

誌謝

本研究感謝長庚養生村 翁英程專員及 李陳菁淵主任，於民國 102 年 8 月 2 日同意本研究師生實地參觀及接受非正式的訪談，也感謝兩位主管提供專題研究方向的寶貴建議。

本研究也謝謝賴雅婷學姐帶著本研究師生參觀養生村的環境、設施，及簡介服務工作的內容等，讓我們對於養生村的軟硬體設施及所提供的服務能有初步、基本的概念。

學生 吳宜柔 謹致

民國 102 年 8 月 26 日

摘要

基於養生村服務業對社會的重要性及為填補過去這類服務管理研究的缺口，本研究的目的及問題是探討服務型企業如何進行服務作業流程改善、服務品質與服務創新，以提出有用的實務意涵。

本研究採用個案研究法，以長庚養生文化村為研究對象，將透過企業內部資料(archival documents)、利益關係人的訪談(stakeholder interviews)、自行發展的問卷及一年期的實地觀察、記錄，整理及分析資料，並提報研究結果。

本研究期中成果為，經由文獻探討說明健康照護產業概況及整理相關理論知識，奠定後續研究的知識基礎。而且，從文獻探討及初步、非正式的訪談，本研究建立研究架構，期末專題將以此架構為核心，深入分析服務作業流程改善、服務品質及服務創新之間的關係及影響，討論研究結果，最後提出結論與管理意涵。

關鍵字：服務品質、服務流程改善、服務創新、銀髮族

目 錄

誌謝.....	2
摘要.....	3
目錄.....	4
表目錄.....	7
圖目錄.....	7
第一章 緒論.....	8
1.1 研究背景與動機.....	8
1.2 研究目的與問題.....	9
1.3 研究流程.....	9
第二章 文獻探討.....	11
2.1 健康照護產業及市場分析.....	11
2.2 服務之定義與特性.....	12
2.3 服務流程設計.....	13
2.3.1 服務流程設計的重要性.....	13

2.3.2 服務作業流程的類型	13
2.4 服務品質	15
2.4.1 服務品質的定義.....	15
2.4.2 服務品質缺口	16
2.4.3 服務品質構面	18
2.5 服務創新.....	18
2.5.1 服務創新的定義.....	18
2.5.2 服務創新類型	19
2.5.3 服務創新的前因.....	20
第三章 研究方法	24
3.1 研究架構.....	24
3.2 資料收集方法.....	25
3.3 長庚養生村簡介.....	25

第四章 期中成果及結論.....	26
4.1 期中成果.....	26
4.2 期中結論.....	26
參考文獻.....	27

表目錄

表 2.1：服務流程重新設計的五種類型·····	14
--------------------------	----

圖目錄

圖 1.1：研究流程·····	10
圖 2.1：服務品質缺口圖·····	16
圖 2.2：老人住宅科技應用·····	23
圖 3.1：研究架構·····	24

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

自從 1990 年起，服務業佔全球整體經濟的比例與重要性日益增加；在我國，許多類型的服務業亦逐漸興起及發展(周逸衡、凌儀玲、劉宜芬，2012)，因此探討服務業的經營管理對於學術界及實務界都是一項重要的議題。許多國家例如日本及歐美國家，因應老齡化社會的趨勢，加上競爭的工商社會中的年輕人經常忙於工作，對於照顧長輩常是心有餘而力不足，於是針對銀髮族的健康照護之服務產業興起；我國也因少子化現象愈來愈明顯，有關的健康照護機構逐漸發展。對於這類的企業例如養生村、安養院等，有服務社會的使命及重要性，但因服務對象是高齡、已退休，甚至是健康欠佳的長者，其服務型態及商業模式與其它的服務型企業有很大的不同，而且經營並不容易，所以需要更多的研究來探討這類的服務管理的實務。尤其是，過去研究大多探討這類型服務機構的入注意願或因素，很少研究探討其有關服務方面的績效(劉家駒、謝美婷，2008)，例如服務流程改善及服務創新，實為一個重要的研究缺口。

台灣銀髮族的健康照護產業中，主要分為安養院(由專業護理人員照護日常生活，含餵食、拍背及更換尿布等)及養生村(以健康長者、能獨立自主生活者為主)兩大類型的機構(李擘淳、呂佳茹，2012)。前者為傳統安養照護機構，後者為仿歐美日等國 1960 年起開始推廣的高齡社區(住宅)－提供高齡者住宿、餐飲、醫療及其它相關服務的機構(劉家駒、謝美婷，2008)。隨著醫療科技的進步，國人平均壽命延長，台灣高齡化的現象，民間企業為了滿足銀髮族的各式需求，成立一些養生村型的照護機構，其中台塑集團「以尊嚴生活、健康老化、終身學習及文化傳承等理念」(龔文華，民國 92 年)於民國 80 年代開始著手設立長庚養生文化村，其為台灣第一家結合休閒、社交、教育和養生的高齡社區，因隸屬於台塑集團，與長庚醫院有密切的關係，有醫療資源相當

