

종합건강검진서비스에 대한 고객만족도가 재이용의도와 건강신념, 자기효능감 및 건강증진행위 변화에 미치는 영향

이 영 숙¹⁾ · 정 먼 숙²⁾

서 론

연구의 필요성

오늘날 우리나라 사람들의 주요 사망 원인중 하나인 만성 질환의 증가 추세는 국민의 건강을 위협하는 것은 물론이고, 의료비 증가의 주요 요인이 되고 있다. 따라서 치료 중심의 현 의료체제로는 이러한 문제를 해결하는데 어려움이 있다는 인식에 따라 질병예방과 건강증진에 대한 관심이 어느 때 보다 고조되어 종합건강검진에 대한 요구와 수요가 증가하고 있다. 종합건강검진이란 보통 증상이 없는 사람을 대상으로 질병을 초래하는 위험요소를 찾아내고 질병 초기의 무증상 시기에 질환을 발견하기 위한 일차 예방 혹은 이차 예방을 목적으로 행해지는 의료서비스이다(하은정, 2002).

캐나다와 미국에서는 1980년 이후로 선별적 검사, 상담과 교육을 포함하여 무증상 일반인과 고 위험군에 대하여 예방적 건강서비스를 제안하고 있다(Alfred & Janet, 2001). 우리나라에서도 1980년 이후 급격한 경제성장과 더불어 각 병원 단위로 종합건강검진이 활발히 시행되고 있으며, 이러한 종합건강검진은 대상자들에게 예방적인 건강행위에 대한 교육 및 질병의 조기진단, 건강위험 요인을 제시해서 금주, 금연, 식이요법, 운동 등을 실천하도록 하는 기회가 되고 있다(이정양, 2000).

최근 의료에 대한 고객들의 기대와 욕구의 증가, 의료기관의 수적, 양적 증가로 인하여 의료기관간의 경쟁의 심화, 의

료기관의 경쟁심화에 따른 의료기관의 경영수지 악화 등 의료기관을 둘러싼 경영환경의 변화는 병원에서도 고객중심의 마케팅에 관심을 가지기 시작했다(조우현 등, 1999). 대상자의 고객만족과 경쟁력 확보를 위해서는 고객중심의 사고가 필요할 뿐만 아니라 고객만족도에 대한 철저한 분석이 있어야 한다. 고객만족도에 대한 분석은 대상자의 서비스에 대한 반응이 어떤지를 알게 하고 이것을 긍정적이고 미래 지향적인 방향으로 개선하여 고객의 만족도를 높이고, 고객만족의 결과로 대상자의 서비스에 대한 재이용을 가져올 수 있다(심보근, 강석후, 2002).

그동안 우리나라에서 종합건강검진자를 대상으로 한 연구는 주로 검진서비스에 대한 만족도 연구(강상권, 1994; 이구호, 2000; 하은정, 2002; 이혜숙, 2004)가 있었다. Carol(2001)은 건강증진행위의 예측요인으로 의료진의 상담과 건강교육이 유의한 변수임을 보고하고 있으나 지금까지의 종합건강검진서비스에 대한 연구에서는 구체적인 결과상담에 대한 고객만족도를 알아본 연구는 찾아보기 힘들며, 종합건강검진의 만족도가 재이용 의도에 영향을 미치는 것으로 선행연구를 통해 알 수 있지만 구체적인 결과상담 영역을 포함한 만족도가 재이용 의도에 미치는 영향에 대한 연구는 거의 이루어지지 않고 있다. 그리고 종합건강검진자의 건강증진행위와 관련된 지금까지의 연구는 일부 있었으나(최재영, 전경자, 2002; 성낙진, 1992; 조비룡, 1997; 천경수 등, 1999) 종합건강검진서비스가 건강증진행위의 한 예측요인인 상담과 건강교육을 포함하고 있음에도 불구하고 종합건강검진서비스에 대한 고객만족도가

주요어 : 종합건강검진서비스, 고객만족도, 재이용 의도, 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위

1) 경상대학교병원 간호사

2) 경상대학교 간호대학 교수; 경상대학교 건강과학연구원 노인건강연구센터 연구원(교신처자 E-mail: profmsjung@hanmail.net)

투고일: 2006년 1월 23일 심사완료일: 2006년 2월 28일

건강개념인 건강신념, 자기효능감 및 건강증진행위에 어떤 영향을 미치는지에 대한 연구는 거의 이루어지지 않고 있다.

이에 본 연구자는 일개 대학병원 종합건강증진센터의 종합건강검진 대상자들의 고객만족도가 재이용 의도에 미치는 영향과 대상자들의 고객만족도에 따른 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위 변화의 정도를 파악함으로써 종합건강증진센터 서비스에 대한 마케팅 전략의 수립 및 대상자의 추후관리 프로그램을 개발하는데 기초자료로 활용하여 종합건강증진센터에 근무하는 간호사의 역할증대와 독자적 간호중재방안을 모색하고자 본 연구를 시도하였다.

연구의 목적

본 연구의 구체적 목적은 다음과 같다.

- 일반적 특성에 따른 종합검진서비스의 고객만족도 및 재이용 의도를 파악한다.
- 종합검진서비스의 고객만족도와 재이용 의도의 관계를 파악한다.
- 종합검진서비스의 재이용 의도에 영향을 미치는 예측요인을 파악한다.
- 종합검진서비스의 고객만족도가 높은군과 낮은군의 일반적 특성 차이를 파악한다.
- 종합검진서비스 고객만족도에 따른 건강신념, 자기효능감 및 건강증진행위 변화의 차이를 파악한다.

연구 방법

연구설계

본 연구는 종합건강검진서비스에 대한 만족도가 재이용 의도와 종합건강검진서비스를 받은 1개월 후 건강신념, 자기효능감 및 건강증진행위의 변화에 미치는 영향을 알아보기 위한 전향적 조사연구이다.

