

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫成果報告

台灣與南韓國際會議目的地之比較性研究

計畫類別： 個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：NSC 93-2416-H-275-004

執行期間：93 年 8 月 1 日至 95 年 7 月 31 日

計畫主持人：謝益銘副教授

共同主持人：

計畫參與人員：施雅屏等

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)： 精簡報告

本成果報告包括以下應繳交之附件：

赴國外出差或研習心得報告一份

赴大陸地區出差或研習心得報告一份

出席國際學術會議心得報告及發表之論文各一份

國際合作研究計畫國外研究報告書一份

執行單位：嶺東科技大學企業管理系

中 華 民 國 94 年 10 月 12 日

行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

台灣與南韓國際會議目的地之比較性研究

The Comparative Study of International Conference Destinations

Between Taiwan and South Korea

計畫編號：NSC 93-2416-H-275-004

執行期限：93 年 8 月 1 日至 95 年 7 月 31 日

主持人：謝益銘副教授 執行機構及單位名稱：嶺東科技大學企業管理系

計畫參與人：施雅屏等

一、中文摘要

本研究最主要的目的是要分析台灣與南韓在亞洲國家中，國際會議目的地之競爭力。透過問卷調查，訪問會議規劃者、與會者及銷售管理者之意見，針對他們所關心的選擇國際會議目的地之重要屬性及其滿意度情形，進行台灣與南韓之比較分析。可以使用配對 t 檢定來比較屬性之重要性與滿意度之差異；亦可以使用變異數分析來比較不同國際會議參與者在目的地選擇屬性上是否有差異。特別的，我們亦可以使用雙因子變異數分析，以不同會議類型及不同會議參加身份來檢視挑選國際會議目的地的重要屬性及其滿意度是否有所不同，並且我們亦可使用重要及績效分析(IPA)，來檢測兩個國家在舉辦國際會議時的優劣勢，並提出改進之道。

甚至，本研究有非常大的企圖希望使用選擇國際會議目的地的重要屬性進行市場區隔，針對不同會議市場的區隔者分析其人口統計變項、參與會議行為、滿意度上是否有顯著性差異。最後，根據不同會議市場需求者，提出不同的行銷策略來滿足不同需求者。

關鍵詞：國際會議目的地 選擇重要屬性、滿意度、重要及績效分析、市場區隔

Abstract

The purpose of this study is to analyze the competitiveness of Taiwan and South Korea in Asia. Survey questionnaires will be sent to the conference end-users, meeting planners, and directors of marketing or sales in Taiwan and South Korea to study the limitation of holding large conferences, and the importance and satisfaction of site selection

criteria for holding conferences in Taiwan and South Korea. The pair mean t test is used to compare satisfaction differences on the selection criteria for holding conferences in Taiwan and South Korea. The ANOVA analysis is conducted to identify the selection criteria perceived differently by end-users, meeting planners and venues. Then, Two-Way ANOVA analysis is demonstrated to the selection attribute perceived distinctively between type of meeting and identification of attendees.

Furthermore, this study will use multivariate to analyze data gathered from the respondents in the international conferences within Taiwan and South Korea. We will use some selection criteria in terms of their important attribute to divide into different conference markets. Finally, The survey will be administered in Taiwan in 2004. We hope the analysis of the findings will be surprising in contrast to some previous studies. In the light of empirical findings and observations, theoretical and practical implications are discussed.

Keywords: international conference destination, important attribute, satisfaction, importance-performance analysis, segmentation.

二、緣由與動機

在餐旅產業(Hospitality Industry)中成長最快速且創造高收益的觀光產業是國際會議產業，它所包含的活動內容有會議(meetings)、獎勵旅遊(incentive travel)、大會(conventions)及商展(exhibitions)，(Formica & McCleary, 2003；Kim, Chon & Chung, 2003；Oppermann & Chon, 1997；

Weber & Ladkin, 2003)。再者，國際會議產業也是觀光領域中最不受淡旺季影響的產業(Go & Zhang, 1997)。而且國際會議產業是服務產業的一種，可創造雇用水準、促進地區的經濟，可增加稅收及外匯收入，並把召開會議目的地經由會議介紹給國際市場。現在各國逐漸瞭解國際會議產業的優點而越來越渴望在自己國家召開大規模的國際會議，而這個現象在發展中國家(developing countries)裏特別明顯，所以國際會議市場的競爭也更加劇烈(Go & Zhang, 1997)。

根據國際協會聯會(Union of International Association: UIA, 2000)統計世界國際會議在亞洲舉辦次數之排名。日本居首，中國(含香港)、新加坡次之，韓國排名第四名；臺灣則排名為第 10 名。(http://www.knto.or.kr/Korean /k_index_2. html.)。緊接著，Weber & Ladkin (2003)針對澳洲會議產業之主要議題及競爭力進行調查，那一些國家是澳洲競爭者？透過德菲法專家意見發現，南韓與台灣在兩次名調中都分別是第 12 名及第 13 名，分別同屬一群，兩個國家條件基礎相當，彼此可互相學習借鏡，遂引發本研究之興趣。

因此，將來各國？了國際會議的召開必須進行規劃、尋找其相關條件之城市。其條件如下：城市必須符合會議的設備可接近性(accessibility)、完善的交通與住宿以及良好的城市印象(Oppermann, 1996)。在臺灣和南韓裏的幾個城市之中滿足這些條件的分別是臺北跟漢城兩個城市，所以我們有必要針對臺北及漢城這兩個城市在國際會議目的地進行比較性研究。

目前有幾篇研究探討一個成功國際會議目的地所應具備條件或重要屬性(Go & Zhang, 1997；Hu & Hiemstra, 1996；Jun & McCleary, 1999；Oppermann, 1996；Oppermann & Chon, 1997；Qu, Li, & Chu, 2000；Weber, 2001；Weber & Ladkin, 2003；)。可以將這些研究發現歸類為幾個大項目包括：「會議目的地之地區環境」、「會議地理位置之便利性」、「會議與飯店軟硬體設備與服務」與「管理會議之能力」

等。然而不同學者所提出研究發現仍有不一致或衝突的地方。

首先，在不同研究中發現會議規劃者(meeting planners)對於會議場地所重視屬性之差異(詳表一)。Oppermann (1996)針對美國 30 幾個會議場地進行優劣勢調查，結果發現會議目的地較重要選擇屬性，會議房間與設備(meeting rooms/facilities)、旅館服務品質(hotel service quality)、旅館房間可使用性(hotel room availability)...等 16 個屬性，其中未特別強調「價格」這個屬性。然而其後研究中，Hu & Hiemstra (1996)針對會議規劃者在挑選旅館作為會議場地時則進一步發現最重要因素是價格。再者，Go & Zhang (1997)調查北京作為國際會議目的地與會議規劃者所重視的屬性時，產品價格(price of products)因素也是重要程度較高之選擇屬性。

其次，以往之研究在探究會議規劃者(meeting planners)之選擇屬性時，多未區分會議重度使用者(heavy users)及輕度使用者(light users)，亦無區分參加者與不參加者對會議場地之意見(Go & Zhang, 1997；Jun & McCleary, 1999)。而 Jun & McCleary (1999)針對美國協會規劃者(association meeting planners)進行南韓會議目的地之重要屬性調查時，發現可將會議規劃者分成三群，並針對不同群體提出不同行銷策略以滿足其相異之需求。因此，若對於不同重視屬性水準進行會議市場區隔分析，進一步與人口特性及參與會議行為進行交叉分析，可針對不同會議需求者提出不同市場策略(Jun & McCleary, 1999)。進一步推導出本研究假設。

H1：不同會議市場群體在人口統計有顯著性差異。

H2：不同會議市場群體在參與會議行為上有顯著性差異。

次之，僅針對某一國所做調查結論是不適用在其他國家，因為其特殊政治經濟環境，必須進一步做跨國比較(Jun & McCleary, 1999；Oppermann, 1997)。Weber & Ladkin (2003)比較英國及澳洲會議產業的主要議題(key issues)與競爭力

(competitive forces)時，即發現不同國家有不同的行銷、投資與基礎建設、人力資源及服務品質等問題。而以往研究包括 Go & Zhang(1997)、Jun & McCleary (1999)等，並沒有對會議類型進行分析。因此，本研究懷疑不同會議類型、不同會議、不同國籍參加者其所重視的會議屬性會有所不同。因此，若進一步套用於本研究之地點時，可推導出研究假設如下。

H3: 臺北與漢城會議參與者在選擇國際會議目的地所重視屬性及滿意度有顯著性差異。

H4: 臺北與漢城不同會議規劃者、與會者與銷售管理者，在選擇國際會議目的地時所重視之屬性及滿意度有顯著性差異。

最後，僅針對會議規劃者進行研究，對於會議其他參與者全部排除，可能不適用在不同會議目的地(Qu, Li, & Chu, 2000)。研究中比較香港及新加坡作為國際會議目的地時，會議與會者、會議規劃組織者、銷售主管之重視屬性及滿意程度。研究發現不同會議參加者對於國際會議目的地所重視屬性亦有所不同，例如會議與會者與會議規劃者比起銷售管理者更重視旅館費率、會議參加者與銷售管理者比起會議規劃者較不重視展覽坪數、會議參加者與會議規劃者比起銷售管理者更重視場地租借費用...等等。這些實證結果與 Oppermann (1997)及 Renaghan & Kay (1987)所提出參與會議理論有極大差異。但是此篇研究中仍有一些研究限制，首先，並沒有對不同會議類型(type of meeting)、不同會議參加身份及不同國籍做進一步作交互作用分析，在不同類型會議中、不同身份會議參加者所重視屬性及滿意度會有所不同；相同道理，是否不同國籍成員、在不同類型會議中其所重視屬性及滿意度會有所不同。因此，進一步推導出本研究假設。

H5: 不同會議規劃者、與會者與銷售管理者，在選擇國際會議目的地時所重視屬性及滿意度有顯著性差異。

H6: 不同會議類型會議參與者在選擇國際會議目的地所重視屬性及滿意度有顯

著性差異。

H7: 不同會議類型不同會議規劃者、與會者與銷售管理者，在選擇國際會議目的地時所重視屬性及滿意度之差異情形。

總而言之，以前的國際會議目的地研究，大部分只針對一個都市的評估或競爭力研究，可是 Qu et al. (2000)比較兩個國家都市的比較，並藉此找出提高國際會議競爭力的方案。而目前在台灣跟南韓裏面並沒有相關研究，所以本研究針對會議規劃者、會議與會者、銷售管理者，在不同國籍(nationality)成員、不同會議類型(type of meeting)裡探討臺北與漢城的國際會議目的地的重視屬性與滿意度之研究，根據研究的結果，尋找兩個城市國際會議目的地上的優缺點，並提出加強國際會議競爭力的行銷策略。

三、研究目的

由前述論述可看出影響選擇國際會議目的地之因素眾多，因此本研究之目的依序如下：

- (一) 比較臺北與漢城會議參與者在選擇國際會議目的地所重視屬性及滿意度之差異情形。
- (二) 比較不同會議規劃者、與會者與銷售管理者，在選擇國際會議目的地時所重視屬性及滿意度之差異情形。
- (三) 比較臺北與漢城不同會議規劃者、與會者與銷售管理者，在選擇國際會議目的地時所重視屬性及滿意度之差異情形。
- (四) 比較不同會議類型會議參與者在選擇國際會議目的地所重視屬性及滿意度之差異情形。
- (五) 比較不同會議類型不同會議規劃者、與會者與銷售管理者，在選擇國際會議目的地時所重視屬性及滿意度之差異情形。
- (六) 利用重要及績效分析法 (Important Performance Analysis : IPA)來探討臺北與漢城兩地之國際會議目的地，有那些屬性是會議重要屬性但是臺北與漢

城卻表現不良的，以做為臺北及漢城兩城市之改善依據。

- (七) 依據國際會議目的地之重要屬性水準進行市場區隔，探究不同會議屬性分群間與人口統計變項、會議行為及滿意度之差異情形。

四、研究設計

本研究旨在評估臺北與漢城的國際會議規劃者、與會者及銷售管理者對於會議目的地屬性的重視程度，以及其對目的地屬性重視程度與滿意度之關聯。

本研究的範圍是臺北與漢城的國際會議中心(Convention Bureau)和五星級飯店所舉行的國際性會議或展覽。而且按照亞洲國際會議機構(Asian Association Convention & Visitor Bureaus, AACVB)的定義，調查範圍是有 3 個國家以上人員參加的國際性會議。研究對象則針對參加臺北與漢城舉辦的國際會議規劃者、與會者及銷售管理者進行調查。

