

投稿類別：觀光餐旅類

篇名:

觀光工廠體驗行銷、滿意度關係之探討-以橋頭糖廠為例

作者:

林家慧。私立樹德家商。觀光科三年二十六組。

田湘琪。私立樹德家商。觀光科三年二十六組。

謝佩璇。私立樹德家商。觀光科三年二十六組。

指導老師:

劉天策老師

壹●前言

一、研究背景

觀光工廠和一般旅遊景點最大的不同的地方在於觀光工廠具有豐富的製造生產過程的歷史和企業文化歷史、完整的企業品牌識別系統也可以讓遊客親自到現場的體驗是觀光工廠最大的特色。觀光工廠可以透過旅客的視覺、聽覺、嗅覺、觸覺及體感的各種感覺來引發對品牌的聯想，觸發旅客的情感，建立起對企業與消費者的橋樑，藉由觀光工廠的消費體驗，來強化消費者的滿意度。

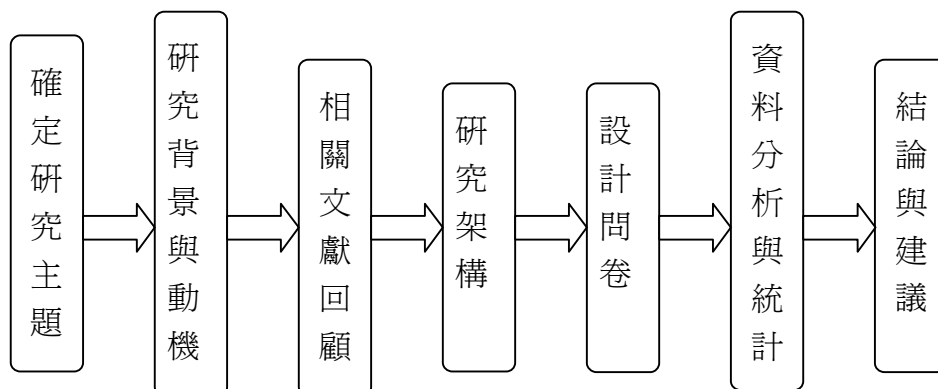
二、研究動機

觀光工廠所營造出的展示空間，利用到不同的元素來聯絡消費者與企業品牌之間的感情，就是透過各式各樣的參觀行程及體驗的活動做為行銷的方式，日前在國內的學術研究中心體驗行銷一個新的行銷概念，與觀光工廠一樣，是經由傳統製造業轉型過的新產業，雖然相關的研究持續的增加當中，但還有不足的地方，因此發展為本研究動機，最為後續探討。

三、研究目的

本研究目的將以國內觀光工廠以產業背景體驗行銷的概念來進行觀光工廠體驗項目的探討，並進一步探討體驗行銷、滿意度之關係。本研究將以進行觀光工廠的體驗項目，並探討觀光工廠的各項服務，衡量觀光工廠體驗服務中的各個體驗模組。更進一步探討觀光工廠所提供之體驗項目，是否能有效率地提升顧客滿意度。將其分析結果彙整並提出結論與建議，以供觀光工廠管理者參考，做為提升顧客滿意度、及經營績效之依據。

四、研究流程



貳●正文

一、文獻回顧

1.橋頭糖廠的歷史

製糖產業早自明末、清初即為台灣重要的地方產業，西元 1895 年日本據台後，全力發展糖業，積極興建新式糖廠，鼎盛時期擁有糖廠 42 家，酒精工廠 15 家，自營農場 113,000 公頃，規模空前絕後，為台灣第一大產業，台灣光復後，我政府為持續開展糖業生產，於 1946 年 5 月 1 日成立台灣糖業公司，積極復員，1950 年代砂糖外銷高居外匯收入 73.6%，奠定了國家經濟發展之基礎。

