

A Study of Competitive Advantage for International Tourist Hotel: A Case Study of The Splendor Taichung

林炯宏、黃世明

E-mail: 9510772@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

ABSTRACT The purpose of this study was to analyze value chains and competitive advantages of the Splendor Taichung. The results of study analyses were to provide international tourist hotels industry a reference which was performance measurement. This case study was using qualitative method with semi-structured interview. The chairman and eight department heads of the Splendor Taichung were interviewed. This study was analyzed according to collecting and arrangement of secondary data. The conclusions were drawn as follows : 1. The management of value chains Inbound logistics implemented high standard receiving procedures and different functions of store area. Operation acquired certification of HACCP. Outbound logistics responded customer opinions right away. Marketing and sales developed same industry and different industry alliance. Service needed doing customer satisfaction tracing and investigating. Procurement chose reputed suppliers and offered best product. Technology development changed food and beverage, and methods of service. Human resource management depended on effective hiring and keeping employees. Firm infrastructure implemented profit center and target management. 2. The strategy of competitive advantages Facilities of technology promoted purchasing effective and correction. Hotel weaknesses changed to strengths, and made different product from the others. More convenience brought more value for customers. Variety service went down negative impression for domestics customers to hotel sky lobby. Key Words : international tourist hotels, value chains, competitive advantages

Keywords : international tourist hotels, value chains, competitive advantages

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘
要.....	iv	英文摘
要.....	v	誌
謝.....	vi	目
錄.....	vii	圖目
錄.....	ix	表目
錄.....	x	第一章 緒
論.....	1	第一節 研究背景與動機.....1 第二節 研究目
的.....	3	第三節 研究對象與範圍.....3 第四節 研究限
制.....	5	第二章 文獻探討.....6 第一節 國際觀光旅
館.....	6	第二節 價值鏈.....15 第三節 競爭策略與競爭優
勢.....	26	第四節 國際觀光旅館相關文獻.....30 第三章 研究方
法.....	34	第一節 研究架構.....34 第二節 研究方
法.....	34	第三節 初試訪談與正式訪談.....40 第四章 國際觀光旅館產業及
個案分析.....	42	第一節 國際觀光旅館產業總體環境分析.....42 第二節 台中金典酒店個案分
析.....	52	第三節 個案公司之價值鏈分析.....57 第四節 SWOT分
析.....	73	第五章 討論與建議.....80 第一節 價值鏈策
略.....	80	第二節 競爭優勢的策略.....84 第三節 建
議.....	92	參考文獻 一、 中文部分.....94 二、
英文部分.....	97	附錄一：訪談主題A.....98 附
錄二：訪談主題B.....	100	附錄三：訪談主
題C.....	103	附錄四：訪談主題D.....105 附錄五：訪
談主題E.....	108	附錄六：訪談主題F.....111 附錄七：
訪談主題G.....	113	附錄八：訪談主題H.....115 附錄
九：訪談主題 I.....	118	

