

高中生使用網路電視滿意度分析

投稿類別：資訊類

篇名：

高中生使用網路電視滿意度分析

作者：

蔡宜君 ◦ 84040055 ◦ 高三 12 班

方嘉翎 ◦ 84040001 ◦ 高三 12 班

余敏安 ◦ 84040007 ◦ 高三 12 班

指導老師：

吳麗生

壹●前言

一、研究背景與動機

由於網路科技越來越發達，也更加延伸出更多功能；P2P 技術逐漸發展成熟，傳統的網路電視軟體也開始採用P2P 的設計思維，實現網路上大規模的視訊直播，進而出現網路電視(IPTV)，利用寬頻網路技術，以壓縮格式的影音串流提供在電視或電腦上觀看影音畫面。

根據古仰煌(2009)的一份簡報中指出2006年開放了有線電視業者可就其有線電視經營區域經營市話業務，而電信業者亦可以提供IPTV (Internet Protocol TV) 平台服務。網路電視的功能，不僅只是能夠重溫自己所喜歡的電視精彩片段，更新的速度比起有線電視還來得快，因而得到許多觀眾的觀看。

現今的社會，許多人存在於忙碌當中可是卻不忘找尋紓解壓力的方法，例如：運動、逛街、聽音樂、品嚐美食、觀看電視……等。但有線電視只侷限於特定時間觀看，如果有了網路電視呢？只要有了休息時間大家都可以使用網路觀看自己想收看的電視節目。這樣更是方便又簡捷可以省時間的好方法！

二、研究目的

網路電視研究的目的是為了達到以下三個目標：

- 1.比較傳統電視與網路電視的差異
- 2.了解學生對於網路電視使用的現況
- 3.分析學生最常使用哪些網路電視類別

貳●正文

一、網路電視(IPTV)的發展歷史

IPTV 是 Internet Protocol Television 的縮寫，其基本概念就是將原本電視播送的平台轉換到以 Internet Protocol 為傳輸的封包。

在這一系統中，電視和視訊訊號使用網際網路協定上的寬頻連接分配給用戶。Internet在OSI的七層架構上是以控制Layer 3以上，下面的Physical與Data Link則不受限制，所以IPTV也可以應用在CATV的光纖同軸混合網路之上，如此一來，此一技術發展可應用在整合式服務 Triple Play(通訊、寬頻數據接取、及娛樂節目)，無論是電話公司或者是有線電視業者都是可能的採用者。

(一)網路電視發展歷史

1999 年，英國 Video Networks 推出了全球第一個 IPTV 業務。

2003 年，香港電訊盈科也推出 IPTV 業務，定名 now 寬帶電視。

2003 年 11 月底，台灣中華電信推出 IPTV 業務，稱為“中華電信 MOD”，開播時取名為“大電視”作為該服務名稱，但在 2006 年改名為“中華電信 MOD”並轉型為多媒體內容平台。

2005 年，中國電信與上海文廣合作在上海推出 IPTV 業務，獲得中國大陸第一張 IPTV 牌照，以 BesTV 百視通為品牌。隨後擴展到中國主要沿海省市。

2006 年 10 月，台灣華人衛星電視傳播機構（CSTV）網絡事業群成員“台灣互動電視公司”（TITV）在中華電信多媒體內容傳輸平台（MOD）推出“黃金套餐”IPTV 業務。（引用自：台灣數位出版聯盟協會）

(二) 國內網路電視業者

台灣閱聽眾即將面對一場「網路電視」大戰。富邦集團和壹傳媒集團積極進軍網路電視領域，將在最近大發數位機上盒，透過有線電視網路或光纖，直接提供消費者更多更新的隨選節目，收看平台橫跨「四螢一雲」，挑戰目前國內最大隨選視訊業者中華電信 MOD。

富邦集團蔡明忠、蔡明興兄弟最近透過私人的大富媒體，以三百六十多億元買下凱雷集團旗下的凱擘公司，包括富邦原本已有的台固媒體在內，富邦集團擁有全台灣半數以上有線電視家戶市場。富邦大董蔡明忠已宣示將推出台灣第一個數位匯流服務。

