

주요어 : 서비스 질, 만족, 병원 재이용 의도, 소비자, 간호사

간호서비스 질, 만족 및 병원 재이용 의도에 관한 소비자와 제공자간의 지각차이 비교

이미애*, 염영희**

I. 서론

1. 연구의 필요성

지난 몇 십년간 의료산업은 지식적·기술적으로 눈부시게 발전하였지만 그에 못지않게 중요한 변화는 의료산업에 소비자주의가 도입되어 일반인 및 의료인의 시각이 크게 바뀐 것이다. 소비자주의의 도입은 의료시장에서 수동적이기만 하였던 소비자들의 자세를 능동적으로 바꾸어 놓아 소비자들이 의료서비스를 평가하기 시작하였다. 소비자 평가와 함께 오늘날 의료기관들은 높은 수준의 의료서비스를 제공할 것으로 생각되었으나 이들이 같은 타입의 서비스를 제공하는 하지만 같은 수준의 서비스를 제공하는 것은 아니라는 사실이 알려졌다(Youssef et al., 1996).

이때 서비스 질이란 객관적인 제품의 질과는 전혀 다른 태도의 한 유형으로 만족과 관계된다. 서비스 질은 성과에 대한 지각을 소비자가 갖고 있던 기대와 비교함으로써 결정되는 것(질=Σ(성과-기대)인 반면(Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988), 만족은 서비스 질을 평가한 후 나타나는 전반적인 평가라는 것이다. 현재 소비자들은 의료기관들이 그들의 욕구를 충분히 충족시켜주지 못할 뿐만 아니라 의료서비스에 대한 평가 역시 아직 소비자 시각을 제대로 반영하지 못하고 있다는 사실을 알게 되었고, 그 결과 현재 시행되고 있는 서비스 평가에 소비자의 기호와 판단이 대폭적으로 도입되어 제공자와 소비자 간의 균형 잡힌 평가기준과 준거들이 마련되어야 한다는 인식이 확산되고 있다(이미애, 2004-a).

이와 함께 서비스 질을 향상시키기 위해서는 먼저 서비스에 대한 소비자 자신의 욕구기준을 파악해야 하는데, 욕구기준이

란 제공되는 서비스 각 속성에 대한 소비자 자신의 욕구를 근거로 하여 부여하는 중요도를 의미하는 것으로, 서비스에 대한 소비자의 욕구 및 신념을 근거로 하여 형성되는 중요도와 실제 제공된 것(성과) 간의 차이를 확인하는 것이 갭 분석(gap analysis)이다(유동근, 1996). 갭 분석은 어떤 제품이나 서비스에 대한 소비자의 욕구수준과 성과수준을 확인하고 이들 간의 차이를 파악함으로써 어떤 것이 그 제품이나 서비스의 약점으로 작용하는지, 조직이 우선적으로 개선해야 할 속성이 무엇인지를 확인하는 방법이다. 즉 갭 분석은 제품이나 서비스의 속성에 대한 중요도와 제공된 성과 간에 갭(gap)이 큰 서비스가 그 조직이 우선적으로 개선해야 할 내용임을 파악하게 하는 방법이다. 이렇게 의료서비스의 질과 갭을 분석하면서 병원 및 간호조직의 관리자들은 간호사들이 소비자 지각에 매우 중요한 역할을 한다는 사실을 인식하기 시작하였다. 또한, 간호사가 의료서비스 교환과정에서 소비자와 직접 관계를 맺음으로써 기관에 대한 평가에 많은 영향을 미치는 사람일뿐 아니라(이미애, 1999; Atkin, Marshall & Javalgi, 1996), 소비자 행동을 적절히 조정하여 소비자의 최종평가에 결정적으로 영향을 미치는 전략적 위치에 있는 사람이라는 사실을 확인하였다(유동근, 1996; 이미애, 1999).

이외에도 의료산업 분야에서 서비스 평가를 위해 서비스에 대한 만족도와 함께 만족에 대한 최종적 결과변수인 재이용 의도를 측정하는 연구들이 발표되고 있는데(구순이, 1996; 이미애, 2004-b; 이선아, 1998; 이선희, 조우현, 최귀선과 강명근, 2001; 정면숙과 윤미진, 2001; 정원숙과 윤숙희, 2003; Cronin과 Taylor, 1994; Sargeant & Kaehler, 1998; Soliman, 1992; Woodruff, Cadonette & Jenkins, 1983), 이들 연구 대부분은 서비스 질과 만족, 병원 재이용 의도 간의 관계를 규명하고 확인하였다. 이와 함께 간호 및 의료서비스에 대한 평가에 있어 소비자와 제공자간에 지각차이가 존재한다는 사실도 지속적으로 확인되고 있는데 이는 소비자와 제공자가 서로 다른 기준

*동국대학교 의과대학 간호학과

**중앙대학교 의과대학 간호학과

과 준거를 가지고 서비스 질과 가치를 평가한다는 의미로, 마케팅 개념상 매우 공허하고 의미 없는 일이다(김정희, 이인숙, 2004; 이미에, 2004-a; Harrison, 1995).

비록 의료 및 간호서비스 질에 대한 평가나 만족이 일관되게 보고되지 않고(Cronin & Tylor, 1994; Lumby & England, 2000; Puay & Nelson, 2000), 또 질이나 만족에 대한 평가 역시 평가자의 주관에 의해 크게 좌우되는 한계가 있기는 하지만(de Carvalho & Leite, 1999; Lijander & Strandvik, 1994), 마케팅 개념상 소비자 평가만큼 중요하고 가치 있는 정보도 없다. 그렇기 때문에 소비자가 지각하는 서비스에 대한 평가와 만족은 반드시 측정되어야 하고 소비자 지각이 제공자 지각과 어느 부분에서 얼마만큼 차이가 있는지에 대해서도 확인해야 한다. 왜냐하면 이러한 지각차이는 소비자를 만족시키는 서비스를 제공하기 위해서 제공자가 반드시 알아야 할 내용들로, 제공자 지각을 소비자 지각으로 전환시키기 위해 조직이 내부 마케팅 전략을 사용할 때, 교육 및 훈련내용을 선정하기 위해 이와 같은 자료들이 사용되어야 하기 때문이다.

