

## 第參章 研究方法

本章根據研究目的和文獻探討所得，說明研究設計與實施的過程，共可分為五節；分別為第一節：研究架構；第二節：研究流程；第三節：研究對象；第四節：研究工具；第五節：實施步驟；第六節：資料分析處理。

### 第一節 研究架構

根據本研究之研究動機與目的、研究問題與文獻探討提出本研究架構，其旨在於瞭解贊助商贊助中華職棒大聯盟之動機與考量因素，並瞭解其實質獲取效益之情形。本研究架構如圖 3-1 所示：

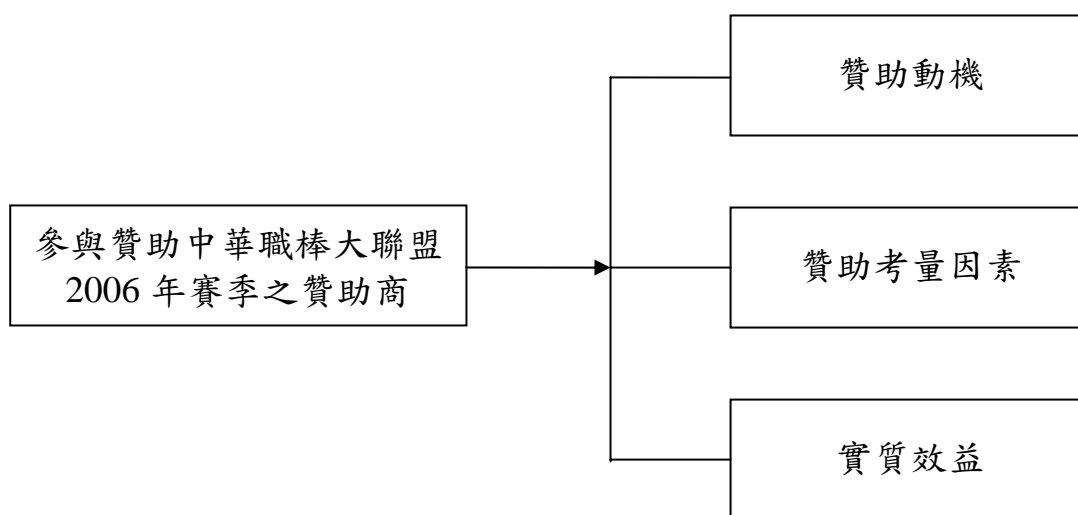


圖 3-1 研究架構

## 第二節 研究流程

本研究首先經過蒐集中華職棒大聯盟及贊助商相關報導、運動贊助動機、運動贊助效益、企業贊助考量因素等相關文獻閱讀之後，先預定本研究之研究主題及研究架構，再針對研究主題相關之文獻加以分類、彙整，同時確定國內運動贊助、運動行銷、職業運動經營等專業學者為本研究之專家人選。確定本研究架構流程無誤後，採內容分析及深度訪談等種方式同時進行，各研究方法與所探究的內容，茲說明如下：

### 一、內容分析(content analysis)

內容分析是一種社會科學的研究方法，可以解釋某特定時間的狀態或該現象的發展情形，是具有一定的價值與採用的必要（王文科、王智宏，2004）。本研究以訪談逐字稿做為分析標的，以客觀且系統性的方式將文獻及各項研究資料（包括運動贊助相關議題之研究報告、綜合評論及大聯盟2006年賽季贊助之相關贊助文件，含贊助計畫書、贊助契約書、成果報告...等）加以歸類且描述資料之間的相互關係，並分析歸納出研究結果。

### 二、深度訪談(in-depth interview)

根據本研究之問題，若要研究企業贊助的動機與行為，必定要先對於企業本身具有相當程度的瞭解，才能對各種有關資訊擁有一定效度的詮釋，藉由深度訪談的方式，可使研究者針對先前準備的次級資料，而對企業有基礎的認識及瞭解，擬定訪談問題、進行深度訪談並分析訪談資料並

