

미용성형 환자의 병원 선택 요인과 만족도

조경원†

영산대학교 의료경영학과

Hospital Selection Factors and Degree of Satisfaction of Aesthetic Plastic Surgery Patients

Kyoung-Won Cho†

Dept. of Health Management, Youngsan University

<Abstract>

Recently hospitals are trying to meet requests of patients by reflecting regular survey results of patients into hospital's management in order to increase patients' satisfaction and the rate of return visit. In this paper, degree of patients' satisfaction and the rate of return visit were analyzed using surveys of hospital selection factors and the characteristics of aesthetic plastic surgery. This analysis results can be used as data for setting up efficient management direction of aesthetic plastic surgery hospitals. In the main results, facilities and medical trust factor was the primary cause for aesthetic plastic surgery patients to select hospitals and the results showed that hospitals have to consider carefully not only aesthetic plastic surgery patients but also guardians such as parents or friends because patients are acquiring surgery information from them. The results also showed approachableness to hospitals was not important factor to select a hospital.

Key Words : Hospital Selection Factors, Degree of Satisfaction, Aesthetic Plastic Surgery Patients

I. 서론

21세기에 들어서면서 우리나라에서도 성형수술이 급격히 증가하고 있다. 성형수술은 구조적인 재배열을 통해 신체상에 변화를 주어 심리적인 기능을 호전시키기 위해 시행된다. 이는 단순한 외모의 교정에 그치는 것이 아니라 환자의 정신적, 정서적 손상을 동시에 교정하여, 환자로 하여금 정신적 만족감을 갖도록 하여 사회생활에 보다 잘 적응하도록 하는 효과가 있다[1]. 이로 인해 미용성형수술의 관심이 증가함과 동시에 의료 환경의 변화로 소비자인 환자에게 관심이 집중되면서 소비자인 환자가 어떠한 요인으로 병원을 선택하며 그 과정 속에서 만족을 느끼고 있는가에 대한 중요성이 높아지고 있다[2].

사회, 경제적 성장으로 인하여 대중들의 교육수준이 점차적으로 향상되고 다양한 대중매체의 보급으로 정보에 대한 접근이 용이해지면서 각 분야에 걸쳐 시장은 소비자들의 다양한 선택 대안들 속에서 자신들의 가치를 만족시킬 수 있는 제품을 선택하는 소비자 중심으로 변모하고 있다[3]. 소비자들은 서비스를 경험한 후 경험전의 기대치와 비교하게 되며 이는 서비스에 대한 전체적인 만족도를 결정한다. 소비자의 전체적인 만족도 수준은 결국 그 의료기관의 재방문 의사나 재이용 추천 여부를 결정짓게 된다[4].

변화된 의료시장에서는 더 이상 공급자가 아니라, 구매자인 환자에게 주도권이 주어지고 있는 현실 속에서 병원을 이용하려는 고객은 의료쇼핑을 통하여 병원을 선택하게 되고 그 속에서 만족 또는 불만족을 경험하게 된다[5]. 또한 환자는 자신의 사회, 경제적인 능력을 감안하여 의료의 질이나 양을 결정하여 의료진 및 병원을 선택하게 되면서 더 나은 의료 서비스에 대한 욕구로 이어지게 되었고, 병원은 이러한 요구를 충족 시켜야 되는 실정이다[6]. 한편, 의료기관 선택에 있어 환자들은

의료의 질적 수준에 의하여 크게 영향을 받는다고 볼 수 있으며 의료과정에서 인적 서비스와 진료 환경이 의료의 질을 구성하는 하나의 요소로 인식되고 있다. 그리고 환자의 만족도는 사회, 의학적 치료의 평가에서 점차적으로 중요하게 인식되고 있으며 실증적인 연구결과에 의하면 의료의 질에 환자만족도가 중요한 영향을 미치는 것으로 보고되고 있다[7].

최근 들어 병원은 환자들의 진료만족도를 높이기 위해 의료기관을 방문한 환자들을 대상으로 정기적인 만족도 조사와 서비스에 대한 거의내용을 조사하여 이를 병원 경영에 반영함으로써 환자의 요구에 부응하려는 노력을 하고 있다. 대중매체 또는 여론조사기관에서도 의료기관별 서비스 평가 결과를 공개하는 등 사회 각 분야에서 의료서비스 질에 대한 높은 관심을 보이고 있다.

