

# 일 병원의 의료 이미지 향상을 위한 조사 연구

최 병 순

(삼육간호전문대학 교수)

## 목 차

- I. 서론
- II. 문헌고찰 및 이론적 배경
- III. 연구방법
- IV. 연구 결과
- V. 논의 및 결론
- 참고문헌
- Abstract

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성

병원은 환자를 수용하여 간호하고 치료함으로써 건강을 회복시키는 역할을 가장 중요한 사명으로 하는 장소로서, 현대 의료 개념이 단순히 질병을 치유하는 것만이 아닌 환자를 전인적 존재로 치우하며, 의료 외적인 부분까지 섬세하게 고려하고 있다.

과거의 공급자 위주에서 수용자 위주로, 양보다 질적인 차원의 접근이 요구되며, 의료를 사회적 기본 권리로 인식하려는 경향이 높다. 또한 의료 환경에 대한 사회적 관심이 높아지고 있다.

오늘날 의료 기관들은 서로의 경쟁이 불가피한 바 수요자들에게 특정한 관계를 확립하기 위하여 최상의 이용 가능한 미래의 방법 및 절차를 의식적으로 개발하는 조직적 마케팅 노력이 필요하다. 그러므로

병원들은 수요자들의 요구를 파악하고 이에 대응하는 병원내 서로 다른 각 부서의 활동을 전체 조직의 목표를 향해 통합해야 하는 의식적인 노력이 더욱 필요하다.

이미지는 한 대상에 대하여 사람이 가지고 있는 신념, 생각, 인상의 집합체이며 태도를 형성하는 요인으로(Kotler, 1987), 특정 조직의 좋은 이미지가 일단 축적되면 그것은 그 조직만의 독특한 고유자산이 되어 다른 경쟁조직이 쉽게 모방하거나 빼앗아 갈 수 없으며 고객에게 신뢰감을 줄 수 있게 되어 시장 내에서 강력한 경쟁 우위를 차지할 수 있게 된다(이희준, 1990). 물론 의료 서비스의 특성상 객관적인 근거를 통한 선택대안의 구별이 곤란하여 이성적, 개관적으로 차별화가 어렵지만 감정적, 주관적 근거로서 대안을 구별할 수 있다는 기본적인 논리하에 이미지 전략을 수립하여 장기간의 이미지 형성으로 궁극적인 차별화 전략을 추구하고 잠재적인 병원 역량으로 병원 목표의 달성을 추구하여야 할 것이다. 따라서 본 조사연구는 일병원의 수요자들(환자, 보호자)의 경험 이미지 평가를 조사함으로써 병원의 외부 환경을 예측하고 최적의 행동 계획을 선택하게 하여 병원에 대한 불확실성의 영향을 적게 받을 수 있는 전략 수립이 가능하도록 하고자 일병원의 의료 서비스에 대한 이미지의 긍정 혹은 부정의 정도를 평가하고 수요자의 요구를 분석할 수 있는 기초 자료를 제공하고자 한다.

### 2. 용어의 정의

의료 이미지 : 이미지란 개인이 어떤 대상에 대해서 갖는 신념, 관념 및 인상의 종합이라고(Kotler, 1987) 하는데 본 연구에서 일컫는 의료 이미지는 병

원이라고 하는 조직안에서 환자나 보호자가 그동안 경험한 것을 토대로 상호 작용한 의사, 간호사, 직원들 그리고 환경시설 등을 포함한 느낌이나 관념, 인상의 종합적인 표현이다.

## II. 문헌 고찰 및 이론적 배경

### 1. 마케팅 이론

병원은 내적 외적 요인들로부터 영향을 받고 있고 이들 외부 환경 요인은 마케팅에 해당하는 것으로 이를 파악하기 위해서는 시장 상황을 알아야 한다. 이를 위한 일련의 마케팅 과정은 병원의 마케팅에도 적용이 가능하며 병원의 마케팅은 비영리적, 사회적 마케팅의 성격을 지니고 있다. 사회적 마케팅(social marketing)은 목표시장내의 사회적 가치, 원인, 관습의 수용성을 높이기 위해 개발된 프로그램을 계획, 수행, 통제하는 것이고 목표시장의 반응을 극대화하기 위하여 시장 세분화, 소비자 연구, 개념 개발, 의사 전달, 동기부여 그리고 교환이론등을 이용한다(Kotler, 1976).

