

新竹市 107 年有線電視服務品質及收視戶滿意度
調查報告書



主辦機關：新竹市政府

執行單位：循證民調有限公司

中華民國 107 年 8 月

目錄

表目錄 V

圖目錄 VII

摘要 IX

一、	有線電視安裝情形	IX
二、	數位機上盒數量及數位服務使用情形	IX
三、	有線電視業者服務品質	X
四、	收視習慣	XI
五、	節目品質	XI
六、	分組付費	XI
七、	收視費用	XI
八、	公用頻道收視及滿意度	XII
九、	自製頻道收視及滿意度	XII
十、	整體滿意度	XII
十一、	建議	XIII
第壹章	調查概述	1
第一節	調查目的及內容	1
壹、	專案名稱	1
貳、	調查目的	1
參、	調查內容與問卷架構	1
第二節	調查設計與研究分析方法	3
壹、	專案期間	3
貳、	調查區域範圍	3
參、	調查對象	3
肆、	調查方式	3
伍、	抽樣設計與執行方式	3
陸、	資料分析方法	5
柒、	統計分析方法	6

第三節	訪問結果及樣本代表性分析.....	8
壹、	有效樣本數與抽樣誤差.....	8
貳、	撥號結果.....	8
參、	樣本代表性檢定.....	9
第貳章	受訪者結構分析.....	11
第一節	性別結構.....	11
第二節	年齡結構.....	12
第三節	教育程度結構.....	13
第四節	職業結構.....	14
第五節	居住地區結構.....	15
第參章	調查分析結果.....	16
第一節	有線電視安裝情形.....	16
壹、	安裝有線電視.....	16
貳、	沒有安裝有線電視的原因.....	18
第二節	數位機上盒數量及數位服務使用情形.....	21
壹、	數位機上盒數量.....	21
貳、	數位服務使用情形.....	23
第三節	有線電視業者服務品質.....	25
壹、	跑馬燈干擾程度.....	25
貳、	客服接觸經驗.....	27
參、	客服滿意度.....	29
肆、	工程維修人員接觸經驗.....	31
伍、	工程維修人員滿意度.....	33
陸、	申裝及安裝過程.....	35
柒、	主動推銷方案情形.....	37
捌、	推銷方案過程資訊告知狀況.....	39
第四節	收視習慣.....	40
第五節	節目品質.....	42
壹、	頻道種類多樣化.....	42

貳、	訊號品質滿意度	44
第六節	分組付費及收視費用	46
壹、	分組付費知曉度	46
貳、	分組頻道組合滿意度	48
參、	收視費用	51
肆、	調降基本頻道收視費用知曉度	53
伍、	退費速度滿意度	55
陸、	帳單標示清楚度	57
第七節	公用頻道	59
壹、	公用頻道知曉度	59
貳、	公用頻道收視情形	61
參、	公用頻道滿意度	62
肆、	公用頻道使用意願	63
第八節	自製頻道	65
壹、	自製頻道收視情形	65
貳、	自製頻道滿意度	67
第九節	整體服務滿意度	69
第肆章	結論與建議	73
第一節	結論	73
第二節	建議	92

表目錄

表 1- 1 新竹有線電視訂戶數統計表.....	1
表 1- 2 調查問卷架構.....	2
表 1- 3 樣本配置.....	4
表 1- 4 電話接觸紀錄表.....	9
表 1- 5 樣本卡方適合度檢定表.....	10
表 2- 1 受訪者性別分布狀況.....	11
表 2- 2 受訪者年齡分布狀況.....	12
表 2- 3 受訪者教育程度分布狀況.....	13
表 2- 4 受訪者職業分布狀況.....	14
表 2- 5 受訪者居住地區結構.....	15
表 3- 1 有線電視安裝率.....	16
表 3- 2 有線電視未安裝原因.....	19
表 3- 3 數位機上盒數量.....	21
表 3- 4 數位服務使用情形.....	23
表 3- 5 跑馬燈干擾程度.....	25
表 3- 6 客服接觸經驗.....	27
表 3- 7 客服滿意度.....	29
表 3- 8 工程維修人員接觸經驗.....	31
表 3- 9 工程維修人員滿意度.....	33
表 3- 10 申裝及安裝過程.....	35
表 3- 11 主動推銷方案情形.....	37
表 3- 12 推銷方案過程資訊告知狀況.....	39
表 3- 13 最常收看的頻道.....	40
表 3- 14 頻道種類多樣化滿意度.....	42
表 3- 15 訊號品質滿意度.....	44

表 3- 16 分組付費知曉度	46
表 3- 17 分組頻道組合滿意度	48
表 3- 18 不滿意分組頻道內容及價格的原因	49
表 3- 19 收視費用	51
表 3- 20 調降基本頻道收視費用知曉度	53
表 3- 21 退費速度滿意度	55
表 3- 22 帳單標示清楚度	57
表 3- 23 公用頻道知曉度	59
表 3- 24 公用頻道收視情形	61
表 3- 25 公用頻道滿意度	62
表 3- 26 公用頻道使用意願	63
表 3- 27 自製頻道收視情形	65
表 3- 28 自製頻道滿意度	67
表 3- 29 整體滿意度	69
表 3- 30 有線電視業者需要改善的地方	71
表 4- 1 未安裝原因	74
表 4- 2 數位機上盒數量及數位服務使用情形	75
表 4- 3 最常收看的頻道歷年比較	79

圖目錄

圖 2- 1 受訪者性別分布狀況	11
圖 2- 2 受訪者年齡分布狀況	12
圖 2- 3 受訪者教育程度分布狀況.....	13
圖 2- 4 受訪者職業分布狀況	14
圖 2- 5 受訪者居住地區結構	15
圖 3- 1 有線電視安裝率	16
圖 3- 2 有線電視未安裝原因	20
圖 3- 3 數位機上盒數量	21
圖 3- 4 數位服務使用情形.....	24
圖 3- 5 跑馬燈干擾程度	25
圖 3- 6 客服接觸經驗.....	28
圖 3- 7 客服滿意度	29
圖 3- 8 工程維修人員接觸經驗.....	32
圖 3- 9 工程維修人員滿意度	33
圖 3- 10 申裝及安裝過程	36
圖 3- 11 主動推銷方案情形	37
圖 3- 12 推銷方案過程資訊告知狀況.....	39
圖 3- 13 最常收看的頻道	41
圖 3- 14 頻道種類多樣化滿意度.....	42
圖 3- 15 訊號品質滿意度	44
圖 3- 16 分組付費知曉度	46
圖 3- 17 分組頻道組合滿意度	48
圖 3- 18 不滿意分組頻道內容及價格的原因	50
圖 3- 19 收視費用	51
圖 3- 20 調降基本頻道收視費用知曉度	53
圖 3- 21 退費速度滿意度	55

圖 3- 22 帳單標示清楚度	57
圖 3- 23 公用頻道知曉度	59
圖 3- 24 公用頻道收視情形	61
圖 3- 25 公用頻道滿意度	62
圖 3- 26 公用頻道使用意願	63
圖 3- 27 自製頻道收視情形	65
圖 3- 28 自製頻道滿意度	67
圖 3- 29 整體滿意度	69
圖 3- 30 有線電視業者需要改善的地方	72
圖 4- 1 歷年安裝情形	73
圖 4- 2 歷年跑馬燈干擾程度	76
圖 4- 3 歷年電話客服人員滿意度	77
圖 4- 4 歷年工程維修人員滿意度	78
圖 4- 5 歷年節目頻道種類多樣化滿意度	80
圖 4- 6 歷年訊號品質滿意度	81
圖 4- 7 歷年分組付費知曉度	82
圖 4- 8 歷年分組付費知曉度	83
圖 4- 9 歷年公用頻道知曉度	85
圖 4- 10 歷年公用頻道收視情形	86
圖 4- 11 歷年公用頻道滿意度	87
圖 4- 12 歷年公用頻道使用意願	88
圖 4- 13 歷年自製頻道收視情形	89
圖 4- 14 歷年自製頻道滿意度	90
圖 4- 15 歷年整體服務滿意度	91
圖 5- 1 各縣市收視費用圖	93

摘要

新竹市政府為瞭解市民在有線電視使用的情形，針對有線電視系統業者的服務品質，以及收視戶對業者提供之服務的滿意度進行調查，以提升新竹市有線電視服務品質。

本調查自 107 年 8 月 14 至 8 月 20 日止，採電話訪問方式進行。針對戶籍設於新竹市且年滿 20 歲以上的民眾進行抽樣訪問，共計完成 1,386 份，在 95%信心水準之下，抽樣誤差為 $\pm 2.63\%$ 。將本調查分為有線電視安裝情形、數位機上盒使用情形及評價、有線電視業者服務品質、收視習慣、節目品質、分組付費、收視費用、公用頻道收視及滿意度、自製頻道收視及滿意度、整體滿意度及基本資料等部分進行論述。

一、有線電視安裝情形

根據本次調查，有 76.3%的受訪者家中「有」安裝有線電視，15.1%表示「曾經安裝過，已拆機」；另外，有 8.6%表示「從來沒有安裝過」。

進一步詢問沒有安裝的主要原因，有 39.4%的受訪者表示「沒有看電視的習慣或需求」，其次為「費用太貴」占 24.6%，第三則是「已安裝中華電信 MOD」占 16.3%；另外有 1.8%表示「不知道/無意見」。

二、數位機上盒使用情形及評價

有安裝有線電視的受訪者中，以家中有「2 台」數位機上盒的比率最高，占 35.0%，其次為「1 台」占 28.4%；另外，有 2.9%表示「不知道/無意見」。

受訪者曾經使用過的數位服務以「收看付費數位節目」的比率最高，為 14.9%，其次為「HomePlay 多螢幕分享/手機與電視螢幕互相切換」占 10.1%；另外有 68.6%表示「都沒用過」，而有 0.4%表示「不知道/無意見」。

三、有線電視業者服務品質

對於有線電視的跑馬燈的干擾程度，有 71.7%表示不嚴重，22.5%表示嚴重；另外「不知道/無意見」占 5.8%。

受訪者中有 44.7%有接觸過電話客服人員，其主要原因以「斷訊」的比率最高，占 17.4%，其次為「訊號不穩」占 9.3%，第三為「機上盒/遙控器故障」占 8.1%；另外有 2.3%表示「不知道/無意見」。對於接觸電話客服人員的經驗，有 76.2%表示滿意，20.6%不滿意；另外「不知道/無意見」占 3.2%。

有 47.5%有接觸過工程維修人員，其主要原因以「裝機/移機/復機」的比率最高，占 16.2%，其次為「數位機上盒故障」占 8.5%，第三為「斷訊」占 8.0%；另外 2.5%表示「不知道/無意見」。對於接觸工程維修人員的經驗，有 89.8%表示滿意，8.2%不滿意；另外「不知道/無意見/拒答」占 2.0%。

在有線電視申裝及安裝過程中，受訪者表示有明確告知「遙控器使用及操作方式」比率最高，占 77.2%，其次為「客服維修專線」占 55.3%，第三則為「前 2 台數位機上盒免租金、保證金（需裝機費）」占 53.8%；另外有 16.3%的受訪者表示「沒參與過申裝或安裝的過程」，1.4%受訪者表示「都沒有告知」；另外「不知道/無意見」占 0.8%。

在電視業者主動推銷方案情形，受訪者表示「沒有」的比率為 68.2%，「有」的比率為 23.1%；另外「不知道/無意見」占 8.7%。

在電視業者推銷過程中，所告知的資訊方面，受訪者表示有告知「推銷方案內容」比率最高，占 84.2%，其次為「推銷方案各項費用」占 78.7%，第三則為「推銷方案解約規定」占 37.6%；另外「不知道/無意見」占 10.0%。

四、收視習慣

最常看的頻道以「新聞類」比率最高，占 58.3%，其次為「綜合台類」占 38.2%，第三則為「公益類」占 23.3%；另外有 13.0%表示「不確定頻道」。

五、節目品質

對於頻道種類多樣化，有 74.4%的受訪者感到滿意，17.0%感到不滿意；另外有 8.7%表示「不知道/無意見」。

對於訊號品質的穩定，包括畫面與聲音清晰度，有 87.4%的受訪者感到滿意，10.0%感到不滿意；另外有 2.5%表示「不知道/無意見」。

六、分組付費

新竹市有線電視已推行分組付費制度，有 11.9%的受訪者表示「知道」，88.1%表示「不知道」。

對於分組頻道組合內容及價格，有 24.9%的受訪者感到滿意，31.9%感到不滿意；另外有 43.2%表示「不知道/無意見」；進一步詢問不滿意的原因，以「基本組合費用太高」占 59.2%，其次為「頻道組合內容不吸引人」占 29.7%，第三則為「資訊不夠透明」占 5.7%；另外有 6.9%表示「不知道/無意見」。

七、收視費用

受訪者認為在提供分組付費制度下，合理的收視費用範圍為每個月以「201~400 元」比率最高，占 27.3%，其次為「401~600 元」占 13.1%，第三則為「99~200 元」占 11.7%；另外「不知道/無意見」占 41.5%。

107 年調降有線電視基本頻道收視費，有 16.3%的受訪者表示「知道」，83.7%「不知道/沒聽說」。

對於新竹振道公司退費速度的滿意度，有 44.9%的受訪者感到滿意，8.9%感到不滿意；另外有 46.2%表示「不知道/無意見」。

對於帳單所列項目及金額的清楚度，有 58.1%的受訪者表示清楚，12.2%表示不清楚；另外有 29.7%表示「不知道/無意見」。

八、公用頻道收視及滿意度

對於第 3 頻道是公用頻道，有 66.5%表示「不知道」，33.5%的受訪者表示「知道」。

有 33.8%的受訪者表示在過去一年有收看公用頻道，64.8%表示從來沒有收看；另外有 1.5%的受訪者表示「不知道/無意見」。表示看過公用頻道的受訪者中，有 60.7%的受訪者感到滿意，16.7%感到不滿意；另外有 22.5%表示「不知道/無意見」。

詢問受訪者向有線電視業者申請在公用頻道免費播放自製影片的意願，有 26.8%的受訪者表示有意願，63.7%沒有意願；另外有 9.5%表示「不知道/無意見」。

九、自製頻道收視及滿意度

過去一年內，有 50.9%的受訪者表示有收看過自製頻道，47.5%表示從來沒有收看；另外有 1.6%的受訪者表示「不知道/無意見」。

有看過自製頻道的受訪者，有 65.2%的受訪者感到滿意，14.7%感到不滿意；另外有 20.1%表示「不知道/無意見/拒答」。

十、整體滿意度

整體來說，對於有線電視業者提供的各項服務有 76.4%的受訪者感到滿意，16.9%感到不滿意；另外有 6.7%表示「不知道/無意見」。進一步詢問受訪者，有線電視業者需要改善的地方，有 18.7%的受訪者表示「降低收視/分組方案費用」，其次為「目前很好，不需要改進」占 14.3%，第三則為「節目內容(增加多樣性/改善品質)」占 11.0%；另外有 38.1%表示「不知道/無意見」。

十一、建議

- (一) 數位服務使用率與去年相比有所成長，建議有線電視業者針對使用率較高的項目持續推廣。
- (二) 在未安裝有線電視原因及認為有線電視業者需要改善的部分，費用太高分占選項排名之第二名及第一名，但不知道降價資訊的比率仍有 8 成以上，建議業者加強宣傳降價資訊。
- (三) 安裝戶與非安裝戶，皆認為有線電視收費太高，業者需要改善服務品質，包含提高客服人員服務品質與客服電話接通率等，藉以縮小現階段民眾與業者在合理收視費用認知上的落差。
- (四) 新竹市已推行「分組付費」制度，但仍有近九成民眾不知道，另外在有線電視業者申裝過程中，也僅有 27.9% 有明確接收到「分組付費方案介紹」，仍須加強分組付費的推廣。
- (五) 於業者網站針對公用頻道可以免費播放自行拍攝的影片進行宣傳，並提供簡易的申請流程圖或範例，再輔以代言或影片徵選的方式，提高公用頻道知曉度及使用意願。
- (六) 優先選擇民眾在意的新聞、活動或資訊進行播放，以提高民眾的興趣並增加自製頻道的觀看率。

第壹章 調查概述

第一節 調查目的及內容

壹、專案名稱

新竹市 107 年有線電視服務品質及收視戶滿意度調查。

貳、調查目的

隨著電視的普及化，收看電視節目幾乎已成為民眾生活不可或缺的娛樂之一，據國家通訊傳播委員會（NCC）之統計資料顯示，至 107 年第 2 季整體數位普及率已達 99.7%，新竹市為 100.0%。

表 1-1 新竹有線電視訂戶數統計表

	內政部公告 總戶數	訂戶數	有線電視 占有率	數位普及率
新竹振道	164,283	107,363	65.35%	100.00%
全國	8,686,376	5,156,824	59.37%	99.70%

為促進有線電視健全發展，維護收視戶權益，本委託案透過電話訪問的方式，辦理「新竹市 107 年有線電視服務品質及收視戶滿意度調查」，以瞭解新竹市有線電視收視戶之消費意向、滿意程度與收視偏好，提供新竹市政府監督有線電視系統業者的依據，促進業者提升服務品質。

參、調查內容與問卷架構

本次依據有線電視安裝情形、數位機上盒使用情形及評價、有線電視業者服務品質、收視習慣、節目品質、分組付費、收視費用、公用頻道收視及滿意度、自製頻道收視及滿意度、整體滿意度及基本資料等部分進行問卷設計及調查。

表 1-2 調查問卷架構

面向	問卷內容
安裝情形	是否有安裝有線電視 沒有安裝的主要原因
數位機上盒數量及 數位服務使用情形	數位機上盒數量 數位服務使用經驗
服務品質	跑馬燈干擾程度 接觸電話客服經驗及主要原因 客服人員問題處理能力 接觸工程維修人員經驗及主要原因 工程維修人員裝機或維修的效率 申裝及安裝過程資訊告知狀況 主動推銷方案情形 推銷方案過程資訊告知狀況
收視習慣	平常最常收看的頻道
節目品質	頻道種類多樣化滿意度 訊號品質的滿意度
分組付費	分組付費制度知曉度 分組頻道組合內容及價格滿意度 不滿意的原因
收視費用	合理收視費用 調降基本頻道收視費用知曉度 退費速度滿意度 帳單標示清楚度
公用頻道	公用頻道知曉度 公用頻道收視情形 公用頻道節目滿意度 公用頻道使用意願
自製頻道	自製頻道收視情形 自製頻道滿意度
整體滿意度	有線電視業者整體服務滿意度 需要改善的地方
基本資料	教育程度 職業 性別 年齡 居住區域

第二節 調查設計與研究分析方法

壹、專案期間

107 年 8 月 14 日（星期二）至 8 月 20 日（星期一）。

貳、調查區域範圍

以新竹市為調查範圍。

參、調查對象

設籍在新竹市之 20 歲以上民眾。

肆、調查方式

以電腦電話訪問輔助系統（CATI 系統）進行電訪調查¹。

伍、抽樣設計與執行方式

一、抽樣清冊

以新竹市住宅電話資料庫為抽樣母體。

二、抽樣方法

採「分層比例隨機抽樣」原則（Stratified Random Sampling）。以新竹市為調查範圍，將調查母體依「各區」劃分為各分層單位，依各分層 20 歲以上之人口比例所佔母體多寡，分配各分層所應完成之樣本數。

¹ 本公司採玉瑪科技公司電訪系統，其電話資料庫每年進行更新。

表 1-3 樣本配置

系統名稱	鄉鎮市	總戶數	總戶數比	20歲以上人口數	20歲以上人口比	官方裝機率	預計完訪數	實際完訪數
新竹振道	東區	80,064	48.7%	157,886	46.5%	65.4%	496	644
	北區	56,997	34.7%	119,194	35.1%		375	486
	香山區	27,412	16.7%	62,766	18.5%		197	256
合計		164,473	100.0%	339,846	100.0%		1,068	1,386

1、RDD 隨機撥號法

第一階段採用抽取率與單位大小成比例方式（Probability Proportional to Size, PPS）以區作分層，配置各行政區所需樣本數，再經「隨機撥號法」（Random Digit Dialing, RDD）的處理程序，由各行政區住宅電話簿中取出局碼。由於電話號碼簿並未包含未登錄電話，因此抽出的電話號碼必須進行亂數取代才可作為訪問使用。

第二階段將所抽出全部的電話號碼最後 2 碼，以隨機亂數的方式取代之，確保未登錄住宅電話亦有相同的機率被抽中，成為電話號碼樣本。為避免空號、無人接聽以及拒訪等因素，將依各分層應完成樣本數的 10 倍抽取電話數目，其撥打順序再依隨機方式配置。

2、任一成人法

本調查以接電話之第一人且符合調查對象規定：設籍於新竹市且年滿 20 歲為本調查之「合格受訪者」。

3、善用約訪完成訪問

若受訪者表示目前無法立即接受訪問或有要事而中斷訪問，要求每一位訪員視訪問的執行進度，決定要立即完成該次訪問，或是配合受訪者的時段，另設約訪時間。務必主動提出「約訪」要求，盡力降低「中途拒訪」的可能性。

若受訪者表示「合格受訪者」目前不在家，將同樣利用約訪的方式進行再次拜訪。

4、未訪問成功之樣本至少接觸 3 次

對於無人接聽及忙線電話，將再次進行接觸，此舉將增加調查訪問時間，因此在有限時間考量下，規劃至少接觸 3 次，不輕易放棄抽出的電話樣本。

陸、資料分析方法

本調查以描述性統計檢視調查結果，並透過交叉分析及檢定，分析不同屬性民眾意見是否有顯著差異存在。

一、資料分析工具

1、CATI 電腦電話訪問輔助系統

CATI 系統本身即具基本資料分析處理功能，除了可以線上看到即時結果，亦可透過系統設定，避免漏問及做答題邏輯控制，並可將蒐集到的資料直接輸出成各種資料格式，例如：SPSS、EXCEL 等，方便事後統計分析。

2、SPSS 統計軟體

透過 CATI 系統的「資料轉檔功能」轉出已經定義好變數名稱和欄位的 SPSS 語法檔及資料檔。研究人員再根據調查所需報表進行統計程式撰寫，輸出各種報表結果。

3、EXCEL 文書處理軟體

為製作編排更為美觀的報表，在 SPSS 統計軟體輸出報表之後，將之匯出成為 EXCEL 格式檔案，以利編排。

二、資料分析步驟

1、資料建檔

透過 CATI 系統進行電話訪問，並將蒐集到的資料以 SPSS 格式輸出，方便之後統計分析使用。

2、資料檢誤

經由 CATI 系統的邏輯條件設定，確保問卷邏輯的正確性及完整性，以避免有人為疏忽或程式設定問題，造成缺漏值或反常資料之出現。除此之外，研究員也將撰寫 SPSS 偵錯程式，在調查執行過程中，即時進行資料缺漏的檢查。

3、樣本代表性檢定

抽樣調查的精神，在於透過科學化、系統化的隨機抽樣過程，讓所得到的樣本，得以推估母體的實際情形，因此在調查結束之後以卡方適合度檢定進行分析，檢定後隨機樣本的結構與母體結構若不符合時，將以加權方式調整。

4、統計分析

統計各題項次數分配暨百分比，並將各題項與受訪者的基本資料等進行交叉分析暨卡方檢定。

柒、統計分析方法

一、次數分配 (Frequencies)