이에 본 연구는 지방의 일개 보훈병원의 환자 및 간호사를 대상으로 간호서비스의 질과 갭에 대한 소비자와 제공자간에 지각차이가 있는지, 또 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족 및 병원 재이용 의도에 있어서 지각차이가 있는지, 그리고 병원 재이용 의도에 대한 간호서비스에 대한 전반적인 만족과 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 영향력은 어떻게 지각되고 있는지를 확인하기 위해 시도되었다. 이와 같은 본 연구의 결과는 당 의료기관의 의료 및 간호조직의 관리자들로 하여금 그들이 제공하는 간호 및 의료서비스에 대한 평가에 소비자와 제공자간에 존재하는 지각차이를 인식하게 만들고 또 병원이 제공하는 의료서비스 중에서 간호서비스가 차지하는 중요성을 인식하게 할 것이며 병원 및 간호조직이 간호사에게 제공하는 내부 마케팅의 교육과 훈련내용을 선정할 수 있게 할 것이다. 그 결과, 당 의료기관의 소비자가 지각하는 간호 및 의료서비스에 대한 평가를 향상시켜 궁극적으로는 그들의 병원 재이용 의도를 높일 수 있을 것이다.

2. 연구의 목적

본 연구는 다음과 같은 구체적인 목적을 갖는다.

1) 연구대상자들이 지각하는 간호서비스 질과 갭을 확인한다.

(1) 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 질과 두 집단 간의 차이를 확인한다.

(2) 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 갭과 두 집단 간의 차이를 확인한다.

2) 연구대상자들이 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족과 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도간의 관계를 규명한다.

(1) 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도와 두 집단 간의 차이를 확인한다.

(2) 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도간의 관계를 확인한다.

(3) 소비자와 제공자가 지각하는 병원 재이용 의도에 대한 간호서비스에 대한 전반적인 만족과 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 영향을 확인한다.

3. 용어의 정의

1) 간호서비스 질

이론적 정의: 서비스 질이란 서비스가 제공되는 과정 전체의 탁월성과 우수성에 대한 소비자의 판단으로 제품에 대해 전체적으로 평가하는 평가형태의 한 종류이다(Nitecki, 1996)

조작적 정의: 본 연구에서는 간호사에 의해 제공되는 일체의 모든 간호활동을 간호서비스로 간주하고 이미에(2004-a)가 사용한 도구로 측정된 간호서비스에 대한 기대와 성과치를 가지고 계산된 값(성과-기대)이다.

2) 간호서비스 갭

이론적 정의: 서비스 갭이란 서비스에 대한 소비자 욕구를 근거로 하여 집합적으로 소비자의 욕구구조를 반영하는 것으로 서비스에 대한 소비자의 신념과 실제 제공된 것과의 차이를 의미한다(Dutka, 1993; McNely, 1994).

조작적 정의: 본 연구에서는 간호사에 의해 제공되는 일체의 모든 간호활동을 간호서비스로 간주하고 이미에(2004-a)가 사용한 도구로 측정된 간호서비스에 대한 중요도와 성과치를 가지고 계산된 값(중요-성과)이다.

3) 전반적인 만족

이론적 정의: 만족이란 소비자가 어떤 제품을 사용하기 전에 미리 가지고 있던 기대와 제품을 소비한 후에 느끼게 되는 결과를 비교하였을 때 갖게 되는 느낌으로 고객충성도를 조장

한다(Kotler, 1997).

조작적 정의: 본 연구에서는 간호사에 의해 제공되는 일체의 모든 간호활동을 간호서비스로 간주하고 간호 및 의료서비스를 받은 후, 또는 제공받으면서 소비자가 느끼는 만족의 정도에 대해 직접 질문하여 이를 측정한 값이다.

4) 재이용 의도

이론적 정의: 재이용 의도란 소비자가 당 기관이나 제품에 대한 만족이 높을 경우 일반적으로 높아지는 것으로, 이미 이용한 제품이나 서비스를 다시 이용하고자 하는 의도이다(Parasuraman, Zeithami & Berry, 1994).

조작적 정의: 본 연구에서는 정원숙과 윤숙희(2003)가 사용한 도구로 측정하였는데, 소비자에게는 의료기관 이용 후 당 의료기관을 다시 이용할 것인지와 타인에게 추천할 것인지에 대해 질문하였고 제공자에게는 자신이 소비자라면 당 의료기관을 다시 이용할 것인지와 당 의료기관을 타인에게 추천할 것인지에 대해 질문하고 이를 측정한 값이다.

II. 연구방법

1. 연구설계

본 연구는 일 지역 보훈병원에 입원한 환자 및 간호사를 대상으로 간호서비스에 대한 질과 값, 간호 및 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도간의 관계에 대하여 소비자와 제공자간에 존재하는 지각차이를 규명하고 간호서비스에 대한 전반적인 만족이 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 미치는 영향에 대해 확인하고자 시도된 횡단적 조사연구이다.

2. 연구대상

1) 간호서비스 소비자

(1) 조사 당시 연구병원에 입원하여 간호서비스를 직접 받고 있는 자, (2) 국문을 이해하고 독립된 판단이 가능하다고 판단되는 20세 이상의 자, (3) 본 연구의 취지를 이해하고 참여하기로 동의한 자

2) 간호서비스 제공자

(1) 조사 당시 연구병원에 근무하고 있는 간호사, (2) 연구병원에서 간호서비스를 직접 제공하고 있는 자, (3) 본 연구의 취

지를 이해하고 참여하기로 동의한 자

3. 자료수집기간 및 방법

자료수집기간은 2005년 5월 1일부터 31일까지이며, 자료수집 당시 연구병원에 입원해 있던 환자와 간호사를 대상으로 설문지를 배포하고 연구대상자로 하여금 직접 작성하도록 한 뒤, 회수하였다.

4. 연구도구

본 연구에서는 이미에(2004-a)가 사용한 도구를 가지고 간호서비스의 기대, 중요도, 성과치를 측정하였다. 간호서비스를 측정하는 본 도구는 총 20가지 속성, 5가지 요인으로 구성되었으며 각 항목은 '매우 그렇다' 5점, '매우 그렇지 않다'는 1점으로 표시하는 5점 척도로 측정하였다. 본 연구에서 사용된 도구의 신뢰도는 소비자의 경우, 도구 전체의 신뢰도인 Cronbach's α 값은 .98, 도구를 구성하는 5가지 요인의 신뢰도는 .88~.95 사이에 있었고 제공자의 경우, 도구 전체의 신뢰도인 Cronbach's α 값은 .96, 도구를 구성하는 5가지 요인의 신뢰도는 .84~.91 사이에 있었다.

서비스 경험 후 느끼게 되는 간호 및 의료서비스에 대한 전반적인 만족은 소비자의 경우에는 '당 의료기관의 간호(의료) 서비스에 대해 어느 정도 만족하셨습니까?'라는 질문을, 제공자의 경우에는 '선생님이 소비자라면 당 의료기관의 간호(의료) 서비스에 대해 어느 정도 만족하시겠습니까?'라는 질문을 하여 '매우 만족한다' 7점 '매우 만족하지 않다'는 1점으로 체크하게 하는 7점 척도로 측정하였다.

