



國立高雄應用科技大學

企業管理系

高階經營管理研究所

碩士論文

影響醫療口碑因素之探討-以健康內控為干擾變數

Antecedents of Medical word of mouth –

Internal health of locus of control as a moderator

研究生：張倩芬

指導教授：王崇昱 博士

中華民國 102 年 6 月

影響醫療口碑因素之探討-以健康內控為干擾變數

**Antecedents of Medical word of mouth –
internal health of locus of control as a moderator**

研究生：張倩芬

指導教授：王崇昱 博士



國立高雄應用科技大學
企業管理系高階經營管理研究所

碩士論文

A Thesis

Submitted to

**Institute of Executive Master of Business Administration
Department of Business Administration
National Kaohsiung University of Applied Sciences
In Partial Fulfillment of Requirements
For the Degree of Master of Business Administration**

June 2013

Kaohsiung, Taiwan, Republic of China

中華民國 102 年 6 月

影響醫療口碑因素之探討-以健康內控為干擾變數

學生：張倩芬

指導教授：王崇昱博士

國立高雄應用科技大學高階經營管理研究所

摘要

近五年來探討有關影響醫療口碑的相關研究甚少，多半偏重醫病溝通、專業能力、同理心等對信任的直接影響，鮮少探討這些因素是否會透過信任進而影響對醫療口碑。此外本研究加入健康內控為干擾變數，來探討其對上述關係的影響。

本研究以高高屏地區之民眾做為研究對象，正式問卷共發放 250 份，剔除無效問卷之後共獲有效問卷共 230 份，以迴歸分析進行資料分析，結論分述如下：(1)信任對醫療口碑顯著正向影響；(2)醫病溝通、專業能力、同理心對信任有顯著正向影響；(3)信任在醫病溝通、專業能力、同理心與醫療口碑之間具有部分中介效果(4)健康內控在醫病溝通、專業能力、同理心與信任間具有正向干擾的影響。但研究中意外發現，「健康內控」對中介變數「信任」與依變數「醫療口碑」具有正向干擾關係。根據研究結果，本研究提出相關建議。

關鍵字：醫病溝通、專業能力、同理心、信任、健康內控、醫療口碑

**Antecedents of Medical word of mouth –
internal health of locus of control as a moderator**

Student:Chien-Fen Chang

Advisors:Dr. Chung-Yu Wang

Institute of Executive Master of Business Administration
National Kaohsiung University of Applied Sciences

ABSTRACT

Previous studies have investigated the antecedents of medical word of mouth for nearly five years, &mostly work emphasizes on the impact of physician-patient communication &technical competency &empathy on trust. However, these studies rarely explore whether physician-patient communication &technical competency &empathy will affect medical word of mouth via trust. In addition, this study views the internal health of locus of control as a moderator to explore the impact of these relationships mentioned above.

In this study, sample lives in Kaohsiung or Pingtung. Two hundred &fifty copies of formal questionnaire were distributed. Excluding invalid questionnaires, 230 effective questionnaires were adopted. Regression analysis was used for data analysis. Conclusions are as follows: (1) trust significantly &positively impact on the medical word of mouth; (2)physician-patient communication &technical competency &empathy have significantly &positively influence trust; (3) trust partially mediates the relationships between physician-patient communication, technical competency &empathy &medical word of mouth; (4) internal health of locus of control moderate the relationships between physician -patient communication &technical competency empathy &trust. Unexpectedly the study found that internal health of locus of control moderates the relationships between trust &medical word of mouth. Based on the findings, this study makes some recommendations to the firms.

Keywords : physician -patient communication, technical competency, empathy, trust, internal health of locus of control, medical word of mouth.

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

一、研究背景

1995年自台灣推行全民健保制度，但台灣目前醫療支出只佔國民生產毛額的5.6%，相較於美國13.6%醫療花費算是相當低，依主計處101年統計今年2月底全民健保納保人數2,3176 萬人，較上年同月底增0.6%，其中重大傷病免醫療負擔者91.6 萬人，增5.1%占納健保人數4.0%，以癌症43.1萬人(47.1%)最多，慢性精神病20.8萬人(22.7%)次之；1-2月健保門診申報6,1528 萬件、住院申報52.7 萬件，分別較上年同期減0.9%及增2.1%。健保醫療資源方面，2月底健保特約醫療院所1萬9,805 家、保險病床12萬593床，分別較上年同月底增1.9%及1.2%，從健保局數據可知，醫療儼然已經成為台灣人與健康密不可分的行為。

