

第一章 緒 論

運動是人類生活文化的一種呈現。體育走向市場化、產業化已經成為社會發展的一種趨勢（胡曉華，1999）。隨著全球體育產業的蓬勃發展，運動商業化交易產品服務的現象已蔓延台灣。在自由、多元化的社會，任何文化資源都可能成為商業交易的產品服務。雖然資源商品化的過程與結果可能對該文化資源本質與精神產生衝擊，但是也可能因而為該文化的發展開創新的舞臺。

體育產業，是新世紀挑戰新高峰的另一個事業，去年全球的體育產業產值超過四千億美元，佔世界貿易總額的 2.5%，在二十世紀末，其正以每年成長 6% 至 10% 的速度，逐漸成為各國社會經濟中的重要一環，其中足球是最讓體育產業活絡快速發展的運動。去年全球的足球體育產業產值就高達兩千億美元（高正源，民 89a）。綜觀體育產業現況，瞭解全球目前有八十多個國家發行二十種以上的運動彩券，每年發行總額在兩千億美元以上，以義大利發行的足球彩券為例，其年收入就突破百億美元，由此可知運動彩券不僅是世界的潮流，也是未來的運動產業趨勢（邱俊吉，民 88）。

第一節 研究背景與動機

Wenner (1989) 所言，體育運動提供一個被世人所共同認可的談論主題，亦是運動員展露英雄本色的場所。自十八世紀機械時代的來臨，人們的勞動重擔減輕，每日工作產量的潛能大增，由於自動化的結果，造成閒暇時間的增加，加上國民所得的大幅提升，休閒意識高漲，休閒產業也因此更加符合市場的需求。目前全世界有超過八十個以上的國家發行彩券，年銷售量超過八百億美元。其中美國的彩券市場銷售量佔全世界銷售量的三分之一。美國彩券發行的歷史甚至可追溯到殖民地時期，獨立十三州為籌措公共工程計畫基金及教育基金而發行彩券；美國著名的哈佛大學、普林斯頓大學及新加坡的國家體育館都是靠彩券收入創立（台灣彩券市場有多大，民 88）。因此彩券的發行不僅可以籌措財源，更可促進體育運動的發展。

依據中央政府九十年度總預算案，由於歲出赤字預算持續惡化，致使政府累積債務餘額急速增加，以體育預算為例，行政院體委會下年度預算非但未具體反映總歲出 6.3% 的正成長，反以 22.14% 之鉅幅負成長，且其歲出總額為廿五億五千四百八十萬一千元（國家政策研究基金會政策委員，民 89）。體委會九十年度預算預算案被刪減體育行政業務預算七百五十萬，一讀通過的年度總預算則為二十五億四千餘萬元，較去年

減少約三億三千多萬，其中競技運動處經費萎縮幅度最大達三億五千四百餘萬元，國際處則逆勢成長四千七百餘萬元（王麗萍，民 89）。

體委會收回選訓賽權，競技處業務量暴增，年度預算又遭刪減，國內明年度將主辦八個國際競賽，而體育發展經費預算卻捉襟見肘。依據中國民國體育白皮書中提及：研究開發運動彩券，籌募體育資源為體育發展的長程推動策略（行政院體育委員會，民 88），因此探討國外發行運動彩券成功的方式，瞭解到發行運動彩券將有助於社會資源挹注及強化體育運動之發展。由於目前學術界對於體育產業中的運動彩券之探討並不多，因此本研究擬採用問卷調查的方法，來探究我國民眾對發行運動彩券態度之研究，以刺激體育運動相關產業之發展，為本研究的主要研究動機。

第二節 研究目的

根據上述問題背景，本研究的目的為：

- 一、瞭解國外運動彩券的發展狀況。
- 二、探討台中縣、市民眾對發行運動彩券之態度，藉以評估國內發行之可行性，以作為有關單位發行運動彩券之參考。

第三節 研究問題

- 一、國外發行運動彩券的現況為何？
- 二、不同居住地區的民眾（台中縣、市）對發行運動彩券之態度為何？
- 三、不同購買行為與不同人口統計變項對發行運動彩券之態度為何？

第四節 研究假設

- 一、不同購買行為與不同人口統計變項在運動彩券態度上交互作用沒有顯著差異。
 - 1-1 不同購買行為與不同性別在運動彩券態度上交互作用沒有顯著差異。
 - 1-2 不同購買行為與不同年齡在運動彩券態度上交互作用沒有顯著差異。
 - 1-3 不同購買行為與不同教育程度在運動彩券態度上交互作用沒有顯著差異。
 - 1-4 不同購買行為與不同職業在運動彩券態度上交互作用沒有顯著差異。
 - 1-5 不同購買行為與不同每月所得在運動彩券態度上交互作用沒有顯著差異。
 - 1-6 不同購買行為與不同居住地區在運動彩券態度上交互作用沒有顯著差異。

二、不同人口統計變項與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

2-1 不同性別與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

2-2 不同年齡與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

2-3 不同教育程度與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

2-4 不同職業與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

2-5 不同每月所得與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

2-6 不同居住地區與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

三、不同購買行為與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

第五節 研究範圍

本研究的研究範圍為台灣地區台中縣、市二十歲以上民眾為研究範圍。參考國外運動彩券與大陸體育彩票發行之方式及其相關資訊作為依據，藉以探討台中縣、市二十歲以上民眾之不同購買行為與不同人口統計變項對於發行運動彩券之態度來進行研究分析，以期瞭解國內對發行運動彩券之態度。

第六節 研究限制

- 一、影響發行運動彩券之因素相當多（政治因素、經濟因素、社會因素等）本研究僅選擇其中之變項，來作可能性之關係探討，無法確切推論其變數間之因果關係。
- 二、本研究選取台灣地區之台中縣、市二十歲以上民眾來探討其對發行運動彩券態度，係因各縣、市之發展狀況及文化背景之不同，因此無法精確的推論至每一個縣市。
- 三、本研究之研究工具以問卷調查蒐集資料，是一種自陳（self-report）的方式，可能會因受試者有所防衛而無法坦承作答，不瞭解題意或其他外在因素等，造成填答問卷有所偏差；其他屬於問卷調查法之限制亦為本研究之限制所在。

第七節 名詞解釋

一、運動彩券態度

本研究定義運動彩券態度為對社會風氣、發行方式、發售方式、盈餘分配及促銷方式與限制等之態度。

二、運動彩券 (Sports Lottery)

本研究定義之運動彩券為籌集發展體育事業基金，配合運動賽會或運動項目而發行之彩券，依其發行性質與發行方式之不同，而有不同的規則與中獎方式，在中國大陸則稱為「體育彩票」。本研究依其發行方式分為傳統型彩券、立即型彩券、數字型彩券、樂透型彩券、簽注型彩券及電腦型彩券。

三、運動博彩 (Sports Gambling)

本研究定義國外之運動博彩為配合職業賽會(MLB、NBA、NFL、NHL) 及大學聯賽的舉辦，來進行投注賽事或賽隊之勝負、總分、讓分、賠率等，來接受民眾簽注的一種賭博方式。

第二章 文獻探討

第一節 賭博性娛樂事業之發展

賭博 - 是全世界的現象 (Hawkins , 1982)。自人類文明開始至今，法令不斷地在修改，企圖壓抑人類的賭博行為，但始終無法達到根絕賭博的目的。賭博性娛樂事業最早源自歐洲，約十七、十八世紀，係為迎合歐洲貴族遊樂所需而設立，以往視之為遊戲，後來轉變成為現代的商業主體。賭博性娛樂事業的商業化迅速發展，並成為世界潮流趨勢 (曾紫玉，民 83)。

一、影響賭博性娛樂事業發展之因素

影響賭博性娛樂事業發展之因素眾多，試從政治、社會、經濟及科技等四個層面來探討，以萃取影響其發展的因素 (宋秉明、陳思倫，民 83；曾紫玉，民 83)。

(一) 社會層面

- 1、社會成本增加：賭博若成為一種習慣，不僅會造成社會犯罪問題、沉溺賭博人口增加及個人或家庭財務危機。
- 2、宗教與道德觀：在社會文明的發展，一切道德權威和保障都逐漸式微，因此宗教與道德觀均反對賭博。

3、醜聞案的發生：賭博業經營有相當大的潛在利潤，不法份子經常藉由詐騙或舞弊行為來賺取暴利。

4、人性的潛在需要：彭德中譯（民 78）認為賭博是遊戲的一種，而遊戲是一種無條件、與生俱來的生存方式。

Bolen（1976）認為：人心有二個基本特性：一為對刺激和興奮之需求；一為對不確定性的憎惡。由於對規律生活感到無聊，因而以賭博來阻止其不確定及不安全感。

5、反稅收潮流：在七 0 年代末興起的反稅收的聲浪中，由無法有效的禁止賭博娛樂事業的發展，便藉由合法化的徵稅，來增加政府稅收。

（二）經濟層面

1、經濟式微，財政所需

（ 1 ）藉以賺取外匯、增加就業機會。

（ 2 ）作為地區性發展的工具。

（ 4 ）增加政府稅收的來源。

（ 5 ）觀光事業可促銷及提升國家形象。

2、振興經濟發展觀光：二次世界大戰後的歐洲以發展觀光事業來恢復其經濟的繁榮。

- 3、骨牌效應的影響：一九六三年美國新罕布夏省通過彩券而引發的連鎖反應，迫使鄰近的州不得不合法化賭博以防止當地貨幣的流失。

（三）科技層面

- 1、工業革命：自動化節省許多時間與資源，導致人們對休閒娛樂的需求增加，促使觀光潛在市場的發展。
- 2、資訊來源廣泛：資訊科技日新月益的發展，促使賭博業者與犯罪組織脫離，提升人們對賭博性娛樂事業的接受程度。
- 3、賭博商業化的發展：隨著經濟繁榮與進步，導致新的休閒娛樂事業加入，其經營皆以利潤為導向商業化。
- 4、電子資訊與電腦的進步：每一項技術的革命，也都是是一次社會革命，因為技術的改變 - 吃角子老虎、電子化監視系統、電腦型數字彩券及開獎技術等，可促使賭博性娛樂事業的多樣化發展。

（四）政治層面

- 1、政局不安或戰爭：就歷史而言，只要國家的政局不安或發生戰爭，其皆足以毀掉所有正常的企業營運。

- 2、企圖抑制或消滅非法賭博：非法賭博業為一種廣泛的社會現象。多數國家採取禁止賭博的政策，但成效不彰，在無法完全嚴禁的情況下，遂有賭博合法化的產生。

- 3、政府的鼓勵或參與：自從美國政府贊助的彩券發行後，政府的政策制定亦作了修正，除了制定法規外，也積極地為其州的賭博作行銷與推廣。

綜合上述之眾多變數，即是構成賭博性娛樂事業發展趨勢之關鍵，其影響因素雖然區分為四類，但在現實情境中，每個變項並非單獨存在，而是彼此交互影響。賭博為人性潛在的需求，在宗教、道德的反對及社會規範的制度下，由於無法有效的禁止，因此遂有合法化賭博的作法產生。

表 2-1-1 賭博性娛樂事業發展的因素

類 別	影 響 變 數	影 響
社會層面	1、社會成本增加	-
	2、宗教與道德觀	-
	3、醜聞案的發生	-
	4、人性潛在的需求	+
	5、反稅收潮流	+
	6、慈善的需要	+
經濟層面	1、經濟式微，財政所需	+
	2、振興經濟發展觀光	+
	3、骨牌效應的影響	+
科技層面	1、工業革命	+
	2、資訊來源廣泛	+
	3、賭博商業化發展	+
	4、電子資訊與電腦的進步	+
	5、媒體的刺激	+
政治層面	1、政局不安或戰爭	-
	2、企圖抑制或消滅非法賭博	+
	3、政府的鼓勵或參與	+

資料來源：曾紫玉（民 83）。賭博性娛樂事業的發展趨勢及其影響之探討。p.79。－：負面影響、＋：正面影響

二、美國賭博合法化的發展

鑑於世界彩券發行的歷史中，以美國的發行經驗最為豐富，以下分為三個時期來探討（陳淑美，民 80）：

- （一）第一期：殖民地時代至十九世紀早期（即南北戰爭前三十年）大陸會議通過彩券公營化，發行彩券來籌措戰爭的經費法案，此時期彩券種類繁多、銷售空前盛況。探究其因，發現以公私營經銷商的特殊混合行銷方式及彩券管理技術開始受重視影響最大。

(二) 第二期：十九世紀初期至二十世紀中期的反賭時代

十九世紀初期是個主張女權運動、積極從事社會改革的時代，反賭的原因，以敗壞道德的賭博方式、貪污、詐欺行為、製造貧窮、以及沈溺賭博等社會問題等等。

(三) 第三期：二十世紀中期恢復彩券發行至今

由 1963 年新罕布什爾州恢復發行至 1988 年為止，除了彩券再度合法發行外，許多過去視為非法賭博的遊戲，也得以享受合法化。

表 2-1-2 美國歷年來賭博發展的重要事件

時 間	影 響 變 數	現 象
1830 前	開拓期的財政所需	第一波合法化賭博
1830-1860	專業賭徒詐騙	賭博改革運動地發展
1865 後	南北戰後，鬆弛疲憊	賭博再次興起
1865 後	戰後財政所需	第二波合法化賭博
1890-1910	一再發生舞弊案,傳福音者及政治家的倡導	使賭博地下化
1906	肯德基州合法派利分成法	賽馬形式的轉變
1914	第一次大戰前太平歲月	賭法之更新
1931	Las Vegas 的興起	Las Vegas 成為首要觀光勝地
1945 後	第二次大戰後教堂主要來源漸依賴賭	反賭勢力大為削減對慈善性賭博的接受
1950-1952	研究顯示政府賄賂及犯罪組織的涉入	人民的反應不大
1955	拉斯維加斯的興起	邁進賭博性娛樂事業的紀元
1960s	賽馬及運動性賭博的資訊來源增加	賭金登記者對黑社會組織之依賴減少，改善人們對賭博的印象
1963	新罕布夏州通過州彩券發行	第三波合法化賭博產生骨牌效應，政府角色之轉變
1970	紐約州通過場外賽馬	紐約人口稠密加上州政府積極參與，人們接受程度大增
1978	大西洋城賭博性娛樂事業開張	雖再創經濟奇蹟，但為失敗之例，致長期無人敢跟進
1960-1979	賭業設法重振形象且企業化經營	進一步得到賭客的信任且中產階級投入
1988	印地安賭博法規議案通過	經營之成功及法規之信優勢引起反彈
1989	愛俄華州合法化商船賭博	密西西比河沿岸的骨牌效應

資料來源：曾紫玉（民 83）。賭博性娛樂事業的發展趨勢及其影響之探討。pp.25-26。

三、美國各州之賭博合法化

就「賭博政策」之制定而言，美國「賭博合法化」發展之重心在各州（含華府及其它屬地），美國 50 個州即有 50 種各具特色之不同賭博管制機制（沈宏毅，民 87）。

(一)「合法賭博業」於「美國各州」之發展

在 1980 年末期及 1990 年代初期，「賭博合法化」之風潮幾乎已經席捲全美各州，如：1985 年，「蒙大拿州 (Montana)」將「投幣式賭機 (slot machines, 吃角子老虎賭機)」予以合法化；美國國會通過「印地安人賭博管制 (IGRA)」。1991 年，「愛荷華州 (Iowa)」之「賭船 (casino riverboats)」終於得以合法經營，因而加速「賭博合法化」於「美國各州」之發展趨勢。

「美國各州」之「合法賭博活動」有五種較為流行的重要型式：「賓果彩獎 (bingo)」、 「彩券 (Lotteries)」、 「合資賭注法賭博活動 (Parimutuel betting)」、 「(賽馬及賽狗)場外賭博活動 (off-track betting)」與「合法賭場 (casinos)」。其中，賓果是最多給予合法賭博的方式，其次為賽馬 (林岩哲，民 85，p.143)。

(二)「美國各州」之主要「賭博管制政策」

可歸納為：「禁賭」、「執法不力」、「容忍」、「低度管理」、「高度管理」與「積極參與競爭」等六種類型 (沈宏毅，民 87)。

- 1、「禁賭」政策：由「立法機關」制定法律來禁止各種型式之賭博活動。

- 2、「法令執行不力」：政府法律雖明文規定「禁止某特定事項」，但是，檢警機關卻因故而未執行相關法律規定。
- 3、「容忍」政策：州政府因應「賭博活動」之態度「消極地」監督「賭博活動」；因而允許「私人社交性賭博（private social gambling）」。
- 4、「低度管理」政策：某些特定種類之合法賭博業，僅受到州政府有關當局較低的管理標準及程序規範。
- 5、「高度管理」政策：係指「州政府設置專責監督管理之行政機關，來執行規範『賭博相關事項』之規定」，包括：進行個人及賭博經營機構「背景調查（background investigation）」；並於事前對每種「賭戲（games）」建立「遊戲規則（the precise rules）」。
- 6、「積極參與經營」政策：美國各州大多採取「積極參與經營」之賭博政策，全美國 50 州之中已有 37 州「公營賭博機構」並積極建構「電子彩券網路」。

四、賭博合法化對美國社會之影響

合法賭博業為美國社會帶龐大的財政收入與巨額之經濟利益及提供人民就業機會與消遣娛樂之管道。賭博合法化無論

在財政經濟、心理、或社會等三個層面上，對於美國社會亦構成諸多負面影響（沈宏毅，民 87）。試就下列三個層面來探討「賭博合法化」對美國之影響。

（一）財政經濟層面

- 1、「賭博繁衍」與「市場飽和」：當合法賭場之經營者為避免面臨當地市場飽和（market saturation），而採取向外地開設新的合法賭場 - 即「繁衍（proliferation）」之方法，因而加速市場飽和及產生利潤削減效應。
- 2、「替代效應」與「吞噬作用」：當合法賭場吞食（to devour）從當地經濟所替代（substituted）或轉移（diverted）而來的大筆金錢，將使當地諸多企業無力與之競爭，終至倒閉。
- 3、工作：美國賭博協會（American Gaming Association）於 1997 年 10 月，對全美合法賭博業從業人員所為之研究報告顯示，合法賭場對於可提供美國人民良好之工作機會及薪資待遇。
- 4、稅收：合法賭博業所產生之「稅收」，雖佔美國各級政府整體財政稅收之一大部份，但與其因此而必須付出的代價相比後（如偏執性賭博）恐怕會產生「損益相抵」之現象。

(二)「心理」層面

「賭博」一詞，在學術上之定義為：一群人志願地結合，以某種不確定事務的發生結果，來使他們之間的金錢或其他有價物品，發生轉移的一種行為或活動(轉引自王廷傑，民 80)。

賭博合法化對個人心理構成之不利影響中，以「偏執性賭博」為最大，為了改善並預防他人沾染此疾，現正大力推行「負責任之賭博 (responsible gambling)」。「偏執性賭博」係為一種「嗜癮 (addiction)」 - 即一個人無法抑制、急於「實行 (to perform)」，並且發生其難以避免之行為。因而需要投入更多的賭注、賭得更為頻繁，才能達到滿足，最後，將會嚴重影響其日常生活之各層面。

(三)「社會」層面

1997 年 12 月，由美國賭博業協會 (American Gaming Association) 資助的調查報告「合法賭場與犯罪：證據之分析 (Casinos and Crime: an analysis of the evidence)」顯示：賭博與犯罪之間並無直接關聯性。然而有一些專家認為「合法賭博活動」其實是變相地鼓勵非法賭博活動。

根據全球性彩券製造商「GTECH」公司委託「美國人觀點公司」(American's Viewpoint, Inc.)1998 年 10 月所做全美賭博調查報告(National Gaming Survey)顯示：受訪之美國人民中，有 67% 支持「合法賭博業」、有 76% 支持「賓果彩獎」、有 72%

支持「彩券」。由此可知大多數美國人民其實並不反對「賭博合法化」，只是在眾多型式之「合法賭博活動」中有其特定之偏好。

反觀國內，近年來對於「賭博合法化」支持與反對的聲浪不曾間斷。「賭博」實係人之天性，古今中外亦然。此外，我國各級政府近年來用於各項建設經費與社會福利之預算數額激增，但年度歲收卻無法隨之增加，致使政府之財政狀況緊縮；我國處於亞洲金融風暴與全球性經濟不景氣等大環境之不利因素影響下，許多人士遂主張「與其全面禁賭，卻又屢禁不止，不如適度開放，以接收管制及增加稅收」；並建議有關當局可以仿效國外之成功案例，選擇性開放部份型式之「合法賭博活動」，以茲因應。

對於一個國家或整體社會而言，無論是否開放「合法賭博活動」社會中仍普遍存在著許多「非法賭博活動」現象。「賭博合法化」有其正負兩面之影響，因此必需透過完善而周延的立法規範、縝密周詳的事前計劃、嚴謹法令政策並徹底執行，定期檢討修訂賭博的相關措施，方可將「賭博合法化」的效益充分發揮，進而為國家、社會及民眾謀取最大之福祉。

第二節 彩券之發展

一、彩券

世界各國的政府，由於財源日益拮据，為了增加財源籌措的管道，皆視彩券為一項重要財源，藉由彩券發行來籌集相關資金，並將盈餘用以增進社會福祉。其優點為：可提供合法賭博的機會、挹注政府財政收入、減輕稅收之壓力（劉代洋，民 82），因此各國政府對各種博彩事業已從過去的「寓禁於徵」，演進到目前視為一種商業性的休閒娛樂事業（陳慧琪，民 89）。

多年以來，地方財政艱難的現象普遍存在，而且有愈來愈惡化的趨勢，然而開源節流不外是解決財政問題的兩大法寶。鑑於先進國家發展經驗顯示，發行彩券是政府籌措財源最有效的開源之道。彩券是一種軟性（soft）的賭博工具，彩券的發行等於是合法賭博的開放，因此仍具有很多爭議（張幸如，民 89），贊成者和反對者常依其個人觀點而有不同的主張，特別是國內公益彩券發行後的種種效應及政府財源入不敷出之際，各個單位紛紛自籌經費，尋求贊助。試以發展體育運動產業的立場而言，是否也可以發行其相關彩券，藉以增加體育運動單位的資源與發展。

（一）我國彩券之發展

台灣彩券發行始於民國三十九年的愛國獎券。當時政府播遷來台，為籌措財源，以發行愛國獎券的盈餘支應省政建設。民國四十年愛國獎券銷售金額只有新台幣七千萬元，民國七十六年激增到八十二億三千萬元。不過，二年後，愛國獎券卻走入歷史。起因於民國七十三年興起之「大家樂」，其對獎方式是依附愛國獎券號碼，以少量的金錢獲得高倍彩金（賴建華，民 85）。當時每期簽注賭金高達一、二百億元，嚴重影響社會風氣。為了抑制賭風，政府被迫於民國七十七年起停止發行愛國獎券而劃下句點。

愛國獎券被大家樂擊敗，肇因於中獎率太低，只有五．四八％。大家樂特點有：相當彈性、中獎機率高、刺激性大、簽賭方便及多樣化、無須扣繳所得稅等（王廷傑，民 80）。因此在愛國獎券停止發行後賭風更熾，「大家樂」組頭改依附香港六合彩之開獎號碼，而興起另一股風潮 - 「六合彩」。為了因應「六合彩」之效應，行政院准許臺北市政府於七十九年九月推出「臺北市社會福利愛心彩券」。

