

休閒遊憩產業行銷學習選擇與服務屬性差異之競爭分析

李堯賢, 孔秀琴, 孫英峰

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

摘要

本文利用三階段賽局分析在同一觀光景點上經營休閒遊憩的業者，是否有誘因學習競爭對手的行銷策略？再者，業者所具有的景點獨特性是否也會影響其行銷努力水準的決定以及學習競爭對手的行銷策略。我們分別從非合作賽局與合作賽局討論業者間行銷努力，學習選擇，以及遊憩服務價格的決定。我們得到在合作賽局下，業者會選擇不從事行銷努力，但是會充分學習合作夥伴的行銷努力策略。

關鍵字：三階段賽局、休閒遊憩產業、行銷策略、學習選擇