2.橋頭糖廠的起源

糖業為高雄縣早期相當重要的地方產業，更是許多南部人吃冰棒、坐小火車上學的甜蜜記憶，具有特殊的糖業文化背景與地方文化；而橋頭糖廠是台灣由人力製糖進入現代化機械製糖的第一座糖廠，具有相當重要的象徵意義。目前糖業的發展日趨沒落，地方發展也趨於遲緩，因此希望藉由觀光休閒活動的引入，將糖業的歷史文化及橋頭糖廠巴洛克建築的美，呈現世人。

3.觀光工廠

觀光工廠是具有觀光教育或產業文化價值、實際從事製造加工之工廠，將其產品、製造過程或廠地廠房供遊客參觀。由於近年來國人生活型態轉變，對休閒旅遊及增進知識的旅程有明顯需求，促使「產業旅遊」風氣大為興起。復因時代及產業結構變遷，傳統工廠逐漸褪下光環；而企業主基於產業文化傳承、增加收益或塑造企業形象等因素，有轉型經營的迫切需要，提供了「工業觀光」良好素材。

4.體驗行銷

體驗是種讓人愉快並且難忘的獨特經驗，企業應重視體驗做為行銷手法來銷售產品，透過難忘的購物體驗才能夠將產品的價值提升，免於將企業資源大量投入產品及推銷的之中，因此近年來逐漸興起是以體驗方式為主流的行銷方式。

「Norris (1941) 人們對商品的需求，乃在於透過對商品的擁有，來達成一些渴望的事件，也就是說消費的消費價值，建立在商品所提供的體驗上。」

5.顧客滿意度

消費者通常會從過去的消費經驗來判斷自己的需求或欲望是否能透過服務或購買產品來達到滿足，若企業所服務顧客的滿意程度很高，將可為企業帶來正面的回饋。因此將顧客滿意度納入企業經營績效的衡量指標已成為企業在服務或開發新產品、修正與改善顧客關係所需參考的重要依據。

二、研究方法

1、研究範圍及對象

本研究認為，以橋頭糖廠做為產業研究對象，針對橋頭糖廠之消費者做為問卷調查對象，以簡單便利抽樣方式進行面對面問卷調查，調查期間自 2011 年 10 月至 11 月，研究內容主要針對體驗服務項目進行調查，研究結果可提供國內觀光工廠經營者運用、參考，以期望提升整體觀光工廠消費者滿意度、體驗行銷的認同。以圖表加以說明，由圓餅圖上分析。

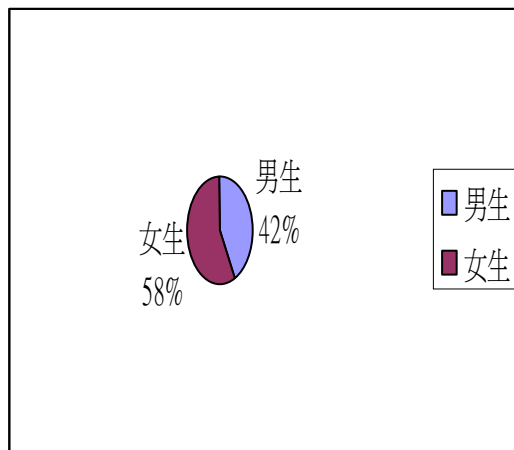
2、研究假設

當企業所營造之體驗令消費者產生愉悅及滿意感時，會進一步將情感做某種程度的聯結，因此與顧客之間建立長期有價值且持續的互動關係，產生顧客的滿意感才能擁有長期的顧客。傅姿芳(2008)在體驗行銷對企業與顧客關係強度影響之研究發現，體驗行銷會透過滿意度和關係強度呈顯的正相關，表示企業若實施體驗行銷，顧客滿意度會增加，使企業與顧客間的關係強度愈強。

