

The Characteristics of Creative Management on Bakery- A Qualitative Research at Fengyuan Area (in Fuluton Region

林宜宏、邊瑞芬

E-mail: 9421096@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Fenyuag is used to called Fuluton, Fengyuan is famous by moon cake and being called “ Town of Bakery ” which is made from mung beans. Due to this, Fengyuan is called. The liberalization and internationalization of Word Trade Origination (WTO) are impacting the industries of Taiwan after year 2002 since we join the WTO. Facing the competition of Western cookies and fast food, people in Taiwan gradually changed their customs for diet. This study was adopt interview and historical development of running including Koon-pai, Gee-sin, Lee-gee, and Snowflake barkies. In order to discover the differences between creatively managing the bakry, this study compared Fenyuag bakeries with the Smen Food industry in Dajia. This research discovered that the traditional Taiwanese Food industries are the properties of combining religious belief, owner ’ s leaderships, strong senses of mission, fullness of energy, professional sharpness, ambitions to pursue the most profits and even powers. Those who are adept in running business also need to have the characteristic of being arrogant and making money. There are four major characteristics running business creatively. First, combining industry with local festival. The next one is the abilty of marketing with local products. Third, combining marketing with historical value. Finally, the manager is aware of government policies. There are also three qualities that those historical bakery should keep, which are the old brand, ancient techniques of making pastry, and the value of cherishing the memories. The study above presents the conclusion of theories and practices, and inadition, the suggestion for managing bakery are discussed.

Keywords : Cultural creativities, Characterstics of manngement, and leaderships

Table of Contents

授權書 iii 中文摘要 iv ABSTRACT v 誌謝 vii 目錄 ix 圖目錄 xi 表目錄 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 8 第三節 名詞解釋 9 第二章 文獻探討 12 第一節 文化創意產業的意涵 12 第二節 創意實證的研究發現 17 第三節 糕餅與生活文化結合 25 第四節 經營者的領導特質 31 第五節 豐原葫蘆墩糕餅業的歷史背景 35 第三章 研究方法 41 第一節 研究設計 41 第二節 研究對象 42 第四章 資料分析與研究發現 44 第一節 訪談對象說明 44 第二節 經營特質分析 49 第三節 研究發現 55 第五章 結論與建議 75 第一節 結論 75 第二節 建議 77 參考文獻 84 附錄一 92 附錄二 94

REFERENCES

一、中文部份 文建會，2002，〈文建會文化創意產業旗艦計劃〉，108-110。方雅惠，2002，〈王俠軍讓琉園走出無盡可能〉，遠見雜誌2002八月號。比嘉明子，2003，〈工藝產業振興的在地活動與設計開發的支援〉，國立台灣工藝研究所，台灣工藝產業創意發光研討會論文。王淑宜，2003，〈三峽藍染啟動社區學習的策略之研究〉，國立台灣師範大學社會教育學系在職進修碩士論文。加藤秀俊，1988，彭德中譯，〈餘暇社會學〉台北：遠流出版。台中縣立文化中心，1997，〈豐原糕餅的源與緣〉。台中縣政府，1995，〈我愛豐原鄉土教材〉。台中縣糕餅商業同業公會，2003，〈典藏糕餅台中縣的餅冊〉。伍立人，2003，〈從傳統中尋找新生命的文化創意產業-以白米木屐為例〉，國立台灣大學新聞研究所碩士論文。先麥食品公司編，2004，〈紫色玫瑰的傳奇〉簡介。成素梅等，2000，〈人類思想史中的休閒〉，昆明：雲南人民出版社。行政院，2002，〈挑戰2008：國家發展重點計劃〉。行政院，2002，〈挑戰2008：國家發展重點計劃-新故鄉社區營造計劃〉。何宏儒，2005，〈企業徵才越來越看重人格特質〉。中廣台北報導。何冠清，2003，〈消費者對藥膳餐廳食品品質的態度與飲食行為之研究〉中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文。余朝權，1994，〈產業競爭分析專論〉，台北：五南圖書出版。吳宜蓁，2004，〈成功的專業菁英〉。輔仁大學廣告系。吳秉輝，1986，台北，華泰書局。呂木琳，2003，〈挑戰2008之策略思維研討會〉。教育部2003教育基金會年會。呂芳堯，2003，〈文化創意產業案例-以地方特色為例〉。重建區文化行銷與創意產業研討會論文發表。財團法人台灣省文化基金會。李昂、張國立，2002，〈美味文學挑逗你的味蕾〉，皇冠雜誌期585，頁2-43。李克倫，2005，中國時報，2005年6月4日，兩岸三地A13版。李君如，2001，〈豐原采風〉，豐原市公所出版。李明軒，2001，〈319鄉向前〉，行天下雜誌出版。李采洪，2004，〈創新從移動開始〉，商業周刊，2004，期857頁97-99。李采洪，2004，〈黑鮪魚奇蹟〉，商業周刊，2004，期857，頁李建樹，2003，台灣科技大學職業教育研究所碩士論文。李登輝，1985，〈台灣農地改革對鄉村社會之貢獻〉，中國國民黨。李登輝，1995，〈經營大台灣〉，台北：遠流出版公司。亞倫(Allan)，徐作聖、邱奕嘉譯〈創新管理〉(Innovation Management)，台北：華泰文化公司，2000。彼得·杜拉克(Drucker)，李田樹、蕭富峰譯，〈創新與創業精神〉

(INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP) ,台北:臉譜出版公司,2002。林文嶽,2003,〈白河蓮花節-在地文化行銷與創意產業〉,財團法人台灣省文化基金會,重建區文化行銷與創意產業研討會論文。林沈默,2001,〈典藏咱的仔仔詩〉,台中縣政府環保局編。林季謙,2005,南華教育社會學研究所。林宛陵、蘇玉枝,2004,〈終身學習之創新議題〉,教育部文教基金會會訊-回饋雜誌,期72,頁13-21。林宣宏,2000,〈豐原葫蘆墩文化-交建會89年度振興地方文化產業計劃成果冊〉,台中:台中縣仁社。林美雪,2004,〈台灣傳統產業成功轉型實例〉,財團法人海峽交流基金會兩岸經貿月刊,期147,頁7-11。林曼麗,2003,〈終身學習與部會、異業的資源整合經驗〉,教育部二〇〇三年文教基金會年會。林衡道,1995,〈台灣的傳統食品〉,財團法人中國飲食文化基金會,第四屆中國飲食文化研討會論文。姚惠珍,2004,〈黃家三個男人讓布袋戲不只是偶戲〉,商業周刊,期857,頁105-107。施顏祥,2003,〈文化創意產業速報〉。台北:經濟部文化創意產業推動辦公室。洪慶峰,2003,〈國立台灣工藝研究所經營理念與施政方針〉,南投:國立台灣工藝研究所。胡幼慧,1996,〈質性研究理論、方法及本土女性研究實例〉,台北:遠流出版公司。員敬宗,2001,〈台灣西式速食餐廳新產品開發流程之探討〉,東海大學食品工業管理研究所碩士論文。孫華翔,2003,〈文化創意產業概況分析調查〉,財團法人國家文化藝術基金會。宮崎清,2003,〈日本工藝產業的創意行政〉,國立台灣工藝研究所,台灣工藝產業創意發光研討會論文。徐福全,1995,〈從諺語看台灣的傳統飲食文化〉,財團法人中國飲食文化基金會,第四屆中國飲食文化研討會論文。袁大蓉,2004,〈別掉進契約的陷阱〉,文建會創意產業專案中心,品牌故事創造力系列講座,2004年5月27、28日。高陽,1983,〈古今食事〉,台北:皇冠文化出版有限公司。國立台灣工藝研究所編,2001,台灣生活用品評選暨展覽。張玉文,2002,〈如何辨別並建立破壞式創新的事業〉,遠見雜誌 張淑君、龐佑欣,2003,〈嘉義縣鄒族之全球化與地方化-以文化創意產業為例〉,財團法人台灣省文化基金會,重建區文化行銷與創意產業研討會論文。張舒涵,2004,國立中山大學人力資源研究所碩士論文。張瓊慧,2000,〈遇見韓國酒與糕餅節〉,中國時報,2000年2月28日,版40。硫璃工房編,1995,國際現代硫璃藝術大展。莊淳雅,2002,〈星巴克抓住上海的美〉,遠見雜誌,2002年8月,頁121-124。荻野克彥,2003,〈日本工藝產業創意研發現況與發展〉,國立台灣工藝研究所,台灣工藝產業創意發光研討會論文。許士軍,2005,中國時報,2005年8月2日,版A12。陳世宗,2003,〈中縣老牌餅店回味百年興衰〉,中國時報,2003年7月14日,版C3。陳其南,2003,〈文化創意產業速報五月號〉,經濟部文化創意產業推動辦公室。陳其南,2004,自由時報,2004年5月24日,頁6。陳美伶,2003,〈豐原市中正路商業景觀的研究〉,國立高雄師範大學地理學系碩士論文。陳郁秀,2003,〈文化創意產業〉,行政院文化建設委員會。陳瑞隆,1998,〈台灣嫁娶禮俗〉,台南:世峰出版社。陳義盛,1984,台北:華泰書局。麥思威(Maxwell)著,高熏芳、林盈助、王向葵譯,〈質化研究設計〉,台北:心理出版社,2001。凱利(Kelly),趙再譯,〈走向自由-休閒社會學新論〉,(FREEDOM TO BE A New Sociology of Leisure),昆明:雲南人民出版社,2000。曾梓峰,2003,〈文化創意的生產基地-德國魯爾12號礦區改造策略〉,國立高雄大學都市發展與建築研究所。焦桐,2003,〈舌頭的旅行〉,中央日報,2003年2月18日,版17。黃肇松,2005,中國時報,2005年8月2日,版A12。