

## 有線電視產業市場動能與系統員工 工作滿意度之關連性研究\*

陳炳宏\*\*

---

投稿日期：100年8月9日；通過日期：100年10月28日。

\* 本論文係以行政院國家科學委員會專題研究計畫《台灣電視媒體產權及其規範之研究》(NSC 98-2410-H-003-063)結案報告為初稿，改寫後於2011年7月在中華傳播學會年會暨論文研討會中發表，再經修改後投稿《新聞學研究》，最後參酌《新聞學研究》評審意見再增刪而成。作者要感謝參與本研究計畫的碩士班研究助理黃桂容、黃筱鈞、賴艾琳、吳仁裕、高捷、楊宗翰，尤其是在論文撰寫期間協助統計資料分析的桂容，很感謝他們在本計畫執行過程中所有的協助。另外也特別要感謝中華傳播學會年會評論人世新大學傳播管理系林富美教授，以及《新聞學研究》匿名評審與編委會等提出的寶貴修改建議，讓本論文增色許多。

\*\* 作者陳炳宏為台灣師範大學大眾傳播研究所教授，e-mail: pxc24@ntnu.edu.tw。

## 《摘要》

本研究以全台 59 家有線電視系統 5,179 位員工為研究對象，探討有線電視產業之市場動能因素（包括產權結構、資金來源、企業型態、市場類型、組織規模、與營業規模）與系統員工之工作滿意度的關聯性。研究結果發現，有線電視系統的企業型態、市場類型、營業規模，以及組織規模等，皆是影響系統員工工作滿意度的市場動能要素，其中又以企業型態為最重要，但資金來源與產權類型卻對系統員工的工作滿意度無顯著影響。

關鍵字：工作滿意度、市場動能、有線電視產業、產業-市場-  
績效（S-C-P）模式、媒體經濟學

## 壹、前言

二十多年前，當不到三十歲的林國俊決定辭去立法院專職而投入有線電視產業時，朋友們都認為他瘋了，不能理解他為何要放棄令人稱羨的國會工作而加入非法且龍蛇混雜的第四台？二十多年後，目前林國俊是凱擘集團所屬台北市四家有線電視系統的董事長。當林國俊任職的媒體從人人喊打的第四台到合法的有線電視，從獨立業者到本土集團（東森集團）再到外資集團（凱擘集團），以及從外資再變成本土企業（大富媒體），回首過去，他會如何看待這些年來工作職場的轉變？而他又會如何解讀有線電視產業與市場的變遷對他個人工作生涯的影響呢？

1993 年當立法院通過有線電視法以來，不管是媒體實務界或傳播學術界，幾乎都把關注有線電視的議題焦點放在產業集團化、產權集中化，及外資入侵等產業結構議題（如陳炳宏，1999；劉幼琍，2005），或者探討如何提升有線電視服務品質、消費者滿意度（如胡幼偉、陳炳宏、莊春發，2010；彭芸、黃河，2002）等經營管理議題。至於有關產業結構、市場競爭，或經營績效等議題，對有線電視從業人員，如工作滿意度或專業表現，可能產生的影響，則似乎都不是各界重視的焦點議題，使有線電視系統員工的心理層次議題成為有線電視產業研究的「黑洞」，但這卻是個超過 5000 位從業人員的產業。因此面對有線電視的產業層次（industrial level）議題永遠凌駕在個人層次（individual level）議題之上，而導致產業工作者的個人心理層次問題長期遭忽略之時，本研究即有意結合巨觀層次（macro or institutional level）的產業市場動能因素與微觀層次（micro or psychological level）的員工工作滿意度因素，探討兩者間互動影響的可能性，開啓有線電視研究新的關注焦點；亦即有意借用產業經濟理論之 SCP 研究典範（structure-conduct-performance paradigm）作為本研究設計架構基礎，探究屬於產業層次的

市場動能因素 (market dynamics) 與心理層次的員工工作滿意度 (job satisfaction) 有何關連性？

## 貳、理論概念與文獻探討

本研究的理論基礎主要在於產業經濟理論及其相關研究架構，以及個人工作滿意度概念。學者認為，有關滿意度研究主要是利用心理學相關理論，檢視個人心理層次的各種態度，即探究個人內在期待與外在現實的差距 (Oliver, 1981)，而屬於本研究的有線電視系統員工的工作滿意度調查即屬此類心理層次的研究議題，但整體研究的主題則聚焦在影響工作滿意度的產業與市場層次因素。據此本節將分產業經濟與市場動能，以及工作滿意度等兩部分來說明研究依據的理論概念及探討相關文獻。

### 一、產業經濟與市場動能

多年來，產業經濟理論一直是學術研究用來檢視與分析媒體產業各類議題的主要理論概念依據，而其中最廣泛被使用的一項理論概念就是：產業結構會影響市場行為，而市場行為則會影響經營績效，這項結構、市場、績效三者相互影響的互動關係架構，就是已被廣泛熟知的 SCP 典範模式 (Albarran, 1996; Wirth & Bloch, 1995)。有關 SCP 架構所呈現出有關產業結構、市場競爭，與經營績效間的互動關係，主要在強調企業的經營表現大大受它所處的產業結構及其面對的市場競爭所影響 (Albarran & Chan-Olmsted, 1998)。Albarran (1996) 認為 SCP 模式對於媒介經濟學的價值在於，它提供理論型與實務型的分析工具以供研究各種不同型態的媒體產業。不過這些年來已經有不少經濟學者批評這

項產業經濟學的線性分析架構模型過度簡單化，例如有學者便主張，從越來越多的媒體企業相關議題的研究成果可發現，其實市場結構才應是媒體產業研究的重點，也是影響媒體產業最重要的因素，未必應聚焦在 S-C-P 三者互動的關係上（Wirth & Bloch, 1995; Young, 2000）。然而也有學者認為從 SCP 架構來分析，不管產業經濟學者，或是企業管理學者，甚至傳播產業研究者，他們最想要了解與媒體經營績效最相關的經濟面向的連結何在，也就是指影響媒體獲利績效的主要因素為何，亦即媒體經濟議題主要聚焦在經營績效上（Gomery, 1998）。

