

應用模糊德爾菲法於運動酒吧展店區位選擇 因素之探討

Applying Fuzzy Delphi Method on Factors of Sports Bar Site Selection

王正忠／德明財經科技大學

Wang, Cheng-Chung／Takming University of Science and Technology

真理大學觀光休閒與運動學院

運動知識學報 第十期 抽印本

中華民國 一百零二 年 七 月 三十 日

應用模糊德爾菲法於運動酒吧展店區位選擇因素之探討

王正忠／德明財經科技大學

摘 要

隨著國人休閒觀念的提升與開放，下班後至酒吧及夜店消費，成為時髦消遣，新開店亦如雨後春筍般冒出，酒吧及夜店的競爭趨於激烈。因此本研究以運動酒吧為例，探討展店區位之最適選擇，以提供經營者營運拓展之參考。首先，整理相關文獻尋找出影響運動酒吧區位選擇之可能因素，包含商圈因素、店面選擇因素、投資效益預估三大構面準則。其次採取模糊德爾菲法，透過專家意見，分析及探討並篩選出最適運動酒吧區位選擇之關鍵準則。最後，再將本研究之成果彙整出運動酒吧選擇店址之評估模式，此評估模式即可幫助未來想要展店之運動酒吧業者，降低展店之評估時間與風險，提高展店經營績效與創業者成功機會。

關鍵字：運動酒吧、展店區位選擇、模糊德爾菲法

壹、緒論

二十一世紀的今日，隨著都市化的發展，國人生活水平不斷的提高，加上周休二日的推動執行，國人越來越重視工作以外的休閒活動。此外，透過大眾媒體的傳播，社交名人或明星出入酒吧及夜店的新聞時有所聞，亦使一般人對於至酒吧或夜店消費的接受度更為提升。再者，近年台灣透過舉辦大型之運動賽事爭取國際曝光度，主題運動酒吧之興起可帶動國人參與賽事之熱情，運動主題酒吧將是未來新興之產業。因此，本研究以運動酒吧為例，透過相關文獻探討，分析現今運動酒吧門市選址要素，探討展店最適區位之選擇。

本研究後續章節如下：第二部分為文獻回顧，為瞭解運動酒吧之經營方式與消費者行為的關聯，針對相關文獻，說明運動酒吧之定義，進行整理蒐集與分析探討。第三部分為研究方法，本研究將透過模糊德爾菲法分析運動酒吧選址之重要因素。最後則為本研究結果分析與結論。

貳、文獻回顧

一、酒吧定義

劉文雯（2003）在其著作中解釋，Pub發源於英國，傳入美國社會後稱呼Bar，Saloon由法文演變而來，東方社會則稱為客棧，皆泛指酒吧及酒館之意，且各種酒吧的空間內容並沒有相當明顯的區隔，故本研究在Pub與Bar的字義上不多加探討，而是依照陳建勳（2003）研究所提之實質營業內容將酒吧分類為三大類型：地區性酒吧、主題酒吧及高級酒吧，相關文獻整理如下。

（一）地區性酒吧

所有酒吧類型中將飲酒文化簡至最低需求的一種，即單純的飲酒空間，也最接近酒吧的原有風貌。

（二）高級酒吧

提供商務人士或紳士名媛等客群進行社交活動，裝潢風格多以高級華麗為主。

（三）主題酒吧

此類型酒吧經營主軸明顯，分類上也容易區分，如以異國、復古等主題風格為主的日式居酒屋；以販賣酒類做區隔的葡萄酒吧，或以活動分類的運動酒吧。

本研究依經濟部商業司（2012）發布之公司行號營業項目飲酒店業定義：「從事酒精飲料之餐飲服務，但無提供陪酒員之行業。包括啤酒屋、飲酒店等。」，將本研究主題定義為：「從事酒精飲料之餐飲服務，依運動主題裝潢、經營與舉辦活動，但無提供陪酒員之酒吧。」。

二、模糊德爾菲法之相關文獻回顧

由於運動酒吧發展立地策略之評選上需考慮多元的影響因素，而在這些影響因素中，有不少選擇因素具有「多準則」、「模糊不確定性」以及「群體決策」的問題特性，因此本研究利用模糊理論結合德爾菲法，進行運動酒吧產業展店立地策略之影響因素建置，將複雜與主觀認知的問題，做適當的表達，進而建構出運動酒吧立地策略之關鍵因素，本研究採用的研究方法文獻詳述如下。

德菲法是 1948 年，由美國加州蘭德公司（Rand Corporation）研究發展出來。起初德菲法的研究計畫是由 Norman Dalkey 及 Olaf Helmer 兩位數學家主持，集合國防與軍事專家的看法推斷需要投下多少顆原子彈，才能使美國在一場戰爭中完全癱瘓，以供國防長期規劃的參考。

李國忠、高振源、賴建興（1996）指出，德爾菲法的原理為：若專家個體所表示的意見不在正確答案的範圍內，即不為「真值」時，至少專家群體意見的中數會接近正確答案，即至少一半的專家群體接近於「真值」。但若專家表示的意見為「真值」時，專家群體意見的中數會更正確，且有一半以上的意見為「真值」，並落在正確的區域。簡單來說，經過幾次問卷的填寫後，見解較淺的專家會改變原先的己見，逐漸趨向於見解較深的專家意見，然而，見解較深的專家則仍堅持自己的想法，或做小幅度的修正，使得大多數的專家於多次問卷作答後意見逐漸趨向於「真值」，如下圖 2-1 所示：

