

本文章已註冊DOI數位物件識別碼

▶ 中華職棒20年現場觀眾參與行為與觀賞滿意度之研究—以新莊棒球場為例

A Study on Chinese Professional Baseball League Spectators' Participation and Satisfaction with Baseball Stadium: The Case of the Sinjhuang Baseball Stadium

doi:10.29697/JPE.201005.0010

輔仁大學體育學刊, (9), 2010

Journal of Physical Education Fu Jen Catholic University, (9), 2010

作者/Author: 李俞麟(Yu-Lin Lee);呂芳陽(Fang-Yang Lu);倪兆良(Zhao-Liang Ni)

頁數/Page: 142-162

出版日期/Publication Date: 2010/05

引用本篇文獻時，請提供DOI資訊，並透過DOI永久網址取得最正確的書目資訊。

To cite this Article, please include the DOI name in your reference data.

請使用本篇文獻DOI永久網址進行連結:

To link to this Article:

<http://dx.doi.org/10.29697/JPE.201005.0010>



DOI Enhanced

DOI是數位物件識別碼（Digital Object Identifier, DOI）的簡稱，是這篇文章在網路上的唯一識別碼，用於永久連結及引用該篇文章。

若想得知更多DOI使用資訊，

請參考 <http://doi.airiti.com>

For more information,

Please see: <http://doi.airiti.com>

請往下捲動至下一頁，開始閱讀本篇文獻

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE



中華職棒 20 年現場觀眾參與行為與觀賞滿意度 之研究-以新莊棒球場為例

李俞麟¹ 呂芳陽² 倪兆良²

¹國立臺灣師範大學體育系博士班 ²輔仁大學體育學系

摘要

本研究目的在探討新莊棒球場現場觀眾參與行為、觀賞滿意度與消費者背景變項之現況與差異情形。以 2009 年 8 月 1、2 日兩天於新莊棒球場觀看球賽之現場觀眾 492 位為對象，以「中華職棒 20 年現場觀眾參與行為與觀賞滿意度問卷」進行調查，經以描述性統計、因素分析、t 檢定及單因子變異數分析進行本研究之考驗，所得結果如下：(一) 本研究之觀眾以男性最多、年齡多分布在 24 至 31 歲、學歷多為大專/學、職業以學生最多、月平均收入以 3000 元以下最多；(二) 在參與行為部分，大部分觀眾都曾到現場看過球賽最多、平均每季會到現場觀看球賽以 10 場(含)以下最多、平均觀看中華職棒球齡在 4 年以下最多、最常到現場看球的時段以假日最多、並且以和家人到現場看球最多；(三) 滿意度構面以「人員服務」得分最高、其次為「專業表現」、「硬體設施」、「周邊商品」，最不滿意為「交通動線」；(四) 不同背景變項之現場觀眾在「人員服務」、「專業表現」、「硬體設施」、「周邊商品」及「交通動線」上皆有顯著差異存在；(五) 不同現場觀眾之參與行為與觀賞滿意度有顯著差異存在。結論：新莊棒球場位於新莊市中心，現場觀眾對於交通規劃與動線最不滿意，改善交通狀況及場內動線規劃是觀眾最希望樂見的。

關鍵詞：職業棒球、觀賞者、參與行為、滿意度

壹、緒論

一、問題背景

棒球運動於臺灣發展是起源於日治時代所引進的，並且於 1968 年紅葉少棒隊擊敗日本隊及 1969 年金龍少棒隊贏得世界冠軍，將臺灣棒球首次推向國際舞台，加上許多業餘比賽，更使得臺灣揚名於世界棒壇，也讓臺灣將棒球運動視為「國球」（陳其懋，2000；施致平，2002）。隨著棒球運動的發展及國內棒壇人士的大力支持下，國內於 1987 成立「職棒推動委員會」，並於 1988 年 9 月 5 日成立「職棒籌備委員會」確定兄弟、三商、統一、味全四支球隊，1990 年於台北市立棒球場開打，雖然當時球場設施簡陋，不過竟創造職棒元年總進場觀眾達 89 萬 9955 人次，平均每場球賽進場觀眾達 5000 人的水準（中華職業棒球大聯盟，2004），也因此開啓了觀賞臺灣職業棒球運動的新紀元。

