

# Service Failure, Service Recovery and Physician-Patient Communication: A Study of the SSIT Method

王舒玫、張景旭

E-mail: 9806497@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This study gathered negative consumption experience stories which were provided by twenty-one patients from the viewpoint of customer experience, and analyzed those materials by SSIT (subjective sequential incidents technique) method, so as to explore these service failure factors in healthcare industry (in hospital medical treatment).

The study discovered the service failure course that caused customers to produce the negative mood could divide into 8 main stages, 22 vice-stages, 29 service failure plots, and 82 angry sorts; among those sorts could conclude into six anger points included: raised event, improper responses, secret reconnaissance, recovery failure, service disaster lasting, and prompt.

In 29 service failure plots, 18 of them were formed by a main raised event, accompanied by several improper responses, secret reconnaissance or recovery failure anger points, to form the bunch tabulate mould.

According to the managerial implications obtained from the concept of service failure in this study, should provide reference basis to practical management in health-care industry, to be beneficial to prevent or restrain the occurrence of continuous service failure, and to build up an excellent physician-patient relationship.

Keywords : service failure、service recovery、physician-patient communication、SSIT

## Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第二章 文獻探討	3
第一節 服務失誤	3
第二節 服務補救	14
第三節 醫病溝通	19
第三章 研究方法	26
第一節 研究對象	26
第二節 研究設計	28
第四章 研究分析與發現	33
第一節 階段名稱與服務失誤氣點類型	33
第二節 顧客負面情緒延伸表	36
第三節 階段氣點與串列模組	45
第四節 醫療服務失誤類型與因素特徵	74
第五節 氣點串列模組與醫療服務失誤類型之對應	80
第五章 結論與建議	87
第一節 理論意涵	87
第二節 管理意涵	89
第三節 研究限制與建議	92
參考文獻	94

表目錄

表 2-1 醫療業服務失誤分類架構 . . . . .	12
表 3-1 研究對象基本資料及事件類型分析表 . . . . .	27
表 3-2 研究案例之資料量統計表 . . . . .	28
表 3-3 單一故事SSIT分析表 . . . . .	29
表 3-4 階段氣點聯集表 . . . . .	30
表 3-5 單一階段氣點聯集表(初稿) . . . . .	31
表 3-6 單一階段副階段氣點聯集表 . . . . .	31
表 3-7 單一階段副階段氣點模組分析表(正式表格) . . . . .	32
表 4-1 階段名稱與定義 . . . . .	33
表 4-2 顧客正負面情緒延伸表 . . . . .	36
表 4-3 住院前階段氣點聯集表(急診門診等待) . . . . .	46
表 4-4 住院前階段氣點聯集表(急診門診診療A) . . . . .	47
表 4-5 住院前階段氣點聯集表(急診門診診療B) . . . . .	48
表 4-6 住院前階段氣點聯集表(急診門診診療C) . . . . .	49
表 4-7 住院前階段顧客正負面情緒延伸表 . . . . .	49
表 4-8 住院行政程序、醫院內部問題階段氣點聯集表(住院 行政程序) . . . . .	51
表 4-9 住院行政程序、醫院內部問題階段氣點聯集表(清潔 人員問題) . . . . .	52
表 4-10 住院行政程序、醫院內部問題階段顧客正負面情緒 延伸表 . . . . .	52
表 4-11 手術前階段氣點聯集表(巡房) . . . . .	53
表 4-12 手術前階段氣點聯集表(手術前檢驗) . . . . .	54
表 4-13 手術前階段氣點聯集表(重大病情宣告) . . . . .	58
表 4-14 手術前階段氣點聯集表(手術前改期挫折) . . . . .	59
表 4-15 手術前階段顧客正負面情緒延伸表 . . . . .	60
表 4-16 手術階段氣點聯集表(手術過程) . . . . .	61
表 4-17 手術階段顧客正負面情緒延伸表 . . . . .	62
表 4-18 手術後階段氣點聯集表(手術後的立即需求) . . . . .	63
表 4-19 手術後階段氣點聯集表(設備問題) . . . . .	64
表 4-20 手術後階段氣點聯集表(緊急狀況) . . . . .	65
表 4-21 手術後階段氣點聯集表(巡房) . . . . .	66
表 4-22 手術後階段氣點聯集表(日常醫療程序失誤) . . . . .	68
表 4-23 手術後階段氣點聯集表(日常醫療程序爭執) . . . . .	68
表 4-24 手術後階段氣點聯集表(爭議性藥物) . . . . .	69
表 4-25 手術後階段氣點聯集表(爭議性實習) . . . . .	69
表 4-26 手術後階段氣點聯集表(轉換主治大夫) . . . . .	70
表 4-27 手術後階段氣點聯集表(積欠醫療費用) . . . . .	70
表 4-28 手術後階段顧客正負面情緒延伸表 . . . . .	71
表 4-29 出院階段氣點聯集表 . . . . .	72
表 4-30 出院階段顧客正負面情緒延伸表 . . . . .	72
表 4-31 轉院階段氣點聯集表 . . . . .	73
表 4-32 轉院階段顧客正負面情緒延伸表 . . . . .	73
表 4-33 出院後回診階段氣點聯集表 . . . . .	74
表 4-34 出院後回診階段顧客正負面情緒延伸表 . . . . .	74
表 4-35 醫療服務失誤類型與因素特徵對應表 . . . . .	78
表 4-36 氣點串列模組與服務失誤分類概念對應表 . . . . .	83

