

電視頻道品牌形象與忠誠度之研究

陳立勳、江澤群

E-mail: 342141@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要目的在探討臺中地區美國職棒觀賞者對電視頻道品牌形象與忠誠度的態度，透過問卷調查法，共發出360份問卷，回收有效問卷347份。分析方法包含描述性統計、因素分析、信度分析、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關及迴歸分析，研究發現如下：(1)品牌形象因素分為「功能性」、「象徵性」、「經驗性」，其中以「經驗性」認知最高，其次為「象徵性」、「功能性」。(2)美國職棒觀賞者之電視頻道品牌形象認知會受到性別、年齡、職業、教育程度、月收入、收視年資和每年收視場次的影響。(3)美國職棒觀賞者之電視頻道忠誠度會受到性別、年齡、教育程度、收視年資和每年收視場次的影響。(4)美國職棒觀賞者對電視頻道的忠誠度認知受到多重因素影響，其中品牌形象的「功能性」、「象徵性」、「經驗性」因素均會影響忠誠度。

關鍵詞：品牌形象、忠誠度、美國職棒

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
v 內容目錄	vi	表目錄	vi
viii 圖目錄	x	第一章 緒論	x
1 第一節 研究背景與動機	1	第二節 研究目的	1
4 第三節 研究問題	5	第四節 研究範圍與限制	5
5 第五節 重要名詞釋義	6	第二章 文獻探討	6
8 第一節 棒球與電視轉播	8	第二節 品牌形象	8
14 第三節 忠誠度	19	第四節 品牌形象與忠誠度之關係	19
23 第三章 研究方法	26	第一節 研究架構	26
26 第二節 研究流程	27	第二節 研究工具	27
28 第三節 研究對象與抽樣方式	33	第三節 資料分析方法	33
33 第四章 結果與討論	35	第一節 研究對象背景資料分析	35
35 第一節 研究對象背景資料分析	35	第二節 品牌形象與忠誠度之現況	41
38 第二節 信度、效度分析	41	第三節 不同背景研究對象在忠誠度之差異分析	52
44 第三節 品牌形象對忠誠度之迴歸分析	52	第四節 不同背景研究對象在品牌形象之差異分析	59
52 第五節 品牌形象對忠誠度之迴歸分析	59	第五章 結論與建議	62
59 第六章 結論與建議	62	第一節 結論	62
62 第一節 結論	62	第二節 建議	66
66 第二節 建議	66	參考文獻	66
68 附錄A	76		76

參考文獻

- 一、中文部份 王忠茂 (2005)。職棒興農牛隊球迷選擇支持因素與忠誠度之研究。大專體育學刊, 7(2), 25-35。王瑤芬、楊昭景 (2006)。餐飲業對醬油選購涉入程度、品牌形象與品牌忠誠度之研究。農林學報, 55(2), 147-164。池文海、張書豪、彭偉族 (2007)。品牌知名度與品牌形象影響品牌忠誠度之探討 - 以國產米酒業為例。輔仁管理評論, 14(3), 19-43。何佳珊 (譯) (1997)。John R. Hitchcock著。體育節目製作。臺北市:廣電基金。沈進成、廖若岑 (2007)。遊客體驗、品牌形象與忠誠度影響關係之研究 - 以劍湖山王子大飯店為例。休閒與遊憩研究, 1(1), 41-70。李淑珍 (1994)。臺北市大學生收看體育運動電視節目的動機與行為相關因素之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文, 未出版, 桃園縣。吳奇為、劉忠陽、徐也翔 (2008)。新聞網站服務品質及品牌形象之研究。資訊社會研究, 15, 153-180。吳肇展 (2008)。汽車輪胎品牌知名度與品牌忠誠度之研究 - 以品牌形象為中介變項。崇右學報, 14(1), 19-36。吳寧瑄 (2005)。以Delphi法分析臺灣運動產業範疇與分類之研究。國立臺灣體育學院體育研究所碩士論文, 未出版, 臺中市。林士彥、張良漢、蘇士博 (2007)。賽會服務品質與價值對現場觀眾滿意度及忠誠度之相關性研究 - 以中華職棒為例。體育學報, 40 (1), 77-92。周靈山 (2001)。大眾傳播媒體與大專籃球運動聯賽之初探。大專體育, 52, 81-87。周靈山 (2002a)。大學生觀賞運動競賽節目之動機與行為。大專體育, 59, 144-150。周靈山 (2002b)。大學生觀賞運動競賽的媒介使用動機、行為與評價研究--以第34屆世界盃棒球錦標賽為例。國立體育學院體育研究所碩士論文, 未出版, 桃園縣。周康玉 (2008)。閱聽人品牌忠誠度與

