

第三章 研究方法與步驟

本章擬分為六節，敘述本研究之研究設計與實施方式：第一節、研究方法；第二節、研究架構與流程；第三節、研究對象；第四節、研究工具之編制，本節共分四點，分別說明研究工具編制過程、研究工具之內容、研究工具之檢驗與預試；第五節、說明本研究之實施程序；第六節、資料蒐集與整理。

第一節 研究方法

為達研究目的，本研究採問卷調查與深度訪談法兩種研究方法，既有統計數字為依據，同時採行質性研究，以克服量化研究之不足，研究方法分述如下：

一、深度訪談法：

本研究參酌陳虹吟（2005）、黃蕙娟（2003）、鄭承嘉（2003）、盧淑姿（2000）的研究訪談內容，擬定本研究訪談內容稿，對誠泰 COBRAS 的公共關係人員進行深度訪談，以了解其公共關係運作現況與公共關係策略，並分析其公共關係運作之模式。

二、問卷調查法：

本研究參酌洪啟昌（2001）、孫美蓮（2001）、陳虹吟（2005）、黃蕙娟（2003）的調查問卷，編定本研究之調查量表「球迷對誠泰 COBRAS 公共關係運作認知之研究調查量表」，對球迷進行問卷調查，以了解球迷對於誠泰 COBRAS 公共關係運作及認知的程度，藉以了解其公共關係執行效益。

第二節 研究架構與流程

為清晰瞭解整體研究之進程序，並達成本研究之研究目的，以圖 3-1 與圖 3-2 呈現本研究之研究架構與研究流程：

一、研究架構

本研究旨在透過對誠泰 COBRAS 公共關係人員的訪談、球迷的問卷調查，了解誠泰 COBRAS 公共關係運作現況、公共關係策略、球迷對於其公共關係運作及認知的程度，並分析其公共關係運作的效益，作為誠泰 COBRAS 公共關係策略執行與修正的參考依據。因此，為便於清晰本研究之全貌，擬根據研究目的與研究問題訂定本研究架構，以問卷調查與深度訪談的方式訪問誠泰 COBRAS 的公共關係人員與球迷，最後綜合歸納與分析，提出結論與建議，如圖 3-1 所示。