연구대상자

본 연구는 G대학병원 종합건강증진센터에서 종합건강검진을 받은 대상자 중 질병예방과 건강증진을 위해 교정해야 할 목표 건강행위가 비슷한 고혈압환자/혈압이상, 당뇨병환자/혈당이상, 고지혈증, 비만의 소견을 보인자를 대상으로 하였다. 사전조사 설문문에 참여한 107명 중 사후조사 설문문에 참여하지 않은 15명을 제외한 92명을 연구의 대상으로 하였으며 사전에 연구목적을 설명하고 동의를 구하였다.

연구도구

본 연구에서 사용된 도구는 대상자의 일반적 특성, 만족도, 재이용 의도, 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위를 측정하기 위해 총 102문항으로 이루어진 자가 보고식 설문지이며 각각의 도구는 다음과 같이 구성되었다.

• 만족도 및 재이용 의도 측정도구

하은정(2002)이 사용한 척도를 본 연구자와 간호학 교수 3인이 수정 보완한 5점 척도로서, 만족도는 총 18문항, 재이용 의도는 총 2문항으로 구성되어 있으며 점수가 높을수록 만족도 및 재이용의도가 높은 것을 의미한다. 본 연구에서 만족도 측정도구의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .9643$, 재이용 의도 측정도구의 신뢰도 Cronbach's $\alpha = .8800$ 이었다.

• 건강신념 측정도구

선행연구들(Walker, Sechrist, & Pender, 1987; 이미혜, 2001)에서 사용된 도구를 토대로 본 연구자와 간호학 교수 3인이 수정 보완한 도구로서 '지각된 민감성' 4문항, '지각된 심각성' 5문항, '지각된 유익성' 6문항, '지각된 장애성' 7문항으로 총 22문항으로 구성되어 있다. 각 문항은 5점 척도로서 점수가 높을수록 건강신념이 높음을 의미한다. 도구의 신뢰도 Cronbach's $\alpha = .7948$ 이었다.

• 자기효능감 측정도구

선행연구들(James, 1988; 박영임, 1994; 최수전, 1998)에서 사용된 도구를 참조하여 본 연구자와 간호학 교수 3인이 수정 보완한 도구로서 '운동' 6문항, '식습관' 8문항, '스트레스관리' 3문항, '체중관리' 1문항, '기호품 제한' 2문항으로 총 20문항이다. 각 문항 점수는 5점 척도로서 '매우 그렇다'에 5점, '전혀 그렇지 않다'에 1점으로 점수가 높을수록 자기효능감이 높은 것을 의미한다. 도구의 신뢰도 Cronbach's $\alpha = .8828$ 이었다.

• 건강증진행위 측정도구

선행연구들(Walker, Sechrist, & Pender, 1987; 김영옥, 1996; 강영실 등, 2003)의 도구를 참조하여 본 연구자와 간호학 교수 3인, 영양사 1인이 수정 보완한 Likert 5점 척도로서 '운동' 4문항, '식습관' 9문항, '스트레스관리' 4문항, '체중관리' 1문항, '기호품 제한' 2문항으로 총 20문항, 범주형 척도는 '흡연', '음주', '운동'을 포함, 총 10문항으로 구성되어 있다. 점수가 높을수록 건강증진행위 수행을 잘 하고 있음을 의미하며, 도구의 신뢰도 Cronbach's $\alpha = .9130$ 이었다.

자료수집 방법 및 절차

종합건강검진 1주일 후, 결과상담을 받은 직후에 고객만족도와 재이용 의도를 측정하였으며, 결과상담을 받은 1개월 후, 건강신념, 자기 효능감, 건강증진행위를 측정하였다.

- 건강신념, 자기 효능감, 건강증진행위 사전조사

종합건강검진서비스를 받는 대상자에게 검진 전 대상자의 일반적 특성과 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위에 대한 사전 조사를 실시하였다.

- 종합건강검진

종합건강검진 항목은 신체계측과 비만도, 안과검사, 청력검사, 구강검사, 임상병리학적 검사, 심전도, 흉부 X-선, 위장 조영술 또는 전자위내시경, 초음파검사(복부, 경동맥, 갑상선), 골밀도검사, 적외선체열검사, 인성검사는 남녀 공통적으로 하며 여자는 유방촬영, 부인과 초음파, 자궁 세포진 검사 등을 더 추가로 한다.

- 종합건강검진 결과상담

결과상담은 의사, 영양사, 간호사가 담당하였으며, 종합건강검진 1주일 후 전문의 및 영양사는 검사결과 이상 유무에 따라 치료여부 및 영양상담을 각각 약 10분 정도 상담을 하였다. 간호사는 검진 결과 및 영양 상담에 대한 추가적인 상담과 운동, 절주, 금연 등 건강관련 상담을 하였으며, 상담시간은 약 10-20분 정도 소요되었다. 가족이 함께 방문하는 대상자는 가족에게도 함께 건강교육을 실시하였다. 또한 종합건강검진 후 결과 상담 시 대상자의 종합건강검진 결과에 대한 자료와 각 대상자의 건강상태에 맞는 식이요법과 운동 등의 건강유인물 제공하였고, 건강증진행위 변화를 위한 구두설득, 대상자와 가족에 대한 건강교육을 통한 대리경험 등을 자기 효능감 증진 전략으로 사용하여 자기효능감의 향상을 도모하였다. 또한 검진결과를 바탕으로 건강상태 및 예후에 대한 설명 및 건강교육을 통하여 지각된 민감성과 심각성, 유익성을 높이고 장애성을 낮추도록 하여 건강신념을 증가시키도록 하였다. 질병예방과 건강증진을 위해 자신의 건강상태에 맞는 개별적이고 구체적인 건강증진행위에 대해 교육함으로써 대상자의 건강증진행위의 변화를 유도하였다.