本研究之操作性定義：會議規劃者(meeting planner)從會議計劃到會議結束後之評估管理等所有會議相關事項之負責人(Kim, 1995)。銷售管理者(directors of sales/marketing)就是召開國際會議做銷售活動的人。銷售管理員主要工作是宣傳其代表的場地之特徵及優點以獲取會議規劃者之青睞？主。與會者(User)即是參加國際會議或展覽的人(Kim, Yong Guan, 2001)。

研究問卷設計分？「國際會議目的地之重要屬性衡量」、「國際會議目的地之重要屬性滿意度衡量」、「對本次會議之意見」、「參與會議特性」、「人口統計變數」五個部分。並利用 IPA 分析法、Two-way ANOVA 分析、配對 t 檢定等進行分析。

五、結果與討論

在臺北地區，發放 500 份中文問卷，回收 404 份；英文問卷發 300 份，回收 190 份。總共發放 800 份問卷，回收問卷達 601 份，回收率 75%。

在漢城地區，發放 500 份韓文問卷，回收 320 份；英文問卷發放 300 份，回收 120 份。總共發放 800 份問卷，回收問卷達 440

份，回收率 55%，兩地有效問卷共 1041 份。

本章主要針對有效問卷資料進行分析。內容共分為五個部分：

第一部份，臺北與漢城之社經背景、重視程度、滿意度之敘述性統計分析。以性別與平均月收入有較大的差異，臺北之受訪者男女分均(男生佔 50.4%；女生佔 49.6%)，漢城則以男性居多(76%)。另外，漢城受訪者之平均月收入 35,000~55,000 元也高於臺北(25,000~35,000 元)。其他教育程度與年齡等分佈情形則兩地相似(詳表二)。其次，分別調查兩地受訪者行為時(詳表三)，發現臺北受訪者對於場地滿意度(佔 65.2%)略高於漢城(佔 62.2%)。在目的地優勢部分，臺北為交通便利性 50.7%與會議設備 35.9%；漢城則為會議設備 35%與可接近性 29.8%。反之，在目的地缺點部分，臺北為觀光景點設施 28.6%與餐飲服務 22.8%；漢城則為交通便利性 34.5%與物價水準 24.1%。整體適合度比較時，臺北受訪者之支持度(94.3%)則遠高於漢城(77.6%)。

第二部分，利用項目分析、因素分析進行對國際會議目的地選擇屬性之重要程度與滿意程度分析。在重要程度分析方面，共萃取出五個動機因素構面，其因素負荷量皆在 0.4 以上，分別命名為「服務品質」，解釋變異量為 19.51%；其次為「會議能量」，解釋變異量為 11.34%，第三為「城市形象」，解釋變異量為 10.75%，第四為「地點文化」，解釋變異量為 9.44%，最後為「交通便利」，解釋變異量為 8.02%(見表四)，其總累積解釋量為 59.06%。在滿意程度分析方面，共萃取出五個動機因素構面，分別命名為「服務品質」，解釋變異量為 19.25%；其次為「地點設備」，解釋變異量為 13.7%，第三為「交通便利」，解釋變異量為 11.06%，第四為「地點文化」因素，解釋變異量為 9.18%，最後為「城市形象」，解釋變異量為 8.54%(見表五)，其總累積解釋量為 61.71%。

第三部分，利用 MANOVA)檢定臺北與漢城之受訪者社經背景及個人參展情形對於選擇屬性構面是否具顯著差異共分為

表六 表十分述如下。

於表六中，比較臺北與漢城受訪者中不同的「參與次數」對於「目的地屬性重視程度」與「目的地屬性滿意程度」是否有差異。在目的地屬性重視程度方面，臺北部分整體模式 F 值 0.941 達顯著性；漢城則無顯著。臺北部分進一步 Sheffe 事後檢定分析得知服務品質(F = 7.221)、城市形象(F = 5.909)與交通便利(F = 4.011)有顯著差異且參與次數愈多，重視程度愈高。

在參與次數與目的地屬性滿意程度方面，臺北部分整體模式 F 值為 0.948 達顯著性；漢城則無顯著。臺北部分進一步 Sheffe 事後檢定分析得知以服務品質的顯著性差異最高(F = 6.366)，參與次數 5~6 次者的滿意程度大於參與次數 3~4 次者、大於 1~2 次、最後為 7 次以上者，逐次依參與次數的增加，對於服務品質的滿意程度略趨下降。其次為地點文化(F = 5.555)與地點設備(F = 3.545)有顯著差異，且參與次數愈多，重視程度愈高。

於表七中，比較臺北與漢城受訪者中不同的「國籍」對於「目的地屬性重視程度」與「目的地屬性滿意程度」是否有差異。在目的地屬性重視程度方面，臺北部分整體模式 F 值為 0.934 達顯著性；漢城亦達顯著性 F 值為 0.525。臺北部分進一步 Sheffe 事後檢定分析得知具有顯著性差異的依次為地點文化(F = 24.71)、服務品質(F = 20.154)、交通便利(F = 12.863)、會議能量(F = 9.574)，顯示皆為本國人相對於外國人對於上述屬性重視程度較高。漢城部分進一步 Sheffe 事後檢定分析得知具有顯著性差異的依次為城市形象(F = 5.008)、會議能量(F = 4.974)、服務品質(F = 3.231)、地點文化(F = 1.731)。其中除了會議能量部分韓國人相對於外國人重視較高外，其他各項皆是以外國人之重視程度較韓國人高。

在國籍與目的地屬性滿意程度方面，臺北部分整體模式 F 值為 0.796 達顯著性；漢城亦達顯著性 F 值為 0.76。臺北部分進一步 Sheffe 事後檢定分析得知各屬性皆達顯著差異，依次為城市形象(F = 109.082)、地點設備(F = 88.223)、交通便利

(F = 76.593)、地點文化(F = 68.920)、服務品質(F = 54.738)分析後皆為外國人相對於台灣人對於上述屬性滿意程度較高。漢城部分進一步 Sheffe 事後檢定分析得知各屬性皆達顯著差異，依次為服務品質(F = 84.612)、地點文化(F = 80.922)、地點設備(F = 65.627)、交通便利(F = 54.326)、城市形象(F = 18.190)分析結果與臺北相似，皆為外國人相對於韓國人對於上述屬性滿意程度較高。

於表八中，比較臺北與漢城受訪者中不同的「會議類型」對於「目的地屬性重視程度」與「目的地屬性滿意程度」是否有差異。在目的地屬性重視程度方面，臺北部分未達顯著性；漢城則整體模式 F 值為 0.825 達顯著性。漢城部分進一步 Sheffe 事後檢定分析得知顯著性最高者為城市形象 F 值等於 6.656，以國際商務型的會議對城市形象的重視程度較高，其次為商展、學術研討會，重視程度最低的國際機構會議。其次為地點文化 F 值等於 3.511，以其他類型的會議對地點文化的重視程度較高，其次為學術研討會、商展、國際商務會議及國際機構會議。接著為會議能量的部分 F 值等於 2.730，以其他類型的會議對會議能量的重視程度較高，其次為國際機構會議、學術研討會、國際商務會議及商展。

在會議類型與目的地屬性滿意程度方面，臺北部分整體模式 F 值為 0.8256 達顯著性；漢城則無顯著。臺北部分分析得知每一項目都具有顯著性，依次為地點文化、城市形象、地點設備、服務品質、交通便利。地點文化 F 值為 16.313，Sheffe 事後檢定顯示：以國際商務為類型的會議對服務品質的滿意程度較高，其次為學術研討會、國際機構會議、商展等其他。其次為城市形象 F 值等於 11.578，以國際商務為類型的會議對城市形象的滿意程度較高，其次為學術研討會、國際機構會議、商展等其他。再下來為地點設備 F 值等於 13.626，以國際商務為類型的會議對地點設備的滿意程度較高，其次為國際機構會議、學術研討會、商展等其他。第四名為

服務品質 F 值等於 8.658，以國際商務為類型的會議對服務品質的滿意程度較高，其次為學術研討會、國際機構會議、商展等其他。最後，顯著性差異 F 值最小者為交通便利 F 值等於 6.962，以國際商務為類型的會議對服務品質的滿意程度較高，其次為國際機構會議、學術研討會、商展等其他。整體而言，在臺北之國際商務會議對於地點設備、城市形象、服務品質、地點文化、交通便利各項的目的地屬性滿意程度都較高；相反地，商展的部分對於以上列的項目，滿意程度都偏低。

於表九中，比較臺北與漢城受訪者中不同的「參加身份」對於「目的地屬性重視程度」與「目的地屬性滿意程度」是否有差異。在目的地屬性重視程度方面，臺北部分整體模式 F 值為 9.07 達顯著性；漢城亦達顯著性 F 值為 0.944。臺北部分進一步 Sheffe 事後檢定其中又以城市形象具有顯著性 F 值為 10.196，規劃者對城市形象重視程度最高，其次為銷售管理者，最後為與會者。漢城部分則以服務品質達顯著性 F 值等於 6.262，事後檢定顯示規劃者對服務品質重視程度最高，其次為銷售管理者，最後為與會者。

在參加身份與目的地屬性滿意程度方面，臺北部分整體模式 F 值為 0.939 達顯著性；漢城亦達顯著性 F 值為 0.944。臺北部分進一步 Sheffe 事後檢定分析得知以城市形象 F 值 13.322 最高，銷售管理者對地點文化滿意程度最高，其次為規劃者、與會者。再者，地點設備亦達顯著差異 F 值等於 8.463，規劃者對服務品質滿意程度最高，其次為銷售管理者、與會者。最後一項有顯著性差異者為服務品質的部分 F 值等於 3.408，事後檢定顯示銷售管理者對交通便利滿意程度最高，其次為規劃者，最後為與會者。漢城部分，以地點文化顯著性最高 F 值等於 7.371、其他依次為服務品質 F = 6.232、城市形象 F = 5.405、交通便利 F = 3.193。Sheffe 事後檢定顯示：皆為規劃者滿意程度最高，其次為與會者，最後為銷售管理者。

於表十中，比較臺北與漢城受訪者中

不同的「國籍」與「參與身份」對於「目的地屬性重視程度」與「目的地屬性滿意程度」是否有差異。在目的地屬性重視程度方面，臺北部分整體模式 F 值為 0.956 達顯著性；漢城則無顯著。臺北部分達顯著性表示受訪者的國籍與其身份對於會議屬性整體考量的重視程度上有差異，但是在進一步的 MANOVA 檢定中可以看出，受訪者的國籍與身份對於會議屬性個別的五個因素(服務品質、會議能量、城市形象、地點文化、交通便利)卻只有服務品質一項達到顯著的差異性。此外，國籍與參與身份不同者，其中國籍部分有較顯著的影響受訪者對於會議屬性的重視程度，Wiki 檢定 F 值為 0.954， $p < 0.001$ 。而受訪者的身分則影響程度較低，Wiki 檢定 F 值為 0.921， $p < 0.001$ 。

在國籍與參與身份對目的地屬性滿意程度方面，臺北與漢城皆則無顯著。

彙整第三部分之重要與滿意度比較後，得知以臺北及漢城作為會議目的地的會議規劃者、銷售管理者以及與會者，其對於該目的地行前的屬性重視程度及參加後滿意度上，均有達到顯著的差異，故本研究假設一、二、三、四均成立。

第四部分，以配對樣本 T 檢定對參展前後受訪者對於會議目的地屬性的重視 - 滿意程度進行檢定分析，以瞭解臺北與漢城受訪者對於目的地選擇屬性的重視程度與滿意度之差異情形分為表十一 表十六分述如下。

表十一，有關「臺北規劃者」之配對 T 檢定。結果顯示臺北規劃者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度和滿意程度間，除了「會議場地之可選擇性」、「旅館及食物之價格」、「政府重視會議產業」、「附近之觀光景點」、「休閒活動之多樣性」、「城市的歷史、文化背景」和「氣候使否宜人」等 7 個變項外，其他變項皆顯著差異。值得注意的是，臺北規劃者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度皆高於滿意程度，因此業者須針對此些屬性加以改善，以提高臺北規劃者之滿意度。

表十二，「臺北銷售管理者」之配對 T

檢定。結果顯示臺北銷售者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度和滿意程度之間，除「城市的歷史、文化背景」、「氣候使否宜人」等 2 個變項外，對於其他變項皆具顯著差異。而臺北銷售管理者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度皆明顯高於滿意程度，且比臺北規劃者具顯著的屬性還多，因此業者須再積極改進，以提昇臺北銷售管理者之滿意度。

表十三，「臺北與會者」之配對 T 檢定。結果顯示臺北與會者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度和滿意程度之間，除「城市的歷史、文化背景」、「氣候使否宜人」等 2 個變項外，對於其他變項皆具顯著差異。而臺北與會者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度亦是明顯高於滿意程度。