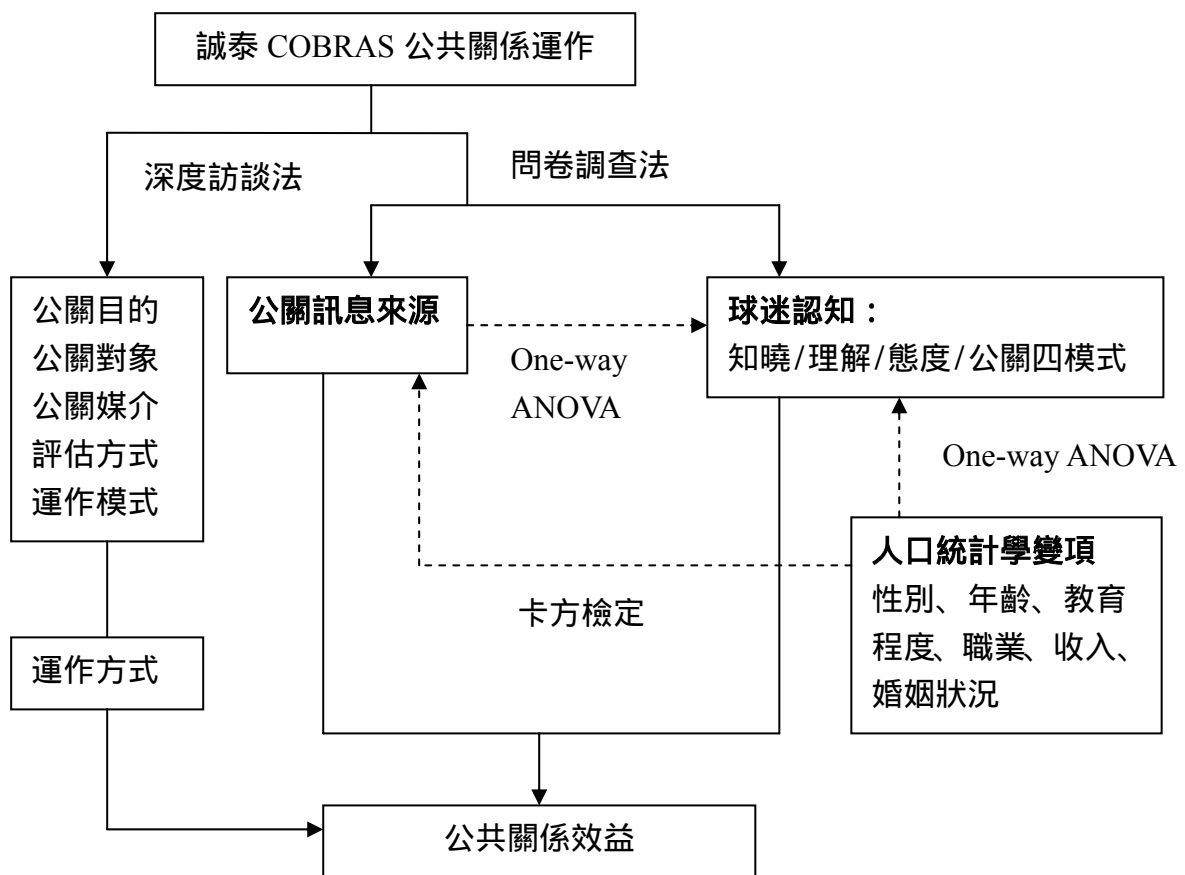


圖 3-1 研究架構圖

二、研究流程

本研究之研究流程以下逐步說明之：

- (一) 界定研究目的：確定研究主題、研究範圍與擬定研究方法步驟後，進行研究計劃之撰寫，並請指導教授審閱，據以修正。
- (二) 確定問題：依據研究目的界定研究問題。
- (三) 文獻探討：蒐集、整理並分析與公共關係以及中華職棒方面的相關文獻，以建立本研究之理論依據。
- (四) 建立研究架構：依據研究目的、研究問題與文獻分析之結果，建立本研究之研究架構。

- (五) 研究工具的編制：包括訪談大綱與問卷之研擬，根據文獻分析與研究目的設計，經相關學者專家審視後確定訪談大綱，量表尚需進行預試及信、效度檢驗，以確定正式問卷依原定計劃施測。
- (六) 資料整理與分析：問卷回收後，經電腦統計處理結果，據以分析討論。整理並撰寫訪談結果。
- (七) 提出研究結果：總和分析討論結果，提出研究成果，並進一步探討研究結果以發展結論與建議。

