

병원선택 요인이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향

The Effects of Hospital Choice Factors on Customer Satisfaction and Revisiting Intention in General Hospitals

박광민*, 양종현**, 장동민***

삼성창원병원*, 중원대학교 보건행정학과**, 인제대학교 보건행정학과***

Kwang-Min Park(pkm6485@hanmail.net)*, Jong-Hyun Yang(mybabos@jwu.ac.kr)**,
Dong-Min Chang(phamdm@inje.ac.kr)***

요약

본 연구는 병원 이용자의 병원선택요인이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향을 체계적으로 분석하기 위한 목적으로 수행하였다. 가설 검증을 위해 부산, 울산, 경남지역 3개 종합병원을 이용한 외래환자 및 보호자를 대상으로 2014년 6월 1일부터 6월 28일까지 4주간 직접 설문조사를 통해 519부의 자료를 수집하였다. 주요 연구결과는 다음과 같다. 병원선택요인 중 인적요인, 접근성요인, 대외이미지요인은 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 물리적요인, 효율성요인은 고객만족에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 그리고 병원선택요인 중 대외이미지요인이 재이용의도에 유의한 영향을 보였으며, 고객만족 또한 재이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구 결과를 통해, 병원경영진이 환자만족도와 재이용의도를 높여 궁극적으로 수익성의 제고로 연결시키기 위해서는 경영전략의 수립 시 병원선택에 영향을 미치는 다양한 요인들의 역관계를 고려하는 것이 매우 중요함을 시사해 주고 있다.

■ 중심어 : | 병원선택요인 | 고객만족 | 재이용의도 |

Abstract

This study verified empirically and analyzed systematically how the hospital choice factors of visitors in general hospitals influence customer satisfaction and revisiting intention. As a survey way for hypothesis verification of this study, we took a direct survey for 4 weeks(June 1 to June 28, 2014) to the outpatients and their guardians visiting the three general hospitals in Busan, Ulsan, Gyeong-nam. For the survey we distributed a total of 550 questionnaire and used the final 519 of them in verifying this research model except unreliable 31 data. The result showed that human element, accessibility element and public image of hospital choice factors effected on the customer satisfaction, but physical and effectiveness factors did not effect on it. And, the only public image factor of hospital choice factors have a good effect on the revisiting intention. Also, it influenced between customer satisfaction and revisiting intention, so it is proved that the customer satisfaction is a important factor to revisiting intention. The hospitals should promote a hospital policy to connect with customer satisfaction and income growth and provide a high-quality medical service by making effectively use of planning priority strategies of hospital management with a variety of factors.

■ keyword : | Hospital Choice Factors | Customer Satisfaction | Revisiting Intention |

I. 서론

현대사회에서 인간의 수명이 연장되면서 개인의 삶에서 건강에 대한 관심이 점차 높아지고 나아가 보건의료의 중요성이 커지고 있는 추세이다. 향후 예측 가능한 미래 성장산업이나 유망업종 가운데 의료산업이 항상 거론되는 이유가 여기에 있다. 요즘 개인들도 인터넷, 책자, 광고 등 대중매체를 통해 각종 의료정보를 쉽게 획득하고 활용할 수 있어 자신이 다치거나 아플 때 어느 의료기관에서 어떤 진료를 받아야 될 것인지 선택의 폭이 매우 크다. 의료산업의 발달로 인한 병원의 의료서비스 공급과잉 현상은 병원 중심에서 환자 및 고객중심의 시장으로 빠르게 변화하고 있으며 환자가 지각하는 병원의 의료서비스에 대한 평가는 병원 간 경쟁우위의 원천이 되고 있다. 최근 병원들은 대형화, 기업화, 세분화, 전문화로 되어 가면서 서로의 경쟁에서 살아남고 나아가 우위에 서기 위해 부단한 노력을 해야 하는 현실이다. 또한 외국병원의 국내진출을 앞두고 있는 상황에서 병원은 내·외부의 변화를 극복하기 위해서 과거의 생산자 중심에서 의료소비자 중심으로, 환자를 일회성 고객으로 생각하는 권위주의에서 평생고객으로 친절서비스 및 고객만족 개념으로 급속히 변화되어 가고 있다[1].

2013년 발표된 보건복지부 통계자료에 따른 의료인력 및 의료기관의 수를 보면 다음과 같다. 2012년 기준 전문 의료인의 경우 의사는 107,295명, 치과의사 26,804명, 한의사 63,647명, 간호사 295,254명으로 집계되었으며 해마다 꾸준히 늘어나고 있다. 의료기관의 수도 2002년 44,029개에서 2012년 59,519개로 35.2% 증가하였다. 내용을 보면 종합병원이 284개에서 323개로 13.7%, 병·의원 23,990개에서 31,176개로 30.0%, 치과 병·의원 11,200개에서 15,002개로 33.9%, 한방병·의원 8,232개에서 12,639개로 53.5%, 특수 및 기타 병·의원 323개에서 379개로 17.3% 증가하였다.

고객이 상급병원을 이용할 때는 일반 병·의원과 비교하여 상대적으로 많은 시간과 진료절차상의 번거로움이 존재하는 것이 일반적으로 경험하게 되는 현실이다. 그럼에도 불구하고 병·의원에 비교하여 높은 만족도와

환자의 집중이 많은 것은 대형 의료기관의 이용시설이나 장비의 현대화, 전문화로 인한 양질의 서비스와 진료를 받을 수 있다는 기대에 따른 것으로 볼 수 있다. 이는 의료서비스가 아닌 일상적인 무형의 서비스 상품을 이용 할 때와 마찬가지로 상품의 핵심 편익과 더불어 기업이 제공하는 부수적인 환경과 서비스가 선택의 이유가 되는 것과 같은 경우라 할 수 있다. 반면, 동시에 의료서비스를 이용할 때 가지게 되는 불만족의 이유에 대해서도 살펴보면 의료기관의 핵심 상품이라 할 수 있는 진료 및 치료 결과에 대한 불만족을 포함하여 환자를 응대하는 병원 종사자의 불친절 및 불성실, 높은 의료비 부담, 과잉진료 및 대기시간, 의료시설 미비 등 전반적인 요소에 걸쳐 불만족 요인 또한 존재하고 있음을 알 수 있다[2]. 고객이 지각하는 상품의 품질은 기본적인 선택 속성으로 상품의 품질만 좋으면 고객이 만족할 것이라고 인식하는 시대는 이미 지났다. 병원에서 제공하는 서비스에 환자가 만족하지 못할 경우, 환자는 그 병원을 외면하고 다시는 이용하지 않게 될 것이며 결국 병원의 체산성에 심각한 영향을 주게 될 것이다. 병원을 이용하는 고객은 만족도 수준에 따라 지속적인 관계를 가지고 병원이 제공하는 의료서비스를 재이용할 수도 있고 이용을 중지하거나 다른 병원으로 이탈할 수도 있기 때문에, 고객만족 향상을 통한 재이용도를 높이려는 노력은 병원의 핵심적인 경영전략이 될 수 있다. 따라서 병원은 병원이용자들의 세분화된 다양한 욕구와 선택요인 등을 정확히 파악하는 것이 고객중심의 의료서비스 제공을 위한 시발점이며 운영방향이라 할 수 있다[3].

