

## 치과 병·의원의 의료서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 관한 연구

김양균\*<sup>†</sup>, 정기택\*, 안영송\*\*, 이상은\*\*\*, 장영화\*\*\*, 한보라\*\*\*

경희대학교 경영대학 의료경영학과\*, 경희대학교 경영대학원\*\*, 경희대학교 대학원 경영학과\*\*\*

### <Abstract>

### The Influence of Dental Service Qualities on The Patient Satisfaction and Royalty in Dental Clinics and Hospitals

Yang Kyun Kim\*<sup>†</sup>, Ki-Teak Jung\*, Young Song Ann\*\*, Sang Eun Lee\*\*\*

Young Hwa Jang\*\*\*, Bo Ra Han\*\*\*

*Department of Health Service Management, College of Business, Kyung Hee University\**

*Department of Medical Management of Business Administration, School of Business,*

*Kyung Hee University\*\*, Department of Management of Business Administration,*

*School of Graduate, Kyung Hee University\*\*\**

The purpose of the study is exploring the relationship among patient perceived quality of dental care, satisfaction, and royalty in dental clinics and hospitals. The observation of the study is outpatient visiting dental clinics and hospitals located in Seoul and Kyung-Gi Do area, and surveyed the outpatients. The contents of the survey are consisted with questions including quality of care perceived by the patients, costumer satisfaction, and royalty, and measurement for each question is using five point Likert scale.

According to result of bi-variate analysis, there was the significant relationship among

---

† 교신저자 : 김양균(02-961-0748, lukekim@khu.ac.kr)

specialized care, value of the care, and kindness in quality of dental services, level of care in dentists significantly influenced on costumer satisfaction and costumer royalty, and there was the significant relationship between costumer satisfaction and royalty.

According to result of regression analysis on the costumer satisfaction, the costumer satisfaction positively related with the convenience of facility, specialized care, value of care, patient age, number of visit, and spend time for treatment, and housewives and self-employees were likely to satisfy on care than regular employees.

By result of full regression model and reduced model on costumer royalty, satisfaction could explain 86% on the costumer royalty such as re-visit and promoting other people, and increase of explain power is not significant when other independent variables joined model (full model). Considering efficiency of model, costumer royalty could be explained by satisfaction only rather than other independent variables used.

Finally, This study shows that the social-demographic variables of patient influenced the patient satisfaction, and the patient satisfaction influenced patient royalty directly.

*Key Words : Perceived Quality of Dental Care, Costumer Satisfaction, Costumer Royalty, Regression, Full Model, Reduced Model*

## I. 서 론

### 1. 연구의 필요성

오늘날 수요와 공급이 이루어지는 시장은 생활수준과 교육수준이 향상되고 다양한 매체를 통한 정보에 대한 접근이 용이해지면서 각 분야에 걸쳐 소비자들이 다양한 선택 대안들 속에서 자신들의 가치를 만족시킬 수 있는 제품을 선택하는 소비자 중심 시장으로 변모하고 있다. 의료분야에 있어서도 경제적 성장과 더불어 건강에 대한 관심의 증가와 인식의 변화로 의료서비스에 대한 국민들의 욕구는 지속적으로 증가하고 있는 실정이다. 또한 치과 병·의원을 포함한 의료기관의 신설 및 기존 의료기관의 확장에 따른 의료공급의 증대는 병원간의

경쟁을 심화 시켰고, IMF체제 이후 더욱 가속화된 국제화의 진전과 이에 따른 의료시장개방은 의료계를 무한경쟁의 상황으로 치닫게 하고 있다. 이러한 변화 속에서 의료소비자의 의식 전환과 높은 기대수준은 그들로 하여금 의료서비스의 구매주체로서 적극적인 행동을 보이며, 고품질의 의료서비스를 요구하게 하였다.

이러한 의료환경의 변화를 통해 고객은 자신을 만족시킬 수 있다고 판단되는 의료기관을 선택하게 되고, 또한 첫 번째 방문을 통해 만족된 고객은 재 방문을 하게 되고, 또한 다른 환자 및 고객들에게 자신이 만족하는 의료기관을 권하게 됨으로써 촉진을 위한 주체로 행동하게 된다. 이러한 고객의 결정에는 일련의 과정들이 결부되어 지는데, 이를 나누어보면 크게 의료서비스의 질(품질), 고객의 만족도, 그리고 고객의 충성도의 확보이다. 특히, 보건의료에서 서비스의 질은 고객 스스로가 평가하는 기준에 가장 크게 영향을 받는다고 한다 (Georgett, 1997).

고객이 인지하는 의료서비스의 질에 대한 중요도가 증대되면서 고객이 인지하는 의료서비스의 질이 고객 만족도와 고객 충성도에 어떠한 영향을 미치는가를 전략적 차원에서 조사해야 할 필요성이 대두되고 있다. 또한 고객의 만족도는 전체적인 서비스에 대해 고객이 느끼는 만족도이다. 높은 만족도를 가진 고객들은 재방문 한다거나 다른 고객들에게 구전하는 행위를 통해 의료기관에 대한 고객 충성도라를 표현하게 된다.

하지만 현재까지 한국에서의 의료서비스의 만족도와 충성도에 관한 연구는 system적인 접근방법보다는 부분적인 주제를 중심으로 하여 이루어 졌기 때문에, 고객의 만족도가 영향을 주는 고객의 충성도와 같은 최종적인 효과를 의료 재이용만을 국한하여 조사한 경우가 주를 이루고 있으며, 다른 미래고객에 대한 촉진부분(구전)을 나누어 생각하지 않고 있다. 그리고 부분적인 주제에 치중함으로 인해, 개념 상호간의 관계의 분석에 있어서도 정확한 관계를 설명해 주지 못하고 있는 실정이다.

## 2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 첫째, 설문을 이용하여 질문되어진 문항을 변수(variate)화하여 비슷한 질문문항들이 포함되는 개념(construct)을 나누어 보고, 둘째, 이렇게 나누어진 개념들 또는 변수들이 고객의 만족도에 어떻게 영향을 주는가를 조사하며, 셋째, 고객의 만족도가 실제로 고객의 충성도 즉, 재방문과 다른 사람들에게 추천으로 연결되는가를 조사하는 것이다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 의료서비스 품질과 고객만족의 관계

서비스 품질과 고객만족의 관계는 복잡한 양상을 띠고 있으며 학자에 따라 서로 상반되는 견해가 존재한다. Anderson, Fornell & Lehmann(1994)은 고객만족과 지각된 서비스 품질의 차이를 구체적으로 제시하고 있다. 첫째, 고객은 만족을 하기 위해서 서비스 또는 제품의 경험이 필요하지만 품질을 실제 소비경험이 없이도 지각될 수 있다. 둘째, 고객만족은 가치에 의존하는데 여기서 가치는 가격에 대한 지각된 품질의 비율로 또는 지불비용에 대한 얻어진 혜택의 비율로 보고 있다. 셋째, 품질이 서비스 또는 제품에 대한 고객의 현재시점의 지각을 포함하는 것으로 보는데 고객만족은 고객지각, 과거의 경험, 미래의 예견된 경험까지 포함하는 것으로 간주하고 있다.