是指各答案選項的回答人數，所有完成樣本各選項回答分配情況即為「次數分配」。問卷調查中，次數分配表的構成包括次數及比率(%)兩種資料。

二、交叉分析（Cross tables Analysis）

應用「區隔」的觀念，選出與各題項看法或評價之相關重要區隔變數，為瞭解不同背景的受訪者在相關問題回答是否有差異性，因此將對各項具有分析意義之變數進行交叉分析。

三、卡方檢定（Chi-Square Test）

為判斷交叉分析中變項（例如：年齡、性別等）與題項之間有無顯著的關聯性存在，採取卡方分析檢定，卡方值若是達到統計上顯著水準，則可判定兩變項之間有關聯存在。但如有超過25%的期望樣本數小於5，則不適合以卡方分析檢定判定其顯著性，其檢定結果僅供參考。

第三節 訪問結果及樣本代表性分析

壹、有效樣本數與抽樣誤差

本次調查總計撥出 14,254 通，完成的有效樣本數為 1,386 筆，抽樣誤差約為±2.37%，其中有安裝有線電視的有 1,078 筆。

貳、撥號結果

參酌美國民意研究學會 (AAPOR)²之定義，本次調查之訪問成功率 (CooperationRate) 為 24.1%，拒訪率 (RefusalRate) 為 37.4%，接觸率 (ContactRate) 為 50.0%。

$$\text{訪問成功率} = I / (I+P+R) = 1,386 / (1,386+53+4,302) = 24.1\%$$

$$\begin{aligned} \text{拒訪率} &= R / (I+P+R+UH) = 4,302 / (1,386+53+4,302+5,752) \\ &= 37.4\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{接觸率} &= (I+P+R) / (I+P+R+UH) \\ &= (1,386+53+4,302) / (1,386+53+4,302+5,752) \\ &= 50.0\% \end{aligned}$$

I：完成訪問數

P：部分完成訪問數（如約訪）

R：拒訪或中途停止訪問數

UH：無法判定是否為合格電話數（如無人接聽、忙線）

其他各項接觸狀況請參見表 1-4。

2 參考自 Standard Definitions - Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys, Revised 2011, The American Association for Public Opinion Research. 2011.
<http://wapor.org/wp-content/uploads/2011/02/StandardDefinitions2011.pdf>

表 1-4 電話接觸紀錄表

接觸狀況	撥號數	百分比 (%)	有效撥號 (%)
總計	14,254	100.0	100.0
I.成功訪問	1,386	9.7	12.1
P.約訪但未完成	53	0.4	0.5
R.拒訪或中途拒訪	4,302	30.2	37.4
UH.無法判定是否為合格電話	5,752	40.4	50.0
UH1.忙線	177	1.2	1.5
UH2.無人接聽	5,461	38.3	47.5
UH3.電話故障或暫停使用	114	0.8	1.0
空號	1,412	9.9	/
傳真機	492	3.5	
非住宅電話	584	4.1	
無合格受訪者	245	1.7	

參、樣本代表性檢定

為有效推估新竹市 20 歲以上的民眾對於新竹市有線電視服務品質及收視滿意度的看法，對 1,386 份成功樣本進行適合度檢定，瞭解其與母體結構是否相符，如有顯著差異，則以「性別」、「年齡」、「行政區」作為加權變數，進行「多變數反覆加權」(Raking weights)，逐項而反覆地對樣本結構進行連續性修正，直到樣本結構與母體結構完全一致為止。

如表 1-5 所示，所完成之樣本性別、年齡別與母體結構有顯著差異 (P-Value<0.05)，因此依據 107 年 7 月新竹市人口資料之「行政區」、「性別」及「年齡」進行多變數反覆加權處理。

加權後再經檢定後，樣本與母體在性別、年齡及居住區變項上之結構已與母體相符。

表 1-5 樣本卡方適合度檢定表

選項	母體		加權前樣本		P-Value	加權後樣本		P-Value
性別					0.0005			0.9661
男	164,924	48.5%	608	43.9%		673	48.5%	
女	174,922	51.5%	778	56.1%		713	51.5%	
總計	339,846	100.0%	1,386	100.0%		1,386	100.0%	
年齡					0.0000			1.0000
20~29 歲	55,461	16.3%	112	8.1%		226	16.3%	
30~39 歲	72,950	21.5%	157	11.3%		298	21.5%	
40~49 歲	74,316	21.9%	217	15.7%		303	21.9%	
50~59 歲	60,341	17.8%	304	21.9%		246	17.8%	
60 歲以上	76,778	22.6%	596	43.0%		313	22.6%	
總計	339,846	100.0%	1,386	100.0%		1,386	100.0%	
居住地區					0.2862			0.9992
東區	157,886	46.5%	662	47.8%		644	46.5%	
北區	119,194	35.1%	458	33.0%		486	35.1%	
香山區	62,766	18.5%	266	19.2%		256	18.5%	
總計	339,846	100.0%	1,386	100.0%		1,386	100.0%	

註：母體資料來源為新竹市政府民政處所公布 107 年 7 月新竹市人口統計資料。

第貳章 受訪者結構分析

第一節 性別結構

本次調查中「男性」受訪者占 48.5%，「女性」受訪者占 51.5%。

表 2-1 受訪者性別分布狀況

性別	選項	次數	百分比
	男	673	48.5
女	713	51.5	
	總計	1,386	100.0

單位：%

樣本數 1,386

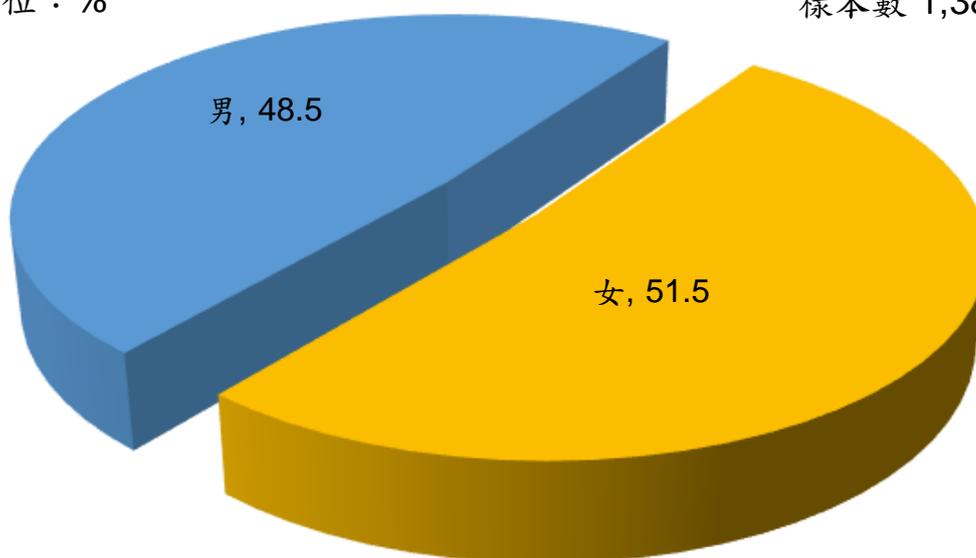


圖 2-1 受訪者性別分布狀況

第二節 年齡結構

受訪者年齡以「60歲以上」的比率最高，為22.6%，其次為「40~49歲」（21.9%），其他選項請參見下表。

表 2-2 受訪者年齡分布狀況

	選項	次數	百分比
請問您今年幾歲？	20~29 歲	226	16.3
	30~39 歲	298	21.5
	40~49 歲	303	21.9
	50~59 歲	246	17.8
	60 歲以上	313	22.6
	總計		1,386

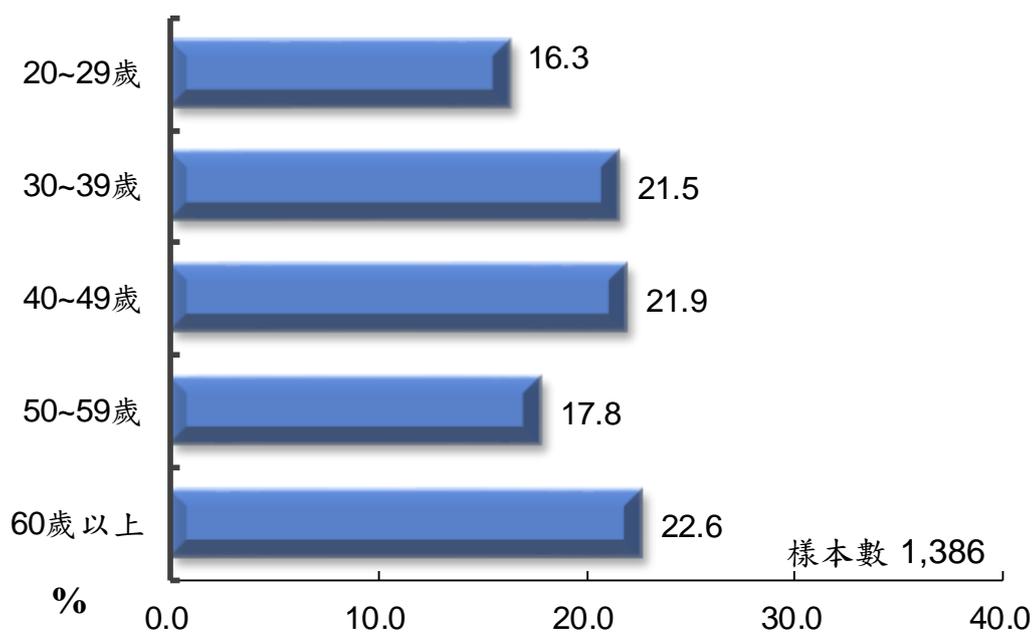


圖 2-2 受訪者年齡分布狀況

第三節 教育程度結構

教育程度方面，教育程度為「大學」的受訪者所占比率較高，為 41.0%，其次為「高中(職)」(21.7%)，其他選項請參見下表。

表 2-3 受訪者教育程度分布狀況

請問，您的教育程度？	選項	次數	百分比
	國小及以下	104	7.5
	國(初)中	83	6.0
	高中(職)	301	21.7
	專科	171	12.3
	大學	568	41.0
	研究所及以上	154	11.1
	拒答	4	0.3
	總計	1,386	100.0

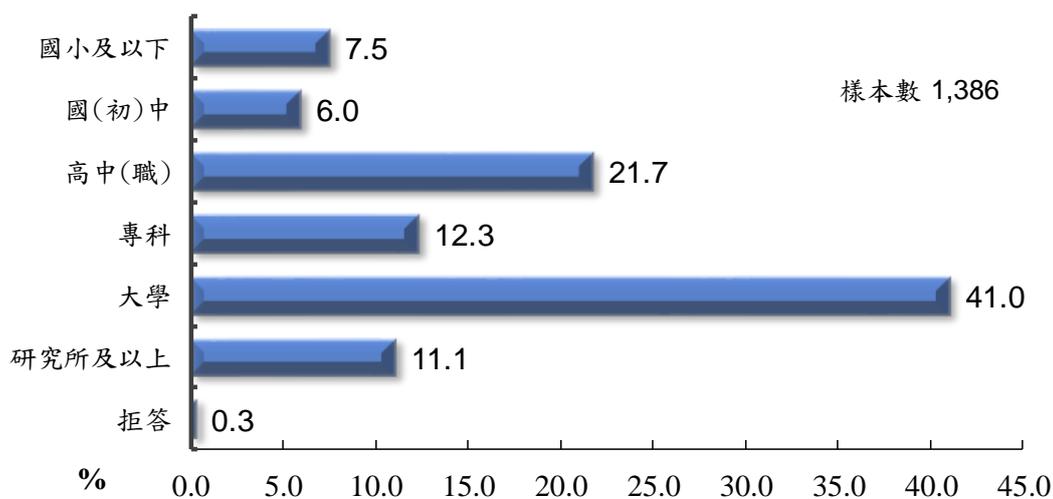


圖 2-3 受訪者教育程度分布狀況

第四節 職業結構

受訪者的職業結構以「退休/無業/待業」所占比率最高，有 20.6%，其次為「藍領工作者（勞動者、體力工）」，為 17.5%，其他選項請參見下表。

表 2-4 受訪者職業分布狀況

請問，您從事哪方面的工 作？	選項	次數	百分比
		退休/無業/待業	285
	藍領工作者（勞動者、體力工）	243	17.5
	白領工作者（辦公室人員）	231	16.6
	家庭主婦/家管	215	15.5
	專業人員	193	13.9
	自營商/雇主/企業家	73	5.3
	學生	66	4.8
	軍警公教	60	4.3
	農林漁牧礦業	3	0.2
	拒答	18	1.3
	總計	1,386	100.0

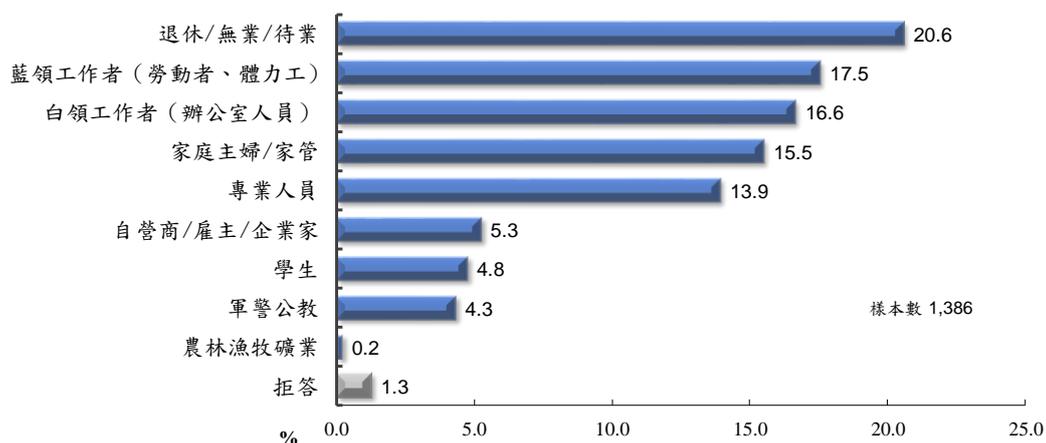


圖 2-4 受訪者職業分布狀況

第五節 居住地區結構

受訪者居住在「東區」的比率較高(46.5%)，其次為居住在「北區」，比率為 35.1%，比率最低的則為「香山區」，占 18.5%。

表 2-5 受訪者居住地區結構

	選項	次數	百分比
請問您的戶籍是不是在新竹市？那請問您居住在新竹市的哪一個區？	東區	644	46.5
	北區	486	35.1
	香山區	256	18.5
	總計	1,386	100.0

單位：%

樣本數 1,386

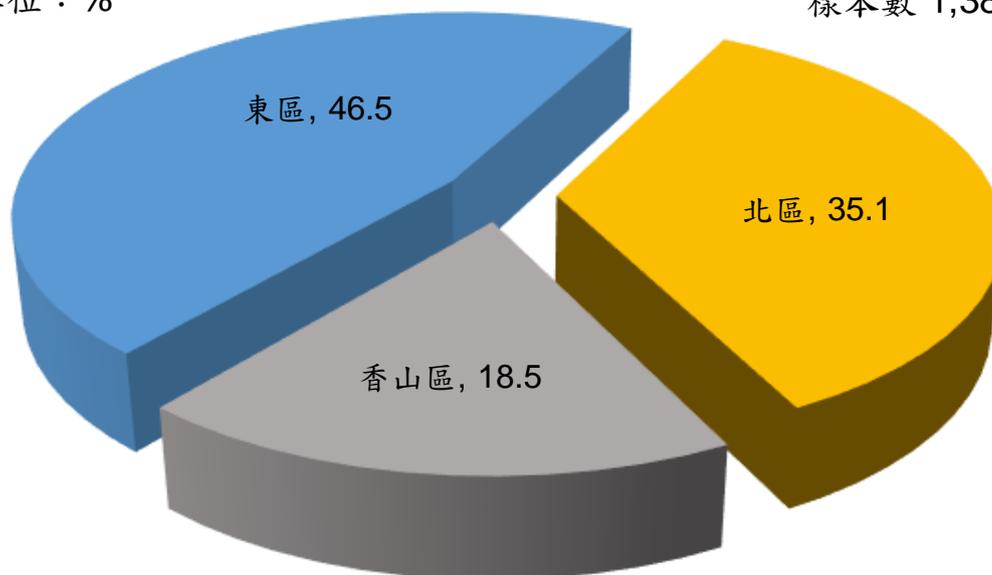


圖 2-5 受訪者居住地區結構

第參章 調查分析結果

第一節 有線電視安裝情形

壹、安裝有線電視

根據本次調查，有 76.3% 的受訪者家中「有」安裝有線電視，15.1% 表示「曾經安裝過，已拆機」；另外，有 8.6% 表示「從來沒有安裝過」。

表 3-1 有線電視安裝率

	選項	次數	百分比
請問，您家中有沒有安裝有線電視（第四台）？	有	1,058	76.3
	曾安裝，已拆機	209	15.1
	從來沒有安裝過	119	8.6
	總計	1,386	100.0

單位：%

樣本數 1,386

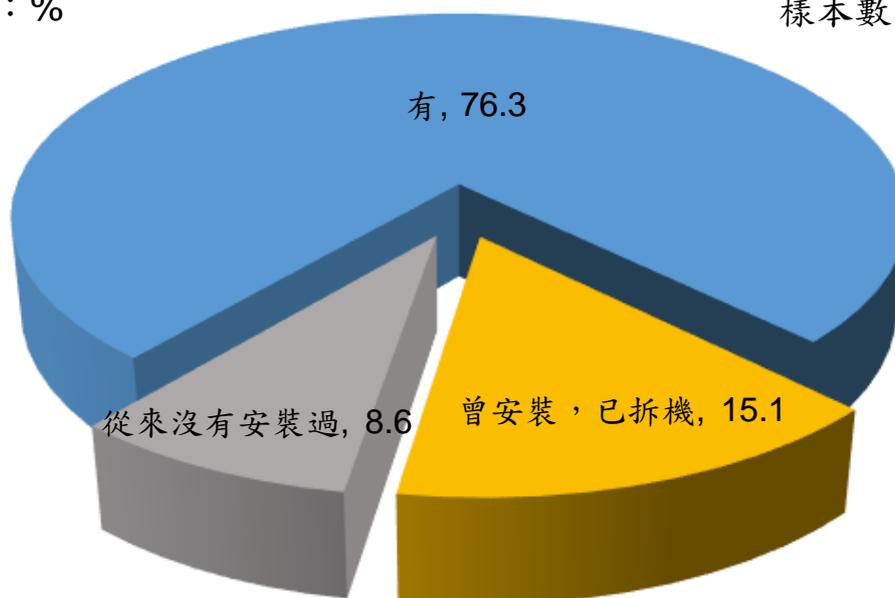


圖 3-1 有線電視安裝率

卡方檢定發現，受訪者「年齡」、「教育程度」及「居住地區」與「是否有安裝有線電視」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

年 齡	年齡為「60歲以上」的受訪者，有安裝有線電視的比率（84.0%）高於其他年齡的受訪者。
教育程度	教育程度為「國(初中)」的受訪者，有安裝有線電視的比率（86.3%）高於其他教育程度的受訪者。
居住地區	居住在「北區」的受訪者，有安裝有線電視的比率（81.5%）高於其他區域的受訪者。

貳、沒有安裝有線電視的原因

進一步針對沒有安裝有線電視的受訪者詢問，沒有安裝的主要原因，有 39.4% 的受訪者表示「沒有看電視的習慣或需求」，其次依序為「費用太貴」占 24.6%，「已安裝中華電信 MOD」占 16.3%，「看網路電視/節目」占 14.5%，其他原因皆低於 10.0%，請參見下表；另外有 1.8% 表示不知道/無意見及拒答。

因此題為複選題，加總可能會超過 100.0%，不適合進行卡方檢定，其相關交叉分析結果請參見附錄 III。

表 3-2 有線電視未安裝原因

	選項	次數	百分比
請問，您家中沒有安裝有線電視的主要原因是？ (複選)	沒有看電視的習慣或需求	129	39.4
	費用太貴	81	24.6
	已安裝中華電信 MOD	53	16.3
	看網路電視/節目	47	14.5
	節目內容不吸引人	29	8.7
	影響小孩課業	28	8.5
	無線或衛星電視已可滿足需求	15	4.6
	節目內容影響小孩身心	12	3.7
	有線電視頻道節目重播率太高	12	3.6
	有線電視沒有自己喜歡的頻道	11	3.5
	有線電視業者的服務太差	10	2.9
	經濟因素(省錢)	8	2.6
	有線電視太常斷訊	8	2.3
	廣告太多	5	1.6
	有線電視的畫面品質不清晰	5	1.6
	頻道數量太多	4	1.1
	數位機上盒數量限制	2	0.7
	業者壟斷	2	0.5
	遙控器操作太複雜	1	0.2
	地處偏遠，線路未及	0	0.1
不知道/無意見	6	1.8	
拒答	0	0.0	
	樣本數	328	

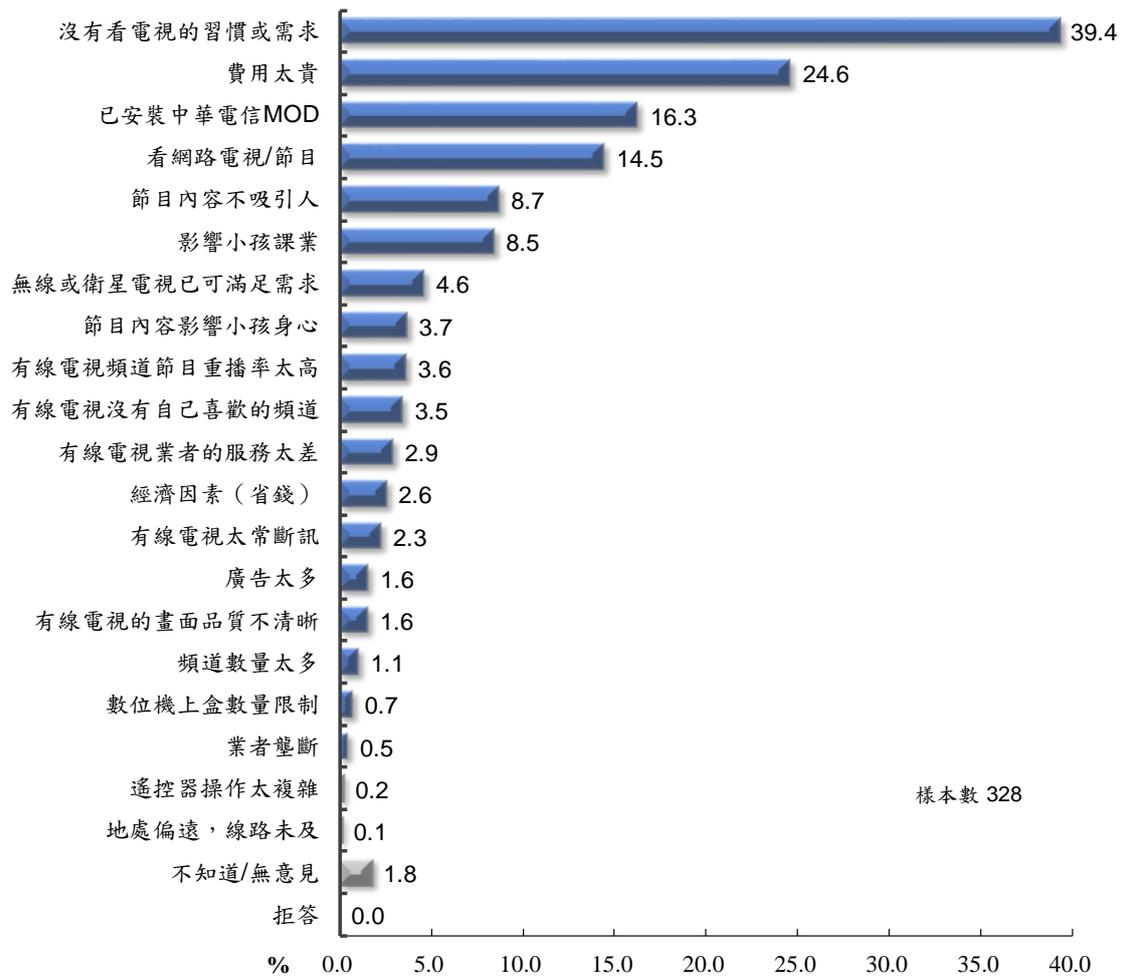


圖 3-2 有線電視未安裝原因

第二節 數位機上盒數量及數位服務使用情形

壹、數位機上盒數量

針對家中有安裝有線電視的受訪者調查，有 35.0% 表示家中有「2 台」數位機上盒，其次依序為「1 台」占 28.4%，「3 台」占 20.6%，其他選項皆低於 10.0%，請參見下表。

