

第參章 研究方法

本章內容共分為五小節：依序為研究架構、研究流程、研究對象、研究工具與編製、資料處理與分析等五個部分來進行。

第一節 研究架構

本研究欲了解中華職棒球隊規劃暨實施現場促銷活動的流程，並依據研究目的，提出研究架構如圖 3-1-1。

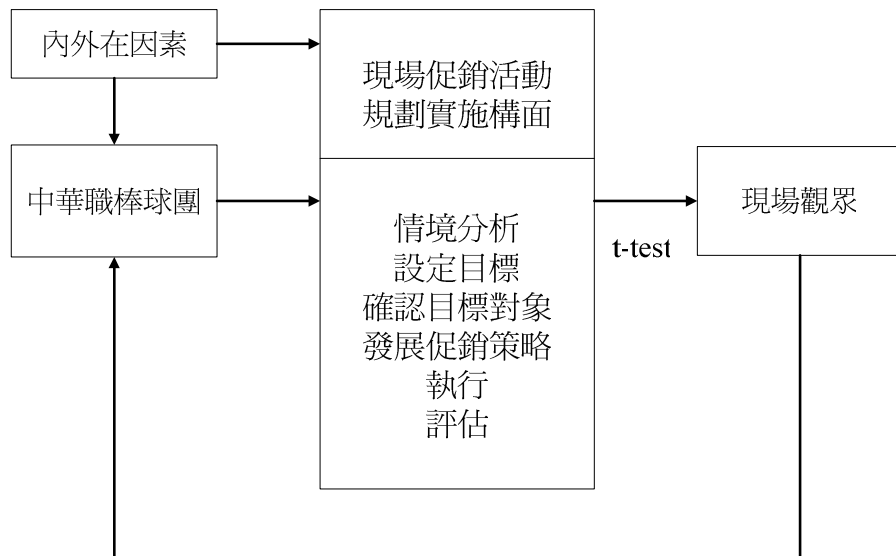


圖 3-1-1 研究架構圖

第二節 研究流程

本研究蒐集相關文獻並進行探討，設定研究主題及架構，接著進行研究工具之編製，經專家學者審視後進行修改。訪談大綱定稿之後針對各球團相關人員進行訪談；另外蒐集現場促銷活動與觀眾人數資料，以統計方法 t-檢定檢視前者對觀眾人數的影響；最後將資料彙整分析，並進行討論與解釋，最後做出結論。本研究的研究流程如圖 3-2-1 所示。

