

美國職棒大聯盟球隊表現與球迷觀賞意願相關性之研究

蔣孟?、雷文谷、尚憶薇

E-mail: 366134@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究之主要目的在探討美國職棒大聯盟球隊表現與球迷觀賞意願相關性。以美國職棒大聯盟(MLB)的30支球隊為研究對象，針對2002年至2011年間共10個球季，包含各球隊例行賽主場共22,669場賽事比賽結果(戰績)及主場觀眾人數為研究資料，將所得資料以描述統計、皮爾遜積差相關等統計方法分析，結論如下：一、美國職棒大聯盟全聯盟、國家聯盟、美國聯盟、國家聯盟各分區及美國聯盟各分區2002~2011年共10個球季整體賽事的連續五場主場勝率平均值皆高於五成。二、美國職棒大聯盟全聯盟、國家聯盟、國家聯盟中區、國家聯盟西區、美國聯盟東區及美國聯盟西區2002~2011年共10個球季整體賽事的“下一場”主場觀眾平均人數皆高於30,000人次；而美國聯盟、國家聯盟東區及美國聯盟中區則低於30,000人次。三、美國職棒大聯盟全聯盟整體賽事2002~2011年共10個球季整體賽事的連續五場主場勝率與“下一場”主場觀眾人數呈顯著正相關。四、國家聯盟和美國聯盟2002~2011年共10個球季整體賽事的連續五場主場勝率與“下一場”主場觀眾人數也呈顯著正相關。五、國家聯盟各分區(東區、中區、西區)及美國聯盟各分區(東區、中區、西區)連續五場主場勝率與“下一場”主場觀眾人數亦呈顯著正相關。

關鍵詞：美國職棒大聯盟、球隊表現、球迷觀賞意願

目錄

內容目錄 中文摘要 iii 英文摘要 v 誌謝辭 viii 內容目錄 ix 表目錄 xi 圖目錄 xiii 第一章 緒論 1 第一節 研究背景 1 第二節 研究動機 5 第三節 研究目的 7 第四節 研究問題 7 第五節 研究範圍 8 第六節 研究限制 8 第七節 名詞解釋 9 第二章 文獻探討 10 第一節 美國職棒大聯盟概述 10 第二節 球隊表現 13 第三節 球迷 17 第四節 觀賞意願 20 第三章 研究方法 33 第一節 研究架構 33 第二節 研究流程 34 第三節 研究對象 35 第四節 資料分析 35 第四章 結果與討論 36 第一節 美國職棒大聯盟主場統計資料之描述 36 第二節 美國職棒大聯盟全聯盟連續五場主場勝率與“下一場”主場觀眾人數相關性之分析 47 第五章 結論與建議 61 第一節 結論 61 第二節 建議 62 參考文獻 65

參考文獻

一、中文部分 方世榮(譯)(2004)。Kotler & Armstrong著。行銷學原理(Principles of Marketing.)。台北:東華書局。王忠茂(2005)。2003-2004年中華職棒大聯盟觀眾人數之分析。中華體育季刊, 19(3), 53-60。王宗吉、洪煌佳(2002)。論運動產業發展的社會變遷。國民體育季刊, 31(4), 17-22。中華職業棒球聯盟(2011)。2010中華職棒記錄年鑑。台北市:中華職棒事業股份有限公司。台灣棒球維基館(2012a)。2012年1月19日, 取自: <http://twbsball.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php/%E5%A4%A7%E8%81%AF%E7%9B%9F> 台灣棒球維基館(2012b)。2012年1月19日, 取自: http://twbsball.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php/Babe_Ruth 台灣棒球維基館(2012c)。2012年1月19日, 取自: http://twbsball.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php/Cy_Young 台灣棒球維基館(2012d)。2012年1月19日, 取自: http://twbsball.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php/Barry_Bonds 台灣棒球維基館(2012e)。2012年1月19日, 取自: http://twbsball.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php/Hank_Aaron 台灣棒球維基館(2012f)。2012年1月19日, 取自: http://twbsball.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php/Cal_Ripken_Jr 台灣棒球維基館(2012g)。2012年1月19日, 取自: http://twbsball.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php/Randy_Johnson 米果(2012)。王建民登板—就是一種幸福酵素。職業棒球, 354, 20-21。李家梵(2004)。中華職棒觀眾數預測模式之研究。國立台灣體育學院體育研究所碩士論文, 未出版, 台中市。李依蓉(2006)。職棒球迷對於球隊與母企業認同之差異性研究—以興農牛、LA NEW熊為例。國立台灣體育學院休閒運動管理研究所碩士論文, 未出版, 台中市。宋威穎、雷文谷、熊婉君(2008)。美國職棒大聯盟主場優勢之分析。休閒暨觀光產業研究, 3(2), 47-60。余承翰(2009)。美國四大職業運動主場優勢之分析。私立大葉大學運動事業管理研究所碩士論文, 未出版, 彰化縣。林瑞欽(1990)。師範生任教職志之理論與實證研究。高雄市:復文書局。林克明(1993)。消費者國族感對其消費態度與行為之影響研究。國立成功大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 台南市。周秀蓉、黃琪淳、陳怡君、嚴素娟、羅詠琴(2008)。休閒體驗與知覺價值對購買意願之影響—以夢時代購物中心為例。商業現代化學刊, 4(3), 29-42。姚為守(2004)。球員薪資對球隊勝率影響之研究—以中華職棒聯盟為例。私立真理大學管理科學研究所碩士論文, 未出版, 台北縣。韋秉忠(2006)。職業棒球門票定價策略之研究。私立中原大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 桃園縣。洪麗珠、陳月如、吳念潔、陳玫婷、尤珮文、張乃文、鍾雅婷(2008)。廣告效果對購買意願影響之研究—以速食業電視廣告為例。商業現代化學刊, 4(3), 187-196。施致平(2002)。臺灣職棒民眾意見現況調查研究。體育學報, 33, 165-176。施致平(2009)。職棒現場觀眾對團行銷策略滿意度模式之建構。體育學報, 42(3), 77-93。施致平、黃蕙娟、倪瑛蓮(2010)。中華職棒比賽勝負預測模式之建構。體育

