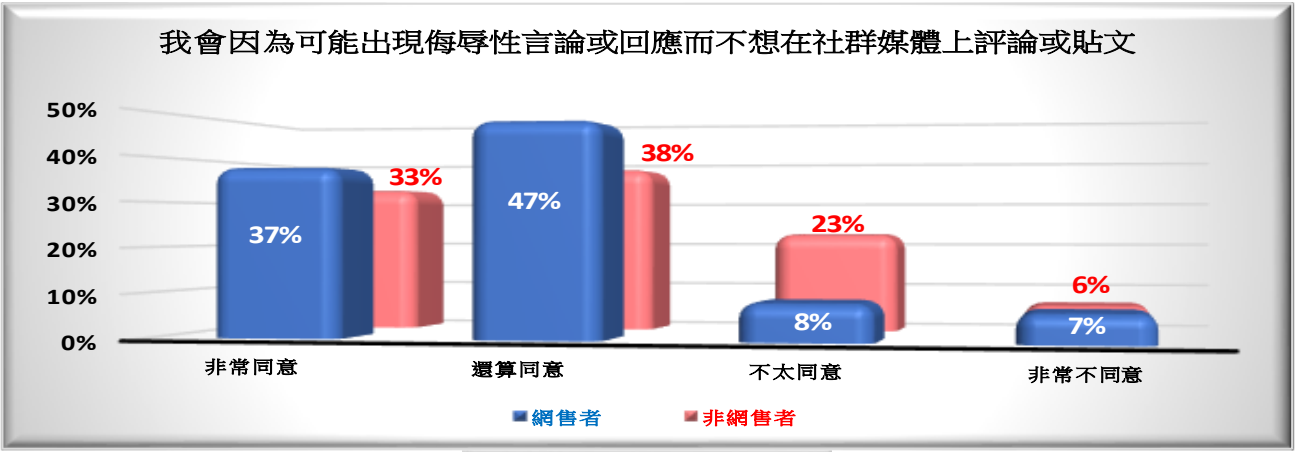
H_1：「網售者/非網售者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 15.56 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi^2(0.95,3)$= 7.81 < 15.56

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者對於「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」的反應可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」一事的主要反應是：非常同意（38%）、還算同意(47%)，平均評分是 3.16 分(滿分 4 分)；而非網售者對於「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」一事的主要反應是：非常同意（33%）、還算同意(38%)、不太同意(23%)，平均評分是 2.98 分。兩者對於「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」一事的認知是有些差異。

（6） 我使用社群媒體時經常感到被排擠

我使用社群媒體時經常感到被排擠	網售者	非網售者
非常同意	12.0%	2.3%
還算同意	11.3%	9.1%
不太同意	27.9%	42.7%
非常不同意	48.7%	45.9%
平均分數	1.87	1.68

「網售者/非網售者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能無關

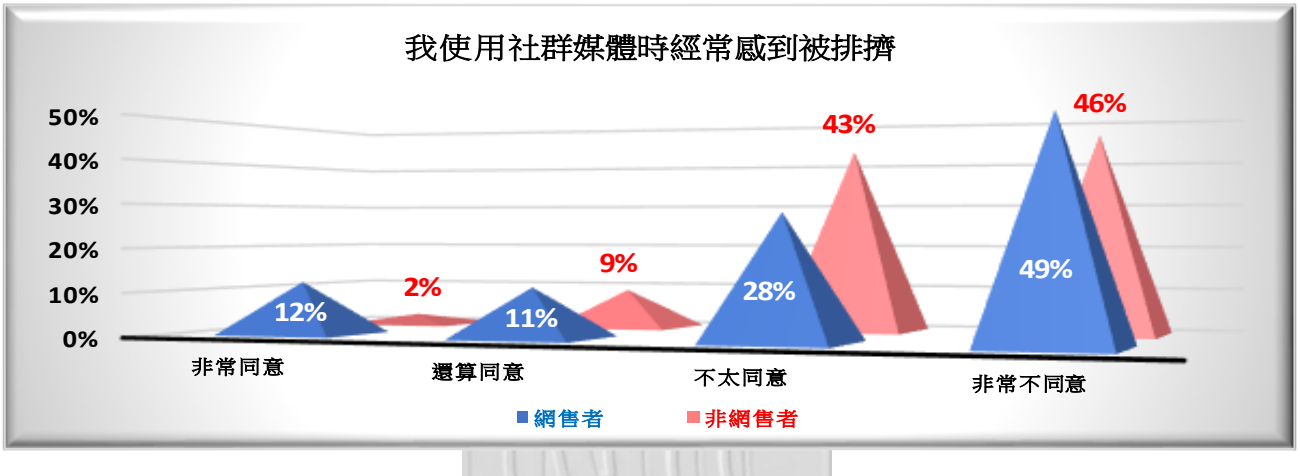
H_1：「網售者/非網售者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 32.76 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi^2(0.95,3)$= 7.81 < 32.76

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者對於「我使用社群媒體時經常感到被排擠」的反應可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於「我使用社群媒體時經常感到被排擠」一事的主要反應是：非常不同意（49%）、不太同意(28%)，平均評分是 1.87 分(滿分 4 分)；而非網售者對於「我使用社群媒體時經常感到被排擠」一事的主要反應是：非常不同意（46%）、不太同意(43%)，平均評分是 1.68 分。兩者對於「我使用社群媒體時經常感到被排擠」一事的認知差異主要來自於非常同意一項，網售者有 12%，而非網售者僅有 2%。不過，整體而言，兩者均傾向不同意「我使用社群媒體時經常感到被排擠」。

（7） 使用社群媒體時，讓我感覺更有創意

使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	網售者	非網售者
非常同意	23.8%	9.5%
還算同意	60.9%	55.4%
不太同意	13.3%	29.8%
非常不同意	2.0%	5.3%
平均分數	3.06	2.69

「網售者/非網售者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能無關

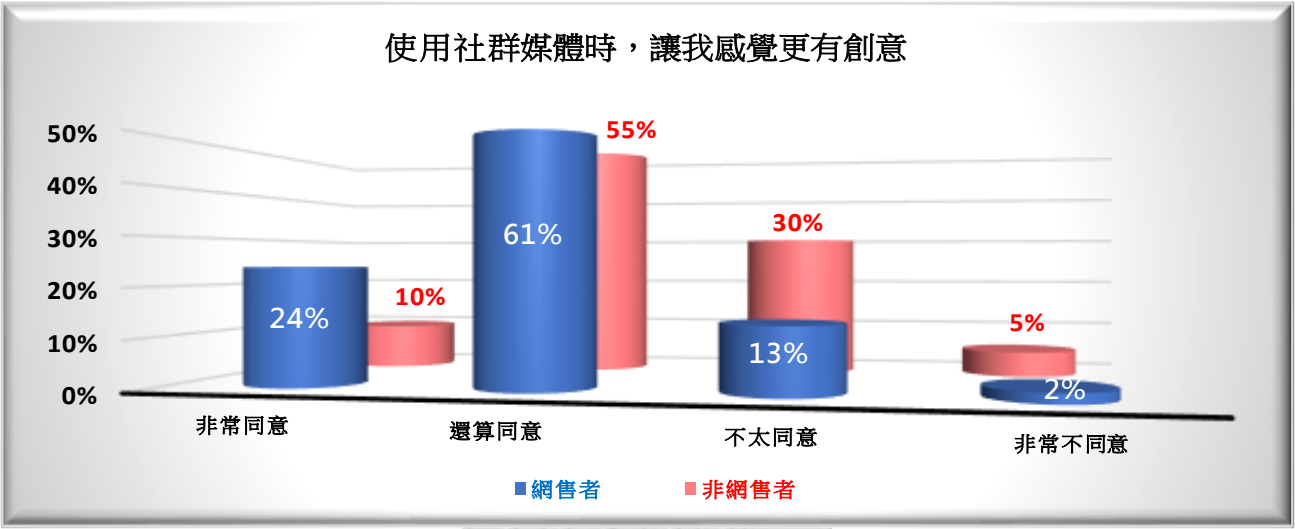
H_1：「網售者/非網售者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 34.75 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi 2(0.95,3)$= 7.81 < 34.75

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」的反應可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」一事的主要反應是：非常同意（24%）、還算同意(61%)，平均評分是 3.06 分(滿分 4 分)；而非網售者對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」一事的主要反應是：還算同意（55%）、不太同意(30%)，平均評分是 2.69。兩者對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」一事的認知，網售者向非常同意傾斜，非網售者向不太同意傾斜。

（8） 曾在社群媒體(臉書、Line 等) 上分享文章連結

您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結	網售者	非網售者
有	91.7%	70.7%
沒有	8.3%	29.3%

「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能無關

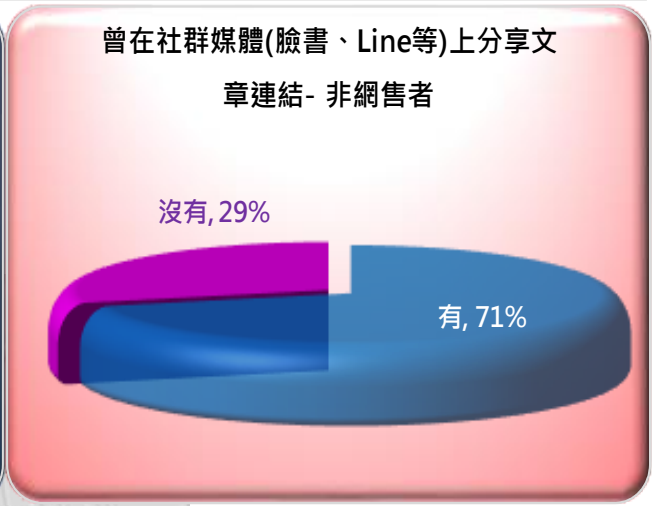
H_1：「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 29.53 ，v = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 29.53

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者 92%曾在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結、而非網售者則有 71%，顯示，網售者在網路上較樂於分享訊息。

（9） 常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結

我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結	網售者	非網售者
非常同意	16.9%	6.6%
還算同意	35.2%	29.9%
不太同意	27.7%	40.0%
非常不同意	20.1%	23.4%
平均分數	2.49	2.20

「網售者/非網售者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能無關

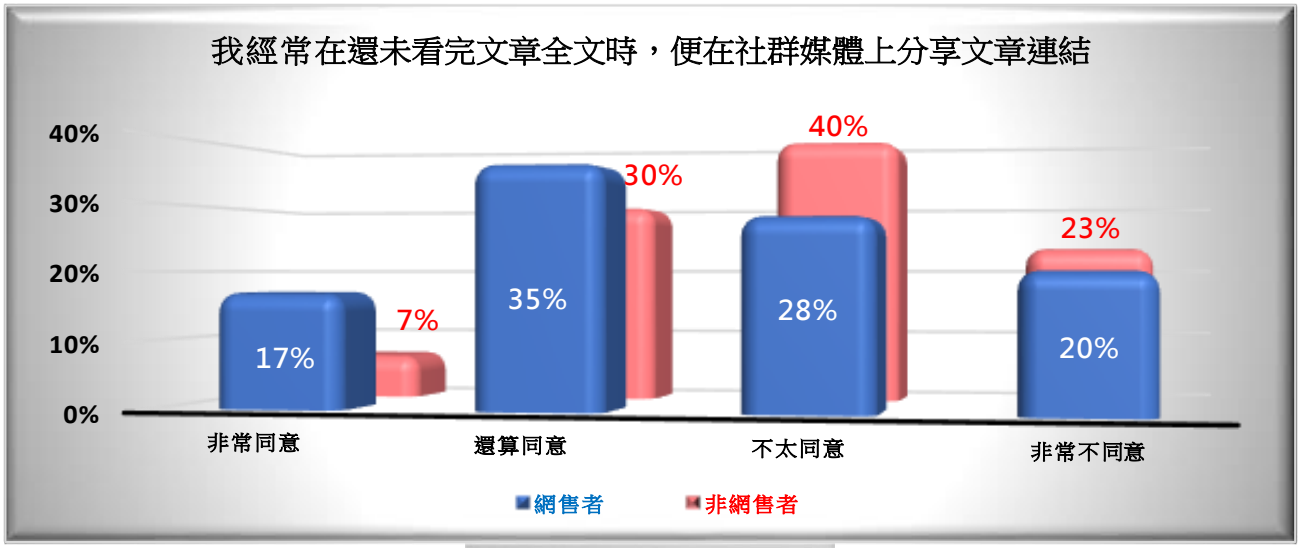
H_1：「網售者/非網售者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.61 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 18.61

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者對於「常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結」的同意程度可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於「常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結」一事的主要反應是：還算同意（35%）、不太同意(28%)，平均評分是 2.49 分(滿分 4 分)；而非網售者對於「常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結」一事的主要反應是：還算同意（30%）、不太同意(40%)，平均評分是 2.2。整體而言，兩者對於「常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結」一事的認知是傾向不同意的，而非網售者不認同程度稍高。

（10） 每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的

每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的	網售者	非網售者
非常同意	15.4%	6.5%
還算同意	42.1%	58.5%
不太同意	37.7%	30.9%
非常不同意	4.8%	4.0%
平均分數	2.68	2.68

「網售者/非網售者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能無關

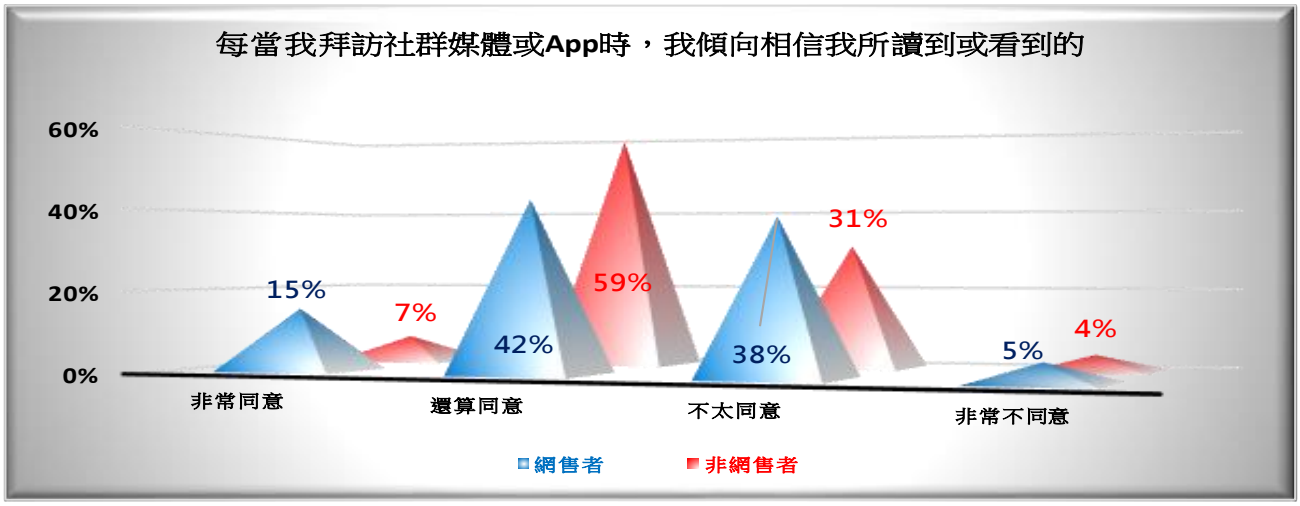
H_1：「網售者/非網售者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 20.08 ， ν = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 20.08

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者對於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」的同意程度可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」一事的主要反應是：非常同意+還算同意（58%）；而非網售者對於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」一事的主要反應是：非常同意+還算同意（65%）。整體而言，網售者對於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」一事的質疑程度稍高，而非網售者則認同程度較高；顯示，網售者的網路素養較佳、較具質疑的能力。

（11） 曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見

您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見	網售者	非網售者
有	62.9%	26.0%
沒有	37.1%	74.0%

「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能無關

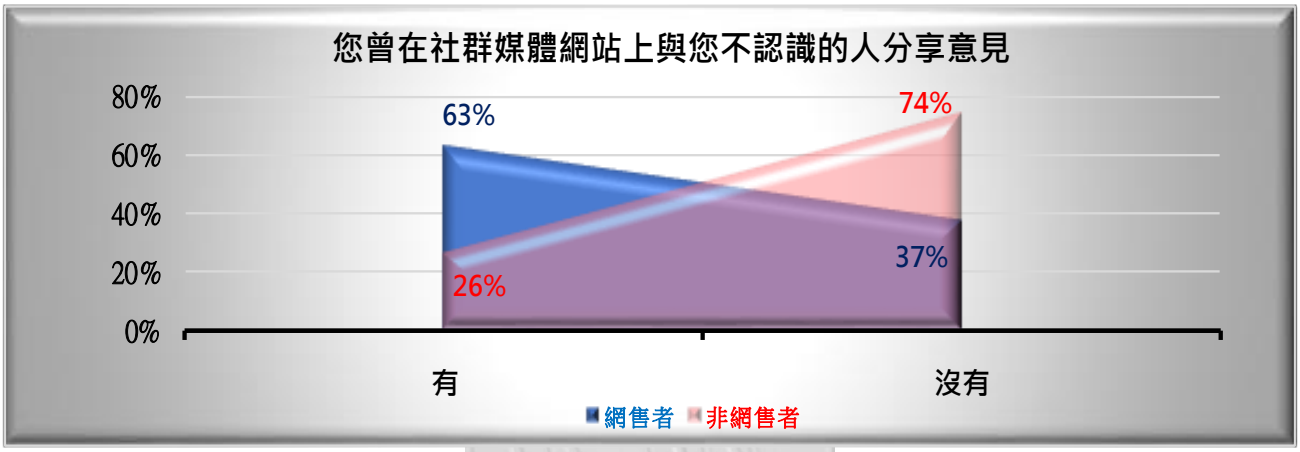
H_1：「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 79.30 ， v = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 79.30

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者曾在社群媒體網站上與不認識的人分享意見者占 63%，高於非網售者的 26%；這也再次印證，網售者在網路上是較慷慨的、開放的、樂於分享的，也樂於擴展自己的影響力。

（12） 發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率

每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率	網售者	非網售者
總是	31.8%	25.0%
經常	39.4%	32.2%
很少	25.2%	32.5%
從不	3.7%	10.4%
平均分數	2.99	2.72

「網售者/非網售者」與「每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能無關

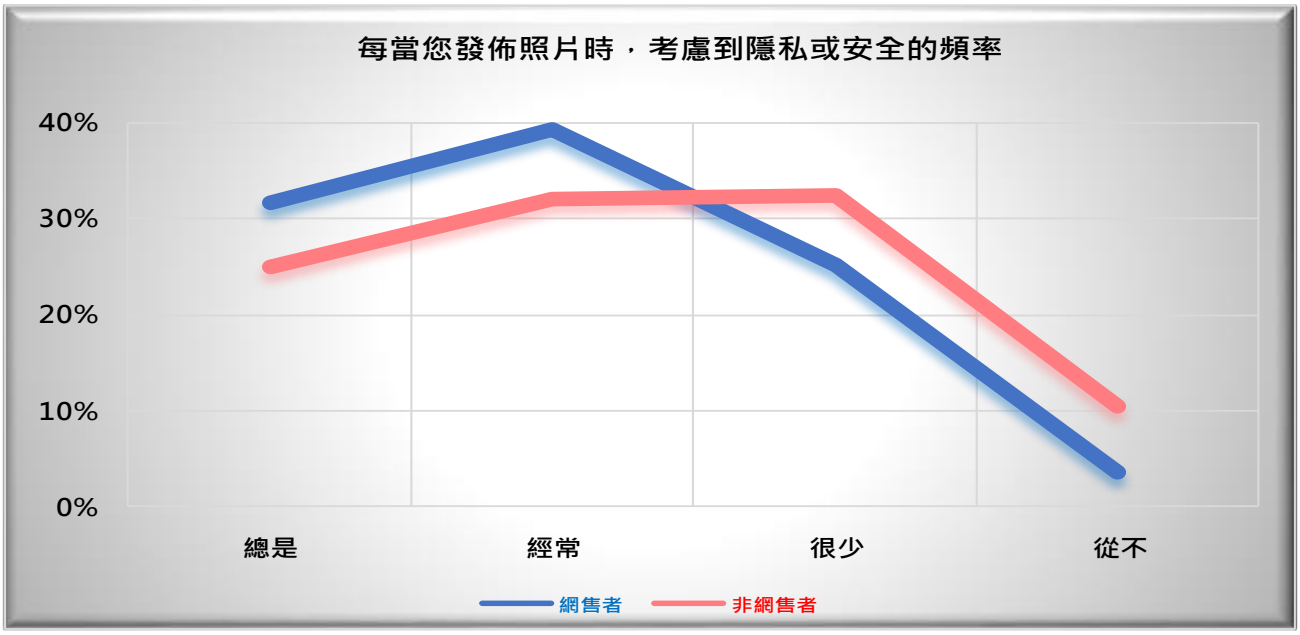
H_1：「網售者/非網售者」與「每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 12.34 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 12.34

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者總是+經常考慮到隱私或安全者有 71%，高於非網售者的 57%。顯示，網售者比較重視「發佈照片時應考慮到的隱私或安全」。

（13） 發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情

每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	網售者	非網售者
總是	29.8%	25.7%
經常	44.2%	37.7%
很少	24.6%	28.1%
從不	1.4%	8.5%
平均分數	3.02	2.80

「網售者/非網售者」與「每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能無關

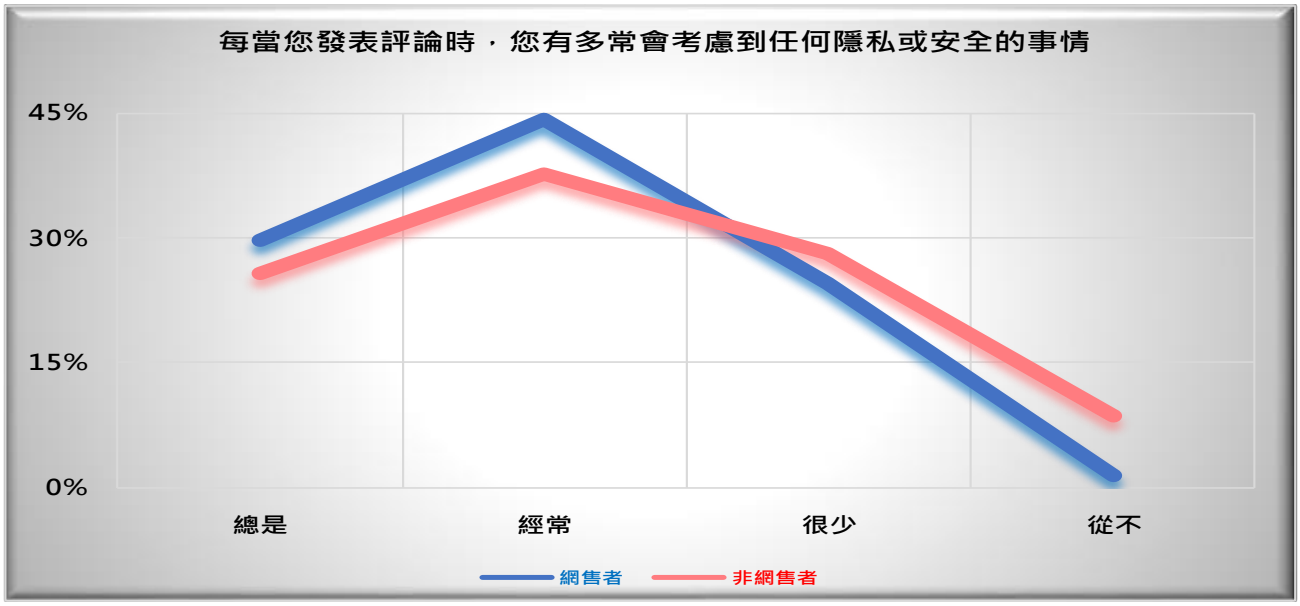
H_1：「網售者/非網售者」與「每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 11.51 ， v = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 11.51

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者總是+經常考慮到隱私或安全者有 74%，高於非網售者的 63%。顯示，網售者比非網售者較重視「發表評論時應考慮到的隱私或安全」。

（14） 哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態

哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態	網售者	非網售者
我常瀏覽我不同意的意見	27.7%	16.1%
我有時會瀏覽我不同意的意見	58.2%	51.0%
我不常瀏覽我所不同意的意見	14.2%	32.9%

「網售者/非網售者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能無關

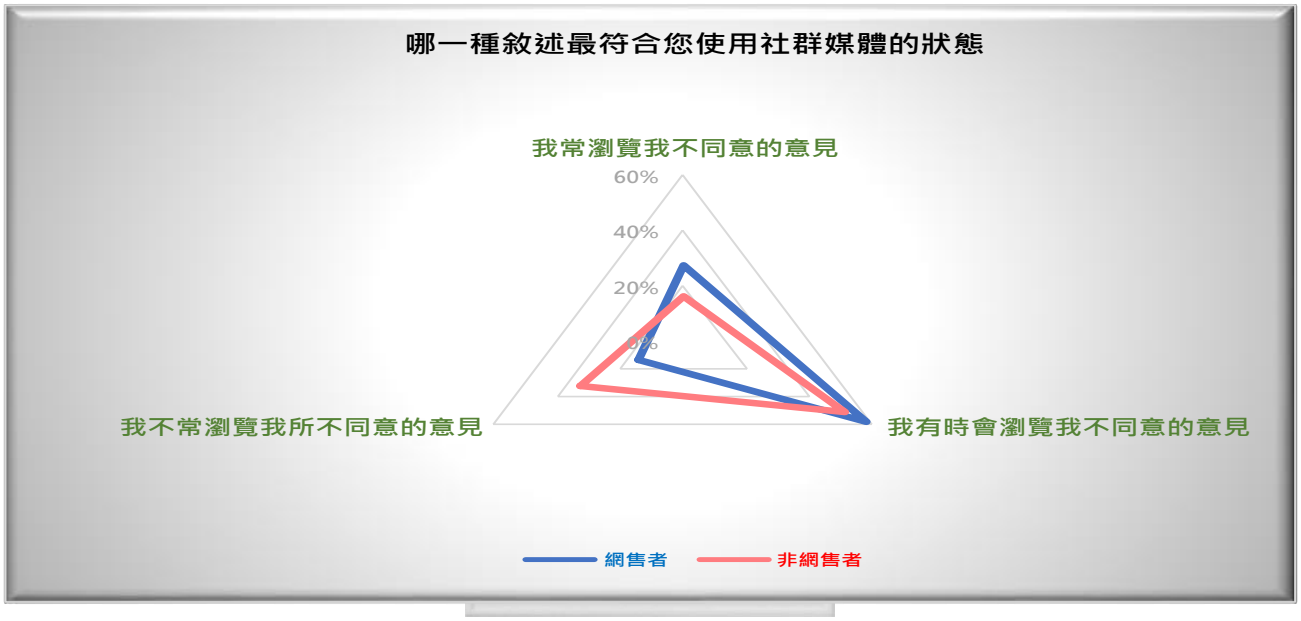
H_1：「網售者/非網售者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 24.31 ，v = (C-1)*(R-1)= 2 $\chi 2(0.95,2)$= 5.99 < 24.31

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者與非網售者的差異點在於：「我不常瀏覽我不同意的意見」，網售者有 14%，而非網售者卻有 33%；而在「我常瀏覽我所不同意的意見」，網售者有 28%，而非網售者卻僅 16%。顯示，非網售者更常沉浸於同溫層，而網售者對於不同的意見則持較開放的態度。

3. 網路資訊查證行為

（1） 確認網路資訊真實性的方式

每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性	網售者	非網售者
其他	0.5%	0.9%
不曾找資訊	0.9%	5.9%
不曾確認	8.3%	31.1%
檢查該網站資訊是否會定期更新	12.9%	6.6%
詢問信任的人是否也相信該網站	19.2%	20.0%
檢查該網站是否為專業網站	24.0%	14.1%
透過網址確認是否為真實網站	27.7%	14.8%
找尋訊息來源的可信度	49.6%	28.1%
找其他網站的資訊比對	60.3%	34.1%

「網售者/非網售者」與「每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」可能無關

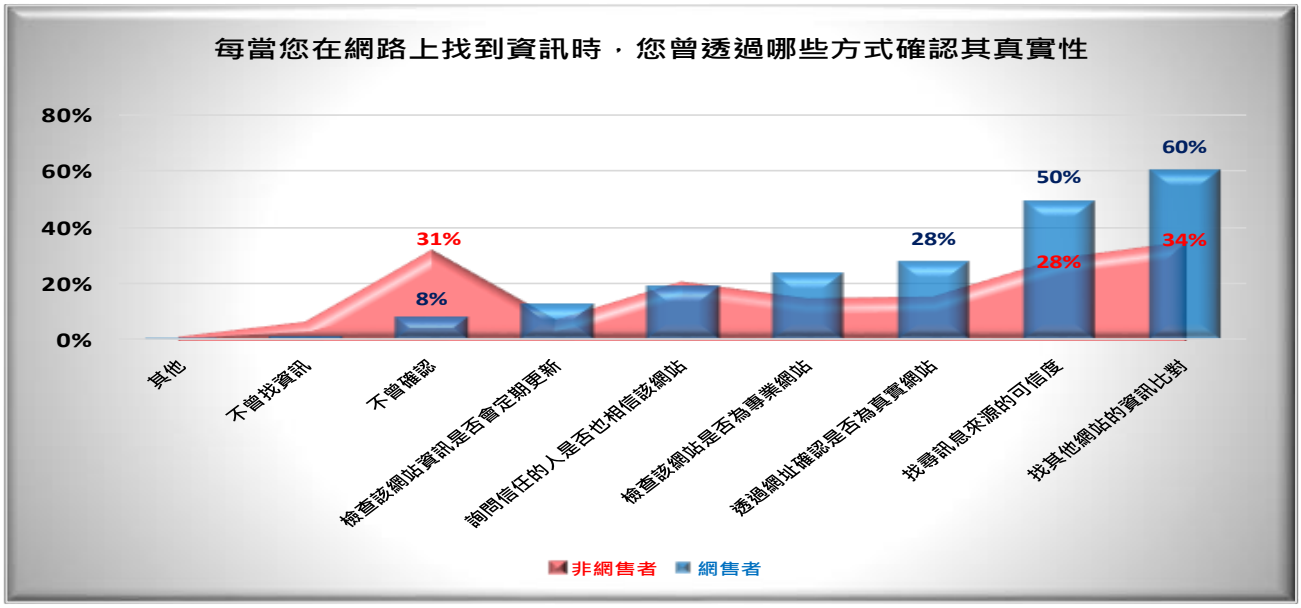
H_1：「網售者/非網售者」與「每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 79.27 ，v = (C-1)*(R-1)= 8 χ2(0.95,8)= 16.92 < 79.27

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「確認網路資訊真實性的方式」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者「確認網路資訊真實性的方式」主要有：找其他網站的資訊比對(60%)、找尋訊息來源的可信度(50%)、透過網址確認是否為真實網站(28%)， 而非網售者「確認網路資訊真實性的方式」與網售者略同，惟比率相差懸殊；值得一是，非網售者不曾確認網路資訊真實性的比率高達 31%，而網售者卻僅有 8%；同時，網售者平均使用了 1.94 個「確認網路資訊真實性的方式」，而非網售者則僅使用了 1.18 個；顯見，網售者在確認網路資訊真實性上的謹慎程度的確高於非網售者，而非網售者的網路素養還有加強的空間。

（2） 我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分

我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分	網售者	非網售者
非常同意	31.9%	14.5%
還算同意	31.3%	39.6%
不太同意	18.5%	29.7%
非常不同意	18.3%	16.2%
平均分數	2.77	2.52

「網售者/非網售者」與「我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」可能無關

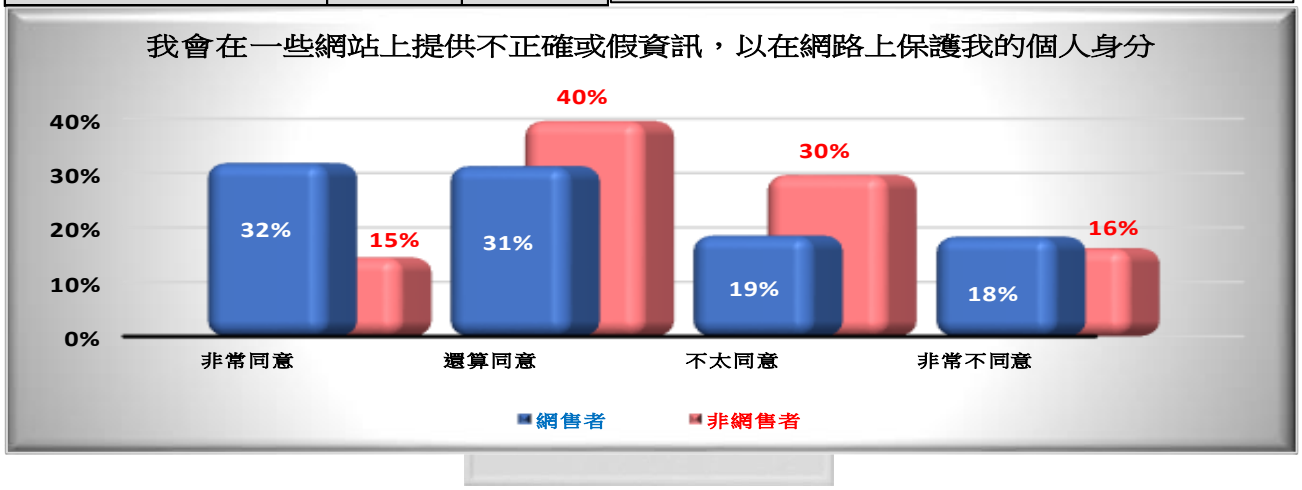
H_1：「網售者/非網售者」與「我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 32.29 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 32.29

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」之認同程度可能有關係。

由以上圖表可知，網售者是向左邊的同意方向傾斜，非網售者是由還算同意向右尾的不同意方向傾斜，兩者對於「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」之認同程度主要的差異在於網售者非常同意的比率(32%)高於非網售者的比率(15%)甚多。同時，網售者在本項的得分是 2.77 分，非網售者則是 2.52 分，雖然分數差距不大，但線型分布的不同的確也顯示出網售者在認同的程度上的強度高於非網售者。

（3） 只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊

只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊	網售者	非網售者
非常同意	19.1%	5.6%
還算同意	28.2%	32.4%
不太同意	35.5%	41.0%
非常不同意	17.2%	20.9%
平均分數	2.49	2.23

「網售者/非網售者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」可能無關

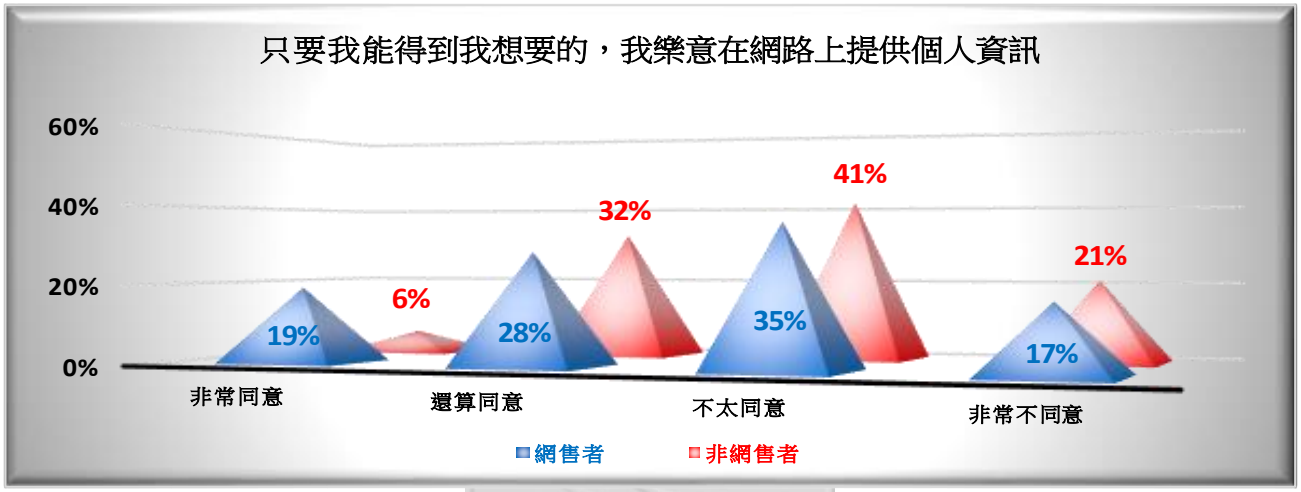
H_1：「網售者/非網售者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 34.77 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi^2(0.95,3)$= 7.81 < 34.77

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」之認同程度可能有關係。

由以上圖表可知，網售者與非網售者對於「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」之認同程度主要的差異在於網售者非常同意的比率(19%)高於非網售者的比率(6%)甚多。顯示，非網售者的態度相對網售者保守，這是否意謂著網售者較樂意在網路上提供個人資訊呢?

（4） 您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」

請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」	網售者	非網售者
總是這樣做	23.5%	7.3%
有時這樣做	49.8%	36.7%
很少這樣做	18.7%	33.3%
從不這樣做	8.1%	22.7%
平均分數	2.89	2.29

「網售者/非網售者」與「請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」可能無關

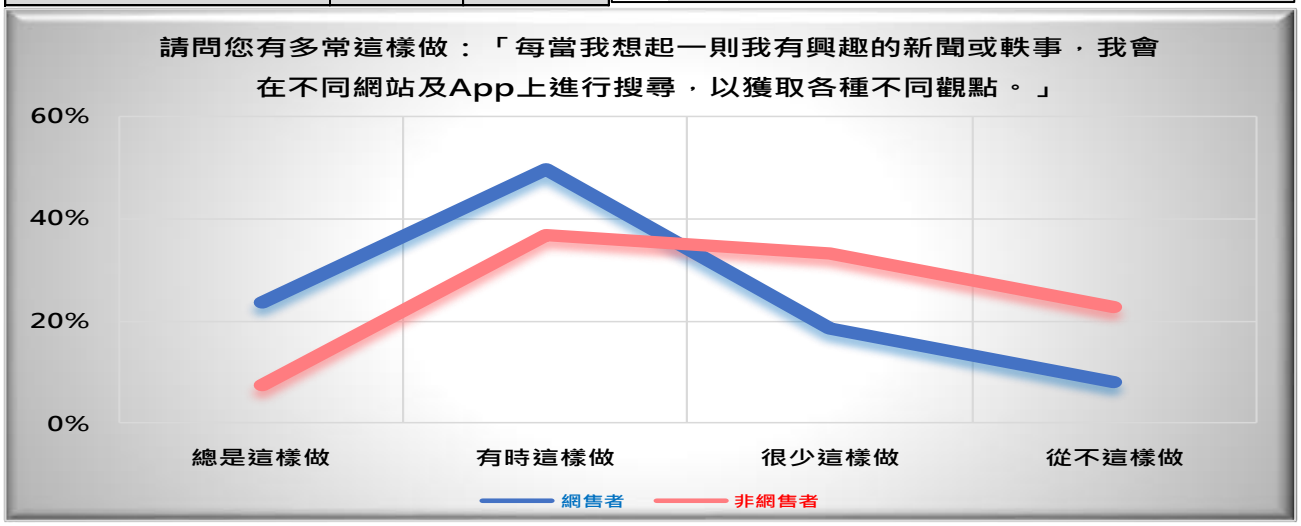
H_1：「網售者/非網售者」與「請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 65.82 ，v = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi 2(0.95,3)$= 7.81 < 65.82

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪對於「您有多常這樣做：每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點」之認知程度可能有關係。

由以上圖表可知，網售者與非網售者對於「您有多常這樣做：每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」之認知程度主要的差異在於網售者總是+有時這樣做的比率(73%)高於非網售者的比率(44%)甚多，相反的，非網售者很少+從不這樣做的比率(56%)高於網售者的比率(27%)甚多。顯示，網售者從事較多的資訊蒐集及查證活動。

（5） 當您想要在網路上搜尋資訊時，曾透過哪些方式來搜尋資訊

每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊	網售者	非網售者
其他	0.0%	0.1%
政府網站	8.0%	12.3%
網路文章	17.9%	9.3%
有網友評論之網站	19.1%	9.4%
社群媒體網站	26.3%	20.2%
維基百科網站	41.5%	23.5%
YouTube	42.7%	30.1%
搜尋引擎	84.8%	75.8%

「網售者/非網售者」與「每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能無關

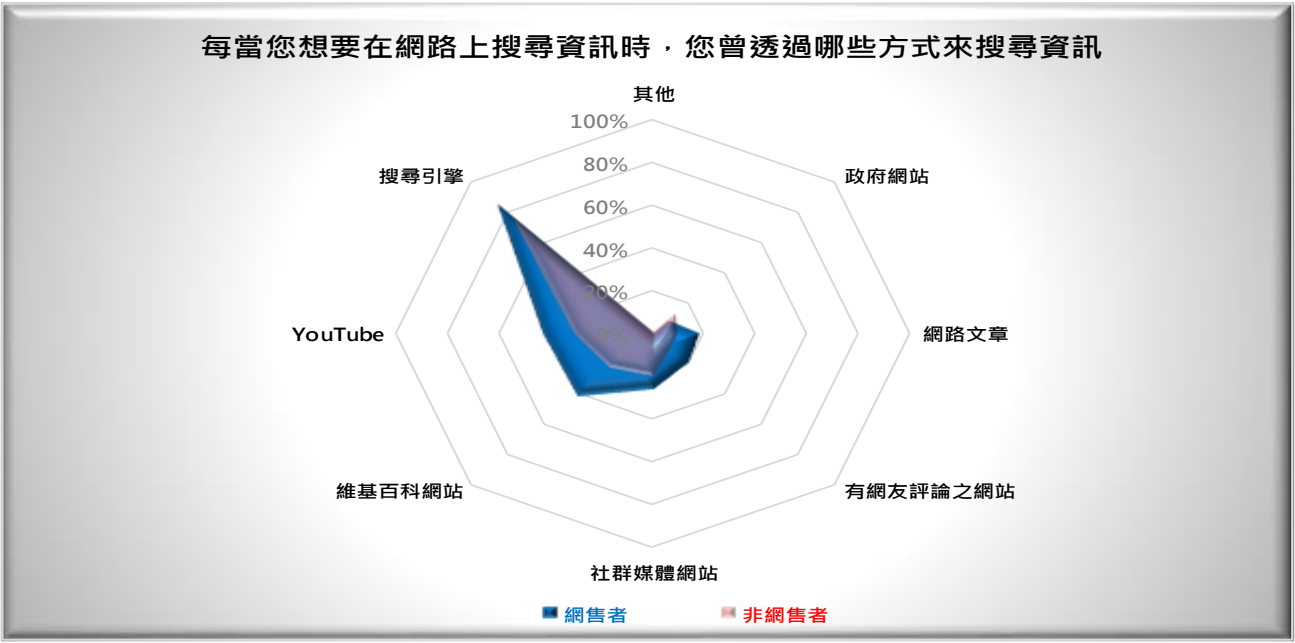
H_1：「網售者/非網售者」與「每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 22.49 ，v = (C-1)*(R-1)= 7 χ2(0.95,7)= 14.07 < 22.49

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪的「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者與非網售者對於「搜尋資訊的方式」大同小異，主要的方式依序是搜尋引擎(如 Google)、YouTube、維基百科網站/社群媒體網站，但兩者比率有些差距；另外，網售者平均透過 2.4 個方式搜尋資訊，而非網售者只有透過 1.81 個方式搜尋資訊。顯示，網售者網路資料查詢的管道較多。

（6） 有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗

有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗	網售者	非網售者
有	94.0%	53.6%
沒有	6.0%	46.4%

「網售者/非網售者」與「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能無關

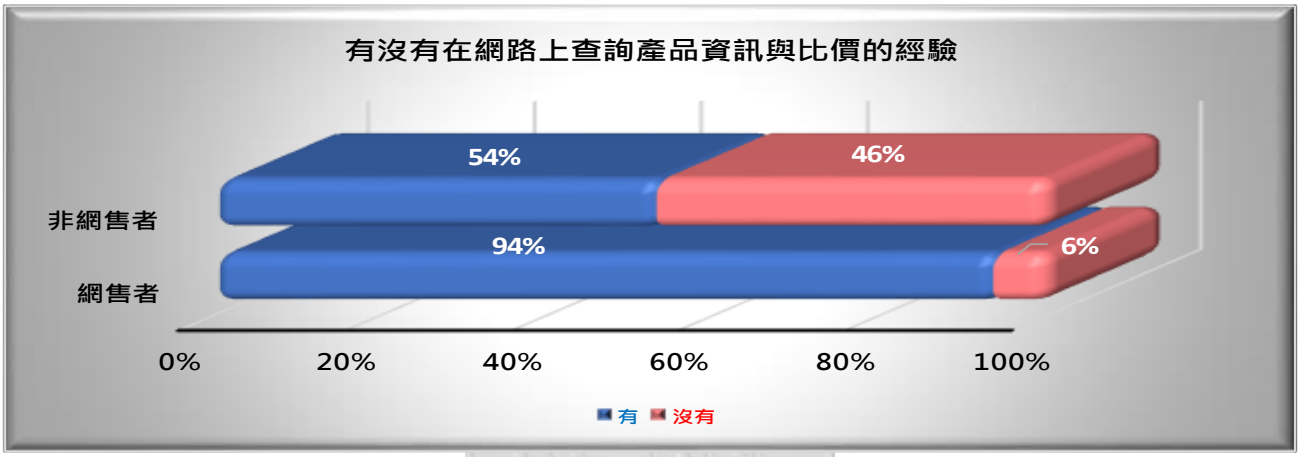
H_1：「網售者/非網售者」與「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 98.22 ，v = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi^2(0.95,1)$= 3.84 < 98.22

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪的「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者「有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」是 94%，高於非網售者的 54%甚多。

（7） 最近 7 日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗

最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗	網售者	非網售者
有	70.4%	46.9%
沒有	29.6%	53.1%

「網售者/非網售者」與「最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能無關

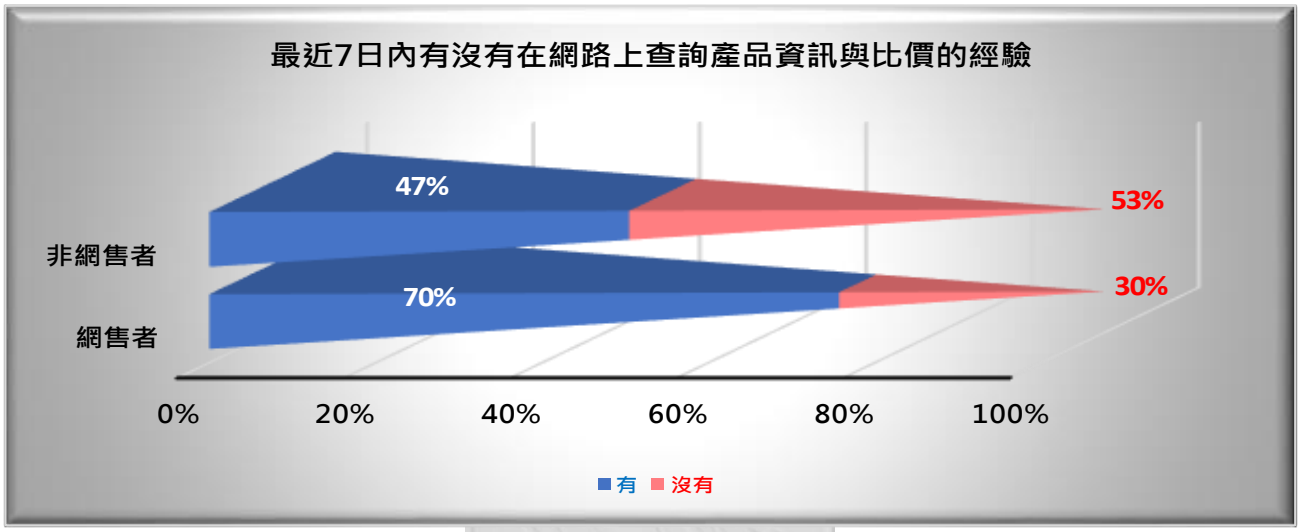
H_1：「網售者/非網售者」與「最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 26.31 ，v = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 26.31

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪的「最近 7 日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者「最近 7 日內有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」是 70%，高於非網售者的 47%甚多。

4. 網路購物經驗

（1） 是否有在網路上購物的經驗

是否有在網路上購物的經驗	網售者	非網售者
有	94.5%	48.5%
沒有	5.5%	51.5%

「網售者/非網售者」與「是否有在網路上購物的經驗」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「是否有在網路上購物的經驗」可能無關

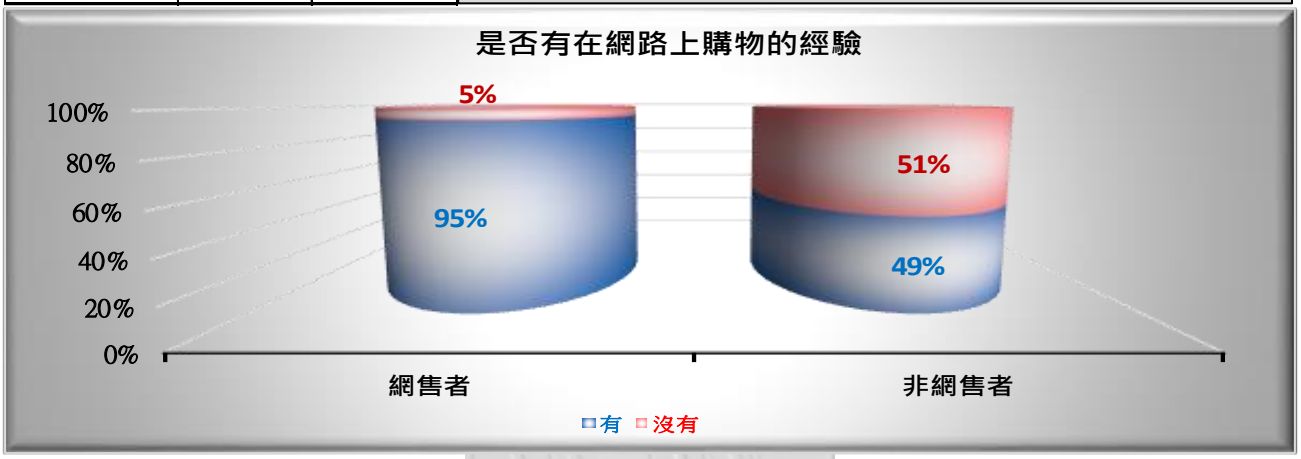
H_1：「網售者/非網售者」與「是否有在網路上購物的經驗」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 124.93 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 124.93

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「是否有在網路上購物的經驗」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「是否有在網路上購物的經驗」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者「有在網路上購物的經驗」達 95%，而非網售者則僅 49%；顯示，網售者幾乎全數身兼網購者。

（2） 最近 12 個月內於網路上購物的次數

最近12個月內於網路上購物的次數	網售者	非網售者
0次	1.7%	6.8%
1次	5.0%	15.3%
2次	13.5%	15.6%
3次	6.5%	10.8%
4次	4.0%	7.4%
5次	4.6%	13.2%
6次	5.8%	3.7%
7次	1.8%	1.4%
8次	5.7%	2.5%
9次	0.0%	0.1%
10次	19.2%	8.3%
11次	0.0%	0.7%
12次	6.5%	4.6%
14次	0.2%	0.2%
15次	1.9%	2.5%
16次	0.0%	0.1%
17次	1.2%	0.0%
19次	0.0%	0.5%
20次	1.4%	3.6%
21次	0.5%	0.0%
24次	5.8%	0.2%
25次	0.7%	0.0%
26次	0.2%	0.0%
30次	7.4%	0.5%
33次	0.0%	0.2%
40次	1.0%	0.6%
45次	0.0%	0.2%
49次	0.5%	0.0%
50次	1.1%	0.5%
57次	0.4%	0.0%
60次	1.5%	0.0%
63次	0.3%	0.0%
66次	0.0%	0.5%
76次	0.4%	0.0%
80次	0.3%	0.0%
其他	0.9%	0.0%
平均次數	12次	6次

「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路上購物的次數」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路上購物的次數」可能無關

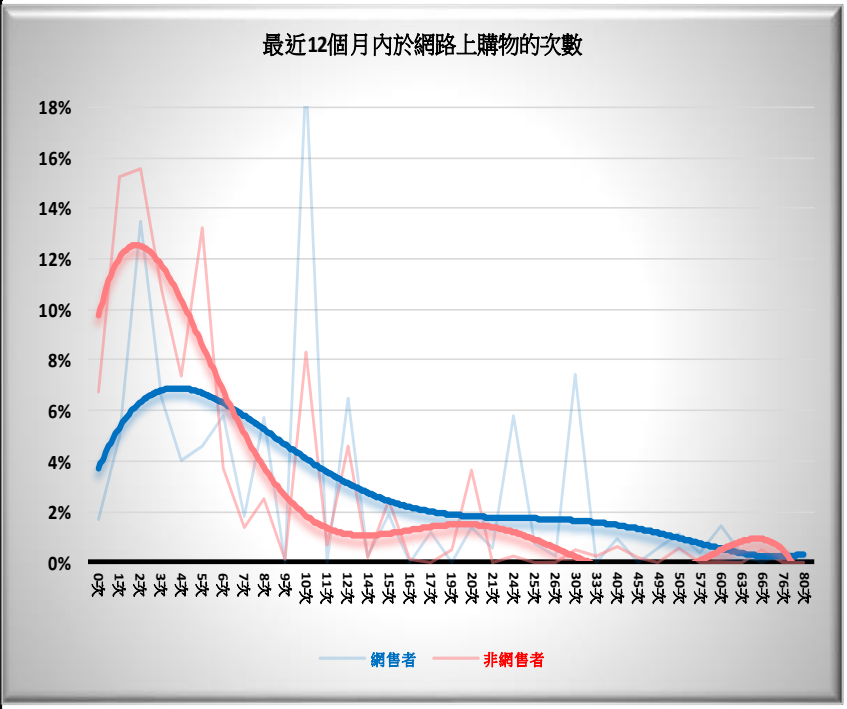
H_1：「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路上購物的次數」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 118.70 ， ν = (C-1)*(R-1)= 35 χ2(0.95,35)= 49.80 < 118.70

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路上購物的次數」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「最近 12 個月內於網路上購物的次數」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者「最近 12 個月內於網路上購物的次數」達 6 次及以上者為 56%，而非網售者 6 次及以下者為 73%;平均而言，網售者「最近 12 個月內於網路上購物的次數」為 12 次，非網售者為 6 次；顯示，網售者在網路上購物的次數較為頻繁。

（3） 最近 12 個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例

最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例	網售者	非網售者
0%	4.7%	7.7%
10%	5.3%	5.5%
20%	2.5%	1.8%
30%	5.1%	2.4%
40%	0.0%	1.2%
50%	20.0%	3.8%
60%	0.0%	3.4%
70%	1.0%	1.5%
80%	4.6%	5.3%
90%	3.0%	1.9%
100%	53.7%	65.7%
平均比例	73%	79%

「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」可能無關

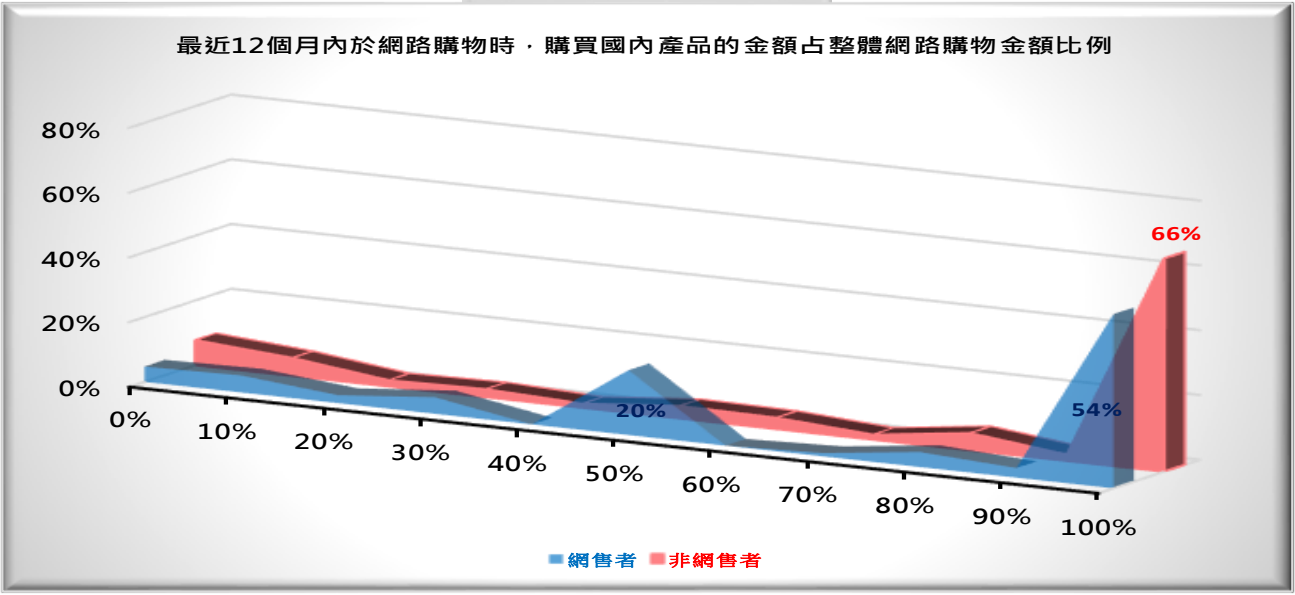
H_1：「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 21.09 ，v = (C-1)*(R-1)= 12 $\chi2(0.95,12)$= 21.02 < 21.09

