

九十三年度國民消費意識程度 消費行為暨消費問題之調查研究

委託單位：行政院消費者保護委員會

執行單位：台南女子技術學院

日期：中華民國九十三年十二月三十一日

摘 要

本計畫之研究目的在於了解我國消費者之消費意識程度、消費行為、與消費問題。研究期間自九十三年十月一日起至十二月三十一日止，共計三個月。研究對象為全國各地民眾，並依照人口數進行分層抽樣，採面訪方式進行調查。本調查共回收問卷 2802 份，抽樣誤差小於 1.89%。研究問卷的設計是以過去數年的問卷形式為基礎，並增加最近幾年消費環境改變的趨勢，綜合學者專家之意見，修正試訪後完成。其中有關消費意識程度的問項有七題，消費行為的主要的問項有八題，消費問題的主要問項則有七題。此外，研究另行蒐集了受訪者的基本社經資料，以進行交叉比對分析。研究結果發現，民眾消費意識已有提昇，對於猶豫期、依約給付、和無過失主義的認識程度均在五成以上。但消保會與消基會仍是容易被混淆的單位，且消基會知名度仍超過消保會甚多。而雖有過半民眾曾經看過消保會發佈的消息，但曾經參加消保活動或曾經瀏覽消保會網站的受訪者比例均非常低。此外，消保會於過去數年中所推行的消費者三不和消費新生活運動，亦僅有少數受訪者知道。而雖然大多數的受訪者均會注意食品和藥品的安全標示，也會在出入公共場所時注意公共安全問題，但仍有部分受訪者因嫌麻煩或沒有習慣注意而忽略了消費安全的重要性。至於在消費行為中，受訪者的主要消費方式仍是以傳統店面為主，網路、郵購、和電視購物雖然近年成長極快，但仍有許多消費者不熟悉此一銷售方式，亦無實際消費經驗。且無論受訪者的社會經濟背景條件為何，大多數的受訪者每年在無店鋪通路上消費的次數均少於三次。而由於無法實際接觸到商品，網路、郵購、電視購物的主要問題都是商品品質不良，其中高齡受訪者發生問題的比例較年輕族群為高；店面則因管銷成本和租金致使售價過高。高齡族群在傳統店面通路中所面臨的通路似乎較少，年輕族群則可能因為支付工具的不便，致使其不選擇在無店鋪中銷售體系中消費。此外，消費者在從事消費活動時，價格、品質、實用性、和自身的經濟能力依序為受訪者最為注重的商品屬性。發生消費問題時，近三分之一的受訪者會提起申訴，近兩成則不會，而其申訴管道絕大多數卻集中在民間消費團體，或直接回頭找經銷商申訴。較特別的是，高齡族群中有較高比例的受訪者傾向於尋求民意代表伸張消費正義。整體而言，過半受訪者認為台灣的消費環境已有明顯改善，其中又以高學歷和中等收入的受訪者認為有改善的比例較高；事實上各類通路發生問題之比例也不算太高，值得肯定。最後，大多數的受訪者認為取締和重罰不法業者是未來消保會最重要的工作。根據此一調查結果，研究提出了九項消保政策的相關建議，藉以擴大一調查研究計畫的實質效益。

目 錄

第一章 緒論	
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	1
第三節 文獻回顧.....	2
第二章 研究方法設計	
第一節 問卷設計.....	4
第二節 抽樣方法.....	5
第三節 統計工具與資料分析方法.....	6
第三章 調查時程與敘述統計	
第一節 研究步驟.....	8
第二節 研究時程.....	9
第三節 問卷調查結果分析—基本比例與敘述統計.....	10
第四章 資料分析	
第一節 消費意識程度交叉分析與說明.....	43
第二節 消費行為交叉分析與說明.....	63
第三節 消費問題分析.....	83
第五章 結論與建議	
第一節 研究結論.....	98
第二節 政策建議.....	100
參考文獻.....	102
附錄：研究問卷.....	103

圖 目 錄

圖 3-1	研究進度甘梯圖.....	10
圖 3-2	受訪者性別分佈.....	11
圖 3-3	受訪者年齡分佈.....	12
圖 3-4	受訪者學歷分佈.....	13
圖 3-5	受訪者家戶所得分佈.....	14
圖 3-6	受訪者職業類別分佈.....	15
圖 3-7	民眾聽過的消費者保護組織或機構.....	16
圖 3-8	是否知道消保會與消基會是兩個單位.....	17
圖 3-9	是否看過消保會於各類媒體上發布的消息.....	17
圖 3-10	是否瀏覽過消保會的網站.....	18
圖 3-11	了解電視購物頻道享有七天的猶豫期的受訪者比例...	19
圖 3-12	了解無過失主義的受訪者比例.....	20
圖 3-13	受訪者知道廠商需依廣告內容給付商品或服務的比例	21
圖 3-14	是否知道主管機關已擬定許多不同的定型化契約.....	22
圖 3-15	是否聽過消費者三不運動.....	23
圖 3-16	是否聽過消費新生活運動.....	23
圖 3-17	曾經參加消費者保護活動的受訪者比例.....	24
圖 3-18	參加過的活動種類.....	25
圖 3-19	購買商品和服務時的考慮條件.....	26
圖 3-20	有無簽訂定型化契約的經驗.....	27
圖 3-21	簽訂契約時會注意的事項.....	28
圖 3-22	不注意契約內容的原因.....	28
圖 3-23	進出公共場合時會注意的安全事項.....	29
圖 3-24	不注意公共安全的原因.....	30
圖 3-25	購買食品或藥品時會注意的標示.....	31
圖 3-26	不注意食品及藥品標示的原因.....	32
圖 3-27	每年在網路上購物或參與網拍的次數.....	33
圖 3-28	網路購物及拍賣曾經發生過的問題.....	34
圖 3-29	每年在電視購物頻道中消費的次數.....	35
圖 3-30	電視購物曾經發生過的問題.....	36
圖 3-31	每年郵購的消費次數.....	37
圖 3-32	郵購時曾經發生的問題.....	38
圖 3-33	受訪者於傳統店面的消費次數.....	39
圖 3-34	傳統店面曾經發生過的消費問題.....	40
圖 3-35	發生消費糾紛時是否會提出申訴.....	40

圖 3-36	消費糾紛的申訴管道.....	41
圖 3-37	台灣的消費環境是否有改善.....	41
圖 3-38	對消保會未來工作的建議.....	42

表 目 錄

表 2-1	研究抽樣樣本數與比例表.....	6
表 4-1	是否聽過任一協助民眾解決消費爭議的組織機構交叉 分析表.....	45
表 4-2	消保會與消基會的差異認知交叉分析.....	46
表 4-3	是否看過消保會發佈訊息的交叉分析.....	47
表 4-4	是否上過消保會網站之交叉分析.....	48
表 4-5	是否知道電視購物可享七天退貨期的交叉分析.....	50
表 4-6	是否了解無過失主義的交叉分析.....	52
表 4-7	是否知道廠商有依廣告內容給付的責任之交叉分析...	54
表 4-8	是否知道定型化契約之交叉分析.....	56
表 4-9	是否聽過消費者三不運動之交叉分析.....	58
表 4-10	是否聽過消費新生活運動之交叉分析.....	59
表 4-11	是否曾經參加過消費者保護的活動.....	61
表 4-12	曾經參加過的活動種類交叉分析.....	62
表 4-13	消費時考慮商品及服務條件之交叉分析.....	64
表 4-14	是否簽過定型化契約之交叉分析.....	66
表 4-15	簽約時會注意事項之交叉分析.....	67
表 4-16	簽約時不注意契約內容的原因交叉分析.....	68
表 4-17	進出公共場所是否會注意安全之交叉分析.....	70
表 4-18	不注意安全性的原因交叉分析.....	72
表 4-19	購買食品及藥品時會注意的標示交叉分析.....	73
表 4-20	不注意標示之原因的交叉分析.....	74
表 4-21	每年網路購物及參與網拍次數交叉分析.....	76
表 4-22	每年電視購物次數交叉分析.....	78
表 4-23	每年郵購次數交叉分析.....	80
表 4-24	傳統通路的消費行為交叉分析.....	82
表 4-25	網路購物問題交叉分析.....	84
表 4-26	電視購物消費問題之交叉分析.....	86
表 4-27	郵購消費問題交叉分析.....	88
表 4-28	傳統通路的消費問題交叉分析.....	90
表 4-29	消費糾紛提出申訴可能性交叉分析.....	92
表 4-30	申訴管道交叉分析.....	93
表 4-31	台灣消費環境有無改善交叉分析.....	95
表 4-32	消保會未來工作重點交叉分析.....	97

第一章 緒論

第一節 研究動機

產業革命發生後，由於科技的快速進步，生產、銷售、消費結構的重大改變，以及經濟的高速成長，使得大量的商品及大量消費資訊流向市場，惟其中不乏品質低劣、孱假甚或危假的商品，加上大眾傳播媒體的發達與各種行銷方式、管道的不斷出新，致使消費者容易在龐大的消費資訊中迷失，無法從事公平合理的消費行為，甚或因消費而危害到消費者之生命、身體、健康與財產的安全，更有消費者之權益受到損害，惟因個人的力量有限，致無法得到應有之賠償或救濟。為保護消費者權益，維護消費者之生命、身體、健康、財產之安全，因而發生了消費者保護運動，促使政府透過立法、司法與行政措施，來保護消費者應有的權益。

我國的消費者保護工作，雖遠在民國五十四年修正商品檢驗法時，即明白揭示「保障消費者權益」，並接連制定許多與消費者保護有關之法律，但都是個別立法保護，欠缺以保護消費者為直接目的並具有全面性及前瞻性之消費者保護基本法。政府為有效落實保護消費者權益，實現憲法保障人民生存權、財產權，並符合時代趨勢之需要，先在民國七十六年發布實施「消費者保護方案」，訂定相關保護措施，全面推動消費者保護工作，嗣於八十三年一月十一日公布施行「消費者保護法」，並依該法規定於同年七月一日成立「行政院消費者保護委員會」，負責研擬及審議消費者保護基本政策，並協調、監督各主管機關落實執行消費者保護法，將消費者保護的理念與責任正式納入政府的行政體系中，使我國消費者保護工作邁入另一個新的紀元。

為了落實消費者保護的工作，並瞭解台灣消費者對於自身權益的認識，自民國八十九年起，消保會即逐年辦理有關消費意識與消費行為等相關研究，期能透過此一研究，瞭解國民消費權益意識程度、消費問題，並分析其消費行為特徵。本年度的研究主題為九十三年度國民消費意識程度、消費行為暨消費問題之調查研究，其目的亦在於此。計畫同時希望能就青少年、成年、高齡者等三大族群之消費意識程度、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。

第二節 研究目的

由前述研究動機可以得知，瞭解現階段我國國民的消費狀況為本研究計畫的重點。是故本研究的主要研究內容可以整理如下：

- 一、瞭解並分析國民之消費權益意識程度、消費行為及消費問題。
- 二、比較並分析青少年、成年、高齡者等三大族群對消保會之相關措

施(如消費者服務專線、消費新生活運動)及消費者保護相關法規之瞭解程度。

三、比較並分析青少年、成年、高齡者等三大族群之消費行為特徵及利用一九五〇全國消費者服務專線之情況。

四、瞭解並分析青少年、成年、高齡者等三大族群對目前消費問題、消費環境之反映，並分析其差異點，進而分別研提相關施策及因應措施。

第三節 文獻回顧

消費者保護工作在歐、美先進國家雖然已經進行了百多年，但真正受到國際間各國政府的重視並且有系統的加以推動，則是始自西元一九六二年三月十五日美國故總統甘迺迪先生發表「保護消費者權益致國會特別咨文」後，甘迺迪總統在那一篇特別咨文中，除明白揭示消費者有求安全、明瞭事實真相、選擇及意見受尊重四大基本權利外，並強調政府應推動更多的立法與行政措施，以善盡保護消費者四大基本權利之職責，美國、英國、澳洲、荷蘭、比利時等五國消費者組織，於一九六〇年所共同發起設立的國際消費者組織聯盟，根據甘迺迪總統所提出的消費者四大基本權利，加以補充擴大成為消費者八大權利、五大義務，並於一九八三年正式決議以每年三月十五日為世界消費者日，全球各地於當日，同步辦理有關消費者教育宣導活動，藉由凸顯此一特殊日子，以喚起大家對消費者權益的重視。另日本為加強推動消費者教育宣導工作，以強化其國人之消費者保護意識，也分別在一九八八年，值其「消費者保護基本法」公布施行十週年及二十週年紀念的同時，以其消費者保護基本法公布施行之日及月份，訂定每年五月三十日為該國消費者日及每年五月為該國消費者月。我國消費者係於民國八十三年一月十一日公布施行，因此行政院核定將每年一月定為「中華民國消費者月」，每年一月十一日為「中華民國消費者日」，於每年一月全國擴大辦理與消費者保護有關之活動。

近年來，隨著外在環境的再次改變，傳統的消費者保護運動已逐漸由消費者主義轉向環保消費，再過度至綠色消費的思潮中。原本較為單純的零售消費行為，卻也因為電子商務的興起，而產生了結構性的變化。而無店鋪販售的行為更是在左近成為主要的行銷通路。從電視購物、型錄販售、訪問銷售、再到多層次傳銷，都使得消費者保護運動面臨了更多的挑戰。尤其是消費者本身往往也需要更多的消費知識，才足以應付各類特種買賣所可能帶來的不同消費問題。有鑑於此，檢視我國消費者暨有的消費意識程度，並瞭解其消費行為，同時發現其在消費過程中所產生的問題，將有助於協助政府制定相關政

策，並針對亟待改善的事項對消費者進行再教育的工作。

第二章 研究方法設計

第一節 問卷設計

根據委託單位的需求，本調查將以消費意識程度、消費行為與消費問題作為問項主軸。而為了進行交叉分析，部份社經變數亦將納入問項中。在消費意識程度的問項部份，研究主要參考委託單位的徵求意見，與每年定期出版的消費者手冊中刊登的消費知識為基礎發展出的問項。其題型有下列七項：

- 一、是否聽過任何一個協助民眾解決消費問題的機構
- 二、是否瞭解非書面定型化契約的效力
- 三、是否瞭解訪問買賣和郵購買賣七天鑑賞期的意義
- 四、是否瞭解無過失責任的意義
- 五、是否瞭解廣告在買賣要約中的意義
- 六、是否瞭解消費者三不運動
- 七、是否參加過消費者保護活動

本類題項中，第一、六、七題分別設計了延伸問項，以進一步了解受訪者是否了解消保會和消基會的差異，消費新生活運動的知名度，及受訪者曾經參加的消費者保護運動種類。

至於在消費行為問項中，研究主要將調查受訪的消費習性與進行自我消費保護的觀念，本類問題主要的問項有下列八點：

- 一、購買商品或服務的主要考慮條件
- 二、簽訂定型化契約的經驗
- 三、出入公共場所注意的安全事項
- 四、購買食品藥品的注意事項
- 五、網路購物的經驗
- 六、電視購物的經驗
- 七、型錄郵購的經驗
- 八、傳統店面的購物經驗

上述題項中第二點、第三點、第四點分別設計的延伸問題，其問項內容則是進一步了解受訪者簽訂定型化契約時的考量重點，以及不注意定型化契約內容，不注重公共場所安全，不注重食品藥物安全的原因。

至於在消費問題部份，研究主要將探討常見的消費糾紛，和受訪者可能遇到的申訴和消費問題。在問卷的設計中，本類問題的問項有部分為前類問項的延伸；部分則為新設。其主要的問項有下列七項：

- 一、發生消費糾紛時提出申訴的意願及管道

- 二、台灣消費環境的改善意見
- 三、消保會應強化的工作項目
- 四、傳統店面消費時曾經經歷的消費問題
- 五、郵購時曾經經歷的消費問題
- 六、網路購物時曾經經歷的消費問題
- 七、電視購物時曾經經歷的消費問題

最後，在社經變數部份，研究將蒐集性別、年齡、教育程度、家戶所得、與職業等資料，做為交叉比對分析的依據。而為了讓受訪者能更清楚了解問題的內容，此一問卷設計的內容文字特別以白話文及口語的方式呈現，以避免不必要的專有名詞及法律術語混淆了受訪者對問題的理解。整體而言，雖然本研究的問項控制在三十題之內，但由於問項較為複雜，試測階段即發現受訪者在五分鐘內無法回答完畢，以電話訪問進行之即有可能導致較高的拒答。故本調查計畫決定全面採取面訪方式來提高問卷的回答率。

第二節 抽樣方法

本研究以調查研究法為主，其實施的方式概述如下：

一、調查範圍與對象

本研究的調查對象為台灣地區十三歲以上之居民。為了達到委託單位的預期目標，研究的調查對象將依遍及全台各區，以避免地區性的偏誤。

二、調查方式

本研究以面訪調查為主。訪問的方式為定時定點遊訪員親赴全台各地進行調查。調查的時間集中在 11/20~12/10 之間，調查地點則為各地火車站或公路客運站；金馬澎湖地區則在機場進行訪問。

三、抽樣方法/抽樣誤差

本研究的抽樣方法為分層隨機抽樣。分層方法依照台灣地區行政劃分，各層樣本數則以各地人口數為基準抽樣之。依據台灣地區人口分佈情況，本調查擬於各縣市抽出總計兩千八百名受訪者。依地區人口比例分佈，各縣市所抽樣本數與所佔樣本空間之比例如下表一所示：

表 2-1 研究抽樣樣本數與比例表

行政區別	人口數	人口比例	抽樣數	樣本比例
台北市	2,622,565	11.56%	324	11.55%
基隆市	392,220	1.73%	48	1.74%
台北縣	3,705,291	16.34%	458	16.09%
宜蘭縣	462,271	2.04%	57	2.06%
新竹市	386,647	1.70%	48	1.74%
新竹縣	466,364	2.06%	58	2.10%
桃園縣	1,850,605	8.16%	229	8.17%
苗栗縣	560,700	2.47%	69	2.49%
台中市	1,020,034	4.50%	126	4.44%
台中縣	1,526,202	6.73%	188	6.71%
彰化縣	1,316,820	5.81%	163	5.83%
南投縣	538,537	2.37%	67	2.42%
嘉義市	270,286	1.19%	33	1.21%
嘉義縣	557,898	2.46%	69	2.49%
雲林縣	737,009	3.25%	91	3.23%
台南市	754,500	3.33%	93	3.45%
台南縣	1,105,455	4.87%	137	4.90%
高雄市	1,512,688	6.67%	187	6.64%
高雄縣	1,238,448	5.46%	153	5.47%
澎湖縣	91,753	0.40%	11	0.39%
屏東縣	900,361	3.97%	111	3.91%
台東縣	240,529	1.06%	30	1.07%
花蓮縣	349,252	1.54%	43	1.56%
金門縣	63,246	0.28%	8	0.28%
連江縣	9,259	0.04%	1	0.07%
總計	22,678,940	100.00%	2802	100.00%

根據前述的抽樣方法與樣本數計算，若設定 95%的信心水準，本調查之抽樣誤差為 1.89%。

第三節 統計工具與資料分析方法

本研究將使用統計方法作為分析的主要工具。除了以基本的敘述

統計進行次數分配和比例分析之外，研究另將進行交叉分析，以受訪者的社經變數作為區隔變數，探討不同年齡層受訪者在消費行為、消費意識、和消費問題上的不同反應。例如研究可以分析不同教育程度受訪者的消費行為差異，探討性別與消費意識的關係，或是年齡層與消費問題的關聯性等。研究將使用卡方檢定來測試變數間的一致性和顯著性，並以 $P < 0.05$ 作為顯著性的判別標準，以確保研究品質。

第三章 調查時程與敘述統計

第一節 研究步驟

本研究預計執行時程為三個月。其執行步驟說明如下：

一、問卷設計與修改

簽約作業完成後，研究先就調查問卷的內容進行重新設計。此一問卷內容除將參考過去數年內相關研究的問卷內容外，還結合了本年度的調查計畫重點，同時配合時勢與環境的改變進行增刪，務求能與時俱進。而問卷內容經設計完成後，即準備進行期中簡報。

二、期中報告

根據計畫執行的規範，本計劃於問卷設計完成後即進行期中報告。此一期中報告之目的在與學者專家討論問卷架構與問項，並進行最後版本的確認。期中報告的時程為本計畫執行的第一個月底，會議結果除作為本次調查問卷設計的依據外，委託單位與承辦單位之間並有多次意見的交換，進行版本的再修定，最後定稿。

三、問卷試測與印製

在完成問卷開發後，計畫執行單位即在大專院校內及週邊商家進行問卷試測，以發掘語意不清或不適當的問項，同時訓練調查訪員，確認所有問項的提問方式。此一階段的修正並已反應在最後印製的問卷中。

四、問卷調查時程安排

問卷印製完成後，本計畫即開始擬定調查時程。由於作業時間緊湊，問卷印製完畢後即立刻安排面訪事宜，並擬定約兩週的時間進行全台的面訪。

五、執行面訪調查

由於問卷題數過多，且時間過於緊湊，電話訪問幾不可行。故本研究決直接採用面訪，第一階段調查派出十八名工讀生，於 12/1 及 12/2 兩日至全台各地火車站、公路車站、與台北松山機場抵達旅客出口進行面訪。此一階段訪問完成近 90% 的訪問工作，後續 12/3 至 12/9 日一週間即完成後續訪問工作。

六、回收問卷整理與過濾

調查結果將於此階段進行整理。除檢視填答內容外，並將剔除無效問卷，統計有效份數。

七、資料處理、編碼與輸入

在確認問卷內容無誤後，本團隊將著手進行問卷題次的編碼

與問卷輸入的工作，以利後續分析工作的進行。

八、資料分析與檢誤

本階段工作在於進行資料分析與交叉比對，藉以發掘可能的問題。各類統計工具與分析方法均於本階段使用，

九、研究報告撰寫

在完成上該所有研究工作之後，本團隊即著手開始撰寫結案報告。結案報告格式均依規範製作，內容則為所有調查工作的整理。報告最後則依據調查結果提出結論和政策建議，供委託單位參考。

十、期末簡報

研究的最後一項作業項目為期末簡報，執行單位透過此一簡報，聽取其它學者專家與委託單位的建議，以製作最後定稿的書面報告資料。所有調查研究與分析工作結束後，配合結案的行政程序及同步啟動，圓滿結束此一調查計畫的執行。

第二節 研究時程規劃

圖一為本研究依研究內容與時程繪製的甘梯圖，研究工作於三個月內完成，並安排期中與期末簡報各一次，以作為研究進度之查核點。

工作內容	10/1~ 10/10	10/11~ 10/20	10/21~ 10/31	11/1~ 11/10	11/11~ 11/20	11/21~ 11/30	12/1~ 12/10	12/11~ 12/20	12/21~ 12/31
簽約用印等行政作業	————								
問卷設計與修改		————	————						
期中報告			——						
問卷試測與印製				————	——				
問卷調查時程安排					————	——			
執行面訪調查						——	——		
回收問卷整理與過濾							——		
資料處理、編碼與輸入							——	——	
資料分析與檢誤								————	
研究報告撰寫									——
期末簡報									——
繳交結案報告與電子檔									——
結案行政程序之完成									——
累積進度	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	100%

圖 3-1 研究進度甘梯圖

第三節 問卷調查結果分析—基本比例與敘述統計

經以 Excel 分析本調查之問卷內容後，可獲得下列之受訪者社經資料的基本統計：

一、受訪者性別比例

受訪者中男性佔 49.48%，女性佔 50.52%。其比例見圖 3-2。

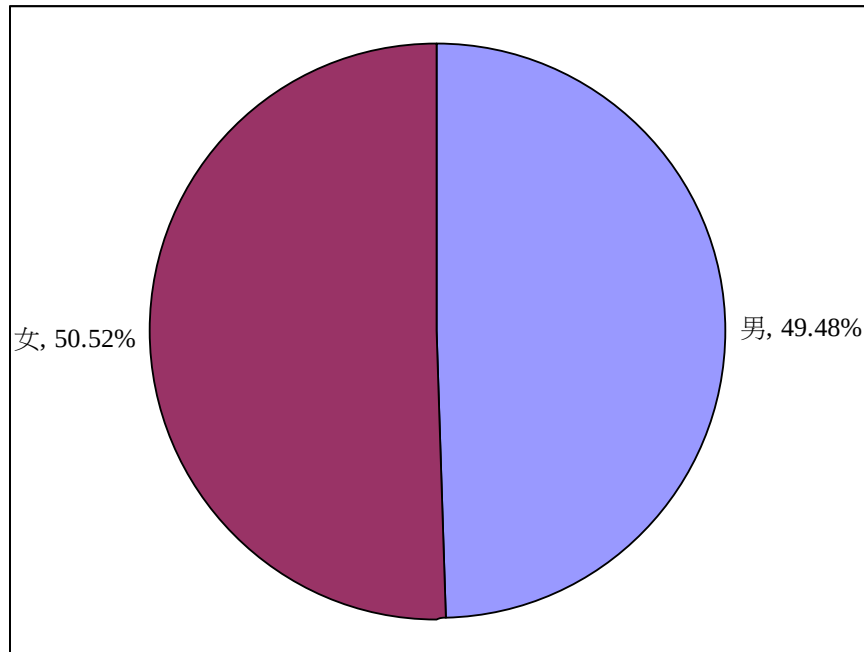


圖 3-2 受訪者性別分佈

二、受訪者年齡分佈

受訪者年齡分佈以 20-29 歲比例最高，佔 29.31%；13-19 歲次之，佔 22.81%；比例最低的則是 65 歲及以上，僅佔 4.19%。詳細的年齡分佈情形如圖 3-3 所示。

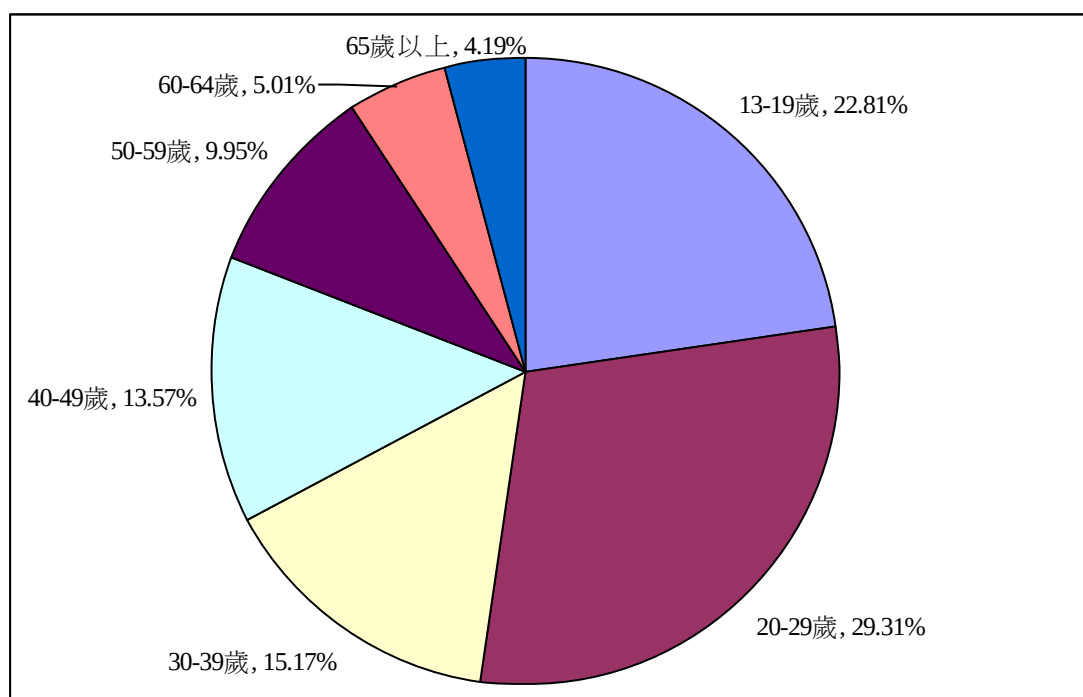


圖 3-3 受訪者年齡分佈

三、受訪者學歷結構

受訪者學歷以為大學及以上為最多，佔 29.91%；其次為高中職，佔 26.93%；比例最低的則是國小及以下，僅佔 9.73%。詳細的學歷結構見圖 3-4。

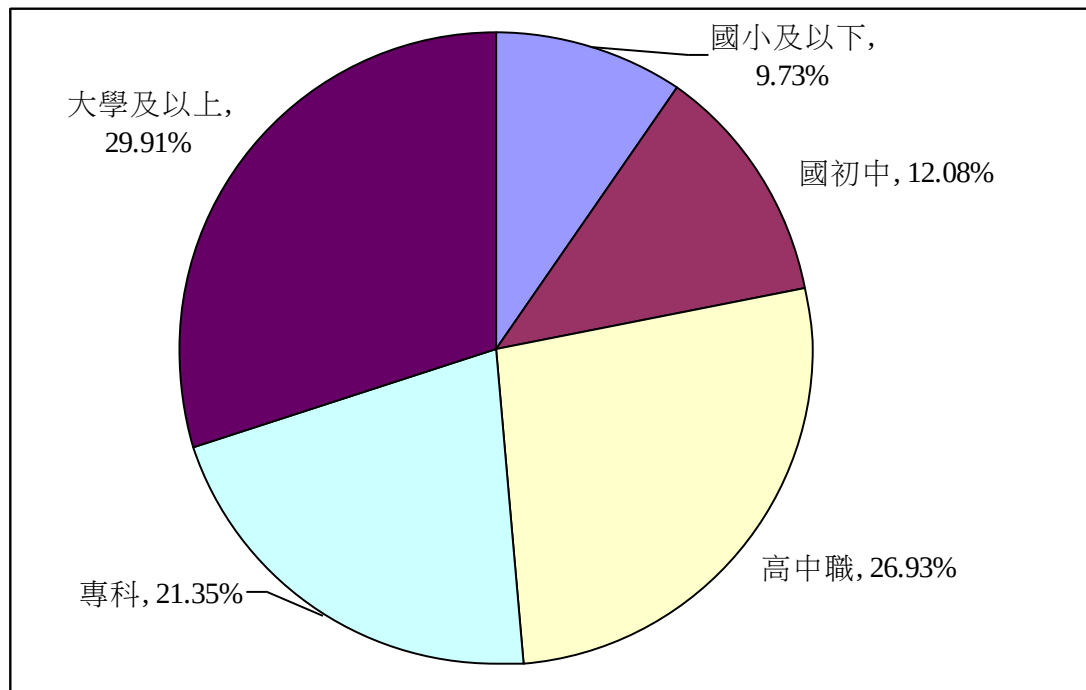


圖 3-4 受訪者學歷分佈

四、受訪者家戶所得分配情形

受訪者的家戶收入以 30,001~60,000 元為最多，佔 35.67%；30,000 元以下次之，佔 27.57%；比例最低的則是 120,001 元以上，僅佔 6.15%。詳細的家戶所得分配情形如圖 3-5 所示。

