

Exploring Consumer Behavior of Sport Gambling in Central Taiwan

蔡耿旻、熊婉君

E-mail: 375077@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

In Taiwan, there is a popular sports game market demand that has existed for a long time, a large population prefers to watch sports competitions and participate in sports betting in their favorite events. The purpose of this study was to explore the consuming behavior of sports gambling with survey methods in Central Taiwan, total of 300 valid questionnaire were received. The SPSS with descriptive statistics, independent sample t test, one-way ANOVA, and chi-square analysis were utilized in testing of samples for analysis. The results obtained are as follows: 1. The majority of sports gambling consumer are males; ages from 18 to 25 years; like watching baseball games and play basketball. 2. Sports betting behavior, most of the them had betting experience for one year or less, spent a maximum of \$ 1,000 for each bet on one sport event. 3. The longer experience they had in sports betting, the higher bet and more betting event target were purchased each time either in sports gambling or sports lottery. Based on the above results, the researchers recommended that the government sports lottery should enhance competitiveness, increase sports lottery betting play and provide diversified sporting events in responding the demands of sports game consumer.

Keywords : Sports Betting、Sports Lottery

Table of Contents

摘要	i
Abstract	ii
誌謝	iii
目錄	iv
表目錄	vi
圖表錄	viii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究問題	3
第四節 研究範圍與限制	4
第二章 文獻探討	6
第一節 賭博與社會	6
第二節 運動彩券與運動賭博的定義	9
第三節 民間運動賭博的發展歷史與現況	12
第四節 國外運動彩券的現況 - 以新加坡為例	26
第五節 政府運動彩券的發行緣起與發行現況	33
第六節 消費行為	45
第七節 總結	48
第三章 研究設計與實施	49
第一節 研究流程	49
第二節 研究對象	50
第三節 研究工具	50
第四節 資料分析	51
第四章 結果與分析	53
第一節 資本背景資料	53
第二節 民間運動博奕購買情形及投注情形	55
第三節 政府運動彩券購買情形及投注情形	57
第四節 不同背景資料在民間運動博奕消費行為之差異	58
第五節 不同背景資料在政府運動彩券消費行為之差異	65
第六節 民間運動博奕與政府運動彩券之投注情形差異分析	73
第五章 結論與建議	76
第一節 結論	76
第二節 建議	77
第三節 後續研究建議	78
參考文獻	80
附錄一	85

