

☒ 원 저 ☒

의료서비스의 품질 및 고객만족 관련 변수들의 관계에 관한 실증적 연구

조 현 주

용인송담대학 의료정보시스템과

<Abstract>

An Empirical Study on The Relationships of Service Quality, Customer Satisfaction and Its Influencing Variables in Medical Service area

Hyun-Joo Cho

Department of Medical Information System, Young-In Song Dam College

This study aims to investigate the determinants of service quality and the relationships of service quality, customer satisfaction, word of mouth and subsequent purchase intention of medical service. SERVQUAL, an instrument developed by the marketing area, is offered as a possible measure of medical service quality. SERVQUAL measures service dimension of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

The questionnaire method is used in this study. A survey is conducted on patients who are randomly selected. The questionnaire are sent to 300 patients and 208 are available.

The objectives of this study were:

- 1) to find out the influence of determinants of service quality on medical service.

- 2) to investigate the relationship of medical service quality and customer satisfaction.
- 3) to analyze the relationship of customer satisfaction and favorable word of mouth, subsequent purchase intention
- 4) to find out the gap perceived service quality between secondary and tertiary hospital.

The results of this study are summarized as follows :

- 1) Reliability, responsiveness and assurance have a positive impact on the medical service quality.
- 2) Medical service quality has a positive impact on the customer satisfaction.
- 3) Customer satisfaction has a positive impact on the favorable word of mouth and subsequent purchase intention.
- 4) There is no gap between secondary and tertiary hospital of perceived service quality.

key words: Medical Service, Service Quality, Customer Satisfaction, Word of Mouth, Subsequent Purchase Intention

I. 서 론

오늘날 병원을 둘러싼 의료환경은 매우 급격하게 변화하고 있다. 병원의 신설 및 기존병원의 확장에 따른 의료공급의 증대는 병원간의 경쟁을 심화시켰고, IMF체제 후 더욱 가속화된 국제화의 진전과 이에 따른 의료시장 개방은 의료계를 무한경쟁의 상황으로 치닫게 하고 있다. 또한 사회변화에 따른 국민의 욕구변화와 기대의 증대는 고 품질의 의료서비스를 요구하게 되었으며, 이는 의료공급의 증가와 함께 의료시장을 공급자 주도에서 수요자 주도 시장으로 바꾸어 놓은 계기가 되었다. 이에 따라 의료계도 병원경영에 대한 종래의 인식에서 벗어나 고객중심의 병원으로 인식되고자 많은 노력을 기울이고 있다.

환자만족이 병원경영의 핵심과제가 되고 있고 서비스 개선을 통한 새로운 진료체제를 구축하는 것이 병원의 중요한 관심이 되고 있으며, 병원내의 서비스 전담 부서를 통해 자체적으로 서비스 품질을 평가하고 있기도 한다. 이런 시대적 상황 속에 서비스 품질에 대한 확실한 이해와 측정 및 환자만족과 그 결과변수들과의 관계를 이해한다는 것은 중요한 의미를

갖는다 하겠다.

지금까지의 서비스 품질에 관한 연구는 특히 Parasuraman, Zeithaml & Berry 세 사람에게 의해 많은 발전이 이루어져 왔다. 이들은 고객이 서비스 품질을 평가하는 10가지 기준을 만들고 이들 기준들을 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성 등 5가지 차원으로 통합하여 SERVQUAL 모형을 완성하였다. 이들이 개발한 SERVQUAL 모형을 이용한 서비스 품질에 대한 측정은 전 서비스 산업분야에서 많이 진행되고 있다.

의료서비스 분야에서도 품질 및 환자만족/불만족에 대한 많은 연구가 이루어져 왔다. 이 분야에 대한 연구는 크게 의료서비스 품질에 대한 개념적 정립과 측정도구의 개발(Rubin, Ware and Hays,1990; Ware and Berwick,1990)이나 환자의 만족/불만족이 의료서비스의 소비행동에 미치는 영향(Pascoe,1983; Roghmann, Hengst and Zastowny, 1979)등에 대해 이루어지고 있다.

의료서비스분야의 선행연구들을 살펴보면 SERVQUAL을 이용한 경우 주로 서비스 산업 전반을 적용대상으로 하여 의료의 특성을 반영하는데 한계가 있거나, 의료서비스만을 중심으로 한 연구인 경우 서비스 품질과 환자만족 결과 변수들(긍정적 구전, 재구매 의도)에 대한 관계를 규명한 연구는 많지 않은 것으로 나타났다. 따라서 의료서비스의 서비스 품질과 고객만족 및 이들의 결과 변수들을 서비스 마케팅 측면에서 고찰하고 이들의 인과관계를 실증적으로 규명해 보는 것은 매우 의미 있는 것으로 판단된다. 또한 의료전달 체계상 기대되는 기능과 역할이 다른, 2차진료기관과 3차 진료기관간의 서비스 품질에 대한 고객의 인식의 차이로 규명해 보는 것도 병원이 서비스 품질을 이해하고 관리하는데 도움이 될 것으로 생각된다.