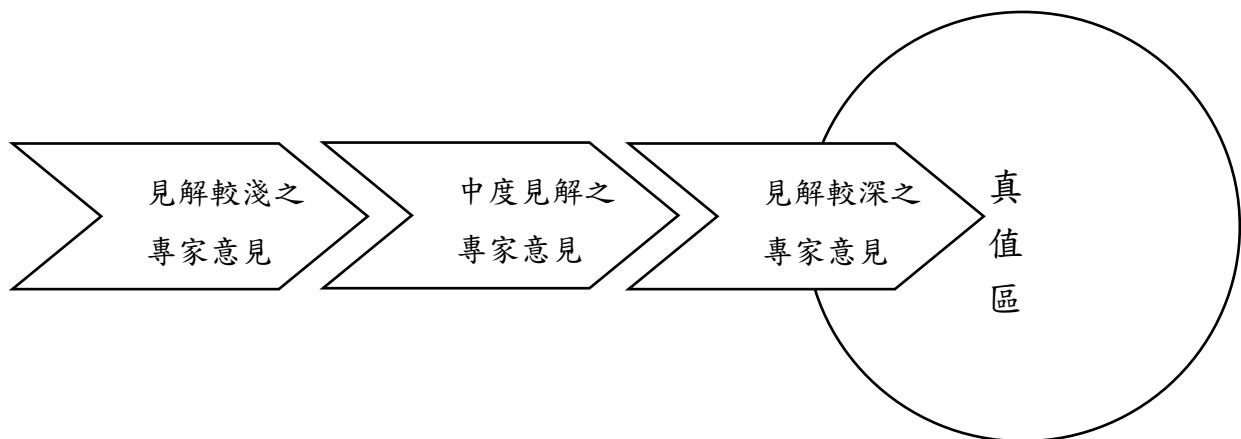


圖2-1 德爾菲法專家意見改變趨勢示意圖

資料來源：李國忠、高振源、賴建興（1998）

黃俊維（1995）也表示，在德爾菲法的溝通程序中，包含下列優點：(1)團體的判斷優於個人的判斷。(2)匿名的作業方式使專家的答案更為理性。(3)團體的壓力能使各參與者的意見趨於整合。德爾菲法也並非沒有缺點，根據黃有傑和羅紹麟（2001）研究指出，使用德爾菲法會出現下列缺點：

(一)為使專家意見趨於一致達到收斂效果，需進行多次的問卷填答，不僅耗時、增加成本且問卷回收率低也會逐次降低。

(二)所謂專家意見一致，只是代表專家意見落在中位數及中間 50%的範圍中，但此範圍

隱含模糊性，並無法確定真正的落點為何，且容易忽略掉其他半數專家的意見。

(三)計劃負責人在彙總專家意見時，可能會有先入為主的觀念而將正確的專家意見給扭曲或過濾掉，即為系統性的削弱。

針對上述缺失，徐村和（1998）運用模糊德爾菲法作為評估準則篩選的工具，較德爾菲法更具有下列的優點：

(一)有效降低調查次數與成本，比德爾菲法更具經濟效益。

(二)考慮到訪查過程中無可避免的模糊性，專家的個別意見未經扭曲，使結果更理性及符合需求。

(三)可使預測之因素定義更清楚明瞭。

(四)計算過程簡單，可處理多層級、多屬性、多方案的決策問題。

藉由運動酒吧業之專家協助，本研究第一階段模糊德爾菲法之專家問卷，依專家之專業素養主觀評估各準則之重要性次序等級，評定方式採取 1 到 10 個等級，評定分數愈高表示愈為重要，且在問卷最後附上建議欄的填答項目，以補充問卷內容不足部分，使得問卷更符合模糊德爾菲法問卷的意義。

三、運動酒吧立地選擇之關鍵因素

本研究透過收集過往相關文獻資料，整理出運動酒吧立地選擇之三大展店決策構面、四項衡量因素以及十四項影響變數。

運動酒吧立地選擇研究之決策構面分別為「商圈因素」、「店面選擇因素」及「投資效益預估」，本研究整理之說明及表 2-1 如下頁所示：

表2-1 運動酒吧立地選擇因素

展店決策		影響因素		影響變數	參考文獻
商圈因素	Ghosh & Craig (1983)	市場面評估	王清梅、李月華、倪絹琇(2011)	消費力評估	Ghosh and Craig(1983)
				娛樂接受度	閔建蜀(1991)
				運動文化環境	王宗吉(2000)、劉一民(1999)
		立地商圈評估	王清梅、李月華、倪絹琇(2011)	城市形象	許光廬與黃建松(2006)
				停車狀況	徐建文(2011)
				交通流量	謝靜琪、黃俊凱(1998)
				商圈內酒吧競爭店數	William Applebaum(1996)
店面選擇因素	會田玲二(1996)	酒吧面積評估	徐建文(2011)	酒吧營業面積規模	葉純榮(1996)
				空間及公共安全規劃	澳門特別行政區政府旅遊局(2005)
		可見性評估		店面易見度	林佳億(1994)
				酒吧形象特徵	徐建文(2011)
投資效益預估	Spark(1990)	盈餘預測		Palepu et al(2000)	
		租金成本		Clapp(1993)、Hysom and Crawford(1997)	
		薪資成本		戴國良(2006)	

