

# 結案報告



## 96年度台北市有線電視系統業者 服務品質暨訂戶滿意度調查研究

委託機關： 臺北市政府觀光傳播局

調查機構： 蓋洛普徵信股份有限公司

主持人： 丁庭宇

協同主持人： 黃意婷

研究助理： 廖芃軫

提出日期： 民國 96 年 11 月 21 日

# 中文摘要

## 一、研究目的

本研究係為了解臺北市有線電視系統業者服務品質，及訂戶滿意度而進行調查。本研究重點包括（一）臺北市有線電視裝機率（二）臺北市有線電視系統業者服務品質（三）臺北市有線電視系統訂戶滿意度（四）臺北市有線電視公用頻道收視率及節目滿意度（五）有線數位電視及中華電信 MOD 的使用意願。

## 二、重要發現

### 1. 神秘客系統業者調查

#### i. 神秘客電話測試

九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)的平均總分為 **84.18** 分，長德以 **93.60** 分得分最高。

#### ii. 神秘客現場測試

九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)的平均總分為 **66.67** 分，萬象以 **80.00** 分得分最高。

### 2. 訂戶滿意度調查

i. 家中有線電視裝設方式，以自行與業者簽約的獨立線路為主，**76.84%**的受訪者表示，家中有線電視系統是自行與業者簽約的獨立線路，**17.15%**則是社區或大樓共同簽約的共同線路，自行裝設(私接線路)的比例(**2.72%**)。

#### ii. 有線電視頻道及節目內容滿意度

**64.87%**的受訪者對系統業者提供之頻道數量感到剛剛好；**74.4%**的受訪者對系統業者提供之頻道種類表示滿意；**28.81%**的受訪者表示，系統業者經常/偶爾會任意調動頻道位置；**75.30%**的受訪者對目前有線電視系統業者提供之頻道順序感到滿意；整體節目內容及品質的滿意度為 **63.82%**。

#### iii. 有線電視系統業者服務品質滿意度

在曾經請有線電視系統業者到府維修的受訪者中，**74.62%**對系統業者到修速度感到滿意；維修態度方面，滿意度為 **72.11%**；維修



人員解決問題能力的滿意度為 78.84%；在曾經撥打有線電視系統客服電話的受訪者中，62.54%對客服人員接聽電話的速度感到滿意；在服務態度方面，滿意度為 77.69%；客服人員解決問題能力的滿意度為 69.41%；64.06%的受訪者對家中有線電視出現訊號中斷時，系統業者的處理情形感到滿意。

iv. 有線電視數位機上盒、多媒體隨選視訊 (MOD) 接受度

62.98%的受訪者不願意考慮裝設有線電視數位機上盒；而在考慮訂購多媒體隨選視訊 (MOD) 的受訪者中，有 62.05%的受訪者不會因為訂購多媒體隨選視訊 (MOD) 而取消訂購有線電視。

v. 公用頻道收視調查

70.86%的受訪者從來沒有看過公用頻道之節目；10.21%的受訪者很少看/偶爾看公用頻道之節目。

vi. 有線電視系統業者插播廣告及使用跑馬燈之情況

有 52.54%的受訪者經常/偶爾會看到插入非新聞的跑馬燈；38.98%的受訪者則表示很少會/從來沒有發生這種情形；經常/偶爾會看到廣告蓋台的受訪者比例有 33.00%；56.94%的受訪者則表示很少會/從來沒有發生這種情形。

3. 年度研究結果比較

i. 有線電視裝機率及收視行為

相較 95 年度，96 年度有線電視裝機率維持差不多的比例；有線電視裝設方式，採用自行與業者簽約的獨立線路佔 76%以上的比例，與 95 年的比例相當接近。

ii. 頻道及節目內容滿意度

頻道種類滿意度方面，96 年較 95 年增加 10%，滿意度達 74.40%，不滿意比例則從 30.40%下滑至 18.72%；頻道台位置任意調動的頻率(經常/偶爾)，從 95 年的 49.4%，到 96 年大幅下滑到 28.81%；頻道順序滿意度方面，滿意度 75.30%較 95 年的 63.95%大幅提升；節目內容滿意度方面，相較 95 年(53.73%)的調查結果，96 年滿意度上升 11.09%。

iii. 服務品質滿意度

插入跑馬燈廣告的頻率，經常會/偶爾會出現的比例 95 年度為 65.99%，96 年度下滑為 52.54%；廣告蓋台的頻率的年度比較，經



常會/偶爾會出現的比例在 95 年度為 49.82%，96 年度則下滑為 33.00%。

iv. 整體滿意度

有線電視系統業者整體服務表現滿意度方面，95 年度滿意度為 62.29%，96 年度(73.84%)明顯提升 11.55%。

三、主要建議

1. 在臺北市政府觀光傳播局的規範之下，各家有線電視系統業者在插播廣告跑馬燈的情形已逐漸減少，但仍要持續加強控管，給予收視戶最好的收視權益。
2. 有鑒於整體研究經費並不十分充足，建議將來可減少焦點團體座談會場次，而電訪問卷長度及樣本數的部分，由於電訪問卷長度仍偏長，應予以適當縮減以提高訪問效率及品質。

# Abstract

## I. Research Objectives

This research is conducted in order to understand the service quality levels of Taipei City cable providers and satisfaction levels of cable installers. The main objectives of this survey are as follows:

1. To estimate cable television installation rate in Taipei City.
2. To evaluate service quality levels of Taipei City cable providers.
3. To evaluate satisfaction levels of Taipei City cable installers.
4. To measure the receivership ratings of Taipei City PAC and satisfaction levels of PAC programming.
5. To estimate usage willingness of digital cable television and Chunghwa Telecom's MOD.

## II. Key Findings

### 1. Mystery Shopper's Interviews for Cable Providers

#### i. Mystery Shopper's Telephone Interviews

Average overall satisfaction score among 9 cable providers is 84.18%, with the highest satisfaction score of 93.60% for "Chang-de Cable TV Co. Ltd."

#### ii. Mystery Shopper's On-site Interviews

Average overall satisfaction score among 9 cable providers is 66.67%, with the highest satisfaction score of 80.00% for "Wan-shiang Cable TV Co. Ltd."

### 2. Cable Installers' Customer Satisfaction Survey

#### i. Cable Installation Rates and Receivership Ratings

For Taipei City cable installation rate, 76.84% of subscribers' household cable services are independently signed and contracted with cable providers, followed by another 17.15% of household cable services signed and contracted either with the residents' community or the building stay in and finally 2.72%



installing the cable TV by themselves.

ii. Satisfaction Levels of Cable Channels and Programming Contents

64.87% of respondents feel that numbers of channels provided by cable providers are “just right”; 74.4% of respondents are satisfied with different types of channels provided by cable providers; 28.81% respondents feel that cable providers regularly/occasionally act willfully on amending the placement of channels; 75.30% respondents are satisfied with the sequential placement of channels; overall satisfaction with the programming contents and quality is 63.82%.

iii. Satisfaction Levels of Quality of Services Provided by Cable Providers

74.62% of respondents who had ever requested cable providers to provide repair are satisfied with the “speedy repair abilities” of cable providers; in terms of the “repair attitudes”, 72.11% of respondents are satisfied; 78.84% of respondents are satisfied with “repair service staff’s ability to solve problems”; 62.54% respondents who had ever called customer service telephone are satisfied with the “speed of answering phone calls” by customer service staffs; in terms of “attitudes of customer service staffs”, 77.69% of respondents are satisfied; as for “customer service staffs “ability to solve problems”, 69.41% of respondents are satisfied; 64.06% of respondents are satisfied with cable providers’ solving of signal disruption at home.

iv. Acceptance Rates of Digital Cable Set-top Box and MOD

62.98% of respondents interviewed are unwilling to install the digital set-top box. As for those who are willing to consider installing the MOD, 62.05% of them would not cease to subscribe cable TV service after installing MOD.

v. PAC Receivership Ratings Research

70.86% of respondents have never watched any PAC programs;



10.21% of respondents either watch little or occasionally watch PAC programs.

vi. Situations of Insertion of Ad Signals Over the Original Ad and Advertisement Flash Sent by Cable Providers

52.54% of respondents regularly/occasionally see insertion of non-news related flash; 38.98% of respondents comment that they rarely see such situation; in terms of insertion of ad signals over the original ads, 33.00% of respondents regularly/occasionally see such situations and 56.94% of respondents rarely see such actions.

3. Comparisons of Cross Annual Research Results

i. Cable TV Installation Rates

As compared with 2006, the cable TV installation rate for 2007 remains about the same. For respondents who have signed independent contractual agreement with cable providers, installation rate of 2007 is 76% which similar to 2006.

ii. Satisfaction Levels with Channels and Programming Contents

Satisfaction level of different types of channels increases 10% to 74.40% in 2007 as compared with 2006; dissatisfaction levels of different types of channels decreases from 30.40% of 2006 to 18.72% of 2007; frequency rate of willful amendment of channels decreases from 49.4% of 2006 to 28.81% of 2007; satisfaction level of sequential placement of channels increases significantly from 63.95% of 2006 to 75.30% of 2007; in terms of the satisfaction level of programming contents, satisfaction level increases 11.09% to 64.82% in 2007 from 53.73% in 2006.

iii. Satisfaction Levels with Quality of Services Provided

Frequency rate for “regular/occasional” appearances of insertion of ad signals over the original ads decreases from 65.99% of 2006 to 54.54% of 2007; frequency rate of insertion of advertisement flash also decreases from 49.82% of 2006 to 33.00% of 2007.



#### iv. Overall Satisfaction

In terms of overall satisfaction with services provided by cable providers, satisfaction level increases 11.55% in 2007 (73.84%) as compared with 62.29% in 2006.

### III. Recommendations

1. Under regulations and monitoring of Dept. of Information and Tourism of Taipei City, frequency rate for both appearances of insertion of ad signals over the original ads and insertion of advertisement flash have decreased gradually. But for cable installers' right of viewing, such controls are still needed.
2. In the light of financial limitation for this research, FGD sessions are suggested to be reduced. With regard to questionnaire and sample size of telephone interviews, the questionnaire, which is still considered too long, should be reduced in order to enhance efficiency and quality of survey.





目	錄	
	內	容
		頁數
第一章	研究主旨與背景說明	17
第二章	相關研究及文獻之探討	20
	第一節 有線電視發展歷程	21
	第二節 臺北市有線電視系統業者現況	23
	第三節 有線電視頻道分組付費發展概述	24
	第四節 有線電視數位機上盒、多媒體隨選視訊 (MOD) 發展現況	25
	第五節 有線電視服務品質與滿意度	27
第三章	研究內容、範圍、對象與限制	30
	第一節 研究內容	31
	第二節 研究範圍與研究對象	34
	第三節 研究限制	35
第四章	研究方法與過程	36
	第一節 量化前焦點團體座談會	37

第二節	神秘客電話及現場測試調查	39
第三節	訂戶滿意度調查	40
第四節	量化後焦點團體座談會	44
第五章	研究發現	49
第一節	量化前焦點團體座談會	50
第二節	神秘客電話及現場測試調查	55
第三節	訂戶滿意度調查	60
第四節	量化後焦點團體座談會	83
一、	訂戶意見	83
二、	業者意見	88
三、	專家學者意見	90
第六章	年度比較	92
第一節	神秘客系統業者服務品質調查	93
第二節	訂戶滿意度調查電話訪問	94
第七章	結論與建議	108

第一節 結論	109
一、神秘客系統業者調查	109
二、訂戶滿意度調查與焦點團體座談會	109
第二節 建議	116
參考書目	118
附錄 附錄 A、量化前焦點團體座談會討論題綱	122
附錄 B、神秘客調查問卷	128
一、神秘客電話調查問卷	129
二、神秘客現場測試問卷	133
附錄 C、電話訪問問卷	134
附錄 D、量化後焦點團體座談會討論題綱－訂戶	144
附錄 E、量化後焦點團體座談會討論題綱－有線電視系統業者與專家學者	149
附錄 F、電話訪問交叉分析表格	151

# 圖 表 目 錄

## 圖 表 內 容 頁 數

圖 表 內 容	頁 數
表 2-1 臺北市 10 家有線電視系統業者現況	23
表 4-1-1 量化前焦點團體座談會場次分配	37
表 4-1-2 量化前焦點團體座談會受訪者特質分配	38
表 4-3-1 第一階段市場滲透率之接觸樣本數及抽樣誤差	40
表 4-3-2 第一階段訂戶滿意度調查，整體、各系統業者有效樣本數及抽樣誤差	41
表 4-3-3 第一/二階段補足樣本之整體、各系統業者有效樣本數及抽樣誤差	41
表 4-3-4 有線電視系統業者兩階段樣本數分配及權值表	42
表 4-4-1 量化後訂戶焦點團體座談會場次分配	44
表 4-4-2 量化後訂戶焦點團體座談會第一場受訪者特質分配	45
表 4-4-3 量化後訂戶焦點團體座談會第二場受訪者特質分配	45
表 4-4-4 量化後訂戶焦點團體座談會第三場受訪者特質分配	45
表 4-4-5 量化後訂戶焦點團體座談會第四場受訪者特質分配	46
表 4-4-6 量化後訂戶焦點團體座談會第五場受訪者特質分配	46
表 4-4-8 量化後專家學者及系統經營者焦點團體座談會場次分配	47
表 4-4-9 量化後業者焦點團體座談會受訪者特質分配	47
表 4-4-10 量化後學者焦點團體座談會受訪者特質分配	48
表 5-2-1 有線電視系統業者各項服務品質得分分析表	55
表 5-2-2 有線電視系統業者整體服務品質 T-test 結果分析表	56
表 5-2-3 有線電視系統業者服務品質現場測試各項得分分析表	58
表 5-3-1 有線電視裝機率推估 - 依行政區劃分	61
表 5-3-2 有線電視各系統業者訂戶數推估	61
表 5-3-3 各系統業者成功訪問樣本分配比例(n=305)	62
表 5-3-4 各系統業者樣本比例分配 - 依 305 份白天訪問成功樣本及 1,081 份隨機成功樣本	63
表 5-3-5 頻道數量滿意度分析表	63
表 5-3-6 頻道種類滿意度分析表	64

圖	表	內	容	頁數
表 5-3-7	頻道位置調動頻率分析表			65
表 5-3-8	頻道順序滿意度分析表			65
表 5-3-9	節目內容及品質滿意度分析表			66
表 5-3-10	到修速度滿意度分析表			67
表 5-3-11	維修人員服務態度滿意度分析表			68
表 5-3-12	維修人員解決問題能力滿意度分析表			68
表 5-3-13	接電話速度滿意度分析表			69
表 5-3-14	電話客服人員服務態度滿意度分析表			70
表 5-3-15	電話客服人員解決問題能力滿意度分析表			70
表 5-3-16	斷訊後處理情形滿意度分析表			71
表 5-3-17	插入跑馬燈廣告的頻率分析表			74
表 5-3-18	出現廣告蓋台的頻率分析表			75
表 5-3-19	有線電視系統業者整體滿意度分析表			76
表 5-3-20	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—長德			77
表 5-3-21	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—金頻道			77
表 5-3-22	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—寶福			78
表 5-3-23	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—聯維			78
表 5-3-24	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—萬象			79
表 5-3-25	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—大安文山			79
表 5-3-26	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—新臺北			80
表 5-3-27	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—麗冠			80
表 5-3-28	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—陽明山			81
表 5-3-29	系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—中華電信 MOD			81
表 6-1-1	神秘客電話調查年度比較表			93
表 6-1-2	神秘客現場測試年度比較表			93
表 6-2-1	有線電視裝機率年度比較表			94

圖	表	內	容	頁數
圖 1			有線電視裝設方式	94
圖 2			頻道種類滿意度	95
圖 3			有線電視頻道台位置任意調動頻率	95
圖 4			頻道順序滿意度	96
圖 5			有線電視頻道節目內容及品質滿意度	96
圖 6			插入跑馬燈廣告頻率	97
圖 7			廣告蓋台頻率	97
圖 8			有線電視現行價格之合理性	98
圖 9			有線電視合理價格之看法	98
圖 10			有線電視繳費方式	99
圖 10.1			有線電視繳費方式(續)	99
圖 11			有線電視系統業者整體服務表現滿意度	100
表 6-5-1			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—長德	101
表 6-5-2			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—金頻道	102
表 6-5-3			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—寶福	102
表 6-5-4			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—聯維	103
表 6-5-5			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—萬象	104
表 6-5-6			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—大安文山	104
表 6-5-7			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—新臺北	105
表 6-5-8			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—麗冠	106
表 6-5-9			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—陽明山	106
表 6-5-9			系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—MOD	107
表 7-2-1			96 年度滿意度應達成目標	113
表 7-2-2			96 年度服務品質應達成目標	114
表 1			請問，您覺得這家有線電視系統業者所提供的頻道數量，是太多、太少、還是剛剛好？	152

圖	表	內	容	頁數
表 2		請問，在過去一年內，您對有線電視系統業者所提供的頻道種類，感到非常滿意、滿意、不滿意或是非常不滿意？		153
表 3		請問，在過去一年內，您這裏所收看的有線電視頻道臺位置，有沒有發生過被任意調動的頻率為經常會、偶爾會、很少會或是從來沒有？		154
表 4		請問，在過去一年內，您對這家有線電視系統業者所安排的頻道順序感到非常滿意、滿意、不滿意或是非常不滿意？		155
表 5		請問，整體而言，在過去一年內，您對有線電視頻道的節目內容及品質感到非常滿意、滿意、不滿意或是非常不滿意？		156
表 6		請問，在過去一年內，您在這裏收看有線電視節目時，有沒有發生有線電視系統業者插入不是新聞的跑馬燈廣告的頻率為經常會、偶爾會、很少會或是從來沒有？		157
表 7		請問，在過去一年內，您在這裏收看有線電視節目時，有沒有出現廣告蓋臺，也就是插播廣告(打斷原來廣告，插入本地或其他廣告)的情況為經常會、偶爾會、很少會或是從來沒有？		158
表 8		請問，在過去一年內，您這裏有沒有因為有線電視故障，請業者來維修的經驗？		159
表 9		請問，整體而言，您對於有線電視系統業者，在接到您的通知後，到這裏的維修速度滿不滿意？		160
表 10		請問，您對於有線電視系統業者，派來維修的服務人員的服務態度滿不滿意？		161
表 11		請問，您對於有線電視系統業者，派來維修的服務人員維修的能力滿不滿意？		162
表 12		請問，在過去一年內，您有沒有針對這裏的有線電視，打電話到有線電視系統業者，詢問相關問題的經驗？		163
表 13		請問，整體而言，您對於有線電視系統業者，電話服務人員接聽電話的速度滿不滿意？		164
表 14		請問，您對於有線電視系統業者，電話服務人員接聽電話的態度滿不滿意？		165
表 15		請問，您對於有線電視系統業者，電話服務人員回答問題或幫您進行後續處理的能力感到滿不滿意？		166
表 16		請問，在過去一年內，您這裏的有線電視出現訊號中斷的狀況時，您對有線電視系統業者在斷訊後的處理滿不滿意？		167
表 17		您覺得目前您這裏有線電視的費用合不合理？		168

圖	表	內	容	頁數
表 18		請問，目前有線電視提供的頻道數量約為 100 個頻道，在頻道數量、品質與有線電視系統業者服務品質維持目前水準的情況下，您覺得合理的有線電視收費，每月應為多少錢？		169
表 19		請問，您這裏目前是多久繳交一次有線電視收視費用？		170
表 20		請問，您這裏目前是以何種方式繳交有線電視的費用？		171
表 21		請問，整體而言，您對這家有線電視系統業者所提供的各項服務感到滿不滿意？(包含所提供的頻道、節目內容與品質、收訊品質、維修、收費、客戶服務等各項表現)？		172
表 22		請問，在過去一年內，您有沒有看過第 3 頻道，也就是公用頻道？		173
表 23		請問，整體而言，您對第 3 頻道，也就是公用頻道的各項節目，滿不滿意？		174
表 24		請問您未來可不可能提供自製的節目，在第 3 頻道，也就是公用頻道撥出？		175
表 25		請問，根據以上說明，您這裏願不願意考慮裝設有線電視數位機上盒？		176
表 26		請問，您會願意裝設有線電視數位機上盒的原因為何？		177
表 27		請問，整體而言，您這裏會不會因為訂購中華電信 MOD(多媒體隨選視訊)，而取消訂購有線電視？		178
表 28		教育程度		179
表 29		家庭平均月收入		180
表 30		職業		181



# 第一章 研究主旨與背景說明



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究

## ❖ 主題

臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度調查研究

## ❖ 緣起

臺北市有線電視系統自 89 年 8 月份全面開播，為了解臺北市有線電視裝機率及收視戶對於現有 10 家有線電視系統業者服務滿意度，臺北市政府觀光傳播局自 90 年度開始，進行臺北市有線電視系統經營業者服務滿意度調查，委託專業調查機構辦理「臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度調查研究」，以提供臺北市政府審議 97 年度有線電視收視費用之參考，臺北市政府觀光傳播局始委託蓋洛普徵信股份有限公司進行「臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度調查研究」。

## ❖ 動機

依據有線廣播電視法第 22 條第 2 項第 9 款規定，「服務滿意度及頻道收視意願調查計畫」為系統經營者營運計畫之一，該營運計畫為政府評鑑系統業者項目之一。蓋洛普徵信股份有限公司根據本研究目的：「評估臺北市 10 家有線電視系統業者的服務品質，並且了解全市市民的收視滿意度」，規劃以下三階段的調查：

第一階段：在設計量化調查問卷前，先進行質化的 FGD 焦點團體座談會，了解不同業者收視戶的各種意見可能性。

第二階段：量化研究 -- 經過質化研究後，再進行電話訪問及神秘客現場測試。而電話訪問部分又可分為神秘客服品質調查及訂戶滿意度調查兩大部分。

第三階段：質化研究 -- 在電話訪問執行完畢後，再針對整體滿意度偏低的有線電視系統業者收視戶、熟悉有線電視產業之專家學者及有線電視系統經營者，進行第三階段的質化研究，以釐清在量化研究階段所發現而不易解釋的問題。

## ❖ 研究目的

- ⇒ 瞭解臺北市有線電視裝機率
- ⇒ 瞭解臺北市有線電視系統業者服務品質
- ⇒ 瞭解臺北市有線電視系統訂戶滿意度
- ⇒ 瞭解臺北市有線電視公用頻道之節目滿意度及收視情形
- ⇒ 瞭解有線數位電視及中華電信 MOD 收視情形

## ❖ 研究問題

- ⇒ 瞭解臺北市有線電視裝機率：瞭解有線電視訂戶裝機率並有效推估臺北市 10 家有線電視系統業者訂戶數。
- ⇒ 瞭解臺北市有線電視系統業者服務品質：  
以神秘客電話訪問及現場測試的方式，進行有線電視業者在服務態度、頻道服務、維修服務、法令之熟稔度等服務品質的測試，並以統一的評分標準加以評量。
- ⇒ 訂戶滿意度  
以電話訪問方式，瞭解臺北市有線電視訂戶之基本資料(含基本人口學資料及有線電視使用行為)及對有線電視系統業者在服務態度、頻道服務、收訊品質、維修服務、收視費用等方面的滿意度。
- ⇒ 瞭解臺北市有線電視公用頻道收視率及節目滿意度。
- ⇒ 有線數位電視及中華電信 MOD 之使用意願。

## 第二章 相關研究及文獻之探討



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究

## 第一節 有線電視發展歷程

民國 68 年，政府通過了「共同天線電視設備設立辦法」，正式將共同天線納入管理並合法化。到了民國 70 年間，民眾可以直接或間接透過第四台來收視各種境外節目，這些提供多頻道收視的社區共同天線及第四台，正是今日有線電視的前身（資策會，1995）。歷經多年的發展，民國 82 年 8 月，「有線電視法」終於正式公佈實施，在此之前，國內的有線電視業者多以非法的型態經營，合法化後，國內 618 家既有第四台業者亦得以依據「有線電視播放系統暫行管理辦法」，先後完成登記為有線電視節目播放系統業者（沈慧聲、湯允一，2000）。

自從新聞局開放申請有線電視籌設許可以來，市場集中態勢明顯，民國 85 年底至 86 年初，有線電視播送系統業者與一些頻道業者交惡，引發一連串的斷訊風波（中國時報，1998）。根據消費者文教基金會所做的一項有線電視調查顯示，只有不到一成的收視戶對於業者所提供的服務感到滿意，其中被收視戶認為最應改善的項目則為節目內容、服務品質及視訊不良等（中央通訊社線上新聞，1997）。

自有線電視業者依法營運以來，相關產業之技術發展、市場秩序、規模經濟及時空環境均出現巨大變革。有線電視產業因數位科技整合趨勢，從單一的有線電視經營，朝跨越多元化的電信及寬頻網路時代發展，系統業者為降低成本，避免惡性競爭，經由整合、併購及申請註銷後，乃逐漸整併，使得一區一家的情形漸增，為避免系統業者形成一區一家經營後，因其獨占之地位，造成服務品質低落、壟斷所有頻道資源並影響收視戶權益，行政院新聞局開始對系統業者每三年實施評鑑一次，對於嚴重影響收視戶權益之業者，依有線廣播電視法第六十條規定處理，使得臺灣有線電視的發展逐漸朝向更制度化的局面（新聞局廣電白皮書，2004）。

民國 92 年依各有線廣播電視（播送）系統向新聞局申報之 91 年 4 月、5 月及 6 月訂戶數資料顯示：至 91 年 6 月全國有線電視普及率為 56.09%。此數據與客觀認為我國有線電視普及率已達 80% 有相當落差，顯示系統有低報訂戶數之實。由於訂戶數為瞭解我國有線廣播電視普及情形、有線廣播電視產業結構、產值及未來發展之重要數據，並可作為系統經營者與節目供應者簽訂契約之參考，有助於有線電視市場交易秩序之建立。此階段有線電視之發展則開始朝向建立一套有線廣播電視收視戶查核的機制而努力（新聞局廣電白皮書，2004）。

民國 94 年，有線電視系統業者針對插播廣告或蓋台廣告等情形已努力改善，根據 94 年度臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度調查，有 56.4% 的受訪者在收看有線電視節目時已沒有出現廣告蓋台的情形，其中 38.4% 的受訪者則是從來沒有在收看時出現過廣告蓋台的情形。即便如此，還是有 43.6%

的受訪者仍感受到廣告蓋台的影響，因之，逐步降低蓋台廣告，帶給收視戶最佳的收視環境，則是未來刻不容緩須達成的目標（臺北市政府觀光傳播局，2005）。

此外，根據臺北市政府觀光傳播局的資料顯示，近來有線電視系統業者對於頻道的大幅調整，亦造成收視戶對有線電視系統業者有所不滿，為避免造成收視戶不便，觀光傳播局對頻道調整提出三項聲明，包括：原有頻道位置不宜大幅異動、新增之頻道應暫置較後段頻道播送、應考量各收視族群權益及收視習慣與社會公益等因素進行整體評估，不宜基於商業利益而枉顧消費者權益（臺北市政府觀光傳播局，2006）。

目前國內有線電視經整合大多已呈現一區一家、一區兩家的態勢，學者劉幼琍、陳清河（2000）認為業者應擺脫過去惡性價格競爭的模式，回歸有線電視「服務業」的精神，以服務品質做為主要訴求，也就是以追求訂戶最大的滿意度為公司經營的最高指導原則。

## 第二節 臺北市有線電視系統業者現況

有線電視法自民國 82 年 8 月 11 日由總統公布施行後，新聞局於民國 83 年 1 月公告全國共分 51 個經營區，同年 2 月開放有線電視申請，民國 87 年 6 月第一家有線電視開播以來，迄今全省共 64 家有線電視系統業者，而臺北市 12 個行政區共有 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)，現況如下表：

表 2-1 臺北市 10 家有線電視系統業者現況 (截至 96 年 6 月底)

臺北市	經營區	系統名稱	訂戶數	備註
總戶數：941,317 訂戶數：592,580 普及率：62.95%	中山區	長德	69,541	隸屬中嘉網路公司
		金頻道	69,362	隸屬東森媒體科技
	大安區	大安文山	71,837	隸屬東森媒體科技
		萬象	59,350	隸屬中嘉網路公司
	萬華區	寶福	18,865	獨立系統業者
		聯維	48,330	獨立系統業者
	北投區	陽明山	115,368	隸屬東森媒體科技
	內湖區	新臺北	86,052	隸屬東森媒體科技
		麗冠	53,875	隸屬中嘉網路公司

- Note: 1. 本資料係為有線電視(播送)系統依有線廣播電視法第 51 條第 4 項規定向國家通訊傳播委員會申報之訂戶數統計資料。
2. 中華電信 MOD 不對外提供個別縣市之訂戶數。

### 第三節 有線電視頻道分組付費發展概述

「2008 數位臺灣」是我國重要之既定政策，有線電視網路數位化更是實現「數位臺灣」願景，不可或缺之一環。目前有線電視普及率雖高達 85 以上，遠高於日、韓、香港、新加坡、加拿大、英、法、澳洲等國，惟該產業之設備大多停留在類比訊號，為配合「2008 數位臺灣」，行政院新聞局推動數位化及頻道分組觀念，特研訂「推動有線電視頻道分組付費制度行動方案」，期藉由有線電視業者網路數位化、增值服務之推出，提升機上盒普及率，繼之全面推動頻道分組付費制度，落實「消費者主權」、「使用者付費」之意義及市場機制、健全有線電視系統業者營運及交易環境、防止兒童、青少年接觸不當之色情及暴力節目、提升節目製作水準、確保數位資訊供應品質的穩定、帶動電視數位化、促進相關產業升級，達成「數位臺灣」之願景。

「推動有線電視頻道分組付費制度行動方案」，是採分階段的形式推動：

- (一) 第一、二階段：在考量尚無法源依據強制系統業者全面實施及市場尚未成熟等的情況下，本階段將以維持現有基本頻道內容不變，以附帶條件方式，核准系統經營者推出「付費頻道」及「計次付費節目」服務，藉以推廣機上盒。同時必須研修相關法律，以取得推動分組付費制度之法源。
- (二) 第三、四階段：待機上盒鋪設率達一定程度及民眾接受分組付費制度程度提高後，擇期全面實施頻道分組制度，將頻道分為「普及型」、「經濟型」、「單頻單選」及「付費頻道或按次計費節目」，供民眾選擇。



