

台灣各縣市政府推動會展產業決策模式建構與評量

Taiwan's city promote the construction and evaluation of the MICE industry decision-making model

錢士謙¹ Shih-Chien Chien

樹德科技大學會議展覽與國際行銷學位學程 副教授

cscsyh@stu.edu.tw

伏柔穎² Rou-Ying Fu

樹德科技大學會議展覽與國際行銷學位學程 大學生

s16120119@stu.edu.tw

摘要

會展產業在亞洲地區快速發展，依據 2018 ICCA 最新統計台灣在全球排名 23 名，在亞洲地區排名第五名。另在「推動臺灣會展產業發展計畫」下，更帶動各縣市推動會展產業的企圖心。基於此，本研究嘗試建構推動會展產業評估模式並以臺中、台南，及桃園為例進行專家評選，在實證分析後準則部分「會展專業人才」(33.5%)。其他依序資源管理(18.2%)、會展行銷(18%)、現場管理(16.4%)及整體意象(13.8%)。次準則重要性前五名依序為辦理會展產業相關課程教育訓練(13.4%)、建立當地會展人才資料庫(10.2%)、展產業專業認證培育機制(10.0%)、會展業務人員的專業能力(4.8%)以及會展場地及設施(4.6%)；至於三個城市推動會展產業首選是台中(47.5%)，依序才是桃園(36.7%)與台南(15.7%)。

關鍵字：會展產業、建構會展產業評估模式、AHP 模糊層級分析、修正式德爾菲法

壹、緒論

積極發展會展產業一直是國家努力推動經濟發展的利器，所謂的會展產業(MICE)即是會議(Meeting)、獎勵旅遊(Incentive)、大型國際會議(Convention)、展覽(Exhibition)，四個部分所組成的產業結合貿易、交通、金融、旅遊等多項相關產業，多年來的努力已具有「火車頭型服務業」的美稱。在面臨全球化、國際化的競爭環境，結合「全球思維、在地文化」已經成為各國發展會展產業關注的方向，跟著上國際間交流的脚步、仍保留得住自己國家的特色，去達到國際之間良好的互動，已是每個國家發展會展產業運用的策略。

有鑑於此，政府單位也一直在持續擴大會展產業投資，透過三期四年會展產業推動計畫已帶來實際成效。近年來在北部及南部建構及擴充會展中心所帶來的商業活動成效，更使政府透過會展中心的規劃帶動桃園、台中及台南特色經濟的發展。根據工商時報記載，我們發現台灣多數展覽已經逐漸延伸至南部或是中南部。高雄展覽館自從 2014 年 4 月開幕啟用以來，截至 2017 年止共舉辦 128 場展覽、449 場各類型會議及 108 場各類型活動，來館累計超過 670 萬人次，已成功奠定高雄會展產業堅實而穩固的發展基礎。而經濟部國貿局也在 2018 年表示台中將成立「中台灣會展產業聯盟」，總預算共 100 億元，要在水滄智慧城興建水滄國際會展中心，加上已於 2017 年 10 月完工啟用的高鐵烏日站會展中心也積極興建中，準備帶動台中經濟，並爭取主辦 2022 世界設計之都等，希望帶動城市國際化；而桃園也正籌備總預算約 41 億元 1,400 萬元打造桃園會展中心；台南則是耗資總預算 20 億，搭建大臺南會展中心，分別預計在 2022 年以及 2020 年完工啟用。

台灣如此大動作的在各地區興建會展中心，想必會展產業對於經濟或是各方面城市行銷帶動已成為不可或缺的主要因素，那麼在城市資源有限的前提下，就必須根據每個城市自身的實際情況，充分趨利避害，揚長避短，對該區會展業的發展做出可行的規劃，以搭配當地產業特色發展，才有助於對當地的會展業給予有利促進，是目前至積

極興建會展產業的城市政府要面對並積極研究的問題。

本研究將使用 AHP 模型分析對於目前會展產業的環境及現況，並以桃園、台中以及台南，三個目前正積極建立會展產業的城市加以研究，結論出對於會展產業的優先發展方向及策略性建議，也將歸納出對於這三個城市個別的優勢及劣勢在哪裡，目前又應該朝哪方面努力，才能創造出最大的乘數效應，造就出成功的會展產業。

貳、文獻探討

一、會展產業定義

會展產業被認為是繼金融貿易後，頗具前景的產業之一，西方經濟學者稱為「城市的麵包」，即會展是城市的風景，亦有會展是城市經濟的「助推器」之說（黃振家，2009）。全球許多地區和亞太地區主要國家（如新加坡、日本、韓國、馬來西亞）及臺灣交通部觀光局以「M.I.C.E.」（Meeting 會議、Incentive Travel 獎勵旅遊、Convention 大型會議、Exhibition/Event 展覽活動）做為會議與展覽產業名稱，也使用「M.I.C.E.」界定會議與展覽產業的範疇；而歐美國家則將會議與展覽業的範疇定為會議產業（Meeting Industry）及展覽產業（Exhibition and Event Industry）。

台灣也逐漸有許多地區正準備編列預算興建會展產館，如經濟部國貿局提出目前桃園、台中及台南都已著手建立會展產業，那麼面對形形色色的城市條件及市場，就一定可以有各式各樣的方式去呈現一個成功的會展產業，所以想要造就一個好的會展產業，成功的關鍵一定不只一個，因此，本研究將蒐集許多文獻去探討及佐證一個成功的會展產業都具備了哪些條件，將成功的因素分析出來之後，要視各環境的產業特性去決定哪一個比較適合當地發展，供決策者參考。

二、推動會展產業發展的關鍵因素

本段首先蒐集國內外期刊、論文、研究報告等相關文獻共 14 篇，經過歸納、整理並彙整出影響會展產業建構決策之因素，作為本研究層級架構之主軸。

01、葉泰民(1999)，台北市發展國際會議觀光之潛力研究，文化大學觀光事業研究碩士論文。

- | | |
|-------------|----------|
| (1) 專業服務 | (2) 政府支持 |
| (3) 城市形象 | (4) 交通便利 |
| (5) 安全友善 | (6) 成本價格 |
| (7) 會議、旅館設施 | (8) 觀光活動 |

02、Jun, Jae Kyoon, and Ken W. McCleary (1999), Factors Affecting Convention Participation Decision-Making: Developing a Measurement Scale

- (1) 地點吸引力：旅館及其他設備的合適性、地點的可及性、夜生活的活動豐富
- (2) 成本和附加價值：交通成本、服務的有效性、整體價值與成本、穩定的幣值及匯率
- (3) 距離和環境：與會者到達的距離、氣候、遊憩功能充足、文化歷史吸引力
- (4) 社會要素：當地的形象、政治環境、犯罪率、風俗習性

03、Crouch and Louviere (2004), The Determinants of Convention Site Selection: A Logistic Choice Model from Experimental Data

- (1) 環境：會場設備及容納量、住宿周邊環境、展覽會議場地品質
- (2) 地點可及性：與展場距離、與住宿距離、地點獨特性、
- (3) 成本：旅館房價、當地物價
- (4) 氣質環境：氣候、當地支援、娛樂遊憩機會、獨特文化