우리나라의 경우 1980년대 마케팅의 원리가 병원 업계에도 활용되기 시작하여 지금까지 마케팅적 접근의 일환으로 의료기관 선택요인, 병원이미지 등에 관한 연구가 시행되고 있으며 의료기관에 대한 환자들의 평가기준이라든지 그것들에 대한 환자들의 반응에 관한 구체적인 연구는 초보적이며 병원의 경영자 및 관리자가 실무에 적용하기에는 미흡한 단계에 있다[2]. 그러므로 대상자가 무엇에 만족하고 있는지를 파악하고 이를 토대로 추후 대상자가 다시 서비스를 이용할 가능성이 있는가를 알아보는 것은 중요한 의미를 지니고 있다고 볼 수 있다[8]. 따라서 본 연구에서는 미용성형 병원 선택요인을 파악, 분석하여 각 요인 및 성형관련 특성과 만족도 및 재이용의사와의 관계를 연구하여 성형외과 의료기관에 효율적인 관리방향 설정의 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 병원 선택 기준에 대한 이론

환자들이 특정병원을 선택하는 과정은 일반 소비자들이 특정 소매점을 선택하는 과정과 같다고 볼 수 있다. 즉 병원에 있어 소비자는 곧 환자로서, 소비자의 요구와 필요를 충족시키기 위해 제품과 용역을 구매하는 소비자 행동을 하듯이, 환자들은 자신의 질병을 치료하기 위해서 병원을 선택하여 진단 및 치료를 받는 유사한 행동을 하는 것으로 볼 수 있다[9]. 오늘날의 의료는 고도의 휴머니즘과 테크놀로지가 요구되는 기술적 서비스상품의 하나이다. 아무리 잘 만들었다 해도 고객을 만족시키지 못하는 상품은 시장에서 도태된다. 거꾸로 품질이 다소 떨어지더라도 소비자를 만족시키면 시장의 승리가 될 수 있으며, 어떠한 기업이든 기억해야 할 가장 중요한 것은 무엇보다도 고객을 만족시키는 것이다.

2. 의료기관 선택 과정에 관한 이론

환자의 의료이용 의사결정은 일반적인 구매의사 결정과정과 마찬가지로 의료 서비스 욕구 인식, 정보의 탐색, 대체안 평가, 의료기관 선택과 이용, 의료기관 이용 후 평가 등 다섯 단계로 이루어진다[10].

첫 번째, 의료서비스의 욕구인식단계에서는 환자가 건강 문제를 인식하고 의료에 대한 욕구를 느끼면서 의사결정을 하는 것이 매우 중요하다. 욕구가 생겼다고 해서 바로 의료서비스를 이용하는 것이 아니고 그 욕구 수준이 일정한 수준을 넘을 때 비로소 의료서비스를 이용하게 된다.

두 번째, 정보탐색 단계는 의료의 필요성을 인식한 환자들은 욕구 충족을 위해 정보를 탐색하게 된다. 이 단계는 인식, 지식, 지각의 세 가지로 나뉘지며 우선 인식하는 단계로서, 그 방법에는 개인

적 접촉, 구전, 의사의 추천방법 등이 있다. 지식 단계는 욕구가 일어나기 이전부터 제공되어 온 실제적이고 주관적인 정보의 양에 좌우된다고 볼 수 있다. 지각은 앞서 얻은 지식을 기초로 하여 소비자들은 병원에 대한 이미지를 구성하여 지각하게 된다. 욕구의 정도가 강하고 주변에 이를 쉽게 만족시킬 수 있는 대상이 있다면 의료이용으로 쉽게 결정되지만 그렇지 않을 경우 좀 더 시간을 가지고 정보를 탐색하게 된다.

세 번째는 대체안의 평가단계이다. 의료이용자는 탐색된 정보를 바탕으로 대안을 평가하게 된다. 이 단계에서는 실행가능성, 선호, 용이성으로 구분되던 이 단계에서 소비자들은 여러 가지 대안들에 대해 시간, 거리, 비용, 등 여러 가지 구체적인 요인들을 고려하게 된다.

네 번째 단계에서는 의료 소비자들이 실제로 병원을 선택하고 이용하게 된다.

다섯 번째는 의료기관 이용 후 평가 단계이다. 의료 서비스를 경험한 환자는 만족이나 불만족을 경험하게 된다. 의료서비스를 이용한 후 인지된 성과가 서비스에 대한 기대수준과 같거나 클 때는 만족을, 그리고 그 반대인 경우에는 불만족을 느끼게 되면 다른 대안을 찾게 될 것이다.

