

## 의료기관의 CRM 성과와 영향 요인

이재홍<sup>1\*</sup>, 민경진<sup>2</sup>

<sup>1</sup>경북과학기술대학교 병원의료경영계열, <sup>2</sup>계명대학교 공중보건학과

### The Factors that Affect on CRM Performance in a Medical Institution

Jae-Hong Lee<sup>1\*</sup> and Kyung-Jin Min<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Hospital & Medical management, Kyongbuk Science University

<sup>2</sup>Dept. of Public Health, Keimyung University

**요 약** 본 연구에서는 지금까지의 CRM 연구를 정리하여 의료기관의 CRM 활동 및 그 성과를 측정하고 이에 영향을 미치는 요인을 밝혀 향후 효율적인 의료기관 경영의 새로운 CRM 적용방향을 제시하고자 한다. 연구의 결과 인적요인 변수와 물적요인 변수가 CRM 성과에 영향을 미쳤다. 이때 인적요인 변수는 정성적 성과에, 물적요인 변수는 정량적 성과에 보다 유의한 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 또 CRM연속체 수준을 적용했을 때 CRM에 대한 전략적 수준일수록 인적요인이 전체 CRM 성과에 유의한 영향을 미치고 있었으며, 또 전술적 수준일수록 인적요인, 물적요인 모두 유의한 관계를 형성하고 있음을 밝혀냈다. 이와같은 연구결과는 CRM 성과에 영향을 미치는 요인의 설명을 주로 인과관계에만 초점을 맞춘 기존의 흐름과 주로 비용절감과 같은 계량적 현상을 위주로 한 CRM활동에서 벗어나 다원적·현실적·포괄적 실증연구를 통한 시사점을 제시하는 것이다. 이는 의료기관의 마케팅실무적 측면에서 CRM 성과에 영향을 미치는 각 변수별 마케팅 전략 수립의 효율성을 제고하는 기초가 될 것이다.

**Abstract** This study showed effective and new applicative direction of CRM of medical management after arranging CRM researches, measuring CRM activity and the results of medical institutions and clearing factors having an effect. In other words, 'Human Factors' variables and 'Physical Factors' variables have an effect on the result of CRM. 'Human Factors' variables have an effect on the qualitative result and 'Physical Factors' variables have an effect on the quantitative performance. In more strategic CRM continuum, Human Factors have a significant effect on the whole performance of CRM. And in more tactical, CRM continuum Human Factors and Physical Factors have significant effect on the whole performance of CRM. Consequently, The key point is grasp of what characteristics exist in CRM between strategic level and tactical level. This provides the foundation for the variables in marketing practice.

**Key Words** : CRM Performance in a Medical Institution, CRM Continuum, Human Factors, Physical Factors

## 1. 서론

### 1.1 연구의 필요성

최근 의료기관의 증가로 인한 의료서비스 경쟁이 심화되면서 고객중심의 마케팅기법의 도입이 필요하게 되었고, 이와 같은 환경의 변화와 함께 병원의료 고객의 욕구

가 다양화되면서 이에 대처하는 의료기관들의 노력이 더욱 고객지향으로 움직이게 되었다[1]. 특히 사회 전반적으로 소비자 중심의 마케팅활동이 활발히 전개되면서 고객을 중심으로 한 경영기법인 고객관계관리(Customer Relationship Management : CRM)의 중요성이 크게 부각되고 있다. 이런 흐름에 따라 고객과 관련된 기업의 내·

\*교신저자 : 이재홍(heart0630@yahoo.co.kr)

접수일 10년 01월 11일

수정일 (1차 10년 01월 31일, 2차 10년 02월 09일)

게재확정일 10년 02월 24일

외부자료를 분석하고 통합하여 개별고객의 욕구에 맞는 여러 가지 계획을 실천하고자 하는 일련의 활동이 주목 받고 있다[2].

또한 기업의 실무자들이나 학계에서 CRM에 대해 관심을 갖게 되는 이유는 과거와 달리 e-비즈니스와 같은 환경변화로 인해 고객들이 경쟁제품에 대한 정보를 용이하게 수집하여 비교할 수 있을 뿐만 아니라 지리적으로 시장경계가 없어지면서 고객의 구매 행동에 많은 변화를 가져다주었기 때문이다[3]. 지금까지 의료기관은 경영기법적인 맥락보다 서비스에 충실한 결과 결국 의료기관은 경영에 압박을 받게 되었고, 의료기관은 비영리단체이기 때문에 경영의 주체적 활동에 제한이 있는 현실이다.

