

創新感動服務打造好孕城市——以 高雄市坐月子到宅服務方案為例

杜佩紋 | 正修科技大學幼兒保育系助理教授

壹、前言

因應少子化，各縣市大力推動友善婚育政策。內政部也在 2012 年出版友善婚育手札，其內容包含青年安心成家方案、生育給付、育嬰留停薪津貼、育兒津貼、保姆托育補助、5 歲幼兒免學費教育補助、幼兒學前特別扣除額等方案。高雄市也為推動友善婦女城市計劃推出了一些新的計劃，包含發放懷孕婦女親善資源手冊、懷孕婦女親善汽（機）車停車位、推廣與募集懷孕婦女友善商店、推廣懷孕婦女友善職場、建置支持性的職場哺乳環境及營造友善的母嬰醫療環境、鼓勵男性參與照顧工作及推出全台首創「高雄好孕坐月子到宅服務」。高雄市為推動友善婦女城市計劃，於民國 102 年開始實施全國首創的友善懷孕婦女新措施——「坐月子到宅服務」，提供居住本市產婦坐月子到宅服務，讓孕產婦媽咪不只是獲得金錢上的補助，更實質獲得身心調養與照顧。

坐月子是東方文化自古以來的傳統，目前坐月子的方法一為在自宅由親友幫助坐月子，但可能因為專業度不同造成在觀念上的一些磨合狀況；二為坐月子中心，花費上會較偏高；三為月子餐外送，主要提供營養餐點，但其他母嬰的照護較為缺乏。高雄首創的高雄市坐月子到宅服務媒合平台成立於民國 102 年。成立的宗旨是提供居住本市產婦坐月子到宅服務，讓孕產婦媽咪藉由平價且優質之資源平台獲得坐月子期間身心調養與

照顧，也以女人疼惜女人的概念幫助了許多婦女有二度就業的機會。

因此高雄市政府於 102 年委託正修科技大學籌辦與經營高雄市第一區坐月子到宅服務媒合平台，以公辦民營的公私立協力經營方式，由政府出資委託非營利且具有幼教豐富產學經驗的大學端來規劃與經營。透過服務員（月嫂）的職前培訓，平台的內部經營管理模式，產婦的坐月子優質服務與增值服務來達成此坐月子到宅服務方案宗旨。

綜合上述，本文目的說明 102 年-104 年高雄市坐月子到宅媒合服務的現況與成效，以內容分析法、問卷、訪談為主要資料蒐集方法進行說明之。

貳、月子到宅服務方案之內涵

一、現況與服務背景說明

高雄市政府於民國 102 年 4 月 1 日開始實施全國首創的友善懷孕婦女新措施——「坐月子到宅服務」，提供居住本市產婦坐月子到宅服務，讓孕產婦媽咪獲得身心調養與照顧。也以女人疼惜女人的概念幫助了許多婦女有二度就業的機會。其服務目標如下：

1. 配合高雄市政府結合生育津貼福利政策提供新手媽媽坐月子服務方案，為利計畫如期推展，開辦坐月子服務員培訓課程。
2. 提供民眾多元訓練管道，訓練欲投入坐月子服務人員，增強實作與創業開發訓練。
3. 因應職場變遷，面對社會經濟結構轉變及科技之發展，培訓多重專業知識。提升服務人員的專業知識與方法，給予產婦專業化及人性化之坐月子服務。
4. 提昇家庭婦女就業機會，增加家庭收入並兼顧家庭需要。
5. 媒合坐月子服務員，提供新手媽媽坐月子服務。
6. 提供其他增值創新或客製化貼心服務。

二、執行方式

在執行方式由三個方向來說明:服務範圍、服務對象及服務內容。

(一)服務範圍：

高雄市一共有 38 個行政區，為了能夠均衡服務高雄市產婦，此項坐月子到宅服務分為一區及二區。

第一區坐月子服務媒合平台負責左營區、楠梓區、橋頭區、梓官區、永安區、彌陀區、岡山區、燕巢區、田寮區、阿蓮區、路竹區、湖內區、茄萣區、大社區、仁武區、三民區、鳥松區、大樹區等 18 區。由正修科技大學幼兒保育系承接。第二區坐月子到宅服務媒合平台負責鹽埕、鼓山、新興、前金、苓雅、前鎮、旗津、小港、鳳山、林園、大寮等 11 區。由輔英科技大學承接。另外旗山、美濃、六龜、甲仙、衫林、內門、茂林、桃源、那瑪夏由兩區共同服務。

