

# A Study for the Function of Corporate Museum in Creating the Value of Customer Experience

陳怡潔、黃麗君

E-mail: 9511196@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

In recent years, the domestic corporate has started an upsurge, more and more corporate to start and to establish with own enterprise correlation museum, Corporate Museum attempts provide different experience to customers, and then improve the quality relationship between customers. This research try to from the perspective of corporate museum, Further discuss the relationship between corporate museum management, customer experience and corporate museum 's fount ion. In order to know the corporate museum creates the value of customers experience which if benefit the development in the function of enterprise museum. The present paper uses the LISREL statistics software to carry on the material analysis; take has visited the Shan Mai Taro Tourist Factory, the Taiwan Nougat Museum, the Kuo Yuan Ye Museum of Cake and Pastry. By above corporate museum. Take 18- year- old of consumers as the sampling object, and gather 278 samples. The findings discovered, the enterprise museum provides the service, the management, except can directly has the influence to customer's visit experience and the enterprise museum function display, simultaneously also can penetrate the customer to visit the museum the experience, affects the enterprise museum function indirectly, therefore may know, the customer experiences is the intermediary variable of the enterprise museum management and the enterprise museum function.

Keywords : Corporate Museum ; Customer Experience ; LISREL

## Table of Contents

第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....1	第二節 研究目的.....4	第三節 研究流程.....5	第二章 文獻探討 第一節 企業博物館.....6	第二節 博物館經驗.....22	第三節 關係品質.....29	第四節 企業形象.....33
第三章 研究方法 第一節 研究架構.....36	第二節 研究假說.....37	第三節 變數定義與衡量.....38	第四節 問卷設計與抽樣.....45	第五節 資料分析方法.....48	第六節 預試問卷之信度與效度檢定.....50	第四章 資料分析與討論 第一節 樣本結構分析.....60
第二節 統計資料分析.....62	第三節 LISREL 模型分析.....66	第五章 結論與建議 第一節 結論.....78	第二節 建議.....81	參考文獻.....83	附錄.....92	

## REFERENCES

- 1.丁維欣(2004)。博物館經驗:從展場空間設計談起。現代美術, 115, 56-69。
- 2.八卷俊雄(1988)。企業形象戰略。(藝風堂出版社編輯部譯)。台北市:藝風堂出版社。(原著出版年:1988年)
- 3.王郁惠(1996)。服務業類別、關係行銷與顧客忠誠度關係之研究。國立中正大學企業管理學系碩士論文,未出版,嘉義縣。
- 4.方世榮(2002)。關係價值、關係品質與忠誠度之探討 - 零售銀行業的實證研究。管理學報, 19, 1097-1130。
- 5.方世榮、張嘉雯(2004)。顧客涉入程度對服務品質與關係品質之干擾效果 - 以電腦賣場與內部商店為例。中山管理評論, 12, 755-794。
- 6.中華民國博物館學會主編(2004)。台灣博物館名錄。台北市:中華民國博物館學會。
- 7.公民品牌,感性行銷(藍美貞、高仁君譯)(2004)。台北市:天下雜誌股份有限公司。(原著出版年:2002年)
- 8.孔誠志、李宜錦、簡薇軒、楊惠雲、陳怡仲、劉世群、李忠志、施伯承(1998)。形象公關 - 實務操演手冊。台北縣:科技圖書股份有限公司。
- 9.打造「完全顧客經驗」(2001)。世界經理文摘, 180, 88-109。
- 10.如何管理完全顧客經驗(2002)。世界經理文摘, 193, 10-11。
- 11.李新富(1999)。企業形象策略的意涵、價值與影響因素之探討。臺中商專學報, 31, 315-338。
- 12.李斐瑩(2002)。藝術管理 - 運用觀眾參觀經驗理論提昇博物館服務品質之探討。藝術學報, 71, 17-31。
- 13.李城忠(2005)。健身俱樂部關係品質對顧客忠誠度影響之探討 - 大台北地區健身俱樂部之實證研究。台灣體育運動管理學報, 3, 77-102。
- 14.李東松(2005)。以「相關分析」及「徑路分析」方法探討「服務品牌權益、關係行銷和服務品質對關係品質與行為意向的關聯性研究 - 以資訊產品流通業為例。蘭陽學報, 4, 77-90。
- 15.徐宜寧(2005)。生活型企業博物館之創意生活營造與經營。國立政治大學企業管理研究所碩士論文,未出版,台北市。
- 16.呂長民(1998)。行銷研究 - 方法論與SPSS / PC+實例應用(第二版)。台北縣:前程企業管理有限公司。
- 17.辛治寧(2004)。從顧客關係管理略談博物館觀眾忠誠度的建立和維繫。國立歷史博物館館刊(歷史文物), 9, 74-82。
- 18.伯德·史密特(2000)。體驗行銷。(王育英、梁曉鶯譯)。台北市:經典傳訊文化股份有限公司。(原著出版年:1999年)
- 19.伯德·史密特(2004)。顧客經驗管理:天衣無縫的整合式顧客經營。(顧淑馨譯)。台北縣:中國生產力中心。(原著出版年:2003年)
- 20.吳佩修、朱斌好(2001)。解說員影響民眾參觀博物

