

A Research of the Key Success Factors On International Health Tourism

徐永杰、顏昌華

E-mail: 9800823@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

In recent years, the tourism industry that domestic medical institutions joined, which integrated Taiwan medical technology with tourism packages, managed to attract tourists both from domestic and foreign origins, and jointly created new economical miracles. This research intends to locate key success factors for international medical health tourism industry development for Taiwan, and through the professional opinions, queries and applications of AHP (Analytical Hierarchy Process), three main goals had been accomplished: (1) Summarize the success factor appraisal guidelines for developing international health tourism industry. (2) Construct key success factor integral model for international health tourism industry. (3) Explore the weighting priority and integral weighting for the key success factors in international health tourism. success factor most important attribute.

Research findings and recommendations are as follow: (1) Overall environment is the most important factor in affecting the key successful factors in international health tourism. The next important factors are tourism industry, medical industry, sales and marketing and organizational environments. (2) In the overall environment, we recommend that the shaping and molding political and societal environment take the precedence. In tourism industry, we recommend the proprietors and insurance agencies jointly promote insurance products of oversea medical services or tourist medical services. As for medical industry, we recommend there be comprehensive security protection for tourist's medical behavior records. In sales and marketing strategy, we recommend the selection of special international medical service items which our nation has the advantages over others. In organizational environment, we recommend the establishment of an even higher level governmental agency for international medical tourism. (3) In the overall appraisal baseline analysis, the political and societal environments are the most critical factors. Next followed by oversea medical tourism insurance as well as strengthening the tourism infrastructural construction. The above should be the top three in precedence for weighting purpose.

Keywords : analytical hierarchy process、 health tourism、 key success factors

Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	vi
內容目錄	vii
表目錄	ix
圖目錄	xii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究問題與目的	3
第三節 研究重要性	5
第四節 研究流程	7
第二章 文獻探討	10
第一節 保健旅遊	10
第二節 關鍵成功因素	27
第三章 研究方法	38
第一節 研究設計	38
第二節 研究工具	41
第三節 資料分析	46
第四節 分析層級程序法	47
第四章 研究結果與討論	57
第一節 問卷基本資料描述性統計分析	57
第二節 國際保健旅遊關鍵成功因素之評析	57

第五章	結論與建議	64
第一節	研究結論	64
第二節	實務經營建議	69
第三節	研究貢獻與管理意涵	75
第四節	研究限制	77
第五節	後續研究建議	77
參考文獻		79
中文部分		79
英文部分		83
附錄A	研究問卷	90
表目錄		
表 2-1	相關保健旅遊文獻定義整理表	12
表 2-2	Gonzales, Sancho, and Brenzel(2001)健康服務定	13
表 2-3	國內保健旅遊相關之研究	15
表 2-4	關鍵成功因素文獻定義表	29
表 2-5	八種確認關鍵成功因素的分析方法	33
表 3-1	專家問卷名單	40
表 3-2	5項影響國際保健旅遊關鍵成功之第二層衡量構面	42
表 3-3	20項影響國際保健旅遊關鍵成功之第三層評價基準	43
表 3-4	隨機指標表	55
表 4-1	回收有效樣本全體結構分析	57
表 4-2	第二層衡量構面層級權重表	59
表 4-3	總體環境第三層因素層級權重表	60
表 4-4	醫療產業第三層因素層級權重表	61
表 4-5	觀光產業第三層因素層級權重表	61
表 4-6	組織環境第三層因素層級權重表	62
表 4-7	行銷策略第三層因素層級權重表	62
表 4-8	國際保健旅遊關鍵成功因素評估分析總表	63
表 5-1	國際保健旅遊衡量構面層級權重與排序	64
表 5-2	總體環境評估基準因素層級權重與排序	65
表 5-3	醫療產業評估基準層級權重與排序	66
表 5-4	觀光產業評估基準層級權重與排序	67
表 5-5	組織環境評估基準層級權重與排序	68
表 5-6	行銷策略評估基準層級權重與排序	68
表 5-7	整體權重評估基準層級權重與排序	69
圖目錄		
圖 1-1	研究流程圖	9
圖 3-1	國際保健旅遊關鍵成功因素架構	39

