

간호서비스에 대한 대상자의 기대와 만족에 관한 연구 - SERVQUAL척도의 적용 -

정 면 숙* · 윤 미 진**

I. 서 론

1. 연구의 필요성

우리사회가 겪고 있는 많은 변화와 발전은 사람들의 생활상과 사고방식을 크게 변화시켰고, 그 결과 건강의 개념이나 대처방식도 많은 변화를 겪고 있다. 또한 산업 간의 소득격차와 기업간의 경쟁이 더욱 심화됨에 따라 소비자들의 소비행동도 점차 세분화, 고도화되는 현상이 일어나면서 서비스에 대한 수요가 증대되는, 이른바 서비스의 경제화 현상이 대두되고 있다(이유재, 1999). 이에 과거에는 경쟁이나 변화의 필요성을 깨닫지 못했던 보건의료 서비스 분야에서도 의료기관의 증가와 함께 건강수요자들이 요구하는 서비스의 수준이 점차 높아짐에 따라, 조직의 생존 및 발전을 위해서 혁신적인 서비스 품질개선과 고객만족 경영체계로의 전환에 대한 필요성이 증가되고 있다(Molloy, 1994).

우리 나라의 의료계에서도 의료서비스 마케팅의 중요성이 강조되고 있으며, 간호학계에서도 간호서비스가 병원의 주요 생산요소로서 인식되고 기여도를 인정받을 수 있도록 하기 위해서는 의료서비스 마케팅의 전략적 초점으로서 간호부서가 새롭게 인식되어야 한다는 시각을 제시한 정면숙(1995)의 연구를 시작으로 간호서비스 마케팅에 대한 연구가 지속적으로 증가되고 있다. 그리하여 일부 종합병원, 클리닉, nursing home과 같은 현장에

서 서비스 품질과 대상자 만족에 대한 연구가 발표되고 그 결과를 간호현장에 적용하려는 노력이 시도되고 있다. 그럼에도 불구하고 수많은 인구가 근무하고 있고, 일차 건강 관리자로서의 역할이 중요시되는 산업현장에서의 산업 간호서비스에 대한 간호서비스마케팅에 대한 연구는 거의 없는 상태이다(Mitchell, 1999).

오늘날 간호개념의 변화와 건강에 대한 사회적 관심이 증대됨에 따라 산업장에서도 간호요구가 증대되고 있으며, 전체 인구 중 근로자의 비중도 높아져 2000년 우리나라 전체 인구 약 4,500만 명 가운데 노동인구는 2,073만 명이며(통계청, 2000), 이는 전체 인구중 46.1%를 차지하는 것으로 어느 보건분야보다 대상인구가 광범위하다.

근로자는 개인으로서는 물론 가족의 수입원, 조직의 구성요소라는 점에서 건강이 가지는 의미는 크며 이에 따라 근로자와 산업장의 건강을 관리하는 산업간호의 중요성도 증가되어야 한다. 그러므로 산업간호 서비스에 마케팅 개념을 도입해서 건강한 삶을 추구하고자 하는 대상자의 요구를 충족시켜줌과 동시에 조직의 이미지증진 등 공동의 목표를 달성할 수 있도록 노력할 필요가 있다.

이에 본 연구는 산업간호서비스에 대한 대상자의 차원별 서비스 품질을 분석하고 대상자 만족을 파악하여 세분화된 간호전략 모색과 대상자 중심의 간호서비스를 전개하기 위한 기초로 삼기 위해 수행되었다.

* 경상대학교 의과대학 간호학과 교수, 경상대학교 건강과학 연구원 노인건강연구센터

** 경상대학교 대학원 간호학과

2. 연구의 목적

본 연구는 유통업에 근무하는 근로자를 대상으로 이미 여러 분야에서 서비스 측정도구로서 그 신뢰도와 타당도를 널리 인정받고 있는 SERVQUAL을 이용하여 간호서비스의 기대와 지각, 중요도를 파악하고 간호대상자의 만족을 파악하여 간호서비스의 질 향상과 간호대상자 만족수준을 높이고자 하는데 목적이 있다.

- 1) 간호대상자의 간호서비스에 대한 항목별 중요도를 파악한다.
- 2) 간호대상자의 간호서비스에 대한 기대와 지각, 질(지각-기대)을 파악한다.
- 3) 간호대상자의 간호서비스에 대한 만족을 파악한다.
- 4) 간호서비스의 질과 만족과의 관계를 규명한다
- 5) 대상자의 일반적인 특성과 간호서비스의 기대, 지각, 만족과의 관계를 규명한다

3. 용어의 정의

1) 간호서비스 기대

이론적 정의 : 간호대상자가 간호서비스를 경험하기 전에 간호사가 제공해주기를 바라는 것에 대한 느낌을 말한다.

조작적 정의 : Parasurman(1991) 등이 개발한 SERVQUAL을 수정, 보완한 도구로 기대 요인 20항목으로 측정한 점수를 말한다.

2) 간호서비스 지각

이론적 정의 : 간호대상자가 간호사에 의해 제공된 간호서비스를 경험하면서 또는 경험 후에 갖게 되는 느낌을 말한다.

조작적 정의 : Parasurman(1991) 등이 개발한 SERVQUAL을 수정, 보완한 도구로 기대 요인 20항목으로 측정한 점수를 말한다.

3) 간호서비스의 질

이론적 정의 : 간호서비스란 건강의 회복, 질병의 예방, 건강의 유지와 그 증진에 필요한 지식, 기력, 의지와 지원을 갖추도록 직접 도와주는 활동(대한 간호협회, 1983)이며 품질이란 고객이 “원하는 바”를 실제로 충족시켜주는 정도이며, 이는 고객에 의해서 지각되고 평가된다(유동근, 1996).