- 고객만족도 및 재이용 의도 사후조사

사전조사를 한 대상자가 종합건강검진 1주일 후에 종합건강검진에 대한 결과상담을 하고 난 직후에 종합건강검진서비스에 대한 만족도를 구조화된 설문지를 통해 조사하였다.

- 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위 사후조사

사전조사와 만족도 조사 설문에 참여한 대상자 107명에게 사전 조사와 동일한 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위에 대한 설문지를 우편으로 발송해서 최종 92부 중 85%를 회수하였다.

자료분석 방법

수집된 자료는 SPSS WIN 10.0 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다.

- 대상자의 일반적 특성에 따른 고객만족도 및 재이용 의도는 t-test와 ANOVA로 분석하였다.
- 대상자의 고객만족도와 재이용 의도의 관계는 Pearson's correlation로 분석하였다.
- 재이용 의도에 대한 예측요인은 Multiple regression으로 분석하였다.
- 종합건강검진서비스의 만족도가 높은군과 낮은군의 일반적 특성의 차이는 χ^2 로 분석하였다.
- 종합건강검진서비스에 대한 만족도가 높은군과 낮은군의 건강신념, 자기효능감 및 건강증진행위 변화의 차이는 t-test로 분석하였다.

연구 결과

일반적 특성에 따른 고객만족도 및 재이용 의도

종합건강검진서비스 대상자의 일반적 특성과 만족도와 재이용 의도와의 관계는 <표 1>과 <표 2>에 나타나 있다. 만족도는 연령별로 통계적으로 유의한 차이를 보이고 있는 것으로

<표 1> 대상자의 일반적 특성 (N=92)

특성	구분	빈도	백분율(%)
성별	남	58	63
	여	34	37
결혼	미혼	6	6.5
	기혼	86	92.5
연령	30-39	16	17.4
	40-49	23	25.0
	50-59	39	42.4
	60세 이상	14	15.2
종교유무	유	57	62
	무	35	38
교육정도	초졸 이하	18	19.6
	중졸	14	15.2
	고졸	40	43.5
	대졸	15	16.3
	대학원 이상	5	5.4

<표 1> 대상자의 일반적 특성 (N=92)

특성	구분	빈도	백분율(%)
직업	자영업	26	28.3
	회사원	21	22.8
	주부	18	19.6
	농축산업	14	15.2
	공무원	9	9.8
	기타	4	4.3
가족월수입	100만원 미만	8	8.7
	100-200만원 미만	21	22.8
	200-300만원 미만	23	25.0
	300-400만원 미만	16	17.4
	400-500만원 미만	13	14.1
	500만원 이상	11	12.0
정기검진	유	40	43.5
	무	52	56.5
검진형태	개인검진	68	72.9
	단체검진	24	26.1
검진동기	스스로 건강유지	31	33.7
	건강관리상 정기검진	21	22.8
	직장단체검진	20	21.7
	신체이상 증상 자각	17	18.5
	가족권유	3	3.3

재이용 의도에 영향을 미치는 예측요인

재이용 의도에 영향을 미치는 예측요인은 <표 4>과 같다. 재이용 의도와 상관관계가 유의하게 나온 모든 영역별 만족도인 검진과정, 검진환경, 결과상담과 일반적 특성에서 재이용 의도와 유의한 차이를 보인 결혼여부, 검진형태를 예측요인으로 보아 명목변수인 검진형태는 가상변수로 변환하여 이들 요인을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 이들 요인 중 만족도 영역에서는 결과 상담(F=126.166, P=.000), 검진환경(F=77.490, P=.000), 검진형태(F=55.932, P=.000)로 나타났다. 결과상담 만족도가 57.9%, 검진환경 만족도를 추가하면 62.7%, 검진형태를 추가하면 재이용 의도의 전체 64.4%를 설명하는 것으로 나타났다.

<표 4> 재이용 의도에 영향을 미치는 예측요인 (N=92)

변수	β	R	수정된 R ²	F	P
결과상담 만족도	.733	.584	.579	126.166	.000**
검진환경 만족도	.355	.635	.627	77.490	.001**
검진형태	-.144	.656	.644	55.932	.024*

*P<0.05 **P<0.01

<표 2> 일반적 특성에 따른 고객만족도 및 재이용 의도

(N=92)

특성	구분	빈도	고객만족도			재이용 의도		
			M±SD	t or F	P	M±SD	t or F	P
성별	남	58	4.16±.66	.575	.450	4.29±.70	.339	.735
	여	34	4.23±.61			4.23±.92		
결혼	미혼	6	3.44.67	.246	.621	3.66±.81	-1.983	.050
	기혼	85	4.25.61			4.31±.77		
연령	30-39	16	3.94±.74	3.154	.029*	4.12±.80	1.210	.890
	40-49	23	4.43±.50			4.43±.66		
	50-59	39	4.03±.599			4.15±.81		
	60세 이상	14	4.42±.72			4.27±.78		
종교	무	35	4.23±.67	.434	.666	4.25±.78	-1.139	.311
	유	57	4.16±.63			4.28±.79		
학력	초졸이하	18	4.12±.73	.830	.532	4.11±.96	.566	.639
	중졸	14	3.96±.67			4.14±.84		
	고졸	42	4.26±.65			4.35±.76		
	대졸	15	4.27±.45			4.35±.581		
	대학원이상	5	4.11±.71			4.15±.45		
직업	공무원	9	4.43±.55	1.271	.279	4.44±.52	1.876	.107
	회사원	21	4.15±.76			4.09±.83		
	자영업	26	4.34±.60			4.57±.57		
	농축산업	14	4.11±.62			4.21±.69		
	주부	18	3.94±.60			3.94±.10		
	기타	4	4.01±.56			4.50±.57		
월 수입	100만원미만	8	4.36±.68	.697	.627	4.36±1.0	2.050	.080
	100-200만원	21	4.07±.78			4.00±1.0		
	200-300만원	23	4.11±.69			4.17±.77		
	300-400만원	16	4.22±.53			4.56±.51		
	400-500만원	13	4.14±.54			4.07±.49		
정기검진	무	52	4.22±.62	.637	.427	4.25±.78	.764	.764
	유	40	4.15±.68			4.30±.79		

