

Effects of the Role Conflict, Ambiguity, and Job Satisfaction of the Health Professionals to Their Customer Orientation

Chang Tae Kim*, Su Man Kang**, Cheol Woo Park***

*Department of Health Care management, Dongeui University**

*Department of Radiological Science Dongeui University***

*Department of Radiological Technology, Dong-Eui Institute of Technology****

의료종사자의 역할갈등, 모호성, 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향

김창태*, 강수만**, 박철우***

동의대학교 의료경영학과*, 동의대학교 방사선학과**, 동의과학대학교 방사선과***

Abstract

Recently in the health service the globalization and opening their market to foreigners are realized in Korea. So, it becomes necessary for the health service institutes to execute their management to focus on service quality to satisfy their customers. We examined the customer orientation of the individual health professional rather than the market orientation concept based on the health institute. For the market orientation of the health institute should require the individual health professional worked there. The hypotheses for the effect of the role conflict, ambiguity, and job satisfaction of the health professionals to their customer orientation were established based on the literature review and previous researches and tested to the 250 health professionals such as health technician, nurse, radiologist, and management clerk in D hospital located in Busan, in summer 2008. First, the hypothesis 'The role conflict between the individual health professionals might effect to the customer orientation' was rejected. Second, the hypothesis 'The role ambiguity of the individual health professional might effect to the customer orientation' was accepted. Third, the hypothesis 'The satisfaction of the individual health professional might effect to the customer orientation' was rejected. and the multiple regression analysis was taken with the dependent variables as each construct of customer orientation—responsiveness, empathy, tangibility, and reliability, and independent variables as role conflict, role ambiguity, and job satisfaction. With these analysis, we found also the role ambiguity effected to the customer orientation.

Keyword : role conflict, Role Ambiguity, job satisfaction, customer orientation

요약

본 연구의 목적은 의료종사자의 역할갈등과 역할모호성, 직무만족이 고객지향성에 영향을 있는지를 알아보기 위하여 부산광역시 D병원에 재직 중인 의료종사자 대상으로 설문을 받은 후 불성실한 설문지 4부를 제외하고 최종적으로 250부의 설문지를 통계처리하여 다음과 같은 결과를 얻었다.

연구가설의 검증을 위하여 고객지향성에 대한 전반적인 평균값을 종속변수로 하고, 역할갈등, 역할모호성, 직무만족의 요인값을 독립변수로 해서 다중회귀분석을 실시한 결과 회귀식의 설명력은 18%로 나타났으며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의한 것으로 나타났다. 의료종사자의 고객지향성을 보다 면밀하게 분석하기 위하여 직무만족의 요인값을 독립변수로 해서 추가적으로 다중회귀분석을 실시하였다.

다중회귀분석 결과는 전체 회귀식의 설명력이 8%이며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의미하며(F: 6.908, BETA: 0.281, t: 3.880), 둘째 차원인 공감성과의 다중회귀분석 결과는 전체 회귀식의 설명력이 12%이며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의미하며(F: 10.741, BETA: 0.272, t: 3.835), 셋째 차원인 유형성과의 다중회귀분석 결과는 전체 회귀식의 설명력이 12%이며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의한 것으로 나타났으며(F: 11.100, BETA: 0.228, t: 3.226.), 넷째 차원인 신뢰성과의 다중회귀분석 결과는 전체 회귀식의 설명력은 20%이며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의한 것으로 나타나(F: 20.554, BETA: 0.401, t: 5.949) 전반적으로 의료종사자의 역할모호성이 고객지향적 응대성, 공감성, 유형성, 신뢰성에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

중심단어 : 역할갈등, 역할모호성, 직무만족, 고객지향성

가 어떤 경로로 전달되는가를 알아야 한다.

I. INTRODUCTION

1. 연구의 배경 및 목적

의료서비스의 품질에 대한 관심은 결코 새로운 것이 아니지만 생활의 질이 높아지고 고령화 사회로 접어들고 있는 현대 한국 사회의 추세를 볼 때 새롭게 조명해 볼 필요가 있는 분야라고 할 수 있다.