04、曾純慧(2005)，鄉村旅遊發展成功關鍵因素之研究—以台中地區為例，台中健康暨管理學院休閒遊憩與管理學系碩士論文。

- (1) 當地風俗特色 (2) 行銷方式
 (3) 公共及服務設施 (4) 完善旅遊套裝規劃
 (5) 公部門政策規劃支持
- 05、蔡馨儀(2005)，會展專業人才培訓計畫推動現況與實施成效之研究，銘傳大學運動休閒及休管理學系碩士論文。
 (1) 會展專業人才政策擬定 (2) 會展人才培訓
- 06、莊雪麗(2005)，台灣會展產業及發展策略之研究，國立高雄應用科技大學觀光與餐飲管理研究所碩士論文。
 (1) 建立國際會議專業及技術人才培育體系。
 (2) 養成理論與實務兼具的會議展覽專業人才。
- 07、楊舒淇、陳淑莉(2007)，國際會展產業現況及會展專業教育之初探，管理與教育研究學報(Journal of management & educational research)，ISSN:1815-655X，第七期。
 (1) 各國皆重視會展產業為國家帶來可觀的經濟效益
 (2) 全力培植會展專業人才
 (3) 會展業者與產業觀察者也皆認為會展專業人才之不足以成為台灣會展產業未來發展之隱憂。
- 08、張書憲(2008)，高雄市發展會議展覽產業策略研究，高雄市研究發展考核委員會。
 (1) 城市硬體建設：會議展覽的相關設施、交通及運輸方便性、航班次數與國際聯外能力、硬體空間的整合分享程度、住房數量
 (2) 城市資訊傳遞：提早獲知舉辦會展的資訊、人才庫之建立、成果行銷、場地之規格及租用方式、參展相關申請程序
 (3) 城市吸引力：吸引力、城市形象、主題塑造能力、物價及所需支出的生活消費水準、旅遊景點及觀光資源規劃
 (4) 城市互動性：安全及友善程度、專業人才與服務能力、外語溝通人力、道路拼音即指標、主動性
- 09、甘廣智(2009)，會展產業發展影響因素認知與其競爭力之相關研究-以高雄市與吉隆坡為例，國立高雄應用科大觀光與餐旅管理系碩士論文。
 (1) 價格 (2) 服務
 (3) 場館設施 (4) 流程安排
 (5) 廣告宣傳 (6) 商旅餐飲
 (7) 便利安全 (8) 總體服務的水準和質量
- 10、陳俞媚(2010)，會展產業關鍵成功因素探討，嶺東科技大學觀光與休閒管理研究所學位論文。
 (1) 資源管理：會展場地環境及設施、旅館環境及設施、大眾休閒空間設施、交通系統、內部人力管理、利害關係人。
 (2) 會展行銷：行銷人員、產品、價格、促銷、通路。
 (3) 現場管理：接待管理（報到/註冊）、餐飲管理、溝通管理、安全管理、危機管理。
 (4) 整體意象：地理位置、品牌及名聲、文化及觀光景點、氣候因素、治安、商業網絡。
- 11、黃振家(2012)，當文創遇到行銷：解讀「文創行銷」一書。
 (1) 身為服務業火車頭的會議展覽產業，其中所囊括的會議、展覽及獎勵旅遊，可以當成行銷的一部分
 (2) 不論是產品行銷、組織行銷、城市行銷甚至國家的行銷，會展行銷都存在於行銷的學問中大行其道
 (3) 將會展整合行銷分為「活動行銷」、「事件行銷」、「城市行銷」及「策略聯盟」等多元面相
 (4) 會展主辦單位本身必預以互動、參與和分享的理念，與會展顧客進行關係行銷，以維持會展競爭優勢
 (5) 會展行銷就是確認會展顧客需求與滿足會展顧客需求

12、鄭博文、吳濟華、邱鴻遠、陳如慧(2012)，高雄市會展產業發展策略之研究，城市發展，城市發展半年刊。

- (1) 互動性強，其表現是多方面的，尤其是在會展現場
- (2) 透過與同類產品在生產技術、性能、銷售策略等方面的比較，明確發展方向
- (3) 是一種綜合性的經濟、社會、文化活動
- (4) 會展活動涉及住宿、餐飲、交通、公關等各個環節的配合及銜接，同時還表現為社及眾多的相關行業及部門
- (5) 涉及間接為會展產品提供物質基礎與便利條件的商業、建築業、交通、旅遊、娛樂、醫療、科技、海關等部門

13、孫國軒(2012)，台中市會展產業發展潛力之研究，逢甲大學都市計畫空間資訊學系碩士班碩士論文。

- (1) 會展場館的維護管理
- (2) 專業化的管理、協調與運作
- (3) 給予展覽商標保護
- (4) 安排展覽時程
- (5) 會展專業人員培訓認證
- (6) 場館設施
- (7) 建立會展產業人才資料庫
- (8) 廣告宣傳

14、邱俊芳(2015)，基層會展人才需求與訓練課程無縫接軌，義守大學管理學院碩博士班學位論文。

- (1) 了解會展業者需求特性
- (2) 培訓會展人員方式
- (3) 建立專業會展人員資料庫

根據文獻探討的歸納後，發現展產業的建構大多都考量到了最基本的硬體設備及周邊環境，多數研究認為好的周邊建設及會展中心的成立會直接影響與會者對於該地會展產業的信心，再者是當地會展產業的行銷能力，該如何讓與會者融入這個活動以及期待下一次活動，也成為一個很重要的軟實力，接著就是許多學者也紛紛提出現場管理之因素，認為當下為緊急時刻做出緊急救援的的決策能力對於一個會展產業也應格外重視，然後則是當地的文化及觀光景點以及該城市對於外地人的初步印象之吸引力也會影響與會者到達當地參與的行動力，最後則是我們也從文獻發現到自從台灣在 2005 年推動會展產業，也就是直接承認台灣即將開始正式邁入會展產業之後，關於「會展產業人才培育」的問題也都在 2005 年之後也如雨後春筍般的熱烈探討。

但會展產業所面對的因素相當多面，也很可能有不同屬性的因素同時影響決策，而大多數的研究都只是概覽的提出影響因素，因此我們無法從大多數的文獻判斷出因素之間的差異性，也很難從大多數的文獻直接進行評估及決策。

以下我們為本章節文獻探討整理成表格式的統整，供決策者參考（如表 2-1）。

表 2-1 會展產業建構決策之評估指標與相關文獻

層面	構面	評估指標	相關文獻
會展產業成功相關因素	資源管理	會展場地及設施	(1) 葉泰民(1999)
		周邊旅館環境及設施	(2) Jun, Jae Kyoon, and Ken W. McCleary (1999)
		娛樂休閒空間設施	(3) Crouch and Louviere (2004)
		交通系統	
		內部人力管理	
		政府支持	(4) 曾純慧(2005)
	會展行銷	會展業務人員的專業能力	(5) 蔡馨儀(2005)
		會展服務符合顧客滿意需求	(6) 莊雪麗(2005)
		會展推廣工具選擇與通路規劃	(7) 楊舒淇、陳淑莉(2007)
		銷售成本的管控	(8) 張書憲(2008)

	行銷創意發想	(9) 甘廣智(2009)
現場管理	接待服務管理	(10) 陳俞媚(2010)
	餐飲品質管理	(11) 黃振家(2012)
	溝通協調管控	(12) 博文、吳濟華、邱鴻遠、陳如慧(2012)
	公共安全管理	(13) 孫國軒(2012)
	危機處理能力	(14) 邱俊芳(2015)
整理意象	地理位置適切	
	當地物價水準高低	
	服務單位支援效能	
	城市品牌及形象	
	當地文化及觀光景點	
	地區氣候因素	
會展產業人才	當地治安	
	會展產業專業認證培育機制	
	建立當地會展人才資料庫	
	辦理會展產業相關課程教育訓練	

參、研究方法與研究架構

本節針對推動會展產業決策模式評估架構之建立、層級分析法、模糊層級分析法及修正式德爾菲法介紹其原理與實際運算步驟。

一、研究方法

本研究分兩階段設計，第一階段以德爾菲法做為最初的要素篩選，運用德爾菲法整合專家意見，推動會展產業成功相關因素，第二階段以德爾菲法之分析結果來做為模糊 AHP 分析法之基礎進行各準則權重分析。本研究所提出之研究流程如圖 3-1 所示：