의료기관에서 생산하는 재화나 용역의 판매량 증대도 중요하지만 고객에 대한 효과적인 관리가 의료기관의 장기적 발전가능성을 결정짓는 필수적 요소라는 사실을 인식하게 되어 병원을 비롯한 많은 의료기관들이 CRM 경영기법의 도입에 관심을 기울이고 있는 실정이다[4].

CRM에 대한 일관적이고 체계적인 연구가 이루어지지 않아 종합적인 CRM 연구가 부족하며, 특히 현실적 운용 방향을 결정하는데 도움을 주는 실증적 연구는 매우 미흡한 실정이다 일부의 연구도 CRM에 대한 통합적 모델을 다룬 것이 아니라 특정 분야에서의 특정 사례에만 국한시킨 한계를 드러내고 있다[5]. 따라서 의료기관의 성과를 평가할 때 일반적으로 받아들여지고 있는 정량적이고 계수적이며 재무적인 성과는 물론이고 경영 합리성과 효율성을 가늠할 수 있는 병원만족도, 병원신뢰도, 병원 이미지 제고 등의 정성적이고 비재무적이며 비재무적인 성과를 고려할 필요성이 있다. 이를 위해 의료기관 CRM의 인적·물적 활동과 그 성과사이에 어떤 관련성이 있는가를 규명할 필요성이 있다.

## 1.2 연구의 목적

본 연구에서는 지금까지의 CRM 연구를 정리하여 의료기관의 CRM 활동 및 그 성과를 파악하고 이에 영향을 미치는 요인을 밝혀, 향후 효율적인 의료기관 경영의 새로운 CRM 적용방향을 제시하고자 한다.

이에 다음의 문제를 밝히려는데 본 연구의 구체적인 목적이 있다.

첫째, 지금까지의 CRM 선행연구들로부터 CRM 성과와 이에 영향을 미치는 요인들을 재정리하고자 한다.

둘째, 그에 따른 의료기관 CRM 모형과 가설을 설정하고 이를 실증적으로 검증한다.

셋째, 실증분석을 통하여 의료기관이 병원마케팅전략을 수립할 때, 실제로 적용할 수 있는 전략적 시사점을 제시한다.

## 2. 연구 방법

### 2.1 연구대상과 기간

대구·경북 소재 의료기관 중 종사자 10명 이상의 CRM 활동을 하는 요양기관(1차) 4곳에서 150명, 전문요양기관(2차) 6곳에서 200명, 그리고 종합전문요양기관(3차) 3곳에서 150명, 총 500명의 환자를 임의 추출하여 연구 대상으로 하였다. 설문지 배부 및 회수기간은 2009년 5월 1일부터 7월 31일 까지였으며, 회수한 500부 중 응답이 부실한 자료를 제외하고 390부를 연구 자료로 사용하였다.

### 2.2 연구설계

독립변수는 인적요인(고객관계지향) 및 물적요인(경영시스템지향) 변수이며, 종속변수는 정성적 및 정량적 CRM 성과이고, 조절변수로서는 'CRM 연속체 수준'으로 설계하였다.

이때 인적요인이라는 독립변수에는 친절성, 진료의 질, 절차의 편리성 등의 하위변수가 포함되고, 물적요인이라는 독립변수에는 편의시설, 의료장비, 교통·주차 편리성 등의 하위변수가 포함된다. CRM 성과는 정성적 성과 및 정량적 성과를 모두 포함하고 정성적 성과에는 병원만족도 제고, 병원신뢰도 제고, 병원이미지 제고 등이 하위변수로, 정량적 성과에는 본 병원 추천, 본 병원 재이용, 본 병원 긍정적 구전 등이 하위변수로 구성된다. CRM 연속체 수준은 '광의의 전략적' 수준과 '협의의 전술적' 수준으로 이루어지는 연속체를 기준으로 전자일수록, 또는 후자일수록 어떤 조절효과가 있는지를 살펴보고자 하였다.