據瞭解，富邦集團旗下的台灣大哥大將正式推出「Connected TV」連網電視業務，將以提供機上盒的方式，向國內有線電視家庭推出整合通信、影視和上網的服務。富邦先前已經和三立、民視與中天合作，成立台灣優視公司，將節目數位化，以雲端技術透過網路讓閱聽眾隨時下載收看，這幾家電視台的節目初期會優先透過 Connected TV 提供給閱聽眾；熱門電影院線片也可以在家付費收看。

根據蔡明忠的規劃，富邦推出的服務將橫跨「四螢」一雲，除了「三螢」的電腦、電視和手機螢幕外，台灣大哥大年底將推出的平板電腦 myPad 會是第四「螢」，富邦將推出訂閱一次、四個平台都可收看的服務，讓閱聽眾走到哪看到哪。

目前中華電信的 MOD 可在電視、電腦上收看，收視戶約八十到九十萬戶間，富邦則立志以跨螢幕、跨平台及更多的節目內容，計畫第一階段就要先拿下十萬戶的收視戶。

壹傳媒集團因為無法打進有線電視頻道，同樣採取進軍網路電視的策略。壹傳媒成立壹多媒體娛樂服務公司，不久前在網路上以發問卷方式，邀請民眾試用價值三千元的「網樂通」數位機上盒，標榜可以插上家裡寬頻網路或有線電視網路，免費收看全系列的壹電視所有節目，以及最新的電影。（引用自:2010/12/25 聯合報）

(三) 有線電視與網路電視的優缺比較

有線電視占據我國家庭電視的主要原因，不外乎價格低廉、安裝方便、台數特多，有線電視系統為付費使用的媒體，經由線纜將節目輸送至收視戶中，主要營業收入包括：訂戶裝機費、訂戶收視月費、廣告業務、廣告頻道出租收入、其他電信服務收入等。

IPTV網路電視有三大播放型式：(1)頻道播送，最為常見，透過寬頻或光纖網路播送頻道內容。此仍屬線性播放，錯過節目的時間，就什麼也看不到。(2)隨選視訊，要看什麼就點什麼。(3)互動服務。雖然網路電視發展已然成熟，然其節目內容欠缺多樣性較無競爭力，且不少在有線電視受消費者歡迎的衛星電視頻道，因受有線電視系統業者之牽制無法至網路電視平台上架，但網路電視提供分組付費、隨選服務、高傳真畫質服務為其優勢。(引用自:台灣工業銀行- 林道燊 100 年 03 月電視媒體產業概況)

表1. 網路電視與有線電視優缺點比較表

項目	傳統有線電視	網路電視
優點	目前收視主體，普及率已高	免費且不局限於特定時間觀看
缺點	收視戶增加緩慢，成長空間有限	觀看時的流暢度及畫質有待加強

資料來源：本研究分析。

二、網路使用滿意度調查文獻

(一) 滿意度的定義

大部分學者對於”滿意度”的定義多半是非常的明確，如 1989 年 Woodside, Frey & Daly 的定義：顧客滿意度是顧客在消費後所產生的整體態度之表現，能夠

反映出顧客在消費後，喜歡不喜歡的程度。但是各學者對顧客滿意度的定義，因為持有的觀點、角度的不同，以至於在定義上有些微的差異，沒有一個較為一致的說法，而且有些定義過於抽象，讓一般人難以理解，如 1969 年 Howard and Sheth 從顧客的評價與比較兩種成分定義，並認為顧客滿意度是顧客對其所犧牲的成本所獲得報酬的認知狀態。

該研究的滿意度定義在參考各家學者的說法之後，認為 1989 年 Woodside, Frey & Daly 的定義：顧客滿意度是顧客在消費後所產生的整體態度之表現，能夠反映出顧客在消費後，喜歡不喜歡的程度，與本研究所要探討的滿意度定義較為相似，而本研究對於滿意度的定義如下：反映使用者在使用之後的整體態度，滿不滿意或方不方便的程度，以及是否與期待相符合。

(二) 影響滿意度的因素

中華電信MOD是台灣目前最具規模的互動電視(IPTV)平台，全台已有68萬用戶，除了提供影片隨選 (Video on demand) 的服務之外，也積極發展其他類型的增值服務，本研究以中華電信MOD之「心靈開運網」算命服務為例，從中探討該服務使用族群的「使用動機」、「服務品質」、「顧客滿意度」、「顧客忠誠度」之間的相互關係，並研究使用動機與服務品質等因子中，何者影響使用族群的滿意度？希望這樣的研究結果日後可提供其他互動電視增值服務開發廠商參考。

