

民營遊樂區之行銷策略探討

謝勝富、胡哲生

E-mail: 8301265@mail.dyu.edu.tw

摘要

由於國民所得大幅增加，都市化程度加劇，及新台幣大幅升值等因素，促使國人開始重視國內休閒活動，而遊樂區正是國人日常例假日的最佳去處。然而在先天不足、後天失調的環境下，使得遊樂產業面臨法令不足、資源取得不易、及經營管理不善等問題，因此想要成本研究以全國民營遊樂區為研究對象，利用問卷來蒐集相關資料，以利後續分析。根據資料分析結果顯示如下：一、在行銷策略方面，經由卡方檢定的結果發現：區在核心產品、設施更新依據來源、產品領導選擇、人員推銷管道、及通路來源方面傾向於存在不同的看法。奕鷗犒C樂區在核心產品、及人員推銷管道、方面傾向於存在不同的看法。犒C樂區在核心產品、產品領導地位、廣告媒體 P 管道、及通路來源方面傾向於存在不同的看法。二、在經營遊樂區的重要因素方面，經由因素分析的結果歸納出七個 B 產品組合、遊樂區的形象、區位的接近性、經營管理、推廣因素、及外部環境等因素。 @ 的研究，對政府、及業者提出一套『顧客滿意、同仁樂意、公司得意』的建議，以利於未來我國遊樂產業的發展。

關鍵詞：遊樂區；遊樂；遊樂區型態；行銷策略

目錄

0

參考文獻

0