

# The critical factors for developing cultural and creative industry in community : 以社區工藝產業為例 / 宋淑貞 撰 .- 彰化

宋淑貞、李俊憲, 葉子明

E-mail: 354799@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Council for Culture Affairs promoted the conception of community building with the perspectives of culture and industry since 1994. The government proposed the Challenge Year 2008: National Development Plan which combined the cultural industry, and the new hometown community building concepts. The development of communities should have considerations on the local living, the ecology and the economic conditions. This research aimed to discuss the critical factors for developing the cultural and creative industry in community and the handy-crafts-making industry was illustrated as an example. The hierarchical structure was constructed with literature reviews and the Delphi process and five main factors were concluded, including product, market and channel, staff and organization, cultural features and the government policy. There were twenty two critical factors were concluded as well. The study took the purposeful sampling to choose experts from communities, academic circles, industrial circles, and authorities. The Delphi method was applied to construct hierarchical structure and the Analytic Hierarchy Process method was applied to calculate the weight distribution. The main findings of this study were concluded as followings: 1.From different viewpoints of experts, the critical factors for developing cultural and creative industry in community revealed that “ product factor ” was the main consideration. 2.In overall factors, the result revealed “ product features ” , “ commodity creativity ” and “ marketing channel ” were the critical factors for developing cultural and creative industry in community.

Keywords : community、 cultural and creative industry、 AHP

## Table of Contents

內容目錄	
封面內頁	
簽名頁	
中文摘要	iii
ABSTRACT	iv
致謝辭	vi
內容目錄	vii
表目錄	x
圖目錄	xii
第一章	緒論 1
第一節	研究背景與動機 1
第二節	研究目的 7
第三節	研究問題 7
第四節	研究範圍 8
第五節	研究限制 8
第六節	名詞釋義 9
第二章	文獻探討 12
第一節	文化創意產業 12
第二節	社區營造 30
第三節	社區工藝產業 51
第四節	關鍵因素 52
第五節	社區發展文化創意產業關鍵因素之文獻架構 58
第三章	研究方法 64
第一節	研究流程 64
第二節	德爾菲法 66
第三節	層級分析法 67

第四節	德爾菲問卷設計	69
第五節	問卷題項概念性定義	70
第四章	資料分析與實證	73
第一節	專家背景介紹	73
第二節	德爾菲專家問卷回收與處理	74
第三節	層級分析法專家問卷分析	79
第五章	結論與建議	92
第一節	研究結果討論	92
第二節	後續研究建議	96
參考文獻		98
附錄A	專家背景介紹	118
附錄B	第一次關鍵因素之德爾菲問卷	120
附錄C	第二次關鍵因素之德爾菲問卷	125
附錄D	AHP專家問卷內容	132

## 表目錄

表 2-1	企業轉型形式	18
表 2-2	企對轉型方法	18
表 2-3	各國文化創意產業分類界定與內涵	22
表 2-4	各國文化創意產業分類與範疇	24
表 2-5	政府推動與社區總體營造相關之計畫	42
表 2-6	故鄉社區營造第二期計畫內容	44
表 2-7	關鍵因素彙整	61
表 2-8	關鍵因素	62
表 4-1	第一階段德爾菲問卷結果	74
表 4-2	第二階段德爾菲問卷數據分析	76
表 4-3	學界第二層因素權重排序	80
表 4-4	官方第二層因素權重排序	80
表 4-5	產業界第二層因素權重排序	80
表 4-6	社區第二層因素權重排序	80
表 4-7	第三層級因素權重表	82
表 4-8	各類專家整體權重排序整理	86

## 圖目錄

圖 2-1	產品生命週期階段	16
圖 2-2	台灣文化創意產業範疇與主管機關	26
圖 2-3	5C架構圖	27
圖 2-4	UNCTAD之創意產業分類	28
圖 2-5	創意關係-The C-ITET model	30
圖 2-6	社區營造發展歷程	33
圖 2-7	社區發展文化創意產業關鍵因素層級架構圖	63
圖 3-1	研究流程圖	65
圖 3-2	層級架構圖	68
圖 4-1	修正後社區發展文化創意產業關鍵因素架構圖	78
圖 4-2	各類專家第二層相對群體權重分析圖	81
圖 4-3	第三層群體權重分析圖	83
圖 4-4	學界第三層群體權重分析圖	84
圖 4-5	產業第三層群體權重分析圖	84
圖 4-6	官方第三層群體權重分析圖	85
圖 4-7	社區第三層群體權重分析圖	85
圖 4-8	各類專家「產品因素」因素權重排序	87
圖 4-9	各類專家「行銷與通路」因素權重分析	88
圖 4-10	各類專家「人員組織」因素權重分析	89