充沛的優勢。

為填補過去研究的缺口，本研究的目的是探討養生村是否及如何透過找出服務品質的缺口，執行服務流程作業改善，進而提升服務品質及/或提供創新的服務。由於本校(明志科大)與長庚養生文化村有專業實習的合作關係，本研究的學生也將在這裡工讀實習一年，有地利之便，可深入觀察相關的實務及進行問卷調查，因此選定長庚養生村為本研究的對象。本研究將採用田野調查、個案研究及問卷調查等方法，希望將研究結果及意涵提供實務界參考，提供相關業者一些建議，即如何改善服務作業流程，達成服務品質、服務創新，以滿足客戶現有及新的需求，從而追求成長及永續經營。

1.2 研究目的與問題

基於上述的研究背景與動機，本研究探討服務作業流程改善、服務品質及服務創新，並以長庚養生文化村為研究對象。具體而言，本研究的目的是如下：

1. 從服務品質缺口，探討如何規劃與執行服務作業流程改善。
2. 探討服務作業流程改善，是否及如何影響服務品質及服務創新。

總之，本研究探討的核心問題為：服務作業流程改善如何影響服務品質及服務創新？

1.3 研究流程

本研究流程如圖 1。第一階段首先確定本研究主題，接著簡述研究背景與動機以及研究目的。第二階段，產業分析-健康照護產業，回顧本研究主題相關文

獻，並以文獻探討為理論基礎，進而建立本研究架構。第三階段屬於本研究設計階段，包括實地觀察、訪談規劃、設計問卷及利用 SPSS 統計分析軟體來做問卷資料分析等。第四階段是依觀察、訪談資料，及問卷資料分析結果，歸納本研究結論，並提出理論意涵及實務上可行的建議。

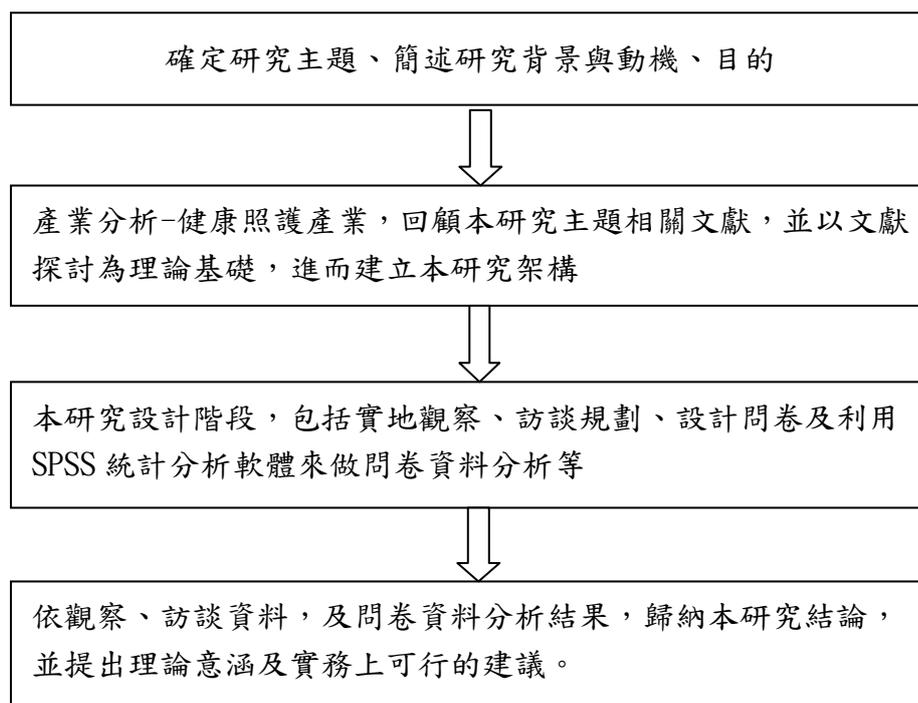


圖 1.1：研究流程

第二章 文獻探討

針對本研究之主題及其相關重要概念，回顧現有文獻並整理重點，以做後續個案訪談與理論命題的基礎。

2.1 健康照護產業及市場分析

人口高齡化是未來無法避免的趨勢，台灣產業除了關注該相關福利措施外，以產業發展觀點來看，包含老人居住安排的重新思考、老人經濟安全體系、老人長期照護體系、健康照護體系；高齡就業人力的再運用、終身學習與社會參與的擴大、老人休閒產業的發展，潛在商機非常大。

台灣健康照護產業分類為 1. 日間照護，其對象為身心障礙及行動不便的老人。在機構裡幫助老人餵食、拍背等，讓子女在外上班可放心。2. 養生村，其對象多為軍公教退休者、於國外居住後回台定居者或其子女在國外有經濟能力者，這些長者能獨立生活，屬於健康的老人。

行政院已於 2007 年通過「長期照顧十年計劃」，投入 817 億元，透過長期照顧服務的補助，推動相關產業的發展，計畫發展的健康照護產業類別為四類：1. 日常生活協助服務 2. 醫療服務類 3. 休閒育樂服務類 4. 經濟安全服務類。使銀髮產業的總產值預計高達三兆台幣！