그리고 병원 마케팅의 전개 과정은 ①마케팅 프로젝트 선정 ②시장조사 ③시장분석 ④목표설정 ⑤목표시장 선정 ⑥전략 수립 ⑦광고 수단 선정 ⑧내부조정 ⑨평가(휘드백)로 구분된다(Rubright, 1981). 이런 과정으로 볼 때 본 조사연구에서 중심이 되는 것은 시장조사와 시장분석에 해당되며 마케팅 전략 수립에 있어서 핵심 자료가 된다.

성공적 마케팅 관리는 마케팅에 관련된 중요 결정 변수를 어떻게 잘 혼합하여 사용하느냐에 달려 있다. 이것이 4P로 표현되는 마케팅 믹스(marketing mix) 즉, 생산품(product), 가격(price), 유통 경로(place), 판매촉진(promotion)이다. 생산품은 고객인 환자에게 제공되는 서비스와 재화로서 구체적인 치료, 예방 및 교육 등의 각종 서비스와 이를 위한 진료 용품이나 제공되는 식사, 편의시설 등이다. 가격은 병원의 의료수가를 의미하며, 장소로 대표되는 유통 경로는 현재의 의료보험 진료 체제상 1차, 2차, 3차 의료기관의 관계와 병원의 입지 등 고객인 환자가 병원을 이용하는데 편의성과 접근성을 제고하는 것이다. 구체적으로 공간접근도를 제고시키기 위해 교통편의 제공, 필요 장비 도입, 시설 확충은 진료 능력을 향상시키며 지역사회 주민이 병원에 대한 호감을 가질 수

있도록 진료봉사, 의료 영화 상영, 강연회, 병원견학 등의 행사를 통하여 병원의 활동과 보유 설비나 장비의 기능을 알리는 것도 판매촉진에 해당된다(이평수 1989, 신문영 1987).

그러므로 병원 마케팅은 병원 이미지와 밀접한 관계이며 병원 서비스의 개발 및 제공 모든 것이 환자 중심적이며 환자의 요구를 만족시킨다는 개념하에서 수행되어야 한다는 것이다.

### 2. 소비자 행동 이론

소비자 행동이란 개인 또는 집단이 그들의 욕구를 만족시키기 위하여 사회적 상호연관과 환경적 요인의 제약하에서 정보를 처리하는 심리 과정과 의사 결정 과정을 거쳐 재화와 서비스를 구매 사용 후 이에 따른 경험을 나타내는 일련의 과정이다.

의료 기관과 경영자들도 환자들이 가지고 있는 태도나 행동뿐만 아니라 이러한 것들에 영향을 미치는 가장 근원적인 것, 즉 환자 자체의 특성들을 밝히는 것이 중요하다. 환자들의 태도뿐만 아니라 특성을 바르게 파악하면 의료기관의 자원을 주력할 수 있는 전략 수립이 가능한 것이기 때문이다(박창균, 1985). 즉, 환자를 단순히 의료를 받는 대상으로 생각할 것이 아니라 소비자 지향적인 관점에서 환자의 만족은 단순한 치료 이상의 것임을 인식하고 병원은 마케팅의 관점에서 환자의 총체적 만족을 위해 소비자의 요구, 이해, 선호, 만족 등을 이해하기 위해 체계적인 접근 방법을 연구해야 할 것이다(안희도, 1984). 그러나 소비자 행동에는 많은 변수가 포함되어 있을 뿐만 아니라 변수들의 상호작용으로 인하여 매우 복잡한 것이 특징이다. 그러므로 병원은 소비자들의 요구, 선호, 만족을 제대로 이해하기 위하여는 소비자의 의사 결정 과정을 이해할 수 있는 시장 조사를 선행하여야 한다.

NRC(National Research Cooperation)에서는 소비자의 의사 결정 과정을 제 1단계 문제의 인식(definition of the problem), 제 2단계 정보탐색(investigation), 제 3단계 의사결정(decision), 제 4단계 행동(action), 제 5단계 평가(evaluation)로 이루어진다고 하였다. 제 1단계에서는 소비자들이 사고, 수술, 혹은 출산을 위해 병원의 필요성 인식하는데 누가 의사 결정을 하는가 파악하는 것이 중요하다. 제 2단계는 인식, 지식, 지각의 세가지인데 인식은 개인적 접촉, 구전, 의사의 추천