조작적 정의 : 산업간호사가 산업공동체(Industrial community)를 대상으로 일차보건수준에서 제공하는 간호서비스를 Parasurman(1991) 등이 개발한 SERVQUAL을 본 연구에 맞게 수정, 보완해서 측정한 점수로서 각 항목별 지각과 기대의 차이를 합한 점수이다.

$$\text{서비스 품질} = \sum(P_i - E_i)$$

P_i = 실제 지각

E_i = 기대수준

4) 대상자 만족

이론적 정의 : 불일치된 기대와 대상자가 서비스경험에 대해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생된 종합적인 심리상태(Oliver, 1980)

조작적 정의 : 본 연구에서는 Larsen et al.(1979)에 의해 개발된 Client Satisfaction Questionnaire(CSQ) 산업간호 서비스에 맞게 수정, 보완한 8문항의 도구로 측정된 점수로 점수가 높을수록 만족도가 높음을 의미한다.

II. 문헌 고찰

1. 간호서비스 기대, 지각과 질

간호서비스에 대해서는 학자마다 다양하게 표현하고 있으나, 이들 표현의 공통점은 간호사가 그 대상자의 건강문제에 관심을 가지고 건강을 성취할 수 있도록 그의 신체적, 정신적, 정서적, 사회적, 영적 요구에 부응하도록 돋는 활동이라는 것과 간호를 서비스라는 관점에서 바라본다는 의미를 내포하고 있다.

간호서비스 기대(expectation)란 서비스 조직이 제공할 것이라는 개념보다는 제공해야 한다는 바램이다 (Parasuraman et al., 1988). Lewison(1989)에 의하면 기대된 서비스는 소비자가 기대하는 것으로 그 충족 정도에 따라 서비스 질의 수준이 결정되므로 기대요인은 사용자 중심의 관점에서 볼 때 서비스 질의 결정기준이 될 수 있다고 하였다.

간호서비스 지각(Perception)이란 제공된 서비스에 대한 대상자의 전반적인 판단이나 태도를 말하는 것으로 지각은 행동의 중요한 결정요인의 하나이고, 대상자가 지각하지 않는 단서는 대상자의 구매 의사결정 및 구매 행동에 어떠한 영향을 미치지 못한다.

Gronroos(1984)는 서비스 질을 대상자에 의해 주관적으로 인지되는 질이라는 주장을 펴면서 이를 ‘인지된

서비스 질(Perceived service quality)'이라고 하였다. 이것은 결국 인지한 질은 경험한 질수준에 의해 결정되는 것이 아니라 서비스 기대와 경험간의 격차에 의해서 결정된다는 것이다. 즉, 대상자의 서비스 질의 인지는 서비스를 받기 전 기대(Expected Service: ES)와 실제 지각한 서비스 경험(Perceived Service : PS)을 비교한 결과로 서비스 질은 대상자의 기대충족 여부에 따라 판단되는데 기대 초과시는 고객감동, 불충족시는 수용불가의 질로 인지된다.

2. SERVQUAL

SERVQUAL은 서비스 조직이 제공해야 한다고 느끼는 것(서비스 기대)과 실제 제공된 것에 대해 소비자가 지각하는 것과의 사이에 존재하는 차이(difference)나 괴리(gap)의 정도와 방향에 의해서 그 품질을 측정하는 것이다. Parasuraman은 이 SERVQUAL에 22개의 항목을 제시하였는데, 이 22개의 항목은 서비스 품질평가를 위해 다섯가지 차원으로 요약될 수 있다. 그리고 이 다섯가지 차원은 제공되어지는 서비스 종류와 관계없이 서비스 품질을 평가하는데 있어 고객에 의해 가장 중요하게 생각되는 것으로 보고되고 있으며 그 내용은 다음과 같다(Kitting & Lee, 1997)

유형성(tangibles) : 시설, 물품과 같은 물리적 외형과 직원, 또는 의사소통 방식

신뢰성(reliability) : 약속된 서비스의 실행 여부와 정확성 여부

반응성(responsiveness) : 고객을 기꺼이 도와주려는 의도와 즉시 서비스를 제공하려는 의도

확신성(assurance) : 직원들의 지식과 예의, 그리고 고객에게 신뢰와 확신을 주는 능력

감정이입(empathy) : 고객에게 제공되는 개별적 관심과 배려

Scardiana(1994)는 간호분야에서 SERVQUAL을 이용한 간호서비스 평가를 실시하였는데 이는 환자의 기대와 지각을 모두 사정함으로써 간호서비스의 전반적 분야의 개선방향을 결정 지을 수 있었다고 평가하였고, 이 미애(1998)와 임지영 등(2000)이 시행한 SERVQUAL 모형을 이용한 간호서비스 품질측정 연구에서는 측정도구의 타당성이 검증되었다.

3. 대상자 만족

대상자 만족이란 욕구와 기대에 최대한 부응한 결과 제품의 서비스의 재 이용이 이루어지고 아울러 고객의 신뢰감이 연속되는 상태를 가르키는 것으로, Megivern (1992)는 '대상자의 이상적 간호서비스에 대한 기대와 실제, 받은 간호에 대한 일치정도'라고 정의하였고, Risser(1975)는 대상자 관점에서의 평가가 병행되지 않는 간호의' 평가를 불완전한 것이라고 하였다. Mitchell (1999) 등은 대상자 만족 연구는 피드백을 위한 문제 영역을 확인하는데 있고, 대상자의 만족을 연구하는 것은 간호서비스 공급자에 의해 점점 중요함이 증가하고 있다고 하였다.

4. 서비스 질과 만족과의 관계

최근의 연구들을 살펴보면 서비스 품질과 고객만족은 상호 밀접한 관련성을 갖지만 분리된 개념이라는데 동의하고 있다(Bitner and Hurbert, 1994; Cronin and Taylor: Olive, 1993). 서비스 품질은 서비스의 다섯 가지 구체적인 측면에 대한 대상자의 지각을 반영하고 있고, 반대로 대상자 만족은 서비스 품질에 대한 지각뿐만 아니라 상황적인 요소와 개인적인 요소에 의해 영향을 받는 등 훨씬 포괄적이라고 할 수 있다(Fig.1).