(二)服務對象：

1. 新生兒產婦：凡實際居住本市產婦皆可申請本服務。
2. 坐月子到宅服務學員：有意願加入本局坐月子到宅服務媒合者，須接受本局「坐月子到宅服務員訓練」或公立職訓機關坐月子到宅服務員相關培訓滿 240 小時以上，並取得結業證書。
3. 新生兒家庭：參加本平台辦理懷孕婦女聯誼或新手父母等講座活動之家庭。

(三)服務內容：

主要分為坐月子到宅服務的服務內容、坐月子服務員職前培訓、坐月子服務員在職訓練、服務方案(新手父母教室)。

1. 坐月子到宅服務：

坐月子到宅服務內容包含：新生兒照顧、產婦照顧、簡易家務服務及月子餐製作等。一天可依需求選擇 4、6、8 小時。只要符合資格，社會局免費提供新生兒產婦 48 小時服務，以每小時 250 元計（以下稱為公費），折合價值新台幣 1 萬 2,000 元；若須服務超過 48 小時，但未達包月標準，每小時以 250 元計（以下稱為公費+自費），自行向受託單位購買。另外提供包月服務，服務一天 8 小時，共計 240 小時。（以下稱為包月）

2. 坐月子到宅服務員人力招募、培訓：

招募年滿 20 歲以上，有意願參與坐月子到宅服務員培訓課程並加入服務之民眾，招募過程嚴謹，透過筆試及面試過程招收學員，以達到每班 60% 以上學員實際加入坐月子服務。坐月子到宅服務員培訓課程內容總時數 240 小時，分成 A、B 類兩種課程。學員完成 240 小時培訓，在依照規定取得良民証、身體健康檢查通過者加入平台進行服務，並於每年度開設相關在職訓練課程，所有在職服務員一年需至少完成 20 小時之課程。

3. 服務方案：

不定期辦理新手父母支持與互助團體、親職教育、親子活動方案及服務宣導活動。

參、創新感動服務管理

服務創新的定義為：「找到新的、或是更好的服務流程，並以此滿足顧客有待滿足的需求，服務是達成目的的工具。」（經濟部中小企業處，民 100）。Gallouj (2002) 將服務創新定義為：「消費者在某些場所取得與原來認知之不同形式服務，亦即組織提供出與消費者以往消費經驗不同的服務就算達到服務創新。」創新，為組織帶來競爭力、提高顧客滿意度。

坐月子到宅服務平台方案正是一種服務創新的概念，不再只是提供生育津貼的補助，而是實質幫助新手父母解決身心靈的需求，一種讓新手媽媽更能安心生育及生產的服務內容。

自 102 年接手承辦坐月子平台之初，便思考著管理除了要有完善的標準作業 (SOP) 流程外，如何宣揚政府的公共政策加深民眾對於政府及學校的好感度，近而達到社會行銷 (social marketing) 的一環。行銷重點是在於設法瞭解目標對象的真正需求來設計「社會產品」，同時以最有效率的方法將產品傳達給顧客（杜佩紋，2015）。因此計劃執行者想起了「感動服務」這樣的服務品質創新概念為本計劃總服務宗旨。