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「最近 12 個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者「最近 12 個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」平均為 73%，而非網售者則為 79%；其中，兩者最大的差異點是，購買國內商品金額比率為 50%的網售者達 20%，而非網售者僅 3.8%；顯示，網售者有較高的比率會購買國外的商品。

（4） 最最近 12 個月內透過哪些方式支付網路購物費用

最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用	網售者	非網售者
線上刷卡	60.8%	45.9%
便利商店取貨付款	50.1%	41.9%
貨到付款	40.8%	45.0%
網路銀行轉帳	24.6%	10.4%
實體ATM轉帳	17.5%	10.6%
臨櫃匯款	7.8%	4.8%
手機感應付款	0.6%	0.9%
其他	0.4%	1.2%

「網售者/非網售者」與「最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用」可能無關

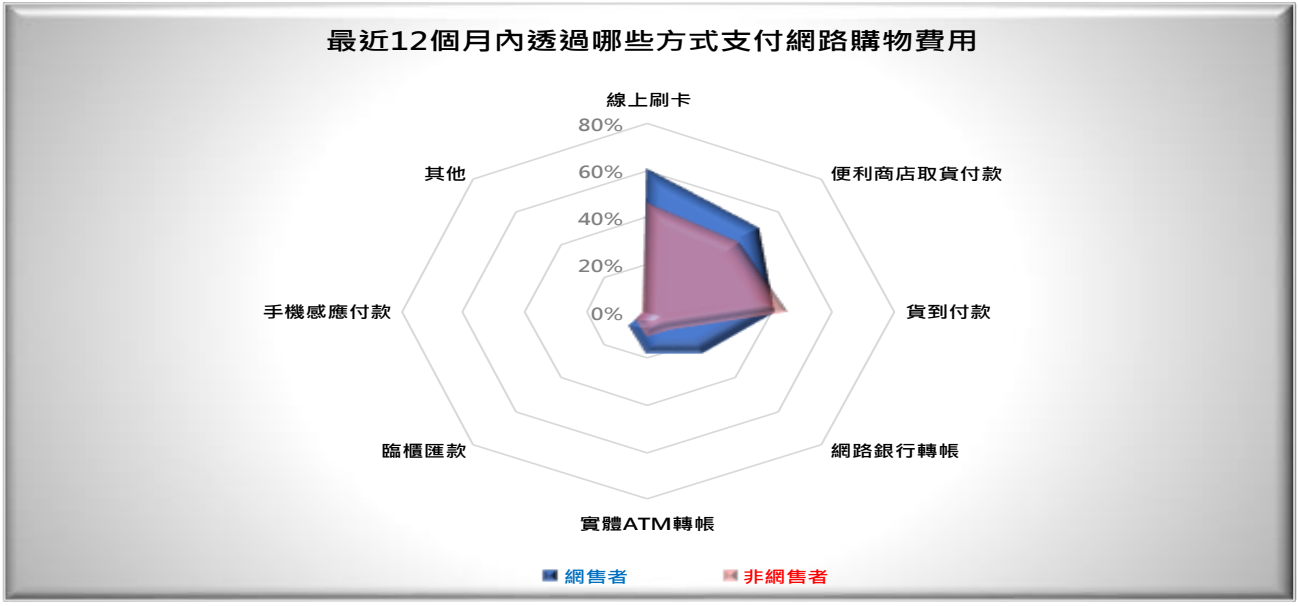
H_1：「網售者/非網售者」與「最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 17.85 ，v = (C-1)*(R-1)= 7 χ2(0.95,7)= 14.07 < 17.85

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「最近 12 個月內透過哪些方式支付網路購物費用」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者「最近 12 個月內支付網路購物費用的方式」主要是線上刷卡(61%)、便利商店取貨付款(50%)、貨到付款(41%)，而非網售者雖然採取的方式差不多，但比率尚有些差距；另外，兩者最大的差異點還：採用網路銀行轉帳的網售者達 25%，而非網售者僅 10%；同時，網售者平均使用 2.02 種方式支付網路購物費用，而非網售者僅使用 1.61 種方式；顯示，網售者有較高的比率會使用電子支付的方式進行網路購物。

5. 網路資訊搜尋及分享行為

（1） 決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論

決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論	網售者	非網售者
會	87.4%	51.6%
不會	12.6%	48.4%

「網售者/非網售者」與「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能無關

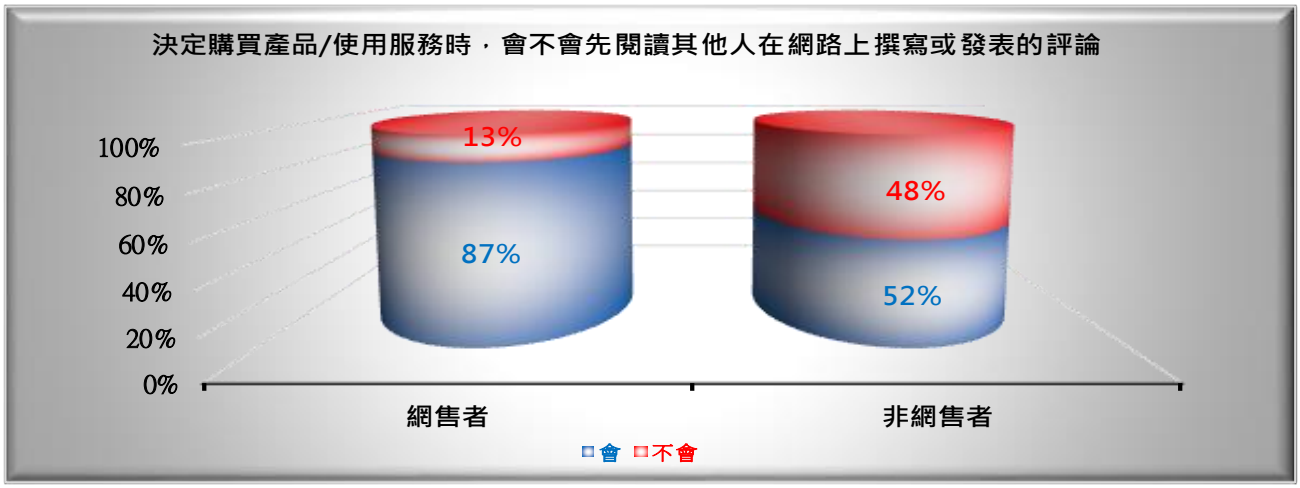
H_1：「網售者/非網售者」與「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 75.57 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 75.57

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者「決定購買產品或使用服務時，會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」達 87%，而非網售者則僅 52%；顯示，網售者在作決策時較為謹慎。

（2） 在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論

在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論	網售者	非網售者
會	40.5%	9.6%
不會	59.5%	90.4%

「網售者/非網售者」與「在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論」可能無關

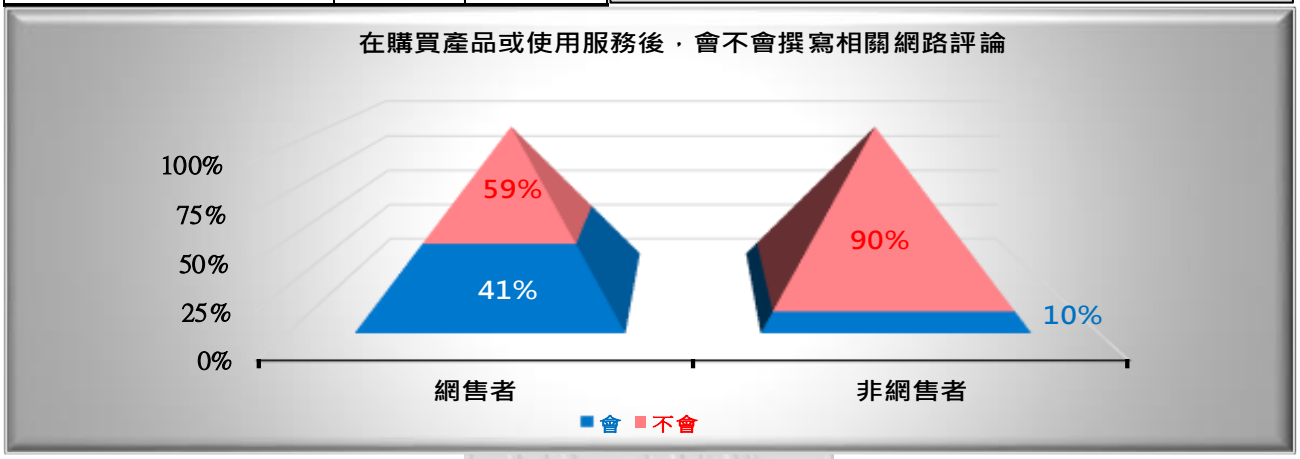
H_1：「網售者/非網售者」與「在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 111.04 ，v = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi^2(0.95,1)$= 3.84 < 111.04

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者「在購買產品或使用服務後，會撰寫相關網路評論」達 41%，而非網售者則僅 10%；顯示，網售者較願意分享資訊。

（3） 使用搜尋引擎尋找資訊，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見

使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見	網售者	非網售者
既然被列出，資訊應該是正確	22.9%	20.8%
部分資訊是正確，部分不正確	72.9%	59.1%
從未想過正不正確之問題	4.2%	20.0%

「網售者/非網售者」與「使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能無關

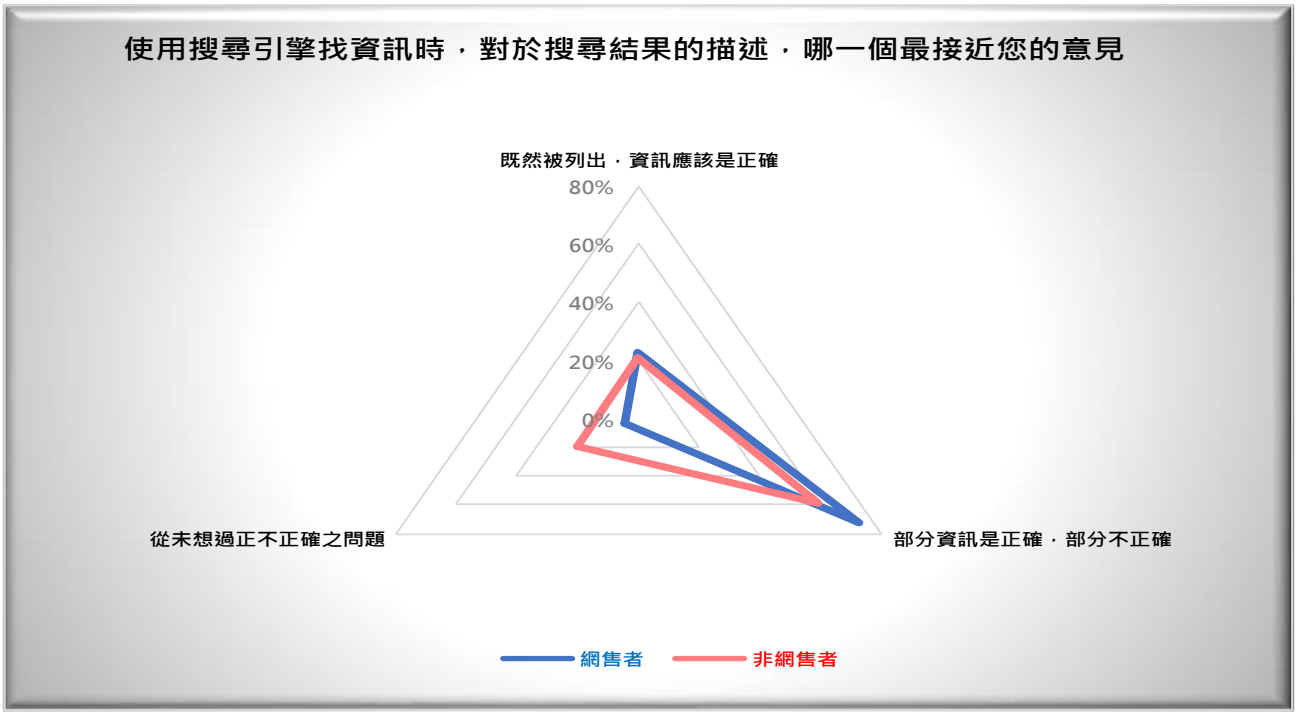
H_1：「網售者/非網售者」與「使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 24.24 ，ν = (C-1)*(R-1)= 2 $\chi^2(0.95,2)$= 5.99 < 24.24

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「使用搜尋引擎尋找資訊，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於使用搜尋引擎尋找資訊，所得到的結果是「部分資訊是正確，部分不正確」達 73%，高於非網售者的 59%，而「從未想過正不正確之問題」非網售者高達 20%，遠勝於網售者的 4%；顯示，非網售者對搜尋所得結果較少持質疑態度，相對的，網售者對搜尋所得結果的可信度較為謹慎、較有質疑。

6. 網路資安行為

- **現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情**

現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情	網售者	非網售者
其他	0.0%	0.5%
我不會在網站上註冊或提供我的個人資料	1.9%	4.8%
只要網站要求，我就會在線上註冊我的個人資料	3.6%	2.5%
網站由家人/友人所推薦	9.6%	17.5%
確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	15.2%	12.6%
與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	23.0%	12.6%
是我熟悉的公司或是品牌	34.9%	40.7%
有擔保我的個資不會外洩	43.9%	40.7%
網站是否安全	72.6%	61.7%

「網售者/非網售者」與「現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情」可能無關

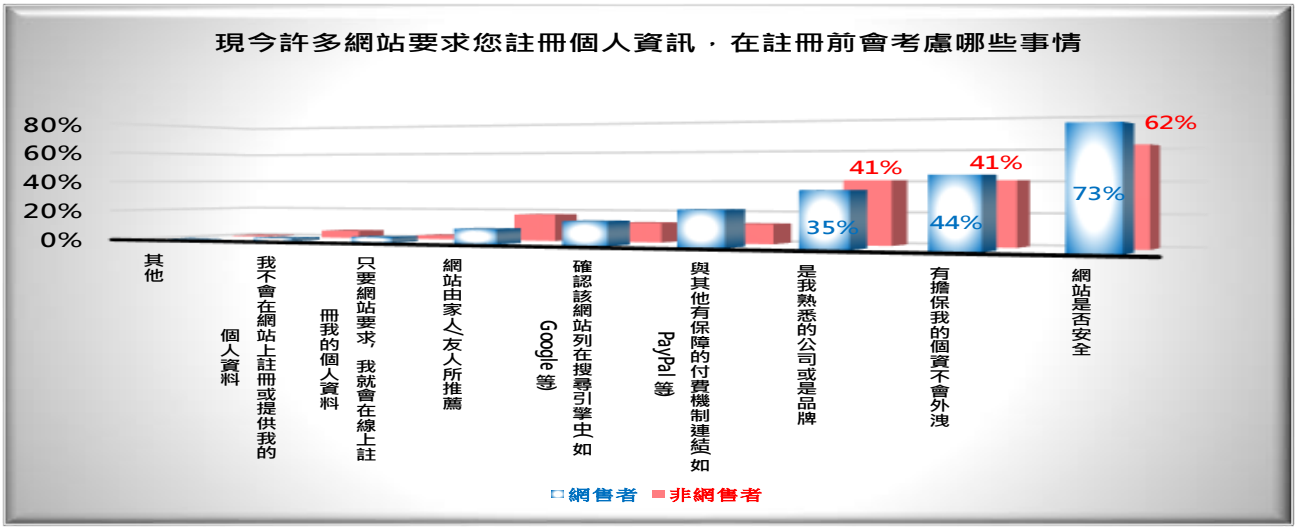
H_1：「網售者/非網售者」與「現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情」可能有關

採用卡方檢定：http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 24.34 ，v = (C-1)*(R-1)= 8 $\chi 2(0.95,8)$= 16.92 < 24.34

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者關於「現今許多網站要求註冊個人資訊，在註冊前會考慮的事情」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者對於「現今許多網站要求註冊個人資訊，在註冊前會考慮的事情」主要有：網站是否安全(73%)、有擔保我的個資不會外洩(44%)、是我熟悉的公司或是品牌(35%)、與其他有保障的付費機制連結(如 PayPal 等)(23%)；非網售者則是最考慮：網站是否安全(62%)，前三項的考慮因素與網售者相同，但是，非網售者在「網站由家人/友人所推薦」上，以 18%高於網售者的 10%，在「與其他有保障的付費機制連結(如 PayPal 等)」上，以 13%低於網售者的 23%；平均而言，網售者會考慮上述 1.99 個項目，非網售者則考慮 1.85 個項目；雖然考慮的項目數差不多，但是，兩者的考量因素稍有不同。

7. 網路使用對工作或日常生活的影響

（1） 網路使用對工作或日常生活造成的正面影響

網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響	網售者	非網售者
都沒有任何正面影響	1.0%	3.0%
接收正向資訊有益身心	21.2%	10.4%
能夠使工作更具彈性	26.3%	12.0%
生活變得有趣多了	38.2%	38.1%
新的溝通方式使生活更輕鬆	38.6%	34.4%
上網使我與朋友及家人更親近	42.4%	41.5%
上網使我獲知最新事件與社會議題	54.5%	39.8%
上網讓生活更便利如網購、網路銀行	59.9%	27.4%
上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等	61.9%	39.3%
找資料超方便	68.0%	61.2%

「網售者/非網售者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能無關

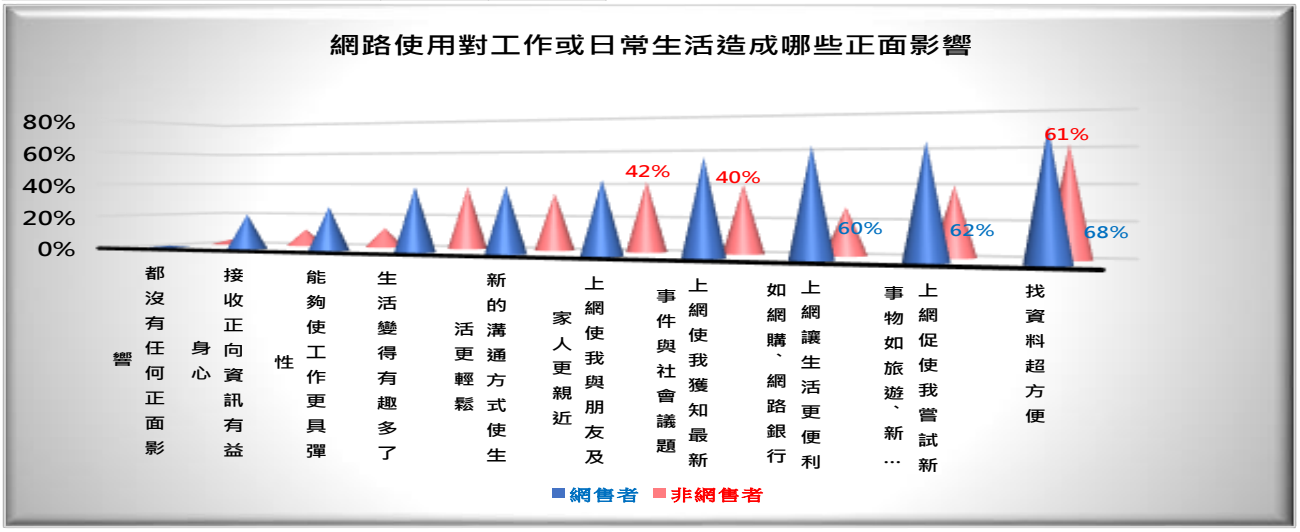
H_1：「網售者/非網售者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 50.87 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 50.87

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者關於「網路使用對工作或日常生活造成的正面影響」的認知可能有關係。

由以上圖表可知，網售者認為「網路使用對工作或日常生活造成的正面影響」主要有：找資料超方便(68%)、上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等(62%)、上網讓生活更便利如網售、網路銀行(60%)，而非網售者認為「網路使用對工作或日常生活造成的正面影響」主要有：找資料超方便(61%)、上網使我與朋友及家人更親近(42%)、上網使我獲知最新事件與社會議題(40%)；平均而言，網售者認知的正面影響有 4.11 個，非網售者則有 3.04 個；顯然，網售者對網路的正面認同比率要高於非網購者，同時，網售者較非網售者更著眼在新事物、新知識的引進，認同度較非網售者高出許多。

（2） 網路使用對工作或日常生活造成的負面影響

使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響	網售者	非網售者
其他	0.6%	0.0%
上班或上課遲到	4.5%	3.5%
影響工作或學業的表現	10.4%	5.6%
都沒有任何負面影響	13.9%	26.5%
影響家務	25.3%	10.6%
減少與親友共度或互動的時光	31.4%	15.5%
影響作息/第二天感到疲憊	50.1%	20.2%
視力退化/肩頸痠痛/影響健康	60.7%	56.6%

「網售者/非網售者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響」可能無關

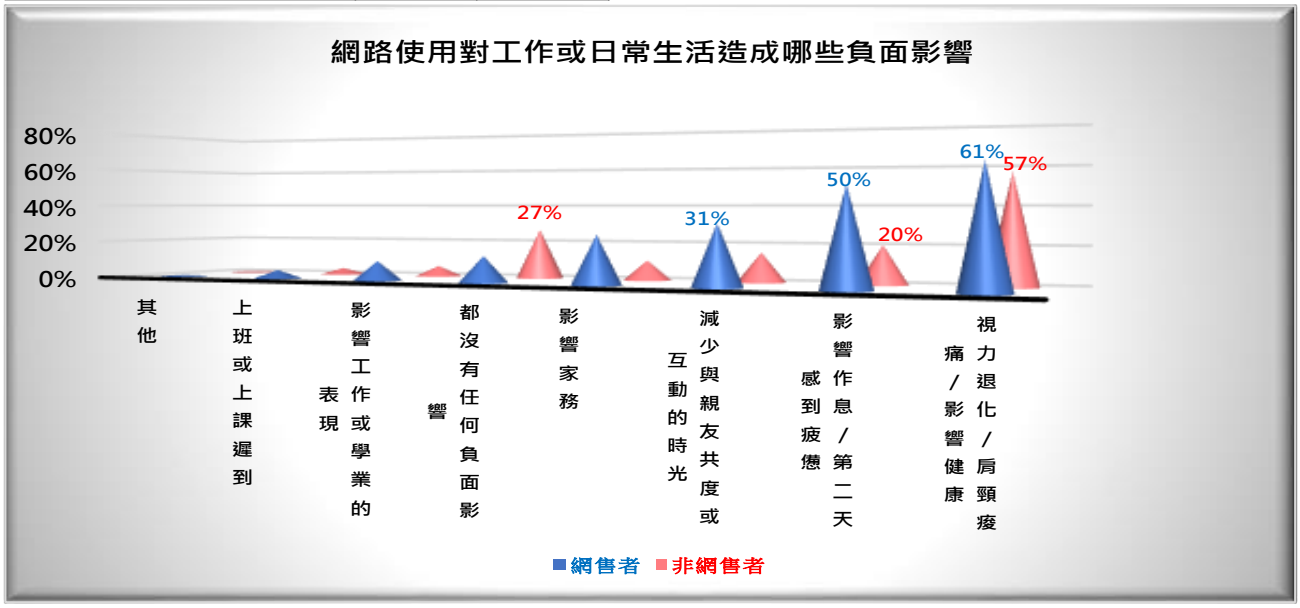
H_1：「網售者/非網售者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 67.83 ，v = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 < 67.83

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響」可能有關



在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者關於「網路使用對工作或日常生活造成的負面影響」的認知可能有關係。

由以上圖表可知，網售者認為「網路使用對工作或日常生活造成的負面影響」主要有：視力退化/肩頸痠痛/影響健康(61%)、影響作息/第二天感到疲憊(50%)、減少與親友共度或互動的時光(31%)，而非網售者認為「網路使用對工作或日常生活造成的負面影響」與網售者相同，但比率相差懸殊；平均而言，網售者認知的負面影響有 1.83 個，非網售者則只有 1.12 個；同時，認為都沒有任何負面影響者，網售者有 14%，非網售者有 27%；顯然，非網售者對網路的負面評價較少，這可能與網售者使用網路的頻度較高有關。

（3） 和朋友及家人的交流方式

您和朋友及家人交流方式	網售者	非網售者
寄信	2.5%	2.0%
電郵	6.5%	5.5%
視訊電話	9.9%	12.1%
簡訊	12.3%	4.9%
社群媒體	16.3%	13.4%
網路電話	42.9%	44.2%
打電話	54.9%	75.1%
面對面	78.4%	85.1%

「網售者/非網售者」與「您和朋友及家人交流方式」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「您和朋友及家人交流方式」可能無關

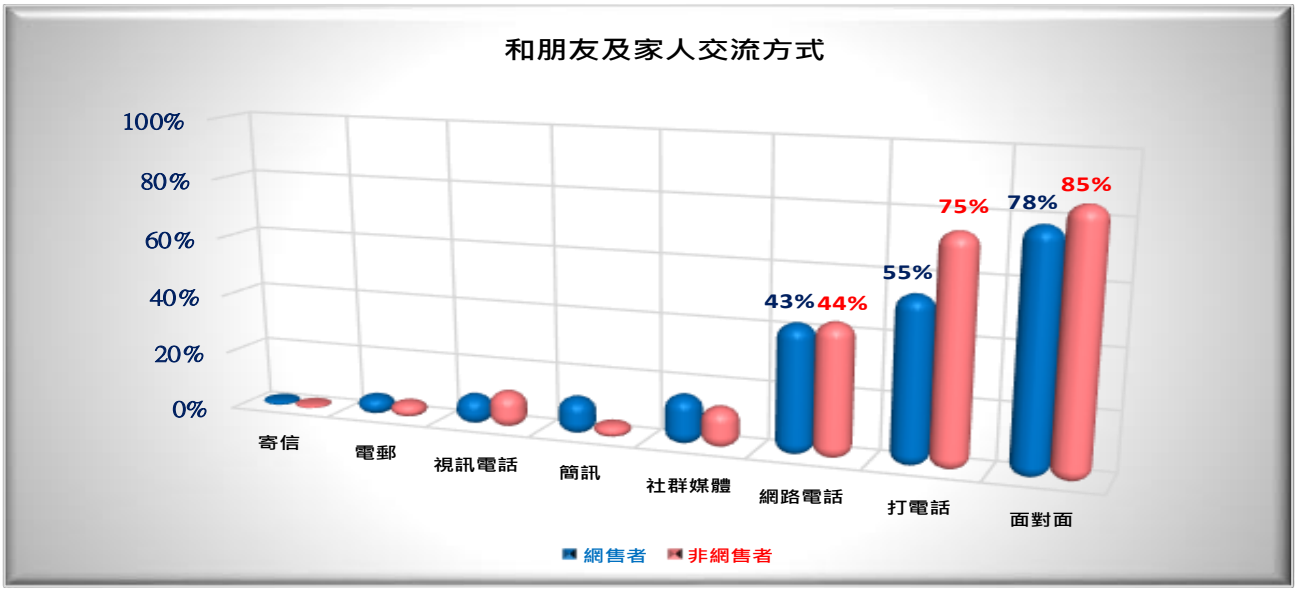
H_1：「網售者/非網售者」與「您和朋友及家人交流方式」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 23.68 ，v = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi 2(0.95,7)$= 14.07 < 23.68

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「您和朋友及家人交流方式」可能有關



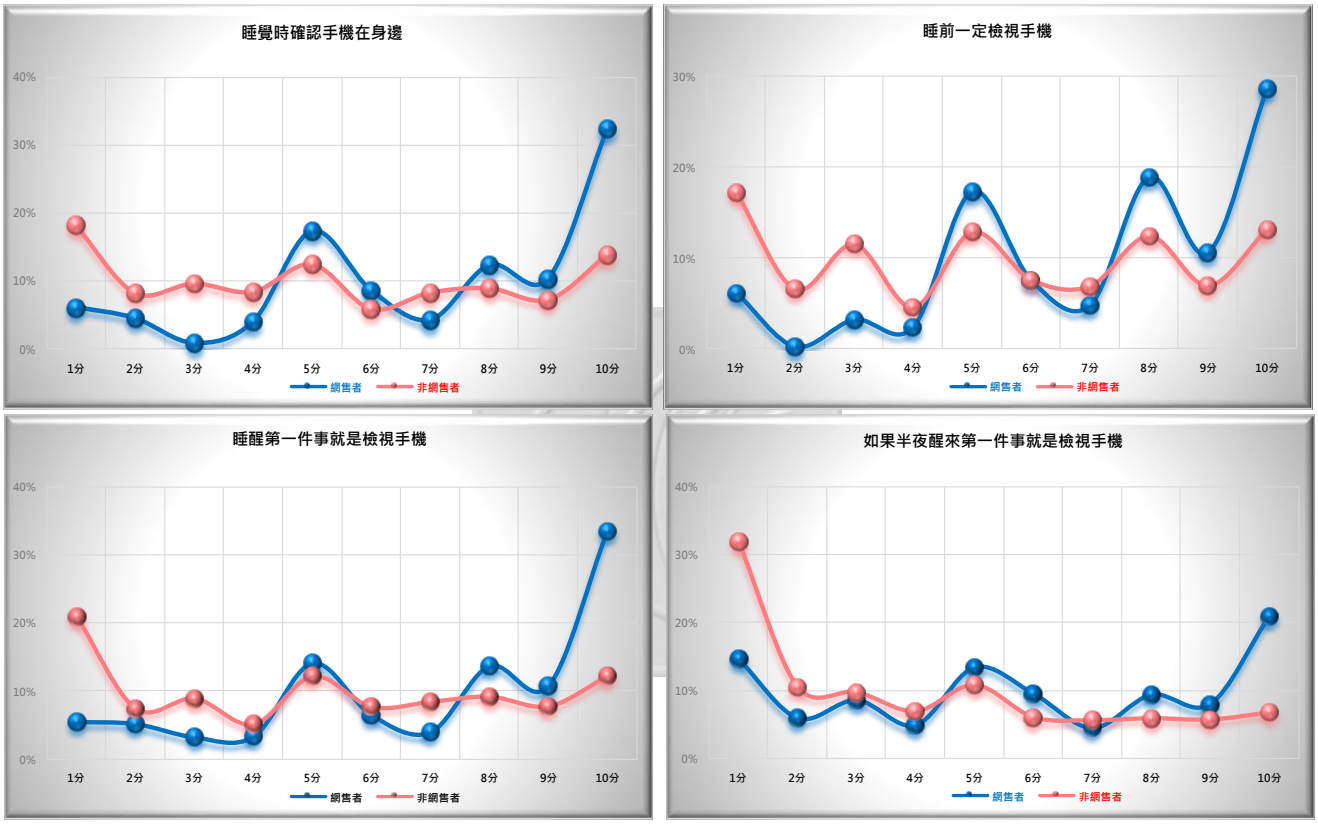
在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者「和朋友及家人的交流方式」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者與非網售者「和朋友及家人的交流方式」大同小異，主要是：面對面、打電話、利用網路電話；但網售者與非網售者最大的差異是：非網售者更常利用非網路型式如面對面、打電話來與親友溝通（非網售者 160%、網售者 133%）；顯然，網售者較少利用傳統方式、而較倚賴網路作為與他人交流的工具。

（4） 手機依賴的程度

單位：分數，滿分 10 分

手機依賴程度的評估項目	網售者	非網售者	檢定結果
睡覺時確認手機在身邊	7.14 分	5.22 分	相關
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	7.26 分	5.36 分	相關
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	7.19 分	5.15 分	相關
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	5.85 分	4.06 分	相關



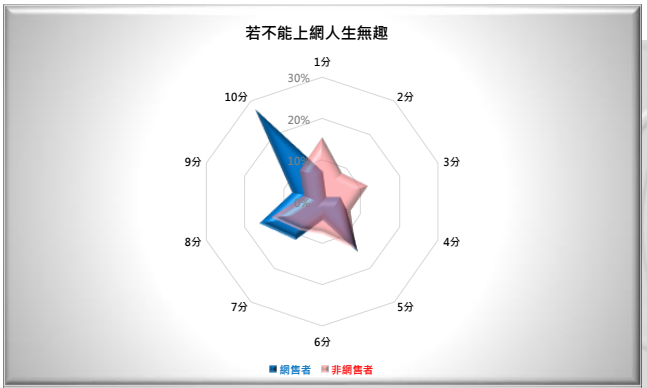
在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「手機依賴程度」可能有關係。

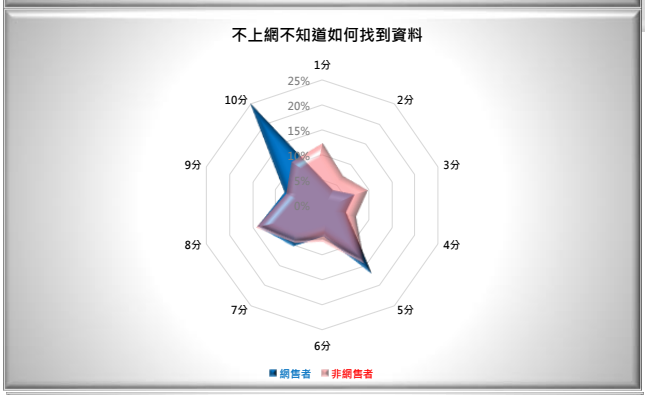
由以上圖表可知，網售者的「手機依賴程度」在各指標上均高於非網售者，平均分數都在 5 分以上(滿分 10 分)，依賴程度依序是：睡前一定檢視手機、睡醒第一件事就是檢視手機、睡覺時確認手機在身邊、如果半夜醒來第一件事就是檢視手機；但非網售者依賴手機的程度相對較低，評估分數均介於 4~5 分之間；同時，網售者除了「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機」(21%)較低外，在其他 3 項填答[滿分 10 分]者幾乎均逾 30%，而非網售者在 4 個指標填答[滿分 10 分]者均在 13%或以下；顯然，網售者較非網售者依賴手機。

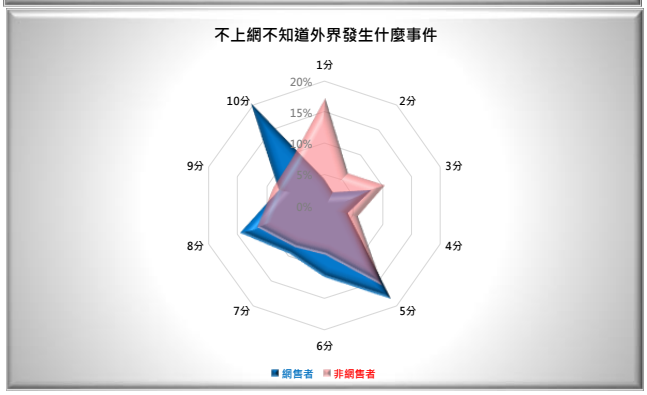
（5） 網路依賴的程度

單位：分數，滿分 10 分

網路依賴程度的評估指標	網售者	非網售者	檢定結果
若不能上網人生無趣	6.92 分	5.10 分	相關
不上網不知道如何找到資料	6.77 分	5.55 分	相關
不上網不知道外界發生什麼事件	6.59 分	5.27 分	相關
不上網讓我覺得焦慮	6.22 分	4.50 分	相關
不上網讓我覺得失落	6.21 分	4.41 分	相關
我覺得脫離網路很困難	6.80 分	4.86 分	相關
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	6.14 分	4.35 分	相關
當我上網時我覺得自己正在工作	5.80 分	4.29 分	相關
因為有網路讓我的生活不無聊	7.18 分	6.05 分	相關



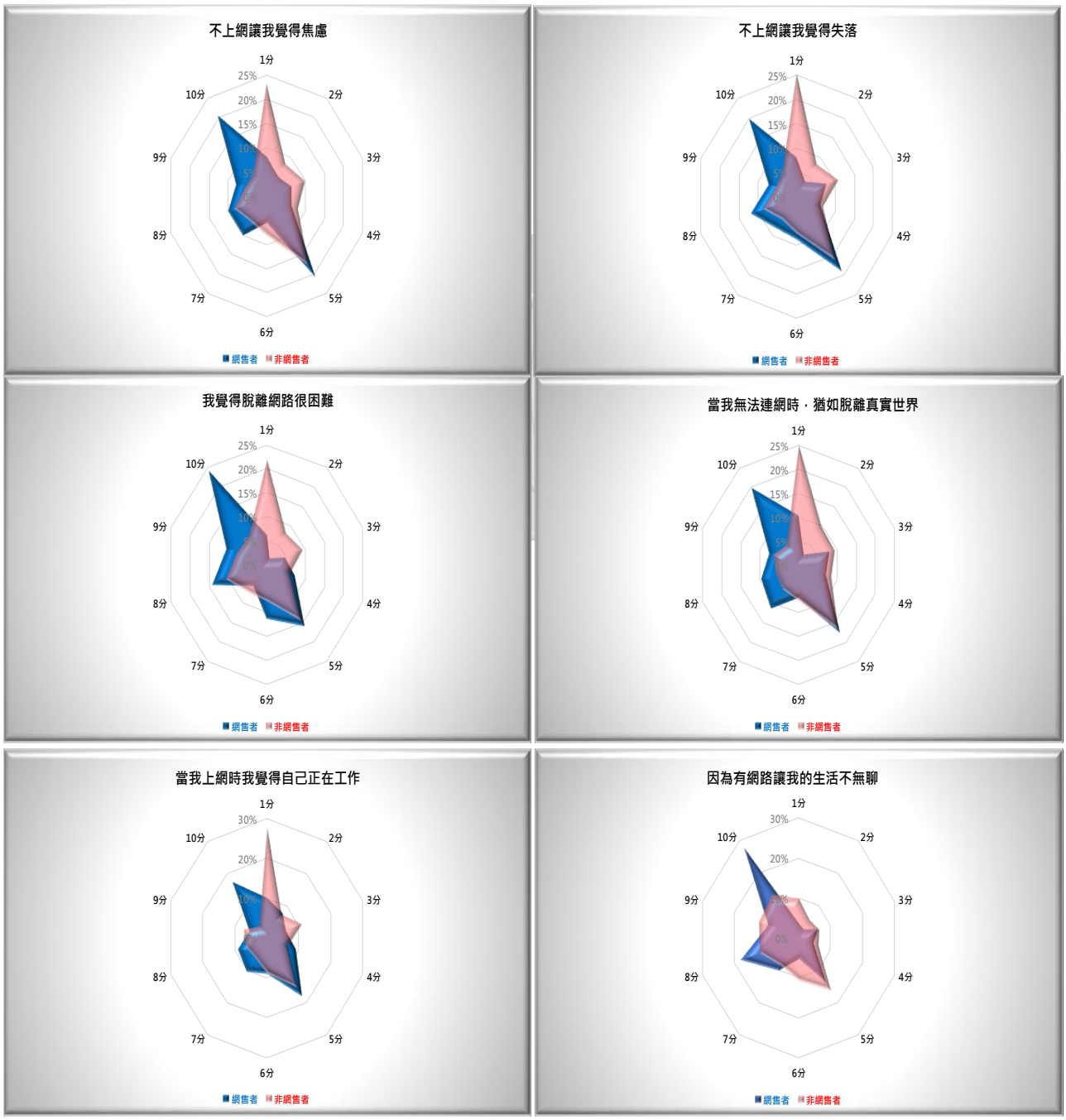




在 95%的信心水準之下，獨立性檢定顯示受訪者身分：「網售者/非網售者」與受訪者的「網路依賴程度」可能有關係。

由以上圖表可知，網售者的「網路依賴程度」的評分上，在各指標均高於非網售者，網售者在各指標的評估分數幾乎都達 6 分以上(滿分 10 分)，其中依賴程度最大的指標依序是：因為有網路讓我的生活不無聊、若不能上網人生無趣、我覺得脫離網路很困難；但，非網售者依賴網路的程度相對較低，評估分數幾乎都介於 4~5 分之間，分數較高的指標有: 因為有網路讓我的生活不無聊、不上網不知道如何找到資料、不上網不知道外界發生什麼事

件；非網售者在「我覺得脫離網路很困難」上，並不如網售者感受那麼深；同時，網售者在 9 項指標中填答[滿分 10 分]者均達 20%以上(除了:「當我上網時我覺得自己正在工作」這一項較低(17%))，其中又以：若不能上網人生無趣、不上網不知道如何找到資料、我覺得脫離網路很困難、因為有網路讓我的生活不無聊四項最高，達 25%上下，而非網售者則大部分為 10%左右；顯然，網售者十分依賴網路。



六、 結論

經由以上的特色分析與統計檢定結果顯示，相對非網售者，網售者有其明顯的特色：

(一)、 在人口特質上

網售者與非網售者除了在性別及居住狀況二者上無明顯差異外，在其他人口特質上均有明顯不同，例如：

1. 商業及交通比較發達的地區(如北北基地區)，非網售者分佈可能比較多；商業及交通比較不發達的地區(如桃竹苗地區及高屏澎地區)，網售者分佈可能比較多。也就是說，網路交易的功能彌補了部分地區商業及交通不便的缺陷，讓出不了山、過不了水的產品，讓名不見經傳、包裝不甚精美、甚至各方面均弱勢的產品，透過網路交易成功地展現高 CP 值的產品力。
2. 網售者的平均年齡約為 32 歲，非網售者的平均年齡約為 45 歲；網售者的平均網齡為 14 年，非網售者的平均網齡為 11 年。也就是年紀輕、網齡高，愈容易接受網路交易的功能，越有可能成為網售者。
3. 網售者有 68%是未婚、63%的教育程度為大學及以上；同時，網售者家庭平均月收入約 5.89 萬元，稍低於非網售者的 6.65 萬元；但網售者個人平均月收入則高於非網售者(3.15 萬元：2.74

萬元)；顯然，網售者利用網路交易功能很努力弭平地家庭平均月收入較低的劣勢，而且成果不錯。

4. 在職務上，服務及銷售業人員比較容易成為網售者，而基層技術工／勞力工、事務支援人員比較不容易成為網售者；同時，非網售者中有24%的職業是家管及退休人員，網售者則僅有7%，這其中是否存在著家管及退休人員的網路技能較不足的問題，導致家中閒置勞力無法利用網路交易功能來增加收入呢？

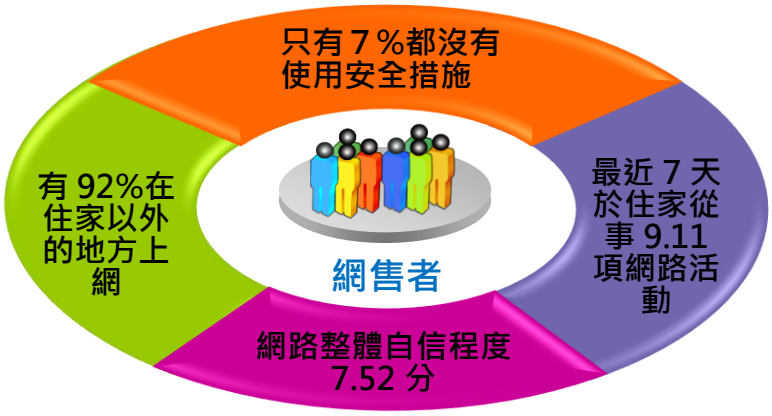
(二)、 在網路使用行為上

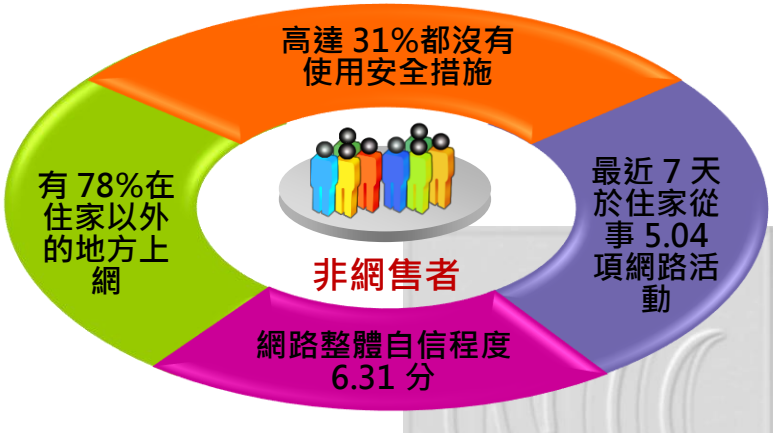
1. 網售者過去 12 個月內上網曾遇到的狀況如電腦中毒、個資遭到外洩、及網路詐騙等等狀況較非網售者多，所以，網售者非得要比較重視上網安全的防護措施不可；網售者平常會採取諸如防毒軟體、使用防火牆、及在使用的裝置上設定複雜密碼等等的防護措施，只有 7%都沒有使用安全措施，相對於非網售者有 31%都沒有使用安全措施，顯得謹慎多了。

2. 在網路使用的自信方面，網售者較非網售者有自信能掌握自己在網路上所公開的個人資訊、同時，有 82%的網售者可以判別資訊是否為廣告(非網售者為 64%)，對於使用網路的整體自信程度高達 7.52 分(滿分為 10 分)，超越非網售者的 6.31 分不少。

3. 網售者每天家中使用網路的頻率以每天超過 10 次及 50 次最多，高於非網售者的每天至少 1 次及超過 10 次；網售者平均一星期在家上網的時間是 29 小時，而非網售者則是 18 小時；同時，網售者最近 7 天於住家使用網路從事的活動平均有 9.11 項活動，而非網售者則僅 5.04 項活動。顯示，網售者在家中從事網路活動的時間較長、較頻繁、活動較多元。

4. 網售者有 92%在住家以外的地方上網、而非網售者則僅有 78%；



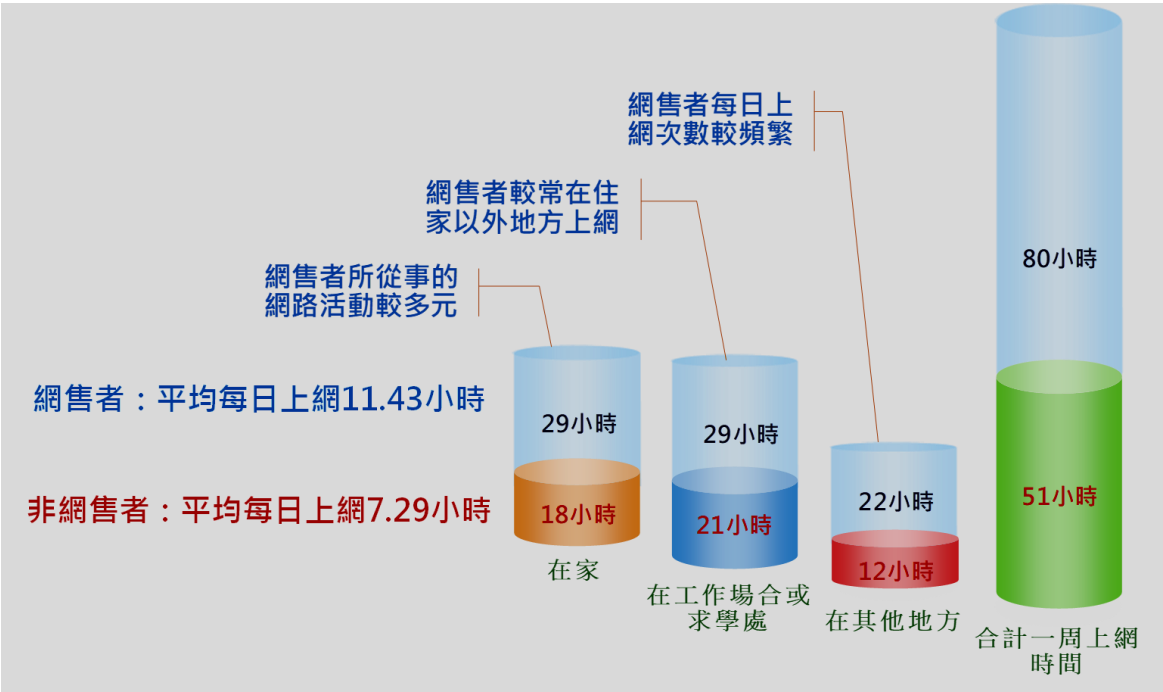


網售者在住家以外地點使用網路的頻率主要是每天超過 10 次及 50 次、而非網售者則是每天至少 1 次及超過 10 次，根據此現象推論：網售者對於網路的黏著度要比非網售者高出許多；同時，網售者最近 7 天於住家以外地點使用網路從事的活動平均有 6.62 項活動，而非網售者則僅 3.32 項活動，顯示，即便是在住家以外地點，網售者所從事的網路活動仍較非網售者多元。

在上網的時間上，網售者平均一星期在工作場合或求學處上網的時間是 29 小時；非網售者平均一星期在工作場合或求學處上網的時間是 21 小時；網售者平均一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間是 22 小時，非網售者平均一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間是 12 小時。

也就是說，網售者一星期上網時間有 80 小時(29+29+22 小時)，平均每日 11.43 小時，而非網售者一星期上網時間有 51 小時(18+21+12 小時)，平均每日 7.29 小時；同時，網售者每日上網次數較頻繁、所從事的網路活動較多元、較常在住家以外的地方上網。

每周在各種場所上網的時間



(三)、 在社群媒體使用行為上

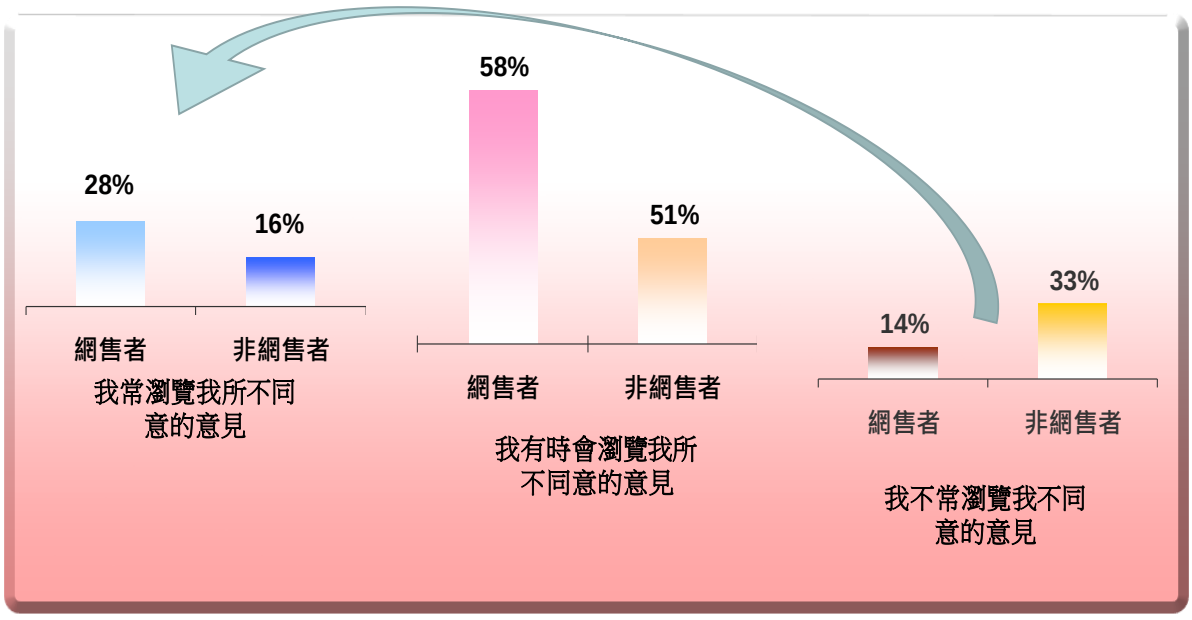
1. 網售者擁有社群媒體網站/App 的帳號者占 92%，非網售者則為 84%；兩者皆主要為臉書、Line、YouTube 帳號；他們在這些社群網站/App 從事發表評論或分享自己的影片/照片、瀏覽他人分享之文章、影片/照片、及在別人分享的文章/影片/照片上按讚等活動，但調查顯示網售者較能善用社群媒體網站/App 的功能，頻度較非網售者高。

2. 網售者較非網售者更認同「我會因為可能出現侮辱性言論或回應，而不想在社群媒體上評論或貼文」(同意者 85%：71%)；但兩者基本上均傾向不同意「我使用社群媒體時經常感到被排擠」(同意者 23%；11%)；而對於「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」一事，網售向非常同意傾斜，非網售者則向不太同意傾斜(同意者 85%：65%)。顯然，網售者較非網售者更重視網路霸凌一事，但其實兩者都很少在網路上遭到排擠。

3. 網售者 92%曾在社群媒體上分享文章連結、而非網售者則有71%；同時，網售者曾在社群媒體網站上與不認識的人分享意見者占 63%，高於非網售者的 26%；顯示，網售者在網路上是較願意分享資訊的。但整體而言，兩者對於「常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line 等)上分享文章連結」一事的認知是傾向不同意的，只是非網售者不認同程度稍高一些。

4. 另外，網售者在發佈照片時，總是/經常考慮到隱私或安全者有71%，高於非網售者的 57%；在發表評論時，網售者總是/經常考慮到隱私或安全者有 74%，高於非網售者的 63%。顯示，網售者比較重視「上網時的隱私或安全」。

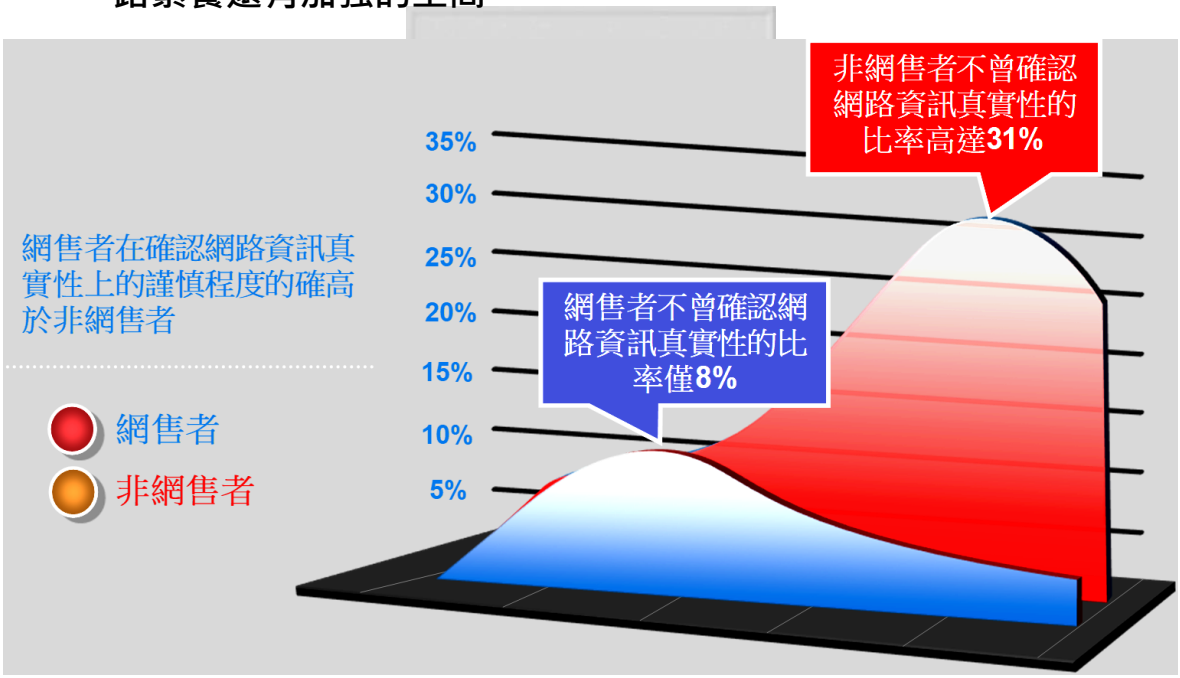
5. 而關於「每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的」一事的認同，網售者的認同度較低、質疑程度較高，而非網售者則認同程度較高(58%；65%)，顯示出網售者的網路素養較佳，不會一昧地相信網路內容；同時，網售者較非網售者更常瀏覽不同的意見(28%：16%)，而非網售者則更常沉浸於同溫層(14%：33%)，顯示，網售者對於不同的意見持較開放的態度。