館經驗之研究 - 以國立科學工藝博物館為例。科技博物, 4, 65-81。21.吳淑華 (1998)。科技博物館展示形態之發展趨勢。科技博物, 1, 14-20。22.吳淑華 (2002)。博物館展示形態構成之評述。設計研究, 2, 53-60。23.吳明隆 (2005)。SPSS統計應用實務 (第二版)。台北市:文魁資訊股份有限公司。24.何耀坤 (2002)。奇美自然史博物館的現在與未來。台南文化, 52, 154-159。25.林宏宏 (2003)。博物館展示設計模式之探討。東海學報, 44, 59-67。26.邱皓政 (2006)。結構方程模式 - LISREL的理論、技術與應用。台北市:雙葉書廊有限公司。27.施義輝 (1995)。臺灣地區旅行業關係品質模式建立之實證研究。國立雲林科技大學企業管理技術研究所碩士論文, 未出版, 雲林縣。28.孫鴻鈴 (2005)。心領神會 - 博物館參觀經驗與行銷策略。故宮文物月刊, 11, 98-107。29.企業研究方法 (祝道松、林家五譯) (2003)。台北市:智勝文化事業有限公司。(原著出版年:2003年) 30.梁光余 (2001)。博物館組織概論。台中市:舜程印刷有限公司。31.陳慶坤 (2004)。私立博物館經營與管理 - 兼論樹火紀念紙博物館。國立台灣師範大學美術系碩士論文, 未出版, 台北市。32.陳澤義、陳建州 (2004)。關係滿意、信任與承諾影響因素之探討 - 以銀行個人理財部門為例。商管科技季刊, 3, 349-371。33.國立歷史博物館編輯委員會主編 (1999)。新世紀、新方向 - 博物館行銷研討會論文集。台北市:國立歷史博物館。34.陸定邦 (2002)。博物館體驗的基本分析架構。工業設計, 2。35.張安其 (1993)。企業形象漲停板。台北市:漢宇出版有限公司。36.張殿文 (2005)。故事管理打造黑松世界文物館。數位時代, 98, 23。37.黃世輝、吳瑞楓 (1992)。展示設計。台北市:三民書局。38.黃美卿 (1997)。銀行業關係價值 - 忠誠度模式之實證研究。國立雲林科技大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 雲林縣。39.黃慶源、邱志仁與陳秀鳳 (2004)。博物館之體驗行銷策略。科技博物, 2, 47-66。40.黃月春、黃識銘 (2005)。關係結合策略對忠誠度之影響 - 關係品質與品牌關係的中介效果。台中技術學院學報, 6, 69-88。41.黃明政 (2005)。銀行業企業形象與顧客忠誠度之相關分析。商學學報, 13, 261-277。42.菲利浦·科特勒 (1998)。行銷管理學:分析、計劃、執行與控制 (第三版)。(方世榮譯)。台北市:台灣東華書局股份有限公司。(原著出版年:1998年) 43.菲利浦·科特勒 (2003)。行銷管理學。(方世榮譯)。台北市:台灣東華書局股份有限公司。(原著出版年:2003年) 44.博物館經驗 (林潔盈、羅欣怡、皮淮音、金靜玉譯) (2002)。台北市:五觀藝術管理有限公司。(原著出版年:1992年) 45.博物館這一行 (張譽騰譯) (2002)。台北市:五觀藝術管理有限公司。(原著出版年:1997年) 46.楊翎 (1999)。日本的企業博物館。博物館學季刊, 2, 33-40。47.楊翎 (2003)。展示的建構與解構 - 從科博館文化特展觀眾調查談起。博物館學季刊, 1, 87-101。48.廖志德 (2004, 3月)。都是被動惹的禍! - 化被動為主動的顧客經驗管理。能力雜誌, 577, 100-105。49.廖志德 (2004, 7月)。顧客經驗管理五大關鍵步驟。能力雜誌, 581, 16-22。50.漢寶德 (2000)。展示規劃:理論與實務。台北市:田園城市文化事業有限公司。51.漢寶德 (2000)。博物館管理。台北市:田園城市文化事業有限公司。52.蔡世蓉 (1999)。媒體、行銷、博物館 - 順益臺灣原住民博物館之營運經驗。博物館學季刊, 3, 29-38。53.導一場顧客經驗的大戲 (2002)。世界經理文摘, 193, 131-132。54.盧昭蓉 (2003)。博物館運用「體驗行銷」策略之研究 - 以國立科學工藝博物館之「塑膠與橡膠」廳為例。科技博物, 3, 31-51。55.謝政蒼 (2004)。大黑松小兩口古早狀元美味牛軋糖博物館紮根品牌形象。卓越雜誌, 244, 82-83。56.關克儒 (2004)。網路匿名性、企業形象與關係品質對網路口碑影響之研究 - 以線上遊戲為例。國立中興大學企業管理學系研究所碩士論文, 未出版, 台中市。57.羅家德 (2003)。企業關係管理。台北市:聯經出版事業股份有限公司。58.顧客關係管理 (李振昌譯) (2003)。台北市:天下遠見出版股份有限公司。(原著出版年:2003年) 59.顧淑馨 (2004, 5月)。顧客終於被當一回事了。能力雜誌, 579, 122-132。60.體驗經濟時代 (夏業良、魯煒譯) (2003)。台北市:經濟新潮社。(原著出版年:1999年) 二、英文部份