(一)商圈因素

Ghosh & Craig(1983)認為，長期的人口變化、人口消費力評估、日後的商圈發展是立地選擇的關鍵重點，其中商圈因素包含市場面評估與立地商圈評估。

(二)店面選擇因素

會田玲二(1996)曾表示，展店選址決策須能夠維持十年才稱得上擁有經濟效益。而首要決策方案即為立地之裁定，其中店面選擇因素包含酒吧面積評估與可見性評估。

(三)投資效益預估

Spark (1990)指出，企業在開始經營至展店時，必須規劃出詳細且縝密的財務規劃與投資成本效益分析，並按照計畫執行，便能在不影響其他投資策略下且在組織能力範圍內順利完成，其中投資效益預估包含盈餘預測、租金成本、薪資成本。

(四)市場面評估

根據王清梅、李月華、倪絹琇(2011)，運動酒吧展店的市場評估需進行該區域整體商圈調查，如消費力評估、娛樂接受度等，藉此瞭解該區的市場購買力，其中市場面評估包含了消費力評估、娛樂接受度、運動文化環境等變數。

(五)消費力評估

Ghosh and Craig(1983)曾表示，開店立地調查中人口消費力評估及日後持續發展的重點。閔建蜀(1991)指出，評估是否具有優厚的強大市場潛力，是利用顧客購買力來衡量。

(六)娛樂接受度

Simon(1999)曾指出，商店的吸引力包含產品的價格、品質，商店的能見度、方便性，以及商店的服務。

(七)運動文化環境

王宗吉(2000)指出，從社會生活層面提出運動在現代社會的意義與價值，認為運動可以促使個人身心滿足，並創造文化、促進身心健康、追求自我實現，以及促成運動文化交流。劉一民(1999)表示，體育運動從過去所標榜的軍國主義、強種強民與錦標主義轉換為樂趣化、動態性休閒及生涯運動規劃，以休閒為主要的發展理念。

(八)立地商圈評估

根據王清梅、李月華、倪絹琇(2011)，在同一區域，同質性或同質性且為競爭對手之運動酒吧，通常會聚集在同一商圈內，而商圈內若有大型商業設施、人潮流量較大之運輸設施或與之距離較近時，該門市的來客數也會相對增加，其中包含了城市形象、停車狀況、交通流量、商圈內酒吧競爭店數四項影響變數。

(九)城市形象

許光廬與黃建松(2006)指出可透過市容美化、交通整頓及規劃、大型運動場的興建、環境污染的整治方式塑造出城市形象。

(十)停車狀況

林岡立(2003)認為經營者在預期消費者區位偏好上可分為範圍、店舖鄰近之設施、規模與面前路寬、停車位置等。在挑選店面時是否有較大的腹地可供選擇，以提供店家設置足夠的停車空間、寬敞舒適及容納更多的用餐環境，進而吸引更多消費者，以提高銷售量等等。

(十一)交通流量

謝靜琪、黃俊凱(1998)指出店家最重要的還是區位條件，可說地段選擇是商業店家經營成功的先天條件，當區域的道路系統與全市性以及聯外道路關係薄弱時，意味著商業經營發展區位的概念是不利的，而導致逐漸沒落的困境。

(十二)商圈內酒吧競爭店數

William Applebaum (1960) 提出所謂的競爭情形是指分占市場潛能之所有零售設施的總和。競爭店的規模代表著一個企業如果店數眾多，市場佔有率可能就會較高。

(十三)酒吧面積評估

徐建文(2011)指出，酒吧面積位置地面形狀以長方形、方形為佳，必須有足夠的空

間容納建築物、停車場和其他必要設施。三角形或多邊形的地面除非面積非常大，否則是不取用的。在對規模和外觀進行評估的同時，須考慮未來消費的可能性。其中包含了酒吧營業面積規模、空間及公共安全規劃兩項影響變數。

(十四)酒吧營業面積規模

葉純榮(1996)研究結果顯示，酒吧營業面積愈大則營業額愈高，亦即營業面積和營業額成正相關的關係，但若是營業面積愈大，相對其成本愈高，其不能僅就單一角度來思考酒吧營業面積因素。

(十五)空間及公共安全規劃

依據我國建築物使用類別可將供商業交易、陳列展售、娛樂、餐飲、消費之場所分別為酒吧、餐廳、咖啡廳等營業場所，其面積樓層不限，但樓層地板限於 300 平方公尺以上，其檢查報修申報期間為每年一次。

根據澳門特別行政區政府旅遊局(2005)指出除一般要件外，酒吧亦應設有：對內部能見度低之入口；獨立於作業入口之顧客入口；靠近入口處之儲衣間；儲藏食品及飲料之區域。

(十六)可見性

當運動酒吧位於主要人潮之道路上，可見性相對提高，店內銷售金額更有機會提升。

(十七)店面易見度

林佳億(1994)提出，應將店面實體易見及程度納入考量中，店面實體易見及程度意義包括店面本身的屬性、便利性及接近店面可能遭遇到的阻隔。

(十八)酒吧形象特徵

徐建文(2011)表示，企業無論從經營內容、方式、餐飲品質及數量、服務、裝潢與店址等方面，應具有明確的形象特徵。

(十九)盈餘預測

Palepu et al (2000) 認為，在資訊不對稱及利益衝突的情況下，若管理當局欲與外部投資人及管理仲介者維持長期關係，管理當局所做的估計與判斷，必須與後來的實際績效相符，達到彰顯其預測能力及誠信度。

(二十)租金成本

Clapp (1993)、Hysom and Crawford (1997) 共同提出，受到土地(樓地板面積)、勞力、資本、租金、面對面接觸、設立時間與聲譽等因素影響。