<표 2> 일반적 특성에 따른 고객만족도 및 재이용 의도(계속)

(N=92)

특성	구분	빈도	고객만족도			재이용 의도		
			M±SD	t or F	P	M±SD	t or F	P
검진 형태	개인검진	68	4.17±.62	.801	.373	4.36±.73	2.003	.048*
	단체검진	24	4.19±.40			4.00±.88		
검진 동기	스스로 건강유지	31	4.04±.60	.961	.446	4.25±.77	.649	.629
	정기검진	21	4.19±.65			4.42±.67		
	직장단체검진	20	4.15±.79			4.05±.94		
	신체이상증상	17	4.42±.53			4.35±.78		
	가족권유	3	4.58±.27			4.33±.78		

*P<0.05 **P<0.01

<표 3> 고객만족도와 재이용 의도의 관계

(N=92)

	고객만족도			총 고객만족도 r(p)
	검진과정 r(p)	검진환경 r(p)	결과상담 r(p)	
재이용 의도	.708(.000)**	.736(.000)**	.764(.000)**	.791(.000)**

*P<0.05 **P<0.01

<표 5> 고객만족도가 높은군과 낮은군의 일반적 특성 차이

(N=92)

특성	구분	고객만족도		계(n=92) 실수(%)	χ ²	P
		높은군 실수(%)	낮은군 실수(%)			
성별	남	30(65.2)	28(60.9)	58(63)	.187	.666
	여	16(34.8)	18(39.1)	34(37)		
결혼	미혼	1(2.0)	5(10.8)	6(6.5)	3.961	.138
	기혼	45(98.0)	41(89.2)	86(93.5)		
연령	30-39	6(13.0)	10(21.8)	16(17.4)	13.166	.004*
	40-49	17(37.0)	6(13)	23(25)		
	50-59	13(28.2)	26(56.5)	39(42.4)		
	60세 이상	10(21.8)	4(8.7)	14(15.2)		
종교	무	20(43.4)	15(33)	35(38)	1.224	.747
	유	26(56.6)	31(67)	57(62)		
학력	초졸 이하	7(15.2)	11(23.9)	18(19.6)	3.939	.558
	중졸	5(10.8)	9(19.6)	14(15.2)		
	고졸	23(50.0)	17(37.0)	40(43.5)		
	대졸	8(17.3)	7(15.1)	15(16.3)		
	대학원 이상	3(6.7)	2(4.4)	5(5.4)		
직업	공무원	6(13.0)	3(6.4)	9(9.8)	11.545	.073
	회사원	11(23.9)	10(21.8)	21(22.8)		
	자영업	18(39.1)	8(17.6)	26(28.3)		
	농축산업	5(11.0)	9(19.6)	14(15.2)		
	주부	5(11.0)	13(28.2)	18(19.5)		
	기타	1(2.0)	3(6.4)	4(4.4)		
월수입	100만원 미만	5(11.0)	3(6.4)	8(8.7)	3.670	.598
	100-200만원	9(20.0)	12(26.0)	21(22.8)		
	200-300만원	10(22.0)	13(28.8)	23(25)		
	300-400만원	8(17)	8(17.3)	16(17.4)		
	400-500만원	6(13)	7(15.1)	13(14.1)		
	500만원 이상	8(17)	3(6.4)	11(12)		
정기검진	무	18(39.1)	22(47.8)	40(43.5)	.708	.400
	유	28(60.9)	24(52.2)	52(56.5)		
검진형태	개인검진	34(74.0)	34(74.0)	68(74)	1.015	.602
	단체검진	12(26.0)	12(12.0)	24(26)		

<표 5> 고객만족도가 높은군과 낮은군의 일반적 특성 차이(계속) (N=92)

특성	구분	고객만족도		계(n=92) 실수(%)	χ^2	P
		높은군	낮은군			
		실수(%)	실수(%)			
검진동기	스스로 건강유지	13(28.2)	18(39.1)	31(33.7)	4.583	.469
	정기검진	10(21.8)	11(23.9)	21(22.8)		
	직장단체검진	11(23.8)	9(19.6)	20(21.7)		
	신체이상증상자가	9(21.8)	8(17.4)	17(18.6)		
	가족권유	3(6.4)	0(0)	3(3.2)		

*P<0.05 **P<0.01

고객만족도가 높은군과 낮은군의 일반적 특성 차이

종합건강검진서비스를 받은 대상자의 고객만족도의 평균평점은 4.17(범위1~5)로 만족도의 평균값은 '대체로 만족한다'에서 '매우 만족한다'로 높게 나타났으며, 만족도가 높은군과 낮은군의 특성을 비교하기 위해 각 대상자의 고객만족도의 평균평점을 낮은 점수에서 높은 점수의 빈도순으로 나열한 뒤 평균의 중앙값으로 대상자를 두 군으로 나누어 고객만족도 점수가 높은 상위 50%를 '만족도가 높은 군'으로 하고 고객만족도 점수가 낮은 하위 50%를 '만족도가 낮은 군'으로 하여 두 군 간의 차이를 분석하였다. 대상자의 일반적 특성의 차이는 <표 5>에 나타나 있다.

