

## 台灣醫療美容觀光的參與動機與滿意度之研究 - 以高屏地區為例

吳穌<sup>1</sup>、林紀玲<sup>2</sup>、莊慶棋<sup>2</sup>

**[摘要]** 本研究目的為探討臺灣高屏地區消費者對醫療美容觀光的參與動機與滿意程度的差異情形。研究對象以高屏地區 108 位民眾為對象。研究工具為自編「醫療美容觀光的參與動機及滿意度調查」問卷進行調查。資料處理方面，則以 spss14.0 版統計軟體進行分析，並以 t 考驗、單因數變異數等方式進行統計分析。研究結果發現：一、不同性別對於參與動機差異未達顯著水準；整體滿意度女性高於男性。二、不同年齡的參與動機差異未達顯著水準；年齡 25 歲以下的消費者其整體與環境的滿意度顯著高於 36 歲以上者。三、不同教育程度的參與動機與滿意度差異均未達顯著水準。四、不同職業在參與動機的感受上差異未達顯著水準；整體、服務品質的滿意度上，差異雖達顯著水準，但事後比較得知，並無差異存在。五、不同月收入對於參與動機、滿意度差異均未達顯著水準。

**關鍵詞：**醫療觀光、參與動機、滿意度。

---

<sup>1</sup>美和科技大學

<sup>2</sup>大仁科技大學(通訊作者：cllin@tajen.edu.tw.)

<sup>3</sup>大仁科技大學

## 壹、前言

Acharyulu and Reddy (2004)研究指出亞洲地區醫療觀光國，如泰國、馬來西亞、新加坡、約旦以及印度，每年成功吸引約130萬人以醫療觀光為目的的旅客，醫療費用的花費約10億美金，且每年醫療觀光收入以20%速度增長，顯示人們對兼具醫療與觀光的旅遊有所需求。國內醫療設施與醫療設備堪稱完備，有些醫院甚至已成立國際醫療部門、開始建立外語醫療團隊及觀光飯店級的病房配備，依據臺灣私立醫療院所協會2006年問卷調查，有意願投入國際醫療服務的私人醫院共有24家，並有意願于未來數年間進行相關投資達105億元(蔡素玲，2008)。於2007年通過「醫療服務國際化旗艦計畫」，將醫療觀光發展列為重要政策。若能在政府推動醫療觀光之際，吸引原欲至外地進行醫療觀光的旅客，毋需出國即可參與本國的醫療觀光，不僅有助於國內醫療觀光的發展，更可帶動臺灣繁榮的經濟。醫療美容是以消費者為導向、非必要性的生活型態醫療市場，所以有旅遊業者曾做過調查，南臺灣醫療美容價格比北部便宜兩成，醫療美容，其中以雷射及微整形或是三天兩夜行程安排最獲北臺灣民眾青睞(李義，2007)。南臺灣高雄，把價格和技術雙贏的醫療美容和觀光做結合，讓外國遊客來到高雄，不只難忘高雄的美，還把美麗留在身上(大紀元新聞網，2008)。

Schiffman and Kanuk (1983)表示動機的來源系經未滿足的需求、欲望，因而引起緊張，如果該緊張未消除將會產生驅力，該驅力使人從事抹一活動或行為，如果該行為能滿足其需求，則會消除其緊張不安，在驅力引發行為的歷程中，會經由學習與認知過程產生新的行為。林建言(2006)的研究發現觀光動機方面，旅遊者的需求所產生的動機因素，進而誘發觀光行為的發生，而觀光動機的具體化取決於個人及環境因素的影響，因而主、客觀環境的差異，衍生出多樣性的觀光動機。張紫薇(2005)、藍國瑜(2007)則認為消費者參與醫療觀光的動機，會因內在動機(隱私權、健康等)與外在動機(專業技術、便宜價格、先進醫療設施與觀光資源豐富等)而影響參與意願。劉俊億、吳淑禎、張康聰、謝辰昕(2009)發現不同的性別、年齡、職業、平均每月收入等不同屬性對參與動機並沒有出現顯著差異，但教育程度之差異則達到顯著水準。