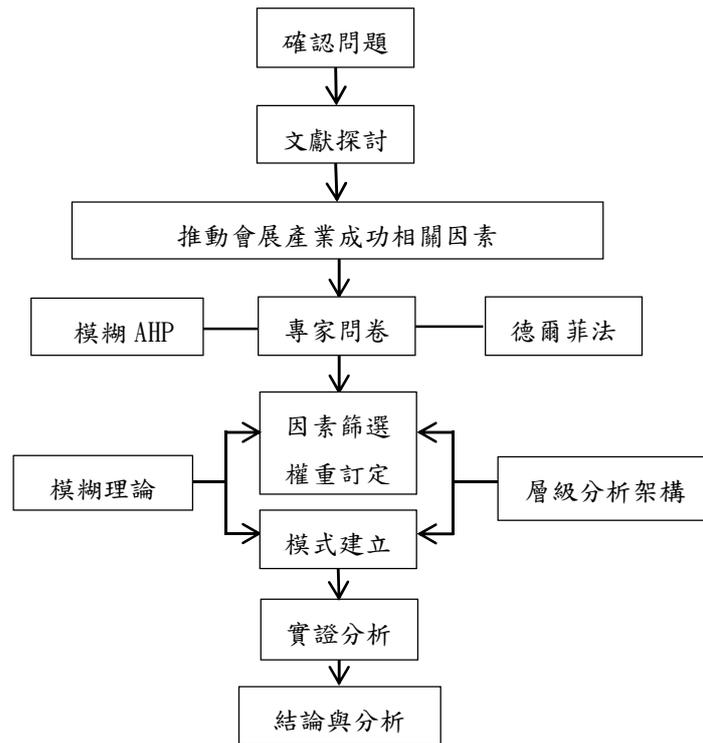


圖 3-1 研究流程

1. 第一階段-德爾菲法及修正後德爾菲法

(1). 德菲法是「一種結構性的團體溝通過程，過程中允許每位成員就某議題充分表達其意見並受到同等重視，以求得在該複雜議題上意見的共識」，適用於資料不足及情況不確定的背景下，無法以量化資料做預測的問題 (Linstone & Turoff, 1975; Mai, 1981)。典型的德菲法的執程序包含五個步驟：a. 確認、聯繫參與者，並對研究主題、過程詳細說明，使參與者能掌握研究問題的核心，順利進入狀況。b. 進行第一回合問卷，即參與者對於初次問卷設計以開放式問答，彙整全體參與者的個別意見後開始產生回饋，以作為第二回合問卷之依據。c. 進行第二回合問卷，即將第一回合問卷彙整後，以二分法、等級法或量表評分法等呈現主題，並請全體參與者給予意見。d. 進行第三回合，即將第二回合的問卷以量化分析方式呈現，並製作第三回合問卷，分別請專家答覆或補充修正。e. 綜合意見形成一致性參與者的意見無法達成共識時，則反覆第三、四步驟，直到達成一致性的共識 (黃俊英，1996)。

(2). 修正式德菲法 (Modified Delphi Method)

為解決德菲法在進行中，問卷的多次往返，會有耗時、不易控制進度、問卷回收率可能越來越低等缺點，Murry 與 Hammons (1995) 提出「修正式德菲法」，修正式德菲法省略第一回合開放式問卷施測的繁複步驟，改以參考文獻中相關研究結果，或是專家訪談的方式，發展出李克特七點量表半結構式問卷，請專家評定準則重要性。不但可以節省大量時間，也能讓參與研究的專家群將注意力集中於研究主題，提高問卷的回收率。

2. 第二階段-模糊 AHP 法

本階段以模糊理論為基礎，運用模糊 AHP 法整合專家之意見，探討建立會展產業的關鍵成功因素，並將問卷發放給相關領域之專家，進而提出改善建議供後續可研究之方向，並由相關業界對會展產業有所研究之專業人士為基礎，藉由專家豐富的經驗與其專業知識來進行因素之評判，透過抽樣蒐集不同領域之意見，在現有層級架構因素組合中，整理出影響推動會展產業成功之關鍵因素。

- 模糊層級分析

本研究所選取之三角模糊數，能夠考慮群體決策認知的模糊性，且具運算簡單、容易明瞭及實用性高的優點。

三角形模糊數 \tilde{A} ，以 $\tilde{A}=(a_1,a_2,a_3)$ 表示，其中 $0 < a_1 < a_2 < a_3$ 。

$$\mu_{\tilde{A}}(x) = \begin{cases} 0 & , x < a_1 \\ (x-a_1)/(a_2-a_1) & , a_1 \leq x < a_2 \\ (a_3-x)/(a_3-a_2) & , a_2 \leq x < a_3 \\ 0 & , x \geq a_3 \end{cases} \quad (1)$$

本研究各個指標所進行之評估與評量是需要進行選取的，然而在各專家的主觀判斷中是會具有其一定之模糊性，因而本研究經由語意評估之方式，使得各專家能夠輕易且簡易充分表達其主觀判斷的評估值，為使決策過程中之模糊性能充分被表達出，本研究運用上述三角模糊數來表達每一語評判值。在模糊語意尺度方面，Miller(1965)建議以 5 到 9 個語意尺度為較適合之方式，因此本研究在於模糊語意上所採用的尺度，為 Miller 所建議之九點語意尺度，其模糊語意與所代表之模糊數如表 3-1 所示，而隸屬函數的圖形如圖 3-2 所示。

本研究九點尺度的模糊語意為「同等重要」、「稍微重要」、「頗為重要」、「極為重要」、「絕對重要」，與考慮兩尺度間之折衷值，以此九點尺度讓受訪專家表達意見。

表 3-1 重要性比較語意尺度

模糊語意尺度	語意變數	模糊數
1	同等重要(Equal Importance)	(1,1,2)
2	介於兩者之間	(1,2,3)
3	稍重要(Weak Importance)	(2,3,4)
4	介於兩者之間	(3,4,5)
5	頗重要(Essential Importance)	(4,5,6)
6	介於兩者之間	(5,6,7)
7	極重要(Very Strong Importance)	(6,7,8)
8	介於兩者之間	(7,8,9)
9	絕對重要(Absolute Importance)	(8,9,9)

資料來源：Miller (1965)

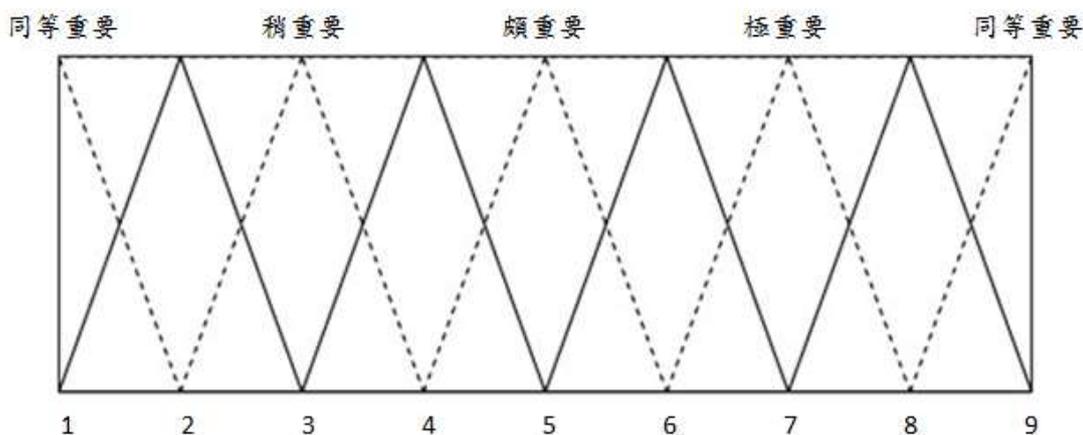


圖 3-2 模糊語意隸屬函數

資料來源：Miller(1965)

本研究所提出推動會展產業成功相關因素決策模式評估之程序，步驟如下。

1. 步驟一：一致性檢定

假設第 K 位專家對於在某評估準則之下評估 N 個評選指標 A_1, A_2, \dots, A_n 的明確值成對比較矩陣 A^K ，若成對比較

矩陣為正倒值矩陣，要求決策者在成對比較時，能達到前後一致性，這是相當困難的。因此需進行一致性的檢定，作成一致性指標（鄧振源、曾國雄，1989）。在此理論之基礎假設上，假設 A 為符合一致性的矩陣，但是由於填卷者主觀之判斷，使其矩陣 A 可能不符合一致性，但評估的結果要能通過一致性檢定，方能顯示填卷者的判斷前後一致，否則視為無效的問卷。因此 Saaty 建議以一致性指標（Consistence Index, C.I.）與一致性比例（Consistence Ratio, C.R.）來檢定成對比較矩陣的一致性。

