

Service Cognition on Manufactory Industry Transforming into Tourism Factory:A Survey of Nantou County in Taiwan

蕭呈章、邊瑞芬

E-mail: 9511347@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this research was to investigate the traditional manufactory in Nantou County, its characteristic, knowledge and voluntary willingness to transform into a tourism factory and the manufactory owner's tourism service cognition on transformation. This research was based on self-developed questionnaire, randomly selected 300 traditional manufactories from 957 target population. There were 224 valid questionnaires in a total 227 questionnaire received; Descriptive statistics, t-test, one-way analysis of variance, are utilized of data analyses. The important findings of the study are shown as the following: 1. We obtained a rate of 51.8% had voluntary willingness and 47.3% had no interest about to transform and to run the tourism factory; male owners are having a high willingness about the transformation. 2. Owner's gender, number of staff, factory (company) organization, capital volume, wax and wane, have a notable voluntary willingness to the transformation into tourism factory; owner's age, education level, factory building land right, opening hour are not have a notable voluntary willingness with the transformation into tourism factory; To influence the voluntary willingness of making the transformation is the natural condition of the factory and the production environment. 3. The owner's cognition is base on the emphasis of the brand image and marketing, the need of the enterprise's initiative spirit and have the community resident and visitor's support, the inside organization to make the customer service be the priority duty; These are the management improvement of a factory not a managing change of a factory; Space distribution have to harmonize with the environment to create the first-hand sale opportunity. 4. Regional, management and consumption structure have a conspicuous relation with the non-voluntary transformation and the emphatic structure have not a conspicuous relation with the non-voluntary transformation. According to the investigation, findings and discussion about the main points to offer suggestions to the manager, guidance and follow-up investigators were described.

Keywords : Manufactory, tourism factory, experience economy

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書	iii	中文摘要	
.	v	英文摘要	
.	vi	誌謝	
.	ix	圖目錄	
.	xi	表目錄	
.	xii	第一章 緒論	1
動機	1	第一節 研究背景與	
1 第二節 研究目的	4	第三節 名詞解釋	5
現況分析	9	第二章 文獻探討	9
第一節 研究架構	32	第一節 製造業轉型觀光工廠之	
基本資料分析	38	第二節 產業的轉型策略探研與國內政策分析	19
轉型觀光工廠的認知分析	49	第三節 經營者的認知	25
63 第七節 轉型觀光工廠經營者的認知主成分分析	69	第三章 研究設計	32
討論	79	第一節 研究樣本經營者	
第三節 建議	81	第二節 研究樣本經營者轉型意願次數分配	42
參考書目	86	第三節 經營者已從事觀光化服務分析	48
附錄	92	第四節 製造業	
		轉型觀光工廠意願差異分析	54
		第六節 製造業經營者轉型觀光工廠意願差異分析	63
		第七節 轉型觀光工廠經營者的認知主成分分析	69
		第五章 討論與建議	74
		第一節 研究結果摘要	75
		第二節	

REFERENCES

- 一、中文部分 (一)、專書、期刊、博碩士論文 1.李璞良譯。(2003)。(約翰·郝金斯原著)。創意經濟。台北:典藏藝術家庭公司出版。
- 2.蔡宜真、林秀玲譯。(2003)。(布魯諾·費萊原著)。當藝術遇上經濟。台北:典藏藝術家庭公司出版。
- 3.戴國良著。(2004)。經營策略企劃全書。台北:商周出版。
- 4.李璞良、林怡君譯。(2003)。(丹麥文化部、貿易產業部原著)。丹麥的創意潛力。台北:典藏藝術家庭公司出版。
- 5.張維倫譯。(2003)。(大衛·索羅斯比原著)。文化經濟學。台北:典藏藝術家庭公司出版。
- 6.齊若蘭譯。(2004)。(Jim Collins原著)。從A到A+。台北:遠流出版公司出版。
- 7.湯明哲著。(2003)。策略精論 - 基礎編。台北:天下文化出版。
- 8.高登第、李明軒譯。(2000)。(麥可·波特原著)。競爭論 (上、下)。台北:天下文化出版。
- 9.周旭華譯。(1998)。(麥可·波特原著)。競爭策略。台北:天下文化出版。
- 10.劉真如譯。(2002)。(彼得·杜拉克原著)。下一個社會。台北:商周出版。
- 11.李田樹譯。(2000)

