

蒲太中油合作方案

蒲遍健檢 **油**你開始



蒲太資訊科技
www.potaitec.com.tw

VS.



組員名單：

94402001 曾敬惠

94402003 洪莉斐

94402012 黃琦雯

94402013 謝慧俞

目錄

第一章 緒論

第二章 文獻探討

第一節 策略聯盟的意涵與理論基礎

第二節 策略聯盟的相關研究

第三章 研究方法與實施

第一節 研究方法與個案選取

第二節 資料來源與蒐集方式

第三節 研究步驟與過程

第四章 個案公司

第一節 公司簡介

第二節 產品與合作客戶

第三節 中油及蒲太、中油合作規劃

第五章 執行計畫

第六章 參考文獻

第一章 緒論

一個人非要等到生了病才去看醫生，好比足球場上對你亮起了紅牌逐出足球場，但不少人黃牌在身，卻依然橫衝直撞，不斷犯規等到紅牌亮時，才悔之晚矣。

投資健康不僅是生活時尚，更是生命的必需、人生的責任。有健康的身體才能獲得最高尚的生活樂趣；有健康的體魄才能創造最大的財富；有健康的身心才能獲得最完美的人生，而完美幸福的生活必定是每個人一生永遠的追求。

因此，我們認為一個人的健康就是他所擁有的財富，而員工更是公司資產的一部份，員工有健康的身體才能為公司創造更大的財富，所以我們找蒲太公司為我們的個案公司，並且找國營事業中油為合作對象，替蒲太打開知名度。

第二章 文獻探討

本研究文獻探討共分為二節，第一節探討策略聯盟的意涵與理論基礎；第二節探討策略聯盟的相關研究，各節內容分述如下。

第一節 策略聯盟的意涵與理論基礎

本節先探討策略聯盟的意涵，包括策略聯盟的定義、類型及益處；接著說明策略聯盟形成的理論基礎；最後是策略聯盟的成功案例。

壹、 策略聯盟的意涵

一、策略聯盟的定義

策略聯盟是一種典型的合作策略。策略聯盟在不同的企業間建立一種夥伴關係，藉此可以結合彼此的資源、能耐，與核心競爭力，來追求彼此在產品或服務的設計、製造，或行銷等上面的共同利益。

二、策略聯盟的類型

根據有無擁有對方的股權來分有權益基礎與非權益基礎兩種；而又可劃分成

同一產業內與跨產業兩種，說明如下：

（一）權益基礎的策略聯盟與非權益基礎的策略聯盟

權益基礎的策略聯盟是指策略聯盟的夥伴會擁有對方某一比例的股權為基礎，一般而言，權益基礎的策略聯盟可以透過交叉持股以及相互投資的方式來進行。合資便是一種典型的權益基礎的策略聯盟。

非權益基礎的策略聯盟主要是在沒有所有權擁有的基礎下，透過合約上的關係或彼此的默契，來取得合作的關係。特別值得注意的非權益基礎的策略聯盟，是沒有所有權的結合，也沒有法律上的合約關係，由彼此默契所形成的，通常稱為默契結盟。

（二）同一產業內的策略聯盟和跨產業的策略聯盟

同一產業內的策略聯盟，大多是兩個策略聯盟夥伴間存在著一種垂直和水平互補的關係，藉由互補的方式來結合彼此的資產，以創造價值並取得市場機會。垂直互補式策略聯盟出現在價值鏈不同的階段之中，成員可以發揮個別的競爭優勢，因此合作的程度大於競爭。水平互補式策略聯盟則是出現在同一價值鏈階段中的資源與能耐的互補式策略聯盟，夥伴彼此是互相競爭的競爭者，因此會出現一種既競爭又合作的關係。

跨產業的策略聯盟可以分成三種：多角化策略聯盟、綜效策略聯盟，與特許權的授與。多角化策略聯盟是希望能夠在不需要進行收購或合併下，便能夠打入某些新的產品或市場領域，好處是風險較低、具有彈性。綜效策略聯盟是在兩家或多家公司之間建立起一種聯合的經濟範圍，進而創造出一種綜效，例如：手機業者經常和電信業者合作推出共同的促銷活動。特許權的授與則是指在被加盟者和加盟者之間，安排一種關於特許權的合約關係，特許權的授與有助於知識的移轉和技術的發展。

三、策略聯盟的益處

有關策略聯盟的益處有容易取得進入某些管制市場的管道、降低風險和不確定性、加快企業的學習與因應速度、增強競爭力等四項，說明如下：

（一）取得進入某些管制市場的管道

某些市場存在著一些貿易障礙，廠商可採用合資的方式或透過特許權授與的方式，來進入某些管制的市場。

（二）降低風險和不確定

利用策略聯盟的方式，可以結合其他的同業來共同擬定產業的技術標準，或是進行聯合研發，來降低或分擔未來技術開發上可能存在的風險。

（三）加快企業的學習與因應速度

透過策略聯盟，可以很快地取得相關的技術與資源，因此可以加速新產品與新服務的開發。對於一些想進入的新市場，可以在短時間內進入。

（四）增強競爭力

透過策略聯盟可以很快地取得某些互補的資源和能耐，對於維持市場的領導地位或是對於競爭者的競爭，都可以更有效地達成和因應。

貳、 策略聯盟形成的理論基礎

有關策略聯盟形成的動機理論可分為策略行為理論、資源基礎理論、交易成本理論、資源依賴理論、組織學習理論五種，說明如下：

一、策略行為理論

策略行為理論中所提的動機，指的是企業界為了創造並維持競爭優勢，以策略行為結合聯盟夥伴之資源、能力和外在整體環境配合。也就是企業界以合作做為改善競爭地位的手段，以達到利潤極大化的目標。隨著整個經濟環境的變動，策略聯盟以整合企業資源的能力，保持有彈性的策略，使得企業在購併、直接投資上選擇佔有優勢的策略。此理論強調企業以改進競爭地位而獲取利潤的標準，來決定交易方式，藉由合資來強化其在市場的競爭地位，達到利潤的最大化或增加企業資產的價值，來削弱對手的競爭地位及阻止潛在競爭者的進入，確保自身的利益。

二、資源基礎理論

資源基礎理論又稱資源基礎模式。主要的論點在於闡明：企業累積了其他競

爭企業所無法模仿的、稀少的、有價值且無法取代的資源或能力以支持所採取的策略，進而建立長期且持續的競爭優勢。資源基礎觀點是將廠商視為結合不同的實體資產、無形資產與各式能力的綜合體，而廠商所擁有的資產與能力，將會決定其效率和效能，若廠商能夠將廠商的目標和資源能力相互配合運用，則可產生較高的經營績效。而在資源基礎的相關研究中，亦認為廠商需要擁有其他廠商所欠缺的關鍵資源能力項目或所謂的核心能力，以建構獨特的競爭力。