병원 재이용 의도는 병원 재방문 의도와 병원 추천여부라는 2개의 항목으로 구성되었으며 정원숙과 윤숙희(2003)의 연구에서는 Cronbach's α 값이 .99였으나 본 연구에서는 소비자 .90, 제공자 .87이었다. 병원 재이용 의도는 소비자에게는 '당 의료기관을 다시 방문하시겠습니까?'와 '당 의료기관을 타인에게 추천하시겠습니까?'로 질문하였고, 제공자에게는 '선생님이 소비자라면 당 의료기관을 다시 이용하시겠습니까?'와 '선생님이 소비자라면 당 의료기관을 타인에게 추천하시겠습니까?'로 질문하여 '적극 재방문 하겠다'와 '적극 추천하겠다'는 7점, '절대 재이용하지 않겠다'와 '절대 추천하지 않겠다'는 1점으로 체크하게 하는 7점 척도로 측정하였다. 그 밖에 소비자와 제공자의 특성을 파악하기 위한 질문을 하였다.

〈표 1〉 간호서비스 소비자와 제공자의 인구학적 특성

		소비자 (n=106)				제공자 (n=94)	
특성	항목	빈도	백분율(%)	특성	항목	빈도	백분율(%)
연령*	20~30세	2	1.9	연령***	25세 이하	20	21.3
	31~40세	2	1.9		26~30세	27	28.7
	41~50세	1	0.9		31~35세	23	24.5
	51~60세	26	24.5		36~40세	16	17.0
	61~70세	36	34.0		41~45세	3	3.2
	70세 이상	39	36.8		46세 이상	5	5.4
교육수준	초등학교 이하	25	23.6	교육수준	중학사	70	74.5
	중학교 이하	24	22.6		학사	22	23.4
	고등학교 이하	43	40.6		대학원 이상	2	2.1
	대학교 이상	13	12.3				
	무응답	1	0.9				
결혼	기혼	102	96.2	직위	일반 간호사	73	77.6
	미혼	4	3.8		책임 간호사	12	12.8
					수간호사 이상	9	9.6
수입** (원/달)	50만원 이하	31	29.2	근무 기간****	1년 이하	11	11.7
	51~100만원	37	34.9		2~3년	14	14.9
	101~200만원	25	23.6		4~6년	19	20.2
	201~300만원	10	9.4		7~9년	11	11.7
	300만원 이상	2	1.9		10년 이상	38	40.7
	무응답	1	0.9		무응답	1	1.1

*Mean±SD : 64.41±10.40, **Mean±SD : 116.02±92.88,

Mean±SD : 31.26±6.62, *Mean±SD : 8.43±6.28

5. 자료분석방법

자료는 환자는 168부, 간호사는 100부 중 환자는 160부 (95%), 간호사는 97(97%)부가 회수되었고 자료 중 불완전하거나 부적절하다고 판단되는 자료를 제외하고 환자는 106부 (63%), 간호사는 94부(94%)만이 최종분석에 사용되었다. 자료는 SPSS/PC ver 12.0을 사용하여 다음과 같이 분석하였다.

- 1) 연구대상자의 인구학적 특성은 백분율과 평균을 구하였다.
- 2) 간호서비스에 대한 기대, 중요, 성과, 간호 및 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 대해서는 평균과 표준편차를 구하였다.
- 3) 계산된 서비스 질과 캡의 통계적 유의성 및 소비자와 제공자간의 지각차이는 t-test를 구하여 확인하였다.

- 4) 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족 및 병원 재이용 의도와는 Pearson Correlation Coefficient를 구하여 확인하였다
- 5) 병원 재이용 의도에 대한 간호서비스에 대한 전반적인 만족과 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 영향은 Multiple Stepwise Regression Analysis를 실시하여 분석하였다.

III. 연구결과

1. 연구대상자들의 인구학적 특성

간호서비스 소비자와 제공자의 인구학적 특성은 <표 1>과 같이 나타났다.

간호서비스 소비자들의 전체 평균 연령은 64.41세(±10.40)로 70세 이상의 대상자가 36.8%로 가장 많았으며 교육수준은 고등학교를 졸업한 사람들이 40.6%로 가장 많았으나 초등학교(23.6%)나 중학교(22.6%) 졸업자도 적지 않았다. 대상자의 96.2%는 기혼이었으며 월평균 수입은 116.02만원(±92.88)이었으나 51~100만원이 34.9%로 가장 많았고 50만원 이하도 29.2%를 차지하였다.

간호서비스 제공자의 전체 평균 연령은 31.26세(±6.62)로 26~35세 사이가 전체의 53.2%를 차지하였으며 교육수준은 준학사가 74.5%, 직위는 일반간호사가 77.6%를 차지하였으며 근무기간은 평균이 8.43년(±6.28)으로 이들 중 10년 이상 근무자가 40.7%로 가장 많았다.

2. 연구대상자들이 지각하는 간호서비스에 대한 질과 갭

1) 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 질

소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 질은 <표 2>와 같이 나타났다.

간호서비스 질에 대해 소비자는 20가지 간호서비스 속성 중 6가지 속성이 그리고 5가지 요인 중에서는 1가지 요인만이 마이너스(-) 값이 나왔고 나머지 14가지 속성과 1가지 요인은 플러스 값이 나왔으며 전체 질값 역시 .04로 나와 간호서비스 질을 비교적 괜찮게 지각하는 것으로 나타났으나 계산된 질값(성과-기대) 중 그 값이 통계적으로 유의하게 차이가 나는 것은 하나도 없어, 소비자들은 대체로 그들이 기대했던 정도로 간호서비스가 제공되는 것으로 지각한다는 것을 알 수 있었다. 간호서비스 질 속성 중 가장 높게 지각한 속성은 '아무리 바빠도 즉시 간호를 제공함'이었고 가장 낮게 지각한 속성은 '용기와 희망을 줌'이었으며 가장 높게 지각한 요인은 '반응성'과 '보장성'이었고 가장 낮게 지각한 요인은 '신뢰성'이었다.

제공자는 20가지 속성과 5가지 요인 모두에서 마이너스 값이 나와 간호서비스 질에 대한 지각이 모두 낮게 나타났으며 그 중에서 18가지의 속성과 5가지 요인은 계산된 질값(성과-기대)이 통계적으로 유의한 것으로 나타나, 제공자들인 간호사들은 자신들이 소비자들이 기대하는 정도의 간호서비스를 제공하고 있지 못하다고 지각하는 것으로 나타났다. 제공자가 가장 높게 지각한 간호서비스 속성은 '안심하고 간호를 받을 수 있게 함'이었고 가장 낮게 지각한 속성은 '좋은 시설에서 간호 제공'이었으며 가장 높게 지각한 요인은 '공감성'이고 가장 낮게 지각한 요인은 '유형성'이었다.