表十四，「漢城規劃者」之配對 T 檢定。結果顯示，漢城規劃者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度和滿意程度之間，除「會議設施之價格」、「旅館及食物之價格」、「政府重視會議產業」、「附近之觀光景點」、「氣候是否宜人」、「與會議參加者國家之距離」等 6 個變項外，對於其他變項皆具顯著差異。而漢城規劃者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度亦是明顯高於滿意程度。因此，漢城業者須再積極改進，以提昇國際規劃者對於漢城會議之目的地選擇屬性滿意度。

表十五，「漢城銷售管理者」之配對 T 檢定。結果顯示，漢城銷售管理者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度和滿意程度之間，除「高科技之視聽設備」、「會議設施之價格」、「會議場地之容量」、「旅館及食物之價格」、「商業機能是否活躍」和「城市的歷史、文化背景」等 6 個變項外，對於其他變項皆具顯著差異。顯示出，漢城銷售管理者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度與滿意度間之顯著差異變項少於臺北銷售管理者。

表十六，「漢城與會者」之配對 T 檢定。結果顯示，漢城與會者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度和滿意程度之間除「城市的歷史、文化背景」、「氣候使

否宜人」等 2 個變項外，對於其他變項皆具顯著差異。而漢城與會者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度也是明顯高於滿意程度，且與臺北與會者之具顯著差異變項相同。

彙整以上六項配對 T 檢定的結果可以說明，不同會議類型規劃者、銷售管理者及與會者，其對於該目的地行前的屬性重視程度及參加後滿意度上，均有達到顯著的差異，故本研究假設五、六、七均成立。

第五部分，運用 IPA 分析 (important performance analysis)「重要與績效分析法」分別瞭解漢城與臺北受訪者對於國際會議重視 - 滿意度分析。

將臺北與漢城會議與會者對「國際會議環境之重視」為重要程度(Y 軸)，另外將「國際會議環境之滿意度」為表現程度(X 軸)，各象限所代表意義如圖一。接著進行臺北與漢城之「服務品質」、「會議能量」、「城市形象」、「地點文化」、「交通便利」等面向之評比。

首先，在服務品質方面，臺北部分需**優先改善**的項目為「23.所有服務人員之語文能力」、「21.現場接待人員之素質及服務水準」；需**繼續保持**的項目為「19.會議規劃者人員之素質及服務水準」、「17.會議設施服務人員之素質及服務水準」、「18.旅館設施服務人員之素質及服務水準」；**最後改善**的項目為「22.餐飲服務人員之素質及服務水準」；**過分投入**的項目為「13.高科技之視聽設備」(詳見圖二)。漢城部分需**優先改善**的項目為「23.所有服務人員之語文能力」；需**繼續保持**的項目為「19.會議規劃者人員之素質及服務水準」、「17.會議設施服務人員之素質及服務水準」、「18.旅館設施服務人員之素質及服務水準」、「21.現場接待人員之素質及服務水準」；**最後改善**的項目為「22.餐飲服務人員之素質及服務水準」；**過分投入**的項目為「13.高科技之視聽設備」(詳見圖三)。顯示臺北在現場接待人員之素質及服務水準略遜於漢城，其他項目則兩國略同。

其次，在會議能量方面，臺北部分需**繼續保持**的項目為「11.會議場地之可選擇

性」「10.會議場地之容量」;最後改善的項目為「16.旅館及食物之價格」「15.會議設施之價格」(詳見圖四)。漢城部分需繼續保持的項目為「10.會議場地之容量」「11.會議場地之可選擇性」;最後改善的項目為「16.旅館及食物之價格」(詳見圖五)。兩地情形大致相同,除了臺北在會議設施之價格列為最後改善之項目外。

在城市形象方面,臺北部分需優先改善的項目為「5.城市之安全、行人舒適空間」;需繼續保持的項目為「4.城市形象及國際政治地位」;最後改善的項目為「8.社會及政治的穩定」「9.政府重視會議產業」(詳見圖六)。漢城部分需優先改善的項目為「8.社會及政治的穩定」「4.城市形象及國際政治地位」;需繼續保持的項目為「5.城市之安全、行人舒適空間」;最後改善的項目為「9.政府重視會議產業」;過分投入的項目為「6.商業機能是否活耀」(詳見圖七)。顯示臺北在社會及政治的穩定及城市形象國際政治地位之表現較漢城佳。反之,漢城之城市之安全、行人舒適空間表現較臺北出色。

在地點文化方面,臺北部分需繼續保持的項目為「2.休閒活動之多樣性」「1.附近之觀光景點」;最後改善的項目為「7.氣候是否宜人」(詳見圖八)。漢城部分需優先改善的項目為「2.休閒活動之多樣性」「1.附近之觀光景點」;過分投入的項目為「7.氣候是否宜人」「3.城市的歷史文化背景」(詳見圖九)。顯示臺北休閒活動多樣性、附近觀光景點兩項目滿意度高於漢城。而在氣候滿意度方面則漢城優於臺北。

最後,在交通便利方面,臺北部分需優先改善的項目為「24.機場至會議城市交通的便利性、機場設施」;需繼續保持的項目為「26.城市中交通之方便性」;最後改善的項目為「25.與會議參加者國家之距離」(詳見圖十)。漢城部分需優先改善的項目為「26.城市中交通之方便性」;需繼續保持的項目為「24.機場至會議城市交通的便利性、機場設施」;過分投入的項目為「25.與會議參加者國家之距離」(詳見圖十一)。顯示臺北在交通方便性滿意度高於漢城。

反之,漢城距離機場之便利性、機場設施條件則優於臺北。

六、計畫成果自評

首先,學術理論的發展而言,本研究整合前人的研究發現,當考慮不同會議類型、國籍、會議參加者身份,亦就是不同會議需求者在國際會議目的地的選擇上,其選擇屬性確實有顯著差異,因此傳統國際會議目的地的選擇屬性並不適合概化應用。再者,研究發現可以針對不同國際與身份等變數對於會議所重視之屬性及滿意度一一釐清,擴展知識本體(extending the knowledge in ontology),回答模糊不清的研究問題(ambiguous research problem)。最後研究顯示台灣與南韓在國際會議目的地的選擇屬性與滿意度上確實有顯著差異。

在實務應用方面,根據結果對於臺北與漢城國際會議目的地提出以下建議:

(一)對政府相關單位之建議

1.城市形象之提升

在IPA分析之結果發現,漢城的「城市形象」構面中有關「城市之安全、行人舒適空間」因素為繼續保持的部分,換言之,漢城在城市舒適與安全度能滿足一般參訪者需求。歸咎於韓國近幾年來舉辦“2002年世界盃足球賽”及“2002年釜山亞運”等的大規模活動,因此成功提高「城市形象」因素。

反之此因素在臺北則被列為優先改善的部分,也就是說一般參訪者認為臺北的城市形象尚有改進空間。因此,建置友善的城市公共設施與指標、都市環境綠美化與善用主題性節慶活動進行城市行銷等具體措施的落實皆能協助臺北市進一步達成發展為國際性的城市的重要目標。

2.交通便利性之提升

在漢城「交通便利」構面中「機場至會議城市交通的便利性」是繼續保持的因素,不過此因素在臺灣優先改善的因素。南韓在2001年3月29日?了提高國際航班及國際觀光之便利新開幕仁川國際機場,而現在已經獲得外國人士之批評及讚美且達到提高南韓國家形象之效果。「交通便利」佔參訪者滿意度前三名(11.06%)。

反觀臺北市，一般參訪者多認為機場至會議城市交通的便利性尚未能滿足他們的需求。因此，若能有效提升國際會議人士到達臺北國際會議中心會場的交通便利性，將有助於提升國際會議的整體評價。例如，設立多國語言之交通資訊系統、方便外籍人增加到達會議之整合大眾運輸工具、整合發展強而有力的交通網絡等。

(二)對會議產業業者之建議

1.地點文化之提升

漢城在「休閒活動之多樣性」及「附近之觀光景點」項目不如臺北。臺北在地點文化方面來？較具有優勢。而且，參訪者對於臺北國際會議之滿意度分析方面，在「通信設備」、「商業機能是否活躍」具有最高的滿意度。因此，未來臺北更應發揮此優勢，將臺北的會議相關機構，促使其加入國際會議機構之會員，並積極配合該機構所舉辦之活動，加強與該國際機構間的關係，並藉此宣傳臺北國際會議目的地之優點及好處。並在臺北舉辦國際會議活動時，招待各國之相關國際機構人士及國際會議機構人士，以達宣傳臺北的國際會議產業，達成行銷臺北之整體宣傳效果。

2.培養專門人才

不論在國際會議目的地選擇屬性重視程度或滿意度之因素分析，「服務品質」因素都是最重要的因素，分別佔解釋變異量達 19.51%與 19.25%。再進一步分析，「所有服務人員之語言能力」因素，在漢城和臺北兩地都被列為需要優先改善的因素。因此，所有服務人員均需具備良好的語言能力及親和力；特別是語言能力更為重要。再者，國際會議成功與否又以會議規劃者(Meeting Planner)最為關鍵靈魂人物。

研究中發現不論臺北或漢城之會議參與者，對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度和滿意程度之間的顯著差異變項皆以規劃者之變數項最少，而又以與會者之變數項最多。顯示說，與會者對於國際會議目的地選擇屬性之重視程度和滿意程度之間的落差比規劃者大。可能是與會者的要求程度比規劃者大，因此規劃者亦要多注意與會所在乎的屬性變項，以提昇與會

者之滿意度。所以，未來必需針對此類型之專門人才，做出有效發展中、長期教育培訓人才的計劃，才能有效提升國際會議之整體發展。

七、參考文獻

(一)、中文部分

- 1.臺北市政府都市發展局編制(1996)，臺北國際化圓桌會議系列，臺北：編制者發行。
- 2.臺北市政府交通局編制(2002)，臺北市觀光整體發展計劃，臺北：編制者發行。
- 3.葉泰民(1999)，台北市發展國際會議觀光之潛力研究，私立中國文化大學未出版之碩士論文。
- 4.曹勝雄、張德儀、葉泰民(2000)，臺北市發展國際會議觀光潛力之研究。

(二)、英文部分

5. Bailey, M. (1991). Of MICE and money: Asia's conference-related industry is young, but growing fast. *Asian Business*, May, 64-66.
6. Bonn, M. A., Ohlin, J. B., & Brand, R. R. (1994). Quality service issues: A multivariate analysis of association meeting planner perceptions of Caribbean destinations. *Hospitality Research Journal*, 18 (1), 29-48.
7. Croll, R. D. (1980). *Successful conferences*. Melbourne: Csiro.
8. Choi, J. J., & Boger, C. A. Jr. (1998). Factors influencing state and regional association's meeting site. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, Vol.3.
9. Dotson, P. C. (1988). *Introduction to meeting management*. Professional Convention Management Association.
10. Edelstein, L. G. & Benini, C. (1994). Meetings market report 1994. *Meeting & Convention*, (August), 60-82.
11. Friel, S. (1997). Convention business is big business for local governments. *Virginia and country*, (June), 12-15.
12. Formica, Sandro & McCleary, Ken (2003). Estimating demand for a conference center in a rural community. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10 (1/2), 123-136.
13. Goeldner, C. R. & Brent Ritchie, J. R. (2003). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons, Inc, 9th, p.171.
14. Go, F., & Zhang, G. (1997). Applying importance-performance analysis to Beijing as an international meeting destination. *Journal of Travel Research*, Spring, pp.42-49.
15. Hall, R. J. (1980). *Straight talk to hoteliers: A*