그러나 의료 환경 변화에 대한 인식 부족과 품질 개선에 대한 노력 부족으로 인하여 의료계와 학계의 의료서비스 개선에 대한 연구가 부족한 실정이다. 더욱이 최근에는 의료서비스의 국제화와 개방화가 점진적으로 이루어지고 있는 상황을 고려할 때 시기가 다소 늦었지만 지금부터라도 의료서비스의 개념을 새롭게 정립하고 의료서비스의 이해관계자들에게 좀 더 나은 서비스를 제공하기 위한 노력이 필요하다고 할 수 있다.

다시 말해서 고객만족을 기할 수 있는 서비스 품질 중심의 경영이 절실히 요구되는 것이다. 병원에서 서비스 질을 높이기 위해 우선적으로 환자에게 다양한 필요와(Needs) 욕구를(Wants) 충족시키기 위하여 의료서비스에 관련된 이해 관계자를 파악하고 의료서비스

고객지향성 개념과 관련하여 현재 경영학과 행정학 등의 서비스 분야에서는 세 가지 패러다임으로 이해되고 있다. 첫째로 고객지향성과 시장지향성 개념을 동일시 여기는 흐름이다^[1]. 둘째로 시장지향성 개념의 하부개념으로 고객지향성을 바라보는 흐름이다^{[2],[3]}. 셋째로 고객지향성과 시장지향성 개념을 독립적인 개념으로 바라보는 흐름이다^[4].

그러나 첫 번째와 두 번째 흐름은 시장지향성과 고객지향성 혼용되고 있는 실정이므로 본 연구에서는 고객지향성과 시장지향성 개념을 독립적인 개념으로 바라보는 흐름을 택하였으며, 그리고 병원 조직문화 수준의 시장지향성 개념 보다는 의료종사자 개인 수준의 고객지향성 개념을 구체적으로 살펴볼 것이다.

시장지향성을 추구하는 병원의 입장 측면 즉, 조직 차원에서 병원의 의료서비스 수혜자에 대한 의료서비스 제반환경이 아무리 잘 구비되고 제도화되어 있다 하더라도 의료서비스 수혜자를 위한 의료종사자의 헌신적이고 차별적인 노력과 의지가 없다면, 병원의 시장지향성은 아무런 의미가 없다고 할 수 있다.

다시 말해서 의료서비스 수혜자에 대한 의료종사자

의 고객지향성이 선행되어야 조직 차원의 시장지향성이 도달될 수 있다는 의미이다. 따라서 본 연구의 목적은 2가지로서 첫째로 경영학 및 행정학 등의 응용학문에서 활발히 사용되고 있는 고객지향성 관련 SERVQUAL척도를 접목해서 의료종사자 개인 수준의 고객지향성 차원을 파악하는데 있으며, 둘째로 의료종사자의 역할갈등, 모호성, 직무만족이 고객지향성에 유의한 영향력이 있는지, 셋째로 의료종사자의 인구통계학적 특성인 성, 연령, 소속, 학력, 혼인에 따라 역할갈등, 모호성, 직무만족이 고객지향성에 차이가 있는지를 알아보는 데 있다.

II. MATERIAL AND METHOD

1. 연구의 대상과 방법

본 연구의 대상은 병원의 규모나 특성, 또한 지리적인 장소에 구애됨이 없이 의료기관의 모든 병원의 의료종사자와 고객(환자)과의 인과 관계를 관계마케팅에 적용할 수 있는지를 검토하여 보았다. 여기서 의료종사자라 함은 행정 및 경영관리부서, 의료기사, 간호사, 방사선, 의료보조직, 기능고용직 등으로 한정한다.