고객만족도가 높은군과 낮은군의 건강신념, 자기효능감 및 건강증진행위 변화의 차이

종합건강검진서비스에 대한 고객만족도가 높은군과 낮은군의 건강신념의 차이는 <표 6>에 나타나 있다. 종합건강검진서비스 전후 변화에서 건강신념은 검진 전후 두 군 모두 평균값이 증가하였지만 고객만족도가 높은 군이 더 많은 증가를 보여 두 군 간에는 통계적으로 유의한 차이를 보였다($t=-2.035, p=.045$). 자기효능감의 변화는 고객만족도가 높은 군은 검진 전보다 검진 후에 자기효능감의 평균값이 더 증가하였지만 고객만족도가 낮은 군에서는 오히려 검진 후에 자

기효능감의 평균값이 더 감소하였으나 두 군 간의 차이는 통계적으로는 유의하지 않았다($t=-1.637, p=.105$). 그리고 건강증진행위는 검진 전후 두 군 모두 평균값은 증가하였으나 고객만족도가 높은군에서 더 많은 증가를 보여 두 군 간의 건강증진행위 변화에는 통계적으로 유의한 차이를 보였다($t=-2.316, p=.023$).

논 의

고객만족도와 재이용 의도

종합건강검진서비스를 받은 대상자의 고객만족도를 평균평점을 빈도순으로 나열한 후 중앙값으로 대상자를 두 군으로 나누어 고객만족도 점수가 높은 상위50%의 대상자를 '고객만족도가 높은군', 만족도 점수가 낮은 하위 50%의 대상자를 '고객만족도가 낮은군'으로 하여 그 특성들을 비교한 결과, 일반적 특성에서는 연령에서만 통계적으로 유의한 차이를 보여서 고객만족도가 높은군은 40-49세가 47명(37%)으로 가장 많았고, 고객만족도가 낮은군은 50-59세가 26명(56%)가 가장 많았다. 이는 나이가 많을수록 만족도가 높았다는 강상권(1994)의 연구결과와는 차이가 있었다.

고객만족도와 재이용 의도와와의 관계에서는 결과상당 $r=.764$ ($p=.000$), 검진환경 $r=.736$ ($p=.000$), 검진과정 $r=.708$ ($p=.000$)으로 결과상당 영역이 재이용 의도와 가장 높은 상관관계를 보

<표 6> 고객만족도가 높은군과 낮은군의 건강신념, 자기효능감 및 건강증진행위 변화의 차이 (N=92)

변수	검진	고객만족도				평균차	t	p
		높은군		낮은군				
		M±SD	후-전 M±SD	M±SD	후-전 M±SD			
건강신념	검진전	3.17±.50		3.30±.37		-.18±.09	-2.035	.045*
	검진후	3.43±.55	.26±.48	3.38±.45	.08±.39			
자기효능감	검진전	3.76±.60		3.76±.49		-.20±.12	-1.637	.105
	검진후	3.88±.50	.11±.64	3.68±.52	-.08±.53			
건강증진행위	검진전	3.12±.68		3.06±.66		-.28±.12	-2.316	.023*
	검진후	3.63±.71	.51±.62	3.28±.75	.22±.56			

*P<0.05 **P<0.01

었다. 김희경, 류황건(2001)의 연구에서는 검진만족도 $r=.611$ ($p=.001$), 비용편익만족도 $r=.392$ ($p=.000$), 시설이용만족도 $r=.248$ ($p=.000$)로 검진만족도가 재이용 의도와 가장 상관관계가 높은 것으로 나타났지만 결과상담 영역을 포함하고 있지 않아 본 연구의 결과와는 차이를 보였다. 재이용 의도는 일반적 특성 중 기혼자와 개인검진 대상자가 더 높은 것으로 나타났다. 이는 전은주(2004)의 연구에서 기혼자가 재이용 의도가 높다고 한 것과 일치된 결과를 보였으나, 일반적 특성과는 유의한 차이가 없었다고 한 이혜숙(2004)의 연구와는 차이가 있었다. 고객만족도는 병원의 특성과 검진 대상자의 특성에 따라 다르게 나타날 수 있을 것이라고 생각되며 본 센터에서는 미혼자와 단체 검진자들의 재이용 의도가 낮으므로 이들의 요구에 부합되는 맞춤 마케팅이 필요하다고 생각한다.

재이용 의도의 예측요인으로 고객만족도 영역 중에서 결과상담, 검진환경, 일반적 특성 중에서는 검진형태로 나타났으며, 결과상담 만족도 57.9%, 검진환경 만족도 4.8%, 검진형태 1.7%로 재이용 의도의 전체 64.4%를 설명하였다. 전은주(2004)는 재이용에 미치는 요인은 검진과정 만족도가 가장 크고 연령, 서비스에 대한 만족도로 전체 설명력은 16.5%로 나타나 결과상담 영역을 포함하고 있지 않아 차이가 보인 것으로 생각되며, 하은정(2002)의 연구에서는 재이용의도의 예측요인으로 만족도 개별 문항 각각을 독립변수로 한 회귀분석의 결과에서 결과설명의 친절도, 검진결과의 신뢰도, 검진환경의 쾌적성으로 재이용의도의 전체 36.5%를 설명하는 것으로 나타나 구체적 결과상담 영역을 포함하고 있지는 않지만 결과설명의 친절도와 검진결과의 신뢰도 문항이 재이용 의도의 예측요인으로 나타나 본 연구에서 결과상담 영역이 재이용 의도의 예측요인으로 나타난 것과는 비슷한 결과이다. 이형환(1997)의 연구에서는 검진자들을 대상으로 앞으로 개선되기를 바라는 요구사항을 알아 본 결과 검사결과에 대한 설명과 건강 상담이 가장 많은 것으로 나타났으며, 본 연구에서 재이용 의도의 예측요인으로 결과상담 만족도 부분의 설명력이 57.9%로 나타난 것을 볼 때 마케팅 전략적으로 한 검진자가 충성도가 높은 평생고객으로서 종합건강증진센터를 재이용할 수 있도록 하기 위해서는 결과상담이나 건강교육 등을 강화할 수 있는 프로그램이 개발되어야 하며, 이러한 건강교육 등을 담당할 수 있는 건강증진 간호사의 양성과 교육이 필요하며 역할확대가 있어야 한다고 생각한다. 현재 우리나라의 일부 대학병원 종합건강증진센터에서는 간호사들로 구성된 고객지원실에서 CRM(고객관계관리 시스템)을 활용해 검진 후 개인관리와 차후의 검진계획까지 담당하는가 하면 의사의 진료 후에도 대상자들이 담당간호사들에게 다시 상담할 수 있는 서비스로 큰 호응을 얻고 있다(테일리메디, 2004. 11). 각 병원들은 이제는 고급 의료수준과 최첨단 검사장비, 감각 및

