

第七章 結論與建議

本研究所採取的研究方法包括電話訪問、郵寄問卷調查、深度訪談、焦點團體座談、家戶收視研究，在方法上包含量化與質化兩種取向，在研究對象上則是以有線電視訂戶與有線電視業者為主。首先關於線電視訂戶，本研究之電訪於全省進行有線電視訂戶抽樣與電話訪問，有效樣本為 10,014 人；訂戶焦點團體座談則在北中南東各舉行一般訂戶之座談，而特殊族群座談部分則為聽力障礙族群、客家族群與原住民族群。家戶收視為全省北中南東立意選取 12 戶家庭，包括兩戶使用機上盒之訂戶。另訂戶面訪分為兩階段，第一階段面訪全省 41 戶以做為修正電訪問卷，第二階段面訪全省 42 戶為提供與電訪資料比對之深度意見，面訪之訂戶樣本亦包括機上盒之訂戶。

關於有線電視業者方面則有業者深度訪談（MSO、頻道、系統業者）、業者問卷調查（頻道與系統業者），以及產官學代表的焦點團體座談。本章分為三節，第一節是以六種研究方法個別呈現，第二節是量化與質化方法的整合分析，第三節則是本研究團隊綜合各研究方法所提出的綜合建議。