加以編碼。經過以上兩個步驟後，將本研究與其他相關研究結果進行文獻比對，以提出最後的研究結論與建議。本研究流程茲以圖 3-2 所示：

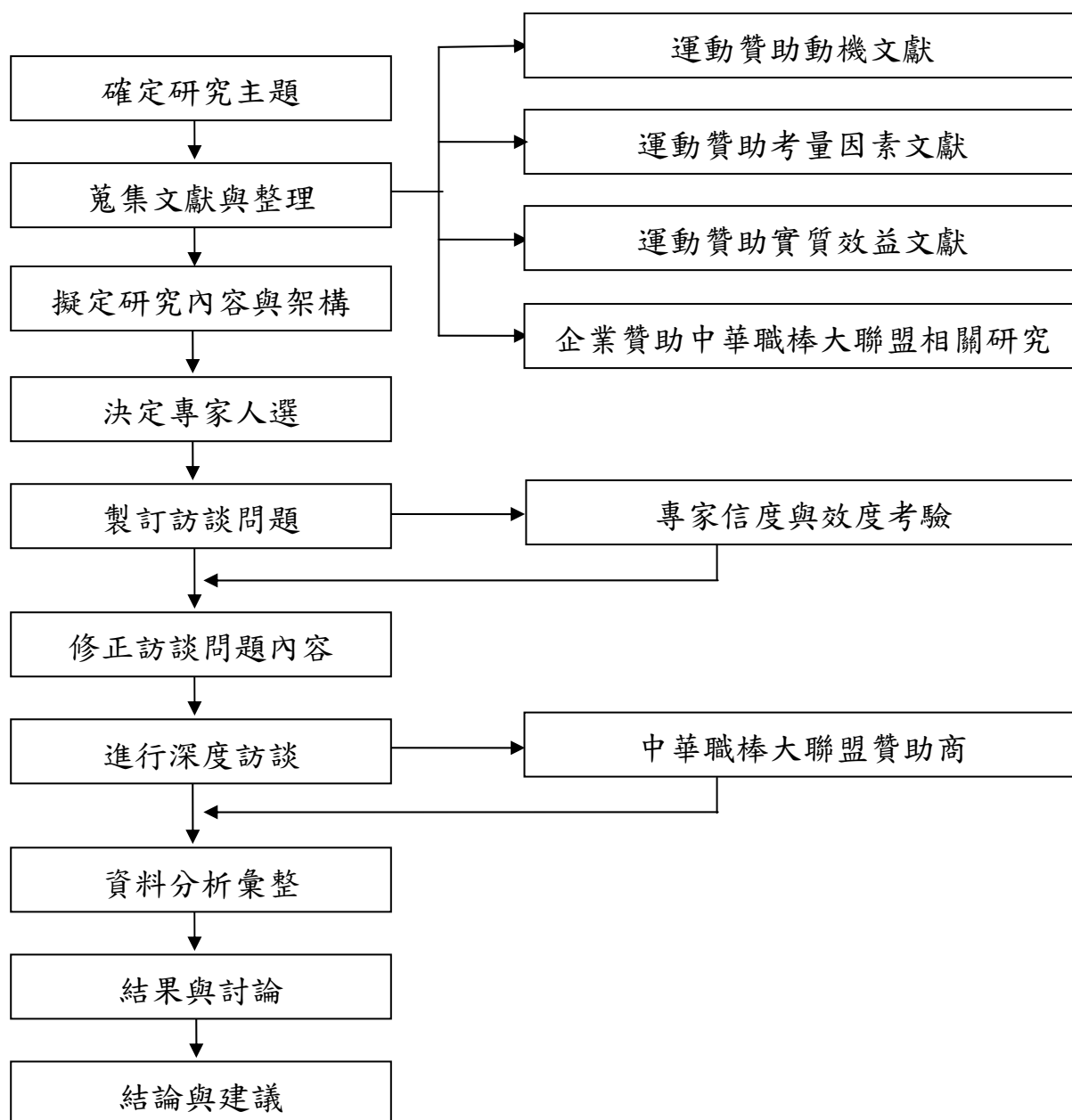


圖 3-2 研究流程圖

### 第三節 研究對象

本研究中有關中華職棒大聯盟贊助商的部份，為取得研究對象中贊助中華職棒大聯盟 2006 年賽季之贊助商確實名單，故前往該單位請求協助，由中華職棒大聯盟負責企業贊助業務之宣推部專責經理人提供，並依據本研究對運動贊助之界定，先詢問中華職棒大聯盟運動贊助業務之經理人，了解該企業在贊助中華職棒大聯盟之後，是否有利用贊助中華職棒大聯盟的商業夥伴關係採取相關行銷方案、回饋社會活動或藉此提升企業形象之事件，以決定本研究最後將進行深度訪談與了解之企業名單。

中華職棒大聯盟負責企業贊助業務之宣推部經理人所提供之贊助商名單，分別為八方生物科技股份有限公司、三商美邦人壽、日盛金融控股股份有限公司、台北華國大飯店、台灣美津濃股份有限公司、光泉牧場股份有限公司、明台產物保險股份有限公司、法務部板橋地方法院檢察署。

經由本研究瞭解，八方生物科技股份有限公司、三商美邦人壽、明台產物保險股份有限公司及台北華國大飯店皆為中華職棒大聯盟向該企業購買產品，並以廣告互利方式進行行銷，因此不符合「運動贊助」之定義，故予以排除。法務部板橋地方法院檢察署為政府機構，贊助中華職棒大聯盟之動機為政府既定政策，故不列為研究對象，也應予以排除。

排除不符合「運動贊助」定義之贊助商後，本研究之對象為日盛金融控股股份有限公司、台灣美津濃股份有限公司、光泉牧場股份有限公司。