등이 있고, 지식은 욕구가 일어나기 이전부터 제공되어온 실제적이고도 주관적인 정보의 양에 좌우된다. 그리고 지각은 앞서 얻은 지식을 기초로 하여 소비자들이 병원에 대한 이미지를 구성하게 된다. 제 3단계는 실행 가능성, 선호, 용이성으로 구분되며 이단계에서 소비자들은 여러가지 대안들에 대하여 시간, 거리, 비용등의 구체적인 요인을 고려하게 된다. 제 4단계에서는 소비자들이 실제로 병원을 선택하여 이용하게 되고 마지막 제 5단계에서는 병원에서 의료 서비스를 받은 후에 기대한 수준에 대해 만족하게 되면 다시 그 병원을 찾게 되며, 기대 수준으로부터 불만족하게 되면 다른 대안을 찾게되는 것이다(Joyce C.). 그러므로 본 연구에서도 소비자 의 사결정 과정의 요소들이 설문지에 참고되어 조사되어진다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 연구 설계 및 조사 대상

본 연구는 일 병원의 의료 이미지 향상을 위한 조사로서 본 병원에 입원한 경험이 있거나 3번이상 외래로의 내원 경험이 있는 환자와 보호자를 통해 조사한 기술적 연구이다. 조사 대상은 1995년 7월 15일부터 7월 31일까지 입원 중이었거나 3번이상 내원한 환자와 보호자들 중 조사의 목적을 이해하고 기꺼이 참여 해준 분들로 구성되었다.

#### 2. 연구 도구

본 연구는 설문지를 사용하여 자료수집 하였으며 설문지 내용은 문헌고찰과 타 연구자들의 내용을 참고로 추가 보완하였고, 폐쇄식 질문과 개방식 질문을 혼합하여 "V"표와 기입식으로 구성하였다. 설문지의 내용은 응답자의 일반적인 특성, 내원동기, 진료소요 시간, 직원들의 친절, 환경과 시설, 제공된 식사, 진료와 간호 이미지, 원목실 방문 및 추후 내원 결정 등으로서 크게 일반적 사항과 입원이나 내원으로 제공받은 서비스에 관련된 사항으로 구분된다.

#### 3. 자료 수집 및 분석 방법

일 병원의 행정부원장과 간호부장의 허락을 얻고 각 병동의 수간호사와 외래 진찰실 간호사들의 협조를 얻어 설문지를 배부, 회수하였다. 자료수집 기간

은 1995년 7월 15일부터 7월 31일까지(17일간)이며 배부 시간은 비교적 조용하고 여유있는 시간을 이용하게 하였다. 특별히 솔직하며, 경험한 그대로를 응답해 달라는 당부를 잊지 않았고 미성년자나 노후로 인한 장애등을 고려하여 선별적으로 조사하였다.

설문지는 총 400부를 배부하였으나 334부(83.5%) 회수되었고 그 중에 6부는 응답이 부실하여 328부만 서술 통계 방법으로 분석하였다.

설문내용중에 제공받은 서비스에 관련된 문항은 5점척도로서 "매우 만족한다"가 5점, "대체로 만족" 4점, "보통" 3점, "대체로 불만족" 2점, "매우 불만족" 1점으로서 점수가 높을수록 만족도 혹은 긍정도가 높은것을 의미한다.

### Ⅳ. 연구 결과

#### 1. 대상자와 일반적인 특성

〈표 1〉에서 설문에 응답한 328명중에 환자가 189명(57.6%), 보호자135명(41.2%) 이었고 무응답은 4명(1.2%) 이었다. 또한 응답자중 입원 환자가 249명(75.9%)으로 대부분이고 외래 경험이 62명(18.9%) 이었으며, 무응답은 17명(5.2%)이었다.

응답자의 성별을 보면 남자가 119명(36.3%), 여자는 195명(59.5%)으로 비율이 높았고 무응답은 14명(4.3%) 이었다.

응답자의 연령 분포를 보면 19세이하가 16명(4.9%), 20~29세가 94명(28.7%), 30~39세가 106명(32.3%), 40~49세가 50명(15.2%), 50~59세가 42명(12.8%), 60세 이상이 18명(5.5%)이었고, 무응답은 2명(0.6%)이었다. 30대가 가장 우위였다.

학력별에는 국졸 이하가 21명(6.4%), 중졸이 33명(10.1%), 고졸이 168명(51.2%), 대졸 이상 94명(28.7%) 무응답은 12명(3.7%)으로 대부분 고졸에서 대졸 이상이었다.

직업별로는 농업, 어업, 노동군이 10명(3.1%), 회사, 공무원, 전문직군 75명(22.9%), 상업, 서비스업군 39명(11.9%), 주부 107명(32.6%), 학생 25명(7.6%), 무직 27명(8.2%), 기타 45명(13.7%)으로 주부와 회사, 공무원, 전문직 그룹이 우위였다.