인테리어만으로 지속적인 수요자를 확보할 수 없으므로, 고객 중심의 사고로 전환하고 대상자들에게 보다 많은 고객 만족을 제공할 수 있도록 그들과 가장 많은 시간을 접하게 되는 건강증진 간호사들의 역할 증대를 기대하고 있는 실정이다.

고객만족도와 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위

만족도가 높은 군과 만족도가 낮은 군으로 나누어 종합건강검진 전후 건강신념의 변화의 차이를 분석한 결과, 만족도가 높은 군은 건강신념의 평균평점이 검진 전 3.17(범위1~5), 검진 후 3.43(범위1~5)로 증가하였으나 만족도가 낮은 군은 검진 전 3.30(범위1~5), 검진 후 3.38(범위1~5)로 별 변화가 없어 만족도에 따른 종합건강검진 전후 건강신념 변화의 차이에서는 고객만족도가 높은 군이 고객만족도가 낮은 군보다 건강신념의 변화 정도가 더 크게 나타나 만족도가 높을수록 건강신념이 더 크게 향상됨을 알 수 있었지만 선행연구가 없어 결과를 비교하기는 어려웠다. 이와 같은 결과는 종합건강검진 전후 결과상담을 통하여 건강신념이 증가하였고 결과상담을 포함하고 있는 종합건강검진서비스에 대한 고객의 반응 지표가 되는 고객만족도에 따라서도 건강신념의 차이가 나타난 것으로 생각된다. 따라서 건강상담이나 교육 등의 중재를 제공한 후 그에 따른 만족도가 건강신념의 변화에 어떤 영향을 미치는지에 대한 반복연구가 필요하다.

고객만족도에 따른 종합건강검진 전후 자기효능감 변화의 차이를 분석한 결과에서는 고객만족도가 높은 군은 자기효능감의 평균평점이 검진 전 3.76(범위1~5), 검진 후 3.88(범위1~5)로 증가하였고, 고객만족도가 낮은 군은 검진 전 3.76(범위1~5), 검진 후 3.68(범위1~5)로 오히려 감소하였으나 두 군 간에는 통계적으로는 유의한 차이를 보이지 않았다. 신희순(2003)의 초등학교생의 특기·적성교육의 만족도에 따른 자기효능감을 본 연구에서는 만족도가 높은 학생이 자기조절 효능감에는 차이를 보였지만 전체적인 자기효능감에서는 차이가 없어 본 연구와 일치하는 결과를 보였다. 만족도에 따른 자기효능감은 만족도가 높은 군과 만족도가 낮은 두 군 간의 통계적 차이는 없었지만 만족도가 높은 군에서는 검진 후 자기효능감이 증가하여 만족도가 높을수록 자기효능감이 향상됨을 알 수 있었다. 따라서 건강상담이나 교육 등의 중재를 제공한 후 그에 따른 만족도가 자기효능감의 변화에 영향을 미치는지에 대한 반복연구가 필요하다고 생각한다.

고객만족도에 따른 종합건강검진 전후 건강증진행위 변화의 차이에서는 고객만족도가 높은 군은 건강증진행위의 평균평점이 검진 전 3.12(범위1~5)이었고 검진 후 3.63(범위1~5)으로 증가하였으며 고객만족도가 낮은 군은 검진 전 3.06(범위1~5),

검진 후 3.28(범위1~5)로 두 군 모두 증가되었지만 고객만족도가 높은군에서 더 크게 증가되어, 고객만족도가 높을수록 건강증진행위가 향상됨을 알 수 있었다. 천경수 등(1999)의 연구에서는 의사의 진료에 대한 만족도 측정도구로 종합건강검진 결과상담 후 측정된 만족도와 건강증진행위 변화와는 상관관계가 없는 것으로 나타나 본 연구 결과와는 차이가 있었는데 천경수 등(1999)은 종합건강검진 대상자와 우리나라 실정에 맞지 않는 도구의 문제로 건강증진행위의 변화에 유의한 차이를 나타내지 않은 것이라고 하였으며, 의사의 진료에 대한 만족도만을 측정된 도구로서 본 연구에서 사용한 도구와는 차이가 있어 다른 결과를 보인 것으로 생각된다.

이상으로 고객만족도가 높은 대상자가 고객만족도가 낮은 대상자보다 건강신념, 건강증진행위 변화가 더 크게 향상된 것을 알 수 있었다. 고객만족도가 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위의 변화에 미치는 영향에 대한 선행 연구가 거의 없으므로 이의 결과를 바탕으로 대상자를 달리한 반복연구가 시도되어야 한다. 만족도와 재이용 의도와는 상당히 높은 상관관계가 있으며 재이용의도의 예측요인으로 결과상담 부분이 가장 크게 나타나 검진 후 결과상담 영역을 강화하는 것은 대상자가 종합건강검진센터로 다시 찾게 하는 마케팅적 전략임과 동시에 대상자들의 건강을 유지하고 증진시키는 건강증진행위의 향상을 도모할 수 있는 바람직한 간호중재임이 밝혀졌다.