## REFERENCES

參考文獻 一、中文部份 Bombeck H. (2008), 德國再生能源與鄉村社區發展[線上資料], 來源:

- [http://www.meti.go.jp/english/policy/\\_news\\_detail.php?news\\_id=A\\_prongs\\_20071019164934](http://www.meti.go.jp/english/policy/_news_detail.php?news_id=A_prongs_20071019164934) [2007, November 9]。大前研一(1985), 策略家的智慧, 台北:長河出版社。內政部(2005), 94年度日本社區營造考察報告[線上資料], 來源:  
[http://open.nat.gov.tw/OpenFront/report\\_detail.jspx?sysId=C09403036](http://open.nat.gov.tw/OpenFront/report_detail.jspx?sysId=C09403036) [2005, August 15]。內政部社會司(2010), 社區發展協會及社區活動中心數一覽表[線上資料], 來源: <http://sowf.moi.gov.tw/06/6/6-2.htm> [2010, September 8]。方威尊(1997), 休閒農業經營關鍵成功因素之研究-核心資源觀點, 國立台灣大學農業推廣學系未出版碩士論文, 台北。王本壯(2008), 社區總體營造的回顧與展望, 府際關係研究通訊(3), 18-21。王伯珩(2007), 市區聯營公車之經營關鍵成功因素研究-以台北市公車為例, 私立中華大學科技管理研究所未出版碩士論文, 新竹。王克敬(1987), 台灣民間產業四十年, 自立晚報, 台北。王怡文(2010), 地方行銷關鍵成功因素之研究-以資源基礎觀點, 私立聖約翰科技大學企業管理系碩士班未出版碩士論文, 台北。王俐容(2005), 文化政策中的經濟論述:從菁英文化到文化經濟?文化研究, 1, 169-195。王瓊如(2009), 台灣文化創意產業品牌經營之成功因素探討, 私立玄奘大學國際企業學系未出版碩士論文, 新竹市。王麗容(1999), 社區永續發展與國家政策, 中大社會文化學報, 8, 141-153 丘昌泰、陳欽春(2001), 台灣實踐社區主義的陷阱與願景:從「抗爭型」到「自覺型」社區, 行政暨政策學報, 3, 1-44。古宜靈(2005), 文化生活圈與文化產業, 台北:詹氏書局, 1。台灣工藝研究所(2010), 多角化社區工藝扶植計畫[線上資料], 來源: <http://www.ntcri.gov.tw/zh/tw/Ativty/Content.aspx?Para=396&Control=3&Page=1> [2010, February 2]。台灣社區通(2010), 社區文化產業[線上資料], 來源:  
<http://sixstar.cca.gov.tw/frontsite/theme/storyListAction.do?method=doViewList&menuId=MjgwMQ==> [2010, October 20]。江大樹、張力亞(2008), 社區營造、政策類型與治理網絡之建構:六星計畫的比較分析, 國立暨南國際大學「府際關係與地方治理」學術研討會。行政院文化建設委員會(1998), 文化白皮書, 台北:行政院文化建設委員會。行政院文化建設委員會(2010), 最小的無限大, 台北:行政院文化建設委員會。何雅菁(2011), 社區總體營造關鍵成功因素之探討-以台中市楓樹社區為例, 私立嶺東科技大學觀光與休閒管理研究所未出版碩士論文, 台中。何黎明(2004), 地方文化產業行銷之探討-以屏東黑鮪魚文化觀光季為例, 樹德科技大學學報, 6(2), 47-64。吳明儒(2011), 從英國社區發展的脈絡反思臺灣的社區進程[線上資料], 來源: <http://www.npf.org.tw/post/2/8751> [2011, Feb-ruary 11]。吳思華(1988), 產業政策與企業策略, 台北:中華經濟企業研究所。吳清山、林天佑(2001), 德懷術, 教育研究月刊, 92, 127。吳萬益、林清河(2001), 企業研究方法, 台北:華泰書局。吳銘軒(2008), 文化創意產業關鍵成功因素之探討-以三地門琉璃珠產業為例, 國立屏東商業技術學院經營管理研究所未出版碩士論文, 屏東。