- meeting planner's view. *The Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 20(4), 17-20.
16. Heath, D. A. (1989). Global industry forecast: The international meeting market of the 1990's and beyond. *The Meeting Manager*, January, 26 P?
 17. Hu, C. & Hiemstra, S. J. (1996). Hybrid conjoint analysis as a research technique to measure meeting planners' preferences in hotel selection. *Journal of Travel Research*, (Fall), 62-69.
 18. Hutchinson, J. (1997). *Tourism-getting it right for the millennium*. Sydney: SCVB.
 19. Johnson, L., Foo, L. M. & O' Halloran, M. (1999). Meetings make their mark: Characteristics and economic contribution of Australia's meetings and exhibitions sector. Occasional paper No. 6, BTR, Canberra.
 20. Kim, S. S., Chon Kaye, & Chung, K. Y. (2003). Convention industry in South Korea: An economic impact analysis, *Tourism Management*, 24, 533-541.
 21. Jun, J. & McCleary, K. W. (1999). Classifying US association meeting planners based on international destination selection criteria: A case study of South Korea. *Hospitality Management* 18, 183-199.
 22. Lee, M. H. & Weaver, P. A. (1994) What do meeting planners want? A comparison between corporate and association meeting markets. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 5 (1), 1-14.
 23. Leo, D., & Levite, C. (1986). Choosing a convention center. *Meetings & Conventions*, November, 58-66.
 24. Logarta, M. T. (1994). Singapore ranking. *Travel News Asia*, August, 12.
 25. McCabe, V., Poole, B., Weeks, P., & Leiper, N. (2000). *The business and management of conventions*. Australia: Wiley.
 26. McCleary, K. W. (1978). The corporate meetings market: Components of success in attracting group business. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 19 (2), 30-35.
 27. Oppermann, M. (1996). Convention destination images: Analysis of association meeting planners perceptions. *Tourism Management*, 17 (3), 175-182.
 28. Oppermann, M. & Chon, Kye-Sung. (1997). Convention Participation Decision-Making Process. *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 178-191.
 29. Oppermann, M. (1998). Perceptions of convention destinations: Large-half versus small-half association meeting planners. *Journal of Convention and Exhibition Management*, 1 (1), 35-48.
 30. Pizam, A., & Manning, P. B. (1982). The impact of inflation on convention site selection. *International Journal of Hospitality Management*, 1, 65-66.
 31. Qu, H., Li, L., & Chu, K. T. (2000). The comparative analysis of Hong Kong as an international conference destination in Southeast Asia. *Tourism Management*, 21, 643-648.
 32. Reed Travel Group (1988). *Meetings Market 1987*. *Meeting & Conventions Magazine*, 38, p.74.
 33. Renaghan, L. M., Kay, M. Z. (1998). What meeting planners want: the conjoint-analysis approach. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 28 (1), 67-76.
 34. Rutherford, D. G. (1990). *Introduction to the Conventions, Expositions and Meetings Industry*. New York: Van Nostrand Reinhold, p.117.
 35. Shaw, M., Lewis, R. C., & Khorey, A. (1991). Measuring meeting planner satisfaction with hotel convention service: A multivariate approach. *Journal of Hospitality Management*, 10 (2), 137-146.
 36. Successful Meetings (1993). Finding the best sites at home and abroad, July.
 37. The Meeting Market Study (1996). *Meeting & Convention Magazine*, 168-172.
 38. Var, T., Cesario, F., & Mauser, G. (1985). Convention tourism modeling. *Tourism Management*, 6 (September), 194-204.
 39. Voso, Michele (1992). *The Convention and meeting planner's handbook*, Lexington D.C. Health and Company.
 40. Weber, Karin (2001). Meeting planners' use and evaluation of convention and visitor bureaus, *Tourism Management*, 22, 599-606.
 41. Weber, Karin & Ladkin, Adele (2003). The convention industry in Australia and the United Kingdom: Key issues and competitive forces, *Journal of Travel Research*, 42 (November), 125-132.
- (三)、韓文部分
42. 韓國文化觀光局(Korea national tourism organization)(http://www.knto.kr/korean/k_index_2.html.)
 43. 韓國文化觀光局(1994). 國際會議經營管理方法。
 44. 韓國文化觀光局(1998). 國際會議參加人員狀況調查。
 45. Choi, Ji.Ae.(2001). A Study to Promote the Convention Planning - Approaching as a Meeting Planner. Department of Hospitality and Tourism Management, The Graduate School of Sejong University.
 46. Kim, Sheng.Huck.(1995). 國際會議產業論。
 47. Kim, J. K. (2001). Competitive Strategy of Busan as Convention Destination: Analysis on Comparison of Satisfaction with Present Conditions of Convention Industry Between Seoul and Busan. Department of Hotel & Tourism Management, The Graduate School of Sejong University.

附件

表一 會議目的地選擇屬性相關文獻

文獻來源	研究對象	會議目的地重視屬性
McCleary (1978)	公司會議 規劃者	會議場地之容量、設施服務人員之素質、額外的服務、食物的品質、成本、地點可及性、購物方便。
Hall (1980)	會議規劃 者	旅館專業的會議籌組人員、航空公司之票價、飯店之房間數、相關設施及服務、彈性的管理政策、現場之協助。
Lawson (1981)		整體成本、天氣、自然環境特色、戶外運動、游憩機會、歷史、文化、社會嗜好、購物、娛樂、觀光、餐廳。
Pizam & Manning (1982)		會議設施、設施之價格及服務水準、食宿之水準、地點之可及性、現場支援、地理之吸引力、位於都會區域風景區、娛樂之選擇性。
Var, Cesario, & Mauser (1985)		旅館之選擇性、會議設施、地理之可及性、距離、運輸交通之成本、氣候、休閒活動、觀光、文化及其他活動、領導階層之決策、城市之形象。
Leo & Levite (1986)		會議中心之設計與容量、會議中心人力調度能力及管理階層之能力、額外服務之能力、聯外交通。
Reed Travel Group (1988)		旅館、會議場地是否適合、交通容易、交通成本、距離、氣候、休閒活動、地點之形象、觀光、文化、其他吸引點。
Health (1989)		安全、政治穩定、整體服務與旅館
Voso (1992)	會議規劃 者	會議中心設施、多種多樣的會議室、飯店的品質及可及性、辦活動之能力、服務之多樣性、專業會議主辦人員之服務、航空可及性
Successful Meetings (1993)		旅館房間便利性、整體服務、旅館費用、目的地安全、航空服務便利性、旅館安全性
The Meeting Market Study (1996)		飲食及服務品質、會議場地之數及規模、飯店及飲食價格、客房數及品質、支援會議服務及設備、辦理登記手續之便利性、會議主辦者之素質、會議主辦者之會議上經驗、飯店？娛樂設備、交通便利性、機場跟城市之間的接近性、展覽設施之可利用性、購物及餐廳之便利性、特殊設備等服務

續表一 會議目的地選擇屬性相關文獻

Oppermann (1996)	會議規劃者	會議室及設施、飯店服務品質、飯店之可及性、城市之吸引力、安全、航空便利性、飲食及飯店價格、召開會議能力、城市形象、交通費、餐廳設備、展覽設施、觀光、天氣、夜生活
Hu & Hiemstra (1996)	會議規劃者	會議房間功能特質、旅館地點、旅館房間費用、客房舒適度、食物飲料功能、旅館會議規劃程序
Go & Zhang (1997)	會議規劃者	交通可及性與鄰近區域之可支援性、地理位置之吸引力、高科技之會議展覽器材支援能力、娛樂之選擇性、住宿的選擇性、會議設施之選擇性、氣候、交通之便利性、旅館及會議中心管理人員之效率、旅館及會議中心操作人員之效率、當地居民之語言能力、市區交通系統、當地居民之友善程度、會議執行中現場之支援能力、城市之形象、餐飲服務之品質、住宿之品質、合理的餐飲價格、合理的旅館房價、合理的會議設施及服務、觀光及文化之吸引力、社會及政治的穩定
Oppermann (1997)	理論性研究	目的地印象、交通運輸成本、交通便利性、住宿成本、氣候、附近周圍設備
Jun & McCleary (1999)	會議規劃者	娛樂設施、觀光及文化歷史的吸引力、個人與會者對目的地之間的距離、匯率之穩定性、夜生活、服務、交通方便性、物價、政治環境、氣候、城市形象、飯店和會議之設備、安全、海關，交通費
Qu, Li & Chu (2000)	會議主辦者、銷售管理者、使用者	現代飯店之方便與支援性、飯店服務、飯店價格、現代視聽設備及支援、會議中心的服務、飲食與宴會服務之支援、巨大會議中心之支援、租會議場所之價格、展覽場所之支援性、電信會議之影像聯結支援、同時翻譯設備之支援、可及性、安全與衛生、基礎系統、形象(政治與經濟)、專門會議主辦者、氣候及環境、觀光、交通費、吸引力及娛樂

表二 臺北與漢城地區受訪者人口統計資料

台灣地區受訪者人口統計資料							
變項	分類標準	次數	有效百分比	變項	分類標準	次數	有效百分比
性別	男	303	50.4%	平均 月 收 入	25,000 元以下	131	22.2%
	女	298	49.6%		25,001~35,000 元	159	26.9%
教育 程度	高中(職)以下	101	16.9%		35,001~45,000 元	106	18.0%
	大專	392	65.4%		45,001~55,000 元	86	14.6%
	研究所以上	105	17.7%		55,001 元以上	108	18.3%
參與 者	規劃者	43	7.2%	年 齡	20 歲以下	47	7.8%
	銷售管理者	125	21.0%		21~30 歲	316	52.6%
	與會者	426	71.7%		31~40 歲	143	23.8%
國 籍	台灣	404	67.2%		41~50 歲	66	11.0%
	外國	197	33.8%		51~60 歲	23	3.8%
				60 歲以上	5	0.8%	

韓國地區受訪者人口統計資料							
變項	分類標準	次數	有效百分比	變項	分類標準	次數	有效百分比
性別	男	333	76%	平均 月 收 入	25,000 元以下	51	12.2%
	女	105	24%		25,001~35,000 元	42	10%
教育 程度	高中(職)以下	68	15.6%		35,001~45,000 元	114	27.2%
	大專	274	62.7%		45,001~55,000 元	125	29.8%
	研究所以上	95	21.7%		55,001 元以上	87	20.8%
參與 者	規劃者	75	17.3%	年 齡	20 歲以下	6	1.4%
	銷售管理者	32	7.4%		21~30 歲	142	32.3%
	與會者	327	74.3%		31~40 歲	178	40.5%
國 籍	韓國	320	73.6%		41~50 歲	71	16.1%
	外國	115	26.4%		51~60 歲	37	8.4%
				60 歲以上	5	1.1%	

表三 臺北與漢城參與會議受訪者行為調查

臺北地區參與會議受訪者							
變項	分類標準	次數	有效百分比	變項	分類標準	次數	有效百分比
型態	國際機構會議	25	4.2%	滿意度	非常滿意	15	2.5%
	國際商務會議	113	18.9%		滿意	132	22.3%
	學術研討會	48	8.0%		普通	239	40.4%
	商展	360	60.1%		不滿意	189	32.0%
	其他	53	8.8%		非常不滿意	16	2.7%
目的地優勢	可接近性	230	38.3%	目的地缺點	可接近性	66	11.0%
	入出境手續	123	20.5%		入出境手續	66	11.0%
	物價水準	141	23.5%		物價水準	111	18.5%
	住宿設備及服務	199	33.1%		住宿設備及服務	71	11.8%
	交通便利性	305	50.7%		交通便利性	109	18.1%
	會議設備	216	35.9%		會議設備	109	18.1%
	餐飲服務	109	18.1%		餐飲服務	137	22.8%
	觀光景點設施	119	19.8%		觀光景點設施	172	28.6%
	食宿費用	81	13.5%		食宿費用	120	20.0%
	會議運用能力	182	30.3%		會議運用能力	111	18.5%
	其他	27	4.5%		其他	31	5.2%
參加次數	1~2 次	234	39.1%	適合度	適合	566	94.3%
	3~4 次	173	28.9%		不適合	34	5.7%
	5~6 次	91	15.2%				
	7 次	101	16.9%				

漢城地區參與會議受訪者							
變項	分類標準	次數	有效百分比	變項	分類標準	次數	有效百分比
型態	國際機構會議	16	3.7%	滿意度	非常滿意	12	2.8%
	國際商務會議	78	18%		滿意	149	34.3%
	學術研討會	75	17.3%		普通	109	25.1%
	商展	167	38.5%		不滿意	152	35%
	其他	98	22.6%		非常滿意	12	2.8%
目的地優勢	可接近性	131	29.8%	目的地缺點	可接近性	33	7.5%
	入出境手續	86	19.5%		入出境手續	50	11.4%
	物價水準	81	18.4%		物價水準	106	24.1%
	住宿設備及服務	119	27%		住宿設備及服務	41	9.3%
	交通便利性	86	19.5%		交通便利性	152	34.5%
	會議設備	154	35%		會議設備	74	16.8%
	餐飲服務	76	17.3%		餐飲服務	78	17.7%
	觀光景點設施	57	13.0%		觀光景點設施	82	18.6%
	食宿費用	61	13.9%		食宿費用	74	16.8%
	會議運用能力	122	27.7%		會議運用能力	91	20.7%
	其他	9	2%		其他	7	1.6%
參加次數	1~2 次	150	34.3%	適合度	適合	337	77.6%
	3~4 次	127	29.1%		不適合	97	22.4%
	5~6 次	94	21.5%				
	7 次	66	15.1%				