(網路) 經濟部投資業務處

<http://zh.scribd.com/doc/8328156/%E5%81%A5%E5%BA%B7%E7%85%A7%E8%AD%B7%E7%94%A2%E6%A5%AD>

總結以上論點，因少子化及高齡化社會，使得銀髮產業變成熱門及有前景的行業，在書局翻閱過「抓住 3000 億老人商機」、「搶佔熟齡市場」等書籍，可以

預知產業已經漸漸成形並快速成長，內政部社會司將老人福利機構主要區分為「老人安養機構」及「老人住宅」兩種，前者指不以營利為目的的安養福利機構，經營者主要為財團法人；老人住宅則是指民間企業經營的老人住宅，已能自理生活的老人為對象。

台灣的銀髮社區針對銀髮族所創辦的養生村有台灣第一家隸屬於台塑集團的長庚養生文化村、潤泰集團設立的潤福生活事業股份有限公司、奇美集團設立的悠然山莊、康寧生活會館等集團均看準銀髮族市場的商機，並投入大筆資金發展，可見高齡化現象是目前國人需重視的一大問題(劉家駒、謝美婷，2008)。

2.2 服務之定義與特性

周逸衡、凌儀玲、劉宜芬譯(Lovelock & Wirtz 著，2012) 指服務是甲方提供服務給乙方的一種經濟活動。付出金錢、時間、心力之後，顧客期望透過物品、勞務、專業知識、設施、網路、系統等的使用權獲得價值，但顧客並無法擁有任何相關實體物質的所有權。

無論製造業、傳統產業、電子業、餐飲業等…各行各業中，服務與我們生活息息相關只要有消費皆會間接產生服務行為，製造業為了[服務]客戶需求所製造出來的產品，餐飲業為了[服務]消費者的胃所產生出來的食物等…皆是服務的方式。因客戶需求而行伸出服務流程 客戶需求(訂單)>商品開發(設計)>採購(原物料)>生產組裝(成品)>銷售及售後服務>滿足客戶需求

2.3 服務流程設計

2.3.1 服務流程設計的重要性

周逸衡等譯(2012)隨著科技的進步，顧客需求改變和新需求也隨之產生。波士頓貝氏以色列醫學中心(Beth Israel)的前任院長形容這樣的問題只要原因其中之一是外部環境的改變(法律、醫療保險)，因此需要重新設計過時的流程或發展新流程。另一原因是組織內部的改變使得「內部流程過時及官僚體系的蔓延，會造成大量的資訊交換、多餘的資料、高比例的查核或控制活動、增加的例外流程，以及越來越多顧客抱怨等」(周逸衡等譯，2012，頁 249)，其顯示了服務作業流程重新設計的重要性。

2.3.2 服務作業流程的類型

依據周逸衡等譯(2012)的研究管理者在做服務流程重新設計時，應積極設法讓生產力和服務品質提升的機會，特別是對許多後場流程來說，重新建構或重新設計可以讓服務產出有明顯的成長。服務重新設計時應將目標放在以下幾個重要績效指標上(1)降低服務失敗的次數(2)縮短從顧客啟動服務程序到完成的循環時間(3)增加生產力(4)增加顧客滿意度。

方法和概念	潛在公司利益	潛在顧客利益	挑戰/限制
刪除無附加價值的步驟(從服務交易的涉入到購買和付款)	增加客製化服務能力、效率，建立公司差異化	增加服務速度與客製化服務，將顧客的任務移轉給公司	需要額外的顧客教育和員工訓練以便更有效率地執行
改為自助服務(顧客被假設為生產者)	增加科技應用，並改善生產力	增加服務速度、接近機會與控制的知覺並節省金錢	需要顧客有扮演角色的準備，增加建立顧客忠誠度和關係的難度
服務直接傳遞(服務據點設於顧客所在地)	降低店面地點限制，增加客戶	增加便利性與接近機會	增加後勤的負擔，可能需要投資許多成本、可信度與信任感
服務組合(將多個服務組合成一套服務)	增加顧客的再惠顧、單位資本使用率	增加便利性和客製化服務	需要對目標顧客有充分的認知，可能會被認為是浪費的
實體環境重新設計(操弄與服務相關的有形元素)	改善員工滿意度	增加便利性與功能	容易模仿，需要費用來做效果和維持，增加顧客對產業的預期

表 2.1：服務流程重新設計的五種類型

(資料來源：周逸衡等譯，2012)

2.4 服務品質

2.4.1 服務品質的定義

Fitzsimmons and Fitzsimmons 原著，黃崇興審閱(2005)顧客對於服務品質的衡量是非常主觀的，來自於對服務提供者的第一印象，顧客對服務的滿意度是實際得到的服務與服務預期的比較。鄒慶士、賴逢輝(2003，頁 372)引用美國國家標準協會(American National Standards Institute, ANSI)對品質所下的正式定義為：「能使產品或服務符合特定需求的相關整體特色和特性。」

