

# 병원코디네이터의 역할모호성 및 지원상황이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

김 용 혁

초당대학교 의약관리학과

## <Abstract>

### A Study on the Effect of Customer Orientation in the Hospital Coordinator's role ambiguity and support situations

Young-Hyuk Kim

*Department of Medical Management, Chodang University*

To improve the competitiveness of the hospital provides high quality medical services in a hospital coordinator role is emphasized.

This study on customer orientation of the role ambiguity in order to identify the impact of degree of customer orientation were analyzed for demographic differences.

Dependent variable, customer orientation affects role ambiguity as independent variables, and regression analysis were set. And the control variables are set to support situational factors, customer orientation on the role ambiguity and hierarchical regression analysis was performed.

Obtained through empirical results are as follows:

First, according to the demographic characteristics of the hospital coordinator customer orientation, the difference between gender and medical subjects are

---

\* 투고일자 : 2013년 7월 15일, 수정일자 : 2013년 9월 12일, 게재확정일자 : 2013년 9월 17일  
‡ 교신저자 : 김용혁, 초당대학교 의약관리학과, 전화 : 061) 450-1546 Email : yhkim@cdu.ac.kr

not shown. Age, education, work experience, job title, and the hospital on the pattern of customer orientation has shown a difference.

Second, according to the hospital coordinator role ambiguity about its impact on customer orientation analysis can be a role implementation, job implementation, opinion communication in achieving customer orientation was negatively affected.

Third, role ambiguity, and customer orientation factors for the moderating effects of organizational support for the role of customer orientation can role implementation, job implementation, opinion communication was a statistically significant.

Fourth, the role ambiguity factors and customer orientation for the administrative support for the moderating effect of customer orientation and role implementation is significant, but job implementation, opinion communication were statistically significant.

Fifth, the role ambiguity factors and customer support for customer orientation and customer orientation for the moderating effects of role performance and the opinion communication was not statistically significant. However, job implementation was statistically significant.

□The limitations of this study are as follows:

First, role ambiguity, situational factors and support due to limitations of the variable factors that may affect the customer orientation of a number of factors were excluded. So many exogenous variables in the measurement process can affect.

Second, the variables measured as problems of self-assessment by the variable measuring the respondent's bias may occur.

Third, This study is difficult to generalize. In other words, several areas of the province conducted by the empirical results of the survey as a limit on the overall generalization can follow.

*Keywords : hospital coordinator, customer orientation, role ambiguity, support situational factors*

## I. 연구의 배경 및 목적

병원코디네이터는 1990년대 의료 환경의 변화와 더불어 고객만족차원에서 도입되었으며, 우리나라는 1994년도 최초로 예치과에서 병원코디네이터제도를 도입된 이래 2001년 의약분업으로 병원 경쟁력을 더욱 강화해야 할 필요성과 고품질의 서비스를 관리하고 담당할 수 있는 병원코디네이터의 역할이 강조되었다.

병원코디네이터는 일반적으로 병원의 수납과 예약 업무를 담당하고 환자와 의사, 부서와 부서 간을 연결해주는 역할을 담당한다. 그러나 단순히 진료를 접수하는 직원이 아니라 적극적인 서비스로 고객들의 만족도를 높여서 경직된 병원이미지를 긍정적으로 변화시킨다

병원코디네이터(hospital coordinator)는 사전적 의미로 조정자, 조화롭게 하는 사람을 의미한다. 병원에서는 환자의 입장과 병원의 입장을 잘 파악하여 이들 사이를 조화롭게 연결해주는 사람이 필요하게 된 것이다.

그러나 병원코디네이터는 단순한 조정자의 역할에 그치는 것이 아니라, 병원경영의 주체가 되어 병원의 고객에게 그 이미지를 높여주고 구성원에게는 든든한 지원자가 되어주는 서비스 리더의 역할을 하게 된다.

병원코디네이터의 업무가 세분화 되었으나 업무의 특성을 살펴보면 고객에게 만족을 줄 수 있도록 하는 기본적인 서비스 마인드가 가장 중요한 요소로 자리함으로써 서비스 마인드가 갖추어져 있다면 고객과 병원입장에서 선호라는 직업인이 되고 있는 것이다.

따라서 병원의 경쟁력을 위해서 양질의 서비스제공을 위한 수단으로 병원코디네이터의 필요성은 더욱더 높아지고 있으며 다양한 분야에서 병원코디네이터가 활동할 수 있는 멀티플레이어형의 업무를 시행할 수 있는 인력을 병원은 절실히 요구되고 있는 현실이 되고 있다.

즉, 고객중심의 의료경영 마인드가 확산되어지면서 병원에서는 고품질의 서비스를 제공하고 이러한 서비스를 관리해주는 전문 인력인 병원코디네이터의 도입과 역할이 강조되어 가고 있는 추세에 있다.

이처럼 병원코디네이터 역할의 필요성이 보다 강조되고 있는 것은 병원을 둘러싼 환경 변화에 따라 고객 서비스의 중요성이 부각되었기 때문이라고 할 수 있다.

그런데 병원코디네이터의 역할을 담당하는 서비스 접점 과정에서 역할의 모호성이 발생할 때 고객에게 만족을 제공하는 고객지향성에 영향을 미칠 수 있다.

따라서 본 연구는 병원조직의 최일선 서비스를 담당하는 병원코디네이터의 역할모호

성에 대한 개념과 관련 요인들을 살펴보고, 역할모호성이 모든 구성원에게 일어날 수 있는 현상일 수 있지만 고객 접점에 업무를 수행하는 담당자는 곧바로 고객이 느끼는 서비스 품질로 연결되어 질 수 있기 때문에 고객을 만족으로 연결되는 고객지향성에 미치는 정도를 파악한 것은 의미가 있다고 보고, 인구통계적 변수의 차이와 영향에 대해 실증적 분석을 하고자 한다.

아울러 병원코디네이터의 역할모호성이 존재하는 과정에서 지원상황적 요인 즉, 조직 지원, 관리자 지원, 고객지원 등의 변수가 고객지향성에 미치는 영향에 대해서도 실증 분석을 실시하였다. 분석결과를 통해 병원조직이 병원코디네이터를 어떻게 운영하는 것이 바람직한 가에 대한 방안을 제시하기 위해 본 연구를 수행하게 된 것이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 역할모호성요인

역할모호성은 조직의 구성원이 가지고 있는 권한의 정도가 분명하지 않을 때 발생하거나 타인이 직무성과 기대를 구성원 자신이 인식하지 못할 때 발생하며, 직무상 발생되는 조직내의 역할에 대한 방법과 권한 정도의 불명확성이라 할 수 있다.

역할모호성에 관한 기존연구로는 Behrman & Perreault (1981); Singh (1993); Michaels & Ferrell (1996) 등의 역할모호성에 영향을 주는 조직요인에 관한 연구, Fried et al. (1998); Elovainio & Kivi-maki (2001); Fisher (2001) 등의 직무스트레스의 원천으로서 역할모호성과 역할갈등에 대한 연구가 주를 이루었다. 그러나 역할모호성에 영향을 미치는 종합적인 연구가 이루어지지 않았으며, 특히, 조직요인으로 발생한 역할모호성이 고객지향성에 미치는 영향에 대한 연구는 아직 미흡한 실정이다.

Rust et al.(1996)은 ‘조직과 업무에 만족한 구성원일수록 고객을 만족시킨다’고 하였고, Berry et al.(1994)은 ‘최일선에서 고객과 접하고 있는 서비스 접점상의 종업원의 경우 효과적인 직무설계가 되어있지 않으면 역할모호성이 일어나기 쉽다.’라고 주장한 바와 같이 서비스접점에 있는 병원코디네이터의 역할이 제대로 수행되지 못되었을 때 고객에 대한 서비스는 만족스럽게 진행될 수 없다.