병원선택 요인에 관한 선행연구를 살펴보면 의료진의 전문성, 접근성, 의료장비, 편의시설, 인지도 등이 고객만족과 재이용의도 가장 많은 영향력을 미치는 변수로 나타났다[5][9][17][21]. 이에 본 연구에서는 이론적 배경과 여러 선행연구들을 바탕으로 병원에서 제공하는 서비스가 환자 및 보호자 즉 고객들의 만족과 재이용의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증할 것이다. 또한 병원에서 제공하는 서비스 정도에 따라 병원을 재이용하려는 과정에서 서비스에 대한 만족정도에 의거 재이용의도가 어느 정도 영향을 받는지도 검증하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 병원선택요인

1.1 인적요인

의료는 사람과의 관계에서 이루어지는 인적서비스로 환자들은 의료인력, 즉 의사 및 간호사에 대한 신뢰와 친절성에 기인하여 병원을 선택하는 경우가 많기에 인적요인은 병원선택요인 중에서도 가장 중요시 된다. 환자에게 질병 치료에 대한 확신감 부여는 의사와 환자간의 충분한 설명과 원활한 의사소통을 통해서만 가능하다. 이에 많은 병원들은 병원 내부 직원들이 갖추어야 할 여러 가지 인적서비스 가운데 친절을 최우선으로 고려하며 과거 다소 권위적이었던 병원 직원들의 자세는 친절을 기반으로 한 인적 응대서비스로 급속도로 변화하였다. 의료서비스는 서비스의 특징이 비재고성, 비분리성, 이질성, 무형성의 특징으로 인하여 이용자가 이러한 서비스에 대해 평가하기가 어렵다[6][21]. 이는 의료 서비스는 제품이 아니라 결과로써 무형성의 특징을 지니고 있으며, 서비스 제공자와 이용자 간의 상호작용을 통해서 서비스가 전달되기 때문에 서비스의 특징인 이질성과 생산과 동시에 소비가 되기 때문에 비분리성의 성격을 가지고 있다. 그렇기 때문에 의료기관의 인적서비스 특히 의사의 서비스 품질이 환자의 만족에 큰 영향을 미칠 수 있는 변수이다[2][8].

1.2 물리적요인

병원선택의 물리적요인은 의료기기 및 장비, 휴게공간이나 편의시설, 환경의 청결, 주차공간 등을 말한다. 최근 고객의 욕구에 따라 이러한 물리적요인의 중요성은 점점 높아져 가고 있다. 현대 의학은 첨단 과학의 발전과 같은 맥락으로 변화하고 있으며, 최신 의료장비는 병원의 의료수준과 홍보에 크게 기여하고 있는 바, 고객의 병원선택요인 중 의료기기 및 장비의 현대화는 매우 중요한 요소라 하겠다. 병원들이 거액을 들여 고가의 최신 장비를 구입하고 이를 외부 고객들에게 홍보하는 이유도 이와 무관하지 않다 하겠다. 또한 최근에 개원하는 의료기관들은 의료시설의 공간배치나, 디자인, 분위기 등에 많은 관심을 가지고 환자의 편의를 우선하

는 물리적 환경을 조성하고 있다. 깨끗한 환경과 청결은 기본이며, 넉넉한 주차공간 확보도 중요한 고려요인이라 할 수 있다. 그리고 대형병원들은 병원을 환자 치료의 공간과 더불어 다양한 편의시설들을 제공하고 있는데, 대형마트, 커피숍, 생활가전, 의료기기 판매점, 베이커리점 등을 제공함으로써 병원을 하나의 문화공간으로 변화시켜 고객을 유치하고 있다[9].

병원의 외래 진료 대기실도 불안하고 긴장된 환자의 심리상태를 완화하기 위해 공간을 밝고, 깨끗하고, 안정된 분위기로 꾸며 준다면 환자의 치료에 큰 도움이 될 것이다. 따라서 병원시설의 효율화를 추구하는 한편 병원이용자의 생활면과 심리면을 고려하여 보다 안락한 환경을 만들어 주는 것이 오늘날 병원의 주요 과제중의 하나이다[6][9].

1.3 효율성요인

효율성요인은 접수·수납 대기시간, 진료 대기시간, 검사 대기시간, 진료절차 간편성 및 편리성, 시간의 신속성, 진료비의 적절성 등으로 구성된다. 대부분의 고객들은 병원에서 진료를 받기 위해 기다려야 하는 대기는 어쩔 수 없는 것으로 인식하고 있으나 고객의 입장에서 서비스를 받기 위해 기다리는 시간은 매우 부정적이며 불만족한 경우임에 틀림이 없다. 현재 병원들은 대기시간 단축을 위해 다양한 활동들을 하고 있는데, 미리 등록된 신용카드로 자동결제 되는 빠르고 편리한 오픈카드 시스템 도입, 대기시간을 단축하기 위한 지능형순번 대기시스템 도입, LCD 디스플레이를 설치 활용하며 업무처리 안내, 각종 콘텐츠(홍보 동영상, 이미지, 안내 자막) 제공 등을 통하여 효율성을 높이기 위한 많은 노력을 기울이고 있다. 또한 분산되어 있는 접수·수납 창구를 일원화하여 고객 동선을 최소화하여 진료의 효율성을 높이는 활동도 하고 있다. 진료비의 적절성은 고객이 지출한 진료비에 비해 제공받은 진료서비스가 적절하고 만족할 때 고객은 기꺼이 진료비 지불에 망설임이 없을 것이며 따라서 병원들은 양질의 높은 진료서비스 제공을 위해 지속적으로 노력해야 한다[5][22].

1.4 접근성요인

병원선택의 접근성요인 중 가장 중요한 요인의 하나는 병원의 위치라 할 수 있다. 서비스 제공자가 고객과 직접 대면을 하면서 서비스를 제공하는 상황에서는 서비스 주체인 병원의 위치가 서비스이용 의사결정에 매우 중요한 역할을 한다. 병원의 위치는 환자의 입장에서 보면 시간과 노력을 소비하게 하는 요소이고 이러한 것들을 넓은 의미에서 보면 서비스 비용에 해당하기 때문에, 가깝고 편리한 위치에 있는 의료기관을 선호하기 마련이다. 이와 같이 의료기관의 위치는 의료이용자들이 치료를 받기 위하여 제공되는 교통수단의 편리성 또는 의료 재이용에 영향을 미칠 수 있으며, 교통이 편리한 위치는 경쟁사회에서 의료기관의 우위를 확보하는 중요한 요인이 된다[10][21]. 의료기관의 접근성에 대해서는 최근 많은 의료기관들이 관심을 가지고 개선 노력을 기울이는 분야이며 그 중요성이 더욱 강조될 것으로 보인다. 병원 진입도로 개선, 버스노선 확충 및 관리, 택시 접근성 확보 등 접근성요인 활동의 대표적인 내용이며, 이를 위해 병원들은 지속적인 노력을 기울여야 한다. 이와 같이 지리적 접근성도 중요하지만 병원 및 의료정보의 수집과 같은 비 지리적 즉, 무형의 접근성도 존재한다. 인터넷 홈페이지를 통한 의료정보, 각종 모바일 서비스 제공 등은 병원을 이용하는 고객들에게 또 다른 중요한 접근방법이 되고 있다.