(四)、 在網路資訊查證行為上

- 非網售者不曾確認網路資訊真實性的比率高達 31%，而網售者卻僅有 8%；
- 網售者平均使用了 1.94 個「確認網路資訊真實性的方式」，而非網售者則僅使用了 1.18 個；
- 網售者平均透過 2.4 個方式搜尋資訊，而非網售者只有透過 1.81 個方式搜尋資訊；

可知，網售者在確認網路資訊真實性上的謹慎程度的確高於非網售者，且網售者網路資料查詢的管道較多；顯示，非網售者的網路素養還有加強的空間。



另外，對於「有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及 App 上進行搜尋，以獲取各種不同觀點」一事，網售者會這樣做的比率高於非網售者甚多(73%：44%)，相反的，非網售者從不這樣做的比率高於網售者的比率甚多；顯示，網售者對於網路內容相對謹慎，做了比較多的網路查證、查詢工作。

(五)、 在網購行為上

網售者「有在網路上購物的經驗」達 94%，而非網售者則僅 49%；顯示，**網售者幾乎全數身兼網購者**；平均而言，網售者「最近 12 個月內於網路上購物的次數」為 12 次，非網售者為 6 次，顯示，網售者在網路上購物的次數較為頻繁。

網售者最近 12 個月內在網路上購物的產品類型前五名依序是：手機與通訊精品,包包與服飾配件、美容與彩妝、廚房,生活雜貨與文具用品、旅遊(飯店、機票、票券等)；最近 12 個月內在網路上購物的金額平均是 12,295 元、有 73%是購買國內產品、支付網路購物費用的方式有線上刷卡、便利商店取貨付款、貨到付款。

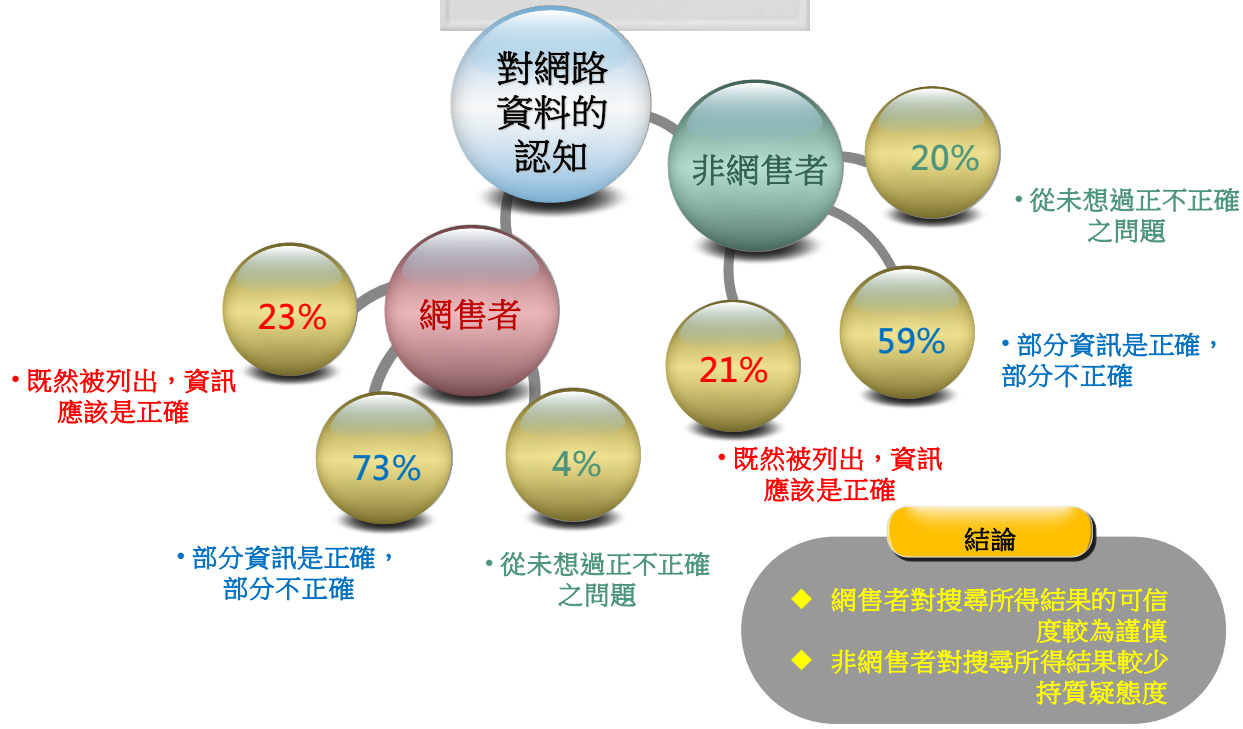
網售者在決定購買產品或使用服務時，大部份會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論；但在購買產品或使用服務後，大部份不會撰寫相關網路評論。

(六)、 在網售經驗上

網售者最近 12 個月內販售商品的次數平均是 5.6 次；最近 12 個月內在網路上販售商品的類型主要有手機與通訊、精品,包包與服飾配件、食品與甜點、美容與彩妝、廚房,生活雜貨與文具用品等等;最近 12 個月內在網路上販售商品的金額平均是 13,442 元；有 78%是在國內網站販售商品的，另 22%則是在國外網站販售。

(七)、 在網路資訊搜尋及分享行為上

網售者對於使用搜尋引擎尋找資訊，認為所得到的結果是「部分資訊是正確，部分不正確」達 73%，高於非網售者的 59%，而「從未想過正不正確之問題」者，非網售者高達 20%，遠勝於網售者的 4%；顯示，非網售者對搜尋所得結果較少持質疑態度，相對的，網售者對搜尋所得結果的可信度較為謹慎。



(八)、 在網路資安行為上

網售者關於「現今許多網站要求註冊個人資訊，在註冊前會考慮的事情」主要有：網站是否安全、有擔保我的個資不會外洩、是我熟悉的公司或是品牌、與其他有保障的付費機制連結(如 PayPal 等)，而非網售者雖然考慮的事項雷同，但非網售者較網售者更重視「網站由家人/友人所推薦」; 平均而言，網售者會考慮 1.99 個資安項目，非網售者則考慮 1.85 個項目；顯示，網售者在網路資安上較非網售者是比較周全的。

(九)、 在網路使用對工作或日常生活的影響上

1. **在「和朋友及家人的交流方式」方面，網售者與非網售者均主要依賴面對面、打電話、網路電話來和親人溝通；但是，網售者與非網售者最大的差異是：非網售者更常利用非網路型式(如面對面、打電話)來與親友溝通 (非網售者平均有 1.6 個非網路型式、網售者有 1.3 個非網路型式)；顯示，網售者相對較少利用傳統方式、而較倚賴網路作為與他人交流的工具。**

2. **網售者認為「網路使用對工作或日常生活造成的正面影響」主要有：找資料超方便、上網促使我嘗試新事物(如旅遊、新餐廳、娛**

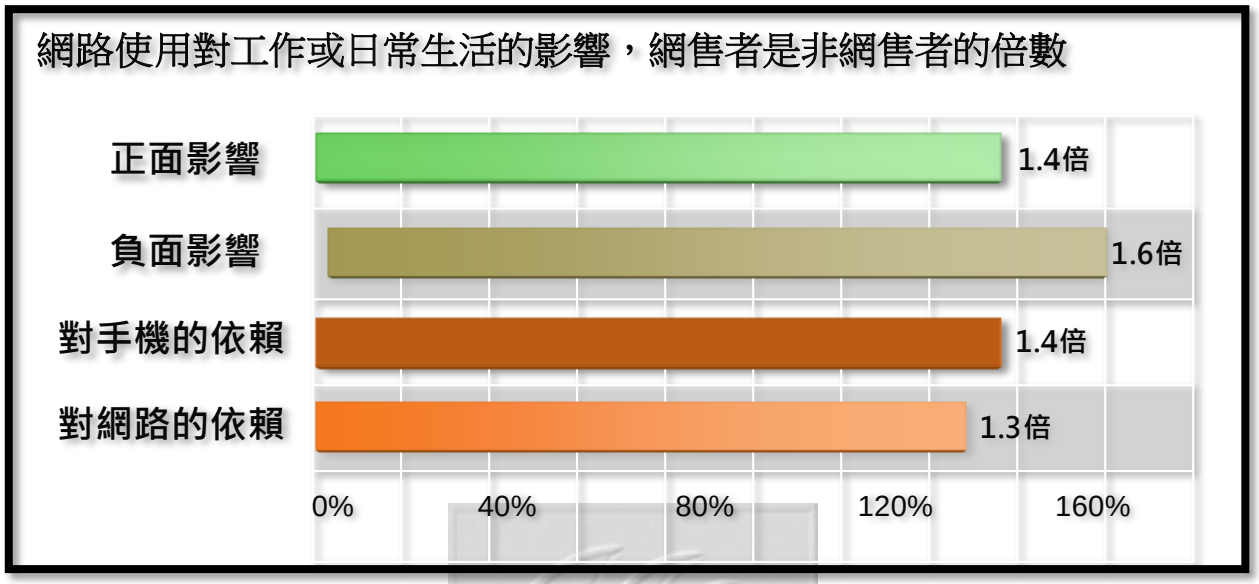
樂等)、上網讓生活更便利(如網售、網路銀行)；非網售者則認為正面影響主要有：找資料超方便、上網使我與朋友及家人更親近、上網使我獲知最新事件與社會議題；平均而言，網售者認知的正面影響有 4.11 個，非網售者則有 3.04 個，網售者是非網售者的 1.4 倍；網售者與非網售者對網路的正面認同均著眼在新事物、新知識的引進上，只是網售者的認同度較非網售者為高。

3. 而在「網路使用對工作或日常生活造成的負面影響」上，不論是網售者或是非網售者，均認為上網會對健康造成影響，但是，認為都沒有任何負面影響者，網售者有 14%，非網售者有 27%；同時，網售者認知的負面影響平均有 1.83 個，非網售者則只有 1.12 個，網售者是非網售者的 1.6 倍；顯然，非網售者對網路的負面評價較少，這可能與網售者使用網路的頻度較高有關，導致網售者產生較多的網路負面評價。

4. 對手機的依賴程度，網售者相當依賴手機，睡前一定檢視手機，但非網售者依賴手機的程度相對較低；整體而言，網售者依賴手機的程度是非網售者的 1.4 倍。

5. 對網路的依賴程度，網售者依賴網路的程度也較非網售者高出許多，因為網路讓網售者生活不無聊、人生有趣，而且網售者覺得

脫離網路很困難；整體而言，網售者依賴網路的程度是非網售者的 1.3 倍。



陸、 綜合結論與建議

一、 綜合結論

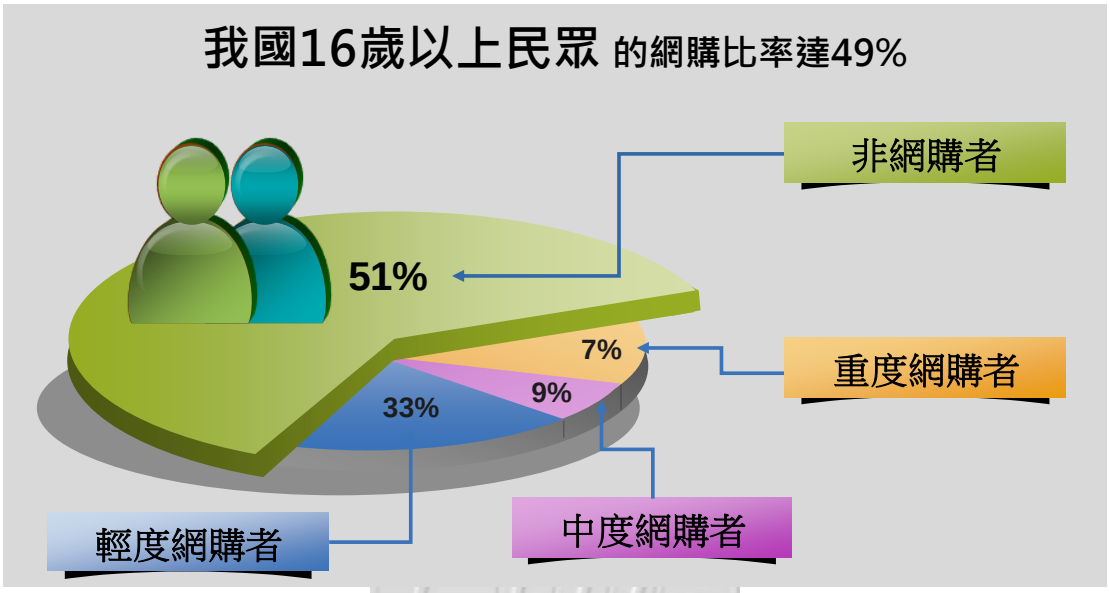
身為電商巨頭的 Amazon，在 2018 年迎接了它的第 24 個生日。以同業來說，亞馬遜不僅只是長壽，市值更是年年攀升。在 2017 年時，Amazon 的市占率已高達 37%，且市值比起 Macy’s, Bestbuy, Target, Walmart……等美國傳統零售商的總和還要多了 1300 億美元。根據 Sellbrite 預估，未來的 3 年內 Amazon 的市占率還會持續上升，在 2021 年時可望達到 50%。而根據 Statista 的統計與預測，電子商務在 2017 年只佔了全球零售業的 10.2%，到 2021 年預估可以達到 17.5% 的佔比；估計在 2020 年，網路商店銷售額將會成長 78%。[11]

不論是身為銷售者或是消費者，你都會發現網路交易的商機仍持續地在增長，因為現在的使用者已經很習慣透過網路來找資料、搜集資訊、購買物品、販售商品．．．。

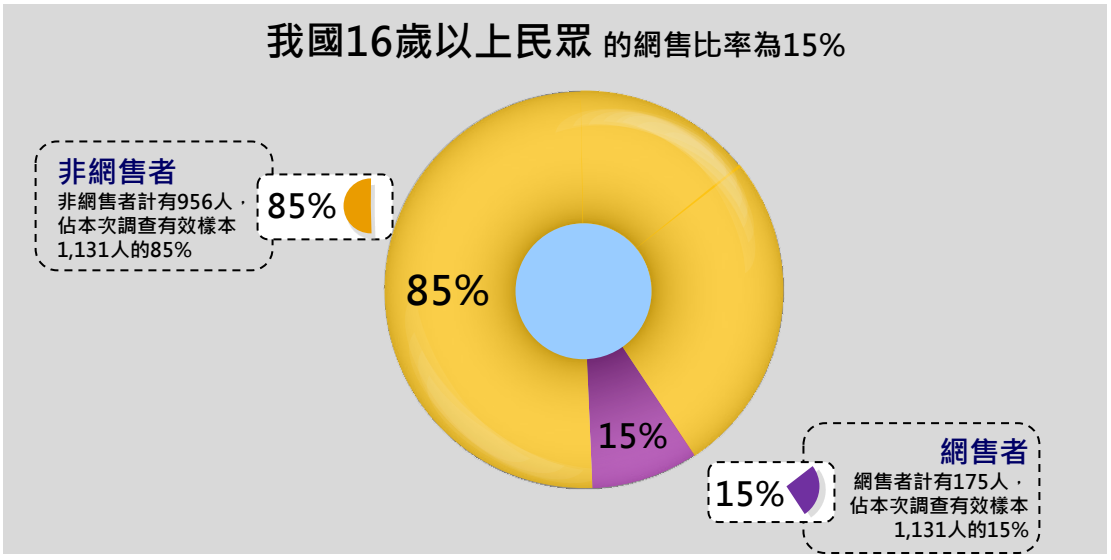
根據尼爾森 2017 年網路購物行為研究資料顯示，台灣 12 至 65 歲的受訪者當中，有接近四成 (37.4%) 的民眾曾於過去三個月內在網路上購物；國家發展委員會 106 年個人家戶數位機會調查報告也告訴我們，臺灣 12 歲以上網路族 59.2%曾於線上購物；而從本會「106 年度寬頻使用調查」的結論，我們可以知道：

[11] 文參考： TransBiz 跨境電商智庫，電子商務是什麼？做電商前的 3 大思考關鍵和成功要素，https://transbiz.com.tw/電子商務是什麼？ecommerce-sucess/。

(一)、 我國 16 歲以上的民眾，有 49%曾經在網路上購物，其中包含重度網購者 7%、中度網購者 9%、輕度網購者 33%。

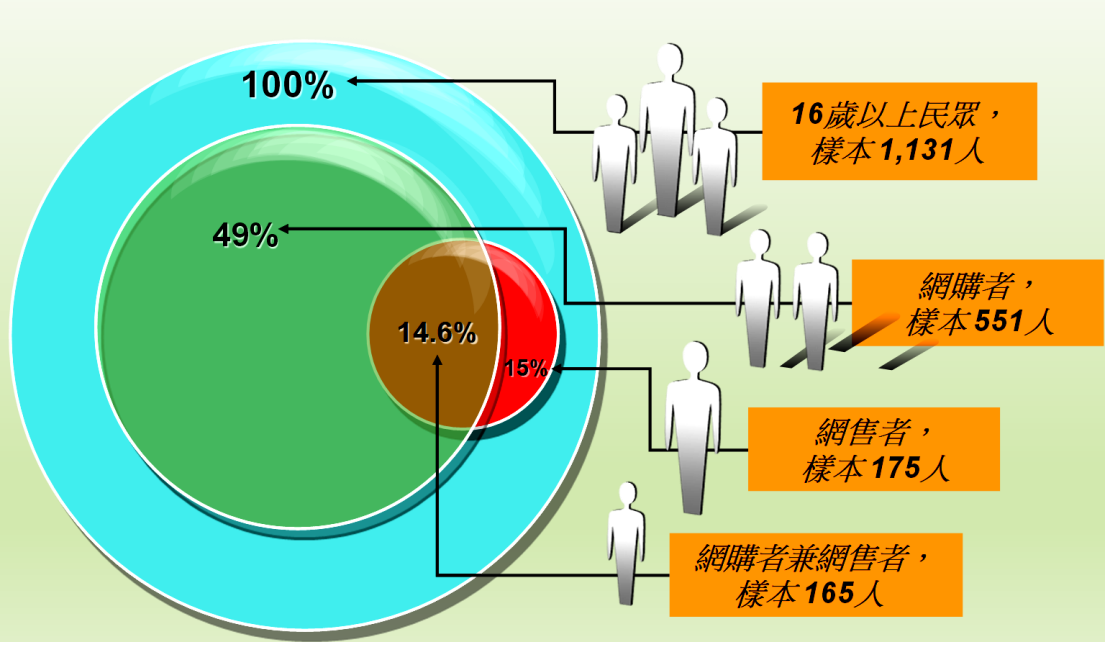


(二)、 我國 16 歲以上的民眾，有 15%曾經在網路上販售商品。



(三)、 我國 16 歲以上的民眾，網購者中有近 30%身兼網售者，而網售者幾乎全數身兼網購者(94%)；也就是，**我國 16 歲以上的民眾，有 14.6%既是網購者、又是網售者**。

我國16歲以上民眾，網購及網售經驗兼具者佔14.6%。

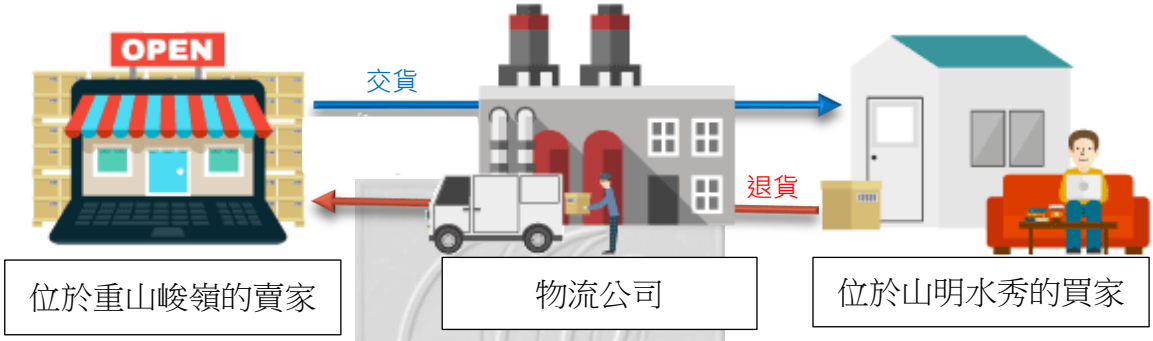


這些數字告訴我們，我國的電子商務商機正迅速的蓬勃發展，已經有逾半的國人接觸過網路交易了，有 1/7 的人甚至嘗試在網路上自己當老闆。

這些網購者中，有 77 人是重度網購者，佔網購者的 14%、全體樣本的 7%，他們與非網購者相比，有著非常明顯得特徵，不過，這些特徵與網售者的特徵是重疊與雷同的：

(一)、 在人口特質上

重度網購者與網售者主要分布在商業及交通比較不發達的地區，也就是說，網路交易的功能彌補了部分地區商業及交通不便的缺陷，發揮了「貨暢其流」、「以有運無」的功能，促使原本不容易發生的交易實現了。



在其他的人口特質上有：

重度網購者

- 平均年齡約為 37 歲；
- 平均網齡為 15 年；
- 偏女性、未婚；
- 大學及以上教育程度者；
- 職務從事服務及銷售業人員較多。

網售者

- 平均年齡約為 32 歲；
- 平均網齡為 14 年；
- 性別未偏，但偏未婚；
- 大學及以上教育程度者；
- 職務從事服務及銷售業人員較多。

值得一提的是，重度網購者的家庭月收入約 6.41 萬元、個人月收入約 3.15 萬元，但與非網購者無差異；而網售者家庭月收入約 5.89 萬元、個人平均月收入約 3.15 萬元，與非網售者有明顯差異，本研究顯示，網售者的家庭月收入低於非網售者甚多(5.89 萬元：6.65 萬元)，顯示，網售者利用網路交易來彌補家庭月收入較低的劣勢。

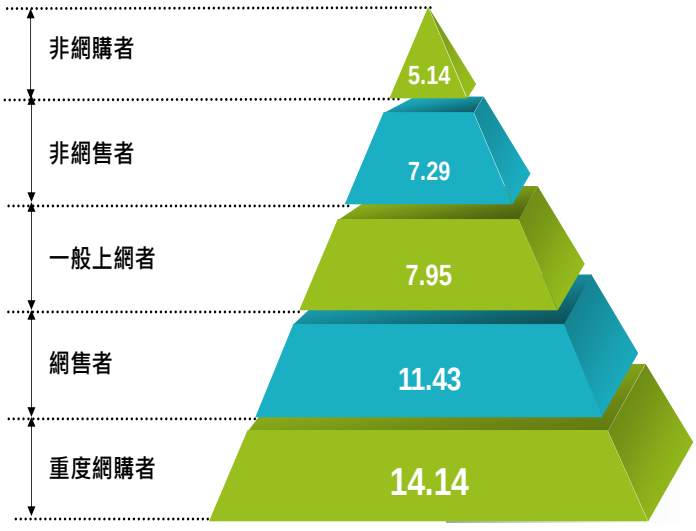
(二)、 在網路使用行為上

重度網購者與網售者過去 12 個月內上網曾遇到的狀況相當雷同，如電腦中毒、個資遭到外洩等等，所以，他們非得要較一般人重視上網安全的防護措施不可，平常就會採取諸如防毒軟體、使用防火牆等的防護措施；同時，重度網購者與網售者只有 3%~7%都沒有使用安全措施，比起非網售者及非網購者的 31%~45%要低上很多。

在網路使用的自信方面，重度網購者與網售者均呈現中高度自信，與非網售者及非網購者普通程度的自信相差不小。

在使用網路的頻率方面，重度網購者與網售者以每天在家中超過 10 次及 50 次的頻率高於非網售者及非網購者的每天至少 1 次及超過 10 次；同時，重度網購者與網售者均有 90%以上的人在住家以外的地方上網，高於非網購者及非網售者的 66%~78%；另外，網售者與重度網購者最近 7 天於住家使用網路從事的活動平均有 9.11~10.38 項活動，多於非網購者與非網售者的 3.2~5.04 項活動。

平均每日的上網時間，以重度網購者最長，非網購者最短。



而從上網的時間來看，一般上網者一星期上網時間是 55.68 小時(在家 19.53+工作/求學場所 22.21+其他地方 13.97)，平均每日 7.95 小時；而重度網購者一星期上網時間有 99 小時，平均每日 14.14 小時；非網購者一星期上網時間有 36 小時，平均每

日 5.14 小時；網售者一星期上網時間有 80 小時，平均每日 11.43 小時；非網售者一星期上網時間有 51 小時，平均每日 7.29 小時。

顯然，重度網購者與網售者每日上網次數較頻繁、所從事的網路活動較多元、上網的地點較多變、上網的時間也較長。

(三)、 在社群媒體使用行為上

重度網購者與網售者九成以上擁有社群媒體網站/App 的帳號，但一般上網者也有七八成的擁有綠，主要為臉書、Line、YouTube 的帳號；他們在這些社群網站/App 從事的活動雷同，主要是；發表評論或分享自己的影片/照片、瀏覽他人分享之文章、影片/照片、及在別人分享的文章/影片/照片上按讚等活動。

重度網購者與網售者較非網購者及非網售者認同：我會因為可能出現侮辱性言論或回應，而不想在社群媒體上評論或貼文、使用社群媒體時，讓我感覺更有創意、我曾在社群媒體上分享文章連結、我曾在社群媒體網站上與不認識的人分享意見、在發佈照片及評論時，我會考慮到隱私或安全的問題、我寧願以非真名的方式分享意見。

但，重度網購者與網售者較非網購者及非網售者不認同：我使用社群媒體時經常感到被排擠、每當我拜訪社群媒體或 App 時，我傾向相信我所讀到或看到的；同時，重度網購者與網售者較非網購者及非網售者更常瀏覽不同的意見，而非沉浸於同溫層。

顯示，重度網購者與網售者在網路上持較開放的態度，但也比較重視「上網時的隱私或安全」。

(四)、 在網路資訊查證行為上

重度網購者與網售者對於網路資訊的真實性與網路內容相對謹慎，做了比較多的網路查證、查詢工作。

例如，重度網購者與網售者平均使用了 1.94~2.17 個「確認網路資訊真實性的方式」，而非網購者與非網售者則僅使用了 1.18~1.23 個、重度網購者與網售者平均透過 2.4~2.61 個方式搜尋資訊，而非網購者與非網售者只有透過 1.37~1.81 個方式搜尋資訊;而非網購者與非網售者不曾確認網路資訊真實性的比率高達 31%~44%，而重度網購者與網售者卻僅有 8%~12%。

(五)、 在網購行為上

重度網購者

- 最近 12 個月內在網路上購物的產品類型前五名：手機與通訊、食品,甜點(含餐券)、精品,包包與服飾配件、美容與彩妝、廚房,生活雜貨與文具用品；
- 最近 12 個月內在網路上購物的金額平均是 26,000 元；
- 有 62%是購買國內產品；
- 最常支付網路購物費用的方式是線上刷卡及便利商店取貨付款。

網售者

- 最近 12 個月內在網路上購物的產品類型前五名：手機與通訊精品,包包與服飾配件、美容與彩妝、廚房,生活雜貨與文具用品、旅遊(飯店、機票、票券等)；
- 最近 12 個月內在網路上購物的金額平均是 12,295 元；
- 有 73%是購買國內產品；
- 支付網路購物費用的方式有線上刷卡、便利商店取貨付款、貨到付款。
- **網售者幾乎全數身兼網購者**

重度網購者與網售者在決定購買產品或使用服務時，大部份會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論；但在購買產品或使用服務後，絕大部份不會撰寫相關網路評論。

(六)、 在網售經驗上

重度網購者	網售者
● 最近 12 個月內販售商品的次數平均是 5.7 次； ● 最近 12 個月內在網路上販售商品的類型主要有：食品與甜點、手機與通訊、玩具、嬰幼兒與孕婦用品、廚房,生活雜貨與文具用品； ● 最近 12 個月內在網路上販售商品的金額平均是 6,682； ● 有 87%是在國內網站販售商品的。 ● **重度網購者有半數身兼網售者**	● 最近 12 個月內販售商品的次數平均是 5.6 次； ● 最近 12 個月內在網路上販售商品的類型主要有：手機與通訊、精品,包包與服飾配件、食品與甜點、美容與彩妝、廚房,生活雜貨與文具用品等等； ● 最近 12 個月內在網路上販售商品的金額平均是 13,442； ● 有 78%是在國內網站販售商品的。

(七)、 在網路資訊搜尋及分享行為上

重度網購者與網售者對於使用搜尋引擎尋找資訊，認為所得到的結果是「部分資訊是正確，部分不正確」達 72%以上，高於非網

購者與非網售者的 49%~59%，而「從未想過正不正確之問題」者，非網購者與非網售者高達 20%~28%，遠勝於重度網購者者與非網售者的 4%~7%；顯示，非網購者對搜尋所得結果較少持質疑態度，相對的，重度網購者對搜尋所得結果的可信度較為謹慎。

(八)、 在網路資安行為上

關於「現今許多網站要求註冊個人資訊，在註冊前會考慮的事情」，重度網購者與網售者會考慮 1.99~2.42 個資安項目，非網購者與非網售者則只考慮 1.55~1.85 個項目；顯示，重度網購者與網售者在網路資安上是較為多慮的。

(九)、 在網路使用對工作或日常生活的影響上

在「和朋友及家人的交流方式」方面，重度網購者與網售者較倚賴網路作為與他人交流的工具，較善用網路的溝通功能，而非網購者與非網售者更常利用傳統型式(如面對面、打電話)來與親友溝通。

而在「網路使用對工作或日常生活造成的正面影響」上，重度網購者與網售者認為是：上網促使我嘗試新事物(如旅遊、新餐廳、娛樂等)、上網使我獲知最新事件與社會議題、上網讓生活更便利(如網購/售、網路銀行)、找資料超方便；重度網購者與網售者對網路的正面認同著眼在新事物、新知識的引進。

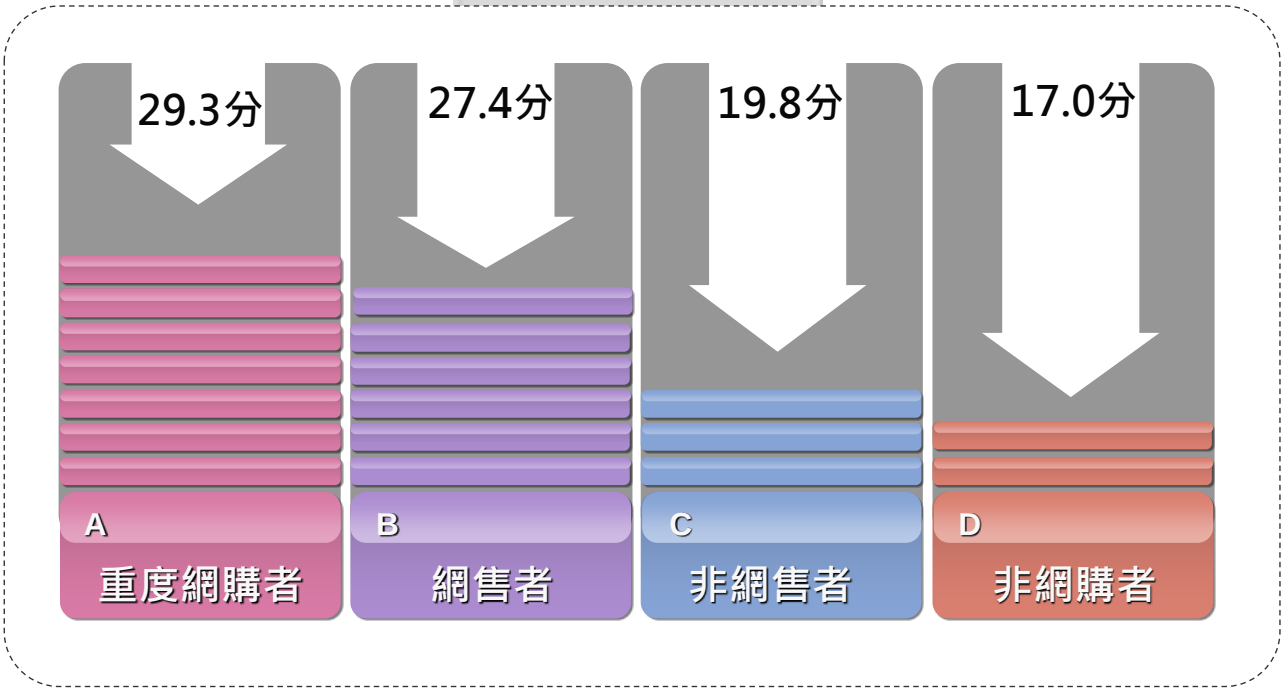
另外，在「網路使用對工作或日常生活造成的負面影響」方面，由於重度網購者與網售者使用網路的頻度較高，導致他們對網路的負面評價較非網購者與非網售者為高，不過，不論是誰，均一致認

為上網會對健康造成負面影響。

對手機的依賴程度，重度網購者與網售者是非網購者與非網售者的 1.4~1.7 倍，其中，重度網購者最依賴手機，其次是網售者、非網售者，非網購者對手機的依賴程度最低：

項目	重度網購者	非網購者	網售者	非網售者
睡覺時確認手機在身邊	7.65	4.43	7.14	5.22
睡前一定檢視手機	8.07	4.51	7.26	5.36
睡醒第一件事就是檢視手機	7.42	4.42	7.19	5.15
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機	6.16	3.64	5.85	4.06
分數合計	29.3	17.0	27.44	19.79
依賴倍數	1.72	--	1.39	--

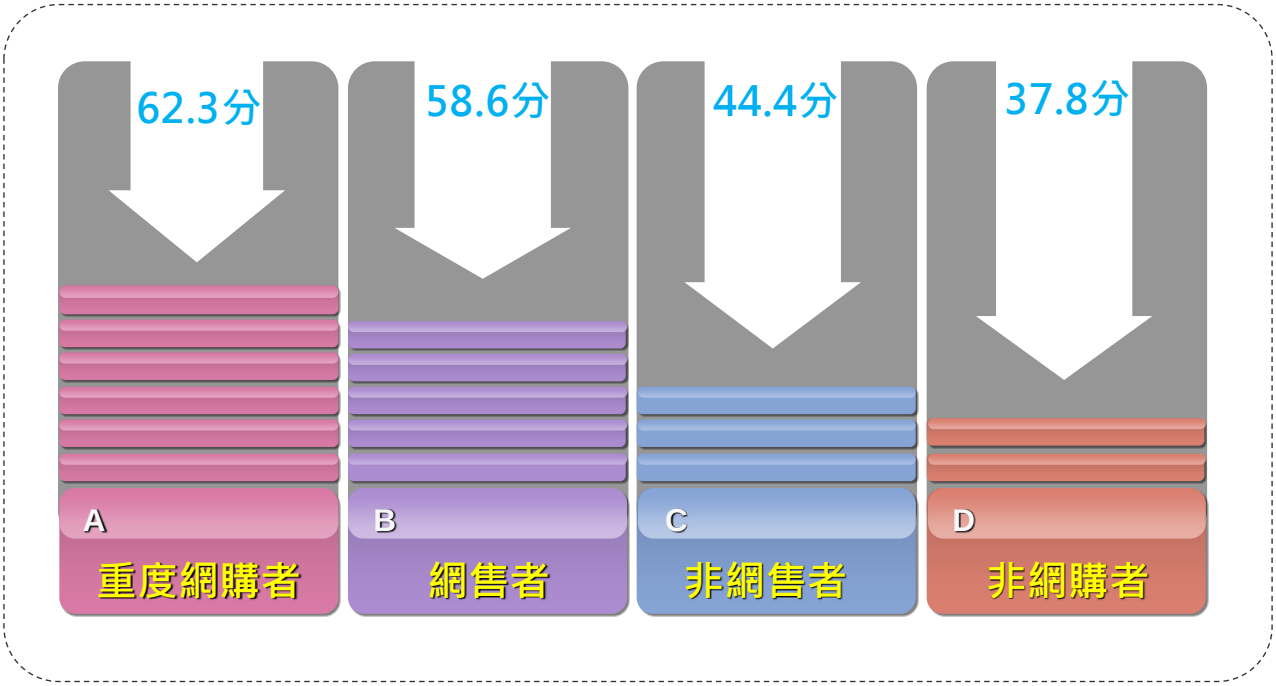
重度網購者最依賴手機，非網購者對手機的依賴程度最低.



對網路的依賴程度，重度網購者與網售者依賴網路的程度也較非網購者與非網售者高出許多；整體而言，重度網購者與網售者依賴網路的程度是非網購者的 1.3~1.6 倍，其中，重度網購者最依賴網路，其次是網售者、非網售者，非網購者對網路的依賴程度最低：

項目	重度網購者	非網購者	網售者	非網售者
若不能上網人生無趣	7.11	4.35	6.92	5.10
不上網不知道如何找到資料	7.12	4.82	6.77	5.55
不上網不知道外界發生什麼事件	6.74	4.43	6.59	5.27
不上網讓我覺得焦慮	6.65	3.71	6.22	4.50
不上網讓我覺得失落	6.47	3.72	6.21	4.41
我覺得脫離網路很困難	7.51	4.04	6.80	4.86
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	6.85	3.69	6.14	4.35
當我上網時我覺得自己正在工作	6.27	3.64	5.80	4.29
因為有網路讓我的生活不無聊	7.62	5.42	7.18	6.05
分數合計	62.34	37.82	58.63	44.38
依賴倍數	1.65	--	1.32	--

重度網購者最依賴網路，非網購者對網路的依賴程度最低.



二、 展望與建議

在前文的分析裡，我們已經界定了網售者及重度網購者的人口基本特質，也利用統計檢定的方法，將網售者與非網售者、重度網購者與非網購者的上網行為差異處標示出來;同時也了解到，由於網售者幾乎全數身兼網購者、重度網購者也有半數身兼網售者，以致於網售者與重度網購者有許多人口、上網行為特質是雷同的；有了以上的成果，相信從事網購、網售的交易個體及電子商務交易平台決策者已經有了制定目標市場及行銷策略的客觀參考依據。

同時，我們也發現，無論是網售者或網購者，其交易的商品如玩具、食品與甜點、美容與彩妝、嬰幼兒與孕婦用品等等，均涉及食品衛生標準、食品添加物使用範圍及限量暨規格標準等法令規章、藥事法、醫療器材管理辦法、醫療器材查驗登記審查準則等相關法規、化粧品衛生管理條例相關法規等，惟網購、網售的電子交易均具有相當的隱密性，倘有違規事實，相關單位也不易察覺，本文的研究成果或可以做為業管單位執法重點的制定依據及修法方向的參考。

在本文中，我們也發現非網購者及非網售者不論在網路資料蒐集及內容確認、資安防護措施的採用、個人隱私及個人資料提供上，網路素養均嫌不足，容易落入假資料/假新聞陷阱，或過於信任網站/網頁致使個人隱私外洩而不知，是以相關單位應加強上網者資安觀念的教育與推廣，以有效提升國人的網路素養。

三、 未來研究建議

「106 年度通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查」乃本會第一次參考英國 Ofcom 的做法，針對寬頻使用、通訊市場、廣電市場及匯流發展等四大面向所進行的全面且深入的需求面調查，因係第一次實施，尚無歷史資料可資比對其趨勢發展，故諸如網購/售者特質、網購/售者上網行為、國人網購/網售比率、國人對手機/網路的依賴程度，均無歷史資料可供分析、探討其來龍去脈、或研議其評判標準者；倘若未來「通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查」持續施作，可將本分析主題置入寬頻使用調查的分析項下，逐年記錄探討網購/售者特質、網購/售者上網行為、國人網購/網售比率、國人對手機/網路的依賴程度的發展傾向，並與國際相關調查相互比較，當可更深入地了解我國電子商務的發展概況與優劣勢，勢必有助於相關單位制定策略之歷程。

柒、 附錄 - 1.重度網購者/非網購者獨立性檢定

「重度網購者/非網購者」與「居住地區」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
居住地區	北北基	14	154	167
	桃竹苗	15	78	93
	中彰投	9	89	99
	雲嘉南	9	68	77
	高屏澎	28	75	103
	宜花東	2	16	18
合計		77	480	557

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
居住地區	北北基	23.14	144.24	167.39
	桃竹苗	12.84	80.05	92.89
	中彰投	13.62	84.92	98.54
	雲嘉南	10.58	65.93	76.51
	高屏澎	14.28	88.99	103.27
	宜花東	2.52	15.68	18.19
合計		76.98	479.82	557

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
居住地區	北北基	3.87	0.62	4.49
	桃竹苗	0.43	0.07	0.50
	中彰投	1.32	0.21	1.53
	雲嘉南	0.24	0.04	0.28
	高屏澎	12.77	2.05	14.82
	宜花東	0.12	0.02	0.14
變異數合計		18.75	3.01	21.75

「重度網購者/非網購者」與「居住地區」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「居住地區」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「居住地區」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 21.75 · ν = (C-1)*(R-1)= 5 χ^2(0.95,5)= 11.07 < 21.75

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「居住地區」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「性別」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
性別	男性	25	276	302
	女性	52	204	255
合計		77	480	557

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
性別	男性	41.69	259.89	301.59
	女性	35.28	219.93	255.21
合計		76.98	479.82	557

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
性別	男性	6.45	1.04	7.49
	女性	7.62	1.22	8.85
變異數合計		14.08	2.26	16.34

「重度網購者/非網購者」與「性別」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「性別」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「性別」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 16.34 · ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ^2(0.95,1)= 3.84 < 16.34

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「性別」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「年齡」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
年齡	16-24歲	10	40	49
	25-34歲	24	23	47
	35-44歲	29	55	84
	45-54歲	4	109	113
	55歲以上	11	252	263
合計		77	480	557

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
年齡	16-24歲	6.82	42.52	49.34
	25-34歲	6.53	40.73	47.27
	35-44歲	11.61	72.37	83.98
	45-54歲	15.62	97.36	112.98
	55歲以上	36.39	226.84	263.23
合計		76.98	479.82	557

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
年齡	16-24歲	1.21	0.19	1.40
	25-34歲	47.55	7.63	55.18
	35-44歲	24.60	3.95	28.55
	45-54歲	8.83	1.42	10.25
	55歲以上	18.08	2.90	20.98
變異數合計		100.27	16.09	116.36

「重度網購者/非網購者」與「年齡」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「年齡」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「年齡」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 116.36 · ν = (C-1)*(R-1)= 4 χ^2(0.95,4)= 9.46 < 116.36

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「年齡」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「婚姻狀況」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
婚姻狀況	未婚	44	77	121
	已婚	28	348	376
	鰥寡/分居	5	47	52
合計		77	472	549

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
婚姻狀況	未婚	16.95	103.83	120.78
	已婚	52.78	323.35	376.13
	鰥寡/分居	7.25	44.38	51.63
合計		76.98	471.56	549

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
婚姻狀況	未婚	43.81	7.15	50.96
	已婚	11.49	1.88	13.37
	鰥寡/分居	0.95	0.15	1.10
變異數合計		56.25	9.18	65.44

「重度網購者/非網購者」與「婚姻狀況」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「婚姻狀況」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「婚姻狀況」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 65.44 · ν = (C-1)*(R-1)= 2 χ^2(0.95,2)= 5.99 < 65.44

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「婚姻狀況」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「家庭平均月收入」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
家庭平均月收入	無收入(0)	6	10	16
	1元-未滿2萬元(1)	2	9	11
	2萬-未滿4萬元(3)	10	64	73
	4萬-未滿6萬元(5)	10	53	63
	6萬-未滿8萬元(7)	11	39	49
	8萬-未滿10萬元(9)	5	34	39
	10萬-未滿12萬元(11)	7	20	28
	12萬元以上(13)	6	40	47
合計		56	270	326

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
家庭平均月收入	無收入(0)	2.73	13.04	15.77
	1元-未滿2萬元(1)	1.88	9.01	10.89
	2萬-未滿4萬元(3)	12.70	60.71	73.41
	4萬-未滿6萬元(5)	10.94	52.30	63.24
	6萬-未滿8萬元(7)	8.53	40.79	49.33
	8萬-未滿10萬元(9)	6.70	32.01	38.71
	10萬-未滿12萬元(11)	4.83	23.08	27.91
	12萬元以上(13)	8.08	38.63	46.71
合計		56.39	269.58	326

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
家庭平均月收入	無收入(0)	3.18	0.67	3.85
	1元-未滿2萬元(1)	0.02	0.00	0.02
	2萬-未滿4萬元(3)	0.65	0.13	0.78
	4萬-未滿6萬元(5)	0.04	0.01	0.05
	6萬-未滿8萬元(7)	0.53	0.11	0.65
	8萬-未滿10萬元(9)	0.70	0.15	0.85
	10萬-未滿12萬元(11)	1.40	0.29	1.69
	12萬元以上(13)	0.39	0.08	0.47
變異數合計		6.91	1.45	8.36

「重度網購者/非網購者」與「家庭平均月收入」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「家庭平均月收入」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「家庭平均月收入」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 8.36 · ν = (C-1)*(R-1)= 7 χ^2(0.95,7)= 14.07 > 8.36

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「家庭平均月收入」可能無關

「重度網購者/非網購者」與「居住狀況」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
居住狀況	自有房屋	59	371	430
	租屋	16	86	103
合計		75	458	533

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
居住狀況	自有房屋	60.47	369.68	430.15
	租屋	14.44	88.28	102.72
合計		74.91	457.96	533

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
居住狀況	自有房屋	0.05	0.01	0.06
	租屋	0.23	0.04	0.26
變異數合計		0.28	0.05	0.33

H_0：「重度網購者/非網購者」與「居住狀況」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「居住狀況」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 0.33 · ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 > 0.33

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「居住狀況」可能無關

「重度網購者/非網購者」與「教育程度」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
教育程度	小學及以下	0	32	32
	國中或初中	0	87	87
	高中職（含五專前三年）	17	217	234
	專科	10	39	49
	大學	33	77	110
	碩士及以上	14	12	26
合計		74	463	538

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
教育程度	小學及以下	4.43	27.52	31.95
	國中或初中	12.03	74.81	86.84
	高中職（含五專前三年）	32.45	201.83	234.28
	專科	6.75	42.01	48.76
	大學	15.20	94.55	109.76
	碩士及以上	3.63	22.56	26.19
合計		74.50	463.29	538

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
教育程度	小學及以下	4.43	0.71	5.14
	國中或初中	11.70	1.88	13.58
	高中職（含五專前三年）	7.18	1.15	8.33
	專科	1.81	0.29	2.11
	大學	19.73	3.17	22.91
	碩士及以上	31.72	5.10	36.82
變異數合計		76.56	12.31	88.87

「重度網購者/非網購者」與「教育程度」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「教育程度」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「教育程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 88.87 · ν = (C-1)*(R-1)= 5 χ2(0.95,5)= 11.07 < 88.87

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「教育程度」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「職業」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
職業	農、林、漁、牧業	0	17	18
	礦業及土石採取業	0	2	2
	製造業	11	48	59
	用水供應及污染整治業	0	5	5
	營建工程業	1	8	9
	批發及零售業	2	23	25
	運輸及倉儲業	1	13	14
	住宿及餐飲業	7	18	24
	出版、影音製作、傳播及資通訊服務	5	3	8
	金融及保險業	0	11	11
	不動產業	1	3	4
	專業、科學及技術服務業	11	19	30
	支援服務業	3	24	27
	教育業	2	5	7
	公共行政及國防；強制性社會安全	3	5	8
	醫療保健及社會工作服務業	3	8	11
	藝術、娛樂及休閒服務業	4	0	4
	其他服務業	8	56	64
	家管	5	81	87
	學生	4	29	33
	退休	2	75	77
	在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者	1	3	4
	其他	1	4	5
合計		74	461	535

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
職業	農、林、漁、牧業	2.45	15.25	17.70
	礦業及土石採取業	0.21	1.31	1.52
	製造業	8.19	50.95	59.13
	用水供應及污染整治業	0.66	4.10	4.76
	營建工程業	1.18	7.37	8.56
	批發及零售業	3.43	21.33	24.76
	運輸及倉儲業	1.90	11.82	13.72
	住宿及餐飲業	3.34	20.79	24.14
	出版、影音製作、傳播及資通訊服務	1.08	6.73	7.81
	金融及保險業	1.47	9.14	10.61
	不動產業	0.60	3.75	4.35
	專業、科學及技術服務業	4.15	25.80	29.95
	支援服務業	3.76	23.40	27.16
	教育業	1.03	6.39	7.42
	公共行政及國防；強制性社會安全	1.11	6.92	8.04
	醫療保健及社會工作服務業	1.59	9.89	11.48
	藝術、娛樂及休閒服務業	0.59	3.66	4.24
	其他服務業	8.85	55.07	63.92
	家管	11.99	74.64	86.64
	學生	4.61	28.66	33.26
	退休	10.62	66.09	76.71
	在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者	0.49	3.03	3.52
	其他	0.74	4.64	5.38
合計		74.04	460.76	534.80

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
職業	農、林、漁、牧業	1.99	0.32	2.31
	礦業及土石採取業	0.21	0.03	0.24
	製造業	1.28	0.21	1.49
	用水供應及污染整治業	0.66	0.11	0.77
	營建工程業	0.02	0.00	0.02
	批發及零售業	1.03	0.17	1.19
	運輸及倉儲業	0.55	0.09	0.64
	住宿及餐飲業	3.02	0.49	3.51
	出版、影音製作、傳播及資通訊服務	12.74	2.05	14.79
	金融及保險業	1.47	0.24	1.71
	不動產業	0.14	0.02	0.16
	專業、科學及技術服務業	9.81	1.58	11.39
	支援服務業	0.03	0.01	0.04
	教育業	0.79	0.13	0.92
	公共行政及國防；強制性社會安全	2.93	0.47	3.40
	醫療保健及社會工作服務業	1.73	0.28	2.01
	藝術、娛樂及休閒服務業	17.65	2.84	20.49
	其他服務業	0.15	0.02	0.18
	家管	3.77	0.61	4.37
	學生	0.01	0.00	0.01
	退休	7.15	1.15	8.30
	在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者	0.00	0.00	0.00
	其他	0.19	0.03	0.22
變異數合計		67.34	10.82	78.16

「重度網購者/非網購者」與「職業」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「職業」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「職業」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 78.16 · ν = (C-1)*(R-1)= 22 χ2(0.95,22)= 33.92 < 78.16

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「職業」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「職務」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
職務	軍人	1	3	4
	民意代表、主管及經理人員	0	20	20
	專業人員	18	65	83
	技術員及助理專業人員	9	23	32
	事務支援人員	2	22	23
	服務及銷售工作人員	25	56	82
	技藝有關工作人員	0	4	4
	農、林、漁、牧業生產人員	0	17	18
	機械設備操作及組裝人員	0	6	6
	基層技術工及勞力工	0	41	41
	其他	5	8	13
合計		60	265	325

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
職務	軍人	0.77	3.39	4.16
	民意代表、主管及經理人員	3.65	16.11	19.76
	專業人員	15.30	67.46	82.75
	技術員及助理專業人員	5.93	26.15	32.08
	事務支援人員	4.28	18.86	23.14
	服務及銷售工作人員	15.12	66.68	81.80
	技藝有關工作人員	0.73	3.23	3.96
	農、林、漁、牧業生產人員	3.27	14.43	17.70
	機械設備操作及組裝人員	1.16	5.14	6.30
	基層技術工及勞力工	7.51	33.13	40.64
	其他	2.34	10.33	12.67
合計		60.06	264.90	324.96

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
職務	軍人	0.05	0.01	0.06
	民意代表、主管及經理人員	3.65	0.83	4.48
	專業人員	0.40	0.09	0.49
	技術員及助理專業人員	1.83	0.41	2.24
	事務支援人員	1.69	0.38	2.08
	服務及銷售工作人員	6.85	1.55	8.41
	技藝有關工作人員	0.73	0.17	0.90
	農、林、漁、牧業生產人員	2.80	0.64	3.44
	機械設備操作及組裝人員	1.16	0.26	1.43
	基層技術工及勞力工	7.51	1.70	9.22
	其他	3.00	0.68	3.68
變異數合計		29.69	6.73	36.42

「重度網購者/非網購者」與「職務」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「職務」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「職務」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 36.42 ，v = (C-1)*(R-1)= 10 $\chi2(0.95,10)$= 18.31 < 36.42

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「職務」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「個人平均月收入」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
個人平均月收入	無收入(0)	11	89	100
	1元-未滿2萬元(1.5)	6	43	48
	2萬-未滿3萬元(2.5)	13	68	81
	3萬-未滿4萬元(3.5)	18	59	77
	4萬-未滿5萬元(4.5)	6	31	37
	5萬-未滿6萬元(5.5)	10	23	33
	6萬元以上(6.5)	4	37	42
合計		68	349	417

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
個人平均月收入	無收入(0)	16.23	83.61	99.84
	1元-未滿2萬元(1.5)	7.87	40.52	48.39
	2萬-未滿3萬元(2.5)	13.13	67.63	80.76
	3萬-未滿4萬元(3.5)	12.44	64.11	76.55
	4萬-未滿5萬元(4.5)	5.96	30.70	36.66
	5萬-未滿6萬元(5.5)	5.38	27.72	33.11
	6萬元以上(6.5)	6.78	34.95	41.74
合計		67.79	349.24	417

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
個人平均月收入	無收入(0)	1.79	0.35	2.14
	1元-未滿2萬元(1.5)	0.55	0.11	0.66
	2萬-未滿3萬元(2.5)	0.00	0.00	0.00
	3萬-未滿4萬元(3.5)	2.48	0.48	2.96
	4萬-未滿5萬元(4.5)	0.01	0.00	0.01
	5萬-未滿6萬元(5.5)	4.27	0.83	5.10
	6萬元以上(6.5)	0.92	0.18	1.10
變異數合計		10.02	1.94	11.96

H_0：「重度網購者/非網購者」與「個人平均月收入」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「個人平均月收入」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 11.96 ，v = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi2(0.95,6)$= 12.59 > 11.96

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「個人平均月收入」可能無關

「重度網購者/非網購者」與「出生年次」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
出生年次	74歲	4	4	9
	73歲	0	4	4
	72歲	0	5	5
	69歲	0	2	2
	68歲	0	3	3
	67歲	0	8	8
	66歲	0	17	17
	65歲	4	10	14
	64歲	0	25	25
	63歲	0	9	9
	62歲	0	10	10
	61歲	0	29	29
	60歲	0	11	11
	59歲	0	30	30
	58歲	2	6	9
	57歲	0	34	34
	56歲	0	36	36
	55歲	0	10	10
	54歲	1	13	14
	53歲	0	11	11
	52歲	0	4	4
	51歲	0	13	13
	50歲	0	10	10
	49歲	0	11	11
	48歲	0	21	21
	47歲	0	11	11
	46歲	3	11	14
	45歲	0	3	3
	44歲	0	8	8
	43歲	0	6	6
	42歲	2	1	2
	41歲	1	6	8
	40歲	3	9	12
	39歲	2	9	11
	38歲	2	6	8
	37歲	8	8	16
	36歲	5	0	5
	35歲	5	3	8
	34歲	2	1	2
	33歲	0	5	5
	32歲	0	0	0
	31歲	2	0	2
	30歲	3	5	7
	29歲	6	4	10
	28歲	3	3	7
	27歲	3	2	5
	26歲	2	3	5
	25歲	3	1	4
	24歲	2	3	4
	23歲	2	3	5
	22歲	1	5	6
	21歲	2	2	4
	20歲	0	5	5
	19歲	1	3	4
	18歲	1	6	7
	17歲	1	3	4
	16歲	0	9	9
合計		77	480	557

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
出生年次	74歲	1.18	7.33	8.51
	73歲	0.54	3.35	3.88
	72歲	0.67	4.20	4.87
	69歲	0.27	1.67	1.94
	68歲	0.47	2.92	3.39
	67歲	1.06	6.60	7.65
	66歲	2.39	14.88	17.26
	65歲	1.92	11.94	13.85
	64歲	3.52	21.96	25.48
	63歲	1.23	7.64	8.86
	62歲	1.43	8.90	10.33
	61歲	3.94	24.57	28.51
	60歲	1.46	9.08	10.54
	59歲	4.20	26.15	30.35
	58歲	1.19	7.40	8.59
	57歲	4.63	28.87	33.50
	56歲	4.94	30.77	35.70
	55歲	1.38	8.62	10.00
	54歲	1.94	12.10	14.04
	53歲	1.53	9.57	11.10
	52歲	0.60	3.73	4.33
	51歲	1.78	11.07	12.85
	50歲	1.37	8.52	9.89
	49歲	1.47	9.14	10.61
	48歲	2.92	18.23	21.15
	47歲	1.57	9.77	11.34
	46歲	1.98	12.35	14.34
	45歲	0.46	2.87	3.34
	44歲	1.05	6.52	7.57
	43歲	0.76	4.75	5.51
	42歲	0.31	1.95	2.26
	41歲	1.04	6.49	7.53
	40歲	1.71	10.63	12.34
	39歲	1.54	9.59	11.13
	38歲	1.14	7.11	8.25
	37歲	2.17	13.51	15.67
	36歲	0.73	4.57	5.30
	35歲	1.17	7.27	8.43
	34歲	0.32	2.02	2.34
	33歲	0.69	4.30	4.98
	32歲	0.03	0.21	0.24
	31歲	0.22	1.39	1.61
	30歲	1.03	6.43	7.46
	29歲	1.37	8.55	9.92
	28歲	0.93	5.80	6.73
	27歲	0.64	3.98	4.62
	26歲	0.75	4.65	5.39
	25歲	0.55	3.41	3.96
	24歲	0.62	3.86	4.48
	23歲	0.71	4.41	5.12
	22歲	0.82	5.12	5.94
	21歲	0.60	3.72	4.31
	20歲	0.75	4.66	5.41
	19歲	0.52	3.26	3.79
	18歲	0.95	5.95	6.91
	17歲	0.54	3.39	3.94
	16歲	1.31	8.14	9.45
合計		76.98	479.82	556.80