根據學者將服務品質定義為客戶實際得到的服務與預期的服務的比較。本研究將服務品質解釋為顧客對於產品的價格與品質有一定的期望值，東西便宜，品質越好俗稱 CP 值高〈CP：性能與價格的比值。C 是指 capability/P 是指 price〉；東西貴，品質又差 CP 值低到不行。顧客對於服務品質的要求又該如何認定，服務品質即為顧客實際感受與期望值對比所產生出來的主觀名詞。服務品質是很主觀的，主要是提供有效率、親切及持續性的服務給顧客，當顧客第一眼和藉由旁敲側擊的來第一印象，對於服務有了初步的期望值，經過一連串的服務過程中，消費者所直接感受到的體驗，便有了服務品質的好壞的差異性，當期望值高於實際感受值，所得到的為負評價，當實際感受值高於期望值，所得到的即為正評價(讓顧客倍感尊榮)理所當然顧客會為了好評而再次回籠來做二次消費，有了回流客加上源源不絕的新生客源企業才能長久經營下去。

2.4.2 服務品質缺口

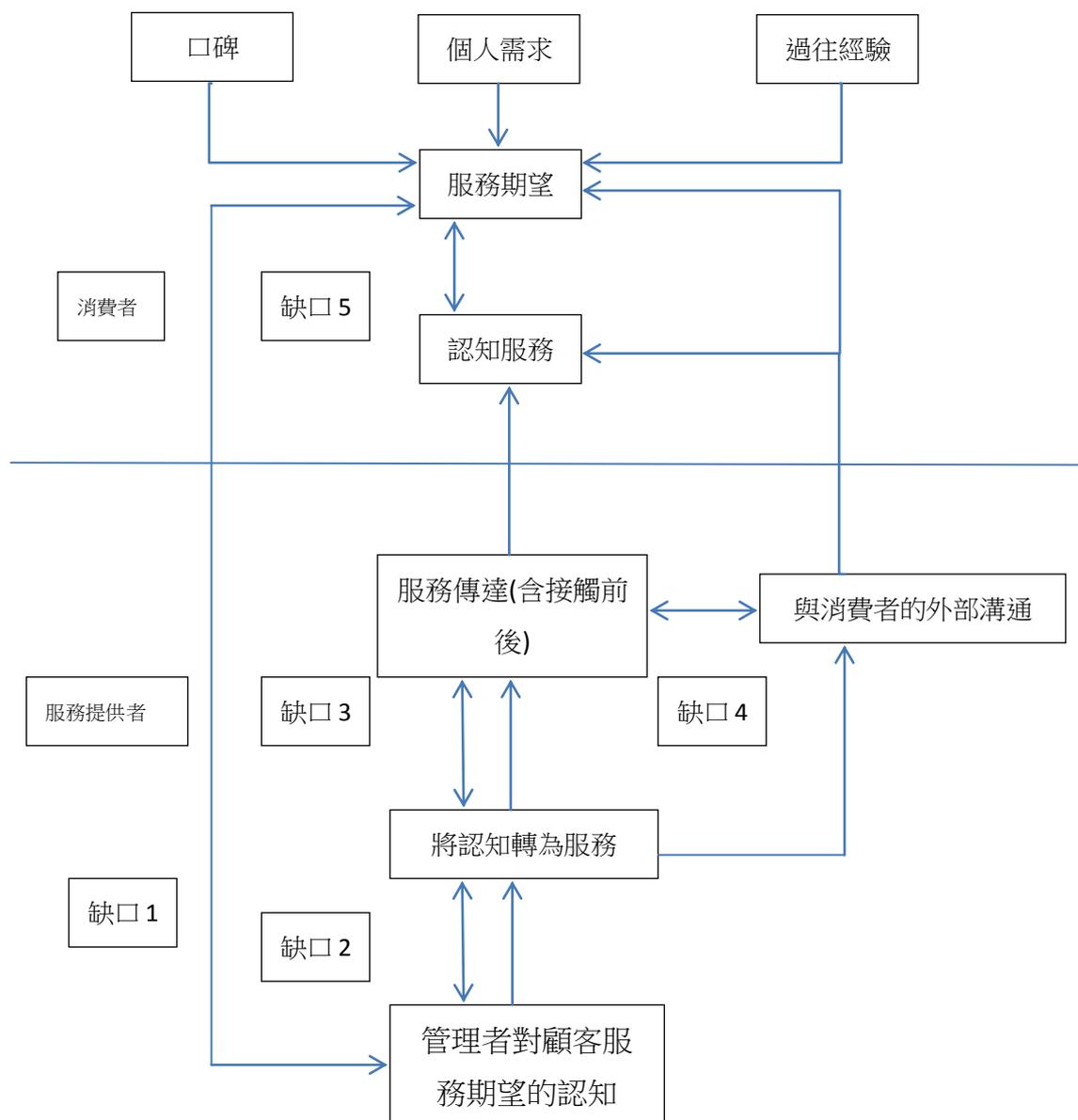


圖 2.1：服務品質缺口圖

(資料來源：周逸衡等譯，2012)

