

## 2. 行銷環境

授課老師：林玉華





# 教學大綱

- 前言：影響有多大？
- 行銷環境的意義與重要性
- 行銷個體環境
- 行銷總體環境
- 行銷環境的掃描、評估與因應

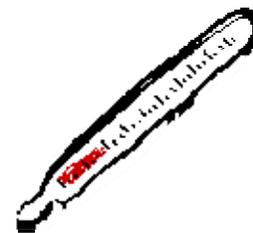




## 前言：影響有多大？

### ■ 根據統一超商的統計：

- 氣溫在20到25度C之間，每增加1度，當日涼麵的銷售就成長10%；
- 氣溫在25度C之後，每增加1度，當日涼麵的銷售就成長15%。





## 前言：影響有多大？

### ■ 全家便利商店的颱風財（2005.7海棠颱風為例）

- 泡麵銷量比平日多 30 %
- 便當、麵包比平日多 50 %
- 電池比平日多 50 %
- 零食、餅乾比平日多 100 %





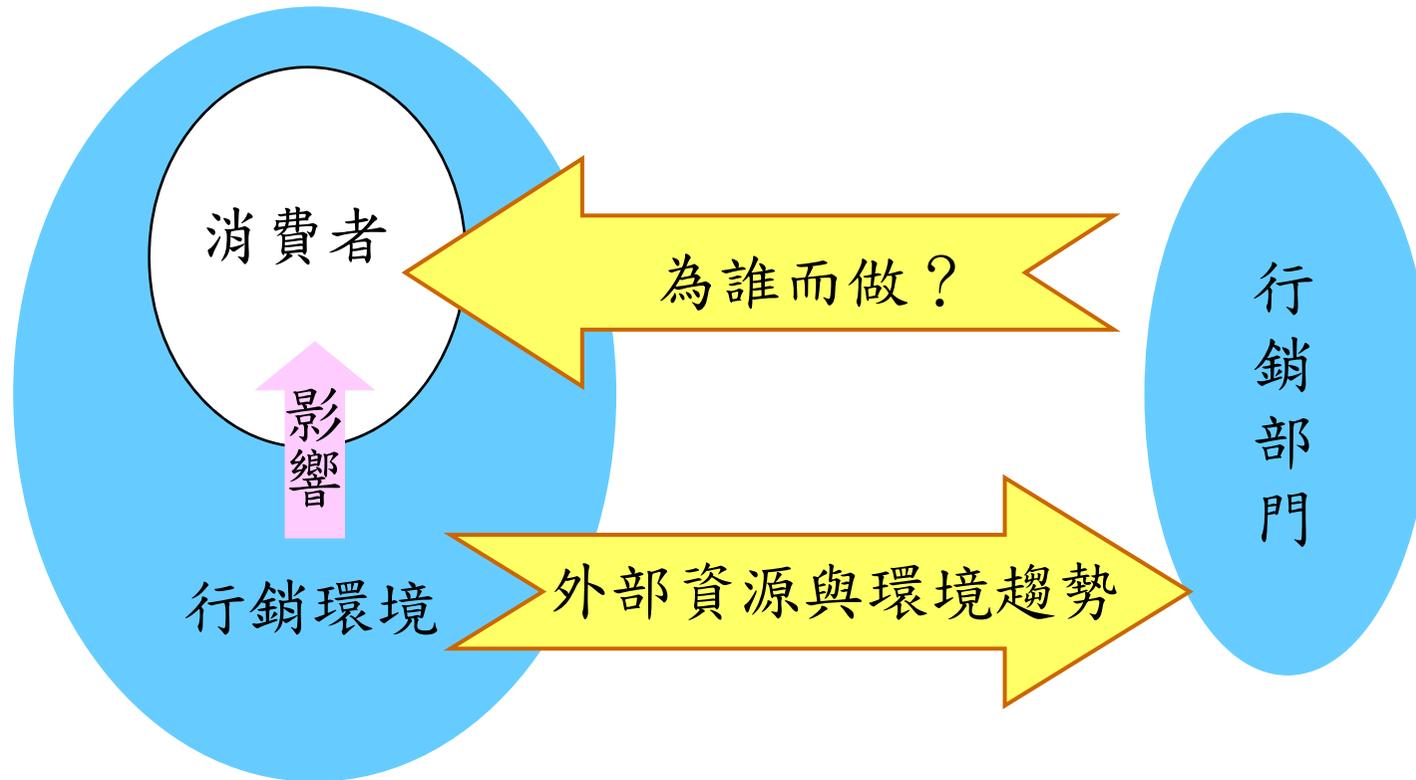
## 前言：影響有多大？

環境中任何風吹草動，  
對企業商機與行銷管理都有重要的意義。



# 一、行銷環境的意義與重要性 1/9

行銷部門和外界的互動密切，why?