但不管是認為產業結構是研究重點，還是經營績效是重點，但無可否認，SCP 三者的互動與關係已經是媒體企業經營管理的重要議題。例如 Barrett（1995）研究產業結構與經營績效後發現，當產業結構由獨占轉變成競爭時，有線電視系統應該降低其收費標準、提升顧客服務與技術升級，甚至增加頻道的選擇性與節目的多元化，才能因應產業結構的改變，這即是產業結構改變將影響經營績效的明證。另外若再以顧客滿意度作為經營績效的指標來檢視產業集中程度對顧客滿意度的影響，Fornell 與 Robinson（1983）發現兩者間並未有顯著的關連性，不過他們則提出，如果研究關注在顧客滿意度等經營績效議題時，有許多在產業層次的結構變項都值得深入檢驗與探究。另外若從市場競爭與經營績效的關連性著手，Li（2001）以節目多樣化的程度作為媒體經營績效的指標，來檢視市場競爭程度對媒體表現的影響後發現，當市場競爭增加其節目多元性降低，提供一個思考市場類型影響經營績效的研究範例。

除產業結構與市場行為影響經營績效的研究外，一項檢驗企業組織與其經營績效表現的研究結果顯示，企業規模（firm size）與產權型態（corporate ownership）兩項要素與企業的營業獲利及品質有密切關係（Demers, 1994）。另有學者研究則指出，企業規模被視是為影響企業績效與營運很重的因素之一，而所謂企業規模可被定義為與員工人數、營業獲利，或者營運資金等數字相關（Mai, 2002）。因此在分析過許多

有關報社組織規模研究後，Demers（1996）獲致結論認為，組織規模屬大型的報社比較能產製高品質的產品，但是其企業型態（集團或非集團）對經營績效是否有正面影響的結論則並不一致。例如，對於企業型態（集團或非集團）對經營績效的影響研究，Becker, Beam 與 Russial（1978）等人的研究則發現，集團所擁有的報社，其經營績效通常優於非集團的報社。同樣地，許多研究有關營業規模（發行量大小）與其績效關連性的研究亦都發現，發行量較大的報紙比較賺錢，而且當報社規模越來越大時，它的獲利也隨之增加（Tharp & Stanley, 1992）。

簡單總結以上研究結論，在整理產業經濟理論所提供的 SCP 研究架構的重要指標後可以發現，企業型態（集團、非集團）、市場類型（獨占或競爭）、組織規模（員工人數），以及營業規模（發行量多寡）等變項也都是影響經營績效的重要因素，Chen（2004a）在探究 SCP 架構的重要指標對顧客滿意度的研究上，將這些影響經營績效的產業與市場因素稱為市場動能（market dynamics）。另外若再檢視台灣有線電視產業相關研究發現，過去有不少傳播產業研究將其議題焦點放在企業的資金來源上，關注屬於外資的跨國企業集團對台灣有線電視產業發展與系統經營的影響（陳炳宏，2009a, 2009b, 2009c；黃筱鈞，2009；Chen, 2004b），因此本研究亦有意將資金來源作為研究市場動能影響有線電視系統員工工作滿意度的新指標，來看台灣社會所重視的外資介入有線電視系統經營，是否會對員工的工作滿意度有所影響。

## 二、工作滿意度研究

滿意度被定義為是一種態度，一種需求被滿足的程度、預期與現實比較互動的差距、消費經驗與獲益評價的程度等各種意見所形成的綜合態度（Churchill & Surprenant, 1982; Oliver, 1981, p. 27）。學者指出，有關工作滿意度研究應該已經有超過半個世紀之久的歷史了，這是個學術

研究者與企業經營管理者都深感興趣的議題，也是組織行為研究最常被運用的變項之一，因為它是影響企業組織營運、生產、甚至獲利的最主要因素之一（Beam, 2006）。不過如同 Beam（2006）的研究，多數的工作滿意度研究都聚焦於被研究者的心理層次問題，如個人的專業理念、工作壓力，或者其對工作環境、企業目標的期待等，對其工作滿意度的影響（DeFleur, 1992; Kahn & Cooper, 1990; McQuarrie, 1999; Pollard, 1995; Stamm & Underwood, 1993）。

其次過去即便如果有有線電視相關研究是聚焦於心理層次議題的話，也大多關注在消費者滿意度上，但研究其工作者的滿意度則未曾見有所著墨。另外，雖然亦有學者強調產業層次的變項對相關滿意度的影響研究越來越值得重視，也對相關政策的擬訂有著越來越重要的影響，不過諸多學者的研究還是主要聚焦在產業及市場層次因素對顧客滿意度的影響議題上（Fornell & Robinson, 1983; Jacobs, 1995, 1996; LaRose & Atkin, 1988a, 1988b）。因此如何建構產業與市場層次的可能變項，並據此聚焦在探討其對員工工作滿意度的影響，應該是值得產業政策制訂者、經營管理高階主管，甚至經濟與傳播學術研究者的重視。

Pollard（1995）曾在加拿大進行跨媒體（包括報紙、電視、廣播）新聞媒體工作者的工作滿意度調查後發現，較大型新聞部門組織的新聞工作者，有著比較大的工作滿意度，顯示組織規模會影響員工的工作滿意度；還有研究結果亦顯示，處於比較大型營業規模市場的媒體工作者，也比營業規模市場較小的工作者有著較高的工作滿意度；另外他的研究也發現，報社的新聞工作者的工作滿意度也明顯高於其他電子媒體。雖然 Pollard 的研究主要還是根基於心理層次的工作滿意度影響因素，不過他在研究中加入新聞室組織規模，以及市場營業規模等兩個影響變項，另外也有學者曾以組織規模作為測量工作滿意度的變項（如 Demers, 1994; Harari, Crawford, & Rhode, 1983; Kovach, 1977）。至於有關企業型態對於工作滿意度的影響，Ismach（1978）研究發現，隨著企

業集團併購報紙媒體，新聞部門員工卻抱怨經營者越來越偏重娛樂新聞，並且凡事以獲利為重，讓他們工作滿意度與成就感越來越低，顯示集團化未必帶來工作滿意度的提高。前述文獻都強化本研究對於產業的市場動能等變項影響員工工作滿意度的研究價值與可行性。

雖然如前述，工作滿意度相關研究相當多，但卻沒有真正屬於在建立專屬媒體產業的工作滿意度理論概念的文獻，因此有關媒體產業工作者的工作滿意度還是都得要從社會科學或管理學領域的文獻去找相關研究概念與資料（DeFleur, 1992）。