葉公鼎（2001）在運動產業分類中提出，職業棒球賽會活動屬於運動產業核心中的觀賞性運動服務業；鄭志富、吳國銑、蕭嘉惠（2000）更指出職業運動屬於整個運動產業的核心，爲了促使國內運動產業的發展，首要工作就是增加職業運動的觀賞人口，獲得更多球迷的支持（黃蕙娟、施致平，2008）。職業棒球在開打期間，球賽的精采度是吸引球迷進場觀賽的主要因素（林千源，1995），然而、球迷會因爲球賽整體的滿意度而選擇繼續重覆觀賞，進而產生忠誠度(Reichheld & Sasser,1990)，觀賞球賽的滿意度不單只有球賽的精采度，其他周邊的設施及人員服務也會影響觀賞的滿意度（呂銀益，2002；張孝銘、高俊雄，2002）；Stammer 與 Webster (2002)指出消費者會因爲不滿意的經驗而產生不繼續消費的行為；Kolter(1999)也提出同樣的看法，當顧客或消費者在消費時，心理會產生有滿意或不滿意的情形，當顧客不滿意時，亦不會再產生消費行為。根據上述文獻指出，影響職棒球賽觀賞者進場觀賽的滿意度，可以從球賽精采程度、周邊硬體設施及人員服務三個部分進行探討，藉本研究來發現 2009 年中華職棒現場觀眾實際背景變項分布情形，並瞭解其滿意度及現場觀眾參與情形爲何，進而擬定策略來增加現場觀眾觀賞的滿意度。

二、研究目的

- (一) 調查新莊棒球場現場觀眾觀賞滿意度。
- (二) 調查新莊棒球場現場觀眾參與行為與背景變項之情形。
- (三) 調查新莊棒球場現場觀眾背景變項、參與行為與觀賞滿意度之間的差異情形。

三、研究範圍

本研究以 2009 年 8 月 1、2 日於臺北縣立新莊棒球場的現場觀眾為對象，透過「中華職棒 20 年現場觀眾觀看球賽滿意度問卷」調查，來分析中華職棒 20 年現場觀眾觀看球賽之參與行為與滿意度。

四、名詞界定

(一) 現場觀眾

觀眾(spectator)，是由體驗一場運動競賽的一個群體所組成(李鏡興，2002)，本研究之職棒現場觀眾指中華職棒二十年(2009 年)8 月 1、2 兩天親自前往球場觀賞中華職棒大聯盟的現場觀眾。

(二) 參與行為

主要的題項包括每季參與的次數、觀賞球賽的年數、最常何時觀看球賽及最常與誰一起觀看球賽。

(三) 觀賞滿意度

顧客滿意(satisfaction)指一個人所感受到愉悅程度，這種愉悅係源自對產品的認知及期望，兩相比較所形成，在購買此產品或服務後，心理會有某種程度的滿意或不滿意(Kolter,1999)，本研究之觀賞滿意度即觀眾觀賞中華職棒後的心理滿意程度。

貳、方法

一、研究對象

本研究對象為 2009 年 8 月 1 及 8 月 2 日兩天於台北縣新莊棒球場所舉辦之例

行賽進場觀眾，問卷採便利取樣蒐集相關資訊，於觀眾排隊入場時，在內野入口處發放，並於球場內回收問卷，共計發放 500 份問卷，回收 498 份，經人工剔除無效問卷後，有效問卷為 492 份。

二、研究工具

本研究工具之量表，參考自王沛泳(2001)、陳正男、曾倫崇、王沛泳(2003)、王忠茂(2005)、黃蕙娟、施致平(2008)等人，為配合本研究之需要加以修編而成，問卷共分三部分，分別為參與行為量表、觀賞滿意度量表及人口統計變項量表，係以單題之情形作答，並採用李克特五等量表設計本問卷，為實地瞭解觀眾之研究工具。

(一) 效度分析

效度(validity)即可測量的正確性，指測驗或其他測量工具是否能真正測量到它所要測量的問題(王文科, 2005)，本問卷採用內容效度及因素效度以考驗問卷之效度。

1. 內容效度

為符合邏輯效度(logical validity)及表面效度(face validity)本研究邀請國內運動管理學專家、統計測量專家與職棒領域專家共三名，以進行問卷之審視與校正，使問卷內容更具有完整性與代表性。

2. 因素效度

利用主成份分析法，並透過斜交轉軸法刪除特徵值小於 1 的因素，經第一次因素分析共將 25 題負荷不足題項刪除 8 題後，剩下 17 題做因素分類，以特徵值大於 1 進行因素分析。依題目屬性將因素一命名為「硬體設備」其特徵值為 5.37，解釋變異量為 31.61%；因素二命名為「人員服務」其特徵值為 1.84，解釋變異量為 10.85%；因素三命名為「專業表現」其特徵值為 1.72，解釋變異量為 10.16%；因素四命名為「周邊商品」其特徵值為 1.40，解釋變異量為 8.27%；因素五命名為「交通動線」其特徵值為 1.14，解釋變異量為 6.70%，累積解釋變異量為 67.62%。各因素之命名、特徵值、解釋變異量、累積解釋變異量如下表 1 所示：