Parasuraman, Zeithaml & Berry(1994)의 모형에서는 고객만족과 서비스품질의 차이점을 쉽게 도출할 수 있다. 서비스품질은 5가지에 의해 고객지각을 반영하고 있고 고객만족은 서비스품질에 대한 지각뿐만 아니라 상황적인 요소와 개인적 요소에 의해 영향을 받는 포괄적인 관계를 보여준다.

Bitner(1990)는 서비스품질 판단은 고객만족 판단과 고객의 행동의지를 매개하는 것이라고 가정하여 연구를 진행하였다. 그 결과 서비스품질과 만족의 관계에 있어서 새로운 모델을 제시하고 있다. 즉 서비스를 이용하면서 소비자들이 느끼는 만족·불만족이 누적되어 서비스품질에 영향을 미친다고 보았다. 그러나 최근에는 만족이 서비스품질에 선행하는 것이 아니라 서비스 품질이 만족에 선행하는 것이라는 연구 결과가 나왔다.

Woodside et al(1989)은 서비스품질 지각, 고객만족 판단, 행동의도간의 관련성을 처음으로 살펴보았는데, 연구결과 고객만족이라는 개념은 서비스품질 판단과 구매의도를 매개하는 변수라는 사실 즉 서비스품질 → 고객만족 → 행동의지를 제시하였다.

Cronin & Taylor(1982)는 서비스품질과 고객만족과의 관계를 파악하고자 만족이 서비스품질에 선행한다는 가설을 설정했지만 검증 결과 반대의 결과가 나타났다. 즉 서비스품질 → 고객만족 → 구매의도의 관계를 형성한다는 것을 보여주고 있다.

이유재, 김재일, 김주영(1995)의 연구에서도 고객들이 경험한 서비스 만족과 그에 따른 결과변수로서 구전과 재구매 의도를 가정하여 검증한 결과 서비스품질이 고객만족에 영향을

미치며 고객 만족은 다시 재구매 의도에 영향을 미침을 입증했다. 서비스품질이 고객만족의 선행변수임을 실증적으로 검증했다.

의료서비스품질과 고객만족과의 관계 연구는 Cronin & Tayer(1994)의 서비스품질과 고객만족이 의료 서비스분야에서는 크게 혼동 되고 있다는 주장처럼 의료 서비스담당자가 고객만족과 서비스품질, 고객의 충성도를 개념적으로 구별하는데는 어려움이 있었던 것은 사실이다. 그러나 기존의 많은 연구를 통하여 하나의 공통적으로 제시되고 있는 결론은 의료 부분에서도 서비스품질, 고객만족을 각기 다른 구조를 가진 개별적인 것이나, 매우 밀접한 관계를 가지고 있는 것으로 인식해야 한다는 것이다.

이처럼 서비스품질 연구자들은 고객만족이 서비스품질에 선행하는 것으로, 반면 고객 만족 연구자들은 서비스품질이 고객만족에 선행하는 것으로 각각 받아들이고 있다. 그러므로 제반 연구들은 각 개념간에 나타날 수 있는 제반 관계가 가능하다는 것을 제시하고 있다.

## 2. 의료서비스의 고객만족, 고객 충성도(재이용의도 및 구전의도)의 관계

지금까지 의료기관들이 고객의 욕구를 이해하려는 노력이 부족한 실정이었으나 최근 몇 년 전부터 의료환경의 변화로 인해서 일부 의료기관에서 고객의 욕구를 강조하고 있으며, 이와 관련하여 고객의 욕구가 무엇인지를 파악하고 고객만족도를 조사하는 연구들이 이루어지고 있다. 하지만 의료분야에서 고객만족의 결과로 나타나며 의료기관의 수익과 직접 관련이 있는 재이용 의도나 구전의도에 관해서는 체계적으로 연구되지 않았다.

의료분야에서 고객만족 및 재이용 의도 및 구전의도에 관한 연구들을 살펴보면, 3차 병원의 외래환자를 대상으로 환자의 전반적 만족도와 재이용 의도 및 구전의도를 조사한 이상일(1994)의 연구에서는 의사의 진료와 관련된 요인과 원무관리 및 보조 서비스에 관한 요인이 전반적 만족도와 높은 상관관계를 나타냈으며, 환자의 전반적인 만족도와 구전의도는 진료비를 비싸지 않다고 인식할수록, 진료에 따라 건강상태가 호전 될수록 높게 나타났다. 또한 최근의 건강상태가 좋을수록 전반적인 만족도가 높았으며, 구전의도는 남자보다는 여자가, 재진 환자보다는 초진 환자가, 진료에 따른 건강상태 호전에 대한 기대가 클수록 높게 나타났다.

병원 입원환자를 대상으로 조사한 정명숙(1999)이 연구에서는 의사의 신뢰성은 재이용 의도의 가장 중요한 요인으로 나타났다. 간호사의 친절, 수술절차, 재이용 의도의 가장 중요한 요인으로 나타났다. 간호사의 친절, 수술절차, 청결 및 환경, 접근 가능성, 비용 등이 재이용 의도에 영향을 주었다. 환자의 특성 중에서는 고학력자보다 저학력자가 재이용 의도가 높았

으며, 병원이용 특성 중에서는 환자의 치료일수가 짧을수록, 병원을 다시 이용하려는 의도가 강한 것으로 나타났고, 병원을 이용한 경험이 있을수록 재이용 의도가 높았다. 또한 재이용 의도와 구전의도 사이에는 상당히 밀접한 상관 관계가 있는 것으로 나타났다.

조혜천(1999)의 연구에서는 고객만족은 재이용 의도와 구전의도에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이인경 등(1997)은 기업병원과 대학병원 등의 특성과는 관계없이 서비스에 대한 만족이 재이용 의도 및 구전의도에 영향을 미친다고 하였다.

선행연구들에서 살펴보았듯이, 의료서비스 품질에 대한 만족이나 대상의 특성이 재이용 의도나 구전의도에 각각 어떠한 영향을 미치는가를 확인함으로써, 의료서비스에 대해 고객이 만족했을 때 해당 병·의원을 재이용하고 구전의도가 있다는 것을 제시하였다. 그러나 많은 연구들이 의료서비스 만족도를 평가하는 항목에 구조적 · 과정적 · 결과적 측면의 요소를 포괄적으로 포함하지 않았고, 의료서비스의 구성요소에 대한 만족과 전반적 만족을 구분하여 접근하지 않았으며, 의료서비스에 대한 만족과 병원에 대한 전반적 만족, 그리고 대상자의 특성들을 모두 포함시켜서 재이용 의도와 구전의도에 미치는 영향을 확인하지 않은 문제점이 있다.