1.5 대외이미지요인

대외이미지요인은 평판, 구전커뮤니케이션, 지역사회 봉사 및 기여도 등으로 나타낼 수 있다. 이미지에 대한 개념은 사람들이 진실하다고 믿는 개인적 차원의 믿음이며 과거의 경험을 통해 형성되는 종합적인 결과로서 신념, 태도, 인상을 포함하는 인지적 반응들의 복합체이다. 일반적으로 이미지는 인간의 인식과 행위를 이해하는데 있어서 유용한 개념으로 받아들여지고 있으며, 이로 인해 기업이미지, 지역사회이미지, 국가이미지 등으로 폭넓게 적용되어 사용되고 있다[2]. 병원이미지는 환자들이 병원 재방문 의도 혹은 환자 주변지인들이 그 병원에 대해 갖게 되는 인식에 매우 큰 영향을 미치므로 의료기관의 성장발전 잠재력을 결정짓는 중요한 요

인이 된다. 또한 병원이미지의 창출은 기존의 유형적, 물리적 의료서비스들이 갖는 한계를 벗어나 특히, 부대 시설 서비스 등 무형의 질이 중요시됨을 인식시킴으로써 더 많은 환자들이 병원을 찾게 하는데 중요한 역할을 한다. 일단 한번 형성된 병원이미지는 지속성을 띠는 경향이 강하므로 긍정적인 이미지 창출을 위한 홍보 활동이 요구되며, 이것은 환자들을 유인하는 요소로 크게 작용하고 있다[4].

2. 고객만족

고객만족 수준에 따라 지속적인 관계를 가지고 서비스를 재이용 할 수도 있고, 이용을 중지하거나 이탈하는 경우가 발생할 수 있다. 최근 병원들은 고객만족도 향상을 통하여 재이용률을 높이고 이를 통하여 경영성과를 높이기 위한 많은 노력을 기울이고 있는 실정이다. 고객만족이 기대수준과 지각된 수준의 차이에 의해 결정되어 진다고 할 때 고객의 만족 또는 불만족을 파악한다는 것은 현재 고객이 받는 서비스 결과에 지각된 수준과 기대수준과의 차이를 분석함으로써 가능하다. 이러한 노력들이 구체적으로 실행되기 위해서는 고객의 기대수준이나 지각된 수준을 결정하는 요인에 대한 이해가 필요하다[5].

고객만족에 대한 선행연구는 크게 두 가지 관점에서 이루어져 왔다. 첫 번째는 거래특유적(transaction-specific) 고객만족으로서 단발적인 거래에 따라 만족과 불만족이 결정된다고 보는 견해이다. 두 번째 관점은 누적적(cumulative) 고객만족으로서 장기적인 거래 및 소비경험의 축적을 통해 만족과 불만족이 결정된다는 견해이다. 거래특유적(transaction-specific) 고객만족은 기대적응수준과 불일치 지각의 함수라고 규정하면서 기대불일치 패러다임을 제안하는 것을 의미한다. 이에 따르면 성과가 기대와 같거나 초과하면 만족이 증가하고, 성과가 기대에 못 미치면 불만족이 나타난다는 것이다. Oliver[6]는 이러한 만족을 특정거래에 대해 선택 후 내리는 지각된 성과를 기대와 비교한 평가적 판단이라고 정의하였다. 누적적(cumulative) 고객만족을 거래특유적 만족의 각 경험들이 모여 제품이나 서비스에 대한 전체적인 평가결과로서 시간경과에 따른 장기

간의 거래 및 서비스 경험에 근거한 평가를 의미한다 [21]. 특히 의료서비스에서 고객만족이란 고객들이 의료서비스를 이용하기 전이나 이용하는 동안 그리고 이용 후에 의료서비스와 관련된 자극에 대해 지각한 가치의 판단이며 지속되는 반응이라고 정의 될 수 있다[7].

3. 재이용의도

병원을 방문한 고객이 다시 이용하고 싶은 마음을 갖게 된다는 것은 병원서비스의 결과이자 목표라고 할 수 있다. 재이용의도란 소비자의 계획된 미래행동을 의미하는 것으로 신념과 태도가 실제 구매행동으로 옮겨질 확률이라고 할 수 있다[8][9]. 따라서 재이용의도는 소비자가 제품이나 서비스를 미래에 반복해서 구매할 것 인지에 대한 소비자들의 평가를 가장 직접적으로 나타 내는 지표로서, 실제적인 재구매 행동 및 고객유치와 밀접한 관련이 있다. 일반적으로 고객들은 병원을 이용 하고 난 후 각자의 판단 기준에 따라 만족이나 불만족 을 경험하게 되며, 이에 따라 추후에도 동일 진료 및 서 비스에 대한 이용을 할 것인지, 또는 주위 사람들에게 이용해 보도록 권유할 것인지를 결정하게 된다.

병원에서 고객들의 재이용의도는 병원의 수익창출에 직·간접적인 영향을 미쳐 소홀히 할 수 없는 부분이기 때문에 많은 노력을 기울이고 있으며, 고객의 입장에서 는 일정한 의료나 서비스에 만족을 느끼면 병원에 대한 신뢰도가 높아져 재이용으로 이어지게 되므로 병원의 입장에서는 별다른 투자없이 지속적인 이익 및 고정고객을 확보할 수 있어 장기적인 측면에서 볼 때 재이용 의도의 수요창출로 인한 병원경영에 큰 도움이 될 수 있다. 또한 병원을 이용하는 고객 중에는 만성질환을 가지고 있는 환자가 많기 때문에 재이용의도가 더욱 중요하다고 할 것이다[23].

III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설

본 연구는 지금까지 살펴본 이론적 배경과 여러 선행 연구들을 바탕으로 병원에서 제공하는 서비스가 환자

및 보호자 즉 고객들의 만족과 재이용의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증하는데 목적이 있다 또한 병원에서 제공하는 서비스 정도에 따라 병원을 재이용하려는 과정에서 서비스에 대한 만족정도에 따라 재이용의도가 어느 정도 영향을 받는지도 검증하고자 한다. 따라서 본 연구의 분석모형은 아래의 [그림 1]과 같이 독립 변수로 병원선택요인 5가지를, 매개변수로 고객만족을, 종속변수로 고객만족을 통해 재이용의도를 선정하였으며 이를 토대로 연구의 모형을 설계하고 연구가설과 변수에 대한 조작적 정의를 내리고 변수들 간의 관계를 실증적으로 검증하고자 한다.

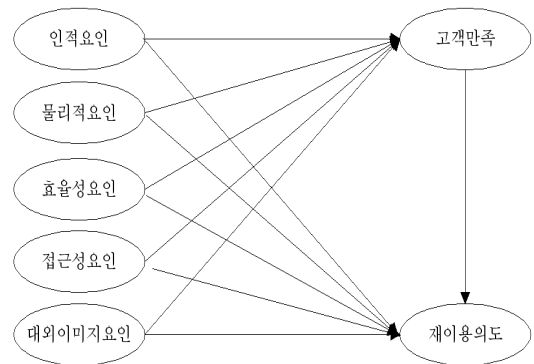


그림 1. 연구모형

이에 따라 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설 1. 병원선택요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-1. 병원선택요인 중 인적요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-2. 병원선택요인 중 물리적요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-3. 병원선택요인 중 효율성요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-4. 병원선택요인 중 접근성요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-5. 병원선택요인 중 대외이미지요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 병원선택요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 가설 2-1. 병원선택요인 중 인적요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-2. 병원선택요인 중 물리적요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-3. 병원선택요인 중 효율성요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-4. 병원선택요인 중 접근성요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-5. 병원선택요인 중 대외이미지요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 병원 이용자의 고객만족은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 연구대상

본 연구의 설문문항은 선행연구를 참고하여 작성하였으며, 최종적인 설문문항을 구성하기 전 S병원을 대상으로 2014년 5월 26일부터 2014년 5월 30일까지 병원 내원 고객들을 대상으로 사전조사를 실시하였다. 사전조사 후 설문지 문항들의 타당도와 신뢰도 분석을 통하여 설문문항을 일부 수정한 후 최종적인 설문지를 작성하였다. 본 연구의 가설 검정을 위한 조사 방법으로써 부산 H병원(868병상), 울산 U병원(877병상), 경남의 S병원(720병상) 등 3개 종합병원을 이용한 외래환자 및 보호자를 대상으로 2014년 6월 1일부터 6월 28일까지 4주간 직접 설문조사를 실시하였다. 조사를 위해 총 550부의 설문지를 배포하였으며, 그 중 응답이 불성실한 자료를 제외한, 최종 519부의 설문자료를 본 연구 모형의 검증에 위해 이용하였다.