健保制度推行十七年來已經改變台灣醫療生態，提升醫療服務區域可近性與降低醫療負擔，民眾的就醫行為改變，同時從資訊收集層面來看，有趣的發現一個統計數據，就聯合國 2011 年公佈訊息，全球網路使用人口已經突破 20 億大關，相較於 2000 年人口使用網路在十年內已經成長 5 倍之多，從數據顯示全世界平均每三個人就有一人擁有網路，消費者會透過網路方式獲取資訊，同時也願意將收集資訊或自身經驗在網路平台與人分享，網際網路時代來臨，擴大口碑效應，特別在醫療資訊收集，醫療口碑傳遞已經打破傳統模式口耳相傳方式，然而醫療院所導入服務行銷概念經營醫院，除提供臨床治療來醫治疾病，用更多元化方式來獲取病患與民眾肯定，留住客源吸引新病患的加入，讓醫院有穩定收入得以維持經營。

但台灣醫療正面臨嚴峻考驗中，因為健保財政緊縮，同時也壓縮第一線人力資源與病患權利，但是醫療關係必須要回歸到基本面，從病人與醫師開始，導入正常軌道才能將醫病之間關係，有正常回饋機制，更是健保當初推行最初之美意。

口碑行銷打破有形架構，透過言語或是文字經由網路或是口耳相傳方式讓消費者可以有更多機會了解商品再決定是否購買商品，然而將口碑行銷導入醫療卻出現反差，台灣醫療體制是專業且封閉，因此，白少布(2011)研究指出，口碑受到傳播主體不同狀態的影響和關係渠道的約束，對口碑傳播過程中口碑信任、感染度、忠誠度等產生顯著影響，從而對口碑傳播效應產生影響。因此就醫療產業而言，病患的醫療口碑對醫師永續經營醫療事業是一項非常重要因素。



二、研究動機

探討影響口碑之因素的相關研究甚多，但從醫病關係中探討醫療口碑等相關研究甚少，Szasu & Hollender(1956)提出醫病關係模式主動(醫)-被動(病)模式、主導(病)-配合(醫)、醫病共同參與(醫病)，為最廣泛被接受之模式，其中病患配合醫師為目前最常使用方式，故醫病溝通定義為：病患能與醫師分享其健康情形狀況(Thmo,2001)。回溯18世紀醫病關係：醫師少，只有有錢人有生病權利，以病人對疾病描述為基礎，直到18世紀末巴黎開始興起收留貧苦病人，由醫師來主導被動病人甚至治療比自己更低階病人，疾病模式不再重視病人感受，醫病關係在經歷二個世紀後的今天，醫病關係重要性高達67%，即使醫病關係有著職能鴻溝(competence gap)不平等性(Magee,1999)，在世人彼此信任下降，但是民眾對於醫師信任相對仍高(Jacobs,2004)。醫病之間信任關係成為醫療品質重要元素之甚至醫師提供病患與家屬治療方案，雙方以共同決策模式，達成彼此(陳榮基，2002)，其病人對醫師信任，具有一個末端價值，因為這連結到病人滿意度、治療遵從度與同一個醫師照護持續性和改善健康，有些研究甚至強調具有信任關係的病患與提供者能具有直接治療效果(Mechanic,2000)，蔡宗宏等人(2007)研究發現醫病溝通對醫病信任的影響力最大。且Garbarino & Johnson (1999)提出信任及口碑意願是呈現正相關的；王致中(2007)，其研究發現：藥品與專業能力及商品透過信任影響口碑，然而先前研究缺乏考慮重要變數如：同理心。因此，本研究整合醫療口碑之前因變數，包括專業能力、同理心、醫病溝通及信任等，以探究其對於醫療口碑的影響性。

Epstein & Hundert (2002)將專業定義為習慣地並審慎使用溝通、知識、專業技術、臨床推論、情緒、價值觀，且反應在日常的實務上，使個人及社會大眾享有應有的利益。醫師培訓過程需經過一連串完整訓練制度加上通過專業證書認證，才能擔任該科專科醫師，醫師們必須擁有整合各自專業知識、