## 第四節 有線電視數位機上盒、多媒體隨選視訊 (MOD) 發展現況

### 一、有線電視數位機上盒發展與現況

數位電視的出現是傳播媒介的一大革命，各國均將數位電視列為國家要發展項目之一。數位電視可透過無線、衛星及有線等三種方式傳輸至家中。無線數位電視的發展，根據數位訊號傳輸規格的不同，目前全球共有三大數位電視標準，分別為：歐洲 DVB ( Digital Video Broadcasting ) 系統、美國 ATSC ( Advanced Television Systems Committee ) 系統及日本 ISDB ( Integrated Services Digital Broadcasting )。主要差異在於：歐洲系統可在時速達 130 公里的車內收看電視 (強調行動接收)、可構成單頻網 ( SFN ) 以改善收視不良問題；美國系統缺乏這兩項功能，但構造較為簡單；日本系統可稱為「改良式的歐洲系統」，性能與歐洲系統類似。我國業者採用歐洲 DVB 傳輸標準 (盧素涵，2006)。在有線數位電視方面，3 大多系統經營者 (Multi-System Operator, MSO) — 中嘉網路公司、東森媒體科技公司、台灣寬頻公司自 92 年起正式推動數位化進程，推出數位機上盒並供應多元的內容服務。另外，新聞局在 91 年 12 月 31 日正式核准東森加值付費頻道及數位機上盒申請，使東森成為第 1 家合法推出數位加值服務的有線電視系統業者 (銘報即時新聞，2004)。由於數位電視科技發展已臻成熟，為因應資訊社會來臨，結合電視與資訊服務，以提升國民生活品質，跟上國際發展步伐，數位電視之推動為必然之趨勢 (93.09.23 經濟日報)。

推動數位電視發展之趨勢既為不可阻擋之趨勢，但又受制於數位硬體不足所阻隔。一般民眾家中多仍為傳統類比電視，欲接受數位訊號除了透過購買數位電視以外，另外則是可以透過有線電視數位機上盒來接受數位訊號。由於購買數位電視所花的成本較高，因之推廣數位機上盒是推動收視戶使用數位電視的重要替代方案。為免增加收視戶在進行數位電視過程中，可能需付出過高的成本而影響其意願，現今有線數位電視機上盒的提供方式是以押借為主，租用、買斷或自備為輔。因為系統經營者可經由私接戶之杜絕、提供多元之附加收費服務，如電視購物、數位資訊生活服務、互動電視教學等獲利，故機上盒之費用不應全由消費者負擔，宜由系統經營者以收取押金，收視戶搬遷或不再續訂系統之服務時，則收回並退還押金之方式提供；至於不願借用之收視戶，也可選擇租用、買斷或自備等方式 (新聞局廣電白皮書，2004)。

## 二、多媒體隨選視訊 (MOD) 發展與現況

多媒體隨選視訊服務 (Multimedia on demand, 簡稱MOD) 是指藉由現有的電話線, 整合電信、媒體與網絡等資源, 透過高速的ADSL傳輸, 提供用戶同時打電話、看電視、看影片、卡拉OK及寬頻上網等服務, 並且達到隨選使用模式的多媒體整合性服務, 未來甚至可擴及金融證券與線上購物等其他加值型服務。

國內目前是由中華電信提供這項服務, 該公司於90年初正式宣布欲推展「多媒體隨選視訊 (MOD)」業務, 並於民國92年10月獲行政院新聞局審議通過MOD全區經營計劃, 之後於民國93年3月3日正式開播, 並在94年8月19日以「大電視」為其品牌於全國推展。中華電信的MOD是透過中華電信之寬頻IP網路, 由家中的市內電話線路及ADSL寬頻擷取, 連接多媒體服務系統, 服務內容經中華電信提供之機上盒傳送到電視機, 服務特色為: 自組頻道、隨選隨看、依量計費、影劇片可以像觀看錄影帶一樣快轉、倒轉與暫停。

MOD的節目讓收視戶可以挑有空的時候看, 挑想看的節目看, 覺得值得付錢的, 才付錢, 充份讓消費者享感受「選擇的自由」。由於MOD需透過ADSL網路傳送影音訊號, 故用戶必須具備電視機及Hinet ADSL線路, 另外加上基本頻道收視費用以臺北市政府觀光傳播局核定為每月每戶新臺幣160元為上限, 基本收視頻道數計有33台, 除了基本無線台台視、中視、華視、民視、公視, 以及中華電信的「優新聞」與「優娛樂」外, 也提供客家電視、大愛電視、人間衛視、華藏衛視、佛衛慈悲台、澳洲ABC、法國TV5、知性台、華視教育頻道等部分免費的隨選視訊內容與免費服務 (中華電信MOD, 2006)。

雖然MOD具有隨選視訊的優勢, 讓消費者選擇想看的節目, 但也有幾項可能需要去克服的問題。第一, 因為中華電信MOD使用的是ADSL技術, 頻寬會受到傳輸距離遠近的影響, 因此目前供裝距離訂為距機房2.4km以內, 因之距離較偏遠地區的收視戶目前無法使用這項的服務。第二, 由於中華電信MOD是透過ADSL的技術傳輸數位訊號, 因之收視戶家中也必須裝設ADSL, 同時使用中華電信ADSL的電路, 才能使用中華電信MOD (中華電信MOD, 2006)。第三, 中華電信MOD所提供的基本免付費的頻道數仍不及其他有線電視系統所提供的, 也會降低民眾申辦中華電信MOD的意願。根據94年度臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度調查結果顯示, 申辦中華電信MOD的比例僅為2.8%, 如何增加服務, 吸引民眾申辦提高普及率, 是中華電信MOD當前需要去克服的限制之一 (臺北市政府觀光傳播局, 2005)。

## 第五節 有線電視服務品質與滿意度

### 一、服務品質

服務品質是衡量顧客滿意度的重要指標，而探討服務品質的相關研究為數眾多，從傳統產業到資訊產業都被廣泛的大量運用，有線電視亦不例外。目前為止，已有相當多的學者對於服務品質進行深入的研究，並建構出許多服務品質的測量模式，如美國行銷協會、Berry（1975）、淺井慶三郎（1989）、何雍慶與蘇雲華（1995）、Kolter（1996）、Zeithaml 與 Bitner（1996）、劉長勇（1997）等。其中以 Parasuraman, Zeithaml & Berry 在 1985 年所提出的架構最為知名，他們認為服務品質的決定性構面有五個，分別為可靠性（Reliability）、有形性（Tangibility）、反應性（Responsiveness）、保證性（Assurance）以及關懷性（Empathy）。

Love Lock 更在 2001 年對服務提出一個新的概念，他認為服務是由一方，向另一方提供的任何行動或績效。雖然整個過程關係到實質的產品，但主要的工作本質上是無形的，一般不會導致任何生產因素的所有權問題。同時服務也是一種經濟活動，為客戶在特定的地點及時間創造價值與提供利益，這是一種帶給服務接受者一個想要的改變所造成的結果。Love Lock 更深入的分析服務的特性，並將分成 9 點：（轉引自謝輝煌，2003）

- (一)、顧客無所有權
- (二)、服務產出是無形的
- (三)、顧客在製程中的參與
- (四)、人是產品中的一部份
- (五)、投入與產生具高變異性
- (六)、顧客評估的困難性
- (七)、服務生產後無法儲存
- (八)、時間因素的重要性
- (九)、不同的配銷通路

### 二、滿意度

顧客對品質的認定，會直接反應在滿意度上。而滿意度的相關研究比服務品質提早許多，因此在理論架構上已趨近完整，如Hampel（1977）：決定於顧客所預期的產品利益之實現程度，反應出「預期」和「實際」結果一致的程度；Churchill et. al.（1982）：消費者比較購買產品時所付出的成本與使用產品所獲得效益的結果，即是成本／效益分析；Engel、Blackwell and Miniard（1993）：是指顧客使用產品後對產品績效與購前信念二者間的一致性加以評估，當二者間



有相當的一致性時，顧客將會獲得滿足。反之，當產品實際績效與購前信念二者間看法不一致時，顧客將產生不滿足。

由上述可知，整個滿意度的測量模式已經發展到完全模式階段：完全模式是認為滿意度會受期望認知、產品表現及認知差異三者所影響。(Chrchill, 1982)

至於將滿意度 (satisfaction) 引入傳播研究領域的關鍵性研究有二 (伍翠蓮, 民84)：一為Palmgreen與Rayburn(1985)的研究，一為Burgoon與Burgoon(1980)的研究。Palmgreen與Rayburn在研究中比較了幾個預測滿意度的因素：使用前的尋求 (gratifications sought)、使用後獲得的滿足感 (gratifications obtained)、情感性的評價 (affective evaluations of the gratifications)，結果發現滿意度主要來自後兩項因素。而Burgoon二人有關報業滿意度的研究，則發現報紙讀者的滿意度可以預測訂報數，若讀者對於報紙報導滿意度高，可增加其本身對於此報的忠誠度，影響其續訂行為。(轉引自劉幼琍、陳清河，2001)

最早進行有線電視訂戶滿意度相關研究的學者首推 Metzger。Metzger (1983, pp.43-47)要求受訪者在考慮付費與平常收視的情形下，評價其訂閱的有線電視系統 (轉引自劉幼琍，民 86)。Atkin(1992, pp.56-58)則分別從有線電視系統的節目裝機與維修、客戶服務、對頻道滿意與不滿意的原因等項目，分析有線電視訂戶的滿意度 (轉引自劉幼琍，民 86)。

### 三、有線電視服務品質與滿意度

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

- (一)、有線電視之節目內容，此包括頻道多寡、內容品質、節目內容之多樣性、畫面之品質、廣告是否太多，是否常蓋臺，此部分為節目相關之所有問題。
- (二)、有線電視之服務品質，包括是否常斷訊，打電話是否常找不到人，維修是否迅速，及服務人員之態度是否良好等。
- (三)、有線電視的社區參與，有線電視為一地方媒體，應努力參與地方公益活動，並服務社區，有線電視如盡了此方面之義務，市民自然對其具較正面之形象，此部分包括自製頻道或公益頻道之滿意度，及社區活動的參與等。



(四)、有線電視收費的合理性，包括基本頻道費用、付費頻道費用、計次付費節目費用，以及數位化之後，各種數位化設備之相關費用等 (Atkins, 1992; Jacobs, 1995; LaRose & Atkins, 1988; 左宛玉, 1999; 伍翠蓮, 1995; 劉幼琍, 陳清河, 2000)。(轉引自國家通訊委員會, 2006)

Randy (1995) 在探討有線電視訂戶對有線電視服務的看法時，將有線電視的服務區分為 5 大構面：價格 (裝機費用、月費等)、節目品質 (節目的種類多寡、提供頻道的數量、節目品質、付費頻道的品質與數量等)、硬體服務品質 (畫面品質、頻道容量、訊號品質等)、客戶服務 (顧客接觸到電話服務員的容易性、話務人員的態度與服務品質、節目與頻道安排便利性及服務人員的專業知識與技術等)、溝通 (訊息告知與訂戶溝通互動的品質、帳單的正確性等) 以及抱怨的處理等幾個面向 (引自陳靜瑩, 2000)。

根據上述文獻分析及相關研究之結果，本研究將有線電視系統業者服務品質區分為以下 5 大構面：

- (一)、頻道服務：包括節目內容及品質、廣告插播、蓋臺等
- (二)、裝機維修服務：包括裝機品質、維修結果
- (三)、收訊品質：包括收訊品質及斷訊頻率等
- (四)、服務態度：包括電話申訴處理及裝機維修或收費人員的服務態度等
- (五)、收費：包括收費方式、現行價格之合理性、合理價格之看法等

本研究為了解收視戶對系統業者在以上 5 大構面表現的看法及滿意度，於研究設計上，先行進行質化的焦點團體座談會，之後，根據其發現後修正問卷內容，再利用量化之問卷調查方式進行研究；另外，本研究以神秘客調查方式針對收費、裝機服務、維修服務、收訊品質、斷訊、跑馬燈、廣告蓋臺等問題進行系統業者服務品質測試，並以統一的評分標準加以評量。

## 第三章 研究內容、範圍、對象與限制



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究



## 第一節 研究內容

### 一、有線電視裝機率

1. 臺北市有線電視訂戶裝機率
2. 臺北市有線電視裝置普及率及訂戶數推估

### 二、有線電視系統業者服務品質滿意度

1. 以神秘客電話訪問及現場測試的方式，進行有線電視業者在服務態度、頻道服務、維修服務、法令之熟稔度等服務品質的測試，並以統一的評分標準加以評量：

i. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)測試狀況：

(1)	畫面停格問題之抱怨	(2)	廣告蓋台問題之抱怨
(3)	跑馬燈問題之抱怨	(4)	繳費時間電話通知之抱怨
(5)	有線電視相關費用之詢問	(6)	畫面影像模糊問題之抱怨
(7)	數位機上盒裝設方式之詢問	(8)	斷訊問題之抱怨
(9)	收費及繳費通知問題之抱怨	(10)	有線電視線路加裝及維修費用之詢問

2. 評分項目為：

- i. 接聽電話速度
- ii. 客服人員接電話時，主動說明公司名稱
- iii. 客服人員接電話時，自報編號或姓氏/名字
- iv. 客服人員接電話時，主動說禮貌性用語
- v. 客服人員有效解決問題，或主動提出解決方式
- vi. 客服人員回答問題的誠意與耐心
- vii. 客服人員的專業能力
- viii. 客服人員回答問題的態度及語調
- ix. 客服人員說禮貌性結束語的態度及完整性



3. 並進一步針對斷訊及收視不良之狀況，要求到府裝設或檢修，據此針對工程人員以下服務項目進行評分：
  - i. 到府維修速度
  - ii. 檢查問題發生原因時之工作態度
  - iii. 發現沒有問題時之態度
  - iv. 服裝儀容

### 三、有線電視系統訂戶滿意度

#### 1. 頻道服務

- i. 頻道數量
- ii. 頻道種類
- iii. 任意調動頻道頻率
- iv. 頻道排序
- v. 節目內容及品質
- vi. 非新聞的跑馬燈
- vii. 廣告蓋台

#### 2. 服務人員服務滿意度

包含電話客服人員、到府裝機維修人員的服務速度、服務態度、解決問題能力

#### 3. 收訊品質

斷訊後處理情形

#### 4. 收費的相關問題

- i. 現行價格合理性
- ii. 合理價格之看法
- iii. 計費週期
- iv. 收費方式

#### 5. 整體服務滿意度





#### 四、 公用頻道使用狀況

包括目前收視狀況與節目滿意度，以及提供自製節目意願

#### 五、 有線電視數位機上盒、多媒體隨選視訊（MOD）接受度

##### 1. 有線電視數位機上盒

- i. 有線數位電視機上盒裝設意願
- ii. 有線數位電視機上盒裝設原因

##### 2. 多媒體隨選視訊（MOD）接受度

- i. 裝設多媒體隨選視訊（MOD）取代有線電視可能性

## 第二節 研究範圍與研究對象

### 一、 第一階段 -- 量化前焦點團體座談會

1. 研究範圍： 臺北市 12 個行政區內 10 家有線電視系統業者的收視戶。
2. 研究對象： (1). 20 歲及以上的成年民眾  
(2). 有參與家中選擇有線電視系統業者決策、支付費用過程或使用系統業者服務等的家人。

### 二、 第二階段 -- 第一部分有線電視系統業者服務品質(神秘客調查)

研究對象： 臺北市 12 個行政區內 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)

### 三、 第二階段 -- 第二部分訂戶滿意度調查(電話訪問)

1. 研究範圍： 臺北市 12 個行政區內 10 家有線電視系統業者的收視戶。
2. 研究對象： (1). 20 歲及以上的成年民眾  
(2). 有參與家中選擇有線電視系統業者決策、支付費用過程、或向有線電視系統業者查詢、反應問題、要求維修的經驗等的家人。  
(3). 對於家中沒有裝設有線電視之受訪者，僅作有線電視裝機率之調查。

### 四、 第三階段 -- 第一部分訂戶特定意見研究調查焦點團體座談會

1. 研究範圍： 臺北市 12 個行政區內 10 家有線電視系統業者的收視戶。
2. 研究對象： 以第二階段中有表達特殊意見或針對特定議題有強烈意見者(例如：對收費、服務項目特別不滿意、或整體表現滿意度較差的收視戶)。

### 五、 第三階段 -- 第二部分量化後焦點團體座談會

- 研究對象： (1). 臺北市有線電視系統經營者  
(2). 有線電視產業之專家學者。



### 第三節 研究限制

- 一、神秘客電話調查的問卷設計，係以統一的評分標準對 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)進行服務品質評量。但是，實際上有線電視系統業者客服人員之回應狀況無法事先做全面性的預測與掌握，受情境影響，會增加其變數，因此訪員實際施測時，完全依照結構性問卷內容依序發問的困難度較高。
- 二、由於目前臺北市有多家業者使用同一客服中心服務之情形，因此進行各家系統業者神秘客訪問時，可能出現不同系統業者，但由同一客服人員接聽電話及提供服務之情形，容易被客服人員查覺，使得神秘客之身份保密較不易。
- 三、由於訂戶滿意度調查之電話訪問之問卷偏長，平均每份有效樣本之訪問時間約為 15 分鐘，加上近年電話詐騙情形嚴重，民眾擔心受騙，造成受訪者拒訪的情形提高，影響整體執行進度。
- 四、第三階段訂戶焦點團體座談會，邀約人數不易齊全。依據近期蓋洛普徵信股份有限公司調查執行之經驗，對於進一步的邀約電訪受訪者參加討論會的困難度大幅增加(以往 20 至 30 個名單可以邀約到一名受訪者願意參加焦點團體座談會；目前約需要 50 個名單才有可能邀約到一位)。

## 第四章 研究方法與過程



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究



Gallup Market Survey Corp., Taiwan

## 第一節 量化前焦點團體座談會

### 一、 研究範圍

臺北市 12 個行政區內 10 家有線電視系統業者的收視戶

### 二、 研究對象

- i. 20 歲及以上的成年民眾
- ii. 有參與家中選擇有線電視系統業者決策、支付費用過程、或向有線電視系統業者查詢、反應問題、要求維修的經驗的民眾

### 三、 抽樣設計

以蓋洛普徵信股份有限公司過去成功訪問的樣本資料檔為抽樣母體，隨機抽取符合條件者，並徵得受訪者同意後，邀請參加焦點團體座談會。

每一系統業者收視戶都有 1 位隨機抽取的收視戶參與討論

### 四、 調查方法

以焦點團體座談會討論方式進行訪問，討論中並視主題採取下列討論技巧進行：

- i. 回憶法、情境模擬法、無互動／有互動對照比較法、無提示／有提示對照比較法

### 五、 場次分配

表 4-1-1 量化前焦點團體座談會場次分配

場次別	樣本特徵	執行時間	參加人數
一	各系統收視戶各 1 人	08/09 PM19:00-21:00	10 人

### 六、 調查期間

2007 年 08 月 09 日



## 七、 受訪者特質分配

表 4-1-2 量化前焦點團體座談會受訪者特質分配

編號	姓名	年齡	教育程度	有線電視系統業者
1	林先生	37	高中	金頻道
2	吳先生	31	高中	聯維
3	黃先生	34	碩士	寶福
4	周先生	28	大學	陽明山
5	王先生	31	碩士	大安文山
6	蕭小姐	26	大學	新臺北
7	吳小姐	30	專科	麗冠
8	葉先生	33	碩士	萬象
9	彭小姐	34	高職	長德
10	蔡小姐	21	大學	中華電信 MOD

## 八、 分析方式

整合不同收視戶意見的可能性，及質化研究之指標，修正量化問卷的問題問法、選項內容及問題流程

## 第二節 神秘客電話及現場測試調查

### 一、 研究範圍

臺北市 12 個行政區內 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)

### 二、 研究設計

1. 神秘客電話測試設計 10 種狀況，構成 10 份獨立問卷。針對 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)，進行 10 次神秘客電話測試，總計進行 90 次神秘客有線電視系統業者服務品質電話調查。
2. 並針對 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)，進行兩個案例之追蹤，以收訊不良及斷訊等因素要求立即前往顧客端服務，以探測 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)服務之速度與效率，總計進行 18 次神秘客現場測試。
3. 電話及現場神秘客有線電視系統業者服務品質測試，總計共進行 108 次調查。
4. 以蓋洛普徵信股份有限公司專職專業訪員，以不表明身分之方式進行測試，並以一份問卷由同一位專職訪員，在同一時段內對 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)進行測試的方式進行。
5. 測試方式以第一階段質化研究後設計之調查程序及問卷進行，並對每一項測試指標進行紀錄。

### 三、 調查期間

1. 電話測試：民國 96 年 9 月 11 日至 9 月 14 日
2. 現場測試：民國 95 年 9 月 20 日至 10 月 2 日
3. 測試時段：下午 13:30-21:30

### 四、 分析方式

1. 以平均數與標準差的統計方式，分析各系統業者在各項服務態度上的表現。
2. 以 T-test 檢定方式分析各系統業者間得分差異之顯著程度



### 第三節 訂戶滿意度調查

#### 一、 研究範圍

臺北市 12 個行政區內 10 家有線電視系統業者的收視戶

#### 二、 調查對象

1. 20 歲及以上的成年民眾。
2. 有參與家中選擇有線電視系統業者決策、支付費用過程、或向有線電視系統業者查詢、反應問題、要求維修的經驗等的家人。
3. 對於家中沒有裝設有線電視之受訪者，僅作有線電視裝機率之調查。

#### 三、 抽樣設計及有效樣本數

1. 以臺北市電話號碼之局碼為代頭碼，再以後四碼隨機方式，產生電話號碼樣本，共使用 380 個臺北市住宅電話的局碼，總計抽取 50,178 個電話號碼數。
2. 第一階段控制接觸成功受訪者居住的行政區分配與母體分配一致，並在接觸成功的樣本中過濾符合條件的收視戶有效樣本。
3. 總計成功訪問 1,081 份有效收視樣本戶。
4. 排除非人為因素，訪問成功率：63.20%
5. 每一系統涵蓋的 2-3 個行政區依母體實際分配比例隨機抽取，進行第二階段每個有線電視系統業者補足一定樣本數。
6. 每一有線電視系統業者至少有 230 份有效收視戶進行分析，除寶福由於市佔率較低故補打至 126 份有效收視戶，最後成功 2,030 份有效收視戶。
7. 以百分之九十五信心水準推估，抽樣誤差值不超過±2.18%。各階段樣本數及抽樣誤差如下表所述：

表 4-3-1 第一階段市場滲透率之接觸樣本數及抽樣誤差

	接觸樣本數	抽樣誤差
整體	1,715	±2.37%





表 4-3-2 第一階段訂戶滿意度調查，整體、各系統業者有效樣本數及抽樣誤差

	有效樣本數	抽樣誤差%
整體	1,081	±2.98
長德	131	±8.60
金頻道	108	±9.47
寶福	41	±15.50
聯維	96	±10.05
萬象	94	±10.16
大安文山	132	±8.56
新臺北	146	±8.14
麗冠	114	±9.22
陽明山	212	±6.75
中華電信 MOD	7	±40.01

表 4-3-3 第一/二階段補足樣本之整體、各系統業者有效樣本數及抽樣誤差

	樣本數	抽樣誤差%
整體	2,030	±2.18
長德	237	±6.38
金頻道	237	±6.38
寶福	126	±8.77
聯維	239	±6.35
萬象	232	±6.45
大安文山	231	±6.46
新臺北	233	±6.43
麗冠	236	±6.39
陽明山	237	±6.38
中華電信 MOD	22	±21.39

8. 由於電訪過程是控制每一有線電視系統業者至少一定的成功樣本數，與母體分配比例不同，因此在做整體滿意度分析時，依第一階段隨機樣本時，各有線電視系統業者分配比例進行加/減權分析(請參考表 4-3-4 之權值)。

9. 每一有線電視系統業者第一階段、兩階段總成功樣本數分配及權值表列如下：

表 4-3-4 有線電視系統業者兩階段樣本數分配及權值表

頻道名稱	第一階段成功數(母體推估)	第一階段母體推估比例 % (A)	第一/二階段總成功數	第一/二階段總成功比例 % (B)	權值 (A/B)
(1)長德	131	12.12	237	11.67	1.03945
(2)金頻道	108	9.99	237	11.67	0.85678
(3)寶福	41	3.79	126	6.21	0.61129
(4)聯維	96	8.88	239	11.77	0.75510
(5)萬象	94	8.70	232	11.43	0.76182
(6)大安文山	132	12.21	231	11.38	1.07388
(7)新臺北	146	13.51	233	11.48	1.17786
(8)麗冠	114	10.55	236	11.63	0.90870
(9)陽明山	212	19.61	237	11.67	1.68182
(10)中華電信 MOD	7	0.65	22	1.08	0.60185
總計	1081	100	2030	100	

#### 四、 調查方法

1. 採用電話訪問方式進行，輔以蓋洛普 24HPOLL MISS (CATI)進行電話訪問。
2. 為瞭解營業戶及住宅戶有線電視裝設情形，今年度調查特於白天時段(下午 2:30~5:30)執行 305 份有效樣本收視戶，區分出戶籍在臺北市的家庭戶，戶籍不在臺北市的家庭戶，和非家庭戶三種收視戶型態，以進行比較。

#### 五、 調查時間與訪問時段

民國 96 年 9 月 10 日至 10 月 03 日 晚上 18:30-22:00(其中 305 份樣本執行時間為下午 14:30-17:30)



六、 電話訪問問卷大綱及題號對照如下：

受訪者過濾題目 S1-S7,S9

有線電視裝設方式 S8

頻道及節目內容滿意度 Q1-Q5

有線電視系統業者服務品質 Q6-Q16

有線電視收費的相關問題 Q17-Q20

有線電視整體滿意度 Q21

公用頻道收視問題 Q22-Q24

有線數位電視使用意願 Q25-Q26

中華電信 MOD 使用意願 Q27

受訪者個人基本資料 S2, S5-S9, Q28-Q30

## 第四節 量化後焦點團體座談會

### 一、訂戶特定意見研究調查焦點團體座談會

#### 1. 調查對象

以第二階段中有表達特殊意見或針對特定議題有強烈意見者(例如：對收費、服務項目特別不滿意、或整體表現滿意度較差的收視戶)。

#### 2. 抽樣方法

以第二階段電話訪問之受訪者為邀約對象。

#### 3. 調查方法

以焦點團體座談會討論方式進行訪問

#### 4. 場次分配

表 4-4-1 量化後訂戶焦點團體座談會場次分配

場次別	樣本特徵	日期	參與人數
一	中山區：長德、金頻道；合格之與會者	10/08(一) 19:00-21:00	7 人
二	大安區：大安文山、萬象；合格之與會者	10/09(二) 19:00-21:00	7 人
三	萬華區：寶福、聯維；合格之與會者	10/10(三) 10:30-12:30	7 人
四	北投區：陽明山；合格之與會者	10/10(三) 13:30-15:30	7 人
五	內湖區：新臺北、麗冠；合格之與會者	10/10(三) 16:30-18:30	7 人
共計舉辦五場焦點團體座談會			

## 5. 受訪者特質分配

## i. 第一場受訪者：

表 4-4-2 量化後訂戶焦點團體座談會第一場受訪者特質分配

編號	姓名	系統業者	年齡	教育程度
1	黃小姐	長德	44	高中
2	彭先生	長德	52	高職
3	汪小姐	長德	48	專科
4	許先生	長德	21	大學
5	邱小姐	金頻道	28	大學
6	廖先生	金頻道	21	碩士
7	雷小姐	金頻道	28	專科

## ii. 第二場受訪者：

表 4-4-3 量化後訂戶焦點團體座談會第二場受訪者特質分配

編號	姓名	系統業者	年齡	教育程度
1	王小姐	大安文山	25	大學
2	洪先生	大安文山	30	大學
3	馬先生	大安文山	29	大學
4	鄭先生	大安文山	49	專科
5	彭先生	大安文山	60	碩士
6	周先生	萬象	43	高中
7	陳小姐	萬象	22	大學

## iii. 第三場受訪者：

表 4-4-4 量化後訂戶焦點團體座談會第三場受訪者特質分配

編號	姓名	系統業者	年齡	教育程度
1	陳小姐	聯維	49	大學
2	王小姐	聯維	57	專科
3	侯小姐	聯維	30	大學
4	陳先生	聯維	38	高中
5	陸小姐	聯維	26	大學
6	任小姐	寶福	56	大學
7	董小姐	寶福	27	專科

## iv. 第四場受訪者：

表 4-4-5 量化後訂戶焦點團體座談會第四場受訪者特質分配

編號	姓名	系統業者	年齡	教育程度
1	張先生	陽明山	32	專科
2	鐘先生	陽明山	69	大專
3	盧先生	陽明山	46	大學
4	陳先生	陽明山	28	碩士
5	賴小姐	陽明山	21	大學
6	陳先生	陽明山	26	碩士
7	黃先生	陽明山	22	專科

## v. 第五場受訪者：

表 4-4-6 量化後訂戶焦點團體座談會第五場受訪者特質分配

編號	姓名	系統業者	年齡	教育程度
1	劉小姐	麗冠	45	大學
2	蔡小姐	麗冠	31	高中
3	周先生	麗冠	38	高中
4	邱小姐	麗冠	46	高職
5	廖小姐	新臺北	44	專科
6	姜小姐	新臺北	52	大學
7	蘇先生	新臺北	25	碩士

## 二、有線電視產業之專家學者及系統經營者研究調查焦點團體座談會

### 1. 調查對象

- (1)有線電視產業之專家學者。
- (2)臺北市有線電視系統經營者。

### 2. 抽樣方式

人際邀約為主，邀請各有線電視系統業者及有線電視產業專家學者。

### 3. 調查方法

以焦點團體座談會討論方式進行訪問

### 4. 場次分配

表 4-4-8 量化後專家學者及系統經營者焦點團體座談會場次分配

場次別	樣本特徵	日期	參與人數
一	有線電視系統經營者	10/8(一) 15:00-17:00	6 人
二	有線電視產業之專家學者	10/9(二) 15:00-17:00	5 人