본 연구에서 회수한 설문지를 통해 조사대상자의 일반적 특성들을 파악하기 위한 빈도분석을 한 결과는 다음 [표 1]과 같다. 성별은 남성이 212명(40.8%), 여성이 307명(59.2%)로 여성이 조금 많은 것으로 나타났으며, 연령에서는 40대가 195명(37.6%)으로 가장 많았고, 60대 이상이 33명(6.4%)로 가장 적었으며, 직업에서는 사무/전문/관리직이 246명(47.4%)으로 가장 많았으며 무직이 51명(9.8%)으로 가장 적었다. 학력에서는 대졸이상이 326명(62.6%)으로 가장 많았으며 중졸이하가 12명(2.3%)으로 가장 적었으며, 병원방문에서는 첫 방문

이 112명(21.6%), 재방문이 407명(78.4%)로 재방문이 훨씬 많았으며, 소득에서는 200만원~300만원 미만이 129명(24.9%)으로 가장 많았으며, 100만원미만이 39명(7.5%)으로 가장 적었다. 병원선택이유에서는 본인판단 및 경험이 274명(52.8%)으로 가장 많았고 병원 홍보매체가 13명(2.5%)으로 가장 적었으며, 병원이용경로에서는 자가용이 315명(60.7%)로 가장 많았으며 기타가 6명(1.2%)으로 가장 적은 것으로 나타났다.

표 1. 조사대상자의 일반적 특성

구분		N(명)	비율(%)
성별	남성	212	40.8
	여성	307	59.2
연령	20대 이하	68	13.1
	30대	118	22.7
	40대	195	37.6
	50대	105	20.2
	60대 이상	33	6.4
직업	사무/전문/관리직	246	47.4
	단순/서비스/기능직	147	28.3
	무직	51	9.8
학력	기타	75	14.5
	중졸 이하	12	2.3
	고졸 이하	112	21.6
	대졸 이하	326	62.8
소득	대학원 재학이상	69	13.3
	100만원 미만	39	7.5
	100만원~200만원 미만	104	20.0
	200만원~300만원 미만	129	24.9
	300만원~400만원 미만	99	19.1
병원 방문	400만원~500만원 미만	76	14.6
	500만원 이상	72	13.9
	첫 방문	112	21.6
	재 방문	407	78.4
	병원 선택 이유	본인판단 및 경험	274
가족(배우자, 부모, 형제 등) 권유		79	15.2
지인(친구, 이웃 등) 권유		79	15.2
다른 병원 의사(의료기관)의 추천		41	7.9
병원 홍보매체		13	2.5
병원 이용 경로	기타	33	6.4
	도보	49	9.4
	자가용	315	60.7
	버스	93	17.9
	택시	29	5.6
	지하철	27	5.2
합 계		519	100.0

3. 변수의 정의와 측정도구

3.1 병원선택요인

3.1.1 인적요인

병원고객들이 병원을 선택하는 의료서비스에서 인적 서비스는 병원에서 서비스를 전달하는 종업원(의사, 간호사, 행정직원)의 자질 및 태도에 대해 소비자(환자)가 느끼는 정도로 정의된다. 변수의 측정도구는 정혜인[10], 김성수[7], 이동걸[11]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 수정 보완하여 총 6개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 리커트 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다.

3.1.2 물리적요인

병원선택의 물리적요인은 병원에서 제공하는 의료기기 및 장비, 휴게공간이나 편의시설, 환경의 청결, 주차공간 등으로 정의하였다. 측정항목은 최영선[12], 김미교[3], 정혜인[10], 박옥순[13]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 측정도구를 수정 보완하여 총 5개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 리커트 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다.

3.1.3 효율성요인

병원선택의 효율성요인은 접수·수납 대기시간, 진료 대기시간, 검사 대기시간, 진료절차 간편성 및 편리성, 시간의 신속성, 진료비의 적절성 등으로 정의하였다. 측정도구는 김미교[3], 정혜인[10], 박옥순[13]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 측정 항목을 수정 보완하여 총 6개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 리커트 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다.

3.1.4 접근성요인

병원선택의 접근성요인은 병원 진입도로 개선, 버스 노선 확충 및 관리, 택시 접근성 확보 등으로 정의하였

다. 측정도구는 이경아[13], 정혜인[10], 김성수[7]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 측정 항목을 수정 보완하여 총 5개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 리커트 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다.

3.1.5 대외이미지요인

병원선택에서 대외이미지는 병원서비스를 받음에 있어 특정병원에 대해 소비자(환자)가 긍정적으로 느끼는 정도로 정의하였다. 측정도구는 이경아[13], 최영선[12], 김성수[7]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 수정 보완하여 총 5개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 리커트 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다.

3.2 고객만족

고객 만족은 병원서비스를 받음에 있어 소비자(환자)가 지각하는 전반적인 서비스에 대한 평가로 정의하였다. 측정도구는 이경아[13], 김영일[15], 최영선[12]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 수정 보완하여 총 5개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 리커트 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다.

3.3 재사용의도

의료서비스에서 재이용 의도는 소비자(환자)가 의료 서비스에 대해 다시 재구매 가능성의 정도로 정의하였다. 측정도구는 정혜인[10], 이웅재[16], 최영선[12]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 수정 보완하여 총 5개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 리커트 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다.

4. 측정도구의 타당도 및 신뢰도 검증

본 연구에서는 병원선택요인(인적, 물리적, 효율성, 접근성, 대외이미지), 고객만족, 재이용의도를 유형화하기 위하여 주성분 분석방법(Principal Component Analysis)에 의한 요인분석(Factor Analysis)를 실시하였다. 요인회전은 직교회전(Varimax)방법을 이용하였으며, 요인분석을 통해 도출된 요인들의 문항간의 내적 일관성을 나타내는 신뢰도 분석은 Cronbach's α 계수를 통해 검증하였다. 각 요인들은 Cronbach's α 값이 신뢰할 수 있다고 받아들여지는 기준인 0.5보다 커서 각 요인을 구성하는 문항을 척도로서 신뢰할 수 있다.

5. 분석방법

종합병원 이용자의 병원선택요인이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향에 대한 실증분석을 위해 IBM SPSS Statistics 21.0과 AMOS 21.0 통계프로그램을 사용하였다. 자료 처리를 위한 분석기법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 정리하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 검증변수들의 특성을 파악하기 위한 평균, 표준편차 등을 얻기 위해 기술통계분석을 하였다. 셋째, 설문에 의한 변수 구성의 타당성과 문항 간의 내적 신뢰도를 측정하기 위해 요인분석과 신뢰도 검증을 하였다. 넷째, 가설 검증에 앞서 변수들 간에 관련성의 정도를 파악하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 다섯째, AMOS 21.0의 구조방정식을 이용하여 적합도 분석과 가설검증을 위한 경로분석을 실시하였다.