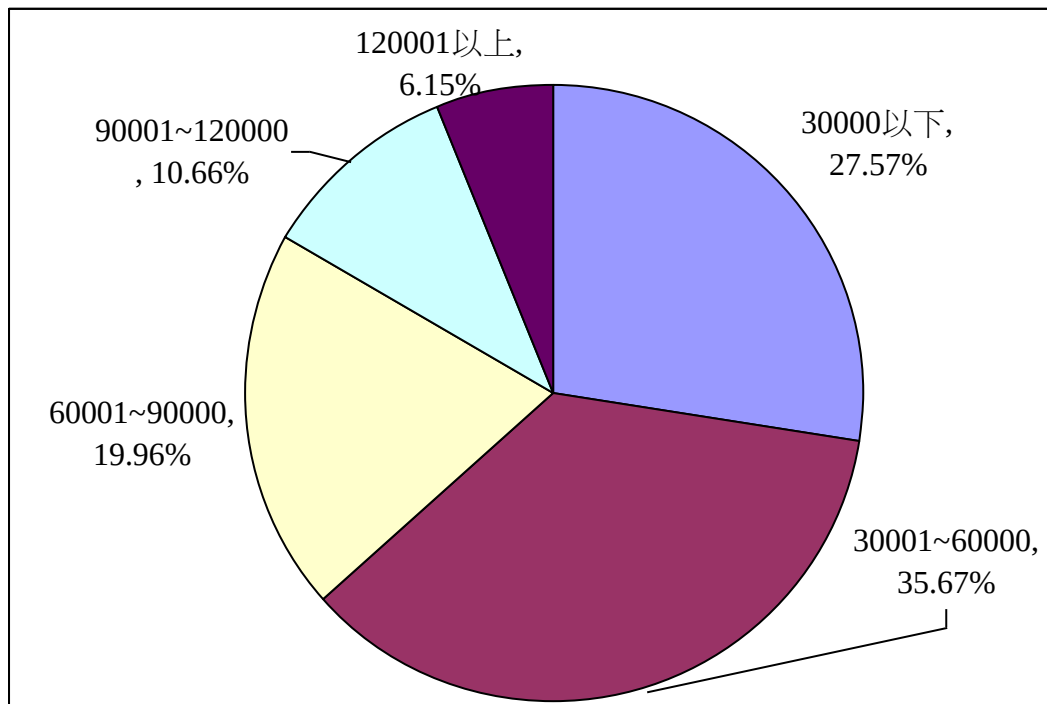


圖 3-5 受訪者家戶所得分佈

五、受訪者職業類別

受訪者職業類別以學生比例最高，佔 25.19%；基層職員次之，佔 18.33%；比例最低的則是軍人，僅佔 2.59%。詳細的職業類別比例如圖 3-6 所示。

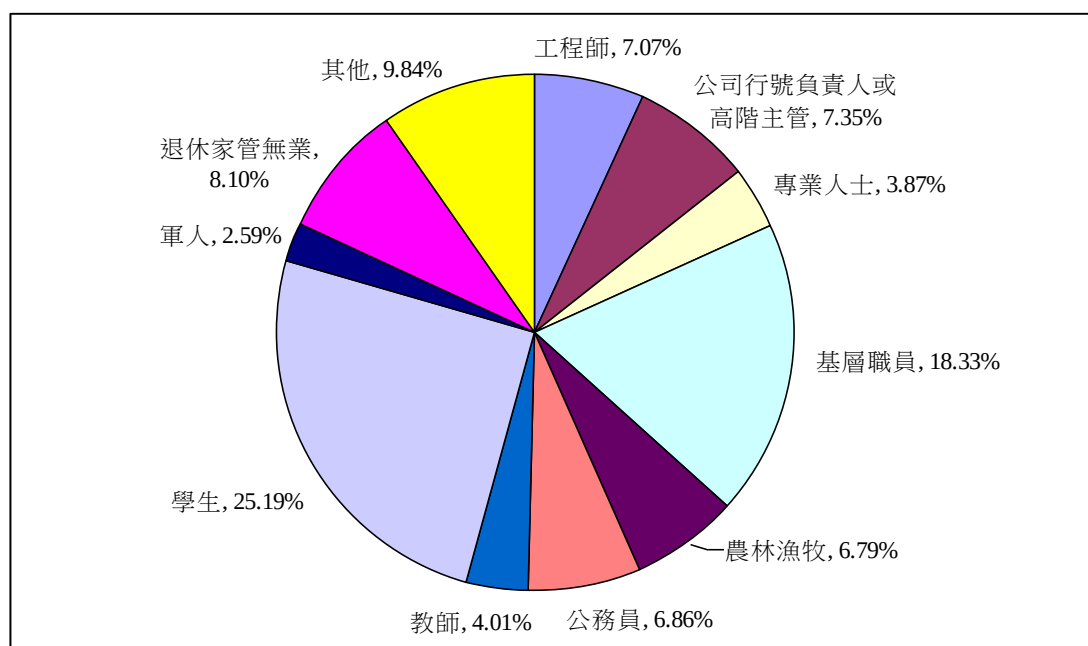


圖 3-6 受訪者職業類別分佈

至於在三大類的個別問項方面，則呈現如下的統計結果：

一、是否聽過任一協助民眾解決消費爭議的組織機構

本題為了解受訪者消費意識程度的第一個問項，並設計為複選題。其中回應行政院消保會的佔 48.49%，回應消基會的佔 80.14%，回應各縣市消費者服務中心的佔 23.06%，回應消費爭議調解委員會的佔 23.23%、回應消費者保護官的佔 21.31%。完全沒有聽過任何消費者保護機構或組織的佔 6.29%。此一結果反應出絕大多數民眾對消基會的認識仍高於消保會甚多。而完全沒有聽過任何消費者保護機構或組織的比例已不高。本題各選項比例見圖 3-7。

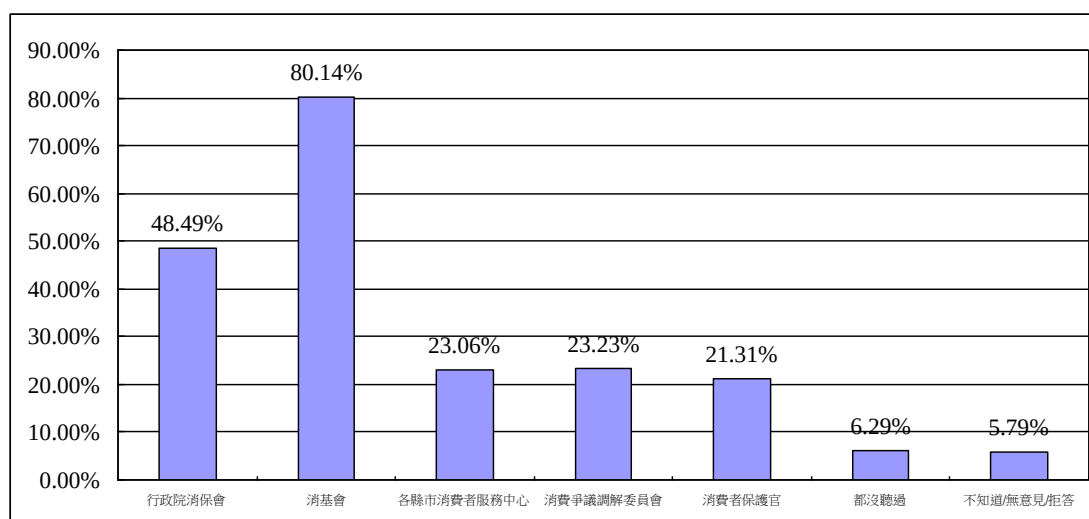


圖 3-7 民眾聽過的消費者保護組織或機構

本題之延伸問項共有三項。針對聽過任一消費者保護組織機構的受訪者，研究另行調查其對消保會及消基會間差異的認知。此一問項的比例中，49.00%知道消保會和消基會是兩個團體，47.56%不知道，顯示近半數受訪者仍不知道此二單位的差異。此外，也有高達 50.32%的受訪者表示曾經看過消保會在報章雜誌和電視媒體上所發佈的消息，但未看過的也有 45.04%。而曾經上過消

保會網站的受訪者，僅佔全體受訪者的 6.88%，且有 87.6% 的受訪者表示未曾瀏覽過消保會的網站。詳細的延伸問項分析資料如圖 3-8，3-9，與 3-10 所示。

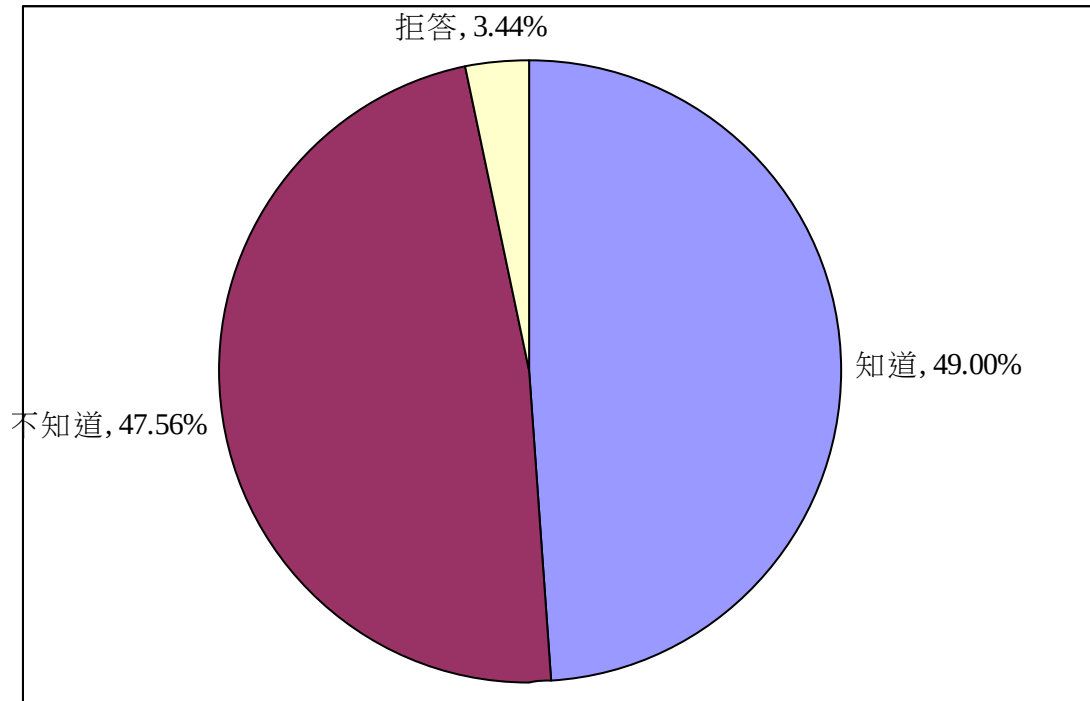


圖 3-8 是否知道消保會與消基會是兩個單位

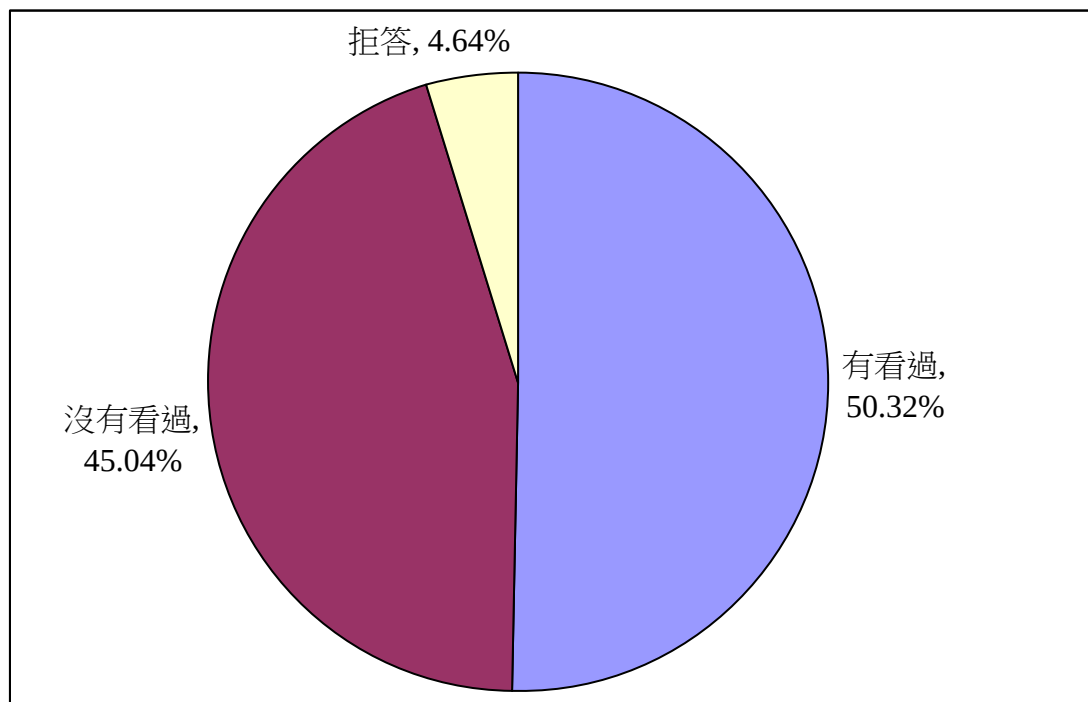


圖 3-9 是否看過消保會於各類媒體上發布的消息

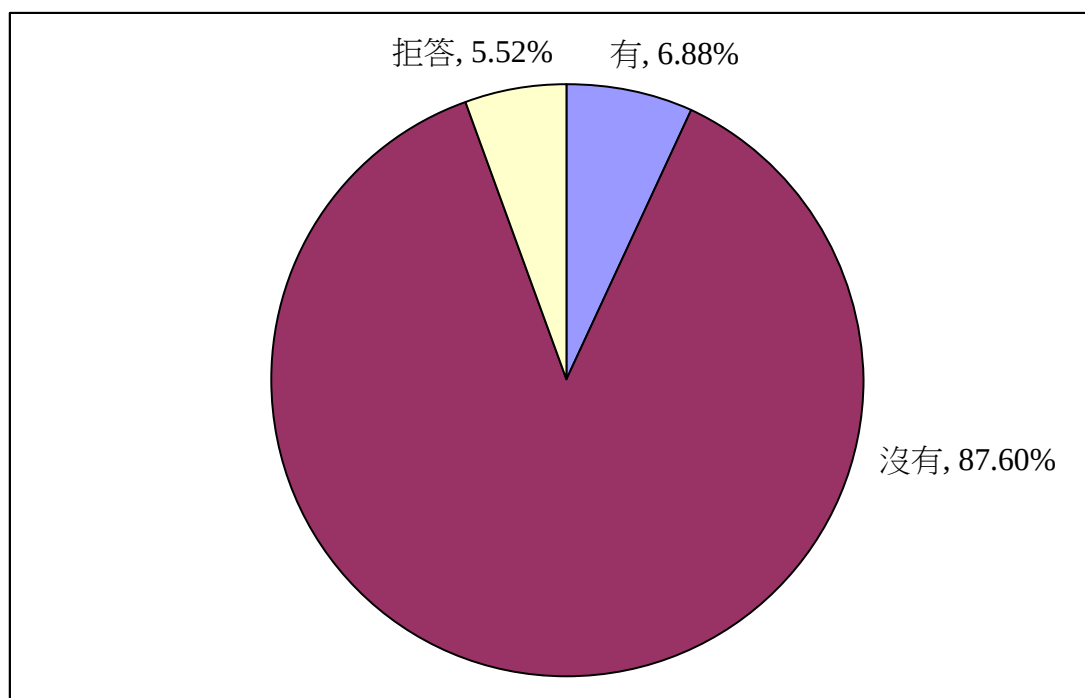


圖 3-10 是否瀏覽過消保會的網站

二、是否知道電視購物頻道販售的商品依法可以享有七天的猶豫期
本題為了解受訪者消費意識程度的第二個問項。七天猶豫期在型錄郵購和電視購物活動中為十分基本的消費權益，故有 74% 的受訪者表示知道，僅 24.01% 的受訪者表示不知道。其比例詳見圖 3-11。

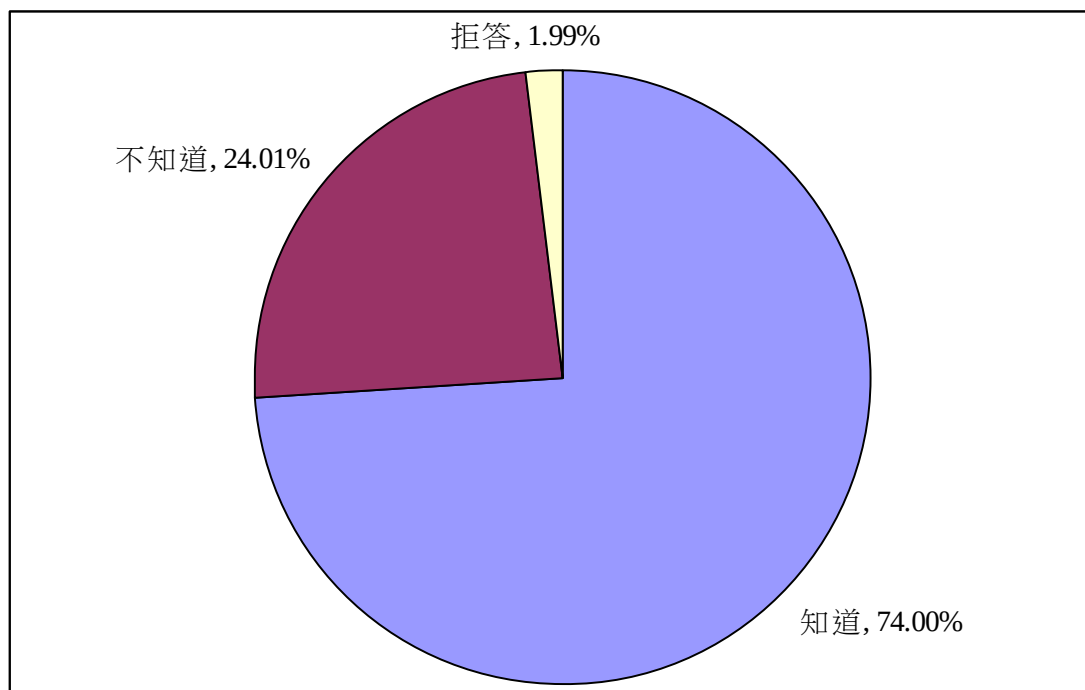


圖 3-11 了解電視購物頻道享有七天的猶豫期的受訪者比例

三、是否了解無過失主義的意義

本題為了解受訪者消費意識程度的第三個問項。無過失主義的內涵較為深奧，也可能是消費者較不易了解的法律觀念，故僅有 49.91% 的受訪者表示知道，而有 47.03% 的受訪者表示不知道。其比例詳見圖 3-12。

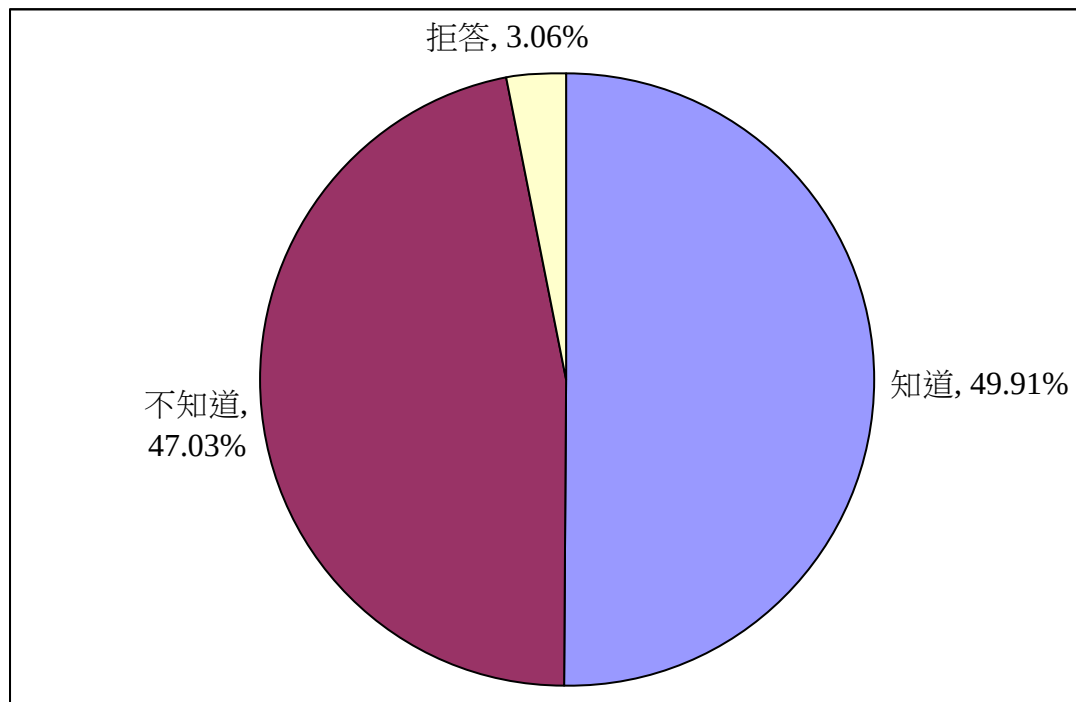


圖 3-12 了解無過失主義的受訪者比例

四、是否了解廠商有依廣告內容給付的責任

本題為了解受訪者消費意識程度的第四個問項。廣告可為要約內容的觀念也超越民法的規範，消費者的認知可能也有必要予以強化。但本題的回應情形尚佳，有 59.08% 的近六成受訪者表示知道廠商需依廣告內容給付，只有 38.01% 的受訪者表示不知道。其比例詳見圖 3-13。

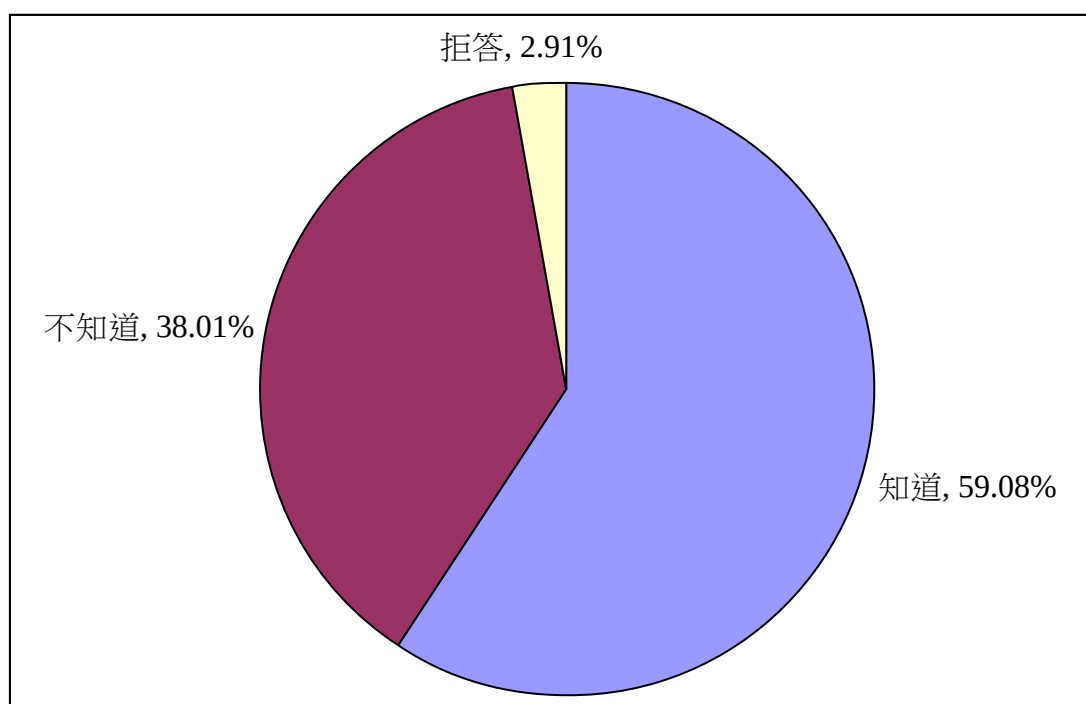


表 3-13 受訪者知道廠商需依廣告內容給付商品或服務的比例

五、是否知道各主管機關已協助訂定了各類定型化契約

本題為了解受訪者消費意識程度的第五個問項。定型化契約為常見的消費輔助工具，消費者理應有基本的認識和了解。但本題的回應情形極差，僅有 43.69% 的受訪者表示知道何謂定型化契約，而有超過一半的 52.97% 示不知道。其比例詳見圖 3-14。

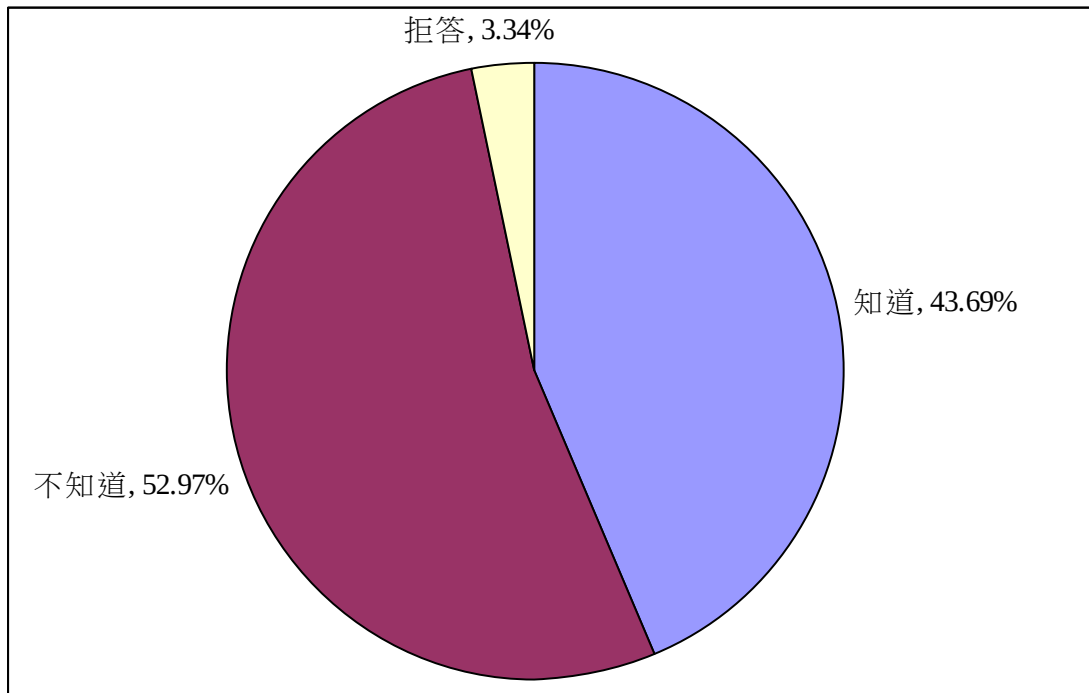


圖 3-14 是否知道主管機關已擬定許多不同的定型化契約

六、是否曾經聽過消費者三不運動

本題為了解受訪者消費意識程度的第六個問項。消費者三不運動為消保會過去數年所推動的重要運動之一，但本題的回應卻顯示消費者三不運動仍有加強宣導的必要。受訪者中僅有 26.50% 表示曾經聽過此一運動，而有 70.73% 的受訪者表示沒聽過。其比例詳見圖 3-15。

本問項另有一延伸問題。研究將聽過消費者三不運動的受訪者再深入詢問，藉以了解其對去年新推的消費新生活運動之了解程度。調查結果顯示，消費新生活運動的推廣亦不十分理想。聽過

消費者三不運動的受訪者中僅有 33.73%的聽過消費新生活運動，而有 63.91%的消費者並不知道何謂消費新生活運動，這顯示此一運動之宣導亦有強化之必要。延伸問項的比例詳見圖 3-16。

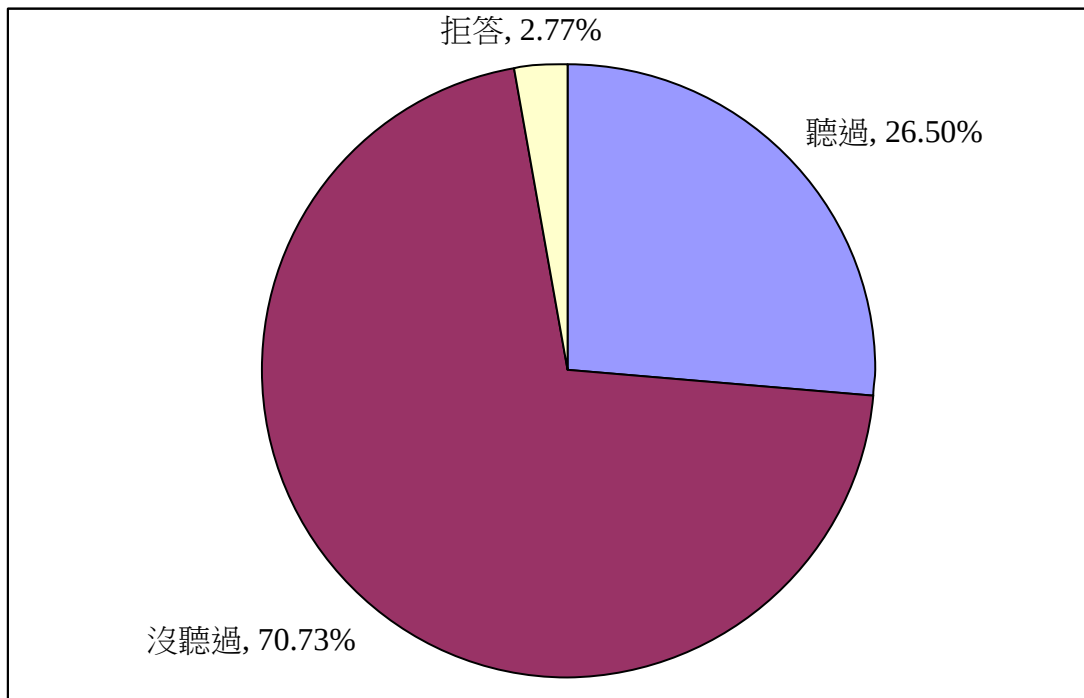


圖 3-15 是否聽過消費者三不運動

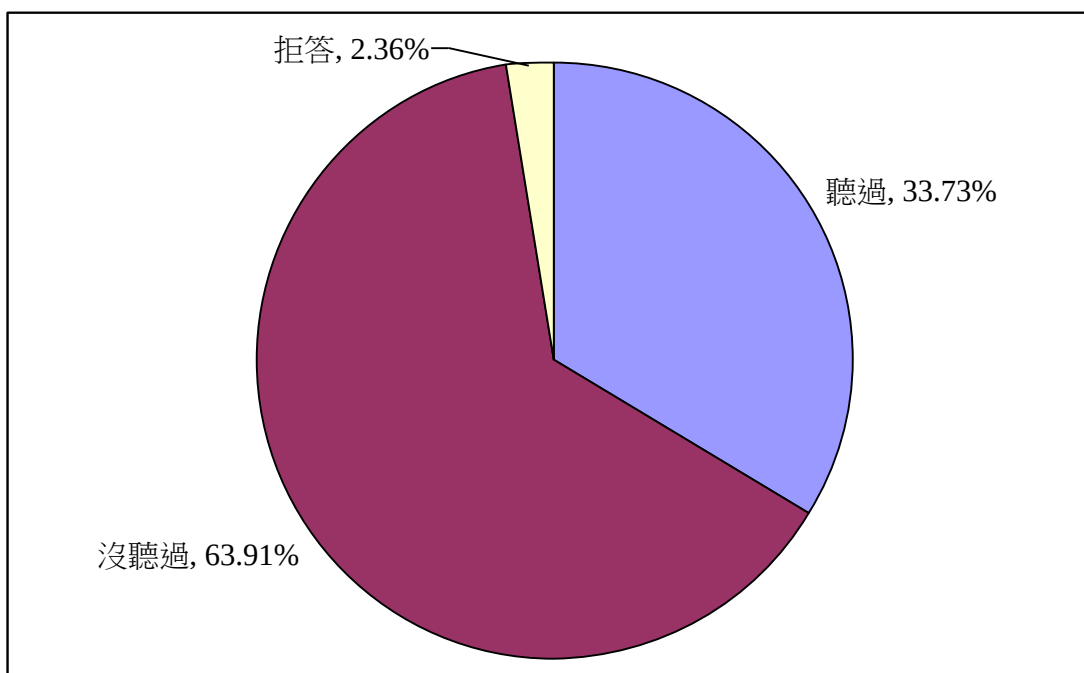


圖 3-16 是否聽過消費新生活運動

七、是否曾經參加過消費者保護的活動

本題為了解受訪者消費意識程度的第七個問項，其目的是為了解消費者是否曾經參加過任何與消費者保護有關的活動。結果發現，有此經驗的受訪者僅佔 6.04%，絕大多數的受訪者均無參加類似活動的經驗。其比例詳見圖 3-17。

本問項的延伸問題是探討受訪者曾經參加過的消費運動。本問項為一複選題，結果發現已參加民間消費團體所舉辦之活動者為最高，其次為參加宣導活動，再其次為選修相關課程。詳細參與活動之比例見圖 3-18。

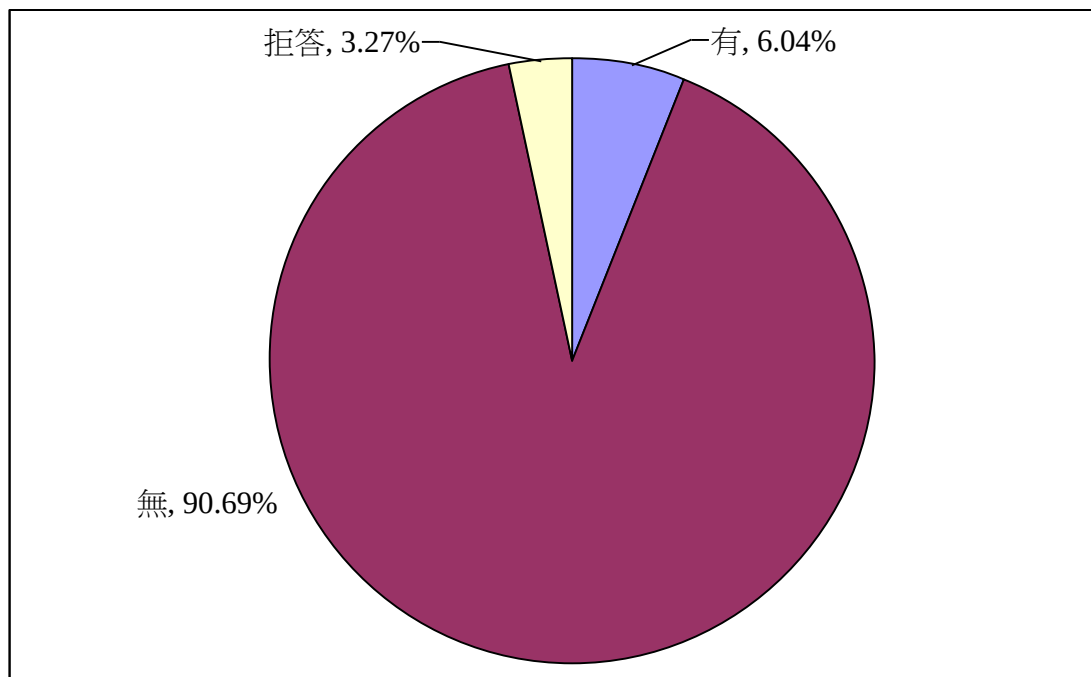


圖 3-17 曾經參加消費者保護活動的受訪者比例

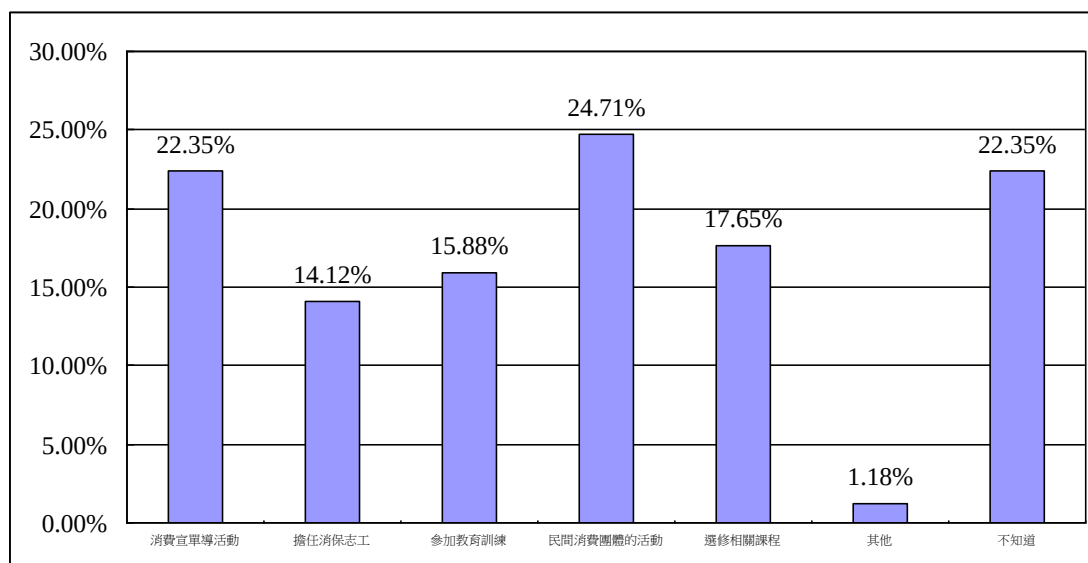


圖 3-18 參加過的活動種類

八、購買商品和服務時會考慮的條件

本題為消費行為問項的第一個題目，其設計亦為複選題。其中回應價格的佔 82.70%，為所有選項中最高者；回應品質的佔 73.14%，為次高者；回應實用性的佔 66.14%，為比例第三高的選項。其他回應比例較高的選項，包括了經濟能力、個人喜好、安全性、和服務態度等項目。本題各選項比例見圖 3-19。

