我國廣播電台競爭策略之研究：以大台北地區商業電台為例

黃佑安; 沈榮欽; 王秉鈞

自民國82年1月開始, 行政院新聞局會同交通部宣佈開放28個調頻廣播頻道, 打破34年來未受理民營電台申請設案之記錄, 自開放以來已有100家以上的新家電台獲准籌設與陸續開播, 自此廣播電台產業進入一個充滿機會與挑戰的戰國時代。由廣播事業的特性來看, 廣播事業亦屬於服務業之一環, 且廣播具有頻譜稀有、公共財與外部性等特性, 使得後進電台得以享受搭便車的便利, 從模仿中得以搶佔優勢。有鑑於廣播特性, 且以往探討廣播業與服務業中先進者優勢、組織資源與競爭優勢之研究文獻相當少見, 亦缺乏一致的研究結論可做實務指引。因此, 本計畫希望藉由個案研究的方法對大台北地區商業廣播電台的競爭行為作相關理論與研究之探索, 期發現廣播電台的進入產業次序、核心資源與策略定位和經營績效之關係。