缺口 1: 無法了解顧客的期望 當服務提供者所認知的顧客期望與顧客的期望有所不同時，第一個缺口就產生了。造成此缺口的原因是缺乏行銷研究以及服務提供者與顧客缺乏互動。

改善方法:設計問卷、訪談與顧客回饋系統，透過抽樣來進行，並訓練第一線員工與顧客的溝通。

缺口 2:錯誤的服務品質規章 服務提供者認知的顧客期望與他們所訂定的實際服務規格有差異時，第二個缺口就產生了。造成此缺口的原因是沒有明確的工作標準和目標。

改善方法:利用具有顧客導向的流程來設計顧客服務流程，以標準化來確保穩定性與可靠度，提供顧客在不同價位有不同的產品，確保員工在服務傳達的每個步驟都瞭解以滿足顧客的預期。

缺口 3:服務執行缺口 服務規格與實際傳達的服務不一致時，第三個缺口就產生了。造成此缺口的原因是員工的服務規格要求的不一致，員工與工作配適不當、技術與工作配適不當、使用不當的方式控管員工及缺乏團隊合作。

改善方法:招募人才時，選擇能達成工作績效的員工、訓練員工做好自己的角色、獎勵達成服務品質的員工。

缺口 4:溝通缺口 當允諾無法配合服務的傳達時，第四個缺口就產生了。造成此缺口的原因是其他跨部門間的溝通不良、與顧客溝通的過程有誇大不實的現象。

改善方法:顧客看過廣告內容前，行銷溝通人員需先反覆測試並確保內容是否符合實。

缺口 5:知覺缺口 顧客期望的服務與其認為實際接受到的差異。

改善方法:明確的告訴顧客現在要做什麼服務，並在服務結束後，做一些簡單的介紹，讓他們知覺到服務品質。

2.4.3 服務品質構面

鄒慶士、賴逢輝(2003, 頁 373):「雖然產品這個字的意義包含了物品和服務,但是上述八項品質構面對實體的物品而言比較容易詮釋或瞭解。」服務品質的構面分為 1. 可靠度:服務的可靠度是指值得顧客的信賴,顧客所要求的必達承諾。2. 回應性:關於顧客對於服務的準備程度。3. 保證性:關於提供服務者的知識、態度和顧客對服務人員的信賴感。4. 同理心:服務人員對顧客的關懷以及了解顧客的需求。5. 實體性:包含服務過程中看得到的設施和服務人員的外表等。

2.5 服務創新

2.5.1 服務創新的定義

劉俊岷(2006)引用經濟學熊彼得大師將創新定義為:「將已發明的事物,發展為社會可以接受並具有商業價值之活動。」幾乎只要與競爭者使用不同方式的服務與組織系統的改變,就達到創新的概念。廖偉伶(2003) 服務創新包含服務和傳遞系統的所有創新活動,且可以在很快的時間下被模仿,只有不短創新,才能提高競爭力。(蔡秉宏,民國 102)藉由發現顧客的多樣化需求來創新以達到公司利潤與顧客的滿意度,並達到雙贏局面。

根據以上學者對服務創新的定義,本研究認為服務創新即是在原有的東西加上新的附加價值,或跳脫出既定的框架,並傾聽顧客的心聲與掌握客戶需求,開發設計進而衍生出迎合大眾市場的新東西,服務創新應該是更接近顧客,所以有人提出了給顧客真正體驗的機會,就服務整體來看,認為服務比產品更難溝通、分割、更複雜,

甚至更不具相容性，因此，當企業推出新服務時，必須著重在試用的促銷上，以增加顧客有體驗的機會。

例如統一超商將原先收銀員背後的香菸販售區域縮小成一半，引進全自動咖啡機，2003年由配合的5家門市進行測試，2004年正式導入300家直營店來銷售，2010年全省超過4400家統一門市提供CITY CAFÉ，一杯咖啡、一個小空位，引爆十億元商機！利用通路加上24小時營業的優勢，讓大眾能夠隨時且快速的取得一杯咖啡，成功關鍵在於口碑、快速、物超所值，抓住消費者需求，創造雙贏市場。

(CITY CAFÉ 發展史 <http://www.citycafe.com.tw/coffee/machine.aspx>)

2.5.2 服務創新類型

創新是指用新方法透過新產品、新流程、新服務、新事業來創造價值的過程。創新分為兩大類漸進式創新和突破式創新：漸進式創新是利用原有的知識來做小幅度的修改，屬於功能上的強化，大部分的創新都屬於漸進式創新；突破式創新是創新所產生出的優質產品(低成本、提供較佳的品質或新的特質等)使原有的產品喪失競爭力，且風險較高(Fitzsimmons and Fitzsimmons 原著，黃崇興審閱，2005)。

漸進式創新策略如：XX 租車公司，以前只提供甲地租車甲地還車，延續既有的服務加以改良創新，現在可在甲地租車乙地還車，還會自動幫顧客紀錄需求(例如衛星導航)等，貼心又讓顧客有感的創新服務。

