

球迷們！該進場看球了

-以SOR理論探討運動場景(sportscape)對中華職棒球迷的再訪意願之影響

發表人：林佳潔

組別：人文組

發表日期：2022/04/21



研究背景

職棒是臺灣人熱愛的觀賞性運動，而且職棒不只是球隊，更是一種營利事業，所以必須有足夠支撐球隊經營的觀眾及收入才能持續發展。因此球隊就必須了解**球迷的行為意圖和態度**，並擬定行銷策略去吸引並維持觀眾數 (洪順慶、張恩欣，2010)。球迷對比賽日體驗的**情緒反應**會決定未來是否參加場館舉辦的活動 (Jang et al., 2020)。

Mehrabian及Russell (1974) Stimulus-Organism-Response (SOR理論) 很適合用來解釋外在環境對觀眾的行為意圖。Wakefield及Sloan (1995) 發現場館的服務品質會影響觀眾的**情緒狀態及行為意圖**，所以將研究中運動場館的服務品質命名為「運動場景 (Sportscape)」，因此本研究以SOR理論去探討運動場景對球迷的再訪意願之影響。

- 探討運動場景因素對球迷的情緒感受之影響
- 探討球迷情緒感受對於再訪意願之影響
- 探討球迷情緒感受在運動場景及再訪意願之中介影響



文獻回顧

SOR理論

Mehrabian & Russell (1974) 提出了“刺激-個體-反應”理論(SOR)。該架構是根據人類的行為反應 (再訪或拒訪)，而這些反應是由**情緒**所調節的。因此，外在環境的**刺激**會誘發**情緒狀態**，進而**影響個人的行為反應**。

Sportscape (運動場景)

運動場景可解釋消費者對運動場館外在環境因素的看法及場館與顧客行為反應之間的關係 (Wakefield et al., 1996; Wakefield & Sloan, 1995; Yoshida & James, 2011)。並發現外在環境因素是能夠**預測消費者在觀賞體育賽事中的心理和行為反應**的重要變量 (Balaji & Chakraborti, 2015; Uhrich & Benkenstein, 2012)。



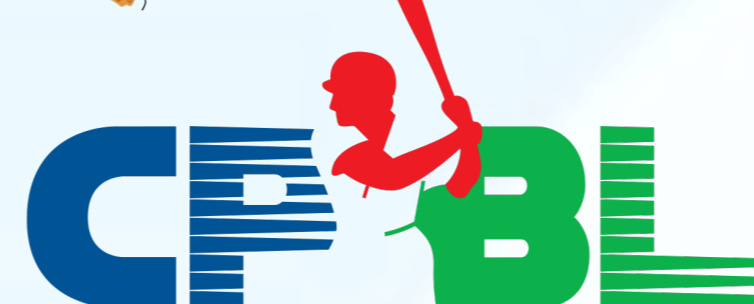
研究方法

量表建構 專家效度 問卷發放 回收問卷

10個構面 題目43題	7位異質性 專家驗證 內容效度	2022/03/17-24 於FB、IG、Line 立意抽樣 (在過去12個月內有到臺灣的棒球場觀看職棒過)	回收246份 有效208份 (84%)
----------------	-----------------------	--	---------------------------

本文以SOR理論作為研究架構基準，並透過文獻回顧設立以下假設

Team	1	2	3	4	5	6	7	8	9	R	H	E
H1: 工作人員會與觀眾的情緒感受表現出正向關係。 (Bitner, 1992; Kelly & Turley, 2001; Yoshida & James, 2011)												
H2: 等待時間與觀眾的情緒感受有正向關係。 (Hightower et al., 2002; Hill & Green, 2000; Yoshida & James, 2011)												
H3: 場地美學與觀眾的情緒感受存在正向關係。 (Baker et al., 2002; Dagger & Danaher, 2014; Wakefield et al., 1996)												
H4: 設計可及性與觀眾的情緒感受有正向關係。 (Hill & Green, 2000, 2012; Jang, Byon & Yim, 2020)												
H5: 座椅舒適度與觀眾的情緒感受呈直接正向關係。 (Yoshida & James, 2011; Wakefield et al., 1996; Jang, Byon & Yim, 2020)												
H6: 場館清潔度與觀眾的情緒感受有正向關係。 (Wakefield & Blodgett, 1996; Yoshida & James, 2010; Hill & Green, 2012; Jang, Byon & Yim, 2020)												
H7: 電子設備與觀眾的情緒感受有正向關係。 (Foroughi et al., 2019; Fernandes and Neves, 2014; Wakefield and Blodgett, 1996; Bryan and Horton, 1976)												
H8: 現場播報員與觀眾的情緒感受有正向關係。 (Schafer and Roose, 2010; Clemes et al., 2011; Uhrich and Benkenstein, 2012)												
H9: 情緒與觀眾的行為意圖表現出正向關係。 (Uhrich & Benkenstein, 2012; Jang, Byon & Yim, 2020; Ladhari et al., 2017; Tsaur et al., 2015)												
H10: 情緒在運動場景因素與觀眾行為意圖關係中有中介作用。 (Lee et al., 2012; Uhrich & Benkenstein, 2012; Jang, Byon & Yim, 2020)												