表 1 滿意度之因素構面與因素負荷量表

題號及內容	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五
5.觀眾席設施清潔衛生	0.78				
6.洗手間清潔衛生	0.98				
7.洗手間數量充足	0.88				
21.座位舒適度	0.63				
8.售票人員服務態度		0.88			
9.剪票人員服務態度		0.94			
10.販賣周邊商品人員服務態度		0.61			
11.音控人員及解說人員表現			0.66		
12.裁判人員專業表現			0.69		
13.服務人員及時服務效率			0.62		
14.整體服務人員態度			0.49		
15.食物販賣處的品質				0.68	
17.食物販賣處的選擇性				0.94	
18.販賣周邊商品的選擇性				0.84	
20.往返球場看球的交通便利性					0.65
23.汽機車停車方便性					0.97
24.汽機車停車安全性					0.90
特徵值	5.37	1.84	1.72	1.40	1.14
解釋變異量	31.61%	10.85%	10.16%	8.27%	6.70%
累積解釋變異量	31.61%	42.47%	52.64%	60.91%	67.62%

(二) 信度分析

信度即是測量的可靠性、係指測量結果的一致性或穩定性(邱皓政, 2004)。本研究採內部一致性 Cronbach's α 係數, 以考驗問卷之信度。由表 2 得知, 因素「硬體設備」信度值為.81, 因素「人員服務」信度值為.756, 因素「專業表現」信度值為.79, 因素「周邊商品」信度值為.79, 因素「交通動線」信度值為.74, 總量

表信度值達.85，各因素之信度值皆達.70 以上的水準，顯示本問卷具有相當良好之信度（吳明隆，2003），而整體內部一致性高達.85，顯示本研究工具之整體信度頗佳。

表 2 各因素信度摘要表

因素	內含原始題目	題數	Cronbach'α 係數
硬體設備	5.6.7.21.	4	.81
人員服務	8.9.10.	3	.75
專業表現	11.12.13.14.	4	.79
周邊商品	15.17.18.	3	.79
交通動線	20.23.24.	3	.74
總量表		17	.85

三、研究過程及資料處理

- （一）以文獻分析發展「中華職棒 20 年現場觀眾觀看球賽滿意度問卷」。
- （二）於 2009 年 8 月 1 及 8 月 2 日兩天於台北縣新莊棒球場，以便利取樣方式發放，共計發放 500 份問卷，回收 498 份，經人工剔除無效問卷後，有效問卷為 492 份。
- （三）使用統計軟體 SPSS 15.0 版為工具，進行描述性統計分析背景變項、因素分析將滿意度做題項分類及縮減、單因子變異數分析(one-way ANOVA)，檢定參與行為、背景變項與滿意度各構面之差異情形。

參、結果

一、現場觀眾之背景變項

本研究樣本中在性別方面以男性觀眾共 354 人最多，佔全體有效樣本 72%；女性觀眾共 138 人，佔全體有效樣本 28%。在年齡方面，24 歲至未滿 31 歲者共 223 人最多，佔全體有效樣本 45.3%；最少為 31 歲（含）以上者共 50 人，佔全體有效樣本 10.2%。在教育程度方面，大專／學者共 340 人最多，佔全體有效樣

本 69.1%最少為國中（含）以下者共 4 人，佔全體有效樣本 0.8%。在平均月收入部分以 3000 元以下共 150 人最多，佔全體有效樣本 30.5%；最少為 30001 元以上共 79 人，佔全體有效樣本 16.0%。詳如下表 3 所示：

表 3 現場觀眾描述統計表

背景變項	組別	次數	百分比
性別	男	354	72%
	女	138	28%
年齡	20 歲(含)以下	75	15.2%
	20 歲-未滿 24 歲	144	29.3%
	24 歲-未滿 31 歲	223	45.3%
	31 歲(含)以上	50	10.2%
	國中(含)以下	4	0.8%
教育程度	高中/職	35	7.1%
	大專/學	340	69.1%
	研究所(含)以上	113	23.0%
	軍公教	24	4.9%
職業	商業	41	8.4%
	服務業	57	11.6%
	自由業	26	5.3%
	學生	270	55.0%
	家庭主婦	2	.4%
	工業	30	6.1%
	其他	41	8.3%
	3000 元以下	150	30.5%
	3001 元-10000 元	139	28.3%
平均月收入	10001 元-30000 元	124	25.2%
	30001 元以上	79	16.0%