### 5. 受訪者特質

#### i.第一場受訪者：

表 4-4-9 量化後業者焦點團體座談會受訪者特質分配

編號	姓名	系統業者
1	周先生	東森
2	廖先生	東森
3	張先生	中嘉
4	嚴先生	中嘉
5	黃先生	寶福
6	張小姐	聯維

## ii. 第二場受訪者：

表 4-4-10 量化後學者焦點團體座談會受訪者特質分配

編號	姓名	任職單位
1	馮教授	政大新聞系
2	蔣教授	銘傳新聞系
3	賴教授	文化大傳系
4	周教授	文化新聞系
5	陳教授	政大廣電系
6	馬教授	玄奘新聞系

註：第六位學者之一對一深度訪談，於 10/22 晚 7:45-8:40 於蓋洛普徵信股份有限公司臺北焦點團體會議室舉行。



## 第五章 研究發現



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究



## 第一節 量化前焦點團體座談會

### 一、申裝有線電視相關經驗(計舉辦 1 場量化前焦點團體座談會，與會者共 10 人)

#### 1. 裝機主因

- i. 裝設有線電視的主要原因，除了希望在節目或頻道種類上，能有較多選擇性之外，也可以看到某些特定想看的頻道類型。電影、體育、新聞頻道是與會者收看有線電視的主要選擇。
- ii. 也有一些與會者是因為想要強化收訊品質而裝設有線電視。
- iii. 中華電信訂戶申請使用 MOD 的原因有：因為是學校的宿網，可以免費試用 MOD。

#### 2. 分機加裝情形

- i. 沒有裝設分機(5 人)
- ii. 自行拉線(3 人)。
- iii. 請水電行幫忙(1 人)
- iv. 請有線電視系統業者裝設(1 人)

### 二、頻道內容滿意度

#### 1. 頻道種類或數量滿意情況

- i. 頻道雖然多，但是種類還是需要加強，有些種類(EX.宗教類)幾乎不會去看，根本是形同虛設。
- ii. 希望增加的頻道種類：電影類、體育類、兒童教育類、新知資訊類。
- iii. MOD 訂戶與會者，認為 MOD 所提供的頻道種類並不足夠，例如新聞臺，還有些是外國的節目，訊號很不清楚，不一定能看。

#### 2. 廣告蓋台

- i. 有幾位與會者感覺臺北市的系統業者廣告蓋臺的情形較少，金頻道、麗冠、長德的用戶則表示不曾注意過廣告蓋臺的情況。
- ii. 聯維用戶表示，DISCOVERY、地理頻道、旅遊頻道常出現廣告蓋臺的情況。
- iii. 新臺北的用戶表示，比較後面的頻道較容易出現廣告蓋臺的情形。



### 3. 對有線電視系統業者裝機維修服務的看法

- i. 多數與會者沒有請業者維修的經驗，因此無法表示具體意見。
- ii. 多數與會者表示裝機的速度都很快，申請後一天內就會有人員先打電話通知，再約時間到家中裝機。服務態度也都很好。
- iii. 中華電信的用戶對於裝機速度表示不甚滿意。因為那是宿舍的，所以可能是人數太多，從申請到裝機已經過了一個禮拜。不過裝機的服務態度很好，感覺也很專業，會仔細教導怎麼操作使用。
- iv. 金頻道的用戶表示有加裝寬頻，對於裝機人員的服務感到非常滿意，會一個步驟一個步驟的詳細教導，還留下電話表示若有任何使用上的問題，可以打電話詢問。裝機時的清潔度也都保持的很好，不會弄髒家裡。

### 4. 對有線電視系統業者所提供之訊號品質的看法

- i. 多數與會者表示訊號不良的情形多半發生在天氣不好時，例如下雨天或颱風天，只有少數幾個頻道受到影響，整體上訊號品質是可以接受的。
- ii. 麗冠、陽明山的用戶表示最近有幾次，並非天氣不佳發生斷訊的情形，過了大概兩三分鐘時間就會恢復訊號。

## 三、對目前有線電視系統收費標準的看法

### 1. 對有線電視系統業者收費服務的看法

- i. 多數與會者是選擇到便利商店繳款的方式，因此沒有感受到任何不便之處。
- ii. 中華電信的帳單因為目前是試用期，尚不需繳費。
- iii. 大安文山、新臺北用戶是由業者派員到府收費，收費人員的態度蠻不錯的，其中新臺北用戶表示收費員會事先打電話約時間，再過來收費。
- iv. 長德的用戶是自行到系統業者公司繳費，繳費時業者還會贈送紀念品，感覺很好。
- v. 萬象的用戶表示曾有逾期一個月尚未繳費的情形，業者有主動打電話請用戶繳費，還補寄帳單。感覺蠻有誠意的，會用拜託的語氣請用戶盡速繳費，態度還不錯。

- vi. 金頻道的用戶表示收到帳單的時間，與繳費截止日之間的日期不夠充裕，大概僅差個四五天。建議在繳費截止日前 10 天寄送到府。

## 2. 有線電視系統之價格

- i. 除了中華電信用戶之外，其餘與會者家中有線電視系統之價格都是每個月新臺幣 550 元。
- ii. 多數與會者對於這樣的價格都覺得可以接受，但希望可以針對繳費方式不同，例如月繳、季繳、年繳，提供不同的優惠。或針對裝機一年以上之長期用戶提供折扣。
- iii. 金頻道用戶則表示家中裝設兩個分機，牽了兩條線路，也沒有優待。雖然業者免費提供一個付費頻道一年，但是用戶沒有選擇頻道的權利，不收看此付費頻道也不能換成其他折扣方式。
- iv. 有一位與會者提出，因為目前收費情形各家系統業者都是一樣的，反而業者不會為了留住收視戶，而提供其他優惠。加上各家收訊品質也沒有差異，用戶若更換系統業者反而要再付出裝機費，所以業者只要收訊維持穩定即可，而收視戶若對業者收費方式或其他有不滿意的地方，除了非常嚴重的情形，為了節省裝機費，並不會輕易更換業者。
- v. 也有與會者表示，其實很多頻道幾乎沒有收看，建議可以推出套餐式的收看方式，讓用戶自行挑選有興趣的頻道，再以收看的頻道數多寡計費。

## 四、臺北市公用頻道之節目滿意度及收視率

### 1. 對公用頻道之節目的看法

- i. 僅三位與會者曾看過公用頻道之節目。
- ii. 長德用戶表示偶而會觀看公用頻道節目，內容大多是介紹社區的或里民的節目，因為很少看到電視臺拍這種節目，加上與會者本身對於其他縣市也不了解，節目中介紹出其他縣市風情，感覺很好。
- iii. 萬象與金頻道的用戶表示，是無意之間轉到的，內容是針對外籍新娘，會教一些臺灣風俗，幫助外籍新娘更快融入臺灣文化。感覺還蠻不錯的，雖然自己沒有此需求，但是節目內容對有此需求的民眾有幫助。



## 2. 提供自製的節目在公用頻道上播放的意願

- i. 部分與會者表示願意提供自製節目在公用頻道上，可以藉機增加自己的知名度。
- ii. 其中節目內容若屬於公益類或是里民活動、宣導，會更有興趣。
- iii. 也有與會者表示，獎金的提供會增加吸引力。
- iv. 沒有意願提供自製節目的與會者的原因有：沒有時間拍攝、沒有想過要拍攝什麼內容。

## 五、對有線數位電視及中華電信 MOD 的認知程度及裝機意願

### 1. 對有線數位電視服務的看法

- i. 現場與會者均沒有安裝有線數位電視機上盒。
- ii. 部分與會者表示不會有申請的意願，還要觀望，看週遭鄰居親戚朋友對此評價如何，再做決定。
- iii. 也有與會者表示有線數位電視還要另外加裝，擔心會增加操作方式的複雜度，會降低申請的意願。尤其若家中有老人長看電視，容易造成困擾。
- iv. 也有與會者表示第一臺可以免費試用，會考慮安裝，因為可以提升收訊畫質。
- v. 部分與會者表示，若付費頻道的節目有吸引力也會增加申請的意願，例如電影頻道、體育頻道、教學頻道等。

### 2. 對中華電信 MOD 服務的看法

- i. 除了中華電信用戶之外，另外有兩位與會者有裝設 MOD 的經驗，還有一位與會者曾聽朋友提過關於 MOD 的部分。
- ii. 中華電信用戶表示，業者提供的 33 的頻道沒有吸引力，其他有興趣收看的節目還要另外收費，整體上感覺價格不太划算，建議拓展其他免費的頻道數量。
- iii. 有裝設 MOD 的經驗的與會者表示，MOD 經常會有訊號延遲的情形，操作上往往需要花費時間等待。
- iv. 有與會者表示，付費收看的電影價格蠻貴的，收費比錄影帶店貴，只能收看一天，卻收費新臺幣 80 元，寧願到錄影帶或 DVD 出租店租。
- v. 其中一位有裝設 MOD 經驗的與會者表示，對於優新聞頻道還蠻喜歡

的，跟其他有線電視的新聞比起來，報導不會那麼偏頗、煽動。

- vi. 曾聽朋友提過關於 MOD 的與會者表示，對於 MOD 節目中提供的英文教學頻道感覺蠻不錯的，且是免費的，又是知名的教學機構，可以當作是每個月花新臺幣 150 元請英文老師到家中，隨時都可以上課。
- vii. 其他未裝設中華電信 MOD 的與會者表示，MOD 提供的頻道節目沒有吸引力，若要收看電影會直接到錄影帶或 DVD 出租店租來看。建議增加體育臺或是類似旅遊生活頻道、國家地理雜誌、DISCOVERY 的節目。
- viii. 另外，操作複雜、訊號延遲也會降低裝設的意願，對於家中有年紀較大的收視戶會造成不便。



## 第二節 神秘客電話及現場測試調查

神秘客有線電視系統業者服務品質調查說明：此神秘客調查之研究設計，乃藉由神秘客在事先無預警的狀況下，模擬訂戶對 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)各項服務需求之真實情境，以瞭解各有線電視系統業者服務品質，唯神秘客調查中，各系統業者之樣本數僅 12 個有效樣本，在進行神秘客調查結果之分析時，特此說明。

### 一、神秘客電話調查

#### 1. 有線電視系統業者服務品質評分

九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)的平均總分為 84.18 分，長德以 93.60 分得分最高，其次為大安文山(90.80 分)及寶福(89.80 分)；麗冠得分最低(74.65 分)，其次為萬象(76.85 分)及聯維(79.25 分)。

#### 2. 有線電視系統業者整體服務品質

經 T-TEST 檢定後，長德、大安文山、寶福、新臺北 4 家系統業者之間，在整體服務品質之平均分數並未達到統計上顯著的差異，但與其他 5 家系統業者有顯著上的差異；同時陽明山、金頻道、聯維、萬象 4 家系統業者之間沒有顯著差異，但與其他 5 家系統業者出現顯著差異。而麗冠則與其他 8 家系統業者有顯著差異。

表 5-2-1 有線電視系統業者各項服務品質得分分析表

		長德	大安文山	寶福	新臺北	陽明山	金頻道	聯維	萬象	麗冠	平均分數
總分(0-100 分)	平均數	93.60	90.80	89.80	87.65	83.50	81.55	79.25	76.85	74.65	84.18
	標準差	5.32	5.15	11.01	12.81	12.22	15.38	22.93	20.79	19.57	15.77
接聽電話的速度(0-10 分)	平均數	9.00	6.60	9.40	7.90	6.80	6.70	9.60	8.20	6.90	7.90
	標準差	1.70	3.13	1.35	2.77	2.35	2.95	0.84	2.57	3.14	2.60
接電話時，主動說明公司名稱(0-10 分)	平均數	9.90	8.30	8.50	7.40	6.80	7.30	6.00	5.60	5.60	7.27
	標準差	0.32	3.02	3.10	4.03	3.77	3.06	3.92	4.22	3.84	3.56
接電話時，自報編號或姓氏/名字(0-10 分)	平均數	9.90	9.70	9.30	9.10	8.80	9.10	6.30	7.60	8.10	8.66
	標準差	0.32	0.48	0.95	1.29	1.69	1.20	4.00	3.13	1.29	2.16
接電話時，主動說	平均數	9.90	9.60	9.30	9.20	8.70	9.20	7.80	8.00	8.10	8.87

		長德	大安文山	寶福	新臺北	陽明山	金頻道	聯維	萬象	麗冠	平均分數
禮貌性用語(0-10分)	標準差	0.32	0.52	1.16	1.03	1.57	1.03	3.22	2.31	1.52	1.72
有效解決問題,或主動提出解決方式(0-10分)	平均數	9.20	9.40	8.70	8.90	8.70	8.40	7.70	7.90	7.40	8.48
	標準差	0.92	0.97	1.42	1.60	1.34	1.78	2.54	1.79	2.55	1.79
回答問題的誠意與耐心(0-10分)	平均數	9.30	9.10	8.90	8.80	8.60	8.20	7.90	7.40	7.60	8.42
	標準差	0.95	0.74	1.37	1.69	1.17	2.15	2.64	2.27	2.41	1.86
專業能力(0-10分)	平均數	9.50	9.60	8.90	9.00	8.70	8.60	8.10	8.00	7.80	8.69
	標準差	0.71	0.70	1.37	1.56	1.42	1.96	2.47	2.26	2.10	1.75
回答問題的態度及語調(0-10分)	平均數	9.10	9.40	9.20	8.90	8.10	7.70	8.20	7.40	7.50	8.39
	標準差	1.10	0.70	1.32	1.52	1.91	1.95	2.20	2.37	2.27	1.86
結束時,禮貌性結束語的態度及完整性(0-10分)	平均數	9.30	9.60	9.30	9.20	8.90	7.90	8.00	8.10	7.50	8.64
	標準差	0.95	0.70	1.34	1.55	1.37	1.97	1.89	2.64	2.46	1.83

表 5-2-2 有線電視系統業者整體服務品質 T-test 結果分析表

	長德 (平均數 =93.60)	大安文山 (平均數 =90.80)	寶福 (平均數 =89.80)	新臺北 (平均數 =87.65)	陽明山 (平均數 =83.50)	金頻道 (平均數 =81.55)	聯維 (平均數 =79.25)	萬象 (平均數 =76.85)	麗冠 (平均數 =74.65)
長德					*	*	*	*	*
大安文山					*	*	*	*	*
寶福					*	*	*	*	*
新臺北					*	*	*	*	*
陽明山	*	*	*	*					*
金頻道	*	*	*	*					*
聯維	*	*	*	*					*
萬象	*	*	*	*					*
麗冠	*	*	*	*	*	*	*	*	

註：\* 表示經 T- test 檢定後，兩組平均數達統計上顯著差異 (P=0.05)。

3. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「接聽電話的速度」這項表現的平均分數為 7.90 分。
  - i. 在「接聽電話的速度」表現上，以聯維表現得分最高(9.60 分)，其次為寶福(9.40 分)及長德(9.00 分)；大安文山得分最低(6.60 分)，其次為金頻道(6.70 分)及陽明山(6.8 分)。



4. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「接電話時，主動說明公司名稱」這項表現的平均分數為 7.27 分。
  - i. 在「接電話時，主動說明公司名稱」表現上，以長德得分最高(9.90 分)，其次為寶福(8.50 分)及大安文山(8.30 分)；萬象和麗冠得分最低(5.60 分)，其次為聯維(6.00 分)。
5. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「接電話時，自報編號或姓氏/名字」這項表現的平均分數為 8.66 分。
  - i. 在「接電話時，自報編號或姓氏/名字」表現上，以長德得分最高(9.90 分)，其次為大安文山(9.70 分)及寶福(9.30 分)；聯維得分最低(6.30 分)，其次為萬象(7.60 分)及麗冠(8.10 分)。
6. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「接電話時，主動說禮貌性用語」這項表現的平均分數為 8.87 分。
  - i. 在「接電話時，主動說禮貌性用語」表現上，以長德得分最高(9.90 分)，其次為大安文山(9.60 分)及寶福(9.30 分)；聯維則得分最低(7.80 分)，其次為萬象(8.00 分)及麗冠(8.10 分)。
7. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「有效解決問題，或主動提出解決方式」這項表現的平均分數為 8.48 分。
  - i. 在「有效解決問題，或主動提出解決方式」表現上，以大安文山得分最高(9.40 分)，其次為長德(9.20 分)及新臺北(8.90 分)；麗冠得分最低(7.40 分)，其次為聯維(7.70 分)及萬象(7.90 分)。
8. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「回答問題的誠意與耐心」這項表現的平均分數為 8.42 分。
  - i. 在「回答問題的誠意與耐心」表現上，以長德得分最高(9.30 分)，其次為大安文山(9.10 分)及寶福(8.90 分)；萬象得分最低(7.40 分)，其次為麗冠(7.60 分)及聯維(7.90 分)。
9. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「專業能力」這項表現的平均分數為 8.69 分。
  - i. 在「專業能力」表現上，以大安文山得分最高(9.60 分)，其次為長德(9.50 分)及新臺北(9.00 分)；麗冠得分最低(7.80 分)，其次為萬象(8.00 分)及聯維(8.10 分)。
10. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「回答問題的態度及語調」這項表現的平均分數為 8.39 分。

- i. 在「回答問題的態度及語調」表現上，以大安文山得分最高(9.40 分)，其次為寶福(9.20 分)及長德(9.10 分)；萬象得分最低(7.40 分)，其次為麗冠(7.50 分)及金頻道(7.70 分)。
11. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「結束時，禮貌性結束語的態度及完整性」這項表現的平均分數為 8.64 分。
- i. 在「結束時，禮貌性結束語的態度及完整性」表現上，以大安文山得分最高(9.60 分)，其次為長德及寶福(9.30 分)；麗冠得分最低(7.50 分)，其次為金頻道(7.90 分)及聯維(8.00 分)。

## 二、神秘客現場測試

1. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)的平均總分為 66.67 分，萬象得分最高(80.00 分)，其次為金頻道及長德(77.00 分)；寶福得分最低(50.00 分)，其次為陽明山(57.00 分)及聯維(59.00 分)。

表 5-2-3 有線電視系統業者服務品質現場測試各項得分分析表

		萬象	金頻道	長德	新臺北	大安文山	麗冠	聯維	陽明山	寶福	平均分數
總計(0-100 分)	平均數	80.00	77.00	77.00	73.00	65.00	62.00	59.00	57.00	50.00	66.67
	標準差	11.31	21.21	4.24	21.21	7.07	14.14	15.56	9.90	2.83	14.18
到府維修速度(0-10 分)	平均數	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	3.50	2.00	1.00	3.61
	標準差	2.83	4.24	0.00	5.66	1.41	0.00	2.12	0.00	0.00	2.43
檢查問題發生原因時之 工作態度(0-10 分)	平均數	10.00	10.00	10.00	9.00	9.00	8.50	7.50	8.00	8.00	8.89
	標準差	0.00	0.00	0.00	1.41	0.00	2.12	0.71	1.41	0.00	1.18
發現沒有問題時之態度 (0-10 分)	平均數	10.00	9.50	10.00	9.00	9.00	8.50	7.00	8.00	8.00	8.78
	標準差	0.00	0.71	0.00	0.00	0.00	2.12	1.41	1.41	0.00	1.22
服裝儀容 (0-10 分)	平均數	10.00	9.00	8.50	8.50	8.50	8.00	8.00	8.50	7.00	8.44
	標準差	0.00	1.41	2.12	0.71	0.71	2.83	1.41	2.12	1.41	1.42

註：因樣本數太小，因此未做 T-test 檢定。

2. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「到府維修速度」這項表現的平均分數為 3.61 分。



- i. 在「到府維修速度」的表現上，萬象、金頻道、長德、新臺北這 4 家系統業者得分最高(5.00 分)；而寶福得分最低(1.00 分)，其次為陽明山(2.00 分)及大安文山、麗冠(3.00 分)。
3. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「檢查問題發生原因時之工作態度」這項表現的平均分數為 8.89 分。
    - i. 在「檢查問題發生原因時之工作態度」的表現上，萬象、金頻道、長德為滿分 10.00 分得分最高；聯維則以 7.50 分得分最低，其次為陽明山、寶福(8.00 分)。
  4. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「發現沒有問題時之態度」這項表現的平均分數為 8.78 分。
    - i. 在「發現沒有問題時之態度」的表現上，萬象與長德為滿分 10.00 分得分最高，其次為金頻道(9.50 分)；聯維則以 7.00 分得分最低，其次為陽明山、寶福(8.00 分)。
  5. 九家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)在「服裝儀容」這項表現的平均分數為 8.44 分。
    - i. 在「服裝儀容」的表現上，萬象獲得滿分 10.00 分得分最高，其次為金頻道(9.00 分)及長德、新臺北、大安文山、陽明山(8.50 分)；寶福則以 7.00 分得分最低，其次為麗冠、聯維(8.00 分)。

### 第三節 訂戶滿意度調查

#### 一、有線電視裝機率及收視行為

1. 臺北市 96 年度有線電視訂戶裝機率推估值為 88.63%。

i. 臺北市有線電視訂戶裝機率高推估值：90.13%

ii. 臺北市有線電視訂戶裝機率低推估值：87.13%

推估過程如下：

iii. 在過濾合格受訪者部分，問到家中無裝設有線電視的接觸成功樣本數為 1,715。接觸成功樣本數中，家中有裝設有線電視之樣本數為 1,520。

$$\text{各系統業者之抽樣誤差範圍計算} = \hat{p} \pm 1.96 \sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n-1}}$$

· 以百分之九十五的信心水準估計。

其抽樣誤差值 =  $\pm 1.5\%$

iv. 推估臺北市有線電視訂戶裝機率為  $(1,520 / 1,715) \pm 1.5\%$

= 88.63%  $\pm 1.5\%$

· 註：接觸成功樣本數的定義為，受訪者已回答完 S4. 請問，您這裏目前有沒有裝設有線電視？(單選)。

2. 臺北市有線電視訂戶數推估值為 837,127 (戶)

i. 臺北市有線電視訂戶數高推估值：851,295 (戶)

ii. 臺北市有線電視訂戶數低推估值：822,959 (戶)

推估過程如下：

臺北市有線電視訂戶裝機率 \* 臺北市總戶數 = 臺北市有線電視訂戶數

iii. 90.13% \* 944,519 (戶) = 851,295 (戶) → 高推估值

iv. 88.63% \* 944,519 (戶) = 837,127 (戶) → 推估值

v. 87.13% \* 944,519 (戶) = 822,959 (戶) → 低推估值

註：“臺北市總戶數”，資料來源為內政部戶政司之「戶籍人口統計月報」中之臺北市 96 年 8 月底最新戶數資料。



3. 臺北市 12 個行政區之有線電視普及率，依百分比高低排列，如下表所示：

表 5-3-1 有線電視裝機率推估 – 依行政區劃分

行政區	家中裝設有線電視樣本數	抽樣誤差%	有線電視普及率 % (推估值)
北投區(n=81)	78	±4.14	96.30
士林區(n=93)	88	±4.61	94.62
萬華區(n=161)	152	±3.56	94.41
大同區(n=98)	90	±5.45	91.84
南港區(n=90)	82	±5.91	91.11
內湖區(n=154)	139	±4.70	90.26
文山區(n=168)	150	±4.69	89.29
信義區(n=169)	149	±4.88	88.17
松山區(n=140)	121	±5.69	86.43
中正區(n=160)	138	±5.35	86.25
大安區(n=228)	194	±4.63	85.09
中山區(n=173)	139	±5.94	80.35

推估過程如下：

各行政區之有線電視普及率

= 接觸成功樣本數(受訪者已回答完 S4)中，各行政區之有線電視系統業者訂戶之樣本數 / 接觸成功樣本數(受訪者已回答完 S4)中，各行政區之樣本數

4. 臺北市 10 家有線電視系統業者訂戶數推估如下表：

表 5-3-2 有線電視各系統業者訂戶數推估

系統業者 戶數推估值	長德	金頻道	寶福	聯維	萬象	大安文山	新臺北	麗冠	陽明山	中華電信 MOD
家中有裝設有線電視之百分比(%)	12.12%	9.98%	3.79%	8.88%	8.70%	12.21%	13.51%	10.55%	19.61%	0.65%
抽樣誤差%	±1.95%	±1.79%	±1.14%	±1.70%	±1.68%	±1.95%	±2.04%	±1.83%	±2.37%	±0.48%
有線電視收視戶推估值 (高推估值)	103,435	85,038	32,088	75,598	74,054	104,209	115,402	89,935	168,048	5,467



系統業者 戶數推估值	長德	金頻道	寶福	聯維	萬象	大安文山	新臺北	麗冠	陽明山	中華電信 MOD
有線電視 收視戶推估值 (推估值)	101,460	83,545	31,727	74,337	72,830	102,213	113,096	88,317	164,161	5,441
有線電視 收視戶推估值 (低推估值)	99,485	82,052	31,366	73,076	71,606	100,217	110,790	86,699	160,274	5,415

註：臺北市有線電視訂戶數的高/低推估值，與本表中高/低推估值之加總形成差異的原因，在於計算臺北市有線電視訂戶數的抽樣誤差時，是以 1,715 樣本數計算，因此所得抽樣誤差較小；而本表係以各系統業者之樣本計算其各別抽樣誤差，所以各系統業者計算出的抽樣誤差值較整體抽樣誤差大，而造成本表中高/低推估值與臺北市有線電視訂戶數的高/低推估值的差異。

推估過程如下：

各家有線電視系統業者訂戶數

= 各系統業者訂戶數佔全臺北市有線電視訂戶數的百分比×臺北市有線電視訂戶數

5. 家中有線電視裝設方式，以自行與業者簽約的獨立線路為主，76.84%的受訪者表示，家中有線電視系統是自行與業者簽約的獨立線路，17.15%則是社區或大樓共同簽約的共同線路。唯自行裝設(私接線路)的比例(2.72%)，受限於問題的敏感性，因此調查結果會有比例偏低的情形產生。

6. 305 份白天受訪樣本中公司行號/店家/店舖及住宅受訪對象訪問結果說明：

i. 整體而言，公司行號/店家/店舖營業戶的訂戶比例為 20.33%，一般住宅訂戶比例為 79.67%。

ii. 住宅訂戶中，設籍臺北市的比例為 93.64%，非設籍臺北市的比例為 6.35%。

表 5-3-3 各系統業者成功訪問樣本分配比例(n=305)：

	長德%	金頻%	寶福%	聯維%	萬象%	大安文山%	新臺北%	麗冠%	陽明山%	中華電信MOD %	整體%
公司行號/ 店家/店舖	27.9	22.2	14.3	37.5	8.3	16.7	18.6	9.7	20	66.7	20.3
一般住宅	72.1	77.8	85.7	62.5	91.7	83.3	81.4	90.3	80	33.3	79.7



表 5-3-4 各系統業者樣本比例分配 - 依 305 份白天訪問成功樣本及 1,081 份隨機成功樣本：

	長德		金頻道		寶福		聯維		萬象		大安文山		新臺北		麗冠		陽明山		中華電信 MOD	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Total n	43	14.1	36	11.8	14	4.6	32	10.5	36	11.8	42	13.8	43	14.1	31	10.2	25	8.2	3	1
1,081	131	12.1	108	10	41	3.8	96	8.9	94	8.7	132	12.2	146	13.5	114	10.6	212	19.6	7	0.7

## 二、有線電視頻道及節目內容滿意度

### 1. 頻道及節目品質—頻道數量

i. 64.87% 的受訪者對系統業者提供之頻道數量感到剛剛好； 20.44% 覺得頻道太多； 4.51% 認為頻道數量太少。

- 女性(67.36%)、年齡愈輕、教育程度大專以上(67.81%)、體力勞動者(74.64%) 等特質受訪者，認為目前頻道數量剛剛好的比例較其他特質的受訪者為高。
- 以系統業者來看，則以大安文山(69.7%)的受訪者，認為目前頻道數量剛剛好的比例較高。

ii. 各系統業者根據頻道數量「太多」的百分比排序，長德所佔比例最高 (27.00%)，其次為萬象(22.84%)及陽明山(22.78%)；中華電信 MOD 比例最低(4.55%)，其次為麗冠(14.41%)及金頻道(16.03%)。

[詳見附錄表 1]

表 5-3-5 頻道數量滿意度分析表

系統業者	太多%	太少%	剛剛好%
長德	27.00	4.22	57.81
萬象	22.84	3.02	62.50
陽明山	22.78	5.06	61.18
寶福	22.22	1.59	66.67
新臺北	21.03	3.86	66.95
聯維	19.25	1.26	68.62
大安文山	17.75	3.46	69.70
金頻道	16.03	4.22	68.78
麗冠	14.41	7.20	68.64
中華電信 MOD	4.55	68.18	22.73
整體	20.44	4.51	64.87

註:由於中華電信 MOD 樣本數過少,在統計上較不具解釋意義,僅做為參考比較。

## 2. 頻道及節目品質—頻道種類

- i. 74.40%的受訪者對系統業者提供之頻道種類表示滿意或非常滿意；而不滿意的比例為 18.72%。
  - 女性(75.09%)、20-29 歲(88.06%)、家庭月收入 70,000 元~109,999 元(77.62%)學生/家管/無(待)業(75.58%)等特質的受訪者，對系統業者提供之頻道種類表示滿意的比例較其他特質的受訪者為高。
- ii. 各系統業者根據「滿意/非常滿意」百分比排序，金頻道滿意度最高(80.59%)，其次為大安文山(76.62%)及麗冠(76.27%)；中華電信 MOD 滿意度最低(50.00%)，其次為萬象(69.83%)及寶福(70.63%)。  
[詳見附錄表 2]

表 5-3-6 頻道種類滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
金頻道	80.59	14.77
大安文山	76.62	16.45
麗冠	76.27	17.37
新臺北	75.11	21.03
長德	74.68	18.14
聯維	74.48	17.15
陽明山	71.73	21.95
寶福	70.63	16.67
萬象	69.83	18.54
中華電信 MOD	50.00	45.45
整體	74.4	18.72

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少,在統計上較不具解釋意義,僅做為參考比較。

## 3. 頻道及節目品質—任意調動頻道頻率

- i. 28.81%的受訪者表示，系統業者經常/偶爾會任意調動頻道位置；29.21% 表示很少有此狀況；也有 17.46%的受訪者表示，系統業者從來沒有發生有線電視頻道台位置被任意調動的情形。
- ii. 各系統業者根據「經常/偶而」百分比排序，麗冠頻道調動頻率最高(36.44%)，其次為長德(35.44%)及陽明山(29.96%)；中華電信 MOD





調動頻率最低(0.00%)，其次為聯維(22.18%)及大安文山(24.68%)。

[詳見附錄表 3]