Kahn(1989)은 ‘고객과 직접 접점에 있는 서비스 종업원의 역할은 곧바로 서비스 품질 및 고객만족과도 관련된다.’고 하여 역할모호성은 ‘기대된 역할에 대한 실제지식과 욕구만족을 위해 필요한 지식간의 불일치’로 구성원이 자기의 역할수행과 관련한 충분한 정보를 가지고 있지 못할 때 발생한다.’고 주장하였다.

김용혁 : 병원코디네이터의 역할모호성 및 지원상황이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

역할모호성은 구성원이 조직에서의 역할을 충족시키는 방법과 복종에 대한 불명확한 것으로, 어느 한사람이 자기 자신의 역할을 효과적으로 수행하는데 있어서 필요한 정보가 부족하다고 느낄 때 발생하기도 한다.

Schein(1980)은 역할모호성이 역할집합의 구성원이 역할수신자에게 그들이 갖고 있는 기대나 역할수행에 필요한 정보를 주지 않을 때 발생한다고 하여 역할수신자에게 정보를 알려주지 않는 이유는 그들이 정보를 갖고 있지 않거나 고의로 정보를 주지 않기 때문이라고 하였다.

Churchill, Ford & Walker(1974)도 구성원이 직무수행에 필요한 수단 등에 관한 정보를 충분히 갖고 있지 않다고 느낄 때 역할모호성이 발생한다고 하였다.

Brown & Peterson(1993) 역시 역할모호성은 직무상황에서 보통 발생하는 적절한 활동에 대해 종업원의 불확실성이 반영되는 것으로서 구성원이 직무수행에 필요한 정보를 충분히 갖고 있지 않다고 느낄 때 발생한다고 하였다. 그래서 역할모호성은 구성원이 가지는 권한의 정도가 분명하지 않을 때 발생하고, 타인의 직무성과 기대를 구성원이 모를 때 발생한다. 즉, 역할모호성은 직무상 발생하는 조직 내의 역할에 대한 방법과 권한 정도의 불명확성이다.

Singh(1993)도 역할모호성의 불확실성에 대해 '자기 책임의 범위나 책임을 수행하는데 필요한 역할행동, 다양한 역할행동에 대한 역할부여자의 기대, 자신의 목표, 역할집합 그리고 조직의 생산성 증대를 위한 자신의 행동결과' 라고 주장하였다.

그래서 역할모호성과 고객지향성과의 관계에서도 역할모호성은 자신에게 요구되는 기대를 인식하지 못할 때 발생하고, 고객지향성은 역할의 모호성이 해소되고 고객에 대한 긍정적이고 정서적인 반응이 나타날 때 강화된다.

역할모호성이 서비스 종업원에게 있어 주요 연구의 대상이 되는 이유는 직무특성상 서비스 종업원들이 역할갈등, 역할모호성과 같은 심리적 압박을 받기 쉽고, 이로 인해 종업원 성과에 악영향을 미치게 되기 때문이다.

역할모호성의 영향요인은 개인적 요인과 조직적 요인으로 나눌 수 있는데, Daniel & Jeffrey(1996)는 개인적 요인으로 직무경험, A-type 행동유형, 보상의 기대정도 등을 주장하였고, 조직적 영향요인으로 권한위양, 고려, 피드백 등을 주장하였다. 한편 조직적 요인만을 연구한 Singh(1993)은 피드백, 권한위양, 고려가 역할모호성에 영향을 미친다고 하였고, Michael & Ferrell(1996)은 행동에 기초한 평가가 구성원의 역할모호성에 영향을 미친다고 하였다.

이상의 내용을 종합해 보면, 역할 모호성은 역할수행성, 업무수행성, 의사전달성과 관련되어 있기 때문에 본 연구의 측정변수로 선정하였다.

## 2. 지원상황 요인

기존 연구에서 고객지향성에 영향을 미치는 요인사이에는 어느 정도의 공통요인이 있다. 즉, 고객지향성의 영향요인은 크게 임금·승진·복지 후생 등과 같은 조직 지원에 관한 요인과 감독·동료·고객과 같은 대인관계요인, 직무자체에 대한 만족, 즉 개인적인 성향에 따른 요인들로 구분할 수 있었다.

그러나 Babin & James(1996); Michaels, Ralph & Joachimstaler(1987)와 같이 고객지향성에 영향을 끼치는 대인관계 요인 중 관리자나 동료에 관한 연구는 많이 있었지만, 고객을 고객지향성의 지원변수로 한 연구는 매우 제한적이다.

본 연구에서는 지원상황 요인으로 역할보호성을 조절하고 고객지향성에 영향을 주는 조절변수인 조직지원, 관리자지원, 고객지원 요인들로 도출하였다.

### 1) 조직지원

조직지원은 조직이 구성원을 위해 실행하고 있는 각종 정책들에 대해 지원하는 것을 의미하며, 조직운영상 정책과 급여, 승진, 복지 후생, 성취의 기회 등을 포괄한다.

특히, 급여 승진과 같은 요인은 조직 구성원에게 민감하고 실질적인 측면에서 조직구성원의 동기부여에 큰 영향력을 미치고 조직에 만족이나 생산성에도 밀접한 관계가 있다.

Eisenberger et al(1986)은 조직이 구성원의 공헌에 대해 보상을 제공하고 인정하며 복지혜택에 대해서도 관심을 조직이 가지고 있는가에 관해서 구성원들이 지각하는 것을 지각된 조직지원이 될 수 있다고 하였다. 그래서 구성원들은 자신을 인정하고 존중에 대한 사회적 요구를 조직이 수용하고 이러한 노력에 대해 조직이 보상하려는 의도를 인식하는 등 구성원에 대해 조직이 얼마나 큰 관심과 지원을 해주는가에 관심이 많다.

Schneider W.(1990)는 조직의 지원을 조직의 환경 또는 상황의 현저한 특징들에 대한 개인의 인식이라고 하였다. 이러한 조직의 지원은 객관적이고, 관찰가능한 조직의 환경요소들과 조직구성원들의 인식과정들 간의 상호작용에 기초한다고 하여 조직구성원들이 조직의 운영방향, 정책, 보상시스템, 관리행동 등과 같은 조직의 특징적인 요인에 관심을 가질 때 이러한 요인들은 개인의 가치관과 신념, 필요 그리고 다른 개인적인 특성들에 기초하여 의미를 부여한다고 하였다.

Rouiller & Goldstein(1995)도 조직의 목표달성에 영향을 미치는 조직상황적 특성요인에 대한 새로운 시각으로 조직의 지원요소를 파악하고 이를 조직운영에 활용하면 조직목표달성에 기여한다고 하였다.

이상과 같이 조직의 지원은 고객지향성에 영향을 주기 때문에 본 연구에서 측정내용으로는 임금수준의 만족도, 복지혜택의 다양성 정도, 인사제도의 공평성, 근무환경에 대

김용혁 : 병원코디네이터의 역할모호성 및 지원상황이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

한 만족도 등으로 포함시켰다.

## 2) 관리자 지원

관리자지원이란 조직의 목표중 하나인 고객지향성에 체계적인 지원과 평가 및 보상 시스템 등의 공식적 시스템을 실행하는데 있어 역할수행에 영향력을 의미한다.

관리자지원 변수의 경우 관리자가 조직 전체의 의사결정에 지대한 영향력을 미치는 점을 고려해 볼 때 관리자 지원정도에 따라 조직의 구성원 즉, 병원코디네이터 활동에 중요한 조절변수가 될 수 있다.

House (1971)는 관리자지원은 관리자의 사회·감정적 관심을 말하는 것으로 관리자가 부하직원에 대하여 심리적 지원, 상호신뢰, 친절, 도움과 같은 분위기를 창출하는 정도를 의미한다고 하였다.

Tracey(2001)는 조직의 구성원들이 업무 성과와 보상간의 연계를 인식하게 된다면 업무수행과정에서 제시되는 지식과 기술 등을 획득하고자 하는 노력을 증진시키게 됨으로써 업무수행에 영향을 미치고, 또 고객지향성에도 영향을 미치게 될 것이라고 주장하였다.

