

## 대학운영병원과 기업운영병원에 대한 이미지 비교

이 해 종 · 진 기 남 · 정 희 정

연세대학교 보건행정학과

= Abstract =

### A Study on Image Difference between University Hospitals and Corporation Hospitals.

Haejong Lee, Kinam Jin, Heejung Chung

*Department of Health Administration, School of Health Science, Yonsei University*

The objectives of this research are 1) to access different images held by three consumer groups (patients in university hospital, patients in corporation hospital, persons who are not currently visiting hospitals) on two types of hospitals(university hospitals and corporation hospitals), and 2) to investigate the personal factors affecting images of two types of hospitals.

The data for this analysis were collected by questionnaire survey. A total of 403 interviews were conducted. Of these cases, 43 percent are male and 57 percent are female. The major statistical methods used for the analysis are paired t-test, factor analysis and multiple regression.

The three consumer groups show a consensus that corporation hospitals are better than university hospitals in some aspects, such as kindness, facilities, and equipments. However, these groups disagree in certain images on two types of hospitals, such as popularity, credibility, and readiness for emergency. The images on two types of hospitals are varied by the respondents' sociodemographic characteristics such as age, sex, and by the type of hospital they are currently visiting.

---

Key Words : Image, University Hospital, Corporation Hospital

## 서 론

### 1. 연구의 배경 및 연구목적

지금까지 우리나라의 병원은 이렇다할 고객만족을 위한 마케팅활동이 거의 없었다. 최근에 설립된 몇몇 병원을 제외하고는 대부분의 종합병원이 낙후된 시설을 가지고 있음에도 불구하고, 소비자로서의 환자가 경험하는 문제에 무관심하였고, 굳이 이를 밝혀내어, 개선하고, 홍보하려는 노력이 결여되어 있었다. 이는 의료수요에 비해 공급이 부족하여 병상부족 현상이 지속되어 왔고, 따라서 개선노력이나 홍보를 하지 않아도 환자유치에 별 어려움이 없었다는 데 부분적으로 기인한다고 볼 수 있다. 뿐만 아니라 의료법에서조차 기업이 자신의 제품을 홍보하는 것처럼 의료인들이 자신이나 병원을 홍보하지 못하게 막아놓은 것도 하나의 이유라 할 수 있다.

최근들어 환자들이 더 이상 의사에 종속적이지 않고 자신의 권리를 찾으려는 움직임이 활발하여 의료분쟁도 자주 일고 있으며, 병원에 관한 각종 규제들과 개방화에 의해 병원의 경쟁이 더욱 심화되고 있다.(서창진 등, 1995) 더욱이 대기업들이 풍부한 자본을 바탕으로 병원산업에 뛰어들면서 쾌적한 환경에 최첨단의 시설과 실내 인테리어에의 투자, 동시에 쇼핑타운을 조성하는 등 병원에 새로운 개념을 도입하고 나서 환자들을 끌어들이고 있다.

이에 따라 기존의 병원들은 경쟁에서 유리한 입장을 유지하기 위하여 집단의료체계를 구축한다든지, 전문클리닉의 운영, 병원시설의 개조, 최신의 의료장비 도입 등에 많은 투자와 노력을 하고 있다. 이처럼 병원의 심화되어 가는 경쟁은 각 병원들의 환자에 대한 자세를 기존의 고압적인 자세에서 다시 한 번 돌이켜보게 하는 전화위복이 되고 있다. 병원은 소비자인 환자들이 진정으로 원하는 것은 무엇이고, 무엇에 불만을 가지고 있는지를 정확히 알고 이에 대처하지 않으면 경쟁시대에서 뒤쳐질 가능성이 높다고 할 것이다. 이젠 병원들이 자신들의 생존을 위하여 의학적인 권위만을

강조하기 보다, 환자들이 자신들의 병원을 선호하게끔 유도하기 위한 새로운 전략을 개발할 필요가 있다.

본 연구의 목적은 병원들이 생존을 위해 여러 가지로 자체적인 노력을 하고 있는 현시점에서 최근들어 치열한 경쟁관계에 돌입한 대학운영병원과 기업운영 병원에 대해서 환자나 일반인들이 가지고 있는 이미지를 분석하는 것이다. 본 연구는 이를 통해 병원들이 어디에 주력하여 경영을 추진해 나가야 하는지에 대한 방향설정에 도움을 주고자 한다.

### 2. 이론적 배경

이미지와 관련된 기존의 연구는 크게 세 가지로 분류할 수 있다. 첫째는 이미지의 개념정립 및 구체적인 하위차원의 분석에 대한 연구들이다. Kotler와 Clarke (1987)는 이미지란 한 대상을 상대로 사람이 가지고 있는 신념, 생각, 인상의 집합체이며 태도를 형성하는 한 요소라고 보았고, Lipson(1977)은 이미지란 좋고 나쁜 총괄적인 느낌(perception)이라고 정의하였다. 병원이 이미지란 개념을 구체적인 세부항목으로 조작화하려는 시도가 있었는데, Babakus와 Mangold(1992)는 병원서비스에 대한 인식이 다음과 같은 다섯개 차원으로 분류된다고 보았다. 첫째는 시설, 장비, 인력과 같은 외형적(tangibles)인 차원이고, 둘째는 서비스에 대한 신뢰성(reliability) 차원이며, 셋째는 고객에 대한 즉각적이고 신속한 서비스를 제공하는가에 해당하는 반응성(responsiveness) 차원, 넷째는 직원의 지식과 공손함 및 신뢰감을 불러일으키는 능력인 보증성(assruance) 차원, 그리고 마지막으로 고객 개개인에 대한 주의 기울이는 정도를 뜻하는 동정성(empathy) 차원이다. 병원의 서비스 이미지와 관련된 차원을 밝히는 연구(조우현 등, 1994)는 국내에서도 시도되어 위의 연구에서와 같은 다섯 가지 측면으로 나뉘어진다는 것이 밝혀졌다.

두번째로 이미지가 미치는 영향에 대해 살펴본 연구들이 있다. 이미지는 소비자가 그들의 경험과 지식을 근거로 만들어낸 지각의 총합이므로, 소비자의 구매행

동에 강한 영향을 미치는 요소로 간주되었다(Harold, 1991; Jagdish, 1974). 또한 몇몇 연구들(김성연, 1987 ; 박창균, 1985 ; 서현정, 1990 ; 임종원 등, 1994)에서는 소비자들의 이미지 평가가 조직의 마케팅 활동에 활용됨을 보여주었다. 병원 이미지와 관련된 연구(유동근, 1986; John, 1976; Ralph, 1990)에서는 병원들이 행하는 이미지 전략이 복합적인 마케팅 노력의 일환으로서 경쟁자와의 차별화를 통해 시장우위를 점하고 동시에 병원의 관측효과를 보기 위한 수단으로 기술되었다.