三、資料分析與說明

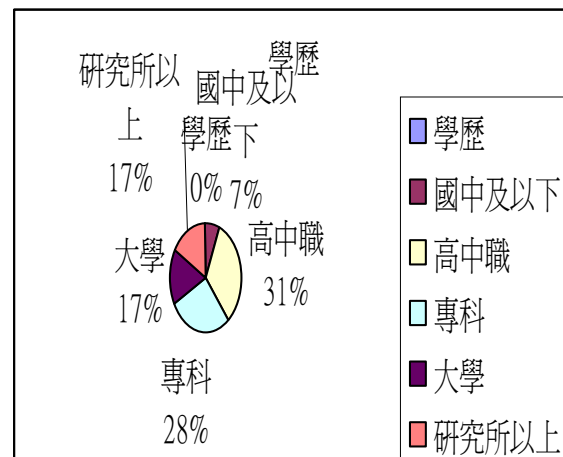
(一) 基本資料

一、性別



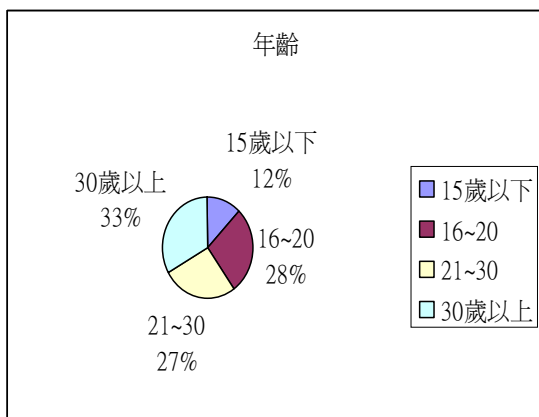
由圖可知女生比男生多 16%

二、學歷



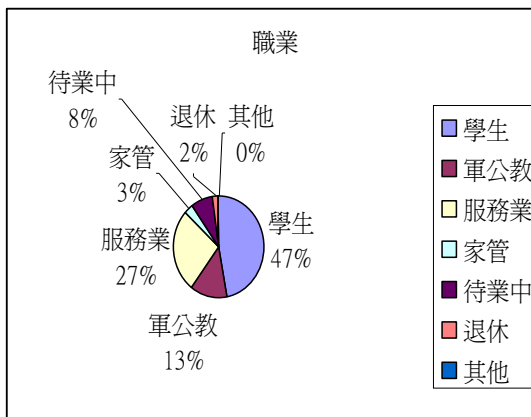
由圖可知高中職 > 專科 > 研究所以上、大學 > 國中及以下

三、年齡



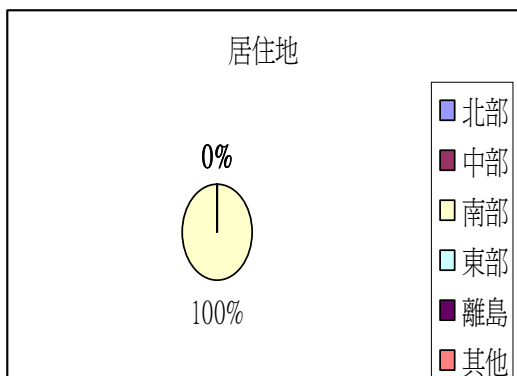
由圖可知 30 歲以上 > 16~20 > 21~30 > 15 歲以下

四、職業



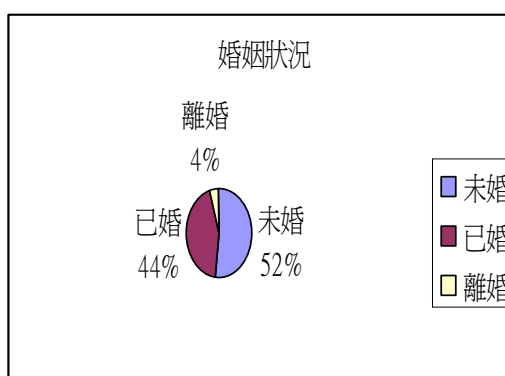
由圖可知學生 > 服務業 > 軍公教 > 待業中 > 家管 > 退休 > 其他

