

# 臺灣觀光醫療旅遊供應商評選模式建構之 研究-以大陸組團機構與消費者雙向觀點

## Constructing Taiwanese Travel Supplier Selection Model of Medical Tourism: Integrating China Medical Institutions and Consumers' Perspectives

Wen-Yu Chen

---

■ **Wen-Yu Chen** (陳玟妤),

*Assistant Professor*, Department of Food and Beverage Management, Yuanpei University, HsinChu, Taiwan, ROC. Her research interests include tourism marketing and organization buying behavior, and has published articles in the *Tourism Management*, *Service Industries Journal*, *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, and *Expert Systems with Applications*, etc.

---

**Postal/e-mail address and phone number:**

**Postal/e-mail addresses and telephone/fax number:**

Wen-Yu Chen,

E-mail : [wenyu668@ms68.hinet.net](mailto:wenyu668@ms68.hinet.net)  
[arielchn@hotmail.com](mailto:arielchn@hotmail.com)

*Assistant Professor*

Tel : +886-3-5381-183 ext.8408

Fax : +886-3-5302-588

Department of Food and Beverage Management, Yuanpei University, 306 Yuanpei Street, HsinChu 30015, Taiwan (R.O.C.)

# 臺灣觀光醫療旅遊供應商評選模式建構之 研究-以大陸組團機構與消費者雙向觀點

---

## Introduction

近年來，全球掀起一波國際健康照護與醫療熱潮，並帶動以健康或醫療服務為旅遊目的之觀光醫療產業快速興起。根據世界衛生組織 (World Health Organization，簡稱 WHO) 預估資料顯示，2022 年健康照顧與手術治療相關產業將成為世界上最大的產業；其次則是觀光旅遊產業，其中醫療保健與旅遊組合將占全球 GDP 總額的 22% (Bies and Zacharia, 2007)。

醫療服務這股國際化潮流，儼然具有巨大的國際經濟發展潛力 (Bookman and Bookman, 2007)；其中又以觀光醫療對於發展中國家有特殊的經濟利益 (Heung, Kucukusta, and Song, 2010)。以 2005 年為例，印度、馬來西亞、新加坡與泰國共計吸引了 250 萬的國際觀光醫療遊客 (Tata, 2007)，而許多觀光醫療遊客也將亞洲地區設為首選之地 (Connell, 2006; Singh, 2008)。學者 Horowitz and Rosensweig (2007) 研究發現，由於歐美國家醫療收費昂貴，因此每年約高達 50 萬以上的觀光醫療人口，前往亞洲地區尋找高品質且低價格的醫療服務，並預計 2010 年已開發國家的病人前往開發中國家尋求醫療保健服務，將會增加至 600 萬人次之多。而臺灣行政院經濟建設委員會研究報告亦提出，目前亞洲觀光醫療服務年產值約 670 億臺幣，且每年以 20% 速率快速成長，預估至 2012 年亞洲地區之觀光醫療產值將高達 1,450 億新臺幣 (行政院經建會，

2008)。由上述資訊可知，觀光與醫療服務產業之結合，將對亞洲地區國家的觀光旅遊產業有莫大之助益。

而臺灣醫療水準高，費用亦普遍較歐、美、日等先進國家低廉，甚至較新加坡、泰國及馬來西亞等國低(如心臟導管 CABG、膝關節及髖關節換置等)，推動國際醫療服務具有相對優勢。有鑑於此，政府已於 2007 年 7 月通過「醫療服務國際化旗艦計畫」，期藉由推動醫療簽證、保險合作、行銷推廣、大陸人士來臺等相關措施，將臺灣優質醫療行銷於國際社會，以提升國家形象，並有效掌握全球觀光醫療的龐大商機(行政院經建會，2008)。