그러므로 서비스 품질의 개념은 만족과 같이 구매 후 평가되는 사후 결정 개념이지만, 만족보다는 상황에 덜 영향을 받는 비교적 지속적이고 일반적인 개념이라는 두드러진 차이점과 함께 만족 및 태도 개념처럼 차기의 이용의도 및 행동을 예측하는데 지침이 되는 중요한 개념이라는 점에서 유사한 역할을 할 수 있다.

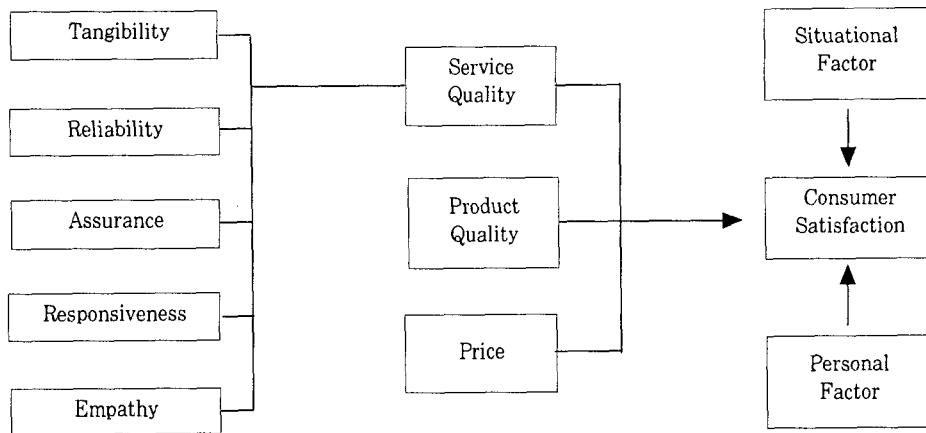
III. 연구 방법

1. 연구설계

본 연구는 간호서비스의 기대와 지각, 중요도, 질, 그리고 간호대상자의 만족을 측정하여 산업간호서비스의 세분시장 파악과 대상자중심의 간호서비스 마케팅 전략 구축을 위한 조사연구이다.

2. 연구대상

본 연구의 대상자는 경남의 D백화점의 근로자로 200명을 무작위 추출하여 선정하였다.



source: Zeithaml, V. A and M. J. Bitner(1996) Service Marketing

〈Fig 1〉 Relationship between Perceived Service Quality and Consumer Satisfaction

- 1) 간호서비스를 1회이상 이용한 경험이 있는 자
- 2) 연구에 참여하기로 동의한자

3. 연구도구

1) 간호서비스의 기대와 지각의 측정

본 연구에서 사용한 간호서비스 측정도구(기대, 지각, 중요도)는 Parasuraman, Zeithaml & Berry(1991)에 의하여 개발된 SERVQUAL을 연구자가 번역하여 산업간호서비스에 맞게 수정, 보완한 도구를 간호학 교수 1인, 산업간호사 3인에게 내용 타당도를 검증받은 후 2001년 7월 9일부터 7월 10까지 간호대상자 16인에게 의뢰하여 사전조사를 실시하고 그 결과를 토대로 이해하기 어렵거나 답하기 곤란한 문항을 수정, 보완하여 사용하였다. 도구는 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 감정성이 있다는 다섯가지 차원으로 구성된 총 20개 문항으로 구성되어 있다.

(1) 간호서비스 중요도

간호대상자가 간호서비스에 대해 얼마나 그 서비스를 중요하게 생각하는가를 측정하기 위한 중요도항목은 총 20개 항목이며 중요도는 “전혀 중요하지 않다”는 1점, “매우 중요하다”는 5점으로 표시하는 Likert척도로 구성하였고 점수가 높을수록 중요하게 생각하는 것을 의미한다. 전체 Cronbach' α 는 0.955로 나타났다.

(2) 간호서비스 기대

간호대상자가 간호사가 제공하는 간호서비스를 경험하기 전의 기대를 측정하기 위한 기대항목으로 총 20개 문항이며 기대치는 “전혀 아니다”는 1점, “매우 그렇다”는 5점으로 표시하는 5점 Likert척도로 구성하였고 점수가 높을수록 기대가 높음을 의미한다. 전체 Cronbach' α 는 0.977로 나타났다.

(3) 간호서비스 지각

간호대상자가 간호서비스를 경험한 각 간호서비스 속성에 대한 느낌을 측정하기 위한 지각항목으로 총 20개 문항이며 지각치는 “전혀 아니다”는 1점, “매우 그렇다”는 5점으로 표시하는 5점 Likert척도로 구성하였고 점수가 높을수록 지각이 높음을 의미한다. 전체 Cronbach' α 는 0.977로 나타났다.

2) 대상자 만족 측정도구

본 연구에서는 Larsen et al.(1979)에 의해 개발된 Client Satisfaction Questionnaire(CSQ)를 연구자가 번역하고 산업간호서비스에 맞게 수정, 보완하여 간호학과 교수 1인과 산업간호사 3인으로부터 신뢰도와 타당도를 검증 받은 후 2001년 7월 9일부터 7월 10까지 간호대상자 16인에게 의뢰하여 사전조사를 실시하고 그 결과를 토대로 이해하기 어렵거나 답하기 곤란한 문항을 수정, 보완하여 사용하였다. 본 연구에서의 Cronbach'

α 는 0.961로 나타났다

4. 자료수집기간 및 방법

자료수집은 2001년 7월 16일부터 7월 31일 까지 수집하였으며, 각 부서에 연구의 취지, 설문지 기재방법에 대한 교육 후 설문조사를 실시하였다.