따라서 본 연구에서는 서비스 품질 및 고객만족 등에 관해 기존에 발표된 개념을 체계적으로 정립하고, Parasuraman, Zeithaml & Berry의 SERVQUAL 모형을 토대로 실증적인 검증을 통해 첫째, 의료서비스에 있어서 서비스 품질의 결정요인들과 품질과의 관계를 규명하고 둘째, 서비스 품질과 고객만족과의 관계를 살펴봄으로써 셋째, 고객만족과 고객만족 결과변수들(긍정적 구전 및 재구매 의도)과의 관계를 알아보고 넷째, 서비스 품질에 대한 고객의 인식이 의료전달체계상의 병원유형(3차진료기관과 2차진료기관)에 따라 차이가 있는지를 분석하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 서비스 품질

1) 서비스 품질의 개념

의료서비스를 포함한 서비스는 그 본질적 특성으로 인해 품질을 측정하기가 어렵고, 품질 수준에 있어 변화의 가능성이 높으며, 품질을 객관적인 기준보다는 지각에 의존하기 때문에 접근방법의 체계를 잡기가 쉽지 않다.

또한 개념들에 대한 통일이 이루어지지 않아 혼란을 겪고 있기도 하다. 많은 학자들이 서비스 품질의 정의와 측정은 매우 어렵고 추상적인 문제라는 점에 대해서 견해를 같이 하고 있다(Brown and Swartz 1989, Carman 1990, Parasuraman, Zeithaml & Berry 1988). 선행 연구들을 토대로 서비스 품질의 개념을 정립하면 다음과 같은 개념적 특성을 발견할 수 있다.

첫째, 서비스 품질은 고객지향과 관련된 고객 지향적 개념이다.

서비스 품질을 평가하는 객관적 측정치가 존재하지 않는 상황에서 서비스 품질을 측정하는 적절한 접근은 품질에 대한 고객의 지각을 측정 하는 것이다. 이는 Garvin이 제시한 5가지 접근방법 중에서 사용자 중심적 접근과 일치한다. 서비스 활동은 그 자체가 고객 지향적인 활동으로 고객에 의한 평가가 가장 중요하기 때문에 여러 학자들에 의해 지속적으로 견지되어온 주장이다.

둘째, 서비스 품질은 태도와 유사한 개념이다.

서비스 품질은 서비스 전반적인 우월성과 우수성을 나타내는 개념으로 태도와 유사한 개념이며, 구체적인 속성이라기 보다는 추상적이고 다차원적인 개념이다. 서비스 품질은 일시적인 성격을 갖는 만족이라는 개념보다는 지속적이고 장기적인 상태로 대상에 대한 전반적인 판단을 나타내는 태도와 유사한 개념이며 시간이 지남에 따라 동적으로 변화하는 특성을 갖는다.(Boulding, William, Ajay Karla, Richard Staelin and Valarie A. Zeithaml)

셋째, 서비스 품질은 결과뿐만 아니라 과정에 대한 평가이다.

Sasser, Olsen & Wyckoff(1978)는 서비스 품질을 서비스 결과뿐만 아니라 서비스가 제공되는 과정도 중요함을 설명하였다. Parauraman, Zeithaml, Berry(1985)는 서비스 품질의 평가는 서비스 제공 과정의 평가에서 이루어지고 특히 서비스 제공자와 고객간의 상호작용이 품질 평가에 있어서 강조되어야 한다고 했다. Gronos에 의하면 서비스 품질은 기술적 품질(technical quality)과 기능적 품질(functional quality)의 합이며 서비스 제공 활동에 있어서는 후자가 특히 중요하다고 한다. 여기서 기술적 품질(technical quality)이란 소비자가 서비스 생산 과정에서 얻는 것에 관한 것이며 기능적 품질(functional quality)은 소비자가 서비스를 제공받는 방법에 관한 것이다.

넷째, 서비스 품질은 기대와 성과의 비교에 의해서 결정된다.

서비스의 품질은 소비자들이 서비스 기업이 제공해야 한다고 느끼는 기대와 서비스를 제

공한 기업의 성과에 대한 소비자들의 인식을 비교하는 데서 나온다는 이론(Parasuraman, Zeithaml & Berry,1985)에 대부분의 동의가 이루어져 있다. 그러므로 서비스에 대한 기대와 제공된 서비스를 비교한 결과로써 서비스 품질이 인식되는데, 이는 고객의 기대와 지각 사이에 있는 불일치의 정도와 방향이라고 볼 수 있다. 즉 기대수준이 높을수록 서비스 성과의 수준도 높아야만 서비스에 대한 평가가 좋으며, 서비스 성과가 기대에 못 미치게 될 때에 서비스 수준은 낮은 것으로 평가된다. 그러므로 서비스 기업은 고객의 기대를 관리해야할 필요성을 느끼게 되는 것이다. 이는 SERVQUAL 모형의 기초개념으로 사용되어지며 도표화하면 다음과 같다.

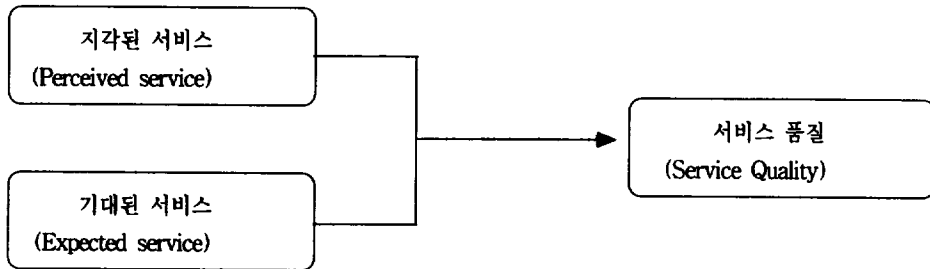


그림1. 서비스 품질의 인식

위의 연구들은 의료서비스 분야에도 광범위하게 적용되어 의료서비스의 품질에 대한 개념 정립은 물론 측정도구의 개발에 이용되고 있다.