三、交易成本理論

交易成本理論是 Williamson 所發展而成，Williamson 認為有三項因素會增加市場的交易成本：(一)未來的不確定性愈高，則交易者愈不容易在事前續約；(二)資產特定性愈高，則有套牢的風險；(三)交易次數愈頻繁，則有投機的行為發生。因此當市場交易須負擔高成本及高風險時，某些經濟活動會捨棄市場交易，而改採企業內部化自行發展。當企業因內部化或購併所導致的高固定成本時，則可採取介於市場交易與內部化之間的策略聯盟方式，策略聯盟乃是介於兩者之間一種混合體。交易成本理論的觀點是公司在取得資源時，必須考量其交易成本達到最低的狀況，企業為降低成本及投資風險，則選擇聯盟的方式來達到最大的獲利效益。

四、資源依賴理論

組織的資源在有限的狀態下，難以完全自給自足，在面對環境的不確定性，必須高度依賴外部資源下，組織必須與外部環境建立聯盟關係，以取得所需資源。從資源依賴理論的觀點，組織存續的關鍵在於其取得並維持資源的能力，其分析的單位是「組織與環境的關係」，而不是個別交易。在資源依賴的理論下，廠商需依賴外部環境的資源，亦即依賴產業中其他廠商。為了降低外部環境不利的影響，需從外界獲取各種必要的資源，使得組織與外部供應商產生彼此相互依賴的關係。因此，組織為了要能夠獲得所需資源，會向外找尋夥伴，形成利益的聯盟。

五、組織學習理論

「組織學習」或者是「學習型組織」指的是一個組織能夠不斷的學習，運用系統性思考模式嘗試各種不同的問題解決方案，因而可以強化並擴充個人的知識和經驗，改變整體組織的行為。從組織學習理論的角度而言，在科技多樣化和融合性的趨勢中，產業必須建立企業的知識庫存，存在於組織中的作業程序、人員經驗、商譽、網路關係等潛藏的知識與無形資產，這些知識是無法透過市場交易移轉，必須經由聯盟組織學習取得。因此，組織學習導向的動機，是企業為了學習市場上不易獲得的知識，因而選擇藉由聯盟的行為模式獲取。其聯盟的重要目的，就是雙方藉著合作學習的過程，相互學習聯盟夥伴重要的知識與技能，並因此建立本身真正的核心能力與可以創造價值的方法。

參、 策略聯盟的成功案例

網路購物市場規模十年間從零到挑戰一千五百億元，代表的不只是網路商家的壯大，同時意味著宅配需求大幅攀升，再加上電視購物、郵購風行，宅配產值跟著水漲船高。檯面上五大宅配業者：統一速達（黑貓宅急便）、台灣宅配通、新竹貨運、大榮貨運一日配、郵局等。

以統一速達來說，背後有母公司統一，以及統一超商全台超過四千店的強力奧援，加上統一速達開發產地直送、地方特產郵購市場，頗受歡迎，成功成為宅配業的領導品牌。統一速達塑造宅配人員專業以及重視貨物的形象，因此價格雖比同業高，市場接受度仍高。網路業者指出，供應商選擇合作的物流業者，價格不見得是惟一考量的要點。因為宅配人員也代表了店家形象，物流處理得好，消費者才會提高回購率。

台灣宅配通則是由東元家電轉投資，合作的通路據點除全家便利商店、萊爾富外，再從東元轉投資延伸出去，納入樂雅樂餐廳、摩斯漢堡、安悅電氣，此外還有中油、三商行等。

而大榮貨運、新竹貨運兩大貨運業者，幾乎包辦電視購物的物流配送。「電視購物的貴重物品很多是交給大榮配送」大榮宅配部高級專員劉金維以此說明大榮的寄件品質受客戶肯定，「這是因為我們有豐富的物流經驗，知道怎麼保管貨

品才不會損壞或遺失」。再者，低溫宅配也是大榮認為自家的強項，「除了低溫配送車外，還有低溫倉儲、低溫理貨區。對溫度品質要求很高的 Haagen- Dazs 冰淇淋就是交給大榮配送。」

第二節 策略聯盟的相關研究

學者司徒達賢曾以「網絡定位策略」的概念來詮釋策略聯盟的合作關係，指出企業與其上下游廠商、國內外同業、勞工團體、投資人、政府機關、政治團體、的大眾媒體、學術界及研發機構等，彼此都存在著許多複雜的關係。企業與這些利害關係人之間，可維持普通的買賣關係，也可進一步建立較親密的合作共生關係。企業間的策略聯盟則是涵蓋在網絡定位策略當中，網絡定位策略所考量的重點包括是否要加入某一聯盟團體，是否應與某一外界機構建立更進一步的關係，雙方的介入要達到何種程度，對合作夥伴能提供哪些資源，又能從這種合作關係中得到哪些好處等。

司徒達賢並指出網絡定位策略與總體策略有關，因為大多數多角化行動是由於在新領域中存在著可以利用的關係，機構間的網絡關係，可視為進行多角化時的綜效來源或資源基礎；網絡定位策略與事業策略亦有關，在事業策略中的「垂直整合程度之取決」，乃是要決定哪些價值活動要外包，哪些要自製，外包對象的選擇常取決於網絡定位策略的角度；網絡定位策略與企業國際化有關，假使一個國家其相關產業不完整，無法支援企業所需的網絡關係，那麼將不利企業前往投資設廠。若相關的網絡關係都已外移至其他地區，在孤掌難鳴的情況下企業不得不隨之外移。

整體而言，策略聯盟是企業網絡關係的一種，透過這種聯盟的關係，企業與企業之間彼此進行技術或經營資源的交換，而不是以內部化的方式進行。司徒達賢指出各種企業活動，或從事各種企業活動的組織，除了以所有權來徹底連結，或以純粹市場交易來分工合作的兩種作法外，其他都可以算是網絡關係。