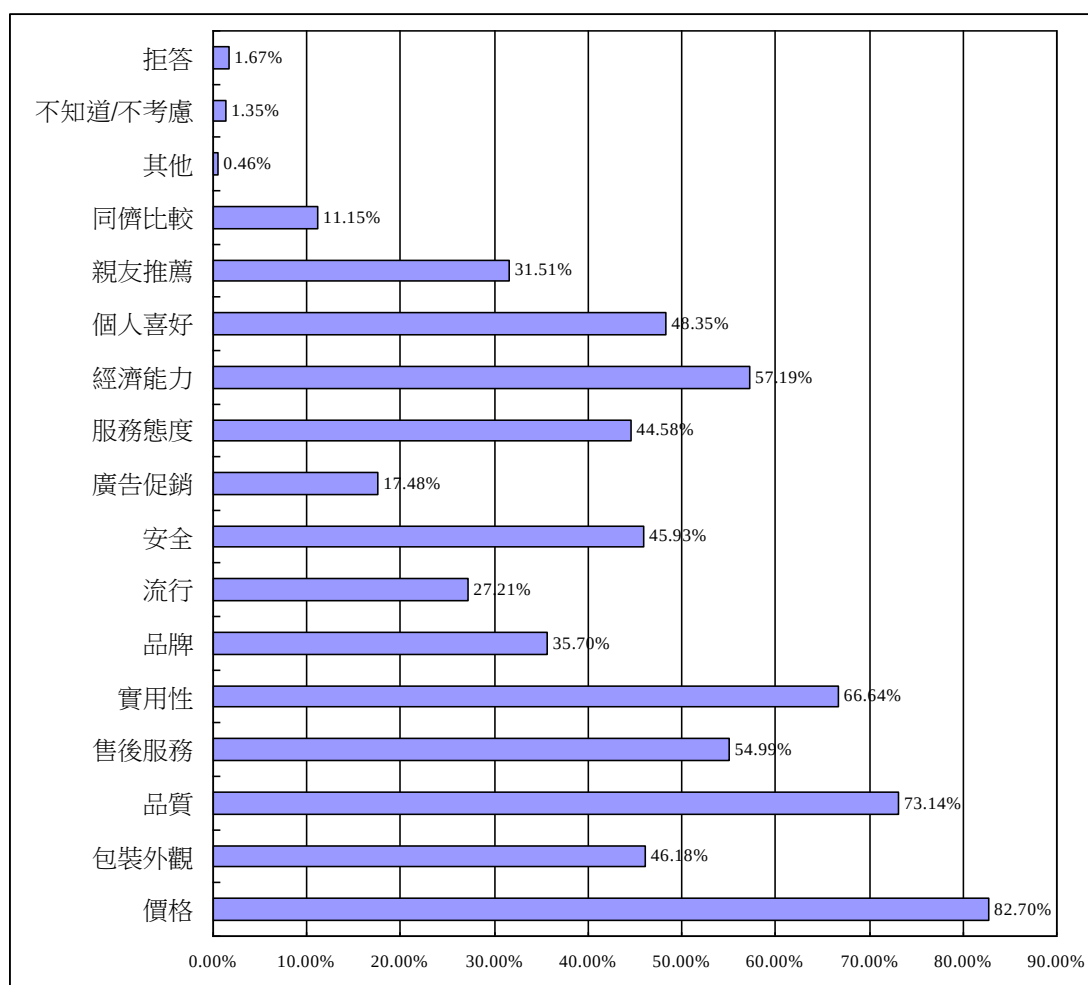


圖 3-19 購買商品和服務時的考慮條件

九、有沒有和業者簽訂定型化契約的經驗

本題為消費行為問項的第二題。調查結果發現，僅有 27.14% 的受訪者曾經簽過定型化契約，而有 69.31% 的受訪者沒有此一經驗。其結果詳見圖 3-20。

針對曾經簽訂過定型化契約的受訪者，本研究另行延伸出一問項，詢問其是否會在簽訂契約時注意契約中的問題。結果發現多數受訪者對於自身權益均相當重視，其比例達 59.82%；契約條文是否公平佔 50%，為比例次高者；條文的語意是否清楚和廠商是否有逐條說明合約內容，分別居第三和第四位。而針對不注意條文內容受訪者，研究延伸出第二個問項詢問其不注意的原因。結果發現，大多數不去注意定型化契約條文內容的消費者，通常是因為合約書中字多麻煩的原因而不肯細讀；其次則是因為合約中法律用語和專有名詞過多，不易理解。其他諸如合約的字太小和無此習慣等選項，亦為導致消費者不關心合約內容的重要原因之一。本題各延伸問項詳細比例見圖 3-21，及 3-22。

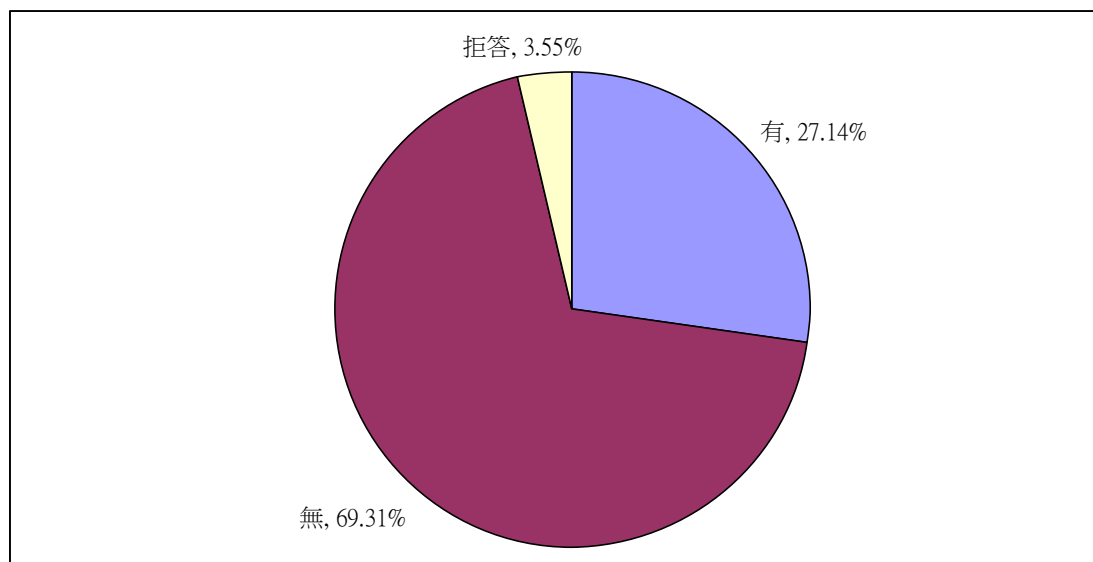


圖 3-20 有無簽訂定型化契約的經驗

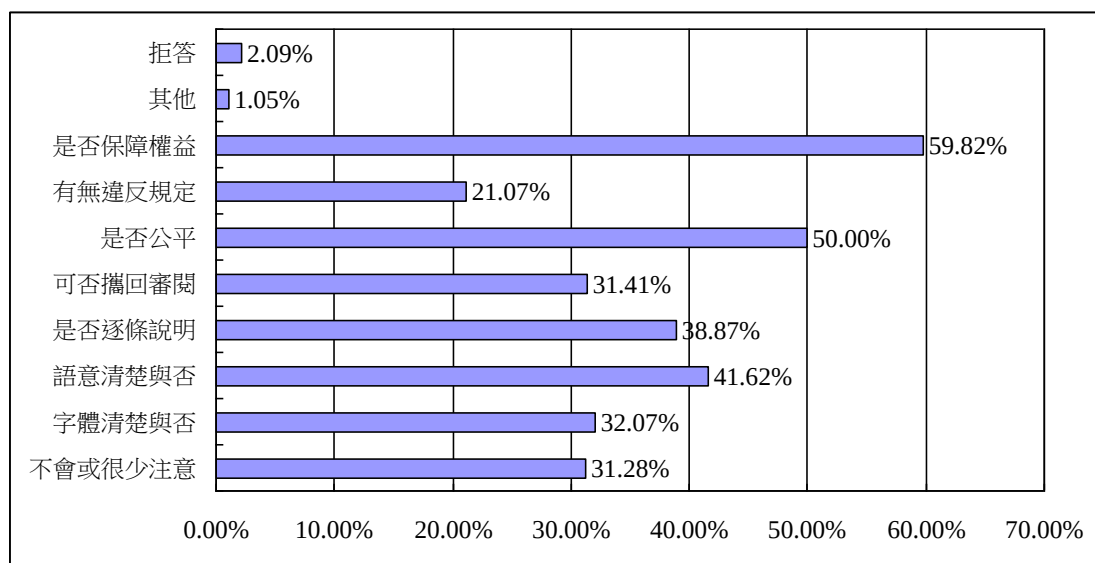


圖 3-21 簽訂契約時會注意的事項

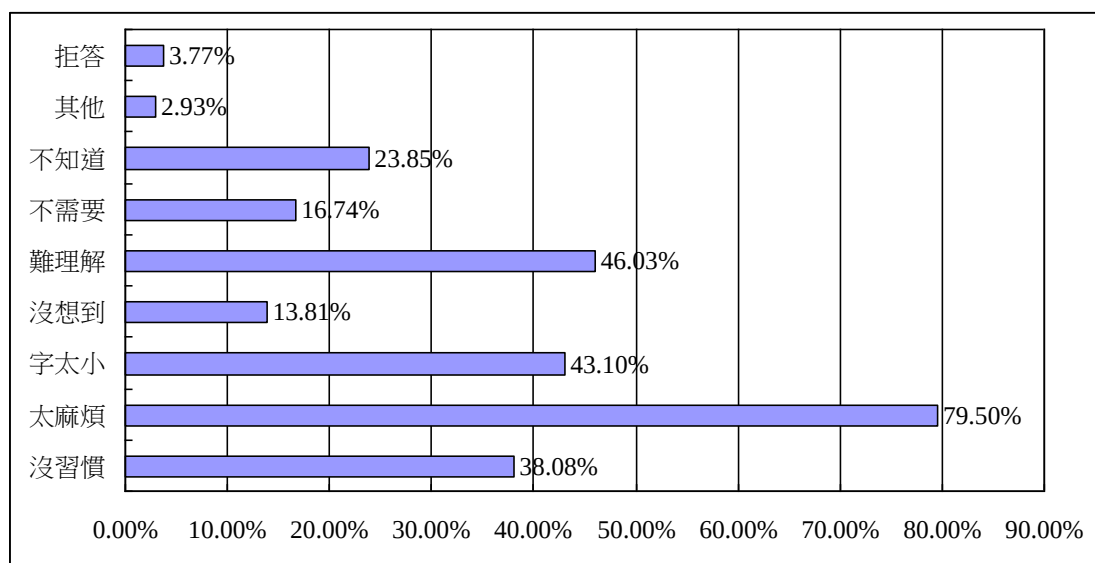


圖 3-22 不注意契約內容的原因

十、進出公共場所時會注意的公共安全事項

本題為消費行為問項的第三題。調查結果發現，53.96%的受訪者會注意是否設有安全門，為所有選項中之最高者；45.90%的受訪者會注意是否有逃生路線的指示，為次高者；43.94%的受訪者會注意是否有緊急消防設備，為第三高的選項。各選項詳細比例見圖 3-23。

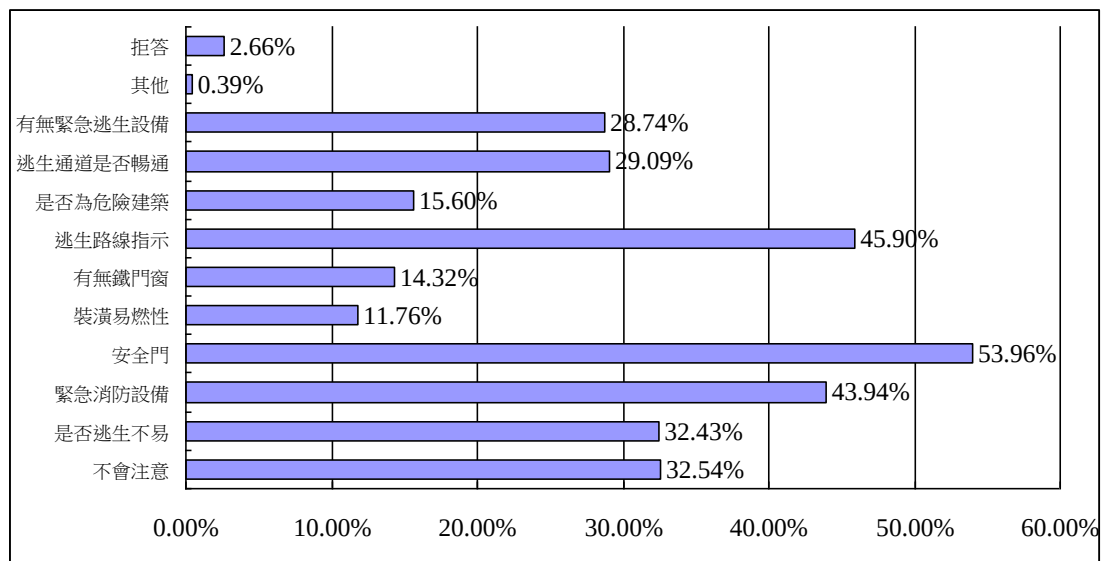


圖 3-23 進出公共場合時會注意的安全事項

本題另有一延伸問項詢問不會注意公共安全的受訪者，結果發現大多數不會注意公共安全的受訪者均表示無此一習慣，其比例高達 61.90%。其次為沒想到要注意，但比例減少許多，僅有 35.70%。足見改變習慣是非常不容易的工作，而提醒消費者注意則是可以嘗試的策略。各選項之詳細比例可見圖 3-24。

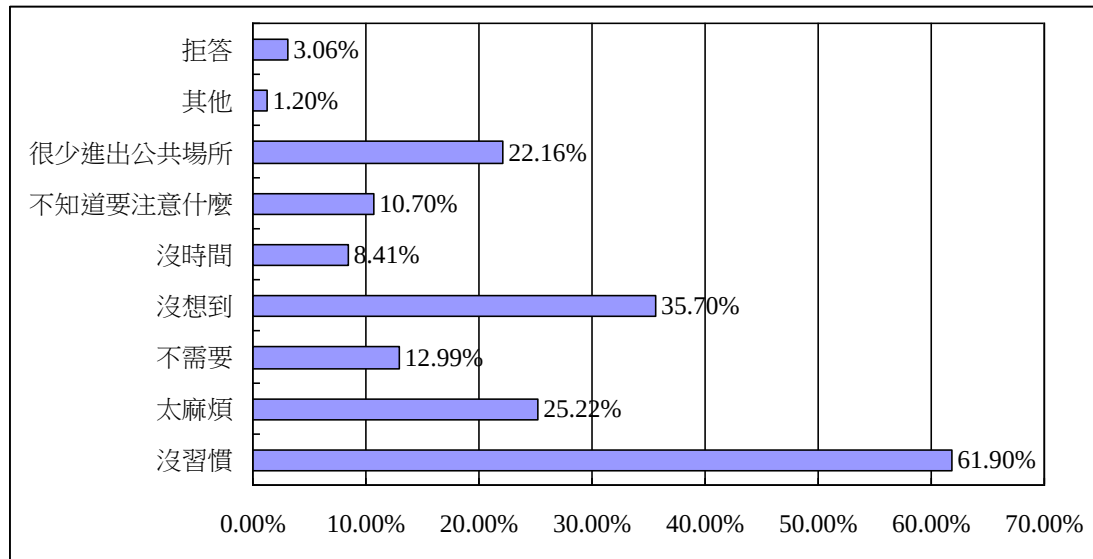


圖 3-24 不注意公共安全的原因

十一、購買食品及藥品會注意的標示

本題為消費行為問項的第四題。調查結果發現，78.33%的受訪者會注意製造日期及有效日期的標示，為所有選項中之最高者。此一高比例也意味著消費行為的理性上升。排名第二至第五高的選項比例上十分接近，約在 45%至 41%之間，其選項內容分別是製造商的名稱和地址標示，價格標示，CAS 或 GMP 的認證，以及商品名稱及品牌標示。各選項詳細比例見圖 3-25。本題另延伸一問項詢問受訪者不會注意食品及藥品標示的原因，結果發現，大多數受訪者表示無此一習慣，比例達 57.47%；其次是覺得太麻煩，但其比例僅有 37.36%。各選項詳細比例見圖 3-26。

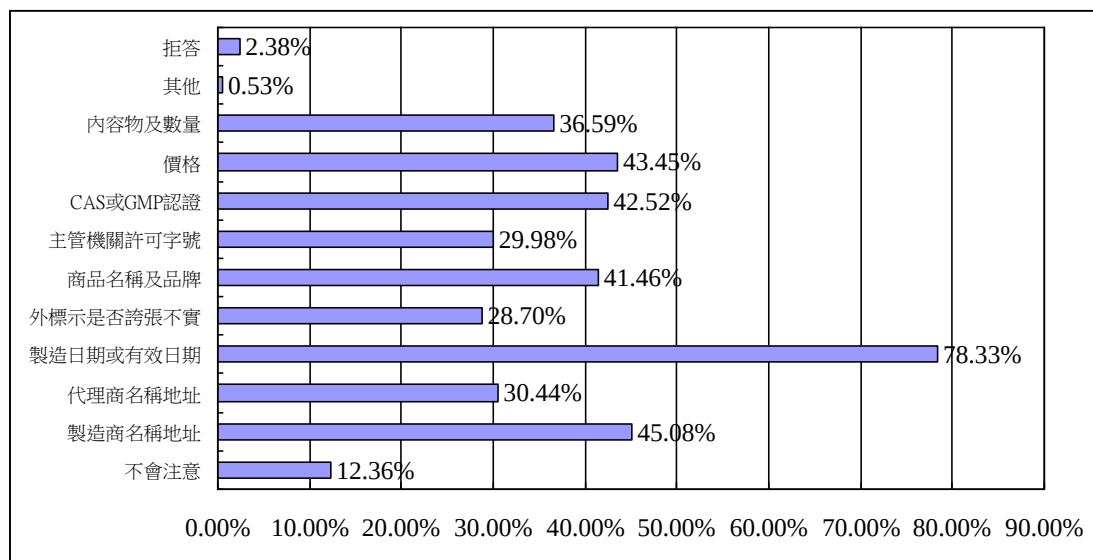


圖 3-25 購買食品或藥品時會注意的標示

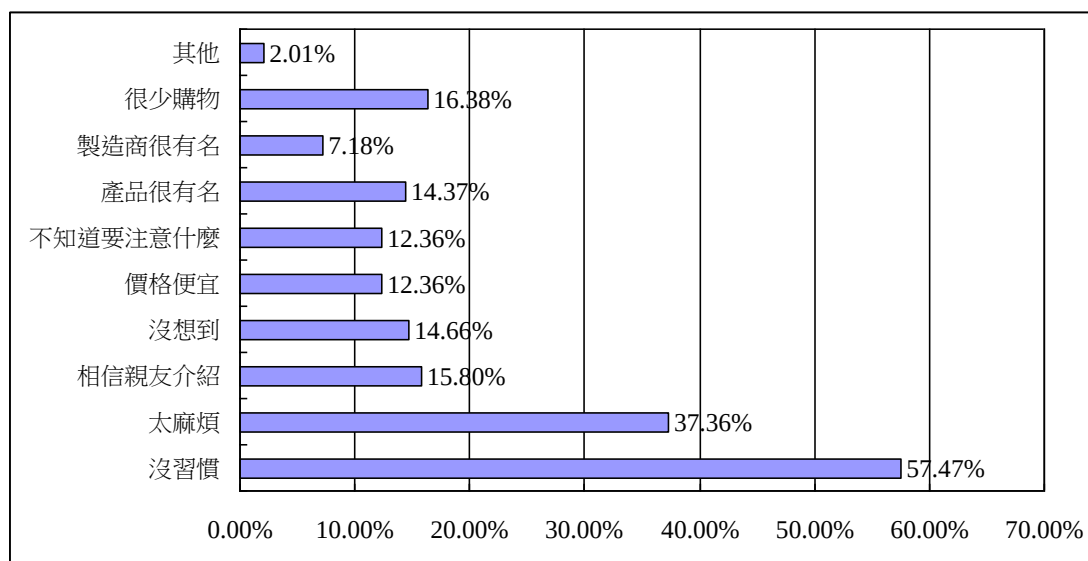


圖 3-26 不注意食品及藥品標示的原因

十二、網路購物及參與網拍的次數

本題為消費行為問項的第五題。調查結果發現，大多數的消費者至今仍無網路購物或參與網拍的經驗，其比例達 60.78%。有 14.99%的受訪者表示每年會有 1-3 次的網路購物或拍賣經驗，10 次以上的則有 5.15%。各選項比例詳見圖 3-27。本題的延伸問項屬於消費問題的第一個題目，其內容是詢問有網路購物經驗的受訪者在網路購物及拍賣時曾經遭遇過的問題。結果顯示，網路購買的商品品質是最大的問題，其次是退換貨，再其次是廣告不實和商品價格問題。然本題中最值得注意的一點是，大多數選擇「其他」選項的受訪者，均表示其所參與的網路購物及拍賣活動完全沒有任何的問題發生。本題各選項詳細比例見圖 3-28。

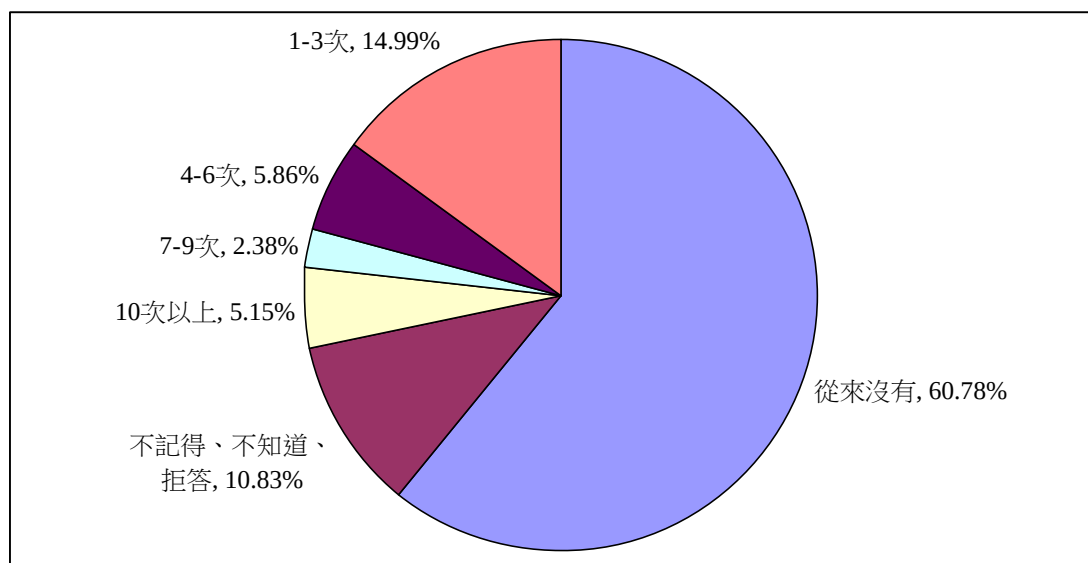


圖 3-27 每年在網路上購物或參與網拍的次數

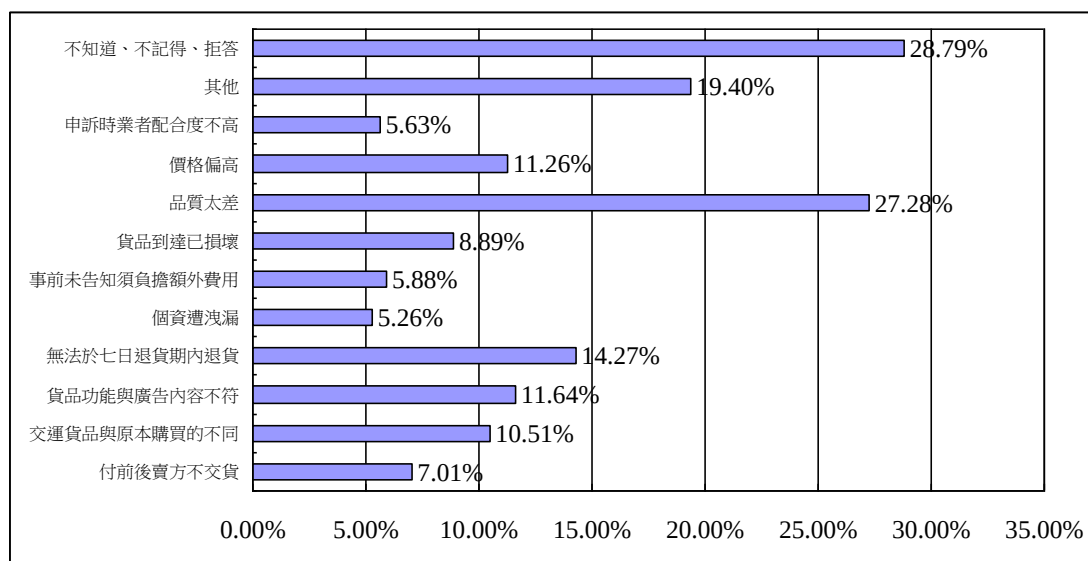


圖 3-28 網路購物及拍賣曾經發生過的問題

十三、電視購物的消費次數及經驗

本題為消費行為問項的第六題。調查結果發現，大多數的消費者至今仍無電視購物的經驗，其比例達 78.19%，比沒有網路購物經驗的比例還要高。有 8.74% 的受訪者表示每年會有 1-3 次的電視購物的經驗，10 次以上的則有 1.28%。各選項比例詳見圖 3-29。本題的延伸問項屬於消費問題的第二個題目，其內容是詢問有電視購物經驗的受訪者在電視購物時曾經遭遇過的問題。結果顯示，電視購物頻道販售的商品品質太差是最大的問題，其次是廣告宣傳不實，再其次則是商品價格偏高。而在本題中勾選「其他」選項的受訪者，同樣也有極高的比例表示未曾遇見任何問題。本題各選項詳細比例見圖 3-30。

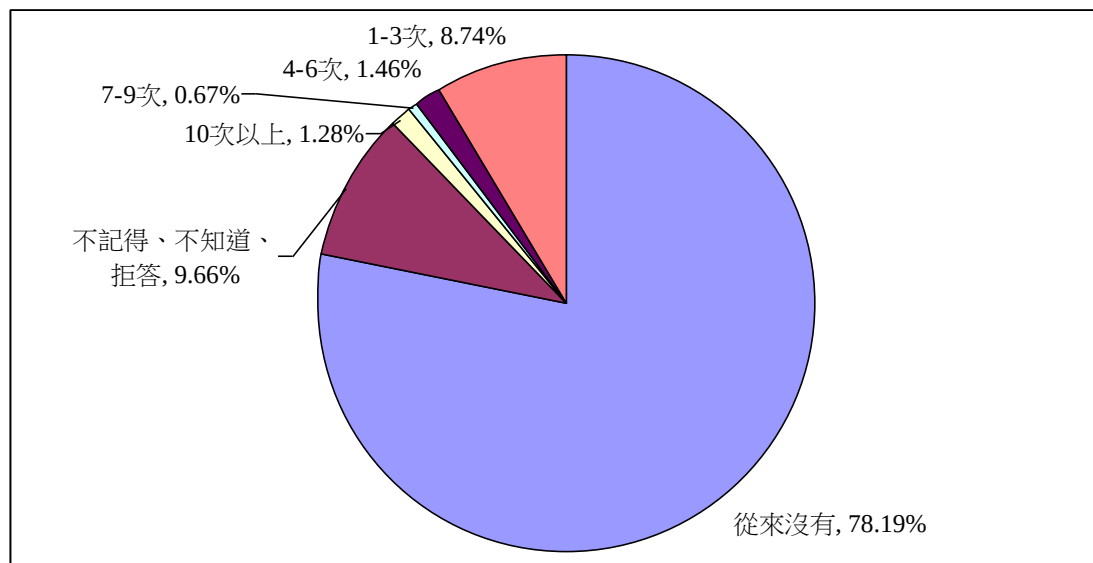


圖 3-29 每年在電視購物頻道中消費的次數

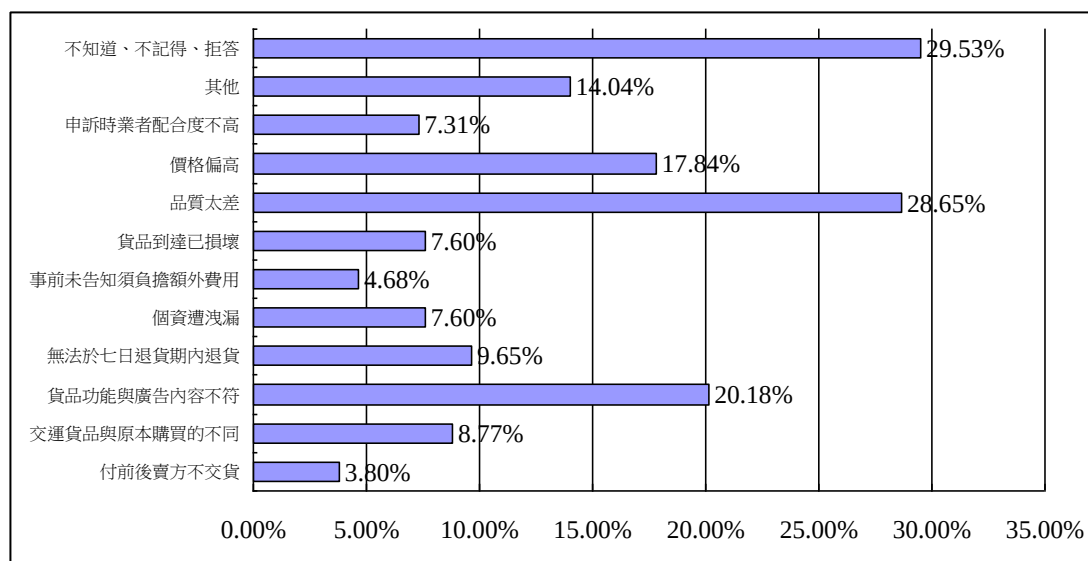


圖 3-30 電視購物曾經發生過的問題

十四、型錄郵購的消費次數及經驗

本題為消費行為問項的第七題。調查結果發現，多數的消費者至今亦無郵購的經驗，其比例達 61.16%，與沒有網路購物經驗的比例相近。受訪者中有 15.07% 表示每年會有 1-3 次的電視購物的經驗，10 次以上的則有 1.88%。各選項比例詳見圖 3-31。本題的延伸問項屬於消費問題的第三個題目，其內容是詢問有型錄郵購經驗的受訪者在郵購時曾經遭遇過的問題。結果顯示，郵購商品品質太差仍是最大的問題，其次為交貨貨品不符，再其次則是廣告宣傳不實。而在本題中勾選「其他」選項的受訪者，同樣也有極高的比例表示未曾遇見任何問題。本題各選項詳細比例見圖 3-32。

