

分時度假定價策略之探討

張靖, 李堯賢, 謝炳融

運輸科技與物流管理學系

管理學院

ching@chu.edu.tw

摘要

本研究應用產業經濟學的理论，分析業者提供分時度假策略（Time Share）的價格決策。首先，我們考量分時度假的特性，探討業者實施會員制與非會員制兩種策略對業者的定價與利潤水準，消費者旅遊效用的影響效果。其次，加入會員年限條件，分析業者提供會員制與非會員制兩種策略時給予年限條件的限制(Hassle)對業者價格制定以及消費者選擇行為的影響效果。本研究將藉由國內外文獻評析，瞭解分時度假產業的發展現況，並配合產業經濟學的理论概念，結合業者與消費者相互作用的決策行為並給予量化，建構其理論模式，嘗試加入會員綁約年限的限制條件進行深入分析，以呈現分時度假策略的意涵。研究發現均衡價格是由消費者平均價值所決定，而均衡會員年限則是與平均價值、價值的變異程度相關。所以業者可以利用此特性瞭解消費者目標市場，制定最佳定價與會員年限。

關鍵字：分時度假、定價策略、賽局理論、綁約年限