

醫院行銷公關對民眾就醫選擇之影響:以彰化地區級以上之醫院為對象

林惠玲、張秋蘭

E-mail: 9611987@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究旨在探討醫院行銷公關對民眾就醫選擇之影響。並探討不同性別、年齡、職業、教育程度及居住地點等變項對醫院辦理行銷公關活動的認同，探討民眾就醫選擇所受到的影響。本研究採問卷調查法，以曾經至彰化縣(市)地區級以上醫院就醫之民眾為研究樣本進行施測。本研究以受測者在醫院行銷公關活動、醫院形象與就醫選擇之得分做為依據，將所有樣本資料整理後以次數分配、平均數、百分比、標準差、卡方檢定、變異數分析及因素分析等方法進行資料分析。研究結果發現：醫院行銷公關活動與醫院形象對民眾就醫選擇有影響，不同背景的民眾對醫院辦理行銷公關活動的認同有所差異，而醫院辦理行銷公關活動與醫院形象具有高度相關性，在醫院形象的提昇及滿意度的增加也具有影響作用。民眾對於醫院行銷公關活動認同程度的排行為：設有病患申訴管道處理糾紛或問題、優惠措施、提供醫療諮詢、舉辦義診活動、慈善活動、參與敦親睦鄰或社區服務活動等。在就醫選擇方面，民眾會受到醫院形象及醫院行銷公關活動的影響。在優先考慮、繼續接受及推薦他人之三個選項也因為背景不同而有所差異。民眾對於醫院之行銷公關活動的認同，仍然回歸到醫療業的本質面：如義診、醫療諮詢服務。而近來醫療糾紛的問題最受矚目，所以民眾對「設有病患申訴管道處理糾紛或問題」特別重視。因此，醫院應該在有限的資源或資金下，除了對外的行銷公關活動，也應多致力於服務品質上面，從內部行銷或內部公關做起，以獲得民眾良好的評價、改善醫病關係、塑造良好形象，讓醫院經營得更順利。

關鍵詞：醫院行銷公關、醫院形象、就醫選擇；The hospital sells the public relations, hospital image, cure the choice.

目錄

第一章 緒論 第一節 研究背景.....	1	第二節 研究動機.....	2	第三節 研究問題及目的.....	5	第四節 研究流程.....	6
第二章 文獻探討 第一節 行銷定義與醫院行銷.....	7	第二節 醫院公共關係.....	13	第三節 醫院行銷公關活動.....	15	第四節 民眾就醫選擇.....	24
第三章 研究方法 第一節 研究架構與研究假設.....	36	第二節 研究變項操作型定義.....	39	第三節 研究抽樣與資料蒐集.....	41	第四章 研究結果 第一節 描述性分析.....	45
.....	66	第二節 推論性分析.....	74	第五章 討論與建議 第一節 研究假設結論.....	77	第二節 建議.....	82
.....	93	參考文獻.....	85	附錄.....	93	93