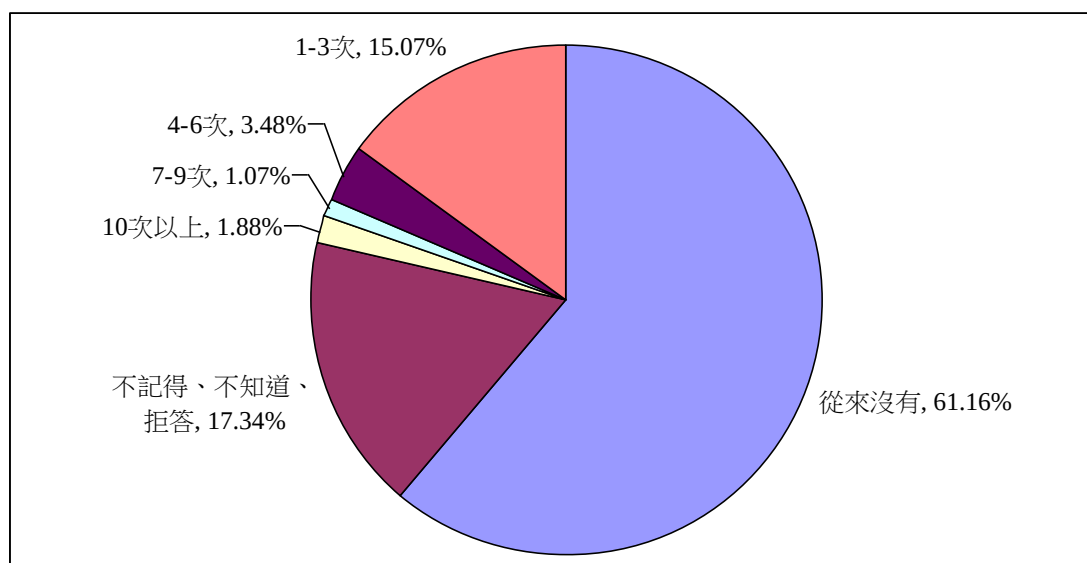


圖 3-31 每年郵購的消費次數

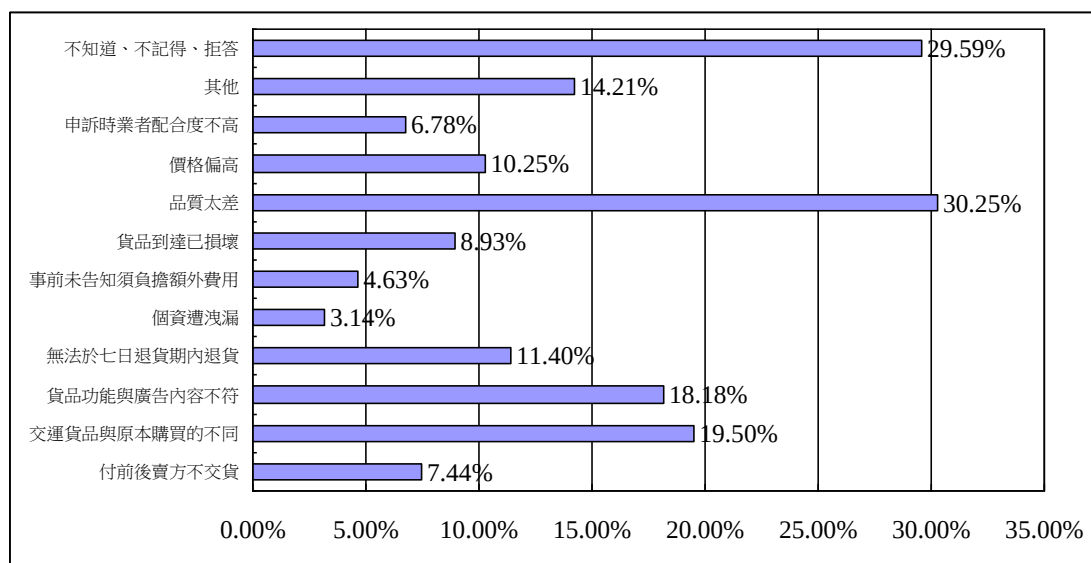


圖 3-32 郵購時曾經發生的問題

十五、於傳統店面通路的消費次數及經驗

本題為消費行為問項的第八題。調查結果發現，大多數的消費者仍偏好使用傳統通路，77.14%的受訪者會在傳統通路消費，且每天消費好幾次與每天至少消費一次的受訪者比例合計達到 30.79%，每週均有消費的亦佔 21.69%。各選項比例詳見圖 3-33。本題的延伸問項屬於消費問題的第四個題目，其內容是詢問有傳統店面購物經驗的受訪者在購物時曾經遭遇過的問題。結果顯示，貨品價格偏高是比例最高的問題，其次是品質太差，再其次為業務員的惡意欺騙。而在本題中勾選「其他」選項的受訪者，同樣也有極高的比例表示未曾遇見任何問題。本題各選項詳細比例見圖 3-34。

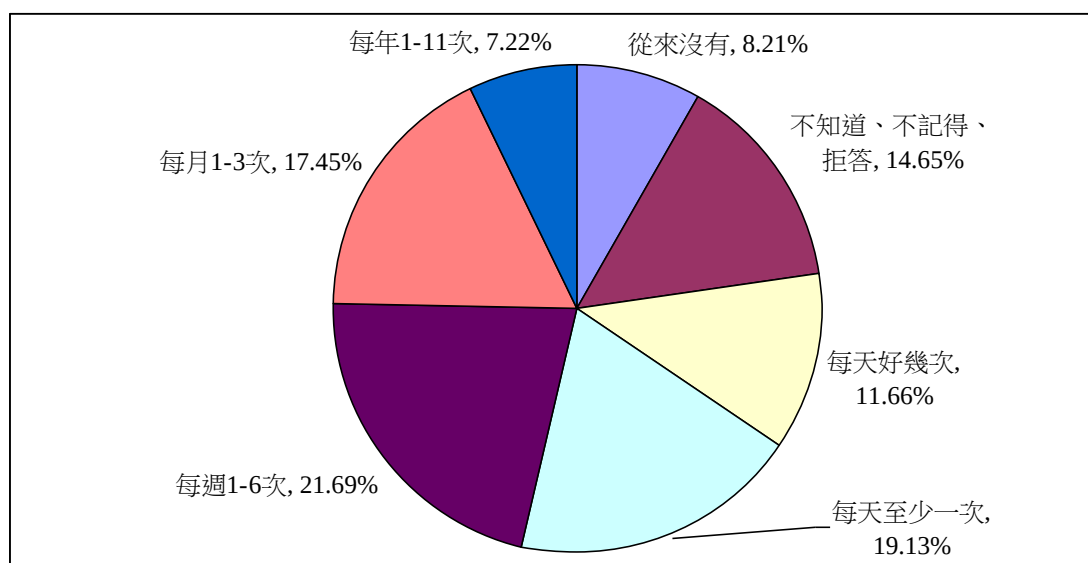


圖 3-33 受訪者於傳統店面的消費次數

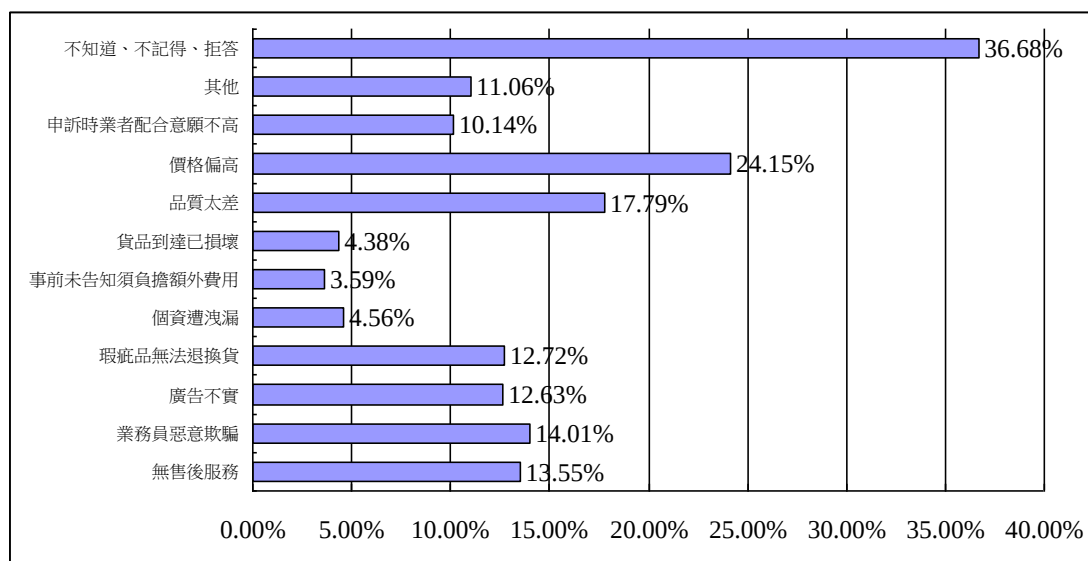


圖 3-34 傳統店面曾經發生過的消費問題

十六、發生消費糾紛時是否會提出申訴

本題為消費問題的第五個題目。調查結果發現，有 32.58%受訪者表示，發生消費糾紛會提出申訴；19.75%則表示不會，表示不一樣的則有 41.67%。詳細比例見圖 3-35。本題的延伸問項為提出申訴的管道，調查結果顯示，消費者發生消費糾紛時，傾向回頭找廠商和經銷商申訴；民間消保團體也十分受青睞，兩者比例均在 50%以上。其他各選項均有十分明顯的差距。本題各選項詳細比例見圖 3-36。

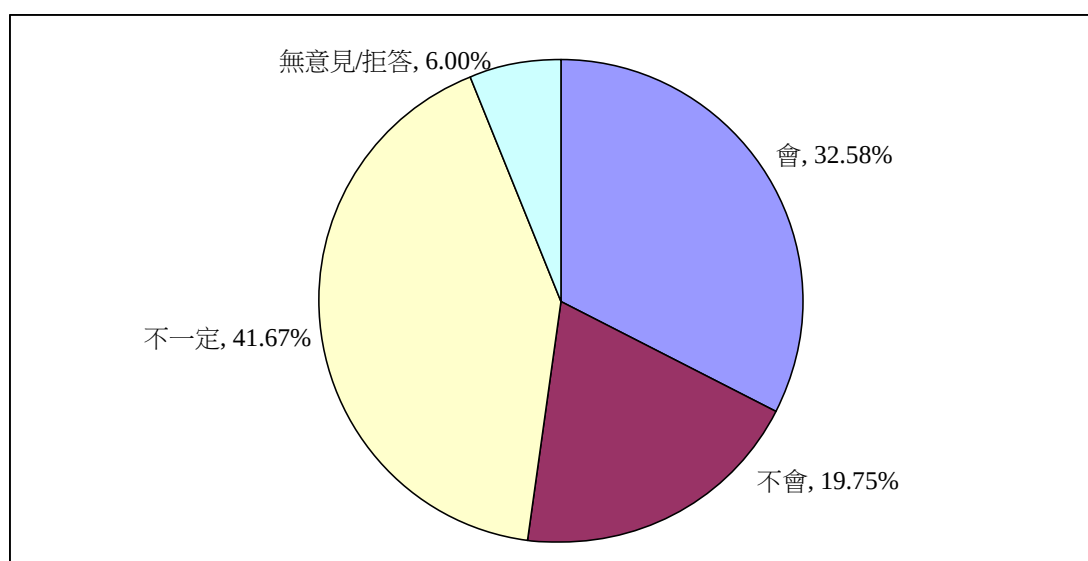


圖 3-35 發生消費糾紛時是否會提出申訴

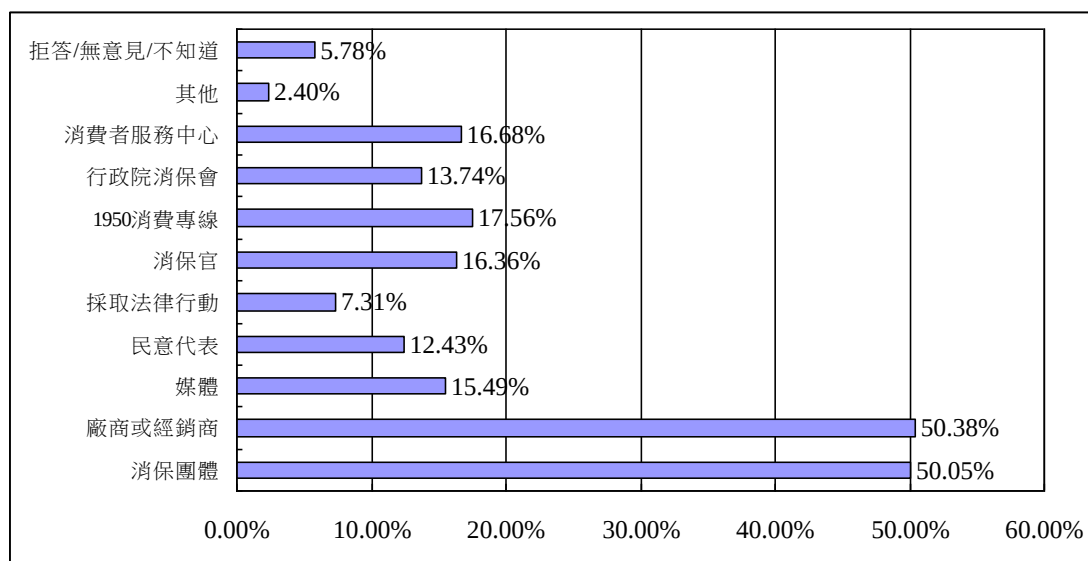


圖 3-36 消費糾紛的申訴管道

十七、台灣消費環境有無改善

本題為消費問題的第六個題目。調查結果發現，53.53%的受訪者表示有改善，29.27%的受訪者則表示沒有改善。各選項詳細比例見圖 3-37。

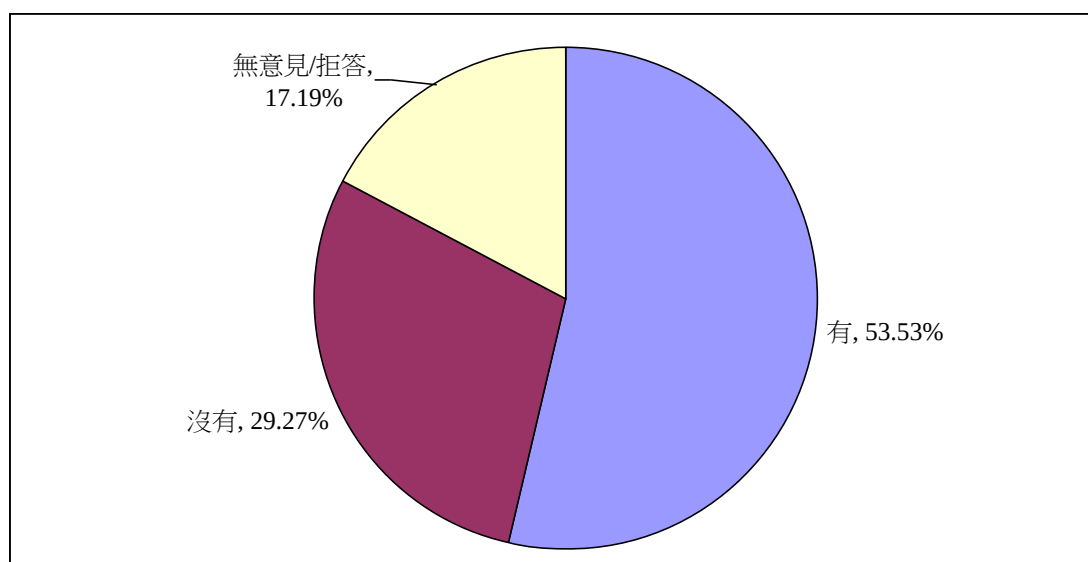


圖 3-37 台灣的消費環境是否有改善

十八、行政院消保會未來還需強化的工作項目

本題為針對消保會未來施政建議所進行的調查。調查結果顯示

民眾對消保會未來工作有極高的期待，各選項的回應均十分踴躍。其中以加強取締和嚴罰不法業者比例最高，有 58.76% 的受訪者選擇此一項目。其次依序為加強法令宣傳、增加消費者資訊或消費情報、以及加強公共安全和商品安全的檢測等項目，各都有超過半數的受訪者選擇。此外，加強消費者諮詢服務和提高消費申訴處理效率也分別獲得了將近半數的受訪者選擇。足見受訪者對消保會未來工作的殷切期盼。本題詳細回應比例見圖 3-38。

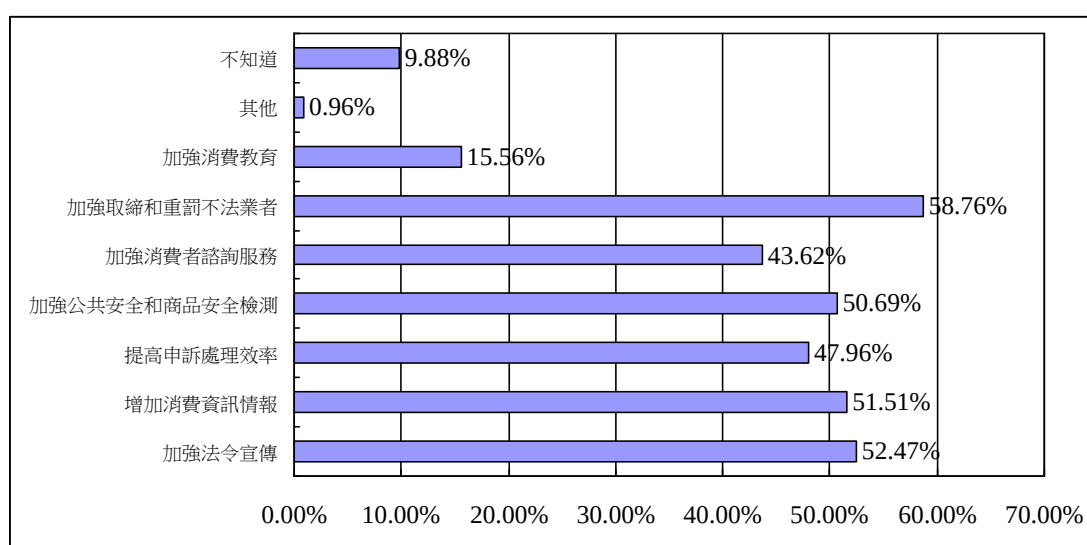


圖 3-38 對消保會未來工作的建議

第四章 資料分析

第一節 消費意識程度交叉分析與說明

在完成基本統計資料的分析整理之後，本計畫將針對不同背景的受訪者進行問項交叉分析。研究將透過不同性別、不同年齡層、不同教育程度、不同家戶所得、及不同職業的受訪者對於各類問項的反應，進行分析與比對，從而了解不同背景的受訪者對於各問項的回應情形。為求閱讀便利，表中資料項均以百分比表示，卡方檢定則是利用反應次數來做計算，並以單尾機率值小於 0.05 做為拒絕和接受的標準，以符合基本統計之要求。本節首先將以消費意識程度作為比較分析的標的，各問項經交叉分析後結果呈現如下：

一、是否聽過任一協助民眾解決消費爭議的組織機構

本題交叉分析結果如表 4-1 所示。調查結果發現，男性聽過消保會比例的較女性為多，但聽過消基會的受訪者則以女性居多。此外，高齡、教育程度低、家戶所得水準低、以及職業為農林漁牧的受訪者，聽過消保會的比例明顯偏低。由於各族群對此一問項反應差距極大，經卡方檢定之分析結果發現，受訪者將因性別、年齡、教育程度、家戶所得、與職業等背景的不同，而對解決消費爭議組織的認識有所差異。惟此一問題為複選題，卡方檢定之機率值並無統計上之意義。而本調查以結構問卷之設計，針對聽過一個以上的消費保護組織的受訪者進行更為深入的探討。結果發現，女性、高齡、教育程度低、家戶所得在 30000 以下、以及職業為農林漁牧的受訪者，最無法區分消保會和消基會的差異。而除教育程度外，不同性別、年齡、家戶所得、及職業種類的受訪者，對於消保會和消基會是否有所不同的認知均有顯著差異。此外，看過消保會在媒體上發布消息的，則以男性、30-39 歲、50-59 歲、大學及以上學歷、家戶年所得在 60001-90000、90001-120000 之間、職業為專業人士的比例較高。經卡方檢定測

試，此一延伸問項中，僅所得及職業類別兩變數在問項反應中產生顯著差異。

本題的最後一個延伸問題是調查受訪者是否曾經瀏覽過消保會網站。結果發現消保會整體網站拜訪率極低，男性、65 歲以上、家戶所得為 120001 以上、學歷為大學以上和國初中、職業為公務員、專業人士、公司行號負責人的受訪者比例較高，但仍處於非常低的水準。在此一背景下，少數長者曾經瀏覽過消保會網站，造成了六十五歲以上受訪者比例偏高的現象也不足為奇。經卡方檢定，性別和教育程度兩類變數在造訪網站的行為上無顯著差異性存在，但在性別、年齡、和職業上則具顯著差異。

本題詳細之交叉統計資料見表 4-1、表 4-2、表 4-3、及表 4-4 所示。

表 4-1 是否聽過任一協助民眾解決消費爭議的組織機構交叉分析表

		行政院 消保會	消基會	各縣市消費 者服務中心	消費爭議調 解委員會	消費者 保護官	都沒有 聽過	不知道/無 意見/拒答
	總計	48.49%	80.14%	23.06%	23.23%	21.31%	6.29%	5.79%
性別	男	49.82%	77.46%	23.40%	21.18%	22.04%	9.83%	5.38%
	女	47.19%	82.77%	22.71%	25.25%	20.60%	2.81%	6.19%
	P=0.00000							
年齡	13-19 歲	45.95%	82.71%	27.26%	27.57%	20.72%	5.61%	6.39%
	20-29 歲	51.27%	82.30%	21.21%	25.09%	21.58%	4.48%	4.00%
	30-39 歲	53.86%	83.37%	21.31%	19.20%	22.48%	3.04%	4.45%
	40-49 歲	52.09%	82.72%	24.35%	22.25%	24.87%	6.28%	4.71%
	50-59 歲	44.29%	75.71%	23.93%	23.21%	20.00%	7.86%	6.79%
	60-64 歲	37.59%	70.92%	23.40%	17.73%	14.89%	9.22%	12.77%
	65 歲以上	34.75%	52.54%	12.71%	11.02%	17.80%	27.12%	12.71%
	P=0.00000							
教育 程度	國小	31.75%	64.23%	18.98%	17.15%	14.96%	17.88%	13.14%
	國初中	44.12%	71.76%	23.82%	19.12%	19.41%	10.00%	7.35%
	高中職	43.67%	76.78%	20.05%	17.28%	19.53%	8.58%	5.41%
	五專	51.91%	85.19%	24.29%	24.96%	21.30%	3.00%	4.83%
	大學及以上	57.60%	88.12%	25.89%	31.00%	25.77%	1.31%	3.80%
	P=0.00000							
家 戶 所 得	30000 以下	40.72%	71.78%	21.13%	19.72%	17.40%	9.15%	9.41%
	30001-60000	49.20%	82.77%	21.81%	22.61%	21.22%	5.68%	4.68%
	60001-90000	54.09%	86.12%	26.33%	24.02%	26.33%	4.09%	2.85%
	90001-120000	53.00%	81.00%	23.00%	30.33%	21.33%	5.67%	5.67%
	120001 以上	53.18%	81.50%	28.32%	27.75%	23.12%	5.20%	5.78%
	P=0.00000							
職 業	工程師	44.22%	75.88%	20.10%	17.09%	18.09%	14.57%	5.03%
	公司行號負責人	55.07%	86.96%	26.09%	21.74%	26.57%	3.38%	3.38%
	專業人士	73.39%	86.24%	32.11%	31.19%	27.52%	0.92%	3.67%
	基層職員	50.58%	84.11%	20.74%	23.06%	20.74%	4.07%	3.29%
	農林漁牧	25.65%	61.26%	19.37%	10.99%	13.61%	19.37%	13.09%
	公務員	63.73%	83.42%	29.02%	30.57%	28.50%	2.59%	1.55%
	教師	61.06%	85.84%	25.66%	22.12%	25.66%	1.77%	4.42%
	學生	45.13%	82.93%	27.50%	29.20%	20.45%	4.37%	6.49%
	軍人	49.32%	67.12%	15.07%	21.92%	19.18%	12.33%	6.85%
	退休家管無業	39.91%	68.42%	19.30%	15.79%	16.67%	8.77%	13.16%
	其他	48.38%	82.67%	14.80%	20.94%	23.47%	5.42%	3.97%
	P=0.00000							

表 4-2 消保會與消基會的差異認知交叉分析

		知道	不知道	拒答
	總計	49.00%	47.56%	3.44%
性別	男	53.13%	43.94%	2.92%
	女	45.20%	50.88%	3.91%
	P=0.00032			
年齡	13-19 歲	46.77%	51.13%	2.09%
	20-29 歲	41.35%	53.63%	5.02%
	30-39 歲	57.93%	39.04%	3.02%
	40-49 歲	59.88%	37.21%	2.91%
	50-59 歲	55.33%	43.03%	1.64%
	60-64 歲	41.59%	53.10%	5.31%
	65 歲以上	36.11%	58.33%	5.56%
	P=0.00000			
教育程度	國小	39.38%	55.96%	4.66%
	國初中	52.60%	43.25%	4.15%
	高中職	50.23%	46.91%	2.87%
	五專	51.08%	44.96%	3.96%
	大學及以上	47.56%	49.44%	3.00%
	P=0.09151			
家戶所得	30000 以下	44.96%	52.56%	2.48%
	30001-60000	49.28%	48.29%	2.43%
	60001-90000	53.80%	40.11%	6.08%
	90001-120000	50.00%	44.81%	5.19%
	120001 以上	46.10%	52.60%	1.30%
	P=0.00000			
職業	工程師	53.99%	41.10%	4.91%
	公司行號負責人	49.48%	48.45%	2.06%
	專業人士	66.35%	29.81%	3.85%
	基層職員	49.69%	47.18%	3.13%
	農林漁牧	35.56%	59.26%	5.19%
	公務員	59.14%	36.56%	4.30%
	教師	55.66%	42.45%	1.89%
	學生	45.37%	51.96%	2.67%
	軍人	48.33%	48.33%	3.33%
	退休家管無業	44.26%	50.27%	5.46%
	其他	46.64%	49.80%	3.56%
	P=0.00035			

表 4-3 是否看過消保會發佈訊息的交叉分析

		有看過	沒看過	拒答
	總計	50.32%	45.04%	4.64%
性別	男	52.30%	43.53%	4.18%
	女	48.50%	46.43%	5.07%
	P=0.13434			
年齡	13-19 歲	47.82%	49.04%	3.14%
	20-29 歲	49.93%	45.05%	5.02%
	30-39 歲	53.90%	41.56%	4.53%
	40-49 歲	50.58%	43.60%	5.81%
	50-59 歲	53.28%	42.62%	4.10%
	60-64 歲	47.79%	45.13%	7.08%
	65 歲以上	47.22%	47.22%	5.56%
	P=0.45493			
教育程度	國小	43.01%	51.81%	5.18%
	國初中	50.52%	42.56%	6.92%
	高中職	49.17%	46.46%	4.37%
	五專	50.54%	44.78%	4.68%
	大學及以上	52.82%	43.30%	3.88%
	P=0.20861			
家戶所得	30000 以下	46.82%	48.68%	4.50%
	30001-60000	47.62%	48.40%	3.98%
	60001-90000	55.89%	38.21%	5.89%
	90001-120000	55.56%	41.11%	3.33%
	120001 以上	52.60%	40.26%	7.14%
	P=0.00168			
職業	工程師	51.53%	41.72%	6.75%
	公司行號負責人	57.73%	40.72%	1.55%
	專業人士	65.38%	32.69%	1.92%
	基層職員	49.69%	45.09%	5.22%
	農林漁牧	41.48%	49.63%	8.89%
	公務員	56.45%	37.63%	5.91%
	教師	51.89%	44.34%	3.77%
	學生	47.10%	49.61%	3.30%
	軍人	48.33%	46.67%	5.00%
	退休家管無業	43.17%	48.09%	8.74%
	其他	52.17%	44.66%	3.16%
	P=0.00033			

表 4-4 是否上過消保會網站之交叉分析

		有上過	沒上過	拒答
	總計	6.88%	87.60%	5.52%
性別	男	7.85%	86.88%	5.26%
	女	5.99%	88.26%	5.76%
	P=0.16788			
年齡	13-19 歲	4.36%	91.62%	4.01%
	20-29 歲	5.68%	87.71%	6.61%
	30-39 歲	10.08%	84.89%	5.04%
	40-49 歲	7.27%	87.21%	5.52%
	50-59 歲	8.61%	87.70%	3.69%
	60-64 歲	7.08%	83.19%	9.73%
	65 歲以上	13.89%	77.78%	8.33%
	P=0.00150			
教育程度	國小	6.74%	87.56%	5.70%
	國初中	7.61%	85.81%	6.57%
	高中職	6.79%	88.24%	4.98%
	五專	6.12%	88.67%	5.22%
	大學及以上	7.26%	86.98%	5.76%
	P=0.97261			
家戶所得	30000 以下	7.44%	87.44%	5.12%
	30001-60000	4.42%	91.71%	3.87%
	60001-90000	8.37%	83.08%	8.56%
	90001-120000	7.41%	87.04%	5.56%
	120001 以上	12.99%	80.52%	6.49%
	P=0.00000			
職業	工程師	9.20%	83.44%	7.36%
	公司行號負責人	10.31%	86.60%	3.09%
	專業人士	11.54%	83.65%	4.81%
	基層職員	7.10%	87.89%	5.01%
	農林漁牧	5.93%	87.41%	6.67%
	公務員	15.05%	77.96%	6.99%
	教師	7.55%	87.74%	4.72%
	學生	3.61%	91.99%	4.40%
	軍人	8.33%	80.00%	11.67%
	退休家管無業	4.92%	85.79%	9.29%
	其他	3.95%	91.30%	4.74%
	P=0.00000			

二、是否知道電視購物頻道販售的商品依法可以享有七天的猶豫期的交叉分析

交叉分析結果顯示，女性、年齡層次較輕、教育程度較高、中產階級、職業為公務員和教師的受訪者，比較知道電視購物七天內可以退貨的法律保障。卡方檢定結果則顯示，本題在所有受訪者社經變數中均具顯著差異，其交叉分析結果詳見表 4-5。

表 4-5 是否知道電視購物可享七天退貨期的交叉分析

		知道	不知道	拒答
	總計	74.00%	24.01%	1.99%
性別	男	70.85%	27.28%	1.87%
	女	77.07%	20.82%	2.11%
	P=0.00031			
年齡	13-19 歲	72.90%	25.86%	1.25%
	20-29 歲	78.91%	20.00%	1.09%
	30-39 歲	79.63%	17.10%	3.28%
	40-49 歲	75.39%	22.25%	2.36%
	50-59 歲	66.79%	31.43%	1.79%
	60-64 歲	60.99%	34.04%	4.96%
	65 歲以上	53.39%	43.22%	3.39%
	P=0.00000			
教育程度	國小	58.76%	38.32%	2.92%
	國初中	68.82%	26.76%	4.41%
	高中職	71.37%	25.99%	2.64%
	五專	77.87%	21.30%	0.83%
	大學及以上	80.64%	18.41%	0.95%
	P=0.00000			
家戶所得	30000 以下	68.56%	28.87%	2.58%
	30001-60000	75.40%	22.91%	1.69%
	60001-90000	78.29%	20.28%	1.42%
	90001-120000	75.33%	23.00%	1.67%
	120001 以上	73.99%	22.54%	3.47%
	P=0.00065			
職業	工程師	77.89%	20.60%	1.51%
	公司行號負責人	71.01%	25.60%	3.38%
	專業人士	77.06%	20.18%	2.75%
	基層職員	78.68%	20.16%	1.16%
	農林漁牧	58.64%	38.22%	3.14%
	公務員	83.42%	15.03%	1.55%
	教師	82.30%	15.04%	2.65%
	學生	73.20%	25.67%	1.13%
	軍人	76.71%	20.55%	2.74%
	退休家管無業	60.96%	35.09%	3.95%
	其他	76.17%	21.66%	2.17%
	P=0.00000			

三、是否了解無過失主義意義的交叉分析

本題為了解受訪者消費意識程度的第三個問項。交叉分析的結果發現，男女性在此題的回應比例十分接近，65 歲以上長者、國小以下程度、家戶所得在 30000 以下、以及職業為農林漁牧或退休家管無業者，對於無過失主義的內涵較不了解。卡方檢定結果亦顯示，除性別外，其餘各項社經變數再此題中均產生顯著性差異。詳細交叉分析結果見表 4-6。

