

지방 종합병원의 내·외부고객간 병원선택요인 중요도-성과도 비교

이현숙†

연세대학교 보건행정학과

Comparative IPA of Hospital Choice Factors between Internal and External Customers of Regional General Hospital

Hyun-Sook Lee†

Department of Health Administration, Yonsei University

<Abstract>

The purpose of this study is to measure IPA(Importance Performance Analysis) of the hospital choice factors between internal and external customers at rural general hospital. This study was used 5 types of choice factor such as physical, human, accessibility, connection, and external image. Also, this study was used IPA which can be applied to identify the strengths and weaknesses quality attributes from customers' viewpoint by simultaneously evaluating importance and performance. IPA was assessed using a sample of 98 patients and 96 internal employees who work at C general hospital in Chungcheongbuk-do. Data were collected with self-administered questionnaires from February 13 to March 30 in 2012 and analyzed SPSS 18 by using frequency, paired t-test and scatter plot graph.

The results of IPA show that "Keep up the good work" quadrant was human factor and "Low Priority" quadrant was physical and connection factors between internal and external customers. The finding of this study will be applied to improve human service quality in administrative department of hospital. Also, this study presents primary data for correct decision making to authorities of local hospitals that have concern about hospital strategy.

The implications of this study are discussed and areas for future research are presented.

Key Words : Hospital Choice Factor, Importance Performance Analysis, Internal and External Customers

I. 서론

최근 한국 의료시장은 국민의 소득 및 교육수준의 향상, 지속적인 보건의료비의 상승, 질 높은 의료서비스에 대한 요구 등 전반적으로 소비자들의 의료서비스에 대한 수요가 점점 늘어나고 있는 추세이다. 또한 KTX와 대중교통 발달, 인터넷 및 SNS를 통한 정보통신기술(IT) 발달, 첨단 의료기술 발전, 의료시장 개방 및 의료법 개정 등의 공급 과잉은 병원 간 무한 경쟁을 부추기고 있는 실정이다. 이러한 의료 환경변화에 따른 의료기관에서의 의료서비스 질적 수준에 대한 관심의 증대로 이에 미치는 영향요인으로 환자 권리 존중과 보호, 의료인과의 관계 등과 같은 환자 만족도를 높이는 효과가 있었다[1]. 하지만 의원과 병원, 종합병원, 상급종합병원 간 기능이 상호 중복되어 환자 상태에 맞는 의료자원과 의료이용에 있어서 비효율성이 제기되고 있다.

국민건강보험공단[2]에 따르면, 서울 소재 의료기관들이 지방 환자들로부터 벌어들인 총 진료비 중에서 외부로부터 유입된 진료비가 차지하는 비율이 2005년 32.3%에서 2009년 36.2%로 증가했다. 또한 서울 병원에 입원한 타 지역 환자 비중은 2002년 32.2%에서 2008년 39.6%로 증가하였고, 상급종합병원의 외래진료건 중에서 경증 질환 환자가 2009년에는 전년보다 2.5% 증가하였다. 더군다나 2004년 KTX 개통으로 환자들의 서울 지역 접근도가 향상됨에 따라 서울 대형병원이 지역의료기관의 실질적인 경쟁 대상으로 가시화되고 있다 [3].

현재 우리나라의 경우, 정부의 다양한 보건의료 정책과 민간에 의한 지속적인 의료기관의 설립 및 의료 인력 확대로 의료자원의 형평성은 완화되었지만 논란은 지속적으로 제기되고 있으며 많은 국민들이 거주 지역에서 진료를 받지 않고 서울이나 타 지역에서 진료를 받고 있다[4]. 이러한 서울 소

재 대형 의료 기관으로의 '환자집중화 현상'은 갈수록 심해지고 있으며, 의료전달체계의 질서가 무너지고 있는 실정이다. 이는 전문 진료 질병군에 속하는 중증환자를 진료해야 하는 지방 대학병원들이 중소형 병·의원에서 진료하는 일반진료 질병군과 단순진료 질병군인 경증환자를 진료하고 있다[5]. 대학 병원과 같이 전문화된 의료기관의 부재로 인해 지역 내에서 해결이 어려운 중증도 환자들의 이동은 당연하다고 할 수 있다. 하지만 가장 큰 문제는 지역 내 전문화된 의료기관이 존재하거나 중증도가 낮은 일반 환자들조차도 서울지역의 대형 의료기관으로 집중되고 있다는 것이다 [6].

이제 지역의료기관들은 급변하는 의료 환경과 고객 요구의 변화에 대응하여 병원 스스로 생존, 발전할 수 있는 자생력과 경쟁력을 확보하는 것이 무엇보다도 중요한 과제라고 할 수 있다. 지역의료기관들은 대외경쟁력을 향상시키기 위해 병원 특성에 맞는 특정질환의 치료기술을 발전시키고, 표준화된 의료서비스를 제공함으로써 내·외부고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 병원경영전략이 요구된다. 병원의 경쟁력을 확보하기 위한 방안을 모색하기 위해 의료소비자인 외부고객과 내부고객인 직원의 관점에서 병원을 분석해 볼 필요가 있다.