거주지별로 보면, 중랑구가 93명(28.4%), 동대

문구 70명(21.3%), 노원구 16명(4.9%), 도봉구 10명(3.1%), 경기도(구리, 남양주 중심) 59명(18.0%), 그 외 서울 기타 지역 48명(14.6%), 먼시골이 8명(2.4%), 무응답이 24명(7.3%)으로 대부분의 응답자가 본 병원에서 그리 멀지 않은 지역에서 왔음을 알 수 있었다.

진료과별로는 비율을 보면 내과 53명(16.2%), 일반외과 34명(10.4%), 정형외과 59명(18.0%), 산부인과 47명(14.3%), 소아과 31명(9.5%), 신경외과 27명(8.2%), 흉부외과 20명(6.1%), 이비인후과 10명(3.1%), 안과 9명(2.7%), 피부과 6명(1.8%), 비뇨기과 4명(1.2%), 신경정신과 2명(0.6%), 신경외과 2명(0.6%), 무응답이 24명(7.3%)으로 대부분의 진료과가 골고루 포함되었다.

일반적인 특성에서 타 연구자(김대만, 1994)가 동 병원에서 약 1년전의 자료수집한 결과와도 대체적으로 비슷한 특성의 비율이었다.

표 1. 대상자의 일반적 특성

		(N=328)	
일반적 특성	구분	실수	백분율 (%)
대상자 분류 1	환자	189	57.6
	보호자	135	41.2
	무응답	4	1.2
대상자 분류 2	입원	249	75.9
	외래	62	18.9
	무응답	17	5.2
성 별	남	119	36.3
	여	195	59.5
	무응답	14	4.3
연 령	19세 이하	16	4.9
	20~29세	94	28.7
	30~39세	106	32.3
	40~49세	50	15.2
	50~59세	42	12.8
	60세 이상	18	5.5
	무응답	2	0.6
학 력	국졸 이하	21	6.4
	중졸	33	10.1
	고졸	168	51.2
	대졸 이상	94	28.7
	무응답	12	3.7
직 업	농업, 어업, 노동	10	3.1
	회사, 공무원, 전문직	75	22.9
	상업, 서비스업	39	11.9
	주부	107	32.6
	학생	25	7.6
	무직	27	8.2
	기타	45	13.7

일반적 특성	구분	실수	백분율 (%)	
거 주 지	증량구	93	28.4	
	동대문구	70	21.3	
	노원구	16	4.9	
	도봉구	10	3.1	
	경기도 (구리, 남양주시 중심)	59	18.0	
	서울 기타 지역	48	14.6	
	시골	8	2.4	
	무응답	24	7.3	
	진 료 과	내과	53	16.2
		일반외과	34	10.4
정형외과		59	18.0	
산부인과		47	14.3	
소아과		31	9.5	
신경외과		27	8.2	
흉부외과		20	6.1	
이비인후과		10	3.1	
안과		9	2.7	
피부과		6	1.8	
비뇨기과		4	1.2	
신경정신과		2	0.6	
성형외과		2	0.6	
무응답	24	7.3		

## 2. 내원 동기

본 병원을 선택하여 오게된 동기를 조사한 결과 1위가 '집에서 가깝고 편리해서'가 31.7%였고, 2위가 '계속 이용해왔기 때문'이 23.1%, 3위는 '진료효과가 좋아서'가 9.1%, 4위는 '다른 병원의 안내로'가 7.9%, 5위는 '주위 사람이 권유하여'로 7.7%, 6위는 '아는 분이 근무해서'로 7.0%, 7위는 '친절한 병원이다'로 6.1%였고 나머지는 아주 미미한 비율로 유명한병원이요, 유명한 의사가 있어서(1.9%), 최신 장비 보유와 종교가 같아서(1.6%), 일요일에 진료함으로(1.4%), 지정 병원(0.9%)이었다(표 2).

김(1994)의 조사와 비교하면 진료 효과가 좋아서 14.9%에서 9.1%로 내려갔고 집에서 가깝고 편리해서가 14.2%에서 31.7%로 올라가는 큰 차이를 보였다.

## 3. 병원 이용 절차상 소요 시간

먼저 외래진료시 소요되는 시간을 비율로 살펴보면 30분이내가 9.4%, 30분~1시간 이내가 25.7%, 1시간 이상~2시간 이내가 47.0%로 가장 높고 2시간 이상~3시간 이내 12.9%, 3시간 이상도 5.0%가 되었다.

입원수속 절차상 소요 시간을 보면 30분 이내 9.

9%, 30분~1시간 이내 20.3%, 1시간~2시간 이내 28.4%, 2시간~3시간 이내 13.5%, 3시간 이상이 27.9%으로 높게 나타났다.