吳錫德(2007), 台灣製造-文化創意向前走, 台北:允晨文化, 行政院文化建設委員會。李永展(2002), 全球化與社區產業經營 - 以南投水里上安社區為例, 建築與規劃學報, 3(1), 1-14。李侑芳(2004), 社區文化商品的符號運用 - 以湖本村文化創意產業為例, 國立雲林科技大學工業設計系未出版碩士論文, 雲林。李雪玲(2008), 英國創意產業發展及其對我國的啟示, 現代管理科學, 9, 江蘇省。李慧菁(2005), 資訊科技產業產品研發專案關鍵成功因素之研究-AHP方法之應用, 私立大同大學事業經營研究所未出版碩士論文, 台北。李謁政(2006), 台灣遭遇現代性的後果與社區總體營造的創造性修補, 環境與藝術期刊, 4, 1-15。林正儀(2009), 結合社區與生活-台灣工藝再崛起, 國際財經文化月?, 391, 84-85。林志忠譯(2002), 文化的理念, 台北:巨流圖書。林炎旦編(2010), 文化創意產業國際經典論述, 台北:師大書苑。邱明民(2007), 啟動台灣公民主義與世界接軌-台灣社區總體營造與日本的關係與比較[線上資料], 來源: [http://www.taiwanngo.tw/proinfo\\_more.asp?id=5428&subjected=3713](http://www.taiwanngo.tw/proinfo_more.asp?id=5428&subjected=3713) [2007, October 15]。姜毅然、張婉聒、王海瀾(2009), 以市場導為導向的日本文化創意產業, 北京:人民出版社。孫華翔、陳明輝(2010), 社區工藝產業的圖像:從社區生活的實踐中創造工藝價值, [線上資料], 來源: <http://www.btcc.org.tw/web/94tc/2010601.pdf> [2012, January 10]。徐村和(1998), 模糊德菲層級分析法, 模糊系統學?, 4(1), 59-72。徐啟賢(2004), 以台灣原住民文化為例探討文化產品設計的轉換運用, 私立長庚大學工業設計研究所未出版碩士論文, 桃園。徐震(1985), 社區發展-方法與研究, 中國文化大學出版部, 台北。徐震(1997), 社區營造:台灣社區工作的新程式, 社會建設, 97, 1-15。徐震(1998), 社區與社區發展, 台北:正中書局。徐震(2007), 徐震教授論社區工作, 莫藜藜主編, 台北:松慧。翁徐得(1995), 地方產業與地域振興, 台灣手工業, 55, 10-11。翁徐得、宮崎清(1997), 社區總體營造的理念, 南投:台灣手工業研究所。崔玉霞(2002), 農村居民對發展休閒農業態度之研究-以南投縣和興社區為例, 私立朝陽科技大學休閒事業管理系未出版碩士論文, 台中。張怡平(2005), 文化創意產業促進地方經濟發展策略之研究-以苗栗縣地方特色產業為例, 私立逢甲大學土地管理研究所未出版碩士論文, 臺中。張敏媛(2004), 社區博物館與社區產業文化發展之研究-以宜蘭「白米木展館」為例, 私立南華大學美學與藝術管理研究所未出版碩士論文, 嘉義。張淑君、劉伶均(2006), 農村地方文化產業行銷策略之研究-以彰化縣埔鹽鄉永樂社區為例, 中華農學會報, 7(4), 414-427。莊士弘(2007), 社區營造關鍵成功因素之分析-應用分析層級程序法, 國立中興大學生物產業推廣暨經營學系未出版碩士論文, 台中。許士軍(1981), 管理學, 台北:師大書苑。許文志(2009), 地方產業創新策略, 台北:五南出版社。許雅琪(2006), 提昇休閒農場經營績效關鍵成功因素之研究, 私立長榮大學經營管理研究所未出版碩士論文, 台南。郭彰仁(2008), 社區居民參與環境改造之行為模式研究, 國立中山大學公共事務管理研究所未出版博士論文, 高雄。陳昌義(2007), 台灣文化創意產業發展年報·2006年, 台北:工業局。陳亮全(2000), 近年台灣社區總體營造之展開, 住宅學報, 9(1), 61-77。陳昭義(2004), 台灣文化創意產業發展年報·2003年, 台北:經濟部文化創意辦公室。陳蓓倫(2006), 社區網絡與環保社區營造之執行-以桃園市中聖里為例, 私立元智大學資訊社會學研究所未出版碩士論文, 桃園。陳錦?、翁文蒂(2003), 以社區總體營造推動終身學習、建構公民社會, 國家政策季刊, 2(3), 63-85。曾旭正(2007), 臺灣的社區營造, 台北:遠足文化。曾肇新(2004), 與美國社區發展對話-參加美國社區發展學會2004年年會經

