

台灣基層醫事檢驗業經營環境分析與對策之研究

吳進興、劉原超、唐啟發

E-mail: 9022195@mail.dyu.edu.tw

摘要

基層醫事檢驗產業是醫療保健服務業中重要的一個環節，與民眾的健康息息相關，在整個醫療保健過程中，醫檢業者憑藉著專業技術與高精密度的儀器，提供正確之檢驗結果，作為民眾及醫師在預防保健與診斷治療上的參考指標。近年來受社會文化、醫療環境與健保制度的影響，導致基層醫事檢驗產業的經營遭逢莫大的衝擊和挑戰，讓業者必須審慎考慮，經營模式的改變及如何轉型為現代化企業經營體系，以提昇企業的競爭力。本研究針對整個基層醫事檢驗產業的經營環境加以分析，而採用文獻探討及資深業界專家深度訪談的方式，藉由文獻資料與業界專家所提供的寶貴意見，經過整理分析後，期能發展出另一個經營模式，並配合業界所面臨的問題，歸納出相對優勢之經營要素，提供業界擬定對策時的參考。本研究萃取出之基層醫事檢驗產業關鍵成功因素，依其重要性排序分別如下：1. 建立市場區隔 2. 行銷能力 3. 提昇品質能力 4. 顧客服務能力 5. 經濟規模達成與否

關鍵詞：關鍵成功因素，醫事檢驗

目錄

第一章 緒論--P1 第一節 研究背景與動機--P1 第二節 研究問題--P2 第三節 研究目的--P4 第四節 研究流程--P5 第五節 研究預期與貢獻--P6 第二章 文獻探討--P7 第一節 經營策略--P7 第二節 競爭優勢--P23 第三節 關鍵成功因素--P28 第四節 策略聯盟--P42 第五節 企業電子化--P54 第三章 研究設計--P65 第一節 研究架構--P73 第二節 研究方法--P74 第三節 研究對象--P74 第四節 研究範圍--P75 第四章 研究分析--P76 第一節 總體環境--P76 第二節 產業環境--P85 第三節 產業特性--P88 第四節 產業面臨的問題--P90 第五節 產業競爭概況與優劣勢分析--P92 第六節 產業關鍵成功因素--P95 第五章 結論與建議--P98 第一節 結論--P98 第二節 建議--P99 參考文獻--P102 附錄--P106

參考文獻

中文文獻 1.小知堂編譯組譯，譯自CRAIG，J. C. R. M. GRANT (1994)，策略管理(初版)，小知堂出版社，台北，頁15，民國83年。2.大前研一著，黃宏義譯，策略家的智慧，長河出版社，台北，頁49、77、100、84~103，民國76年7月。3.日本經營者團體聯盟著，江金龍譯，中小企業致勝秘訣(上)，經濟部國際貿易局，台北，頁10、頁76~77，民國81年。4.司徒達賢，策略管理，遠流出版社，台北，頁11~15、頁19~24、頁32~41，民國84年。5.司徒達賢，「國內現行策略聯盟的模式」，經濟部中小企業處編印，中小企業策略聯盟彙編，民國81年4月。6.吳思華，產業政策與企業政策，中華經濟企業研究所，台北，頁89，民國77年。7.吳青松，「國際策略聯盟與經營績效評估 - 美國電腦製造業實例」，1990年產業科技研究發展管理論文集，民國79年。8.呂鴻德，Q&A企業策略聯盟，商周文化事業股份有限公司出版，民國八十五年。9.李妙福，國內企業電子化發展關鍵成功因素之研究，碩士論文，國立台北大學企業管理學系，民國89年。10.汪林祥，台灣連鎖便利商店經營策略之研究，碩士論文，大葉大學事業經營研究所，民國89年。11.洪順慶、王又鵬，「我國企業國際行銷策略聯盟之研究」，行政院國家科學委員會專題研究計劃，民國84年。12.黃俊英，行銷研究，第六版，台北，華泰書局，民國88年。13.陳厚銘、林昱君、陳義清，「台灣企業策略聯盟發展之研究」，產業經濟，第209期，民國87年。14.黃孝寬，「推動企業策略聯盟擴大開發國際市場」，華商經貿，民國82年。15.許正昇，我國製藥產業經營策略之研究，碩士論文，國立成功大學企業管理研究所，民國89年。16.黃營杉，企業政策，國立空中大學用書，頁96、143、145，民國79年。17.楊雯苓，國內行銷策略聯盟模式之探討，碩士論文，國立東華大學企業管理系，民國89年。18.黎嘉銘，全民健保成人健檢實施情形調查分析，碩士論文，國立台灣大學醫療管理研究所，民國89年。19.謝安田，企業經營策略，成龍圖書有限公司，台北，頁51、頁603~752，民國69年。英文文獻 1.AAKER, D. A., STRATEGIC MARKET MANAGEMENT, PP.70, 1984. 2.AAKER, D. A., STRATEGIC MARKET MANAGEMENT PP.27~35, 201~276, 1988. 3.ANSOFF, H. I., THE NEW CORPORATE STRATEGY. 3 RD ED., JOHN WILEY & SONS, INC., NEW YORK, P. 83, 1988. 4.ANSOFF, H. I., IMPLANTING STRATEGIC MANAGEMENT, PRENTICE-HALL INTERNATIONAL LTD, U. K., 1984. 5.ANSOFF, H. I., CORPORATE STRATEGY. MCGRAW-HILL BOOK CO., NEW YORK, P.104, 1965. 6.BLEEKE, JOEL & DAVID ERNST, "THE WAY TO WIN IN CROSS BORDER ALLIANCES", HARVARD BUSINESS REVIEW, 69(6), NOV/DEC, 12735, 1991 7.CHANDLER, A. D., STRATEGY AND STRUCTURE, 7 TH ED., CAMBRIDGE, MASS.: M. I. T. PRESS, P. 13, 1991. 8.HILL. W. L., AND G. R., JONES, STRATEGIC MANAGEMENT :AN INTEGRATED APPROACH, 4 RD ED. HOUGHTON MIFFLIN CO., BOSTON, 1998. 9.HOFER, C. W. AND D. SCHENDEL, STRATEGY FORMULATION :ANALYTICAL CONCEPT. WEAT PUBLISHIN -G, NEW YORK, 1978. 10.JAMES, B."ALLIANCES :THE NEW STRATEGIC FOCUS", LONG RANGE