### 2.3 조사도구

본 연구의 조사도구 구성은 김은옥 등[6], 박철용[7]이며, 총 49개의 문항으로 작성하였다. 인적요인(고객관계지향), 물적요인(경영시스템지향), 정성적 CRM 성과요인, 정량적 CRM 성과요인, CRM 연속체 수준, 인구·통계적·사회학적 특성 순으로 구성하였다.

### 2.4 자료의 분석방법

본 연구에서는 수집된 자료는 SPSS/PC 12.0을 이용하여 일반적 특성은 빈도분석을, 정성적, 정량적 CRM 성과와 이에 영향을 미치는 인적, 물적요인과 연속체 수준별 CRM 성과는 다중회귀분석을 실시하였다.

### 3. 연구결과

#### 3.1 인구통계학적 변수의 빈도분석

본 연구의 조사대상에 대한 인구 통계학적 특성의 빈도분석 결과는 다음과 같다[표 1].

[표 1] 인구통계학적 특성

구분	변수	빈도	%
성별	남자	211	54.1
	여자	179	45.9
	합계	390	100.0
연령	20세 이하	4	1.0
	21-30세	64	16.4
	31-40세	81	20.8
	41-50세	118	30.3
	51-60세	76	19.5
	60세 이상	47	12.1
	합계	390	100.0
	중졸이하	85	21.8
학력수준	고졸	186	47.7
	대졸이상	119	30.5
	합계	390	100.0
		대구광역시	301
현거주지역	중소도시	65	16.7
	읍면지역	24	6.2
	합계	390	100.0
		100만원 미만	24
월평균수입	100-200 만원 미만	106	27.2
	200-300 만원 미만	151	38.7
	300만원 이상	109	27.9
	합계	390	100.0
		중증질환	48
질병정도	경증질환	179	45.9
	만성질환	134	34.4
	기타	29	7.4
	합계	390	100.0
		요양기관(1차)	76
이용의료기관유형	전문요양기관(2차)	219	56.2
	종합전문요양기관(3차)	95	24.4
	합계	390	100.0
		의료기관	210
진료형태	입원	180	46.2
	합계	390	100.0
		처음	71
1년간 이용횟수	2-3회	119	30.5
	4-5회	51	13.1
	6회	149	38.2
	합계	390	100.0

병원선택영향	본인	155	39.7
	배우자·부모·형제	98	25.1
	친구·이웃	59	15.1
	타 병원 추천	54	13.8
	기타	24	6.2
합계	390	100.0	
내원경로	직접방문	307	78.7
	전화예약	52	13.3
	응급실	27	6.9
	기타(전원 등)	4	1.0
	합계	390	100.0

#### 3.2 인적·물적요인의 CRM 성과에 대한 분석

인적요인 및 물적요인이라는 독립변수가 CRM 성과에 대한 분석내용을 살펴보면 다음과 같다.

[표 2] 인적·물적요인의 CRM 성과

변수	기울기 (B값)	표준오차 (SE)	β값	t값
(상수)	.442	.148		2.988**
인적요인	.521	.045	.459	11.545***
물적요인	.396	.040	.393	9.895***
$R^2=0.549$ Adjusted $R^2=0.546$ $F=235.306***$				

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

표 2에 따르면, 인적요인과 물적요인이 CRM 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 인적요인과 물적요인이 CRM 전체성과에 유의한 예측변인으로 나타났다. 예측변인에 대한 영향력을 살펴보면, 인적요인( $\beta=0.459$ ), 그리고 물적요인( $\beta=0.393$ ) 순으로 나타났다.

즉, 정성적 성과 및 정량적 성과를 합한 CRM 전체성과에는 인적요인과 물적요인 모두 유의한 영향을 미치는 데, 인적요인이 물적요인보다 더 큰 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 따라서 인적요인에 더욱 비중을 두고 CRM 활동을 할수록 CRM 성과에 더욱 효율적인 정(+)의 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

#### 3.3 인적·물적요인의 정성적 성과에 대한 분석

인적·물적요인이라는 독립변수가 CRM의 정성적 성과에 대한 분석내용을 살펴보면 아래와 같다.