3. 의료서비스 만족도와 관련 요인

의료서비스 만족도에 영향을 미치는 영향을 미치는 요인은 다양하다. 의료기관에서 경험하게 되는 다양한 대상이 만족과 불만족의 수준에 영향을 미치는 것이다. Georgette 등 (1997)은 의료서비스 품질의 구성차원을 의사, 간호사, 지원부서, 병원의 구조적인 면, 진료결과의 5개 차원으로 구성하였으며[11], Shelton(2000)은 환자만족의 구성요소로 접근성, 편리성, 의사소통, 인지된 질, 보살핌, 의료시설 및 장비 등과 같은 유형성 등을 제시하였다 [12]. 의료서비스의 질은 병원이용자인 환자의 진

료에 관한 문제와 진료대기시간, 의료인의 태도, 생활환경 및 편의시설, 진료비, 사후관리와 아울러 여러 가지 요인들이 있음을 알 수 있다[13].

병원 시설이 의료서비스 만족도에 영향을 미친다고 하였다. 지표 수준의 훌륭한 친절 및 서비스의 훌륭함, 기본편의 시설 및 외형의 훌륭함 등이 병원소비자의 만족도에 영향을 미친다고 하였다.

III. 연구 방법

1. 연구대상

본 연구의 대상은 부산·울산 지역에 소재하는 성형외과에 내원하는 미용성형을 원하는 환자, 미용성형을 받은 소비자를 대상으로 조사하였다.

2. 자료수집기간 및 방법

본 연구의 자료 수집은 2009년 09월 28일부터 10월 05일까지 훈련된 대상자와 연구자의 직접면담으로 이루어졌다. 정해진 의료기관의 외래를 방문하여 연구의 취지와 목적을 설명한 후 연구 참여에 동의한 환자들에게 설문지를 배부하고 직접 기입하도록 하였다. 울산 14개 병원, 부산 22개 병원으로 전체 36개 병원에서 총 350부를 배부하였고 292부를 회수하여 이용할 수 없는 설문지를 제외한 278부를 최종 분석에 활용하였다.

3. 설문지 문항 구성

본 연구는 <표 1>과 같은 내용의 설문지를 조사도구로 사용하였으며 선행연구 인은희(2003), 김정아(2005) 등의 설문을 기초로 하여 설문내용을 수정, 보완하였다[2][13]. 설문지는 조사 대상자의 일반적인 특성과 미용성형특성, 병원선택요인, 의료기관 만족도, 재이용 의사 관련 문항으로 구성하였으며, 병원선택요인, 의료기관 만족도, 재이용 의

사 관련 문항은 리커트 5점 척도로 측정하였다. 본 연구에 사용된 병원선택요인의 내적 신뢰도를 나타내는 Cronbach's alpha 값은 0.848이었다.

<표 1> 설문개요

조사기간	2010년 9월28일 - 10월 05일(1주간)	
조사대상	울산 14개 병원, 부산 22개 성형외과의 외래 환자	
조사내용	미용성형 특성관련 사항 (5문항)	<ul style="list-style-type: none"> - 성형유무 - 수술한 부위 - 추후 수술여부 - 수술을 받고자 하는 부위 - 병원에 대한 정보
	병원선택 요인 (16문항)	<ul style="list-style-type: none"> - 교통편의 - 병원의 청결상태 - 병원의 시설 및 장비 - 병원의 주차시설 - 의사의 의술 실력 - 접수수납 절차 간편 - 대기시간 - 대기공간 - 휴일 유무 - 병원의 전문과 명성 - 지인 근무여부 - 진료비 - 수술 후 추후관리정도 - 병원직원의 친절도
	의료기관 만족도 및 재이용 의사(3문항)	<ul style="list-style-type: none"> - 병원의 재방문 여부 - 지인의 추천 여부 - 서비스에 대한 만족도
	일반사항 (7문항)	<ul style="list-style-type: none"> - 성별, 결혼여부, 연령, 교육정도, 월평균수입, 직업, 거주지
문항수	31	

4. 자료처리 및 분석방법

본 연구의 설문 조사 자료는 SPSS 14.0 통계 프로그램을 이용하여 분석 처리하였다. 연구대상자들의 일반적인 특성과 미용성형특성, 병원선택요인, 의료기관 만족도, 재이용 의사 분포를 알아보기 위하여 빈도분석을 하였으며, 병원선택요인을 요인 분석하였으며, 의료기관 만족도 및 재이용의사에 미치는 요인을 파악하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 모든 검정을 p=0.05에 대해 유의성을 검토하였고, 유의수준은 95% 신뢰구간으로 하였다.