表四 會議目的地選擇屬性重視程度之因素分析

構面	衡 量 變 項	解釋變異量 (%)	Cronbach's 係數
服務品質	現場接待人員之素質及服務水準 旅館設施服務人員之素質及服務水準 視聽設備工程人員之素質及服務水準 會議規劃者人員之素質及服務水準 餐飲服務人員之素質及服務水準 會議設施服務人員之素質及服務水準 所有服務人員之語言能力 高科技之視聽設備	19.51%	0.9036
會議能量	會議場地之可選擇性 會議設施之價格(ex：租會議？或攤位的價格) 會議場地之容量 旅館及食物之價格	11.34%	0.7766
城市形象	社會及政治的穩定 城市形象及國際政治地位 城市之安全、行人舒適空間 商業機能是否活躍 政府重視會議產業	10.75%	0.7450
地點文化	附近之觀光景點 休閒活動之多樣性 城市的歷史、文化背景 氣候是否宜人	9.44%	0.7155
交通便利	城市中交通之方便性 機場至會議城市交通的便利性、機場設施 與會議參加者國家之距離	8.02%	0.6811

表五 會議目的地選擇屬性滿意程度之因素分析

構面	衡 量 變 項	累 積 變 異 量 (%)	Cronbach's 係數
服 務 品 質	現場接待人員之素質及服務水準 旅館設施服務人員之素質及服務水準 視聽設備工程人員之素質及服務水準 會議規劃者人員之素質及服務水準 所有服務人員之語言能力 旅館設施服務人員之素質及服務水準 會議設施服務人員之素質及服務水準	19.25%	0.9008
地 點 設 備	通信設備(ex：會議場所提供網際網路或傳真服務) 會議設施之價格(ex：租會議？或攤位的價格) 高科技之視聽設備 旅館及食物之價格 訂房(訂位)是否方便 會議場地之可選擇性	13.70%	0.8367
交 通 便 利	機場至會議城市交通的便利性、機場設施 交通費的高低 城市中交通之方便性 與會議參加者國家之距離	11.06%	0.7728
地 點 文 化	休閒活動之多樣性 附近之觀光景點 城市的歷史、文化背景	9.18%	0.7501
城 市 形 象	社會及政治的穩定 政府重視會議產業 氣候是否宜人	8.54%	0.6813

表六 臺北、漢城參與次數對屬性重視度與滿意度之分析

臺北地區參與次數對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析							
屬性重視度	Wiki ?	F=0.941*					
		1~2 次	3~4 次	5~6 次	7 次以上	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	4.035	4.609	4.159	4.3711	7.221***	4>2,2>3,3>1
	會議能量	3.816	3.854	3.854	4.016	2.580	
	城市形象	3.946	4.048	4.155	4.211	5.909**	4>3,3>2,2>1
	地點文化	3.606	3.624	3.664	3.718	0.892	
	交通便利	1.507	3.0393	4.114	4.277	4.011**	4>2,2>3,3>1
屬性滿意度	Wiki ?	F= 0.948**					
		1~2 次	3~4 次	5~6 次	7 次以上	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	3.271	3.311	3.484	3.052	6.366***	3>2,2>1,1>4
	地點設備	3.22	3.315	3.379	3.45	3.545*	4>3>2>1
	交通便利	3.288	3.292	3.382	3.453	2.332	
	地點文化	3.146	3.173	3.267	3.426	5.555***	4>3>2>1
	城市形象	3.063	3.211	3.217	3.285	2.358	
漢城參與次數對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析							
屬性重視度	Wiki ?	F=0.962					
		1~2 次	3~4 次	5~6 次	7 次以上	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	4.166	4.188	4.100	4.061	0.738	
	會議能量	3.639	3.667	3.705	3.734	0.301	
	城市形象	4.136	4.024	4.023	3.869	2.589	
	地點文化	3.857	3.705	3.790	3.715	1.308	
	交通便利	4.0068	3.984	4.018	3.9323	0.305	
屬性滿意度	Wiki ?	F=0.954					
		1~2 次	3~4 次	5~6 次	7 次以上	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	3.617	3.541	3.546	3.451	0.837	
	地點設備	3.533	3.628	3.703	3.029	1.233	
	交通便利	3.408	3.449	3.487	3.358	0.613	
	地點文化	3.618	3.567	3.507	3.528	0.618	
	城市形象	3.391	3.349	3.518	3.256	2.157	

註：*表示 $p<0.05$, **表示 $p<0.01$, ***表示 $p<0.001$

表七 臺北、漢城國籍對屬性重視度與滿意度之分析

臺北地區國籍對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析				
屬性重視度	Wiki?	F=0.934***		
		台灣	外國	F 值
	服務品質	4.212	3.960	20.154***
	會議能量	3.927	3.779	9.574**
	城市形象	4.073	4.007	1.250
	地點文化	3.729	3.459	24.710***
	交通便利	4.1613	3.954	12.863***
屬性滿意度	Wiki?	F=0.796***		
		台灣	外國	F 值
	服務品質	3.319	3.687	54.738***
	地點設備	3.218	3.701	88.223***
	交通便利	3.233	3.699	76.593***
	地點文化	3.154	3.564	68.920***
	城市形象	3.023	3.637	109.082***
漢城地區國籍對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析				
屬性重視度	Wiki?	F=0.525***		
		韓國	外國	F 值
	服務品質	4.054	4.388	3.231***
	會議能量	3.809	3.350	4.974***
	城市形象	3.901	4.424	5.008***
	地點文化	3.773	3.824	1.731*
	交通便利	3.985	4.038	1.582
屬性滿意度	Wiki?	F=0.760***		
		韓國	外國	F 值
	服務品質	3.375	4.039	84.612***
	地點設備	3.504	3.9913	65.627***
	交通便利	3.299	3.780	54.326***
	地點文化	3.407	3.78	80.922***
	城市形象	3.303	3.606	18.190***

註：*表示 $p<0.05$, **表示 $p<0.01$, ***表示 $p<0.001$

表八 臺北、漢城會議類型對屬性重視度與滿意度之分析

臺北地區會議類型對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析								
屬性重視度	Wiki ?	F=0.962						
		國際機構會議	國際商務會議	學術研討會	商展	其他	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	4.330	4.045	4.010	4.165	4.125	1.874	
	會議能量	4.068	3.772	3.786	3.889	3.926	1.739	
	城市形象	4.082	4.027	4.038	4.081	3.9418	0.747	
	地點文化	3.705	3.627	3.662	3.639	3.669	0.111	
	交通便利	4.424	4.046	3.986	4.108	4.098	2.090	
屬性滿意度	Wiki ?	F=0.824***						
		國際機構會議	國際商務會議	學術研討會	商展	其他	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	3.792	3.688	3.562	3.317	3.469	12.389***	1>2,2>3,3>5,5>4
	地點設備	3.688	3.705	3.348	3.255	3.357	13.626***	2>1,1>5,5>3,3>4
	交通便利	3.579	3.607	3.468	3.275	3.5	7.479***	2>1,1>5,5>3,3>4
	地點文化	3.40	3.673	3.397	3.150	3.313	16.313***	2>1,1>3,3>5,5>4
	城市形象	3.292	3.629	3.284	3.110	3.01	13.790***	2>1,1>3,3>4,4>5
漢城地區會議類型對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析								
屬性重視度	Wiki ?	F=0.825***						
		國際機構會議	國際商務會議	學術研討會	商展	其他	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	4.125	4.093	4.142	4.255	4.029	2.118	
	會議能量	3.734	3.615	3.689	3.580	3.884	2.730*	5>1>3>2>4
	城市形象	3.425	4.200	4.061	4.108	3.900	6.656***	2>4>3>5>1
	地點文化	3.438	3.721	3.780	3.729	3.984	3.511**	5>3>4>2>1
	交通便利	4.021	3.953	4.013	3.964	4.042	0.369	
屬性滿意度	Wiki ?	F=0.890						
		國際機構會議	國際商務會議	學術研討會	商展	其他	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	3.134	3.738	3.617	3.644	3.286	7.170***	2>4>3>5>1
	地點設備	3.563	3.806	3.620	3.721	3.371	7.909***	2>4>3>1>5
	交通便利	3.031	3.622	3.413	3.467	3.250	4.218**	2>4>3>1>5
	地點文化	3.354	3.675	3.538	3.683	3.333	5.499***	4>2>3>1>5
	城市形象	3.167	3.500	3.431	3.444	3.187	3.636**	2>4>3>5>1

表九 臺北、漢城參加身份對屬性重視度與滿意度之分析

臺北地區參加身份對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析						
屬性重視度	Wiki ?	F=9.07***				
		規劃者	銷售管理者	與會者	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	4.336	4.063	4.131	2.918	
	會議能量	3.816	3.974	3.838	2.479	
	城市形象	4.115	4.00	2.763	10.196***	1>2,2>3
	地點文化	3.645	3.563	3.663	1.280	
	交通便利	4.018	4.13	4.091	0.514	
屬性滿意度	Wiki ?	F=0.939***				
		規劃者	銷售管理者	與會者	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	3.507	3.542	3.395	3.408*	2>1,.1>3
	地點設備	3.536	3.533	3.301	8.463***	1>2,2>3
	交通便利	3.506	3.404	3.353	1.454	
	地點文化	3.460	3.336	3.250	2.705	
	城市形象	3.452	3.452	3.124	13.322***	1>2,2>3
漢城地區參加身份對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析						
屬性重視度	Wiki ?	F=0.944**				
		規劃者	銷售管理者	與會者	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	4.383	4.186	4.094	6.262**	1>2>3
	會議能量	3.863	3.727	3.642	2.774	
	城市形象	4.179	3.994	4.025	1.815	
	地點文化	3.787	3.930	3.770	0.761	
	交通便利	3.969	4.052	3.9969	0.216	
屬性滿意度	Wiki ?	F=0.944***				
		規劃者	銷售管理者	與會者	F 值	Sheffe 事後檢定
	服務品質	3.821	3.433	3.509	6.232**	1>3>2
	地點設備	3.780	3.609	3.613	2.476	
	交通便利	3.593	3.313	3.407	3.193*	1>3>2
	地點文化	3.827	3.438	3.519	7.371***	1>3>2

註：*表示 $p<0.05$, **表示 $p<0.01$, ***表示 $p<0.001$

表十 臺北、漢城國籍及參加身份對屬性重視度與滿意度之分析

臺北地區國籍及參加身份對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析				
屬性重視度		Wiki ? 檢定	MANOVA 檢定	
		整體 F 值	變項	個別因素 F 值
	國籍&參與身份	F=0.956*	服務品質	4.260*
			會議能量	0.573
			城市形象	1.844
			地點文化	1.014
			交通便利	0.544
	國籍	F=0.954***		
	參與身份	F=0.921***		
屬性滿意度		Wiki ? 檢定	MANOVA 檢定	
		整體 F 值	變項	個別因素 F 值
	國籍&參與身份	F=0.989	服務品質	0.40
			地點設備	0.569
			交通便利	0.022
			地點文化	0.257
			城市形象	1.546
	國籍	F=0.878***		
	參與身份	F=0.965*		
漢城地區國籍及參加身份對屬性重視度與滿意度之 MANOVA 分析				
屬性重視度		Wiki ? 檢定	MANOVA 檢定	
		整體 F 值	變項	個別因素 F 值
	國籍&參與身份	F=0.959	服務品質	0.770
			會議能量	0.099
			城市形象	1.593
			地點文化	1.748
			交通便利	1.341
	國籍	F=0.962		
	參與身份	F=0.928***		
屬性滿意度		Wiki ? 檢定	MANOVA 檢定	
		整體 F 值	變項	個別因素 F 值
	國籍&參與身份	F=0.977	服務品質	0.526
			地點設備	2.875
			交通便利	1.559
			地點文化	1.051
			城市形象	1.414
	國籍	F=0.938***		
	參與身份	F=0.948*		

註：*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$

表十一 台北規劃者重視 - 滿意度之配對 T 檢定

變 項	重視程度 平均值(I)	滿意度平 均值(S)	T 值	顯著值
服務品質				
21.現場接待人員之素質及服務水準	4.42	3.47	6.259	0.000*
18.旅館設施服務人員之素質及服務水準	4.40	3.63	4.935	0.000*
20.視聽設備工程人員之素質及服務水準	4.29	3.49	5.257	0.000*
19.會議規劃者人員之素質及服務水準	4.35	3.49	5.112	0.000*
22.餐飲服務人員之素質及服務水準	3.86	3.44	2.288	0.027*
17.會議設施服務人員之素質及服務水準	4.45	3.75	4.857	0.000*
23.所有服務人員之語言能力	4.42	3.33	6.594	0.000*
13.高科技之視聽設備	3.93	3.50	2.508	0.016*
會議能量				
11.會議場地之可選擇性	3.83	3.55	1.701	0.096
15.會議設施之價格	3.76	3.38	2.153	0.037*
10.會議場地之容量	4.02	3.60	2.735	0.009*
16.旅館及食物之價格	3.63	3.44	1.536	0.132
城市形象				
8.社會及政治的穩定	4.40	3.21	6.574	0.000*
4.城市形象及國際政治地位	4.60	3.65	6.095	0.000*
5.城市之安全、行人舒適空間	4.48	3.69	4.562	0.000*
6.商業機能是否活躍	4.33	4.00	2.152	0.037*
9.政府重視會議產業	4.10	3.86	1.349	0.185
地點文化				
1.附近之觀光景點	3.79	3.58	1.324	0.193
2.休閒活動之多樣性	3.86	3.57	1.861	0.070
3.城市的歷史、文化背景	3.47	3.26	1.501	0.141
7.氣候使否宜人	3.33	3.26	0.318	0.752
交通便利				
24.機場至會議城市交通的便利性 機場設施	4.07	3.53	3.131	0.003*
25.與會議參加者國家之距離	3.81	3.49	2.324	0.025*
26.城市中交通之方便性	4.14	3.44	3.733	0.001*