(二十一)薪資成本

戴國良(2006)亦指出，組織行為學中不管就理論或實務而言，員工績效係由組織員工的「能力」及「動機」兩者相乘而得，績效必須同時存在能力與動機，且金錢是激勵員工的第一外在動機選擇。

參、研究方法

本章主要針對運動酒吧展店最適區位之選擇所使用研究方法介紹及步驟說明，並呈現數據和方程式，以提供更詳細之解說。本章區分為「研究架構」、「模糊德爾菲法」兩

小節。

一、研究架構

本研究透過文獻回顧、環境背景探討運動酒吧選址方向與課題，並由模糊德爾菲法來篩選運動酒吧展店區位之重要準則，其研究架構圖如圖 3-1 所示。

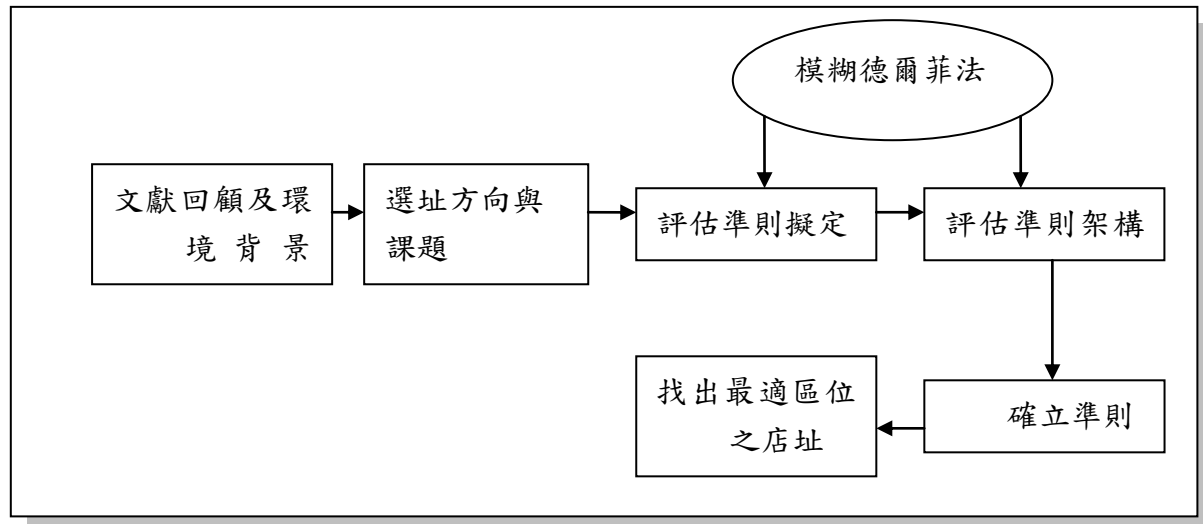


圖 3-1 研究架構圖

本研究探討運動酒吧展店區位之選擇，透過文獻探討，整理出運動酒吧最適區位之準則架構，分別歸為「商圈因素」、「店面選擇因素」與「投資效益預估」三大構面；「市場面評估」、「立地商圈評估」、「酒吧面積評估」、「可見性評估」四項影響因素與十四項影響變數。如下頁圖 3-2 所示