表 3-3 數位機上盒數量

請問您家中有幾台數位機上盒？	選項	次數	百分比
	1 台	300	28.4
2 台	370	35.0	
3 台	218	20.6	
4 台	76	7.2	
5 台以上	63	6.0	
不知道/無意見	31	2.9	
拒答	0	0.0	
總計	1,058	100.0	

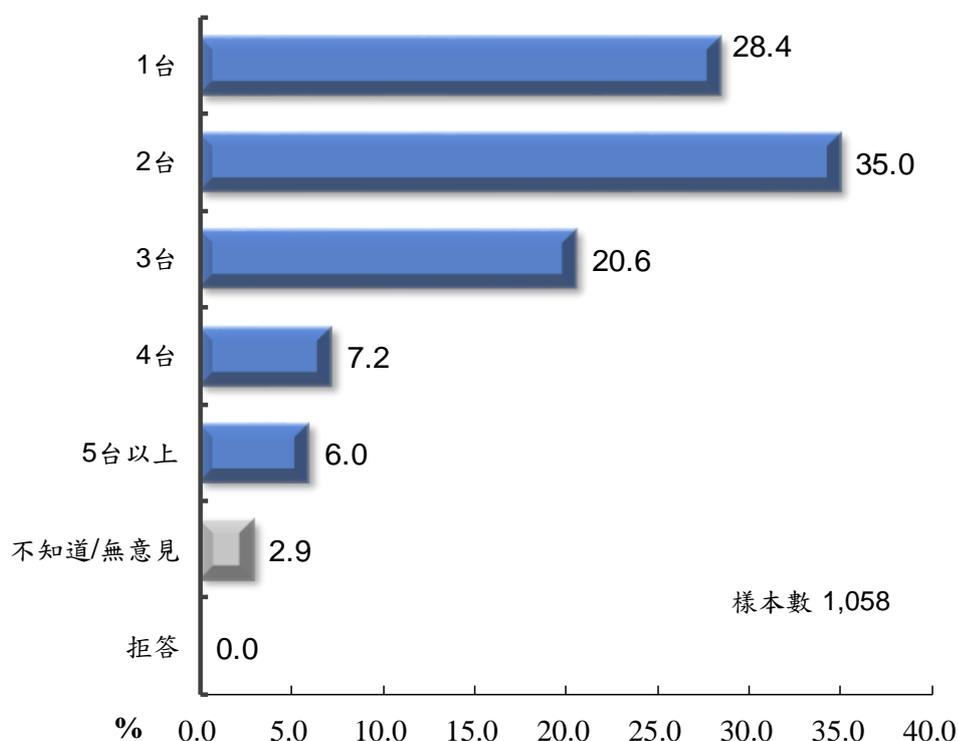


圖 3-3 數位機上盒數量

卡方檢定發現，受訪者「年齡」與「數位機上盒數量」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

年 齡	年齡為「20~29歲」的受訪者，家中有一台數位機上盒的比率（41.6%）明顯高於其他年齡層。 年齡為「50~59歲」的受訪者，家中有兩台數位機上盒的比率（43.4%）明顯高於其他年齡層。
--------	--

貳、數位服務使用情形

詢問受訪者使用過哪些數位服務，以「收看付費數位節目」的比率最高，為 14.9%，其次為「HomePlay 多螢幕分享/手機與電視螢幕互相切換」(10.1%)，第三為「收看 SMOD 付費影片」(8.2%)，其他選項請參見下表；另外有 68.6%表示都沒用過，0.4%不知道/無意見。

因此題為複選題，加總可能會超過 100.00%，不適合進行卡方檢定，其相關交叉分析結果請參見附錄 III。

表 3- 4 數位服務使用情形

請問您使用過哪些數位服務？（複選）	選項	次數	百分比
		收看付費數位節目	158
	HomePlay 多螢幕分享/手機與電視螢幕互相切換	107	10.1
	收看 SMOD 付費影片	87	8.2
	錄影功能	70	6.6
	OTT 服務/以手機觀看電視節目	60	5.7
	居家安全系統/居家防護監控	57	5.4
	互動服務，如 SMOD 新竹館、卡拉 OK、查詢天氣、玩遊戲	26	2.5
	都沒用過	725	68.6
	不知道/無意見	4	0.4
	拒答	0	0.0
	樣本數	1,058	

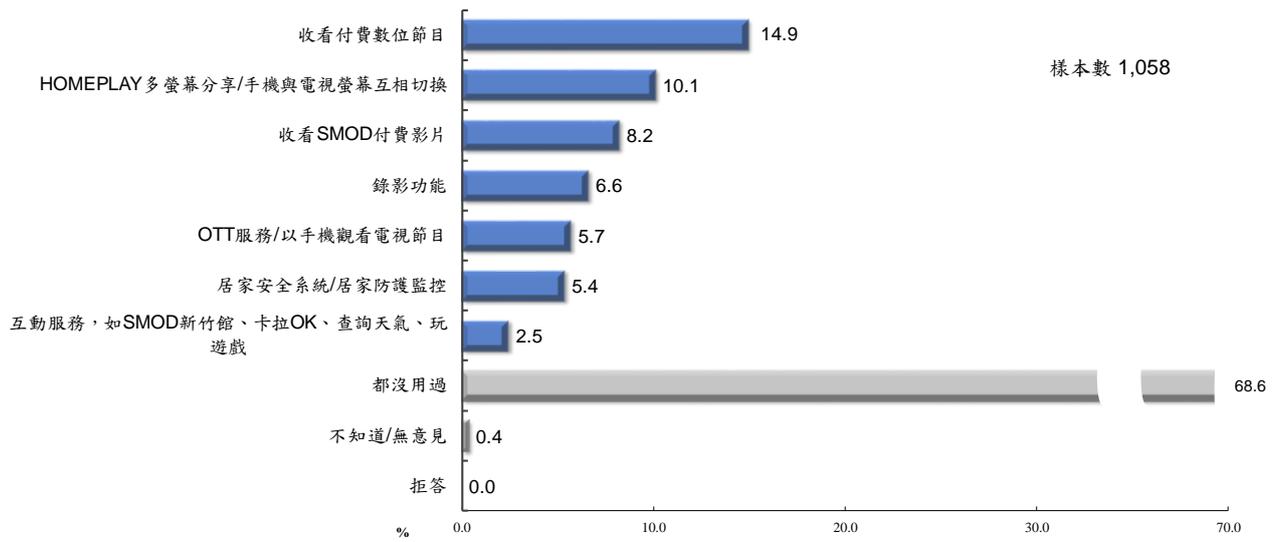


圖 3-4 數位服務使用情形

第三節 有線電視業者服務品質

壹、跑馬燈干擾程度

對於有線電視的跑馬燈的干擾程度，有 22.5%表示嚴重（7.8%非常嚴重，14.7%有點嚴重），71.7%不嚴重（53.5%不太嚴重，18.2%一點也不嚴重）；另外「不知道/無意見」占 5.8%。

表 3-5 跑馬燈干擾程度

請問在看電視的過程中，有線電視的跑馬燈對您收看電視所造成的干擾嚴不嚴重？	選項	次數	百分比
	嚴重	238	22.5
	非常嚴重	82	7.8
	有點嚴重	155	14.7
	不嚴重	759	71.7
	不太嚴重	566	53.5
	一點也不嚴重	193	18.2
	不知道/無意見	61	5.8
	拒答	0	0.0
	總計	1,058	100.0

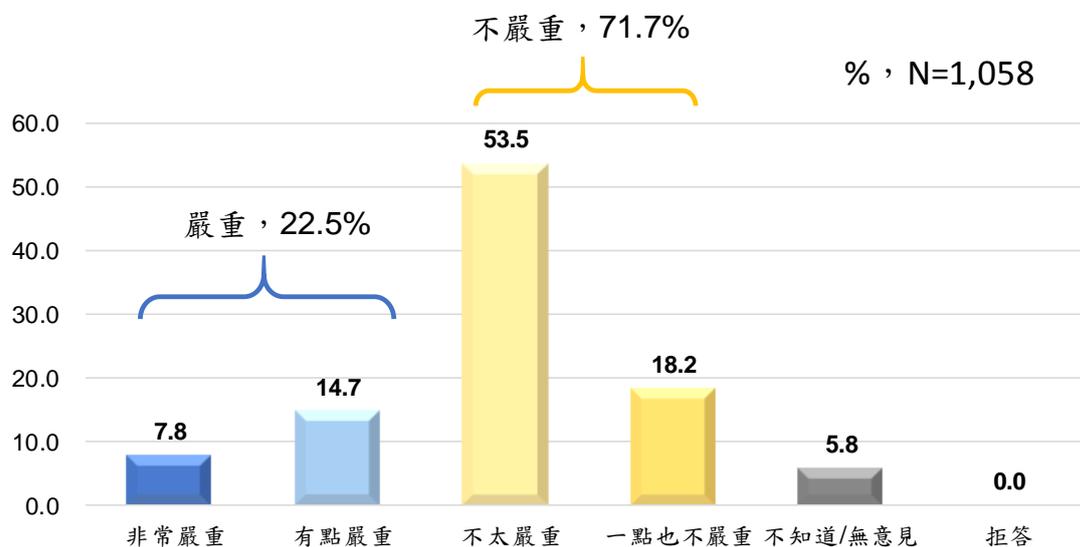


圖 3-5 跑馬燈干擾程度

卡方檢定發現，受訪者「性別」、「年齡」、「教育程度」與「跑馬燈干擾程度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

性別	性別為「男性」的受訪者認為跑馬燈嚴重干擾的比率（27.0%）高於女性。
年齡	年齡為「40~49 歲」的受訪者認為跑馬燈嚴重干擾的比率（26.5%）高於其他年齡層。
教育程度	教育程度為「研究所及以上」的受訪者認為跑馬燈嚴重干擾的比率（30.0%）高於其他教育程度。

貳、客服接觸經驗

受訪者接觸客服人員的主要原因以「斷訊」的比率最高，占 17.4%，其次為「訊號不穩」占 9.3%，「數位機上盒/搖控器故障」占 8.1%，「網路相關問題」占 2.2%，「操作數位機上盒/搖控器」、「詢問資費」占 1.8%，「帳單補寄」占 1.1%，其他原因皆小於 1.0%，請參見下表；另外有 53.0% 的受訪者「未曾接觸」客服人員，而 2.3% 表示「不知道/無意見」。

表 3-6 客服接觸經驗

	選項	次數	百分比
請問您與有線電視業者的【電話客服人員】有沒有接觸往來的經驗？那您接觸【電話客服人員】的主要原因是什麼？	斷訊	184	17.4
	訊號不穩	99	9.3
	數位機上盒/搖控器故障	86	8.1
	網路相關問題	23	2.2
	操作數位機上盒/搖控器	19	1.8
	詢問資費	19	1.8
	帳單補寄	12	1.1
	數位機上盒停機/移機/復機	8	0.8
	申請裝機	6	0.6
	變更收視契約內容	5	0.5
	詢問節目播出時段	4	0.4
	詢問繳費方式	3	0.2
	申請維修	2	0.2
	詢問頻道播出問題	2	0.2
	加購頻道	1	0.1
	未曾接觸	561	53.0
	不知道/無意見	24	2.3
	拒答	0	0.0
	總計	1,058	100.0

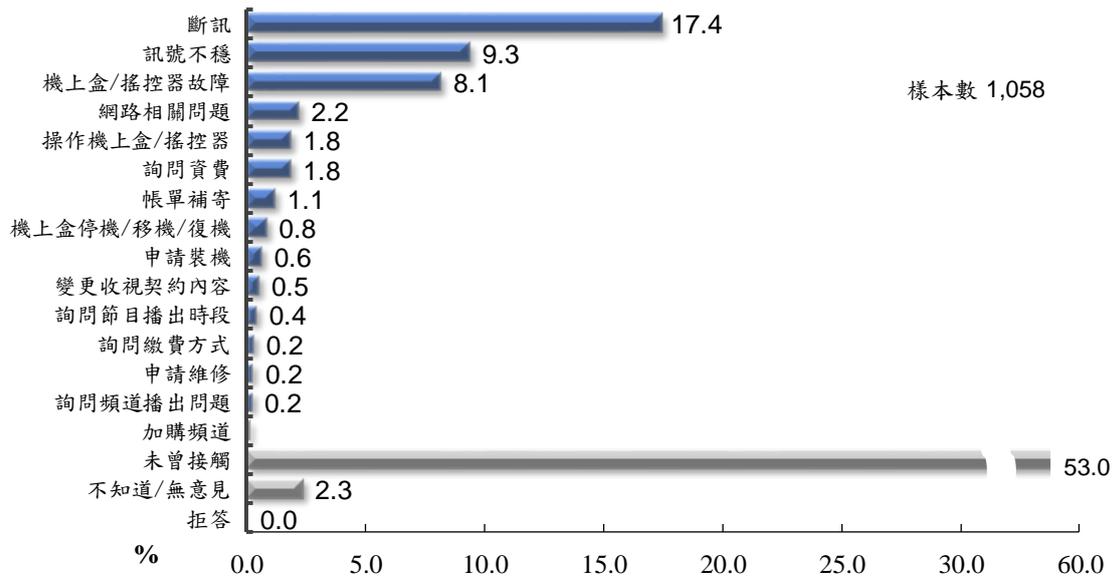


圖 3-6 客服接觸經驗

卡方檢定發現，受訪者在「年齡」、「教育程度」、「職業」與「客服接觸經驗」因有 25% 或以上的組間期望值低於 5 個樣本數，不符合卡方檢定假設，因此無法判定是否有顯著差異存在。其他變項則無顯著關係存在。

參、客服滿意度

針對曾經有客服經驗的受訪者，進一步詢問對於有線電視業者客服人員處理問題的滿意度³，有 76.2%表示滿意（12.8%非常滿意，63.4%還算滿意），20.6%不滿意（13.1%不太滿意，7.5%非常不滿意）；另外「不知道/無意見」占 3.2%。

表 3-7 客服滿意度

對於有線電視業者客服人員「幫您處理問題的能力」，整體來說，請問您覺得滿不滿意？	選項	次數	百分比
	滿意		360
	非常滿意	60	12.8
	還算滿意	299	63.4
不滿意		97	20.6
	不太滿意	62	13.1
	非常不滿意	35	7.5
不知道/無意見		15	3.2
拒答		0	0.0
總計		472	100.0

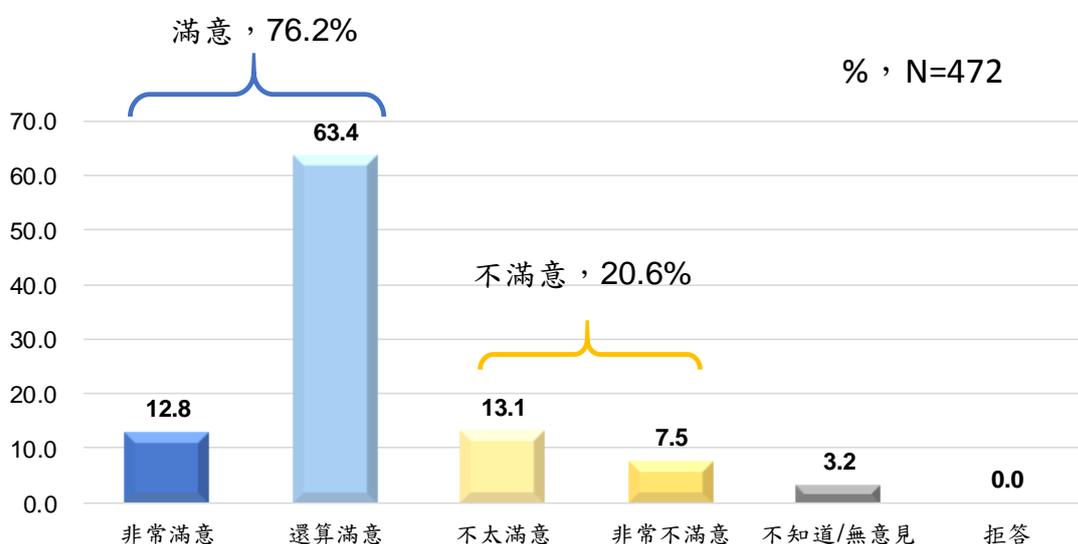


圖 3-7 客服滿意度

³ 有客服經驗的受訪者 473 人，但進一步詢問滿意度受訪者為 472 人，此數據差異為加權四捨五入所致。

卡方檢定發現，受訪者「性別」與「客服滿意度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

性 別	性別為「女性」的受訪者表示滿意的比率（79.1%）高於男性。
-----	--------------------------------

肆、工程維修人員接觸經驗

受訪者接觸工程維修人員的主要原因以「裝機/移機/復機」的比率最高，占 16.2%，其次為「數位機上盒故障」占 8.5%，「斷訊」占 8.0%，「訊號不穩」占 7.9%，「維修網路線路」占 3.8%，「操作數位機上盒/搖控器」占 1.0%，其他原因皆小於 1.0%，請參見下表；另外有 49.9%的受訪者「未曾接觸過」工程維修人員，而 2.5%表示「不知道/無意見」。

表 3- 8 工程維修人員接觸經驗

	選項	次數	百分比
請問您與有線電視業者的【工程維修人員】有沒有接觸往來的經驗？那您接觸【工程維修人員】的主要原因是什麼？	裝機/移機/復機	172	16.2
	數位機上盒故障	90	8.5
	斷訊	85	8.0
	訊號不穩	83	7.9
	維修網路線路	40	3.8
	操作數位機上盒/搖控器	11	1.0
	搖控器故障	8	0.8
	安裝網路	8	0.7
	網路問題	3	0.3
	安裝居家監控系統	2	0.2
	更換線路	1	0.1
	未曾接觸過	528	49.9
	不知道/無意見	26	2.5
	拒答	0	0.0
總計	1,058	100.0	

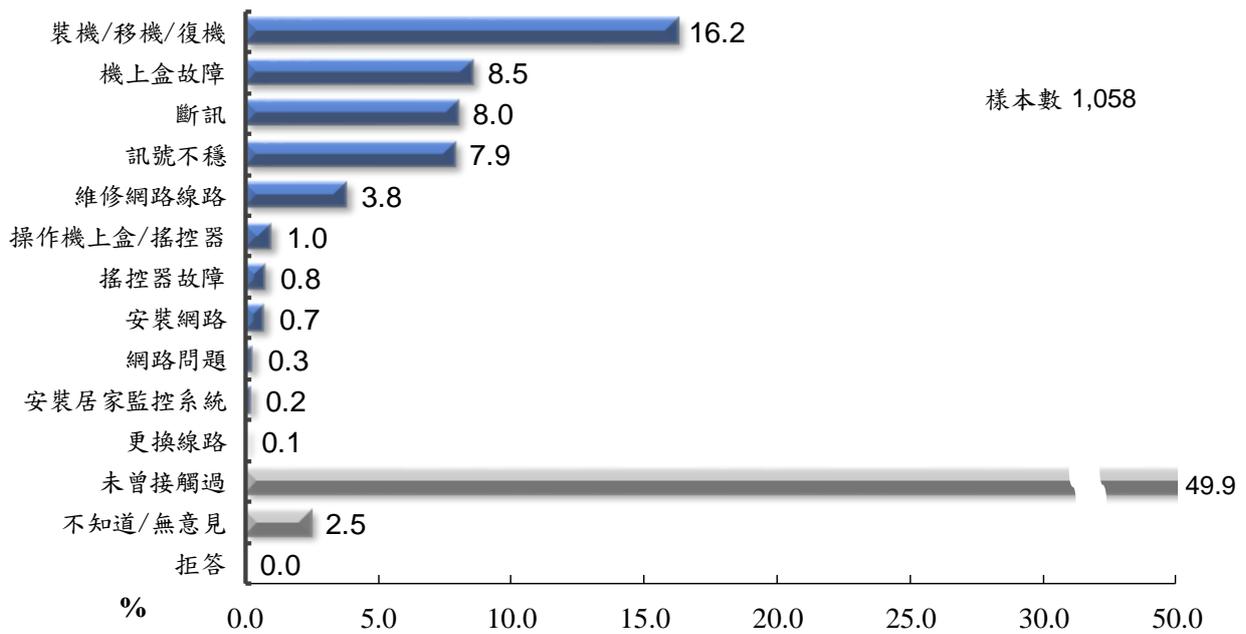


圖 3-8 工程維修人員接觸經驗

卡方檢定發現，受訪者在「性別」、「年齡」、「教育程度」、「職業」與「工程維修人員接觸經驗」因有 25% 或以上的組間期望值低於 5 個樣本數，不符合卡方檢定假設，因此無法判定是否有顯著差異存在。其他變項則無顯著關係存在。

伍、工程維修人員滿意度

針對曾經有與工程維修人員接觸的受訪者，進一步詢問對於有線電視業者工程維修人員滿意度⁴，有 89.8%表示滿意（24.4%非常滿意，65.4%還算滿意），8.2%不滿意（6.5%不太滿意，1.7%非常不滿意）；另外「不知道/無意見」占 2.0%。

表 3-9 工程維修人員滿意度

對於有線電視業者工程維修人員「裝機或維修的效率」，整體來說，請問您覺得滿不滿意？	選項	次數	百分比
	滿意		452
	非常滿意	123	24.4
	還算滿意	329	65.4
不滿意		41	8.2
	不太滿意	33	6.5
	非常不滿意	9	1.7
	不知道/無意見	10	2.0
	拒答	0	0.0
	總計	503	100.0

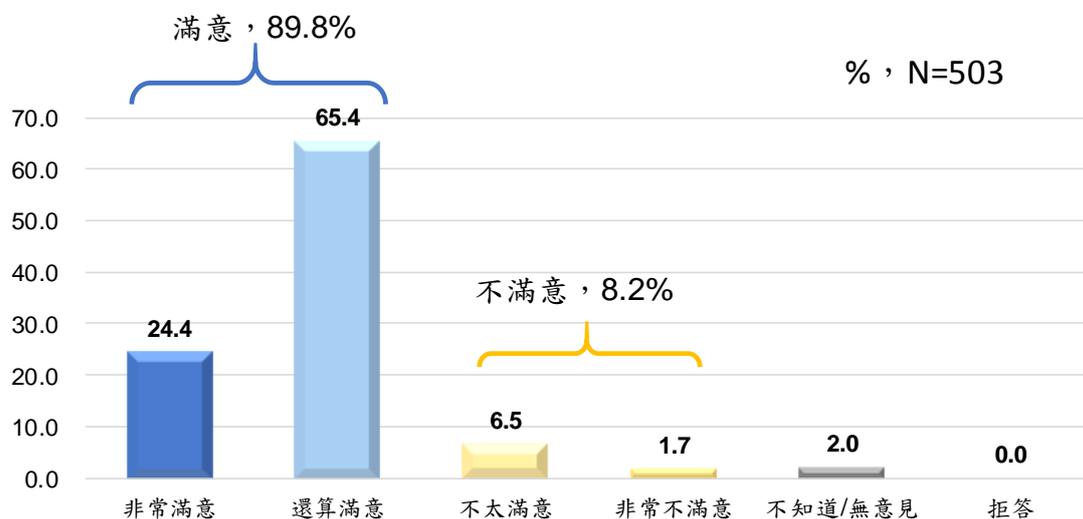


圖 3-9 工程維修人員滿意度

⁴ 有與工程維修人員接觸的受訪者 504 人，但進一步詢問滿意度受訪者為 503 人，此數據差異為加權四捨五入所致。

卡方檢定發現，受訪者在「職業」與「工程維修人員滿意度」因有 25% 或以上的組間期望值低於 5 個樣本數，不符合卡方檢定假設，因此無法判定是否有顯著差異存在。其他變項則無顯著關係存在。