퇴원수속시 소요시간도 30분이내가 10.3%, 30분~1시간이내가 21.7%, 1시간이상~2시간이내 가 29.9%, 2시간이상~3시간이내가 25.8%, 3시간이상이 12.4%의 비율을 나타냈다. "기타 의견" 난에 응답자들의 기록한 내용을 보면 소요 시간들 단축에 대한 요구가 매우 높게 나타난 것을 볼 수 있었다.

표 2. 내원동기

내 용	실수	백분율	순위
진료효과가 좋아서	39	9.1	3
다른 병원의 안내	34	7.9	4
계속 이용함	99	23.1	2
유명한 병원 의사	8	1.9	8
집에서 가깝다(편리)	136	31.7	1
아는 분 근무	30	7.0	6
주위 사람 권유	33	7.7	5
친절한 병원	26	6.1	7
최신 장비 보유	7	1.6	9
종교가 같아서	7	1.6	9
일요일 진료로	6	1.4	10
지정 병원	4	0.9	11
계	429	100	

#### 4. 직원들의 친절도

〈표4〉에 나타난 전체 직원들에 대한 친절도의 결과에는 1위가 5점을 최대 점수로 했을 때 간호사, 간호조무사 그룹으로 4.04평점이었고, 2위가 의사 3.91점, 3위가 물리치료사 3.65점, 4위 안내직원 3.56점, 5위가 X-Ray직원 3.54점, 6위가 투약구직

표 3. 병원 이용 절차상 소요 시간들

구 분	외래 진료시 소요시간		입원수속시 소요시간		퇴원수속시 소요시간	
	실 수	백분율	실 수	백분율	실 수	백분율
30분 이내	19	9.4	22	9.9	10	10.3
30분~1시간 이내	52	25.7	45	20.3	21	21.7
1시간 이상~2시간 이내	95	47.0	63	28.4	29	29.9
2시간 이상~3시간 이내	26	12.9	30	13.5	25	25.8
3시간 이상	10	5.0	62	27.9	12	12.4
계	202	100	222	100	97	100.1

백분율 : 무응답을 제외한 백분율

원 3.53점, 7위가 경비실 직원 3.47점, 8위가 주차 안내 3.44점, 9위가 채혈원 3.42점, 10위 접수·수납창구 3.35점, 11위는 위생부 직원으로 3.34이었다. 전체적인 평점 범위가 3~4점으로 서로 비슷한 평점선이고, 김(1994)의 조사와 비교했을때의 평점 범위인 2~3점선보다 많이 향상되어 있고 접수·수납창구의 평점과 순위가 높았던 것에 비하여 매우 낮아졌고 반면에 간호사, 의사의 평점과 순위가 하위에서 1,2위로 향상된 것을 볼 수 있었다.

#### 5. 병원 환경 및 시설에 대한 평가

환경 및 시설에 대한 평점은 전체적인 쾌적 정도 및 자연 경관 위치가 4.07로 1위, 주차장이 3.65로 2위, 청소 상태가 3.47로 3위, 소음 조절이 3.26으로 4위, 대기 시설이 3.13으로 5위, 공중전화가 3.11로 6위, 엘리베이터가 3.08로 7위, 휴식 공간 및 편의 시설이 3.05로 8위, 병실 온도가 2.91로 9위, 세면 시설 및 화장실 2.90으로 10위, 매점이 2.83으로 11위, 식당이 2.81로 가장 하위로 평가되었다(표 5).

#### 6. 입원 중 제공받은 식사에 대한 평가

병원에서 제공되는 환자의 식사에 대한 만족도를 조사한 결과 식사 시간의 정확성 3.73, 식기청결 3.46, 식사 제공자의 태도 및 도움이 3.41, 식단의 변화 2.70, 식사의 질과 맛이 2.61이었다. 김(1994)의 조사와 비교하면 식단의 변화와 식사의 질과 맛의 점수가 대단히 떨어졌고 개방식 질문의 응답에서도 대다수의 응답자들이 식사의 질과 맛, 식단의 변화에 대한 불만을 기록하였다.

표 4. 직원들의 친절도

구 분	평균	범위
의사	3.91	1~5
간호사	4.04	2~5
안내직원	3.56	1~5
접수 및 수납 창구 직원	3.35	1~5
경비실 직원(수위)	3.47	1~5
투약구 직원(약사)	3.53	1~5
방사선기사 및 직원(X-Ray)	3.54	1~5
임상병리과(채혈원)	3.42	1~5
위생부 직원(청소부)	3.34	1~5
주차안내 직원	3.44	1~5
물리 치료사	3.65	1~5

7. 진료 이미지에 대한 평가

〈표 7〉에 보면 치료를 위해 노력하는 정도와 관심이 3.67로 제일 높았고, 다음이 진료와 의사에 대한 신뢰심 3.62, 진료 중 환자의 인격 존중 3.53, 진료 결과에 대한 설명 3.30, 진료 및 상담 시간 3.26, 검사의 종류 및 횟수의 만족 3.25, 검사 결과의 신속한 통보 및 설명과 다른 진료과와의 협조로서 종합적 진료 3.23, 가정에서의 환자 관리에 대한 설명 3.18로의 순위를 이루었다.