REFERENCES

- 一、中文部份大前研一(1985), 策略家的智慧, 黃宏義譯, 台北:長河出版社。朱浚源(1999), 撰寫博碩士論文實戰手冊, 台北:中華科際整合研究會。江國揚(2006), 我國健康觀光發展策略之研究 - 模糊理論之運用, 國立台北護理學院旅遊健康研究所未出版之碩士論文。? 仁廣, 汪文政(2007), 保健?遊的品質與廠商決策?為分析, 美和技術學院學報, 26(2), 161-178。何雍慶(1990), 實行銷管理, 台北:華泰書局。吳彬安(2007), 我國發展健康保健旅遊可行性模式之探討, 國立臺灣大學高階公共管理組未出版之碩士論文。吳啟誠(2006), 台灣保健旅遊國際行銷推廣策略研究案, 交通部觀光局九十五年度委託研究計劃, 臺北市:交通部。吳思華(1988), 產業政策與企業策略:台灣地區產業發展歷程, 台北:中國經濟研究所, 27-28。邱文鎮(2000), 策略聯盟類型、關鍵成功因素與競合關係之研究 - 資源基礎觀點, 中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文。姚振華(2007), 旅遊風險知覺對消費決策與旅遊保險之影響 - SOM與多類別邏輯斯迴歸之應用, 國立高雄第一科技大學風險管理與保險所未出版之碩士論文。張紫薇(2005), 台灣觀光醫療產業策略評估, 國立臺灣大學管理學院高階公共管理組未出版之碩士論文。張舜盛(2006), 以健康觀光新議題探討台灣發展溫泉醫院研究, 國立台北護理學院旅遊健康研究所未出版之碩士論文。張紹勳(2004), 研究方法, 台中:滄海書局。張凱南(2004), 探討加油站經營成功關鍵因素之研究:以中油、台塑與中油加盟為例, 長榮大學經營管理研究所未出版之碩士論文。許美雲(2006), 台灣農村酒莊經營關鍵成功因素之研究, 亞洲大學經營管理研究所碩士班未出版之碩士論文。許福松(2007), 旅行業導入服務創新之動機與關鍵成功因素, 中國文化大學觀光休閒事業管理研究