表 5-3-7 頻道位置調動頻率度分析表

系統業者	經常/偶而%	很少/從來沒有%
麗冠	36.44	59.32
長德	35.44	57.80
陽明山	29.96	63.29
萬象	29.31	65.08
寶福	27.78	64.29
新臺北	26.61	69.09
金頻道	26.16	68.78
大安文山	24.68	70.13
聯維	22.18	71.97
中華電信 MOD	0.00	81.82
整體	28.81	65.45

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

#### 4. 頻道及節目品質—頻道順序

i. 75.30%的受訪者對目前有線電視系統業者提供之頻道順序感到滿意/非常滿意；14.06%則表示不滿意/非常不滿意。

- 20-29 歲(86.47%)、家庭月收入 70,000 元~109,999 元(79.60%)、白領上班族(82.46%)等特質的受訪者，對目前頻道順序表示滿意的比例較其他特質的受訪者高。

ii. 各系統業者根據「滿意/非常滿意」百分比排序，中華電信 MOD 滿意度最高(86.36%)，其次為金頻道(80.59%)及麗冠(77.54%)；寶福滿意度最低(70.64%)，其次為萬象(71.12%)及陽明山(72.15%)。

[詳見附錄表 4]

表 5-3-8 頻道順序滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
中華電信 MOD	86.36	4.55
金頻道	80.59	13.08
麗冠	77.54	13.14
長德	77.22	13.92
新臺北	76.40	16.31
聯維	75.73	8.36



系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
大安文山	74.46	16.02
陽明山	72.15	14.77
萬象	71.12	16.81
寶福	70.64	10.31
整體	75.30	14.06

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

## 5. 頻道及節目品質—整體節目內容及品質

- i. 整體節目內容及品質的滿意度為 63.82%；不滿意度為 31.20%。
  - 年齡愈輕、家庭月收入 70,000 元~109,999 元(66.47%)等特質的受訪者，對整體節目內容及品質表示滿意的比例較其他特質的受訪者高。
- ii. 各系統業者根據「滿意/非常滿意」百分比排序，聯維滿意度最高(60.00%)，其次為寶福(57.28%)及萬象(6.22%)；金頻道滿意度最低(44.50%)，其次為陽明山(48.27%)及中華電信 MOD(50.00%)。

[詳見附錄表 5]

表 5-3-9 節目內容及品質滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
聯維	60.00	36.10
寶福	57.28	37.87
萬象	56.22	41.29
麗冠	55.72	37.82
新臺北	55.17	42.86
長德	52.97	40.10
大安文山	50.73	44.88
中華電信 MOD	50.00	45.00
陽明山	48.27	45.69
金頻道	44.50	50.00
整體	63.82	31.20

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

### 三、有線電視系統業者服務品質滿意度

#### 1. 服務品質—維修經驗及滿意度

- i. 64.62%的受訪者沒有請有線電視系統業者到府維修的經驗；而 34.61%的受訪者則有此經驗。
- ii. 在 703 位曾經請有線電視系統業者到府維修的受訪者中，74.62% 對系統業者到修速度感到滿意或非常滿意；有 20.41%的受訪者則對業者到府維修速度感到不滿意或非常不滿意。在維修態度方面，滿意度為 72.11%；不滿意度為 8.59%。而對維修人員解決問題能力的滿意度為 78.84%；不滿意度為 11.28%。
  - 女性(79.12%)、50 歲以上(75.35%)等特質的受訪者，對系統業者到修速度表示滿意的比例較其他特質的受訪者高。
  - 女性(74.91%)、20-29 歲(78.51%)等特質的受訪者，對系統業者派來維修的服務人員的服務態度表示滿意的比例較其他特質的受訪者高。
  - 女性(79.92%)、20-29 歲(85.19%)等特質的受訪者，對系統業者派來維修的服務人員維修的能力表示滿意的比例較其他特質的受訪者高。
- iii. 各系統業者根據到修速度「滿意/非常滿意」百分比排序，聯維滿意度最高(84.61%)，其次為長德(83.50%)及中華電信 MOD( 80.00%)；新臺北滿意度最低(68.06%)，其次為萬象(68.36%)及大安文山(69.86%)。
- iv. 各系統業者根據維修服務人員服務態度「滿意/非常滿意」百分比排序，長德滿意度最高(82.47%)，其次為中華電信 MOD( 80.00%)及聯維(78.21%)；新臺北滿意度最低(62.50%)，其次為大安文山(67.12%)及萬象(68.36%)。
- v. 各系統業者根據維修服務人員解決問題能力「滿意/非常滿意」百分比排序，金頻道滿意度最高(84.81%)，其次為麗冠(84.73%)及長德(83.50%)；寶福滿意度最低(70.84%)，其次為聯維(73.08%)及萬象(74.69%)。  
[詳見附錄表 9~11]

表 5-3-10 到修速度滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
聯維	84.61	12.82
長德	83.50	10.31
中華電信 MOD	80.00	20.00
麗冠	77.78	19.45
寶福	77.09	10.31
陽明山	72.53	21.98
金頻道	72.15	18.99
大安文山	69.86	21.92
萬象	68.36	27.85

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
新臺北	68.06	29.17
整體	74.62	20.41

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

表 5-3-11 維修人員服務態度滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
長德	82.47	5.15
中華電信 MOD	80.00	10.00
聯維	78.21	6.41
麗冠	77.78	4.17
金頻道	70.89	5.07
寶福	70.84	8.33
陽明山	70.33	12.09
萬象	68.36	3.80
大安文山	67.12	10.96
新臺北	62.50	15.28
整體	72.11	8.59

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

表 5-3-12 維修人員解決問題能力滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
金頻道	84.81	6.33
麗冠	84.73	8.33
長德	83.50	6.19
中華電信 MOD	80.00	20.00
大安文山	78.08	13.70
新臺北	77.78	12.50
陽明山	76.92	12.09
萬象	74.69	13.93
聯維	73.08	16.67
寶福	70.84	14.58
整體	78.84	11.28

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。



## 2. 服務品質—電話客服人員服務滿意度

- i. 72.90%的受訪者沒有打電話到有線電視系統詢問相關問題的經驗；也有 26.75%的受訪者表示則有此經驗。
- ii. 在 543 位曾經打電話到有線電視系統詢問的受訪者中，62.54%對客服人員接聽電話的速度感到滿意或非常滿意；有 34.08%的受訪者則表示相反的意見。在服務態度方面，滿意度為 77.69%；不滿意度為 16.99%。至於客服人員解決問題能力的滿意度為 69.41%；不滿意度為 26.89%。
  - 20-29 歲(69.32%)特質的受訪者，對於有線電視電話服務人員接聽電話的速度感到滿意的比例較高。
  - 20-29 歲(79.90%)特質的受訪者，對於有線電視電話服務人員接聽電話的態度感到滿意的比例較高。
  - 20-29 歲(74.20%)特質的受訪者，對於有線電視電話服務人員回答問題或幫您進行後續處理的能力感到滿意的比例較高。
- iii. 各系統業者根據接電話速度「滿意/非常滿意」百分比排序，中華電信 MOD 滿意度最高(100.00%)，其次為長德(73.91%)及聯維(71.16%)；陽明山滿意度最低(50.00%)，其次為大安文山(56.00%)及新臺北(57.14%)。
- iv. 各系統業者根據接電話速度「滿意/非常滿意」百分比排序，中華電信 MOD 滿意度最高(100.00%)，其次為萬象(89.39%)及麗冠(87.70%)；陽明山滿意度最低(69.70%)，其次為大安文山(70.00%)及聯維(71.15%)。
- v. 各系統業者根據接電話速度「滿意/非常滿意」百分比排序，金頻道滿意度最高(80.43%)，其次為麗冠(78.47%)及寶福(75.61%)；聯維滿意度最低(61.54%)，其次為陽明山(63.64%)及大安文山(66.00%)。 [詳見附錄表 13~15]

表 5-3-13 接電話速度滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
中華電信 MOD	100.00	0.00
長德	73.91	23.19
聯維	71.16	21.15
麗冠	70.77	27.69
金頻道	69.57	28.26
寶福	65.86	26.83
萬象	63.64	31.82

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
新臺北	57.14	40.26
大安文山	56.00	44.00
陽明山	50.00	45.45
整體	62.54	34.08

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

表 5-3-14 電話客服人員服務態度滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
中華電信 MOD	100.00	0.00
萬象	89.39	7.58
麗冠	87.70	9.23
長德	81.16	11.59
金頻道	80.44	15.22
新臺北	77.93	18.18
寶福	73.17	19.51
聯維	71.15	17.30
大安文山	70.00	26.00
陽明山	69.70	24.24
整體	77.69	16.99

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

表 5-3-15 電話客服人員解決問題能力滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
金頻道	80.43	17.39
麗冠	78.47	18.46
寶福	75.61	21.95
中華電信 MOD	75.00	25.00
萬象	74.25	24.25
長德	68.12	27.54
新臺北	67.53	29.87

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
大安文山	66.00	32.00
陽明山	63.64	31.82
聯維	61.54	26.92
整體	69.41	26.89

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

### 3. 服務品質—斷訊後處理情形

i. 64.06%的受訪者對家中有線電視出現訊號中斷時，系統業者的處理情形感到非常滿意/滿意；20.09%的受訪者則對此問題表示不滿意/非常不滿意。

- 女性(72.91%)、50 歲及以上(65.95%)、職業為買賣服務業(67.88%)特質的受訪者，對業者斷訊後處理方式及時效表示滿意的比例較其他特質的受訪者為高。

ii. 各系統業者根據斷訊後處理情形「滿意/非常滿意」百分比排序，大安文山滿意度最高(69.26%)，其次為金頻道(68.78%)及萬象(65.51%)；中華電信 MOD 滿意度最低(50.00%)，其次為新臺北(59.23%)及麗冠(61.01%)。 [詳見附錄表 16]

表 5-3-16 斷訊後處理情形滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
大安文山	69.26	16.89
金頻道	68.78	14.35
萬象	65.51	15.95
長德	65.40	18.99
陽明山	64.13	23.20
寶福	61.90	21.42
聯維	61.09	19.25
麗冠	61.01	22.88
新臺北	59.23	24.47
中華電信 MOD	50.00	18.18
整體	64.06	20.09

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

### 4. 服務品質—收費服務

i. 55.99%的受訪者對目前家中有線電視費用表示不合理/非常不合



理；34.64%表示目前的收費非常合理/合理。

- 男性(38.37%)、20-29 歲(52.89%)、教育程度大專以上(38.18%)、家庭月收入 110,000 元以上(38.87%)等特質的受訪者，對目前有線電視月費感到合理/非常合理的比例較其他特質的受訪者為高。

[詳見附錄表 17]

- ii. 34.75%的受訪者目前家中有線電視收費周期是半年繳一次；24.82%是採季繳方式；18.52%是一年繳一次；11.7%則是採月繳方式；另外還有 2.09%的受訪者表示是採兩個月繳一次的方式。

[詳見附錄表 19]

- iii. 25.83%的受訪者認為，以目前有線電視提供之頻道數量、品質的水準，每月有線電視合理的收費應在新臺幣 300 元及以下；15.39%希望月費是新臺幣新臺幣 301-350 元；也有 12.95%認為月費在新臺幣 451-500 元較合理；12.18%認為應在新臺幣 351-400 元較合理；5.45%希望月費是新臺幣 401-450 元。

[詳見附錄表 18]

- iv. 70.06%的受訪者表示，目前家中有線電視的繳費方式是到便利商店繳費；9.79%則是由系統業者派人到府收費。

- 50 歲及以上(77.48%)、家庭月收入 49,999 以下(75.96%)等特質的受訪者，到便利商店繳費的比例較高。

[詳見附錄表 20]





## 四、有線電視數位機上盒、多媒體隨選視訊 (MOD) 接受度

### 1. 有線電視數位機上盒

i. **62.98%**的受訪者不願意/非常不願意考慮裝設有線電視數位電視機上盒；也有 **24.09%**的受訪者則願意/非常願意裝設數位電視機上盒。

- 女性(65.15%)、30-39 歲(66.59%)、教育程度國(初)中(64.95%)、家庭月收入 49,999 以下(70.13%)等特質的受訪者，不願意裝設有線電視數位電視機上盒的比例較男性受訪者為高。  
[詳附錄見表 25]

ii. 當詢及裝設有線電視機上盒的可能原因時，**39.57%**會因為可以收看更多的頻道而裝設；**25.61%**表示是因為第 1 臺數位機上盒免費的促銷方式很吸引人；**16.72%**認為有線電視數位機上盒的基本頻道，節目內容很吸引人比較重要。此外，數位電視機上盒可享受較高品質的影音服務(**14.31%**)、付費頻道的內容吸引人(**12.36%**)、或付費頻道的價格便宜/合理(**10.88 %**)、改善目前收訊品質(**10.64%**)等，也是受訪者可能裝設有線電視數位電視機上盒的原因。

[詳見附錄表 26]

### 2. 多媒體隨選視訊 (MOD)

i. 至於訂購多媒體隨選視訊(MOD)而取消訂購有線電視的意願，**62.05%**的受訪者不會因此取消訂購有線電視；**22.20%**的受訪者表示會因此取消訂購。

- 男性(24.42%)、年齡 40-49 歲(29.86%)、教育程度高(職)中(25.42%)、家庭月收入 70,000 元~109,999 元(29.64%)、職業為買賣服務業(28.65%)等特質的受訪者，會訂購多媒體隨選視訊 (MOD) 而取消有線電視的比例較其他特質的受訪者為高。  
[詳見附錄表 29]

## 五、公用頻道收視調查

1. 對於公用頻道收視情形，**70.86%**的受訪者表示從來沒有看過公用頻道之節目；**10.21%**的受訪者很少看/偶爾看公用頻道之節目。有 423 位曾經看過公用頻道，**45.59%**的受訪者對於公用頻道之節目非常滿意/滿意；**16.81%**的受訪者則持相反的意見。

- 女性(**73.19%**)、年齡越輕等特質的受訪者，從來沒有看過公用頻道的比例較其他特質的受訪者為高。  
[詳見附錄表 22~23]



2. 對於未來可不可能提供自製的節目，在公用頻道播出，**8.85%**的受訪者表示可能/非常可能提供自製的節目；而 **83.92%**的受訪者表示不可能/非常不可能提供自製的節目，在公用頻道播出。
- **20-29 歲(86.26%)**、教育程度大專以上(**86.50%**)、家庭月收入越高等特值得受訪者，沒有意願提供自製的節目的比例較其他特質的受訪者高。

[詳見附錄表 24]

## 六、有線電視系統業者插播廣告及使用跑馬燈之情況

### 1. 服務品質—插入非新聞的跑馬燈頻率

- 經常/偶爾會插入非新聞的跑馬燈的比例有 **52.54%**；**38.98%**的受訪者則表示很少會發生這種情形；**10.98%**的受訪者表示，從來沒有發生插入非新聞的跑馬燈。
- 各系統業者根據插入跑馬燈廣告頻率「經常會/偶爾會」百分比排序，寶福出現的頻率最高(**59.53%**)，其次為聯維(**59.00%**)及陽明山(**55.27%**)；中華電信 MOD 出現頻率最低(**13.64%**)，其次為大安文山(**48.49%**)及長德(**49.37%**)。

[詳見附錄表 6]

表 5-3-17 插入跑馬燈廣告的頻率分析表

系統業者	經常會/偶爾會%	很少會/從來沒有%
寶福	59.53	37.30
聯維	59.00	32.64
陽明山	55.27	35.02
萬象	54.31	38.79
新臺北	53.65	38.63
金頻道	50.21	42.61
麗冠	49.58	43.64
長德	49.37	41.35
大安文山	48.49	39.83
中華電信 MOD	13.64	72.73
整體	52.54	38.98

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

### 2. 服務品質—廣告蓋台

- 經常/偶爾會出現廣告蓋台的比例有 **33.00%**；**18.79%**的受訪者則表



示很少會發生這種情形；23.01%的受訪者表示，從來沒有發生廣告蓋台。

- ii. 各系統業者根據出現廣告蓋台頻率「經常會/偶爾會」百分比排序，聯維頻率最高(45.19%)，其次為寶福(43.65%)及金頻(34.60%)；中華電信 MOD 出現頻率最低(13.64%)，其次為麗冠(28.39%)及陽明山(29.96%)。  
[詳見附錄表 7]

表 5-3-18 出現廣告蓋台的頻率分析表

系統業者	經常會/偶爾會%	很少會/從來沒有%
聯維	45.19	44.77
寶福	43.65	42.86
金頻道	34.60	55.27
萬象	33.62	56.90
新臺北	33.05	57.51
大安文山	31.17	57.58
長德	30.81	59.49
陽明山	29.96	61.18
麗冠	28.39	60.60
中華電信 MOD	13.64	72.73
整體	33.00	56.94

## 七、有線電視整體滿意度

1. 整體而言，73.84%的受訪者對於有線電視系統業者的服務表現感到非常滿意/滿意；21.87%的受訪者則對系統業者的整體服務表現感到不滿意/非常不滿意。
  - 20-29 歲(83.38%)的受訪者，對有線電視系統業者整體表現感到滿意/非常滿意的比例較其他特質的受訪者為高。

[詳見附錄表 21]

2. 各系統業者根據斷訊後處理情形「滿意/非常滿意」百分比排序，金頻道滿意度最高(78.48%)，其次為麗冠(77.12%)及寶福(75.40%)；中華電信 MOD 滿意度最低(68.18%)，其次為新臺北(69.10%)及大安文山(72.73%)。



表 5-3-19 有線電視系統業者整體滿意度分析表

系統業者	滿意/非常滿意%	不滿意/非常不滿意%
金頻道	78.48	18.14
麗冠	77.12	18.64
寶福	75.40	15.08
萬象	74.57	21.55
陽明山	73.84	23.21
聯維	73.64	18.00
長德	73.00	22.37
大安文山	72.73	24.24
新臺北	69.10	21.47
中華電信 MOD	68.18	18.18
整體	73.84	21.87

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

## 八、有線電視系統業者具體統計數據比較

各有線電視系統業者多面向中各題項之滿意度綜合整理如下，根據滿意度百分比排序，提供參考。

表 5-3-20 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—長德

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
到修速度滿意度 (Q9)	83.50	10.31
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	83.50	6.19
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	82.47	5.15
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	81.16	11.59
頻道順序滿意度 (Q4)	77.22	13.92
頻道種類滿意度 (Q2)	74.68	18.14
接電話速度滿意度 (Q13)	73.91	23.19
各項服務表現滿意度(Q21)	73.00	22.37
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	68.12	27.54
節目內容及品質滿意度 (Q5)	66.24	27.85
斷訊處理滿意度 (Q16)	65.40	18.99
公用頻道節目滿意度 (Q23)	56.52	13.04

表 5-3-21 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—金頻道

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	84.81	6.33
頻道種類滿意度 (Q2)	80.59	14.77
頻道順序滿意度 (Q4)	80.59	13.08
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	80.44	15.22
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	80.43	17.39
各項服務表現滿意度(Q21)	78.48	18.14
到修速度滿意度 (Q9)	72.15	18.99
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	70.89	5.07
接電話速度滿意度 (Q13)	69.57	28.26
斷訊處理滿意度 (Q16)	68.78	14.35
節目內容及品質滿意度 (Q5)	64.55	32.49
公用頻道節目滿意度 (Q23)	53.19	14.89

表 5-3-22 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—寶福

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
到修速度滿意度 (Q9)	77.09	22.92
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	75.61	21.95
各項服務表現滿意度(Q21)	75.40	15.08
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	73.17	19.51
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	70.84	8.33
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	70.84	14.58
頻道順序滿意度 (Q4)	70.64	10.31
頻道種類滿意度 (Q2)	70.63	16.67
節目內容及品質滿意度 (Q5)	66.67	29.37
接電話速度滿意度 (Q13)	65.86	26.83
斷訊處理滿意度 (Q16)	61.90	21.42
公用頻道節目滿意度 (Q23)	29.27	24.39

表 5-3-23 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—聯維

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
到修速度滿意度 (Q9)	84.61	12.82
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	78.21	6.41
頻道順序滿意度 (Q4)	75.73	8.36
頻道種類滿意度 (Q2)	74.48	17.15
各項服務表現滿意度(Q21)	73.64	18.00
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	73.08	16.67
接電話速度滿意度 (Q13)	71.16	21.15
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	71.15	17.30
節目內容及品質滿意度 (Q5)	69.04	24.27
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	61.54	26.92
斷訊處理滿意度 (Q16)	61.09	19.25
公用頻道節目滿意度 (Q23)	52.94	8.82

表 5-3-24 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—萬象

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	89.39	7.58
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	74.69	13.93
各項服務表現滿意度(Q21)	74.57	21.55
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	74.25	24.25
頻道順序滿意度 (Q4)	71.12	16.81
頻道種類滿意度 (Q2)	69.83	18.54
到修速度滿意度 (Q9)	68.36	27.85
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	68.36	0.38
斷訊處理滿意度 (Q16)	65.51	15.95
節目內容及品質滿意度 (Q5)	64.66	31.47
接電話速度滿意度 (Q13)	63.64	31.82
公用頻道節目滿意度 (Q23)	29.41	23.53

表 5-3-25 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—大安文山

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	78.08	13.70
頻道種類滿意度 (Q2)	76.62	16.45
頻道順序滿意度 (Q4)	74.46	16.02
各項服務表現滿意度(Q21)	72.73	24.24
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	70.00	26.00
到修速度滿意度 (Q9)	69.86	21.92
斷訊處理滿意度 (Q16)	69.26	16.89
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	67.12	10.96
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	66.00	32.00
節目內容及品質滿意度 (Q5)	65.37	29.00
接電話速度滿意度 (Q13)	56.00	44.00
公用頻道節目滿意度 (Q23)	44.44	20.37

表 5-3-26 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—新臺北

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	77.93	18.18
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	77.78	12.50
頻道順序滿意度 (Q4)	76.40	16.31
頻道種類滿意度 (Q2)	75.11	21.03
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	70.33	15.28
各項服務表現滿意度(Q21)	69.10	27.47
到修速度滿意度 (Q9)	68.06	29.17
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	67.53	29.87
節目內容及品質滿意度 (Q5)	64.38	31.33
斷訊處理滿意度 (Q16)	59.23	24.47
接電話速度滿意度 (Q13)	57.14	40.26
公用頻道節目滿意度 (Q23)	29.27	17.07

表 5-3-27 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—麗冠

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	87.70	9.23
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	84.73	8.33
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	78.47	18.46
到修速度滿意度 (Q9)	77.78	19.45
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	77.78	4.17
頻道順序滿意度 (Q4)	77.54	13.14
各項服務表現滿意度(Q21)	77.12	18.64
頻道種類滿意度 (Q2)	76.27	17.37
接電話速度滿意度 (Q13)	70.77	27.69
節目內容及品質滿意度 (Q5)	65.25	30.09
斷訊處理滿意度 (Q16)	61.01	22.88
公用頻道節目滿意度 (Q23)	42.86	22.45



表 5-3-28 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—陽明山

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	76.92	12.09
各項服務表現滿意度(Q21)	73.84	23.21
到修速度滿意度 (Q9)	72.53	21.98
頻道順序滿意度 (Q4)	72.15	14.77
頻道種類滿意度 (Q2)	71.73	21.95
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	70.33	12.09
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	69.70	24.24
斷訊處理滿意度 (Q16)	64.13	23.20
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	63.64	31.82
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	76.92	12.09
各項服務表現滿意度(Q21)	73.84	23.21
到修速度滿意度 (Q9)	72.53	21.98

表 5-3-29 系統業者各項表現滿意度及平均分數分析表—中華電信 MOD

	滿意/ 非常滿意%	不滿意/ 非常不滿意%
接電話速度滿意度 (Q13)	100.00	0.00
電話客服人員服務態度滿意度 (Q14)	100.00	0.00
頻道順序滿意度 (Q4)	86.36	4.55
到修速度滿意度 (Q9)	80.00	20.00
維修人員服務態度滿意度 (Q10)	80.00	10.00
維修人員解決問題能力滿意度 (Q11)	80.00	20.00
公用頻道節目滿意度 (Q23)	80.00	20.00
電話客服人員解決問題能力滿意度 (Q15)	75.00	25.00
各項服務表現滿意度(Q21)	68.18	18.18
節目內容及品質滿意度 (Q5)	63.64	27.28
頻道種類滿意度 (Q2)	50.00	45.45
斷訊處理滿意度 (Q16)	50.00	18.18

註：由於中華電信 MOD 樣本數過少，在統計上較不具解釋意義，僅做為參考比較。

## 九、中華電信 MOD 未來之發展

### 1. 中華電信 MOD 各滿意度指標表現

中華電信 MOD 在各個指標的滿意度表現上，就頻道服務指標而言，「頻道種類滿意度」的滿意度為 50.00%、「頻道順序滿意度」為 86.36%、「節目內容及品質滿意度」為 63.64%；在維修服務指標上，「到修速度滿意度」為 80.00%、「維修人員服務態度滿意度」為 80.00%、「維修人員解決問題能力滿意度」為 80.00%；在客服人員服務指標上，「接電話速度滿意度」為 100.00%、「電話客服人員服務態度滿意度」為 100.00%、「電話客服人員解決問題能力滿意度」為 75.00%；在斷訊處理指標上，滿意度為 50.00%。

### 2. 中華電信 MOD 研究發展及方向

- i. 中華電信 MOD 雖然屬於臺北市有線電視系統業者之一，但在型態上與其他 9 家有線電視系統業者有所差異，加上在此次調查上樣本數較低，因此不適合強行拿來比較。
- ii. 雖然不能將中華電信 MOD 與其他業者強行比較，但可以從此次調查中，了解到中華電信 MOD 訂戶意見的可能趨勢，提供未來多媒體隨選視訊 (MOD) 改進的空間，以帶給收視戶有更好的收視權益。
- iii. 目前中華電信 MOD 的發展普及程度不如其他 9 家有線電視系統業者，直接的影響到本次電訪調查中樣本數的抽取，但相信在 MOD 技術更成熟後，一般民眾的接受度也相對會提高，對於進行調查時較不會產生樣本數過少的問題，有助於未來研究不同有線電視系統業者間的差異，更準確的了解收視戶的態度及收視習慣。

## 第四節 量化後焦點團體座談會

### 一、訂戶意見(計有 5 場訂戶焦點團體座談會，每場與會人數為 7 人)

#### 1. 頻道及節目內容滿意度

##### i. 頻道種類

大多數與會者較不滿意的頻道種類為購物台、財經台、宗教台，認為這些頻道數量太多，且對社會沒有正面的意義。部分與會者則不滿意新聞台，認為重播率太高、內容聳動、缺乏社會光明面的報導，與會者認為應適度的刪減這些頻道的數量。少部分與會者則對於電影台、戲劇台較不滿意，認為影片重播率太高、舊片太多、新片太少。也有少數與會者認為體育台的數量太少。

大多數與會者比較滿意的頻道種類為，日本台、旅遊知性台。

多數與會者認為，頻道的種類與節目內容與系統業者沒有關係，只能被動接受頻道種類與節目內容，而少數與會者則認為系統業者對頻道業者具有一定的影響力，應要求頻道業者提昇品質。

多數與會者認為，目前的頻道種類已經太多，且相同性質的頻道數量也太多，以現有的頻道整體上各個類型都有，能滿足不同需求。但少數與會者則認為，屬於國際性的頻道太少，希望可以收看到不同國家具有代表性的頻道，例如英國的 **BBC**、香港的鳳凰衛視台等。另有少數與會者表示，希望增加社教學習類的頻道，提供各種學習課程，例如插花、藝文等可怡情養性的教學頻道。

##### ii. 頻道數量

絕大多數與會者表示，目前有線電視的頻道數量太多，根本消化不了這樣多的頻道，希望可以訂購自己喜愛的、常看的、需要的頻道就好了，另外，國外的也可以做到頻道個人化的做法，希望國內業者要跟上潮流。

僅有少數與會者表示，頻道數量多有助於吸收大量的資訊，感覺不錯。

##### iii. 頻道的位置調動情形

大部分的與會者表示頻道更動的頻率大約一年 1—2 次，其中部分與會者(系統業者為聯維、寶福)表示，會從電視的跑馬燈知道頻道更動。與會者建議，應於頻道調動前大約一個月的時間即告知用戶，應盡量以多

數人都收得到的方式，例如，寄發郵件、電視廣告、月刊、電話或簡訊通知等等。

多數與會者表示，頻道調動會影響用戶的收視習慣，必須要重新適應頻道的位置，最好是完全固定，不要再調動。少數與會者表示，自己可以搜尋到頻道位置，不會介意系統業者有無事先告知頻道調動。一位與會者(系統業者為麗冠)表示，有些頻道似乎是隱藏的，有時候轉的到，有時候轉不到。

#### iv. 頻道順序安排

多數與會者表示，現有頻道的安排還是很凌亂，應該將相同屬性的頻道全部歸類在一起。多數人會看的、適合全家老少觀賞的、有社會教育意義的、適合兒童觀賞的頻道類型，放在前段，例如，社教台、幼教台、卡通台、旅遊知性台、日本台、綜藝娛樂台、戲劇台...等等；而新聞台、電影台、體育台...等，放在中段；購物台、股市台、宗教台、成人台...等等放在後面的頻道。

少數與會者表示，雖然有頻道表可以查詢，但是頻道表無法一次顯示所有頻道台位置，且換頁速度過久，以致於找到想看的頻道時，節目已經開始播出。建議系統業者可以將頻道表印在月刊上。

部份與會者表示，日本台的收視率高，且屬於老少咸宜的性質，但頻道調動之後被移到較後面的頻道，收訊變得不好，且轉台過去時，容易轉到兒童不宜的頻道，對家長造成困擾，希望可以把此類型的頻道重新移到前面。

少數與會者表示，自己會將常看的頻道設定好，不常看、不喜歡看的頻道就不會出現，但是更換頻道順序之後還要重新設定，非常不便。

#### v. 對節目內容的看法

多數與會者表示，雖然滿意電影台的節目，但是還有可加強的地方，例如，影片老舊、畫質不良、影片重播率太高，造成頻道的選擇過少，且廣告時間過長，影響觀賞電影的心情，建議等待影片全部撥放完畢再進時段較長的廣告。