의료 시장 자체가 공급자 주도에서 수요자 주도의 시장으로 변화되고 있는 의료 환경에서 외부고객의 의료서비스 질에 대한 평가는 중요한 것으로 부각되고 있다. 이에 지역병원은 경쟁력을 강화하기 위해 외부고객을 소비주체인 의료소비자로 인식하고 이들로부터 호의, 호감, 신뢰, 만족을 얻기 위해 좀 더 다양한 접근이 필요하다[7]. 또한 내부고객은 환자의 요구를 정확히 파악하여 고객지향적인 인식과 태도를 가질 수 있는 병원환경을 조성해 주어야 한다. Parasuraman[8]에 의하면, 의료 소비자가 인식하는 선택속성의 기대는 서비스를 제공하는 직원들의 기대와 일치되었을 때 효율적

인 성과가 충족된다고 하였다. 이를 위해서는 지금 까지 의료서비스가 환자의 관점에서 연구된 것이라면, 이제는 환자뿐만 아니라 직원의 지각과 기대까지도 살펴볼 필요가 있다.

의료소비자와 직원의 병원선택의 중요도(Importance)와 성과도(Performance)를 파악하기 위해서는 IPA(Importance Performance Analysis)를 이용하는 경우가 많다. 따라서 의료기관들은 내부 직원과 환자들의 특성에 따라 의료 서비스 질에 대한 인식과 평가 그리고 병원선택 행태에 차이가 있다는 정보들을 파악하여 병원 경영전략을 수립하는 것이 필요할 것이다.

본 연구의 목적은 충북지역의 3차 종합병원을 대상으로 내부고객과 외부고객이 인식하고 있는 병원선택요인의 중요도와 성과도의 차이를 살펴본 다음 내·외부고객들간의 중요도-성과도(IP)분석을 활용하여 비교분석해 보고자 한다. 그리고 위의 실증적인 자료 분석을 바탕으로 직원들의 기대와 환자들의 기대가 일치되어 효율적인 성과가 나타날 수 있도록 내·외부고객들의 중요도와 성과도 인식의 차이를 줄이기 위한 전략을 제시해보고자 한다.

II. 연구방법

1. 자료수집

본 연구는 충북지역에서 621명상 규모의 3차 의료기관을 내원한 외부고객과 그 병원에 근무하는 내부고객들을 대상으로 실시하였다. 본 연구를 위한 조사기간은 2012년 2월 17일부터 3월 30일까지 진행되었다. 조사방법으로는 먼저 병원의 직원인 내부고객에게 설문지 100부를 부서별로 나누어 배포하였다. 또한 병원을 내원한 외부고객 조사는 훈련받은 연구원이 병원을 방문하여 병원 경험이 있는 외래환자 110명에게 설문지를 나누어 주고 직접 자기기입식 조사 또는 면접조사 방법을 사용하

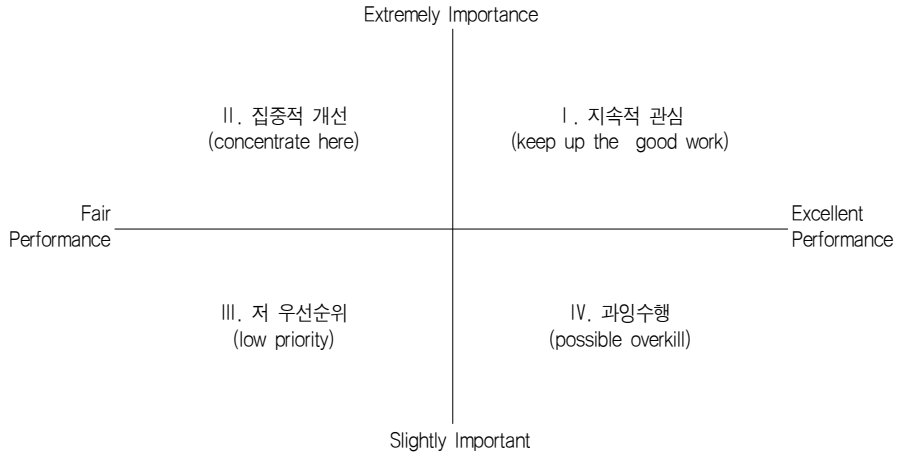
였다. 설문 결과는 응답표기가 제대로 된 내부고객의 96부와 외부고객의 98부를 취합하여 총 194부(92.4%)를 최종 자료 분석에 사용하였다.