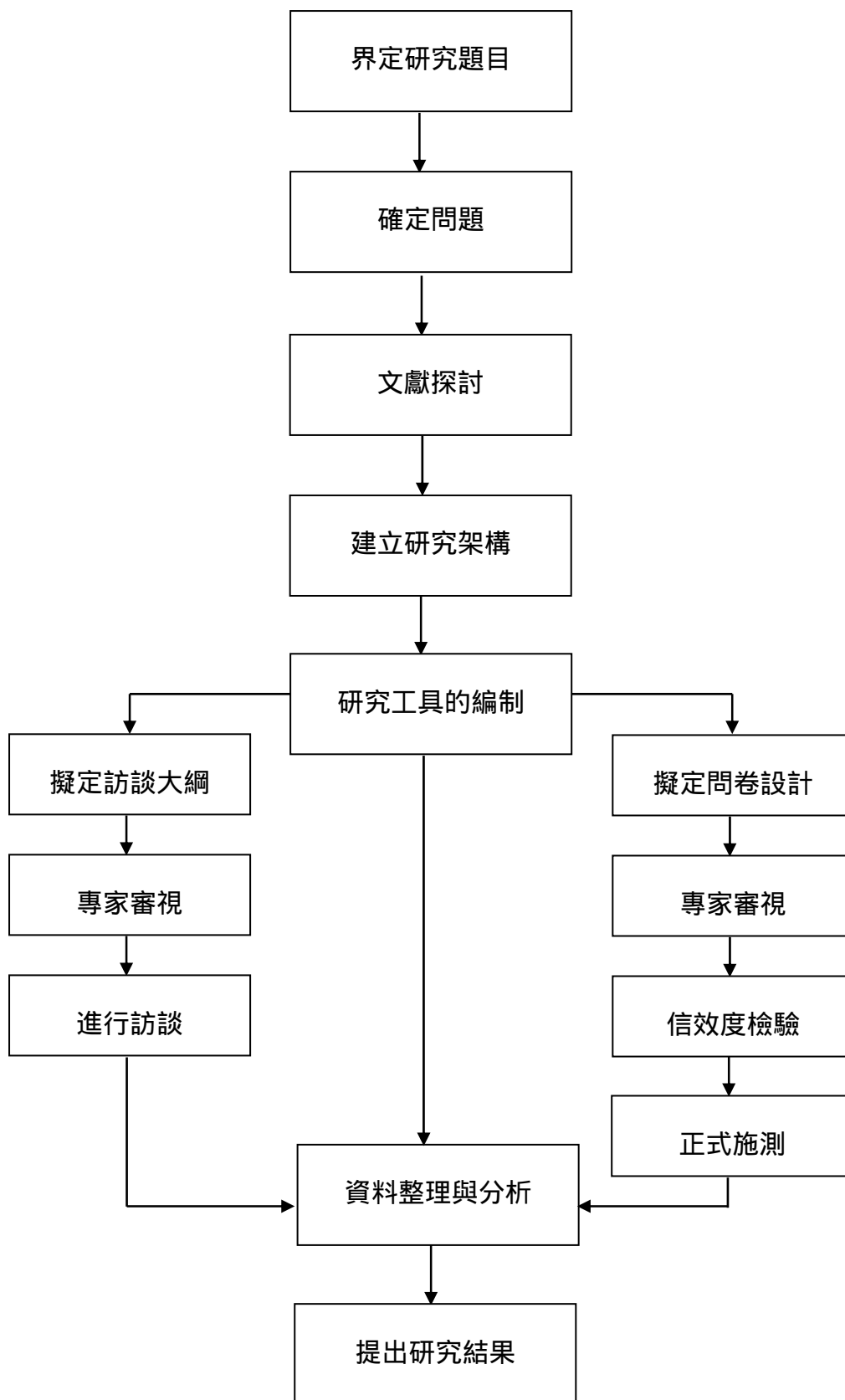


圖 3-2 研究流程圖

第三節 研究對象

本研究以誠泰 COBRAS 的公共關係人員及球迷為研究主體，分別對誠泰 COBRAS 的公共關係人員及球迷進行深度訪談與問卷調查，了解誠泰 COBRAS 公共關係運作現況、公共關係策略、球迷對於其公共關係運作及認知的程度，並分析其公共關係運作的效益，作為誠泰 COBRAS 公共關係策略執行與修正的參考依據。研究對象依據研究目的之不同分述如下：

一、誠泰 COBRAS 的公共關係人員：

以深度訪談法訪問誠宇育樂行銷公司活動企劃組副理葉賢忠先生與誠泰 COBRAS 活動企劃組鍾金榮先生，以了解其公共關係運作的情形。

表 3-3 深度訪談對象一覽表

姓名	職稱
葉賢忠	誠泰 COBRAS 活動企劃組副理
鍾金榮	誠泰 COBRAS 活動企劃組活動廣告

(依姓氏筆劃排列)

二、球迷：

本研究之球迷為誠泰 COBRAS 官方網站上之球迷，2006 年 3 月 27 日由誠泰 COBRAS 活動企劃組資訊人員藉由其定期發行之電子報，將問卷調查之訊息刊登於電子報，告知球迷關於此份學術研究調查之訊息，於 2006 年 3 月 28 日至 2006 年 3 月 31 日，由球迷點選電子報所刊登之連結網址，連結至中華 e 點靈網站，由研究者所設計之網路問卷進行填寫，採取滾雪球抽樣的方式，選取 500 名誠泰 COBRAS 球迷進行問卷調查，以了解其對誠泰 COBRAS 公共關係運作及認知之程度。