Babin and James(1996)는 점점 구성원이 자신의 상사가 그들을 염려하고 지원을 제공하고 있음을 지각하게 된다면 구성원은 그들의 직무에 보다 적극적일 것이고 이는 관리자인 상사지원의 정도가 부하직원의 동기·직무만족·실적 등에 영향을 미친다고 하였다.

이상에서 살펴본 바와 같이 관리자 지원은 상사가 부하 직원에게 직무와 관련하여 도움을 주는 활동이다. 본 연구는 고객지향성과 관련된 조절변수인 관리자지원 측정내용으로서 심리적인 편안함 정도, 직무에 대한 신뢰의 공감도, 관리자의 친절성 정도, 고객응대에 대한 지원정도 등을 포함시켰다.

## 3) 고객 지원

고객지원은 고객의 서비스접점에서 고객을 직접 참여시키고 고객과의 서비스전달을 극대화시키기 위한 다양한 활동을 의미한다.

Cermak et al.(1994)은 고객참여를 통한 지원은 서비스 전달과 관련한 고객 행위라고 하였고, Bettencourt(1997)는 고객참여를 서비스 생산과 전달 과정에서의 고객이 보여주는 적극적 역할이 고객지원이라고 하였다.

또, Zeithaml(1981)은 제품과 달리 서비스는 생산과 소비가 동시에 발생하며 이러한 동시성으로 말미암아 고객은 서비스가 수행될 때 서비스 전달 과정에 참여하게 된다고 하여 고객의 반응이나 참여에 따라 구성원의 사기나 만족에 큰 영향을 준다고 하

였다.

Mohr & Bitner(1995) 역시, 서비스 접점에서의 고객의 행위와 태도는 접점 담당자를 결정한 중요한 요인 중 하나로, 서비스접점에서 고객은 자기 자신의 태도와 행위로 인하여 접점 담당자는 최선의 노력을 하게 된다고 하였다.

이상에서 살펴본 내용을 근거로 본 연구의 고객지향성과 관련된 조절변수인 고객지원 측정내용으로서 고객 목표성취에 대한 도움정도, 고객 불만에 해결정도, 고객의 욕구에 대한 파악정도, 고객에게 정확한 정보제공 노력정도 등을 포함시켰다.

### 3. 고객지향성요인

고객지향성은 고객 지향적 사고를 말하며, 고객의 욕구를 찾아 이를 고객만족을 통해 조직의 목표를 달성하려는 이념이라 할 수 있다. 그래서 조직이 고객과의 관계를 유지하고, 소비자를 고객으로 취급하며, 고객의 신뢰를 구축함으로써 고객과의 관계를 강조하는 조직의 사고이며 나아가서 표적고객의 욕구를 파악하고 경쟁자보다 좋은 욕구충족 활동을 수행하여 경쟁우위를 창출하려는 철학이고 행동이라 할 수 있다.

그래서 고객지향성이 조직의 경영에 적용되어 조직 활동이 고객을 중심으로 이루어지게 되고, 목표고객의 욕구와 필요에 따라 충족시켜 줄 수 있는 서비스를 제공함으로써 고객의 만족을 극대화하고, 결국 조직의 목표를 달성하려는 개념이라 할 수 있다.

Saxe(1998)는 고객지향성을 조직의 구성원이 고객에게 고객욕구를 만족하게 하는 서비스 이용시 의사결정을 함에 있어 도움이 되도록 조력하는 정도를 나타내는 것으로 보고 구성원이 고객지향적일수록 장기적이고 점진적인 고객만족 증진의 목표를 위해 노력하며, 고객의 불만족을 일으킬 수 있는 행동을 회피한다는 것이다. 그래서 고객지향성은 고객의 입장에서 역할을 수행하며, 고객이익을 증진시키는 방향으로 나아가야 한다는 것으로 최종 소비자에 중점을 두는 개념이다. 즉, 고객지향적인 구성원은 단기적인 이익을 추구하기 위해 고객의 이해에 상충되는 행위를 지양하며 장기적인 고객만족을 증대시키는 행위에 노력하게 되고 고압적 행동은 피하고 고객과의 장기적 관계수립에 관심을 가지므로 자신의 이익보다는 고객에게 보다 더 관심을 가진다.

Henning-Thurau(2001)도 대부분의 고객은 서비스의 우수성보다는 조직 구성원과의 관계를 통해 형성된 호의성이나 친밀감 때문에 특정한 서비스 조직을 계속 이용하게 된다고 하여 조직 목표를 달성하는데 고객 지향성의 중요성을 강조하였다.

Brown et al.(2002)은 고객지향성을 욕구와 즐거움의 두 차원으로 구분하여 구성원 개인수준에서의 고객지향성을 ‘직무현장에서 고객의 욕구를 충족시키려는 구성원의 경향이나 성질’로 정의하였다. 욕구차원의 고객지향성은 고객의 니즈를 충족시키고



김용혁 : 병원코디네이터의 역할모호성 및 지원상황이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

자 하는 종업원의 능력에 관한 신념이며, 즐거움 차원은 고객에게 서비스하고 고객과 상호작용하는 것이 구성원에게 즐거운 정도라고 하였다.

Despande, Farley & Webster(1993) 역시, 고객지향성을 장기적으로 수익성이 있는 조직을 개발하기 위해 모든 이해 당사자들을 배제하지 않고 고객의 관심을 우선적으로 하는 신념들의 집합체로 정의하였다

병원과 같은 서비스업에 있어서는 서비스 제공자와 고객의 상호작용 접점에서 가치 창출이 일어나기 때문에 조직의 성공에 고객지향적 조직문화가 대단히 중요하다.

이와 관련하여 Williams & Attaway(2001)은 고객지향성은 조직과 조직구성원이 보이는 하나의 행위형태로서 조직심리학에서의 사회 시스템 및 집단발달 이론차원에서 고객지향성은 그 조직의 조직문화에 의해 영향을 받게 된다고 하였다.

고객지향성의 개념을 강화시킨 Narver와 Slater(1990)는 고객시장지향성을 고객을 위해 더 나은 가치를 창출하는데 필요한 조직행위를 가장 효율적, 효과적으로 창출하는 조직 문화적 특성이라고 정의하여 조직에 이윤을 창출해 주는 고객의 기대를 고려하고 이 기대 충족을 최우선으로 하는 구성원의 태도 및 행위경향이라고 하였다.

이외에도 Levitt(1980), Saxe & Weitz(1982), Kotler(1991), Hoffman & Ingram (1991), Brown, Cron & Slocum(1997), Williams & Shiaw(1998), Wharton(1998), Williams & Attaway(2001), Voon(2006) 등도 고객지향성은 표적고객의 욕구를 파악 및 이해하며, 경쟁자보다 고객들의 욕구를 보다 잘 충족시키기 위하여 조직의 반응을 적응시키기 위한 철학과 행동으로 고객들의 욕구 충족을 통해 경쟁우위를 창출하기 위한 것으로, 고객지향성을 조직이 생존하고 발전하는데 중요한 요인임을 강조하였다.

본 연구에서는 위에서 살펴본 내용을 근거로 하여 고객지향성과 관련된 측정 변수로 고객에 대한 친절정도, 고객요청에 신속처리정도, 고객의 요구에 공감정도, 고객응대에 기쁨의 정도, 고객행복에 대한 만족도 등을 포함시켰다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 연구 대상

본 연구의 대상은 광주·전남북지역 소재 22개 병원을 대상으로 직접방문을 통해 실시하였고 표본은 편의추출방법을 도입하였다. 조사기간은 2013년 1월 17일부터 2월 10일까지 거의 동시에 설문지를 배포함으로써 조사시점 차이로 인한 오차발생을 최소화하였다.