臺北市政府財政局原本預估愛心彩券每月銷售量為三百萬張，但第一期銷售了六百萬張，第二期賣了二千一百萬張，第三期一千一百七十二萬四千張。三期愛心彩券總共銷售三千八百七十二萬四千張，臺北市政府獲益金額共九億七千萬元；不過，刮刮樂只發行了三期就停止發售，原因是彩券太過於倡

銷，一般學者認為反而會助長賭風。彩券熱潮因而銷聲匿跡，直到謝長廷以地方對抗中央，重新發行「高雄市公益彩券」，才重拾大眾對彩券的熱情（台灣彩券市場有多大，民 88）。

（二）我國彩券發行之比較

台灣彩券之發行始於民國三十九年的愛國獎券，歷經二十八年後停止發行；嗣後於民國七十九年發行愛心彩券；日前於民國八十八年發行公益彩券。除政府發行之彩券外，民間廣為風行的彩券有大家樂及六合彩，彩券發行之前後期間歷經四十年，茲依彩券之不同的特性及目前發行的公益彩券來做分析比較，列表資料如下：

表 2-2-1 各種彩券之比較表

	愛國獎券*	愛心彩券*	大家樂*	台灣六合彩*	公益彩券**
發行目的 發行機關	省政建設 台灣省政府	社會福利 臺北市政府 財政局	個人目的 無	個人目的 無	籌措賑災財源 財政部
受委託機關 彩券種類 獎金比例	台灣銀行 被動型 60%-70%	臺北市銀行 即開型 75%以內，另外 批售折扣及發 行費用不得超 過 15%	無 主動型 所有賭金 之 90%左 右	無 主動型 採取和組頭 對賭之方式	台灣銀行 即開型、被動型 64.93%
盈餘比例	30%左右	25%	10%	不定	35%
兌獎依據	公開搖出之 號碼為依據	採刮刮樂立即 顯示得獎金，另 採幸運獎則和 愛國獎券相同	以愛國獎 券之開獎 號碼為依 據	以香港六合 彩之開獎號 碼為依據	採刮刮樂立即顯 示得獎金額，另 採幸運獎則和愛 國獎券相同
兌獎方式	伍獎以上向 台銀兌獎， 以下向經銷 商領取	2000 元以上向 市銀兌獎 2000 以下向經銷商 兌獎	直接向組 頭領取	直接向組頭 領取	1000 元(含)以下 ，可至台銀等 10 家金融機構領獎
銷售額	39 年至 76 年 共 670 億	三期共 12 億	無法估計	無法估計	第一期 30 億
銷售方式	承銷商必須 為公司組織	分一般戶及愛 心戶	組頭販賣 或採電話 下注	大多採電話 下注	一般戶、殘障及 低收入戶
課稅方式	印花稅、營業 稅及所得稅一 次扣繳	印花稅、營業稅 及所得稅一次 扣繳	不須課稅	不須課稅	印花稅、營業稅 及所得稅一次扣 繳
營運成本	約 10%	約 10%	無	無	約 10%
發行次數	每月一至三期	每月一期	隨愛國獎 券開獎而 開獎	每星期二、 四開獎	每月一期
逾期末領 獎金	視為放棄權利 其中 50%撥為 台灣省社會急 難救助之用， 另外 50%則為 春節特別獎	視為放棄權利 其中 50%累積 為下期獎金， 另外 50%為社 會福利基金	較少有逾 期末領獎 金，若有 則歸組頭 所有	較少有逾期 未領獎金，若 有則組頭不 必支付彩金	視為放棄權利 逾期末領獎金 全數歸入公益 彩券之盈餘

資料來源：*賴建華（民 85）。彩券需求之估計與市場潛力分析，pp.41-42。

**本研究整理（民 89）。

（三）國外彩券發行狀況

目前為止，歐洲 32 國家中有 27 國發行彩券，美國有 38 州發行彩券，在亞洲也有 11 個國家發行彩券。目前世界上擁有大型彩券的國家有愛爾蘭、加拿大、英國、澳州和美國等（Walker, 1998）。彩券正以每年 6% 至 10% 的成長速度，逐漸成為各國社會經濟中的重要一環（驚蟄，民 86）。

1、以全球五大洲銷售彩券總額分析

以一九九三年資料顯示：歐洲以 377 億美元之銷售額居冠，其次是美洲、亞洲、大洋洲、非洲。其特點有三：發行歷史悠久、發行國家及機構最多，國民所得水準較高。

2、以國家為一銷售單位分析

根據“國際博彩商務雜誌”公布的世界彩票銷售年報披露：全球彩票銷售額為 1200 億美元，比去年增長 10%。排名前 8 位的國家分別是美國 364 億，西班牙 103 億，德國 97 億，英國 96 億，日本 76 億，法國 66 億，義大利 97 億，加拿大 51 億（神奇的第三次分配，民 1999）。

3、以世界各彩券組織分析

日本以單一發行彩券組織，年銷售額 66 億美元，佔居世界第一。

4、以每人每年簽注彩金分析

依一九九三年資料顯示，全球每人每年簽注彩金數以新加坡 431 美元位居榜首。數據顯示，個人簽注彩金前十名地區組織中，均為先進國家，其國民所得都相當高，所發行的彩券種類，以猜數型之電腦彩券為主。

5、以發行彩券種類分析

當今世界上共有 110 個國家在發行彩券，Mikesell & Zorn (1988) 及 Alm, Mckee & Skidmore (1993) 等人指出，美國目前流行的彩券種類大致有下列六種（體育彩票，2000；彩券的類型，1998；陳克勤，2000）：

（1）傳統型彩券（passive drawings）

即是所謂的搖獎方式，彩券號碼已事先印製，購買者不能自己指定號碼，待獎組銷售結束後，再搖出中獎號碼。

（2）立即型彩券（instant games）

彩券上有部分區域被覆蓋著，購買者當場可將覆蓋薄膜除去，即知道有無中獎。另外有些立即型彩券還可以參加額外的對獎。

（3）數字彩券（numbers）

由購買者自行選取一個三位或四位數的組合，然後按序列和組合兩種方式來預測數字或順序，猜中者即有獎。

此種彩券幾乎是天天都有開獎。獎金的計算有二：一種是對賭方式（fixed payout system）及合資賭博方式（pari-mutuel system）。

（4）樂透彩券（lotto）

購買者在一個限定範圍內選擇號碼（香港的六合彩即是此種類型），例如從 1 至 44 中選擇六個號碼。經常是每個星期開獎，獎金制度通常是大獎採用合資賭博方式，小獎採用固定獎金對賭的方式。因為中大獎的機率很低，未中獎的獎金將持續累積，因此特大獎（jackpot）的獎金金額非常龐大。

（5）簽注型彩券

即是體育運動競賽彩券，一般也稱足球彩券，因為這種彩券是以預測體育比賽的結果，尤其是足球比賽的結果，猜勝負或 0 比 0 之外的平局，但常因賽季的結束而關閉或轉向別國賽場。

（6）電腦型彩券

利用電腦技術來銷售傳統型運動彩券的一種方式。由於電腦技術的介入，使彩券的發行更安全可靠、公平準確，且可分散銷售，節約資源。

依據上述資料得知彩券之發行，不僅可以增加政府之稅收，又可有效遏阻不良的非法賭博，進而達到籌措資金與促進各項政策之發展。驚蟄（民 86）研究顯示，先進國家中國民所得與彩券簽注彩金都相當高，且為政府籌措到相當可觀之財源，因此，可做為提升我國經濟發展與彩券發行之借鏡。

二、運動彩券

運動彩券係因運動或運動賽會而發行之彩券，可依其項目性質不同，而有不同的規則與中獎方式。經由國外成功的經驗得知，社會集資的各種方式中，以發行體育彩券最為有效，因體育彩券發行的周期短、收益大，是集民眾資金發展體育事業的一個重要途徑（中國足球俱樂部黑幕之十二，2001）。張發強(1997)指出，體育產業是為了滿足人們日益增長的體育需求，而使體育產品進入生產、消費和服務的產業。其核心是把體育事業看成是一個生產體育產品和提供體育服務的產業和行業，運動彩券亦是如此，藉由彩券與體育運動項目或賽會舉辦相結合，提供一種分配中獎的機會，讓民眾在參與體育運動之餘，亦可享受到另類的感受。

運動彩券未必就等於運動博彩（比賽彩券）以大陸為例，在封閉的環境之下，其國務院還會向體育總局下令發行體育彩票，原因很簡單，體育彩票本身不過是一種「彩券」而已。大

陸每年藉由體育彩票發行而增加上億元的稅收，並將這些收入應用在建設基層體育及地方的體育設施。因此如果運動彩券不涉及比賽，是否就沒有黑金介入的問題？其只是一種藉著運動名義由民間集資回饋給民間的方式，尤其在政府編制體育經費預算如此有限下，發行運動彩券之所得不僅可以增加學校運動經費，更可以使廣大基層教練得到應有之待遇（陳筱玉，民 89b）。

（一）各國體育經費之財源

目前世界各國有關體育與運動相關之財源，約可分政府體育預算；體育發展基金；公營競賽及彩票、獎券收益，以及體育產業經營等。分類簡述如下（趙麗雲，民 88）：

1、政府之體育相關預算

在運動風氣盛行的歐洲國家，通常以 GDP 的 0.18~0.42% 分配作為中央及地方的體育預算。以 1990 年為例，歐洲國家體育預算比例，法國為 0.42%、德國為 0.35%、英國為 0.24%、義大利為 0.20%，而我國目前對每位國民的體育投資僅有（0.077%）。

2、體育發展基金

體育發展基金的設置為世界先進國家保障該國體育長期的發展。因此在歐洲各國：德國、英國、法國等，均設有國家層級之體育發展基金，日本亦不例外。日本體育發展基金來源大部分由政府籌措，少部分則由民間企業捐資。

3、公營競賽及運動彩券、獎券收益

世界各國常見以公營競賽之門票、廣告、權利金收益以及彩券盈餘分配作為體育振興重要財源者，例如日本利用賽馬、自由車賽、汽艇賽、摩托車賽等運動之公營競賽收益支應體育經費外，還另發行獎券，由其收益金中提撥部分作為體育振興事業財源。

4、體育產業盈收

世紀末以來，由於體育經濟功能的不斷開發，體育產業呈現快速且國際化發展趨勢，例如體育產業最發達的美國，八十年代末期就有超過六〇〇億美元的產值。再如義大利以「足球工業」為主體的體育產業，年產值超過二十四億里拉（約一八二.五億美元，每年平均三二〇美元），躋身於義大利國民經濟十大部門的行列。

英國體育產業的年產值約計六十八.五億英鎊，相當於當年用於體育投資的五倍。另外，大陸體育產市場營利所得，包括足球、籃球競技之門票、廣告收益及體育彩票等十項主要體育產值，在 1998 年也以一百億人民幣，躋身大陸當前最興盛產業。而體育彩票自 1994 年到去年為止，共發行六十二億人民幣，公益稅收為十八億六千萬人民幣。由此可知，體育對經濟的促進作用日益明顯。

5、運動資訊科技服務隱然成形

隨著運動科學研究之急速發展及國際運動交流的熱絡，再加上網際網路的開發與推進，特別是自 1970 年代後期以來，世界各先進國家開始投入運動資訊專業資料庫之開發，並致力於提供服務，且確立了跨國合作之體制（網路化）。

目前國內職業運動式微，在如何振興體育的方法中，已有單項協會與企業紛紛倡導發行運動彩券來籌募體育事業發展基金，因此運動彩券不僅是世界的潮流，也是未來的運動產業趨勢，其不僅可以挹注社會資源，強化我國體育運動的發展，更可以提升體育相關產業之繁榮與進步（中國足球俱樂部黑幕之十二，2001）。體育運動是公益事業，體育的發展是需要政府和民間來相互結合的，綜觀去年全球的體育產業達到了四千多億美元的產值，國內體壇應該更加努力來開發屬於台灣的運動產業與未來（高正源，民 89a）。

（二）國外運動彩券的發行狀況

先進國家都把發行運動彩券作為增加政府財源的重要方法。如：美國、義大利、加拿大、法國、英國、保加利亞、俄羅斯等把發行體育彩票作為扶植體育事業的有力支柱（中國足球俱樂部黑幕之十二，民 2001）：

- 1、美國的體育博彩業（含發行彩票、賽馬博彩等）的平均收入近 40 億美元。

- 2、保加利亞從 1957 年開始發行體育彩票，幾十年來，利用體育彩票收入修建體育場 415 個，足球場 86 個，排球場 165 個，游泳池 312 個，體育館 24 座，其他體育設施 1 萬多處。
- 3、日本的自行車彩票收入十分可觀，僅 1992 年由博彩者下注的資金就有 1.92 萬億元，44 年來資金已達 31.1 萬億日元。
- 4、義大利人為籌集 5 千萬，每周售出的足球彩票也是 5000 萬美元，平均每人每周購買了一美元的足球彩票，如今義大利每年發行足球彩票近 24 億美元，所得收益用於開展 39 個體育項目。
- 5、法國近四分之一的體育經費是透過發行彩票獲得的，1980 1990 年，法國體育彩票公司撥給全國體育發展基金會的經費為 50 億法郎。

國外運動彩券的發行，經常是配合賽會或者某些特定的目的而發行（例如：擴建或整修體育場館與設備、優秀選手之培訓）。在美國只有內華達州的運動賭博（sports gambling）是合法的，由於其運動彩券性質大都屬於猜賭型，依據國際賭博研究協會估計，每年違法的賭注金額約為三百八十億美元（American Gaming Association，2000），不僅吸引了許多民眾

去參與運動、購買彩券與觀看比賽，正因如此，巨額獎金引發了黑社會及運動投注業者（bookies）的介入，致使運動賽會的本質及運動員的表現深受影響。

在大學聯賽中，更因運動投注業者的介入而影響比賽的真實性與運動員的競技運動表現，巨額獎金所散發的誘惑與壓力，讓許多運動員在不知不覺身陷其中，而大受影響。密西根大學研究指出，有 45% 的男性運動員曾參與過運動賭博，其中有 5% 為足球運動員及籃球運動員（King, 1999）。運動賭博之行為如遭舉發確定後，則是處以刑罰與終身禁賽，例如：在 1994 年 North Western 對 Iowa 的美式足球比賽中，有四位球員坦承在比賽中放水，因而斷送了良好的運動生涯（Geoff Dodd and Amy Leeking, 2000）。

經由上述資料得知，全球體育產業的發展趨勢，是可以作為國內發行運動彩券之借鏡，惟其在法令的制定及其相關的配套措施是需要有詳細而明確的規劃，否則發行運動彩券的風險成本太大。在國內有限的體育經費預算下，如何募集體育運動產業發展所需之基金？仍有待我們去努力，鑑於先進國家成功的開發運動產業之經驗得知，發行運動彩券確實是增加政府稅收的一種方法，完善法令的制定與規範，是發行運動彩券的先決要件，如此才能將其正面效益發揮最大並將其負面影響降至最低。

(三) 發行運動彩券的作用與意義

體育比賽因具有公正、公開、公平的競賽規則，又有觀賞性、競爭性、結果不確定等確定性等特點，被世界各國作為發行彩券之重點，由於體育具有公益性和全民性，因此運動彩券的作用與意義如下列四點(河北省中國電腦體育彩票，2000a):

1、成為國家政府財政收入暨體育經費的主要來源

彩券收入是瑞士體育事業的主要經費來源，根據統計，1992 年瑞士發行運動彩券的總數入用於資助體育運動達 5700 萬瑞士法郎，1993 年全國體聯 90% 的經費來源於運動彩券收入（而國家經費預算只佔 4%），國家奧委會經費的 60%、各單項協會的 12% 也源於運動彩券的收入。

2、宣傳體育，吸引民眾關心、參與體育

以運動項目為重點的競猜型運動彩券，是為了要吸引民眾來了解比賽知識、關注比賽、研究比賽，更可讓一些原本對體育不甚了解的人來接觸體育進而培養人們對體育運動的興趣。

3、提供就業機會，開闢新的事業

彩券除了它的集資功能外，另一個很重要的作用是帶動了相關產業的發展。根據世界彩券期刊 *La Fleur's Lottery World* 統計：1998 年底，美國 38 個州級彩券管理機構共雇用了 6500 位工作人員，平均每個機構為 171 人。

4、豐富人們的文化生活

隨著體育運動的普及，民眾購買運動彩券的頻率也隨之提高，因此更加關注每場比賽的結果和各種資訊，運動彩券因而成為民眾休閒娛樂生活不可或缺的部份。

（四）反對發行運動彩券的理由

一般民眾擔心開放發行運動彩券後，會助長台灣賭博風氣、敗壞社會風俗、黑金掛帥、及增加「偏執性賭博」所引起之社會事件（林華韋，民 89）。因此，反對發行運動彩券的理由有下列四點：

- 1、運動彩券的發行非但不能抑制非法賭博，反而會擴大賭博人口。
- 2、政府作莊，吸引人民將大量金錢投入非生產性的彩券活動。
- 3、會敗壞社會風俗，影響民心。
- 4、「偏執性賭博」與犯罪事件的增加，造成社會不安與亂象。

一般的學者及民眾普遍認為彩券發行過多，便會助長賭博風氣，彩券在學理上被稱為合法賭博工具之一，但它與逃稅、詐欺及幫派犯罪的非法賭博是截然不同的。但彩券畢竟是一種利弊共存的形式，因此，需要由國家專營並制定法律來予以規範。在全世界發行彩券的國家與地區中，絕大多數進行了國家立法，其目的為：確定政府控制的形式和程序，維持市場統一有序的措施，對籌集資金的使用和範圍進行約束。

綜合上述，運動彩券的發行在國外運動早已行之有年，不僅增加國內運動人口進而提升競技運動水準外，更利用體育發展基金來建造、推展各種運動軟硬體的設備，提升優良國家的運動風氣及休閒運動。國外成功的作法與經驗值得我們觀摩與學習。

（五）發行運動彩券的功用

經由國外及大陸運動彩券發行之成功借鏡，我們瞭解到運動彩券的好處：（一）取之於民，用之於民，有利於發展體育事業；（二）吸引了大量的人關心體育活動；（三）為職業球隊和其它體育項目提供了一定的發展資金；（四）提供就業機會；（五）促進體育水準的提升。估計目前全球約有 100 多個國家把發行運動彩券做為發展體育事業的支柱。以中國大陸為例：其於 1994 年到 1996 年底已順利的發行 22 億的體育彩券，並帶動體育運動之發展（許建民，民 88）。

1、募集大型賽會之經費

1994 年所核准發行的體育彩票主要目的，是為了要補充 1994~1995 年度 12 個大型運動會的經費不足。

2、發展體育事業

中國大陸所發行的彩票，除了 50% 做為彩票獎金之外，其餘皆用於推展體育事業上。自 1994 至 1996 年底止，共籌集資金 6.6 億人民幣，主要用於「奧運爭光計畫」和「全民健身計畫」上，充分的展現出經濟效益和社會效益。

3、提昇體育產業之競爭力

在市場經濟下體育應當走產業發展的方式，將事業型的體育機構逐步轉變為經營單位，這樣才能引進市場機制，增強體育事業的發展。

縱觀國外及中國大陸發行體育彩票運動彩券的歷史，主要有四個特點（中國足球俱樂部黑幕之十二，民 2001）：

- （ 1 ）各國政府把發行體育彩票做為籌集體育發展資金的重要管道。
- （ 2 ）由政府批准，體育部門經營彩票業。一部分是由政府主辦發行，一部分是政府批准發行許可証，由體育部門經營發行，不允許別的部門和私人發行彩票。其優點：運動彩券主管單位向政府負責，經營的運動彩券票公正、安全、有法律保證，並將收入用於發展體育事業。
- （ 3 ）國家對運動彩券發行實行法律保護。運動彩券業必須由國家體育部門集中統一經辦，不准私人經營，並通過法律對主辦單位進行公眾監督與檢查，保證運動彩券的合法性和正當用途，避免各種弊端和不良後果。如西班牙、法國、羅馬尼來等國家在體育法中確定，體育彩票是體育發展資金的重要來源之一。
- （ 4 ）各國政府對運動彩券的發行採取了一系列的優惠政策，如規定在稅收、信貸、新聞宣傳方面給予各種優惠條件；使運動彩券在社會生活中處於一種公認、合法的地位。

綜合上述，運動彩券的發行，事實上不僅提供民眾一種休閒娛樂的參與，更促使社會的經濟與繁榮，猶如是一種「希望」，讓每位參與者都有機會實現屬於自己的理想。所以，我們大家應該以疏導代替嚴禁，來教育我們的民眾，以平常心看待運動彩券的發行，以協助國內運動產業之發展。

三、運動彩券發行之模式

運動彩券的發行在國外已有多年的歷史，各國依據其運動發展之特色與發行目的來發行不同運動種類的運動彩券，此舉不但為各個國家創造優渥的財政收入，更帶動了全球商業化運動之風潮。本文試就義大利（如表 2-2-2）、巴西（如表 2-2-3）及中國大陸幾省（如表 2-2-4）等發行運動彩券之模式，來做分析探討：

(一) 發行運動彩券之模式

表 2-2-2 義大利運動彩券之發行方式

義 大 利	
起 源	二次世界大戰期間法西斯集中營裡一名記者為了消耗時間而發明，這種賭博制從 1946 開始實行，並於 1948 年由義大利奧委會接管了經營權。
發行機構	1.合法的賭球機構:托托卡奇歐 (TOTOCALCIO) 2.非法的賭球機構:托托內羅 (TOTONERO)
發行次數	每週一次
遊戲規則	每週彩票上有聯賽甲乙丙組對陣情形,每人必須猜中甲組聯賽全部九場比賽和乙、丙組聯賽中四場比賽的結果，才算中獎，所以總共得猜對十三場比賽。
彩券種類	猜賭型
兌獎依據	十三場足球聯賽之勝負

資料來源：義大利賭球國營化（民 86）。民生報，3 月 6 日，第三版。
本研究整理。

表 2-2-3 巴西運動彩券之發行方式

巴 西	
起 源	1784 年，巴西米納斯古拉斯州為修建議會大廳和今天的獨立紀念館，經立法機關批准發行了巴西有史以來的第一張彩票。
發行機構	1961 年 7 月 14 日，巴西發布總統令，決定將“聯邦彩券”交由聯邦銀行負責管理和發行，至此，巴西的彩券業正式由聯邦國家統一管理經營。
彩券種類	1. 聯邦彩券 2. 聯邦體育彩券 3. 數字彩券（樂透） 4. 斯娜彩券
彩券型式	體育彩券主要以競猜足球比賽為主，稱為對錯足球彩票（Loteca-Loteria do Certo e do Errado）於 1970 年 4 月 19 日開始發行，每周一期，週一早晨公布結果。
獎金結構	投注金額 1、45% 作為獎金 2、8.3% 作為管理費 3、9% 作為發行費 4、37.7% 作為社會基金
發行方式	為了增加彩券的魅力，吸引更多的購買者，巴西聯邦銀行由專業人員組成了全國最大的廣告宣傳機構，並利用各種傳播媒介進行廣泛宣傳機構。