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
出生年次	74	7.93	1.27	9.20
	73	0.54	0.09	0.62
	72	0.67	0.11	0.78
	69	0.27	0.04	0.31
	68	0.47	0.08	0.54
	67	1.06	0.17	1.23
	66	2.39	0.38	2.77
	65	2.80	0.45	3.25
	64	3.52	0.57	4.09
	63	1.23	0.20	1.42
	62	1.43	0.23	1.66
	61	3.94	0.63	4.57
	60	1.46	0.23	1.69
	59	4.20	0.67	4.87
	58	1.00	0.16	1.16
	57	4.63	0.74	5.38
	56	4.94	0.79	5.73
	55	1.38	0.22	1.60
	54	0.48	0.08	0.56
	53	1.53	0.25	1.78
	52	0.60	0.10	0.70
	51	1.78	0.28	2.06
	50	1.37	0.22	1.59
	49	1.47	0.24	1.70
	48	2.92	0.47	3.39
	47	1.57	0.25	1.82
	46	0.43	0.07	0.49
	45	0.46	0.07	0.54
	44	1.05	0.17	1.21
	43	0.76	0.12	0.88
	42	4.90	0.79	5.69
	41	0.00	0.00	0.00
	40	0.94	0.15	1.09
	39	0.08	0.01	0.09
	38	1.46	0.23	1.70
	37	15.11	2.42	17.54
	36	28.49	4.57	33.06
	35	15.69	2.52	18.21
	34	7.00	1.12	8.12
	33	0.69	0.11	0.80
	32	1.30	0.21	1.51
	31	8.66	1.39	10.04
	30	3.23	0.52	3.75
	29	14.36	2.30	16.67
	28	6.16	0.99	7.15
	27	9.47	1.52	10.98
	26	3.39	0.54	3.93
	25	11.49	1.84	13.33
	24	1.69	0.27	1.96
	23	2.49	0.40	2.89
	22	0.09	0.01	0.10
	21	4.60	0.74	5.34
	20	0.45	0.07	0.52
	19	0.70	0.11	0.81
	18	0.09	0.01	0.10
	17	0.05	0.01	0.06
	16	1.31	0.21	1.52
變異數合計		202.13	32.43	234.56

H_0：「重度網購者/非網購者」與「出生年次」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「出生年次」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 234.56 ，ν = (C-1)*(R-1)= 56 χ2(0.95,56)= 74.47 < 234.56

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「出生年次」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「最常上網使用的裝置」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最常上網使用的裝置	智慧型手機	70	423	492
	電腦(含桌機與筆電)	5	44	49
	平板電腦	3	10	12
	可連網智慧型電視	0	0	0
合計		77	476	553

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最常上網使用的裝置	智慧型手機	68.45	423.72	492.17
	電腦(含桌機與筆電)	6.79	42.03	48.82
	平板電腦	1.70	10.54	12.24
	可連網智慧型電視	0.03	0.21	0.24
合計		76.98	476.50	553

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最常上網使用的裝置	智慧型手機	0.02	0.00	0.02
	電腦(含桌機與筆電)	0.74	0.12	0.86
	平板電腦	0.41	0.07	0.48
	可連網智慧型電視	1.29	0.21	1.50
變異數合計		2.46	0.40	2.86

「重度網購者/非網購者」與「最常上網使用的裝置」的獨立性檢定

H_0：**「重度網購者/非網購者」與「最常上網使用的裝置」可能無關**

H_1：**「重度網購者/非網購者」與「最常上網使用的裝置」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 2.86 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 > 2.86

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最常上網使用的裝置」可能無關

「重度網購者/非網購者」與「網齡」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
網齡	1年	0	8	8
	2年	2	34	36
	3年	0	63	63
	4年	2	27	29
	5年	1	34	36
	6年	0	34	34
	7年	4	16	20
	8年	3	33	36
	9年	1	12	13
	10年	15	51	66
	11年	7	7	14
	12年	1	18	20
	13年	0	11	11
	14年	0	3	3
	15年	9	29	38
	16年	5	4	9
	17年	5	7	12
	18年	3	6	10
	19年	2	6	7
	20年	9	23	32
	21年	1	0	1
	22年	2	10	12
	23年	0	0	0
	25年	2	1	3
	30年	0	3	3
	35年	1	0	1
	37年	1	0	1
	41年	2	0	2
合計		77	443	520

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
網齡	1年	1.25	7.21	8.46
	2年	5.33	30.67	36.00
	3年	9.26	53.26	62.52
	4年	4.35	24.99	29.34
	5年	5.26	30.25	35.52
	6年	4.98	28.65	33.64
	7年	2.90	16.69	19.59
	8年	5.41	31.08	36.48
	9年	1.96	11.25	13.21
	10年	9.81	56.41	66.22
	11年	2.07	11.90	13.97
	12年	2.92	16.81	19.73
	13年	1.61	9.23	10.83
	14年	0.41	2.33	2.73
	15年	5.59	32.13	37.72
	16年	1.36	7.84	9.20
	17年	1.83	10.50	12.32
	18年	1.47	8.44	9.91
	19年	1.09	6.28	7.37
	20年	4.78	27.49	32.27
	21年	0.11	0.60	0.71
	22年	1.72	9.86	11.58
	23年	0.00	0.00	0.00
	25年	0.42	2.41	2.83
	30年	0.50	2.88	3.39
	35年	0.17	1.00	1.17
	37年	0.14	0.82	0.96
	41年	0.28	1.62	1.90
合計		76.98	442.61	519.59

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
網齡	1年	1.25	0.22	1.47
	2年	2.68	0.47	3.15
	3年	9.26	1.61	10.87
	4年	1.04	0.18	1.22
	5年	2.96	0.52	3.48
	6年	4.98	0.87	5.85
	7年	0.47	0.08	0.55
	8年	0.96	0.17	1.13
	9年	0.73	0.13	0.86
	10年	3.25	0.57	3.82
	11年	9.72	1.69	11.41
	12年	0.95	0.17	1.11
	13年	1.61	0.28	1.88
	14年	0.41	0.07	0.48
	15年	1.70	0.30	2.00
	16年	11.38	1.98	13.36
	17年	5.26	0.92	6.18
	18年	2.71	0.47	3.18
	19年	0.19	0.03	0.23
	20年	3.36	0.58	3.94
	21年	3.48	0.60	4.08
	22年	0.00	0.00	0.00
	23年	0.00	0.00	0.00
	25年	3.05	0.53	3.58
	30年	0.50	0.09	0.59
	35年	5.74	1.00	6.74
	37年	4.72	0.82	5.54
	41年	9.33	1.62	10.95
變異數合計		91.70	15.95	107.65

「重度網購者/非網購者」與「網齡」的獨立性檢定

H_0：**「重度網購者/非網購者」與「網齡」可能無關**

H_1：**「重度網購者/非網購者」與「網齡」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 107.65 ，ν = (C-1)*(R-1)= 26 $\chi2(0.95,26)$= 38.88 < 107.65

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「網齡」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「保護上網安全的措施」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
保護上網安全的措施	防毒軟體	50	165	215
	在使用的裝置上設定複雜密碼	28	32	59
	對email、社群媒體(如臉書、Line等)、第三方支付軟體設定複雜密	20	19	40
	使用防火牆	34	49	83
	下載最新版本軟體	7	31	38
	定期備份電腦資料	23	17	40
	刪除cookies	2	8	10
	使用過濾或封鎖功能防堵垃圾郵件(spam)	7	7	14
	使用過濾或封鎖功能防堵網路廣告	7	14	22
	都沒有使用	2	218	220
	其他	0	1	1
合計		181	560	741

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
保護上網安全的措施	防毒軟體	52.54	162.47	215.01
	在使用的裝置上設定複雜密碼	14.54	44.95	59.49
	對email、社群媒體(如臉書、Line等)、第三方支付軟體設定複雜密	9.67	29.89	39.55
	使用防火牆	20.21	62.50	82.71
	下載最新版本軟體	9.36	28.93	38.29
	定期備份電腦資料	9.74	30.11	39.85
	刪除cookies	2.45	7.59	10.04
	使用過濾或封鎖功能防堵垃圾郵件(spam)	3.41	10.53	13.94
	使用過濾或封鎖功能防堵網路廣告	5.27	16.30	21.57
	都沒有使用	53.77	166.29	220.06
	其他	0.16	0.50	0.66
合計		181.11	560.06	741.17

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
保護上網安全的措施	防毒軟體	0.11	0.03	0.14
	在使用的裝置上設定複雜密碼	12.28	3.97	16.26
	對email、社群媒體(如臉書、Line等)、第三方支付軟體設定複雜密	11.97	3.87	15.85
	使用防火牆	9.15	2.96	12.11
	下載最新版本軟體	0.37	0.12	0.49
	定期備份電腦資料	18.31	5.92	24.23
	刪除cookies	0.21	0.07	0.27
	使用過濾或封鎖功能防堵垃圾郵件(spam)	3.76	1.22	4.97
	使用過濾或封鎖功能防堵網路廣告	0.84	0.27	1.11
	都沒有使用	49.60	16.04	65.64
	其他	0.16	0.05	0.21
變異數合計		106.77	34.53	141.30

「重度網購者/非網購者」與「保護上網安全的措施」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「保護上網安全的措施」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「保護上網安全的措施」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 141.30 ，ν = (C-1)*(R-1)= 10 χ2(0.95,10)= 18.31 < 141.30

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「保護上網安全的措施」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
過去12個月內上網曾遇到的狀況	電腦中毒	16	30	46
	email遭到駭客侵入	3	12	14
	網路詐騙	8	19	27
	社群媒體帳號遭到駭客侵入	11	7	17
	個資遭到外洩	16	18	34
	資料或是檔案因為中毒而流失	2	0	3
	遭遇肉搜	0	1	1
	遭遇網路酸民	2	5	7
	遭遇網路霸凌	2	0	2
	遭遇網路挑釁者(troll)	1	1	2
	都沒有遇過	41	380	420
合計		100	473	573

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
過去12個月內上網曾遇到的狀況	電腦中毒	7.98	37.64	45.63
	email遭到駭客侵入	2.52	11.87	14.39
	網路詐騙	4.74	22.37	27.11
	社群媒體帳號遭到駭客侵入	3.06	14.44	17.50
	個資遭到外洩	5.88	27.74	33.62
	資料或是檔案因為中毒而流失	0.45	2.12	2.57
	遭遇肉搜	0.25	1.17	1.42
	遭遇網路酸民	1.20	5.64	6.84
	遭遇網路霸凌	0.33	1.57	1.90
	遭遇網路挑釁者(troll)	0.37	1.74	2.11
	都沒有遇過	73.55	346.80	420.35
合計		100.34	473.10	573.44

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
過去12個月內上網曾遇到的狀況	電腦中毒	7.57	1.61	9.18
	email遭到駭客侵入	0.00	0.00	0.00
	網路詐騙	2.49	0.53	3.02
	社群媒體帳號遭到駭客侵入	19.00	4.03	23.03
	個資遭到外洩	15.83	3.36	19.18
	資料或是檔案因為中毒而流失	8.00	1.70	9.70
	遭遇肉搜	0.25	0.05	0.30
	遭遇網路酸民	0.46	0.10	0.56
	遭遇網路霸凌	7.41	1.57	8.98
	遭遇網路挑釁者(troll)	0.92	0.20	1.12
	都沒有遇過	14.84	3.15	17.98
變異數合計		76.78	16.28	93.06

「重度網購者/非網購者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 93.06 ，ν = (C-1)*(R-1)= 10 χ2(0.95,10)= 18.31 < 93.06

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	1	1	69	70
	2	7	43	50
	3	3	64	67
	4	3	39	42
	5	7	76	83
	6	8	38	46
	7	14	34	48
	8	10	37	47
	9	10	20	29
	10	14	20	34
合計		77	439	516

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	1	10.43	59.51	69.94
	2	7.51	42.82	50.33
	3	9.95	56.76	66.71
	4	6.27	35.78	42.06
	5	12.44	70.95	83.39
	6	6.86	39.11	45.97
	7	7.18	40.96	48.15
	8	6.94	39.59	46.53
	9	4.38	24.97	29.35
	10	5.01	28.59	33.60
合計		76.98	439.04	516.02

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	1	8.59	1.51	10.10
	2	0.02	0.00	0.03
	3	5.01	0.88	5.88
	4	1.66	0.29	1.95
	5	2.09	0.37	2.46
	6	0.21	0.04	0.24
	7	7.04	1.23	8.27
	8	1.30	0.23	1.53
	9	6.46	1.13	7.59
	10	14.86	2.61	17.47
變異數合計		47.24	8.28	55.52

「重度網購者/非網購者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 55.52 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 55.52

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度	1	0	34	34
	2	2	20	22
	3	0	42	42
	4	0	44	44
	5	7	78	84
	6	12	48	60
	7	12	48	60
	8	15	52	67
	9	8	34	42
	10	17	37	54
合計		72	436	508

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度	1	4.86	29.44	34.31
	2	3.05	18.49	21.54
	3	5.95	36.01	41.96
	4	6.24	37.77	44.01
	5	11.97	72.51	84.48
	6	8.44	51.10	59.54
	7	8.47	51.31	59.78
	8	9.49	57.44	66.93
	9	5.90	35.74	41.64
	10	7.62	46.15	53.77
合計		72.00	435.97	507.96

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度	1	4.86	0.80	5.67
	2	0.43	0.07	0.50
	3	5.95	0.98	6.93
	4	6.24	1.03	7.27
	5	2.43	0.40	2.84
	6	1.31	0.22	1.53
	7	1.62	0.27	1.88
	8	3.07	0.51	3.57
	9	0.75	0.12	0.88
	10	10.78	1.78	12.56
變異數合計		37.44	6.18	43.63

「重度網購者/非網購者」與「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 43.63 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 43.63

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「閱讀網路資訊時，對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「對於使用網路的自信程度」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
對於使用網路的自信程度	1	0	37	37
	2	0	19	19
	3	0	55	55
	4	0	26	26
	5	10	125	135
	6	6	52	58
	7	8	51	60
	8	11	34	45
	9	10	28	38
	10	26	17	44
合計		72	445	516

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
對於使用網路的自信程度	1	5.17	32.08	37.24
	2	2.64	16.41	19.06
	3	7.65	47.48	55.13
	4	3.56	22.10	25.66
	5	18.70	116.12	134.82
	6	7.98	49.54	57.52
	7	8.31	51.59	59.90
	8	6.21	38.59	44.80
	9	5.31	33.00	38.31
	10	6.07	37.72	43.80
合計		71.61	444.62	516.23

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
對於使用網路的自信程度	1	5.17	0.83	6.00
	2	2.64	0.43	3.07
	3	7.65	1.23	8.88
	4	3.56	0.57	4.13
	5	3.97	0.64	4.61
	6	0.67	0.11	0.77
	7	0.00	0.00	0.00
	8	3.18	0.51	3.69
	9	4.71	0.76	5.47
	10	68.00	10.95	78.96
變異數合計		99.54	16.03	115.57

「重度網購者/非網購者」與「對於使用網路的自信程度」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「對於使用網路的自信程度」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「對於使用網路的自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 115.57 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 115.57

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「對於使用網路的自信程度」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
多常使用網路(包括家中及其他任何地點)	每天超過50次	44	39	83
	每天超過10次	21	170	191
	每天至少一次	11	242	253
	每週至少一次	0	18	18
	每2週至少一次	0	2	2
	一個月用不到一次	0	3	3
合計		75	475	550

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
多常使用網路(包括家中及其他任何地點)	每天超過50次	11.31	71.21	82.52
	每天超過10次	26.16	164.71	190.87
	每天至少一次	34.70	218.50	253.21
	每週至少一次	2.48	15.62	18.10
	每2週至少一次	0.31	1.93	2.24
	一個月用不到一次	0.46	2.92	3.39
合計		75.43	474.90	550

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
多常使用網路(包括家中及其他任何地點)	每天超過50次	92.47	14.69	107.16
	每天超過10次	1.14	0.18	1.33
	每天至少一次	16.48	2.62	19.10
	每週至少一次	2.48	0.39	2.87
	每2週至少一次	0.00	0.00	0.00
	一個月用不到一次	0.46	0.07	0.54
變異數合計		113.05	17.96	131.00

「重度網購者/非網購者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 131.00 ，ν = (C-1)*(R-1)= 5 $\chi2(0.95,5)$= 11.07 < 131.00

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「最常從事的網路活動」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最常從事的網路活動	使用曾經造訪或使用之網站或是App	67	336	404
	使用一至兩個未曾使用的網站或App	3	51	54
	使用很多未曾使用的網站或App	3	25	27
合計		73	412	485

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最常從事的網路活動	使用曾經造訪或使用之網站或是App	60.67	343.18	403.85
	使用一至兩個未曾使用的網站或App	8.06	45.60	53.66
	使用很多未曾使用的網站或App	4.09	23.15	27.25
合計		72.82	411.94	485

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最常從事的網路活動	使用曾經造訪或使用之網站或是App	0.75	0.13	0.88
	使用一至兩個未曾使用的網站或App	3.43	0.61	4.03
	使用很多未曾使用的網站或App	0.55	0.10	0.64
變異數合計		4.72	0.84	5.56

「重度網購者/非網購者」與「最常從事的網路活動」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「最常從事的網路活動」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「最常從事的網路活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 5.56 ，ν = (C-1)*(R-1)= 2 $\chi2(0.95,2)$= 5.99 > 5.56

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最常從事的網路活動」可能無關

「重度網購者/非網購者」與「上個星期使用網路從事的活動」的獨立性

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
上個星期使用網路從事的活動	瀏覽網頁/查詢	65	243	308
	線上查詢商品或服務資訊	55	72	128
	取得新聞資訊	45	127	172
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	19	23	42
	搜尋與健康相關的資訊	20	32	53
	查詢政府相關資訊	11	25	36
	查詢維基百科或其他網站資訊	22	19	41
	傳送或接收電子郵件	54	75	129
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閒讀/發文)	60	199	259
	經營個人網頁部落格	22	3	24
	使用或瀏覽網路相簿	17	16	33
	使用或瀏覽論壇,留言版	18	9	27
	在別人的部落格上留言	21	5	26
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	0	2	2
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	23	103	127
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	28	67	95
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	26	233	260
	進行視訊會議	13	0	13
	銀行金融服務	30	35	65
	透過網路進行醫療服務預約	10	5	15
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	3	5	8
	使用正式線上課程	5	3	8
	參加專業社群團體	7	2	9
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	22	6	28
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	6	9	15
	線上購物(購買商品,服務或票券)	50	11	61
	購買數位內容	11	1	13
	線上銷售商品或服務	9	2	11
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	21	2	22
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	19	3	22
	看影音短片(YouTube,臉書等)	44	147	191
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	33	29	62
	觀賞電視節目或線上電影	23	31	54
	線上音樂串流	16	7	23
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	12	19	31
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	19	6	25
	玩線上遊戲	20	68	88
	聽廣播	10	7	17
	免費線上音樂串流(Spotify等)	6	1	7
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	7	1	8
	使用手機連網操作可連網的家用電視	1	2	4
	使用手機連網操作可連網的家用電器	0	1	1
合計		905	1658	2562

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
上個星期使用網路從事的活動	瀏覽網頁/查詢	108.81	199.41	308.21
	線上查詢商品或服務資訊	45.02	82.50	127.51
	取得新聞資訊	60.85	111.52	172.38
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	14.82	27.16	41.98
	搜尋與健康相關的資訊	18.64	34.16	52.79
	查詢政府相關資訊	12.73	23.32	36.05
	查詢維基百科或其他網站資訊	14.64	26.83	41.48
	傳送或接收電子郵件	45.37	83.15	128.52
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閒讀/發文)	91.60	167.87	259.47
	經營個人網頁部落格	8.59	15.74	24.34
	使用或瀏覽網路相簿	11.71	21.45	33.16
	使用或瀏覽論壇,留言版	9.48	17.37	26.85
	在別人的部落格上留言	9.20	16.86	26.07
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	0.81	1.48	2.29
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	44.81	82.12	126.93
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	33.53	61.44	94.97
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	91.68	168.01	259.68
	進行視訊會議	4.74	8.68	13.42
	銀行金融服務	22.91	41.99	64.91
	透過網路進行醫療服務預約	5.32	9.75	15.07
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	2.68	4.91	7.58
	使用正式線上課程	2.93	5.37	8.31
	參加專業社群團體	3.15	5.77	8.92
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	9.99	18.31	28.31
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	5.13	9.41	14.54
	線上購物(購買商品,服務或票券)	21.45	39.31	60.75
	購買數位內容	4.47	8.20	12.67
	線上銷售商品或服務	3.74	6.85	10.58
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	7.87	14.43	22.30
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	7.64	13.99	21.63
	看影音短片(YouTube,臉書等)	67.45	123.60	191.05
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	21.92	40.17	62.08
	觀賞電視節目或線上電影	18.99	34.80	53.80
	線上音樂串流	7.95	14.57	22.52
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	10.90	19.98	30.88
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	8.96	16.42	25.38
	玩線上遊戲	31.21	57.20	88.41
	聽廣播	5.98	10.97	16.95
	免費線上音樂串流(Spotify等)	2.55	4.67	7.22
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	2.87	5.26	8.13
	使用手機連網操作可連網的家用電視	1.24	2.28	3.52
	使用手機連網操作可連網的家用電器	0.19	0.34	0.53
合計		904.52	1657.63	2562.14

變異數$o_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
上個星期使用網路從事的活動	瀏覽網頁/查詢	17.50	9.55	27.05
	線上查詢商品或服務資訊	2.32	1.27	3.59
	取得新聞資訊	4.09	2.23	6.32
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	1.18	0.65	1.83
	搜尋與健康相關的資訊	0.15	0.08	0.23
	查詢政府相關資訊	0.23	0.13	0.35
	查詢維基百科或其他網站資訊	3.76	2.05	5.81
	傳送或接收電子郵件	1.52	0.83	2.34
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閒讀/發文)	10.83	5.91	16.75
	經營個人網頁部落格	19.62	10.70	30.32
	使用或瀏覽網路相簿	2.45	1.34	3.79
	使用或瀏覽論壇,留言版	7.62	4.16	11.78
	在別人的部落格上留言	15.35	8.38	23.72
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	0.81	0.44	1.25
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	10.18	5.56	15.74
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	0.89	0.48	1.37
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	46.51	25.38	71.89
	進行視訊會議	15.91	8.68	24.59
	銀行金融服務	2.17	1.18	3.35
	透過網路進行醫療服務預約	4.51	2.46	6.98
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	0.00	0.00	0.00
	使用正式線上課程	1.92	1.05	2.97
	參加專業社群團體	5.53	3.02	8.54
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	14.76	8.06	22.82
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	0.07	0.04	0.10
	線上購物(購買商品,服務或票券)	37.65	20.54	58.19
	購買數位內容	10.66	5.82	16.48
	線上銷售商品或服務	6.34	3.46	9.80
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	20.49	11.18	31.67
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	16.44	8.97	25.41
	看影音短片(YouTube,臉書等)	8.18	4.46	12.64
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	5.59	3.05	8.64
	觀賞電視節目或線上電影	0.76	0.41	1.17
	線上音樂串流	7.97	4.35	12.32
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	0.08	0.04	0.12
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	10.99	6.00	16.99
	玩線上遊戲	3.99	2.18	6.17
	聽廣播	2.43	1.33	3.75
	免費線上音樂串流(Spotify等)	4.98	2.72	7.70
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	7.29	3.98	11.27
	使用手機連網操作可連網的家用電視	0.04	0.02	0.06
	使用手機連網操作可連網的家用電器	0.19	0.10	0.29
變異數合計		333.95	182.22	516.17

「重度網購者/非網購者」與「上個星期使用網路從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「上個星期使用網路從事的活動」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「上個星期使用網路從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 516.17 · ν = (C-1)*(R-1)= 41 χ2(0.95,41)= 56.94 < 516.17

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「上個星期使用網路從事的活動」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「有沒有在家中以外地方上網」的獨立性檢

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
有沒有在家中以外地方上網	有	70	314	383
	沒有	7	160	168
合計		77	474	551

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
有沒有在家中以外地方上網	有	53.55	329.91	383.46
	沒有	23.43	144.33	167.76
合計		76.98	474.24	551

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
有沒有在家中以外地方上網	有	4.83	0.78	5.61
	沒有	11.04	1.79	12.83
變異數合計		15.87	2.58	18.45

「重度網購者/非網購者」與「有沒有在家中以外地方上網」的獨立性檢定

H_0：**「重度網購者/非網購者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能無關**

H_1：**「重度網購者/非網購者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.45 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 18.45

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「在家中以外上網的地方」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
在家中以外上網的地方	工作地點	53	146	199
	乘坐交通工具或行走時	42	79	121
	在別人家裡	30	74	104
	學校	15	15	30
	圖書館	12	18	30
	網咖	10	8	18
	室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)	31	83	114
	便利商店	24	66	90
	政府機關	9	13	22
	戶外公共場所(公園)	26	66	92
	其他	1	9	10
合計		252	577	829

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
在家中以外上網的地方	工作地點	60.49	138.30	198.78
	乘坐交通工具或行走時	36.81	84.17	120.98
	在別人家裡	31.52	72.08	103.60
	學校	9.00	20.58	29.58
	圖書館	9.04	20.67	29.71
	網咖	5.49	12.56	18.05
	室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)	34.60	79.11	113.71
	便利商店	27.43	62.73	90.16
	政府機關	6.61	15.12	21.74
	戶外公共場所(公園)	28.02	64.06	92.07
	其他	3.17	7.24	10.41
合計		252.19	576.62	828.80

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
在家中以外上網的地方	工作地點	1.04	0.45	1.49
	乘坐交通工具或行走時	0.80	0.35	1.14
	在別人家裡	0.08	0.04	0.12
	學校	4.04	1.77	5.80
	圖書館	1.02	0.45	1.46
	網咖	3.62	1.58	5.20
	室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)	0.46	0.20	0.66
	便利商店	0.50	0.22	0.72
	政府機關	0.88	0.39	1.27
	戶外公共場所(公園)	0.20	0.09	0.28
	其他	0.94	0.41	1.35
變異數合計		13.58	5.94	19.51

「重度網購者/非網購者」與「在家中以外上網的地方」的獨立性檢定

H_0：**「重度網購者/非網購者」與「在家中以外上網的地方」可能無關**

H_1：**「重度網購者/非網購者」與「在家中以外上網的地方」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 19.51 ，ν = (C-1)*(R-1)= 10 $\chi2(0.95,10)$= 18.31 < 19.51

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「在家中以外上網的地方」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「多常在住家以外地點使用網路」的獨立性

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
多常在住家以外地點使用網路	每天超過50次	32	26	58
	每天超過10次	26	114	139
	每天至少一次	8	119	126
	每週至少一次	1	36	36
	每2週至少一次	2	5	7
	每月至少一次	0	4	4
	一個月用不到一次	1	9	10
合計		68	313	381

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
多常在住家以外地點使用網路	每天超過50次	10.32	47.40	57.72
	每天超過10次	24.89	114.34	139.23
	每天至少一次	22.57	103.70	126.27
	每週至少一次	6.48	29.78	36.27
	每2週至少一次	1.25	5.75	7.00
	每月至少一次	0.80	3.69	4.49
	一個月用不到一次	1.77	8.13	9.90
合計		68.08	312.80	381

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
多常在住家以外地點使用網路	每天超過50次	44.32	9.65	53.96
	每天超過10次	0.03	0.01	0.03
	每天至少一次	9.99	2.17	12.16
	每週至少一次	5.23	1.14	6.37
	每2週至少一次	0.07	0.02	0.09
	每月至少一次	0.80	0.17	0.98
	一個月用不到一次	0.44	0.09	0.53
變異數合計		60.88	13.25	74.13

「重度網購者/非網購者」與「多常在住家以外地點使用網路」的獨立性檢定

H_0：**「重度網購者/非網購者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能無關**

H_1：**「重度網購者/非網購者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 74.13 ，ν = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi2(0.95,6)$= 12.59 < 74.13

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「一星期在工作場合或求學處上網的時間」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
一星期在工作場合或求學處上網的時間	1小時	0	26	26
	2小時	0	26	26
	3小時	0	12	13
	4小時	0	6	7
	5小時	1	9	10
	6小時	1	14	15
	7小時	0	13	13
	8小時	5	14	19
	9小時	1	2	3
	10小時	2	14	16
	11小時	0	2	2
	12小時	0	9	9
	14小時	1	11	12
	15小時	2	12	13
	16小時	0	3	3
	17小時	1	2	2
	18小時	0	4	4
	19小時	4	0	4
	20小時	2	11	13
	21小時	1	8	9
	22小時	0	1	1
	24小時	5	0	5
	25小時	1	0	1
	26小時	0	2	2
	28小時	1	8	9
	29小時	1	0	1
	30小時	2	10	12
	31小時	0	1	1
	33小時	1	0	1
	35小時	2	0	2
	36小時	0	1	1
	38小時	2	0	2
	39小時	0	1	1
	40小時	4	10	14
	42小時	1	1	2
	45小時	0	1	1
	47小時	0	1	1
	50小時	4	4	8
	55小時	0	1	1
	56小時	0	1	2
	59小時	0	1	1
	60小時	0	0	0
	68小時	0	3	3
	70小時	10	1	11
	80小時	1	0	1
	84小時	0	1	1
	100小時	1	0	1
	112小時	1	0	1
	168小時	1	1	1
合計		57	249	305

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
一星期在工作場合或求學處上網的時間	1小時	4.89	21.49	26.37
	2小時	4.85	21.34	26.20
	3小時	2.33	10.24	12.57
	4小時	1.22	5.38	6.60
	5小時	1.83	8.03	9.86
	6小時	2.74	12.04	14.78
	7小時	2.38	10.49	12.87
	8小時	3.53	15.54	19.07
	9小時	0.62	2.75	3.37
	10小時	2.88	12.68	15.57
	11小時	0.45	1.98	2.43
	12小時	1.66	7.28	8.94
	14小時	2.23	9.80	12.03
	15小時	2.47	10.86	13.32
	16小時	0.63	2.76	3.39
	17小時	0.44	1.95	2.39
	18小時	0.68	3.01	3.69
	19小時	0.66	2.91	3.57
	20小時	2.41	10.59	13.00
	21小時	1.68	7.38	9.06
	22小時	0.20	0.86	1.06
	24小時	0.88	3.85	4.73
	25小時	0.13	0.59	0.72
	26小時	0.28	1.25	1.53
	28小時	1.71	7.50	9.21
	29小時	0.16	0.71	0.87
	30小時	2.22	9.75	11.97
	31小時	0.15	0.68	0.83
	33小時	0.14	0.62	0.76
	35小時	0.30	1.31	1.60
	36小時	0.27	1.18	1.45
	38小時	0.40	1.77	2.18
	39小時	0.12	0.53	0.65
	40小時	2.51	11.05	13.57
	42小時	0.36	1.59	1.95
	45小時	0.18	0.79	0.97
	47小時	0.12	0.54	0.66
	50小時	1.56	6.87	8.43
	55小時	0.16	0.71	0.87
	56小時	0.30	1.32	1.62
	59小時	0.21	0.91	1.12
	60小時	0.06	0.25	0.30
	68小時	0.57	2.53	3.10
	70小時	1.98	8.72	10.70
	80小時	0.16	0.71	0.87
	84小時	0.23	1.03	1.26
	100小時	0.20	0.87	1.07
	112小時	0.18	0.78	0.95
	168小時	0.24	1.05	1.29
合計		56.56	248.81	305.38

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
一星期在工作場合或求學處上網的時間	1小時	4.30	0.98	5.28
	2小時	3.96	0.90	4.86
	3小時	1.48	0.34	1.82
	4小時	0.91	0.21	1.12
	5小時	0.80	0.18	0.98
	6小時	1.75	0.40	2.14
	7小時	2.38	0.54	2.93
	8小時	0.50	0.11	0.61
	9小時	0.11	0.03	0.14
	10小時	0.62	0.14	0.76
	11小時	0.45	0.10	0.55
	12小時	1.66	0.38	2.03
	14小時	1.13	0.26	1.39
	15小時	0.26	0.06	0.32
	16小時	0.63	0.14	0.77
	17小時	0.42	0.10	0.51
	18小時	0.68	0.16	0.84
	19小時	12.79	2.91	15.69
	20小時	0.08	0.02	0.09
	21小時	0.50	0.11	0.61
	22小時	0.20	0.04	0.24
	24小時	16.96	3.85	20.81
	25小時	2.58	0.59	3.17
	26小時	0.28	0.06	0.35
	28小時	0.33	0.08	0.41
	29小時	3.13	0.71	3.85
	30小時	0.01	0.00	0.01
	31小時	0.15	0.04	0.19
	33小時	2.73	0.62	3.35
	35小時	5.74	1.31	7.05
	36小時	0.27	0.06	0.33
	38小時	5.54	1.26	6.80
	39小時	0.12	0.03	0.15
	40小時	0.88	0.20	1.08
	42小時	0.34	0.08	0.41
	45小時	0.18	0.04	0.22
	47小時	0.12	0.03	0.15
	50小時	4.00	0.91	4.91
	55小時	0.24	0.05	0.29
	56小時	0.07	0.02	0.09
	59小時	0.01	0.00	0.01
	60小時	0.06	0.01	0.07
	68小時	0.57	0.13	0.70
	70小時	32.46	7.38	39.84
	80小時	3.13	0.71	3.85
	84小時	0.02	0.00	0.02
	100小時	3.82	0.87	4.69
	112小時	3.41	0.78	4.19
	168小時	0.35	0.08	0.43
變異數合計		123.10	27.98	151.09

「重度網購者/非網購者」與「一星期在工作場合或求學處上網的時間」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「一星期在工作場合或求學處上網的時間」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「一星期在工作場合或求學處上網的時間」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 151.09 ， ν = (C-1)*(R-1)= 48 χ2(0.95,48)= 65.17 < 151.09

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「一星期在工作場合或求學處上網的時間」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間	1小時	2	51	54
	2小時	0	31	31
	3小時	4	23	27
	4小時	3	10	13
	5小時	3	46	49
	6小時	1	8	9
	7小時	1	11	12
	8小時	2	10	12
	10小時	3	19	22
	11小時	1	2	3
	12小時	1	5	6
	13小時	0	0	0
	14小時	2	8	10
	15小時	4	9	13
	16小時	1	6	8
	17小時	1	2	2
	18小時	0	1	1
	19小時	0	2	2
	20小時	8	11	19
	21小時	0	3	3
	22小時	0	3	3
	23小時	0	1	1
	24小時	0	1	1
	28小時	5	1	7
	30小時	0	1	1
	32小時	1	0	1
	35小時	0	2	2
	38小時	1	2	3
	40小時	2	1	2
	41小時	1	0	1
	44小時	1	0	1
	50小時	1	0	1
	55小時	0	1	1
	56小時	3	0	3
	60小時	1	0	1
	94小時	0	0	0
	100小時	2	0	2
	112小時	1	0	1
	120小時	0	0	0
	168小時	1	1	1
合計		58	273	330

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間	1小時	9.38	44.22	53.60
	2小時	5.49	25.91	31.40
	3小時	4.74	22.33	27.07
	4小時	2.33	10.97	13.30
	5小時	8.64	40.74	49.38
	6小時	1.54	7.28	8.83
	7小時	2.17	10.21	12.38
	8小時	2.15	10.16	12.31
	10小時	3.80	17.90	21.70
	11小時	0.48	2.28	2.77
	12小時	1.01	4.75	5.75
	13小時	0.08	0.36	0.44
	14小時	1.80	8.51	10.31
	15小時	2.27	10.69	12.96
	16小時	1.35	6.36	7.71
	17小時	0.35	1.67	2.03
	18小時	0.12	0.55	0.66
	19小時	0.42	1.99	2.41
	20小時	3.36	15.87	19.23
	21小時	0.44	2.09	2.53
	22小時	0.50	2.35	2.84
	23小時	0.14	0.65	0.79
	24小時	0.21	1.00	1.22
	28小時	1.18	5.57	6.75
	30小時	0.19	0.89	1.08
	32小時	0.25	1.19	1.44
	35小時	0.33	1.56	1.89
	38小時	0.59	2.78	3.37
	40小時	0.42	1.97	2.38
	41小時	0.15	0.72	0.87
	44小時	0.15	0.72	0.87
	50小時	0.20	0.96	1.16
	55小時	0.09	0.42	0.51
	56小時	0.45	2.13	2.59
	60小時	0.11	0.50	0.61
	94小時	0.05	0.25	0.30
	100小時	0.40	1.91	2.31
	112小時	0.17	0.79	0.95
	120小時	0.05	0.25	0.30
	168小時	0.23	1.07	1.29
合計		57.79	272.51	330.30

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間	1小時	5.60	1.19	6.78
	2小時	4.81	1.02	5.83
	3小時	0.17	0.04	0.21
	4小時	0.51	0.11	0.62
	5小時	3.49	0.74	4.22
	6小時	0.15	0.03	0.18
	7小時	0.25	0.05	0.31
	8小時	0.03	0.01	0.04
	10小時	0.11	0.02	0.14
	11小時	0.04	0.01	0.05
	12小時	0.06	0.01	0.07
	13小時	0.08	0.02	0.09
	14小時	0.05	0.01	0.06
	15小時	1.70	0.36	2.06
	16小時	0.00	0.00	0.00
	17小時	0.06	0.01	0.07
	18小時	0.12	0.02	0.14
	19小時	0.42	0.09	0.51
	20小時	7.39	1.57	8.95
	21小時	0.44	0.09	0.54
	22小時	0.50	0.11	0.60
	23小時	0.14	0.03	0.17
	24小時	0.21	0.05	0.26
	28小時	14.38	3.05	17.43
	30小時	0.19	0.04	0.23
	32小時	5.61	1.19	6.79
	35小時	0.33	0.07	0.40
	38小時	0.15	0.03	0.19
	40小時	3.08	0.65	3.73
	41小時	3.40	0.72	4.12
	44小時	3.40	0.72	4.12
	50小時	4.51	0.96	5.47
	55小時	0.09	0.02	0.11
	56小時	10.07	2.13	12.20
	60小時	2.36	0.50	2.86
	94小時	1.18	0.25	1.43
	100小時	9.00	1.91	10.91
	112小時	3.70	0.79	4.49
	120小時	0.05	0.01	0.06
	168小時	0.41	0.09	0.49
變異數合計		88.22	18.71	106.93

「重度網購者/非網購者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」可

H_1：「重度網購者/非網購者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」可

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 106.93 · ν = (C-1)*(R-1)= 39 χ2(0.95,39)= 54.57 < 106.93

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網的時間」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動	瀏覽網頁/查詢	50	142	192
	線上查詢商品或服務資訊	33	52	85
	取得新聞資訊	20	53	73
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	12	17	28
	搜尋與健康相關的資訊	7	16	23
	查詢政府相關資訊	7	9	16
	查詢維基百科或其他網站資訊	8	20	28
	傳送或接收電子郵件	34	51	86
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	54	118	172
	經營個人網頁部落格	9	1	10
	使用或瀏覽網路相簿	13	10	23
	使用或瀏覽論壇,留言版	11	6	16
	在別人的部落格上留言	7	5	12
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	6	1	7
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	19	48	67
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	8	56	65
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	23	146	169
	進行視訊會議	2	1	2
	銀行金融服務	21	18	39
	透過網路進行醫療服務預約	8	2	10
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	2	3	5
	使用正式線上課程	1	1	1
	參加專業社群團體	0	0	0
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	7	2	10
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	3	2	5
	線上購物(購買商品,服務或票券)	25	1	26
	購買數位內容	4	1	5
	線上銷售商品或服務	8	1	9
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	9	1	9
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	13	5	18
	看影音短片(YouTube,臉書等)	27	55	82
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	17	22	39
	觀賞電視節目或線上電影	9	5	15
	線上音樂串流	7	4	11
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	9	14	23
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	8	2	10
	玩線上遊戲	11	46	56
	聽廣播	3	1	5
	免費線上音樂串流(Spotify等)	5	1	5
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	4	0	4
	使用手機連網操作可連網的家用電視	2	0	2
	使用手機連網操作可連網的家用電器	4	0	4
合計		530	937	1467

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動	瀏覽網頁/查詢	69.44	122.82	192.26
	線上查詢商品或服務資訊	30.69	54.28	84.96
	取得新聞資訊	26.42	46.74	73.16
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	10.26	18.14	28.40
	搜尋與健康相關的資訊	8.36	14.78	23.13
	查詢政府相關資訊	5.89	10.42	16.31
	查詢維基百科或其他網站資訊	10.07	17.82	27.90
	傳送或接收電子郵件	30.96	54.75	85.71
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	62.14	109.91	172.05
	經營個人網頁部落格	3.49	6.18	9.68
	使用或瀏覽網路相簿	8.18	14.47	22.65
	使用或瀏覽論壇,留言版	5.82	10.30	16.12
	在別人的部落格上留言	4.33	7.66	11.99
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	2.53	4.48	7.01
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	24.28	42.94	67.22
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	23.31	41.23	64.54
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	61.19	108.23	169.42
	進行視訊會議	0.74	1.32	2.06
	銀行金融服務	14.11	24.96	39.06
	透過網路進行醫療服務預約	3.76	6.65	10.42
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	1.78	3.15	4.94
	使用正式線上課程	0.46	0.82	1.28
	參加專業社群團體	0.11	0.19	0.30
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	3.50	6.19	9.69
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	1.85	3.28	5.13
	線上購物(購買商品,服務或票券)	9.29	16.43	25.72
	購買數位內容	1.69	2.99	4.68
	線上銷售商品或服務	3.23	5.72	8.96
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	3.39	5.99	9.38
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	6.38	11.28	17.66
	看影音短片(YouTube,臉書等)	29.77	52.65	82.42
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	14.05	24.85	38.90
	觀賞電視節目或線上電影	5.39	9.53	14.92
	線上音樂串流	4.14	7.33	11.48
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	8.14	14.39	22.53
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	3.45	6.11	9.56
	玩線上遊戲	20.32	35.95	56.27
	聽廣播	1.69	3.00	4.69
	免費線上音樂串流(Spotify等)	1.83	3.24	5.07
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	1.59	2.81	4.41
	使用手機連網操作可連網的家用電視	0.56	0.99	1.55
	使用手機連網操作可連網的家用電器	1.38	2.44	3.83
合計		529.98	937.41	1467.39

變異數$o_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動	瀏覽網頁/查詢	5.54	3.13	8.67
	線上查詢商品或服務資訊	0.16	0.09	0.25
	取得新聞資訊	1.37	0.77	2.14
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	0.18	0.10	0.28
	搜尋與健康相關的資訊	0.25	0.14	0.39
	查詢政府相關資訊	0.20	0.11	0.31
	查詢維基百科或其他網站資訊	0.63	0.35	0.98
	傳送或接收電子郵件	0.39	0.22	0.60
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	0.94	0.53	1.47
	經營個人網頁部落格	8.13	4.59	12.72
	使用或瀏覽網路相簿	2.35	1.33	3.68
	使用或瀏覽論壇,留言版	3.87	2.19	6.06
	在別人的部落格上留言	1.44	0.82	2.26
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	5.48	3.10	8.57
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	1.08	0.61	1.69
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	9.74	5.51	15.25
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	23.35	13.20	36.55
	進行視訊會議	0.87	0.49	1.36
	銀行金融服務	3.01	1.70	4.72
	透過網路進行醫療服務預約	5.83	3.29	9.12
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	0.03	0.02	0.05
	使用正式線上課程	0.05	0.03	0.08
	參加專業社群團體	0.34	0.19	0.54
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	3.97	2.24	6.21
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	1.25	0.71	1.96
	線上購物(購買商品,服務或票券)	26.19	14.81	41.00
	購買數位內容	3.58	2.02	5.60
	線上銷售商品或服務	8.33	4.71	13.05
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	8.81	4.98	13.79
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	6.66	3.76	10.42
	看影音短片(YouTube,臉書等)	0.22	0.12	0.35
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	0.68	0.39	1.07
	觀賞電視節目或線上電影	3.13	1.77	4.90
	線上音樂串流	2.68	1.51	4.19
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	0.09	0.05	0.15
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	5.13	2.90	8.04
	玩線上遊戲	4.65	2.63	7.28
	聽廣播	1.39	0.78	2.17
	免費線上音樂串流(Spotify等)	4.01	2.27	6.28
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	4.98	2.81	7.79
	使用手機連網操作可連網的家用電視	1.75	0.99	2.74
	使用手機連網操作可連網的家用電器	4.32	2.44	6.77
變異數合計		167.05	94.44	261.49

「重度網購者/非網購者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 261.49 ，ν = (C-1)*(R-1)= 41 χ2(0.95,41)= 56.94 < 261.49

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「多常在家中使用網路」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
多常在家中使用網路	每天超過50次	33	24	58
	每天超過10次	31	192	223
	每天至少一次	10	219	229
	每週至少一次	0	21	21
	每2週至少一次	2	2	4
	每月至少一次	0	1	1
	從來沒有在家中使用網路	0	11	11
合計		77	471	548

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
多常在家中使用網路	每天超過50次	8.13	49.76	57.89
	每天超過10次	31.37	191.96	223.34
	每天至少一次	32.22	197.12	229.33
	每週至少一次	2.98	18.22	21.19
	每2週至少一次	0.54	3.30	3.84
	每月至少一次	0.15	0.91	1.06
	從來沒有在家中使用網路	1.59	9.73	11.32
合計		76.98	471.00	548

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
多常在家中使用網路	每天超過50次	78.75	12.87	91.62
	每天超過10次	0.00	0.00	0.00
	每天至少一次	14.92	2.44	17.36
	每週至少一次	2.98	0.49	3.46
	每2週至少一次	3.45	0.56	4.01
	每月至少一次	0.15	0.02	0.17
	從來沒有在家中使用網路	1.59	0.26	1.85
變異數合計		101.83	16.64	118.47

「重度網購者/非網購者」與「多常在家中使用網路」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「多常在家中使用網路」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「多常在家中使用網路」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 118.47 · v = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi 2(0.95,6)$= 12.59 < 118.47

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「多常在家中使用網路」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「一星期在家上網幾個小時」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
一星期在家上網幾個小時	1小時	0	26	26
	2小時	0	28	28
	3小時	2	25	27
	4小時	2	10	12
	5小時	1	13	13
	6小時	0	7	7
	7小時	0	67	67
	8小時	2	19	20
	9小時	0	0	0
	10小時	9	54	63
	12小時	1	8	9
	13小時	0	5	5
	14小時	2	34	36
	15小時	3	8	11
	16小時	1	12	13
	17小時	0	2	2
	18小時	0	3	3
	20小時	4	18	22
	21小時	7	13	20
	22小時	0	4	4
	23小時	0	6	6
	24小時	0	1	1
	25小時	0	11	11
	26小時	1	0	1
	27小時	0	2	2
	28小時	0	5	5
	29小時	0	2	2
	30小時	2	15	17
	32小時	1	1	1
	35小時	12	2	14
	38小時	2	1	3
	40小時	3	4	7
	42小時	1	5	6
	44小時	1	0	1
	45小時	0	0	0
	48小時	1	0	1
	50小時	2	0	2
	55小時	0	0	0
	56小時	3	3	5
	60小時	0	0	0
	62小時	2	0	2
	70小時	1	1	3
	84小時	0	0	0
	90小時	1	1	2
	100小時	2	0	2
	108小時	2	0	2
	112小時	1	0	1
	120小時	0	0	0
	121小時	0	0	0
	146小時	1	0	1
合計		73	416	489

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
一星期在家上網幾個小時	1小時	3.87	22.20	26.07
	2小時	4.21	24.14	28.35
	3小時	3.99	22.86	26.85
	4小時	1.81	10.39	12.20
	5小時	2.00	11.44	13.43
	6小時	0.99	5.67	6.66
	7小時	9.98	57.22	67.21
	8小時	3.04	17.44	20.48
	9小時	0.03	0.18	0.21
	10小時	9.36	53.66	63.02
	12小時	1.36	7.78	9.13
	13小時	0.74	4.26	5.01
	14小時	5.32	30.48	35.80
	15小時	1.57	8.99	10.56
	16小時	2.00	11.45	13.44
	17小時	0.36	2.07	2.43
	18小時	0.51	2.92	3.43
	20小時	3.23	18.54	21.77
	21小時	2.93	16.79	19.72
	22小時	0.62	3.56	4.18
	23小時	0.92	5.25	6.17
	24小時	0.14	0.83	0.97
	25小時	1.64	9.39	11.02
	26小時	0.09	0.53	0.62
	27小時	0.23	1.30	1.52
	28小時	0.80	4.61	5.41
	29小時	0.25	1.42	1.67
	30小時	2.56	14.67	17.23
	32小時	0.15	0.88	1.03
	35小時	2.01	11.54	13.55
	38小時	0.41	2.36	2.77
	40小時	1.10	6.32	7.42
	42小時	0.88	5.05	5.93
	44小時	0.13	0.74	0.87
	45小時	0.07	0.40	0.47
	48小時	0.21	1.21	1.42
	50小時	0.23	1.31	1.54
	55小時	0.05	0.30	0.36
	56小時	0.82	4.67	5.49
	60小時	0.03	0.14	0.17
	62小時	0.35	2.00	2.34
	70小時	0.41	2.32	2.73
	84小時	0.04	0.21	0.24
	90小時	0.25	1.44	1.70
	100小時	0.34	1.94	2.28
	108小時	0.23	1.32	1.55
	112小時	0.17	0.95	1.12
	120小時	0.05	0.26	0.30
	121小時	0.04	0.26	0.30
	146小時	0.08	0.45	0.53
合計		72.59	416.09	488.68

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
一星期在家上網幾個小時	1小時	3.87	0.68	4.55
	2小時	4.21	0.73	4.95
	3小時	1.49	0.26	1.75
	4小時	0.00	0.00	0.01
	5小時	0.61	0.11	0.72
	6小時	0.99	0.17	1.16
	7小時	9.98	1.74	11.72
	8小時	0.40	0.07	0.46
	9小時	1.00	0.18	1.18
	10小時	0.01	0.00	0.01
	12小時	0.26	0.05	0.30
	13小時	0.74	0.13	0.87
	14小時	2.14	0.37	2.52
	15小時	1.29	0.23	1.52
	16小時	0.25	0.04	0.29
	17小時	0.36	0.06	0.42
	18小時	0.51	0.09	0.60
	20小時	0.32	0.06	0.37
	21小時	5.53	0.96	6.49
	22小時	0.62	0.11	0.73
	23小時	0.92	0.16	1.08
	24小時	0.14	0.03	0.17
	25小時	1.64	0.29	1.92
	26小時	3.02	0.53	3.55
	27小時	0.23	0.04	0.27
	28小時	0.80	0.14	0.94
	29小時	0.25	0.04	0.29
	30小時	0.03	0.00	0.03
	32小時	0.79	0.14	0.93
	35小時	46.71	8.15	54.86
	38小時	7.01	1.22	8.24
	40小時	3.99	0.70	4.68
	42小時	0.12	0.02	0.15
	44小時	4.27	0.74	5.01
	45小時	2.29	0.40	2.69
	48小時	6.94	1.21	8.15
	50小時	7.50	1.31	8.81
	55小時	1.74	0.30	2.04
	56小時	4.95	0.86	5.81
	60小時	0.82	0.14	0.97
	62小時	11.44	2.00	13.44
	70小時	2.80	0.49	3.29
	84小時	0.04	0.01	0.04
	90小時	0.53	0.09	0.63
	100小時	11.11	1.94	13.05
	108小時	7.56	1.32	8.88
	112小時	5.47	0.95	6.42
	120小時	0.05	0.01	0.05
	121小時	1.48	0.26	1.74
	146小時	2.58	0.45	3.03
變異數合計		171.81	29.97	201.78

「重度網購者/非網購者」與「一星期在家上網幾個小時」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「一星期在家上網幾個小時」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「一星期在家上網幾個小時」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 201.78 · v = (C-1)*(R-1)= 49 $\chi 2(0.95,49)$= 66.34 < 201.78

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「一星期在家上網幾個小時」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近7天在家中使用網路時從事的活動	瀏覽網頁/查詢	67	232	299
	線上查詢商品或服務資訊	49	90	138
	取得新聞資訊	43	111	153
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	15	20	35
	搜尋與健康相關的資訊	18	36	54
	查詢政府相關資訊	9	26	35
	查詢維基百科或其他網站資訊	22	27	49
	傳送或接收電子郵件	39	61	100
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閒讀/發文)	51	180	231
	經營個人網頁部落格	17	1	18
	使用或瀏覽網路相簿	17	10	27
	使用或瀏覽論壇,留言版	15	13	28
	在別人的部落格上留言	10	2	12
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	3	3	6
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	20	84	104
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	18	71	90
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	22	208	230
	進行視訊會議	3	1	4
	銀行金融服務	19	35	54
	透過網路進行醫療服務預約	11	2	13
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	10	6	16
	使用正式線上課程	6	1	8
	參加專業社群團體	9	1	11
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	20	3	23
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	10	9	19
	線上購物(購買商品,服務或票券)	48	16	64
	購買數位內容	15	1	16
	線上銷售商品或服務	21	0	21
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	17	0	17
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	24	6	30
	看影音短片(YouTube,臉書等)	35	118	154
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	26	43	68
	觀賞電視節目或線上電影	18	22	40
	線上音樂串流	11	7	18
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	12	14	26
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	14	5	19
	玩線上遊戲	17	78	94
	聽廣播	3	4	7
	免費線上音樂串流(Spotify等)	5	2	7
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	4	0	5
	使用手機連網操作可連網的家用電視	2	0	2
	使用手機連網操作可連網的家用電器	4	0	4
	其他	0	3	3
合計		799	1549	2349

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近7天在家中使用網路時從事的活動	瀏覽網頁/查詢	101.67	197.09	298.76
	線上查詢商品或服務資訊	47.10	91.30	138.40
	取得新聞資訊	52.22	101.24	153.46
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	11.95	23.17	35.13
	搜尋與健康相關的資訊	18.29	35.46	53.75
	查詢政府相關資訊	11.80	22.87	34.67
	查詢維基百科或其他網站資訊	16.69	32.36	49.05
	傳送或接收電子郵件	34.09	66.09	100.18
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閒讀/發文)	78.78	152.72	231.50
	經營個人網頁部落格	6.12	11.85	17.97
	使用或瀏覽網路相簿	9.24	17.92	27.16
	使用或瀏覽論壇,留言版	9.66	18.73	28.39
	在別人的部落格上留言	4.19	8.11	12.30
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	2.07	4.00	6.07
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	35.49	68.81	104.30
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	30.46	59.06	89.52
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	78.35	151.88	230.23
	進行視訊會議	1.48	2.86	4.34
	銀行金融服務	18.25	35.38	53.63
	透過網路進行醫療服務預約	4.47	8.66	13.13
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	5.32	10.32	15.64
	使用正式線上課程	2.58	5.00	7.59
	參加專業社群團體	3.68	7.14	10.82
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	7.72	14.97	22.69
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	6.37	12.35	18.72
	線上購物(購買商品,服務或票券)	21.81	42.28	64.09
	購買數位內容	5.43	10.52	15.95
	線上銷售商品或服務	7.00	13.57	20.58
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	5.70	11.04	16.74
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	10.35	20.07	30.43
	看影音短片(YouTube,臉書等)	52.34	101.47	153.82
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	23.25	45.07	68.33
	觀賞電視節目或線上電影	13.63	26.41	40.04
	線上音樂串流	6.18	11.99	18.17
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	8.73	16.93	25.66
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	6.33	12.27	18.60
	玩線上遊戲	32.16	62.33	94.49
	聽廣播	2.44	4.73	7.17
	免費線上音樂串流(Spotify等)	2.29	4.44	6.73
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	1.53	2.97	4.50
	使用手機連網操作可連網的家用電視	0.70	1.36	2.06
	使用手機連網操作可連網的家用電器	1.30	2.52	3.83
	其他	1.15	2.23	3.39
合計		799.24	1549.33	2348.57