學報, 43(2), 115-130。高俊雄(2008)。運動休閒管理。台北市:華都。徐斌峻(2009)。日本職棒聯盟之競爭均衡程度對觀眾人數的影響。私立世新大學經濟學研究所碩士論文, 未出版, 台北市。翁志強(2009)。中華職棒球賽觀眾人數影響因素之探討。長榮運動休閒學刊, 3, 24-33。許士軍(1987)。管理學。台北市:東華。許昭彥(1995)。美國棒球(一)。台北縣:聯經。陳加昇(1996)。影響台中縣稻農參加稻穀寄倉意願因素之研究。國立中興大學農業推廣教育研究所碩士論文, 未出版, 台中市。莊濱綺(1999)。我國職棒球員薪資與表現關係之研究。國立台灣體育學院體育研究所碩士論文, 未出版, 台中市。莊忠柱、陳天賜、姚為守(2004)。職業棒球主場觀眾人數的影響因素之探討—以中華職棒聯盟為例。體育學報, 37, 163-175。國民開幕戰 歐巴馬親自開球(2010)。民視新聞網。2012年1月23日, 取自: <http://news.ftv.com.tw/NewsContent.aspx?sno=2010406A02M1&ntype=class> 許哲維(2004)。應用涉入理論探討獎勵造林政策對私有林主經營意願之影響—以台中縣為例。國立中興大學森林研究所 碩士論文, 未出版, 台中市。張春興(2006)。張氏心理學辭典。台北市:東華。陳志成(2007)。中華職棒大聯盟球隊競爭狀況與觀眾人數關係之研究。真理大學運動知識學報, 4, 184-192。曹玉?(2010)。MLB大聯盟百餘年 進場觀眾突破30億。2012年1月23日, 取自: <http://www.tsna.com.tw/?q=node/14233> 彭仁暉(2005)。中華職棒競爭平衡之研究。國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文, 未出版, 台北市。黃希庭(2005a)。簡明心理學辭典。台北市:圖象。黃希庭(2005b)。簡明心理學辭典。台北市:圖象。黃啟明、劉志華(2006)。職業棒球球迷觀賞體驗之探討。大專體育, 84, 106-112。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), 107-1。曾文誠(2003)。觀賞者、球迷和超級球迷。2012年1月11日, 取自: <http://www.ptt.cc/bbs/BaseballSYS/M.1088021915.A.916.html> 曾澤文(2010)。球迷支持球隊因素、球隊與球隊經營管理認同及球隊忠誠度相關性之研究。私立靜宜大學觀光事業學系 研究所碩士論文, 未出版, 台中市。葉公鼎(2001)。論運動產業之範疇與分類。運動管理季刊, 1, 8-21。雷文谷(2007)。運動事業經營與管理。台北:普林斯頓。雷文谷(2011)。「王牌投手」對球隊之效益分析:以美國職棒大聯盟底特律老虎隊瓦蘭德為例。嘉大體育健康休閒期刊, 10(3), 58-67。雷文谷、吳靜怡(2010)。美國職棒大聯盟球隊薪資與球隊戰績之相關研究。嘉大體育健康休閒期刊, 9(2), 14-25。楊少強(2009)。運動商機 無關景氣。商業周刊, 1114, 102。鄭君仲(2006)。最會贏球的球隊:百年洋基的成功密碼。經理人月刊, 18, 50-53。盧耀泰(2002)。國中生參與四健推廣教育意願之研究。國立中興大學農業推廣教育研究所碩士論文, 未出版, 台中市。藍之伸(2010)。運動行銷之球隊、球員及戰績對球迷收視行為影響—以美國職棒大聯盟為例。私立銘傳大學管理研究所 碩士論文, 未出版, 台北市。賴意文(2011)。MLB 國民連勝熱 觀眾也捧場。Yahoo運動。2012年1月28日, 取自: <http://tw.sports.yahoo.com/article/aurl/d/a/110621/36/6ytc.html> 二、英文部分
Baseball-almanac(2012).Games Won by Teams Records.Retrieved February 20, 2012, from: http://www.baseball-almanac.com/recbooks/rb_gam3.shtml Becker, M.A.,&Suls,J.(1983). Take me out to the ball Game: The effect of objective,social, and temporal performance information on attendance at Major League Baseball games. Journal of sport psychology,5(3),302-313. Blackwell,R.D.,Miniard,P.W.,&Engle,J.F.(2001). Consumer Behavior(10th ed.),New York: The Dryden Press. Boyd,T.C.,& Krehbiel,T.C.(2006).An Analysis of the Effects of Specific Promotion Types on Attendance at Major League Baseball Games. Mid-American Journal of Business,21(2),21-32. Cox,A.D.,&Cox,D.(1990).Competing on Price: The Role of Retail Price Advertisement in Shaping Store-Price Image.Journal of Retailing,66(4),428-445. Davis, M. C.(2008). The Interaction between Baseball Attendance and Winning Percentage: A VAR Analysis.International Journal of Sport Finance,3,58-73. Demiralp,B.,Colburn,C.,&Koch,J.V.(2012).The effects of age,experience and managers upon baseball performance. Journal of Economics & Finance,36(2),481-498. Denaux,Z.S.,Denaux,D.A.,& Yalcin,Y.