品牌認同、品牌形象關聯性之研究：以臺灣MTV頻道為例。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文，未出版，臺北市。金延葆(2004)。中華職棒聯盟轉播影像流程探討。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文，未出版，臺北市。范文毅(譯)(2004)。Perry, A. & Wisnom, D.著。品牌優生學。臺北市：美商麥格羅希爾、滾石文化共同出版。洪嘉凌(2003)。臺灣運動電視頻道的風雲再起。運動管理季刊，4，33-41。洪煌佳(2005)。現代奧林匹克運動會之運動商業化研究。國立臺灣師範大學體育學系博士論文，未出版，臺北市。許昭彥(1995)。美國棒球(一)歷史篇。臺北市：聯經。張國忠、陳文英(2007)。高屏地區大學生運動品牌形象認知之研究。嘉大體育健康休閒期刊。6(1)，72-82。張廷彰、何玉敏、王瑞麟、石金龍(2008)。體育節目品牌形象、忠誠度影響之研究 - 以漢聲電台轉播中華職棒為例。體育知識學報，5，342-352。張家榮(2004)。臺北市大學生對職棒轉播的收視動機與行為及評價之研究。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文，未出版，臺北市。陳成業(2010)。職業運動團隊品牌利益、品牌態度、心理承諾與球迷行為忠誠度關係之研究：以紐約洋基隊為例。體育學報，43(1)，53-68。陳亭羽、施麗琴(2009)。基於直覺模糊多元屬性模型發展品牌形象之衡量方法。管理研究學報，9，137-176。陳筱玉(1994)。美國棒球發展史。臺北市：聯經。陳優華、簡彩完(2005)。中華職棒大聯盟及球團服務品質、滿意度與忠誠度對球迷再購意願影響之驗證。明道學術論壇，1(1)，93-104。陳慧芬(2003)。電視廣告、品牌形象與麥當勞之研究。私立淡江大學大眾傳播研究所碩士論文，未出版，臺北縣。程紹同、江澤群、黃煜、彭小惠、呂佳雲(譯)(2003)。Bernard J. Mullin & Stephen Hardy & William A. Sutton著。運動行銷學。臺北市：藝軒圖書。彭小惠、陳全煌(2009)。中華職棒球隊品牌形象與球迷忠誠度之研究。臺灣體育運動管理學報，8，35-54。黃少章(2010)。品牌形象、品牌個性、品牌態度、品牌偏好與運動商品購買意願關係之研究。運動傳播學刊，1，130-148。黃翠瑛、吳國偉、洪璋隆、曾妙蓮、楊曜銘、林立捷(2009)。巧克力產品的品牌形象、顧客價值對品牌忠誠度之研究。中華農學會報，10(3)，214-224。黃俊聰(2009)。電視觀眾對中華、美國職棒大聯盟球賽收視動機、滿意度及忠誠度之研究。私立大葉大學管理研究所碩士論文，未出版，彰化縣。曾光華(2006)。行銷管理：理論解析與實務應用。臺北縣：前程文化。馮凌慧(2004)。新聞類型頻道的品牌認同與品牌形象一致性研究：以TVBS-N為研究個案。私立世新大學傳播研究所碩士論文，未出版，臺北市。溫勝智(2003)。臺灣地區棒球運動發展之研究(1879-2001)，私立東海大學歷史研究所碩士論文，未出版，臺中市。虞積祥(2004)。品牌形象、品牌權益、顧客終身價值關聯性研究——以東森電視購物頻道為例，私立義守大學管理科學研究所碩士論文，未出版，高雄縣。廖主民、黃鈴雯、何鈺雯(2008)。職棒球迷支持因素、戰績歸因對球迷忠誠度之預測。體育學報，41(3)，43-55。齊璘(2008)。第三屆SBL超級籃球聯賽球迷對各隊之滿意度與忠誠度之研究。運動知識學報，5，305-319。趙晉文(2008)。臺灣棒球運動電視轉播之歷史分析：1964-2008。國立交通大學傳播研究所碩士論文，未出版，新竹市。劉幼琍(1994)。有線電視經營管理與頻道規劃策略。臺北縣：正中書局。劉祥熹、涂登才、羅建昇(2010)。從關係價值與關係品質觀點探討品牌形象對消費者滿意度與忠誠度之影響 - 臺灣筆記型電腦產業為例。管理學報，27(3)，225-245。鄭益青(2003)。中華職棒轉播之影像分析-一個球路各自表述。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文，未出版，臺北市。鄭佳宜(2008)。臺南縣市大學生收看電視運動節目的動機與行為及滿意度之分析。國立臺南大學體育研究所碩士論文，未出版，臺南市。鄧凱銘(2009)。非凡新聞臺品牌形象與觀眾收視忠誠度之研究——以「非凡最前線」節目為例。私立銘傳大學傳播管理研究所碩士論文，未出版，臺北市。賴文祥(2009)。公共電視頻道品牌形象、品牌關係品質與品牌忠誠度之關聯性研究。私立銘傳大學傳播管理研究所碩士論文，未出版，臺北市。鍾志強(1998)。大眾傳播媒體與體育運動。國民體育季刊，27(1)，4-10。顏君彰、張家銘(2009)。加州健身中心會員體驗、品牌形象與忠誠度關係之研究。臺大體育學報，16，27-42。魏文欽、林怡君(2010)。品牌形象與顧客忠誠度關係之實證研究 - 知覺價值混合效果之探討。