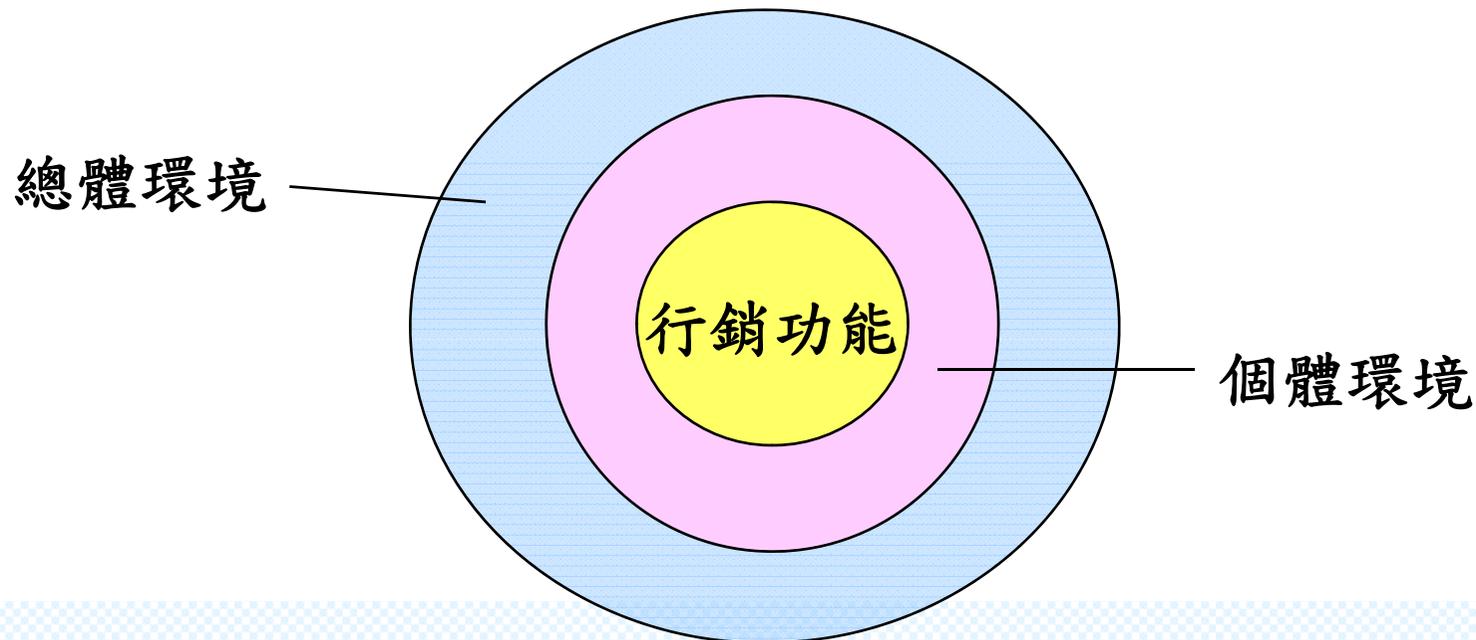


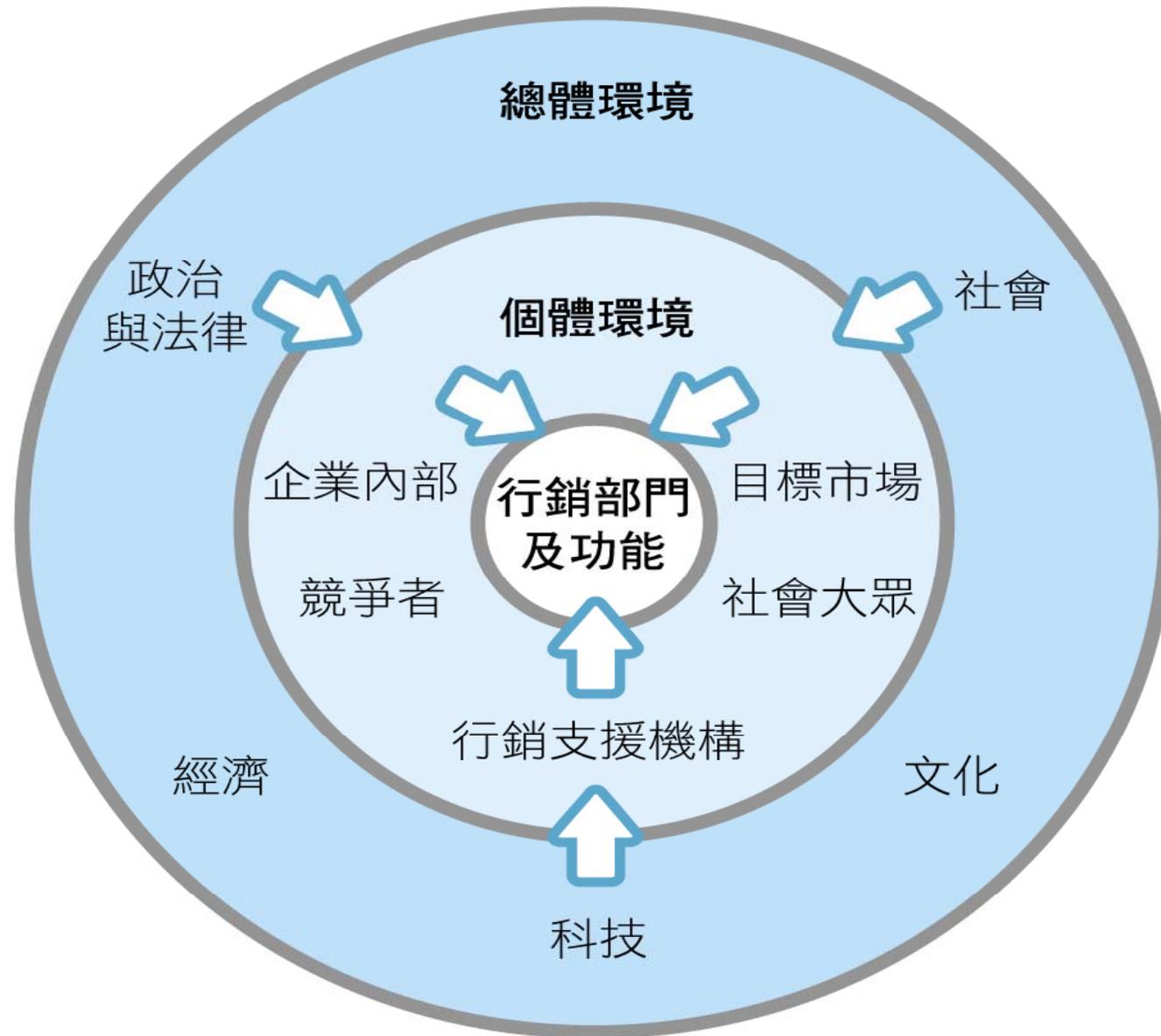


## 一、行銷環境的意義與重要性<sup>2/9</sup>

### ■ 行銷環境(marketing environment)

- 行銷部門或功能之外的、對市場或行銷活動有影響的因素，可分為個體和總體環境。





↑ 圖2-1 行銷環境因素



## 一、行銷環境的意義與重要性<sup>3/9</sup>

### ■ 行銷環境的衝擊

#### ■ 帶來機會與挑戰

- 是機會或挑戰，有時因視野及角度而異





# 一、行銷環境的意義與重要性<sup>4/9</sup>

是機會或挑戰，有時因視野及角度而異

新加坡在哪？





## 一、行銷環境的意義與重要性 5/9

是機會或挑戰，有時因視野及角度而異

想想新加坡在發展觀光上，有哪些環境挑戰？

國家小：面積約2.5個台北市



沒有歷史資產、名勝古蹟

缺乏壯闊的自然景觀

沒有春夏秋冬，一年皆夏



## 一、行銷環境的意義與重要性 6/9

是機會或挑戰，有時因視野及角度而異

1972年，新加坡旅遊局向總理李光耀報告：  
我們不像埃及有金字塔、不像中國有長城、  
不像日本有富士山、不像夏威夷有超高的海浪。  
我們除了一年四季的陽光，什麼名勝古蹟都沒有。  
要發展旅遊業，實在是巧婦難為無米之炊。