驗, 社區發展季刊, (107), 458-465。游雲銘(2010), 台灣文化創意產業創業成功關鍵因素之研究-以微型企業為例, 國立台灣師範大學美術學系未出版碩士論文, 台北。閔漢瑜(2009), 台灣文化創意產業關鍵成功因素之研究, 私立元智大學管理研究所未出版碩士論文, 桃園。黃世輝(2001), 文化產業與居民參與, 文建會90年度社區總體營造年會論文集, 20, 台北。黃世輝(2001), 社區自主營造的理念與機制:黃世輝研究論文集, 建築情報季刊雜誌社, 66。黃世輝(2003), 地域設計與區域活他-日本的地域振興政策, 文化創意產業與區域經濟發展研討會。黃世輝、宮崎清(1987), 從日本看台灣社區總體營造的發展與方法, 人心之華-日本社區總體營造的理念與實例, 75-83, 南投:台灣省手工業研究所。黃光男(2011), 詠物成金-文化創意產業析論, 台北:典藏藝術。黃肇新、蔡淑芳、劉曉梅(1998), 社區資源手冊:關懷、參與、改變的新契機, 台北:開拓文教基金會。黃營杉(1993), 企業政策, 台北:國立空中大學。楊以曼(2005), 社區總體營造之關鍵成功因素分析-宜蘭珍珠社個案研究, 國立海洋大學應用經濟研究所未出版碩士論文, 基隆。楊深耕(2006), 台灣地方文化產業發展與評估指標系統之研究, 國立台灣師範大學社會教育學系未出版博士論文, 台北。楊燕枝(2005), 文化創意產業的價值創造形塑之初探, 行銷評論, 2(3), 313-338。廖石(2002), 從城鄉互動的觀點探討台灣鄉村永續發展的空間計畫策略-以桃園台地為例, 建築學報, 41, 43-59。廖珮君譯(2009), 文化產業分析, 台北:韋伯文化。劉立偉(2008), 社區營造的反思:城鄉差異的考量、都市發展的觀點、以及由下而上的理念探討, 都市與計畫, 4, 313-338。劉新圓(2005), 日本社區總體營造的發軔與運作[線上資料], 來源:<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/094/EC-R-094-009.htm> [2005, May 23]。劉維公(2007), 風格競爭力, 台北:天下雜誌。蔡宏進(1996), 台灣鄉村社區產業分化與類之研究, 台灣土地金融季?, 129, 101-127。蔣玉嬋(2004), 地方文化產業營造與社區發展, 社區發展季刊, 107, 241-253。蔣玉嬋(2006), 建構社區學習體系以推展地方文化產業之研究, 國立台灣師範大學社會教育學系未出版博士論文, 台北, 247-252。蔣慧貞(2008), 幾米品牌邁向全球化現象之研究, 私立南華大學出版與文化事業管理研究所未出版碩士論文, 嘉義。鄧振源, 曾國雄(1989), 層級分析法(AHP)的特性與應用(上), 中國統計學報, 26(6), 1-20。鄧振源, 曾國雄(1989), 層級分析法(AHP)的特性與應用(下), 中國統計學報, 26(7), 5-22。鄭夙恩、陸佳暉(2009), 從傳統工藝過渡到文化創意產業的可能性 - 以苑裡蘭編工藝發展軌跡為例, 美術藝術學, 3, 97-107。盧思岳(2005), 社區營造研習教材, 台北:行政院文化建設委員會。蕭惠珊(2009), 以外部環境與內部資源探討文化創意產業關鍵成功因素-以工藝產業為例, 國立彰化師範大學企業管理學系未出版碩士論文, 彰化。賴孟玲(2010), 鄉村型社區產業發展模式之研究-以臺灣南投地區的經驗為例, 國立雲林科技大學設計學研究所未出版博士論文, 雲林。? 二、英文部份 Aaker, D. A. (1984). Strategic market management. New York: John Wiley & Sons. Abernathy, W. J., & Utterback, J. M. (1978). Patterns of innovation in technology, *Technology Review*, 80(7), 40-47. Arts Council England(2011). Creative industries in Herefordshire. [Online]. Available : [http://www.artscouncil.org.uk/boutus/project\\_detail.php?rid = 5&id = 338](http://www.artscouncil.org.uk/boutus/project_detail.php?rid = 5&id = 338) [2010, August 10]. Barnard, C. I. (1948). The assessment of critical success factor. *Organization and Management*, 33, 45-66. Bell, D., & Jayne, M. (2010). The creative countryside: Policy and practice in the UK rural cultural economy. *Journal of Rural Studies*, 26, 209-219. Boynton, A. C., & Zmud, R. W. (1984). An assessment of critical success factors. *Sloan Management Review*, 25(4), 17-27. Brandth, B., & Haugen, M. (2005). Doing rural masculinity - from logging to outfield tourism. *Journal of Gender Studies*, 14, 13-22. Brenner, R. (1998). Uneven development and the long downturn: The advanced capitalist economies from boom to stagnation 1950-1998. *New Left Review*, 229, 1-267. Butcher, H. (1993). Community and public policy. London, Boulder: Pluto Press in association with Community Development Foundation. Castells, M. (1996). The rise of the network society. Oxford: Blackwell. Caves, R. E. (2000). Creative Industries: Contracts between art and commerce, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2-8, 178-200. Collins, E. (Ed.)