Rubin, Ware and Hays(1990)와 Wright and Davies(1983)등은 의료서비스 품질에 대한 개념과 측정지표를 고객 지향적 관점에서 정립하였으며, Donabedian(1990)은 양질의 의료를 “모든 진료과정에서 예상되는 이익과 손해의 균형을 맞춘 상태에서 환자의 복지를 가장 높은 수준으로 높일수 있는 것으로 예상되는 의료”로 정의하면서 품질요소를 효능, 효과, 효율, 적정성, 수용성, 적법성, 형평성 등 7가지로 제시하고 있어 결과 및 과정 중심의 접근임을 알 수 있다.

2) 서비스 품질의 측정

서비스 품질의 측정은 객관적인 척도에 의한 측정이 어렵기 때문에 고객의 인식을 측정하여 서비스 품질을 측정하고 있다. 이러한 인식의 평가를 위해 여러 항목으로 구성된 측정도구가 Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)에 의해 개발된 SERVQUAL 모형이다. 이들은

서비스 품질의 결정요인으로 유형성(Tangibles), 신뢰성(Reliability), 응답(Responsiveness), 능력(Competence), 예절(Courtesy), 신용도(Credibility), 안정성(Security), 접근가능성(Access), 의사소통(Communication), 고객의 이해(understanding the Customer) 등의 10가지 차원을 제시하였고, 이들을 정량적·실증적인 방법을 통해 유형성(Tangibles), 신뢰성(Reliability), 응답성(Responsiveness), 확신성(Assurance), 공감성(Empathy)의 5개 차원으로 수정·확정하였다. 이들은 이와 같은 각 차원에 대한 개인의 기대된 서비스 수준과 인지된 서비스 수준의 차이가 서비스 품질을 결정하는 것으로 제안하였다. 즉 기대했던 서비스 수준과 실제로 제공된 서비스에 대한 인지된 성과에 대한 차이를 비교하게 되며 인지된 성과가 기대수준보다 낮다면 서비스 품질이 낮다는 것이고 그 반대는 좋다는 것이다.

<표 1> SERVQUAL의 5개 차원

차 원	정 의
유형성(tangibles)	물리적 시설, 장비, 직원 그리고 커뮤니케이션 자료의 모양
신뢰성(reliability)	약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있는 능력
응답성(responsiveness)	고객을 돕고 신속한 서비스 제공하겠다는 마음가짐
확실성(assurance)	직원의 지식과 예절, 그리고 신뢰와 자신감을 전달하는 능력
공감성(empathy)	고객에게 제공하는 개별적 배려와 관심

서비스 품질은 실제 인지된 서비스 수준에서 기대했던 서비스 수준을 빼줌으로서 계산되는데 각 항목별 점수는 개별적으로 사용될 수 있고 전반적인 서비스 수준을 알기 위해서는 합산되어 사용될 수도 있다.

SERVQUAL모형을 의료서비스 분야에 적용한 경우는 Babakus and Mongold(1992), O' Connor et al.(1994)의 연구 등 다수가 있고 국내에서도 이유재, 김주영, 김재일(1996)에 의해 타 서비스 산업과 함께 병원에 적용된 바 있다. 의료서비스 품질에 대한 측정은 SERVQUAL 이외에도 매우 다양하게 시도되었는데 Bice and Boxerman(1977), Rubin, Ware and Hays(1990), Singh(1989), 서정희(1993)등은 환자 중심의 품질척도를 개발하였고, 김완석(1996)은 입원환자를 대상으로 하여 의사의 치료, 간호, 정보제공, 병원환경, 입원과정, 퇴원과정, 음식제공 등 7개의 품질척도를 발표한 바 있다.

2. 고객만족의 개념

고객만족에 대한 정의는 결과를 강조하느냐 과정을 강조하느냐에 따라 두 가지 유형이 존

제한다. 이유재, 이준엽(1997)은 결과를 강조하는 측면의 고객만족을 소비경험으로부터 야기 되는 결과로 개념화하며 “소비자가 치른 대가에 대해 적절히 혹은 부적절히 보상되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태(Howard and Sheth, 1969)” 또는 “불 일치된 기대와 소비자가 소비경험에 대해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생된 종합적 심리 상태(Oliver,1981)” 등으로 정의하고 있다. 이들은 과정에 초점을 맞춘 고객만족을 “소비경험이 최소한 기대되었던 것보다는 좋았다는 평가(Hunt,1977)” 또는 “사전적 기대와 소비 후 지각된 제품성과 사이의 차이에 대해 보이는 소비자의 반응(Tse and Wilton, 1988)” 등으로 제시하고 있다.

고객만족의 근거에는 평가과정이 중요한 요소로 작용하는데, 이유재, 이준엽(1977)은 과정 지향적 접근이 소비자의 전체 소비경험을 다루고 있어 각 단계에서 중요한 역할을 하는 각 요소들을 개별적으로 측정하여 확인시켜주며, 고객만족을 형성하는 지각적, 평가적, 심리적 과정 모두에 대한 검토를 가능하게 해준다는 점들 때문에 평가과정에 많이 채택되어지고 있다고 주장한다.