2. 설문조사 내용 및 도구

본 연구에서는 내·외부고객의 병원선택요인에 대한 중요도와 성과도에 영향을 미치는 변수들을 선정하기 위해 국외 보고서[8][9]를 번안하고, 국내 논문과 보고서[10][11][12]을 인용하여 이 연구 목적에 맞게 새롭게 재구성하였다. 병원선택요인 문항은 물리적 요인, 인적 요인, 접근성 요인, 연결요인, 대외이미지 요인 등 5개의 요인 변수를 선정하였고, 세부적 특성항목은 각각 4개씩 선정하여 '전혀 중요하지 않다(1점)부터 '매우 중요하다(4점)까지 Likert 등간척도를 측정하였다. 내부고객과 외부고객은 병원선택요인 20항목의 중요도와 성과도를 구분하여 총 40개 문항에 응답하였다.

3. 분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 통계 프로그램 SPSS 18(Statistical Package for the Science)을 이용하여 분석하였다. 연구대상자의 일반적인 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였고, 내부고객간 또는 외부고객간 선택요인의 중요도와 성과도의 차이를 검증하기 위하여 대응표본 t-test와 내부고객과 외부고객 두 집단간의 중요도와 성과도 차이를 검증하기 위해 독립표본 t-test를 실시하였다. 또한 의료소비자인 환자와 직원의 병원선택의 중요도(Importance)와 성과도(Performance)를 파악하기 위해 평균, 중위수, 순위 측정된 중심경향을 이용하여 각각의 중요도와 성과도의 높거나 낮은 두 값을 순위대로 구분하여 4사분면 중 한 곳을 정하는 방법인 IPA(Importance Performance Analysis)를 이용하였다[13]<그림 1>.



<그림 1> IPA Matrix

자료: Martilla J. & James J.(1977), Importance-Performance Analysis, Journal of Marketing, Vol.14(1):77-79.

III. 연구결과

1. 대상자의 인구통계학적 특성

대상자의 일반적 특성은 다음과 같다. <표 1>을 살펴보면, 내부고객의 성별은 남자가 45.8%, 여자는 54.2%로 나타났으며, 연령은 40대가 37.5%로 가장 높은 분포를 보였고, 다음으로는 30대 이상 29.2%, 50대 이하 18.8% 순이었다. 응답자 중 대학교 졸업은 68.8%, 대학원 졸업 이상이 21.9%, 고졸 이하는 6.3%로 대부분이 대학교와 대학원 이상을 졸업하였다. 또한 직종으로는 일반사무직이 54.2%, 간호사가 17.7%를 차지하였고, 근무년수는 10년~19년이 40.6%, 10년 이하가 29.2%, 21년~29년이 21.9%로 나타났다.

또한 외부고객의 성별은 남자가 36.8%, 여자는 63.2%로 나타났으며, 연령은 20대 이하가 44.9%로 가장 높은 분포를 보였고, 다음으로는 50대가

22.5%, 30대가 17.3%, 40대가 15.3% 순이었다. 응답자 중 고등학교 졸업 이하가 48%, 대학교 졸업은 42.9%로 나타났다. 직업으로는 학생이 22.4%, 관리·기술직이 20.4%, 전업주부가 19.4%, 전문직이 15.3%, 자영업이 8.2%로 고른 분포를 보였다. 그리고 병원을 선택할 때 가장 영향을 주는 사람은 본인이라고 응답한 환자가 42.9%, 가족이 33.7%, 친구나 이웃이라고 응답한 환자는 14.2%, 다른 병원 의사는 6.1%, 직장 동료는 3.1%를 차지하였다.

2. 측정요인의 신뢰도 분석

각 요인들의 항목들간의 내적일관성을 검증하기 위하여 Cronbach' α 계수를 측정하여 신뢰도 분석을 하였다. 내·외부고객의 성과도에서는 인적요인과 대외이미지요인, 내부고객의 중요도에서는 인적요인과 접근성요인의 α 값이 0.8이상으로 신뢰도가 상당히 높은 편이다. 나머지 요인들의 α 값도

0.68~0.79 사이로 나타나 신뢰도가 높은 것으로 나타났다<표 2>.

3. 병원선택요인 중요도와 성과도 분석

1) 내·외부고객의 병원선택항목별 중요도-성과도 평균과 평균차이 검증

병원을 내원한 환자의 병원선택항목별 중요도와 만족도의 평균을 <표 3>에서 살펴보면, 외부고객의 중요도는 의료진의 전문성(3.65), 지역에서 첫번째로 생각하는 병원(3.42), 의사의 친절성(3.39) 순으로 나타났다. 성과도는 지역에서 첫번째로 생각하는 병원(3.27), 의료진의 전문성(3.16), 간호사의 친절성과 의사의 친절성이 각각 3.06으로 나타났다. 또한 외부고객 병원선택항목별 중요도와 성과도의 차이검증을 하기 위해 대응표본 t-test를 실시한 결과, 주차시설과 좋은 병원평판, 그리고 지역사회에 높은 기여도 항목들을 제외한 모든 항목에서 유의한 차이를 보이며, 병원 홈페이지와 병원 홍보 및 책자 항목만이 중요도에 비해 성과도가 높은 것을 볼 수 있다.