二、現場觀眾參與行為

本研究樣本中在曾經到現場觀看球賽者共 402 人最多，佔全體有效樣本 81.9%；從未到現場觀看共 90 人，佔全體有效樣本 18.2%。平均每季到場觀看球賽次數以 10 次（含）以下最多共 304 人，佔全體有效樣本 61.8%，最少為 31 次以上共 11 人，佔全體有效樣本 2.2%；到球場觀看中華職棒的年數以 4 年（含）以下最多共 29.3%，最少為 4 年~未滿 8 年共 99 人，佔全體有效樣本 20.1%；最常到球場看球的時段以假日最多共 364 人，佔全體有效樣本 73.9%，非假日共 128 人，佔全體有效樣本 26.0%；最常和誰到球場看球賽以家人最多共 167 人，佔全體有效樣本 34.0%，最少為獨自一人共 52 人，佔全體有效樣本 10.6%。詳如表 4 所示：

表 4 現場觀眾參與行為

題項	組別	次數	百分比
是否曾到現場觀看球賽	是	402	81.9%
	否	90	18.2%
平均每季到場觀看球賽次數	10 次(含)以下	304	61.8%
	11-20 次	129	26.2%
	21-30 次	48	9.8%
	31 次以上	11	2.2%
	4 年(含)以下	144	29.3%
球場觀賞中華職棒年數	4 年-未滿 8 年	99	20.1%
	8 年-未滿 15 年	116	23.6%
	15 年以上	133	27.0%
最常在什麼時段到球場看球	假日	364	73.9%
	非假日	128	26.0%
	獨自一人	52	10.6%
最常與誰到現場觀看球賽	朋友	155	31.5%
	同學	106	21.5%
	家人	167	34.0%
	其他	12	2.4%

三、人口統計變項與現場觀眾參與行為交叉表

由表 5 所示, 參與中華職棒 20 年現場觀眾人口統計變項與參與行為, 總計有效樣本有 492 筆, 以現場觀眾每月平均月收入與參與行為交叉分析總計結果得知現場觀眾是否曾到現場觀看球賽以收入 3000 元以下, 曾經到球場看過球的觀眾最多, 佔 53.00%, 平均月收入 3001~10000 元從未到現場觀看過球賽的觀眾佔最少, 佔 13.22%; 平均每季到場觀看球賽次數, 以收入 3000 元以下, 每季到場觀看 10 次(含)以下觀眾最多, 佔 51.97%, 收入 3001~10000 元每季到場觀看 11~20 場的觀眾佔最少, 佔 10.07%; 觀看中華職棒年數, 以收入 3000 元以上, 觀看年數在 4 年(含)以下人最多, 佔 48.05%, 收入在 3001~10000 元觀看年數在 8~15 年的觀眾最少, 佔 6.89%; 收入在 3000 元以上最常在假日到場看球的觀眾最多, 佔 51.64%, 收入在 10001~30000 元假日到場看球的觀眾最少, 佔 8.79%; 收入 3000 元以下和同學一起來看球的人最多, 佔 67.92%。

表 5 人口統計變項與現場觀眾參與行為交叉分析表

	次數	3000 元以下	平均月收入		
			3001 元 -10000 元	10001 元 -30000 元	30001 元 以上
總計	492	150	139	124	79
是否曾到現場觀看球賽					
是	402	53.00%	5.47%	23.11%	18.42%
否	90	51.00%	13.22%	13.33%	24.45%
平均每季到場觀看球賽 次數					
10 次(含)以下	304	51.97%	10.19%	21.71%	16.13%
11-20 次	129	51.16%	10.07%	13.95%	24.82%
21-30 次	48	41.66%	14.58%	12.50%	31.25%
31 次以上	11	27.27%	9.09%	9.09%	54.54%

球場觀賞中華職棒年數					
4 年(含)以下	144	48.05%	11.58%	14.27%	26.10%
4 年-未滿 8 年	99	46.46%	15.15%	20.20%	18.19%
8 年-未滿 15 年	116	42.41%	6.89%	14.48%	36.22%
15 年以上	133	13.53%	18.79%	21.80%	45.88%
最常在什麼時段到球場看球					
假日	364	51.64%	15.38%	8.79%	24.19%
非假日	128	43.75%	15.62%	13.28%	27.35%
最常與誰到現場觀看球賽					
獨自一人	52	32.69%	11.53%	15.38%	40.40%
朋友	155	44.51%	11.61%	13.54%	30.34%
同學	106	67.92%	16.98%	10.37%	4.73%
家人	167	34.73%	10.77%	8.38%	46.12%
其他	12	58.33%	8.33%	25.00%	8.34%