[표 3] 인적·물적요인의 정성적 성과

변수	기울기 (B값)	표준오차 (SE)	β값	t값
(상수)	.567	.168		3.378**
인적요인	.574	.051	.489	11.203***
물적요인	.290	.046	.278	6.367***
R <sup>2</sup> =0.455 Adjusted R <sup>2</sup> =0.452 F=161.604				

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

표 3과 같이 인적요인과 물적요인이 정성적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 인적요인과 물적요인이 정성적 성과에 유의한 예측변인으로 나타났다. 예측변인에 대한 영향력을 살펴보면, 인적요인(β=0.489), 그리고 물적요인(β=0.278) 순으로 나타났다.

즉, 정성적 성과에는 인적요인과 물적요인 모두 유의한 영향을 미치는데, 그 중에서도 인적요인이 물적요인보다 더 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 따라서 정량적 성과보다 정성적 성과를 우선적으로 추구하는 의료기관이라면 물적요인보다는 인적요인에 더욱 비중을 두는 것이 효과적인 것이다. 따라서 가설은 채택되었으며, 모형의 설명력(R<sup>2</sup>)은 0.455이었다.

### 3.4 인적·물적요인의 정량적 성과에 대한 분석

인적·물적요인의 독립변수들에 대한 정량적 성과 분석은 아래와 같다.

[표 4] 인적·물적요인의 정량적 성과

변수	기울기 (B값)	표준오차 (SE)	β값	t값
(상수)	1.418	.190		7.446***
인적요인	.149	.058	.135	2.571
물적요인	.370	.052	.376	7.168***
R <sup>2</sup> =0.212 Adjusted R <sup>2</sup> =0.208 F=51.955				

\*\*\*p<.001

표 4와 같이 인적요인과 물적요인 중 물적요인이 정량적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 물적요인이 정량적 성과에 유의한 예측변인으로 나타났다.

예측변인에 대한 영향력을 살펴보면, 물적요인(β=0.376), 그리고 인적요인(β=0.135) 순으로 나타났다. 즉, 정량적 성과에는 물적요인이 유의한 영향을 미쳤으나, 인적요인은 영향을 미치지 않았음을 의미하고 있다. 따라서 정성적 성과보다 정량적 성과를 우선적으로 추구하는 의

료기관이라면 인적요인보다는 물적요인에 더욱 비중을 두는 것이 효과적인 것이다. 모형의 설명력(R<sup>2</sup>)은 0.212로 수용 가능하였다.

### 3.5 전략적 수준에서 정성적 성과에 대한 분석

CRM 연속체의 전략적 수준에서 인적요인 및 물적요인의 독립변수들이 정성적 성과에 영향관계를 분석하면 다음과 같다.

[표 5] 전략적 수준에서 정성적 성과

변수	기울기 (B값)	표준오차 (SE)	β값	t값
(상수)	.602	.212		2.835**
인적요인	.512	.061	.459	8.400***
물적요인	.365	.050	.396	7.261***
R <sup>2</sup> =0.535 Adjusted R <sup>2</sup> =0.531 F=114.015***				

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

표 5와 같이 전략적 수준에서 정성적 성과에는 인적요인 및 물적요인 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 예측변인에 대한 영향력으로는 인적요인(β=0.459)과 물적요인(β=0.396) 순으로 나타났으며, 이때 모형의 설명력(R<sup>2</sup>)의 정도는 0.535로서 높게 나타났다.

### 3.6 전략적 수준에서 정량적 성과에 대한 분석

전략적 수준에서 인적요인 및 물적요인의 독립변수들이 정량적 성과에 영향관계를 분석하면 다음과 같다.

[표 6] 전략적 수준에서 정량적 성과

변수	기울기 (B값)	표준오차 (SE)	β값	t값
(상수)	1.121	.247		4.539***
인적요인	.481	.071	.434	6.783***
물적요인	.238	.058	.261	4.073***
R <sup>2</sup> =0.361 Adjusted R <sup>2</sup> =0.355 F=53.431***				

\*\*\*p<.001

표 6과 같이 전략적 수준에서 정량적 성과에는 인적요인 및 물적요인 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 예측변인에 대한 영향력으로는 인적요인(β=0.434)과 물적요인(β=0.261) 순으로 나타났으며, 이때 모형의 설명력(R<sup>2</sup>)의 정도는 0.361로 나타났다.