## 2. 예비조사

본 연구는 병원코디네이터의 역할보호성에 따른 고객지향성에 대한 문항을 개발하기 위해 의원급 병원급 종합병원급 중 치과 한방병원 성형외과 안과 등의 병원코디네이터 종사자 15명을 대상으로 심층 면접하는 예비조사를 실시하였다. 그 결과 역할보호성 요인 및 매개변수인 지원상황 요인 그리고 고객지향성 요인을 도출하였다.

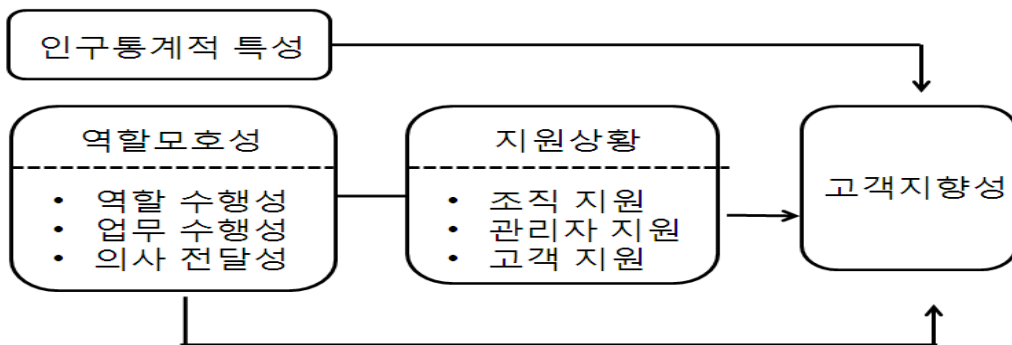
## 3. 분석 방법

분석방법으로는 SPSS통계패키지를 이용하여 빈도분석, 상관관계분석, t-검증, 분산분석, 다중회귀분석과 위계적 회귀분석을 실시하였다.

배포한 설문지 350부중 253부를 회수하였으며, 이중 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 저조하다고 판단되는 설문지를 제외한 총 212부를 유효 표본으로 삼았다.

## 4. 연구모형 및 가설의 설정

본 연구에서는 독립변수인 역할보호성과 조절변수인 지원상황과 관련된 이론적 배경을 바탕으로 기존연구에서 거의 다루지 않은 병원코디네이터의 고객지향성에 미친 영향을 파악하기 위해 <그림 1>과 같은 연구모형으로 실증적 조사 연구를 실시하였다.



<그림 1> 연구 모형

본 연구와 관련하여 인구 통계적 변수로 해당된 성별, 연령, 학력, 근무연수, 직책, 병원형태, 진료과목에 대해 각각 그 차이를 검증하는 것은 본 연구의 목적과 부합된다고 판단되어 <가설 1>을 설정하였다.

김용혁 : 병원코디네이터의 역할모호성 및 지원상황이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

<가설 1> 병원코디네이터의 역할모호성은 인구 통계적 특성에 따라 고객지향성은 차이가 있을 것이다.

이론적 배경에서 살펴본 역할모호성과 관련된 연구로는 Behrman & Perreault (1981), Singh (1993), Rust et al.(1996), Berry et al.(1994), Michaels & Ferrell (1996), Fried et al(1998), Elovainio & Kivi-maki (2001), Fisher (2001), Kahn (1989), Schein(1980), Organ & Greene(1974), Churchill, Ford & Walker(1974), Brown & Peterson(1993), Daniel & Jeffrey(1996), Michael & Ferrell(1996) 등으로 이러한 내용을 바탕으로 역할모호성이 고객지향성에 미치는 영향을 파악하기 위해 다음과 같은 <가설 2>를 설정하였다.

<가설 2> 병원코디네이터는 역할모호성에 따라 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.

고객지향성과 관련된 지원상황적 특성으로 조직 지원, 관리자 지원, 고객 지원 등을 제시했다. 이러한 내용을 근거로 고객지향성에 영향을 미치는 지원상황적 특성변수들의 조절효과를 파악하기 위해 가설을 설정하여 분석하였다.

조직지원과 관련된 연구로는 Eisenberger et al(1986), Schneider W.(1990), Rouiller & Goldstein(1995), Kirkpatrick(1997) 등으로 이러한 내용을 근거로 <가설 3>을 설정하였다.

<가설 3> 역할모호성이 고객지향성에 미치는 영향은 조직 지원정도에 따라 다르게 나타날 것이다.

관리자지원과 관련된 연구로 House(1971), Tracey(2001), Babin & James (1996) 등으로 이러한 내용을 근거로 <가설 4>를 설정하였다.

<가설 4> 역할모호성이 고객지향성에 미치는 영향은 관리자 지원정도에 따라 다르게 나타날 것이다.

고객지원과 관련된 연구로 Cermak et al.(1994), Bettencourt(1997), Zeithaml (1981), Mohr and Bitner(1995) 등으로 이러한 내용을 근거로 <가설 5>를 설정하였다.

<가설 5> 역할모호성이 고객지향성에 미치는 영향은 고객 지원정도에 따라 다르게 나타날 것이다.

## 5. 변수의 조작적 정의

본 연구의 측정변수와 관련된 조작적 정의는 <표 1>과 같다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

변 수 명		조 작 적 정 의
역할 모호성	역할 수행성	역할수행에 대한 책임불인지, 역할에 대한 중요도와 우선순위 불인지, 역할에 대한 설명력 부족, 역할에 대한 불명확과 비일관성으로 병원코디네이터의 역할수행과 관련된 내용으로 측정함
	업무 수행성	고객관계유지가 곤란, 고객의 서비스수준에 대한 불인지, 승진에 대한 방향을 불인지, 고객이 만족하는 서비스정도과약 곤란, 업무수행규정에 불인지 등으로 병원코디네이터의 업무수행과 관련된 내용으로 측정함
	의사 전달성	상사의 요구사항에 대해 불인지, 상사의 업무실적 만족도 불인지, 상사와 업무보고수준 불인지, 업무시간에 대한 상사의 기대 불만, 자율적인 의사결정수준 불인지 등으로 병원코디네이터의 의사소통과 관련된 내용으로 측정함
지원 상황	조직 지원	임금수준의 만족도, 복지혜택의 다양성 정도, 인사제도의 공평성, 근무환경에 대한 만족도와 관련된 내용으로 측정함
	관리자 지원	심리적인 편안함 정도, 직무에 대한 신뢰의 공감도, 관리자의 친절성 정도, 고객응대에 대한 지원정도와 관련된 내용으로 측정함
	고객 지원	고객 목표성취에 대한 도움정도, 고객 불만의 해결정도, 고객의 욕구에 대한 파악정도, 고객에 정확한 정보제공 노력정도와 관련된 내용으로 측정함
고객지향성		고객에 대한 친절정도, 고객요청에 신속처리정도, 고객의 요구에 공감정도, 고객응대에 기쁨의 정도, 고객행복에 대한 만족도와 관련된 내용으로 측정함

#### IV. 실증분석 결과

##### 1. 표본의 특성

표본의 인구통계학적 특성을 구체적으로 살펴보면 <표 2>와 같다.

##### 2. 신뢰성과 타당성분석

본 연구에서 사용된 척도의 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach  $\alpha$  를 이용하여 내적 일관성을 조사하였다. 신뢰성분석 결과 Cronbach  $\alpha$  계수가 0.7이상을 나타내고 있어 본 연구의 모형을 구성하고 있는 요인들의 측정항목에 대한 신뢰성은 비교적 높다고 할 수 있다. <표 3> 참조

또한, 표본의 측정도구가 측정목적에 어느 정도 충실히 측정되었는가를 파악하기 위한 타당성분석을 위해, 요인분석을 이용하여 판별 및 개념타당성을 검증하였다. 요인수의 결정은 고유값(eigen value)이 1이상인 요인을 선택하였으며, 요인적재량(factor loading)을 0.5기준으로 유의정도를 판단한 바 타당성은 충분히 확보되고 있다.