中華電信MOD的增值服務「心靈開運網」，利用族群來發放電視問卷，以分析用戶的基本資料與使用行為，在許多不同用戶調查資料、相同行業的建議、MOD平台的其他經營業者等各種不同看法，對增值服務發現與建議如下：

- 1.每個年齡層對算命內容的需求有明顯差異，可根據用戶常算的算命分類紀錄，提供客製化的首頁，以方便用戶選擇。
- 2.從用戶的算命記錄可看出用戶目前的需求，可以針對用戶的需求尋找異業結盟或廣告交換，如理財、婚顧、養生、交友等服務，以提高用戶滿意度。
- 3.人口統計變項(性別、年齡、教育、職業、收入)對於中華電信MOD增值服務「心靈開運網」之使用動機、服務品質、忠誠度、滿意度，除了學歷之外，並無顯著差異，可能表示不同人口統計變項，對於算命的喜好差異不大。
- 4.服務品質與滿意度的關連性，較使用動機與滿意度的關連性強，服務品質愈好，滿意度愈高。
- 5.服務品質對滿意度的影響很大，其中產品可靠度，也就是算命的準確度，將影

響整個服務品質構面給用戶的感覺。

6.本算命服務對於個人隱私愈保護，用戶的再度使用意願會愈高，同時算命內容若讓用戶感覺能趨吉避凶，感覺安心，推薦給他人的機會就愈高。

(三) 滿意度的評量方式與指標

滿意度一直是許多研究用來測量消費者對產品或服務品質的看法之工具，是一項常用於衡量行為的指標。此外，就滿意程度的衡量項目而言，有的學者認為滿意度是一整體、總括的限向，而僅僅只衡量單一「整體滿意度」(Overall Satisfaction)；也有學者認為滿意度可藉由衡量消費者對產品各項屬性的滿意程度，再加以加總、組合。

藉由精確、正確、有效的衡量，了解消費者的滿意程度，作為校務行政資訊系統的回饋資訊，是非常重要的一項指標工具。消費者滿意度的衡量在本質上，有理論以及方法論上的困難，然而學者人運用不同的「尺度」(Scale)來衡量滿意度，以期產生精確且可靠的資料。(引用自: 世新大學-行政管理學系學生學術研討會論文-行政資訊系統使用滿意度研究)