표 5. 병원 환경 및 시설에 대한 평가도

구 분	평균	범위
전체적 쾌적정도 및 자연경관 위치	4.07	1~5
청소 상태	3.47	1~5
소음 조절 정도	3.26	1~5
주차장	3.65	1~5
대기시설	3.13	1~5
공중전화	3.11	1~5
휴식 공간 및 편의 시설	3.05	1~5
엘리베이터	3.08	1~5
매점	2.83	1~5
식당	2.81	1~5
세면 시설 및 화장실	2.90	1~5
병실 온도	2.91	1~5

8. 간호사들의 바람직한 간호 이미지의 실행에 대한 평가

바람직한 간호 이미지 내용 중 응모가 깨끗하고 단정하다에 4.10으로 가장 높고 환자와 대화시 경정하고 경어를 사용한다(3.94), 환자의 비밀을 지키며 책임감 있고 성실하다(3.72), 간호에 필요한 전문지식과 숙련된 기술을 지니고 있다(3.71), 희생 봉사

정신이 투철하다(3.57), 환자의 입장에서 문제들을 신속히 해결한다(3.47), 순으로 평점이 나왔다.

9. 구내식당에 대한 평가

환자나 보호자가 선택적으로 이용할 수 있는 구내 식당에 대한 만족도는 종업원 친절(3.07), 음식의 가격(2.98), 맛(2.77), 식단(2.64), 순위로 나타났다.

김(1994)의 조사와 비교하면 종업원 친절은 점수가 향상되었고, 식단과 메뉴에서는 점수가 떨어졌음을 발견하였다.

표 6. 입원 중 제공받은 식사 평가도(5점 척도)

내 용	평균	범위
식사의 질과 맛	2.61	1~5
식단의 변화	2.70	1~5
식사 제공자의 태도 및 도움	3.41	1~5
식사 시간의 정확성	3.73	1~5
식사의 청결	3.46	1~5

10. 원목실 방문에 대한 반응

원목실에 대한 반응에서는 무응답(40.9%)이 많았고 매우 크게 위안을 받고 있다(21%), 계속 방문을 원한다(10.4%), 관심 없다(25.0%), 짜증난다(2.7%)로 나타났고 개방식 질문에는 너무 강요하거나 장시간 동안 방문해 계시는 것이 환자로서 힘들다는 반응이 있었다.

표 7. 진료 이미지에 대한 평가도(5점 척도)

문 항	평균	범위
치료 위해 노력하는 정도와 관심	3.67	1~5
진료 및 상담 시간	3.26	1~5
진료 결과에 대한 설명	3.30	1~5
가정에서의 환자 관리에 대한 설명	3.18	1~5
진료 중 환자의 인격 존중	3.53	1~5
진료와 의사에 대한 신뢰심	3.62	1~5
검사의 종류 및 횟수의 만족	3.25	1~5
검사 결과의 신속한 통보 및 설명	3.23	1~5
다른 진료과와의 협조로서 종합 진료	3.23	1~5

11. 분야별 이미지의 평균 평점 비교

〈표 11〉에 평점으로 평가했던 분야들을 평균 평점과 표준편차로 비교해 보면 간호 분야(3.75±0.21), 전체 직원들 친절도(3.55±0.21), 진료 분야(3.36±0.19), 병원 환경 및 시설(3.19±0.37), 환자 식사 제공(3.18±0.50), 구내 식당(2.87±0.

19) 순서이었다.

12. 향후 본 병원 이용에 대한 의사 결정

환자와 보호자들의 향후 본 병원이용에 대한 의사 결정을 묻는 문항에서 '반드시 다시 이용하겠다'가 33.8%, '진료 서비스가 개선되면 이용하겠다' 19.2%, '생각해 보겠다' 34.8% 이고 부정적 측면으로 '다른 병원에 갈 것이다' 5.2%, '다시는 오지 않겠다' 1.8%로 나타났고, 무응답은 5.2%였는데 김(1994)의 조사와 비교할 때 부정적 측면의 의사결정이 3~4% 증가를 보였다.