REFERENCES

- 參考文獻 一、中文部分 1. 王忠宗。(1999)。採購管理手冊。台北:中華企管。 2. 尤國彬。(1996)。高雄地區觀光旅館經營策略之研究。國立中山大學企業管理研究所碩士論文。 3. 王金永等譯。(2002)。(原著 Padgett, D. K., 2000) 質化研究與社會工作。台北:紅葉。 4. 交通部觀光局。(2005)。九十三年觀光政策白皮書。 5. 呂永祥。(2000)。旅館管理。台北:桂魯。 6. 吳勉勤。(2003)。旅館管理—理論與實務。台北:揚智。 7. 尚榮安譯。(2001)。(原著 Yin, R. K., 1984) 個案研究。台北:弘智。 8. 林恬予。(2000)。旅館服務品質顧客滿意度與再宿意願關係之研究。長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。 9. 侯竹軒。(2002)。國際觀光旅館市場導向之組織學習與知識創造、組織創新對經營績效關聯模式之實證研究。世新大學觀光研究所碩士論文。 10. 姚德雄。(2001)。旅館產業的開發與規劃。台北:揚智。 11. 郭明秀。(2001)。高階經營團隊與組織運作、競爭優勢、競爭策略及經營績效之關係研究-傳統產業與高科技業之比較。國立成功大學企業管理研究所碩士論文。 12. 許士軍。(1994)。贏得市場的企業特色競爭。世界經理文摘, 第96期, 頁38~50。 13. 陳堯帝。(1995)。餐飲採購學。台北:揚智。 14. 陳志孟。(1999)。國際觀光旅館經營策略-台中地區產業之個案研究。東海大學工業工程研究所碩士論文。 15. 陳秀玉。(1992)。大專觀光科系應具備專業基本能力之研究。中國文化大學觀光研究所碩士論文。 16. 康耀銓。(1997)。餐飲採購管理系統。台北:品度。 17. 張文彥。(1986)。採購管理。台北:聯鳴出版社。 18. 張德儀。(2002)。台灣地區國際觀光旅館業資源能力與經營績效因果關係之研究。銘傳大學管理科學研究所博士論文。 19. 楊長輝。(1998)。旅館經營管理實務。台北:揚智。 20. 楊慧華。(2002)。企業文化、企業願景、經營策略與經營績效之關係研究-以台灣國際觀光旅館為實證。國立成功大學企業管理學系碩士論文。 21. 葉彬。(1978)。採購學。台北:立學社圖書公司。 22. 雷勃。(1979)。採購業務大全。台北:投資與企業雜誌社。 23. 劉威昌。(2002)。台灣國際觀光旅館資訊科技應用對經營績效之影響。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。 24. 蔡宜菁。(2001)。國際觀光旅館之高階經營團隊、組織結構、經營策略、關鍵成功因素與績效之關聯-以台灣國際觀光旅館為實證。國立成功大學企業管理研究所碩士論文。 25. 盧峰海。(1990)。企業政策。國立空中大學用書, p.148。 26. 盧峰海。(1990)。企業政策。國立空中大學用書, p.152。 27. 蘇芳基。(1994)。採購。台北:智慧城。 28. 經濟部研究發展委員會。(2005)。國內外經濟情勢分析。 29. 全國博碩士論文。(2005,12,18)。 <http://datas.ncl.edu.tw/theabs/1/>。 30. 交通部觀光局。<http://www.tboc.gov.tw>。 31. 行政院主計處。<http://www.dgbas.gov.tw>。 32. 曾麗芳、李麗滿。(2006,05,13)。台中金典酒店 趙藤雄接手經營。工商時報, A4版。 二、英文部分 1. Ansoff, H. I. (1965). Corporate strategy. McGraw-Hill, New York. 2. Aaker, D. A. (1984). Strategic Market Management. Humanities. New York. 3. Aaker D. A. (1998). Strategy Market Management (5th ed.). New York: John Wiley & Sons.4(6), pp.98 - 113. 4. Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), p.100. 5. Bourgeois, L. J. & D. R. Brodwin (1984). Strategic Implementation: Five Approaches to an Elusive Phenomenon. Strategic Management Journal, Vol.5, pp.241-264 6. Davis, D. (2000). Business Research(5th ed.). California: Duxbury. 300-318. 7. Dess, G. C. & R. B. Robinson, Jr. (1984). Measuring Organizational Performance in the Absence of Objective Measures. Strategic Management Journal, Vol.5, No.3, pp.265-273. 8. Long C., & Vicker-koch, M. (1995). Using core capabilities to create competitive advantage. Organizational Dynamics, 24(1), p.6~22. 9. Miller, D. (1986). Configurations of Strategy and Structure: Towards a Synthesis. Strategic Management Journal, Vol.7, pp.233-249. 10. Morganti, F. (2002). The Value Chain in Telecommunications: The growing importance of content is transforming industry structures. Intermedia 30, February. 11. Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy. New York: The Free Press. 12. Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage. New York: The Free Press. 13. Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nation. New York: The Free Press. 14. Prahalad, C. K. (1995). Weak Signals versus strong paradigms. Journal of Marketing Research, 22 iii-viii.