International Journal of Lisrel，3(1)，45-67。二、英文部分 Aaker, D. A. (1996). Building strong brand. NY: The Free Press. Aaker, D. A., & Joachimsthal, E. (2000). Brand leadership. NY: The Free Press. Baldinger, A. L., & Rubinson, J. (1996). Brand Loyalty: The Link Between Attitude and Behavior, Journal of Advertising Research, 36(6)22-34. Biel, A. L. (1992). How brand image drives brand equity, Journal of Advertising Research, 32, 6-12. Bauer, H.H. Stokburger-Sauer, N.E. Exler, S.(2008). Brand Image and Fan Loyalty in Professional Team Sport: A Refined Model and Empirical Assessment, Journal of Sport Management, 22, 205-226. DeVellis, R. F.(1991). Scale development: Theory and applications, Applied Social Research Methods Series, 26, Newbury Park, California:Sage Publications. Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. Journal of Marketing, 57(6), 1-22. Keller, K.L. (1998). Building, measuring, and managing brand equity. Journal of Consumer Marketing, 15, 21-25. Kotler, P. (1994). Marketing Management: Analysis, Planning, and Control, 8th. ed., Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall. Prus, A. & Brandt, D. R. (1995). Understanding your customers. Marketing Tools, 2(5),10-14. Punniamorthy, M., & Raj. M. P. M. (2007). An empirical model for brand loyalty measurement, Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, 15(4), 222-233. Syed Alwi, S.F. (2009). Online Corporate Brand Images and Consumer Loyalty, International, Journal of Business and Society, 10(2), 1-19. Valentyna Melnyk, Stijn M.J. Van Osselaer, & Tammo H.A. Bijmolt (2009). "Are Women More Loyal Customers Than Men? Gender Differences in Loyalty to Firms and Individual Service Providers", Journal of Marketing, 73(4), 82-96. Reijmersdal, E. A., Neijens, P. C., & Smit, E.G.. (2007). Effects of Television Brand Placement on Brand Image, Psychology & Marketing, 24(5), 403-420. 三、網站部分 維基百科(2010)。電視頻道。2010年11月18日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%94%B5%E8%A7%86%E9%A2%91%E9%81%93>。維基百科(2010)。美國職棒大聯盟。2010年11月18日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BE%8E%E5%9C%8B%E8%81%B7%E6%A3%92%E5%A4%A7%E8%81%AF%E7%9B%9F>。