IV. 연구 결과

1. 연구대상자의 일반적인 특성

<표 2> 일반적인 특성

일반 사항		빈도	%
성별	남	44	15.8
	여	234	84.2
연령	19세 이하	14	5.0
	20~29세	217	78.1
	30~39세	23	8.3
	40~49세	9	3.2
	50~59세	13	4.7
	60세 이상	2	0.7
결혼여부	미혼	233	83.8
	기혼	45	16.2
교육정도	초등학교졸업	5	1.8
	중학교졸업	10	3.6
	고등학교졸업	202	72.7
	대학교 이상 졸업	61	21.9
월평균 총 수입	99만원 이하	59	21.2
	100~199만원	57	20.5
	200~299만원	55	19.8
	300~399만원	35	12.6
	400~499만원	33	11.8
	500만 원 이상	31	11.2
	무응답	8	2.9
직업	회사원	16	5.8
	공무원	6	2.2
	전문직	24	8.6
	서비스직	15	5.4
	판매업	6	2.2
	자영업	10	3.6
	학생	170	61.2
	주부	12	4.3
	무직	3	1.1
	기타	16	5.8
거주지	부산	157	55.7
	울산	121	43.6
	기타	2	0.7
합계	278	100.0	

연구대상자의 일반적인 특성을 보면(<표 2>), 여자가 234명(84.2%)으로 많았으며, 성형에 대한 관심이 남성에 비해 여성이 많은 것을 알 수 있었

다. 연령은 20~29세가 217명(78.1%)으로 가장 많았고 30~29세가 23명(8.3%)순으로 나타났으며 20~29세가 설문에 대한 참여도가 가장 높았다. 미혼이 233명(83.8%), 기혼 45명(16.2%)으로 미혼이 기혼보다 5배 더 많았다. 교육정도에는 고등학교 졸업이상인 202명(72.2%) 나타났다.

직업은 학생 170명(61.2%), 전문직 24명(8.6%), 회사원 16명(5.8%) 순이었으며 월평균 총 수입은 99만원 이하 59명(21.2%), 100~199만원 57명(20.5%), 200~299만원 55명(19.8%) 순이었다. 거주지는 부산 157명(55.7%) 울산은 121명(43.6%) 기타 2명(0.7%)으로 나타났다.

2) 연구대상자의 미용성형 관련 특성

대상자가 '성형 경험이 있다' 122명(45.0%), '성형 경험이 없다' 153명(55.0%)으로 나타났다. 성형 희망에 대해서는 '그렇다' 185명(66.5%), '그렇지 않다' 90명(32.4%), '무응답' 3명(1.1%)으로 '성형을 희망한다'의 응답자가 '성형을 희망하지 않는다'의 응답자 보다 2배 많이 나타났다.

성형희망 부위(1)에서는 코 수술 68명(24%), 쌍꺼풀 수술 62명(22%)으로 가장 많았으며 가장 적은 부위로는 기미 주근깨 반점제거 수술 3명(1.1%)으로 나타났다. 성형희망 부위(2)에서는 얼굴윤곽 수술 37명(13.3%), 코 수술 24명(8.6%)으로 가장 많았고, 입술 수술 2명(0.7%)으로 가장 적게 나타났다. 성형희망 부위(3)에서는 지방제거 수술 46명(16.5%), 얼굴윤곽 20명(7.2%)으로 가장 많았으며 쌍꺼풀 수술·입술 수술 1명(0.4%)으로 가장 적게 나타났다.

병원정보출처는 가족, 친구, 이웃 등 주변의 권유 159명(57.2%), 인터넷 검색 59명(21.2%), 방송매체나 인쇄매체 각각 12명(4.3%)순으로 나타났다.

<표 3> 수술희망 부위 및 병원정보 출처

	내용	빈도	%
성형수술 경험	있다	125	45.0
	없다	153	55.0
수술희망	그렇다	185	66.5
	그렇지 않다	90	32.4
수술희망 부위(1)	쌍꺼풀수술	62	22.3
	코수술	68	24.5
	가슴성형수술(확대, 축소)	10	3.6
	주름제거수술	14	5.0
	박피술	11	4.0
	얼굴윤곽수술	9	3.2
	지방제거수술(배, 허벅지)	6	2.2
	기미 주근깨 반점제거 수술	3	1.1
	쌍꺼풀수술	4	1.4
	코수술	24	8.6
수술희망 부위(2)	가슴성형수술(확대, 축소)	17	6.1
	주름제거수술	11	4.0
	박피술	21	7.6
	입술수술	2	0.7
	얼굴윤곽수술	37	13.3
	지방제거수술(배, 허벅지)	18	6.5
	기미 주근깨 반점제거 수술	6	2.2
	쌍꺼풀수술	1	0.4
	코수술	6	2.2
	가슴성형수술(확대, 축소)	6	2.2
수술희망 부위(3)	주름제거수술	6	2.2
	박피술	10	3.6
	입술수술	1	0.4
	얼굴윤곽수술	20	7.2
	지방제거수술(배, 허벅지)	46	16.5
	기미 주근깨 반점제거 수술	19	6.8
	가족친구 이웃등 주변인의 권유	159	57.2
	다른 병원의 추천	7	2.5
	TV라디오 등 방송매체	12	4.3
	신문잡지 등 인쇄매체	12	4.3
병원정보 출처	인터넷검색	59	21.2
	기타	11	4.0
	무응답	18	6.5