여러 선행연구들(Swan , 1985; Woodside 등, 1989; Fisk 등, 1990; Reidenbach와 Sandifer - Smallwood, 1990; O'connor와 Shewchuck , 1991)에서 환자가 인지하는 의료서비스 질은 만족도와 재이용을 유발하는 것으로 밝혀졌다. 특히 Swan (1985)은 LISREL을 이용하여 환자들이 인지하는 의료서비스 질이 만족도에 영향을 미치고 만족도가 다시 재이용 의사에 영향을 미치는 모형을 제시하였으며, Woodside등(1989)의 연구에서도 만족도가 의료서비스 질과 재이용과의 사이에서 매개적 역할을 한다는 것이 검증되었다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구의 틀

이 연구에서는 의료서비스 질 중에서 고객이 인지하는 의료서비스 질과 고객 만족도, 고객 충성도의 관계를 구조방정식모형을 통하여 검증하고자 한다.

먼저, 문헌검토를 통하여 고객이 인지하는 의료서비스 질과 고객 만족도, 고객 충성도를

개념적으로 정의하고 이들 간의 관계를 구명하기 위한 구조모형 및 검정하고자 하는 연구가설을 설정한다. 이들 개념을 측정하기 위한 설문문항을 구성하고 구성된 설문지를 이용하여 치과병원의 외래환자를 대상으로 자기기입식 설문조사를 실시한다. 설문조사를 통하여 고객들이 인지하는 의료서비스 질과 고객 만족도, 고객 충성도를 측정하고 이들의 신뢰성과 타당성, 모형의 적합성을 검정한다. 마지막으로 고객들이 인지하는 의료서비스 질과 고객 만족도, 고객 충성도와의 관계를 구조방정식모형을 통하여 분석하고 연구 모형과 가설을 검정한다.

## 2. 검정모형 및 가설

### 1)검정모형

이 연구에서는 고객이 인지하는 의료서비스 질과 고객 만족도, 고객 충성도와의 관계를 검정하고자 한다. 이 연구에서 검정하고자 하는 모형은 (그림1)과 같다.

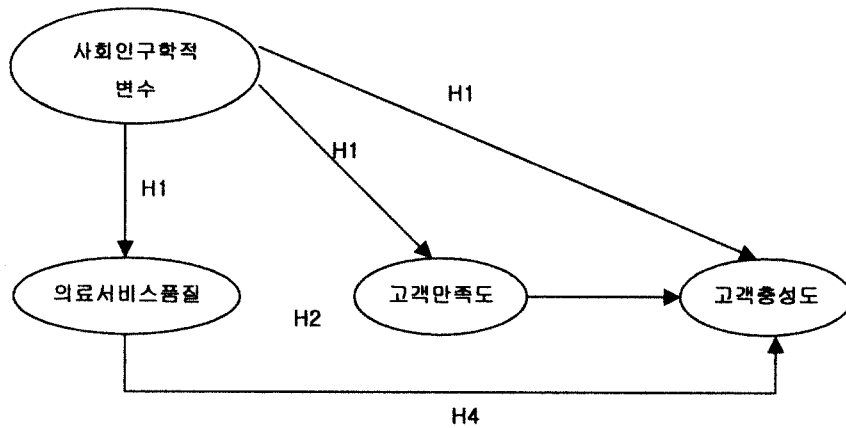


그림 1. 연구모형

본 연구에서는 선행연구와 이론적 배경을 토대로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1 : 고객의 만족도와 충성도는 고객의 인구 통계학적 변수에 의해 영향을 받을 것이다.

H2 : 고객의 만족도는 고객이 인지하는 의료서비스 질에 의해 영향을 받을 것이다.

H3 : 고객의 충성도는 고객의 만족도에 의해 영향을 받을 것이다.

H4 : 고객의 충성도는 고객이 인지하는 의료서비스 질에 의해 영향을 받을 것이다.

### 3. 자료수집

#### 1) 자료수집 방법

이 연구의 자료 수집은 서울, 인천광역시와 경기도에 위치한 6개의 치과병원의 외래환자를 대상으로 자기기입식 설문조사로 이루어졌다. 조사대상자는 치과병원에서 진료를 받은 외래환자로 하였으며, 설문내용은 학술적 용도로만 사용된다는 강조함으로써 환자들이 가능한 솔직하게 응답할 수 있도록 하였다.

자료수집 기간은 2003년 4월 13일부터 4월 21일까지였으며 400부의 설문지를 배포하여 총 387부가 회수되었고, 이를 최종 분석대상으로 하였다.

연구대상자의 사회 인구학적 특성은 <표 1>과 같다. 남자에 비해 여자가 상대적으로 많았으며, 45세 이하인 환자가 전체 조사대상자의 약 73%를 차지하고 있었다. 조사대상자의 약 70%정도가 서울시에 거주하고 있으며, 직업은 주부로 응답한 환자가 약 52%를 차지하고 있었다. 소득수준은 200만원 이상 ~ 500만원 미만인 환자가 전체 응답자의 약 82%를 차지하고 있었으며, 대졸 이상이 약 51%로 비교적 높은 학력수준을 보였다.

본 연구에서 고객의 충성도를 측정하기 위한 문항은 Zeithaml 등(1996)이 행동의도를 측정하기 위하여 개발한 13개 문항에서 의료기관에 적절하다고 판단되는 6개 문항을 선정하였다. 각 문항은 병원의 좋은 점에 대해서 주위에 이야기 하겠는가, 다른 사람에게 이 병원의 이용을 추천하겠는가, 재이용시 이 병원을 제일 먼저 고려하겠는가, 다른 병원에 비해 진료비가 비싸도 이 병원을 계속 이용하겠는가, 불만족한 사항에 대해서 다른 사람에게 이야기 하겠는가, 불만족한 사항에 대해서 내부직원에게 이야기 하겠는가 등으로 모두 5점 척도로 측정되었다.

본 연구에 사용된 측정변수들의 특성은 (표2)와 같다.



