

# 頂級服務與平價服務之價格決策分析：以觀光旅館業者為例

李堯賢, 楊琮泰, 孔秀琴

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

## 摘要

在觀光旅館業的經營環境中，業者所推出的頂級服務(High-class Service)常常會被競爭對手所模仿或者跟進，導致業者的頂級服務業績無法達到預期的成效。更有甚者，在目前的經濟環境下，平價服務(Middle-class Service)似乎成為一股風潮，使得提供頂級品味服務的業者腹背受敵。在這種情況下，提供頂級服務的業者要如何決定其品味服務之價位，才能在頂級市場中站穩利基市場，而且又能在平價服務的威脅下，不致於流失顧客？

本文的研究目的乃在探討提供頂級服務的業者在頂級市場提升其品味服務，而且同時又提供平價服務與平價業者競爭，如此的經營策略可否能帶給業者更多的利基？換言之，業者同時提供頂級品味服務與平價服務是否會比只提供一種頂級品味服務來得更有利？本文利用賽局理論來分析業者的競爭策略思維，我們可以探究業者如何在頂級與平價市場中分配其努力資源，使其品味形象在兩個市場都可以提升，進而增加其營業利益。

關鍵字：頂級服務；平價服務；模仿與跟進，賽局理論，觀光旅館業