3) 병원선택요인

연구 대상자가 병원 선택 시에 가장 중요한 선택 요인으로 고려하고 있는 사항이 무엇인가를 분석하고자 하였다.

병원 선택 시 가장 우선시하는 주요 3대 고려사항을 복수 응답으로 처리하였는데, 전체 833개의

응답 중에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 의술실력만족감이 171명(20.5%)으로 가장 많은 응답을 보였고, 시설 및 장비, 의사의 친절도 등의 순으로 조사되었다(<표 4>).

<표 4> 병원 선택 시 고려사항

병원 선택 시 고려사항	빈도	%	우선순위
교통편의	49	5.9	7
병원건물청결도	43	5.2	8
시설 및 장비	106	12.7	2
병원청결상태	57	6.8	5
주차시설	18	2.2	12
진료비	30	3.6	9
의술실력만족감	171	20.5	1
접수 및 수납 절차간편	9	1.1	15
대기시간	22	2.6	10
대기공간	12	1.4	13
할인유무	11	1.3	14
추후관리정보	76	9.1	4
전통과 명성	57	6.8	5
지인근무	19	2.3	11
직원의 친절	54	6.5	6
의사친절	98	11.8	3
합계	833	100.0	

4) 병원선택요인에 관한 요인분석

타당성(Validity Analysis)은 측정도구가 측정하고자 하는 구성개념(construct)을 측정하는 정도를 의미한다. 이러한 개념타당성을 측정하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인의 추출방법으로 판별타당성과 해석의 명확성을 높이기 위해 베리맥스(Varimax) 회전을 적용하여 주성분분석을 실시하였다. 고유치(Eigenvalue)가 1.0 이상을 갖는 요인만을 주요인으로 추출하였으며, 설문항목별로 요인 적재치가 상대적으로 높은 주요인을 중심으로 그룹화하고자 하였다. 이 때 요인적재치가 0.5이하는 것은 제외하고자 하였는데 병원선택 요인분석 결과 16개의 측정지표들에 대해 모든 항목이 0.5이상으로 제거되는 항목은 없었다. 병원 선택 요인분석을 실시한 결과 <표 5>와 같이 나타났다.

<표 5> 병원 선택요인에 관한 요인분석

선택요인	내 용	요인				
		1	2	3	4	5
1. 시설 및 의료 신뢰	시설 및 장비	0.852	0.044	0.154	0.053	0.102
	병원청결	0.820	0.177	0.152	0.057	0.039
	병원건물	0.709	0.138	0.150	0.052	0.476
	의술실력만족도	0.565	0.225	0.399	-0.114	-0.357
	병원 전통과 명성	0.527	0.212	0.191	0.249	-0.498
2. 편의 시설	대기공간	0.108	0.809	0.205	0.077	0.070
	대기시간	-0.013	0.768	0.352	0.140	0.078
	접수시간	0.177	0.762	0.276	0.165	0.000
	주차시설	0.349	0.546	-0.177	0.114	-0.074
3. 친절 및 환자 관리	직원의 친절	0.114	0.243	0.812	0.207	0.038
	의사의 친절	0.276	0.177	0.807	0.051	0.046
	추후관리	0.289	0.263	0.531	0.303	-0.278
4. 의료비	할인유무	0.143	0.144	-0.026	0.814	-0.055
	진료비	0.074	0.129	0.091	0.742	0.140
	지인근무	-0.087	0.063	0.240	0.700	-0.021
5. 접근성	교통	0.194	0.127	0.027	0.100	0.800

병원 선택요인 1에서는 ‘의료시설 및 의료장비’, ‘병원 청결’, ‘병원건물’, ‘의술실력 만족도’, ‘병원 전통과 명성’등 병원시설 및 의료 신뢰에 대한 선택요인이 추출되었으며, 선택요인 2는 ‘대기공간’, ‘대기시간’, ‘접수시간’, ‘주차시설’등 병원 이용편의에 대한 선택요인이 추출되었다. 선택요인 3은 ‘직원의 친절’, ‘의사의 친절’, ‘추후관리’등 직원친절에 대한 선택요인으로 추출되었으며, 선택요인 4에서는 ‘할인유무’, ‘진료비’, ‘지인근무’등 의료비의 대한 선택요인이 추출되었다. 선택요인 5에서는 ‘교통’등 접근성에 대한 선택요인이 추출되었다.