陸、申裝及安裝過程

對於有線電視申裝及安裝過程中，是否有告知相關資訊，有 77.2% 的受訪者表示有明確告知「遙控器使用及操作方式」，其次依序為「客服維修專線」占 55.3%，「前 2 台數位機上盒免租金、保證金（需裝機費）」占 53.8%，「各項費用（月租費、裝機費、移機費、保證金等）」占 47.4%，「數位機上盒退租程序（如：須返還數位機上盒）」占 40.2%，「優惠方案解約規定（如：綁約年限、優惠返還）」占 28.7%，「分組付費方案介紹」占 27.9%，「都沒有告知」占 1.4%；另外有 16.3% 的受訪者表示「沒參與過申裝或安裝的過程」，而「不知道/無意見」占 0.8%。

因此題為複選題，加總可能會超過 100.0%，不適合進行卡方檢定，其相關交叉分析結果請參見附錄 III。

表 3-10 申裝及安裝過程

	選項	次數	百分比
請問有線電視申裝及安裝過程中，是否有明確告知以下資訊？	遙控器使用及操作方式	817	77.2
	客服維修專線	585	55.3
	前 2 台數位機上盒免租金、保證金（需裝機費）	569	53.8
	各項費用（月租費、裝機費、移機費、保證金等）	502	47.4
	數位機上盒退租程序（如：須返還數位機上盒）	425	40.2
	優惠方案解約規定（如：綁約年限、優惠返還）	304	28.7
	分組付費方案介紹	295	27.9
	都沒有告知	15	1.4
	沒參與過申裝或安裝的過程	172	16.3
	不知道/無意見	8	0.8
	拒答	0	0.0
	樣本數		1,058

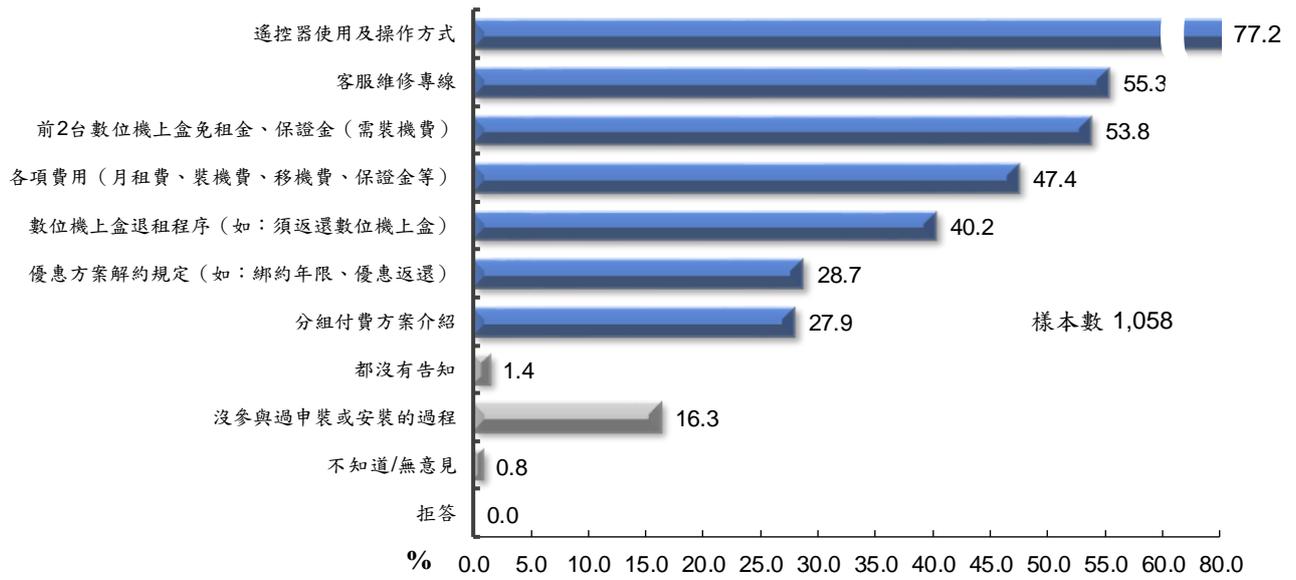


圖 3- 10 申裝及安裝過程

柒、主動推銷方案情形

對於有線電視業者主動推銷方案情形，有 68.2%的受訪者表示「沒有」，23.1%表示「有」；另外，「不知道/無意見」占 8.7%。

表 3- 11 主動推銷方案情形

	選項	次數	百分比
請問有線電視業者是否曾主動推銷方案？	有	244	23.1
	沒有	721	68.2
	不知道/無意見	92	8.7
	拒答	0	0.0
	總計	1,058	100.0

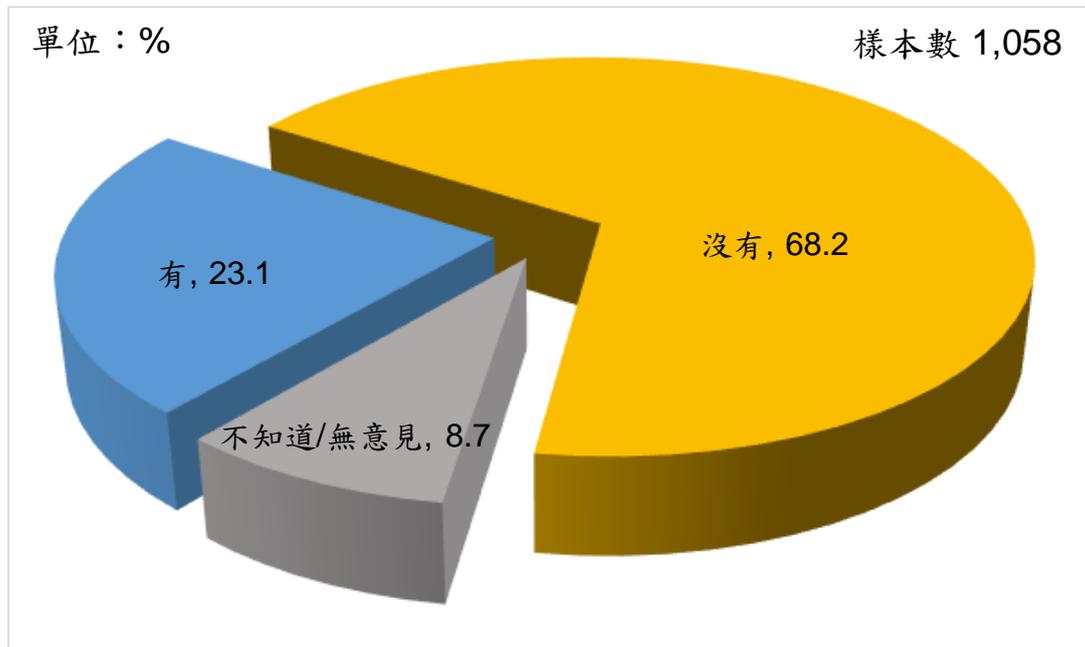


圖 3- 11 主動推銷方案情形

卡方檢定發現，受訪者「性別」、「年齡」、「教育程度」與「主動推銷方案情形」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

性 別	性別為「男性」的受訪者表示業者有主動推銷的比率（27.6%）高於女性。
年 齡	年齡為「30~39 歲」的受訪者表示業者有主動推銷的比率（31.5%）高於其他年齡層。
教育程度	教育程度為「專科」的受訪者表示業者有主動推銷的比率（28.2%）高於其他教育程度。

捌、推銷方案過程資訊告知狀況

對於有線電視業者推銷方案過程中，是否有告知相關資訊，有 84.2% 的受訪者表示有明確告知「推銷方案內容」，其次依序為「推銷方案各項費用」占 78.7%，「推銷方案解約規定」占 37.6%；另外，「不知道/無意見」占 10.0%。

因此題為複選題，加總可能會超過 100.0%，不適合進行卡方檢定，其相關交叉分析結果請參見附錄 III。

表 3- 12 推銷方案過程資訊告知狀況

	選項	次數	百分比
請問有線電視業者主動推銷方案過程中，是否有明確告知以下資訊？	推銷方案內容	206	84.2
	推銷方案各項費用	192	78.7
	推銷方案解約規定	92	37.6
	不知道/無意見	24	10.0
	拒答	0	0.0
	樣本數		244

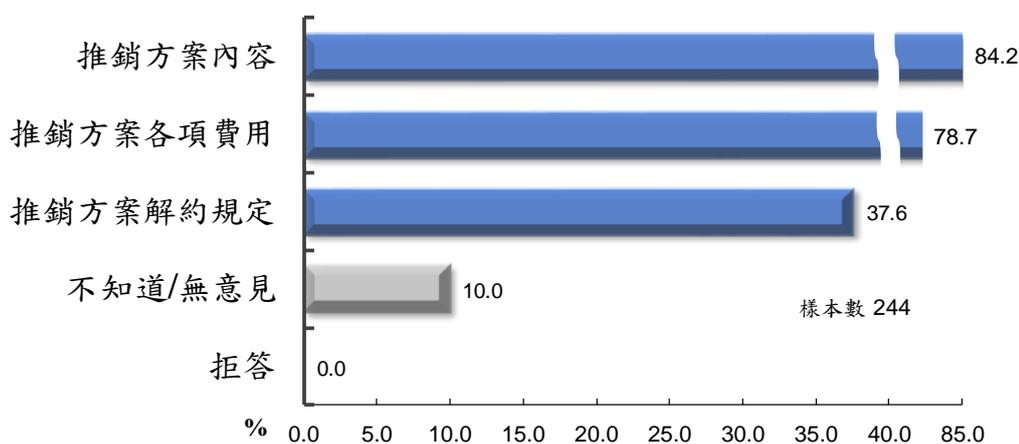


圖 3- 12 推銷方案過程資訊告知狀況

第四節 收視習慣

有 58.3% 的受訪者最常收看的頻道類型為「新聞類」，其次依序為「綜合類」占 38.2%，「公益類」占 23.3%，「電影類」占 20.6%，「闔家觀賞類」占 15.0%，「體育類」占 8.9%，「戲劇類」占 5.4%，其他頻道類型皆小於 1.0%，請參見下表；另外有 13.1% 表示「不知道」及「拒答」。

因此題為複選題，加總可能會超過 100.0%，不適合進行卡方檢定，其相關交叉分析結果請參見附錄 III。

表 3-13 最常收看的頻道

	選項	次數	百分比	
請問，您平常最常收看的頻道有哪些？	新聞類	617	58.3	
	綜合類	404	38.2	
	公益類	246	23.3	
	電影類	218	20.6	
	闔家觀賞類	159	15.0	
	體育類	94	8.9	
	戲劇類	57	5.4	
	國際新聞類	7	0.6	
	財經類	5	0.5	
	娛樂類	5	0.5	
	付費音樂類	2	0.2	
	無線類	1	0.1	
	不知道	137	13.0	
	拒答	1	0.1	
	樣本數		1,058	

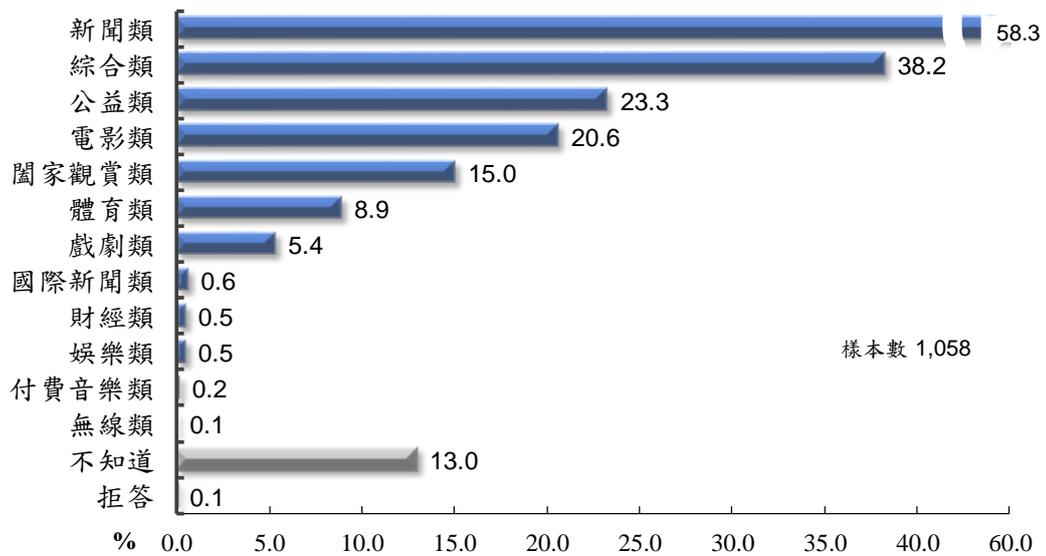


圖 3- 13 最常收看的頻道

受訪者最常收看的頻道細項排名，以「TVBS 新聞台」(24.9%) 為首，其次依序為「東森新聞台」(17.9%)，「中天新聞台」(17.7%)，「三立新聞台」(16.1%)，由於受訪者選擇的頻道總數達 111 名，因此詳細排名請參見附錄 II。

第五節 節目品質

壹、頻道種類多樣化

針對節目頻道的種類多樣化，有 74.4% 的受訪者感到滿意（10.8% 非常滿意，63.5% 還算滿意），17.0% 感到不滿意（12.3% 不太滿意，4.7% 非常不滿意）；另外有 8.7% 表示「不知道/無意見/拒答」。

表 3- 14 頻道種類多樣化滿意度

對於有線電視所提供的「頻道種類多樣化」，整體來說請問您覺得滿意？	選項	次數	百分比
	滿意		787
	非常滿意	114	10.8
	還算滿意	672	63.5
不滿意		180	17.0
	不太滿意	130	12.3
	非常不滿意	49	4.7
	不知道/無意見	92	8.7
	拒答	0	0.0
	總計	1,058	100.0

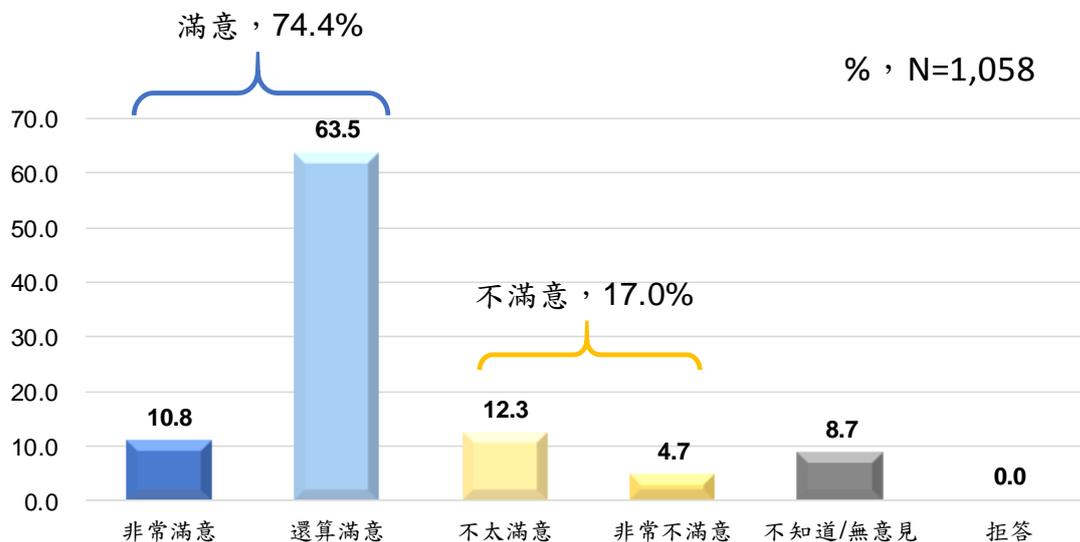


圖 3- 14 頻道種類多樣化滿意度

卡方檢定發現，受訪者「性別」、「年齡」及「教育程度」與「頻道種類多樣化滿意度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

性 別	「女性」在頻道種類多樣化感到「滿意」的比率(76.0%)較高。
年 齡	「20~29 歲」的受訪者在頻道種類多樣化感到「滿意」的比率(91.9%)較高，另外在「50~59 歲」的受訪者感到「不滿意」的比率(25.4%)較高。
教育程度	「研究所以上」的受訪者在頻道種類多樣化感到「滿意」的比率(85.9%)較高，另外「專科」的受訪者感到「不滿意」的比率(22.2%)較高。

貳、訊號品質滿意度

針對訊號品質的穩定，包括畫面與聲音清晰度，有 87.4%的受訪者感到滿意（15.3%非常滿意，72.1%還算滿意），10.0%感到不滿意（7.8%不太滿意，2.3%非常不滿意）；另外有 2.5%表示「不知道/無意見」。

表 3- 15 訊號品質滿意度

對於有線電視「訊號品質的穩定，包括畫面與聲音清晰度」，整體來說請問您覺得滿不滿意？	選項	次數	百分比
	滿意		925
	非常滿意	162	15.3
	還算滿意	763	72.1
不滿意		106	10.0
	不太滿意	82	7.8
	非常不滿意	24	2.3
	不知道/無意見	27	2.5
	拒答	0	0.0
	總計	1,058	100.0

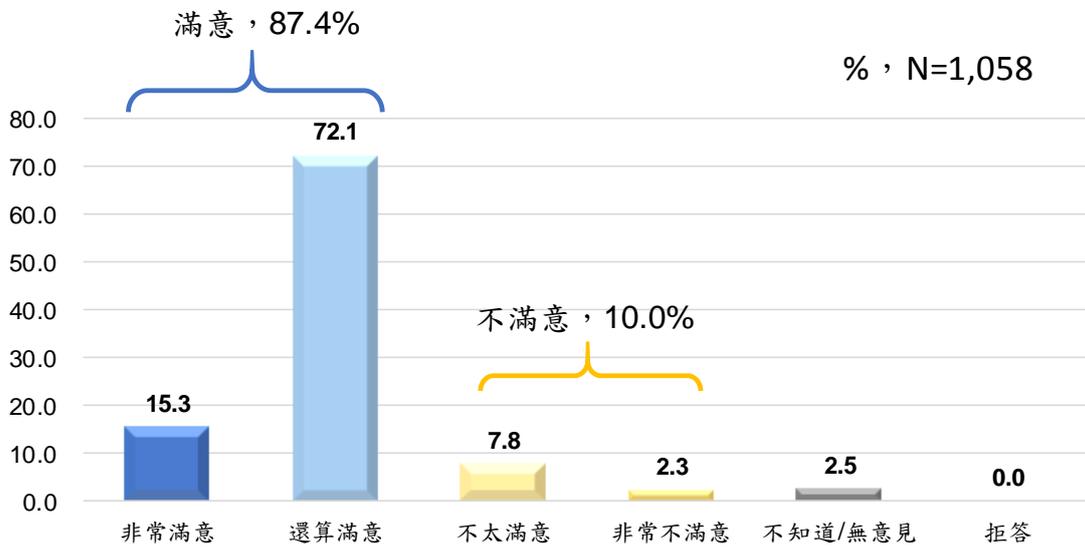


圖 3- 15 訊號品質滿意度

卡方檢定發現，受訪者「年齡」與「訊號品質滿意度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

年 齡	「50~59 歲」的受訪者在訊號品質感到「滿意」的比率（88.9%）較高，另外在「20~29 歲」的受訪者感到「不滿意」的比率（12.4%）較高。
-----	---

第六節 分組付費及收視費用

壹、分組付費知曉度

對於新竹市有線電視已推行分組付費制度，11.9%的受訪者表示「知道」，88.1%表示「不知道/沒聽說」。

表 3- 16 分組付費知曉度

請問您知不知道新竹市有線電視已推行分組付費制度，目前共有 4 種組合方案？	選項	次數	百分比
	知道		126
	不知道/沒聽說	932	88.1
	總計	1,058	100.0

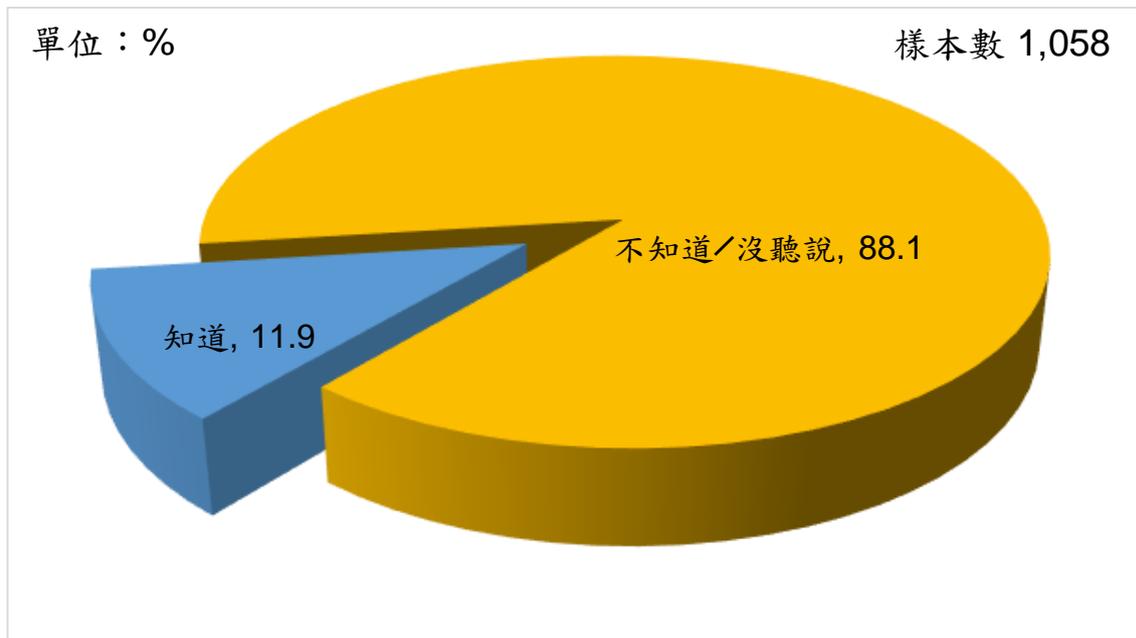


圖 3- 16 分組付費知曉度

卡方檢定發現，受訪者「性別」、「年齡」與「分組付費知曉度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

性 別	「男性」知道新竹市有線電視已推行分組付費的比率較高（14.2%）。
年 齡	「50~59 歲」知道新竹市有線電視已推行分組付費的比率較高（18.2%）。

貳、分組頻道組合滿意度

對於分組頻道組合內容及價格，有 24.9% 的受訪者感到滿意（0.0% 非常滿意，24.9% 還算滿意），31.9% 感到不滿意（23.3% 不太滿意，8.5% 非常不滿意）；另外有 43.2% 表示「不知道/無意見」。

