

九十一年度
國民消費意識程度、消費行為
暨消費問題調查研究報告書

委託單位：行政院消費者保護委員會

執行單位：世新大學民意調查研究中心

中華民國九十一年十一月三十日

目 錄

第一章 緒論	
第一節 調查動機與目的.....	1
第二節 調查方法與過程.....	3
第三節 資料處理過程與步驟.....	5
第二章 樣本結構分析與歷年比較	
第一節 樣本結構分析.....	11
第二節 樣本結構分析之歷年比較.....	17
第三章 調查結果分析與歷年比較	
第一節 民眾對消費者保護機構和其相關措施的認知程度.....	21
第二節 民眾對公共場所、藥品、食品及電子商務安全的熟知度..	27
第三節 民眾的消費行為.....	38
第四節 民眾的消費行為.....	41
第五節 民眾對國內整體消費環境的看法及建議.....	46
第六節 調查結果之歷年比較.....	50
第四章 國民消費意見的交叉分析.....	60
第五章 青少年、成年人、高齡者之意見比較.....	73
第六章 焦點座談.....	98
第七章 結論與建議	
第一節 結論.....	104
第二節 建議.....	109
附錄	
附錄一 「九十一年度國民消費意識程度、消費行為暨消費問題調查」問卷...	112
附錄二 焦點座談與會人士名單.....	119

附表

附表 1 是否知道「消保會」和「消基會」不同與樣本結構交叉分析和檢定.....	120
附表 2 是否知道行政院消保會的 1950 服務專線與樣本結構交叉分析和檢定.....	121
附表 3 是否知道可用手機撥打 1950 專線與樣本結構交叉分析和檢定.....	122
附表 4 是否知道 1950 所打通縣市與樣本結構交叉分析和檢定.....	123
附表 5 是否有撥打 1950 專線與樣本結構交叉分析和檢定.....	124
附表 6 是否知道每年一月的消費者服務月和樣本結構交叉分析和檢定.....	125
附表 7 是否曾參加過消費者月活動與樣本結構交叉分析和檢定.....	126
附表 8 是否知道各縣市的消費者保護官和樣本結構交叉分析和檢定.....	127
附表 9 是否知道消保會的定型化契約和樣本結構交叉分析和檢定.....	128
附表 10 是否有簽訂過書面契約和樣本結構交叉分析與檢定.....	129
附表 11 是否有網路購物經驗與樣本結構交叉分析和檢定.....	130
附表 12 是否有申訴過和樣本結構交叉分析和檢定.....	131
附表 13 透過哪些管道申訴與樣本結構交叉分析和檢定.....	132
附表 14 申訴的政府部門與樣本結構基本分析和檢定.....	133
附表 15 向政府部門申訴的滿意度與樣本結構交叉分析和檢定.....	134
附表 16 消費環境改善程度與樣本結構交叉分析和檢定.....	135
附表 17 消費者保護環境的整體評分與樣本結構之交叉分析和檢定.....	136
附表 18 是否知道「消保會」與「消基會」不同與三項樣本結構之交叉分析.....	137
附表 19 是否知道行政院消保會的 1950 服務專線語三項樣本結構之交叉分析.....	138
附表 20 是否知道可用手機撥打 1950 專線與三項樣本結構之交叉分析.....	139
附表 21 是否知道中華民國消費者月的活動與三項樣本結構之交叉分析.....	140
附表 22 是否知道各縣市政府有消費者保護官與三項樣本結構之交叉分析.....	141
附表 23 是否會注意場所安全與三項樣本結構之交叉分析.....	142
附表 24 是否會注意食品標示與三項樣本結構之交叉分析.....	143
附表 25 是否會注意藥品標示與三項樣本結構之交叉分析.....	144
附表 26 是否知道消保會的定型化契約與三項樣本結構之交叉分析.....	145
附表 27 是否有與業者簽定書面契約的經驗與三項樣本結構之交叉分析.....	146
附表 28 簽約時是否會注意契約問題與三項樣本結構之交叉分析.....	147
附表 29 是否有網路購物的經驗與三項樣本結構之交叉分析.....	148
附表 30 是否會注意網路購物安全與三項樣本結構之交叉分析.....	149
附表 31 是否有遇過消費詐欺的情況與三項樣本結構之交叉分析.....	150

附表32 是否有消費權益受損的經驗與三項樣本結構之交叉分析.....	151
附表33 當您的消費權益受損時是否有申訴與三項樣本結構之交叉分析.....	152
附表34 申訴管道與三項樣本結構之交叉分析.....	153
附表35 向政府部門申訴的結果的滿意度與三項樣本結構之交叉分析.....	154
附表36 國內消費環境的改善程度與三項樣本結構之交叉分析.....	155
附表37 知道消費者保護的資訊或內容的管道與三項樣本結構之交叉分析.....	156
附表38 政府應該優先加強的消費者保護工作與三項樣本結構之交叉分析.....	157
附表39 政府消費者保護工作整體表現之評分與三項樣本結構之交叉分析.....	158

圖目次

圖 2-1 受訪民眾居住區域圖形分析.....	12
圖 2-2 受訪民眾年齡資料圖形分析.....	13
圖 2-3 受訪民眾教育程度圖形分析.....	13
圖 2-4 受訪者職業圖形分析.....	14
圖 2-5 受訪民眾平均月收入圖形分析.....	15
圖 2-6 受訪民眾性別資料圖形分析.....	16
圖 2-7 受訪民眾教育程度之歷年比較.....	17
圖 2-8 受訪民眾職業之歷年比較.....	18
圖 2-9 受訪民眾個人月收入之歷年比較.....	19
圖 2-10 受訪民眾性別之歷年比較.....	20
圖 3-1 知道 1950 消費者服務專線的管道.....	22
圖 3-2 參與民眾知道消費者月活動的管道.....	25
圖 3-3 受訪民眾進出公共場所會注意的安全項目.....	28
圖 3-4 受訪民眾不會注意公共場所安全的原因.....	29
圖 3-5 受訪民眾在購買食品時會注意的標示.....	30
圖 3-6 受訪民眾不會注意食品標示的原因.....	31
圖 3-7 受訪民眾在購買藥品時會注意的標示.....	32
圖 3-8 受訪民眾不會注意藥品標示的原因.....	33
圖 3-9 受訪民眾在簽約時會注意的問題.....	35
圖 3-10 受訪民眾不會注意契約問題的原因.....	35
圖 3-11 受訪民眾在網路購物時會注意的問題.....	37
圖 3-12 受訪民眾曾遇過的消費詐欺情況.....	38
圖 3-13 受訪民眾在購物時會謹慎考慮的商品類別.....	39

圖 3-14 受訪民眾購物時會考慮的條件.....	40
圖 3-15 受訪民眾申訴的管道.....	42
圖 3-16 受訪民眾申訴的政府部門.....	42
圖 3-17 受訪民眾向政府部門申訴的滿意度.....	43
圖 3-18 受訪民眾向政府部門申訴曾遇過的問題.....	44
圖 3-19 受訪民眾不向政府部門申訴的原因.....	45
圖 3-20 受訪民眾申訴的非政府部門.....	45
圖 3-21 受訪民眾認為國內消費環境的改善程度.....	46
圖 3-22 受訪民眾認為消費者保護的責任歸屬.....	47
圖 3-23 受訪民眾得知消費者保護資訊的管道.....	48
圖 3-24 受訪民眾認為政府應優先加強的工作.....	49
圖 3-25 受訪民眾對於政府消保工作整體表現的評分.....	49
圖 5-1 是否知道「消保會」和「消基會」的不同與三大年齡層的交叉分析.....	73
圖 5-2 知道不知道 1950 全國性消費者服務專線已正式啟用與三大年齡層的交叉分析.....	74
圖 5-3 知道不知道可用手機播打 1950 消費者服務專線與三大年齡層的交叉分析.....	75
圖 5-4 知道不知道政府每年一月「中華民國消費者月」與三大年齡層的交叉分析.....	76
圖 5-5 知道不知道各縣市政府都設有「消費者保護官」與三大年齡層的交叉分析.....	76
圖 5-6 三大年齡層是否會注意公共場所的安全項目與三大年齡層交叉分析.....	77
圖 5-7 購買食品會注意的標示與三大年齡層的交叉分析.....	79
圖 5-8 是否會注意藥品標示與三大年齡層的交叉分析.....	81
圖 5-9 知道不知道行政院消保會的定型化契約範本與三大年齡層的交叉分析.....	83
圖 5-10 有沒有和業者簽定書面契約經驗與三大年齡層的交叉分析.....	84
圖 5-11 和業者簽定契約是否會注意與三大年齡層的交叉分析.....	85
圖 5-12 是否有網路購物經驗與三大年齡層的交叉分析.....	86
圖 5-13 網路購物時是否為注意與三大年齡層的交叉分析.....	87
圖 5-14 是否遇過消費詐欺和三大年齡層的交叉分析.....	88
圖 5-15 是否有消費權益受損經驗與三大年齡層的交叉分析.....	92
圖 5-16 消費權益受損時是否有申訴與三大年齡層的交叉分析.....	93
圖 5-17 申訴管道與三大年齡層的交叉分析.....	93
圖 5-18 國內消費環境有沒有改善與三大年齡層的交叉分析.....	95
圖 5-19 消費者保護工作的整體分數與三大年齡層的交叉分析.....	97

表目次

表 1-1 台閩地區民眾有效接通訪問結果表.....	4
表 1-2 台閩地區民眾非人為因素統計表.....	4
表 1-3 行政區代表檢定結果.....	7
表 1-4 性別代表檢定表.....	8
表 1-5 年齡代表檢定.....	8
表 2-1 受訪民眾居住縣市資料分析(人數及百分比).....	11
表 2-2 受訪民眾居住區域資料分析(人數及百分比).....	12
表 2-3 受訪民眾年齡資料分析(人數及百分比).....	12
表 2-4 受訪民眾教育程度分析(人數及百分比).....	13
表 2-5 受訪民眾職業分析(人數及百分比表).....	14
表 2-6 受訪民眾平均月收入(人數及百分比).....	15
表 2-7 受訪民眾性別資料分析(人數及百分比).....	16
表 2-8 受訪民眾教育程度之歷年比較.....	17
表 2-9 受訪民眾職業之歷年比較.....	18
表 2-10 受訪民眾平均月收入之歷年比較.....	19
表 2-11 受訪民眾性別之歷年比較.....	20
表 3-1 受訪民眾是否知道「消保會」和「消基會」是不同的機構.....	21
表 3-2 受訪民眾是否知道 1950 消費者服務專線.....	21
表 3-3 知道 1950 消費者服務專線的管道.....	22
表 3-4 受訪民眾是否知道手機可以撥打 1950 專線.....	23
表 3-5 受訪民眾是否知道 1950 的接通縣市.....	23
表 3-6 受訪民眾是否撥打過 1950 服務專線.....	23
表 3-7 受訪民眾對於 1950 專線的滿意度.....	24
表 3-8 受訪民眾是否知道中華民國消費者月有舉辦活動.....	24
表 3-9 受訪民眾是否曾參加過消費者月活動.....	24
表 3-10 參與民眾知道消費者月活動的管道.....	25
表 3-11 受訪民眾是否知道各縣市政府設有「消費者保護官」.....	26
表 3-12 受訪民眾是否知道定型化契約範本.....	26
表 3-13-1 受訪民眾是否會注意公共場所安全.....	27
表 3-13-2 受訪民眾進出公共場所會注意的安全項目.....	27
表 3-14 受訪民眾不會注意公共場所安全的原因.....	28

表 3-15-1 受訪民眾是否會注意食品標示.....	29
表 3-15-2 受訪民眾在購買食品時會注意的標示.....	30
表 3-16 受訪民眾不會注意食品標示的原因.....	31
表 3-17-1 受訪民眾是否會注意藥品標示.....	31
表 3-17-2 受訪民眾在購買藥品時會注意的標示.....	32
表 3-18 受訪民眾不會注意藥品標示的原因.....	33
表 3-19 受訪民眾是否會注意契約問題.....	34
表 3-20-1 受訪民眾在簽約時會注意的問題.....	34
表 3-20-2 受訪民眾在簽約時會注意的問題.....	34
表 3-21 受訪民眾不會注意契約問題的原因.....	35
表 3-22 受訪民眾是否有網路購物的經驗.....	36
表 3-23-1 受訪民眾是否會注意網路購物安全.....	36
表 3-23-2 受訪民眾在網路購物時會注意的問題.....	36
表 3-24-1 受訪民眾是否曾遇過的消費詐欺.....	38
表 3-24-2 受訪民眾曾遇過的消費詐欺情況.....	38
表 3-25 受訪民眾在購物時會謹慎考慮的商品類別.....	39
表 3-26 受訪民眾購物時會考慮的條件.....	40
表 3-27-1 受訪民眾是否有消費權益受損的經驗.....	41
表 3-27-2 受訪民眾是否有申訴的經驗.....	41
表 3-28 受訪民眾申訴的管道.....	41
表 3-29 受訪民眾申訴的政府部門.....	42
表 3-30 受訪民眾向政府部門申訴的滿意度.....	43
表 3-31 受訪民眾向政府部門申訴曾遇過的問題.....	44
表 3-32 受訪民眾不向政府部門申訴的原因.....	44
表 3-33 受訪民眾申訴的非政府部門.....	45
表 3-34 受訪民眾認為國內消費環境的改善程度.....	46
表 3-35 受訪民眾認為消費者保護的責任歸屬.....	47
表 3-36 受訪民眾得知消費者保護資訊的管道.....	47
表 3-37 受訪民眾認為政府應優先加強的工作.....	48
表 3-38 受訪民眾對於政府所為消保工作整體表現的評分.....	49
表 3-39 受訪民眾知不知道行政院消費者保護委員會的歷年比較.....	54
表 3-40 受訪民眾對於消保會或各縣市宣導活動參與度的歷年比較.....	51

表 3-41 受訪民眾是否會注意公共場所安全的歷年比較.....	51
表 3-42 受訪民眾會注意的場所安全項目之歷年比較.....	52
表 3-43 受訪民眾不會注意公共場所安全的原因之歷年比較.....	53
表 3-44 受訪民眾是否會注意「食品」標示和「藥品」標示的比較.....	54
表 3-45 受訪民眾是否會注意商品標示的歷年比較.....	54
表 3-46 受訪民眾購買食品或商品時會注意的標示之歷年比較.....	54
表 3-47 受訪民眾在簽約時會不會注意契約內容或問題之歷年比較.....	55
表 3-48 受訪民眾在簽約時會注意的問題之歷年比較.....	55
表 3-49 受訪民眾的申訴反應之歷年比較.....	56
表 3-50 受訪民眾申訴時會選擇的政府部門.....	56
表 3-51 受訪民眾向政府部門申訴時遇到的問題之歷年比較.....	57
表 3-52 受訪民眾認為消費環境的改善程度之歷年比較.....	58
表 3-53 受訪民眾取得消費者保護資訊的管道之歷年比較.....	58
表 3-54 受訪民眾取得消費者保護資訊的大眾傳播媒體.....	59
表 5-1 是否知道「消保會」和「消基會」的不同與三大年齡層的交叉分析.....	73
表 5-2 知道不知道 1950 全國性消費者服務專線已啟用與三大年齡層的交叉分析.....	74
表 5-3 知道不知道可用手機播打 1950 專線與三大年齡層的交叉分析.....	75
表 5-4 知道不知道每年一月「中華民國消費者月」與三大年齡層的交叉分析.....	75
表 5-5 知道不知道各縣市政府「消費者保護官」與三大年齡層的交叉分析.....	76
表 5-6 三大年齡層是否會注意公共場所安全與三大年齡層交叉分析.....	77
表 5-7 進出公共場所會注意的安全項目與三大年齡層的交叉分析.....	78
表 5-8 不會注意公共場所安全的原因與三大年齡層的交叉分析.....	78
表 5-9 購買食品是否會注意標示與三大年齡層的交叉分析.....	79
表 5-10 購買食品會注意的標示與三大年齡層的交叉分析.....	80
表 5-11 不會注意食品標示的原因與三大年齡層的交叉分析.....	80
表 5-12 是否會注意藥品標示與三大年齡層的交叉分析.....	81
表 5-13 購買藥品會注意的標示與三大年齡層的交叉分析.....	82
表 5-14 不會注意藥品標示的原因與三大年齡層的交叉分析.....	82
表 5-15 知道不知道行政院消保會的定型化契約範本與三大年齡層的交叉分析.....	83
表 5-16 有沒有和業者簽定書面契約經驗與三大年齡層的交叉分析.....	84
表 5-17 和業者簽定契約是否會注意與三大年齡層的交叉分析.....	85
表 5-18 和業者簽訂消費契約時會注意的問題與三大年齡層的交叉分析.....	85

表 5-19 是否有網路購物經驗與三大年齡層的交叉分析.....	86
表 5-20 網路購物時是否為注意與三大年齡層的交叉分析.....	87
表 5-21 網路購物會注意的問題與三大年齡層的交叉分析.....	88
表 5-22 是否遇過消費詐欺和三大年齡層的交叉分析.....	88
表 5-23 遇過的消費詐欺與三大年齡層的交叉分析.....	89
表 5-24 購買那些類別的商品會謹慎考慮後再決定購買與三大年齡層的交叉分析.....	90
表 5-25 購買商品或服務時會考慮那些條件後再決定購買與三大年齡層的交叉分析....	91
表 5-26 消費權益受損有沒有申訴與三大年齡層的交叉分析.....	92
表 5-27 申訴管道與三大年齡層的交叉分析.....	92
表 5-28 國內消費環境有沒有改善與三大年齡層的交叉分析.....	93
表 5-29 得知「消費者保護」資訊的管道與三大年齡層的交叉分析.....	94
表 5-30 消費者保護整體分數與三大年齡層的交叉分析.....	95
表 5-31 得知消費者保護資訊的管道與三大年齡層的交叉分析.....	96
表 5-32 消費者保護應優先加強的工作與三大年齡層的交叉分析.....	96
表 5-33 消費者保護工作的整體分數與三大年齡層的交叉分析.....	97
表 6-1 焦點座談資料.....	98

第一章 緒 論

第一節 調查動機與目的

資訊科技的進步使近年來消費型態多元化的發展，尤其銷售與服務管道不斷推陳出新，讓消費者有更多的機會比較商品與服務的優劣。不過消費管道的多元發展往往使保護消費者的相關規定無法跟上消費型態的轉變。

伴隨著經濟的高度發展，政治、社會、文化、教育等社會各層面也隨之調整，因此也直接或間接的影響到消費問題的變動。同時隨著經濟全球化、高齡人口逐年遽增及資訊科技的普及應用等現象，再再都改變了消費環境及整體的消費行為，因此也引發了許多消費者保護的新課題。根據消費者文教基金會所公佈的「90 年度 10 大消費新聞」，諸如電子商務交易型態挑戰了現有法令與制度之適用性、加入 WTO 引入多樣化商品加深消費選擇的複雜程度、人口老化改變消費需求結構等問題已經浮現在當今的台灣社會。

因此消費者保護所涉及的層面非常廣，涵蓋每一個人的食、衣、住、行、育、樂等各層面，雖然消費者文教基金會早在民國 69 年就已成立，但是層出不窮的消費問題依舊接踵而來。因此政府為因應消費時代的來臨，基於保護消費者權益，於民國 83 年 1 月 11 日公布施行消費者保護法，並於同年 7 月 1 日成立行政院消費者保護委員會，將消費者保護之理念與責任正式納入行政體系中，為我國推動消費者保護工作之一重要里程碑。

為落實消費者保護法的立意宗旨「保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質」，有必要針對青少年、成年及高齡民眾的消費意識程度及消費行為進行調查，以瞭解民眾對當前消費政策的知悉度及消費意識，將可作為當前消費政策的參考依據。

綜合而言，本年度研究計畫之研究目的，主要在於瞭解國民之一般消費保護意識程度、消費問題、及消費行為特徵。同時，就青少年、成年、高齡者等三大年齡層之消費意識程度、消費行為特徵及其消費問題等方面進行比較與分析，進而研擬其個別之消費者保護相關措施、對策。因此，本研究是以台灣地區 13 歲以上的民眾為調查對象，且本調查計畫的具體研究內容如下：

1. 瞭解國民之消費權益意識程度、消費行為以及消費問題，從中分析而得到其關聯性。
2. 分析比較青少年、成年人與高齡者對於消費者保護委員會的相關措施與消費者保護相關法規的瞭解程度，瞭解民眾認知與政策宣導之間的差異。
3. 分析比較青少年、成年人與高齡者之消費行為特徵以做為相關法規修正之參考。
4. 分析比較青少年、成年人與高齡者對於目前消費問題與消費環境的意見，並對其間的差異提出因應的對策與建議，以做為下階段政策實施之考量。

第二節 調查方法與過程

一、調查區域範圍

本研究之調查區域範圍為台閩地區，包括台北市、高雄市以及台灣省 21 縣市以及福建省金門縣、連江縣。

二、調查對象

本研究針對青少年、成年人以及高齡者等三個年齡層共訪問 3,000 個有效樣本。將台閩地區分為北部、中部、南部、東部以及福建等五區¹，各區預定的訪問成功樣本數依據內政部「內政統計年報」之民國 90 年底台閩地區人口年齡分配，按台閩地區 25 縣市 13 歲以上人口選取有效樣本數。

三、調查執行時間

自 91 年 9 月 28 日至 10 月 4 日晚上 6 時 30 分至 10 時於世新大學民意調查研究中心執行問卷調查。

四、調查方式

本研究資料的收集與分析方法採用問卷調查法，並以電腦輔助電話系統(Computer-Assisted Telephone Interview, CATI)進行資料收集。

五、抽樣方法

本研究以「90 年中華電信出版電話號碼簿」為抽樣母體，配合 CATI 系統進行分層比例抽樣。其依照所需的有效樣本數，按縣市別來抽選電話用戶。在選定的樣本戶中，以接電話且年滿 13 歲者為訪問對象。若受訪戶中並無符合受訪條件者，則中止訪問、重新尋找另一個合格樣本。凡是戶中無人接聽、佔線或受訪者不在等因素而無法完成訪問的對象，則於執行期間進行 3 次追蹤訪問，以提高達成率。

六、訪問結果

¹ 北部地區包括：宜蘭縣、基隆市、台北市、台北縣、桃園縣、新竹市與新竹縣等七縣市；中部地區包括苗栗縣、台中縣、台中市、南投縣、彰化縣與雲林縣等六縣市；南部地區包括嘉義縣、嘉義市、台南縣、台南市、高雄市、高雄縣、屏東縣與澎湖縣等八縣市；東部地區包括花蓮縣與台東縣等二縣；福建地區包括金門縣與連江縣等二縣。

在排除人為因素（包括：樣本戶中無合格受訪對象、無人接聽、電話佔線、電話停話、電話故障、電話空號、傳真機、公司或營業用及宿舍電話等因素）後，完成 3029 份有效問卷，訪問成功率 77.7%²。

(A) 有效接通訪問結果

表 1-1 台閩地區民眾有效接通訪問結果表

訪問結果	通數	百分比
成功	3029	77.7%
中止訪問	208	5.4%
拒訪	659	16.8%
指定約訪	4	0.1%
小計	3900	100.0%

(B) 非人為因素統計表

表 1-2 台閩地區民眾非人為因素統計表

訪問結果	通數	百分比
忙線	116	2.6%
無人接聽	1390	31.7%
傳真機	284	6.5%
住宅答錄機	63	1.4%
非住宅答錄機	105	2.4%
空號	2232	50.9%
電話故障	82	1.9%
暫停使用	117	2.7%
小計	4389	100.0%

(C) 誤差

² 訪問成功率 = 成功樣本數 ÷ (成功樣本數 + 中止訪問數 + 拒絕訪問數 + 指定約訪數) = 77.7%

1、抽樣誤差

在台閩地區的調查，抽樣方法採用分層隨機抽樣法，其抽樣誤差小於簡單隨機抽樣法。在保守及簡單估計的原則下推估，本調查的樣本估計值，在 95% 的信賴水準下，抽樣誤差為正負 1.8%。

2、非抽樣誤差

非抽樣誤差是由隨機因素以外的其他因素所造成的誤差，其原因很多，如問卷回收不齊全或項目填答不完整、受訪者不願意提供正確答案、資料處理錯誤、訪問員之錯誤、題意不清等。此等誤差甚至遠大於抽樣誤差而且很難衡量，必須仔細設計才能使誤差盡量降低。有鑑於此，本調查在訪問前皆對訪問員進行詳細的問卷解說及技巧訓練。而在資料回收整理、資料輸入電腦等過程也採雙重查誤方式來審核，以期使非抽樣誤差能降至最低，並提高訪問資料的品質。

第三節 資料處理過程與步驟

（一）處理開放性問卷

訪員繳回問卷之後，由研究員負責問卷審核的工作，將選項重新鍵入。

（二）資料檢誤

資料完成電腦建檔後，由研究員依問卷的內容設計程式檢誤，以檢出不符邏輯或不合理資料，並加以修正。

（三）資料完成建檔、檢誤之後，以 SPSS 統計軟體進行統計分析，並檢視各變項之分佈情形，以了解資料相關性。同時進行各變數樣本代表性分析，以評估資料的品質。

（四）加權後的樣本檢定

本次調查之資料經電話訪問蒐集之後，再經過複查、整理、登錄及檢誤，並以 SPSS 統計套裝軟體進行彙總、統計及編表。隨後將樣本資料與母體結構進行卡方齊一性檢定。由檢定結果顯示，本調查樣

本的「年齡」、「性別」和「地區」三變項與母體結構產生偏差。因此我們必須針對樣本資料採取加權處理，即將每一筆個人資料乘以調整權數，以求與母體結構一致。若以年齡比例為例，此調整權數的計算公式為：

$$W_i = \frac{N_i / N}{n_i / n}$$

其中 $\frac{N_i}{N}$ 是第 i 個年齡層的人數佔母體人數的比例；

而 $\frac{n_i}{n}$ 是第 i 個年齡層人數佔樣本總人數的比例。

由於不只一個變項有偏差，因而採用分層調整 (ranking) 方式進行，其間輔以問項間之相關檢定及差異分析，逐一調整至與母體分配無顯著差異為止。經由加權處理後的總樣本數為 3024 位。隨後將加權調整後的樣本結構和母體再次進行齊一性檢定，此時的檢定結果與母體差異不顯著。(見表 1-3、1-4、1-5)

1、行政區代表檢定

表 1-3 行政區代表檢定結果

項目 地區別		13 歲以上 的人口數	13 歲以上的 人口百分比	實際成功 樣本百分比	加權後 樣本百分比	檢定結果
北部 地區	臺北市	2,197,110	11.94%	12.51%	12.37%	卡方值 =19.923 df=24 p 值=0.701
	臺北縣	2,968,349	16.14%	16.80%	15.80%	
	宜蘭縣	382,412	2.08%	2.21%	2.14%	
	桃園縣	1,398,872	7.60%	7.99%	7.48%	
	新竹縣	353,644	1.92%	1.98%	1.87%	
	基隆市	323,307	1.76%	1.85%	1.67%	
	新竹市	299,713	1.63%	1.82%	1.82%	
	小 計	7,923,407	43.07%	45.14%	43.15%	
中部 地區	苗栗縣	459,531	2.50%	2.38%	2.30%	
	臺中縣	1,207,936	6.57%	6.47%	6.17%	
	彰化縣	1,074,054	5.84%	6.07%	5.82%	
	南投縣	447,587	2.43%	2.54%	2.48%	
	雲林縣	620,994	3.38%	3.14%	3.07%	
	臺中市	784,231	4.26%	5.35%	5.17%	
	小 計	4,594,333	24.98%	25.95%	25.01%	
南部 地區	高雄市	1,242,250	6.75%	6.11%	6.47%	
	嘉義縣	471,227	2.56%	2.41%	2.67%	
	臺南縣	923,591	5.02%	4.66%	4.98%	
	高雄縣	1,026,226	5.58%	4.82%	5.28%	
	屏東縣	754,615	4.10%	4.39%	4.88%	
	澎湖縣	77,819	0.42%	0.30%	0.35%	
	嘉義市	218,100	1.19%	0.96%	1.10%	
	臺南市	612,649	3.33%	3.00%	3.27%	
	小 計	5,326,477	28.96%	26.65%	29.00%	
東部 地區	臺東縣	203,224	1.10%	0.96%	1.24%	
	花蓮縣	292,166	1.59%	0.96%	1.31%	
	小 計	495,390	2.69%	1.92%	2.55%	
福建 地區	金門縣	47,667	0.26%	0.30%	0.30%	
	連江縣	7,601	0.04%	0.03%	0.03%	
	小 計	55,268	0.30%	0.33%	0.33%	
總 計		18,394,875	100.00%	100.00%	100.00%	

資料來源：內政統計年報，民國 90 年人口年齡分配。

由卡方一致性檢定結果得知， p 值 > 0.05 。故加權後樣本與母體比例差異不顯著。

2、性別代表檢定

表 1-4 性別代表檢定表

項目 性別	13歲以上 的人口數	13歲以上 的人口百分比	實際成功 樣本百分比	加權後 樣本百分比	檢定結果
男性	9,350,115	50.83%	48.23%	50.90%	卡方值 =0.031 df=1 p 值=0.861
女性	9,044,760	49.17%	51.77%	49.10%	
總計	18,394,875	100.00%	100.00%	100.00%	

由卡方一致性檢定結果得知， p 值 >0.05 。故加權後樣本與母體比例差異不顯著。

3、年齡代表檢定

表 1-5 年齡代表檢定

項目 年齡	各年齡層 的人口數	各年齡層 人口百分比	實際成功 樣本百分比	加權後 樣本百分比	檢定結果
13-19 歲	2,419,538	13.15%	18.30%	13.14%	卡方值 =0.179 df=2 p 值=0.914
20-64 歲	14,001,980	76.12%	80.26%	76.24%	
65 歲以上	1,973,357	10.73%	5.94%	10.62%	
總計	18,394,875	100.00%	100.00%	100.00%	

由卡方一致性檢定結果得知， p 值 >0.05 。故加權後樣本與母體比例差異不顯著。

七、問卷設計

根據本計畫的研究目的，本中心的研究小組人員先行設計電訪問卷初稿，經與計畫委託者研商修正，則問卷題目依研究目的可以分成以下幾個具體的研究內容。

(一) 民眾對消費者保護機構和其相關措施的認知程度

- 2、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」是政府機關，而「消費者文教基金會」是民間團體，兩者是不同的機構？
- 3、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」所建置的 1950 全國性消費者服務專線已經正式啟用？
- 4、請問您是從什麼管道知道 1950 消費者服務專線？
- 5、請問您知道不知道可用手機撥打 1950 消費者服務專線？
- 6、請問您知道不知道 1950 是打到您「當時所在縣市」的「消費者服務中心」接受消費者諮詢或申訴？

- 7、請問您有沒有撥打過 1950 服務專線？
- 8、請問您對於 1950 全國性消費者服務專線所提供的服務諮詢滿意不滿意？
- 9、請問您知道不知道政府在每年一月的「中華民國消費者月」都有舉辦宣導活動？
- 10、請問您曾參加過中華民國消費者月活動嗎？
- 11、請問您如何知道消費者月活動？
- 12、請問您知道各縣市政府都設有「消費者保護官」嗎？
- 19、請問您知道不知道行政院消保會已經制訂各種定型化契約的範本，例如：保險契約、國內外旅遊契約、租屋（車）契約、手機服務契約、信用卡契約等，民眾可以隨時上網查詢？

（二）民眾對於公共場所安全、藥品、食品、電子商務安全的熟知度

- 13、請問您進出公共場所例如學校、戲院、百貨公司、車站、飯店、KTV 的時候會注意的安全項目有哪些？
- 14、請問您不會注意的原因是什麼？
- 15、請問您購買食品（舉凡食物、零嘴、健康瘦身食品）的時候會注意哪些標示？
- 16、請問您不會注意食品標示的原因是什麼？
- 17、請問您購買藥品的時候會注意哪些標示？
- 18、請問您不會注意藥品標示的原因是什麼？
- 20、請問您有沒有和業者簽定書面契約的經驗？
- 21、請問您和業者在簽訂消費契約時會注意哪些問題？
- 22、請問您不會注意契約內容的原因是什麼？
- 23、請問您是否有網路購物的經驗？
- 24、請問您在網路購物時會注意哪些問題？

（三）民眾的消費行為

- 25、請問您曾遇過哪些消費詐欺的情況？
- 26、請問您在買哪些（哪幾類）商品時，會謹慎考慮後再決定購買？

27、請問您在購買商品或服務時，會考慮哪些條件之後再決定購買？

(四) 民眾對於消費問題的反應

28、當您的消費權益受損時，您有沒有申訴過？

29、請問您是透過哪些管道申訴？

30、請問您是向哪個政府部門申訴？

31、請問您向政府部門申訴的結果滿意不滿意？

32、請問您向政府部門申訴的過程中有沒有遇過什麼問題？

33、請問您不向政府部門申訴的原因是什麼？

34、請問您是透過哪些非政府部門的管道申訴？

(五) 民眾對國內整體消費環境的看法及建議

35、請問自民國 83 年「消費者保護法」實行以來，您認為國內的消費環境有沒有改善？

36、您覺得消費者保護的工作應該是誰的責任？

37、請問您是由哪些管道知道有關「消費者保護」的資訊或內容？

38、對於「消費者保護」這項工作，請問您覺得政府應該優先加強哪一項工作？

39、如果滿分為 100 分，60 分是及格。請問您對於政府所做的「消費者保護」工作的整體表現打幾分？

(六) 受訪者基本資料

1、請問你今年幾歲？

40、請問您目前從事哪方面的工作？

41、請問您的最高學歷？

42、請問您個人的平均月收入（或零用金）大約多少？

43、請問您目前所在的縣市是？

第二章 樣本結構分析與歷年比較

第一節 樣本結構分析

茲依據 3024 位成功受訪者的居住區域、年齡、教育程度、職業、平均月收入（零用金）、性別等，分析調查結果的樣本分佈情況。

1、受訪民眾居住區域資料分析

本調查的區域範圍為台閩地區，包括台北市、高雄市、台灣省 21 縣市以及福建省金門縣、連江縣。（見表 2-1）

表 2-1 受訪民眾居住縣市資料分析（人數及百分比）

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	台北市	374	12.4	12.4	12.4
	高雄市	196	6.5	6.5	18.8
	基隆市	51	1.7	1.7	20.5
	新竹市	55	1.8	1.8	22.3
	台中市	156	5.2	5.2	27.5
	嘉義市	33	1.1	1.1	28.6
	台南市	99	3.3	3.3	31.9
	台北縣	478	15.8	15.8	47.7
	宜蘭縣	65	2.1	2.1	49.8
	桃園縣	226	7.5	7.5	57.3
	新竹縣	57	1.9	1.9	59.2
	苗栗縣	69	2.3	2.3	61.5
	台中縣	187	6.2	6.2	67.6
	彰化縣	176	5.8	5.8	73.5
	南投縣	75	2.5	2.5	75.9
	雲林縣	93	3.1	3.1	79.0
	嘉義縣	81	2.7	2.7	81.7
	台南縣	151	5.0	5.0	86.7
	高雄縣	160	5.3	5.3	91.9
	屏東縣	148	4.9	4.9	96.8
	台東縣	38	1.2	1.2	98.1
	花蓮縣	40	1.3	1.3	99.4
	澎湖縣	11	0.4	0.4	99.7
	金門縣	7	0.2	0.2	100.0
	連江縣	1	0.0	0.0	100.0
合計		3024	100.0	100.0	

為了有助於資料的分析，將 25 縣市區分為北部地區、中部地區、南部地區、東部地區和福建地區等五大區域。由受訪者的居住區來看，「北部地區」的比例最高為 43.1%；其次為「南部地區」，佔 29.0%。

由於「福建地區」的所在縣市數最少（只有金門縣和連江縣兩縣市），故受訪者分佈的比例最低，只有 0.3%。（見表 2-2，圖 2-1）

表 2-2 受訪民眾居住區域資料分析（人數及百分比）

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	北部地區	1305	43.1	43.1	43.1
	中部地區	757	25.0	25.0	68.2
	南部地區	877	29.0	29.0	97.2
	東部地區	77	2.6	2.6	99.7
	福建地區	8	0.3	0.3	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

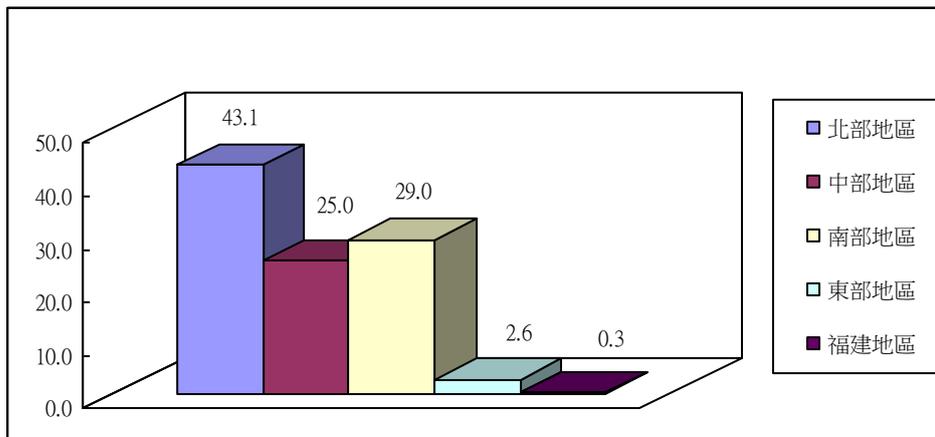


圖 2-1 受訪民眾居住區域圖形分析

2、受訪民眾年齡資料分析

由於本研究是針對青少年、成年人及高齡者等三大年齡層進行消費行為分析，因而將年齡層分為「13-19 歲」、「20-64 歲」及「65 歲以上」。本次調查的受訪者以「20-64 歲」所佔比例最高，佔 76.2%；其次為「13-19 歲」，佔 13.1%；「65 歲以上」的比例最低，佔 10.6%。（見表 2-3，圖 2-2）

表 2-3 受訪民眾年齡資料分析（人數及百分比）

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	13-19 歲	397	13.1	13.1	13.1
	20-64 歲	2306	76.2	76.2	89.4
	65 歲以上	321	10.6	10.6	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

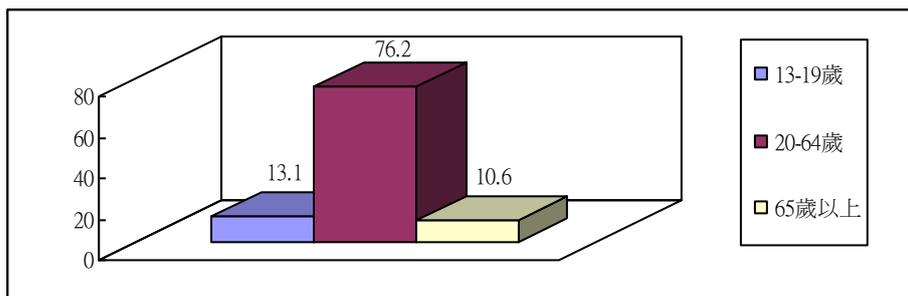


圖 2-2 受訪民眾年齡資料圖形分析

3、受訪民眾教育程度分析

在有效樣本中，受訪者的教育程度是以「高中職」所佔比例最高，為 35.2%；其次依序為「專科」（17.9%）和「大學」（15.8%）。

（見表 2-4，圖 2-3）

表 2-4 受訪民眾教育程度分析（人數及百分比）

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	小學或以下	419	13.9	13.9	13.9
	國（初）中	419	13.9	13.9	27.8
	高中（職）	1065	35.2	35.2	63.0
	專科	540	17.9	17.9	80.9
	大學	477	15.8	15.8	96.7
	研究所或以上	68	2.2	2.2	98.9
	拒答	36	1.2	1.2	100.1
	合計	3024	100.0	100.0	

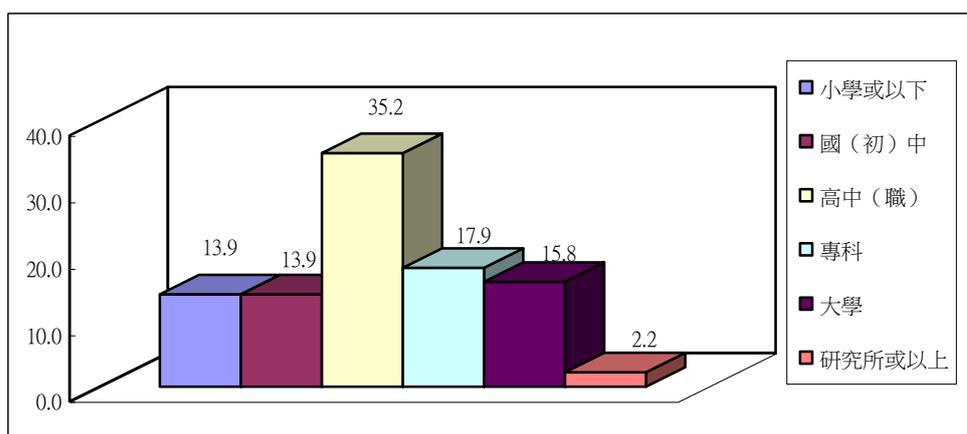


圖 2-3 受訪民眾教育程度圖形分析

4、受訪民眾職業資料分析

由職業的分佈來看，受訪者中以「民營、工商機構普通職員」的比例最高，佔了 19.6%；其次則是「家管/家庭主婦」的 14.9%；再其次則為「學生」，其比例為 14.7%。(見表 2-5，圖 2-4)

表 2-5 受訪民眾職業分析 (人數及百分比表)

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	公務人員、警察	140	4.6	4.6	4.6
	現役軍人	44	1.5	1.5	6.1
	國中教師、國小教師	71	2.4	2.4	8.5
	高中教師、大專院校教授	27	0.9	0.9	9.4
	研究人員	8	0.2	0.2	9.6
	國營事業人員	20	0.7	0.7	10.3
	雇主/企業家	64	2.1	2.1	12.4
	民營、工商機構主管	81	2.7	2.7	15.1
	民營、工商機構普通職員	592	19.6	19.6	34.7
	勞動工人、工頭、領班	226	7.5	7.5	42.2
	農林漁牧鹽礦業從業人員	149	4.9	4.9	47.1
	工程師、專業技師	80	2.6	2.6	49.7
	自由業(含律師、醫師、會計師)	147	4.9	4.9	54.6
	文化工作者	9	0.3	0.3	54.9
	自營商(含獨資公司)	200	6.6	6.6	61.5
	運輸業	19	0.6	0.6	62.1
	學生	444	14.7	14.7	76.8
	無業/待業	201	6.7	6.7	83.5
	家管/家庭主婦	450	14.9	14.9	98.4
	其他	27	0.9	0.9	99.3
	拒答	25	0.8	0.8	100.1
合計	3024	100.0	100.0		

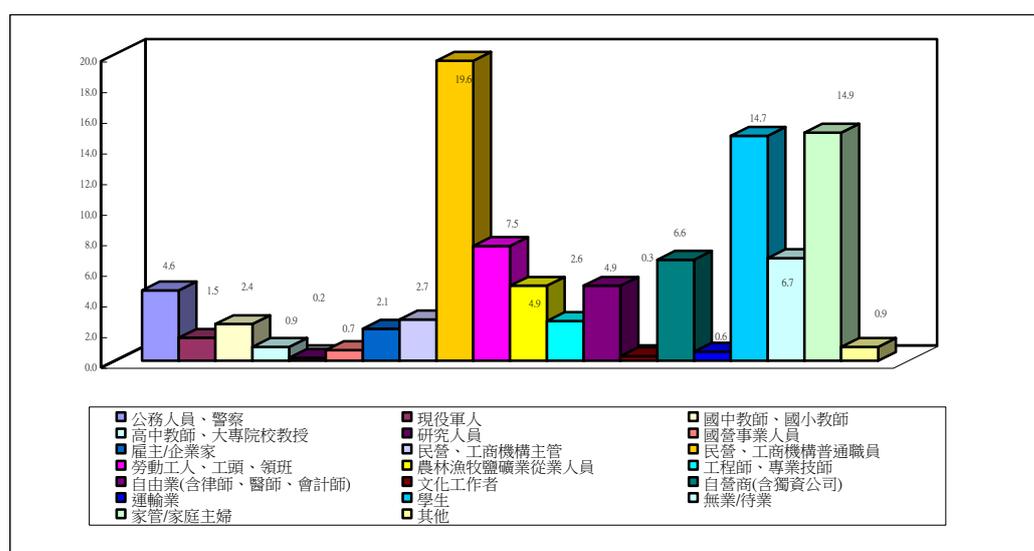


圖 2-4 受訪者職業圖形分析

5、受訪民眾平均月收入

在成功樣本中，受訪者個人的平均月收入是以「20,000~39,999元」的比例最高，為23.0%。然而受訪者中回答「沒有收入」的比例居次，佔21.5%，應該是此次青少年的受訪者佔有一定比例才会有此結果；再其次為「40,000~59,999元」，其比例為13.0%。

（見表 2-6，圖 2-5）

表 2-6 受訪民眾平均月收入（人數及百分比）

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	4,999 元以下	383	12.7	12.7	12.7
	5,000~9,999 元	151	5.0	5.0	17.6
	10,000~19,999 元	244	8.1	8.1	25.7
	20,000~39,999 元	696	23.0	23.0	48.7
	40,000~59,999 元	393	13.0	13.0	61.7
	60,000~79,999 元	129	4.3	4.3	66.0
	80,000~99,999 元	46	1.5	1.5	67.5
	100,000 元以上	84	2.8	2.8	70.3
	沒有收入	650	21.5	21.5	91.8
	不知道/拒答	248	8.2	8.2	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

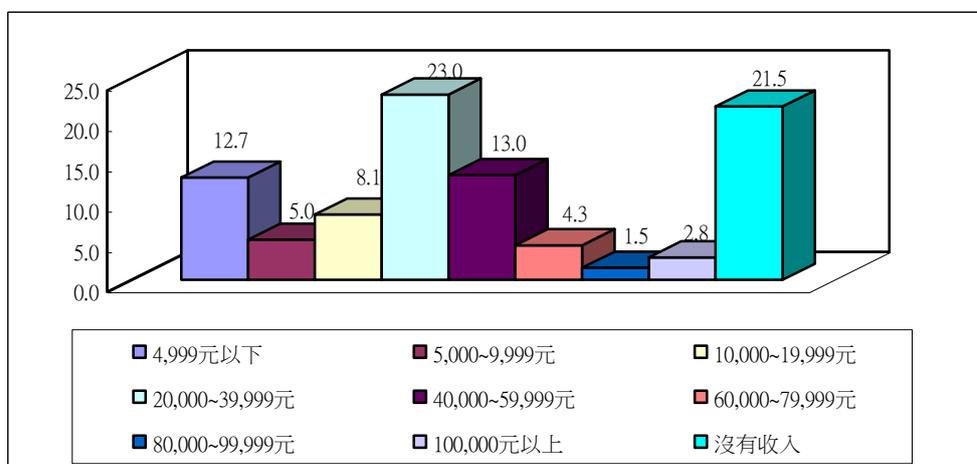


圖 2-5 受訪民眾平均月收入圖形分析

6、受訪民眾性別資料分析

從性別資料來看，受訪男性佔 50.9%(1539 人)；女性佔 49.1% (1485 人)。(見表 2-7，圖 2-6)

表 2-7 受訪民眾性別資料分析 (人數及百分比)

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	男	1539	50.9	50.9	50.9
	女	1485	49.1	49.1	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

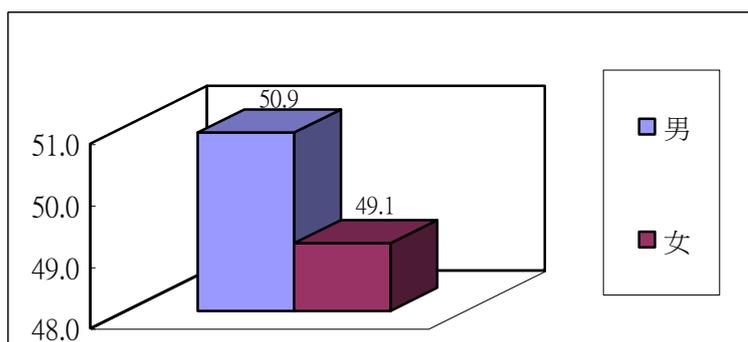


圖 2-6 受訪民眾性別資料圖形分析

第二節 樣本結構之歷年比較

依據歷年樣本結構，就受訪者的教育程度、職業、個人月收入和性別等基本變項進行比較分析。

1、受訪民眾教育程度

86 年度~91 年度的研究中，受訪民眾的教育程度分佈的差異不大。(見表 2-8，圖 2-7)

表 2-8 受訪民眾教育程度之歷年比較

	91 年度		88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
小學或以下	419	13.9%	369	18.2%	399	19.1%	420	21.1%
國中畢(肄)業	419	13.9%	290	14.3%	286	13.7%	344	17.3%
高中、職畢(肄)業	1065	35.2%	759	37.5%	712	34.0%	730	36.7%
專科畢(肄)業	540	17.9%	327	16.1%	302	14.4%	239	12.0%
大學及研究所畢(肄)業	545	18.0%	269	13.3%	318	15.2%	254	12.8%
拒答	36	1.2%	12	0.6%	77	3.7%		
合計	3024	100.0%	2026	100.0%	2094	100.0%	1987	100.0%