본 연구는 의료종사자의 역할갈등, 모호성, 직무만족이 고객지향성을 구성하는 선행요인 및 성과요인 사이의 인과관계가 성과요인인 고객지향성에 미치는 영향에 관해 고찰하고자 하였다. 이를 위해 연구자는 의료종사자에 대한 인적요인을 의료종사자들을 대상으로 표본을 추출하여 설문조사를 하고 연구모형과 가설을 검증하였다.

2. 연구가설

역할갈등(Role Conflict) “종업원의 역할 행동내의 하나 혹은 그 이상의 역할간의 불일치성·상반성(Incompatibility)으로 정의되고 있으며,” 역할갈등은 “역할과 관련된 기대의 불일치 정도”로 의료종사자가 의료수혜자로부터 양립할 수 없는 둘 또는 그 이상의 역할 수행이 요구되어 동시에 이를 만족시킬 수 없게 될 때 발생하게 된다고 할 수 있다^[6].

이는 병원에서 질적인 서비스보다는 양적인 판매를

강조하고, 그리고 의료종사로 하여금 질적인 서비스와 양적인 서비스를 동시에 강조할 때 의료종사자가 역할갈등을 겪는다고 할 수 있다.

역할모호성(Role Ambiguity)은 “종업원이 자신의 역할을 효과적으로 규정하기 위한 정보를 가지고 있지 않을 경우에 발생한다^[6]. 의료종사자 역시 자신의 역할과 수행과 관련된 충분한 정보를 가지고 있지 못할 때 역할모호성은 발생한다고 할 수 있다. 따라서 다음과 같은 연구가설을 도출할 수 있다.

연구가설 1: 의료종사자의 역할갈등은 고객 지향성에 영향을 미칠 것이다.

연구가설 2: 의료종사자의 역할모호성은 고객 지향성에 영향을 미칠 것이다.

연구가설 3: 의료종사자의 직무만족은 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.

Churchill은 직무만족이 판매환경에서의 종업원의 행동적 성과와 밀접한 관련이 있다고 제시하고 있다. 이와 유사한 관계가 서비스 종업원에 대해서도 발생하기 쉬운데, 서비스 접점의 종업원의 행동적 성과는 때때로 고객이 지각하는 서비스가 된다는 것이다^[7]. 이러한 관계는 자신의 직무에 만족한 종업원은 고객을 돕는 행동에 좀 더 적극적으로 참여할 것이라는 종업원과 고객 간의 상호작용에 의거한다.

의료종사자와 의료수혜자간의 관계에 있어서 자신의 직무에 만족한 의료종사자는 의료수혜자를 도와주는 행동에 좀 더 적극적일 것으로 판단된다. 따라서 다음과 같은 연구가설을 도출할 수 있다.

3. 측정도구

1.1. 역할갈등과 역할모호성

본 연구에서는 사용된 역할갈등과 역할모호성 척도는 Chonko, Howell and Bellenger이^[8] 개발한 것으로 의료종사자의 의료서비스를 측정할 수 있도록 일부 문항을 삭제하거나 수정해서 최종적으로 역할갈등 3문항, 역할모호성 4문항을 선별하여 사용했다[Table 1].

Table 1. Role conflict and role ambiguity

	측정 내용	척도
역할갈등	<ul style="list-style-type: none"> · 나는 주어진 업무량보다 더 많은 일을 하고 있다 · 내가 예상한 환자의 수보다 실제로 서비스를 이용한 환자의 수가 더 많다 · 내가 실제로 사용한 여가 시간량은 규정된 여가 시간량보다 적다 	5점 척도
	<ul style="list-style-type: none"> · 나는 업무에 필요한 도움을 받을 수 있는 부서를 잘 알고 있다 · 상급자의 허락 없이 의사결정할 수 있는 권한이 있음을 잘 알고 있다 · 상급자가 나의 업무를 평가함에 있어 어떤 측면을 중요시하는지 알고 있다 · 나는 환자의 까다로운 요구사항을 처리하는 방법을 알고 있다 	

1.2 직무만족

직무만족은 Brown & Peterson이^[9] 만든 척도를 본 연구에 맞게끔 수정해서 사용하였다. 본 연구에서 사용될 직무만족 척도는 아래의 [Table 2]와 같다.