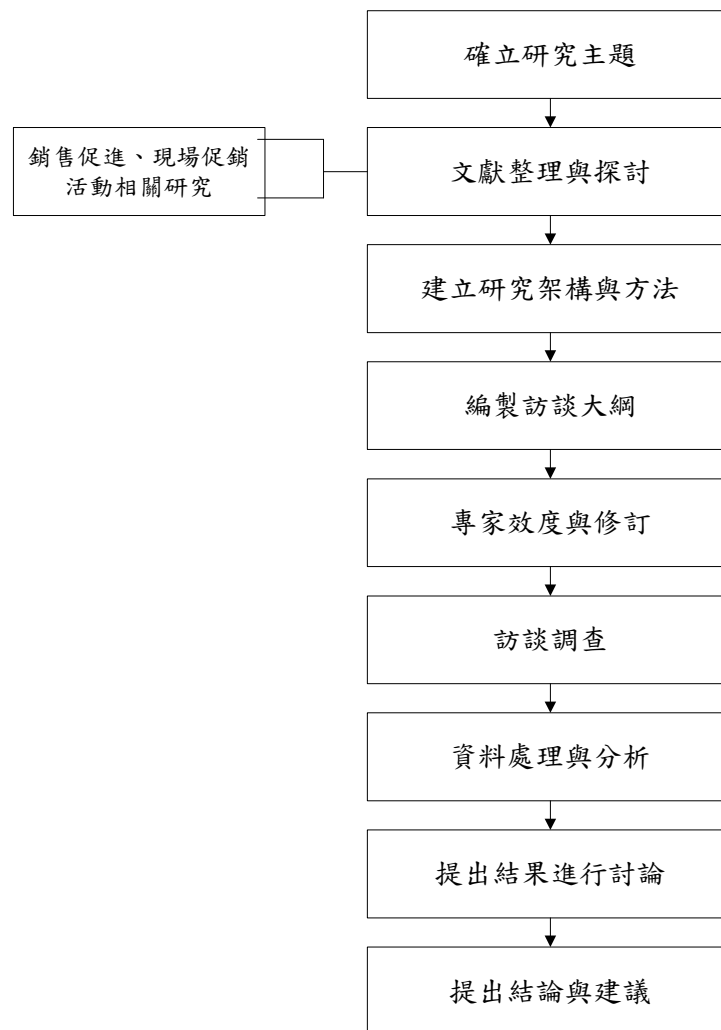


圖 3-2-1 研究流程圖

第三節 研究對象

本研究擬以中華職棒大聯盟六支球團為研究對象，分別為 La new 熊、統一獅、興農牛、誠泰 Cobras、中信鯨、以及兄弟象六支球團。

訪談對象資料如表 3-3-1。

表 3-3-1 訪談對象資料表

受訪球團	訪談對象	隸屬部門
兄弟球團	訪談對象 A	行銷企劃部
興農球團	訪談對象 B	宣推課
中信球團	訪談對象 C	行銷企劃部
統一球團	訪談對象 D	行銷課
La new 球團	訪談對象 E	宣推部
誠泰球團	訪談對象 F	活動企劃組

註：<受訪球團人員係按照受訪時間之先後順序排列>

第四節 研究工具

本研究欲於 2006 年 11 月期間對中華職棒六支球團的行銷人員或負責現場促銷活動規劃實施的人員進行深度訪談，了解現場促銷活動的舉辦模式。研究者先蒐集過去銷售促進以及現場促銷活動相關文獻編製訪談大綱，由專家學者審視後，就題意及敘述方式加以修改而成，訪談大綱如附件一，訪談大綱審查之學者專家及業界人士名單如表 3-4-1。

表 3-4-1 訪談大綱審查之學者專家名單

姓名	單位職稱	專長領域
朱文增	國立台灣師範大學 運動與休閒管理研究所助理教授	運動經濟學、財務管理
程紹同	國立台灣師範大學體育系教授	運動管理、運動行銷與贊助
黃煜	國立新竹教育大學體育系副教授	職業運動、運動行銷
謝明宏	亞洲、中國、中華籃協國際現場播放 DJ	球場活動

註：<學者專家姓名依姓氏筆劃排列>

本研究在訪談對象的選取上，以各球團負責規劃現場促銷活動的人員為主。首先，以電話或電子郵件進行聯繫並要求協助本研究之進行，訪談結束後，依訪談記錄進行逐字稿編寫，如遇有遺漏或是不清楚之處，再以電子郵件或是電話進行詢問。本研究的信度著重於訪談資料的紀錄與資料的分析，並採取下列方式確保本研究的信效度：

一、訪問的過程中全程錄音，並且撰寫逐字稿，減少資料的錯誤或不

完整，有助於提升描述效度。

- 二、尋求支援資料有利的證據，請有高意願的人協助本研究的進行，依照受訪者過程中的開放度、身體語言、表情來判定資料的可信度。
- 三、針對研究者的角色、訪談的重點加以反省及改進。
- 四、在訪談前蒐集相關文獻，在訪談過程中明確表達研究目的及問題，同時，隨時向受訪者確認其表達的內容是否符合原意對於模糊或是說法不一致的地方也會請他進一步清楚的說明。此外，在謄寫完逐字稿之後交給受訪者複查，以免遺漏或發生錯誤，並以三角檢定法確立本研究之信度。
- 五、將訪談稿整理歸納完畢之後，確定回答內容所屬之範疇，研究者再次檢視歸納的適宜性。

第五節 資料處理與分析

本研究之資料處理程序如下：

- 一、逐字稿之謄寫：依照訪談內容整理成逐字稿，並以 ABCDEF 等編號代表不同球團之受訪者，完成後以電子郵件寄給受訪者，請他們指出缺失或疏漏之處。
- 二、將分類之資料進行編碼，並按照研究目的，加以描述討論。
- 三、由新聞及球團網站進行資料蒐集，針對活動內容進行分析及歸類，並以 t 檢定檢視活動舉辦對於人數之影響。
- 四、整理訪談與統計所得之資料，與其他相關文獻加以比對。
- 五、根據分析與比對之結果，提出具體結論以回答研究問題。