(2011). Factors Affecting Attendance of Major League Baseball: Revisited. Atlantic Economic Journal, 39(2), 117-127. Depken,C.A.(2000). Wage Disparity and Team Productivity: Evidence from Major League Baseball.Economics Letters,67,87-92. Dodds,W.B.,Monroe,K.B.,& Grewal,D.(1991). Effects of Price, brand, and store information on buyers ' product Evaluations.Journal of Marketing Research, 28 (3),307-319. Engel,J.F., Blackwell,R.D., & Miniard,P.W.(1995).Consumer Behavior(8th ed.),Dryden Press, Texas. ESPN(2012a). MLB Attendance Report-2005.Retrieved January 19, 2012, from: http://espn.go.com/mlb/attendance/_/year/2005 ESPN(2012b). MLB Standings. Retrieved January 19, 2012, from: http://espn.go.com/mlb/team/schedule/_/name/oak/year/2002/seasontype/2/oakland-athletics ESPN(2012c). MLB Schedule. Retrieved January 19, 2012, from: http://espn.go.com/mlb/team/schedule/_/name/lad/year/2009/seasontype/2/half/1/los-angeles-dodgers ESPN(2012d). MLB Attendance Report-2009. Retrieved January 19, 2012, from: http://espn.go.com/mlb/attendance/_/year/2009 ESPN(2012e). MLB Attendance Report-2011. Retrieved January 19, 2012, from: http://espn.go.com/mlb/attendance/_/year/2011 ESPN(2012f). MLB Standings. Retrieved January 19, 2012, from: http://espn.go.com/mlb/standings/_/seasontype/3/group/9/date/20111031 Eysenck,H.J.,Arnold,W.,& Meili,R.(1972). Encyclopedia of Psychology. New York: Continuum. Folkes,V.S.(1988).Recent Attribution Research in Consumer Behavior: A Review and New Directions.Journal of Consumer Research,14,548-565. Frank,M.H.,George,W.O.,& ynn,W.M.(1981). The ambition achievement complex Values as organizing determinants. Rural Sociology,46(3),465-482. Funk,Daniel C.,&James,J.(2001).The Psychological Continuum Model:A Conceptual Framework for Understanding an Individual's Psychological Connection to Sport . Sport Management Review,4(2),119-150. Gitter,S.R.,&Rhoads,T.A.(2010).If You Win They Will Come:Fans care about winning in minor league baseball.Journal of Sports Economics,11,614-628. Gladden,J.M.,&Funk,D.C.(2002).Developing an understanding of brand associations in team sport: empirical evidence from consumers of professional sport.Journal of Sport Management,16(1),54-81. Hawkins,D.I.,Best,R.J.,&Coney,K.A.(1995).Consumer Behavior(6th Ed.),Irwin,Chicago, IL. Howard,D.R.,&Crompton,J.L.(1995).Financing Sport.Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc. Hunt,.A.,Bristol,T.,& Bashaw,R.E.(1999).A conceptual approach to classifying sports fans. Journal of Services Marketing,13(6),439-452. Hunt,K.A.,Hoyer,W.D.,& Brown,S.P.(1990).Effects of Brand Awareness on Choice for a Common, Repeated Purchase Product. Journal of Consumer Research,17,141-148. Kamins,M.A.,&Marks,L.J.(1991).The Perception of Kosher as a Third Party Certification Claim in Advertising for Familiar and Unfamiliar Brands. Journal of the Academy of Marketing Science,19(3),77-185.