<표 2> 인구 통계학적 특성

구 분	사례수 (명)	비 율 (%)	
성 별	남	37	17.5
	여	175	82.5
연 령	20세미만	32	15.1
	20-29세	92	43.4
	30-39세	67	31.6
	40세 이상	21	9.9
학 력	고졸	59	27.8
	전문대졸	69	32.5
	대졸이상	84	39.6
근무연수	2년 미만	43	20.3
	2-4년	81	38.2
	5-9년	51	24.1
	10년 이상	37	17.5
직 책	계약직	23	10.8
	사원	67	31.6
	주임	82	38.7
	대리	33	15.6
	과장이상	7	3.3
병원형태	의원	35	16.5
	병원	81	38.2
	종합병원	96	45.3
진료과목	치과	52	24.5
	한방	47	22.2
	성형외과	63	29.7
	안과	23	10.8
	기타	27	12.7

### 3. 측정변수의 상관관계 분석

측정변수들 간의 상관관계(correlation)분석을 위하여 각 변수들의 측정변수 평균을 계산하여 변수들의 상관관계를 분석하였다. 변수들 간의 상관관계가 유의수준  $p < .01$ 에서 유의한 상관관계를 가지고 있다. 특히, 조직의 지원과 고객지향성간의 상관관계는 가장 높은 상관관계 ( $r = .623$ )로 분석되었고, 관리자지원과 고객지원간의 상관관계 유의수준에서 가장 낮은 상관관계 ( $r = .205$ )로 파악되었다. <표 4> 참조

변수들 간의 상관관계 결과 0.8이상인 변수는 없는 것으로 보아 다중공선성의 가능성은 없는 것으로 판단된다. 따라서 본 연구의 상관관계 수치로는 다중공선성 문제를 제기할 수 있는 수준은 아닌 것으로 확인되었다.

<표 3> 연구변수의 신뢰성 및 타당성 분석결과

변 수	요인	항 목	요인 적재량	eigen value	분 산 설명력	Cronbach $\alpha$ 값
역할 모호성	역할 수행성	역할수행에 대한 책임불인지	.678	2,357	16,357	0,757
		역할의 중요도와 우선순위불인지	.567			
		역할에 대한 설명력 부족	.786			
		역할에 대한 불명확과 비밀관성	.635			
	업무 수행성	고객관계유지 곤란	.814	2,052	10,986	0,832
		고객의 서비스수준에 대한 불인지	.567			
		승진에 대한 방향을 불인식	.623			
		고객만족 서비스정도파악 곤란	.577			
		업무수행규정에 불인지	.613			
	의사 전달성	상사의 요구사항에 대해 불인지	.712	2,529	17,328	0,725
		상사의 업무실적 만족도를 불인지	.518			
		상사와 업무보고수준 불인지	.625			
		업무시간에 대한 상사의 기대 불감	.598			
		자율적인 의사결정수준을 불인식	.710			
	고객지향성	고객에 대한 친절정도	.608	2,561	18,125	0,825
고객요청에 신속처리정도		.662				
고객의 요구에 공감정도		.673				
고객응대에 기쁨의 정도		.615				
고객행복에 대한 만족도		.602				
조직 상황	조직 지원	임금수준의 만족도	.753	2,121	13,253	0,718
		복지혜택의 다양성 정도	.618			
		인사제도의 공평성	.665			
		근무환경에 대한 만족도	.573			
	관리자 지원	심리적인 편안함 정도	.647	1,923	10,012	0,881
		직무에 대한 신뢰의 공감도	.653			
		관리자의 친절성 정도	.783			
		고객응대에 대한 지원정도	.626			
	고객 지원	고객 목표성취에 대한 도움정도	.632	2,327	15,593	0,765
		고객불만에 해결정도	.618			
		고객의 욕구에 대한 파악정도	.634			
		고객에 정확한 정보제공 노력정도	.697			

<표 4> 변수들 간의 상관관계 분석결과

	역할수행성	업무수행성	의사전달성	고객지향성	조직지원	관리자지원	고객지원
역할수행성	1						
업무수행성	.357**	1					
의사전달성	.513**	.423**	1				
고객지향성	-.437**	-.483**	-.234**	1			
조직 지원	-.425**	-.427**	-.325**	.623**	1		
관리자지원	-.523**	-.473**	-.417**	.563**	.511**	1	
고객 지원	-.411**	-.325**	-.213**	.325**	.334**	.205**	1

주: \* p<.05, \*\*<.01 수준에서 통계적으로 유의함

#### 4. 가설검증

##### 1) 고객지향성에 대한 인구 통계적 차이분석

<가설 1> 병원코디네이터의 고객지향성은 인구 통계적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

분석결과는 <표 5>에 나타난 바와 같이 성별(p=.352>.05)과 진료과목(p=.163>.05)에 경우 고객지향성은 차이를 보이고 있지 않으나, 연령(p=.004<.01), 학력(p=.003<.01), 근무연수(p=.001<.01), 직책(p=.023<.05) 및 병원형태(p=.002<.01) 경우의 고객지향성은 차이를 보이고 있어 가설이 채택되고 있다.

##### 2) 고객지향성에 대한 역할모호성의 실증분석

<가설 2> 병원코디네이터는 역할모호성에 따라 고객지향성에 영향을 미칠 것이다. 분석결과는 <표 6>에 나타난 바와 같이 역할수행성(p=.002<.01), 업무수행성(p=.001<.01), 의사전달성(p=.002<.01) 등 모든 요인에서 고객지향성에 부(-)적으로 유의한 영향을 미친 것으로 파악되어 <가설 2>는 채택되었다.

즉, 병원코디네이터의 역할수행이 모호할수록(B=-0.245), 업무수행이 모호할수록(B=-1.153), 또 의사전달이 모호할수록(B=-2.121), 고객지향성에 미치는 부정적인 영향은 높은 것으로 분석되었다. 또, 역할모호성이 고객지향성을 설명하는 설명력 정도는 61.7%로 확인되었고, 의사전달성( $\beta$ =-.412), 업무수행성( $\beta$ =-.317), 역할수행성( $\beta$ =-.256)순으로 고객지향성에 영향을 미친 것으로 분석되었다

<표 5> 인구 통계적 특성에 따른 고객지향성에 대한 차이분석

구 분		M	SD	T(F)	p
성 별	남	3.321	1,051	2.357	.352
	여	3.235	1,356		
연 령	20세미만	3.156	1,212	3.111**	.004
	20-29세	3.523	0,966		
	30-39세	3.421	1,123		
	40세이상	3.213	1,561		
학 령	고졸	3.031	1,825	4.209**	.003
	전문대졸	3.423	1,361		
	대졸이상	3.723	2,278		
근무연수	2년 미만	3.456	0,879	4.425**	.001
	2-4년	3.521	1,926		
	5-9년	4.245	1,123		
	10년 이상	3.243	1,578		
직 책	계약직	3.157	1,067	2.425*	.023
	사원	3.376	0,326		
	주임	4.445	0,326		
	대리	3.428	1,123		
	과장이상	3.123	1,412		
병원형태	의원	3.229	0,929	3.795**	.002
	병원	3.611	1,438		
	종합병원	3.942	1,006		
진료과목	치과	3.436	1,082	1.425	.163
	한방	3.333	1,629		
	성형외과	3.493	1,678		
	안과	3.523	1,123		
	기타	3.313	0,789		

주:\* p<.05, \*\*<.01 수준에서 통계적으로 유의함

<표 6> <가설 2>에 대한 실증분석결과

	비표준화 계수		표준화계수	T	p
	B	SE			
(상수)	4.732	1.521		4.315*	.023
역할수행성	-0.245	.056	-.256	-2.456**	.002
업무수행성	-1.523	.071	-.317	-3.321**	.001
의사전달성	-2.121	.076	-.412	-2.406**	.002
R <sup>2</sup> = .617		F=62.656	p=.000		

주:\* p<.05, \*\*<.01 수준에서 통계적으로 유의함



김용혁 : 병원코디네이터의 역할모호성 및 지원상황이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

### 3) 고객지향성에 대한 조절변수(지원 상황적 변수)의 실증분석

#### (1) 고객지향성에 대한 조직지원의 조절효과

<가설 3> 역할모호성과 고객지향성에 대한 조직지원의 조절효과는 <표 7>에서 본 바와 같이, 고객지향성에 대해 역할수행성의 설명력은 0.9%이고, 조직의 지원을 추가로 투입했을 때 설명력이 17.5%로 증가하였다. 그리고 역할수행성과 조직의 지원의 상호 작용항목을 투입한 결과 18.5%로 증가하였으며, 이러한 증가분은 유의수준(p<.01)에서 통계적으로 유의하였다.