第四節 研究工具之編制

本研究使用質性與量化並重的研究方法，兼採深度訪談法、問卷調查法的方式進行研究。本節共分三點，分別說明研究工具編制過程、研究工具之內容、研究工具之檢驗與預試，分述於下：

一、研究工具的編制過程

本研究之主要研究工具如下：

(一) 深度訪談大綱：

本研究對研究對象進行開放式深度訪談方式取得實務上的資料，開放式深度訪談法所欲訪談之問題所呈現的精確的詞語和順序，係於訪談事前所決定。本研究乃是透過訪問誠泰 COBRAS 的公共關係人員，以了解其公共關係運作的現況。因此，依據此變項並參考盧淑姿（2000）之「我國職業運動聯盟公共關係運作之研究」、黃蕙娟（2003）之「運動賽會公關策略之研究-以 2002 年中華汽車盃國際體操邀請賽為例」、鄭承嘉（2003）之「台灣職棒運動公關策略類型及實務問題之研究」及陳虹吟（2005）之「休閒事業公共關係效益評估之研究-以水美溫泉會館為例」等相關研究，建構「誠泰 COBRAS 公共關係運作現況訪談大綱」，並交由專家審視，依切合主題之程度再行修正。

(二) 問卷調查量表：

在問卷的設計與編制部分，本研究主要參考洪啟昌（2001）之「台北縣國民小學公共關係與學校效能關係之研究」、孫美蓮（2001）之「大專院校體育活動公共關係模式研究」、黃蕙娟（2003）之「運動賽會公關策略之研究-以 2002 年中華汽車盃國際體操邀請賽為例」及陳虹吟（2005）之「休閒事業公共關係效益評估之研究-以水美溫泉會館為例」等相關研究的問卷量表，並依據本研究之研究課題，參考專家學者之建議，編定本研究之研

究工具「球迷對誠泰 COBRAS 公共關係運作認知之研究調查量表」。

二、研究工具之內容

(一) 訪談大綱

本研究目的為了解誠泰 COBRAS 公共關係運作現況、公共關係策略、球迷對於其公共關係運作及認知的程度，並分析其公共關係運作的效益。因此，研究者配合本研究之目的擬定本研究之訪談大綱後，由專家審視其問題的合宜性。確定訪談大綱後，即對誠泰 COBRAS 的公共關係人員進行深度訪談，採用開放式的訪談方式。訪談問題包括公共關係定義、模式、功能、對象、策略、工具、活動、目的與評量方式等，由受訪者就其知識與經驗對公共關係以及誠泰 COBRAS 所應用之公共關係策略提出看法。

(二) 調查問卷量表

本研究針對球迷所編制的問卷，採用結構式的問卷。量表主要區分為三個部分，第一部份為球迷公共關係訊息之來源；第二部份為球迷對誠泰 COBRAS 之知曉/理解/態度，參考 Grunig and Hunt 於 1984 年所提出之公共關係運作模式，並依據本研究目的擬定相關問題，其題型採用五等份量表的形式 (5 Likert Scale)；第三部份為受訪者之基本資料，即人口統計學變項。

三、研究工具之檢驗

本研究工具之信度與效度檢驗如下：

(一) 研究工具之預試：

本研究為使「球迷對誠泰 COBRAS 公共關係運作認知之研究調查量表」趨於完善，經過多次預試及修訂。最後採納之調查量表其預試於 2006 年 3 月 2 日至 2006 年 3 月 8 日六天，於網路上由球迷自行填寫，採滾雪球抽樣法，選取 109 名球迷作為預試對象。預試修正之結果茲說明如下。