表 3- 17 分組頻道組合滿意度

請問您對分組頻道組合內容及價格感到滿不滿意？	選項	次數	百分比
	滿意		31
非常滿意		0	0.0
還算滿意		31	24.9
不滿意		40	31.9
不太滿意		29	23.3
非常不滿意		11	8.5
不知道/無意見		54	43.2
拒答		0	0.0
總計		126	100.0

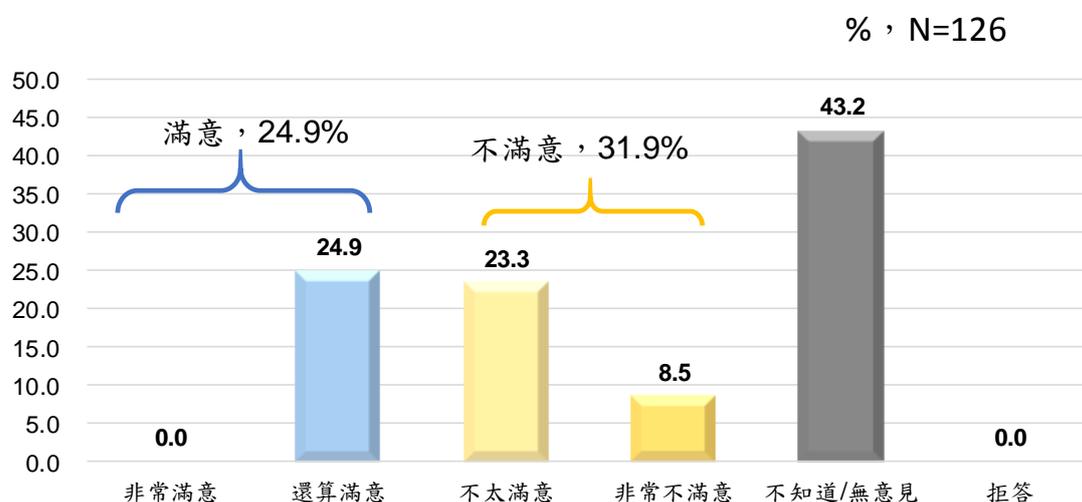


圖 3- 17 分組頻道組合滿意度

卡方檢定發現，受訪者在「教育程度」及「職業」與「分組頻道組合滿意度」因有 25%或以上的組間期望值低於 5 個樣本數，不符合卡方檢定假設，因此無法判定是否有顯著差異存在。其他變項則無顯著關係存在。

進一步詢問受訪者，不滿意分組頻道內容及價格的原因，有 59.2% 的受訪者表示「基本組合費用太高」，其次依序為「頻道組合內容不吸引人」占 29.7%，「資訊不夠透明」占 5.7%，「基本頻道數量過多」占 4.1%，「節目重播率太高」占 3.8%，「分組頻道 CP 值低」占 1.9%，「沒有搭配其他優惠方案」占 1.8%；另外有 6.9% 表示「說不出具體原因」。

因此題為複選題，加總可能會超過 100.0%，不適合進行卡方檢定，其相關交叉分析結果請參見附錄 III。

表 3- 18 不滿意分組頻道內容及價格的原因

請問您不滿意的原因？	選項	次數	百分比
	基本組合費用太高	24	59.2
頻道組合內容不吸引人	12	29.7	
資訊不夠透明	2	5.7	
基本頻道數量過多	2	4.1	
節目重播率太高	2	3.8	
分組頻道 CP 值低	1	1.9	
沒有搭配其他優惠方案	1	1.8	
不知道/無意見	3	6.9	
拒答	0	0.0	
樣本數	40		

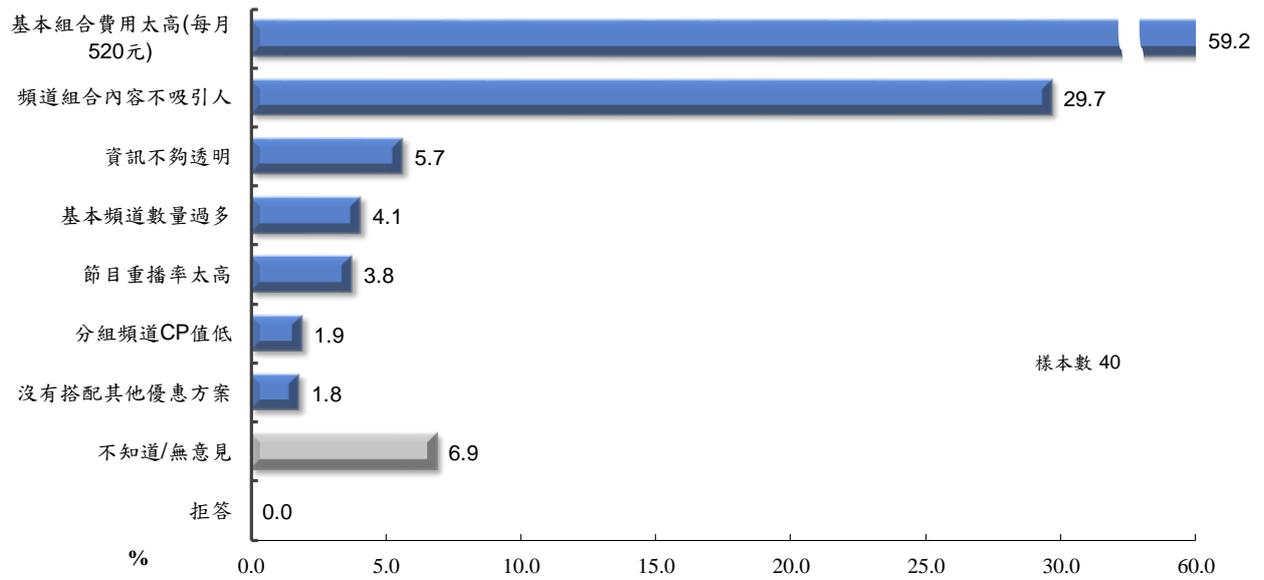


圖 3- 18 不滿意分組頻道內容及價格的原因

參、收視費用

受訪者認為在提供分組付費制度下，合理的收視費用範圍為每個月「201~400元」占 27.3%，其次依序為「401~600元」占 13.1%，「99~200元」占 11.7%，「98元以下」占 3.8%，「601元以上」占 2.6%；另外「不知道/無意見」占 41.5%。

表 3- 19 收視費用

請問，您覺得在提供分組付費制度下，合理的收視費用範圍應該是每個月多少錢？	選項	次數	百分比
	98元以下	40	3.8
99~200元	124	11.7	
201~400元	289	27.3	
401~600元	138	13.1	
601元以上	28	2.6	
不知道/無意見	439	41.5	
拒答	0	0.0	
總計	1,058	100.0	

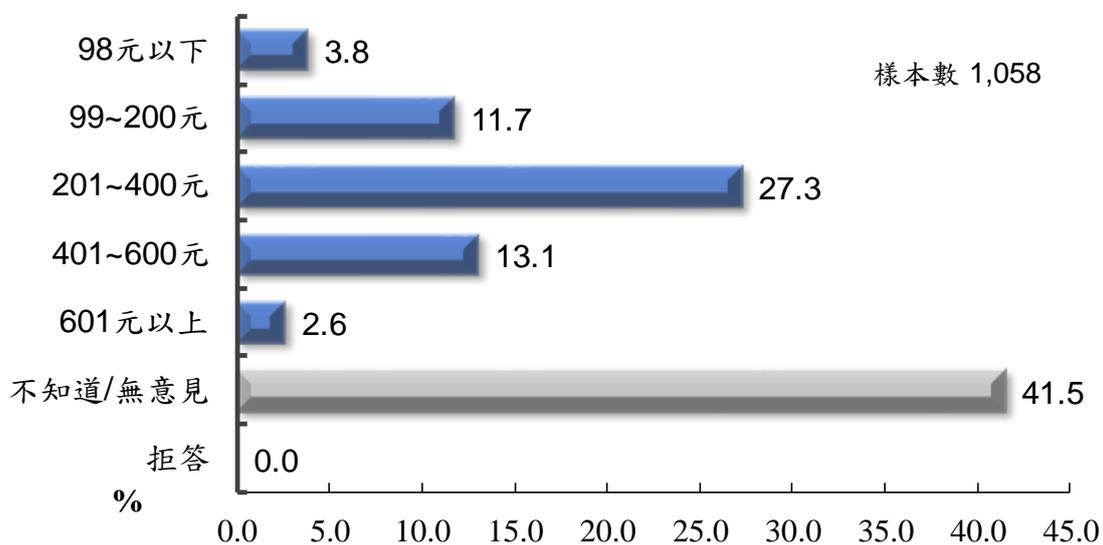


圖 3- 19 收視費用

卡方檢定發現，受訪者「年齡」、「居住地區」與「收視費用」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

年 齡	「50~59 歲」認為合理收視費用為 401~600 元的比率（8.8%）明顯低於其他年齡層；認為合理費用為 201~400 元的比率（33.9%）則明顯高於其他年齡層。
居 住 地 區	「北區」認為合理收視費用為 401~600 元的比率（13.6%）較其他地區高；「香山區」認為合理收視費用為 201~400 元的比率（31.4%）較其他地區高。

肆、調降基本頻道收視費用知曉度

對於新竹市 107 年調降基本頻道收視費用，有 16.3%的受訪者表示「知道」，83.7%表示「不知道/沒聽說」。

表 3- 20 調降基本頻道收視費用知曉度

請問，您知不知道今 (107) 年有線電視每 月基本頻道收視費由 540 元調降至 520 元？	選項	次數	百分比
	知道	173	16.3
	不知道/沒聽說	885	83.7
	總計	1,058	100.0

單位：%

樣本數 1,058

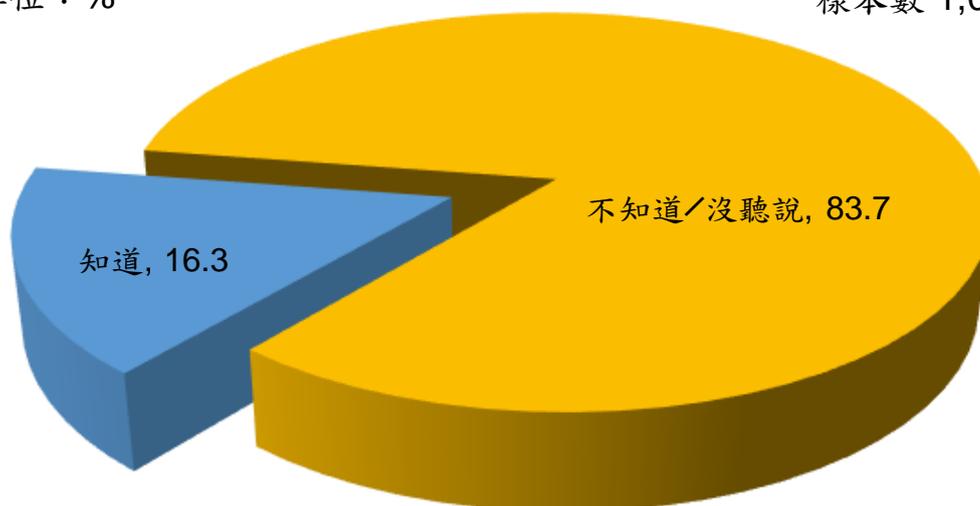


圖 3- 20 調降基本頻道收視費用知曉度

卡方檢定發現，受訪者「年齡」、「教育程度」及「職業」與「調降基本頻道收視費用知曉度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

年 齡	「60歲以上」的受訪者知道的比率（26.0%）高於其他年齡層。
教育程度	「國小及以下」的受訪者知道的比率（25.2%）高於其他教育程度。
職 業	「家庭主婦/家管」 ⁵ 知道的比率（25.5%）高於其他職業。

⁵ 根據中央極限定理，若樣本數目少於30，會有樣本代表性的問題，農林漁牧礦業樣本數未滿30筆，因此數據僅供參考，不列入分析。

伍、退費速度滿意度

對於有線電視業者退費的速度，有 44.9% 的受訪者感到滿意（5.7% 非常滿意，39.2% 還算滿意），8.9% 感到不滿意（6.0% 不太滿意，2.9% 非常不滿意）；另外有 46.2% 表示「不知道/無意見」。

表 3-21 退費速度滿意度

因為收視費調降，有關預繳帳單多收的費用，振道公司會在下一期帳單退費，請問您對於退費速度是否滿意？	選項	次數	百分比
	滿意		475
非常滿意		60	5.7
還算滿意		415	39.2
不滿意		94	8.9
不太滿意		63	6.0
非常不滿意		31	2.9
不知道/無意見		489	46.2
拒答		0	0.0
總計		1,058	100.0

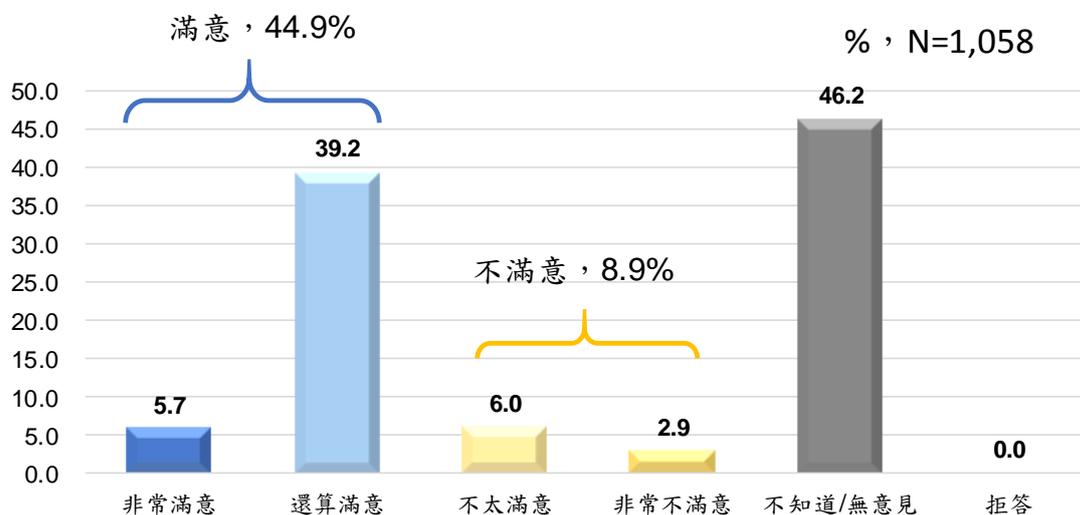


圖 3-21 退費速度滿意度

卡方檢定發現，受訪者「年齡」與「退費速度滿意度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

年 齡	「20~29 歲」的受訪者表示滿意的比率 (57.8%) 高於其他年齡層。
--------	---------------------------------------

陸、帳單標示清楚度

對於有線電視業者在帳單上標示的清楚度，有 58.1%的受訪者表示清楚（14.0%非常清楚，44.1%還算清楚），12.2%表示不清楚（8.4%不太清楚，3.8%非常不清楚）；另外有 29.7%表示「不知道/無意見」。

表 3- 22 帳單標示清楚度

請問您覺得帳單所列項目及金額是否清楚？	選項	次數	百分比
	清楚		614
	非常清楚	148	14.0
	還算清楚	466	44.1
不清楚		129	12.2
	不太清楚	89	8.4
	非常不清楚	40	3.8
不知道/無意見		314	29.7
拒答		0	0.0
	總計	1,058	100.0

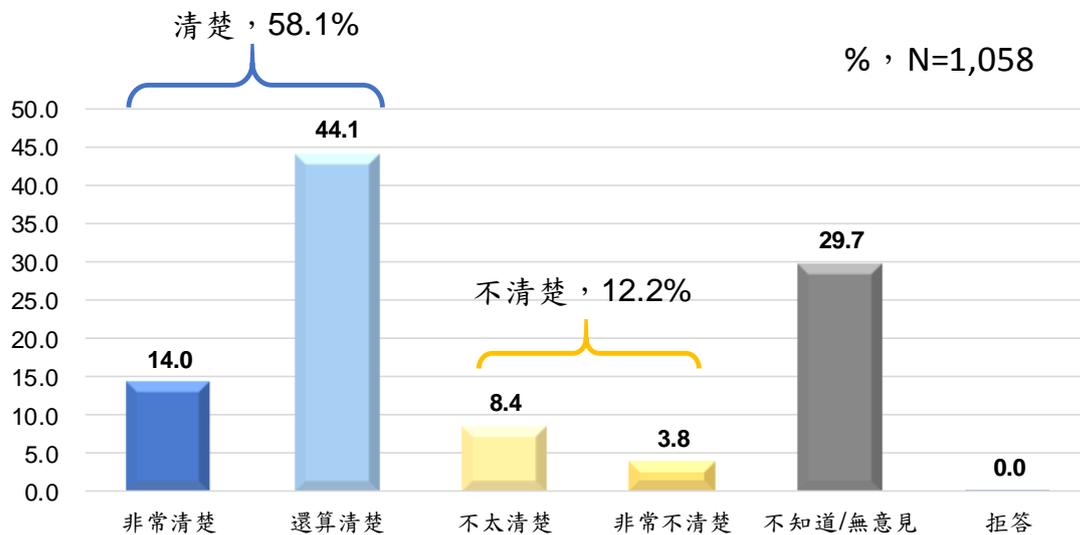


圖 3- 22 帳單標示清楚度

卡方檢定發現，受訪者「年齡」與「帳單標示清楚度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

年 齡	「20~29 歲」的受訪者表示清楚的比率（68.8%）高於其他年齡層。
--------	-------------------------------------

第七節 公用頻道

壹、公用頻道知曉度

對於第 3 頻道是公用頻道，有 33.5% 的受訪者表示「知道」，66.5% 「不知道」。

表 3- 23 公用頻道知曉度

請問，您知不知道第 3 頻道是公用頻道？	選項	次數	百分比
	知道	355	33.5
不知道	703	66.5	
	總計	1,058	100.0

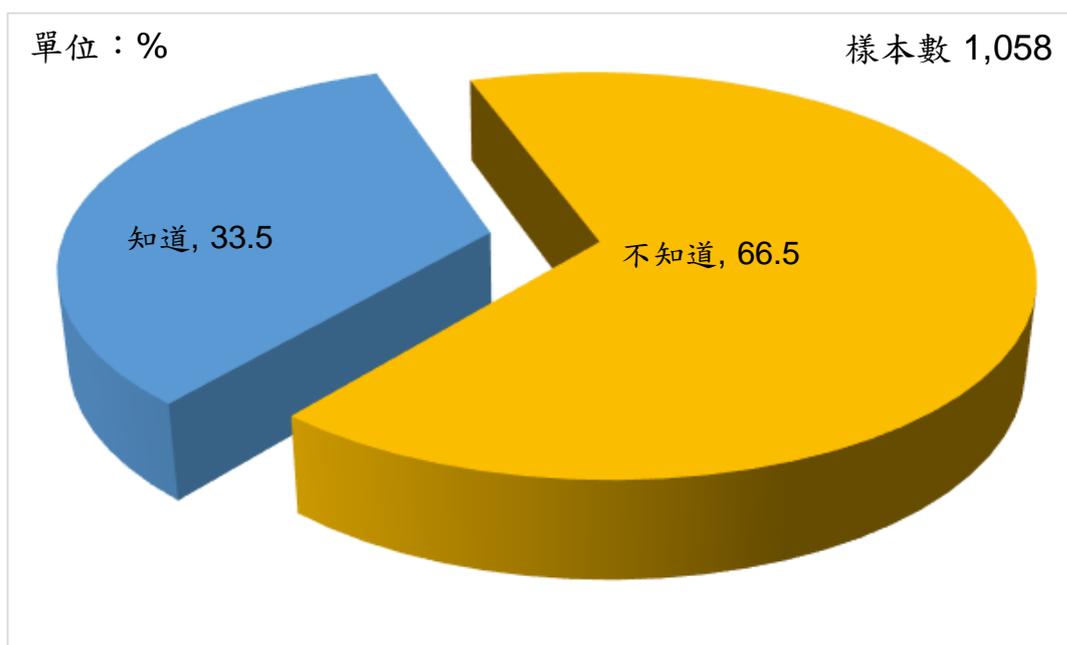


圖 3- 23 公用頻道知曉度

卡方檢定發現，受訪者「職業」與「公用頻道知曉度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

職 業	「學生」 ⁶ 知道第 3 頻道是公用頻道的比率（47.0%）高於其他職業。
--------	--

⁶ 由於農林漁牧礦業樣本數未滿 30 筆，數據僅供參考，因此不列入分析。

貳、公用頻道收視情形

過去一年內，有 33.8% 的受訪者表示有收看公用頻道（1.1% 經常收看，12.5% 很少收看，20.1% 偶爾收看），64.8% 表示從來沒有收看；另外有 1.5% 的受訪者表示「不知道/無意見」。

表 3- 24 公用頻道收視情形

請問在過去一年內，您有沒有看過這個頻道？	選項	次數	百分比
	有收看	357	33.8
經常收看	12	1.1	
很少收看	132	12.5	
偶爾收看	213	20.1	
從來沒有收看	685	64.8	
不知道/無意見	16	1.5	
拒答	0	0.0	
總計	1,058	100.0	

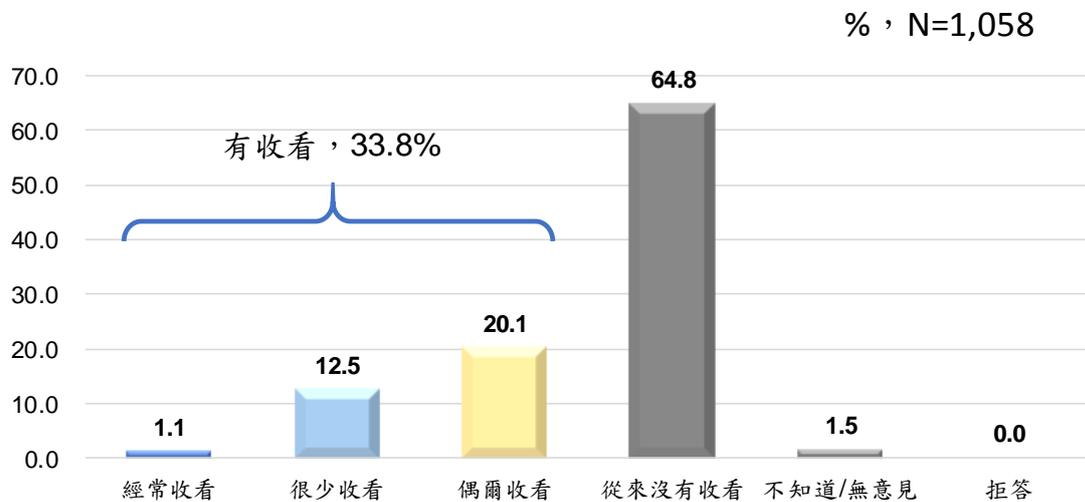


圖 3- 24 公用頻道收視情形

卡方檢定發現，受訪者在「年齡」、「職業」與「公用頻道收視情形」因有 25% 或以上的組間期望值低於 5 個樣本數，不符合卡方檢定假設，因此無法判定是否有顯著差異存在。其他變項則無顯著關係存在。

參、公用頻道滿意度

進一步詢問有看過的受訪者，有 60.7% 的受訪者感到滿意（5.0% 非常滿意，55.8% 還算滿意），16.7% 感到不滿意（13.6% 不太滿意，3.1% 非常不滿意）；另外有 22.5% 表示「不知道/無意見」。