突破式創新策略如：以前只有觀光區才有腳踏車及協力車出租，現在台北市為推廣短程接駁交通工具，結合了悠遊卡提供短程租賃 Youbike(微笑單車)便民服務，此突破性服務使用電子無人自動化管理，還提供甲地租乙地還的服務，深獲大眾滿意。

2.5.3 服務創新的前因(成功關鍵因素)

(1)第一線服務人員的態度與技巧

服務人員是前線，占據重要位置，第一線人員給人的第一印象極為重要，他們傳遞服務，也是服務品質的關鍵，站在第一線即代表企業及品牌形象。當科技漸漸取代人力，如自動提款機及互動語音系統等，第一線人員真的還如此重要嗎？當消費者漸漸習慣科技服務後，當直接與服務人員接觸的機會越來越少，相形之下，這一次兩次的服務接觸就成了關鍵時刻！足以左右顧客對企業的觀感。第一線員工需要高績效且對工作滿意，來傳遞優質服務並且建立顧客忠誠度，所以第一線員工往往是企業裡擔任最吃力工作的人（周逸衡等譯，2012）。

柯拉。葛利芬(CORA GRIFFITH)是美國餐廳的一位服務生，女服務生的專業精神贏得顧客和同事的欽佩與尊重，她在工作時所遵循的九項成功原則：1. 用真心對待每位顧客：不能讓第一次上門的顧客覺得自己向陌生人一般，要讓顧客有尊榮感受。2. 先傾聽：傾聽顧客需求。3. 預測顧客需求：先行提供並滿足顧客。5. 聰明工作：不要每次只做一件事，做事要有條理及效率。6. 不斷學習：不斷改善已有的技能並學習新技巧。7. 成功靠自己：積極的態度帶給餐廳正面能量，滿足顧客需求快樂過生活。8. 團結：對公司有向心力，並互相支援互助合作。9. 對自己工作感到驕傲：認同且正面積極的努力工作。

(2)高階主管的領導

王金吉(民國 100)高階主管的領導與支持是企業流程再造成功的關鍵要素，一個企業的流程再造作業與高階主管是否能整合運用企業內人力與資源有極大的影響，此與高階主管的領導行為有關。黃阿惠(民國 100)指出領導為透過各種激勵團體的方式並協助團隊來達到組織目標，彼此之間有個承諾來促使組織的生存與發展。

本研究認為一位優秀的高階主管會傾聽員工的想法，來找出其優缺點並激勵員工改進缺點和維持優點，讓員工更有效率的朝向組織目標來努力。

(3)顧客抱怨處理

依據周逸衡等譯(2012)的研究企業處理顧客抱怨和後續服務的能力，決定能否建立顧客忠誠度。顧客回應服務失敗的類型，當服務接觸後得到的感受是不滿意通常會採取三項行動：

採取公開行動：向服務企業抱怨、向第三方機構抱怨(消保會、消基會、地方法院等)或採取法律行動來求償。

採取私下行動：轉換服務供應者(即顧客流失)、四處宣傳(BBS 或臉書等)變成負面口碑形象。

不採取任何行動。顧客可能會採取一個或以上的方案來進行抱怨，企業必須在第一時間處理避免衍生更多事端。服務企業必須了解顧客的抱怨行為，為何顧客會抱怨?不高興的顧客提出抱怨的比例有多高?不高興的顧客為什麼不提出抱怨?誰最有可能提出抱怨?顧客在何處抱怨?

顧客抱怨通常有以下目的：

- 獲得補償：希望要求退款、補償或再次接受服務來補償損失。
- 發洩憤怒：服務讓顧客自尊受創或公平知覺產生負面感受，因此感到憤怒。
- 協助改善服務：當顧客高度涉入服務(大學或主要往來銀行等)他們希望提供回饋以協助企業改善服務。
- 同理心：有些顧客會受利他心態的激勵而抱怨，不希望其他顧客再次遇到相同問題。

顧客對於抱怨所抱持的期望，每當服務失敗，顧客會希望得到公平且足夠的補償，當顧客抱怨及企業服務補救，需要程序公平、互動公平、結果公平，顧客接收到三個感受後，對服務補救感到滿意，才能減少顧客抱怨，並平息憤怒。

(3)老人住宅與科技應用

依據李彬州(民國 97)當老人住宅結合現代科技應用，即成為了[智慧住宅]，是老人科技未來發展中重要的研究領域，透過自動化服務及資訊通信科技的整合，建置出對老人有助益並提供安全的居住環境，老人可以便利地控制家中的科技來結合生活，提升自主獨立的生活能力。