李光耀看了報告，非常氣憤，在報告上批：

你想讓上帝給我們多少東西？陽光！陽光就夠了！



## 一、行銷環境的意義與重要性<sup>7/9</sup>

是機會或挑戰，有時因視野及角度而異

2006年，新加坡有970萬觀光客  
(台灣接近352萬，僅新加坡36.2%)，  
觀光收益120億美元

新加坡怎麼利用環境的機會？



## 一、行銷環境的意義與重要性 8/9

是機會或挑戰，有時因視野及角度而異

利用英語優勢，  
發展為會展城市



以充足陽光吸引喜歡  
陽光的歐美旅客，並  
進口白沙打造聖陶沙

善用多元文化發展  
美食、購物觀光

以嚴格的法規讓  
觀光客享有良好  
治安、乾淨市容



## 一、行銷環境的意義與重要性<sup>9/9</sup>

### ■ 妥當因應行銷環境有何好處？

- 掌握消費者需求，發展合適的產品
- 更新產品原料與技術，降低成本、提高品質
- 較具競爭優勢
- 有助行銷人員與組織的活力與智慧
- 提昇企業形象



## 二、行銷個體環境<sup>1/4</sup>

### ■ 行銷個體環境(microenvironment)

#### ■ 和行銷部門及活動有直接關係的因素

- 社會大眾
- 競爭者
- 行銷支援機構：銀行、廣告公司、物流機構等
- 目標市場
- 企業內部：組織文化、領導等



## 二、行銷個體環境<sup>2/4</sup>

### ■ 行銷個體環境(microenvironment)

■ 和行銷部門及活動有直接關係的因素



例：社會大眾

社區多人疑因輻射過高而患癌，因而群起反對在社區內設置手機基地台，對相關業者造成不利影響。



意義與重要性

個體環境

總體環境

行銷環境的掃瞄、評估、因應

苦勞網<sup>2.0</sup> 運動的媒體 媒體的運動

信用卡及郵局捐款授權書

單

首頁

2007/10/23 工商時報

五崧、驛洲勞資爭議 管理局：有替代方案

華? TVBS 新聞台

新竹 罷工員工

美國 32.37  
元賣 32.38

12:39 五崧捷運罷工 竹科"警"張一小時

型廣告，謎底揭曉，原來是一名男子向

例：行銷支援機構

五崧、驛洲是竹科最重要的兩家運輸公司，營運狀況影響竹科廠商的物流效率。



## 二、行銷個體環境<sup>4/4</sup>

### ■ 行銷個體環境(microenvironment)

#### ■ 和行銷部門及活動有直接關係的因素

例：企業內部



台灣流通業教父7-Eleven總經理徐重仁時常親力親為站上前線主持行銷活動，既有媒體效果又能激勵員工士氣。



## 三、行銷總體環境<sup>1/14</sup>

### ■ 行銷總體環境(macroenvironment)

- 影響層面較廣大深遠、較難控制的力量
- 不但影響許多企業，也會影響個體環境



意義與重要性

個體環境

總體環境

行銷環境的掃描、評估、因應



### 三、行銷總體環境<sup>2/14</sup>

# 安全衛生通報

95.06.15

# 注意!

## 公部門及學校餐廳禁用免洗餐具

環保署95年6月9日公告，政府部門及公私立學校的餐廳將禁止使用各類免洗餐具，包括免洗筷、湯匙、刀、叉、攪拌棒等「一次性」的免洗餐具。

如不可以去餐廳內使用，違規使用者將被處以罰鍰。且不可處



## 三、行銷總體環境<sup>3/14</sup>

### ■ 行銷總體環境

#### ■ 經濟環境

- 經濟政策
- 經濟景氣與通貨膨脹
- 家庭所得
- 國際經濟與匯率



### 三、行銷總體環境<sup>4/14</sup>

↓表2-4 歷年台灣家庭可支配所得與消費支出形態

年別	平均每戶可支配 所得 (元)	食品飲料及菸草 佔總支出 (%)	醫療保健佔 總支出 (%)	運輸交通及通訊 佔總支出 (%)	娛樂文教佔 總支出 (%)
1994年	- 769,755	+ 26.1	- 8.5	- 9.9	13.5
1995年	811,338	25.5	10.4	10.0	13.1
1996年	826,378	26.1	9.8	10.2	13.0
1997年	863,427	25.7	10.0	10.4	13.1
1998年	873,175	25.8	10.3	10.6	12.8
1999年	889,053	25.1	11.0	11.1	13.0
2000年	891,445	24.2	11.1	11.4	13.5