(2004). Crafts in the English countryside: Towards a Future. Countryside Agency, Wetherby. Commons, J. R. (1934). Institutional economics. New York: Macmillan. Crafts Council (2005). Putting craft into new contexts. Crafts Council, London. Crossland, P. & Smith, F. I. (2002). Value creation in cine arts: A system dynamics model of inverse demand and information Cascades. *Strategic Management Journal*, 23, 417-434. Daniel, R. D. (1961). Management information crisis. *Harvard Business Review*, 39(5), 111-121. Devenow, A. & Welch, I. (1996). Rational herding in financial economics, *European Economic Review*, 40, 603-615. Digital Content Association of Japan (2010), Annual report of digital content, Japan, 2009. Tokyo: Digital Content Association of Japan. Dormer, P. (Ed.)(1997). The culture of craft. Manchester University Press, Manchester. Douglas, A. (Ed.)(2002). On the edge: Culture and the arts in remote and rural locations. The Robert Gordon University, Aberdeen. Drda-Kuhn, K. and Wiegand, D. (2010). From culture to cultural economic power: Rural regional development in small German communities. *Creative Industries Journal*, 3(1), 89-96. Floydsand, A., & Jakobsen, S.-E. (2007). Commodification of rural places: A narrative of social fields, rural development and football. *Journal of Rural Studies*, 23, 206-221. Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15-29. Germany Federal Ministry of Economics and Technology(2011). Culture and creative industries in Germany 2009 monitoring of selected economic key data on culture and creative industries [online], Available: <http://www.bmwi.de/English/Navigation/Service/search.html> [2011, September 25]. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tathan, R. L., & Black, W. C. (1998). Multivariate data analysis. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. Hofer, C. W. & Schendle, D. (1985). Strategy formulation: Analytical concepts. St. Paul: West Publishing. Hofer, C. W., & Schendel, D. (1977). Strategy formulation: Analytical concepts. St. Paul: West Publishing. Hong Kong Home Affairs Bureau (2010). A study of creative index [Online]. Available: [http://www.hab.gov.hk/tc/publications\\_and\\_press\\_releases/leases/reports.htm](http://www.hab.gov.hk/tc/publications_and_press_releases/leases/reports.htm) [2007, May20]. Hunter, I. (2006). A cultural strategy for rural England: Investing in rural community creativity and cultural capital. Discussion paper. Littoral Arts Trust. Japan Ministry of Economy Trade and Industry (2011). Overview of Realizing the New Growth Strategy 2011 [Online]. Available: <http://www.meti.go.jp/english/policy/economy/growth/index.html> [2011, January 25]。Kim, J. O., & Mueller, C.W. (1994). Factor analysis: Statistical method and practical issues. In M.S. Lewis-Beck (Eds.). Factor analysis and related techniques, 75-155. Sara Miller McCune, CA: Sage