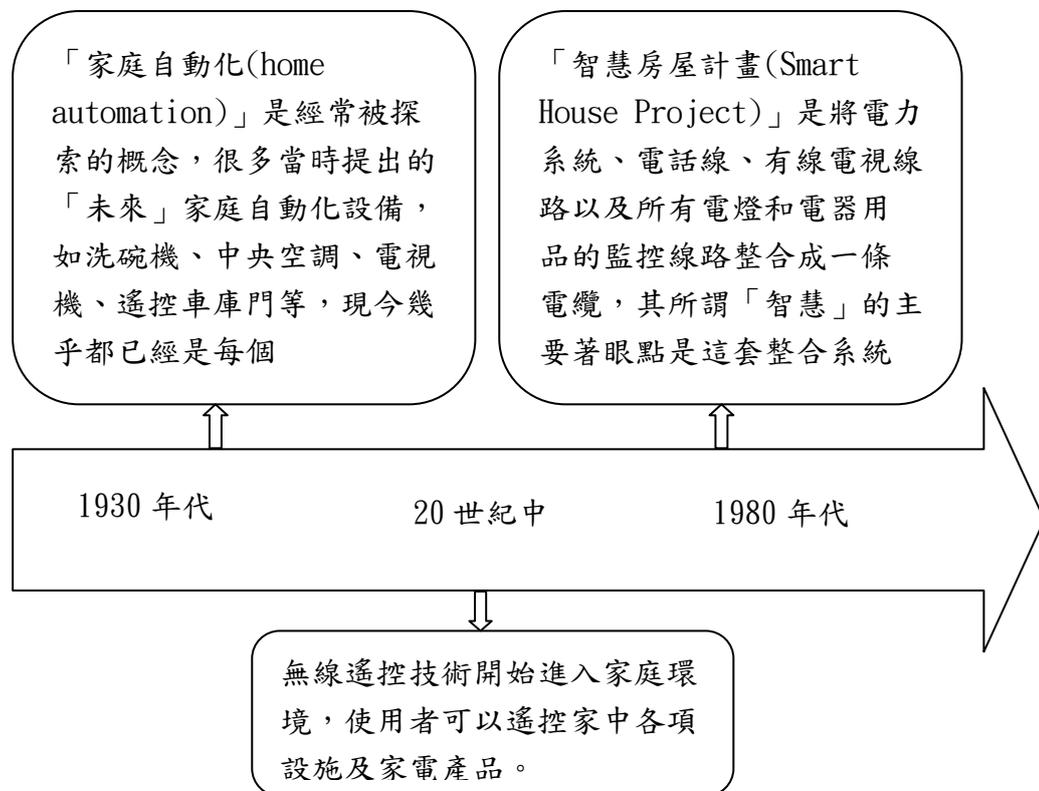


圖 2.2：老人住宅科技應用

(資料來源：李彬州(民國 97))

智慧住宅的理想架構:

1. 便利舒適: 影音、室內溫濕度調節。
2. 永續節能: 燈光、空調、家電。
3. 健康照護: 定位系統及生理參數。
4. 安全安心: 保全與緊急通訊設備。

第三章 研究方法

3.1 研究架構

圖 3.1 說明本研究的架構，其描繪本研究所假設及擬探討之服務品質缺口、服務作業流程改善、服務品質與服務創新之間的關係：

- (1)如何從服務品質缺口，規劃與執行服務作業流程改善；
- (2)如何從服務流程改善提升服務品質；
- (3)如何從服務流程改善產生創新的服務。

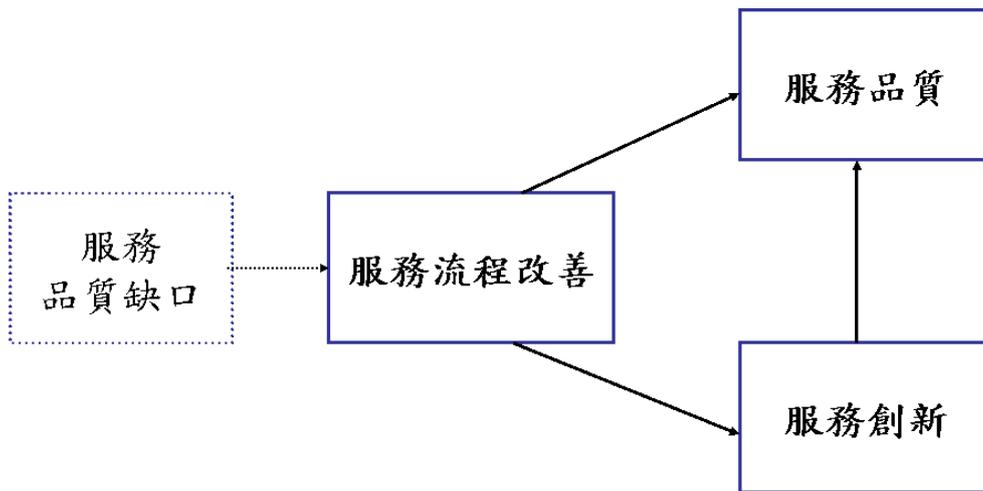


圖 3.1：研究架構

3.2 資料收集方法

本研究採用個案研究法，以長庚養生文化村為研究對象，將收集多元的個案資料：(1)企業內部資料(archival documents)；(2)訪談利益關係人 (stakeholder interviews)如公司主管、企業員工及社區住民等的看法；(3)以自行發展的問卷調查現有服務作業及新的服務需求；(4)一年實習期間的實地觀察、記錄，然後整理及分析這些資料，以討論研究結果、回答研究問題，提出管理意涵。