第三章 研究方法與實施

本章主要在說明研究的方法與個案選取、資料來源與蒐集方式、研究步驟與過程等三節。

第一節 研究方法與個案選取

本研究採用質性個案研究、選取蒲太策略聯盟為個案，以下說明採用質性個案研究的理由以及個案選取的考量因素。

壹、 採用質性個案研究的理由

質的研究在於研究者不企圖以人力操控研究情境，為了瞭解在自然發生的狀態中自然發生的現象，特別以探索、發現和歸納的邏輯為導向，強調接近所研究之人們和情境的重要性；應用質的方法，致力於理解一個現象或方案的全貌。質性研究之特性為：一、自然式的；二、描述性資料；三、歷程的關注；四、歸納性的；五、意義。而質性研究中的個案研究可以顯示出質的方法之深度和詳盡，針對一個場域、單一個體、文件資料儲存量、或某一特定事件做鉅細靡遺的檢視，個案研究是為了解決定導致個人、團體，或機構之狀態或行為的因素，或諸因素之間的關係，而對此研究對象，做深入的探究。因此，本研究採用質性個案研究之理由在於：

一、策略聯盟為一動態、開放且多元的組織，聯盟的運作、發展情形及困境是在自然真實情境下發生，非研究者可人為操弄的。

二、本研究欲藉由參與觀察聯盟的實況，從中發掘聯盟各種活動、發生事件、現象所代表的深層意義。

三、研究者不只重視策略聯盟所呈現的結果，亦關注策略聯盟實際發展及運作的整個歷程，欲探究歷程中的背景因素、影響因素以及因素間的關係。

四、本研究透過策略聯盟的實際情境蒐集資料，並進行分析、歸納，期能對策略聯盟作更完整的檢視。

貳、 個案選取的考量因素

質的研究在於集中深入研究一群精心選擇、數量較小的樣本，有時甚至只有

一個個案 ($n = 1$)，其選取樣本的方法是立意取樣，而立意取樣的效力和邏輯，在於選擇資訊豐富的個案作深度的研究。資訊豐富的個案是指這些樣本中，含有大量對研究目的至關重要問題的資訊；而深度的研究是指這些樣本中能大量提供解決研究重要問題解答的資訊。

第二節 資料來源與蒐集方式

本節說明資料來源與蒐集方式，我們所使用的是訪談，這個部份包含訪談對象以及訪談內容，說明如下：

壹、 訪談對象

訪談對象選擇蒲太公司的總經理趙先生，趙總對公司有一定的了解，對產品以及公司發展也很專業，在訪談過程中可以幫助我們對公司有進一步的認識。

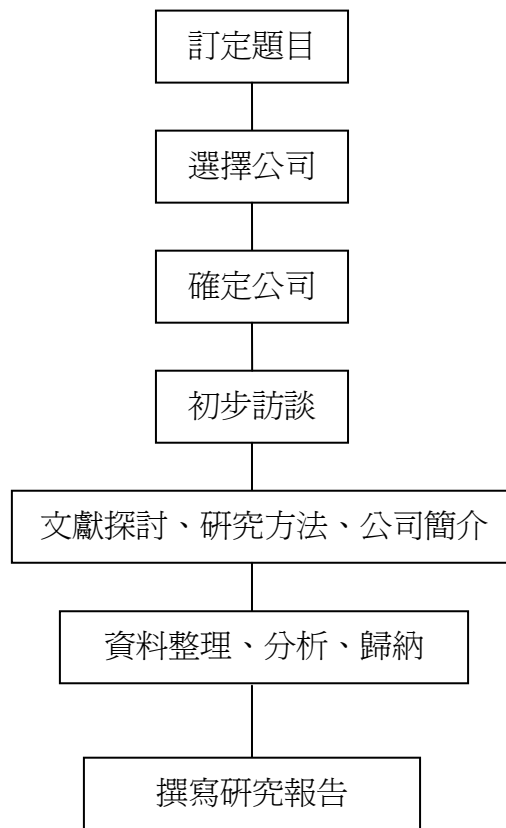
貳、 訪談內容

訪談內容包括公司簡介、公司產品、公司客戶以及公司規劃這四種，說明如下：

- 一、公司簡介：讓我們初步了解公司的發展過程還有營運概況。
- 二、公司產品：說明公司所開發的軟體以及用途。
- 三、公司客戶：介紹公司主要客戶群與客戶所使用的產品。
- 四、公司規劃：對公司將來的發展發向以及期望。

第三節 研究步驟與過程

本研究首先擬定研究主題以及選定公司，接著進行初步性的訪談，然後開始著手於文獻探討、研究方法與公司簡介，經由資料蒐集、整理、分析、歸納，從而獲得研究結果，最後撰寫研究報告。本研究步驟如下：



第四章 個案公司

本研究個案公司共分為三節，公司簡介、產品與合作客戶及中油及蒲太、中油合作規劃，說明如下：

第一節 公司簡介

個案公司為蒲太資訊科技有限公司，下面將介紹個案公司背景、健康管理領域、產業環境分析及 SWOT 分析。

壹、 個案公司背景

一、 成立時間與工作性質

蒲太資訊成立於民國 88 年，致力於統計分析的應用，從資料處理、製作基本統計圖表報告、各種檢定性質的統計分析報告（如迴歸分析、變異數分析），提供各種資訊管理服務，透過統計分析能將資料化為資訊，有了資訊的輔助做出正確的決策。

二、 投入新領域

從民國 8 9 年起，蒲太資訊投入健康管理領域，民國 9 0 年完成雙優健檢資訊系統開發，不只將健檢資料做系統化的管理，同時也將統計分析的概念融入系統中。民國 9 3 年開發出雙優健康管理系統，使健檢管理提昇至健康管理，讓健康管理人員有一套完整的電腦管理系統進行各項健康管理工作，如：高危險群篩選、健檢異常比較、排行、線上提醒、通知等。民國 9 4 年開發出雙優健檢中心管理系統，使健檢單位與健檢醫院作業連貫起來，形成完整的資料處理系統。

三、加以整合

民國 9 5 年整合「雙優健檢資訊系統」、「雙優健康管理系統」、「雙優健檢中心管理系統」之管理作業，開發出「新優健檢管理系統」，為企業提供一套簡便且功能完整的健檢資料管理系統。

四、開發新系統

蒲太資訊是台灣唯一一家以開發健康管理系統為主軸的軟體公司，因為健康管理牽涉的資料與流程非常複雜，加上醫學原理中有很多尚無固定的管理模式，使得困難度更高，蒲太資訊不斷地進行研究，在這個領域擁有豐富的開發經驗，是最符合客戶的管理需求的系統供應者。