6. 요인분석 결과

6.1 병원선택 요인분석 결과

병원선택요인의 하위차원은 5개의 요인이 도출되었으며, 구성 요인들의 설명된누적분산은 65.88%로 나타났다. 요인 1, 인적 요인의 누적분산은 16.48%, 물리적 요인의 누적분산은 29.88%, 효율적 요인의 누적분산은 43.23%, 접근성 요인의 누적분산은 56.33%, 대외이미지 요인의 누적분산은 65.88%로 나타났다. 추출된 요인들의 문항간의 내적 일치도는 Cronbach's α 값이 인적 요

인 .843, 물리적 요인 .833, 효율적 요인 .902, 접근성 요인 .784, 대외이미지 요인 .880으로 5개의 각 요인들에 대한 구성항목들의 Cronbach's α 값이 .78-.90으로 분포하여 각 요인을 구성하는 문항을 척도로서 신뢰할 수 있다. 그리고 신뢰도 분석을 통하여 인적 요인과 접근성 요인에서 각 1개의 항목을 제거하였다.

표 2. 병원선택 요인분석 결과

	설문문항	M±SD	요인 부하량	설명된 누적분산	Cronbach's α
인적 요인	간호사는 진료과정에서 예의있고 친절	3.72±.766	.791	16.482	.843
	검사실 직원은 진료과정에서 예의있고 친절	3.62±.759	.717		
	접수. 수납창구 직원은 예의있고 친절	3.73±.783	.708		
	의사는 진료과정에서 예의있고 친절	3.55±.762	.682		
	의사는 치료과정, 방법에 대한 자세한 설명	3.53±.787	.603		
	담당의사의 실력과 의술에 대하여 신뢰	3.69±.722	.492		
물리적 요인	휴게공간이나 편의시설이 우수	3.25±.847	.766	29.887	.833
	환경이 깨끗하고 청결	3.68±.726	.720		
	주차시설이 편리	2.81±.079	.685		
	안내표지가 잘 되어있어 위치 찾기 용이	3.26±.850	.618		
	의료기기 및 장비가 우수	3.73±.730	.559		
효율적 요인	접수.수납창구 대기시간이 적절	3.23±.848	.874	43.243	.902
	검사 대기시간이 적절	3.19±.828	.821		
	진료대기시간이 적절	3.07±.882	.809		
	전반적인 진료절차가 간편하고 편리	3.24±.872	.675		
	진료비는 제공 받은 서비스와 비교하여 적절	3.26±.847	.647		
	진료 중 부서 간 협조 연계가 잘 됨	3.32±.781	.542		
접근성 요인	병원위치를 손쉽게 설명	3.44±.781	.758	56.333	.784
	병원 이용 시 교통이 편리	3.04±.882	.676		
	병원이용 정보를 쉽고 편하게 얻을 수 있음	3.32±.732	.654		
	병원 홍보매체가 병원이용에 도움	3.31±.782	.535		
	진료 예약 및 이용 절차가 쉽고 간편	3.44±.774	.498		
대외 이미지 요인	지역사회 기여도가 높음	3.52±.755	.746	65.889	.880
	사회적인 봉사활동을 많이	3.34±.761	.735		
	대외적으로 좋은 평판	3.52±.740	.649		
	의료수준이 높고 의료시설이 좋음	3.58±.715	.638		
	환자들에게 친근한 인성	3.36±.748	.583		

6.2 고객만족 요인분석 결과

고객만족의 요인 분석을 하였으며, 구성 요인들의 총 누적분산은 68.78%로 나타났다. 그리고 추출된 요인들의 문항간의 내적 일치도는 Cronbach's α 값이 고객만족 .898로 각 요인을 구성하는 문항을 척도로서 신뢰할 수 있다.

표 3. 고객만족 요인분석 결과

	설문문항	M±SD	요인 부하량	설명된 누적분산	Cronbach's α
고객만족	접수 및 수납서비스에 만족	3.55±.746	.822	68.780	.898
	이용 후 병원선택에 만족	3.44±.717	.815		
	전반적 서비스에 만족	3.41±.725	.779		
	진단과 치료효과에 만족	3.57±.682	.756		
	차별적인 의료서비스에 만족	3.31±.746	.748		

6.3 재이용의도 요인분석 결과

재이용의도의 요인 분석을 하였으며, 구성 요인들의 총 누적분산은 68.81%로 나타났다. 그리고 추출된 요인들의 문항간의 내적 일치도는 Cronbach's α 값이 고객만족 .748로 각 요인을 구성하는 문항을 척도로서 신뢰할 수 있다.

표 4. 재이용의도 요인분석 결과

	설문문항	M±SD	요인 부하량	설명된 누적분산	Cronbach's α
재이용의도	의료비가 다른 곳보다 비싸도 계속 이용할 것	3.04±.896	.812	68.810	.748
	시간이 걸리더라도 계속 진료 받을 것	3.14±.863	.796		
	다른 질병이 발생되었을 경우에도 이 병원을 이용	3.54±.734	.704		
	병원을 다음에도 계속 이용할 것	3.67±.677	.617		
	이 병원을 다른 사람들이 이용하도록 권유	3.56±.802	.566		

요인, 물리적으로인, 효율성요인, 접근성요인, 대외이미지 요인과 고객만족, 재이용의도와 상관을 분석한 결과는 [표 5]와 같다. 첫째, 병원선택요인의 하위요소들간의 상관을 살펴보면, 중간정도의 상관을 가지는 것으로 나타났으며 상호간에 상관계수가 최저 .498에서부터 최고 .661까지로 나타났다. 둘째, 병원선택요인과 고객만족간의 상관을 살펴보면, 인적요인, 물리적으로인, 효율성요인, 접근성요인은 중간정도의 상관을 대외이미지요인과는 강한 상관을 가지는 것으로 나타났으며, 상호간에 상관계수가 최저 .626에서부터 최고 .757까지로 나타났다. 셋째, 병원선택요인과 재이용의도의 상관을 살펴보면, 모두 중간정도의 상관을 가지는 것으로 나타났으며, 상호간에 상관계수가 최저 .486에서부터 최고 .673까지로 나타났다. 넷째, 고객만족과 재이용의도의 상관을 살펴보면, 중간정도의 상관을 가지는 것으로 나타났으며, 상호간에 상관계수는 .689정도로 나타났다. 따라서 모든 변수들 간에는 양(+)의 방향으로 유의한 관련성이 있는 것으로 나타났다.

표 5. 상관관계 분석 결과

구분	인적 요인	물리적 요인	효율성 요인	접근성 요인	대외이미지 요인	고객만족	재이용의도
인적요인	1						
물리적 요인	.567**	1					
효율성 요인	.545**	.572**	1				
접근성 요인	.498**	.611**	.518**	1			
대외이미지 요인	.631**	.637**	.629**	.661**	1		
고객만족	.673**	.626**	.670**	.634**	.757**	1	
재이용의도	.514**	.513**	.486**	.542**	.673**	.689**	1

* **, p< 0.01 * . p(0.05).