專業主體、決策領域、於其它人合作、溝通提供病患最適當照護，關係建立對於增加病患滿意度是很好橋樑，而信任是深切影響人際間與組織間行為重要變數，蔡宏宗(2006)研究指出醫師專業能力對信任呈高度顯著關係、Thom(2001)驗證醫師行為對於病患對醫師信任的影響，研究結果顯示醫師專業能力與信任具有強烈的關係。而專業能力與口碑在王致中(2007)研究結果證實，專業知識會讓醫師的滿意度提昇與醫師信任度提升，進而間接地促成醫師間口碑傳播意願，彭晴憶(2003)研究顯示，民眾口碑傳遞的評價主要強調醫師治療能力與效果。台大李彥禎(2011)更提出：在醫療口碑病患最在意醫師評價為態度與醫術和醫德，故醫師在提升專業能力時，是否可藉由增加信任感，以增強醫療口碑？亦即，信任在專業能力與醫療口碑之間是否扮演中介角色，值得研究。

在心理學領域，醫療專業人員若能理解一個人的內心世界，宛如對方如你一般，但又不迷失在這種”彷彿“的情境，即可謂為同理心(Rogers,1957)，在醫病雙方病患能感受到醫師真誠關懷健康與福祉行為之程度也視為同理心(Thom,2001)。在醫療體系從業人員與病人之間溝通與理解其重要關鍵因素是表現同理心的能力，其同理心包括了解對他人經驗與感受的嘗試，和病患回應此理解之能力，以建立的互信基礎，同理心的運用在醫病關係是重要催化劑，有助於強化醫病關係之信任與減少不必要誤解與衝突(李明濱等人，2004；陳思光等五人，2005)。Gremier & Gwinner(2000)認為關懷與人際連結為信任的兩種預測因子經研究證實有顯著影響。吳紫仔(2011)認為同理心可讓當事人被受尊重並提升自我價值，自然而然地，當事人在諮商場域中便經驗了不同的感受，而在當事人再次經歷與過去類似的經驗時，對事件、情感和認知能以不同以往的感受性來重新架構，有助於彼此信任與回饋。廖士程等人(2005)於台灣進行全國普及性調查醫病關係滿意度調查其中同理心與信任感皆為民眾與醫師建立關係之重要衡量指標，且醫師診療過程能包含細心察覺病人的情緒，給予支

持及鼓勵病人勇於面對問題都有助於醫病關係互動與和諧等研究都有正向直接之影響，但是否會提高信任進而影響醫療口碑？值得研究。

更進一步，本研究以健康內控為干擾因子，曹耿寧(2008)研究發現健康內控對醫病溝通與醫病關係有顯著正向關係。高璞瑞(2006)發現外控人格傾向者接收到口碑訊息後，會較內控傾向者產生較高的口碑意圖。基於上述，本研究認為健康內控亦可能正向干擾醫病溝通，專業能力、同理心與信任之間關係，亦即本研究認為健康內控將正向干擾醫病溝通、專業能力及同理心對信任之影響，亦即，高健康內控病患，若知覺到較佳的醫病溝通、專業能力及同理心，則三構念其對信任之影響性將較低健康內控病患強；而健康內控將負向干擾信任對醫療口碑之影響。

綜合上述本研究主要貢獻如下：1.同時探討醫病溝通、專業能力與同理心對信任的影響性並探討信任對醫療口碑的相關性，此部分尚未有學者做過此實證研究，而研究結果可以提供給醫師或是醫學院之醫學教育訓練課程教導醫師如何引導民眾說出资訊來源，提出問題，減少被動的民眾對醫師回應感到不滿意的可能性，促進良好的醫病關係做為課程設計之參考。2.健康內控的干擾效果。根據研究結果，本研究將據以提出有用的建議給醫療業界與業界相關人員參考。

第二節 研究目的

本研究試圖以醫病溝通及專業能力與同理心將信任為中介變數探討來對醫療口碑影響，並將健康內控為作為干擾變數。

具體而言，本研究的目的如下：

- 一、 探討信任對醫療口碑之影響。
- 二、 探討醫病溝通對信任之影響。
- 三、 探討專業能力對信任之影響。
- 四、 探討同理心對信任之影響。
- 五、 探討健康內控干擾醫病溝通對信任之影響。
- 六、 探討健康內控干擾專業能力對信任之影響。
- 七、 探討健康內控干擾同理心對信任之影響。
- 八、 探討健康內控對信任對醫療口碑之影響。