세번째는 이미지의 형성요인 및 과정에 대한 연구들이다. Gibson(1959)은 이미지가 개인이 주위의 환경과 접촉하는 과정에서 발생한다고 주장하였으며, Kollat(1970)은 각 개인이 다양한 감각을 통하여 이러한 외부 자극을 받아들이고 해석한다고 보았다. Lilien(1983)은 이미지 형성과정을 설명하는 모형을 크게 보상모형(compensatory model)과 비보상모형(noncompensatory model)으로 구분하였다. 보상모형은 소비자가 조직의 여러 특성을 종합적으로 고려하여 조직의 이미지를 형성한다는 가정에 준하여, 하나의 특성에서 취약함이 있으면 다른 특성으로 이를 보충한다는 개념이다. 따라서 이 모형에 따르면 이미지가 단순한 한 요인에 의해 형성되는 것이 아니고, 여러 요인들이 복합적으로 결합하여 이루어지는 것이다. 이 모형의 대표적인 것으로는 Fishbein 모형(1966)을 들 수 있다.

이에 반해 비보상모형은 조직의 이미지가 여러 특성의 종합적 고려하에 형성되는 것이 아니고 한 특성에 의해서만도 결정된다고 보았다. Nakanishi와 Battman(1974)은 비보상모형을 다음과 같은 세 가지로 구분하였다. 즉 어떤 중요한 속성에서 최소한으로 받아들일 수 있는 기준에 적합하기만 하면 그에 준한 이미지가 형성된다는 결합모형(conjunctive model)과 하나나 두개의 속성이 이미지 형성의 기준이 된다는 비결합모형(disjunctive model), 그리고 모든 속성들이 단계적으로 고려된다는 사전편집모형(lexicographic model)으로 나누었다.

병원에서의 이미지 문제는 Kotler(1987)에 의해 정리되었으며 그 중에서 이미지 결정에 관한 요인에 대

해서는 다음과 같이 두 가지로 구분하였다. 그 하나는 객체에 의해 결정(object-determined)된다는 것으로 객체의 실체성에 의해 이미지가 나타나는 것이다. 즉 병원의 시설이 깨끗하기 때문에 병원에 갖는 이미지가 좋다는 측면이다. 이러한 객체에 의한 결정방법은 사람들이 직접 경험을 하게 되며 동시에 민감하고 객관적인 측면이 있기 때문에 여러 사람들이 비슷한 이미지를 형성한다는 것이다. 이러한 객체에는 시설, 장비 등 외형적으로 눈에 보이는 것이 대부분이다. 두번째 이미지 결정요인으로는 사람에 의해 결정(person-determined)된다는 것으로 사람들의 주관에 의해 결정되는 이미지이다. 이러한 이미지는 사람마다 다른 측면에서 객체를 접하기 때문에 주관적인 평가를 하게 되고 개인마다 다른 이미지를 형성하게 된다. 이러한 이미지에는 직접 외형적으로 눈에 보이지 않는 경우가 대부분이다. 병원의 이미지를 결정하는 데에는 이러한 두 가지 요소가 결합하여 결정되는데 이미지 내용이 복잡할수록, 자주 경험을 하지 않을수록, 시간에 따라 자주 변화할수록 개인별 이미지 차이가 크다는 것이다.

이미지를 측정하는 방법(Kotler, 1987)은 진료수익에 의한 비율방법, 환자들의 불만이나 제언 측정방법, 환자패널 방법, 설문서 방법 등이 있다. 이 중에서 가장 많이 활용되는 설문서 방법은 연구자마다 여러 가지 방법이 제시되었다. 그러나 이를 크게 구분하면 이미지를 직접 측정하는 방법(directly report)과 현재와 원하는 바와의 차이를 물어보는 방법(derived dissatisfaction)으로 대별할 수 있다. 측정하는 이미지의 내용도 연구자마다 여러가지이나 이 연구에서 인용된 Babakus와 Mangold(1992)에 의해 개발된 SERVQUAL척도를 들 수 있다.

이상 연구들은 주로 상품시장에서의 마케팅 활동과 관련되었거나 외국병원에 대한 이미지 활동이지만, 우리나라 의료계에서의 병원이미지와 관련된 연구는 아직 미비한 수준에 머물러 있다.

### 3. 연구문제

위에서 논의한 이론적 배경을 토대로 본 연구에서 설정한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

- 1) 세 집단(대학운영병원 내원객, 기업운영병원 내원객, 일반인)은 대학운영병원군과 기업운영병원군에 대해서 각기 다른 이미지를 가지고 있는가?
- 2) 두 병원군에 대한 비교평가의 인식이 병원이용경험이나 개인적 속성의 차이에 따라 다른가?

## 조사대상 및 방법

### 1. 조사대상 및 기간

이 연구의 조사대상자는 크게 병원 내원객과 일반인으로 구분되며, 병원내원객은 다시 대학운영병원(Y병원) 내원객과 기업운영병원(H병원) 내원객으로 구분된다. 병원내원객이란 두 병원군에 속하는 각기 하나의 병원에 국한하여, 실제로 그 병원(Y병원과 H병원)에 내원한 환자나 그들의 보호자를 의미한다. 한편 일반인은 연구시점 현재 두 병원군을 이용하고 있지 않는 사람이다.

표본의 수는 Y병원 내원객 139명, H병원 내원객 158명과 일반인 130명으로 총 427명이었다. 이 중 만 20세가 되지 않은 미성년자 24명(Y병원 10명, H병원 7명, 일반인 7명)을 제외한 403명의 자료를 분석에 이용하였다.

본 조사는 1994년 11월 2일부터 15일간에 걸쳐 Y병원과 H 병원의 외래 대기실, 서울 시내 일대에서 임의 추출(Convenience Sampling)한 대상에 대해서 실시하였다. 설문지는 병원내원객용과 일반인용의 두 가지로 나뉘어졌는데, 병원내원객용 설문지에는 병원이용경험과 관련된 문항이 추가되었다. 설문조사방법은 원칙적으로 자기기입식을 계획하였지만, 자기기입이 어려운 노인들에 대해서는 1 대 1 면접법을 병행하여 사용하였다.

