

Discussions of Service Quality and Marketing Strategies for Senior Nursing Institutions-Case Study of a Private Senior N

黃晁嶸、林朝源

E-mail: 9511048@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This research reviews the papers and data of long-term healthcare industry, especially its quality of service. By Analytic Hierarchy Process (AHP), we work out a layered model that combines both the life quality of the elderly and service quality of the institution. Also, with questionnaires that filled up by experts, the research ranks goal levels and attribute levels. In goal levels, the research ranks the importance as below: environmental safety facility (0.254), professional healthcare (0.193), resident's quality of life (0.190), resident's rights guarantee (0.148), resident's mental health care (0.120) and administration management (0.096). Among all attribute levels, the most important one is complete fire extinguisher and emergency equipment, then complete system of emergency dependence, quick responding to resident's request, staff's sincerity, and a homelike, comfortable environment. According to the result of AHP, the research plans a marketing strategy and practices it on a private institution in North Taiwan.

Keywords : Senior Nursing Institutions ; Service Quality ; Marketing Strategies ; Analytic Hierarchy Process, AHP

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授書.....	iii	中文摘要.....	v
.....iv	ABSTRACT.....	v
誌謝.....vi	目錄.....
.....vii	圖目錄.....x	表目錄.....
.....xii	第一章 緒論.....
...1 第一節 研究背景與動機.....1	第二節 研究目的.....
.....4	第三節 研究範圍與限制.....5	第四節 研究架構、方法與流程.....
.....9	第一節 老人長期照護之基本概念.....9	第二節 安養機構服務品質特性.....
.....19	第三節 層級分析法.....25	第四節 行銷策略應用與文獻整理.....
.....30	第五節 本章小結.....30
.....43	第三章 研究設計與方法.....44	第一節 研究方法.....
.....44	第二節 層級分析法理論探討.....45	第三節 安養機構服務品質探討.....
.....61	第四節 安養機構服務品質層級規劃.....61
.....62	第五節 本章小結.....71	第四章 個案分析.....
.....72	第一節 個案描述.....72	第二節 個案發展願景與競爭利基.....
.....82	第三節 安養機構產業供需狀況與市場需求.....82
.....88	第四節 個案安養機構五力分析與SWOT分析.....94	第五節 本章小結.....
.....99	第五章 個案實證與行銷策略探討.....100	第一節 個案問卷流程說明.....
.....100	第二節 個案問卷調查統計.....101	第三節 安養機構服務品質排序分析.....
.....101101110	第四節 個案安養機構行銷策略探討.....
.....112	第五節 本章小結.....112	第六章 結論與建議.....
.....118	第一節 研究結論.....118
.....118	第二節 研究建議.....119	第三節 後續研究建議.....
.....121	參考文獻.....122	附錄.....
.....128

REFERENCES

參考文獻 一、中文部份 1.鄧振源、曾國雄，1989，「層級分析法（AHP）的內涵特性與應用（上）」，中國統計學報27卷6期。2.鄧振源、曾國雄，1989，「層級分析法（AHP）的內涵特性與應用（下）」，中國統計學報27卷7期。3.謝美娥，1991，「美國社會福利的