*表示 $p=0.05$

表十二 台北銷售管理者重視 - 滿意度之配對 T 檢定

變項	重視程度 平均值(I)	滿意度平 均值(S)	T 值	顯著值
服務品質				
21.現場接待人員之素質及服務水準	4.04	3.48	5.918	0.000*
18.旅館設施服務人員之素質及服務水準	4.22	3.75	5.531	0.000*
20.視聽設備工程人員之素質及服務水準	3.86	3.38	4.832	0.000*
19.會議規劃者人員之素質及服務水準	4.07	3.61	4.551	0.000*
22.餐飲服務人員之素質及服務水準	3.92	3.48	4.827	0.000*
17.會議設施服務人員之素質及服務水準	4.30	3.74	6.049	0.000*
23.所有服務人員之語言能力	4.26	3.42	8.460	0.000*
13.高科技之視聽設備	3.84	3.61	2.250	0.026*
會議能量				
11.會議場地之可選擇性	4.15	3.56	6.245	0.000*
15.會議設施之價格	3.84	3.41	4.095	0.000*
10.會議場地之容量	4.18	3.68	4.852	0.000*
16.旅館及食物之價格	3.84	3.41	4.095	0.000*
城市形象				
8.社會及政治的穩定	4.11	3.50	5.818	0.000*
4.城市形象及國際政治地位	3.97	3.41	5.676	0.000*
5.城市之安全、行人舒適空間	4.30	3.51	7.944	0.000*
6.商業機能是否活躍	4.14	3.59	6.172	0.000*
9.政府重視會議產業	4.06	3.50	5.497	0.000*
地點文化				
1.附近之觀光景點	3.65	3.36	3.080	0.003*
2.休閒活動之多樣性	3.54	3.19	3.522	0.001*
3.城市的歷史、文化背景	3.55	3.35	1.969	0.051
7.氣候使否宜人	3.53	3.47	0.665	0.507
交通便利				
24.機場至會議城市交通的便利性 機場設施	4.22	3.42	7.192	0.000*
25.與會議參加者國家之距離	3.89	3.37	5.621	0.000*
26.城市中交通之方便性	4.26	3.54	6.826	0.000*

*表示 $p=0.05$

表十三 臺北與會者重視 - 滿意度之配對 T 檢定

變 項	重視程度平 均值(I)	滿意度平 均值(S)	T 值	顯著值
服務品質				
21.現場接待人員之素質及服務水準	4.18	3.37	17.276	0.000*
18.旅館設施服務人員之素質及服務水準	4.12	3.47	14.830	0.000*
20.視聽設備工程人員之素質及服務水準	4.04	3.39	14.510	0.000*
19.會議規劃者人員之素質及服務水準	4.18	3.44	15.901	0.000*
22.餐飲服務人員之素質及服務水準	4.10	3.33	16.012	0.000*
17.會議設施服務人員之素質及服務水準	4.18	3.42	16.372	0.000*
23.所有服務人員之語言能力	4.25	3.36	17.992	0.000*
13.高科技之視聽設備	4.00	3.41	12.882	0.000*
會議能量				
11.會議場地之可選擇性	3.89	3.35	11.168	0.000*
15.會議設施之價格	3.75	3.19	11.291	0.000*
10.會議場地之容量	4.03	3.37	12.913	0.000*
16.旅館及食物之價格	3.73	3.11	11.199	0.000*
城市形象				
8.社會及政治的穩定	3.89	3.10	13.251	0.000*
4.城市形象及國際政治地位	4.08	3.31	15.049	0.000*
5.城市之安全、行人舒適空間	4.26	3.22	20.239	0.000*
6.商業機能是否活躍	3.99	3.47	11.315	0.000*
9.政府重視會議產業	3.82	3.24	11.130	0.000*
地點文化				
1.附近之觀光景點	3.66	3.30	7.589	0.000*
2.休閒活動之多樣性	3.75	3.26	10.598	0.000*
3.城市的歷史、文化背景	3.62	3.21	8.117	0.000*
7.氣候使否宜人	3.65	3.04	9.989	0.000*
交通便利				
24.機場至會議城市交通的便利性、機場設施	4.22	3.36	17.386	0.000*
25.與會議參加者國家之距離	3.81	3.32	9.980	0.000*
26.城市中交通之方便性	4.26	3.42	15.871	0.000*

*表示 $p=0.05$

表十四 漢城規劃者重視 - 滿意度之配對 T 檢定

變 項	重視程度 平均值(I)	滿意度平 均值(S)	T 值	顯著值
服務品質				
21.現場接待人員之素質及服務水準	4.33	3.87	4.464	0.000*
18.旅館設施服務人員之素質及服務水準	4.45	3.91	5.512	0.000*
20.視聽設備工程人員之素質及服務水準	4.43	3.88	5.726	0.000*
19.會議規劃者人員之素質及服務水準	4.37	3.87	5.643	0.000*
22.餐飲服務人員之素質及服務水準	4.20	3.81	3.400	0.001*
17.會議設施服務人員之素質及服務水準	4.51	3.85	8.003	0.000*
23.所有服務人員之語言能力	4.56	3.56	8.780	0.000*
13.高科技之視聽設備	4.21	3.91	3.370	0.001*
會議能量				
11.會議場地之可選擇性	3.97	3.72	2.393	0.019*
15.會議設施之價格	3.71	3.57	1.275	0.206
10.會議場地之容量	4.20	3.83	4.034	0.000*
16.旅館及食物之價格	3.57	3.48	0.854	0.396
城市形象				
8.社會及政治的穩定	4.37	3.21	8.163	0.000*
4.城市形象及國際政治地位	4.45	3.76	5.508	0.000*
5.城市之安全、行人舒適空間	4.63	3.88	8.013	0.000*
6.商業機能是否活躍	3.77	4.03	-2.134	0.036*
9.政府重視會議產業	3.67	3.63	0.323	0.747
地點文化				
1.附近之觀光景點	3.89	3.79	1.016	0.313
2.休閒活動之多樣性	3.97	3.71	2.594	0.011*
3.城市的歷史、文化背景	3.63	3.99	-2.719	0.008*
7.氣候使否宜人	3.65	3.81	-1.513	0.135
交通便利				
24.機場至會議城市交通的便利性、機場設施	4.04	3.67	2.816	0.006*
25.與會議參加者國家之距離	3.76	3.61	1.555	0.124
26.城市中交通之方便性	4.11	3.60	4.620	0.000*

*表示 p=0.05

表十五 漢城銷售管理者重視 - 滿意度之配對 T 檢定

變項	重視程度 平均值(I)	滿意度平 均值(S)	T 值	顯著值
服務品質				
21.現場接待人員之素質及服務水準	4.16	3.53	3.973	0.000*
18.旅館設施服務人員之素質及服務水準	4.28	3.53	4.313	0.000*
20.視聽設備工程人員之素質及服務水準	4.25	3.44	4.463	0.000*
19.會議規劃者人員之素質及服務水準	4.25	3.53	3.973	0.000*
22.餐飲服務人員之素質及服務水準	3.97	3.25	3.252	0.003*
17.會議設施服務人員之素質及服務水準	4.38	3.47	4.844	0.000*
23.所有服務人員之語言能力	4.16	3.28	3.768	0.001*
13.高科技之視聽設備	4.06	3.75	1.579	0.125
會議能量				
11.會議場地之可選擇性	3.91	3.63	1.428	0.163
15.會議設施之價格	3.63	3.34	1.605	0.119
10.會議場地之容量	4.06	3.72	2.003	0.054
16.旅館及食物之價格	3.31	3.09	0.980	0.335
城市形象				
8.社會及政治的穩定	3.91	2.91	4.368	0.000*
4.城市形象及國際政治地位	4.06	3.47	2.828	0.008*
5.城市之安全、行人舒適空間	4.38	3.44	5.073	0.000*
6.商業機能是否活躍	3.91	3.69	1.422	0.165
9.政府重視會議產業	3.72	3.13	2.505	0.018*
地點文化				
1.附近之觀光景點	3.91	3.44	2.897	0.007*
2.休閒活動之多樣性	4.13	3.34	4.533	0.000*
3.城市的歷史、文化背景	3.88	3.53	1.938	0.062
7.氣候使否宜人	3.81	3.25	3.044	0.005*
交通便利				
24.機場至會議城市交通的便利性、機場設施	4.16	3.47	3.307	0.002*
25.與會議參加者國家之距離	3.91	3.50	2.430	0.021*
26.城市中交通之方便性	4.09	3.16	3.950	0.000*

*表示 $p=0.05$

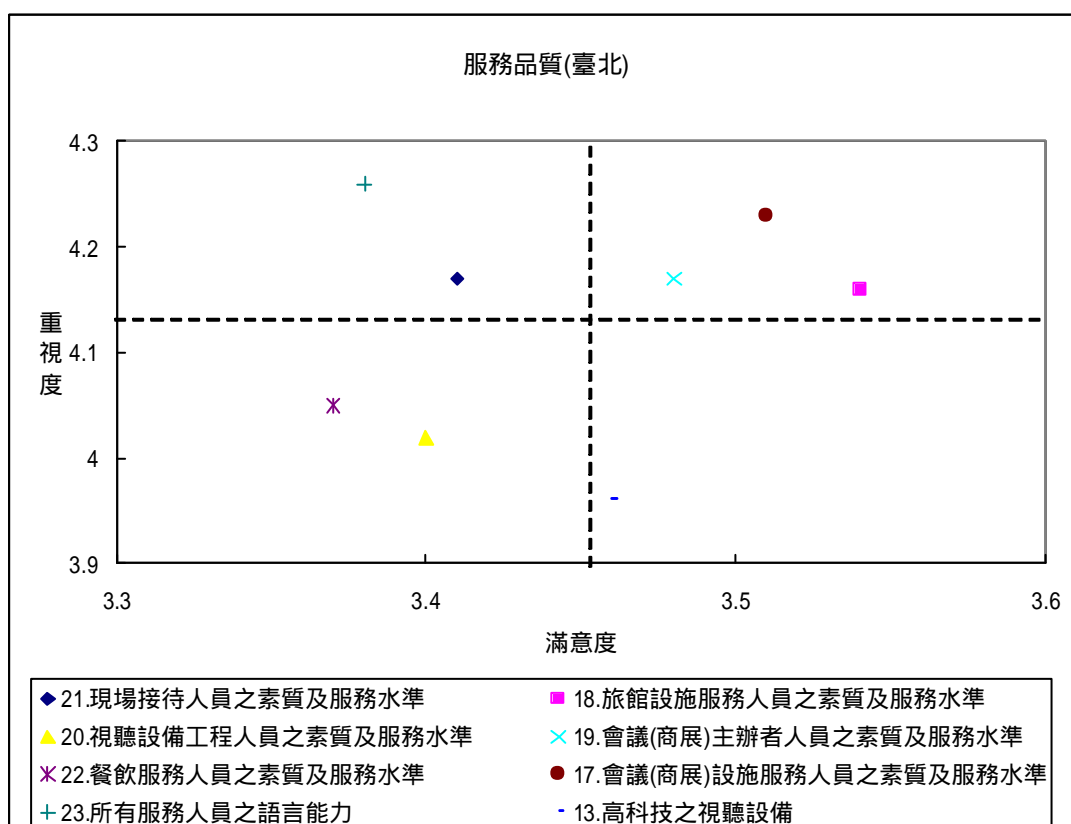
表十六 漢城與會者重視 - 滿意度之配對 T 檢定

變項	重視程度 平均值(I)	滿意度平 均值(S)	T 值	顯著值
服務品質				
21.現場接待人員之素質及服務水準	4.12	3.57	9.078	0.000*
18.旅館設施服務人員之素質及服務水準	4.08	3.63	8.068	0.000*
20.視聽設備工程人員之素質及服務水準	4.07	3.56	9.822	0.000*
19.會議規劃者人員之素質及服務水準	4.16	3.55	10.736	0.000*
22.餐飲服務人員之素質及服務水準	3.95	3.35	9.395	0.000*
17.會議設施服務人員之素質及服務水準	4.07	3.60	8.741	0.000*
23.所有服務人員之語言能力	4.23	3.31	13.954	0.000*
13.高科技之視聽設備	4.04	3.74	5.465	0.000*
會議能量				
11.會議場地之可選擇性	3.66	3.46	3.091	0.002*
15.會議設施之價格	3.62	3.47	2.435	0.015*
10.會議場地之容量	3.72	3.45	4.655	0.000*
16.旅館及食物之價格	3.59	3.38	3.071	0.002*
城市形象				
8.社會及政治的穩定	4.13	3.20	13.217	0.000*
4.城市形象及國際政治地位	4.12	3.39	10.872	0.000*
5.城市之安全、行人舒適空間	4.22	3.56	10.152	0.000*
6.商業機能是否活躍	3.94	3.74	3.560	0.000*
9.政府重視會議產業	3.69	3.36	5.162	0.000*
地點文化				
1.附近之觀光景點	3.85	3.46	6.375	0.000*
2.休閒活動之多樣性	3.82	3.48	5.817	0.000*
3.城市的歷史、文化背景	3.74	3.61	1.828	0.068
7.氣候使否宜人	3.67	3.56	1.857	0.064
交通便利				
24.機場至會議城市交通的便利性、機場設施	4.11	3.44	12.689	0.000*
25.與會議參加者國家之距離	3.74	3.44	5.188	0.000*
26.城市中交通之方便性	4.14	3.39	11.710	0.000*