部份與會者表示希望體育頻道的節目內容可以更豐富，包括，增加更多類型體育節目的現場轉撥，引進其他國家的體育節目等。

部份與會者表示，描述校園生活的戲劇節目裡，經常出現不雅的口語用法，學童或青少年很容易就加以學習。而綜藝類的節目同質性太高，且

內容越來越毒舌、帶諷刺性、賭博性質，很多節目內容過於荒謬，不僅沒有寓教於樂的功能，反而成為不良示範。

部份與會者表示，新聞台的節目政黨傾向過於明顯、不夠中立，且太多負面新聞、只追求效果、新聞的重播率太高、畫面血腥、記者整體素質低落，而新聞內容不夠完整，僅報導表面過程，卻對犯罪細節說明的太過詳細，產生負面的學習效果，而對於天災人禍應如何防範、避免，卻很少提到，與會者認為新聞應有教導民眾的義務。

少數與會者(系統業者為麗冠、寶福、陽明山)表示，國興衛視頻道在上午時段經常出現廣告化的節目，例如賣減肥食品、藥品、保養品等。

少數與會者表示，節目重播對於無法準時收看節目的用戶是項福利，但是也希望重播的次數可以減少，或者拉開重播的間隔。

#### vi. 月刊

多數與會者表示曾經收到系統業者發放的月刊，但大多沒有定期發放，或是收到時間已經是月中，沒有發揮到月刊的效果。

大部份與會者表示月刊也應該是系統業者提供服務的一部份，應加強按月定期發放，建議增加更多頻道節目表，附上系統業者各項服務資訊。部份與會者曾翻閱過，普遍的印象是廣告太多，僅有一位與會者(系統業者為陽明山)認為，廣告裏的資訊也有助於休閒活動的安排。

#### vii. 不是新聞的跑馬燈廣告

多數與會者表示，曾發現此類跑馬燈，幾乎每個頻道都會出現。而大部分的跑馬燈內容多為頻道業者對節目內容預告、節目撥出時間告知，廣告類型的跑馬燈目前幾乎很少。

部份與會者表示，會自動忽略此類訊息；部份與會者表示，會破壞主畫面，影響看電視的心情，對於視覺上是一種折磨。

與會者認為這是頻道業者播放的跑馬燈，應該與系統業者無關，即使向系統業者反應也無法改變此類情況。

#### viii. 廣告蓋台

除了少數與會者(系統業者為新臺北、麗冠)表示，很少發現廣告蓋台的現象，其餘半數與會者表示有廣告蓋台的情形，半數與會者認為都是廣告時間，並不介意廣告蓋台的現象。



部份與會者表示，蓋台的廣告品質低落，且會蓋到節目內容，影響自己的收視權益。少數與會者表示，蓋台的廣告音量比節目大很多，常常被嚇到。

## 2. 服務品質滿意度

### i. 維修

約三分之一的與會者曾經向系統業者提出維修的需求，普遍而言，維修速度算快，可以配合用戶的時間到府維修，維修時的態度也都不至於太差。

僅少數與會者(系統業者為金頻道、大安文山)表示，維修人員的態度不佳，而有一位與會者(系統業者為聯維)表示，曾經多次發生維修人員沒有在預定時間到府維修。較為不滿意的是維修的專業能力，部份系統業者(系統業者為聯維、金頻道、長德)表示並未解決用戶的問題。

有部份與會者表示，目前電線大部分都已完成地下化，而系統業者的有線電視纜線大多將線路拉至一般公寓的 2、3 樓，但卻未詢問過住戶，線路也未經過整理，有礙市容觀瞻，建議政府應針對此問題將有線電視纜線也應該進行地下化。

### ii. 撥打客服專線的經驗

部份與會者曾經撥打客服專線，撥打客服專線的主因是電視斷訊，其次是收費問題。

半數與會者表示客服人員接聽電話的速度太慢，等待轉接客服人員的時間太久，甚至有打不通的情形；半數與會者表示接聽電話速度很快。

普遍認為客服專員的服務態度算是良好、解決問題的能力也算是良好，都可以幫忙找到維修人員。

與會者不滿意客服專線的原因為，電話很難接通，其次，發現電視有問題時多為晚上時間，這時段已經沒有專員服務，再者，客服人員無法立即回覆問題。

少數與會者不滿意客服人員的表現，認為市場壟斷使得消費者選擇權不夠多，應開放第二家以上的業者，以提升服務品質。



### iii. 訊號品質

多數與會者表示，頻道愈後面，訊號愈微弱，或者自行分裝或者系統受限的緣故，加裝強波器即可改善狀況，且本來就沒有收看後面頻道的習慣，並不會向系統業者反映。

絕大多數與會者表示，天候不佳就會斷訊，這是整個系統的問題，可以接受這種狀況，但會希望系統業者強化處理程序，例如：告知需要修復時間、訊號中斷時間的退費機制、尋找其他替代方案等。

少數與會者表示，斷訊或訊號不佳時就轉至其他未受影響的頻道，且修復時間很快，整體上沒有太大的影響。

## 3. 收費服務相關問題

### i. 收費方式、過程、服務態度

絕大多數與會者對於收費的方式及管道都感到相當便利，僅少數與會者(系統業者為長德、大安文山)表示，刷卡繳費須親自到業者的公司辦理，相當不方便。

少數與會者(系統業者為金頻道、陽明山)表示，催繳速度太快，逾期一天未繳費即接到催繳電話，而態度卻比客服人員更好，給人感覺服務品質差，收錢卻收的很快。

### ii. 有線電視系統之價格

絕大多數與會者認為以服務水準而言，目前的收費價格算是昂貴，合理的價格應以使用頻道數量或依照收看時段計價，主要的原因為自己常收看的頻道數量僅約 30 台左右，其次，部份節目內容品質低落。

多數與會者表示，應該開放第二家業者加入同一區域的服務，有所競爭才可以提升整體服務品質，另一好處是壓低收費價格。

部份與會者表示，目前系統業者本身的設置費用與成本應已達回收階段，但是費用卻未調降，價格反而較初期費用高，且缺乏優惠彈性。若無法降低費用至少應以提升對訂戶的服務，及改善整體收訊品質為目標，提供值得讚賞的服務。

## 二、業者意見(與會人數：6 人)

### 1. 神秘客電話及現場測試

- i. 多數與會者表示，接電話時，主動說明公司名稱及自報編號或姓名的兩項指標，應可以合併為一個指標。
- ii. 東森、中嘉業者則表示，旗下的各系統客服及維修人員的訓練都相同，總得分數的差異，應與客服人員個人因素有關，會加強要求個別客服人員。
- iii. 部份與會者表示，現場神秘客測試的分數偏低，可能與受測地區距離遠近有關。

### 2. 訂戶滿意度調查—有線電視裝機率

- i. 部份與會者對於訂戶滿意度調查中，有線電視裝機率的推估表示高估，因為空屋未被列入，而少數與會者則表示，熱門學區附近的登記戶數較實際戶數多，希望以系統業者所提供之相關戶數資料為主要依據，或是將推估數值做部份的修正。
- ii. 部份與會者對於中華電信 MOD 訂戶數的推估表示低估，希望以中華電信 MOD 向主管單位呈報的資料為參考。
- iii. 有一位與會者表示其公司本身曾對私接戶比例進行實地調查，發現私接戶的比例大約為 10%。

### 3. 訂戶滿意度調查—頻道及節目內容滿意度

- i. 部份與會者認為，頻道及節目內容的各項指標，例如頻道數量、頻道種類、頻道調動、頻道順序等，都不是業者可以決定，或是政府單位已有具體規範存在，因此，評估各業者之差異性並不公平。
- ii. 有少數與會者認為，頻道節目及內容的評估，可以提供業者了解，不同區域訂戶之意見差異性。
- iii. 有少數與會者認為，整體節目內容及品質，有些同一系統之頻道節目及內容是完全一樣的，但訂戶的滿意度卻有差異，顯示訂戶主觀滿意之標準差異性相當大。



#### 4. 訂戶滿意度調查—維修經驗及滿意度

- i. 部份與會者表示，訂戶滿意度與神秘客之評估分數有差距，仍會以訂戶之滿意度表現為內部改進之重要參考，而神秘客之評估指標，則是做為改進行動方案之參考。
- ii. 部分與會者認為，訂戶滿意度為實際訂戶之經驗，且樣本數量足夠，可以充分顯示各系統業者服務品質的優劣。
- iii. 有少數與會者認為，近四成的受訪者希望有線電視月費在新臺幣 350 元以下，是未與其他娛樂消費比較，純粹從消費者支出愈低愈好的心態出發。

#### 5. 訂戶滿意度調查—有線電視數位機上盒、MOD 接受度、公用頻道收視情形

- i. 部份與會者表示，在詢問有線電視數位機上盒之前的說明相當重要，問卷內容也很清楚。
- ii. 部份與會者表示，60%的比例沒有裝設有線電視數位機上盒的願意，原因在於訂戶對於付費頻道的收視習慣，例如電影付費頻道或兒童節目付費頻道，與目前提供的基本頻道差異性不大，而容易產生收視戶退機的情況，繼續使用數位機上盒的訂戶，則以情色頻道之訂戶為多數。
- ii. 部份與會者認為有看過公用頻道且對節目內容滿意的比例，較他們預期為高。

#### 6. 訂戶滿意度調查—違法插播廣告及使用跑馬燈之情況

部份與會者認為，主管單位對於跑馬燈之規範相當嚴格，系統業者除了公共事務性的跑馬燈之外，並未任意使用跑馬燈。而產生不是新聞的跑馬燈現象，絕大多數應為頻道業者使用。

### 三、專家學者意見(與會人數：6 人)

#### 1. 神秘客電話及現場測試

- i. 部份與會者認為電話及現場神秘客之檢測，是立即性高的測量，在業者無預警之情形下進行測試，可以親身直接觀察業者在一般情況下的服務品質，且可以與訂戶滿意度調查進行比較。
- ii. 有一位與會者建議，整個調查結果，可從年度性調查結果的比較中，得到更多有意義的結果，及各系統業者表現之差異與變化情形。
- iii. 有一位與會者認為，神秘客的測試問題大多是針對硬體設施，但由於一般民眾申裝有線電視的原因大多以節目內容為主，對於硬體設施的要求相對較低，建議加入測試業者對於反應節目內容的回答能力。

#### 2. 訂戶滿意度調查—有線電視裝機率

- i. 部份與會者認為，業者對於私接戶的數量相當在意，建議針對此部份設計出更具技巧的題目以推測私接戶數比例。

#### 3. 訂戶滿意度調查—頻道及節目內容滿意度

- i. 部份與會者認為，頻道及節目內容的滿意度，可以改問對頻道或節目內容之期待，例如比較常看哪些類型的節目、比較偏好看那些頻道或節目等。
- ii. 部份與會者表示，對於認為目前頻道數量太多的受訪者，可以追問較常看的頻道數量。
- iii. 部份與會者表示，如果以實驗法的方式將有線電視與中華電信 MOD、定址鎖碼分級付費，進行頻道及節目內容品質、滿意度或服務品質之差異性比較，以瞭解將來推動各項新政策時相關的競爭形態。
- iv. 有部分與會者表示中華電信 MOD 在頻道調動的情況，不受法規的限制，不適合與其他系統業者互相比較。
- v. 有一位與會者表示，有 64.87%的受訪者表示目前頻道數量剛剛好，顯示目前頻道數量不需要更動，將影響將來分級付費方式的推動，應加強分級付費觀念的教育及宣導。

#### 4. 訂戶滿意度調查—維修經驗及滿意度

- i. 部份與會者表示，目前臺北市有線電視系統業者主要可分為三大系統業者，建議針對各大系統進行比較，以及系統內部各業者在相同的標準下產生的差異性做比較，並督促業者改善滿意度的差異及彼此競爭。
- ii. 部份與會者認為，訂戶對收費水準之認知並不清楚，而以消費者的角度當然期待價格越低越好，建議參考其他國家的費用，不一定要將價格拉低。
- iii. 部份與會者表示，可以將系統業者之成本透明化並建立相對的指標，以訂定合理價格。
- iv. 有一位與會者表示，可以進一步瞭解訂戶對價格感到不合理的具體原因為何。
- v. 有一位與會者表示，對於斷訊後處理滿意度，建議詢問發現斷訊的次數、合理的斷訊次數，應可更精準瞭解業者斷訊的情形。

#### 5. 訂戶滿意度調查—有線電視數位機上盒、MOD 接受度、公用頻道收視情形

- i. 有一位與會者認為，可以進一步瞭解訂戶不裝設有線電視數位機上盒的原因，提供業者參考。
- ii. 有一位與會者認為，對公用頻道的節目內容滿意度比例還蠻高的，建議進一步詢問滿意的原因，對將來政府在公用頻道的推動比較有幫助。

#### 6. 訂戶滿意度調查—違法插播廣告及使用跑馬燈之情況

- i. 部份與會者認為，插播廣告及使用跑馬燈之情況頻率比認知中較高，可以解釋為，受訪者有回憶性的偏差。
- ii. 部份與會者表示，可以將此調查結果，與主管單位對違規狀況的統計資料相對應比較。

## 第六章 年度比較



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究



## 第一節 神秘客系統業者服務品質調查

91~93 年度的調查僅針對 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)作分析；95 年度的研究加入了中華電信 MOD；而 96 年度的調查中僅針對 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)作分析，特此說明。

### 一、神秘客電話調查

整體來看，有線電視系統業者電話服務品質，從 95 年到 96 年之滿意度上升了 4.94 分。若 95 年排除掉中華電信 MOD，9 家有線電視系統業者的平均總分為 80.5 分，96 年亦上升了 3.68 分。從細項指標來看，除了「接聽電話速度」指標有略微的下降外，其餘指標分數相對 96 年來看，皆呈現上升的趨勢。

表 6-1-1 神秘客電話調查年度比較表

調查年度	服務品質平均總分
91 年度	75.80
92 年度	81.32
93 年度	84.38
95 年度	79.24
96 年度	84.18

### 二、神秘客現場測試

在現場測試方面，由於 96 年度寶福的兩場測試，有線電視系統業者並未在兩天內派遣任何維修人員，使得 96 年的平均總分被拉低了很多，且整體上各系統業者的到修速度顯然還有待加強。

表 6-1-2 神秘客現場測試年度比較表

調查年度	服務品質平均總分
91 年度	80.50
92 年度	85.28
93 年度	72.50
95 年度	83.95
96 年度	66.67

## 第二節 訂戶滿意度調查電話訪問

訂戶滿意度調查電話訪問年度比較說明: 91 與 95、96 年度的訂戶滿意度調查的調查對象為 20 歲以上臺北市有線電視訂戶；而 92 與 93 年度的訂戶滿意度調查均以 15 歲以上臺北市有線電視訂戶為調查對象，在進行年度調查比較前，特此說明。

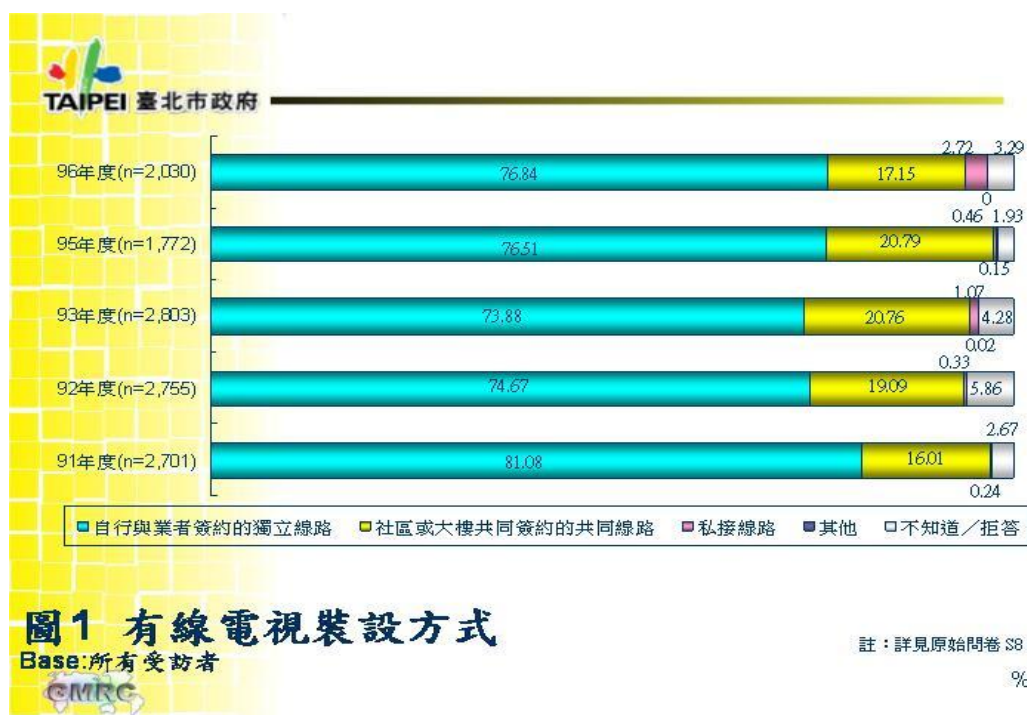
### 一、有線電視裝機率

1. 相較 95 年度，96 年度有線電視裝機率維持差不多的比例。

表 6-2-1 有線電視裝機率年度比較表

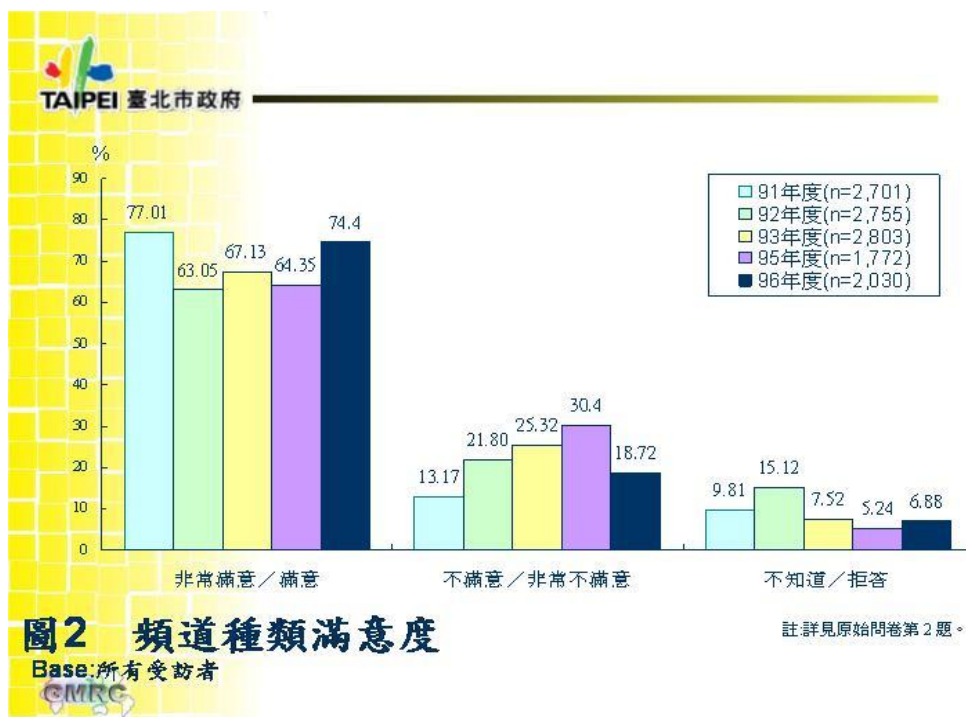
調查年度	有線電視裝機率
91 年度	89.88%
92 年度	86.98%
93 年度	89.78%
95 年度	90.17%
96 年度	88.63%

2. 有線電視裝設方式，96 年調查結果中，採用自行與業者簽約的獨立線路佔 76% 以上的比例，與 95 年的比例相當接近；而採社區或大樓共同簽約比例有些微下降 3.64%；私接線路的比例不到 3%，或許受問題敏感所致，一般收視戶不敢回答，因此與一般的認知有所差距，但比 95 年調查比例上升。 [詳見圖 1]

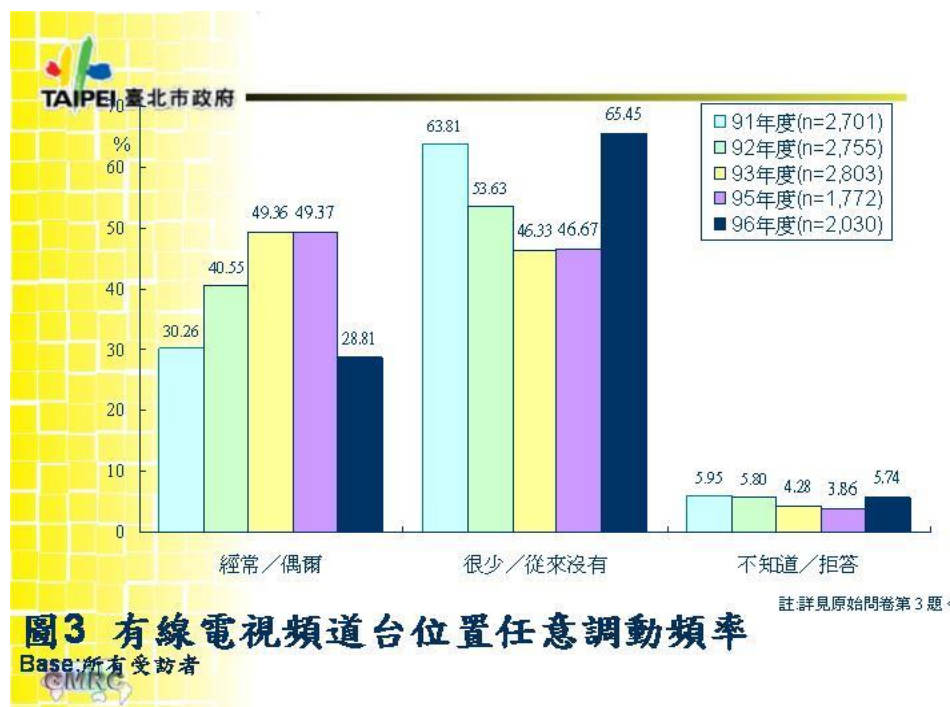


## 二、收視戶對有線電視系統業者頻道及節目內容滿意度

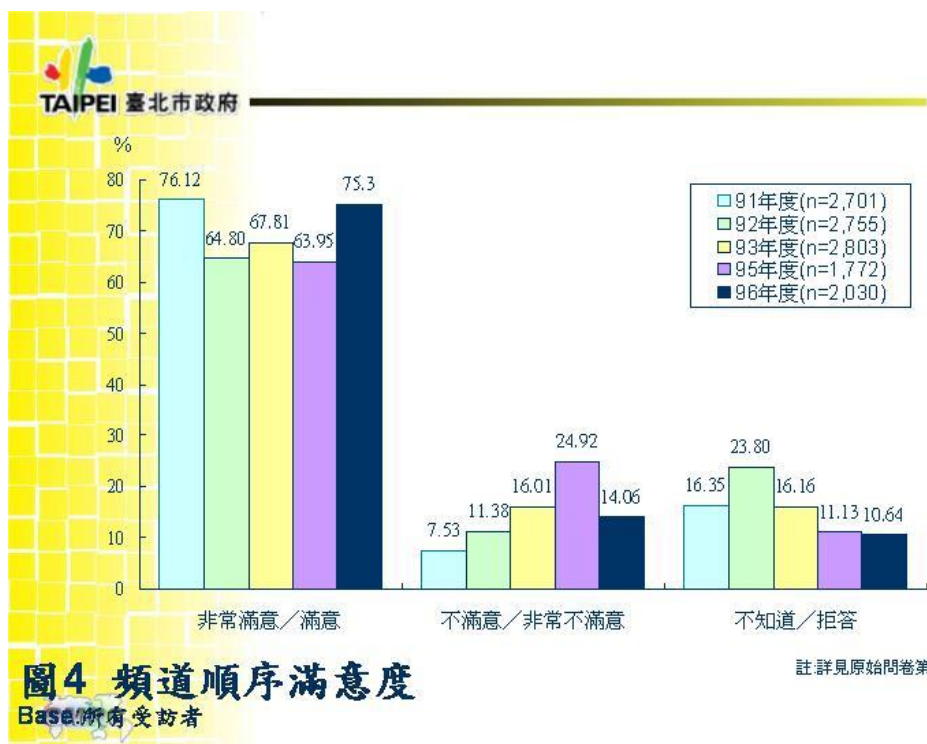
1. 頻道種類滿意度，95 年為 64.35%，96 年增加至 74.40%；不滿意比例則從 30.40% 下滑至 18.72%。 [詳見圖 2]



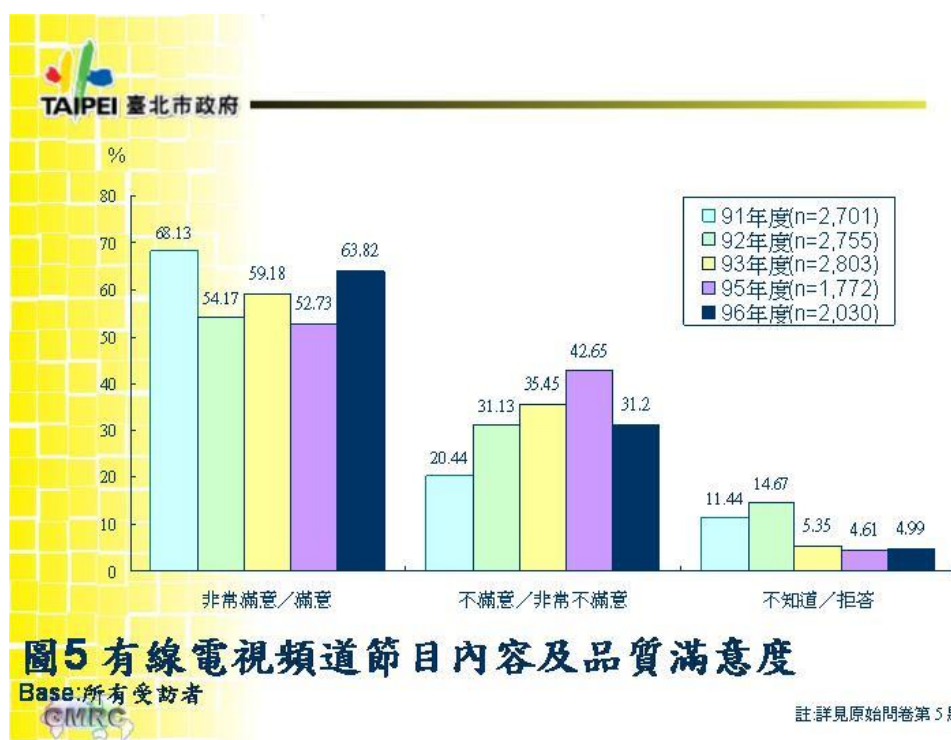
2. 有線電視頻道位置任意調動的頻率(經常/偶爾)，從 95 年的 49.4%，到 96 年大幅下滑到 28.81%。 [詳見圖 3]



3. 頻道順序滿意度方面，96 年滿意度 75.30% 較 95 年的 63.95% 大幅提升，不滿意的比例較 95 年的 24.92% 下降 10.86%。 [詳見圖 4]



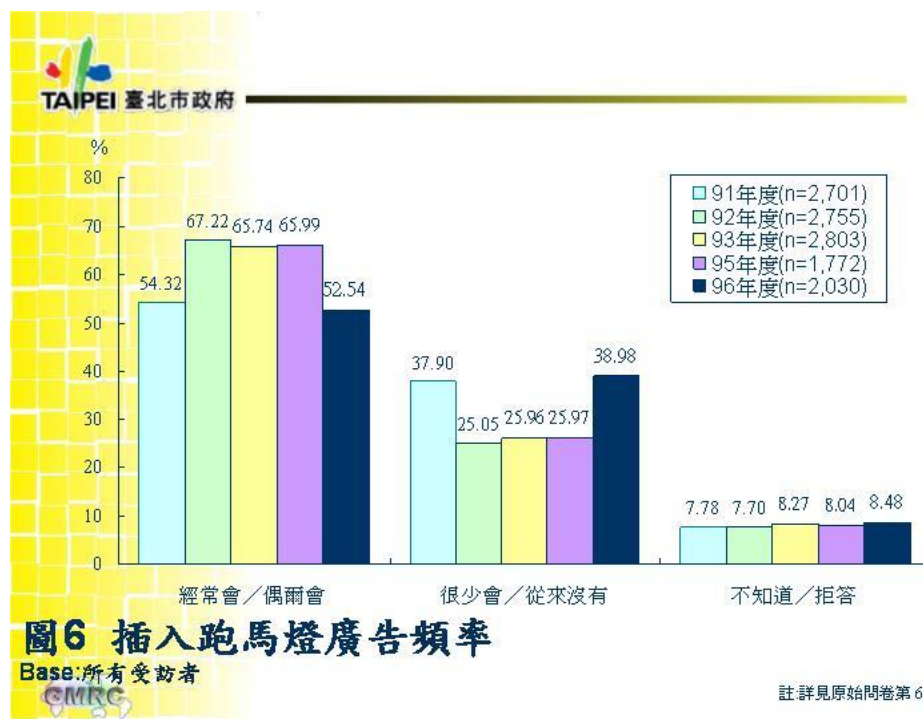
4. 對於有線電視頻道節目內容及品質的滿意度，96 年滿意度上升 11.09%；不滿意的比例則較 95 年下降 11.45%。 [詳見圖 5]