由 Saaty(1980)提出一致性指標，其可由成對比較矩陣 A^K 所求出的最大特徵值 λ_{\max}^K 得到，將一致性指標公式表示如下：

$$CI = \frac{\lambda_{\max}^K - N}{N - 1} \quad (2)$$

CI：為一致性指標。

λ_{\max}^K ：為矩陣A之最大特徵值

N：為比較矩陣階數（評估目標或準則數）

從評估尺度 1-9 所產生的正倒值矩陣，在不同的階數下所產生的一致性指標稱為隨機性指標（Random Index; R.I.）。表 3-2 為不同矩陣階數所對應的隨機一致性指標表。在相同階數的矩陣下 C.I.值與 R.I.值的比率，稱為一致性比率 C.R.（Consistency Ratio）即：

$$C.R. = C.I./R.I. \quad (3)$$

若 C.R. < 0.1 時，則矩陣的一致性程度使人滿意。

表 3-2 隨機指標表

階數	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	1.57	1.59

資料來源：吳萬益、林清河（2001）

當C.I.=0 表示前後判斷完全具一致性，而C.I.>0 則表示前後判斷不一致。

Saaty 認為C.I.<0.1 為可容許的偏誤，若C.R.<0.1 時，則矩陣的一致性程度使人滿意。

最後進行整體層級一致性檢定(Consistency Ratio of the Hierarchy ; C.R.H)：以C.R.H.值進行檢定。

$$C.R.H. = C.I.H. / R.I.H. \tag{4}$$

C.I.H (Consistency Index of the Hierarchy, C.I.H.) = Σ (每層級之優先權重) \times (每層之C.I.)

R.I.H. (Random Index of the Hierarchy, R.I.H.) = Σ (每層級之優先權重) \times (每層之R.I.)

C.I.H.：整體層級的一致性指標。

R.I.H.：整體層級的隨機指標。

在評估層級的一致性時，C.R.H.值<0.1則整體層級的一致性可接受。如果整個層級結構的一致性不符合要求，顯示層級間的關聯有問題，必須重新進行要素及其關聯之分析。

2. 步驟二：建立層級架構

層級之頂端稱為焦點，而焦點以下之各層級可包含多個因素，而因人類無法同時比較7種以上的事物，因此應以7個因素為限。此層級架構易於層級比較，因此能獲得較佳之一致性，本研究層級架構：第0層代表推動會展產業成功相關因素，第1層為影響最終目標之主要構面，第2層則代表影響主要構面之評估指標。

3. 步驟三：設計專家問卷

本研究以針對推動會展產業成功相關因素之專家來進行評估，並以AHP法概念所建立的層級架構，將問卷設計成因素間兩兩相比較的形式，以獲得專家對兩因素間相對重要性程度之看法，以建立成對比較矩陣。

4. 步驟四：建立模糊正倒判斷矩陣

傳統判斷矩陣 $A=[a_{ij}]$ 為一正倒矩陣，導入模糊數概念表示專家對兩兩因素重要程度看法模糊性，以三角模糊 $\tilde{A}=[\tilde{a}_{ij}]$ 來整合各專家意見， $A=[\tilde{a}_{ij}]$ ，A：模糊正倒矩陣，如此即可以建立模糊正矩陣 A。

5. 步驟五：群體整合 $\tilde{a}_{ij}=(l_{ij}, m_{ij}, u_{ij})$ ， $\tilde{a}_{ij}=\frac{1}{\tilde{a}_{ji}}$ ， $\forall i, j=1, 2, \dots, n$

本研究採幾何平均數法來整合專家意見，整合公式如下：

$$\tilde{a}_{ij} = (\tilde{a}_{ij}^1 \otimes \tilde{a}_{ij}^2 \otimes L \otimes \tilde{a}_{ij}^n)^{\frac{1}{n}} \tag{5}$$

\tilde{a}_{ij} ：模糊正倒矩陣中第 i 列第 j 行之三角模糊數。

\tilde{a}_{ij}^n ：專家 N 對第 i 個評估指標中第 j 個因素之兩兩比較值。

6. 步驟六：計算模糊權重

本研究對模糊權重的計算方法採用列向量幾何平均法來操作。採用此法除了可得到模糊正倒矩陣的模糊權重外，更可達正規化的目的（劉儒俊，2002）。

$$r_i = (\tilde{a}_{i1} \otimes \tilde{a}_{i2} \dots \otimes \tilde{a}_{in})^{\frac{1}{n}} \quad (6)$$

$$\tilde{W}_i = r_i \otimes (r_1 \oplus r_2 \oplus L \oplus r_n)^{-1} \quad (7)$$

r_i ：三角模糊數的幾何平均值

\tilde{W}_i ：模糊正倒矩陣中每一列之模糊權重值

7. 步驟七：解模糊化

為獲取各項評估指標的明確值，必須進行解模糊化，本研究採反三角模糊數公式，優點在於客觀性且無須加入決策人員偏好，計算方法如下：

$$DF_{ij} = \frac{a+b+c}{3} \quad (8)$$

a 、 b 、 c ：分別為三角模糊數中之下限 l_{ij} 、中間 m_{ij} 、上限值 u_{ij} 。

8. 步驟八：正規化

為比較不同主要構面與及各項評估指標的重要性，將解模糊權重值進行正規化。

$$NW_i = \frac{DF_{ij}}{\sum DF_{ij}} \quad (9)$$

9. 步驟九：層級串連

經由前述步驟，可求得最終目標下第一層第 i 個主要因素的權重 NW_i 、第一層第 i 個主要因素下第 j 個評估指標的權重 NW_{ij} ，若要求最終目標下第一層第 j 個評估指標的權重，則必須進行層級串連。

$$NW_j = NW_i \times NW_{ij} \quad (10)$$

二、推動會展產業決策模式評估架構之建立

對於推動會展產業決策模式評估架構之建立，本研究根據文獻歸納結果，構思評選推動會展產業決策模式之評估架構之建立之評估標的及項目，以資源管理、會展行銷、現場管理、整體意象及會展專業人才等五大構面做為標的層指標，做為推動會展產業決策模式評估架構之建立層級架構之主軸，各屬性文獻來源如表 2-1 所示，整個層級評估架構如圖 3-1，各評估標的與評估項目之內容說明如下：

(一) 資源管理

本章節的資源管理是指會展場地環境及設施、旅館環境及設施、大眾休閒空間設施、交通系統、內部人力管理及利害關係人，即是所有建立會展產業相關可見性及無形性的硬、軟體設備資源供給以及政府支持推動的程度。本研究以六個評估指標加以評估：

1. 會展場地及設施：

指舉辦會議與展覽的場所的佈置擺設是否良好，且擁有良好硬體設備即視聽設備或網路通訊平台，會展場地容納量是否更夠規模化、場地的選擇是否具有多元性，能否有效利用空間不造成資源浪費，以及預算場地租借的經費是否得宜，又不虧損建構成本。

2. 周邊旅館環境及設施：

意指舉辦會展期間與會者之住宿旅館及周邊環境是否具有足夠的便利性、安全性，首要強調希望會展場所附近之住宿設備更能夠完善、旅館的空間搭配也能有多元性、留容人數也能與會者人數互相配合、不

會造成旅宿不夠之問題，旅宿的價格成本也會成為旅館周邊環境及設施的考量之一。

3. 娛樂休閒空間設施：

此要素考量到與會者在展覽會議期間的休閒性，附近的休閒設施是否能夠讓與會者得到滿足，甚至建立良好印象，達成下次再次參與的條件之一，或是當地附近有足夠的消費機會，紀念品或名產等加深與會者對於該城市的有形印象，也能夠達到促進經濟的機會。

4. 交通系統：

會展場地對於當地高鐵站、大眾交通運輸工具是否方便，有無需要長時間等待接駁的問題，以及交通成本是否會過於昂貴。

5. 內部人力管理：

內部人力的調配及支援程度或者是配合人力資源的承包商，是否能有效配合，提升與會者對於該會展場所之良好印象。

6. 政府支持：

當地會展中心是能否得到政府的支持，能夠協助簽證事項，來臺更為方便，能夠從旁協助成立專職機構，提升工作效能、協辦相關事宜，也能夠提供優惠措施，降低關稅甚至加速通關等流程。