Sony 創辦人出井伸之曾提到：感質的涵意為人類一種獨特質感與心靈感動，透過感覺、經驗、記憶，滿足「幸福的感覺」，讓人永生難忘；再將之寄託於「有

形」的物質上，創造顧客的驚喜和感動，以提高品質的能量。亞都麗緻總經理嚴心鏞(2010)指出「能夠把員工當作家人，把客人當恩人，自然就能產生感動人心的服務。」(白詩瑜，2014)。直銷通路安麗則用「感動服務一二五」來服務顧客，所謂的感動服務一二五是說一心二意五行動，而一心指的是同理心，二意是誠意和創意，五行動則是指親切、微笑、熱忱、主動和專業(王一芝，2012)。而高雄市坐月子到宅服務平台秉持著六“心”級的感動服務：服務員(月嫂)具有愛心、專業心、同理心；新手父母能安心、放心、歡喜心。從一開始的職前訓練便強調「女人幫助女人，把每一位客戶當成自家孩子般照顧」，讓使用者印象深刻，口碑流傳，也達到社會行銷的目的。

肆、實施成效

在實施成效部分將以 102-104 年第一區坐月子到宅服務範圍為例。分別從服務員培訓與成長、服務成效與增值服務三大項來進行說明。

一、服務員培訓與成長

102 年-103 年共招收三個梯次，共結訓 113 人位學員。每一梯次都接受 240 小時的相關課程。簽約中的服務員共計 52 人。52 位服務員皆上線服務過，且持續進行中。

每位服務員在簽約後需於每年參加至少 20 小時的在職訓練課程。102 年共辦理 9 場，總計安排 29 小時。103 年共辦 11 場，總計安排 46 小時。服務員依規定需於年底完成共計 20 小時之在職專業訓練課程。除此之外，第一平台和第二區平台之課程可互相認可。以達到資源共享之服務。102 年服務員滿意度調查中在「教師授課的整體表現」填答滿意以上達 89%、「課程內容安排」填答滿意以上達 90%、「自我評量」填答滿意以上達 100%及「上課環境與服務品質」填答滿意的達 82%。103 年服務員滿意度調查中在「教師授課的整體表現」填答滿意以上達 93%、「課程內容安排」填答滿意以上達 95%、「自我評量」填答滿意以上達 100%及「上課環境與服務品質」填答滿意的達 89%。培訓的過程收獲滿滿。

服務員經過多次服務經驗後也增加了許多工作上的成就感。「幫助產婦及寶寶一天天的進步(奶量一天天增加)，自己也覺得很有成就感。」「每次完成一件

服務時，就多交了一家的朋友，始終以結業時學校的教誨-女人要幫助女人的心態，服務每一位產婦，讓他們覺得“有你們真好”。這個方案除了幫助二度就業婦女找到工作的成就感之外，也在生活上獲得了很大的轉變。「我再也不用跟老公當伸手牌，這樣的感覺很好。」「原來我年紀到中年了，還能有工作，也有能力服務別人，真的很感恩。」



圖 1 服務員培訓課程

二、服務成效

(一) 服務資訊來源—粉絲頁的經營

為了推廣服務，行銷勢在必行，特別是第一年必須將口碑與訊息推廣給民眾。使用網路社群工具—Facebook 便是一個最快速且有效率的方式。截至目前為止（105 年 10 月）共計有 7422 位粉絲。粉絲團的經營除了育兒相關資訊外，最主要還是利用感動服務的創新概念，將服務過的個案故事分享在網站上，讓更多民眾感受到那份用心與感動。

在 102-104 年接受服務的 319 位新手父母中，取得資訊來源以親友相傳(37.5%) 為主要訊息來源。其次為 Facebook 粉絲頁訊息(32.8%)，政府機關網站(11.3%)，其他單位(含醫療診、戶政單位、婦嬰用品店等..)為 18.4。可見在 Facebook 粉絲團上的經營及口碑建立之成效良好。平時之宣傳推廣也在此項分析中看出其成效。

(二) 產婦感動服務

服務產婦的內容中包含產婦照顧、嬰兒身體與清潔照顧、產婦飲食處理、產

婦及嬰兒衣物清洗與處理、買菜食材購買與簡易家務整理。在這些項目中產婦對於嬰兒身體與清潔照護的滿意度最高(97.3%)，其次為產婦飲食處理(89.1%)。許多產婦也給了平台相當多的鼓勵與回饋。

1. 服務員之感動服務

坐月子到宅服務平台秉持著感動服務的精神，每一位受過專業訓練的服務員把產婦當成自家女兒照顧的目標與信念，用心服務每一位產婦。也因此產婦得到了許多身心照顧外，也得到了很多育兒專業知識。