(二) 項目分析與信度分析：

本研究工具「球迷對誠泰 COBRAS 公共關係運作認知之研究調查量表」採用相關係數做為個別試題之同質性檢驗標準，一般要求相關係數在.30 以上，且達統計的顯著水準（邱皓政，2002）。本量表內之試題 2、3、7、8、9、15 相關係數小於.30；在決斷值（Critical Ratio, CR）分析方面，試題 2、3、7、8、15 未達顯著水準，其餘皆達.05 之顯著水準（見表 3-4）。在第二向度中，媒體於公共資訊中佔有重要影響因素，因此，將試題 7 予以保留；試題 9 呈現出雙向不對等溝通的單向溝通特性，在第三向度中為極重要之因素，因此，將試題 9 也予以保留。因此，為提升量表整體信、效度，並維持各個構面之重要因素，刪除試題 2、3、8、15，試題 7、9 予以保留。本量表共計 20 題，分為五個向度，第一向度有 3 題，第二向度有 4 題，第三向度有 4 題，第四向度有 4 題，第五向度中有 5 題。另採用 Cronbach's 係數(coefficient alphi)求取量表內部的一致性，係數在不刪除題目之值為.8729，顯示本量表之內部一致性良好。

表 3-4 「球迷對誠泰 COBRAS 公共關係運作認知之研究調查量表」
預試項目分析表

題目內容	決斷值	含本題 相關	不含本 題相關
1. 誠泰 COBRAS 藉由各種公關活動讓球迷對誠泰 COBRAS 有好印象，並達到宣傳誠泰 COBRAS 的目的	-3.957 [*]	.5655	.8639
2. 各種公關活動中，誠泰 COBRAS 較重視宣傳推廣球賽，忽略球迷的想法	.153	-.0527▲	.8825
3. 各種公關活動中，誠泰 COBRAS 會透過誇大的新聞，推銷其形象與善意	-1.162	.0174▲	.8799
4. 誠泰 COBRAS 有對各種公關活動的成效進行評估	-5.000 [*]	.5792	.8637
5. 球迷個人積極參與各種公關活動即表示誠泰 COBRAS 與球迷的互動與溝通成功	-5.219 [*]	.6318	.8620
6. 誠泰 COBRAS 所發佈的新聞都是傳達誠泰 COBRAS 真實的訊息，不主動提供對形象有負面影響的消息	-2.927 [*]	.3547	.8706
7. 誠泰 COBRAS 忙於跟媒體互動，並重視媒體報導的效益	-1.754	.2278▲	.8739
8. 誠泰 COBRAS 僅傳達與誠泰 COBRAS 相關的訊息，而不推銷或宣傳自身形象	-1.505	.2603▲	.8728
9. 誠泰 COBRAS 僅傳達與誠泰 COBRAS 相關的訊息	2.231 [*]	-.3905▲	.8886
10. 誠泰 COBRAS 透過各種公關活動之舉辦，將正確的誠泰 COBRAS 相關訊息傳遞給球迷	-6.584 [*]	.7090	.8610
11. 誠泰 COBRAS 在舉辦各種公關活動時會先了解球迷的需求與意見，再進行活動的規劃	-6.854 [*]	.7086	.8595
12. 誠泰 COBRAS 透過各種公關活動的舉辦傳達其推展其理念，建立良好形象	-7.195 [*]	.6901	.8613
13. 誠泰 COBRAS 在公共關係上的努力多於在促銷上的努力	-3.922 [*]	.3685	.8702
14. 誠泰 COBRAS 有對所舉辦的各項活動，進行球迷意見調查	-6.201 [*]	.5354	.8654
15. 誠泰 COBRAS 舉辦各種公關活動時，關心的是球迷對於誠泰 COBRAS 的了解程度，但不在意球迷對誠泰 COBRAS 喜愛與否	-.602	-.0959▲	.8821
16. 誠泰 COBRAS 舉辦各種公關活動之目的，是希望經由各種公關活動與球迷廣泛接觸，促進彼此的溝通與了解	-7.140 [*]	.7528	.8590
17. 誠泰 COBRAS 會透過與球迷的廣泛接觸，獲得公關策略改進與修正的建議	-7.767 [*]	.7501	.8581
18. 誠泰 COBRAS 的各種公關活動對於社會有正面的意義	-5.760 [*]	.6768	.8613
19. 誠泰 COBRAS 的工作人員具有為大眾服務的熱忱	-5.241 [*]	.5475	.8653
20. 整體而言，誠泰 COBRAS 的宣傳方式很好	-5.019 [*]	.5044	.8663
21. 誠泰 COBRAS 帶給您的感覺是愉悅的	-7.884 [*]	.6024	.8635
22. 您對誠泰 COBRAS 未來的發展深具信心	-9.263 [*]	.6381	.8617
23. 誠泰 COBRAS 是個成功的職業球隊	-5.154 [*]	.5081	.8660
24. 整體而言，您對誠泰 COBRAS 感到滿意	-5.150 [*]	.5079	.8661