參考文獻

- 1.王洪鈞(1986)。公共關係。台北市:華視文化。
- 2.王德鑫、俞成業(1990)。公共關係。台北市:三民書局。
- 3.方世榮譯(2002)。行銷管理學。台北市:東華書局。
- 4.吳丕玉(2002)。醫療行銷溝通對醫院形象及顧客忠誠度之影響。國防大學公共衛生學研究所碩士論文，未出版，桃園縣。
- 5.吳國芳(2001)。高雄市六家醫院形象定位之研究 對應分析的應用。國立高雄醫學大學公共衛生學研究所碩士在職專班碩士論文，未出版，高雄市。
- 6.吳汶琪、蘇玉清譯(1997)。行銷公關。台北市:台視文化公司。
- 7.吳明隆(2005)。SPSS統計應用學習實務:問卷分析與應用統計。台北市:知城數位科技股份有限公司。
- 8.何庸慶(1990)。實用行銷管理。台北市:華泰書局。
- 9.侯毓昌(1994)。中醫門診病人選擇醫院之因素分析及就醫滿意度研究。國立陽明大學醫務管理研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 10.孫安華(2002)。醫院採用顧客關係管理之研究。國立成功大學企業管理學系碩士論文，未出版，台南市。
- 11.孫秀惠(1997)。公共關係:理論、策略與研究實例。台北市:正中書局。
- 12.姚惠忠(2004)。WHATS PR:公關基本教練。台北市:威肯公共關係顧問股份有限公司。
- 13.袁白玉(1992)。公共關係。台北市:前程企業管理有限公司。
- 14.陳鈺達(1991)。企業形象，服務補救期望與補救後滿意度關係之研究。中國文化大學國際企業管理研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 15.陳楚杰(1992)。談醫院行銷管理。醫院雜誌，25(3)，205-214。
- 16.陳楚杰(1998)。醫院組織與管理。台北市:宏翰文化事業有限公司。
- 17.陳珮嘉(1999)。台北市各級醫院公共關係之現況初探。台北醫學院公共衛生學研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 18.陳景堂(2004)。統計分析:SPSS for Windows入門與應用。台北市:儒林圖書有限公司。
- 19.張永裕(1986)。醫院管理者的行銷觀念。醫院雜誌，19(3)，34-35。
- 20.陳明杰譯(1994)。公共關係。台北市:前程企業管理有限公司。
- 21.張敦智(1997)。醫院公共關係運作之研究-以中部醫院為例。中國醫藥大學醫管所碩士論文，未出版，台中市。
- 22.張煥禎，張威國(1999)。醫療行銷管理學。台北市:偉華書局。
- 23.張正二(1991)。醫院行銷與公共關係。衛生行政，11(3)，7-12。
- 24.張在山、崔寶瑛、翁榮凱(1993)。實用公共關係學。台北市:世界書局。
- 25.張櫻淳(1995)。醫院形象定位之研究 以台北市六家醫學中心的家醫科就診民眾為例