五、居住地



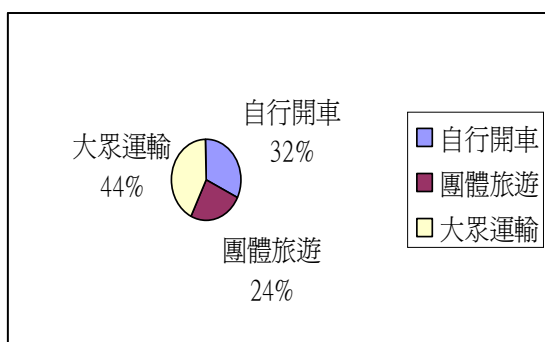
由圖可知南部地區 > 其他地區

六、婚姻狀況



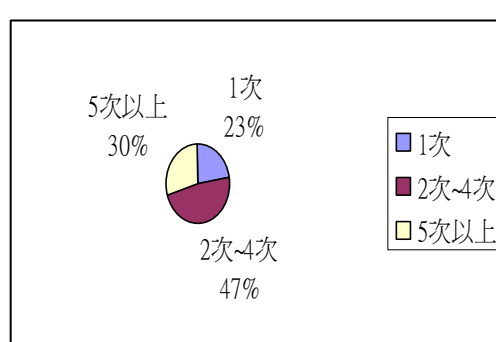
由圖可知未婚 > 已婚 > 離婚

七、請問您本次旅遊是如何前往？



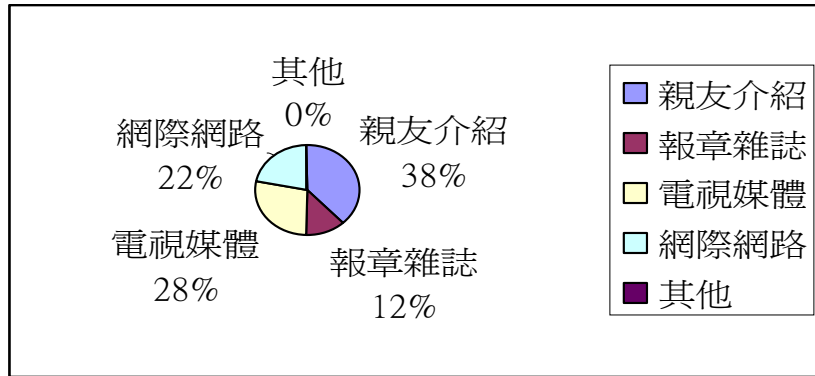
由圖可知大眾運輸 > 團體旅遊 > 自行開車

八、請問這是您第幾次於橋頭糖廠參觀？

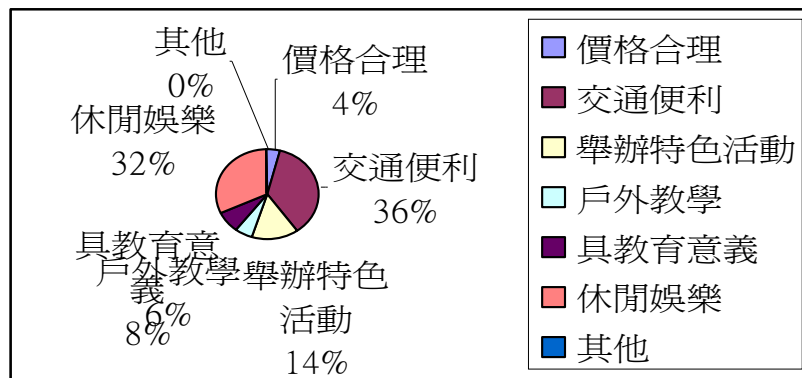


由圖可知 2 次~4 次最多

九、請問您對於觀光工廠的資訊主要來源是?(單選)

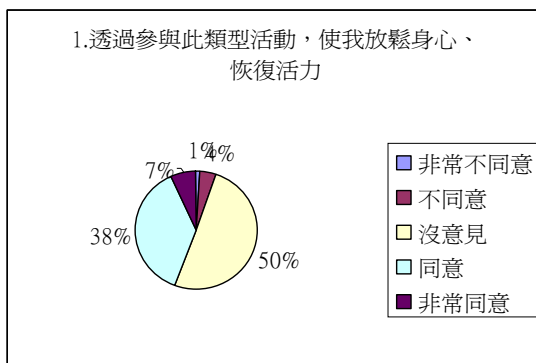


十、請問您選擇本糖廠參觀的主要因素是? (單選)