四、現場觀眾之滿意度分析

如表 6 現場觀眾觀賞滿意度構面所示，得分最高為「人員服務」平均值為 3.58，其次分為「專業表現」平均值為 3.43、「硬體設施」平均值為 3.11、「周邊商品」平均值為 3.10，分數最低為「交通動線」平均值為 3.00。

表 6 觀賞滿意度平均值

構面 平均值	硬體設施	人員服務	專業表現	周邊商品	交通動線
得分	3.11	3.58	3.43	3.10	3.00

五、不同背景變項之現場觀眾與觀賞滿意度之差異分析

(一) 性別

如表 7 所示，不同性別之現場觀眾在滿意度得分差異分析，有顯著的差異存在($p < .05$)。進一步分析發現，在「硬體設備」及「交通動線」有顯著的差異存在($p < .05$)。

表 7 不同性別之觀眾於觀賞滿意度之變異數分析摘要表

構面	組別	組別		t 值
		男	女	
硬體設備	M	3.17	2.95	3.17*
	SD	.62	.78	
人員服務	M	3.60	3.53	1.22
	SD	.55	.64	
專業表現	M	3.41	3.47	-.87
	SD	.60	.53	
周邊商品	M	3.09	3.12	-.36
	SD	.55	.61	
交通動線	M	2.97	3.09	-1.62*
	SD	.77	.65	

* $p < .05$

(二) 年齡

如表 8 所示，不同年齡之現場觀眾在觀賞滿意度的得分差異有顯著差異存在($p < .05$)。進一步分析發現，在「硬體設備」、「人員服務」及「周邊商品」有顯著的差異存在($p < .05$)。

表 8 不同年齡之觀眾於觀賞滿意度之變異數分析摘要表

組 別 構面		1.20 歲 (含)以下	2.20 歲- 未滿 24 歲	3.24 歲- 未滿 31 歲	4.31 歲 (含)以上	<i>F</i> 值	事後比 較
硬體設備	M	3.07	3.31	3.16	3.35	1.99*	2,3,4>1
	SD	.46	.65	.38	.78		
人員服務	M	3.44	3.64	3.73	3.90	2.08*	2,3,4>1
	SD	.66	.50	.61	.16		
專業表現	M	3.41	3.50	3.65	3.40	1.49	
	SD	.66	.61	.43	.50		
周邊商品	M	3.11	3.03	3.11	2.90	2.52*	1,3>4
	SD	.55	.53	.48	.39		
交通動線	M	3.00	2.95	2.94	3.12	1.62	
	SD	.69	.65	.81	.79		

* $p < .05$

(三) 教育程度

如表 9 所示，不同教育程度之現場觀眾在觀賞滿意度的得分差異有顯著差異存在($p < .05$)。進一步分析發現，在「硬體設備」、「人員服務」、「專業表現」及「交通動線」有顯著差異存在($p < .05$)。

表 9 不同教育程度之觀眾於觀賞滿意度之變異數分析摘要表

組 別 構面		1.國中 (含)以下	2.高中/ 職	3.大專/ 學	4.研究 所(含)以 上	<i>F</i> 值	事後比 較
硬體設備	M	3.25	3.42	3.12	2.95	4.68*	1,2 > 4
	SD	.86	.62	.71	.53		
人員服務	M	3.50	3.92	3.55	3.59	4.38*	2 > 1,3,4
	SD	.57	.60	.58	.55		

專業表現	M	3.50	3.63	3.44	3.34	2.19*	2>4
	SD	.57	.54	.59	.57		
周邊商品	M	3.00	3.25	3.09	3.10	.93	
	SD	1.15	.62	.57	.51		
交通動線	M	3.16	3.56	2.99	2.87	8.23*	2>4
	SD	.96	.77	.74	.66		

* $p < .05$

(四) 職業

如表 10 所示，不同職業之現場觀眾在觀賞滿意度的得分差異分析，有顯著差異存在($p < .05$)。進一步分析發現，在「硬體設備」、「專業表現」及「交通動線」構面上有顯著差異存在($p < .05$)。

表 10 不同職業之觀眾於觀賞滿意度之變異數分析摘要表

組別 構面		1.軍 公教	2.商 業	3.服 務業	4.自 由業	5.學 生	6.家 庭主 婦	7.工 業	8.其 他	F 值	事後 比較
硬體 設備	M	2.81	2.79	3.40	3.11	3.08	3.00	3.21	3.32	4.31*	3>1, 2,4,5, 6
	SD	.94	.77	.64	.83	.61	.00	.60	.55		
人員 服務	M	3.44	3.58	3.67	3.53	3.54	3.00	3.75	3.67	1.72	
	SD	.54	.61	.56	.64	.56	.00	.59	.61		
專業 表現	M	3.22	3.32	3.47	3.57	3.43	3.00	3.28	3.64	2.09*	8>1, 2
	SD	.51	.53	.65	.63	.56	.00	.48	.61		
周邊 商品	M	2.94	3.01	3.04	3.20	3.11	3.00	3.03	3.29	1.80	
	SD	.72	.48	.48	.63	.54	.00	.72	.62		
交通 動線	M	2.94	2.88	2.88	2.66	2.95	3.00	3.15	3.05	3.92*	6>4
	SD	.84	.59	.82	.63	.70	.00	.87	.69		