또한 종합병원 종사자가 인지하는 병원선택항목별 중요도의 평균을 <표 4>에서 살펴보면, 의료진의 전문성(3.84), 의사의 친절성(3.71), 최첨단 의료장비와 의료기기(3.69) 등 높은 평균값을 보였다. 또한 성과도 평균 순위는 지역에서 첫 번째로 생각하는 병원(3.14), 의료진의 전문성과 최첨단 의료장비와 의료기기는 각각 3.11로 순으로 나타났다.

내부고객이 인지하는 병원선택항목별 중요도와 성과도의 차이를 검증하기 위해 대응표본 t-test를 실시하였다. 집(직장)과의 근접성, 병원 홈페이지, 병원 홍보 및 책자 등을 제외한 모든 항목들은 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 모든 병원선택항목의 중요도는 성과도에 비해 높은 것으로 나타났다.

<표 1> 내·외부고객의 기본적 특성 단위: 명(%)

구분	내부고객	외부고객	
성			
남자	44(45.8)	36(36.8)	
여자	52(54.2)	62(63.2)	
연령			
20대 이하	14(14.5)	44(44.9)	
30~39	28(29.2)	17(17.3)	
40~49	36(37.5)	15(15.3)	
50대 이상	18(18.8)	22(22.5)	
최종학력			
고등학교 졸업 이하	6(6.3)	47(48.0)	
대학교 졸업	66(68.8)	42(42.9)	
대학원 졸업 이상	21(21.9)	7(7.1)	
기타	3(3.0)	2(2.0)	
결혼여부			
미혼	20(20.8)	43(43.9)	
기혼	74(77.1)	50(51.0)	
기타	2(2.1)	5(5.1)	
직종		직업	
일반사무직	52(54.2)	관리·기술직	20(20.4)
간호사	17(17.7)	전문직	15(15.3)
의료기술직	7(7.3)	자영업	8(8.2)
기능직	3(3.1)	전업주부	19(19.4)
기타	17(17.7)	학생	22(22.4)
		기타	14(14.3)
근무년수		병원선택시 영향	
10년 이하	28(29.2)	본인	42(42.9)
10~19	39(40.6)	가족	33(33.7)
20~29	21(21.9)	이웃 및 친구	14(14.2)
30년 이상	2(2.1)	직장동료	3(3.1)
결측치	6(6.2)	다른병원 의사	6(6.1)
계	96(100.0)		98(100.0)

<표 2> 측정요인의 신뢰성 검증

요인	설문항목	Cronbach' α			
		외부고객중요도	외부고객성과도	내부고객중요도	내부고객성과도
물리적	주차시설	0.739	0.776	0.776	0.733
	최첨단 의료장비와 의료기기				
	편리한 편의시설				
인적	쾌적하고 깨끗한 병원환경	0.792	0.828	0.826	0.871
	의사의 친절성				
	간호사의 친절성				
	행정직원의 친절성				
접근성	의료진의 전문성	0.685	0.684	0.813	0.680
	합리적인 검사비와 진료비				
	짧은 대기시간				
	집(직장)과의 근접성				
연결	대중교통이용이 편리한 병원의 위치	0.728	0.749	0.774	0.738
	병원 홈페이지				
	병원 홍보 및 책자				
	경험자 추천				
대외 이미지	본인의 경험	0.794	0.820	0.728	0.880
	좋은 병원평판				
	의료진의 대외적인 실력과 명성				
	지역사회에 높은 기여도				
	수도권에서 첫번째로 생각나는 병원				

<표 3> 외부고객의 병원선택항목별 중요도-성과도 평균과 평균차이 검증(N=98)

