

Exploring the Marketing Strategies of Taiwan ' s Professional Baseball Teams

林東陞、李勝雄

E-mail: 9800865@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Nowadays the Professional Baseball have become trendy in Taiwan, most depend on a strong relationship in consumer participate. The level of consumer participate is strong relative to marketing strategy of business owner. The purposes of this study are five items as below:

1. The marketing strategy research paper of the Professional Baseball of Taiwan are far from complete, this study is Preliminary Study.
2. Understanding the demand of customer to the Professional Baseball of Taiwan, and analyze the effect of the marketing strategy.
3. Understanding the satisfaction level of customer to the marketing strategy of the Professional Baseball of Taiwan (Product, Price, Place, Promotion, Segmenting, Targeting and Positioning)
4. The research object is the Professional Baseball Teams of Taiwan; discuss real action of marketing strategy.
5. To Plan improving action of marketing-mix strategy is compromising the sustaina-bility

The research finding is the segmented customer having indirective and directive fluence on the dimension of the marketing strategy, but customer ' s background is far beyond. The research suggest are:

1. Good Market Partitioning.by any information
2. Take promotion action or design customer favor product.

Keywords : professional baseball of Taiwan、 professional baseball teams、 profes-sional sport、 marketing strategy

Table of Contents

| | |
|------------------|------|
| 中文摘要 | iii |
| 英文摘要 | iv |
| 誌謝辭 | vi |
| 內容目錄 | vii |
| 表目錄 | viii |
| 圖目錄 | x |
| 第一章 緒論 | 1 |
| 第一節 研究問題背景 | 1 |
| 第二節 研究動機 | 2 |
| 第三節 研究目的 | 5 |
| 第四節 名詞釋義 | 6 |
| 第二章 文獻探討 | 8 |
| 第一節 職業棒球產業發展沿革 | 8 |
| 第二節 我國職業棒球產業分析 | 12 |
| 第三節 行銷策略理論 | 15 |
| 第四節 滿意度 | 21 |
| 第三章 研究方法 | 23 |
| 第一節 研究架構 | 23 |
| 第二節 研究變數與變數操作性定義 | 24 |
| 第三節 問卷設計與抽樣方法 | 25 |
| 第四節 信效度分析 | 27 |
| 第五節 資料分析方法 | 28 |
| 第四章 研究結果與分析 | 30 |
| 第一節 描述性統計分析 | 30 |
| 第二節 因素分析 | 37 |
| 第三節 信度與效度分析 | 39 |

| | | |
|------|---------------------------|----|
| 第四節 | 集群分析 | 41 |
| 第五節 | 變異數分析 | 45 |
| 第六節 | 相關分析 | 59 |
| 第五章 | 結論與建議 | 61 |
| 第一節 | 研究結論 | 61 |
| 第二節 | 實務上之行銷建議 | 63 |
| 第三節 | 後續之研究建議 | 64 |
| 參考文獻 | | 65 |
| 附錄 | 台灣職棒球隊行銷策略之研究問卷 | 67 |

表目錄

| | | |
|--------|--------------------------------|----|
| 表 4-1 | 基本資料分析表 | 32 |
| 表 4-2 | 產品策略統計表 | 33 |
| 表 4-3 | 定價策略統計表 | 33 |
| 表 4-4 | 通路策略統計表 | 34 |
| 表 4-5 | 推廣策略統計表 | 35 |
| 表 4-6 | 定位策略統計表 | 35 |
| 表 4-7 | 市場區隔策略統計表 | 36 |
| 表 4-8 | 競爭策略統計表 | 36 |
| 表 4-9 | KMO與Bartlett檢定 | 38 |
| 表 4-10 | 解說總變異量 | 39 |
| 表 4-11 | 轉軸後的成份矩陣 | 39 |
| 表 4-12 | 各集群之人數表 | 42 |
| 表 4-13 | 各級群在行銷策略因素構面上的平均值 | 42 |
| 表 4-14 | 不同集群基本資料樣本數分析表 | 44 |
| 表 4-15 | 各集群的人口統計變數特徵 | 45 |
| 表 4-16 | 球迷性別與衡?構面之差?性檢定表 | 46 |
| 表 4-17 | 球迷居住地點與衡?構面之差?性檢定表 | 47 |
| 表 4-18 | 球迷年齡與衡?構面之差?性檢定表 | 48 |
| 表 4-19 | 球迷婚姻狀況與衡?構面之差?性檢定表 | 49 |
| 表 4-20 | 球迷教育程度與衡?構面之差?性檢定表 | 50 |
| 表 4-21 | 球迷職業與衡?構面之差?性檢定表 | 51 |
| 表 4-22 | 球迷每月平均收入與衡?構面之差?性檢定表 | 52 |
| 表 4-23 | 球迷支持球隊與衡?構面之差?性檢定表 | 53 |
| 表 4-24 | 球迷購買商品頻率與衡?構面之差?性檢定表 | 54 |
| 表 4-25 | 球迷購買商品地點與衡?構面之差?性檢定表 | 55 |
| 表 4-26 | 集群分群特性與衡?構面之差?性檢定表 | 56 |
| 表 4-27 | 集群分群特性Scheffe法多重比較 | 57 |
| 表 4-28 | Pearson積差相關分析的結果 | 60 |

圖目錄

| | | |
|-------|-----------------|----|
| 圖 3-1 | 研究架構圖 | 23 |
|-------|-----------------|----|

REFERENCES

一、中文部份王宗吉(1992), 體育運動社會學, 台北:銀禾。李貽鴻(1986), 觀光行銷學:供應與需求, 淑馨出版公司, 臺北。林燈燦(2001), 旅行業經營管理 - 理論與實務, 台北:品度。莊翰華(1998), 都市行銷理論與實務, 新竹:建都文化事業出版社。許士軍(1990), 現代行銷管理, 台北:著者。陳永賓(1995), 國內航空客運市場行銷策略之研究, 私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。陳定國(1996), 企業概論, 台北:三民圖書出版公司。郭振鶴(1999), 行銷研究, 台北:華泰文化事業。彭俊榮(2003), 旅行業全包裝團體旅遊產品業務行銷策略之研究, 私立世新大學觀光學系未出版之碩士論文。黃俊英, 林震岩(1991), SAS精析與實例, 台北:華泰書局。蔡岱亨(2003), 台灣職業棒球運動發展之研究, 屏東師範學院體育學系碩士班未出版之碩士論文。蔡宜宏、邱文信(2006), 以多面向內容分析法探究台灣棒球運動研究趨勢, 大專體育, 82, 97-103。龍媿姝(1998), 國內航空服務業行銷策略之分析 - 以北高定期航線之四家航空

公司實證，國立台灣大學商學院研究所未出版之碩士論文。二、英文部份Kotler, P. (1991). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control(7th ed.). Prentice-Hall Inc. Maggard, J. P. (1976). Positioning Revisted Journal of Marketing. Boston: Lon Pub1ishers. McCarthy, E. J. & Perreault, W. D. (1960). Basic Marketing. New York: Harper & Row. Middleton, V. C. (1996). Marketing Travel and Tourism(2nd ed.). London: Butter worth-Heinemann. Morrison, A. M. (1996). Hospitality and Travel Marketing(2nd ed.). New York: Delmar Publishers.