마찬가지로 의사전달성, 업무수행성에 대해서도 조직의 지원변수가 고객지향성을 설명해주는 정도가 각각 유의수준(p<.01)에서 통계적으로 유의하게 파악되어 가설이 채택되고 있다.

<표 7> <가설 3>에 대한 실증분석결과

투입순서		$\beta$	R <sup>2</sup>	$\Delta R^2$	F값	p
1	역할수행성	-.078	.009	.008	-5.238	.025
2	조직의 지원	.362	.175	.146	7.928	.005
3	역할수행성 × 조직의 지원	-.084	.185	.009	-5.427**	.001
투입순서						
1	업무수행성	-.427	.189	.189	-9.329	.001
2	조직의 지원	.362	.175	.146	7.928	.005
3	업무수행성 × 조직의 지원	-.315	.591	.208	-9.235**	.001
투입순서						
1	의사전달성	-.189	.032	.032	-18.235	.001
2	조직의 지원	.362	.175	.146	7.928	.005
3	의사전달성 × 조직의 지원	-.192	.199	.023	-13.247**	.002

주:\* p<.05, \*\*<.01 수준에서 통계적으로 유의함

#### (2) 고객지향성에 대한 관리자지원의 조절효과

<가설 4> 역할모호성과 고객지향성에 대한 관리자지원의 조절효과는 <표 8>에서 본 바와 같이, 고객지향성에 대해 역할수행성의 설명력은 0.9%이고, 관리자 지원을 추가로 투입했을 때 설명력이 5.8%로 증가하였다. 그리고 역할수행성과 관리자지원의 상호

작용항목을 투입한 결과 6.5%로 증가하였으나 이러한 증가분은 유의수준(p<.05)에서 통계적으로 유의하지 않아 가설이 기각되었다.

그러나 업무수행성, 의사전달성에 대해서는 관리자 지원이 고객지향성을 설명해주는 정도가 각각 유의수준(p<.01)에서 통계적으로 유의하게 분석되어 가설이 채택되고 있다.

<표 8> <가설 4>에 대한 실증분석결과

투입순서		$\beta$	R <sup>2</sup>	$\Delta R^2$	F값	p
1	역할수행성	-.078	.009	.008	-5.238	.025
2	관리자 지원	.156	.058	.057	13.427	.001
3	역할수행성 × 관리자 지원	-.006	.065	.009	-.093	.623
투입순서						
1	업무수행성	-.427	.189	.189	-9.329	.001
2	관리자 지원	.156	.058	.057	13.427	.001
3	업무수행성 × 관리자 지원	-.053	.237	.235	-.509**	.002
투입순서						
1	의사전달성	-.189	.032	.032	-18.235	.001
2	관리자 지원	.156	.058	.057	13.427	.001
3	의사전달성 × 관리자 지원	-.238	.072	.071	-9.532**	.002

주:\* p<.05, \*\*<.01 수준에서 통계적으로 유의함

(3) 고객지향성에 대한 고객지원의 조절효과

<가설 5> 역할모호성과 고객지향성에 대한 고객지원의 조절효과는 <표 9>에서 본 바와 같이, 고객지향성에 대해 역할수행성의 설명력은 0.9%이고, 고객 지원을 추가로 투입했을 때 설명력이 3.8%로 증가하였고, 역할수행성과 고객 지원의 상호 작용항목을 투입한 결과 6.2%로 증가하였으나 이러한 증가분은 유의수준(p<.05)에서 통계적으로 유의하지 않아 가설이 기각되었다.

또, 업무수행성에 대해서는 고객 지원변수가 고객지향성을 설명해주는 정도가 유의수준(p<.01)에서 통계적으로 유의하게 파악되어 가설이 채택되고 있었지만, 의사전달성에 있어서는 고객 지원변수가 고객지향성을 설명해주는 정도가 유의수준(p<.05)에서 통계적으로 유의하지 않아 가설이 기각되었다.

<표 9> <가설 5>에 대한 실증분석결과

투입순서		$\beta$	$R^2$	$\Delta R^2$	F값	p
1	역할수행성	-.078	.009	.008	-5.238	.025
2	고객 지원	.189	.038	.037	9.243	.051
3	역할수행성 × 고객의 지원	-.093	.062	.059	-13.638	.062
투입순서						
1	업무수행성	-.427	.189	.189	-9.329	.001
2	고객 지원	.192	.224	.035	19.259	.000
3	업무수행성 × 고객의 지원	-.438	.281	.063	18.749**	.000
투입순서						
1	의사전달성	-.189	.032	.032	-18.235	.001
2	고객 지원	.192	.067	.035	19.259	.000
3	의사전달성 × 고객의 지원	-.523	.172	.325	8.252	.057

주\* p<.05, \*\*<.01 수준에서 통계적으로 유의함

## V. 결과 분석

역할모호성은 조직구성원이 조직에 제공해야 할 적절한 역할을 수행하지 못하는 것으로 그 변인으로는 역할수행성, 업무수행성, 의사전달성으로 구분하였다. 이러한 역할모호성이 고객지향성에 미치는 영향을 실증 분석하는 것이 본 연구의 핵심이다.

또한, 역할모호성이 고객지향성에 미치는 과정에서 조절변수라 할 수 있는 조직지원, 관리자지원, 고객지원 변수를 투입하여 그 영향정도를 분석하였다.

분석결과는 병원코디네이터가 업무를 수행함에 있어 고객만족으로 이어지는 고객지향성을 증진시키는데 활용될 수 있다.

이러한 연구 목적을 달성하기 위해 실증 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 병원코디네이터의 인구 통계적 특성에 따라 고객지향성은 성별과 진료과목에 경우 차이를 보이고 있지 않으나, 연령, 학력, 근무연수, 직책 및 병원형태 경우의 고객지향성은 차이를 보이고 있다. 고객지향성이 높은 수준의 변수 특징을 살펴보면, 업무

가 어느 정도 숙련되는 20대와 30대에서, 이론과 실무교육이 제대로 이루어진 대졸자에서, 근무연수가 5년 이상인 경우, 업무가 숙련되기 시작한 주임, 대리의 직책에서 그리고 병원코디네이터 업무분화가 잘 이루어진 종합병원에서 코디네이터의 고객지향성 수준이 높게 나타나 병원코디네이터를 활용시 이러한 특징들을 고려하여 적용하는 것이 바람직하다 하겠다.

둘째, 병원코디네이터의 역할모호성에 따라 고객지향성에 미친 영향에 대한 분석결과와는 역할수행성, 업무수행성, 의사전달성 등 모든 요인에서 고객지향성에 부정적인 영향을 미친 것으로 분석되었다.

따라서 역할수행성과 관련된 역할수행에 대한 책임불인지, 역할에 대한 중요도와 우선순위 불인지, 역할에 대한 설명력 부족, 역할에 대한 불명확과 비밀관성을 개선해야 하며, 업무수행성과 관련된 고객관계유지 곤란, 고객의 서비스수준에 대한 불인지, 승진에 대한 방향 불인지, 고객이 만족하는 서비스정도 파악 곤란, 업무수행규정에 불인지 등을 제거하며, 의사전달성과 관련된 상사의 요구사항에 대해 불인지, 상사의 업무실적 만족도 불인지, 상사와 업무보고수준 불인지, 업무시간에 대한 상사의 기대 불만, 자율적인 의사결정수준을 불인지에 관한 요소들을 개선하는 등 역할인식을 명확하게 해야 고객지향성을 기대할 수 있을 것으로 판단된다.