表 4-6 是否了解無過失主義的交叉分析

		知道	不知道	拒答
	總計	49.91%	47.03%	3.06%
性別	男	50.47%	46.30%	3.23%
	女	49.37%	47.75%	2.88%
	P=0.68345			
年齡	13-19 歲	50.93%	46.42%	2.65%
	20-29 歲	50.18%	47.88%	1.94%
	30-39 歲	52.69%	43.09%	4.22%
	40-49 歲	52.88%	43.46%	3.66%
	50-59 歲	51.79%	46.07%	2.14%
	60-64 歲	40.43%	51.77%	7.80%
	65 歲以上	29.66%	66.95%	3.39%
	P=0.00000			
教育程度	國小	34.31%	61.68%	4.01%
	國初中	48.24%	46.47%	5.29%
	高中職	47.10%	48.68%	4.22%
	五專	52.41%	45.76%	1.83%
	大學及以上	56.41%	41.92%	1.66%
	P=0.00000			
家戶所得	30000 以下	44.97%	51.16%	3.87%
	30001-60000	49.20%	47.71%	3.09%
	60001-90000	57.47%	40.75%	1.78%
	90001-120000	48.33%	49.67%	2.00%
	120001 以上	54.34%	40.46%	5.20%
	P=0.00029			
職業	工程師	52.76%	44.72%	2.51%
	公司行號負責人	48.31%	45.89%	5.80%
	專業人士	58.72%	38.53%	2.75%
	基層職員	51.94%	45.93%	2.13%
	農林漁牧	34.03%	60.73%	5.24%
	公務員	63.21%	35.75%	1.04%
	教師	53.10%	42.48%	4.42%
	學生	50.78%	47.11%	2.12%
	軍人	52.05%	46.58%	1.37%
	退休家管無業	39.04%	55.70%	5.26%
	其他	48.38%	48.01%	3.61%
	P=0.00000			

四、是否了解廠商有依廣告內容給付責任的交叉分析

本題為了解受訪者消費意識程度的第四個問項。交叉分析結果顯示，性別在此一問項中的反應差距仍十分有限，年齡則以六十五歲以上、教育程度為國小、家戶所得收入在 30000 以下、且職業為農林漁牧及退休家管無業之受訪者，較不了解廠商必須依廣告內容給付實物的規定。卡方分析檢定則顯示，除性別外，其他各項社經變數在本題中均具顯著性差異。詳細交叉分析結果見表 4-7。

表 4-7 是否知道廠商有依廣告內容給付的責任之交叉分析

		知道	不知道	拒答
	總計	59.08%	38.01%	2.91%
性別	男	57.36%	39.77%	2.87%
	女	60.76%	36.29%	2.95%
	P=0.16198			
年齡	13-19 歲	59.03%	37.54%	3.43%
	20-29 歲	60.73%	37.09%	2.18%
	30-39 歲	61.83%	34.89%	3.28%
	40-49 歲	62.04%	34.82%	3.14%
	50-59 歲	58.21%	39.29%	2.50%
	60-64 歲	50.35%	45.39%	4.26%
	65 歲以上	40.68%	56.78%	2.54%
	P=0.00398			
教育程度	國小	45.62%	51.46%	2.92%
	國初中	52.06%	42.94%	5.00%
	高中職	56.60%	39.97%	3.43%
	五專	61.73%	36.44%	1.83%
	大學及以上	66.63%	31.00%	2.38%
	P=0.00000			
家戶所得	30000 以下	53.22%	43.17%	3.61%
	30001-60000	60.76%	36.55%	2.69%
	60001-90000	61.74%	35.94%	2.31%
	90001-120000	61.00%	37.33%	1.67%
	120001 以上	63.58%	31.21%	5.20%
	P=0.00478			
職業	工程師	58.29%	39.20%	2.51%
	公司行號負責人	61.35%	34.78%	3.86%
	專業人士	66.06%	30.28%	3.67%
	基層職員	64.53%	33.14%	2.33%
	農林漁牧	42.41%	53.93%	3.66%
	公務員	66.32%	30.05%	3.63%
	教師	64.60%	30.97%	4.42%
	學生	59.24%	37.66%	3.10%
	軍人	56.16%	43.84%	0.00%
	退休家管無業	46.93%	50.44%	2.63%
	其他	59.57%	38.27%	2.17%
	P=0.00001			

五、是否知道各主管機關已協助訂定了各類定型化契約之交叉分析

本題交叉分析結果顯示，性別仍為不明顯的反應變數。其餘各項則和先前題型的答案類似，都是高齡者、低教育程度、低所得、無業或從事農林漁牧業的受訪者，較不了解定型化契約的意義。此外，學生族群亦為不知道定型化契約比例較高者。經卡方分析檢定，除性別外，各項社經變數與是否知道定型化契約均有顯著差異。本題詳細交叉分析結果見表 4-8。

表 4-8 是否知道定型化契約之交叉分析

		知道	不知道	拒答
	總計	43.69%	52.97%	3.34%
性別	男	44.44%	51.97%	3.59%
	女	42.97%	53.94%	3.09%
	P=0.50245			
年齡	13-19 歲	41.12%	55.30%	3.58%
	20-29 歲	40.85%	56.48%	2.67%
	30-39 歲	52.46%	43.56%	3.98%
	40-49 歲	49.74%	46.60%	3.66%
	50-59 歲	44.64%	54.64%	0.71%
	60-64 歲	39.72%	54.61%	5.67%
	65 歲以上	28.81%	64.41%	6.78%
	P=0.00000			
教育程度	國小	31.75%	63.50%	4.74%
	國初中	43.24%	52.35%	4.41%
	高中職	43.54%	52.77%	3.69%
	五專	45.59%	51.08%	3.33%
	大學及以上	46.56%	51.31%	2.14%
	P=0.00199			
家戶所得	30000 以下	36.86%	59.02%	4.12%
	30001-60000	43.13%	54.28%	2.59%
	60001-90000	50.89%	46.09%	3.02%
	90001-120000	50.00%	46.67%	3.33%
	120001 以上	43.35%	51.45%	5.20%
	P=0.00000			
職業	工程師	54.77%	42.71%	2.51%
	公司行號負責人	45.41%	49.28%	5.31%
	專業人士	42.20%	53.21%	4.59%
	基層職員	50.58%	46.71%	2.71%
	農林漁牧	35.08%	62.83%	2.09%
	公務員	46.11%	51.81%	2.07%
	教師	48.67%	47.79%	3.54%
	學生	38.79%	57.69%	3.53%
	軍人	43.84%	54.79%	1.37%
	退休家管無業	37.28%	60.09%	2.63%
	其他	42.24%	52.35%	5.42%
	P=0.00022			

六、是否曾經聽過消費者三不運動

整體而言，聽過消費者三不運動之受訪者比例偏低。交叉分析結果則顯示，男性、60-64 歲、大學及以上學歷、家戶所得在 120001 以上、職業為軍人之受訪者聽過消費者三不運動的比例較高。而經卡方檢定，各項社經變數均在本題中產生顯著性差異。詳細交叉分析結果見表 4-9。

本問項之延伸問題為消費新生活運動。在聽過消費者三不運動的受訪者中，有少部分受訪者還聽過消費新生活運動。其中以男性、年齡在六十五歲以上、學歷為高中職、所得在 120001 以上，職業為公務員和專業人士聽過的比例較高。經卡方檢定顯示，本延伸問項僅在家戶所得和職業類別兩社經變數中產生顯著性差異。本題交叉分析結果詳見表 4-10。

表 4-9 是否聽過消費者三不運動之交叉分析

		聽過	沒聽過	拒答
	總計	26.50%	70.73%	2.77%
性別	男	30.22%	66.69%	3.09%
	女	22.86%	74.68%	2.46%
	P=0.00000			
年齡	13-19 歲	37.54%	60.59%	1.87%
	20-29 歲	8.00%	89.33%	2.67%
	30-39 歲	29.04%	67.21%	3.75%
	40-49 歲	36.65%	60.73%	2.62%
	50-59 歲	39.29%	59.29%	1.43%
	60-64 歲	43.26%	50.35%	6.38%
	65 歲以上	3.39%	92.37%	4.24%
	P=0.00000			
教育程度	國小	24.82%	71.53%	3.65%
	國初中	31.47%	64.71%	3.82%
	高中職	22.96%	74.41%	2.64%
	五專	20.47%	77.04%	2.50%
	大學及以上	32.54%	65.08%	2.38%
	P=0.00000			
家戶所得	30000 以下	24.10%	72.29%	3.61%
	30001-60000	27.29%	70.92%	1.79%
	60001-90000	25.98%	70.11%	3.91%
	90001-120000	27.00%	72.00%	1.00%
	120001 以上	33.53%	62.43%	4.05%
	P=0.01117			
職業	工程師	25.63%	70.35%	4.02%
	公司行號負責人	23.67%	74.88%	1.45%
	專業人士	22.94%	73.39%	3.67%
	基層職員	22.29%	74.81%	2.91%
	農林漁牧	28.80%	69.11%	2.09%
	公務員	19.17%	78.24%	2.59%
	教師	18.58%	80.53%	0.88%
	學生	30.89%	67.42%	1.69%
	軍人	38.36%	56.16%	5.48%
	退休家管無業	30.70%	64.91%	4.39%
	其他	27.44%	68.23%	4.33%
	P=0.00083			

表 4-10 是否聽過消費新生活運動之交叉分析

		知道	不知道	拒答
	總計	34.64%	63.34%	2.02%
性別	男	33.73%	64.11%	2.15%
	女	35.80%	62.35%	1.85%
	P=0.81954			
年齡	13-19 歲	30.00%	69.58%	0.42%
	20-29 歲	36.36%	60.61%	3.03%
	30-39 歲	40.65%	55.28%	4.07%
	40-49 歲	37.14%	59.29%	3.57%
	50-59 歲	33.94%	66.06%	0.00%
	60-64 歲	33.33%	63.33%	3.33%
	65 歲以上	50.00%	50.00%	0.00%
	P=0.24561			
教育程度	國小	25.00%	72.06%	2.94%
	國初中	33.96%	64.15%	1.89%
	高中職	41.04%	57.80%	1.16%
	五專	33.88%	61.98%	4.13%
	大學及以上	33.58%	64.96%	1.46%
	P=0.27668			
家戶所得	30000 以下	40.54%	58.38%	1.08%
	30001-60000	26.84%	71.32%	1.84%
	60001-90000	37.67%	58.22%	4.11%
	90001-120000	33.33%	66.67%	0.00%
	120001 以上	46.55%	50.00%	3.45%
	P=0.01087			
職業	工程師	35.29%	58.82%	5.88%
	公司行號負責人	39.58%	58.33%	2.08%
	專業人士	52.00%	40.00%	8.00%
	基層職員	38.05%	60.18%	1.77%
	農林漁牧	20.00%	78.18%	1.82%
	公務員	54.05%	45.95%	0.00%
	教師	23.81%	71.43%	4.76%
	學生	28.77%	70.78%	0.46%
	軍人	42.86%	50.00%	7.14%
	退休家管無業	35.71%	62.86%	1.43%
	其他	37.33%	61.33%	1.33%
	P=0.00692			

七、是否曾經參加過消費者保護的活動

交叉分析結果發現，曾經參加過相關活動的受訪者比例甚低。其中以男性、40-49 歲、學歷為高中職、家戶所得在 120001 以上、職業為專業人士和公務員的比例稍高，但至多僅在 10% 上下。卡方檢定結果顯示，所有社經變數均再本題中產生顯著性差異，其結果詳見表 4-11。

本題的延伸問項為受訪者曾經參加的活動種類。交叉分析結果顯示，各類活動參與人數分佈較無規律，故經卡方檢定測試，各社經變相均無顯著差異性；但由於本題為複選題，此一檢定結果不具統計意義。詳細分析結果見表 4-12。

表 4-11 是否曾經參加過消費者保護的活動

		有	沒有	拒答
	總計	6.04%	90.69%	3.27%
性別	男	6.96%	89.23%	3.80%
	女	5.13%	92.12%	2.74%
	P=0.03052			
年齡	13-19 歲	4.98%	92.06%	2.96%
	20-29 歲	3.52%	94.79%	1.70%
	30-39 歲	8.43%	86.89%	4.68%
	40-49 歲	9.16%	88.22%	2.62%
	50-59 歲	6.79%	90.36%	2.86%
	60-64 歲	7.80%	82.27%	9.93%
	65 歲以上	6.78%	87.29%	5.93%
	P=0.00000			
教育程度	國小	7.66%	87.96%	4.38%
	國初中	7.94%	87.35%	4.71%
	高中職	6.86%	89.18%	3.96%
	五專	5.16%	91.85%	3.00%
	大學及以上	4.63%	93.47%	1.90%
	P=0.01777			
家戶所得	30000 以下	5.15%	90.34%	4.51%
	30001-60000	4.78%	93.43%	1.79%
	60001-90000	7.47%	88.26%	4.27%
	90001-120000	6.33%	92.33%	1.33%
	120001 以上	12.14%	81.50%	6.36%
	P=0.00000			
職業	工程師	7.04%	87.44%	5.53%
	公司行號負責人	8.70%	88.41%	2.90%
	專業人士	12.84%	81.65%	5.50%
	基層職員	5.23%	92.05%	2.71%
	農林漁牧	4.19%	92.15%	3.66%
	公務員	10.36%	86.53%	3.11%
	教師	6.19%	92.04%	1.77%
	學生	3.95%	93.37%	2.68%
	軍人	4.11%	93.15%	2.74%
	退休家管無業	7.46%	88.16%	4.39%
	其他	5.05%	91.70%	3.25%
	P=0.01498			

表 4-12 曾經參加過的活動種類交叉分析

		參加宣 導活動	擔任消 保志工	教育訓練	民間團體 的活動	選修相 關課程	其他	不知道
	總計	22.35%	14.12%	16.47%	24.71%	17.65%	1.18%	27.65%
性別	男	25.77%	13.40%	18.56%	22.68%	17.53%	1.03%	27.84%
	女	17.81%	15.07%	13.70%	27.40%	17.81%	1.37%	27.40%
	P=0.90373							
年齡	13-19 歲	28.13%	12.50%	18.75%	25.00%	18.75%	0.00%	34.38%
	20-29 歲	24.14%	17.24%	10.34%	24.14%	13.79%	3.45%	37.93%
	30-39 歲	19.44%	19.44%	19.44%	27.78%	19.44%	0.00%	19.44%
	40-49 歲	14.29%	8.57%	25.71%	28.57%	14.29%	2.86%	22.86%
	50-59 歲	21.05%	10.53%	15.79%	26.32%	21.05%	0.00%	21.05%
	60-64 歲	36.36%	9.09%	0.00%	9.09%	18.18%	0.00%	27.27%
	65 歲以上	25.00%	25.00%	0.00%	12.50%	25.00%	0.00%	37.50%
	P=0.99776							
教育程度	國小	19.05%	4.76%	4.76%	14.29%	23.81%	0.00%	33.33%
	國初中	18.52%	25.93%	25.93%	18.52%	25.93%	3.70%	14.81%
	高中職	15.38%	17.31%	9.62%	26.92%	13.46%	0.00%	38.46%
	五專	22.58%	9.68%	29.03%	25.81%	12.90%	0.00%	22.58%
	大學及以上	35.90%	10.26%	15.38%	30.77%	17.95%	2.56%	23.08%
	P=0.29130							
家戶所得	30000 以下	32.50%	20.00%	5.00%	20.00%	7.50%	2.50%	35.00%
	30001-60000	12.50%	8.33%	12.50%	27.08%	16.67%	2.08%	29.17%
	60001-90000	23.81%	14.29%	23.81%	21.43%	19.05%	0.00%	19.05%
	90001-120000	21.05%	15.79%	31.58%	36.84%	21.05%	0.00%	26.32%
	120001 以上	23.81%	14.29%	19.05%	23.81%	33.33%	0.00%	28.57%
	P=0.64403							
職業	工程師	21.43%	7.14%	28.57%	7.14%	28.57%	0.00%	71.43%
	公司行號負責人	22.22%	16.67%	22.22%	22.22%	22.22%	0.00%	22.22%
	專業人士	35.71%	14.29%	14.29%	7.14%	35.71%	0.00%	21.43%
	基層職員	7.41%	11.11%	14.81%	22.22%	14.81%	0.00%	25.93%
	農林漁牧	25.00%	12.50%	12.50%	25.00%	12.50%	0.00%	25.00%
	公務員	15.00%	10.00%	25.00%	35.00%	20.00%	10.00%	10.00%
	教師	14.29%	57.14%	0.00%	42.86%	14.29%	0.00%	0.00%
	學生	32.14%	10.71%	25.00%	28.57%	21.43%	0.00%	25.00%
	軍人	33.33%	0.00%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	66.67%
	退休家管無業	29.41%	11.76%	0.00%	41.18%	0.00%	0.00%	29.41%
	其他	21.43%	21.43%	7.14%	14.29%	7.14%	0.00%	35.71%
	P=0.63124							

第二節 消費行為交叉分析與說明

一、購買商品和服務時會考慮的條件

本題為消費行為問項的第一個題目，其設計亦為複選題。交叉分析的結果顯示，性別在依商品條件進行選擇時似乎並不發生影響，但年輕族群似乎較易受到同儕和廣告影響，年紀大的長者則較最在意價格。學歷較高的受訪者在經濟能力、個人喜好、服務態度、產品安全性等屬性中回應比例較高，而所得較高的受訪者則最不在意價格。這些反應和先驗常識十分接近。由於本題亦為複選題，卡方檢定無統計上意義，僅供參考。其結果顯示，除性別外，其餘各項社經變數均在受訪者考慮商品條件時產生顯著性差異。詳細交叉分析結果見表 4-13。

表 4-13 消費時考慮商品及服務條件之交叉分析

		價格	包裝	品質	售後服務	實用性	品牌	流行	安全性	廣告	服務態度	經濟能力	個人喜好	親友推薦	同儕比較	其他	不知道	拒答
	總計	82.70%	46.18%	73.14%	54.99%	66.64%	35.70%	27.21%	45.93%	17.48%	44.58%	57.19%	48.35%	31.51%	11.15%	0.46%	1.35%	1.67%
性別	男	80.26%	45.44%	70.14%	55.28%	63.24%	33.96%	26.06%	44.08%	16.87%	41.35%	53.12%	43.43%	29.86%	10.19%	0.50%	1.58%	1.94%
	女	85.09%	46.91%	76.09%	54.71%	69.97%	37.41%	28.34%	47.75%	18.07%	47.75%	61.18%	53.16%	33.12%	12.10%	0.42%	1.13%	1.41%
	P=0.42293																	
年齡	13-19 歲	86.92%	55.14%	78.04%	45.48%	67.76%	38.63%	38.32%	44.55%	19.00%	46.88%	64.80%	61.53%	33.80%	19.47%	0.78%	1.71%	1.25%
	20-29 歲	83.27%	50.18%	74.55%	57.82%	70.67%	41.45%	31.76%	46.55%	18.91%	47.52%	59.88%	55.39%	31.03%	12.12%	0.36%	0.61%	0.61%
	30-39 歲	83.37%	40.52%	74.94%	63.00%	66.04%	34.66%	19.67%	48.71%	17.56%	44.50%	53.16%	39.58%	27.63%	7.49%	0.23%	0.94%	2.58%
	40-49 歲	80.63%	34.82%	71.73%	63.61%	66.75%	34.03%	18.85%	50.79%	16.49%	43.98%	55.50%	37.43%	29.84%	5.50%	0.52%	1.05%	0.79%
	50-59 歲	76.43%	40.00%	65.71%	54.29%	62.50%	25.71%	16.07%	45.36%	13.57%	39.29%	46.43%	35.71%	35.00%	4.64%	0.36%	2.14%	2.14%
	60-64 歲	78.72%	45.39%	65.96%	48.23%	54.61%	24.82%	21.28%	38.30%	14.18%	34.04%	53.19%	34.04%	29.08%	10.64%	0.71%	2.84%	7.09%
	65 歲以上	79.66%	42.37%	61.02%	39.83%	58.47%	25.42%	22.88%	33.90%	15.25%	38.98%	47.46%	41.53%	36.44%	6.78%	0.00%	3.39%	3.39%
	P=0.00000																	
教育程度	國小	80.66%	43.43%	62.77%	42.34%	59.85%	25.91%	17.88%	36.50%	17.52%	34.67%	45.26%	39.05%	36.50%	7.66%	0.00%	3.28%	3.28%
	國初中	76.18%	34.71%	66.47%	54.71%	63.24%	30.00%	19.12%	46.47%	15.29%	37.35%	51.47%	34.12%	29.12%	6.47%	0.29%	2.65%	2.35%
	高中職	79.95%	42.35%	67.68%	54.75%	60.55%	32.06%	25.46%	44.59%	14.91%	40.77%	52.11%	39.97%	25.20%	9.23%	0.13%	1.45%	1.98%
	五專	83.69%	44.76%	77.54%	57.40%	70.72%	38.77%	28.95%	46.59%	18.14%	49.42%	61.40%	54.91%	35.11%	11.81%	0.50%	0.83%	1.33%
	大學及以上	87.77%	56.18%	81.00%	57.72%	72.80%	42.28%	33.85%	49.52%	20.19%	50.71%	64.96%	59.98%	33.97%	15.44%	0.95%	0.48%	0.83%
	P=0.00000																	
家戶所得	30000 以下	81.83%	43.69%	67.78%	51.68%	62.50%	28.22%	26.16%	44.85%	14.30%	40.98%	54.25%	46.26%	29.25%	12.89%	0.52%	2.45%	2.32%
	30001-60000	86.45%	47.31%	76.79%	56.97%	68.03%	35.06%	26.00%	47.01%	17.53%	47.21%	60.46%	48.01%	31.67%	10.36%	0.20%	0.50%	1.20%
	60001-90000	80.25%	46.44%	70.11%	54.45%	67.97%	39.32%	26.87%	43.77%	19.40%	42.35%	59.25%	50.18%	31.85%	10.14%	0.00%	0.89%	1.25%
	90001-120000	81.67%	49.00%	78.33%	58.00%	69.67%	43.00%	28.33%	50.33%	20.67%	47.33%	54.67%	53.33%	36.67%	7.67%	0.67%	1.33%	1.33%
	120001 以上	74.57%	45.09%	76.88%	54.91%	67.63%	48.55%	38.15%	43.93%	19.65%	47.98%	49.13%	45.09%	30.64%	17.34%	2.89%	2.89%	3.47%
	P=0.00011																	
職業	工程師	78.89%	39.70%	71.86%	58.79%	66.33%	37.69%	28.14%	51.76%	19.60%	39.70%	49.25%	40.20%	24.62%	10.05%	1.01%	0.50%	1.01%
	公司行號負責人	80.19%	47.34%	76.33%	64.73%	65.22%	40.58%	31.88%	49.76%	21.74%	51.69%	56.04%	48.31%	32.85%	10.63%	0.48%	0.97%	3.38%
	專業人士	84.40%	58.72%	78.90%	64.22%	71.56%	47.71%	35.78%	45.87%	24.77%	46.79%	64.22%	56.88%	35.78%	15.60%	0.00%	1.83%	2.75%
	基層職員	84.69%	44.77%	76.94%	62.60%	69.38%	39.34%	24.22%	45.16%	15.31%	46.71%	53.29%	44.38%	27.91%	8.14%	0.39%	0.58%	1.36%
	農林漁牧	80.63%	37.70%	60.73%	46.60%	60.73%	24.08%	15.71%	35.60%	14.14%	30.37%	50.26%	32.46%	35.60%	8.90%	0.52%	1.57%	1.57%
	公務員	77.72%	41.45%	65.80%	56.48%	61.14%	36.79%	22.80%	45.60%	15.54%	41.45%	51.81%	44.04%	32.12%	6.74%	0.52%	2.59%	2.07%
	教師	85.84%	44.25%	80.53%	61.06%	75.22%	37.17%	23.01%	53.98%	19.47%	53.10%	64.60%	57.52%	37.17%	9.73%	0.00%	0.88%	2.65%
	學生	86.32%	53.46%	77.15%	46.83%	68.97%	38.22%	36.81%	44.71%	17.77%	48.24%	64.32%	62.06%	33.71%	18.48%	0.71%	1.27%	0.99%
	軍人	79.45%	53.42%	72.60%	58.90%	60.27%	38.36%	27.40%	42.47%	17.81%	36.99%	52.05%	54.79%	32.88%	12.33%	0.00%	0.00%	0.00%
	退休家管無業	78.95%	37.28%	59.21%	45.18%	62.28%	20.18%	15.79%	44.30%	15.79%	33.33%	50.88%	33.77%	28.51%	5.26%	0.44%	3.07%	3.07%
	其他	81.23%	44.40%	74.37%	57.40%	64.62%	31.41%	22.74%	49.82%	17.33%	48.38%	62.09%	43.68%	31.41%	7.22%	0.00%	1.81%	1.44%
	P=0.00006																	

二、有無和業者簽訂定型化契約經驗之交叉分析

本題為消費行為問項的第二題。交叉分析結果發現，男性簽過定型化契約之比例稍高於女性。而年輕族群和年長族群簽約的經驗明顯少於中年族群。此外，五專學歷的簽約經驗較多，家戶所得在 60001-90000 及 120001 以上者亦有較多簽約的經驗。職業為學生的最少，基層職員的較多。經卡方檢定，不同年齡、學歷、家戶所得、及職業別之受訪者，在有無簽過定型化契約的經驗上產生顯著性的差異。詳細交叉分析見表 4-14。

針對有簽過定型化契約的受訪者，本調查延伸另一問項，詢問其簽約時會注意的事項。年輕族群和年長族群不會注意任何事項的比例較中年族群為高，大學以上學歷之受訪者較注意條文內容語意清晰程度和公平性，高中職學歷的受訪者則較在意自身權益是否獲得保障。

而針對不注意定型化契約內容的受訪者，本調查另行延伸一問項詢問其不注意的原因。交叉分析結果發現，男性認為不習慣和太麻煩的比例較高，女性則是認為字太小和內容難懂。其餘各類族群反應較不明確，故無法顯現其差異性。卡方檢定亦顯現此一結果。為本題為複選題，卡方檢定並無統計上的意義。此二延伸題之詳細交叉分析見表 4-15 及 4-16。

表 4-14 是否簽過定型化契約之交叉分析

		有	沒有	拒答
	總計	27.14%	69.31%	3.55%
性別	男	28.43%	67.34%	4.24%
	女	25.88%	71.24%	2.88%
	P=0.03253			
年齡	13-19 歲	15.58%	81.00%	3.43%
	20-29 歲	24.36%	72.73%	2.91%
	30-39 歲	38.17%	59.02%	2.81%
	40-49 歲	38.22%	58.12%	3.66%
	50-59 歲	30.71%	65.00%	4.29%
	60-64 歲	30.50%	60.99%	8.51%
	65 歲以上	21.19%	75.42%	3.39%
	P=0.00000			
教育程度	國小	24.82%	70.44%	4.74%
	國初中	28.24%	66.76%	5.00%
	高中職	25.20%	70.84%	3.96%
	五專	30.28%	67.05%	2.66%
	大學及以上	26.96%	70.19%	2.85%
	P=0.19790			
家戶所得	30000 以下	21.39%	73.58%	5.03%
	30001-60000	27.39%	69.62%	2.99%
	60001-90000	32.03%	65.66%	2.31%
	90001-120000	28.67%	69.33%	2.00%
	120001 以上	32.95%	60.12%	6.94%
	P=0.00000			
職業	工程師	29.15%	67.84%	3.02%
	公司行號負責人	32.85%	60.87%	6.28%
	專業人士	33.03%	63.30%	3.67%
	基層職員	34.88%	62.21%	2.91%
	農林漁牧	24.61%	70.16%	5.24%
	公務員	30.05%	66.84%	3.11%
	教師	27.43%	70.80%	1.77%
	學生	16.64%	80.11%	3.24%
	軍人	24.66%	72.60%	2.74%
	退休家管無業	24.56%	70.61%	4.82%
	其他	33.94%	63.18%	2.89%
	P=0.00000			

表 4-15 簽約時會注意事項之交叉分析

		不會注意	字體是否清楚	條款是否語意不清	業者是否逐條說明	是否可帶回審閱	條款是否公平	有無違背法規	是否保障自身權益	其他	拒答
	總計	31.28%	32.07%	41.62%	38.87%	31.41%	50.00%	21.07%	59.82%	1.05%	2.09%
性別	男	30.05%	32.58%	45.20%	40.91%	33.33%	52.78%	23.74%	59.34%	1.26%	1.01%
	女	32.61%	31.52%	37.77%	36.68%	29.35%	47.01%	18.21%	60.33%	0.82%	3.26%
	P=0.29235										
年齡	13-19 歲	40.00%	27.00%	39.00%	41.00%	23.00%	41.00%	20.00%	58.00%	0.00%	1.00%
	20-29 歲	25.37%	34.33%	40.80%	43.78%	31.34%	51.24%	19.40%	68.66%	1.49%	1.49%
	30-39 歲	26.38%	29.45%	39.88%	39.26%	33.74%	52.15%	20.25%	58.28%	0.61%	2.45%
	40-49 歲	30.82%	35.62%	45.89%	36.99%	34.93%	56.16%	26.03%	60.96%	0.68%	2.74%
	50-59 歲	37.21%	36.05%	41.86%	32.56%	24.42%	48.84%	15.12%	50.00%	3.49%	1.16%
	60-64 歲	39.53%	23.26%	39.53%	30.23%	41.86%	44.19%	25.58%	53.49%	0.00%	4.65%
	65 歲以上	44.00%	32.00%	48.00%	36.00%	36.00%	40.00%	28.00%	44.00%	0.00%	4.00%
	P=0.87957										
教育程度	國小	38.24%	26.47%	38.24%	32.35%	27.94%	41.18%	13.24%	39.71%	2.94%	5.88%
	國初中	43.75%	29.17%	39.58%	28.13%	33.33%	44.79%	16.67%	55.21%	2.08%	1.04%
	高中職	29.84%	30.37%	35.60%	36.65%	29.84%	45.55%	20.42%	56.02%	0.52%	2.09%
	五專	30.22%	29.12%	39.56%	40.11%	29.12%	52.75%	21.43%	62.64%	0.00%	3.30%
	大學及以上	25.99%	38.77%	50.22%	46.26%	34.80%	56.39%	25.55%	68.72%	1.32%	0.44%
	P=0.24155										
家戶所得	30000 以下	32.53%	30.72%	42.77%	34.94%	33.13%	46.99%	22.29%	60.84%	1.20%	2.41%
	30001-60000	30.91%	28.00%	34.55%	36.73%	29.82%	49.45%	18.91%	59.64%	0.73%	1.82%
	60001-90000	32.78%	33.33%	45.00%	41.67%	27.78%	52.22%	21.67%	60.56%	0.56%	1.11%
	90001-120000	30.23%	40.70%	45.35%	44.19%	36.05%	54.65%	18.60%	59.30%	1.16%	4.65%
	120001 以上	26.32%	38.60%	56.14%	43.86%	38.60%	47.37%	29.82%	56.14%	3.51%	1.75%
	P=0.98081										
職業	工程師	24.14%	31.03%	46.55%	41.38%	43.10%	58.62%	22.41%	62.07%	3.45%	3.45%
	公司行號負責人	23.53%	38.24%	44.12%	42.65%	33.82%	55.88%	23.53%	60.29%	0.00%	2.94%
	專業人士	25.00%	30.56%	41.67%	36.11%	38.89%	58.33%	19.44%	55.56%	0.00%	5.56%
	基層職員	32.22%	27.78%	41.11%	40.00%	27.78%	51.67%	23.33%	62.78%	1.11%	1.11%
	農林漁牧	46.81%	27.66%	34.04%	21.28%	27.66%	34.04%	12.77%	51.06%	0.00%	2.13%
	公務員	24.14%	44.83%	44.83%	46.55%	41.38%	60.34%	27.59%	63.79%	0.00%	1.72%
	教師	22.58%	45.16%	54.84%	41.94%	29.03%	54.84%	19.35%	77.42%	3.23%	0.00%
	學生	33.90%	27.97%	37.29%	39.83%	25.42%	44.07%	16.95%	61.86%	0.00%	1.69%
	軍人	27.78%	22.22%	50.00%	38.89%	27.78%	50.00%	16.67%	50.00%	0.00%	0.00%
	退休家管無業	41.07%	41.07%	33.93%	37.50%	28.57%	42.86%	25.00%	53.57%	0.00%	0.00%
	其他	32.98%	28.72%	43.62%	36.17%	32.98%	45.74%	19.15%	53.19%	3.19%	4.26%
	P=0.99839										