(二) 會展行銷

會展行銷則是概括了行銷學裡面最為需要透過專業考量的銷售成本以及行銷服務，就是所謂的行銷人員，則是繼行銷 4P 之後來學者新加入的 3 個 P，即是人 (People)、有形展示 (Physical Evidence) 和過程 (Process)，加上行銷必具備的吸引力及創新思考的能力，所組成的服務行銷，去構成一道完善的行銷流程，也就是證明該城市會展產業會對於推廣、宣傳手段的創新力。本研究以五個評估指標加以評估：

1. 會展業務人員的專業能力：

銷售人員是否能夠清楚的傳達銷售資訊、是否具有親和力以及說服力說服顧客買下該產品。

2. 會展服務符合顧客滿意需求：

就是將產品傳遞到顧客手中這中間所需採取的作為，例如：員工的決策權或是讓顧客等待時也能有參與度等。

3. 會展推廣工具選擇與通路規劃：

即是商品與服務本身的展示能更加貼近顧客，顧客能從中得到可觸及的線索，去體認該行銷所提供的服務質量。

4. 銷售成本的管控：

即希望銷售前員工能為此商品訂定最低價或是提前有一套利潤的演算，不希望在活動中造成虧損問題。

5. 行銷創意發想：

希望銷售過程能夠提供不一樣的銷售手法及創新能力，吸引顧客上門了解，甚至提升購買意願。

(三) 現場管理

現場管理則是意指說明接待管理 (報到或註冊)、餐飲管理、溝通管理、安全管理以及危機管理，即是說明產業中心本身對於突發狀況以及作業流程順暢度的維護及重視度。本研究以五個評估指標加以評估：

1. 接待服務管理：

會展場所的動線是否清楚、流暢，報到的作業流程是否通暢。

2. 餐飲品質管理：

餐飲方面是否按照食安把關，菜色方面是否能夠使顧客滿意。

3. 溝通協調管控：

在活動中，對於訪客的疑問及人員的溝通上是否都能讓訪客了解，能有效把資訊正確完整的提供給顧客。

4. 公共安全管理：

在安全方面，是否都有良好的規劃及動線，殘障者專用道是否都有被規劃出來，以及逃生路線是否都能夠在顯眼的地方供訪客了解。

5. 危機處理能力：

當會場裡遇到突發狀況，是否都已事先規劃好突發解決措施，不使訪客驚慌失措。

(四) 整體意象

整體意象則包含了地理位置、品牌及名聲、文化及觀光景點、地區氣候因素、當地治安以及商業網絡等會展產業建構對於該城市形象的塑造完善狀況，也就是外界對於該城市建構會展產業的初步信心程度。本研究以七個評估指標加以評估：

1. 地理位置適切：

會展產業所在的環境或機場條件通往重要城市進行貿易都能夠達到便利、飛航時間也能夠有效縮短。

2. 當地物價水準高低：

與會者來該會展城市是否認為費用水準過於昂貴，與實際想像有所落差造成心理上的不平衡。

3. 服務單位支援效能：

對於該地會展產業整體能否達到良好的服務協調，效率是否得宜。

4. 城市品牌及形象：

該城市能否在國際或城市間塑造良好形象，或讓人們對該城市有良好的城市特色聯想。

5. 當地文化及觀光景點：

當地是否具獨特自然環境、引人注目的人文吸引力或著名有特色的觀光景點。

6. 地區氣候因素：

當地氣候是否穩定良好，降雨機率是否過於頻繁、造成與會者可能對於天氣的煩躁感。

7. 當地治安：

當地治安考量否安全，環境有沒有公安把關，犯罪率是否過於頻繁造成人心惶惶，使與會者產生不安的感覺。

(五) 會展專業人才

關於會展相關專業人才之培育即有建立會展產業專業認證及人才資料庫或辦理會展產業相關課程，即是會展產業對於服務性人力資源建構的培育計畫之重視程度與否。本研究以三個評估指標加以評估：

1. 會展產業專業認證培育機制：

應透過專業認證篩選會展人才，保持該會展產業的專業素養。

2. 建立當地會展人才資料庫：

建立資料庫能夠在審核或評鑑的時候，核定該會展產業目前的水準，有助於提升或改進。

3. 辦理會展產業相關課程教育訓練：

辦理相關課程招攬有潛力或是有興趣願意奉獻於會展產業的人士，有助於加快培訓的進度。

由上述參考文獻，本研究建構推動會展產業成功因素 AHP 層級架構圖如圖 3-3：

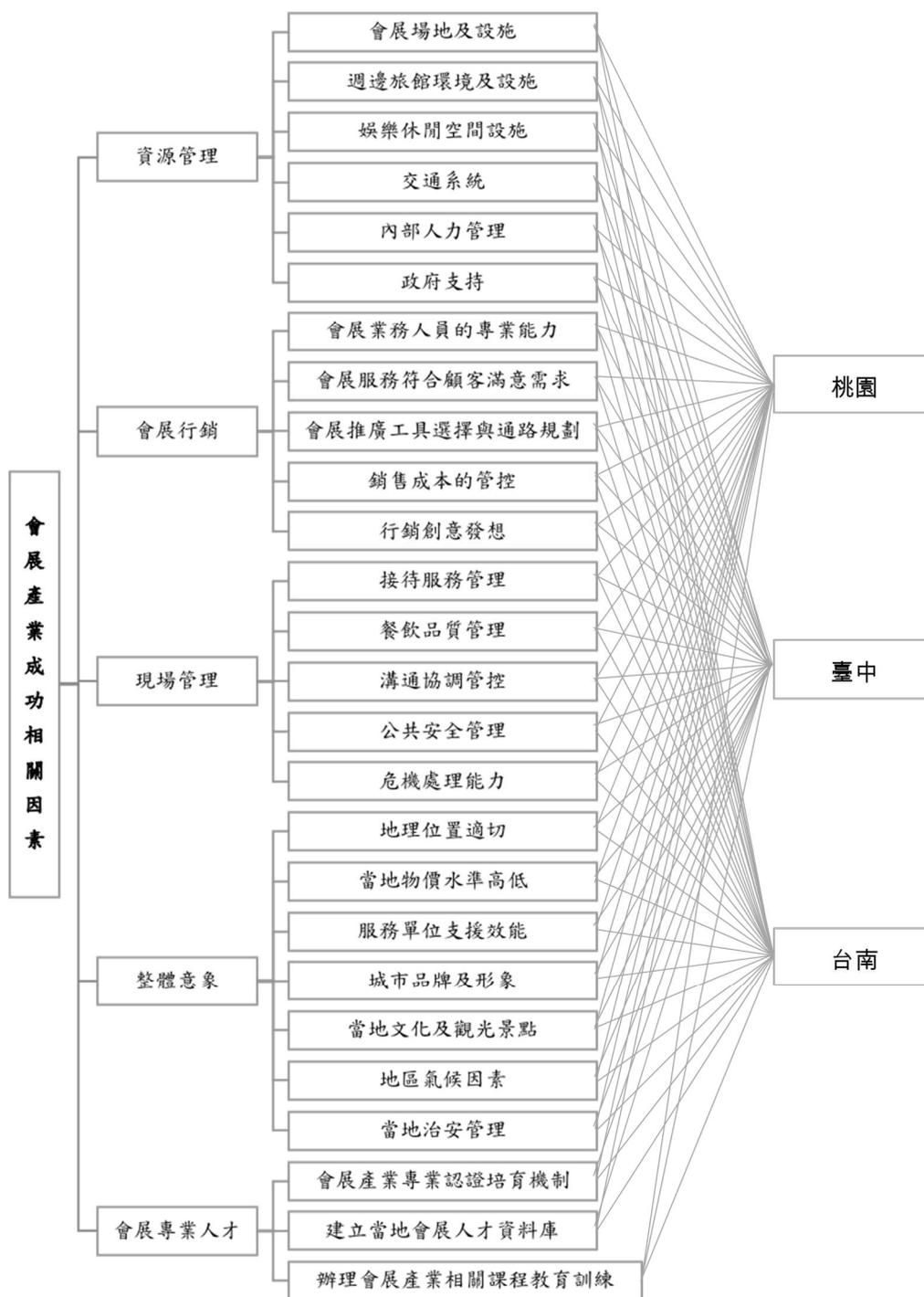


圖 3-3 推動會展產業關鍵成功因素 AHP 架構圖

肆、實證分析

分成兩個階段，使用修正式德爾菲法、層級分析法等研究方法，嘗試了解國內推動會展產業決策模式建構與評量。希望國內成立會展產業人員了解其關鍵因素之後，能夠制定一套有利於自己推動的模式與建構以提升其誘因與排除其阻礙。使得參展商會更有意願去參與各種不同的展覽，能夠在會展產業有優越得表現。