資料來源：四川省體育彩票管理中心（民 89）。體育彩票手冊，p.26。

本研究整理。

表 2-2-4 中國大陸各省體育彩券之發行方式

	福建省體育 電腦彩票	北京電腦 體育彩票	西藏區體育 彩票	北京市西城 區體育彩票	懷柔縣體育 彩票
發行目的	發展全民健 身計劃和奧 運爭光計劃	募集社會 資金,資 助全民健 身計劃和 奧運爭光 計劃及促 進體育事 業之發展	籌集第六屆 全國少數民 族傳統體育 運動會,西 藏賽區部份 資金	發展全民 健身計劃 和奧運爭 光計劃	改善體育 設施,推動 體育事業
發行單位	國務院、 中國人民銀 行、國 家體育總局	北京市政 府、中國 人民銀行 、國家體 育總局	西藏自治區 政府、 國家體育總 局	北京市政 府、中國 人民銀行 、國家體 育總局	國家體育 總局
受委託 機 關	福建省體育 彩票管理中 心	北京市體 育彩票管 理中心	西藏區體委 體育彩票管 理中心	北京市體 育彩票管 理中心	國家體育 總局彩票 管理中心
彩券種類	被動型	被動型	被動型	被動型	被動型
獎金比例	50%	50%	50%	50%	55%
兌獎依據	公開搖獎為 依據	公開搖獎 為依據	依據銷售現 場兌獎張貼	公開搖獎 為依據	公開搖獎 為依據
兌獎方式	1.特獎 福建省體育 彩票管理中 心領獎 2.二獎 彩票購買所 在地領獎 3.三四五獎 購買點換取 獎金	至各銷售 點兌獎及 領獎	跟銷售現場 兌獎人員當 日兌獎	至各銷售 點兌獎及 領獎	至各銷售 點兌獎及 領獎
銷售方式	銷售點	銷售點	銷售點	銷售點	銷售點
發行次數	每週二期	每週一期	沒有固定	沒有固定	沒有固定
逾期末領 獎 金	視為放棄 權利,納入 調節基金	視為放棄 權利,納入 調節基金	視為放棄權 利,納入調 節基金	視為放棄 權利,納入 調節基金	視為放棄 權利,納入 調節基金

資料來源：各省發行彩券（民 89）。

<http://ft-search1.sina.com.tw/cgi-bin/Sina/webgais2.exe>

本研究整理。

四、各國博彩現況分析

博彩係指依賴機率來分勝負之競技，(涂淑芳譯，民 85)。目前博彩事業已成為全球公認（不論是先進國家或是發展中國家）的一種社會現象，各國的地方政府為了廣開籌措財源的管道，對於各類博彩事業（如彩券、賽馬、職業球賽競賭、賽狗、賭場、電動遊樂器、慈善賓果遊戲、奇諾（keno）及其他各種商業性遊戲等）的賭注已從過去的嚴格禁止到寓禁於徵，演進到目前則視為一種商業遊戲事業（commercial gaming industry）發展（劉代洋，民 85）。

世界各國政府對於博彩事業是否合法化的地位，端視各國文化及歷史背景而定。有的國家開放部分項目的賭博遊戲，有的則是全面禁止。台灣開放賭博合法化的議題早已多次被立法委員炒得炙手可熱，從政府官員到一般民眾，對於這樣的議題都有不同的見解，試就各國有關博彩現況來加以分析探討（林華章，民 89）。

（一）各國博彩現況分析

1、美國博彩概況（林華章，民 89）

（1）內華達州賭場經營

內華達州是美國合法賭場規模最大的地區，也是全美國職棒運動賭博唯一合法的地方，賭場的遊戲有：骰子、基諾遊戲、

自動販賣機（吃角子老虎）、撲克牌賭法、輪盤賭博等，著名的運動賭博項目有：板球、職業棒球聯盟、NFL、NBA、及大學聯賽（Jim Feist's National Sports Services, Inc. 2000）。

令人意外的是聯盟、球團等職棒相關事業與博彩事業毫不相關，由此可知在美國職業棒球經營者與博彩事業經營者間的界線劃分得極為清楚。

運動賭博是合法賭場開發較晚的賭博項目，包含籃球、美式足球（Football）、足球（Soccer）、拳擊（Boxing）和賽馬等知名的運動項目。賭博監管局執行部副主管 Gary D. Orton 等七人（1999）表示，美國雖有不少的合法賭場在經營，但是非法的地下賭場數目與賭金遠超過合法的賭場。

（2）樂透彩券（Lottery）

美國彩券的發行始於 60 年代，新罕布甚州（New Hampshire）在 1963 年及紐約州（New York）在 1996 年開始舉辦州內彩券的販售，至 1980 年代有十四州舉辦了彩券的活動。

（3）美國賽馬

賽馬也是美國重要的競技賭博事業之一。美國賽馬事業以州為單位，州政府成立賽馬管理處監督州賽馬委員會，委員會為民間非營利機構，盈餘收入除開銷與投資外均交州政府處理，博彩稅佔 7.3%，多數用於社會福利方面。美國商業化賭

博最重要的項目就是賽馬，參與賽馬的人數遠超過觀賞職業美式足球、職業棒球和職業籃球的總人數。

2、英國博彩概況

(1) 英國國家樂透彩券 (The National Lottery)

英國競技運動賭博事業相當多樣性，但目前並無體育彩券的發行，只有全國性的樂透彩券(Lottery) - 國家樂透彩券(The National Lottery)。自 1993 年發行以來每年均有一定比率（約 5.6%）補助體育、藝術、歷史古蹟、慈善事業(林華韋，民 89)。而體育方面的補助款，則統籌由英國體育委員會審核每個申請案，並決定分配數額。自 1996 年起也開始補助年輕優秀的運動選手與主要的國際競技運動。

(2) 英國賽馬

英國在一五一〇年，創立賽馬場後，數百年來賽馬活動便一直為英國人的主要休閒活動之一，英國之賽馬由「賽馬投注局」(The horserace Totalisator Board) 及賽馬稅局 (The Horserace Betting Levy Board) 管理，其均向秘書長 (The Secretary of State) 負責。賽馬所帶來的稅收，一直對英國政府有極大的助益。英國投注額分配表：中獎人彩金為 82%、中央博彩稅為 4%、賽馬場佣金為 14% (劉代洋，民 85)。

(2) 英國職業運動

二十一世紀初的英國職業體壇分外熱鬧，從南非板球「假球」案開始，存在於足球、橄欖球、撞球和賽馬界中的賭博醜聞一一浮現，其中以橄欖球、撞球和賽馬對球員或騎師涉及場外交易的行為約束條文制定的非常鬆散，致使賭博事件的發生率提高。令人意外的是，對橄欖球隊僅規定比賽球員不得參與他自己上場的那場賭博，其他則沒有明文規定（詹健全，民 89）。因此存在於各種職業比賽中之約束法令，是影響職業運動發展之重要關鍵。

3、法國體育彩券（La Francaise des Jeux）

法國是全球最早特別為體育發行彩券的國家之一，1539 年開始發行國家體育彩券，歷經變革後，法國政府於 1979 年 1 月設立國家彩券及樂透協會，政府是最大的莊家，佔 51% 之資本，49% 之資本則分配於長久參與國家彩券及樂透商業化之協會，形成法國一個重要的營運單位。此後該協會陸續推出 Tacotac、Loto Sportif、Tapis Vert 等彩券，到了 1991 年更名為 La Francaise des Jeux，並於 1997 年共收入 343180 億法郎，國家抽取 96,560 億法郎，其中 8,250 億法郎提撥作為國家體育發展基金會。體育彩券的收入全部變成法國城鄉推展社區及校園運動的基金（林華韋，民 89）。

前全國體總副秘書魏香明曾經指出，廿世紀初法國為了增加國內運動人口從而提升競技水準，以十到三十年為期，分別

在國內建造、推展各種運動軟硬體，經費九十%幾乎由國家支出（體育彩券收入）。美、英等國雖未特別為「體育」設立彩券名目，但政府或私人發行的彩券收入中也都有定額挪作教育基金，例如：加州彩券局發行的樂透券，也規定收入的三十四%必須給學校發展教育（陳筱玉，民 89a）。

4、日本博彩概況

日本的博彩事業有賽馬、彩券、競艇、自由車。在日本，彩券發售收益乃是為了地方公共團體經營之公共事業，或以部令訂定之國際交流推進事業、地方博覽會等事業、長壽社會對策事業、衛星通信網路管理及營運之相關事業、藝術文化振興事業、災害對策事業，為充實其財源為目的而發售之。日本職業足球從今年球季開始發行彩券之後，其銷售收入分配比例為：40%上交國家，40%做為營運成本，20%用於納稅，部份盈餘由日本奧會規劃為「國際教練學院」的運作經費，以落實強化運動員的競爭能力（高正源，民 89b）。

5、中國大陸體育彩票

1994年3月，為了籌措1994-1995年度大型運動會舉辦經費，中國大陸國務院批准國家體委會在1994-1995年發行體育彩票（林華韋，民 89）。

(1) 體育彩票發行

中國大陸於 1994-1995 年間發行 10 元體育彩票，為此，國家體委會向第四十三屆世界乒乓球錦標賽、第八屆全國各季運動會、第三屆全國城市運動會、第三屆亞洲冬季運動會、第五屆全國少數民族運動會、第四屆全國農民運動會等 12 個大型運動會舉辦地區下達了體育彩票銷售額度指標，總額達 9.54，佔額度的 95.4%。

(2) 體育彩票財務管理情況

國家體委體育彩票管理中心依據全國頒佈的有關經濟法規實際情況，制定了「中國體育彩票會計制度」，為彩票發行的參考指標，以確保體育彩票的依法經營及發行。

(3) 體育彩票銷售情況

體育彩券依市場來運作，並非由政府來推派。部份大型運動會舉辦省的市場容量有限，短期內無法完成銷售任務，因此由其他省市承擔代銷的工作，代銷活動的發展不但確保大型運動會所需的資金，並且培育了潛在市場的發展。

(4) 收益金管理和使用情況

銷售體育彩票的主要目的就是協助提供大型運動會舉辦經費的不足，以體育彩票銷售的現況來看，銷售各單位基本上按照國家體委 20 號令的要求和國家體委體育彩票管理中心有關收益金管理的規定來辦理。

(5) 制度建設情況

根據國務院及體委會的情況，國家體委會明定體育彩券「統一發行、統一印刷、統一銷售的原則」，國家體委體育彩票管理中心會同有關部門共同起草「1994-1995 年體育彩票發行管理辦法」對體育彩票的相關細節做了明確的規定，為體育彩票法制化與規範化的管理奠定基礎。

(6) 彩票成功發行的原因

- A、各級體委領導重視，是體育彩票工作順利發展關鍵
- B、強化法制管理、銷售活動井然有序
- C、運用市場規律、不斷拓展體育彩票市場
- D、充分利用宣傳媒介，提高體育彩票的知名度
- E、銷售網路已初步形成，為長期發行奠定了基礎

6、香港賽馬

根據馬會提供的資料，早於一八四一年賽馬即由英國人帶入香港，一開始只是英國上流社會人士於殖民地內的一項休閒活動，但政府彩票是 1975 年 9 月經香港政府“英皇御准香港賽馬會”獨家發行各種獎券。並透過 - 賭博稅法來監管註冊彩票公司。在香港主要發行賽馬彩票（簡稱馬票）和六合彩（河北中國電腦體育彩票，2000a）。賭馬在許多國家都是合法的賭博行為，較具代表性的國家為美國及英國、日本及香港，在這些賽馬、賭馬制度健全的地區，馬會每年都把大量盈餘捐作慈善款項，回饋給社會大眾。

(1) 賽馬簡史

香港的賽馬制度源於英國，1884 年由一群熱愛賽馬的人士成立了香港賽馬會，所有賽馬活動由馬會主辦，而投注業務則交給其他單位來經營，馬會從中收取佣金。馬會為非營利的機構，賽馬的一切盈餘均撥款捐給慈善機構及補助社區計畫（林華章，民 89）。

(2) 賽馬事業

香港馬會為一間有保證的有限公司，其組織並不接觸投注業務，香港政府在 1973 年鑑於場外非法賭博太過猖獗，於是授權馬會設立場外投注處，1974 年又開放電話投注服務，在政府進場主導後，香港馬會發揮極大的公益效能，其淨額盈餘皆從賽馬及投注業務方面獲取，支付賽馬獎金，營運費用及稅項、扣除改善賽馬及投注設施而作之投資後所餘之款項，均悉數撥捐給慈善機構及補助社區計畫（邱俊吉，民 89）。

7、新加坡足球賭博方式

1968 年成立了合法的博彩操作機構 - 新加坡彩票公司。該公司主要目的是為了民眾提供一條合法博彩途徑，打擊非法賭博活動，並將銷售彩票所籌集的資金主要用於資助體育事業，1993-1997 年捐款 2000 萬新幣資助新加坡體育理事會的 2000 年體育發展計劃，其平均每年捐助 400 萬新幣（河北中國電腦體育彩票，2000b）。1999 年 3 月 18 日新加坡的國家法令正式通過，允許足球賭博的合法化，是以新加坡職業足球賽的比賽

結果進行預測，由國家立法公開讓民眾下注。開辦第一年總下注金額高達二億新加坡幣，約為新台幣 40 億元，盈餘的大部份均回饋作為所有的體育發展使用。新加坡足球賭博方式有三種：

- (1) 押每場職業聯賽的哪一隊獲勝、和或負。
- (2) 押每場比賽的總進球數。
- (3) 採「讓半球」的方式押賭，因為球隊實力有強弱差異，所以當 A 強隊碰到 B 弱隊時，A 隊如讓半球，當雙方踢平，則押 B 隊獲勝者贏。任何一場比賽都在賽前 24 小時開放押注，至開賽前半小時才封盤，在各地點均設下注站，就是不准在比賽球場公開下注(何長發，民 89)。

8、台灣職棒之博彩方式

博彩在我國法律上屬違法行為，參與賭博活動將因賭博罪受到法律的懲罰，在台灣社會上仍舊存在著許多各式各樣的賭博現象，如地下賭場、電玩及職棒崛起後的職棒簽賭等。運動精神真諦，是在公平的競賽規則下，參賽者發揮所能，爭取勝利。職棒之所以迷人，除了球員登場時全力以赴，更在各隊實力相近，每場比賽誰輸誰贏，事前無法預知(劉美稚，民 88)。

台灣棒球運動的賭博已經有二十年以上歷史，過去只是單純的在球場外圍對賭，隨著職業棒球運動的開打後，由於賭資龐大遂引起不法黑道組織覬覦，因而以威脅利誘的暴力手段來獲取暴利，終因「職棒選手挾持事件」因此爆發了職棒選手受

賄放水事件，致使我國的職棒運動陷入空前低迷狀態。下列為各種職棒賭博的類型（林華章，民 89）：

1、對賭

雙方只賭棒球的輸贏即可。

2、輸贏賭盤

賭局組頭根據情報，分析比賽雙方隊伍的近況，開出讓分的賭盤。例如封王在望戰績一路長紅的 A 隊與排名長期墊底的 B 隊交戰，組頭設定 A 隊讓 B 隊二分，表示押 A 隊贏的賭迷必須是比賽結果 A 隊贏 B 隊四分以上才算贏，否則就是押 B 隊的賭迷贏。一般這種賭盤的遊戲規則由組頭自訂並收取賭資的 5% 作為手續費，如未賽完九局以裁定勝負為比賽結果。

3、賭打擊

在打擊方面的賭法非常多樣化，比如單局的安打數、整個比賽的安打數、單一球隊的安打數、雙方球隊單場安打和及安打差，或是全壘打、盜壘數多寡都屬這一類的賭法。

4、賭投手

在投手方面就是賭先發投手會被擊出幾支安打或全壘打，以及投手個人成績，如失分、自責分、單場防禦率、單場三振數以及獲保送次數等。

5、單押型

單押和局，以每個單位固定金額下注，凡是押中和局者可獲得較大金額的賠率。

6、「立即樂」

此種賭法的涵蓋範圍比較有彈性，如某選手在這場比賽是否能擊出安打、能否擊出打點、或是正處於低潮期的選手能否出現安打，這種是以比賽現場球迷臨時起意的隨機賭法。

7、遊戲卡

遊戲卡為主要玩法就是採取與媒體合作的方式廣為發售遊戲卡，藉以招攬賭迷。以一張一百元的價格出售遊戲卡，在遊戲卡內含有一百個點數，由該集團提供電話號碼給買遊戲卡的賭迷，依照電話中所提供的項目，選擇想要賭的項目以及自己想要下注的點數。

依據表 2-2-5 資料對各國彩券比較後發現，發行運動彩券之國家大都為已開發國家，其國民所得亦較高，發行單位以政府單位為多，發行時間以配合職業聯賽來發行，彩券之形式則以簽注形為主。

表 2-2-5 各國彩券之比較

國 家	彩券類型	發行單位	發行時間	彩券形式
美 國	1、樂透彩券 2、運動彩券	州政府	沒有固定時間 配合職業賽會 及大學聯賽	兌獎形式 簽注形式
英 國	國家樂透彩券	英國政府 授權私人 組織發行	每週一次 週三、六開獎	兌獎形式
法 國	足球體育彩券	法國政府	配合職業 足球聯賽	簽注形式
日 本	足球體育彩券	日本政府	配合職業 足球聯賽	簽注形式
中國大陸	體育彩票	國家體育總局 財政部 中國人民銀行	依據各省的 發行條例	兌獎形式 簽注形式
新加坡	職業足球彩票	新加坡政府	配合職業 足球聯賽	簽注形式
台 灣	職業棒球	民間組頭	配合職業 棒球聯賽	簽注形式

資料來源：林華韋（民 89）。職業棒球運動研究，pp.121-135。

本研究整理。

綜合上述得知，在政府的有效引導之下，博彩行為似乎不完全只有負面的影響，有些國家甚至因為博彩事業活動而獲得更多充足的財政資源，我們或許可以藉由這些成功的經驗，重新思考「發行運動彩券之可行性」的問題。尤其現在職棒運動的營運因賭博事件發生後一直處於衰敗的窘境，而賭博行為亦然無法完全抑止，職棒運動發展每況愈下。因此，建議未來可參考國外博彩運動的相關法令與措施，成立相關賭博管理委員會，將賭博行為由非法的地下化活動引至合法的程序，以「開放運動彩券合法化」的方式來刺激體育運動產業之發展。

第三節 運動彩券與博彩之相關法令

運動彩券或任何一種運動賭博行為，其本身都是一種充滿利誘的行為，在任何國家，如果沒有完善之法令及配套措施，其都有可能被黑道所利用。因此美、英、日等國在規劃彩券發行時，連同相關法律、主管機構、彩券收益後分配比例，舞弊處罰條例等，都一併制定，使得運動彩券對社會負面影響得以在官方嚴密控制下，降到最低程度。本文試就美國、英國、日本及香港以及我國彩券管制法令來作分析比較（劉代洋，民85）。

一、國外彩券合法化之法令

（一）美國「印地安那州彩券條例」（The Indiana State Lottery Article）

1、立法目的

以彩券最有效、最便利地增進印州人民福祉，促進首都之發展。

2、主管機關

州議會（The General Assembly）授權州彩券管理委員會（The State Lottery Commission）永久獨佔經營，一切在印州發行之彩券，並向州議會負責。

3、運作實務之要求

- (1) 設立「安全部門」(Divison of Security)
- (2) 安全部門主管及受僱於安全部門調查員之權利。
- (3) 彩券零售商 (Retailer) 之規定。
- (4) 獎金之支付

4、罰則

- (1) 非法購買彩券，應受處罰。
- (2) 非法販賣彩券，應受處罰。
- (3) 偽造變造彩券者應受處罰。
- (4) 意圖詐欺或意圖自己或他人之不法利益而洩漏有關彩券之秘密者，應處罰。
- (5) 未經授權而以印州名義經營彩券者，應受處罰。
- (6) 零售商有下列行為之一者，應受處罰：
 - A、借錢給他人以要求購買彩券。
 - B、非以現金方式買賣彩券。
- (7) 公司未經委員會書面許可而以彩券名稱命名，應受處罰。

(二) 英國「1993年國家彩券法」(National Lottery etc. Act 1993)

1、立法目的

- (1) 授權私人 (似限於組織) 發起全國性彩券，而此種彩券集合為「國家彩券」。

(2) 規範國家彩券之營運規則及收入分配。

2、營業項目

國家彩券，即由在英國境內所經營之全國性彩券之總稱。

3、主管機關

可分為「國家彩券執行長」(the Director General of the National Lottery)，及其上級機關「秘書長」(Secretary of State)。

4、運作實務之要求

(1) 彩券之淨收入

(2) 國家彩券分配基金 (National Lottery Distribution Fund)

(3) 分配：

A、分配制度

(a) 秘書長經會計局長同意後，先撥一筆經費到統一公債基金，以供下列支出：

執行長行政上之支出。

秘書長行政之支出。

「國家公債委員」(National Debt Commissioners) 支出。

(b) 所剩數額，分配如下：

20%，發展藝術。

20% , 發展體育。

20% , 發慈善事業。

20% , 充實國家遺產。

20% , 供跨世紀 (西元 2000) 以及邁向
第三個一千年的計畫所需經費。

(c) 秘書長尚可決定就分配基金中額外多撥一
點給其中幾個項目。

(d) 秘書長得變更撥款比例或更換其分配機構。

5、罰則

(1) 違反秘書長所訂規則

A、處罰客體

(a) 發起人處罰 , 除非其能證明該行為未經發起
人同意且其已盡力防止其發生。發起人之經
理、秘書或其他相類似人員 , 若同意此等行
或該違法行為屬之。

(b) 主管範疇者 , 應處罰之。

(c) 其他參與此違法行為者 , 亦應處罰。

B、處罰方式

(a) 如為簡易判決 (Summary Conviction) , 課
以不超過法定最高額之罰鍰。

(b) 如經起訴判決 (Conviction on indictment) ,
處 2 年以下有期徒刑 , 或課罰鍰或併處之。

(2) 任何人以任何方式，偽稱其為合法之國家彩券而對彩券加以廣告，提供參與之機會者。

(三) 日本有獎彩券法

1、發售目的

彩券其發售收益乃為了地方公共團體經營之公共事業，或以部令訂定之國際交流推進事業、地方博覽會等事業、長壽社會對策事業、衛星通信網管理及營運之相關事業、藝術文化振興事業、災害對策事業，為充實其財源為目的而發售之。

2、發售主體

(1) 得發售彩券之團體為都道府縣及指定都市。

(2) 都道府縣或指定都市共同發售彩券時，依地方自治法第二百五十二條之規定，得設置協議會處理發售事宜。

3、發售區域

發售區域原則上在發售主體之行政區域內。但，與其他地方公共團體達成協議或自治大臣於聽取相關地方團體之意見後，認為有必要時，讓達成協議團體或者自治大臣認定之團體，得在其行政區域內發售彩券。

4、發售之調整及許可

(1) 彩券之發售有時期或者地域上之重疊時，為了不造成相互間之不利，而作以下之調整。此外，有關該個別通知者，依據其通知行之。

A、發售彩券之團體，於每年三月十日之前，須向自治大臣提出翌年之發售計畫。

B、自治大臣認為前項計畫有不適之處，要求該團體修正之；該團體針對不適之處進行修正，並儘速向自治大臣提出報告。

(2) 彩券之發售許可按以下規定進行：

A、彩券發售許可申請完成者，事業使用收益金之計畫，依以下樣式分別向自治大臣提出。公共事業、國際交流推進事業、地方博覽會事業、長壽社會對策事業、衛星通信網之管理及其營運相關事業、藝術文化振興事業、災害對策事業等。