私有化爭議」，國立政治大學學報。4.呂豐足，1996，「老人福療養機構的績效評估及其影響因素之探討」，國立中正大學社會福利學系碩士論文。5.林萬億等，1997，「社會福利公設民營模式與法制之研究」，內政部委託。6.行政院內政部，1997，「老人福利法」。7.行政院衛生署，1998，「老年長期照護三年計畫」。8.陸宛蘋，1998，「非營利組織策略性行銷」，邁向二十一世紀社會工作管理專題研討會。9.阮玉梅等，1999，「長期照護概論」，華杏出版股份有限公司。10.劉信宏，1999，「以AHP模式進行人力資源管理項目之評估-以筆記型電腦業為例」，中原大學工業工程所碩士論文。11.黃美慧，1999，「我國銀行業上市公司股票評等之研究」，國立政治大學企業管理學系碩士班碩士論文。12.陸宛蘋，1999，「非營利組織之定義與角色」，社區發展季刊，85期，pp.30-35。13.劉蔚馨，1999，「服務分類與行銷策略運用關係之研究」，國立中山大學企業管理研究所碩士論文。14.陳怡仁，2000，「長期照護制度發展方向之分析」，逢甲大學保險學研究所碩士論文。15.莊明德，2000，「老人安養機構服務品質與使用者滿意度研究-以高雄縣老人公寓為例」，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。16.宋冀寧、宋麗玉，2001，「社會福利機構服務品質相關因素探討之研究-以老人自費安養機構為例」，社會政策與社會工作學刊，第五卷，第二期，pp.175-222。17.呂長民，2001，「行銷研究-研究方法與實例應用」，前程企業管理有限公司。18.林立宜，2002，「運用模糊層級分析法FAHP建立護理之家服務品質指標」，國立雲林科技大學工業工程與管理研究所碩士班碩士論文。19.周柏宏，2002，「建商老人住宅之財務分析」，國立政治大學地政系碩士班碩士論文。20.陳照明、陳春富，2002，「政治行銷模式之建構-商業行銷模式之修飾」，IT IS產業論壇，第四卷，第一期。21.呂鴻德，2002，「市場導向與行銷策略配合對行銷績效影響之研究-以台灣重電馬達業實證為例」，中原大學企業管理研究所碩士論文。22.蔡麗華，2003，「老人福利機構治理機制及其績效之研究-以老人養護機構為例」，南華大學非營利事業研究所碩士論文。23.汪仲祥，2003，「模糊層級分析法應用於IC 產業政策選取之研究」，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。24.鍾懿萍，2003，「台中市舊市中心區再發展目標與策略之研究 - 分析階層程序法之應用」，逢甲大學土地管理碩士在職專班碩士論文。25.董國光，2003，「非營利組織策略規劃之運用以社會福利機構為例」，輔仁大學社會工作學系碩士班碩士論文。26.蔡順安，2003，「社會福利機構行銷策略之研究-以高雄市政府社會局無障礙之家為例」，義守大學管理科學研究所碩士論文。27.行政院經建會，2004，「醫療保健及照顧服務發展綱領及行動方案-旗艦計畫」。28.劉玉蘭，2004，「建構公平合理之社會安全網」，人口老化相關問題及因應對策研討會。29.畢威寧、詹定宇，2004，「從服務態度管理看論語仁本思想的實踐-以兩家老人安養中心為例」，台北市立師範學院學報，第35卷，第二期，pp.179-200。30.黃麗玲、葉德豐、黃建財，2004，「台中縣機構式照護服務品質之探討」，中臺學報，第十六卷，第一期。31.張富盛，2004，「大台北地區安養中心服務品質評估之研究-模糊多準則決策方法之應用」，中華大學建築與都市計畫學系碩士班碩士論文。32.王瑞德、鄭世昌，2004，「應用AHP層級分析法建立軍機策略性商維履約品質指標」，第一屆台灣作業研究學會學術研討會暨2004年科技與管理學術研討會。33.張振民，2004，「行銷是什麼？」，商周出版，p.30。34.內政部戶政司，2005，「中華民國臺閩地區重要人口指標」。35.黃源協、陳伶珠、董伊迪，2005，「個案管理與照護管理」，雙葉書廊有限公司，pp.298-299。36.鄭文輝、朱澤民，2005，「台灣長期照顧財物制度財務規劃方向之探討」，Symposium on Long Term Care Financing, The Hong Kong Council of Social Service。37.黃美娜，2005，「台灣老人長期照護服務政策」，社區發展季刊，110期，pp.29-32。38.周月清、傅凱祺、蔡宜思、高森永、邱泯科、鄭文輝、辛炳隆，2005，「未來我國長期照顧服務需求與輸送之初探-目標原則、服務對象、提供方式與服務項目」，社會暨健康政策的變動與創新趨勢:邁向多元、整合的福利體制國際學術研討會論文集。39.陳瑞平，2005，「以Kano二維模式探討彰化縣養護機構服務品質與一般民眾對品質重視度之研究」，大葉大學國際企業管理學系碩士班碩士論文。40.謝美雀，2005，「應用資料包絡分析法之光電產業生產系統生產力實證研究」，大葉大學工業工程與科技管理學系碩士論文。41.李城忠、林宜慶，2005，「以AHP模式進行大型運動網站對消費者服務價值之研究」，第九屆資訊管理暨實務研討會。42.黃俊英，2005，「行銷學的世界」，天下遠見出版，p.19。43.洪世民，2005，「這就是行銷-柯特勒精要」，日月文化出版，p.82。44.戴國良，2005，「整合行銷傳播 - 全方位理論架構與本土實務個案」，五南文化事業。45.內政部統計年報，2006，「臺閩地區老人長期照護、養護及安養機構概況」。46.苗栗縣政府社會局，2006，「苗栗縣九十五年度老人福利機構評鑑表」。二、英文部分 1.Ansoff, H. I., 1965, 「Croporate Strategy」, N.Y.: McGraw-Hall. 2.Greene, R, 1976, 「Assuring Quality in Medical Care: the state of the art」, MA: Ballinger Publishing Company. 3.Sasser, W. E., Olsen, R. Paul and Wychoff, D. Dayrl, 1978, 「Management of Service Operations」, Allyn and Bacon Inc. 4.Michael E. Porter, 1980, 「Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors」, N.Y. The Press. 5.Wind, Y. and Thomas L. Saaty, 1980, 「Marketing Applications of Analytic Hierarchy Process」, Management Science, Vol. 26, No.7, pp.641-658, July. 6.Oliver, Richard, 1981, 「Measurement and Evaluation of Satisfaction Processing Retailing Settings」, Journal of Retailing, Vol.57, No.3, pp.25-48, Fall. 7.Gronroos, Christian, 1982, 「A Service-Oriented Approach to Marketing of Service」, European Journal of Marketing, Vol.12, No.8, pp.588-601. 8.Weihrich, H., 1982, 「The TOES Matrix – a Tool for Situational Analysis」, Long Range Planning, April, pp.60. 9.Garvin, David A., 1983, 「Quality on the Line」, Harvard Business Review, pp.65-75, September-October. 10.Parasurman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L., 1985, 「A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research」, Journal of Marketing, Vol.49, pp.41-50, Fall. 11.Kane, R.A., & Kane, R.L., 1987. 「Long-Time Care-Principles, Programs, and Policies」, Springer Publishing Company, Inc. N.Y., U.S.A. 12.Dodds, W. B. and Kent B. Monroe, 1990, 「The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations」, in Advance in Consumer Research, Vol.12, Elizabeth C. Hirschman and Morris B. Holbrook, eds. Provo, UT: Association for Consumer Research, pp.85-90. 13.Thomas L. Saaty, 1990, 「How to make a decision: The Analytic Hierarchy Process」, European Journal of Operation Research, Vol. 48, No. 1, pp. 9-26. 14.Kropf, N.P, 1992, 「Gerontological social work knowledge, service settings, and special populations」 Home Health and community services. In R.L. Schneider & N.P. Kropf (Eds.), pp.173-201. Chicago: Nelson-Hall. 15.Philip Kotler, 2003, 「Marketing Insights from A to Z」, John Wiley & Sons, Inc