5) 만족과 재이용에 영향을 미치는 요인

일반적 특성, 성형관련 특성, 병원선택요인 중 병원만족에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 영향요인은 종속변수에 따라 차이를 보였다. 병원만족에 영향을 미치는 요인으로는 성형수술경험, 성별, 제1요인(시설 및 의료신뢰), 제2요인(편의시설)으로 나타났다. 유의한 영향요인을 포함하는 회귀

식은 아래 식과 같이 표현될 수 있다.

$$\text{만족도}_i = \beta 0i + (-0.254)[\text{성형수술경험}]_i + 0.380[\text{성별}]_i + 0.189[\text{제1요인}]_i + 0.169[\text{제2요인}]_i + u_i$$

이 회귀식을 구체적으로 여성에 비해 남성이, 성형수술경험이 있고 제1요인(시설 및 의료신뢰)과 2요인(편의시설)을 중요하게 여기는 응답자가 전반적으로 성형외과병원에 만족하는 것으로 나타났다.

또한, 재이용의사에 영향을 미치는 요인으로는 수술희망을 하고 있고, 병원선택요인 중 제3요인(친절 및 환자관리), 제4요인(의료비)을 중요하게 여기는 응답자가 성형외과병원 재이용의사가 있는 것으로 나타났다.

<표 6> 만족도와 재이용여부의 회귀분석

변수	만족도	재이용여부
(상수)	2.271(0.001)	2.676(0.000)
성형수술경험	-0.254(0.012)	-0.119(0.281)
수술희망	-0.008(0.938)	-0.264(0.027)
병원정보출처	-0.025(0.355)	-0.045(0.121)
성별	0.380(0.009)	0.191(0.225)
연령	-0.072(0.385)	0.048(0.591)
결혼여부	0.339(0.070)	0.087(0.670)
교육정도	-0.078(0.397)	-0.033(0.739)
월평균총수입	0.022(0.476)	0.001(0.987)
직업	-0.043(0.063)	-0.032(0.208)
거주지	-0.001(0.802)	0.006(0.360)
시설 및 의료 신뢰	0.189(0.029)	0.180(0.056)
편의 시설	0.169(0.038)	0.114(0.197)
친절 및 환자 관리	0.120(0.144)	0.234(0.009)
의료비	-0.093(0.125)	-0.152(0.023)
접근성	-0.039(0.383)	-0.094(0.058)

V. 고찰 및 결론

본 연구에서 미용성형소비자들을 대상으로 병원 만족에 영향을 미치는 요인을 조사한 결과, 병원선택요인 중 시설 및 의료 신뢰, 편의 시설 영역으로 응답하였는데, 이는 성미혜 외(2008)의 연구에서 위치 편리, 의사에 대한 신뢰감, 간호사와 직원의 친절성, 의료기술이 좋음 순으로 응답한 결과와는 다소 상이한 결과이다. 이는 일반적인 질병과는 달리 미용성형이라는 특수성 때문이라 사료된다[14].

남지윤(2010)의 연구에서는 미용수술을 받기 위해 방한하는 일본과 중국 여성을 중심으로 의료기관 선택요인을 분석한 결과 일본여성이 병원을 선택하는 중요 요인을 살펴보면 의료서비스의 질 및 신뢰성 항목 중 짧은 대기시간이 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났고, 의료기관과 지원서비스 항목 중 의료진 의사소통 지원서비스, 의료시설 및