「服務員非常體貼和用心，用她的專業知識給我和寶寶很多的幫忙和照顧。秋華姐煮的菜也非常可口和營養，我對他她的服務非常的滿意。感謝她的耐心、用心和專業的照顧」。

「今天是服務的最後一天，服務員幫我的冰箱放滿各式各樣的食材，交待我如何準備煮食，交待我要多花點心思對待我的大寶。他需要更多的關心，就像娘家媽媽對待女兒的心情，怕我餓，怕我累，要多休息。坐月子不僅是照顧產婦的身子，也溫暖滋養我的心靈。真的很難得又可貴。謝謝這個平台。讓我遇見大姐。做了最完美的月子」。

「服務員到府服務態度主動又貼心，做事專業負責！給予我及寶寶細心的照護！值得肯定、推薦！感謝！」

「服務員的態度親切誠懇！做家事認真，煮的餐點也很好吃喔！會考慮產婦的身體狀況隨時調整三餐的準備，非常有同理心！對寶寶也很溫柔，我非常感謝她的協助，她是非常棒的服務員！」

2. 政策面向之感動服務

「很棒的服務員，很好的政策，完善的流程，應多加宣導此政策，讓更多人可以選擇此服務。」

「謝謝市府提供此平台給民眾，多一種生育津貼的選擇方式，讓我們這些新手媽媽不會手忙腳亂，跟著專業的服務員學習照顧新生兒，也讓產婦得到充分的休息，在家輕鬆做月子，也不用花大錢到月子中心住，讓我們得到很實質的幫助，也讓我們更願意生第二胎來增產報國。」



圖 2 服務員之感動服務

三、增值服務—新手父母教室

第一區坐月子平台秉持著服務的精神，於每個月開設新手父母教室，參與的人數十分踴躍。102 年共舉辦 5 次新手父母教室，共計參與人數 53 人。滿意度填答同意以上者達 100%。在口碑建立及宣傳下，103 年共舉辦 11 場次新手父母教室，共有 3971 人次參與並給予高度的肯定與評價。滿意度填答同意以上者達 100%。另外，新手父母教室資訊來源如下：平台通知 18%、Facebook 粉絲團 34%、網站 18%、親朋友好推薦 28%、其他 2%。



圖 3 新手父母教室

伍、結論

高雄市坐月子到宅媒合服務是全國首創的服務，屬「公辦民營」的公私協力經營方式。在經營理念的部分以「感動服務」-以服務員（月嫂）具有愛心、專業心、同理心；新手父母能安心、放心、歡喜心為服務準則。由政府出資並委託非營利機構規劃與經營，運用大學的專業師資與資源培育優質坐月子到宅服務員，也達到公部門所提出女人疼惜女人，讓婦女有二度就業機會的概念。新手父母也透過這樣的創新方案解決了坐月子的擔憂及不安。由本文的調查結果也證實這樣的創新服務-坐月子到宅服務平台的確在高雄市達到了良好的效益，也逐漸推廣到其他縣市，目前台中市也開始了這樣的創新服務，期待這樣的服務永續經營，造福更多婦女，成為六心級的好孕城市。

參考文獻 |

- [1] 王一芝 (2012), 安麗:「感動服務一二五」練好基本功, 遠見雜誌特刊。
- [2] 白詩瑜 (2014), 嚴心鏞:沒有員工, 只有夥伴, 天下雜誌: 552 期。
- [3] 行政院內政部, 2012, 友善婚育手扎。
- [4] 杜佩紋 (2015), 公私協力推動社會企業之合作模式研究-以科技大學承接坐月子到宅服務方案為例。2015 全國商業經營管理學術研討會。
- [5] 經濟部中小企業處, 服務創新:提供超越顧客期待的突破性服務(民 100), 。
- [6] 高雄市懷孕婦女友善城市。取自 http://socbu.kcg.gov.tw/?prog=2&b_id=3&m_id=13&s_id=650
- [7] Gallouj, F. 2002. Innovation in the Service Economy: The New Wealth of Nations.