### 3.7 전술적 수준에서 정성적 성과에 대한 분석

CRM 연속체의 전술적 수준에서 인적요인 및 물적요인의 독립변수들이 정성적 성과에 영향관계를 분석하면 다음과 같다.

[표 7] 전술적 수준에서 정성적 성과

변수	기울기 (B값)	표준오차 (SE)	β값	t값
(상수)	.368	.214		1.718*
인적요인	.469	.076	.387	6.144***
물적요인	.466	.068	.434	6.893***
R <sup>2</sup> =0.545 Adjusted R <sup>2</sup> =0.540 F=111.228***				

\*p<.05, \*\*\*p<.001

표 7과 같이 전술적 수준에서 정성적 성과에는 인적요인 및 물적요인 모두 유의한 영향을 미쳤으나, 물적요인이 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 전술적 수준을 취하는 의료기관의 경우에는 물적요인이라는 독립변수를 중심으로 한 CRM 활동을 통하여 CRM의 정성적 성과를 도모하는 것이 효율적인 경영 마케팅 전략이 될 것으로 사료되어진다. 그러므로 가설은 채택되었으며, 이때 모형의 설명력(R<sup>2</sup>)의 정도는 0.545로서 비교적 높게 나타났음을 알 수 있다.

### 3.8 전술적 수준에서 정량적 성과에 대한 분석

CRM 연속체의 전술적 수준에서 인적요인 및 물적요인의 독립변수들이 정량적 성과에 영향관계를 분석하면 다음과 같다.

[표 8] 전술적 수준에서 정량적 성과

변수	기울기 (B값)	표준오차 (SE)	β값	t값
(상수)	.179	.235		.761
인적요인	.592	.084	.460	7.068***
물적요인	.381	.074	.335	5.147***
R <sup>2</sup> =0.513 Adjusted R <sup>2</sup> =0.508 F=98139***				

\*\*\*p<.001

표 8과 같이 전술적 수준에서 정량적 성과에는 인적요인 및 물적요인 모두 유의한 영향을 미쳤으나, 인적요인이 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 전술적 수준을 취하는 의료기관의 경우 CRM의 정량적 성과를 도모하기 위해서는 물적요인보다는 인적요인을 중심으로 한 CRM 활동을 적극 도모하는 경영 전략을 세워야 할

것이다. 그러므로 가설은 채택되었으며, 이때 모형의 설명력(R<sup>2</sup>)의 정도는 0.513로서 비교적 높게 나타났다.

## 4. 요약 및 시사점

### 4.1 요약

지금까지의 CRM에 대한 연구들은 그 성과를 높이기 위한 수단으로서 독립변수를 임의로 제시하여 이의 상호관계를 설정하여 살펴본 것들이었다. 그러나 최근의 고객중심경영을 통한 CRM 기법의 도입은 그 기업이나 의료기관이 처한 상황이나 적용해야 할 제반 요인들을 충분히 고려해야 할 당위성을 현실적으로 간과하여 왔다고 생각된다.

이에 본 연구는 현재까지의 선행연구를 바탕으로 CRM 성과에 영향을 미친다고 하는 여러 선행연구자들의 CRM 독립변수들을 분석한 결과 크게 두 가지 큰 성향이 있음을 밝혔는데 그것은 바로 고객들과의 고객관계를 중시하는 인적요인이고 또 하나는 경영시스템 즉 물적요인이었다. 이와 같은 인적 및 물적요인이 CRM 성과에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보는 일은 지금까지 선행연구의 일반적 흐름이었다.

따라서 본 연구에서는 이에 근거를 두고 의료기관에서의 CRM 성과에 영향을 미치는 변수들을 복합적으로 고려하여 그 성과와 이에 영향을 미치는 독립변수를 고찰한 것이다. 즉 의료기관에서의 고객과의 인적요인(고객관계 중심적) 및 물적요인(경영시스템 중심적)과 CRM의 정성적·정량적 성과에 어떤 영향을 미치는지를 실증적으로 검증하였다. 이때 중요한 것은 CRM을 수행하는 의료기관이 취하는 CRM 관련 입장 내지 취하는 수준이라는 점에 주의하여, 협의의 전술적 수준과 광의의 전략적 수준에서 어느 수준에 가까울수록 그 의료기관의 CRM 성과에 어떤 조절적 역할관계가 있는지를 살펴보았다. 이를 위하여 본 연구에서는 지금까지의 선행연구를 바탕으로 의료기관의 CRM 연속체 수준을 적용한 CRM 성과와 이에 영향을 미치는 관계에 대한 개념적 모형을 설정하였다.