註 1：「*」表示達顯著水準 $p < .05$

註 2：「▲」表示相關係數 $< .30$

(三) 效度分析：

本研究之研究工具包含「誠泰 COBRAS 公共關係運作現況訪談大綱」與「球迷對誠泰 COBRAS 公共關係運作認知之研究調查量表」。「誠泰 COBRAS 公共關係運作現況訪談大綱」採用專家效度予以考驗，專家組合之名單如表 3-5 所示；「球迷對誠泰 COBRAS 公共關係運作認知之研究調查量表」則利用建構效度予以考驗之，其程序係先採用主成份分析法，抽取球迷與球員對中華職棒聯盟公共關係認知之共同因素，累積解釋變異量達 69.19%，因此，本研究應具有一定程度之內容效度與建構效度。各因素名稱、特徵值與解釋變異量如表 3-6 所示。

表 3-5 專家效度組合表

學者專家	職稱	專長領域
王雲慶	中華職棒大聯盟新聞公關組組長	新聞公關
吳宜蓁	輔仁大學廣告傳播學系教授	公共關係
施致平	國立台灣師範大學體育學系教授	運動管理學
黃煜	國立新竹教育大學體育學系副教授	運動管理
葉賢忠	誠宇娛樂行銷股份有限公司	行銷

(依姓氏筆劃排列)

表 3-6 「球迷對誠泰 COBRAS 公共關係運作認知之研究調查量表」
因素構面及因素負荷量表

因素內容	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六
14.誠泰 COBRAS 有對所舉辦的各項活動，進行 球迷意見調查	.804					
11.誠泰 COBRAS 在舉辦各種公關活動時會先了 解球迷的需求與意見，再進行活動規劃	.799					
17.誠泰 COBRAS 會透過與球迷的廣泛接觸，獲 得公關策略改進與修正的建議	.780					
4. 球迷個人積極參與各種公關活動即表示誠泰 COBRAS 與球迷的互動與溝通成功	.727					
10.誠泰 COBRAS 透過各種公關活動之舉辦，將 正確的誠泰 COBRAS 相關訊息傳遞給球迷	.719					
16.誠泰 COBRAS 舉辦各種公關活動之目的，是希 望經由各種公關活動與球迷廣泛接觸，促進彼 此的溝通與了解	.683					
12.誠泰 COBRAS 透過各種公關活動的舉辦傳達其 推展其理念，建立良好形象	.670					
1. 誠泰 COBRAS 藉由各種公關活動讓球迷對誠泰 COBRAS 有好印象，並達到宣傳誠泰 COBRAS 的目的	.589					
13.誠泰 COBRAS 在公共關係上的努力多於在促銷 上的努力	.565					
24.整體而言，您對誠泰 COBRAS 感到滿意		.875				
23.誠泰 COBRAS 是個成功的職業球隊		.873				
22.您對誠泰 COBRAS 未來的發展深具信心		.760				
21.誠泰 COBRAS 帶給您的感覺是愉悅的		.599				
12.誠泰 COBRAS 透過各種公關活動的舉辦傳達 其推展其理念，建立良好形象			.443			
6. 誠泰 COBRAS 所發佈的新聞都是傳達誠泰 COBRAS 真實的訊息，不主動提供對形象 有負面影響的消息				.764		
7. 誠泰 COBRAS 忙於跟媒體互動，並重視媒體 報導的效益				.570		
18.誠泰 COBRAS 的各種公關活動對於社會有正 面的意義				.535		
5. 球迷個人積極參與各種公關活動即表示誠泰 COBRAS 與球迷的互動與溝通成功			.450			
3. 各種公關活動中，誠泰 COBRAS 會透過誇大 的新聞，推銷其形象與善意				.855		
2. 各種公關活動中，誠泰 COBRAS 較重視宣傳 推廣球賽，忽略球迷的想法				.719		
9. 誠泰 COBRAS 僅傳達與誠泰 COBRAS 相關的 訊息				.425		
8. 誠泰 COBRAS 僅傳達與誠泰 COBRAS 相關的 訊息，而不推銷或宣傳自身形象					.723	
20.整體而言，誠泰 COBRAS 的宣傳方式很好					.609	
15.誠泰 COBRAS 舉辦各種公關活動時，關心的是 球迷對於誠泰 COBRAS 的了解程度，但不在意 球迷對誠泰 COBRAS 喜愛與否						.820
特徵值	5.852	3.399	2.479	2.001	1.588	1.287
解釋變異量(%)	24.385	14.161	10.329	8.337	6.615	5.364
累積解釋變異量(%)	24.385	38.547	48.875	57.212	63.827	69.196