Table 2. Job Satisfaction

	측정 내용	척도
직무만족	<ul style="list-style-type: none"> · 내가 근무하고 있는 병원정책(경영정책)에 대하여 만족하고 있다 · 내가 근무하고 있는 병원의 업무지원에 대하여 만족하고 있다 · 고객서비스를 잘하면 승진이나 급여인상에 도움이 된다고 생각한다 · 나는 내가 수행하고 있는 전반적인 업무에 대하여 만족하고 있다 	5점 척도

1.3 고객지향성

본 연구에서 사용한 고객지향성 측정 척도는 Parasuraman이^[10], 개발한 5개 차원의 22개 문항 중으로서 본 연구목적에 맞게 문항 14개를 선별하였으며, 선별된 척도 내용은 [Table 3]과 같다.

III. RESULT

1. 인구통계학적 특성

의료종사자의 성은 남자가 20.8%(52명), 여자가 79.2%(198명)이며, 연령은 20대가 51.2%(128명), 30대가

34%(85명), 40대가 12.8%(32명), 50대 이상이 2%(5명)이며, 소속은 행정경영이 10%(25명), 간호사가 48.8%(122명), 의료기술이 15.6(39명), 방사선이 9.6%(24명), 의료보조가 14.8%(37명), 기타가 1.2%(3명)이며, 학력은 고졸이 7.2%(18명), 전문대졸이 58%(145명), 대졸이 32.4%(81명), 대학원 이상이 2.4%(6명), 혼인은 미혼이 63.2%(158명), 기혼이 36.8%(92명)로 조사되었다[Table 4].

2. 신뢰도 분석

본 연구에서는 신뢰도의 측정을 위해 Chronbach's α 계수를 이용한 내적 일관성(internal consistency method) 분석 방법을 검정에 사용하였다. Nunnally에 의하면 일반적으로 Chronbach's α 계수 값이 0.5-0.6 이상이면 신뢰도가 확보되었다고 언급하고 있다[Table 5].

Table 3. Customer Orientation

	측정내용	척도
고객 지향성	<ul style="list-style-type: none"> · 나는 환자의 진료절차와 치료과정에 대해 설명을 해준다. · 나는 환자 및 보호자들의 궁금한 사항들에 대해 대답해준다 · 나는 환자의 입장에서 업무를 처리 하는 편이다 · 나는 환자가 원하는 정보를 제공해 주려고 노력한다 · 나는 환자에게 필요한 사항을 사전에 해결 해주려고 노력한다 · 나는 환자를 기쁘게 할 목적으로 서비스제공에 최선을 다한다 · 나는 환자의 불만사항을 성의 있게 듣고 신속하게 처리해준다 · 나는 병원환경을 청결히 유지한다 · 나는 항상 진료 현장의 이용편의를 중요시 하고 있다 · 나는 고객을 항상 정중하게 맞이한다 · 나는 환자의 고통을 이해하고 따뜻하게 편안하게 대해준다 · 나는 환자의 입장에서 필요로 하는 서비스를 제공한다 · 나는 환자의 이해를 이끌어내며 문제를 해결해 나가는 편이다 · 나는 환자와의 개인적 관계를 중요하게 생각한다 	5 점 척도

본 연구에서 사용된 각 변수에 대한 신뢰도 분석 결과를 살펴보면 고객지향성이 0.8658, 역할갈등이

0.5698, 역할모호성이 0.7707, 직무만족이 0.8342로서 0.5698 - 0.8658로 Nunnally(1978)^[11].이 언급한 측면에서 보았을 때 신뢰도가 충분히 확보되었다고 할 수 있다^[12].