IV. 연구결과

1. 상관관계 분석 결과

본 연구의 분석모형에 따라 가설의 설정과 변수들의 관련성여부를 검증하기 위하여 변수들 간의 상관관계 분석을 실시하였다. 병원선택요인의 하위요소인 인적

2. 가설검정 결과

2.1 확인적 요인분석을 이용한 타당도 및 적합도 분석

구성개념들 간의 인과관계의 형성여부를 검증하기 위하여 경로모형을 적용하였다. 본 연구에서는 7개의 요인으로 구성되어 있고, 이들 요인 간 타당성을 검증하기 위해 AMOS 21.0을 이용한 확인적 요인분석

(Confirmatory factor analysis)을 실시하였으며, 확인적 요인분석결과는 [표 6]과 같다. 다만, 고객만족, 재이용의도는 하부요인으로 나누어지지 않아 요인의 모든 변수를 그대로 입력하였다.

AMOS를 이용한 구조모형의 분석을 통한 모형의 적합도를 통해 요인의 타당성을 확인할 수 있는데, 전체적인 모형의 적합도를 판단하기 위해 GFI(≥ 0.90), AGFI(≥ 0.90), χ^2 (적용수록 바람직함), χ^2 에 대한 p값(0.05)등을 이용하였다. 분석결과 적합도 지수들이 $\chi^2=603.795$, $df=323$, $p=.000$, GFI=.923, AGFI=.903, RMR=.022, MSEA=.041, NFI=.931 CFI=.967으로 적합도 지수들은 대부분 권장수준 내에 있는 것으로 나타나, 전반적으로 자료가 모형에 적합함을 알 수 있다.

χ^2 은 표본의 수에 따라 변화하는 모습을 보이고 표본수가 큰 경우에 커지는 경향이 있어 적합도 판정에 심각한 영향을 주지 못한다. 일반적으로 χ^2/df 의 값이 3보다 작으면 상당히 좋다고 볼 수 있는데 본 연구에서는 χ^2/df 의 값이 1.869을 보이고 있어 매우 이상적이라고 할 수 있다.

표 6. 연구모형의 확인적 요인분석 결과

요인	측정변수	요인 부하량	S.E.	C.R.(t값)	P	
병원선택 요인	인적 요인	인적요인6	1			
		인적요인5	1.028	0.071	14.523	***
		인적요인4	1.114	0.073	15.326	***
		인적요인3	1.052	0.078	13.418	***
	물리적 요인	물리적으로인5	1			
		물리적으로인4	1.179	0.081	14.528	***
		물리적으로인3	0.822	0.055	15.053	***
		물리적으로인2	1.061	0.064	16.537	***
		물리적으로인1	0.84	0.06	14.061	***
	효율성 요인	효율성요인6	1			
		효율성요인5	0.965	0.051	19.002	***
		효율성요인4	0.838	0.047	17.725	***
		효율성요인1	0.894	0.054	16.563	***
	접근성 요인	접근성요인5	1			
		접근성요인4	1.197	0.089	13.445	***
		접근성요인1	1.117	0.09	12.408	***
대외 이미지 요인	대외이미지5	1				
	대외이미지4	0.913	0.047	19.445	***	
	대외이미지3	0.875	0.052	16.948	***	
	대외이미지1	0.943	0.049	19.334	***	
고객만족	고객만족5	1				
	고객만족4	0.987	0.045	21.916	***	
	고객만족3	0.989	0.042	23.425	***	
	고객만족1	0.888	0.041	21.425	***	
재이용 의도	재이용의도5	1				
	재이용의도3	0.973	0.046	21.296	***	
	재이용의도2	1.022	0.122	8.353	***	
	재이용의도1	0.881	0.042	20.886	***	

* $\chi^2=603.795$ $df=323$, $p=.000$, $\chi^2/df=1.869$ *** $p<.001$
 RMR=.022 GFI=.923 AGFI=.903 NFI=.931 CFI=.967
 RMSEA=.041

2.2 검정 결과

확인요인분석을 통해 타당성이 확보된 요인들로 전체 인과관계를 분석하기 위해 경로분석을 실시하였다. 연구모형의 경로분석 결과는 [표 7]과 같다. 전체의 경로분석 결과 모형의 적합도는 $\chi^2=.593.843(df=322, p=0.000)$ GFI=.924, NFI=.932, CFI=.968, RMR=.022으로 나타나 적합도 지수들은 대부분 권장수준 내에 있는 것으로 나타나, 전반적으로 자료가 모형에 적합함을 알 수 있다.

본 가설의 각 경로에 대해 가설을 검정한 결과는 다음과 같다. 총11개의 가설 중에서 5개의 가설이 채택되었고, 6개의 가설이 기각되었다.

가설 1-1. 종합병원 이용자의 병원선택 시 인적요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다(Estimate=0.277, C.R=4.789, p=.000). 가설 1-2. 종합병원 이용자의 병원선택 시 물리적으로인5는 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기각되었다(Estimate= -0.004, C.R=-0.066, p=.947). 가설 1-3. 종합병원 이용자의 병원선택 시 효율성요인5는 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기각되었다(Estimate=-0.052, C.R=-0.939, p=.348). 가설 1-4. 종합병원 이용자의 병원선택 시 접근성요인5는 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다(Estimate=0.323, C.R=3.964, p=.000). 가설 1-5. 종합병원 이용자의 병원선택 시 대외이미지요인5는 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다(Estimate=0.441, C.R=4.886, p=.000).

가설 2-1. 종합병원 이용자의 병원선택 시 인적요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기각되었다(Estimate=-0.059, C.R=-0.826, p=.409). 가설 2-2. 종합병원 이용자의 병원선택 시 물리적으로인5는 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기각되었다(Estimate=0.001, C.R=0.011, p=.991). 가설 2-3. 종합병원 이용자의 병원선택 시 효율성요인5는 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기각되었다(Estimate= -0.123, C.R=-1.924, p=.054). 가설 2-4. 종합병원 이용자의 병원선택 시 접근성요인5는 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기각되었다

(Estimate=0.046, C.R=0.463, p=.644). 가설 2-5. 종합 병원 이용자의 병원선택 시 대외이미지요인은 재이용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다 (Estimate=0.396, C.R=3.378, p=.000).

가설 3. 종합병원 이용자의 고객만족은 재이용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다 (Estimate=0.710, C.R=6.656, p=.000).

표 7. 연구모형의 경로분석 결과

경로	Estimate	S.E.	C.R(t값)	P	결과
인적요인→고객만족	0.277	0.058	4.789	***	채택
물리적으로인→고객만족	-0.004	0.057	-0.066	0.947	기각
효율성요인→고객만족	0.052	0.056	0.939	0.348	기각
접근성요인→고객만족	0.323	0.082	3.964	***	채택
대외이미지요인→고객만족	0.441	0.090	4.886	***	채택
인적요인→재이용의도	-0.059	0.071	-0.826	0.409	기각
물리적으로인→재이용의도	0.001	0.066	0.011	0.991	기각
효율성요인→재이용의도	-0.123	0.064	-1.924	0.054	기각
접근성요인→재이용의도	0.046	0.099	0.463	0.644	기각
대외이미지요인→재이용의도	0.396	0.117	3.378	***	채택
고객만족→재이용의도	0.710	0.107	6.656	***	채택

* p=.000($\chi^2=593.843$ d.f=322) $\chi^2/d.f=1.844$ ***p<.001
GFI=.924, AGFI=.904, NFI=.932, CFI=.968, RMR=.022, RMSEA=.040