1. Anonymous (1944). The closing of the industrial museum of the American steel and wire company. Bulletin of the business historical society, 18(5), 131.
2. Crosby, L. A., Evans, K. R., & Cowles, D. (1990). Relationship quality in services selling: An interpersonal influence perspective. Journal of Marketing, 54(3), 68-81.
3. Damon, D. (1986, Apr 10). Kellogg is snapping its 80-year tradition of cereal-plant tours---Many firms end such visits, blaming costs, lawsuits, fear of industrial spies. Wall Street Journal . (Eastern edition), p.1.
4. Delegation returns from industrial tour. (1989, Dec 9). Oklahoma City, Okla., p.nopgct.
5. Gross, L. (1994). Research and reference tools - Corporate museums, galleries, and visitor centers: A directory by Victor J. Danilov. The Journal of American History, 80(4), 1567-1568.
6. Kotler, N., & Kotler, P. (1998). Museum strategy and marketing: designing missions, building audiences, generating revenue and resources. San Francisco: Jossey-Bass.
7. Kumar, N., Scheer, L. K., & Steenkamp, J. E. M. (1995). The effects of supplier fairness on vulnerable resellers. Journal of Marketing Research, 32(1), 54-65.
8. Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. Journal of Marketing, 58(3), 20-38.
9. Mitchell, M. A., & Orwig, R. A. (2002). Consumer experience tourism and brand bonding. Journal of Product & Brand Management, 11(1), 30-41.
10. Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. (1993). Factors affecting trust in market research relationships. Journal of Marketing, 57(1), 81-101.
11. Pekarik, A. J., Doering, Z. D., & Karns, D. A. (1999). Exploring satisfying experiences in museums. Curator: The Museum Journal, 42(2), 152-173.
12. Quintanilla, C. (1998, Apr 30). Planning a vacation? Give some thought to spamtown USA - Corporate museums attract growing crowds; wow, look at that combine! Wall Street Journal . (Eastern edition), p. A1.
13. Smith, J. B. (1998). Buyer-seller relationships: Similarity, relationship management, and quality. Psychology & Marketing, 15(1), 3-21.
14. Storbacka, K., Strandvik, T., & Gronroos, C. (1994). Managing customer relationships for profit: The dynamics of relationship quality. International Journal of Service Industry Management, 5(5), 21-38.
15. Staff, L. (2004, Jul 16). Commentary: Invite prospects on company tours to win new sales. Long Island Business News, p.1.
16. Voley, K. A. (1998). Are you tour ready? IIE Solutions, 30(2), 41-42.
17. Walters, C. G. (1978). Consumer behavior: Theory and practice. Illinois: Richard D. Irwin Inc, 487-549.

三、日文部份

1. 星合重男 (1993)。企業博物館?1略 研究。2005年8月12日。取自 <http://homepage3.nifty.com/hoshiais/article/index.html>
2. 星合重男 (2004)。企業博物館?1略 研究-2。2005年8月12日。取自 <http://homepage3.nifty.com/hoshiais/article2/index.html>