蔡伯勳(1986)認為滿意度是由個人認知所獲得的結果和他想要或想像應得結果間的差異而定。王作成、何曉群(2004)認為顧客滿意度是指顧客感覺和評價消費經驗的過程，顧客滿意度是顧客需求是否滿足的一種界定尺度，當顧客需求被滿足時，顧客便體驗到一種積極的情緒反應，這就是滿意。Lamb, Hair, and McDaniel(2004)認為滿意指的是產品或服務符合或超出原先預期的一種感覺。林芳愉(2010)指出服務品質與顧客滿意可視為單獨的服務接觸水準，亦可視為一整體性水準，滿意度的結合是比服務品質評量更豐富的構念，並提出「顧客認知品質與顧客滿意度關係圖」。林紀玲、鍾保明、莊慶棋、吳穌(2012)認為滿意度是當顧客或消費者的需求或期望獲得滿足時，甚至超出其想像更好的結果，所產生的一種情緒反應。莊慶棋(2013)的研究指出不同年齡的學員，其參與學習動機與滿意度差異均達顯著水準。楊東翰、鄭勵君(2013)的研究指出當經營者在體驗行銷上制定最佳行銷策略，將會提升顧客滿意度。

依據上述研究背景與動機，訂定本研究目的為探討高屏地區消費者對醫療美容觀光的參與動機與滿意程度差異情形。

## 貳、研究方法

一、研究對象：本研究針對高屏地區 150 位元民眾為發放對象，回收 120 份，有效問卷 108 份。問卷回收率 80%，有效問卷率 72%。

二、研究架構：本研究依據研究背景與動機、研究目的，提出了本研究的架構。如圖 1 所示：

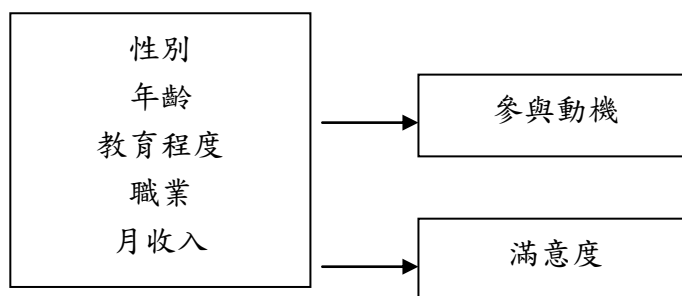


圖 1 研究架構圖

### 三、研究工具

本研究問卷系為自編問卷，參考陳柏年(2009)、洪啟元(2009)、劉俊億(2009)相關文獻探討，設計「醫療美容觀光的參與動機及滿意度調查」問卷，內容共分三大部分，分別為個人基本資料 5 題問項、第二部分參與動機 8 題、第三部分為滿意度 8 題。上述量表採五點尺度衡量，分別從「非常同意」、「同意」、「無意見」、「不同意」到「非常不同意」，分別給予 5 至 1 之分數。

(一)效度：因素分析(1)參與動機：內在部份特徵值 2.214，解釋變異量 27.670；外在部份特徵值 1.626，解釋變異量 20.320；保障部份特徵值 1.175，解釋變異量 14.683；整體累積變異量 62.673。(2)滿意度：環境部份特徵值 2.689，解釋變異量 33.617；服務品質部份特徵值 1.456，解釋變異量 18.195；整體累積變異量 51.811。