3.3. 연구모형의 효과분석 결과

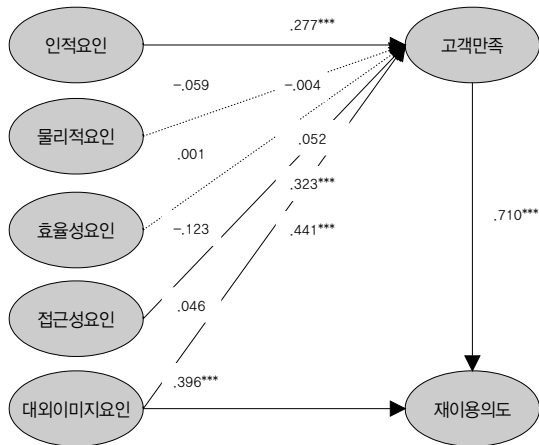
연구모형의 직접효과, 간접효과, 총효과를 분석한 결과는 [표 8]과 같다. 재이용의도에 영향을 주는 효과를 분석한 결과, 직접적인 영향을 주는 변수는 고객만족으로 나타났으며 직접적인 효과만 있으며 총 .710의 영향을 주는 것으로 나타났다. 다음으로 영향을 미치는 변수는 대외이미지요인으로 직접적으로 .396의 영향을, 간접적으로는 .313의 영향을 주는 것으로 나타났으며 총 .710의 영향을 미치는 것으로 나타나 부분매개의 역할을 하는 것을 알 수 있다. 다음으로 인적요인은 직접적인 효과는 없는 것으로 나타났지만 간접적으로는 .197의 영향을 미치는 것으로 나타나 완전매개효과가 있는 것을 알 수 있다. 다음으로 접근성요인도 직접적인 효과는 없는 것으로 나타났지만 간접적으로는 .230의 영향을 미치는 것으로 나타나 완전매개효과가 있는 것을 알 수 있다. 그러나 물리적으로인, 효율적요인은 직접, 간접효과 모두가 없는 것으로 나타났다.

이상의 직접효과, 간접효과, 총효과를 분석한 결과 재이용의도에 가장 큰 영향을 미치는 것은 고객만족이고

다음으로 대외이미지요인인 것으로 나타났다. 이러한 결과는 고객들의 병원 재이용의도에는 고객만족이 가장 중요한 것임을 알 수 있고 다음으로 대외이미지가 중요함을 알 수 있다. 하지만 인적요인과 접근성요인은 직접적으로는 재이용의도에 영향을 주지 않지만 고객만족의 매개역할을 통해 재이용의도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. [그림 2]는 연구모형의 경로도해를 나타낸 것이다.

표 8. 연구모형의 효과분석 결과

내생변수	예측변수	직접효과	간접효과	총효과
재이용의도	인적요인	-.059	.197***	.138
	물리적으로인	.001	-.003	-.002
	효율성요인	-.123	.037	-.086
	접근성요인	.046	.230***	.276
	대외이미지요인	.396***	.313***	.710
	고객만족	.710***	0	.710



→ 유의한 경로 ***p<.001
 → 유의하지 않은 경로

그림 2. 연구모형의 경로도해

V. 고찰 및 결론

본 연구는 병원선택요인이 고객만족과 재이용의도에

미치는 영향을 분석하였다. 본 연구의 결과를 선행연구와 비교해 보면, 병원선택요인 중 인적요인, 접근성요인, 대외이미지요인이 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 이는 병원선택요인 및 만족도 제고 연구에서 인적전문성, 접근편리성, 신속 간편성이 환자만족에 큰 영향을 미친다는 이경아[14]의 연구, 병원선택요인에 따른 의료서비스 만족도에 관한 연구에서 인적서비스, 의료서비스의 질, 병원의 이미지가 환자의 만족도에 영향을 미친다는 김미교[3]의 연구결과와 일치하였다. 그러나 병원선택요인이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향분석을 실시한 박민향[17]의 연구에서는 병원의 의료장비 및 편의시설, 주차시설 등 물리적으로인 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구와 상반된 결과를 나타냈다. 의료서비스 품질이 고객만족과 타인추천의사에 미치는 영향에 관한 정지영[18]의 연구에서도 절차의 편리성을 나타내는 효율성요인이 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 반대의 결과를 나타냈다.

본 연구에서는 병원선택요인 중 대외이미지요인이 재이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 이는 의료서비스가 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향 연구에서 외래환자의 병원선택요인과 만족도에 관한 연구에서 홍보와 전문성을 강조한 대외적 평판이 재이용의도에 큰 영향을 미친다는 정혜인[10]의 연구, 치과 의료서비스의 환자만족도와 병원재이용의사에 관한 연구에서 구전에 의한 병원 평판 및 이미지가 재이용의사에 영향을 미친다는 최순혁[19]의 연구와 일치하였다. 그러나 일 종합병원 외래환자의 진료대기시간 및 환자만족도, 재이용의도와와의 관계를 연구한 고유경[20]에서는 효율성요인을 나타내는 대기시간이 재이용의도에 영향을 미치지 않는다는 상반된 결과를 나타냈다. 의료진의 실력과 의술에 대한 신뢰도를 나타내는 인적요인이 높을수록 재이용의도가 높은 것으로 나타난 최영선[12]의 연구도 반대결과를 나타냈다.

본 연구는 종합병원 이용자의 병원선택요인, 만족도, 재이용의도의 관계를 실증적 분석을 통해 검증하였다는 점에서 연구로서의 가치가 있으나 다음과 같은 연구의 한계점을 지닌다. 첫째, 본 연구의 조사지역이 부

산·울산·경남소재 3개 지방 종합병원을 대상으로 하였다는 점으로 전국의 모든 종합병원 이용자의 성향을 대변하기에는 한계점이 존재하며 향후 서울 및 수도권 또는 전국지역을 고려한 연구가 필요하다고 하겠다. 둘째, 본 연구는 종합병원 외래 환자 및 보호자를 연구대상으로 하였기 때문에 후속연구에서는 입원환자, 종합병원 및 중·소병원, 전문요양병원, 국·공립병원, 환자성격(중증/경증) 등 다른 유형들을 대상으로 연구를 진행하여 결과를 비교하는 등 향후 추가 연구를 진행할 여지가 있다고 생각된다. 셋째, 병원선택요인에 관한 다수의 선행연구를 바탕으로 설문항목 및 연구방법을 참고하여 본 연구를 진행하였으나, 향후 관련된 연구에서는 병원선택요인들을 일반화 하여 보다 일관되게 측정할 수 있는 대표적 측정도구의 개발이 요구된다.

본 연구의 결과를 통해 가설은 다음과 같이 검증되었다.