## REFERENCES

一、中文部份王河清(2001)，運用層級分析法探討引起醫療糾紛發生的因素「以某區域醫院為例」，國立雲林科技大學工業工程與管理研究所未出版之碩士論文。王莉華(2004)，顧客對不同醫療服務缺失之歸因、嚴重度認知與行為反應之研究，國立台灣大學醫療機構管理研究所未出版之碩士論文。王揚新(2005)，服務失誤嚴重性、服務補救認同度與認知公平關係之探討 - 以醫學中心為例，私立銘傳大

學管理科學研究所在職專班未出版之碩士論文。吳孟芬(1997), 服務情境中之溝通問題分析:以醫療服務為例, 國立中正大學企業管理研究所未出版之碩士論文。吳錦棉(2002), 國內醫療服務缺失及服務補救現況之探討 - 以桃園縣區域醫院為例, 私立元智大學管理學系未出版之碩士論文。吳美雯, 賴淑媚, 張淑真(2009), 化抱怨危機成轉機 - 服務品質提升專案, 醫療品質雜誌, 3(1), 90-93。李玉嬋(2008), 常用的醫病溝通技巧, 諮商與輔導, 269, 51-58。林東龍(2004), 醫療糾紛之社會控制:社會學的分析, 國立中山大學中山學術研究所未出版之博士論文。林芳如(2005), 小兒科醫師與病患家屬之語言與非語言溝通互動分析:以北縣某區域醫院一位小兒科醫師為例, 私立台北醫學大學醫學人文研究所未出版之碩士論文。范垂爐(2007), 餐飲業員工不當行為特徵之研究, 私立大葉大學管理研究所博士班未出版之博士論文。張櫻淳(1996), 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未出版之碩士論文。張景旭, 張馨華(2006), 服務經濟轉型下的「重要事件技術」爭議與對策 - 「主觀順序事件技術」之提出, 關係管理研究, 3, 47-76。張景旭, 朱寶青, 范垂爐, 張馨華(2006), 服務失誤引起之引發事件與員工回應不當行為之研究 - 以顧客經驗管理為取向, 關係管理研究, 4, 111-139。曹耿寧(2008), 健康內控、醫病溝通與醫病關係之研究 - 外向性之調節效果, 私立義守大學管理研究所未出版之碩士論文。莊玟玲, 金繼春(2002), 一位初診斷為乳癌婦女的訊息需求, 醫護科技學刊, 4(2), 126-135。許玉真, 葉淑惠, 周汎濤, 陳美杏(2005), 術前訊息接收與提供:比較病患與護理人員之觀點, 醫護科技學刊, 7(4), 403-413。許清曉(2008), 「假使你是我, ...」Dr. Arnold S. Relman對「告知病人, 如何選擇」的建議, 醫療品質雜誌, 2(2), 110-111。郭素娥, 楊鎮嘉, 黃梅芬, 王麗芬, 潘忠煜(2008), 從「告知後同意」探討手術病患對術前資訊需求, 醫務管理期刊, 9(2), 145-157。陳正男, 曾倫崇(1997), 醫院住院服務品質之研究, 管理評論, 16(3), 97-110。陳玉枝(1999), 護理人員與病患糾紛的預防與處理, 台灣醫學, 3(1), 111-114。陳章伶(2008), 醫病溝通類型影響就醫滿意度之研究, 私立義守大學管理研究所未出版之碩士論文。程永進(2004), 服務失誤、補償策略與認知公平關係之探討 - 以軍醫院為例, 私立銘傳大學管理科學研究所在職專班未出版之碩士論文。黃秀雅(2000), 醫病溝通中第三者角色、影響與因應之分析, 國立中正大學企業管理研究所未出版之碩士論文。黃建智(2004), 運用危機管理建構醫療糾紛預警之模式 - 以醫院急診為例, 國立雲林科技大學工業工程與管理研究所未出版之碩士論文。葉娟娟, 蔡文正, 鍾政達, 龔佩珍(2008), 病患與醫護人員對醫療服務品質認知落差之探討 - 以心導管利用為例, 醫務管理期刊, 9(1), 1-20。廖士程, 李明濱, 謝博生, 李源德(2005), 醫病關係與醫療滿意度之全國性普查, 醫學教育, 9(2), 149-161。熊心如(2005), 全民健保總額支付制度與醫病關係之影響 - 某醫學中心之個案研究, 私立東海大學管理研究所未出版之碩士論文。劉秀芬, 于普華, 廖嘉莉(2005), 透析病人就醫滿意改善專案, 澄清醫護管理雜誌, 1(3), 63-68。劉英蘭(2006), 從病患申訴案件探討醫病關係 - 以某醫學中心為例, 私立元智大學管理研究所未出版之碩士論文。蔡文正, 龔佩珍, 翁瑞宏, 石賢彥(2004), 基層醫師與民眾之服務品質認知落差分析, 醫務管理期刊, 5(4), 385-402。蔡宗宏, 洪陵鏜(2008), 病人知覺醫師行為與組織因素對其醫病關係滿意之影響, 醫務管理期刊, 9(3), 222-242。鄭紹成(1997), 服務業服務失誤、挽回服務與顧客反應之研究, 私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之博士論文。鄭紹成(2002), 服務補救滿意構面之探索性研究, 管理評論, 21(3), 49-68。鄭榮郎, 鄭淑婷, 陳昌宗(2005), 醫療服務品質、服務疏失、顧客滿意度之相關性研究, 第三屆「管理思維與實務」學術研討會論文集(pp.181-183), 台北:私立銘傳大學。蕭淑貞, 李明濱(1998), 健康體系溝通理論與技巧, 台北:國立台灣大學醫學院。簡明慧(2004), 醫院顧客抱怨處理機制之研究 - 以台北市某醫學中心檔案為例, 國立陽明大學醫務管理研究未出版之碩士論文。顏如娟, 許明暉(2007), 從資訊揭露與醫病雙方共同決策談醫病關係的演化, 北市醫學雜誌, 4(8), 643-649。魏雅惠(2001), 癌症專科醫師慰語溝通行為之研究, 國立交通大學傳播未出版之碩士論文。