소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 질에 대한 두 집단

간의 차이는 12가지 간호서비스 속성과 4가지 요인에서 제공자가 소비자보다 통계적으로 유의하게 간호서비스 질을 더 낮게 지각하는 것으로 나타나, 제공자인 간호사들은 소비자인 환자들이 지각하는 것보다 자신들이 제공하는 간호서비스 질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

2) 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 갭

소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 갭은 <표 3>과 같이 나타났다.

간호서비스 갭에 대해 소비자는 5가지 속성과 2개의 요인만이 통계적으로 유의하다고 지각하였는데 가장 크게 갭이 나타난 속성은 '환자를 인격적으로 존중함'이었고 가장 적게 갭이 나타난 속성은 '정확한 시간에 투약과 처치를 행함'이었으며 갭이 가장 크게 난 요인은 '유형성'과 '공감성'이었고 갭이 가장 적게 난 요인은 '보장성'이었다.

제공자는 20가지 속성 5가지 요인 모두에서 갭이 통계적으로 유의하다고 지각하였고 가장 갭이 크게 난 속성은 '좋은 시설에서 간호제공'이었고 가장 갭이 적게 난 속성은 '사명감을 갖고 간호함'이었으며 가장 갭이 크게 난 요인은 '유형성'이었고 가장 갭이 적게 난 요인은 '공감성'이었다.

소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 갭에 대한 두 집단 간의 차이는 14가지 간호서비스 속성과 4가지 요인에서 제공자가 소비자보다 통계적으로 유의하게 갭을 더 크게 지각하는 것으로 나타나, 제공자인 간호사들이 소비자인 환자들보다 중요하다고 생각하는 만큼 간호서비스를 제대로 제공하고 있지 못하다고 지각하고 있는 것으로 나타났다.

3. 연구대상자들이 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도간의 관계

1) 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도

소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도는 <표 4>와 같다.

간호서비스에 대한 전반적인 만족은 소비자 5.04, 제공자 4.48이며 의료서비스에 대한 전반적인 만족은 소비자 4.94, 제공자 4.05이고 병원 재이용 의도는 소비자 5.11, 제공자 3.99로 나타났으며 두 집단 간의 지각차이는 이들 모두에서 통계적

〈표 2〉 연구대상자가 지각하는 간호서비스 질

간호서비스	소비자 (n=106)			제공자 (n=94)			t(p)
	성과	기대	질(p)	성과	기대	질(p)	
병실청결에 관심을 가짐	3.44	3.43	.01(.905)	3.46	3.81	-.35(.000)***	3.041(.003)**
휴식에 충분한 안락한 환경제공	3.48	3.48	.00(.000)	3.35	3.80	-.43(.000)***	2.886(.005)**
좋은 시설에서 간호제공	3.59	3.56	.04(.712)	3.38	3.83	-.45(.000)***	3.098(.003)**
단정한 용모로 호감을 줌	3.76	3.67	.09(.289)	3.77	4.00	-.23(.003)***	2.297(.024)*
유형성	3.56	3.53	.04(.569)	3.50	3.86	-.36(.000)***	3.622(.000)***
정확하고 능숙한 간호제공	3.71	3.73	-.02(.826)	3.84	4.16	-.32(.000)***	2.112(.037)
충분히 설명하고 동의를 구함	3.78	3.83	-.05(.581)	3.81	4.09	-.28(.002)**	1.739(.085)
환자의 문제에 관심을 가지고 해결해줌	3.80	3.76	.04(.685)	3.78	4.13	-.37(.000)***	2.591(.011)*
신뢰할 만함	3.65	3.67	-.02(.801)	3.60	3.98	-.38(.000)***	2.547(.013)*
신뢰성	3.73	3.75	-.01(.916)	3.76	4.09	-.34(.000)***	2.840(.006)**
병실의 환경적 문제를 즉시 개선함	3.72	3.76	-.05(.571)	3.85	4.01	-.16(.087)	.619(.537)
흔쾌히 도와줌	3.73	3.68	.04(.675)	3.67	3.94	-.27(.003)**	2.106(.038)*
아무리 바빠도 즉시 간호를 제공함	3.75	3.60	.15(.070)	3.44	3.70	-.27(.012)*	2.841(.006)**
정확한 시간에 투약과 처치를 행함	3.81	3.72	.08(.287)	3.73	4.03	-.29(.001)**	2.637(.010)*
반응성	3.75	3.69	.06(.296)	3.67	3.91	-.25(.001)**	2.809(.006)**
업무에 필요한 지식을 충분히 소유함	3.75	3.69	.06(.417)	3.73	4.07	-.34(.000)***	3.482(.001)**
병실생활에 대한 안내제공	3.85	3.72	.12(.113)	3.76	4.01	-.26(.001)**	3.165(.002)**
안심하고 간호를 받을 수 있게 함	3.75	3.70	.06(.449)	3.82	3.97	-.15(.090)	1.285(.202)
사명감을 갖고 간호함	3.76	3.77	-.01(.895)	3.88	4.05	-.17(.048)*	1.205(.231)
보장성	3.78	3.72	.06(.338)	3.80	4.02	-.23(.001)**	2.819(.006)**
환자의 마음을 이해하고 편안한 마음을 갖게 함	3.71	3.69	.02(.820)	3.80	3.99	-.19(.031)*	1.450(.150)
환자를 인격적으로 존중함	3.65	3.64	.01(.893)	3.86	4.04	-.18(.024)*	1.285(.202)
환자의 호소를 경청함	3.67	3.63	.04(.574)	3.89	4.14	-.24(.003)**	2.201(.030)*
용기와 희망을 줌	3.66	3.75	-.08(.301)	3.66	3.89	-.22(.013)*	.501(.617)
공감성	3.67	3.67	.00(1.000)	3.80	4.01	-.20(.003)**	1.559(.122)
총 합	3.69	3.65	.04(.577)	3.72	3.98	-.27(.000)***	2.950(.004)**

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

으로 유의하게 나타나 제공자인 간호사가 소비자인 환자보다 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도를 모두 낮게 지각하는 것으로 나타났다.