셋째, 역할모호성요인과 고객지향성에 대한 조직지원의 조절효과는 고객지향성에 대해 역할수행성, 업무수행성, 의사전달성 등 모두 통계적으로 유의하게 분석되었다. 따라서 병원코디네이터가 역할을 제대로 수행하기 위해서는 조직의 지원요소인 임금수준을 만족스럽게 하고, 복지혜택의 다양성 제공, 인사제도의 공정성, 양호한 근무환경이 조성되었을 때 병원코디네이터의 고객지향성은 증대될 수 있다고 할 수 있다.

넷째, 역할모호성요인과 고객지향성에 대한 관리자지원의 조절효과는 고객지향성에 대해 역할수행성은 큰 의미가 없으나 업무수행성, 의사전달성에 대해서는 통계적으로 유의하게 분석되었다. 이해보아 병원코디네이터가 업무수행을 원활하게 하고 의사소통을 원만하게 하기 위해서 관리자 지원과 관련된 부하에 대한 심리적인 편안함 제공, 직무에 대한 신뢰도 향상, 관리자의 친절성, 고객응대에 대한 지원수준 확대가 이루어질 때 병원코디네이터의 고객지향성은 증대될 것으로 판단된다.

다섯째, 역할모호성요인과 고객지향성에 대한 고객지원의 조절효과는 고객지향성에 대해 역할수행성과 의사전달성은 통계적으로 유의하지 않았으나 업무수행성에 대해서는 통계적으로 유의하게 분석되었다. 이해보아 병원코디네이터가 업무수행을 원활하게 하기 위해서 고객지원과 관련된 요소인 고객 목표성취에 대한 도움을 제공하고, 고객 불만에 대한 신속한 해결, 고객의 욕구에 대한 정확한 파악, 고객에게 정확한 정보제공 노력을 시도할 때 병원코디네이터의 고객지향성을 기대할 수 있을 것으로 고려된다.

## VI. 결 론

병원의 경쟁력을 높이기 위해 병원코디네이터의 필요성은 높아지고 있는 현실에서 고품질의 의료서비스를 제공하는 병원코디네이터의 역할이 강조되고 있다.

그런데 병원코디네이터의 역할을 담당하는 서비스 접점 과정에서 역할 모호성이 발생할 때 고객에게 만족을 제공하는 고객지향성에 영향을 미칠 수 있다.

본 연구는 역할모호성이 고객지향성에 미친 영향을 파악하기 위해 고객지향성 정도에 대한 인구통계적 차이를 분석하였으며, 종속변수인 고객지향성에 영향을 미친 역할모호성을 독립변수로 설정하고 회귀분석을 실시하였다. 나아가서 지원상황적 변수(조직지원, 관리자지원, 고객지원) 등을 조절변수로 설정하여 역할모호성과 고객지향성에 대한 위계적 회귀분석을 실시하였다. 이러한 분석결과를 토대로 병원조직이 병원코디네이터를 효과적으로 활용하는 방안을 제시하였다.

실증분석을 통해 얻은 결과는 다음과 같다.

첫째, 병원코디네이터의 고객지향성은 인구통계적 특성에 따른 차이 분석결과 성별( $p=.352>.05$ )과 진료과목( $p=.163>.05$ )의 경우 고객지향성은 차이를 보이고 있지 않으나, 연령( $p=.004<.01$ ), 학력( $p=.003<.01$ ), 근무연수( $p=.001<.01$ ), 직책( $p=.023<.05$ ) 및 병원형태( $p=.002<.01$ ) 경우의 고객지향성은 차이를 보이고 있어 가설이 채택되고 있다.

둘째, 병원코디네이터는 역할모호성에 따라 고객지향성에 미치는 영향에 관한 분석결과 역할수행성( $p=.002<.01$ ), 업무수행성( $p=.001<.01$ ), 의사전달성( $p=.002<.01$ ) 등 모든 요인에서 고객지향성에 부(-)적으로 유의한 영향을 미친 것으로 나타나 가설이 채택되었다.

즉, 병원코디네이터의 역할수행이 모호할수록( $B=-0.245$ ), 업무수행이 모호할수록( $B=-1.153$ ), 또 의사전달이 모호할수록( $B=-2.121$ ), 고객지향성에 미치는 부정적인 영향은 높은 것으로 나타났다. 또, 역할모호성이 고객지향성을 설명하는 설명력 정도는 61.7%로 나타났으며, 의사전달성( $\beta=-.412$ ), 업무수행성( $\beta=-.317$ ), 역할수행성( $\beta=-.256$ )순으로 고객지향성에 영향을 미친 것으로 분석되었다.

셋째, 역할모호성과 고객지향성에 대한 조직지원의 조절효과 분석결과, 고객지향성에 대해 역할수행성의 설명력은 0.9%이고, 조직의 지원을 추가로 투입했을 때 설명력이 17.5%로 증가하였다. 그리고 역할수행성과 조직 지원의 상호 작용항목을 투입한 결과 18.5%로 증가하였으며, 이러한 증가분은 유의수준( $p<.01$ )에서 통계적으로 유의하였다.

마찬가지로 의사전달성, 업무수행성에 대해서도 조직지원변수가 고객지향성을 설명해

주는 정도가 각각 유의수준( $p < .01$ )에서 통계적으로 유의하게 분석되어 있어 가설이 채택되고 있다.

넷째, 역할보호성요인과 고객지향성에 대한 관리자지원정도의 조절효과 분석결과, 고객지향성에 대해 역할수행성의 설명력은 0.9%이고, 관리자지원을 추가로 투입했을 때 설명력이 5.8%로 증가하였다. 그리고 역할수행성과 관리자지원의 상호 작용항목을 투입한 결과 6.5%로 증가하였으나 이러한 증가분은 유의수준( $p < .05$ )에서 통계적으로 유의하지 않아 가설이 기각되었다.

그러나 업무수행성, 의사전달성에 대해서는 관리자지원이 고객지향성을 설명해주는 정도가 각각 유의수준( $p < .01$ )에서 통계적으로 유의하게 분석되어 가설이 채택되고 있다.

다섯째, 역할보호성요인과 고객지향성에 대한 고객지원정도의 조절효과 분석결과, 고객지향성에 대해 역할수행성의 설명력은 0.9%이고, 고객지원을 추가로 투입했을 때 설명력이 3.8%로 증가하였고, 역할수행성과 고객지원의 상호 작용항목을 투입한 결과 6.2%로 증가하였으나 이러한 증가분은 유의수준( $p < .05$ )에서 통계적으로 유의하지 않아 가설이 기각되었다.

또, 업무수행성에 대해서는 고객지원변수가 고객지향성을 설명해주는 정도가 유의수준( $p < .01$ )에서 통계적으로 유의하게 분석되어 가설이 채택되고 있었지만, 의사전달성에 있어서는 고객 지원변수가 고객지향성을 설명해주는 정도가 유의수준( $p < .05$ )에서 통계적으로 유의하게 분석되지 않아 가설이 기각되었다.

본 연구의 한계 및 미래 연구 방향은 다음과 같다.

첫째, 고객지향성의 영향변수인 역할보호성요인과 조절변수인 지원상황적 변수요인의 제한으로 인해 고객지향성에 영향을 미칠 수 있는 여러 요인들을 배제함으로써 측정과정에서 많은 외생변수들이 영향을 미칠 수 있다는 것을 간과하였다. 그러나 측정도구의 신뢰도와 타당도의 분석결과는 높은 것으로 나타나 이러한 한계점은 어느 정도 보완될 수 있다고 고려된다.

