

躉售旅行業之策略類型對通路關係之影響

曹勝雄* 陳姿君* 林若慧**

(收件日期：92 年 4 月 4 日；接受日期：92 年 8 月 13 日)

【摘要】本文是首篇整合策略類型與通路關係之研究，旨在探討躉售旅行業者之策略類型對其通路關係之影響。首先依據文獻建構旅行業策略類型、通路管理、關係行為與關係承諾等變數之間的因果模式，並且提出研究假設，其次調查台北市 273 家零售旅行社之經理人，再以線性結構關係模式(LISREL)進行實證分析。研究結果顯示，採用成本領導策略之躉售旅行業者較不傾向於契約規範，但仍運用協調與支援等通路管理方式；而採用差異化策略之業者則傾向於契約規範、協調與支援等通路管理方式；另外，採用集中化策略之業者亦運用各種通路管理機制來維繫通路關係。文中亦發現躉售商採用不同的通路管理方式確實會影響旅行業之間的關係行為；而不同的關係行為亦會影響零售商的關係承諾。本研究驗證了躉售旅行業者之策略類型對其通路關係之影響的理論架構，期望研究發現能提供躉售商制定策略之參考，並協助業者研擬適當的通路管理機制以及發展有效之關係行為，俾建立旅行業者之間長遠的夥伴關係。

【關鍵字】旅行業、策略類型、通路關係

* 中國文化大學觀光事業研究所

Graduate School of Tourism Management, Chinese Culture University.

** 銘傳大學管理科學研究所

Graduate Institute of Management Science, Ming Chuang University.