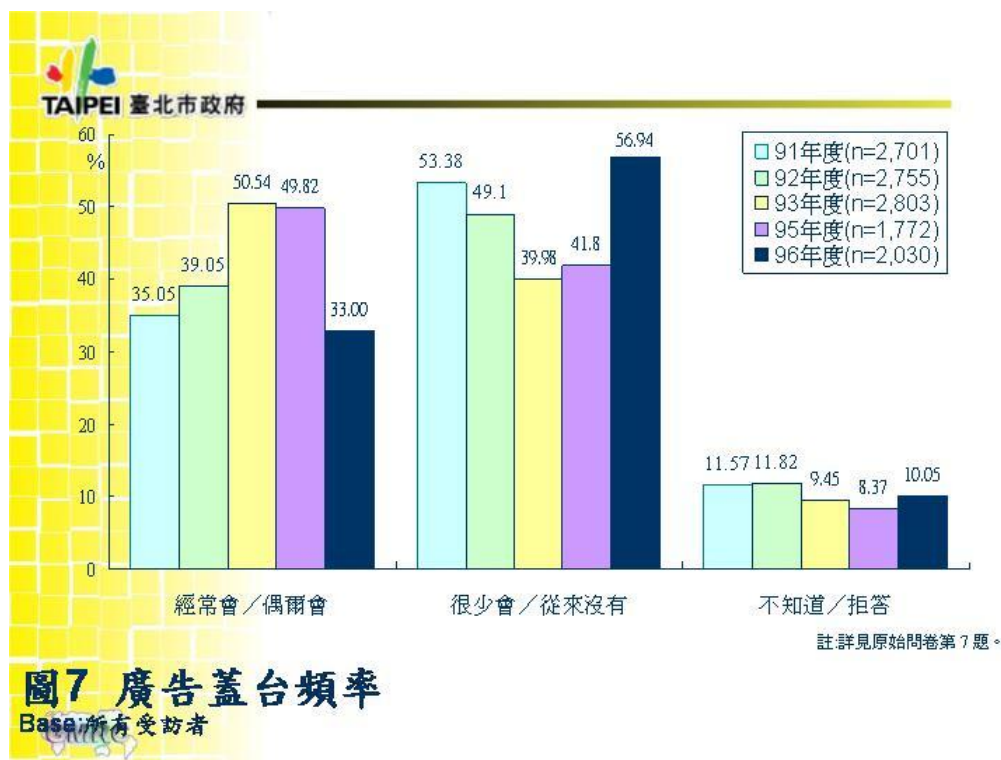


### 三、收視戶對有線電視系統業者服務品質滿意度

1. 插入跑馬燈廣告的頻率，表示經常會/偶爾會出現的比例在 95 年度為 65.99%，96 年度下滑為 52.54%。  
[詳見圖 6]



2. 廣告蓋台的頻率，表示經常會/偶爾會出現的比例在 95 年度為 49.82%，96 年度則下滑為 33.00%。  
[詳見圖 7]



3. 有線電視收費方面，對於現行價格的合理性，95與96年度相對之下的調查結果，認為非常合理或合理的比例在96年度上升31.97%。[詳見圖8]

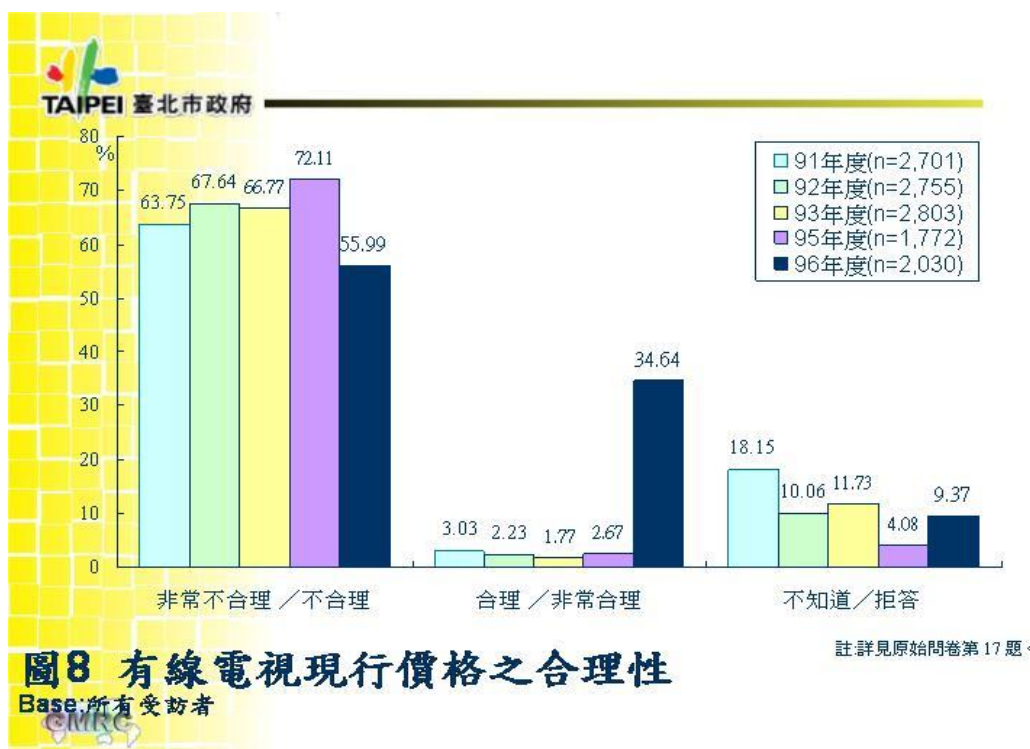


圖8 有線電視現行價格之合理性

Base: 所有受訪者

4. 對於有線電視合理價格的看法，認為價格應在新臺幣300元以下的比例，96年度(25.83%)比95年度(39.81%)減少13.98%。[詳見圖9]

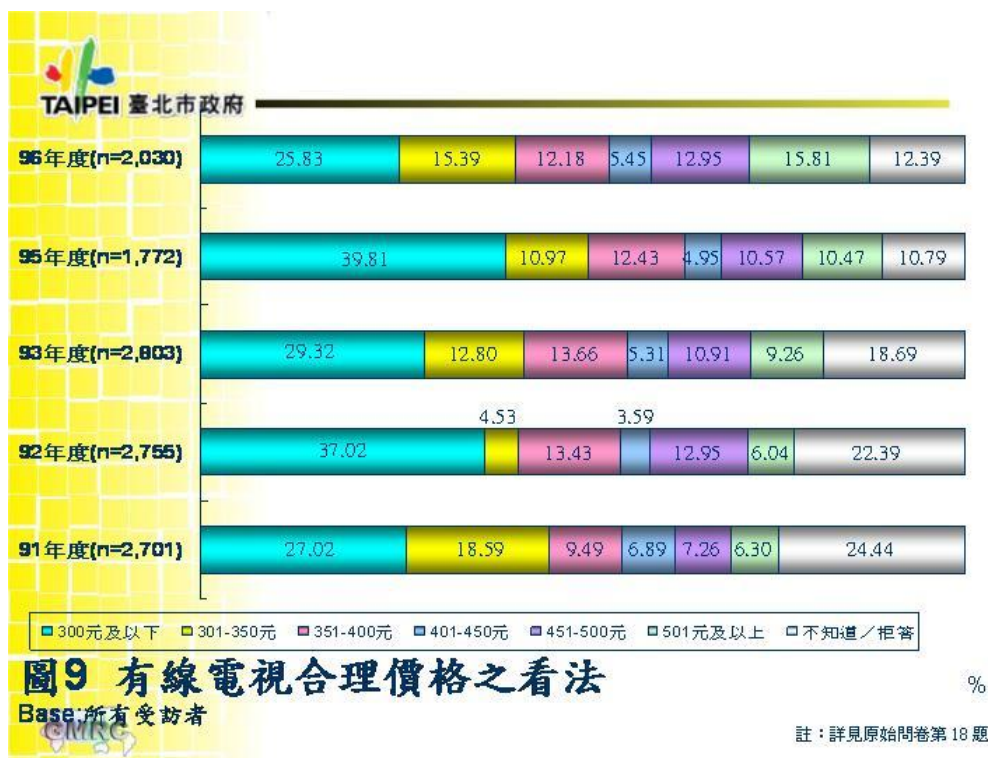


圖9 有線電視合理價格之看法

Base: 所有受訪者



5. 有線電視繳費方式，從 91 年度至 95 年度的調查結果，可以明顯看出目前繳費方式已由傳統的系統業者派人到府收費轉變成現在普遍使用的到便利商店繳費的方式。至 96 年度，系統業者派人到府收費的比例已降至 6.18%，到便利商店繳費的比例則增加至 71.97%。而其他繳費方式增加的情形，是由社區大樓管理員統一繳費。 [詳見圖 10、10.1]

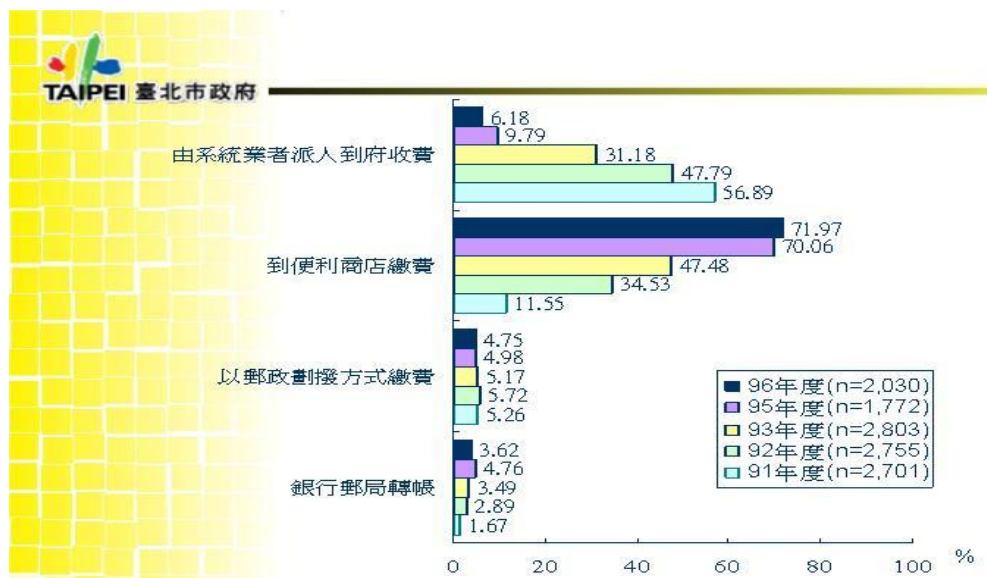


圖10 有線電視繳費方式

Base: 所有受訪者

註：詳見原始問卷第 20 題。

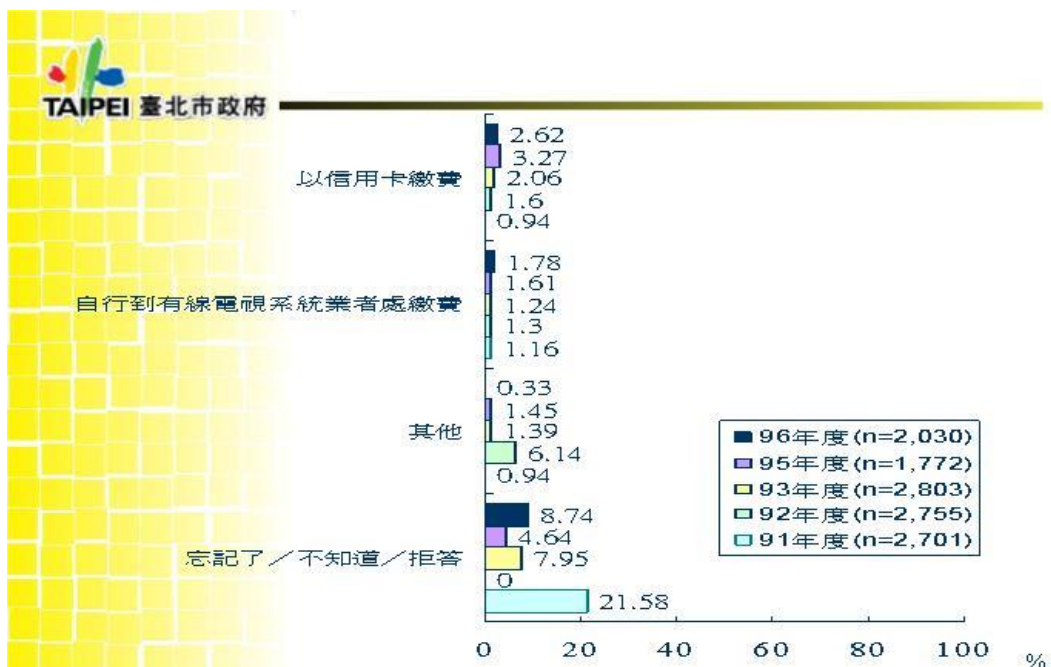


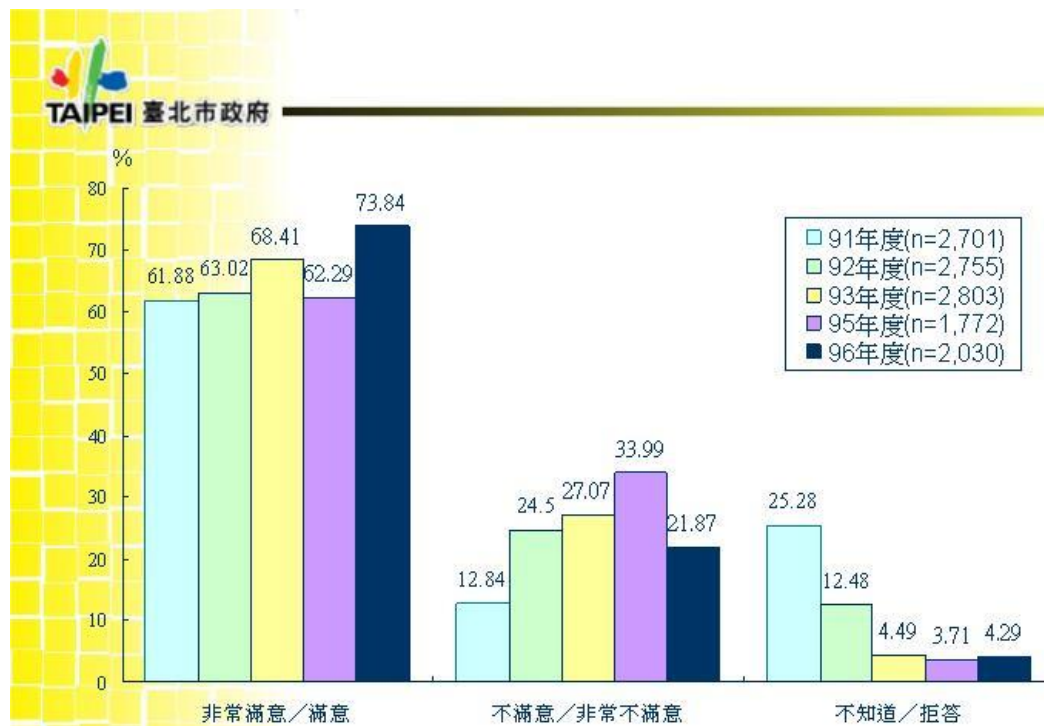
圖10.1 有線電視繳費方式(續)

Base: 所有受訪者

註：詳見原始問卷第 20 題。

#### 四、收視戶對有線電視系統業者整體滿意度

有線電視系統業者整體服務表現滿意度，96 年度明顯提升 11.55%；不滿意的比例則是減少 12.12%。  
[詳見圖 11]



**圖 11 有線電視系統業者整體服務表現滿意度**

Base: 所有受訪者

註: 詳見原始問卷第 21 題。

## 五、有線電視系統業者各指標表現年度比較

比較說明：呈現上分成兩個部分，一是系統業者服務滿意度的比較，另一是有線電視狀況發生頻率的比較。中華電信 MOD 從 95 年度開始進行調查，故僅能呈現 95、96 年度的比較。

1. 以長德來看，滿意度方面，除了電話客服人員服務態度滿意度與電話客服人員解決問題能力滿意度有略微下降，其他滿意度的指標與 95 相比都呈現上升的趨勢；在插入跑馬燈廣告、廣告蓋台頻率與頻道位置調動的情形較 95 度下降。

表 6-5-1 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—長德

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
頻道種類滿意度	74.68	67.82	64.15	65.48	74.67
頻道順序滿意度	77.22	70.79	63.20	69.39	74.34
節目內容及品質滿意度	66.24	52.97	55.66	59.28	64.34
到修速度滿意度	83.50	72.80	64.91	57.29	--
維修人員服務態度滿意度	82.47	75.00	68.42	--	--
維修人員解決問題能力滿意度	83.20	79.42	66.66	--	--
接電話速度滿意度	73.91	67.00	50.71	--	--
電話客服人員服務態度滿意度	81.16	82.00	74.65	--	--
電話客服人員解決問題能力滿意度	68.12	71.00	64.09	--	--
斷訊處理滿意度	65.40	56.93	54.09	--	--
整體滿意度	73.00	63.37	66.98	67.10	60.01
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>					
頻道位置調動頻率	35.44	43.07	45.91	37.45	28.34
插入跑馬燈廣告的頻率	49.37	65.84	64.78	65.79	57.67
出現廣告蓋台的頻率	30.81	49.51	49.68	42.34	36.01

2. 金頻道在滿意度方面，與 95 相比，除了到修速度與維修人員服務態度之滿意度下降，其餘滿意度指標都呈現上升的情形；頻道位置調動、插入跑馬燈廣告的頻率與廣告蓋台出現頻率則均較 95 年低。

表 6-5-2 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—金頻道

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
頻道種類滿意度	80.59	60.00	68.69	67.21	74.04
頻道順序滿意度	80.59	57.50	68.69	68.20	71.70
節目內容及品質滿意度	64.55	44.50	58.36	55.05	69.57
到修速度滿意度	72.15	78.57	75.91	71.60	--
維修人員服務態度滿意度	70.89	75.39	75.18	--	--
維修人員解決問題能力滿意度	84.81	76.19	78.10	--	--
接電話速度滿意度	69.57	61.84	66.67	--	--
電話客服人員服務態度滿意度	80.44	72.37	75.76	--	--
電話客服人員解決問題能力滿意度	80.43	57.90	63.64	--	--
斷訊處理滿意度	68.78	57.50	58.72	--	--
整體滿意度	78.48	60.50	73.31	66.23	61.92
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>					
頻道位置調動頻率	26.16	55.50	46.27	37.05	25.11
插入跑馬燈廣告的頻率	50.21	68.50	63.34	61.97	53.73
出現廣告蓋台的頻率	34.60	53.00	45.20	35.41	28.63

3. 寶福在滿意度指標上，除了電話客服人員解決問題能力滿意度有大幅上升之外，其餘則呈現略為下降，但整體上滿意度還是上升的；頻道位置調動頻率、廣告跑馬燈頻率與廣告蓋台頻率較 95 明顯下降。

表 6-5-3 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—寶福

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
頻道種類滿意度	70.63	71.84	61.05	61.06	70.50
頻道順序滿意度	70.64	71.84	64.21	66.67	68.28
節目內容及品質滿意度	66.67	57.28	54.74	51.49	62.68
到修速度滿意度	77.09	88.06	80.43	64.18	--
維修人員服務態度滿意度	70.84	80.60	80.43	--	--
維修人員解決問題能力滿意度	70.84	77.61	82.61	--	--
接電話速度滿意度	65.86%	74.36%	77.27%	--	--



滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
電話客服人員服務態度滿意度	73.17	79.48	84.09	--	--
電話客服人員解決問題能力滿意度	75.61	69.23	75.00	--	--
斷訊處理滿意度	61.90	65.04	64.21	--	--
整體滿意度	75.40	65.05	74.74	58.42	54.84
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>					
頻道位置調動頻率	27.78	45.63	50.52	47.19	39.19
插入跑馬燈廣告的頻率	59.53	65.05	61.05	61.38	53.98
出現廣告蓋台的頻率	43.65	52.43	58.95	43.23	44.17

4. 聯維在滿意度方面，頻道順序滿意度，較 95 年有明顯的下降，整體滿意度有顯著的提升；頻道位置調動與跑馬燈廣告出現頻率則出現逐年下降的情形。

表 6-5-4 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—聯維

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
頻道種類滿意度	74.48	74.63	71.57	62.21	79.70
頻道順序滿意度	75.73	80.00	71.24	68.41	82.03
節目內容及品質滿意度	69.04	60.00	64.70	56.03	71.50
到修速度滿意度	84.61	79.83	73.38	57.23	--
維修人員服務態度滿意度	78.21	73.11	74.68	--	--
維修人員解決問題能力滿意度	73.08	77.31	77.28	--	--
接電話速度滿意度	71.16	65.79	73.38	--	--
電話客服人員服務態度滿意度	71.15	73.69	75.00	--	--
電話客服人員解決問題能力滿意度	61.54	60.52	64.52	--	--
斷訊處理滿意度	61.09	64.88	60.46	--	--
整體滿意度	73.64	67.32	67.64	56.02	61.58
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>					
頻道位置調動頻率	22.18	43.90	55.56	43.23	29.03
插入跑馬燈廣告的頻率	59.00	67.32	68.30	77.20	52.47
出現廣告蓋台的頻率	45.19	56.10	55.23	45.93	41.17

5. 萬象在滿意度方面，頻道順序滿意度有大幅度的提升，電話客服人員各項滿意度則有大幅度的提升，但在維修人員解決問題能力滿意度上卻有顯著的下降；頻道位置調動、插入跑馬登廣告與廣告蓋台的出現頻率均較 95 年下降。

表 6-5-5 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—萬象

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
頻道種類滿意度	69.83	63.00	63.50	60.90	71.27
頻道順序滿意度	71.12	65.67	64.26	60.25	67.60
節目內容及品質滿意度	64.66	56.22	58.17	51.60	59.10
到修速度滿意度	68.36	72.73	70.14	69.88	--
維修人員服務態度滿意度	68.36	65.29	75.00	--	--
維修人員解決問題能力滿意度	74.69	81.82	74.30	--	--
接電話速度滿意度	63.64	56.47	52.14	--	--
電話客服人員服務態度滿意度	89.39	80.00	66.66	--	--
電話客服人員解決問題能力滿意度	74.25	65.88	54.70	--	--
斷訊處理滿意度	65.51	55.72	54.37	--	--
整體滿意度	74.57	62.19	65.02	61.54	52.50
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>					
頻道位置調動頻率	29.31	44.78	50.19	42.31	28.40
插入跑馬燈廣告的頻率	54.31	65.17	63.50	65.70	59.61
出現廣告蓋台的頻率	33.62	50.75	53.99	39.74	36.38

6. 就大安文山而言，頻道種類與順序、節目內容品質及整體滿意度方面有較大進步的表現，而到修速度與維修人員服務態度則有顯著下降的情形，維修人員解決問題能力則有提升，對斷訊後處理滿意度及整體滿意度則有明顯的進步；頻道位置調動、插入跑馬燈廣告頻率與廣告蓋台出現頻率，均較 95 年下降許多。

表 6-5-6 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—大安文山

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
頻道種類滿意度	76.62	67.32	68.73	68.40	76.03
頻道順序滿意度	74.46	61.95	70.50	63.19	76.30
節目內容及品質滿意度	65.37	50.73	59.00	51.46	68.98
到修速度滿意度	69.86	75.89	74.83	64.80	--



滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
維修人員服務態度滿意度	67.12	75.00	75.51	--	--
接電話速度滿意度	56.00	69.62	69.84	--	--
電話客服人員服務態度滿意度	70.00	72.15	76.98	--	--
電話客服人員解決問題能力滿意度	66.00	65.82	71.43	--	--
斷訊處理滿意度	69.26	61.47	60.17	--	--
整體滿意度	72.73	63.41	74.04	63.19	65.05
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>					
頻道位置調動頻率	24.68	47.81	49.60	38.77	27.03
插入跑馬燈廣告的頻率	48.49	70.24	67.84	68.73	53.60
出現廣告蓋台的頻率	31.17	53.66	48.37	44.30	35.29

7. 新臺北在滿意度方面，除了到修速度滿意度較 95 年下降許多，整體而言大多有提升；頻道位置調動、跑馬燈廣告與廣告蓋台都有逐年下降的趨勢。

表 6-5-7 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—新臺北

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
頻道種類滿意度	75.11	65.52	66.59	65.16	82.97
頻道順序滿意度	76.40	62.07	67.06	65.49	81.99
節目內容及品質滿意度	64.38	55.17	58.36	57.10	72.05
到修速度滿意度	68.06	74.34	58.62	65.53	--
維修人員服務態度滿意度	70.33	67.25	66.01	--	--
維修人員解決問題能力滿意度	77.78	71.68	65.02	--	--
接電話速度滿意度	57.14	56.79	53.26	--	--
電話客服人員服務態度滿意度	77.93	76.54	66.27	--	--
電話客服人員解決問題能力滿意度	67.53	60.49	55.62	--	--
斷訊處理滿意度	59.23	57.14	47.29	--	--
整體滿意度	69.10	60.60	66.82	64.84	64.85
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>					
頻道位置調動頻率	26.61	50.25	51.53	38.07	34.61
插入跑馬燈廣告的頻率	53.65	59.60	65.42	66.13	53.72
出現廣告蓋台的頻率	33.05	42.37	48.47	33.23	33.62

8. 麗冠在滿意度方面，除了到修速度滿意度與斷訊處理滿意度有些微的下降之外，整體而言均有提升；頻道位置調動、插入跑馬燈廣告出現頻率則明顯下降。

表 6-5-8 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—麗冠

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
頻道種類滿意度	76.27	63.68	70.80	57.48	78.67
頻道順序滿意度	77.54	69.65	72.77	62.79	75.00
節目內容及品質滿意度	65.25	55.72	61.89	49.50	61.00
到修速度滿意度	77.78	78.43	72.10	58.08	--
維修人員服務態度滿意度	77.78	70.59	75.58	--	--
維修人員解決問題能力滿意度	84.73	80.39	74.42	--	--
接電話速度滿意度	70.77	72.06	50.52	--	--
電話客服人員服務態度滿意度	87.70	85.29	71.58	--	--
電話客服人員解決問題能力滿意度	78.47%	77.94	62.10	--	--
斷訊處理滿意度	61.01	62.19	53.47	--	--
整體滿意度	77.12	63.68	64.36	60.46	62.33
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>					
頻道位置調動頻率	36.44	39.80	42.08	38.20	28.00
插入跑馬燈廣告的頻率	49.58	68.16	61.39	59.13	51.34
出現廣告蓋台的頻率	28.39	45.28	53.47	37.21	31.33

9. 陽明山在滿意度方面，多數指標呈現上升趨勢；頻道位置調動與廣告蓋台、插入跑馬燈廣告的頻率則呈現大幅下降。

表 6-5-9 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—陽明山

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
頻道種類滿意度	71.73	56.89	66.55	58.42	76.83
頻道順序滿意度	72.15	53.45	67.60	61.39	76.51
節目內容及品質滿意度	56.54	48.27	59.58	52.81	69.84
到修速度滿意度	72.53	73.10	72.11	70.33	--
維修人員服務態度滿意度	70.33	69.66	76.53	--	--
維修人員解決問題能力滿意度	76.92	81.38	72.45	--	--
接電話速度滿意度	50.00	54.74	66.82	--	--
電話客服人員服務態度滿意度	69.70	70.53	78.47	--	--



滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%	93 年度%	92 年度%	91 年度%
斷訊處理滿意度	64.13	58.62	54.18	--	--
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>					
頻道位置調動頻率	29.96%	61.64%	51.39%	43.89%	32.70%
插入跑馬燈廣告的頻率	55.27%	67.25%	68.47%	70.62%	54.29%
出現廣告蓋台的頻率	29.96%	51.72%	50.00%	36.30%	34.28%

10. 中華電信 MOD 在滿意度方面，頻道種類滿意度較 95 年略微下降，而頻道順序與節目內容及品質滿意度則有顯著提升，但對於維修人員的滿意度均呈現下滑的趨勢，但整體上滿意度是呈現上升的情形；插入跑馬燈、出現廣告蓋台的頻率也有明顯下降。

表 6-5-10 系統業者各項表現滿意度及狀況出現頻率年度比較表—中華電信 MOD

滿意度(滿意/非常滿意)	96 年度%	95 年度%
頻道種類滿意度	50.00	55.00
頻道順序滿意度	86.36	75.00
節目內容及品質滿意度	63.64	50.00
到修速度滿意度	80.00	84.61
維修人員服務態度滿意度	80.00	92.31
維修人員解決問題能力滿意度	80.00	92.31
接電話速度滿意度	100.00	88.89
電話客服人員服務態度滿意度	100.00	88.89
電話客服人員解決問題能力滿意度	75.00	77.78
斷訊處理滿意度	50.00	60.00
整體滿意度	68.18	45.00
<b>狀況出現頻率(經常會/偶爾會)</b>		
頻道位置調動頻率	0.00	5.00
插入跑馬燈廣告的頻率	13.64	50.00
出現廣告蓋台的頻率	13.64	20.00

## 第七章 結論與建議



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究



## 第一節 結論

### 一、神秘客系統業者調查：

#### (一)、神秘客電話調查

1. 整體來看，9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)的平均總分為 84.18 分，較 95 年度 10 家有線電視系統業者的平均總分 79.24 分，有顯著的進步；在有線電視系統業者表現方面，長德以 93.60 分得分最高，其次為大安文山 90.80 分，麗冠則以 74.65 分得分最低。
2. 若以檢測指標來看，「接電話時，主動說禮貌性用語」這項表現的平均分數為 8.87 分，為表現最佳的指標；「接聽電話的速度」這項表現是相對得分較低的指標。

#### (二)、神秘客現場測試

1. 整體來看，9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)的平均總分為 66.67 分，萬象得分最高 80.00 分；寶福則以 50.00 得分最低。
2. 若以 4 項檢測指標來看，「維修時檢查問題發生原因的工作態度」這項表現的平均分數為 8.89 分，為表現最佳的指標；「到府維修速度」這項表現的平均分數為 3.61 分，是 4 項指標中表現較差的指標。

### 二、訂戶滿意度調查與焦點團體座談會：

#### (一)、有線電視裝機率及收視行為

1. 臺北市有線電視裝機率為 88.63%，較 95 年度維持差不多的比例；76.84% 的受訪者表示，家中有線電視系統是自行與業者簽約的獨立線路，17.15% 則是社區或大樓共同簽約的共同線路，自行裝設(私接線路)的比例(2.72%)。
2. 質化研究訂戶焦點團體座談會中，大部分的與會者指出，裝設有線電視的是因為想要看到更多種類的節目，而這些節目是無線台較為缺乏的，例如，電影、體育、教學節目等等。
3. 質化研究業者焦點團體座談會中，部份與會者表示訂戶滿意度調查中，有線電視裝機率的推估高估，因為空屋等情形未被列入，希望以系統業者所提供之相關戶數資料為主要依據；或以實際面訪方式進行訪查，才能有效推估有線電視裝機戶數。
4. 質化研究專家學者焦點團體座談會中，部份與會者認為，業者對於私接戶的數量相當在意，建議針對此部份設計出更具技巧的題目以推測私接戶數比例。