〈표 3〉 연구대상자가 지각하는 간호서비스 겹

간호서비스	소비자 (n=106)			제공자 (n=94)			t(p)
	중요	성과	갭	중요	성과	갭	
병실청결에 관심을 가짐	3.63	3.43	.20(.012)*	3.98	3.46	.52(.000)***	2.720(.008)**
휴식에 충분한 안락한 환경제공	3.67	3.48	.19(.019)*	3.95	3.35	.60(.000)***	3.077(.003)**
좋은 시설에서 간호제공	3.77	3.59	.18(.025)*	4.05	3.38	.67(.000)***	3.681(.000)***
단정한 용모로 호감을 줌	3.77	3.76	.01(.910)	4.06	3.77	.30(.000)***	2.168(.033)*
유형성	3.71	3.56	.15(.018)*	4.01	3.50	.52(.000)***	3.548(.001)**
정확하고 능숙한 간호제공	3.84	3.71	.13(.094)	4.35	3.84	.51(.000)***	2.855(.005)**
충분히 설명하고 동의를 구함	3.90	3.78	.12(.139)	4.36	3.81	.55(.000)***	3.210(.002)**
환자의 문제에 관심을 가지고 해결해 줌	3.81	3.80	.01(.893)	4.22	3.78	.44(.000)***	3.596(.001)**
신뢰할 만함	3.68	3.65	.03(.698)	4.03	3.60	.44(.000)***	3.443(.001)**
신뢰성	3.80	3.73	.08(.185)	4.24	3.76	.49(.000)***	4.103(.000)***
병실의 환경적 문제를 즉시 개선함	3.82	3.72	.10(.217)	4.29	3.85	.44(.000)***	2.502(.014)*
흔쾌히 도와줌	3.83	3.73	.10(.245)	4.02	3.67	.35(.000)***	1.830(.070)
아무리 바빠도 즉시 간호를 제공함	3.83	3.75	.08(.320)	3.98	3.44	.55(.000)***	3.919(.000)***
정확한 시간에 투약과 처치를 행함	3.81	3.81	.00(1.000)	4.21	3.73	.48(.000)***	3.904(.000)***
반응성	3.81	3.75	.08(.231)	4.12	3.67	.45(.000)***	3.927(.000)***
업무에 필요한 지식을 충분히 소유함	3.80	3.75	.06(.456)	4.32	3.73	.59(.000)***	4.536(.000)***
병실생활에 대한 안내제공	3.83	3.85	-.02(.791)	4.06	3.76	.31(.001)**	2.669(.009)**
안심하고 간호를 받을 수 있게 함	3.83	3.75	.08(.348)	4.15	3.82	.33(.000)***	1.788(.077)
사명감을 갖고 간호함	3.84	3.76	.08(.361)	4.17	3.88	.29(.003)**	1.450(.150)
보장성	3.82	3.78	.05(.462)	4.18	3.80	.45(.000)***	3.145(.002)**
환자의 마음을 이해하고 편안한 마음을 갖게 함	3.87	3.71	.16(.062)	4.12	3.80	.32(.001)**	1.267(.208)
환자를 인격적으로 존중함	3.89	3.65	.24(.002)**	4.23	3.86	.37(.000)***	1.043(.300)
환자의 호소를 경청함	3.75	3.67	.08(.200)	4.19	3.89	.30(.000)***	1.843(.069)
용기와 희망을 줌	3.89	3.66	.14(.043)*	4.11	3.66	.45(.000)***	2.305(.023)*
공감성	3.82	3.67	.16(.012)*	4.16	3.80	.38(.000)***	1.900(.060)
총 합	3.79	3.69	.11(.044)*	4.14	3.74	.44(.000)***	3.750(.000)***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

〈표 4〉 연구대상자가 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도

항목	소비자 (n=106)		제공자 (n=94)		t(p)
	평균	표준편차	평균	표준편차	
간호서비스 전반적인 만족	5.04	1.71	4.48	0.96	2.729(.008)**
의료서비스 전반적인 만족	4.94	1.54	4.05	1.08	4.576(.000)***
병원 재이용 의도	5.11	1.63	3.99	1.21	5.179(.000)***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

〈표 5〉 연구대상자가 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도간의 상관관계

	환자 (n=106)			간호사 (n=94)		
	간호서비스 전반적 만족	의료서비스 전반적 만족	병원 재이용 의도	간호서비스 전반적 만족	의료서비스 전반적 만족	병원 재이용 의도
간호서비스 전반적 만족	1.000			간호서비스 전반적 만족	1.000	
의료서비스 전반적 만족	.721(.000)***	1.000		의료서비스 전반적 만족	.559(.000)***	1.000
병원 재이용 의도	.795(.000)***	.780(.000)***	1.000	병원 재이용 의도	.583(.000)***	.770(.000)***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

2) 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도간의 관계

소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족 및 병원 재이용 의도간의 관계는 〈표 5〉와 같이 나타났다.

간호서비스에 대한 전반적인 만족과 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 상관관계는 소비자 .721, 제공자 .559, 간호서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도와는 소비자 .795, 제공자 .583으로 나타나 소비자가 제공자보다 이들 변수간의 상관관계를 더 높게 지각하는 것으로 나타났으나 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도와와의 관계에 대해서는 소비자 .780, 제공자 .770으로 나타나 이들 간의 상관관계는 별로 차이가 나지 않은 것으로 나타났다.

3) 소비자와 제공자가 지각하는 병원 재이용 의도에 대한 간호서비스에 대한 전반적인 만족과 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 영향

소비자와 제공자가 지각하는 병원 재이용 의도에 대한 간호서비스에 대한 전반적 만족과 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 영향에 대한 분석결과는 〈표 6〉과 같다.

소비자는 간호 및 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 그들의 병원 재이용 의도를 71.6% 설명한다고 지각하였고 간호서비스에 대한 전반적인 만족(R² =.629)이 의료서비스에 대한 전반적인 만족(R² =.087)에 비해 훨씬 더 병원 재이용 의도를 잘 설명하는 것으로 지각하였으나 제공자는 간호 및 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 그들의 병원 재이용 의도를 61.8% 설명한다고 지각하였고, 특히 의료서비스에 대한 전반적인 만족(R² =.588)이 간호서비스에 대한 전반적인 만족(R² =.03)보다 그들의 병원 재이용 의도를 매우 잘 설명하는 요인으로 지각하였다.

〈표 6〉 연구대상자가 지각하는 병원 재이용 의도에 대한 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 영향

독립변수	환자 (n=106)				간호사 (n=94)				
	R ²	β	F	p	독립변수	R ²	β	F	p
간호 서비스 전반적 만족	.629	.485	133.195	.000***	의료 서비스 전반적 만족	.588	.646	74.645	.000***
의료 서비스 전반적 만족	.716	.430			간호 서비스 전반적 만족	.618	.222		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

IV. 논 의

본 연구의 소비자는 평균 연령이 64.41세로 70세 이상이 전체의 36.8%를 차지하여 연구병원 소비자들이 거의 노인이라는 점을 보여주고 있는데 이와 같은 소비자 특징은 그들의 교육 수준, 결혼 여부 및 수입에 있어서도 이들이 노인이기 때문에 수입이 적고 교육수준도 전반적으로 낮은 편이며 거의 대부분이 기혼인 점을 설명하고 있다. 반면 제공자들은 일반 간호사가 77.6%로, 이들의 74.5%가 3년제 간호교육기관을 졸업하였고 연령은 26~35세 사이가 53.2%를 차지하는 것으로 나타나 이와 같은 분석을 시도한 다른 연구들(김정희와 이인숙, 2004; 이미애, 1999, 2004-b)의 제공자들과 크게 차이가 없었으나 근무기간이 10년 이상인 자가 40.7%로 나타나 연구병원의 간호사들이 다른 병원 간호사들보다 재직기간이 긴 것을 알 수 있었다.