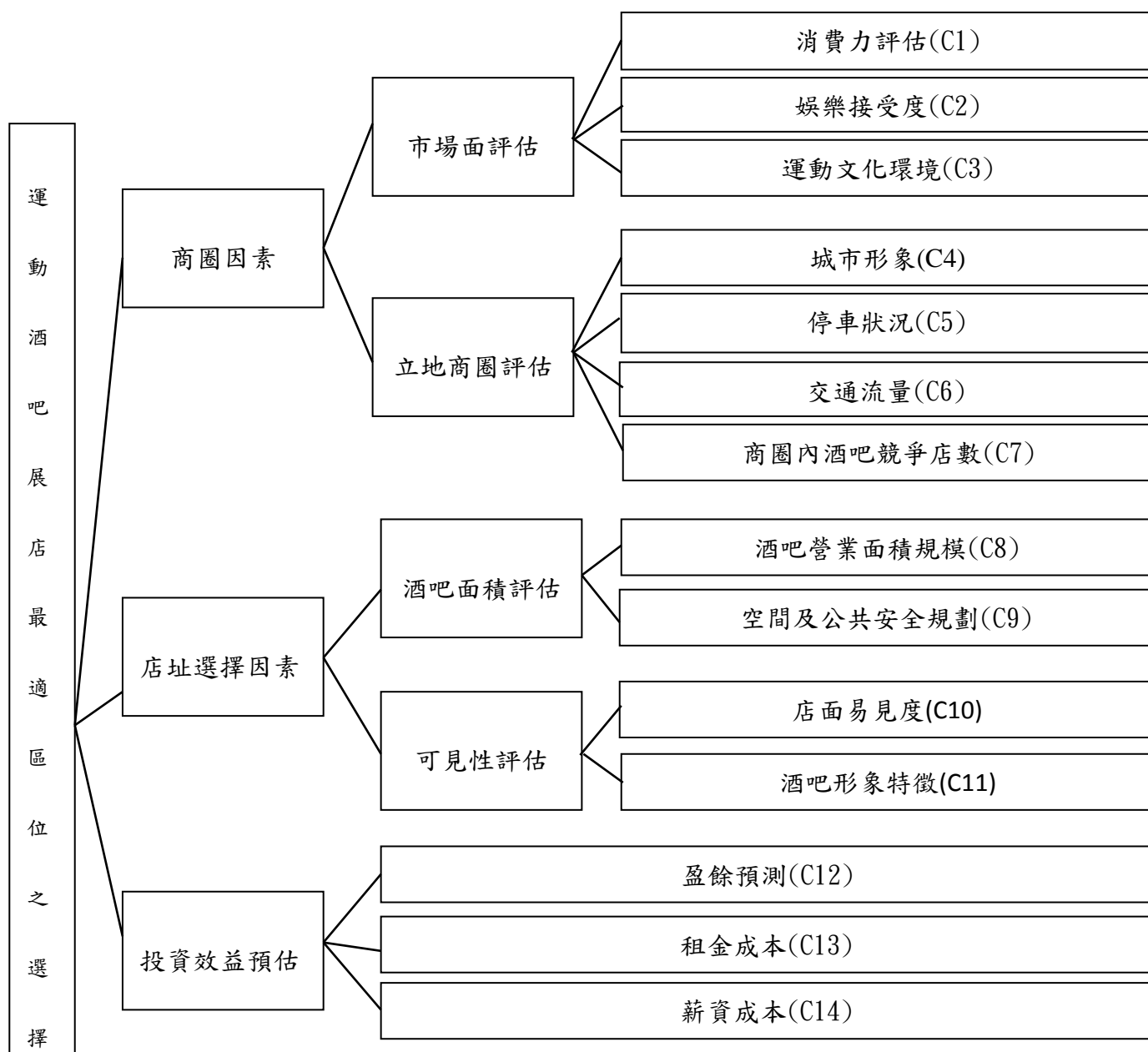


圖 3-2 運動酒吧展店最適區位之準則架構圖

二、模糊德爾菲法(Fuzzy Delphi Method, FDM)

應用模糊德爾菲法以專家為對象之初步準則評估將會是一個非常有利的工具，其可使所獲得之方案評估準則的選擇更具客觀性及實用性，其檢定步驟如下(鄭滄濱，2001)：

步驟一：就所有考量之評估項目設計模糊專家問卷，並組成適當的專家小組，請每位專家針對各個評估項目，給予一個可能之區間數值。

步驟二：對每一項評估項目 i ，分別統計所有專家給予之「最保守認知值」與「最樂觀認知值」，並將落於「兩倍標準差」以外之極端值予以排除。

步驟三：分別建立由步驟二所計算出的每一個評估項目 i 之「最保守認知值」的三角模糊數 $C^i = (C_L^i, C_M^i, C_U^i)$ ，及「最樂觀認知值」的三角模糊數 $O^i = (O_L^i, O_M^i, O_U^i)$ ，其如圖 3-3 所示。

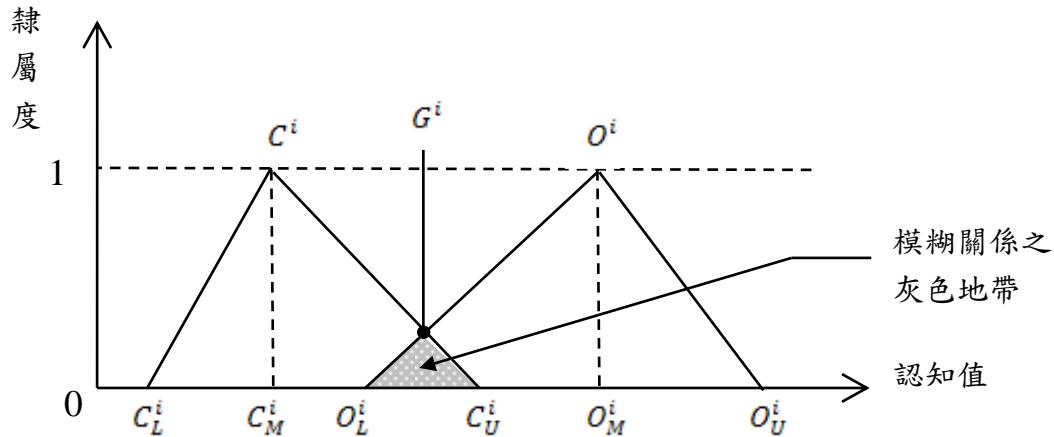


圖 3-3 雙三角模糊數圖

資料來源：鄭滄濱，2001，軟體組織提昇人員能力之成熟度模糊評估模式。

步驟四：

檢驗專家之意見是否達到共識可藉由下述之方式判斷：

1. 若兩三角模糊數無重疊現象亦即($C_U^i \leq O_L^i$)，則表示各專家之意見區間值具有共識區段，且意見趨於共識區段範圍內。
2. 若兩三角模糊數有重疊現象亦即($C_U^i > O_L^i$)，且模糊關係之灰色地帶 $Z^i = C_U^i - O_L^i$ 小於專家對該評估項目「樂觀認知的幾何平均值」與「保守認知的幾何平均值」之區間範圍 $M^i = O_M^i - C_M^i$ ，則表示各專家之意見區間值雖無共識區段。
3. 若兩三角模糊數有重疊現象亦即($C_U^i > O_L^i$)，且模糊關係之灰色地帶 $Z^i = C_U^i - O_L^i$ 大於專家對該評估項目「樂觀認知的幾何平均值」與「保守認知的幾何平均值」之區間範圍 $M^i = O_M^i - C_M^i$ ，則表示各專家之意見區間值無共識區段，與其他專家之意見相差過大，導致意見分歧發散，須重複步驟一至四，直到所有評估項目皆能達到收斂，並求出共識重要程度值 G^i 為止。