의료서비스의 환자만족에 대한 선행연구들도 과정 및 결과에 초점을 맞추고 있는데 Linder - Pelz는 환자만족을 “의료는 어떤 속성을 가지고 있다는 환자의 믿음”과 “의료의 속성에 대한 환자의 평가에 관련된 긍정적인 태도”로 정의하면서 접근성/편리성, 자원의 활용 가능성, 진료의 지속성, 의료의 효과 또는 결과, 재정, 인간적인 태도, 정보수집, 정보의 제공, 주변환경의 쾌적함, 의료의 질 또는 능력 등 10가지를 환자만족 결정요소로 제시하였다. 또한 Ware and Synder(1975)는 의사의 행동, 가능한 서비스, 치료의 편리함, 접근가능성 등을 제시하였고 Doyle and Ware(1989)는 접근가능성, 이용가능성, 치료의 영속성, 의사의 행동 등을 환자만족 결정요인으로 보았다.

서비스 품질과 고객만족에 대한 인과관계를 살펴보면 서비스 품질을 고객만족의 선행변수로 보는 견해(Woodside et al.,1989)와 고객만족을 서비스 품질의 선행변수로 보는 견해(Bowers et al. ,1994) 및 두 변수의 상호작용이 더 큰 영향을 미친다는 연구도 있다(Taylor and Baker, 1994). 하지만 많은 연구들에서 서비스 품질, 고객만족, 재구매 의도를 서비스 품질 → 고객만족 → 재구매 의도의 구조로 보는 견해가 일반적이다(Woodside et al(1989)).

3. 고객만족 결과 변수

만족 또는 불만족에 대한 고객반응에 대한 많은 연구가 있어 왔다. 이들 중 대표적인 것

은 불편행동 및 구전, 재구매 의도에 관한 것이었다. 만족한 고객들은 재구매 및 반복구매, 긍정적 구전 등의 행동을 유발하며(Kotler,1994) 불만족한 고객은 부정적 구전을 전달하거나 구매중단 또는 배척의 행동을 하는 것으로 나타났다(Day and Landon,1977). Richins(1983b)는 불만족 고객에 의한 부정적 구전을 조사하여 상표전환, 단골중단, 또는 불평과 같은 다른 반응들과 구전반응의 차이점을 구분시켜 주는 변수를 검토했다. 선행연구에 따르면 구전은 그 영향이 매우 큰 것으로 나타났고 구전을 결정짓는 요소로는 고객만족/불만족으로 조사되어 많은 연구들은 이를 고객만족의 결과변수로서 연구하고 있다.

고객만족과 재구매 행동에 관한 연구를 살펴보면 Newman and Werbel(1973)의 연구는 불만족 고객이 만족한 고객보다 재 구매할 가능성이 적다는 것을 보여주며 Oliver(1980a)는 고객만족이 태도에 영향을 미치고 이 태도에 대한 영향은 계속해서 재구매 의도에 영향을 미친다는 것을 입증하였다. 또한 많은 연구들에서 고객만족이 구매 후 태도 뿐 아니라 구매의 도에도 영향을 미친다는 것이 발견되었다(Bearden and Teel 1983; Labarbera and Mazursky 1983; Oliver and Linda 1981; Oliber and Swan 1989). 의료서비스에 있어서도 만족한 환자가 더욱 지속적으로 의료서비스를 이용하는 경향이 있으며 (Ware, Wright, Snyder 1975; Thomas and Penchansky,1984), 특정서비스 제공자와의 관계를 지속한다고 조사되었다 (Kasteler,1976).

Ⅲ. 실증분석

1. 연구모형

본 연구는 기존에 제시된 SERVQUAL Model을 기초로 하여 병원의 의료서비스 결정요인들과 서비스 품질과의 관계를 규명하고, 의료서비스 품질과 고객만족과의 관계를 알아보며, 고객만족과 결과변수들(긍정적 구전 및 재구매 의도)과의 관계를 규명하는데 목적을 두는 한편, 서비스 품질에 대한 고객의 인식이 의료전달체계상의 병원유형(3차진료기관과 2차진료기관)에 따라 차이가 있는지를 실증적으로 분석하기 위해 이루어졌다.

특히, 본 연구에서 기본모형 이외에 병원유형간(2차/3차 병원)의 서비스 품질에 대한 고객 인식의 차이가 있는 지를 분석 하고자 하는 것은 서비스 품질이 인식과 기대의 차이에 의해 결정지어지는 SERVQUAL모형에 따를 때, 규모가 큰 병원으로서 1차 및 2차 진료기관으로부터 의뢰된 환자들에게 종합적이며 난이도가 높은 의료서비스를 제공하고, 연구/교육기능의

수행을 통해 대 진료권내 의료기관의 구심점 역할을 담당하도록 기대되고 있는 3차 진료기관은 2차 진료기관과는 서비스 품질 인식에서 다를 수 있을 것이라는 판단에서이다.