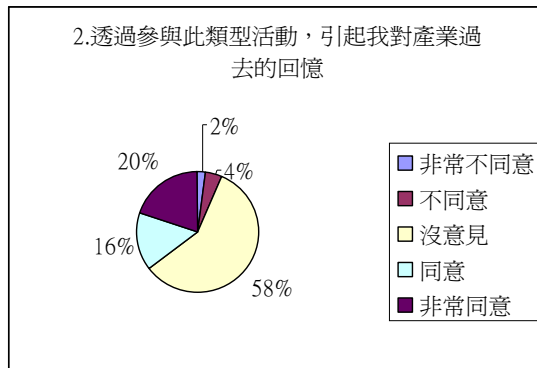


(二)問卷內容

第一部分：針對橋頭糖廠

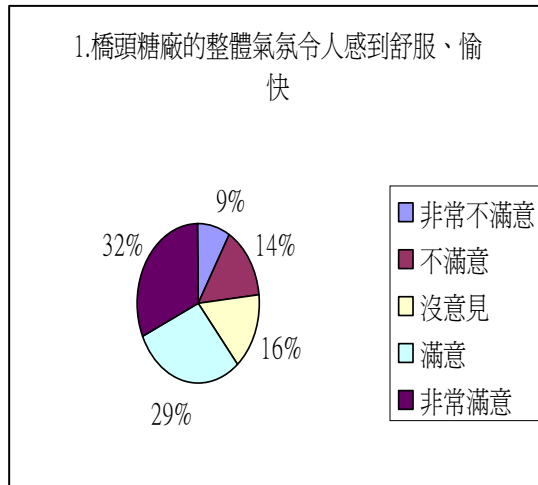


由圖可知沒意見者最多

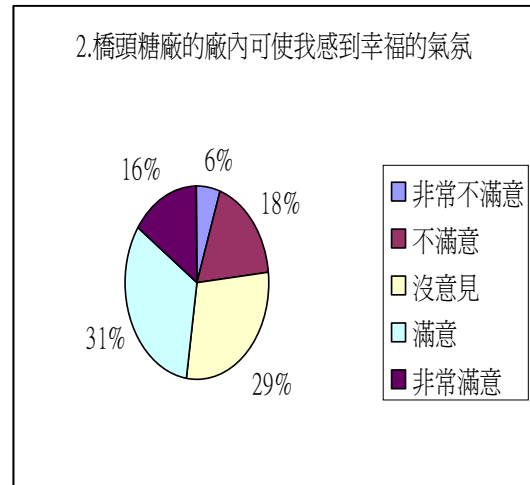


由圖可知沒意見者最多

第二部分：針對橋頭糖廠，請依您實際的體驗

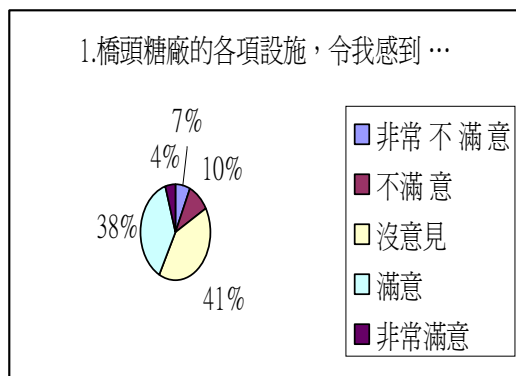


由圖可知非常滿意者最多

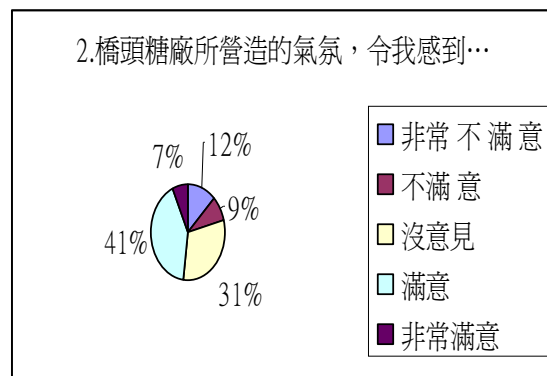


由圖可知滿意者最多

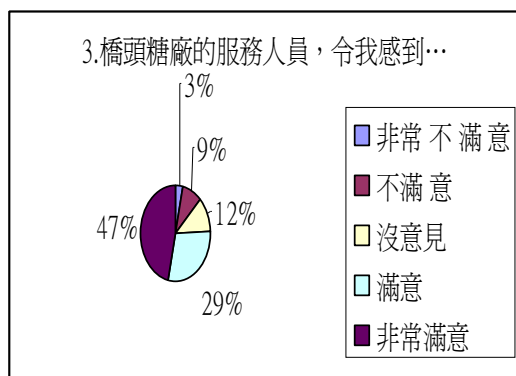
第三部分：針對橋頭糖廠，請依您實際的感受



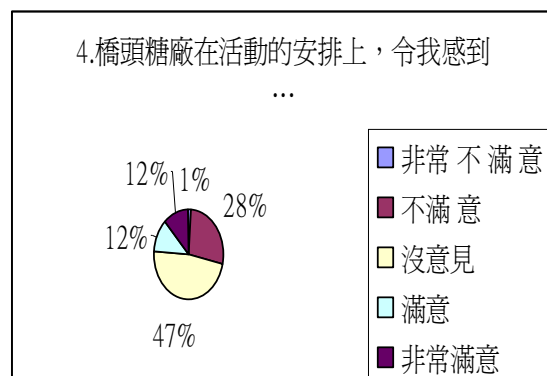
由圖可知沒意見者最多



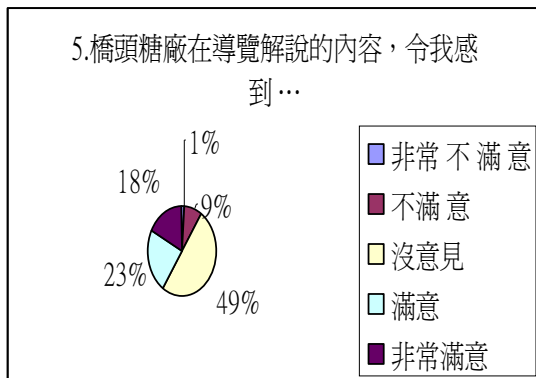