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近7天在家中使用網路時從事的活動	瀏覽網頁/查詢	11.77	6.07	17.84
	線上查詢商品或服務資訊	0.06	0.03	0.09
	取得新聞資訊	1.79	0.93	2.72
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	0.90	0.46	1.36
	搜尋與健康相關的資訊	0.00	0.00	0.00
	查詢政府相關資訊	0.77	0.40	1.16
	查詢維基百科或其他網站資訊	1.66	0.86	2.52
	傳送或接收電子郵件	0.64	0.33	0.98
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閒讀/發文)	9.72	5.01	14.74
	經營個人網頁部落格	19.79	10.21	30.01
	使用或瀏覽網路相簿	6.32	3.26	9.57
	使用或瀏覽論壇,留言版	3.38	1.75	5.13
	在別人的部落格上留言	9.29	4.79	14.08
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	0.62	0.32	0.94
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	6.52	3.36	9.88
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	4.78	2.46	7.24
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	40.32	20.80	61.12
	進行視訊會議	1.78	0.92	2.70
	銀行金融服務	0.01	0.01	0.02
	透過網路進行醫療服務預約	9.37	4.83	14.20
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	3.36	1.74	5.10
	使用正式線上課程	5.26	2.71	7.97
	參加專業社群團體	9.10	4.70	13.80
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	19.64	10.13	29.77
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	2.18	1.12	3.30
	線上購物(購買商品,服務或票券)	30.57	15.77	46.34
	購買數位內容	17.55	9.06	26.61
	線上銷售商品或服務	26.31	13.57	39.89
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	21.40	11.04	32.44
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	18.13	9.35	27.48
	看影音短片(YouTube,臉書等)	5.50	2.84	8.34
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	0.23	0.12	0.34
	觀賞電視節目或線上電影	1.21	0.62	1.83
	線上音樂串流	4.16	2.15	6.30
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	1.01	0.52	1.54
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	8.71	4.49	13.20
	玩線上遊戲	7.19	3.71	10.90
	聽廣播	0.24	0.12	0.37
	免費線上音樂串流(Spotify等)	3.13	1.61	4.74
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	5.17	2.67	7.84
	使用手機連網操作可連網的家用電視	2.64	1.36	4.00
	使用手機連網操作可連網的家用電器	4.89	2.52	7.42
	其他	1.15	0.59	1.75
變異數合計		327.08	168.73	495.81

「重度網購者/非網購者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 495.81 · v = (C-1)*(R-1)= 42 χ2(0.95,42)= 58.12 < 495.81

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號	有	69	351	420
	沒有	7	115	122
合計		76	466	542

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號	有	58.90	361.10	420.01
	沒有	17.08	104.72	121.80
合計		75.99	465.82	542

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號	有	1.66	0.27	1.92
	沒有	5.71	0.93	6.64
變異數合計		7.36	1.20	8.56

「重度網購者/非網購者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 8.56 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 8.56

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號	臉書	67	270	337
	Line	63	330	393
	Instagram	39	14	53
	YouTube	53	83	137
	Twitter	4	3	8
	SnapChat	1	1	3
	LinkedIn	5	1	6
	Google+(inc.GoogleHangouts)	19	54	73
	Pinterest	3	1	3
	Tumblr	3	1	3
	WhatsApp	22	2	25
	WeChat	29	24	53
合計		308	784	1092

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號	臉書	94.96	241.60	336.56
	Line	110.83	281.99	392.81
	Instagram	14.98	38.12	53.10
	YouTube	38.53	98.04	136.57
	Twitter	2.17	5.53	7.70
	SnapChat	0.79	2.00	2.78
	LinkedIn	1.70	4.32	6.02
	Google+(inc.GoogleHangouts)	20.57	52.33	72.90
	Pinterest	0.92	2.33	3.25
	Tumblr	0.86	2.18	3.04
	WhatsApp	6.93	17.63	24.56
	WeChat	14.88	37.85	52.72
合計		308.11	783.92	1092.03

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號	臉書	8.27	3.25	11.52
	Line	20.54	8.07	28.62
	Instagram	39.18	15.40	54.58
	YouTube	5.61	2.21	7.82
	Twitter	2.18	0.86	3.04
	SnapChat	0.64	0.25	0.89
	LinkedIn	6.28	2.47	8.74
	Google+(inc.GoogleHangouts)	0.17	0.07	0.24
	Pinterest	3.55	1.40	4.95
	Tumblr	3.18	1.25	4.44
	WhatsApp	34.13	13.41	47.54
	WeChat	12.60	4.95	17.55
變異數合計		136.34	53.58	189.92

「重度網購者/非網購者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 189.92 ，ν = (C-1)*(R-1)= 11 $\chi2(0.95,11)$= 19.68 < 189.92

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「最常使用的社群媒體網站或App」的獨立

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最常使用的社群媒體網站或App	臉書	24	80	104
	Line	40	249	288
	Instagram	5	2	6
	YouTube	0	12	12
	Twitter	0	1	1
	Google+(inc.GoogleHangouts)	0	1	1
	WeChat	0	2	2
合計		69	346	415

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最常使用的社群媒體網站或App	臉書	17.32	87.06	104.38
	Line	47.82	240.40	288.22
	Instagram	1.04	5.20	6.24
	YouTube	1.94	9.77	11.71
	Twitter	0.11	0.57	0.69
	Google+(inc.GoogleHangouts)	0.21	1.05	1.26
	WeChat	0.33	1.67	2.00
合計		68.78	345.72	415

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最常使用的社群媒體網站或App	臉書	2.93	0.58	3.51
	Line	1.41	0.28	1.69
	Instagram	13.09	2.60	15.69
	YouTube	1.94	0.39	2.33
	Twitter	0.11	0.02	0.14
	Google+(inc.GoogleHangouts)	0.21	0.04	0.25
	WeChat	0.33	0.07	0.40
變異數合計		20.02	3.98	24.00

「重度網購者/非網購者」與「最常使用的社群媒體網站或App」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 24.00 ，ν = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi2(0.95,6)$= 12.59 < 24.00

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情	發表評論或分享我自己的影片或照片	55	93	148
	在別人分享的文章、影片或是照片上按讚	53	187	240
	瀏覽他人分享之文章、影片或是照片	54	201	254
	在私人討論群組留言	28	54	82
	打卡	43	66	110
	按讚留言以獲得獎品	19	35	54
	創造群組/張貼事件	5	5	10
	於公開群組張貼訊息或留言	15	17	33
	於其他公司或組織網站留言抱怨	1	0	1
	都沒有	0	33	33
合計		273	692	965

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情	發表評論或分享我自己的影片或照片	41.92	106.36	148.28
	在別人分享的文章、影片或是照片上按讚	67.82	172.10	239.92
	瀏覽他人分享之文章、影片或是照片	71.84	182.28	254.12
	在私人討論群組留言	23.09	58.60	81.69
	打卡	31.00	78.66	109.67
	按讚留言以獲得獎品	15.31	38.86	54.17
	創造群組/張貼事件	2.88	7.32	10.20
	於公開群組張貼訊息或留言	9.26	23.49	32.75
	於其他公司或組織網站留言抱怨	0.37	0.95	1.32
	都沒有	9.27	23.51	32.78
合計		272.76	692.13	964.89

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情	發表評論或分享我自己的影片或照片	4.19	1.65	5.85
	在別人分享的文章、影片或是照片上按讚	3.44	1.36	4.80
	瀏覽他人分享之文章、影片或是照片	4.65	1.83	6.48
	在私人討論群組留言	0.98	0.39	1.36
	打卡	4.87	1.92	6.79
	按讚留言以獲得獎品	0.76	0.30	1.06
	創造群組/張貼事件	1.49	0.59	2.08
	於公開群組張貼訊息或留言	4.01	1.58	5.59
	於其他公司或組織網站留言抱怨	2.40	0.95	3.35
	都沒有	9.27	3.65	12.92
變異數合計		36.07	14.21	50.28

「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 50.28 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 50.28

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	非常同意	33	59	91
	還算同意	25	102	127
	不太同意	5	79	84
	非常不同意	4	17	21
合計		67	256	324

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	非常同意	19.00	72.40	91.40
	還算同意	26.39	100.58	126.96
	不太同意	17.50	66.68	84.18
	非常不同意	4.37	16.67	21.05
合計		67.25	256.33	323.59

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	非常同意	9.90	2.60	12.49
	還算同意	0.11	0.03	0.13
	不太同意	8.34	2.19	10.53
	非常不同意	0.00	0.00	0.00
變異數合計		18.34	4.81	23.16

「重度網購者/非網購者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或

H_1：「重度網購者/非網購者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 23.16 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 23.16

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我使用社群媒體時經常感到被排擠	非常同意	4	2	6
	還算同意	8	32	40
	不太同意	26	124	150
	非常不同意	27	121	148
合計		64	279	344

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我使用社群媒體時經常感到被排擠	非常同意	1.16	5.05	6.21
	還算同意	7.40	32.14	39.54
	不太同意	28.03	121.82	149.85
	非常不同意	27.71	120.40	148.10
合計		64.30	279.41	343.70

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我使用社群媒體時經常感到被排擠	非常同意	7.75	1.78	9.53
	還算同意	0.01	0.00	0.02
	不太同意	0.22	0.05	0.27
	非常不同意	0.02	0.01	0.03
變異數合計		8.01	1.84	9.86

「重度網購者/非網購者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 9.86 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 9.86

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	非常同意	12	23	35
	還算同意	44	134	178
	不太同意	8	86	94
	非常不同意	1	19	19
合計		65	262	327

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	非常同意	6.94	28.13	35.08
	還算同意	35.33	143.12	178.45
	不太同意	18.66	75.60	94.26
	非常不同意	3.82	15.49	19.31
合計		64.76	262.35	327.11

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	非常同意	3.25	0.80	4.05
	還算同意	2.38	0.59	2.96
	不太同意	6.14	1.52	7.66
	非常不同意	2.69	0.66	3.35
變異數合計		14.45	3.57	18.02

「重度網購者/非網購者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.02 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 18.02

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章	有	60	204	264
	沒有	9	146	155
合計		69	350	419

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章	有	43.35	220.72	264.07
	沒有	25.43	129.45	154.87
合計		68.78	350.17	419

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章	有	6.52	1.28	7.80
	沒有	11.12	2.18	13.31
變異數合計		17.65	3.47	21.11

「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 21.11 · ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ^2(0.95,1)= 3.84 < 21.11

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結	非常同意	9	14	23
	還算同意	13	47	60
	不太同意	25	82	108
	非常不同意	13	33	46
合計		60	176	236

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結	非常同意	5.76	16.86	22.61
	還算同意	15.36	44.96	60.32
	不太同意	27.42	80.28	107.70
	非常不同意	11.63	34.06	45.70
合計		60.17	176.16	236.33

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結	非常同意	1.68	0.57	2.25
	還算同意	0.39	0.13	0.53
	不太同意	0.14	0.05	0.19
	非常不同意	0.15	0.05	0.20
變異數合計		2.36	0.81	3.17

「重度網購者/非網購者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上

H_1：「重度網購者/非網購者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 3.17 · ν = (C-1)*(R-1)= 3 χ^2(0.95,3)= 7.81 > 3.17

即，差異不顯著，接受 H_0。

表 示「重度網購者/非網購者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line

「重度網購者/非網購者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的	非常同意	13	16	28
	還算同意	22	204	226
	不太同意	31	86	117
	非常不同意	2	9	11
合計		68	314	382

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的	非常同意	5.05	23.22	28.27
	還算同意	40.37	185.68	226.05
	不太同意	20.83	95.82	116.66
	非常不同意	2.04	9.39	11.44
合計		68.29	314.12	382.41

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的	非常同意	11.67	2.54	14.21
	還算同意	7.92	1.72	9.65
	不太同意	4.89	1.06	5.95
	非常不同意	0.01	0.00	0.01
變異數合計		24.49	5.32	29.82

「重度網購者/非網購者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」

H_1：「重度網購者/非網購者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 29.82 · ν = (C-1)*(R-1)= 3 χ^2(0.95,3)= 7.81 < 29.82

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「重度網購者/非網購者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享	有	40	55	95
	沒有	29	296	325
合計		69	351	420

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享	有	15.56	79.40	94.96
	沒有	53.22	271.67	324.89
合計		68.78	351.07	420

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享	有	38.96	7.63	46.60
	沒有	11.39	2.23	13.62
變異數合計		50.35	9.86	60.22

「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 60.22 · ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ^2(0.95,1)= 3.84 < 60.22

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「重度網購者/非網購者」與「曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當有選擇時，願意還是不願意以真名分享	願意	13	36	49
	不願意	26	18	44
合計		39	54	94

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當有選擇時，願意還是不願意以真名分享	願意	20.66	28.63	49.29
	不願意	18.56	25.71	44.27
合計		39.22	54.34	94

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當有選擇時，願意還是不願意以真名分享	願意	2.75	1.98	4.73
	不願意	3.06	2.21	5.27
變異數合計		5.81	4.19	10.00

「重度網購者/非網購者」與「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 10.00 · ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ^2(0.95,1)= 3.84 < 10.00

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「重度網購者/非網購者」與「當有選擇時，願意還是不願意以真名分享意見」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率	總是	22	65	87
	經常	29	74	103
	很少	15	106	121
	從不	1	56	57
合計		67	301	368

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率	總是	15.81	71.25	87.06
	經常	18.73	84.39	103.11
	很少	21.95	98.89	120.84
	從不	10.39	46.81	57.20
合計		66.87	301.33	368.21

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率	總是	2.33	0.52	2.85
	經常	5.72	1.27	6.99
	很少	2.14	0.48	2.62
	從不	8.80	1.95	10.75
變異數合計		19.00	4.22	23.21

「重度網購者/非網購者」與「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 23.21 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 23.21

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	17	71	88
	經常	28	91	119
	很少	16	91	106
	從不	5	43	48
合計		67	295	362

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	16.33	72.15	88.48
	經常	21.97	97.04	119.01
	很少	19.63	86.70	106.32
	從不	8.94	39.51	48.46
合計		66.87	295.40	362.27

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	0.07	0.02	0.09
	經常	1.93	0.44	2.36
	很少	0.83	0.19	1.02
	從不	1.42	0.32	1.74
變異數合計		4.25	0.96	5.21

「重度網購者/非網購者」與「標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事

H_1：「重度網購者/非網購者」與「標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 5.21 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 > 5.21

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能無關

「重度網購者/非網購者」與「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	21	69	90
	經常	32	85	117
	很少	14	91	105
	從不	1	45	47
合計		69	290	359

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	17.30	72.99	90.30
	經常	22.45	94.71	117.16
	很少	20.04	84.54	104.58
	從不	8.98	37.90	46.88
合計		68.78	290.14	358.92

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	1.01	0.24	1.25
	經常	3.90	0.92	4.82
	很少	1.82	0.43	2.25
	從不	6.25	1.48	7.74
變異數合計		12.98	3.08	16.05

「重度網購者/非網購者」與「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能無

H_1：「重度網購者/非網購者」與「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 16.05 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 16.05

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情	總是	20	67	87
	經常	27	79	106
	很少	19	100	119
	從不	3	34	37
合計		69	280	349

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情	總是	17.09	69.54	86.63
	經常	20.88	84.96	105.85
	很少	23.49	95.57	119.06
	從不	7.31	29.74	37.04
合計		68.78	279.81	348.58

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情	總是	0.49	0.12	0.61
	經常	1.69	0.42	2.10
	很少	0.91	0.22	1.14
	從不	2.41	0.59	3.00
變異數合計		5.49	1.35	6.84

「重度網購者/非網購者」與「標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」可能無

H_1：「重度網購者/非網購者」與「標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」可能有

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 6.84 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 > 6.84

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」可

「重度網購者/非網購者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態	我常瀏覽我不同意的意見	13	32	45
	我有時會瀏覽我不同意的意見	39	130	169
	我不常瀏覽我所不同意的意見	16	114	130
合計		68	276	344

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態	我常瀏覽我不同意的意見	8.99	36.34	45.34
	我有時會瀏覽我不同意的意見	33.51	135.42	168.93
	我不常瀏覽我所不同意的意見	25.80	104.26	130.06
合計		68.31	276.02	344.33

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態	我常瀏覽我不同意的意見	2.20	0.55	2.75
	我有時會瀏覽我不同意的意見	0.84	0.21	1.04
	我不常瀏覽我所不同意的意見	3.68	0.91	4.59
變異數合計		6.72	1.66	8.38

「重度網購者/非網購者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 8.38 ，ν = (C-1)*(R-1)= 2 $\chi2(0.95,2)$= 5.99 < 8.38

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性	找其他網站的資訊比對	49	86	135
	找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等)	38	75	113
	透過網址確認是否為真實網站	21	40	61
	檢查該網站是否為專業網站	20	39	59
	詢問信任的人是否也相信該網站	22	76	98
	檢查該網站資訊是否會定期更新	8	12	19
	不曾確認	9	210	220
	其他	0	8	8
	不曾找資訊	0	44	44
合計		167	590	757

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性	找其他網站的資訊比對	29.75	104.96	134.71
	找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等)	25.01	88.25	113.26
	透過網址確認是否為真實網站	13.50	47.65	61.15
	檢查該網站是否為專業網站	13.01	45.91	58.92
	詢問信任的人是否也相信該網站	21.63	76.31	97.94
	檢查該網站資訊是否會定期更新	4.24	14.95	19.19
	不曾確認	48.51	171.15	219.66
	其他	1.86	6.55	8.40
	不曾找資訊	9.72	34.29	44.01
合計		167.23	590.02	757.25

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性	找其他網站的資訊比對	12.43	3.52	15.96
	找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等)	6.75	1.91	8.66
	透過網址確認是否為真實網站	4.10	1.16	5.26
	檢查該網站是否為專業網站	3.75	1.06	4.81
	詢問信任的人是否也相信該網站	0.03	0.01	0.04
	檢查該網站資訊是否會定期更新	2.67	0.76	3.42
	不曾確認	31.74	9.00	40.73
	其他	1.86	0.53	2.38
	不曾找資訊	9.72	2.75	12.47
變異數合計		73.03	20.70	93.74

「重度網購者/非網購者」與「當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引

H_1：「重度網購者/非網購者」與「當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 93.74 ，ν = (C-1)*(R-1)= 8 $\chi2(0.95,8)$= 16.92 < 93.74

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分	非常同意	18	45	63
	還算同意	20	151	172
	不太同意	28	133	161
	非常不同意	9	62	71
合計		75	392	467

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分	非常同意	10.19	52.91	63.10
	還算同意	27.71	143.83	171.54
	不太同意	26.02	135.06	161.08
	非常不同意	11.50	59.71	71.21
合計		75.43	391.51	466.94

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分	非常同意	6.21	1.20	7.40
	還算同意	1.94	0.37	2.31
	不太同意	0.17	0.03	0.21
	非常不同意	0.66	0.13	0.78
變異數合計		8.97	1.73	10.70

「重度網購者/非網購者」與「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個

H_1：「重度網購者/非網購者」與「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 10.70 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 10.70

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「我在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。	非常同意	11	11	23
	還算同意	15	159	174
	不太同意	32	174	207
	非常不同意	19	95	114
合計		77	439	516

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。	非常同意	3.37	19.24	22.61
	還算同意	25.89	147.81	173.70
	不太同意	30.79	175.77	206.56
	非常不同意	16.93	96.64	113.57
合計		76.98	439.46	516.44

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。	非常同意	17.99	3.15	21.14
	還算同意	4.83	0.85	5.68
	不太同意	0.07	0.01	0.08
	非常不同意	0.23	0.04	0.26
變異數合計		23.11	4.05	27.16

「重度網購者/非網購者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」可能

H_1：「重度網購者/非網購者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」可能

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 27.16 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 27.16

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊。」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各	總是這樣做	19	13	32
	有時這樣做	28	127	155
	很少這樣做	23	147	170
	從不這樣做	7	149	156
合計		77	436	513

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各	總是這樣做	4.75	26.94	31.69
	有時這樣做	23.32	132.15	155.47
	很少這樣做	25.47	144.35	169.81
	從不這樣做	23.44	132.84	156.28
合計		76.98	436.27	513.25

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各	總是這樣做	42.79	7.55	50.34
	有時這樣做	1.00	0.18	1.18
	很少這樣做	0.24	0.04	0.28
	從不這樣做	11.83	2.09	13.91
變異數合計		55.86	9.86	65.71

「重度網購者/非網購者」與「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我

H_1：「重度網購者/非網購者」與「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 65.71 ，$\nu = (C-1)*(R-1)$= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 65.71

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊	搜尋引擎(如Google)	73	302	375
	維基百科網站	33	73	106
	有網友評論之網站(Amazon,TripAdvisor)	16	25	41
	政府網站	5	50	54
	YouTube	36	104	139
	社群媒體網站	24	78	102
	網路文章	15	28	44
	其他	0	1	1
合計		201	660	861

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊	搜尋引擎(如Google)	87.28	287.23	374.51
	維基百科網站	24.69	81.24	105.93
	有網友評論之網站(Amazon,TripAdvisor)	9.55	31.43	40.98
	政府網站	12.63	41.58	54.21
	YouTube	32.46	106.81	139.26
	社群媒體網站	23.75	78.15	101.89
	網路文章	10.15	33.39	43.54
	其他	0.15	0.51	0.66
合計		200.66	660.33	861.00

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊	搜尋引擎(如Google)	2.48	0.75	3.23
	維基百科網站	2.66	0.81	3.47
	有網友評論之網站(Amazon,TripAdvisor)	3.88	1.18	5.06
	政府網站	4.97	1.51	6.48
	YouTube	0.33	0.10	0.43
	社群媒體網站	0.00	0.00	0.00
	網路文章	2.53	0.77	3.29
	其他	0.15	0.05	0.20
變異數合計		17.00	5.17	22.17

「重度網購者/非網購者」與「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」

H_1：「重度網購者/非網購者」與「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 22.17 ，$\nu = (C-1)*(R-1)$= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 < 22.17

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「重度網購者/非網購者」與「當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能有關

項目		重度網購者/非網購者			
		重度網購者		非網購者	
		個數	%	個數	%
最近12個月內在網路上購物的產品類型	手機與通訊	29	38%	0	0%
	食品,甜點(含餐券)	29	38%	0	0%
	精品,包包與服飾配件	28	36%	0	0%
	美容與彩妝	27	35%	0	0%
	廚房,生活雜貨與文具用品	26	34%	0	0%
	服飾與鞋類(非運動類)	20	26%	0	0%
	居家,家具與寢飾	20	25%	0	0%
	旅遊(飯店、機票、票券等)	17	22%	0	0%
	運動,戶外,休閒用品	15	19%	0	0%
	汽機車零件用品	13	16%	0	0%
	圖書與雜誌	12	16%	0	0%
	影音與家電	12	15%	0	0%
	電玩	10	13%	0	0%
	寵物用品	9	12%	0	0%
	電腦軟硬體與週邊配件	9	11%	0	0%
	美體與保健	7	9%	0	0%
	數位相機,攝影機,周邊配件	7	9%	0	0%
	玩具	7	9%	0	0%
	手錶與流行飾品	7	9%	0	0%
	音樂或影片(含票券)	6	8%	0	0%
	嬰幼兒與孕婦用品	6	7%	0	0%
	花與園藝	6	7%	0	0%
	收藏品與藝術品	5	6%	0	0%
	水與飲料	4	5%	0	0%
	其他	0	0%	0	0%
BASE		77	426%	0	0%

項目		重度網購者/非網購者			
		重度網購者		非網購者	
		個數	%	個數	%
最近12個月內在網路上購物的金額	100元	0	0%	0	0%
	200元	0	0%	0	0%
	289元	0	0%	0	0%
	300元	0	0%	0	0%
	349元	0	0%	0	0%
	390元	0	0%	0	0%
	400元	0	0%	0	0%
	500元	0	0%	0	0%
	580元	0	0%	0	0%
	600元	0	0%	0	0%
	699元	0	0%	0	0%
	700元	0	0%	0	0%
	760元	0	0%	0	0%
	780元	0	0%	0	0%
	799元	0	0%	0	0%
	800元	0	0%	0	0%
	890元	0	0%	0	0%
	900元	0	0%	0	0%
	999元	0	0%	0	0%
	1000元	0	0%	0	0%
	1200元	0	0%	0	0%
	1280元	0	0%	0	0%
	1399元	0	0%	0	0%
	1400元	0	0%	0	0%
	1500元	1	4%	0	0%
	1600元	0	0%	0	0%
	1800元	0	0%	0	0%
	2000元	1	4%	0	0%
	2300元	0	0%	0	0%
	2400元	0	0%	0	0%
	2500元	0	0%	0	0%
	3000元	0	1%	0	0%
	3200元	0	0%	0	0%
	3500元	0	0%	0	0%
	3600元	0	0%	0	0%
	3881元	0	0%	0	0%
	4000元	0	0%	0	0%
	4500元	0	0%	0	0%
	4800元	0	0%	0	0%
	5000元	2	6%	0	0%
	5490元	0	0%	0	0%
	5500元	0	0%	0	0%
	5800元	0	0%	0	0%
	6000元	0	0%	0	0%
	6800元	0	0%	0	0%
	6900元	0	0%	0	0%
	7000元	1	3%	0	0%
	8000元	1	2%	0	0%
	8800元	0	0%	0	0%
	9000元	0	0%	0	0%
	10000元	9	30%	0	0%
	10320元	0	0%	0	0%
	12000元	2	6%	0	0%
	12800元	0	0%	0	0%
	15000元	1	2%	0	0%
	18000元	0	0%	0	0%
	20000元	5	14%	0	0%
	21000元	0	0%	0	0%
	23222元	1	3%	0	0%
	24000元	0	0%	0	0%
	25000元	0	0%	0	0%
	30000元	1	4%	0	0%
	35000元	0	0%	0	0%
	36000元	0	0%	0	0%
	40000元	0	0%	0	0%
	50000元	1	3%	0	0%
	60000元	0	0%	0	0%
	70000元	1	2%	0	0%
	80000元	0	0%	0	0%
	82938元	2	6%	0	0%
	99999元	0	0%	0	0%
	100000元	3	8%	0	0%
	111111元	0	0%	0	0%
	150000元	0	0%	0	0%
	300000元	0	0%	0	0%
BASE		32	100%	0	0%
平均金額		26000元			

項目		重度網購者/非網購者			
		重度網購者		非網購者	
		個數	%	個數	%
最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例	.0%	1	4%	0	0%
	1%	1	2%	0	0%
	1%	0	0%	0	0%
	10%	6	17%	0	0%
	20%	0	0%	0	0%
	30%	1	3%	0	0%
	33%	0	0%	0	0%
	40%	1	3%	0	0%
	50%	6	17%	0	0%
	60%	4	12%	0	0%
	70%	0	0%	0	0%
	80%	1	1%	0	0%
	90%	1	2%	0	0%
	100%	14	39%	0	0%
BASE		**37**	**100%**	**0**	**0%**
平均比例		**62%**			

項目		重度網購者/非網購者			
		重度網購者		非網購者	
		個數	%	個數	%
最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用	線上刷卡	52	68%	0	0%
	網路銀行轉帳	30	39%	0	0%
	實體ATM轉帳	21	27%	0	0%
	臨櫃匯款	7	9%	0	0%
	貨到付款	38	49%	0	0%
	便利商店取貨付款	52	67%	0	0%
	手機感應付款	1	2%	0	0%
	其他	1	1%	0	0%
BASE		**77**	**262%**	**0**	**0%**

項目		重度網購者/非網購者			
		重度網購者		非網購者	
		個數	%	個數	%
最常使用的付款方式	線上刷卡	37	50%	0	0%
	網路銀行轉帳	6	8%	0	0%
	實體ATM轉帳	4	6%	0	0%
	臨櫃匯款	0	0%	0	0%
	貨到付款	10	13%	0	0%
	便利商店取貨付款	17	23%	0	0%
	手機感應付款	0	0%	0	0%
	其他	0	0%	0	0%
BASE		**75**	**100%**	**0**	**0%**

「重度網購者/非網購者」與「有沒有在網路販售商品的經驗」的獨立性

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
有沒有在網路販售商品的經驗	有	40	10	51
	沒有	37	467	504
合計		77	477	554

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
有沒有在網路販售商品的經驗	有	7.03	43.58	50.60
	沒有	69.95	433.78	503.73
合計		76.98	477.36	554

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
有沒有在網路販售商品的經驗	有	159.17	25.67	184.84
	沒有	15.99	2.58	18.57
變異數合計		175.16	28.25	203.41

「重度網購者/非網購者」與「有沒有在網路販售商品的經驗」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「有沒有在網路販售商品的經驗」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「有沒有在網路販售商品的經驗」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 203.41 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 203.41

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「有沒有在網路販售商品的經驗」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「最近12個月內販售商品的次數」的獨立

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近12個月內販售商品的次數	0次	5	2	7
	1次	4	1	4
	2次	7	1	8
	3次	9	1	10
	4次	1	0	1
	5次	2	3	5
	6次	0	1	1
	7次	1	1	2
	9次	1	0	1
	10次	1	0	1
	12次	1	0	1
	15次	1	0	1
	20次	3	0	3
	60次	2	0	2
	80次	2	0	2
合計		39	10	49

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近12個月內販售商品的次數	0次	5.68	1.47	7.16
	1次	3.31	0.86	4.17
	2次	6.54	1.70	8.23
	3次	7.94	2.06	10.00
	4次	0.65	0.17	0.81
	5次	3.72	0.96	4.68
	6次	0.76	0.20	0.95
	7次	1.84	0.48	2.31
	9次	0.79	0.20	0.99
	10次	0.60	0.16	0.75
	12次	0.93	0.24	1.17
	15次	0.49	0.13	0.62
	20次	2.75	0.71	3.46
	60次	1.86	0.48	2.34
	80次	1.23	0.32	1.55
合計		39.08	10.13	49.21

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近12個月內販售商品的次數	0次	0.18	0.69	0.86
	1次	0.03	0.13	0.16
	2次	0.02	0.06	0.08
	3次	0.29	1.14	1.43
	4次	0.04	0.17	0.21
	5次	0.95	3.67	4.62
	6次	0.76	2.92	3.67
	7次	0.49	1.88	2.37
	9次	0.05	0.20	0.26
	10次	0.04	0.16	0.20
	12次	0.06	0.24	0.30
	15次	0.03	0.13	0.16
	20次	0.18	0.71	0.90
	60次	0.13	0.48	0.61
	80次	0.08	0.32	0.40
變異數合計		3.34	12.88	16.23

H_0：「重度網購者/非網購者」與「最近12個月內販售商品的次數」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「最近12個月內販售商品的次數」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 16.23 ，ν = (C-1)*(R-1)= 14 χ2(0.95,14)= 23.68 > 16.23

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最近12個月內販售商品的次數」可能無關

「重度網購者/非網購者」與「最近12個月內在網路上販售商品的類型」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近12個月內在網路上販售商品的類型	手機與通訊	11	3	14
	精品,包包與服飾配件	2	1	3
	美容與彩妝	3	0	3
	居家,家具與寢飾	4	1	5
	廚房,生活雜貨與文具用品	5	1	6
	食品與甜點	13	0	13
	玩具	6	0	6
	電玩	3	1	4
	收藏品與藝術品	1	0	1
	寵物用品	0	1	1
	音樂或影片(含票券)	0	1	1
	圖書與雜誌	1	1	2
	嬰幼兒與孕婦用品	6	0	6
	電腦軟硬體與週邊配件	0	0	0
	數位相機,攝影機,周邊配件	2	0	2
	影音與家電	0	0	0
	服飾與鞋類(非運動類)	3	0	3
	運動,戶外,休閒用品	1	0	1
	手錶與流行飾品	0	1	1
合計		62	11	73

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近12個月內在網路上販售商品的類型	手機與通訊	12.19	2.10	14.29
	精品,包包與服飾配件	2.56	0.44	3.00
	美容與彩妝	2.90	0.50	3.41
	居家,家具與寢飾	3.99	0.69	4.68
	廚房,生活雜貨與文具用品	5.05	0.87	5.92
	食品與甜點	11.39	1.96	13.35
	玩具	5.42	0.93	6.36
	電玩	3.20	0.55	3.75
	收藏品與藝術品	1.18	0.20	1.39
	寵物用品	1.21	0.21	1.42
	音樂或影片(含票券)	0.45	0.08	0.53
	圖書與雜誌	1.83	0.31	2.14
	嬰幼兒與孕婦用品	4.84	0.83	5.68
	電腦軟硬體與週邊配件	0.30	0.05	0.36
	數位相機,攝影機,周邊配件	1.32	0.23	1.55
	影音與家電	0.40	0.07	0.47
	服飾與鞋類(非運動類)	2.19	0.38	2.57
	運動,戶外,休閒用品	0.61	0.10	0.71
	手錶與流行飾品	0.81	0.14	0.95
合計		61.87	10.66	72.53

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
最近12個月內在網路上販售商品的類型	手機與通訊	0.05	0.26	0.31
	精品,包包與服飾配件	0.00	0.02	0.02
	美容與彩妝	0.09	0.50	0.59
	居家,家具與寢飾	0.02	0.10	0.12
	廚房,生活雜貨與文具用品	0.06	0.35	0.41
	食品與甜點	0.34	1.96	2.30
	玩具	0.16	0.93	1.10
	電玩	0.05	0.29	0.34
	收藏品與藝術品	0.04	0.20	0.24
	寵物用品	1.21	7.04	8.25
	音樂或影片(含票券)	0.45	2.62	3.07
	圖書與雜誌	0.30	1.76	2.06
	嬰幼兒與孕婦用品	0.14	0.83	0.98
	電腦軟硬體與週邊配件	0.01	0.05	0.06
	數位相機,攝影機,周邊配件	0.04	0.23	0.27
	影音與家電	0.01	0.07	0.08
	服飾與鞋類(非運動類)	0.07	0.38	0.44
	運動,戶外,休閒用品	0.02	0.10	0.12
	手錶與流行飾品	0.81	4.71	5.52
變異數合計		3.86	22.42	26.28

H_0：「重度網購者/非網購者」與「最近12個月內在網路上販售商品的類型」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「最近12個月內在網路上販售商品的類型」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 26.28 ，ν = (C-1)*(R-1)= 18 χ2(0.95,18)= 28.87 > 26.28

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「最近12個月內在網路上販售商品的類型」可能無關

項目		重度網購者/非網購者			
		重度網購者		非網購者	
		個數	%	個數	%
最近12個月內在網路上販售商品的金額	400元	0	3%	0	0%
	1000元	1	5%	1	30%
	2000元	2	15%	0	0%
	3000元	4	32%	1	11%
	3500元	1	6%	0	0%
	5000元	1	4%	0	0%
	10000元	3	26%	0	0%
	15000元	0	0%	3	59%
	16000元	0	0%	0	0%
	23222元	1	8%	0	0%
	30000元	0	2%	0	0%
BASE		**13**	**100%**	**5**	**100%**
平均金額		**6682元**		**9525元**	

項目		重度網購者/非網購者			
		重度網購者		非網購者	
		個數	%	個數	%
最近12個月內於國內網站販售商品的金額占您整體網路販售(包含國內與國外)金額比例	.0%	0	0%	0	0%
	10%	0	0%	0	0%
	20%	2	8%	0	0%
	30%	0	0%	0	0%
	40%	0	1%	0	0%
	50%	2	12%	0	0%
	60%	0	0%	0	0%
	100%	15	78%	1	100%
BASE		**19**	**100%**	**1**	**100%**
平均比例		**87%**		**100%**	

「重度網購者/非網購者」與「決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評	會	66	131	197
	不會	10	333	344
合計		76	464	540

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評	會	27.66	168.91	196.56
	不會	48.33	295.18	343.51
合計		75.99	464.08	540

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評	會	52.91	8.66	61.57
	不會	30.28	4.96	35.23
變異數合計		83.18	13.62	96.80

「重度網購者/非網購者」與「決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」的獨立性檢定

H_0： 「重度網購者/非網購者」與「決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能無關

H_1： 「重度網購者/非網購者」與「決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 96.80 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 96.80

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示 「重度網購者/非網購者」與「決定購買產品或使用服務時，您會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論	會	17	8	24
	不會	60	466	527
合計		77	474	551

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論	會	3.42	21.05	24.46
	不會	73.56	452.95	526.51
合計		76.98	474.00	551

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論	會	52.97	8.60	61.57
	不會	2.46	0.40	2.86
變異數合計		55.43	9.00	64.43

「重度網購者/非網購者」與「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」的獨立性檢定

H_0： 「重度網購者/非網購者」與「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」可能無關

H_1： 「重度網購者/非網購者」與「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 64.43 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 64.43

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示 「重度網購者/非網購者」與「在購買產品或使用服務後，您會不會撰寫相關網路評論」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近	既然被列出，資訊應該是正確	16	89	104
	部分資訊是正確，部分不正確	54	185	239
	從未想過正不正確之問題	5	105	110
合計		74	379	453

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近	既然被列出，資訊應該是正確	17.05	87.18	104.23
	部分資訊是正確，部分不正確	39.06	199.67	238.72
	從未想過正不正確之問題	18.04	92.25	110.29
合計		74.16	379.09	453.25

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近	既然被列出，資訊應該是正確	0.12	0.02	0.15
	部分資訊是正確，部分不正確	5.46	1.07	6.52
	從未想過正不正確之問題	9.59	1.88	11.46
變異數合計		15.17	2.97	18.14

「重度網購者/非網購者」與「使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」的獨立性檢定

H_0： 「重度網購者/非網購者」與「使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能無關

H_1： 「重度網購者/非網購者」與「使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.14 ，ν = (C-1)*(R-1)= 2 $\chi2(0.95,2)$= 5.99 <18.14

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示 「重度網購者/非網購者」與「使用搜尋引擎尋找資訊，您對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關

項目		重度網購者/非網購者			
		重度網購者		非網購者	
		個數	%	個數	%
在網路上購物，在您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情	購物網站看起來很安全	28	37%	0	0%
	是我熟悉的公司或是品牌	37	48%	0	0%
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	30	40%	0	0%
	有擔保我的個資不會外洩	23	30%	0	0%
	購物網站由家人/友人所推薦	2	2%	0	0%
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	5	7%	0	0%
BASE		**77**	**163%**	**0**	**0%**

「重度網購者/非網購者」與「77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情	網站是否安全	61	239	300
	是我熟悉的公司或是品牌	35	144	179
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	24	18	42
	有擔保我的個資不會外洩	39	156	195
	網站由家人/友人所推薦	6	89	95
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	18	42	60
	我不會在網站上註冊或提供我的個人資料	0	40	40
	只要網站要求，我就會在線上註冊我的個人資料	3	13	15
	其他	0	4	4
合計		186	745	931

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情	網站是否安全	59.99	239.88	299.87
	是我熟悉的公司或是品牌	35.89	143.50	179.39
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	8.41	33.64	42.05
	有擔保我的個資不會外洩	39.06	156.19	195.26
	網站由家人/友人所推薦	19.07	76.25	95.32
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	11.99	47.94	59.93
	我不會在網站上註冊或提供我的個人資料	8.09	32.33	40.42
	只要網站要求，我就會在線上註冊我的個人資料	3.04	12.17	15.22
	其他	0.79	3.17	3.96
合計		186.34	745.07	931.40

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情	網站是否安全	0.03	0.01	0.03
	是我熟悉的公司或是品牌	0.01	0.00	0.01
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	27.78	6.95	34.72
	有擔保我的個資不會外洩	0.00	0.00	0.00
	網站由家人/友人所推薦	9.12	2.28	11.40
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	2.84	0.71	3.55
	我不會在網站上註冊或提供我的個人資料	7.14	1.79	8.93
	只要網站要求，我就會在線上註冊我的個人資料	0.07	0.02	0.08
	其他	0.79	0.20	0.99
變異數合計		47.77	11.95	59.72

「重度網購者/非網購者」與「77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 59.72 ，ν = (C-1)*(R-1)= 8 $\chi2(0.95,8)$= 16.92 <59.72

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「77.現今許多網站要求您註冊個人資訊(包含電子郵件、地址、電話號碼、生日及出生地等)，在您註冊前會考慮哪些事情」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響	上網使我與朋友及家人更親近	26	191	217
	上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等	63	127	190
	上網使我獲知最新事件與社會議題	56	126	182
	上網讓生活更便利如網購、網路銀行	56	44	100
	找資料超方便	52	236	287
	生活變得有趣多了	29	172	201
	新的溝通方式使生活更輕鬆	26	158	184
	能夠使工作更具彈性	12	30	42
	接收正向資訊有益身心	16	50	66
	都沒有任何正面影響	0	21	21
合計		335	1156	1491

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響	上網使我與朋友及家人更親近	48.85	168.64	217.49
	上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等	42.71	147.43	190.13
	上網使我獲知最新事件與社會議題	40.98	141.47	182.45
	上網讓生活更便利如網購、網路銀行	22.39	77.29	99.68
	找資料超方便	64.56	222.88	287.44
	生活變得有趣多了	45.07	155.58	200.65
	新的溝通方式使生活更輕鬆	41.35	142.75	184.10
	能夠使工作更具彈性	9.49	32.75	42.24
	接收正向資訊有益身心	14.87	51.33	66.21
	都沒有任何正面影響	4.68	16.14	20.82
合計		334.95	1156.26	1491.21

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響	上網使我與朋友及家人更親近	10.56	3.06	13.62
	上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等	9.36	2.71	12.08
	上網使我獲知最新事件與社會議題	5.49	1.59	7.08
	上網讓生活更便利如網購、網路銀行	49.30	14.28	63.59
	找資料超方便	2.47	0.72	3.19
	生活變得有趣多了	5.95	1.72	7.67
	新的溝通方式使生活更輕鬆	5.96	1.73	7.69
	能夠使工作更具彈性	0.66	0.19	0.85
	接收正向資訊有益身心	0.13	0.04	0.16
	都沒有任何正面影響	4.68	1.35	6.03
變異數合計		94.56	27.39	121.95

「重度網購者/非網購者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 121.95 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 121.95

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響	影響家務	16	44	60
	影響作息/第二天感到疲憊	39	58	97
	視力退化/肩頸痠痛/影響健康	57	244	301
	減少與親友共度或互動的時光	21	53	74
	影響工作或學業的表現	6	21	26
	上班或上課遲到	3	10	13
	都沒有任何負面影響	11	149	160
合計		154	578	733

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響	影響家務	12.72	47.66	60.37
	影響作息/第二天感到疲憊	20.49	76.75	97.24
	視力退化/肩頸痠痛/影響健康	63.51	237.95	301.45
	減少與親友共度或互動的時光	15.57	58.34	73.91
	影響工作或學業的表現	5.54	20.77	26.32
	上班或上課遲到	2.78	10.40	13.18
	都沒有任何負面影響	33.78	126.55	160.33
合計		154.38	578.41	733

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響	影響家務	0.86	0.23	1.09
	影響作息/第二天感到疲憊	17.42	4.65	22.07
	視力退化/肩頸痠痛/影響健康	0.58	0.16	0.74
	減少與親友共度或互動的時光	1.98	0.53	2.51
	影響工作或學業的表現	0.01	0.00	0.01
	上班或上課遲到	0.16	0.04	0.21
	都沒有任何負面影響	15.09	4.03	19.11
變異數合計		36.11	9.64	45.75

「重度網購者/非網購者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 45.75 ，ν = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi2(0.95,6)$= 12.59 < 45.75

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成下列哪些負面影響」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「睡覺時確認手機在身邊」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
睡覺時確認手機在身邊	1	3	124	127
	2	2	57	58
	3	3	41	45
	4	5	33	38
	5	7	56	63
	6	6	30	35
	7	1	35	35
	8	9	28	37
	9	7	25	32
	10	34	46	80
合計		77	474	551

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
睡覺時確認手機在身邊	1	17.75	109.30	127.05
	2	8.17	50.32	58.50
	3	6.22	38.32	44.54
	4	5.31	32.70	38.01
	5	8.79	54.12	62.92
	6	4.93	30.35	35.28
	7	4.96	30.54	35.50
	8	5.23	32.21	37.44
	9	4.42	27.24	31.66
	10	11.18	68.80	79.97
合計		76.98	473.89	550.87

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
睡覺時確認手機在身邊	1	11.81	1.92	13.73
	2	5.32	0.86	6.18
	3	1.41	0.23	1.64
	4	0.08	0.01	0.09
	5	0.22	0.04	0.25
	6	0.12	0.02	0.14
	7	3.34	0.54	3.88
	8	3.07	0.50	3.57
	9	1.13	0.18	1.32
	10	47.83	7.77	55.60
變異數合計		74.32	12.07	86.39

「重度網購者/非網購者」與「睡覺時確認手機在身邊」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「睡覺時確認手機在身邊」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「睡覺時確認手機在身邊」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 86.39 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 86.39

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「睡覺時確認手機在身邊」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	1分	3	112	115
	2分	0	46	46
	3分	1	66	67
	4分	2	23	26
	5分	7	58	65
	6分	5	34	39
	7分	1	33	34
	8分	16	38	54
	9分	9	23	33
	10分	32	41	73
合計		77	474	551

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	1分	16.06	98.87	114.93
	2分	6.44	39.66	46.10
	3分	9.34	57.51	66.85
	4分	3.58	22.04	25.62
	5分	9.11	56.09	65.20
	6分	5.45	33.55	38.99
	7分	4.74	29.20	33.95
	8分	7.48	46.08	53.56
	9分	4.57	28.12	32.69
	10分	10.20	62.77	72.97
合計		76.98	473.89	550.87

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	1分	10.49	1.70	12.20
	2分	6.44	1.05	7.49
	3分	7.64	1.24	8.89
	4分	0.42	0.07	0.49
	5分	0.45	0.07	0.52
	6分	0.01	0.00	0.01
	7分	3.05	0.49	3.54
	8分	9.11	1.48	10.59
	9分	5.25	0.85	6.10
	10分	47.21	7.67	54.87
變異數合計		90.07	14.63	104.70

「重度網購者/非網購者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 104.70 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 104.70

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	1分	5	135	139
	2分	1	57	58
	3分	6	38	45
	4分	1	20	21
	5分	9	48	57
	6分	5	38	44
	7分	4	32	36
	8分	9	28	37
	9分	4	44	48
	10分	33	34	67
合計		77	474	551

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	1分	19.47	119.88	139.35
	2分	8.09	49.80	57.89
	3分	6.22	38.31	44.53
	4分	2.88	17.76	20.65
	5分	7.99	49.20	57.19
	6分	6.09	37.47	43.56
	7分	5.02	30.93	35.96
	8分	5.24	32.24	37.48
	9分	6.65	40.96	47.62
	10分	9.31	57.33	66.64
合計		76.98	473.89	550.87

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	1分	11.31	1.84	13.15
	2分	6.73	1.09	7.82
	3分	0.00	0.00	0.00
	4分	1.55	0.25	1.80
	5分	0.28	0.05	0.33
	6分	0.08	0.01	0.09
	7分	0.17	0.03	0.19
	8分	2.92	0.47	3.39
	9分	1.19	0.19	1.39
	10分	58.96	9.58	68.54
變異數合計		83.19	13.51	96.71

「重度網購者/非網購者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」可能無

H_1：「重度網購者/非網購者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」可能有

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 96.71 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 96.71

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」可

「重度網購者/非網購者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	1分	11	182	192
	2分	8	62	70
	3分	3	39	42
	4分	1	27	28
	5分	7	39	46
	6分	12	25	37
	7分	2	26	28
	8分	10	21	31
	9分	4	31	35
	10分	21	22	42
合計		77	474	551

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	1分	26.89	165.55	192.44
	2分	9.73	59.92	69.65
	3分	5.84	35.93	41.76
	4分	3.93	24.19	28.11
	5分	6.40	39.38	45.78
	6分	5.14	31.66	36.80
	7分	3.97	24.44	28.42
	8分	4.36	26.81	31.17
	9分	4.83	29.74	34.57
	10分	5.89	36.28	42.17
合計		76.98	473.89	550.87

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	1分	9.78	1.59	11.37
	2分	0.40	0.06	0.46
	3分	1.31	0.21	1.52
	4分	2.62	0.43	3.05
	5分	0.11	0.02	0.12
	6分	7.99	1.30	9.29
	7分	1.05	0.17	1.22
	8分	6.94	1.13	8.06
	9分	0.28	0.05	0.33
	10分	36.35	5.90	42.26
變異數合計		66.82	10.85	77.68

「重度網購者/非網購者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 77.68 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 77.68

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」可能有

「重度網購者/非網購者」與「您和朋友及家人交流方式」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
您和朋友及家人交流方式	面對面	70	399	469
	寄信	1	7	8
	電郵	3	14	17
	打電話	46	369	415
	網路電話	43	225	268
	視訊電話	17	42	59
	簡訊	8	23	30
	社群媒體	12	53	65
合計		199	1132	1331

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
您和朋友及家人交流方式	面對面	70.22	398.68	468.91
	寄信	1.17	6.67	7.84
	電郵	2.49	14.14	16.63
	打電話	62.18	353.02	415.20
	網路電話	40.18	228.09	268.27
	視訊電話	8.86	50.29	59.14
	簡訊	4.55	25.82	30.37
	社群媒體	9.73	55.22	64.94
合計		199.38	1131.93	1331

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
您和朋友及家人交流方式	面對面	0.00	0.00	0.00
	寄信	0.00	0.00	0.00
	電郵	0.02	0.00	0.03
	打電話	4.12	0.73	4.85
	網路電話	0.21	0.04	0.25
	視訊電話	7.27	1.28	8.55
	簡訊	2.15	0.38	2.53
	社群媒體	0.44	0.08	0.51
變異數合計		14.22	2.51	16.73

「重度網購者/非網購者」與「您和朋友及家人交流方式」的獨立性檢定

H_0：「重度網購者/非網購者」與「您和朋友及家人交流方式」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「您和朋友及家人交流方式」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 16.73 · ν = (C-1)*(R-1)= 7 χ2(0.95,7)= 14.07 < 16.73

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「您和朋友及家人交流方式」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「若不能上網人生無趣」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
若不能上網人生無趣	1分	5	98	102
	2分	1	56	57
	3分	6	70	76
	4分	1	35	36
	5分	11	61	72
	6分	3	34	37
	7分	6	32	39
	8分	15	49	64
	9分	8	11	18
	10分	21	28	49
合計		77	473	550

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
若不能上網人生無趣	1分	14.34	88.05	102.39
	2分	7.96	48.86	56.82
	3分	10.67	65.53	76.20
	4分	5.04	30.95	35.99
	5分	10.05	61.72	71.77
	6分	5.14	31.57	36.71
	7分	5.43	33.33	38.76
	8分	8.96	55.04	64.00
	9分	2.57	15.77	18.33
	10分	6.81	41.82	48.63
合計		76.98	472.63	549.61

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
若不能上網人生無趣	1分	6.26	1.02	7.28
	2分	6.28	1.02	7.30
	3分	2.10	0.34	2.45
	4分	2.67	0.44	3.11
	5分	0.06	0.01	0.07
	6分	1.33	0.22	1.54
	7分	0.18	0.03	0.20
	8分	4.65	0.76	5.41
	9分	10.65	1.73	12.38
	10分	29.24	4.76	34.00
變異數合計		63.42	10.33	73.74

H_0：「重度網購者/非網購者」與「若不能上網人生無趣」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「若不能上網人生無趣」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 73.74 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 73.74

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「若不能上網人生無趣」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「不上網不知道如何找到資料」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
不上網不知道如何找到資料	1分	4	90	94
	2分	0	42	42
	3分	7	58	65
	4分	3	41	44
	5分	8	61	69
	6分	5	21	27
	7分	5	33	38
	8分	17	65	82
	9分	7	27	34
	10分	20	33	54
合計		76	472	549

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
不上網不知道如何找到資料	1分	13.10	81.09	94.19
	2分	5.82	36.06	41.89
	3分	9.02	55.87	64.90
	4分	6.14	38.01	44.14
	5分	9.64	59.67	69.31
	6分	3.69	22.87	26.56
	7分	5.34	33.09	38.43
	8分	11.36	70.30	81.66
	9分	4.72	29.24	33.96
	10分	7.47	46.28	53.75
合計		76.32	472.47	548.79

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
不上網不知道如何找到資料	1分	5.95	0.96	6.91
	2分	5.82	0.94	6.77
	3分	0.60	0.10	0.70
	4分	1.80	0.29	2.09
	5分	0.20	0.03	0.23
	6分	0.65	0.10	0.75
	7分	0.03	0.00	0.03
	8分	2.33	0.38	2.71
	9分	1.36	0.22	1.58
	10分	22.05	3.56	25.62
變異數合計		40.81	6.59	47.40

H_0：「重度網購者/非網購者」與「不上網不知道如何找到資料」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「不上網不知道如何找到資料」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 47.40 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 47.40

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「不上網不知道如何找到資料」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「不上網不知道外界發生什麼事件」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
不上網不知道外界發生什麼事件	1分	3	116	119
	2分	0	44	44
	3分	8	65	72
	4分	3	30	33
	5分	14	62	75
	6分	9	19	28
	7分	4	34	38
	8分	15	43	58
	9分	7	36	42
	10分	15	25	41
合計		77	473	550

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
不上網不知道外界發生什麼事件	1分	16.66	102.43	119.09
	2分	6.18	37.99	44.17
	3分	10.11	62.18	72.29
	4分	4.55	28.00	32.56
	5分	10.53	64.75	75.28
	6分	3.87	23.79	27.66
	7分	5.37	33.03	38.41
	8分	8.07	49.63	57.71
	9分	5.93	36.48	42.41
	10分	5.69	35.01	40.71
合計		76.98	473.30	550.28

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
不上網不知道外界發生什麼事件	1分	10.83	1.76	12.59
	2分	6.18	1.00	7.18
	3分	0.63	0.10	0.73
	4分	0.66	0.11	0.77
	5分	0.93	0.15	1.08
	6分	5.67	0.92	6.59
	7分	0.21	0.03	0.24
	8分	5.73	0.93	6.66
	9分	0.07	0.01	0.08
	10分	16.47	2.68	19.15
變異數合計		47.37	7.70	55.07

H_0：「重度網購者/非網購者」與「不上網不知道外界發生什麼事件」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「不上網不知道外界發生什麼事件」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 55.07 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 55.07

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「不上網不知道外界發生什麼事件」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「.不上網讓我覺得焦慮」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
.不上網讓我覺得焦慮	1分	7	151	158
	2分	0	48	48
	3分	8	52	60
	4分	3	35	38
	5分	9	76	85
	6分	3	30	32
	7分	9	22	31
	8分	17	34	51
	9分	5	17	23
	10分	16	7	23
合計		76	472	548

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
.不上網讓我覺得焦慮	1分	21.95	135.68	157.63
	2分	6.75	41.74	48.49
	3分	8.29	51.26	59.55
	4分	5.31	32.83	38.14
	5分	11.78	72.81	84.58
	6分	4.52	27.92	32.44
	7分	4.31	26.67	30.98
	8分	7.14	44.13	51.27
	9分	3.14	19.40	22.54
	10分	3.13	19.38	22.51
合計		76.32	471.81	548.13

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
.不上網讓我覺得焦慮	1分	10.28	1.66	11.94
	2分	6.75	1.09	7.84
	3分	0.05	0.01	0.06
	4分	0.93	0.15	1.08
	5分	0.85	0.14	0.99
	6分	0.65	0.11	0.76
	7分	5.88	0.95	6.83
	8分	13.26	2.14	15.40
	9分	1.24	0.20	1.44
	10分	52.19	8.44	60.63
變異數合計		92.08	14.89	106.98

H_0：「重度網購者/非網購者」與「.不上網讓我覺得焦慮」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「.不上網讓我覺得焦慮」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 106.98 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 106.98

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「.不上網讓我覺得焦慮」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「不上網讓我覺得失落」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
不上網讓我覺得失落	1分	8	160	169
	2分	0	50	50
	3分	8	59	66
	4分	3	24	27
	5分	10	58	68
	6分	4	32	36
	7分	8	26	34
	8分	14	25	39
	9分	5	21	27
	10分	16	17	33
合計		76	472	549

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
不上網讓我覺得失落	1分	23.48	145.39	168.87
	2分	7.02	43.46	50.48
	3分	9.23	57.15	66.38
	4分	3.73	23.11	26.84
	5分	9.41	58.26	67.68
	6分	5.02	31.07	36.08
	7分	4.68	28.98	33.66
	8分	5.49	33.99	39.48
	9分	3.73	23.08	26.80
	10分	4.52	27.99	32.51
合計		76.32	472.47	548.79

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
不上網讓我覺得失落	1分	9.65	1.56	11.21
	2分	7.02	1.13	8.15
	3分	0.26	0.04	0.30
	4分	0.29	0.05	0.33
	5分	0.01	0.00	0.01
	6分	0.06	0.01	0.07
	7分	2.19	0.35	2.55
	8分	13.71	2.21	15.92
	9分	0.72	0.12	0.83
	10分	28.76	4.65	33.41
變異數合計		62.66	10.12	72.78