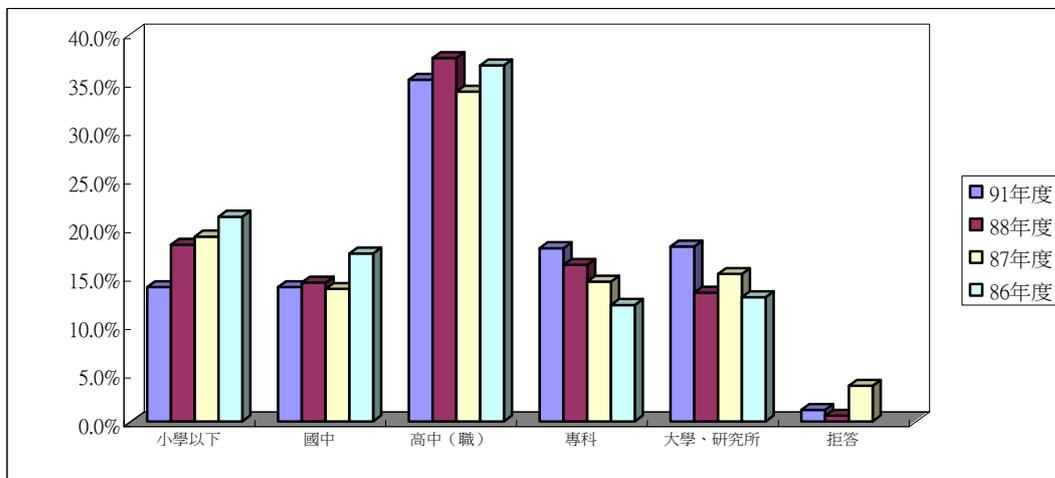


圖 2-7 受訪民眾教育程度之歷年比較

2、受訪民眾職業

91 年度「工商界人士」受訪者的比例明顯成長至 31.5%；而「勞工」的比例 7.6%較其他三個年度下降許多；其他職業類別均有些許成長的現象。(見表 2-9，圖 2-8)

表 2-9 受訪民眾職業之歷年比較

	91 年度		88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
軍公教	282	9.5%	172	9.0%	232	11.5%	221	11.4%
工商界人士	937	31.5%	387	20.2%	392	19.5%	386	20.0%
農林漁牧	149	5.0%	89	4.6%	112	5.6%	138	7.1%
勞工	226	7.6%	332	17.3%	340	16.9%	301	15.6%
自由業或專業	244	8.2%	79	4.1%	196	9.8%	115	6.0%
服務業	39	1.3%	147	7.7%	152	7.6%	142	7.3%
學生	444	14.9%	280	14.6%	92	4.6%	284	14.7%
無業、帶業中	201	6.8%	61	3.2%	105	5.2%	0	0.0%
家庭主婦	450	15.1%	372	19.4%	389	19.4%	345	17.9%
合計	2972	100.0%	1919	100.0%	2010	100.0%	1932	96.1%

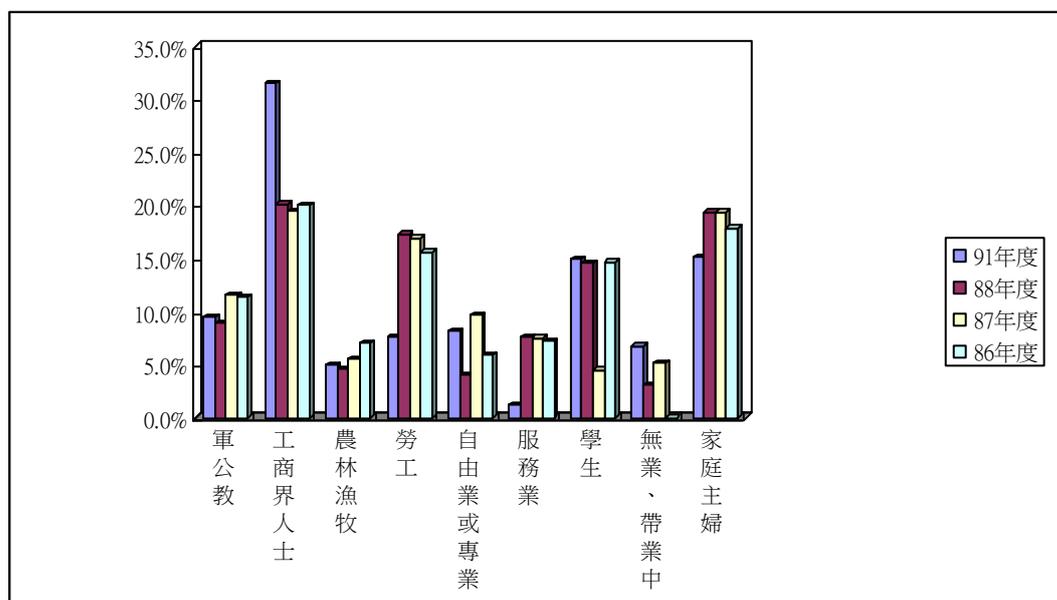


圖 2-8 受訪民眾職業之歷年比較

3、受訪民眾月收入

86~88 年度的調查是詢問受訪者之「全家平均月收入」；本年度則是調查受訪者之「個人平均月收入」。

由於 91 年度的受訪者的年齡層下降至 13 歲以上，而且是調查其個人月收入（或零用金），因此「2 萬元以下」的比例激增至 47.2%；「2-4 萬元」的比例也較其他三個年度高，因而影響「10 萬元以上」的比例明顯地下降至 2.8%。（見表 2-10，圖 2-9）

表 2-10 受訪民眾個人月收入或全家平均月收入之歷年比較

	91 年度		88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
10 萬元以上	84	2.8%	367	18.1%	354	16.9%	284	14.8%
8-10 萬元	46	1.5%	126	6.2%	135	6.4%	125	6.5%
6-8 萬元	129	4.3%	201	9.9%	223	10.6%	183	9.5%
4-6 萬元	393	13.0%	342	16.9%	335	16.0%	314	16.4%
2-4 萬元	696	23.0%	240	11.8%	272	13.0%	224	11.7%
2 萬元以下	1428	47.2%	87	4.3%	90	4.3%	67	3.5%
拒答	248	8.2%	663	32.7%	685	32.7%	723	37.7%
合計	3024	100.0%	2026	100.0%	2094	100.0%	1920	100.0%

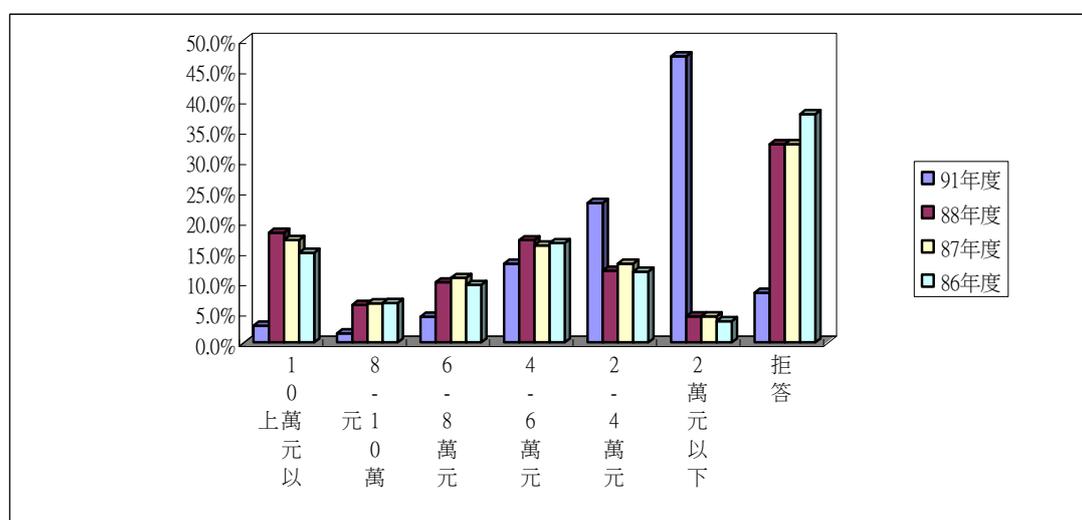


圖 2-9 受訪民眾個人月收入或全家平均月收入之歷年比較

4、受訪民眾性別

88 年度和 86 年度的性別分佈較一致；87 年度的數據顯示女性受訪者偏多；91 年度則是男性受訪者較多。（見表 2-11，圖 2-10）

表 2-11 受訪民眾性別之歷年比較

	91 年度		88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
男性	1539	50.9%	1009	49.8%	1096	52.3%	1012	49.7%
女性	1485	49.1%	1017	50.2%	998	47.7%	1023	50.3%
合計	3024	100.0%	2026	100.0%	2094	100.0%	2035	100.0%

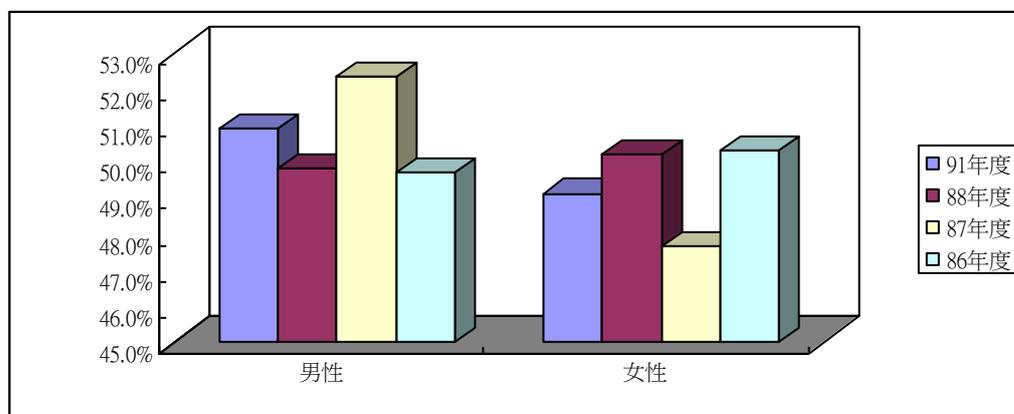


圖 2-10 受訪民眾性別之歷年比較

第三章 調查結果分析與歷年比較

第一節 民眾對消費者保護機構和其相關措施的認知程度

根據調查主題，將受訪者的意見依題目順序整理如下。

2、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」是政府機關，而「消費者文教基金會」是民間團體，兩者是不同的機構？

在成功受訪者中，有 37.0% 的民眾「知道」消保會和消基會是兩個不同的機構；「不知道」的比例則佔 63.0%。（見表 3-1）

表 3-1 受訪民眾是否知道「消保會」和「消基會」是不同的機構

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	知道	1118	37.0	37.0	37.0
	不知道	1905	63.0	63.0	100.0
	拒答	1	0.0	0.0	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

3、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」所建置的 1950 全國性消費者服務專線已經正式啟用？

在受訪民眾中，「知道」1950 消費者服務專線的比例為 13.8%；然而高達 86.2% 的民眾「不知道」1950 專線的實施。（見表 3-2）

表 3-2 受訪民眾是否知道 1950 消費者服務專線

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	知道	417	13.8	13.8	13.8
	不知道	2606	86.2	86.2	99.9
	拒答	2	0.1	0.1	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

4、請問您是從什麼管道知道 1950 消費者服務專線？

417 位知道 1950 消費者服務專線的受訪者，主要是由「電視」（50.8%）得知相關訊息；其次則是透過「報紙」（16.5%）得知 1950 專線的實施。（見表 3-3，圖 3-1）

表 3-3 知道 1950 消費者服務專線的管道

		次數	百分比
有效的	政府機關	9	1.5
	學校	30	5.1
	親友同事等	34	5.8
	報紙	97	16.5
	電視	299	50.8
	廣播	46	7.9
	雜誌	19	3.3
	網路	30	5.1
	民間消費者團體	12	2.0
	廠商或其他公司行號	5	0.9
	其他	6	1.1
	合計	589	100.0

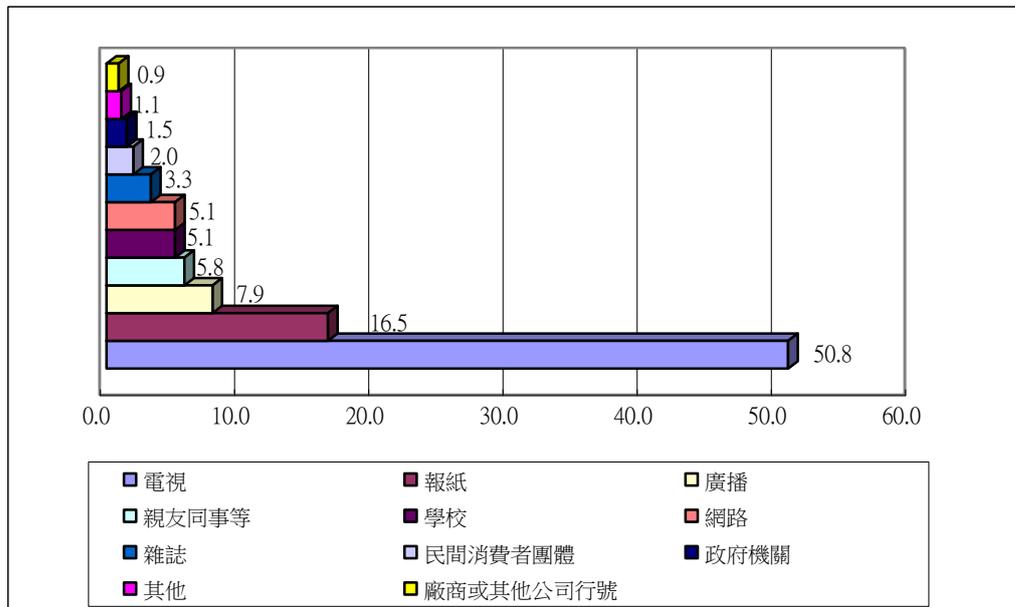


圖 3-1 知道 1950 消費者服務專線的管道

5、請問您知道不知道可用手機撥打 1950 消費者服務專線？

知道 1950 專線的 417 位受訪民眾中，「知道」手機可以撥打 1950 服務專線的比例為 31.7%；「不知道」的民眾比例達 68.3%。（見表 3-4）

表 3-4 受訪民眾是否知道手機可以撥打 1950 專線

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	知道	132	4.4	31.7	31.7
	不知道	285	9.4	68.3	100.0
	合計	417	13.8	100.0	
遺漏值	系統設定跳答人數 ³	2607	86.2		
合計		3024	100.0		

6、請問您知道不知道 1950 是打到您「當時所在縣市」的「消費者服務中心」接受消費者諮詢或申訴？

知道 1950 專線的 417 位受訪者中，「知道」1950 專線是撥打至當時消費者所在縣市的消費者服務中心的比例為 36.9%；「不知道」的民眾比例為 63.1%。（見表 3-5）

表 3-5 受訪民眾是否知道 1950 的接通縣市

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	知道	154	5.1	36.9	36.9
	不知道	263	8.7	63.1	100.0
	合計	417	13.8	100.0	
遺漏值	系統設定跳答人數	2607	86.2		
合計		3024	100.0		

7、請問您有沒有撥打過 1950 服務專線？

在知道 1950 專線的 417 位受訪者中，曾經「有」撥打 1950 專線的比例只有 2.4%；「沒有」撥打過的比例高達 97.6%。（見表 3-6）

表 3-6 受訪民眾是否撥打過 1950 服務專線

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	有	10	0.3	2.4	2.4
	沒有	407	13.5	97.6	100.0
	合計	417	13.8	100.0	
遺漏值	系統設定跳答人數	2607	86.2		
合計		3024	100.0		

³定義遺漏值：本研究遺漏值設定的遺漏值為跳答人數。

8、請問您對於 1950 全國性消費者服務專線所提供的服務諮詢滿意不滿意？

有撥打過 1950 服務專線的 10 位受訪民眾中，表示滿意及非常滿意的有 2 人；表示不滿意及非常不滿意的人數有 7 人。(見表 3-7)

表 3-7 受訪民眾對於 1950 專線的滿意度

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	非常滿意	1	0.1	18.3	18.3
	滿意	1	0.0	8.3	26.5
	不滿意	4	0.1	36.8	63.3
	非常不滿意	3	0.1	28.1	91.4
	沒意見	1	0.0	8.6	100.0
	合計	10	0.3	100.0	

9、請問您知道不知道政府在每年一月的「中華民國消費者月」都有舉辦宣導活動？

政府在每年一月「中華民國消費者月」都會舉辦宣導活動，「知道」此訊息的民眾比例為 20.1%；79.9%的民眾「不知道」這個訊息。(見表 3-8)

表 3-8 受訪民眾是否知道中華民國消費者月有舉辦活動

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	知道	608	20.1	20.1	20.1
	不知道	2415	79.9	79.9	100.0
	拒答	1	0.0	0.0	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

10、請問您曾參加過中華民國消費者月活動嗎？

在成功樣本中，受訪民眾「有」參加過消費者月活動的比例為 0.7%；「沒有」參加過的比例高達 99.3%。(見表 3-9)

表 3-9 受訪民眾是否曾參加過消費者月活動

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	有	21	0.7	0.7	0.7
	沒有	3003	99.3	99.3	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

11、請問您如何知道消費者月活動？

21 位參加過消費月活動的受訪者，主要是透過「親友、同事」得知活動訊息，其比例為 18.0%；其次的管道則為「學校」(14.4%) 和「政府機關」(11.4%)。(見表 3-10，圖 3-2)

表 3-10 參與民眾知道消費者月活動的管道

		回答次數	百分比
有效的	政府機關	3	11.4
	學校	4	14.4
	親友、同事等	5	18.0
	報紙	2	6.2
	電視	3	8.9
	廣播	1	3.3
	雜誌	2	6.2
	網路	3	9.2
	民間消費者團體	1	2.8
	廠商或其他公司行號	2	6.1
	其他	3	10.2
	拒答	1	3.4
	合計	29	100.0

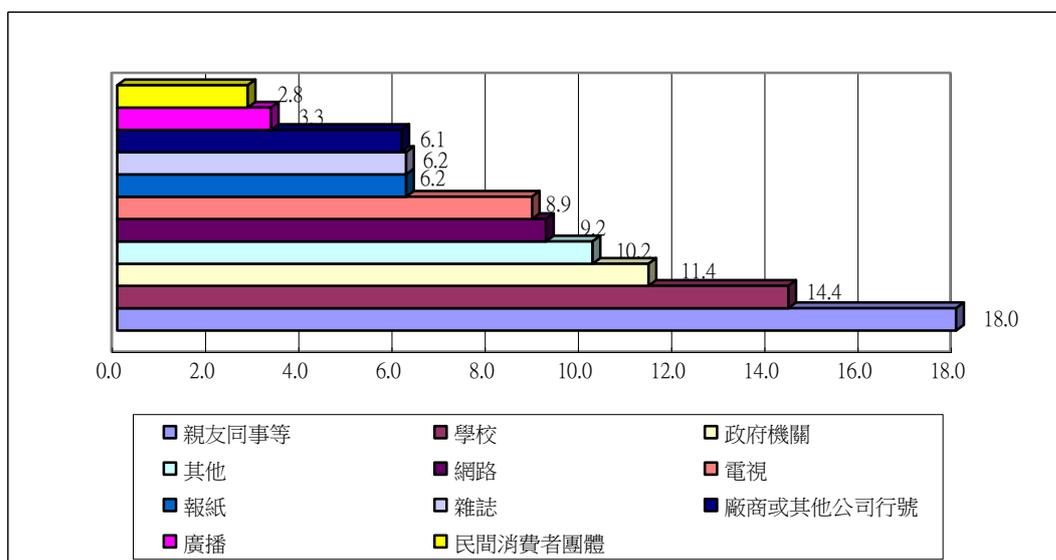


圖 3-2 參與民眾知道消費者月活動的管道

12、請問您知道各縣市政府都設有「消費者保護官」嗎？

經由調查結果顯示，受訪民眾「知道」各縣市政府設有消保官的比例為 38.7%；而「不知道」的比例則佔 61.3%。（見表 3-11）

表 3-11 受訪民眾是否知道各縣市政府設有「消費者保護官」

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	知道	1172	38.7	38.7	38.7
	不知道	1853	61.3	61.3	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

19、請問您知道不知道行政院消保會已經制訂各種定型化契約的範本，例如：保險契約、國內外旅遊契約、租屋（車）契約、手機服務契約、信用卡契約等，民眾可以隨時上網查詢？

當問及民眾是否知道行政院消保會已制訂定型化契約範本時，有 28.4% 表示「知道」；「不知道」的比例佔 71.6%。（見表 3-12）

表 3-12 受訪民眾是否知道定型化契約範本

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	知道	858	28.4	28.4	28.4
	不知道	2166	71.6	71.6	100.0
	拒答	1	0.0	0.0	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

第二節民眾對於公共場所安全、藥品及食品、電子商務安全的熟知度

根據調查主題，將受訪者的意見依題目順序整理如下。

13、請問您進出公共場所例如學校、戲院、百貨公司、車站、飯店、KTV 的時候會注意的安全項目有哪些？

在 3024 位受訪者中，「會注意」場所安全的有 74.2%；「不會注意」的比例是 22.4%。（見表 3-13-1）

表 3-13-1 受訪民眾是否會注意公共場所安全

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	會注意	2245	74.2	74.2	74.2
	不會注意	678	22.4	22.4	96.6
	拒答	101	3.3	3.3	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

2245 位會注意公共場所安全的民眾，注意的主要項目是「是否設有安全門」（29.6%）；次要項目為「是否有緊急消防設備」（24.7%）；第三則是「是否有逃生路線的指示」（22.1%）。

（見表 3-13-2，圖 3-3）

表 3-13-2 受訪民眾進出公共場所會注意的安全項目

		回答次數	百分比
有效的	是否位於逃生不易的地點	114	2.9
	是否有緊急消防設備	985	24.7
	是否設有安全門	1182	29.6
	是否使用易燃材料裝潢	85	2.1
	是否加裝鐵門窗	24	0.6
	是否有逃生路線的指示	882	22.1
	是否貼有危險建築標章	83	2.1
	逃生通道是否暢通	285	7.1
	是否有緊急逃生設備	128	3.2
	是否有針孔攝影機偷拍	14	0.4
	注意電動設備的安全	60	1.5
	注意整體環境衛生安全	37	0.9
	其他	109	2.7
	合計	3988	100.0

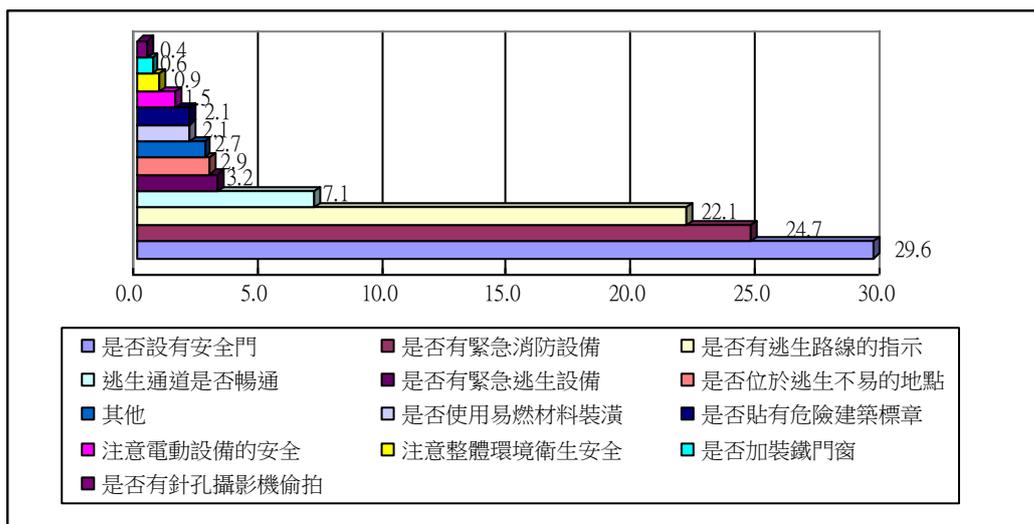


圖 3-3 受訪民眾進出公共場所會注意的安全項目

14、請問您不會注意的原因是什麼？

678 位不會注意場所安全的受訪者表示，其不會注意的主要原因是「很少進出公共場所」(31.5%)；其次依序為「沒想到要注意」(20.9%) 和「沒習慣去注意」(17.1%)。(見表 3-14，圖 3-4)

表 3-14 受訪民眾不會注意公共場所安全的原因

		回答次數	百分比
有效的	沒習慣去注意	120	17.1
	太麻煩	19	2.6
	場所很有名，不需要注意	20	2.8
	沒想到要注意	147	20.9
	沒時間去注意	54	7.7
	不知道要注意什麼	74	10.5
	很少進出公共場所	221	31.5
	其他	27	3.9
	拒答	21	3.0
	合計	703	100.0

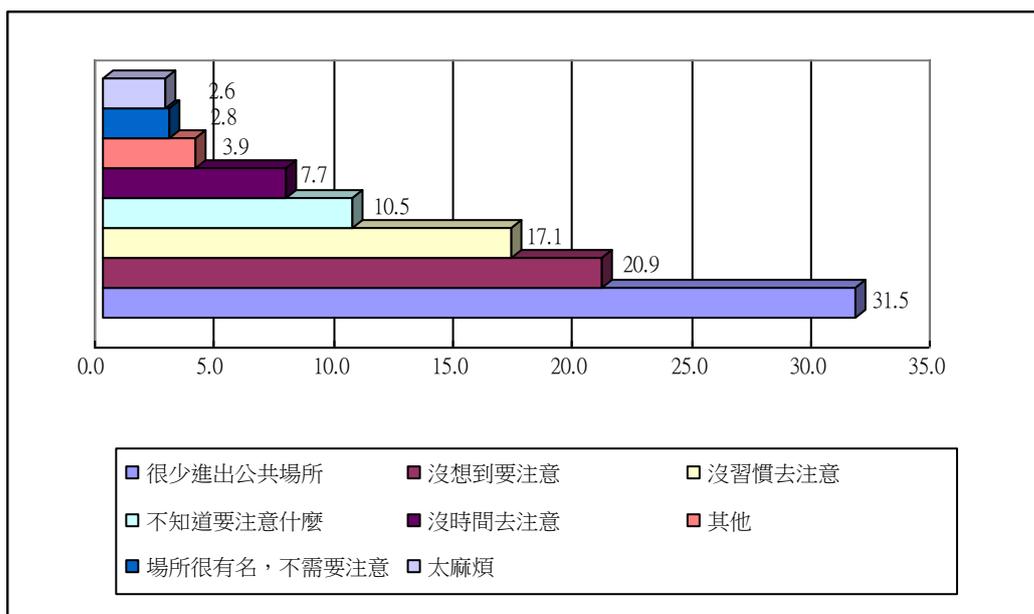


圖 3-4 受訪民眾不會注意公共場所安全的原因

15、請問您購買食品（舉凡食物、零嘴、健康瘦身食品）的時候會注意哪些標示？

在 3024 位成功受訪者中，在購買食品時「會注意」食品標示的比例是 91.4%；僅 7.8% 的民眾表示「不會注意」。（見表 3-15-1）

表 3-15-1 受訪民眾是否會注意食品標示

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	會注意	2763	91.4	91.4	91.4
	不會注意	235	7.8	7.8	99.2
	拒答	26	0.9	0.9	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

2763 位會注意食品標示的民眾中，主要的注意項目是「製造日期或有效期限是否標明」(50.4%)；其次會注意的項目是「內容物(原料)、數量是否標示」(17.5%)。（見表 3-15-2，圖 3-5）

表 3-15-2 受訪民眾在購買食品時會注意的標示

		回答次數	百分比
有效的	廠商名稱、地址是否標明	291	5.8
	進口商品是否加註代理商名稱、地址	65	1.3
	製造日期或有效日期是否標明	2543	50.4
	包裝外面的標示是否誇張不實	96	1.9
	商品名稱或品牌標示	200	4.0
	主管機關核准或許可字號	164	3.3
	CAS 等優良食品認證標示	454	9.0
	價格是否清楚標示	96	1.9
	內容物（原料）、數量是否標示	885	17.5
	營養成分（熱量、卡洛里）標示	88	1.8
	保存方式	8	0.1
	包裝、外觀是否完整	118	2.3
	其他	42	0.8
合計	5048	100.0	

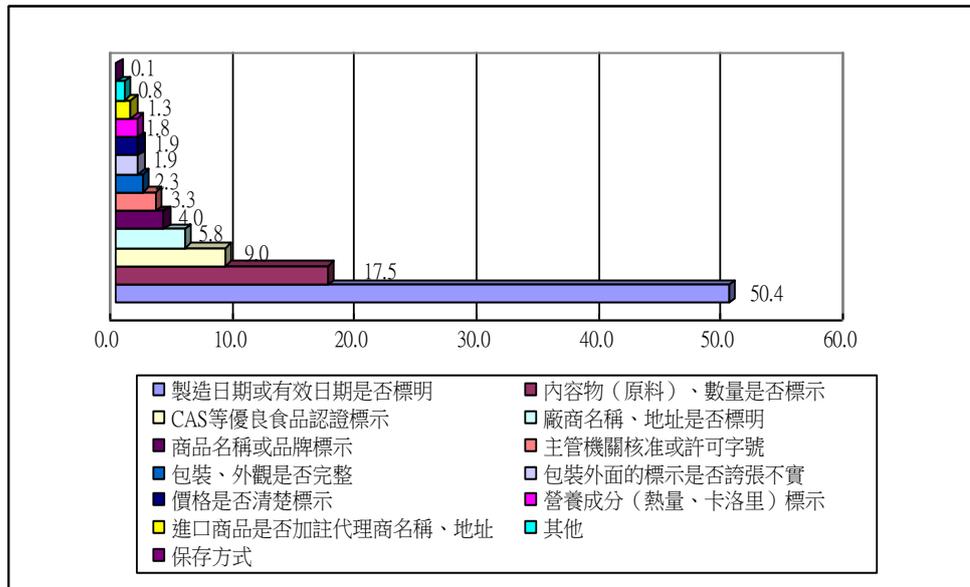


圖 3-5 受訪民眾在購買食品時會注意的標示

16、請問您不會注意食品標示的原因是什麼？

根據 235 位不會注意食品標示的民眾表示，其不會注意的主要原因是「很少有購買經驗」(31.8%)；「不知道要注意什麼」的比例居次，為 17.5%；而「沒習慣去注意」的比例也有 14.1%。

(見表 3-16，圖 3-6)

表 3-16 受訪民眾不會注意食品標示的原因

		回答次數	百分比
有效的	沒習慣去注意	34	14.1
	太麻煩	7	2.8
	親友介紹	6	2.6
	沒想到要注意	30	12.4
	價格便宜	2	0.8
	產品本身很有名，不需要注意	12	5.1
	製造廠商很有名，不需要注意	5	2.1
	不知道要注意什麼	42	17.5
	很少有購買經驗	76	31.8
	其他	19	7.8
	拒答	7	3.0
	合計	240	100.0

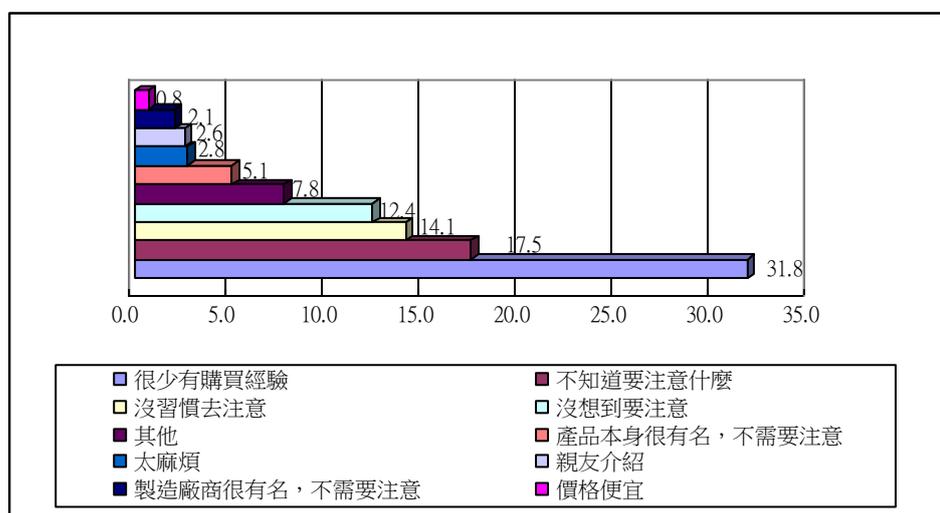


圖 3-6 受訪民眾不會注意食品標示的原因

17、請問您購買藥品的時候會注意哪些標示？

受訪民眾在購買藥品時「會注意」藥品標示的比例是 68.6%；「不會注意」的比例則有 28.3%。(見表 3-17-1)

表 3-17-1 受訪民眾是否會注意藥品標示

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	會注意	2075	68.6	68.6	68.6
	不會注意	855	28.3	28.3	96.9
	拒答	94	3.1	3.1	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

經由調查結果發現，2075 位會注意藥品標示的民眾，會注意的標示依序為「製造日期或有效日期是否標明」(26.9%) 和「內容物(原料)、數量是否標示」(19.5%)，這和購買食品時較會注意的標示是一致的。(見表 3-17-2，圖 3-7)

表 3-17-2 受訪民眾在購買藥品時會注意的標示

		回答次數	百分比
有效的	廠商名稱、地址是否標明	250	6.7
	進口商品是否加註代理商名稱、地址	77	2.1
	製造日期或有效日期是否標明	1004	26.9
	包裝外面的標示是否誇張不實	80	2.1
	商品名稱或品牌標示	177	4.8
	主管機關核准或許可字號	371	9.9
	GMP 等優良藥品認證標示	435	11.7
	價格是否清楚標示	40	1.1
	內容物(原料)、數量是否標示	727	19.5
	服用標示(用法、適用病症、副作用)	365	9.8
	醫師只是用藥的標示	97	2.6
	其他	106	2.8
	合計	3729	100.0

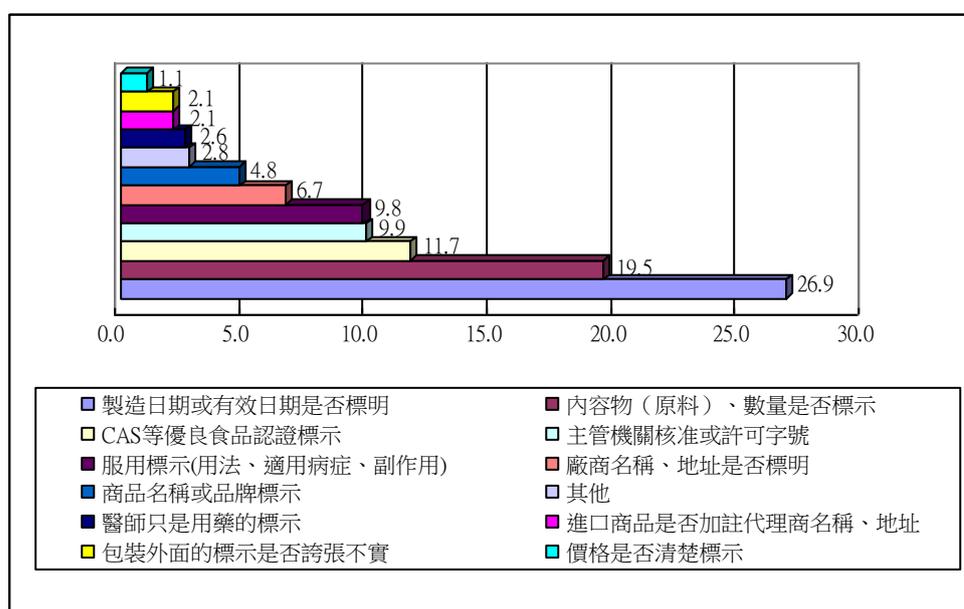


圖 3-7 受訪民眾在購買藥品時會注意的標示

18、請問您不會注意藥品標示的原因是什麼？

比較調查結果後發現，民眾不會注意藥品標示的原因和不注意食品標示的原因是一致的。由 855 位不會注意藥品標示的民眾表示，其原因依序為「缺少購買經驗」(55.5%)、「不知道要注意什麼」(10.4%)和「沒習慣要注意」(9.7%)。(見表 3-18，圖 3-8)

表 3-18 受訪民眾不會注意藥品標示的原因

		回答次數	百分比
有效的	沒習慣去注意	84	9.7
	太麻煩	10	1.1
	親友介紹	30	3.4
	沒想到要注意	67	7.7
	價格便宜	2	0.2
	藥品本身很有名，不需要注意	23	2.6
	製造藥廠很有名，不需要注意	12	1.4
	不知道要注意什麼	90	10.4
	缺少購買經驗	479	55.5
	其他	50	5.8
	拒答	18	2.1
	合計	863	100.0

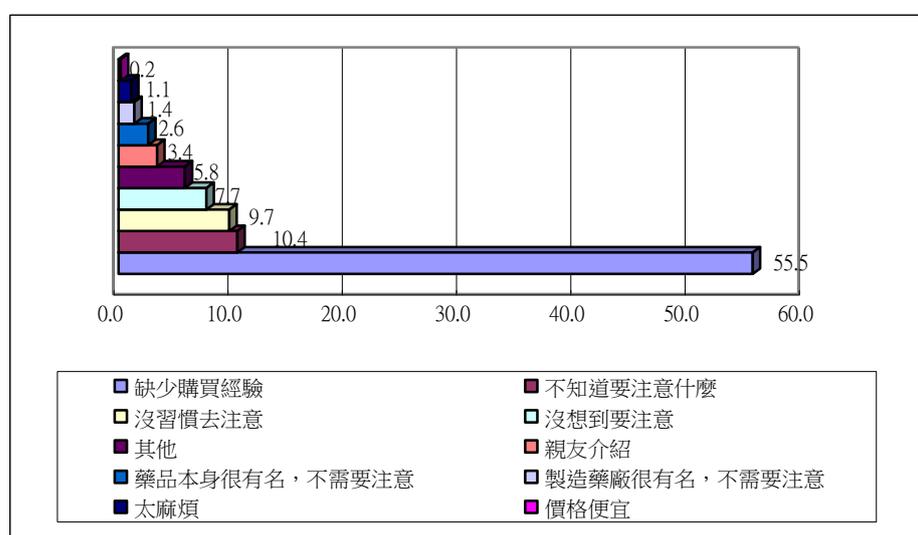


圖 3-8 受訪民眾不會注意藥品標示的原因

20、請問您有沒有和業者簽訂書面契約的經驗？

在成功樣本中，民眾「有」簽訂書面契約經驗的比例是 39.1%；「沒有」任何簽約經驗的比例更高（60.8%），這可能與此次調查年齡下降為 13 歲有關。（見表 3-19）

表 3-19 受訪民眾是否有簽訂書面契約的經驗

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	有	1183	39.1	39.1	39.1
	沒有	1840	60.8	60.8	99.9
	拒答	2	0.1	0.1	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

21、請問您和業者在簽訂消費契約時會注意哪些問題？

1183 位有簽約經驗的民眾中，在簽約時「會注意」契約問題的比例有 74.0%；回答「不會注意」的則有 23.5%。（見表 3-20-1）

表 3-20-1 受訪民眾是否會注意契約問題

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	會注意	875	74.0	74.0	74.0
	不會注意	278	23.5	23.5	97.5
	拒答	30	2.5	2.5	100.0
	合計	1183	100.0	100.0	

根據 875 位會注意契約問題的民眾表示，在簽約時最注意的問題是「業者是否逐條說明條款內容」（33.9%）；其次是「條款是否公平」（22.5%）；會注意「是否保障自身權益」的比例也有 14.5%。（見表 3-20-2，圖 3-9）

表 3-20-2 受訪民眾在簽約時會注意的問題

		回答次數	百分比
有效的	契約印刷字體是否清楚	17	1.4
	契約條款是否有語意不清	147	12.2
	業者是否逐條說明條款內容	407	33.9
	契約是否可帶回審閱	21	1.8
	條款是否公平	269	22.5
	契約條款有無違背主管機關的規定	49	4.1
	是否保障自身權益	173	14.5
	其他	115	9.6
	合計	1199	100.0

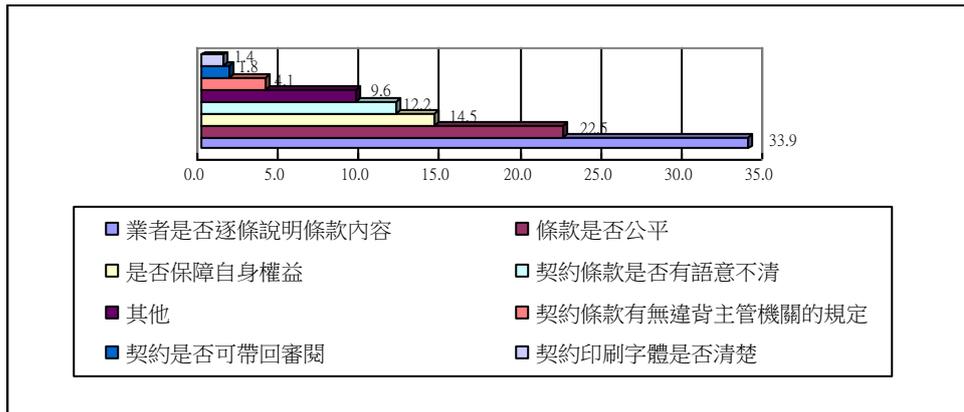


圖 3-9 受訪民眾在簽約時會注意的問題

22、請問您不會注意契約內容的原因是什麼？

依據調查結果，278 位不會注意契約內容的民眾表示，由於契約「內容冗長，太麻煩」(25.7%) 是造成簽約時不會注意的主因；其次是「沒想到注意」(14.8%)；第三則是「業者知名度高，不需要注意」(14.1%)。(見表 3-21，圖 3-10)

表 3-21 受訪民眾不會注意契約問題的原因

		回答次數	百分比
有效的	沒習慣去注意	33	10.4
	內容冗長，太麻煩	81	25.7
	沒想到要注意	47	14.8
	內容多是法律文字難以理解	38	12.0
	業者知名度高，不需要注意	45	14.1
	不知道要注意什麼	39	12.4
	其他	30	9.4
	拒答	4	1.1
	合計	317	100.0

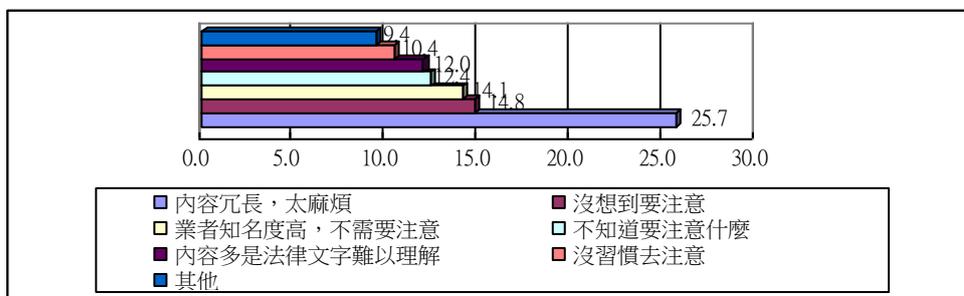


圖 3-10 受訪民眾不會注意契約問題的原因

23、請問您是否有網路購物的經驗？

在成功樣本的受訪者中，「有」網路購物經驗的比例佔 11.8%；「沒有」經驗的比例較高，佔 88.2%。（見表 3-22）

表 3-22 受訪民眾是否有網路購物的經驗

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	有	357	11.8	11.8	11.8
	沒有	2667	88.2	88.2	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

24、請問您在網路購物時會注意哪些問題？

在 357 位有網路購物經驗的受訪者中，有 92.7% 的民眾「會注意」網路購物安全；回答「不會注意」的比例為 7.3%。（見表 3-23-1）

表 3-23-1 受訪民眾是否會注意網路購物安全問題

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	會注意	331	92.7	92.7	92.7
	不會注意	26	7.3	7.3	100.0
	合計	357	100.0	100.0	

331 位會注意網路購物安全的受訪者，最注意的是「選擇安全的付款方式」（22.2%）；其次為「瞭解所欲購買的商品或服務」（16.9%）；「保障個人隱私權」也是較容易注意到的問題，比例為 15.6%。（見表 3-23-2，圖 3-11）

表 3-23-2 受訪民眾在網路購物時會注意的問題

		回答次數	百分比
有效的	充分瞭解業者的相關資訊	146	13.3
	瞭解所欲購買的商品或服務	187	16.9
	詳讀交易各項條款	119	10.8
	保障個人隱私權	172	15.6
	選擇安全的付款方式	245	22.2
	是否可以保存交易的資料	121	11.0
	業者是否有消費爭議處理的管道	103	9.3
	其他	9	0.8
	合計	1102	100.0

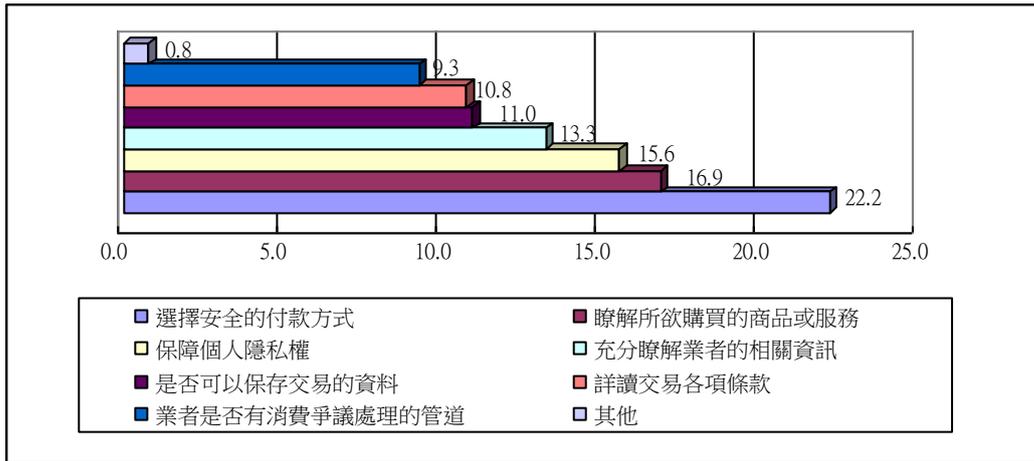


圖 3-11 受訪民眾在網路購物時會注意的問題

第三節 民眾的消費行為

根據調查主題，將受訪者的意見依題目順序整理如下。

25、請問您曾遇過哪些消費詐欺的情況？

在 3024 位成功受訪者中，有 44.5% 的民眾表示「有遇過」消費詐欺的情況；「沒有遇過」的則有 55.3%。(見表 3-24-1)

表 3-24-1 受訪民眾是否曾遇過消費詐欺

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	有遇過	1345	44.5	44.5	44.5
	沒有遇過	1673	55.3	55.3	99.8
	拒答	6	0.2	0.2	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

經由本次調查發現，1345 位有遇過消費詐欺的民眾以遇過「廣告內容誇張不實」的比例最高，有 23.0%；其次是「實際收到的產品和廣告內容不同」和「業務員的壓力推銷，買完後悔卻無法退費」這兩種情況的比例都是 14.4%。(見表 3-24-2，圖 3-12)

表 3-24-2 受訪民眾曾遇過的消費詐欺情況

		回答次數	百分比
有效的	收到來路不明的中獎訊息，匯款後沒有收到獎金	173	6.8
	付費後，公司惡性倒閉，無法退費	133	5.2
	廣告內容誇張不實	582	23.0
	實際收到的產品和廣告內容不同	366	14.4
	個人資料外洩，如信用卡被盜刷，電話被盜打	249	9.8
	收到貨才知道要負擔額外費用	162	6.4
	買到假貨	238	9.4
	業務員的不時推銷或惡意欺騙	235	9.3
	業務員的壓力推銷，買完後悔卻無法退費	364	14.4
	其他	33	1.3
	合計	2534	100.0