## (二)、有線電視頻道及節目內容滿意度

1. 64.87%的受訪者對系統業者提供之頻道數量感到剛剛好；20.44%覺得頻道太多；4.51%認為頻道數量太少。
2. 74.4%的受訪者對系統業者提供之頻道種類表示滿意或非常滿意；而不滿意的比例為 18.72%。
3. 28.81%的受訪者表示，系統業者經常/偶爾會任意調動頻道位置；26.99%表示很少有此狀況；也有 38.46%的受訪者表示，系統業者從來沒有發生有線電視頻道台位置被任意調動的情形。
4. 75.30%的受訪者對目前有線電視系統業者提供之頻道順序感到滿意/非常滿意；14.06%則表示不滿意/非常不滿意。
5. 整體節目內容及品質的滿意度為 63.82%；不滿意度為 31.20%。
6. 質化研究訂戶焦點團體座談會中，多數與會者認為，目前的頻道種類已經太多，而現有的頻道也都提供某些特定類型的節目，不需要再多增加特定的頻道種類，應加強的是節目內容及品質；不過半數與會者也認為頻道的種類與節目內容與系統業者沒有關係，只能被動接受頻道種類與節目內容，而半數與會者則認為系統業者對頻道業者具有一定的影響力，應要求頻道業者提昇品質。
7. 質化研究業者焦點團體座談會中，部份與會者認為，頻道及節目內容的各項指標，例如頻道數量、頻道種類、頻道調動、頻道順序等，都不是業者可以決定，且主管單位已有具體規範存在，因此，評估各業者之差異性僅能了解各區域訂戶的差異。

## (三)、有線電視系統業者服務品質滿意度

1. 在有請有線電視系統業者到府維修經驗的受訪者中，74.62%對系統業者到修速度感到滿意或非常滿意；有 20.41%的受訪者則對業者到府維修速度感到不滿意或非常不滿意。在維修態度方面，滿意度為 72.11%；不滿意度為 8.59%。而對維修人員解決問題能力的滿意度為 78.84%；不滿意度為 11.28%。
2. 在有撥打有線電視系統客服電話經驗的受訪者中，62.54%對客服人員接聽電話的速度感到滿意或非常滿意；有 34.08%的受訪者則表示相反的意見。在服務態度方面，滿意度為 77.69%；不滿意度為 16.99%。至於客服人員解決問題能力的滿意度為 69.41%；不滿意度為 26.89%。
3. 64.06%的受訪者對家中有線電視出現訊號中斷時，系統業者的處理情形感到非常滿意/滿意；20.09%的受訪者則對此問題表示不滿意/非常不滿意。



4. 質化研究訂戶焦點團體座談會中，與會者不滿意客服專線的原因為，電話很難接通，其次，發現電視有問題時多為晚上時間，這時段已經沒有專員服務，再者，接通後客服人員無法立即回覆問題。
5. 質化研究業者焦點團體座談會中，部份與會者表示，訂戶滿意度與神秘客之評估分數有差距，仍會以訂戶之滿意度表現為內部改進之重要參考，而神秘客之評估指標，則是做為改進行動方案之參考。

#### (四)、有線電視數位機上盒、多媒體隨選視訊 (MOD) 接受度

1. 62.98%的受訪者不願意/非常不願意考慮裝設有線電視數位電視機上盒；也有 24.09%的受訪者則願意/非常願意裝設數位電視機上盒。
2. 當詢及裝設有線電視機上盒的可能原因時，39.57%會因為可以收看更多的頻道而裝設；25.61%表示是因為第 1 臺數位機上盒免費的促銷方式很吸引人；16.72%認為有線電視數位機上盒的基本頻道，節目內容很吸引人比較重要。此外，數位電視機上盒可享受較高品質的影音服務(14.31%)、付費頻道的內容吸引人(12.36%)、或付費頻道的價格便宜/合理(10.88%)、改善目前收訊品質(10.64%)等，也是受訪者可能裝設有線電視數位電視機上盒的原因。
3. 至於訂購多媒體隨選視訊 (MOD) 而取消訂購有線電視的意願，62.05%的受訪者表示不會取消；22.20%的受訪者表示會因此取消訂購有線電視。
4. 質化研究專家學者焦點團體座談會中有一位與會者認為，可以進一步瞭解訂戶不裝設有線電視數位機上盒的原因，提供業者參考。

#### (五)、公用頻道收視調查

1. 70.86%的受訪者從來沒有看過公用頻道之節目；10.37%的受訪者很少看/偶爾看公用頻道之節目。
2. 對於未來可不可能提供自製的節目，在公用頻道播出，8.85%的受訪者表示可能/非常可能提供自製的節目；而 83.92%的受訪者表示不可能/非常不可能提供自製的節目，在公用頻道播出。
3. 質化研究專家學者焦點團體座談會中，有一位與會者認為，對公用頻道的節目內容滿意度比例還蠻高的，建議進一步詢問滿意的原因，對將來政府在公用頻道的推動比較有幫助。

#### (六)、有線電視系統業者插播廣告及使用跑馬燈之情況

1. 經常/偶爾會插入非新聞的跑馬燈的比例有 52.54%；13.73%的受訪者則表示很少會發生這種情形；25.25%的受訪者表示，從來沒有發生插入非新聞的跑馬燈。



2. 經常/偶爾會出現廣告蓋台的比例有 33.00%；8.69%的受訪者則表示很少會發生這種情形；48.25%的受訪者表示，從來沒有發生廣告蓋台。
3. 質化研究訂戶焦點團體座談會中，與會者認為，不會主動向系統業者反映，認為系統業者不會因為用戶的反映而有所改善，只能默默忍耐。
4. 質化研究業者焦點團體座談會中，與會者認為，主管單位對於跑馬燈之規範相當嚴格，系統業者除了公共事務性的跑馬燈之外，並未任意使用跑馬燈。而產生不是新聞的跑馬燈現象，絕大多數應為頻道業者使用。
5. 質化研究學者焦點團體座談會中，與會者認為可以將此調查結果，與主管單位對違規狀況的統計資料相對應比較；而問卷中相關問題的選項應以客觀事實為項目，詢問出現的次數。

### (七)、有線電視系統業者頻道服務整體滿意度

1. 整體而言，有線電視系統業者的服務整體滿意度為 73.84%，較 95 年上升了 11.55%。其中金頻道的整體滿意度最高，為 78.48%，中華電信 MOD 整體滿意度最低，僅有 68.18%。
2. 為要求有線電視系統業者達到“顯著改善”的水準，參考本次調查中，各有線電視系統業者抽樣誤差值範圍後，訂出改進 6%(以各業者樣本數平均。)為標準，做為未來一年要求業者改善的標準。
3. 此外，臺北市有線電視系統業者中，除寶福、聯維與中華電信 MOD 為獨立系統業者外，其他 7 家有線電視系統業者分別隸屬中嘉與東森兩大有線電視系統，因此按其所屬兩大有線電視系統，區分計算出兩大有線電視系統之表現，做為改善的參考。
4. 在各滿意度指標中，絕大多數都是上升的。頻道種類指標中大幅度提升的系統業者有金頻道、麗冠、陽明山，皆提高 10%以上，聯維則是呈現維持不顯著差異的情況；頻道順序滿意度指標中，大安文山、新臺北、金頻道、陽明山皆呈現大幅度的提升，寶福、萬象、聯維則維持不顯著差異；服務指標中，各系統業者都有所提升，其中以寶福、麗冠、萬象、金頻道、陽明山提升幅度較大。(請參考表 7-2-1)
5. 在服務品質指標中，絕大多數也都是上升的。頻道位置調動指標中，除了麗冠維持不顯著差異之外，其餘系統業者都呈現提升的情況；在寶馬燈廣告頻率指標中，大幅度提升的系統業者有長德、萬象、大安文山、金頻道、陽明山，寶福、麗冠、新臺北則維持不顯著差異；廣告蓋台頻率指標中，各系統業者也都所提升，其中以長德、麗冠、萬象、大安文山、金頻道、陽明山、聯維提升幅度較大。



表 7-2-1 96 年度滿意度應達成目標

	正面服務品質指標大幅度提升的業者 (10%及以上)	正面服務品質指標小幅度提升的業者 (6%以上至 10%)	正面服務品質指標維持不顯著差異的業者 (6%至-6%)	正面服務品質指標小幅度下降的業者 (-6%以上至-10%)	正面服務品質指標大幅度下降的業者 (-10%及以上)
<b>1.滿意度上升的指標 (6%及以上)</b>					
i. 頻道種類 (整體上升 10.05%)	金頻道(20.59%) 麗冠(12.59%) 陽明山(14.84) <b>東森系統(13.58%)</b>	萬象(6.83) 長德(6.86%) 大安文山(9.32%) 新臺北(9.59) <b>中嘉系統(6.27%)</b>	聯維(-0.15%)		
ii. 頻道順序 (整體上升 11.35%)	大安文山(12.51%) 新臺北(14.33%) 金頻道(23.09%) 陽明山(18.7%) <b>東森系統(17.15%)</b>	長德(6.43%) 麗冠(7.89%)	寶福(-1.2%) 萬象(5.4%) 聯維(-4.27%) <b>中嘉系統(4.65%)</b>		
iii. 服務(整體 上升 11.55%)	寶福(10.35%) 麗冠(13.44%) 萬象(12.38%) 金頻道(17.98%) 陽明山(13.07%) <b>中嘉系統(11.45%)</b> <b>東森系統(12.22%)</b>	長德(9.63%) 大安文山(9.32%) 新臺北(8.5%) 聯維(6.32%)			
<b>2.滿意度持平的指標 (6%至-6%)</b>					
<b>3.滿意度下降的指標 (6%以上)</b>					

註：中嘉系統包含長德、萬象、麗冠等三家有線電視系統業者；東森系統包含金頻道、大安文山、新臺北、陽明山等四家有線電視系統業者。

表 7-2-2 96 年度服務品質應達成目標

	負面服務品質指標 大幅度下降的業者 (-10%及以上)	負面服務品質指 標小幅下降的業 者(-6%至-10%)	負面服務品質指 標維持不顯著差 異(6%至-6%)	負面服務品質 指標小幅上升 的業者(6%至 10%)	負面服務品質指 標大幅上升的業 者(10%+)
<b>1.服務品質上 升的指標(下 降-6%及以 上)</b>					
i.頻道位置調 動頻率(整體 平均下降頻 率為 -20.56%)	寶福(-17.85%) 萬象(-15.47%) 大安文山(-23.13%) 新臺北(-23.64%) 金頻道(-29.34%) 陽明山(-31.68%) 聯維(-21.72%) <b>東森系統(-26.95%)</b> <b>中嘉系統(-11.08%)</b>	長德(-7.63%)	麗冠(-3.36%)		
ii.跑馬燈廣 告頻率(整體 平均下降頻 率為 -13.45%)	長德(-16.47%) 萬象(-10.86%) 大安文山(-21.75%) 金頻道(-18.29%) 陽明山(-11.98%) <b>東森系統(-14.49%)</b>	聯維(-8.32%) <b>中嘉系統(-9.05%)</b>	寶福(-5.52%) 麗冠(-3.36%) 新臺北(-5.95%)		
iii.廣告蓋台頻 率(整體平均 下降頻率為 -16.82%)	長德(-18.7%) 麗冠(-16.89%) 萬象(-17.13%) 大安文山(-22.49%) 金頻道(-18.4%) 陽明山(-21.76%) 聯維(-10.91%) <b>中嘉系統(-15.38%)</b> <b>東森系統(-17.99%)</b>	寶福(-8.78%) 新臺北(-9.32%)			
<b>2.服務品質持 平的指標(下 降 6%至上升</b>					

	負面服務品質指標 大幅度下降的業者 (-10%及以上)	負面服務品質指 標小幅下降的業 者(-6%至-10%)	負面服務品質指 標維持不顯著差 異(6%至-6%)	負面服務品質 指標小幅上升 的業者(6%至 10%)	負面服務品質指 標大幅上升的業 者(10%+)
<b>-6%)</b>					
<b>3.服務品質下 降的指標(上 升 6%以上)</b>					

註：服務品質指標是以「頻道位置調動頻率」、「跑馬燈廣告頻率」、「廣告蓋台頻率」三項指標來觀察，當頻道位置調動頻率越高、跑馬燈廣告頻率越高、廣告蓋台頻率越高時，所代表意涵為服務品質越低。

## 第二節 建議

1. 針對神秘客電話測試中，有多家系統業者使用同一客服中心，卻產生得分的差異之情形，蓋洛普徵信股份有限公司分析其可能原因為客服中心對於不同系統業者的訂戶，會因為過去處理客訴的不同的經驗，以及與各系統業者的合作經驗，並不完全相同而造成差異。且即使是同一客服人員，在服務不同系統客訴時，也會因為心情不同或受上一通客服電話影響，而出現回應態度的差異。此外，由於不同系統業者使用同一客服中心的情況，也會造成神秘客身分保密的困難度增加。

為提升神秘客測試的品質及效果，以確實瞭解系統業者客服中心的服務品質，蓋洛普徵信股份有限公司建議未來進行神秘客電話測試時，針對使用同一客服中心的系統業者，分別於不同時段進行測試，並維持同一狀況由同一位神秘客測試的方式進行，以力求評分標準一致。

2. 針對神秘客現場測試，96 年整體平均分數為 66.67 分，與 95 年整體平均分數 83.95 分相比，退步相當顯著，在各項評估指標中，以「到府維修速度」指標表現最差，96 年該指標的平均得分僅 3.61 分，與 95 年 9.36 分呈現大幅退步。

建議臺北市政府觀光傳播局，未來應嚴格要求系統業者，明年度在「到府維修速度」指標上，應全力改進，提升服務品質，並以達到平均 6 分，也就是「維修人員能在打電話後 8 小時以上，10 小時以內來府維修」為目標。

3. 從訂戶滿意度的調查結果中發現，96 年在各項服務品質滿意度上均有大幅度的改善。分析其原因為自 94 年初有線電視頻道重新定頻後，頻道長時間達到穩定化的效果，而反映在消費者滿意度提升的現象上。同時由於頻道順序穩定及頻道區塊分類明顯，再加上頻道的數量眾多及種類選擇性多樣化，且觀光傳播局在 95 年的調查中，亦特別針對廣告插播、跑馬燈等情形進行監看研究，以促使系統業者自我規範強化，使得在觀光傳播局加強管理的政策下，各項指標均出現大幅度的進步。價格的部分也因為系統的穩定性，相對使消費者感覺價格合理性提高。

另外根據訂戶滿意度調查結果，蓋洛普徵信公司專職訪員，事後進行電話一對一追訪，以瞭解在各項指標中回答滿意或非常滿意的受訪者，回答滿意的原因為何。本次追訪共追問 26 名受訪者，其中原因包括受訪者認為「頻道種類比外國多，且想看的都有，也比去年增加」。而頻道位置「大致上與去年沒有太大差別；頻道順序區塊化越趨明顯」。節目內容及品質「有喜歡看的，



或只固定看幾台」。而插入非新聞跑馬燈或廣告蓋台的情形，「只有固定幾台會出現，雖然感覺上跟去年差不多，但還可以接受」。在價格上「也跟去年差不多，沒有調漲，以目前有線電視的水準而言屬於一般價位」。在整體的服務表現上，「因為收訊品質穩定，且維持一定的水準，所以感覺滿意」。

為繼續保持並提升優質的服務品質，建議明年再針對大眾較常收看的頻道，例如新聞台、綜藝台、中英文電影台進行同步錄影監看測試，以平日監看 2 小時，假日監看 2 小時的方式，選擇熱門時段，實際觀察統計各系統業者在廣告蓋台及插撥非新聞跑馬燈的情況。

4. 有鑒於整體研究經費並不十分充足，建議將來量化前的焦點團體座談會，可以改為兩年執行一次；量化後有線電視訂戶焦點團體座談會，由五場減為兩場，加上業者及學者兩場總共四場，以使經費使用能得到更有效的發揮。有關電訪問卷長度及樣本數的部分，由於電訪問卷長度仍偏長，應予以適當縮減以提高訪問效率及品質；同時建議，在第一階段電話訪問時，維持 1,081 份的成功樣本數，在第二階段則僅需補打至總數 1,300 份，各系統業者的預計成功樣本分配如下表：

頻道名稱	第一/二階段 總成功數
(1)長德	146
(2)金頻道	146
(3)寶福	100
(4)聯維	146
(5)萬象	146
(6)大安文山	146
(7)新臺北	146
(8)麗冠	146
(9)陽明山	148
(10)中華電信 MOD	30
總計	1300

# 參考書目



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究



- 中央通訊社線上新聞，(1997.10.14)：《全省民調顯示有線電視最需改善的是節目內容》.網址 <http://www.caqn.com.tw>
- 中華電信 MOD，(2006)，中華電信 MOD「電視頻道表」及「常見問題」.網址 <http://mod.cht.com.tw/MOD/Web/index.php>
- 王克捷、李慧菊合譯，James L. Heskett 著 (1994)：《服務業的經營管理》，臺北：天下文化。
- 行政院新聞局，2002，《有線電視服務品質及收視滿意度調查》，臺北
- 行政院新聞局，2004，廣播電視白皮書. 網址 <http://info.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=13379&ctNode=2087&mp=1>
- 行政院新聞局，2004，有線廣播電視系統經營者收費標準. 網址 <http://www.gio.gov.tw/info/radiotv/new/board11.htm>
- 沈慧聲、湯允一 (2000)：《我國加入 WTO 後有線電視相關產業面臨之挑戰及因應之道》，臺灣有線視訊寬頻網路發展協進會委託研究計畫。
- 張百清 (1994)：《顧客滿意萬歲》，臺北：商周文化。
- 陳明邦 (1995)：《品質管制月刊》。
- 陳靜瑩 (2000)：《有線電視服務品質之研究－有線電視服務品質評估指標之建構》，嘉義：中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 程予誠 (1995)：《線纜傳播－科技原理與經營管理》，臺北：五南。
- 新聞局廣電處，2003，(境外)衛星廣播電視事業違規核處資料一覽表. 網址 <http://www.gio.gov.tw/>
- 資訊工業策進會 (1995)：《有線電視產業資訊化研究報告》，臺北：MIC。
- 臺北市觀光傳播局，(2004)，臺北市 93 年度有線廣播電視頻道收視費用與其他相關事項. 網址 [http://www.doi.tcg.gov.tw/tpnews\\_service\\_index.asp?grpno=2&cntno=8#S0](http://www.doi.tcg.gov.tw/tpnews_service_index.asp?grpno=2&cntno=8#S0)
- 臺北市觀光傳播局，(2004)，93 年付費頻道公告核准附表. 網址 [http://www.doi.tcg.gov.tw/tpnews\\_service\\_index.asp?grpno=2&cntno=50#S0](http://www.doi.tcg.gov.tw/tpnews_service_index.asp?grpno=2&cntno=50#S0)
- 臺北市觀光傳播局，(2004)，93 年付費頻道公告核准附表. 網址 [http://www.doi.tcg.gov.tw/tpnews\\_service\\_index.asp?grpno=2&cntno=51#S0](http://www.doi.tcg.gov.tw/tpnews_service_index.asp?grpno=2&cntno=51#S0)



臺北市觀光傳播局，(2004)，93 年度有線電視「多媒體隨選視訊」(MOD) 頻道收視費公告。網址

[http://www.doi.tcg.gov.tw/tpnews\\_service\\_index.asp?grpno=2&cntno=52#S0](http://www.doi.tcg.gov.tw/tpnews_service_index.asp?grpno=2&cntno=52#S0)

臺北市觀光傳播局，(2005)，《94 年度臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度調查研究結案報告》。網址

<http://www.doi.tcg.gov.tw/web/board1.aspx?no=12>

臺北市觀光傳播局，(2006)，《部分有線電視系統頻道變動幅度過大,觀光傳播局再度要求 NCC 審慎處理民怨》。網址

<http://news.taipei.gov.tw/internet/dnews.asp?id=32962&orgname>。

劉幼琍 (1997)：《多頻道電視與觀眾：90 年代的電視媒體與閱聽人收視行為研究》，臺北：時英。

劉幼琍、陳清河 (2000)：《有線電視訂戶滿意度之調查》，臺灣有線視訊寬頻網路發展協進會委託研究計畫。

盧淵源譯；杉本辰夫著 (1986)：《事業、營業、服務的品質管制》，臺北：中興管理顧問公司。

盧素涵 (2006)：《國家圖書館遠距圖書服務系統專題內容－數位電視》。網址

[http://www.read.com.tw/web/hypage.cgi?HYPAGE=subject/sub\\_tv.asp](http://www.read.com.tw/web/hypage.cgi?HYPAGE=subject/sub_tv.asp)。

蘇雲華 (1996)：《服務品質衡量方法之比較研究》，高雄：中山大學企業管理研究所博士論文。

伍翠蓮 (民 84)。有線電視訂戶滿意度與購後行為、業者經營規模關係之研究 —— 以大臺北地區為例。中國文化大學新聞研究所碩士論文。

淺井慶三郎，1989，服務行銷管理，謝森展譯，創意文化事業。

Anderson, E.W.&Fornell,C. (1994) . Acustomer Satisfaction Research Prospectus.in Rust, R.T.& Oliver, R.L. ( eds ) . Service Quality : New Directions in Theory and Practice. London : Sage.pp.241-268.

Atkin, David.J. (1992) ,” A Profile of cable subscribership : the role of audience satisfaction variables”, Telematics and Informatics, 9 : 53-60.

Cronroos,C. (1982) . An Applied Service Marketing Theory. European Journal of Marketing, 16 ( 7 ) , pp.30-41.

Murdick, R. G. et al. (1990) . Service Opeerations Management. Allyn and Bacon Inc., New York, NY.





- Randy, J. (1995). Exploring the Determinants of Cable Television Subscriber satisfaction. Journal of Broadcasting and Electronic Media. 39 : 262-274.
- Kolter, p., 1996, Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, 9th edition, Prentice-Hall.
- Berry, L. L., "Personalizing the bank : Key Opportunity in Bank Marketing", Bank Marketing, April 1975.
- Churchill Gilbert and Surprenant, C., 1982," An Investigation into the Determinants of Consumer Satisfaction" , Journal of Marketing Research. Vol.19.
- LoveLock, C., ,2001, Service Marketing, 4th ed., Prentice Hall Ltd.
- Engel, J.F., Roger, D.B. and Miniard, P.W.,1993, Consumer Behavior,7th ed., The Dryden Press
- Hampel,D.jJ., 1977, Consumer Satisfaction with the Home Buying Process: Conceptualization and Dissatisfaction, Marketing Science Insistute.
- Parasuraman, A., Zeithaml, and Berry, L. L., Fall 1985, "A Conceptual Modern of Service Quality and Its implications For Future Research ", Journal of Marketing, Vol.49.
- Atkin, David J. (1992). "A Profile of Cable Subscribership: The Role of Audience
- Burgoon, J. K. & M. Burgoon (1980). "Predictors of Newspaper Readership." Journalism Quarterly, 57, pp. 589-596.
- LaRose, Robert & David Atkin (1998a). "Understanding Cable Subscribership as Telecommunications Bahavior." Telematics and Informatics, 5(4), pp. 377-388. ——(1998b). "Satisfaction, Demographic, and Media Environment Predictors of Cable Subscription." Journal of Broadcasting & Electronic Media, 32(4), pp. 403-413.
- Metzger, Gale D. (1983). "Cable Television Audiences." Journal of Advertising Research, 23(4), pp. 41-47.
- Palmgreen, P. & J. D., Rayburn II (1985). "A Comparison of Gratification Models of Media Satisfaction." Communication Monographs.



# 附錄 A 量化前焦點團體座談會討論題綱



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究

96 年度臺北市有線電視系統業者服務品質  
暨訂戶滿意度調查研究  
FGD 焦點團體座談會討論題綱

G070702

Final Version (August 9, 2007)

❖ 開場白(2~3 MIN.)

開始前助理請與會者填寫基本資料："這是為你準備的筆和紙，麻煩你將你的姓名、年齡、教育程度、職業勾寫下來；如果你還有任何需要，也請你不用客氣告訴我們。"

大家好!

很高興請各位參加我們這個討論會。今天要麻煩大家花兩個小時的時間參與整個討論，为了不使各位感覺太辛苦，我們特別準備了點心與茶水，各位不要客氣，盡量享用，若有不足，我還可以請同事再為各位添加！現在我想跟各位說明一些這種以研究為目的討論會的基本原則，如果你同意這些原則，那麼我們就依循這些原則進行；如果你不同意這些原則，可以提出來與我溝通。今天請大家來參加這個討論會，主要是因為目前我們正在進行一項有關臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度的調查，希望了解您對有線電視系統業者提供各項服務的滿意度。等一下開始討論時，我要請大家回到你內心深處，與我們一起分享你的看法。在討論各項主題時，我會先請大家自由發揮，然後再提供給大家一些其他人可能的想法，供各位參考。

在今天的討論過程中，對我來說，各位每個人說的每個字都非常重要，錯過任何一個字，對我來說都是很大的損失，當別人正在說及某一個觀點時，你腦海中若突然激發出一個非常有趣的想法或感覺，迫不及待的想要說出來時，希望你完全依你個人的想法或感覺說出來，不要給與任何的修飾；最好的模式是，你腦海中是如何思考的，就直接說出來；不要去思考這樣說是不是錯了？這件事情可能並不重要？任何你可能有的想法或感覺，對我來說都是正確的，都是非常重要的。此外，我希望各位會經常有這種感覺，因為那表示你的心在這，我會請其中一位暫緩一下發言，若這個人是你，請千萬不要忘記你想要說的話，也不要急切的跟你座位左右的人，分享你不吐不快的寶貴意見；我不會忘記你有話要說的，一定會儘快給你一吐為快的機會。

現在讓我們回想一下，剛才提到我希望你們不要修飾任何心理想講的話；不要幾個人一起發言；不要避諱表達你不同意的意見；其他還有什麼？另外，在這兩個小時裡面，我們所討論的僅止於這扇門內的世界，除了洗手間是在外面右轉再右



轉進去，你如果有需要，不需舉手，自行前往即可，只要記得快去快回就是了。但我所謂的討論僅限於門內的意思是，我們關心的僅是你本人，你的想法、感覺、與行為；任何你的好朋友、父母、甚至一般人，不管他是誰？都不重要，重要的是你自己的意見。

最後，在你進來時，會在桌上看到的一份蓋洛普公司的簡單聲明，在現場我們有同步錄影，因為我個人的記憶有限，我們不希望遺漏任何在座各位的寶貴意見；如果我在現場做筆記，就很難專心與各位討論，所以在此聲明希望徵得大家的同意。同時，在座各位面前都有名牌，我就不請大家自我介紹了，相信等我們開始討論，我們彼此會有很多機會更熟悉。

## 大綱

- ❖ 有線電視裝機率 (15MIN.)
- ❖ 頻道內容節目滿意度 (20MIN.)
- ❖ 服務品質滿意度 (40MIN.)
- ❖ 收費服務相關問題 (15MIN.)
- ❖ 臺北市有線電視公用頻道節目收視情形 (10MIN.)
- ❖ 有線數位電視及中華電信 MOD 的認知程度及裝機意願 (25MIN.)