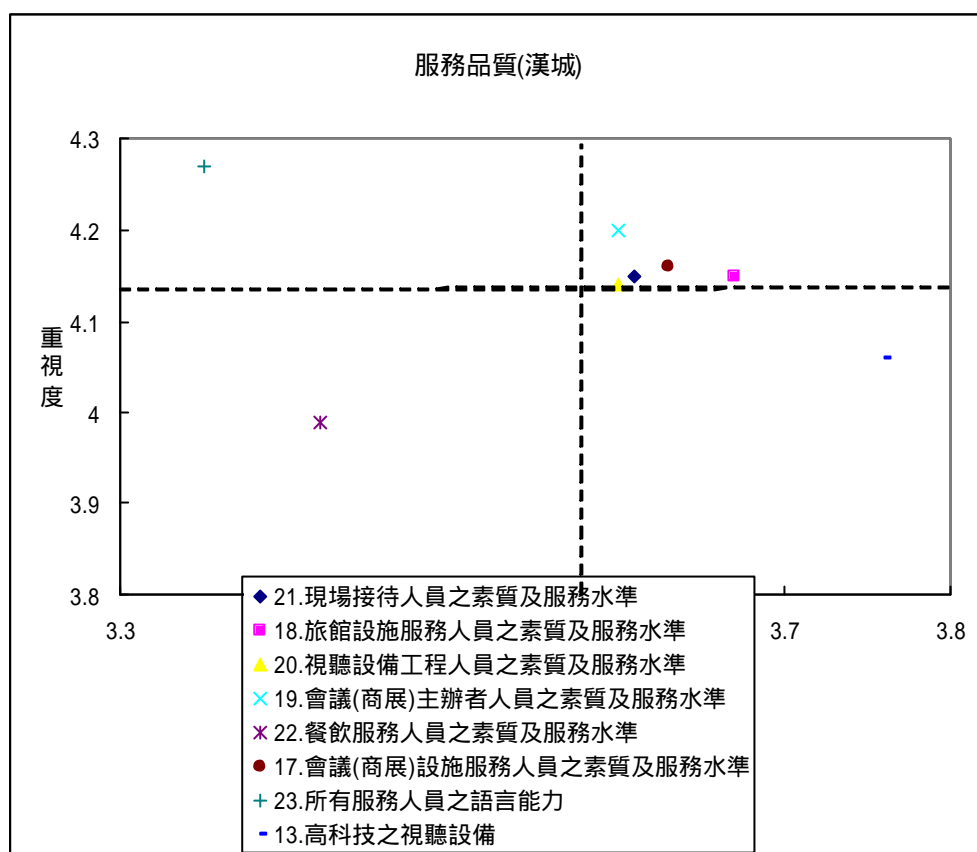
*表示 $p=0.05$



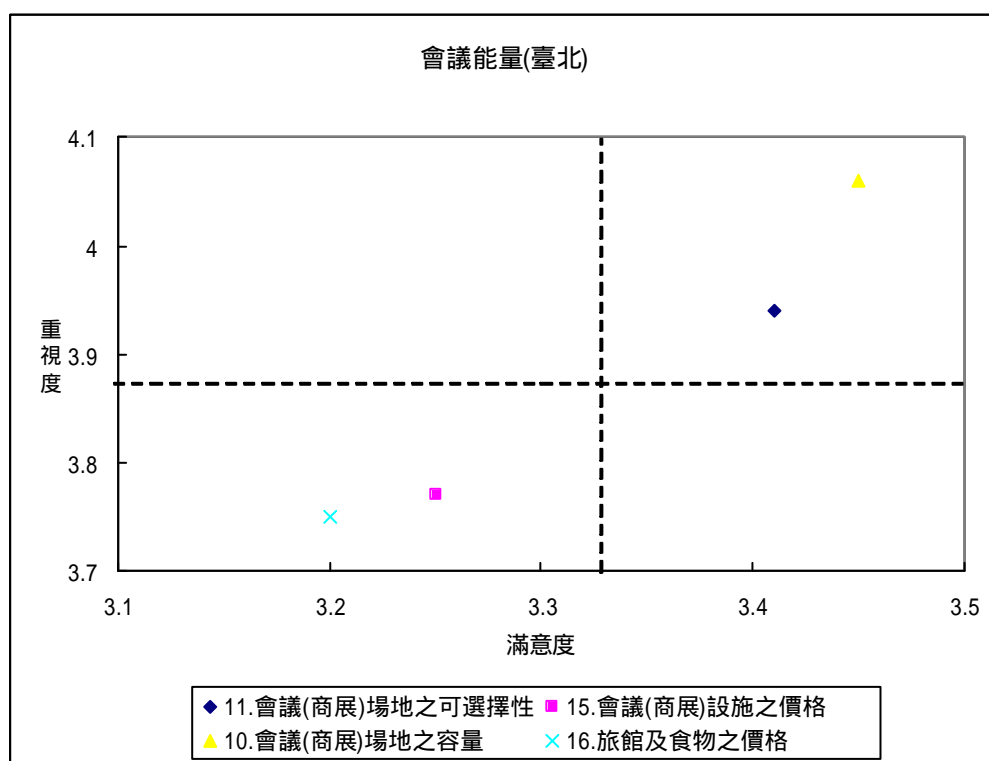
圖一 IPA 方格圖



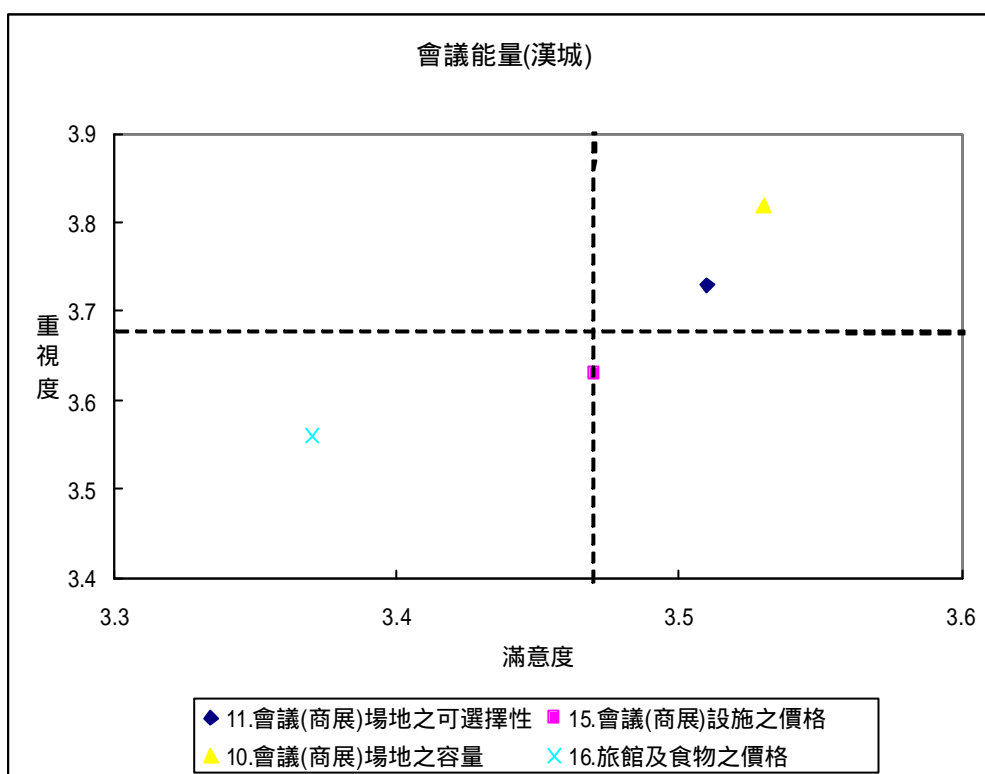
圖二 臺北服務品質重要度與滿意度之座標圖



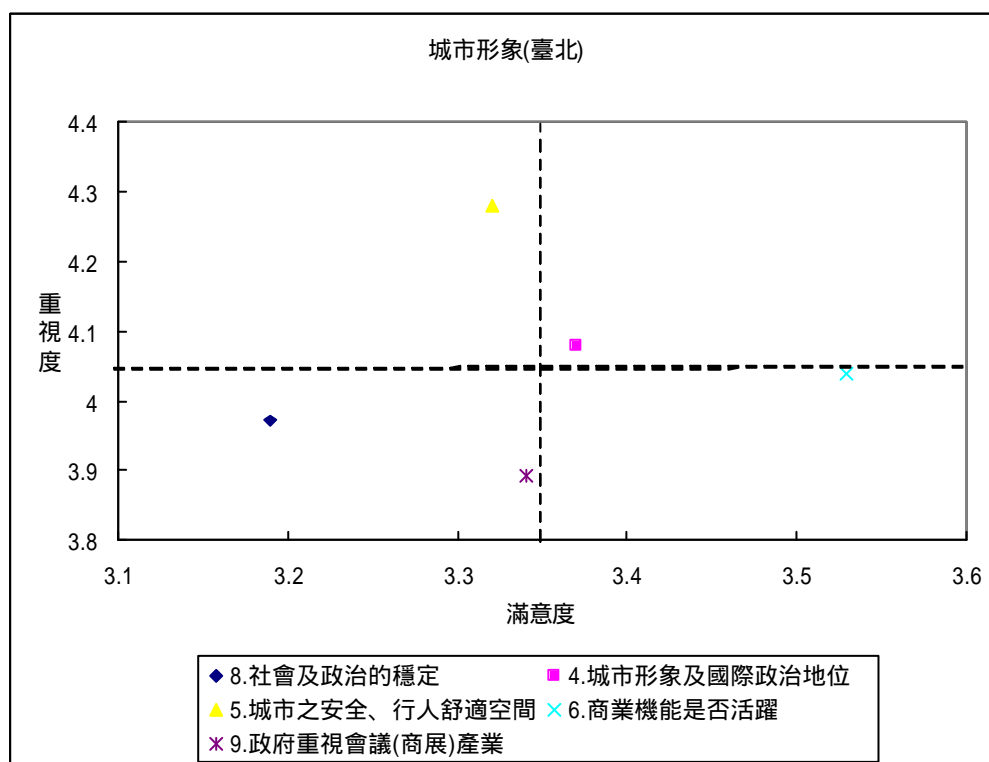
圖三 漢城服務品質重要度與滿意度之座標圖



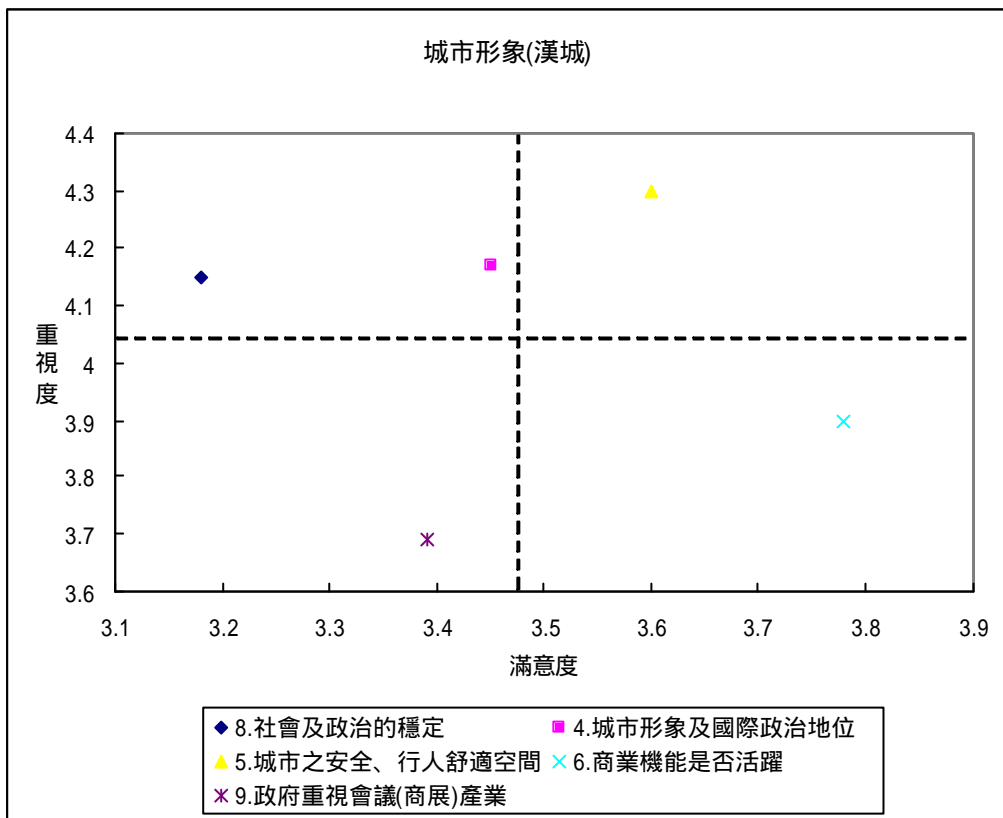
圖四 臺北會議能量重視度與滿意度之座標圖