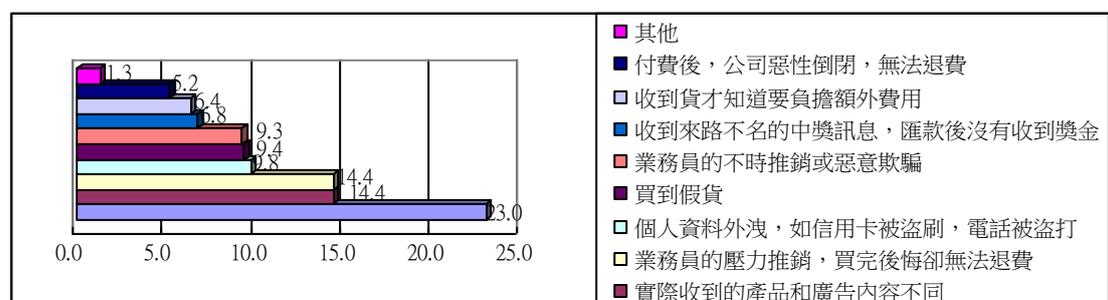


圖 3-12 受訪民眾曾遇過的消費詐欺情況

26、請問您在買哪些（哪幾類）商品時，會謹慎考慮後再決定購買？

依據調查結果顯示，民眾在購物時會謹慎考慮後再購買的是以「家電電機」用品為主，佔 21.9%；其次則為「食品餐飲」(11.5%)。（見表 3-25，圖 3-13）

表 3-25 受訪民眾在購物時會謹慎考慮的商品類別

		回答次數	百分比
有效的	食品餐飲（生鮮蔬果、菸酒飲料、零食點心等）	433	11.5
	衣飾配件（衣服飾品、珠寶等）	374	9.9
	住家生活（房屋買賣、家具家飾等）	308	8.2
	行車交通（機車、汽車等）	359	9.5
	文具/書籍/雜誌	76	2.0
	日用百貨（家庭雜貨，如沐浴乳、洗髮精等）	218	5.8
	家電電機（家用電器、冷凍器材、空調設備等）	823	21.9
	影音光學（音樂/CD、影帶光碟、攝影器材、電動玩具等）	160	4.2
	資訊通信（通訊服務及設備、如手機、PDA、電腦周邊）	299	7.9
	美容用品（化妝品、保養品等）	161	4.3
	金融服務（保險、股票、基金等）	83	2.2
	醫療保健用品（養生食品、瘦身食品或藥品等）	235	6.2
	兒童用品（嬰幼兒用品、兒童玩具等）	17	0.5
	旅遊行程（國內外旅遊等）	12	0.3
	運動用品（球類用品、健身器材等）	9	0.2
其他	199	5.3	
合計	3765	100.0	

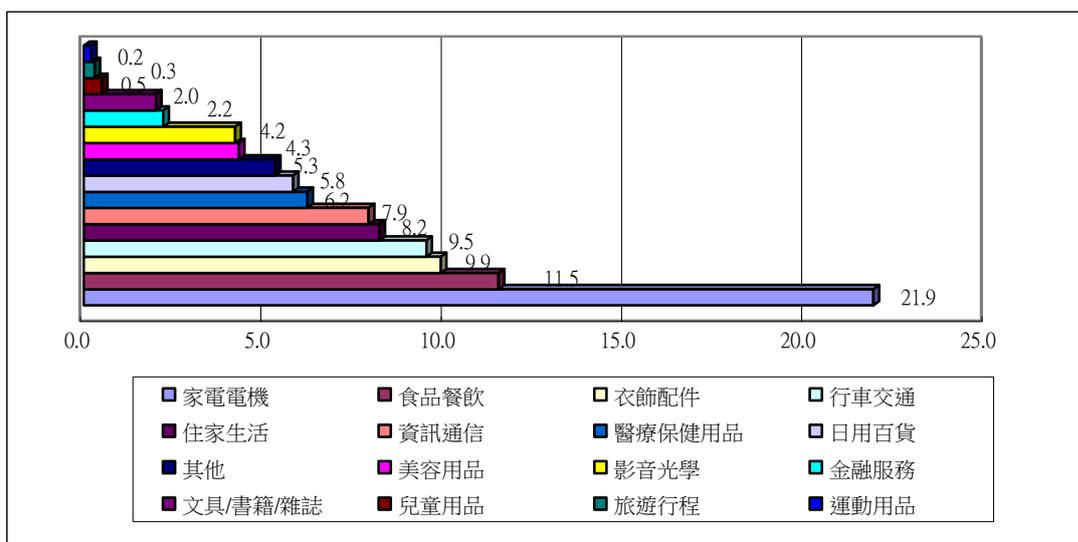


圖 3-13 受訪民眾在購物時會謹慎考慮的商品類別

27、請問您在購買商品或服務時，會考慮哪些條件之後再決定購買？

民眾在購物的時候會考慮的條件，依序為「實用性」(26.0%)、「價格」(24.9%)和「品質」(15.0%)。(見表 3-26，圖 3-14)

表 3-26 受訪民眾購物時會考慮的條件

		次數	百分比
有效的	價格	1248	24.9
	包裝，外觀	86	1.7
	品質	749	15.0
	售後服務	577	11.5
	實用性	1303	26.0
	品牌知名度	457	9.1
	流行趨勢	24	0.5
	安全性	160	3.2
	同儕間的比較心理	27	0.5
	廣告促銷	28	0.6
	服務態度	115	2.3
	親友推薦或介紹	26	0.5
	經濟能力	37	0.7
	依個人喜好	82	1.6
	其他	83	1.7
	合計	5003	100.0

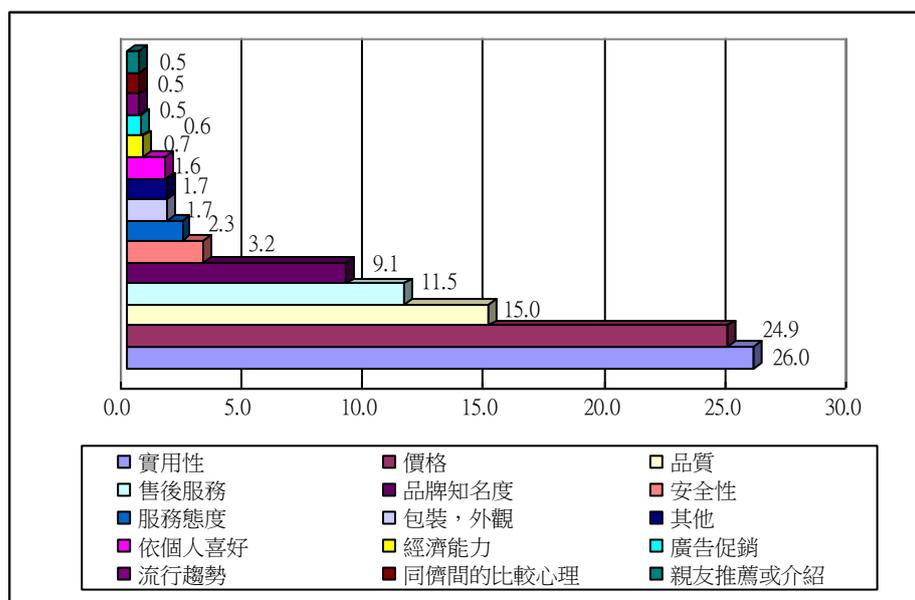


圖 3-14 受訪民眾購物時會考慮的條件

第四節 民眾對於消費問題的反應

根據調查主題，將受訪者的意見依題目順序整理如下。

28、當您的消費權益受損時，您有沒有申訴過？

在本次調查的 3024 位成功受訪者中，「有」消費權益受損經驗的比例為 72.5%；「沒有」相關經驗的比例是 27.3%。（見表 3-27-1）

表 3-27-1 受訪民眾是否有消費權益受損的經驗

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	有經驗	2192	72.5	72.5	72.5
	沒有經驗	825	27.3	27.3	99.8
	拒答	7	0.2	0.2	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

有消費權益受損的 2192 位受訪者中，僅 13.6% 的民眾「有」進行申訴；「沒有」申訴的比例則有 86.4%。（見表 3-27-2）

表 3-27-2 受訪民眾是否有申訴的經驗

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	有申訴	298	13.6	13.6	13.6
	沒有申訴	1894	86.4	86.4	100.0
	合計	2192	100.0	100.0	

29、請問您是透過哪些管道申訴？

有申訴的 298 位民眾以透過「非政府部門」申訴的比例最高，佔 71.8%；向「政府部門」申訴的比例為 19.0%；「兩者皆有」佔 6.3%。（見表 3-28，圖 3-15）

表 3-28 受訪民眾申訴的管道

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	政府部門	57	1.9	19.0	19.0
	非政府部門	214	7.1	71.8	90.9
	兩者皆有	19	0.6	6.3	97.2
	拒答	8	0.3	2.8	100.0
	合計	298	9.9	100.0	
遺漏值	系統設定跳答人數	2726	90.1		
合計		3024	100.0		

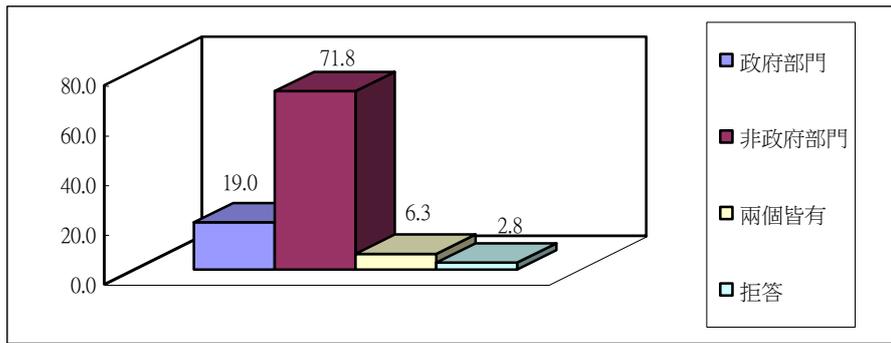


圖 3-15 受訪民眾申訴的管道

30、請問您是向哪個政府部門申訴？

76 位曾向政府部門申訴的民眾，向「其他政府機關」申訴的比例最高，佔 36.4%；其次是透過「各縣市消費者服務中心」(24.2%)和「行政院消費者保護委員會」(18.9%)；而民眾找「各縣市消保官」申訴的比例最低，為 17.9%。(見表 3-29，圖 3-16)

表 3-29 受訪民眾申訴的政府部門

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	行政院消費者保護委員會	14	0.5	18.9	18.9
	各縣市消費者服務中心	18	0.6	24.2	43.1
	各縣市消費者保護官	13	0.4	17.9	61.0
	其他政府機關	28	0.9	36.4	97.4
	拒答	2	0.1	2.6	100.0
	合計	76	2.5	100.0	
遺漏值	系統設定跳答人數	2949	97.5		
合計		3024	100.0		

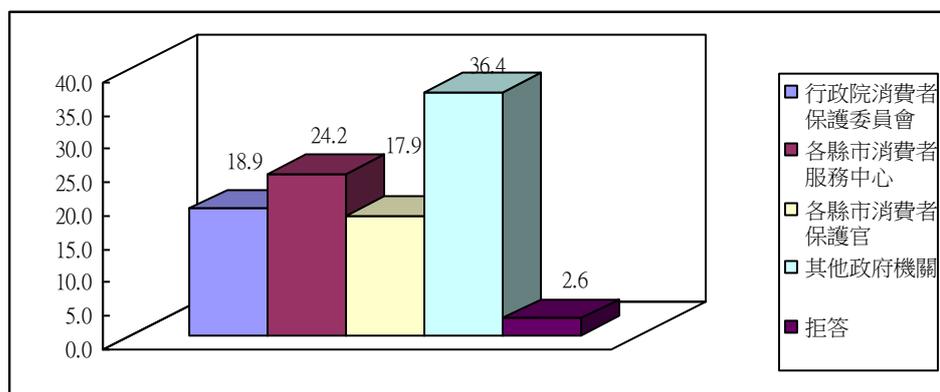


圖 3-16 受訪民眾申訴的政府部門

31、請問您向政府部門申訴的結果滿意不滿意？

76 位透過政府部門申訴的民眾覺得「滿意」的比例為 39.3%（含非常滿意 12.1%和滿意 27.2%）；而「不滿意」的則有 45.0%（含不滿意 20.8%和非常不滿意 24.2%）。（見表 3-30，圖 3-17）

表 3-30 受訪民眾向政府部門申訴的滿意度

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	非常滿意	9	0.3	12.1	12.1
	滿意	21	0.7	27.2	39.3
	普通	7	0.2	9.4	48.7
	不滿意	16	0.5	20.8	69.5
	非常不滿意	18	0.6	24.2	93.7
	沒意見	5	0.2	6.3	100.0
	合計	76	2.5	100.0	
遺漏值	系統設定跳答人數	2949	97.5		
合計		3024	100.0		

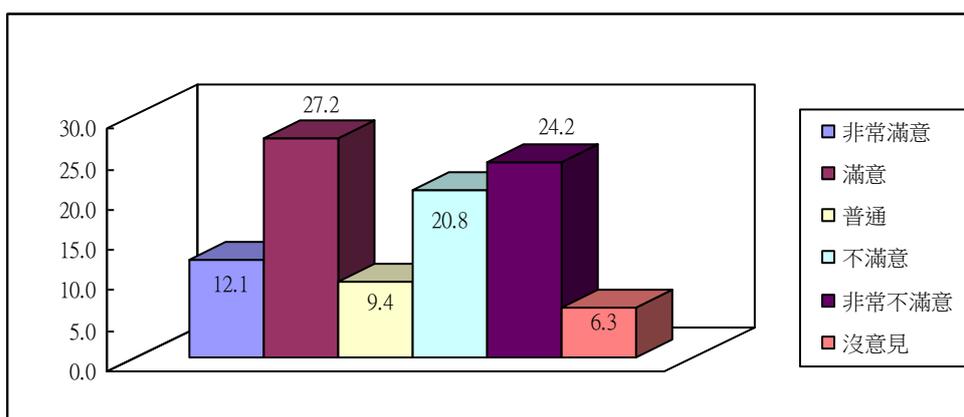


圖 3-17 受訪民眾向政府部門申訴的滿意度

32、請問您向政府部門申訴的過程中有沒有遇過什麼問題？

76 位向政府部門申訴的民眾，回答「沒有遇過任何問題」的比例最高，佔 43.7%；而曾遇過的問題則是以回答「服務人員態度不佳」居多，其比例為 14.0%。（見表 3-31，圖 3-18）

表 3-31 受訪民眾向政府部門申訴曾遇過的問題

		回答次數	百分比
有效的	程序複雜、麻煩	9	10.6
	服務人員態度不佳	12	14.0
	效率太差	10	12.4
	處理人員沒經驗	4	5.2
	沒有立即處理	3	3.3
	其他	9	10.9
	沒有問題	37	43.7
	合計	85	100.0

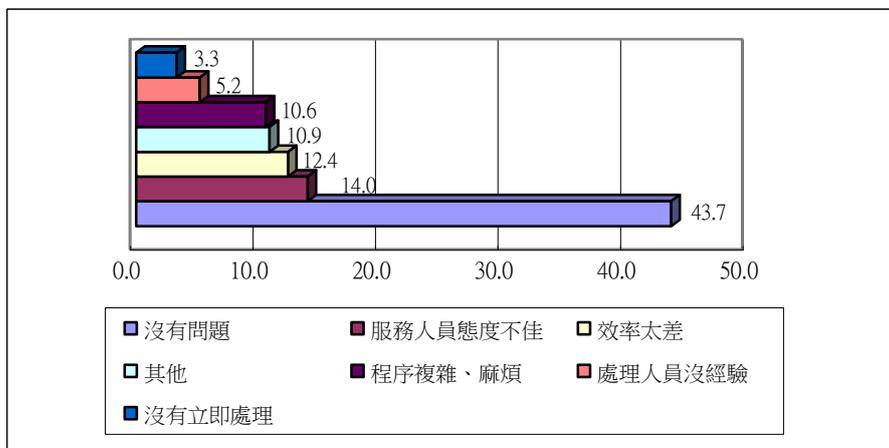


圖 3-18 受訪民眾向政府部門申訴曾遇過的問題

33、請問您不向政府部門申訴的原因是什麼？

214 位不向政府部門申訴民眾表示其主要原因是「怕申訴程序複雜、太麻煩」(28.2%)；次要原因則是「不知道如何申訴」(26.3%)。(見表 3-32，圖 3-19)

表 3-32 受訪民眾不向政府部門申訴的原因

		回答次數	百分比
有效的	怕申訴程序複雜、太麻煩	66	28.2
	消費金額不大(問題不大)	27	11.6
	怕被廠商報復	3	1.3
	預期不會有效果	22	9.3
	直接找廠商申訴	35	14.8
	其他	19	8.1
	不知道如何申訴	62	26.3
	拒答	1	0.3
	合計	235	100.0

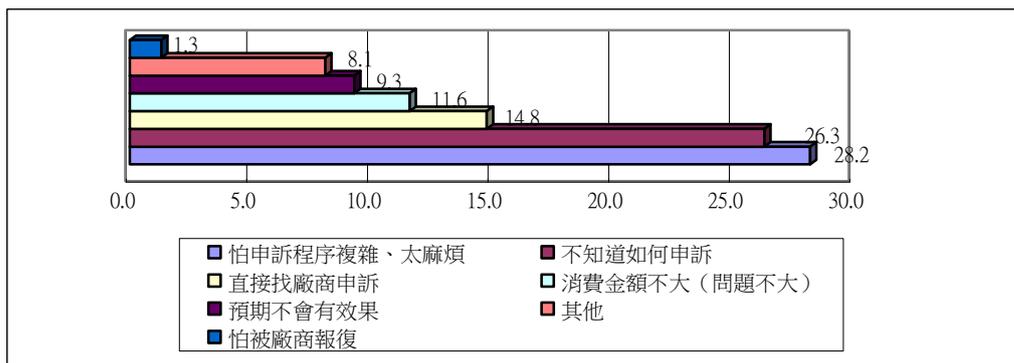


圖 3-19 受訪民眾不向政府部門申訴的原因

34、請問您是透過哪些非政府部門的管道申訴？

選擇非政府部門申訴的 223 位民眾，其主要方式是「向經銷商或廠商申訴」，佔 68.6%；「向消費者保護團體申訴」的比例居次，其比例為 20.9%。(見表 3-33，圖 3-20)

表 3-33 受訪民眾申訴的非政府部門

		回答次數	百分比
有效的	向消費者保護團體申訴	55	20.9
	向經銷商或廠商申訴	180	68.6
	向媒體投書或 call-in	7	2.7
	向民意代表申訴	7	2.6
	不透過任何管道，自行採取法律行動	9	3.3
	其他	5	1.8
	合計	262	100.0

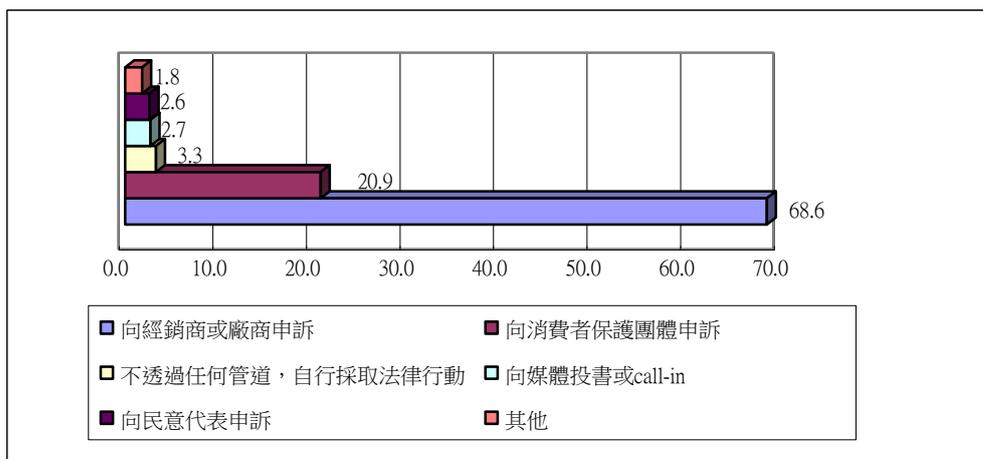


圖 3-20 受訪民眾申訴的非政府部門

第五節 民眾對國內整體消費環境的看法及建議

根據調查主題，將受訪者的意見依題目順序整理如下。

35、請問自民國 83 年「消費者保護法」實行以來，您認為國內的消費環境有沒有改善？

3024 位受訪民眾對於目前國內的消費環境認為有改善者（含改善一些和改善很多）的比例最高，佔 49.7%；覺得「沒有改變」的比例居次，為 24.9%；而回答「不知道」的比例也有 21.3%。

（見表 3-34，圖 3-21）

表 3-34 受訪民眾認為國內消費環境的改善程度

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	消費環境改善很多	146	13.8	13.8	13.8
	消費環境改善一些	1085	35.9	35.9	49.7
	消費環境沒有改變	754	24.9	24.9	74.6
	消費環境變差一些	48	1.6	1.6	76.2
	消費環境變差很多	75	2.5	2.5	78.7
	沒意見	646	21.3	21.3	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

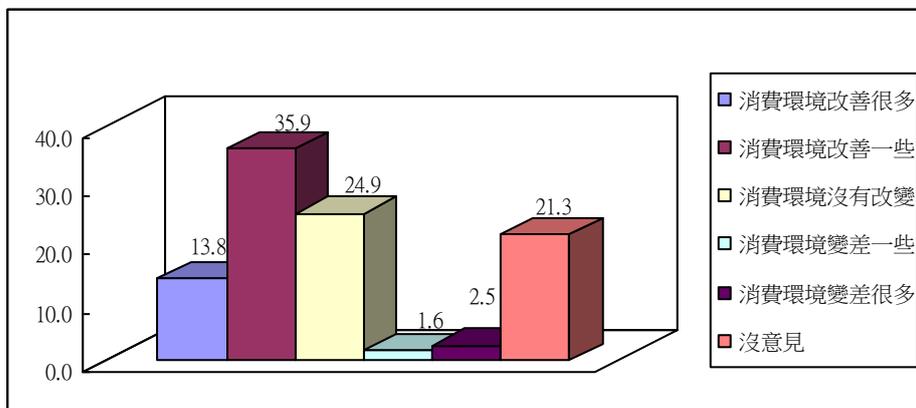


圖 3-21 受訪民眾認為國內消費環境的改善程度

36、您覺得消費者保護的工作應該是誰的責任？

本題以『複選題』的形式來詢問民眾意見，由結果來看，民眾認為消費者保護的工作主要是「政府機關的責任」（26.9%），其次則是「消費者本身」（26.6%）也要自行負起責任；認為「廠商」也要同時肩負責任的比例為 25.0%。由於 4 者的差距不大，顯然在消費者保

護責任歸屬的議題上任一方都應承擔相當責任。(見表 3-35，圖 3-22)

表 3-35 受訪民眾認為消費者保護的責任歸屬

		回答次數	百分比
有效的	消費者本身	1960	26.6
	消費者保護團體	1336	18.1
	廠商	1845	25.0
	政府機關	1984	26.9
	其他	17	0.2
	不知道 / 拒答	224	3.0
	合計	7367	100.0

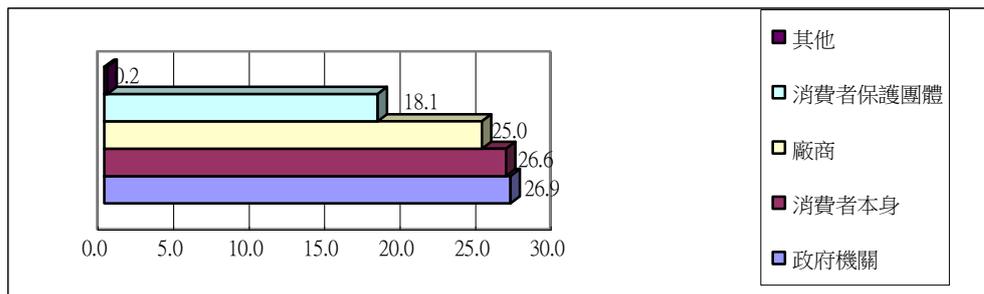


圖 3-22 受訪民眾認為消費者保護的責任歸屬

37、請問您是由哪些管道知道有關「消費者保護」的資訊或內容？

民眾取得「消費者保護」資訊的管道，主要還是「電視」(34.2%)和「報紙」(20.9%)；雖然其餘管道也可得知相關訊息，但相對來說，比例較低；還有 1.1%的民眾表示「從未得知相關訊息或不知道要從哪些管道取得資訊」。(見表 3-36，圖 3-23)

表 3-36 受訪民眾得知消費者保護資訊的管道

		回答次數	百分比
有效的	政府機關	147	2.6
	學校	248	4.4
	親友同事等	420	7.4
	報紙	1182	20.9
	電視	1936	34.2
	廣播	386	6.8
	雜誌	458	8.1
	網路	329	5.8
	民間消費者團體	74	1.3
	廠商或其他公司行號	79	1.4
	其他	199	3.5
	不知道(從未得知)	60	1.1
	拒答	141	2.5
	合計	5658	100.0

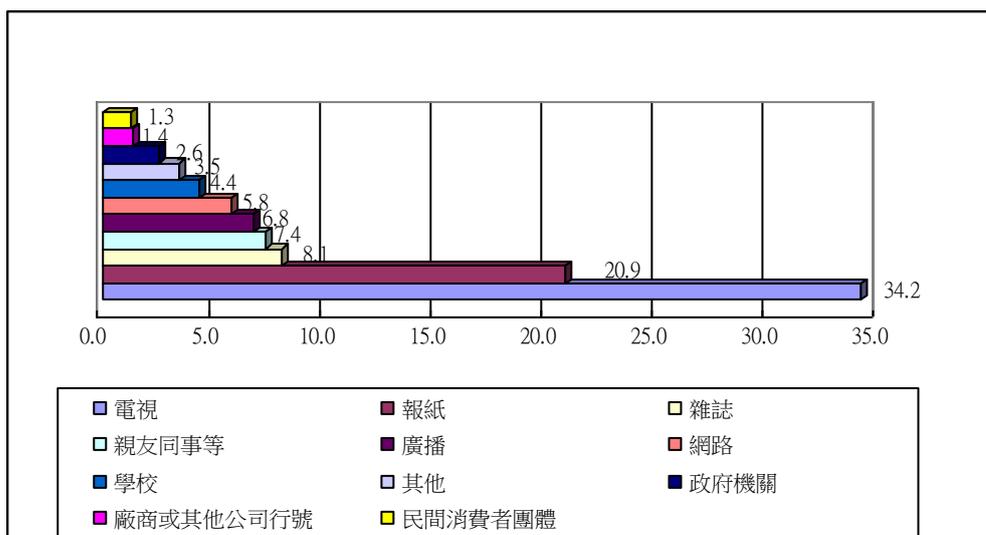


圖 3-23 受訪民眾得知消費者保護資訊的管道

38、對於「消費者保護」這項工作，請問您覺得政府應該優先加強哪一項工作？

依據民眾的意見，政府目前應優先加強的工作是「加強公共場所安全及商品安全檢測」(30.5%)，顯見民眾對於政府部門在消費者保護相關事務上能發揮公權力的期待；其次，民眾認為政府的首要工作是「加強法令的宣導」的比例也有 18.9%。(見表 3-37，圖 3-24)

表 3-37 受訪民眾認為政府應優先加強的工作

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的				
加強法令的宣導	573	18.9	18.9	18.9
增加消費者資訊或消費情報	348	11.5	11.5	30.4
提高消費申訴效率	312	10.3	10.3	40.7
加強公共場所及商品安全檢測	923	30.5	30.5	71.2
辦理消費者諮詢服務	166	5.5	5.5	76.7
加強取締並重罰不法業者	260	8.6	8.6	85.2
加強消費者教育	90	3.0	3.0	88.2
其他	45	1.5	1.5	89.7
不知道	283	9.3	9.3	99.0
拒答	29	1.0	1.0	100.0
合計	3029	100.0	100.0	

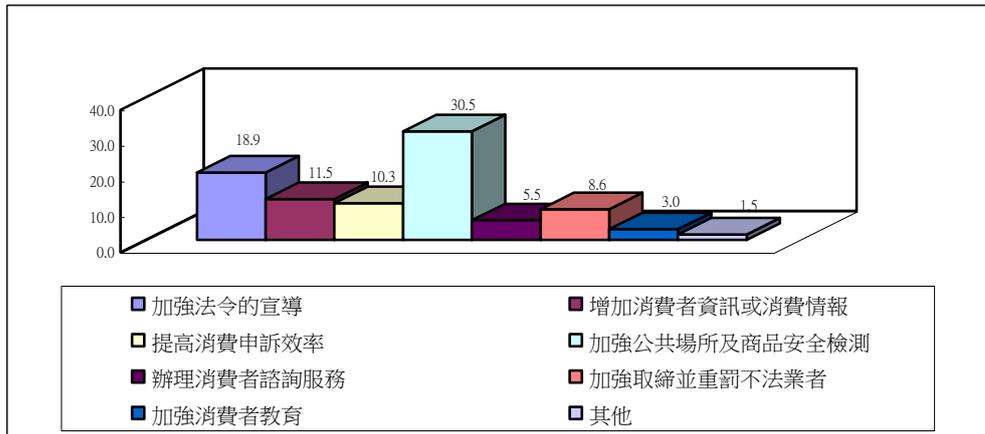


圖 3-24 受訪民眾認為政府應優先加強的工作

39、如果滿分為 100 分，60 分是及格。請問您對於政府所做的「消費者保護」工作的整體表現打幾分？

民眾認為政府的消費者保護工作之整體表現平均分數為「62.33 分」。排除不知道/無法評斷和拒答的受訪者後，由 2393 位民眾評分的结果以「60~69 分」所佔比例最高，為 35.2%；其次依序為「59 分以下」(25.9%)，「70~79 分」(24.5%)。(見表 3-38，圖 3-25)

表 3-38 受訪民眾對於政府所為消保工作整體表現的評分

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	59 分以下	620	20.5	25.9	25.9
	60~69 分	843	27.9	35.2	61.1
	70~79 分	587	19.4	24.5	85.6
	80~89 分	300	9.9	12.6	98.2
	90~100 分	43	1.4	1.8	100.0
	不知道/無法評斷	595	19.7		
	拒答	36	1.2		
	合計	3024	100.0	100.0	

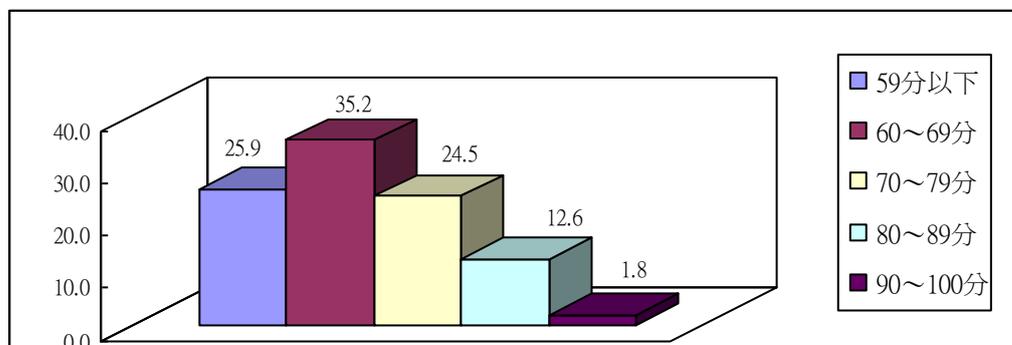


圖 3-25 受訪民眾對於政府所為消保工作整體表現的評分

第六節 調查結果之歷年比較

本年度調查的主題如果與其他年度調查相同或類似者，則作歷年的意見比較，有助於瞭解國民消費意見的變化。

根據調查主題，將受訪者的意見依題目順序整理如下。

2、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」是政府機關，而「消費者文教基金會」是民間團體，兩者是不同的機構？

今年的調查結果得知，只有三成七的民眾知道「消保會」和「消基會」是兩個不同的團體。(見表 3-1)

歷年資料也顯示，約五成左右的民眾知道「行政院消費者保護委員會」這個機關，而且比例有逐年下降的趨勢。(見表 3-39)

造成比例下降的原因除了與 91 年度調查年齡下降有關外，建議政府在加強民眾對於「行政院消費者保護委員會」認知度的同時，若能適當地與「消費者文教基金會」做出區別，應能有效提高其知名度。

表 3-1 受訪民眾是否知道「消保會」和「消基會」是不同的機構

91 年度		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	知道	1118	37.0	37.0	37.0
	不知道	1905	63.0	63.0	100.0
	拒答	1	0.0	0.0	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

(91 年第 2 題)

表 3-39 受訪民眾知不知道行政院消費者保護委員會的歷年比較

	88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	976	48.2%	1067	51.0%	1046	51.4%
不知道	1050	51.0%	1025	49.0%	989	48.6%
合計	2026	100.0%	2092	100.0%	2035	100.0%

(88 年第 4 題、87 年第 6 題和 86 年第 4 題)

10、請問您曾參加過中華民國消費者月活動嗎？

91 年度調查出消費者月活動的民眾參與率低於 1%。(見表 3-9)

歷年調查結果顯示，民眾參與各項宣導活動的比例一直很低，比例均不超過 3%。(見表 3-40)

由此可見，近幾年來民眾對於消保會宣導活動的參與度一直都沒有提高，顯示政府應加強活動的宣傳，以吸引更多民眾參與。

表 3-9 受訪民眾是否曾參加過消費者月活動

91 年度		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	有	21	0.7	0.7	0.7
	沒有	3003	99.3	99.3	100.0
	合計	3024	100.0	100.0	

(91 年第 10 題)

表 3-40 受訪民眾對於行政院消保會或各縣市宣導活動參與度的歷年比較

	88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
有	21	2.2%	36	1.7%	21	2.0%
沒有	955	97.8%	2055	98.3%	1024	98.0%
合計	976	100.0%	2091	100.0%	1045	100.0%

(88 年第 4-a 題、87 年第 7 題和 86 年第 5 題)

13、請問您進出公共場所例如學校、戲院、百貨公司、車站、飯店、KTV 的時候會注意的安全項目有哪些？

本年度「會」注意場所安全的民眾只有 74.2%，相較於 88 年度和 86 年度的比例均大於 80% 的比例略低。(見表 3-41)

表 3-41 受訪民眾是否會注意公共場所安全的歷年比較

	91 年度		88 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
會	2245	74.2%	1671	82.5%	1628	80.0%
不會	678	22.4%	315	15.5%	343	16.9%
拒答	101	3.3%	40	2.0%	64	3.1%
合計	3024	100.0%	2026	100.0%	2035	100.0%

(91 年第 13 題、88 年第 7 題、86 年第 8 題)

不同以往，本年度以「複選題」的形式詢問民眾在進出公共場所的時候會注意的安全項目。相較於 88 年的數據，民眾最注意的安全項目仍是「是否有安全門」之外，其次會注意的項目已有改變，變動後依序為「是否有緊急消防設備」和「是否有逃生路線的指示」。由於近年來政府經常宣導民眾在進出公共場所時要先找出逃生路線的指示和緊急消防設備的放置地點，可見，政府在公共場所安全的宣導確實有達到顯著效果。此外，有民眾主動表示進出公共場所會注意「是否有針孔攝影偷拍」，這個現象應該是和媒體不斷報導偷拍的新聞事件有關。(見表 3-42)

表 3-42 受訪民眾會注意的場所安全項目之歷年比較

	91 年度		88 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
是否貼有危險建築標章	83	2.1	47	2.81	40	2.40
是否設於地下室			7	0.40	5	0.31
是否有安全門	1182	29.6	560	33.50	524	32.13
是否使用易燃材料裝潢	85	2.1	9	0.54	9	0.55
逃生通道是否有障礙物	285	7.1	377	22.56	259	15.88
安全門是否被堵死			37	2.21	49	3.00
防火巷是否被堵死			50	2.99	68	4.17
頂樓平台是否蓋滿違建			4	0.24	4	0.25
消防隊從外面救援是否容易			17	1.02	5	0.31
緊急進出口是否被堵死			47	2.81	37	2.27
是否加裝鐵門、鐵窗	24	0.6	3	0.18	3	0.18
廣告物是否遮蔽緊急進出口			3	0.18	5	0.31
是否有消防設備	985	24.7	366	21.90	294	18.03
是否位於逃生不易的地點	114	2.9				
是否有逃生路線的指示	882	22.1				
是否有緊急逃生設備	128	3.2				
是否有針孔攝影偷拍	14	0.4				
注意電動設備的安全	60	1.5				
其他	146	3.6	37	2.21	86	5.27
無意見			48	2.87	100	6.13
拒答			59	3.53		
聽別人說					1	0.06
憑自己感覺					18	1.10
有無逃生設備					124	7.60
合計	3988	100.0	1671	100.00	1631	100.00

(91 年第 13 題、88 年第 7-a 題、86 年第 8a 題)

14、請問您不會注意的原因是什麼？

本年度與 88 年度的民眾不會注意場所安全的主要原因均是「很少進出公共場所」，而「沒習慣注意」也是重要原因之一。因此，養成民眾注意公共場所安全的習慣應列入消保教育工作之中。(表 3-43)

表 3-43 受訪民眾不會注意場所安全的原因之歷年比較

	91 年度		88 年度	
	次數	百分比	次數	百分比
沒習慣去注意	120	17.1	68	20.8
太麻煩	19	2.6	4	1.2
場所很有名，不需要注意	20	2.8	2	0.6
沒想到要注意	147	20.9	15	4.6
沒時間去注意	54	7.7	14	4.3
不知道要注意什麼	74	10.5	5	1.5
很少進出公共場所	221	31.5	175	53.5
因為沒有危險場所的標誌			6	1.8
因為非去不可			1	0.3
因為那裡好玩			6	1.8
因為大家都去，人潮洶湧			9	2.8
因為只有那裡可以滿足我的消費需求			2	0.6
其他	27	3.9	7	2.1
拒答	21	3.0	13	4.0
合計	703	100.0	327	100.0

(91 年第 14 題、88 年第 7-b 題)

15、請問您購買食品（舉凡食物、零嘴、健康瘦身食品）的時候會注意哪些標示？

歷年資料顯示，有將近九成左右的民眾會注意「商品」標示。本年度為了區隔民眾對於食品標示和藥品標示的注意程度是否不同，因而將商品分成「食品」和「藥品」來調查民眾意見。結果，本次調查顯示，有九成一左右的民眾會注意「食品標示」；只有六成八的民眾會注意「藥品標示」。由此可知，民眾對於食品標示的注意程度高於藥品標示，顯見與藥品相關的消保宣導還有加強的空間。

(見表 3-44，表 3-45)

表 3-44 受訪民眾是否會注意「食品」標示和「藥品」標示的比較

食品標示	91 年度		藥品標示	91 年度	
	次數	百分比		次數	百分比
會	2763	91.4%	會	2075	68.6%
不會	235	7.8%	不會	855	28.3%
拒答	26	0.9%	拒答	94	3.1%
合計	3024	100.0%	合計	3024	100.0%

(91 年第 15 題、第 17 題)

表 3-45 受訪民眾是否會注意「商品」標示的歷年比較

	88 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比
會	1782	88.0%	1784	87.7%
不會	222	11.0%	224	11.0%
拒答	22	1.1%	27	1.3%
合計	2026	100.0%	2035	100.0%

(88 年第 8 題、86 年第 6 題)

歷年來，民眾會注意的食品標示主要還是「製造日期或有效期限是否標明」、「內容物（原料）、數量是否標示」和「CAS 優良食品認證」等三項。日後，政府可以著重在其他項目上的宣導，讓民眾逐漸增加應注意的項目。本年度研究發現，有 1.8% 民眾主動表示會注意食品的熱量標示，與民眾逐漸重視健康方面的現象有關。(見表 3-46)

表 3-46 受訪民眾購買食品或商品時會注意的標示之歷年比較

	91 年度		88 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
廠商名稱、地址是否標明	291	5.8	45	2.53	67	3.76
進口商品是否加註代理商名稱、地址	65	1.3	13	0.73	7	0.39
製造日期或有效日期是否標明	2543	50.4	1351	75.81	1398	78.36
包裝外面的標示是否誇張不實	96	1.9	15	0.84	14	0.78
商品名稱或品牌標示	200	4.0	38	2.13		
主管機關核准或許可字號	164	3.3	23	1.29		
CAS 等優良食品認證標示	454	9.0	83	4.66	125	7.01
價格是否清楚標示	96	1.9	7	0.39		
內容物（原料）、數量是否標示	885	17.5	138	7.74	81	4.54
營養成分（熱量、卡洛里）標示	88	1.8				
保存方式	8	0.1				
包裝、外觀是否完整	118	2.3				
視商品種類而定			3	0.17		
其他	42	0.8	12	0.67	34	1.91
拒答			54	3.03	58	3.25
合計	5048	100.0	1782	100.00	1784	100.00

(91 年第 15 題、88 年第 8-a 題、86 年第 9a 題)

21、請問您和業者在簽訂消費契約時會注意哪些問題？

88 年度的調查並沒有區分民眾是否有簽約經驗，結果有 77.7% 的民眾表示會注意契約內容。但是本年度只針對有簽約經驗的民眾來詢問簽約時是否會注意契約內容，其比例為 74.0%。

整體來說，還是有將近兩成五左右的民眾在簽約時不會注意契約內容，這表示民眾在簽訂契約時的警覺性還是有待提升。(見表 3-47)

表 3-47 受訪民眾在簽約時會不會注意契約內容或問題之歷年比較

	91 年度		88 年度	
	次數	百分比	次數	百分比
會	875	74.0%	1575	77.7%
不會	278	23.5%	218	10.8%
視情況而定			49	2.4%
拒答	30	2.5%	184	9.1%
合計	1183	100.0%	2026	100.0%

(91 年第 21 題、88 年第 10-a 題)

由歷年來的結果發現，民眾在簽約時會注意的問題有了重大改變。在 88 年度的調查中，民眾最注意「是否保障自身權益」和「有無明示一般條款」，而本年度民眾最注意的契約問題已轉移為「業者是否逐條說明條款內容」和「條款是否公平」。(見表 3-48)

表 3-48 受訪民眾在簽約時會注意的問題之歷年比較

	91 年度		88 年度	
	次數	百分比	次數	百分比
契約印刷字體是否清楚	17	1.4	26	20.8
契約條款是否有語意不清	147	12.2	229	1.2
有無明示契約的一般條款			247	0.6
業者是否逐條說明條款內容	407	33.9		
契約是否可帶回審閱	21	1.8	19	4.6
條款是否公平	269	22.5	202	4.3
契約條款有無違背主管機關的規定	49	4.1	84	1.5
是否保障自身權益	173	14.5	841	53.5
其他	115	9.6	64	1.8
不知道/拒答			380	0.3
合計	1199	100.0	2102	100.0

(91 年第 21 題、88 年第 10-b 題)

28、當您的消費權益受損時，您有沒有申訴過？

88 年度的調查是假設民眾遇到消費權益受損時，詢問會不會去申訴處理，民眾表示「會申訴處理」的比例是 31.5%；然而，本年度是針對有遇過權益受損的民眾來調查是否有申訴的經驗，結果顯示，真正有申訴經驗的民眾只有 13.6%。(見表 3-49)

表 3-49 受訪民眾的申訴反應之歷年比較

	91 年度			88 年度	
	次數	百分比		次數	百分比
有申訴	298	13.6%	會申訴	638	31.5%
沒有申訴	1894	86.4%	不會申訴	647	31.9%
			視情況而定	651	32.1%
拒答			拒答	90	4.4%
合計	2192	72.5%	合計	2026	100.0%

(91 年第 28 題、88 年第 22 題)

30、請問您是向哪個政府部門申訴？

86、87 和 88 年度的調查都是假設在消費權益受損的情況下，想瞭解民眾會選擇申訴的政府部門。在這三年的研究中，超過三成的民表示會以「各縣市消費者服務中心」為主；然而，91 年度就實際有申訴經驗的民眾來調查其申訴的政府部門，結果只有兩成四左右的民眾是向「各縣市消費者服務中心」申訴。(見表 3-50)

表 3-50 受訪民眾申訴時會選擇的政府部門

	91 年度		88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
行政院消費者保護委員會	14	18.9	16	19.3	14	33.3	14	18.9
各縣市消費者服務中心	18	24.2	39	47.0	20	47.6	23	31.1
各縣市消費者保護官	13	17.9						
中央政府各主管部會			7	8.4	2	4.8	8	10.8
其他政府機關	28	36.4	14	16.9	6	14.3	23	31.1
拒答	2	2.6	7	8.4				
合計	76	100.0	83	100.0	42	100.0	74	100.0

(91 年第 30 題、88 年第 22-c 題、87 年第 12 題、86 年第 14 題)

32、請問您向政府部門申訴的過程中有沒有遇過什麼問題？

在 88 年度和 91 年度的調查中，多數民眾表示向政府部門申訴的過程中並「沒有」遇過任何問題所佔比例最高。相較於 88 年的調查，在有回答的民眾當中，91 年度調查反映出「服務人員態度不佳」、「效率太差」及「程序複雜麻煩」所佔比例最高；此外，88 年度的調查也反應出「官員不理或不熱心」是問題所在，因此兩次調查發現最根本的問題就在於直接對應窗口（服務人員或官員）在處理態度或效率不彰的問題上。（見表 3-51）

表 3-51 受訪民眾向政府部門申訴時遇到的問題之歷年比較

	91 年度		88 年度	
	次數	百分比	次數	百分比
程序複雜、麻煩	9	10.6	1	1.5
服務人員態度不佳	12	14.0		
效率太差	10	12.4		
處理人員沒經驗	4	5.2		
沒有立即處理	3	3.3		
官員不理或不熱心			4	6.2
處理了，沒下文			3	4.6
其他	9	10.9	5	7.7
沒有問題	37	43.7	24	36.9
拒答			28	43.1
合計	85	100.0	65	100.0

（91 年第 32 題、88 年第 22-e 題）

35、請問自民國 83 年「消費者保護法」實行以來，您認為國內的消費環境有沒有改善？

民眾認為消費環境「有改善」的比例由 86 年的 48.6%、87 年的 47.6%，上升至 88 年的 53.9%，顯示民眾認為 83~88 年國內消費環境有逐年改善的趨勢；但是 91 年度的調查卻下降至 49.7%，這顯示民眾認為 88~91 年間整體消費環境有變差的趨勢。（見表 3-52）

表 3-52 受訪民眾認為消費環境的改善程度之歷年比較

	91 年度			88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比		次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
改善很多	146	13.8%	改善很多	156	7.7%	80	3.8%	108	5.3%
改善一些	1085	35.9%	有點改善	937	46.2%	918	43.8%	882	43.3%
沒有改變	754	24.9%	沒什麼改善	529	26.1%	542	25.9%	493	24.2%
變差一些	48	1.6%	完全沒改善	77	3.8%	103	4.9%	77	3.8%
變差很多	75	25.0%	拒答/沒意見	327	16.1%	451	21.5%	475	23.3%
沒意見	646	21.3%							
合計	3024	100.0%	合計	2026	100.0%	2094	100.0%	2035	100.0%

(91 年第 35 題、88 年第 13 題、87 年第 2 題、86 年第 15 題)

37、請問您是由哪些管道知道有關「消費者保護」的資訊或內容？

歷年來的調查結果均顯示，民眾主要是透過「大眾傳播媒體」得知有關消費者保護的資訊。此外，由「政府機關」、「學校」、「民間消費者保護團體」和「廠商或公司行號」等管道得知相關訊息的比例均有逐年增加的趨勢；而「從不知道任何相關訊息」的則由 1.4% 微幅下降至 1.1%。此現象顯示，民眾不僅有多元管道可以獲取消費者保護資訊，而且取得頻率也相當普及。值得注意的是，由於網路使用率不斷提升，因此透過網路取得的比例呈現明顯的成長。(表 3-53)

表 3-53 受訪民眾取得消費者保護資訊的管道之歷年比較

	91 年度		88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
面對面傳播	420	7.4%	81	4.0%	70	3.3%	43	2.1%
大眾傳播媒體	3962	70.0%	1438	71.0%	1442	68.9%	1384	68.0%
政府機關	147	2.6%	15	0.7%	10	0.5%	9	0.4%
學校	248	4.4%	58	2.9%	8	0.4%	38	1.9%
民間消費者保護團體	74	1.3%	23	1.1%	7	0.3%	13	0.6%
廠商或公司行號	79	1.4%	4	0.2%	9	0.4%	5	0.3%
電腦網路	329	5.8%	15	0.7%				
從商品本身得知			8	0.4%				
從不知道相關訊息	60	1.1%	29	1.4%				
其他	199	3.5%	74	3.7%	40	1.9%	34	1.7%
拒答	141	2.5%	281	13.9%	508	24.3%	509	25.0%
合計	5659	100.0%	2026	100.0%	2094	100.0%	2035	100.0%

(91 年第 37 題、88 年第 11 題、87 年第 9 題、86 年第 6 題)

各年度的調查結果都顯示民眾透過大眾傳播取得消費者保護的資訊的管道，主要都是「電視」，其次是「報紙」。(見表 3-54)

表 3-54 受訪民眾取得消費者保護資訊的大眾傳播媒體

	91 年度		88 年度		87 年度		86 年度	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
電視	1936	48.9%	985	68.5%	879	61.0%	921	66.5%
廣播	386	9.7%	27	1.9%	42	2.9%	23	1.7%
報紙	1182	29.8%	368	25.6%	415	28.8%	377	27.2%
雜誌	458	11.6%	34	2.4%	55	3.8%	46	3.3%
書籍			13	0.9%	2	0.1%	8	0.6%
消費者保護雜誌			5	0.3%				
其他			3	0.2%	41	2.8%	6	0.4%
拒答			3	0.2%	8	0.6%	3	0.2%
合計	3962	100.0%	1438	100.0%	1442	100.0%	1384	100.0%

(91 年第 37 題、88 年第 11-b 題、87 年第 9b 題、86 年第 6b 題)