본 연구에서 간호서비스 질은 소비자의 경우, 20가지 간호서비스 속성 중 6가지 속성이 그리고 5가지 요인 중에서는 1가지 요인만이 마이너스(-) 값을 갖고 나머지 14가지 속성과 1가지 요인은 플러스 값으로 나타났으며 전체적으로도 0.4로 나와 소비자들은 자신들이 기대한 정도로 간호서비스가 제공되고 있다고 지각하는 것으로 나타났는데, 이와 같은 결과는 간호서비스 질을 다룬 다른 연구들(김정희와 이인숙, 2004; 이미애, 2001, 2004; 정면숙과 윤미진, 2001; 정원숙과 윤숙희, 2003)과는 다른 결과이다. 다른 연구들에서는 대체로 간호서비스 질값이 마이너스 값을 나타냄으로써 간호서비스가 소비자들의 기대에 미치지 못하게 제공되고 있음을 보고하였다. 그러나 이러한 결과는 연령이 높을수록 의료서비스에 대한 질, 만족, 재이용 의도가 높아진다는 강수원(1995)의 연구결과를 근거로 해석해볼 때, 본 연구에서 간호서비스 질이 높게 나타난 것은 소비자들의 연령(평균 64.41세)이 매우 높기 때문인 것으로 사료

되고, 또 한편으로는 이 병원의 간호서비스 질은 소비자의 기대를 충족시키는 정도로 잘 제공되고 있는 것으로 생각해볼 수도 있다. 하지만 이렇게 계산된 절값 중에서 그 값이 통계적으로 유의하게 나온 것은 없었기 때문에 연구병원의 소비자는 간호서비스 질을 낮게 지각하는 것은 아니지만 그렇다고 감동을 받을 만큼 높게 지각하는 것도 아님을 알 수 있었다. 소비자가 간호서비스 질 속성 중 가장 높게 지각하는 속성은 '아무리 바빠도 즉시 간호를 제공함', '병실생활에 대한 안내제공' 등으로 이러한 내용이 평소 연구병원의 간호사들이 주력하여 잘 제공하고 있는 서비스임을 알 수 있었고 가장 낮게 지각한 속성은 '용기와 희망을 줌'과 '충분히 설명하고 동의를 구함'으로 나타나 연구병원 간호사들이 환자들과 성공적으로 의사소통하고 있지 못함을 시사한다고 볼 수 있다. 이는 연구병원 소비자들이 주로 노인이고(61세 이상자가 70.8%임) 교육수준 역시 초등학교(23.6%)와 중학교 졸업자(22.6%)가 많기 때문에 간호사들이 이들과 충분히 의사소통을 하지 못하기 때문인 것으로 사료된다.

한편, 제공자는 20가지 속성과 5가지 요인 모두에서 마이너스 값이 나와 간호서비스 질을 모두 낮게 지각하였는데 이 같은 결과는 제공자가 지각하는 간호서비스 질을 측정한 다른 연구들(김정희와 이인숙, 2004; 이미애, 2001)과 일치하는 결과로, 제공자들이 소비자들보다 자신들이 제공하는 간호서비스 질에 대해 좀더 가혹하게 평가한다는 것을 다시 한 번 확인할 수 있었다. 이와 함께 소비자와 제공자의 지각차이를 구체적으로 분석해 보면 이들이 간호서비스 속성 20가지에 대해서도 각기 다르게 평가한다는 것도 알 수 있는데, 예를 들어 '병실의 환경적 문제를 즉시 개선해 줌'과 같은 속성은 제공자는 서비스의 질을 2위로 평가하였으나 소비자는 18위로 평가하였고 '아무리 바빠도 즉시 간호를 제공함'과 같은 속성은 소비자는 1위로 평가하였으나 제공자는 11위로 평가하고 있었다. 제공자

가 가장 낮게 지각한 간호서비스 속성은 '좋은 시설에서 간호 제공'과 '휴식에 충분한 안락한 환경제공'으로 이들은 모두 '유형성'에 해당되는 항목들이었으며 가장 낮게 지각한 '요인 역시 '유형성'인데, 이와 같은 결과는 김정희와 이인숙(2004), 이미애(2001)의 결과와도 일치하는 것으로, 간호사들은 자신이 근무하는 병원의 시설이나 설비에 대해 불만족해 한다는 것을 알 수 있었다.

간호서비스 겹에 대한 연구에서, 소비자는 5가지 속성과 2개의 요인만이 통계적으로 유의하게 겹이 나는 것으로 지각하였는데 이는 이미애(2001, 2004)의 연구와 차이가 나는 것으로 본 연구의 소비자들은 간호서비스에 대한 성과는 높게 지각하나 중요도는 그리 높게 지각하지 않는다는 것을 보여주는 것이다. 소비자가 가장 크게 겹을 느끼는 간호서비스 속성은 '환자를 인격적으로 존중함', '용기와 희망을 줌'으로 이들은 공감성에 속하는 속성들로 이 병원의 환자들은 간호사들이 자신들에게 개별적인 관심과 인간적 배려를 기울이는 것이 부족하다고 지각한다는 것을 보여준다. 그 외에 통계적으로 유의하게 겹이 있다고 나타난 나머지 속성 3가지 모두가 유형성에 속하는 속성들이다. 이와 같은 결과는 이미애(2001, 2004)의 연구결과와도 일치하는 내용이다. 그러므로 연구병원은 환자들에게 좀더 개별적인 관심과 인간적 배려를 기울이고 동시에 병원의 시설과 설비, 청결 등을 우선적으로 개선해 나가야 할 것이다.

제공자는 간호서비스 질과 마찬가지로 20가지 간호서비스 속성과 5가지 요인 모두에서 통계적으로 유의한 차이를 나타냈는데 이것은 간호사들이 자신들이 중요하다고 생각하는 것만큼 간호서비스를 제대로 제공하고 있지 못하다고 느끼는 것을 보여주는 결과이다. 그런데 이러한 느낌이 계속될 경우 간호사들은 무력감이나 좌절감을 느끼고 간호사로서의 자신감이나 자기 효능감이 떨어질 수도 있으므로 간호조직에서는 제공자가 느끼는 이러한 괴리감에 대해서도 주의를 기울여야 할 것이다. 그리고 소비자와 제공자 간의 지각차이는 14가지 속성과 4가지 요인에서 제공자가 소비자보다 겹을 더 크게 지각하는 것으로 나타났는데, 이 역시 이미애(2001)의 연구결과와 일맥상통하는 결과이다.