4.1 受訪者基本資料

本研究以現在產業界的會議展覽業者計五位與學術教育者計五位為研究調查的主要對象。使用修正式德爾菲法、層級分析法等研究方法，嘗試了解國內推動會展產業決策模式建構與評量關鍵因素。希望建構決策者在了解其

關鍵因素之後，在日後規劃展區能夠獲取更多的利益。

首先將上一章節所採用的指標或因素，使用德爾菲法建立問卷進行專家準則意見分析，量測原則以平均數大於 3 及變異係數小於等於 0.5 為標準，計第一回問卷發出 10 份，回收 9 份；接續設計 AHP 問卷，問卷發放對象為展覽業相關專家，第二回問卷出 10 份回收 10 份，回收率為 95%。

4.2 德爾菲法專家結果分析

我們探討「國內推動會展產業決策模式建構與評量」之影響因素，使用德爾菲法建立問卷進行專家準則意見分析如表 4-1，可知領域專家對於此因子看法相當贊同以上 26 項項目皆為建構成功因素，尤其會展場地及設施、周邊旅館環境及設施及會展服務符合顧客滿意需求，其變異數皆為 0.06，平均數皆為 4.9，重要性較高所以專家將其視為最重要的因子。以上全數評選因子皆通過平均值。故本研究將此項目全數保留，在設計第二階段之 FAHP 問卷時將予考慮這些因子。

表 4-1 國內推動會展產業決策模式建構與評量之德爾菲法各因子評選結果

項目	評選因子名稱	平均數	變異係數	評選結果
1	會展場地及設施	4.9	0.0642826	○
2	周邊旅館環境及設施	4.9	0.0642826	○
3	娛樂休閒空間設施	3.4	0.2413973	○
4	交通系統	4.6	0.1090769	○
5	內部人力管理	3.9	0.08081237	○
6	政府支持	4.6	0.1090769	○
7	會展業務人員的專業能力	4.7	0.1428574	○
8	會展服務符合顧客滿意需求	4.9	0.0642826	○
9	會展推廣工具選擇與通路規劃	3.9	0.1456864	○
10	銷售成本的管控	4	0.1178511	○
11	行銷創意發想	4.4	0.15411	○
12	接待服務管理	4.8	0.08701555	○
13	餐飲品質管理	4.3	0.1087853	○
14	溝通協調管控	4.6	0.1503519	○
15	公共安全管理	4.7	0.1428574	○
16	危機處理能力	4.6	0.1503519	○
17	地理位置適切	4.8	0.08701555	○
18	當地物價水準高低	3.4	0.1442625	○
19	服務單位支援效能	4.2	0.1488644	○
20	城市品牌及形象	4.6	0.1090769	○
21	當地文化及觀光景點	4	0.1666667	○
22	地區氣候因素	3.7	0.1285647	○
23	當地治安管管理	4.2	0.09846441	○
24	會展產業專業認證培育機制	4.4	0.15411	○
25	建立當地會展人才資料庫	4.2	0.1488644	○
26	辦理會展產業相關課程教育訓練	4.6	0.1503519	○

資料來源：本研究整理

評選結果為：○ 代表專家對此項目的意見保有一致性

X 則為專家們對此項目看法有異

4.3 層級分析法結果分析

透過德爾菲法各因子評選結果以上 26 項因素之變異係數皆小於 0.5，代表專家們對此項目的看法保持一致性，因此接著製作模糊 AHP 法之問卷。建立了五大準則與 26 項次準則，並探討國內推動會展產業決策模式關鍵因素的模式建構與評估。依前建構之層級架構與問卷回收之資料，待各專家達成共識性之後，建立各層級之模糊判斷矩陣，再依模糊幾何平均數求各層級指標的模糊判斷矩陣，整合結果如表 4-2。

表 4-2 各項準則的模糊權重值

評估標的	模糊權重			項目	模糊權重		
	下界	中間	上界		下界	中間	上界
資源管理	0.719	0.966	1.269	會展場地及設施	1.220	1.725	2.217
				周邊旅館環境及設施	0.717	0.944	1.298
				娛樂休閒空間設施	0.251	0.321	0.465
				交通系統	0.856	1.138	1.469
				內部人力管理	1.002	1.379	1.828
				政府支持	0.881	1.217	1.675
會展行銷	0.734	0.956	1.209	會展業務人員的專業能力	1.096	1.385	1.735
				會展服務符合顧客滿意需求	0.932	1.236	1.584
				會展推廣工具選擇與通路規劃	0.617	0.821	1.103
				銷售成本的管控	0.442	0.581	0.809
				行銷創意發想	0.988	1.224	1.480
現場管理	0.660	0.848	1.149	接待服務管理	0.871	1.021	1.221
				餐飲品質管理	0.563	0.764	1.089
				溝通協調管控	0.792	1.077	1.400
				公共安全管理	0.760	0.982	1.313
				危機處理能力	0.882	1.214	1.574
整體意象	0.541	0.716	0.986	地理位置適切	1.004	1.383	1.858
				當地物價水準高低	0.364	0.450-	0.601
				服務單位支援效能	0.986	1.323	1.733
				城市品牌及形象	1.746	2.385	2.995
				當地文化及觀光景點	0.700	0.911	1.193
				地區氣候因素	0.326	0.401	0.538
				當地治安	1.081	1.395	1.731
會展專業人才	1.320	1.786	2.314	會展產業專業認證培育機制	0.715	0.883	1.148
				建立當地會展人才資料庫	0.725	0.927	1.164
				辦理會展產業相關課程教育訓練	0.956	1.221	1.510

資料來源：本研究整理

國內推動會展產業決策模式建構與評量因素的第一層架構為主要準則。經分析數據之軟體所求得評估準則之權重如表 4-3 數據所示，可以得知絕大部分的受訪專家認為「會展專業人才」是最重要的，在相對權重上佔了 33.5%。而相對於其他四項，如：資源管理、會展行銷、現場管理及整體意象則分別個占相對權重 18.2%、18%、16.4%與

13.8%。由此可知，絕大部分的專家皆認為做好會展專業人才是建構會展產業最關鍵的因素。建構會展產業在培訓各方面的會展人才與評估事項若是無做好，會使得即便將展館蓋好，也無法發揮致最大效能，進而導致帶來嚴重損失；而資源管理是注重建構過程是否能夠得到足夠的資源；會展行銷是注重推廣過程是否能夠擁有較高的曝光度；現場管理是注重在於第一線人員的緊急措施策劃；整體意象則是在於利用當地會展產業環境去塑造我善的形象，利以提升外界對於該城市的好感度進而前往參展。

表 4-3 主準則模糊值

評估標的	標的解模糊化權重	整體解模糊化值	整體次序
資源管理	0.182	0.182	2
會展行銷	0.180	0.180	3
現場管理	0.164	0.164	4
整體意象	0.138	0.138	5
會展專業人才	0.335	0.335	1

資料來源：本研究整理

求得個評估構面之模糊權重後，利用反三角模糊數去模糊化的計算，將模糊數轉成明確值，並進行層級串聯以利於整體權重排序，各項指標之相對權重及整體排序如表 4-4。對於國內推動會展產業決策模式建構與評量因素之準則中，次準則重要性前五名依序為辦理會展產業相關課程教育訓練(0.134)、建立當地會展人才資料庫(0.102)、展產業專業認證培育機制(0.100)、會展業務人員的專業能力(0.048)以及會展場地及設施(0.046)。以下表所示，可以清楚了解專家們對此建構 26 項次準則有何想法，也可了解此 26 項次準則比例重要性。