第四章 國民消費意見的交叉分析

消費者保護法於民國 83 年 1 月 11 日經立法院通過，並於同年 7 月 1 日設置行政院消費者保護委員會，將消費者保護理念與責任納入行政體系中。由於消費者保護法涉及每個人的權益，因此我們進一步地將民眾意見和民眾居住地區、學歷、職業、個人月收入和性別等五大變項進行交叉分析。

根據調查主題，將受訪者的意見依題目順序整理如下。

2、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」是政府機關，而「消費者文教基金會」是民間團體，兩者是不同的機構？

由於知道的比例只有 37.0%，不知道的比例佔 63.0%。顯示有六成三左右的民眾無法辨別「消保會」和「消基會」是兩個不同機構。

受訪者意見的交叉分析（見附表 1）

一、地區特性

就地區而言，「東部地區」的民眾知道的比例最高（44.1%）；「北部地區」的比例居次（39.4%）。但是卡方分析結果 p 值 = 0.069 > 0.05。因此，在 95% 的信心水準下，沒有顯著相關。換言之，受訪者所在地區對於是否知道「消保會」和「消基會」不同並沒有特別影響。

二、學歷特性

依學歷結果，「研究所或以上」的民眾知道的比例最高（58.4%）；其次依序是「大學」（50.1%）、「專科」（40.9%）。而「小學或以下」的民眾知道的比例最低（20.4%）。由此卡方分析的結果來看，學歷越高者越知道「消保會」和「消基會」的差別。（ p 值 = 0.000）

三、職業特性

依職業類別，「公務人員、警察」知道的比例最高（62.8%），「民營、工商主管」次之（58.1%），「國營事業人員」第三（57.4%）；而「無業/待業」不知道的比例最高（74.2%），「家管/家庭主婦」次之

(72.3%)。由卡分分析的結果來看，由於公務人員、警察和國營事業人員都是服務於公家機關，因此對於「消保會」和「消基會」的區別較為清楚；而民營、工商主管對於國內機構的熟悉度應較高，故較易辨別。但是，無業、待業和家庭主婦可能是因為接觸到相關機構的機會較少，故其比例較低。由卡方分析結果，職業和是否能夠分辨是具有顯著關聯的。(p 值=0.000)

四、月收入特性

由個人月收入來看，收入在「80,000~99,999 元」的民眾知道的比例最高 (74.5%)，「60,000~79,999 元」居次 (54.4%)，第三是「40,000~59,999 元」；然而「10,000~19,999 元」不知道的比例最高，其次是「4,999 元以下」。由卡方分析的結果來看，收入較高者 (6 萬元以上) 對於消費保護機構的認知度較高。(p 值=0.000)

五、性別特性

由性別分析來看，「男性」知道的比例 40.7% 較「女性」的比例 33.2% 高，而且由卡方分析結果顯示性別對於能否分辨「消保會」和「消基會」是具有顯著關聯的。(p 值=0.000)

3、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」所建置的 1950 全國性消費者服務專線已經正式啟用？

由於知道的比例只有 13.8%，不知道的比例佔 86.2%。此數據說明，還有八成六左右的民眾不知道 1950 消費者服務專線以正式啟用。

將民眾對於 1950 服務專線已正式啟用的認知度和「地區」、「學歷」、「職業」、「個人月收入」和「性別」進行交叉分析後發現，其 p 值均大於 0.05，因此都不具有顯著關聯。(見附表 2)

5、請問您知道不知道可用手機撥打 1950 消費者服務專線？

由於知道的比例只有 31.7%，不知道的比例為 68.3%。因此，有六成八左右的民眾並不知道手機可以撥打 1950 服務專線的訊息。

將民眾對於 1950 服務專線可用手機撥打的熟知度和「地區」、「學歷」、「職業」、「個人月收入」和「性別」進行交叉分析後發現，其 p 值均大於 0.05，因此都不具有顯著關聯。(見附表 3)

6、請問您知道不知道 1950 是打到您「當時所在縣市」的「消費者服務中心」接受消費者諮詢或申訴？

由於知道的比例只有 36.9%，不知道的比例為 63.1%。這表示說有六成三的民眾不知道 1950 是接通至當時所在縣市。

將民眾是否知道 1950 接通至當時所在縣市服務專線的認知度和「地區」、「學歷」、「職業」、「個人月收入」和「性別」進行交叉分析後發現，其 p 值均大於 0.05，因此都不具有顯著關聯。(見附表 4)

7、請問您有沒有撥打過 1950 服務專線？

由於有撥打過 1950 專線的比例僅 2.4%，沒有撥過的比率達 97.6%。顯示，將近九成八的民眾還沒有使用過 1950 專線。

將民眾是否撥打過 1950 的使用程度和「地區」、「學歷」、「職業」、「個人月收入」和「性別」進行交叉分析後發現，其 p 值均大於 0.05，因此都不具有顯著關聯。(見附表 5)

9、請問您知道不知道政府在每年一月的「中華民國消費者月」都有舉辦宣導活動？

由於知道的比例只有 20.1%，不知道的比例為 79.9%。可見，政府對於中華民國消費者月的宣導還需加強。

受訪者意見的交叉分析 (見附表 6)

一、地區特性

就地區而言，「東部地區」的民眾知道的比例最高（28.5%）；「南部地區」的比例居次（22.3%）。但是卡方分析結果 p 值 = 0.212 > 0.05。因此，在 95% 的信心水準下，沒有顯著相關。

二、學歷特性

依學歷結果，「高中職」民眾知道的比例最高（21.9%）；其次依序是「國（初）中」（21.7%）、「專科」（21.6%）。而「小學或以下」的民眾不知道的比例最高（87.7%）。由卡方分析結果可知，學歷和是否知道消費者月活動有顯著關聯。（ p 值 = 0.009）

三、職業特性

依職業類別，「運輸業」知道的比例最高（45.3%），「國中（小）教師」次之（30.3%）。但是卡方分析結果 p 值 = 0.053 > 0.05。因此，在 95% 的信心水準下，沒有顯著相關。

四、月收入特性

由個人月收入來看，收入在「4,999 元以下」的民眾知道的比例最高，「60,000~79,999 元」比例居次（24.1%）。但是卡方分析結果 p 值 = 0.515 > 0.05。因此，在 95% 的信心水準下，沒有顯著相關。

五、性別特性

由性別分析來看，「男性」知道的比例 21.9% 較「女性」的比例 18.4% 高。但是卡方分析結果 p 值 = 0.032 > 0.05。因此，在 95% 的信心水準下，沒有顯著相關。

10、請問您曾參加過中華民國消費者月活動嗎？

曾參加過的比例僅 0.7%，沒有參加過的比例高達 99.3%。此數據顯示，超過九成九的民眾還沒有參加過消費者月的活動。

將民眾對於消費者月的參與程度和「地區」、「學歷」、「職業」、「個人月收入」和「性別」進行交叉分析後發現，其 p 值均大於 0.05，因此都不具有顯著關聯。（見附表 7）

12、請問您知道各縣市政府都設有「消費者保護官」嗎？

由於知道的比例只有 38.7%，不知道的比例為 61.3%。因此，較多數民眾仍不知道各縣市政府設有消保官提供民眾作消費諮詢。

受訪者意見的交叉分析（見附表 8）

一、地區特性

就地區而言，「東部地區」民眾知道的比例最高（62.5%）；「南部地區」居次（41.4%）；「中部地區」的比例最低（36.1%）。由卡方分析結果來看，地區與消保官的認知度有顯著關聯。（ p 值=0.000）

二、學歷特性

依學歷結果，「大學」學歷知道的比例最高（46.1%）；其次依序是「研究所以上」（45.9%）、「專科」（44.6%）。而「小學或以下」的民眾知道的比例最低（21.2%）。由卡方分析結果分析來看，學歷越高者越知道各縣市政府都有消費者保護官的訊息。（ p 值=0.000）

三、職業特性

依職業類別，「公務人員、警察」知道的比例最高（60.2%），「高中、大專教師」次之（58.3%），「國營事業人員」第三（56.2%）；而「無業/待業」不知道的比例最高（70.9%），其次則是「勞動工人」（70.1%）。由研究結果來看，公務人員、警察、教師和國營事業人員都是服務於公家機關，因此對於消費者保護官的職務會較為清楚。但是，無業、待業和勞動工人對於相關資訊較不敏感，故認知度較低。由卡方分析結果來看，職業與消保官的認知度有顯著關聯。

（ p 值=0.000）

四、月收入特性

由個人月收入來看，收入在「80,000~99,999 元」的民眾知道的比例最高（58.1%）；「100,000 元以上」居次（54.8%）。然而，不知道消保官的以「沒有收入」的比例最高（69.3%），其次是「10,000~19,999 元」。由卡方分析結果來看，收入較高者對於消保官的認知度較高，而沒有收入或收入較低者知道消保官的比例相對較低。（ p 值=0.000）

五、性別特性

由性別分析來看，「男性」知道的比例 58.2%較「女性」的比例 35.6%高。由卡方分析結果可知，性別與消保官的認知度有顯著關聯。
(p 值=0.000)

19、請問您知道不知道行政院消保會已經制訂各種定型化契約的範本，例如：保險契約、國內外旅遊契約、租屋（車）契約、手機服務契約、信用卡契約等，民眾可以隨時上網查詢？

由於知道的比例只有 28.4%，不知道的比例為 71.6%。可見仍有七成一的民眾不知道消保會已制訂定型化契約提供民眾參考。

受訪者意見的交叉分析（見附表 9）

一、地區特性

就地區而言，「東部地區」的民眾知道的比例最高（36.2%）；「南部地區」居次（29.2%）。但是卡方分析結果 p 值=0.786>0.05。因此，在 95%的信心水準下，沒有顯著相關。

二、學歷特性

依學歷結果，「專科」學歷知道的比例最高（34.5%）；其次依序是「大學」（31.8%）、「高中（職）」（28.6%）。而「小學或以下」的民眾知道的比例最低（16.5%）。由卡方分析結果分析來看，具有高中以上學歷的民眾對於定型化契約的認知度較高。（ p 值=0.000）

三、職業特性

依職業類別，「國營事業人員」知道的比例最高（64.9%），「高中、大專教師」次之（39.3%）；而「農林漁牧礦人員」不知道的比例最高（81.4%）。由研究結果來看，由於高中、大專教師和國營事業人員都是公家機構人員，因此對於政府的措施會較為清楚。但是，從事農林漁牧礦的人員可能接觸網路的機會較少，故認知度較低。由卡方分析結果來看，職業和定型化契約的認知度有顯著關聯。

(p 值=0.000)

四、月收入特性

由個人月收入來看，收入在「80,000~99,999 元」的民眾知道的比例最高（50.4%），「100,000 元以上」居次（43.0%），「60,000~79,999 元」第三（38.6%）。然而，「沒有收入」者知道的比例最低（22.1%）。根據卡方分析結果，收入較高者（6 萬元以上）對於定型化契約的認知度較高；而沒有收入者可能較不易注意相關訊息，故認知度較低。（p 值=0.000）

五、性別特性

由性別分析來看，「女性」知道的比例 31.8% 較「男性」的比例 25.1% 高。由卡方分析結果，性別與定型化契約的認知度有顯著關聯。（p 值=0.000）

20、請問您有沒有和業者簽定書面契約的經驗？

有簽約經驗的比例是 39.1%，而沒有簽約經驗的比例為 60.8%。由數據結果顯示，國內約有三成九的民眾已有簽約經驗。

受訪者意見的交叉分析（見附表 10）

一、地區特性

就地區而言，「北部地區」民眾有簽約經驗的比例最高（43.2%）；其次依序為「中部地區」（36.4%）、「南部地區」（35.9%），「東部地區」最低（35.3%）。此卡方分析結果來看，人口越集中的地區民眾，有簽約經驗的比例越高。（p 值=0.013）

二、學歷特性

依學歷結果，「研究所或以上」有簽約經驗的比例最高（71.2%）；其次依序是「大學」（58.4%）、「專科」（54.8%）。而「小學或以下」的民眾有簽約經驗的比例最低（13.8%）。由卡方分析來看，學歷越高有簽約經驗的比例就越高。（p 值=0.000）

三、職業特性

依職業類別，「文化工作者」有簽約經驗的比例最高(88.5%)，「國營事業人員」次之(65.6%)、「雇主/企業家」第三(58.0%)；而「學生」沒有簽約經驗的比例最高(81.4%)。由調查結果分析，可能是由於學生面臨簽約的機會較少，故其比例最低。由卡方分析結果來看，職業與是否有簽約經驗有顯著關聯。(p 值=0.000)

四、月收入特性

由個人月收入來看，收入在「80,000~99,999 元」的民眾有簽約經驗的比例最高(80.4%)，「60,000~79,999 元」的比例居次(63.6%)，「40,000~59,999 元」第三(60.5%)。然而，「沒有收入」者有簽約經驗的比例最低(17.0%)。根據卡方分析結果，收入較高者(4 萬元以上)比收入較低者的有簽約經驗的比例高。(p 值=0.000)

五、性別特性

由性別分析來看，「男性」有簽約經驗的比例 39.7%較「女性」的比例 38.4%高。但是卡方分析結果 p 值=0.278>0.05。因此，在 95% 的信心水準下，沒有顯著相關。

23、請問您是否有網路購物的經驗？

有網路購物經驗的比例是 11.8%，而沒有網路購物經驗的比例為 88.2%。由數據結果顯示，只有一成一左右的民眾有網路經驗。

受訪者意見的交叉分析（見附表 11）

一、地區特性

就地區而言，「北部地區」民眾有網路購物經驗的比例最高(14.6%)；其次為「中部地區」(10.8%)；「東部地區」最低(7.3%)。由卡方分析結果，地區與網路購物經驗有顯著關聯。(p 值=0.013)

二、學歷特性

依學歷結果，「研究所或以上」有網路購物經驗的比例最高(29.6%)；其次依序是「大學」(24.1%)、「專科」(19.5%)。而「小學或

以下」的民眾有網路購物經驗的比例最低(0.9%)。由卡方分析來看，學歷越高者有網路購物經驗的比例就越高。(p 值=0.000)

三、職業特性

依職業類別，「研究人員」有網路購物經驗的比例最高(39.2%)，「高中、大專教師」次之(28.0%)、「工程師、專業技師」第三(24.9%)；而「農林漁牧礦從業人員」的比例最低(1.4%)。由調查結果分析，由於研究人員，高中、大專教師和工程師等職務與接觸網路的機會較頻繁，因此選擇網路購物的機會也較高。然而，農林漁牧礦從業人員可能幾乎很少連結網路，故其經驗比最低。由卡方分析結果，職業和網路購物經驗有顯著關聯。(p 值=0.000)

四、月收入特性

由個人月收入來看，收入在「40,000~59,999 元」的民眾有網路經驗的比例最高(19.2%)，「100,000 元以上」的比例居次(18.9%)，「80,000~99,999 元」第三(15.9%)。而比例最低者為「10,000~19,999」(5.6%)和「沒有收入」(6.9%)。根據卡方分析結果分析結果，收入較高者(4 萬元以上)有網路購物經驗的比例高於收入較低者。(p 值=0.000)

五、性別特性

由性別分析來看，「女性」有網路經驗的比例 12.3%較「男性」的比例 11.4%高。但是卡方分析結果 p 值=0.443>0.05。因此，在 95%的信心水準下，沒有顯著相關。

28、當您的消費權益受損時，您有沒有申訴過？

沒有遇過消費權益受損的比例 27.3%。2193 位曾有權益受損者，有申訴的比例是 13.58%；沒有申訴的比例為 86.42%。由數據結果發現，遇到消費爭議時有八成六左右的民眾沒有採取申訴的行動。

受訪者意見的交叉分析(見附表 12)

一、地區特性

就地區而言，「中部地區」民眾有申訴經驗的比例最高（9.9%）；「南部地區」次之（8.5%）。但是卡方分析結果 p 值 = 0.164 > 0.05。因此，在 95% 的信心水準下，沒有顯著相關。

二、學歷特性

依學歷結果，「研究所或以上」有申訴經驗的比例最高（23.3%）；其次依序是「大學」（17.9%）、「專科」（13.4%）。而「小學或以下」的民眾有申訴經驗的比例最低（2.1%）。由卡方分析來看，學歷越高者有申訴經驗的比例就越高。（ p 值 = 0.000）

三、職業特性

依職業類別，「民營、工商主管」有申訴經驗的比例最高（29.9%），「其他」次之（20.2%）、「國中（小）教師」第三（18.0%）；而「農林漁牧礦從業人員」的比例最低（1.2%）。由調查結果分析，可能由於民營、工商主管的消費權益意識較高，因此有申訴經驗者較多。然而，農林漁牧礦從業人員可能較少接觸社會資訊，故其經驗比最低。由卡方分析結果，職業和申訴經驗有顯著關聯。（ p 值 = 0.000）

四、月收入特性

由個人月收入來看，收入在「80,000~99,999 元」的民眾有申訴經驗的比例最高（20.0%），「100,000 元以上」的比例居次（17.5%）；「沒有收入」（5.9%）和「10,000~19,999」（6.3%）的比例最低。根據卡方分析結果，收入較高者有申訴經驗的比例高於收入較低者。（ p 值 = 0.000）

五、性別特性

由性別分析來看，「女性」有申訴經驗的比例 12.2% 較「男性」的比例 7.6% 高。由卡方分析結果，性別和申訴經驗有顯著關聯。（ p 值 = 0.000）

29、請問您是透過哪些管道申訴？

有申訴經驗者，進行申訴的管道依序為「非政府部門」(71.8%)、政府部門 (19.0%) 和「兩者皆有」(6.3%)。此分析結果表示，較多數民眾選擇透過非政府部門進行申訴。但也有一成九左右的民眾會透過政府部門。

將民眾選擇申訴的管道和「地區」、「學歷」、「職業」、「個人月收入」和「性別」進行交叉分析後發現，其 p 值均大於 0.05，因此都不具有顯著關聯。(見附表 13)

30、請問您是向哪個政府部門申訴？

民眾申訴時，選擇「行政院消保會」的比例是 18.9%、「消費者保護中心」的比例是 24.2%、「消費者保護官」有 17.9%；較多數民眾是選擇前三者以外的「其他政府機關」來進行申訴 (36.4%)。

將民眾選擇申訴的政府部門和「地區」、「學歷」、「職業」、「個人月收入」和「性別」進行交叉分析後發現，其 p 值均大於 0.05，因此都不具有顯著關聯。(見附表 14)

31、請問您向政府部門申訴的結果滿意不滿意？

由於「滿意」(含滿意和非常滿意)的比例是 39.3%，「不滿意」(含不滿意和非常不滿意)的比例是 45.0%。由此分析結果可知，較多數民眾對於向政府申訴的結果是不滿意的。但是，也有三成九左右的民眾是感到滿意的。

將民眾向政府部門申訴的滿意度和「地區」、「學歷」、「職業」、「個人月收入」和「性別」進行交叉分析後發現，其 p 值均大於 0.05，因此都不具有顯著關聯。(見附表 15)

35、請問自民國 83 年「消費者保護法」實行以來，您認為國內的消費環境有沒有改善？

認為消費環境「有改善」的比例是 49.7%；「沒有改變」的比例是 24.9%；認為「變差」的有 4.1%。整體而言，多數民眾覺得消費環境是有改善的。

受訪者意見的交叉分析（見附表 16）

一、地區特性

就地區而言，「東部地區」民眾認為有改善的比例最高（52.2%）；「北部地區」次之（51.0%），然後是「中部地區」（49.5%），最後是「南部地區」（47.6%）。由卡方分析結果，地區和消費環境改善的認知程度有顯著關聯。（ p 值=0.000）

二、學歷特性

依學歷結果，「研究所或以上」認為有改善的比例最高（68.3%）；其次依序是「大學」（61.5%）、「專科」（55.5%）。而「小學或以下」的比例最低（29.9%）。由卡方分析來看，學歷越高者認為有改善的比例就越高。（ p 值=0.000）

三、職業特性

依職業類別，「國營事業人員」認為有改善的比例最高（76.9%），「研究人員」次之（73.9%）、「民營、工商主管」第三（68.1%）；而「勞動工人」的比例最低（37.6%）。依據卡方分析結果，職業和消費環境改善的認知程度有顯著關聯。（ p 值=0.000）

四、月收入特性

由個人月收入來看，收入在「60,000~79,999 元」的民眾認為有改善的比例最高（66.6%），「80,000~99,999 元」的比例居次（61.8%），「100,000 元以上」第三（60.7%）；而「沒有收入」（40.2%）的比例最低。根據卡方分析結果，收入較高者認為消費環境有改善的比例高於收入較低者。（ p 值=0.000）

五、性別特性

由性別分析來看，「男性」認為有改善的比例（49.8%）較「女性」的比例（49.5%）只高出些許個百分點。但是卡方分析結果 p 值=0.564>0.05。因此，在 95% 的信心水準下，沒有顯著相關。

39、如果滿分為 100 分，60 分是及格。請問您對於政府所做的「消費者保護」工作的整體表現打幾分？

有給予評分的 2393 位受訪者中，給定「60~69 分」的比例最高為 35.2%，其次依序為「59 分以下」(26.0%)、「70~79 分」(24.5%)、「80~89 分」(12.5%)；「90~100 分」所佔比例最低 (1.8%)。

受訪者意見的交叉分析 (見附表 17)

一、地區特性

就地區而言，「東部地區」民眾認為『不及格』的比例最高 (31.3%)；『及格之上』比例最高的是「福建地區」(77.1%)。而卡方分析結果 p 值 = 0.285 > 0.05，在 95% 的信心水準下沒有顯著相關。

二、學歷特性

依學歷結果，「研究所或以上」認為『不及格』的比例最高 (42.8%)；其次依序是「大學」(28.1%)、「專科」(27.6%)。而「國(初)中」認為『不及格』的比例最低 (19.1%)。由卡方分析來看，學歷越高者認為整體消費環境不及格的比例就越高。(p 值 = 0.000)

三、職業特性

依職業類別，「高中、大專老師」評分為『不及格』的比例最高 (42.6%)，「國營事業人員」的比例最低 (9.1%)。依據卡方分析結果，職業和整體消費環境的評分高低有顯著關聯。(p 值 = 0.000)

四、月收入特性

由個人月收入來看，收入在「60,000~99,999 元」的民眾評分在『59 分以下』的比例最高；「40,000~59,999 元」的民眾評分在『60-69 分』的比例最高；「4,999 元以下」則是『70-79 分』最多。根據卡方分析結果，顯示收入越高者對於整體消費環境的評分越低。(p 值 = 0.000)

五、性別特性

就性別而言，「男性」認為『不及格』的比例 (27.8%) 略高於「女性」(24.0%)。但是卡方分析結果 p 值 = 0.067 > 0.05，故在 95% 的信心水準下並無顯著相關。

第五章 青少年、成年人、高齡者之意見比較

由於本次調查目的是想要進一步瞭解青少年、成年人與高齡者等三個年齡層的消費意識程度、消費行為特徵和對於消費問題和消費環境的反應。因此，本章定義 13-19 歲為「青少年」、20-64 歲為「成年人」、65 歲以上為「高齡者」，亦即區分成三大年齡層再與各調查主題加以比較分析。必須注意的是，以下只就卡方分析結果有顯著影響的問卷題項進行分析。

根據調查主題，將受訪者的意見依題目順序整理如下。

2、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」是政府機關，而「消費者文教基金會」是民間團體，兩者是不同的機構？

「成年人」知道『消保會』和『消基會』是不同的比例最高；「青少年」次之；「高齡者」知道的比例最低。(見表 5-1，圖 5-1)

各年齡層「不知道」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「東部地區男性」(83.3%)；「成年人」為「福建地區男性」(100.0%/訪問 4 人)；「高齡者」為「福建地區男性」(100.0%/訪問 1 人)。(詳見附表 18)

表 5-1 是否知道「消保會」和「消基會」的不同與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	129	32.5%	893	38.7%	96	29.9%	1118	37.0%
不知道	268	67.5%	1412	61.2%	225	70.1%	1905	63.0%
拒答			1	0.0%			1	0.0%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

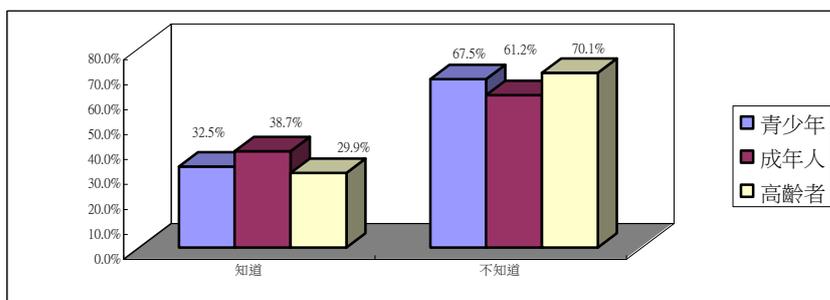


圖 5-1 是否知道「消保會」和「消基會」的不同與三大年齡層的交叉分析

3、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」所建置的 1950 全國性消費者服務專線已經正式啟用？

「青少年」知道的比例最高 (20.1%)，「成年人」次之 (13.6%)，「高齡者」知道的比例最低，僅佔 7.3%。整體來說，三大年齡層不知道的比例都在近八成以上。(見表 5-2，圖 5-2)

各年齡層「不知道」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「南部地區男性」及「北部地區女性」(84.7%)；「成年人」為「福建地區男性」(75.0%/訪問 6 人)；「高齡者」則是普遍都不知道這項措策。(詳見附表 19)

表 5-2 知道不知道 1950 全國性消費者服務專線已正式啟用與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	80	20.1%	314	13.6%	24	7.3%	417	13.8%
不知道	318	79.9%	1990	86.3%	298	92.7%	2606	86.2%
拒答			2	0.1%			2	0.1%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

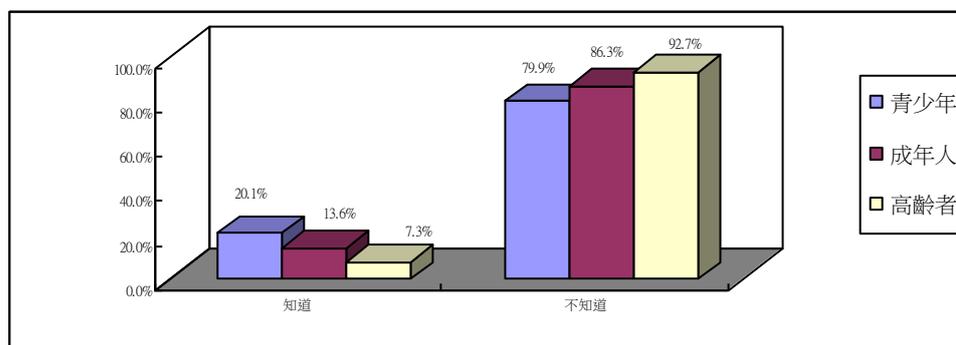


圖 5-2 知道不知道 1950 全國性消費者服務專線已正式啟用與三大年齡層的交叉分析

5、請問您知道不知道可用手機撥打 1950 消費者服務專線？

417 位知道 1950 專線的受訪者中，以「高齡者」知道的比例最高 (54.2%/僅訪問 24 人)，「成年人」居次 (32.1%)，「青少年」知道的比例最低 (23.5%)。(見表 5-3，圖 5-3)

各年齡層「不知道」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「中部地區男性」(100.0%/訪問 8 人)；「成年人」以「東部和福建地區」的知悉度最低；「高齡者」則是「中部地區」民眾都不知道這項措策 (訪問 5 人)。(詳見附表 20)

表 5-3 知道不知道可用手機播打 1950 消費者服務專線與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	19	23.5%	101	32.1%	13	54.2%	132	31.7%
不知道	61	76.5%	213	67.9%	11	45.8%	285	68.3%
合計	80	100.0%	314	100.0%	24	100.0%	417	100.0%

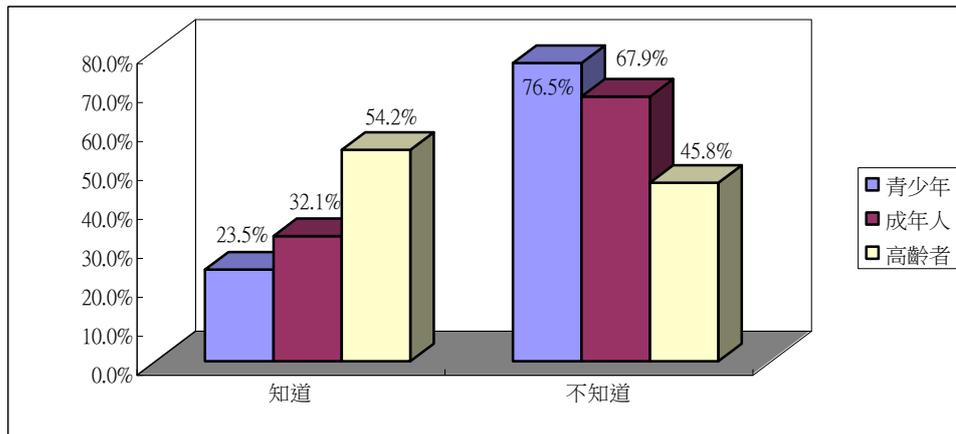


圖 5-3 知道不知道可用手機播打 1950 消費者服務專線與三大年齡層的交叉分析

9、請問您知道不知道政府在每年一月的「中華民國消費者月」都有舉辦宣導活動？

「高齡者」不知道的比例最高 (84.0%)，「成年人」次之 (80.4%)，「青少年」的比例最低(73.4%)。(見表 5-4，圖 5-4)

各年齡層「不知道」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「東部地區男性」(100.0%/訪問 5 人)；「成年人」為「福建地區女性」(100.0%/訪問 3 人)；「高齡者」則是「福建地區」民眾都不知道有消費者月的活動，由於離島地區民眾難以參與本島活動，故對相關活動之知悉度較低。(詳見附表 21)

表 5-4 知道不知道政府每年一月「中華民國消費者月」與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	106	26.6%	451	19.6%	51	16.0%	608	20.1%
不知道	292	73.4%	1854	80.4%	270	84.0%	2415	79.9%
拒答			1	0.0%			1	0.0%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

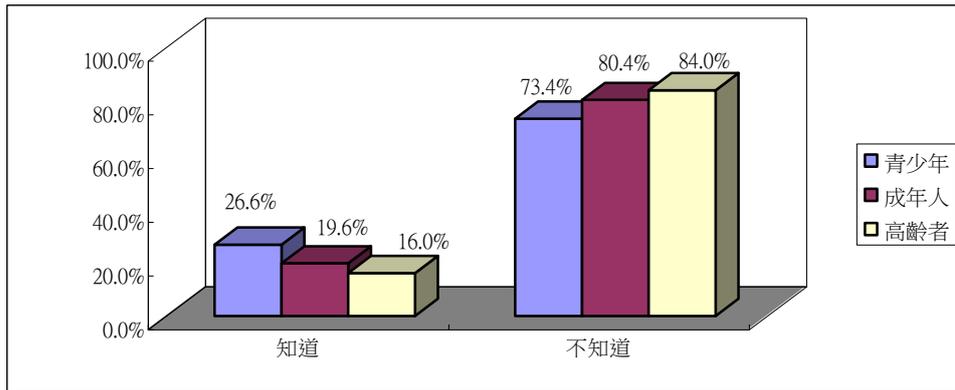


圖 5-4 知道不知道政府每年一月「中華民國消費者月」與三大大齡層的交叉分析

12、請問您知道各縣市政府都設有「消費者保護官」嗎？

「成年人」對於消費者保護官的知悉度最高，「青少年」次之；「高齡者」的知悉度最低。（見表 5-5，圖 5-5）

各年齡層「不知道」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「南部地區女性」（75.0%）；「成年人」為「福建地區」（訪問 7 人）；「高齡者」也是「福建地區」（訪問 2 人）的知悉度最低。（詳見附表 22）

表 5-5 知道不知道各縣市政府都設有「消費者保護官」與三大大齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	151	38.1%	947	41.1%	73	22.8%	1172	38.7%
不知道	246	61.9%	1539	58.9%	248	77.2%	1853	61.3%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

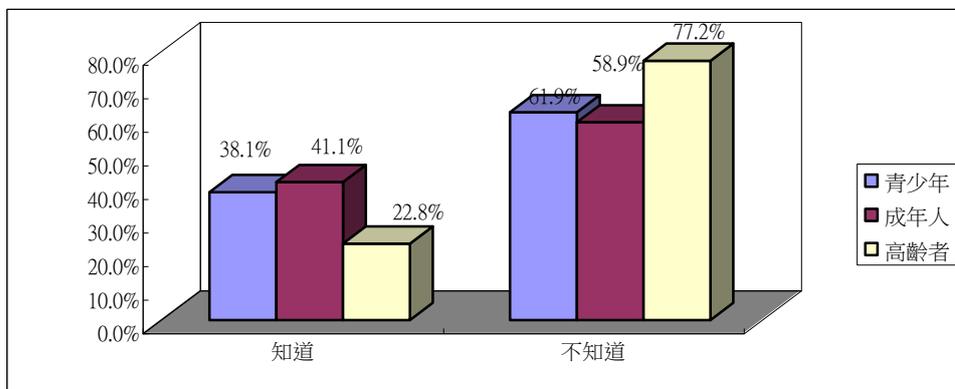


圖 5-5 知道不知道各縣市政府都設有「消費者保護官」與三大大齡層的交叉分析

13、請問您進出公共場所例如學校、戲院、百貨公司、車站、飯店、KTV 的時候會注意的安全項目有那些？

整體而言，有七成四的民眾「會注意」公共場所安全。就年齡層而言，「成年人」會注意的比例最高（79.0%），「青少年」次之（74.1%），「高齡者」會注意的比例最低（40.5%）。（見表 5-6，圖 5-6）

各年齡層「不會注意」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「東部地區女性」（40.0%）；「成年人」為「福建地區男性」（100.0%/訪問 4 人）；「高齡者」以「福建地區」的注意度最低。（詳見附表 23）

表 5-6 三大年齡層是否會注意公共場所的安全與三大年齡層交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
會注意	294	74.1%	1821	79.0%	130	40.5%	2245	74.2%
不會注意	86	21.7%	433	18.8%	159	49.5%	678	22.4%
拒答	17	4.2%	52	2.2%	32	10.0%	101	3.3%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

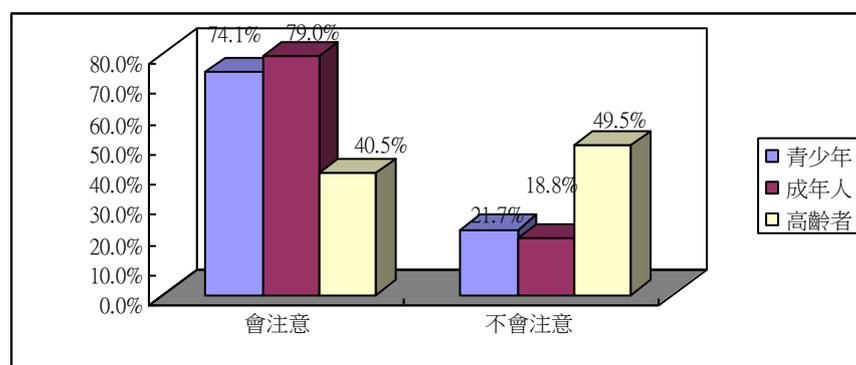


圖 5-6 三大年齡層是否會注意公共場所的安全項目與三大年齡層交叉分析

整體而言，「青少年」、「成年人」及「高齡者」進出公共場所會注意的安全項目都是以「是否設有安全門」為第一優先考量；在「青少年」部分，第二及第三會注意的安全項目分別是「是否有逃生路線的指示」（26.1%）及「是否有緊急消防設備」（25.9%）；在「成年人」部分，第二及第三會注意的安全項目分別是「是否有緊急消防設備」（25.0%）及「是否有逃生路線的指示」（21.7%）；在「高齡者」部分，第二及第三會注意的安全項目分別是「是否有逃生路線的指示」

(18.9%) 及「是否有緊急消防設備」(16.8%)。(見表 5-7)

表 5-7 進出公共場所會注意的安全項目與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
是否位於逃生不易的地點	17	3.2%	93	2.8%	4	2.2%
是否有緊急消防設備	139	25.9%	815	25.0%	31	16.8%
是否設有安全門	159	29.7%	967	29.6%	56	30.3%
是否使用易燃材料裝潢	8	1.5%	69	2.1%	8	4.3%
是否加裝鐵門窗	6	1.1%	18	0.6%		0.0%
是否有逃生路線的指示	140	26.1%	707	21.7%	35	18.9%
是否貼有危險建築標章	7	1.3%	74	2.3%	1	0.5%
逃生通道是否暢通	27	5.0%	244	7.5%	14	7.6%
是否有緊急逃生設備	15	2.8%	106	3.2%	7	3.8%
是否有針孔攝影機偷拍	1	0.2%	13	0.4%		0.0%
注意電動設備的安全	5	0.9%	47	1.4%	9	4.9%
注意整體環境衛生安全	6	1.1%	27	0.8%	3	1.6%
其他	6	1.1%	85	2.6%	17	9.2%
合計	536	100.0%	3265	100.0%	185	100.0%

14、請問您不會注意公共場所安全的原因是什麼？

就青少年而言，不會注意公共場所安全的主要原因是「沒習慣去注意」(20.9%)；而成年人和高齡者的主要原因是「很少進出公共場所」，比例各為 29.3%和 52.1%，次要原因則是「沒想到要注意」，各佔 21.6%和 13.5%。(見表 5-8)

表 5-8 不會注意公共場所安全的原因與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
沒習慣去注意	18	20.9%	85	18.9%	17	10.4%
太麻煩	4	4.7%	10	2.2%	5	3.1%
場所很有名，不需要注意	3	0.6%	15	3.3%	2	1.2%
沒想到要注意	28	5.2%	97	21.6%	22	13.5%
沒時間去注意	5	0.9%	39	8.7%	10	6.1%
不知道要注意什麼	17	3.2%	39	8.7%	17	10.4%
很少進出公共場所	5	0.9%	132	29.3%	85	52.1%
其他	4	0.7%	18	4.0%	5	3.1%
拒答	6	1.1%	15	3.3%		
合計	86	100.0%	450	100.0%	163	100.0%

15、請問您購買食品（舉凡食物、零嘴、健康瘦身食品）的時候會注意那些標示？

整體而言，九成一的民眾「會注意」食品標示。其中，「成年人」會注意的比例最高（94.7%）；「青少年」次之（92.2%）；「高齡者」的比例最低（66.4%）。（見表 5-9，圖 5-7）

各年齡層「不會注意」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「南部地區男性」（15.3%）；「成年人」為「福建地區男性」（50.0%，2 人）；「高齡者」以「福建地區」的注意度最低。（詳見附表 24）

表 5-9 購買食品是否會注意標示與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
會注意	366	92.2%	2184	94.7%	213	66.4%	2763	91.4%
不會注意	27	6.8%	112	4.8%	96	29.9%	235	7.8%
拒答	4	1.0%	10	0.4%	12	3.9%	26	0.9%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

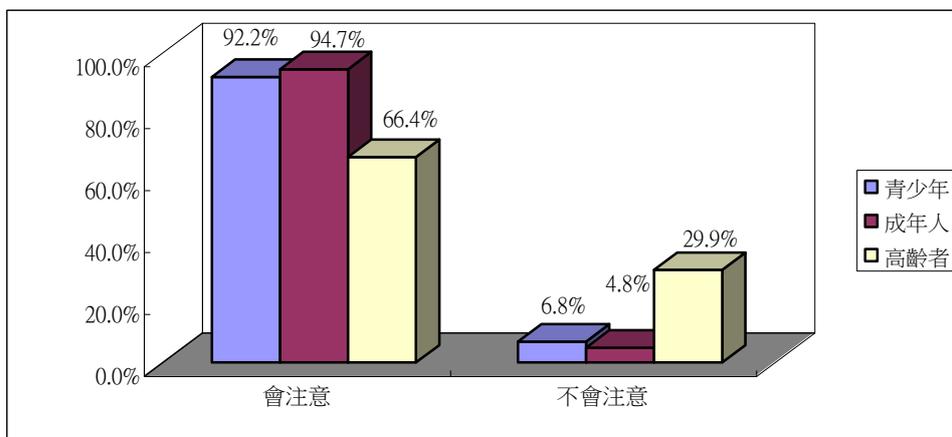


圖 5-7 購買食品會注意的標示與三大年齡層的交叉分析

在購買食品時，三大年齡層不分年齡最優先會注意的標示是以「製造日期或有效日期是否標明」為主，其次是「內容物（原料）、數量是否標示」及「CAS 等優良食品認證標示」。（見表 5-10）

表 5-10 購買食品會注意的標示與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
廠商名稱、地址是否標明	24	3.8%	242	6.0%	25	6.8%
進口商品是否加註代理商名稱、地址	6	1.0%	58	1.4%	1	0.3%
製造日期或有效日期是否標明	338	53.6%	2022	49.9%	182	49.9%
包裝外面的標示是否誇張不實	9	1.4%	84	2.1%	2	0.5%
商品名稱或品牌標示	15	2.4%	163	4.0%	22	6.0%
主管機關核准或許可字號	11	1.7%	142	3.5%	12	3.3%
CAS 等優良食品認證標示	66	10.5%	354	8.7%	34	9.3%
價格是否清楚標示	13	2.1%	68	1.7%	15	4.1%
內容物（原料）、數量是否標示	122	19.3%	728	18.0%	35	9.6%
營養成分（熱量、卡洛里）標示	10	1.6%	65	1.6%	13	3.6%
保存方式		0.0%	5	0.1%	3	0.8%
包裝、外觀是否完整	15	2.4%	90	2.2%	12	3.3%
其他	2	0.3%	30	0.7%	9	2.5%
合計	631	100.0%	4051	100.0%	365	100.0%

16、請問您不會注意食品標示的原因是什麼？

青少年不會注意食品標示的主要原因是「沒習慣去注意」和「沒想到要注意」；成年人和高齡者的首要原因都是「很少有購買經驗」，比例各為 25.9% 和 46.9%。（見表 5-11）

表 5-11 不會注意食品標示的原因與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
沒習慣去注意	7	23.3%	20	17.9%	7	7.3%
太麻煩	2	6.7%	2	1.8%	3	3.1%
親友介紹			2	1.8%	4	4.2%
沒想到要注意	7	23.3%	12	10.7%	10	10.4%
價格便宜		0.0%	2	1.8%		0.0%
產品本身很有名，不需要注意	2	6.7%	5	4.5%	5	5.2%
製造廠商很有名，不需要注意	1	3.3%	4	3.6%		0.0%
不知道要注意什麼	6	20.0%	24	21.4%	11	11.5%
很少有購買經驗	2	6.7%	29	25.9%	45	46.9%
其他	2	6.7%	9	8.0%	8	8.3%
拒答	1	3.3%	3	2.7%	3	3.1%
合計	30	100.0%	112	100.0%	96	100.0%

17、請問您購買藥品時會注意那些標示？

整體而言，將近六成九的民眾「會注意」藥品標示。「成年人」在購買藥品時會注意藥品標示的比例最高（72.9%），其次依序是「青少年」（62.7%）及「高齡者」（44.9%）。（見表 5-12，圖 5-8）

各年齡層「不會注意」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「東部地區女性」（60.0%）；「成年人」為「福建地區男性」（50.0%）；「高齡者」則以「福建地區」的注意度最低。

（詳見附表 25）

表 5-12 是否會注意藥品標示與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
會注意	249	62.7%	1682	72.9%	144	44.9%	2075	68.6%
不會注意	128	32.3%	570	24.7%	157	48.9%	855	28.3%
拒答	20	5.0%	54	2.4%	20	6.2%	94	3.1%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

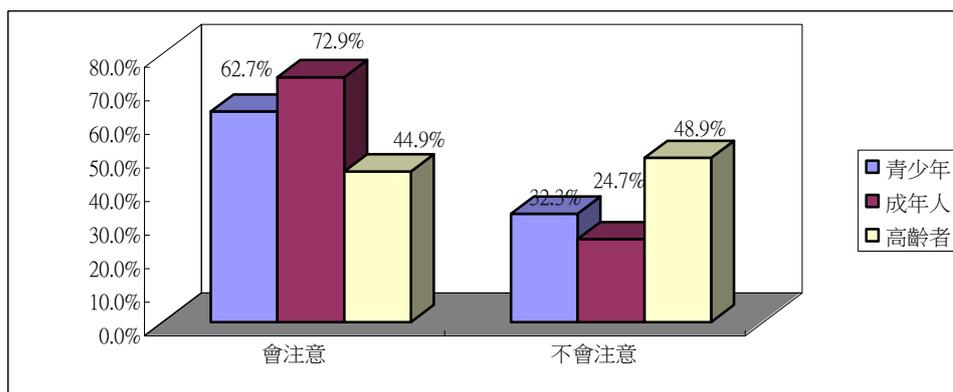


圖 5-8 是否會注意藥品標示與三大年齡層的交叉分析

「青少年」在回答的總次數中，主要會注意的標示是「內容物（原料）、數量是否標示」（27.1%）及「製造日期或有效日期是否標明」（26.2%）；在「成年人」部分，第一優先考量的是「製造日期或有效日期是否標明」（27.2%），其次是「內容物（原料）、數量是否標示」（19.0%）；「高齡者」在回答的總次數中，主要會注意的標示是「製造日期或有效日期是否標明」（24.4%）及「主管機關核准或許可字號」（12.6%）。（見表 5-13）

表 5-13 購買藥品會注意的標示與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
廠商名稱、地址是否標明	28	6.7%	194	6.3%	28	11.8%
進口商品是否加註代理商名稱、地址	7	1.7%	68	2.2%	3	1.3%
製造日期或有效日期是否標明	110	26.2%	836	27.2%	58	24.4%
包裝外面的標示是否誇張不實	11	2.6%	66	2.1%	3	1.3%
商品名稱或品牌標示	16	3.8%	148	4.8%	14	5.9%
主管機關核准或許可字號	28	6.7%	313	10.2%	30	12.6%
GMP 等優良食品認證標示	40	9.5%	377	12.3%	18	7.6%
價格是否清楚標示	6	1.4%	30	1.0%	4	1.7%
內容物(原料)、數量是否標示	114	27.1%	585	19.0%	28	11.8%
服用標示(用法、適用病症、副作用)	39	9.3%	297	9.7%	29	12.2%
醫師指示用藥的標示	4	1.0%	81	2.6%	12	5.0%
其他	17	4.0%	78	2.5%	11	4.6%
合計	420	100.0%	3073	100.0%	238	100.0%

18、請問您不會注意藥品標示的原因是什麼？

三大年齡層不會注意藥品標示的主要原因都是「缺少購買經驗」。就青年人部分，第二、第三原因分別是「不知道要注意什麼」和「沒想到注意」；成年人依序是「沒習慣去注意」和「不知道要注意什麼」。(見表 5-14)

表 5-14 不會注意藥品標示的原因與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
沒習慣去注意	11	8.3%	61	10.6%	12	7.7%
太麻煩	2	1.5%	8	1.4%		0.0%
親友介紹	2	1.5%	21	3.6%	6	3.8%
沒想到要注意	15	11.4%	43	7.5%	9	5.8%
價格便宜			2	0.3%		0.0%
藥品本身很有名，不需要注意	2	1.5%	21	3.6%		0.0%
製造藥廠很有名，不需要注意	2	1.5%	7	1.2%	2	1.3%
不知道要注意什麼	16	12.1%	59	10.2%	15	9.6%
缺少購買經驗	74	56.1%	305	53.0%	100	64.1%
其他	4	3.0%	41	7.1%	5	3.2%
拒答	4	3.0%	8	1.4%	7	4.5%
合計	132	100.0%	576	100.0%	156	100.0%

19、請問您知道不知道行政院消保會已經制訂各種定型化契約的範本，例如：保險契約、國內外旅遊契約、租屋（車）契約、手機服務契約、信用卡契約等，民眾可隨時上網查詢？

「成年人」知道定型化契約的比例最高（30.8%），「青少年」次之（22.8%），「高齡者」知道的比例最低（17.8%）。整體而言，三大年齡層「不知道」的比例幾乎都在七成以上。（見表 5-15，圖 5-9）

各年齡層「不知道」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「東部地區男性」（83.3%）；「成年人」為「福建地區女性」（100.0%/訪問 3 人）；「高齡者」以「福建地區」的知悉度最低。（詳見附表 26）

表 5-15 知道不知道行政院消保會已制定各種定型化契約範本與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	91	22.8%	710	30.8%	57	17.8%	858	28.4%
不知道	307	77.2%	1595	69.2%	264	82.2%	2166	71.6%
拒答			1	0.0%			1	0.0%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