H_0：「重度網購者/非網購者」與「不上網讓我覺得失落」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「不上網讓我覺得失落」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 72.78 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 72.78

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「不上網讓我覺得失落」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「我覺得脫離網路很困難」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我覺得脫離網路很困難	1分	2	147	149
	2分	1	45	46
	3分	6	50	56
	4分	3	20	23
	5分	6	63	70
	6分	6	32	38
	7分	1	31	33
	8分	21	35	56
	9分	5	26	31
	10分	25	18	43
合計		77	469	546

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我覺得脫離網路很困難	1分	21.01	128.03	149.04
	2分	6.53	39.77	46.30
	3分	7.96	48.53	56.49
	4分	3.18	19.39	22.58
	5分	9.85	60.04	69.89
	6分	5.41	32.94	38.35
	7分	4.64	28.25	32.89
	8分	7.92	48.28	56.20
	9分	4.42	26.97	31.39
	10分	6.06	36.94	43.01
合計		76.98	469.15	546.12

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
我覺得脫離網路很困難	1分	18.02	2.96	20.98
	2分	4.76	0.78	5.54
	3分	0.27	0.04	0.31
	4分	0.01	0.00	0.02
	5分	1.21	0.20	1.41
	6分	0.08	0.01	0.10
	7分	2.23	0.37	2.59
	8分	20.91	3.43	24.34
	9分	0.07	0.01	0.08
	10分	61.31	10.06	71.37
變異數合計		108.88	17.87	126.75

H_0：「重度網購者/非網購者」與「我覺得脫離網路很困難」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「我覺得脫離網路很困難」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 126.75 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 126.75

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「我覺得脫離網路很困難」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「當我無法連網時，猶如脫離真實世界」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	1分	5	159	164
	2分	3	52	55
	3分	6	45	51
	4分	4	29	33
	5分	8	71	79
	6分	5	30	35
	7分	5	20	25
	8分	14	20	35
	9分	3	28	31
	10分	23	12	35
合計		76	466	542

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	1分	23.03	140.73	163.76
	2分	7.71	47.12	54.83
	3分	7.16	43.75	50.91
	4分	4.63	28.31	32.95
	5分	11.17	68.25	79.42
	6分	4.86	29.69	34.54
	7分	3.53	21.54	25.07
	8分	4.86	29.67	34.53
	9分	4.42	27.01	31.43
	10分	4.86	29.69	34.54
合計		76.22	465.76	541.98

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	1分	14.49	2.37	16.86
	2分	2.74	0.45	3.19
	3分	0.31	0.05	0.37
	4分	0.04	0.01	0.04
	5分	0.72	0.12	0.84
	6分	0.00	0.00	0.00
	7分	0.60	0.10	0.70
	8分	17.85	2.92	20.77
	9分	0.21	0.03	0.25
	10分	65.93	10.79	76.72
變異數合計		102.90	16.84	119.73

H_0：「重度網購者/非網購者」與「當我無法連網時，猶如脫離真實世界」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「當我無法連網時，猶如脫離真實世界」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 119.73 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 119.73

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「當我無法連網時，猶如脫離真實世界」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「當我上網時我覺得自己正在工作」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當我上網時我覺得自己正在工作	1分	8	171	179
	2分	1	38	39
	3分	10	57	67
	4分	5	29	35
	5分	8	63	71
	6分	5	26	31
	7分	4	27	32
	8分	14	20	34
	9分	6	26	32
	10分	16	11	27
合計		77	469	546

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當我上網時我覺得自己正在工作	1分	25.26	153.83	179.09
	2分	5.44	33.15	38.59
	3分	9.45	57.57	67.03
	4分	4.88	29.71	34.59
	5分	9.95	60.59	70.53
	6分	4.33	26.35	30.67
	7分	4.50	27.42	31.93
	8分	4.84	29.46	34.29
	9分	4.53	27.58	32.11
	10分	3.81	23.21	27.02
合計		76.98	468.87	545.84

變異數$o_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
當我上網時我覺得自己正在工作	1分	11.61	1.91	13.52
	2分	3.64	0.60	4.24
	3分	0.02	0.00	0.02
	4分	0.01	0.00	0.01
	5分	0.57	0.09	0.66
	6分	0.15	0.02	0.17
	7分	0.00	0.00	0.00
	8分	17.98	2.95	20.93
	9分	0.31	0.05	0.36
	10分	37.91	6.22	44.13
變異數合計		72.20	11.85	84.05

H_0：「重度網購者/非網購者」與「當我上網時我覺得自己正在工作」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「當我上網時我覺得自己正在工作」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 84.05 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 84.05

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「當我上網時我覺得自己正在工作」可能有關

「重度網購者/非網購者」與「因為有網路讓我的生活不無聊」的獨立性檢定

觀測值O_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
因為有網路讓我的生活不無聊	1分	2	67	69
	2分	4	34	38
	3分	6	40	46
	4分	1	36	37
	5分	3	72	75
	6分	3	47	50
	7分	3	44	48
	8分	18	35	53
	9分	14	39	53
	10分	23	57	79
合計		76	471	547

理論值E_i		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
因為有網路讓我的生活不無聊	1分	9.57	59.09	68.65
	2分	5.23	32.29	37.52
	3分	6.42	39.67	46.09
	4分	5.13	31.71	36.85
	5分	10.45	64.54	74.98
	6分	6.96	43.02	49.98
	7分	6.65	41.09	47.75
	8分	7.39	45.67	53.07
	9分	7.34	45.32	52.66
	10分	11.07	68.37	79.44
合計		76.22	470.78	546.99

變異數$o_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		重度網購者/非網購者		合計
		重度網購者	非網購者	
因為有網路讓我的生活不無聊	1分	6.10	0.99	7.09
	2分	0.38	0.06	0.44
	3分	0.00	0.00	0.00
	4分	3.99	0.65	4.64
	5分	4.83	0.78	5.61
	6分	2.84	0.46	3.30
	7分	1.70	0.28	1.98
	8分	14.00	2.27	16.27
	9分	6.17	1.00	7.17
	10分	12.44	2.01	14.46
變異數合計		52.46	8.49	60.95

H_0：「重度網購者/非網購者」與「因為有網路讓我的生活不無聊」可能無關

H_1：「重度網購者/非網購者」與「因為有網路讓我的生活不無聊」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 60.95 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 60.95

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「重度網購者/非網購者」與「因為有網路讓我的生活不無聊」可能有關

柒、 附錄 -2 .網售者/非網售者獨立性檢定

「網售者/非網售者」與「居住地區」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
居住地區	北北基	40	281	321
	桃竹苗	39	129	168
	中彰投	23	187	210
	雲嘉南	29	125	154
	高屏澎	37	136	173
	宜花東	6	33	40
合計		175	890	1066

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
居住地區	北北基	52.78	268.16	320.94
	桃竹苗	27.63	140.36	167.99
	中彰投	34.60	175.78	210.38
	雲嘉南	25.26	128.34	153.60
	高屏澎	28.47	144.65	173.13
	宜花東	6.53	33.19	39.72
合計		175.27	890.48	1066

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
居住地區	北北基	2.94	0.58	3.51
	桃竹苗	4.83	0.95	5.78
	中彰投	3.92	0.77	4.69
	雲嘉南	0.57	0.11	0.68
	高屏澎	2.81	0.55	3.36
	宜花東	0.01	0.00	0.01
變異數合計		15.07	2.97	18.03

「網售者/非網售者」與「居住地區」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「居住地區」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「居住地區」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.03 ，v = (C-1)*(R-1)= 5 χ2(0.95,5)= 11.07 < 18.03

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「居住地區」可能有關

「網售者/非網售者」與「性別」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
性別	男性	82	457	540
	女性	93	433	526
合計		175	890	1066

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
性別	男性	88.74	450.85	539.58
	女性	86.53	439.63	526.17
合計		175.27	890.48	1066

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
性別	男性	0.45	0.09	0.54
	女性	0.47	0.09	0.56
變異數合計		0.92	0.18	1.10

「網售者/非網售者」與「性別」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「性別」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「性別」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 1.10 ，v = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 > 1.10

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「性別」可能無關

「網售者/非網售者」與「年齡」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
年齡	16-24歲	38	113	152
	25-34歲	64	118	182
	35-44歲	48	166	214
	45-54歲	25	174	199
	55歲以上	0	319	319
合計		175	890	1066

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
年齡	16-24歲	24.95	126.76	151.71
	25-34歲	29.99	152.34	182.33
	35-44歲	35.16	178.64	213.80
	45-54歲	32.70	166.14	198.84
	55歲以上	52.47	266.60	319.07
合計		175.27	890.48	1066

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
年齡	16-24歲	7.25	1.43	8.68
	25-34歲	39.24	7.72	46.96
	35-44歲	4.68	0.92	5.60
	45-54歲	2.01	0.40	2.41
	55歲以上	52.47	10.33	62.80
變異數合計		105.65	20.80	126.45

「網售者/非網售者」與「年齡」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「年齡」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「年齡」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 126.45 ，v = (C-1)*(R-1)= 4 χ2(0.95,4)= 9.46 < 126.45

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「年齡」可能有關

「網售者/非網售者」與「婚姻狀況」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
婚姻狀況	未婚	117	258	375
	已婚	50	556	606
	鰥寡/分居	6	61	67
合計		173	875	1048

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
婚姻狀況	未婚	61.99	313.43	375.42
	已婚	100.10	506.10	606.20
	鰥寡/分居	11.04	55.83	66.88
合計		173.13	875.36	1048

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
婚姻狀況	未婚	48.88	9.67	58.55
	已婚	25.12	4.97	30.09
	鰥寡/分居	2.18	0.43	2.61
變異數合計		76.18	15.07	91.25

「網售者/非網售者」與「婚姻狀況」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「婚姻狀況」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「婚姻狀況」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 91.25 ，v = (C-1)*(R-1)= 2 χ2(0.95,2)= 5.99 < 91.25

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「婚姻狀況」可能有關

「網售者/非網售者」與「家庭平均月收入」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
家庭平均月收入	無收入(0)	10	29	39
	1元-未滿2萬元(1)	10	19	30
	2萬-未滿4萬元(3)	32	118	150
	4萬-未滿6萬元(5)	24	98	122
	6萬-未滿8萬元(7)	16	97	113
	8萬-未滿10萬元(9)	10	81	90
	10萬-未滿12萬元(11)	14	41	55
	12萬元以上(13)	15	77	92
合計		131	560	690

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
家庭平均月收入	無收入(0)	7.32	31.32	38.64
	1元-未滿2萬元(1)	5.60	23.95	29.54
	2萬-未滿4萬元(3)	28.47	121.86	150.33
	4萬-未滿6萬元(5)	23.08	98.76	121.84
	6萬-未滿8萬元(7)	21.42	91.68	113.10
	8萬-未滿10萬元(9)	17.11	73.21	90.32
	10萬-未滿12萬元(11)	10.43	44.63	55.06
	12萬元以上(13)	17.33	74.17	91.50
合計		130.75	559.58	690

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
家庭平均月收入	無收入(0)	1.00	0.23	1.23
	1元-未滿2萬元(1)	4.21	0.98	5.19
	2萬-未滿4萬元(3)	0.57	0.13	0.70
	4萬-未滿6萬元(5)	0.01	0.00	0.01
	6萬-未滿8萬元(7)	1.54	0.36	1.90
	8萬-未滿10萬元(9)	3.29	0.77	4.06
	10萬-未滿12萬元(11)	1.42	0.33	1.75
	12萬元以上(13)	0.39	0.09	0.49
變異數合計		12.42	2.90	15.33

「網售者/非網售者」與「家庭平均月收入」的獨立性檢定

H_0：**「網售者/非網售者」與「家庭平均月收入」可能無關**

H_1：**「網售者/非網售者」與「家庭平均月收入」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 15.33 ，ν = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 < 15.33

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「家庭平均月收入」可能有關

「網售者/非網售者」與「居住狀況」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
居住狀況	自有房屋	116	660	776
	租屋	46	190	236
合計		162	849	1012

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
居住狀況	自有房屋	124.46	651.12	775.58
	租屋	37.87	198.14	236.01
合計		162.33	849.25	1012

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
居住狀況	自有房屋	0.59	0.11	0.70
	租屋	1.93	0.37	2.30
變異數合計		2.52	0.48	3.00

「網售者/非網售者」與「居住狀況」的獨立性檢定

H_0：**「網售者/非網售者」與「居住狀況」可能無關**

H_1：**「網售者/非網售者」與「居住狀況」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 3.00 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 > 3.00

即，差異不顯著，接受 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「居住狀況」可能無關

「網售者/非網售者」與「教育程度」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
教育程度	0	3	33	36
	國中或初中	1	100	101
	高中職 (含五專前三年)	45	321	366
	專科	13	110	123
	大學	84	261	345
	碩士及以上	23	48	71
合計		169	872	1042

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
教育程度	0	5.87	30.28	36.15
	國中或初中	16.38	84.45	100.83
	高中職 (含五專前三年)	59.48	306.66	366.14
	專科	19.93	102.76	122.69
	大學	56.01	288.79	344.80
	碩士及以上	11.52	59.38	70.90
合計		169.19	872.33	1042

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
教育程度	0	1.28	0.25	1.53
	國中或初中	13.91	2.70	16.61
	高中職 (含五專前三年)	3.66	0.71	4.37
	專科	2.56	0.50	3.05
	大學	13.89	2.69	16.59
	碩士及以上	12.14	2.35	14.49
變異數合計		47.43	9.20	56.63

「網售者/非網售者」與「教育程度」的獨立性檢定

H_0：**「網售者/非網售者」與「教育程度」可能無關**

H_1：**「網售者/非網售者」與「教育程度」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 56.63 ，ν = (C-1)*(R-1)= 5 $\chi2(0.95,5)$= 11.07 < 56.63

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「教育程度」可能有關

「網售者/非網售者」與「職業」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
職業	農、林、漁、牧業	7	23	30
	礦業及土石採取業	1	2	2
	製造業	13	90	103
	電力及燃氣供應業	4	0	4
	用水供應及污染整治業	1	3	5
	營建工程業	4	15	19
	批發及零售業	7	31	38
	運輸及倉儲業	5	27	32
	住宿及餐飲業	7	34	41
	出版、影音製作、傳播及資通訊服務	8	12	20
	金融及保險業	7	46	53
	不動產業	3	5	8
	專業、科學及技術服務業	12	41	53
	支援服務業	6	50	56
	教育業	4	24	29
	公共行政及國防；強制性社會安全	6	13	19
	醫療保健及社會工作服務業	7	40	46
	藝術、娛樂及休閒服務業	6	10	16
	其他服務業	23	88	111
	家管	8	122	129
	學生	22	79	101
	退休	0	84	84
	在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者	5	12	17
	其他	0	12	12
合計		165	864	1029

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
職業	農、林、漁、牧業	4.79	25.04	29.83
	礦業及土石採取業	0.37	1.92	2.29
	製造業	16.58	86.72	103.30
	電力及燃氣供應業	0.56	2.94	3.51
	用水供應及污染整治業	0.76	4.00	4.76
	營建工程業	3.12	16.34	19.47
	批發及零售業	6.09	31.85	37.94
	運輸及倉儲業	5.07	26.52	31.59
	住宿及餐飲業	6.56	34.31	40.86
	出版、影音製作、傳播及資通訊服務	3.29	17.20	20.48
	金融及保險業	8.49	44.39	52.88
	不動產業	1.33	6.95	8.28
	專業、科學及技術服務業	8.52	44.59	53.11
	支援服務業	9.04	47.29	56.33
	教育業	4.61	24.13	28.74
	公共行政及國防；強制性社會安全	3.05	15.97	19.03
	醫療保健及社會工作服務業	7.46	39.02	46.47
	藝術、娛樂及休閒服務業	2.61	13.67	16.28
	其他服務業	17.81	93.18	110.99
	家管	20.77	108.64	129.41
	學生	16.28	85.14	101.42
	退休	13.45	70.36	83.81
	在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者	2.65	13.86	16.51
	其他	1.96	10.23	12.19
合計		165.23	864.25	1029.48

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
職業	農、林、漁、牧業	0.87	0.17	1.04
	礦業及土石採取業	0.43	0.08	0.51
	製造業	0.77	0.15	0.91
	電力及燃氣供應業	15.39	2.94	18.33
	用水供應及污染整治業	0.49	0.09	0.58
	營建工程業	0.59	0.11	0.70
	批發及零售業	0.07	0.01	0.09
	運輸及倉儲業	0.00	0.00	0.00
	住宿及餐飲業	0.06	0.01	0.07
	出版、影音製作、傳播及資通訊服務	6.73	1.29	8.02
	金融及保險業	0.35	0.07	0.42
	不動產業	2.95	0.56	3.51
	專業、科學及技術服務業	1.34	0.26	1.59
	支援服務業	0.95	0.18	1.14
	教育業	0.00	0.00	0.01
	公共行政及國防；強制性社會安全	2.45	0.47	2.92
	醫療保健及社會工作服務業	0.07	0.01	0.08
	藝術、娛樂及休閒服務業	3.93	0.75	4.68
	其他服務業	1.41	0.27	1.68
	家管	8.41	1.61	10.01
	學生	2.10	0.40	2.51
	退休	13.45	2.57	16.02
	在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者	1.44	0.28	1.72
	其他	1.31	0.25	1.56
變異數合計		65.57	12.54	78.11

「網售者/非網售者」與「職業」的獨立性檢定

H_0：**「網售者/非網售者」與「職業」可能無關**

H_1：**「網售者/非網售者」與「職業」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 78.11 ，v = (C-1)*(R-1)= 23 χ2(0.95,23)= 35.17 < 78.11

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「職業」可能有關

「網售者/非網售者」與「職務」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
職務	軍人	3	7	10
	民意代表、主管及經理人員	3	26	29
	專業人員	42	138	181
	技術員及助理專業人員	13	64	77
	事務支援人員	5	55	60
	服務及銷售工作人員	48	135	184
	技藝有關工作人員	1	13	14
	農、林、漁、牧業生產人員	4	24	28
	機械設備操作及組裝人員	2	15	17
	基層技術工及勞力工	6	51	57
	其他	2	24	26
合計		129	553	682

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
職務	軍人	1.88	8.04	9.92
	民意代表、主管及經理人員	5.52	23.65	29.17
	專業人員	34.16	146.34	180.51
	技術員及助理專業人員	14.60	62.56	77.16
	事務支援人員	11.32	48.51	59.83
	服務及銷售工作人員	34.75	148.87	183.62
	技藝有關工作人員	2.59	11.11	13.70
	農、林、漁、牧業生產人員	5.22	22.37	27.60
	機械設備操作及組裝人員	3.27	13.99	17.26
	基層技術工及勞力工	10.76	46.11	56.88
	其他	4.94	21.18	26.12
合計		129.04	552.73	681.76

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
職務	軍人	0.32	0.08	0.40
	民意代表、主管及經理人員	1.02	0.24	1.26
	專業人員	1.86	0.43	2.29
	技術員及助理專業人員	0.14	0.03	0.17
	事務支援人員	3.64	0.85	4.50
	服務及銷售工作人員	5.42	1.27	6.69
	技藝有關工作人員	1.12	0.26	1.38
	農、林、漁、牧業生產人員	0.29	0.07	0.36
	機械設備操作及組裝人員	0.20	0.05	0.25
	基層技術工及勞力工	2.54	0.59	3.13
	其他	2.17	0.51	2.68
變異數合計		18.74	4.37	23.11

「網售者/非網售者」與「職務」的獨立性檢定

H_0：**「網售者/非網售者」與「職務」可能無關**

H_1：**「網售者/非網售者」與「職務」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 23.11 ，v = (C-1)*(R-1)= 10 $\chi2(0.95,10)$= 18.31 < 23.11

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「職務」可能有關

「網售者/非網售者」與「個人平均月收入」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
個人平均月收入	無收入(0)	17	150	167
	1元-未滿2萬元(1.5)	19	84	103
	2萬-未滿3萬元(2.5)	28	148	177
	3萬-未滿4萬元(3.5)	42	120	162
	4萬-未滿5萬元(4.5)	18	69	87
	5萬-未滿6萬元(5.5)	12	47	59
	6萬元以上(6.5)	14	67	80
合計		150	685	835

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
個人平均月收入	無收入(0)	30.04	137.17	167.21
	1元-未滿2萬元(1.5)	18.44	84.22	102.66
	2萬-未滿3萬元(2.5)	31.72	144.84	176.56
	3萬-未滿4萬元(3.5)	29.17	133.18	162.35
	4萬-未滿5萬元(4.5)	15.63	71.39	87.02
	5萬-未滿6萬元(5.5)	10.56	48.24	58.80
	6萬元以上(6.5)	14.42	65.85	80.27
合計		150.00	684.88	835

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
個人平均月收入	無收入(0)	5.62	1.23	6.85
	1元-未滿2萬元(1.5)	0.02	0.00	0.03
	2萬-未滿3萬元(2.5)	0.37	0.08	0.46
	3萬-未滿4萬元(3.5)	5.99	1.31	7.30
	4萬-未滿5萬元(4.5)	0.25	0.05	0.30
	5萬-未滿6萬元(5.5)	0.18	0.04	0.22
	6萬元以上(6.5)	0.04	0.01	0.05
變異數合計		12.47	2.73	15.20

「網售者/非網售者」與「個人平均月收入」的獨立性檢定

H_0：**「網售者/非網售者」與「個人平均月收入」可能無關**

H_1：**「網售者/非網售者」與「個人平均月收入」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 15.20 ，v = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi2(0.95,6)$= 12.59 < 15.20

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「個人平均月收入」可能有關

「網售者/非網售者」與「年齡」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
年齡	74歲	0	9	9
	73歲	0	4	4
	72歲	0	5	5
	69歲	0	2	2
	68歲	0	3	3
	67歲	0	9	9
	66歲	0	17	17
	65歲	0	14	14
	64歲	0	31	31
	63歲	0	12	12
	62歲	0	22	22
	61歲	0	34	34
	60歲	0	11	11
	59歲	0	30	30
	58歲	0	9	9
	57歲	0	46	46
	56歲	0	51	51
	55歲	0	12	12
	54歲	0	21	21
	53歲	2	16	18
	52歲	3	12	15
	51歲	0	20	20
	50歲	0	17	17
	49歲	0	18	18
	48歲	6	24	30
	47歲	3	19	22
	46歲	8	21	29
	45歲	3	6	9
	44歲	0	15	15
	43歲	2	14	16
	42歲	3	11	14
	41歲	1	13	13
	40歲	8	18	25
	39歲	6	22	28
	38歲	3	20	23
	37歲	8	32	40
	36歲	9	4	13
	35歲	8	18	26
	34歲	2	6	8
	33歲	5	6	10
	32歲	6	4	10
	31歲	8	6	14
	30歲	1	20	21
	29歲	7	21	28
	28歲	8	18	26
	27歲	11	11	22
	26歲	7	11	18
	25歲	9	16	25
	24歲	8	16	23
	23歲	4	14	19
	22歲	6	15	22
	21歲	3	9	13
	20歲	6	10	16
	19歲	2	10	12
	18歲	1	15	16
	17歲	4	8	13
	16歲	3	16	19
合計		175	890	1066

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
年齡	74歲	1.40	7.11	8.51
	73歲	0.64	3.25	3.88
	72歲	0.80	4.07	4.87
	69歲	0.32	1.62	1.94
	68歲	0.56	2.83	3.39
	67歲	1.55	7.87	9.42
	66歲	2.84	14.42	17.26
	65歲	2.28	11.57	13.85
	64歲	5.04	25.59	30.63
	63歲	1.98	10.08	12.06
	62歲	3.56	18.07	21.62
	61歲	5.54	28.14	33.68
	60歲	1.73	8.81	10.54
	59歲	4.99	25.35	30.35
	58歲	1.41	7.18	8.59
	57歲	7.53	38.24	45.77
	56歲	8.37	42.54	50.91
	55歲	1.94	9.85	11.79
	54歲	3.39	17.23	20.63
	53歲	2.92	14.83	17.75
	52歲	2.45	12.45	14.90
	51歲	3.30	16.79	20.09
	50歲	2.77	14.07	16.84
	49歲	3.01	15.30	18.31
	48歲	4.97	25.24	30.21
	47歲	3.67	18.64	22.31
	46歲	4.72	23.97	28.68
	45歲	1.50	7.62	9.12
	44歲	2.50	12.71	15.21
	43歲	2.63	13.34	15.96
	42歲	2.26	11.47	13.73
	41歲	2.20	11.18	13.38
	40歲	4.18	21.21	25.39
	39歲	4.57	23.22	27.79
	38歲	3.80	19.31	23.11
	37歲	6.61	33.58	40.19
	36歲	2.07	10.54	12.62
	35歲	4.34	22.07	26.42
	34歲	1.27	6.44	7.71
	33歲	1.70	8.64	10.35
	32歲	1.57	7.95	9.52
	31歲	2.32	11.79	14.11
	30歲	3.53	17.91	21.44
	29歲	4.56	23.17	27.73
	28歲	4.28	21.74	26.02
	27歲	3.56	18.07	21.63
	26歲	3.03	15.38	18.41
	25歲	4.18	21.24	25.42
	24歲	3.83	19.46	23.29
	23歲	3.08	15.65	18.73
	22歲	3.58	18.19	21.78
	21歲	2.10	10.69	12.79
	20歲	2.67	13.56	16.23
	19歲	1.98	10.06	12.04
	18歲	2.56	13.01	15.57
	17歲	2.09	10.62	12.71
	16歲	3.05	15.51	18.57
合計		175.27	890.48	1065.75

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
年齡	74歲	1.40	0.28	1.67
	73歲	0.64	0.13	0.76
	72歲	0.80	0.16	0.96
	69歲	0.32	0.06	0.38
	68歲	0.56	0.11	0.67
	67歲	1.55	0.30	1.85
	66歲	2.84	0.56	3.40
	65歲	2.28	0.45	2.73
	64歲	5.04	0.99	6.03
	63歲	1.98	0.39	2.37
	62歲	3.56	0.70	4.26
	61歲	5.54	1.09	6.63
	60歲	1.73	0.34	2.08
	59歲	4.99	0.98	5.97
	58歲	1.41	0.28	1.69
	57歲	7.53	1.48	9.01
	56歲	8.37	1.65	10.02
	55歲	1.94	0.38	2.32
	54歲	3.39	0.67	4.06
	53歲	0.37	0.07	0.44
	52歲	0.03	0.01	0.04
	51歲	3.30	0.65	3.95
	50歲	2.77	0.55	3.32
	49歲	3.01	0.59	3.60
	48歲	0.39	0.08	0.47
	47歲	0.20	0.04	0.24
	46歲	2.35	0.46	2.81
	45歲	1.03	0.20	1.23
	44歲	1.77	0.35	2.12
	43歲	0.02	0.00	0.03
	42歲	0.15	0.03	0.18
	41歲	1.01	0.20	1.21
	40歲	3.23	0.64	3.86
	39歲	0.32	0.06	0.39
	38歲	0.11	0.02	0.14
	37歲	0.50	0.10	0.60
	36歲	20.02	3.94	23.97
	35歲	2.98	0.59	3.56
	34歲	0.26	0.05	0.31
	33歲	5.43	1.07	6.49
	32歲	10.75	2.12	12.87
	31歲	13.25	2.61	15.86
	30歲	1.29	0.25	1.54
	29歲	1.23	0.24	1.48
	28歲	3.56	0.70	4.26
	27歲	14.99	2.95	17.94
	26歲	6.12	1.20	7.33
	25歲	6.70	1.32	8.01
	24歲	4.05	0.80	4.84
	23歲	0.56	0.11	0.67
	22歲	2.17	0.43	2.59
	21歲	0.89	0.17	1.06
	20歲	4.64	0.91	5.55
	19歲	0.02	0.00	0.02
	18歲	1.19	0.23	1.42
	17歲	2.26	0.44	2.70
	16歲	0.00	0.00	0.00
變異數合計		178.80	35.19	213.99

「網售者/非網售者」與「年齡」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「年齡」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「年齡」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 213.99 ，ν = (C-1)*(R-1)= 56 χ2(0.95,56)= 74.47 < 213.99

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「年齡」可能有關

「網售者/非網售者」與「上網最常使用的裝置」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
上網最常使用的裝置	智慧型手機	156	762	918
	電腦(含桌機與筆電)	15	111	126
	平板電腦	4	14	18
	可連網智慧型電視	0	0	0
合計		175	887	1062

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
上網最常使用的裝置	智慧型手機	151.43	766.10	917.53
	電腦(含桌機與筆電)	20.82	105.33	126.15
	平板電腦	2.98	15.08	18.06
	可連網智慧型電視	0.04	0.20	0.24
合計		175.27	886.72	1062

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
上網最常使用的裝置	智慧型手機	0.14	0.03	0.17
	電腦(含桌機與筆電)	1.41	0.28	1.69
	平板電腦	0.14	0.03	0.17
	可連網智慧型電視	1.02	0.20	1.23
變異數合計		2.71	0.54	3.25

「網售者/非網售者」與「上網最常使用的裝置」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「上網最常使用的裝置」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「上網最常使用的裝置」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 3.25 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 > 3.25

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「上網最常使用的裝置」可能無關

「網售者/非網售者」與「網齡」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
網齡	1年	0	8	8
	2年	2	39	41
	3年	1	67	68
	4年	1	33	34
	5年	12	64	75
	6年	6	52	58
	7年	5	34	40
	8年	5	61	66
	9年	2	16	18
	10年	30	125	155
	11年	4	24	28
	12年	5	39	43
	13年	5	26	31
	14年	6	12	18
	15年	28	61	88
	16年	14	9	23
	17年	7	18	25
	18年	7	17	24
	19年	5	8	13
	20年	21	92	113
	21年	1	4	4
	22年	2	13	15
	23年	0	2	3
	25年	2	4	5
	30年	0	4	4
	35年	1	0	1
	37年	0	1	1
	41年	2	0	2
合計		173	831	1005

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
網齡	1年	1.46	7.00	8.46
	2年	7.00	33.51	40.50
	3年	11.71	56.09	67.80
	4年	5.82	27.88	33.70
	5年	12.96	62.09	75.06
	6年	9.96	47.69	57.64
	7年	6.85	32.80	39.64
	8年	11.40	54.61	66.01
	9年	3.09	14.79	17.87
	10年	26.82	128.47	155.30
	11年	4.80	22.98	27.78
	12年	7.46	35.71	43.16
	13年	5.33	25.53	30.85
	14年	3.15	15.06	18.21
	15年	15.24	73.02	88.26
	16年	4.03	19.31	23.34
	17年	4.33	20.76	25.10
	18年	4.16	19.93	24.09
	19年	2.32	11.13	13.45
	20年	19.44	93.10	112.54
	21年	0.75	3.59	4.34
	22年	2.61	12.52	15.13
	23年	0.50	2.41	2.92
	25年	0.89	4.26	5.15
	30年	0.72	3.43	4.15
	35年	0.20	0.97	1.17
	37年	0.17	0.80	0.96
	41年	0.33	1.58	1.90
合計		173.50	831.01	1004.51

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
網齡	1年	1.46	0.31	1.77
	2年	3.64	0.76	4.40
	3年	9.27	1.94	11.21
	4年	4.35	0.91	5.26
	5年	0.16	0.03	0.19
	6年	1.48	0.31	1.79
	7年	0.35	0.07	0.43
	8年	3.28	0.69	3.97
	9年	0.35	0.07	0.42
	10年	0.49	0.10	0.59
	11年	0.12	0.02	0.14
	12年	1.14	0.24	1.37
	13年	0.04	0.01	0.05
	14年	2.41	0.50	2.91
	15年	10.11	2.11	12.22
	16年	25.56	5.34	30.90
	17年	1.25	0.26	1.52
	18年	1.52	0.32	1.83
	19年	3.24	0.68	3.92
	20年	0.12	0.03	0.15
	21年	0.00	0.00	0.00
	22年	0.02	0.00	0.03
	23年	0.01	0.00	0.01
	25年	0.49	0.10	0.59
	30年	0.72	0.15	0.87
	35年	4.65	0.97	5.62
	37年	0.17	0.03	0.20
	41年	7.55	1.58	9.12
變異數合計		83.94	17.53	101.47

「網售者/非網售者」與「網齡」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「網齡」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「網齡」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 101.47 ，ν = (C-1)*(R-1)= 27 $\chi2(0.95,27)$= 40.11 < 101.47

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「網齡」可能有關

「網售者/非網售者」與「保護上網安全的措施」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
保護上網安全的措施	防毒軟體	119	453	572
	在使用的裝置上設定複雜密碼	50	120	170
	對email、社群媒體(如臉書、Line等)、第三方支付軟體設定複雜密	49	89	138
	使用防火牆	71	180	251
	下載最新版本軟體	26	108	135
	定期備份電腦資料	30	87	117
	刪除cookies	26	49	75
	使用過濾或封鎖功能防堵垃圾郵件(spam)	26	46	72
	使用過濾或封鎖功能防堵網路廣告	21	46	67
	都沒有使用	12	279	291
	其他	0	1	1
合計		431	1457	1889

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
保護上網安全的措施	防毒軟體	130.57	441.48	572.05
	在使用的裝置上設定複雜密碼	38.78	131.13	169.91
	對email、社群媒體(如臉書、Line等)、第三方支付軟體設定複雜密	31.59	106.82	138.42
	使用防火牆	57.21	193.43	250.64
	下載最新版本軟體	30.78	104.06	134.84
	定期備份電腦資料	26.81	90.64	117.45
	刪除cookies	17.05	57.66	74.71
	使用過濾或封鎖功能防堵垃圾郵件(spam)	16.38	55.37	71.75
	使用過濾或封鎖功能防堵網路廣告	15.36	51.94	67.31
	都沒有使用	66.38	224.44	290.81
	其他	0.15	0.51	0.66
合計		431.04	1457.50	1888.54

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
保護上網安全的措施	防毒軟體	0.95	0.28	1.23
	在使用的裝置上設定複雜密碼	3.14	0.93	4.07
	對email、社群媒體(如臉書、Line等)、第三方支付軟體設定複雜密	10.12	2.99	13.12
	使用防火牆	3.37	1.00	4.37
	下載最新版本軟體	0.62	0.18	0.80
	定期備份電腦資料	0.49	0.14	0.63
	刪除cookies	4.52	1.34	5.85
	使用過濾或封鎖功能防堵垃圾郵件(spam)	5.51	1.63	7.14
	使用過濾或封鎖功能防堵網路廣告	2.05	0.61	2.66
	都沒有使用	45.02	13.31	58.33
	其他	0.15	0.04	0.20
變異數合計		75.94	22.46	98.40

「網售者/非網售者」與「保護上網安全的措施」的獨立性檢定

H_0：**「網售者/非網售者」與「保護上網安全的措施」可能無關**

H_1：**「網售者/非網售者」與「保護上網安全的措施」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 98.40 ，ν = (C-1)*(R-1)= 10 χ2(0.95,10)= 18.31 < 98.40

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「保護上網安全的措施」可能有關

「網售者/非網售者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
過去12個月內上網曾遇到的狀況	電腦中毒	38	97	135
	email遭到駭客侵入	8	23	30
	網路詐騙	17	50	67
	社群媒體帳號遭到駭客侵入	13	25	38
	個資遭到外洩	22	58	80
	資料或是檔案因為中毒而流失	7	10	17
	遭遇肉搜	1	0	2
	遭遇網路酸民	5	12	17
	遭遇網路霸凌	2	0	2
	遭遇網路挑釁者(troll)	1	5	6
	都沒有遇過	92	647	739
	其他	4	0	4
合計		210	926	1137

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
過去12個月內上網曾遇到的狀況	電腦中毒	24.95	110.07	135.03
	email遭到駭客侵入	5.62	24.79	30.41
	網路詐騙	12.32	54.36	66.68
	社群媒體帳號遭到駭客侵入	6.98	30.80	37.78
	個資遭到外洩	14.80	65.26	80.05
	資料或是檔案因為中毒而流失	3.14	13.86	17.01
	遭遇肉搜	0.32	1.41	1.73
	遭遇網路酸民	3.08	13.59	16.67
	遭遇網路霸凌	0.41	1.80	2.21
	遭遇網路挑釁者(troll)	1.03	4.52	5.55
	都沒有遇過	136.59	602.48	739.08
	其他	0.80	3.53	4.33
合計		210.05	926.47	1136.52

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
過去12個月內上網曾遇到的狀況	電腦中毒	6.34	1.44	7.78
	email遭到駭客侵入	0.66	0.15	0.81
	網路詐騙	1.85	0.42	2.27
	社群媒體帳號遭到駭客侵入	4.70	1.07	5.76
	個資遭到外洩	3.74	0.85	4.59
	資料或是檔案因為中毒而流失	5.71	1.29	7.01
	遭遇肉搜	3.82	0.87	4.69
	遭遇網路酸民	1.35	0.31	1.65
	遭遇網路霸凌	5.49	1.24	6.73
	遭遇網路挑釁者(troll)	0.00	0.00	0.00
	都沒有遇過	14.74	3.34	18.08
	其他	15.57	3.53	19.10
變異數合計		63.97	14.50	78.47

「網售者/非網售者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」的獨立性檢定

H_0：**「網售者/非網售者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能無關**

H_1：**「網售者/非網售者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能有關**

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 78.47 ，ν = (C-1)*(R-1)= 11 χ2(0.95,11)= 19.68 < 78.47

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「過去12個月內上網曾遇到的狀況」可能有關

`「網售者/非網售者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	1分	5	94	98
	2分	12	58	70
	3分	5	93	98
	4分	7	52	59
	5分	26	142	168
	6分	21	83	104
	7分	30	98	128
	8分	23	101	124
	9分	16	61	77
	10分	24	58	83
合計		169	838	1008

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	1分	16.47	81.68	98.15
	2分	11.70	58.03	69.73
	3分	16.39	81.28	97.66
	4分	9.91	49.16	59.07
	5分	28.25	140.14	168.39
	6分	17.46	86.62	104.08
	7分	21.41	106.22	127.64
	8分	20.75	102.94	123.70
	9分	12.84	63.67	76.51
	10分	13.86	68.73	82.58
合計		169.04	838.47	1007.51

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度	1分	8.54	1.72	10.26
	2分	0.02	0.00	0.03
	3分	8.60	1.73	10.33
	4分	0.67	0.14	0.81
	5分	0.14	0.03	0.16
	6分	0.87	0.18	1.05
	7分	3.40	0.69	4.09
	8分	0.19	0.04	0.23
	9分	0.56	0.11	0.67
	10分	8.15	1.64	9.80
變異數合計		31.15	6.28	37.43

「網售者/非網售者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 37.43 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 37.43

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度」可能有關

`「網售者/非網售者」與「閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度	1分	0	38	38
	2分	4	26	30
	3分	1	52	53
	4分	1	63	64
	5分	23	122	145
	6分	27	100	127
	7分	19	104	123
	8分	36	118	154
	9分	21	101	121
	10分	37	107	144
合計		169	831	1000

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度	1分	6.44	31.76	38.20
	2分	5.07	24.97	30.03
	3分	8.98	44.28	53.26
	4分	10.86	53.54	64.41
	5分	24.42	120.37	144.78
	6分	21.38	105.39	126.77
	7分	20.78	102.41	123.19
	8分	25.95	127.90	153.84
	9分	20.49	100.98	121.47
	10分	24.30	119.76	144.06
合計		168.66	831.36	1000.02

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度	1分	6.44	1.31	7.75
	2分	0.09	0.02	0.11
	3分	6.80	1.38	8.18
	4分	8.57	1.74	10.31
	5分	0.08	0.02	0.10
	6分	1.36	0.28	1.64
	7分	0.19	0.04	0.23
	8分	3.93	0.80	4.72
	9分	0.00	0.00	0.00
	10分	6.23	1.26	7.50
變異數合計		33.71	6.84	40.54

「網售者/非網售者」與「閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 40.54 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 40.54

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「閱讀網路資訊時對於判別是否為廣告之自信程度」可能有關

「網售者/非網售者」與「17.整體而言對於使用網路的自信程度」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
17.整體而言對於使用網路的自信程度	1分	2	38	41
	2分	0	19	19
	3分	3	67	71
	4分	1	32	33
	5分	28	183	212
	6分	14	101	114
	7分	23	106	129
	8分	38	118	156
	9分	24	93	117
	10分	33	89	123
合計		167	847	1014

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
17.整體而言對於使用網路的自信程度	1分	6.66	33.86	40.52
	2分	3.20	16.25	19.45
	3分	11.62	59.03	70.65
	4分	5.38	27.36	32.75
	5分	34.79	176.78	211.57
	6分	18.81	95.56	114.37
	7分	21.21	107.77	128.98
	8分	25.60	130.07	155.67
	9分	19.23	97.72	116.96
	10分	20.17	102.49	122.66
合計		166.67	846.90	1013.57

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
17.整體而言對於使用網路的自信程度	1分	3.09	0.61	3.70
	2分	3.20	0.63	3.83
	3分	6.06	1.19	7.25
	4分	3.57	0.70	4.27
	5分	1.16	0.23	1.39
	6分	1.32	0.26	1.58
	7分	0.20	0.04	0.23
	8分	5.59	1.10	6.69
	9分	1.08	0.21	1.29
	10分	8.77	1.72	10.49
變異數合計		34.02	6.70	40.72

「網售者/非網售者」與「17.整體而言對於使用網路的自信程度」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「17.整體而言對於使用網路的自信程度」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「17.整體而言對於使用網路的自信程度」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 40.72 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 40.72

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「17.整體而言對於使用網路的自信程度」可能有關

「網售者/非網售者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
多常使用網路(包括家中及其他任何地點)	每天超過50次	71	160	231
	每天超過10次	76	359	435
	每天至少一次	23	335	359
	每週至少一次	1	21	22
	每2週至少一次	0	3	3
	一個月用不到一次	0	4	5
合計		172	883	1055

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
多常使用網路(包括家中及其他任何地點)	每天超過50次	37.60	193.25	230.85
	每天超過10次	70.83	364.00	434.83
	每天至少一次	58.46	300.43	358.89
	每週至少一次	3.58	18.38	21.95
	每2週至少一次	0.57	2.91	3.48
	一個月用不到一次	0.79	4.03	4.82
合計		171.82	883.01	1055

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
多常使用網路(包括家中及其他任何地點)	每天超過50次	30.22	5.88	36.10
	每天超過10次	0.40	0.08	0.48
	每天至少一次	20.98	4.08	25.06
	每週至少一次	2.60	0.51	3.10
	每2週至少一次	0.57	0.11	0.68
	一個月用不到一次	0.23	0.05	0.28
變異數合計		55.00	10.70	65.70

「網售者/非網售者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 65.70 ，v = (C-1)*(R-1)= 5 χ2(0.95,5)= 11.07 < 65.70

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「多常使用網路(包括家中及其他任何地點)」可能有關

「網售者/非網售者」與「最常從事的網路活動」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最常從事的網路活動	使用曾經造訪或使用之網站或是App	152	689	841
	使用一至兩個未曾使用的網站或App	15	82	97
	使用很多未曾使用的網站或App	4	37	42
合計		171	809	980

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最常從事的網路活動	使用曾經造訪或使用之網站或是App	146.78	694.53	841.31
	使用一至兩個未曾使用的網站或App	16.97	80.32	97.30
	使用很多未曾使用的網站或App	7.24	34.27	41.51
合計		171.00	809.12	980

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最常從事的網路活動	使用曾經造訪或使用之網站或是App	0.20	0.04	0.24
	使用一至兩個未曾使用的網站或App	0.27	0.06	0.33
	使用很多未曾使用的網站或App	1.43	0.30	1.73
變異數合計		1.89	0.40	2.29

「網售者/非網售者」與「最常從事的網路活動」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最常從事的網路活動」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最常從事的網路活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 2.29 ，v = (C-1)*(R-1)= 2 χ2(0.95,2)= 5.99 > 2.29

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最常從事的網路活動」可能無關

「網售者/非網售者」與「上個星期從事的網路活動」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
上個星期從事的網路活動	瀏覽網頁/查詢	134	570	705
	線上查詢商品或服務資訊	92	245	337
	取得新聞資訊	82	300	382
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	45	106	151
	搜尋與健康相關的資訊	27	123	150
	查詢政府相關資訊	20	60	80
	查詢維基百科或其他網站資訊	45	100	145
	傳送或接收電子郵件	106	267	373
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	103	457	560
	經營個人網頁部落格	24	32	56
	使用或瀏覽網路相簿	31	80	111
	使用或瀏覽論壇,留言版	38	67	105
	在別人的部落格上留言	31	43	74
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	7	9	16
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	48	215	263
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	45	193	237
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	54	379	433
	進行視訊會議	12	14	26
	銀行金融服務	64	131	195
	透過網路進行醫療服務預約	16	31	48
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	4	19	22
	使用正式線上課程	16	16	32
	參加專業社群團體	16	12	28
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	38	55	93
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	17	36	54
	線上購物(購買商品,服務或票券)	87	152	240
	購買數位內容	26	18	44
	線上銷售商品或服務	20	10	30
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	37	37	74
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	30	45	75
	看影音短片(YouTube,臉書等)	77	362	440
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	53	151	204
	觀賞電視節目或線上電影	50	140	190
	線上音樂串流	33	59	92
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	24	77	101
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	28	52	80
	玩線上遊戲	43	167	210
	聽廣播	12	28	39
	免費線上音樂串流(Spotify等)	16	32	48
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	14	23	38
	使用手機連網操作可連網的家用電視	7	14	20
	使用手機連網操作可連網的家用電器	4	1	5
合計		1677	4928	6605

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
上個星期從事的網路活動	瀏覽網頁/查詢	178.87	525.68	704.55
	線上查詢商品或服務資訊	85.62	251.63	337.25
	取得新聞資訊	96.86	284.66	381.52
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	38.29	112.53	150.81
	搜尋與健康相關的資訊	38.01	111.71	149.73
	查詢政府相關資訊	20.30	59.66	79.97
	查詢維基百科或其他網站資訊	36.79	108.11	144.90
	傳送或接收電子郵件	94.76	278.48	373.24
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	142.18	417.84	560.02
	經營個人網頁部落格	14.32	42.08	56.40
	使用或瀏覽網路相簿	28.25	83.02	111.27
	使用或瀏覽論壇,留言版	26.62	78.23	104.85
	在別人的部落格上留言	18.72	55.03	73.75
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	4.04	11.88	15.92
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	66.77	196.23	263.00
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	60.30	177.20	237.50
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	109.87	322.89	432.75
	進行視訊會議	6.56	19.28	25.85
	銀行金融服務	49.55	145.62	195.17
	透過網路進行醫療服務預約	12.06	35.46	47.52
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	5.65	16.60	22.24
	使用正式線上課程	8.19	24.06	32.24
	參加專業社群團體	7.14	20.97	28.10
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	23.65	69.50	93.15
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	13.60	39.98	53.59
	線上購物(購買商品,服務或票券)	60.82	178.73	239.55
	購買數位內容	11.17	32.83	44.00
	線上銷售商品或服務	7.66	22.52	30.18
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	18.87	55.47	74.34
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	18.92	55.61	74.54
	看影音短片(YouTube,臉書等)	111.70	328.27	439.97
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	51.90	152.53	204.43
	觀賞電視節目或線上電影	48.34	142.05	190.39
	線上音樂串流	23.26	68.35	91.61
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	25.61	75.27	100.88
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	20.26	59.53	79.78
	玩線上遊戲	53.36	156.82	210.18
	聽廣播	10.00	29.39	39.39
	免費線上音樂串流(Spotify等)	12.20	35.86	48.06
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	9.59	28.18	37.77
	使用手機連網操作可連網的家用電視	5.09	14.97	20.07
	使用手機連網操作可連網的家用電器	1.22	3.60	4.82
合計		1676.96	4928.31	6605.27

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
上個星期從事的網路活動	瀏覽網頁/查詢	11.16	3.80	14.95
	線上查詢商品或服務資訊	0.53	0.18	0.72
	取得新聞資訊	2.38	0.81	3.19
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	1.20	0.41	1.61
	搜尋與健康相關的資訊	3.14	1.07	4.21
	查詢政府相關資訊	0.00	0.00	0.00
	查詢維基百科或其他網站資訊	1.85	0.63	2.48
	傳送或接收電子郵件	1.42	0.48	1.90
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	10.91	3.71	14.63
	經營個人網頁部落格	7.11	2.42	9.53
	使用或瀏覽網路相簿	0.35	0.12	0.46
	使用或瀏覽論壇,留言版	4.56	1.55	6.12
	在別人的部落格上留言	8.21	2.80	11.01
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	2.01	0.68	2.70
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	5.17	1.76	6.92
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	3.96	1.35	5.31
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	28.16	9.58	37.74
	進行視訊會議	4.44	1.51	5.95
	銀行金融服務	4.13	1.41	5.54
	透過網路進行醫療服務預約	1.60	0.54	2.15
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	0.81	0.27	1.08
	使用正式線上課程	7.53	2.56	10.10
	參加專業社群團體	11.97	4.07	16.05
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	8.38	2.85	11.24
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	0.93	0.32	1.25
	線上購物(購買商品,服務或票券)	11.38	3.87	15.26
	購買數位內容	18.44	6.27	24.72
	線上銷售商品或服務	19.32	6.57	25.89
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	17.99	6.12	24.11
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	5.95	2.03	7.98
	看影音短片(YouTube,臉書等)	10.48	3.57	14.04
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	0.05	0.02	0.07
	觀賞電視節目或線上電影	0.07	0.02	0.09
	線上音樂串流	3.86	1.31	5.17
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	0.06	0.02	0.08
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	2.67	0.91	3.58
	玩線上遊戲	2.06	0.70	2.76
	聽廣播	0.28	0.10	0.38
	免費線上音樂串流(Spotify等)	1.15	0.39	1.54
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	2.48	0.84	3.33
	使用手機連網操作可連網的家用電視	0.39	0.13	0.52
	使用手機連網操作可連網的家用電器	5.29	1.80	7.09
變異數合計		233.85	79.57	313.43

「網售者/非網售者」與「上個星期從事的網路活動」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「上個星期從事的網路活動」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「上個星期從事的網路活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 313.43 ，v = (C-1)*(R-1)= 41 χ2(0.95,41)= 56.94 < 313.43

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「上個星期從事的網路活動」可能有關

「網售者/非網售者」與「有沒有在家中以外地方上網」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
有沒有在家中以外地方上網	有	159	693	852
	沒有	14	193	206
合計		173	886	1059

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
有沒有在家中以外地方上網	有	139.10	713.27	852.36
	沒有	33.67	172.65	206.32
合計		172.76	885.92	1059

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
有沒有在家中以外地方上網	有	2.88	0.56	3.44
	沒有	11.89	2.32	14.21
變異數合計		14.77	2.88	17.65

「網售者/非網售者」與「有沒有在家中以外地方上網」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 17.65 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 17.65

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「有沒有在家中以外地方上網」可能有關

「網售者/非網售者」與「在家中以外上網的地點」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
在家中以外上網的地點	工作地點	123	408	531
	乘坐交通工具或行走時	97	262	360
	在別人家裡	55	188	244
	學校	39	81	120
	圖書館	30	67	97
	網咖	15	23	38
	室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)	67	226	293
	便利商店	53	186	238
	政府機關	14	42	56
	戶外公共場所(公園)	41	151	192
	其他	1	11	13
合計		536	1645	2180

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
在家中以外上網的地點	工作地點	130.50	400.52	531.02
	乘坐交通工具或行走時	88.38	271.23	359.61
	在別人家裡	59.85	183.69	243.55
	學校	29.38	90.18	119.56
	圖書館	23.77	72.94	96.71
	網咖	9.24	28.36	37.60
	室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)	71.89	220.63	292.52
	便利商店	58.60	179.86	238.46
	政府機關	13.83	42.44	56.27
	戶外公共場所(公園)	47.27	145.09	192.36
	其他	3.13	9.62	12.75
合計		535.85	1644.55	2180.41

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
在家中以外上網的地點	工作地點	0.43	0.14	0.57
	乘坐交通工具或行走時	0.89	0.29	1.18
	在別人家裡	0.33	0.11	0.44
	學校	2.90	0.94	3.84
	圖書館	1.44	0.47	1.91
	網咖	3.50	1.14	4.65
	室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)	0.34	0.11	0.45
	便利商店	0.54	0.18	0.72
	政府機關	0.02	0.01	0.02
	戶外公共場所(公園)	0.74	0.24	0.98
	其他	0.92	0.30	1.21
變異數合計		12.04	3.92	15.97

「網售者/非網售者」與「在家中以外上網的地點」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「在家中以外上網的地點」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「在家中以外上網的地點」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 15.97 ，ν = (C-1)*(R-1)= 10 $\chi2(0.95,10)$= 18.31 > 15.97

即，差異不顯著，接受 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「在家中以外上網的地點」可能無關

「網售者/非網售者」與「多常在住家以外地點使用網路」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
多常在住家以外地點使用網路	每天超過50次	49	109	158
	每天超過10次	59	278	337
	每天至少一次	31	216	248
	每週至少一次	13	50	63
	每2週至少一次	3	6	10
	每月至少一次	1	8	9
	一個月用不到一次	2	17	19
合計		157	685	842

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
多常在住家以外地點使用網路	每天超過50次	29.38	128.18	157.56
	每天超過10次	62.85	274.21	337.05
	每天至少一次	46.19	201.55	247.74
	每週至少一次	11.76	51.31	63.06
	每2週至少一次	1.78	7.76	9.54
	每月至少一次	1.62	7.09	8.71
	一個月用不到一次	3.45	15.05	18.50
合計		157.03	685.14	842

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
多常在住家以外地點使用網路	每天超過50次	12.74	2.92	15.66
	每天超過10次	0.27	0.06	0.34
	每天至少一次	4.75	1.09	5.84
	每週至少一次	0.09	0.02	0.11
	每2週至少一次	1.13	0.26	1.39
	每月至少一次	0.74	0.17	0.91
	一個月用不到一次	0.90	0.21	1.10
變異數合計		20.62	4.73	25.35

「網售者/非網售者」與「多常在住家以外地點使用網路」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 25.35 ，ν = (C-1)*(R-1)= 6 $\chi2(0.95,6)$= 12.59 < 25.35

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「多常在住家以外地點使用網路」可能有關

「網售者/非網售者」與「一星期在工作場合或求學處上網幾個小時」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
一星期在工作場合或求學處上網幾個小時	1小時	11	40	51
	2小時	2	43	45
	3小時	8	27	35
	4小時	2	14	16
	5小時	7	28	36
	6小時	3	19	22
	7小時	14	33	46
	8小時	12	35	47
	9小時	3	3	6
	10小時	6	34	40
	11小時	0	3	3
	12小時	0	11	11
	13小時	0	1	1
	14小時	4	21	25
	15小時	4	17	21
	16小時	0	4	4
	17小時	1	2	2
	18小時	1	4	5
	19小時	0	4	4
	20小時	5	30	35
	21小時	3	29	32
	22小時	1	1	2
	23小時	1	1	2
	24小時	0	6	6
	25小時	3	8	11
	26小時	2	4	5
	28小時	1	17	18
	29小時	1	1	2
	30小時	1	19	19
	31小時	0	1	1
	32小時	3	6	9
	33小時	0	1	1
	35小時	4	7	11
	36小時	0	2	2
	37小時	2	0	2
	38小時	1	3	4
	39小時	0	3	3
	40小時	11	28	39
	42小時	0	4	4
	44小時	1	3	4
	45小時	1	5	6
	47小時	0	3	3
	48小時	0	3	3
	50小時	9	20	29
	55小時	0	1	1
	56小時	2	8	9
	59小時	1	0	1
	60小時	2	4	6
	63小時	3	1	3
	65小時	1	0	1
	68小時	0	5	5
	70小時	11	12	23
	71小時	1	0	1
	72小時	1	0	1
	77小時	1	0	1
	78小時	1	0	1
	80小時	1	3	4
	84小時	0	2	3
	86小時	2	0	2
	90小時	0	1	1
	100小時	0	3	3
	108小時	2	1	3
	110小時	0	1	1
	112小時	0	2	2
	160小時	1	0	1
	168小時	1	1	2
合計		154	590	744