간호서비스에 대한 전반적인 만족은 7점 만점에 소비자 5.04, 제공자 4.48로 소비자가 제공자보다 통계적으로 유의하게 더 만족하는 것으로 나타났으며, 의료서비스에 대한 전반적인 만족도 소비자 4.94, 제공자 4.05로, 소비자가 제공자보다 통계적으로 유의하게 더 만족하는 것으로 나타났다. 특히 병원 재이용 의도에 있어서는 소비자 5.11, 제공자 3.99로 소비자가 제공자보다 연구병원을 재이용할 의도가 통계적으로 유의하게

높게 나타났는데 이러한 결과는 소비자가 제공자보다 간호 및 의료서비스에 대해 더 만족해하며 재이용 의도 역시 높다는 것을 의미한다. 이 같은 사실은 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도라는 세 변수 간의 관계에서도 확인이 된다. 즉 소비자는 세 변수 간의 상관관계를 .721, .795로 지각하는데 반해, 제공자는 이들 간의 상관관계를 .559, .583으로 지각하여 소비자 보다 지각된 상관계수의 값이 낮다. 이것은 소비자가 제공자보다 간호서비스에 대한 전반적인 만족이 의료서비스에 대한 전반적인 만족이나 병원 재이용 의도와 좀더 밀접한 관계에 있다고 지각하는 것을 시사하는 것으로, 이와 같은 내용은 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도가 소비자 .780, 제공자 .770으로 이 부분에서는 두 집단 간의 지각차이가 크지 않음을 볼 때 더욱 확실해진다. 즉 연구병원의 간호사들이 자신들이 제공하는 간호서비스의 중요성을 소비자보다 낮게 평가한다는 의미이다.

그리고 이러한 내용은 병원 재이용 의도에 대한 간호서비스의 전반적인 만족과 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 영향을 분석한 결과에서 더욱 확실해지는데, 소비자들은 병원 재이용 의도에 간호서비스에 대한 전반적인 만족을 주요변수로 인식하고 간호서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도를 62.9% 설명하고 의료서비스에 대한 전반적인 만족은 병원 재이용 의도를 8.7%만을 설명한다고 지각하는데 반해, 제공자는 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도를 58.8% 설명하고 간호서비스에 대한 전반적인 만족은 오직 3%만을 설명한다고 지각하였다. 이와 같은 결과를 볼 때, 제공자들은 자신이 제공하는 간호서비스의 기능과 역할, 그리고 중요도를 소비자보다 훨씬 낮게 평가한다는 것을 알 수 있었다.

그러므로 연구병원에서는 우선 간호사들을 대상으로 내부 마케팅 활동을 시행할 필요가 있다고 사료된다. 연구병원 및 간호조직에서 간호사를 대상으로 실시하는 내부마케팅의 내용은 무엇보다도 간호서비스의 중요성을 인식시키고 이와 함께 현재 간호서비스에 대한 간호사들의 평가와 소비자들의 평가 간의 차이를 확인시켜서 간호사들로 하여금 소비자가 원하는 간호서비스가 무엇인지에 대해서 알게 해주어야 할 것이다. 또한 이와 함께 소비자들이 우선적으로 개선해야 할 점이라고 지적한 신뢰성과 공감성의 속성들을 중심으로 간호서비스를 향상시킬 수 있는 방법들을 구체적으로 마련하여 간호사들을 대상으로 교육하여야 할 것이며 연구병원 소비자들의 가장 큰 특징인 노인환자들을 간호하는데 필요로 하는 의사소통기술이나 에티켓, 그 밖에 노인환자 간호시 실질적으로 필요한 다양

한 간호 지식 및 기술을 지속적으로 교육하고 훈련시킬 수 있도록 간호부 내의 장·단기 교육·훈련 프로그램을 마련하여 실시하는 것이 필요할 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 일 지역 보훈병원에 입원한 환자 및 간호사를 대상으로 간호서비스에 대한 질과 괴리, 간호 및 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도간의 관계에 대하여 소비자와 제공자간에 존재하는 지각차이를 규명하고 간호서비스에 대한 전반적인 만족이 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 미치는 영향에 대해 확인하고자 시도된 횡단적 조사연구로, 2005년 5월 1일부터 31일까지 연구병원에 입원한 환자와 간호사를 대상으로 설문조사하였다. 설문지는 환자 168부 중 106부(63%), 간호사 100부 중 94부(94%)만이 최종분석에 사용되었으며 SPSS/PC ver 12.0을 사용하여 백분율, 평균, 표준편차, t-test, Pearson Correlation Coefficient, Multiple Stepwise Regression Analysis를 실시하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 연구대상자가 지각하는 간호서비스 질(성과-기대)은 소비자는 .04($p=.577$), 제공자는 $-.27(p=.000)$ 로 나타나, 제공자가 소비자보다 통계적으로 유의하게 간호서비스 질을 낮게 지각하는 것으로 나타났다($t=2.95, p=.004$).
2. 연구대상자가 지각하는 간호서비스 겹(중요도-성과)은 소비자는 .11($p=.044$), 제공자는 .44($p=.000$)로 나타나, 제공자가 소비자보다 통계적으로 유의하게 간호서비스의 겹을 더 크게 지각하는 것으로 나타났다($t=3.750, p=.000$).
3. 연구대상자가 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족 및 병원 재이용 의도는 세 변수 모두에서 소비자가 제공자보다 통계적으로 유의하게 높게 지각하는 것으로 나타났다.
4. 연구대상자들이 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족, 의료서비스에 대한 전반적인 만족 및 병원 재이용 의도간의 관계는 두 집단 모두에서 세 변수간의 통계적으로 유의한 상관관계가 나타났으며 소비자가 제공자보다 간호서비스에 대한 전반적인 만족이 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도와 외의 좀더 밀접한 관계가 있다고 지각하나 의료서비스에 대한 만족과 병원 재이용 의도와 외의 상관관계는 두 집단 간에 별다른

차이가 나타나지 않았다.

5. 연구대상자들이 지각하는 병원 재이용 의도에 대한 간호서비스에 대한 전반적인 만족과 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 영향에 있어서, 소비자는 간호 및 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 그들의 병원 재이용 의도를 71.6% 설명하고 그 중에서 간호서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도를 62.9% 설명하는 것으로 지각하였으나 제공자는 의료 및 간호서비스에 대한 전반적인 만족이 그들의 병원 재이용 의도를 61.8% 설명하나 그중에서 간호서비스에 대한 전반적인 만족은 병원 재이용 의도를 3%만 설명하는 것으로 지각하여 두 집단 간의 지각차이를 극명하게 나타내었다.