貳、 健康管理領域

這個部份將說明健康管理的特色、健康管理的重要，以及健康管理系統應具備的功能。

一、健康管理的特色

健康管理是一個新的管理課題，至今沒有固定的管理模式，且會因行業的特性而有不同的管理方式，就實務上歸納以下幾項健康管理特色：

（一）資料收集困難度高

由於健康資料的組成極為廣泛，例如：健康檢查、生活習慣等，如果沒有一個好的收集健康資料機制（包括：資料正確性、收集效率、方便性等），將註定健康管理的失敗。

（二）與員工互動性大

健康管理的對象是員工，健康資料的組成極為廣泛，除了健康檢查一些項目經由檢驗儀器取得外，大都必須與員工互動才能取得，此外，經由健康管理而擬定改善方案，其方案的實施也大都必須與員工互動。

（三）資料特性變化性大

健康管理沒有固定的管理模式且具有眾多健康資料種類，每一項資料都有可能影響健康，但大多數資料無法如數學公式般，相同的組合即產生相同結果。交叉分析是發掘健康問題較簡單的方法，諸多不確定的因素，造成做好健康管理的困難度極高。

二、健康管理的重要

員工是公司最寶貴的資產，提供員工一個安全無虞的工作環境是當前企業管理非常重要的課題，除了做好立即性的職業傷害防護措施以外，健康檢查是了解工作環境對員工健康影響最直接的方法，但是目前一般的作法皆針對當次檢查結果中異常的部份進行後續處理，這是較消極的作法，如果將歷年來的資料集合起來查看變化趨勢，則可在員工健康亮起紅燈之前即採取改善措施，這比造成疾病時再採取治療措施所花費的心力要少許多。除此之外，公司每年花費不小的預算進行員工健康檢查，在取得檢查報告時，大都只關心異常的項目，等做完後續複檢追蹤工作後，即將報告歸檔，年復一年。以公司管理角度來看，這些資料是多麼彌足珍貴，不僅反應了員工健康情形，也反應了工作環境對員工健康影響程度。如果能做好健檢資料的管理工作，從中取得各種訊息，對勞工安全的照護與公司管理會有莫大的幫助。善加利用員工健檢資料，規劃員工慢性病防治工作，並以整體分析改善工作環境，讓所有員工在良好的勞工健康管理中得到助益，不但員工健康有更大的保障，公司也因員工在沒有後顧之憂的狀況下，提高了生產力，創造雙贏的局面。面對眾多員工的健檢資料，必須藉由一套健檢管理系統，將歷年員工健檢資料做有效率的管理，並提供管理者一個親合力高的使用界面協助管理者取得所需的資訊，進行各種資料轉入、轉出、查詢、統計分析等工作，

做為採取各種工作環境改善措施與健康促進活動的參考資料，如此才能確實做好健康管理工作。

三、健康管理系統應具備的功能

健康管理系統非一般資料作業系統，如，會計、人事系統等，做資料展示、匯總報告工作，健康管理在資料來源、統計分析、健康促進方案的多變性，加上管理對象是員工，每一個人的特性皆不同，會隨時間產生變化，使健康管理系統在設計上的複雜度極高。好的健康管理系統必須做到掌握公司員工健康資料運作、做好員工健康情形監控、提供快速方便的健康改善工作平台。健康管理系統以健檢資料為核心，因為健檢資料是目前評估健康較客觀有效的依據，健康管理系統主要分成健康資料管理、健康資訊服務、健康促進機制三大部份：

（一）健康資料管理：負責管理所有健康資料運作，包括健康檢查、生活習慣等與健康相關資料的管理，這是健康管理系統的基礎。此部份牽涉到各式各樣健康資料整合技術。

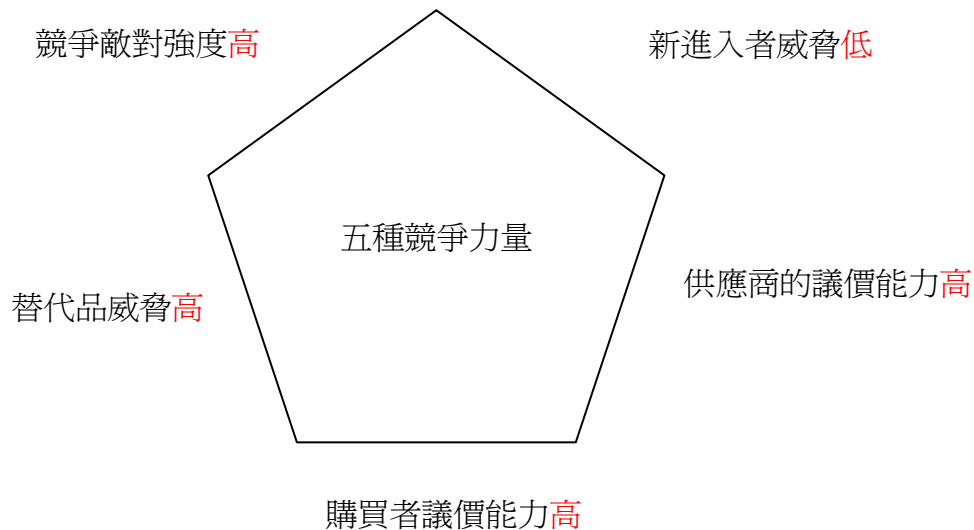
（二）健康資訊服務：提供員工查看健檢資料、查詢醫學知識、詢問健康問題、掛號管道等服務，此外，另提供健康管理者完善的統計分析工具，讓管理者不必具有資料統計分析技巧即可取得決策參考資訊。此部份牽涉到提供動態式的主管資訊系統技術。

（三）健康促進機制：當管理者由系統分析出員工族群之健康問題時，即擬定針對員工個人或族群進行各項後續健康改善措施，系統提供各項健康促進活動工作平台。此部份牽涉到大量資料通知、回收與動態網頁設計技術。