第三節 研究流程

圖 1-1 所示，分述準備階段、實施階段、完成階段如下：

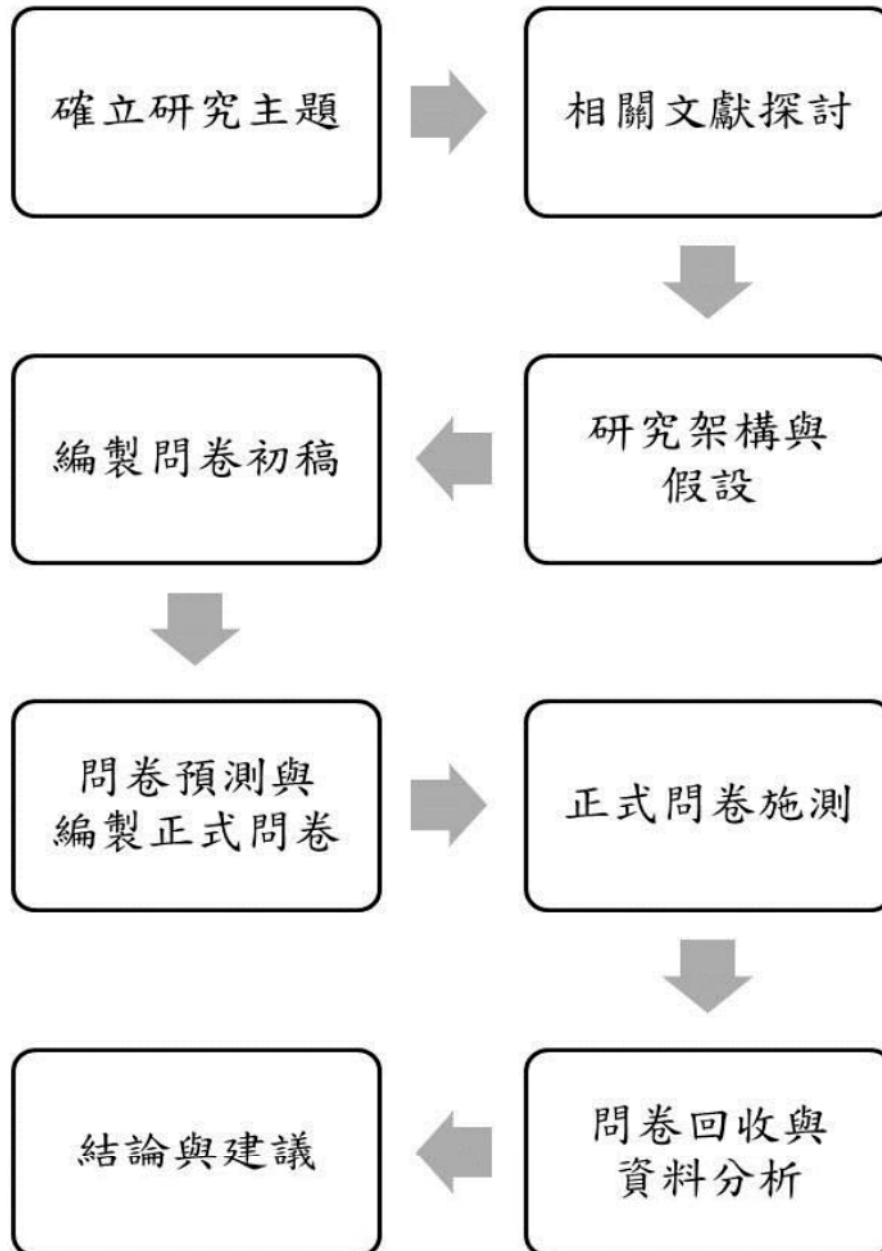


圖 1-1 研究流程

第二章 文獻探討

第一節 口碑

一、口碑(Word of Mouth)