설문지는 대상자에게 보건교육시간이나 건강관리실 이용 먼저 간호서비스에 대한 중요도와 기대 설문지를 배부하여 답을 하게 하였으며 보건교육이나 건강관리실 이용 후 지각, 만족도, 일반적인 특성에 대한 설문지를 배부한 후 작성하도록 요청하였다. 배부된 설문지 200부 중 회수는 198부 되었으며 이중 응답이 불성실한 7부를 제외하고 191부를 분석에 이용하였다.

5. 자료분석

수집된 자료는 SPSS 10.0 통계패키지를 이용하여 분석하였으며 인구통계학적 자료는 기술적 통계분석을, 그룹간 비교는 t-test, 상관관계 분석, 회귀분석, One-way ANOVA를 실시하였다.

IV. 연구 결과

1. 대상자의 일반적인 특성

간호대상자의 평균연령은 34세로 20대가 가장 많은 39.3%를 차지하였고 30대가 32.54%로 나타났고, 성별로는 남자가 44%를 여자가 164명으로 56%를 차지하였으며 결혼상태는 기혼이 58.1%를 미혼이 38.7%, 기타가 3.1%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

교육상태는 고졸이 58.6%를 대졸이 30.4%를 나타내었고 5년 이상에서 10년 미만이 102명으로 26.2%를 나타내고 있으며 근무연한은 평균 9년으로 1년에서 5년 미만이 42.9%를 차지하고 5년 이상에서 10년 미만이 19.4%를 나타내었으며, 평균 월수입은 164만원으로 100만원 이상 200만원 미만이 56.5%를 차지하였고 서비스 이용횟수는 평균 28회로 1에서 5회가 58.6%로 가장 많았고 타 산업장 간호서비스 이용경험은 있다가 25.1%, 없다가 74.9%, 건강에 대한 관심도는 '많다'가 34%, '중간'이 63.4%, '적다'는 2.6%로 나타났다 (Table 1).

〈Table 1〉 General Demographic characteristics of subjects
(N=191)

variables	division	frequency	percent
Age	above 20	75	39.3
	above 29	62	32.5
	above 40	39	20.4
	above 50	15	3.1
Gender	Male	84	44.0
	Female	107	56.0
Marital status	Marriage	111	58.1
	Single	74	38.7
	Others	6	3.1
Educational Background	Elementary	3	1.6
	Middle school	9	4.7
	High school	112	58.6
	University	58	30.4
	Graduate school	9	4.7
Experience	1~ below 5 years	82	42.9
	5~ below 10 years	37	19.4
	10~ below 15 years	27	14.1
	15~ below 20 years	26	13.6
	above 20 years	19	9.9
Income (unit : 1000won)	below 1000	17	8.9
	1000 ~ below 2000	108	56.5
	2000 ~ below 3000	55	28.8
	3000 ~ below 4000	11	5.8
Number of visiting	1~5 times	112	58.6
	6~50 times	42	22.0
	above 51 times	37	19.4
Experience of using service	Yes	48	25.1
	No	143	74.9

2. 간호서비스의 항목별 중요도

간호대상자가 인지하는 간호서비스의 항목별 중요도를 알아보기 위해 중요도 분석을 실시하였다 (Table 2).

유형성 차원에서는 '건강관리실에는 필요한 의료기구를 잘 갖추고 있어야 한다'의 항목이 평균 4.38로 제일 중요하게 생각하고 있었고 신뢰성 차원에서는 '간호사는 대상자에게 문제가 생길 때 관심을 보이고 해결해 준다'의 항목이 평균 4.30으로 제일 높은 점수를 나타내었다. 반응성 차원에서는 '간호사는 대상자에게 신속한 서비스를 제공해야 한다' 항목이 평균 4.20로 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 확신성 차원에서는 '간호사는 건강문제에 대한 충분한 지식과 기술을 가지고 있다' 항목이 평균 4.32로 매우 중요하게 생각하는 것으로 나타

〈Table 2〉 Perceived Importance for the 5 dimensional Nursing Services

Items	Service Contents	Mean	SD
Tangibility	new equipment	4.38	0.70
	nurse's good appearance	4.24	0.68
	providing nursing service in good facilities	3.97	0.75
	hygiene of nursing room	4.20	0.71
	Mean	4.20	0.52
Reliability	providing nursing service on time	4.15	0.73
	giving concern client's problems	4.30	0.67
	providing dependable nursing care	4.09	0.72
	accurately keeping client's records	4.06	0.74
	Mean	4.15	0.57
Responsiveness	giving information about service time	3.98	0.82
	providing immediate nursing service	4.20	0.65
	willingly helping the client needs	4.07	0.73
	immediately reacting to the client's needs	3.98	0.73
	Mean	4.06	0.58
Assurance	givings trustable	4.12	0.81
	givings assurance about reliable care	4.04	0.72
	doing polite attitude	4.04	0.73
	possessing nursing knowledge as performing own job	4.32	0.78
	Mean	4.13	0.63
Empathy	providing individual nursing care about personal concerns	3.57	0.84
	understanding to the client's needs	3.87	0.74
	concerning about client's interest at heart	3.98	0.72
	operating hours to the client	3.93	0.76
	Mean	3.84	0.66

났다. 감정이입 차원에서는 '간호사는 대상자에게 성의 있는 관심을 보인다' 항목이 평균 3.98로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

전체적으로 중요도 평균은 4.076으로 간호서비스의 속성을 중요하게 생각하고 있고 유형성, 신뢰성, 확신성, 반응성, 감정이입 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

3. 항목별 간호서비스의 기대, 지각

1) 간호서비스의 기대 및 지각

간호서비스에 대한 각 차원별 기대 및 지각, 절은 다음과 같은 결과로 나타났다(表 3)。

유형성 차원에서 기대점수가 가장 높은 것은 평균 3.97로 '건강관리실은 청결하고 깔끔하게 갖추어져 있을 것이다' 항목으로 나타났고 지각요인에서는 '간호사는 단정한 용모로 깨끗한 느낌을 주었다' 항목으로 평균 3.80으로 가장 높게 지각되었다.