3. 타당도 분석

타당성을 검증하는 방법에는 다속성다측정 방법(Multi Trait Multi Method Matrix), 리스렐(LISREL), 요인 분석이 있는데, 본 연구는 베리맥스 회전방법(Varimax Rotation Method)을 이용하여 요인분석을 실시하였다.

Table 4. Demographic characteristics of the sample

	구분	빈도	비율(%)
성별	남자	52	20.8
	여자	198	79.2
연령별	20대	128	51.2
	30대	85	34.0
	40대	32	12.8
	50대 이상	5	2.0
	행정/경영	25	10.0
소속별	간호사	122	48.8
	의료기사	39	15.6
	방사선	24	9.6
	의료보조	37	14.8
	기타	3	1.2
학력별	고졸	18	7.2
	전문대졸	145	58.0
	대졸	81	32.4
	대학원이상	6	2.4
혼인별	미혼	158	63.2
	기혼	92	36.8
합계		250	100.0

Table 5. Reliability of the variables

변수	측정 항목	Chronbach's α
전체		0.8625
고객지향성	A1 - A14	0.8658
역할갈등	B15 - B17	0.5698
역할모호성	C18 - C21	0.7707
직무만족	D22 - D25	0.8342

본 연구에서 사용된 독립변수 요인분석 결과로 KMO값을 보면[Table 6], KMO값이 .790으로 나타났으므로 변수 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되

고 있음을 알 수 있다(df: 55, $p=0.000 < p=0.001^{***}$).

종속변수의 요인분석 결과로 KMO값을 보면 [Table 7], KMO값이 .874로 나타났으므로 변수 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 매우 잘 설명되고 있음을 알 수 있다(df: 91, $p=0.000 < p=0.001^{***}$).

전반적으로 독립과 종속변수 모두의 KMO값이 .50 이상이므로 변수간의 상관관계가 다른 변수에 의해 매우 잘 설명되고 전반적으로 독립과 종속변수 모두의 KMO값이 .50 이상이므로 변수간의 상관관계가 다른 변수에 의해 매우 잘 설명되고 있음을 알 수 있다.

Table 6. Independent variable factor analysis

(KMO: .790, df: 55, $p < 0.001$)

설문항목	Factor 1 (직무만족)	Factor 2 (역할 모호성)	Factor 3 (역할갈등)
D23: 업무지원에 대한 만족	.865		
D22: 병원정책에 대한 만족	.829		
D24: 승진/급여인상에 도움	.791		
D25: 전반적 업무에 대한 만족	.652		
C18: 업무 도움 부서 인지		.798	
C20: 상급자의 업무평가 인지		.762	
C21: 환자요구 사항처리 인지		.728	
C19: 의사결정 권한 있음 인지		.648	
B16: 실 서비스 이용자 수 많음			.771
B15: 초과 업무 달성			.737
B17: 여가 사용시간의 적음			.673

4. 연구가설 검증

의료종사자의 역할갈등, 역할모호성, 직무만족이 의료종사자의 고객지향성에 영향을 있는지를 알아보기 위하여 의료종사자의 고객지향성에 대한 전반적인 평균값을 종속변수로 하고, 역할갈등, 역할모호성, 직무만족의 요인값(factor loadings) 독립변수로 해서 다중회귀분석을(multi-regression) 실시했다.

Table 7. Dependent variable factor analysis

(KMO: .874, df: 91, p<0.001)

설 문 항목	Factor 1 (응답성)	Factor 2 (공감성)	Factor 3 (유형성)	Factor 4 (신뢰성)
A2: 환자 궁금사항 답변	.815			
A4: 환자 요구 정보 제공	.755			
A1: 진료절차/치료절차 설명	.744			
A3: 환자입장에서 업무처리	.590			
A5: 환자 필요사항 해결노력	.542			
A11: 환자고통 이해		.750		
A12: 환자입장 서비스제공		.740		
A10: 고객을 정중하게 맞이		.678		
A13: 환자이해중심 문제해결		.532		
A8: 병원환경 청결유지			.783	
A9: 진료현장 이용편의증시			.662	
A7: 불안사항 신속처리			.645	
A6: 환자기쁨 위한 서비스제공			.583	
A14: 환자와 관계 중요시				.920

회귀분석을 한 결과 회귀식의 설명력은 18%로 나타났으며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의한 것으로 나타났다[Table 8].