表 4-4 次準則模糊值

評估標的	評估項目	項目解模糊化權重	整體解模糊化值	整體次序
資源管理	會展場地及設施	0.251	0.046	5
	周邊旅館環境及設施	0.144	0.026	17
	娛樂休閒空間設施	0.050	0.010	24
	交通系統	0.169	0.031	15
	內部人力管理	0.204	0.037	10
	政府支持	0.182	0.033	13
會展行銷	會展業務人員的專業能力	0.264	0.048	4
	會展服務符合顧客滿意需求	0.233	0.042	6
	會展推廣工具選擇與通路規劃	0.157	0.028	16
	銷售成本的管控	0.113	0.020	22
	行銷創意發想	0.232	0.042	7
現場管理	接待服務管理	0.204	0.033	12
	餐飲品質管理	0.154	0.025	18
	溝通協調管控	0.210	0.034	11
	公共安全管理	0.197	0.032	14
	危機處理能力	0.236	0.039	9

整體意象	地理位置適切	0.168	0.023	20
	當地物價水準高低	0.057	0.008	25
	服務單位支援效能	0.161	0.022	21
	城市品牌及形象	0.284	0.039	8
	當地文化及觀光景點	0.112	0.015	23
	地區氣候因素	0.051	0.007	26
	當地治安	0.169	0.023	19
會展專業人才	會展產業專業認證培育機制	0.297	0.100	3
	建立當地會展人才資料庫	0.304	0.102	2
	辦理會展產業相關課程教育訓練	0.399	0.134	1

資料來源：本研究整理

最後運用 26 評估子準則評選桃園、台中及台南在推動會展產業上相對的重要性如表 4-5，由專家評判觀點，首選是台中(0.475)，依序才是桃園(0.367)與台南(0.157)。

表 4-5 三個城市推動會展產業的相對重要程度

會展場地及設施	相對權重
桃園	0.367197
台中	0.475465
台南	0.157338

資料來源：本研究整理

經 Fuzzy AHP 運算後得知 10 位受訪者之一致性指標及一致性比率來檢定配對比較矩陣的一致性，所得結果如表 4-6 所顯示，相關檢定顯示回收問卷之單一層級指標一致性比率(C.R.)及整體一致性指標(C.R.H.)數值皆小於 0.1，表示全體受訪者之評估值均達到可接受之一致性標準。

表 4-6 一致性檢定及一致性比率表

	C.I.值	是否合格	C.R.值	是否合格
資源管理	0.030	是	0.025	是
會展行銷	0.039	是	0.035	是
現場管理	0.037	是	0.033	是
整體意象	0.045	是	0.034	是
會展專業人才	0.004	是	0.007	是
整體一致性檢定	C.R.H=0.058 < 0.1，層級符合整體一致性檢定			

資料來源：本研究整理

伍、結論與建議

會展產業是發展經濟非常重要的展業，資料顯示舉辦會展活動可以帶動的周邊整體經濟呈現 1：9，據觀察此數值上再增加中。而如今的會展產業活動是個全球化的產業活動，要想跟國際接軌，會展活動已成為不可或缺的條件，然而同時國內各地方籌劃舉辦會展活動的動作卻是相當活躍，因此如何去建構夠一套成功的會展產業模式就顯

得極為重要。

本研究以國內參展商及學術教育業者為主要探討的對象，並針對受訪者對於建構決策者建構時各階段需注意之事項、所需具備要件，以及決策影響之關鍵因素，使用修正正式德爾菲法與模糊層級分析法等研究方法進行分析，主要研究目的為：

1、透過德爾菲法遴選專家對於評估模式準則意見彙總

本研究將建構會展產業的需求與決策影響分為「資源管理」、「會展行銷」、「現場管理」、「整體意象」及「會展專業人才」共編列出 26 個提項，其中包含：資源管理：1.會展場地及設施、2.周邊旅館環境及設施、3.娛樂休閒空間設施、4.交通系統、5.內部人力管理、6.政府支持。會展行銷：1.會展業務人員的專業能力、2.會展服務符合顧客滿意需求、3.會展推廣工具選擇與通路規劃、4.銷售成本的管控、5.行銷創意發想。現場管理：1.接待服務管理、2.餐飲品質管理、3.溝通協調管控、4.公共安全管理、5.危機處理能力。整體意象：1. 地理位置適切、2. 當地物價水準高低、3. 服務單位支援效能、4. 城市品牌及形象、5、當地文化及觀光景點 6. 地區氣候因素、7. 當地治安管理。會展專業人才：1. 會展產業專業認證培育機制、2. 建立當地會展人才資料庫、3. 辦理會展產業相關課程教育訓練。

由「4.2 德爾菲法專家結果分析」可知領域專家對於上述因子看法相當贊同以上 26 項項目皆為建構模式成功因素，尤其其會展場地及設施、周邊旅館環境及設施及會展服務符合顧客滿意需求，其變異數皆為 0.06，平均數皆為 4.9，重要性較高所以專家將其視為最重要的因子。由於以上全數評選因子皆通過平均值。故本研究將此項目全數保留，在設計第二階段之 FAHP 問卷時將予考慮這些因子。

2、透過模糊層級分析法彙集專家對於各準則相對權重分析

本研究將問卷第二部分，以 Fuzzy AHP 法之問卷建立了 5 大項準則與 26 項次準則，並探討「國內推動會展產業決策模式建構與評量」關鍵因素的模式建構與評估。依前建構之層級架構與問卷回收之資料，待各專家達成共識性之後，建立各層級之模糊判斷矩陣，再依模糊幾何平均數求各層級指標的模糊判斷矩陣，歸納出以下。

首先，「資源管理」部分由「4.3 層級分析法結果分析」可以得知最為重要的依序為會展場地及設施(0.251)、內部人力管理(0.204)、政府支持(0.182)、交通系統(0.169)、周邊旅館環境及設施(0.144)、娛樂休閒空間設施(0.050)，由以上排序可得最為重要是會展場地及設施，其次是內部人力管理，上述兩項為建構模式主要之誘因，所以會以此兩項次準則為主要評估。

「會展行銷」的部分由「4.3 層級分析法結果分析」可以得知最為重要的依序為會展業務人員的專業能力(0.264)、會展服務符合顧客滿意需求(0.233)、行銷創意發想(0.232)、會展推廣工具選擇與通路規劃(0.157)、銷售成本的管控(0.113)，由以上排序可得最為重要的是會展業務人員的專業能力，在現場展示須人員的解說與示範，人員的應對及專業能力會影響到參觀者對該城市會展產業的印象，所以應著重於人員培訓，人員素質若好，進而可以在無形中提升該城市會展產業之曝光度。

「現場管理」的部分由「4.3 層級分析法結果分析」可以得知最為重要的依序為危機處理能力(0.236)、溝通協調管控(0.210)、接待服務管理(0.204)、公共安全管理(0.197)、餐飲品質管理(0.154)，由上排序可得最為重要是危機處理能力，一套會展建構模式雖然已經有了基本危機處理規劃，但人與人的交流本身就是最琢磨不定的，如果能在人員的培訓上著重於危機處理的應變能力，此建構坪林將能夠更上一層樓。

「整體意象」的部分由「4.3 層級分析法結果分析」可以得知最為重要的依序為城市品牌及形象(0.284)、當地治安管理(0.169)、地理位置適切(0.168)、服務單位支援效能(0.161)、當地文化及觀光景點(0.112)、當地物價水準高低(0.057)、地區氣候因素(0.051)，由上排序可得最為重要是城市品牌及形象，表示一個地區的會展建構模式與該城市的品牌形象有很大的關聯，要能引人入勝，吸引外地人士參與該城市的會展活動，一定要懂的如何讓該城市植入人心，因此創立城市關聯性標的，建立城市品牌形象為之重要。

「會展專業人才」的部分由「4.3 層級分析法結果分析」可以得知最為重要的依序為辦理會展產業相關課程教育訓練(0.399)、建立當地會展人才資料庫(0.304)、會展產業專業認證培育機制(0.297)，由上排序可得最為重要是辦理會展產業相關課程教育訓練，由以上所述會展業務人員專業度以及危機處理能力都與教育人材有極大的關聯性，所以完整的培訓教育可以提升專業，拉近人與人之間的信任感，進而提升該城市會展產業的形象，因此辦理會展產業相關課程教育訓練為本構念較需先考量的重點項目。