(二)信度：系指測驗結果的一致性和穩定性。亦可視為測驗結果受機遇影響的程度。(1)參與動機：整體部份 Cronbach's  $\alpha=0.602$ ，內在部份 Cronbach's  $\alpha=0.580$ ，外在部份 Cronbach's  $\alpha=0.637$ ，保障部份 Cronbach's  $\alpha=0.631$ 。(2)滿意度：整體為 Cronbach's  $\alpha=0.701$ ，環境方面 Cronbach's  $\alpha=0.701$ ，服務品質方面 Cronbach's  $\alpha=0.640$ 。本研究信度分析結果，整體上來  $\alpha$  值介於 0.58~0.70 之間，顯示本研究問卷具有可接受的信度 (Nunnally, 1978)。

### 四、資料處理

本研究採用問卷調查進行資料搜集，並以 spss14.0 版統計軟體 t 考驗、單因數變異數等方式進行統計分析。

## 參、結果分析與討論

### 一、不同背景變項參與動機差異情形

#### (一) 性別對參與動機的差異情形

由表 1 的結果顯示出不同性別在整體、內在、外在、保障的參與動機差異均未達顯著水準，但女性服務需求略高於男性。由此顯示不同性別對於參與動機雖無差異存在。劉俊億(2009)研究結果指出男性參與動機較女性為高，本研究與之結果不相符。但對觀光醫療的參與動機參與度均較高，男女性的平均值達 3.71

以上，顯示出不僅女性有較高的參與動機之外，男性亦不惶多讓。

表 1 性別對參與動機的 t 考驗分析摘要表

變項	性別	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
整體	男	46	3.86	0.40	-1.54	.125
	女	62	3.98	0.38		
內在	男	46	3.98	0.61	-0.70	.482
	女	62	4.06	0.54		
外在	男	46	3.71	0.58	-0.69	.489
	女	62	3.79	0.51		
保障	男	46	3.90	0.68	-1.79	.076
	女	62	4.14	0.70		

## (二) 年齡對參與動機的差異情形

由表 2 的結果顯示出不同年齡在整體、內在、外在、保障的參與動機差異均未達顯著水準。本研究與劉俊億、吳淑禎、張康聰、謝辰昕(2009)的結果相符。由整體的平均數得知，不同年齡的參與動機平均數在 3.82 以上，顯示不同年齡對於醫療美容觀光均有較高的參與動機。

表 2 年齡對參與動機的單因數變異數分析摘要表

變項	年齡	人數	平均數	標準差	F 值	P 值
整體	1.25 歲以下	43	3.99	0.40	1.23	.303
	2.26~30 歲	29	3.97	0.36		
	3.31~35 歲	20	3.84	0.32		
	4.36 歲以上	16	3.82	0.46		
內在	1.25 歲以下	43	4.12	0.56	2.48	.065
	2.26~30 歲	29	4.14	0.60		
	3.31~35 歲	20	3.84	0.54		
	4.36 歲以上	16	3.79	0.46		
外在	1.25 歲以下	43	3.83	0.58	0.76	.522
	2.26~30 歲	29	3.76	0.52		
	3.31~35 歲	20	3.68	0.47		
	4.36 歲以上	16	3.62	0.52		
保障	1.25 歲以下	43	4.01	0.70	0.18	.913
	2.26~30 歲	29	4.01	0.71		
	3.31~35 歲	20	4.05	0.70		
	4.36 歲以上	16	4.15	0.74		

### (三) 教育程度對參與動機的差異情形

由表 3 的結果顯示出不同教育程度在整體、內在、外在、保障的參與動機差異均未達顯著水準。本研究與劉俊億(2006)之結果不盡相符。本結果得知大專以上學歷的參與動機感受雖較高(M=3.94)，但高中(職)亦有 M=3.86 的高參與動機，可見愛美的天性是不分教育程度的。

表 3 教育程度對參與動機的 t 考驗分析摘要表

變項	教育程度	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
整體	高中(職)	19	3.86	0.52	-0.85	.395
	大專以上	89	3.94	0.36		
內在	高中(職)	19	3.94	0.66	-0.69	.488
	大專以上	89	4.04	0.55		
外在	高中(職)	19	3.75	0.60	-0.03	.972
	大專以上	89	3.76	0.52		
保障	高中(職)	19	3.89	0.79	-1.00	.319
	大專以上	89	4.07	0.68		