따라서 인적요인 변수와 물적요인 변수가 CRM 성과에 유의한 영향을 미쳤으며, 인적요인 변수는 정성적 성과에, 물적요인 변수는 정량적 성과에 보다 유의한 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 그리고 CRM에 대한 전략적 수준일수록 인적요인이 전체적 CRM 성과에 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있었고, 또 전술적 수준일수록 인적요인, 물적요인 모두 유의한 관계를 형성하고 있

음을 밝혀냈다.

지금까지의 선행연구에 의하면, CRM 성과는 단순히 몇 개의 한정된 요인에 의해서만 나타나거나 또는 인적 요인 및 물적요인만을 초점으로 하여 그 요인에 국한하여 이루어질 수 있다. 의료기관이 추구하는 CRM 연속체 수준까지 고려한 CRM 성과를 측정하면 보다 정교하고 확실한 연구결과를 얻게 되었고 따라서 적용에 대한 일반화 가능성도 높을 것으로 생각된다. 아울러 이러한 결과는 의료기관의 마케팅 실무적 측면에서 CRM 성과에 영향을 미치는 각 변수별 마케팅 전략 수립의 효율성을 제고하는 기초가 될 것으로 기대한다.

#### 4.2 연구결과의 시사점

이에 CRM에 영향을 미치는 변수를 검증한 결과 다음과 같은 시사점을 발견할 수 있었다.

첫째, 인적요인과 물적요인이라는 독립변수가 CRM 성과에 유의한 영향을 미친다는 사실을 확인하였으며, 특히 CRM 성과는 단순히 추측되는 추상적인 것이 아니라 정성적인 것과 정량적인 내용을 구분하여 설명함으로써 구체적으로 확인할 수 있었다.

둘째, 기존의 CRM 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구가 그 양이나 방법에 있어 미흡하다고 생각하고 있었다. 본 연구에서 설문조사를 통해 CRM 성공요인을 실무적으로 도출, 이를 이론적 배경 강화의 밑거름으로 삼았다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다. 왜냐하면 지금까지의 의료기관 CRM 활동은 단순히 비용의 절감이나 다른 경쟁 의료기관과의 경쟁심에서 접근하는 경우가 많았으며[8], 그런 과정에서 이론적으로 극히 제한된 배경을 가졌다고 보기 때문이다.

셋째, CRM에 관한 국내외의 선행연구들은 CRM 성과와 영향을 미치는 변수들 간의 인과관계에만 초점을 맞추어 진행되어 왔으며, 비용절감과 같은 눈에 보이는 현상을 위주로 한 CRM 시스템 구축을 주안점으로 삼았으나 본 연구에서와 같이 CRM 성과 측정에 관한 구체적인 연구를 통하여 CRM 시스템 성과측정에 대한 연구의 이론적 기초를 체계화를 시도하였다는 측면에서 주요한 의의가 있는 것이다.

넷째, 본 연구에서는 선행연구에서 제시한 CRM 성과에 영향을 미치는 요인을 체계적으로 분석하여 CRM의 정성적·정량적 성과를 제고하기 위해서 특정 연속체수준에서 인적요인 또는 물적요인의 연구결과들이 향후 CRM 관련 후속연구의 실마리를 제공할 수 있다는 측면에서 의의가 있다고 생각한다.

본 연구는 인적요인 및 물적요인에 의한 정성적 성과 또는 정량적 성과 그리고 어떤 연속체 수준을 취하느냐

에 따라 각각 다른 관계를 검증하였다. 이는 의료기관의 CRM 활동에서 향후 자기의료기관이 지향해야 하는 CRM 성과가 무엇이나에 따라 취해야 할 수준을 파악하게 해주며, 또 자기의료기관이 견지하는 연속체수준에서 가장 효율적인 CRM 활동이 무엇이나를 이해할 수 있게 해준다.

