

# SNS를 이용한 환자예약 시스템 사용 빈도 연구

이창규\*, 윤주호\*\*, 류대현\*\*, 신승중\*\*  
 \*CK 인터랙티브, 당진 이치과병원  
 \*\*한세대학교 IT융합학과  
 e-mail:rocker-011@hanmail.net

## A Study on Using Frequency of SNS for Patient Booking System

Chang-Kyu LEE\*, Ju-Ho Yun\*\*, Dae-Hyun Ryoo\*\*, Seung-Jung Shin\*  
 \*CK Interactive Ltd., LEE Dental Hospital, DangJin Korea  
 \*\*Dept of IT Convergence Science, HanSei University

### 요 약

환자 예약 시스템은 오프라인에서 초진과 재진환자에 대해 병원의 수용능력, 의사별 진료 시간의 차이, 환자의 진료호응도등의 독립된 요소들이 조합을 이루며 통합적으로 이뤄진다. 일반 환자들에게서 SNS를 이용한 예약 시스템은 진단 스태프가 운용하는데 있어 상당한 아이디어를 제공하며, 그 예약 비율을 참고로 하여 보다 진보된 SNS 예약 시스템을 예측해 본다...

### 1. 서론

최근 소셜 네트워킹 기술의 급속한 확대는 전세계 모든 업종에서 독보적 성장을 거듭하고 있는데, 특히 의료계의 신기술 전반은 감히 우리 과학도들의 상상을 초월할 정도의 영역에 까지 깊숙이 침투하고 있다. SNS는 특히 병원 영역에서는 환자들의 편의성에 중점을 둔 예약 시스템으로 발전하고 있으며, 진단 스태프의 확보 내지는 실시간 감시 시스템을 발굴하는 것과 맞물려 상당히 좋은 증례가 될 것으로 판단한다. 이를 위하여 2011년 3월 부터 SNS 진단 데스크를 운용한 CK 인터랙티브 산하 이치과병원과의 의료법인에서는 facebook, Twitter, 미투데이, 카카오톡등을 이용해 예약 활성화 시스템을 가동하였으며, 현재 1년 여간의 시행착오를 통해 그 운용율과 대안을 세워보고자 하였다.

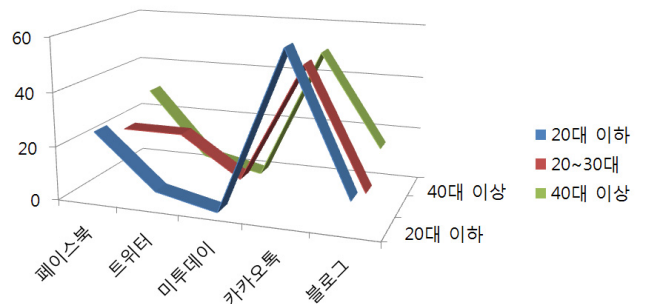
### 2. 소셜 네트워킹 예약 시스템의 개발 배경

일반인들에게 병원의 예약 시스템은 의사와 병원의 환경에 좌우되게 되어 있기 때문에, 사용자인 환자의 편의성에 맞춰 예약 시스템을 운용하기는 매우 어려운 것이 현실이다. 특히 사용자에게 보다 편리한 사용자 인터페이스 환경을 제공하기 위해서는 현재의 윈도우즈의 기반 사용자 인터페이스의 차원을 넘어서 사용자의 작업을 대행해 줄 수 있는 에이전트 시스템이 제공되어야 하는데, SNS를 이용한 시스템은 병원의 입장에서는 별도의 구축비용이 들지 않는 장점과 함께 환자들 또한 편리하게 사용할 수 있다는 장점을 동시에 가지고 있다.

#### 1) 내원환자들이 선호하는 소셜미디어 분석

그림 1은 통계범위의 환자들이 선호하는 소셜미디어를 보

여주며, 전 연령층에서 카카오톡의 분포가 높은 것을 알 수 있으며, 그 이유는 유저 기반의 대중성에서 찾을 수 있다고 할 수 있다. 20대까지는 현저하게 카톡의 비율이 높고, 고령층에서도 사용자가 늘어나는 것을 볼 수 있다. 카톡 사용자가 예약에 호응하는 호응도를 보더라도 실시간 다자간 접속 기능이 지원되기 때문일 것으로 사료된다.