표 8. 간호사들의 바람직한 간호이미지의 실행 평가표(5점 척도)

문항	평균 범위
환자의 대화시 경청하고 경어를 사용한다	3.94 1~5
용모가 깨끗하고 단정하다	4.10 1~5
모든 간호시행전에 알아듣게 설명을 잘 해준다	3.71 1~5
환자의 비밀을 지키며 책임감 있고 성실하다	3.72 1~5
간호에 필요한 전문지식과 숙련된 기술을 지니고 있다	3.71 1~5
환자의 입장에서 문제들을 신속히 해결한다	3.47 1~5
희생과 봉사 정신이 투철하다	3.57 1~5

V. 논의 및 결론

의료 기관을 선택시 주로 고려되는 요소는 의료인과 직·간접적인 요인들로서 의료인의 실력, 친절, 성의, 설명등으로 의료의 인적서비스 수준을 크게 고려하고 있다. 일반적으로 만족이란 사전 기대와 실제서비스에 따라 불만족(사전 기대 실제서비스), 보통(사전 기대 = 실제서비스), 만족(사전 기대 서비스)이 결정된다.

변주선(1987)의 연구에서는 병원 선택에 가장 중요한 요인이 신뢰 요인으로 환자를 믿고 맡길 수 있는 정도의 친근감, 현대적 장비, 훌륭한 의사, 이웃에 권유할 수 있을 정도, 이용 편리성 등이 주요 항목이었고, 김재수(1988)의 연구에서는 병원의 규

표 9. 구내식당에 대한 만족도(5점 척도)

문항	평균 범위
음식의 가격	2.98 1~5
음식의 맛	2.77 1~5
메뉴(식단)	2.64 1~5
종업원 친절	3.07 1~5

모, 의료시설, 병원 위치의 편리성, 과거 이용 경험, 의사의 실력등이 주요 동기였다.

향후 의료 기관에 대한 요구도의 순위는 현대적 의료 장비, 진료 수속 및 대기 시간의 단축, 의사, 간호

표10. 원모실 방문에 대한 반응

문항	실수	백분율
매우 크게 위안을 받고 있다	69	21.0
계속 방문을 원한다	34	10.4
관심 없다	82	25.0
짜증난다	9	2.7
무응답	134	40.9
계	328	100

사, 직원들의 친절순이었다는 것을 보건 의료 정책 연구소에서 서울권내 995명을 대상으로 조사한 결과로 현대적 의료 장비의 필요성과 진료 대기 시간, 그리고 친절의 문제는 지역권에 관계없는 요구임이 입증되었다(조환구의, 1993).

연구결과 전체적으로 환자와 보호자가 경험한 병원 이미지에 대한 만족도는 기대치에는 부족하나 친절 부문에서 약간 향상되었고 특히 간호사, 의사의 평점이 향상된 것을 볼 때 1년전에 비해 병원 친절

표 11. 분야별 이미지의 평균 평점 비교(5점척도)

분야	평균±표준편차
진료 분야	3.36±0.19
간호 분야	3.75±0.21
병원 환경 시설	3.19±0.37
환자 식사 제공	3.18±0.50
구내 식당	2.87±0.19
직원들 친절도	3.55±0.21

운동 전개 및 서비스 개선 노력이 효과를 거두었다고 말할 수 있겠다. 그러나 세부적으로 진료에 대한 이미지에서 상담 시간에 대한 할애, 검사 결과의 통보 및 설명, 환자 관리에 대한 설명등은 더욱 더 노력해야 될 것이다. 또한 간호사들의 이미지는 상당히 높아졌으나 환자의 입장에서 문제 해결을 신속히 해결하는 부분은 부단히 노력해야 할 사항이라 하겠다.

특별히 시설 환경에 대한 평가에서 자연 경관이 매우 좋은곳에 위치해 있으면서도 매점, 식당, 세면 시설 및 화장실, 병실 온도 등에 매우 불만족하는 것으로 나타나 신속한 개선이 필요하겠다. 더욱 식사제공이나 구내식당에 대한 평가는 매우 낮아 본 병원의

표 12. 향후 본 병원 이용에 대한 의사결정

구 분	실수	백분율
반드시 이용	111	33.8
진료 서비스가 개선되면 이용	63	19.2
생각해 보겠다	114	34.8
다른 병원에 가게 될 것이다	17	5.2
다시는 오지 않겠다	6	1.8
무응답	17	5.2
계	328	100