2001年	868,151	24.3	11.5	11.7	13.3
2002年	+ 875,919	- 24.0	+ 12.3	+ 12.2	13.5
2003年	- 881,662	- 24.0	+ 12.7	+ 12.1	13.1

恩格爾法則：

家庭所得增加，食物支出比率減少，醫療、運輸、娛樂等比率增加。

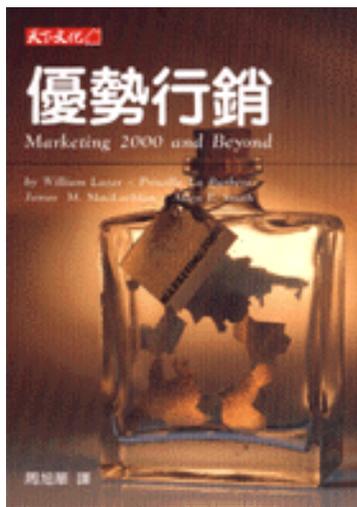


## 三、行銷總體環境<sup>5/14</sup>

### ■ 行銷總體環境

#### ■ 科技環境

#### ■ 科學技術



在所有影響行銷未來的外部因素中，  
科技因素可能發揮最大的影響力。

更多開發新產品的機會、創造全新的產業、  
不同的行銷方法、增進行銷效率與成果



## 三、行銷總體環境<sup>6/14</sup>

### ■ 行銷總體環境

#### ■ 科技環境

##### ■ 網際網路

網路能迅速傳送文字、影像、聲音等資料，加上上網的人口日增，對行銷的影響相當深遠

更迅速掌握新產品、競爭者、通路、消費者等資訊；  
強化顧客與中間商服務、開拓行銷通路

意義與重要性

個體環境

總體環境

行銷環境的掃瞄、評估、因應



## 三、行銷總體環境 7/14

The screenshot shows the Taishin Bank website's online banking interface. At the top, there is a navigation bar with the bank's logo and name, and links for 'Personal Finance', 'Corporate Finance', and 'SME Finance'. Below this is a red banner with the text 'Personal Finance Network' and the website URL 'My.taishinbank.com.tw'. To the right of the banner, there are promotional banners for 'Online Banking Convenience' and 'Insurance Best Offer'. The main content area is titled 'Online Banking Login' and features three input fields for 'ID Number', 'User ID', and 'User Password', along with 'Login' and 'Cancel' buttons. Below the login section, there is a 'Website Announcements' section with several news items, and a 'HOT NEWS' section. On the left side, there is a sidebar menu with links for 'Online Registration', 'Member Function Explanation', 'Online Banking Features', 'Online Banking Latest Offers', 'Online Banking Latest Functions', 'Security Secrets', and 'Newcomer's Guide'.

(來源：台新銀行網站)



## 三、行銷總體環境 8/14

### ■ 行銷總體環境

#### ■ 科技環境

##### ■ 網際網路

網路能迅速傳送文字、影像、聲音等資料，加上上網的人口日增，對行銷的影響相當深遠

更迅速的掌握新產品、競爭者、通路、消費者等資訊  
強化顧客與中間商服務、開拓行銷通路

意義與重要性

個體環境

總體環境

行銷環境的掃描、評估、因應



# 三、行銷總體環境 9/14



全球最大拍賣網站

[首頁](#) | [功能與服務](#) | [網站地圖](#) | [加入會員](#) | [登入](#) | [使用說明](#)

[去逛逛](#)

[搜尋](#)

[賣東西](#)

[我的eBay](#)

[社群](#)



免費加入會員

[新「棄標處理程序」](#)

[檢驗賣家「四部曲」](#)