신뢰성 차원에서 기대요인에는 '간호사는 대상자에게 문제가 생길 때 관심을 보이고 해결해 줄 것이다' 항목이

평균 3.97로 가장 높은 기대를 하고 있으며, 지각 요인에도 이 항목이 평균 3.75로 높게 지각되었다.

반응성 차원에서 기대요인에는 '간호사는 항상 대상자에게 기꺼이 도움을 줄 것이다' 항목이 평균 4.00으로 높은 기대를 나타내었고, 동일하게 지각요인에서도 평균 3.81로 이 항목이 높은 점수를 나타내고 있다.

확신성 차원에서 기대요인에는 평균 4.02로 '간호사는 대상자가 안심하고 간호를 받을 수 있게 해 줄 것이다' 항목이 가장 높은 점수를 나타내고 있으며, 지각요인에서도 동일 항목이 평균 3.79로 높은 지각을 하고 있음을 보여주고 있다.

감정이입 차원에서는 기대요인의 '간호사는 대상자에게 성의 있는 관심을 보일 것이다' 항목이 평균 3.85로 가장 높게 기대를 하고 있으며 지각요인에서도 동일 항목이 평균 3.65로 가장 높은 지각을 하고 있음을 나타내고 있다.

이상에서 간호서비스에 대한 기대는 확신성, 신뢰성, 반응성, 유형성, 감정이입 순으로 간호대상자들이 기대를 하고 있으며, 지각 또한 확신성, 신뢰성, 반응성, 유형성, 감정이입 순으로 지각하고 있음을 나타내고 있음을

보여준다.

2) 지각된 간호서비스 질(Table 3)

지각된 간호서비스 질은 유형성 차원에서는 '간호사의 단정한 용모'에 대한 항목이 $-0.15(p=0.008)$ 로 나타나서 가장 높은 서비스 질을 나타내었다. 그리고 유형성의 전체적 차원의 서비스에 대한 질은 $-0.36(p=0.000)$ 으로 나타났고 기대와 지각의 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다.

신뢰성 차원에서의 서비스 질은 '서비스 제공시간의 준수' 항목이 $-0.18(p=0.005)$ 로 가장 높은 점수를 나타내었으며, '간호기록에 대한 보존' 항목이 $-0.32(p=0.000)$ 로 가장 낮은 점수를 보였다. 신뢰성의 전체적 차원의 서비스 품질은 $-0.24(p=0.000)$ 로 나타났고,

기대와 지각의 차는 통계적으로 유의하게 나타났다.

반응성 차원에서 가장 높은 서비스 질의 항목은 '이용 시간안내'로 $-0.03(p=0.000)$ 로 나타났고, '신속한 서비스 제공' 항목이 $-0.22(p=0.001)$ 의 가장 낮은 서비스 질을 보였다. 반응성의 전체적 차원의 서비스 질은 $-0.23(p=0.000)$ 로 나타났고 기대와 지각의 차는 통계적으로 유의하게 나타났다.

확신성 차원에서의 서비스 질이 가장 높은 항목은 '안심할 수 있는 간호 제공'으로 $-0.11(p=0.000)$ 로 나타났으며, '대상자에게 확신감 제공' 항목이 $-0.32(p=0.000)$ 로 가장 낮은 서비스 질을 보였고, 확신성의 전체적 차원의 서비스 질은 $-0.25(p=0.000)$ 로 나타났으며 기대와 지각요인은 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

감정이입 차원은 전체적으로 기대와 지각 차이가 가장

〈Table 3〉 Expectation, Perception and Perceived Quality for Each Items of Nursing Services

5 Items of Nursing Services	Expectation (SD)	Perception (SD)	Perceived Quality (P-E)	t	P
<u>Tangibility</u>					
up-to date equipment	3.76(0.84)	3.33(0.89)	-0.43	5.90	0.000
nurse's good appearance	3.95(0.69)	3.80(0.69)	-0.15	2.70	0.008
providing nursing service in good facilities	3.88(0.82)	3.37(0.89)	-0.51	7.30	0.000
hygiene of nursing room	3.97(0.82)	3.63(0.84)	-0.34	5.15	0.000
Mean	3.89(0.67)	3.53(0.68)	-0.36	6.87	0.000
<u>Reliability</u>					
providing nursing service on time	3.91(0.79)	3.73(0.79)	-0.18	2.87	0.005
giving concern client's problems	3.97(0.81)	3.75(0.85)	-0.22	3.30	0.001
providing dependable nursing care	3.95(0.81)	3.72(0.85)	-0.23	3.43	0.001
accurately keeping client's records	3.88(0.84)	3.56(0.89)	-0.32	4.95	0.000
Mean	3.93(0.69)	3.69(0.71)	-0.24	4.69	0.000
<u>Responsiveness</u>					
giving information about service time	3.84(0.85)	3.54(0.92)	-0.03	4.12	0.000
providing immediate nursing service	3.98(0.77)	3.76(0.90)	-0.22	3.44	0.001
willingly helping the client needs	4.00(0.79)	3.81(0.84)	-0.19	3.00	0.003
immediately reacting to the client's needs	3.80(0.90)	3.62(0.94)	-0.18	2.72	0.007
Mean	3.91(0.72)	3.68(0.79)	-0.23	4.05	0.000
<u>Assurance</u>					
givings trustable	3.93(0.85)	3.61(0.94)	-0.32	4.35	0.000
givings assurance about reliable care	4.02(0.81)	3.79(0.83)	-0.11	3.56	0.000
doing polite attitude	3.94(0.85)	3.75(0.92)	-0.19	2.60	0.010
possessing nursing knowledge as performing own job	4.01(0.81)	3.77(0.86)	-0.24	3.66	0.000
Mean	3.98(0.71)	3.73(0.79)	-0.25	4.29	0.000
<u>Empathy</u>					
providing individual nursing care about personal concerns	3.52(0.89)	3.44(1.00)	-0.08	1.06	0.289
understanding to the client's needs	3.74(0.84)	3.53(0.90)	-0.21	3.38	0.001
concerning about client's interest at heart	3.85(0.87)	3.65(0.93)	-0.02	2.98	0.003
operating hours to the client	3.72(0.91)	3.49(0.95)	-0.23	3.59	0.000
Mean	3.71(0.78)	3.53(0.86)	-0.18	3.19	0.002
Total mean	3.881(0.646)	3.633(0.690)	-0.252	5.309	0.000