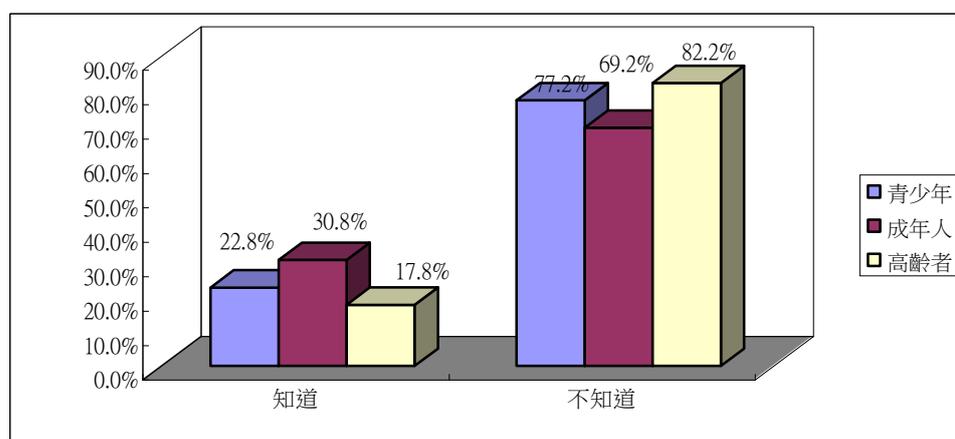


圖 5-9 知道不知道行政院消保會已制定各種定型化契約範本與三大年齡層的交叉分析

20、請問您有沒有和業者簽定書面契約的經驗？

「成年人」有簽定書面契約經驗的比例最高，佔 46.7%，其次是「高齡者」(17.3%) 及「青少年」(12.8%)。(見表 5-16，圖 5-10)
各年齡層「有簽約經驗」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「南部地區男性」(18.6%)；「成年人」為「北部地區男性」(51.3%)；「高齡者」為「東部地區」(100.0%/訪問 2 人)。(詳見附表 27)

表 5-16 有沒有和業者簽定書面契約經驗與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
有	51	12.8%	1076	46.7%	56	17.3%	1183	39.1%
沒有	347	87.2%	1228	53.2%	266	82.7%	1840	60.8%
拒答			2	0.1%			2	0.1%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

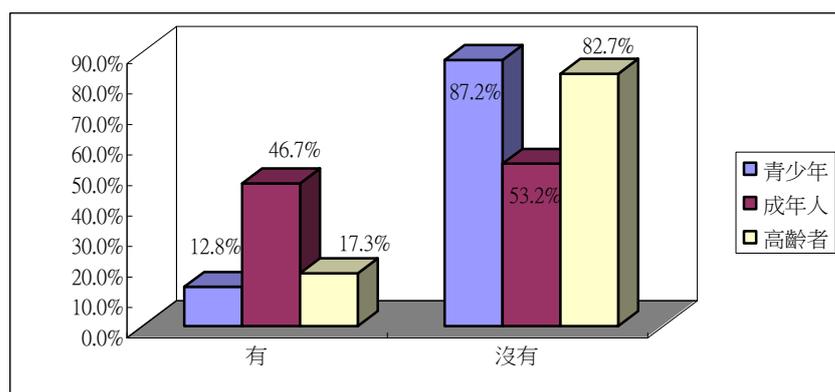


圖 5-10 有沒有和業者簽定書面契約經驗與三大年齡層的交叉分析

21、請問您和業者在簽訂消費契約時會注意那些問題？

1183 位有簽約經驗的民眾，有七成四與業者簽約時「會注意」相關問題。「高齡者」會注意的比例最高 (80.4%)，其次依序為「成年人」(74.1%)，「青少年」(64.7%)。(見表 5-17，圖 5-11)

各年齡層「不會注意簽約問題」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「北部地區男性、南部地區女性」(50.0%)；「成年人」為「東部地區男性」(27.3%)；「高齡者」為「南部地區女性」(33.3%)。(詳見附表 28)

表 5-17 和業者簽定契約是否會注意與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
會注意	33	64.7%	797	74.1%	45	80.4%	875	74.0%
不會注意	17	33.3%	253	23.5%	8	14.3%	278	23.5%
拒答	1	2.0%	26	2.4%	3	5.4%	30	2.5%
合計	51	100.0%	1076	100.0%	56	100.0%	1183	100.0%

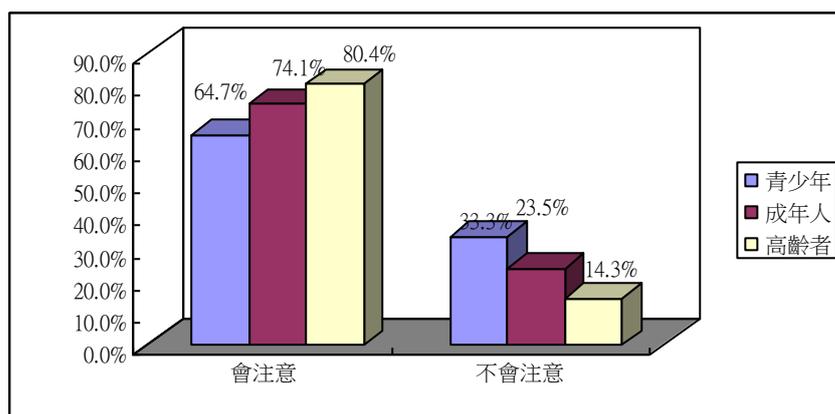


圖 5-11 和業者簽定契約是否會注意與三大年齡層的交叉分析

和業者簽訂契約時，「青少年」、「成年人」和「高齡者」都是以「業者是否逐條說明條款內容」的注意程度最高，其次「條款是否公平」。(見表 5-18)

表 5-18 和業者簽訂消費契約時會注意的問題與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
契約印刷字體是否清楚			17	1.6%		
契約條款是否有語意不清	6	14.3%	134	12.2%	7	11.5%
業者是否逐條說明條款內容	14	33.3%	363	33.2%	29	47.5%
契約是否可帶回審閱	1	2.4%	19	1.7%	1	1.6%
條款是否公平	9	21.4%	246	22.5%	14	23.0%
契約條款有無違背主管機關的規定	1	2.4%	46	4.2%	1	1.6%
是否保障自身權益	2	4.8%	166	15.2%	5	8.2%
其他	9	21.4%	103	9.4%	4	6.6%
合計	42	100.0%	1094	100.0%	61	100.0%

23、請問您是否有網路購物的經驗？

「青少年」有網路購物經驗的比例最高，佔 16.4%；其次是「成年人」(12.3%) 及「高齡者」(2.7%)。整體來說，各年齡層均有八成以上是沒有網路購物經驗。(見表 5-19，圖 5-12)

各年齡層「有網路購物經驗」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「北部地區男性」(19.5%)；「成年人」為「北部地區男性」(15.5%)；「高齡者」為「中部地區女性」(5.1%)。

(詳見附表 29)

表 5-19 是否有網路購物經驗與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
有	65	16.4%	283	12.3%	9	2.7%	357	11.8%
沒有	332	83.6%	2022	87.7%	312	97.3%	2667	88.2%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

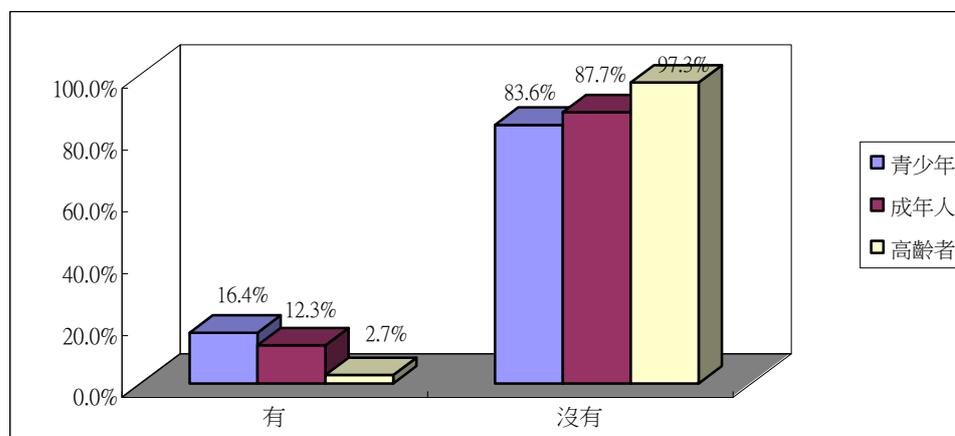


圖 5-12 是否有網路購物經驗與三大年齡層的交叉分析

24、請問您在網路購物時會注意那些問題？

357 位有網路購物經驗的受訪者，將近九成三的民眾「會注意」網路購物安全。就各年齡層的注意程度來看，依序為「青少年」95.4%、「成年人」(92.2%)和「高齡者」(88.9%)。(見表 5-20，圖 5-13) 各年齡層「不會注意網路購物安全」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「南部地區男性」(11.1%)；「成年人」為「南部地區男性」(11.5%)；「高齡者」為「北部地區男性」(100.0%/訪問 1 人)。(詳見附表 30)

表 5-20 網路購物時是否為注意與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
會注意	62	95.4%	261	92.2%	8	88.9%	331	92.7%
不會注意	3	4.5%	22	7.6%	1	11.1%	26	7.3%
合計	65	100.0%	283	100.0%	9	100.0%	357	100.0%

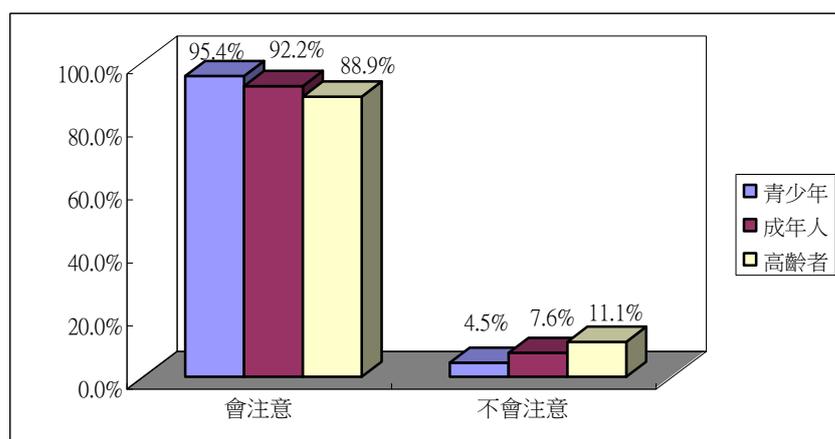


圖 5-13 網路購物時是否為注意與三大年齡層的交叉分析

「青少年」在網路購物時會注意的優先問題是「選擇安全的付款方式」，佔回答總次數的 21.4%，其次是「保障個人隱私權」(16.2%)及「瞭解所欲購買的商品或服務」(14.8%)；「成年人」考慮的第一要素也是「選擇安全的付款方式」(22.6%)，其次是「瞭解所欲購買的商品或服務」(17.4%)及「保障個人隱私權」(15.3%)；「高齡者」考慮的第一要素則是「充分瞭解業者的相關資訊」(42.9%/3 人)，其次是「瞭解所欲購買的商品或服務」及「保障個人隱私權」，比例都是 28.6%/2 人。(見表 5-21)

表 5-21 網路購物會注意的問題與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
充分瞭解業者的相關資訊	23	10.0%	120	13.8%	3	42.9%
瞭解所欲購買的商品或服務	34	14.8%	151	17.4%	2	28.6%
詳讀交易各項條款	27	11.8%	93	10.7%		
保障個人隱私權	37	16.2%	133	15.3%	2	28.6%
選擇安全的付款方式	49	21.4%	196	22.6%		
是否可以保存交易的資料	32	14.0%	89	10.3%		
業者是否有消費爭議處理的管道	26	11.4%	77	8.9%		
其他	1	0.4%	8	0.9%		
合計	229	100.0%	867	100.0%	7	100.0%

25、請問您曾遇過那些消費詐欺的情況？

整體而言，將近四成五的民眾「有遇過」消費詐欺的情況。「成年人」有遇過的比例最高，佔 47.1%，其次依序為「青少年」(43.6%)、「高齡者」(26.8%)。(表 5-22，圖 5-14)

各年齡層「有遇過消費詐欺」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「北部地區女性」(52.9%)；「成年人」為「南部地區女性」(52.4%)；「高齡者」為「東部地區男性」(40.0%/訪問 5 人)。(詳見附表 31)

表 5-22 是否遇過消費詐欺和三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
有遇過	173	43.6%	1086	47.1%	86	26.8%	1345	44.5%
沒有遇過	224	56.3%	1217	52.8%	232	72.3%	1673	55.3%
拒答			3	0.1%	3	0.9%	6	0.2%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

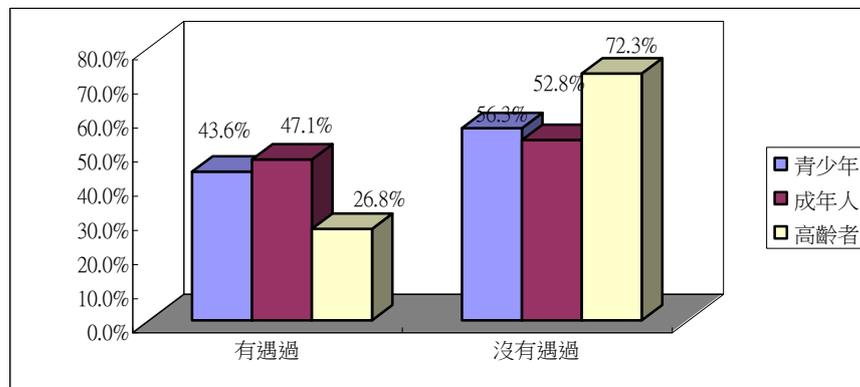


圖 5-14 是否遇過消費詐欺和三大年齡層的交叉分析

以民眾曾與遇過的消費詐欺情況來看，在回答總次數中三大年齡層所都是以「廣告內容誇張不實」所佔比例最高。(見表 5-23)

表 5-23 遇過的消費詐欺與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
收到來路不明的中獎訊息，匯款後沒有收到獎金	24	7.1%	133	6.4%	16	14.8%
付費後，公司惡性倒閉，無法退費	2	0.6%	125	6.0%	6	5.6%
廣告內容誇張不實	82	24.3%	480	22.9%	21	19.4%
實際收到的產品和廣告內容不同	78	23.1%	276	13.2%	12	11.1%
個人資料外洩，如信用卡被盜刷，電話被盜打	18	5.3%	221	10.6%	11	10.2%
收到貨才知道要負擔額外費用	21	6.2%	136	6.5%	6	5.6%
買到假貨	40	11.9%	181	8.7%	17	15.7%
業務員的不實推銷或惡意欺騙	18	5.3%	206	9.8%	11	10.2%
業務員的壓力推銷，買完後悔卻無法退費	52	15.4%	305	14.6%	7	6.5%
其他	2	0.6%	29	1.4%	1	0.9%
合計	337	100.0%	2092	100.0%	108	100.0%

26、請問您在買那些（那幾類）商品時，會謹慎考慮後再決定購買？

「青少年」會謹慎考慮後再決定購買的商品以「衣飾配件」所佔比例最高，佔 27.4%，其次是「食品餐飲」（24.1%）及「資訊通信」（23%）；「成年人」會謹慎考慮後再決定購買的商品以「家電電機」所佔比例最高，佔 39.3%，其次是「行車交通」（18.7%）及「食品餐飲」（16.8%）；「高齡者」會謹慎考慮後再決定購買的商品也是以「家電電機」所佔比例最高，佔 33.3%，其次是「食品餐飲」（30.9%）及「衣飾配件」（20.9%）。（見表 5-24）

表 5-24 購買那些類別的商品會謹慎考慮後再決定購買與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
食品餐飲	76	24.1%	307	16.8%	50	30.9%
衣飾配件	86	27.4%	254	13.9%	34	20.9%
住家生活	9	2.8%	282	15.5%	16	10.0%
行車交通	11	3.3%	340	18.7%	8	5.1%
文具/書籍/雜誌	28	8.9%	47	2.6%	1	0.9%
日用百貨	24	7.7%	170	9.3%	24	14.8%
家電電機	52	16.5%	717	39.3%	54	33.3%
影音光學	49	15.5%	109	6.0%	1	0.8%
資訊通信	72	23.0%	222	12.2%	4	2.4%
美容用品	34	10.9%	124	6.8%	2	1.4%
金融服務	1	0.3%	82	4.5%		
醫療保健用品	26	8.4%	198	10.8%	10	6.4%
兒童用品	3	0.9%	14	0.8%		
旅遊行程			12	0.6%		
運動用品	3	0.8%	7	0.4%		
其他	17	5.4%	158	8.7%	24	14.7%
合計	315	100.0%	1823	100.0%	321	100.0%

27、請問您在購買商品或服務時，會考慮那些條件後再決定購買？

「青少年」在購買商品或服務時會優先考慮「價格」後再決定購買，佔 56.2%，其次是「實用性」(43%)及「品質」(28.9%)；「成年人」在購買商品或服務時會優先考慮「實用性」後再決定購買，佔 48.8%，其次是「價格」(45.3%)及「品質」(27.2%)；「高齡者」在購買商品或服務時會優先考慮「實用性」後再決定購買，佔 48.4%，其次是「價格」(36.9%)及「品質」(29.4%)。(見表 5-25)

表 5-25 購買商品或服務時會考慮那些條件後再決定購買與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
價格	199	56.2%	965	45.3%	83	36.9%
包裝，外觀	21	5.9%	59	2.8%	6	2.7%
品質	103	28.9%	580	27.2%	66	29.4%
售後服務	43	12.2%	511	24.0%	23	10.0%
實用性	153	43.0%	1041	48.8%	109	48.4%
品牌知名度	34	9.6%	382	17.9%	41	18.2%
流行趨勢	6	1.6%	19	0.9%		
安全性	22	6.3%	126	5.9%	11	4.9%
同儕間的比較心理	4	1.1%	21	1.0%	1	0.7%
廣告促銷	4	1.1%	24	1.1%		
服務態度	10	2.9%	96	4.5%	9	3.9%
親友推薦或介紹	2	0.5%	18	0.8%	7	2.9%
經濟能力	1	0.3%	32	1.5%	4	1.8%
依個人喜好	10	2.9%	58	2.7%	14	6.0%
其他	13	3.6%	67	3.1%	3	1.3%
合計	355	100.0%	2132	100.0%	225	100.0%

28、當您的消費權益受損時，您有沒有申訴過？

由調查結果來看，近七成三民眾有權益受損的經驗。就年齡層來說，「成年人」有權益受損經驗的比例最高，佔 74.7%，其次為「青少年」(70.3%)、「高齡者」(59.5%)。(見表 5-26，圖 5-15)

各年齡層「有權益受損經驗」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「東部地區女性」(100.0%/訪問 5 人)；「成年人」為「北部地區男性」(76.4%)；「高齡者」為「北部地區男性」(77.5%)。(詳見附表 32)

表 5-26 是否有消費權益受損經驗與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
有經驗	279	70.3%	1722	74.7%	191	59.5%	2192	72.5%
沒有經驗	117	29.5%	583	25.3%	125	39.0%	825	27.3%
拒答	1	0.3%	1	0.0%	5	1.5%	7	0.2%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

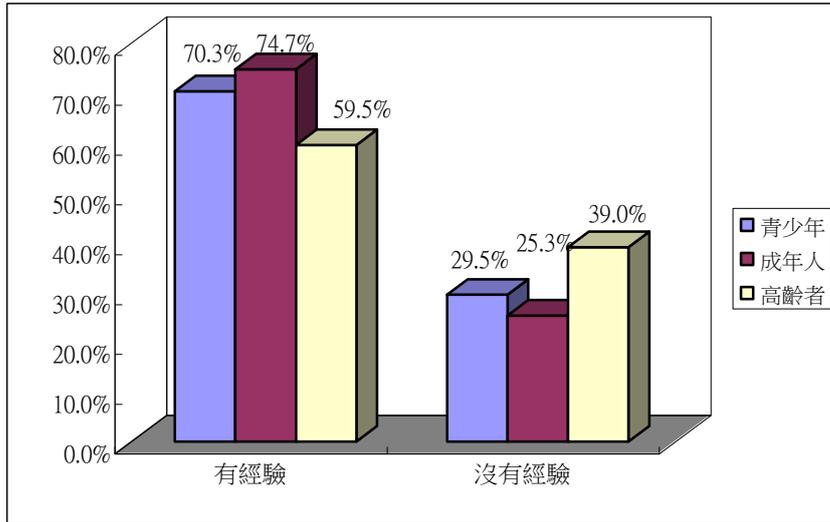


圖 5-15 是否有消費權益受損經驗與三大年齡層的交叉分析

2192 位有權益受損經驗者，僅有一成四的民眾有去申訴。以年齡層來說，「成年人」有申訴的比例最高；「高齡者」的比例最低。

(見表 5-27，圖 5-16)

各年齡層「沒有申訴」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「東部地區」(100.0%/訪問 7 人)；「成年人」為「福建地區」(100.0%/訪問 4 人)；「高齡者」在遇到權益受損時普遍都沒有採取申訴的行動。(詳見附表 33)

表 5-27 消費權益受損時有沒有申訴與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
有申訴	28	10.0%	259	15.0%	11	5.8%	298	13.6%
沒有申訴	251	90.0%	1463	85.0%	180	94.2%	1894	86.4%
合計	279	100.0%	1722	100.0%	191	100.0%	2192	100.0%

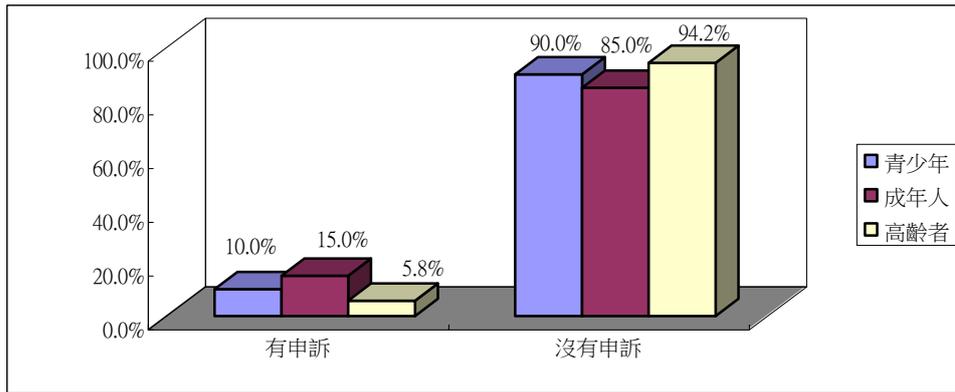


圖 5-16 消費權益受損有沒有申訴與三大年齡層的交叉分析

29、請問您是透過那些管道申訴？

「青少年」和「成年人」向「非政府部門」申訴的比例最高；「高齡者」則是向「政府部門」申訴居多。(見表 5-28，圖 5-17)

各年齡層「向政府部門申訴」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「南部地區男性」(50.0%/訪問 2 人)；「成年人」為「東部地區」(50.0%/訪問 2 人)；「高齡者」為「北部地區男性」(100.0%/訪問 1 人)。(詳見附表 34)

表 5-28 申訴管道與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
政府部門	1	3.2%	50	19.2%	6	57.3%	57	19.0%
非政府部門	25	87.0%	184	71.4%	5	42.7%	214	71.8%
兩者皆有	1	3.5%	18	6.9%			19	6.3%
拒答	2	6.4%	7	2.5%			8	2.8%
合計	28	100.0%	258	100.0%	11	100.0%	298	100.0%

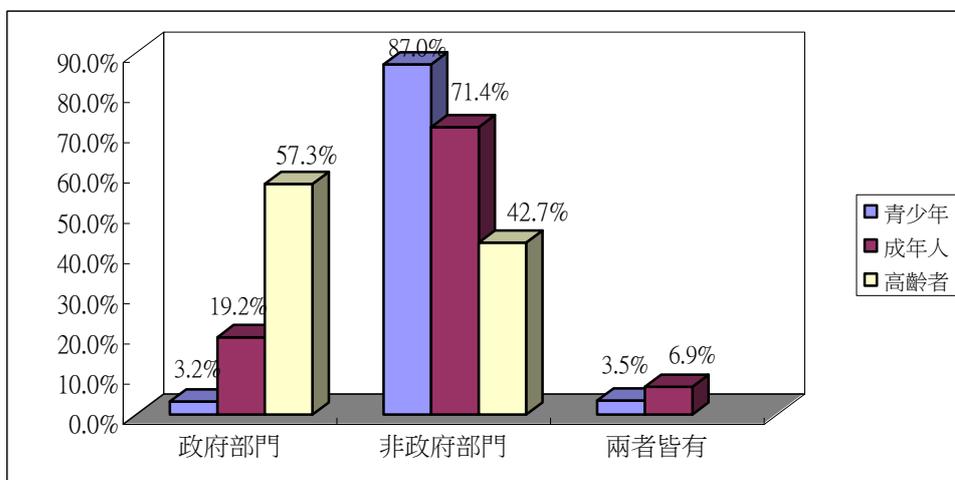


圖 5-17 申訴管道與三大年齡層的交叉分析

31、請問您向政府部門申訴的結果滿意不滿意？

向政府部門申訴的以「成年人」最多（67人），其次是「高齡者」（6人），「青少年」第三（2人）。就「成年人」而言，「滿意」的比例是40.8%；「不滿意」的比例是46.8%，各佔了四成以上。（表5-29）

成年人以「中部地區男性」回答「不滿意」的比例最高（66.7%）；其次是「北部地區男性」（56.3%）。（詳見附表35）

表5-29 申訴管道與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
滿意	1	47.4%	27	40.8%	1	20.9%	30	39.3%
普通	1	52.6%	4	5.4%	2	39.6%	7	9.4%
不滿意			32	46.8%	2	39.6%	34	45.0%
沒意見/拒答		0.0%	5	7.1%			5	6.3%
合計	2	100.0%	67	100.0%	6	100.0%	76	100.0%

35、請問自民國83年「消費者保護法」實行以來，您認為國內的消費環境有沒有改善？

整體而言，三個年齡層的消費者皆認為國內消費環境「改善一些」的比例最高，其次是「沒有改變」。「青少年」認為國內消費環境「改善一些」的比例最高，佔41.1%，其次是「沒有改變」（26.8%）；「成年人」認為國內消費環境「改善一些」的比例最高，佔36.4%，其次是「沒有改變」（25.4%）；「高齡者」認為國內消費環境「改善一些」的比例最高，佔25.8%，其次是「沒有改變」（19.6%）。

（見表5-30，圖5-18）

各年齡層回答「消費環境改善很多」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「南部地區男性」（11.7%）；「成年人」為「福建地區」（50.0%/訪問4人）；「高齡者」為「中部地區女性」（25.6%）。

（詳見附表36）

表 5-30 國內消費環境有沒有改善與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
消費環境改善很多	33	8.4%	355	15.4%	28	8.6%	416	13.8%
消費環境改善一些	163	41.1%	839	36.4%	83	25.8%	1085	35.9%
消費環境沒有改變	107	26.8%	585	25.4%	63	19.6%	754	24.9%
消費環境變差一些	3	0.7%	40	1.7%	5	1.6%	48	1.6%
消費環境變差很多	5	1.2%	61	2.7%	9	2.8%	75	2.5%
沒意見	86	21.7%	426	18.5%	134	41.6%	646	21.3%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%	3024	100.0%

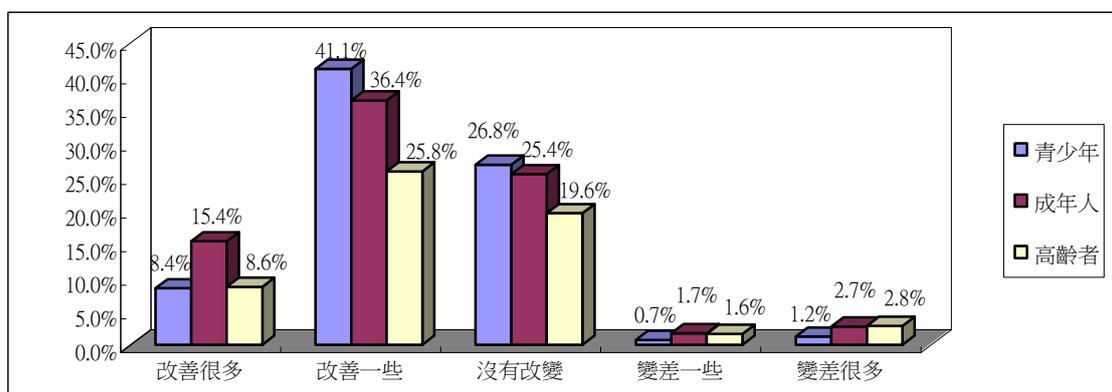


圖 5-18 國內消費環境有沒有改善與三大年齡層的交叉分析

37、請問您是由那些管道知道有關「消費者保護」的資訊或內容？

「青少年」主要是透過「電視」得知消費者保護的資訊或內容，佔 58.4%，其次是「學校」(43.0%)及「報紙」(23.1%)；「成年人」主要是透過「電視」得知消費者保護的資訊或內容，佔 68.1%，其次是「報紙」(43.2%)及「雜誌」(17.4%)；「高齡者」主要是透過「電視」得知消費者保護的資訊或內容，佔 41.6%，其次是「報紙」(29.3%)，第三是「不知道如何取得資訊或從未得知相關訊息」，在高齡者的回答總次數中佔 18.9%，。(見表 5-31)

各年齡層取得消費者保護資訊來源的分佈情況。(詳見附表 37)

表 5-31 得知「消費者保護」資訊的管道與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
政府機關	15	3.7%	120	5.2%	12	3.9%
學校	171	43.0%	76	3.3%	2	0.5%
親友同事等	48	12.0%	329	14.2%	44	13.6%
報紙	92	23.1%	996	43.2%	94	29.3%
電視	232	58.4%	1570	68.1%	134	41.6%
廣播	41	10.2%	327	14.2%	18	5.7%
雜誌	33	8.4%	401	17.4%	24	7.5%
網路	88	22.1%	239	10.4%	2	0.7%
民間消費者團體	4	0.9%	69	3.0%	1	0.4%
廠商或其他公司行號	10	2.4%	63	2.7%	6	2.0%
不知道(從未得知)	10	2.6%	128	5.5%	61	18.9%
其他	5	1.1%	40	1.7%	15	4.8%
拒答	12	3.1%	83	3.6%	45	14.0%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%

38、對於「消費者保護」這項工作，請問您覺得政府應該優先加強那一項工作？

「青少年」認為政府應優先「加強公共場所及商品安全檢測」，佔 41.7%，其次是「提高消費申訴效率」(13.6%)；「成年人」也是以「加強公共場所及商品安全檢測」為優先，佔 29.3%，其次是「加強法令宣導」(20.5%)；「高齡者」在面對此項問題時，有 39.3% 的人回答「不知道」，其次認為政府應優先「加強公共場所及商品安全檢測」(17.0%)及「加強取締並重罰不法業者」(6.5%)。(見表 5-32) 各年齡層認為消費者保護工作應優先加強的分佈情況請詳見附表 38。

表 5-32 消費者保護應優先加強的工作與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
加強法令的宣導	51	12.8%	472	20.5%	50	15.6%
增加消費者資訊或消費情報	51	12.8%	273	11.9%	17	5.4%
提高消費申訴效率	54	13.6%	236	10.2%	8	2.5%
加強公共場所及商品安全檢測	166	41.7%	675	29.3%	55	17.0%
辦理消費者諮詢服務	28	6.9%	124	5.4%	8	2.6%
加強取締並重罰不法業者	14	3.6%	220	9.5%	21	6.5%
加強消費者教育	9	2.2%	66	2.9%	19	5.8%
其他	4	1.0%	35	1.5%	6	1.8%
不知道	20	5.0%	185	8.0%	126	39.3%
拒答	1	0.2%	20	0.9%	11	3.4%
合計	397	100.0%	2306	100.0%	321	100.0%

39、如果滿分為 100 分，60 分是及格。請問您對於政府所做的「消費者保護」工作的整體表現打幾分？

「青少年」給分在「70-79 分」的比例最高，佔 31.5%，其次是「80-89 分」(28.5%)；「成年人」比例最高為「60-69 分」，佔 38.1%，其次是「59 分以下」(28.2%)；「高齡者」在給分時，有 30.2%的人評分為「59 分以下」，其次認為「60-69 分」(30.0%)。此結果顯示，年齡越長對於整體消費環境的評分就越低。(見表 5-33，圖 5-19)

各年齡層回答「59 分以下」比例最高的分佈情況：

「青少年」為「中部地區女性」(18.6%)；「成年人」為「東部地區男性」(48.1%)；「高齡者」為「南部地區男性」(50.0%)。

(詳見附表 39)

表 5-33 消費者保護工作的整體分數與三大年齡層的交叉分析

	青少年		成年人		高齡者		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
59 分以下	47	12.9%	527	28.2%	47	30.2%	621	26.0%
60-69 分	83	22.7%	712	38.1%	47	30.0%	842	35.2%
70-79 分	116	31.5%	433	23.2%	38	24.4%	587	24.5%
80-89 分	105	28.5%	170	9.1%	24	15.4%	299	12.5%
90-100 分	16	4.3%	27	1.5%			43	1.8%
合計	366	100.0%	1870	100.0%	157	100.0%	2393	100.0%

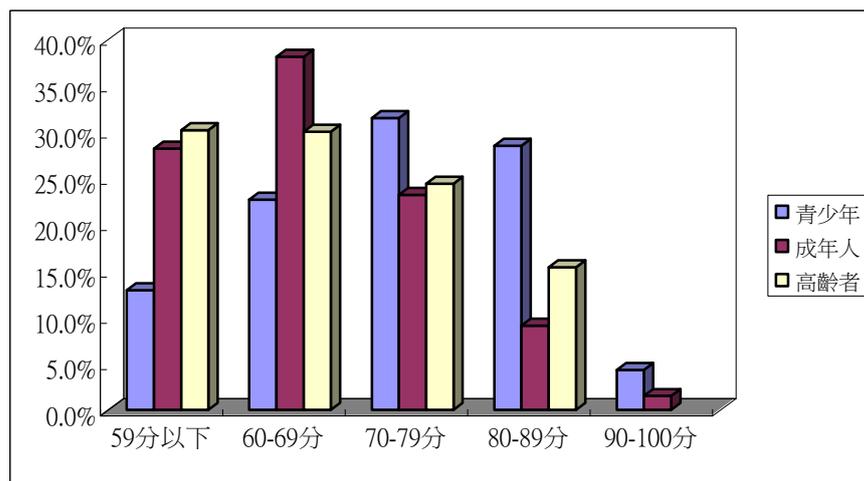


圖 5-19 消費者保護工作的整體分數與三大年齡層的交叉分析

第六章 焦點座談

一、座談會過程

(一) 與會對象：

對消費者意識、消費者行為及相關宣導活動策略有相當研究經驗的專家學者。參加本場座談會的專家學者有梁世武教授、柴松林教授、邱清華教授及郭良文教授等 4 位。

(二) 舉行時間：

本研究共舉辦一場焦點座談會（見表 6-1），主要是針對調查研究報告結果所舉辦之會議。

表 6-1 焦點座談會資料

對象	與會人數 ^a	時間	地點
專家學者	8	91 年 11 月 7 日 10：00~12：00	台北市世新大學舍我樓 12 樓會議室

a. 與會人數包括主持人、專案承辦人及委託單位負責人共 8 名。

二、討論題綱

(一) 針對問卷調查結果進行討論

- 1、民眾對消費者保護機構和其相關措施之認知程度
- 2、民眾對公共場所、藥品及食品、電子商務安全的注意程度
- 3、民眾的消費行為及對消費問題的反應
- 4、民眾對國內整體消費環境的看法及建議

(二) 檢討

- 1、政策是否普遍深植於國民觀念之中
- 2、政策的推廣及實施成效

(三) 後續建議事項

三、座談會方式

本研究所採取的焦點團體法亦稱深度集體訪問、焦點座談或集體訪問，是 1950 年代行銷人員根據精神科醫生所使用的集體治療法（group therapy method）所發展出來的技術，用以彌補一般訪問調查方法之不足。

該方法假設：當人們處於一個對某事物具有相同興趣的群體中時，會比較願意談論他們內心深處的情感與動機。如果能為受訪者安排一個適當的聚會場所、針對某一特定主題、培養自由討論的氣氛，則可以從受訪者相互討論的過程中，透視他們內心深處的動機，瞭解其認知的真正原因。因此本研究採行焦點團體法的主要目的是為了取得參與者從自己的角度、對研究主題提出自由、主觀的見解，而這些資訊會顯現出參與者觀點所形成的思考過程。因此決策者可以透過焦點團體法獲得較多元化、不同思考模式的資訊。

本研究實施焦點座談的對象為對消費者意識型態、消費者行為、推動消費者政策及相關活動策略規劃有研究心得的專家學者。事前會將「九十一年度國民消費意識程度、消費行為暨消費問題調查研究」的相關資料與會議討論題綱傳送給與會者參考，然後才舉行座談會。本研究共舉行一場焦點座談會：主要是針對調查報告結果邀請國內相關領域的專家學者進行深度討論。本場座談會的與會人數為 8 人，與談時間約為兩小時。同時邀請一位有經驗的主持人引導發言。座談會的進行方式如下：

- 1、首先介紹本次焦點座談的目的及分發相關調查資料。
- 2、其次由主持人引導與會者針對討論題綱進行發言與討論，從不同的角度做多元、廣泛的交換意見。
- 3、最後由主持人針對討論主題做最後總結及補充。

座談會結束之後將與會者的發言完整記錄、整理成分析報告。然後從民意調查及專家學者等不同多元角度的建議事項與討論結果加以整合，提供委託單位參考，以做為政策規劃及改善的參考依據。

四、座談內容分析

本節綜合專家學者等不同多元角度的建議與討論，茲依照焦點座談討論題綱整理如下：

(一) 結論與檢討

1、民眾對消費者保護機構和其相關措施之認知程度

- (1) 86~88 年度的調查均顯示有五成左右的民眾知道「行政院消費者保護委員會」，但是從本年度調查數據發現只有三成七的民眾知道「消保會」和「消基會」的不同。因此民眾對於「消保會」及「消基會」兩個機構在認知上仍會產生混淆。
- (2) 將本年度的結果與歷年數據進行比較後發現，民眾對於消費者保護機構和其相關措施認知程度均呈現下降的趨勢，這與調查對象年齡層下降有關（以往調查對象為 15 歲以上）。因此本次調查對象設定為 13 歲以上，因而對於各項措施認知度呈現下降趨勢是可預期的。
- (3) 數據顯示只有一成三左右民眾知道 1950 消費者服務專線已啟用，因此會內已規劃在 92 年 1 月 11 日第八屆消費者月活動中以「強化 1950 專線的使用」為首要目標。於活動過程中將宣導民眾不論於何時何地遇到消費紛爭，均可隨時撥打 1950 專線（市內電話和手機均可撥打），提供民眾最便捷的申訴管道。
- (4) 建議將重點宣導資訊包裝在每年「消費月活動」之中，以強化消費者對消費資訊的認知。
- (5) 數據顯示政府所舉辦的各項活動參與率一直無法提升，可能原因在於民眾接觸資訊來源管道受限。
- (6) 大多數民眾獲知訊息管道主要是透過「電視」得知，因此，建議可以透過公共電視節目，設計專題訪問或以問答方式提升民眾對消費資訊的瞭解程度。
- (7) 建議未來消保會消費者月活動可以假各縣市文化中心作巡迴展示，增進各區域民眾之消保教育。

2、民眾對公共場所、藥品及食品、電子商務安全的注意程度

- (1) 有九成一左右的民眾會注意食品標示，顯示民眾對於食品安全已有相當的注意習慣。
- (2) 長久以來，食品安全的宣導均優於藥品安全的宣導，加上政府對於藥品的管制較為嚴格，因此食品的注意程度會高於藥品。
- (3) 在受訪民眾中，有四成四左右的民眾曾遇過消費詐欺，顯示這方面的問題相當嚴重，須提醒有關單位注意。
- (4) 消費詐欺和受騙等情況是各國所面臨的問題，而且目前青少年濫用信用卡的情況也相當普遍，可利用此時機提醒民眾注意可能遇到的詐欺、受騙情況，也可藉此宣導「定型化契約範本」。

3、民眾的消費行為及對消費問題的反應

- (1) 民眾消費行為的商品分類上，建議將房屋買賣和傢具傢飾的選項分開較為適當。
- (2) 有七成二的民眾曾有權益受損的經驗，但是真正有去申訴的只有一成三，顯示民眾遇到消費爭議時多數還是選擇忍氣吞聲。
- (3) 民眾選擇申訴的非政府部門以廠商和經銷商居多，顯示民眾在遇到消費問題時還是會先尋求廠商負責。
- (4) 民眾向政府部門申訴所遇到的問題都直接與「對應窗口的服務態度」有關，因此若能提昇改善消費服務品質，應可提升民眾申訴的滿意度。

4、民眾對國內整體消費環境的看法及建議

- (1) 民眾給予政府消費者保護工作之平均分數為 62.33 分，僅達及格之程度，表示還有努力的空間。
- (2) 在消費者保護工作的責任歸屬上，消費者認知自己本身也有相當責任，這點是值得稱許的。

(二) 後續建議事項

1、在樣本結構方面

- (1) 由於調查目的是分析三大年齡層的消費意識和消費行為，因此在抽樣上建議採取「定額法」，使青少年和高齡者的調查人數增加，將有助於提高各年齡層的代表性。
- (2) 由相關調查數據發現，離島地區民眾的消費行為其實是相當特殊的。因此，為了調查地域性的差異，建議應將離島地區和東部地區的抽樣人口採取定額法，才能確實瞭解當地民眾的意見。
- (3) 在受訪者的收入方面，建議將「個人所得」改為「家庭所得」，亦即以「戶」為單位。

2、在問卷設計方面

- (1) 以電話訪問方式調查民眾意見時，應避免問卷題目過長。若問卷長度能控制在5分鐘以內完成，所得到的調查結果較佳。
- (2) 既然是要分析三大年齡層，建議應採用「分層問卷」。亦即分別設計適合各年齡層的問題再進行調查，避免民眾回答與自己無關的題目而降低問卷效度。
- (3) 除了採取電話訪問方式，亦可加入面訪的調查，以提高研究的完整性。
- (4) 民眾消費之商品分類方面，應考慮更詳盡的分類方式，避免混淆的情況發生。

3、在政策推廣與提升知名度方面

- (1) 由於「電視」是主要的訊息傳遞媒介，因此建議可以透過公共電視頻道設計專訪性單元或問答性節目，將訊息傳遞給大眾。
- (2) 舉辦各項宣導活動時，應依據不同年齡層或特性來設計活動內容，例如，可利用園遊會或製作卡通圖片來吸引小朋友的注意。亦即將所欲宣導的政策或資訊融合於活動之中。

- (3) 利用「電視」做為媒介時，需要以『議題包裝』的方式吸引傳播媒體的興趣，才能有效將消保訊息傳達給民眾。
- (4) 在提高行政院消費者保護委員會知名度方面，建議應適時利用消費爭議事件發生時召開記者會，進一步提醒民眾自身應注意的消費安全，同時也可以達成宣傳消保會的效果。
- (5) 整合各年度之資料進行比較，將值得注意且與民眾切身相關的問題傳遞給民意代表或民眾，如說帖，讓社會大眾瞭解消費問題的嚴重性，藉以吸引廣泛注意。
- (6) 在執行各項政策推廣時，應先設定階段性目標，再分段達成。並於階段性任務達成時，向社會大眾報告成果。如此一來，才能激勵人心並提升民眾支持。
- (7) 政府的消費者保護單位和民間消費者團體應該互相搭配，才能強化消費者保護工作，並確實保障消費者權益。

第七章 結論與建議

第一節 結論

(一)、民眾對消費者保護機構和其相關措施的認知程度

1、數據顯示，有三成七的民眾「知道」消保會和消基會是兩個不同的機構；「不知道」的比例則佔了六成三。同時學歷越高者知道「消保會」和「消基會」不同的比例有越高的趨勢。「男性」知道的比例 40.7%較「女性」比例 33.2%高。「成年人」知道的比例最高（38.7%），「青少年」次之（32.5%），「高齡者」知道的比例最低（29.9%）。

2、86 至 88 年度的調查均顯示有五成左右的民眾知道「行政院消費者保護委員會」，但是從 91 年度調查數據發現只有三成七的民眾知道「消保會」和「消基會」的不同。因此民眾對於「消保會」及「消基會」兩個機構在認知上仍會產生混淆。

3、將 91 年度的結果與歷年數據進行比較後發現，民眾對於消費者保護機構和其相關措施認知程度均呈現下降的趨勢，這與調查對象年齡層下降有關（以往調查對象為 15 歲以上）。因此本次調查對象設定為 13 歲以上，因而對於各項措施認知度呈現下降趨勢是可預期的。

4、在 3024 位受訪民眾當中，「知道」1950 消費者服務專線的比例為 13.8%；然高達 86.2%的民眾「不知道」1950 專線的實施。417 位回答「知道 1950 消費者服務專線」的受訪者當中，得知相關訊息的管道主要是「電視」（50.8%）。整體而言，三大年齡層不知道的比例幾乎都在八成以上。

5、數據顯示只有一成四左右民眾知道 1950 消費者服務專線的啟用，因此會內已規劃在 92 年 1 月 11 日第八屆消費者月活動中「強化 1950 專線的使用」為首要目標。此外，於活動過程中將宣導民眾不論於何時何地遇到消費紛爭，均可隨時撥打 1950 專線（市內電話和手機均可撥打），以提供民眾最便捷的申訴管道。

6、在知道 1950 專線 的 417 位民眾中，三成二左右（31.7%）的民眾「知道」可用手機撥打 1950 服務專線；「不知道」的比例達 68.3%。其中「知道」1950 專線是撥打至當時消費者所在縣市的消費者服務中心比例為 36.9%；然而「不知道」的比例為 68.3%。

7、在知道 1950 專線 的 417 位受訪者中，曾經「有」撥打 1950 專線的比例只有 2.4%（10 人）；「沒有」撥打過的比例高達 97.6%。

8、政府在每年 1 月的「中華民國消費者月」都會舉辦宣導活動，「知道」此訊息的民眾比例為 20.1%；79.9%的民眾「不知道」這個訊息。在 3024 位受訪民眾當中，「有」參加過消費者月活動的比例僅 0.7%。就地區而言，「東部地區」的民眾知道的比例最高（28.5%）。就年齡來說，「青少年」知道的比例最高（26.6%），「成年人」次之（19.6%），「高齡者」最低（16.0%）。

9、在 21 位有參加過消費月活動的受訪者當中，主要是透過「親友、同事」得知活動訊息，其比例為 18.0%；其次的管道則為「學校」（14.4%）和「政府機關」（11.4%）。

10、調查結果顯示，受訪民眾「知道」各縣市政府設有消保官的比例為 38.7%；「不知道」的比例佔 61.3%。有 28.4%的民眾表示「知道」行政院消保會已制訂定型化契約範本；71.6%的民眾表示「不知道」。就地區而言，「東部地區」的民眾知道的比例最高（62.5%）；以性別來說，「男性」知道的比例（58.2%）較「女性」（35.6%）高。

（二）民眾對公共場所安全、藥品及食品、電子商務安全的熟知度

1、在 3024 位受訪者中，有七成四（74.2%）的民眾「會注意」場所安全；有二成二左右（22.4%）表示「不會注意」場所的安全措施。

2、受訪民眾在進出公共場所的時候會注意的安全項目主要是「是否設有安全門」（29.6%）；其次為「是否有緊急消防設備」（24.7%）。整體而言，「青少年」、「成年人」及「高齡者」進出公共場所會注意

的安全項目都是以「是否設有安全門」為第一優先考量。

3、受訪民眾在購買食品時，「會注意」食品標示的比例為 91.4%；僅 7.8%的民眾表示「不會注意」食品標示安全。

4、在購買食品的時候，民眾會注意「製造日期或有效期限是否標明」的比例為 50.4%；其次是「內容物（原料）、數量是否標示」（17.5%）。

5、將近六成九（68.6%）的民眾表示在購買藥品時「會注意」藥品標示；「不會注意」的比例為 28.3%。

6、調查結果發現，民眾在購買藥品時比較會注意的標示，依序為「製造日期或有效日期是否標明」（26.9%）和「內容物（原料）、數量是否標示」（19.5%），這和購買食品時較會注意的標示是一致的。同時，「會注意」藥品標示的比例是 68.6%，「不會注意」的有 28.3%。「成年人」在購買藥品時會注意藥品標示的比例最高（72.9%），其次是「青少年」（62.7%）及「高齡者」（44.9%）。

7、民眾不會注意藥品標示的原因和不注意食品標示的原因是一致的。依序為「缺少購買經驗」（55.5%）、「不知道要注意什麼」（10.4%）和「沒習慣要注意」（9.7%）。

8、民眾「有」簽訂書面契約經驗的比例是 39.1%；沒有任何簽約經驗的比例更高，達 60.8%。根據有簽約經驗的民眾表示，在簽約時最會注意的問題是「業者是否逐條說明條款內容」（33.9%）；其次是「條款是否公平」（22.5%）；然而，其中會注意契約「是否保障自身權益」的比例也有 14.5%。

9、契約的「內容冗長，太麻煩」（25.7%）是造成民眾簽約時不會注意的主因；其次則是「沒想到注意」（14.8%）；而由於「業者知名度，不需要注意」的比例也有 14.1%。