因此本研究即從過去主要有關工作滿意度文獻去尋找最常被使用，以及最適合用來研究媒體工作者的滿意度量表，結果發現 Weiss, Dawis, England 與 Lofquist（1967）所建構的工作滿意度量表（Minnesota satisfaction questionnaire, MSQ），這些年來受到國內外許多有關工作滿意度研究的廣泛採用（吳靜吉、廖素華，1978；陳勁甫、鍾武倫，2007；張紹勳，1999；黃培文，2007；葉桂珍、汪美香，2003；Ayranci, 2011；Gunlu, Aksarayli, & Perçin, 2010；Gustainiene & Endriulaitiene, 2009；Moorman, 1993；Pokrywczynski & Crowley, 1997；Schappe, 1998）。學者指出，MSQ 量表有許多的優點，包括：包含較廣的概念，易於應用，且不受工作性質或組織性質之限制，以便於從事同一組織內各類工作向度間的比較，或不同組織間統一向度的比較（黃培文，2007；Schappe, 1998）；或者認同 MSQ 量表經常被使用來評估工作滿意度，被認為可評量員工對工作滿意度的認知，亦已並被許多研究者廣泛使用於測量工作滿意度，且獲得廣泛的認可與信賴，40 年來已證明它的效度與信度，成為測量各種行業工作滿意度的主要量表（Arvey, Bouchard, Segal, & Abraham, 1989；Eyupoglu & Saner, 2009；Gunlu, Aksarayli, & Perçin, 2010；Moorman, 1993；Schappe, 1998）。基此本研究亦有意選擇由 Weiss 等人建立的工作滿意度量表作為有線電視系統員工問卷中測量其工作滿意度的題項。

Weiss 等人 (1967) 所建構的問卷有長、短兩種題組，兩種題組均有 20 個構面，長題組每個構面有五題，共 100 題，而短題組每個構面有一題，共計 20 題，其中用短題組的研究者多將所有題目加總成一個總分，稱為整體滿足，或是將所有題目區分成內在滿足及外在滿足。Weiss 等人針對六種不同職業 1723 位受試者施測的結果，整體滿足的信度為零點八七至零點九二，內在滿足為零點八四至零點九一，外在滿足為零點七七至零點八二。明尼蘇達工作滿意度問卷可測得的三個滿意度構面如下：一是內在滿意度，指與工作本身有關，以及人對於所做工作的感覺，衡量工作者對於目前工作的活動性、獨立性、創造性、變化性、運用能力的機會、工作上職權的大小、工作所能給予的成就感、責任感、工作的穩定性、安全感、工作對社會的服務性、在社會上的地位及所做工作的道德價值方面感到滿足的程度；二是外在滿意度，指個人對於目前工作的升遷性、所得報酬與讚賞、公司政策與實施方式、技術上督導、以及人際關係的好壞等方面，與工作內容本身無關的各方面滿足；三是整體滿意度，則是指個人對於工作的環境設備、與同僚的關係以及工作的內在、外在滿足層面感覺到滿足的程度（前兩者計分之和）（謝昌隆，2004；Weiss, Dawis, England, & Lofquist, 1967）。

因此本研究決定採用 Weiss 等人 (1967) 的工作滿意度量表作為問卷量表，施測時以六個選項來填答，包括非常同意、同意、有點同意、有點不同意、不同意、非常不同意等，統計分析時則依序給 6-1 分。工作滿意度量表的題項如下：

- (一) 我對目前工作忙碌的程度，感到滿意
- (二) 我對目前工作能讓我有獨自發揮能力的機會，感到滿意
- (三) 我對目前工作能讓我有經歷不同事件的機會，感到滿意
- (四) 我對目前工作能給我在團隊中特別的地位，感到滿意
- (五) 我對主管對待部屬的方式，感到滿意
- (六) 我對主管做決策的能力，感到滿意

- (七) 我可以在不違背良心的情況下做我應該做的事
- (八) 我對目前工作能給我工作穩定性，感到滿意
- (九) 我對目前工作能為他人做事的機會，感到滿意
- (十) 我對目前工作能指導他人做事的機會，感到滿意
- (十一) 我對工作能力和技術能與目前工作相符，感到滿意
- (十二) 我對公司執行政策的方式，感到滿意
- (十三) 我對目前的工作量和薪資對照比較，感到滿意
- (十四) 我對目前工作能給我升遷的機會，感到滿意
- (十五) 我對目前工作能自由運用自己的判斷，感到滿意
- (十六) 我對目前工作能嘗試以自己的方法處理事情，感到滿意
- (十七) 我對工作的環境（空調、燈光、辦公設備等），感到滿意
- (十八) 我對目前工作中與同事間相處的情形，感到滿意
- (十九) 我對做好工作所能得到的讚賞，感到滿意
- (二十) 我對目前工作中能得到某種成就感，感到滿意

總結而論，不管產業經濟或傳播產業研究者都同意，產業結構與市場行為都是經營績效的重要影響因素，而包括顧客滿意度與員工滿意度等類的滿意度指標又是在意經營績效的經營者所應重視的要素，不過長期以來，不管一般企業或媒體組織都大多重視顧客滿意度多員工滿意度，而即便重視員工滿意度也大都將關注角度放在組織內而非組織外，因此本研究有意將研究視角聚焦在企業組織的外在因素對員工滿意度的關連性及其影響上，即將研究視野拉高層次，選擇以產業的市場動能作為自變項，檢視其與員工工作滿意度的關連性，補強過去相關研究過度聚焦在企業組織內在影響因素，或即便選擇外在因素卻過度偏重顧客滿意度的不足。也就是說，遵循經營績效為經營者重要準則的學者都強調，企業若重視經營績效，就不應忽視影響企業生產力及組織效率甚巨的員工工作滿意度；也就是說，學者同意員工的工作滿意度是一個影響企業經營績效的重要指標（Freeman, 1978; Locke, 1976）。

另外學者研究也發現，不同類型的媒體（例如印刷媒體與電子媒體）員工，其工作滿意度的影響因素也會有所不同（羅文輝、魏然、陳韜文、潘忠黨，2002；DeFleur, 1992; Pollard, 1995），加上過去許多媒體工作者工作滿意度的研究大多聚焦於報社及電視媒體的新聞工作者（華英惠，1992；羅文輝、魏然、陳韜文、潘忠黨，2002；Beam, 2006; Pollard, 1995），因此有別於過去國內外相關研究，本研究特針對有線電視系統，選擇不同於心理層次的研究視野，從產業與市場層次，了解其對有線電視系統員工工作滿意度的影響；也就是說，本研究有意探討有線電視產業的市場動能要素（包括產權結構、資金來源、企業型態、市場類型、組織規模、與營業規模）與有線電視系統員工工作滿意度的關連性為何？

## 參、研究方法

本節依本研究之研究問題、研究對象，與研究方法與設計分別說明如下。

### 一、研究問題

本研究研究目的在於探討有線電視產業的市場動能（包括產權結構、資金來源、企業型態、市場類型、組織規模、與營業規模）與有線電視系統員工的工作滿意度的關聯性。因此研究問題設計如下：

- （一）不同產權類型的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？
- （二）不同資金來源的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？
- （三）不同企業型態的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？
- （四）不同市場類型的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？