* $p < .05$

(五) 平均月收入

如表 11 所示，不同平均月收入之現場觀眾在觀賞滿意度的得分差異分析，有顯著差異存在($p < .05$)。

表 11 不同平均月收入之觀眾於觀賞滿意度之變異數分析摘要表

構面	組別	1.3000	2.3001	3.10001	4.30001	F 值	事後比較
		元 以下	元 -10000 元	元 -30000 元	元以上		
硬體設備	M	3.11	3.19	3.27	2.66	3.46*	1,2,3>4
	SD	.69	.41	.52	.78		
人員服務	M	3.52	3.55	3.51	3.20	2.21*	1,2,3>4
	SD	.53	.56	.65	.57		
專業表現	M	3.37	3.44	3.48	3.18	2.32*	1,2,3>4
	SD	.52	.55	.62	.46		
周邊商品	M	3.18	3.16	3.12	2.70	2.33*	1,2,3>4
	SD	.63	.36	.71	.50		
交通動線	M	3.05	2.91	3.01	2.67	1.61*	1,2,3>4
	SD	.69	.73	.81	.79		

* $p < .05$

六、現場觀眾與觀賞滿意度之差異分析

如表 12 所示，現場觀眾在每季觀看球賽次數對硬體設備與交通動線方面的得分有顯著差異；觀賞年數對硬體設備、人員服務的得分有顯著差異存在($p < .05$)。

表 12 現場觀眾參與行為與觀賞滿意度之變異數分析差異摘要表

變異來源	每季觀看球賽次數	觀賞年數	最常觀賞時段
	F 值	F 值	F 值
硬體設備	8.17*	3.00*	0.54
人員服務	1.47	3.05*	0.70

接下頁

專業表現	1.88	1.69	0.93
周邊商品	0.95	1.77	0.61
交通動線	2.67*	1.46	1.74

* $p < .05$

肆、討論

一、人口統計分析

本研究現場觀眾在性別部分男性佔 72%、女性佔 28%，呈現男性高於女性的現象，這與林千源(1995)、劉美稚(1999)、王沛泳(2001)、吳曉雯(2002)、廖俊儒(2004)、楊德偉(2006)、蔡翔証(2007)、呂宛秦、鄭志富(2008)…等人研究相同，推測其原因乃在於棒球運動的參與對象屬於男性居多，因此男性觀眾大於女性觀眾。球迷年齡層介於 20 至 30 歲最多，佔 74.6%；教育程度以大專、大學程度者最多，佔 69.1%；職業以學生最多，佔 55.0%；平均月收入在一萬元以下佔 58.8%最多；平均到現場觀看球賽年數以 4 年(含)以下最多，佔 29.3%。此結果與林千源(1995)、劉美稚(1999)、王沛泳(2001)、吳曉雯(2002)、廖俊儒(2004)、王忠茂(2005)、楊德偉(2006)、蔡翔証(2007)、呂宛秦、鄭志富(2008)…等人研究相同，表示本研究所抽樣的對象與文獻的資料相似，也具分析代表性。

二、滿意度分析

本研究現場觀眾觀賞滿意度構面，以「人員服務」平均值為 3.58 得分最高，其次分為「專業表現」平均值為 3.43、「硬體設施」平均值為 3.11、「周邊商品」平均值為 3.10，分數最低為「交通動線」平均值為 3.00。此研究結果同於林千源(1995)、劉美稚(1999)、王忠茂(2005)的研究，不同於黃啓明(2005)針對職棒球迷參與程度及對場地設施滿意度之研究-以統一獅隊台南主場為例，原因在於本研究對象為新莊棒球場的現場觀眾，由於新莊棒球場啓用於 1997 年屬於比較新的球場，反觀台南棒球場興建於日治時代(中華職棒大聯盟，2009)，屬於比較老舊的球場，因此觀眾在硬體設施上滿意度較低。