肆、實證應用

本章節為實證應用，共分為二小節，第一節為問卷填答專家之介紹，第二節以圖表方式說明本研究使用之模糊德爾菲法呈現問卷結果與數據。

一、模糊德爾菲法問卷發放對象

本研究共選取7位專業人士填寫模糊德爾菲法之問卷，其成員為企管行銷領域相關之學者專家、運動體育領域之學者專家與業界專家。如下頁表4-1模糊德爾菲法問卷發放對象。

表 4-1 模糊德爾菲法問卷發放對象

專家	單位	年資
專家一	企業管理相關領域學者	9 年
專家二	企業管理相關領域學者	18 年
專家三	企業管理相關領域學者	7 年
專家四	酒吧業者	3 年
專家五	酒吧業者	2 年
專家六	酒吧業者	2 年
專家七	運動行銷相關領域學者	10 年

二、模糊德爾菲法問卷結果

本節為模糊德爾菲法專家問卷結果，共回收七位專家問卷，藉由以下步驟，計算準則之權重值。

步驟一：提供區間值與最可能值。針對專家給予準則之區間值與最可能值進行計算。(附錄：表4-1為評選準則之最保守值、表4-2為評選準則之最樂觀值、表4-3為評選準則之最可能值。)

步驟二：分析每一項準則 i 之「最保守認知值」與「最樂觀認知值」，落於「兩倍標準差」以外之極端值予以排除，再分別計算未被排除之 C_L^i 、 C_M^i 、 C_U^i 、 O_L^i 、 O_M^i 、 O_U^i ，接著計算出的每一個準則 i ，求出三角模糊數 $C^i = (C_L^i, C_M^i, C_U^i)$ ，及 $O^i = (O_L^i, O_M^i, O_U^i)$ 。

步驟三：檢定專家共識度本研究所回收之問卷，皆呈現共識(無需再進一步分析發放)，其分析結果如下：

(1)無灰色地帶存在：

本研究分析結果為三角模糊數無重疊(表示具高度共識)之次準則為C9(空間及公共安全規劃)、C10(店面易見度)、C11(酒吧形象象徵)、C12(盈餘預測)、C13(租金成本)、C14(薪資成本)。表4-2為三角模糊數無重疊之次準則。

表 4-2 三角模糊數無重疊之準則

準則	c9	c10	c11	c12	c13	c14
C_L^i 最保守最小值	2	4	4	4	3	3
C_U^i 最保守最大值	8	8	8	8	8	7
C_M^i 最保守幾何平均數	5.70	5.98	6.00	6.30	5.89	5.25
O_L^i 最樂觀最小值	8	8	8	9	8	7
O_U^i 最樂觀最大值	10	10	10	10	10	9
O_M^i 最樂觀幾何平均數	8.96	9.10	8.83	9.13	8.98	8.09
Gi 值	7.34	7.54	7.42	7.72	7.44	6.68

(2)有灰色地帶存在:

專家們意見相差程度小:本研究三角模糊數重疊之次準則為 C1(消費力評估)、C2(娛樂接受度)、C3(運動文化環境)、C4(城市形象)、C5(停車狀況)、C6(交通流量)、C7(商圈內酒吧競爭店數)、C8(酒吧營業面積規模)。如表 4-3 三角模糊數重疊之準則。

表 4-3 三角模糊數重疊之準則

準則	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
C_L^i 最保守最小值	3	3	4	2	3	4	3	3
C_U^i 最保守最大值	9	9	9	8	8	8	8	8
C_M^i 最保守幾何平均數	6.01	5.71	5.93	5.56	5.18	5.14	5.32	5.78
O_L^i 最樂觀最小值	8	7	8	6	6	6	5	7
O_U^i 最樂觀最大值	10	10	10	10	9	10	10	10
O_M^i 最樂觀幾何平均數	8.83	8.65	9.25	8.318	7.77	8.31	8.38	8.65
Gi 值	8.22	7.67	8.29	6.97	6.77	6.90	6.68	7.43

(3)求得各評選次準則之 G_i 值, 如表4-4。

表4-4 各評選次準則之 G_i 值

準則	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	c10	c11	c12	c13	c14
Gi 值	8.22	7.67	8.29	6.97	6.77	6.90	6.68	7.43	7.34	7.54	7.42	7.72	7.44	6.68

(4)計算各評選準則「最有可能值」之幾何平均值, 再計算前述幾何平均值之算術平均值, 最後再根據80/20法則, 將算術平均數7.42乘上0.8得門檻值為5.94, 如附錄表4-5門檻值計算。

(5)將門檻值與各評選次準則之 G_i 值進行比較, 如該評選次準則之 G_i 值低於門檻值, 則該評選次準則將被刪除。依前述原則, 本研究之評選次準則中, 每一準則皆高於門檻值, 故將無進行刪除。

本研究利用模糊德爾菲法, 透過三角模糊數整合專家們意見, 再經灰色地帶檢定專家們意見是否達到收斂。當專家們意見達到收斂時, 表示專家們對該準則已有共識; 上述計算出之 G_i 值即代表該評選次準則之重要程度, 專家們重視程度越高則 G_i 值越高。本研究之評選準則中, 代表共識程度之 G_i 值超過本研究之評選次準則篩選門檻值5.94。

本研究探討運動酒吧展店區位之選擇, 透過文獻探討與專家問卷分析結果, 整理出最適區位之準則架構, 研究結果顯示, 在本研究之評選準則中, 市場面評估之關鍵指標: 運動文化環境, 立地商圈評估之關鍵指標: 城市形象, 酒吧面積評估之關鍵指標: 酒吧營業面積規模, 可見性評估之關鍵指標: 店面易見度、投資效益評估之關鍵指標: 盈餘預測, 此五指標之 G_i 值最高即代表專家們一致認為它們相對重要, 也是在運動酒吧設址時必須考慮之重要準則。