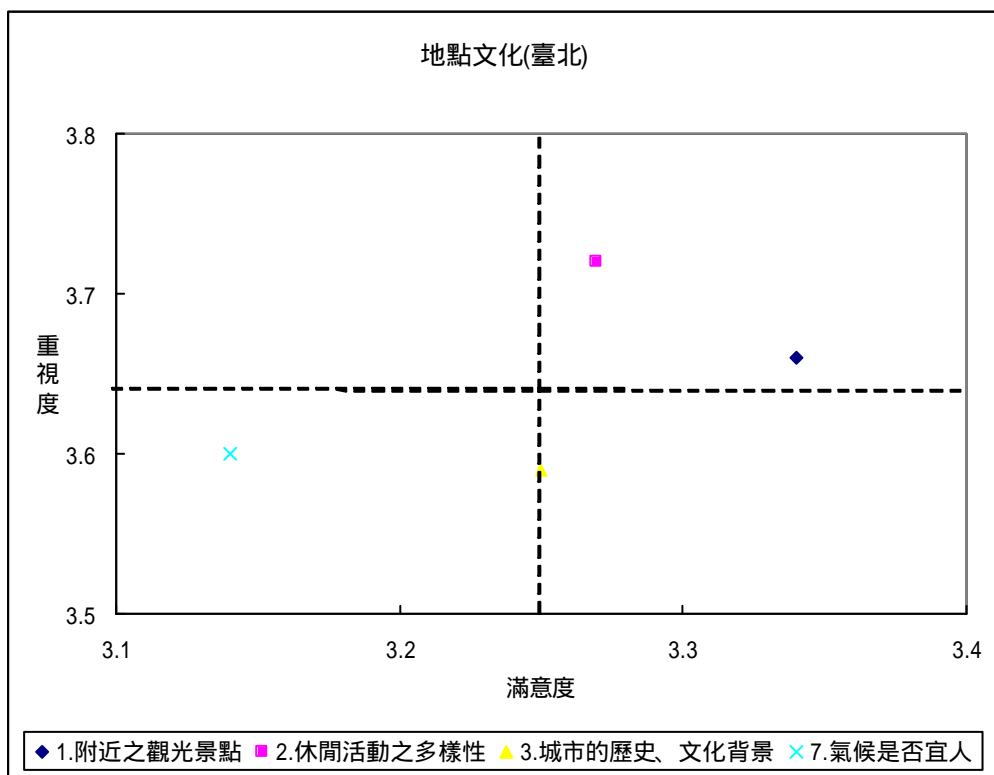
圖五 漢城會議能量重視度與滿意度之座標圖



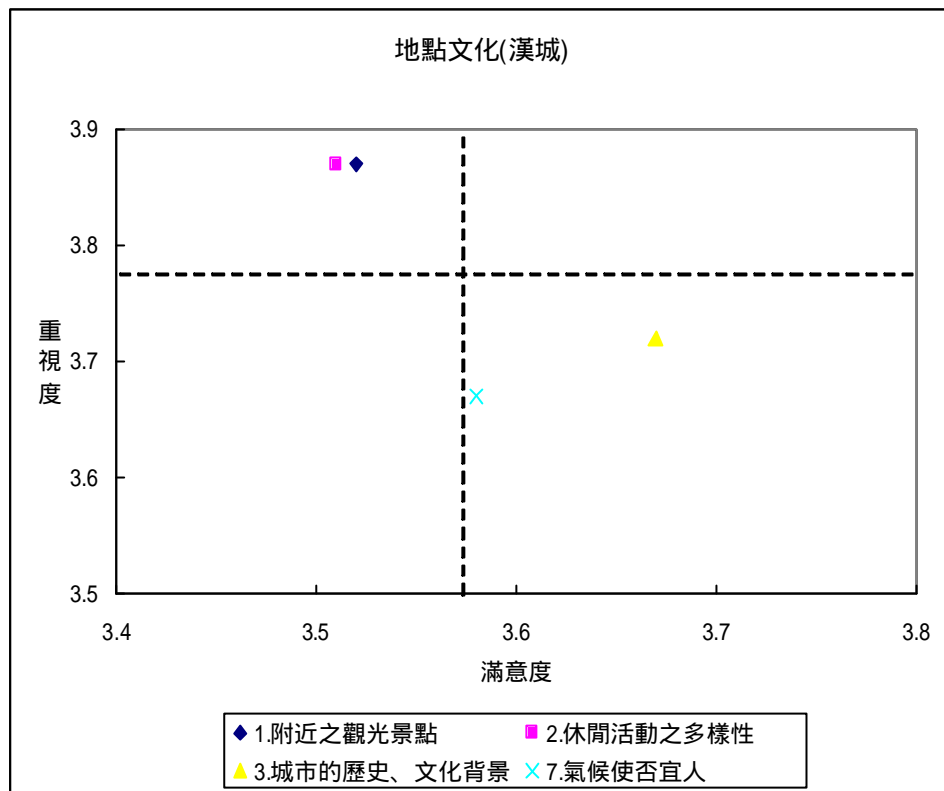
圖六 臺北城市形象重視度與滿意度之座標圖



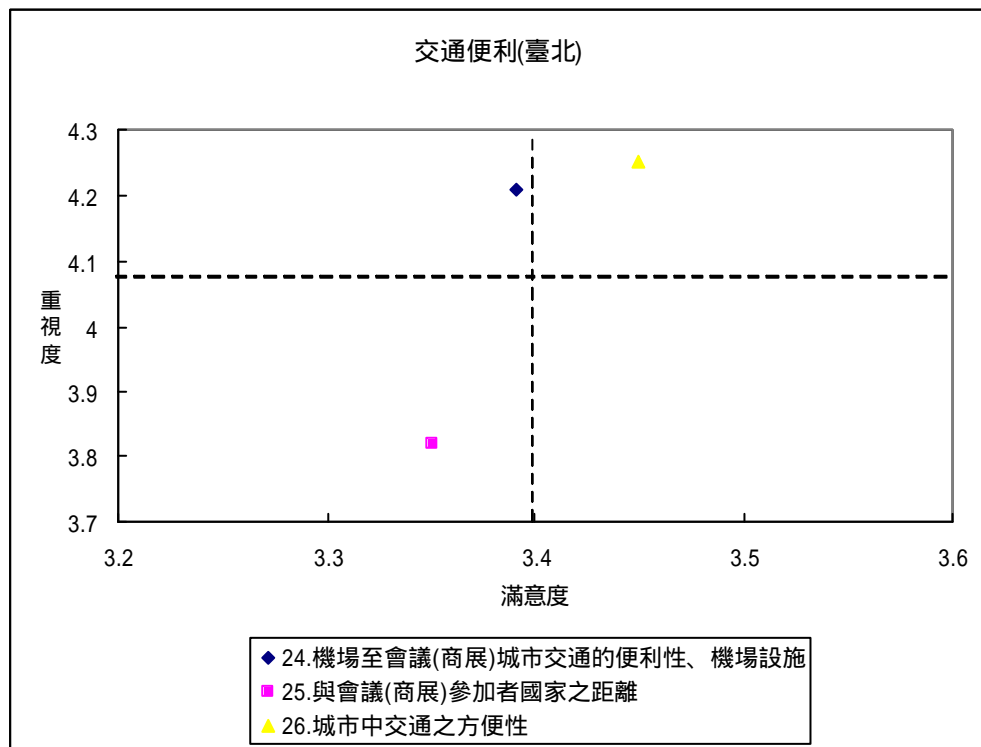
圖七 漢城城市形象重視度與滿意度之座標圖



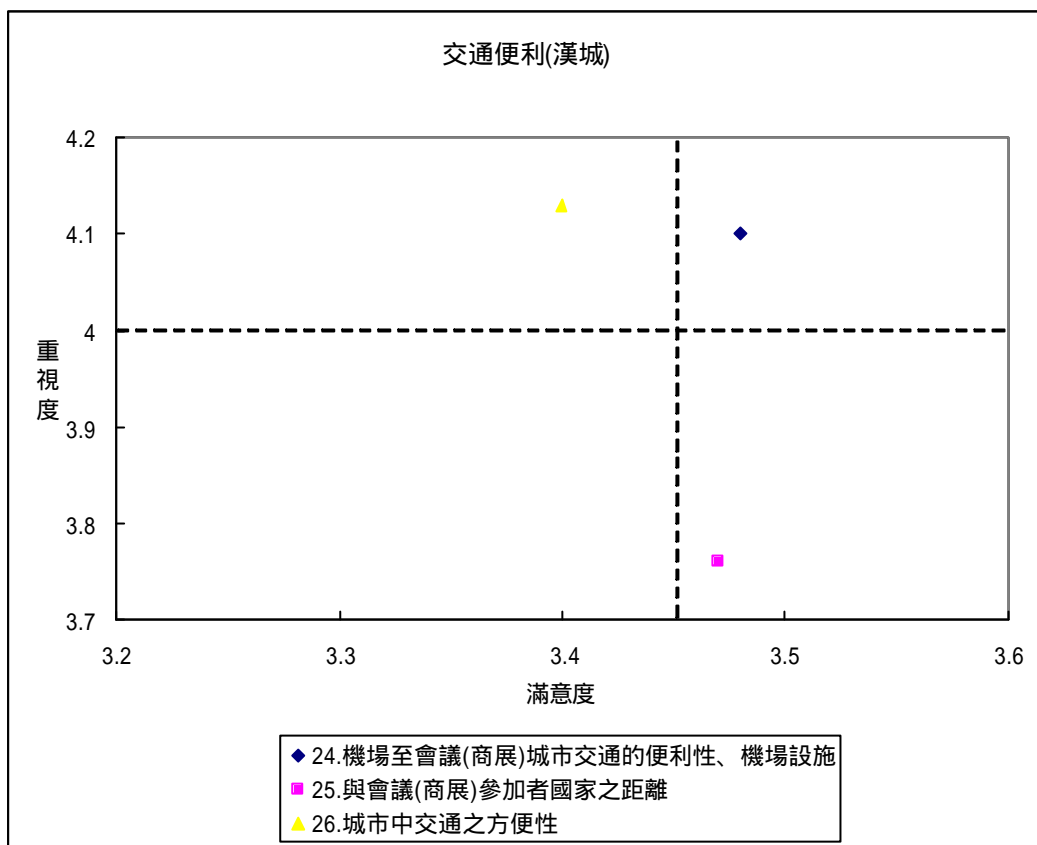
圖八 臺北地點文化重視度與滿意度之座標圖



圖九 漢城地點文化重視度與滿意度之座標圖



圖十 臺北交通便利重視度與滿意度之座標圖



圖十一 漢城交通便利重視度與滿意度之座標圖