〈Table 4〉 Consumer Satisfaction Score for Each Items of Nursing Services

Item	Mean	SD
How would you rate the quality of service you have received?	3.72	0.76
Did you get the kind of service you wanted?	3.63	0.86
To what extent has our program met your needs?	3.50	0.93
If a friend were in need of similar help would you recommend this program?	3.74	0.94
How satisfied are you with the amount of help you have received?	3.63	0.94
Have the services you received helped you to deal more effectively with your problems?	3.57	0.87
In an overall general sense, how satisfied are you with the service you have received?	3.71	0.90
If you were to seek help again, would you come back to our program?	3.82	0.95
Mean	3.67	0.77

작은 차이를 나타내어 서비스 질이 5가지 차원 중 가장 높게 나타났으며, 그중 서비스 질이 가장 높은 항목은 '간호사의 성의있는 관심'의 $-0.02(p=0.003)$ 로 나타났고, '요구에 대한 정확한 이해' 항목이 $-0.21(p=0.001)$ 로 가장 낮은 서비스 질을 나타내었다. 감정이입의 전체적 차원의 서비스 질은 $-0.18(p=0.002)$ 로 나타났고 기대와 지각요인은 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

항목별 t-test 결과 감정이입의 '인간적인 관심' 1항목을 제외하고는 모두 통계적으로 유의한 부정적 차이를 보이고 있음을 알 수 있다.

총 평균평점을 통해 기대와 지각간의 차이를 알아보기 위한 paired t-test 결과 산업장의 간호대상자가 갖는 기대와 지각간에는 유의한 차이가 있음을 알 수 있었다 ($t=5.309, p=0.000$)'

요약하면 간호서비스를 이용하는 간호대상자들이 간호서비스에 대한 기대수준과 실제 이용해본 후 느끼는 지각간의 차이는 간호대상자의 기대가 실제 지각에 비해 낮아서 부정적 불일치로 인한 불만족 상태에 있음을 보였다.

4. 간호대상자의 만족도

간호대상자의 만족도를 살펴보면 간호서비스 재이용 의도 항목에서 가장 높은 평균점수인 3.82로 나타났고, 그 다음으로 간호서비스 추천의사 항목이 평균 3.74로

나타났으며 원하던 양의 서비스 제공 항목에서 가장 낮은 점수인 평균 3.50을 나타내었다. 전체적으로 평균 3.67로 간호서비스에 대한 만족도를 나타내었다(〈Table 4〉).

5. 간호서비스에 대한 질이 대상자 만족에 미치는 영향

간호서비스에 대한 실제 지각과 기대의 차이인 간호서비스에 대한 질과 대상자 만족간의 상관관계를 분석한 결과, $r=0.461$ 로 양의 상관관계를 가지고 있는데 이는 간호대상자가 지각하는 서비스 품질이 높으면 간호대상자가 느끼는 전반적인 만족도 높아지는 정의 방향성을 나타내며, 회귀분석을 한 결과, 간호서비스의 질 구성요인은 만족에 대해 $R^2 = 22.9\%$ 의 설명력을 나타내었다(〈Table 5〉).

1) 간호서비스 질이 차원별로 만족에 미치는 상대적인 영향

간호대상자의 만족에 영향을 미치는 지각된 간호서비스의 질을 차원별로 알아보기 위해 단계적 회귀분석을 이용해 본 결과, 대상자 만족에 영향을 미치는 간호서비스의 질 구성 요인은 확신성, 감정이입 순으로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이들은 전체변이의 21.8%를 설명하였으며 모두 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다(〈Table 6〉).

〈Table 5〉 The Relationship Between Perceived Nursing Services Quality and Consumer Satisfaction

Nursing Services Quality	Consumer Satisfaction $r = 0.461$	R ²	Adj-R ²	F	P
		0.229	0.208	10.959	0.000

〈Table 6〉 The Effect of Each Dimensional Nursing Service Quality to the Consumer Satisfaction

level	Variables	Partial R ²	Model R ²	F	P	β	T	P
1	Assurance	0.190	0.190	44.343	0.000	0.252	2.733	0.007
2	Empathy	0.028	0.218	26.256	0.000	0.244	2.609	0.010

6. 일반적인 특성과 기대, 지각, 서비스 품질, 만족 과의 관계

성별, 연령, 종교, 교육정도, 근무연한, 수입, 서비스 이용횟수, 타 산업장 간호서비스 이용경험, 건강관심도 등은 간호서비스에 대한 기대, 지각, 지각된 간호 서비스의 질, 만족도 등에 그룹간 차이를 나타내지 않았다.