表 3- 25 公用頻道滿意度

對於有線電視公用頻道（也就是第 3 頻道）的節目內容及品質，整體來說，請問您覺得滿不滿意？	選項	次數	百分比
	滿意	217	60.7
非常滿意	18	5.0	
還算滿意	199	55.8	
不滿意	60	16.7	
不太滿意	49	13.6	
非常不滿意	11	3.1	
不知道/無意見	80	22.5	
拒答	0	0.0	
總計	357	100.0	

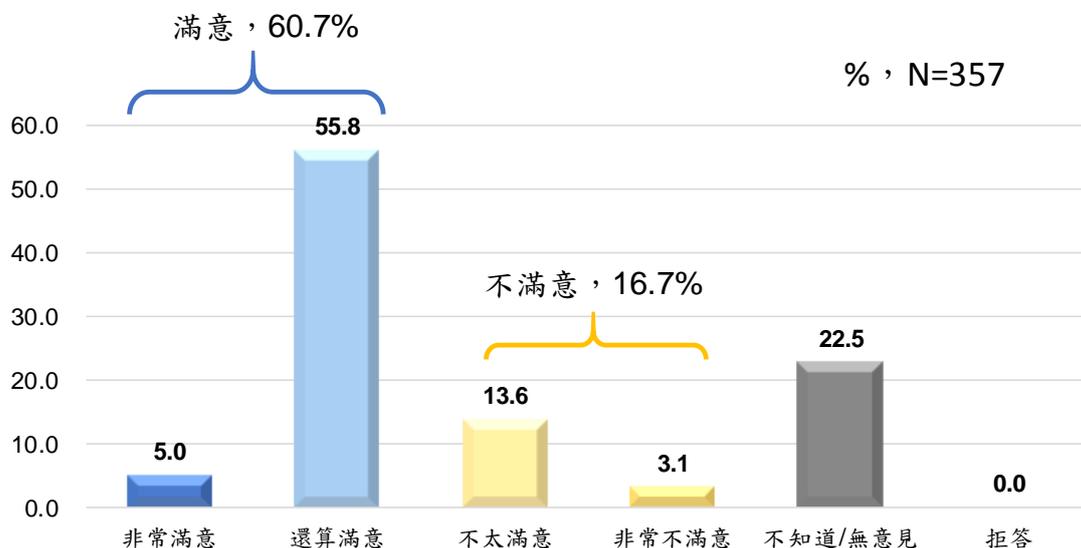


圖 3- 25 公用頻道滿意度

卡方檢定發現，受訪者在「職業」與「公用頻道滿意度」因有 25% 或以上的組間期望值低於 5 個樣本數，不符合卡方檢定假設，因此無法判定是否有顯著差異存在。其他變項則無顯著關係存在。

肆、公用頻道使用意願

深入詢問受訪者有沒有意願向有線電視業者申請在公用頻道免費播放自製影片，有 26.8%的受訪者表示有意願（6.0%非常有意願，20.9%還算有意願），63.7%沒有意願（26.2%不太有意願，37.5%完全沒有意願）；另外有 9.5%表示「不知道/無意見」。

表 3- 26 公用頻道使用意願

如果您自己或參加的社團有自行拍攝的影片，請問您有沒有意願向有線電視業者申請在公用頻道【也就是第3頻道】免費播放？	選項	次數	百分比
	有意願		96
非常有意願		21	6.0
還算有意願		75	20.9
沒意願		227	63.7
不太有意願		94	26.2
完全沒有意願		134	37.5
不知道/無意見		34	9.5
拒答		0	0.0
總計		357	100.0

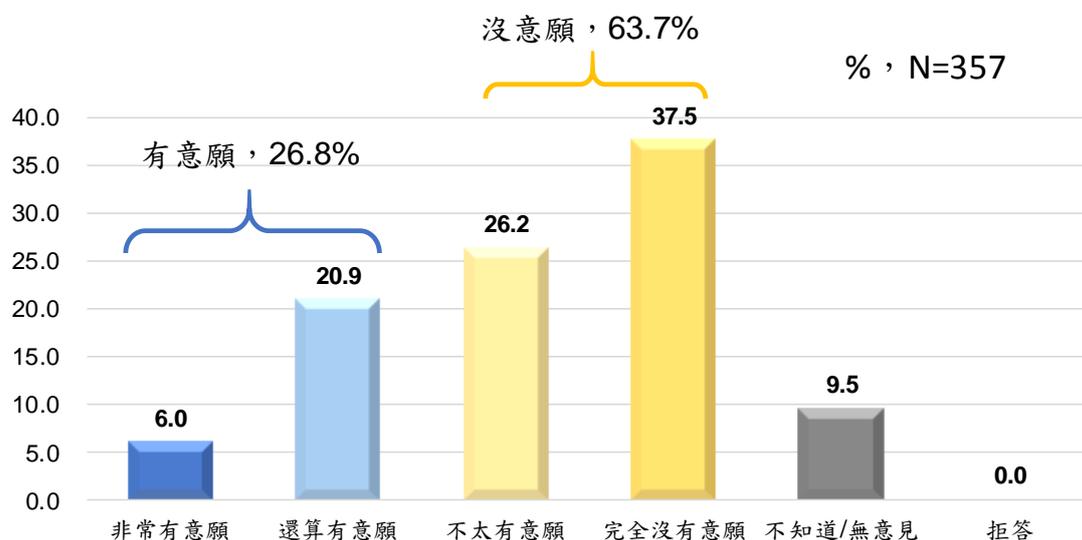


圖 3- 26 公用頻道使用意願

卡方檢定發現，受訪者在「教育程度」與「公用頻道使用意願」因有25%或以上的組間期望值低於5個樣本數，不符合卡方檢定假設，因此無法判定是否有顯著差異存在。其他變項則無顯著關係存在。

第八節 自製頻道

壹、自製頻道收視情形

過去一年內，有 50.9% 的受訪者表示有收看自製頻道（2.7% 經常收看，19.3% 很少收看，29.0% 偶爾收看），47.5% 表示從來沒有收看；另外有 1.6% 的受訪者表示「不知道/無意見」。

表 3- 27 自製頻道收視情形

請問，在過去一年內，您有沒有看過有線電視專門製播地方新聞、地方生活藝文的新竹生活資訊台【也就是第 4 頻道】？	選項	次數	百分比
		有收看	539
經常收看		28	2.7
很少收看		204	19.3
偶爾收看		307	29.0
從來沒有收看		503	47.5
不知道/無意見		16	1.6
拒答		0	0.0
	總計	1,058	100.0

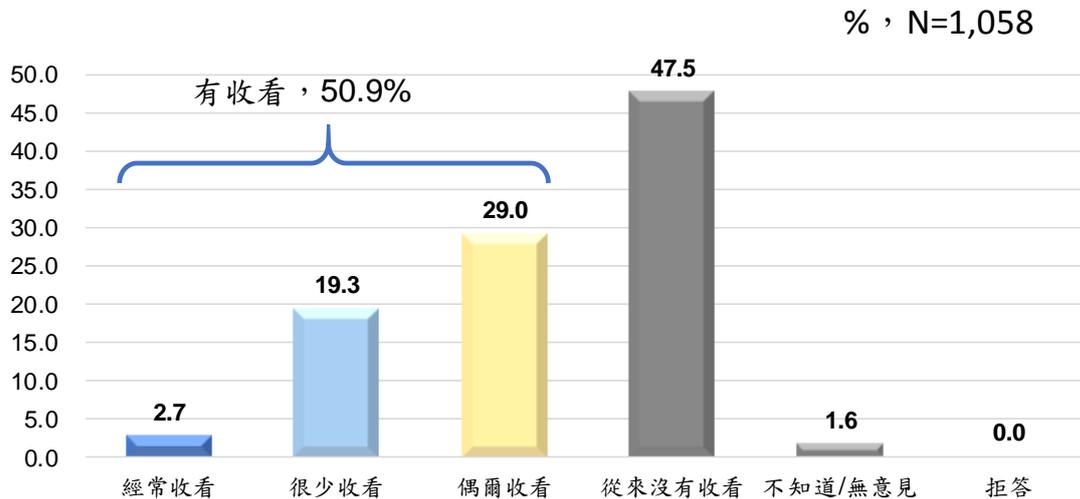


圖 3- 27 自製頻道收視情形

卡方檢定發現，受訪者在「年齡」、「教育程度」及「職業」與「自製頻道收視情形」因有 25%或以上的組間期望值低於 5 個樣本數，不符合卡方檢定假設，因此無法判定是否有顯著差異存在。其他變項則無顯著關係存在。

貳、自製頻道滿意度

進一步詢問有看過的受訪者，有 65.2% 的受訪者感到滿意（6.2% 非常滿意，59.0% 還算滿意），14.7% 感到不滿意（12.5% 不太滿意，2.2% 非常不滿意）；另外有 20.1% 表示「不知道/無意見」。

表 3-28 自製頻道滿意度

對於有線電視新竹生活資訊台（也就是第 4 頻道）的各項節目內容，整體來說，請問您覺得滿不滿意？	選項	次數	百分比
	滿意		351
	非常滿意	33	6.2
	還算滿意	318	59.0
不滿意		79	14.7
	不太滿意	68	12.5
	非常不滿意	12	2.2
	不知道/無意見	108	20.1
	拒答	0	0.0
	總計	539	100.0

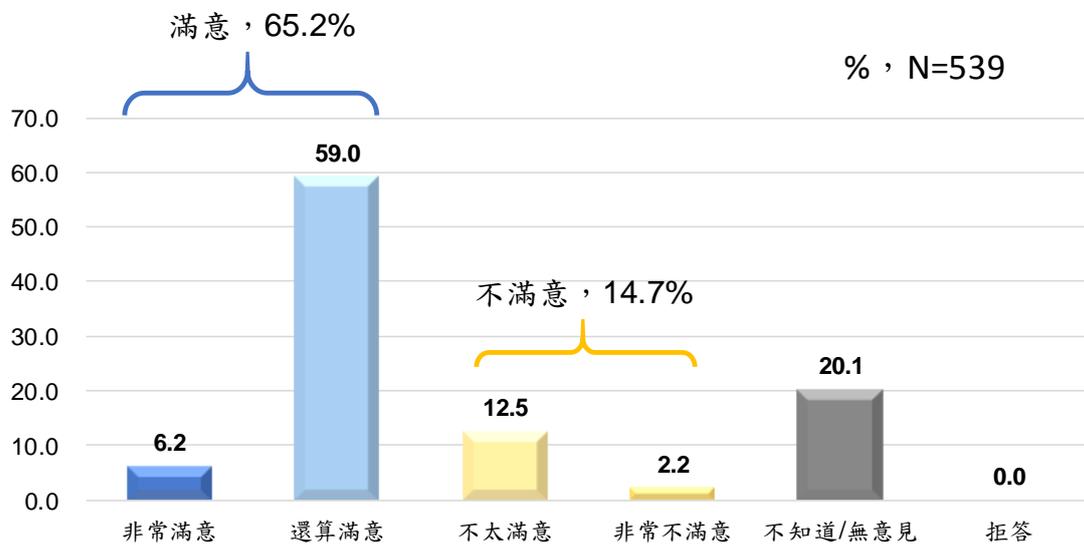


圖 3-28 自製頻道滿意度

卡方檢定發現，受訪者「年齡」與「自製頻道滿意度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

職 業	「30~39 歲」的受訪者表示滿意的比率（77.8%）高於其他年齡層。
--------	-------------------------------------

第九節 整體服務滿意度

整體來說，對於有線電視業者提供的各項服務有 76.4%的受訪者感到滿意（7.8%非常滿意，68.6%還算滿意），16.9%感到不滿意（12.7%不太滿意，4.2%非常不滿意）；另外有 6.7%表示「不知道/無意見」。

表 3- 29 整體滿意度

對於有線電視業者提供的各項服務，整體來說，請問您覺得滿不滿意？	選項	次數	百分比
	滿意		808
	非常滿意	82	7.8
	還算滿意	726	68.6
不滿意		179	16.9
	不太滿意	134	12.7
	非常不滿意	44	4.2
	不知道/無意見	71	6.7
	拒答	0	0.0
	總計	1,058	100.0

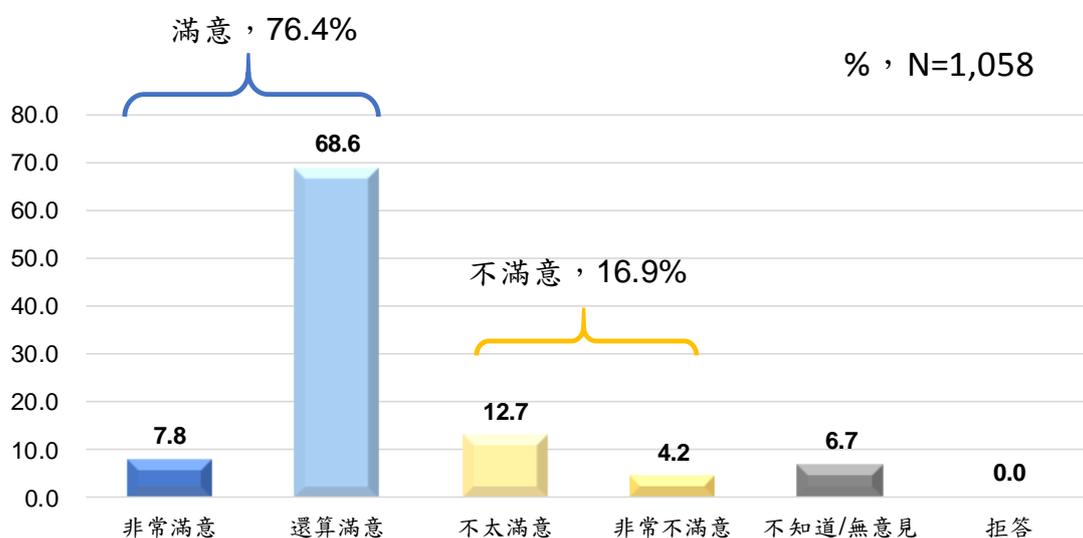


圖 3- 29 整體滿意度

卡方檢定發現，受訪者「年齡」與「整體滿意度」之間有顯著關係存在。

以下就呈現顯著差異之變項進行敘述：

年 齡	「20~29 歲」的受訪者對於有線電視業者提供的各項服務感到滿意的比率（90.6%）高於其他年齡層；「40~49 歲」的受訪者對於有線電視業者提供的各項服務感到不滿意的比率（22.9%）高於其他年齡層。
--------	---

進一步詢問受訪者，有線電視業者需要改善的地方，「降低收視/分組方案費用」的比率最高，占 18.9%，其次為「節目內容（增加多樣性/改善品質）」占 11.0%，第三為，「收訊品質」占 8.2%，「目前很好，不需要改進」占 14.3%，其他原因請參見下表；另外有 38.1%表示「不知道/無意見」。

因此題為複選題，加總可能會超過 100.0%，不適合進行卡方檢定，其相關交叉分析結果請參見附錄 III。

表 3- 30 有線電視業者需要改善的地方

	選項	次數	百分比
請問您覺得有線電視業者有什麼地方需要改善的？	降低收視/分組方案費用	200	18.9
	節目內容 (增加多樣性/改善品質)	117	11.0
	收訊品質	87	8.2
	改善客服服務品質	36	3.4
	提升客服電話接通率	36	3.4
	改善維修服務品質	22	2.1
	減少廣告/插播廣告頻率	21	2.0
	優惠措施或服務查詢	19	1.8
	避免業者壟斷	17	1.6
	主動通知用戶優惠訊息與新資訊	14	1.3
	減少頻道數量	13	1.2
	增加高畫質 (HD) 節目數量	13	1.2
	取消電視畫面信件優惠訊息提示	9	0.9
	降低數位機上盒故障率	9	0.9
	帳單收費標示	9	0.8
	提升遙控器品質	8	0.7
	申裝/異動/維修速度太慢	7	0.7
	簡化服務方案及收費方式	6	0.5
	斷訊維修之通知	5	0.5
	提升網路穩定度與速度	4	0.4
	增加多樣化數位服務	4	0.4
	簡化數位機上盒/選台器操作	3	0.3
	改善分組付費方案	3	0.3
	先收視再付費	3	0.3
	減少跑馬燈次數	3	0.3
	降低數位機上盒裝機費用	3	0.3
	增加選購單一頻道方案	3	0.2
	改善頻道切換速度	2	0.2
	頻道變動不要太頻繁	2	0.2
	簡化數位機上盒與電視盒連接裝置	2	0.2
目前很好，不需要改進	152	14.3	
不知道/沒意見	403	38.1	
拒答	0	0.0	
樣本數		1,058	

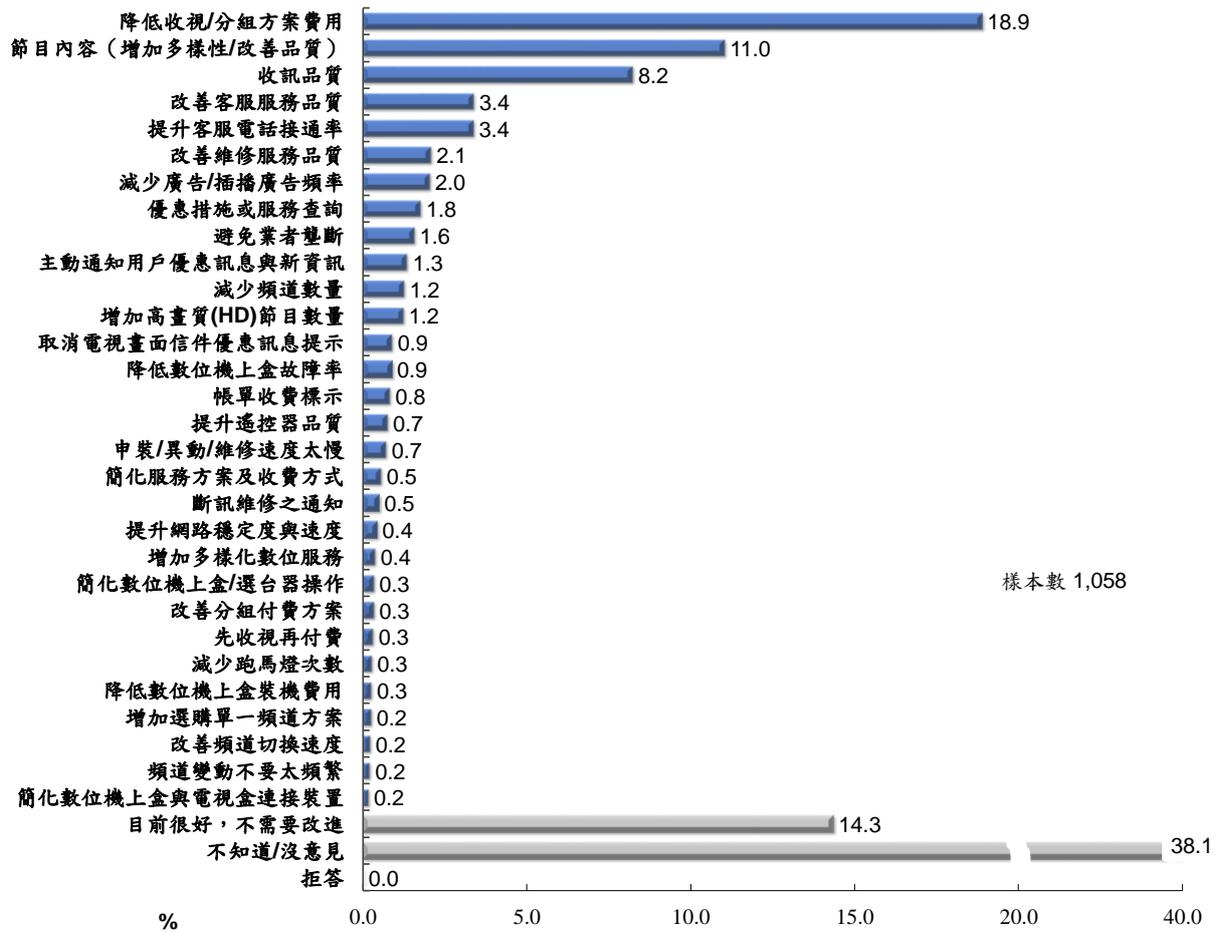


圖 3- 30 有線電視業者需要改善的地方

第肆章 結論與建議

第一節 結論

一、有線電視安裝及未安裝原因

根據本次調查，有 76.3% 的受訪者有安裝有線電視，在歷年的調查中，安裝率最高的為 100 年（81.7%），最低的為 106 年（75.7%），今年與 106 年相比，增加了 0.6%。

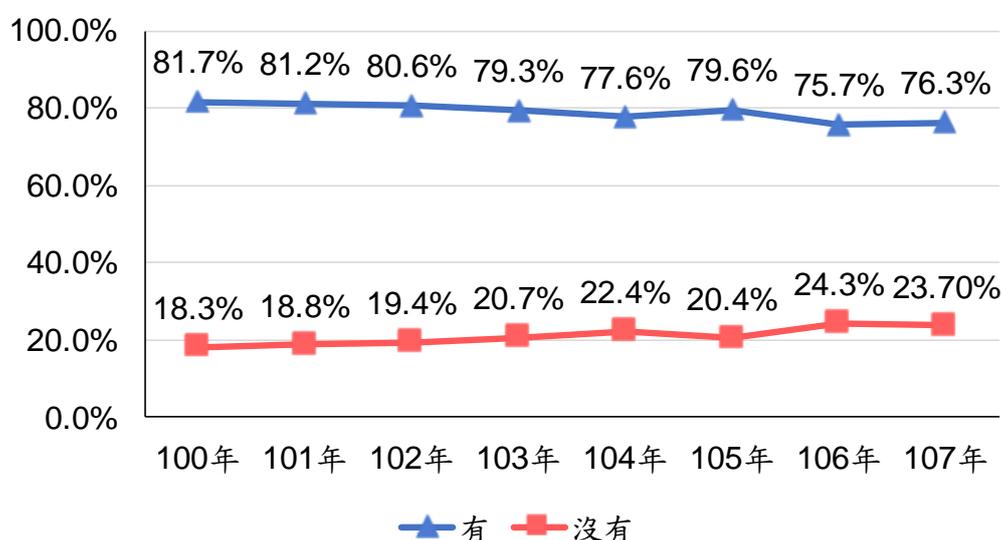


圖 4-1 歷年安裝情形

與去年相比，增加了「影響小孩課業」（8.5%）、「頻道數量太多」（1.1%）、「業者壟斷」（0.5%）、「遙控器操作太複雜」（0.2%）⁷。另外在「收視費用太貴」從 9.6% 大幅增加至 24.6%，「已安裝中華電信 MOD」從 23.6% 減少至 16.3%，「利用網路收看電視節目」從 12.1% 增加到 14.5%；而未安裝的原因由「沒有看電視的習慣或需求」（39.4%）、「費用太貴」（24.6%）及「已安裝中華電信 MOD」（16.3%）位居前三名。