10、在 3024 位的受訪者中，「有」網路購物經驗的比例佔 11.8%；「沒有」經驗的比例較高，佔 88.2%。357 位有網路購物經驗的受訪者

當中，最常注意「選擇安全的付款方式」，比例為 22.2%；其次是「瞭解所欲購買的商品或服務」(16.9%)；而「保障個人隱私權」也是較容易注意到的問題，比例也有 15.6%。

11、本次調查發現，民眾遇到「廣告內容誇張不實」的比例最高，佔 23.0%；其次是「實際收到的產品和廣告內容不同」和「業務員的壓力推銷，買完後悔卻無法退費」這兩種情況的比例都是 14.4%。

(三) 民眾的消費行為

1、根據調查結果顯示，民眾在購物時會謹慎考慮後再購買的是以「家電電機」用品為主，佔 21.9%；其次則為「食品餐飲」(11.5%)。

2、民眾在購買商品或服務購物時會考慮的條件，依序為「實用性」(26.0%)、「價格」(24.9%)和「品質」(15.0%)。「青少年」在購買商品或服務時會優先考慮「價格」後再決定購買；「成年人」及「高齡者」會考慮「實用性」後再決定購買，比例分別為 48.8%、48.4%。

(四) 民眾對於消費問題的反應

1、在本次調查中，「有消費權益受損經驗」的比例為 72.5%；而曾遇到權益受損的 2192 位民眾中，「有」進行申訴的只有 13.5%(298 人)；「沒有」去申訴的比例則有 86.5%。

2、有申訴經驗的 298 位民眾透過「非政府部門」申訴的比例最高，佔 71.8%；其中向「政府部門」申訴的比例為 19.0%；「兩者皆有」的則佔了 6.3%。

3、民眾在向政府部門申訴時，選擇「其他政府機關」的比例最高，佔 36.4%；其次是透過「各縣市消費者服務中心」(24.2%)和「行政院消保會」(18.9%)；而民眾找「各縣市消保官」申訴的比例最低，為 17.9%。

4、透過政府部門申訴，民眾感到「滿意」的比例為為 39.3%（含非常滿意 12.1%和滿意 27.2%）；感到「不滿意」的比例為 45.0%（含不滿意 20.8%和非常不滿意 24.2%）。當民眾向政府部門申訴的時候，「沒有遇過任何問題」的比例最高，佔 43.7%；而曾遇過的問題則是以回答「服務人員態度不佳」居多，其比例為 14.0%。

5、當民眾遇到消費問題時，不向政府部門申訴的主要原因是「怕申訴程序複雜、太麻煩」（28.2%）；然而，次要原因則是「不知道如何申訴」（26.3%）。當民眾遇到消費問題時，所選擇的非政府部門主要是「向經銷商或廠商申訴」，佔 68.6%；而民眾選擇「向消費者保護團體申訴」的比例居次，佔 20.9%。

（五）民眾對國內整體消費環境的看法及建議

1、民眾對於目前國內的消費環境認為有改善者（含改善一些和改善很多）的比例最高，佔 49.7%；覺得「沒有改變」的比例居次，為 24.9%；「有變差」的比例佔 4.1%。

2、民眾認為消費者保護工作主要是「政府機關的責任」（26.9%），其次是「消費者本身」（26.6%）。

3、民眾取得「消費者保護」資訊的管道，主要是透過「電視」（34.2%）和「報紙」（20.9%）。

4、約三成一左右（30.5%）民眾認為政府目前應優先加強的工作是「加強公共場所安全及商品安全檢測」；其次，民眾認為政府的首要工作是「加強法令的宣導」的比例，佔 18.9%。

5、民眾對於政府對消費者保護工作整體表現的平均分數是 62.33 分。排除不知道/無法評斷和拒答的受訪者後，由 2393 位民眾評分的結果是「60~69 分」的比例最高，佔 32.5%。

6、民眾給予政府消費者保護工作之平均分數為 62.33 分，僅達及格之程度，表示還有努力的空間。在消費者保護工作的責任歸屬上，消費者認知自己本身也有相當責任，這點是值得稱許的。

第二節 建議

(一) 民眾對消費者保護機構和其相關措施之認知程度方面

- 1、建議將重點宣導資訊包裝在每年的「消費月活動」之中，以加強消費者對消費資訊的認知。如關於 1950 專線的知悉度在此次調查中顯示較不理想，便可成為 92 年度消費者月之重點宣導項目。
- 2、大多數民眾獲知訊息管道主要是透過「電視」得知，因此，建議可以透過公共電視節目、設計專題訪問或問答方式以提升民眾對消費資訊的瞭解程度。
- 3、消費者爭議事件常具備相當的話題性，建議消保會在作消費者保護之相關宣導時能掌握話題的新聞性。以「故事性」的新聞包裝較能獲致媒體青睞，而可以有較高的曝光率。

(二) 增進民眾對公共場所、藥品、食品及電子商務安全的注意方面

- 1、在受訪民眾中，有四成四左右的民眾曾遇過消費詐欺，顯示這方面的問題相當嚴重，須提醒有關單位注意。
- 2、消費詐欺和受騙等情況是各國所面臨的問題，而且目前青少年濫用信用卡的情況也相當普遍，可利用此時機提醒民眾注意可能遇到的詐欺、受騙情況，也可藉此宣導「定型化契約範本」。

(三) 民眾的消費行為及對消費問題的反應

- 1、民眾向政府部門申訴所遇到的問題都直接與「對應窗口的服務態度」有關。因此，若能改善消費服務品質，應可提升民眾的滿意度。
- 2、民眾對消保工作的評分只在及格邊緣，且希望政府能加強對公共場所及商品安全的檢測，顯見民眾對消保工作之期待殷切。民眾更期許政府能以公權力大刀闊斧執行消費者保護工作。

(四) 行銷傳播策略

- 1、由於「電視」是主要的訊息傳遞媒介，因此建議可以透過公共電視頻道設計專訪性單元或問答性節目，將訊息傳遞給大眾。
- 2、此次調查顯示，民眾對消保資訊的來源除電視外，網際網路較歷年均有成長，而且在網路購物的民眾亦以年輕族群居多，建議往後對於年輕族群（尤其是國、高中生）在做消保教育時可以善用此一新興媒介與知名網站合作舉辦有獎徵答、網上論壇等，將資訊切實傳遞至年輕族群中。
- 3、舉辦各項宣導活動時，應依據不同年齡層或特性來設計活動內容，例如，可利用園遊會或製作卡通圖片來吸引小朋友的注意，亦即將所欲宣導的政策或資訊融合於活動之中。
- 4、在提高行政院消費者保護委員會知名度方面，建議應適時利用消費爭議事件發生時召開記者會，進一步提醒民眾自身應注意的消費安全，同時也可以達成宣傳消保會的效果。
- 5、整合各年度之資料進行比較，將值得注意且與民眾切身相關的問題傳遞給民意代表或民眾，讓社會大眾瞭解消費問題的嚴重性，藉以吸引廣泛地注意。
- 6、在執行各項政策推廣時，應先設定階段性目標，再分段達成。並於階段性任務達成時，向社會大眾報告成果。如此一來，才能激勵人心並提升民眾支持。
- 7、政府的消費者保護單位和民間消費者團體應該互相搭配，才能強化消費者保護工作，並確實保障消費者權益。
- 8、此次調查亦發現，收入、居住區域、教育程度甚至職業都對消費者之消保意識有顯著影響，建議應針對社經地位較居弱勢之民眾設計宣導策略，避免弱勢階層之消保意識無法提升。

(五) 其他建議

1、抽樣方式

(1)、由於調查目的是要分析三大年齡層的消費意識和消費行為，因此建議日後的調查在抽樣上應採取「定額法」，使青少年和高齡者的調查人數增加，將有助於提高各年齡層調查結果的代表性。

(2)、由相關調查數據發現，離島地區民眾的消費行為其實是相當特殊的。因此，為了調查地域性的差異，建議應將離島地區和東部地區的抽樣人口採取定額法，才能確實瞭解當地民眾的意見。

(3)、在受訪者的收入方面，建議將「個人所得」改為「家庭所得」，亦即以「戶」為單位。

2、問卷設計

(1)、以電話訪問方式調查民眾意見時，應避免問卷題目過長。若問卷長度能控制在 5 分鐘以內完成，所得到的調查結果較佳。

(2)、建議應採用「分層問卷」。亦即分別設計適合各年齡層的問卷再進行調查，避免民眾回答與自己無關的題目而降低問卷效度。

(3)、除了採取電話訪問方式，亦可加入面訪的調查，以提高研究的完整性。

(4)、民眾消費之商品分類方面，應考慮更詳盡的分類方式，避免混淆的情況發生。

(5)、在調查民眾消費行為的商品分類上，建議將房屋買賣和傢具傢飾的選項分開較為適當。

附錄一

世新大學民意調查研究中心

【九十一年度國民消費意識程度、消費行為暨消費問題調查計畫】

民意調查問卷

- 訪問開始時，請訪員記下個人的成功問卷編號(三位數)、現在時間／____月____日／星期____。【請用阿拉伯數字表示】
- 訪問開始時請說下面這一段話：

您好：

我是世新大學的學生，我姓____。我們學校的老師最近在進行一項有關消費者保護的研究。您的意見對於政府所採取的消費者保護政策非常重要，希望您能撥出幾分鐘時間接受我們的訪問。

《紀錄樣本資料》

一、樣本電話號碼 _____ (連同區域碼一共九碼)

二、進入正式訪問之前請訪員做下列確認工作：

請確認受訪者年齡是否年滿 13 歲，若未滿 13 歲則請其家成年滿 13 歲的人接受訪問！

(1) 不是 >>> 對不起，下一次有機會再請您接受我們的訪問，謝謝！

(2) 是 >>> 繼續進行下面的訪問.....

以下開始進入正式訪問！

A. 民眾對消費者保護法的認知及參與程度

1、請問您今年幾歲？<單選>

(01) 13-19 歲 (02) 20-64 歲 (03) 65 歲以上

2、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」是政府機關，而「消費者文教基金會」是民間團體，兩者是不同的機構？<單選>

(01) 知道 (02) 不知道 (98) 拒答

3、請問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」所建置的 1950 全國性消費者服務專線已經正式啟用？<單選>

<回答 01 者繼續問第 4 題；回答 02,98 者跳至第 9 題>

(01) 知道 (02) 不知道 (98) 拒答

4、請問您是從什麼管道知道 1950 消費者服務專線？〈需提示，複選最多三項〉

- (01) 政府機關 (02) 學校 (03) 親友、同事等 (04) 報紙
 (05) 電視 (06) 廣播 (07) 雜誌 (08) 網路
 (09) 民間消費者保護團體 (10) 廠商或公司行號
 (97) 其他〈請填在開放紀錄表〉 (98) 拒答

5、請問您知道不知道可用手機撥打 1950 消費者服務專線？〈單選〉

- (01) 知道 (02) 不知道 (98) 拒答

6、請問您知道不知道 1950 是打到您「當時所在縣市」的「消費者服務中心」接受消費者諮詢或申訴？〈單選〉（例如：在基隆市打 1950 會接通至基隆市的消費者服務中心）

- (01) 知道 (02) 不知道 (98) 拒答

7、請問您有沒有撥打過 1950 服務專線？〈單選〉

〈回答 01 者繼續問第 8 題；回答 02，98 者跳至第 9 題〉

- (01) 有 (02) 沒有 (98) 拒答

8、請問您對於 1950 全國性消費者服務專線所提供的服務諮詢滿意不滿意？

〈單選，追問強弱度〉

- (01) 非常滿意 (02) 滿意 (03) 普通
 (04) 不滿意 (05) 非常不滿意 (98) 沒意見/拒答

9、請問您知道不知道政府在每年一月的「中華民國消費者月」都有舉辦宣導活動？〈單選〉

- (01) 知道 (02) 不知道 (98) 拒答

10、請問您曾參加過中華民國消費者月活動嗎？〈單選〉

〈回答 01 者繼續問第 11 題；回答 02，98 者跳至第 12 題〉

- (01) 有 (02) 沒有 (98) 拒答

11、請問您如何知道消費者月活動？〈需提示，複選最多三項〉

- (01) 政府機關 (02) 學校 (03) 親友、同事等 (04) 報紙
 (05) 電視 (06) 廣播 (07) 雜誌 (08) 網路
 (09) 民間消費者保護團體 (10) 廠商或公司行號
 (97) 其他〈請填在開放紀錄表〉 (98) 拒答

12、請問您知道各縣市政府都設有「消費者保護官」嗎？〈單選〉

- (01) 知道 (02) 不知道 (98) 拒答

13、請問您進出公共場所例如學校、戲院、百貨公司、車站、飯店、KTV 的時候會注意的安全項目有哪些？〈不提示，複選，必須追問是否還有其他答案〉

〈回答 97 者繼續問第 14 題；回答 01-09,96,98 者跳至第 15 題〉

- (01) 是否位於逃生不易的地點，如地下室 (02) 是否有緊急消防設備
 (03) 是否設有安全門 (04) 是否使用易燃材料裝潢

- (05) 是否加裝鐵門窗
 (06) 是否有逃生路線的指示
 (07) 是否貼有危險建築標章
 (08) 逃生通道是否暢通
 (09) 是否緊急逃生設備 (例如:緩降機,逃生梯等)
 (96) 其他<請填在開放紀錄表>
 (97) 不會注意
 (98) 拒答

14、請問您不會注意的原因是什麼？<不提示，複選最多三個>

- (01) 沒習慣去注意
 (02) 太麻煩
 (03) 場所很有名，不需要注意
 (04) 沒想到要注意
 (05) 沒時間去注意
 (06) 不知道要注意什麼
 (07) 很少進出公共場所
 (97) 其他<請填在開放紀錄表>
 (98) 拒答

15、請問您購買食品(舉凡食物、零嘴、健康瘦身食品)的時候會注意哪些標示？

<不提示，複選，必須追問是否還有其他答案>

<回答 97 者繼續問第 16 題；回答 01-09,96,98 者跳至第 17 題>

- (01) 廠商名稱、地址是否標明
 (02) 進口商品是否加註代理商的名稱、地址
 (03) 製造日期或有效日期是否標明
 (04) 包裝外面的標示是否誇張不實
 (05) 商品名稱或品牌標示
 (06) 主管機關核准或許可字號
 (07) CAS 等優良食品認證標示
 (08) 價格是否清楚標示
 (09) 內容物(原料)、數量是否詳細標明
 (96) 其他<請填在開放紀錄表>
 (97) 不會注意
 (98) 拒答

16、請問您不會注意食品標示的原因是什麼？<不提示，複選最多三項>

- (01) 沒習慣去注意
 (02) 太麻煩
 (03) 親友介紹
 (04) 沒想到要注意
 (05) 價格便宜
 (06) 產品本身很有名，不需要注意
 (07) 製造廠商很有名，不需要注意
 (08) 不知道要注意什麼
 (09) 很少有購買經驗
 (97) 其他<請填在開放紀錄表>
 (98) 拒答

17、請問您購買藥品的時候會注意哪些標示？<不提示，複選>

<回答 97 者繼續問第 18 題；回答 01-09,96,98 者跳至第 19 題>

- (01) 廠商名稱、地址是否標明
 (02) 進口商品是否加註代理商的名稱地址
 (03) 製造日期或有效日期是否標明
 (04) 包裝外面的標示是否誇張不實
 (05) 商品名稱或品牌標示
 (06) 主管機關核准或許可字號
 (07) GMP 等優良藥品認證標示
 (08) 價格是否清楚標示
 (09) 內容物(原料)、數量是否詳細標明
 (96) 其他<請填在開放紀錄表>
 (97) 不會注意
 (98) 拒答

18、請問您不會注意藥品標示的原因是什麼？〈不提示，複選最多三項〉

- (01) 沒習慣去注意 (02) 太麻煩 (03) 親友介紹，所以沒注意
 (04) 沒想到要注意 (05) 價格便宜
 (06) 藥品本身很有名，不需要注意
 (07) 製造藥廠很有名，不需要注意 (08) 不知道要注意什麼
 (09) 缺少購買經驗 (97) 其他〈請填在開放紀錄表〉 (98) 拒答

19、請問您知道不知道行政院消保會已經制訂各種定型化契約的範本，例如：保險契約、國內外旅遊契約、租屋（車）契約、手機服務契約、信用卡契約等，民眾可以隨時上網查詢？

- (01) 知道 (02) 不知道 (98) 拒答

20、請問您有沒有和業者簽定書面契約的經驗？

〈單選，回答 01 者繼續問第 21 題；回答 02，98 者跳至第 23 題

- (01) 有 (02) 沒有 (98) 拒答

21、請問您和業者在簽訂消費契約時會注意哪些問題？〈不提示，複選〉

〈回答 97 者繼續問第 22 題；回答 01-07,96,98 者跳至第 23 題〉

- (01) 契約印刷字體是否清楚 (02) 契約條款是否有語意不清
 (03) 業者是否逐條說明條款內容 (04) 契約是否可帶回審閱
 (05) 條款是否公平 (06) 契約條款有無違背主管機關的規定
 (07) 是否保障自身權益 (96) 其他〈請填在開放紀錄表〉
 (97) 不會注意（很少注意） (98) 拒答

22、請問您不會注意契約內容的原因是什麼？〈不提示，複選最多三項〉

- (01) 沒習慣去注意 (02) 內容冗長，太麻煩 (03) 沒想到要注意
 (04) 內容大多是法律文字難以理解 (05) 業者的知名度高，不需要注意
 (06) 不知道要注意什麼 (97) 其他〈請填在開放紀錄表〉 (98) 拒答

23、請問您是否有網路購物的經驗？

〈單選，回答 01 者繼續問第 24 題；回答 02、98 者跳至第 25 題〉

- (01) 有 (02) 沒有 (98) 拒答

24、請問您在網路購物時會注意哪些問題？〈需提示，複選〉

- (01) 充分瞭解業者的相關資訊 (02) 瞭解所欲購買的商品或服務
 (03) 詳讀交易各項條款 (04) 保障個人隱私權
 (05) 選擇安全的付款方式 (06) 是否可以保存交易的資料
 (07) 業者是否有消費爭議處理的管道 (96) 其他〈請填在開放紀錄表〉
 (97) 沒有注意 (98) 拒答

25、請問您曾遇過哪些消費詐欺的情況？〈需提示，複選〉

- (01) 收到來路不明的中獎訊息，匯款後沒有收到獎金（如刮刮樂、手機等）
 (02) 付費後，公司惡性倒閉，無法退費（如幼稚園、補習班、旅行社等）
 (03) 廣告內容誇張不實（如誇張美容護膚效果、旅遊行程、藥物療效等）
 (04) 實際收到的產品和廣告內容不同（透過第四台購物頻道或郵購方式）

- (05) 個人資料外洩，如信用卡遭盜刷、電話被盜打等
- (06) 收到貨才知道要負擔額外費用（如貨物稅、安裝、遞送等相關費用）
- (07) 買到假貨（如假珠寶、假藥、假禮券等）
- (08) 業務員的不實推銷或惡意欺騙，如買到靈骨塔、法拍屋等
- (09) 業務員的壓力推銷，買完後悔卻無法退費（如購買套書、化妝品等）
- (96) 其他〈請填在開放紀錄表〉 (97) 沒有遇過 (98) 拒答

26、請問您在買哪些（哪幾類）商品的時候，會謹慎考慮後再決定購買？

〈不提示，複選最多三項〉

- (01) 食品餐飲（生鮮蔬果、菸酒飲料、零食點心等）
- (02) 衣飾配件（衣服飾品、珠寶、美容理髮等）
- (03) 住家生活（房屋買賣、家具家飾等）
- (04) 行車交通（機車、汽車等）
- (05) 文具/書籍/雜誌
- (06) 日用百貨（家庭雜貨，如沐浴乳、洗髮精等）
- (07) 家電電機（家用電器、冷凍器材、空調設備等）
- (08) 影音光學（音樂/CD、影帶光碟、攝影器材、電動玩具等）
- (09) 資訊通信（通訊服務及設備，如手機、PDA、電腦及周邊等）
- (10) 美容用品（化妝品、保養品等）
- (11) 金融服務（保險、股票、基金等）
- (12) 醫療保健用品（醫療保健食品、養生食品、瘦食食品與器材等）
- (13) 兒童用品（嬰幼兒用品、兒童玩具等）
- (14) 旅遊行程（國內外旅遊等）
- (15) 運動用品（球類用品、健身器材等）
- (96) 其他〈請填在開放紀錄表〉
- (97) 不知道
- (98) 拒答

27、請問您在購買商品或服務的時候，會考慮哪些條件之後再決定購買？

〈不提示，複選最多三項〉

- (01) 價格 (02) 包裝，外觀 (03) 品質 (04) 售後服務
- (05) 實用性 (06) 品牌知名度 (07) 流行趨勢 (08) 安全性
- (09) 同儕間的比較心理（同學、朋友或同事等） (10) 廣告促銷
- (11) 服務態度 (12) 親友推薦或介紹 (13) 經濟能力
- (14) 依個人喜好 (96) 其他〈請填在開放紀錄表〉
- (97) 不知道/都不考慮 (98) 拒答

28、當您的消費權益受損時，您有沒有申訴過？〈單選〉

〈回答 01 繼續問 29，回答 02,03,98 者跳至第 35 題〉

- (01) 有 (02) 沒有 (03) 沒有消費權益受損的經驗 (98) 拒答

29、請問您是透過哪些管道申訴？〈提示，單選〉

〈回答 01 者不答 33, 34；回答 02 者不答 30-32；回答 03 者不答 33；回答 98 者跳至 35

- (01) 政府部門 (02) 非政府部門 (03) 兩者皆有 (98) 拒答

30、請問您是向哪個政府部門申訴？<提示，單選>

- (01) 行政院消費者保護委員會 (02) 各縣市的消費者服務中心
 (03) 各縣市消費者保護官
 (04) 其他政府機關（除了 01、02、03 以外的政府單位）
 (98) 拒答

31、請問您向政府部門申訴的結果滿意不滿意？<單選，追問強弱度>

- (01) 非常滿意 (02) 滿意 (03) 普通
 (04) 不滿意 (05) 非常不滿意 (98) 沒意見/拒答

32、請問您向政府部門申訴的過程中有沒有遇過什麼問題？

<不提示，複選最多三項>

- (01) 程序複雜、麻煩 (02) 服務人員態度不佳 (03) 效率太差
 (04) 處理人員沒經驗 (05) 沒有立即處理
 (96) 其他<請填在開放紀錄表> (97) 沒有 (98) 拒答

33、請問您不向政府部門申訴的原因是什麼？<不提示，複選最多三項>

- (01) 怕申訴程序複雜，太麻煩 (02) 消費金額不大（問題不大）
 (03) 怕被廠商報復 (04) 預期不會有效果
 (05) 直接找廠商申訴 (96) 其他<請填在開放紀錄表>
 (97) 不知道如何申訴 (98) 拒答

34、請問您是透過哪些非政府部門的管道申訴？<需提示，複選>

- (01) 向消費者保護團體申訴 (02) 向經銷商或廠商申訴
 (03) 向媒體投書或 call-in (04) 向民意代表申訴
 (05) 不透過任何管道，自行採取法律行動
 (97) 其他<請填在開放紀錄表> (98) 拒答

35、請問自民國 83 年「消費者保護法」實行以來，您認為國內的消費環境有沒有改善？<單選，追問強弱度>

- (01) 消費環境改善很多 (02) 消費環境改善一些
 (03) 消費環境沒有改變 (04) 消費環境變差一些
 (05) 消費環境變差很多 (98) 沒意見/拒答

36、您覺得消費者保護的工作應該是誰的責任？<提示，複選>

- (01) 消費者本身 (02) 消費者保護團體 (03) 廠商
 (04) 政府機關（含中央、縣市的各政府單位均屬之）
 (97) 其他（請填在開放紀錄表） (98) 不知道/拒答

37、請問您是由哪些管道知道有關「消費者保護」的資訊或內容？

<提示，複選最多三項>

- (01) 政府機關 (02) 學校 (03) 親友、同事等 (04) 報紙
 (05) 電視 (06) 廣播 (07) 雜誌 (08) 網路
 (09) 民間消費者保護團體 (10) 廠商或公司行號
 (96) 不知道 (97) 其他<請填在開放紀錄表> (98) 拒答

38、對於「消費者保護」這項工作，請問您覺得政府應該優先加強哪一項工作？

<提示，單選>

- (01) 加強法令的宣導 (02) 增加消費者資訊或消費情報
 (03) 提高消費申訴效率 (04) 加強公共場所和商品安全的檢測
 (05) 辦理消費者諮詢服務 (06) 加強取締並重罰不法業者
 (07) 加強消費者教育 (96) 其他<請填在開放紀錄表>
 (97) 不知道 (98) 拒答

39、如果滿分為 100 分，60 分是及格。請問您對於政府所做的「消費者保護」工作的整體表現打幾分？

(填充題，001-100，不知道/無法評斷填入 997，若拒答填入 998)

40、請問您目前從事哪方面的工作？<若已退休，請追問退休前之職業>

- (01) 公務人員、警察 (02) 現役軍人 (03) 國中教師、國小教師
 (04) 高中教師、大專院校教授 (05) 研究人員 (06) 國營事業人員
 (07) 雇主/企業家 (08) 民營、工商機構主管
 (09) 民營、工商機構普通職員 (10) 勞動工人、工頭、領班
 (11) 農林漁牧鹽礦業從業人員 (12) 工程師、專業技師
 (13) 自由業(含律師、醫師、會計師) (14) 文化工作者
 (15) 自營商(含獨資公司) (16) 運輸業 (17) 學生
 (18) 無業/待業 (19) 家管/家庭主婦
 (97) 其他<請填在開放紀錄表> (98) 拒答

41、請問您的最高學歷？

- (01) 小學或以下 (02) 國(初)中 (03) 高中(職)
 (04) 專科 (05) 大學 (06) 研究所或以上
 (98) 拒答

42、請問您個人的平均月收入(或零用金)大約多少？

- (01) 4,999 元以下 (02) 5,000~9,999 元 (03) 10,000~19,999 元
 (04) 20,000~39,999 元 (05) 40,000~59,999 元 (06) 60,000~79,999 元
 (07) 80,000~99,999 元 (08) 100,000 元以上 (97) 沒有收入
 (98) 不知道/拒答

43、請問您目前所在的縣市是：

- (01) 台北市 (02) 高雄市 (03) 基隆市 (04) 新竹市
 (05) 台中市 (06) 嘉義市 (07) 台南市 (08) 台北縣
 (09) 宜蘭縣 (10) 桃園縣 (11) 新竹縣 (12) 苗栗縣
 (13) 台中縣 (14) 彰化縣 (15) 南投縣 (16) 雲林縣
 (17) 嘉義縣 (18) 台南縣 (19) 高雄縣 (20) 屏東縣
 (21) 台東縣 (22) 花蓮縣 (23) 澎湖縣 (24) 金門縣
 (25) 連江縣 (98) 拒答

44、受訪者性別：<請訪員自行填寫>

- (01) 男 (02) 女

附錄二 焦點座談與會人士名單

柴松林	總統府國策顧問
邱清華	中華民國消費者文教基金會名譽董事長
郭良文	世新大學傳播研究所教授兼所長
梁世武	世新大學民意調查研究中心主任

附表 1 是否知道「消保會」和「消基會」不同與樣本結構交叉分析及檢定

		總計	知道	不知道	拒答	檢定結果
	次數	3024	1118	1905	1	
	百分比		37.0%	63.0%	0.0%	
年齡	13-19 歲	397	32.5%	67.5%	0.0%	卡方值=13.705 df=4 p=0.008
	20-64 歲	2306	38.7%	61.2%		
	65 歲以上	321	29.9%	70.1%		
地區	北部地區	1305	39.4%	60.6%	0.1%	卡方值=14.526 df=8 p=0.069
	中部地區	757	33.3%	66.6%		
	南部地區	877	36.2%	63.8%		
	東部地區	77	44.1%	55.9%		
	福建地區	8	10.2%	89.8%		
最高學歷	小學或以下	419	20.4%	79.6%	1.2%	卡方值=152.075 df=12 p=0.000
	國（初）中	419	34.4%	65.6%		
	高中（職）	1065	35.8%	64.2%		
	專科	540	40.9%	59.1%		
	大學	477	50.1%	49.9%		
	研究所或以上	68	58.4%	40.4%		
	拒答	36	20.8%	79.2%		
職業	公務人員、警察	140	62.8%	37.2%	0.4%	卡方值=146.255 df=40 p=0.000
	現役軍人	44	33.8%	66.2%		
	國中（小）教師	71	53.0%	47.0%		
	高中、大專教師	27	56.4%	43.6%		
	研究人員	8	50.0%	50.0%		
	國營事業人員	20	57.4%	42.6%		
	雇主/企業家	64	35.4%	64.6%		
	民營、工商主管	81	58.1%	41.9%		
	民營、工商職員	592	35.6%	64.4%		
	勞動工人	226	29.2%	70.8%		
	農林漁牧礦	149	31.0%	69.0%		
	工程師、專業技師	80	37.6%	62.4%		
	自由業（律師、醫師等）	147	50.8%	49.2%		
	文化工作者	9	44.2%	55.8%		
	自營商（含獨資公司）	200	46.7%	53.3%		
	運輸業	19	39.1%	60.9%		
	學生	444	34.5%	65.5%		
	無業/待業	201	25.3%	74.2%		
	家管/家庭主婦	450	27.7%	72.3%		
其他	27	35.9%	64.1%			
拒答	25	24.3%	75.7%			
個人月收入	4,999 元以下	383	33.0%	67.0%	0.1%	卡方值=115.969 df=18 p=0.000
	5,000~9,999 元	151	35.5%	64.5%		
	10,000~19,999 元	244	26.1%	73.9%		
	20,000~39,999 元	696	36.2%	63.8%		
	40,000~59,999 元	393	48.9%	51.1%		
	60,000~79,999 元	129	54.4%	45.6%		
	80,000~99,999 元	46	74.5%	25.5%		
	100,000 元以上	84	53.8%	46.2%		
	沒有收入	650	28.8%	71.1%		
	不知道/拒答	248	37.6%	62.4%		
性別	男性	1539	40.7%	59.3%	0.1%	卡方值=19.379 df=2 p=0.000
	女性	1485	33.2%	66.8%		

附表 2 是否知道行政院消保會的 1950 服務專線與樣本結構交叉分析和檢定

		總計	知道	不知道	拒答	檢定結果	
	次數 百分比	3024	417 13.8%	2606 86.2%	2 0.1%		
年齡	13-19 歲	397	20.1%	79.9%	0.1%	卡方值=24.848 df=4 p=0.000	
	20-64 歲	2306	13.6%	86.3%			
	65 歲以上	321	7.3%	92.7%			
地區	北部地區	1305	12.4%	87.6%	0.2%	卡方值=11.626 df=8 p=0.169	
	中部地區	757	15.5%	84.3%			
	南部地區	877	14.0%	86.0%			
	東部地區	77	17.7%	82.3%			
	福建地區	8	20.4%	79.6%			
最高學歷	小學或以下	419	8.8%	91.2%	0.2%	卡方值=18.683 df=12 p=0.096	
	國(初)中	419	16.2%	83.6%			
	高中(職)	1065	14.4%	85.6%			
	專科	540	15.8%	84.0%			
	大學	477	12.1%	87.9%			
	研究所或以上	68	13.8%	86.2%			
	拒答	36	15.9%	84.1%			
職業	公務人員、警察	140	14.9%	85.1%	0.6%	卡方值=50.843 df=40 p=0.117	
	現役軍人	44	2.2%	97.8%			
	國中(小)教師	71	9.4%	90.6%			
	高中、大專教師	27	13.4%	86.6%			
	研究人員	8	37.0%	63.0%			
	國營事業人員	20	8.4%	91.6%			
	雇主/企業家	64	4.4%	95.6%			
	民營、工商主管	81	12.6%	87.4%			
	民營、工商職員	592	14.6%	85.4%			
	勞動工人	226	13.2%	86.8%			
	農林漁牧礦	149	11.0%	88.5%			
	工程師、專業技師	80	11.3%	88.7%			
	自由業(律師、醫師等)	147	15.7%	84.3%			
	文化工作者	9	26.8%	73.2%			
	自營商(含獨資公司)	200	10.3%	89.7%			
	運輸業	19	23.5%	76.5%			
	學生	444	18.2%	81.8%			
	無業/待業	201	9.7%	89.9%			0.4%
	家管/家庭主婦	450	15.5%	84.5%			
	其他	27	15.9%	84.1%			
拒答	25	3.4%	96.6%				
個人月收入	4,999 元以下	383	17.6%	82.2%	0.2%	卡方值=18.088 df=18 p=0.450	
	5,000~9,999 元	151	14.8%	85.2%			
	10,000~19,999 元	244	13.1%	86.9%			
	20,000~39,999 元	696	15.0%	85.0%			
	40,000~59,999 元	393	12.6%	87.4%			
	60,000~79,999 元	129	11.4%	88.6%			
	80,000~99,999 元	46	6.7%	93.3%			
	100,000 元以上	84	10.3%	89.7%			
	沒有收入	650	13.0%	87.0%			
	不知道/拒答	248	12.3%	87.4%			0.3%
性別	男性	1539	12.6%	87.4%	卡方值=5.857 df=2 p=0.053		
女性	1485	15.0%	84.8%	0.1%			

附表 3 是否知道可用手機撥打 1950 專線與樣本結構交叉分析和檢定

		總計	知道	不知道	檢定結果
	次數	417	132	285	
	百分比		31.7%	68.3%	
年齡	13-19 歲	80	23.5%	76.5%	卡方值=7.943 df=2 p=0.019
	20-64 歲	314	32.1%	67.9%	
	65 歲以上	24	54.2%	45.8%	
地區	北部地區	162	31.6%	68.4%	卡方值=1.360 df=4 p=0.851
	中部地區	117	30.1%	69.9%	
	南部地區	123	33.2%	66.8%	
	東部地區	14	35.4%	64.6%	
	福建地區	2		100.0%	
最高學歷	小學或以下	37	37.6%	62.4%	卡方值=2.626 df=6 p=0.854
	國（初）中	68	28.5%	71.5%	
	高中（職）	154	33.9%	66.1%	
	專科	85	26.9%	73.1%	
	大學	58	31.0%	69.0%	
	研究所或以上	9	38.7%	61.3%	
	拒答	6	39.1%	60.9%	
職業	公務人員、警察	21	30.9%	69.1%	卡方值=19.094 df=20 p=0.516
	現役軍人	1		100.0%	
	國中（小）教師	7	29.1%	70.9%	
	高中、大專教師	4		100.0%	
	研究人員	3		100.0%	
	國營事業人員	2		100.0%	
	雇主/企業家	3	30.1%	69.9%	
	民營、工商主管	10	27.3%	72.7%	
	民營、工商職員	87	34.1%	65.9%	
	勞動工人	30	38.7%	61.3%	
	農林漁牧礦	16	41.5%	58.5%	
	工程師、專業技師	9	66.9%	33.1%	
	自由業（律師、醫師等）	23	31.8%	68.2%	
	文化工作者	2	57.2%	42.8%	
	自營商（含獨資公司）	20	27.3%	72.7%	
	運輸業	4	51.8%	48.2%	
	學生	81	22.1%	77.9%	
	無業/待業	19	47.9%	52.1%	
	家管/家庭主婦	70	30.9%	69.1%	
其他	4	19.5%	80.5%		
拒答	1		100.0%		
個人月收入	4,999 元以下	67	29.3%	70.7%	卡方值=8.622 df=9 p=0.473
	5,000~9,999 元	22	17.3%	82.7%	
	10,000~19,999 元	32	29.7%	70.3%	
	20,000~39,999 元	104	31.1%	68.9%	
	40,000~59,999 元	50	29.0%	71.0%	
	60,000~79,999 元	15	24.3%	75.7%	
	80,000~99,999 元	3		100.0%	
	100,000 元以上	9	41.7%	58.3%	
	沒有收入	84	36.6%	63.4%	
	不知道/拒答	30	46.2%	53.8%	
性別	男性	194	34.4%	65.6%	卡方值=1.233 df=1 p=0.267
	女性	223	29.4%	70.6%	

附表 4 是否知道 1950 是打至當時縣市的消費者服務中心與樣本結構交叉分析與檢定

		總計	知道	不知道	檢定結果
	次數	417	154	263	
	百分比		36.9%	63.1%	
年齡	13-19 歲	80	31.5%	68.5%	卡方值=2.308 df=2 p=0.315
	20-64 歲	314	37.5%	62.5%	
	65 歲以上	24	47.8%	52.2%	
地區	北部地區	162	32.4%	67.6%	卡方值=5.272 df=4 p=0.260
	中部地區	117	44.2%	55.8%	
	南部地區	123	34.5%	65.5%	
	東部地區	14	46.9%	53.1%	
	福建地區	2	50.0%	50.0%	
最高學歷	小學或以下	37	28.4%	71.6%	卡方值=5.262 df=6 p=0.511
	國(初)中	68	33.3%	66.7%	
	高中(職)	154	33.7%	66.3%	
	專科	85	43.4%	56.6%	
	大學	58	43.3%	56.7%	
	研究所或以上	9	48.8%	51.2%	
	拒答	6	39.1%	60.9%	
職業	公務人員、警察	21	39.5%	60.5%	卡方值=22.842 df=20 p=0.297
	現役軍人	1		100.0%	
	國中(小)教師	7	41.8%	58.2%	
	高中、大專教師	4	22.4%	77.6%	
	研究人員	3	29.2%	70.8%	
	國營事業人員	2	100.0%		
	雇主/企業家	3	30.1%	69.9%	
	民營、工商主管	10	25.9%	74.1%	
	民營、工商職員	87	42.8%	57.2%	
	勞動工人	30	48.7%	51.3%	
	農林漁牧礦	16	40.3%	59.7%	
	工程師、專業技師	9	65.4%	34.6%	
	自由業(律師、醫師等)	23	45.4%	54.6%	
	文化工作者	2		100.0%	
	自營商(含獨資公司)	20	25.7%	74.3%	
	運輸業	4	29.7%	70.3%	
	學生	81	33.6%	66.4%	
	無業/待業	19	8.7%	91.3%	
	家管/家庭主婦	70	33.7%	66.3%	
	其他	4	58.9%	41.1%	
拒答	1		100.0%		
個人月收入	4,999 元以下	67	30.1%	69.9%	卡方值=10.824 df=9 p=0.288
	5,000~9,999 元	22	49.9%	50.1%	
	10,000~19,999 元	32	33.6%	66.4%	
	20,000~39,999 元	104	34.9%	65.1%	
	40,000~59,999 元	50	50.9%	49.1%	
	60,000~79,999 元	15	31.0%	69.0%	
	80,000~99,999 元	3	37.7%	62.3%	
	100,000 元以上	9	22.6%	77.4%	
	沒有收入	84	32.7%	67.3%	
	不知道/拒答	30	48.5%	51.5%	
性別	男性	194	39.3%	60.7%	卡方值=0.924 df=1 p=0.336
	女性	223	34.8%	65.2%	

附表 5 是否有撥打 1950 專線與樣本結構交叉分析和檢定

		總計	有	沒有	檢定結果
	次數 百分比	417	10 2.4%	407 97.6%	
年齡	13-19 歲	80		100.0%	卡方值=3.393 df=2 p=0.183
	20-64 歲	314	3.1%	96.9%	
	65 歲以上	24		100.0%	
地區	北部地區	162	3.2%	96.8%	卡方值=1.064 df=4 p=0.9
	中部地區	117	2.3%	97.7%	
	南部地區	123	1.6%	98.4%	
	東部地區	14		100.0%	
	福建地區	2		100.0%	
最高學歷	小學或以下	37		100.0%	卡方值=8.276 df=6 p=0.219
	國（初）中	68	1.3%	98.7%	
	高中（職）	154	1.2%	98.8%	
	專科	85	5.4%	94.6%	
	大學	58	3.1%	96.9%	
	研究所或以上	9	9.0%	91.0%	
	拒答	6		100.0%	
職業	公務人員、警察	21	4.7%	95.3%	卡方值=21.711 df=20 p=0.356
	現役軍人	1		100.0%	
	國中（小）教師	7	14.4%	85.6%	
	高中、大專教師	4		100.0%	
	研究人員	3		100.0%	
	國營事業人員	2		100.0%	
	雇主/企業家	3		100.0%	
	民營、工商主管	10	8.0%	92.0%	
	民營、工商職員	87	1.9%	98.1%	
	勞動工人	30		100.0%	
	農林漁牧礦	16		100.0%	
	工程師、專業技師	9		100.0%	
	自由業（律師、醫師等）	23	3.5%	96.5%	
	文化工作者	2		100.0%	
	自營商（含獨資公司）	20	4.8%	95.2%	
	運輸業	4		100.0%	
	學生	81		100.0%	
	無業/待業	19	9.4%	90.6%	
	家管/家庭主婦	70	1.4%	98.6%	
	其他	4	18.6%	81.4%	
拒答	1		100.0%		
個人月收入	4,999 元以下	67		100.0%	卡方值=12.795 df=9 p=0.172
	5,000~9,999 元	21	3.6%	96.4%	
	10,000~19,999 元	31	2.7%	97.3%	
	20,000~39,999 元	102	2.6%	97.4%	
	40,000~59,999 元	50		100.0%	
	60,000~79,999 元	13	12.1%	87.9%	
	80,000~99,999 元	3		100.0%	
	100,000 元以上	9		100.0%	
	沒有收入	84	4.3%	95.7%	
不知道/拒答	30		100.0%		
性別	男性	194	1.5%	98.5%	卡方值=1.124 df=1 p=0.289
	女性	223	3.1%	96.9%	

附表 6 是否知道每年一月的消費者服務月和樣本結構交叉分析和檢定

		總計	知道	不知道	拒答	檢定結果
	次數 百分比	3024	608 20.1%	2415 79.9%	1 0.0%	
年齡	13-19 歲 20-64 歲 65 歲以上	397 2306 321	26.6% 19.6% 16.0%	73.4% 80.4% 84.0%	0.0%	卡方值=14.846 df=4 p=0.005
地區	北部地區 中部地區 南部地區 東部地區 福建地區	1305 757 877 77 8	18.1% 20.2% 22.3% 28.5% 22.2%	81.9% 79.8% 77.7% 71.5% 77.8%	0.1%	卡方值=10.825 df=8 p=0.212
最高學歷	小學或以下 國（初）中 高中（職） 專科 大學 研究所或以上 拒答	419 419 1065 540 477 68 36	12.1% 21.7% 21.9% 21.6% 20.1% 20.1% 17.4%	87.7% 78.3% 78.1% 78.4% 79.9% 79.9% 82.6%	0.2%	卡方值=26.381 df=12 p=0.009
職業	公務人員、警察 現役軍人 國中（小）教師 高中、大專教師 研究人員 國營事業人員 雇主/企業家 民營、工商主管 民營、工商職員 勞動工人 農林漁牧礦 工程師、專業技師 自由業（律師、醫師等） 文化工作者 自營商（含獨資公司） 運輸業 學生 無業/待業 家管/家庭主婦 其他 拒答	140 44 71 27 8 20 64 81 592 226 149 80 147 9 200 19 444 201 450 27 25	28.0% 16.5% 30.3% 18.9% 26.2% 25.7% 24.5% 18.4% 19.4% 15.7% 14.9% 17.3% 26.2% 21.0% 17.2% 45.3% 26.1% 16.7% 16.1% 14.2% 7.8%	7200.0% 83.5% 69.7% 81.1% 73.8% 74.3% 75.5% 81.6% 80.6% 84.3% 85.1% 82.7% 73.8% 79.0% 82.8% 54.7% 73.9% 83.3% 83.8% 85.8% 92.2%	0.2%	卡方值=55.492 df=40 p=0.053
個人月收入	4,999 元以下 5,000~9,999 元 10,000~19,999 元 20,000~39,999 元 40,000~59,999 元 60,000~79,999 元 80,000~99,999 元 100,000 元以上 沒有收入 不知道/拒答	383 151 244 696 393 129 46 84 650 248	25.3% 19.6% 20.8% 18.4% 22.0% 24.1% 14.6% 16.6% 17.8% 19.7%	74.7% 80.4% 79.2% 81.6% 78.0% 75.9% 85.4% 83.4% 82.1% 80.3%	0.1%	卡方值=17.124 df=18 p=0.515
性別	男性 女性	1539 1485	18.4% 21.9%	81.6% 78.0%	0.1%	卡方值=6.879 df=2 p=0.032

附表 7 是否曾參加過消費者月活動與樣本結構交叉分析和檢定

		總計	有	沒有	檢定結果
	次數	3024	21	3003	
	百分比		0.7%	99.3%	
年齡	13-19 歲	397	0.7%	99.3%	卡方值=0.057 df=2 p=0.972
	20-64 歲	2306	0.7%	99.3%	
	65 歲以上	321	0.5%	99.5%	
地區	北部地區	1305	0.9%	99.1%	卡方值=14.304 df=4 p=0.006
	中部地區	757	0.7%	99.3%	
	南部地區	877	0.2%	99.8%	
	東部地區	77	3.5%	96.5%	
	福建地區	8		100.0%	
最高學歷	小學或以下	419	0.2%	99.8%	卡方值=12.266 df=6 p=0.056
	國(初)中	419	1.5%	98.5%	
	高中(職)	1065	0.5%	99.5%	
	專科	540	0.5%	99.5%	
	大學	477	1.1%	98.9%	
	研究所或以上	68	2.6%	97.4%	
	拒答	36		100.0%	
職業	公務人員、警察	140	0.8%	99.2%	卡方值=17.176 df=20 p=0.641
	現役軍人	44		100.0%	
	國中(小)教師	71	1.4%	98.6%	
	高中、大專教師	27		100.0%	
	研究人員	8		100.0%	
	國營事業人員	20		100.0%	
	雇主/企業家	64		100.0%	
	民營、工商主管	81		100.0%	
	民營、工商職員	592	1.2%	98.8%	
	勞動工人	226		100.0%	
	農林漁牧礦	149	0.6%	99.4%	
	工程師、專業技師	80	1.2%	98.8%	
	自由業(律師、醫師等)	147	1.0%	99.0%	
	文化工作者	9		100.0%	
	自營商(含獨資公司)	200		100.0%	
	運輸業	19	5.2%	94.8%	
	學生	444	0.6%	99.4%	
	無業/待業	201	0.5%	99.5%	
	家管/家庭主婦	450	0.8%	99.2%	
	其他	27	3.1%	96.9%	
拒答	25		100.0%		
個人月收入	4,999 元以下	383	0.9%	99.1%	卡方值=13.794 df=9 p=0.130
	5,000~9,999 元	151	0.5%	99.5%	
	10,000~19,999 元	244	0.4%	99.6%	
	20,000~39,999 元	696	0.5%	99.5%	
	40,000~59,999 元	393	0.8%	99.2%	
	60,000~79,999 元	129	3.3%	96.7%	
	80,000~99,999 元	46		100.0%	
	100,000 元以上	84		100.0%	
	沒有收入	650	0.7%	99.3%	
	不知道/拒答	248	0.4%	99.6%	
性別	男性	1539	0.7%	99.3%	卡方值=0.018 df=1 p=0.892
	女性	1485	0.7%	99.3%	

附表 8 是否知道各縣市的消費者保護官和樣本結構交叉分析和檢定

		總計	知道	不知道	檢定結果
	次數	3024	1172	1853	
	百分比		38.7%	61.3%	
年齡	13-19 歲	397	38.1%	61.9%	卡方值=39.970 df=2 p=0.000
	20-64 歲	2306	41.1%	58.9%	
	65 歲以上	321	22.8%	77.2%	
地區	北部地區	1305	37.3%	62.7%	卡方值=29.038 df=4 p=0.000
	中部地區	757	36.1%	63.9%	
	南部地區	877	41.4%	58.6%	
	東部地區	77	62.5%	37.5%	
	福建地區	8		100.0%	
最高學歷	小學或以下	419	21.2%	78.8%	卡方值=77.261 df=6 p=0.000
	國(初)中	419	36.1%	63.9%	
	高中(職)	1065	40.3%	59.7%	
	專科	540	44.6%	55.4%	
	大學	477	46.1%	53.9%	
	研究所或以上	68	45.9%	54.1%	
	拒答	36	30.7%	69.3%	
職業	公務人員、警察	140	60.2%	39.8%	卡方值=82.861 df=20 p=0.000
	現役軍人	44	35.2%	64.8%	
	國中(小)教師	71	36.9%	63.1%	
	高中、大專教師	27	58.3%	41.7%	
	研究人員	8	63.1%	36.9%	
	國營事業人員	20	56.2%	43.8%	
	雇主/企業家	64	43.8%	56.2%	
	民營、工商主管	81	46.3%	53.7%	
	民營、工商職員	592	39.2%	60.8%	
	勞動工人	226	29.9%	70.1%	
	農林漁牧礦	149	30.0%	70.0%	
	工程師、專業技師	80	41.8%	58.2%	
	自由業(律師、醫師等)	147	50.0%	50.0%	
	文化工作者	9	57.7%	42.3%	
	自營商(含獨資公司)	200	42.3%	57.7%	
	運輸業	19	67.0%	33.0%	
	學生	444	37.2%	62.8%	
	無業/待業	201	29.1%	70.9%	
	家管/家庭主婦	450	34.0%	66.0%	
其他	27	43.9%	56.1%		
拒答	25	23.0%	77.0%		
個人月收入	4,999 元以下	383	37.4%	62.6%	卡方值=68.622 df=9 p=0.000
	5,000~9,999 元	151	34.1%	65.9%	
	10,000~19,999 元	244	32.9%	67.1%	
	20,000~39,999 元	696	38.6%	61.4%	
	40,000~59,999 元	393	50.4%	49.6%	
	60,000~79,999 元	129	49.7%	50.3%	
	80,000~99,999 元	46	58.1%	41.9%	
	100,000 元以上	84	54.8%	45.2%	
	沒有收入	650	30.7%	69.3%	
	不知道/拒答	248	37.5%	62.5%	
性別	男性	1539	51.8%	58.2%	卡方值=12.241 df=1 p=0.000
	女性	1485	35.6%	64.4%	