요인	항목	중요도		성과도		평균 차이	t
		평균	표준편차	평균	표준편차		
물리적	주차시설	2.63	0.99	2.40	0.87	0.23	1.92
	최첨단 의료장비와 의료기기	3.29	0.66	2.93	0.63	0.36	4.15**
	편리한 편의시설	2.88	0.82	2.67	0.82	0.20	2.31*
	쾌적하고 깨끗한 병원환경	3.22	0.77	2.86	0.70	0.37	3.68**
인적	의사의 친절성	3.39	0.79	3.06	0.76	0.33	3.36**
	간호사의 친절성	3.37	0.71	3.06	0.70	0.31	3.36**
	행정직원의 친절성	3.12	0.84	2.88	0.72	0.24	2.46*
	의료진의 전문성	3.65	0.59	3.16	0.77	0.49	5.86**
접근성	합리적인 검사비와 진료비	3.19	0.76	2.82	0.69	0.38	4.37**
	짧은 대기시간	3.03	0.85	2.40	0.85	0.63	6.03**
	집(직장)과의 근접성	2.92	0.87	2.65	0.97	0.27	2.62**
	대중교통이용이 편리한 병원의 위치	2.80	1.02	2.57	0.87	0.23	2.57*
연결	병원 홈페이지	2.35	0.86	2.59	0.85	-0.24	-3.13**
	병원 홍보 및 책자	2.31	0.81	2.50	0.83	-0.18	-2.34*
	경험자 추천	3.11	0.86	2.86	0.81	0.26	2.81**
	본인의 경험	3.21	0.84	2.91	0.77	0.31	3.83**
대외 이미지	좋은 병원평판	2.89	0.84	2.80	0.73	0.09	1.13
	의료진의 대외적인 실력과 명성	3.15	0.72	2.82	0.76	0.34	4.05**
	지역사회에 높은 기여도	2.89	0.76	2.78	0.79	0.11	1.44
	지역에서 첫번째로 생각나는 병원	3.42	0.69	3.27	0.68	0.15	2.18*

*p<0.05 **p<0.01

<표 4> 내부고객의 선택요인항목별 중요도와 성과도 평균과 평균차이 검증(N=96)

요인	항 목	중요도		성과도		평균 차이	t
		평균	표준 편차	평균	표준 편차		
물리적	주차시설	2.97	0.90	2.56	0.84	0.41	3.34**
	최첨단 의료장비와 의료기기	3.69	0.55	3.11	0.63	0.57	7.63**
	편리한 편의시설	2.84	0.88	2.42	0.79	0.43	4.13**
	쾌적하고 깨끗한 병원환경	3.33	0.66	2.69	0.73	0.65	6.99**
인적	의사의 친절성	3.71	0.58	2.71	0.68	1.00	11.94**
	간호사의 친절성	3.60	0.66	2.80	0.67	0.80	9.34**
	행정직원의 친절성	3.31	0.77	2.71	0.75	0.60	6.85**
	의료진의 전문성	3.84	0.42	3.11	0.63	0.73	11.16**
접근성	합리적인 검사비와 진료비	3.34	0.77	2.92	0.68	0.43	4.82**
	짧은 대기시간	3.26	0.81	2.59	0.83	0.67	5.83**
	집(직장)과의 근접성	3.14	0.73	2.98	0.66	0.16	1.92
	대중교통 이용이 편리한 병원의 위치	3.19	0.76	2.65	0.82	0.54	5.34**
연결	병원 홈페이지	2.54	0.79	2.47	0.72	0.07	0.71
	병원 홍보 및 책자	2.50	0.85	2.39	0.67	0.11	1.52
	경험자 추천	3.40	0.70	2.78	0.74	0.61	6.88**
	본인의 경험	3.50	0.68	2.90	0.75	0.60	7.39**
대외 이미지	좋은 병원평판	3.41	0.64	2.69	0.70	0.72	8.01**
	의료진의 대외적인 실력과 명성	3.61	0.59	2.86	0.73	0.75	8.44**
	지역사회에 높은 기여도	2.98	0.88	2.76	0.78	0.22	2.22*
	지역에서 첫 번째로 생각하는 병원	3.48	0.68	3.14	0.75	0.34	4.63**

*p<0.05 **p<0.01

2) 내·외부고객간 병원선택요인별 중요도-성과도 평균차이 검증

종합병원을 내원한 환자와 직원의 두 집단간의 병원선택요인별 중요도의 차이와 만족도의 차이를 검증하기 위해 독립표본 t-test를 실시한 결과는 다음과 같다. <표 5>의 결과에 따르면, 내·외부고객 중요도의 평균 차이값은 모두 유의한 차이를 보였지만, 성과도의 평균 차이값은 인적요인과 접근성요인을 제외하고 모든 요인들이 유의한 차이를 보이지 않았다. 즉 내·외부고객의 중요도 평균차이는 외부고객에 비해 내부고객의 병원선택 중요도가 더욱 높다는 것을 알 수 있다.

3) 내·외부고객의 병원선택요인별 중요도-성과도 평균과 IP분석 결과

종합병원을 방문한 환자와 병원종사자가 인지하는 선택요인의 중요도와 성과도의 평균은 다음과 같다. <표 6>를 살펴보면, 외부고객이 병원선택시 중요하다고 생각하는 요인은 인적요인과 대외이미지요인의 평균이 각각 3.38, 3.09로 나타났으며, 그 다음으로는 물리적요인(3.01), 접근성요인(2.99), 연결요인(2.74)으로 나타났다. 그리고 모든 요인에서 성과도는 중요도에 비해 낮은 것을 볼 수 있으며, 인적요인(3.04), 대외이미지요인(2.91), 물리적요인과 연결요인(2.71), 접근성요인(2.61)으로 다른 순위를 나타냈다.