表 4-16 簽約時不注意契約內容的原因交叉分析

		沒習慣 去注意	太麻煩	字太小或位 置不明顯	沒想到 要注意	法律文字 難以理解	業者知名度 高無須注意	不知道要 注意什麼	其它	拒答
	總計	38.08%	79.50%	43.10%	13.81%	46.03%	16.74%	23.85%	2.93%	3.77%
性別	男	42.02%	80.67%	39.50%	14.29%	42.02%	17.65%	25.21%	3.36%	1.68%
	女	34.17%	78.33%	46.67%	13.33%	50.00%	15.83%	22.50%	2.50%	5.83%
	P=0.67412									
年齡	13-19 歲	42.50%	67.50%	42.50%	17.50%	32.50%	12.50%	22.50%	2.50%	5.00%
	20-29 歲	43.14%	82.35%	41.18%	13.73%	47.06%	17.65%	35.29%	1.96%	5.88%
	30-39 歲	34.88%	93.02%	44.19%	23.26%	53.49%	20.93%	20.93%	2.33%	4.65%
	40-49 歲	42.22%	82.22%	33.33%	8.89%	44.44%	13.33%	17.78%	2.22%	2.22%
	50-59 歲	34.38%	84.38%	53.13%	15.63%	56.25%	28.13%	21.88%	3.13%	0.00%
	60-64 歲	29.41%	58.82%	52.94%	0.00%	47.06%	11.76%	11.76%	5.88%	5.88%
	65 歲以上	18.18%	63.64%	45.45%	0.00%	36.36%	0.00%	36.36%	9.09%	0.00%
	P=0.99868									
教育 程度	國小	34.62%	69.23%	50.00%	3.85%	38.46%	11.54%	23.08%	7.69%	3.85%
	國初中	35.71%	80.95%	35.71%	16.67%	50.00%	23.81%	19.05%	4.76%	2.38%
	高中職	54.39%	73.68%	40.35%	17.54%	45.61%	22.81%	26.32%	3.51%	3.51%
	五專	20.00%	89.09%	56.36%	10.91%	65.45%	5.45%	27.27%	0.00%	1.82%
	大學及以上	42.37%	79.66%	35.59%	15.25%	28.81%	18.64%	22.03%	1.69%	6.78%
	P=0.24771									
家 戶 所 得	30000 以下	35.19%	75.93%	48.15%	22.22%	44.44%	14.81%	27.78%	3.70%	7.41%
	30001-60000	40.00%	80.00%	38.82%	10.59%	42.35%	12.94%	22.35%	3.53%	3.53%
	60001-90000	38.98%	81.36%	30.51%	11.86%	54.24%	20.34%	16.95%	1.69%	0.00%
	90001-120000	42.31%	80.77%	61.54%	15.38%	34.62%	19.23%	26.92%	0.00%	3.85%
	120001 以上	26.67%	80.00%	66.67%	6.67%	60.00%	26.67%	40.00%	6.67%	6.67%
	P=0.95597									
職 業	工程師	35.71%	78.57%	57.14%	7.14%	57.14%	14.29%	42.86%	0.00%	7.14%
	公司行號負責	50.00%	68.75%	56.25%	18.75%	56.25%	31.25%	25.00%	6.25%	0.00%
	專業人士	55.56%	77.78%	44.44%	33.33%	44.44%	66.67%	22.22%	11.11%	0.00%
	基層職員	32.76%	84.48%	37.93%	12.07%	50.00%	13.79%	17.24%	0.00%	1.72%
	農林漁牧	27.27%	72.73%	40.91%	4.55%	36.36%	13.64%	18.18%	9.09%	4.55%
	公務員	28.57%	100.00%	35.71%	28.57%	85.71%	21.43%	35.71%	7.14%	7.14%
	教師	57.14%	100.00%	28.57%	0.00%	28.57%	0.00%	28.57%	0.00%	0.00%
	學生	37.50%	75.00%	47.50%	15.00%	37.50%	15.00%	25.00%	0.00%	5.00%
	軍人	20.00%	80.00%	80.00%	40.00%	40.00%	20.00%	60.00%	0.00%	20.00%
	退休家管無業	43.48%	69.57%	43.48%	13.04%	34.78%	8.70%	34.78%	0.00%	4.35%
	其他	45.16%	80.65%	35.48%	9.68%	41.94%	12.90%	9.68%	6.45%	3.23%
	P=0.99569									

三、進出公共場所時會注意的公共安全事項

本題為消費行為問項的第三題。交叉分析結果發現，老年受訪者較不會注意公共安全，學歷低，職業為農林漁牧者也有較高的比例顯示其並不注意公共安全。此外，年輕人似乎重視消防設備和逃生設備，高所得的受訪者較注意安全，教師則較注意逃生通道和逃生設備。由於本題為複選，卡方檢定在統計上無意義，僅供參考。詳細交叉分析結果見表 4-17。

本題另有一延伸問項詢問不會注意公共安全的受訪者，結果發現女性表示沒習慣，男性表示太麻煩的比例較高。此外，19 歲以下的年輕受訪者也有許多人表示沒有習慣。而此題亦為複選，卡方檢定意義不大，其數值僅供參考。詳細交叉分析結果見表 4-18。

表 4-17 進出公共場所是否會注意安全之交叉分析

		不會注意	是否逃生 不易	有無緊急 消防設備	是否設有 安全門	是否使用 易燃裝潢 材料	是否裝設 鐵門窗	有無逃生 路線指示	是否貼有 危險建築 標章	逃生通道 是否暢通	是否有緊 急逃生設 備	其它	拒答
	總計	32.54%	32.43%	43.94%	53.96%	11.76%	14.32%	45.90%	15.60%	29.09%	28.74%	0.39%	2.66%
性別	男	34.31%	33.09%	43.14%	52.26%	13.35%	15.00%	42.35%	15.51%	29.72%	28.28%	0.43%	3.16%
	女	30.80%	31.79%	44.73%	55.63%	10.20%	13.64%	49.37%	15.68%	28.48%	29.18%	0.35%	2.18%
	P=0.02073												
年齡	13-19 歲	33.80%	31.00%	44.39%	52.80%	10.28%	13.08%	44.55%	16.51%	25.86%	28.04%	0.78%	3.12%
	20-29 歲	33.09%	28.85%	44.73%	54.55%	9.45%	12.24%	47.88%	13.94%	27.27%	28.48%	0.36%	2.06%
	30-39 歲	27.63%	41.45%	48.24%	61.12%	16.39%	15.69%	51.76%	19.91%	38.17%	34.43%	0.47%	1.41%
	40-49 歲	26.44%	38.48%	48.69%	58.38%	16.23%	20.94%	49.48%	17.02%	33.77%	29.84%	0.26%	1.83%
	50-59 歲	30.36%	32.50%	41.07%	52.50%	14.64%	16.07%	42.14%	14.29%	28.93%	29.64%	0.00%	2.86%
	60-64 歲	39.72%	27.66%	33.33%	44.68%	4.26%	13.48%	36.88%	12.06%	21.99%	20.57%	0.00%	7.80%
	65 歲以上	55.93%	18.64%	24.58%	30.51%	6.78%	5.93%	26.27%	9.32%	20.34%	17.80%	0.00%	5.08%
	P=0.00000												
教育程度	國小	43.43%	23.36%	32.48%	40.15%	7.66%	12.41%	32.48%	10.22%	23.72%	24.45%	0.00%	4.38%
	國初中	32.06%	35.29%	40.29%	49.41%	12.94%	13.82%	43.82%	16.18%	30.29%	27.35%	0.59%	2.94%
	高中職	33.77%	32.32%	43.93%	54.75%	13.72%	15.83%	44.46%	15.83%	30.47%	26.91%	0.40%	2.37%
	五專	26.79%	34.78%	48.92%	58.74%	10.82%	14.31%	52.08%	16.97%	29.95%	30.12%	0.33%	2.66%
	大學及以上	32.19%	32.66%	45.61%	56.18%	11.52%	13.78%	47.98%	15.91%	28.50%	31.35%	0.48%	2.26%
	P=0.00550												
家庭所得	30000 以下	33.51%	30.15%	43.04%	51.80%	11.86%	15.98%	44.20%	16.62%	27.45%	28.09%	0.64%	4.38%
	30001-60000	31.18%	33.17%	45.42%	55.28%	10.96%	12.25%	47.01%	15.24%	29.98%	29.28%	0.20%	2.49%
	60001-90000	32.21%	34.34%	43.77%	56.58%	13.17%	14.06%	46.62%	16.01%	31.85%	28.47%	0.18%	1.25%
	90001-120000	37.33%	29.33%	38.67%	49.00%	9.67%	14.67%	43.33%	12.33%	24.67%	26.67%	0.33%	1.00%
	120001 以上	28.90%	37.57%	49.13%	56.07%	15.03%	19.08%	49.13%	17.34%	30.06%	32.95%	1.16%	3.47%
	P=0.31947												
職業	工程師	28.64%	36.68%	45.23%	59.30%	13.07%	15.08%	44.72%	19.10%	35.68%	31.16%	0.50%	4.02%
	公司行號負責人	32.37%	34.78%	51.69%	52.66%	16.91%	17.39%	44.44%	19.32%	28.99%	33.82%	0.48%	0.48%
	專業人士	30.28%	37.61%	50.46%	58.72%	16.51%	22.02%	46.79%	19.27%	36.70%	33.94%	0.00%	3.67%
	基層職員	30.43%	34.11%	46.71%	58.33%	10.66%	12.79%	48.45%	13.76%	28.29%	27.33%	0.19%	0.97%
	農林漁牧	46.07%	20.94%	29.32%	35.60%	8.38%	12.04%	30.37%	9.42%	19.90%	21.99%	0.00%	6.28%
	公務員	32.64%	30.57%	43.52%	53.37%	15.54%	17.10%	48.70%	13.47%	33.16%	28.50%	1.04%	2.07%
	教師	19.47%	46.90%	55.75%	72.57%	17.70%	16.81%	61.95%	26.55%	41.59%	42.48%	0.00%	0.00%
	學生	33.57%	30.04%	43.86%	52.75%	9.87%	12.55%	46.26%	15.37%	26.80%	27.22%	0.71%	3.10%
	軍人	34.25%	35.62%	39.73%	49.32%	16.44%	13.70%	36.99%	15.07%	24.66%	30.14%	0.00%	2.74%
	退休家管無業	35.96%	29.82%	37.72%	47.81%	7.46%	12.72%	40.35%	14.04%	30.26%	26.32%	0.00%	3.51%
	其他	30.32%	33.21%	41.52%	55.96%	11.55%	15.88%	50.90%	15.52%	27.44%	28.52%	0.36%	3.25%
	P=0.01294												

表 4-18 不注意安全性的原因交叉分析

		沒習慣 去注意	太麻煩	場所很有名 無須注意	沒想到 要注意	沒時間 去注意	不知道要 注意什麼	很少進出 公共場所	其它	拒答
	總計	61.90%	25.22%	12.99%	35.70%	8.41%	10.70%	22.16%	1.20%	3.06%
性別	男	59.00%	29.08%	13.81%	30.13%	9.21%	11.09%	23.64%	1.05%	3.35%
	女	65.07%	21.00%	12.10%	41.78%	7.53%	10.27%	20.55%	1.37%	2.74%
	P=0.01608									
年齡	13-19 歲	70.51%	31.80%	16.13%	38.25%	10.60%	11.06%	10.60%	0.92%	3.23%
	20-29 歲	67.40%	22.71%	11.72%	40.66%	6.59%	6.59%	14.65%	1.47%	3.66%
	30-39 歲	59.32%	27.12%	17.80%	33.90%	8.47%	10.17%	23.73%	0.85%	0.85%
	40-49 歲	49.50%	19.80%	5.94%	27.72%	10.89%	8.91%	43.56%	0.99%	3.96%
	50-59 歲	58.82%	17.65%	15.29%	31.76%	5.88%	16.47%	34.12%	1.18%	3.53%
	60-64 歲	55.36%	32.14%	7.14%	32.14%	5.36%	8.93%	23.21%	0.00%	3.57%
	65 歲以上	43.94%	22.73%	12.12%	30.30%	10.61%	24.24%	39.39%	3.03%	1.52%
	P=0.00000									
教育程度	國小	46.22%	21.85%	5.88%	29.41%	9.24%	19.33%	34.45%	1.68%	2.52%
	國初中	50.46%	26.61%	13.76%	24.77%	11.01%	12.84%	33.03%	0.92%	1.83%
	高中職	62.89%	25.00%	12.89%	28.91%	6.64%	9.38%	26.56%	0.78%	3.91%
	五專	67.08%	22.98%	13.66%	45.96%	7.45%	8.07%	16.15%	2.48%	3.11%
	大學及以上	69.37%	27.68%	15.50%	43.17%	9.23%	8.86%	11.81%	0.74%	2.95%
	P=0.00000									
家戶所得	30000 以下	57.69%	23.08%	8.85%	33.08%	7.31%	10.77%	27.31%	0.77%	3.85%
	30001-60000	66.45%	23.00%	10.86%	38.34%	9.27%	11.18%	22.36%	0.64%	2.88%
	60001-90000	56.35%	26.52%	16.57%	30.94%	6.08%	9.39%	22.10%	1.66%	2.21%
	90001-120000	66.07%	31.25%	22.32%	42.86%	7.14%	9.82%	14.29%	2.68%	4.46%
	120001 以上	66.00%	32.00%	14.00%	34.00%	20.00%	14.00%	12.00%	2.00%	0.00%
	P=0.09357									
職業	工程師	56.14%	28.07%	10.53%	26.32%	10.53%	10.53%	15.79%	7.02%	8.77%
	公司行號負責人	59.70%	20.90%	16.42%	35.82%	8.96%	11.94%	23.88%	1.49%	1.49%
	專業人士	72.73%	39.39%	27.27%	33.33%	12.12%	12.12%	18.18%	3.03%	6.06%
	基層職員	67.52%	18.47%	10.19%	38.85%	6.37%	12.10%	19.75%	0.00%	1.27%
	農林漁牧	40.91%	20.45%	3.41%	19.32%	4.55%	11.36%	43.18%	1.14%	3.41%
	公務員	63.49%	30.16%	15.87%	34.92%	11.11%	11.11%	15.87%	0.00%	3.17%
	教師	63.64%	22.73%	4.55%	50.00%	4.55%	9.09%	22.73%	0.00%	4.55%
	學生	69.75%	28.15%	15.97%	41.60%	9.66%	9.66%	12.18%	1.26%	2.52%
	軍人	64.00%	40.00%	28.00%	28.00%	12.00%	8.00%	8.00%	0.00%	0.00%
	退休家管無業	52.44%	24.39%	10.98%	31.71%	10.98%	10.98%	39.02%	0.00%	6.10%
	其他	59.52%	23.81%	10.71%	40.48%	4.76%	9.52%	29.76%	1.19%	1.19%
	P=0.00008									

四、購買食品及藥品會注意的標示

本題為消費行為問項的第四題。交叉分析結果發現，男性明顯較女性不會注意此類標示，而高齡族群也經常忽略食品及藥品標示。而教育程度愈高的，似乎有愈注意製造日期和有效期限，以及產品名稱與品牌標示的趨勢。由於此題仍為複選題，卡方檢定將不具意義，僅供參考。詳細交叉分析結果見表 4-19。

本題另有一延伸問項詢問受訪者不會注意食品及藥品標示的原因，結果發現，年紀越輕越無此一習慣，而年輕及年長族群沒想到要注意的比例明顯比中年族群要少。其餘各社經變數的分佈較無規律。此題延伸問項亦為複選題，卡方檢定僅供參考。詳細交叉分析結果見表 4-20。

表 4-19 購買食品及藥品時會注意的標示交叉分析

		不會注意	廠商名稱 與地址	進口代理 商名稱與 地址	製造日期 或有效日 期	外包裝標 示	產品名稱 與品牌標 示	主管機關 核可字號	CAS 或 GMP 標 章	價格標示	內容物及 數量	其它	拒答
	總計	12.36%	45.08%	30.44%	78.33%	28.70%	41.46%	29.98%	42.52%	43.45%	36.59%	0.53%	2.38%
性別	男	16.01%	42.57%	29.86%	73.65%	28.00%	37.19%	29.79%	39.70%	41.13%	32.59%	0.43%	2.80%
	女	8.79%	47.54%	31.01%	82.91%	29.40%	45.64%	30.17%	45.29%	45.71%	40.51%	0.63%	1.97%
	P=0.00000												
年齡	13-19 歲	11.68%	44.24%	26.64%	78.97%	31.00%	44.24%	28.82%	41.90%	45.95%	37.23%	0.93%	2.49%
	20-29 歲	10.18%	42.79%	28.61%	82.67%	28.61%	45.21%	29.09%	43.15%	44.73%	39.52%	0.73%	1.58%
	30-39 歲	12.65%	53.86%	42.39%	78.69%	31.38%	40.52%	36.53%	48.95%	44.26%	39.81%	0.47%	1.87%
	40-49 歲	11.26%	51.05%	36.39%	79.06%	28.80%	39.79%	34.29%	45.29%	43.19%	34.03%	0.00%	1.57%
	50-59 歲	10.00%	46.07%	30.36%	79.64%	23.93%	36.79%	30.36%	37.86%	40.36%	35.00%	0.36%	2.50%
	60-64 歲	20.57%	35.46%	22.70%	63.12%	26.24%	34.75%	19.86%	32.62%	36.17%	31.21%	0.00%	8.51%
	65 歲以上	29.66%	23.73%	11.02%	55.93%	21.19%	27.97%	16.10%	32.20%	34.75%	19.49%	0.00%	4.24%
	P=0.00000												
教育程度	國小	22.26%	37.23%	19.71%	66.79%	20.07%	31.75%	21.17%	28.83%	36.86%	29.20%	0.00%	4.01%
	國初中	17.65%	46.18%	31.47%	70.59%	26.76%	33.82%	30.29%	46.76%	39.71%	28.82%	0.29%	2.35%
	高中職	13.98%	45.25%	33.51%	75.20%	28.76%	38.26%	31.93%	43.01%	38.52%	33.91%	0.13%	2.90%
	五專	9.48%	49.25%	33.94%	82.53%	28.29%	43.93%	34.44%	43.09%	45.09%	40.77%	1.00%	2.33%
	大學及以上	7.60%	44.06%	28.27%	85.04%	32.54%	48.81%	27.79%	44.42%	50.36%	41.57%	0.83%	1.43%
	P=0.00000												
家戶所得	30000 以下	15.34%	44.85%	28.74%	73.20%	28.99%	39.82%	29.25%	39.82%	43.56%	33.25%	0.52%	3.35%
	30001-60000	11.55%	47.31%	31.47%	79.48%	28.98%	44.42%	29.78%	43.92%	44.32%	35.76%	0.70%	2.59%
	60001-90000	9.79%	43.95%	30.25%	82.92%	27.76%	40.04%	31.14%	42.35%	44.31%	40.93%	0.18%	1.25%
	90001-120000	11.67%	41.00%	30.00%	81.67%	27.00%	41.67%	32.00%	44.00%	42.00%	36.00%	0.33%	1.00%
	120001 以上	13.29%	43.93%	33.53%	73.99%	31.79%	35.84%	27.17%	44.51%	37.57%	43.35%	1.16%	2.89%
	P=0.44268												
職業	工程師	12.06%	44.72%	38.19%	74.37%	29.15%	35.68%	33.67%	46.23%	46.23%	34.67%	1.01%	3.02%
	公司行號負	15.94%	43.00%	31.88%	71.50%	25.60%	43.00%	32.37%	46.86%	42.03%	38.65%	1.45%	1.45%
	專業人士	13.76%	41.28%	30.28%	77.06%	37.61%	46.79%	41.28%	46.79%	45.87%	39.45%	0.00%	1.83%
	基層職員	12.02%	51.36%	35.66%	80.04%	28.68%	41.09%	33.33%	42.44%	41.09%	36.05%	0.39%	1.55%
	農林漁牧	22.51%	38.74%	22.51%	68.59%	18.32%	30.89%	18.85%	28.80%	36.13%	31.41%	0.00%	4.19%
	公務員	7.77%	48.19%	37.31%	85.49%	25.39%	43.01%	31.61%	40.41%	41.97%	31.61%	0.00%	2.07%
	教師	7.08%	52.21%	32.74%	91.15%	36.28%	53.98%	33.63%	58.41%	53.10%	45.13%	0.88%	0.00%
	學生	9.87%	44.29%	26.23%	80.96%	31.03%	45.56%	28.63%	42.45%	45.56%	37.09%	0.99%	2.40%
	軍人	17.81%	43.84%	26.03%	68.49%	24.66%	38.36%	21.92%	32.88%	42.47%	32.88%	0.00%	4.11%
	退休家管無	18.86%	36.40%	24.12%	69.74%	27.19%	33.33%	24.56%	42.98%	38.60%	32.89%	0.00%	3.07%
	其他	7.94%	45.49%	31.05%	83.03%	29.96%	41.16%	29.96%	41.88%	46.93%	42.60%	0.00%	3.25%
	P=0.01155												

表 4-20 不注意標示之原因的交叉分析

		沒習慣 注意	太麻煩	相信親 友介紹	沒想到 要注意	價格便 宜	不知道要 注意什麼	產品有名 無須注意	廠商有名 無須注意	很少購 物	其它
	總計	57.47%	37.36%	15.80%	14.66%	12.36%	12.36%	14.37%	7.18%	16.38%	2.01%
性 別	男	57.40%	39.01%	16.14%	13.90%	11.66%	12.11%	12.11%	6.28%	16.59%	1.79%
	女	57.60%	34.40%	15.20%	16.00%	13.60%	12.80%	18.40%	8.80%	16.00%	2.40%
	P=0.92589										
年 齡	13-19 歲	72.00%	44.00%	8.00%	6.67%	12.00%	10.67%	16.00%	4.00%	17.33%	0.00%
	20-29 歲	61.90%	32.14%	8.33%	22.62%	9.52%	10.71%	16.67%	8.33%	14.29%	3.57%
	30-39 歲	61.11%	50.00%	12.96%	14.81%	9.26%	7.41%	14.81%	12.96%	20.37%	1.85%
	40-49 歲	48.84%	37.21%	23.26%	13.95%	6.98%	9.30%	11.63%	4.65%	16.28%	2.33%
	50-59 歲	42.86%	17.86%	32.14%	14.29%	21.43%	25.00%	17.86%	3.57%	21.43%	0.00%
	60-64 歲	51.72%	34.48%	17.24%	27.59%	24.14%	17.24%	10.34%	6.90%	6.90%	0.00%
	65 歲以上	37.14%	34.29%	31.43%	2.86%	14.29%	17.14%	8.57%	8.57%	17.14%	5.71%
	P=0.06193										
教 育 程 度	國小	44.26%	27.87%	27.87%	16.39%	21.31%	24.59%	13.11%	8.20%	9.84%	1.64%
	國初中	51.67%	33.33%	16.67%	15.00%	6.67%	6.67%	15.00%	5.00%	15.00%	1.67%
	高中職	65.09%	41.51%	12.26%	12.26%	8.49%	10.38%	7.55%	2.83%	20.75%	2.83%
	五專	63.16%	45.61%	14.04%	10.53%	10.53%	12.28%	17.54%	14.04%	15.79%	3.51%
	大學及以上	57.81%	35.94%	10.94%	20.31%	17.19%	9.38%	23.44%	9.38%	17.19%	0.00%
	P=0.06341										
家 戶 所 得	30000 以下	50.42%	31.09%	18.49%	11.76%	13.45%	10.92%	13.45%	5.88%	15.97%	1.68%
	30001-60000	67.24%	39.66%	11.21%	15.52%	10.34%	12.07%	8.62%	5.17%	13.79%	1.72%
	60001-90000	61.82%	45.45%	23.64%	18.18%	12.73%	10.91%	21.82%	12.73%	16.36%	0.00%
	90001-120000	48.57%	40.00%	17.14%	11.43%	14.29%	20.00%	20.00%	2.86%	22.86%	5.71%
	120001 以上	47.83%	34.78%	4.35%	21.74%	13.04%	13.04%	21.74%	17.39%	21.74%	4.35%
	P=0.78049										
職 業	工程師	70.83%	50.00%	16.67%	41.67%	12.50%	16.67%	20.83%	4.17%	20.83%	0.00%
	公司行號負責	51.52%	33.33%	12.12%	18.18%	18.18%	15.15%	15.15%	9.09%	15.15%	9.09%
	專業人士	66.67%	53.33%	0.00%	20.00%	6.67%	0.00%	33.33%	26.67%	20.00%	0.00%
	基層職員	61.29%	38.71%	16.13%	12.90%	9.68%	11.29%	20.97%	8.06%	16.13%	0.00%
	農林漁牧	41.86%	25.58%	41.86%	6.98%	16.28%	20.93%	11.63%	11.63%	13.95%	2.33%
	公務員	66.67%	26.67%	20.00%	33.33%	20.00%	33.33%	6.67%	6.67%	20.00%	0.00%
	教師	62.50%	37.50%	12.50%	25.00%	12.50%	12.50%	25.00%	12.50%	25.00%	0.00%
	學生	67.14%	44.29%	5.71%	5.71%	8.57%	11.43%	14.29%	1.43%	20.00%	0.00%
	軍人	38.46%	53.85%	30.77%	0.00%	7.69%	7.69%	0.00%	0.00%	15.38%	7.69%
	退休家管無業	53.49%	27.91%	11.63%	13.95%	13.95%	6.98%	6.98%	2.33%	2.33%	2.33%
	其他	45.45%	31.82%	9.09%	18.18%	13.64%	0.00%	4.55%	13.64%	27.27%	4.55%
	P=0.13967										

五、網路購物及參與網拍的次數交叉分析

本題為消費行為問項的第五題。交叉分析結果發現，網路購物及網拍無論在哪一個年齡層似乎都不如外界想像的普遍。其中 19 歲以下年輕人網路購物經驗偏低的原因可能是缺乏交易付款工具，例如信用卡。年長者則可能是不習於此法而致使其未參與的比例偏高。性別上男性的消費經驗較女性為多，教育程度愈高、家戶所得愈高則有愈多的網路購物經驗。至於在次數方面，絕大多數消費者每年參與網路拍賣或網路購物的次數均在三次以下。而經卡方分析檢定，每一項社經變數再此問項中均有顯著性差異，顯示不同性別、不同年齡、不同教育程度、不同職業、不同家戶所得的受訪者，在網路上都有不一樣的消費行為。詳細分析結果見表 4-21。

表 4-21 每年網路購物及參與網拍次數交叉分析

		從來沒有	不知道、不記得、拒答	10 次以上	7-9 次	4-6 次	1-3 次
	總計	60.78%	10.83%	5.15%	2.38%	5.86%	14.99%
性別	男	65.33%	10.84%	4.31%	2.30%	5.24%	11.99%
	女	56.33%	10.83%	5.98%	2.46%	6.47%	17.93%
	P=0.00000						
年齡	13-19 歲	56.39%	11.37%	4.36%	1.56%	6.70%	19.63%
	20-29 歲	52.61%	11.64%	7.03%	4.00%	7.27%	17.45%
	30-39 歲	63.47%	10.54%	5.62%	2.11%	5.15%	13.11%
	40-49 歲	71.73%	9.95%	3.66%	2.09%	3.14%	9.42%
	50-59 歲	72.14%	8.57%	3.21%	0.71%	5.00%	10.36%
	60-64 歲	61.70%	12.77%	4.26%	0.71%	6.38%	14.18%
	65 歲以上	68.64%	9.32%	5.08%	3.39%	4.24%	9.32%
	P=0.00000						
教育程度	國小	67.88%	9.85%	5.47%	0.36%	5.84%	10.58%
	國初中	71.18%	10.59%	2.65%	0.88%	4.12%	10.59%
	高中職	67.55%	12.27%	3.03%	2.11%	3.69%	11.35%
	五專	57.24%	9.98%	6.32%	2.00%	6.16%	18.30%
	大學及以上	50.71%	10.57%	7.13%	4.16%	8.31%	19.12%
	P=0.00000						
家戶所得	30000 以下	61.86%	12.76%	4.51%	2.19%	4.51%	14.18%
	30001-60000	61.25%	10.06%	4.08%	1.69%	5.98%	16.93%
	60001-90000	61.21%	9.43%	5.16%	2.31%	7.30%	14.59%
	90001-120000	59.67%	11.67%	8.00%	3.33%	5.33%	12.00%
	120001 以上	53.76%	9.83%	9.25%	5.78%	7.51%	13.87%
	P=0.00336						
職業	工程師	59.80%	11.06%	8.04%	2.51%	5.53%	13.07%
	公司行號負責人	60.87%	10.63%	5.31%	3.86%	4.35%	14.98%
	專業人士	50.46%	13.76%	7.34%	4.59%	3.67%	20.18%
	基層職員	61.82%	7.95%	7.56%	2.91%	4.65%	15.12%
	農林漁牧	68.59%	10.99%	4.19%	1.05%	5.76%	9.42%
	公務員	62.69%	10.88%	4.15%	2.07%	6.74%	13.47%
	教師	68.14%	3.54%	3.54%	4.42%	7.96%	12.39%
	學生	55.57%	12.41%	4.23%	1.83%	7.05%	18.90%
	軍人	47.95%	19.18%	4.11%	6.85%	12.33%	9.59%
	退休家管無業	73.68%	12.28%	3.07%	0.44%	2.63%	7.89%
	其他	59.93%	10.47%	3.97%	1.44%	6.86%	17.33%
	P=0.00000						

六、電視購物的消費次數及經驗

本題為消費行為問項的第六題。交叉分析結果發現，大多數的消費者至今仍無電視購物的經驗，年長和年輕族群又較中年族群稍少。而無論男女，其電視購物經驗均十分有限，且比例接近，超過三次以上的比例甚低；大學以上學歷的受訪者不使用電視購物通路的比例則較其他學歷為高。本題經卡方檢定顯示，除性別變數外，其餘各社經變數均在電視購物行為中達顯著差異。交叉分析結果詳見表 4-22。

表 4-22 每年電視購物次數交叉分析

		從來沒有	不知道、不記得、拒答	10 次以上	7-9 次	4-6 次	1-3 次
	總計	78.19%	9.66%	1.28%	0.67%	1.46%	8.74%
性別	男	78.18%	10.05%	1.51%	0.79%	1.29%	8.18%
	女	78.20%	9.28%	1.05%	0.56%	1.62%	9.28%
	P=0.06117						
年齡	13-19 歲	84.42%	8.72%	1.25%	0.16%	1.09%	4.36%
	20-29 歲	80.24%	9.82%	0.97%	0.61%	0.85%	7.52%
	30-39 歲	68.62%	10.30%	1.87%	0.94%	2.34%	15.93%
	40-49 歲	75.39%	8.12%	1.57%	0.79%	2.09%	12.04%
	50-59 歲	78.93%	9.29%	1.07%	0.71%	1.07%	8.93%
	60-64 歲	68.79%	15.60%	2.13%	1.42%	2.84%	9.22%
	65 歲以上	83.05%	10.17%	0.00%	1.69%	1.69%	3.39%
	P=0.000000						
教育程度	國小	77.37%	11.31%	1.46%	1.09%	1.46%	7.30%
	國初中	72.06%	10.00%	1.18%	0.59%	3.53%	12.65%
	高中職	76.25%	10.55%	1.85%	1.06%	0.66%	9.63%
	五專	79.20%	8.65%	0.83%	0.67%	1.83%	8.82%
	大學及以上	81.95%	8.91%	1.07%	0.24%	1.07%	6.77%
	P=0.0050						
家戶所得	30000 以下	77.96%	10.95%	1.42%	0.77%	0.77%	8.12%
	30001-60000	79.98%	8.17%	0.90%	0.30%	1.39%	9.26%
	60001-90000	76.87%	9.25%	1.42%	0.18%	2.14%	10.14%
	90001-120000	77.67%	12.00%	1.33%	1.67%	1.67%	5.67%
	120001 以上	73.99%	9.83%	2.31%	2.31%	2.31%	9.25%
	P=0.0191						
職業	工程師	78.39%	8.04%	3.52%	0.00%	1.01%	9.05%
	公司行號負責人	77.29%	7.73%	0.97%	1.45%	2.42%	10.14%
	專業人士	73.39%	17.43%	1.83%	0.00%	1.83%	5.50%
	基層職員	72.09%	7.36%	1.16%	1.55%	2.71%	15.12%
	農林漁牧	76.96%	11.52%	1.05%	0.52%	0.52%	9.42%
	公務員	77.20%	10.36%	1.04%	0.52%	1.55%	9.33%
	教師	84.96%	2.65%	0.88%	0.88%	0.88%	9.73%
	學生	84.63%	9.31%	0.85%	0.14%	0.71%	4.37%
	軍人	75.34%	20.55%	0.00%	2.74%	0.00%	1.37%
	退休家管無業	78.95%	11.84%	1.32%	0.88%	1.32%	5.70%
	其他	74.37%	10.83%	1.81%	0.00%	1.81%	11.19%
	P=0.000000						

七、型錄郵購的消費次數及經驗

本題為消費行為問項的第七題。調查結果發現，多數的消費者至今亦無郵購的經驗，其中高年齡、高教育程度、高所得和低所得的受訪者，有郵購經驗的比例更低；女性有郵購經驗的亦較男性為高。而除家戶所得結構外，其他社經變數在本問題中均有顯著差異。詳細的交叉分析結果見表 4-23。

表 4-23 每年郵購次數交叉分析

		從來沒有	不知道、不記得、拒答	10 次以上	7-9 次	4-6 次	1-3 次
	總計	61.14%	17.37%	1.88%	1.07%	3.48%	15.06%
性別	男	67.70%	14.79%	1.87%	0.93%	3.09%	11.63%
	女	54.71%	19.90%	1.90%	1.20%	3.87%	18.42%
	P=0.00000						
年齡	13-19 歲	55.76%	19.78%	2.96%	1.25%	4.67%	15.58%
	20-29 歲	59.76%	20.61%	1.09%	1.33%	2.79%	14.42%
	30-39 歲	59.02%	14.99%	1.64%	0.47%	4.22%	19.67%
	40-49 歲	69.37%	11.78%	2.09%	1.31%	2.62%	12.83%
	50-59 歲	68.21%	11.79%	1.79%	0.36%	3.21%	14.64%
	60-64 歲	59.57%	17.02%	1.42%	0.71%	3.55%	17.73%
	65 歲以上	66.10%	22.03%	2.54%	1.69%	2.54%	5.08%
	P=0.00002						
教育程度	國小	66.79%	14.60%	2.19%	1.46%	3.28%	11.68%
	國初中	68.82%	11.76%	2.65%	0.59%	2.06%	14.12%
	高中職	65.44%	17.15%	1.58%	0.92%	3.43%	11.48%
	五專	56.07%	19.13%	1.33%	1.00%	3.49%	18.97%
	大學及以上	55.94%	19.48%	2.14%	1.31%	4.16%	16.98%
	P=0.00037						
家戶所得	30000 以下	58.25%	20.75%	1.55%	1.42%	3.87%	14.18%
	30001-60000	61.85%	17.23%	1.69%	0.70%	2.59%	15.94%
	60001-90000	63.52%	14.41%	1.60%	1.25%	3.56%	15.66%
	90001-120000	63.33%	15.67%	3.00%	1.33%	4.00%	12.67%
	120001 以上	58.38%	15.61%	3.47%	0.58%	5.78%	16.18%
	P=0.14032						
職業	工程師	65.33%	12.56%	2.51%	1.01%	2.01%	16.58%
	公司行號負責人	71.98%	11.59%	0.97%	1.45%	2.42%	11.59%
	專業人士	65.14%	19.27%	2.75%	0.00%	1.83%	11.01%
	基層職員	59.69%	13.57%	2.33%	1.16%	3.68%	19.57%
	農林漁牧	68.06%	16.23%	2.09%	1.57%	2.62%	9.42%
	公務員	62.18%	19.17%	1.04%	0.00%	3.63%	13.99%
	教師	61.95%	16.81%	0.00%	0.88%	7.08%	13.27%
	學生	54.87%	23.13%	2.12%	1.41%	3.95%	14.53%
	軍人	54.79%	13.70%	1.37%	2.74%	4.11%	23.29%
	退休家管無業	70.18%	15.35%	0.88%	0.88%	3.07%	9.65%
	其他	55.60%	19.13%	2.53%	0.36%	3.61%	18.77%
	P=0.00116						