三、問卷分析

1. 使用網路電視的經驗？

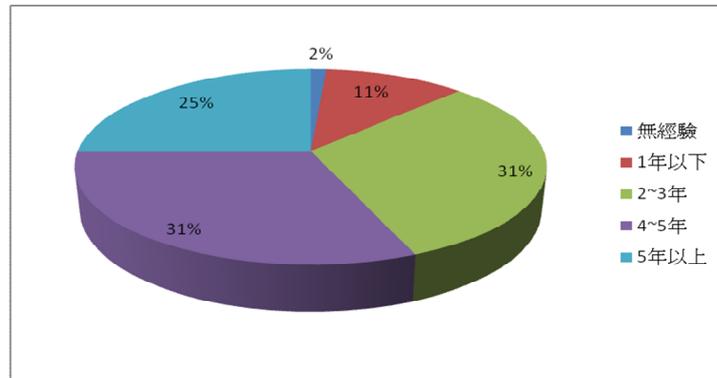


圖1.使用網路電視的經驗

由圖1顯示出我們受訪者使用網路電視的經驗，2~3年與4~5年的比例佔最多為31%，5年以上約佔了25%。

2. 最常使用的網路電視平台

高中生使用網路電視滿意度分析

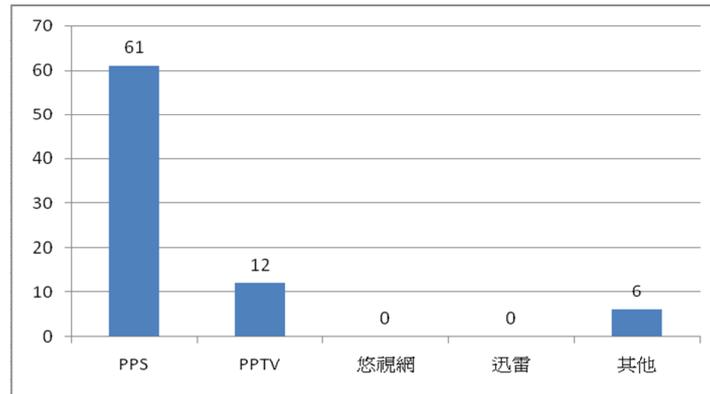


圖2.最常使用的網路電視（單選）

由圖2. 可知我們的受訪者最常使用的網路電視，PPS佔了約77%，PPTV佔了約15%，其他則佔了8%。

3. 每天使用網路電視的時間？

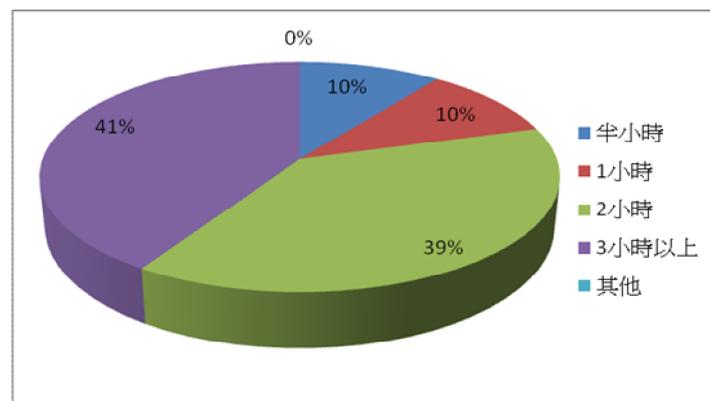


圖3.每天使用網路電視的時間

由圖3.顯示出我們的受訪者每天使用網路電視的時間，2小時的比例佔了約39%，3小時以上的比例佔了約41%。

4. 得知網路電視節目來源？

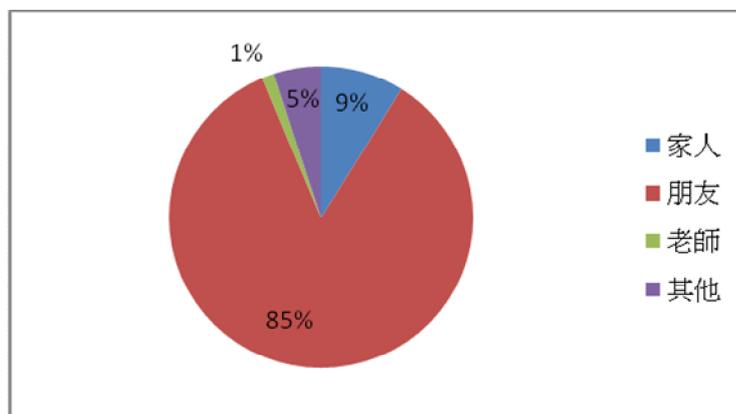


圖4.得知網路電視的來源

由圖4.的依據，我們的受訪者得知網路電視的來源，約有85%來自朋友，約有9%來自家人。

5. 網路電視的優點（複選兩項）？

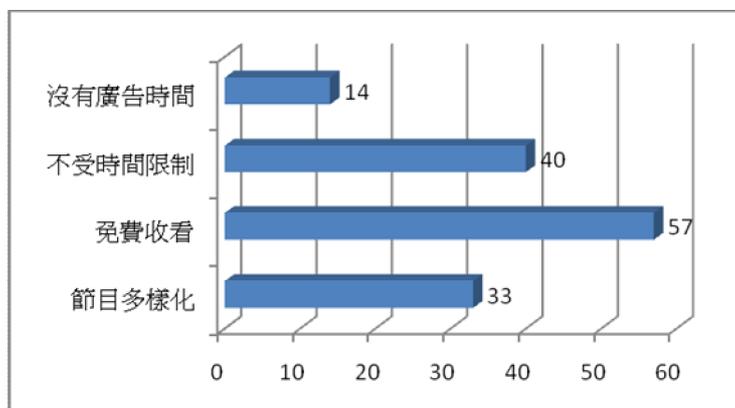


圖5.網路電視的優點（複選兩項）

由圖5.顯示出我們的受訪者認為網路電視的優點，約有39%為免費收看，約有28%為不受時間限制，23%為節目多樣化。

表2.使用網路電視滿意度

題目	非常滿意	滿意	尚可	不滿意	非常不滿意
網路電視的畫面品質	7.89%	40.79%	43.42%	6.58%	1.32%
網路電視的聲音品質	11.39%	39.24%	41.77%	6.33%	1.27%
網路電視播放流暢度	5.06%	18.99%	50.63%	16.46%	8.86%
網路電視的方便性	36.71%	39.24%	18.99%	3.80%	1.27%
網路電視的服務品質	6.33%	29.11%	53.16%	10.13%	1.27%
網路電視的節目多樣化	20.25%	37.97%	34.18%	7.59%	0.00%
網路電視的直播功能	25.32%	30.38%	34.18%	8.86%	1.27%
網路電視的字幕翻譯	11.39%	27.85%	44.30%	12.66%	3.80%
網路電視的節目更新速度	8.86%	34.18%	37.97%	12.66%	6.33%
網路電視的節目評價分享	11.39%	36.71%	46.84%	3.80%	1.27%

資料來源：本研究調查分析。

由表 2 分析得知受訪者對於目前網路電視的滿意度頗高，不論是畫面品質、聲音品質、方便性、節目多樣、直播功能、評價分享等都有 5 成的滿意度，但在流暢度及服務品質等的滿意度則有明顯的較低。

參●結論

一、結論