Table 8. Role conflict, role ambiguity and job satisfaction impact on customer orientation

종속변수	독립변수	BETA	t 값	p 값
고객지향성	역할갈등	.023	.377	.067
	역할모호성	.357	5.214***	.001
	직무만족	.099	1.473	0.089

* : p-값<0.05 , ** : p-값<0.01, ***: p-값<0.001

첫째, 연구가설로 “의료종사자의 역할갈등은 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.”는 p값이 0.05보다 크므로

통계적으로 의미가 없는 것으로 나타나 채택되지 못했다.

둘째, 연구가설로 “의료종사자의 역할모호성은 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.”는 p값이 0.05보다 적으므로 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

셋째, 연구가설로 “의료종사자의 직무만족은 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.”는 p값이 0.05보다 크므로 통계적으로 의미가 없는 것으로 나타나 채택되지 못했다.

의료종사자의 고객지향성을 보다 면밀하게 분석하기 위하여 요인분석에서 나타난 고객지향성의 각 차원들(응답성, 공감성, 유형성, 신뢰성) 종속변수로 하고, 역할갈등, 역할모호성, 직무만족의 요인값을 독립변수로 해서 추가적으로 다중회귀분석을 실시하였다.

첫째로 3개의 독립변수와 고객지향성 차원의 응대성과의 다중회귀분석 결과는 의료종사자의 역할모호성이 고객지향적 응대성에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다[Table 9].

Table 9. Role conflict, role ambiguity and job satisfaction Interaction Effects

종속변수	독립변수	BETA	t 값	p 값
응대성	역할갈등	.018	.281	0.079
	역할모호성	.281	3.880***	0.001
	직무만족	.051	-1.76	0.231

* : p-값<0.05 , ** : p-값<0.01, ***: p-값<0.001

둘째로 3개의 독립변수와 고객지향성 차원의 공감성과의 다중회귀분석 결과는 의료종사자의 역할모호성이 고객지향적 응대성에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다[Table 10].

Table 10. Role conflict, role ambiguity and job satisfaction sympathy Effects

종속변수	독립변수	BETA	t 값	p 값
공감성	역할갈등	.071	1.142	0.162
	역할모호성	.272	3.835***	0.001
	직무만족	-.087	1.245	0.253

* : p-값<0.05 , ** : p-값<0.01, ***: p-값<0.001

셋째로 3개의 독립변수와 고객지향성 차원의 유형성과의 다중회귀분석 결과는 의료종사자의 역할모호성과 직무만족이 고객지향적 유형성에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다[Table 11].

Table 11. Role conflict, role ambiguity and job satisfaction Effects of this type

종속변수	독립변수	BETA	t 값	p 값
유형성	역할갈등	-.014	-.229	0.071
	역할모호성	.228	3.226**	0.009
	직무만족	.173	2.484*	0.043

* : p-값<0.05 , ** : p-값<0.01, ***: p-값<0.001

넷째로 3개의 독립변수와 고객지향성 차원의 신뢰성과의 다중회귀분석 결과는 의료종사자의 역할모호성이 고객지향적 신뢰성에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다[Table 12].

Table 12. Role conflict, role ambiguity and job satisfaction impact on reliability

종속변수	독립변수	BETA	t 값	p 값
신뢰성	역할갈등	-.032	-.541	0.098
	역할모호성	.401	5.949***	0.001
	직무만족	.091	1.369	0.092

* : p-값<0.05 , ** : p-값<0.01, ***: p-값<0.001

IV. DISCUSSION

본 연구에서는 연구가설의 검증을 위하여 고객지향성에 대한 전반적인 평균값을 종속변수로 하고, 역할갈등, 역할모호성, 직무만족의 요인값을 독립변수로 해서 다중회귀분석을 실시한 결과 회귀식의 설명력은 18%로 나타났으며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의한 것으로 나타났다.