伍、結論與建議

本章主要分為二個小節，第一節為本研究之結論，針對前章節之研究資料分析與發現進行結論；第二節為未來發展建議，以供後續進一步研究參考。

一、研究結論

在現今酒吧、夜店競爭激烈的情況下，如何找出自身優勢區隔市場，並且選擇最適展店區位都是酒吧經營者首當其衝的問題。本研究首先透過文獻探討整理出運動酒吧展店之準則架構，再使用模糊德爾菲法並發放專家問卷，以管理科學及客觀的角度評選出運動酒吧展店最適區位選擇之準則。

研究結果顯示，專家認為本研究所提列各準則皆具重要及參考性，所有準則皆保留並無刪減。在各評選準則中，市場面評估之關鍵指標為運動文化環境，此研究結果與王宗吉(2000)、陳天佑(2003)等之研究結果一致。立地商圈評估的關鍵指標是城市形象，在陳天佑(2003)與許光熙與黃建松(2006)等學者之研究亦顯示，發展酒吧休閒娛樂產業可促進城市觀光價值。酒吧面積評估則以營業面積規模為關鍵指標，與葉純榮(1996)之研究結果相呼應，雖然葉純榮(1996)之研究主題與本研究不同，但在考量立地選擇之主題時，皆認為營業面積為重要之準則。可見性評估之關鍵指標是店面易見度、投資效益評估之關鍵指標以盈餘預測為代表。因此，這五指標成為本研究建議在運動酒吧設址時必須考慮之重要準則，可做為業者未來展店時之參考依據。

二、未來發展與建議

- (一)本研究範圍僅設定在運動酒吧展店選址研究上，建議後續可以其他類型之主題酒吧及酒吧展店後續經營管理面著手進行研究。
- (二)本研究之問卷以專家問卷為主，建議不妨從顧客的角度來研究，以增加更多不同層面的意見，亦可參考顧客意見調整酒吧經營模式。

參考文獻

1. 王宗吉，(2000)，運動與生活品質-運動對社會人際方面的好處，*訓育研究理論與實務*，39，41-45。
2. 王清梅、李月華、倪絹琇，(2011)，服飾連鎖業展店區位選擇之研究，*崇右學報*，17(2):91-110。
3. 李國忠、高振源、賴建興，(1998)，台北市郊區都市林管理問題之研究，*中華林學季刊*，第31卷，第2期。
4. 林佳億，(1994)，*連鎖便利商店區位與加盟者選擇因素之研究*，台灣大學商學研究所碩士論文。
5. 林岡立，(2003)，*咖啡連鎖店消費者行為、區位及建議屬性偏好之研究*，逢甲大學建築及都市計畫碩士論文。

6. 徐村和, (1998), 模糊德爾菲層級分析法, 《模糊系統學刊》, 第4卷, 59-72。
7. 徐建文, (2011), 餐飲業連鎖經營有何選址模式, 互聯網
<http://www.ru8axchanel.com/ru/?p=575>。
8. 劉文雯, (2003), 夜店: Lounge bar • Pub • Club。台北市: 朱雀文化。
9. 許光廬、黃建松, (2006), 國際大型運動賽會主辦城市形象塑造之探討, 中華體育季刊20卷2期, p65 -74。
10. 陳建勳 (2003) 「酒吧類型、區位選擇與消費者關係之研究---以新竹市區酒吧為例」中華大學建築與都市計畫學系碩士班。民92。頁17。
11. 閔建蜀, (1991), 市場管理, 曉園出版社。
12. 黃有傑、羅紹麟, (2001), 模糊德爾菲法在林業行政管理上之應用—以林務局企業精神指標之研究為例, 林業研究季刊, 23(4): 57-72。
13. 黃俊維, (1995), 如何分辨台灣國有林經營所急需解決之問題德爾菲調查法之運用, 國立台灣大學森林學系研究所碩士論文。
14. 會田玲二, (1996), 瞄準商圈-開店調查實務大公開, 金錢文化企業(股), 陳星偉譯, 台北。
15. 經濟部商業司(2012), 公司行號營業項目代碼表, <http://gcis.nat.gov.tw/cod/index.html>。
16. 葉純榮, (1996), 服飾零售業店址區位選擇之研究—以連鎖型服飾公司GIORDANO 為例, 逢甲大學土地管理研究所碩士論文。
17. 劉一民, (1999), 我國體育學術研究之現況與未來願景, 台北市, 行政院體育委員會。
18. 陳天佑 (2003)。酒吧類型、區位選擇與消費者關係之研究---以新竹市區酒吧為例, 未出版碩士論文, 中華大學建築與都市計畫學系, 新竹市。
19. 鄭滄濱, (2001), 軟體組織提昇人員能力之成熟度模糊評估模式, 國立台灣科技大學資訊管理系碩士論文, 台北。
20. 澳門特別行政區政府旅遊局, (2005), 餐廳、舞廳、酒吧發牌程序申請指南。
21. 戴國良, (2006), 組織行為學-全方位理論架構與企業案例實戰, 台北, 五南。
22. 謝靜琪、黃俊凱, (1998), 汽車業者設置展示中心之選址策略分析—以個案公司為例, 中華民國住宅學會第七屆年會論文集, 177-195。
23. Applebaum, William, (1996), *Evaluating Store Sites and Determining Store Rents, Economic Geography*.
24. Clapp, J. (1993), *Dynamics of Office Markets, American Real Estate and Urban Economics Association Monograph Series , No. 1*。
25. Dalkey, N. C., & Helmer, O. (1963). An experimental application of the Delphi method to the use of experts. *Management Science*, 9 (3), 458-467.
26. Ghosh, A. & Craig, C. Samuel, (1983). Formulating Retail Location Strategy in Changing Environment, *Jouranl of Marketing*, 47(3) , pp. 56-69.
27. Ghosh, A. and Craig, C. Samuel, (1983) "Formulating Retail Location Strategy in Changing Environment." *Jouranl of Marketing* 47(3):56-69.
28. Hysom, J. L. and P. J. Crawford, (1997), The Evolution of office Building Research, *Journal of Real Estate Literature*, 5:2, 145-57.

