

The Study of Taiwan Medical Organization Business Strategy in China - the case of Taiwan Show Chwan Hospital

黃瑞興、賴文魁、劉家駒

E-mail: 9302264@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Taiwan medical organization face the increasing change of industry environment ,government medical policy change and the impact of healthy care insurance system . Medical business environment change rapidly and the competition of medical organization has become violent . With the business profit become less and medical resource become full , the internationalization has been the trend of medical organization . China economic reform and open door policy from 1979 ,Especially in the city along the sea , we can see the develop of economic and people life improve . But the medical in China have not improve with the develop of economic. The medical resource in China not only less, but also not fair. And the medical service level is low. China medical environment give Taiwan medical organization the chance to invest in China because of the medical change cannot satisfied the people's need in high quality medical service China publish "China and Foreign joint venture, corporate medical organization management policy " in 2000.5.15. It attract Taiwan medical industry. Show Chwan Hospital is the first Taiwan Hospital who inspect in China. In Taiwan medical market, small hospital has exit of the medical market competition , middle and large hospital search for the new market in increasing profit and keep sustainable advantages. The strategy we choose is "Internationalization " . China is the biggest market with thirteen billion people ,and we think it's our target market to invest . However , China and Taiwan has been separate more than half century , unless language we can easy to communicate , others like thinking ,culture ,politic , economic and medical mechanism have huge different . And Taiwan medical organization invest in China may facing barriers and difficulties . In different mechanism between Taiwan and China , the research topic is " the research in Taiwan medical organization's business strategy in China city area " . Using the case of Taiwan Show - Chwan Hospital . By case study , we talk about " Skill Strategy" and "Innovation Service " to analysis Taiwan and China medical industry business situation . We offer the sample of business strategy planning in Taiwan medical organization invest in China. The result shows that Taiwan middle size medical organization facing the huge China market should use Joint Venture to gain " First mover advantages " , and build the economic of scale rapidly . By the develop of china economic , the differentiation of market need is increasing day by day . But we survey the situation of China medical market , people have need but no room to choose . If the differentiation Taiwan medical organization invest in china market , it not only offer the need , but also have competitive advantages . Sustainable corporate competitive advantages need distinctive capabilitiesand resource , the most important of all is build entry barriers . Entry the china medical market by Joint Venture is easy to gain the first mover advantages but having the risk of imitation . So , we need organization capabilities , like : corporate culture , knowledge resource has been formed middle and large medical organization use joint venture is suitable . Because organization capabilities need develop in the long time cannot be imitate in the short time ; to compare with other medical organization whose skill and equipment is easy to imitate , they are suitable in wholly owned .

Keywords : business strategy , medical industry , medical organization , China , competitive advantage

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iii
.....iv 英文摘要.....	ivvii 誌謝.....	vii
.....x 目錄.....	xxii 圖目錄.....	xii
.....xvii 表目錄.....	xviixix 第一章 緒論 1.1 研究背景.....	xix
.....1 1.2 研究動機.....	12 1.3 研究目的.....	2
.....4 1.4 章節架構.....	45 第二章 相關文獻探討 2.1 中國人口、社經、醫療概?分析.....	5
.....6 2.2 環境分析的意義.....	610 2.2.1 總體環境分析.....	10
.....11 2.2.1.1 中國總體環境分析.....	1112 2.2.1.2 鑽石理論.....	12
.....13 2.2.2 產業環境分析.....	1319 2.2.3 競爭環境分析.....	19
.....23 2.2.4 競爭力.....	2323 2.2.3.1 Porter五力分析模型.....	23
.....29 2.2.4.1競爭力之定義.....	2929 2.2.4.2競爭力之層級.....	29
.....32 2.2.4.3競爭力的構面與指標.....	3234 2.2.4.3.1 品質.....	34
.....35 2.2.4.3.2 創新.....	3537 2.2.4.3.3 顧客回應的定義.....	37
.....41 2.3 經營策略分析.....	4143 2.3.1策略的定義.....	43

.....43	2.3.2策略層級.....	47	2.3.3策略性決策.....	49
2.3.4	經營策略之形態.....	50	2.3.5經營策略的規劃與制定.....	51
.....52	2.4.1競爭優勢的意義.....	52	2.4.2競爭優勢的建立.....