。(彼得·杜拉克原著)。經理人的專業與挑戰。台北:天下遠見出版公司出版。12.李芳齡譯。(2004)。(Jeffrey K.Liker原著)。豐田模式。台北:麥格羅·希爾國際股份有限公司台灣分公司出版。13.嚴長壽。(2002)。御風而上。台北:寶瓶文化事業股份有限公司出版。14.李崇清。(2005)。觀光工廠理論與實務研討會專輯P.1。經濟部工業局編印。15.張正錫。(2005)。觀光工廠理論與實務研討會專輯PP.2-3。經濟部工業局編印。16.邊瑞芬。(2005)。觀光工廠理論與實務研討會專輯PP.5-7。經濟部工業局編印。17.經濟部工業局。(2005)。觀光工廠理論與實務研討會專輯。經濟部工業局編印。18.張正錫。(2005)。我國傳統製造業轉型觀光工廠之經營策略探索性研究P.16。中原大學企業管理學系論文。19.何致中。(2004)。行銷地方、消費地方與地方特色之價值創造。育達商業技術學院休閒事業管理系「休閒產業、知識經濟與價值創新應用研討會」論文。20.行政院文化建設委員會。(2004)。新故鄉社區營造計畫政策說明書。行政院文化建設委員會編印。21.吳怡靜。(2001)。麥可·波特為何成為新熱門?2001年7月1日。台北:天下雜誌出版。22.殷允芃。(2001)。319個故事-點燃鄉鎮希望。2001年7月16日。台北:天下雜誌出版。23.羅倩宜譯。(2000)。(Janelle Barlow與Claus Moller合著)。客戶萬歲。台北:世茂出版社。24.衛南陽。(2001)。服務競爭優勢-探索永續經營的奧秘。台北:商兆文化公司出版。25.蔡宏明。(2000)。提振傳統產業競爭力之策略與政策建議。經濟部工業局。26.工業研究院。(2004)。中永觀光工廠輔導計畫輔導結案報告。工業研究院技轉中心編印。27.黃安妮·葉庭宜譯。(2004)。(克雷頓·克里斯汀生及邁可·雷諾合著)。創新者的解答。台北:天下文化出版。28.鍾聖枝著。(1990)。認知心理學。台北:心理出版社出版。29.洪謙德著。(1999)。21世紀社會學。台北:揚智出版社出版。30.夏業良、魯煒譯(2003)。(B.Joseph Pine 與James H.Gilmore合著)。體驗經濟時代。台北:經濟新潮社出版。31.齊若蘭譯。(2002)。(高德拉特·科克斯原著)。目標。台北:天下文化遠見出版社出版。32.經濟部工業局。(2003)。傳承地方特色、蛻變地方產業。經濟部工業局出版。33.行政院。(2005)。台灣健康社區六星計畫。行政院出版。34.蕭麗虹、黃瑞茂。(2003)。文化空間創意再造。閒置空間再利用國外案例彙編。行政院文化建設委員會出版。35.交通部觀光局。(2005)。中華民國九十三年國人旅遊狀況調查報告。交通部觀光局出版。36.南投縣政府。(2001)。南投縣民國八十九年度統計要覽。南投縣政府出版。37.南投縣政府。(2003)。南投縣民國九十一年度統計要覽。南投縣政府出版。38.南投縣政府。(2005)。南投縣議會第十四屆第七次定期會縣長施政總報告。南投縣政府計畫室出版。39.黃瑞茂。(2001)。淡水殼牌倉庫建築群再利用策略-OURS設計工作營(2001.07.23-28)與之外。2001推動閒置空間再利用國際研討會論文。(二)、網路1.經濟部。(2006.5.26)。經濟部工商企業經營概況季調查報告(2004)。http://www.moea.gov.tw/。2.經濟部工業局。(2006.4.15)。中華民國產業分類(2001)。http://www.moeasmea.gov.tw/。3.行政院文化建設委員會。(2004.12.10)。文化創意產業(2002)。http://www.cca.gov.tw/。4.行政院主計處。(2004.12.10)。中華民國行業標準分類(2001)。http://www.dgbasey.gov.tw/。5.行政院主計處。(2005.8.12)。中華民國統計年鑑(2003)。http://www.dgbasey.gov.tw/。6.南投縣政府。(2004.12.10)。http://www.nantou.gov.tw/。7.行政院經濟建設委員會。(2004.12.10)。邁向競爭優勢的產業發展政策報告(2002)。http://www.cepd.gov.tw/。二、日文部分1.台中州南投廳役所。(1919)。南投廳行政事務及管內概況報告書。南投廳役所出版。2.竹山郡役場。(1939)。竹山郡轄內概況。竹山郡役場出版。3.能高郡役場。(1939)。能高郡轄內概況。能高郡役場出版。4.南投郡役場。(1939)。南投郡轄內概況。南投郡役場出版。5.新高郡役場。(1939)。新高郡轄內概況。新高郡役場出版。6.宮崎清。(2000)。日本傳統工藝工業的保存與提昇。亞太傳統藝術論壇論文。7.大谷孝彥。(2001)。歷史都市京都之傳統木構造建築-京町家之再生。2001推動閒置空間再利用國際研討會論文。8.西河哲也。