29. Palepu, G.K., L.V. Bernard, and M. P. Healy. (2000) . *Business analysis and valuation using financial statements*(2ed edit). Cincinnati, Ohio:South-Western Publishing Co.
30. Simon, M., O. Glöckner Frank, and R. Amann. (1999). *Different community structure and temperature optima of heterotrophic picoplankton in various regions of the Southern Ocean*. *Aquat. Microb. Ecol.* 18:275-284.
31. Sparks, L (1990) . Spatial-Structural Relationships In Retail Corporate Growth: A Case-Study of Kwik Save Group P.L.C., *The Service Industries Journal*. 10(1) , pp. 25-83.
32. T. J. Gordon & Olaf Helmer (1964). *Peport on a long-range forecasting study*.

附錄

表 A-1 為專家評選準則之最保守值

專家 \ 準則	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14
1	3	3	4	2	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3
2	7	7	5	5	5	5	7	8	7	7	6	7	7	6
3	6	5	8	8	4	4	3	6	6	7	8	7	8	5
4	9	9	9	7	8	8	8	6	8	8	7	8	7	7
5	6	6	5	7	5	5	6	6	7	7	7	7	6	5
6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	5	7
7	7	7	6	7	7	6	5	7	7	5	5	6	7	5
最保守值 之最小值	3	3	4	2	3	4	3	3	2	4	4	4	3	3
最保守值 之最大值	9	9	9	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	7
最保守值 幾何平均	6.02	5.71	5.93	5.56	5.19	5.15	5.32	5.79	5.71	5.98	6.01	6.30	5.89	5.25

表 A-2 為專家評選準則之最樂觀值

專家 \ 準則	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14
1	9	8	9	6	7	9	9	7	8	8	9	9	8	7
2	9	9	8	7	7	7	9	10	9	9	8	9	9	8
3	8	7	10	10	6	6	5	8	8	9	10	9	10	7
4	10	10	10	9	9	10	10	8	10	10	9	10	9	9
5	9	9	9	9	9	9	9	10	10	10	9	9	9	9
6	9	10	10	9	9	9	8	9	9	10	9	9	9	9
7	8	8	9	9	8	9	10	9	9	8	8	9	9	8
最樂觀值之最小值	8	7	8	6	6	6	5	7	8	8	8	9	8	7
最樂觀值之最大值	10	10	10	10	9	10	10	10	10	10	10	10	10	9
最樂觀值幾何平均數	8.83	8.65	9.26	8.32	7.77	8.32	8.39	8.65	8.97	9.10	8.83	9.14	8.98	8.10

表 A-3 為專家評選準則之最可能值

專家 \ 準則	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14
1	7	6	7	4	5	7	7	5	5	7	8	7	7	5
2	8	8	7	6	5	6	8	9	8	8	7	8	8	7
3	7	6	9	9	5	5	4	7	7	8	9	8	9	6
4	9	10	9	8	9	9	8	7	9	9	9	10	8	8
5	8	8	8	6	6	7	7	7	7	8	8	8	7	6
6	8	8	7	8	8	7	8	8	8	7	7	8	8	8
7	8	8	7	8	7	8	7	8	8	6	6	7	8	6

表 A-4 門檻值計算

	可能值														算數平均 數	門檻值
	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14		
1	7	6	7	4	5	7	7	5	5	7	8	7	7	5	7.42	5.94
2	8	8	7	6	5	6	8	9	8	8	7	8	8	7		
3	7	6	9	9	5	5	4	7	7	8	9	8	9	6		
4	9	10	9	8	9	9	8	7	9	9	9	10	8	8		
5	8	8	8	6	6	7	7	7	7	8	8	8	7	6		
6	8	8	7	8	8	7	8	8	8	7	7	8	8	8		
7	8	8	7	8	7	8	7	8	8	6	6	7	8	6		
幾何平均 數	7.83	7.61	7.67	6.79	6.26	6.90	6.84	7.18	7.32	7.52	7.64	7.95	7.83	6.49		

Applying Fuzzy Delphi Method on Factors of Sports Bar Site Selection

Wang, Cheng-Chung / Takming University of Science and Technology

Abstract

With the acceptance of western culture, go to a bar or nightclub becomes popular leisure activity after work. New opened bars and nightclubs increased the competition. Therefore, this paper aimed to discuss the optimal choice of store location using sport bars in Taipei as an example. First, from the literature review we can find possible influence factors when choosing store location, which include commercial district, shop character and expected return. Second, we apply the modified Delphi method to analyze and select the key criteria from professional opinions. Finally, a store location selection model is formed to help those who are going to open new stores reduce their evaluation time and risk, as well as increase the efficiency and possibility to success.

Key words: Sports bar, Site selection, Fuzzy Delphi Method