### 2. 조사내용과 분석방법

### 1) 변수설명

#### (1) 종속변수

이 연구에서 응답자들에게 물어본 것은 일반적으로 대학운영병원과 기업운영병원이란 두 개의 병원군에 대해서 어떤 이미지를 가지고 있는냐는 것이다. 대학운영병원군에 대해서는 연세대 세브란스병원과 서울대학병원을 예로 들었고, 기업운영병원군에 대해서는 현대 중앙병원과 삼성의료원을 예로 선정하여 응답자들이 두 병원군을 연상토록 하였다.

응답자들이 두 병원군에 대해 가진 이미지를 측정하기 위해, Babakus와 Mangold(1992)에 의해 개발된 SERVQUAL척도를 활용하였다. 이 척도는 병원의 서비스 질에 대한 경험뿐만 아니라 기대를 측정하도록 만들어졌기에, 병원에 대한 이미지의 연구에 적용할 수 있다. 그런데 이 척도를 구성하는 15개의 문항 중에서 우리말로 번역시 의미상의 섬세한 차이가 약화되거나, 이미지의 측정에 적합하지 않은 것으로 예비조사에서 드러난 문항은 제외하였다. 또한 기업운영병원과 대학운영병원의 이미지 차이를 보고자 한 것이기에, 문항을 병원의 서비스 질에만 국한하지 않고 영리추구 성향에 관련된 것을 추가하였다.

이러한 과정을 거쳐 다음과 같은 11개의 문항을 구성하였다: 1) 이 병원은 깨끗한 환경을 가지고 있다; 2) 이 병원은 유명한 의사들이 많이 있다; 3) 이 병원은 오랜 전통을 가지고 있다; 4) 이 병원의 의료진은 친절하다; 5) 이 병원의 직원들은 친절하다; 6) 이 병원은 최첨단 의매우 나쁘다에서부터다; 7) 이 병원은 최신의 시설(깨끗한 병실, 충분한 주차시설 등)을 갖추고 있다; 8) 이 병원은 전반적으로 신뢰할 수 있다; 9) 이 병원은 응급환자를 맡길 만한 곳이다; 10) 이 병원은 환자의 치료보다 영리를 추구한다; 11) 이 병원은 일반 병원에 비해 매우 비싼 진료비를 받고 있다. 이 변수들은 4개의 응답범주(1=매우 그렇지 않다, 2=그렇지 않다, 3=그렇다, 4=매우 그렇다)를 가지고 있다.

응답자들이 대학운영병원과 기업운영병원에 대해서

가지고 있는 이미지에 차이가 있는지를 보기 위해, 대학운영병원에 대해서 위의 11개 질문을 하고, 마찬가지로의 질문을 기업운영병원에 대해 하였다. 결국 대학운영병원에 대한 평가 문항이 11개(VI~VII)이고, 기업운영병원에 대한 평가 문항이 마찬가지로 11개(X1~X11)이다. 이 변수들은 두 병원군에 대한 이미지에 차이가 있는지를 알아보는 짝표본평균의 차이검증(paired-t test)에 이용되었다.

한편 두 병원군에 대한 비교인식, 즉 대학운영병원이 기업운영병원보다 우월하다고 평가하느냐, 아니면 반대로 평가하느냐하는 일종의 선호도(preference)에 영향을 미치는 변수를 밝히기 위해서 중다회귀분석을 시도하였는데, 이 분석에서 종속변수로 이용된 변수는 다음의 세 단계를 거쳐서 만들어졌다.

첫단계로, 병원이미지를 나타내는 11개의 문항들이 어떤 요인(factor)들로 묶여지는를 밝히기 위해 요인분석을 시도하였다(표 1 참조). 11개의 병원이미지 관련

문항이 대학운영병원과 기업운영병원에 대해 반복적으로 주어졌기에, 대학운영병원에 대한 11개 이미지 문항(VI~VII)에 대해서 요인분석이 이루어지고, 기업운영병원에 대한 11개 문항(X1~X11)에 대해서 요인분석이 다시 행해졌다.

대학운영병원에 대한 이미지 문항들에 대한 요인분석 결과, 요인 I에 대해 친절과 시설·환경관련 변수들이 묶이고, 요인 II에 유명도·전통·신뢰도 등이 묶였으며, 요인 III에 영리추구 관련 변수들이 묶였다. 한편 기업운영병원에 대한 이미지 문항들의 경우, 요인 I에 친절과 신뢰도가 모였고, 요인 II에 유명도·전통·시설·환경 등이 모였으며, 요인 III에 영리추구 관련 변수들이 모였다. 이 분석결과 특기할 만한 사항은 대학운영병원의 경우 유명도가 전통·신뢰도에 수반되는 반면에, 기업운영병원의 경우는 유명도가 주로 시설·환경 등의 요인에 따른다는 것이다. 두 별개의 요인분석에서 드러난 변수군들이 완전히 일치하지는 않았기

표 1. 병원이미지의 요인분석

문항	요인	대학운영병원			기업운영병원		
		요인 I	요인 II	요인 III	요인 I	요인 II	요인 III
(1)깨끗한 환경을 가지고 있다		.7345	-.0023	.0974	.3711	.5525	-0.366
(2)유명한 의사가 많다		.0227	.6105	.2259	.2392	.5644	.2453
(3)오랜 전통을 가지고 있다		.0799	.5727	-.0867	-.1103	.5042	.4953
(4)의료진이 친절하다		.7401	.2907	.0325	.7833	.1052	.1392
(5)직원들이 친절하다		.6933	.2498	.1546	.7801	.1965	.1503
(6)최첨단 의료시설을 갖추고 있다		.3409	.3163	.3079	.0992	.7261	.0609
(7)최신의 시설을 갖추고 있다		.7206	.0598	.1857	.4549	.5416	-.0881
(8)신뢰할 수 있다		.1782	.7068	.0688	.5821	.2161	.2070
(9)응급환자를 맡길 만한 곳이다		.1736	.5572	.1711	.5664	.1848	.1454
(10)영리를 추구한다		.1224	.0976	.8067	.1871	.0029	.7264
(11)비싼 진료비를 받는다		.1806	.1012	.7728	.3076	.0217	.7201

에, 양쪽의 요인분석에서 공통적으로 묶인 변수들만을 요인의 구성변수로 간주하였다.