<표 1> 조사대상자의 사회 인구학적 특성

| 인구통계학적 변수        | 분류           | 빈도  | %    |
|------------------|--------------|-----|------|
| 성 별              | 남자           | 150 | 38.8 |
|                  | 여자           | 237 | 61.2 |
| 나 이              | 25세 이하       | 27  | 7.0  |
|                  | 26세 - 35세    | 130 | 33.6 |
|                  | 36세 - 45세    | 125 | 32.3 |
|                  | 46세 - 55세    | 80  | 20.7 |
|                  | 56세 이상       | 25  | 6.5  |
| 거주지역             | 서울           | 266 | 68.7 |
|                  | 인천광역시        | 53  | 13.7 |
|                  | 경기도          | 68  | 17.6 |
| 직 업              | 주부           | 201 | 51.9 |
|                  | 학생           | 18  | 4.7  |
|                  | 직장인          | 90  | 23.3 |
|                  | 자영업자         | 60  | 15.5 |
|                  | 무직           | 15  | 3.9  |
|                  | 기타           | 3   | 0.8  |
| 가족수입             | 99만원 이하      | 3   | 0.8  |
|                  | 100-199만원 이하 | 47  | 12.1 |
|                  | 200-299만원 이하 | 150 | 38.8 |
|                  | 300-499만원 이하 | 168 | 43.4 |
|                  | 500만원 이상     | 19  | 4.9  |
| 교육수준             | 초등교졸         | 2   | 0.5  |
|                  | 중졸           | 9   | 2.3  |
|                  | 고졸           | 178 | 46.0 |
|                  | 대졸이상         | 198 | 51.2 |
| 1년 동안 치과이용<br>경험 | 없음           | 283 | 73.1 |
|                  | 1회           | 22  | 5.7  |
|                  | 2회           | 23  | 5.9  |
|                  | 3회 이상        | 59  | 15.3 |



| EigenValue에 의한 분류       | 질 문 내 용                                     | 평균   | 표준 편차 |
|-------------------------|---|------|-------|
| (Cronbach's Alpha=0.81) | 절차의 진료예약절차는 간편하였다                           | 3.58 | .728  |
|                         | 편리성 진료대기시간은 적절하였다                           | 3.22 | .887  |
|                         | 진료접수 및 등록절차는 간편하였다                          | 3.45 | .765  |
|                         | 검사를 받기 위한 과정은 편리하였다                         | 3.49 | .714  |
|                         | 검사는 신속하게 이루어졌다                              | 3.39 | .748  |
| (Cronbach's Alpha=0.93) | 의료인력의 담당 의사가 친절하였다                          | 3.62 | .817  |
|                         | 기술수준과 담당 의사의 기술수준과 전문성에 만족하였다               | 3.63 | .776  |
|                         | 전문성 담당의사는 증상, 진단결과, 치료과정 등에 대하여 충분히 설명해 주었다 | 3.64 | .804  |
|                         | 담당의사에게 궁금한 것을 충분히 물어볼 수 있었다                 | 3.46 | .867  |
|                         | 담당의사는 진료과정에서 환자의 의견을 충분히 반영해 주었다            | 3.63 | .827  |
|                         | 담당의사는 환자의 마음을 편안하게 해 주었다                    | 3.59 | .792  |
|                         | 의료진간의 협조가 잘 이루어지는 것 같았다                     | 3.52 | .661  |
|                         | 추후 진료계획이나 건강관리 방법 등 환자의 추후관리에 신경을 쓰는 것 같았다  | 3.23 | .803  |
| (Cronbach's Alpha=0.84) | 직원의 치위생사의 태도는 친절하였다                         | 3.45 | .779  |
|                         | 친절성 치위생사는 진료안내에 대하여 자세하게 설명해 주었다            | 3.42 | .748  |
|                         | 의료진은 환자를 진정으로 아끼고 보살펴 주었다                   | 3.47 | .653  |
|                         | 병원에는 전문성을 가진 의료진이 많은 것 같았다                  | 3.52 | .692  |
| (Cronbach's Alpha=0.84) | 진료의 교통은 편리하였다                               | 3.53 | .608  |
|                         | 가치성 의료진을 포함한 병원 직원은 깨끗하고 단정한 복장을 하고 있었다     | 3.57 | .654  |
|                         | 의료진을 포함한 병원 직원의 근무 여건은 좋아 보였다               | 3.58 | .641  |
|                         | 진료를 결과에 만족하였다                               | 3.53 | .632  |
|                         | 진료비는 공정하게 청구된 것 같다                          | 3.52 | .599  |
|                         | 진료를 포함한 서비스의 질은 본인이 지불한 진료비이상으로 가치가 있다      | 3.49 | .608  |
|                         | 진료비와 진료결과를 고려해볼 때 본 병·의원에 오기를 잘했다고 생각한다.    | 3.54 | .628  |

고객의 만족도에 대한 문항들간의 내적 일치도를 나타내는 Cronbach's Alpha수치는 0.90로 매우 높게 나타나서 하나의 지표로 나타낼 수 있음을 알 수 있다.(표4).

<표 4>           고객의 만족도 항목 및 Cronbach's alpha에 의한 신뢰성 (n=387)

| 내 용  | 신뢰성<br>분석 결과             | 매우<br>불만족<br>(%) | 불만족<br>(%)    | 보통<br>(%)     | 만족<br>(%)     | 매우<br>만족<br>(%) |
|--|--------------------------|------------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 진료서비스를 포함하여 ○○병·의원의 전반적인 서비스 질은            | 0                        | 19<br>(4.9)      | 181<br>(46.8) | 172<br>(44.4) | 15<br>(3.9)   |                 |
| 진료 서비스를 포함하여 ○○병·의원의 전반적인 서비스 질은 기대했던 것보다  | 0                        | 23<br>(5.9)      | 173<br>(44.7) | 169<br>(43.7) | 22<br>(5.7)   |                 |
| 진료서비스를 포함하여 ○○병·의원에서 받은 서비스에               | Cronbach's<br>alpha=0.90 | 0                | 19<br>(4.9)   | 216<br>(55.8) | 133<br>(34.4) | 19<br>(4.9)     |
| ○○병·의원을 이용하기로 한 귀하의 결정에 대하여                | 0                        | 28<br>(7.2)      | 195<br>(50.4) | 144<br>(37.2) | 20<br>(5.2)   |                 |
| 귀하께서 ○○병·의원을 다시 이용하게 될 경우, 이 병·의원의 서비스에 대해 | 2<br>(0.5)               | 34<br>(8.8)      | 199<br>(51.4) | 128<br>(33.1) | 24<br>(6.2)   |                 |

고객 충성도의 경우에도 Cronbach's Alpha수치는 0.87로 매우 높게 나타나서 하나의 지표로 나타낼 수 있음을 알 수 있다.(표5)

성별에 따라 만족도와 충성도 유의한 차이가 있었다. 여성의 경우 남성에 비해 만족도와 충성도가 낮게 측정되었다.(표 6-7)

2) 지역의 차이

고객의 만족도는 지역에 따라 유의한 차이가 있었지만, 충성도는 지역에 따라 유의한 차이가 없었다. 경기지역에 거주하는 고객들의 만족도가 가장 높았다.(표8)