- (五) 不同組織規模的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？
- (六) 不同營業規模的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？
- (七) 產權類型、資金來源、企業型態、市場類型、組織規模，與營業規模等六項市場動能因素，何者對員工滿意度有較高的解釋力？

## 二、研究對象

依據研究目的，本研究以 2009 年 7 月為基準點，針對全台 59 家有線電視系統員工工作為問卷發放的對象，了解其工作滿意度現況，並分析有線電視產業市場動能與系統員工工作滿意度的關連性。首先本研究透過國家通訊傳播委員會（National Communications Commission, NCC）有線電視營運主管單位協助，取得當時全國 59 家有線電視系統之員工總數，確認相關資料無誤後，進行各系統參與問卷調查之意願探詢，同意者即立即親送問卷。此次問卷調查過程先在 2010 年 7 月完成問卷初稿後進行前測，然後在問卷修改後，正式於 8 月初開始發送問卷，其間經過多次催收到 9 月底問卷截止回收後，再經由相關統計分析，以了解有線電視產業之市場動能與員工工作滿意度之關聯性。

有關樣本母體的計算，本研究以 2009 年 7 月為基準點，全台 59 家有線電視系統員工共計有 5,179 人，排除拒絕本研究進行問卷發放的有線電視系統後，本研究總共發放 3,014 份問卷，問卷發送率為 58%，即全台總計約有六成的有線電視系統員工接受本研究的問卷調查，而問卷總回收數為 2,545 份，即問卷回收率約為 84%，也就是接受問卷調查的有線電視系統員工有約八成四完成本研究問卷。由於本問卷係先透過各有線電視系統集團總部（如果是獨立系統則進行各別聯繫）的同意，再逐家進行各系統的問卷發放，因此在母體與樣本說明上，先以跨國集團、在地集團，以及獨立系統的總員工數、問卷發放數、發放率、問卷

回收數及回收率作說明如表一。

表一：研究母體、問卷發放數（率）、問卷回收數（率）

控股類型	員工總數	發放數	發放率	回收數	回收率
外資	2839	2011	71%	1622	81%
本資	878	328	37%	322	98%
獨立	1462	675	46%	601	89%
總數	5179	3014	58%	2545	84%

資料來源：本研究製表整理

### 三、研究方法與設計

根據本研究問題及研究目的，本研究主要係運用問卷調查法（questionnaire survey）進行研究資料的蒐集。而問卷調查的進行步驟主要包括：決定研究議題、建構問卷題目、界定研究對象、決定受訪樣本、郵寄問卷、整理回收問卷資料，最後是報告研究發現等（Rubin, Rubin, & Piele, 1986）。因此當本研究決定研究對象與研究議題後，在向主管機關取得全國有線電視系統員工數後，即利用問卷了解各系統員工的工作滿意度現況，主要問卷題組包括三部份：一是有線電視產業評價；二是工作滿意度量表；三是個人基本資料等。

另外由於問卷調查之成功與否，問卷問題的設計佔有相當重要的比例（Rubin, Rubin, & Piele, 1986），因此本研究問卷在擬定前除整理相關研究文獻與蒐集相關調查問卷外，並在正式擬訂問卷題項前先進行前測，以提高問卷各題項的明確性。其次，由於全面性發送系統問卷有其高難度，除會有回收率偏低問題外，也可能遭遇問卷無人代為回收的困難，因此本研究問卷皆由研究助理親送至各系統，全面採親自赴現場回收方式進行，以提高問卷回收率。

本研究以產權類型（外資集團、本地集團、獨立系統）、資金來源

(跨國資金、本地資金)、企業型態(集團、非集團)、市場類型(獨占、雙占)、組織規模(大型、中型、小型)、營業規模(大型、中型、小型)，分別以獨立樣本 t 檢定及 ANOVA 對工作滿意度進行分析，並以迴歸分析找出對於工作滿意度最有解釋力的變項，以下各別就自變項設計說明如下：

- (一) 產權類型：本研究將全台灣 59 家有線電視系統業者(不含播送系統)依據其產權類型分為外資集團、本地集團、獨立系統等三類。
- (二) 資金來源：本研究將全台灣有線系統業者依據其資金來源分為跨國資金與本地資金等兩類。
- (三) 企業型態：本研究將全台灣有線系統業者依據其集團色彩分為集團系統與非集團系統(獨立系統)等兩類。
- (四) 市場類型：本研究將全台灣有線系統業者依據其經營區的市場結構分為獨占與雙占等兩類。
- (五) 組織規模：本研究將全台灣有線系統業者依據員工數(截至 2009 年 7 月)多寡，以中位數將員工數由大致小依序排名，以第 20 名(94 人)與第 40 名(63 人)為切點，判定其組織規模為大型、中型、小型三類，即員工數 95 人以上的系統定義為大型系統，員工數 94-64 人為中型，員工少於 63 人則為小型系統。
- (六) 營業規模：本研究根據全台灣有線系統業者訂戶數統計表(截至 2010 年 9 月底)的訂戶數多寡，判定其營業規模為大、中、小三型。訂戶數十萬以上為大型營業規模系統，訂戶數五萬以上低於十萬為中型系統，訂戶數低於五萬則為小型系統。

## 肆、研究發現

### 一、樣本描述

本研究受訪的有線電視系統員工樣本數總共為 2,545 人，其性別、年齡、教育、薪資、婚姻、系統部門、職位等人口變項的描述如表二。

表二：人口變項樣本描述

基本樣本	類別	人數	百分比	有效百分比
性別	男性	1437	57.8%	57.8%
	女性	1048	41.2%	42.2%
	總和	2545 - 60 = 2485	97.6%	100.0%
年齡	25 歲以下	108	4.2%	4.3%
	26-35 歲	1012	39.8%	40.8%
	36-45 歲	1114	43.8%	44.9%
	46-55 歲	214	8.4%	8.6%
	56 歲以上	35	1.4%	1.4%
	總和	2545 - 62 = 2483	97.6%	100.0%
教育程度	高中（職）以下	889	35.3%	36.9%
	專科	841	33.0%	34.5%
	大學	647	25.4%	26.5%
	研究所以上	52	2.0%	2.1%
	總和	2545 - 106 = 2439	95.8%	100.0%
薪資	2 萬（含）以下	110	4.3%	4.5%
	2-3 萬（含）元	961	37.8%	39.6%
	3-5 萬（含）元	1125	44.2%	46.4%
	5-7 萬（含）元	191	7.5%	7.9%
	7-9 萬（含）元	24	0.9%	1.0%
	超過 9 萬元	14	0.6%	0.6%