이와 같은 본 연구의 결과를 기초로 하여 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

1. 본 연구에서는 간호서비스 질을 측정하는 방법은 SERVQUAL 도구를 사용하여 측정하였으나 이외의 사용될 수 있는 다른 측정방법들을 사용하여 정확하고 간편하게 간호서비스 질을 측정할 수 있는 도구를 개발하는 연구가 다각적으로 시행될 필요가 있다.
2. 본 연구에서는 간호서비스 질과 만족을 다른 개념으로 보고 각기 따로 측정하였으나 서비스 질을 만족과 같은 개념으로 보는 견해도 있으므로 간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 규명하는 연구가 시행될 필요가 있다.

참고 문헌

- 강수원(1995). *의료서비스 질이 의료소비자 만족에 미치는 영향에 관한 실증적 연구*. 한남대학교 대학원 경영학 석사학위논문
- 구순이(1996). *의료서비스에 대한 소비자 만족에 관한 연구. 마케팅 연구, 11(2), 67-90.*
- 김정희, 이인숙(2004). *중소 종합병원 입원환자와 간호사의 간호서비스에 대한 기대와 지각, 질 평가와 만족도 차이. 대한간호학회지, 34(7), 1243-1254.*
- 유동근(1996). *의료서비스 마케팅을 위한 품질지각과 만족에 관한 연구. 간호행정학회지, 2(1), 97-114.*
- 이미애(1999). *간호서비스 리포지셔닝을 위한 간호서비스 품질 분석*. 경희대학교 대학원 간호학 석사학위논문.

- 이미애(2001). 간호서비스 질에 대한 소비자와 제공자의 지각 차이에 관한 분석. *대한간호학회지*, 31(5), 871-884.
- 이미애(2004a). 소비자가 지각하는 간호서비스 질과 피리에 관한 연구. *대한간호학회지*, 34(2), 225-234.
- 이미애(2004b). 소비자와 제공자가 지각하는 간호 서비스 질의 요인과 병원 재이용 의도에 관한 연구. *간호행정학회지*, 10(4), 473-484.
- 이선아(1998). 간호서비스 질에 대한 환자의 인식과 만족도 및 재방문 의도와와의 관계. *간호행정학회지*, 4(2), 307-319.
- 이선희, 조우현, 최귀선, 강명근(2001). 병원 고객만족도 측정방법에 대한 비교분석. *예방의학지*, 34(1), 55-60.
- 정명숙, 윤미진(2001). 간호서비스에 대한 고객만족에 관한 연구 -환자의 기대와 성과지각 및 병원 재이용 의사간의 관계-. *간호행정학회지*, 9(1), 31-40.
- 정원숙, 윤숙희(2003). 간호서비스에 대한 고객만족에 관한 연구-환자의 기대와 성과지각 및 병원 재이용 의사간의 관계-. *간호행정학회지*, 9(1) 31-40.
- Atkins, P. M., Marshall, B. S., & Javalgi, R. G.(1996). Happy employee lead to loyal patients. *J Health Care Mark [On-line serial]*, 16(4), 14-24.
- Cronin, J. J. Jr., & Tylor, S. A.(1994). SERVQUAL versus SERVPERF: reconciling performance-based and perception-minus-expectation measurement of service quality. *J Mark*, 58(January), 125-131.
- de Carvalho, F. A., & Leite, V. F.(1999). Attribute importance in service quality: an empirical test of the PZB conjecture in brazil. *IJSIM*, 10(5), 497-504.
- Dukta, A. F.(1993). *AMA Handbook for customer satisfaction: research planning and implementation*. Chicago: NTC Business Books.
- Harrison, E.(1995). Nursing caring and the new health care paradigm. *Journal of Nursing Care Quality*, 9(4), 14-23.
- Kotler, P.(1997). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Lijander, V., & Strandvik, T.(1994). Estimating zones of tolerance in perceived service quality and perceived service value. *IJSIM*, 4(2), 6-28.
- Lumby, J., & England, K.(2000). Patient satisfaction with nursing care in a colorectal surgical population. *Int J Nurs Pract*, 6, 140-145.
- McNely, R. M.(1994). *Marketing customer satisfaction happen*. Chapman & Hall, London.
- Nitecki, D. A.(1996). Changing the concept and measure of service quality in academic libraries. *J Academic Librarianship*, 22(3). 181-191.
- Pararuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L.(1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *J Retail*, 64(Spring), 12-40.
- Pararuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L.(1994). Reassessment of expectation in measuring service quality: implication for further research. *J Marketing* 58(January), 111-124.
- Puay, C. L., & Nelson, K. H. T.(2000). A*study of patients' expectation and satisfaction in singapore hospitals. *Int J Health care qual assur*, 13(7), 289-299.
- Sargeant, A., & Kaehler, J.(1998). Factors of patient satisfaction with medical services: The case of G. P. practices in the U. K. *Health Mark Quart*, 16(1), 55-77.
- Soliman, A. A.(1992). Assessing the quality of health care : A consumerist approach. *Health Mark Quart*, 10(1-2), 121-141.
- Woodruff, R. B., E. R. Cadonette., & R. L. Jenkins.(1983). Modeling consumer satisfaction processes using experience based norms. *Journal of Marketing Research*, 20(August), 296-304.
- Youssef, D. K., Nel, D., & Bovaird, T.(1996). Health care quality in NHS hospitals. *Int J Health Care Qual Assur*, 9(1), 15-28.

-Abstract-

Key words : Hospital Nursing Service, Healthcare
Quality · Access · Evaluation

A Comparative Study of Consumers and Providers on
Nursing Service Quality, Satisfaction, and Hospital
Revisiting Intent

Lee, Mi Aie · Yom, Young Hee***

Purpose: The purposes of this study were to compare the nursing service quality, gap, overall nursing service satisfaction, overall medical service satisfaction and intent to revisit the hospital perceived by consumers and providers. **Methods:** Data were collected with self-administered questionnaire and analyzed using frequency, %, mean, standard deviation, t-test, Pearson correlation coefficient, and multiple regression analysis. **Result:** Nursing service gap perceived by consumers was smaller than that of providers. Consumers' overall satisfaction with nursing and medical service was higher than that of nurses. In consumers, nursing service satisfaction alone accounted for 62.9% of the variance in their intent to revisit the hospital, while explained 3% of the variance in providers. **Conclusion:** There are definitely perception gap between consumers and providers. Therefore nursing and hospital managers must recognize it, and carry out the internal marketing strategies for nurses.

*Department of Nursing, College of Medicine, Dongguk
University

**Department of Nursing, College of Medicine, Chung Ang
University