또한 직원은 환자가 병원을 선택할 때 중요하게 생각하는 요인을 인적요인(3.62), 대외이미지요인(3.37), 접근성요인(3.23), 물리적으로인(3.21), 연결요인(2.98)순이라고 보았다. 반면 직원은 외부고객의 병원선택 후 성과를 대외이미지요인(2.88), 인적요인(2.83), 접근성요인(2.78), 물리적으로인(2.70), 연결요인(2.63)이라고 평가했다.

IPA를 적용하기 위해 사용되는 중요도와 성과도의 측정값은 절대값이 아니라 상대적인 값이 사

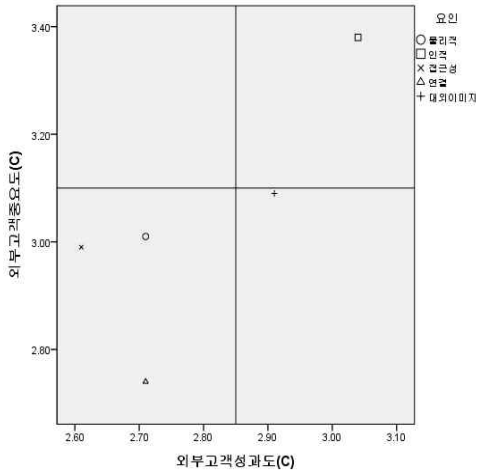
용되기 때문에 이분법이 형성하는 중심선의 값은 분석 목적에 따라 측정값이 결정된다[14]. 여기서는 병원선택요인의 중요도와 성과도의 산술평균을 사용하여 기준을 삼았으며, 결과는 산포도를 이용하여 표시하였다. 이 분석에 사용된 산술평균값을 살펴보면, 외부고객의 중요도와 성과도의 평균값은 3.1와 2.85였으며, 내부고객의 중요도와 성과도 값은 각각 3.3과 2.77로 나타났다.

<표 5> 내·외부고객간 병원선택요인별 중요도-성과도 평균차이 검증

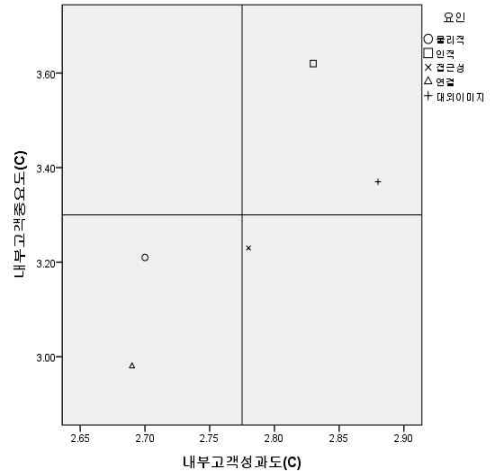
요인	중요도			성과도		
	외부-내부 차이평균	t	유의 확률	외부-내부 차이평균	t	유의 확률
물리적으로인	-0.20	-2.24	0.027	0.01	0.12	0.903
인적요인	-0.23	-2.92	0.004	0.20	2.08	0.041
접근성요인	-0.24	-2.60	0.011	-0.18	-2.04	0.045
연결요인	-0.24	-2.50	0.014	0.07	0.86	0.394
대외이미지요인	-0.28	-3.55	0.001	0.03	0.33	0.746

<표 6> 내·외부고객 병원선택요인별 중요도와 성과도 평균

요인	외부고객(N=98)				내부고객(N=96)			
	중요도 평균	표준 편차	성과도 평균	표준 편차	중요도 평균	표준 편차	성과도 평균	표준 편차
물리적으로인	3.01	0.61	2.71	0.59	3.21	0.59	2.70	0.56
인적요인	3.38	0.58	3.04	0.60	3.62	0.50	2.83	0.58
접근성요인	2.99	0.63	2.61	0.61	3.23	0.61	2.78	0.54
연결요인	2.74	0.62	2.71	0.62	2.98	0.59	2.63	0.54
대외이미지요인	3.09	0.59	2.91	0.60	3.37	0.52	2.88	0.62



<그림 2> C대학병원 외부고객의 IPA결과



<그림 3> C대학병원 내부고객의 IPA결과

먼저, 외부고객의 IPA결과는 <그림 2>와 같다. I사분면인 지속적 관심영역으로는 인적요인이, 저우선순위영역인 III사분면에는 연결요인, 물리적으로 인, 접근성요인이, IV사분면인 과잉수행영역에는 대외이미지요인이 포함되었다. 그러나 집중적 개선 영역인 II사분면에는 아무런 요인도 포함되지 않았다.