(2001)。於歷史市街地區之物質環境的修護再生與人的關係網路-以谷中學校活動與谷中地區的社區營造為例。2001推動閒置空間再利用國際研討會論文。三、英文部分1.Breen. A. and Rigby. D. (1994). Waterfronts: Cities Re-claim Their Edge. McGraw-Hill Inc. 2. David Harvey (1989), The work of art in an age of electronic reproduction and image banks, The condition of postmodernity, Basil Blackwell. 3. Harrison. Shirley (1995) Public Relations-an Introduction. International Thompson Business Press. 47-49 4. Harris. T. L. (1991) The Marketer's Guide to Public Relations. New York: Wiley. 12 5. Lash, S. and Urry. J. (1994) Economics of Signs and Space, Sage, London. Urry. J. (1995) Consuming Places, Routledge, London and New York. 6. Wolfgang Ebert. (2001). The Ruhr Basin, Structural Change, The International Building Exhibition Emscher Park, and Industrial Heritage. 7. McClaskic. S. L., Napier, T. L. and Chistensen, J. E. (1986). Factors influencing outdoor recreation participation: a state study. Journal of Leisure Research. 18: 190~205 8. Pine. B. J. and Gilmore. J. H., (1999), Welcome to the Experience Economy. Harvard Business Review. 76 (4) .97-105. 9. Pine. B. J. and Gilmore. J. H., (1999), The Experience Economy Work Is Theatre and Every Business a State Massachusettis: Harvard Business School Press. 10. Riviere. G. H. (1985) The Ecomuseum: an evolutive definition. Museum (148: 182) 11. Rapoport. A. 1977. Human Aspects of Urban Form. Textbook. Great Britain. 12. Ruth Rentschler. (2003). Shaping Culture. Sydney: Australia Art Council, 46-62. 13. Sartre. J. P. 1995 The Psychology of the Imagination. Textbook. Routledge, London, U.K. 14. Schmitt. B. H., (1999). Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense. Feel. Think. Act. and Relate to Your Company and Brands. The Free Press. 15. Wynne Derek (1992), The Culture Industry, Ashgate Publishing Company. 16. Walker. G. J. and Kiecolt. K. J. (1995). Social class and wilderness use. Leisure Sciences. 17. Wireman, Peggy, (1997) Partnerships for Prosperity- Museums and Economic Development. Washington. D.C: American Association of Museums. 18. Zukin. S. (1995) The Culture of Cities, London: Blackwell.