此三大部份必須做到各工作資料連結與互相配合運作，才能以有限的人力將眾多管理工作做有效率的執行。

參、 產業環境分析

◇ 五力分析



五種競爭力量	強度	說明
新進入者威脅	低	政府規定勞工必需做勞工健檢，因此，新進入者若想打入市場，必需要有雄厚的資本投入，研發更具競爭力的軟體；若軟體的轉換成本變高，則使用者將不願意多花一筆錢去購買。
供應商的議價能力	高	蒲太必須向醫院或專業人員購買研究報告及專業知識、經驗，藉此獲得數據資料到達某一個值，可判斷出引發危險或發病的可能，增加軟體分析的可靠性。而這些報告資料必須花費大量時間及人力才能獲得，是供應商的資產部分，所以，議價能力高。
購買者議價能力	高	大型醫院亦提供個人化的健康概況分析，且有醫生可以諮詢，因此，有財力購買此套軟體的企業將擁有更多選擇；而勞工健檢是必須的，但是企業主並不一定願意額外多花一筆費用來做預測分析。
替代品威脅	高	與其花一筆錢購買蒲太軟體來分析預測員工的健康狀況，有些人寧可請醫生來為員工的健康做分析，提供當面諮詢的服務，且醫生還可針對個人提出改善的方法。再者，經由人與人的雙向互動，更能提升分析的準確性。
競爭敵對強度	高	相對於美兆、長庚等大集團而言，在企業健檢這方面，對肯花錢的顧客來說，蒲太是較沒競爭力的，因為現在美兆、長庚等都會提供追蹤、營養（飲食）控制等差異化的服務。

肆、 SWOT 分析

◇ SWOT 分析

Strengths (優勢)	Weaknesses (劣勢)	Opportunities (機會)	Threats (威脅)
<p>1、軟體可單獨出售，且安裝方便。</p> <p>2、利用此套軟體便可隨時掌控員工健康狀況。</p> <p>3、轉檔服務系統統一了資料規格，讓系統進行分析統計時更有效率。</p>	<p>1、蒲太軟體只提供分析結果，沒有針對個人的健康情形加以改善。</p> <p>2、軟體價位較高，個人不會選擇使用這套軟體。</p> <p>3、知名度不夠，客戶不會自己上門。</p>	<p>1、政府為保障勞工安全所制定的勞工衛生安全法規，強制雇主必須為員工做健康檢查。</p> <p>2、國人越來越重視健康保健。</p>	<p>1、蒲太財力不及其他投入的大集團。</p> <p>2、蒲太尚未提供健全的健檢服務。</p> <p>3、蒲太無法達成双向溝通。</p>

◇ 交叉分析

	Strengths (優勢)	Weaknesses (劣勢)
Opportunities (機會)	<p>1、目前專門為醫療健檢及個人健康狀況進行分析預測的公司尚未普及，故市場潛能很大。</p> <p>2、政府為保障勞工安全所制定的勞工衛生安全法規，強制雇主必須為員工做健康檢查，替蒲太增加很多的機會。</p> <p>3、蒲太的轉檔服務系統</p>	<p>1、政府強制雇主必須為員工做健康檢查，然而蒲太知名度不夠，一般客戶很難自己找上門。</p> <p>2、國人越來越重視健康保健，而蒲太軟體只提供分析結果，沒有針對個人的健康情形提供客製化的改善。</p>

	統一了資料規格讓系統進行分析統計時更加有效率，是目前很多醫院尚未能做到的。	
Threats (威脅)	1、軟體可單獨出售，且安裝方便但無法與使用者的互動達成双向溝通。 2、	1、蒲太財力不及其他投入的大集團且知名度不夠，客戶不會自己上門。 2、蒲太只提供軟體分析並沒有提供健檢服務。

第二節 產品與合作客戶

我們將這個部份分成三個，首先我們要先了解健康管理單位的困擾與如何解決困擾、產品介紹，然後介紹蒲太的合作客戶。

一、健康管理單位的困擾與解決方法

(一)健康管理單位的困擾

- * 公司每年花費不小的健檢預算，其成效如何？
- * 如何由健康管理做好職業衛生保健工作？
- * 如何減輕管理者在安排健檢、資料管理、製作統計報告的負擔？
- * 如何將健康資料 e 化？
- * 如何在眾多健康資料中，找出健康有問題的員工？

(二)如何解決這些困擾

雙優健康管理系統是您最佳的選擇，蒲太資訊科技有限公司擁有成熟的健檢資訊管理技術，我們堅強的研發團隊在醫學、工安、資料處理、系統開發有最豐富的專業知識，雙優健康管理系統是這個團隊歷經多年的研究開發與客戶實際需

求不斷更新的心血結晶，故它在健康管理領域，無論是功能或執行效率都是同業相關產品當中最好的選擇。

二、產品介紹

劃時代的健檢管理

新優健檢管理系統

在勞工安全衛生管理中，員工健康檢查管理是極重要的一環，「勞工安全衛生法」亦對健康檢查有詳細規範，但如何將員工歷年健康檢查報告做有管理，一直是勞安單位的困擾，因為每年必須不斷安排員工健檢與處理健檢資料，於是產生以下的管理問題：

- 如何在有限經費下，做好建檢規劃，取得能反應員工健康的資料
- 如何整合各家醫院健檢資料，進行各項統計分析
- 如何有找出健康異常族與健康趨勢，以做為健康改善之規劃依據
- 如何分析工環境對員工康影響，以利工安管理

蒲太資訊歷經多年健檢管理輔導經驗，發展出第三代健檢管理系統『新優健檢管理系統』，這套系統具備大廠的健檢管理模式(如，力晶半導體、友達光電、茂德科技、中華電信等)，簡化了管理工作及強大的統計分析能力，能為健檢管理提供最佳的解決方案。

新優健檢管理系統採用革命性的作業流程：

1. 以族群做為管理對象，直接產生管理資訊

提供各種建立族群介面，可以年齡、性別、部門等基本資料條件組合成族群，也可由健檢資料組合成族群。如：以血壓超過 160、膽固醇超過 200 的條件組合成族群，它可應用在名單管理、查詢、統計分析報告製作，