## 第四節 研究工具

### 一、訪談大綱

本研究訪談內容的主要目的在瞭解企業贊助中華職棒大聯盟 2006 年賽季贊助活動之情形，並探討企業贊成中華職棒大聯盟的動機與考量因素等，採自編之「企業贊助中華職棒 2006 年賽季訪談大綱」(如附件一)。鑑於研究對象之數目並不十分龐大，採取深度訪談方式進行研究。本訪談大綱擬參酌陳竟明(2002)「中華奧會與企業贊助互動之探索性研究訪談內容」、蘇錦雀(2002)「企業贊助九十一年全國中等學校運動會之研究」、周振雄(1997)「企業贊助大專運動會動機與考量因素之研究量表」編製而成。訪談大綱內容包括：企業贊助中華職棒大聯盟 2006 年賽季之動機、考量因素、贊助效益等。

### 二、專家組合

建構出本研究之訪談問題初稿後，另函請國內相關領域之學者專家以及業界人士進行審視是否切合主題之需求，再依專家所提供之意見，做修正與討論。目前擬請五位專家學者進行信、效度審視，如表 3-1。

表 3-1 專家學者組合表

專家學者	單位職稱	專長領域
朱文增	國立臺灣師範大學 運動與休閒管理研究所助理教授	運動經濟學 財務管理
李文彬	中華職棒大聯盟 秘書長	職業運動經營
程紹同	國立臺灣師範大學 體育學系教授	運動行銷學 運動贊助策略
黃煜	國立新竹教育大學 體育學系副教授	職業運動經營 運動行銷學
黃瑛坡	兄弟象股份有限公司 行銷企劃部總監	職業運動經營 運動贊助業務

註：專家學者姓名依姓氏筆劃排列

### 三、信、效度考驗

#### (一) 訪談資料信度

為確保本研究訪談內容之信度，本研究擬結合三角測定(triangulation)中的方法(methods)三角測定、來源(sources)三角測定以及理論觀點三角測定等三種形式，以促進本研究之信度。研究者除事先蒐集企業贊助中華職棒大聯盟 2006 年賽季之相關資料，以便於在訪談中進行核對，並在研究之初詳述告知本研究之目的與程序，以取得信任進而提供確實之資料。在訪談過程時視受訪人員的意願，以錄音或紙筆等方式進行記錄，並以同樣的議題請教相關人員，透過受訪單位負責贊助業務之經理人提供的贊助中華職棒大聯盟相關資料及所蒐集之報章媒體報導，進行交叉檢驗(cross-checking)