不同背景變項之現場觀眾在觀賞滿意度各構面間有顯著差異存在，此研究結

果同於廖俊儒(2004)、彭小惠(2005)、黃啓明、劉志華(2005)、楊德偉(2006), 進一步分析得知, 不同性別、年齡、教育程度、職業、觀賞年數、平均月收入在「硬體設施」上有顯著差異, 代表不同背景變項的觀眾到場觀看球賽最注重是看球的舒適度及環境的維護; 此外, 不同年齡及觀賞年數的觀眾在「交通動線」上無顯著差異, 顯示出年齡較輕且觀賞年數較少的觀眾並不在乎往返球場的便利性; 不同性別及職業的觀眾在「人員服務」上無顯著差異, 代表球場上的服務人員對於觀眾的性別和職業是無差別待遇的。

三、參與行為分析

本研究現場觀眾參與行為與滿意度上有顯著差異存在, 其中觀看球賽次數與硬體設備、交通動線構面上有顯著差異存在, 此結果與陳正男等人(2003)研究相同, 也說明著觀眾會因參與的次數愈多, 對球場硬體設備及交通動線規劃上有更高的標準, 也造成不滿意的結果; 觀看球賽年數與硬體設施、人員服務有顯著差異存在, 此研究結果也同於林千源(1995)的研究, 代表觀眾觀看球賽年數愈久, 對於球場的硬體設備、服務人員...等, 會產生不滿意, 原因可能為觀眾會以歷史的看球印象來評析球場設備及服務人員, 也是造成不滿意的主要原因。

四、結論

本研究最主要的貢獻在提出中華職棒聯盟現場觀賞球賽滿意度與參與行為情形, 並利用因素分析及單因子變異數分析探討不同背景變項觀眾, 在觀賞滿意度上的差異情形。由研究結果可看出, 將滿意度分為硬體設施、人員服務、專業表現、周邊商品及交通動線五個構面, 其中在本研究中觀眾對於「人員服務」具有較高的滿意程度, 對於「交通動線」則最不滿意; 現場觀眾每季觀看球次數與觀賞年數對球場硬體設備及交通動線上有顯著差異, 代表觀看球賽次數與年數愈多的觀眾, 對於硬體設備與交通動線最不滿意, 也提供新莊棒球場及中華職棒聯盟應注意此現象, 為了減少觀眾流失, 可從此兩構面著手努力。

五、建議

(一) 實務建議

1. 由研究中可發現觀眾對於「交通動線」最不滿意，因此，建議中華職棒聯盟可針對觀眾的停車問題給予折扣，可與新莊體育場地下停車場及附近民營停車場合作，憑門票可予以打折的優惠，此行動可以為觀眾帶來方便；另外，亦可增加往返鄰近的捷運站及球場的接駁車班次，可以解決觀眾往返的方便性。
2. 觀眾最常與家人到現場看球，球團在擬訂行銷策略時，可以針對此族群來設計一系列的行銷方案，例如：周六家庭日，買票進場贈送紀念品，鎖定主要目標族群。
3. 中華職棒 20 年例行賽在新莊共排定 40 場球賽，天母排定 31 場球賽，而本研究觀眾到現場觀看球賽以 10 場（含）以下最多，代表觀眾觀看球賽的連續性並不顯著，因此建議球團可以參考美國大聯盟的方式，販賣套票的方式，可以吸引連續性的觀眾來球場觀看球賽。

（二）未來研究建議

因研究時程之限制，本研究乃屬個案式研究，建議未來可延伸研究之時程，對於全省各球場做普遍性的調查，可比較全省各球場間觀眾滿意度的差異為何，進而成為中華職棒聯盟及各球團改善觀眾滿意度的標。

參考文獻

- 中華職業棒球大聯盟（2004）。**中華職棒記錄年鑑**。臺北：中華職棒事業股份有限公司
- 中華職業棒球大聯盟（2009）。**球場介紹**。2009年2月6日，取自中華職棒大聯盟網站，<http://www.cpbl.com.tw>。
- 王文科（2005）。**教育研究法**。台北：五南。
- 王沛泳（2001）。**球迷參與行為及參與滿意度之影響因素**。未出版之碩士論文，台南市，國立成功大學企業管理學系。
- 王忠茂（2005）。職棒興農牛隊球迷觀賞動機與滿意度之研究。**大專體育學刊**，71，67-78。
- 吳明隆（2003）。**SPSS 統計應用學習實務**。台北：知城數位科技。
- 吳曉雯（2002）。**影響職棒球迷選擇支持球隊的因素及其與忠誠度、滿意度的關係**。