### (四) 職業對參與動機的差異情形

由表 4 的結果顯示出不同職業在整體的參與動機(F=3.03, p<.05) 差異達顯著水準，但事後比較得知，並無差異存在；不同職業在內在、外在、保障的參與動機差異均未達顯著水準，由此顯示不同職業在參與動機的感受上無顯著差異存在。在整體、內在、外在的參與動機是以學生為高，顯見學生族群在醫療美容觀光擁有驚人的消費能力，而保障的參與動機則是以軍公教最高，此結果與李世昌、李森源、張雯菱(2007)研究結果指出不同職業的參與動機工、商族群較其他職業重視之不盡相符。

表 4 職業對參與動機的單因數變異數分析摘要表

變項	職業	人數	平均數	標準差	F 值	P 值	事後比較
整體	軍公教	7	3.80	0.42	3.03*	.021	無
	農漁業	3	3.50	0.21			
	工、商、服務業	49	3.93	0.34			
	觀光相關產業	23	3.82	0.36			
	學生	26	4.10	0.44			
內在	軍公教	7	3.95	0.44	1.90	.115	-
	農漁業	3	3.66	1.33			

	工、商、服務業	49	3.97	0.50			
	觀光相關產業	23	3.94	0.61			
	學生	26	4.28	0.53			
	軍公教	7	3.42	0.46			
	農漁業	3	3.33	0.33			
外在	工、商、服務業	49	3.81	0.49	2.42	.053	-
	觀光相關產業	23	3.60	0.54			
	學生	26	3.92	0.59			
	軍公教	7	4.14	0.62			
	農漁業	3	3.50	0.86			
保障	工、商、服務業	49	4.06	0.69	0.63	.638	-
	觀光相關產業	23	3.95	0.73			
	學生	26	4.11	0.71			

\*P < .05

#### (五) 月收入對參與動機的差異情形

由表 5 的結果顯示出不同月收入在整體、內在、外在、保障的參與動機差異均未達顯著水準。由此顯示不同月收入對於參與動機均無顯著差異。在整體、內在、外在的參與動機均以收入 20,000~40,000 的消費者為高，與曹校章、鄭志富 (2006) 研究結果指出不同月收入高收入高於低收入，與本研究之不盡相符。但在保障的參與動機卻是以 80,000 元以上收入的消費者為高，可知高收入者對於保障的參與動機較重視。

表 5 月收入對參與動機的單因數變異數分析摘要表

變項	月收入	人數	平均數	標準差	F 值	p 值
整體	20,000 元以下	20	3.93	0.48	0.42	.734
	20,000~40,000 元	46	3.97	0.35		
	50,000~70,000 元	36	3.90	0.40		
	80,000 元以上	6	3.81	0.32		
內在	20,000 元以下	20	4.01	0.60	1.19	.315
	20,000~40,000 元	46	4.07	0.50		
	50,000~70,000 元	36	4.04	0.57		
	80,000 元以上	6	3.61	0.90		
外在	20,000 元以下	20	3.76	0.62	0.30	.820
	20,000~40,000 元	46	3.80	0.54		
	50,000~70,000 元	36	3.72	0.52		
	80,000 元以上	6	3.61	0.39		

保障	20,000 元以下	20	4.05	0.68	0.81	.491
	20,000~40,000 元	46	4.06	0.71		
	50,000~70,000 元	36	3.94	0.69		
	80,000 元以上	6	4.41	0.73		

## 二、不同背景變項滿意度差異情形

### (一) 性別對滿意度的差異情形

由表 6 的結果顯示出不同性別整體的滿意度 ( $t = -2.21, p < .05$ )，差異達顯著水準，顯示女性滿意度高於男性；不同性別在環境、服務品質的滿意度差異均未達顯著水準，但女性滿意度略高於男性。由此顯示不同性別對於滿意度有差異存在。本研究結果與楊東翰、鄭勵君 (2013) 結果相符。