장비 항목 중 훌륭한 의료장비 및 의료기기, 의료비용 항목 중 수술비용과 수술 외 부가비용, 의료기기 순으로 나타났다. 중국여성은 의료비용 항목 중 수술비용을 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났다, 의료장비 및 의료기기, 훌륭한 의사, 사후관리 순으로 나타났다[5]. 그러나 본 논문의 조사 결과에서는 병원을 선택하는 중요 요인으로 친절 및 환자관리를 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났다, 의료비가 그 다음 순이었다. 이 차이는 설문 대상이 외국인과 내국인이라는 차이에서 발생하는 것으로 판단된다. 즉 남지윤(2010)의 연구에서 일본 관광객의 경우에 짧은 대기시간을 가장 중요하게 여기는 것은 한정된 시간의 해외여행에서 시간을 효율적으로 사용하고자 하는 욕구가 강하여 그러한 결과가 나온 것으로 판단되며, 중국 관광객의 경우에 수술비용을 가장 중요하게 여기는 것은 한국과 중국의 물가 차이에 따라 한국의 수술비용이 중국에서의 성형수술에 통용되는 금액보다 전체적으로 높기 때문인 것으로 판단된다. 이에 비하여 국내 미용 성형 소비자들의 경우에는 성형수술의 보편화로 인하여 수술 자체보다는 소비자들을 친절하게 대하고 환자 관리를 철저히 한다는 인상을 주면서 의료비가 상대적으로 저렴한 병원을 선택하는 것으로 볼 수 있다.

박연옥(2003)의 연구에서는 의료서비스 선택요인 중 병원시설이 가장 좋다는 사실은 대부분의 병원들이 시설 측면에서 평준화를 이루었기 때문에 구매자들의 결정요인에 큰 영향력을 미치지 못한 것으로 추론되었다[15]. 이러한 사실은 구매자들이 시설적인 측면을 우선시하는 경향에서 벗어나 의료진의 전문성과 양질의 의료서비스를 선택하는데 있어서 더 중점을 둔다는 것을 시사한다. 본 연구 결과에서도 이와 유사하게 시설 및 의료신뢰와 편의 시설은 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 같은 병원을 다시 이용하겠다는 질문에 대해서는 시설 및 의료신뢰와 편의 시설보다도 친절

및 환자 관리와 의료비를 가장 중요한 요인으로 여기고 있는 것으로 나타났다. 이는 박연옥(2003)의 연구에서와 마찬가지로 보편화된 성형 수술로 인하여 특별한 경우를 제외하고는 시설이나 편의 시설은 거의 최고 수준으로 평균화가 이루어져 있음을 증명하는 결과라고 할 수 있겠다. 이 논문에서의 연구 결과를 전체적으로 요약하면 다음과 같다.

1) 미용성형수술을 원하는 환자가 병원을 선택하는 요인을 5개의 영역으로 나누어서 요인별 결과를 살펴보면, 시설 및 의료 신뢰(52%), 편의 시설(7.3%), 친절 및 환자 관리(27.4%), 의료비(7.2%), 접근성(5.9%)으로 나타났다. 이는 미용성형수술을 원하는 환자가 병원을 선택할 때 시설 및 의료 신뢰를 제1의 선택요인으로 하고 있음을 알 수 있었다.

2) 수술희망 부위 및 병원정보출처의 결과를 살펴보면, 성형희망 부위(1)에서는 코 수술 (24%), 쌍꺼풀 수술 (22%)로 가장 많았으며 가장 적은 부위로는 기미 주근깨 반점제거 수술 (1.1%)로 나타났다. 성형희망부위(2)에서는 얼굴윤곽 수술(13.3%), 코 수술(8.6%)로 가장 많았고, 입술 수술(0.7%)로 가장 적게 나타났다. 성형희망 부위(3)에서는 지방 제거 수술 (16.5%), 얼굴윤곽 수술(7.2%)로 가장 많았으며 쌍꺼풀 수술·입술 수술(0.4%)로 가장 적게 나타났다. 병원정보 출처는 가족, 친구, 이웃 등 주변의 권유(57.2%), 인터넷 검색(21.2%), 방송매체나 인쇄매체 각각(4.3%)순으로 나타났다.

3) 만족도와 재이용 여부에서는 병원만족에 영향을 미치는 요인으로는 성형수술 경험, 성별, 시설 및 의료 신뢰(제1요인), 편의 시설(제2요인)로 나타났다. 구체적으로는 남성에 비해 여성이, 성형수술경험이 있고 시설 및 의료 신뢰(제1요인)와 편의시설(제2요인)을 중요하게 여기는 응답자가 전반적으로 성형외과에 만족하는 것으로 나타났다.

또한, 재이용의사에 영향을 미치는 요인으로는

수술을 희망하고 있고, 병원선택요인 중 친절 및 환자관리(제3요인), 의료비(제4요인)를 중요하게 여기는 응답자가 성형외과병원 재이용의사가 있는 것으로 나타났다.