<표 5> 환자의 만족도 항목 및 Cronbach's alpha에 의한 신뢰성 (n=387)

| 내 용  | 신뢰성<br>분석결과              | 매우<br>불만족<br>(%) | 불만족<br>(%)   | 보통<br>(%)     | 만족<br>(%)     | 매우<br>만족<br>(%) |
|--|--------------------------|------------------|--------------|---------------|---------------|-----------------|
| ○○병·의원의 좋은 점에 대해서<br>다른 사람에게 이야기 하겠다               |                          | 2<br>(0.5)       | 23<br>(5.9)  | 202<br>(52.2) | 144<br>(37.2) | 16<br>(4.1)     |
| 주위 사람에게 ○○병·의원을<br>이용하라고 권장하겠다                     |                          | 10<br>(2.6)      | 58<br>(15.0) | 155<br>(40.1) | 143<br>(37.0) | 21<br>(5.4)     |
| 다시 병원을 이용하게 될 경우<br>○○병·의원을 제일 먼저<br>고려하겠다         | Cronbach's<br>alpha=0.87 | 9<br>(2.3)       | 52<br>(13.4) | 152<br>(39.3) | 143<br>(37.0) | 31<br>(8.0)     |
| ○○병·의원의 진료비가 다른<br>병원의 진료비보다 비싸도<br>○○병·의원을 이용 하겠다 |                          | 8<br>(2.1)       | 49<br>(12.7) | 167<br>(43.2) | 134<br>(34.6) | 29<br>(7.5)     |
| ○○병·의원을 이용하면서<br>불편한점이 있으면 그것을 병원<br>직원에게 이야기 하겠다  |                          | 0                | 15<br>(3.9)  | 96<br>(24.8)  | 195<br>(50.4) | 81<br>(20.9)    |

<표 6> 성별에 따른 만족도의 차이

| N      | 만 족 도        |         |
|--------|--------------|---------|
|        | Mean ± S.D   | t-value |
| 남자 150 | 21.63 ± 3.38 | 6.27*** |
| 여자 237 | 19.23 ± 3.84 |         |

\* : 0.01 ≤ P < 0.05, \*\* : 0.001 ≤ P < 0.01, \*\*\* : P < 0.001

<표 7> 성별에 따른 충성도의 차이

| N      | 충 성 도        |         |
|--------|--------------|---------|
|        | Mean ± S.D   | t-value |
| 남자 150 | 18.32 ± 3.11 | 5.36*** |
| 여자 237 | 16.52 ± 3.29 |         |

\* : 0.01 ≤ P < 0.05, \*\* : 0.001 ≤ P < 0.01, \*\*\* : P < 0.001

<표 8> 거주지역에 따른 만족도의 차이

|    | N   | 만족도          |         |
|----|-----|--------------|---------|
|    |     | Mean ± S.D   | F-value |
| 서울 | 266 | 19.83 ± 3.38 | 4.25*   |
| 인천 | 53  | 20.30 ± 3.15 |         |
| 경기 | 68  | 21.34 ± 3.74 |         |

\* :  $0.01 \leq P < 0.05$ , \*\* :  $0.001 \leq P < 0.01$ , \*\*\* :  $P < 0.001$

<표 9> 거주지역에 따른 충성도의 차이

|    | N   | 충성도          |         |
|----|-----|--------------|---------|
|    |     | Mean ± S.D   | F-value |
| 서울 | 266 | 17.03 ± 3.44 | 1.98    |
| 인천 | 53  | 17.28 ± 2.68 |         |
| 경기 | 68  | 17.93 ± 3.29 |         |

\* :  $0.01 \leq P < 0.05$ , \*\* :  $0.001 \leq P < 0.01$ , \*\*\* :  $P < 0.001$

### 3) 소요시간의 차이

소요시간에 따른 고객 만족도와 충성도는 유의한 차이가 있었다. 소요시간 1시간 이내와 이상으로 구분하여 보면, 한 시간이상 시간을 소요한 사람들이 만족도와 충성도가 높게 나타남을 알 수 있다 (표10).

<표 10> 소요시간에 따른 만족도의 차이

|           | N   | 만족도          |         |
|-----------|-----|--------------|---------|
|           |     | Mean ± S.D   | F-value |
| 15분 이내    | 122 | 20.17 ± 4.15 | 7.30*** |
| 30분 이내    | 123 | 19.00 ± 3.38 |         |
| 1시간 이내    | 111 | 21.21 ± 3.72 |         |
| 1시간30분 이내 | 31  | 21.00 ± 3.68 |         |

\* :  $0.01 \leq P < 0.05$ , \*\* :  $0.001 \leq P < 0.01$ , \*\*\* :  $P < 0.001$

<표 11> 소요시간에 따른 충성도의 차이

|           | N   | 충 성 도        |         |
|-----------|-----|--------------|---------|
|           |     | Mean ± S.D   | F-value |
| 15분 이내    | 122 | 16.99 ± 3.53 | 7.13*** |
| 30분 이내    | 123 | 16.37 ± 2.90 |         |
| 1시간 이내    | 111 | 18.26 ± 3.27 |         |
| 1시간30분 이내 | 31  | 17.81 ± 3.46 |         |

\* : 0.01 ≤ P < 0.05, \*\* : 0.001 ≤ P < 0.01, \*\*\* : P < 0.001

4) 직업에 따른 차이

직업에 따라 만족도와 충성도에는 유의한 차이가 있었다. 특히 주부의 경우 만족도와 충성도가 다른 집단에 비해 낮게 나타났다 (표12).

<표 12> 직업에 따른 만족도의 차이

|      | N   | 만 족 도        |         |
|------|-----|--------------|---------|
|      |     | Mean ± S.D   | F-value |
| 주부   | 201 | 19.21 ± 3.99 | 7.50*** |
| 학생   | 18  | 20.61 ± 2.99 |         |
| 직장인  | 90  | 22.06 ± 3.48 |         |
| 자영업자 | 60  | 20.28 ± 3.01 |         |
| 무직   | 15  | 20.53 ± 3.27 |         |
| 기타   | 3   | 20.33 ± 6.66 |         |

\* : 0.01 ≤ P < 0.05, \*\* : 0.001 ≤ P < 0.01, \*\*\* : P < 0.001

분석결과 만족도와 충성도는 매우 높은 상관성을 가지고 있었으며, 의료진의 진료성은 고객 만족도, 고객충성도와 높은 상관관계를 가지고 있었다. 그리고 전문성과 가치성과 친절성은 높은 상관관계를 가지고 있었다(표14).