二、英文部份Blandchard, C. G., Labrecque, M. S., Ruckdeschel, J. C., & Blanchard, E. B. (1988). Information and decision-making preferences of hospitalized adult cancer patients. *Social Science and Medicine*, 27(11), 1139-1145. Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71-84. Bensing, J. M. (1991). Doctor-Patient communication and the quality of care. *Social Science and Medicine*, 32, 1301. Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing sciences: Competing through quality*. New York: The Free Press. Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (1994). Critical service encounters: The employee's viewpoint. *Journal of Marketing*, 58(4), 95-106. Berry, L. L., & Leighton, J. A. (2004). Restoring Customer Confidence. *Marketing Health Services*, 24(1), 14-19. Christo, B. (1997). An experimental study of service recovery option. *International Journal of service industry management*, 8(14), 110-130. Coverly, D. E., Holme, N. O., Keller, A. G., Mattison, T. F. H., & Toyoki, S. (2002). Service recovery in the airline industry: Is it as simple as failed, recovered, satisfied? *Marketing Review*, 1(3), 21-37. Dolin, D. J., & Booth-Butterfield, M. (1993). Reach out & touch someone: analysis of nonverbal comforting responses. *Communication Quarterly*, 41(4), 383-393. Forbes, L. P., Kelley, S. W., Hoffman, K. D. (2005). Typologies of e-commerce retail failures and recovery strategies. *Journal of Services Marketing*, 19(5), 280-292. Gronroos, C. (1988). Service quality: the six criteria of good perceived service quality. *Review of Business*, 9(3), 10-13. Goodwin, C., & Ross I. (1992). Consumer responses to service failures: influence of procedural and interactional fairness perceptions. *Journal of Business Research*, 25(2), 149-153. Hart, C. W., Heskett, J. L., & Sasser, W. E. (1990). The profitable art of service recovery. *Harvard Business Review*, 68(4), 148-156. Hoffman, K. D., Kelley, S. W., & Rotalsky, H. M. (1995). Tracking service failures and employee recovery efforts. *Journal of Services Marketing*, 9(2), 49-61. Hays, J. M. & Hill, A. V. (1999). The market share impact of service failures. *Production and Operations Management*, 8(3), 208-220. Jong, A. D., & Ruyter, K. D. (2004). Adaptive versus proactive behavior in service recovery: The role of self-managing teams. *Decision Sciences*, 35(3), 457-491. Kelley, S. W., Hoffman, K. D., & Davis, M. A. (1993). A typology of retail failures and recoveries. *Journal of Retailing*, 69(4), 429-452. Kelley, S. W., & Davis, M. A. (1994). Antecedents to customer expectation for service recovery. *Journal of Academy of Marketing Science*, 22(1), 52-61. Kenney, M. J. (1995). Antecedents to customer expectations for service recovery. *Journal of Academy of Marketing Science*, 22(1), 52-62. Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, 59(2), 71-89. Kreps, G. L. (2001). The evolution and advancement of health communication inquiry. In Gudykunst, W. B. (Ed.), *Communication Yearbook 24* (pp. 231-253). Thousand Oaks: Sage. Lovelock, C. H. (1983). Classifying services to gain strategic marketing