八、於傳統店面通路的消費次數及經驗

本題為消費行為問項的第八題。交叉分析結果發現，在購買經驗上，女性仍略勝男性一籌，但差異極小。隨著年齡增加，消費經驗則有下降的趨勢。而教育程度愈高，在傳統通路當中消費的經驗愈多。家戶所得低的則較少消費。教師、學生，則有較多的購物經驗。然而無論哪一個族群，在傳統通路的消費次數都相當高，多數受訪者幾乎每天都有消費行為的發生。卡方檢定顯示，雖然所有族群均會在傳統通路中消費，但不同性別、年齡、教育程度、家戶所得、及職業類別的受訪者，在傳統通路中的消費行為卻也都具有明顯的差異性。詳細的交叉分析結果見表 4-24。

表 4-24 傳統通路的消費行為交叉分析

		從來沒有	不知道、不	每天好幾次	每天至少一次	每週 1-6 次	每月 1-3 次	每年 1-11 次
	總計	8.21%	14.71%	11.65%	19.11%	21.67%	17.44%	7.21%
性別	男	10.27%	14.93%	11.70%	18.45%	20.75%	16.15%	7.75%
	女	6.19%	14.49%	11.60%	19.76%	22.57%	18.71%	6.68%
	P=0.0030							
年齡	13-19 歲	6.39%	13.71%	12.15%	23.83%	23.52%	15.58%	4.83%
	20-29 歲	5.09%	12.61%	11.39%	21.82%	23.15%	19.52%	6.42%
	30-39 歲	10.54%	13.35%	15.93%	14.99%	19.20%	18.03%	7.96%
	40-49 歲	10.21%	16.49%	7.85%	14.66%	21.99%	19.11%	9.69%
	50-59 歲	10.36%	17.50%	10.00%	15.71%	18.21%	17.86%	10.36%
	60-64 歲	12.06%	21.99%	11.35%	14.89%	20.57%	12.06%	7.09%
	65 歲以上	15.25%	18.64%	11.86%	16.95%	18.64%	11.02%	7.63%
	P=0.0000							
教育程度	國小	14.60%	18.98%	11.68%	16.42%	17.52%	14.60%	6.20%
	國初中	12.35%	15.59%	10.29%	14.71%	16.18%	18.53%	12.35%
	高中職	10.82%	18.60%	9.76%	16.89%	21.37%	15.70%	6.86%
	五專	5.82%	12.98%	11.81%	18.80%	23.63%	19.47%	7.49%
	大學及以上	3.80%	10.69%	13.78%	23.99%	24.11%	18.05%	5.58%
	P=0.0000							
家戶所得	30000 以下	11.47%	17.27%	10.31%	19.20%	17.91%	15.85%	7.99%
	30001-60000	7.37%	15.84%	10.16%	18.53%	21.22%	19.92%	6.97%
	60001-90000	6.94%	11.03%	13.35%	19.75%	26.87%	16.37%	5.69%
	90001-120000	5.33%	12.33%	12.00%	21.33%	25.00%	16.33%	7.67%
	120001 以上	7.51%	12.72%	20.23%	16.18%	18.50%	15.61%	9.25%
	P=0.0000							
職業	工程師	8.54%	13.07%	15.58%	17.09%	20.60%	16.58%	8.54%
	公司行號負責人	11.59%	12.56%	14.98%	18.84%	20.29%	16.43%	5.31%
	專業人士	8.26%	11.01%	19.27%	13.76%	21.10%	15.60%	11.01%
	基層職員	7.36%	12.21%	11.05%	20.74%	22.29%	19.77%	6.59%
	農林漁牧	11.52%	24.08%	8.38%	14.66%	16.75%	15.18%	9.42%
	公務員	10.88%	15.03%	7.77%	14.51%	19.69%	21.24%	10.88%
	教師	6.19%	8.85%	8.85%	19.47%	23.89%	24.78%	7.96%
	學生	5.36%	14.53%	11.00%	23.98%	24.40%	16.08%	4.65%
	軍人	8.22%	12.33%	13.70%	16.44%	26.03%	16.44%	6.85%
	退休家管無業	14.47%	24.56%	9.65%	10.53%	19.30%	11.84%	9.65%
	其他	5.78%	12.27%	13.36%	21.30%	20.22%	19.49%	7.58%
	P=0.0000							

第三節 消費問題交叉分析與說明

一、網路購物的消費問題

本題為延續網路購物問項的問題。經交叉分析顯示，在有網路購物經驗的消費者中，商品品質太差是普遍性的問題，但男性似乎遭遇問題的機率較女性為高。年長者遇到問題的機會好像也比年輕者為高。學歷則無明顯趨勢可判斷。但不同職業類別面臨的問題比例也略有不同。本題為複選題，卡方檢定僅供參考。詳細交叉分析結果如表 4-25 所示。

表 4-25 網路購物問題交叉分析

		付錢未交貨	交付貨品不符	廣告不實	七日內無法退換貨	個資遭洩漏	須負擔額外費用	貨品抵達即損壞	品質太差	價格偏高	發生糾紛時業者配合度低	其他	不知道/不記得/拒答
	總計	7.01%	10.51%	11.64%	14.27%	5.26%	5.88%	8.89%	27.28%	11.26%	5.63%	19.40%	28.79%
性別	男	8.43%	12.05%	13.55%	12.35%	7.23%	8.13%	9.04%	27.41%	11.45%	6.63%	16.27%	29.22%
	女	6.00%	9.42%	10.28%	15.63%	3.85%	4.28%	8.78%	27.19%	11.13%	4.93%	21.63%	28.48%
	P=0.08749												
年齡	13-19 歲	9.18%	14.49%	11.59%	13.04%	3.38%	4.83%	5.80%	30.43%	10.14%	4.83%	14.01%	35.27%
	20-29 歲	6.78%	8.47%	9.15%	12.88%	3.05%	3.05%	7.80%	25.76%	9.15%	5.08%	25.76%	26.44%
	30-39 歲	5.41%	10.81%	18.92%	15.32%	11.71%	9.01%	18.02%	26.13%	12.61%	6.31%	16.22%	20.72%
	40-49 歲	2.86%	10.00%	11.43%	22.86%	4.29%	8.57%	7.14%	21.43%	18.57%	8.57%	25.71%	24.29%
	50-59 歲	5.56%	5.56%	9.26%	11.11%	5.56%	9.26%	18.52%	25.93%	12.96%	7.41%	18.52%	31.48%
	60-64 歲	11.11%	11.11%	11.11%	22.22%	5.56%	8.33%	0.00%	33.33%	8.33%	2.78%	2.78%	44.44%
	65 歲以上	7.69%	11.54%	15.38%	7.69%	19.23%	15.38%	3.85%	34.62%	19.23%	7.69%	11.54%	23.08%
	P=0.00088												
教育程度	國小	8.20%	14.75%	14.75%	11.48%	6.56%	9.84%	9.84%	24.59%	11.48%	6.56%	14.75%	36.07%
	國初中	1.61%	16.13%	12.90%	19.35%	16.13%	9.68%	8.06%	30.65%	14.52%	9.68%	19.35%	17.74%
	高中職	11.11%	11.11%	15.03%	15.03%	6.54%	7.84%	16.34%	26.14%	16.34%	6.54%	14.38%	24.84%
	五專	6.09%	8.63%	10.66%	13.20%	4.06%	5.58%	8.12%	29.95%	8.63%	3.05%	18.78%	29.44%
	大學及以上	6.44%	9.51%	9.82%	14.11%	3.07%	3.68%	5.83%	26.07%	9.82%	5.83%	23.01%	30.98%
	P=0.02451												
家戶所得	30000 以下	6.60%	9.14%	11.17%	13.71%	3.55%	5.58%	8.12%	27.41%	14.21%	6.60%	20.30%	27.92%
	30001-60000	6.94%	9.72%	11.46%	11.46%	3.13%	4.51%	9.38%	27.08%	10.76%	4.86%	23.96%	22.92%
	60001-90000	10.30%	9.09%	11.52%	12.73%	8.48%	7.27%	8.48%	25.45%	9.70%	4.24%	15.76%	33.33%
	90001-120000	5.81%	12.79%	11.63%	19.77%	8.14%	5.81%	8.14%	26.74%	11.63%	9.30%	16.28%	32.56%
	120001 以上	1.59%	19.05%	14.29%	25.40%	7.94%	9.52%	11.11%	33.33%	7.94%	4.76%	9.52%	41.27%
	P=0.33375												
職業	工程師	6.90%	10.34%	17.24%	15.52%	3.45%	12.07%	15.52%	17.24%	10.34%	5.17%	18.97%	29.31%
	公司行號負責人	10.17%	10.17%	6.78%	13.56%	11.86%	5.08%	10.17%	20.34%	13.56%	6.78%	30.51%	16.95%
	專業人士	5.13%	15.38%	17.95%	20.51%	10.26%	7.69%	10.26%	28.21%	5.13%	5.13%	15.38%	38.46%
	基層職員	4.49%	8.97%	9.62%	15.38%	6.41%	7.05%	5.77%	25.64%	13.46%	7.05%	27.56%	20.51%
	農林漁牧	10.26%	12.82%	7.69%	10.26%	5.13%	5.13%	15.38%	17.95%	7.69%	7.69%	17.95%	35.90%
	公務員	3.92%	5.88%	13.73%	13.73%	3.92%	5.88%	7.84%	31.37%	23.53%	5.88%	21.57%	25.49%
	教師	9.38%	15.63%	6.25%	12.50%	6.25%	6.25%	9.38%	37.50%	6.25%	6.25%	0.00%	37.50%
	學生	8.37%	13.22%	11.45%	12.33%	2.64%	3.96%	5.29%	29.52%	8.37%	3.52%	14.10%	34.80%
	軍人	12.50%	4.17%	12.50%	8.33%	0.00%	0.00%	0.00%	16.67%	8.33%	4.17%	37.50%	25.00%
	退休家管無業	6.25%	12.50%	12.50%	18.75%	6.25%	9.38%	18.75%	43.75%	25.00%	12.50%	21.88%	25.00%
	其他	4.88%	4.88%	14.63%	17.07%	6.10%	4.88%	14.63%	30.49%	8.54%	4.88%	13.41%	29.27%
	P=0.33599												

二、電視購物的消費問題交叉分析

本題亦為延續電視購物問項的問題。經交叉分析顯示，在有電視購物經驗的消費者中，商品品質太差、廣告不實、和價格高是反應次數較多的問題。電視購物所衍生的問題再性別的差異性中似乎並不明顯，但年長者遇到問題的機會仍然比年輕者為高。學歷則無明顯趨勢可判斷，但高所得的族群所面臨的問題似乎較少。不同職業類別面臨的問題比例也略有不同。本題為複選題，卡方檢定僅供參考。詳細交叉分析結果如表 4-26 所示。

表 4-26 電視購物消費問題之交叉分析

		付錢未交貨	交付貨品不符	廣告不實	七日內無法退換貨	個資遭洩漏	須負擔額外費用	貨品抵達即損壞	品質太差	價格偏高	發生糾紛時業者配合度低	其他	不知道/不記得/拒答
	總計	3.80%	8.77%	20.18%	9.65%	7.60%	4.68%	7.60%	28.65%	17.84%	7.31%	14.04%	29.53%
性別	男	2.44%	10.37%	18.90%	11.59%	7.32%	6.71%	8.54%	29.27%	13.41%	7.32%	11.59%	29.88%
	女	5.06%	7.30%	21.35%	7.87%	7.87%	2.81%	6.74%	28.09%	21.91%	7.30%	16.29%	29.21%
	P=0.37424												
年齡	13-19 歲	9.09%	13.64%	13.64%	13.64%	9.09%	4.55%	13.64%	20.45%	13.64%	9.09%	9.09%	43.18%
	20-29 歲	1.22%	6.10%	24.39%	8.54%	4.88%	4.88%	7.32%	30.49%	19.51%	6.10%	21.95%	25.61%
	30-39 歲	4.44%	11.11%	23.33%	8.89%	7.78%	6.67%	7.78%	25.56%	15.56%	6.67%	11.11%	26.67%
	40-49 歲	4.76%	4.76%	7.94%	6.35%	11.11%	1.59%	3.17%	30.16%	19.05%	9.52%	15.87%	33.33%
	50-59 歲	0.00%	6.06%	21.21%	3.03%	9.09%	6.06%	12.12%	42.42%	15.15%	3.03%	12.12%	21.21%
	60-64 歲	0.00%	9.09%	40.91%	13.64%	0.00%	0.00%	4.55%	27.27%	31.82%	9.09%	4.55%	36.36%
	65 歲以上	12.50%	25.00%	12.50%	50.00%	12.50%	12.50%	0.00%	25.00%	12.50%	12.50%	12.50%	12.50%
	P=0.49279												
教育程度	國小	3.23%	9.68%	29.03%	19.35%	3.23%	3.23%	6.45%	19.35%	22.58%	6.45%	9.68%	29.03%
	國初中	1.64%	11.48%	18.03%	8.20%	6.56%	1.64%	6.56%	26.23%	21.31%	3.28%	18.03%	31.15%
	高中職	5.00%	12.00%	19.00%	9.00%	9.00%	4.00%	10.00%	36.00%	15.00%	8.00%	10.00%	26.00%
	五專	2.74%	6.85%	23.29%	5.48%	8.22%	8.22%	9.59%	23.29%	16.44%	8.22%	19.18%	26.03%
	大學及以上	5.19%	3.90%	16.88%	11.69%	7.79%	5.19%	3.90%	29.87%	18.18%	9.09%	12.99%	36.36%
	P=0.89671												
家戶所得	30000 以下	3.49%	6.98%	20.93%	13.95%	5.81%	1.16%	6.98%	31.40%	25.58%	12.79%	15.12%	25.58%
	30001-60000	1.68%	2.52%	16.81%	6.72%	7.56%	2.52%	6.72%	29.41%	13.45%	1.68%	18.49%	28.57%
	60001-90000	6.41%	16.67%	20.51%	8.97%	11.54%	10.26%	6.41%	24.36%	12.82%	10.26%	12.82%	29.49%
	90001-120000	6.45%	22.58%	29.03%	12.90%	3.23%	6.45%	9.68%	38.71%	32.26%	9.68%	6.45%	19.35%
	120001 以上	3.57%	3.57%	21.43%	7.14%	7.14%	7.14%	14.29%	17.86%	10.71%	3.57%	3.57%	57.14%
	P=0.00973												
職業	工程師	3.70%	14.81%	14.81%	11.11%	3.70%	7.41%	7.41%	18.52%	14.81%	14.81%	18.52%	37.04%
	公司行號負	3.23%	9.68%	9.68%	19.35%	9.68%	6.45%	12.90%	25.81%	19.35%	3.23%	22.58%	16.13%
	專業人士	20.00%	10.00%	30.00%	20.00%	20.00%	30.00%	10.00%	50.00%	10.00%	10.00%	10.00%	20.00%
	基層職員	1.89%	5.66%	20.75%	6.60%	5.66%	2.83%	3.77%	21.70%	19.81%	8.49%	18.87%	28.30%
	農林漁牧	0.00%	9.09%	22.73%	13.64%	9.09%	4.55%	13.64%	40.91%	18.18%	0.00%	0.00%	31.82%
	公務員	8.33%	8.33%	20.83%	0.00%	8.33%	8.33%	8.33%	41.67%	37.50%	16.67%	8.33%	20.83%
	教師	0.00%	14.29%	14.29%	7.14%	0.00%	0.00%	7.14%	28.57%	14.29%	0.00%	0.00%	42.86%
	學生	9.30%	13.95%	13.95%	11.63%	6.98%	4.65%	11.63%	25.58%	11.63%	9.30%	6.98%	44.19%
	軍人	0.00%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	66.67%	33.33%	0.00%	33.33%	0.00%
	退休家管無	4.76%	14.29%	28.57%	14.29%	14.29%	0.00%	9.52%	47.62%	28.57%	9.52%	9.52%	19.05%
	其他	0.00%	2.44%	29.27%	7.32%	9.76%	2.44%	4.88%	26.83%	4.88%	0.00%	17.07%	31.71%
	P=0.95293												

三、郵購的消費問題交叉分析

本題仍為延續前節中郵購問項的延伸問題。經交叉分析顯示，在有郵購經驗的消費者中，商品品質太差、廣告不實、交付貨品不符是較為嚴重的問題。性別趨勢在本題中並不明顯，但年長者遇到問題的機會似乎比年輕者為高。學歷高者遇到問題的機會則較低。不同職業類別面臨的問題比例也略有不同。本題為複選題，卡方檢定僅供參考。詳細交叉分析結果如表 4-27 所示。

表 4-27 郵購消費問題交叉分析

		付錢未交貨	交付貨品不符	廣告不實	七日內無法退換貨	個資遭洩漏	須負擔額外費用	貨品抵達即損壞	品質太差	價格偏高	發生糾紛時業者配合度低	其他	不知道/不記得/拒答
	總計	7.44%	19.50%	18.18%	11.40%	3.14%	4.63%	8.93%	30.25%	10.25%	6.78%	14.21%	29.59%
性別	男	8.20%	14.34%	18.03%	11.48%	3.69%	5.74%	9.84%	27.05%	9.02%	8.20%	10.66%	36.48%
	女	6.93%	22.99%	18.28%	11.36%	2.77%	3.88%	8.31%	32.41%	11.08%	5.82%	16.62%	24.93%
	P=0.03159												
年齡	13-19 歲	14.65%	36.31%	19.75%	14.65%	1.27%	3.18%	12.10%	38.85%	7.64%	5.73%	7.64%	26.11%
	20-29 歲	3.70%	12.96%	16.67%	8.02%	1.85%	4.32%	7.41%	27.78%	5.56%	5.56%	20.37%	30.86%
	30-39 歲	1.80%	12.61%	18.92%	10.81%	7.21%	4.50%	9.01%	25.23%	17.12%	6.31%	15.32%	28.83%
	40-49 歲	2.78%	9.72%	13.89%	9.72%	4.17%	4.17%	5.56%	20.83%	16.67%	9.72%	20.83%	31.94%
	50-59 歲	10.71%	12.50%	16.07%	12.50%	1.79%	7.14%	8.93%	26.79%	10.71%	5.36%	12.50%	37.50%
	60-64 歲	15.15%	27.27%	27.27%	18.18%	3.03%	9.09%	9.09%	42.42%	9.09%	12.12%	3.03%	33.33%
	65 歲以上	7.14%	21.43%	21.43%	7.14%	7.14%	7.14%	7.14%	35.71%	7.14%	14.29%	7.14%	7.14%
	P=0.0004												
教育程度	國小	11.76%	23.53%	21.57%	11.76%	3.92%	3.92%	11.76%	35.29%	7.84%	13.73%	11.76%	25.49%
	國初中	10.61%	21.21%	16.67%	12.12%	6.06%	6.06%	4.55%	39.39%	18.18%	6.06%	15.15%	25.76%
	高中職	7.58%	16.67%	19.70%	17.42%	6.06%	6.82%	9.85%	23.48%	13.64%	11.36%	8.33%	30.30%
	五專	4.70%	16.78%	16.78%	5.37%	3.36%	1.34%	7.38%	26.17%	9.40%	4.03%	14.77%	34.90%
	大學及以上	7.25%	21.74%	17.87%	11.59%	0.00%	5.31%	10.14%	33.33%	6.76%	4.35%	17.87%	27.54%
	P=0.11318												
家戶所得	30000 以下	11.66%	17.18%	20.25%	14.11%	3.68%	6.13%	10.43%	28.83%	11.04%	11.04%	10.43%	25.15%
	30001-60000	7.14%	23.33%	16.67%	9.05%	2.38%	2.38%	9.52%	32.86%	9.05%	4.76%	13.81%	28.57%
	60001-90000	6.45%	19.35%	20.97%	9.68%	3.23%	7.26%	5.65%	29.84%	10.48%	4.84%	15.32%	30.65%
	90001-120000	0.00%	17.46%	15.87%	12.70%	3.17%	3.17%	11.11%	28.57%	14.29%	7.94%	20.63%	30.16%
	120001 以上	6.67%	13.33%	13.33%	15.56%	4.44%	4.44%	6.67%	26.67%	6.67%	4.44%	17.78%	46.67%
	P=0.68102												
職業	工程師	4.55%	20.45%	11.36%	11.36%	2.27%	9.09%	11.36%	22.73%	4.55%	6.82%	13.64%	38.64%
	公司行號負	8.82%	5.88%	17.65%	14.71%	0.00%	2.94%	17.65%	32.35%	8.82%	2.94%	23.53%	17.65%
	專業人士	5.88%	11.76%	17.65%	23.53%	0.00%	23.53%	11.76%	35.29%	5.88%	0.00%	23.53%	35.29%
	基層職員	3.62%	10.14%	14.49%	7.97%	5.07%	3.62%	5.80%	23.19%	10.87%	6.52%	20.29%	29.71%
	農林漁牧	20.00%	23.33%	30.00%	3.33%	0.00%	6.67%	10.00%	43.33%	6.67%	13.33%	10.00%	23.33%
	公務員	2.78%	11.11%	11.11%	11.11%	8.33%	2.78%	2.78%	41.67%	30.56%	2.78%	16.67%	27.78%
	教師	0.00%	4.17%	16.67%	12.50%	0.00%	0.00%	12.50%	29.17%	8.33%	12.50%	12.50%	37.50%
	學生	12.18%	35.90%	21.15%	14.10%	0.64%	1.92%	12.18%	37.82%	5.77%	5.13%	8.33%	27.56%
	軍人	0.00%	4.35%	17.39%	0.00%	0.00%	4.35%	4.35%	17.39%	4.35%	4.35%	21.74%	43.48%
	退休家管無	6.06%	24.24%	24.24%	12.12%	6.06%	9.09%	9.09%	33.33%	36.36%	15.15%	6.06%	21.21%
	其他	8.57%	20.00%	20.00%	14.29%	7.14%	5.71%	4.29%	21.43%	5.71%	8.57%	11.43%	32.86%
	P=0.00005												

四、傳統店面通路的消費問題交叉分析

本題為延續前節中傳統店面購物問項的問題。經交叉分析顯示，在有店面購物經驗的消費者中，價格偏高是最主要的問題。這和網路、郵購、和電視購物主要問題反應再商品品質不良的情形有較大差異，主要原因是在於店面通路可以實體接觸到欲購商品，但其他方式則不行。而店面的高額店租與人事成本則是造成售價較貴的直接原因。傳統通路中高齡消費者面臨的問題似乎較少，但在性別、學歷、和所得上則又趨於分散，無明顯趨勢。不同職業類別面臨的問題比例亦各有不同。本題為複選題，卡方檢定僅供參考。詳細交叉分析結果如表 4-28 所示。

表 4-28 傳統通路的消費問題交叉分析

		無售後服務	業務員不實推銷	廣告不實	瑕疵品無法退换货	個資遭洩漏	須負擔額外費用	貨品抵達即損壞	品質太差	價格偏高	發生糾紛時業者配合度低	其他	不知道/不記得/拒答
	總計	13.55%	14.01%	12.63%	12.72%	4.56%	3.59%	4.38%	17.79%	24.15%	10.14%	11.06%	36.68%
性別	男	13.53%	13.44%	12.48%	12.76%	5.09%	4.70%	5.09%	17.85%	23.99%	10.94%	8.83%	38.48%
	女	13.56%	14.54%	12.77%	12.68%	4.08%	2.57%	3.72%	17.73%	24.29%	9.40%	13.12%	35.02%
	P=0.02087												
年齡	13-19 歲	14.42%	12.09%	13.06%	15.40%	3.31%	2.14%	3.90%	17.15%	28.07%	8.19%	6.63%	39.38%
	20-29 歲	12.22%	14.73%	12.22%	12.81%	2.80%	3.24%	5.45%	20.62%	25.18%	9.72%	12.08%	35.49%
	30-39 歲	16.62%	16.31%	13.23%	8.31%	6.15%	6.15%	4.00%	16.92%	19.08%	12.62%	13.85%	33.85%
	40-49 歲	13.21%	11.43%	11.07%	11.43%	7.86%	2.50%	4.64%	13.21%	21.79%	10.71%	16.79%	34.64%
	50-59 歲	11.88%	12.38%	13.37%	12.87%	4.46%	5.45%	3.96%	20.30%	21.78%	10.89%	10.40%	39.60%
	60-64 歲	15.05%	21.51%	17.20%	17.20%	5.38%	6.45%	4.30%	16.13%	26.88%	12.90%	1.08%	35.48%
	65 歲以上	10.26%	15.38%	8.97%	11.54%	8.97%	1.28%	0.00%	12.82%	21.79%	8.97%	12.82%	42.31%
	P=0.00021												
教育程度	國小	13.19%	15.93%	10.99%	13.19%	4.95%	3.30%	2.75%	15.38%	22.53%	15.38%	8.24%	40.66%
	國初中	14.29%	14.29%	12.65%	13.88%	6.94%	4.08%	4.49%	17.96%	22.45%	10.20%	12.24%	37.55%
	高中職	13.83%	11.59%	13.08%	11.03%	5.42%	4.49%	4.49%	15.89%	24.30%	8.79%	9.91%	38.69%
	五專	13.52%	13.73%	10.86%	10.66%	2.05%	2.05%	3.28%	16.80%	22.13%	10.04%	11.48%	37.30%
	大學及以上	13.19%	15.42%	13.89%	14.86%	4.72%	3.89%	5.42%	20.42%	26.39%	9.86%	11.94%	33.47%
	P=0.44579												
家戶所得	30000 以下	15.73%	15.73%	14.65%	14.10%	3.80%	4.16%	5.06%	18.99%	27.31%	9.95%	10.13%	35.08%
	30001-60000	13.62%	13.49%	12.45%	12.06%	4.41%	3.11%	3.76%	18.42%	24.77%	9.99%	10.77%	36.45%
	60001-90000	10.41%	12.15%	10.41%	12.80%	5.64%	4.12%	3.69%	15.40%	21.04%	9.33%	11.93%	38.61%
	90001-120000	12.96%	15.79%	14.98%	14.17%	3.24%	3.64%	4.05%	19.03%	23.48%	13.77%	13.36%	32.39%
	120001 以上	15.94%	13.04%	8.70%	7.97%	7.25%	2.17%	7.97%	15.22%	19.57%	7.97%	9.42%	45.65%
	P=0.37391												
職業	工程師	14.74%	14.74%	18.59%	13.46%	5.77%	6.41%	8.97%	21.15%	20.51%	12.18%	11.54%	33.97%
	公司行號負	16.56%	18.47%	14.01%	14.65%	6.37%	4.46%	4.46%	22.93%	29.30%	10.19%	15.92%	27.39%
	專業人士	11.36%	18.18%	17.05%	19.32%	4.55%	6.82%	11.36%	27.27%	31.82%	12.50%	7.95%	35.23%
	基層職員	12.77%	16.14%	11.33%	7.47%	4.10%	2.41%	2.89%	14.46%	21.20%	11.57%	13.25%	37.11%
	農林漁牧	16.26%	17.07%	10.57%	13.82%	7.32%	6.50%	3.25%	20.33%	21.95%	17.07%	4.88%	41.46%
	公務員	9.09%	16.08%	10.49%	13.29%	7.69%	5.59%	4.90%	20.98%	26.57%	11.19%	14.69%	32.17%
	教師	14.58%	12.50%	11.46%	13.54%	3.13%	1.04%	2.08%	17.71%	26.04%	9.38%	8.33%	34.38%
	學生	13.38%	10.92%	11.80%	14.08%	2.82%	1.76%	3.87%	16.73%	26.94%	6.87%	7.39%	40.49%
	軍人	8.62%	12.07%	3.45%	10.34%	1.72%	5.17%	1.72%	17.24%	13.79%	6.90%	27.59%	37.93%
	退休家管無	14.39%	12.95%	12.95%	15.83%	4.32%	5.04%	5.76%	15.83%	23.74%	11.51%	7.19%	37.41%
	其他	14.98%	11.45%	15.42%	11.89%	5.73%	3.52%	3.52%	14.98%	20.26%	9.25%	14.10%	35.68%
	P=0.00068												

五、發生消費糾紛時是否會提出申訴

本題為消費問題的第五個題目。交叉分析結果發現，男性明顯較女性更有意願提出申訴，高齡族群則提出申訴的意願較低。高所得的受訪者亦較有意願提出申訴。職業別則以工程師和基層職員提出申訴的可能性較高。卡方檢定顯示，家戶所得高低在申訴意願上並無顯著性差異，但性別、年齡、教育程度、和職業則有顯著差異。詳細交叉分析結果見表 4-29。

本題另有一延伸問項，為詢問有申訴意願的受訪者之可能申訴管道。結果發現，女性受訪者傾向使用較多的管道進行申訴，高齡受訪者偏向找民意代表或媒體，年輕人則偏向使用消保團體或直接找經銷商。本題為複選題，卡方檢定數值僅供參考。詳細交叉分析結果見表 4-30。

表 4-29 消費糾紛提出申訴可能性交叉分析

		會	不會	不一定	無意見/拒答
	總計	32.58%	19.75%	41.67%	6.00%
性別	男	39.20%	13.78%	39.91%	7.11%
	女	26.09%	25.60%	43.39%	4.92%
	P=0.00000				
年齡	13-19 歲	31.62%	18.22%	44.24%	5.92%
	20-29 歲	23.64%	17.70%	53.45%	5.21%
	30-39 歲	44.73%	20.61%	30.44%	4.22%
	40-49 歲	42.15%	13.61%	35.86%	8.38%
	50-59 歲	38.21%	20.71%	36.43%	4.64%
	60-64 歲	25.53%	29.79%	38.30%	6.38%
	65 歲以上	20.34%	44.92%	21.19%	13.56%
	P=0.00000				
教育程度	國小	24.45%	36.13%	32.48%	6.93%
	國初中	35.29%	22.06%	30.88%	11.76%
	高中職	35.75%	17.15%	40.24%	6.86%
	五專	24.79%	12.81%	57.90%	4.49%
	大學及以上	36.82%	20.78%	38.72%	3.68%
	P=0.00000				
家戶所得	30000 以下	33.38%	22.68%	37.24%	6.70%
	30001-60000	32.67%	19.22%	42.23%	5.88%
	60001-90000	30.78%	18.86%	44.66%	5.69%
	90001-120000	30.33%	18.33%	47.00%	4.33%
	120001 以上	38.15%	15.03%	39.31%	7.51%
	P=0.09274				
職業	工程師	44.72%	10.05%	36.18%	9.05%
	公司行號負責人	35.75%	19.81%	40.10%	4.35%
	專業人士	34.86%	19.27%	44.04%	1.83%
	基層職員	43.41%	18.99%	33.91%	3.68%
	農林漁牧	28.27%	24.08%	39.27%	8.38%
	公務員	26.42%	37.31%	33.16%	3.11%
	教師	15.93%	7.96%	73.45%	2.65%
	學生	25.39%	15.94%	51.20%	7.48%
	軍人	36.99%	9.59%	39.73%	13.70%
	退休家管無業	35.96%	24.56%	32.89%	6.58%
	其他	28.88%	26.35%	38.27%	6.50%
	P=0.00000				