## ❖ 有線電視裝機率 (15MIN.)

1. 首先想請各位分別談談，當初家中申裝有線電視的原因為何？目前家中有幾臺電視可收看有線電視節目？如有裝設分機，是自己、請水電行、還是由有線電視公司裝設的？

## ❖ 頻道內容滿意度 (30MIN.)

2. 請問，您對目前有線電視系統業者提供的頻道種類或數量是否滿意？(主持人請追問滿意/不滿意的原因)
3. 請問，您所收看的有線電視頻道臺位置，有沒有發生過被任意調動的情況？請說明。
4. 請問，在有線電視節目內容及品質還有沒有其他令您滿意的地方？您認為還有沒有需要加強的地方？是什麼？  
主持人請追問情況與原因
- 4.1. (續問認為需加強者) 您覺得該如何加強？

## ❖ 服務品質滿意度 (40MIN.)

接下來，我想和各位來聊聊有線電視系統業者服務品質相關的一些問題。

7. 請問，您覺得有哪幾類頻道常有廣告蓋臺情形出現？您可以接受這種情形嗎？是否有造成您的困擾呢？  
主持人請追問情況與原因
6. 請問，您在收看有線電視時，有沒有出現插入跑馬燈廣告？您可以接受這種情形嗎？是否有造成您的困擾呢？  
主持人請追問情況與原因
7. 請問，您家中有線電視系統業者所提供的裝機維修服務，有沒有令您感到滿意的地方？您認為還有哪些需要加強的地方呢？  
主持人追問情況與原因，並可針對裝機維修技術、過程、服務態度等方向進行討論
- 7.1. (續問認為需加強者) 您覺得該如何加強？
8. 請問，您有沒有打電話到有線電視系統詢問相關問題的經驗？有沒有令您感到滿意的地方？您認為還有哪些需要加強的地方呢？
9. 請問，家中有線電視系統業者所提供的訊號品質有沒有令您感到滿意的地方？您認為還有哪些需要加強的地方呢？(主持人追問情況與原因)
- 9.1. (續問認為需加強者) 您覺得該如何加強？

## ❖ 收費服務相關問題 (15MIN.)

再來，是一些有線電視收費相關問題。

10. 請問，家中有線電視系統業者所提供的收費服務有沒有令您感到滿意的地方？您認為還有哪些需要加強的地方呢？(主持人追問情況與原因，並可針對收費方式、過程、服務態度等方向進行討論)

10.1. (續問認為需加強者) 您覺得該如何加強？

11. 請問，目前家中有線電視系統之價格，您覺得滿不滿意？原因為何？

11.1. 目前家中有線電視系統業者所提供之收費管道，相對於所提供之內容與服務，您覺得滿不滿意？

11.2. 目前家中有線電視系統業者所提供之收費方式/程序，您覺得滿不滿意？

再過來，想請您談談對臺北市有線電視公用頻道節目之看法

## ❖ 臺北市有線電視公用頻道節目收視情形 (10MIN.)

12. 請問，公用頻道之節目，您覺得滿不滿意？原因為何？

12.1 您願不願意提供自製的節目在公用頻道上播放？為什麼？

## ❖ 有線數位電視及中華電信 MOD 的認知程度及裝機意願 (25MIN.)

數位機上盒(Set-top box)是一個可以接收數位電視節目及互動資訊服務的設備，有線電視收視戶加裝數位機上盒後，除了原有無線、有線電視頻道不變外，還新增了一些加值內容，例如：數位電視節目、音樂、互動資訊服務等等。如果收視戶加裝第 1 臺數位機上盒，將由業者免費提供；第 2 臺及以上，如果訂戶加購付費頻道或任一項加值服務，則免費借用；第 2 臺及以上不管數位機上盒採押借、租用或買斷等付費方式，付費頻道費用都依頻道數成倍數遞減。

13. 請問，您對目前有線數位電視服務的看法？

13.1 您家中目前是否有裝設有線電視數位機上盒？

13.1.1(追問訂戶)對於所提供之內容與服務，您覺得滿不滿意？為什麼？

13.2 您覺得以上所說明的收費的方式是否合理？為什麼？

13.3 請問您未來是否有意願裝設數位機上盒？為什麼？



目前中華電信推出多媒體隨選視訊(MOD)的服務，用戶必須具備電視機及 Hinet ADSL 線路，中華電信則提供免費機上盒等相關設備。目前的基本頻道收視費用每月每戶新臺幣 160 元，其內容包括優新聞、優娛樂、無線電視五臺、客家電視、原住民電視、大愛電視、等共 33 個免費頻道，另外消費者可以根據個人需求，隨選隨看其他付費頻道，收看的費用每月隨電話帳單收取。

14. 請問，您對中華電信 MOD 服務的看法？

14.1 您家中目前是否為中華電信 MOD 的訂戶？

14.1.1(追問訂戶)對於所提供之內容與服務，您覺得滿不滿意？為什麼？

14.2 請問您認為收費的方式是否合理？為什麼？

14.3 請問您未來是否有意願訂購中華電信 MOD？為什麼？

❖ 結束

## 附錄 B 神秘客調查問卷



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究





## 一、神秘客電話調查問卷

## 「臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度調查

Version II (August 31, 2007)

1. 接聽電話的速度？(客服人員接聽速度時間計算，以按下轉接服務人員代碼後開始計算) (權重： 10%)

- 1.電話在 6 響內接通，且客服人員在 9 秒內接聽(10 分)
- 2.電話在 6 響內接通，且客服人員在 10 秒至 19 秒內接聽(8 分)
- 3.電話在 6 響內接通，且客服人員在 20 秒至 29 秒內接聽(6 分)
- 4.電話在 6 響內接通，但超過 30 秒客服人員仍無法接聽(5 分)
- 5.電話超過 6 響接通，接通後客服人員在 9 秒內接聽(7 分)
- 6.電話超過 6 響接通，接通後客服人員在 10 秒至 19 秒內接聽(4 分)
- 7.電話超過 6 響接通，接通後客服人員在 20 秒至 29 秒內接聽(3 分)
- 8.電話超過 6 響接通，且超過 30 秒客服人員仍無法接聽(2 分)
- 9.電話故障(1 分)

2. 請問，你這邊是\_\_\_\_\_有線電視嗎？

- |                                  |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|
| <input type="radio"/> 1.陽明山有線電視  | <input type="radio"/> 2.萬象有線電視  |
| <input type="radio"/> 3.大安文山有線電視 | <input type="radio"/> 4.新臺北有線電視 |
| <input type="radio"/> 5.麗冠有線電視   | <input type="radio"/> 6.寶福有線電視  |
| <input type="radio"/> 7.聯維有線電視   | <input type="radio"/> 8.金頻道有線電視 |
| <input type="radio"/> 9.長德有線電視   |                                 |

3. 客服人員接電話時，主動清楚完整地說明公司名稱？(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 5%)

\_\_\_\_\_分

4. 客服人員接電話時，主動清楚完整地自報編號或姓氏/名字？(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 5%)

\_\_\_\_\_分

5. 客服人員接電話時，有主動地說「您好」或「很高興為您服務」等禮貌性用語？(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 5%)

\_\_\_\_\_分



### 針對 9 家有線電視系統業者(不含中華電信 MOD)

#### ⇒ 狀況 1

訪員主動說明：我想請教一下，我家的有線電視有時候電視畫面會突然停住(停格)過幾秒鐘又恢復正常，有時候很久都是這樣，怎麼會這樣？

像前一陣子下大雨時，就會這樣子，電視畫面就怪怪的。

訪員請注意：(如果服務人員詢問電話或地址) 我想先瞭解這個問題跟天氣有沒有關係？還是有其他因素可以自己先解決？

訪員請注意：(視服務人員的反應) 如果這個情形再繼續，我會再跟你們連絡，請你們過來處理。

#### ⇒ 狀況 2

訪員請說明：我想反映一下，你們有線電視自己做的廣告打的實在太兇了，都廣告蓋臺。這樣我們看電視都很痛苦。

訪員請注意：(視服務人員的反應，繼續進行抱怨)電視看到一半，突然被切斷，跳出你們的廣告，聲音又很大，品質也比不上一般電視廣告，這樣我們收視戶權益根本沒被保障？

你們可不可以不要再插播廣告了啊！

#### ⇒ 狀況 3

訪員請說明：我想反映，在看電視的時候畫面上方都會有你們有線電視自己做的跑馬燈，一些畫面的邊邊都被遮住看不到了。

訪員請注意：(視服務人員的反應)我們家不要再看到跑馬燈了！你們可不可以不要再打跑馬燈了！

#### ⇒ 狀況 4

訪員請說明：我想反映一點，你們在打電話通知忘記繳費的客戶時，可不可以保留一點彈性？不要才超過一、二天沒繳，就急著打電話通知。而且服務人員的口氣，並不是很有禮貌。

訪員請注意：(視服務人員的反應)有時候都已經去補繳了，還是接到催收電話，感覺真的很不好。你們在打電話之前，沒有先 **Check** 一下嗎？

訪員請注意：(視服務人員的反應) 麻煩你跟公司反映，稍微注意一下這方面的處理，好嗎？謝謝！(掛掉電話)

#### ⇒ 狀況 5

訪員請說明：我想請問一下，如果要訂你們公司的有線電視，請問裝機費



和每個月的月費是多少錢？

訪員請注意：(如果服務人員詢問電話和地址)因為剛搬到這個地方，打算要裝，所以問看看價格？除了每月繳，還有什麼選擇（如季繳、半年繳、年繳）跟優惠？請問我們可以先看了，滿意的話再付錢嗎？

訪員請注意：那你們提供哪些繳費方式？我可以自己選擇適合的繳費方式嗎？

#### ⇒ 狀況 6

訪員請說明：我想請問一下，為什麼我家有線電視 70 臺以後的影像都比較模糊，我想了解為什麼會這樣？

訪員請注意：這是不是跟線路可能被偷接有關，還是有其他原因？

訪員請注意：(如果服務人員詢問電話和地址) 我想自己再查查看其他鄰居使用情形，如果發現有問題，再主動跟你們連絡。

#### ⇒ 狀況 7

訪員請說明：我想請問一下，如果要裝數位機上盒，要怎麼裝，那多少錢？

訪員請注意：那這個數位機上盒一定要你們來裝，還是我們可以自己裝？

訪員請注意：(如果服務人員詢問電話和地址)我只是先問一下，那我知道了，我再考慮看看，謝謝。

#### ⇒ 狀況 8

訪員請說明：我想請教一下，我家電視最近有幾臺常會沒畫面，然後寫「正在蒐尋衛星訊號」，怎麼會這樣？

訪員請注意：(視服務人員反應) 好像大部份都是我在看 XX 臺與 XX 臺時，發生情況較多，可是這應該是你們系統業者的問題吧！。

訪員請注意：(如果服務人員詢問電話和地址)這個問題跟住在哪裡有關嗎？應該全面檢討，一起解決，不是嗎？

#### ⇒ 狀況 9

訪員請說明：我想反映一點，是我們家目前是採用去便利商店繳費的方式，但是我們都沒有收到你們寄來的繳費通知單，也沒有電話通知，結果就給我們斷線？

訪員請注意：(如果服務人員詢問電話和地址)反正線剪了就算了，我們可能會考慮申請中華電信的 MOD，我只是對這樣的情況非常不能諒解，這樣的客戶服務實在太差了。

訪員請注意：(視服務人員反應)再說好了，除非你們公司可以針對這個疏



失提供優惠價？有需要我會再主動跟你們連絡。

⇒ 狀況 10

訪員請說明：像我們家有兩臺（三臺）電視機，想要每臺電視都可以看，是不是要裝分機？那分機每個月要另外收錢嗎？（按照電視在同一樓層的標準問）

訪員請注意：想請問一下，你們裝機以後，如果線路壞了，來維修要不要另外收錢？（保固期是多久？）

6. 客服人員能夠在電話中提供有效的解答，或主動提出解決方式？(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 20%)

\_\_\_\_\_分

7. 客服人員有誠意並願意耐心地回答問題？(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 20%)

\_\_\_\_\_分

8. 客服人員具有專業能力，能夠清楚地了解問題的重心？(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 20%)

\_\_\_\_\_分

9. 客服人員在電話中回答問題時的態度及語調？(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 10%)

\_\_\_\_\_分

10. 結束時，客服人員說再見或其他禮貌性結束語的態度及完整性？(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 5%)

\_\_\_\_\_分

11. 訪員整體意見及特殊事件記錄：
-

## 二、神秘客現場測試問卷

「臺北市有線電視系統業者服務品質滿意度調查--神秘客現場測試」評分標準

Version II (August 31, 2007)

來府維修時間\_\_\_\_\_

維修人員姓氏\_\_\_\_\_

評分內容	
1. 維修速度(權重： 40%)	<input type="radio"/> 1. 維修人員能在打電話後 2 小時內來府維修。(10 分) <input type="radio"/> 2. 維修人員能在打電話後 2 小時以上，4 小時以內來府維修。(9 分) <input type="radio"/> 3. 維修人員能在打電話後 4 小時以上，6 小時以內來府維修。(8 分) <input type="radio"/> 4. 維修人員能在打電話後 6 小時以上，8 小時以內來府維修。(7 分) <input type="radio"/> 5. 維修人員能在打電話後 8 小時以上，10 小時以內來府維修。(6 分) <input type="radio"/> 6. 維修人員能在打電話後 10 小時以上，12 小時以內來府維修。(5 分) <input type="radio"/> 7. 維修人員能在打電話後 12 小時以上，18 小時以內來府維修。(4 分) <input type="radio"/> 8. 維修人員能在打電話後 18 小時以上，24 小時以內來府維修。(3 分) <input type="radio"/> 9. 維修人員能在打電話後 24 小時以上，30 小時以內來府維修。(2 分) <input type="radio"/> 10. 維修人員超過 30 小時仍未前來維修。(1 分)
2. 維修時檢查問題發生原因的工作態度(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 20%)	_____分
3. 發現沒有問題時，維修人員的態度(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 20%)	_____分
4. 維修人員的服裝儀容(訪員請注意：非常滿意為 10 分，非常不滿意為 1 分) (權重： 20%)	_____分

## 附錄 C 電話訪問問卷



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究



「臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度調查研究」問卷  
Version II (2007/8/31)

您好，我是蓋洛普民意調查的訪員，我姓\_\_\_\_\_，我們目前正在進行一項有關「臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度調查」，麻煩耽誤您幾分鐘時間，請教您一些問題。

S1. 請問，您這裏是公司/店家還是住宅？

1. 公司行號      2. 店家/店舖      3. 一般住宅

S2. 請問，您這裏是臺北市的哪一個行政區？

1. 中山區                      2. 大同區  
3. 松山區                      4. 中正區  
5. 萬華區                      6. 大安區  
7. 文山區                      8. 信義區  
9. 南港區                      10. 內湖區  
11. 士林區                      12. 北投區  
13. 不是臺北市                      99. 拒答

\*\*\*S2 回答選項 13/99 者，請結束訪問；其他情況請續問 S3 \*\*\*

S3. 請問，您的戶籍是否設在臺北市？

1. 是                      2. 不是

S4. 請問，您這裏目前有沒有裝設有線電視？

1. 有                      2. 沒有  
8. 不知道                      9. 拒答

S5. 性別 (訪員請自行記錄)

1. 男    2. 女

S6. 請問您的年齡: \_\_\_\_\_歲

\*\*\* S4 回答選項 1 且 S5 回答 19 歲及以下者，結束訪問；S4 回答  
 選項 2/8/9 者，跳至 Q28；其他情況續問 S7\*\*

S7. 請問，您有沒有參與這裏選擇有線電視系統業者決策、支付費用過程或向有線電視系統業者查詢、反應問題、要求維修的經驗？

1. 有  
2. 沒有 ——→ 可否請這裏有參與選擇有線電視系統業者決策、支付費用過程或向有線電視系統業者查詢、反應問題、要求維



修經驗的人來接受訪問，謝謝!

\*\*\*S7 回答選項 1 者，請續問 S8；回答選項 2 者，結束訪問\*\*\*

S8. 請問，您這裏有線電視的裝設方式為何？

- 1. 自行與業者簽約的獨立線路  
 ○2. 社區或大樓共同簽約的共同線路  
 ○3. 自行接線  
 ○4. 其他(請說明)\_\_\_\_\_
- 8. 不知道  
 ○9. 拒答

S9. 請問，您這裏目前是收看哪一個有線電視系統？(本題為單選，若受訪者家中有二家以上有線電視系統，請以最主要使用的一家為準)

- 1. 長德  
 ○2. 金頻道  
 ○3. 寶福  
 ○4. 聯維  
 ○5. 萬象  
 ○6. 大安文山  
 ○7. 新臺北  
 ○8. 麗冠  
 ○9. 陽明山  
 ○10. 中華電信 MOD  
 ○98. 不知道  
 ○99. 拒答

\*\*\*S9 回答選項 98/99 者，請結束訪問；其他情況請續問 Q1 \*\*\*

首先，想請教您這裏裝設的這家有線電視系統業者，在頻道及節目內容服務的情形

1. 請問，您覺得這家有線電視系統業者所提供的頻道數量，是太多、太少、還是剛剛好？

- 1. 太多  
 ○2. 太少  
 ○3. 剛剛好  
 ○8. 不知道  
 ○9. 拒答

2. 請問，在過去一年內，您對有線電視系統業者所提供的頻道種類，滿不滿意？(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意  
 ○2. 滿意  
 ○3. 不滿意  
 ○4. 非常不滿意  
 ○8. 不知道  
 ○9. 拒答

3. 請問，在過去一年內，您這裏所收看的有線電視頻道臺位置，有沒有發生過被任意調動的頻率？(訪員請注意：若受訪者回答有，請追問是經常、偶爾，還是很少)

- 1. 經常  
 ○2. 偶爾  
 ○3. 很少  
 ○4. 從來沒有





- 8. 不知道                      ○9. 拒答

4. 請問，在過去一年內，您對這家有線電視系統業者所安排的頻道順序滿不滿意？(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意                      ○2. 滿意  
○3. 不滿意                      ○4. 非常不滿意  
○8. 不知道                      ○9. 拒答

5. 請問，整體而言，在過去一年內，您對有線電視頻道的節目內容及品質滿不滿意？(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意                      ○2. 滿意  
○3. 不滿意                      ○4. 非常不滿意  
○8. 不知道                      ○9. 拒答

以下，想請教您對這家有線電視系統業者服務品質的相關問題

6. 請問，在過去一年內，您在這裏收看有線電視節目時，有沒有發生有線電視系統業插入跑馬燈廣告的情況？(訪員請注意：若受訪者回答有，請追問是經常、偶爾，還是很少)

- 1. 經常                      ○2. 偶爾  
○3. 很少                      ○4. 從來沒有  
○8. 不知道                      ○9. 拒答

7. 請問，在過去一年內，您在這裏收看有線電視節目時，有沒有出現廣告蓋臺，也就是插播廣告(打斷原來廣告，插入本地或其他廣告)的情況？(訪員請注意：若受訪者回答有，請追問是經常、偶爾，還是很少)

- 1. 經常                      ○2. 偶爾  
○3. 很少                      ○4. 從來沒有  
○8. 不知道                      ○9. 拒答

8. 請問，在過去一年內，您有沒有因為這裏的有線電視故障，請業者來維修的經驗？

- 1. 有                      ○2. 沒有  
○8. 忘記了/不知道                      ○9. 拒答

\*\*\*Q8 回答選項 1 者，請續問 Q9；其他情況請跳問 Q12\*\*\*

9. 請問，整體而言，您對於有線電視系統業者，在接到您的通知後，到這裏維修的速度滿不滿意？(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)



- 1. 非常滿意                      ○2. 滿意  
○3. 不滿意                        ○4. 非常不滿意  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

10. 請問，您對於有線電視系統業者，派來維修的服務人員的服務態度滿不滿意？  
(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意                      ○2. 滿意  
○3. 不滿意                        ○4. 非常不滿意  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

11. 請問，您對於有線電視系統業者，派來維修的服務人員維修的能力滿不滿意？  
(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意                      ○2. 滿意  
○3. 不滿意                        ○4. 非常不滿意  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

12. 請問，在過去一年內，您有沒有針對這裏的有線電視，打電話到有線電視系統業者，詢問相關問題的經驗？

- 1. 有                                ○2. 沒有  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

\*\*\*Q12 回答選項 1 者，請續問 Q13；其他情況請跳問 Q16\*\*\*

13. 請問，整體而言，您對於有線電視系統業者，電話服務人員接聽電話的速度滿不滿意？(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意                      ○2. 滿意  
○3. 不滿意                        ○4. 非常不滿意  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

14. 請問，您對於有線電視系統業者，電話服務人員接聽電話的態度滿不滿意？  
(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意                      ○2. 滿意  
○3. 不滿意                        ○4. 非常不滿意  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

15. 請問，您對於有線電視系統業者，電話服務人員回答問題或幫您進行後續處理的能力滿不滿意？(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿

意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意                      ○2. 滿意  
○3. 不滿意                        ○4. 非常不滿意  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

16. 請問，在過去一年內，您這裏的有線電視出現訊號中斷的狀況時，您對有線電視系統業者在斷訊後的處理滿不滿意？(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)？

- 1. 非常滿意                      ○2. 滿意  
○3. 不滿意                        ○4. 非常不滿意  
○5. 沒有斷訊過  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

以下，想請教您一些有線電視收費的相關問題

17. 您覺得目前您這裏有線電視的費用合不合理？(訪員請注意：若受訪者回答合理，請追問程度為非常合理或合理；若受訪者回答不合理，請追問程度為不合理或非常不合理)

- 1. 非常合理                      ○2. 合理  
○3. 不合理                        ○4. 非常不合理  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

18. 請問，目前有線電視提供的頻道數量約為 100 個頻道，在頻道數量、品質與有線電視系統業者服務品質維持目前水準的情況下，您覺得合理的有線電視收費，每月應為多少錢？

- 1. 300 元及以下                ○2. 301-350 元  
○3. 351-400 元                    ○4. 401-450 元  
○5. 451-500 元                    ○6. 501-550 元  
○7. 551 元以上  
○98. 不知道                        ○99. 拒答

19. 請問，您這裏目前是多久繳交一次有線電視收視費用？

- 1. 月繳                            ○2. 季繳  
○3. 半年繳                        ○4. 年繳  
○5. 其他（請說明）\_\_\_\_\_  
○8. 不知道                        ○9. 拒答

20. 請問，您這裏目前是以哪一種方式繳交有線電視的費用？

- 1. 由有線電視系統業者派人到府收費    ○2. 自行到有線電視



## 系統業者處繳費

- 3. 以信用卡繳費  
○4. 到便利商店繳費  
○5. 以郵政劃撥方式繳費  
○6. 銀行郵局轉帳  
○7. 其他（請說明）\_\_\_\_\_

○8. 不知道  
○9. 拒答

21. 請問，整體而言，您對這家有線電視系統業者所提供的各項服務表現感到滿不滿意？(包含所提供的頻道、節目內容與品質、收訊品質、維修、收費、客戶服務等各項表現)(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意  
○2. 滿意  
○3. 不滿意  
○4. 非常不滿意  
○8. 不知道  
○9. 拒答

以下，想請教您一些有關公用頻道收視的問題

訪員請說明：臺北市的公用頻道是設在第 3 頻道，由臺北市有線電視系統業者免費提供給政府機關、學校、團體及市民大眾作非營利之公益使用的頻道。公用頻道播送的節目，由輪值的有線電視系統業者接受申請，審核後免費播放。

22. 請問，在過去一年內，您有沒有看過第 3 頻道，也就是公用頻道？(訪員請注意：若受訪者回答有，請追問是經常看、偶爾看，還是很少看)

- 1. 從來沒看過  
○2. 很少看  
○3. 偶爾看  
○4. 經常看  
○8. 不知道  
○9. 拒答

\*\*\*Q22 回答選項 2/3/4 者，請續問 Q23；其他情況請跳問 Q24 \*\*\*

23. 請問，整體而言，您對第 3 頻道，也就是公用頻道的各項節目，滿不滿意？(訪員請注意：若受訪者回答滿意，請追問程度為非常滿意或滿意；若受訪者回答不滿意，請追問程度為不滿意或非常不滿意)

- 1. 非常滿意  
○2. 滿意  
○3. 不滿意  
○4. 非常不滿意  
○8. 不知道  
○9. 拒答

24. 請問您未來可不可能提供自製的節目，在第 3 頻道，也就是公用頻道播出？(訪員請注意：若受訪者回答可能，請追問程度為非常可能或可能；若受訪者回答不可能，請追問程度為不可能或非常不可能)

- 1. 非常可能  
○2. 可能  
○3. 不可能  
○4. 非常不可能  
○8. 不知道  
○9. 拒答





而取消訂購有線電視？

- 1. 會  
○8. 不知道  
○2. 不會  
○9. 拒答

最後，請教您一些個人的基本資料，我們將僅使用這些資料做研究分析。

### 28. 教育程度

- 1. 小學及以下  
○3. 高(職)中  
○5. 大學  
○9. 拒答  
○2. 國(初)中  
○4. 專科  
○6. 研究所及以上

\*\*\*S4 回答選項 2/8/9 者，結束訪問；其他情況請續問 Q29\*\*\*

### 29. 家庭平均月收入(與其他同住在一起的家人收入全部加在一起)：

- 1. 19,999 元及以下  
○3. 30,000 元至 49,999 元  
○5. 70,000 元至 89,999 元  
○7. 110,000 元至 129,999 元  
○9. 150,000 元及以上  
○98. 不知道/不一定  
○2. 20,000 元至 29,999 元  
○4. 50,000 元至 69,999 元  
○6. 90,000 元至 109,999 元  
○8. 130,000 元至 149,999 元  
○99. 拒答

### 30. 職業

- 1. 專門性、技術性有關人員(如律師、醫師、工程師、會計師、記者、大學教授)  
○2. 行政及主管人員 (如民意代表、政府/企業主管人員等)  
○3. 大中小型企業主/老闆  
○4. 自營商店老闆(如批發零售業、餐旅業自營業主、貿易代理商)  
○5. 受雇於私人企業一般職員  
○6. 公務機關佐理人員(如一般公務員、基層警員)  
○7. 買賣工作人員(如售貨員與銷售員等)  
○8. 服務工作人員(如餐旅、美容服務工作人員等)  
○9. 農、林、漁、牧、狩獵工作人員  
○10. 生產及有關工人、運輸設備操作工及體力工  
○11. 現役軍人  
○12. 學生  
○13. 家管  
○14. 無(待)業  
○99. 拒答



31. 請問，您家中目前就讀國中的人數有\_\_\_\_\_人

我們的訪問到此全部結束，謝謝您接受我們的訪問



## 附錄 D 量化後焦點團體座談會討論題綱--訂戶



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究



96 年度臺北市有線電視系統業者服務品質  
暨訂戶滿意度調查研究  
第三階段 FGD 焦點團體座談會討論題綱

G070702

Version II (September 30 , 2007)

❖ 開場白(2~3 MIN.)

開始前助理請與會者填寫基本資料："這是為你準備的筆和紙，麻煩你將你的姓名、年齡、教育程度、職業勾寫下來；如果你還有任何需要，也請你不用客氣告訴我們。"

大家好!

很高興請各位參加我們這個討論會。今天要麻煩大家花兩個小時的時間參與整個討論，為了不使各位感覺太辛苦，我們特別準備了點心與茶水，各位不要客氣，盡量享用，若有不足，我還可以請同事再為各位添加！現在我想跟各位說明一些這種以研究為目的討論會的基本原則，如果你同意這些原則，那麼我們就依循這些原則進行；如果你不同意這些原則，可以提出來與我溝通。今天請大家來參加這個討論會，主要是因為目前我們正在進行一項有關臺北市有線電視系統業者服務品質暨訂戶滿意度的調查，希望了解您對有線電視系統業者提供各項服務的滿意度。等一下開始討論時，我要請大家回到你內心深處，與我們一起分享你的看法。在討論各項主題時，我會先請大家自由發揮，然後再提供給大家一些其他人可能的想法，供各位參考。

在今天的討論過程中，對我來說，各位每個人說的每個字都非常重要，錯過任何一個字，對我來說都是很大的損失，當別人正在說及某一個觀點時，你腦海中若突然激發出一個非常有趣的想法或感覺，迫不及待的想要說出來時，希望你完全依你個人的想法或感覺說出來，不要給與任何的修飾；最好的模式是，你腦海中是如何思考的，就直接說出來；不要去思考這樣說是不是錯了？這件事情可能並不重要？任何你可能有的想法或感覺，對我來說都是正確的，都是非常重要的。此外，我希望各位會經常有這種感覺，因為那表示你的心在這，我會請其中一位暫緩一下發言，若這個人是你，請千萬不要忘記你想要說的話，也不要急切的跟你座位左右的人，分享你不吐不快的寶貴意見；我不會忘記你有話要說的，一定會儘快給你一吐為快的機會。

現在讓我們回想一下，剛才提到我希望你們不要修飾任何心理想講的話；不要幾個人一起發言；不要避諱表達你不同意的意見；其他還有什麼？另外，在這兩個小時裡面，我們所討論的僅止於這扇門內的世界，除了洗手間是在外面右轉再右



轉進去，你如果有需要，不需舉手，自行前往即可，只要記得快去快回就是了。但我所謂的討論僅限於門內的意思是，我們關心的僅是你本人，你的想法、感覺、與行為；任何你的好朋友、父母、甚至一般人，不管他是誰？都不重要，重要的是你自己的意見。

最後，在你進來時，會在桌上看到的一份蓋洛普公司的簡單聲明，在現場我們有同步錄影，因為我個人的記憶有限，我們不希望遺漏任何在座各位的寶貴意見；如果我在現場做筆記，就很難專心與各位討論，所以在此聲明希望徵得大家的同意。同時，在座各位面前都有名牌，我就不請大家自我介紹了，相信等我們開始討論，我們彼此會有很多機會更熟悉。

## 大綱

- ❖ 頻道及節目內容滿意度 (35MIN.)
- ❖ 服務品質滿意度 (50MIN.)
- ❖ 收費服務相關問題 (35MIN.)

### ❖ 頻道及節目內容滿意度 (35MIN.)

1. 請問，您認為目前有線電視系統業者提供的頻道種類或數量有哪些需要改進的地方？

**Probe:** 請問您希望業者在頻道種類或數量上，可以提供哪些選擇方案？

2. 請問，您所收看的有線電視頻道臺位置，有沒有發生過被任意調動的情況？請說明。

**Probe:** 如果有此情況，您認為業者應該用什麼方法通知或處理頻道位置調動情形？

3. 請問，在有線電視節目內容及品質有沒有需要加強的地方？是什麼？

**Probe:** 請具體說明需要改進的頻道名稱及原因，或您建議改進的方向。

### ❖ 服務品質滿意度 (50MIN.)

接下來，我想和各位來聊聊和有線電視系統業者服務品質相關的一些問題。

4. 請問，您覺得有哪幾類頻道常有廣告蓋臺情形出現？您可以接受這種情形嗎？是否有造成您的困擾呢？

**Probe:** 主持人請追問情況與原因

5. 請問，您在收看有線電視時，有沒有出現插入不是新聞的跑馬燈廣告？您可以接受這種情形嗎？是否有造成您的困擾呢？

**Probe:** 主持人請追問情況與原因

6. 請問，您家中有線電視系統業者所提供的裝機維修服務，有哪些需要加強的地方呢？

**Probe:** 主持人追問情況與原因，並可針對裝機維修技術、過程、服務態度等方向進行討論

7. 請問，您有沒有打電話到有線電視系統詢問相關問題的經驗？您認為有哪些需要加強的地方呢？

8. 請問，家中有線電視系統業者所提供的訊號品質如何？您認為還有哪些需要加強的地方呢？(主持人追問情況與原因)

8.1. 您覺得該如何加強？

8.2. 您會不會主動通知業者處理？您對業者的回應態度及處理方式滿不滿意？請說明原因

❖ 收費服務相關問題（35MIN.）

再來，是一些有線電視收費相關問題。

9. 請問，家中有線電視系統業者所提供的收費服務， 有哪些需要加強的地方呢？(主持人追問情況與原因，並可針對收費方式、過程、服務態度等方向進行討論)
- 9.1. 您覺得該如何加強？
10. 請問，目前家中有線電視系統之價格，有哪些需要加強的地方？
- 10.1. 目前家中有線電視系統業者所提供之收費管道，相對於所提供之內容與服務，您覺得滿不滿意？
- 10.2. 目前家中有線電視系統業者所提供之收費方式/程序，有哪些需要加強的地方？
11. 整體而言，您認為有線電視系統業者的服務，還有哪些改進的空間？
- Probe:** 還有沒有其他您認為有線電視系統業者可以提供的服務？

❖ 結束

# 附錄 E 量化後焦點團體座談會討論題綱

## --有線電視系統業者與專家學者



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究



96 年度臺北市有線電視系統業者服務品質  
暨訂戶滿意度調查研究  
第三階段有線電視系統業者與專家學者焦點團體座談會  
討論題綱

G070702

Version II (August 31, 2007)

- ❖ 開場白暨調查介紹(5 MIN)
- ❖ 調查結果簡報(30 MIN)
  - ⇒ 研究目的、架構
  - ⇒ 研究方法與過程
  - ⇒ 調查結果：
    - 收視戶電訪調查
    - 神秘客電話及現場測試
- ❖ 討論綱要(80MIN.)
  - ⇒ 有線電視裝機率及收視行為
  - ⇒ 頻道內容滿意度
  - ⇒ 服務品質滿意度
  - ⇒ 收費標準
  - ⇒ 有線數位電視及多媒體隨選視訊(MOD)使用意願
- ❖ 結語(5 MIN)

## 附錄 F 電話訪問交叉分析表格



96年度台北市有線電視系統業者  
服務品質暨訂戶滿意度調查研究