

# 醫院員工的顧客導向行爲之相關因素

吳堯達;黃國哲;魏中仁;郭乃文

Wu YT;Huang KC;Wey CJ;Kuo NW

## Abstract

在目前醫療市場競爭日益激烈的情形下，醫院管理階層唯有瞭解並提昇其員工的顧客導向行爲，改善醫護及行政人員與病患間的互動關係，其提供的醫療服務之品質才可能提昇，方能協助醫院建立其競爭優勢。本研究之目的即以醫院全體員工為研究對象，來探討其顧客導向行爲之相關因素。研究母群體為臺北市某私立區域教學醫院與某市立醫院之醫師、護理人員、其他醫事人員、及行政人員等四類員工，共計 2,037 人（民國 92 年 5 月的在職員工人數）。研究人員於民國 92 年 5 月至 6 月期間，以結構式問卷採普查方式進行調查，回收之有效問卷數共計 797 份，回收率則為 39.13%。本研究的應變項為醫院員工的顧客導向行爲，自變項則包含內部行銷（包括激勵授權及教育訓練）、組織承諾（包含情感性承諾、規範性承諾、及持續性承諾）、工作滿意度（包含內在滿意度及外在滿意度）、及員工的基本特質（包含年齡、性別、及服務部門等）。研究結果顯示：(1)就內部行銷此構面中的教育訓練而言，教育訓練越完善的醫院，其員工的顧客導向行爲程度卻越低。(2)在組織承諾方面，員工的情感性承諾或規範性承諾越高，其顧客導向行爲程度也越高；然而持續性承諾越高的員工，其顧客導向行爲程度卻越低。(3)在工作滿意度方面，員工的內在滿意度越高，則其顧客導向行爲程度也越高；但員工的外在滿意度越高，其顧客導向行爲程度卻越低。(4)相較於女性員工而言，男性員工有較低程度的顧客導向行爲。(5)年齡愈大的員工，其顧客導向行爲程度越高。(6)相較於專科學歷的員工而言，研究所學歷的員工有較高程度的顧客導向行爲，而高中職學歷的員工則有較低程度的顧客導向行爲。此實證結果顯示，組織承諾、工作滿意度、內部行銷、及員工的基本特質等變項為員工的顧客導向行爲之相關因素。本研究的結果可提供給醫院經營管理階層，以作為其人力資源管理上的參考。