讓管理者迅速取得族群健康資訊，這些資訊如果以傳統作業方式，必要花費數倍的時間才能取得。

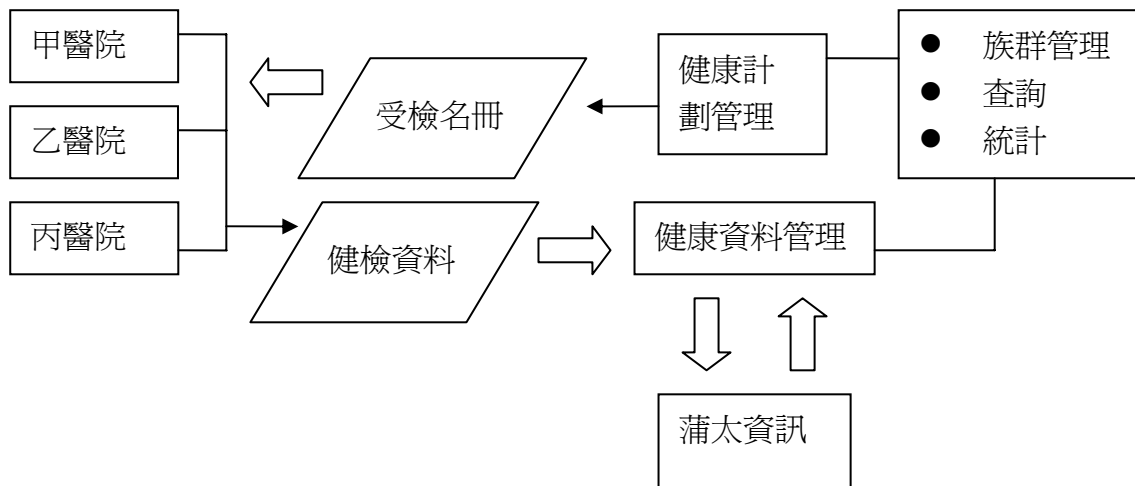
2. 專業外包資料處理模式確保健檢資料品質

所有管理工作如果來源資料有問題，其後產生的報告都會有問題，經由錯誤資料做出的決策，可能造成嚴重的後果。

蒲太資訊是國內唯一專門從事健檢資料管理的公司，擁有整合國內近百家健檢醫院資料的經驗，深知健檢資料必須交由專業人員處理，才能確保資料品質，蒲太資訊提供資料處理服務，管理者完全不必面對資料比對、篩選、合理判斷、格式轉換等眾多複雜的工作，無論在工作效率與資料品質方面皆有保障。

(一)系統功能

圖一 新優健檢管理系統的資料運作模式



資料來源：蒲太公司

- 健檢計劃安排：可依法規條件篩選應檢人員與自訂各種檢查類別名冊。
- 特殊作業管理：特殊作業人員設定、勞保申報輸出、級別人員管理。
- 員工健檢資料查詣：可調閱員工所有檢查資料，製做單年、歷年彙總表、趨

勢圖、聽力圖。

- 危險族群管理：可由健檢資料條件建立異常健康族群及族群之維護。
- 建康族群統計分析：族群異常比較統計、特定族群歷年異常統計，族群歷年異常排統計。
- 方便的系統備份：具有備份機制，預防系統資料損毀，另有資料庫壓縮功能，使系統保持在最有效率狀態。
- 嚴密的安全管制：可管制使用者系統每一細項功能之使用權限，所有系統登錄、資料更動均列入事件記錄管理，及系統檔案均有密碼保護無法任意開啓，諸多管制功能，確保系統安全。
- 所有產生的查詢、統計圖表報告，均可輸出至 Excel，方便進一步作業。

(二)系統效益

1、早期發現疾病，讓勞工及早接受治療，減少缺工造成之生產損失

透過查詢、統計功能，可監控員工的健康，維護勞動力，使單位保持在最佳生產力狀態。

2、完善的健康資料管理可作為職業疾病鑑定的參考，減少勞資職業糾紛

良好的健康資料管理，在勞資職業疾病糾紛時，能提出詳細的資料數據以減少糾紛，進而降低了公司對職業傷病的賠償責任。

3、建立健康族群資料庫，提供工安管理資訊

經由系統產生各種健康族群，從族群間比較與族群歷年健康趨勢分析，可為工安管理提供工作環境影響員工健康的評估資訊，成為公司的資訊資產。

4、完善的健康管理，促進勞資和諧

在公司完善的健康管理制度下，可提高員工對公司的認同，促進勞資和諧，員工也在無後顧之憂的情況下，提高生產力。

5、成為 OSHAS 18000 與自護制度管理工具

本系統在 OSHAS 18000 職業安全衛生驗證標準及勞委會自護制度的管理體制中為不可或缺的管理工具。

6、為公司建立一套健康資料庫

將公司所有員工的健康資料有系統地存放，隨時可掌握員工的健康情形。

7、降低公司對職業傷害病的賠償責任

良好的健康管理，使公司能了解員工健康狀況，改善影響員工健康的環境因素，進而降低了公司對職業傷病的賠償責任。

8、經過統計分析可累積管理資訊

將歷年統計分析結果進行彙總管理，可累積成公司特有的管理資訊，成為公

司寶貴的資產。

9、提供健康管理者一套功能強大的工具，提昇工作效率

本系統提供管理者完善的健康管理工作，讓以前的比對、抄錄、製表、統計等繁瑣工作，在短時間內即可完成，大大提昇工作效能。

(三)系統特色

- 資料流程管理嚴密性－所有健檢資料均在系統的計劃管制中，不在計劃中的人員及其指定檢查項目資料均無法進入本系統；反之，計劃中尚未完成之資料亦列在系統追蹤控管中，如此管理者可省去大量資料核對工作。
- 群組資料操作模式－系統提供各種群組設定功能，可直接以群組資料進行查詢、統計分析等工作，讓管理者以全新的思維模式進行健康管理工作。
- 彈性的查詢條件設定功能－可以經由各種自訂的組合可快速找到所要的族群人員資料。
- 使用權限群組管理－可將授權使用者依群組方式設定系統各細部功能之使用權限，讓系統運作在安全管制上更有彈性。
- 穩定的執行效率－雙優研發即以作業平台運作效能與資料庫架構最佳化做為設計準則。

三、合作對象

雙優第一代單機版

- ◎瀚宇彩晶 ◎台揚科技 ◎茂德科技 ◎智邦科技
- ◎華邦電子 ◎華治科技 ◎中美和石化 ◎台灣福興工業
- ◎台灣應材 ◎長興化工 ◎台灣康寧 ◎中華電信行動分公司
- ◎開發工業 ◎力成科技 ◎環隆電氣 ◎三福氣體
- ◎聯合利華

雙優網路版

- ◎力晶半導體 ◎友達光電 ◎茂德科技
- ◎中華電信股份有限公司暨各營運處

專案設計

- ◎成大醫院-檢體管理
- ◎高雄醫學院-健檢案件管理

◎嘉南藥理科技大學-健康促進管理

◎台南市衛生局-家庭健康檔案

第三節 中油及蒲太、中油合作規劃

一、中油簡介

中油於 1946 年 6 月 1 日創建於上海，資本全部由國庫出資，為一國營事業，原隸資源委員會(即今日經濟部國營事業委員會之前身)，1949 年隨政府播遷來台後，改隸經濟部，總公司設址台北市。主要業務範圍包括石油與天然氣之探勘、開發、煉製、輸儲與銷售，以及石油化學原料之生產供應，業務設施分布全省。中油資本額 1,301 億元，2007 年營業額新台幣 8,821 億元。2007 年 2 月第 550 次董事會通過中油更名為台灣中油股份有限公司(簡稱中油)，繼續保留中油名稱、商標及 CPC 英文名稱，以拓展國際業務、強化根留台灣理念及延續中油多年來所累積寶貴商譽。

