

國立金門技術學院 99 學年度第 1 學期四技日間部轉學考試參考答案

系別／年級：觀光管理系三年級

科 目：觀光行銷學

一、單一選擇題：60 %

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	B	B	A	C	C	A	B	B	D

二、問答題：40 %

1.請說明行銷觀念 (marketing concept) 與銷售觀念 (sales concept) 有何差異？

所謂行銷觀念就是引導一個組織團體，確定其對象市場（係指組織團體精心選定的顧客群並計畫滿足其需求者）的慾望和需求，並提供較其競爭對手更具效率的服務以滿足之，且能準確達成組織預定目標，照顧一般大眾利益的經營理念。

而行銷觀念重視買方需求，以顧客的需求和慾望為導向，藉行銷整合達成組織目標、滿足顧客、回饋大眾，而銷售觀念大都只重視賣方的需要，以賣方的產品為導向，進行銷售推廣任務、銷售利潤與銷售量。

2. 請詳述觀光市場區隔化的變數有那七大類？

第一，人口統計變數 (demographic variables) :包括：年齡、性別、家庭人數、所得、職業、教育程度、宗教信仰、種族、國籍、家庭生命週期等等。

第二、地理變數 (geographic variables) :包括：洲、國家、區域、城市、人口密度、氣候等等。

第三、心理統計變數 (psychographic variable) :包括：生活型態、性格特徵、對產品之概念或知覺、態度、社會階級等。

第四、行為變數 (behavioral variable) :包括：購買次數、購買者狀態、品牌忠誠度、購買時機、購買準備階段等。

第五、旅遊目的變數 (purpose of trip) : 包括：商務旅遊者、會議旅遊者、非商務旅遊者如渡假、探訪親友等。

第六、旅遊習慣和偏好：包括所使用之交通工具、旅遊安排、付款方式、旅遊季節等。

第七、個人或團體旅遊：包括外國的散客 (foreign independent travelers, FIT)、國內的散客 (domestic independent travelers, DIT)、團體全備式遊程 (group inclusive tour, GIT)、遊學團 (study tours)、獎勵性旅遊 (incentive travel) 等。

3. 何謂「行銷組合」4P 策略？

係將各項可按行銷變數如產品、價格、通路、推廣等，統合成一組變數群，企業藉以達成在對象是場所要達成之目標，在行銷組合的變數有很多，但通常都將歸納成所謂 4P：產品 (product)、價格 (price)、通路 (place)、推廣 (promotion) 等四項變數組合，究竟哪種變項組合才是適合企業所選定的對象，這需要加以分析，同時還要看對手的競爭態勢，以及企業組織本身條件等，來訂定行銷策略組合。

4、要獲得正確的市場資訊，必須仰賴行銷研究，請描述行銷研究的範圍？

行銷研究的範圍包括所有有關顧客、競爭者、公司本身及行銷環境的資訊，舉凡目標顧客的特性、大小、需求，其對公司的認知、對競爭者的認知，及敵我品牌所處的地位、市場佔有率、定價政策、產品線、產品類型、促銷推廣策略、行銷通路及影響公司發展的個體環境（如公司內部各部門、供應商、金融中介機構、大眾媒體）與整體環境（經濟環境、自然環境、科技環境、政治、法律、社會、文化環境）之變動情形，皆是行銷研究的範圍。