研究結果

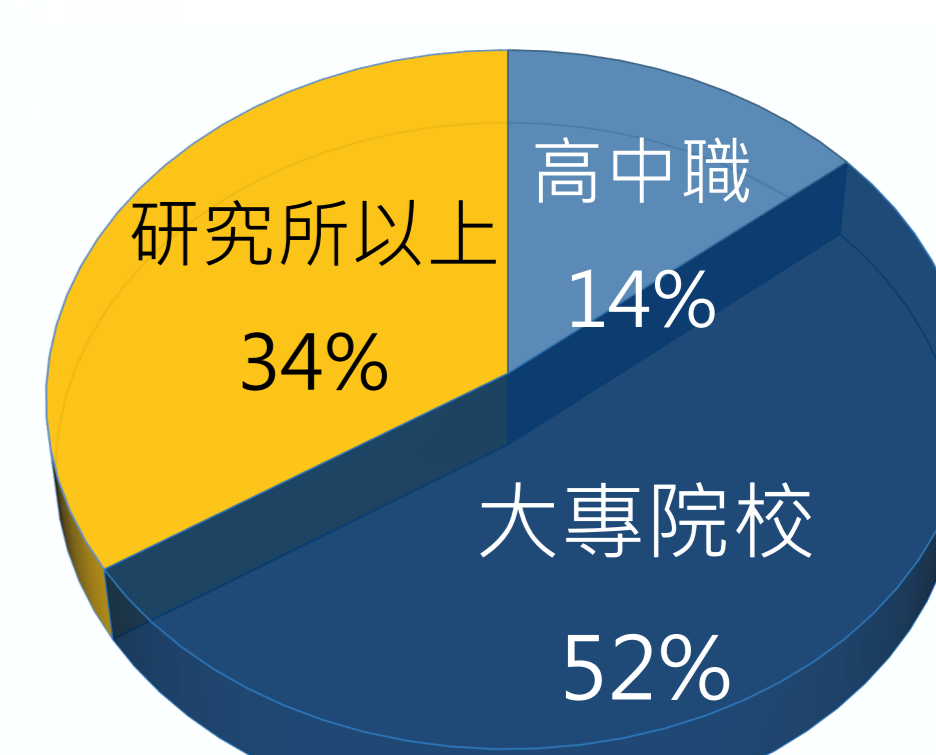
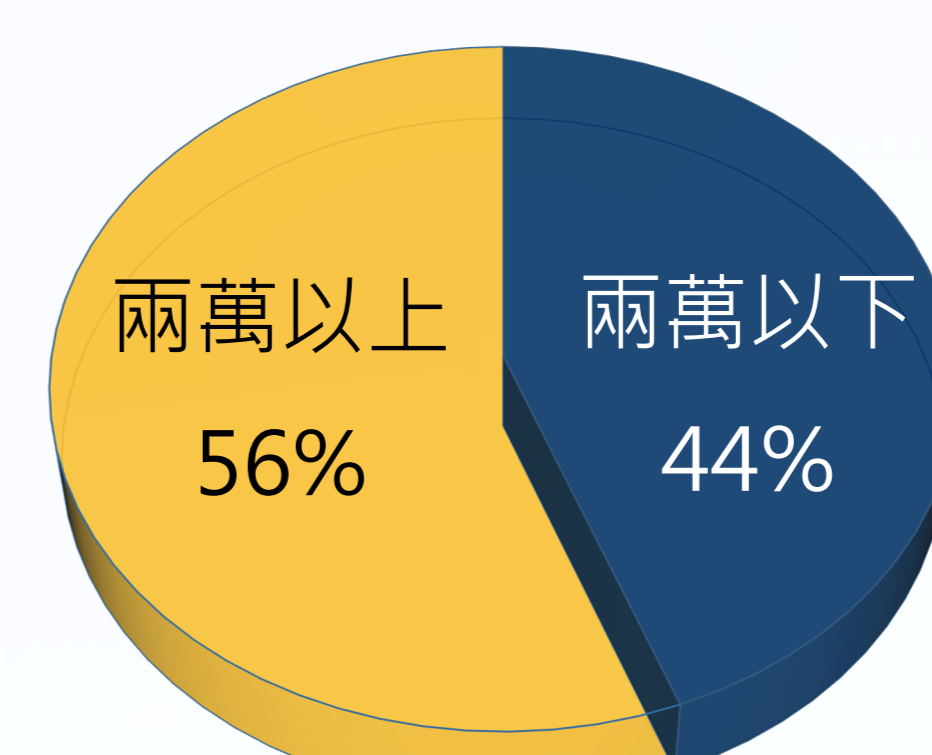
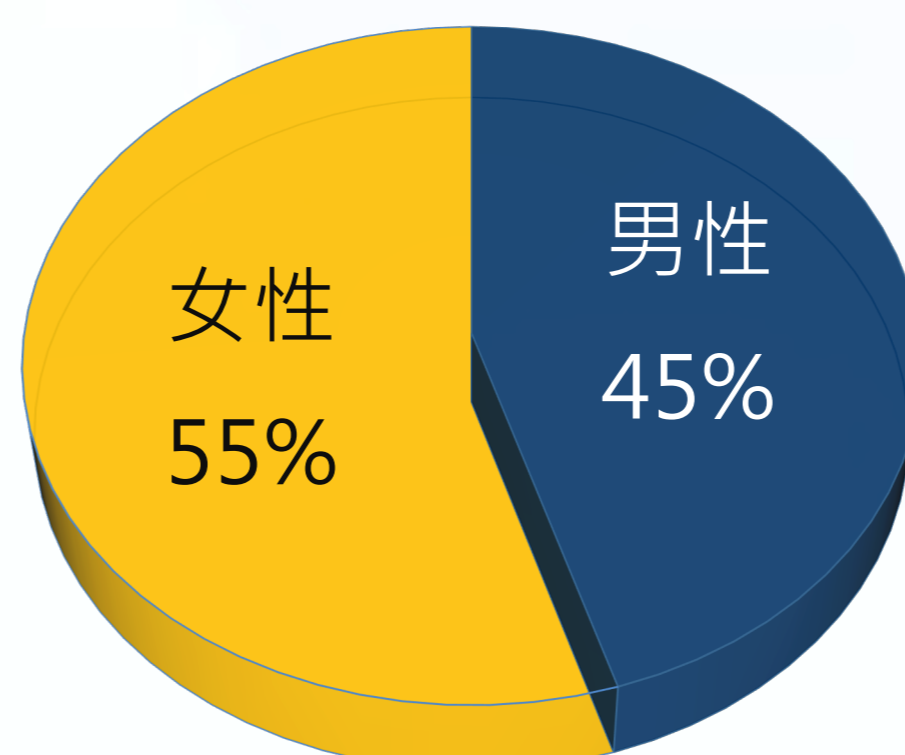