둘째, 연구결과의 일반화 어려움이다. 즉, 고객지향성을 병원서비스 영역으로 한정하여 다양한 서비스 영역을 무시하였으며, 본 연구가 지방의 몇 지역을 대상으로 실시한 설문조사 실증분석결과로서 전반적인 일반화에 제한이 따를 수 있다.

셋째, 연구모형의 단순함으로 인한 문제점이다. 본 연구는 병원코디네이터 개인 수준의 고객지향성에 한정함으로써 고객지향성 결과로 나타난 성과와의 관계를 분석하지 못하였다. 향후 연구에서는 병원코디네이터의 고객지향성과 병원성과와의 관계, 특히, 고객만족이나 조직의 효과성과의 관계로 연구모형을 확장해서 분석할 필요가 있다.

## 참 고 문 헌

- 김남재 외 2인(2002). 서비스종업원의 역할모호성이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구. 경영학연구, 31(5)
- 원용희 외 (2005). 병원서비스코디네이터 이론과 실무, 대학서림
- 윤만희(2000). 서비스접점 종업원 지원이 고객의 서비스품질평가에 미치는 영향. 경영학연구, 29(2)
- 조선배 외 2인(2002). 고객접점의 서비스제공자 역할갈등과 모호성이 직무성과와 만족에 미치는 영향. 서비스경영학회지, 3(1):41
- 황성완(2012). 병원코디네이터. 보문각
- Arthur, G. B. (1981). A path-analysis study of the the consequences of role conflict & role ambiguity. Academy Management of Journal, 24
- Babin & James(1996). The Effects of Perceived Co-Worker Involvement and Super Support on Service Provider Role Stress, Performance and Job Satisfaction. Journal of Retailing, 72(1)
- Bettencourt(1997). "Evaluation of Research on Expectancy Theory Predictions of Employee Performance." Psychological Bulletin, 78(1)
- Berry et al.(1994). "Service scape: The Impact of physical Surroundings on Customers and Employees." Journal of Marketing, Vol.56(April)
- Brown & Peterson(1993). Correlates of Role Indices. Journal of Applied Psychology, Vol.61
- Cermak et al.(1994). "Technology Infusion in Service Encounters." Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 28(1)
- Churchill, Ford & Walker(1974). The customer orientation of service workers : Personality trait effects on self and supervisor performance ratings. Journal of Marketing Research, 39(1)
- Comish, F.(1988). Building a Customer-Oriented Organization. Journal of Marketing, Vol. 52
- Churchill, Gillbert A., Neil M. Ford, Steven W. Hartley and Orville C. Walker Jr.(198). The Determinants of Salesperson Performance : A Meta-Analysis. Journal of marketing Research, Vol. 22

- Chonko, Lawrence B., Roy D. Howell, and Danny N. Bellenger(1986).  
Congruence in Sales Force Evaluations: Relation to Sales Force  
Perceptions of Conflict and Ambiguity," Journal to personal selling and  
Sales Management, 6(May)
- Crosby, L. A., D. B. Grisaffe and E. R. Marra(1994). The Impact of Quality  
and Customer Satisfaction on Employee Organizational Commitment.  
Marketing and Research Today, February
- Daniel & Jeffrey(1996). Consequences of Role Conflict and Ambiguity  
Experienced by Retail Salespeople. Journal of Retailing, Vol. 55
- Eisenberger et al(1986). Perceived Organizational Support. Journal of Applied  
Psychology, 71(3)
- Elovainio, Marko and Mika Kivimaki(2001). The Effects of Personal Need for  
Structure and Occupational Identity in the Role Stress Process. The  
Journal of Social Psychology, Vol. 141(3)
- Elovainio & Kivi-maki(2001). Organization climate and job satisfaction in the  
sales force. Journal of marketing Research, 13
- Fisher(2001). Role Stress, the Type A Behavior Pattern, and External  
Auditor Job Satisfaction and Performane. Behavioral Research in  
Accounting, Vol. 13
- Fried et al(1998). The Interactive Effect of Role Conflict and Role Ambiguity  
on Job Performance. Journal of Occupational and Organizational  
Psychology, Vol. 71
- Gardner, Meryl Paula(1985). Mood States and Consumer Behavior. Journal of  
Consumer Research, Vol. 12
- Hafer, John and Barbara A. McCuen(1985). "Antecedents of Performance and  
Satisfaction in a Service Sales force as Compared to an Industrial Sales  
force." Journal of Personal Selling and Sales Management, (November) :  
7-17
- Hair, J. F., R. E. Anderson, R. L. Tahtam, and W. C. Black(1998). Multi  
variate Data Analysis. 5th, Prentice-Hall
- House(1971). Comparisons of Self and Superior Ratings of Managerial



김용혁 : 병원코디네이터의 역할모호성 및 지원상황이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

Performance. Journal of Applied Psychology, Vol. 59

Jackson, S. and R. Schuler(1985). A Meta-Analysis and Conceptual Critique of Research on Role Ambiguity and Role Conflict in Work Settings. Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol. 36

Kahn (1989). The Influence of The Market Orientation if the Firm on Sales Forces Behavior and Attitudes. Journal of Marketing Research, Vol. 31

Kahn, R. L., D. M. Wolfe and J. D. Snoek(1964). organizational Stress : Studies in Role Conflict and Ambiguity. New York; John Wiley & Sons, Inc

Kirkpatrick(1997). Effects of Supervisory Behavior : The Role of Individual Difference Among Salespeople. Journal of Marketing, Vol. 53

Lusch, Robert and Ray Serpkenci(1990). Personal Difference, Job Tension, Job Outcomes and Store Performance : A Study of Retail Store Managers. Journal of Marketing, Vol. 54

Lyonski, S., Alan Singer and D. Wilemon(1989). Coping with Uncertainty and Boundary Spanning in the Product Manager's Role. Journal of Consumer Marketing, Vol. 6

Miles, R. H.(1975). An Empirical Test of Casual Inference between Role Perceptions of Conflict and Ambiguity and Various personal Outcomes. Journal of Applied Psychology, 60(3)

Michaels, Ronald E., Ralph L. Day and Erich A. Joechimsthaler(1987). Role Stress Among Industrial Buyers: An Integrative Model. Journal of Marketing, Vol 51

Michaels & Ferrell(1996). Analysis of Role Conflict and Role Ambiguity in a Structural Equations Framework. Journal of Applied Psychology, Vol. 75(2)

Mohr & Bitner(1995). "Evaluating Service Encounters : The effects of Physical Surrounding and Employee Responses." Journal of Marketing, Vol.54

Rouiller & Goldstein(1995). "Role Conflict and Ambiguity in Complex Organizations." Administrative Science Quarterly

Rust et al.(1996). The Satisfaction and Retention of Frontline Employees.

International Journal of Service Industry Management, Vol. 7

Saxe, Robert and Barton A. Weitz(1982). The SOCO Scale : A measure of the Customer Orientation of salespeople. Journal of Marketing Research, Vol. 19, pp.343-351

Schein(1980). "The Effects of Role Perceptions on Employee Satisfaction and Performance Moderated by Employee Ability." Organizational Behavior and Human Performance, 18(August)

Senatra, P.(1980). Role Conflict, Role Ambiguity and Organizational Climate in a Public Accounting Firm. The Accounting Review, Vol.55

Schneider W.(1990). Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction ; Meta-Analysis and Assessment of Casual Effects. Journal of Marketing Research, Vol. 30

Sheridan, J. E.(1992). Organizational Culture and Employee Retention. Academy of Management Journal, Vol. 35

Singh (1993). Boundary Role Ambiguity : Facets, Determinants, and Impacts. Journal of Marketing, Vol. 57

Tracey(2001). The Nature and Causes of Job Satisfaction. In Marvin Dunnette(ed.). Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Chicago : Rand McNally

Zeithaml (1981). "Toward on Understanding of Inequity," Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 67