Face Book社群網路在B2B、B2C行銷中已經成為很重要的力量，其關鍵在於口碑(word-of-mouth)以及不同社群間對話、溝通的次數與本質、進行研究。早期口碑被發現是存在消費者人際關係網絡中的一種溝通方式，是取得產品資訊的來源之一(Brooks, 1957)。Arndt(1967a)提出口碑最早被定義為「是一個不具商業意圖的傳播者與接收者之間口頭上的對話，主要談論有關某一品牌、產品或服務的內容等議題。」林建煌(2002)認為，口碑是人際之間有關於產品或服務資訊的非正式傳輸，不過在這傳輸訊息的兩人或多人之間必須沒有任何人是屬於行銷人員。林彥宏(2005)口碑傳播，可以讓一個對產品一無所知的人，從潛在客戶轉換為一個試用者，甚至成為產品忠誠的使用者。口碑對消費者的影響性是排名第一，口碑可以改變消費者原本較不佳的想法，產生較高的認知，甚至對產品或品牌產生一種承諾的行為 (Bristor, 1990)，在消費者心中原本是中性或是負面傾向態度轉換成正面態度的有效性上，口碑的效果是免費樣品的三倍，相較於廣告則高達九倍之多 (Day, 1971)。Rosen (2000)在「口碑行銷」一書中指出，消費者的消費型態與決策會受到口碑影響，例如對於當要去決定去哪裡衝浪或是採購東西的決定，43%的消費者會受到朋友的影響；在選擇新醫生時，則有63%的消費者會受到朋友、家人、或同事推薦的影響。口碑研究發展至今有40年時間，美國口碑行銷協會(Word of Mouth Marketing Association, WOMMA)將口碑定義為：「為消費者提供資訊給其他消費者的行為」是較為被廣為流傳使用之定義。

參考文獻

1. Philip Kotler、Kevin Lane Keller、Swee Hoon Ang、Siew Meng Leong、Chin Tiong Tan，謝文雀譯(2010)。行銷管理：亞洲觀點。台北：華泰。
2. Rosen，Emannel，林德國譯(2001)。口碑行銷。台北：遠流。
3. 王玉玲(2007)。針對大台北地區女性在化妝品消費價值、市場行家與品牌態度、口碑傳播關係。銘傳大學管理學院高階經理碩士論文，未出版，台北市。
4. 王致中(2007)。影響醫師口碑傳播意願之因素的探討-以藥品行銷為例。高雄醫學大學藥學研究所碩士在職專班碩士論文。未出版，高雄市。
5. 白少布、劉洪(2011)。口碑推薦的效力影響因素實證研究—基於人際關係口碑推薦視角。財經論壇，第156卷第1期，107-111。
6. 行政院主計總處(2012)，國情統計通報 1-2 月健保住診件數增加，(編號：第 089 號)。
7. 江弘基、李蘭(2003)。管理式醫療照護下的醫病信任議題。醫學教育，第七卷第 2 期，95-105。
8. 吳望得(2004)。口碑傳播對專業服務影響之探討--以兩岸醫療機構為例，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文。未出版，高雄市。
9. 吳紫仔、許竑彬(2011)。諮商中的同理心技術初探。台灣心理諮商季刊，第 3 卷 2 期，01-14。
10. 李文銓(1991)。人格特質、工作特性、工作壓力與工作滿足及生理、心理健康狀況。國立政治大學心理學研究所碩士論文。未出版，台北市。
11. 李明濱、謝博生(1999)。醫學生之醫療態度教育。醫學教育，3 卷，1 期，1-2 頁。
12. 李龍騰(2003)。民眾醫療權益國際研討會。台北：財團法人亞洲基金會。

13. 李明濱、潘怡如(2004)。同理心的心身醫學觀。北市醫學雜誌 1 卷 4 期，385-392。
14. 李東進、金玉華、秦勇(2005)。口碑信息依賴及其影響因素實證研究。管理學報，第 2 卷第 1 期，90-97 頁。
15. 李尹暘(2008)。信任、遵醫囑行為與健康結果於慢性病患之縱貫式研究。義守大學管理研究所博士論文。未出版，高雄市。
16. 李彥楨(2011)。口碑對病患選擇醫師的影響—以北醫內科部為例。國立臺灣科技大學碩士論文。未出版，台北市。
17. 李雅靖、吳忠翰(2011)。網路口碑訊息對消費者信任的影響。傳播與管理研究，第 10 卷第 2 期，69-106。
18. 林榮春(1998)。靜坐對企業員工情緒管理與人際關係之影響。國立政治大學企業管理學系博士學位論文。未出版，台北市。
19. 林綺雲(1998)。醫病關係—人際互動理論分析。諮商與輔導，149 期，8-12。
20. 林建煌(2002)。消費者行為。台北：智勝文化事業有限公司。
21. 林彥宏(2005)。網路口碑對消費者購買決策影響之探討。國立中央大學企業管理學研究所碩士論文。未出版，新北市。
22. 林永宗(2009)。醫療服務業體驗行銷對醫病關係的影響。嘉南藥理科技大學醫療資訊管理研究所碩士論文。未出版，嘉義市。
23. 洪有義(1978)。肢體殘障學生的內外制握信念之研究。教育心理學報，11，113-121。
24. 洪小涵、邱玉蟬(2011)。民眾溝通特質與策略對醫師滿意與信任的影響。臺灣公共衛生雜誌 30 卷 6 期：69-80。
25. 高璞瑞(2007)。內外控人格特質對同理心與顧客滿意度關係之干擾效果。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。
26. 張潤書(1985)。組織行為與管理。台北：五南圖書出版公司。
27. 張文華(2000)。組織信任之初探。人力發展月刊行政論述，第八十期。