所未出版之碩士論文。黃營杉(1999), 策略管理, 台北:華泰文化事業公司。黃月芬(2005), 台灣發展醫療觀光之可行性研究, 中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。陳玲燕(2006), 北投地區保健旅遊產品遊客偏好之研究 - 以國人健檢旅遊為例, 國立台北護理學院旅遊健康研究所未出版之碩士論文。陳楷傑(2007), 臺灣舉辦國際性運動賽會之關鍵成功因素研究, 輔仁大學體育學系未出版之碩士論文。陳慶得(2001), 連鎖式經營關鍵成功因素之探討-以美語補習業為例, 淡江大學管理科學學系未出版之碩士論文。郭建良(2007), 健康保健旅遊, 科技化服務業的新視界, 台北:工業技術研究院。詹媛媛(2006), 健康檢查服務的商業化, 國立臺灣大學公共衛生學院衛生政策與管理研究所未出版之碩士論文。楊維楨(2003), 系統分析在經營決策上的應用, 台北:五南圖書出版股份有限公司, 267-290。楊美惠(2007), 台灣發展觀光醫療產業之行銷策略研究, 國立臺灣大學 商學研究所未出版之碩士論文。廖世杰(2008), 領隊人員旅遊安全知識管理系統之建構 - 以東南亞地區團體旅遊為例, 國立台北護理學院旅遊健康研究所未出版之碩士論文。鄧振源, 曾國雄(1989a), 層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(上), 中國統計學報, 27(6), 5-22。鄧振源, 曾國雄(1989b), 層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(下), 中國統計學報, 27(7), 1-20。鄧啟彬(2005), 企業國際化關鍵因素之探討, 國立中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文。鄭正煜(2006), 健康觀光參與者之行為意向探討 - 以參團赴日施打胎盤素者為例, 國立台北護理學院旅遊健康研究所未出版之碩士論文。盧美岑(2004), 消費者選擇旅遊活動評估因素之分析 - 分析層級程序法之應用, 國立屏東商業技術學院行銷與流通管理系未出版之碩士論文。賴韻年(2006), 台灣醫界對推行醫療旅遊之看法研究, 臺北醫學大學醫務管理學研究所未出版之碩士論文。薛瑞元(2007年4月), 三年衝刺計畫 - 醫療產業升級, 醫療服務國際化旗艦計畫。藍國瑜(2007), 台灣醫療旅遊產業創新經營模式初探, 輔仁大學管理學研究所未出版之碩士論文。藍新堯(2006, October 19), 醫療體系走向企業化經營, 工商時報, D3版工商經營報。藍新堯(2006, October 22), 美容休閒風引領醫療體系走向企業化經營, 工商時報, D3版工商經營報。藍新堯(2007, March 31), 醫療旅遊業的3種發展策略低價格、服務差異化、市場集中化, 工商時報, D3版工商經營報。簡菁儀(2003), 投入不確定下之最適醫療行為, 國立彰化師範大學商業教育學系未出版之碩士論文。簡筱蓉(2005), 台灣墾丁保健旅遊政策研究, 國立高雄餐旅學院餐旅管理研究所未出版之碩士論文。蕭麗娟(2006), 台灣地區休閒渡假型國際觀光旅館經營關鍵成功因素之研究, 銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。羅琦(2006), 探討台灣區域教學醫院發展國際醫療之可行性:以新加坡百彙康護集團為鑑, 元智大學管理研究所未出版之碩士論文。