V. 논 의

대상자들이 인지하는 간호서비스의 차원별 중요도를 살펴보면, 간호대상자들은 유형성, 신뢰성, 확신성, 반응성, 감정이입 순으로 나타났다. 이는 Lumby(2000)의 결, 직장 수술을 경험한 환자를 대상으로 SERVQUAL을 이용한 연구에서 병원 물리적 환경과 시설, 약속된 간호수행의 신뢰성, 기꺼이 도와주려는 자세와 즉각적인 서비스 순으로 중요도 순위가 나타난 결과와 동일하였다. 또한 Scardina(1994)가 SERVQUAL을 활용해서 심장 수술 환자를 대상으로 연구한 결과, 중요도는 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 감정이입 순으로 나타나 본 연구 결과와 일치하고 있으며, 유형성을 간호대상자들이 가장 중요하게 생각하는 것은 간호 대상자들이 1차적인 간호 서비스를 제공하는 건강관리실 및 기타 간호서비스 제공 장소를 병원의 세부적인 의학, 간호 처치를 하는 시스템화된 구조와 비교하여 병원과 같은 구조를 갖추고 있는 것이 신뢰가 가는 간호서비스를 제공하는 첫 번째 요인으로 생각하는 것으로 사료된다.

간호서비스에 대한 기대와 지각요인은 모두 확신성, 신뢰성, 반응성, 유형성, 감정이입 순으로 높은 점수를 보였고, 기대와 지각의 순위가 동일하게 나타났는데 이는 산업장의 간호 대상자들이 제공될 간호서비스에 대해 기대한 만큼 같은 수준으로 지각하였음을 나타낸다. 또한 중간수준의 기대점수를 보인 반응성이 지각 점수에서도 중간 수준으로 나타났다.

본 연구에서 간호대상자들은 간호서비스에 대한 지각의 평균이 3.63, 간호서비스에 대한 기대의 평균이 3.88로 간호대상자가 지각한 서비스의 질은 -0.25의 부정적 불일치가 존재하였다. 3차 의료기관을 대상으로 의료소비자의 의료서비스 품질분석을 실시한 강은아(1998)의 연구에서 서비스 품질은 -0.36으로 부정적 불

일치를 보였다. 이처럼 본 연구결과는 물론이고 두 편의 선행연구에서도 간호대상자들이 지각하는 간호서비스에 대한 질은 불만족한 것으로 나타나서 간호서비스 전반에서 새로운 검토가 필요함을 제시해주는 결과라고 볼 수 있다. 또한 본 연구에서 기대, 지각요인에서 가장 낮은 점수를 보이고 있는 감정이입 차원이 지각된 간호서비스의 질 측면에서는 가장 높게 나타났는데, 이러한 원인으로는 아직까지 대상자들이 간호서비스의 감정이입 차원에 대해서는 기대가 낮아서 서비스의 질을 지각과 기대와의 차이로 보았으므로 실제 측정된 지각 점수가 낮음에도 불구하고 간호서비스에 대한 질은 가장 높게 나타난 것이라고 보인다. 그러므로 간호대상자에게 간호서비스를 제공할 때 신체뿐 아니라 정서적인 접근 전략제시도 필요하다는 사실이 도출되었다.

간호서비스에 대한 간호대상자의 전반적인 만족도는 평균 3.67로 비교적 높게 나타났으며, 간호서비스에 대한 재이용 의도 및 추천의사도 높게 나타났다.

간호대상자의 전반적인 만족에 대해 간호서비스 질 구성요인의 설명력은 22.9%로 나타났으며 간호서비스 질 구성 요인 중 확신성이 전반적인 만족에 미치는 상대적 영향이 매우 크게 나타났는데, 이는 이선아(1998)의 연구에서 간호서비스 품질 중 전반적인 만족에 영향을 주는 속성으로 고객이해성(감정이입)을 든 결과와는 다르게 나타난 결과이다. 그런데 이는 병원 대상자와 산업장 대상자의 서비스 요구 종류의 차이에서 기인한다고 사료된다. 서비스의 질은 만족에 강한 양의 상관관계를 나타낸다는 결과는 이승대(2000)의 종합병원의 의료서비스 질 측정과 고객만족에 관한 연구와 강수원(1995)의 의료서비스 질이 의료소비자 만족에 미치는 영향에 관한 실증적 연구에서와 동일하게 양의 상관관계를 나타내고 있다. 따라서 앞으로 간호서비스의 질을 예측하는 변수로서 서비스 만족 측정도구의 사용이 가능하므로 간략하고 편리하게 임상에서의 활용성을 제시할 수 있다. 그리고 본 연구에서 간호서비스의 질이 만족에 미치는 상대적 영향에서 확신성, 감정이입 순으로 높은 설명력이 있는 것으로 나타났는데, 이는 대상자 중심의 간호서비스 제공시 서비스 품질 차원 중 확신성, 감정이입, 유형성 차원에 비중을 두어 전략을 수립해야 된다는 사실을 제시하고 있다.

VI. 결론 및 제언

1. 결 론

본 연구는 기대-불일치 패러다임을 기반으로 하여 간호대상자의 간호서비스에 대한 기대와 지각, 중요도, 그리고 이들 지각과 기대간의 차이인 간호서비스의 질을 분석하고, 이와 함께 간호대상자의 간호서비스 만족을 파악하여 간호서비스의 세분시장 파악과 대상자 중심의 간호서비스를 위한 기초자료를 제시하고자 수행되었다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1) 대상자의 일반적인 특성은 다음과 같다.

간호대상자의 평균연령은 34세이며, 남자가 44%를 여자가 164명으로 56%를 차지하였으며 기혼이 58.1%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

교육상태는 고졸이 58.6%를 차지하고, 근무연한은 평균 9년, 평균 월수입은 164만원으로, 서비스 이용횟수는 평균 28회로 나타났으며, 타 산업장 간호서비스 이용 경험은 있다가 25.1%, 없다가 74.9%, 건강에 대한 관심도는 상이 34%, 중이 63.4%, 하가 2.6%로 나타났다.