附表 9 是否知道消保會的定型化契約和樣本結構交叉分析和檢定

		總計	知道	不知道	拒答	檢定結果
	次數	3024	858	2166	1	
	百分比		28.4%	71.6%	0.0%	
年齡	13-19 歲	397	22.8%	77.2%	0.0%	卡方值=30.758 df=4 p=0.000
	20-64 歲	2306	30.8%	69.2%		
	65 歲以上	321	17.8%	82.2%		
地區	北部地區	1305	28.1%	71.8%	0.1%	卡方值=4.726 df=8 p=0.786
	中部地區	757	27.0%	73.0%		
	南部地區	877	29.2%	70.8%		
	東部地區	77	36.2%	63.8%		
	福建地區	8	25.9%	74.1%		
最高學歷	小學或以下	419	16.5%	83.5%	0.1%	卡方值=44.230 df=12 p=0.000
	國(初)中	419	27.8%	72.2%		
	高中(職)	1065	28.6%	71.3%		
	專科	540	34.5%	65.5%		
	大學	477	31.8%	68.2%		
	研究所或以上	68	27.5%	72.5%		
	拒答	36	29.0%	71.0%		
職業	公務人員、警察	140	37.7%	62.3%	0.4%	卡方值=82.893 df=40 p=0.000
	現役軍人	44	26.6%	73.4%		
	國中(小)教師	71	26.6%	73.4%		
	高中、大專教師	27	39.3%	60.7%		
	研究人員	8	39.2%	60.8%		
	國營事業人員	20	64.9%	35.1%		
	雇主/企業家	64	33.3%	66.7%		
	民營、工商主管	81	42.7%	57.3%		
	民營、工商職員	592	31.2%	68.8%		
	勞動工人	226	22.1%	77.4%		
	農林漁牧礦	149	18.6%	81.4%		
	工程師、專業技師	80	20.2%	79.8%		
	自由業(律師、醫師等)	147	34.2%	65.8%		
	文化工作者	9	38.8%	61.2%		
	自營商(含獨資公司)	200	35.6%	64.4%		
	運輸業	19	33.9%	66.1%		
	學生	444	21.9%	78.1%		
	無業/待業	201	20.9%	79.1%		
	家管/家庭主婦	450	27.7%	72.3%		
其他	27	34.4%	65.6%			
拒答	25	31.5%	68.5%			
個人月收入	4,999 元以下	383	25.3%	74.7%	0.1%	卡方值=52.860 df=18 p=0.000
	5,000~9,999 元	151	25.0%	75.0%		
	10,000~19,999 元	244	23.8%	76.2%		
	20,000~39,999 元	696	29.2%	70.7%		
	40,000~59,999 元	393	33.4%	66.6%		
	60,000~79,999 元	129	38.6%	61.4%		
	80,000~99,999 元	46	50.4%	49.6%		
	100,000 元以上	84	43.0%	57.0%		
	沒有收入	650	22.1%	77.9%		
	不知道/拒答	248	31.3%	68.7%		
性別	男性	1539	25.1%	74.9%	0.1%	卡方值=17.586 df=2 p=0.000
	女性	1485	31.8%	68.2%		

附表 10 是否有簽訂過書面契約和樣本結構交叉分析與檢定

		總計	有	沒有	拒答	檢定結果
	次數	3024	1183	1840	2	
	百分比		39.1%	60.8%	0.1%	
年齡	13-19 歲	397	12.8%	87.2%		卡方值=235.811 df=4 p=0.000
	20-64 歲	2306	46.7%	53.2%	0.1%	
	65 歲以上	321	17.3%	82.7%		
地區	北部地區	1305	43.2%	56.7%	0.1%	卡方值=19.353 df=8 p=0.013
	中部地區	757	36.4%	63.5%	0.1%	
	南部地區	877	35.9%	64.1%		
	東部地區	77	35.3%	64.7%		
	福建地區	8	10.2%	89.8%		
最高學歷	小學或以下	419	13.8%	86.0%	0.2%	卡方值=341.244 df=12 p=0.000
	國(初)中	419	20.0%	80.0%		
	高中(職)	1065	38.4%	61.5%	0.1%	
	專科	540	54.8%	45.2%		
	大學	477	58.4%	41.6%		
	研究所或以上	68	71.2%	28.8%		
	拒答	36	23.9%	76.1%		
職業	公務人員、警察	140	47.1%	52.9%		卡方值=295.134 df=40 p=0.000
	現役軍人	44	37.5%	62.5%		
	國中(小)教師	71	60.4%	39.6%		
	高中、大專教師	27	53.9%	46.1%		
	研究人員	8	39.2%	60.8%		
	國營事業人員	20	65.6%	34.4%		
	雇主/企業家	64	58.0%	42.0%		
	民營、工商主管	81	65.2%	34.8%		
	民營、工商職員	592	53.3%	46.7%		
	勞動工人	226	27.1%	72.9%		
	農林漁牧礦	149	23.4%	76.6%		
	工程師、專業技師	80	56.2%	43.8%		
	自由業(律師、醫師等)	147	46.4%	53.6%		
	文化工作者	9	88.5%	11.5%		
	自營商(含獨資公司)	200	50.3%	49.7%		
	運輸業	19	55.6%	44.4%		
	學生	444	18.6%	81.4%		
無業/待業	201	29.2%	70.8%			
家管/家庭主婦	450	28.5%	71.1%	0.4%		
其他	27	46.9%	53.1%			
拒答	25	43.4%	56.6%			
個人月收入	4,999 元以下	383	17.0%	83.0%		卡方值=346.168 df=18 p=0.000
	5,000~9,999 元	151	37.5%	62.5%		
	10,000~19,999 元	244	29.5%	70.5%		
	20,000~39,999 元	696	49.4%	50.6%		
	40,000~59,999 元	393	60.5%	39.5%		
	60,000~79,999 元	129	63.6%	36.4%		
	80,000~99,999 元	46	80.4%	19.6%		
	100,000 元以上	84	59.7%	40.3%		
	沒有收入	650	24.3%	75.6%	0.1%	
	不知道/拒答	248	32.1%	67.5%	0.3%	
性別	男性	1539	39.7%	60.3%		卡方值=2.561 df=2 p=0.278
	女性	1485	38.4%	61.4%	0.1%	

附表 11 是否有網路購物經驗與樣本結構交叉分析和檢定

		總計	有	沒有	檢定結果
	次數	3024	357	2667	
	百分比		11.8%	88.2%	
年齡	13-19 歲	397	16.4%	83.6%	卡方值=33.420 df=2 p=0.000
	20-64 歲	2306	12.3%	87.7%	
	65 歲以上	321	2.7%	97.3%	
地區	北部地區	1305	14.6%	85.4%	卡方值=18.016 df=4 p=0.001
	中部地區	757	10.8%	89.2%	
	南部地區	877	9.0%	91.0%	
	東部地區	77	7.3%	92.7%	
	福建地區	8	10.2%	89.8%	
最高學歷	小學或以下	419	0.9%	99.1%	卡方值=204.999 df=6 p=0.000
	國(初)中	419	4.1%	95.9%	
	高中(職)	1065	9.0%	91.0%	
	專科	540	19.5%	80.5%	
	大學	477	24.1%	75.9%	
	研究所或以上	68	29.6%	70.4%	
	拒答	36		100.0%	
職業	公務人員、警察	140	13.4%	86.6%	卡方值=109.208 df=20 p=0.000
	現役軍人	44	6.7%	93.3%	
	國中(小)教師	71	16.5%	83.5%	
	高中、大專教師	27	28.0%	72.0%	
	研究人員	8	39.2%	60.8%	
	國營事業人員	20	19.3%	80.7%	
	雇主/企業家	64	14.0%	86.0%	
	民營、工商主管	81	24.0%	76.0%	
	民營、工商職員	592	15.7%	84.3%	
	勞動工人	226	3.5%	96.5%	
	農林漁牧礦	149	1.4%	98.6%	
	工程師、專業技師	80	24.9%	75.1%	
	自由業(律師、醫師等)	147	8.5%	91.5%	
	文化工作者	9	9.9%	90.1%	
	自營商(含獨資公司)	200	8.0%	92.0%	
	運輸業	19	10.4%	89.6%	
	學生	444	16.7%	83.3%	
	無業/待業	201	8.9%	91.1%	
	家管/家庭主婦	450	6.8%	93.2%	
	其他	27	10.7%	89.3%	
拒答	25	4.0%	96.0%		
個人月收入	4,999 元以下	383	12.6%	87.4%	卡方值=51.366 df=9 p=0.000
	5,000~9,999 元	151	10.3%	89.7%	
	10,000~19,999 元	244	5.6%	94.4%	
	20,000~39,999 元	696	12.8%	87.2%	
	40,000~59,999 元	393	19.2%	80.8%	
	60,000~79,999 元	129	15.2%	84.8%	
	80,000~99,999 元	46	15.9%	84.1%	
	100,000 元以上	84	18.9%	81.1%	
	沒有收入	650	6.9%	93.1%	
	不知道/拒答	248	11.1%	88.9%	
性別	男性	1539	11.4%	88.6%	卡方值=0.586 df=1 p=0.443
	女性	1485	12.3%	87.7%	

附表 12 是否有申訴過和樣本結構交叉分析和檢定

		總計	有	沒有	沒有經驗	拒答	檢定結果
	次數	3024	298	1894	825	6	
	百分比		9.9%	62.6%	27.3%	0.2%	
年齡	13-19 歲	397	7.2%	63.1%	29.5%	0.2%	卡方值=71.335 df=6 p=0.000
	20-64 歲	2306	11.2%	63.5%	25.3%	0.0%	
	65 歲以上	321	3.4%	56.1%	39.0%	1.5%	
地區	北部地區	1305	1.1%	63.5%	25.4%	0.5% 0.3%	卡方值=16.636 df=12 p=0.164
	中部地區	757	9.9%	61.9%	27.8%		
	南部地區	877	8.5%	62.2%	29.0%		
	東部地區	77	5.2%	62.4%	32.4%		
	福建地區	8		52.8%	47.2%		
最高學歷	小學或以下	419	2.1%	61.8%	35.0%	1.1%	卡方值=134.097 df=18 p=0.000
	國(初)中	419	4.9%	68.1%	26.8%	0.2%	
	高中(職)	1065	8.9%	63.8%	27.2%	0.1%	
	專科	540	13.4%	61.5%	25.1%		
	大學	477	17.9%	58.4%	23.7%		
	研究所或以上	68	23.3%	58.4%	18.3%		
	拒答	36		58.5%	41.5%		
職業	公務人員、警察	140	9.5%	64.4%	26.1%		卡方值=143.677 df=60 p=0.000
	現役軍人	44	4.9%	72.2%	22.9%		
	國中(小)教師	71	18.0%	55.6%	26.5%		
	高中、大專教師	27	13.4%	69.2%	17.4%		
	研究人員	8	13.1%	60.8%	26.2%		
	國營事業人員	20	4.8%	73.5%	21.7%		
	雇主/企業家	64	11.8%	67.9%	20.3%		
	民營、工商主管	81	29.9%	48.1%	22.1%		
	民營、工商職員	592	12.8%	59.4%	27.7%	0.1%	
	勞動工人	226	3.9%	68.8%	26.7%	0.7%	
	農林漁牧礦	149	1.2%	64.2%	33.5%	1.2%	
	工程師、專業技師	80	17.9%	58.6%	23.5%		
	自由業(律師、醫師等)	147	15.2%	62.9%	21.9%		
	文化工作者	9	11.5%	88.5%			
	自營商(含獨資公司)	200	7.7%	64.4%	27.9%		
	運輸業	19	16.5%	57.5%	26.0%		
	學生	444	7.9%	63.6%	28.2%	0.2%	
	無業/待業	201	6.3%	67.1%	26.5%		
	家管/家庭主婦	450	8.1%	60.6%	31.3%		
其他	27	20.2%	66.1%	13.7%			
拒答	25		59.3%	34.8%	6.0%		
個人月收入	4,999 元以下	383	7.7%	64.7%	27.1%	0.4%	卡方值=57.335 df=27 p=0.001
	5,000~9,999 元	151	9.1%	69.8%	21.0%		
	10,000~19,999 元	244	6.3%	62.5%	30.5%	0.7%	
	20,000~39,999 元	696	12.7%	60.8%	26.4%	0.1%	
	40,000~59,999 元	393	14.4%	61.1%	24.6%		
	60,000~79,999 元	129	8.5%	63.4%	28.1%		
	80,000~99,999 元	46	20.0%	56.6%	23.4%		
	100,000 元以上	84	17.5%	61.4%	21.0%		
	沒有收入	650	5.9%	63.4%	30.4%	0.4%	
不知道/拒答	248	8.5%	62.1%	29.4%			
性別	男性	1539	7.6%	65.6%	26.5%	0.3%	卡方值=23.325 df=3 p=0.000
	女性	1485	12.2%	59.6%	28.1%	0.1%	

附表 13 透過哪些管道申訴與樣本結構交叉分析和檢定

		總計	政府部門	非政府部門	兩者皆有	拒答	檢定結果
	次數	298	57	214	19	8	
	百分比		19.0%	71.8%	6.3%	0.3%	
年齡	13-19 歲	29	3.2%	87.0%	3.5%	6.4%	卡方值=16.005 df=6 p=0.014
	20-64 歲	258	19.2%	71.4%	6.9%	2.5%	
	65 歲以上	11	57.3%	42.7%			
地區	北部地區	144	16.0%	73.8%	7.1%	3.1%	卡方值=3.269 df=9 p=0.953
	中部地區	76	21.0%	69.3%	6.0%	3.7%	
	南部地區	74	22.4%	70.5%	5.4%	1.6%	
	東部地區	4	29.3%	70.7%			
最高學歷	小學或以下	9		59.6%		9.1%	卡方值=13.914 df=15 p=0.532
	國(初)中	20	8.7%	82.5%	4.8%	4.0%	
	高中(職)	95	19.3%	65.8%	9.9%	5.0%	
	專科	72	21.0%	72.2%	5.4%	1.4%	
	大學	86	19.5%	76.2%	4.3%		
	研究所或以上	16	12.4%	76.0%	5.4%	6.2%	
職業	公務人員、警察	13	7.2%	85.3%	7.4%		卡方值=57.611 df=57 p=0.452
	現役軍人	2	45.8%	54.2%			
	國中(小)教師	13	16.6%	76.8%	6.6%		
	高中、大專教師	4		76.6%	23.4%		
	研究人員	1	100.0%				
	國營事業人員	1		100.0%			
	雇主/企業家	8	11.2%	65.1%	13.0%	10.7%	
	民營、工商主管	24	28.1%	57.1%	10.8%	4.1%	
	民營、工商職員	76	17.2%	77.4%	2.6%	2.8%	
	勞動工人	9	32.8%	56.2%	11.0%		
	農林漁牧礦	2		100.0%			
	工程師、專業技師	14		71.2%	28.8%		
	自由業(律師、醫師等)	22	33.5%	66.5%			
	文化工作者	1		100.0%			
	自營商(含獨資公司)	15	28.8%	59.6%	6.4%	5.3%	
	運輸業	3		100.0%			
	學生	35	2.4%	84.0%	5.6%	8.0%	
	無業/待業	13	29.9%	63.4%	6.6%		
家管/家庭主婦	37	29.2%	65.9%	2.6%	2.2%		
其他	6	17.4%	67.9%	14.7%			
個人月收入	4,999 元以下	30	9.8%	83.5%	3.4%	3.4%	卡方值=23.223 df=27 p=0.673
	5,000~9,999 元	14	5.9%	87.0%	7.1%		
	10,000~19,999 元	15	10.8%	81.6%		7.6%	
	20,000~39,999 元	88	23.1%	64.8%	8.9%	3.1%	
	40,000~59,999 元	56	17.5%	77.9%	4.6%		
	60,000~79,999 元	11	16.4%	74.7%	9.0%		
	80,000~99,999 元	9		90.8%	9.2%		
	100,000 元以上	15	35.8%	50.9%	13.3%		
	沒有收入	38	24.6%	64.4%	6.8%	4.2%	
	不知道/拒答	21	21.5%	69.9%		8.5%	
性別	男性	116	14.9%	71.4%	9.5%	6.9%	卡方值=6.467 df=3 p=0.091
	女性	182	21.7%	72.1%	4.3%		

附表 14 申訴的政府部門與樣本結構基本分析和檢定

		總計	行政院 消保會	消費者 服務中心	消費者 保護官	其他 政府機關	拒答	檢定結果
	次數	76	14	18	13	28	2	
	百分比		18.9%	24.2%	17.9%	36.4%	2.6%	
年齡	13-19 歲	2	47.4%			52.6%		卡方值=7.496 df=8 p=0.484
	20-64 歲	67	16.2%	27.2%	20.0%	33.7%	2.9%	
	65 歲以上	6	39.6%			60.4%		
地區	北部地區	33	15.6%	23.4%	14.2%	41.0%	5.9%	卡方值=7.496 df=12 p=0.823
	中部地區	20	26.3%	17.4%	22.3%	34.0%		
	南部地區	21	18.3%	27.8%	20.5%	33.4%		
	東部地區	1		100.0%				
最高學歷	小學或以下	3				100.0%		卡方值=19.549 df=20 p=0.486
	國（初）中	3	34.9%	29.5%		35.6%		
	高中（職）	28	16.2%	28.1%	13.0%	42.6%		
	專科	19	23.9%	32.5%	14.6%	18.8%	10.2%	
	大學	20	21.0%	17.0%	29.9%	32.1%		
	研究所或以上	3			34.9%	65.1%		
職業	公務人員、警察	2	50.6%			49.4%		卡方值=66.858 df=60 p=0.253
	現役軍人	1			100.0%			
	國中（小）教師	3	32.4%		28.5%	39.1%		
	高中、大專教師	1				100.0%		
	研究人員	1				100.0%		
	雇主/企業家	2		46.4%			53.6%	
	民營、工商主管	9	44.0%	10.5%	10.5%	35.0%		
	民營、工商職員	15	17.7%	44.9%	13.4%	17.4%	6.6%	
	勞動工人	4	23.6%	25.6%	25.6%	25.2%		
	工程師、專業技師	4			28.3%	71.7%		
	自由業（律師、醫師等）	7	10.9%	12.9%	39.4%	36.8%		
	自營商（含獨資公司）	5	36.3%	15.0%		48.7%		
	學生	3		64.6%		35.4%		
	無業/待業	5				100.0%		
家管/家庭主婦	12	16.5%	37.4%	30.9%	15.2%			
其他	2		45.8%		54.2%			
個人月收入	4,999 元以下	4		24.6%		75.4%		卡方值=23.734 df=36 p=0.942
	5,000~9,999 元	2	45.3%			54.7%		
	10,000~19,999 元	2		48.9%		51.1%		
	20,000~39,999 元	28	13.5%	30.1%	20.4%	32.5%	3.5%	
	40,000~59,999 元	12	26.5%	21.2%	24.9%	27.4%		
	60,000~79,999 元	3	64.6%		35.4%			
	80,000~99,999 元	1				100.0%		
	100,000 元以上	7	25.3%	11.7%		49.5%		
	沒有收入	12	16.0%	29.4%	21.9%	32.7%	13.5%	
	不知道/拒答	5	17.9%	21.3%	21.6%	39.2%		
性別	男性	28	17.1%	13.9%	29.0%	33.1%	6.9%	卡方值=8.516 df=4 p=0.074
	女性	47	20.1%	30.4%	11.2%	38.4%		

附表 15 向政府部門申訴的滿意度與樣本結構交叉分析和檢定

		總計	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	拒答	檢定結果
	次數	76	9	21	7	16	18	5	
	百分比		12.1%	27.2%	9.4%	20.8%	24.2%	6.3%	
年齡	13-19 歲	2		47.4%	52.6%				卡方值=15.116 df=10 p=0.128
	20-64 歲	67	11.6%	29.2%	5.4%	23.3%	23.5%	7.1%	
	65 歲以上	6	20.9%		39.6%		39.6%		
地區	北部地區	33	22.0%	18.5%	5.9%	24.4%	21.4%	7.8%	卡方值=14.925 df=15 p=0.457
	中部地區	20	4.2%	21.6%	20.7%	23.0%	25.6%	4.9%	
	南部地區	21	4.6%	42.4%	4.6%	13.9%	28.8%	5.6%	
	東部地區	1		100.0%					
最高學歷	小學或以下	3		69.4%		30.6%			卡方值=21.099 df=25 p=0.687
	國（初）中	3				29.5%	70.5%		
	高中（職）	28	20.7%	24.4%	10.2%	16.5%	25.3%	2.9%	
	專科	19	4.2%	28.2%	4.4%	34.1%	19.6%	9.4%	
	大學	20	8.0%	31.6%	17.0%	14.3%	23.4%	5.7%	
	研究所或以上	3	34.9%				30.2%	34.9%	
職業	公務人員、警察	2	49.4%			50.6%			卡方值=91.781 df=75 p=0.091
	現役軍人	1			100.0%				
	國中（小）教師	3		60.9%			39.1%		
	高中、大專教師	1					100.0%		
	研究人員	1						100.0%	
	雇主/企業家	2		46.4%			53.6%		
	民營、工商主管	9	17.3%		26.7%	47.3%	8.7%		
	民營、工商職員	15		39.9%	17.8%	25.0%	6.4%	10.9%	
	勞動工人	4		23.6%			50.8%	25.6%	
	工程師、專業技師	4		23.9%			47.9%	28.3%	
	自由業（律師、醫師等）	7		73.8%			12.9%	13.2%	
	自營商（含獨資公司）	5	15.6%				66.2%	18.2%	
	學生	3	34.6%			35.4%	30.0%		
	無業/待業	5	28.3%	18.2%			53.6%		
家管/家庭主婦	12	29.3%	23.5%			14.2%	33.0%		
其他	2		54.2%			45.8%			
個人月收入	4,999 元以下	4		24.6%	25.7%	24.6%		25.1%	卡方值=32.466 df=45 p=0.919
	5,000~9,999 元	2		45.3%		54.7%			
	10,000~19,999 元	2	51.1%	48.9%					
	20,000~39,999 元	28	6.9%	30.4%	6.5%	20.2%	29.1%	7.0%	
	40,000~59,999 元	12	6.5%	30.5%	20.0%	20.9%	22.1%		
	60,000~79,999 元	3				64.6%	35.4%		
	80,000~99,999 元	1					100.0%		
	100,000 元以上	7	11.2%	25.2%	11.7%	13.5%	24.7%	13.6%	
	沒有收入	12	32.5%	23.0%			13.8%	30.7%	
	不知道/拒答	5	17.9%	21.3%	21.3%	21.6%		17.9%	
性別	男性	28	11.6%	21.2%	7.0%	27.8%	21.4%	11.0%	卡方值=3.309 df=5 p=0.652
	女性	47	12.4%	30.8%	10.9%	16.6%	25.9%	3.4%	

附表 16 消費環境改善程度與樣本結構交叉分析和檢定

		總計	改變 很多	改善 一些	沒有 改變	變差 一些	變差 很多	拒答	檢定結果
	次數 百分比	3024	416 13.8%	1085 35.9%	754 24.9%	48 1.6%	75 2.5%	646 21.3%	
年齡	13-19 歲	397	8.4%	41.1%	26.8%	0.7%	1.2%	21.7%	卡方值=111.758 df=10 p=0.000
	20-64 歲	2306	15.4%	36.4%	25.4%	1.7%	2.7%	18.5%	
	65 歲以上	321	8.6%	25.8%	19.6%	1.6%	2.8%	41.6%	
地區	北部地區	1305	14.6%	36.4%	25.7%	1.0%	2.5%	19.9%	卡方值=25.083 df=20 p=0.198
	中部地區	757	13.4%	36.1%	23.7%	2.6%	2.6%	21.6%	
	南部地區	877	12.9%	34.7%	24.5%	1.7%	2.6%	23.7%	
	東部地區	77	11.0%	41.2%	31.5%			16.3%	
	福建地區	8	36.1%	20.4%	10.2%			33.3%	
最高學歷	小學或以下	419	9.1%	20.8%	15.1%	2.4%	3.7%	49.0%	卡方值=315.381 df=30 p=0.000
	國(初)中	419	13.5%	34.8%	22.2%	1.3%	2.0%	26.1%	
	高中(職)	1065	13.5%	35.9%	28.7%	1.8%	2.8%	17.3%	
	專科	540	16.5%	39.0%	27.2%	1.4%	2.0%	13.9%	
	大學	477	16.7%	44.8%	25.5%	1.0%	1.5%	10.5%	
	研究所或以上	68	13.2%	55.1%	19.1%	1.4%	2.9%	8.2%	
	拒答	36		23.3%	30.8%		2.7%	43.2%	
職業	公務人員、警察	140	16.6%	49.3%	17.9%		1.5%	14.7%	卡方值=91.781 df=100 p=0.000
	現役軍人	44	10.1%	36.0%	30.3%		5.6%	18.0%	
	國中(小)教師	71	12.5%	47.7%	21.1%	3.7%		14.9%	
	高中、大專教師	27	3.7%	52.5%	32.3%		3.6%	7.9%	
	研究人員	8	26.2%	47.7%	26.1%				
	國營事業人員	20	16.1%	60.8%	17.5%			5.7%	
	雇主/企業家	64	19.3%	35.9%	25.8%		2.8%	16.1%	
	民營、工商主管	81	27.5%	40.6%	20.6%	1.2%	3.4%	6.7%	
	民營、工商職員	592	15.3%	39.0%	26.9%	2.2%	2.0%	14.6%	
	勞動工人	226	11.1%	26.0%	24.1%	2.7%	2.9%	33.1%	
	農林漁牧礦	149	13.9%	24.5%	18.6%	2.5%	3.9%	36.6%	
	工程師、專業技師	80	16.8%	36.9%	21.4%	2.5%	4.1%	18.3%	
	自由業(律師、醫師等)	147	14.1%	39.8%	26.8%	0.7%	3.5%	15.2%	
	文化工作者	9	19.4%	26.8%	44.3%			9.5%	
	自營商(含獨資公司)	200	19.6%	31.0%	25.5%	2.5%	3.6%	17.8%	
	運輸業	19	19.9%	40.0%	17.5%	5.2%		17.5%	
	學生	444	8.9%	41.0%	27.6%	0.9%	1.1%	20.5%	
	無業/待業	201	7.3%	29.5%	25.4%	1.6%	2.5%	33.6%	
	家管/家庭主婦	450	14.3%	30.6%	24.3%	1.2%	2.9%	26.8%	
	其他	27	12.6%	31.5%	29.9%			18.9%	
拒答	25	7.8%	26.5%	25.6%			40.1%		
個人月收入	4,999 元以下	383	10.1%	37.1%	24.3%	1.6%	0.9%	25.9%	卡方值=175.252 df=45 p=0.000
	5,000~9,999 元	151	17.0%	37.2%	28.1%		2.0%	15.7%	
	10,000~19,999 元	244	11.5%	33.5%	23.4%	1.1%	4.5%	25.9%	
	20,000~39,999 元	696	15.0%	38.2%	27.0%	1.6%	2.5%	15.7%	
	40,000~59,999 元	393	17.7%	40.7%	25.1%	2.6%	2.0%	11.8%	
	60,000~79,999 元	129	13.2%	53.4%	17.7%	0.9%	4.1%	10.7%	
	80,000~99,999 元	46	22.6%	39.2%	23.3%		4.2%	10.6%	
	100,000 元以上	84	30.8%	29.9%	26.3%	1.4%	2.3%	9.4%	
	沒有收入	650	10.4%	29.8%	23.6%	1.3%	2.7%	32.2%	
	不知道/拒答	248	11.8%	29.7%	26.7%	2.5%	2.0%	27.3%	
性別	男性	1539	14.4%	35.4%	25.7%	1.7%	2.5%	20.3%	卡方值=3.309 df=5 p=0.564
	女性	1485	13.1%	36.4%	24.2%	1.4%	2.4%	22.5%	

附表 17 消費者保護環境的整體評分與樣本結構交叉分析和檢定

		總計	59 分以下	60-69 分	70-79 分	80-89 分	90-100 分	檢定結果
	次數	2393	621	842	587	299	43	
	百分比		26.0%	35.2%	24.5%	12.5%	1.8%	
年齡	13-19 歲	366	12.9%	22.7%	31.5%	28.5%	4.3%	卡方值=172.181 df=8 p=0.000
	20-64 歲	1870	28.2%	38.1%	23.2%	9.1%	1.5%	
	65 歲以上	157	30.2%	30.0%	24.4%	15.1%		
地區	北部地區	1049	28.3%	35.9%	23.8%	10.2%	1.8%	卡方值=18.687 df=16 p=0.285
	中部地區	587	24.4%	34.3%	25.3%	14.8%	1.1%	
	南部地區	685	23.2%	35.4%	25.0%	14.0%	2.3%	
	東部地區	69	31.3%	29.7%	23.8%	13.4%	1.7%	
	福建地區	4	22.9%	45.8%	31.2%			
最高學歷	小學或以下	181	26.5%	36.1%	17.6%	15.2%	4.6%	卡方值=117.780 df=24 p=0.000
	國(初)中	324	19.1%	31.5%	23.4%	21.1%	4.8%	
	高中(職)	913	25.2%	36.3%	23.5%	13.8%	1.2%	
	專科	474	27.6%	38.4%	23.9%	9.7%	0.4%	
	大學	428	28.1%	32.7%	31.4%	6.8%	1.1%	
	研究所或以上	59	42.8%	25.9%	26.7%	4.7%		
	拒答	14	36.3%	42.1%	7.2%		14.4%	
職業	公務人員、警察	112	33.0%	32.4%	24.4%	7.5%	2.6%	卡方值=243.333 df=80 p=0.000
	現役軍人	34	32.4%	31.9%	25.4%	10.2%		
	國中(小)教師	69	16.2%	38.0%	36.4%	8.0%	1.4%	
	高中、大專教師	26	42.6%	24.9%	32.5%			
	研究人員	7	27.4%		45.0%	27.5%		
	國營事業人員	20	9.1%	28.6%	46.5%	15.7%		
	雇主/企業家	52	30.0%	36.4%	20.5%	13.1%		
	民營、工商主管	73	22.6%	44.0%	25.5%	6.5%	1.3%	
	民營、工商職員	504	29.3%	34.6%	23.8%	10.6%	1.7%	
	勞動工人	163	30.9%	39.0%	19.1%	9.1%	1.8%	
	農林漁牧礦	84	24.0%	47.4%	18.6%	6.5%	3.5%	
	工程師、專業技師	73	23.0%	42.0%	29.5%	5.4%		
	自由業(律師、醫師等)	123	33.1%	31.4%	27.2%	7.7%	0.7%	
	文化工作者	7	38.2%	31.0%	30.8%			
	自營商(含獨資公司)	158	28.2%	47.1%	17.5%	4.7%	2.5%	
	運輸業	17	36.9%	36.8%	20.6%	5.8%		
	學生	411	13.6%	23.7%	32.0%	27.1%	3.6%	
	無業/待業	132	32.2%	33.8%	22.1%	11.2%	0.7%	
家管/家庭主婦	295	24.4%	42.0%	19.1%	13.3%	1.2%		
其他	24	43.8%	37.2%	4.0%	14.9%			
	拒答	10	52.6%	10.3%	27.1%	10.1%		
個人月收入	4,999 元以下	318	18.1%	24.7%	29.5%	24.7%	3.1%	卡方值=129.062 df=36 p=0.000
	5,000~9,999 元	135	17.8%	34.1%	32.3%	15.1%	0.7%	
	10,000~19,999 元	187	24.5%	38.6%	22.0%	13.0%	1.9%	
	20,000~39,999 元	593	27.4%	37.0%	23.8%	9.9%	1.8%	
	40,000~59,999 元	334	27.5%	37.0%	29.3%	5.9%	0.3%	
	60,000~79,999 元	112	38.0%	29.6%	23.5%	8.2%	0.7%	
	80,000~99,999 元	42	35.0%	29.2%	29.1%	6.7%		
	100,000 元以上	72	25.2%	44.1%	25.6%	2.5%	2.5%	
	沒有收入	437	26.3%	36.6%	20.4%	14.3%	2.4%	
	不知道/拒答	162	30.4%	40.1%	14.0%	13.1%	2.3%	
性別	男性	1254	27.8%	34.2%	25.2%	11.1%	1.8%	卡方值=8.759 df=4 p=0.067
	女性	1139	24.0%	36.3%	23.8%	14.1%	1.8%	

附表18 是否知道「消保會」與「消基會」不同與三項樣本結構之交叉分析

				2.請問你知道不知道「行政院消費者保護委員會」是政府機關，而「消費者文教基金會」是民間團體，兩者是不同的機構？<單選>						總和	
				知道		不知道		拒答			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%		
13-19歲	北部地區	男	32	36.8%	55	63.2%			87	100.0%	
		女	26	30.6%	59	69.4%			85	100.0%	
		總和	58	33.7%	114	66.3%			172	100.0%	
	中部地區	男	12	24.0%	38	76.0%			50	100.0%	
		女	20	40.8%	29	59.2%			49	100.0%	
		總和	32	32.3%	67	67.7%			99	100.0%	
	南部地區	男	19	32.2%	40	67.8%			59	100.0%	
		女	17	30.4%	39	69.6%			56	100.0%	
		總和	36	31.3%	79	68.7%			115	100.0%	
	東部地區	男	1	16.7%	5	83.3%			6	100.0%	
		女	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%	
		總和	3	27.3%	8	72.7%			11	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	239	47.3%	266	52.7%			505	100.0%	
		女	173	35.5%	315	64.5%			488	100.0%	
		總和	412	41.5%	581	58.5%			993	100.0%	
	中部地區	男	103	35.3%	189	64.7%			292	100.0%	
		女	93	32.9%	189	66.8%	1	.4%	283	100.0%	
		總和	196	34.1%	378	65.7%	1	.2%	575	100.0%	
	南部地區	男	149	43.8%	191	56.2%			340	100.0%	
		女	106	32.3%	222	67.7%			328	100.0%	
		總和	255	38.2%	413	61.8%			668	100.0%	
	東部地區	男	13	41.9%	18	58.1%			31	100.0%	
		女	15	50.0%	15	50.0%			30	100.0%	
		總和	28	45.9%	33	54.1%			61	100.0%	
福建地區	男			4	100.0%			4	100.0%		
	女	1	33.3%	2	66.7%			3	100.0%		
	總和	1	14.3%	6	85.7%			7	100.0%		
65歲以上	北部地區	男	30	42.3%	41	57.7%			71	100.0%	
		女	13	18.8%	56	81.2%			69	100.0%	
		總和	43	30.7%	97	69.3%			140	100.0%	
	中部地區	男	10	24.4%	31	75.6%			41	100.0%	
		女	12	30.8%	27	69.2%			39	100.0%	
		總和	22	27.5%	58	72.5%			80	100.0%	
	南部地區	男	13	27.7%	34	72.3%			47	100.0%	
		女	13	28.3%	33	71.7%			46	100.0%	
		總和	26	28.0%	67	72.0%			93	100.0%	
	東部地區	男	3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%	
		總和	3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%	
	福建地區	男			1	100.0%			1	100.0%	
女				1	100.0%			1	100.0%		
總和				2	100.0%			2	100.0%		

附表19 是否知道行政院消保會的1950服務專線語三項樣本結構之交叉分析

			3.問您知道不知道「行政院消費者保護委員會」所建置的1950 全國性消費者服務專線已經正式啟用？<單選>						總和	
			知道		不知道		拒答			
			個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	17	19.5%	70	80.5%			87	100.0%
		女	13	15.3%	72	84.7%			85	100.0%
		總和	30	17.4%	142	82.6%			172	100.0%
	中部地區	男	8	16.0%	42	84.0%			50	100.0%
		女	19	38.0%	31	62.0%			50	100.0%
		總和	27	27.0%	73	73.0%			100	100.0%
	南部地區	男	9	15.3%	50	84.7%			59	100.0%
		女	9	15.8%	48	84.2%			57	100.0%
		總和	18	15.5%	98	84.5%			116	100.0%
	東部地區	男	2	33.3%	4	66.7%			6	100.0%
		女	3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%
		總和	5	45.5%	6	54.5%			11	100.0%
20-64歲	北部地區	男	56	11.1%	449	88.9%			505	100.0%
		女	63	12.9%	426	87.1%			489	100.0%
		總和	119	12.0%	875	88.0%			994	100.0%
	中部地區	男	40	13.7%	252	86.3%			292	100.0%
		女	44	15.5%	237	83.7%	2	.7%	283	100.0%
		總和	84	14.6%	489	85.0%	2	.3%	575	100.0%
	南部地區	男	51	15.0%	288	85.0%			339	100.0%
		女	49	14.9%	279	85.1%			328	100.0%
		總和	100	15.0%	567	85.0%			667	100.0%
	東部地區	男	2	6.3%	30	93.8%			32	100.0%
		女	7	22.6%	24	77.4%			31	100.0%
		總和	9	14.3%	54	85.7%			63	100.0%
福建地區	男			4	100.0%			4	100.0%	
	女	2	50.0%	2	50.0%			4	100.0%	
	總和	2	25.0%	6	75.0%			8	100.0%	
65歲以上	北部地區	男	5	7.0%	66	93.0%			71	100.0%
		女	8	11.6%	61	88.4%			69	100.0%
		總和	13	9.3%	127	90.7%			140	100.0%
	中部地區	男	3	7.3%	38	92.7%			41	100.0%
		女	2	5.1%	37	94.9%			39	100.0%
		總和	5	6.3%	75	93.8%			80	100.0%
	南部地區	男			48	100.0%			48	100.0%
		女	4	8.7%	42	91.3%			46	100.0%
		總和	4	4.3%	90	95.7%			94	100.0%
	東部地區	男			5	100.0%			5	100.0%
		總和			5	100.0%			5	100.0%
	福建地區	男			1	100.0%			1	100.0%
女				1	100.0%			1	100.0%	
總和				2	100.0%			2	100.0%	

附表20 是否知道可用手機撥打1950專線與三項樣本結構之交叉分析

				5.請問你知道不知道可用手機撥打1950 消費者服務專線？<單選>				總和	
				知道		不知道			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	2	11.8%	15	88.2%	17	100.0%	
		女	4	30.8%	9	69.2%	13	100.0%	
		總和	6	20.0%	24	80.0%	30	100.0%	
	中部地區	男			8	100.0%	8	100.0%	
		女	4	21.1%	15	78.9%	19	100.0%	
		總和	4	14.8%	23	85.2%	27	100.0%	
	南部地區	男	5	50.0%	5	50.0%	10	100.0%	
		女	2	22.2%	7	77.8%	9	100.0%	
		總和	7	36.8%	12	63.2%	19	100.0%	
	東部地區	男	1	50.0%	1	50.0%	2	100.0%	
		女	2	50.0%	2	50.0%	4	100.0%	
		總和	3	50.0%	3	50.0%	6	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	22	39.3%	34	60.7%	56	100.0%	
		女	13	20.6%	50	79.4%	63	100.0%	
		總和	35	29.4%	84	70.6%	119	100.0%	
	中部地區	男	14	34.1%	27	65.9%	41	100.0%	
		女	18	40.9%	26	59.1%	44	100.0%	
		總和	32	37.6%	53	62.4%	85	100.0%	
	南部地區	男	19	36.5%	33	63.5%	52	100.0%	
		女	13	26.5%	36	73.5%	49	100.0%	
		總和	32	31.7%	69	68.3%	101	100.0%	
	東部地區	男			2	100.0%	2	100.0%	
		女	2	28.6%	5	71.4%	7	100.0%	
		總和	2	22.2%	7	77.8%	9	100.0%	
福建地區	女			2	100.0%	2	100.0%		
	總和			2	100.0%	2	100.0%		
65歲以上	北部地區	男	5	100.0%			5	100.0%	
		女	5	62.5%	3	37.5%	8	100.0%	
		總和	10	76.9%	3	23.1%	13	100.0%	
	中部地區	男			3	100.0%	3	100.0%	
		女			2	100.0%	2	100.0%	
		總和			5	100.0%	5	100.0%	
	南部地區	女	2	50.0%	2	50.0%	4	100.0%	
總和		2	50.0%	2	50.0%	4	100.0%		

附表21 是否知道政府在「中華民國消費者月」都有舉辦宣導活動與三項樣本結構之交叉分析

				9.請問您知道不知道政府在每年一月的「中華民國消費者月」都有舉辦宣導活動？<單選>						總和	
				知道		不知道		拒答			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	24	27.6%	63	72.4%			87	100.0%	
		女	19	22.4%	66	77.6%			85	100.0%	
		總和	43	25.0%	129	75.0%			172	100.0%	
	中部地區	男	7	14.0%	43	86.0%			50	100.0%	
		女	19	38.8%	30	61.2%			49	100.0%	
		總和	26	26.3%	73	73.7%			99	100.0%	
	南部地區	男	16	27.6%	42	72.4%			58	100.0%	
		女	16	28.6%	40	71.4%			56	100.0%	
		總和	32	28.1%	82	71.9%			114	100.0%	
	東部地區	男			5	100.0%			5	100.0%	
		女	3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%	
		總和	3	30.0%	7	70.0%			10	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	81	16.0%	424	84.0%			505	100.0%	
		女	92	18.8%	396	81.0%	1	.2%	489	100.0%	
		總和	173	17.4%	820	82.5%	1	.1%	994	100.0%	
	中部地區	男	52	17.8%	240	82.2%			292	100.0%	
		女	64	22.5%	220	77.5%			284	100.0%	
		總和	116	20.1%	460	79.9%			576	100.0%	
	南部地區	男	74	21.8%	265	78.2%			339	100.0%	
		女	70	21.3%	258	78.7%			328	100.0%	
		總和	144	21.6%	523	78.4%			667	100.0%	
	東部地區	男	5	15.6%	27	84.4%			32	100.0%	
		女	11	35.5%	20	64.5%			31	100.0%	
		總和	16	25.4%	47	74.6%			63	100.0%	
福建地區	男	2	50.0%	2	50.0%			4	100.0%		
	女			3	100.0%			3	100.0%		
	總和	2	28.6%	5	71.4%			7	100.0%		
65歲以上	北部地區	男	9	12.7%	62	87.3%			71	100.0%	
		女	11	15.9%	58	84.1%			69	100.0%	
		總和	20	14.3%	120	85.7%			140	100.0%	
	中部地區	男	5	12.2%	36	87.8%			41	100.0%	
		女	5	12.5%	35	87.5%			40	100.0%	
		總和	10	12.3%	71	87.7%			81	100.0%	
	南部地區	男	3	6.3%	45	93.8%			48	100.0%	
		女	15	32.6%	31	67.4%			46	100.0%	
		總和	18	19.1%	76	80.9%			94	100.0%	
	東部地區	男	3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%	
		總和	3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%	
	福建地區	男			1	100.0%			1	100.0%	
女				1	100.0%			1	100.0%		
總和				2	100.0%			2	100.0%		

附表22 是否知道各縣市政府都設有消費者保護官與三項樣本結構之交叉分析

				12.請問您知道各縣市政府都設有「消費者保護官」嗎？<單選>				總和	
				知道		不知道			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	33	37.9%	54	62.1%	87	100.0%	
		女	34	40.0%	51	60.0%	85	100.0%	
		總和	67	39.0%	105	61.0%	172	100.0%	
	中部地區	男	18	35.3%	33	64.7%	51	100.0%	
		女	19	38.8%	30	61.2%	49	100.0%	
		總和	37	37.0%	63	63.0%	100	100.0%	
	南部地區	男	26	44.1%	33	55.9%	59	100.0%	
		女	14	25.0%	42	75.0%	56	100.0%	
		總和	40	34.8%	75	65.2%	115	100.0%	
	東部地區	男	2	33.3%	4	66.7%	6	100.0%	
		女	5	100.0%			5	100.0%	
		總和	7	63.6%	4	36.4%	11	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	227	45.0%	277	55.0%	504	100.0%	
		女	165	33.8%	323	66.2%	488	100.0%	
		總和	392	39.5%	600	60.5%	992	100.0%	
	中部地區	男	125	42.8%	167	57.2%	292	100.0%	
		女	98	34.5%	186	65.5%	284	100.0%	
		總和	223	38.7%	353	61.3%	576	100.0%	
	南部地區	男	157	46.3%	182	53.7%	339	100.0%	
		女	137	41.6%	192	58.4%	329	100.0%	
		總和	294	44.0%	374	56.0%	668	100.0%	
	東部地區	男	23	74.2%	8	25.8%	31	100.0%	
		女	15	50.0%	15	50.0%	30	100.0%	
		總和	38	62.3%	23	37.7%	61	100.0%	
	福建地區	男			4	100.0%	4	100.0%	
		女			3	100.0%	3	100.0%	
		總和			7	100.0%	7	100.0%	
65歲以上	北部地區	男	12	16.9%	59	83.1%	71	100.0%	
		女	16	23.2%	53	76.8%	69	100.0%	
		總和	28	20.0%	112	80.0%	140	100.0%	
	中部地區	男	3	7.3%	38	92.7%	41	100.0%	
		女	10	25.0%	30	75.0%	40	100.0%	
		總和	13	16.0%	68	84.0%	81	100.0%	
	南部地區	男	13	27.7%	34	72.3%	47	100.0%	
		女	15	32.6%	31	67.4%	46	100.0%	
		總和	28	30.1%	65	69.9%	93	100.0%	
	東部地區	男	3	60.0%	2	40.0%	5	100.0%	
		總和	3	60.0%	2	40.0%	5	100.0%	
	福建地區	男			1	100.0%	1	100.0%	
		女			1	100.0%	1	100.0%	
		總和			2	100.0%	2	100.0%	

附表23 是否會注意場所安全與三項樣本結構之交叉分析

				是否會注意場所安全						總和	
				會注意		不會注意		拒答			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%		
13-19歲	北部地區	男	65	74.7%	18	20.7%	4	4.6%	87	100.0%	
		女	64	75.3%	18	21.2%	3	3.5%	85	100.0%	
		總和	129	75.0%	36	20.9%	7	4.1%	172	100.0%	
	中部地區	男	34	68.0%	13	26.0%	3	6.0%	50	100.0%	
		女	34	69.4%	12	24.5%	3	6.1%	49	100.0%	
		總和	68	68.7%	25	25.3%	6	6.1%	99	100.0%	
	南部地區	男	43	72.9%	14	23.7%	2	3.4%	59	100.0%	
		女	46	80.7%	10	17.5%	1	1.8%	57	100.0%	
		總和	89	76.7%	24	20.7%	3	2.6%	116	100.0%	
	東部地區	男	5	83.3%			1	16.7%	6	100.0%	
		女	3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%	
		總和	8	72.7%	2	18.2%	1	9.1%	11	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	418	82.8%	76	15.0%	11	2.2%	505	100.0%	
		女	397	81.4%	82	16.8%	9	1.8%	488	100.0%	
		總和	815	82.1%	158	15.9%	20	2.0%	993	100.0%	
	中部地區	男	220	75.1%	68	23.2%	5	1.7%	293	100.0%	
		女	222	78.4%	55	19.4%	6	2.1%	283	100.0%	
		總和	442	76.7%	123	21.4%	11	1.9%	576	100.0%	
	南部地區	男	263	77.4%	65	19.1%	12	3.5%	340	100.0%	
		女	252	76.8%	69	21.0%	7	2.1%	328	100.0%	
		總和	515	77.1%	134	20.1%	19	2.8%	668	100.0%	
	東部地區	男	27	84.4%	3	9.4%	2	6.3%	32	100.0%	
		女	22	73.3%	7	23.3%	1	3.3%	30	100.0%	
		總和	49	79.0%	10	16.1%	3	4.8%	62	100.0%	
福建地區	男			4	100.0%			4	100.0%		
	女	1	33.3%	2	66.7%			3	100.0%		
	總和	1	14.3%	6	85.7%			7	100.0%		
65歲以上	北部地區	男	32	45.1%	30	42.3%	9	12.7%	71	100.0%	
		女	34	50.0%	29	42.6%	5	7.4%	68	100.0%	
		總和	66	47.5%	59	42.4%	14	10.1%	139	100.0%	
	中部地區	男	10	25.0%	27	67.5%	3	7.5%	40	100.0%	
		女	12	30.8%	20	51.3%	7	17.9%	39	100.0%	
		總和	22	27.8%	47	59.5%	10	12.7%	79	100.0%	
	南部地區	男	18	38.3%	25	53.2%	4	8.5%	47	100.0%	
		女	20	43.5%	24	52.2%	2	4.3%	46	100.0%	
		總和	38	40.9%	49	52.7%	6	6.5%	93	100.0%	
	東部地區	男	3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%	
		總和	3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%	
	福建地區	女			1	100.0%			1	100.0%	
總和				1	100.0%			1	100.0%		