연구가설로 “의료종사자의 역할갈등은 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.”는 p값이 0.05보다 크므로 통계적으로 의미가 없는 것으로 나타나 기각되었다. 즉, 역할갈등은 의료종사자의 고객지향성에 그다지 큰 영향력이 없다는 것이다. 이러한 결과는 Hoffman & Ingram^[13]의 연구결과와 일치하는 것으로 나타났으며, 연구가설로 “의료종사자의 역할모호성은 고객지향성

에 영향을 미칠 것이다.”는 p값이 0.05보다 적으므로 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었다. 결과를 보면 역할모호성이 의료종사자의 고객지향성에 정(+)의 영향을 미치고 있으므로 때로는 의료종사자 자신이 자신의 역할을 효과적으로 규정하기 위한 정보를 가지고 있지 않을 경우가 있더라도 의료서비스 수혜자에게 고객지향적 행동을 한다는 것이다.

또 다른 연구가설로 “의료종사자의 직무만족은 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.”는 p값이 0.05보다 크므로 통계적으로 의미가 없는 것으로 나타나 채택되지 못했다. 이는 직무만족과 고객지향성 간의 관계를 사회교환이론(Social Exchange Theory)으로 설명한 Hoffman & Ingram^[13]의 연구결과와 상충되는 결론이다. 이들은 간호사들이 심리적인 측면에서 직무만족도가 높을 경우 환자들을 보살피는 태도가 훨씬 고객지향적으로 바뀌어 더 친절하고 신속한 행동을 한다고 했다. 그러나 본 연구에서는 직무만족이 반드시 의료종사자의 고객지향성에 영향을 미치는 것은 아니라는 것이다. 즉 의료서비스 수혜자에게 의료서비스를 함에 있어 직무만족에 관계없이 고객지향적 행동을 한다는 것이다.

의료종사자의 고객지향성을 보다 면밀하게 분석하기 위하여 요인분석에서 나타난 고객지향성의 각 차원들(응답성, 공감성, 유형성, 신뢰성) 종속변수로 하고, 역할갈등, 역할모호성, 직무만족의 요인값을 독립변수로 해서 추가적으로 다중회귀분석을 실시한 것으로는 첫 번째 3개의 독립변수와 고객지향성 차원의 응대성과의 다중회귀분석 결과는 전체 회귀식의 설명력은 8%로 나타났으며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의한 것으로 나타났으며(F: 6.908), 의료종사자의 역할모호성이 고객지향적 응대성에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 두 번째 3개의 독립변수와 고객지향성 차원의 공감성과의 다중회귀분석 결과는 전체 회귀식의 설명력은 12%로 나타났으며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의한 것으로 나타났으며(F: 10.741), 의료종사자의 역할모호성이 고객지향적 공감성에 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있었다. 세 번째 3개의 독립변수와 고객지향성 차원의 유형성과의 다중회귀분석 결과는 전체 회귀식의 설명력은 12%로 나타났으며, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의

한 것으로 나타났으며($F: 11.100$), 의료종사자의 역할모호성과 직무만족이 고객지향적 유형성에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 네 번째 3개의 독립변수와 고객지향성 차원의 신뢰성과의 다중회귀분석 결과는 전체 회귀식의 설명력은 20%로 나타났고, 회귀식은 통계적으로 0.001수준에서 유의한 것으로 나타났다($F: 20.554$), 의료종사자의 역할모호성이 고객지향적 신뢰성에 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있다.

V. CONCLUSION

첫째로 자기평가에서(Self-reported) 나타나는 변수측정상의 문제점이다. 자기평가(self reported)에 의한 변수측정은 의료종사자에 의해서 편기(bias)가 발생할 소지가 있다. 왜냐하면 고객지향성 항목에 대해서 개인의 윤리적인 문제와 재직 병원의 이미지를 고려하여 의료종사자 자신이 좀 더 고객지향적인 것으로 판단하여 각 항목에 편기하였을 가능성이 높기 때문이다.