B、彩券之發售許可原則與上述範圍相同。

(3) 發售許可，個別通知者除外，發售期間由四月一日至六月三十日止者於三月三十一日止；或由七月一日至九月三十日止者於五月三十一日止；或由十月一日至十二月三十一日止者於八月三十一日止；或由一月一日至三月三十一日止者於十一月三十一日止；須於各發售期間的終止日前收到許可。

5、彩券發售形式及券面金額

- (1) 彩券之發售形式基本上為開封式，如有必要其他形式方可。
- (2) 金額原則上為一百元(日幣，以下同)，但若有必要得發售二百元及三百元之券額。

6、發售基準

- (1) 彩券發售，同一種類彩券原則上每個月發售四次為限。
- (2) 一次之發售額，為不使發售量過大影響其他彩券之銷售，過去之實績的消化可能性，決定銷售量。

7、獎項

- (1) 給付之獎項原則上以金錢為主。
- (2) 獎金總額，以不超過發售總額百分之四十五為限。
- (3) 獎金最高額以不超過券面金額之十萬倍為限;但自治大臣指定之彩券，以不超過二十萬倍為限。
- (4) 交付或支付獎金獎品之對象，為受託銀行直接購買彩券者，或該購買者之轉贈者或上述之繼承人。

8、發售收益之基準

發售收益，原則上不低於發售總額百分之三十九。

9、運用利益金之開銷

都道府縣及指定都市，每年度依法第十六條第三項之規定，由受託銀行納法之運用利益金作為財源，執行相關之事業計畫（依別紙四之樣式）於前年度三月十日止，依規定與發售計畫一併向自治大臣提出。

(四)香港彩券法

1、一般規例

(1) 規例

- A、此等規例。連同博彩規例，如其文義內容並無特別指出者，均適用於由管理局經辦之所有獎券。
- B、所有辦理發售獎券彩票之地點及馬會總辦事處，均備有此等規例及博彩規例之副本可供索閱。

(2) 管理局之權力

- A、管理局按博彩稅規例第一〇八章之規定將不時決定辦理之彩票種類，並決定管制彩票之規例。
- B、管理局可全權決定及並無義務給予理由而僱用、暫停僱用或解僱一名人士、商號或公司作為獎券代理商。
- C、凡於規例之中，須由管理局作任何裁決、斟酌判別處理、發出任何指示、撤銷此等規例之任何所需或作出決定者，管理局可將同樣權力授于馬會或馬會

董事局，而每一名參加者均得受按任何該等授權而代管理局作出之任何裁決之約束。

(3) 獎券形式

管理局於獎券出售前將公佈獎券之形式，除非有另行公佈更改此獎券形式，否則隨後之獎券將繼續採用此形式直至一種新形式公佈為止。

(4) 投注之限制

A 管理局可不必提出任何理由全權限制參加者投注於某一獎券種類之注數或投注值，或二者之任何合併組合。

B、在此情況下，如無宣佈即可成為有效投注之每一投注或其若干部份將屬無效，而參加者可得之唯一補償，將為退回每一此等投注由參加者提交並獲馬會或獎券代理商接受超出限制之款項，或於參加者之電話投注戶口支付之超出限制之款項。

C、十次攪珠投注不可經由電話下注。

(5) 獎券發售及獎金及退款派發時間

A、由馬會經辦之設施如獎券代理商經辦設施之開放發售獎券彩票、接受投注或派發獎金與付回退款之時間，將由馬會及該獎券代理商各自全權決定。

B、馬會或獎券代理商可全權各自決定縮短或延長其開放提供設施以出售獎券彩票、接受投注或派發獎金與付回退款之時間。

(6) 只限現金投注

所有連同獎券彩票提交之款項必須為港幣現金，或以現金券提交，除非馬會以電話投注方式接受該項投注，在此情況下博彩規例有關電話投注規例之部份將為適用。

(7) 彩票形式及供應

A、管理局經與馬會諮商，可隨時決定獎券彩票之形式及指定某種投注須使用某種獎券彩票。

B、倘若一張獎券彩票之形式並無提供予參加者選擇投注單位或其倍數者，參加者將被當為以投注單位提交其投注。

C、電腦票之形式將由馬會決定。管理局及馬會均毋須因無法提供發出電腦票之設施，或無法提供一張電腦票供任何人士購買，而向任何人士負責。

(8) 糾紛

A、作為經辦者之管理局，以及馬會或任何獎券代理商均不牽涉任何有關獎券彩票主權之糾紛。

B、作為經辦者之管理局，以及馬會或任何獎券代理商均不牽涉獎券彩票上之任何手寫背書簽記。

C、作為經辦者之管理局，以及馬會或任何獎券代理商均不理會自稱合夥參加者是否已獲其彩票獎金或退款之適當分配。馬會或獎券代理商之唯一責任乃支付款項予能出示與正式紀錄相關之獎券彩票之人士，而除此等規例所訂者外，無須承諾由持票者提出之任何支付方式之要求。

D、凡有關此等規例之任何事事件之有效性引起之糾紛，管理局之決定權為最後及具約束性之決定。

綜合四個國家彩券合法化之法令要點後，了解到各國發行彩券有其下列之共通點：

- (一)發行目的：均為促進各國社會及地方政府經濟繁榮與進步。
- (二)主管機關：均由政府指派相關單位來負責及委託專業發行彩券組織之相關事宜及決定權。
- (三)罰則：均規定不得販賣彩券給未滿十八歲之青少年、非法偽造、販賣、意圖圖利自己或他人、洩露彩券之相關資訊等，均需受罰。

在我國法律中賭博是明令禁止的，而彩券是國家特殊的一種集資方式，隨著社會的文明與進步，它被賦予新的內涵。綜合上述，我們瞭解到健全的彩券管理法律制度、建立專責彩券的管理機構及禁止非法彩券的發行是影響運動彩券發行之關鍵。

二、我國彩券合法化之法令

運動彩券的發行是利用體育比賽活動的吸引力、競爭性以及比賽結果的不確定性來發展運動產業。運動博彩是一種利用或配合賽會之舉辦來發行的一種簽注型彩券，其成本低、風險小、收益高、同時也帶有一定程度的負面影響。為加強管理，許多國家都為運動博彩制定了專門的法律，以合法的博彩來取締非法的賭博。

國內目前現階段尚在評估運動彩券發行之可行性，所以並無規範運動博彩之相關法令，唯其在八十八年六月十六日立法院審議公益彩券發行條例部份條文修正案時，夾帶通過了博奕條款（行政院體委會綜計處，民 88），並於六月二十八日公布。其法令如下（行政院公報，民 88）：

為舉辦國際認可之競技活動，得申請主管機關核准發行特種公益彩券之發行、銷售、促銷、開兌獎作業、管理及其他相關事宜之辦法，由主管機關定之。發行機構經主管機關同意，得委託適當機構辦理各類公益彩券之發行、銷售、促銷、開兌獎作業及管理事宜。

經由立法院審議公益彩券發行條例部份條文修正案時將公益彩券法令增訂了第四條 - 增設博奕條款，上述之「競技活動」的衍生性商品，並未清楚界定，何謂國際認可之競技活動？究竟是為棒球比賽、籃球比賽、划船、泛舟、賽馬等等？即使民間可能有此需要，經濟發展也已到達合宜的階段，然而

在面對各種環境保護、關懷動物等社會團體和宗教力量的約束下，利益團體還是必須透過蒐集民意的過程，將所有關切的問題呈現，再據以制訂技術規則，如此才有可能在施行細則中明文規定。

過去政府以不開放的方式來管制，迫使非法賭博地下化，因而使黑道得以藉由管制而取得「牟利」的空間（例如大家樂、六合彩），甚至違害正規的競技活動（例如職棒被黑道掌控，導致球迷流失），政府不積極的疏通作法，其實並未真正的解決問題。如果透過公開討論的方式，設法建立公平的遊戲規則，讓供需雙方依照市場機制，達到自然的均衡，反而是更健康的態度與作法（黃耀輝，民 88）。

三、國外運動博彩之相關與管制法令

所謂管制乃是指政府為了公益或政策需要所訂的種種管制措施與規範，試就美國、英國及香港來探討其博彩事業之管制（劉代洋，民 85）：

表 2-3-1 美國博彩事業管制之法律

	美國印地安那州 「賭船條例」	美國內華達州 賭場管制條例	美國印地安那州 「合資賭注賽馬條例」
立法目的	為謀求印州人民之福利，發展觀光事業及促進經濟發展	賭博業對州經濟及居民福利有重大影響，並致力防止犯罪發生	旨在規範印州進行之合資賭馬
主管機關	1、印地安那賭場委員 主管 2、行政執行長	1、賭博政策小組 2、內華達賭場委員會	印州合資賭馬「印州賽馬委員會」
許可程序	1、應申請事項：船長、供應者、從業者等執照 2、船主執照許可程序：資格審核、發照數目、附帶程序、執照之換發及撤回（5 年） 3、供應者執照之許可程序 4、從業人員執照之許可程序（不得少於 18 歲）	1、經營資格 2、申請文件（申請文件、個人履歷資料及財務資料） 3、調查 4、許可程序 5、申請核發執照之拒絕 6、申請許可之拒絕 7、執照之申請	1、賽馬業者之許可程序 2、馬場職員及進行賽馬者之發照程序 3、執照之撤銷、中止
運作實務之要求	1、營業時間 2、規定船主擔保最低額度 3、在賭船航程得配合例行性檢查 4、下注事宜 5、船上餐飲及一切服務均應取得執照	1、時間：24 小時 2、設備：除了賭博設備，尚須有監視設備 3、廣告：得以正當無害方式進行廣告促銷 4、特別限制：年滿 21 歲始得進行	1、合資賭注之規定：地點（馬場或其附近得受有效監控之地點）、年齡（滿 18 歲始得合法下注） 2、運作程序 3、印第安那賽馬委員會營運基金 4、培育發展基金 5、賽馬藥物管制

資料來源：劉代洋（民 85）。博彩事業管制與稅制規劃，pp.49-109。

本研究整理。

表 2-3-2 英國博彩事業管制之法律

	英國「1968年賭場法」	英國「1972賽馬投注局及賽馬稅局法案」	英國「1976年彩券及娛樂法案」
立法目的	建立有關賭場之確切規範	建立有關賽馬之確實規範	在使地方政府得藉由規範而經營以獲取財源收入
主管機關	1、英國賭博監理處 2、執照主管機關及登記主管機關	1、賽馬投注局 2、賽馬稅局 其均向祕書長負責	1、英國賭博監理處 2、州政府祕書長
許可程序	1、營業執照之取得程序 2、俱樂部之登記 3、設有賭博機器之俱樂部登記 4、販售、提供、持有賭博機器之許可程序 5、在「無營業執照之地點」或「未登記之俱樂部」設置賭博機器之許可程序 6、賭場工作具「工作許可證明書」	1、應經許可或取得執照及其程序（賽馬業者、投注代辦公司、投注處等應經許可之程序及賽馬場應取得執照） 2、彩池發起人應經登記（申請、決定、登記之效力）	1、公開彩券之許可程序（向地方登記機關申請登記之許可程序、向中央主管機關申請登記之程序） 2、地方彩券之許可程序（申請、決定、登記之撤回及撤銷、祕書長之權利）
運作實務之要求	1、在「有營業執照之地點」或「經登記之俱樂部」賭博之特別規定 2、在「無營業執照之地點」或「未登記之俱樂部」賭博之特別規定 3、以機器進行賭博之特別規定 4、提供暫時娛樂之賭博之特別規定 5、廣告之限制（只得單純告知賭場之所在，營業時間及必要事項，不得有鼓惑參與之文字）	1、經營投注人（bookmarker、投注代辦公司核可、賽馬投注局之經營） 2、投注形式，限彩池 3、經營投注時間限制 4、馬場主人除了取得賽馬投注執照外，不得自行再投注 5、不得在公眾場合或街道進行投注 6、經營投注地點應取得投注處執照 7、未成年之禁止規定	1、彩券管理人對公開彩券及地方彩券之管理 2、公開地方彩券運作實務

資料來源：劉代洋（民 85）。博彩事業管制與稅制規劃，pp.110-157。

本研究整理。

表 2-3-3 香港博彩事業管制之法律

香港「1995 年賽馬法」	
立法目的	建立「香港馬會慈善信託基金」用以增進醫藥衛生性、社區建設、藝術文化、教育、休閒建設等
主管機關	由「馬會董事局」為其主管機關，亦設有「馬賽董事會議」及「執照委員會」
許可程序	1、執照之申請（專業騎師、業餘騎師、訓練員及助理訓練師） 2、登記之申請（應登記的事項：如欲參賽馬匹之資料、年齡、血統、馬主之資格、馬主之授權代表）
運作實務之要求	1、馬會人員之配置 2、參賽馬匹之相關人員 3、報名參賽 4、出賽 5、下注 6、比賽 7、結果 8、獎金之分配 9、互助基金（騎師意外基金及保險政策）

資料來源：劉代洋（民 85）。博彩事業管制與稅制規劃，pp.215-222。

本研究整理。

綜合上述各國博彩事業管制之法律，瞭解到國外博彩事業的發展，除了依據各國發展之目的來訂定適當之法律規章，由各國政府委派相關單位來負責博彩事業發展之相關事宜，然後再依其程序來辦理各項業務，俾使整個博彩制度能更趨完善。管制的目的並非是取代競爭，而是要使市場競爭能在公平、公正及有效率的制度下進行（劉代洋，民 85）。藉由美國、英國、香港之博彩事業管制之法律，可做為我國未來發行運動彩券之法源參考依據，以提升國內體育運動產業之發展。

第四節 本章總結

美國犯罪學家史考尼克 (Skolnick, 1978) 指出, 由於人類社會充滿了一種「賭一賭運氣」的冒險性活動, 如滑雪、賽馬、拳擊、飆車等, 都能使從事者暫時忘掉自我, 放縱自己。因此, 使得賭博這種行為, 始終屹立不搖 (賭博犯罪預防, 民 89)。

在職業運動低靡不振及體育經費預算不足的情況下, 各體育單項紛紛提倡發行運動彩券來振興國內運動產業的發展。綜觀國外從開放賭博合法化到發行運動彩券的成功經驗看來, 瞭解其發行並未造成嚴重之社會問題, 主要的關鍵是在制定法律的過程中, 政府單位極為重視民意, 並事先透過各種公開的聽證會, 消除各種疑慮和反對意見後, 最後才付諸實施。政府以自己的公信力, 使遊戲規則公平化, 讓民眾相信政府參與的彩券或其他博奕活動, 都是值得信賴。賭博本身就有一套「內在的穩定裝置」, 使供需雙方取終都需要遵守公平遊戲規則 (黃耀輝, 民 88)。法律條款的不明確將會衍生更多問題, 因此健全法令的制定是先決要件。

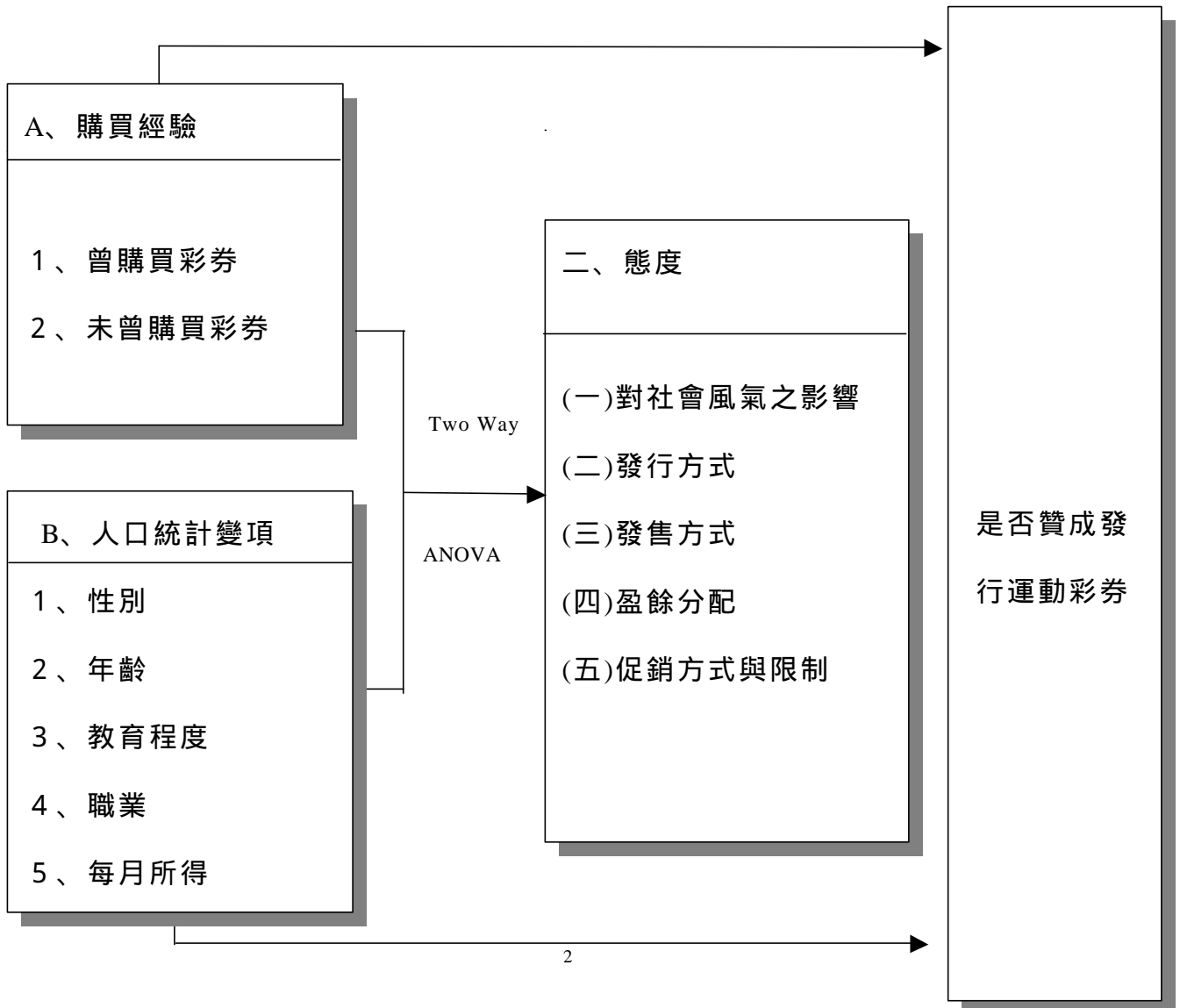
鑑於先進國家發行運動彩券之作法，瞭解到其發行之正負兩面之影響，一方面可增加政府稅收及發展體育運動事業，另一方面亦有可能造成賭博風氣之盛行及社會事件之增加，體育事業亦為公益事業，因此可藉由發行「兌獎形式」運動彩券來提升體育運動的發展，並將其負面影響降至最低，避免造成「偏執性賭博」的社會問題。運動彩券並不等於運動賭博，因此亦不會造成黑金介入的問題，運動彩券的發行目前已有博奕條款的法源依據，但其相關政策與管理細則辦法，仍有待政府當局的制定與施行。

第三章 研究方法與步驟

根據文獻探討後，本章主要研究目的在說明本研究架構、研究對象的選取、研究工具的選用、調查實施的程序及資料分析的方法，綜合上述內容本章共分為五節，分別敘述如下：

第一節 研究架構

2



圖一 研究架構

第二節 研究對象

本研究之研究對象為設籍在台中縣、市二十歲以上之民眾為研究對象。採用分層隨機抽樣的方式各取 250 名，以自行發放問卷的調查方式來進行施測，藉以了解其對國內運動彩券發行之態度與意見做為本研究之報告。

第三節 研究工具

一、量表之設計

本調查研究的最主要目的是在探討國人對發行運動彩券之態度，以做為國內發行運動彩券可行性之依據（郭生玉，民 88）。本研究是以自行編製問卷調查「發行運動彩券量表」為研究工具，來進行實際研究資料之收集。所設計之問卷為限制式的問卷（closed-questionnaire）受訪者從列出的選項中勾選適合自己情況的答案。問卷(如附錄一)所示，共分為二部分，分別說明如下：

（一）第一部分

此部份是關於受試者人口統計變項，共有十題，分別是性別、職業、年齡、婚姻、教育程度、目前居住地區、每月個人所得。

(二) 第二部份

此部份關於是否曾購買愛國獎券、公益彩券、及簽過六合彩。以瞭解樣本的基本結構及分析曾購買彩券與未曾購買彩券之民眾間是否有人口統計上的差異存在。

(三) 第三部分

此部分共有 55 題，經由受試者之人口統計變項，來了解其對發行運動彩券於（一）社會風氣的影響；（二）發行方式；（三）發售方式；（四）盈餘分配；（五）促銷方式與限制等之態度。

本研究量表之設計共分為二階段進行，第一階段先以非正式問卷就問題題意、措辭與指導教授、學校教師及研究生訂定初步問卷內容。第二階段仍以非正式問卷對於大學學生及台中市一般民眾討論修改，並徵詢受試者對於問卷內容之建議。問卷於民國八十九年十二月初函送請七位專家學者（如表 3-3-1）進行專家效度之審視，十二月中彙集專家學者之修正意見，並與指導教授商討後修訂完成，送請口試委員審核，在十二月底的研究計畫口試會議中，獲得口試委員的認同核准，並於九十年二月初進行問卷試測。

表 3-3-1 專家效度審查委員名單

學者 / 專家	服 務 單 位/職 稱	專 長 領 域
林 文 郎	國立臺灣體育學院 - 副教授	運動管理
林 宏 恩	國立嘉義大學 - 副教授	運動管理 / 運動行銷
杜 登 明	國立臺灣體育學院 - 教授	運動測量與評價
吳 永 祿	行政院體育委員會 - 競技 運動處科長	
高 俊 雄	國立體育學院 - 副教授兼 主任	運動管理 / 休閒管理
黃 煜	國立臺灣體育學院 - 助理 教授	運動行銷
鄭 志 富	國立台灣師範大學 - 教授	運動管理 / 運動行銷

(以姓名筆劃為排列順序)

二、計分方式

採李克特五點量表進行計分，以實際發生頻率從「很不同意」、「不同意」、「沒意見」、「同意」、「很同意」，分別給予 1、2、3、4、5 的分數，填答者在某一題的得分越高，表示該題所描述之發行運動彩券態度出現的頻率越多，反之則越少。

三、問卷試測

(一) 預試 (pilot study)

為了建構本研究之正式問卷 (如附錄一)，研究者在完成預試問卷後，隨即進行預試，分別敘述如下：

本研究預試是以台中縣、市 20 歲以上之民眾為受測者，施測期間為民國九十年二月。施測地點為台中縣、市之火車站附近、公園、體育場、市場等來進行問卷調查。共計發出問卷 140 份，收回 139 份，回收率為 99.3%，剔除無效問卷後，以 125 份有效問卷進行項目分析，作為本研究之選題依據。

(二) 項目分析

本研究問卷採用內部一致性效標法 (criterion of internal consistency) 相關分析法 (correlation analysis) 進行項目分析。其中內部一致性效標法是將所有受試者的得分總和依高低順序排序，然後得分較高之 25% 為高分組，得分較低的 25% 為低分組，再以高分組受試者在某一題得分之平均數，減去低分組受試者在某一題得分之平均數，其差即代表該題的鑑別力 (discriminatory power) 最後再依鑑別力數值求出各題的決斷值 (critical ratio)。通常 CR 值大者且達顯著水準時，即表示該題能鑑別不同受試者的反映程度，此即為選題之依據，反之則應予刪除。至於相關分析法則是計算每一項目與總分的積差相關，一般選題的標準是項目與總分的相關需達 .30 以上，且達顯著水準時方可採用 (李金泉，民 81)。本研究之發行運動彩卷調查問卷項目分析結果 (如表 3-3-2)。