이러한 과정을 거쳐 이미지의 세 차원이 밝혀졌다: 1) 유명도; 2) 친절도; 3) 영리추구. '유명도'란 요인을 구성하는 질문은 '이 병원은 유명한 의사들이 많이 있다'와 '이 병원은 오랜 전통을 가지고 있다'의 두 가지이다. '친절도'는 '이 병원의 의료진은 친절하다'와 '이 병원의 직원들은 친절하다'란 질문을 통해 측정하였다. 세번째 요인인 '영리추구'는 '이 병원은 환자의 치료보다 영리를 추구한다'와 '이 병원은 일반 병원들에 비해 매우 비싼 진료비를 받고 있다'의 두 변수로 구성되어 있다.

요인분석을 통해 드러난 이 세 요인은 Babakus와 Mangold의 연구에서 밝혀진 요인들과는 차이를 보이고 있다. 본 연구에서의 유명도와 친절도 요인은 각각 Babakus와 Mangold 연구에서의 보증성과 동정성에 상응한다고 볼 수 있다. 그러나 그들의 연구에서 밝혀진 외형성, 신뢰성 및 반응성 요인은 본 연구에서 드러나지 않았다. 이는 첫째로 그들 연구의 모든 변수들이 요인분석에 이용되지 않았고, 두번째로 두 병원군에 대해 각각 이루어진 요인분석 결과의 공통변수들만을 선택하는 과정에서 반에 가까운 변수들이 탈락되었기 때문이라고 본다.

두번째 단계로, 이미지의 세 차원을 나타내는 지표 변수들(index variables)의 값은 각기 그 구성변수들의 평균치로 구하였다. 한 예로, 대학운영병원의 유명도에 대한 인식을 나타내는 지표의 값(F1)은 유명의사의 유무관련 변수(V2)와 병원의 전통과 관련된 변수(V3)의 평균치이고, 기업운영병원의 유명도에 대한 지표값(F2)은 유명의사의 유무관련 변수(X2)와 전통관련 변수(X3)의 평균치이다.

마지막 단계로 두 병원군에 대해 어느 쪽에 더 긍정적인 이미지를 가지고 있는지를 측정기 위해, 대학운영병원에 대한 지표값과 기업운영병원에 대한 지표값의 차이를 계산하였다. 예를 들어, '두 병원군의 유명도에 대한 비교인식'이란 변수(D1)의 값은 대학운영병원에 대한 유명도의 지표값(F1)과 기업운영병원에 대한

유명도의 지표값(F2)의 차이를 계산하여 구하였다. 같은 방법으로 '두 병원군의 친절도에 대한 비교인식'과 '영리추구에 대한 비교인식'이란 변수를 측정하였다. 이 세 변수들의 경우, 부적(-) 값은 기업운영병원에 대한 이미지가 대학운영병원에 비해 좋다는 것을 의미하고, 정적(+) 값은 그 반대를 의미한다.

## (2) 독립변수

두 병원군에 대한 비교인식을 종속변수로 하는 중다 회귀분석에는 응답자의 사회인구학적 특성, 건강관련 특성 및 병원이용경험이 독립변수로 이용되었는데, 이들 변수들간에는 다공선성(multicollinearity)의 문제를 염려할 만한 높은 상관관계( $r=0.7$ 이상)가 존재하지는 않았다.

응답자의 사회인구학적 특성으로는 다음의 세 가지 변수들이 고려되었다: 1)나이; 2)성별; 3)학력. 나이는 20세부터 급간 넓이를 10년으로 하여 범주의 수가 5개가 되었다(1=20~29세, 2=30~39세, 3=40~49세, 4=50~59세, 5=60세 이상). 성별은 남자의 범주 값이 1이고, 여자의 범주 값이 0이다. 학력은 5개의 범주로 구분하였다(1=무학, 2=국졸, 3=중졸, 4=고졸, 5=대졸 이상).

응답자의 건강관련 특성으로는 건강상태에 대한 인식과 지난 1년 동안의 의료기관 방문 횟수가 고려되었다. 건강상태에 대한 인식의 응답범주는 1=매우 나쁘다'에서부터 5=매우 건강하다'까지의 5개가 있다. 지난 1년 동안의 의료기관 방문 횟수는 세 개의 범주(0회, 1~5회, 6회 이상)로 구분하였다.

응답자의 차별적 병원이용경험이 현재의 비교인식에 미치는 영향을 조사하기 위해 대학운영병원 내원객 여부와 기업운영병원 내원객 여부란 두 개의 모조변수(dummy variable)를 만들었다. 그런데 이 모조변수는 병원의 이용경험뿐만 아니라 병원 선택 이전의 선호경향도 함축하고 있는 것으로 볼 수 있다. 이 둘(이용경험 對 선호경향)의 개별적 영향을 통계적으로 엄밀히 구분하여 분석하는 데는 자료상의 제약 때문에 어려움이 있다. 결국 본 연구는 특정 사회적 경험이 행태나

인식의 형성에 영향을 미친다는 사회적 유발론(social causation model)과 환경이나 특성이 유사한 사람들이 선택됨으로써 행태나 인식을 공유하게 되는 것이라고 보는 사회적 선택론(social selection model) 중 어느 모델이 설득력이 있는지 평가할 수 없다. 그러나 이용경험의 평가없이 선호경향만으로 비교평가를 했으리라고 보는 데는 무리가 있기에, 본 연구에서는 이 모조변수를 이용경험을 나타내는 변수로 활용하고자 한다.

분석시에 대학운영병원의 내원객여부를 나타내는 모조변수와 기업운영병원의 내원객여부를 보여주는 모조변수 두 가지를 회귀식에 포함하였다. 병원의 내원객이 아닌 일반인은 준거집단으로 설정되었다. 총 응답자 403명 가운데, 대학운영병원 내원객은 129명(32%), 기업운영병원 내원객은 151명(37.5%), 일반인은 123명(30.5%)의 분포를 보이고 있다.

## 2) 분석방법

세 집단(Y병원 내원객, H병원 내원객, 일반인) 사이에 사회인구학적 및 건강관련 특성에 차이가 있는지 알아보기 위해서 일원변량분산분석(one-way ANOVA)을 이용하였다. 또 세 집단별로 두 병원군에 대한 이미지에 어떤 차이가 있는지를 조사하기 위해서, 11개의 이미지 항목별로 대학운영병원에 대한 평가와 기업운영병원에 대한 평가를 비교하는 짝표본평균의 차이검증(paired-t test)을 행하였다. 마지막으로 두 병원군에 대한 비교인식에 영향을 미치는 요인을 밝히기 위해서 중다회귀분석(multiple regression analysis)을 이용하였다. 이미지의 세 차원인 지표변수들 - 유명도, 친절도, 영리추구 - 을 종속변수로 하는 회귀분석을 반복 실시하였다. 회귀분석시 모형의 적합성을 판단키 위해 잔여치 분석(Residual Analysis)을 추가하여 실시하였다.