28. 張苙雲(2004)。醫療與社會：醫療社會學的探討。台北：巨流圖書公司。
29. 曹耿寧(2007)。健康內控、醫病溝通與醫病關係之研究－外向性之調節效果。義守大學管理研究所碩士論文。未出版，高雄市。
30. 許士軍(1994)。管理學。台北：東華書局
31. 郭國慶、楊學成、張揚(2007)。口碑傳播對消費者態度的影響：一個理論模型。管理評論，第 19 卷第三期，20-26。
32. 陳玉敏、王文芳、張正辰(2002)。同理心之概念分析。慈濟護理雜誌第 1 卷第 4 期，7-12。
33. 陳榮基(2002)。醫療糾紛的預防。台灣醫學人文學刊第 3 卷第一期，103-109。
34. 陳思光、雪曼·傑夫、李達維、林明勳、藍萬烘 (2005)。台灣牙醫學生之同理心變化調。醫學教育 9 卷 4 期：48 -54。
35. 彭晴憶 (2003)。醫療口碑內涵初探－以台北市兩家皮膚科診所為例。國立台灣大學衛生政策與管理學院碩士論文。未出版，台北市。
36. 湯美霞(2000)。全人關懷與醫病關係。醫療關懷：第一章。台北：啟英出版社。
37. 馮立誠 (2005)。信任的定義與理論定位之命題研究。朝陽科技大學管理系碩士論文。未出版，台中市。
38. 黃伯超(1997)。對台灣醫學教育的建言。醫學教育，1 卷，2 期，139-140。
39. 黃詔宏(2010)。內外控人格特質干擾接收者傳播口碑意圖之研究。國立臺北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文。未出版，台北市。
40. 楊瑞珠、楊國樞(1976)。兒童內外控信念的先決及後果變項。中華心理學刊，18，105-120。

41. 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。醫學教育第9卷2期：149-161。
42. 劉競明 (2002)。基層醫療品質提升之我見。台灣醫界，45卷，1期，62-63。
43. 劉建新、陳雪楊(2007)。口碑傳播的形式機理與口碑營銷。財經論壇，第五卷，96-102。
44. 蔡宗宏、楊朝皇、黃暉庭、洪陵鎧(2006)。影響醫病關係信任前置因素之研究。健康管理期刊。第五卷第一期，第83-95。
45. 蔡詩力、楊志偉、葉啟娟、何明蓉、吳美環、賴鴻緒、張上淳、倪衍玄(2010)。醫學生修習「醫病關係與溝通技巧」課程後之學習成效探討。醫學教育，第14卷1期，23-35。
46. 鄭家成(2004)。便利商店加盟店主內外控人格特質、領導行為與經營績效之相關性研究-統一超商高高屏地區為例。義守大學管理研究所碩士論文。未出版，高雄市。
47. 賴威成(2007)。影響溫泉遊憩區顧客滿意度與口碑傳播意向之研究。國立東華大學企業管理學系碩士論文。未出版，花蓮縣。
48. 蘇敏慧(2008)。護理人員職場情緒調節模式之研究。台北科技大學商業自動化與管理研究所學位論文。未出版，台北市。
49. 蔡文碩(2004)。負面口碑對消費者購買決策之影響。大同大學事業經營學系所學位論文。未出版，台北市。
50. 謝啟瑞 (1996)。健康經濟學。台北：五南。
51. 嚴竹華(1999)。溝通能力與溝通態度對溝通效能影響之研究。中原大學企業管理研究所碩士論文。未出版，新北市。
52. 蘇郁婷(2011)。口碑對就醫選擇的影響及其調節因素。國立台灣大學衛生政策與管理學院碩士論文。未出版，台北市。
53. 鐘鈺鈞(2007)。品牌形象、品牌信任與網路口碑關聯性之研究—以線上遊戲