<표 13> 직업에 따른 충성도의 차이

|      | N   | 충 성 도        |         |
|------|-----|--------------|---------|
|      |     | Mean ± S.D   | F-value |
| 주부   | 201 | 16.50 ± 3.40 | 6.88*** |
| 학생   | 18  | 17.28 ± 2.65 |         |
| 직장인  | 90  | 18.88 ± 3.06 |         |
| 자영업자 | 60  | 17.10 ± 2.90 |         |
| 무직   | 15  | 17.53 ± 3.25 |         |
| 기타   | 3   | 16.33 ± 4.04 |         |

\* : 0.01 ≤ P < 0.05, \*\* : 0.001 ≤ P < 0.01, \*\*\* : P < 0.001

<표 14> Pearsons 상관분석 결과

|                  | 물리<br>환경 | 절차<br>편리 | 전문성     | 친절성     | 가치성     | 만족도 <sup>†</sup> | 충성도 <sup>‡</sup> | 나이    | 방문<br>횟수 |
|------------------|----------|----------|---------|---------|---------|------------------|------------------|-------|----------|
| 물리환경             |          | 0.39***  | 0.25*** | 0.20*** | 0.36*** | 0.33***          | 0.31***          | 0.05  | -0.03    |
| 절차편리             |          |          | 0.64*** | 0.59*** | 0.68*** | 0.57***          | 0.56***          | 0.11* | 0.16**   |
| 전문성              |          |          |         | 0.71*** | 0.71*** | 0.74***          | 0.70***          | 0.08  | 0.21***  |
| 친절성              |          |          |         |         | 0.66*** | 0.60***          | 0.55***          | 0.09  | 0.16**   |
| 가치성              |          |          |         |         |         | 0.65***          | 0.65***          | 0.01  | 0.15P**  |
| 만족도 <sup>†</sup> |          |          |         |         |         |                  | 0.93***          | 0.12* | 0.25**   |
| 충성도 <sup>‡</sup> |          |          |         |         |         |                  |                  | 0.11* | 0.29***  |
| 나이               |          |          |         |         |         |                  |                  |       | -0.01    |
| 방문횟수             |          |          |         |         |         |                  |                  |       |          |

\* : 0.01 ≤ P < 0.05, \*\* : 0.001 ≤ P < 0.01, \*\*\* : P < 0.001

† : 1차 종속변수, ‡ : 최종종속변수

## 2. 회귀분석 결과

### 1) 만족도에 대한 회귀분석 결과

고객의 만족도는 물리적인 시설, 의료진의 전문성, 의료의 가치성, 고객의 나이, 방문횟수,



소요시간과 양의 관계를 가지고 있었다. 주부, 자영업자의 경우 고객 만족도가 직장에 비해 유의하게 낮게 나타났다(표15). 그리고 회귀분석 모형은 유의하였다.

<표 15> 만족도에 대한 회귀분석결과

|            | 독립 변수   | 회귀계수      | S-E   | t - 값    |
|------------|---|-----------|-------|----------|
| Full Model | 물리시설  | .243      | .061  | 3.977*** |
|            | 절차편리  | 2.444E-02 | .065  | .374     |
|            | 전문성   | .346      | .040  | 8.625*** |
|            | 친절성   | .102      | .081  | 1.268    |
|            | 가치성   | .208      | .070  | 2.983**  |
|            | 나이  | 4.017E-02 | .014  | 2.966**  |
|            | 방문횟수  | .229      | .071  | 3.224**  |
|            | 성별(준거집단=여성)   | -.152     | .438  | -.346    |
|            | 소요시간  | 9.507E-02 | .132  | .719     |
|            | 주부(준거집단=직장인)  | -1.122    | .459  | -2.442*  |
|            | 학생(준거집단=직장인)  | .308      | .640  | .481     |
|            | 자영업(준거집단=직장인)   | -1.247    | .428  | -2.914** |
|            | 무직(준거집단=직장인)  | 7.680E-02 | .690  | .111     |
|            | 기타(준거집단=직장인)  | -1.646    | 1.454 | -1.132   |
|            | R <sup>2</sup> : 871% (Degree of Freedom=15), F-value=167.658 |           |       |          |

\* : 0.01 ≤ P < 0.05, \*\* : 0.001 ≤ P < 0.01, \*\*\* : P < 0.001

## 2) 고객 충성도에 대한 구조적 분석

전체모형과 감소모형을 이용한 분석결과, 만족도 만으로도 고객의 충성도를 86% 설명할 수 있으며, 다른 변수를 추가하여 설명력의 증가는 유의하지 않았다. 그러므로 모형설정의 기준인 효율성 의해 만족도만으로 충성도를 설명할 수 있음을 알 수 있다(표16). 이러한 결과를 통해, 고객 충성도는 고객의 만족도에 의해 설명되어질 수 있으며, 다른 변수들로부터는 직접적인 영향을 받지 않음을 알 수 있다. 그러므로 고객의 만족도는 고객 충성도를 증가시킬 수 있는 intervening 변수임을 알 수 있다. 그리고 두 회귀분석모형은 유의하였다.

<표 16> 충성도에 회귀분석결과 결과 (full model과 reduced model의 차이 비교)

|   | 독립 변수   | 회귀계수       | S-E    | t - 값     |
|---|---|------------|--------|-----------|
| Full Model  | 만족도   | .740       | .026   | 28.190*** |
|   | 물리시설  | -9.251E-03 | .032   | -.293     |
|   | 절차편리  | 4.230E-02  | .033   | 1.277     |
|   | 전문성   | 7.210E-03  | .022   | .324      |
|   | 친절성   | -8.858E-02 | .041   | -2.164*   |
|   | 가치성   | 9.922E-02  | .036   | 2.779**   |
|   | 나이  | 6.914E-03  | .007   | .996      |
|   | 방문횟수  | .118       | .036   | 3.234**   |
|   | 성별(준거집단=여성)   | -.194      | .222   | -.875     |
|   | 소요시간  | .157       | .067   | 2.347     |
|   | 주부(준거집단=직장인)  | -.232      | .234   | -.991*    |
|   | 학생(준거집단=직장인)  | -.276      | .324   | -.853     |
|   | 자영업(준거집단=직장인)   | -.351      | .219   | -1.601    |
|   | 무직(준거집단=직장인)  | 7.969E-02  | .349   | .228      |
| 기타(준거집단=직장인)  | -1.108  | .738       | -1.502 |           |
| R2 : 871% (Degree of Freedom=15), F-value=3742.750*** |   |            |        |           |
| Reduce Model  | 만족도   | 0.803      | 0.017  | 48.143*** |
|   | R <sup>2</sup> : 858% (Degree of Freedom=1), F-value=3683.093***  |            |        |           |
| 모델에 대한 Partial F-statistics 분석                        | (3742.750 of Full model S.S. - 3683.093 of Reduce Model S.S./15-1) / (552.19/(Residual S.S.)/371) = 2.83*<br>F14.371.0.95 = 2.16 (95% Critical Value) |            |        |           |

\* : 0.01 ≤ P < 0.05, \*\* : 0.001 ≤ P < 0.01, \*\*\* : P < 0.001

## V. 토론 및 결론

이 연구는 치과 병(의원)에서 환자가 인지하는 의료서비스 품질이 만족도와 고객 충성도에

어떠한 영향을 미치는지를 파악함으로써, 고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 의료서비스 마케팅 전략에 필요한 자료를 확보하였다.