# 결 과

## 1. 응답자의 일반적 특성

전체 응답자와 각 질문집단간의 일반적 특성은 표

2와 같다. 응답자의 성별구성은 남자가 175명으로 전체의 43.3%이며, 여자가 228명으로 전체의 56.6%이다. 나이에 따른 분포를 살펴보면, 20대가 171명으로 42.4%, 30대가 133명인 33%를 차지하여 20~30대가 전체 응답자의 70% 이상을 차지하고 있다. 학력에 따른 분포를 살펴보면, 대졸 이상이 256명으로 전체의 63.5%를 차지하여 가장 많았고, 다음으로 고졸자가 128명(31.8%), 중졸자가 16명(4.0%), 국졸자가 3명(0.7%)의 순이었다.

응답자의 건강관련 특성에 대해서 먼저 '인지된 건강상태'의 분포를 보면, 전체의 40%에 가까운 167명이 자신의 건강이 보통 정도라고 답하였다. 다음으로 많은 124명(30.8%)이 비교적 건강하다고 답하였고, 매우 건강하다고 답한 응답자는 13명(7.9%)이었다. 한편 건강이 나쁜 편이라거나 매우 나쁘다고 응답한 자는 80명(19.9%)으로 건강하다고 응답한 자들에 비해 상대적으로 적었다. 지난 1년 동안의 의료기관 방문 횟수의 경우, 1~5회 정도 갔었다고 응답한 자가 252명으로 전체의 62.5%를 차지하였고, 6회 이상이 81명(20.1%)이었다. 한편 한 번도 가지 않았다고 응답한 자는 33명(8.2%)이었다.

사회인구학적 특성을 세 집단간에 비교해 보면, 성별과 학력에서 집단간에 차이가 없었다. 성별 분포에서 Y병원은 77명(59.7%), H병원은 86명(57%), 일반인은 65명(52.8%)이 여성으로 세 집단 모두 여성 응답자가 다소 많았다. 학력도 세 집단 모두 대졸 이상이 과반수 이상을 차지하고 있다. 그러나 나이에 있어서는 세 집단이 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다. Y병원과 일반인 집단은 20대가 각기 63명(48.8%)과 70명(56.9%)으로 가장 많았지만, H병원의 경우는 30대가 63명(41.7%)으로 20대보다 많은 분포를 보이고 있다. 그러나 세 집단 모두 응답자들의 연령이 20세에서 39세 사이의 젊은 층에 집중되어 있는 비슷한 양상을 보이고 있기에 나이변수가 집단과 병원이미지의 관계에 제3의 변수로서 중요하게 작용하리라고 보지는 않는다.

응답자의 건강상태는 두 병원의 내원객이 일반인보

표 2. 응답자의 일반적 특성

(단위 : 명, %)

변수 응답범주	H병원		Y병원		일반인		총 합		F값
	빈도수	(비율)	빈도수	(비율)	빈도수	(비율)	빈도수	(비율)	
<b>&lt;사회인구학적 특성&gt;</b>									
나 이 :									
20~29세	38	(25.2)	63	(43.3)	70	(56.9)	171	(42.2)	
30~39세	63	(41.7)	36	(27.9)	34	(27.6)	133	(33.0)	
40~49세	33	(21.9)	23	(17.8)	13	(10.6)	69	(17.1)	
50~59세	12	( 7.9)	5	( 3.9)	5	( 4.1)	22	( 5.5)	
60세 이상	5	( 3.3)	2	( 1.6)	1	( .8)	8	( 2.0)	19.0492***
성 별 :									
남 자	65	(43.0)	52	(40.3)	58	(47.2)	175	(43.3)	
여 자	86	(57.0)	77	(59.7)	65	(52.8)	228	(56.6)	N.S <sup>a</sup>
학 력 :									
국졸 이하	2	( 1.3)	1	( .8)	0	( .0)	3	( .7)	
중 졸	8	( 5.3)	5	( 3.9)	6	( 4.9)	18	( 4.7)	
고 졸	46	(30.5)	51	(39.5)	31	(25.2)	128	(31.8)	
대졸 이상	97	(64.2)	73	(56.6)	86	(69.9)	256	(63.5)	N.S.
<b>&lt;건강관련 특성&gt;</b>									
건강 상태:									
매우나쁘다	12	( 7.9)	5	( 3.9)	1	( .8)	18	( 4.5)	
건강하지 않다	30	(19.9)	23	(17.8)	9	( 7.3)	62	(15.4)	
보통이다	57	(37.7)	57	(44.2)	53	(43.1)	167	(41.4)	
비교적 건강하다	40	(26.5)	37	(28.7)	47	(38.2)	124	(30.8)	
매우 건강하다	12	( 7.9)	7	( 5.4)	13	(10.6)	32	( 7.9)	8.1500***
1년 동안의료기관방문 횟수:									
0회	15	( 9.9)	8	( 6.2)	10	( 8.1)	33	( 8.2)	
1~5회	84	(55.9)	74	(57.4)	94	(76.4)	252	(62.5)	
6회 이상	36	(23.9)	32	(24.8)	13	(10.6)	81	(20.1)	
무응답	16	(10.6)	15	(11.6)	6	( 4.9)	37	( 9.2)	N.S.
총 합	151	(100.0)	129	(100.0)	123	(100.0)	403	(100.0)	

• P < .05    \*\* P < .01    \*\*\* P < .001

a: N.S.는 통계적으로 유의미하지 않음을 의미함.



다 나쁜 편이었다. 일반인의 경우는 단 10명(8.1%)만이 건강이 나쁘다고 응답한 반면, H병원 내원객과 Y병원 내원객은 각각 42명(27.8%)과 28명(21.7%)이 건강이 나쁘다고 응답하였다. 지난 1년 동안 의료기관을 방문한 횟수는 1~5회 방문한 자가 H병원 내원객 중 84명(55.6%), Y병원 내원객 중 74명(57.4%), 일반인 중에서는 94명(76.4%)으로 모두 과반수를 넘었다.