⁷ 表 4-1 中紅色部分為今年新增加的原因

表 4-1 未安裝原因

	101年 (n=140)	102年 (n=259)	103年 (n=279)	104年 (n=297)	105年 (n=274)	106年 (n=356)	107年 (n=328)
沒有看電視的習慣或需求	13.90%	25.60%	22.30%	41.90%	41.50%	34.60%	39.40%
收視費用太貴	-	-	-	-	-	9.60%	24.60%
已安裝中華電信 MOD	14.60%	11.60%	15.60%	21.80%	24.30%	23.60%	16.30%
利用網路收看電視節目	6.00%	1.40%	1.50%	-	4.60%	12.10%	14.50%
節目內容不吸引人	-	-	-	-	4.10%	6.00%	8.70%
影響小孩課業	-	-	-	-	-	-	8.50%
無線或衛星電視已可滿足需求	6.10%	6.90%	9.00%	7.30%	6.30%	6.40%	4.60%
節目內容影響小孩身心	14.80%	11.70%	10.80%	13.60%	12.70%	7.60%	3.70%
有線電視頻道節目重播率太高	3.40%	1.10%	2.00%	2.90%	4.30%	3.40%	3.60%
有線電視沒有自己喜歡的頻道	3.70%	3.10%	5.60%	8.40%	3.30%	2.50%	3.50%
有線電視業者的服務太差	-	0.30%	0.20%	1.50%	2.10%	1.80%	2.90%
經濟因素(省錢)	20.60%	20.30%	17.40%	20.30%	19.80%	16.70%	2.60%
有線電視太常斷訊	-	0.70%	0.80%	0.90%	1.10%	0.50%	2.30%
不知道/無意見	1.80%	3.10%	1.10%	3.10%	2.00%	-	1.80%
有線電視的畫面品質不清晰	0.60%	1.60%	1.40%	2.20%	1.30%	1.80%	1.60%
廣告太多	-	0.30%	-	-	-	-	1.60%
頻道數量太多	-	-	-	-	-	-	1.10%
數位機上盒數量限制	-	-	-	-	0.40%	0.00%	0.70%
業者壟斷	-	-	-	-	-	-	0.50%
遙控器操作太複雜	-	-	-	-	-	-	0.20%
地處偏遠，線路未及	-	-	0.20%	0.20%	1.00%	1.50%	0.10%
從未安裝過	-	-	-	1.20%	2.10%	0.00%	-
沒有時間收看電視	10.80%	14.50%	4.20%	-	-	-	-
業者服務品質不佳	-	-	-	-	0.40%	1.80%	-
非家中決定是否申裝有線電視者	-	1.70%	1.70%	-	-	-	-

二、數位機上盒及數位服務使用情形

受訪者家中以「2台」數位機上盒的比率最高（35.0%），最多人使用過的數位服務以「收看付費數位節目」的比率最高（14.9%），其中有68.6%的受訪者表示「都沒用過」；相較於106年調查結果，都沒有用過的比率72.6%，今年微幅降低4%。

數位服務使用情形在訪問時是以逐一選項詢問的方式進行，今年除了「錄影功能」的使用率沒有改變以外，其他的數位服務使用率皆有微幅上升。

表 4-2 數位機上盒數量及數位服務使用情形

	106年 (n=1,113)	107年 (n=1,058)
收看付費數位節目	12.7%	14.9% ↑
HomePlay 多螢幕分享/手機與電視螢幕 互相切換	7.7%	10.1% ↑
收看 SMOD 付費影片	6.6%	8.2% ↑
錄影功能	6.6%	6.6% -
OTT 服務/以手機觀看電視節目	5.5%	5.7% ↑
居家安全系統/居家防護監控	3.3%	5.4% ↑
互動服務，如 SMOD 新竹館、卡拉 OK、查詢天氣、玩遊戲	2.3%	2.5% ↑
都沒用過	72.6%	68.6% ↓
不知道/無意見/拒答	1.4%	0.4% ↓

三、服務品質

跑馬燈的干擾程度上，僅有 22.5% 表示嚴重(7.8% 非常嚴重，14.7% 有點嚴重)，71.7% 不嚴重(53.5% 不太嚴重，18.2% 一點也不嚴重)。

以下為歷年跑馬燈干擾程度趨勢：

今年(107年)調查，比106年調查嚴重程度減少2.0%。

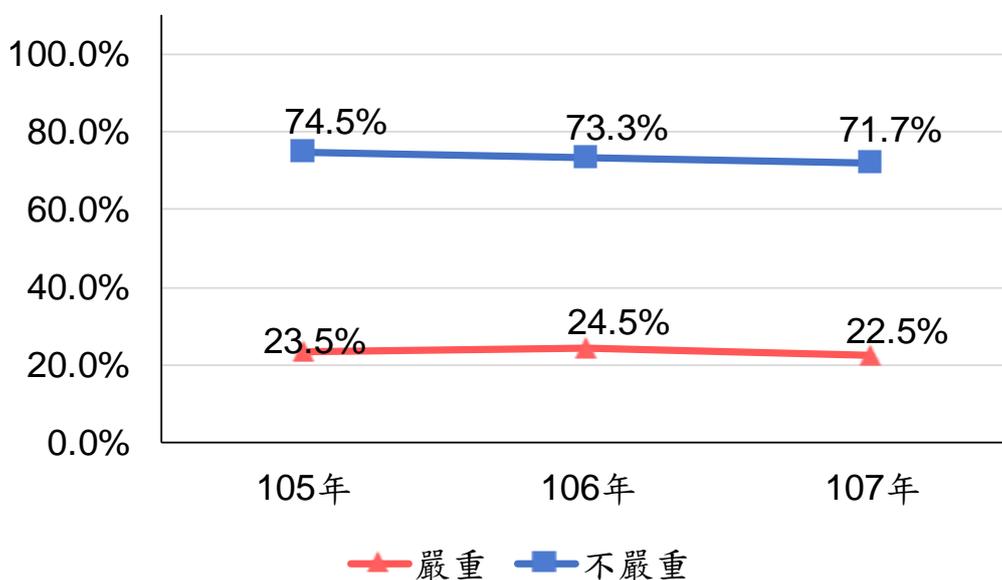


圖 4-2 歷年跑馬燈干擾程度

在 44.7%有接觸過電話客服人員的受訪者中，主要以「斷訊」的比率最高（17.4%）；對於電話客服人員有 76.2%表示滿意（12.8%非常滿意，63.4%還算滿意），20.6%不滿意（13.1%不太滿意，7.5%非常不滿意）。

以下為歷年電話客服人員趨勢：

今年（107年）調查，電話客服人員滿意度方面，受訪者感到滿意的比率高 106年減少 4.4%，不滿意的比率高 106年增加 3.3%。

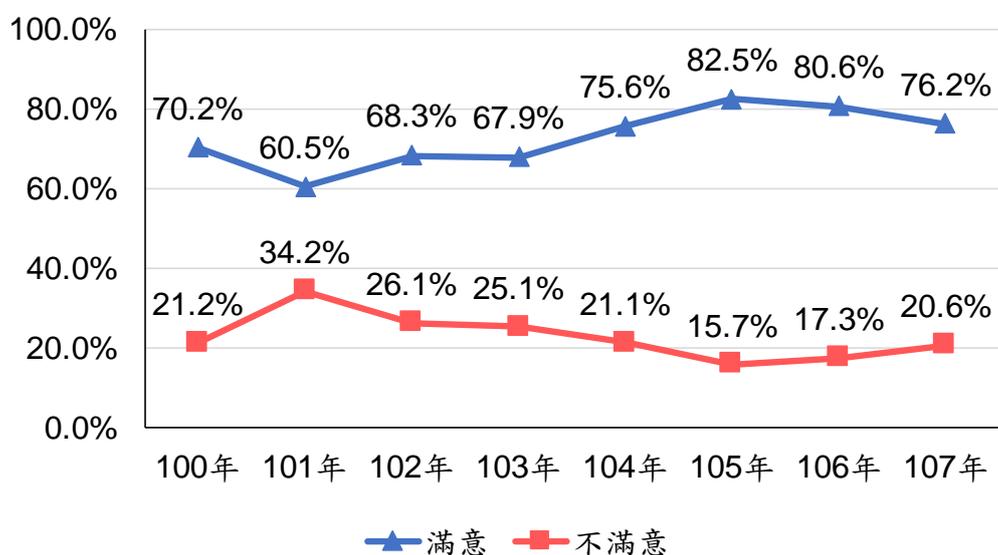


圖 4- 3歷年電話客服人員滿意度

在 47.5%有接觸過工程維修人員的受訪者中，主要以「裝機/移機/復機」的比率最高（16.2%）；對於工程維修人員有 89.8%表示滿意（24.4%非常滿意，65.4%還算滿意），8.2%不滿意（6.5%不太滿意，1.7%非常不滿意）。

以下為歷年工程維修人員趨勢：

工程維修人員滿意度方面，受訪者感到滿意的比率高 106 年減少 0.9%，不滿意的比率高 106 年增加 0.4%。

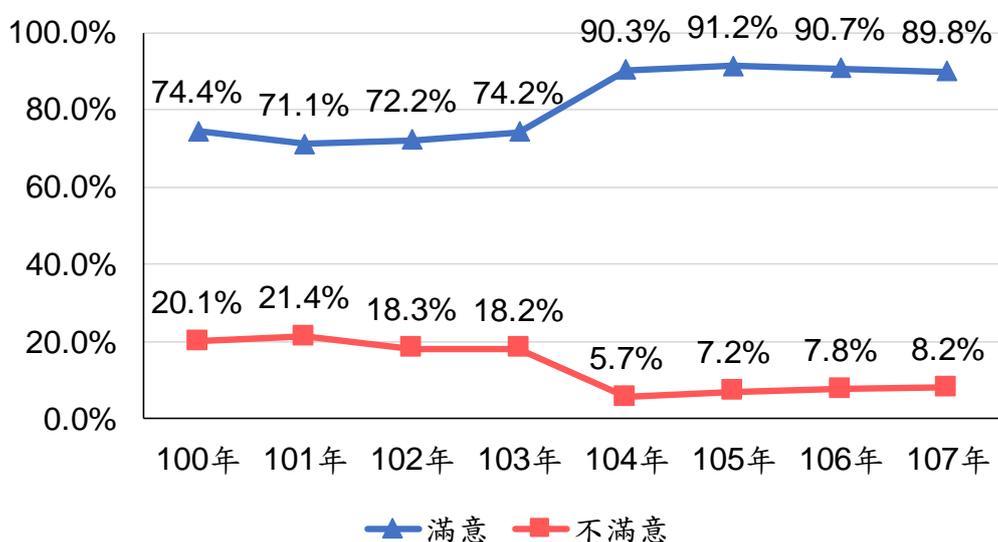


圖 4-4 歷年工程維修人員滿意度

對於有線電視申裝及安裝過程中，受訪者表示有告知「遙控器使用及操作方式」的比率最高，為 77.2%；另外「都沒有告知」占 1.4%，16.3%的受訪者表示「沒參與過申裝或安裝的過程」。

對於有線電視業者主動推銷方案情形，有 23.1%的受訪者表示「有」，68.2%表示「沒有」；另外「不知道/無意見」占 8.7%。

對於有線電視業者推銷方案時，告知相關資訊情形，受訪者表示有告知「推銷方案內容」的比率最高，為 84.2%；另外「不知道/無意見」占 10.0%。

四、收視習慣及節目品質

最常觀看的頻道以「新聞類」居首（58.3%）。

以下為近兩年調查結果，受訪者最常收看的頻道：

表 4-3 最常收看的頻道歷年比較

	106 年	107 年
新聞類	61.8	58.3 ↓
綜合類	40.9	38.2 ↓
公益類	17.3	23.3 ↑
電影類	27.9	20.6 ↓
闔家觀賞類	12.0	15.0 ↑
體育類	14.9	8.9 ↓
戲劇類	-	5.4
國際新聞類	0.1	0.6
財經類	0.7	0.5
娛樂類	0.1	0.5
付費音樂類	0.3	0.2
無線類	0.4	0.1
廣告類	0.2	0
成人類	0.1	0

與 106 年調查結果相比，在「新聞類」、「綜合台類」都減少 3% 左右，而在「電影類」及「體育類」減少幅度較大，皆減少 6% 以上；「闔家觀賞類」及「公益類」成長幅度較大，各為 3% 及 6%。

對節目頻道的種類多樣化，有 74.4% 的受訪者感到滿意（10.8% 非常滿意，63.5% 還算滿意），17.0% 感到不滿意（12.3% 不太滿意，4.7% 非常不滿意）。

以下為節目頻道種類多樣化趨勢：

節目頻道種類多樣化滿意度方面，受訪者感到滿意的比率較 106 年減少 3.0%，不滿意的比率較 106 年減少 0.3%。

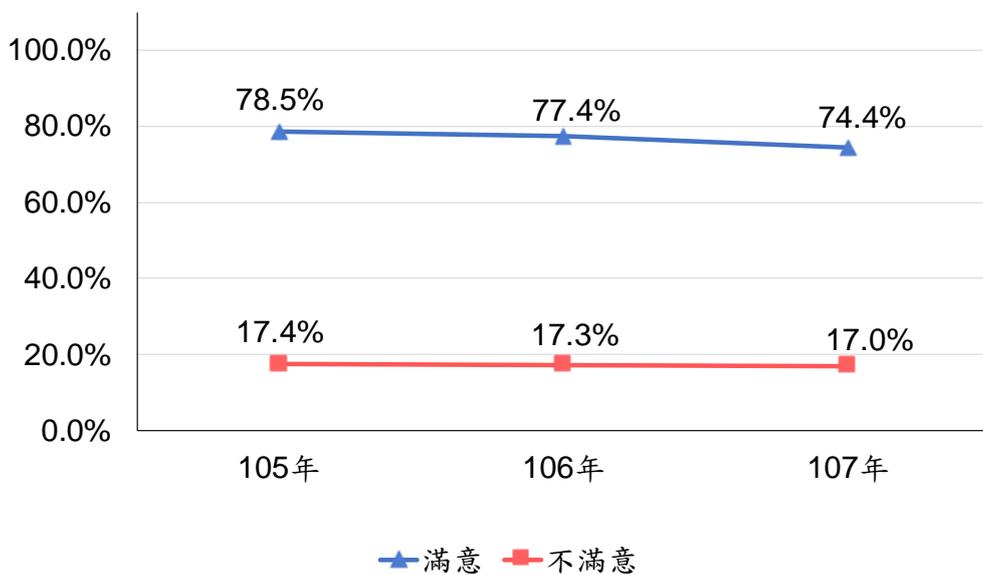


圖 4-5 歷年節目頻道種類多樣化滿意度

而訊號品質的滿意度，則有 87.4% 的受訪者感到滿意（15.3% 非常滿意，72.1% 還算滿意），10.0% 感到不滿意（7.8% 不太滿意，2.3% 非常不滿意）。

以下為訊號品質滿意度趨勢：

訊號品質的滿意度方面，受訪者感到滿意的比率較 106 年增加 0.3%，不滿意的比率較 106 年減少 1.5%。

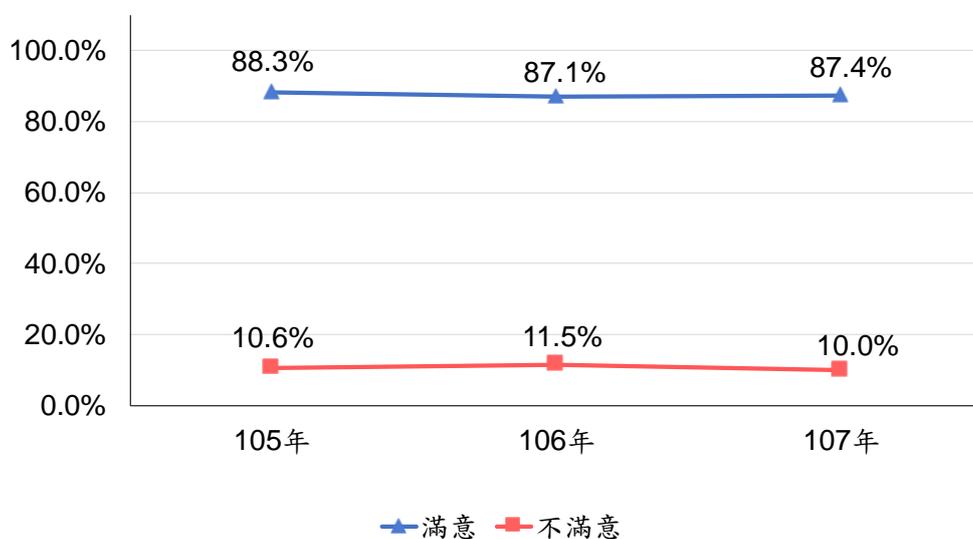


圖 4-6 歷年訊號品質滿意度

五、分組付費及收視費用

對於新竹市有線電視已推行分組付費制度，有 11.9%的受訪者表示「知道」。

以下為分組付費知曉度趨勢：

分組付費知曉度方面，受訪者知道的比率高 106 年減少 2.8%。

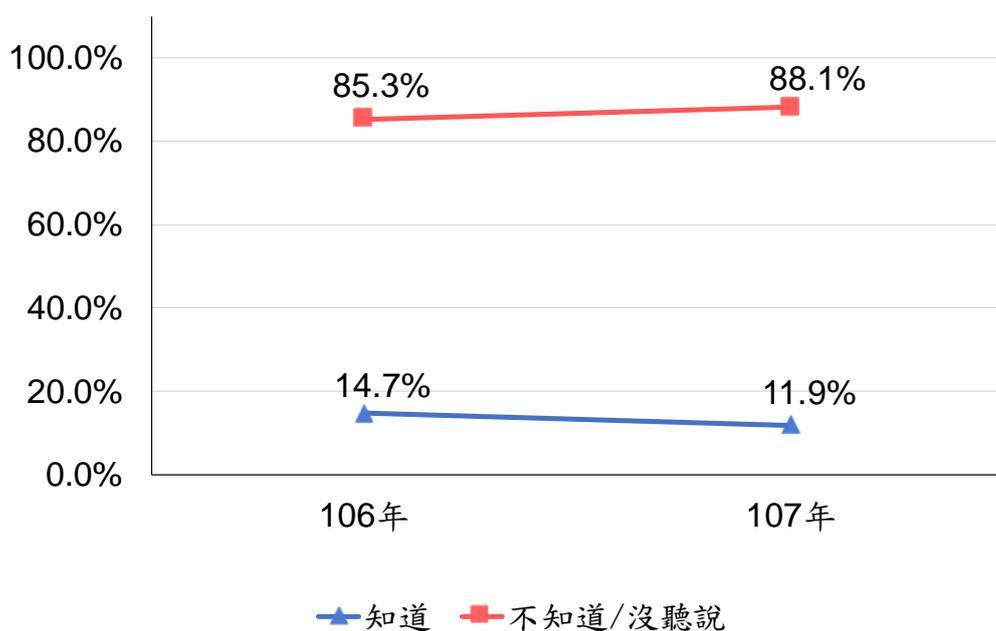


圖 4-7 歷年分組付費知曉度

對於分組頻道組合內容及價格，有 24.9%的受訪者感到滿意（0.0%非常滿意，24.9%還算滿意），31.9%感到不滿意（23.3%不太滿意，8.5%非常不滿意）；進一步詢問受訪者不滿意的原因，比率最高的為「基本組合費用太高」（59.2%）。

以下為分組頻道組合內容及價格趨勢：

分組頻道組合內容及價格滿意度方面，受訪者表示滿意的比率較 106 年減少 16.8%，不滿意的比率較 106 年減少 9.8%。

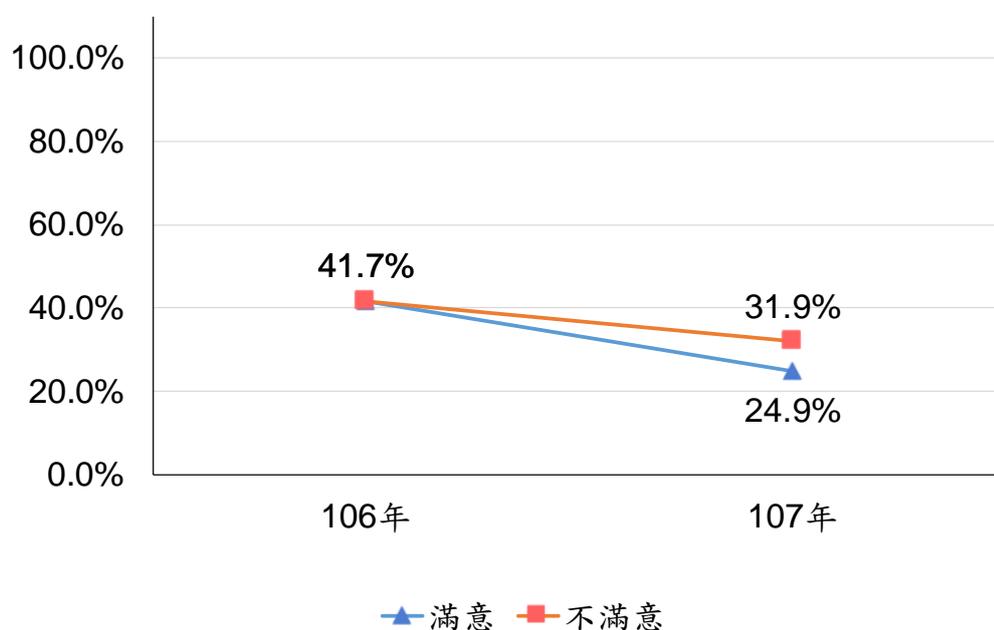


圖 4-8 歷年分組付費知曉度

提供分組付費制度下，受訪者認為合理的收視費用範圍為每個月「201~400 元」比率最高（27.3%）。

對於 107 年有線電視調降基本頻道收視費用，有 16.3%的受訪者表示「知道」。

對於新竹振道公司的退費速度，有 44.9%的受訪者感到滿意（5.7%非常滿意，39.2%還算滿意），8.9%感到不滿意（6.0%不太滿意，2.9%非常不滿意）。

對於帳單所列項目及金額清楚度，有 58.1%的受訪者表示清楚（14.0%非常清楚，44.1%還算清楚），12.2%感到不清楚（8.4%不太清楚，3.8%非常不清楚）。