내부고객의 IPA결과는 <그림 3>와 같다. I사분면인 지속적 관심영역에는 인적요인과 대외이미지요인으로 나타났으며, 저우선순위영역인 III사분면에는 물리적으로 인, 연결요인이 포함되었다. IV사분면인 과잉수행영역에는 접근성요인이 포함되어 있으며, 집중적 개선영역인 II사분면은 아무런 요인이 포함되어 있지 않음을 알 수 있다.

IV. 결론 및 고찰

본 연구는 지방의 C종합병원에 근무하는 직원과 병원을 방문한 외래환자를 대상으로 병원선택요인의 중요도와 성과도 실태를 파악함으로써 병

원자원을 최대한 효율적으로 활용하기 위한 경쟁우위전략을 알아보고자 하였다. 연구의 주요결과는 다음과 같다.

첫째, 내·외부고객이 인지하는 병원선택항목별 중요도와 성과도 평균 차이는 많은 부분에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 외부고객만이 병원 홈페이지와 병원 홍보 및 책자 항목에서만만이 중요도에 비해 성과도가 높게 나타났으며, 내·외부고객은 나머지 모든 항목에서 중요도에 비해 성과도가 낮게 나타났다는 것을 알 수 있다. 위의 결과는 병원을 내원한 환자들이 중요하게 생각하는 항목과 성과 항목에서 차이가 있기 때문에 고객의 미충족 필요(unmet-need)를 적극적으로 파악할 필요가 있음을 시사한다.

둘째, 종합병원을 내원한 환자와 직원의 병원선택요인별 중요도와 성과도 평균 차이를 살펴보면, 내·외부고객의 성과도 차이에서는 접근성요인을 제외한 나머지 요인에서는 차이를 보이지 않았다. 즉 접근성요인은 외부고객에 비해 내부고객이 성과를 높게 인식하고 있었다. 하지만, 중요도 인식

에서는 모든 요인에서 차이를 보였으며, 특히 외부 고객에 비해 내부고객의 중요도 인식이 높게 나타나 직원들이 과다하게 중요도를 높게 인식하고 있음을 보여준다. 결국 병원측은 환자의 병원 선택 전과 후의 부조화를 사전에 제거하기 위해서 병원 입장이 아닌 의료소비자의 입장에서 환자가 병원을 선택하기 전의 생각과 느낌, 경험 등을 정확히 파악하여 고객만족을 이끌어 낼 수 있는 새로운 방안을 모색해 보아야 할 것이다.

셋째, 종합병원을 내원한 환자의 중요도와 성과도 IP분석 결과를 살펴보면, 지속적 관심영역으로는 인적요인, 저우선순위영역은 물리적요인, 연결요인과 접근성요인으로 나타났다. 과잉수행영역에는 대외이미지요인이 분포되어 있다. 또한 내부고객의 IPA결과는 지속적 관심영역에는 인적요인과 대외이미지요인, 저우선순위영역은 물리적요인과 연결요인으로 나타났으며 과잉수행영역에는 접근성요인이 포함되어 있다. 기존의 연구에서는 환자가 병원선택시 의사의 중요성[15], 간호사의 친절성[16] 등과 같은 인적요인을 강조하였다. 결과적으로 내·외부 고객이 공통적으로 지속적으로 관심을 가져야 하는 부분은 인적요인으로 나타났으므로 인적 자원을 적절하게 할당하여 효율적인 서비스를 제공해야 할 것이다. 하지만 추가적인 연구에서는 내부고객이 인식하는 것처럼 병원의 선택요인시 병원의 물리적요인과 인적요인뿐만 아니라 병원의 인지도와 명성[17], 병원평판[18] 등 대외이미지요인까지를 고려하였다. 그러므로 대외이미지요인은 외부고객은 과잉수행영역에 포함되어 있지만, 내부고객은 지속적 관심영역에 포함되어 있기 때문에 앞으로 병원 우선순위 전략 수립시 신중히 고려해 보아야 할 필요가 있다.

이상의 연구결과를 토대로 다음과 같은 시사점을 제시하고자 한다.

첫째, 고객을 바라보는 시각이 바뀌어야 한다. 고객을 의료소비자 시각에서 본다면, 지역의 병원

들은 실질적인 고객인 지역 소비자들이 어떻게 지역 병원을 생각하고 행동하는지에 대한 수요를 정확하게 파악하고 그 요구를 만족시키기 위한 지속적인 노력이 필요하다. 둘째, 최근 병원서비스는 환자중심의 서비스를 지향하고 있으므로 특히 지역 병원에서는 표준화된 서비스 질 제고, 특정질환에 대한 의료기술 개발, 의료 이용에 대한 가이드라인 제공 등 환자중심의 서비스를 실현하는 방안을 마련해야 할 것이다. 이를 통해 지역 병원들은 각 병원에 적용 가능한 성공모델을 제시하여 의료시장 개방 및 의료시장 재편 등 빠르게 변화하는 환경에 대응 할 수 있는 경쟁력을 확보할 필요가 있다.

