

觀光工廠之滿意度調查－以黑橋牌觀光工廠為例

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

觀光工廠之滿意度調查－以黑橋牌觀光工廠為例

作者：

林淑鑾。樹德家商。高三 23 班

林念瑢。樹德家商。高三 23 班

陳思妘。樹德家商。高三 23 班

指導老師：

陳姿靜老師

壹●前言

近年來國人對於觀光旅遊的型態與需求更加多元化，遊客不再只是走馬看花，而是走向深度旅遊。因為觀光市場的需求大增，加上台灣傳統產業為了爭取更低價的原物料及人力資源，廠商們逐漸向外遷廠及轉型。可明顯地發現，傳統產業結合觀光已成為近年來的趨勢。觀光工廠是以工廠為基礎，將傳統產業結合觀光旅遊的概念。其利用工廠本身的環境、建築、文化等元素，向大眾介紹工廠的發展及展示相關產物供民眾參觀，並加入實作體驗活動吸引民眾參訪。台灣自民國九十二年起由經濟部工業局開始輔導具特色之廠商建立觀光工廠。輔導至今已輔導近百間觀光工廠，許多工廠紛紛轉型，成長速度逐年增長。

貳●正文

一、緒論

我國政府自 2001 年起全面實行週休二日制之後，在無形之中推動國人重視休閒娛樂活動及生活品質的提升，並且大幅提升國人於週休二日進行國內旅遊之意願。而國民的消費型態也因為景氣影響及環保意識的抬頭，由以往的純消費享樂型態轉往親近大自然的休閒活動、低度消費、兼具教育性的娛樂活動為主。

觀光工廠與一般旅遊景點最大的不同，在於觀光工廠是具有豐富的製造生產過程史、企業文化史、完整的企業品牌識別系統以及讓遊客能親臨現場的體驗是最大的特色，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，建立起企業與消費者的橋梁，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

經濟部近來持續推動、輔導國內傳統工廠轉型為觀光工廠。目前有 136 家觀光工廠，其中約 106 家已開館營運，由於觀光工廠目前主要客源以國內遊客為主，國際遊客比例低，面對國際觀光客來台數漸增，已著手規劃，現在人也越來越懂得享受生活，尤其是觀光休閒的部分，因此我們想深入探討觀光休閒與體驗行銷的結合——觀光工廠。本小組將以台明將公司創立的觀光工廠「黑橋牌觀光工廠」做為此研究的主軸。

三、研究目的

本研究之目的在了解顧客對黑橋牌觀光工廠之服務品質的滿意度分析。

- (一)探討遊客對觀光工廠之認知
- (二)探討遊客對黑橋牌觀光工廠體驗後之滿意度
- (三)茲就問卷分析結果提出相關建議予業者做參考依據

四、文獻探討

(一)滿意度之定義

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)視滿意度為一種特殊的服務對待。滿意度亦是個人經過體驗後的心理與情感狀況，受到社會因素與心理狀況所影響，而產生一種態度、意向與需求，或是受到氣氛、群體互動等外在因素之影響(Crompton & Love, 1995；Baker & Crompton, 2000)。Westbrook(1981)提出，滿意度是一種情感狀態，通常發生在顧客與員工的互動經驗進行評價。

Oliver(1981)提出消費者反應其交易行為的一種情緒，情緒的產生對

產品是錢的期待與實際消費間的差距，由個人心理的主觀認知，及消費者對產品或服務之期望與認知滿意度的判斷。侯錦雄(1990)提出滿意度係受個人特徵與差異、遊憩動機、遊憩場所及此次遊憩的參與型態等因素影響。Edginton(1995)生活滿意是指個人的生活能夠過得更好，有愉快的生活及較好的生活品質。也是個人對自己理想中的生活，與實際生活情形之間適合性的認知與評論，是一個主觀且複雜的觀念。

(二)滿意度之衡量指標

在國內學者專家對於遊憩滿意度之變數皆有不同看法，宋秉明(1983)提出由五項衡量遊憩滿意度之變數，其包含遊客內在的心理因素、遊憩區社會環境因子、遊憩區自然環境因子、遊憩活動因子、其他因子。陳璽元(2010)提出軟體滿意度、硬體滿意度等兩項之變數衡量遊憩滿意度。廖博元(2010)也提出休閒活動內容、休閒活動場所、休閒活動類型、休閒活動時間、人際關係等五項衡量遊憩滿意度之變數。蔡瑞文(2010)提出滿意度得衡量為服務太地、服務一視同仁、敬業態度及了解應負責任。