이미지 개선을 위한 중요한 결과임을 기억해야 하겠다. 또한 본 병원의 내원 동기에서는 집에서 가깝고 편리해서와 계속 이용해 왔기 때문이라는 응답이 높고 응답자들의 거주지를 볼 때 대부분이 가까운 지역에서 내원하시는 분들로 나타났다. 그리고 병원에서의 소요시간에 대한 불만이 매우 높은것을 예민하게 받아들여야 할 것이고, 향후 본 병원 이용에 대한 의사결정에서 부정적 의사가 높아진 결과를 나타냈고, 전체적 친절도는 약간 향상했다라도 시설 및 식사 제공에 대한 평점이 낮아졌음을 감안하여 현실적으로, 시대의 변화에 부응하는 병원을 이루기 위한 목적을 달성하기 위해서는 병원의 경영자는 물론 전직원의 외부 환경 여건의 변화에 성공적으로 대처할 수 있는 통찰력과 실천이 필요하며, 이는 곧 지역사회와 고객 지향적인 병원으로서의 발전에 기틀이 될 것이다.

끝으로 본 조사 연구의 제한점은 일병원의 환자와 보호자를 상대로 임의 선정하여 조사 연구한 것으로 일반화 하는데는 신중해야 할 것이다.

참 고 문 헌

강기두, "의료서비스 마케팅에 관한 연구", 중앙대 대학원 경영학과 석사학위논문, 1992, 14~16면.  
 김대만, "진료 환경 개선을 위한 조사 통계 및 이론적 고찰", 원내지도자 연수 자료, 1994.

김재수, "마케팅 조사에 의한 환자의 병원 선택 동기 분석", 원주의대 논문집, 1988.  
 박정숙, "진료 서비스에 대한 만족도 조사", 세브란스 병원 간호부 연구 보고서, 1993.  
 박창균, "병원 마케팅 전략수립을 위한 환자들의 병원 선택 요인에 관한 연구", 연세대학교 대학원, 1985.  
 변주선, "한 중소병원의 마케팅 수립을 위한 실증적 연구", 연세대학교 보건대학원, 1987.  
 송인자, "간호이미지에 관한 의사, 간호사, 병원 직원 및 일반인의 견해 분석", 대한간호 32(2), 1993, 51~61면.  
 신문영, "마케팅 전략", 병원 관리 연수 교재, 1987. 안희도, "병원 마케팅", 기독병원 학술 세미나, 1984.  
 이평수, "원물관리", 도서출판 태양, 1989.  
 이희준, "시장개방 시대의 기업 이미지 재고 전략", 서강하바드 비즈니스, 1990.  
 전준영, "간호 이미지 향상 전략 방안 - 간호부서의 활동계획과 실시 및 평가", 대한간호 32(2), 1993, 43~50면.  
 조환구, 김영훈, 정은옥, "병원 진료 서비스에 대한 국민 의식 구조 조사", 보건의료정책 연구소, 1993.  
 Joyce C. Jensen, "Consumer Marketing in Health Services: Essential for Success."  
 Kotler P. "Marketing Management: Analysis, Planning and Control", Prentice-Hall, Inc. Co., 1976.  
 Kotler P. & Clarke R.N., "Marketing for Health Care Organization", New Jersey, Prentice-Hall Inc. Co., 1987.  
 Lawrence F.W., "Health Care Administration", Aspen publication, Inc., 1987.  
 Rubright R. McDnald D., "Marketing Health and Human Services", Aspen system Co., 1981.



# A Study for Enhancing the Image of Medical Services in a Hospital

Choi, Byung-Soon  
(Sahmyook Junior Nursing College)

The purpose of this study was to investigate client's satisfaction and to promote the image of medical services in the hospital.

It is important to identify how client is satisfy with the medical services for the image of hospital.

The study was done on population group of 334 patients and their families who had been admitted to the Shospital in Seoul from July 15 to July 31, 1995.

Data was collected by questionnaires on all steps of the research. Subjects were instructed to rate the 5 point likert type scale on items. 328 questionnaires returned and were used for this analysis.

The results were summarised as follows:

1. The characteristics of the subjects were as follows: the age group of 20-39 years was 61.0%. For academic background, 51.2% were graduated from high school and 28.7% were graduated from College.
2. The average scores for the services rendered were as follows:
  - a) Satisfaction on nursing services 3.75
  - b) Satisfaction on kindness of hospital workers 3.55
  - c) Satisfaction on medical services 3.36
  - d) Satisfaction on environmental elements 3.19
  - e) Satisfaction on diet for the patients 3.18
3. The lowest score of client's satisfaction on each area shown in this study is as follows:
  - a) Doctors explain result of tests and patient's home management 3.23
  - b) Nurses are eager to resolve client's problem 3.47
  - c) In environmental elements, toilets, roomtemperture, diet, store 2.81-2.91