楊永妙,2002,〈楊紀華打造鼎泰豐台灣名牌〉,遠見雜誌,2002八月號,頁168。楊永妙,2002,〈戴勝益要以簡單透明創建餐飲王國〉,遠見雜誌,2002八月號,頁126-129。楊美怡,2002,義守大學管理科學所碩士論文。楊敏芝,2003,〈文化產業與地方行銷機制互動研究〉,財團法人台灣省文化基金會,重建區文化行銷與創意產業研討會論文。詹益統,1996,交通大學管理科學研究所碩士論文。誌,2002年8月,頁177-186。齊若蘭,2002,〈從A到A+〉,台北:遠流出版公司。劉漢介,1989,〈中國茶藝〉,台北:培琳出版社。鄭呈皇,2004,〈成立九年連續八年賺錢的神奇電台〉,商業周刊,期857,頁114。鄭美玫,2004,〈實體戰場的贏家〉。台北:範亞公關公司。鄭衍基,2003,〈蔬果切雕與盤飾〉。台北:暢文出版社。盧盛忠,1997,台北:五南書局。興化成包裝實業公司編,2004,〈台灣餐飲道具街〉目錄。蕭名芸,2004,〈食在好文化〉,慈濟月刊,期447,頁10-41 蕭維文,2002,〈吳清友讓誠品不只是書店〉,遠見雜誌,2002八月號,頁138。賴作明,2002,〈台灣漆陶漆畫〉,國立台灣藝術教育館。簡榮聰,2001,〈台灣碟盤藝術〉,台北:鶯歌陶瓷博物館。豐原市公所編,1986,〈豐原市誌〉。豐原市公所編,2001,〈豐原采風〉。羅詩城,2002,〈柴智屏要做台灣康樂股長〉,遠見雜誌,2002八月號,頁140。辭源,1998,台南:正業書局。鶯歌陶瓷博物館編,2004,精緻陶瓷餐具設計研習手冊。二、網站部份 1111人力銀行網站: <http://www.1111.com.tw/>, 2005。才庫人力顧問網站: <http://www.assessment360d.com.tw>, 2004。六堆客家文化網站: <http://www.liouduai.tacocity.com.tw/>, 2004。台北市糕餅同業公會網站: <http://www.bakery.org.tw>, 2004。創意生活產業網站: <http://www.creativelife.org.tw>, 2004。經濟部文化創意產業網站: <http://www.cci.org.tw>, 2004。韓國酒與糕餅節: <http://www.festival.or.kr/kyongiu>, 2004。三、英文部份 Denzin, N.K.1970 Theresearch act.Chicago: Aldine. Foster,R.,1986 Innovation: The Attacker Advantage.New York: Summit Book. Hippel,E.,1988 The Sources of Innovation.New York: Oxford University Pree. Levitt,T.,1983 The globalization of markets.Harvard Business Review ,May-June. Mile,M.B.& Huberman,A.M.,1994 Qualitative data analysis: An Expanded sourcebook (2nd ed.).Thousand Oaks. Porter,M.E.,1991 Towards a dynamic theory of strategy.Strategic Management Journal 12:95-117. Roberts,E.b.,and A.R.Fusfeld.,1981 Staffing the innovative technology-base organization. Sloan Management Review 19-34. Strauss,A.,& Corbin,J.,1990 Basic of qualitative research.