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
一星期在工作場合或求學處上網幾個小時	1小時	10.52	40.30	50.82
	2小時	9.33	35.75	45.08
	3小時	7.17	27.46	34.63
	4小時	3.32	12.74	16.06
	5小時	7.40	28.34	35.73
	6小時	4.49	17.20	21.69
	7小時	9.56	36.64	46.20
	8小時	9.63	36.90	46.54
	9小時	1.17	4.48	5.65
	10小時	8.19	31.38	39.56
	11小時	0.60	2.29	2.89
	12小時	2.29	8.76	11.04
	13小時	0.13	0.48	0.61
	14小時	5.27	20.21	25.49
	15小時	4.37	16.74	21.10
	16小時	0.91	3.48	4.39
	17小時	0.50	1.90	2.39
	18小時	1.00	3.82	4.82
	19小時	0.74	2.83	3.57
	20小時	7.21	27.62	34.82
	21小時	6.57	25.17	31.73
	22小時	0.37	1.43	1.80
	23小時	0.43	1.65	2.08
	24小時	1.24	4.75	5.99
	25小時	2.29	8.76	11.05
	26小時	1.12	4.29	5.41
	28小時	3.74	14.34	18.08
	29小時	0.45	1.74	2.19
	30小時	4.02	15.40	19.42
	31小時	0.17	0.66	0.83
	32小時	1.79	6.86	8.64
	33小時	0.16	0.60	0.76
	35小時	2.32	8.89	11.21
	36小時	0.51	1.94	2.45
	37小時	0.32	1.21	1.52
	38小時	0.78	3.00	3.78
	39小時	0.58	2.23	2.81
	40小時	8.10	31.03	39.13
	42小時	0.92	3.53	4.45
	44小時	0.73	2.78	3.51
	45小時	1.18	4.53	5.72
	47小時	0.59	2.27	2.86
	48小時	0.53	2.05	2.58
	50小時	6.05	23.18	29.23
	55小時	0.18	0.69	0.87
	56小時	1.94	7.43	9.37
	59小時	0.23	0.89	1.12
	60小時	1.32	5.05	6.37
	63小時	0.69	2.66	3.35
	65小時	0.27	1.05	1.32
	68小時	0.98	3.76	4.75
	70小時	4.81	18.42	23.23
	71小時	0.21	0.79	1.00
	72小時	0.23	0.90	1.13
	77小時	0.11	0.41	0.51
	78小時	0.20	0.76	0.95
	80小時	0.74	2.82	3.56
	84小時	0.54	2.05	2.59
	86小時	0.33	1.26	1.59
	90小時	0.18	0.71	0.89
	100小時	0.59	2.25	2.84
	108小時	0.61	2.33	2.93
	110小時	0.20	0.76	0.95
	112小時	0.40	1.53	1.93
	160小時	0.16	0.60	0.76
	168小時	0.35	1.35	1.70
合計		153.99	590.05	744.04

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
一星期在工作場合或求學處上網幾個小時	1小時	0.00	0.00	0.01
	2小時	6.31	1.65	7.96
	3小時	0.04	0.01	0.05
	4小時	0.46	0.12	0.58
	5小時	0.00	0.00	0.00
	6小時	0.67	0.17	0.84
	7小時	1.67	0.44	2.10
	8小時	0.43	0.11	0.55
	9小時	2.09	0.55	2.64
	10小時	0.76	0.20	0.96
	11小時	0.60	0.16	0.75
	12小時	2.29	0.60	2.88
	13小時	0.13	0.03	0.16
	14小時	0.12	0.03	0.16
	15小時	0.12	0.03	0.15
	16小時	0.91	0.24	1.15
	17小時	0.29	0.08	0.37
	18小時	0.02	0.00	0.02
	19小時	0.74	0.19	0.93
	20小時	0.96	0.25	1.21
	21小時	2.07	0.54	2.61
	22小時	0.37	0.10	0.46
	23小時	2.29	0.60	2.89
	24小時	1.24	0.32	1.56
	25小時	0.19	0.05	0.24
	26小時	0.13	0.03	0.16
	28小時	2.54	0.66	3.20
	29小時	0.39	0.10	0.49
	30小時	2.99	0.78	3.77
	31小時	0.17	0.05	0.22
	32小時	0.56	0.15	0.70
	33小時	0.16	0.04	0.20
	35小時	1.94	0.51	2.45
	36小時	0.51	0.13	0.64
	37小時	4.63	1.21	5.84
	38小時	0.02	0.00	0.02
	39小時	0.58	0.15	0.73
	40小時	1.15	0.30	1.45
	42小時	0.92	0.24	1.16
	44小時	0.07	0.02	0.09
	45小時	0.05	0.01	0.06
	47小時	0.59	0.15	0.75
	48小時	0.53	0.14	0.67
	50小時	1.78	0.47	2.25
	55小時	0.17	0.05	0.22
	56小時	0.04	0.01	0.05
	59小時	3.41	0.89	4.29
	60小時	0.96	0.25	1.21
	63小時	6.06	1.58	7.64
	65小時	4.02	1.05	5.07
	68小時	0.98	0.26	1.24
	70小時	8.50	2.22	10.72
	71小時	3.04	0.79	3.83
	72小時	3.44	0.90	4.33
	77小時	1.56	0.41	1.96
	78小時	2.89	0.76	3.65
	80小時	0.03	0.01	0.04
	84小時	0.20	0.05	0.26
	86小時	4.82	1.26	6.08
	90小時	0.18	0.05	0.23
	100小時	0.59	0.15	0.74
	108小時	1.66	0.43	2.10
	110小時	0.20	0.05	0.25
	112小時	0.40	0.10	0.50
	160小時	2.31	0.60	2.92
	168小時	0.09	0.02	0.11
變異數合計		90.03	23.50	113.53

「網售者/非網售者」與「一星期在工作場合或求學處上網幾個小時」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「一星期在工作場合或求學處上網幾個小時」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「一星期在工作場合或求學處上網幾個小時」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 113.53 ，v = (C-1)*(R-1)= 65 χ2(0.95,65)= 84.82 < 113.53

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「一星期在工作場合或求學處上網幾個小時」可能有關

「網售者/非網售者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時	1小時	16	85	100
	2小時	7	61	68
	3小時	9	46	55
	4小時	7	21	28
	5小時	10	80	91
	6小時	4	14	18
	7小時	12	32	44
	8小時	4	24	28
	9小時	0	1	1
	10小時	11	49	59
	11小時	1	6	7
	12小時	0	8	8
	13小時	1	3	4
	14小時	5	28	33
	15小時	2	21	23
	16小時	0	8	8
	17小時	1	4	5
	18小時	0	1	1
	19小時	1	1	2
	20小時	9	33	43
	21小時	2	7	9
	22小時	1	3	5
	23小時	0	1	1
	24小時	1	4	5
	25小時	2	2	3
	26小時	0	1	1
	28小時	6	5	10
	29小時	1	2	3
	30小時	0	8	8
	32小時	1	2	3
	35小時	0	7	7
	36小時	0	1	1
	38小時	3	3	6
	40小時	7	9	16
	41小時	1	1	2
	42小時	0	1	1
	44小時	2	0	2
	45小時	1	0	1
	49小時	0	3	3
	50小時	4	9	12
	52小時	1	0	1
	53小時	1	1	1
	55小時	0	1	1
	56小時	9	2	11
	60小時	5	1	6
	70小時	1	2	3
	71小時	1	0	1
	77小時	0	2	2
	94小時	0	0	0
	100小時	3	2	5
	112小時	0	1	1
	120小時	0	0	0
	121小時	1	0	1
	132小時	0	0	0
	140小時	0	3	3
	168小時	1	1	1
合計		152	609	761

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時	1小時	20.03	80.28	100.31
	2小時	13.55	54.31	67.85
	3小時	11.03	44.22	55.25
	4小時	5.60	22.43	28.03
	5小時	18.09	72.50	90.59
	6小時	3.61	14.48	18.09
	7小時	8.74	35.05	43.79
	8小時	5.56	22.30	27.87
	9小時	0.21	0.84	1.06
	10小時	11.87	47.58	59.45
	11小時	1.33	5.34	6.68
	12小時	1.61	6.47	8.09
	13小時	0.75	3.02	3.77
	14小時	6.52	26.12	32.64
	15小時	4.50	18.03	22.52
	16小時	1.66	6.66	8.33
	17小時	0.95	3.80	4.75
	18小時	0.13	0.53	0.66
	19小時	0.48	1.93	2.41
	20小時	8.51	34.13	42.65
	21小時	1.77	7.09	8.86
	22小時	0.99	3.95	4.94
	23小時	0.26	1.06	1.32
	24小時	0.95	3.80	4.75
	25小時	0.68	2.71	3.39
	26小時	0.11	0.42	0.53
	28小時	2.04	8.16	10.20
	29小時	0.55	2.20	2.75
	30小時	1.63	6.54	8.17
	32小時	0.64	2.58	3.22
	35小時	1.40	5.61	7.02
	36小時	0.20	0.80	1.00
	38小時	1.23	4.92	6.14
	40小時	3.21	12.88	16.10
	41小時	0.33	1.33	1.67
	42小時	0.25	1.02	1.27
	44小時	0.36	1.46	1.83
	45小時	0.19	0.76	0.95
	49小時	0.58	2.32	2.90
	50小時	2.49	9.97	12.46
	52小時	0.11	0.42	0.53
	53小時	0.29	1.16	1.45
	55小時	0.10	0.41	0.51
	56小時	2.14	8.57	10.71
	60小時	1.18	4.74	5.92
	70小時	0.65	2.61	3.27
	71小時	0.20	0.80	1.00
	77小時	0.30	1.22	1.52
	94小時	0.06	0.24	0.30
	100小時	0.98	3.94	4.92
	112小時	0.19	0.76	0.95
	120小時	0.06	0.24	0.30
	121小時	0.15	0.61	0.76
	132小時	0.07	0.28	0.36
	140小時	0.57	2.28	2.84
	168小時	0.26	1.03	1.29
合計		151.92	608.96	760.88

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時	1小時	0.90	0.22	1.13
	2小時	3.32	0.83	4.15
	3小時	0.31	0.08	0.39
	4小時	0.17	0.04	0.21
	5小時	3.28	0.82	4.10
	6小時	0.19	0.05	0.23
	7小時	0.95	0.24	1.19
	8小時	0.66	0.16	0.83
	9小時	0.21	0.05	0.26
	10小時	0.08	0.02	0.10
	11小時	0.23	0.06	0.29
	12小時	1.61	0.40	2.02
	13小時	0.03	0.01	0.03
	14小時	0.36	0.09	0.45
	15小時	1.77	0.44	2.21
	16小時	1.66	0.41	2.08
	17小時	0.04	0.01	0.05
	18小時	0.13	0.03	0.16
	19小時	1.84	0.46	2.29
	20小時	0.08	0.02	0.10
	21小時	0.00	0.00	0.00
	22小時	0.22	0.06	0.28
	23小時	0.26	0.07	0.33
	24小時	0.04	0.01	0.05
	25小時	1.79	0.45	2.24
	26小時	0.11	0.03	0.13
	28小時	6.05	1.51	7.56
	29小時	0.08	0.02	0.10
	30小時	1.63	0.41	2.04
	32小時	0.99	0.25	1.23
	35小時	1.40	0.35	1.75
	36小時	0.20	0.05	0.25
	38小時	3.23	0.80	4.03
	40小時	3.58	0.89	4.48
	41小時	0.88	0.22	1.10
	42小時	0.25	0.06	0.32
	44小時	5.86	1.46	7.32
	45小時	3.05	0.76	3.82
	49小時	0.58	0.14	0.72
	50小時	0.78	0.19	0.97
	52小時	1.70	0.42	2.12
	53小時	1.51	0.38	1.89
	55小時	0.10	0.03	0.13
	56小時	21.06	5.25	26.32
	60小時	15.11	3.77	18.88
	70小時	0.41	0.10	0.52
	71小時	3.21	0.80	4.01
	77小時	0.30	0.08	0.38
	94小時	0.06	0.02	0.08
	100小時	2.69	0.67	3.36
	112小時	0.19	0.05	0.24
	120小時	0.06	0.02	0.08
	121小時	2.44	0.61	3.05
	132小時	0.07	0.02	0.09
	140小時	0.57	0.14	0.71
	168小時	0.29	0.07	0.36
變異數合計		98.60	24.60	123.20

「網售者/非網售者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 123.20 ，ν = (C-1)*(R-1)= 55 χ2(0.95,55)= 73.31 < 123.20

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表示「網售者/非網售者」與「一星期在其他地方(非在家、工作場合或求學處)上網幾個小時」可能有關

「網售者/非網售者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動	瀏覽網頁/查詢	113	419	532
	線上查詢商品或服務資訊	58	149	207
	取得新聞資訊	66	156	221
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	27	62	90
	搜尋與健康相關的資訊	17	50	66
	查詢政府相關資訊	14	46	59
	查詢維基百科或其他網站資訊	23	62	85
	傳送或接收電子郵件	64	192	255
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	99	326	425
	經營個人網頁部落格	20	16	35
	使用或瀏覽網路相簿	30	35	65
	使用或瀏覽論壇,留言版	26	29	56
	在別人的部落格上留言	20	23	44
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	12	10	22
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	29	121	150
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	19	139	158
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	42	263	305
	進行視訊會議	2	7	9
	銀行金融服務	37	68	105
	透過網路進行醫療服務預約	12	14	26
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	5	9	14
	使用正式線上課程	6	12	17
	參加專業社群團體	8	10	17
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	16	39	55
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	12	24	36
	線上購物(購買商品,服務或票券)	57	67	124
	購買數位內容	14	13	26
	線上銷售商品或服務	17	7	24
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	23	15	39
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	19	17	36
	看影音短片(YouTube,臉書等)	51	169	220
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	35	92	126
	觀賞電視節目或線上電影	26	38	65
	線上音樂串流	21	28	50
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	23	43	66
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	16	24	40
	玩線上遊戲	30	101	130
	聽廣播	12	17	29
	免費線上音樂串流(Spotify等)	14	20	35
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	14	17	31
	使用手機連網操作可連網的家用電視	5	4	9
	使用手機連網操作可連網的家用電器	4	4	8
合計		1160	2956	4116

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動	瀏覽網頁/查詢	149.80	381.74	531.54
	線上查詢商品或服務資訊	58.38	148.77	207.16
	取得新聞資訊	62.40	159.00	221.40
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	25.27	64.39	89.66
	搜尋與健康相關的資訊	18.68	47.61	66.29
	查詢政府相關資訊	16.75	42.67	59.42
	查詢維基百科或其他網站資訊	23.93	60.98	84.91
	傳送或接收電子郵件	71.97	183.39	255.36
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	119.84	305.38	425.21
	經營個人網頁部落格	9.93	25.29	35.22
	使用或瀏覽網路相簿	18.43	46.97	65.40
	使用或瀏覽論壇,留言版	15.74	40.11	55.85
	在別人的部落格上留言	12.28	31.29	43.56
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	6.31	16.08	22.39
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	42.34	107.90	150.25
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	44.59	113.62	158.21
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	85.95	219.03	304.98
	進行視訊會議	2.67	6.82	9.49
	銀行金融服務	29.73	75.76	105.49
	透過網路進行醫療服務預約	7.46	19.02	26.48
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	3.96	10.09	14.05
	使用正式線上課程	4.93	12.56	17.50
	參加專業社群團體	4.90	12.49	17.39
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	15.46	39.40	54.86
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	10.11	25.75	35.86
	線上購物(購買商品,服務或票券)	34.83	88.77	123.60
	購買數位內容	7.42	18.90	26.32
	線上銷售商品或服務	6.78	17.27	24.04
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	10.86	27.68	38.54
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	10.03	25.56	35.59
	看影音短片(YouTube,臉書等)	62.07	158.17	220.24
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	35.62	90.77	126.39
	觀賞電視節目或線上電影	18.27	46.55	64.82
	線上音樂串流	14.04	35.77	49.80
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	18.68	47.59	66.27
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	11.16	28.43	39.59
	玩線上遊戲	36.74	93.64	130.38
	聽廣播	8.29	21.11	29.40
	免費線上音樂串流(Spotify等)	9.74	24.81	34.54
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	8.74	22.28	31.02
	使用手機連網操作可連網的家用電視	2.62	6.68	9.30
	使用手機連網操作可連網的家用電器	2.21	5.63	7.84
合計		1159.88	2955.70	4115.58

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動	瀏覽網頁/查詢	9.16	3.59	12.75
	線上查詢商品或服務資訊	0.00	0.00	0.00
	取得新聞資訊	0.17	0.07	0.23
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	0.15	0.06	0.20
	搜尋與健康相關的資訊	0.20	0.08	0.29
	查詢政府相關資訊	0.53	0.21	0.74
	查詢維基百科或其他網站資訊	0.02	0.01	0.03
	傳送或接收電子郵件	0.94	0.37	1.31
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	3.49	1.37	4.86
	經營個人網頁部落格	9.37	3.68	13.05
	使用或瀏覽網路相簿	7.28	2.86	10.14
	使用或瀏覽論壇,留言版	7.29	2.86	10.15
	在別人的部落格上留言	5.05	1.98	7.04
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	5.86	2.30	8.15
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	4.03	1.58	5.61
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	14.63	5.74	20.37
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	22.68	8.90	31.58
	進行視訊會議	0.05	0.02	0.07
	銀行金融服務	1.87	0.73	2.60
	透過網路進行醫療服務預約	2.99	1.17	4.17
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	0.56	0.22	0.78
	使用正式線上課程	0.11	0.04	0.15
	參加專業社群團體	1.76	0.69	2.45
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	0.04	0.01	0.05
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	0.31	0.12	0.43
	線上購物(購買商品,服務或票券)	13.74	5.39	19.14
	購買數位內容	5.41	2.12	7.53
	線上銷售商品或服務	16.43	6.45	22.87
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	14.28	5.60	19.88
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	7.93	3.11	11.05
	看影音短片(YouTube,臉書等)	1.91	0.75	2.66
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	0.02	0.01	0.03
	觀賞電視節目或線上電影	3.63	1.42	5.05
	線上音樂串流	3.78	1.48	5.27
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	0.92	0.36	1.28
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	1.98	0.78	2.75
	玩線上遊戲	1.43	0.56	1.99
	聽廣播	1.91	0.75	2.65
	免費線上音樂串流(Spotify等)	2.27	0.89	3.16
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	3.31	1.30	4.61
	使用手機連網操作可連網的家用電視	2.12	0.83	2.95
	使用手機連網操作可連網的家用電器	1.42	0.56	1.97
變異數合計		181.02	71.04	252.05

「網售者/非網售者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 252.05 ，ν = (C-1)*(R-1)= 41 χ2(0.95,41)= 56.94 < 252.05

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最近7天於住家以外地點使用網路從事的活動」可能有關

「網售者/非網售者」與「多常在家中使用網路」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
多常在家中使用網路	每天超過50次	51	110	161
	每天超過10次	87	381	468
	每天至少一次	30	345	375
	每週至少一次	1	28	29
	每2週至少一次	2	3	5
	每月至少一次	1	1	2
	一個月用不到一次	0	0	0
	從來沒有在家中使用網路	0	12	12
合計		171	881	1052

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
多常在家中使用網路	每天超過50次	26.17	134.56	160.73
	每天超過10次	76.12	391.44	467.56
	每天至少一次	61.05	313.94	374.99
	每週至少一次	4.78	24.56	29.34
	每2週至少一次	0.88	4.51	5.39
	每月至少一次	0.33	1.69	2.02
	一個月用不到一次	0.06	0.33	0.39
	從來沒有在家中使用網路	1.95	10.05	12.01
合計		171.34	881.09	1052

變異數$\alpha_i^2=(O_i-E_i)^2/E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
多常在家中使用網路	每天超過50次	22.85	4.44	27.29
	每天超過10次	1.47	0.29	1.76
	每天至少一次	16.07	3.13	19.20
	每週至少一次	2.95	0.57	3.52
	每2週至少一次	2.02	0.39	2.42
	每月至少一次	0.33	0.07	0.40
	一個月用不到一次	1.70	0.33	2.03
	從來沒有在家中使用網路	1.95	0.38	2.33
變異數合計		49.35	9.60	58.95

「網售者/非網售者」與「多常在家中使用網路」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「多常在家中使用網路」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「多常在家中使用網路」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 58.95 · v = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 < 58.95

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「多常在家中使用網路」可能有關

「網售者/非網售者」與「一星期在家上網幾個小時」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
一星期在家上網幾個小時	1小時	2	29	31
	2小時	2	41	44
	3小時	5	38	43
	4小時	6	23	29
	5小時	4	22	27
	6小時	0	11	11
	7小時	9	88	97
	8小時	6	26	32
	9小時	0	0	0
	10小時	9	91	100
	11小時	0	4	4
	12小時	2	19	21
	13小時	1	7	8
	14小時	9	60	69
	15小時	3	17	20
	16小時	2	20	22
	17小時	1	2	3
	18小時	0	7	7
	19小時	1	1	2
	20小時	12	52	64
	21小時	5	43	48
	22小時	3	11	14
	23小時	0	9	9
	24小時	2	3	5
	25小時	5	9	14
	26小時	1	2	3
	27小時	1	2	2
	28小時	9	11	20
	29小時	1	4	5
	30小時	9	31	39
	31小時	0	3	3
	32小時	1	6	6
	34小時	0	1	1
	35小時	15	13	28
	36小時	1	1	2
	37小時	2	0	2
	38小時	1	2	3
	40小時	5	14	20
	41小時	0	1	1
	42小時	1	14	15
	43小時	0	2	2
	44小時	1	0	1
	45小時	2	0	2
	48小時	0	2	2
	50小時	5	11	16
	52小時	0	2	2
	55小時	0	0	0
	56小時	9	10	19
	60小時	2	5	7
	62小時	2	0	3
	63小時	0	1	1
	65小時	0	1	1
	68小時	1	0	1
	70小時	1	5	6
	71小時	1	0	1
	72小時	0	0	0
	74小時	2	0	2
	75小時	1	0	1
	80小時	1	2	4
	81小時	0	1	1
	84小時	0	2	3
	90小時	1	1	2
	100小時	0	3	3
	105小時	2	0	2
	108小時	2	0	2
	110小時	0	0	0
	112小時	0	1	1
	120小時	0	0	0
	121小時	0	0	0
	130小時	1	0	1
	140小時	0	1	1
	144小時	1	0	1
	146小時	1	0	1
合計		167	792	959

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
一星期在家上網幾個小時	1小時	5.45	25.93	31.39
	2小時	7.60	36.13	43.72
	3小時	7.40	35.20	42.61
	4小時	5.02	23.85	28.86
	5小時	4.61	21.92	26.53
	6小時	1.86	8.82	10.68
	7小時	16.86	80.17	97.03
	8小時	5.57	26.48	32.05
	9小時	0.04	0.17	0.21
	10小時	17.35	82.49	99.85
	11小時	0.68	3.21	3.89
	12小時	3.68	17.50	21.18
	13小時	1.39	6.63	8.02
	14小時	11.99	57.01	69.00
	15小時	3.56	16.91	20.47
	16小時	3.84	18.27	22.11
	17小時	0.51	2.42	2.93
	18小時	1.15	5.48	6.63
	19小時	0.30	1.43	1.73
	20小時	11.16	53.08	64.24
	21小時	8.38	39.83	48.21
	22小時	2.44	11.62	14.06
	23小時	1.57	7.47	9.04
	24小時	0.89	4.25	5.15
	25小時	2.46	11.72	14.18
	26小時	0.58	2.76	3.35
	27小時	0.43	2.05	2.48
	28小時	3.43	16.30	19.72
	29小時	0.81	3.85	4.66
	30小時	6.86	32.60	39.46
	31小時	0.50	2.40	2.90
	32小時	1.11	5.30	6.41
	34小時	0.24	1.15	1.39
	35小時	4.80	22.81	27.61
	36小時	0.33	1.56	1.88
	37小時	0.30	1.42	1.71
	38小時	0.48	2.29	2.77
	40小時	3.44	16.34	19.77
	41小時	0.18	0.85	1.03
	42小時	2.55	12.12	14.67
	43小時	0.26	1.26	1.52
	44小時	0.15	0.72	0.87
	45小時	0.37	1.75	2.12
	48小時	0.43	2.05	2.48
	50小時	2.74	13.01	15.75
	52小時	0.26	1.25	1.51
	55小時	0.06	0.29	0.36
	56小時	3.23	15.37	18.60
	60小時	1.20	5.70	6.90
	62小時	0.48	2.28	2.76
	63小時	0.11	0.50	0.61
	65小時	0.17	0.83	1.00
	68小時	0.18	0.87	1.06
	70小時	1.00	4.77	5.78
	71小時	0.17	0.83	1.00
	72小時	0.06	0.29	0.36
	74小時	0.26	1.24	1.50
	75小時	0.13	0.63	0.76
	80小時	0.62	2.96	3.58
	81小時	0.23	1.09	1.32
	84小時	0.44	2.08	2.52
	90小時	0.29	1.40	1.70
	100小時	0.53	2.54	3.08
	105小時	0.28	1.33	1.61
	108小時	0.27	1.28	1.55
	110小時	0.06	0.29	0.36
	112小時	0.19	0.93	1.12
	120小時	0.05	0.25	0.30
	121小時	0.05	0.25	0.30
	130小時	0.13	0.63	0.76
	140小時	0.17	0.79	0.95
	144小時	0.11	0.50	0.61
	146小時	0.09	0.44	0.53
合計		166.62	792.19	958.81

變異數$\alpha_i^2=(O_i-E_i)^2/E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
一星期在家上網幾個小時	1小時	1.73	0.36	2.09
	2小時	3.56	0.75	4.31
	3小時	0.92	0.19	1.11
	4小時	0.24	0.05	0.29
	5小時	0.02	0.00	0.02
	6小時	1.86	0.39	2.25
	7小時	3.62	0.76	4.39
	8小時	0.01	0.00	0.01
	9小時	0.81	0.17	0.98
	10小時	3.96	0.83	4.80
	11小時	0.40	0.08	0.48
	12小時	0.86	0.18	1.04
	13小時	0.00	0.00	0.00
	14小時	0.87	0.18	1.05
	15小時	0.09	0.02	0.11
	16小時	1.25	0.26	1.51
	17小時	0.00	0.00	0.00
	18小時	1.15	0.24	1.39
	19小時	0.13	0.03	0.16
	20小時	0.14	0.03	0.17
	21小時	1.37	0.29	1.66
	22小時	0.07	0.01	0.08
	23小時	1.57	0.33	1.90
	24小時	0.81	0.17	0.98
	25小時	2.11	0.44	2.55
	26小時	0.79	0.17	0.95
	27小時	0.63	0.13	0.77
	28小時	7.83	1.65	9.47
	29小時	0.11	0.02	0.13
	30小時	0.41	0.09	0.50
	31小時	0.50	0.11	0.61
	32小時	0.31	0.06	0.37
	34小時	0.24	0.05	0.29
	35小時	19.97	4.20	24.17
	36小時	0.12	0.03	0.15
	37小時	6.73	1.42	8.15
	38小時	0.32	0.07	0.39
	40小時	1.08	0.23	1.31
	41小時	0.18	0.04	0.22
	42小時	0.85	0.18	1.02
	43小時	0.26	0.06	0.32
	44小時	3.43	0.72	4.16
	45小時	4.47	0.94	5.41
	48小時	0.43	0.09	0.52
	50小時	1.45	0.30	1.75
	52小時	0.26	0.06	0.32
	55小時	1.40	0.29	1.69
	56小時	9.40	1.98	11.38
	60小時	0.42	0.09	0.50
	62小時	7.27	1.53	8.80
	63小時	0.11	0.02	0.13
	65小時	0.17	0.04	0.21
	68小時	4.16	0.87	5.03
	70小時	0.09	0.02	0.10
	71小時	3.93	0.83	4.76
	72小時	1.40	0.29	1.69
	74小時	5.90	1.24	7.14
	75小時	2.99	0.63	3.62
	80小時	0.79	0.17	0.95
	81小時	0.23	0.05	0.28
	84小時	0.17	0.03	0.20
	90小時	0.36	0.07	0.43
	100小時	0.53	0.11	0.65
	105小時	6.34	1.33	7.67
	108小時	6.09	1.28	7.37
	110小時	0.06	0.01	0.07
	112小時	0.00	0.00	0.00
	120小時	0.05	0.01	0.06
	121小時	0.05	0.01	0.06
	130小時	2.99	0.63	3.62
	140小時	0.17	0.03	0.20
	144小時	2.38	0.50	2.88
	146小時	2.08	0.44	2.52
變異數合計		137.42	28.90	166.32

「網售者/非網售者」與「一星期在家上網幾個小時」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「一星期在家上網幾個小時」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「一星期在家上網幾個小時」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 166.32 · v = (C-1)*(R-1)= 72 $\chi2(0.95,72)$= 92.00 < 166.32

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「一星期在家上網幾個小時」可能有關

「網售者/非網售者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近7天在家中使用網路時從事的活動	瀏覽網頁/查詢	140	560	700
	線上查詢商品或服務資訊	73	263	336
	取得新聞資訊	73	283	356
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	42	92	134
	搜尋與健康相關的資訊	29	108	137
	查詢政府相關資訊	18	64	81
	查詢維基百科或其他網站資訊	32	100	132
	傳送或接收電子郵件	89	237	326
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	101	427	529
	經營個人網頁部落格	31	26	57
	使用或瀏覽網路相簿	35	60	95
	使用或瀏覽論壇,留言版	34	49	84
	在別人的部落格上留言	26	33	59
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	13	13	26
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	49	178	227
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	34	192	226
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	56	343	399
	進行視訊會議	8	10	17
	銀行金融服務	48	104	152
	透過網路進行醫療服務預約	19	22	41
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	16	12	28
	使用正式線上課程	15	11	26
	參加專業社群團體	17	14	31
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	32	50	82
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	21	39	60
	線上購物(購買商品,服務或票券)	74	145	219
	購買數位內容	27	18	45
	線上銷售商品或服務	33	12	45
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	35	20	55
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	34	37	71
	看影音短片(YouTube,臉書等)	75	298	373
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	52	158	210
	觀賞電視節目或線上電影	49	108	157
	線上音樂串流	29	48	78
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	24	53	77
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	23	43	66
	玩線上遊戲	42	168	209
	聽廣播	10	19	29
	免費線上音樂串流(Spotify等)	14	35	49
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	14	19	33
	使用手機連網操作可連網的家用電視	7	7	13
	使用手機連網操作可連網的家用電器	4	6	10
	其他	0	5	5
合計		1596	4489	6084

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近7天在家中使用網路時從事的活動	瀏覽網頁/查詢	183.60	516.40	700.01
	線上查詢商品或服務資訊	88.09	247.75	335.83
	取得新聞資訊	93.35	262.56	355.92
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	35.09	98.70	133.79
	搜尋與健康相關的資訊	35.96	101.14	137.09
	查詢政府相關資訊	21.30	59.91	81.21
	查詢維基百科或其他網站資訊	34.69	97.57	132.26
	傳送或接收電子郵件	85.54	240.58	326.12
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	138.67	390.01	528.68
	經營個人網頁部落格	15.00	42.18	57.18
	使用或瀏覽網路相簿	24.97	70.24	95.21
	使用或瀏覽論壇,留言版	21.92	61.65	83.57
	在別人的部落格上留言	15.49	43.58	59.07
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	6.73	18.92	25.65
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	59.52	167.42	226.94
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	59.19	166.47	225.66
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	104.73	294.57	399.30
	進行視訊會議	4.57	12.85	17.42
	銀行金融服務	39.82	112.00	151.83
	透過網路進行醫療服務預約	10.84	30.49	41.33
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	7.24	20.36	27.60
	使用正式線上課程	6.82	19.19	26.01
	參加專業社群團體	8.24	23.19	31.43
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	21.59	60.72	82.31
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	15.71	44.18	59.89
	線上購物(購買商品,服務或票券)	57.40	161.44	218.84
	購買數位內容	11.74	33.01	44.75
	線上銷售商品或服務	11.88	33.42	45.30
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	14.35	40.37	54.72
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	18.62	52.38	71.01
	看影音短片(YouTube,臉書等)	97.81	275.09	372.89
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	55.05	154.84	209.90
	觀賞電視節目或線上電影	41.15	115.73	156.87
	線上音樂串流	20.36	57.27	77.63
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	20.26	56.98	77.24
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	17.41	48.96	66.37
	玩線上遊戲	54.88	154.36	209.24
	聽廣播	7.60	21.37	28.97
	免費線上音樂串流(Spotify等)	12.85	36.14	48.99
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	8.59	24.15	32.73
	使用手機連網操作可連網的家用電視	3.52	9.90	13.41
	使用手機連網操作可連網的家用電器	2.54	7.13	9.67
	其他	1.20	3.36	4.56
合計		1595.87	4488.54	6084.41

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近7天在家中使用網路時從事的活動	瀏覽網頁/查詢	10.51	3.74	14.24
	線上查詢商品或服務資訊	2.63	0.94	3.57
	取得新聞資訊	4.42	1.57	5.99
	尋找或下載與工作/學業相關的資訊	1.47	0.52	2.00
	搜尋與健康相關的資訊	1.44	0.51	1.96
	查詢政府相關資訊	0.63	0.23	0.86
	查詢維基百科或其他網站資訊	0.16	0.06	0.22
	傳送或接收電子郵件	0.13	0.05	0.18
	使用社群網路(臉書,Twitter,LinkedIn,Snapchat等瀏覽/閱讀/發文)	10.01	3.56	13.57
	經營個人網頁部落格	16.69	5.93	22.62
	使用或瀏覽網路相簿	4.06	1.44	5.50
	使用或瀏覽論壇,留言版	6.87	2.44	9.31
	在別人的部落格上留言	6.89	2.45	9.34
	在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見	5.00	1.78	6.78
	透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype聊天室等)	1.93	0.69	2.61
	撥打視訊電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	10.94	3.89	14.83
	撥打語音網路電話(FaceTime,Line,FacebookMessenger,Skype等)	22.49	8.00	30.49
	進行視訊會議	1.94	0.69	2.62
	銀行金融服務	1.76	0.62	2.38
	透過網路進行醫療服務預約	6.18	2.20	8.38
	使用電子政府網站服務(如報稅等)	10.39	3.69	14.09
	使用正式線上課程	9.29	3.30	12.60
	參加專業社群團體	9.46	3.36	12.83
	於雲端服務接取檔案(Dropbox,GoogleDrive,MicrosoftOnedrive,App	5.09	1.81	6.90
	使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯	2.04	0.73	2.76
	線上購物(購買商品,服務或票券)	4.60	1.63	6.23
	購買數位內容	20.13	7.16	27.29
	線上銷售商品或服務	39.31	13.98	53.29
	線上拍賣(eBay,Yahoo商城等)	29.25	10.40	39.64
	使用旅遊或旅遊相關住宿服務	13.17	4.68	17.85
	看影音短片(YouTube,臉書等)	5.42	1.93	7.34
	照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)	0.21	0.08	0.29
	觀賞電視節目或線上電影	1.37	0.49	1.86
	線上音樂串流	4.01	1.43	5.43
	閱讀線上報紙、雜誌或電子書	0.87	0.31	1.18
	上傳與下載檔案（P2P,FTP等）	1.85	0.66	2.50
	玩線上遊戲	3.23	1.15	4.38
	聽廣播	1.01	0.36	1.37
	免費線上音樂串流(Spotify等)	0.09	0.03	0.13
	付費線上音樂串流(SpotifyPremium,iTunes,KKBOX等)	3.35	1.19	4.54
	使用手機連網操作可連網的家用電視	2.90	1.03	3.93
	使用手機連網操作可連網的家用電器	0.82	0.29	1.11
	其他	1.20	0.43	1.62
變異數合計		285.22	101.41	386.62

「網售者/非網售者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 386.62 ，ν = (C-1)*(R-1)= 42 χ2(0.95,42)= 58.12 < 386.62

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最近7天在家中使用網路時從事的活動」可能有關

「網售者/非網售者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號	有	156	733	888
	沒有	13	141	154
合計		169	873	1042

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號	有	144.12	744.35	888.46
	沒有	24.98	129.00	153.98
合計		169.09	873.35	1042

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號	有	0.94	0.18	1.12
	沒有	5.41	1.05	6.45
變異數合計		6.34	1.23	7.57

「網售者/非網售者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 7.57 · v = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 7.57

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「是否擁有任何社群媒體網站或App的帳號」可能有關

「網售者/非網售者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號	臉書	148	614	762
	Line	140	688	829
	Instagram	75	169	244
	YouTube	102	293	395
	Twitter	21	30	51
	SnapChat	6	8	14
	LinkedIn	14	7	21
	Google+(inc.GoogleHangouts)	59	161	221
	Pinterest	6	8	14
	Tumblr	6	9	15
	WhatsApp	31	37	69
	WeChat	47	87	134
	都沒有在使用了	0	3	3
合計		656	2114	2770

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號	臉書	180.52	581.40	761.92
	Line	196.33	632.30	828.63
	Instagram	57.74	185.95	243.68
	YouTube	93.59	301.41	394.99
	Twitter	12.12	39.04	51.17
	SnapChat	3.40	10.93	14.33
	LinkedIn	5.00	16.09	21.08
	Google+(inc.GoogleHangouts)	52.31	168.48	220.79
	Pinterest	3.23	10.41	13.64
	Tumblr	3.52	11.33	14.84
	WhatsApp	16.33	52.60	68.93
	WeChat	31.64	101.91	133.56
	都沒有在使用了	0.69	2.21	2.90
合計		656.41	2114.06	2770.47

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號	臉書	5.77	1.79	7.56
	Line	15.94	4.95	20.89
	Instagram	4.95	1.54	6.49
	YouTube	0.76	0.24	1.00
	Twitter	6.56	2.04	8.60
	SnapChat	2.02	0.63	2.65
	LinkedIn	17.64	5.48	23.12
	Google+(inc.GoogleHangouts)	0.94	0.29	1.24
	Pinterest	2.35	0.73	3.08
	Tumblr	1.58	0.49	2.07
	WhatsApp	14.06	4.36	18.42
	WeChat	7.44	2.31	9.75
	都沒有在使用了	0.69	0.21	0.90
變異數合計		80.70	25.06	105.76

「網售者/非網售者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 105.76 · v = (C-1)*(R-1)= 12 χ2(0.95,12)= 21.02 < 105.76

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「擁有哪些仍在使用的社群媒體網站或App帳號」可能有關

「網售者/非網售者」與「最常使用的社群媒體網站或App」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最常使用的社群媒體網站或App	臉書	62	186	248
	Line	79	503	582
	Instagram	9	8	17
	YouTube	3	23	26
	Twitter	1	1	2
	Google+(inc.GoogleHangouts)	0	1	1
	WeChat	0	2	2
合計		154	724	878

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最常使用的社群媒體網站或App	臉書	43.64	204.56	248.20
	Line	102.35	479.75	582.10
	Instagram	2.94	13.76	16.70
	YouTube	4.59	21.51	26.10
	Twitter	0.30	1.41	1.71
	Google+(inc.GoogleHangouts)	0.22	1.04	1.26
	WeChat	0.35	1.65	2.00
合計		154.39	723.68	878

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最常使用的社群媒體網站或App	臉書	7.87	1.68	9.55
	Line	5.31	1.13	6.45
	Instagram	11.56	2.47	14.03
	YouTube	0.31	0.07	0.38
	Twitter	1.74	0.37	2.11
	Google+(inc.GoogleHangouts)	0.22	0.05	0.27
	WeChat	0.35	0.08	0.43
變異數合計		27.37	5.84	33.21

「網售者/非網售者」與「最常使用的社群媒體網站或App」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 33.21 · v = (C-1)*(R-1)= 6 χ2(0.95,6)= 12.59 < 33.21

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「最常使用的社群媒體網站或App」可能有關

「網售者/非網售者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情	發表評論或分享我自己的影片或照片	109	305	414
	在別人分享的文章、影片或是照片上按讚	104	454	558
	瀏覽他人分享之文章、影片或是照片	105	461	567
	在私人討論群組留言	68	179	246
	打卡	73	228	301
	按讚留言以獲得獎品	57	121	178
	創造群組/張貼事件	25	42	67
	於公開群組張貼訊息或留言	32	79	111
	於其他公司或組織網站留言抱怨	6	11	17
	都沒有	1	49	51
合計		581	1928	2509

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情	發表評論或分享我自己的影片或照片	95.90	318.24	414.14
	在別人分享的文章、影片或是照片上按讚	129.23	428.83	558.06
	瀏覽他人分享之文章、影片或是照片	131.22	435.45	566.68
	在私人討論群組留言	57.07	189.38	246.45
	打卡	69.68	231.21	300.89
	按讚留言以獲得獎品	41.15	136.55	177.70
	創造群組/張貼事件	15.58	51.70	67.28
	於公開群組張貼訊息或留言	25.67	85.19	110.86
	於其他公司或組織網站留言抱怨	3.89	12.90	16.79
	都沒有	11.69	38.81	50.50
合計		581.08	1928.26	2509.34

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情	發表評論或分享我自己的影片或照片	1.82	0.55	2.37
	在別人分享的文章、影片或是照片上按讚	4.91	1.48	6.38
	瀏覽他人分享之文章、影片或是照片	5.09	1.53	6.62
	在私人討論群組留言	2.01	0.61	2.62
	打卡	0.17	0.05	0.22
	按讚留言以獲得獎品	6.21	1.87	8.08
	創造群組/張貼事件	5.59	1.68	7.27
	於公開群組張貼訊息或留言	1.68	0.51	2.18
	於其他公司或組織網站留言抱怨	1.07	0.32	1.39
	都沒有	8.97	2.70	11.67
變異數合計		37.51	11.30	48.81

「網售者/非網售者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 48.81 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 48.81

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「曾在社群媒體網站或App上進行哪些事情」可能有關

「網售者/非網售者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	非常同意	57	199	256
	還算同意	72	228	300
	不太同意	13	136	148
	非常不同意	10	37	48
合計		151	600	751

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	非常同意	51.49	204.18	255.67
	還算同意	60.32	239.19	299.51
	不太同意	29.90	118.55	148.45
	非常不同意	9.58	38.00	47.58
合計		151.29	599.91	751.21

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文	非常同意	0.52	0.13	0.66
	還算同意	2.12	0.53	2.65
	不太同意	9.75	2.46	12.21
	非常不同意	0.03	0.01	0.04
變異數合計		12.43	3.13	15.56

「網售者/非網售者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 15.56 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 15.56

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「我會因為可能出現侮辱性言論或回應而不想在社群媒體上評論或貼文」可能有關

「網售者/非網售者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我使用社群媒體時經常感到被排擠	非常同意	17	14	31
	還算同意	16	56	72
	不太同意	39	262	301
	非常不同意	68	281	350
合計		140	613	754

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我使用社群媒體時經常感到被排擠	非常同意	5.80	25.38	31.18
	還算同意	13.37	58.47	71.85
	不太同意	56.01	244.91	300.92
	非常不同意	65.09	284.60	349.68
合計		140.28	613.35	753.63

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我使用社群媒體時經常感到被排擠	非常同意	20.97	4.80	25.77
	還算同意	0.48	0.11	0.59
	不太同意	5.04	1.15	6.20
	非常不同意	0.16	0.04	0.20
變異數合計		26.66	6.10	32.76

「網售者/非網售者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 32.76 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 32.76

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「我使用社群媒體時經常感到被排擠」可能有關

「網售者/非網售者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	非常同意	35	57	92
	還算同意	89	330	420
	不太同意	19	177	197
	非常不同意	3	31	34
合計		147	596	743

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	非常同意	18.16	73.69	91.85
	還算同意	83.04	336.91	419.95
	不太同意	38.92	157.92	196.84
	非常不同意	6.79	27.55	34.35
合計		146.92	596.07	742.99

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
使用社群媒體時，讓我感覺更有創意	非常同意	15.57	3.84	19.40
	還算同意	0.50	0.12	0.62
	不太同意	9.70	2.39	12.09
	非常不同意	2.13	0.52	2.65
變異數合計		27.88	6.87	34.75

「網售者/非網售者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 34.75 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 34.75

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「使用社群媒體時，讓我感覺更有創意」可能有關

「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分	有	143	518	660
	沒有	13	214	227
合計		156	732	887

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分	有	115.88	544.40	660.28
	沒有	39.86	187.26	227.12
合計		155.74	731.67	887

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分	有	6.23	1.33	7.56
	沒有	18.12	3.86	21.97
變異數合計		24.35	5.18	29.53

「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 29.53 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 29.53

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關

「網售者/非網售者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結	非常同意	23	32	55
	還算同意	49	143	192
	不太同意	39	191	230
	非常不同意	28	112	140
合計		139	478	617

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結	非常同意	12.41	42.70	55.11
	還算同意	43.24	148.81	192.04
	不太同意	51.74	178.09	229.84
	非常不同意	31.49	108.37	139.85
合計		138.87	477.97	616.84

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結	非常同意	9.89	2.87	12.77
	還算同意	0.75	0.22	0.96
	不太同意	3.38	0.98	4.37
	非常不同意	0.39	0.11	0.51
變異數合計		14.42	4.19	18.61

「網售者/非網售者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 18.61 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 18.61

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「我經常在還未看完文章全文時，便在社群媒體(臉書、Line等)上分享文章連結」可能有關

「網售者/非網售者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的	非常同意	24	44	68
	還算同意	65	393	458
	不太同意	58	207	265
	非常不同意	7	27	35
合計		154	671	825

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的	非常同意	12.65	54.97	67.61
	還算同意	85.62	372.06	457.67
	不太同意	49.65	215.76	265.41
	非常不同意	6.46	28.05	34.51
合計		154.37	670.83	825.20

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的	非常同意	9.70	2.23	11.93
	還算同意	4.98	1.15	6.13
	不太同意	1.49	0.34	1.83
	非常不同意	0.15	0.03	0.18
變異數合計		16.32	3.76	20.08

「網售者/非網售者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 20.08 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 20.08

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「每當我拜訪社群媒體或App時，我傾向相信我所讀到或看到的」可能有關

「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分	有	98	191	288
	沒有	58	541	599
合計		155	732	887

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分	有	50.48	237.74	288.22
	沒有	104.86	493.88	598.74
合計		155.34	731.62	887

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分	有	44.15	9.38	53.53
	沒有	21.25	4.51	25.77
變異數合計		65.41	13.89	79.30

「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 79.30 · v = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 79.30

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「您曾在社群媒體網站上與您不認識的人分享意見」可能有關

「網售者/非網售者」與「當您有選擇時，你願意還是不願意以真名分享意見」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
當您有選擇時，你願意還是不願意以真名	願意	57	92	149
	不願意	40	94	134
合計		98	186	283

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
當您有選擇時，你願意還是不願意以真名	願意	51.50	97.96	149.46
	不願意	46.19	87.85	134.04
合計		97.69	185.81	283

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
當您有選擇時，你願意還是不願意以真名	願意	0.64	0.33	0.97
	不願意	0.71	0.37	1.08
變異數合計		1.34	0.71	2.05

「網售者/非網售者」與「當您有選擇時，你願意還是不願意以真名分享意見」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「當您有選擇時，你願意還是不願意以真名分享意見」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「當您有選擇時，你願意還是不願意以真名分享意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 2.05 · v = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 > 2.05

即，差異不顯著，接受 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「當您有選擇時，你願意還是不願意以真名分享意見」可能無關

「網售者/非網售者」與「每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率	總是	48	168	216
	經常	60	217	276
	很少	38	219	257
	從不	6	70	76
合計		151	673	825

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率	總是	39.70	176.50	216.21
	經常	50.72	225.47	276.19
	很少	47.16	209.64	256.80
	從不	13.91	61.84	75.75
合計		151.50	673.45	824.95

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率	總是	1.78	0.40	2.19
	經常	1.57	0.35	1.93
	很少	1.73	0.39	2.11
	從不	4.99	1.12	6.11
變異數合計		10.08	2.27	12.34

「網售者/非網售者」與「每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 12.34 · v = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 12.34

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「每當您發佈照片時，考慮到隱私或安全的頻率」可能有關

「網售者/非網售者」與「每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	41	174	215
	經常	64	229	293
	很少	36	196	232
	從不	9	60	69
合計		151	659	810

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	40.04	175.29	215.34
	經常	54.43	238.25	292.67
	很少	43.21	189.14	232.35
	從不	12.89	56.44	69.33
合計		150.57	659.12	809.69

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	0.02	0.01	0.03
	經常	1.64	0.37	2.01
	很少	1.12	0.26	1.38
	從不	0.93	0.21	1.14
變異數合計		3.72	0.85	4.57

「網售者/非網售者」與「每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 4.57 · v = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 > 4.57

即，差異不顯著，接受 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「每當您標註照片中的其他人時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能無關

「網售者/非網售者」與「每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	46	168	214
	經常	68	247	315
	很少	38	185	222
	從不	2	56	58
合計		154	656	810

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	40.73	173.60	214.33
	經常	59.91	255.34	315.25
	很少	42.28	180.21	222.49
	從不	11.06	47.14	58.20
合計		153.98	656.28	810.26

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情	總是	0.65	0.15	0.80
	經常	1.12	0.26	1.38
	很少	0.47	0.11	0.59
	從不	7.08	1.66	8.74
變異數合計		9.32	2.19	11.51

「網售者/非網售者」與「每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 11.51 · v = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 11.51

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「每當您發表評論時，您有多常會考慮到任何隱私或安全的事情」可能有關

「網售者/非網售者」與「每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情	總是	48	162	209
	經常	51	211	262
	很少	46	227	273
	從不	7	51	58
合計		152	650	802

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情	總是	39.66	169.71	209.37
	經常	49.63	212.34	261.97
	很少	51.67	221.08	272.75
	從不	10.93	46.79	57.72
合計		151.89	649.92	801.81

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情	總是	1.59	0.37	1.96
	經常	0.06	0.01	0.07
	很少	0.66	0.15	0.82
	從不	1.34	0.31	1.65
變異數合計		3.65	0.85	4.50

「網售者/非網售者」與「每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 4.50 · v = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 > 4.50

即，差異不顯著，接受 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「每當您標註所在地點時，您有多常會考慮到任何隱私的事情」可能無關

「網售者/非網售者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態	我常瀏覽我不同意的意見	41	99	140
	我有時會瀏覽我不同意的意見	86	315	402
	我不常瀏覽我所不同意的意見	21	203	224
合計		148	618	766

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態	我常瀏覽我不同意的意見	27.08	113.14	140.22
	我有時會瀏覽我不同意的意見	77.56	323.99	401.55
	我不常瀏覽我所不同意的意見	43.35	181.08	224.43
合計		147.99	618.21	766.20

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態	我常瀏覽我不同意的意見	7.10	1.70	8.80
	我有時會瀏覽我不同意的意見	0.94	0.22	1.16
	我不常瀏覽我所不同意的意見	11.57	2.77	14.34
變異數合計		19.61	4.70	24.31

「網售者/非網售者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 24.31 · v = (C-1)*(R-1)= 2 χ2(0.95,2)= 5.99 < 24.31

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「哪一種敘述最符合您使用社群媒體的狀態」可能有關

「網售者/非網售者」與「每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性	找其他網站的資訊比對	106	303	409
	找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等)	87	250	337
	透過網址確認是否為真實網站	49	132	180
	檢查該網站是否為專業網站	42	126	168
	詢問信任的人是否也相信該網站	34	178	212
	檢查該網站資訊是否會定期更新	23	58	81
	不曾確認	14	277	291
	其他	1	8	9
	不曾找資訊	2	52	54
合計		356	1385	1741

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性	找其他網站的資訊比對	83.64	325.34	408.98
	找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等)	68.96	268.22	337.17
	透過網址確認是否為真實網站	36.88	143.43	180.31
	檢查該網站是否為專業網站	34.29	133.37	167.65
	詢問信任的人是否也相信該網站	43.32	168.50	211.82
	檢查該網站資訊是否會定期更新	16.56	64.42	80.99
	不曾確認	59.55	231.64	291.20
	其他	1.90	7.40	9.30
	不曾找資訊	10.99	42.75	53.74
合計		356.09	1385.07	1741.16

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性	找其他網站的資訊比對	5.75	1.48	7.22
	找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等)	4.64	1.19	5.84
	透過網址確認是否為真實網站	3.69	0.95	4.64
	檢查該網站是否為專業網站	1.77	0.46	2.23
	詢問信任的人是否也相信該網站	2.18	0.56	2.75
	檢查該網站資訊是否會定期更新	2.19	0.56	2.75
	不曾確認	34.16	8.78	42.94
	其他	0.52	0.13	0.66
	不曾找資訊	8.15	2.10	10.25
變異數合計		63.06	16.21	79.27

「網售者/非網售者」與「每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 79.27 · v = (C-1)*(R-1)= 8 χ2(0.95,8)= 16.92 < 79.27

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「每當您在網路上找到資訊時(包含在社群媒體或是Google等搜尋引擎)，您曾透過哪些方式確認其真實性」可能有關

「網售者/非網售者」與「我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分	非常同意	53	114	167
	還算同意	52	311	363
	不太同意	31	233	264
	非常不同意	30	127	157
合計		165	785	950

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分	非常同意	28.92	137.66	166.57
	還算同意	62.93	299.58	362.51
	不太同意	45.76	217.84	263.60
	非常不同意	27.33	130.10	157.43
合計		164.94	785.18	950.12

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分	非常同意	19.30	4.05	23.36
	還算同意	2.03	0.43	2.46
	不太同意	5.05	1.06	6.11
	非常不同意	0.30	0.06	0.37
變異數合計		26.69	5.61	32.29

「網售者/非網售者」與「我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分，可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分，可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 32.29 · v = (C-1)*(R-1)= 3 χ2(0.95,3)= 7.81 < 32.29

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「我會在一些網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護我的個人身分，可能有關

「網售者/非網售者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊	非常同意	31	47	78
	還算同意	47	270	317
	不太同意	58	342	400
	非常不同意	28	174	203
合計		165	833	997

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊	非常同意	12.88	65.08	77.96
	還算同意	52.30	264.23	316.53
	不太同意	66.14	334.09	400.23
	非常不同意	33.50	169.23	202.73
合計		164.82	832.63	997.45

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊	非常同意	26.71	5.29	32.00
	還算同意	0.64	0.13	0.76
	不太同意	0.88	0.17	1.06
	非常不同意	0.79	0.16	0.95
變異數合計		29.02	5.75	34.77

「網售者/非網售者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 34.77 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 34.77

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「只要我能得到我想要的，我樂意在網路上提供個人資訊」可能有關

「網售者/非網售者」與「請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」	總是這樣做	38	62	100
	有時這樣做	81	312	393
	很少這樣做	30	283	313
	從不這樣做	13	192	205
合計		163	849	1012

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」	總是這樣做	16.15	84.22	100.37
	有時這樣做	63.17	329.46	392.63
	很少這樣做	50.39	262.79	313.17
	從不這樣做	33.06	172.40	205.45
合計		162.76	848.86	1011.62

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」	總是這樣做	30.26	5.80	36.06
	有時這樣做	5.03	0.96	5.99
	很少這樣做	7.93	1.52	9.45
	從不這樣做	12.02	2.30	14.32
變異數合計		55.23	10.59	65.82

「網售者/非網售者」與「請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 65.82 ，ν = (C-1)*(R-1)= 3 $\chi2(0.95,3)$= 7.81 < 65.82

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「請問您有多常這樣做：「每當我想起一則我有興趣的新聞或軼事，我會在不同網站及App上進行搜尋，以獲取各種不同觀點。」」可能有關

「網售者/非網售者」與「每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊	搜尋引擎(如Google)	148	675	824
	維基百科網站	73	209	282
	有網友評論之網站(Amazon,TripAdvisor)	33	84	117
	政府網站	14	109	123
	YouTube	75	268	343
	社群媒體網站	46	180	226
	網路文章	31	83	114
	其他	0	1	1
合計		420	1610	2030

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊	搜尋引擎(如Google)	170.54	652.98	823.52
	維基百科網站	58.38	223.53	281.91
	有網友評論之網站(Amazon,TripAdvisor)	24.32	93.10	117.42
	政府網站	25.52	97.72	123.25
	YouTube	71.08	272.16	343.24
	社群媒體網站	46.88	179.51	226.39
	網路文章	23.62	90.44	114.06
	其他	0.14	0.52	0.66
合計		420.49	1609.96	2030.45

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊	搜尋引擎(如Google)	2.88	0.75	3.63
	維基百科網站	3.44	0.90	4.34
	有網友評論之網站(Amazon,TripAdvisor)	3.38	0.88	4.26
	政府網站	5.24	1.37	6.61
	YouTube	0.20	0.05	0.25
	社群媒體網站	0.02	0.00	0.02
	網路文章	2.55	0.67	3.22
	其他	0.14	0.04	0.17
變異數合計		17.84	4.66	22.49

「網售者/非網售者」與「每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 22.49 ，ν = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 < 22.49

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「每當您想要在網路上搜尋資訊時，您曾透過哪些方式來搜尋資訊」可能有關

「網售者/非網售者」與「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗	有	162	467	629
	沒有	10	404	414
合計		172	871	1043

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗	有	103.81	524.70	628.51
	沒有	68.43	345.87	414.29
合計		172.24	870.56	1043

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗	有	32.58	6.45	39.02
	沒有	49.42	9.78	59.20
變異數合計		82.00	16.22	98.22

「網售者/非網售者」與「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 98.22 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 98.22

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關

「網售者/非網售者」與「最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊	有	113	218	331
	沒有	48	246	294
合計		161	464	625

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊	有	85.01	245.79	330.80
	沒有	75.53	218.40	293.93
合計		160.54	464.19	625