表 6 性別對滿意度的 t 考驗分析摘要表

變項	性別	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
整體	男	46	3.73	0.49	-2.21*	.029
	女	62	3.91	0.34		
環境	男	46	3.85	0.62	-1.57	.118
	女	62	4.01	0.42		
服務品質	男	46	3.60	0.59	-1.93	.055
	女	62	3.80	0.46		

\* $p < .05$

### (二) 年齡對滿意度的差異情形

由表 7 的結果顯示出不同年齡在整體、環境的滿意度差異均達顯著水準；不同年齡服務品質的滿意度差異未達顯著水準。本研究指出年齡 25 歲以下的消費者其滿意度顯著高於 36 歲以上者。本研究結果與莊慶棋 (2013) 結果大致相符。年輕就是本錢，這在年齡 25 歲以下的消費者身上表露無疑。

表 7 年齡對滿意度的單因數變異數分析摘要表

變項	年齡	人數	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
整體	1.25 歲以下	43	3.99	0.36	4.89*	.003	1>4
	2.26~30 歲	29	3.81	0.38			
	3.31~35 歲	20	3.75	0.42			
	4.36 歲以上	16	3.56	0.49			
環境	1.25 歲以下	43	4.09	0.45	3.91*	.011	1>4
	2.26~30 歲	29	3.98	0.53			



服務品質	3.31~35 歲	20	3.80	0.57	2.67	.051	-
	4.36 歲以上	16	3.64	0.46			
	1.25 歲以下	43	3.87	0.50			
	2.26~30 歲	29	3.63	0.53			
	3.31~35 歲	20	3.70	0.47			
	4.36 歲以上	16	3.48	0.58			

\*p<.05

### (三) 教育程度對滿意度的差異情形

由表 8 的結果顯示出不同教育程度在整體、環境、服務品質的滿意度差異均未達顯著水準，結果得知大專以上學歷對滿意度的感受雖較高，但差異並未達顯著水準。可見高知識分子對於環境與服務品質的滿意度較高。本研究結果與楊東翰、鄭勵君（2013）結果不盡相符。

表 8 教育程度對滿意度的 t 考驗分析摘要表

變項	教育程度	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
整體	高中(職)	19	3.73	0.59	-1.17	.242
	大專以上	89	3.85	0.37		
環境	高中(職)	19	3.89	0.54	-0.45	.650
	大專以上	89	3.95	0.52		
服務品質	高中(職)	19	3.56	0.76	-1.42	.158
	大專以上	89	3.75	0.46		

### (四) 職業對滿意度的差異情形

由表 3-9 的結果顯示出不同職業在整體、服務品質的滿意度，差異雖達顯著水準，但事後比較得知，並無差異存在；而不同職業環境的滿意度差異未達顯著水準，由此顯示學生在滿意度的感受上雖較高，但與其他職業比較卻無顯著差異存在。本研究結果與楊東翰、鄭勵君（2013）結果不盡相符。

表 3-9 職業對滿意度的單因數變異數分析摘要表

變項	職業	人數	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
整體	軍公教	7	3.50	0.43	3.18*	.016	無
	農漁業	3	3.46	0.40			
	工、商、服務業	49	3.84	0.43			
	觀光相關產業	23	3.77	0.36			
	學生	26	4.01	0.38			
環境	軍公教	7	3.57	0.42	1.54	.196	-

	農漁業	3	3.75	0.66			
	工、商、服務業	49	3.92	0.53			
	觀光相關產業	23	3.96	0.55			
	學生	26	4.08	0.44			
	軍公教	7	3.42	0.47			
	農漁業	3	3.16	0.28			
服務品質	工、商、服務業	49	3.75	0.50	3.08*	.019	無
	觀光相關產業	23	3.57	0.54			
	學生	26	3.93	0.52			