## 2. 집단간 병원이미지의 차이분석

Y병원 내원객, H병원 내원객과 일반인들이 각기 두 병원군(대학운영병원, 기업운영병원)에 대해 가지고 있는 이미지에 어떤 차이가 있는지를 조사하기 위해서, 세 집단별로 짝표본평균의 차이검증(paired-t test)을 시도하였다. 이미지는 병원의 인력이나 시설과 관련된 11개 항목으로, 각 항목별로 두 병원군에 대해서 세 집

표 3. 집단간 병원이미지의 차이분석

	H병원 내원객		Y병원 내원객		일반인	
	대학 운영병원	기업 운영병원	대학 운영병원	기업 운영병원	대학 운영병원	기업 운영병원
(1)깨끗한 환경을 가지고 있다	2.2677 <	3.3228	2.5783 <	3.1446	2.3265 <	3.0408
	t=- 13.44	p=.000	t=- 5.82	p=.000	t=- 7.89	p=.000
(2)유명한 의사가 많다	3.1290	3.0645	3.1579 >	2.9123	3.1071 <	2.9286
	t= .75	p=.456	t= 2.29	p=.026	t= 2.55	p=.013
(3)오랜 전통을 가지고 있다	3.2566 >	1.9912	3.4225 >	1.9859	3.3505 >	1.9794
	t= 13.57	p=.000	t= 14.70	p=.000	t= 17.90	p=.000
(4)의료진이 친절하다	2.1913 <	2.9391	2.5873 <	2.8730	2.1319 <	2.6374
	t=- 8.41	p=.000	t=- 2.73	p=.008	t=- 5.97	p=.000
(5)직원들이 친절하다	2.1810 <	2.9310	2.2154 <	2.8615	2.0444 <	2.6778
	t=- 8.59	p=.000	t=- 5.17	p=.000	t=- 7.39	p=.000
(6)최첨단 의료시설을 갖추고 있다	2.9174 <	3.4128	2.9726 <	3.2192	2.9659 <	3.3750
	t=- 6.65	p=.000	t=- 2.49	p=.015	t=- 4.90	p=.000
(7)최신의 시설을 갖추고 있다	2.0240 <	3.3520	2.1538 <	3.0385	2.1563 <	3.0313
	t=- 15.80	p=.000	t=- 8.85	p=.000	t=- 9.95	p=.000
(8)신뢰할 수 있다	3.0169	3.0847	3.1143 >	2.8103	2.9118	2.9216
	t=- .98	p=.327	t= 2.50	p=.015	t=- 2.0	p=.843
(9)응급환자를 맡길 만한 곳이다	2.8431	2.9680	3.0172 >	2.8103	2.7755	2.8571
	t=- 1.97	p=.051	t= 2.05	p=.044	t=- 1.38	p=.171
(10)영리를 추구한다	2.5172 <	2.8621	2.2167 <	2.8167	2.5795 <	2.8068
	t=- 4.32	p=.000	t=- 5.62	p=.000	t=- 2.95	p=.004
(11)비싼 진료비를 받는다	2.5341 <	2.7841	2.4655 <	2.7241	2.6000	2.7500
	t=- 3.28	p=.001	t=- 2.51	p=.015	t=- 1.98	p=.051

\*음영처리된 부분은  $\alpha$  수준 .05에서 유의미한 차이가 있음을 의미함.

단이 각기 어떻게 평가하고 있는지를 조사하였다(표 3 참조).

먼저 세 집단이 두 병원군에 대해서 가지고 있는 이미지가 동일한 항목들은 다음과 같다. 세 집단 모두 대학운영병원보다는 기업운영병원이 깨끗한 환경을 가지고 있는 것으로 평가하였다. 또한 의료진이나 직원들의 친절함이나 최첨단 의료시설 및 최신의 시설을 갖추고 있느냐 하는 측면에서도 기업운영병원이 대학운영병원보다 좋은 것으로 인식하였다. Y병원의 내원객조차, 시설이나 친절도 측면에서 기업운영병원이 우월하다고 인식하고 있음을 알 수 있다. 이상의 긍정적인 평가와는 달리, 세 집단 모두 기업운영병원이 대학운영병원보다 영리를 더 추구하고, 전통이 별로 없는 것으로 평가하였다. 이상 기술한 두 병원군에 대한 이미지 차이는 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의미한 것이다.

한편 세 집단간에 두 병원군에 대한 인식에 차이를 보이고 있는 부문은 의사의 유명도, 신뢰성, 응급환자 처리능력, 진료비 등이다. '이 병원은 유명한 의사들이 많이 있다'는 문항에 대해 Y병원 내원객들은 대학운영병원이 더 그렇다고 평가한 반면에, 일반인들은 기업운영병원이 더 그렇다고 평가하였고, 기업운영병원 내원객들은 두 병원군 사이에 차이가 없다는 의견을 보였다. '이 병원은 전반적으로 신뢰할 수 있다'와 '이 병원은 응급환자를 맡길 만한 곳이다'라는 두 문항에 대해서 Y병원 내원객들은 대학운영병원이 더 그렇다는 의견을 보인 반면에, H병원 내원객들과 일반인들은 두 병원군 사이에 별 차이가 없다는 평가를 하였다. '이 병원은 일반 병원들에 비해 매우 비싼 진료비를 받고 있다'라는 문항에 대해 H병원 내원객들과 Y병원 내원객들은 기업운영병원이 더 그렇다고 평가하였으나, 일반인들은 두 병원군 사이에 차이가 없다는 의견을 보였다.

### 3. 비교인식의 결정요인분석

두 병원군에 대한 비교인식에 영향을 미치는 결정요

인이 무엇인지 알아보기 위해 중다회귀분석을 시도하였다. 이 회귀분석에서 나이와 성별, 학력, 건강상태, 건강에 대한 관심 정도, H병원 내원객 여부, Y병원 내원객 여부를 독립변수로 하였으며, 종속변수는 '유명도에 대한 비교인식', '친절도에 대한 비교인식', 그리고 '영리추구에 대한 비교인식' 등 세 가지이다(표 4 참조).

