

遊客生活型態，遊憩活動專屬性，與遊憩時間

李堯賢, 陳煌儒, 楊琮泰, 孔秀琴, 楊沛鈺

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

摘要

本文探討遊客生活型態，遊憩活動專屬性與遊憩時間對遊客之旅遊福利與廠商所提供休閒遊憩活動之影響效果。我們得到在兩家廠商皆提供或僅一家廠商提供遊憩活動時，遊客生活型態(或人口參數)，遊憩活動專屬性程度以及遊客遊憩時間三者的變動都會對遊客的遊憩活動選擇，廠商的市場佔有率以及遊客可選擇的遊憩活動總數和其福利水準產生不同的影響效果。我們發現，廠商提供具有專屬性的遊憩活動未必對其有利，因為考量遊客的遊憩時間與其生活型態後，廠商其實只要提供異質的基本遊憩服務設施，再利用競爭對手廠商提供具有專屬性的遊憩活動後，其市場佔有率反而會增加。換言之，廠商雖然不提供遊憩活動，但仍可因其他廠商遊憩活動專屬性(或吸引力)的提高而獲利。這隱含在考慮遊客的遊憩時間後，廠商在特定風景區內的經營型態是可以藉由差異化遊憩服務而獲利。

關鍵字：遊客生活型態；遊憩活動專屬性；人口參數；遊憩時間