Kinnard, W.N., & Geckler, M.B. (1997). Team performance, attendance and risk for major league baseball stadiums: 1970-1994. *Real Estate Issues*, 22(1), 8-15.

Knowles, G., Sherony, K., & Hauptert, M. (1992). The demand for Major League Baseball: a test of the uncertainty of outcome hypothesis. *The American Economist*, 36, 72-80.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management*, (11th ed.), New Jersey: Prentice Hall.

Lam, T., & Hsu, C.H.C. (2006). Predicting Behavioral Intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27(4), 589-599.

Lemke, R., Leonard, M., & Tlhokwane, K. (2009). Estimating Attendance at Major League baseball games for the 2007 season. *Journal of Sports Economics*. doi:10.1177/1527002509337212.

Lim, N. (2003). Consumers' perceived risk: sources versus consequences. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2, 216-228.

Maxham III, J.G. (2001). Service recovery's influence on consumer satisfaction, positive word-of-mouth, and purchase intentions. *Journal of Business Research*, 54(1), 11-24.

McEvoy, C.D., Nagel, J., DeSchraver, M.S.T.D., & Brown, M.T. (2005). Facility Age and Attendance in Major League Baseball. *Sport Management Review*, 8(1), 19-41.

Meehan, J.W., Nelson, R.A., & Richardson, T.V. (2007). Competitive balance and game attendance in Major League Baseball. *Journal Sports Economics*, 8, 563 – 580.

Plunkett research (2012). *Sports Industry Overview*. Retrieved January 19, 2012, from: <http://www.plunkettresearch.com/sports-recreation-leisure-market-research/industry-statistics>

Robinson, M.J., & Trail, G.T. (2002). Motives and points of attachment: Differences between college football, men's basketball, and women's basketball spectators. Manuscript submitted for publication.

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (1994). *Consumer behavior* (5th Ed.), Singapore: Prentice Hall.

Scully, G.W. (1974). Pay and Performance in Major League Baseball. *The American Economic Review*, 64, 915-930.

Scully, G.W. (1989). *The Business of Major League Baseball*. Chicago: The University Of Chicago Press, pp.119.

Sloan, L.R. (1989). "The Motives of Sports Fans," In J.H. Goldstein (Ed.), *Sports Games and Play: Social and Psychological Viewpoints* (2nd. p175-240), Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Spears, N., & Singh, S.N. (2004). Measuring attitude toward the brand and purchase intentions. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 26(2), 53-66.

Steven, A.D., Susan, L.N., & Nancy, B. (2009). Player Salaries and Team Performance in Major League Baseball. *Review of Business Research*, 9(4), 174-182.

Sutton, W.A., McDonald, M.A., Milne, G.R., & Cimperman, J. (1997). Creating and fostering fan identification in professional sport. *Sport Marketing Quarterly*, 6(1), 15-22.

Team Marketing Report (2011). *Fan Cost Index-2011 Season: Major League Baseball*. Retrieved February 20, 2012, from: https://www.teammarketing.com/public/files/2011_mlb_fci.pdf

Trail, G.T., Robinson, M.J., Dick, R.J., & Gillentine, A.J. (2003). Motives and Points of Attachment: Fans Versus Spectators in Intercollegiate Athletics. *Sport Marketing Quarterly*, 12(4), 217-227.

Wann, D.L., Melnick, M., Russell, G.W., & Pease, D.G. (2001). *Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Spectators*, Routledge, New York.

Whitney, J.D. (1988). Winning games versus winning championships: The economics of fan interest and team performance. *Economic Inquiry*, 26(4), 703-724.

Won, J., & Kitamura, K. (2006). Motivational factors affecting sports consumption behaviour of K-League and J-League spectators. *International Journal of Sport and Health Science*, 4, 233-251.

Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

大坪正則 (2002)。???野球?經營學。東京:集英社