\*p<.05

#### (五) 月收入對滿意度的差異情形

由表 3-10 的結果顯示出不同月收入在整體、環境、服務品質的滿意度差異均未達顯著水準。由此顯示不同月收入對於滿意度均無顯著差異。本研究結果與楊東翰、鄭勵君（2013）結果不盡相符。高收入的消費者對於醫療美容觀光的滿意度感受均較低，顯見醫療美容觀光環境與服務品質是必須再提升等級，才能更吸引頂級的消費客群。

表 3-10 月收入對滿意度的單因數變異數分析摘要表

變項	月收入	人數	平均數	標準差	F 值	p 值
整體	20,000 元以下	20	3.97	0.46	0.97	.410
	20,000~40,000 元	46	3.79	0.37		
	50,000~70,000 元	36	3.83	0.47		
	80,000 元以上	6	3.73	0.12		
環境	20,000 元以下	20	4.18	0.55	1.82	.147
	20,000~40,000 元	46	3.88	0.50		
	50,000~70,000 元	36	3.90	0.53		
	80,000 元以上	6	3.87	0.20		
服務品質	20,000 元以下	20	3.75	0.53	0.26	.853
	20,000~40,000 元	46	3.69	0.54		
	50,000~70,000 元	36	3.76	0.54		
	80,000 元以上	6	3.58	0.37		

## 肆、結論與建議

### 一、結論

(一)不同性別對於參與動機雖無差異存在，但對觀光醫療的參與動機均較高；女性的整體滿意度高於男性。

(二)不同年齡的參與動機無差異存在；年齡 25 歲以下的消費者其整體與環境的滿意度顯著高於 36 歲以上者。

(三)不同教育程度的參與動機雖無差異存在，但對觀光醫療的參與動機均較高；不同教育程度在滿意度上無差異存在。

(四)不同職業在參與動機的感受上無差異存在；不同職業在整體、服務品質的滿意度上，差異雖達顯著水準，但事後比較得知，並無差異存在。

(五)不同月收入對於參與動機、滿意度均無顯著差異存在。

### 二、建議

(一)設立一個觀光美容醫療旅遊的專屬單位，培養觀光美容旅遊的專業人才，並加強國內醫護人員的國際語言能力，降低溝通的障礙，避免醫療糾紛的發生。

(二)積極輔導觀光美容旅遊產業，透過專屬單位的規劃，提供醫療旅遊的專屬資訊的平臺。

(三)再提升醫療美容觀光環境與服務品質的等級，讓台灣的醫療美容觀光品質達到全球一流的水準，以吸引更多頂級的消費客群。

### 參考文獻

- 大紀元新聞網 (2008)。美容兼觀光 暢遊高雄變美麗。臺灣新聞。2014 年 4 月 17 日，取自 <http://www.epochtimes.com/b5/8/6/9/n2148489.htm>
- 李世昌、李森源、張雯菱(2007)。月眉育樂探索樂園遊客旅遊動機，觀光意像與忠誠度關係之研究。屏師體育，11 期，146-166 頁。
- 林芳愉 (2010)。高雄市港埠觀光－遊客休閒滿意度、重游意願暨觀光資源整合之研究。未出版碩士論文，國立高雄大學高階經營管理碩士 (EMBA) 在職專班。高雄。
- 林紀玲、鍾保明、莊慶棋、吳穌(2012)。法式滾球學習動機及滿意度之研究-以 2011 法式滾球研習會為例。休閒運動保健學報，3 期，1-11 頁。
- 林建言(2006)。公教退休人員之觀光動機、觀光阻礙與未來國外觀光意願之研究-以南投縣為例。未出版之碩士論文，大葉大學休閒事業管理學系碩士班。彰化縣。
- 洪啟元 (2009)。醫療美容消費族群對觀光醫療之行為動機模式。未出版碩士論文。亞洲大學經營管理學系。台中市。
- 陳柏年 (2009)。知覺風險與人口統計特性對行為意向與服務品質期望之探討-以陸客來台醫療觀光為例。未出版碩士論文。私立輔仁大學餐旅管理學系在職專班。新北市。
- 莊慶棋(2013)。自行車領隊參與學習動機及滿意度之研究-以 2013 研習會為例。休閒運動保健學報，5 期，34-45 頁。
- 張紫薇 (2005)。臺灣觀光醫療產業策略評估-以價值創新為基礎。未出版碩士論文。國立臺灣大學管理學院碩士在職專班高階公共管理組。臺北市。
- 楊東翰、鄭勵君 (2013)。南部 World Gym 運動健身俱樂部體驗行銷對會員滿意度影響之研究。休閒運動保健學報，5 期，46-65 頁。
- 蔡伯勳(1986)。游憩需求與滿意度分析之研究—以獅頭山風景游憩區實例調查，未出版碩士論文，臺灣大學園藝研究所，臺北市。
- 蔡素玲 (2007)。醫療服務國際化旗艦計畫-讓顧客走進來 醫療走出去。2014 年