Schreyer&Roggenbuck(1978)以差距理論(Discrepancy Theory)的觀點指出滿意度乃由消費的期望與實際感受的知覺間的差距來決定。Oliver(1981)認為顧客滿意(Customer Satisfaction)是種特定交易所產生的情緒反應。Woodside et al.(1989)認為顧客滿意是顧客經由消費之後所產生的整體態度表現，進而反映出顧客在消費後喜歡與不喜歡的程度。

五、觀光工廠

(一)觀光工廠之定義

經濟部工業局(2003)所頒佈之「工廠兼營觀光作業服務要點」中所

定義之觀光工廠是兼營觀光服務的工廠以具有觀光、歷史文化、教育價值等，場地完整仍繼續從事登記產品製造加工者且以非屬危險性工業為原則。觀光工廠是只須領有工廠登記證可提供參觀的部分廠地、廠房、機器設備等設施供遊客觀光及休憩服務。

由此可知，觀光工廠是個活體工廠，兼具有寓教於樂和增廣見聞的功能，當傳統製造業項整合歷史文化和觀光休閒時，不僅可以創造更多觀光旅遊的需求，也是觀光旅遊更加豐富化與深度化。

(二)觀光工廠之類型

依經濟部工業局地方群聚產業輔導計畫(2007)工業兼營觀光服務作業要點可將觀光工廠類型分為三大類，如下所述：

1、第一類型觀光工廠

工廠設置實作體驗區及遊客休憩區。實作體驗區得最為工廠參觀、實作體驗、教育解說之用；遊客休憩區得作為休憩、產品展示及販售等相關用途之用。為達到前項機能，工廠得設置實作及解說設施、景觀設施、產品展示設施、安全防護設施、遊客休憩設施及停車場等。

2、第二類型觀光工廠

工廠除得設置前點設施之外，其立體混合使用建築物部分樓層內並得設置餐飲、文化、休閒服務設施。但相關產業所占樓層地板面積不得超過該建築物總樓層地板面積 30%。

3、第三類型觀光工廠

利用部分生產事業用地申請變更為相關產業用地兼營觀光服務業，除設置實作體驗及遊客休憩區外，相關產業用地內得設置餐飲、

文化休閒及零售設施。

六、黑橋牌觀光工廠

(一)黑橋牌觀光工廠之發展

茲就黑橋牌觀光工廠發展，如表 2-1

1957 年	黑橋牌食品創辦人陳文輝先生，在台南運河旁俗稱「烏橋」之處(現為新南橋)成立家庭式肉品工廠，即為「黑橋」品牌的起源。
1973 年	正式登記為滋味珍食品股份有限公司，註冊商標「黑橋牌」。
1979 年	自臺南市富強路工廠擴大建廠至台南安平工業區之現址，為臺灣本土第一家自動化肉品加工廠。
2002 年	代理進口美國 JOHNSONVILLE 香腸和 VOLPI 義式沙拉米，並建立「德意廚房 BOLKER STREET」西式肉品品牌，專營純正風味的歐式肉品。
2009 年	12 月正式更名為「黑橋牌企業股份有限公司」。
2011 年	創立「腸腸抱抱」餐飲事業，保留傳統大腸包小腸美味，並提供更優質的品質保證。
2012 年	觀光工廠-黑橋牌香腸博物館成立於安平工業區現址擴建工廠達 5000 坪，致力肉品加工產業教育與傳遞原產美食之文化深耕。

表 2-1

(二)黑橋牌觀光工廠之園區介紹



圖 2-1 世界香腸的分類



圖 2-2 世界香腸的分類語音解說



圖 2-3 德國進口充填機



圖 2-4 文輝的灶腳

參●結論

一、研究方法

本研究採用問卷調查法。問卷調查法方面，則依據文獻整理出的相關資料，研究出問卷的題目與格式，再向遊客發放問卷。經討論後，準備 100 份的問卷，再以 Excel 來對照問卷做統計的動作，最後以圖表統計出數據以方便資料彙整，依照統計結果總結結論及提供改善意見做服務品質的參考。