.....53	2.4.2.1競爭優勢的衡量.....	56	2.4.3價值鏈.....	57
.....57	2.4.3.2 醫療產業價值鏈.....	59	2.5 企業資源基礎理論.....	61
.....61	2.5.1基礎觀點.....	61	2.5.2核心資源特性.....	62
.....64	2.5.4 醫療資源的定義.....	66	2.6 組織與功能政策.....
.....67	2.6.1組織的定義.....	67	2.6.1.1組織設計的定義.....	68
.....70	2.6.2功能政策.....	70	2.6.2.1企業功能的定義.....	70
方法	3.1 研究對象選擇.....	72	3.2 研究流程.....	74
研究	方法.....	76	3.4 研究架構.....	76
.....76	3.4.1 建立研究架構的目的.....	76	3.4.2 研究觀念架構.....	78
.....80	4.2 中國醫療總體環境.....	82	4.2.1 中國醫療產業政策與發展現況.....	82
.....82	4.3 秀傳醫院面臨的產業環境分析.....	89	4.4 中國秀傳醫院經營策略與競爭力分析.....
.....94	5.1 秀傳醫院實例探討.....	98	5.2 經營策略分析.....
.....102	5.2.1 經營策略型態.....	103	5.2.1.1 產品線廣度及特色.....	103
.....104	5.2.1.2 目標市場之區隔方式與選擇.....	104	5.2.1.3 垂直整合程度之取決.....	106
.....107	5.2.1.4 相對規模及規模經濟.....	106	5.2.1.5 地理涵蓋範圍.....	107
.....110	5.2.1.6 競爭武器.....	109	5.3 競爭力分析.....
.....110	5.3.1 品質.....	110	5.3.2 創新.....	112
.....114	5.3.3 顧客回應.....	114	5.4 資源與技術能力.....	119
.....119	5.4.1 資源能力.....	119	5.4.2 技術能力.....	119
.....120	5.4.3 組織與功能政策.....	120	5.5.1 組織管理.....	120
.....123	5.5.1.1組織文化.....	121	5.5.1.2組織設計.....
.....132	5.5.2 功能政策.....	131	5.5.2.1 生產(服務)策略.....	131
.....132	5.5.2.2 行銷策略.....	131	5.5.2.3 人事策略.....	139
.....141	5.5.2.3 人事策略.....	139	5.5.2.4 研發策略.....	141
.....141	5.5.2.5 財務策略.....	141	5.6 個案分析與命題推導.....	146
.....157	6.1 研究結論與發現.....	157	6.2 研究特色與貢獻.....	159
.....160	6.2 研究限制.....	160	6.3 研究限制與後續研究建議.....
.....161	6.3.1 研究限制.....	160	6.3.2 後續研究建議.....
.....177	參考文獻.....	163	附錄 附錄一.....
.....177	附錄二.....	181	圖目錄 圖 2.1-1 Porter 的鑽石模式的理論.....
.....14	圖 2.2-1 Porter五力分析模型.....	24	圖 2.2-2 競爭力概念圖.....
.....30	圖 2.2-3 競爭力構成.....	30	圖 2.2-4 競爭力與策略層級關係.....
.....33	圖 2.4-1 競爭優勢的一般性基石.....	54	圖 2.4-2 Porter企業價值鏈.....
.....58	圖 2.4-3 醫療產業價值鏈.....	59	圖 2.5-1 資源特性層次圖.....