為了推動觀光醫療產業之發展，除了對於醫療服務體系須有更多資源投入之外，觀光服務領域中的旅遊供應商之角色，更加是重要。根據 World Tourism Organization 最新資料顯示，2008 年國際旅遊人數達到 92,200 萬人次，比 2007 年增加 1,800 萬人次，成長 2%。其中前三大市場人數及佔有率分別為歐洲 48,940 萬人(53.1%)、亞太地區為 18,410 萬人(20%)及美洲地區 14,700 萬人(15.9%)(WTO, 2009)。此外，在區域成長率中，東南亞及東北亞地區分別高達 33% 及 30%，相較其他地區均在 20% 以下，東亞地區可謂成長快速(WTO, 2009; 交通部觀光局, 2010)。

而臺灣、日本、韓國與中國大陸等亞洲國家，觀光客常以團體套裝旅遊方式出國旅行(Wang and Sheldon, 1995; Yamamoto and Gill, 1999; March, 2000; Wang, Hsieh, and Huan, 2000; 交通部觀光局，2010)。以中國大陸為例，中國出國旅遊人次在 2008 年達到 4,584 萬人次，比起 2007 年 4,095 萬人次，成長 11.9%，其中參與團體套裝旅遊人數從 2007 年的 987 萬人上升至 2008 年的 1,090 萬人，有將近 10.5% 之增幅(China National Tourism Administration, CNTA, 2009)。隨著政府經濟的改革開放，

大陸人民所得的提高，與臺灣相對具有高水準的醫療服務之吸引力，中國大陸的海外觀光醫療旅遊發展潛力不容忽視。

再者，近年來臺灣與中國大陸因為觀光政策之開放，彼此有許多的團體套裝旅遊之合作關係，讓兩岸彼此往來的遊客逐年增多，以臺灣為例，2008年出國人次共計有846.5萬人次，海外旅遊皆以近程旅遊居多，而出國旅次中到訪亞洲地區約有87%，並以到訪中國最多(36%)。此外，臺灣與中國大陸之歷史背景及目前旅遊產業發展現況，相較其他國家而言最為相似，兩者同樣是屬於同文同種同語言也同深受孔儒思想(Confucianism)及佛教文化(Buddhism)的影響(Suh and Gartner, 2004)；故，相對於其他亞洲國家而言，臺灣對於中國大陸觀光醫療遊客是較有吸引力。然而，臺灣旅遊供應商該如何藉由此優勢有效吸引大陸遊客至臺灣進行觀光醫療旅遊，且大陸負責組團之醫療機構與消費者之觀點是否有所差異，有待本研究深入探究之。

目前大多數的亞洲地區觀光醫療旅遊多數是以團體套裝旅遊方式進行，學者 Swarbrooke and Horner (1999)將海外團體套裝旅遊比喻成由許多同樣重要而且大小不一的拼圖組合而成，所有的拼圖必須完整密合才能滿足顧客。根據 Lin, Lee, and Chen (2006)研究提及，海外團體套裝旅遊的服務特色是橫跨了許多旅遊相關產業，如當地旅行社、航空公司、餐廳、紀念品店與遊覽巴士公司等不同旅遊供應商之服務提供。但是，上述有許多服務構面並不能直接由承辦組團的醫療機構直接管控，相對的是經由跨國合作的旅遊供應商加以安排與服務提供，而這些服務構面對於遊客知覺及旅遊的體驗卻是十分重要的影響因素(Wang et al., 2000; Wang, Hsieh, Chou, and Lin, 2007)。

近幾年來，觀光服務傳遞系統的服務品質管理愈來愈受到重視(Pearce and Schott, 2005)。Gartner and Bachri (1994)也提及，「觀光服務傳遞系統可以被視為是觀光服務生產者與消費者間之連結」。而本文所探討的觀光醫療旅遊供應商扮演的角色主要為協調旅遊目的地之旅館、交通運輸公司及其他和團體套裝旅遊相關的供應商，是零售旅行社、上游供應商和消費者間之重要溝通橋樑(Sheldon, 1986; McKercher, Packer, Yau, and Lam, 2003)。然而，觀光產業最重要的便是提供良好的服務品質給消費者，以獲得高評價的顧客滿意回應，因此，負責觀光醫療團體旅遊行程之旅遊供應商業者更應該注重觀光服務中合作夥伴之服務傳遞品質管理(Morrison, 1996; Kotler, Bowen, and Makens, 1999)。

