

台灣休閒產業之企業行銷研究影響價格制定因素

王麗幸, 黃聖斐, 謝漢柔, 徐鈺仙, 吳怡秀

餐旅管理學系

觀光學院

doris@chu.edu.tw

摘要

價格制定在行銷活動中涉及價值的交換，而價格用來表示為爭取某項有價值的產品，消費者所必須支付的金額。在服務業中顧客願意支付之價格，反映企業主要利潤來源。本文由績效評估的觀點著手，以休閒型渡假飯店為主要研究對象，探討飯店經營的關鍵成功因素與行銷策略的因應。藉由多準則決策方法(Multiple Criteria Decision Making Method)找出顧客滿意度、企業品牌形象、關鍵因素與價格間的關聯。本文採用多準則決策方法：資料包絡法(Data Envelopment Analysis; DEA)，藉由三階段DEA 方法評量各階段中的效率值及改善量，提供業者對飯店經營之改善依據。在DEA 模式中，第一階段為評量休閒型渡假飯店基本投入、顧客滿意度與企業形象間之效率；第二階段為評量顧客滿意度、企業形象與價格間之效率；最後為評量企業基本投入與價格間之效率。綜合此三階段之評估，將可提供飯店業者在制定價格時，提昇經營效率之改善依據。

關鍵字：：價格制定、休閒型渡假飯店、資料包絡法(Data Envelopment Analysis; DEA)、