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊	有	9.20	3.18	12.38
	沒有	10.35	3.58	13.93
變異數合計		19.55	6.76	26.31

「網售者/非網售者」與「最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 26.31 · v = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 26.31

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最近7日內有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗」可能有關

「網售者/非網售者」與「是否有在網路上購物的經驗」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
是否有在網路上購物的經驗	有	165	421	586
	沒有	10	446	456
合計		175	867	1042

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
是否有在網路上購物的經驗	有	98.27	487.66	585.93
	沒有	76.47	379.49	455.96
合計		174.74	867.15	1042

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
是否有在網路上購物的經驗	有	45.50	9.17	54.67
	沒有	58.47	11.78	70.25
變異數合計		103.97	20.95	124.93

「網售者/非網售者」與「是否有在網路上購物的經驗」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「是否有在網路上購物的經驗」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「是否有在網路上購物的經驗」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 124.93 · v = (C-1)*(R-1)= 1 χ2(0.95,1)= 3.84 < 124.93

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「是否有在網路上購物的經驗」可能有關

「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路上購物的次數」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內於網路上購物的次數	.0次	3	26	29
	1次	8	59	67
	2次	22	60	82
	3次	10	41	52
	4次	6	28	35
	5次	7	51	58
	6次	9	14	24
	7次	3	5	8
	8次	9	10	19
	9次	0	1	1
	10次	31	32	63
	11次	0	3	3
	12次	10	18	28
	14次	0	1	1
	15次	3	9	12
	16次	0	0	0
	17次	2	0	2
	19次	0	2	2
	20次	2	14	16
	21次	1	0	1
	24次	9	1	10
	25次	1	0	1
	26次	0	0	0
	30次	12	2	14
	33次	0	1	1
	40次	2	2	4
	45次	0	1	1
	49次	1	0	1
	50次	2	2	4
	57次	1	0	1
	60次	2	0	2
	63次	1	0	1
	66次	0	2	2
	76次	1	0	1
	80次	0	0	0
	其他	1	0	1
合計		160	385	546

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內於網路上購物的次數	.0次	8.43	20.26	28.69
	1次	19.62	47.17	66.79
	2次	23.95	57.59	81.54
	3次	15.23	36.62	51.84
	4次	10.24	24.62	34.85
	5次	17.12	41.17	58.29
	6次	6.97	16.75	23.72
	7次	2.43	5.83	8.26
	8次	5.55	13.36	18.91
	9次	0.16	0.37	0.53
	10次	18.46	44.40	62.86
	11次	0.76	1.83	2.59
	12次	8.27	19.88	28.15
	14次	0.34	0.82	1.16
	15次	3.67	8.82	12.49
	16次	0.14	0.33	0.47
	17次	0.56	1.34	1.90
	19次	0.56	1.34	1.90
	20次	4.75	11.43	16.18
	21次	0.26	0.62	0.87
	24次	2.98	7.17	10.15
	25次	0.34	0.82	1.16
	26次	0.10	0.25	0.36
	30次	4.03	9.69	13.73
	33次	0.26	0.63	0.89
	40次	1.16	2.80	3.96
	45次	0.21	0.50	0.71
	49次	0.26	0.62	0.87
	50次	1.13	2.71	3.84
	57次	0.18	0.43	0.61
	60次	0.69	1.66	2.34
	63次	0.16	0.37	0.53
	66次	0.56	1.34	1.90
	76次	0.18	0.44	0.62
	80次	0.13	0.31	0.44
	其他	0.42	1.00	1.42
合計		160.23	385.30	545.53

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內於網路上購物的次數	.0次	3.93	1.63	5.56
	1次	6.96	2.89	9.85
	2次	0.23	0.10	0.32
	3次	1.55	0.64	2.19
	4次	1.38	0.57	1.95
	5次	5.59	2.33	7.92
	6次	0.79	0.33	1.12
	7次	0.10	0.04	0.15
	8次	2.35	0.98	3.33
	9次	0.16	0.06	0.22
	10次	8.20	3.41	11.61
	11次	0.76	0.32	1.08
	12次	0.55	0.23	0.78
	14次	0.01	0.00	0.01
	15次	0.12	0.05	0.17
	16次	0.14	0.06	0.20
	17次	3.23	1.34	4.58
	19次	0.56	0.23	0.79
	20次	1.37	0.57	1.94
	21次	1.48	0.62	2.10
	24次	13.29	5.53	18.82
	25次	1.97	0.82	2.79
	26次	0.60	0.25	0.86
	30次	15.34	6.38	21.72
	33次	0.26	0.11	0.37
	40次	0.13	0.05	0.18
	45次	0.21	0.09	0.30
	49次	1.48	0.62	2.10
	50次	0.39	0.16	0.55
	57次	1.03	0.43	1.46
	60次	3.98	1.66	5.64
	63次	0.90	0.37	1.27
	66次	0.56	0.23	0.79
	76次	1.05	0.44	1.49
	80次	0.75	0.31	1.07
	其他	2.42	1.00	3.42
變異數合計		83.83	34.86	118.70

「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路上購物的次數」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路上購物的次數」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路上購物的次數」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 118.70 · v = (C-1)*(R-1)= 35 χ2(0.95,35)= 49.80 < 118.70

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路上購物的次數」可能有關

「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的產品類型為何」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內在網路上購物的產品類型為何	手機與通訊	59	77	136
	精品,包包與服飾配件	54	107	162
	美容與彩妝	47	65	112
	居家,家具與寢飾	26	73	99
	廚房,生活雜貨與文具用品	33	73	106
	食品,甜點(含餐券)	24	70	94
	玩具	16	22	38
	電玩	18	21	39
	收藏品與藝術品	7	10	17
	寵物用品	12	20	32
	花與園藝	5	6	11
	音樂或影片(含票券)	14	19	33
	圖書與雜誌	20	47	66
	嬰幼兒與孕婦用品	8	18	26
	汽機車零件用品	14	31	44
	水與飲料	4	16	19
	電腦軟硬體與週邊配件	19	31	51
	數位相機,攝影機,周邊配件	7	9	16
	影音與家電	15	26	41
	服飾與鞋類(非運動類)	28	52	79
	運動,戶外,休閒用品	23	47	70
	手錶與流行飾品	8	15	23
	美體與保健	12	21	33
	旅遊(飯店、機票、票券等)	29	38	67
	其他	1	4	5
合計		502	917	1420

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內在網路上購物的產品類型為何	手機與通訊	48.20	88.08	136.28
	精品,包包與服飾配件	57.22	104.55	161.77
	美容與彩妝	39.47	72.12	111.59
	居家,家具與寢飾	35.10	64.14	99.24
	廚房,生活雜貨與文具用品	37.48	68.49	105.97
	食品,甜點(含餐券)	33.08	60.45	93.53
	玩具	13.49	24.66	38.15
	電玩	13.97	25.52	39.49
	收藏品與藝術品	6.12	11.19	17.32
	寵物用品	11.29	20.62	31.91
	花與園藝	3.92	7.16	11.08
	音樂或影片(含票券)	11.73	21.43	33.15
	圖書與雜誌	23.43	42.81	66.24
	嬰幼兒與孕婦用品	9.18	16.77	25.95
	汽機車零件用品	15.68	28.65	44.33
	水與飲料	6.89	12.59	19.48
	電腦軟硬體與週邊配件	17.87	32.65	50.52
	數位相機,攝影機,周邊配件	5.71	10.43	16.14
	影音與家電	14.45	26.39	40.84
	服飾與鞋類(非運動類)	28.04	51.24	79.28
	運動,戶外,休閒用品	24.77	45.26	70.04
	手錶與流行飾品	8.07	14.75	22.83
	美體與保健	11.66	21.30	32.96
	旅遊(飯店、機票、票券等)	23.59	43.11	66.71
	其他	1.69	3.09	4.78
合計		502.10	917.46	1419.56

變異數$O_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內在網路上購物的產品類型為何	手機與通訊	2.55	1.40	3.95
	精品,包包與服飾配件	0.13	0.07	0.20
	美容與彩妝	1.38	0.76	2.14
	居家,家具與寢飾	2.24	1.22	3.46
	廚房,生活雜貨與文具用品	0.59	0.32	0.91
	食品,甜點(含餐券)	2.61	1.43	4.04
	玩具	0.57	0.31	0.89
	電玩	1.35	0.74	2.09
	收藏品與藝術品	0.27	0.15	0.42
	寵物用品	0.03	0.02	0.05
	花與園藝	0.15	0.08	0.23
	音樂或影片(含票券)	0.36	0.20	0.55
	圖書與雜誌	0.64	0.35	1.00
	嬰幼兒與孕婦用品	0.23	0.13	0.36
	汽機車零件用品	0.28	0.16	0.44
	水與飲料	1.52	0.83	2.35
	電腦軟硬體與週邊配件	0.12	0.06	0.18
	數位相機,攝影機,周邊配件	0.45	0.25	0.69
	影音與家電	0.03	0.02	0.04
	服飾與鞋類(非運動類)	0.01	0.00	0.01
	運動,戶外,休閒用品	0.11	0.06	0.18
	手錶與流行飾品	0.00	0.00	0.00
	美體與保健	0.01	0.00	0.01
	旅遊(飯店、機票、票券等)	1.12	0.61	1.73
	其他	0.51	0.28	0.79
變異數合計		17.27	9.45	26.72

「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的產品類型為何」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的產品類型為何」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的產品類型為何」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 26.72 ，v = (C-1)*(R-1)= 24 χ2(0.95,24)= 36.42 > 26.72

即，差異不顯著，接受 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的產品類型為何」可能無關

「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的金額」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內在網路上購物的金額	6元	0	0	0
	8元	1	0	1
	96元	4	0	4
	100元	1	0	1
	200元	0	1	1
	289元	0	2	2
	300元	1	3	3
	349元	0	0	0
	390元	0	0	0
	400元	0	1	1
	500元	1	5	6
	580元	1	0	1
	600元	0	1	1
	699元	0	2	2
	700元	0	1	1
	760元	0	1	1
	780元	1	0	1
	799元	0	2	2
	800元	0	1	1
	890元	0	1	1
	900元	0	2	2
	1000元	4	18	22
	1200元	0	4	4
	1280元	0	1	1
	1399元	0	3	3
	1400元	1	0	1
	1500元	2	6	8
	1600元	0	1	1
	1800元	0	1	1
	2000元	6	22	28
	2300元	0	1	1
	2400元	0	0	0
	2500元	2	6	8
	3000元	9	25	33
	3200元	0	1	1
	3500元	0	2	2
	3600元	0	0	0
	3881元	0	1	1
	4000元	0	7	7
	4500元	0	4	4
	4800元	0	2	2
	5000元	11	33	44
	5490元	0	1	1
	5500元	0	2	2
	5800元	1	0	1
	6000元	2	7	9
	6800元	0	3	3
	6900元	0	1	1
	7000元	5	1	6
	8000元	0	2	2
	8800元	0	1	1
	9000元	0	1	1
	9900元	0	1	1
	10000元	15	24	39
	10320元	0	1	1
	12000元	0	3	3
	12800元	1	0	1
	15000元	0	3	3
	18000元	0	5	5
	20000元	8	10	18
	21000元	0	1	1
	23222元	1	0	1
	24000元	0	2	2
	25000元	1	2	3
	30000元	4	9	13
	35000元	0	1	1
	36000元	0	1	1
	40000元	0	0	0
	50000元	2	2	4
	60000元	0	1	1
	70000元	0	1	1
	80000元	0	1	1
	82938元	0	2	2
	100000元	2	1	3
	111111元	1	0	1
	120000元	0	0	0
	150000元	0	0	0
	300000元	0	1	1
合計		86	253	338

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內在網路上購物的金額	6元	0.08	0.23	0.30
	8元	0.17	0.49	0.66
	96元	1.01	2.99	4.00
	100元	0.26	0.77	1.02
	200元	0.14	0.42	0.56
	289元	0.45	1.33	1.78
	300元	0.84	2.48	3.32
	349元	0.11	0.33	0.44
	390元	0.09	0.27	0.36
	400元	0.17	0.49	0.66
	500元	1.62	4.79	6.41
	580元	0.13	0.40	0.53
	600元	0.37	1.09	1.46
	699元	0.43	1.27	1.70
	700元	0.17	0.50	0.67
	760元	0.15	0.45	0.61
	780元	0.23	0.69	0.92
	799元	0.58	1.70	2.28
	800元	0.35	1.02	1.37
	890元	0.37	1.08	1.45
	900元	0.45	1.32	1.76
	1000元	5.66	16.71	22.37
	1200元	1.03	3.04	4.07
	1280元	0.35	1.02	1.37
	1399元	0.72	2.12	2.84
	1400元	0.15	0.45	0.61
	1500元	1.94	5.72	7.65
	1600元	0.20	0.60	0.80
	1800元	0.20	0.60	0.80
	2000元	7.16	21.14	28.30
	2300元	0.33	0.98	1.31
	2400元	0.10	0.30	0.40
	2500元	1.98	5.84	7.82
	3000元	8.41	24.81	33.22
	3200元	0.19	0.57	0.76
	3500元	0.49	1.44	1.92
	3600元	0.06	0.18	0.24
	3881元	0.24	0.71	0.95
	4000元	1.81	5.33	7.13
	4500元	0.93	2.76	3.69
	4800元	0.51	1.49	2.00
	5000元	11.13	32.85	43.98
	5490元	0.14	0.41	0.55
	5500元	0.43	1.27	1.70
	5800元	0.18	0.53	0.71
	6000元	2.38	7.04	9.42
	6800元	0.86	2.53	3.39
	6900元	0.31	0.93	1.24
	7000元	1.64	4.84	6.48
	8000元	0.62	1.83	2.46
	8800元	0.18	0.53	0.71
	9000元	0.15	0.45	0.61
	9900元	0.27	0.81	1.08
	10000元	9.93	29.32	39.25
	10320元	0.27	0.79	1.06
	12000元	0.78	2.30	3.08
	12800元	0.23	0.67	0.89
	15000元	0.74	2.19	2.93
	18000元	1.29	3.80	5.08
	20000元	4.52	13.33	17.85
	21000元	0.17	0.51	0.69
	23222元	0.25	0.74	0.99
	24000元	0.61	1.79	2.40
	25000元	0.76	2.23	2.99
	30000元	3.28	9.69	12.98
	35000元	0.19	0.57	0.76
	36000元	0.19	0.57	0.76
	40000元	0.09	0.27	0.36
	50000元	0.91	2.68	3.59
	60000元	0.31	0.93	1.24
	70000元	0.19	0.57	0.76
	80000元	0.13	0.40	0.53
	82938元	0.48	1.42	1.90
	100000元	0.75	2.21	2.96
	111111元	0.15	0.45	0.61
	120000元	0.04	0.13	0.17
	150000元	0.04	0.13	0.17
	300000元	0.37	1.08	1.45
合計		85.60	252.68	338.28

變異數$o_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內在網路上購物的金額	6元	0.08	0.03	0.10
	8元	1.46	0.49	1.95
	96元	8.83	2.99	11.82
	100元	2.26	0.77	3.02
	200元	0.14	0.05	0.19
	289元	0.45	0.15	0.60
	300元	0.10	0.03	0.13
	349元	0.11	0.04	0.15
	390元	0.09	0.03	0.12
	400元	0.17	0.06	0.22
	500元	0.13	0.04	0.18
	580元	1.17	0.40	1.56
	600元	0.37	0.13	0.49
	699元	0.43	0.15	0.57
	700元	0.17	0.06	0.23
	760元	0.15	0.05	0.21
	780元	2.04	0.69	2.72
	799元	0.58	0.20	0.77
	800元	0.35	0.12	0.46
	890元	0.37	0.12	0.49
	900元	0.45	0.15	0.60
	1000元	0.39	0.13	0.52
	1200元	1.03	0.35	1.38
	1280元	0.35	0.12	0.46
	1399元	0.72	0.24	0.96
	1400元	1.34	0.45	1.79
	1500元	0.01	0.00	0.01
	1600元	0.20	0.07	0.27
	1800元	0.20	0.07	0.27
	2000元	0.24	0.08	0.32
	2300元	0.33	0.11	0.44
	2400元	0.10	0.03	0.13
	2500元	0.04	0.01	0.05
	3000元	0.01	0.00	0.01
	3200元	0.19	0.07	0.26
	3500元	0.49	0.17	0.65
	3600元	0.06	0.02	0.08
	3881元	0.24	0.08	0.32
	4000元	1.81	0.61	2.42
	4500元	0.93	0.32	1.25
	4800元	0.51	0.17	0.68
	5000元	0.01	0.00	0.02
	5490元	0.14	0.05	0.19
	5500元	0.43	0.15	0.57
	5800元	1.57	0.53	2.10
	6000元	0.01	0.00	0.01
	6800元	0.86	0.29	1.15
	6900元	0.31	0.11	0.42
	7000元	7.40	2.51	9.91
	8000元	0.62	0.21	0.83
	8800元	0.18	0.06	0.24
	9000元	0.15	0.05	0.21
	9900元	0.27	0.09	0.37
	10000元	2.51	0.85	3.36
	10320元	0.27	0.09	0.36
	12000元	0.78	0.26	1.04
	12800元	1.96	0.67	2.63
	15000元	0.74	0.25	0.99
	18000元	1.29	0.44	1.72
	20000元	2.69	0.91	3.61
	21000元	0.17	0.06	0.23
	23222元	2.19	0.74	2.93
	24000元	0.61	0.21	0.81
	25000元	0.00	0.00	0.00
	30000元	0.33	0.11	0.44
	35000元	0.19	0.07	0.26
	36000元	0.19	0.07	0.26
	40000元	0.78	0.27	1.05
	50000元	1.16	0.39	1.56
	60000元	0.31	0.11	0.42
	70000元	0.19	0.07	0.26
	80000元	0.13	0.05	0.18
	82938元	0.48	0.16	0.65
	100000元	2.03	0.69	2.72
	111111元	1.34	0.45	1.79
	120000元	0.04	0.01	0.06
	150000元	0.37	0.13	0.50
	300000元	0.37	0.12	0.49
變異數合計		62.15	21.05	83.21

「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的金額」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的金額」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的金額」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 83.21 · v = (C-1)*(R-1)= 77 χ2(0.95,77)= 98.48 > 83.21

即 · 差異不顯著 · 接受 H_0 ·

表 示「網售者/非網售者」與「最近12個月內在網路上購物的金額」可能無關

「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例	.0%	2	13	15
	1%	0	2	2
	10%	3	11	13
	20%	1	4	5
	30%	3	5	7
	33%	0	0	0
	40%	0	2	2
	50%	10	7	18
	60%	0	7	7
	70%	1	3	3
	80%	2	10	13
	90%	2	4	5
	100%	28	127	155
合計		52	193	245

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例	.0%	3.24	12.03	15.27
	1%	0.44	1.64	2.08
	10%	2.82	10.47	13.29
	20%	1.03	3.82	4.85
	30%	1.51	5.60	7.10
	33%	0.04	0.13	0.17
	40%	0.48	1.78	2.26
	50%	3.76	13.94	17.70
	60%	1.39	5.17	6.56
	70%	0.71	2.65	3.36
	80%	2.67	9.90	12.57
	90%	1.09	4.04	5.14
	100%	32.94	122.18	155.13
合計		52.13	193.34	245.47

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例	.0%	0.18	0.05	0.23
	1%	0.44	0.12	0.56
	10%	0.00	0.00	0.00
	20%	0.06	0.02	0.08
	30%	0.67	0.18	0.85
	33%	0.49	0.13	0.62
	40%	0.48	0.13	0.61
	50%	11.89	3.20	15.09
	60%	1.39	0.38	1.77
	70%	0.05	0.01	0.06
	80%	0.02	0.01	0.03
	90%	0.19	0.05	0.24
	100%	0.74	0.20	0.94
變異數合計		16.61	4.48	21.09

「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 21.09 ，ν = (C-1)*(R-1)= 12 $\chi2(0.95,12)$= 21.02 < 21.09

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「最近12個月內於網路購物時，購買國內產品的金額占整體網路購物(包含國內與國外)金額比例」可能有關

「網售者/非網售者」與「最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用	線上刷卡	100	193	293
	網路銀行轉帳	41	44	84
	實體ATM轉帳	29	45	74
	臨櫃匯款	13	20	33
	貨到付款	67	190	257
	便利商店取貨付款	83	176	259
	手機感應付款	1	4	5
	其他	1	5	6
合計		334	676	1011

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用	線上刷卡	97.08	196.39	293.47
	網路銀行轉帳	27.92	56.48	84.39
	實體ATM轉帳	24.33	49.22	73.56
	臨櫃匯款	10.88	22.01	32.89
	貨到付款	84.95	171.86	256.82
	便利商店取貨付款	85.64	173.25	258.89
	手機感應付款	1.57	3.19	4.76
	其他	1.91	3.85	5.76
合計		334.28	676.25	1011

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用	線上刷卡	0.11	0.05	0.16
	網路銀行轉帳	5.79	2.86	8.65
	實體ATM轉帳	0.86	0.42	1.28
	臨櫃匯款	0.36	0.18	0.54
	貨到付款	3.66	1.81	5.47
	便利商店取貨付款	0.10	0.05	0.16
	手機感應付款	0.18	0.09	0.27
	其他	0.89	0.44	1.32
變異數合計		11.95	5.90	17.85

「網售者/非網售者」與「最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 17.85 ，ν = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 < 17.85

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「最近12個月內透過哪些方式支付網路購物費用」可能有關

「網售者/非網售者」與「最常使用的付款方式」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最常使用的付款方式	線上刷卡	75	146	221
	網路銀行轉帳	9	10	19
	實體ATM轉帳	7	16	23
	臨櫃匯款	2	6	8
	貨到付款	35	113	148
	便利商店取貨付款	33	109	142
	手機感應付款	0	1	1
	其他	0	5	5
合計		161	406	568

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最常使用的付款方式	線上刷卡	62.88	158.16	221.04
	網路銀行轉帳	5.45	13.71	19.16
	實體ATM轉帳	6.42	16.14	22.55
	臨櫃匯款	2.39	6.01	8.40
	貨到付款	42.08	105.83	147.91
	便利商店取貨付款	40.44	101.71	142.15
	手機感應付款	0.36	0.90	1.26
	其他	1.47	3.69	5.15
合計		161.47	406.15	568

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
最常使用的付款方式	線上刷卡	2.53	1.01	3.53
	網路銀行轉帳	2.60	1.03	3.63
	實體ATM轉帳	0.05	0.02	0.07
	臨櫃匯款	0.07	0.03	0.09
	貨到付款	1.20	0.48	1.68
	便利商店取貨付款	1.43	0.57	2.00
	手機感應付款	0.36	0.14	0.50
	其他	1.47	0.58	2.05
變異數合計		9.71	3.86	13.56

「網售者/非網售者」與「最常使用的付款方式」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「最常使用的付款方式」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「最常使用的付款方式」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 13.56 ，ν = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 > 13.56

即，差異不顯著，接受 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「最常使用的付款方式」可能無關

項目		網售者/非網售者			
		網售者		非網售者	
		個數	%	個數	%
最近12個月內在網路上販售商品的金額	8元	1	0.7%	0	0.0%
	50元	2	2.3%	0	0.0%
	96元	2	2.1%	0	0.0%
	200元	1	1.9%	0	0.0%
	300元	1	1.3%	0	0.0%
	400元	0	0.5%	0	0.0%
	500元	7	9.6%	0	0.0%
	600元	2	2.5%	0	0.0%
	800元	1	1.2%	0	0.0%
	1000元	6	8.4%	0	0.0%
	1200元	1	0.7%	0	0.0%
	1500元	4	4.8%	0	0.0%
	1700元	0	0.2%	0	0.0%
	2000元	5	6.7%	0	0.0%
	2800元	1	0.7%	0	0.0%
	3000元	7	9.0%	0	0.0%
	3500元	2	2.3%	0	0.0%
	4000元	1	1.8%	0	0.0%
	4500元	1	1.4%	0	0.0%
	5000元	7	10.1%	0	0.0%
	6000元	1	1.9%	0	0.0%
	7000元	4	4.9%	0	0.0%
	10000元	4	5.9%	0	0.0%
	12000元	2	2.3%	0	0.0%
	15000元	3	3.9%	0	0.0%
	16000元	1	1.2%	0	0.0%
	20000元	0	0.2%	0	0.0%
	23222元	1	1.3%	0	0.0%
	30000元	0	0.3%	0	0.0%
	50000元	2	3.2%	0	0.0%
	70000元	3	3.7%	0	0.0%
	111111元	1	0.8%	0	0.0%
	200000元	2	2.2%	0	0.0%
總計		**74**	**100.0%**	**0**	**0.0%**
平均金額		**13442元**			

項目		網售者/非網售者			
		網售者		非網售者	
		個數	%	個數	%
最近12個月內在網路上販售商品的類型	手機與通訊	38	17.8%	0	0.0%
	精品,包包與服飾配件	23	10.8%	0	0.0%
	美容與彩妝	17	7.9%	0	0.0%
	居家,家具與寢飾	7	3.5%	0	0.0%
	廚房,生活雜貨與文具用品	16	7.4%	0	0.0%
	食品與甜點	17	8.2%	0	0.0%
	玩具	12	5.6%	0	0.0%
	電玩	12	5.7%	0	0.0%
	收藏品與藝術品	5	2.6%	0	0.0%
	寵物用品	4	2.1%	0	0.0%
	音樂或影片(含票券)	2	1.1%	0	0.0%
	圖書與雜誌	14	6.6%	0	0.0%
	嬰幼兒與孕婦用品	8	3.7%	0	0.0%
	汽機車零件用品	4	2.0%	0	0.0%
	水與飲料	1	0.4%	0	0.0%
	電腦軟硬體與週邊配件	6	2.6%	0	0.0%
	數位相機,攝影機,周邊配件	3	1.6%	0	0.0%
	影音與家電	2	1.1%	0	0.0%
	服飾與鞋類(非運動類)	4	1.7%	0	0.0%
	運動,戶外,休閒用品	8	3.8%	0	0.0%
	手錶與流行飾品	1	0.4%	0	0.0%
	美體與保健	3	1.5%	0	0.0%
	旅遊(飯店、機票、票券等)	1	0.4%	0	0.0%
	其他	3	1.5%	0	0.0%
總計		213	100.0%	0	0.0%

項目		網售者/非網售者			
		網售者		非網售者	
		個數	%	個數	%
最近12個月內於國內網站販售商品的金額占您整體網路販售(包含國內與國外)金額比例	.0%	4	6.6%	0	0.0%
	10%	1	2.5%	0	0.0%
	20%	2	2.7%	0	0.0%
	30%	3	4.8%	0	0.0%
	40%	0	0.3%	0	0.0%
	50%	8	13.3%	0	0.0%
	60%	2	2.6%	0	0.0%
	100%	39	67.2%	0	0.0%
總計		**58**	**100.0%**	**0**	**0.0%**
平均比例		78%			

「網售者/非網售者」與「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
決定購買產品或使用服務時，會不會先閱	會	151	451	602
	不會	22	423	444
合計		173	874	1047

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
決定購買產品或使用服務時，會不會先閱	會	99.54	502.93	602.47
	不會	73.42	370.95	444.37
合計		172.96	873.88	1047

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
決定購買產品或使用服務時，會不會先閱	會	26.78	5.30	32.08
	不會	36.31	7.19	43.49
變異數合計		63.08	12.49	75.57

「網售者/非網售者」與「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 75.57 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 75.57

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「決定購買產品或使用服務時，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論」可能有關

「網售者/非網售者」與「在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相	會	70	84	154
	不會	103	798	901
合計		173	883	1055

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相	會	25.26	129.04	154.30
	不會	147.48	753.48	900.96
合計		172.74	882.52	1055

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相	會	79.28	15.52	94.80
	不會	13.58	2.66	16.24
變異數合計		92.86	18.18	111.04

「網售者/非網售者」與「在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 111.04 ，ν = (C-1)*(R-1)= 1 $\chi2(0.95,1)$= 3.84 < 111.04

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「在購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關網路評論」可能有關

「網售者/非網售者」與「使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列	既然被列出，資訊應該是正確	38	158	196
	部分資訊是正確，部分不正確	121	448	569
	從未想過正不正確之問題	7	152	159
合計		166	758	924

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列	既然被列出，資訊應該是正確	35.18	160.56	195.74
	部分資訊是正確，部分不正確	102.29	466.80	569.09
	從未想過正不正確之問題	28.56	130.33	158.88
合計		166.03	757.69	923.72

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列	既然被列出，資訊應該是正確	0.23	0.05	0.28
	部分資訊是正確，部分不正確	3.42	0.75	4.17
	從未想過正不正確之問題	16.24	3.56	19.79
變異數合計		19.88	4.36	24.24

「網售者/非網售者」與「使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 24.24 ，ν = (C-1)*(R-1)= 2 $\chi2(0.95,2)$= 5.99 < 24.24

即，差異顯著，拒絕 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「使用搜尋引擎尋找資訊時，對於搜尋結果的描述，下列哪一個最接近您的意見」可能有關

「網售者/非網售者」與「在網路上購物，您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
在網路上購物，您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情	購物網站看起來很安全	62	98	159
	是我熟悉的公司或是品牌	55	117	172
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	42	78	121
	有擔保我的個資不會外洩	33	100	132
	購物網站由家人/友人所推薦	7	19	26
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	12	22	33
	只要網站要求，我就會輸入我的信用卡或簽帳卡資訊	3	8	11
	其他	0	0	0
合計		213	442	655

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
在網路上購物，您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情	購物網站看起來很安全	51.87	107.54	159.41
	是我熟悉的公司或是品牌	55.93	115.96	171.90
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	39.29	81.45	120.74
	有擔保我的個資不會外洩	43.05	89.25	132.30
	購物網站由家人/友人所推薦	8.45	17.51	25.96
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	10.86	22.52	33.38
	只要網站要求，我就會輸入我的信用卡或簽帳卡資訊	3.56	7.37	10.93
	其他	0.13	0.27	0.39
合計		213.13	441.88	655

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
在網路上購物，您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情	購物網站看起來很安全	1.81	0.87	2.68
	是我熟悉的公司或是品牌	0.02	0.01	0.03
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	0.24	0.12	0.36
	有擔保我的個資不會外洩	2.50	1.21	3.71
	購物網站由家人/友人所推薦	0.36	0.17	0.53
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	0.06	0.03	0.09
	只要網站要求，我就會輸入我的信用卡或簽帳卡資訊	0.01	0.01	0.02
	其他	0.13	0.06	0.19
變異數合計		5.13	2.48	7.61

「網售者/非網售者」與「在網路上購物，您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「在網路上購物，您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「在網路上購物，您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 7.61 ，ν = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 > 7.61

即，差異不顯著，接受 H_0。

表 示「網售者/非網售者」與「在網路上購物，您輸入信用卡或簽帳卡資訊前，會考慮哪些事情」可能無關

「網售者/非網售者」與「現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情	網站是否安全	127	549	676
	是我熟悉的公司或是品牌	61	363	424
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	40	112	152
	有擔保我的個資不會外洩	77	363	439
	網站由家人/友人所推薦	17	156	172
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	27	113	139
	我不會在網站上註冊或提供我的個人資料	3	43	46
	只要網站要求，我就會在線上註冊我的個人資料	6	22	28
	其他	0	4	4
合計		358	1724	2082

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情	網站是否安全	116.24	559.61	675.85
	是我熟悉的公司或是品牌	72.86	350.76	423.62
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	26.23	126.26	152.49
	有擔保我的個資不會外洩	75.58	363.84	439.41
	網站由家人/友人所推薦	29.66	142.81	172.47
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	23.95	115.28	139.22
	我不會在網站上註冊或提供我的個人資料	7.97	38.35	46.32
	只要網站要求，我就會在線上註冊我的個人資料	4.82	23.22	28.05
	其他	0.75	3.60	4.35
合計		358.05	1723.73	2081.79

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情	網站是否安全	1.00	0.21	1.21
	是我熟悉的公司或是品牌	1.91	0.40	2.30
	與其他有保障的付費機制連結(如PayPal等)	7.44	1.55	8.99
	有擔保我的個資不會外洩	0.02	0.00	0.02
	網站由家人/友人所推薦	5.57	1.16	6.73
	確認該網站列在搜尋引擎中(如Google等)	0.31	0.06	0.37
	我不會在網站上註冊或提供我的個人資料	2.75	0.57	3.32
	只要網站要求，我就會在線上註冊我的個人資料	0.40	0.08	0.49
	其他	0.75	0.16	0.90
變異數合計		20.15	4.19	24.34

「網售者/非網售者」與「現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 24.34 ，ν = (C-1)*(R-1)= 8 $\chi2(0.95,8)$= 16.92 < 24.34

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「現今許多網站要求您註冊個人資訊，在您註冊前會考慮哪些事情」可能有關

「網售者/非網售者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響	上網使我與朋友及家人更親近	74	370	444
	上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等	108	349	458
	上網使我獲知最新事件與社會議題	95	354	449
	上網讓生活更便利如網購、網路銀行	105	244	349
	找資料超方便	119	545	664
	生活變得有趣多了	67	339	406
	新的溝通方式使生活更輕鬆	68	306	373
	能夠使工作更具彈性	46	107	153
	接收正向資訊有益身心	37	93	130
	都沒有任何正面影響	2	27	28
合計		721	2733	3454

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響	上網使我與朋友及家人更親近	92.70	351.24	443.94
	上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等	95.59	362.19	457.78
	上網使我獲知最新事件與社會議題	93.84	355.56	449.41
	上網讓生活更便利如網購、網路銀行	72.83	275.96	348.80
	找資料超方便	138.59	525.09	663.68
	生活變得有趣多了	84.75	321.10	405.85
	新的溝通方式使生活更輕鬆	77.98	295.48	373.46
	能夠使工作更具彈性	31.97	121.12	153.08
	接收正向資訊有益身心	27.06	102.53	129.59
	都沒有任何正面影響	5.92	22.45	28.37
合計		721.24	2732.71	3453.95

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響	上網使我與朋友及家人更親近	3.68	0.97	4.65
	上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等	1.71	0.45	2.16
	上網使我獲知最新事件與社會議題	0.02	0.01	0.03
	上網讓生活更便利如網購、網路銀行	14.11	3.72	17.83
	找資料超方便	2.76	0.73	3.49
	生活變得有趣多了	3.76	0.99	4.75
	新的溝通方式使生活更輕鬆	1.38	0.36	1.75
	能夠使工作更具彈性	6.19	1.63	7.83
	接收正向資訊有益身心	3.70	0.98	4.68
	都沒有任何正面影響	2.93	0.77	3.71
變異數合計		40.25	10.62	50.87

「網售者/非網售者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 50.87 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 50.87

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「網路使用對您工作或日常生活造成哪些正面影響」可能有關

「網售者/非網售者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響	影響家務	44	94	139
	影響作息/第二天感到疲憊	88	179	267
	視力退化/肩頸痠痛/影響健康	106	503	610
	減少與親友共度或互動的時光	55	138	193
	影響工作或學業的表現	18	50	68
	上班或上課遲到	8	31	39
	都沒有任何負面影響	24	236	260
	其他	1	0	1
合計		344	1232	1576

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響	影響家務	30.31	108.38	138.69
	影響作息/第二天感到疲憊	58.39	208.80	267.19
	視力退化/肩頸痠痛/影響健康	133.20	476.37	609.57
	減少與親友共度或互動的時光	42.20	150.93	193.14
	影響工作或學業的表現	14.81	52.97	67.79
	上班或上課遲到	8.46	30.25	38.71
	都沒有任何負面影響	56.88	203.40	260.28
	其他	0.24	0.86	1.10
合計		344.49	1231.97	1576

變異數$\sigma_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響	影響家務	6.45	1.80	8.25
	影響作息/第二天感到疲憊	14.76	4.13	18.89
	視力退化/肩頸痠痛/影響健康	5.49	1.53	7.02
	減少與親友共度或互動的時光	3.80	1.06	4.86
	影響工作或學業的表現	0.78	0.22	0.99
	上班或上課遲到	0.05	0.01	0.06
	都沒有任何負面影響	18.63	5.21	23.84
	其他	3.06	0.86	3.92
變異數合計		53.01	14.82	67.83

「網售者/非網售者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 67.83 ，ν = (C-1)*(R-1)= 7 $\chi2(0.95,7)$= 14.07 < 67.83

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「使用網路對您工作、學習或日常生活會造成哪些負面影響」可能有關

「網售者/非網售者」與「睡覺時確認手機在身邊」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
睡覺時確認手機在身邊	1分	10	160	171
	2分	8	72	80
	3分	1	84	86
	4分	7	73	80
	5分	30	109	139
	6分	15	51	66
	7分	7	72	80
	8分	21	78	99
	9分	18	63	81
	10分	55	122	177
合計		171	886	1057

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
睡覺時確認手機在身邊	1分	27.65	143.03	170.68
	2分	12.90	66.72	79.62
	3分	13.86	71.69	85.54
	4分	12.95	67.01	79.97
	5分	22.51	116.42	138.93
	6分	10.67	55.18	65.85
	7分	12.88	66.62	79.50
	8分	16.04	82.97	99.01
	9分	13.10	67.79	80.89
	10分	28.71	148.49	177.20
合計		171.26	885.93	1057.19

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
睡覺時確認手機在身邊	1分	10.80	2.09	12.89
	2分	2.21	0.43	2.63
	3分	11.41	2.20	13.61
	4分	3.05	0.59	3.64
	5分	2.23	0.43	2.66
	6分	1.48	0.29	1.76
	7分	2.55	0.49	3.04
	8分	1.51	0.29	1.80
	9分	1.57	0.30	1.87
	10分	24.82	4.80	29.62
變異數合計		61.62	11.91	73.53

「網售者/非網售者」與「睡覺時確認手機在身邊」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「睡覺時確認手機在身邊」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「睡覺時確認手機在身邊」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 73.53 · v = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 73.53

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「睡覺時確認手機在身邊」可能有關

「網售者/非網售者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	1分	11	153	163
	2分	0	58	59
	3分	6	102	108
	4分	4	40	44
	5分	30	114	144
	6分	13	68	81
	7分	8	61	69
	8分	33	110	143
	9分	18	62	80
	10分	49	116	166
合計		172	884	1056

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	1分	26.61	136.59	163.20
	2分	9.55	49.01	58.56
	3分	17.53	90.00	107.54
	4分	7.24	37.19	44.43
	5分	23.43	120.25	143.68
	6分	13.14	67.43	80.57
	7分	11.32	58.09	69.41
	8分	23.27	119.45	142.72
	9分	13.01	66.79	79.80
	10分	27.05	138.82	165.87
合計		172.15	883.62	1055.76

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	1分	9.57	1.86	11.43
	2分	8.77	1.71	10.48
	3分	8.22	1.60	9.82
	4分	1.36	0.27	1.63
	5分	1.77	0.35	2.12
	6分	0.00	0.00	0.00
	7分	0.83	0.16	0.99
	8分	3.76	0.73	4.50
	9分	2.11	0.41	2.52
	10分	18.53	3.61	22.14
變異數合計		54.93	10.70	65.63

「網售者/非網售者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 65.63 · v = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 65.63

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)」可能有關

「網售者/非網售者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	1分	9	184	194
	2分	9	66	75
	3分	6	79	85
	4分	6	45	51
	5分	24	108	132
	6分	11	68	79
	7分	7	75	81
	8分	24	81	105
	9分	19	69	87
	10分	58	107	165
合計		172	883	1055

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	1分	31.56	162.34	193.90
	2分	12.20	62.72	74.92
	3分	13.77	70.81	84.58
	4分	8.35	42.92	51.27
	5分	21.48	110.45	131.92
	6分	12.93	66.48	79.41
	7分	13.26	68.19	81.44
	8分	17.08	87.82	104.89
	9分	14.23	73.17	87.40
	10分	26.87	138.17	165.03
合計		171.70	883.07	1054.77

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	1分	15.45	3.00	18.45
	2分	0.87	0.17	1.04
	3分	4.86	0.94	5.80
	4分	0.79	0.15	0.94
	5分	0.36	0.07	0.43
	6分	0.23	0.05	0.28
	7分	3.09	0.60	3.69
	8分	2.44	0.48	2.92
	9分	1.29	0.25	1.54
	10分	35.03	6.81	41.85
變異數合計		64.41	12.52	76.94

「網售者/非網售者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 76.94 · v = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 76.94

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)」可能有關

「網售者/非網售者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	1分	25	281	306
	2分	10	93	103
	3分	15	86	101
	4分	8	61	70
	5分	23	96	118
	6分	16	54	70
	7分	8	50	57
	8分	16	52	68
	9分	14	51	64
	10分	36	60	95
合計		171	883	1054

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	1分	49.59	256.32	305.91
	2分	16.73	86.49	103.22
	3分	16.37	84.60	100.96
	4分	11.30	58.41	69.71
	5分	19.19	99.21	118.40
	6分	11.34	58.64	69.98
	7分	9.30	48.08	57.38
	8分	11.06	57.18	68.24
	9分	10.41	53.83	64.24
	10分	15.48	80.00	95.48
合計		170.78	882.74	1053.52

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	1分	12.18	2.36	14.53
	2分	2.56	0.49	3.05
	3分	0.17	0.03	0.20
	4分	0.74	0.14	0.89
	5分	0.72	0.14	0.85
	6分	2.20	0.43	2.63
	7分	0.28	0.05	0.33
	8分	2.23	0.43	2.66
	9分	1.05	0.20	1.25
	10分	26.66	5.16	31.82
變異數合計		48.78	9.44	58.22

「網售者/非網售者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 58.22 · v = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 58.22

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)」可能有關

「網售者/非網售者」與「您和朋友及家人交流方式」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
您和朋友及家人交流方式	面對面	137	757	895
	寄信	4	17	22
	電郵	11	49	60
	打電話	96	668	764
	網路電話	75	393	469
	視訊電話	17	107	125
	簡訊	22	43	65
	社群媒體	29	119	148
合計		392	2155	2546

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
您和朋友及家人交流方式	面對面	137.57	757.04	894.62
	寄信	3.33	18.33	21.67
	電郵	9.23	50.80	60.03
	打電話	117.49	646.54	764.03
	網路電話	72.05	396.48	468.53
	視訊電話	19.19	105.62	124.82
	簡訊	9.96	54.79	64.75
	社群媒體	22.72	125.05	147.77
合計		391.55	2154.64	2546

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
您和朋友及家人交流方式	面對面	0.00	0.00	0.00
	寄信	0.29	0.05	0.34
	電郵	0.53	0.10	0.62
	打電話	3.92	0.71	4.63
	網路電話	0.13	0.02	0.16
	視訊電話	0.17	0.03	0.20
	簡訊	13.50	2.45	15.95
	社群媒體	1.51	0.27	1.78
變異數合計		20.04	3.64	23.68

「網售者/非網售者」與「您和朋友及家人交流方式」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「您和朋友及家人交流方式」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「您和朋友及家人交流方式」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 23.68 · ν = (C-1)*(R-1)= 7 χ2(0.95,7)= 14.07 < 23.68

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「您和朋友及家人交流方式」可能有關

「網售者/非網售者」與「若不能上網人生無趣」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
若不能上網人生無趣	1分	13	136	149
	2分	3	74	76
	3分	8	104	111
	4分	11	65	76
	5分	25	125	150
	6分	7	70	77
	7分	19	77	96
	8分	27	114	141
	9分	13	41	54
	10分	48	80	128
合計		174	884	1058

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
若不能上網人生無趣	1分	24.52	124.70	149.21
	2分	12.55	63.83	76.38
	3分	18.32	93.16	111.47
	4分	12.48	63.48	75.96
	5分	24.66	125.42	150.08
	6分	12.61	64.15	76.76
	7分	15.77	80.21	95.98
	8分	23.18	117.87	141.04
	9分	8.83	44.89	53.72
	10分	20.97	106.66	127.64
合計		173.90	884.37	1058.27

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
若不能上網人生無趣	1分	5.63	1.11	6.74
	2分	7.60	1.50	9.10
	3分	6.10	1.20	7.30
	4分	0.28	0.05	0.33
	5分	0.02	0.00	0.02
	6分	2.32	0.46	2.78
	7分	0.74	0.15	0.89
	8分	0.79	0.16	0.95
	9分	2.02	0.40	2.41
	10分	34.07	6.70	40.77
變異數合計		59.58	11.72	71.30

「網售者/非網售者」與「若不能上網人生無趣」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「若不能上網人生無趣」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「若不能上網人生無趣」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 71.30 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 71.30

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「若不能上網人生無趣」可能有關

「網售者/非網售者」與「不上網不知道如何找到資料」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網不知道如何找到資料	1分	8	108	116
	2分	6	64	70
	3分	12	86	98
	4分	8	62	71
	5分	29	127	156
	6分	11	63	74
	7分	18	82	100
	8分	24	124	147
	9分	14	68	82
	10分	43	95	138
合計		173	878	1052

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網不知道如何找到資料	1分	19.19	97.29	116.48
	2分	11.49	58.24	69.73
	3分	16.06	81.46	97.52
	4分	11.63	59.00	70.63
	5分	25.73	130.45	156.18
	6分	12.15	61.60	73.74
	7分	16.48	83.59	100.07
	8分	24.27	123.10	147.37
	9分	13.54	68.65	82.18
	10分	22.70	115.10	137.80
合計		173.24	878.47	1051.71

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網不知道如何找到資料	1分	6.10	1.20	7.30
	2分	2.45	0.48	2.94
	3分	1.21	0.24	1.45
	4分	0.91	0.18	1.09
	5分	0.49	0.10	0.58
	6分	0.20	0.04	0.24
	7分	0.08	0.01	0.09
	8分	0.01	0.00	0.01
	9分	0.02	0.00	0.02
	10分	18.65	3.68	22.33
變異數合計		30.12	5.94	36.06

「網售者/非網售者」與「不上網不知道如何找到資料」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「不上網不知道如何找到資料」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「不上網不知道如何找到資料」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 36.06 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 36.06

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「不上網不知道如何找到資料」可能有關

「網售者/非網售者」與「不上網不知道外界發生什麼事件」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網不知道外界發生什麼事件	1分	7	149	156
	2分	4	55	59
	3分	14	90	104
	4分	7	49	56
	5分	32	140	172
	6分	20	69	88
	7分	16	72	89
	8分	25	101	126
	9分	13	77	90
	10分	35	80	115
合計		174	881	1055

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網不知道外界發生什麼事件	1分	25.74	130.38	156.12
	2分	9.75	49.40	59.15
	3分	17.10	86.65	103.75
	4分	9.28	47.03	56.31
	5分	28.30	143.34	171.64
	6分	14.57	73.83	88.41
	7分	14.62	74.04	88.66
	8分	20.75	105.09	125.84
	9分	14.85	75.22	90.06
	10分	18.94	95.93	114.86
合計		173.90	880.91	1054.81

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網不知道外界發生什麼事件	1分	13.37	2.64	16.00
	2分	2.93	0.58	3.50
	3分	0.56	0.11	0.67
	4分	0.45	0.09	0.54
	5分	0.50	0.10	0.59
	6分	1.88	0.37	2.25
	7分	0.22	0.04	0.26
	8分	0.79	0.16	0.95
	9分	0.20	0.04	0.24
	10分	13.40	2.64	16.04
變異數合計		34.29	6.77	41.06

「網售者/非網售者」與「不上網不知道外界發生什麼事件」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「不上網不知道外界發生什麼事件」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「不上網不知道外界發生什麼事件」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 41.06 · ν = (C-1)*(R-1)= 9 χ2(0.95,9)= 16.92 < 41.06

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「不上網不知道外界發生什麼事件」可能有關

「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得焦慮」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網讓我覺得焦慮	1分	14	203	217
	2分	9	71	80
	3分	11	87	98
	4分	11	72	83
	5分	35	154	190
	6分	9	72	81
	7分	17	56	73
	8分	17	72	89
	9分	14	48	62
	10分	35	47	83
合計		173	882	1055

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網讓我覺得焦慮	1分	35.59	181.13	216.72
	2分	13.14	66.88	80.02
	3分	16.13	82.09	98.22
	4分	13.61	69.29	82.90
	5分	31.14	158.48	189.62
	6分	13.30	67.68	80.98
	7分	12.02	61.17	73.19
	8分	14.66	74.62	89.28
	9分	10.10	51.42	61.53
	10分	13.56	69.00	82.55
合計		173.24	881.76	1055.00

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網讓我覺得焦慮	1分	13.02	2.56	15.58
	2分	1.54	0.30	1.84
	3分	1.42	0.28	1.70
	4分	0.46	0.09	0.55
	5分	0.58	0.11	0.70
	6分	1.19	0.23	1.42
	7分	2.22	0.44	2.66
	8分	0.41	0.08	0.49
	9分	1.24	0.24	1.48
	10分	35.28	6.93	42.21
變異數合計		57.35	11.27	68.62

「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得焦慮」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得焦慮」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得焦慮」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 68.62 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 68.62

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得焦慮」可能有關

「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得失落」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網讓我覺得失落	1分	14	223	236
	2分	6	73	79
	3分	14	94	108
	4分	11	59	70
	5分	33	142	175
	6分	15	67	83
	7分	14	51	65
	8分	20	75	95
	9分	12	48	60
	10分	34	50	84
合計		173	882	1056

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網讓我覺得失落	1分	38.78	197.55	236.33
	2分	13.02	66.31	79.33
	3分	17.73	90.32	108.05
	4分	11.43	58.24	69.68
	5分	28.75	146.47	175.22
	6分	13.56	69.05	82.61
	7分	10.72	54.59	65.31
	8分	15.59	79.40	94.99
	9分	9.91	50.47	60.38
	10分	13.75	70.03	83.77
合計		173.24	882.43	1055.66

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
不上網讓我覺得失落	1分	16.21	3.18	19.40
	2分	3.28	0.64	3.92
	3分	0.95	0.19	1.14
	4分	0.03	0.01	0.04
	5分	0.60	0.12	0.72
	6分	0.22	0.04	0.26
	7分	1.03	0.20	1.23
	8分	1.41	0.28	1.68
	9分	0.56	0.11	0.68
	10分	29.32	5.76	35.08
變異數合計		53.62	10.53	64.15

「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得失落」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得失落」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得失落」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 64.15 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 64.15

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「不上網讓我覺得失落」可能有關

「網售者/非網售者」與「我覺得脫離網路很困難」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我覺得脫離網路很困難	1分	10	190	201
	2分	2	70	73
	3分	8	82	90
	4分	13	53	65
	5分	27	128	155
	6分	20	67	86
	7分	10	65	74
	8分	24	91	115
	9分	18	67	85
	10分	42	65	106
合計		174	878	1052

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我覺得脫離網路很困難	1分	33.20	167.62	200.81
	2分	12.01	60.61	72.62
	3分	14.91	75.27	90.18
	4分	10.81	54.60	65.41
	5分	25.70	129.74	155.44
	6分	14.27	72.07	86.34
	7分	12.27	61.97	74.24
	8分	19.05	96.20	115.26
	9分	14.07	71.01	85.08
	10分	17.60	88.88	106.48
合計		173.90	877.97	1051.86

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
我覺得脫離網路很困難	1分	15.55	3.08	18.63
	2分	7.56	1.50	9.06
	3分	3.06	0.61	3.67
	4分	0.29	0.06	0.35
	5分	0.10	0.02	0.12
	6分	1.94	0.38	2.32
	7分	0.61	0.12	0.73
	8分	1.39	0.28	1.67
	9分	1.03	0.20	1.24
	10分	33.05	6.55	39.60
變異數合計		64.59	12.79	77.38

「網售者/非網售者」與「我覺得脫離網路很困難」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「我覺得脫離網路很困難」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「我覺得脫離網路很困難」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 77.38 ，v = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi 2(0.95,9)$= 16.92 < 77.38

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「我覺得脫離網路很困難」可能有關

「網售者/非網售者」與「當我無法連網時，猶如脫離真實世界」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	1分	17	216	233
	2分	4	84	88
	3分	14	82	96
	4分	12	73	86
	5分	30	145	175
	6分	12	67	79
	7分	20	56	76
	8分	17	52	69
	9分	13	57	69
	10分	34	43	77
合計		174	875	1049

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	1分	38.67	194.59	233.26
	2分	14.62	73.57	88.19
	3分	15.93	80.13	96.06
	4分	14.21	71.48	85.69
	5分	29.05	146.17	175.23
	6分	13.15	66.15	79.29
	7分	12.56	63.19	75.75
	8分	11.41	57.43	68.85
	9分	11.51	57.90	69.40
	10分	12.79	64.34	77.13
合計		173.90	874.95	1048.85

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
當我無法連網時，猶如脫離真實世界	1分	11.60	2.30	13.90
	2分	7.19	1.43	8.62
	3分	0.17	0.03	0.20
	4分	0.21	0.04	0.25
	5分	0.05	0.01	0.06
	6分	0.10	0.02	0.12
	7分	4.08	0.81	4.89
	8分	2.31	0.46	2.76
	9分	0.17	0.03	0.20
	10分	34.67	6.89	41.56
變異數合計		60.53	12.03	72.56

「網售者/非網售者」與「當我無法連網時，猶如脫離真實世界」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「當我無法連網時，猶如脫離真實世界」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「當我無法連網時，猶如脫離真實世界」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 72.56 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 72.56

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「當我無法連網時，猶如脫離真實世界」可能有關

「網售者/非網售者」與「當我上網時我覺得自己正在工作」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
當我上網時我覺得自己正在工作	1分	17	241	258
	2分	13	63	76
	3分	10	95	105
	4分	15	58	73
	5分	31	135	165
	6分	15	77	93
	7分	18	54	71
	8分	16	60	76
	9分	9	62	71
	10分	30	33	63
合計		174	878	1052

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
當我上網時我覺得自己正在工作	1分	42.68	215.50	258.18
	2分	12.64	63.82	76.46
	3分	17.41	87.90	105.31
	4分	12.05	60.82	72.87
	5分	27.33	137.99	165.32
	6分	15.31	77.31	92.62
	7分	11.80	59.59	71.39
	8分	12.60	63.63	76.23
	9分	11.72	59.16	70.88
	10分	10.35	52.26	62.62
合計		173.90	877.98	1051.87

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
當我上網時我覺得自己正在工作	1分	15.26	3.02	18.28
	2分	0.02	0.00	0.02
	3分	3.14	0.62	3.77
	4分	0.91	0.18	1.09
	5分	0.43	0.09	0.52
	6分	0.00	0.00	0.00
	7分	2.92	0.58	3.49
	8分	0.78	0.16	0.94
	9分	0.47	0.09	0.56
	10分	35.45	7.02	42.47
變異數合計		59.39	11.76	71.15

「網售者/非網售者」與「當我上網時我覺得自己正在工作」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「當我上網時我覺得自己正在工作」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「當我上網時我覺得自己正在工作」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 71.15 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 71.15

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「當我上網時我覺得自己正在工作」可能有關

「網售者/非網售者」與「因為有網路讓我的生活不無聊」的獨立性檢定

觀測值O_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
因為有網路讓我的生活不無聊	1分	6	84	90
	2分	4	47	51
	3分	10	57	67
	4分	8	53	61
	5分	24	142	165
	6分	9	93	102
	7分	17	77	94
	8分	31	105	136
	9分	17	108	124
	10分	48	116	163
合計		174	881	1055

理論值E_i		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
因為有網路讓我的生活不無聊	1分	14.83	75.08	89.90
	2分	8.49	42.97	51.46
	3分	11.12	56.31	67.42
	4分	10.03	50.82	60.85
	5分	27.26	138.03	165.29
	6分	16.84	85.29	102.13
	7分	15.48	78.41	93.89
	8分	22.43	113.59	136.02
	9分	20.46	103.61	124.07
	10分	26.96	136.52	163.48
合計		173.90	880.62	1054.52

變異數$\alpha_i^2 = (O_i - E_i)^2 / E_i$		網售者/非網售者		合計
		網售者	非網售者	
因為有網路讓我的生活不無聊	1分	5.42	1.07	6.49
	2分	2.34	0.46	2.80
	3分	0.04	0.01	0.05
	4分	0.55	0.11	0.66
	5分	0.45	0.09	0.54
	6分	3.42	0.67	4.09
	7分	0.24	0.05	0.28
	8分	3.47	0.69	4.16
	9分	0.75	0.15	0.90
	10分	15.94	3.15	19.09
變異數合計		32.63	6.44	39.07

「網售者/非網售者」與「因為有網路讓我的生活不無聊」的獨立性檢定

H_0：「網售者/非網售者」與「因為有網路讓我的生活不無聊」可能無關

H_1：「網售者/非網售者」與「因為有網路讓我的生活不無聊」可能有關

採用卡方檢定： http://netstat.stat.tku.edu.tw/prob.php

χ^2= 39.07 ，ν = (C-1)*(R-1)= 9 $\chi2(0.95,9)$= 16.92 < 39.07

即，差異顯著，拒絕 H_0，

表 示「網售者/非網售者」與「因為有網路讓我的生活不無聊」可能有關

本文結束，感謝您的閱讀。