附表 24 是否會注意食品標示與三項樣本結構之交叉分析

				是否會注意食品標示						總和	
				會注意		不會注意		拒答			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	78	89.7%	7	8.0%	2	2.3%	87	100.0%	
		女	83	97.6%	2	2.4%			85	100.0%	
		總和	161	93.6%	9	5.2%	2	1.2%	172	100.0%	
	中部地區	男	46	90.2%	4	7.8%	1	2.0%	51	100.0%	
		女	46	93.9%	3	6.1%			49	100.0%	
		總和	92	92.0%	7	7.0%	1	1.0%	100	100.0%	
	南部地區	男	49	83.1%	9	15.3%	1	1.7%	59	100.0%	
		女	55	96.5%	2	3.5%			57	100.0%	
		總和	104	89.7%	11	9.5%	1	.9%	116	100.0%	
	東部地區	男	5	100.0%					5	100.0%	
		女	5	100.0%					5	100.0%	
		總和	10	100.0%					10	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	481	95.2%	22	4.4%	2	.4%	505	100.0%	
		女	474	97.1%	13	2.7%	1	.2%	488	100.0%	
		總和	955	96.2%	35	3.5%	3	.3%	993	100.0%	
	中部地區	男	270	92.2%	20	6.8%	3	1.0%	293	100.0%	
		女	267	94.3%	15	5.3%	1	.4%	283	100.0%	
		總和	537	93.2%	35	6.1%	4	.7%	576	100.0%	
	南部地區	男	317	93.5%	21	6.2%	1	.3%	339	100.0%	
		女	312	95.1%	14	4.3%	2	.6%	328	100.0%	
		總和	629	94.3%	35	5.2%	3	.4%	667	100.0%	
	東部地區	男	27	84.4%	5	15.6%			32	100.0%	
		女	31	100.0%					31	100.0%	
		總和	58	92.1%	5	7.9%			63	100.0%	
福建地區	男	2	50.0%	2	50.0%			4	100.0%		
	女	3	100.0%					3	100.0%		
	總和	5	71.4%	2	28.6%			7	100.0%		
65歲以上	北部地區	男	50	70.4%	18	25.4%	3	4.2%	71	100.0%	
		女	58	84.1%	8	11.6%	3	4.3%	69	100.0%	
		總和	108	77.1%	26	18.6%	6	4.3%	140	100.0%	
	中部地區	男	24	58.5%	15	36.6%	2	4.9%	41	100.0%	
		女	22	56.4%	15	38.5%	2	5.1%	39	100.0%	
		總和	46	57.5%	30	37.5%	4	5.0%	80	100.0%	
	南部地區	男	27	56.3%	18	37.5%	3	6.3%	48	100.0%	
		女	26	56.5%	20	43.5%			46	100.0%	
		總和	53	56.4%	38	40.4%	3	3.2%	94	100.0%	
	東部地區	男	5	100.0%					5	100.0%	
		總和	5	100.0%					5	100.0%	
	福建地區	男			1	100.0%			1	100.0%	
女				1	100.0%			1	100.0%		
總和				2	100.0%			2	100.0%		

附表 25 是否會注意藥品標示與三項樣本結構之交叉分析

				是否會注意藥品標示						總和	
				會注意		不會注意		拒答			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	55	63.2%	25	28.7%	7	8.0%	87	100.0%	
		女	63	74.1%	20	23.5%	2	2.4%	85	100.0%	
		總和	118	68.6%	45	26.2%	9	5.2%	172	100.0%	
	中部地區	男	27	54.0%	20	40.0%	3	6.0%	50	100.0%	
		女	35	71.4%	13	26.5%	1	2.0%	49	100.0%	
		總和	62	62.6%	33	33.3%	4	4.0%	99	100.0%	
	南部地區	男	30	50.8%	27	45.8%	2	3.4%	59	100.0%	
		女	35	62.5%	17	30.4%	4	7.1%	56	100.0%	
		總和	65	56.5%	44	38.3%	6	5.2%	115	100.0%	
	東部地區	男	2	40.0%	2	40.0%	1	20.0%	5	100.0%	
		女	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%	
		總和	4	40.0%	5	50.0%	1	10.0%	10	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	351	69.5%	143	28.3%	11	2.2%	505	100.0%	
		女	374	76.6%	106	21.7%	8	1.6%	488	100.0%	
		總和	725	73.0%	249	25.1%	19	1.9%	993	100.0%	
	中部地區	男	203	69.3%	83	28.3%	7	2.4%	293	100.0%	
		女	214	75.4%	63	22.2%	7	2.5%	284	100.0%	
		總和	417	72.3%	146	25.3%	14	2.4%	577	100.0%	
	南部地區	男	245	72.3%	81	23.9%	13	3.8%	339	100.0%	
		女	250	76.2%	71	21.6%	7	2.1%	328	100.0%	
		總和	495	74.2%	152	22.8%	20	3.0%	667	100.0%	
	東部地區	男	20	62.5%	12	37.5%			32	100.0%	
		女	21	70.0%	7	23.3%	2	6.7%	30	100.0%	
		總和	41	66.1%	19	30.6%	2	3.2%	62	100.0%	
福建地區	男	2	50.0%	2	50.0%			4	100.0%		
	女	3	100.0%					3	100.0%		
	總和	5	71.4%	2	28.6%			7	100.0%		
65歲以上	北部地區	男	36	50.0%	33	45.8%	3	4.2%	72	100.0%	
		女	26	37.7%	40	58.0%	3	4.3%	69	100.0%	
		總和	62	44.0%	73	51.8%	6	4.3%	141	100.0%	
	中部地區	男	24	58.5%	14	34.1%	3	7.3%	41	100.0%	
		女	15	38.5%	17	43.6%	7	17.9%	39	100.0%	
		總和	39	48.8%	31	38.8%	10	12.5%	80	100.0%	
	南部地區	男	25	53.2%	21	44.7%	1	2.1%	47	100.0%	
		女	18	39.1%	26	56.5%	2	4.3%	46	100.0%	
		總和	43	46.2%	47	50.5%	3	3.2%	93	100.0%	
	東部地區	男	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%	
		總和	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%	
	福建地區	男			1	100.0%			1	100.0%	
女				1	100.0%			1	100.0%		
總和				2	100.0%			2	100.0%		

附表 26 是否知道消保會的定型化契約與三項樣本結構之交叉分析

				19.請問你知不知道行政院消保會已經制訂各種定型化契約的範本（例如：保險契約、國內外旅遊契約、租屋（車）契約、手機服務契約、信用卡契約等），民眾可以隨時上網查詢？							
				知道		不知道		拒答		總和	
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男		17	19.5%	70	80.5%			87	100.0%
		女		27	31.8%	58	68.2%			85	100.0%
		總和		44	25.6%	128	74.4%			172	100.0%
	中部地區	男		7	14.0%	43	86.0%			50	100.0%
		女		12	24.5%	37	75.5%			49	100.0%
		總和		19	19.2%	80	80.8%			99	100.0%
	南部地區	男		12	20.3%	47	79.7%			59	100.0%
		女		13	23.2%	43	76.8%			56	100.0%
		總和		25	21.7%	90	78.3%			115	100.0%
	東部地區	男		1	16.7%	5	83.3%			6	100.0%
		女		2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%
		總和		3	27.3%	8	72.7%			11	100.0%
20-64歲	北部地區	男		141	27.9%	363	71.9%	1	.2%	505	100.0%
		女		154	31.6%	334	68.4%			488	100.0%
		總和		295	29.7%	697	70.2%	1	.1%	993	100.0%
	中部地區	男		70	23.9%	223	76.1%			293	100.0%
		女		102	36.0%	181	64.0%			283	100.0%
		總和		172	29.9%	404	70.1%			576	100.0%
	南部地區	男		106	31.2%	234	68.8%			340	100.0%
		女		113	34.3%	216	65.7%			329	100.0%
		總和		219	32.7%	450	67.3%			669	100.0%
	東部地區	男		8	25.8%	23	74.2%			31	100.0%
		女		14	46.7%	16	53.3%			30	100.0%
		總和		22	36.1%	39	63.9%			61	100.0%
福建地區	男		2	50.0%	2	50.0%			4	100.0%	
	女				3	100.0%			3	100.0%	
	總和		2	28.6%	5	71.4%			7	100.0%	
65歲以上	北部地區	男		9	12.7%	62	87.3%			71	100.0%
		女		19	27.5%	50	72.5%			69	100.0%
		總和		28	20.0%	112	80.0%			140	100.0%
	中部地區	男		3	7.3%	38	92.7%			41	100.0%
		女		10	25.0%	30	75.0%			40	100.0%
		總和		13	16.0%	68	84.0%			81	100.0%
	南部地區	男		6	12.5%	42	87.5%			48	100.0%
		女		7	14.9%	40	85.1%			47	100.0%
		總和		13	13.7%	82	86.3%			95	100.0%
	東部地區	男		3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%
		總和		3	60.0%	2	40.0%			5	100.0%
	福建地區	女				1	100.0%			1	100.0%
總和					1	100.0%			1	100.0%	

附表 27 是否有與業者簽定書面契約的經驗與三項樣本結構之交叉分析

				20、請問您有沒有和業者簽定書面契約的經驗						總和	
				有		沒有		拒答			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	12	13.8%	75	86.2%			87	100.0%	
		女	10	11.8%	75	88.2%			85	100.0%	
		總和	22	12.8%	150	87.2%			172	100.0%	
	中部地區	男	8	16.0%	42	84.0%			50	100.0%	
		女	4	8.2%	45	91.8%			49	100.0%	
		總和	12	12.1%	87	87.9%			99	100.0%	
	南部地區	男	11	18.6%	48	81.4%			59	100.0%	
		女	6	10.5%	51	89.5%			57	100.0%	
		總和	17	14.7%	99	85.3%			116	100.0%	
	東部地區	男			5	100.0%			5	100.0%	
		女			5	100.0%			5	100.0%	
		總和			10	100.0%			10	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	259	51.3%	246	48.7%			505	100.0%	
		女	250	51.2%	237	48.6%	1	.2%	488	100.0%	
		總和	509	51.3%	483	48.6%	1	.1%	993	100.0%	
	中部地區	男	134	45.7%	159	54.3%			293	100.0%	
		女	121	42.8%	161	56.9%	1	.4%	283	100.0%	
		總和	255	44.3%	320	55.6%	1	.2%	576	100.0%	
	南部地區	男	143	42.2%	196	57.8%			339	100.0%	
		女	143	43.5%	186	56.5%			329	100.0%	
		總和	286	42.8%	382	57.2%			668	100.0%	
	東部地區	男	12	37.5%	20	62.5%			32	100.0%	
		女	14	46.7%	16	53.3%			30	100.0%	
		總和	26	41.9%	36	58.1%			62	100.0%	
福建地區	男			4	100.0%			4	100.0%		
	女	1	33.3%	2	66.7%			3	100.0%		
	總和	1	14.3%	6	85.7%			7	100.0%		
65歲以上	北部地區	男	22	31.0%	49	69.0%			71	100.0%	
		女	11	15.9%	58	84.1%			69	100.0%	
		總和	33	23.6%	107	76.4%			140	100.0%	
	中部地區	男	3	7.3%	38	92.7%			41	100.0%	
		女	5	12.5%	35	87.5%			40	100.0%	
		總和	8	9.9%	73	90.1%			81	100.0%	
	南部地區	男	6	12.5%	42	87.5%			48	100.0%	
		女	7	14.9%	40	85.1%			47	100.0%	
		總和	13	13.7%	82	86.3%			95	100.0%	
	東部地區	男	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%	
		總和	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%	
	福建地區	男			1	100.0%			1	100.0%	
女				1	100.0%			1	100.0%		
總和				2	100.0%			2	100.0%		

附表 28 簽約時是否會注意契約問題與三項樣本結構之交叉分析

				簽約時，是否會注意契約問題						總和	
				會注意		不會注意		拒答			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	6	50.0%	6	50.0%			12	100.0%	
		女	7	70.0%	3	30.0%			10	100.0%	
		總和	13	59.1%	9	40.9%			22	100.0%	
	中部地區	男	5	62.5%	2	25.0%	1	12.5%	8	100.0%	
		女	3	75.0%	1	25.0%			4	100.0%	
		總和	8	66.7%	3	25.0%	1	8.3%	12	100.0%	
	南部地區	男	9	81.8%	2	18.2%			11	100.0%	
		女	3	50.0%	3	50.0%			6	100.0%	
		總和	12	70.6%	5	29.4%			17	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	189	73.0%	63	24.3%	7	2.7%	259	100.0%	
		女	192	76.5%	57	22.7%	2	.8%	251	100.0%	
		總和	381	74.7%	120	23.5%	9	1.8%	510	100.0%	
	中部地區	男	99	73.3%	33	24.4%	3	2.2%	135	100.0%	
		女	93	76.9%	25	20.7%	3	2.5%	121	100.0%	
		總和	192	75.0%	58	22.7%	6	2.3%	256	100.0%	
	南部地區	男	102	71.3%	34	23.8%	7	4.9%	143	100.0%	
		女	102	71.3%	36	25.2%	5	3.5%	143	100.0%	
		總和	204	71.3%	70	24.5%	12	4.2%	286	100.0%	
	東部地區	男	8	72.7%	3	27.3%			11	100.0%	
		女	12	85.7%	2	14.3%			14	100.0%	
		總和	20	80.0%	5	20.0%			25	100.0%	
	福建地區	女	1	100.0%					1	100.0%	
		總和	1	100.0%					1	100.0%	
	65歲以上	北部地區	男	18	81.8%	4	18.2%			22	100.0%
女			11	100.0%					11	100.0%	
總和			29	87.9%	4	12.1%			33	100.0%	
中部地區		男	3	100.0%					3	100.0%	
		女	5	100.0%					5	100.0%	
		總和	8	100.0%					8	100.0%	
南部地區		男	3	60.0%	1	20.0%	1	20.0%	5	100.0%	
		女	4	66.7%	2	33.3%			6	100.0%	
		總和	7	63.6%	3	27.3%	1	9.1%	11	100.0%	
東部地區		男					2	100.0%	2	100.0%	
		總和					2	100.0%	2	100.0%	

附表 29 是否有網路購物的經驗與三項樣本結構之交叉分析

				23.請問你是否有網路購物的經驗？				總和	
				有		沒有			
				個數	%	個數	%	個數	%
13-19歲	北部地區	男	17	19.5%	70	80.5%	87	100.0%	
		女	16	18.8%	69	81.2%	85	100.0%	
		總和	33	19.2%	139	80.8%	172	100.0%	
	中部地區	男	7	14.0%	43	86.0%	50	100.0%	
		女	5	10.2%	44	89.8%	49	100.0%	
		總和	12	12.1%	87	87.9%	99	100.0%	
	南部地區	男	9	15.3%	50	84.7%	59	100.0%	
		女	11	19.3%	46	80.7%	57	100.0%	
		總和	20	17.2%	96	82.8%	116	100.0%	
	東部地區	男			5	100.0%	5	100.0%	
		女			5	100.0%	5	100.0%	
		總和			10	100.0%	10	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	78	15.5%	426	84.5%	504	100.0%	
		女	75	15.3%	414	84.7%	489	100.0%	
		總和	153	15.4%	840	84.6%	993	100.0%	
	中部地區	男	32	10.9%	261	89.1%	293	100.0%	
		女	36	12.7%	248	87.3%	284	100.0%	
		總和	68	11.8%	509	88.2%	577	100.0%	
	南部地區	男	27	7.9%	313	92.1%	340	100.0%	
		女	30	9.1%	298	90.9%	328	100.0%	
		總和	57	8.5%	611	91.5%	668	100.0%	
	東部地區	男	3	9.7%	28	90.3%	31	100.0%	
		女	2	6.7%	28	93.3%	30	100.0%	
		總和	5	8.2%	56	91.8%	61	100.0%	
	福建地區	男			4	100.0%	4	100.0%	
		女	1	33.3%	2	66.7%	3	100.0%	
		總和	1	14.3%	6	85.7%	7	100.0%	
65歲以上	北部地區	男	1	1.4%	70	98.6%	71	100.0%	
		女	3	4.3%	66	95.7%	69	100.0%	
		總和	4	2.9%	136	97.1%	140	100.0%	
	中部地區	男			41	100.0%	41	100.0%	
		女	2	5.1%	37	94.9%	39	100.0%	
		總和	2	2.5%	78	97.5%	80	100.0%	
	南部地區	男			48	100.0%	48	100.0%	
		女	2	4.3%	44	95.7%	46	100.0%	
		總和	2	2.1%	92	97.9%	94	100.0%	
	東部地區	男			5	100.0%	5	100.0%	
		總和			5	100.0%	5	100.0%	
	福建地區	男			1	100.0%	1	100.0%	
女				1	100.0%	1	100.0%		
總和				2	100.0%	2	100.0%		

附表 30 是否會注意網路購物安全與三項樣本結構之交叉分析

				是否會注意網路購物安全				總和	
				會注意		不會注意			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	17	100.0%			17	100.0%	
		女	15	93.8%	1	6.3%	16	100.0%	
		總和	32	97.0%	1	3.0%	33	100.0%	
	中部地區	男	7	100.0%			7	100.0%	
		女	5	100.0%			5	100.0%	
		總和	12	100.0%			12	100.0%	
	南部地區	男	8	88.9%	1	11.1%	9	100.0%	
		女	10	90.9%	1	9.1%	11	100.0%	
		總和	18	90.0%	2	10.0%	20	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	73	92.4%	6	7.6%	79	100.0%	
		女	71	94.7%	4	5.3%	75	100.0%	
		總和	144	93.5%	10	6.5%	154	100.0%	
	中部地區	男	30	93.8%	2	6.3%	32	100.0%	
		女	31	88.6%	4	11.4%	35	100.0%	
		總和	61	91.0%	6	9.0%	67	100.0%	
	南部地區	男	23	88.5%	3	11.5%	26	100.0%	
		女	28	93.3%	2	6.7%	30	100.0%	
		總和	51	91.1%	5	8.9%	56	100.0%	
	東部地區	男	3	100.0%			3	100.0%	
		女	2	100.0%			2	100.0%	
		總和	5	100.0%			5	100.0%	
	福建地區	女	1	100.0%			1	100.0%	
		總和	1	100.0%			1	100.0%	
	65歲以上	北部地區	男			1	100.0%	1	100.0%
女			3	100.0%			3	100.0%	
總和			3	75.0%	1	25.0%	4	100.0%	
中部地區		女	2	100.0%			2	100.0%	
		總和	2	100.0%			2	100.0%	
南部地區		女	2	100.0%			2	100.0%	
		總和	2	100.0%			2	100.0%	

附表 31 是否有遇過消費詐欺的情況與三項樣本結構之交叉分析

				是否有遇過消費詐欺的情況						總和	
				有遇過		沒有遇過		拒答			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%		
13-19歲	北部地區	男	36	41.4%	51	58.6%			87	100.0%	
		女	45	52.9%	40	47.1%			85	100.0%	
		總和	81	47.1%	91	52.9%			172	100.0%	
	中部地區	男	21	42.0%	29	58.0%			50	100.0%	
		女	24	49.0%	25	51.0%			49	100.0%	
		總和	45	45.5%	54	54.5%			99	100.0%	
	南部地區	男	20	33.9%	39	66.1%			59	100.0%	
		女	25	44.6%	31	55.4%			56	100.0%	
		總和	45	39.1%	70	60.9%			115	100.0%	
	東部地區	男	1	16.7%	5	83.3%			6	100.0%	
		女	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%	
		總和	3	27.3%	8	72.7%			11	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	234	46.3%	271	53.7%			505	100.0%	
		女	236	48.3%	251	51.3%	2	.4%	489	100.0%	
		總和	470	47.3%	522	52.5%	2	.2%	994	100.0%	
	中部地區	男	141	48.1%	152	51.9%			293	100.0%	
		女	130	45.9%	153	54.1%			283	100.0%	
		總和	271	47.0%	305	53.0%			576	100.0%	
	南部地區	男	153	45.1%	185	54.6%	1	.3%	339	100.0%	
		女	172	52.4%	156	47.6%			328	100.0%	
		總和	325	48.7%	341	51.1%	1	.1%	667	100.0%	
	東部地區	男	12	37.5%	20	62.5%			32	100.0%	
		女	8	26.7%	22	73.3%			30	100.0%	
		總和	20	32.3%	42	67.7%			62	100.0%	
	福建地區	男			4	100.0%			4	100.0%	
		女			3	100.0%			3	100.0%	
		總和			7	100.0%			7	100.0%	
65歲以上	北部地區	男	22	31.0%	49	69.0%			71	100.0%	
		女	19	27.5%	50	72.5%			69	100.0%	
		總和	41	29.3%	99	70.7%			140	100.0%	
	中部地區	男	14	34.1%	27	65.9%			41	100.0%	
		女	10	25.0%	30	75.0%			40	100.0%	
		總和	24	29.6%	57	70.4%			81	100.0%	
	南部地區	男	13	27.7%	31	66.0%	3	6.4%	47	100.0%	
		女	7	14.9%	40	85.1%			47	100.0%	
		總和	20	21.3%	71	75.5%	3	3.2%	94	100.0%	
	東部地區	男	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%	
		總和	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%	
	福建地區	男			1	100.0%			1	100.0%	
		女			1	100.0%			1	100.0%	
	總和			2	100.0%			2	100.0%		

附表 32 是否有消費權益受損的經驗與三項樣本結構之交叉分析

			是否有消費權益受損的經驗						總和	
			有經驗		沒有經驗		拒答			
			個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	59	67.8%	28	32.2%			87	100.0%
		女	63	74.1%	22	25.9%			85	100.0%
		總和	122	70.9%	50	29.1%			172	100.0%
	中部地區	男	37	72.5%	14	27.5%			51	100.0%
		女	39	79.6%	9	18.4%	1	2.0%	49	100.0%
		總和	76	76.0%	23	23.0%	1	1.0%	100	100.0%
	南部地區	男	39	66.1%	20	33.9%			59	100.0%
		女	35	62.5%	21	37.5%			56	100.0%
		總和	74	64.3%	41	35.7%			115	100.0%
	東部地區	男	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%
		女	5	100.0%					5	100.0%
		總和	7	70.0%	3	30.0%			10	100.0%
20-64歲	北部地區	男	386	76.4%	119	23.6%			505	100.0%
		女	367	75.2%	121	24.8%			488	100.0%
		總和	753	75.8%	240	24.2%			993	100.0%
	中部地區	男	216	73.7%	77	26.3%			293	100.0%
		女	206	72.8%	76	26.9%	1	.4%	283	100.0%
		總和	422	73.3%	153	26.6%	1	.2%	576	100.0%
	南部地區	男	251	74.0%	88	26.0%			339	100.0%
		女	248	75.6%	80	24.4%			328	100.0%
		總和	499	74.8%	168	25.2%			667	100.0%
	東部地區	男	23	74.2%	8	25.8%			31	100.0%
		女	20	64.5%	11	35.5%			31	100.0%
		總和	43	69.4%	19	30.6%			62	100.0%
	福建地區	男	2	50.0%	2	50.0%			4	100.0%
		女	2	66.7%	1	33.3%			3	100.0%
		總和	4	57.1%	3	42.9%			7	100.0%
65歲以上	北部地區	男	55	77.5%	16	22.5%			71	100.0%
		女	42	61.8%	26	38.2%			68	100.0%
		總和	97	69.8%	42	30.2%			139	100.0%
	中部地區	男	26	61.9%	14	33.3%	2	4.8%	42	100.0%
		女	20	50.0%	20	50.0%			40	100.0%
		總和	46	56.1%	34	41.5%	2	2.4%	82	100.0%
	南部地區	男	28	59.6%	16	34.0%	3	6.4%	47	100.0%
		女	18	38.3%	29	61.7%			47	100.0%
		總和	46	48.9%	45	47.9%	3	3.2%	94	100.0%
	東部地區	男	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%
		總和	2	40.0%	3	60.0%			5	100.0%
	福建地區	男			1	100.0%			1	100.0%
女				1	100.0%			1	100.0%	
總和				2	100.0%			2	100.0%	

附表 33 當您的消費權益受損時是否有申訴與三項樣本結構之交叉分析

				28.當您的消費權益受損時，您有沒有申訴過？<單選>				總和	
				有		沒有			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	7	11.9%	52	88.1%	59	100.0%	
		女	8	12.7%	55	87.3%	63	100.0%	
		總和	15	12.3%	107	87.7%	122	100.0%	
	中部地區	男	5	13.5%	32	86.5%	37	100.0%	
		女	3	7.7%	36	92.3%	39	100.0%	
		總和	8	10.5%	68	89.5%	76	100.0%	
	南部地區	男	2	5.1%	37	94.9%	39	100.0%	
		女	4	11.4%	31	88.6%	35	100.0%	
		總和	6	8.1%	68	91.9%	74	100.0%	
	東部地區	男			2	100.0%	2	100.0%	
		女			5	100.0%	5	100.0%	
		總和			7	100.0%	7	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	56	14.5%	330	85.5%	386	100.0%	
		女	72	19.6%	295	80.4%	367	100.0%	
		總和	128	17.0%	625	83.0%	753	100.0%	
	中部地區	男	22	10.2%	194	89.8%	216	100.0%	
		女	38	18.4%	168	81.6%	206	100.0%	
		總和	60	14.2%	362	85.8%	422	100.0%	
	南部地區	男	22	8.8%	229	91.2%	251	100.0%	
		女	44	17.7%	204	82.3%	248	100.0%	
		總和	66	13.2%	433	86.8%	499	100.0%	
	東部地區	男	2	8.3%	22	91.7%	24	100.0%	
		女	2	10.0%	18	90.0%	20	100.0%	
		總和	4	9.1%	40	90.9%	44	100.0%	
	福建地區	男			2	100.0%	2	100.0%	
		女			2	100.0%	2	100.0%	
		總和			4	100.0%	4	100.0%	
65歲以上	北部地區	男	1	1.8%	54	98.2%	55	100.0%	
		女			42	100.0%	42	100.0%	
		總和	1	1.0%	96	99.0%	97	100.0%	
	中部地區	男			26	100.0%	26	100.0%	
		女	7	36.8%	12	63.2%	19	100.0%	
		總和	7	15.6%	38	84.4%	45	100.0%	
	南部地區	男			28	100.0%	28	100.0%	
		女	2	11.8%	15	88.2%	17	100.0%	
		總和	2	4.4%	43	95.6%	45	100.0%	
	東部地區	男			2	100.0%	2	100.0%	
總和				2	100.0%	2	100.0%		

附表34 申訴管道與三項樣本結構之交叉分析

			29.請問您是透過哪些管道申訴？<提示，單選>								總和	
			政府部門		非政府部門		兩者皆有		拒答			
			個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男			6	85.7%	1	14.3%			7	100.0%
		女			7	87.5%			1	12.5%	8	100.0%
		總和			13	86.7%	1	6.7%	1	6.7%	15	100.0%
	中部地區	男			4	80.0%			1	20.0%	5	100.0%
		女			3	100.0%					3	100.0%
		總和			7	87.5%			1	12.5%	8	100.0%
	南部地區	男	1	50.0%	1	50.0%					2	100.0%
		女			4	100.0%					4	100.0%
		總和	1	16.7%	5	83.3%					6	100.0%
20-64歲	北部地區	男	9	16.1%	39	69.6%	7	12.5%	1	1.8%	56	100.0%
		女	13	18.3%	54	76.1%	2	2.8%	2	2.8%	71	100.0%
		總和	22	17.3%	93	73.2%	9	7.1%	3	2.4%	127	100.0%
	中部地區	男	4	18.2%	14	63.6%	2	9.1%	2	9.1%	22	100.0%
		女	7	17.9%	29	74.4%	3	7.7%			39	100.0%
		總和	11	18.0%	43	70.5%	5	8.2%	2	3.3%	61	100.0%
	南部地區	男	2	9.5%	17	81.0%	1	4.8%	1	4.8%	21	100.0%
		女	13	29.5%	28	63.6%	3	6.8%			44	100.0%
		總和	15	23.1%	45	69.2%	4	6.2%	1	1.5%	65	100.0%
	東部地區	男			2	100.0%					2	100.0%
		女	1	50.0%	1	50.0%					2	100.0%
		總和	1	25.0%	3	75.0%					4	100.0%
65歲以上	北部地區	男	1	100.0%							1	100.0%
		總和	1	100.0%							1	100.0%
	中部地區	女	5	71.4%	2	28.6%					7	100.0%
		總和	5	71.4%	2	28.6%					7	100.0%
	南部地區	女			2	100.0%					2	100.0%
總和			2	100.0%					2	100.0%		

附表35 向政府部門申訴的結果的滿意度與三項樣本結構之交叉分析

				31.請問你向政府部門申訴的結果滿意不滿意？<單選，追問強弱度>								總和	
				滿意		普通		不滿意		沒意見/拒答			
				個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男			1	100.0%					1	100.0%	
		總和			1	100.0%					1	100.0%	
	南部地區	男	1	100.0%							1	100.0%	
		總和	1	100.0%							1	100.0%	
20-64歲	北部地區	男	5	31.3%	1	6.3%	9	56.3%	1	6.3%	16	100.0%	
		女	7	46.7%			6	40.0%	2	13.3%	15	100.0%	
		總和	12	38.7%	1	3.2%	15	48.4%	3	9.7%	31	100.0%	
	南部地區	男	1	33.3%			1	33.3%	1	33.3%	3	100.0%	
		女	8	47.1%	1	5.9%	8	47.1%			17	100.0%	
		總和	9	45.0%	1	5.0%	9	45.0%	1	5.0%	20	100.0%	
	中部地區	男	1	16.7%			4	66.7%	1	16.7%	6	100.0%	
		女	4	44.4%	2	22.2%	3	33.3%			9	100.0%	
		總和	5	33.3%	2	13.3%	7	46.7%	1	6.7%	15	100.0%	
	東部地區	女	1	100.0%							1	100.0%	
		總和	1	100.0%							1	100.0%	
	65歲以上	北部地區	男	1	100.0%							1	100.0%
總和			1	100.0%							1	100.0%	
中部地區		女			2	50.0%	2	50.0%			4	100.0%	
		總和			2	50.0%	2	50.0%			4	100.0%	

附表36 自民國83年「消費者保護法」實行以來國內消費環境的改善程度與三項樣本結構之交叉分析

			35.請問自民國83年「消費者保護法」實行以來，你認為國內的消費環境有沒有改善？<單選，追問強弱度>										總和			
			改善很多		改善一些		沒有改變		變差一些		變差很多		沒意見／拒答		總和	
			個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%
13-19歲	北部地區	男	8	9.2%	39	44.8%	25	28.7%					15	17.2%	87	100.0%
		女	7	8.2%	36	42.4%	21	24.7%	1	1.2%	1	1.2%	19	22.4%	85	100.0%
		總和	15	8.7%	75	43.6%	46	26.7%	1	.6%	1	.6%	34	19.8%	172	100.0%
	中部地區	男	2	4.0%	19	38.0%	18	36.0%					11	22.0%	50	100.0%
		女	4	8.2%	23	46.9%	11	22.4%			1	2.0%	10	20.4%	49	100.0%
		總和	6	6.1%	42	42.4%	29	29.3%			1	1.0%	21	21.2%	99	100.0%
	南部地區	男	7	11.7%	22	36.7%	14	23.3%	2	3.3%	1	1.7%	14	23.3%	60	100.0%
		女	5	8.9%	18	32.1%	17	30.4%			2	3.6%	14	25.0%	56	100.0%
		總和	12	10.3%	40	34.5%	31	26.7%	2	1.7%	3	2.6%	28	24.1%	116	100.0%
	東部地區	男			2	33.3%	1	16.7%					3	50.0%	6	100.0%
		女			5	100.0%									5	100.0%
		總和			7	63.6%	1	9.1%					3	27.3%	11	100.0%
20-64歲	北部地區	男	88	17.5%	183	36.3%	131	26.0%	6	1.2%	18	3.6%	78	15.5%	504	100.0%
		女	76	15.6%	182	37.3%	125	25.6%	5	1.0%	11	2.3%	89	18.2%	488	100.0%
		總和	164	16.5%	365	36.8%	256	25.8%	11	1.1%	29	2.9%	167	16.8%	992	100.0%
	中部地區	男	47	16.1%	111	38.0%	66	22.6%	10	3.4%	7	2.4%	51	17.5%	292	100.0%
		女	38	13.5%	98	34.8%	72	25.5%	8	2.8%	9	3.2%	57	20.2%	282	100.0%
		總和	85	14.8%	209	36.4%	138	24.0%	18	3.1%	16	2.8%	108	18.8%	574	100.0%
	南部地區	男	49	14.5%	117	34.5%	93	27.4%	6	1.8%	9	2.7%	65	19.2%	339	100.0%
		女	45	13.7%	121	36.9%	76	23.2%	5	1.5%	7	2.1%	74	22.6%	328	100.0%
		總和	94	14.1%	238	35.7%	169	25.3%	11	1.6%	16	2.4%	139	20.8%	667	100.0%
	東部地區	男	5	16.1%	8	25.8%	10	32.3%					8	25.8%	31	100.0%
		女	4	12.9%	15	48.4%	11	35.5%					1	3.2%	31	100.0%
		總和	9	14.5%	23	37.1%	21	33.9%					9	14.5%	62	100.0%
福建地區	男	2	50.0%									2	50.0%	4	100.0%	
	女	1	25.0%	2	50.0%	1	25.0%							4	100.0%	
	總和	3	37.5%	2	25.0%	1	12.5%					2	25.0%	8	100.0%	
65歲以上	北部地區	男	8	11.3%	18	25.4%	17	23.9%	1	1.4%	3	4.2%	24	33.8%	71	100.0%
		女	3	4.3%	16	23.2%	16	23.2%					34	49.3%	69	100.0%
		總和	11	7.9%	34	24.3%	33	23.6%	1	.7%	3	2.1%	58	41.4%	140	100.0%
	中部地區	男			14	33.3%	7	16.7%	2	4.8%			19	45.2%	42	100.0%
		女	10	25.6%	7	17.9%	5	12.8%			2	5.1%	15	38.5%	39	100.0%
		總和	10	12.3%	21	25.9%	12	14.8%	2	2.5%	2	2.5%	34	42.0%	81	100.0%
	南部地區	男	4	8.7%	10	21.7%	10	21.7%			1	2.2%	21	45.7%	46	100.0%
		女	2	4.4%	15	33.3%	4	8.9%	2	4.4%	2	4.4%	20	44.4%	45	100.0%
		總和	6	6.6%	25	27.5%	14	15.4%	2	2.2%	3	3.3%	41	45.1%	91	100.0%
	東部地區	男			2	40.0%	3	60.0%							5	100.0%
		總和			2	40.0%	3	60.0%							5	100.0%
	福建地區	女											1	100.0%	1	100.0%
總和												1	100.0%	1	100.0%	

附表37 知道有關「消費者保護」的資訊或內容的管道與三項樣本結構之交叉分析

44.受訪者性別：<請訪員自行填寫>內的%

			37.請問你是由哪些管道知道有關「消費者保護」的資訊或內容？														
			政府機關	學校	親友、同事等	報紙	電視	廣播	雜誌	網路	民間消費者保護團體	廠商或公司行號	不知道	其他	拒答	總和	
13-19歲	北部地區	男	4.6%	28.7%	4.6%	8.0%	28.7%	1.1%	2.3%	9.2%		1.1%	5.7%	1.1%	4.6%	100.0%	
		女	2.4%	37.6%	4.7%	5.9%	42.4%	1.2%	2.4%	3.5%						100.0%	
		總和	3.5%	33.1%	4.7%	7.0%	35.5%	1.2%	2.3%	6.4%		.6%	2.9%	.6%	2.3%	100.0%	
	中部地區	男		21.2%	1.9%	9.6%	34.6%	1.9%		13.5%			3.8%	3.8%	9.6%	100.0%	
		女		38.0%	4.0%	12.0%	30.0%			8.0%	2.0%	2.0%			4.0%	100.0%	
		總和		29.4%	2.9%	10.8%	32.4%	1.0%		10.8%	1.0%	1.0%	2.0%	2.0%	6.9%	100.0%	
	南部地區	男		23.3%	1.7%	8.3%	38.3%	1.7%		13.3%	5.0%		5.0%	1.7%	1.7%	100.0%	
		女	1.8%	30.4%	3.6%	10.7%	33.9%					5.4%	1.8%	1.8%		100.0%	
		總和	.9%	26.7%	2.6%	9.5%	36.2%	.9%		12.1%	2.6%	2.6%	3.4%	1.7%	.9%	100.0%	
	東部地區	男		33.3%			33.3%			16.7%						16.7%	100.0%
		女					100.0%									100.0%	
		總和		18.2%			63.6%			9.1%						9.1%	100.0%
20-64歲	北部地區	男	3.0%	1.4%	7.1%	19.0%	44.8%	4.0%	3.2%	6.3%	1.0%	.8%	5.3%	1.0%	3.2%	100.0%	
		女	3.5%	1.2%	6.6%	19.5%	46.1%	3.1%	3.5%	3.5%	2.3%	.6%	5.1%	1.0%	4.1%	100.0%	
		總和	3.2%	1.3%	6.8%	19.2%	45.4%	3.5%	3.3%	4.9%	1.6%	.7%	5.2%	1.0%	3.6%	100.0%	
	中部地區	男	3.7%	1.0%	7.1%	19.0%	41.2%	4.1%	5.1%	4.1%	1.0%	1.4%	6.8%	1.4%	4.1%	100.0%	
		女	2.8%	2.8%	7.5%	15.7%	48.8%	2.8%	4.3%	2.8%	1.4%	1.4%	3.6%	1.1%	5.0%	100.0%	
		總和	3.3%	1.9%	7.3%	17.4%	44.9%	3.5%	4.7%	3.5%	1.2%	1.4%	5.2%	1.2%	4.5%	100.0%	
	南部地區	男	3.5%	1.5%	5.6%	18.7%	48.0%	4.1%	4.1%	3.5%			5.8%	1.8%	3.5%	100.0%	
		女	2.7%	3.0%	6.6%	17.5%	45.9%	3.9%	3.3%	1.8%	3.0%	1.8%	5.1%	2.1%	3.0%	100.0%	
		總和	3.1%	2.2%	6.1%	18.1%	47.0%	4.0%	3.7%	2.7%	1.5%	.9%	5.5%	1.9%	3.3%	100.0%	
	東部地區	男	15.6%			21.9%	40.6%						15.6%	6.3%		100.0%	
		女	6.7%		13.3%	6.7%	40.0%	13.3%	3.3%	6.7%		6.7%	3.3%			100.0%	
		總和	11.3%		6.5%	14.5%	40.3%	6.5%	1.6%	3.2%		3.2%	9.7%	3.2%		100.0%	
福建地區	男				50.0%							50.0%			100.0%		
	女			25.0%	25.0%	50.0%									100.0%		
	總和			12.5%	37.5%	25.0%						25.0%			100.0%		
65歲以上	北部地區	男	1.4%		5.7%	25.7%	25.7%	4.3%	1.4%				18.6%	1.4%	15.7%	100.0%	
		女			18.8%	18.8%	27.5%		4.3%				11.6%	11.6%	7.2%	100.0%	
		總和	.7%		12.2%	22.3%	26.6%	2.2%	2.9%				15.1%	6.5%	11.5%	100.0%	
	中部地區	男	4.8%		4.8%	16.7%	33.3%						16.7%		23.8%	100.0%	
		女			5.3%	13.2%	26.3%						31.6%	5.3%	18.4%	100.0%	
		總和	2.5%		5.0%	15.0%	30.0%						23.8%	2.5%	21.3%	100.0%	
	南部地區	男	6.7%		6.7%	22.2%	28.9%					2.2%	22.2%	2.2%	8.9%	100.0%	
		女			19.1%		38.3%			4.3%			19.1%	4.3%	14.9%	100.0%	
		總和	3.3%		13.0%	10.9%	33.7%			2.2%		1.1%	20.7%	3.3%	12.0%	100.0%	
	東部地區	男	40.0%				60.0%									100.0%	
		總和	40.0%				60.0%									100.0%	
		女											100.0%			100.0%	
福建地區	男														100.0%		
	女														100.0%		
	總和														100.0%		

附表38 對於「消費者保護」政府應該優先加強的工作與三項樣本結構之交叉分析

44.受訪者性別：<請訪員自行填寫>內的%

				38.對於「消費者保護」這項工作，您覺得政府應該優先加強哪一項工作？										
				加強法令的宣導	增加消費者資訊或消費情報	提高消費申訴效率	加強公共場所和商品安全的檢測	辦理消費者諮詢服務	加強取締並重罰不法業者	加強消費者教育	其他	不知道	拒答	總和
13-19歲	北部地區	男女	10.3%	10.3%	18.4%	44.8%	6.9%	2.3%	2.3%	1.1%	3.4%		100.0%	
		總和	14.1%	11.8%	10.6%	44.7%	5.9%	8.2%	2.4%		2.4%		100.0%	
	中部地區	男女	13.7%	7.8%	19.6%	41.2%	5.9%	2.0%				9.8%		100.0%
		總和	20.4%	12.2%	10.2%	38.8%	6.1%	2.0%		2.0%	6.1%	2.0%	100.0%	
	南部地區	男女	11.9%	13.6%	10.2%	39.0%	8.5%	5.1%	5.1%	1.7%	5.1%			100.0%
		總和	10.7%	17.9%	8.9%	41.1%	8.9%	1.8%	3.6%	1.8%	5.4%			100.0%
	東部地區	男女		28.6%	28.6%	14.3%						28.6%		100.0%
		總和		33.3%	33.3%	33.3%								100.0%
20-64歲	北部地區	男女	24.1%	12.1%	12.5%	26.7%	3.8%	9.9%	3.0%	1.2%	6.1%	.8%	100.0%	
		總和	15.5%	11.0%	11.7%	32.9%	5.7%	9.6%	3.9%	1.2%	7.6%	.8%	100.0%	
	中部地區	男女	19.9%	11.6%	12.1%	29.7%	4.7%	9.7%	3.4%	1.2%	6.8%	.8%	100.0%	
		總和	24.7%	8.8%	10.5%	23.7%	6.8%	9.2%	4.1%	2.7%	9.2%	.3%	100.0%	
	南部地區	男女	16.2%	12.0%	8.1%	33.8%	5.3%	10.2%	1.1%	2.1%	10.2%	1.1%	100.0%	
		總和	20.6%	10.4%	9.3%	28.7%	6.0%	9.7%	2.6%	2.4%	9.7%	.7%	100.0%	
	東部地區	男女	23.5%	12.4%	12.1%	21.2%	5.6%	10.9%	3.5%	1.5%	8.8%	.6%	100.0%	
		總和	18.8%	14.9%	6.4%	33.7%	7.0%	7.6%	.9%	1.2%	8.2%	1.2%	100.0%	
	福建地區	男女	21.2%	13.6%	9.3%	27.4%	6.3%	9.3%	2.2%	1.3%	8.5%	.9%	100.0%	
		總和	15.2%	15.2%		51.5%		6.1%	6.1%		6.1%		100.0%	
	65歲以上	北部地區	男女	26.7%	13.3%	3.3%	36.7%	3.3%	6.7%	3.3%		3.3%	3.3%	100.0%
			總和	20.6%	14.3%	1.6%	44.4%	1.6%	6.3%	4.8%		4.8%	1.6%	100.0%
中部地區		男女				50.0%					50.0%		100.0%	
		總和	50.0%			25.0%		25.0%					100.0%	
南部地區		男女	11.4%	1.4%	5.7%	20.0%	5.7%	7.1%	12.9%	1.4%	30.0%	4.3%	100.0%	
		總和	4.3%	11.4%		15.7%	4.3%	7.1%	4.3%	4.3%	48.6%	4.3%	100.0%	
東部地區		男女	7.9%	6.4%	2.9%	17.9%	5.0%	7.1%	8.6%	2.9%	39.3%	2.1%	100.0%	
		總和	17.1%	7.3%		22.0%	4.9%	7.3%	12.2%		24.4%	4.9%	100.0%	
福建地區		男女	18.4%	5.3%	5.3%	18.4%					52.6%		100.0%	
		總和	17.7%	6.3%	2.5%	20.3%	2.5%	3.8%	6.3%		38.0%	2.5%	100.0%	
總和	男女	33.3%	4.4%		15.6%		8.9%	2.2%	2.2%	28.9%	8.9%	100.0%		
	總和	20.0%	4.4%		8.9%		4.4%		2.2%	57.8%	4.4%	100.0%		
總和	男	26.7%	2.2%		12.2%		6.7%	1.1%	1.1%	43.3%	6.7%	100.0%		
	女	33.3%		33.3%	33.3%							100.0%		
總和	男	33.3%		33.3%	33.3%							100.0%		
	女	33.3%		33.3%	33.3%							100.0%		
總和	男									100.0%		100.0%		
	女									100.0%		100.0%		

附表39 政府「消費者保護」工作整體表現之評分與三項樣本結構之交叉分析

			39.如果滿分為100分，60分是及格。請問您對於政府所做的「消費者保護」工作的整體表現打幾分？										總和	
			59分以下		60-69分		70-79分		80-89分		90-100分			
			個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%	個數	橫列%		
13-19歲	北部地區	男	10	12.3%	16	19.8%	33	40.7%	17	21.0%	5	6.2%	81	100.0%
		女	11	13.8%	16	20.0%	27	33.8%	25	31.3%	1	1.3%	80	100.0%
		總和	21	13.0%	32	19.9%	60	37.3%	42	26.1%	6	3.7%	161	100.0%
	中部地區	男	6	12.8%	12	25.5%	13	27.7%	15	31.9%	1	2.1%	47	100.0%
		女	8	18.6%	8	18.6%	11	25.6%	16	37.2%			43	100.0%
		總和	14	15.6%	20	22.2%	24	26.7%	31	34.4%	1	1.1%	90	100.0%
	南部地區	男	6	11.3%	14	26.4%	12	22.6%	18	34.0%	3	5.7%	53	100.0%
		女	6	11.8%	12	23.5%	17	33.3%	10	19.6%	6	11.8%	51	100.0%
		總和	12	11.5%	26	25.0%	29	27.9%	28	26.9%	9	8.7%	104	100.0%
	東部地區	男			2	40.0%	1	20.0%	2	40.0%			5	100.0%
		女			2	33.3%	2	33.3%	2	33.3%			6	100.0%
		總和			4	36.4%	3	27.3%	4	36.4%			11	100.0%
20-64歲	北部地區	男	134	31.8%	155	36.7%	100	23.7%	26	6.2%	7	1.7%	422	100.0%
		女	114	29.2%	166	42.6%	75	19.2%	29	7.4%	6	1.5%	390	100.0%
		總和	248	30.5%	321	39.5%	175	21.6%	55	6.8%	13	1.6%	812	100.0%
	中部地區	男	69	28.0%	95	38.6%	53	21.5%	24	9.8%	5	2.0%	246	100.0%
		女	53	24.4%	79	36.4%	58	26.7%	26	12.0%	1	.5%	217	100.0%
		總和	122	26.3%	174	37.6%	111	24.0%	50	10.8%	6	1.3%	463	100.0%
	南部地區	男	78	28.0%	98	35.1%	73	26.2%	28	10.0%	2	.7%	279	100.0%
		女	57	21.8%	104	39.8%	63	24.1%	32	12.3%	5	1.9%	261	100.0%
		總和	135	25.0%	202	37.4%	136	25.2%	60	11.1%	7	1.3%	540	100.0%
	東部地區	男	13	48.1%	7	25.9%	5	18.5%	2	7.4%			27	100.0%
		女	8	29.6%	8	29.6%	6	22.2%	4	14.8%	1	3.7%	27	100.0%
		總和	21	38.9%	15	27.8%	11	20.4%	6	11.1%	1	1.9%	54	100.0%
福建地區	女	1	25.0%	2	50.0%	1	25.0%					4	100.0%	
	總和	1	25.0%	2	50.0%	1	25.0%					4	100.0%	
65歲以上	北部地區	男	14	32.6%	16	37.2%	9	20.9%	4	9.3%			43	100.0%
		女	13	41.9%	8	25.8%	5	16.1%	5	16.1%			31	100.0%
		總和	27	36.5%	24	32.4%	14	18.9%	9	12.2%			74	100.0%
	中部地區	男	5	23.8%	5	23.8%	9	42.9%	2	9.5%			21	100.0%
		女	2	14.3%	2	14.3%	5	35.7%	5	35.7%			14	100.0%
		總和	7	20.0%	7	20.0%	14	40.0%	7	20.0%			35	100.0%
	南部地區	男	12	50.0%	7	29.2%	4	16.7%	1	4.2%			24	100.0%
		女			7	43.8%	2	12.5%	7	43.8%			16	100.0%
		總和	12	30.0%	14	35.0%	6	15.0%	8	20.0%			40	100.0%
	東部地區	男			2	40.0%	3	60.0%					5	100.0%
總和				2	40.0%	3	60.0%					5	100.0%	