「魔獸世界」為例。淡江大學管理科學研究所碩士論文。未出版，台北市。

英文文獻

1. Anderson, L. & R. Dedrick (1990). Development of the Trust in Physician scale : a measure to assess interpersonal trust in patient-physician relationships. *Psychological reports* ,67(3 Pt 2),1091-1100.
2. Archer, N.P. & George O. W., (1994), A Dynamic Service Quality Cost Model with Word-of-Mouth Advertising, *European Journal of Operational Research*, 78 (3), 355-366.
3. Arndt, J. (1967a), Word of Mouth Advertising : A Review of the Literature, N.Y: Advertising Research Foundation.
4. Balint, E. (1969). The Possibilities of Patient-Centred Medicine. *J R College Gen Pract* ,17 , 269-276.
5. Barnard, Chester I.(1968).*The Functions of the Executive*.Cambridge ,MA: Harvard Univ. Press, Reprint.
6. Berlo, David K.(1960).*The Process of communication* .N. Y.: Holt Rinehart &Winston,32.
7. Booth A, Babchuk N. (1972) Seeking health care from new resources. *Journal of Health &Social Behavior*,13(1),90-9.
8. Bristor, J. M. (1990), Enhanced Explanations of Word of Mouth Communications: The Power of Relationships, *Research in Consumer Behavior*, 4,51-83.
9. Brooks, Robert C. (1957), Word-of-Mouth Advertising in Selling New Products, *Journal of Marketing*, 22 (2), 154-161.

10. Brown, L.(1961).*Communicating Facts &Ideas in Business* , N.J. : Prentice-Hall.
11. Byrne, P. S., & Long, B. E. (1976). *Doctors Talking to Patients*. Her Majesty's Stationery Office, London.
12. Chisholm, M. E., & Ely, D. P. (1976). *Media personnel in Education:A competency approach*. Englewood Cliffs, New York : Prentice-Hall.
13. Chowdhury, A. A. (2005). Reliability models for large wind farms in generation system planning. *Proceedings of IEEE Power Engineering Society General Meeting*, 2(6),1926-1933.
14. Cronin, J. J. Jr., &Taylor, S. A. (1992), Measuring Service Quality: A Reexamination &Extension, *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
15. Day, George S. (1971), *Attitude Change Media &Word of Mouth*.
16. Deutsch, M. (1973). The resolution of conflict: *Constructive &destructive processes*. New Haven: Yale University Press.
17. Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), 35-51.
18. Doney, Patricia M. &Joseph P. Cannon. (1997), an Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Consumer Research*, 61, 35-51.
19. Dugan, E., F. Trachtenberg, et al. (2005). *Development of abbreviated measures to assess patient trust in a physician, a health insurer, &medical profession*. BMC Health Services Research 5.
20. Epstein, R. &Hundert, E. (2002). Defining &assessing professional competence. *Journal of American Medical Association*, 287(2), 226-234.

21. Garbarino, E., & Johnson, M.S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, & commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, 63, 70-87.
22. Godes, D. & Mayzlin, D. (2004). Using Online Conversations to Measure Word of Mouth Communication. *Marketing Science*, 23(4), 545–560.
23. Gremler, D. D. & Gwinner, K. P. (2000). Customer-Employee Rapport in Service Relationships. *Journal of Service Research*, 3(1), 82-104.
24. Gwinner, K.P. Gremler, D.D, & Bitner, J.J. (1998). Relational benefits in services industries: The customer's perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26. 2, 101-114.
25. Harrison, R.(1970), *Non Verbal Communication, In Dimensions in Communication* (Edited by Campbell H. J. & Harper H. W.), Belmont, Calif : Wadsworth
26. Illness. *Social Science & Medicine* 2000; 51: 657-668.
27. Irwin, W. G. (1989). Communication Skills Training for Medical Students: an Integrated Approach. *Medical Education*, 23, 387.
28. Jacobs, A.K. (2004). *Rebuilding an enduring trust in medicine: a global mandate* : Presidential address American Heart Association Scientific Sessions 2004.
29. Kaplan, S. H., Greenfield, S. B., Gandek, W. H., Rogers, J. & Ware, E. (1996). Characteristics of Physicians with Participatory Decision-Making Styles. *Annals of Internal Medicine*, 124, 497-504.
30. Lagace, R. R., Dahlstrom, R., & Gassenheimer, J. B. (1991). The relevance of ethical salesperson behavior on relationship: The pharmaceutical industry.

Journal of Personal Selling Sales Management, 11(4), 39-47.