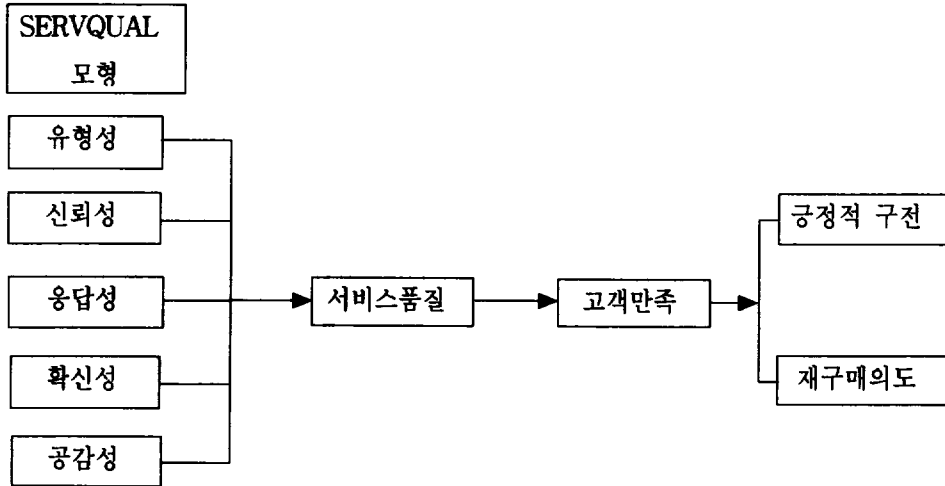


그림2. 연구모형

2. 변수의 조작적 정의

본 연구에서 설정한 연구의 모형과 가설을 검증하기 위한 변수의 구체적인 정의는 다음과 같다.

1) 의료서비스

의료인이 의학적 전문지식을 기초로 하여 경험과 기능으로 환자를 진료하고 적절한 처방과 투약 등 질병의 예방이나 치료행위를 하는 진료행위와 이와 관련되어 부가적으로 생성되는 진료외적 행위를 경제적 재화로 개념화 한 것이 의료서비스이다.

2) 의료 서비스 품질

의료 서비스 품질은 의료서비스에 대한 소비자의 기대와 지각사이의 불일치 정도와 그 방향으로 정의한다. 서비스 품질의 측정도구로서 SERVQUAL을 이용하며 개별항목의 설문내용은 의료분야에 맞게 수정 사용한다.

3) 고객만족

고객 만족에 대한 정의는 앞에서 살펴보았듯이 결과 지향적인 관점과 과정 지향적인 관점이 있으나 본 연구에서는 과정 지향적인 관점으로 사전기대나 소비이후 지각된 제품의 실제

성과간의 지각된 불일치의 평가에 대한 고객의 반응으로 정의하기로 한다. 이에 대한 측정으로는 전반적인 만족정도를 측정하였다.

4) 재구매 의도 및 긍정적 구전

재구매 의도는 향후 다시 이용하겠느냐는 항목을 이용하여 5점 척도로 측정하였고, 긍정적 구전은 주위사람에게 추천을 하겠느냐는 항목을 이용하여 측정하였다.

3. 가설의 설정

앞에서 살펴본 이론연구와 연구모형을 토대로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1. 의료서비스의 서비스 품질 결정요인들은 서비스 품질에 영향을 미칠 것이다.

가설2. 의료서비스의 서비스 품질과 고객만족은 정의 관계를 가질 것이다.

가설3. 고객만족과 긍정적 구전은 정의 관계를 가질 것이다.

가설4. 고객만족과 재구매 의도는 정의관계를 가질 것이다.

가설5. 의료서비스의 서비스 품질에 대한 고객의 인식은 의료전달 체계상의 병원 유형(3차 진료기관/2차 진료기관)에 따라 다를 것이다.

4. 자료의 수집 및 검증

1) 자료의 수집

본 연구를 위한 설문은 SERVQUAL Model에서 사용한 서비스 품질에 대한 기대와 인식의 질문 문항 각 22항목과 고객만족 및 긍정적 구전, 재구매 의도에 대한 각 1개씩의 질문을 의료기관에 맞게 변형하여 사용하였으며 측정방법은 다항목 측정방법인 Likert의 5점 척도를 사용하였다.

<표 2> 설문문의 구성 및 내용

내 용	문 항 수
서비스에 대한 기대	22
서비스에 대한 인식	22
고객만족	1
긍정적구전	1
재구매의도	1
인구 통계	5

자료수집을 위한 표본은 서울, 수도권 및 지방 대도시 종합병원 중 3차 및 2차 진료기관 이용고객을 대상으로 각각 150 부씩 300부를 배포, 총 208부를 회수하여 분석에 사용하였다.

<표 3> 자료의 배포 및 회수

구 분	배 포	회 수	회수율(%)
3차 진료기관	150	106	70.7
2차 진료기관	150	102	68.0
합 계	300	208	69.3

2) 신뢰성 검증

신뢰성은 측정된 결과 치의 일관성, 정확성, 의존가능성, 안정성, 예측가능성과 관련된 개념으로 동일한 개념에 대해 측정을 되풀이했을 때 동일한 측정값을 얻을 가능성을 말하는 것으로 본 연구에서는 크론바하 알파 계수(Cronbach's Alpha Coefficient)를 이용하였다. 크론바하 알파 계수는 <표 4>와 같이 모두 0.6 이상으로 나타나 유의한 결과를 산출하였다.