이상의 요약에 따라 다음과 같은 결론을 얻을 수 있다. 첫째, 미용성형 수술환자가 병원을 선택할 때 시설 및 의료 신뢰가 가장 크게 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 본 연구에서는 만족도와 재이용여부를 구분하여 조사하였는데, 영향을 미치는 요인이 다른 것을 볼 수 있다. 시설 및 의료 신뢰와 편의시설이 만족에 영향을 미치지 않지만, 실제로 재이용에 있어서는 친절 및 환자관리, 의료비가 중요한 요인으로 파악되었다. 이는 재이용에 있어서는 추후관리 및 의료비와 같이 현실적이고 체감되는 부분이 중요하다는 것을 알 수 있다. 그러므로 충분한 시설을 갖추고 의료장비의 주기적인 관리와 점검을 시행할 뿐 아니라, 의료진 및 직원의 친절 및 지속적인 추후관리를 위한 교육이 주기적으로 시행되어야 할 것이다.

둘째, 미용성형수술을 원하는 대상자의 경우 정보원이 친구나 친지이므로 수술대상자 뿐만 아니라 동반하는 보호자들에게도 세심한 배려가 필요하며 그들을 대상으로 한 새로운 마케팅 전략이 필요하며 환자나 보호자가 체감할 수 있는 편안한 대기 공간과 환경이 갖추어져야 할 것이다.

셋째, 미용성형에 있어서 의료서비스의 특성상 접근의 용이성이 중요하지 않음을 알 수 있다. 따라서 의료소비자들의 수요변화를 면밀히 검토하여 타 기관과 차별화를 이룰 수 있는 병원경영 등으로 의료기관의 이미지 제고에 노력을 기울여야 할 것이며 의료기술서비스의 향상을 위해 지속적인 질 관리활동을 해야 할 것이다. 또한 병원의 인지도와 이용률을 높이기 위한 적절한 홍보대책이 마련되어야 할 것이다.

참고문헌

1. 지경환(2001), 미용성형수술 환자의 심리적 특성과 미용수술이 이에 미치는 영향, 신경정신의학, Vol.163;560-561.
2. 인은희(2003), 미용성형수술 환자의 병원선택요인과 만족도에 대한 연구, 한양대학교 행정대학원 석사학위 논문, p.12, p.55.
3. 조우현(2001), 병원 고객만족도 측정방법에 대한 비교분석, 예방의학회지, Vol.34(1);55-60.
4. Suzan N. Kucukarslan and Anagha Nadkarni(2008), Evaluating medication-related services in a hospital setting using the disconfirmation of expectations model of satisfaction, Research in Social and Administrative Pharmacy, Vol.4;12-22.
5. 남지윤(2010), 외국인 환자의 한국의료기관 선택요인 분석 : 미용수술을 받기 위해 방한하는 일본과 중국 여성을 중심으로, 한양대 대학원 석사학위논문, p.2.
6. 정승연(2005), 병원 유형별 치아교정환자의 병원 선택요인 및 만족도 비교, 대한구강보건학회지, Vol.29(4);516-526.
7. 윤서중(2004), 노인병원과 종합병원의 선택요인 및 환자만족도 비교, 연세대학교 보건대학원 석사학위 논문, p.25, pp.48-49
8. 백명 외(2000), 병원마케팅 실태와 전략방안, 한국간호교육학회지, Vol.6(2);234.
9. 이인경(1997), 기업병원과 대학병원의 병원선택 및 환자만족도 요인 비교, 보건행정학회지, Vol.7(1);32-54.
10. 조우현 외(1999), 의료기관 선택기준에 관한 연구, 예방의학학회지, Vol.25(1);53-63.
11. Georgette M., Zifko-Baliga, Robert F. K.(1997), Managing perceptions of hospital quality, Mark Health Serv, spring;pp.28-35.
12. Shelton P.(2000), Measuring and Improving Patient Satisfaction, Aspen Publisher Inc, Maryland.
13. 강상권(1994), 한 종합검진센터 이용자의 만족도와 서비스요구 분석, 연세대학교 보건대학원 석사학위 논문.
14. 김정아(2005), 병원 코디네이터의 직무역할과 핵심역량이 조직성과에 미치는 영향, 경기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위 논문, pp.58-63.
15. 성미혜 외(2008), 일부외래 환자의 병원선택 요인과 간호서비스 이미지에 관한 연구, 인제논총, Vol.23(1);491.
16. 박연옥(2003), 의료서비스에 대한 구매의사 결정에 관한 연구-미용성형수술을 중심으로, 경기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위논문, p.53.

접수일자 11월 30일

심사일자 12월 13일

게재확정일자 12월 20일