31. Lasswell, H. D. (1948). *The Structure & Function of Communication in Society*, The communication of Ideas, N. Y.: Harper & Bros.
32. Lau, G. T. & Ng, Sophia, (2001), Individual & Situational Factors Influencing Negative Word-of-Mouth Behavior, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, vol.18, pp. 163-178, Sep.
33. Lefcourt, H. M. (1972) *Internal versus external control of reinforcement revisited: Recent developments*. In B. A. Maher (Ed.), *Progress in experimental personality research*: N. Y. : Academic Press.
34. Levinson, W., Dunn, P. M., Parker, D., & Kaufman, K. (1988). A Scale to Measure House Staff Members' Attitudes toward Psychosocial Aspects of Patient Care. *Journal of Medical Education*, 63, 562-563.
35. Lewis, J. D. & Weigert, A. (1985). Trust as a social reality. *Social Forces*, 63(4), 967-985.
36. Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoolman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(11), 709-734.
37. McAllister, D. J. (1995). Affect & cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal* 38(1), 24-59.
38. McWhinney, I. (1989). The need for a transformed clinical method. *Communicating with medical patients*, 9, 25-40.
39. Mead, N., & Bower, P. (2000). Patient-Centeredness : A Conceptual Framework & Review of the Empirical Literature. *Social Science & Medical*, 51, 1087.

40. Mechanic, D., & Meyer, S. (2000). Concepts of trust among patients with serious illness. *Social Science & Medicine*, 51(5), 657-668.
41. Morgan, R. M. & Hunt, S. D. (1994), The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, pp. 20-38.
42. Neighbour, R. (1987). *The Inner Consultation*, Lancaster: MTP Press.
43. Porter, L. W., Lawler, E. E., & Zanna, M. D. (1975). *Behavior in Organizations*. N.Y.: McGraw-Hill.
44. Richins, Marsha L. (1983), Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Consumers: A Pilot Study, *Journal of Marketing*, 47 (1), 68-78.
45. Rogers, C. R. (1957). The necessary & sufficient conditions of therapeutic personality change. *Journal of Consulting Psychology*, 21(2), 95-103
46. Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80(1).
47. Sabatelli, R. M., Buck, R., & Dreyer, A. (1983). "Locus of control, interpersonal trust, & nonverbal communication accuracy". *Journal of Personality & Social Psychology*, 44(2), 399-409.
48. Shannon, C. E. W. Weaver. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana: Univ Illinois Press, 117.
49. Sharma, N. & Patterson, G., The Impact of Communication Effectiveness & Service Quality on Relationship Commitment in Consumer, Professional Services, *The Journal of Services Marketing*, 1999, 13(2), 151-170.
50. Sherman, J. J., & Cramer, A. (2005). Measurement of changes in empathy during dental school. *Journal of Dental Education*, 69(3), 338 – 345.

51. Simon, H.A.(1976).*Administrative behavior*, N. Y. :The free presses.
52. Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol B. (2002). Consumer Trust, value, &loyalty in Relational Exchanges, *Journal of Marketing*, 66(1), 15-37.
53. Stewart, M. (2001). Towards a global definition of patient centred care. *British Medical Journal*, 320, 444-445.
54. Szasz , T. S. &Hollender M. H . (1956) , *A Contribution to the Philosophy of Medicine: The basic models of the doctor-patient relationship*.
55. Thom, D. H. (2001). Physician behaviors that predict patient trust. *Journal of Family Practice*, 50(4), 329-330.
56. Tschannen-Morgan, M., & Hoy, W. (1997). *Trust in schools* : A171
57. Wallston, B. S., Wallston, K. A. & DeVellis, R. (1978). Development of the multidimensional health locus of control (MHLC) scales. *Health Education Monographs*, 6(2), 160-170.
58. Weizel, M. H. (1983). A test of the health promotion model with blue collar workers. *Nursing Research*, 38(2), 187-196.
59. Williams, A. F. (1972a). Factors associated with seat belt use in families. *J Safety Res*, 4,133-138.Williams, A. F. (1972b). Personality characteristics associated with preventive dental health practice. *J Am Coll Dent*, 39, 225-234.
60. Wang, Chung-Yu (2009), Investigating Antecedents of Consumers' Recommend Intentions &the Moderating Effect of Switching Barriers, the *Service Industries Journal*, 29(9-10), 1231-1241.
61. Magee M, D'Antonio M. *The Best Medicine*. N.Y.: St. Martin's 1999.
62. Mouth, *Journal of Advertising Research*, Vol. 11, No. 6, December, 31-40.