基本樣本	類別	人數	百分比	有效百分比
	總和	2545 - 120 = 2425	95.3%	100.0%
部門	節目部	109	4.3%	4.4%
	新聞部	102	4.0%	4.1%
	行政部	78	3.1%	3.2%
	客服部	408	16.0%	16.5%
	工程部	955	37.5%	38.7%
	業務部	320	12.6%	13.0%
	管理部	122	4.8%	4.9%
	其他部門	373	14.7%	15.1%
	總和	2545 - 78 = 2467	96.9%	100.0%
職位	一級主管 (經理、副理)	140	5.5%	5.7%
	二級主管 (主任、組長)	237	9.3%	9.7%
	基層員工	2060	80.9%	84.5%
	總和	2545 - 108 = 2437	95.8%	100.0%

註：本表總數 2,545 扣掉的部分係指該題項漏填人數。

資料來源：本研究整理製表

另外，依產權類型、資金來源、企業型態、市場類型、組織規模與營業規模的有線電視系統與員工樣本描述如表三。

表三：系統樣本依市場動能要素描述

基本樣本	類別	系統家數	人數	百分比	有效百分比
產權類型	外資集團	20	1624	63.8%	63.8%
	本地集團	5	322	12.7%	12.7%
	獨立系統	11	599	23.5%	23.5%
	總和	36	2545	100.0%	100.0%
資金來源	跨國資金	20	1624	63.8%	63.8%
	本地資金	16	921	36.2%	36.2%
	總和	36	2545	100.0%	100.0%
企業型態	集團	25	1946	76.5%	76.5%
	非集團	11	599	23.5%	23.5%
	總和	36	2545	100.0%	100.0%
市場類型	獨占	20	1465	57.6%	57.6%
	雙占	16	1080	42.4%	42.4%
	總和	36	2545	100.0%	100.0%
組織規模	大	14	1488	58.5%	58.5%
	中	10	595	23.4%	23.4%
	小	12	462	18.2%	18.2%
	總和	36	2545	100.0%	100.0%
營業規模	大	9	1193	49.9%	49.9%
	中	18	928	36.5%	36.5%
	小	9	424	16.7%	16.7%
	總和	36	2545	100.0%	100.0%

資料來源：本研究整理製表

## 二、研究問題分析

本研究共提出七個研究問題，本節將依七項研究問題分別說明研究結果。<sup>1</sup>

- (一) 不同產權類型（外資集團、本地集團、獨立系統）的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？問卷調查結果分析如表四：

表四：不同產權類型之系統，其員工工作滿意度的差異

工作滿意度	N	平均數	標準差
外資集團 (1)	1564	4.44	0.74
本地集團 (2)	310	4.47	0.72
獨立系統 (3)	574	4.35	0.79
總和	2448	4.42	0.75

$F(2, 2445) = 3.93^*$ , 95% CI [4.39, 4.45].

Scheffe 事後多重比較：(1,3)\*

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

以單因子變異數分析 (ANOVA) 進行比較，產權類型的不同對工作滿意度有顯著差異，其顯著值為  $F(2, 2445) = 3.93$ ,  $p < .05$ , 95% CI [4.39, 4.45]。以 Scheffe 法進行事後比較可得知，外資集團的員工其工作滿意度程度比獨立系統員工高。但外資集團與本地集團、本地集團與獨立系統在工作滿意度上無顯著的高低差異。

(二) 不同資金來源 (跨國資金、本地資金) 的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？問卷調查結果分析如表五：

表五：不同資金來源之系統，其員工工作滿意度的差異

工作滿意度	N	平均數	標準差
跨國資金	1564	4.44	0.74
本地資金	884	4.39	0.77

$t(2446) = 1.70$ , 95% CI [-0.008, 0.11].

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

從獨立樣本  $t$  檢定可知，任職於不同資金來源的員工，在工作滿意度上並無顯著差異  $t(2446) = 1.70$ ,  $p = 0.08$ , 95% CI [-0.008, 0.11]。

(三) 不同企業型態 (集團、非集團) 的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？問卷調查結果分析如表六：

表六：不同企業型態之系統，其員工工作滿意度的差異

工作滿意度	N	平均數	標準差
集團	1874	4.45	0.73
非集團	574	4.35	0.79

$t(2446) = 2.76^{**}$ , 95% CI [0.02, 0.16].

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

從獨立樣本  $t$  檢定可知，任職於不同企業型態的員工，在工作滿意度上有顯著差異，其顯著值如下： $t(2446) = 2.76$ ,  $p < .01$ , 95% CI [0.02, 0.16]。而從平均數比較來看，任職於集團的員工，其工作滿意度高於非集團（獨立系統）員工。

（四）不同市場類型（獨占、雙占）的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？問卷調查結果分析如表七：

表七：不同市場類型之系統，其員工工作滿意度的差異

工作滿意度	N	平均數	標準差
獨占	1413	4.46	0.74
雙占	1035	4.37	0.76
總和	2448	4.42	0.75

$t(2446) = 2.89^{**}$ , 95% CI [0.02, 0.14].

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

從獨立樣本  $t$  檢定可知，任職於不同市場類型的員工，其工作滿意度方面有顯著差異，其顯著值如下： $t(2446) = 2.89$ ,  $p < .01$ , 95% CI [0.02, 0.14]。從平均數比較來看，獨占系統的員工其工作滿意度高於雙占系統的員工。

（五）不同組織規模（大型、中型、小型）的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？問卷調查結果分析如表八：

表八：不同組織規模之系統，其員工工作滿意度的差異

工作滿意度	N	平均數	標準差
大(1)	1418	4.36	0.75
中(2)	581	4.57	0.69
小(3)	449	4.44	0.78
總和	2448	4.42	0.75

$F(2, 2445) = 16.079^{***}$ , 95% CI [4.39, 4.45].

Scheffe 事後多重比較：(1,2)<sup>\*\*\*</sup>; (2,3)<sup>\*</sup>

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

以單因子變異數分析 (ANOVA) 進行比較，組織規模的大小對工作滿意度有顯著差異，其顯著值如下：工作滿意度  $F(2, 2445) = 16.079$ ,  $p < .001$ , 95% CI [4.39, 4.45]。以 Scheffe 法進行事後比較可得知，任職於大型組織的員工，其工作滿意度高於中型組織的員工；而任職中型組織員工，其工作滿意度大於任職小型組織的員工。

(六) 不同營業規模 (大型、中型、小型) 的系統，其員工工作滿意度是否會有差異？問卷調查結果分析如表九：

表九：不同營業規模之系統，其員工工作滿意度的差異

工作滿意度	N	平均數	標準差
大型(1)	1143	4.35	0.75
中型(2)	902	4.57	0.72
小型(3)	403	4.30	0.76
總和	2448	4.42	0.75

$F(2, 2445) = 29.553^{***}$ , 95% CI [4.39, 4.45].