問卷網址

敘述統計 信效度分析 結構模型 中介效果

SPSS 23.0、Smart PLS 3.0、Bootstrapping 5000次進行問卷分析

一、敘述性統計



二、信效度分析

構面	Cronbach's α	CR	AVE
工作人員(E)	0.920	0.920	0.808
等待時間(W)	0.913	0.913	0.793
場地美學(V)	0.872	0.872	0.796
設計可及性(L)	0.909	0.909	0.847
座椅舒適度(S)	0.896	0.896	0.828
場地清潔度(C)	0.896	0.896	0.708
電子設備(ED)	0.945	0.945	0.858
現場播報員(SA)	0.821	0.821	0.653
情緒感受(PE)	0.906	0.906	0.780
行為意圖(B)	0.786	0.786	0.699

Cronbach's α > 0.7、CR > 0.7、AVE > 0.5 (DeVellis, 1991; Bagozzi & Yi, 1988)

三、路徑分析結果



龍 結論與建議



研究發現**電子設備**(照明、螢幕大小、音響系統品質)在棒球場的氛圍中是**增強觀眾情緒的重要特徵**，所以需要更好的電子設備來影響球迷的情緒感受(Foroughi et al., 2019)。



應在聯盟內進行**定期評估**，以開發、維護、更新及維持運動場景因素，去激發觀眾的情緒感受。也可**翻新**現有的設施及設備以滿足球迷的需求 (Costa, 2015)。



在臺灣的球場，不顯著的構面原因推測是在每個球場的運動場景差異不大，因此無法讓球迷有不同的情緒感受。**場館整潔度**可以在不更改硬體設備的情況下加以改善，因此建議球場的服務人員多**注重在廁所及走道的清潔**。



本研究部分研究未有顯著影響，推論為**樣本數偏少**且本研究**未限制到訪球場**，導致結果不夠集中無法達到顯著效果。未來**將擴大樣本數以增加研究完整性**。

參考文獻略