表 4-30 申訴管道交叉分析

		消費者保護團體	經銷商或廠商	媒體	民意代表	採取法律行動	地方消保官	1950 專線	行政院消保會	縣市消費者服務中心	其他	拒答
	總計	50.05%	50.38%	15.49%	12.43%	7.31%	16.36%	17.56%	13.74%	16.68%	2.40%	5.78%
性別	男	48.53%	47.99%	15.02%	12.45%	7.51%	12.82%	12.27%	10.44%	13.92%	2.75%	5.49%
	女	52.29%	53.91%	16.17%	12.40%	7.01%	21.56%	25.34%	18.60%	20.75%	1.89%	6.20%
	P=0.00197											
年齡	13-19 歲	51.23%	44.83%	16.26%	10.84%	5.91%	14.29%	20.20%	15.76%	18.72%	1.48%	7.88%
	20-29 歲	51.28%	55.38%	17.95%	12.31%	12.31%	19.49%	17.44%	15.38%	17.95%	3.59%	5.64%
	30-39 歲	49.74%	51.83%	15.71%	7.85%	6.81%	16.23%	17.80%	12.04%	14.66%	1.57%	3.14%
	40-49 歲	50.31%	53.42%	14.91%	12.42%	4.35%	18.63%	14.29%	15.53%	18.63%	1.24%	3.73%
	50-59 歲	46.73%	49.53%	5.61%	15.89%	3.74%	13.08%	20.56%	9.35%	13.08%	5.61%	3.74%
	60-64 歲	55.56%	41.67%	16.67%	16.67%	8.33%	11.11%	5.56%	5.56%	5.56%	0.00%	8.33%
	65 歲以上	37.50%	41.67%	33.33%	41.67%	16.67%	16.67%	20.83%	16.67%	25.00%	4.17%	29.17%
	P=0.01400											
教育程度	國小	43.28%	41.79%	11.94%	26.87%	7.46%	8.96%	11.94%	5.97%	7.46%	5.97%	5.97%
	國初中	55.83%	49.17%	15.00%	16.67%	2.50%	18.33%	18.33%	15.83%	19.17%	1.67%	5.83%
	高中職	46.86%	43.91%	14.02%	12.92%	5.90%	16.24%	16.61%	11.07%	14.39%	1.85%	7.38%
	五專	48.32%	59.73%	14.09%	8.72%	8.05%	15.44%	16.11%	8.72%	20.13%	2.68%	5.37%
	大學及以上	52.90%	53.87%	18.39%	9.03%	10.00%	17.74%	20.00%	19.35%	18.06%	2.26%	4.52%
	P=0.01876											
家戶所得	30000 以下	49.03%	45.95%	14.29%	12.36%	5.79%	16.99%	20.46%	13.13%	18.15%	2.32%	8.11%
	30001-60000	51.83%	47.87%	13.11%	10.67%	5.18%	14.94%	17.68%	13.41%	15.55%	2.74%	4.27%
	60001-90000	47.98%	55.49%	17.92%	13.29%	8.09%	17.92%	13.29%	10.98%	13.87%	1.73%	4.62%
	90001-120000	45.05%	58.24%	19.78%	9.89%	12.09%	10.99%	13.19%	10.99%	19.78%	1.10%	6.59%
	120001 以上	57.58%	56.06%	19.70%	22.73%	15.15%	24.24%	22.73%	28.79%	19.70%	4.55%	6.06%
	P=0.52093											
職業	工程師	48.31%	55.06%	20.22%	10.11%	8.99%	20.22%	20.22%	15.73%	16.85%	5.62%	7.87%
	公司行號負	50.00%	56.76%	22.97%	20.27%	20.27%	21.62%	18.92%	16.22%	20.27%	1.35%	4.05%
	專業人士	60.53%	63.16%	23.68%	23.68%	10.53%	31.58%	39.47%	15.79%	15.79%	5.26%	0.00%
	基層職員	50.45%	54.46%	11.61%	8.04%	6.25%	12.05%	13.84%	11.16%	16.96%	1.34%	4.46%
	農林漁牧	31.48%	33.33%	12.96%	31.48%	1.85%	11.11%	14.81%	5.56%	7.41%	3.70%	7.41%
	公務員	52.94%	49.02%	15.69%	13.73%	5.88%	29.41%	9.80%	15.69%	9.80%	1.96%	3.92%
	教師	55.56%	61.11%	5.56%	5.56%	11.11%	27.78%	5.56%	27.78%	38.89%	0.00%	0.00%
	學生	50.56%	43.33%	16.67%	11.67%	6.67%	13.89%	21.11%	16.67%	17.78%	1.11%	8.89%
	軍人	48.15%	37.04%	11.11%	3.70%	7.41%	3.70%	14.81%	14.81%	18.52%	7.41%	7.41%
	退休家管無	57.32%	51.22%	18.29%	14.63%	4.88%	18.29%	17.07%	14.63%	17.07%	1.22%	4.88%
	其他	47.50%	51.25%	10.00%	5.00%	2.50%	12.50%	16.25%	8.75%	15.00%	3.75%	6.25%
	P=0.04335											

六、台灣消費環境有無改善

本題為消費問題的第六個題目。交叉分析結果發現，男女性認為有無改善的比例十分接近，但高齡者認為環境有改善的比例明顯較低。高學歷和中產階級認為有改善的比例較高，而不同職業則有較不明顯的差異性變化。根據卡方檢定結果，除性別外其餘各社經變數均有顯著性差異。本題交叉分析結果見表 4-31。

表 4-31 台灣消費環境有無改善交叉分析

		有	無	無意見/拒答
	總計	53.53%	29.27%	17.19%
性別	男	52.55%	29.43%	18.02%
	女	54.50%	29.11%	16.39%
	P=0.44548			
年齡	13-19 歲	50.93%	31.31%	17.76%
	20-29 歲	53.70%	29.58%	16.73%
	30-39 歲	59.48%	28.81%	11.71%
	40-49 歲	55.50%	27.23%	17.28%
	50-59 歲	51.07%	28.57%	20.36%
	60-64 歲	54.61%	27.66%	17.73%
	65 歲以上	43.22%	27.97%	28.81%
	P=0.00779			
教育程度	國小	47.45%	28.10%	24.45%
	國初中	53.82%	26.18%	20.00%
	高中職	50.66%	33.51%	15.83%
	五專	56.07%	26.96%	16.97%
	大學及以上	56.18%	28.74%	15.08%
	P=0.00159			
家戶所得	30000 以下	46.52%	35.05%	18.43%
	30001-60000	54.08%	27.39%	18.53%
	60001-90000	58.90%	24.56%	16.55%
	90001-120000	61.00%	27.67%	11.33%
	120001 以上	51.45%	32.37%	16.18%
	P=0.00001			
職業	工程師	49.75%	31.66%	18.59%
	公司行號負責人	55.56%	31.40%	13.04%
	專業人士	53.21%	32.11%	14.68%
	基層職員	57.17%	28.29%	14.53%
	農林漁牧	45.55%	29.84%	24.61%
	公務員	62.69%	26.94%	10.36%
	教師	48.67%	30.09%	21.24%
	學生	52.61%	28.91%	18.48%
	軍人	47.95%	24.66%	27.40%
	退休家管無業	53.51%	25.88%	20.61%
	其他	53.07%	32.49%	14.44%
	P=0.01033			

七、行政院消保會未來還需強化的工作項目

本題為針對消保會未來施政建議所進行的調查。交叉分析結果顯示，男性似乎比較重視法律與罰款，老年人則是特別強調罰款，年輕人卻偏向落實安檢和提供資訊。而學歷較低的受訪者亦偏向重罰；學歷較高的則傾向教育。本題亦為複選題，卡方檢定值僅供參考。詳細交叉分析結果見表 4-32。

表 4-32 消保會未來工作重點交叉分析

		加強法令 宣導	增加消費 資訊或消 費情報	提高消費 申訴之處 理效率	加強公共 場所和商 品安全檢	加強消費 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
	總計	52.47%	51.51%	47.96%	50.69%	43.62%	58.76%	15.56%	0.96%	9.88%
性別	男	53.98%	50.39%	47.16%	49.53%	42.64%	62.02%	14.43%	0.93%	8.69%
	女	50.00%	51.59%	47.79%	50.83%	43.72%	54.48%	16.34%	0.97%	10.83%
	P=0.06730									
年齡	13-19 歲	48.91%	55.61%	50.16%	56.39%	40.65%	56.70%	14.02%	0.62%	11.99%
	20-29 歲	53.82%	52.36%	50.42%	49.45%	45.33%	53.45%	16.12%	0.97%	11.39%
	30-39 歲	54.10%	50.82%	50.12%	53.40%	47.07%	59.02%	14.05%	0.94%	7.73%
	40-49 歲	56.54%	47.91%	40.84%	46.07%	39.79%	60.21%	17.80%	1.05%	10.21%
	50-59 歲	56.43%	48.57%	46.43%	49.64%	47.14%	65.36%	17.86%	1.07%	7.86%
	60-64 歲	46.10%	56.03%	46.81%	47.52%	46.10%	70.21%	16.31%	2.13%	5.67%
	65 歲以上	41.53%	38.98%	38.98%	39.83%	36.44%	72.03%	11.86%	0.85%	4.24%
	P=0.03587									
教育程度	國小	50.73%	50.36%	45.99%	49.27%	47.08%	71.90%	18.98%	0.73%	8.03%
	國初中	54.71%	41.47%	36.76%	44.41%	35.29%	68.82%	15.00%	1.47%	7.06%
	高中職	49.21%	48.94%	44.33%	47.76%	40.37%	56.73%	14.38%	0.92%	9.76%
	五專	54.58%	52.91%	50.25%	57.07%	46.92%	59.73%	18.14%	0.83%	11.81%
	大學及以上	53.56%	57.24%	54.75%	51.78%	46.44%	51.54%	13.90%	0.95%	10.33%
	P=0.0030									
家戶所得	30000 以下	48.45%	50.77%	44.33%	48.07%	40.34%	62.63%	15.72%	1.29%	7.86%
	30001-60000	51.99%	52.59%	49.50%	52.29%	43.73%	57.87%	15.34%	0.90%	9.56%
	60001-90000	55.52%	48.40%	48.04%	50.89%	43.59%	56.05%	17.44%	0.53%	12.81%
	90001-120000	60.00%	56.00%	52.00%	49.33%	51.00%	57.67%	12.67%	1.00%	9.33%
	120001 以上	50.29%	50.87%	47.98%	54.91%	45.09%	57.23%	15.03%	1.16%	12.14%
	P=0.48347									
職業	工程師	49.25%	50.75%	48.74%	52.26%	48.24%	54.77%	12.06%	0.50%	8.54%
	公司行號負責人	65.70%	52.17%	48.31%	57.00%	48.79%	62.80%	16.91%	1.93%	10.63%
	專業人士	61.47%	49.54%	51.38%	55.05%	52.29%	75.23%	18.35%	0.00%	6.42%
	基層職員	55.81%	52.71%	48.06%	50.19%	45.16%	57.17%	14.73%	1.94%	8.91%
	農林漁牧	46.60%	51.83%	46.07%	44.50%	41.88%	68.06%	18.85%	0.52%	8.90%
	公務員	54.40%	52.85%	52.85%	46.63%	46.11%	51.30%	9.33%	0.00%	10.36%
	教師	62.83%	55.75%	54.87%	54.87%	41.59%	42.48%	5.31%	0.00%	4.42%
	學生	47.53%	54.72%	50.63%	55.99%	42.31%	58.39%	17.07%	0.71%	12.13%
	軍人	43.84%	53.42%	41.10%	41.10%	38.36%	49.32%	15.07%	0.00%	15.07%
	退休家管無業	50.00%	40.35%	35.09%	42.98%	35.96%	59.65%	15.35%	0.88%	12.28%
	其他	50.54%	47.65%	46.21%	44.77%	41.52%	63.18%	20.22%	1.44%	6.86%
	P=0.05778									

第五章 結論與建議

第一節 研究結論

根據前述的分析與討論，本研究所獲致的研究結論有下列數點：

- 一、各類消費通路的使用情況：台灣民眾的主要消費方式仍是以傳統店面為主，網路、郵購、和電視購物雖然近年成長極快，但仍有許多消費者不熟悉此一銷售方式，亦無實際消費經驗。而無論受訪者的社會經濟背景條件為何，大多數的受訪者每年在無店鋪通路上消費的次數均少於三次。
- 二、各類消費通路的消費問題：由於無法實際接觸到商品，網路、郵購、電視購物的主要問題都是商品品質不良，其中高齡受訪者發生問題的比例較年輕族群為高。店面則因管銷成本和租金致使售價過高。而高齡族群在傳統店面通路中所面臨的通路似乎也較少。
- 三、老年人與年輕族群的消費問題：老年人使用傳統通路的問題較少，使用新興通路的問題較年輕族群高。年輕族群則可能因為支付工具的不便，致使其不選擇在無店鋪中銷售體系中消費。
- 四、消保會與消基會仍是容易被混淆的單位，且消基會知名度仍超過消保會甚多：統計資料顯示，有超過八成的受訪者聽過消費者文教基金會，但知道行政院消保會的受訪者還不到五成，其中又以高齡、教育程度低、所得水準低、職業為農林漁牧的受訪者，認識消保會的比例最低。而聽過其他消保團體和縣市消費爭議調解委員會的均在四分之一以下，足見消基會的知名度遠大於其他消費團體和官方組織。此一差異應和政府機關較為低調的行事風格，和消基會進行消費權利與消費意識宣導的組織目的有直接關聯。而由於消基會的積極宣傳，竟也使得近半數受訪者不了解消基會和消保會是兩個不同的單位。而雖有過半民眾曾經看過消保會發佈的消息，但曾經參加消保活動或曾經瀏覽消保會網站的受訪者比例均不到 10%。
- 五、民眾消費意識已有提昇：根據調查結果顯示，74%的受訪者已知道猶豫期的意義，且不同社會經濟背景條件的受訪者知反應也有明顯的差異。其中以女性、年齡層次較輕、教育程度較高、所得中等、職業為公務員和教師的受訪者較了解猶豫期的意義。受訪者中也有近六成知道廠商須依廣告內容給付商品，近半數的受訪者知道無過失主義的意義。其中以六十五歲以上、國小以下程度、家戶所得在三

萬元以下、以及職業為農林漁牧及退休家管或無業者較不了解無過失主義和依約給付的意義。此外，受訪者中知道定型化契約的僅佔四成多，知道消費者三不運動的僅兩成多，曾經參加消費者保護活動的更是低到不足一成。這顯示我國的消費者教育仍有值得加強和努力的空間。

- 六、影響消費行為之商品屬性的重要性：在從事消費活動時，價格、品質、實用性、和自身的經濟能力依序為受訪者最為注重的商品屬性。而有 27.14% 的受訪者曾經簽訂過定型化契約，但其中有三成以上在訂定契約時不會注意契約內容。
- 七、受訪者對公共場所安全的注意情形：在出入公共場所時，有 32.54% 的受訪者不會注意場所安全，其中 61.90% 表示沒有習慣注意，35.70% 表示沒想到要注意，25.22% 則認為太麻煩。而較容易被注意的公安設施依序為逃生門，逃生路線，和緊急消防設施等。顯見多次公共場所火災所造成的重大傷亡與相關單位的事後加強宣導，確實發揮了提醒消費者注意與火災有關的安全設施。從交叉分析的結果中發現，年紀較大、學歷較低、職業為農林漁牧的受訪者較不重視公共場所的安全問題。
- 八、受訪者對食品與藥品安全的注意情形：在購買藥品和食品時，僅一成左右的受訪者忽略食品及藥品標示，此一比例顯示消費者對於食品與藥品衛生安全的警覺性非常高。少部分沒有注意食品及藥品標示的受訪者則是因為沒有習慣注意或是覺得太麻煩而沒有注意。其中以男性和高齡受訪者較不注意食品和藥品安全。
- 九、發生消費糾紛時的申訴情形：近三分之一的受訪者在發生消費糾紛時會提起申訴，近兩成則不會，而其申訴管道絕大多數卻集中在民間消費團體，或直接回頭找經銷商申訴，足見政府在消費者保護工作上，尚未做到讓民眾充份信賴的程度。較特別的是，高齡族群中有較高比例的受訪者傾向於尋求民意代表伸張消費正義，此一反應行為與其他族群有明顯不同。
- 十、台灣消費環境的改善情形：過半受訪者認為台灣的消費環境已有明顯改善，其中又以高學歷和中等收入的受訪者認為有改善的比例較高；事實上各類通路發生問題之比例也不算太高，值得肯定。
- 十一、受訪者對於消保會未來工作的建議：大多數的受訪者認為加強取締和重罰不法業者是未來消保會最重要的工作，其

次依序為加強法令宣導、增加消費資訊情報、以及加強公共安全和商品安全檢測。其中高齡受訪者較強調罰款，年輕人則重視安檢和資訊的提供。

第二節 政策建議

在了解全面的瞭解現階段我國消費者的消費意識程度、消費行為、和消費問題之後，本計畫提出下列九點建議事項作為相關單位未來推動消費者教育和消費者保護工作的參考依據，以提昇我國民的消費意識，健全我國的消費環境。期能使主管機關根據此一研究成果，重新進行資源的分配，以強化特定領域的消費保護工作，期能產生立竿見影的政策效果。

本計畫提出之建議有：

- 一、消保會在推動消費者運動時，宜結合時代的脈動與適當的宣傳，提昇民眾的參與動機和認同感。
- 二、在發生多起知名企業的惡意欺詐和倒閉行為後，企業倫理和道德已為未來管理教育的顯學。建議消保會可設計簡單的獎勵機制，鼓勵各大專院校開設消費者保護相關課程，將消費者保護的觀念向下紮根。
- 三、如各校能普遍開設消費者保護相關課程，則應鼓勵學校週邊地區廠商參與上課，並核予證書，以落實消費者保護在產業界的推行。
- 四、各型通路明顯仍存在部份消費問題，為落實消費者保護的政策，並延續此一運動的熱情，建議未來應加強召募消保志工，予以適當的訓練後，進駐各大主要通路，專門負責協助宣導正確的消費觀念，並收警惕廠商之效。
- 五、出入公共場所和購買食品藥品的安全性已廣為消費者注意；但仍有部分消費者因嫌太麻煩或因不習慣而忽略消費安全。是故明顯的提示和簡易的判讀應為未來改善食品藥品和公共場所安全性的努力方向。
- 六、在消保會的努力和諸多團體的通力合作之下台灣的民眾消費意識已有明顯提昇；但仍有強化的必要。消保會應設法在教育民眾的工作上與績優廠商和學術團體進行合作與聯盟，以擴大影響層面，避免民眾因無知而受害。
- 七、懲治不肖廠商仍為民眾最期待的施政重點，而提供即時而充份的消費資訊也是年輕族群期待的德政。建議消保會需在法規執行與資訊提供兩件工作上再行努力，以提昇消保會的整體滿意度。

- 八、 高齡族群發生消費問題時有仰賴民意代表出面解決的傾向；而各級民意代表也需要服務選民的舞台和空間。是故以民意代表作為消費者保護的先鋒，似乎具有一定的綜效，可以滿足消保會、消費者、和民意代表的不同需求，更可以協助高齡消費者解決消費問題，值得嘗試推動。
- 九、 高齡、低收入、低學歷、職業為農林漁牧或退休、家管、與無業的受訪者之消費意識程度較低，也自然面臨較多的消費問題。未來消費者保護工作的重點，應可以上述各類族群為重點，採取區隔行銷的方式，以最經濟有效的方法進行消費權益的觀念推廣。

參考文獻

行政院消費者保護委員會網站，www.cpc.gov.tw

行政院消費者保護委員會(民國八十五年)，國民消費意識程度及消費問題，社會大學文教基金會民意調查中心。

行政院消費者保護委員會(民國八十七年)，八十七年度國民消費意識程度及高齡者消費問題之調查研究，國立中山大學社科院民意調查研究中心。

行政院消費者保護委員會(民國九十一年)，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，世新大學民意調查研究中心。

郭秋梅(民國八十八年)，當前我國消費者教育之實踐與展望，消費者保護研究，第五輯，頁 97~122。

柴松林(民國八十四年)，消費者主義發展的新方向，消費者保護研究，第一輯，頁 17~22。

柴松林(民國九十年)，發展主義、環境主義與綠色消費主義，消費者保護研究，第七輯，頁 1~10。

詹森林(民國九十年)，定型化契約最近實務發展與評析，消費者保護研究，第七輯，頁 123~190。

吳忠吉(民國八十四年)，消費者保護法的經濟分析，消費者保護研究，第一輯，頁 23~28。

林廣宏(民國九十年)，電子商務消費者保護，消費者保護研究，第七輯，頁 227~236。

消費者手冊(民國八十五年、民國八十七年、民國九十年)，行政院消費者保護委員會。

附錄：研究問卷

先生小姐您好，我們是台南女子技術學院的訪問員，現正接受行政院消保會的委託，執行我國消費者消費意識程度、消費行為、和消費問題之研究。現在想請教您幾個有關消費者保護的問題，耽誤您寶貴的時間。調查結果僅供學術研究分析，問卷不必具名，謝謝您。

計畫主持人：台南女子技術學院 國際企業系熊正一教授 敬謝
聯絡電話：0933909285；06-2422609

問卷的第一部份為您個人的簡單基本資料，僅供學術研究分析，保證不會外洩，麻煩您以勾選或填寫的方式回答：

1. 性別

☐ (1)男 ☐ (2)女

2. 年齡

☐ (1)13-19 歲 ☐ (2)20-29 歲 ☐ (3)30-39 歲 ☐ (4)40-49 歲
☐ (5) 50-59 歲 ☐ (6)60-64 歲 ☐ (7)65 歲以上

3. 教育程度

☐ (1)國小及以下 ☐ (2)國（初）中 ☐ (3)高中（職） ☐ (4)專科 ☐ (5)大學及以上

4. 請問您每一個月全家所得大概是多少？

☐ (1)30,000 元以下 ☐ (2)30,001-60,000 元 ☐ (3)60,001-90,000 元
☐ (4)90,001 元—120,000 元 ☐ (5)120,001 元及以上

5. 職業

☐ (1)工程師(電子、電機、機械、化工、土木、水利、生科…….等)
☐ (2)公司行號負責人或高階主管
☐ (3)專業人士（醫師、律師、會計師）
☐ (4)基層職員、事務工作人員、秘書、助理人員
☐ (5)農林漁牧業從業人員
☐ (6)公務員 ☐ (7)教師 ☐ (8)學生 (9)軍人
☐ (10)無(待)業、退休、家庭管理
☐ (11) 其他（請說明）_____

問卷開始

1. 1. 請問您聽過下列那一個協助民眾解決消費爭議的組織機構？(可複選)

☐ (1)行政院消保會
☐ (2)消基會
☐ (3)各縣市消費者服務中心
☐ (4)消費爭議調解委員會
☐ (5)消費者保護官
☐ (6)都沒有聽過
☐ (6)不知道/無意見/拒答

1-1. 請問您是否知道消基會是民間組織，而行政院消保會是政府機關？
☐ (1)知道 ☐ (2)不知道 ☐ (3)拒答
1-2. 請問您是否曾經在報章雜誌或電視上看過有關行政院消保會發佈的消息？
☐ (1)有看過 ☐ (2)沒有看過 ☐ (3)拒答
1-3. 請問您有沒有上過行政院消保會的網站？
☐ (1)有 ☐ (2)沒有 ☐ (3)拒答

2. 請問您是否知道在電視購物頻道購買的商品依法可以享有七天的退貨期限？

☐ (1)知道 ☐ (2)不知道 ☐ (3)拒答

3. 請問您是否知道消保法規定，任何不具安全性之商品或服務只要導致消費者權益受損，就算錯不在該製造商，該製造商仍將負損害賠償責任？

☐ (1)知道 ☐ (2)不知道 ☐ (3)拒答

4. 請問您是否知道消保法規定，廠商刊登的廣告就是買賣契約的一部份，廠商必須依廣告內容提供商品或服務？

☐ (1)知道 ☐ (2)不知道 ☐ (3)拒答

5. 請問您是否知道政府各主管機關已經制訂各種定型化契約範本，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？

☐ (1)知道 ☐ (2)不知道 ☐ (3)拒答

6. 請問您有沒有聽過消費者三不運動？

☐ (1)有聽過

☐ (2)沒聽過

☐ (3)拒答

6-1. 請問您有沒有聽過消費新生活運動？

☐ (1)知道 ☐ (2)不知道 ☐ (3)拒答

7. 請問您是否曾經參加任何有關消費者保護的活動？

☐ (1)有

☐ (2)無

☐ (3)拒答

7-1. 請問您參加過那些活動？(可複選)

☐ (1)參加宣導活動 ☐ (2)擔任消保志工 ☐ (3)參加教育訓練活動

☐ (4)參加民間消費團體的活動 ☐ (5)選修消保法相關課程 ☐ (6)其它

☐ (7)不知道

8. 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？(可複選)

☐ (1)價格

☐ (7)流行趨勢

☐ (13)親友推薦或介紹

☐ (2)包裝，外觀

☐ (8)安全性

☐ (14)同儕間的比較心理(同學、朋友或同事等)

☐ (3)品質

☐ (9)廣告促銷

☐ (15)其他_____

☐ (4)售後服務

☐ (10)服務態度

☐ (16)不知道/都不考慮

☐ (5)實用性

☐ (11)經濟能力

☐ (17)拒答

☐ (6)品牌知名度

☐ (12)依個人喜好

9. 請問您有沒有和業者簽訂定型化契約的經驗？(可複選)

☐ (1)有

☐ (2)沒有

☐ (3)拒答

9-1. 請問您在簽訂契約時會注意哪些問題？(可複選)

☐ (1)不會注意<很少注意>

☐ (2)契約印刷字體是否清楚

☐ (3)契約條款是否有語意不清

☐ (4)業者是否逐條說明條款內容

☐ (5)契約是否可帶回審閱

☐ (6)條款是否公平

☐ (7)契約條款有無違背主管機關的規定

☐ (8)是否保障自身權益

☐ (9)其他_____

☐ (10)拒答

9-2. 請問您不會注意契約內容的原因是什麼？(可複選)

☐ (1)沒習慣去注意

☐ (2)內容冗長，太麻煩

☐ (3)關鍵字的字太小或位置不明顯，不易注意

☐ (4)沒想到要注意

☐ (5)內容大多是法律文字難以理解

☐ (6)業者的知名度高，不需要注意

☐ (7)不知道要注意什麼

☐ (8)其他_____

☐ (9)拒答

10. 請問您進出公共場所例如學校、劇院、百貨公司、車站、飯店、KTV 的時候會注意的安全項目有哪些？(可複選)

- ☐ (1) 不會注意
- ☐ (2) 是否位於逃生不易的地點，如地下室
- ☐ (3) 是否有緊急消防設備
- ☐ (4) 是否設有安全門
- ☐ (5) 是否使用易燃材料裝潢
- ☐ (6) 是否有裝鐵門窗
- ☐ (7) 是否有逃生路線的指示
- ☐ (8) 是否貼有危險建築標章
- ☐ (9) 逃生通道是否暢通
- ☐ (10) 是否緊急逃生設備(例如：緩降機，逃生梯等)
- ☐ (11) 其他_____
- ☐ (12) 拒答

10-1 請問您不會注意的原因是什麼？
(可複選)

- ☐ (1) 沒習慣去注意
- ☐ (2) 太麻煩
- ☐ (3) 場所很有名，不需要注意
- ☐ (4) 沒想到要注意
- ☐ (5) 沒時間去注意
- ☐ (6) 不知道要注意什麼
- ☐ (7) 很少進出公共場所
- ☐ (8) 其他_____
- ☐ (9) 拒答

11. 請問您購買食品、藥品(舉凡食物、零嘴、健康瘦身食品)的時候會注意哪些標示？(可複選)

- ☐ (1) 不會注意
- ☐ (2) 廠商名稱、地址是否標明
- ☐ (3) 進口商品是否加註代理商的名稱、地址
- ☐ (4) 製造日期或有效日期是否標明
- ☐ (5) 包裝外面的標示是否誇張不實
- ☐ (6) 商品名稱或品牌標示
- ☐ (7) 主管機關核准或許可字號
- ☐ (8) CAS 或 GMP 等優良食品或藥品認證標示
- ☐ (9) 價格是否清楚標示
- ☐ (10) 內容物(原料)、數量是否詳細標示
- ☐ (11) 其他_____
- ☐ (12) 拒答

11-1 請問您不會注意食品、藥品標示的原因是什麼？
(可複選)

- ☐ (1) 沒習慣去注意
- ☐ (2) 太麻煩
- ☐ (3) 相信親友的介紹
- ☐ (4) 沒想到要注意
- ☐ (5) 價格便宜
- ☐ (6) 不知道要注意什麼
- ☐ (7) 產品本身很有名，不需要注意
- ☐ (8) 製造廠商很有名，不需要注意
- ☐ (9) 很少有購買經驗
- ☐ (10) 其他_____

12. 請問您每年在網路上購物或參與網路拍賣的次數？

☐ (1)從來沒有在網路上消費過

☐ (2)不知道、不記得、拒答

☐ (3)10 次以上 →

☐ (4)7~9 次 →

☐ (5)4~6 次 →

☐ (6)1~3 次 →

12-1. 請問您在網路購物時是否曾經過發生下列問題？(可複選)

☐ (1)付了錢，賣方卻沒有交貨

☐ (2)賣方交運的貨品與原本購買的不同

☐ (3)貨品功能與賣方所宣稱或目錄所刊載之內容不同

☐ (4)無法於七日內無條件退換貨

☐ (5)個人資料遭洩露，如信用卡遭盜刷、電話被盜打等

☐ (6)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)

☐ (7)貨品送達時已有損壞，導致消費爭議

☐ (8)貨品品質太差

☐ (9)貨品價格偏高

☐ (10)發生爭議向業者申訴時，業者配合度不高

☐ (11)其他 _____

☐ (12)不知道、不記得、拒答

13. 請問您每年在電視購物頻道消費的次數？

☐ (1)從來沒有在電視購物頻道消費過

☐ (2)不知道、不記得、拒答

☐ (3)10 次以上 →

☐ (4)7~9 次 →

☐ (5)4~6 次 →

☐ (6)1~3 次 →

13-1. 請問您在電視購物頻道消費時是否曾經過發生下列問題？(可複選)

☐ (1)付了錢，賣方卻沒有交貨

☐ (2)賣方交運的貨品與原本購買的不同

☐ (3)貨品功能與賣方所宣稱或廣告所宣傳之內容不同

☐ (4)無法於七日內無條件退換貨

☐ (5)個人資料遭洩露，如信用卡遭盜刷、電話被盜打等

☐ (6)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)

☐ (7)貨品送達時已有損壞，導致消費爭議

☐ (8)貨品品質太差

☐ (9)貨品價格偏高

☐ (10)發生爭議向業者申訴時，業者配合度不高

☐ (11)其他 _____

☐ (12)不知道、不記得、拒答

14. 請問您每年利用郵購消費的次數？

☐ (1)從來沒有在網路上消費過

☐ (2)不知道、不記得、拒答

☐ (3)10 次以上

☐ (4)7~9 次

☐ (5)4~6 次

☐ (6)1~3 次

14-1. 請問您在郵購時是否曾經過發生下列問題？(可複選)

☐ (1)付了錢，賣方卻沒有交貨

☐ (2)賣方交運的貨品與原本購買的不同

☐ (3)貨品功能與賣方所宣稱或目錄所刊載之內容不同

☐ (4)無法於七日內無條件退換貨

☐ (5)個人資料遭洩露，如信用卡遭盜刷、電話被盜打等

☐ (6)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)

☐ (7)貨品送達時已有損壞，導致消費爭議

☐ (8)貨品品質太差

☐ (9)貨品價格偏高

☐ (10)發生爭議向業者申訴時，業者配合度不高

☐ (11)其他 _____

☐ (12)不知道、不記得、拒答

15. 請問您在傳統通路店面(便利超商、百貨公司、量販大賣場、書店、藥妝店等)的消費次數？

☐ (1)從來沒有在上述的店面消費過

☐ (2)不知道、不記得、拒答

☐ (3)每天好幾次

☐ (4)每天至少一次

☐ (5)每週 1~6 次

☐ (6)每月 1~3 次

☐ (7)每年 1~11 次

15-1. 請問您在傳統店面消費時是否曾經發生過下列問題？(可複選)

☐ (1)無售後服務或賣方拒絕保固

☐ (2)業務員的不實推銷或惡意欺騙

☐ (3)貨品功能與賣方所宣稱或目錄所刊載之內容不同

☐ (4)所購物品有瑕疵無法退換貨

☐ (5)個人資料遭洩露，如信用卡遭盜刷、電話被盜打等

☐ (6)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)

☐ (7)貨品送達時已有損壞，導致消費爭議

☐ (8)貨品品質太差

☐ (9)貨品價格偏高

☐ (10)發生爭議向業者申訴時，業者配合度不高

☐ (11)其他 _____

☐ (12)不知道、不記得、拒答

16. 當您發生消費糾紛時，您是否會提出申訴？

- ☐ (1) 會
☐ (2) 不會
☐ (3) 不一定
☐ (4) 無意見/拒答

16-1. 請問您會向那些單位提出申訴？

- ☐ (1) 向消費者保護團體申訴
☐ (2) 向經銷商或廠商申訴
☐ (3) 向媒體投書或 call-in
☐ (4) 向民意代表申訴
☐ (5) 不透過任何管道，自行採取法律行動
☐ (6) 向各地方政府消保官申訴
☐ (7) 撥打 1950 消費者服務專線申訴
☐ (8) 向行政院消費者保護委員會提出申訴
☐ (9) 向各縣市的消費者服務中心提出申訴
☐ (10) 其他 _____
☐ (11) 拒答/無意見/不知道

17. 您覺得近年來台灣的消費環境有沒有改善？

- ☐ (1) 有
☐ (2) 沒有
☐ (3) 無意見/拒答

18. 您覺得行政院消保會還需要強化那些保護消費者的工作？

- ☐ (1) 加強法令宣導
☐ (2) 增加消費者資訊或消費情報
☐ (3) 提高消費申訴處理之效率
☐ (4) 加強公共場所和商品安全的檢測
☐ (5) 加強消費者諮詢服務
☐ (6) 加強取締並重罰不法業者
☐ (7) 加強消費者教育，例如 _____
☐ (8) 其它 _____
☐ (9) 不知道

問卷至此全部結束，感謝您的協助