Scheffe 事後多重比較：(1,2)<sup>\*\*\*</sup>; (2,3)<sup>\*\*\*</sup>

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

以單因子變異數分析 (ANOVA) 進行比較，營業規模的大小對工

作滿意度有顯著差異，其顯著值如下：工作滿意度  $F(2, 2445) = 29.553$ ,  $p < .001$ , 95% CI [4.39, 4.45]。以 Scheffe 法進行事後比較可得知，5 萬至 10 萬訂戶數之中型規模系統員工，其工作滿意度高於大型與小型規模的系統員工。

(七) 產權類型、資金來源、企業型態、市場類型、組織規模，與營業規模等六項市場動能要素，何者對員工滿意度有較高的解釋力？問卷調查結果分析如表十：

表十：六項市場動能要素對工作滿意度之迴歸分析結果

自變項	變項內容	依變項 工作滿意度	
		$\beta$	$t$ 值
產權類型	外資集團 (參考組)		
	本地集團	-0.04	-1.79
企業型態	集團 (參考組)	-0.13	-4.77***
	非集團		
市場類型	獨占 (參考組)	-0.06	-3.03**
	雙占		
組織規模	大型 (參考組)	0.05	2.33*
	中型		
	小型		
營業規模	大型 (參考組)	0.08	2.61**
	中型		
	小型		
	$F$ 值	8.201***	
	$R^2$	0.017	
	Adj $R^2$	0.014	

註：產權類型的變項內容「獨立系統」，以及「資金來源」自變項，因允差皆達 .000 界限，故排除在迴歸模式之外。

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

以同時迴歸分析 (simultaneous regression)，將變項同步進入迴歸模式中進行分析觀察得知， $F = 8.201$ ,  $p < .001$ ,  $\text{Adj } R^2 = 0.014$ ，顯示整體迴歸模式達到顯著水準，且具有 1.4% 的解釋力。由表十可得知，企業型態 ( $\beta = -0.13$ ,  $p < .001$ ) 對迴歸模式的解釋力最大，其次是市場類型 ( $\beta = -0.06$ ,  $p < .01$ ) 與營業規模 ( $\beta = 0.08$ ,  $p < .01$ )，最後則是組織規模 ( $\beta = 0.05$ ,  $p < .05$ )；而就營業規模與組織規模部份，中型的系統對於工作滿意度的解釋力較大。因此本研究結果顯示，企業型態、市場類型、營業規模與組織規模皆是影響員工工作滿意度的因素，其中以企業型態為最主要因素。

## 伍、研究結論與建議

本研究的主要目的是希望跳脫傳統的心理層次的工作滿意度研究，從產業層次來檢視產業的市場動能（產權類型、資金來源、企業型態、市場類型、組織規模與營業規模）對有線電視系統員工的工作滿意度的影響，以及市場動能要素的影響差異等議題。

有關不同產權類型（外資集團、本地集團、獨立系統）的系統，其員工工作滿意度是否會有差異的問題，研究結果發現，外資集團的員工其工作滿意度程度比獨立系統員工高。但外資集團與本地集團、本地集團與獨立系統在工作滿意度上無顯著的高低差異。

有關不同資金來源（跨國資金、本地資金）的系統，其員工工作滿意度是否會有差異的問題，研究結果發現，任職於不同資金來源的員工，在工作滿意度上並無顯著差異。

有關不同企業型態（集團、非集團）的系統，其員工工作滿意度是否會有差異的問題，研究結果發現，任職於不同企業型態的員工，在工作滿意度上有顯著差異，而從平均數比較來看，任職於集團的員工，其工作滿意度高於非集團（獨立系統）員工。

有關不同市場類型（獨占、雙占）的系統，其員工工作滿意度是否會有差異的問題，研究結果發現，任職於不同市場類型的員工，其工作滿意度方面有顯著差異，而從平均數比較來看，獨占系統員工的工作滿意度高於雙占系統的員工。

有關不同組織規模（大型、中型、小型）的系統，其員工工作滿意度是否會有差異的問題，研究結果發現，組織規模的大小對工作滿意度有顯著差異，而經分析後可知，大型組織的員工，其工作滿意度高於中型組織員工；而中型組織的員工，其工作滿意度大於任職小型組織員工。

有關不同營業規模（大型、中型、小型）的系統，其員工工作滿意度是否會有差異的問題，研究結果發現，營業規模的大小對工作滿意度有顯著差異，而經分析後可知，5 萬至 10 萬訂戶數之中型規模系統的員工，其工作滿意度高於大型與小型規模系統員工。

最後有關前述六項市場動能（產權類型、資金來源、企業型態、市場類型、組織規模，與營業規模），何者對員工滿意度有較高的解釋力的問題，研究結果發現，六項市場動能中，企業型態（集團、非集團）的解釋力最大，其次是市場類型（獨占、雙占）與營業規模（依訂戶總數分大、中、小型），最後則是組織規模（依員工人數分大、中、小型）。解讀研究結果顯示，有線電視系統的企業型態、市場類型、營業規模，以及組織規模等，皆是市場動能中影響系統員工工作滿意度的重要因素，其中又以企業型態最為重要。但對於在有線電視產業研究與實務兩方面皆備受關注的資金來源（外資、在地資本）與產權類型（外資集團、本地集團、獨立系統），研究卻發現它們對有線電視系統員工的工作滿意度無顯著影響。因此光就工作滿意度來說，有線電視系統到底是外國老闆還是本國老闆，社會各界似乎都很關注，但對有線電視系統員工來說，好像都不重要。簡單來說，對有線電視系統來說，隸屬於集團企業、經營獨占市場、且有著高額訂戶數的大型有線電視系統，它的

員工工作滿意度最高。

整體而言，本研究係國內探究有線電視產業從業人員之工作滿意度的先探型研究。首先，本研究的研究對象跟過去相關研究的對象有所不同，即過去有關工作滿意度的研究都聚焦於報紙，後來加上無線電視等媒體的員工，但都未曾研究過有線電視系統的員工；其次在研究議題的層次上亦有差異，即過去工作滿意度研究都聚焦在員工個人心理層次的問題，或者加入部分企業組織層次議題，但並未有相關研究處理影響工作滿意度的產業與市場層次的問題，因此要將本研究結果與過去相關研究作對照與比較時，宜先有此基本理解。

但是從研究成果來看，本研究則有呼應相關研究文獻之處，例如大型企業組織（員工數），以及營業規模大（訂戶數）的媒體，其員工大致都有著較高的工作滿意度，至於是否是企業集團，是否是獨占市場，這兩個變項則會因媒體類型及組織目標的不同而有所差異，未來還需要再作跨媒體比較研究。至於資金來源對有線電視員工工作滿意度的影響似乎沒有想像中大，這點也需要更深入去作細緻檢視，以發現其真正原因。