먼저 '유명도에 대한 비교인식'이란 종속변수에 대해 중다회귀분석을 시도한 결과, 나이, 성별, 학력과 같은 사회인구학적 변수가 통계적으로 유의미한 정적 영향을 미친 것으로 드러났다. 나이가 많을수록 대학운영병원이 기업운영병원보다 더 유명하다는 인식을 하였는데( $\beta = .102$ ), 이는 나이가 많은 연령층이 최근에 등장한 기업운영병원보다는 대학운영병원에 더 익숙해왔기 때문이라고 생각한다. 또한 여자보다는 남자가 더 대학운영병원이 기업운영병원보다 낫다는 인식을 하였고( $\beta = .133$ ), 학력이 높은 경우 대학운영병원에 대해 더 긍정적인 평가를 하였다( $\beta = .099$ ). 이외에 Y병원 내원객 여부란 모조변수도  $\alpha$  수준 .05에서 유의미하였는데, 이는 Y병원 내원객이 대학운영병원이 기업운영병원보다 더 유명하다고 생각하고 있음을 보여주고 있다( $\beta = .203$ ). 건강상태나 건강에 대한 관심 정도, H병원 내원객 여부는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않았다.

'친절도에 대한 비교인식'을 종속변수로 한 회귀분석 결과, 사회인구학적 변수 중 나이, 성별 및 학력 변수가 유의한 영향을 미친 것으로 드러났다. 나이가 많을수록 혹은 학력이 높을수록 기업운영병원이 대학운영병원보다 더 친절하다는 인식을 한 것으로 나타났는데(나이의  $\beta = -.123$ , 학력의  $\beta = -.185$ ), 이는 이 변수들과 유명도에 대한 인식 사이에 드러난 정적 관계와는 정반대되는 것이다. 이 결과는 응답자들이 나이나 학력에 따라 두 병원군에 대해 일차원적이고 단순하게 인식하기 보다는 다차원적이고 융통성 있는 인식을 하고 있음을 시사한다. 이외에 남자가 여자보다 대학운영병원이 기업운영병원보다 더 친절하다는 인식을 하고 있는 것으로 드러났다( $\beta = .148$ ). 또한 Y병원 내원객 여부도 유의미한 영향을 미친 것으로 밝혀졌는데,

표 4. 병원이미지의 결정요인 분석

	유 명 도		친 절 도		영리추구	
	b (S.E.) <sup>a</sup>	$\beta$	b (S.E.) <sup>a</sup>	$\beta$	b (S.E.) <sup>a</sup>	$\beta$
나이	.021 (.101)	.102 <sup>*</sup>	-.031 (.013)	-.123 <sup>***</sup>	-.007 (.011)	-.036
성별	.564 (.212)	.133 <sup>**</sup>	.750 (.254)	.148 <sup>**</sup>	.045 (.212)	.011
학력	.341 (.177)	.099 <sup>*</sup>	-.766 (.213)	-.185 <sup>*</sup>	-.156 (.177)	-.046
건강상태	.195 (.108)	.089	-.092 (.130)	-.035	.052 (.108)	.024
건강에 관심정도	-.017 (.132)	-.006	-.063 (.158)	-.020	-.110 (.132)	-.042
H 병원	.149 (.263)	.034	.455 (.316)	.088	.235 (.263)	.055
Y 병원	.925 (.263)	.203 <sup>***</sup>	-1.146 (.315)	-.211 <sup>***</sup>	-1.167 (.263)	-.260 <sup>**</sup>
Constant	-2.269		3.619		.945	
R <sup>2</sup>	.113		.107		.087	

a. Standard error

· p ≤ .05    ·· p ≤ .01    ··· p ≤ .001    One-tailed test

Y병원 내원객은 그들의 대학운영병원 이용경험에 비추어 대학운영병원이 기업운영병원보다 덜 친절하다는 견해를 보였다( $\beta = -.211$ ). 건강상태나 건강에 대한 관심 정도, H병원 내원객 여부는 비교인식에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않았다.

마지막으로 '영리추구에 대한 비교인식'을 종속변수로 한 회귀분석 결과, Y병원 내원객 여부만이 유의미한 변수로 나타났다. 이는 Y병원 내원객이 다른 응답자들에 비해 기업운영병원이 대학운영병원보다 영리추구를 더 한다고 인식하고 있음을 시사한다( $\beta = -.260$ ).

위의 세 가지 회귀분석시 잔여치 분석방법인 Durbin-Watson Test를 실시한 결과, 검증통계치 값인 d값이 위의 세 모형의 경우 각각 1.927, 1.807, 1.915로 밝혀졌다. 이 수치들은 95% 상위 경계선 위의 값들로서 세 회귀모형의 적합성에 의문을 제기할 만한 자기

상관의 문제가 없음을 보여주었다.

## 토의 및 결론

본 연구에서는 대학운영병원과 기업운영병원 내원객, 그리고 일반인 세 집단이 대학운영병원과 기업운영병원에 대해서 가진 이미지에 어떤 차이가 있고, 두 병원군에 대한 비교인식에 영향을 미치는 요인은 무엇인지를 밝히고자 하였다. 먼저 두 병원군에 대한 이미지 차이분석을 한 결과, 환경, 시설이나 친절도와 같은 노출되고, 평가되기 쉬운 부문에 대해서는 세 집단 모두 일치된 견해를 보인 반면에, 신뢰성이나 유명도와 같이 개인들에 의한 전문적 평가가 어렵고, 주관적 판단의 여지가 많은 부문에 대해서는 집단간에 의견의 차이를 보였다. H병원 내원객의 경우, 자신이 이용하고 있는 곳과 같은 기업운영병원이 대학운영병원보다

환경, 시설이나 친절도 측면(5 문항)에서 낮고, 전통이나 비싼 진료비란 측면(3 문항)에선 부족하고, 신뢰성이나 유명도 측면(3 문항)에서 차이가 없다는 평가를 하였다. Y병원 내원객은 환경, 시설이나 친절도 측면(5 문항)에서 대학운영병원이 뒤떨어지고, 전통, 유명도, 신뢰성과 진료비 면(6 문항)에서만 대학운영병원이 나은 것으로 평가하였다. 일반인의 경우, 대학운영병원이 오랜 전통을 갖고 있는 반면에, 환경, 시설, 의사의 유명도나 친절도 면(6 문항)에선 기업운영병원에 뒤지고, 신뢰성이나 진료비 측면(3 문항)에선 차이가 없다는 의견을 보였다.

이상의 비교분석을 통해 볼 때, 기업운영병원의 내원객은 전통의 빈약함과 영리추구란 측면만을 제외하곤 기업운영병원군에 대해서 전반적으로 긍정적인 이미지를 가지고 있음을 알 수 있다. 일반인들도 기업운영병원에 대해 전반적인 측면에서 더 긍정적인 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다. 대학운영병원의 내원객들조차 대학운영병원군이 환경, 시설이나 친절도 면에서 기업운영병원군에 뒤진다고 인식하였고, 단지가 이외의 부문에서만 좋던지 같다는 평가를 하였다. 이는 대학운영병원 내원객들이 환경, 시설이나 친절도와 같은 보조적인 서비스(ancillary services) 측면보다 전통과 진료능력에 대한 신뢰감에 집착하고 있음을 시사하는 것이다.