成立逾一甲子以來，中油充分達成穩定供應油品的任務，帶動石化相關工業發展，使台灣經濟飛躍成長、民生繁榮，深受社會各界肯定。近年來，面對國內油品市場全面自由化之衝擊，為鞏固經營優勢，厚植競爭實力，中油除致力組織再造、精簡人力，並全面降低生產成本，以邁向企業化經營；同時積極尋求策略性投資人為合作伙伴，期結合國際大油公司之優勢，拓展上游探勘、石化發展及行銷通路，以期順利移轉民營，成為一安全、乾淨、具競爭力的國際能源公司，邁向永續經營，持續為台灣民眾提供高效率、高品質的能源服務。

在追求營利的同時，身為國營事業的中油，不忘善盡企業社會責任，多年來除持續提升油品品質，引進推廣清潔能源液化天然氣，致力環境保護，推動石化產業責任照顧之外；更一本便民利民之立意，不計虧損，供應偏遠及離島地區軍民所需油料。同時持續社會關懷行動，除促進大眾對石油工業之了解，宣導用油及瓦

斯使用安全，辦理安全衛生觀摩研討會，引領企業提升安全文化；並扶助弱勢團體，參與社會公益，獎助菁英選手，贊助藝文活動；協助廠礦周邊建設，致力生態保育，關心地方人文，推廣環境教育，帶動地方進步，不遺餘力；凡此正符合 21 世紀企業永續發展的普遍趨勢，企業經營走向兼顧經濟成長、環境保護、社會公益與福祉，在追求商業利益的同時，亦兼顧在社會正義、人權、安全衛生、社區發展及環境保護等面向的努力。

為順應世界潮流，配合國際環保趨勢，中油於 2003 年底正式訂定永續經營政策，秉持世界永續發展之精神經營能源事業：

- 遵守政府法令，配合國際公約
- 全面清潔生產，維護生態環境
- 資源有效使用，貫徹節水節能
- 重視社會責任，擴大服務範圍
- 建立環境指標，資訊透明公開
- 積極投入研發，開創經營領域

同時成立永續經營推動委員會，訂定永續經營行動計畫，結合企業永續經營的理念與國際的潮流，落實在經營方向上；執行中的計畫包括：環境會計制度之建置、溫室氣體計量與減量規劃、產品生命週期分析等，並於 2007 年中完成公司「永續發展報告書」，善盡企業資訊公開之責。

二、蒲太、中油合作規劃

中油本身就有健檢制度，只是缺乏有效率的整合管理系統；而蒲太公司是台灣唯一一家以開發健康管理系統為主軸的軟體公司，符合中油的需求。而蒲太也可以藉由與中油合作打開知名度。

原因：

- ◆ 據點多：中油加油站遍佈全台，甚至連外島也有。
- ◆ 國營事業：與國營事業合作可以當成打開知名度的跳板。
- ◆ 消費者心理：一般消費者心理認為國營事業的品質較有保障，所以通常中油會是優先選擇。
- ◆ 會員制度：利用中油本身的會員制度可以吸收穩定的客源。

相對的，與蒲太合作，中油也可以因此受惠

- ◆ 增加會員：對於有興趣的消費者，可以藉由加入中油會員使用高階服務。
- ◆ 方便管理：使管理者對員工的狀況能一目了然，並做適度的調配。
- ◆ 節省人力：經由軟體自動篩選出年度須健檢的人員，可免去人工作業上的疏失造成違法。

第五章 執行計畫

中油每年提撥一筆費用供員工做健康檢查，員工必須將健檢報告的資料正本繳交回公司，而中油管理者收齊年度須健檢的員工報告後再將其資料傳送至蒲太進行儲存統計及分析預測。結果將放置於蒲台所架設的平台，供管理者取用詳細資料；而中油也會提供每個員工一組帳號密碼，讓員工查詢自己的歷年健康狀況；而家屬也能受惠，享有較便宜的價格使用此服務。藉由中油的廣告招攬有需求的顧客體驗免費的基本服務，而有興趣的民眾則可加入中油會員進行集點兌換活動。

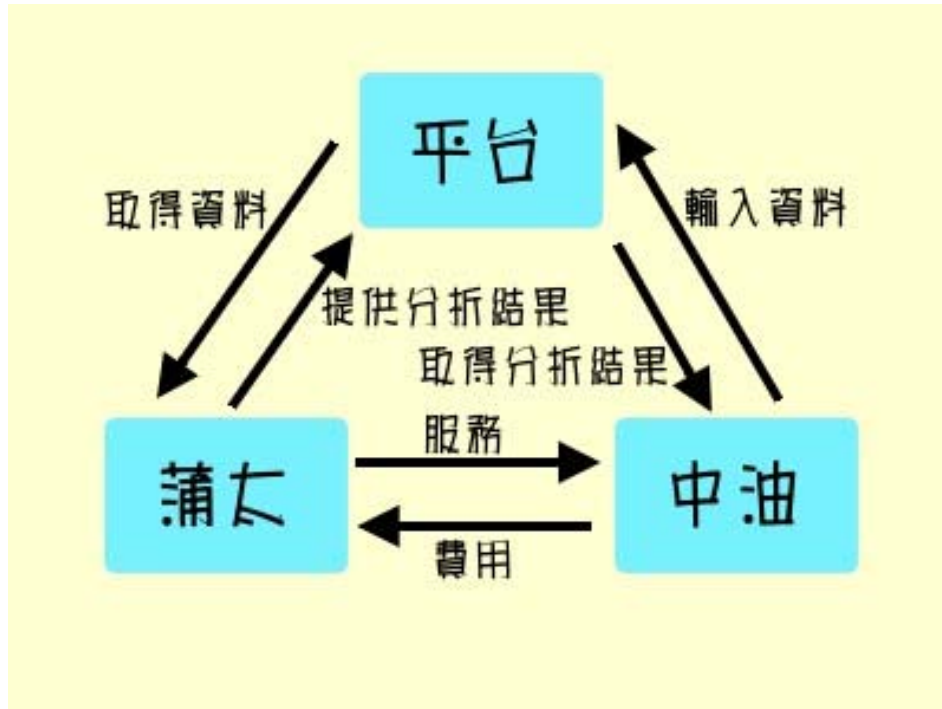
因此我們將執行計畫分為中油員工方案、員工家屬方案、中油會員方案、一般消費者方案等四種。