二、英文部份Aaker, D. A. (1984). *Strategic Market Management*. New York: Humanities. Anna, G. A. (2005). The development of health tourism services. *Annual of Tourism Research*, 32(1), 262-266. Ansoff, H. I. (1984). *Corporate Strategy*. New York, McGraw-Hill. Barnard, C. I. (1948). *Organization and Management*. Massachusetts: Harvard University Press, Cambridge. Bennett, M., King, B., & Milner, L. (2004). The health resort sector in Australia: A positioning study. *Journal of Vacation Marketing*, 10(2), 122-137. Borman, E. (2004). Health tourism. Where healthcare, ethics, and the state collide. *British Medical Journal*, 328, 60-61. Boseman, G. (1986) *Strategic Management : Text and Cases*. New York: John Wiley & Sons Inc., 28. Boyton, A. C., Zmud, R. W. (1984). An Assessment of Critical Success Factors. *Sloan Management Review*, 25(4), 17-27. Casey, K. (2004). Medical tourism: Can it cure ailing profits? *Travel Weekly*, 63(41), 1-6. Chanda R. (2004), Trade in Health Services, WHO Commission of Macroeconomics and Health working Paper Series, Paper no. WG 4:5. Charles, W., & Schendle, D. (1978). *Strategy Formulation: Analytical Concept* (pp.75-76). Minnesota: West Publishing Co. Chaynee, W. (2003). Health tourism to drive earnings. *Malaysia Institute of Economic Research*, 11(3), 8. Cockerell, N. (1996). Spas and Health Resort in Europe. *Travel & Tourism Analyst*, 1, 53-77. Daniel, D. R. (1961). Management Information Crisis. *Harvard Business Review*, (Sep.-Oct), 111-121. Edlin, G., & Golanty, E. (1985). *Health and wellness : a holistic approach* (2nd ed.). Boston: Jones and Bartlett. Ferguson, C. R., & Dickinson, R. (1982). Critical Success Factor for Directors in the Eighties. *Business Horizons*, (May-June). 14-18. Finnicum, P., & Zeiger, J. B. (1996). Tourism and wellness: A natural alliance in a natural state. *Parks and Recreation*, 31(9), 84. Glueck, W. F. (1976), *Business Policy, Strategy Formulation and Management Action* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill. Gonzales, A., Brenzel, L., & Sancho, J. (2004). Health Tourism and Related Service Caribbean Development and International Trade. America : The world Bank Group. Goodrich, J. N., & Goodrich, G. E. (1987). Health-care tourism: An exploratory study. *Tourism Management*, 8(3), 217-222. Goodrich, J. N. (1994). Health tourism: A new positioning strategy for tourist destination (2nd ed. pp. 227-228.). Binghampton: Haworth Press. Grant, R. M. (1995). *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications* (2nd ed.). New York: Blackwell Publishers Inc. Hall, C. M. (1992). *The Special Interest Tourism: Review Adventure, Sport and Health Tourism*. London: Belhaven Press. Henderson, J.C. (2004). Healthcare tourism in Southeast Asia. *Tourism Review International*, 7, 111-121. Hofer, C. W., & Schendel, D. (1978). *Strategy Formulation: Analytical Concept*. New York: West Publishing. Hofer, E., & Schendel, R. (1985). *Strategic Management and Strategic Marketing: What 's Strategic About Either One?*. *Strategic Marketing and Management* (41-63). New York: John Wiley and Sons. International Union of Official Travel Organization (1973). *Health tourism*. Geneva: United Nations. Kokua Integrative Healthcare Solutions, Inc. (2004). *Healing in Paradise- A Strategy for Cultivating Health & Wellness Tourism in Hawaii*. Hawaii: Hawaii Tourism Authority. Laonde, M. (1974). A new perspective on the health of Canadians: A working document. Ottawa: National Health and Welfare Canada. Leidecker, J. K., & Bruno, A. V. (1984). Identifying and Using Critical Success Factors. *Long Range Planning*, 17, 26. Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5-17. NACLA (North American Congress on Latin America) (1997). Report on the Americas. Health tourism booms in Cuba, 30, 46-47. Niv, A. (1989). Health tourism in Israel: A developing industry. *Revue de Tourisme*, 44(4), 30-32. Pollock, A., & Williams, P. W. (2000). Health tourism trend: Closing the gap between health care and tourism (pp. 165-173). Minnesota: Department of Applied Economics and Tourism Center, University of Minnesota St Paul, USA. Rockart, J. F. (1979). Chief Executive Define Their Own Data Needs. *Harvard Business Review*, 57(2), 81-93. Rockart, J. F. (1982). Current Uses of the Critical Success Factors. *Proceeding of the Fourteenth Annual Conference of the Society of Information Management*, 17-21. Ross, K. (2001). Health tourism, An Overview. *New York: HSMIAI Marketing Review*, 21-23. Saaty, T. L. (1999). *Decision Making for Leaders*. Pennsylvania : RWS. Saaty, T. L.

(1980). *The Analytic Hierarchy Process*. New York:Mc Graw-Hill.Swarbrooke, J., & Horner, S. (2006). *Consumer behaviour in tourism* (2nd ed.). Boston: Butterworth-Heinemann.Thompsons, A., & Strickland, A.J. (1997). *Common Types of Key Success Factors*. *Strategic Management Concepts and Case* (10th ed.). Texas: Business Publication Inc.Tilles, S.(1963). How to Evaluate Corporate Strategy. *Harvard Business Review*, 41(3), 112.Yim, C. K. B. (2005). *Healthcare Destination in Asia*, The Asia Research Center, The University of Hong Kong.Yin, R. K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*, Newburry Park: Sage Publication.Zahed, F. (1986). The analytic hierarchy process - A survey of the method and its applications. *Interfaces*, 16(4), 96-108.