결론 및 제언

결론

본 연구는 종합건강검진서비스를 받은 후 종합건강검진 대상자의 고객만족도가 재이용 의도에 미치는 영향과 종합건강검진 전후 건강신념, 자기효능감 및 건강증진행위의 변화의 정도와 고객만족도에 따른 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위 변화의 차이를 파악함으로써 종합건강검진 대상자들의 마케팅적 전략과 추후관리 프로그램 개발을 위한 기초자료로 활용하기 위하여 시도되었다. 자료 수집은 G대학병원의 종합건강검진센터에서 종합건강검진서비스를 받은 대상자 중에서 연구의 목적에 부합되는 고혈압환자/혈압이상, 당뇨병자/혈당이상, 고지혈증, 비만의 소견을 보인자 중에서 대상자 선정기준에 적합한 92명을 임의표집 하였다.

본 연구에서 고객만족도 및 재이용 의도는 하은정(2002)이 사용한 척도를 본 연구자와 간호학 교수 3인이 수정 보완한 각각 18문항, 2문항의 도구로 측정하였다. 건강신념, 자기효능감과 건강증진행위도 본 연구자와 간호학 교수 3인이 작성한 도구로 건강신념 22문항, 자기효능감 20문항, 건강증진행위는

Likert 척도 20문항, 범주형 척도 10문항을 사용하였다. 본 연구 도구의 신뢰도 Cronbach's α 값은 고객만족도 .9643, 재이용의도 .8800, 건강신념 .7948, 자기효능감 .8768, 건강증진행위 .9130으로 나타났다. 수집된 자료는 SPSS/PC를 이용하여 실수, 백분율, 평균평점, t-test, ANOVA, χ^2 , Pearson's correlation coefficient, Multiple regression으로 분석하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

- 대상자의 일반적 특성 중 고객만족도와 통계적으로 유의한 차이를 보인 것은 연령($F=3.154, p=.029$)으로 40-49세가 평균평점 4.43±.50(범위1~5)로 가장 높게 나타났으며, 재이용의도와 통계적 차이를 보인 것은 결혼유무 ($F=3.154, p=.029$)와 검진 형태($F=2.003, p=.048$)로 나타났다. 미혼보다 기혼이, 단체검진보다 개인검진에서 재이용 의도가 높은 것으로 나타났다.
- 대상자의 고객만족도와 재이용 의도의 관계는 유의한 상관관계가 있었으며($r=.791, p=.000$), 재이용 의도와 만족도 하위영역과의 관계는 결과상담($r=.764, p=.000$), 검진환경($r=.736, p=.000$), 검진과정($r=.708, p=.000$) 만족도 순서로 상관관계가 있는 것으로 나타났다.
- 재이용 의도에 영향을 미치는 예측요인은 다중회귀분석 결과 고객만족도의 하위 영역에서는 결과상담 만족도 ($F=126.166, p=.000$), 검진환경 만족도($F=77.490, p=.001$), 검진형태($F=55.932, p=.024$)로 나타났으며, 재이용 의도의 전체 64.4%를 설명하는 것으로 나타났다.
- 종합건강검진서비스에 대한 고객만족도가 높은군과 낮은군의 차이
 - 고객만족도가 높은군과 낮은군의 일반적 특성의 차이에서는 연령에서 고객만족도가 높은군은 40-49세가 47명(37%)으로 가장 많았으며, 고객만족도가 낮은군은 50-59세가 26명(56%)로 가장 많아 통계적으로 유의한 차이를 보였다($\chi^2=13.16, p=.004$).
 - 고객만족도가 높은군과 낮은군의 건강신념 변화의 차이에서는 고객만족도가 높은군이 낮은군 보다 검진 후에 건강신념이 더 증가하였으며 통계적으로 유의한 차이를 보였다($t=-2.035, p=.045$).
 - 고객만족도가 높은군과 낮은군의 자기효능감 변화의 차이에서는 고객만족도가 높은군이 낮은군 보다 검진 후에 자기효능감이 더 증가하였지만 통계적으로는 유의한 차이를 보이지 않았다($t=-1.637, p=.105$).
 - 고객만족도가 높은군과 낮은군의 건강증진행위 변화의 차이에서는 고객만족도가 높은군이 낮은군 보다 검진 후에 건강증진행위가 더 증가하였으며 통계적으로 유의한 차이를 보였다($t=-2.316, p=.023$).

제언

본 연구의 결과로 다음과 같이 제언을 한다.

- 종합건강검진서비스에 대한 고객만족도가 대상자의 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위변화에 미치는 영향을 검진 후 시간경과에 따라 파악하기 위해 종단적 조사연구의 필요가 있다.
- 종합건강검진서비스에 대한 재이용의도의 예측요인으로 결과상당의 만족도가 가장 크므로 종합건강검진 결과상당의 만족도를 높이기 위한 상담 및 건강교육 프로그램이 필요하다.
- 고객만족도가 건강신념, 자기효능감, 건강증진행위의 변화에 미치는 영향을 알아보기 위해 반복연구해 볼 것을 제언한다.

참고문헌

강상권 (1994). *한 종합검진센터 이용자의 만족도와 서비스요구 분석*. 연세대학교보건대학원 석사학위 논문.

강영실, 김은심, 구미옥, 은 영 (2003). 여성노인의 건강상태나 건강관련 서비스 요구. *한국보건간호학회지*, 17(1), 17-27.