<표 4> 설문지 항목에 대한 신뢰성 계수

측정항목	항목 수	신뢰도 계수
유형성	4	Cronbach's Alpha = .7727
신뢰성	3	Cronbach's Alpha = .7965
응답성	4	Cronbach's Alpha = .7524
확실성	4	Cronbach's Alpha = .7771
공감성	5	Cronbach's Alpha = .8535

3) 타당성 검증

본 연구 결과의 실질적인 유효성을 높이고 설문항목의 타당성 평가를 위하여 요인분석을 하였다. 타당성(Validity)이란 개발된 측정도구가 측정하고자 하는 개념이나 특성을 정확히 측정하고 있는가를 분석하는 것으로 여기서는 신뢰도 분석을 통과한 항목들에 대해서 요인 분석을 실시하였다. 요인회전은 베리맥스(Varimax)를 선택하였고, 요인수의 결정방식은 고유값(Eigen Value)을 기준으로 1이상인 요인을 모두 선정하였다. 특정변수의 모든 요인적재량

을 제공하여 합한 값인 공통성은 각 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타내 주는 것으로 보통 ± 0.3 이상이면 유의성이 있다고 할 수 있다. 요인 적재량이 0.5 이상인 것을 채택함에 따라 요인적재량(Factor Loading)이 0.5 이하인 7, 9번 문항은 제외하였다. 이러한 기준을 만족하는 요인들을 가지고 최종 요인 분석을 실시한 결과 본 연구의 모든 변수는 63.891%의 설명력을 가진 것으로 나타났다<표 5>.

<표 5> 요인 분석 결과

개념	요인	항목	공통성	적재치	고유값	설명분산	누적분산(%)
서비스 품질	유형성	c1	.541	.671	3.777	18.883	18.883
		c2	.714	.828			
		c3	.508	.597			
		c4	.651	.609			
	신뢰성	c5	.736	.817	2.293	11.467	30.350
		c6	.627	.664			
		c8	.718	.782			
	응답성	c10	.560	.701	2.270	11.352	41.702
		c11	.699	.799			
		c12	.609	.598			
		c13	.563	.632			
	확실성	c14	.709	.792	2.236	11.180	52.882
		c15	.600	.687			
		c16	.680	.439			
		c17	.675	.775			
	공감성	c18	.688	.793	2.202	11.009	63.891
		c19	.590	.703			
		c20	.691	.799			
		c21	.601	.720			
		c22	.619	.718			

4) 상관관계 분석

각 독립변수 어느 정도의 상관관계를 갖는지를 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시한 결과 <표6>과 같다.

<표 6> 서비스 품질 결정요인과 관련 변수들의 상관관계

구 분	서비스 품질	유형성	신뢰성	응답성	확실성	공감성	고객만족	긍정적 구 전	재구매 의 도
서비스 품질	1.000								
유형성	.361 .000	1.000							
신뢰성	.453 .000	.418 .000	1.000						
응답성	.490 .000	.281 .000	.482 .000	1.000					
확실성	.468 .000	.504 .000	.418 .000	.385 .000	1.000				
공감성	.429 .000	.305 .000	.427 .000	.517 .000	.521 .000	1.000			
고객만족	.692 .000	.321 .000	.421 .000	.478 .000	.397 .000	.398 .000	1.000		
긍정적 구 전	.409 .000	.325 .000	.425 .000	.357 .000	.398 .000	.412 .000	.427 .000	1.000	
재구매 의 도	.327 .000	.301 .000	.420 .000	.398 .000	.401 .000	.307 .000	.339 .000	.317 .000	1.000

주) P < 0.05

5. 가설의 검증

1) 의료서비스의 서비스 품질 결정요인들과 서비스 품질과의 관계 분석

“의료서비스의 서비스 품질 결정요인들이 서비스 품질에 영향을 미칠 것이다” 라는 가설을 검증하기 위하여 독립변수에 대한 다중 회귀(Multi-Regression)분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 7>과 같다. 가설 검증에 앞서 독립 변수들간의 다중 공선성 문제를 검토하였는데 아래 표에서 보는 바와 같이 VIF(Variance Inflation Factor)가 10이하이고 Eigen Value가 모두 0.01이상으로 독립변수들간에 다중 공선성이 존재하지 않는다.

다중회귀분석 결과 서비스 품질요인들 중에서 응답성, 확실성, 신뢰성만이 유의수준 0.05에서 유의한 것으로 나타나 이들이 서비스 품질에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 유형성, 공감성 등은 서비스 품질에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이 모형은 적합도 판정 기준인 결정 계수가 36.2%를 설명해 주고 있다.

<표 7> 서비스 품질 결정요인들과 서비스 품질과의 다중 회귀분석 결과

종속변수 독립변수	서비스 품질							
	R-Square	Adj R-Square	F-Value	Beta	t-value	Sig.	다중공선성	
							VIF	Eigen Value
응답성	.362	.352	36.541	.286	4.239	.000	1.174	.045
확실성				.278	4.302	.000	1.369	.025
신뢰성				.203	2.972	.000	1.265	.031

주) p < 0.05

2) 서비스 품질과 고객만족간의 관계에 관한 가설 검증

“서비스 품질과 고객만족간에는 정의 관계가 있다”라는 가설을 검증하기 위해 실시한 회귀분석을 결과는 <표 8>과 같다. 분석결과는 유의수준 0.05 에서 유의한 것으로 나타나 본 가설은 채택되었다.

<표 8> 서비스 품질과 고객만족과의 회귀분석 결과

종속변수 독립변수	고객만족					
	R-Square	Adj R-Square	F-Value	Beta	t-value	Sig.
서비스 품질	0.479	0.477	184.874	0.692	13.597	0.000

주) p < 0.05

3) 고객만족과 긍정적 구전간의 관계에 관한 가설 검증

“고객만족과 긍정적 구전에는 정의 관계가 있다”는 가설을 검증하기 위한 회귀분석결과는 <표9>와 같이 유의한 것으로 나타나 본가설은 채택되었다.