由圖可知滿意者最多



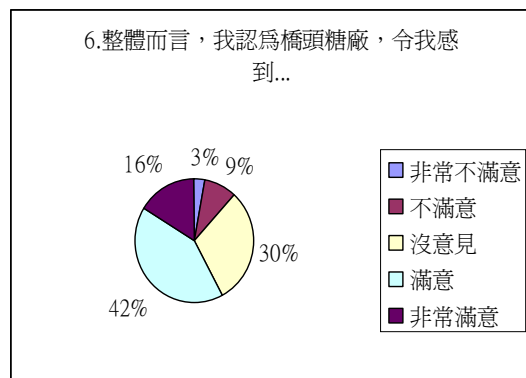
由圖可知非常滿意者最多



由圖可知沒意見者最多



由圖可知沒意見者最多



由圖可知滿意者最多

參●結論與建議

一、結論

另外觀光工廠所提供的體驗項目品質特性會因為時空轉移而改變原先的特性特質，因此觀光工廠管理者應定期進行研究，時時檢視消費者對於觀光工廠的體驗行銷認同度、滿意度及忠誠度，永續經營與消費者之間的情感做為橋樑，達到綜合分析結果可知，體驗行銷、滿意度皆會受到人口統計資料的不同而有所差異。

肆●引註資料

註一:李孟純(2010)。觀光工廠體驗行銷、滿意度及忠誠度關係之探討-以白木屋品牌文化館為例。龍華科技大學。

註二:裴佳雯(2011)。以 Kano 模式探討觀光工廠體驗行銷要素之研究。國立新竹教育大學。

註三:台灣糖業博物館。http://www.tsleisure.com.tw/museum/。(檢索日期 2011/10/13)