두 병원군에 대한 비교인식에 영향을 미치는 결정요인이 무엇인지 알아보기 위해 시도한 중다회귀분석의 결과, 성별, 나이, 학력, Y병원 내원객 여부가 통계적으로 유의미한 영향을 미친 독립변수로 밝혀졌다. 유명도와 친절도에 대한 비교인식에 대해 일치된 방향으로 영향을 미친 변수는 성별로서, 남자가 여자보다 대학운영병원에 대해 더 긍정적인 평가를 한 것으로 드러났다. 이는 남자가 전통이 있는 대학운영병원에 대한 충성심(loyalty)이 높다는, 즉 보수성이 있음을 시사하는 것이다. 그런데 위의 두 종속변수에 대해서 상반된 영향을 미친 변수는 나이와 학력으로서, 나이가 많을수록 혹은 학력이 높을수록 대학운영병원이 더 유명하다고 인식한 반면에, 친절도 측면에서는 기업운영

병원이 더 낫다는 평가를 하였다. 이는 응답자들이 두 병원군에 대해서 단순히 인식하고, 한 가지 측면만을 보고 전체를 평가하기보다는 여러 차원에 걸친 차이를 구분하여 평가하고 있음을 시사하는 것이다.

유명도, 친절도뿐만 아니라 영리추구에 대한 비교인식, 세 변수 모두에 대해 일관되게 유의미한 영향을 미친 변수는 Y병원 내원객 여부란 모조변수이다. Y병원 내원객은 대학운영병원에서의 이용경험을 통해 대학운영병원이 기업운영병원보다 더 유명하고, 영리추구를 덜 한다고 인식하면서도, 친절이란 측면에서는 기업운영병원이 더 낫다고 인식하였다.

한번 형성되어 굳어진 이미지란 쉽게 바뀌어지는 것이 아니다. 이미지의 형성기보다 변화에 더 오랜 시간과 노력이 요구된다. 대학운영병원은 전통과 진료능력에 대한 신뢰에 의존하여 현실에 안주하기보다, 병원 시설의 증, 보수와 의료진 및 직원들의 친절교육의 강화 등으로 병원 이미지 쇄신을 위해 노력해야 할 것이다. 한편, 기업운영병원은 재정적인 뒷받침 속에 시설이나 환경면에서 긍정적이고 신선한 이미지를 구축하는 데 성공한 반면, 전통이 약하다거나, 지나치게 영리추구를 한다는 부정적인 이미지도 함께 갖게 되었다. 따라서 전통을 중시 여기는 시각이 있다는 것을 인식하고, 진료서비스 질과 영리추구에 대한 이미지 개선에 치중하여야 할 것이다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있으며, 이를 고려한 보다 세련화된 연구가 이어져야 할 것이다. 첫째, 같은 병원군 내에도 이미지 차이가 있을 수 있기 때문에 대학운영병원과 기업운영병원간의 정확한 이미지 차이를 응답자가 표시할 수 없을 수 있다는 점이다. 이 연구에서는 대학운영병원군과 기업운영병원군을 연상시키기 위해서 각 군에 대해서 두 개씩의 병원을 예로 나열했었는데, 이 병원들이 각 군을 대표할 만큼 포괄적이었는지에 대해서는 의문을 제기할 수 있다.

두번째, 일반인의 표본수는 병원 내원객의 40% 정도로 상대적으로 작기 때문에 두 집단의 사회인구학적 특성이 비슷하다고 검증이 되었어도 정확한 일반인의

의견을 대표한다고 할수는 없다. 표본의 수가 집단간에 비슷한 비율로 정해서 실질적인 비교가 가능하도록 앞으로의 연구는 이루어져야 할 것이다.

덧붙혀, 병원의 이미지를 측정할 수 있는 문항을 더 개발하여 특정 병원에 대한 구체적인 이미지가 나올 수 있도록 해야 할 것이다.

## 참고문헌

- 김성연. 병원의 이미지가 병원선택에 미치는 영향 분석. 연세대 대학원 석사논문, 1987
- 박창균. 병원마케팅 전략수립을 위한 환자들의 병원선택 요인에 관한 연구. 연세대 대학원 석사논문, 1985.
- 서창진, 정기택, 홍상진. 의료시장개방 대응전략 개발 연구. 한국의료관리연구원. 1995
- 서현정. 병원의 소비자 선호요인 분석. 연세대 보건대학원 석사논문, 1990
- 유동근. 소비자 행동론. 서울, 석정, 1986
- 임종원, 김재일, 홍성태, 이유재, 소비자 행동론. 서울, 경문사, 1994
- 조우현, 박종연, 진기남, 전기홍, "우리나라의 병원에 대한 'SERVQUAL' 적용가능성", 대학기독병원협회지, 1994; 17(1): 23~55.
- Babakus E, Mangold WG. *Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services: An Empirical Investigation. Health Serv Research* 1992;26(6):767-786
- Fishbein M. *An investigation of relationship between beliefs about an object and the attitude toward the object. Human Relations.* 1966;16: 233-240
- Gibson JJ. *Perception as a Function of Simulation.* McGraw Hill. 1959
- Harold HK, Thomas SR. *Perspectives in Consumer Behavior.* Prentice-Hall, 1991
- Jagdish NS. *An Investigation of Relationships among Evaluative Beliefs, Affect, Behavioral Intention, and Belief. in Consumer Behavior: Theory and Applications.* 1974, 89-114
- John ES, Linda JC. *Product Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept. J Market Research.* 1976; Apr: 25-33
- Lilien GL, Kotler P. *Marketing Decision Making: A model building approach.* Harper & Row. 1983
- Lipson H, Daring J. *Introduction to Marketing. An Administration Approval.* 1977
- Nakanishi M, Battman JR. *Attitude Models Revisited: An Individual Level Analysis. J Consumer Research,* 1974; 1: 20-21
- Kollat DT. *Research in Consumer Behavior.* Holt Rinehart Winston. 1970
- Kotler P, Clarke RN. *Marketing for Health Care Organization.* Prentice-hall Inc. 1987
- Ralph EA, *Consumer Dissatisfaction: The Effect of Disconfirmed Expectancy on Perceived Product Performance. J Marketing Research,* 1973; Feb:38-44