另外本研究之議題聚焦在產業市場動能與工作滿意度兩者間的關連性，並未針對影響其關連性的背後因素再加以分析與探討，如此設計的原因一來是因為影響因素並非本研究所要處理的問題，二來是變項間關係的影響因素可能相當複雜，可能需更深入的探究才可得。例如本研究進行產官學專家學者焦點團體討論時，即有出席者認為，外資集團員工會有較高的工作滿意度，一方面可能是由於外資企業向來在台灣享有較高的評價，因此讓員工有認同感產生較高的滿意度；另外也可能是因為外資集團企業有著較嚴謹的組織營運與管理制度，營運較上軌道的企業也比較容易讓員工產生較高的工作滿意度，這些都是可能的影響原因。因此建議未來對本研究變項間關係背後的影響因素有興趣者，可進一步去探究影響本研究各個變項間關係的因素，並解讀各研究變項之間的互

動關係。例如研究為何外資、集團、獨占等經營型態的有線電視系統員工，其工作滿意度相對較高，其影響因素何在等問題。

但是本研究議題聚焦於產業結構與經營績效的關係，並不必然表示其他變項間沒有關係，或者沒有中介變項的可能，但由於本研究只是初探性質，寄望未來中介變項議題可以作為後續探究產業結構與經營績效間關係的基礎，藉以引發更多相關的研究出現，進而帶動產業結構的革新以及規範政策的新思維，此亦是一種研究貢獻。

最後，本研究建議，對此議題有興趣的研究者未來可根據產業結構與經營績效間的可能關係，再進行中介變項（例如市場行為）的檢驗，或許可藉此更加釐清複雜的產業經濟要素的互動模式。其次，產業的市場動能對個人的工作滿意度的影響研究只是個開始，如何跳脫過度聚焦於員工個人心理與企業組織層次的影響因素研究，而讓巨觀的產業與市場因素成為媒體工作者工作滿意度的研究議題，有待各界繼續努力，寄望研究者未來能結合心理層次、組織層次，以及產業層次的工作滿意度研究，具體解構影響媒體工作者工作滿意度的來源（因素），讓相關研究成果成為主管機關制訂有線電視產業結構與市場競爭相關政策規範的重要參考。

## 註釋：

1. 根據本研究針對內在滿意度、外在滿意度與整體滿意度的統計分析結果顯示，不管是內在、外在，或整體滿意度等三個構面來看，達到顯著的變項大致相同，因此本研究僅就整體滿意度進行統計結果分析，並未分三個構面各別去分析。

## 參考書目

- 吳靜吉、廖素華（1978）。〈明尼蘇達滿意問卷研究〉，《政治大學學報》，37: 123-147。
- 胡幼偉、陳炳宏、莊春發（2010）。《電視使用行爲及滿意度調查》。台北：國家通訊傳播委員會委託研究案。
- 彭芸、黃河（2002）。《民眾對四家無線電視台滿意度調查暨四家無線電視台營運狀況之研究》，行政院新聞局委託研究案。台北：故鄉市場調查股份有限公司。
- 陳勁甫、鍾武倫（2007）。〈工作滿足、組織承諾、工作尋找與離職傾向關係之研究—以某國際航空公司空服員爲例〉，《運輸學刊》，19(2): 191-214。
- 陳炳宏（1999）。〈台灣有線電視產業集團化趨勢研究—以和信力霸企業集團爲例〉，《廣播與電視》，14: 89-110。
- 陳炳宏（2009a）。〈跨國媒體集團在台經營衛星電視頻道之節目「在地化」分析—以超級電視台（Super TV）與衛視中文台（STAR Chinese）爲例〉，王立文（編），《全球在地文化探討—通識觀天下》，頁 177-218。台北：元智大學通識教學部。
- 陳炳宏（2009b）。〈電視服務產業的流變：政經勢力的消與長〉，卓越新聞獎基金會（編），《台灣傳媒再解構》，頁 43-76。台北：巨流。
- 陳炳宏（2009c）。〈媒體產業結構與政策〉，成露茜、羅曉南（編），《批判性媒體識讀》，頁 91-109。台北：正中書局。
- 張紹勳（1999）。〈企業員工生涯定位、工作滿意與組織效能之研究—以資訊電腦業爲參考組〉，《管理評論》，18(2): 35-58。
- 黃培文（2007）。〈工作適性的組織、群體及職務層次對工作滿意的同時效果—以台灣旅館業餐飲部員工爲例〉，《中山管理評論》，15(2): 465-498。
- 黃筱鈞（2009 年 7 月）。〈外資進入有線電視市場的進入模式與法規分析〉。「2009 中華傳播學會年會暨論文研討會」，新竹：玄奘大學。
- 葉桂珍、汪美香（2003）。〈資訊管理專業人員之專案團隊認同與其工作壓力及工作滿足之關係〉，《臺大管理論叢》，14(1): 79-118。
- 華英惠（1992）。《台灣地區新聞從業員工作滿意程度之研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 劉幼翎（2005）。《數位時代的有線電視經營與管理》。台北：正中書局。
- 謝昌隆（2004）。〈企業併購組織文化與工作滿意度之研究〉，《2004 『管理思維