一、中油員工方案

- ◆ 中油每年提撥一筆費用供員工做健康檢查，員工將健檢報告的資料正本繳交回公司
- ◆ 中油管理者收齊年度須健檢的員工報告後再將其資料傳送至蒲太進行儲存統計及分析預測

- ◆ 蒲太將分析結果放置於平台，供管理者取用詳細資料，以便人員的調度
- ◆ 中油也會提供每個員工一組帳號密碼，讓員工查詢自己的歷年健康狀況

下圖為資料流程圖一：



二、員工家屬方案

- ◆ 員工家屬可將自己的健檢資料交給員工繳回公司，公司酌收資料處理費
- ◆ 中油管理者將員工健檢資料傳送給蒲太時，將員工家屬的健檢資料一併傳送給蒲太進行分析
- ◆ 中油將提供員工家屬每人一組帳號、密碼，讓員工家屬可自行查詢自己的健康情況

註：在此部份，中油無法得知員工家屬的健康資訊

三、中油會員方案

- ◆ 使用者必需申請中油會員，採用加油集點的方式來使用這套軟體
- ◆ 使用者第一次使用此軟體可享優惠的兌換方式(1200 點兌換序號卡一張及 1200 點等值贈品)，接下來的兌換可採：

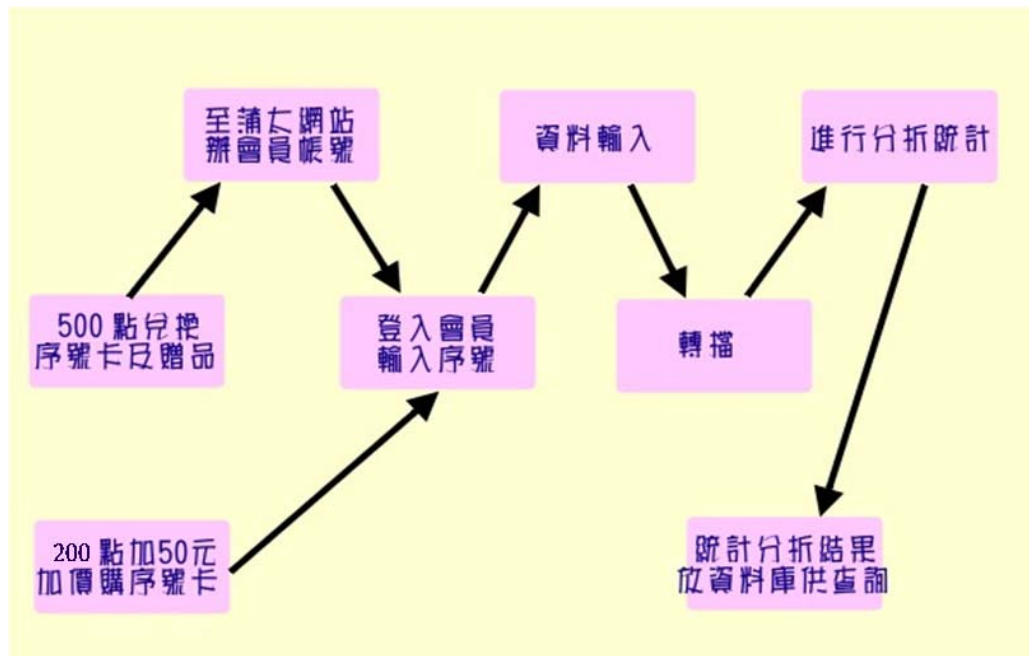
(一)1200 點可兌換序號卡一張

(二)500 點+現金 50 元可兌換序號卡一張

註：第一次使用每人每卡限抵一次。以年為單位，不限次數使用

- ◆ 使用者拿到序號卡後，可至蒲太網站申請會員帳號
- ◆ 申請成功後，即可登入序號，下次使用時直接登入會員即可，一年後此張序號卡即失效
- ◆ 會員將健檢資料輸入蒲太網站後，系統會自動轉檔，並且進行分析統計，統計分析結果會放至資料庫供使用者查詢

下圖為資料流程圖二：



四、一般消費者方案

- ◆ 一般使用者可以到蒲太網站免費使用體驗服務

註：非蒲太會員也可使用

- ◆ 使用者輸入性別、年齡、身高、體重、血壓、脈搏、視力、體脂肪、BMI 值，系統會自動進行初步診斷
- ◆ 分析結果包括正常值比對、應注意事項及醫學知識，供使用者查詢及幫助了解個人身體健康狀況

附錄一

(一) 會員點數五百點即可兌換中油商品及提供一次免費服務。

(每人每卡限抵一次)

(二) 點數200點加現金50元即可兌換序號卡乙張。

首次集滿一千兩百點，中油會提供顧客一張序號卡，凡持有此卡者必須去蒲太申請會員辦理帳號，而後再輸入其序號即可登入使用。

對於使用後有興趣的顧客仍能以點數加購價換取序號卡，以相同帳號即可再次登入。以年為單位，不限次數使用。

使用者瀏覽網頁時，平台會自動詢問是否加入會員，凡會員使用者，主機端會將資料做留存，供日後比對參考。

附錄二

體驗服務：使用者輸入身高體重、年齡、性別、血壓、脈搏、視力、體脂肪、BMI值，系統會自動進行初步診斷，平台亦提供正常值比較、應注意事項及醫學知識，供使用者查詢及幫助了解個人身體健康狀況。

進階服務：使用者輸入健檢報告的各項數值，經由平台上的轉檔程式將不同格式的報告統一化後進行分析，系統會自動整合歷年資料進行統計預測，其結果會放置於平台資料庫供使用者查詢。

第六章 參考文獻

- 蒲太資訊科技有限公司 (<http://www.putaitec.com.tw/>)
- 中國石油股份有限公司 (<http://www.cpc.com.tw/>)
- 美兆健康管理中心 (<http://www.mj.url.tw/index.htm>)

- 美兆集團 (<http://www.mjlife.com/mjgroup.aspx>)
- 科技產業資訊室
(http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat_A025.htm)
- 長庚紀念醫院 (<http://www.cgmh.org.tw/>)
- 勞工保險局全球資訊網 (<http://www.bli.gov.tw/>)
- 國家圖書館全國博碩士論文資訊網
(<http://etds.ncl.edu.tw/theabs/index.html>)
- 奇摩知識 (<http://tw.knowledge.yahoo.com/>)