3.3 長庚養生村簡介

長庚養生村是由創辦人王永慶先生打造的快樂退休生活的地方，其經營理念為「為了實踐老吾老，以及人之老的理想，並且規劃設計出一個讓年長者依然可以過著多彩多姿，而且自在又有尊嚴的生活環境。」全村 4000 戶不同坪數住房，共住了 300 位長者，享受總面積約為 9.6 公頃及全村綠化的景觀設計，內有專人為長者訂做專屬的養生健康計劃，調配屬於個人的菜單，並舉辦多樣化的社團活動、藝文表演、學習課程，豐富生活內涵，以達成養生文化村文化的宗旨，對於喜愛交志同道合的朋友而言，養生村則是個完美的選擇(長庚養生文化村 <http://www1.cgmh.org.tw/cgv/index.htm>)。

養生村設立的宗旨是盡量提供長者一個連續性的服務，健康的長者住在養生村，有疾病或失能的長者則住在護理之家。(2008，周琳霓)除了建築物外，其他的籃球場等休閒空間都是開放的，任何人都可隨意進出，針對此問題，養生村在大門、每一座電梯和房門都利用感應刷卡來管控人員出入，同時也可追蹤長者的行蹤，以達到雙贏局面，為了能隨時監控長者的健康狀態，養生村結合了 IT 科技來量血壓，由於隸屬於台塑集團，因此與長庚醫院的關係非常密切，醫療資源相當充沛。

第四章 期中成果及結論

4.1 期中成果

本研究目前經由文獻探討，介紹健康照護產業及養生村的產業概況，也整理相關理論知識(服務品質、服務流程、服務創新等)，奠定後續研究的知識基礎。

而且，從文獻探討、實地參訪及初步、非正式的訪談，本研究已建立研究架構(圖 3.1)，期末將以此架構為核心，深入探討服務品質、服務流程及服務創新之間的過程及關係，歸納分析研究結果，並提出管理意涵。

4.2 期中結論

本研究從文獻探討及非正式訪談結果，認為服務業公司可以應用服務品質缺口模式，調查分析目前服務作業流程有哪些特別需要改善之處，然後規劃及執行改善流程的行動方案，以評估服務品質及效能是否提升，甚至可能從改善過程中，尋找創新的服務方案，以滿足客戶現有及未來的需求，從而提升企業的競爭力，達到永續經營的目標。

參考文獻

1. 周逸衡、凌儀玲、劉宜芬合譯(2012), Christopher Lovelock and Jochen Wirtz 原著, 服務業行銷 (第七版)。台北市: 華泰文化事業股份有限公司。
2. 鄒慶士、賴逢輝合譯(2003), Cengiz Haksever, Barry Render, Roberta S. Russell, Robert G. Murdick 原著, 服務業作業管理 (初版)。台北市: 雙葉書廊有限公司。
3. James A. Fitzsimmons, Mona J. Fitzsimmons 原著, 黃崇興審閱(2005)。 服務管理。台北市: 美商麥格羅、希爾國際股份有限公司 台灣分公司。
4. 王金吉 (民國 100)。 部門主管的領導型態與企業流程再造之關係-以 G 公司為例。逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。
5. 黃阿惠 (民國 100)。 長期照護機構護理主管的領導風格與護理人員工作滿意度之相關性探討。亞洲大學健康產業管理學系碩士論文。
6. 廖偉伶 (民國 92)。 知識管理在服務創新之應用。國立成功大學工業管理科學研究所碩士論文。
7. 劉俊岷 (民國 95)。 服務創新、情緒體驗與忠誠意圖之關係-以主題餐廳為例。天主教輔仁大學管理學研究所碩士論文。
8. 蔡秉宏 (民國 102)。 台鐵服務創新對旅客再惠顧意願之影響。逢甲大學運輸科技與管理學系碩士班碩士論文。
9. 龔文華(民國 92 年)。 高齡者進住養生文化村意願之影響因素。長庚大學/企業管理研究所碩士論文。
10. 劉家駒、謝美婷 (民國 97)。 亞東學報。卷(28 期)
11. 李曄淳、呂佳茹 (民國 101)。 探討銀髮族新休閒生活環境—養生村之服務考量因素。第七冊第二期
12. 周琳霓(2008)。 健康世界。
13. 李彬州(民國 97)。RFID 與智慧化居住空間。上網日期: 民國 97 年 3 月 7 日。
網址: http://rfid.ctu.edu.tw/8_lab/picture/RFID_20080307.pdf
14. (網路) 經濟部投資業務處
<http://zh.scribd.com/doc/8328156/%E5%81%A5%E5%BA%B7%E7%85%A7%E8%AD%B7%E7%94%A2%E6%A5%AD>

15. 長庚養生文化村 <http://www1.cgmh.org.tw/cgv/index.htm>

16. CITY CAFÉ 發展史 <http://www.citycafe.com.tw/coffee/machine.aspx>