7月19日，取自

<http://www.cepd.gov.tw/att/files/%E8%AE%93%E9%A1%A7%E5%AE%A2%E8%B5%B0%E9%80%B2%E4%BE%86%E3%80%80%E9%86%AB%E7%99%82%E8%B5%B0%E5%87%BA%E5%8E%BB.pdf>

劉俊億(2009)。華僑旅客對臺灣推廣醫療觀光的服務需求，餐與動機與意願之研究。未出版碩士論文，開南大學觀光與餐飲旅館學系，新竹縣。

劉俊億、吳淑禎、張康聰、謝辰昕(2009)。民眾對醫療觀光之服務需求、參與動機、意願與阻礙因素之研究。餐旅暨家政學刊，6卷(2)，105-130頁。

藍國瑜(2007)。臺灣醫療觀光產業創新經營模式初探。未出版碩士論文。天主教輔仁大學管理學研究所在職專班。新北市。

Acharyulu, G. V. R. K., and Reddy, B.K. (2004). *Hospital logistics strategy for edical tourism*. Singapore : Apollo Institute of Hospital Administration, 21-39.

Lamb, C. W., Hair, J. F., and McDaniel, C.(2004).*Marketing*. NewYork: Wordsworth.

Schiffman,L.G.,& kanuk,L.L. ( 1983 ). Teavel Medicine- What`s That? *Journal of ravel Medicine*,1 ( 1 ) ,1-3.

## Taiwan's medical and cosmetic tourism consumer participation motivation and satisfaction-for Kaohsiung City and Pingtung County

Su Wu<sup>1</sup>, Chi-ling Lin<sup>2</sup>, Ching-chi Chuang<sup>2</sup>

**Abstract** The purpose of this study were to explore the Taiwan's medical and cosmetic tourism consumer participation motivation and satisfaction differences in circumstances. Study in 108 people in the Kaohsiung City and Pingtung County of the object. Research tools for the self "medical and cosmetic tourism motivation and satisfaction survey" questionnaire. Data processing, statistical software version places spss14.0 analysis and t-test, One-way ANOVA for statistical analysis. The results showed that: 1 motivation for different gender was not significant level; overall satisfaction in women than men. 2. participate motivation differences ages did not reach a significant level; the age of 25 consumers their overall satisfaction and environment satisfaction significantly above 36 years of age. 3. the different levels of education motivation and satisfaction did not reach a significant level. 4.the different occupations for motivation did not reach a significant level; overall and service quality satisfaction, although the difference was significant, but relatively afterwards that no difference exists. 5.the different monthly income for motivation and satisfaction did not reach a significant level.

**Keywords: medical tourism, motivation, satisfaction**

---

<sup>1</sup>\* Meiho University

<sup>2</sup> Tajen University ; Corresponding author(cclin@tajen.edu.tw.)