(그림 1) SNS 공급자별 1년간의 누적사용빈도

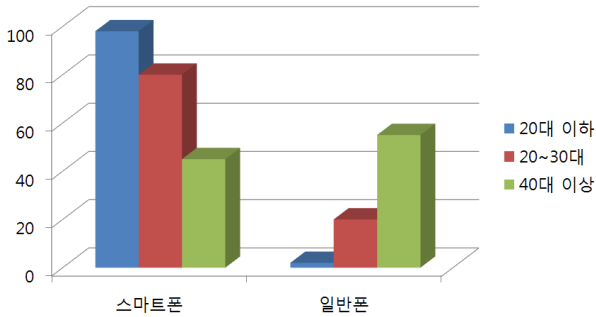
#### 2) 1년간 분석된 SNS 사용 빈도 비교

2011년 3월부터 2012년 2월까지 조사된 1200여명의 표본은 스마트폰 사용자만을 대상으로 한 경우이기 때문에 표 1에서 보는 것처럼 전체 사용자의 결과로 단언하기는 힘들다.

지역적 특성상, 경제적 여건상, 또는 환자들의 소셜미디어에 대한 운용도를 감안할 때, 고령층으로 갈수록 스마트폰의 사용율은 줄어들었으나, 스마트폰의 보급률은 계속해서 증가할 것이기 때문에, 전체 사용자의 비율이 스마트폰으로 대체되게 될 것이다.

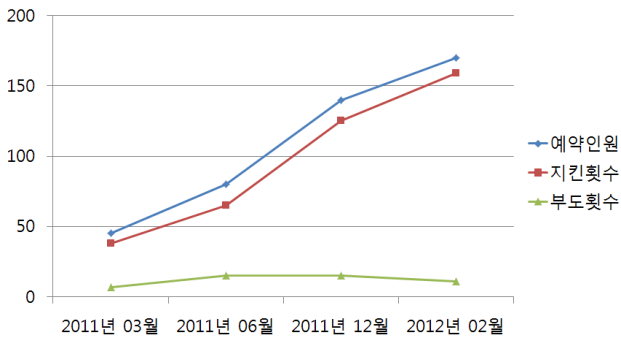
1년간의 후향적 추적조사 결과, SNS예약을 이용한 1200여명의 표본이 평균 3~4회의 예약을 가동하기 때문에 실제 표본은 5천회에 달하였다.

< 표 1> 연령대별 스마트폰과 일반폰의 사용비율



월별 평균 일반예약이 3000회이며, 12개월간 36,000회의 일반예약을 감안한다면, SNS를 이용한 예약 상담과 예약을 비율은 아직 통계적 유의 수치로 산출하기에는 부족한 부분이 있다.(표2~3)

< 표 2> SNS 예약을 지킨 횟수와 부도 횟수 비교



< 표 3> 일반예약과 SNS 예약의 변화 분포 비교

년간 내원자	총 예약 수	일반예약	SNS예약
총 예약 분포	약 36,000건	약 25,000건	약 5,000건
예약 성공 건수	약 33,000건	약 23,000건	약 4,850건
예약 부도 건수	약 3,000건	약 2,000건	약 150건

이는 병원의 요구를 확대하고 환자들의 편의성 증진을 위한 병원의 노력에서 기인한 것으로 판단하며, 또한 SNS를 고정화 하기 위한 서비스와 마케팅, 그리고 SNS를 위한 병원내 기반 환경의 하드웨어적 기반의 마련에서 기인한다고 사료된다.

### 3. 결론

2011년부터 시도한 SNS 예약 시스템을 위해 병원내에서 단독 프로그램과 어플리케이션 개발을 구상하였으나, 환자

들이 갖게 되는 인지도면에서 비효율적일 것으로 판단하여, 기존 마켓을 이용하기로 하였다

SNS를 이용한 예약 시스템은 실제 운전자로서 전담직원이 필요하기 때문에, 기존 대면 예약을 하는 오프라인 시스템과 접목이 필요하다.

분명한 것은 SNS를 이용한 예약 시스템의 가장 큰 장점은 의료정보의 전달과 함께 이뤄질 수 있다는 점이며, 환자들과의 실시간 교류(Real-time communication)가 가능하다는 점이라고 사료된다.

### 참고문헌

- [1] 소셜미디어를 활용한 마케팅 사례와 적용, 강연초록집, 김형로, 2011,12 대한치주과학회
- [2] 소셜미디어에서 기업의 관계형성에 대한 연구. 김상백 한국교육학술정보원, 2010