.....63	圖 2.5-2 競爭優勢之來源—資源基礎觀點.....	65	圖 2.5-3 資源基礎取向的策略分析架構.....	66
.....79	圖 3.2-1 個案研究流程圖.....	75	圖 3.4-1 研究觀念架構圖.....
.....102	圖 4.4-1 秀傳醫院競爭力SWOT分析.....	97	圖 5.1-1 秀傳醫院組織系統.....
.....109	圖 5.2-1 秀傳醫院地理涵蓋範圍.....	108	圖 5.2-2 中國秀傳院區地理涵蓋範圍.....	109
.....126	圖 5.5-1 組織扁平化構念.....	123	圖 5.5-2 直線單位組織扁平化.....	126
.....128	圖 5.5-3 幕僚單位組織扁平化.....	127	圖 5.5-4 護理單位組織扁平化.....	128
.....154	圖 5.5-5 醫技單位組織扁平化.....	129	圖 5.6-1 學習型組織.....	154
.....8	表目錄 表 2.1-1 中國人口統計.....	7	表 2.1-2 中國社經背景.....	8
.....9	表 2.1-3 中國城市別--人均可支配收入.....	8	表 2.1-4 中國醫療衛生資源.....	9
.....9	表 2.1-5 中國醫療產業經營狀況.....	9	表 2.1-6 中國鄉鎮衛生站及經營狀況.....	9
.....42	表 2.2-1 創新的定義.....	38	表 2.2-2 創新種類與衡量指標.....	40
.....42	表 2.2-3 達成較佳顧客回應功能部門任務.....	表 2.3-1 策略的定義.....	45
.....47	表 2.3-2 策略層級理論.....	45	表 2.3-3 其他國內外學者對環境內涵及分類闡釋.....	50
.....53	表 2.4-1 競爭優勢的定義.....	53	表 2.4-2 各學者對競爭優勢衡量不同論點.....	56
.....58	表 2.4-3 一般產業價值鏈基本活動.....	58	表 2.4-4 醫療價值鏈基本活動.....	60
.....64	表 2.5-1 資源分類.....	64	表 2.6-1 組織設計的六個關鍵性問題.....	68
.....71	表 2.6-2 管理矩陣.....	68	表 4.1-1 主要國家醫療支出佔百分比.....	82
.....88	表 4.2-1 臺灣與中國醫療資源比較.....	82	表 5.3-1 顧客的需求對策.....	117
.....142	表 5.5-1 經費概算表.....	117	表 5.5-2 工程造價表.....	142
.....143	表 5.5-3 資金來源預估表.....	143		

REFERENCES

- 一、中文部份: 1.王國烜, (2001), 「企業創新策略、核心競爭力類型及其配適 對經營績效影響之研究-以海峽兩岸台商企業網路互賴觀點實證」, 私立中原大學企業管理學系碩士論文。 2.石川馨, (1982), 品質管理, 東京, 日本科學技術聯盟出版社。 3.司徒達賢, (1995), 資源基礎理論與企業競爭優勢關係之探討, 行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告。 4.司徒達賢, (1995), 策略管理, 台北:遠流出版公司。 5.司徒達賢, (2001), 策略管理新論-觀念架構與分析方法, 台北:智勝文化事業有限公司。 6.司徒達賢, (2003), 策略管理案例解析-觀念與實例, 台北, 智勝文化事業有限公司。 7.司徒達賢、李仁芳、吳思華?, (1985), 企業概論, 教育部空中大學教學委員會, P.528。 8.台灣區電機電子工業同業公會?, (2002), 「2002年中國大陸地區投資環境與風險調查」, 台北:商周編輯顧問股份有限公司。 9.余言吾, (2002.6.), 「揭開台商投資大陸的數字謎底」, 投資中國, 第100期, 42~75頁, 台北:實聯文化事業股份有限公司。 10.巫祥洪, (2001), 「我國平面顯示器廠商之競爭策略、競爭優勢與經營績效之研究-以驅動積體電路廠商為例」, 國立交通大學管理學院(管理科學學程)碩士班碩士論文。 11.李文雄, (2001), 策略管理-理論實務與診斷分析, 台北:全威圖書有限公司。 12.李再長譯, (1999), 組織理論與管理, (原?:Richard L. Daft), 台北:華泰文化事業股份有限公司。 13.李青芬、李雅婷、趙慕芬編譯, (1994), 組織行為學, (原? Stephen P. Robbins), 台北:華泰文化事業股份有限公司。 14.李秀恒, (2000), 21世紀中國市場, 香港:三聯書店。 15.李明軒、邱如美合譯, (1996), 國家競爭優勢, (原?:Porter), 台北:天下文化書局。 16.李明軒、邱如美合譯, (1999), 競爭優勢, (原?:Porter), 台北:天下文化書局。 17.李茂興譯, (2000), 行銷策略(原著Subhash C.Jain), 台北:揚智書局。 18.李清文, (2002), 「半導體晶圓製造廠商關鍵經營要素之研究 以新竹科學園區為例」, 國立交通大學管理學院(管理科學學程)碩士班碩士論文。 19.李國樑, (2001), 「技術策略、技術創新能力與創新管理之關係研究-以台灣生物科技產業為例」, 長榮管理學院經營管理研究所未出版碩士論文。 