現今的社會，許多人存在於忙碌當中可是卻不忘找尋紓解壓力的方法，其中網路電視是目前受歡迎的娛樂之一。因為時間的不限制有許多忙於工作而沒好好收看自己喜歡節目的觀眾以這個管道來抒發自己平常工作的壓力。

由問卷調查得知，網路電視對高中生而言大家都知道，使用的頻率也很高。而我們發現，就網路電視的選擇而言，PPS佔了約77%，PPTV佔了約15%，其他則佔了8%。（以樹德家商同學為例）。其網路電視優點的比例約有39%為免費收看，約有28%為不受時間限制，23%為節目多樣化。

高中生同儕影響及口耳相傳的力量也很大，有85%的學生得知網路電視，9%則來自家人。然而這些學生使用網路電視的經驗，2~3年與4~5年的比例佔最多為31%，5年以上約佔了25%。

在使用的時間及頻率上，約有39%的學生使用了2小時時間，3小時以上的比例則佔了約41%。隨著年輕客層的培養及電腦網路的普及，網路電視有可能瓜分甚至取代有線電視市場。

如果提升了網路電視的播放流程程度則畫面品質與聲音品質的效果將會降低，反之提升畫面品質與聲音品質的程度則撥放流程程度相對於降低。

二、建議

1.依據我們的研究結論，PPS的使用率為其中最高，而我們也調查出網路電視的許多缺點，其中網路電視的播放流程程度不滿意為最高，希望網路電視業者可以依照客戶的需求提升這些品質讓顧客享受更好的服務。

2.由以上統整出來的結論，PPS是網路電視當中最多高中生所觀看的，所以我們建議PPS應該要改善聲音品質以及畫面品質，這樣的改善會使高中生們更願意去觀看PPS。

肆●引註資料

1. 朱雅麗、何雋(2006)。改變世界的100巷發明與發現。台灣：明天國際
2. 邁向未來科技叢書：快速演進的通訊。台灣：啟思文化事業有限公司
3. Chris Woodford & Jon Woodcock。酷發明2.0(KS0013)——改變生活的最新科技。台灣：時報文化
4. 楊鴻岳、凌志綺，軸纜數據機技術與標準發展趨勢，電腦與通訊，第64期，1997・11月號，頁7-19
5. 李久鑾。有線電視漫遊網際網路。私立中山醫學院通識中心電腦科學。
http://tanet98.ndhu.edu.tw/TANET98/HOMEPAGE/paper/3b_2/3b_2.htm。
6. 陳柏曄。高中生對pps網路電視使用情形探討—以樹德家商為例。樹德家商專題報告。2010。
7. 東森美洲電視Q&A。<http://www.ettvamerica.com/programs/iptv/index.html>。
8. 林道桑。電視媒體產業概況。
<http://www.ibt.com.tw/UserFiles/File/1000329-Indus.pdf>。2011。
9. 李宜安。互動電視(IPTV)加值服務之滿意度與忠誠度之關係研究：以中華電信 MOD「心靈開運網」算命服務為例。<http://dspace2.lib.nccu.edu.tw/handle/140.119/50721>。