PLANNING, 18(3):76-81,1985 11.KOTLER, P. , MARKETING MANAGEMENT :ANALYSIS PLANNING IMPLEMENTATION AND CONTROL, 8 TH ED., PRENTICE-HALL, INC.,NEW JERSEY, PP.76-79, PP.84, 1994. 12.KILLING, P."HOW TO MAKE A GLOBAL JOINT VENTURE WORK ",HARVARD BUSINESS REVIEW, MAY-JUNE , 120-127, 1983 13.LEWIS, J. D. , "USING ALLIANCES TO BUILD MARKET POWER ",PLANNING REVIEW, SEP/OCT, 4-8, 1990 14.LORANGE, P.& ROOS J., STRATEGIC ALLIANCE-FORMATION,IMPLEMENTATION AND EVOLUTION, MASSAC -HUSSETTS :BLACKWELL,1992 15.LYNCH, R. P. THE PRACTICAL GUIDE TO JONINT VENTURES AND VORPORATE ALLIANCE, JOHN WILEY & SON, 1990 16.MAGRATH, A."COLLABORATIVE MARKETING COMES OF AGE-AGAIN ",SALES & MARKETING MANAGEMENT, SEP.61-64, 1991 17.PETER F. DRUCKER,"MANAGEMENT :TASKS, RESPONSIBILITIES,PRACTICES ", NEW YORK :HARPER & ROW, P.64-65, 1973 18.PHILIP KOLTER & SIEW MENG LEONG & SWEE HOON ANG & CHIN TIONG PORTER, M. E. AND M. B. FULLER, COMPETITION IN GLOBAL INDUSTRIES,HARVARD BUSINESS SCHOOL, 1986 19.POTER, MICHAEL E. COMPETITIVE ADVANTAGE, THE FREE PRESS, NEW YORK, PP.12~16, PP.37, 1985. 20.SETH GODIN, PERMISSION MARKETING, 2000 21.TAN, MARKETING MANAGEMENT-AN ASIAN PERSPECTIVE, 1998 22.THODORE LEVITT,"MARKTING MYOPIA ", I HARVARD BUSINESS REVIEW, JULY-AUGUST, P. 45-56, 1960 23.TILLES, S., "HOW TO EVALUATE CORPORATE STRATEGY ", HARVARD BUSINESS REVIEW, P. 112, 1963. 24.VARADARAJAN, P. R."SYMBIOTIC MARKETING REVISITED ", JOURNAL OF MARKETING, JAN :7-17, 1986 25.VENKATRAMAN, N. & VASUDEVAN RAMAN JAM,"MEASUREMENT OF BUSINESS PERFORMANCE ON STRATEGY RESEARCH :A COMPARISUM OF APPROACHES,"ACADEMY OF MANAGEMENT REVIEW, VOL. 11,NO. 4, PP. 801-814, 1986.