二、遊客分析

本研究主要目的在於了解顧客對黑橋牌觀光工廠之服務品質的滿意度分析，探討遊客對觀光工廠之認知及體驗後之滿意度，本研究依據結果與發現加以彙整說明，進而提出研究結果與具體之相關建議。

- (一)本次問卷調查性別以（女性）為主
- (二)本次問卷調查年齡以（20 歲以下）為主
- (三)本次問卷調查學歷以（高中職）為主
- (四)本次問卷調查職業以（服務業）為主
- (五)本次問卷調查居住地區以（南部）為主
- (六)本次問卷調查收入以（10,000 元）為主
- (七)本次問卷調查來訪次數以（第一次）為主
- (八)本次問卷調查同行之同伴以（家人、親戚）為主
- (九)本次問卷調查前往觀光工廠方式以（騎機車）為主
- (十)本次問卷調查得知觀光工廠方式以（電視媒體）為主
- (十一)本次問卷調查參觀之主要原因以（休閒娛樂）為主
- (十二)本次問卷調查觀光工廠之吸引處以（產品展示中心）為主
- (十三)本次問卷調查是否再度光臨以（是）為主

三、體驗行銷滿意度分析

- (一)觀光工廠內製作參與動線規劃是否合宜：

此調查感到不同意佔了 1%，非常不同意佔了 2%，因體驗人數過多，導致空間不足，服務人員未能及時妥善安排。

- (二)觀光工廠製作環境是否乾淨

此調查感到不滿意佔了 4%，非常不同意佔了 1%，清潔方面要多加

強，工作人員也應多維護環境。

(三)觀光工廠員工能夠及時有效的解決遊客的需求

此調查不同意佔了 2%，非常不同意佔了 2%，雖然大致上能夠及時的解決遊客的需求，但在多人忙碌時還是會疏忽了一些遊客的需求。

(四)觀光工廠整體具有特色

此調查不同意佔了 2%，非常不同意佔了 1%，雖多數人認為觀光工廠整體具有特色但展示內容相同不具有多變性，體驗活動也未有多樣化，使遊客覺得其特色不足。

(五)是否願意重遊本觀光工廠

此調查不同意佔了 11%，雖然多數人願意在重遊黑橋牌觀光工廠，但如果交通能夠更便利、館內內容能夠在更豐富，會吸引更多人願意重由黑橋牌觀光工廠。

四、整體建議

(一)整體環境需多注意，加強細節部份的清潔。

(二)需更加注意遊客需求，服務人員應及時處理問題。

(三)可以增設更多的實境模擬區和體驗遊戲區會使觀光工廠整體更具有特色。

肆●引註資料

黃國正(2013)-應用 IPA 法分析觀光工廠 DIY 活動體驗及服務場景—以興隆毛巾觀光工廠為例

巫弘堯(2013)-觀光工廠遊客體驗行銷、服務品質、顧客滿意度與忠誠度關係之研究

林若慧，陳永賓(2004)-博物館服務品質對觀眾忠誠度之影響研究：以鶯歌陶瓷博物館為例

蕭志同，廖宛瑜，陳建文(2008)-博物館服務品質，認知價值，滿意度，忠誠度關係之研究：以國立自然科學博物館為例

蕭惠勻(2008)-遊客對休閒農場功能認知與體驗效益之關係－以飛牛牧場為例

林穎姣(2012)-觀光工廠之五感體驗規劃探討－以源順觀光工廠為例

游絲旋，林琦凡，呂蕙如，陳季玄，吳仕俠(2010)-遊客旅遊動機與滿意度關係之研究－以基隆地區為例

潘季珍(2008)-遊客對產業觀光認知與遊憩體驗偏好關係之研究－以金良興磚雕文化觀光工廠為例

盧建昇(2010)-服務品質、滿意度與忠誠度之相關性研究－以雲林古坑蜜蜂故事館為例

蕭志同，廖宛瑜，陳建文(2006)-博物館服務品質、認知價值、滿意度、忠誠度關係之研究：以國立自然科學博物館為例

陳毓欣，劉芝吟，王碧雲(2011)-觀光工廠體驗行銷之研究：以台南家具產業博物館為例