表 3-3-2 發行運動彩券調查問卷

題號	題 目	決斷值 (CR)	與量表總 分之相關
1.	發行運動彩券可以促進對運動瞭解	4.913 ***	0.471**
2.	發行運動彩券可以增加觀賞比賽人口	7.044 ***	0.563**
3.	發行運動彩券可以提升運動參與人數	4.856 ***	0.453**
4.	發行運動彩券可以增加政府的稅收	7.288 ***	0.569**
5.	發行運動彩券可以減少非法運動簽賭(職棒)	4.944 ***	0.489**
6.	發行運動彩券會助長社會賭博風氣	1.545	0.208*
7.	發行運動彩券會增加社會犯罪事件	2.463 *	0.270**
8.	發行運動彩券會養成民眾好逸惡勞的習慣	1.083	0.139
9.	您認為發行運動彩券的次數每月一次	0.076	0.067
10.	您認為發行運動彩券的次數每月二次	2.217 *	0.202*
11.	您認為發行運動彩券的次數每月四次	0.268	0.094
12.	您認為發行運動彩券的次數配合運動場館興建來發行	5.906 ***	0.552**
13.	您認為發行運動彩券的次數配合運動賽會舉辦來發行	7.472 ***	0.629**
14.	您認為發行運動彩券的次數配合職業運動舉辦來發行	7.520 ***	0.673**
15.	其他	0	0
16.	<u>希望型彩券</u> :彩券事先印好號碼,購買者不能指定號碼,定期公開抽獎,抽出中獎者(如愛國獎券或一般摸彩活動)	2.358 *	0.190*
17.	<u>刮刮樂彩券</u> :彩券上有區域被薄膜覆蓋,只要將此膜除去,就知道有無中獎	3.013 **	0.296**
18.	<u>樂透型彩券</u> :購買者在若干個固定數字內任選幾個數字,如與開獎搖出的數字號碼相同即為中獎。(六合彩形式)	3.843 ***	0.379**
19.	<u>電腦型彩券</u> :購買者可從一百個號碼中任選二個以上號碼,由電腦來替其排列組合,每一組號碼投注金額可自由選擇,與定期開獎之號碼核對,以得知是否中獎	6.344 ***	0.515**
20.	<u>下注型彩券</u> :預測比賽的勝負、名次等,猜中即為中獎。(常見於賽馬、外國職業運動簽注)	5.217 ***	0.493
21.	發行單位由中央政府發行	3.490 **	0.338**
22.	發行單位由地方政府發行	4.795 ***	0.387**
23.	發行單位由公辦民營發行	5.062 ***	0.446**
24.	彩券之發售地點郵局	2.788 **	0.235**
25.	彩券之發售地點便利商店/超市	5.824 ***	0.526**
26.	彩券之發售地點政府設立之網路投注站	5.226 ***	0.477**
27.	彩券之發售地點政府核可之民營網路投注站	4.961 ***	0.444**
28.	彩券之發售地點政府核可之非營利機構	3.990 ***	0.435**
29.	彩券之發售地點領有殘障手冊之殘障人士	3.873 ***	0.365**
30.	彩券之發售地點自動販賣機	3.045 **	0.318**
31.	其他	0	0
32.	運動彩券的盈餘應運用在增建和整修運動場地與設施	7.903 ***	0.600**
33.	運動彩券的盈餘應運用在贊助運動賽會的舉辦	8.222 ***	0.645**
34.	運動彩券的盈餘應運用在培訓運動績優選手	9.009 ***	0.645**
35.	運動彩券的盈餘應運用在培植優秀運動教練	9.095 ***	0.630**
36.	運動彩券的盈餘應運用在發展體育運動基金	10.344 ***	0.708**
37.	運動彩券的盈餘應運用在推展全民運動	8.811 ***	0.674**
38.	運動彩券的盈餘應運用在促進國際運動交流	7.494 ***	0.602**
39.	運動彩券的盈餘應運用在贊助運動學術研究	8.583 ***	0.658**
40.	運動彩券的盈餘應運用在照顧優秀退休選手/教練	8.824 ***	0.644**
41.	發行運動彩券的促銷方式提高獎金額度	6.942 ***	0.534**
42.	發行運動彩券的促銷方式提高中獎機率	6.978 ***	0.533**
43.	發行運動彩券的促銷方式增加零售點	4.190 ***	0.470**
44.	發行運動彩券的促銷方式增加兌獎的地點	3.398 **	0.399**
45.	發行運動彩券的促銷方式配合贊助活動/賽會來進行廣告	7.249 ***	0.654**

46. 發行運動彩券的促銷方式購買彩券贈送賽會門票	6.024 ***	0.579**
47. 發行運動彩券的促銷方式與其他業者合作舉行 促銷活動(例:加油站.量販店)	7.910 ***	0.658**
48. 發行運動彩券的促銷方式利用網際網路廣為宣傳	8.614 ***	0.680**
49. 發行運動彩券的促銷方式大量購買者提供優惠	6.484 ***	0.594**
50. 發行運動彩券的促銷方式彩券獎金採累計制	9.044 ***	0.698**
51. 發行運動彩券的限制禁止 18 歲以下青少年購買	0.831	0.043
52. 發行運動彩券的限制禁止在平面媒體刊登廣告	1.244	0.164
53. 發行運動彩券的限制禁止在電子媒體播放廣告	1.393	0.155
54. 發行運動彩券的限制禁止利用廣播宣傳	2.143 *	0.225*
55. 整體而言,您是否贊成發行運動彩券	9.145 ***	0.699**

本量表經項目分析後，刪除決斷值（CR）小於 1 及與量表總分相關小於.2 且未達顯著水準及信度未達.70 以上之題目。共刪除第 6、8、9、10、11、15、17、31、51、52、53、54 題，共刪除 12 題。

（三）信度分析

本研究為所引用之量表為自構式量表，量表內容共分為對社會風氣的影響、發行方式、發售方式、盈餘用途及促銷方式等，五個因素之間是相互獨立的。修訂後的發行運動彩券量表，以 Cronbach 來考驗其信度和效度，結果顯示：「對社會風氣的影響」因素題目有 6 題，Cronbach 係數為.7899。「發行方式」因素題目有 7 題，Cronbach 係數為.8020。「發售方式」因素題目有 10 題，Cronbach 係數為.8052。「盈餘用途」因素題目有 9 題，Cronbach 係數為.9596。「促銷方式與限制」因素題目有 10 題，Cronbach 係數為.9184。

(四) 因素命名

本研究量表編製，除參考國內外文獻外，並經由專家學者修正後方予採用，因此本研究之量表具有一定程度的內容效度與表面效度（王文科，民 86）；問卷內容分為五個向度，依序為對社會風氣的影響、發行方式、發售方式、盈餘用途及促銷方式與限制，並採用 Cronbach's 內容一致性係數，來考驗總量表與各分量表的信度。

1、因素名稱：社會風氣

在社會風氣購面方面共有六題題項，依序為題號 1 6 題，其整體構面 Alpha 值為.7899，如表 3-3-3 所示。

表 3-3-3 社會風氣構面之信度考驗

題號	內 容	Cronbach's	係數
1	發行運動彩券可以促進對運動瞭解	.7552	
2	發行運動彩券可以增加觀賞比賽人口	.7103	
3	發行運動彩券可以提升運動參與人數	.7417	
4	發行運動彩券可以增加政府的稅收	.7399	
5	發行運動彩券可以減少非法運動簽賭（職棒）	.7576	
6	發行運動彩券會增加社會犯罪事件	.8303	
Alpha =		.7899	

2、因素名稱：發行方式

在發行方式購面方面共有七題題項，依序為題號 7 13 題，其整體構面 Alpha 值為.8020，如表 3-3-4 所示。

表 3-3-4 發行方式構面之信度考驗

題號	內 容	Cronbach's	係數
7	您認為發行運動彩券的次數配合運動場館興建來發行	.7577	
8	您認為發行運動彩券的次數配合運動賽會舉辦來發行	.7483	
9	您認為發行運動彩券的次數配合職業運動舉辦來發行	.7421	
10	<u>希望型彩券</u> :彩券事先印好號碼,購買者不能指定號碼,定期公開抽獎,抽出中獎者(如愛國獎券或一般摸彩活動)	.8442	
11	<u>樂透型彩券</u> :購買者在若干個固定數字內任選幾個數字,如與開獎搖出的數字號碼相同即為中獎。(六合彩形式)	.7976	
12	<u>電腦型彩券</u> :購買者可從一百個號碼中任選二個以上號碼,由電腦來替其排列組合,每一組號碼投注金額可自由選擇,與定期開獎之號碼核對,以得知是否中獎	.7461	
13	<u>下注型彩券</u> :預測比賽的勝負、名次等,猜中即為中獎。(常見於賽馬、外國職業運動簽注)	.7769	

Alpha = .8020

3、因素名稱：發售方式

在發行方式購面方面共有十題題項，依序為題號 14 23 題，其整體構面 Alpha 值為.8052，如表 3-3-5 所示。

表 3-3-5 發售方式構面之信度考驗

題號	內 容	Cronbach's
14	發行單位由中央政府發行	.8173
15	發行單位由地方政府發行	.7900
16	發行單位由公辦民營發行	.7746
17	彩券之發售地點郵局	.8060
18	彩券之發售地點便利商店/超市	.7740
19	彩券之發售地點政府設立之網路投注站	.7650
20	彩券之發售地點政府核可之民營網路投注站	.7710
21	彩券之發售地點政府核可之非營利機構	.7874
22	彩券之發售地點領有殘障手冊之殘障人士	.8081
23	彩券之發售地點自動販賣機	.7834

Alpha = .8052

4、因素名稱：盈餘分配

在發行方式購面方面共有九題題項，依序為題號 24 32 題，其整體構面 Alpha 值為.9596，如表 3-3-6 所示。

表 3-3-6 盈餘分配構面之信度考驗

題號	內 容	Cronbach' s
24	運動彩券的盈餘應運用在增建和整修運動場地與設施	.9561
25	運動彩券的盈餘應運用在贊助運動賽會的舉辦	.9566
26	運動彩券的盈餘應運用在培訓運動績優選手	.9525
27	運動彩券的盈餘應運用在培植優秀運動教練	.9527
28	運動彩券的盈餘應運用在發展體育運動基金	.9517
29	運動彩券的盈餘應運用在推展全民運動	.9561
30	運動彩券的盈餘應運用在促進國際運動交流	.9564
31	運動彩券的盈餘應運用在贊助運動學術研究	.9545
32	運動彩券的盈餘應運用在照顧優秀退休選手/教練	.9558
Alpha =		.9596

5、因素名稱：促銷方式與限制

在促銷方式與限制購面方面共有十題題項，依序為題號 33
42 題，其整體構面 Alpha 值為.9184，如表 3-3-7 所示。

表 3-3-7 促銷方式與限制構面之信度考驗

題號	內 容	Cronbach' s
33	發行運動彩券的促銷方式提高獎金額度	.9130
34	發行運動彩券的促銷方式提高中獎機率	.9145
35	發行運動彩券的促銷方式增加零售點	.9164
36	發行運動彩券的促銷方式增加兌獎的地點	.9178
37	發行運動彩券的促銷方式配合贊助活動/賽會來進行廣告	.9083
38	發行運動彩券的促銷方式購買彩券贈送賽會門票	.9102
39	發行運動彩券的促銷方式與其他業者合作舉行促銷活動(例： 加油站、量販店)	.9061
40	發行運動彩券的促銷方式利用網際網路廣為宣傳	.9047
41	發行運動彩券的促銷方式大量購買者提供優惠	.9093
42	發行運動彩券的促銷方式彩券獎金採累計制	.9054
43	整體而言,您是否贊成發行運動彩券	.9137
Alpha =		.9184

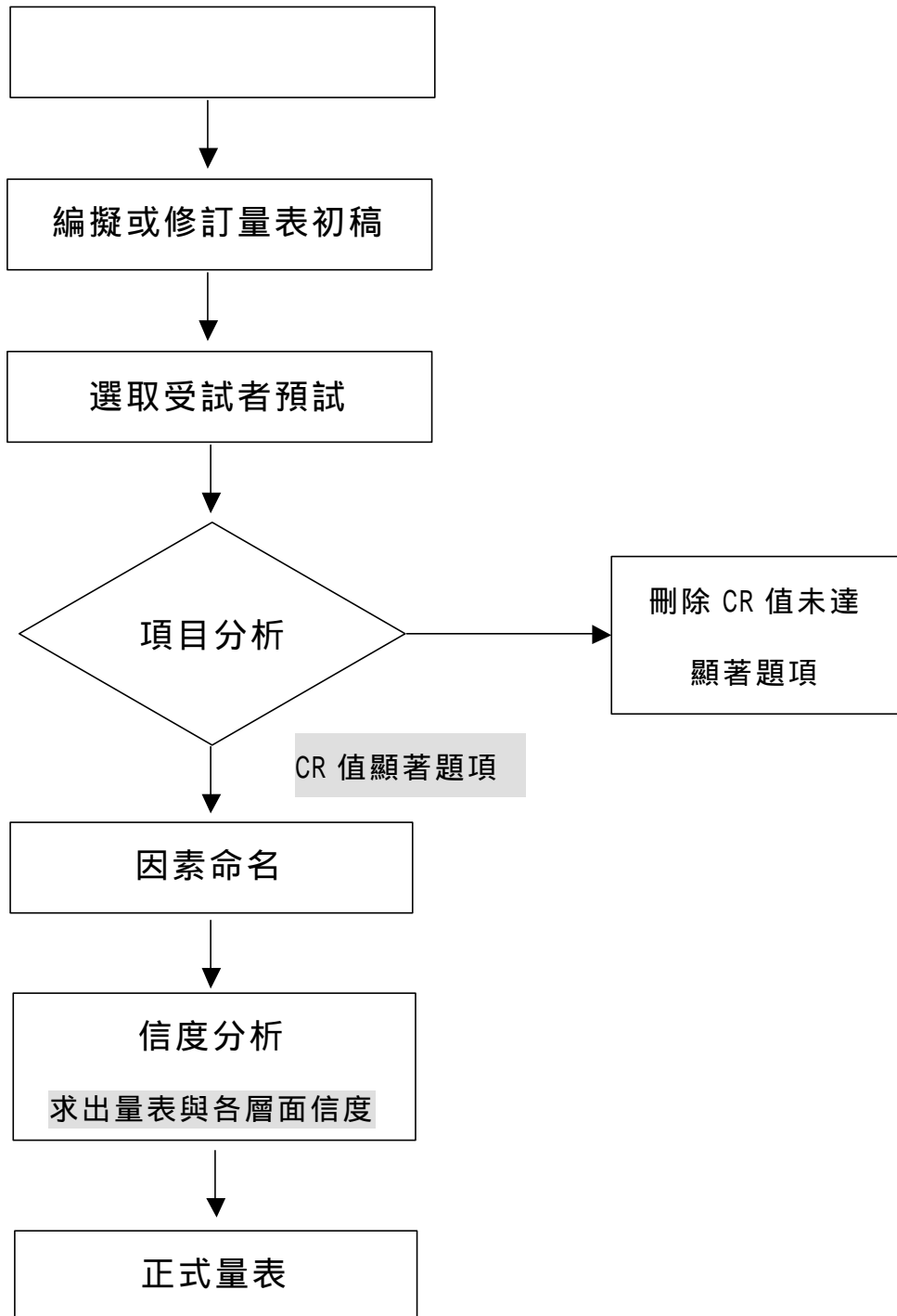
經由以上信度考驗報表，可以發現五個分量表的 Alpha 係數分別為.7899、.8020、.8052、.9596、.9184，以上五個分量表除了「社會風氣」構面的信度稍差外，餘四個構面的係數在.80以上，此外總量表的係數為.9380，代表此量表的信度頗佳，

如表 3-3-8 所示。

表 3-3-8 發行運動彩券問卷內部一致性分析

向 度	Cronbach
對社會風氣的影響	.7899
發行方式	.8020
發售方式	.8052
盈餘用途	.9596
促銷方式與限制	.9184
總量表相關	.9380

四、問卷量表建構之程序



圖二 量表編製建構流程 (吳明隆, 民 89)

五、正式施測

根據戶政資料查詢結果：台中市共有 917,788 人，台中縣共有 1,467,579 人。依總人口比例來做分層隨機抽樣樣本分配，台中市共計需抽取 250 份樣本，台中縣共計需抽取 250 份樣本，共計回收樣本數 500 份。在確定台中市之總樣本數後，本研究再根據市內 8 個行政區域之人口比例作樣本分配。另外，台中縣則依據 21 個行政區域（鄉鎮）之人口比例作樣本分配。依照上述抽樣法則，各行政區抽取樣本數目(如表 3-3-9)所示。

在資料收集的方式上，共請數位學長、學姊來協助問卷的發放，故總回收問卷為 560 份，同時為使問卷調查能更加順利，在調查前，均透過詳細說明與溝通問卷調查之相關事宜，其主要目的為將個別問卷所可能會造成的偏誤降至最低。

本研究問卷調查部份，共計發放 600 份及回收 560 份問卷，問卷回收率 93 %。經資料整理後共計有效問卷 518 份，有效問卷比率 86 %，經由這些有效問卷資訊來進行本研究之相關探討。

表 3-3-9 各行政區抽取樣本數目表

區 域	人口數/比例	分配樣本數
1、中 區	24,700 (2.7%)	7
2、東 區	70,104 (7.6%)	19
3、西 區	109,966 (12%)	30
4、南 區	91,182 (9.9%)	25
5、北 區	145,067 (15.8%)	40
6、西屯區	161,594 (17.6%)	44
7、南屯區	109,853 (12%)	30
8、北屯區	205,322 (22.4%)	55
合 計	917,788 (100%)	250
1、豐原市	160,256 (12%)	30
2、大里市	169,239 (12.53%)	33
3、太平市	162,615 (12.40%)	31
4、東勢鎮	59,647 (4.06%)	10
5、大甲鎮	78,013 (5.32%)	13
6、清水鎮	84,624 (5.77%)	14
7、沙鹿鎮	71,689 (4.88%)	12
8、梧棲鎮	49,365 (3.36%)	8
9、后里市	54,875 (3.74%)	9
10、神岡鄉	60,861 (4.15%)	10
11、潭子鄉	84,828 (5.78%)	14
12、大雅鄉	76,994 (5.25%)	13
13、新社鄉	27,089 (1.85%)	5
14、石岡鄉	15,573 (1.06%)	3
15、外埔鄉	30,724 (2.09%)	5
16、大安鄉	21,329 (1.45%)	4
17、烏日鄉	63,860 (4.35%)	11
18、大肚鄉	53,780 (3.66%)	9
19、龍井鄉	13,167 (0.89%)	2
20、霧峰鄉	68,307 (4.65%)	12
21、和平鄉	11,081 (0.76%)	2
合 計	1,467,579 (100%)	250
總 計	500	

第四節 實施程序

本研究採分層隨機抽樣，台中縣依其鄉鎮（東勢鎮、大甲鎮、清水鎮、沙鹿鎮、梧棲鎮、后里鄉、神岡鄉、潭子鄉、大

雅鄉、新社鄉、石岡鄉、外埔鄉、大安鄉、烏日鄉、大肚鄉、龍井鄉、霧峰鄉、和平鄉等)及台中市依其區域(東區、西區、西屯區、南區、南屯區、北區、北屯區、中區)依其比率來各自抽取 250 名受測民眾,在施測前,均先徵求當地民眾之同意,在確定各區域人數後,分二方面進行施測:一、由研究者親自給予施測。二、請住在當地之同學協助發放問卷,並於問卷發放一至二個星期後,進行電話詢問相關進度,以提高發放問卷之回收率。

第五節 資料分析方法

本研究根據研究假設使用 SPSS FOR WINDOWS 8.0 統計套裝軟體加以分析有關統計方法如下:

- (一) 次數分配及百分比:用於樣本特性的描述。
- (二) 雙因子變異數 (Two way ANOVA):來驗證不同購買行為(曾購買與未曾購買)與不同人口統計變項(性別、年齡、教育程度、職業、每月所得、居住地區)之間對運動彩券發行態度之交互作用情形。若雙因子變異數達顯著水準,則採雪費法(Scheff method)進行事後比較。
- (三) 卡方考驗:以卡方考驗來檢定不同購買行為及不同人口統計變項對是否贊成發行運動彩券的差異情形。
- (四) 本研究所有差異性考驗之顯著水準均定為 $\alpha = .05$ 。

第四章 結果與討論

本研究採用問卷調查法，以自編「發行運動彩券調查問卷」為研究工具針對台中縣、市二十歲以上民眾為研究對象進行探討，調查其對發行運動彩券之態度，資料經統計分析處理後，依樣本結構及研究假設的次序共分為以下四節：第一節為敘述統計；第二節為不同購買行為與不同人口統計變項對運動彩券發行態度之差異性考驗；第三節為不同人口統計變項對是否發行運動彩券之差異性考驗；第四節為不同購買行為對是否發行運動彩券之差異性考驗

第一節 敘述統計

本研究問卷調查期間為 89 年 3 月至 89 年 4 月，共計發出問卷 600 份，總計回收樣本數為 560 份，經篩選剔除無效問卷後，有效問卷數共 518 份，有效問卷回收率為 86%。本節首先針對樣本的特徵，進行敘述統計分析。

一、人口統計特徵

(一) 居住地區

受試者居住地區為台中市共 256 人，佔總樣本數的 49.4%；台中縣則有 262 人，佔總樣本數的 50.6%，如表 4-1-1 所示。

表 4-1-1 受試者居住地區次數分配表

居位地區	樣本數	百分比
台中市	256	49.4
台中縣	262	50.6
總計	518	100.0

(二) 性別

受試者為男性共 282 人，佔總樣本數的 54.4%；女性則有 236 人，佔總樣本數的 45.6%，如表 4-1-2 所示。

表 4-1-2 受試者性別次數分配表

性別	樣本數	百分比
男性	282	54.4
女性	236	45.6
總計	518	100.0

(三) 年齡

受試者以 21 至 25 歲為最多，共 112 人佔 21.6%，41 至 50 歲受試者次之，共 101 人佔 19.5%。其次為 26-30 歲的受試者，共 96 人佔 18.5%，如表 4-1-3 所示。

表 4-1-3 受試者年齡次數分配表

年齡	樣本數	百分比
20(含)以下	45	8.7
21-25	112	21.6
26-30	96	18.5
31-35	77	14.9
36-40	65	12.5
41-50	101	19.5
51歲以上	22	4.2
總計	518	100.0

(四) 職業

受試者職業為學生的比例為最高，共 120 人佔 23.2%；職業為工的次之，人數共 96 人佔 8.5%；其次依序為商、教、公、其他，職業是軍人的為最少，共有 10 人只佔 1.9%，如表 4-1-4 所示。

表 4-1-4 受試者職業次數分配表

職 業	樣 本 數	百 分 比
商	94	18.1
軍	10	1.9
公	59	11.4
教	82	15.8
工	96	18.5
學生	120	23.2
其他	57	11.0
總 計	518	100.0