第五節 實施程序

本研究依據研究課題主要分為三大部分，亦即了解誠泰 COBRAS 公共關係運作的現況，球迷對於誠泰 COBRAS 公共關係運作及認知程度，以及誠泰 COBRAS 公共關係運作的效益，本研究的施程序如下：

一、文件分析部分：

將有關中華職棒及公共關係方面的相關文獻資料作整理與分析。

二、深度訪談部分：

先將訪談問題以電子信件交予訪談對象，以電話確定收到後再行協調訪談時間。訪談時以預先編制之訪談大綱尋求答案，輔以詢問的方法暗示是否包含受訪者為即時提出之意見，並全程錄音，並佐以筆記紀錄，結束後將內容逐字繕打，進行彙整，完成後，並將逐字稿寄回給受訪者，以確定內容無誤。

三、問卷調查部分：

本研究以滾雪球抽樣的方式對球迷進行問卷調查，以網路問卷的形式對球迷進行研究採行網路填寫問卷。研究樣本數之計算採用 Rea and Parker (1997)所提之抽樣公式，在 95%信賴度與±5%信賴區間，抽樣人數達 341 人即可（請參閱表 3-7），考慮廢卷數目，因此，本研究發放約 500 份問卷。本研究之問卷實際回收份數為 598 份，有效問卷為 575 份，有效問卷率為 96.2%。

表 3-7 小型母群體抽樣比例分配表

母體數 (N)	95%信賴度樣本數 (N)		
	3%	5%	10%
Confidential interval			
1500	624	306	91
2000	696	323	92
3000	788	341	94
5000	880	357	95
10000	965	370	96
20000	1014	377	96
50000	1045	382	96
100000	1058	383	96

資料來源：Rea, L. M., & Parker, R. A. (1997). *Designing and conducting Survey Research*. San Francisco, LA: Jossey-Bass Inc, p.121.

第六節 資料蒐集與整理

根據本研究之研究目的與研究課題，本研究採用統計套裝軟體 SPSS 10.0 版 for windows 進行分析，配合本研究目的與資料特性，採用下列統計方法：

一、描述性統計分析

採描述性統計 (descriptive statistic) 分析球迷之相關背景資料與資訊管道等分配情形，主要針對各研究變數作最基本的統計分析，包括平均數、標準差與次數分配等。

二、單因子變異數分析

以此法檢視球迷之人口統計學變項及公共關係訊息來源之不同，是否對其整體公共關係認知造成顯著差異，以了解球迷之各項影響因素及各項因素之間的差異。

三、關聯性分析

以此法檢視球迷之人口統計學變項與公共關係訊息來源之不同，與其

對誠泰 COBRAS 公共關係運作之認知程度之關聯性。採用 χ^2 (Chi-Square) 來檢視其關連性。

四、質性分析

本研究之訪談採用開放式問題進行。訪談結束之後，將所得之原始資料進行整理及分析，並予以彙整與歸類，以作為本研究歸納誠泰 COBRAS 公共關係策略執行效益之依據，同時發展研究結果及討論之參考。