- 與實務』學術研討會論文集》。高雄：2004『管理思維與實務』學術研討會。
- 羅文輝、魏然、陳韜文、潘忠黨（2002）。〈大陸、香港、台灣新聞人員工作滿意度之比較研究〉，《中國大陸研究》，45(1): 1-18。
- Albarran, A. B. (1996). *Media economics: Understanding markets, industries and concepts*. Ames, IA: Iowa State University Press.
- Albarran, A. B., & Chan-Olmsted, S. M. (1998). *Global media economics: Commercialization, concentration and integration of world media markets*. Ames, IA: Iowa State University Press.
- Arvey, R. D., Bouchard, T. J., Segal, N. L., & Abraham, L. M. (1989). Job satisfaction: Environmental and genetic components. *Journal of Applied Psychology*, 74(2), 187-192.
- Ayranci, E. (2011). A study on the factors of job satisfaction among owners of small and medium-sized Turkish businesses. *International Journal of Business and Social Science*, 2(5), 87-100.
- Barrett, M. (1995). Direct competition in cable television delivery: A case study of Paragould, Arkansas. *Journal of Media Economics*, 8(3), 77-93.
- Beam, R. A. (2006). Organizational goals and priorities and the job satisfaction of U.S. journalists. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83(1), 169-185.
- Becker, L. B., Beam, R., & Russial, J. (1978). Correlates of daily newspaper performance in New England. *Journalism Quarterly*, 55, 100-108.
- Chen, P. H. (2004a). Exploring correlations between customer satisfaction and market dynamics in Taiwan's cable television industry. Paper presented at the 2nd International Conference on Communication and Mass Media, Athens, Greece.
- Chen, P. H. (2004b). Transnational cable channels in the Taiwan market: A study of domestication through programming strategies. *Gazette*, 66(2), 167-183.
- Churchill, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504.
- DeFleur, M. H. (1992). Foundations of job satisfaction in the media industries. *Journalism Educator*, 47(1), 3-15.
- Demers, D. P. (1996). Corporate newspaper structure, profits, and organizational goals. *Journal of Media Economics*, 9(2), 1-23.
- Demers, D. P. (1994). Effect of organizational size on job satisfaction of top editors at U.S. Dailies. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 71, 914-925.
- Eyupoglu, S. Z., & Saner, T. (2009). Job satisfaction: Does rank make a difference? *African Journal of Business Management*, 3(10), 609-615.
- Fornell, C., & Robinson, W. T. (1983). Industrial organization and consumer satisfaction/dissatisfaction. *Journal of Consumer Research*, 9, 403-412.
- Freeman, R. B. (1978). Job satisfaction as an economic variable. *The American Economic Review*, 68(2), 135-141.

- Gomery, D. (1998). Media ownership: Concepts and principles. In A. Alexander, J. Owers & R. Carveth (2nd eds.), *Media economics: Theory and practice* (pp. 45-52). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Gunlu, E., Aksarayli, M., & Perçin, N. S. (2010). Job satisfaction and organizational commitment of hotel managers in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(5), 693-717.
- Gustainiene, L., & Endriulaitiene, A. (2009). Job satisfaction and subjective health among sales managers. *Baltic Journal of Management*, 4(1), 51-65.
- Harari, O., Crawford, K. S., & Rhode, J. G. (1983). Organization size and member attitudes: An empirical study. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 22(1), 94-104.
- Ismach, A. H. (1978). The economic connection: Mass media profits, ownership and performance. In E. E. Dennis, A. H. Ismach & D. M. Gillmore (Eds.), *Enduring issues in mass communication*. St. Paul, MN: West Publishing Company.
- Jacobs, R. (1996). Cable television subscribers: A comparison of complainers and noncomplainers. *Journal of Media Economics*, 9(3), 37-49.
- Jacobs, R. (1995). Exploring the determinants of cable television subscriber satisfaction. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 39, 262-274.
- Kahn, H., & Cooper, C. L. (1990). Media health, job satisfaction, alcohol intake and occupational stress among dealers in financial markets. *Stress Medicine*, 6(4), 285-298.
- Kovach, K. A. (1977). Organization size, job satisfaction, absenteeism and turnover. Washington, DC.
- LaRose, R., & Atkin, D. (1988a). Satisfaction, demographic, and media environment predictors of cable subscription. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 32(4), 403-413.
- LaRose, R., & Atkin, D. (1988b). Understanding cable subscribership as telecommunications behavior. *Telematics and Informatics*, 5(4), 377-388.
- Li, S. C. S. (2001). Market competition and programming diversity: A study on the TV market in Taiwan. *Journal of Media Economics*, 14(2), 105-119.
- Locke, E. A. (1976). The nature of causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 1297-1349). Chicago, IL: Rand McNally.
- Mai, L. C. (2002). Company size, operational type, ownership structure and business strategy. In R. G. Picard (Ed.), *Media firms: Structures, operations and performance* (pp. 139-168). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Mcquarrie, F. (1999). Professional mystique and journalists' dissatisfaction. *Newspaper research journal*, 20(3), 20-28.
- Moorman, R. H. (1993). The influence of cognitive and affective based job satisfaction

- measures on the relationship between satisfaction and organizational citizenship behavior. *Human relations*, 46(6), 759-776.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing settings. *Journal of Retailing*, 57, 25-48.
- Pokrywczynski, J., & Crowley, J. (1997). Job satisfaction in newspaper ad departments. *Newspaper Research Journal*, 18(1-2), 145-156.
- Pollard, G. (1995). Job satisfaction among newswriters: The influence of professionalism, perceptions of organizational structure, and social attributes. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 72(3), 682-697.
- Rubin, R. B., Rubin, A. M., & Piele, L. J. (1986). *Communication research: Strategies and sources*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Schappe, S. P. (1998). The influence of job satisfaction, organizational commitment, and fairness perceptions on organizational citizenship behavior. *Journal of Psychology*, 132(3), 277-290.
- Stamm, K., & Underwood, D. (1993). The relationship of job satisfaction to newsroom policy changes. *Journalism Quarterly*, 70, 528-528.
- Tharp, M., & Stanley, L. R. (1992). A time series analysis of newspaper profitability by circulation size. *Journal of Media Economics*, 5(1), 3-12.
- Weiss, D. J., Dawis, R. V., England, G. W., & Lofquist, L. H. (1967). Minnesota studies in vocational rehabilitation: xxii manual for the Minnesota satisfaction questionnaire. Minneapolis, MN: Work Adjustment Project, Industrial Relations Center, University of Minnesota.
- Wirth, M. O., & Bloch, H. (1995). Industrial organization theory and media industry analysis. *The Journal of Media Economics*, 8(2), 15-26.
- Young, D. P. T. (2000). Modeling media markets: How important is market structure? *Journal of Media Economics*, 13(1), 27-44.

# Exploring Correlations between Market Dynamics and Job Satisfaction in Cable Television Systems

Ping-Hung Chen \*

## ABSTRACT

This study focuses mainly on the correlations among industrial and market factors of the cable television industry and employee job satisfaction regarding cable television systems from a perspective at the individual level, instead of from traditional industrial and market perspectives. Specifically, this research concerns the relationships among the market dynamics of Taiwan's cable television industry and employee job satisfaction regarding cable television systems, including corporate ownership, capital source, business type, market type, firm size, and customer size.

This study conducted a questionnaire survey of all employees in 59 Taiwanese cable television systems. Of 5,179 total employees, 3,014 were surveyed and 2,545 respondents resulted in a successful return rate of 84 percent. The findings showed that business type has the greatest influence on employee job satisfaction, followed by market type, customer size, and firm size; though capital source and corporate ownership have less influence on employee job satisfaction.

**Keywords:** Cable television industry, job satisfaction, market dynamics, media economics, S-C-P paradigm.

---

\* Ping-Hung Chen is Professor at the Graduate Institute of Mass Communication, National Taiwan Normal University, Taiwan.