因此，本研究以中國大陸觀光醫療團體旅遊行程的組團醫療機構與參與觀光醫療團體旅遊行程之消費者為研究對象，他們不僅負責決策跨國旅遊供應商的管理與決策者，同時也是具有實際參與觀光醫療之經驗，直接整合企業顧客與消費者雙向觀點，冀望能提供旅遊供應商業者更明確、客觀的服務傳遞與品質管控標準，協助在觀光醫療服務中能有效地控制觀光醫療的海外團體套裝旅遊服務品質與流程，並利於中國大陸觀光醫療業者在選取跨國合作夥伴時，除了有效的參考依據外，同時亦能增進觀光醫療之整體服務品質與旅遊產品傳遞流程之順暢。

本研究目的如下：

- 一、透過質化方法-專家深入訪談探索中國大陸組團醫療機構業者在觀光醫療旅遊供應商之評選準則及考量因素。
- 二、以量化方法-層級分析法調查曾經來臺參與過觀光醫療之中國大陸消費者，對於觀光醫療旅遊供應商的評選準則重視度之差異及準則權

重，並藉由研究結果進一步建立觀光醫療旅遊供應商評選模式。

三、在實務上，希冀能提供臺灣觀光醫療之旅遊供應商與中國大陸組團醫療機構業者在觀光醫療旅遊之服務傳遞及團體套裝旅遊行程之服務品質掌控，增進兩岸合作夥伴之默契及彼此在國際上之競爭優勢。

## **Methodology**

本計畫擬進行 1 年，研究範疇聚焦於臺灣與中國大陸，此外，本研究將結合質化與量化方法進行資料搜集，質化研究主要以深入訪談 (in-depth interviews) 及文獻蒐集探索中國大陸組團醫療機構業者評選跨國旅遊供應商之考量準則，建立觀光醫療服務系統之跨國旅遊供應商評選模式，故本文運用深度訪談法加以探索；而量化調查則是運用層級分析法 (analytic hierarchy process, AHP) 求取各評選準則之權重並將準則加以排序，了解各準則之重要性。

研究時程與工作分配內容如下表所示：

計畫時間	工作計畫內容	工作進度	大陸學者協助調查部份
<p>第壹階段 2011/8/1~2011/11/30</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 臺灣與中國大陸觀光醫療團體旅遊出團現況調查               <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 實務性次級資料搜集資料建檔</li> <li>■ 業界專家訪談</li> </ul> </li> <li>● 背景、研究問題與架構確立               <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 學術性相關文獻回顧(觀光醫療、供應商評選、海外團體旅遊相關等)</li> <li>■ 研究設計流程確立</li> </ul> </li> <li>● 研究設計執行               <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 深度訪談問卷發展(封閉式與開放式問項設計)/專家效度</li> <li>■ 抽樣設計-樣本數確立</li> <li>■ 信效、效度檢測</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 完成第壹階段中國大陸醫療機構組團臺灣觀光醫療之業者深度訪談</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 協助安排並訪談相關專家</li> <li>● 預計調查人數：8~12名</li> <li>● 調查範圍包含-醫療機構負責人、業務人員、醫療診所人員與具有觀光醫療經驗之消費者等</li> </ul>

<p>第貳階段 2011/12/1~ 2012/3/31</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 研究設計執行 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 內容分析</li> <li>■ 建構AHP量化問卷</li> </ul> </li> <li>● AHP 量化問卷調查 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 抽樣設計 - 樣本數確立</li> <li>■ AHP 一致性檢定</li> <li>■ 評選準則權重確立</li> </ul> </li> <li>● 論文撰寫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 完成第貳階段觀光醫療海外團體旅遊之中國大陸消費者 AHP 問卷調查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 協助 AHP 量化問卷調查</li> <li>● 預計調查人數：40~60 名觀光醫療消費者</li> <li>● 調查範圍包含-曾經來臺參與觀光醫療團體旅遊行程之中國大陸消費者</li> </ul>
<p>第參階段 2012/4/1~2012/7/31</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 觀光醫療旅遊供應商之評選模式建立</li> <li>● 論文撰寫與翻譯</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 模式之比較與一般化之驗證</li> <li>● 歸納總體結論</li> <li>● 提報總體研究成果</li> <li>● 學術會議發表及期刊發表</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 協助確認所有調查資料與結果</li> </ul>