3、 國內推動會展產業決策建構模式

會展產業的建構需從多方向的努力及齊心配合才有可能取其完整，決策者需要搭起可能與政府、可能與相關業者、也可能是直接民眾的橋樑，完成溝通與向心力的連結，聯合媒體與各單位資源去建構，達成宣傳的效果，使會展產業能夠完整，運行順暢，影響決策者建構的因素之研究結果，本研究可概分以下五階段，分別是「資源管理」、「會展行銷」、「現場管理」、「整體意象」與「會展專業人才」，從五階段分別對國內會場業者、學術專家去做問卷發放加以分析探討，並透過本研究分析結果來推論五階段中最受參展商重視之要素分別為：

1. 資源管理：「會展場地及設施」
2. 會展行銷：「會展業務人員的專業能力」
3. 現場管理：「危機處理能力」
4. 整體意象：「城市品牌及形象」
5. 會展專業人才：「辦理會展產業相關課程教育訓練」

整體方面來看，資源管理、會展行銷、現場管理、整體意象與會展產業人才，五階段中，又以「會展專業人才」最為重要。會展產業專業人才在 26 項次準則裡是佔最多的，因此可以確定會展專業人才為會展建構模式中不可或缺的主要因素，為提升整體建構模式與評量之效益，決策者在決策建構模式評量前，需要明確制定「會展專業人才」制度，會展的主要形成模式，還是人與人的互動居多，一個好的教育體制，才不會浪費大量的資源在建構硬體上面之後，卻無法透過人力展現其完整效益。

4. 會展城市推動會展產業評估

就專家觀點認為台中發展會展產業最為需要，主因是南北都有大型會展場館，基於區域平衡下，台中市最需要發展首選城市，桃園則是在國際機場航空城的規劃下亦是發展會展場館的好選擇，台南則是有南部科學園區及高雄科學園區帶動下可與高雄市現有場館綜合規畫共同發展南部地區產業。

參考文獻

中文：

- [01] 鄧振源、曾國雄(1989)，層級分析法 (AHP) 的內涵特性與應用 (上、下)，中國統計學報，27 卷 6、7 期。
- [02] 葉泰民(1999)，台北市發展國際會議觀光之潛力研究，文化大學觀光事業研究碩士論文。
- [03] 黃俊英(1996)，企業研究方法，台北市：東華出版社。
- [04] 吳萬益、林清河(2001)，企業研究法，台北：華泰文化
- [05] 劉儒俊(2002)，行銷資源最適配置模式-Fuzzy AHP 之應用，中正大學企業管理研究所碩士學位論文。
- [06] 曾純慧(2005)，鄉村旅遊發展成功關鍵因素之研究—以台中地區為例，台中健康暨管理學院休閒遊憩與管理學系碩士論文。
- [07] 蔡馨儀(2005)，會展專業人才培訓計畫推動現況與實施成效之研究，銘傳大學運動休閒及休管理學系碩士論文。
- [08] 莊雪麗(2005)，台灣會展產業及發展策略之研究，國立高雄應用科技大學觀光與餐飲管理研究所碩士論文。
- [09] 楊舒淇、陳淑莉(2007)，國際會展產業現況及會展專業教育之初探，管理與教育研究學報(Journal of management & educational research)，ISSN:1815-655X，第七期。

- [10] 曹勝雄、張德儀、葉泰民(2000),「**台北市發展國際會議觀光潛力之研究**」,觀光研究學報,第五卷,第二期,第 21-38 頁。
- [11] 張書憲(2008),**高雄市發展會議展覽產業策略研究**,高雄市研究發展考核委員會。
- [12] 陳勁甫、蕭玉華(2008),**《國際會議地點選址評估模式之研究-模糊 AHP 之應用》**,南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- [13] 黃振家(2009),**會展產業概況論**,臺北:經濟部商業司。
- [14] 甘廣智(2009),**會展產業發展影響因素認知與其競爭力之相關研究-以高雄市與吉隆坡為例**,國立高雄應用科大觀光與餐旅管理系碩士論文。
- [15] 陳俞媚(2010),**會展產業關鍵成功因素探討**,嶺東科技大學觀光與休閒管理研究所學位論文。
- [16] 林秋蘭、魏士琦(2010),**台灣會展產業發展趨勢之研究**,多國籍企業管理評論,第 4 卷第 1 期,2010 年 3 月。
- [17] 黃振家(2012),**當文創遇到行銷:解讀「文創行銷」一書**。
- [18] 孫國軒(2012),**台中市會展產業發展潛力之研究**,逢甲大學都市計畫空間資訊學系碩士班碩士論文。
- [19] 鄭博文、吳濟華、邱鴻遠、陳如慧(2012),**高雄市會展產業發展策略之研究**,城市發展,城市發展半年刊。
- [20] 孫國軒(2012),**台中市會展產業發展潛力之研究**,都市計畫與空間資訊學系碩士班碩士論文。
- [21] 張浣瑱(2012),**整合 Delphi 法和 AHP 法探討會議展覽產業關鍵成功因素之研究**,國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程碩士論文。
- [22] 周幼明、蔡學儀(2013),**我國會展產業發展與會展教育實施之評估**,《育達科大學報》第 35 期,民國 102 年 8 月,第 57-74 頁。
- [23] 田福川(2013),**展望在台灣會展產業成功發展的關鍵因素研究**,南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文。
- [24] 邱俊芳(2015),**基層會展人才需求與訓練課程無縫接軌**,義守大學管理學院碩博士班學位論文。
- [25] 楊勝欽(2017),**日本台灣會展產業初探**,東亞論壇季刊(EAST-ASIA REVIEW),495,第 1-20 頁。
- [26] Meet Taiwan(2017),**會展產業研究及文獻**,會展產業調查與會展產業規模評估 2017。
- [27] 王興國、李能慧、周復國(2017),**金門發展會展產業經濟之可行性初探**,國立金門大學學報第七期第一卷。
- [28] 臺中市政府經濟發展局(2018),**中台灣會展產業聯盟成立,林市長盼發揮「火車頭」效應帶動經濟觀光**。
- [29] 桃園市政府經濟發展局(2018),**桃園會展中心及國際觀光旅館開發說明會**。
- [30] 台南施政成果網(2018),**經費 20 億,大台南會展中心動土**。
- [31] 中華民國對外貿易發展協會(2019),**2018 台灣名列亞洲第 5 會議國,首次贏過新加坡、印度**。

英文:

- [01] Crouch and Louviere (2004). The determinants of convention site selection: A logistic choice model from experimental data. *Journal of Travel Research*, 43(2):118-130
- [02] Jun, Jae Kyoon, and Ken W. McCleary (1999). Factors affecting convention participation decision-making: Developing a measurement scale. *Journal of Travel Research*, 47(1), P,113-122
- [03] Linstone, H. A. and Turoff, M. (1975). Introduction to The Delphi Method: 57 Techniques and Applications. In H. A. Linstone and M. Turoff (eds). *The Delphi Method: Techniques and Applications*, Reading, MA, 3-12, Addison-Wesley Publishing Company.
- [04] Miller, G. A. (1965). The magic number seven plus or minus seven, *Psychological Review*, 63, P.81-97

- [05] Mai, C. C. (1981). Optimal location and the theory of the firm under demand uncertainty. *Regional Science and Urban Economics*, 11(4), P.549-557
- [06] Murry, J. W. and Hammons, J. O. (1995). Delphi : A versatile methodology for conducting qualitative research. *The Review of Higher Education*, 18(4), P.423-436
- [07] Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*, N.Y. : McGraw-Hill

網址：

- [01] 台灣會展網，https://www.meettaiwan.com/zh_TW/index.html
- [02] 中華民國對外貿易發展協會(引自 2019)，<https://about.taitra.org.tw>
- [03] 【台中市】城鄉發展動態 (引自 2017~2018)，https://formosarace.blogspot.com/2017/01/2017_19.html
- [04] 台南施政成果網(引自 2018)，<https://plan.tainan.gov.tw/ach/page.asp?sfmainid=%7B04AAE417-E50B-4EAE-AA43-BBE16ECA5F89%7D&tag=市政亮點>
- [05] 桃園投資通招商網(引自 2019)，<http://invest.tycg.gov.tw/home.jsp?id=40&parentpath=0,38>