첫째, 가설 1-1. 종합병원 이용자의 병원선택 시 인적요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 가설 1-2. 종합병원 이용자의 병원선택 시 물리적으로인 고객만족에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 셋째, 가설 1-3. 종합병원 이용자의 병원선택 시 효율성요인은 고객만족에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 넷째, 가설 1-4. 종합병원 이용자의 병원선택 시 접근성요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다섯째, 가설 1-5. 종합병원 이용자의 병원선택 시 대외이미지요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 가설 2-1. 종합병원 이용자의 병원선택 시 인적요인은 재이용의도에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 일곱째, 가설 2-2. 종합병원 이용자의 병원선택 시 물리적으로인 재이용의도에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 여덟째, 가설 2-3. 종합병원 이용자의 병원선택 시 효율성요인은 재이용의도에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 아홉째, 가설 2-4. 종합병원 이용자의 병원선택 시 접근성요인은 재이용의도에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 열번째, 가설 2-5. 종합병원 이용자의 병원선택 시 대외이미지요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 열한번

제, 가설 3. 종합병원 이용자의 고객만족은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

경로분석 결과를 보면, 병원선택요인 중 인적요인, 접근성요인, 대외이미지요인은 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 물리적요인, 효율성요인은 고객만족에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이에 따라 병원을 찾아오는 고객들의 만족도 제고를 위해서는 의사, 간호사, 행정직원 등 병원인적 구성원들의 환자서비스를 강화하는 한편, 교통과 정보 측면에서 접근성을 높이며, 대외적으로 평판과 인상 등의 이미지 향상에 노력해야 할 것이다. 특히 의료서비스의 핵심적 공급자인 의사, 간호사, 원무직원 등 환자와 직접적 관련이 있는 고객 접점부서 인력들이 의료서비스의 질과 내용을 결정하는 중요한 요소이므로 이들에 대한 지속적인 교육과 역량강화가 중요하다고 하겠다. 더불어 병원선택요인 중 대외이미지요인만이 재이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 이의 중요성을 확인할 수 있었다.

본 연구에서 특히 주목할 만한 결과는 대외이미지요인이 고객만족과 재이용의도 모두에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 최근 많은 병원들은 취약지역 무료진료, 지역민을 위한 건강강좌, 음악회, 전시회, 어린이병원학교 등 다양한 활동을 통하여 지역사회의 Social marketing 강화하고 있다. 이러한 홍보와 지역사회 기여 및 봉사활동 등의 강화를 통해 대외적인 이미지를 제고하기 위한 지속적인 노력을 기울여야 할 것이다.

본 연구의 결과를 통해, 병원경영진이 환자만족도와 재이용의도를 높여 궁극적으로 수익성의 제고로 연결시키기 위해서는 경영전략의 수립 시 고객의 병원선택에 영향을 미치는 다양한 요인들의 역학관계를 고려하는 것이 매우 중요함을 시사해 주고 있다. 즉 병원들이 경영전략을 구축할 때 병원선택요인을 다각적으로 반영한다면 '고객중심의 병원'으로 도약하는데 커다란 도움이 될 것이며, 이는 병원의 경쟁력을 차별화시켜 경영여건을 개선하는 결과로 이어질 것이다. 마지막으로 본 연구의 결과가 종합병원들이 고객의 만족도와 재이용을 제고할 수 있는 경영전략을 수립하는데 유용한 기초자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

참 고 문 헌

[1] 이은자, *의료기관 외래환자의 의료기관 재이용 영향 요인에 관한 연구*, 카톨릭대학교 행정대학원, 2012.

[2] 강준한, *의료서비스 품질 핵심 요인이 고객의 재이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구*, 인제대학교 대학원, 박사학위논문, 2012.

[3] 김미교, *병원선택요인에 따른 의료서비스 만족도에 관한 연구*, 동아대학교 대학원, 박사학위논문, 2007.

[4] 정해미, *지각된 대기시간과 고객만족도 및 재이용 의도와와의 관계*, 서울대학교 대학원, 석사학위논문, 2014.

[5] 한아름, *병원이미지가 고객만족도와 재이용 의도에 미치는 영향*, 순천향대학교 건강과학 대학원, 석사학위논문, 2013.

[6] Oliver, *Satisfaction A Behavior all perspective on the Consumer*, McGraw-Hill, International Editions, 1997.

[7] 김성수, *서비스관계에 따라 서비스품질, 서비스가치, 감정반응 및 명성이 고객 만족과 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구*, 한양대학교 대학원, 박사학위논문, 2010.

[8] J. F. Engel, R. D. BlackWell, and P. W. Miniard, *Consumer behavior, 8th edition*, Chicago: The Dryden Press, 1995.

[9] 양종현 외, *요양병원의 서비스품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향*, 병원경영학회지, 제17권, 제3호, pp.37-56, 2012.

[10] 정해인, *외래환자의 병원선택요인과 만족도에 관한 연구*, 중앙대학교 교육대학원, 석사학위논문, 2009.

[11] 이동걸, *중소병원의 의료서비스 품질이 고객가치, 고객만족 및 재이용 의도에 미치는 영향*, 울산대학교 경영대학원, 석사학위논문, 2012.

[12] 최영선, *노인병원 선택요인과 만족도가 재이용의사에 미치는 영향*, 고신대학교 대학원, 석사학위논문, 2007.

[13] 박옥순, *의료기관 선택기준에 영향을 미치는 요인*

에 관한 연구, 인제대학교 대학원, 박사학위논문, 2013.

- [14] 이경아, *병원선택요인 및 만족도 제고*, 가천의과대학교 병원경영대학원, 석사학위논문, 2006.
- [15] 김영일, *병원서비스품질이 고객만족 및 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구*, 원광대학교 산업경영대학원, 석사학위논문, 2010.
- [16] 이웅재, *노인전문병원의 의료서비스 품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향*, 공주대학교 경영행정대학원, 석사학위논문, 2009.
- [17] 박민향, *병원선택요인이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향 분석*, 충북대학교 대학원, 박사학위논문, 2010.
- [18] 정지영, *의료서비스 품질이 고객만족도와 타인추천의사에 미치는 영향에 관한 연구*, 경희대학교 경영대학원, 석사학위논문, 2012.
- [19] 최순혁, *치과 의료서비스의 환자만족도와 병원재이용 의사에 관한 연구*, 한양대학교 기업경영대학원, 석사학위논문, 2012.
- [20] 고유경, "일 종합병원 외래환자의 진료대기시간 및 환자만족도, 재이용의도와 관계", *간호행정학회지*, 제16권, 제3호, pp.219-228, 2010.
- [21] E. W. Anderson, C. Fornell, and D. R. Lehmann, "Customer Satisfaction, Market share, and Profitability," *Journal of Marketing*, Vol.13, pp.53-66, 1994.
- [22] K. Megivern and Margo Haim, G. Jones. "Measuring patient satisfaction as an outcome of nursing care," *Journal of Nursing Quality*, Vol.6, No.4, pp.9-24, 1992.
- [23] 권진, "노인요양병원 선택요인이 환자만족도와 재이용 및 구전의도에 미치는 영향", *한국콘텐츠학회논문지*, 제11권, 제10호, pp.1598-4877, 2011.

저 자 소 개

박 광 민(Kwang-Min Park)

정회원



- 2010년 8월 : 창원대학교 회계학과(회계학석사)
- 2015년 2월 : 인제대학교 보건행정학과(보건행정학박사)
- 1994년 6월 ~ 현재 : 삼성창원병원 원무팀 외래파트장

<관심분야> 병원경영, 병원의료정책

양 종 현(Jong-Hyun Yang)

정회원



- 2006년 8월 : 경상대학교 경영학과(경영학석사)
- 2009년 8월 : 인제대학교 보건행정학과(보건행정학박사)
- 2002년 8월 ~ 2012년 2월 : 경상대학교병원

▪ 2012년 3월 ~ 현재 : 중원대학교 보건행정학과 조교수

<관심분야> 병원경영, 보건행정

장 동 민(Dong-Min Chang)

정회원



- 1989년 8월 : 서울대학교 보건관리학과(보건학석사)
- 1996년 2월 : 서울대학교 보건학과(보건학박사)
- 1993년 9월 ~ 1996년 8월 : 한국보건산업진흥원 수석연구원

▪ 1996년 9월 ~ 현재 : 인제대학교 보건행정학과 교수

<관심분야> 보건의료정책, 병원행정, 의료보장