둘째로 연구모형의 단순함에서 나타나는 문제점이다. 본 연구에서는 의료종사자 개인수준의 고객지향성과 그 결과로 나타난 성과와의 관계를 이론적으로나 실증적으로나 분석하지 못하였다. 따라서 향후 연구에서는 의료종사자의 고객지향성과 성과와의 관계, 특히 결과기준에 의한 성과보다 행위기준에 의한 성과와의 관계를 규명할 필요가 있으므로 연구모형을 확장해서 분석할 필요가 있다.

셋째로 연구가설의 분석에서 나타나는 문제점이다. 본 연구에서는 독립변수와 종속변수와의 관계만을 분석하였을 뿐 변수들과 상호작용 효과를 분석하지 못한 한계점이 있다. 또한 연구모형이 전반적으로 타당한지 LISREL을 활용하여 모형의 타당성을 분석할 필요성이 있다.

넷째로 정확한 설문문의 의미를 전달하지 못함으로써 인해서 나타날 수 있는 문제점이 있다. 이를테면 역할갈등, 역할모호성 등과 관련한 것이다. 즉 응답을 받는 과정에서 의미를 제대로 전달하지 못해서 응답이 다소 상이하게 나타났을 수 있다는 점이다.

다섯째 연구결과의 일반화 어려움이다. 즉 병원서비스 영역으로 한정했기에 다양한 서비스 영역에 본

결과를 일반화하기에 어려움이 있다는 것이다. 따라서 향후 다른 서비스 영역과 비교하여 심도 있는 연구가 필요하다.

Reference

- [1] Deshpande, R., J. U. Farley and F. E. Webster, "Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japan Firms: A Quadrad Analysis," *Journal of Marketing*, Vol. 59 pp. 23-37, 1993.
- [2] Narver, John C and Stanley F, Slater, "The Effect of Market Orientation on Business Profitability", *Journal of Marketing*, Vol. 54, pp. 20-35, 1990.
- [3] Kohli, Ajay k. and Bernard J. Jaworski, "Market Orientation: The Construct, Research Propositions and Management Implications", *Journal of Marketing*, Vol. 54, pp. 1-18, 1990.
- [4] Siguaw, Brown, and Widing, "The Influence of the Market Orientation of the Firm on Sales Force Behavior and Attitudes", *Journal of Marketing Research*, Vol. 31, pp. 106-116, 1994.
- [5] Daniel and Jaffrey, "A Model of Financial Securities Salesperson's Job Stress", *Journal of Service Marketing*, Vol. 10, pp. 21-38.101-104, 1996.
- [6] Jagdip singh, "Roundary Role Ambiguity: Facets, Determinants and Impacts", *Journal of Marketing*, Vol. 57, pp. 11-31, 1993.
- [7] Bitner, M., B. Booms and M. Tetreault, "The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents", *Journal of marketing*, Vol. 54, pp. 71-84, 1990.
- [8] Chonko, Lawrence B., Roy D. Howell, and Danny N. Bellenger, 1986.
- [9] Brown, S. P. and R. A. Peterson, "Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction: Meta-Analysis and Assessment of Causal Effect", *Journal of marketing Research*, Vol. 30, pp. 63-77, 1993.
- [10] Parasuraman, A., Leonard Berry, and Valarie A. Zeithaml, "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, pp. 12-40, 1988.
- [11] Y Jeong, IK Choi, "Statistical analysis using SPSSWIN", 14 Edition, Trade Management Ltd, 2009.
- [12] Hoffman K. Douglas, and Thomas N. Ingram, "Creating Customer Oriented Employees: The Case in Home Health Care", *Journal of HealthCare Marketing*, Vol. 11, No. 2, pp. 24-32, 1991.