insights. *Journal of Marketing*, 47(summer), 9-20.

McCollough, M. A., Berry, L. L., & Yadav, M. S. (2000). An Empirical Investigation of Customer Satisfaction After Service Failure and Recovery. *Journal of Service Research*, 3(2), 121-137.

Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Binter, M. J. (2000). Self-service technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50-64.

Miller, J. L., Craighead, C. W., & Karwan, K. R. (2000). Service recovery: a framework and empirical investigation. *Journal of Operations Management*, 18(4), 387-400.

Maxham, J. G., . (2001). Service recovery ' s influence on consumer satisfaction, positive word-of-mouth, and purchase intentions. *Journal of Business Research*, 54(1), 11-23.

Mark, A., Albert, P., & William, W. (2003). Service quality assessment of workers ' compensation health care delivery programs in New York State using SERVQUAL. *Health Marketing Quarterly*, 21(1/2), 29-64.

Marcia, M. W., James, L. W., Bothra, J., Kendrick, S. B., Smith, D. A., & Lichstein, P. R. (2004). Patient Complaints about Physician Behaviors: A Qualitative Study. *Academic Medicine*, 79(2), 134-138.

Northouse, P. G., & Northouse, L. L. (1992). *Health communication: Strategies for Health Professionals* (2nd ed.). Connecticut : Appleton & Lange.

Naylor, G., & Frank, K. E. (2000). The impact of retail sales force responsiveness of consumers ' perceptions of value. *Journal of services marketing*, 14(4), 310-322.

Ong, L. M., Haes, J. C. J. M., Hoos, A. M., & Lammes, F. B. (1995). Doctor-patient communication: a review of the literature. *Social Science and Medicine*, 40(7), 903-918.

Parsons, T. (1951). *The Social System*. Glencoe III: The Free Press.

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan Management Review*, 39(spring), 39-48.

Purtilo, R., Haddad, A. (1996). *Health Professional and Patient Interaction*. Pennsylvania: W.B. Saunders company.

Putnam, S. M. (1996). *Nature of the Medical Encounter*. *Research on Aging*, 18(1), 70-83.

Richmond, V. P., McCroskey, J. C. (2000). *Nonverbal Behavior in interpersonal relations*. Needham Heights: Allyn & Bacon.

Szasz, T., & Hollender, W. (1987). *The basic models of the doctor-patient relationship in dominant issues in medical sociology*. Mass: Addison-Wesley Pub. Co.

Solnick, S. J., & David, H. (1992). Complaints and disenrollment at a health maintenance organization. *The Journal of Consumer Affairs*, 1(26), 90.

Schweikhard, S. B., Strasser, S., & Kennedy, M. R. (1993). Service recovery in health services organizations. *Hospital & Health Services Administration*, 38(1), 3-21.

Smith, A. K., Bolton, R. N., & Wagner, J. (1999). A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery. *Journal of Marketing Research*, 36(1), 356-372.

Tax, S. S., & Brown, S. W. (1998). Recovering and learning from service failure. *Sloan Management Review*, 39(Fall), 75-88.

Westbrook, R. A. (1981). Source of satisfaction with retail outlets. *Journal of Retailing*, 57(3), 68-85.

Zemke, R., & Bell, C. (1990). Doing it right the second time. *Training*, 27(6), 234-238.