(五) 婚姻狀況

受試者在婚姻狀況部份，未婚人數有 277 人，佔總樣本數的 53.5%；已婚人數為 241 人，佔總樣本數的 46.5%，如表 4-1-5 所示。

表 4-1-5 受試者婚姻次數分配表

婚 姻 狀 況	樣 本 數	百 分 比
未 婚	277	53.5
已 婚	241	46.5
總 計	518	100.0

(六) 教育程度

受試者的教育程度大部份集中在專科、大學，共 318 人佔 61.4%；其次為高中、職，人數有 117 人佔 22.6%，如表 4-1-6 所示。

表 4-1-6 受試者教育程度次數分配表

教育程度	樣本數	百分比
國小(含)以下	20	3.9
國中	36	6.9
高中、職	117	22.6
專科、大學	318	61.4
碩士以上	27	5.2
總計	518	100.0

(七) 每月所得

受試者每月所得部份，以一萬五千元至三萬元為最多，人數共 148 人佔 28.6%；其次為三萬元至四萬五千元，人數為 138 人佔 26.6%，如表 4-1-7 所示。

表 4-1-7 受試者每月所得次數分配表

每月所得	樣本數	百分比
15,000以下	117	22.6
15,001-30,000	148	28.6
30,001-45,000	138	26.6
45,001-60,000	64	12.4
60,001-75,000	29	5.6
75,001以上	22	4.2
總計	518	100.0

二、購買經驗

(一) 有無購買愛國獎券

在愛國獎券購買方面，未曾購買過的人數有 315 人，佔總樣本數的 60.8%；曾購買過的人數有 203 人，佔總樣本數的 39.2%，如表 4-1-8 所示。

表 4-1-8 受試者有無購買愛國獎券次數分配表

購買愛國獎券	樣本數	百分比
未曾購買	315	60.8
曾購買	203	39.2
總計	518	100.0

(二) 有無簽賭六合彩

在簽賭六合彩方面，未曾簽賭過的人數為 409 人，佔總樣本數的 79%，曾簽賭過的人數為 109 人，佔總樣本數的 21%；如表 4-1-9 所示。

表 4-1-9 受試者有無簽賭六合彩次數分配表

簽賭六合彩	樣本數	百分比
未曾簽賭	409	79.0
曾簽賭	109	21.0
總計	518	100.0

(三) 有無購買公益彩券

在公益彩券購買方面，未曾購買過的人數為 211 人，佔總樣本數的 40.7%，曾購買過的人數為 307 人，佔總樣本數的 59.3%，如表 4-1-10 所示。

表 4-1-10 受試者有無購買公益彩券次數分配表

購買公益彩券	樣本數	百分比
未曾購買	211	40.7
曾購買	307	59.3
總計	518	100.0

(四) 有無購買行為

綜合三種彩券資料，歸納出未曾購買彩券的人數為 172 人，佔總樣本數的 33.2%，曾購買過彩券人數為 346 人，佔總樣本數的 66.8%，如表 4-1-11 所示。

表 4-1-11 受試者有無購買行為次數分配表

購買行為	樣本數	百分比
未曾購買	172	33.2
曾購買	346	66.8
總計	518	100.0

三、發行運動彩券態度

本研究經由受試者之人口統計變項，來了解其對發行運動彩券之態度對於（一）社會風氣的影響；（二）發行方式；（三）發售方式；（四）盈餘分配；（五）促銷方式與限制等，以做為瞭解國內發行運動彩券之可行性研究。

在發行運動彩券問卷的答題分配中，我們可以經由受試者對問卷題項的答題平均數來瞭解其對發行運動彩券之態度，如表 4-1-12 所示。

表4-1-12 運動彩券答題分布

順序	題號	題目內容	平均數	標準差
1	43	整體而言,您是否贊成發行運動彩券	2.5985	.6350
2	6	發行運動彩券會增加社會犯罪事件	3.0425	1.0602
3	16	發行單位由公辦民營發行	3.1390	1.1384
4	23	彩券之發售地點自動販賣機	3.1506	1.2079
5	7	您認為發行運動彩券的次數配合運動場館興建來發行	3.2490	.9421
6	5	發行運動彩券可以減少非法運動簽賭(職棒)	3.2606	1.1365
7	20	彩券之發售地點政府核可之民營網路投注站	3.2722	1.0035
8	12	電腦型彩券:購買者可從一百個號碼中任選二個以上號碼,由電腦來替其排列組合,每一組號碼投注金額可自由選擇,與定期開獎之號碼核對,以得知是否中獎	3.3031	.9282
9	21	彩券之發售地點政府核可之非營利機構	3.3069	.9797
10	13	下注型彩券:預測比賽的勝負、名次等,猜中即為中獎。(常見於賽馬、外國職業運動簽注)	3.3205	1.1775
11	11	樂透型彩券:購買者在若干個固定數字內任選幾個數字,如與開獎搖出的數字號碼相同即為中獎。(六合彩形式)	3.3282	.9915
12	19	彩券之發售地點政府設立之網路投注站	3.3456	1.0455
13	15	發行單位由地方政府發行	3.3475	.9730
14	10	希望型彩券:彩券事先印好號碼,購買者不能指定號碼,定期公開抽獎,抽出中獎者(如愛國獎券或一般摸彩活動)	3.4151	.9389
15	1	發行運動彩券可以促進對運動瞭解	3.4305	.9565

續表4-1-12

16	17	彩券之發售地點郵局	3.4826	1.0157
17	41	發行運動彩券的促銷方式大量購買者提供優惠	3.4884	1.0568
18	3	發行運動彩券可以提升運動參與人數	3.5502	.9435
19	14	發行單位由中央政府發行	3.5502	1.0666
20	32	運動彩券的盈餘應運用在照顧優秀退休選手/教練	3.6351	1.0556
21	2	發行運動彩券可以增加觀賞比賽人口	3.6660	.9026
22	8	您認為發行運動彩券的次數配合運動賽會舉辦來發行	3.6718	.8710
23	40	發行運動彩券的促銷方式利用網際網路廣為宣傳	3.7085	.9319
24	35	發行運動彩券的促銷方式增加零售點	3.7104	.8489
25	39	發行運動彩券的促銷方式與其他業者合作舉行促銷活動(例:加油站.量販店)	3.7239	.9241
26	38	發行運動彩券的促銷方式購買彩券贈送賽會門票	3.7529	.9599
27	31	運動彩券的盈餘應運用在贊助運動學術研究	3.7664	.8760
28	9	您認為發行運動彩券的次數配合職業運動舉辦來發行	3.7683	.8994
29	30	運動彩券的盈餘應運用在促進國際運動交流	3.7934	.8740
30	18	彩券之發售地點便利商店/超市	3.7954	.9738
31	37	發行運動彩券的促銷方式配合贊助活動/賽會來進行廣告	3.8185	.8539
32	36	發行運動彩券的促銷方式增加兌獎的地點	3.8591	.8236
33	42	發行運動彩券的促銷方式彩券獎金採累計制	3.8629	.9905
34	4	發行運動彩券可以增加政府的稅收	3.8977	.9325
35	33	發行運動彩券的促銷方式提高獎金額度	3.9112	.8751
36	27	運動彩券的盈餘應運用在培植優秀運動教練	3.9247	.8906
37	22	彩券之發售地點領有殘障手冊之殘障人士	3.9479	.9346
38	28	運動彩券的盈餘應運用在發展體育運動基金	3.9807	.8389
39	25	運動彩券的盈餘應運用在贊助運動賽會的舉辦	4.0019	.8121
40	26	運動彩券的盈餘應運用在培訓運動績優選手	4.0714	.8532
41	34	發行運動彩券的促銷方式提高中獎機率	4.0907	.8260
42	29	運動彩券的盈餘應運用在推展全民運動	4.1544	.7689
43	24	運動彩券的盈餘應運用在增建和整修運動場地與設施	4.1776	.7961

第二節 不同購買行為與不同人口統計變項對發行彩券態度之差異性考驗

本研究為瞭解不同購買彩券行為（以國內曾經風行之三種彩券 - 愛國獎券、六合彩及公益彩券）的民眾對國內發行運動彩券的態度、不同人口統計變項的民眾對發行運動彩券的態度

、購買行為（曾購買與未曾購買）與人口統計的變項（性別、年齡、教育程度、職業、薪資所得及居住地區）是否交互作用，以瞭解對發行運動彩券之差異情形。

此部份首先將曾經購買過或未曾購買過愛國獎券、六合彩及公益彩券之受訪者歸納為二種購買行為，曾購買與未曾購買，以期瞭解不同購買行為的民眾對發行運動彩券之態度。

一、不同購買行為與不同人口統計變項對社會風氣之差異性考驗

（一）不同購買行為與不同性別對社會風氣經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為有達到顯著差異（ $F=10.389, P < .05$ ），由主要效果邊緣平均數得知，曾購買彩券在社會風氣變項大於未曾購買彩券之民眾；不同性別在社會風氣變項上（ $P > .05$ ）未達到顯著差異；不同購買行為與不同性別在社會風氣變項上交互作用達顯著差異（ $F = 4.745, P < .05$ ），經單純主要效果得知在購買行為方面曾購買過的男性大於男性未曾購買過（ $F=16.95, P < .05$ ），性別方面男性曾購買大於女性曾購買（ $F=5.74, P < .05$ ），故研究假設1-1應加以拒絕。結果表示在購買行為方面，男性曾購買較女性未曾購買在社會風氣有差異存在，與簡淑貞（民83）、曾祺峰（民86）、劉美稚（民88）、陳慧琪（民89）及國外彩券購買人口特徵之研究相符。

Macionis(1993)指出性別階層化、結構化的不平等，致使男性在經濟特權、聲望和權利上都比女性佔優勢。王宗吉（民89）指出自然分化性別和性別傾向差異論點，男孩子喜歡運動而女孩子不喜運動是很自然的。另外男性具有較高之冒險傾向，對於運動的參與、認同亦較女性高，而男性對於運動比賽充滿刺激且不確定性之結果較感興趣。邊緣平均數、變異數分析及單純主要效果摘要表如表4-2-1，4-2-2，4-2-3所示。

表 4-2-1 不同購買行為與不同性別對社會風氣變異數分析邊緣平均數摘要表

性 別	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
男 性	19.780	82	21.550	200	20.665	282
女 性	20.411	90	20.753	146	20.582	236
邊緣平均數	20.096	172	21.152	346		

表4-2-2 不同購買行為與不同性別對社會風氣變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	126.859	1	126.859	10.389*	.001
性 別	.783	1	.783	.064	.800
交互作用	57.940	1	57.940	4.745*	.030
誤 差	6276.461	514	12.211		
總和	231619.000	518			

* P < .05

表4-2-3 不同購買行為與不同性別對社會風氣單純主要效果變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為						
性別1(男性)	206.87	1	206.87	16.94*	.000	曾購買 > 未曾購買
性別2(女性)	5.95	1	5.95	5.95	.485	
性別						
購買行為1 (未曾購買)	13.74	1	13.74	1.13	.289	
購買行為2 (曾購買)	70.10	1	70.10	5.74*	.017	男性 > 女性

* P < .05

(二)不同購買行為與不同年齡對社會風氣經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為有達到顯著差異 ($F=19.341, P < .05$)，從主要效果邊緣平均數摘要表中得知，曾購買過彩券 ($M=21.485$) 在社會風氣變項上顯著大於未曾購買過彩券之民眾 ($M=19.54$)。而不同年齡未達到顯著差異 ($P > .05$)；不同購買行為與不同年齡在社會風氣變項上交互作用未達顯著 ($P > .05$)，故研究假設1-2 應加以接受。與中山大學於1994年所做之研究相符 (轉引自駱淑女，民86)。其原因可能為隨著社會風氣的開放與公益彩券發行有關，致使一般民眾將彩券視為生活中的一種娛樂，因而無法看出其之間的差異。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-4，4-2-5所示。

表 4-2-4 不同購買行為與不同年齡對社會風氣變異數分析邊緣平均數摘要表

年 齡	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
20歲含以下	20.138	29	21.687	16	20.913	45
21-25歲	20.745	51	20.869	61	20.572	112
26-30歲	20.111	27	20.667	69	20.389	96
31-35歲	20.467	30	21.617	47	21.042	77
36-40歲	20.200	15	21.380	50	20.790	65
41-45歲	19.588	17	21.071	84	20.330	101
51歲以上	16.000	3	23.105	19	19.553	22
邊緣平均數	19.540	172	21.485	346		

表4-2-5 不同購買行為與不同年齡對社會風氣變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	237.011	1	237.011	19.341*	.000	曾購買 > 未曾購買
年 齡	38.877	6	6.479	.529	.787	
交互作用	110.494	6	18.416	1.503	.175	
誤 差	6176.225	504	12.254			
總和	231619.000	518				

* P < .05

(三)不同購買行為與不同教育程度對社會風氣經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 (F=10.211, P < .05) 與不同教育程度 (F=3.226, P < .05) 均達到顯著差異，從主要效果邊緣平均數摘要表中得知，曾購買過彩券 (M=21.287) 在社會風氣變項上大於未曾購買過彩券之民眾 (M=19.423)。而教育程度在碩士以上 (M=20.020) 較國小(含)以下 (M=18.067) 的態度亦有差異存在。不同購買行為與不同教育程度在社會風氣變項上交互作用未達顯著差異 (P > .05)，故研究假設1-3 應加以接受。與簡淑貞 (民83)、驚蟄 (民86)、劉美稚 (民88)、陳慧琪 (民

89) 等人的研究相符，其原因可能為抽樣對象的教育程度大部份為專科、大學，而國內教育的普及、網路資訊的發達，致使其對彩券所持的觀念亦不相同。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表 4-2-6，4-2-7 所示。

表 4-2-6 不同購買行為與不同教育程度對社會風氣變異數分析邊緣平均數摘要表

教育程度	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
國小含以下	16.400	5	19.733	15	18.067	20
國中	20.000	5	20.806	31	20.403	36
高中、職	19.575	40	21.455	77	20.515	117
專科、大學	20.414	111	21.130	207	20.772	318
碩士以上	20.727	11	23.312	16	20.020	27
邊緣平均數	19.423	172	21.287	346		

表4-2-7 不同購買行為與不同教育程度對社會風氣變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	123.371	1	123.371	10.211*	.001	曾購買 > 未曾購買
教育程度	155.916	4	38.979	3.226*	.012	碩士 > 國小
交互作用	59.296	4	14.824	1.227	.298	
誤差	6137.872	508	12.082			
總和	231619.000	518				

* P < .05

(四) 不同購買行為與不同職業對社會風氣經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 (F=8.075 , P < .05) 與不同職業 (F=2.603 , P < .05) 均有達到顯著差異，從主要效果邊緣平均數摘要表中發現，曾購買過彩券 (M=21.309) 在社會風氣變項上大於未曾購買過彩券之民眾 (M=20.003)。而不同職業經雪費事後比較得知，受試者之職業並無差異。不同購買行為與不同

職業在社會風氣變項上交互作用未達顯著差異 ($P > .05$), 故研究假設1-4 應加以接受。其原因可能為抽樣人數大部份為學生有關, 致使無法清楚瞭解職業之間的差異。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-8, 4-2-9所示。

表 4-2-8 不同購買行為與不同職業對社會風氣變異數分析邊緣平均數摘要表

職 業	未曾購買		有 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
商	20.875	24	21.657	70	21.626	94
軍	19.667	3	21.857	7	20.762	10
公	19.625	16	21.674	43	20.650	59
教	21.560	25	21.947	57	21.754	82
工	19.261	23	20.575	73	19.918	96
學生	19.969	65	20.455	55	20.212	120
其他	19.062	16	21.000	41	20.031	57
邊緣平均數	20.003	172	21.309	346		

表4-2-9 不同購買行為與不同職業對社會風氣變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	98.071	1	98.071	8.075*	.005	曾購買 > 未曾購買
職 業	189.643	6	31.607	2.603*	.017	#
交互作用	42.913	6	7.152	.589	.739	
誤 差	6120.897	504	12.145			
總和	231619.000	518				

* $P < .05$

代表有達顯著水準, 但經事後比較, 各組間未有明顯之差異

(五) 不同購買行為與不同每月所得對社會風氣經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 ($F=1.303, P > .05$)、不同每月所得 ($F = 1.311, P > .05$) 及不同購買行為與不同每月所得 ($F=.323, P > .05$) 交互作用之 F 值均未達顯著水準，故研究假設 1-5 應加以接受。由於不同購買行為與每月所得的平均數都相當接近，因而無法瞭解其之間的差異。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表 4-2-10，4-2-11 所示。

表 4-2-10 不同購買行為與不同每月所得對社會風氣變異數分析邊緣平均數摘要表

每月所得	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
15,000元以下	19.831	59	20.845	8	20.338	117
15,001-30,000元	19.852	54	20.926	94	20.389	148
30,001-45,000元	20.343	35	21.165	103	20.754	138
45,001-60,000元	20.556	18	21.652	46	21.104	64
60,001-75,000元	20.000	1	22.036	28	21.018	29
75,001元以上	23.000	5	21.824	17	22.412	22
邊緣平均數	20.597	172	21.408	346		

表4-2-11 不同購買行為與不同每月所得對社會風氣變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性
購買行為	16.070	1	16.070	1.303	.254
每月所得	80.855	5	16.171	1.311	.258
交互作用	19.902	5	3.980	.323	.899
誤差	6241.596	506	12.335		
總和	231619.000	518			

* $P < .05$

(六)不同購買行為與不同居住地區對社會風氣經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為有達到顯著差異 ($F=11.607$ ， $P < .05$)，從主要效果邊緣平均數摘要表中發現，曾購買過彩券 ($M=21.218$) 在社會風氣變項上大於未曾購買過彩券之民眾 ($M=21.100$)。而不同居住地區未達到顯著差異 ($P > .05$)；不同購買行為與不同居住地區在社會風氣變項上交互作用未達顯著差異 ($P > .05$)，故研究假設1-6 應加以接受。與中山大學1994年所做研究相符(轉引自駱淑女，民86)，其原因可能為台中市、台中縣城鄉差距較小，因而無法看出其差異性。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-12，4-2-13所示。

表 4-2-12 不同購買行為與不同居住地區對社會風氣變異數分析邊緣平均數摘要表

居住地區	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
台中市	20.286	91	21.297	165	20.791	256
台中縣	19.91	81	21.138	181	20.526	262
邊緣平均數	21.100	172	21.218	346		

表4-2-13 不同購買行為與不同居住地區對社會風氣變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	143.149	1	143.149	11.607*	.001	曾購買 > 未曾購買
居住地區	8.074	1	8.074	.655	.419	
交互作用	1.303	1	1.303	.106	.745	
誤差	6338.962	514	12.333			
總和	231619.000	518				

* $P < .05$

二、不同購買行為與不同人口統計變項對發行方式變異數之差 異性考驗

(一)不同購買行為與不同性別對發行方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為達到顯著差異 ($F=9.887, P < .05$)，從主要效果邊緣平均數摘要表中得知，曾購買過彩券 ($M=24.393$) 在發行方式變項上顯著大於未曾購買過彩券之民眾 ($M=23.237$)。在不同性別方面未達顯著差異 ($P > .05$)；不同購買行為與不同性別在發行方式變項上交互作用未達顯著 ($P > .05$)，故研究假設1-1應加以接受。因而得知曾購買過會較未曾購買過之民眾在彩券發行方式有不同的差異存在。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-14，4-2-15所示。

表 4-2-14 不同購買行為與不同性別對發行方式變異數分析邊緣平均數摘要表

性 別	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
男 性	23.463	82	24.875	200	24.169	282
女 性	23.011	90	23.911	146	23.461	236
邊緣平均數	23.237	172	24.393	346		

表4-2-15 不同購買行為與不同性別對發行方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	151.974	1	151.974	9.877*	.002	曾購買 > 未曾購買
性 別	57.062	1	57.062	3.708	.055	
交互作用	7.449	1	7.449	.484	.487	
誤 差	7909.097	514	15.387			
總 和	307935.000	518				

* $P < .05$

(二)不同購買行為與不同年齡對發行方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為達到顯著差異 ($F=9.787, P < .05$)，從主要效果邊緣平均數摘要表中得知，曾購買過彩券 ($M=24.658$) 在發行方式變項上顯著大於未曾購買過彩券之民眾 ($M=23.104$)。在不同年齡方面未達顯著差異 ($P > .05$)；不同購買行為與不同年齡在發行方式變項上交互作用未達顯著 ($P > .05$)，故研究假設1-2 應加以接受。其原因可能為隨著國民所得的提高及休閒娛樂的種類的繁多，致使各年齡層之間對於發行方式未達差異。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-16，4-2-17所示。

表 4-2-16 不同購買行為與不同年齡對發行方式變異數分析邊緣平均數摘要表

年 齡	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
20歲含以下	23.552	29	25.062	16	24.307	45
21-25歲	23.961	51	24.508	61	24.234	112
26-30歲	22.815	27	23.826	69	23.320	96
31-35歲	23.300	30	24.468	47	23.884	77
36-40歲	23.333	15	24.600	50	23.967	65
41-45歲	20.765	17	24.512	84	23.638	101
51歲以上	24.000	3	25.632	19	24.816	22
邊緣平均數	23.104	172	24.658	346		

表4-2-17 不同購買行為與不同年齡對發行方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	151.364	1	151.364	9.787*	.002	曾購買 > 未曾購買
年 齡	138.038	6	23.006	1.487	.180	
交互作用	102.432	6	17.072	1.104	.359	
誤 差	7795.068	504	15.466			
總 和	307935.000	518				

* $P < .05$

(三)不同購買行為與教育程度對發行方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為達到顯著差異 ($F=9.171, P < .05$)，從主要效果邊緣平均數摘要表中得知，曾購買過彩券 ($M=24.416$) 在發行方式變項上顯著大於未曾購買過彩券之民眾 ($M=2.419$)。在不同教育程度方面未達顯著差異 ($P > .05$)；不同購買行為與不同教育程度在發行方式變項上交互作用未達顯著 ($P > .05$)，故研究假設1-3 應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-18，4-2-19所示。

表 4-2-18 不同購買行為與不同教育程度對發行方式變異數分析邊緣平均數摘要表

教育程度	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
國小含以下	19.600	5	24.200	15	21.900	20
國 中	22.600	5	24.000	31	23.300	36
高中、職	22.300	40	24.208	77	23.254	117
專科、大學	23.685	111	24.609	207	24.147	318
碩士以上	23.909	11	25.062	16	24.486	27
邊緣平均數	22.419	172	24.416	346		

表4-2-19 不同購買行為與不同性別對教育程度變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	141.593	1	141.593	9.171*	.003	曾購買 > 未曾購買
教育程度	135.644	4	33.911	2.196	.068	
交互作用	60.956	4	15.239	.987	.414	
誤 差	7842.990	508	15.439			
總 和	307935.000	518				

* $P < .05$

(四)不同購買行為與不同職業對發行方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 ($F=9.688, P < .05$) 職業 ($F=2.310, P < .05$) 均達到顯著差異，經單純主要效果獲悉在購買行為方面商曾購買大於未曾購買 ($F=4.25, P < .05$)、公曾購買大於未曾購買 ($F=5.00, P < .05$)、工曾購買大於未曾購買 ($F=7.95, P < .05$)。在職業方面未曾購買過 ($F=4.00, P < .05$) 較曾購買過達顯著差異，表示教職未曾購買過的大於工未曾購買過的，故研究假設1-4 應加以拒絕。與簡淑貞 (民83)、駱淑女 (民86) 所做之研究相符，因此得知曾購買過彩券的職業較多為商、公、工。邊緣平均數、變異數分析及單純主要效果摘要表如表4-2-20，4-2-21、4-2-22所示。