### Ideas for Future Outcomes

冀望能階段性的將研究成果發表於國際觀光休閒遊憩會議，例如：亞洲之 APTA 協會之年會，藉以獲知不同國家學者之建議。另外，本研究預計將研究成果投稿，發表於國際觀光休閒學術期刊如 *Journal of Travel Research* (SSCI)、*Tourism Management* (SSCI)等。



## Background of the Author –Taiwan

### 現職

- 元培科技大學餐飲管理系助理教授

### 曾任職務

- 元培科技大學應用科技中心專任研究助理
- 文化大學、銘傳大學與中華大學之兼任講師
- 世界玩家旅行社行銷企劃顧問
- 國際英語領隊與華語導遊
- 世海報關有限公司總經理特助

### 著作-期刊論文

- Wang, K.-C., Hsieh, A.-T., & Chen, W.-Y. (陳玟妤) (2002). Is the tour leader an effective endorser for group package tour brochures? *Tourism Management*, 23(5), 489-498. 【SSCI】
- Lin, C.-T., Lee, C., & Chen, W.-Y. (陳玟妤) (2006). Quality selection criteria of travel intermediaries: The perspectives from front-line employees and managers. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 7(4), 49-72. 【EI】
- Lin, C.-T., Wang, K.-C., Yeh, C., & Chen, W.-Y. (陳玟妤) (2007). Shedding some light on single-parent families' travel preferences in group package tour. *Society and Leisure*, 30(2), 391-408. 【本篇投稿時原列為 SSCI 期刊，現為觀察名單】
- Lin, C.-T., Wang, K.-C., & Chen, W.-Y. (陳玟妤) (2008). Female tour leaders as advertising endorsers. *The Service Industries Journal*, 28(9), 1265-1275. 【SSCI】
- Lin, C.-T., Lee, C., & Chen, W.-Y. (陳玟妤) (2009). An expert system approach to assess service performance of travel intermediary. *Expert Systems with Applications*, 36(2), 2987-2996. 【SCI & EI】

- Lin, C.-T., Lee, C., & Chen, W.-Y. (陳玟妤) (2009). Using fuzzy AHP to evaluate service performance of a travel intermediary. *The Service Industries Journal*, 29(3), 281-296. 【SSCI】
- Hsu, C.-Y. & Chen, W.-Y. (陳玟妤) (2010). Subordinates' perception of managers' transformational leadership style and satisfaction: A comparison of electronic manufacturing companies in Mainland China and Taiwan. *The International Journal of Human Resource Management*. (accepted) 【SSCI】
- Chen, W.-Y. (陳玟妤) & Hsu, C.-Y. (2010). Assessing travel business partner using critical incident technique and analytic hierarchy process. *Tourism Economics*. (accepted) 【SSCI】

## 著作-研討會論文

### -國際會議-

- Lin, C.-T. & Chen, W.-Y. (陳玟妤) (2004). An Assessment of Overseas Tour Operators' Performance: Perceptions of the Front-line Employee vs. Manager. *Third Asia-Pacific Forum for Graduate Students Research in Tourism*. Beijing, China.
- Lin, C.-T. & Chen, W.-Y. (陳玟妤) (2005). Supplier Selection Model of Small Travel Agencies: Perception of Product Manager. *International Conference on Tourism 2005*. Athens, Greece.
- Chen, W.-Y. (陳玟妤), Lin, C.-T., Jhuang, L.-J., & Tsai, T.-W. (2009). Using the ANP-TOPSIS Model to Evaluate Destination Tour Operator Service Quality. *2009 8th Asia Pacific Forum for Graduate Students Research in Tourism*. Seoul, Korea.
- Wang, K.-C., Chen, R.-L., Chen, W.-Y. (陳玟妤), Zhang, J., & Sung, Y.-L. (2010). Senior Tourists with On-line Group Package Tour Advertising. *2010 Global Marketing Conference at Tokyo-Marketing in a Turbulent Environment*. Tokyo, Japan.
- Chen, W.-Y. (陳玟妤), Tsai, M.-C., Tsai, J.-H., & Tung, Y.-T. (2011) Who Is a Good partner? Comparing the Perspectives on the Cultural

