

企業贊助大專院校運動隊伍相互關係之研究—

以美孚建設與文化大學棒球隊為例

2009年6月

研究生：李承駿

指導教授：鄭虎

摘要

當今國內大專院校存在著一種特殊的運動經營型態—建教合作的運動代表隊。雖已行之有年，但其中卻仍有許多衍生的問題產生。本研究旨在探討企業贊助大專院校運動隊伍之相互關係，採取文獻分析法及深度訪談法，研究目的為探討影響企業贊助大專院校甲組棒球隊、大專院校甲組棒球隊尋求企業贊助之考量因素兩者間之考量因素有何差異，進一步對其合作關係提出相關建議。透過深度訪談3位學校、球隊人員及8位現役球員進行資料蒐集。研究結果發現美孚建設對本校甲組棒球隊之贊助行為緣起是為「企業領導者對於棒球的熱愛」，促成長期的贊助行為。影響球隊尋求企業贊助之內在因素包含「組織目標」、「組織規模」、「高階經理人之理念」等三方面，尤其在「高階經理人之理念」這部份，更是具有舉足輕重、決定性的影響；外在因素包含「經費額度」、「器材經費」、「球隊、校方與企業形象是否吻合」、「企業對於推展棒球有無助益」等四方面，尤其在「經費額度」、「器材經費」這兩方面是球隊尋求贊助的主要考量因素。影響企業贊助之內在因素包含「企業目標」、「企業規模」、「高階經理人」等三方面，其中影響贊助成功與否的關鍵是在「高階經理人」這部份，因為企業中這部份的人員，往往具有最後決策的能力；外在因素包含「企業定位」、「運動組織」、「贊助計畫的完整性」等三方面，其中「運動組織」、「贊助計畫的完整性」是影響企業贊助的主要外在因素，運動組織的完善規劃和球隊的管理更是企業重視的部份。研究建議大專院校與企業間應加強溝通、促使球隊的正面曝光也能為企業帶來效果、並積極培養專業行銷人員；企業內部也應有完整的自身評量贊助效益之工具、並透過與專業人員的溝通來尋求適合的贊助對象。

關鍵詞：企業贊助、大專甲組棒球隊、建教合作

Empirical Study of Corporate Sponsorship for University Sport Teams – The Sponsorship between Meifu Group and Baseball Team of Chinese Culture University

June 2009

Graduate: Chen-Chun Lee

Advisor: Hu Zheng

Abstract

Sponsorships for university sport teams, a special kind of sport business in universities, have been in existence for years, but there are a lot of problems associated with this business. The purpose of this research was to analyze the relationship between sponsoring enterprises and university sport teams. The documentary analysis and in-depth interview were the research methods of choice for this study. Specifically, this study researched the differences of and compared between considerations that enterprises had for sponsoring university sport teams and university sport teams had for seeking sponsorships from enterprises, and provided relevant suggestions for the cooperative relationship. The in-depth interviews were conducted on eight sport team players and sport team staff across three universities. The research results reveal that the reason Meifu Group consistently sponsors the university sport team was because the top manager of Meifu Group was enthusiastic about baseball. The factors that university sport teams seek sponsorships from enterprises include organization goal, organization size, and the philosophy of the top manager. Among the three factors, the philosophy of the top manager was the determining factor. The external factors include budget limitation, equipment budget, consistency among the sport team image, university image, and enterprise image, and the benefit of corporate baseball promotion. Budget limitation and equipment budget were two main considerations that university sport teams seek corporate sponsorships. The factors that enterprises sponsor university sport teams include organization goal, organization size, and top manager. Among the three factors, the top manager was the determining factor since top managers possess decision making authorities. The external factors include corporate position, sport organization, and integrity of the sponsorship plan. Among the three factors, sport organization and integrity of the sponsorship plan were two main considerations that enterprises sponsor university

sport teams, and a well thought out sport organization plan and sport team management were the highly valued considerations for enterprises. The research results suggest that 1) universities should increase the frequency of communications with the enterprises; 2) enterprises should hire or train professional marketers to help the university sport teams generate positive publicity, which will in turn create beneficial results for the enterprises; and 3) enterprises should adopt an assessment tool measuring the benefits of sponsorships and identify ideal candidates for sponsorship efforts with the help of sport professionals.

Key words: Corporate sponsorship, University baseball team, Corporate sponsored internship



目次

中文摘要	I
英文摘要	II
目次	IV
表次	VI
圖次	VII
第壹章 緒論	
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	3
第三節 研究目的	8
第四節 研究問題	9
第五節 研究對象	10
第六節 研究限制	11
第貳章 相關文獻探討	
第一節 企業贊助的本質	12
第二節 運動贊助的本質	16
第三節 影響企業贊助大專甲組棒球隊之考量因素	29
第四節 影響大專甲組棒球隊尋求企業贊助之考量因素	34
第參章 研究方法	
第一節 研究設計	37
第二節 研究流程	38
第三節 研究工具	40
第四節 研究對象之選取	42
第五節 資料分析	42
第肆章 研究結果與討論	
第一節 企業贊助文化大學甲組棒球隊之緣起與運作	44
第二節 影響球隊尋求企業贊助之內在因素	45
第三節 影響球隊尋求企業贊助之外在因素	50
第四節 影響企業贊助之內在考量因素	55
第五節 影響企業贊助之外在考量因素	57
第六節 球隊尋求贊助與企業贊助考量因素之差異	62

第伍章 結論與建議

第一節 研究結論	65
第二節 建議	69

參考文獻

中文部份	71
英文部分	73
電子網路資料	73

附錄

- 附錄一 訪談名冊（中國文化大學棒球隊及相關人員）
附錄二 訪談地點、時間、內容



表次

表 1-2-1 1990~1996 北美各行銷溝通工具的成長率	3
表 1-2-2 北美地區企業贊助類別分佈表	4
表 2-2-1 贊助與慈善捐助之差別	17
表 2-2-2 全球贊助市場總額 (美元)	20



圖次

圖 2-1-1 贊助與授權式促銷的成長狀況	14
圖 2-2-1 各公司年度投入運動贊助之經費預算	21
圖 2-2-2 廣告、銷售促銷、以及贊助的年度成長狀況	21
圖 3-2-1 研究流程圖	39
圖 3-3-1 三角檢定法	40