表 4-2-20 不同購買行為與不同職業對發行方式變異數分析邊緣平均數摘要表

職業	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
商	22.583	24	24.514	70	23.549	94
軍	23.333	3	25.286	7	24.310	10
公	21.875	16	24.651	43	23.263	59
教	25.760	25	24.088	57	24.924	82
工	20.957	23	24.411	73	22.684	96
學生	23.769	65	24.509	55	24.139	120
其他	22.625	16	24.634	41	23.630	57
邊緣平均數	22.986	172	24.585	346		

表4-2-21 不同購買行為與不同職業對發行方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性
購買行為	146.799	1	146.799	9.688*	.002
職業	210.065	6	35.011	2.310*	.033
交互作用	282.756	6	47.126	3.110*	.005
誤差	7637.227	504	15.153		
總和	307935.000	518			

* P < .05

表4-2-22 不同購買行為與不同職業對發行方式單純主要效果分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為						
職業1:商	64.47	1	64.47	4.25	.040	曾購買 > 未曾購買
職業2:軍	14.01	1	14.01	.92	.337	
職業3:公	75.70	1	75.70	5.00	.026	曾購買 > 未曾購買
職業4:教	12.25	1	12.25	.81	.369	
職業5:工	120.40	1	120.40	7.95	.005	曾購買 > 未曾購買
職業6:學生	13.88	1	13.88	.92	.339	
職業7:其他	48.70	1	48.70	3.21	.074	
職業						
購買行為1 (未曾購買)	363.92	6	60.65	4.00	.001	教 > 工
購買行為2 (曾購買)	14.55	6	2.42	.16	.987	

* P < .05

(五)不同購買行為與不同每月所得對發行方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 (F=9.171, P < .05)、每月所得 (F=3.380, P < .05) 均達到顯著差異，從邊緣平均數摘要表中得知，曾購買過彩券 (M=24.916) 在發行方式變項上顯著大於未曾購買過彩券之民眾 (M=23.021)；每月所得經雪費事後比較得知，受訪者之每月所得並無差異。不同購買行為與不同每月所得在發行方式變項上交互作用未達顯著 (P > .05)，故研究假設1-5 應加以接受。與驚蟄 (民86)、沈宏毅 (民87) 之研究相

符，鑑於先進國家的國民所得較高，且贊成「賭博合法化」，只是在眾多的型式中有其特定的偏好，例如：猜數字型的電腦彩券。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-23，4-2-24所示。

表 4-2-23 不同購買行為與不同每月所得對發行方式變異數分析邊緣平均數摘要表

每月所得	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
15,000元以下	23.881	59	24.362	8	24.122	117
15,001-30,000元	22.111	54	24.457	94	23.284	148
30,001-45,000元	23.057	35	23.592	103	23.325	138
45,001-60,000元	24.278	18	25.022	46	24.650	64
60,001-75,000元	19.000	1	26.179	28	22.589	29
75,001元以上	25.800	5	25.882	17	25.841	22
邊緣平均數	23.021	172	24.916	346		

表4-2-24不同購買行為與不同每月所得對發行方式變異數摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	87.691	1	87.691	5.821*	.016	曾購買 > 未曾購買
每月所得	179.291	5	35.858	2.380*	.038	#
交互作用	113.662	5	22.732	1.509	.185	
誤 差	7622.250	506	15.064			
總 和	307935.000	518				

* $P < .05$

每月所得達顯著水準，經事後比較，則各組的所得未達顯著差異

(六)不同購買行為與不同居住地區對發行方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為有達到顯著差異 ($F=12.059$ ， $P < .05$)，而不同居住地區未達到顯著差異 ($P > .05$)；不同購買行為與不同居住地區在發行方式變項有上交互作用 ($F = 5.609$ ， $P < .05$)，經單純主要效果獲悉在購買行為方面台中縣達顯著差

異 ($F=14.91$, $P < .05$) 表示台中縣曾購買過大於台中縣未曾購買過的，及不同居住方面在未曾購買過達顯著差異 ($F=4.46$, $P < .05$) , 表示在台中縣購買過的大於台中市曾購買過的，故研究假設 1-6 應加以拒絕。與簡淑貞 (民 83) 所做研究相符，因此在都市化在發行方式變項上有差異存在。邊緣平均數、變異數分析及單純主要效果摘要表如表 4-2-25 , 4-2-26 , 4-4-27 所示。

表 4-2-25 不同購買行為與不同居住地區對發行方式變異數分析邊緣平均數摘要表

居住地區	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
台中市	23.868	91	24.273	165	24.070	256
台中縣	22.506	81	24.646	181	23.756	262
邊緣平均數	23.187	172	24.460	346		

表 4-2-26 不同購買行為與不同居住地區對發行方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性
購買行為	185.456	1	185.456	12.059*	.001
居住地區	27.969	1	27.969	1.819	.178
交互作用	86.267	1	86.267	5.609*	.018
誤差	7904.762	514	15.379		
總和	307935.000	518			

* $P < .05$

表4-2-27 不同購買行為與不同居住地區對發行方式單純主要效果變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為						
居住地區1 (台中市)	18.10	1	18.10	1.18	.278	
居住地區2 (台中縣)	229.26	1	229.26	14.91	.000	曾購買 > 未曾購買
目前居住						
購買行為1 (未曾購買)	68.53	1	68.53	4.46	.035	
購買行為2 (曾購買)	14.71	1	14.71	.96	.328	台中縣 > 台中市

* $P < .05$

三、不同購買行為與不同人口統計變項對發售方式之差異性考驗

(一)不同購買行為與不同性別對發售方式經雙因子變異數分析結果得知,不同購買行為($F=2.291, P > .05$)不同性別($F = .903, P > .05$)及不同購買行為與不同性別($F=.000, P > .05$)在發售方式變項上交互作用之F值均未達顯著水準,故研究假設1-1應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-28, 4-2-29所示。

表 4-2-28 不同購買行為與不同性別對發售方式變異數分析邊緣平均數摘要表

性 別	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	—	n	—	n	—	n
男 性	34.049	82	34.810	200	34.429	282
女 性	33.556	90	34.336	146	33.946	236
邊緣平均數	33.802	172	34.573	346		

表4-2-29 不同購買行為與性別對發售方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	67.572	1	67.572	2.291	.131
性 別	26.632	1	26.632	.903	.342
交互作用	1.010E-02	1	1.010E-02	.000	.985
誤 差	15159.362	514	29.493		
總 和	626033.000	518			

* P < .05

(二)不同購買行為與不同年齡對發售方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 (F=1.949 , P > .05)、不同年齡 (F = 1.302 , P > .05) 及不同購買行為與不同年齡 (F=.676 , P > .05) 在發售方式變項上交互作用之F值均未達顯著水準，故研究假設 1-2 應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-30，4-2-31所示。

表 4-2-30 不同購買行為與不同年齡對發行方式變異數分析邊緣平均數摘要表

年 齡	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
20歲含以下	23.552	29	25.062	16	34.929	45
21-25歲	23.961	51	24.508	61	33.972	112
26-30歲	22.815	27	23.826	69	33.088	96
31-35歲	23.300	30	24.468	47	35.137	77
36-40歲	23.333	15	24.600	50	34.637	65
41-45歲	20.765	17	24.512	84	33.438	101
51歲以上	24.000	3	25.632	19	34.649	22
邊緣平均數	33.786	172	34.742	346		

表4-2-31不同購買行為與不同年齡對發售方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	57.219	1	57.219	1.949	.163
年 齡	229.299	6	38.216	1.302	.255
交互作用	119.064	6	19.844	.676	.669
誤 差	14796.349	504	29.358		
總 和	626033.000	518			

* P < .05

(三)不同購買行為與不同教育程度對發售方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 (F=2.350, P > .05)、不同教育程度 (F = .356, P > .05) 及不同購買行為與不同教育程度在發售方式變項上交互作用之F值均未達顯著水準 (F=.834, P > .05)，故研究假設1-3 應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-32, 4-2-33所示。

表 4-2-32 不同購買行為與不同性別對教育程度變異數分析邊緣平均數摘要表

教育程度	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
國小含以下	30.800	5	35.067	15	32.933	20
國 中	34.000	5	35.226	31	34.613	36
高中、職	34.400	40	33.857	77	34.129	117
專科、大學	33.631	111	34.700	207	34.166	318
碩士以上	34.455	11	35.437	16	34.946	27
邊緣平均數	33.457	172	34.858	346		

表4-2-33 不同購買行為與不同教育程度對發售方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	69.635	1	69.635	2.350	.126
教育程度	42.177	4	10.544	.356	.840
交互作用	98.797	4	24.699	.834	.504
誤 差	15050.132	508	29.626		
總和	626033.000	518			

* P < .05

(四)不同購買行為與不同職業對發售方式經雙因子變異數分析結果得知,不同購買行為($F=2.976, P > .05$) 不同職業($F = .983, P > .05$)及不同購買行為與不同職業在發售方式變項上交互作用之F值均未達顯著水準($F=.902, P > .05$),故研究假設1-4應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-34, 4-2-35所示。

表 4-2-34 不同購買行為與不同職業對發售方式變異數分析邊緣平均數摘要表

職業	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
商	33.167	24	34.700	70	33.933	94
軍	31.667	3	35.143	7	33.405	10
公	32.750	16	35.674	43	34.212	59
教	35.880	25	35.070	57	35.475	82
工	32.739	23	34.342	73	33.541	96
學生	33.923	65	34.527	55	34.225	120
其他	33.875	16	33.195	41	33.535	57
邊緣平均數	33.429	172	34.665	346		

表4-2-35 不同購買行為與不同職業對發售方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性
購買行為	87.745	1	87.745	2.976	.085
職業	174.005	6	29.001	.983	.436
交互作用	159.532	6	26.589	.902	.493
誤差	14861.745	504	29.488		
總和	626033.000	518			

* $P < .05$

(五)不同購買行為與不同每月所得對發售方式經雙因子變異數分析結果得知,不同購買行為($F=1.688, P > .05$)、不同每月所得($F = 1.870, P > .05$)及不同購買行為與不同每月所得在發

售方式變項交互作用之F值均未達顯著水準($F=.490$, $P > .05$) , 故研究假設1-5應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-36 , 4-2-37所示。

表 4-2-36 不同購買行為與不同每月所得對發售方式變異數分析邊緣平均數摘要表

每月所得	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
15,000元以下	34.458	59	34.000	8	34.229	117
15,001-30,000元	32.796	54	34.032	94	33.414	148
30,001-45,000元	33.286	35	34.078	103	33.682	138
45,001-60,000元	35.278	18	35.783	46	35.530	64
60,001-75,000元	32.000	1	36.036	28	34.018	29
75,001元以上	35.200	5	37.588	17	36.394	22
邊緣平均數	33.836	172	35.253	346		

表4-2-37 不同購買行為與不同每月所得對發售方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	49.020	1	49.020	1.688	.194
每月所得	271.552	5	54.310	1.870	.098
交互作用	71.183	5	14.237	.490	.784
誤 差	14694.148	506	29.040		
總 和	626033.000	518			

* $P < .05$

(六)不同購買行為與不同居住地區對發售方式經雙因子變異數分析結果得知, 不同購買行為($F=2.593$, $P > .05$)、不同居住地區($F = .000$, $P > .05$)及不同購買行為與不同居住地區在發售方式變項交互作用之F值均未達顯著水準($F=.091$, $P > .05$) , 故研究假設1-6應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-38 , 4-2-39所示。

表 4-2-38 不同購買行為與不同居住地區對發售方式變異數分析邊緣平均數摘要表

居住地區	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
台中市	33.714	91	34.685	165	34.200	256
台中縣	33.877	81	34.541	181	34.209	262
邊緣平均數	33.795	172	34.613	346		

表4-2-39 不同購買行為與不同居住地區對發售方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性
購買行為	76.595	1	76.595	2.593	.108
居住地區	1.017E-02	1	1.017E-02	.000	.985
交互作用	2.676	1	2.676	.091	.764
誤差	15185.888	514	29.545		
總和	626033.000	518			

* P < .05

四、不同購買行為與不同人口統計變項對盈餘分配之差異性考驗

(一)不同購買行為與不同性別對盈餘分配經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為($F=.362, P > .05$) 不同性別($F = .000, P > .05$)及不同購買行為與不同性別在盈餘分配變項上交互作用之F值均未達顯著水準($F=.121, P > .05$)，故研究假設1-1應加以接受。其原因可能為彩券銷售的盈餘的用途除了扣除獎金以外大部份皆為專款專用，因此一般民眾對於盈餘分配並不清楚，因而無法了解其差異。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表 4-2-40，4-2-41所示。

表 4-2-40 不同購買行為與不同性別對盈餘用餘變異數分析邊緣平均數摘要表

性 別	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
男 性	35.183	82	35.690	200	35.437	282
女 性	35.378	90	35.514	146	35.446	236
邊緣平均數	35.280	172	35.602	346		

表4-2-41 不同購買行為與不同性別對盈餘分配變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	11.760	1	11.760	.362	.548
性 別	9.788E-03	1	9.788E-03	.000	.986
交互作用	3.918	1	3.918	.121	.729
誤 差	16700.664	514	32.492		
總 和	669740.000	518			

* P < .05

(二)不同購買行為與不同年齡對盈餘分配經雙因子變異數分析結果得知，在不同年齡方面達到顯著差異 ($F=2.454$, $P < .05$) , 經由雪費事後比較得知，受試者年齡之間並無差異。在不同購買行為方面未達顯著差異 ($P > .05$) ; 不同購買行為與不同年齡在盈餘分配變項交互作用上未達顯著 ($P > .05$) , 故研究假設1-2 應加以接受。其原因可能為社會快速的發展、知識與生活水準的提升及網路的發達，及抽樣年齡大部份集中在21~45歲之間，致使其會去關心彩券銷售後的盈餘分配與用途。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-42，4-2-43所示。

表 4-2-42 不同購買行為與不同年齡對盈餘分配變異數分析邊緣平均數摘要表

年 齡	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
20歲含以下	35.310	29	37.312	16	36.311	45
21-25歲	36.451	51	36.705	61	36.578	112
26-30歲	35.630	27	34.884	69	35.257	96
31-35歲	35.933	30	35.660	47	35.796	77
36-40歲	34.067	15	35.800	50	34.933	65
41-45歲	31.765	17	35.071	84	33.418	101
51歲以上	31.667	3	35.158	19	33.412	22
邊緣平均數	34.403	172	35.799	346		

表4-2-43 不同購買行為與不同年齡對盈餘分配變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	121.938	1	121.938	3.803	.052	
年 齡	472.194	6	78.699	2.454*	.024	#
交互作用	208.307	6	34.718	1.083	.372	
誤 差	16161.506	504	32.066			
總 和	669740.000	518				

* $P < .05$

年齡達顯著水準,經事後比較,各組年齡未達顯著之差異

(三)不同購買行為與不同教育程度對盈餘分配經雙因子變異數分析結果得知,不同購買行為 ($F=1.981, P > .05$)、不同教育程度 ($F = 1.068, P > .05$) 及不同購買行為與不同教育程度在盈餘分配變項上交互作用之F值均未達顯著水準 ($F=.589, P > .05$), 故研究假設1-3應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-44, 4-2-45所示。

表 4-2-44 不同購買行為與不同教育程度對教育程度變異數分析邊緣平均數摘要表

教育程度	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
國小含以下	34.200	5	35.067	15	34.663	20
國 中	32.400	5	34.335	31	33.377	36
高中、職	34.850	40	35.234	77	35.042	117
專科、大學	35.721	111	35.826	207	35.773	318
碩士以上	34.273	11	37.687	16	35.980	27
邊緣平均數	34.289	172	35.634	346		

表4-2-45 不同購買行為與不同教育程度對盈餘分配變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	64.234	1	64.234	1.981	.160
教育程度	138.486	4	34.621	1.068	.372
交互作用	76.391	4	19.098	.589	.671
誤 差	16474.623	508	32.430		
總和	669740.000	518			

* P < .05

(四)不同購買行為與不同職業對盈餘分配經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 ($F=.045$, $P > .05$)、不同職業 ($F = 2.077$, $P > .05$) 及不同購買行為與不同職業在盈餘分配變項上交互作用之F值均未達顯著水準 ($F=.164$, $P > .05$)，故研究假設1-4應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-46，4-2-47所示。

表 4-2-46 不同購買行為與不同職業對盈餘分配變異數分析邊緣平均數摘要表

職業	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
商	33.042	24	35.714	70	34.378	94
軍	40.000	3	37.714	7	38.857	10
公	33.500	16	35.070	43	34.285	59
教	35.560	25	36.895	57	36.227	82
工	34.174	23	35.137	73	34.655	96
學生	36.169	65	36.236	55	36.203	120
其他	37.125	16	33.902	41	35.514	57
邊緣平均數	35.653	172	35.810	346		

表4-2-47 不同購買行為與不同職業對盈餘分配變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性
購買行為	1.416	1	1.416	.045	.833
職業	396.586	6	66.098	2.077	.054
交互作用	293.519	6	48.920	1.538	.164
誤差	16035.352	504	31.816		
總和	669740.000	518			

* $P < .05$

(五)不同購買行為與不同每月所得對盈餘分配經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 ($F=1.008$ ， $P > .05$)、不同每月所得 ($F = 1.370$ ， $P > .05$) 及不同購買行為與不同每月所得在盈餘分配變項上交互作用之F值均未達顯著水準 ($F=.496$ ， $P > .05$)，故研究假設1-5應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-48，4-2-49所示。

表 4-2-48 不同購買行為與不同每月所得對盈餘分配變異數分析邊緣平均數摘要表

每月所得	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
15,000元以下	35.923	59	35.914	8	35.923	117
15,001-30,000元	34.056	54	35.245	94	34.650	148
30,001-45,000元	35.600	35	34.932	103	35.266	138
45,001-60,000元	36.722	18	36.913	46	36.818	64
60,001-75,000元	32.000	1	36.321	28	34.161	29
75,001元以上	34.200	5	36.118	17	35.159	22
邊緣平均數	34.752	172	35.907	346		

表4-2-49 不同購買行為與不同每月所得對盈餘分配變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	32.618	1	32.618	1.008	.316
每月所得	221.657	5	44.331	1.370	.234
交互作用	80.235	5	16.047	.496	.780
誤 差	16379.363	506	32.370		
總 和	669740.000	518			

* P < .05

(六)不同購買行為與不同居住地區對盈餘分配經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 ($F=.513, P > .05$)、不同居住地區 ($F = 2.837, P > .05$) 及不同購買行為與不同居住地區在盈餘分配變項上交互作用之F值均未達顯著水準 ($F=.912, P > .05$)，故研究假設4-6應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-50，4-2-51所示。

表 4-2-50 不同購買行為與不同居住地區對盈餘分配變異數分析邊緣平均數摘要表

居住地區	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
台中市	35.945	91	35.818	165	35.882	256
台中縣	34.543	81	35.431	181	34.987	262
邊緣平均數	35.244	172	35.625	346		

表4-2-51 不同購買行為與不同居住地區對盈餘分配變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性
購買行為	16.578	1	16.578	.513	.474
居住地區	91.662	1	91.662	2.837	.093
交互作用	29.479	1	29.479	.912	.340
誤差	16607.756	514	32.311		
總和	669740.000	518			

* $P < .05$

五、不同購買行為與不同人口統計變項對促銷方式之差異性

考驗

(一) 不同購買行為與不同性別對促銷方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 ($F=2.949, P > .05$)、不同性別 ($F = 2.341, P > .05$) 及不同購買行為與不同性別在促銷方式變項上交互作用之 F 值均未達顯著水準 ($F=.099, P > .05$)，故研究假設 1-1 應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表 4-2-52, 4-2-53 所示。

表 4-2-52 不同購買行為與不同性別對促銷方式變異數分析邊緣平均數摘要表

性 別	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
男 性	37.768	82	38.580	200	38.174	282
女 性	36.700	90	37.877	146	37.288	236
邊緣平均數	37.234	172	38.228	346		

表4-2-53不同購買行為與不同性別對促銷方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	112.466	1	112.466	2.949	.087
性別	89.275	1	89.275	2.341	.127
交互作用	3.790	1	3.790	.099	.753
誤差	19601.998	514	38.136		
總和	764932.000	518			

* P < .05

(二) 不同購買行為與不同年齡對促銷方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 (F=6.289, P < .05) 均達到顯著差異，從主要效果邊緣平均數摘要表中發現，曾購買過彩券 (M=38.675) 在促銷方式變項上大於未曾購買過彩券之民眾 (M=36.723)。在不同年齡方面未達顯著差異 (P > .05)；不同購買行為與不同年齡在促銷方式變項上交互作用未達顯著 (P > .05)，故研究假設 1-2 應加以接受。與國外的研究相符，依據國外彩券的發行經驗得知：獎金、中獎比率的提高、促銷方式的多樣化及獎金累計等等，都會影響民眾的購買行為，但由於各年齡之間的購買行為不一，故無法看出其差異。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表 4-2-54，4-2-55 所示。

表 4-2-54 不同購買行為與不同年齡對促銷方式變異數分析邊緣平均數摘要表

年 齡	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
20歲含以下	37.966	29	39.625	16	38.795	45
21-25歲	37.667	51	38.738	61	38.202	112
26-30歲	36.667	27	37.783	69	37.225	96
31-35歲	38.033	30	36.809	47	37.421	77
36-40歲	34.000	15	38.100	50	36.050	65
41-45歲	37.059	17	38.357	84	37.708	101
51歲以上	35.667	3	41.316	19	38.491	22
邊緣平均數	36.723	172	38.675	346		

表4-2-55 不同購買行為與不同年齡對促銷方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	238.783	1	238.783	6.289*	.012	曾購買 > 未曾購買
年 齡	231.519	6	38.586	1.016	.414	
交互作用	258.884	6	43.147	1.136	.340	
誤 差	19137.333	504	37.971			
總 和	764932.000	518				

* $P < .05$

(三) 不同購買行為與不同教育程度對促銷方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 ($F=3.163$, $P > .05$)、不同教育程度 ($F = .404$, $P > .05$) 及不同購買行為與不同教育程度在促銷方式變項上交互作用之 F 值均未達顯著水準 ($F=.237$, $P > .05$)，故研究假設 1-3 應加以接受。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表 4-2-56，4-2-57 所示。

表 4-2-56 不同購買行為與不同教育程度對促銷方式變異數分析邊緣平均數摘要表

教育程度	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
國小含以下	38.000	5	40.667	15	39.333	20
國 中	35.800	5	37.839	31	36.819	36
高中、職	37.050	40	38.182	77	37.616	117
專科、大學	37.423	111	38.193	207	37.808	318
碩士以上	35.909	11	38.562	16	37.236	27
邊緣平均數	36.837	172	38.689	346		

表4-2-57 不同購買行為與不同教育程度對促銷方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性
購買行為	121.784	1	121.784	3.163	.076
教育程度	62.272	4	15.568	.404	.806
交互作用	36.554	4	9.138	.237	.917
誤 差	19559.898	508	38.504		
總 和	764932.000	518			