- 未出版之碩士論文，桃園縣，國立體育學院體育研究所。
- 呂宛蓁、鄭志富（2008）。職棒觀眾觀賞行為意圖模式之研究。**大專體育學刊**，103，57-71。
- 呂銀益、呂謙、徐揚、王瑞麟、李麗瓊、邱裕新（2002）。第34屆世棒賽賽會服務品質與服務滿意度之研究。**台灣體育運動管理學報**，1，35-54。
- 李鏡興（2002）。運動觀賞感受刺激與滿意度之研究：以香港七人制橄欖球賽為例。未出版之碩士論文，桃園縣，國立體育學院體育研究所。
- 林千源（1995）。兄弟象職業棒球隊消費者行為之研究。未出版之碩士論文，台北市，國立台灣師範大學體育研究所。
- 邱皓政（2004）。量化研究與統計分析：SPSS中文視窗版資料分析範例解析。台北：五南。
- 施致平（2002）。第三十四屆世棒賽民眾參與之實證研究。臺北：漢文書局。
- 陳其懋（2000）。台灣職業棒球球員工作生活品質之研究。未出版之碩士論文，嘉義縣，國立中正大學勞工研究所。
- 彭小惠（2005）。UBA 主場運動觀眾之觀賞動機與滿意度研究。**臺灣體育運動管理學報**第三期。
- 黃志成、李育忠（2004年）。淺談職棒運動在台灣的發展。**大專體育**，71，54-58。
- 黃啓明、劉志華（2005）。職棒球迷參與程度及對場地設施滿意度之研究：以統一獅隊台南主場為例。**大專體育學刊**，74，49-60。
- 黃蕙娟、施致平（2008）。職棒球隊之行銷策略對其球迷參與滿意度影響之分析。**運動與遊憩研究**，2(4)，107-121。
- 楊德偉（2006）。球迷選擇支持球隊關鍵影響因素暨體驗滿意度、參與行為及忠誠度之關連性—以中華職棒大聯盟為例。未出版之碩士論文，台南縣，崑山科技大學企業管理研究所。
- 葉公鼎（2001）。論運動產業之範疇與分類。**運動管理季刊**，1，8-21。
- 廖俊儒（2004）。職棒現場觀眾消費體驗要素對體驗滿意度與忠誠意願影響之研究。未出版之博士論文，台北市，國立台灣師範大學體育學系。
- 劉美稚（1999）。台灣職業棒球消費者行為研究。國立政治大學未出版碩士論文。

蔡翔証 (2007)。中華職棒大聯盟現場觀賞潛在顧客未消費行為導因之研究。台灣體育運動管理學報第五期。

鄭志富、吳國銑、蕭嘉惠 (2000)。運動行銷學。台北：華泰文化事業股份有限公司。

Kolter, P.(1999). Marketing management: *analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). Englewood Cliffs,NJ:Prentice-Hall.

Stammer Johan, C., & Webster, C. (2002). Trait and situational antecedents to non-consumption. In *Advances in consumer research*, vol. 29, pp.126-132. Provo: Assoc Consumer Research.

Reichheld, F. F. & Sasser Jr, W. E.(1990). "Zero Defections: Quality Comes to Services", *Harvard Business Review*, Vol.68, No.5, pp.105-111.

A Study on Chinese Professional Baseball League Spectators' Participation and Satisfaction with Baseball Stadium: The Case of the Sinjhuang Baseball Stadium

Yu-Lin Lee¹ Fang-Yang Lu² Zhao-Liang Ni³

¹National Taiwan Normal University

² Fu Jen Catholic University

Abstract

Purpose: The purpose of the study aimed to explore the behavior of spectator participation, spectators' demographic and satisfaction differences among Chinese Professional Baseball League (CPBL) spectators in Taiwan. **Methods:** Five hundred spectators visiting game on August 1, 2 2009 in Sinjhuang baseball stadium participated in this survey based research. We used canonical descript statistics, factor analysis, t-test and one-way ANOVA to analyze 492 valid questionnaires. **Results:** (1) More female high school and college students aged between 24 and 31 with less than 4 year CPBL game watching experience and monthly income less than NT\$3,000 came to the ball game. (2) In participation behavior, most viewers have seen the game up to the site, with an average 10 games per season will be on site to watch a baseball match in 10 games (including) the following up, the average viewing age of CPBL in four years up to the most frequently to the site to see the game most of holiday time, and with their family watching the scene .(3) Customers' satisfaction consists of 5 factors ranked as "personal factor", "professional factor", "equipment factor", "product factor", "traffic factor".(4) Spectators with different demographics showed significantly different satisfaction with personal, profession, equipment, product, and traffic factors.(5) The participation of the different spectators viewing behavior and existence of significant differences in satisfaction. **Conclusion:** Many spectators dissatisfied with the transportation. Therefore,

CPBL should coordinate a game day transportation plan with local transit system.

Keywords: professional baseball, spectators, participation behavior, satisfaction