<표 9> 고객만족과 긍정적 구전과의 회귀분석 결과

종속변수 독립변수	긍정적 구전					
	R-Square	Adj R-Square	F-Value	Beta	t-value	Sig.
고객만족	0.273	0.267	49.848	0.522	7.060	0.000

주) p < 0.05

4) 고객만족과 재구매 의도간의 관계에 관한 가설검증

“고객만족과 재구매 의도간에는 정의 관계가 있다”는 가설을 검증하기 위한 회귀분석 결과는 <표 10>과 같으며, 이 가설 역시 유의수준 내에서 채택되었다.

<표 10> 고객만족과 재구매 의도간의 회귀분석 결과

독립변수	종속변수					
	재구매 의도					
	R-Square	Adj R-Square	F-Value	Beta	t-value	Sig.
고객만족	0.115	0.110	26.078	0.339	5.107	0.000

주) P < 0.05

5) 서비스 품질에 대한 병원유형간(3차 진료기관과 2차 진료기관)의 인식 차이 검증

“의료서비스의 품질에 대한 고객의 인식은 의료전달체계상의 병원유형(3차 진료기관 /2차 진료기관)에 따라 다를 것이다” 라는 가설을 검증하기 위하여 T-Test를 실시하였다. 분석결과 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의하지 않아 기각되었다. 따라서 병원유형에 따른 서비스 품질에 대한 고객의 인식은 두 집단간에 유의한 차이를 보이지 않은 것으로 나타났다.

<표11> 병원유형별 서비스 품질 인식에 대한 T-TEST 결과

구 분		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
서비스 품 질	3차 병원	2.93	1.05	.10
	2차 병원	2.71	1.04	.10

T-TEST				
	F	df	sig.(2-tailed)	Mean Difference
서비스품질	1.496	201	.136	.22

IV. 결론 및 시사점

본 연구는 우리 나라 종합병원 이상급 의료기관을 대상으로 이들이 제공하고 있는 의료서비스의 품질을 측정하여 서비스 품질의 결정요인들과 서비스 품질과의 관계를 규명하고, 서비스 품질과 고객만족 그리고 고객만족과 그 결과변수들과의 관계를 알아보기 위하여 실시

되었다. 또한 규모나 진료 전달체계상 차이가 있는 3차 진료기관과 2차 진료기관 간에 의료 서비스의 품질에 대한 고객들의 인식 차이가 있는가를 규명하는데도 연구의 목적을 두었다. 본 연구의 측정도구로는 Parauraman, Zeithaml, Berry의 SERVQUAL 모형을 이용하였다.

분석 결과 의료서비스의 품질에 있어서는 SERVQUAL 모형의 서비스 품질 결정요인 5가지 차원 중에서 응답성, 확실성, 신뢰성만이 품질에 유의한 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 그리고 서비스 품질과 고객만족, 만족에 따른 긍정적 구전이나 재구매 의도는 모두 정의 관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 서비스 품질에 대한 고객의 인식은 3차 및 2차진료기관 간에 유의한 차이가 없는 것으로 조사되었다. 분석 결과를 바탕으로 본 연구의 결과 및 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 의료서비스의 서비스 품질 결정요인들 중에서 응답성, 확실성, 신뢰성만이 서비스 품질에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 이들 변수들에 대한 집중적인 관리가 필요할 것으로 판단된다. 이들 내용을 질문문항을 중심으로 좀더 구체적으로 살펴보면 작은 실수도 하지 않는 의사를 비롯한 의료분야 종사자의 업무 수행 능력, 진료시간에 대한 정확한 통보, 환자에 대한 자발적이고 신속한 대응, 병원과 병원 구성원에 대한 신뢰, 병원의 환자안전에 대한 보장, 의료에 대한 충분한 지식, 진료 및 예약시간에 대한 준수, 환자에 대한 성의와 관심, 믿고 의지할 수 있는 신뢰감 등인 것으로 나타났다.

둘째, 의료서비스의 서비스 품질과 고객만족과는 깊은 상관관계가 있는 것으로 조사되었으며 고객만족과 고객만족의 결과변수들인 긍정적 구전과 재구매 의도와도 정의 관계가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 의료서비스의 품질에 대한 고객의 인식에는 병원유형별로 유의한 차이가 없는 것으로 나타나, 의료전달체계의 등급(3차/2차)에 따라서 서비스 품질에 대한 인식이 다르지 않는 것으로 조사되었다. 따라서 이번 조사대상인 종합병원급 이상의 병원에서는 병원규모에 관계없이 앞에서 조사된 서비스 품질 결정요인들을 중심으로 서비스 관리 체계를 구축한다면 의료서비스 품질 향상에 도움이 될것으로 판단된다.

아울러 본 연구는 다음과 같은 한계가 있어 추후 개선의 여지로 남아있다.

첫째, 표본수가 의료기관을 대표할 만큼 충분하지 못하였다. 가능하다면 더욱 많은 병원과 이용고객을 대상으로 분석하고, 분석방법을 더욱 확대하였다면 연구 결과가 더욱 유익하고 타당성 있게 나타날 수 있었을 것으로 판단된다.

둘째, 각각의 설문문항을 기존의 연구문항을 중심으로 병원에 맞게 변경하여 사용하였으며 문항의 항목이 서로 엇비슷하여 응답자에게 다소의 혼돈을 유발하였다는 점이 지적 될 수 있다.