* P < .05

(四)不同購買行為與不同職業對促銷方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為達到顯著差異 ($F=.035$, $P < .05$)，從主要效果邊緣平均數摘要表中發現，曾購買過彩券 ($M=38.613$) 在促銷方式上大於未曾購買過彩券之民眾 ($M=36.892$)。在不同職業方面未達顯著差異 ($P > .05$)；不同購買行為與不同職業在促銷方式變項交互作用未達顯著 ($P > .05$)，故研究假設1-4 應加以接受。表示曾購買過彩券之經驗者會因不同的促銷方式來增加其購買行為，職業之間的抽樣人數不一，因而無法瞭解其間之差異性。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-58，4-2-59所示。

表 4-2-58 不同購買行為與不同職業對促銷方式變異數分析邊緣平均數摘要表

職業	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
商	35.292	24	38.500	70	36.896	94
軍	35.667	3	41.286	7	38.476	10
公	35.813	16	38.930	43	37.371	59
教	39.760	25	38.456	57	39.108	82
工	37.217	23	38.384	73	37.800	96
學生	37.369	65	37.836	55	37.603	120
其他	37.125	16	36.902	41	37.014	57
邊緣平均數	36.892	172	38.613	346		

表4-2-59 不同購買行為與不同職業對促銷方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	170.267	1	170.267	4.464*	.035	曾購買 > 未曾購買
職業	217.614	6	36.269	.951	.458	
交互作用	302.216	6	50.369	1.320	.246	
誤差	19225.681	504	38.146			
總和	764932.000	518				

* $P < .05$

(五)不同購買行為與不同每月所得對促銷方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為達到顯著差異 ($F=.041, P < .05$)，從主要效果邊緣平均數摘要表中發現，曾購買過彩券 ($M=38.827$) 在促銷方式變項上大於未曾購買過彩券之民眾 ($M=36.273$)。在每月所得方面未達顯著差異 ($P > .05$)，故研究假設1-5 應加以接受。不同購買行為與不同每月所得在促銷方式變項交互作用未達顯著 ($P > .05$)。與陳慧琪 (民89) 研究相符，因而無法看出購買行為與每月所得之關係。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表4-2-60，4-2-61所示。

表 4-2-60 不同購買行為與不同每月所得促銷方式變異數分析邊緣平均數摘要表

每月所得	未曾購買		曾 購 買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
15,000元以下	37.475	59	37.448	8	37.461	117
15,001-30,000元	36.315	54	37.755	94	37.035	148
30,001-45,000元	37.657	35	37.981	103	37.819	138
45,001-60,000元	38.389	18	39.130	46	38.760	64
60,001-75,000元	30.000	1	40.179	28	35.089	29
75,001元以上	37.800	5	40.471	17	39.135	22
邊緣平均數	36.273	172	38.827	346		

表4-2-61 不同購買行為與不同每月所得促銷方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均 方	F檢定	顯著性	事後比較
購買行為	159.460	1	159.460	4.187*	.041	曾購買 > 未曾購買
每月所得	181.380	5	36.276	.953	.447	
交互作用	138.454	5	27.691	.727	.603	
誤 差	19268.562	506	38.080			
總 和	764932.000	518				

* P < .05

(六) 不同購買行為與不同居住地區對促銷方式經雙因子變異數分析結果得知，不同購買行為 ($F=3.756$, $P > .05$)、不同居住地區 ($F = 1.972$, $P > .05$) 及不同購買行為與不同居住地區在促銷方式變項上交互作用之 F 值均未達顯著水準 ($F=.485$, $P > .05$) ，故研究假設 1-6 應加以接受。與駱淑女 (民 86) 、賴建華 (民 85) 不符，其均認為都市化程度越高，對彩券的接受度亦隨之而增加。邊緣平均數及變異數分析摘要表如表 4-2-62 , 4-2-63 所示。

表 4-2-62 不同購買行為與不同居住地區對促銷方式變異數分析邊緣平均數摘要表

居住地區	未曾購買		曾購買		邊緣平均數	
	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
台中市	37.780	91	38.497	165	38.139	256
台中縣	36.568	81	38.088	181	37.328	262
邊緣平均數	37.174	172	38.293	346		

表4-2-63 不同購買行為與不同居住地區對促銷方式變異數分析摘要表

變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F檢定	顯著性
購買行為	143.335	1	143.335	3.756	.053
居住地區	75.237	1	75.237	1.972	.161
交互作用	18.500	1	18.500	.485	.487
誤差	19615.315	514	38.162		
總和	764932.000	518			

* P < .05

第三節 不同人口統計變項對是否贊成發行運動彩券之差異性考驗

本研究為了瞭解台中縣、市二十歲以民眾是否贊成運動彩券之發行之態度，將不同人口統計變項（如性別、年齡、教育程度、職業、每月所得、目前居住）與是否發行贊成運動彩券（不同意、沒意見、同意）以卡方檢定來探討其間之關係。

一、不同人口統計變項對是否贊成發行運動彩券之差異性考驗

(一) 不同性別與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

在不同性別受試者中，男性為 200 人、女性為 152 人，經過卡方檢定分析後得知，不同性別與是否贊成發行運動彩券未達顯著差異 ($\chi^2 = 2.513, P > .05$)，故研究假設 2-1 應加以接受。與陳慧琪 (民 89)、駱淑女 (民 86) 研究不符，其原因可能受訪者對運動彩券的瞭解有限，因而持較保留的態度。如表 4-3-1 所示。

表 4-3-1 不同性別與是否贊成發行運動彩券之卡方檢定

年 齡	不 同 意 n(%)	沒 意 見 n(%)	同 意 n(%)
男 性	21 (50.0%)	61 (49.2%)	200 (56.8%)
女 性	21 (50.0%)	63 (50.8%)	152 (43.2%)
總 和	42 (100.0%)	124 (100.0%)	352 (100.0%)
檢定結果	卡方值 = 2.513, P > .05		

(二) 不同年齡與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

在不同年齡受試者中，經過卡方檢定分析後得知，不同年齡與是否贊成發行運動彩券達顯著差異 ($\chi^2 = 21.224, P < .05$) 故研究假設 2-2 應加以拒絕。年齡以 26-30 歲同意運動彩券的發行優於不同意及沒意見，由於各年齡平均數較接近，因而無法得知其間的差異。建議未來可做進一步的研究，造成顯著差異的原因可能與受訪者抽樣人數有關，因而造成年齡在發行運動彩券態度上的差異。如表 4-3-2 所示。

表 4-3-2 不同年齡與是否贊成發行運動彩券之卡方檢定

年 齡	不 同 意 n(%)	沒 意 見 n(%)	同 意 n(%)
20歲含以下	3 (7.1%)	14 (11.3%)	28 (8.0%)
21-25歲	7 (16.7%)	34 (27.4%)	71 (20.2%)
26-30歲	9 (21.4%)	11 (8.9%)	76 (21.6%)
31-35歲	7 (16.7%)	25 (20.2%)	45 (12.8%)
36-40歲	7 (16.7%)	14 (11.3%)	44 (12.5%)
41-50歲	7 (16.7%)	25 (20.2%)	69 (19.6%)
51歲以上	2 (4.8%)	1 (.8%)	19 (5.4%)
總 計	42 (100.0%)	124 (100.0%)	352 (100.0%)
檢定結果	卡方值 = 21.224 , P < .05		

(三) 不同教育程度與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

在不同教育程度的受試者中，大部份教育程度為高中、職與專科、大學，經過卡方檢定分析後得知，不同教育程度與是否贊成發行運動彩券未達顯著差異 ($\chi^2 = 6.546, P > .05$)，故研究假設 2-3 應加以接受。其原因可能為隨著知識水準的提升與網際網路的發達，致使民眾對彩券的接受度提高，因而無法看出不同教育程度間的差異。如表 4-3-3 所示。

表4-3-3 不同教育程度與是否贊成發行運動彩券之卡方檢定

年 齡	不 同 意 n(%)	沒 意 見 n(%)	同 意 n(%)
國小含以下	1 (2.4%)	6 (4.8%)	13 (3.7%)
國 中	3 (7.1%)	12 (9.7%)	21 (6.0%)
高 中、職	11 (26.2%)	23 (18.5%)	83 (23.6%)
專科、大學	25 (59.5%)	80 (64.5%)	213 (60.5%)
碩士以上	2 (4.8%)	3 (2.4%)	22 (6.3%)
總 和	42 (100.0%)	124 (100.0%)	352 (100.0%)
檢定結果	卡方值 = 6.456 , P > .05		

(四) 不同職業與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

在不同職業的受試者中，經過卡方檢定分析後得知，不同職業與是否贊成發行運動彩券未達顯著差異 ($\chi^2 = 13.381, P > .05$)，故研究假設 2-4 應加以接受。其原因可能為抽樣人數的職業是以學生為最多，而軍人為最少，致使無法瞭解不同職業間的差異。如表 4-3-4 所示。

表4-3-4 不同職業與是否贊成發行運動彩券之卡方檢定

職 業	不 同 意 n(%)	沒 意 見 n(%)	同 意 n(%)
商	8 (19.0%)	21 (16.9%)	65 (18.5%)
軍		3 (2.4%)	7 (2.0%)
公	5 (11.9%)	12 (9.7%)	42 (11.9%)
教	6 (14.3%)	10 (8.1%)	66 (18.8%)
工	7 (16.7%)	26 (21.0%)	63 (17.9%)
學 生	10 (23.8%)	38 (30.6%)	72 (20.5%)
其 他	6 (14.3%)	14 (11.3%)	37 (10.5%)
總 和	42 (100.0%)	124 (100.0%)	352 (100.0%)
檢定結果	卡方值 = 13.381, P > .05		

(五) 不同每月所得與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

在不同每月所得的受試者中，經過卡方檢定分析後得知，不同每月所得與是否贊成發行運動彩券未達顯著差異 ($\chi^2 = 14.113, P > .05$)，故研究假設 2-5 應加以接受。其原因可能為隨著國民生活水準與所得的提高，因而使得民眾對彩券的接受度提升，因而無法瞭解不同每月所得間的差異。如表 4-3-5 所示。

表 4-3-5 不同每月所得與是否贊成發行運動彩券之卡方檢定

每月所得	不同意 n(%)	沒意見 n(%)	同意 n(%)
15,000元以下	9 (21.4%)	37 (29.8%)	71 (20.2%)
15,001-30,000元	15 (35.7%)	42 (33.9%)	91 (25.9%)
30,001-45,000元	11 (26.2%)	26 (21.0%)	101 (28.7%)
45,001-60,000元	5 (11.9%)	10 (8.1%)	49 (13.9%)
60,001-75,000元	1 (2.4%)	5 (4.0%)	23 (6.5%)
75,001元以上	1 (2.4%)	4 (3.2%)	17 (4.8%)
總 和	42 (100.0%)	124 (100.0%)	352 (100.0%)
檢定結果	卡方值 = 14.113 , P > .05		

(六) 不同居住地區與是否贊成發行運動彩券沒有顯著差異。

在不同居住地區的受試者中，經過卡方檢定分析後得知，不同居住地區與是否贊成發行運動彩券未達顯著差異 ($\chi^2 = .344$, $P > .05$)，故研究假設 2-6 應加以接受。其原因可能為台中縣市的都市化程度較高，致使城鄉差距較少，因而無法瞭解不同居住地區間的差異。如表 4-3-6 所示。

表4-3-6 不同居住地區與是否贊成發行運動彩券之卡方檢定

居住地區	不同意 n(%)	沒意見 n(%)	同意 n(%)
台中市	19 (45.2%)	61 (49.2%)	176 (50.0%)
台中縣	23 (54.8%)	63 (50.8%)	176 (50.0%)
總 和	42 (100.0%)	124 (100.0%)	352 (100.0%)
檢定結果	卡方值 = .344 , P > .05		

第四節 不同購買行為對是否贊成發行運動彩券之差異性考驗

本研究為了瞭解台中縣市二十歲以民眾不同購買行為（如曾購買過與未曾購買過彩券）與是否贊成運動彩券之發行之態度（不同意、沒意見、同意）以卡方檢定來探討其間之關係。

在不同購買行為的受試者中，經過卡方檢定分析後得知，不同購買行為與是否贊成發行運動彩券達顯著差異（ $\chi^2 = 29.610, P < .05$ ），故研究假設三應加以拒絕。表示隨著國民所得的增加及教育的普及，一般民眾對彩券的接受度較為提升，其中曾購買過彩券的民眾認為彩券的發行僅是生活中的一種娛樂，不會造成不良的影響。與 1998 年「全美賭博調查報告」：有 72% 的民眾支持彩券的發行（轉引自沈宏毅，民 87）表示社會道德觀念已慢慢的改變。如表 4-4-1 所示。

表4-4-1 不同購買行為與是否贊成發行運動彩券之卡方檢定

購買行為	不同意 n(%)	沒意見 n(%)	同意 n(%)
未曾購買	23 (54.8%)	59 (47.6%)	90 (25.6%)
曾購買	19 (45.2%)	65 (52.4%)	262 (74.4%)
總計	42 (8.1%)	124 (23.9%)	352 (68.0%)
檢定結果	卡方值 = 29.610, P < .05		

第五章 結論與建議

本研究調查台中縣、市民眾對發行運動彩券之態度，以作為政府決策及學術研究之參考，依據研究結果提出結論與建議。

第一節 結 論

根據文獻探討及問卷分析後，本研究的結論如下：

- 一、曾購買過彩券者高於未曾購買過彩券者贊成運動彩券的發行。
- 二、有關社會風氣影響方面，男性曾購買過彩券者高於女性曾購買過彩券者。
- 三、在發行方式方面，商、工、公曾購買過彩券者，分別高於商、工、公未曾購買過彩券者；而教職未曾購買過彩券者高於工未曾購買彩券者。
- 四、在發行方式方面，台中縣曾購買過彩券者高於台中市曾購買過彩券者。

五、對於是否贊成發行運動彩券，年齡在 26-30 歲之間同意發行運動彩券者優於不同意及沒意見。

六、對於是否贊成發行運動彩券，曾購買過彩券者高於未曾購買過彩券者贊成運動彩券的發行。

第二節 建議

一、一般建議

(一) 經由文獻探討得知，國外成功發行運動彩券之單位為政府單位、制定專門的法律條款、專責的管理部門來負責彩券的發行與運作，並經由公開公聽會來做說明與消除民眾的疑慮，因此可做為我國未來發行彩券之依據。

(二) 法源為彩券發行成敗之關鍵，因此建議政府單位能制定相關的法源依據，以避免非法賭博的盛行。

(三) 建議體育當局可與國外職業運動合作，藉由國外健全的職業運動發展，來開發或代理國內運動彩券的市場，以促進體育運動的發展。

二、未來研究課題建議

- (一) 建議未來研究對象可擴大全國各縣市之民眾，以期更清楚瞭解國人對運動彩券之態度及國內發行運動彩券之具體態度。
- (二) 根據研究得知，一般曾購買過彩券的民眾大都為男性，且其對彩券的接受度亦較高，因此建議未來研究可朝向女性的購買經驗與人口統計變項來做深入之研究。
- (三) 體育比賽因具有公正、公開、公平的競賽規則，又有觀賞性、競爭性、結果不確定性等特點，因此建議未來運動彩券之相關研究可朝向與職業棒球運動來做結合。

參考文獻

中文部份

- 王文科(民 86)。 研究法。台北:五南圖書出版公司。
- 王廷傑(民 80)。 台北地區彩券購買行為之研究。未出版之國立政治大學企業管理研究所碩士論文，台北。
- 王宗吉譯(民 89)。 運動社會學。台北:洪葉文化事業有限公司。
- 四川省體育彩票管理中心(民 89)。四川：體育彩票手冊。
- 行政院體育委員會(民 88)。台北：中華民國體育白皮書。
- 行政院(民 88)。博奕。 行政院行政公報，5(29)，172。
- 李金泉(民 81)。 SPSS/PC+實務與應用統計分析。台北：松崗電腦圖書資料股份有限公司。
- 沈弘毅(民 87)。 美國賭博合法化之研究 - 以發展沿革、觀光賭場之管制及影響效果為中心。未出版之中國文化大學美國研究所碩士論文，台北。
- 宋秉明、陳思倫(民 84)。 賭博性娛樂事業的發展趨勢及階段性策略之研究。台北：交通部觀光局委託研究報告。
- 吳明隆(民 89)。 統計應用實務 SPSS。台北：松崗電腦圖書資料股份有限公司。
- 林岩哲(民 85)。評析美國賭博事業， 美歐月刊，11(6)，142-157。

林華韋(民 89)。 職業棒球運動研究。台北：行政院體育委員會。

涂淑芳譯(民 85)。 休閒與人類行為(Gene Bammel & Lei Lan Burrus-Bammel 原著)。台北：桂冠圖書股份有限公司。

郭生玉(民 88)。 心理與教育研究法。台北：精華書局。

許建民(民 88)。 社會主義市場對中國大陸體育產業之影響， 中華體育， 13(2)， 21-28。

陳淑美(民 80)。 北市愛心彩券需求與預算歸宿之實證研究。未出版之國立政治大學財政研究所碩士論文，台北。

陳慧琪(民 89)。 彩券與娛樂性消費支出關係之研究。未出版之國立政治大學財政研究所碩士學位論文，台北。

黃耀輝(民 88)。 公益彩券的迷思， 經濟前瞻， 64， 68-71。

張幸如(民 89)。 台灣地區發行公益彩券之成本效益分析。未出版之國立政治大學財政研究所碩士學位論文，台北。

張發強(民 86)。 對我國體育產業化的戰略思考。 體育文史， 2， 10-14。

曾祺峰(民 86)。 澎湖民眾對於附設觀光娛樂賭場態度之研究：所得及地區別分析。未出版之國立臺灣工業技術學院管理技術研究所企業管理學程碩士學位論文，台北。

曾紫玉(民 83)。 賭博性娛樂事業的發展趨勢及其影響。未出版之中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，台北。

彭德中譯(民 78)。 餘暇社會學：探討大眾休閒生活的演變與趨向(加藤俊秀著原著)。台北：遠流出版事業股份有限公司。

趙麗雲(民 88)。活潑的城鄉、強勁的競技、健康的國民--二十一世紀體育新格局。1999 年國際運動教練科學研討會，13-17。

劉代洋(民 82)。彩券研究文集，台北：三民書局股份有限公司。

劉代洋(民 85)。博彩事業管制與稅制規劃。台北：行政院研究發展考核委員會。

劉美稚(民 88)。台灣職棒球消費行為研究。未出版之國立政治大學廣告研究所碩士論文，台北。

賴建華(民 85)。彩券需求之估計與市場潛力分析，未出版之國立台灣工業技術學院管理技術研究所企業管理學程碩士論文，台北。

簡淑貞(民 83)。彩券市場區隔及產品設計研究 - 聯合分析之應用。未出版之國立台灣工業技術學院管理技術研究所企業管理學程碩士論文，台北。

駱淑女(民 86)。社會行銷模式 - 以公益彩券行銷為例。未出版之東海大學管理研究所碩士學位論文，台北。

驚蟄(民 86)。彩券漫談，高銀行訊，8，15-21。

剪報部份

王麗萍(民 89)。九十年度體委會預算 25 億 4000 餘萬，大成報體育版，12 月 12 日，第二版。

行政院體育委員會綜計處(民 88)。博奕條款強渡關山體育彩券有法發行，大成報體育版，6 月 17 日，第二版。

邱俊吉(民 88)。發行運動彩券大勢所勢，大成報體育版，12月17日，第九版。

邱俊吉(民 89)。賽馬賭馬盈餘回饋社會，大成報體育版，2月20日，第二版。

何長發(民 89)。新加坡賭足球大家樂，民生報，2月27日，第二版。

高正源(民 89a)。台灣體育產業誰來開發，大成報體育版，1月11日，第二版。

高正源(民 89b)。日本奧會吸收財源作業一元化，大成報體育版，7月27日，第四版。

陳筱玉(民 89a)。法國體育彩券大發，大成報體育版，2月20日，第二版。

陳筱玉(民 89b)。屠德言理想化措施難落實職棒簽賭看法中肯，大成報體育版，3月15日，第三版。

國家政策研究基金會政策委員(民 89)。增闢財源開拓體育總產值，中央日報，11月27日，第三版。

義大利賭球國營化(民 86)。民生報，3月06日，第三版。

詹健全(民 89)。歐洲體壇賭博醜聞一籬筐，大成報體育版，5月3日，第三版。

中文網路資料

中國足球俱樂部黑幕之十二(2001)。

http://www.sportsup.com.tw/news_detail.asp?News_No=8428

台灣彩券市場有多大(民 88)。

http://www.pchome.com.tw/businessweekly/606/businessweekly_6-1.html。

各省發行彩券(1999)。

<http://ft-search1.sina.com.tw/cgi-bin/Sina/webgais2.exe>

河北省中國電腦體育彩票(2000a)。發行體育彩票的作用和意義。<http://cpiao.com/cpzs/index.htm>

河北省中國電腦體育彩票(2000b)。亞洲彩票。

<http://cpiao.com/cpzs/index.htm>

神奇的第三次分配(1999)。

<http://www.cp168.com/cpzs/index.htm>

胡曉華(1999)。知識經濟與我國體育產業化發展的政策取向。

西北輕工業學院學報, 17(1)。

<http://www.dfmng.com.tw/liture/china/西北輕工業學院學報/990129.htm>。

陳克勤(2000)。哪種彩票好玩。每日新報。

<http://cpiao.com/cpzs/index.htm>

彩券的類型(1998)。揚子晚報。

<http://www.cp168.com/cpzs/index.htm>

賭博犯罪預防(民 89)。

<http://www.net110.gov.tw/cib-6-1.html>

體育彩票(民 89)。河北省體育彩票簡介。

<http://www.tycp.org/hbcaip.htm>

英文部份

Alm, J., Mckee, M., & Skidmore M. (1993). Fiscal press, tax competition, and the introduction of state lotteries. National Tax Journal, 46(4), 463-476.

Bolen, D. (1976). Gambling and society: Interisiplinary studies on subject of gambling. Springfield, IL: Charles C. Thomas .

Hawkins, D. E. (1982). Tourism policy considerations. Social and economic impact of tourism on Asian Pacific Region. In D.E. Hawkins(Ed.), p.208.

King, B. (1999). Watching everyone else lose. Stree & Smith' s Sportsbusiness Journal,1,19.

Macionis, J. (1993). Sociology, 4th ed. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.

Mikesell, J. L., & Zorn, K. (1988). State lotteries as fiscal savior : A look at the evidence. Public Administration on Review, 28, 38-47.

Skolnick, J. H. (1978). Legalization and contral of casino gambling. Boston: Little Brown.

Walker, I. (1998). The economic analysis of lotteries. Economic Policy, 359-401.

Wenner, D.L. (1989). Media, sport, & society: The research agenda. In L.A. Wenner (Ed.). Media, sports, & society. Newbury park, London: Sage.

英文網路資料

American Gaming Association(2000). AGA Fact Sheet.
http://www.americangaming.org/casino_entertainment/aga_facts/facts.cfm/ID/16

Geoff Dodd and Amy Leeking(2000). Bill Could end College Sports Gambling.
<http://www.collegian.psu.edu/archive/2000/02/02-08-00tdc/02-08-00dsports-3.asp>

Jim Feist' s National Sports Services, Inc.(2000). Introduction to Las Vegas Sports Betting.
<http://www.nss.net/Gazette/Intro.htm>

