

病患滿意度、關係慣性與忠誠度之研究 —以腎臟科透析病患為例

胡秀媛¹

摘要

目的：本研究檢驗血液透析病患的就醫行為相關的變數，如就醫頻率、知覺價格及便利性，並提出一個醫療滿意度模式，去探討血液透析病患滿意度、關係慣性與忠誠度之關係。**方法：**本研究共蒐集 222 份血液透析病患之有效問卷並利用結構方程模式驗證研究模式各路徑關係。**結果：**研究結果發現，病患忠誠度會受到病患滿意度與關係慣性正向影響。病患滿意度也會透過關係慣性而間接正向影響病患忠誠度。另外，病患滿意度與關係慣性會受到便利性的正向影響，但卻不受到價格與頻率的影響。**結論：**本研究結果可提供給血液透析醫療機構作為提升顧客忠誠度策略之參考。

關鍵字：洗腎病患、病患滿意度、關係慣性、病患忠誠度

壹、前言

世界各國的醫療健康制度日趨完善，增加民眾就醫的便利性，同時也導致醫療市場競爭越來越激烈。全台灣共有 20,306 家的醫療院所 (Department of Health, Taiwan, ROC., 2010)，造成台灣醫療院所激烈的競爭。因此醫療設備、服務、便利性在此競爭激烈的環境中也不斷進步與提升，使國人就醫的選擇更加豐富且多元。台灣在 1995 年實施全民健保制度，大幅減少民眾於醫療上的開銷，尤其是對於需追蹤治療的慢性患者而言，更可節省大筆的醫療費用。末期腎臟疾病的病患，病患終生需要依靠定期血液透析維持生命與保持健康，因此常常需要許多的社會關懷和經濟上的協助 (鄭振廷、侯宏彬、錢慶文，2005)。根據行政院衛生署 2009 年統計資料顯示腎臟病為全國十大死因

的第 10 位。由美國腎臟資料庫指出，2000 年台灣的末期腎臟病發生率及盛行率分居世界第一及第二，至 2004 年台灣的末期腎臟病盛行率為 1,706 人/百萬人口，僅次於日本，而發生率持續高居世界第一位 (楊芝青、陳維昭、陳再晉，2007)。因此在競爭激烈的醫療市場下及健全的醫療制度，如何改善血液透析病患的服務需求以提高病患的滿意度是醫療機構所需面對的挑戰。

醫療院所屬於服務業的類型之一，其將病患視為主要服務的顧客，協助病患進行各項醫療服務工作。過去研究顯示，顧客忠誠度會受到顧客滿意度的正向影響 (Gwinner, Gremler, & Bitner, 1998)。曾有學者發現，當顧客藉由過去頻繁的消費行為中獲益時，便會形成關係慣性 (inertia) 並會傾向持續過去的消費行為，屆時就不會有太強的動機去尋找替代的方案，服務提供者也可藉此維繫與顧

¹ 台北海洋技術學院食品科技與行銷學系助理教授

受文日期：2010 年 10 月 22 日 修改日期：2011 年 5 月 16 日 接受刊載：2011 年 5 月 26 日

通訊作者：胡秀媛 11174 台北市延平北路九段 212 號