關鍵字



搜尋

搜尋

台灣

全世界

[進階搜尋](#)

[免費刊登](#) / [如何下標](#)  
[賣家專區](#) / [購物保障](#)

[討論區](#)

[求助錦囊](#)



[一元起標無底價](#)



[愛心飾品搶標](#)  
[送你去看S.H.E](#)



[男錶大展](#)  
[不買可惜](#)



[數位相機](#)  
[推薦人氣款](#)



[盛夏旅遊趣](#)  
[玩樂一網打盡](#)



[淑女最愛涼鞋](#)  
[只要一元](#)



[一元起標](#)  
[迷你裙最火辣](#)



[樂高玩具](#)  
[給你開心天堂](#)

摘自 [www.tw.ebay.com](http://www.tw.ebay.com)



## 三、行銷總體環境<sup>10/14</sup>

### ■ 行銷總體環境

#### ■ 文化環境

- 文化與次文化
- 休閒方式
- 對自然與環保的看法



## 三、行銷總體環境<sup>11/14</sup>

### 反對動物實驗



**AGAINST**

**ANIMAL  
TESTING**

當美體小舖由企業家安妮塔羅迪克創立之初，我們始終反對動物測試化妝品。我們不但自己不做動物測試，而以其他科技方法代替，更對原料供應商嚴格審核控管，絕不採購經過動物測試的成份。

除此更積極透過活動宣導，呼籲化妝品工業、政府及消費者支持。由於美體小舖及其企業夥伴的努力，及英國與許多歐洲國家皆已立法禁止，用動物測試化妝品。THE BODY SHOP 也因此貢獻得到國際組織的榮譽認定。

（來源：美體小舖網站）



## 三、行銷總體環境<sup>12/14</sup>

### ■ 行銷總體環境

#### ■ 社會環境

- 人口成長與年齡結構
- 人口的地理分布
- 婚姻狀態與家庭結構
- 就業女性



## 三、行銷總體環境 13/14

### ■ 行銷總體環境

#### ■ 社會環境



甜甜圈運動會



<http://www.yohokidshotel.com.tw/home.html>



企鵝的新遊戲



## 三、行銷總體環境<sup>14/14</sup>

### ■ 行銷總體環境

#### ■ 社會環境

就業女性增加 → 女性可支配所得增加 → ?



許多針對女性的服務業興起，且競爭激烈。





## 四、環境掃描/評估/因應 1/4

掃描

評估

因應

### ■ 環境掃描 (environmental scanning)

#### ■ 不定期掃描

- 事件發生後才蒐集環境資料

#### ■ 定期掃描

- 選定重要的環境因素，定期環境蒐集資料

#### ■ 連續掃描

- 不放過任何影響因素，大規模且詳細的蒐集資料



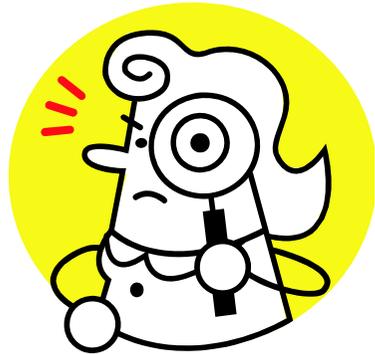
## 四、環境掃描/評估/因應 2/4

掃描

評估

因應

### ■ 評估方向



產生哪些機會或威脅？

可能性有多大？

衝擊有多大？

影響時機？



## 四、環境掃描/評估/因應 3/4

掃描

評估

因應

### ■ 評估工具：機會/威脅矩陣

#### 影響構面

環境因素	既有 目標市場	產品	價格	通路	推廣
<u>競爭者</u> • 主要對手應用奈米科技，發展~ • XYZ公司計畫引進歐洲技術~		- - -	-		
<u>文化環境</u> • 哈韓哈日的現象越來越普遍~ • 年輕人越來越追求獨立自主~	+++	+			

+ 機會； - 威脅



## 四、環境掃瞄/評估/因應 4/4

掃瞄

評估

因應

### ■ 企業因應方式

#### ■ 被動反應 (reactive)

- 事情發生之後才採取必要的因應
- 如：食品發生問題後才緊急回收

#### ■ 主動出擊 (proactive)

- 事情發生之前，先採取行動爭取機會或降低威脅
- 如：食品公司主動對衛生與品管採超高標準