연구대상은 서울(경기 지역에 위치한 치과 병(의원의 외래환자로 하였으며, 이들의 대상으로 자기기입식 설문조사를 실시하였다. 설문내용은 환자가 인지하는 의료서비스 품질과 고객만족, 고객 충성도를 측정하는 항목으로 구성하였으며, 항목들은 5점 척도로 측정하였다. 치과 병의원에 방문 동기를 정보제공자의 분류를 보면, 주위 사람의 권유가 가장 많은 빈도를 가지고 있었고(37.7%), 다음으로 가족의 권유, 기타 순이었다. 타 기관으로부터의 의뢰는 없었다.

진료의 질 평가에 대한 구조변수를 만들기 위해, 우선 eigenvalue를 이용한 요인분석을 시행할 결과 치과 서비스의 질 평가를 위해 질문항목중 구조변수로 분류될 수 있는 개념의 수가 5가지였다. 이를 분석하여 도출된 결과를 바탕으로 상관계수가 높은 질문을 5가지 항목으로 분류하고, 신뢰도를 측정하였다. 5가지 항목으로부터 얻어진 cronbach's alpha 수치는 0.81 이상으로 높은 신뢰성을 가지고 있었다. 그리고 이러한 항목들은 물리적 시설과 환경, 절차의 편리성, 의료인력의 기술수준과 전문성, 직원의 친절성, 진료의 가치성으로 나누어 졌다.

의료서비스의 질을 평가하기 위해 물리적 시설과 환경, 절차의 편리성, 의료인력의 기술수준과 전문성, 직원의 친절성, 정보제공(이선희등, 1998)으로 5가지 차원과 Reidenbach 등 (1990)은 환자가 인지하는 의료서비스 품질의 구성요인을 파악하기 위해 Parasuraman 등 (1985)의 제안한 10가지 차원을 이용하여 조사한 결과 환자의 믿음, 병원의 신뢰성, 치료의 질, 물리적 시설이 적합한 것으로 평가는 본 연구와는 다소 차이가 있었다.

이변량분석(상관분석)에 의하면 만족도와 충성도는 매우 높은 상관성을 가지고 있었으며 의료진의 진료성은 고객만족도, 고객충성도와 높은 상관관계를 가지고 있었다. 그리고 전문성과 가치성과 친절성은 높은 상관관계를 가지고 있었다.

사회인구학적 변수와 고객 만족도와 충성도의 검정에서 여성의 경우 남성에 비해 만족도와 충성도가 낮게 측정되었고 소요시간에 따른 고객 만족도와 충성도는 유의한 차이가 있었다. 소요시간 1시간이내와 이상으로 구분하여 보면, 한 시간이상 시간을 소요한 사람들이 만족도와 충성도가 높게 나타남을 알 수 있다.

전체모형과 감소모형을 이용한 분석결과, 만족도만으로도 고객의 충성도를 86% 설명할 수 있으며, 다른 변수를 추가하여 설명력의 증가는 유의하지 않았다. 그러므로 모형설정의 기준인 효율성 의해 만족도만으로 충성도를 설명할 수 있음을 알 수 있었고 이러한 결과를 통해, 고객 충성도는 고객의 만족도에 의해 설명되어질 수 있으며, 다른 변수들로부터는 직접적인

영향을 받지 않음을 알 수 있다. 그러므로 고객의 만족도는 고객 충성도를 증가시킬 수 있는 매개변수임을 알 수 있다.

그러므로 본 연구에서는 환자의 사회인구학적 변수와 환자들이 인식하는 진료의 질이 환자의 만족도에 유의하게 영향을 미치며, 이렇게 형성된 환자의 만족도가 환자의 충성도에 영향을 미치는 것으로 결론지을 수 있었다 (그림 2).

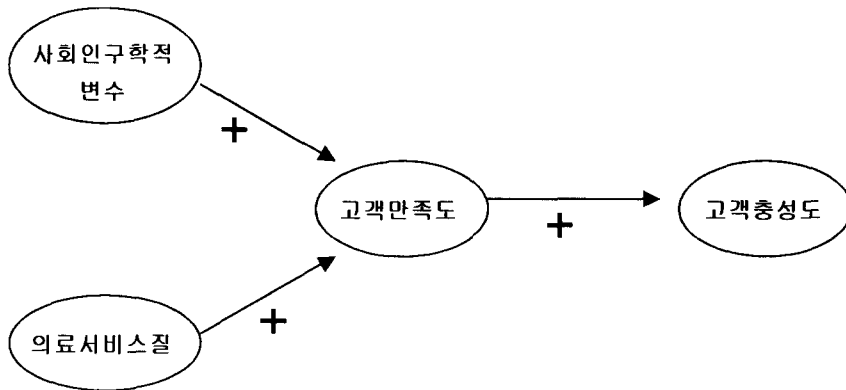


그림 2. 회귀분석 결과에 의해 도출된 변수들 간의 관계 (가설검정)

병원 입원화자를 대상으로 조사한 정명숙(1999) 연구에서의 의사의 신뢰성은 재이용 의도의 가장 중요한 요인으로 나타났다. 간호사의 친절, 수속절차, 재이용 의도의 가장 중요한 요인으로 나타났다. 간호사의 친절, 수속절차, 청결 및 환경, 접근 가능성, 비용 등이 재이용 의도에 영향을 주었다. 환자의 특성 중에서는 고학력자보다 저학력자가 재이용 의도가 높았으며, 병원이용 특성 중에서는 환자의 치료일수가 짧을수록, 병원을 다시 이용하려는 의도가 강한 것으로 나타났고, 병원을 이용한 경험이 있을수록 재이용 의도가 높았다. 또한 재이용 의도와 구전의도 사이에는 상당히 밀접한 상관 관계가 있는 것으로 나타났다.

하지만 본 연구는 조혜천(1999)의 연구에서와 같이 고객만족은 재이용 의도와 구전의도에 모두 영향을 미치고 이인경등(1997)의 기업병원과 대학병원 등의 특성과는 관계없이 서비스에 대한 만족이 재이용 의도 및 구전의도에 영향을 미친다는 결과와 일치한다.

이 연구의 제한점으로 연구자료가 단면자료로서 각 이론변수들간의 인과관계를 해석하는데 한계가 있으며, 서울/경기지역의 병의원 외래환자들을 대상으로 자료를 수집하였기 때문에 연구결과를 일반화하는데 있다.