셋째, 본 연구모형의 기본구조로 보아 서비스 품질, 고객만족, 긍정적 구전, 재구매 의도에 대한 각각의 관계를 회귀분석을 통해 분석하기보다는 전체의 관계를 종합적으로 규명할 수 있는 경로분석이 더 타당할 것으로 판단되어 이점 역시 한계로 작용하고 있다. 아울러 의료기관의 서비스 품질에 대한 연구가 보다 효과적으로 이용되기 위해서는 의료계 전체를 대상으로 한 접근보다는 개별 병원차원에서 병원이용고객의 인식과 기대수준의 차이를 정기적으로 측정하고 그 결과를 분석해 보는 것이 필요하리라 판단된다.

참 고 문 헌

- 김완석(1997), 입원서비스에 대한 환자의 품질지각 측정, 소비자학연구 제8권 2호 pp.61-78
- 문재설(1993), 고객만족의 과정 및 고객만족이 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구, 고려대학교 대학원 경영학과
- 서정희(1993), 의료서비스에 관한 소비자만족 척도개발에 관한 연구, 소비자학연구 제12호, pp.53-71
- 유승훈(1993), 양질의 의료관리, 수문사
- 이두희, 김 준환(1995), 고객만족도의 측정과 분석에 대한 체계적 고찰, 한국상품학회 상품학연구 제12호 별책
- 이유재 (1994), 고객만족의 결정변수에 대한 이론적 고찰 경영논집, 제 28권
- 이유재, 김주영, 김재일(1996), 서비스 산업의 현황에 대한 실증연구, 소비자학 연구 제 7권2호
- 이유재, 이준엽(1997), 서비스 품질에 관한 종합적 고찰 ; 개념과 측정을 중심으로 경영논집, 제 31권
- 한국보건의료관리연구원(1998), 의료의 질 향상
- Aharony L.Strasser.S.(1933) ; Patient Satisfaction:what we know about and what we still need to explor, Medical Care Review 50(1) : 49-79
- Bearden, William O. and Jesse E. Teel(1983) ; Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports, Journal of Marketing Research, 20(Feb).
- Brown, S. W. & t. a. Swartz(1989) ; A Gap Analysis of Professional Service Quality Journal of Marketing, April, 92-98
- Carman, J. M.(1990) ; consumer Perceptions of Service Quality : An Assessment of the SERVQUAL Dimensions, journal of Retailing, 66(1), 33-35

- Churchill, Gilbert A., Jr. and C. Surprenant(1982) ; An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 19(November).
- Donabedian A.(1980) ; The definition of quality and approaches to its assessment. Health Administration Press.
- Garvin, G, A.(1984) ; What Does Product Quality Really Mean?, *Sloan Management Review*, Fall.
- Hulka, B. S., ZyZansky. S. J., Cassel J. C. & Thompson, S. J.(1970)
; Scale for The Measurement of Attitude toward Physician and Primary Medical Care. *Medical Care*,8
- Hausknecht, Douglas R.(1990) ; MeasurementScaleinConsumerSatisfaction/ Dissatisfaction, *Journal of Consumer satisfaction, dissatisfaction and Complaining Behavior*, 3, 1-11.
- John E. Swan(1988) ; Consumer Satisfaction Related to Disconfirmation of Expectations and Product Performance, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 1, 1988 pp.40-47.
- Kotler, p.(1988) ; *MarketingManagement*, 6th edition, englewood Cliffs, N. J. Prentice-Hall
- Mark M Davis(1990) ; A framework for Relating Waition time and Customer Satisfaction in a Service Operation, *Jurnal of Service Marketing*, Vol.4 1, pp.61-69.
- Moor, Ellen M. and F. Kelly Shuptrine(1984) ; Disconfirmation effects on Consunar Satisfaction and Decision Making Process, *Advances in Consumer Research*.
- Oliver, and John E., Swan(1989) ; Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in transactions: A Field Survey Approach, *J.M*, 53
- Parasuraman, A., Valarice A. Zeithmal and L. L. Berry(1985), A Conceptual Model of Service Quality and It's Implications Future Research, *Journal of Marketing*.
- .(1986); SERVQUAL:A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Spring,12-40.
- .(1991); Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*, 67(Winter),420-50
- .(1993); More on Improving Service Quality Measurement,*Journal of Retailing*(spring), 140-47

조현주 : 의료서비스의 품질 및 고객만족 관련 변수들의 관계에 관한 실증적 연구

- Pascoe. G. C. (1983), Patient satisfaction in primary health care : A literature review and analysis. *Evaluation and Program Planning*. 6. 185-210. cited in Headley.
- Richard L. Oliver,(1989) ; Effect of Satisfaction and Its Antecedents on Consumer Preference and Intention, *Journal of Consumer Satisfaction, dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 2, pp.88-93.
- Rubin,H R (1990) ; Patient Evaluation of Hospital Quality: A Review of The Literature *Medical Care*,28
- Smith,R & M. Houston(1983),Script-Based Evaluation of Satisfation with Services,In Berry,L.L.,G.L. Shostack, & Upah,eds.,*Emerging Perspectives on Services Marketing*. Chicago,IL:American Marketing Association.
- Ware, J. E. & Berwick, D. M. (1990) Conclusions and recommendations. *Medical care*, 28 (9), S39-S42.
- Ware. J. E. Snyder, M.K.,Wright W. R.,& Davies A. R.(1983) ; Defining and Measuring Patient Satisfation with Medical Care. *Evaluation and Program Planning*, 6 pp 247 - 263