

專業展之顧客滿意與再次參展之研究-以2009台灣國際會展產業展為例

陳淑莉, 廖淳雅

餐旅管理學系

觀光學院

lily@chu.edu.tw

摘要

會展產業具有「三高三大三優」之產業特徵，對國家和地區的經濟成長具有提升作用，會展經濟已成為當今一種新的經濟形態，受到各國政府和社會各方面的廣泛關注。「2009台灣國際會展產業展(EXCO)」為台灣首度舉辦涵蓋會議、展覽、行銷活動及獎勵旅遊產業的國際專業展覽，更具有未來發展之潛力。本研究欲探討此展覽參觀者的涉入程度、滿意度、忠誠度之影響變項及三者間之關係。期望能將研究結果提供給主辦單位，作為日後持續舉辦會展產業國際展之參考。本研究對象為參加2009台灣國際會展產業展之參觀者，採便利抽樣方式，共計發放出問卷320份，剔除無效問卷62份，回收有效問卷258份，有效問卷回收率81%。問卷使用SPSS12.0及LISREL軟體進行分析，研究結果發現媒體不斷報導為影響參觀者涉入程度之重要因子，展覽之環境與設施是影響參觀者滿意度的重要研究變項，而EXCO的參觀者則是以口碑推薦行為主要展現影響未來參觀EXCO展之忠誠度，經結構方程模式來了解涉入程度、滿意度、忠誠度三者間關係，結果發現涉入程度對滿意度及忠誠度有顯著正向關係，而滿意度對忠誠度有顯著正向影響。

關鍵字：2009國際會展產業展、涉入程度、滿意度、忠誠度