Differences between Taiwan and Mainland China Selected Travel Partners. 2011(January 23-25) International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management. Bali, Indonesia. (本文受國科會計畫(NCS-99-2410-H-264-012-SSS)補助將於2011年前往發表)

### -國內會議-

- 林進財、陳玟妤 (2004), 「國外躉售旅行社服務評估準則之研究：以第一線服務人員之觀點」, 臺北：銘傳大學，2004年國際學術研討會。
- 林進財、陳玟妤，(2004) 「The Selection Model of Overseas Travel Agency: An Exploratory Study」, 新竹：元培科技大學，2004管理創新與科際整合學術研討會，pp. 13-31。
- 林進財、陳玟妤，(2004)「臺灣旅行社選擇國外旅遊代理商之研究」, 高雄：高雄餐旅學院，第四屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會。
- 林進財、陳玟妤，(2005) 「Shedding Some Light on the Foreign Tour Operator Selection Assessment in Group Package Tour」, 臺北:臺北科技大學，2005科技與管理學術研討會。
- 林進財、王國欽、陳玟妤，(2006) 「The Impact of Gender Differences on Group Package Tour Brochure: The Front-Line Employee as Advertising Endorser」, 新竹：元培科技大學，2006中華決策科學學會年會暨學術研討會。
- 林進財、李銓、陳玟妤，(2006)「Who is the Most Appropriate Business Partner? FTO Evaluation Using Critical Incident Technique and Analytic Hierarchy Process」, 新竹：元培科技大學，2006 健康與管理研討會。
- 林進財、李銓、陳玟妤，(2007)「Evaluating the Service Performance of Tour Wholesaler Using the Analytic Network Process」, 新竹：元培科技大學，2007餐旅管理與觀光休閒學術研討會。
- 林進財、李銓、陳玟妤，(2007) 「How to Evaluate the Service Performance of Foreign Travel Intermediary? Fuzzy AHP Application」, 新竹：元培科技大學，2007健康與管理學術研討會。

- 許碧芳、陳玟妤、巫怡樺，(2008)「兩岸消費者國際觀光飯店之服務品質、關係品質及忠誠度比較研究」，新竹：元培科技大學，2008健康與管理學術研討會。
- 林彭珊、王國欽、陳玟妤、簡錦慧，(2009)「數位電視互動廣告模式-以團體旅遊為例」，臺北：景文科大觀光餐旅學院，2009觀光餐旅發展趨勢與教育國際學術研討會。
- 楊主行、陳玟妤、鍾寶儀、張雅瑄，(2009)「典型消費者代言旅遊產品與降價促銷方式對品牌評價與購買意願關係之研究」，新竹：元培科技大學，2009健康與管理學術研討會。
- 駱香妃、陳玟妤、吳許得、駱佩君，(2010)「女性廚師代言餐廳平面廣告效果之研究：兼論消費者性別之差異」，臺北：輔仁大學，2010餐旅教育暨產業發展國際學術研討會。
- 陳玟妤、楊主行、盧秋安、李國榮、童鈺婷、劉丁衛、陳偉庭、陸品融，(2010)「餐廳置入性行銷之廣告溝通效果研究-以偶像劇為例」，高雄：樹德科技大學，2010休閒事業管理研討會。

## 執行專案計畫

- 執行國科會計畫-- **誰是好夥伴?以文化差異觀點比較臺灣與中國大陸評選旅遊合作夥伴** (NCS-99-2410-H-264-012-SSS) (99.08.01~100.7.31)，總經費 682,000 元。