20.沈勝至, (1998), 「醫院服務品質之研究與比較-以醫學中心, 區域醫學中心與地區醫院案例分析」, 中原大學工業工程學系 碩士論文。 21.呂榮傑, (2002), 「加入WTO後, 兩岸大型醫療機構服務品質對行銷競爭力之影響研究」, 靜宜大學企業管理研究所 碩士論文。 22.周旭華譯, (1997), 競爭策略, (原?:Porter), 台北:天下文化書局。 23.周忠, (2002), 贏在中國WTO年代, 台北:靈活文化事業有限公司。 24.林俊良, (2002), WTO後的中國投資, 台北:商周出版社。 25.林信義, (2000), 「迎接WTO時代企業策略」, 兩岸經貿, 第89期。 26.林信義, (2000), 「從企業創新談政府再造」, 國立中央圖書館台灣分館館刊。 27.林素瑜, (1999), 組織學習與創新績效關係之研究, 靜宜大學企業管理研究所碩士論文。 28.吳思華, (1998.10), 「知識流通對產業創新的影響」, 第七屆 產業管理研討會論文集, 國立政治大學科技管理研究所, 頁 2-42。 29.吳思華, (1984), 「產業特質與企業經營策略關係之研究」, 國立政治大學企業管理研究所 博士論文。 30.吳思華, (2000), 策略九說, 台北:臉譜出版社。 31.吳照雲、彭潤中、鄭琴琴?, (2001), 欠發達地區產業競爭力分析, 北京:經濟管理出版社。 32.季惠生, (1998), 「企業競爭力衡量指標之研究-以製造業為例」, 中國文化大學國際企管研究所碩士論文。 33.尚榮安譯, (2001), 個案研究, (原?:Robert K. Yin), 台北:弘智文化事業股份有限公司。 34.施振榮, (2000), 「IO (Internet Organization) 聯網組織」, 台北:天下雜誌。 35.洪明洲, (1997), 管理-個案、理論、辨證, 台北:科技圖書股份有限公司。 36.洪崇雄, (1996), 「顧客對銀行期望服務品質之研究」。企銀季?, 第19卷, 第3期, 24~41頁。 37.范惟翔, (2000), 行銷與推廣-觀念暨個案分析, 台北:中油公司訓練所。 38.范惟翔, (2001), 「顧客知識管理, 市場導向與行銷績效之關係研究」, 國立中正大學企業管理研究所 博士論文。 39.高登第、李明軒譯, (2001), 競爭論, (原?:Porter), 台北:天下文化書局。 40.許士軍, (1987), 管理學, 第7版, 台北:東華書局。 41.許書銘, (2000), 「產業國際競爭力之發展及其影響因素分析-國家競爭力觀點」, 國立台灣大學商學研究所 博士論文。 42.郭文彬, (2001), 「公賣局啤酒資源條件競爭優勢個案分析-資源基礎理論之應用」, 國立交通大學經營管理研究所 碩士論文。 43.莊尚平, (2000), 「資源基礎理論下持久競爭優勢之整合性 架構初探」, 國立台灣科技大學工業管理系研究所 碩士論文。 44.陳明璋, (1982), 組織效能其決定因素關係之研究, 台北:政治大學學報, 45頁。 45.陳明璋, (1998), 「數位化時代的企業創新策略」, 貿易雜誌, 第13期, 台北市進出口商業同業公會出版。 46.郭碧濤, (2001), 「以熊彼得理論觀點探討企業創新活動之研究-以生物科技產業為例」, 私立中原大學企業管理學系 碩士論文。 47.張永立, (1998), 「台灣醫療儀?產業環境與市場競爭策略」, 國立交通大學管理科學研究所 碩士論文。 48.張根榮, (2001), 「企業競爭策略與創新領域配適對企業競爭力之相關研究」, 私立中原大學企業管理學系 碩士論文。 49.張國雄譯, (2000), 國際企業, (原?:Charles W.L. Hill), 台北:滄海書局。 50.?佑安, (1997), 「企業創新能力對新產品研發過程影響之研究」, 國立政治大學企業管理研究所 博士論文。 51.?威翰, (2002), 「我國女性內衣產業經營策略之研究」, 國立中山大學企業管理學系研究所 碩士論文。 52.黃營杉審閱, 麥素蓮譯, (1998), 行銷學, (原?:Me Graw Hill), 台北:華泰書局。 53.?營杉, (1999), 策略管理, (原?:Hill&Jones), 台北:華泰文化事業股份有限公司。 54.彭真梯, (1999), 「國內航空公司競爭力之研究 - 多準則評估方法」, 成功大學交通管理科學研究所未出版 碩士論文。 55.劉世平譯, (2002), 中國的世紀, (原?:Laurence J. Brahm), 台北:商周出版社。 56.榮泰生, (1994), 策略管理學, 台北:華泰出版社。 57.楊震成, (2003), 「台灣輪胎業赴大陸投資經營策略分析-以正新輪胎為例」, 大葉大學國際企業管理學系 碩士論文。 58.廖文志、樂斌譯, (2001), 企業管理辭典, (原著:Bengt Karlof), 台北:三民書局。 59.賴士葆, (1991), 生產作業管理-理論與實務, 台北:華泰文化事業股份有限公司。 60.錐欽炎, (2001), 「我國大型平面顯示器總體環境、產業結構 與競爭策略之探討」, 國立交通大學管理學院(管理科學學程) 碩士班 碩士論文。 61.謝文雀譯, (2000), 行銷管理-亞洲實例, (原著:Chin Tiong Tan), 台北:華泰書局。 62.韓揆, (1994), 「醫療品質管理即門診務務定性指標」, 第13卷第一期, 35~51頁, 中華公共衛生雜誌。 63.韓揆, (2001), 「醫院評鑑-國際標準與本土化課題」, 醫院雜誌, 第34卷第1期, 16~22頁, 35~51頁。 64.魏后凱、賀?飛、王新?, (2002), 中國外商投資區位決策與公共政策, 北京:商務印書館。 65.蕭志同、林國平, (1999), 「台灣網際網路服務業經營效率之研究」, 中華管理評論, 第2卷第4期, 95~104頁。 66.嚴崑銘, (2002), 「不同型態醫院門診服務品質之研究-以台南地