## 참 고 문 헌

- 구순이(1996), “의료서비스에 대한 소비자 만족에 관한 연구”, 마케팅연구, 68
- 강이주, 이상협(1997), “의료서비스에 대한 서비스부문별 중요도와 만족도에 관한 연구”, 생활간호, 36-40
- 나기승(1994), “의료서비스 질이 측정을 위한 척도 개발에 관한 연구”, 건국대학교 대학원 경영학과 석사학위논문
- 박주희, 김성환(1993), “의료서비스에 대한 마케팅 전략과 조직구조에 관한 연구”, 마케팅 논집, 제3집 제1권, 30
- 송용섭(1996), 현대마케팅론, 법문사.
- 서비스경영연구원. 서비스수익모델(2001), 삼성경제연구원.
- 이상일(1994), “병원의래환자의 만족도 평가 및 관련요인에 관한 연구; 한 3차병원 방문환자를 중심으로”, 예방의학회지, 27(2), 366-376
- 이인경, 박종연, 채영문, 이해중, 강동기(1997), “기업병원과 대학병원의 병원 선택 및 환자만족도 요인비교”, 보건행정학회지, 7(1), 32-54
- 이유재, 김재일, 김주영(1995), 서비스마케팅, 학연사.
- 이선희, 김지인, 조우현, 이지전, “국내 종합병원 환자만족도 조사현황 분석”, 한국의료QA학회지 Vol.5, Num.1, 42-57
- 이학식, 안광호, 하영원(1997), 소비자행동론 2판, 법문사.
- 정명숙, “병원이미지가 병원 재선택에 미치는 영향에 관한 연구”, 전남대학교 경영대학원 석사학위논문
- 조우현(1999). “환자들이 인지하는 의료의 질과 구성요인”. (미발표논문)
- 조우현, 이선희, 이해중, 전기중(1999), 의료서비스마케팅, 퇴설당.
- 조해천, “병원서비스품질과 고객만족이 마케팅성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 영남대학교 경영대학원 석사학위논문
- 황의록(1990), “소비자 구전 커뮤니케이션에 관한 연구”, 광고연구(가을호) 한국방송광고공사
- 황의록, 김창호(1995), “구전커뮤니케이션에 관한 문헌연구”, 광고연구(봄호), 61-62
- Arndt, J, “Toward a concept of domesticated markets, Journal of Marketing”, 43(Fall), 69-75
- B. A. Meyer(1965), “Guide to Medical Administration Concepts and Principles”, American Health Association
- Babakus E, Mangold WG.(1992), “Adapting the SERVQUAL scale to hospital services : An

- Empirical investigation". *Health Serv Res* ;26(6), 767- 786
- Bateson, J.E(1989), "Managing service marketing", Hinsdale, Dryden Press
- Blodgett, J. G.(1994), "The effects of perceived justice on complainants repatronage intentions and negative Word-of-mouth behavior", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 7, 1-13
- Bopp KD.(1990), "How patients evaluate the quality of ambulatory medical encounters: A marketing perspective". *J Health Care Marketing*; 10(1):6-16
- Bowers MR, Swan JE, Koehler WF.(1994), "What attributes determine quality and satisfaction with health care delivery?", *Health Care Manage Rev*;19(4), 49- 55
- Cronin JJ , Taylor SA.(1992), "Measuring service quality : a re- examination and extension". *J Marketing* ;56, 55- 68
- Donabedian A.(1980), "Explorations in quality assessment and monitoring, Vol 1 : The definition of quality and approaches to it s assessment". Ann Arbor, MI.Health administration press
- E. W. Anderson, C. Fornel and D. R. Lehman(1994). "Customer Satisfaction Market Share & Profitability", Finding from Sweden, *Journal of Marketing* , Vol58
- Engel, J. F & Blackwell, R. D., "Consumer behavior", N.Y : Holt, Rinehart, and Winston
- Fisk TA, Brown CJ, Cannizzaro K, Naftal B(1990). "Creating patient satisfaction and loyalty". *J Health Care Marketing* ;10(2), 5-15
- Georgette M, Zifko-Baliga, Robert FK(1997). "Managing perceptions of hospital quality". *Marketing Health Serv.* spring: 28-35
- G. A. Churchill & C. Surprenant(1982), "An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction", *Journal of Marketing Research*, Nov., 491-504
- Hair JF, Anderson RE, Tatham RL, Black WC(1995). "Multivariate data analysis with readings", 3rd, New York: Macmillan Publishing Company.
- H. V. Vuori(1982), "Quality Assurance of Health Services, Regional Office for Europe", World Health Organization Copenhagen
- Howard, J. a. & Sheth, J.N.(1969), "The Theory of buyer behavior", N.Y., John Wily & Sons
- Hunt, H. K., "CS/d-overview and future research direction, In conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction", H.K.Hunt(Ed), Cambridge, MA : Marketing Science Institute.

- J. William Stanton(1987), "Fundamental of marketing", 8th ed. New York : Mcgrow-hill, 496
- John J(1991). "Improving quality through patient - provider communication". J Health Care Marketing ;11(4), 51- 60
- Jun M, Peter son RT , Zsidsin GA.(1998), "The identification and measurement of quality dimensions in health care : Focus Group Interview result s". Health Care Manage Rev ;23(4), 81- 96
- Kotler P, Clarke RN(1987). "Marketing for health care organization". Prentice-hall
- Lytle RS, Mokva MP.(1992), "Evaluating health care quality : the moderating role of outcomes". J Health Care Marketing ;12(1), 460- 69
- M. J. Bitner, Evaluating Service Encouter(1990), "The Effects of Physical Surroundings and Employee Response", Journal of Marketing, Vol.54, April, 69-82
- Oliver, R. L., "Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response", Journal of Consumer Research, 20(December), 418-430
- P. Kotler(1991), "Marketing Management", 7th ed. Prentice-Hall, 454
- Reidenbach RE(1990), "Sandifer - Smallwood B. Exploring perceptions of hospital operations by a modified SERVQUAL approach". J Health Care Marketing 1 ;10(4), 47- 66
- Richins, M.L. (1983), "Negative word-of-mouth by dissatisfied consumer, A Pilot study", Journal of Marketing, 47(Winter), 68-78
- Swan J.(1985), "Deepning the understanding of hospital patient satisfaction: fulfillment and equity effects". J Health Care Marketing ;5(3), 7-8
- Ware JE, Hays RD.(1988), "Method for measuring patient satisfaction with specific medical encounters". Med Care ;26(4), 393-402
- Westbook, R.A & Fornell, C., "Patter of information source usage among durable goods buyers", Journal of Marketing Research, 16(August), 303-312
- Woodside AG, Frey L, Daly RT.(1989), "Linking service quality, customer satisfaction, and behavioral intention". J Health Care Marketing ;9(4), 5-17
- Woodside AG(1991). "Commentary : what is quality and how much does it really matter?", J Health Care Marketing ;11(4), 61- 67
- Zeithaml VA(1988). "Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence". J of Marketing ;52, 2-22