的方式確認資料可信度。訪談後依錄音帶及記錄進行謄錄，謄錄後再經受訪人員確認後方可定稿。

## （二）訪談資料效度

請專家學者提供深度訪談內容的專家意見，並請指導教授校正，以求設計較為完善之研究工作。為使受訪者能夠有效掌握訪談的重點，除於訪談前先以電子郵件 E-mail 或傳真方式，傳送訪談之內容外，並於訪談進行前重申本研究之目的，訪談中以使用受訪人員熟悉之語言，同時加強研究者本身的訪談技巧訓練，以便使受訪人員充分掌握訪談要旨。此外透過蒐集之資料以對其訪談內容相互考證。

## 第五節 實施步驟

本研究以下列方式進行資料收蒐集，以期獲得較完整的資料

### 一、人員訪談

本研究以個案深度訪談方式進行，以贊助中華職棒大聯盟 2006 年賽季的 3 家贊助商中，除提供相關資源外，並實際執行贊助活化策略之企業為訪談對象，確定受訪人員名單，進行人員訪談。

### 二、訪談資料蒐集

研究者在進行訪談前，應熟悉訪談的技巧，以利訪談的進行，以訪談的方式來蒐集研究主要資料，最後再加以歸納整理。

### 三、訪談過程

訪談時間安排於民國九十六年五月間進行，在進行訪談前先寄出訪談問卷，使受訪者了解本研究的目的及問題，以利訪談的進行，研究者並於訪談前先行以電話聯繫，並徵求其意願以確定訪談時間，若因時間、空間因素無法面對面訪談，則採用電話訪談方式進行，並事先徵詢其同意研究者使用錄音機紀錄。詳細訪談個案公司名單及受訪人員姓名，整理如表 3-2。

表 3-2 個案深度訪談公司及時間表

受訪公司名稱	受訪人員	部門	職稱	負責業務內容	訪談日期
日盛金融控股股份有限公司	鍾芳程	公共事務處	副 總	1.公益活動及日盛金融形象之維護與推廣。 2.掌理對媒體、投資人及政府機關之關係，相關危機處理。	2007.5.2
光泉牧場股份有限公司	王政杰	行銷企劃部 產品行銷處	專案主任	1.產品行銷企劃、規劃及執行。	2007.5.9
台灣美津濃股份有限公司	紀定安	體育用品營業部 販促課	課 長	1.各單項協會國家代表隊合作規劃及執行。 2.各單項大型運動賽會合作規劃及執行。 3.中華職棒各球團合作規劃及執行。	2007.5.17

註：受訪公司係依訪談時間先後順序排列。



## 第六節 資料分析處理

資料分析主要是指操作資料、組織資料、將資料分成許多小單元、綜合整理這些小單元、尋找模式、發現重要可供呈現的資料等幾項步驟，是相當複雜的一項工作(Bogdan & Biklen, 1992)。本研究訪談主題將採開放式的問題，由於無法將資料以量化方式進行分析，故在訪談結束後，隨即將所獲取之訪談內容及個案公司次級資料加以記錄、整理、分類，再利用內容分析法將探討類型相同的主題加以歸納、整理及編碼，以探討企業參與運動贊助的動機、考量因素並瞭解企業對於贊助後的實際效益情形。茲將訪談資料分析方式如下敘述：

- (一) 採取歸納式分析方式，根據本研究之研究目的，對於個案訪談後謄寫之訪談逐字稿與相關資料加以歸類。
- (二) 根據本研究之研究目的將訪談結果加以編碼、建檔分析後，摘錄與研究問題相關及有影響之重要資料，其餘則捨棄不用。
- (三) 再根據編碼後的資料，比對相關的文獻而後分析歸納，最後提出結論與建議。