구미옥, 유재순, 권인각, 김혜원, 이은옥 (1994). 자기효능 이론이 적용된 건강행위 관련연구의 분석. *간호학회지*, 24(2), 28-41.

김희경, 류황진 (2001). 한 대학병원 부속 건강검진센터 이용자의 만족도와 재이용 의사에 미치는 요인. *병원경영학회지*, 6(3), 48-62.

박영임 (1994). *본태성 고혈압 환자의 자가간호 증진을 위한 자가간호 증진을 위한 자가조절 프로그램의 효과*. 서울대학교 대학원 박사학위논문.

백윤미 (1997). *건강검진서비스 이용과 관련된 요인 분석*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.

성낙진 (1992). 종합검진 환자의 건강행동평가. *대한가정의학회지*, 13(6), 72-86.

신희순 (2003). 초등학생의 특기.적성교육 만족도에 따른 자기효능감, 학교적응, 진로의식의 차이 비교. 강원대학교 석사학위논문.

심보근, 강석후 (2002). 의료서비스에 있어서 서비스품질, 만족도, 서비스가치, 재이용의도와의 관계에 관한 연구. *산*

업경영연구, 14, 28-42.

이구호 (2000). *건강증진센터 이용자의 이용형태와 만족도 연구*. 경북대학교대학원 석사학위논문.

이미혜 (2001). *심혈관 질환자의 건강신념과 환자역할행위에 관한 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.

이정양 (2000). *종합건강검진 정기검진군과 비정기검진군의 특성비교*. 연세대학교보건대학원 석사학위 논문.

이형한 (1997). *건강진단센터 이용자의 종합건강진단에 대한 태도 및 만족도*. 경북대학교 대학원 석사학위논문.

이혜숙 (2004). *일 종합건강증진센터 이용자의 고객접점별 만족도 및 재방문 의도에 관한 연구*. 경상대학교 대학원 석사학위논문.

전은주 (2004). *대학병원 검진고객의 만족도에 따른 재이용 의사에 관한 연구*. 단국대학교 대학원 석사학위논문.

조비룡 (1998). 정기건강검진이 건강위험요인의 교정에 미치는 영향. *가정의학회지*, 19(2), 38-54.

조우현, 이해중, 이선희, 전기홍 (1999). *의료서비스 마케팅*. 퇴설당, 182-187.

천경수, 오미경, 신영전, 최보을 (1999). 건강진단 후 건강관련 형태변화. *가정의학회지*, 20(8), 17-31.

최수전 (1998). *초등학교 아동의 식이 자기효능감과 신체활동 자기효능감에 관한 연구*. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.

최재영, 전경자 (2002). 건강진단 후 수검자의 건강증진생활양식의 영향요인 분석. *한국산업간호학회지*, 11(1), 52-62.

하은정 (2002). *종합검진 피검자의 검진 선택동기 및 만족요인*. 인제대학교 보건대학원 석사학위논문.

Alfred, O. B., Janet, D. A. (2001). Introducing the Third U.S. Prevention Service Task Force. *Am J Prev Med*, 20(3), 48-73.

Carol, P., Susan, N. W., Kathryn, F. (2001). Determinants of health-promoting lifestyle Behaviors in rural older woman. *Fam Community Health*, 24(2), 49-72.

James, F. S., Robin, B. P., Robin, M. G., Thomas, L. P., Philip, R. N. (1988). The development of self-efficacy scales for health-related diet and exercise behavior. *Health Educ res*, 3, 283-292.

Walker, S. N., Sechrist, K. R., Pender, N. J. (1987). The health-Promotion Lifestyle Profile : Development and psychometric characteristic. *Nur Res*, 36(2), 76-81.

www.Dailymedi.com. 2004. 11. 18.

The Effects of the Customer Satisfaction of General Health Examination Service on Their Revisiting Intention and Change of Health Belief, Self-Efficacy and Health Promoting Behavior

Lee, Young Sook¹⁾ · Jung, Myun Sook²⁾

1) Nurse, Gyeongsang National University Hospital

2) Professor, College of Nursing, Gyeongsang National University; Researcher, GSNU, Gerontological Health Research Center

Purpose: This study was conducted to evaluate customer satisfaction of general health examination service and to determine how the customer satisfaction affected to revisiting intention, their change of health belief, self-efficacy, and health promoting behavior. **Method:** Data were collected with questionnaires from 92 customers, who took general health examination at G University Medical Hospital having symptoms of hypertension, diabetes, high blood cholesterol, and obesity. Data were analyzed by the SPSS for windows 10.0 program. **Result:** Level of customer satisfaction were closely related to one of revisiting intention ($r=.791$, $p=.000$). 2) Through multiple regression analysis, factors that affect the customer' revisiting intention were found to be satisfaction in consultation of results ($F=126.166$, $p=.000$), examination environment ($F=77.490$, $p=.001$), and examination process ($F=55.932$, $p=.024$). It could explain 64.4% of customers' revisiting intention. Group displaying higher level of satisfaction showed highly increase in health belief following the examination, and the difference was statistically significant ($t=-2.035$, $p=.045$). They also showed a more improved health promoting behavior following the examination, and the difference was statistically significant ($t=-2.316$, $p=.023$). **Conclusion:** Health belief and health promoting behavior was improved following the general health examination. In addition, these changes were more significant in customers who displayed in a higher level of customer satisfaction.

Key words : Customer satisfaction, General health examination service, Revisiting intention, Health belief, Self-efficacy, Health promoting behavior

• Address reprint requests to : Jung, Myun Sook

College of Nursing, Gyeongsang National University

92, Chilam-Dong, Chinju, Kyongnam 660-280, Korea

Tel: +82-55-751-8772 Fax: +82-55-754-0484 E-mail: profmsjung@hanmail.net