區大型醫院為例」，國立成功大學企業管理研究所碩士論文。67.顧淑馨譯，(1996)，競爭大未來，(原著:Hamel & Prahalad)，台北:智庫文化。68.蘇雲華，(1996)，「服務品質衡量方法之比較與研究」，國立中山大學企業管理研究所博士論文。二、英文部份:1.Aaker, D. A.(1984),"Strategic Market Management", N. Y. 2.Abell, D. F.1993,Managing with Dual Strategies,The Free Press,New York. 3.Andrew, K. P.(1971),The Concept of Corporate Strategy:An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion, Homewood,I L:Irwin. 4.Ansoff, H. I.(1965),"Corporate Strategy", New York, Mc Graw Hill. 5.Bamberger, I.(1989),"Developing Competitive Advantage in Small and Medium-Size Firms."Long Range lanning,vol.22(5), P.82. 6.Barney, J. B.,(1991),"Firm Resources and Sustained Competitive Advantage ", Journal of Management ,17,PP. 99-120. 7.Bernacki, E.(2000),"Beyoun the Buzz about Innovtion.", Association Management,Washington,53(2).PP.60-64. 8.Buckley, P. J.(1988),"Measures of International Competitiveness:A Critical Surver", Journal of Marketing Management,PP.175-201. 9.Chandler, A. D.(1962),"Strategy and Structure:Chapters in the History of America Industrial Enterprise",Cambridge,Mass:MIT Press. 10.Clark, J.&Guy,K.(1998),"Innovation and Competitiveness:a Review, "Technology Analysis & Strategic Management, 10(3) , PP.363-395. 11.Charles W. L.Hill.(1999),International Business. 12.Churchill & Peter Marketing 2nd (1998) ; Creating Value For Customers, Me Graw Hill. 13.Coates, J. F. (2000),"Innovation in the Future to Engineering" , Technological Forecasting and Social Chang,64(2/3),PP.121-132. 14.Donabedian, A.(1988),"The Quality of Care-How Can It Be Assessed?"JAMA,Sep.PP.1738-1743. 15.Drucker, P. F. (1985),Innovation and Entrepreneurship,New York: Harper & Row. 16.Fremont E.Kast & James D.Rosenzweig (1974),"Organization and Management a System Approach",New York.:Mc Graw-Hill Book Company, Pg.174. 17.George S.Day. (1984) ,Strategic Market Planning:The Pursuit of Competitive Advantage,Minnesota:West Publishing. 18.Grant, R. M.(1991),"The Resoure-Based Theory of Competitive Advantage:Implications for Stratgy Formulation",California Management Review,Spring,PP.114-135. 