본 연구의 제한점 및 추후 연구를 위한 제안은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 서울지역의 일개병원의 내·외부고객만을 대상으로 조사하여 표본의 대표성을 확보할 수 없는 일반화 문제를 갖고 있다. 따라서 다른 셋팅에서도 추후 연구가 지속되어야 할 것이다. 예를 들어 대도시 병원의 경우 내·외부고객의 병원선택요인의 중요도와 성과도의 차이는 어떤지에 대한 다양한 연구결과를 추적할 필요가 있다. 둘째, 외래환자만을 대상으로 조사하여 병원 선택요인을 제대로 파악하는데 한계점이 있다. 이를테면 병원을 단기·장기적으로 입원한 퇴원 환자와 현재 입원한 환자들의 병원선택요인에 대한 중요도와 성과도를 분석하는 것도 큰 의미가 있을 것이다. 셋째, 병원선택요인 중 제시된 요인 외에 고객이 병원을 선택하는데 영향을 미칠만한 다양한 요인에 대해서는 연구가 이루어지지 않았다. 따라서 고객의 중요도와 만족도를 충분히 고려하여 구성문항을 좀 더 추가하여 객관화된 접근과 분석방법으로 고객 만족결과를 기대하도록 개선할 필요가 있다.

참고문헌

1. 홍용석, 박소영(2011), 병원치료시 환자의 기대수준과 병원선택요인: 대학병원과 중소병원의 비교를 중심으로, 보건의료산업학회지, Vol.5(4);15-26.
2. 최영순, 백수진, 임은실, 이호용, 장혜정(2010), 2009년 건강보험환자진료비실태조사, 서울; 국민건강보험공단, 건강보험정책연구원, pp.51-90.
3. 박영희(2011), 타 지역 환자의 서울지역 종합병원 입원 이용에 관한 연구, 보건의료산업학회, Vol.5(3);63-76.
4. 이상주, 박재용(2010), 대구·경북 거주환자의 서울지역 의료이용 변화추이, 보건행정학회, Vol.20(4);19-44.
5. 홍성욱, 서원식(2009), 지방거주환자의 성루지역 의료기관 이용에 영향을 미치는 요인, 보건교육·건강증진학회지, Vol.26(4);117-127.
6. 윤경일, 도세록(2007), 주요 상별별 환자의 의료기관 선택 성향 분석, 한국병원경영학회지, Vol.12(4);1-21.
7. George W.R.(1984), Internal Marketing for retailers, The Junior Executive Employee, In: Development in Marketing Science Academy of Marketing Science, VII;322 - 325.
8. A. Parasuraman, V. Zeithaml, L.L. Berry(1988), SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perception service quality, Journal of retailing, Vol.64(1);12-40.
9. Anna Dixon, Ruth Robertson, John Appleby, Peter Burge, Nancy Devlin, Helen Magee(2010), Patient Choice: How patient choose and how providers respond, The King's Fund, pp.181-188.
10. 이경아(2006), 병원선택요인 및 만족도 제고, 가천의과대학교 병원경영대학원 석사학위논문, pp.65-72.
11. 구영애, 한용준, 안성식(2011), 종합병원 의료서비스 품질에 대한 평가와 개선방안에 관한 연구: K 대학병원 외래입원고객을 중심으로, 고객만족경영 연구, Vol.13(3);103-128.
12. 김혁수, 이견직, 한재현(2011), 응급서비스개선 우선순위결정 연구: H대학병원을 대상으로 한 Johari window와 IPA의 적용, 의료경영학연구, Vol.5(2);65-76.
13. J.L. Crompton, N.A. Duray(1985), An Investigation of the Relative Efficacy of Four Alternative Approaches to Importance-Performance Analysis, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.13(4);69-80.
14. J.A. Martilla, J.C. James(1977), Importance-Performance Analysis, Journal of Marketing, Vol.14(1);77-79.
15. Kotler P(1975), "Marketing for Nonprofit Organizations", Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp.33-39.
16. Sung KT(1977), "Patient Evaluation of Family Planning Services: The Case of Inner-City Clinic", Studies in Family Planning, Vol.8(5);130-137.
17. 이윤경(2003), 3차 종합병원 외래환자의 병원선택 요인에 관한 연구: 일부 대학병원과 기업병원을 중심으로, 서울대학교 보건대학원, 보건학 석사 학위논문, pp.8-9.
18. Berkowitz E., William A., Flexner(1981), The Market for Health care Service: Is There a Non-Traditional Consumer?, Journal of Health Care Marketing, Vol.1(Winter);25-34.

접수일자 2012년 8월 20일

심사일자 2012년 8월 29일

게재확정일자 2012년 12월 18일