2) 간호서비스의 차원별 간호서비스 중요도 및 기대, 지각, 간호서비스의 질을 분석해보면 중요도 요인은 유형성, 신뢰성, 확신성, 반응성, 감정이입 순으로 중요하게 생각하고 있고, 기대와 지각은 동일하게 확신성, 신뢰성, 반응성, 유형성, 감정이입 순으로 나타났으며, 간호서비스의 질은 감정이입(-0.18, p=0.002), 반응성(-0.23, p=0.000), 확신성(-0.25, p=0.000), 신뢰성 (-0.24, p=0.000), 유형성(-0.36, p=0.000)으로 부정적 불일치가 존재하여 불만족을 느끼는 것으로 나타났다.

3) 간호서비스에 대한 대상자 만족은 평균 3.67로 나타났으며 간호서비스 재이용 의도와 추천의사 순으로 높은 점수를 나타냈다.

4) 간호서비스의 질이 만족에 미치는 영향은 R^2 값이 22.9%로 나타났으며, 확신성, 감정이입 순으로 설명력이 높게 나타났고, 결과적으로 지각하는 간호서비스의 질이 높을수록 전반적인 만족은 높아지는 것으로 나타났다.

2. 제 언

1) 간호서비스가 간호대상자들의 필요와 요구를 직접적으로 반영할 수 있도록 기대와 지각의 차이를 확인할 수 있는 괴리분석연구의 반복이 필요하다고 사료된다.

2) 본 연구에서 자료수집장소를 유통업체로 한정하여 연구하였는데 후속 연구로는 산업장 여러 곳을 대상으로 간호서비스의 질과 대상자 만족을 연구하고, 이에 따른 대상자별 표적 마케팅의 필요성이 요구된다.

References

- Bitner, Mary (1990). Evaluating service Encounters : The Effects of physical Surroundings and Employee Response. *Journal of Marketing*, pp. 69-82
- Cho, S. D. (2000). *The Measurement of Quality of Health Service at General Hospital and Main Factor Influencing Customer Satisfaction*. Graduate School Chung Ang University. The Doctoral Thesis.
- Cooper (1994). *Health Care Marketing*. An Aspen Pub.
- Cronin, Taylor (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, July, 55-68.
- Duffy et al. (2001). A Comparative Study of Resident, Family and Administor Expectations for Service Quality in Nursing Homes. *Health care Management Review*, 26(3), 75~78.
- Gronroos, I. (1984). A Service Quality Model and its Marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44.
- Joo, M. K. (2001). *A Study of Consumer-Oriented Nursing Service Quality Determinants -SERVQUAL Model based-*. Department of Nursing Graduate School, Seoul National University, The Doctoral Thesis.
- Jung, M. S. (1995). *An Analysis of Image For the Repositioning of Hospital Nursing Services*. Department of Nursing Graduate

- School Seoul National University. The Doctoral Thesis.
- Kang, E. A. (1998). *An Analysis of Consumer's Perceived Hospital Service Quality Using The SERVQUAL*. Gyeongsang National University. Graduate School. The Master's Thesis.
- Kang, S. W. (1995). *An Empirical Study on The Influence of Medical Service Quality on Medical Consumer Satisfaction*. Graduate School Han Nam University. The Doctoral Thesis.
- Kim, H. J. (1992). *Occupational Health Nursing*. Soo Moon Sa.
- Kim, J. Y. (2000). *Development of Community -Based Occupational Health Service Model in Small - Scale Enterprises*. Graduate School Ewha Womans University. The Master's Thesis.
- Kwon, J. S. (1999). *A Study on The Patient Experience of and Patient Satisfaction With Nursing Care in a General Hospital*. Graduate School Ewha Womans University. The Master's Thesis.
- Lee, M. A. (1999). *Nursing Service Quality Analysis For Nursing Service Repositioning*. Department of Nursing Graduate School Kyung Hee University. The Doctoral Thesis.
- Mitchell et al. (1999). Client Satisfaction with Nursing Service. *AAOHN Journal*, 47(2), 74~79.
- Molly, G. E. (1994). How to Market Specialized Care. *Nursing Home*, April, 32-37.
- Oliver (1993) Cognitive, Affective, And Attribute Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, vol.20, pp.418-430.
- Parasuraman, Zeithaml, Berry (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58(Jan), 11-124.
- Risser (1975). Development of an Instrument to Measure Patient Care in Primary Care Setting. *Nursing Research*, 24(1), 45-51.
- Scardina (1994). SERVQUAL: A Tool for Evaluating Patient Satisfaction with Nursing Care. *Journal of Nursing care Quality*, 8(2), 38~46
- Yoo, D. K. (1996). A Study on Quality Perception and Satisfaction for Medical Service Marketing. *The Journal of Korean Administrative Nursing*, 2(1), 97-114.
- Zeithaml, V. A., M. J. Bitner (1996). *Service marketing*. McGraw-Hill Co. Inc.

- Abstract -

A Study on the Consumers' Expectation, Perception, Quality, and Satisfaction with the Industrial Nursing Services

Jung, Myun Sook* · Youn, Mi Jin**

The purpose of this study was to analyze consumers' expectation, perception and satisfaction. The subjects in this study were 200 employees who were employed in a department store. They experienced nursing services from the primary care center at the department store.

The results were as follows:

1. The rank of perceived significance of nursing services is tangibility, reliability, assurance, responsiveness, and empathy, respectively.

* Professor, Department of Nursing, Gyeongsang National University.
Gyeongsang Institute of Health Science, Gerontological Research Center

** Gyeongsang National University, Graduate school

2. The rank of perceived service quality is empathy, responsiveness, assurance, reliability, and tangibility.

3. The rank of expectation and the rank of perception about nursing services are same. They are assurance, reliability, responsiveness, tangibility, and empathy respectively.

4. The regression analysis, which related the effect of perceived service quality to consumers' satisfaction, had R² value of 22.9%.

From the above results, it can be concluded that the higher consumers' satisfaction can be explained by the greater perceived service quality.

Key words : Expectation of Nursing services,
Perception of Nursing services,
Consumer satisfaction, SERVQUAL,
Nursing Marketing