예컨대, 자기의료기관의 CRM 활동이 인적요인보다 물적요인을 중심으로 이루려고 한다면, 정성적 성과보다는 정량적 성과를 기대하는 것이 바람직할 것이며, 이때 그 의료기관은 전술적인 수준에서 CRM 활동을 수행함이 더욱 효율적일 것이다. 또 자기 의료기관의 CRM 활동이 물적요인 보다는 인적요인을 중심으로 이루려고 한다면 정량적 성과 보다는 정성적 성과에 기대를 하는 것이 바람직할 것이며, 이때 그 의료기관은 전략적 수준에서 CRM 활동을 수행함이 더욱 효율적일 것이다.

이와 같이 단순히 CRM 활동이 무엇이나에서 부터 CRM 성과에 어떤 요인이 영향을 미치고 있는가에 대한 검증이 아니라, 의료기관이 추구하고자하는 CRM 활동의 방향과 그 의료기관이 취하고 있는 CRM 연속체상의 수준에 따라 세분화된 CRM 활동 지침을 제공한다는 측면에서 유용한 성과라고 생각된다. 본 연구의 독립변수는 CRM 성과에 직접적 영향을 미치는 것을 검증되었다. 따라서 이러한 인적요인, 물적요인의 면밀한 검토와 함께 이를 적절히 조정함으로써 의료기관에서 추구하고자 하는 CRM 도입 성과를 어느 정도 예측·조정할 수 있을 것이다.

따라서 의료기관조직의 여러 가지 마케팅전략 또는 경영전략에의 공헌도를 보다 세련화시킬 수 있을 것이다. 그러므로 CRM 도입을 준비하는 의료기관에서는 CRM 개발단계에서부터 세심한 배려와 고민을 통하여 의료기관의 CRM 활동의 효율성을 제고할 수 있는 방법을 모색해야 할 것이다.

#### 참고문헌

- [1] 김귀정, 의료기관 전문 의료용 CRM 프레임 설계, 건양대학교 의공학과 8권 12호, pp. 20-27, 2008.
- [2] 양정영, 여행업의 전자상거래에 관한 연구. 박사학위논문, 경기대학교대학원, 2001.
- [3] 조문제, 손영우, CRM 성과에 영향을 미치는 요인 에 관한 실증적 연구: 고객만족도와 고객충성도 중심으로. 포스코경영연구소, 25권, 1호, pp. 193-208, 2008.
- [4] 황성윤, CRM 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 박사학위논문, 계명대학교대학원, 2007.

- [5] Mack, O., M. C. Mayo, and A. Khare, "A strategic for successful CRM: A European perspective". *Problems and Perspectives in Management* 32: 98-106, 2005.
- [6] 김은옥조순연, 일부병원 외래 환자의 병원선택동기, 병원만족도와 재이용의료에 관한 연구. *임상간호연구* 10권, 1호, pp. 145-159, 2004.
- [7] 박철용, 병원서비스성과에 영향을 미치는 관리요소에 대한 연구: 청주지역 중소병원을 대상으로. *중소기업연구* 26권, 4호, pp. 3-24, 2004.
- [8] 이승명, 조직특성, IS기반, IS 기획능력 및 IS 품질이 CRM 성과에 미치는 영향. 박사학위논문, 국민대학교 대학원, 2004.

---

**이 재 흥**(Jae-Hong Lee)

[정회원]



- 2004년 2월 : 계명대학교 의료경영대학원 (의료경영학석사)
- 2010년 2월 : 계명대학교 대학원 공중보건학과 (보건학박사)
- 2008년 2월 ~ 현재 : 경북과학대학 병원의료경영계열 교수

<관심분야>  
의·생명공학

---

**민 경 진**(Kyung-Jin Min)

[정회원]



- 1973년 2월 : 영남대학교 대학원 경영학과 (경영학석사)
- 1981년 8월 : 영남대학교 대학원 약학과 (약학석사)
- 1985년 2월 : 영남대학교 대학원 약학과 (약학박사)
- 2008년 9월 ~ 현재 : 계명대학교 자연과학대학 학장

<관심분야>  
의·생명공학