Publications, Inc. Kneafsey, M., Ilbery, B., & Jenkins, T. (2001). Exploring the dimensions of culture economies in rural west Wales. *Sociologia Ruralis*, 41, 296-310. Kotler, P. (1994). *Marketing management: analysis, planning, implementations, and control*. Englewood, Cliff, New Jersey: Prentice-Hall. Leong, B. D., (2003). Culture-based knowledge towards new design thinking and practice-A dialogue. *Design Issues*, 19, 48-58. Lister, R., & NRTF. (2004). The changing face of rural arts. e-Mailout [Online]. Available: <http://www.e-mailout.org/soclist.htm> [2010, February 24]. Livingston, R. (2002). Hi arts: Rural cultural development in the Highlands and Islands of Scotland. In: Douglas, A. (Ed.), *On the edge: Culture and the arts in remote and rural locations*. The Robert Gordon University, Aberdeen. Mai, C. C. (1981). Optimal location and the theory of the firm under-demand uncertainty. *Regional Science and Urban Economics*, 11(4), 549-557. Marglin, S. A., & Schor, J. B. (1992). *The golden age of capitalism*. Oxford: Clarendon. Markusen, A. (2006). Urban development and the politics of a creative class: Evidence from a study of artists. *Environment and Planning A*, 38, 1921-1940. Matarasso, F. (2004). Only connect: Arts touring and rural communities. Report for the National Rural Touring Forum. Matarasso, F. (2005). Arts in rural England: Why the arts are at the heart of rural life. Report for Arts Council England. Mattessich, P., & Monsey, B. (1997). *Community building: What makes it work*. Amherst H. Foundation. McAuley, A., & Fillis, I. (2005). Careers and lifestyles of craft makers in the 21st century. *Cultural Trends*, 14, 139-156. Metro North Community Development Corporation (2011). About us. [Online]. Available: <http://metronorthcdc.com/> [2010, June 8]. Narasimhan, C., Neslin, S. A., & Sen, S. K. (1996). Promotional elasticities and category characteristics. *Journal of Marketing*, 60(2), 17-30. Nydick, R. L. & Hill, R. P. (1992). Using the Analytic Hierarchy Process to structure the supplier selection procedure. *International Journal of Purchasing and Materials Management*, 28, 31-36. Peck, J. (2002). Neoliberalizing space. *Antipode*, 34(3), 380-404. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage*, Free Press, New York. Richardson, L. (2005). Social and political participation and inclusion. in Hills, J. and Stewart, K.(ed.) *A More Equal Society?* 93-116. UK: the Policy Press. Rockart, J. F. (1979). Chief executives define their own data need. New York: Harvard Express. Saaty, T. L. (1980). *The analytic hierarchy process*. New York: McGraw-Hill. Shiffler, R. (1998). *Three words to the wise: Communicate*. New York: PM Network. Thompson, A. & Strickland, A. J (1981). Common types of key success factors. *Strategic Management Concepts and Cases*, New York: McGraw-Hall. Thompson, A. A. and Strickland, A. J. (1981). *Strategy and policy: Concepts and cases*. Texas: Business Publications Inc. United Kingdom Department for Culture, Media and Sport (2010). Creative industries economic estimates [Online]. Available: <http://www.culture.gov.uk/publications/8682.aspx>. United Nations Conference on Trade and Development (2008). *Creative economy report 2008*, 10-11. [Online]. Available: [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf) [2009, February 2]. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2003). *International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003*. Vogel, H. L (1998). *Entertainment industry economics*(4th ed). Cambridge, UK and New York: Cambridge University Press. Warren, R. L. (1983). A community model, in *Reading in Community Organization Practice*, edited by R. M. Kramer and H. Specht (3rd ed). New Jersey: Prentice-Hall, 28-36. Wates, N. & Kneivitt, C. (1987). *Community architecture: How people are creating their own environment*. London: Penguin Books. Wikipedia (2011). Factor analysis [Online]. Available: [http://en.wikipedia.org/wiki/Factor\\_analysis#Factor\\_analysis\\_in\\_economics](http://en.wikipedia.org/wiki/Factor_analysis#Factor_analysis_in_economics). Williams, R. (1981). *Culture*. London: Fontana.