

價格競爭，共同套裝旅遊與遊客度假生活型態

賀力行, 李堯賢, 楊琮泰

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

摘要

本文考量遊客的度假生活型態以及廠商景點設施的專屬環境舒適性並利用無削價均衡觀念，分析廠商實施共同套裝旅遊的策略聯盟對廠商景點設施的定價與利潤水準，遊客旅遊效用以及對社會福利的影響效果。廠商無論有無參與共同套裝旅遊路線的策略聯盟，其間的價格競爭與利潤水準皆會受到遊客度假生活型態屬性傾向強度的影響。而遊客人數的增加是否會影響廠商間的價格競爭，也需視遊客度假生活型態屬性傾向強度而定。從整體社會福利觀點而言，在遊客對廠商景點設施所專屬環境舒適性的總合評價相對較高或充分高的情況下，實施共同套裝旅遊的策略聯盟才會具有經濟效率。

關鍵字：共同套裝旅遊，無削價均衡，轉換成本，景點專屬環境舒適性