19.Hamel G.(1994),"The Concept of Core Competence-based Competition,"PP.11-33. 20.Hatten, Kenneth J.;Hatten, Mary Louise (1987),"Strategic Groups, `` Asymmetrical Mobility Barriers and Contestability",Strategic Management ournal,PP.329-343. 21.Hill, C. W.& Jones. G. R.(1995),Strategic Management Theory. 22.Hill, C. W.& Jones. G. R.(1998),Strategic Management Theory , Massachusetts:Hougheon Miffim Company. 23.Hill, Charles W.L. & Gareth R. Jones.(1998),Strategic Management Theory:An Integrated Approach,4 th ed, Houghton Mifflin, Boston. 24.Hitt, Ireland & Hoskisson.(1999),"Strategic Management Competitiveness and Globalization",Third Edition,South -Western 8.Lubatkin. 25.Hofer,C. W. and Schendel, D. E.(1978),"Strategy Formulation: Analytical Concepts",St Paul,Minn.:West Publishing Co.,Pg.2. 26.Lex, M.(1995). Promoting the competitiveness of biotechnology in Europe Trends in Biotechnology,13(2), PP.39-45. 27.Long C. and Vickers K. M.(1994),Using core Capabilities to create Competitive Advantage,Organizational Dynamics, PP.7-22. 28.Marquis, D. G.(1982) , The Anatomy of Successful Innovation, Winthrop Publishers:Cambridge. 29.Mansour, J.(1998),"Core competence:What does it mean in practice ? ",Long Range Planning,Vol.31,No.1,PP.60-71. 30.Mc Gourty, J.,Trashis,L.A.and Deminick, P.(1996), "Managing Innovation:Lessons from World Class Organizations", International Journal of Technology Management,11(3/4) , PP.354-368. 31.Michael E. Porter.(1985),"Competitive Advantage: Creating and and Sustaining Superior Performance" , Free Press,N Y. 32.Miles, R. E. and C. C. Snow.(1978), Organization Strategy, Structure and Process, NY:Mc GrawHill. 33.Mintzberg, H.(1979),"The Structure of Organization", Prentice- Hall,PP.48-79. 34.Parasuraman, A.,Valarie a. Zeithaml,Leonard L.Berry(1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research",Journal of Marketing,49, Fall 1985, PP.41-50. 35.Patel, P. and Pavitt, K.(1997),"The Technological Competencies of the World's Largest Fire: Complex and Path-Dependent, Path- Dependent, But Not Mcch Variety,"Research Policy, 26(2),May, PP.141-151. 36.Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry,"A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research,"Journal of Marketing, vol. 49, Fall(1985),PP.41-50. 37.Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry,(1988) "SERQUAL:A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service,"Journal of Retailing, vol.64, Spring, PP.12-40. 38.Penrose, Edith T.(1959),"The Theory of the Growth of the Firm." John Wiley and Sons,Inc.,N.Y. 39.Peteraf, M. A. (1993),"The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-based View.",Strategic Management Journal,Vol. 14 Iss.3,PP.179-191. 40.Porter, M.E.(1980),"Competitive Advantage",New York: Free Press. 41.Porter, M.E.(1985),Competitive Advantage:Creating and Sustaining Sustaining Superior Performance. Free Press:New York. 42.Porter, M.E.(1990),The Competitive Advantage of Nations, New York: Free Press. 43.Prahalad, C. K. and Hamel,G.(1990),"The Core Competence of the Corpotion,"Harvard Business Review,PP.79-91,May/Jun. 44.Rainer,F,kazem,C.andKazem,C.(1994),Defining Competitiveness: Competitiveness:A Holistic Approach Management Decision, 32(2), PP.49-58. 45.Roach, I. and Sager, C.(2000),"Einnovation: Leadership, tasks, and tools",Quality Congrees.ASQC annual Quality Congrees Proceedings,Milwaukee,PP.289-303. 46.Rue & Holland.(1986),Strategic Management,"The Core Competence of the Corporation,"Harvard Business Review, PP.79-91,May/Jun. 47.Shewhart, W. A.(1924),"The Utilization of Statistics."Testing, March. 48.Schumpeter, J. A.(1934),"The Theory of Economic Development" , New Brunswick, NJ:Transaction Publishers. 49.Schumpeter, J. A.(1954),Capitalism,Socialism and Democracy, New York:Harpar and Row. 50.Subhash C. Jain.(1993),Marketing Planning & Strategy,4th edition,South-Western Publishing Co. 51.Weihrich , H.(1982) ,The TOWS matrix-A tool for situational analysis.Long Range Planning . Vol.15 , No.2 , PP.54- 66. 52.Wernerfelt, B.(1984),"Resource-based View of the Firm" Strategic Management Journal,Vol.5,PP.171-180. 53.William F. Glueck.(1976),Business Policy:Strategy Formulation and Management Action, Mc Graw-Hill,N.Y. 54.Woodside, A. G.,Fery L., & Daly r.t.(1989)"Linking Service Quality, Customer Satisfaction,and Behavioral. Intention",Journal of Health Care arketing,9,(4),pp.5-17. 55.Yin,R.(1994),"Case Study Research:Design and Methods." Newburry Park.,Sage Publications. 56.Zeithaml, "Consumer Perception of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, " Journal of Marketing,vol.52, Jul.(1988),2-22.