。國立台灣大學公共衛生學研究所碩士論文，未出版，台北市。 26.張曉芬(1998)。醫院公共關係。國立陽明大學醫務管理研究所碩士論文，未出版，台北市。 27.張淳茜(2000)。病患健康資訊來源及其相關因素之研究。中國醫藥學院醫務管理研究所碩士論文，未出版，台中市。 28.郭亭玉(1999)。醫院行銷公關之研究—以台北市地區級以上醫院為例。銘傳大學管理科學研究所碩士論文，未出版，台北市。 29.彭晴憶(2002)。醫療口碑內涵初探 - 以台北市兩家皮膚科診所為例。國立臺灣大學衛生政策與管理研究所碩士論文，未出版，北市。 30.游仲賢(1999)。醫院公共關係運作模式之初探性研究-以大台北地區之醫療院所為例。長庚大學管理研究所碩士論文，未出版，桃園縣。 31.曾倫崇(1999)。顧客選擇醫院就診因素之研究-以行銷觀點。醫院期刊，30(2)，28-37。 32.楊虔雅(2002)。醫院媒體公關與新聞發佈效果之研究。國立陽明大學醫務管理研究所碩士論文，未出版，台北市。 33.葉日武(1997)。行銷學:行銷與實務。台北市:前程企業管理有限公司。 34.黃松共(1992)。行銷在醫療服務機構的角色。醫院期刊，25(6)，389-394。 35.黃主文(1995)。行銷管理。台北市:華泰出版。 36.蔡雅芳(1996)。病患及管理者的評估醫院形象因素之研究-以台中市教學醫院為例。中國醫藥學院醫務管理研究所碩士論文，未出版，台中市。 37.劉家瑄(1997)。醫院公共關係 - 台北市某中醫院之實證研究。國立陽明大學醫務管理研究所碩士論文。未出版，台北市。 38.劉弘煌(2004)。社會統計學-理論與應用。台北市:雙葉書廊有限公司。 39.蘇斌光(1988)。醫院行銷研究的應用:病患選擇醫院的因素分析。中國醫藥學院醫務管理研究所碩士論文，未出版，台中市。 40.蕭文(1988)。醫院行銷。台灣醫界，41(2)。85-87。 二、英文文獻 1.Aday, L.A. and Andersen, R.(1974). A Framework for the Study of Access to Medical Care, Health Services Research, 208-220. 2.James, D.L. Durand R.M. Dreves R.A.(1976). " The use of a multi-attribute attitude model in a store image study " Journal of Retailing, 52(2), 23-32. 3.Andersen, R.(1968).A Behavioural Model of Families Use of Health Services Chicago: Center for Health, Administration Studies University of Chicago. 4.Boulding, K. E. (1956). The image: Knowledge in life and society. New York: The University of Michigan Press. 5.Cutlip, Scott M., Glen M. Broom and Allen H. Center(1982). Effective Public Relations.(7th. Ed.) Engle-wood Cliffs, NJ: PrenticeHall. 6.Dowling, G.R.(1988). Measuring corporate images: A review of alternative approaches. Journal of Business Research, 17(8), 27-34. 7.Engel, C. T., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). Consumer behavior (7th ed.). New York: The Dryden Press. 8.Fryzel, R.J. (1978) Marketing Nonprofit Institutions " . Hospital and Health Services Administration, 23, 8-16. 9.Fisk, T., Brown, C., Cannizzaro, K., and B.Naftal (1990), Creating Patient Satisfaction and Loyalty, Journal of Health Care Marketing.10(2), 5-15. 10.Hammond, K., Brown, G. and Humphreys, N(1993). A Normative Model of Hospital Marketing Decision Making. Journal of Hospital Marketing, 8(1), 55-69. 11.Javalgi, R.G., Rao, S.R., Thomas, E.G.(1991). Choosings Hospital : Analysis of Consumer Tradeoffs. Journnal of Health Care Marketing, 11(1), 12-22. 12.Javalgi, R.G., Whipple T., McManamon M., Educk V.(1992) . HospitalImage:A Correspondence Analysis Approach. Journnal of Health Care Marketing, 12(6), 34-41. 13.Andersen, R.(1968). A Behavioural Model of Families Use of Health Services Chicago: Center for Health. Administration Studies University of Chicago. 14.Jefkins, Frank (1983). Public Relations for Marketing Management. (2th.Ed.) Macmillian Press Ltd. 15.Kotler, P. and Clarke, R.N. (1987). Marketing for Health Care Oranizatuon. By Prentice-Inc. New Jersey: Prentice Hall. 16.Lovelock , C.H. , Ph.d. (1977). " Concepts and Strategies for Health Marketers. Hospital and Health Services Administration, 22, 50-62. 17.Little, M., McDermott, D. and franzzak, F.(1994). Factors Related to Hospital Use of Strategic Marketing Activities. Journal of Hospital Marketing, 9(1), 17-31. 18.Longe ,M.E., & D.B.Ardell.(1981). " Wellness programs attract new markets for hospital Hospitals, 55(22), 115-19. 19.MacStravic, R,S.(1994). Hospital Patient Loyalty: Causes and Relates. Journal of Hospital Marketing,8(2), 67-71. 20.Martineau, Pierre.(1958). " The Personality of Retail Store " . Harvard Business Review, 36, 47-55. 21.Paul, D. and Honeycutt, E(1995). An Analysis of The Hospital- Patient Marketing Relationship in The Health Care Industry. Journal of Hospital Marketing, 10(1), 35-49. 22.Peter, Drucker(1973). Management: tasks, responsibilities, practices.New York: Harper & Row. 23.Plez, S.L. , (1982). " Toward a Theory of Patient Satisfaction " Social Science Medicine, 16, 577-582. 24.Robert, Lauterborn (1990). New Marketing Litany: 4P ' s Passes; Words Take Over. Advertising Age, October 1, 26. 25.Sanchez1, P.(1995). Hospital Usage of Marketing Research Over Ten Year Period. Journal of Hospital Marketing, 9(2), 113-120. 26.Smith, S.M. and Clark M,(1990). Hospital Image and the Positioning of Service Centers : An Application in Market Analysis andStrategy Development. Journnal of Health Care Marketing , 13-22. 27.Wragg, D.(1992). The Public Relations Handbook, New York: Basil Blackwell Limited. 28.Walters, C.G. (1978). Consumer behavior : A integrated framework. New York : Richard D. Irwin Inc. 29.Woodside, A.,Frey ,L. and Daly R.(1985) " Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavior Intention " Journal of Health Care Marketing ,9, 5-17. 31.William C. Stratmann, (1973) " A Study of Consumer Attitude about Health Care Delivery of Ambulatory Services " , Medical Care, 13(7), 537. 三、網站參考:行政院衛生署網站 <http://www.doh.gov.tw> 彰化縣政府網站 <http://www.chcg.gov.tw>