REFERENCES

- 一、中文部分 Howard, L. N., James, H. F. (2000), 運動社會學(王宗吉譯), 台北:洪葉文化事業有限公司。天下運動網(2008), 運動賽事投注圖[線上資料], 來源: <http://tt8888.net/> [2008, August 1] 天下運動網(2008), 賽馬賽事投注圖[線上資料], 來源: <http://tt8888.net/> [2008, August 1] 不列顛百科全書(2007), 中國:中國大百科全書出版社。林靈宏(2006), 消費者行為學。台北:五南。朱文生, 林于郁, 葉劉慧娟(2006), 香港及新加坡運動彩券發行情形考察報告, 台北:行政院體育委員會。台北富邦商業銀行(2008), 運動特種公益彩券管理辦法條文[線上資料], 來源: <http://www.i-win.com.tw/> [2008, May 2] 行政院體育委員會, (1999), 中華民國體育白皮書, 台北:漢大印刷事務有限公司。李宗哲(2002), 運動彩券制度規劃之研究, 台北:行政院體育委員會。林尹, 高明(1974), 中文大辭典, 台北:中國文化大學出版社。金兌妍, 洪煌佳(2002), 韓國發行運動彩券收益利用之探討, 大專體育, 63, 147-151。林東亮(2002), 設立賭場可以興邦除弊的迷思 - 以美國職棒賭博為例, 大專體育, 62, 197-203。邱金松(2009), 體育研究法, 台北:師大書苑。林華韋(2000), 職業棒球運動研究, 台北:行政院體育委員會。柯美月(2008), 運動彩券五月上路[線上資料], 來源: <http://times.hinet.net/times/magazine.do?magid=1920&newsid=1378249> [2009, March 5]。周錫洋(2006), 運動彩券之行銷策略研究。未出版碩士論文, 國立台北大學, 台北市。鹿元忠(2003), 台北市地區彩券購買行為之研究。未出版碩士論文, 淡江大學, 台北市。黃瑛坡(1997), 臺灣職棒黑金風暴 - 第一手內幕報導, 台中:水永國際股份有限公司。黃郎倩(2007, September 5), 運彩首年6千場賽事任你賭, 聯合晚報, A4版。黃順顯, 方怡堯(2005), 由運動彩券發行探討運動員賭博成癮行為, 大專體育, 78, 95-100。張雅苓(2004), 台北地區樂透彩券購買者之購買動機與行為之研究。未出版碩士論文, 實踐大學, 台北市。樊光強(2012), 大陸觀光客來金旅遊消費行為與政策影響之研究。未出版碩士論文, 金門大學, 金門縣。郭雙林, 蕭梅花(1996), 中國賭博史, 台北:文津出版社。葉基(2001, August 25), 焦點話題。中時晚報, 3版。蔡坤哲(2005), 國內暢銷書讀者購買決策之實證研究。未出版碩士論文, 南華大學, 嘉義縣。舒新城, 陳望道, 夏征農(1979), 辭海(4版), 台北:中華書局。賈先發, 張力可, 郭良傑(2004, November 10), 中華職棒第3仗 - 賭盤吸6億, 中國時報(台北), 6版。謝宗良(2005), 影響民眾購買公益彩券關鍵因素之研究。未出版碩士論文, 國立台北大學, 台北市。熊迺群, 蔡政諺, 饒磐安(2007,

September 4), 賠率不比賭盤組頭看衰運彩, 聯合報(台北), A3版。 鄭涵文(2008), 我國運動特種公益彩券虛擬通路相關法律議題研究, 私立世新大學法律學研究所未出版之碩士論文。 劉燕惠(2001), 台中縣市民眾發行運動彩券態度之研究, 國立台灣體育學院體育研究所未出版之碩士論文。 賴昭穎(2007, September 4), 運動彩券發行權北富銀搶下, 聯合報(台北), A3版。 二、英文部分 Assael, Henry. 1987. *Consumer Behavior And Marketing Action*, 3rd ed. Boston, MA: Kent Publishing Company. Blackwell, D. R., P. W. Miniard & J. F. Engel (2006), *Consumer behavior*, 9th ed., Harcourt, Inc. Engle, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Orlando Florida: Dryden-Press. Eibhorn, H. J. and Hogarth, R. M. 1981. " Behavioral Decision Theory: Process of Judgment and Choice " *Annual Review of Psychology* 32: 53-88. Hawkins, D. I., E. J. Best and K. A. Coney. 1989. *Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy*, 4th ed. Boston, MA: Richard D. Irwin, Inc. Hirschman, Elizabeth C. and Morris B. Holbrook(1982), Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions, *Journal of Marketing*. Kotler, P. (1998). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Pratt, J. W. (1974). *Measuring Purchase Behavior*, *Handbook of Marketing*. New York: McGraw-Hill. Park, C. W., Joworski, B. J. and MachInnis, D. J. (1986). Strategic Brand Concept-Image Management, *Journal of Marketing*. Nicosia, F. M. (1966). *Consumer Decision Process, Marketing and Advertising Implication*. New Jersey: Prentice-Hall. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer Behavior* (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Strahilevitz, M. A. and George F.L.(1998), The effect of ownership history on the valuation of objects, *Journal of Consumer Research*. Hawkins, D. E. (1982). Tourism policy considerations. Social and economic impact of tourism on Asian Pacific Region. In D.E.Hawkins(Ed.), p.208.