六、公用頻道

根據本次調查，有 33.5% 的受訪者知道第 3 台是公用頻道，有 66.5% 不知道。

以下為公用頻道知曉度趨勢：

與 106 年相比，知道的比率減少 3.7%。

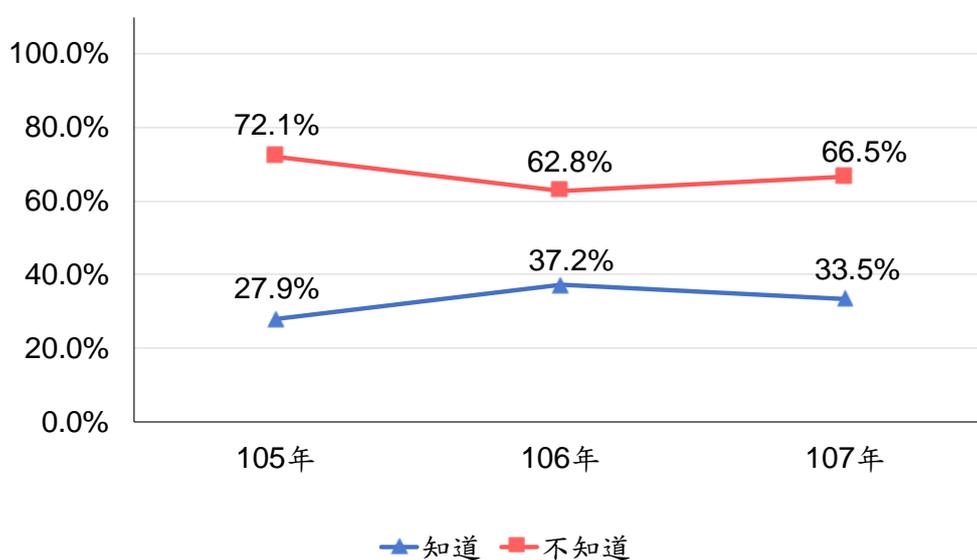


圖 4-9 歷年公用頻道知曉度

根據本次調查，在過去一年僅有 33.8% 的受訪者有觀看公用頻道，64.8% 從來沒有收看。

以下為公用頻道收視情形趨勢：

在歷年的調查中觀看比率最高的為 106 年（38.2%），今年與 106 年相比減少了 4.4%。

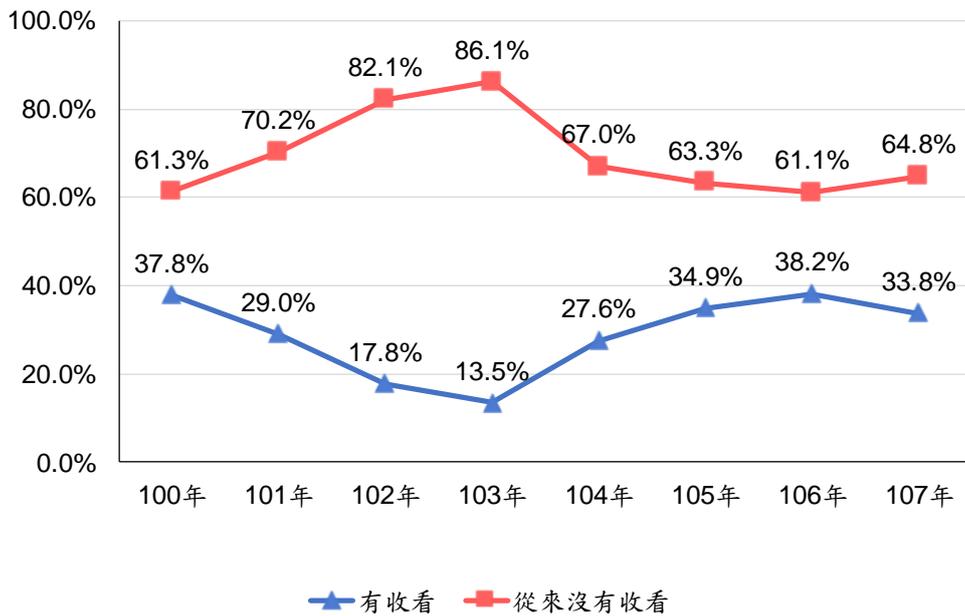


圖 4- 10 歷年公用頻道收視情形

對於公用頻道有 60.7%的受訪者感到滿意（5.0%非常滿意，55.8%還算滿意），16.7%感到不滿意（13.6%不太滿意，3.1%非常不滿意）。

以下為歷年公用頻道滿意度趨勢：

公用頻道滿意度方面，受訪者感到滿意的比率高 106 年增加 5.6%，不滿意的比率較 106 年減少 5.3%。

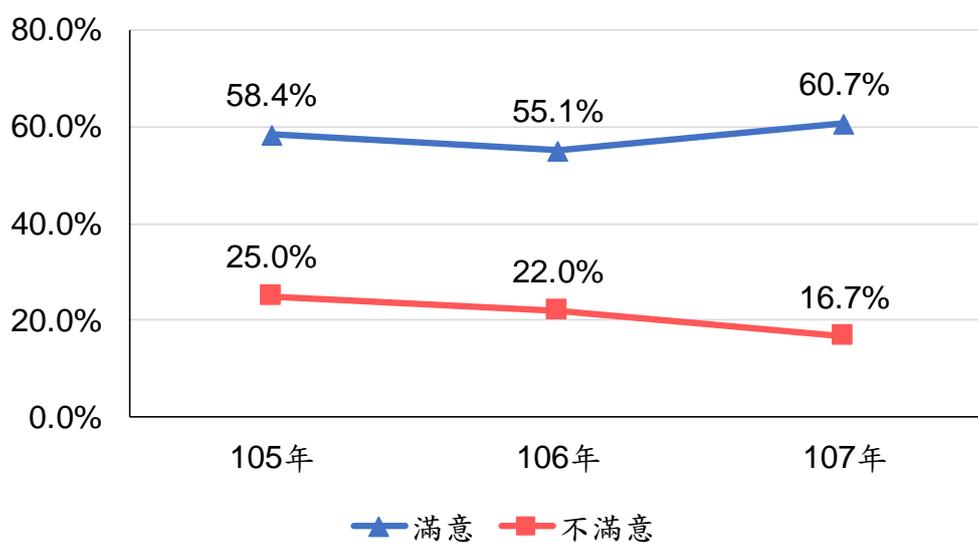


圖 4- 11 歷年公用頻道滿意度

有 26.8%的受訪者表示有意願向有線電視業者申請在公用頻道免費播放自製影片（6.0%非常有意願，20.9%還算有意願），63.7%沒有意願（26.2%不太有意願，37.5%完全沒有意願）。

以下為歷年公用頻道使用意願趨勢：

公用頻道使用意願方面，受訪者有意願的比率較 106 年減少 7.3%，沒有意願的比率增加 0.8%。

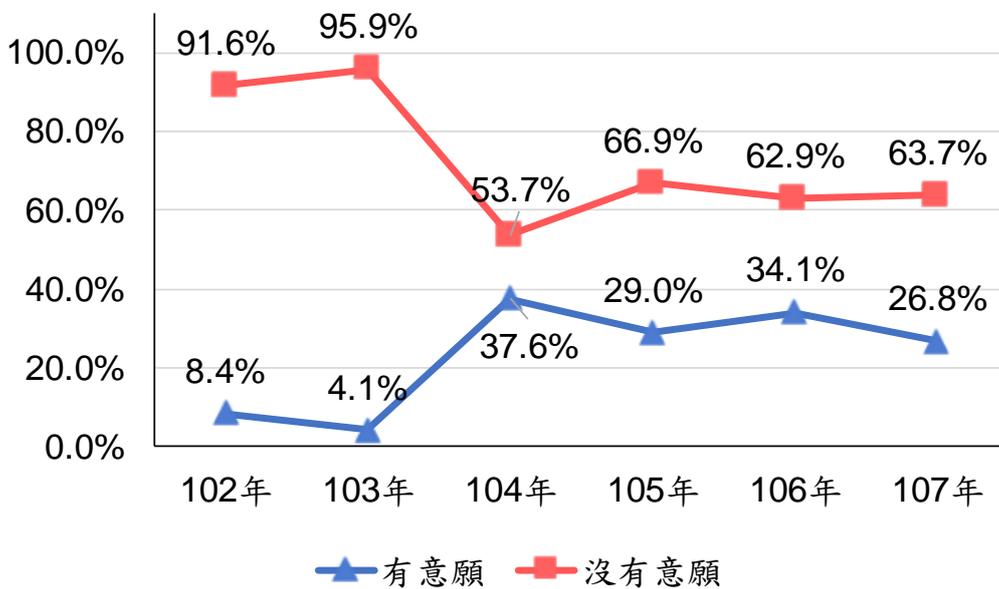


圖 4- 12 歷年公用頻道使用意願

七、自製頻道

根據本次調查，在過去一年有 50.9% 的受訪者有觀看自製頻道，在歷年的調查中觀看比率最高的為 104 年（53.6%），今年與 106 年相比增加了 1.5%。

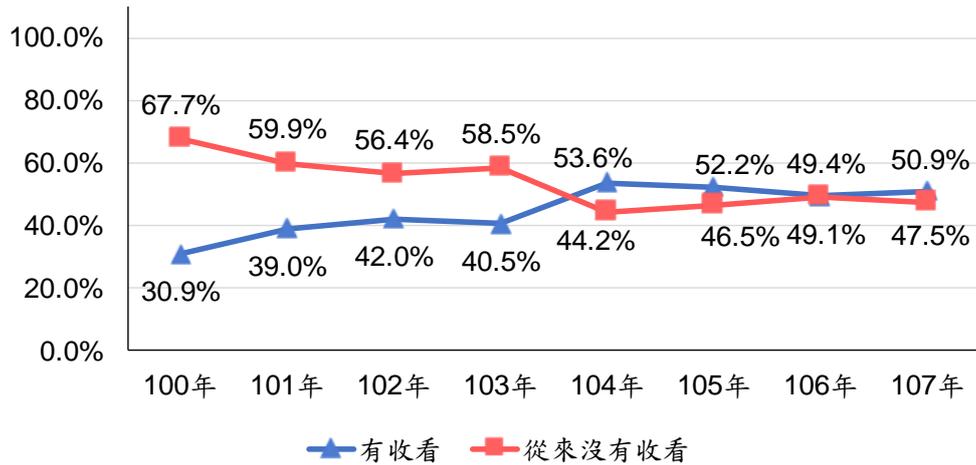


圖 4- 13 歷年自製頻道收視情形

對於自製頻道有 65.2% 的受訪者感到滿意（6.2% 非常滿意，59.0% 還算滿意），14.7% 感到不滿意（12.5% 不太滿意，2.2% 非常不滿意）。

以下為歷年自製頻道滿意度趨勢：

自製頻道滿意度方面，受訪者感到滿意的比率較 106 年增加 2.1%，不滿意的比率較 106 年減少 2.4%。

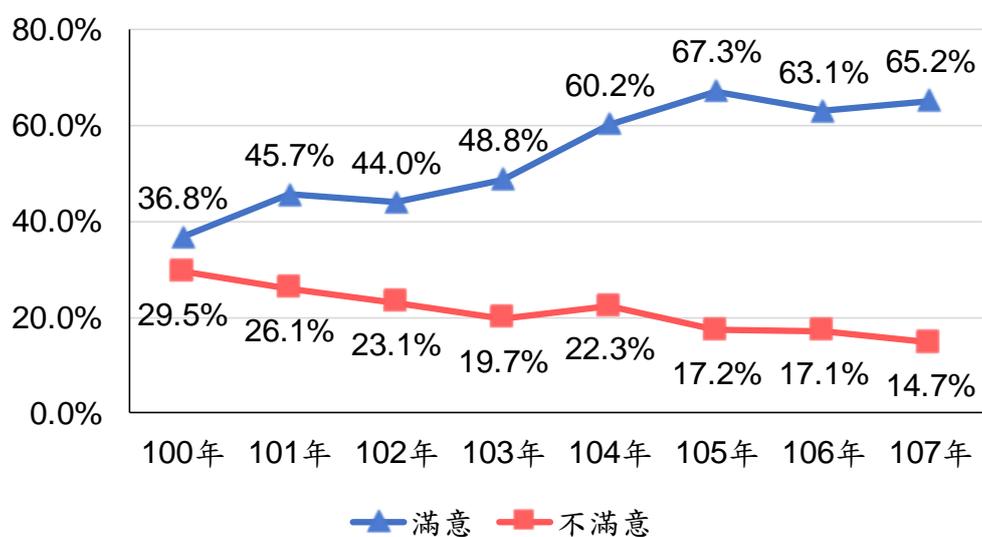


圖 4- 14 歷年自製頻道滿意度

八、 整體滿意度

本次調查有 76.4% 的受訪者對有線電視業者提供的各項服務感到滿意（7.8% 非常滿意，68.6% 還算滿意），16.9% 感到不滿意（12.7% 不太滿意，4.2% 非常不滿意）；需要改善的地方則以「降低收視/分組方案費用」比率最高（18.9%）。

以下為歷年整體服務滿意度趨勢：

整體服務滿意度方面，受訪者感到滿意的比率較 106 年減少 3.3%，不滿意的比率較 106 年增加 0.6%。

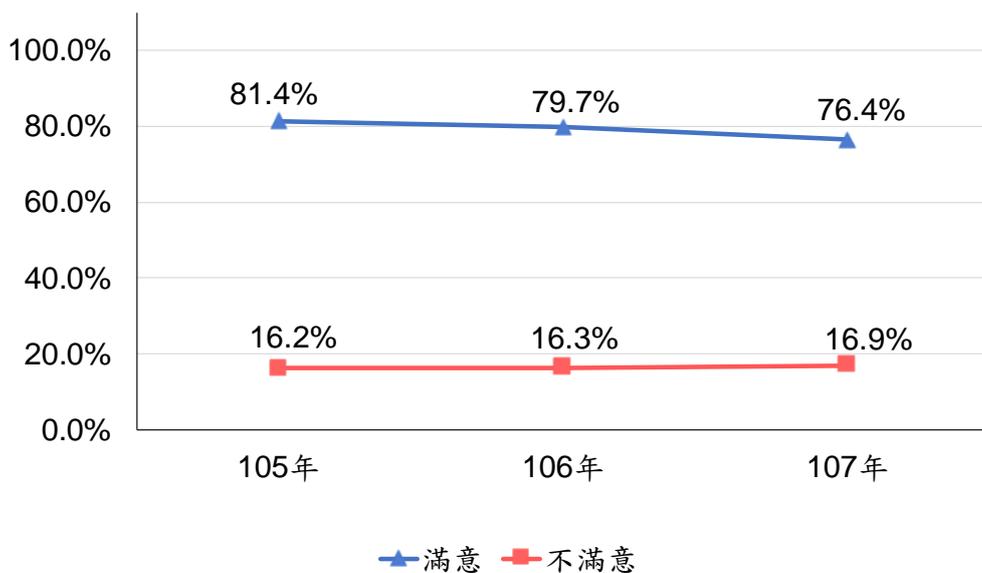


圖 4- 15 歷年整體服務滿意度

第二節 建議

壹、數位服務使用率與去年相比有所成長，建議有線電視業者針對使用率較高的項目持續推廣。

經本次調查發現，有 32.4% 的受訪者使用過數位服務，與去年 (28.4%) 相比增加 4%，其中使用過的數位服務又以「收看付費數位節目」(14.9%) 的比率最高，其次為「HomePlay 多螢幕分享/手機與電視螢幕互相切換」(10.1%)，除了「錄影功能」之外，其他數位服務的使用率皆有增加，市府可以建議有線電視業者將使用率較高的數位服務列為重點項目並加以推廣，鼓勵民眾增加數位服務使用率。

貳、在未安裝有線電視原因及認為有線電視業者需要改善的部分，費用太高分占選項排名之第二名及第一名，但不知道降價資訊的比率仍有 8 成以上，建議業者加強宣傳降價資訊。

(一) 非安裝戶

今年未安裝的比率為歷年第二高 (23.7%)，主要原因為沒有需求 (39.4%)，其次為費用太貴 (24.6%)、已安裝中華電信 MOD (16.3%) 及看網路電視/節目 (14.5%)。在收視選擇越來越多的情況下，民眾會衡量價格與需求，當花費超過預算時，民眾自然會選擇更適合的方案。

(二) 安裝戶

安裝有線電視的民眾認為有線電視業者需要降低收視及分組方案費用 (18.9%)；整體而言，民眾認為在提供分組付費的制度下，合理收費金額應為 201~400 元。

可見不論安裝或非安裝戶，費用都是一個重要的考量，雖然此次降價幅度不大，但業者仍應積極宣傳，包含在官方網站上公告、主動通知民眾或在帳單上註記等，讓更多的民眾知道這項福利政策。

參、安裝戶與非安裝戶，皆認為有線電視收費太高，業者需要改善服務品質，包含提高客服人員服務品質與客服電話接通率等，藉以縮小現階段民眾與業者在合理收視費用認知上的落差。

根據國家通訊委員會所通過有線廣播電視系統經營者收費標準之規定，有線廣播電視系統經營者之基本頻道收視費用每戶每月以新臺幣 600 元為上限，根據國家通訊傳播委員會（NCC）所公告之各縣市有線電視收視基本費用，目前最高收費為每月每戶新臺幣 590 元（花蓮縣），最低為每月每戶新臺幣 495 元（臺北市）。新竹市目前收費為每月 520 元，略低於平均收視費 539 元的水準。

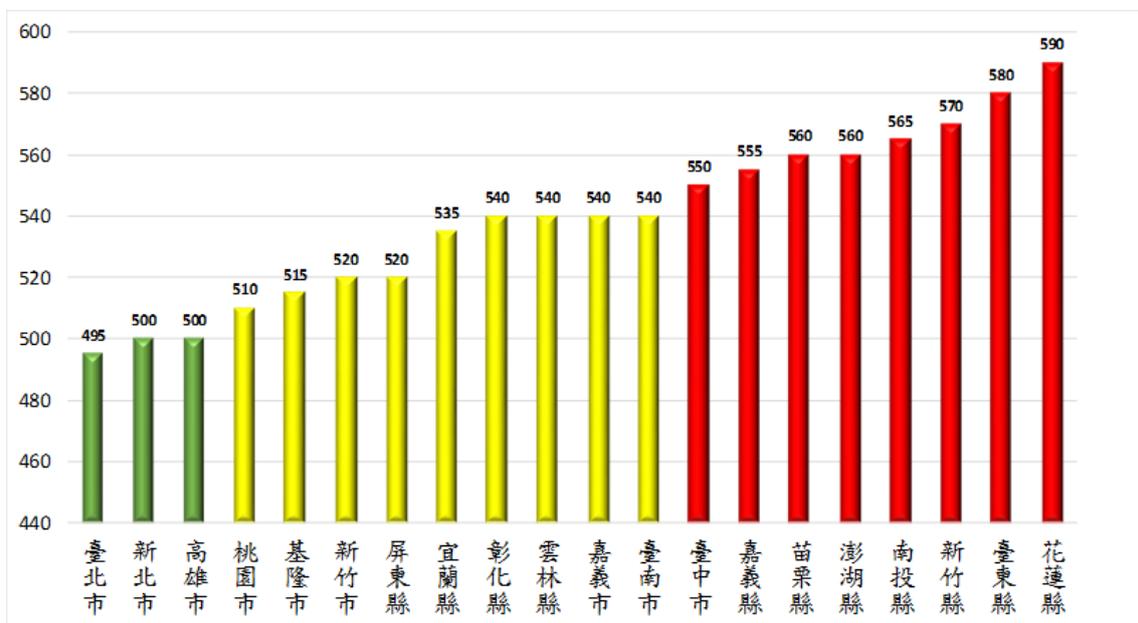


圖 5-1 各縣市收視費用圖

根據 106 年各縣市家戶總所得統計可知，新竹市的家戶總所得為第二名，僅次於臺北市，為 1,537,317 元。以新竹市家戶收入及收視費用兩項數據來看，有線電視收費並不是無法負擔，原因應在民眾認為有線電視整體服務的價值與價格有落差，過往經驗也發現，民眾認為合理的收視價格會受到服務內容品質影響。受訪者認為有線電視業者需要改善的部分，以「降低收視/分組方案費用」的比率最高，其次依序為「節目內容（增加多樣性/改善品質）」、「收訊品質」、「改善客服服務品質」及

「提升客服電話接通率」，但上述原因並不全然為業者所能直接控制。業者能直接控制的因素主要為「服務品質不佳」及「收訊品質」，其中客服人員滿意度自 105 年開始有逐年下滑的趨勢，不滿意度亦逐年升高，市府應提醒業者針對客服人員的訓練內容與服務品質進行檢討；維修人員的滿意度雖微幅下降，但仍是接近 9 成的高滿意度；收訊品質亦有 87.4% 的滿意度，接近 9 成。因此，業者應優先提升客服人員服務品質與客服電話接通率來提高整體服務滿意度，此為系統業者對收視價格最直接的回應。

建議在申裝時，即可讓民眾了解未來若有問題除了透過去電客服外，還能透過哪些管道尋求協助解決問題，以降低客服電話打不進去，或無人接聽等即時的抱怨。例如，可先至官網尋找類似的 Q&A、或於客服電話增設語音留言功能，稍後由客服人員主動回電、開設 LINE 官方帳號回覆、建置 APP 等客服方式，以增加接觸客服之管道多元性來分攤電話客服人員之工作量，降低民眾等待時間以減少負面評價。

客服電話接通成功率、客服人員語氣、服務態度、專業能力都是民眾評價滿意度的基本要素，業者可透過神秘客定期對客服人員進行稽核，以掌握服務品質，藉以縮小民眾認為合理收費金額與業者訂價間的落差。

肆、新竹市已推行「分組付費」制度，但仍有近九成民眾不知道，另外在有線電視業者申裝過程中，也僅有 27.9%有明確接收到「分組付費方案介紹」，仍須加強分組付費的推廣。

針對新竹市目前已經推動分組付費，但仍然有 88.1%的受訪者表示不知道；另外在有線電視申裝及安裝的過程中，以有告知「分組付費方案介紹」的比率最低（27.9%）。

與 106 年的結果相比，知道分組付費制度的受訪者更減少了 2.8%，僅有 11.9%，可見在宣傳措施上並沒有顯著的效果。原因方面，從業者的角度來看，或許在宣傳分組付費上的獲利誘因並沒有那麼大，雖然說有分組付費的方案，但是目前基本頻道的數量仍然過多，民眾不需要去思考除了基本頻道之外的加購選擇，通常基本頻道就足以滿足大多數人的需求，從最常收看的頻道來推測，會再額外加購套餐的消費者也屬少數，因此業者自然沒有足夠的動機來推廣分組付費機制，這點從業者在安裝有線電視時，告知民眾有分組付費方案的比率敬陪末座也能看出。未來若能縮減基本頻道的數量並確定加購頻道的價格，讓民眾有更多的選擇性，相信業者就有充分的動機向民眾清楚解釋分組付費的概念。

建議市府在現階段仍應監督業者，在首次安裝的時候向民眾就分組付費的理念與內容進行解釋，也應定期提醒安裝戶目前分組付費的組合內容與收費方式。

伍、於業者網站針對公用頻道可以免費播放自行拍攝的影片進行宣傳，並提供簡易的申請流程圖或範例，再輔以代言或影片徵選的方式，提高公用頻道知曉度及使用意願。

今年在公用頻道的收視情形為 33.8%，較去年下降 4.4%，長期以來公用頻道的收視比率偏低，公用頻道的設定旨在落實地區居民的「媒體近用權」理念，以專用頻道提供政府機關、學校、團體及當地民眾播送公益性、藝文性、社教性等節目，藉著提高民眾對公用頻道的使用意願，落實民眾的傳播權利，目前家中有申裝有線電視的以 60 歲以上的受訪者居多，而知道公用頻道資訊的則是以學生族群的比率高，政府可以督促業者針對此服務在官方網頁上加強宣傳，提供簡易的申請流程圖或範例，輔以市長或是新竹市出身的影視工作者做代言，或以影片徵選的方式，提升公用頻道的知曉度，鼓勵市民踴躍參與影片製作。最後也可以與有使用公用頻道需求的學校、社區發展協會及社會公益團體等合作，以具體落實媒體近用權。

本次調查中有 26.8%的受訪者有意願申請，較去年下降 7.3%，目前使用意願較低的狀況可能是因為自媒體的盛行，例如 YouTube，只需要申請網路帳號就可以上傳影片，幾乎所有人皆可以收看；而公用頻道不只需要填寫表單，也只能接觸到有安裝有線電視的客群，如果想有效提高公用頻道的知曉度與使用意願，建議可以提供適當的誘因而達成目標，例如舉辦徵求影片的活動或比賽，搭配適當的獎金或獎品等。

陸、優先選擇民眾在意的新聞、活動或資訊進行播放，以提高民眾的興趣並增加自製頻道的觀看率。

自製頻道（凱擘新竹台）在 106 年有 49.4% 的受訪者有看過，今年則微幅成長，有 50.9% 的受訪者有看過，目前播放的類型也以新竹新聞、生活圈消費資訊及公益訊息為主，根據調查結果可知，自製頻道收視人口以 60 歲以上的民眾最多，建議業者在製作或審核節目時，可以優先選擇與民眾切身相關的新聞、生活圈相關資訊及公益訊息進行播放，例如：新竹市新的建設、景點或是在地美食、地方特色文化、民眾相關福利資訊等，提高民眾對於自製頻道的收視意願。

根據趨勢圖可知，自製頻道的不滿意度自 104 年開始逐年下降，滿意度也大致呈現上升的趨勢，代表民眾逐漸肯定自製頻道的節目內容，業者應持續努力呈現優良的節目品質。