

## 지각된 의료서비스 품질이 구전의도에 미치는 영향

김정희<sup>1</sup>, 박천민<sup>2‡</sup>

<sup>1</sup>계명대학교 동산의료원, <sup>2</sup>계명대학교 대학원 공중보건학과

## The Effects of Perceived Medical Service Quality on Word-of-Mouth Intention

Jung-Hee Kim<sup>1</sup>, Chun-Man Park<sup>2‡</sup>

*<sup>1</sup>Keimyung University Dongsan Medical Center,*

*<sup>2</sup>Department of Public Health, Keimyung University*

### <Abstract>

**Objectives** : This study empirically verified the effects of service provided by medical service providers on customer satisfaction and favorable word-of-mouth intention. Moreover, it measured the mediation effects of customer satisfaction in the relationship between medical service quality factors and favorable word-of-mouth intention and proposed implications in terms of marketing. **Methods** : The research hypothesis was verified with a structural equation, and the Sobel test was used to analyze of customer satisfaction in the relationship between medical service quality factors and word-of-mouth intention. **Results** : From the hypothesis verification results, physical and human factors among the quality factors of medical service affected customer satisfaction. Additionally, customer satisfaction interacted as a factor influencing favorable word-of-mouth intention. **Conclusions** : Medical service providers should work to enhance the satisfaction of customers in terms of human and physical factors by providing quality medical service that is different from other providers and by improving the quality of medical service and the environment which could lead to effective word-of-mouth intention.

---

**Key Words :** Medical Service Quality, Word-of-Mouth Intention, Structural Equation Model

‡ Corresponding author : Chun-Man Park(cmpark@kmu.ac.kr) Department of Public Health, Keimyung University

• Received : Nov 1, 2016

• Revised : Nov 30, 2016

• Accepted : Dec 7, 2016

## I. 서론

최근 병원을 이용하는 의료소비자들이 경제적 수준 및 교육 수준이 향상됨에 따라 의료서비스의 질에 대한 사회적 관심과 요구도가 증가하고 있고, 정보통신기술(ICT; Information and Communications Technologies)의 발달로 정보의 비대칭이 완화되어 자기정보에 대한 알권리를 포함한 환자의 권리의식도 높아지고 있다. 이처럼 현재 의료 환경은 소비자의 요구가 다양화되고, 정부의 보장성 확대 정책과 병원마다 환자유치를 위한 시설규모의 대형화, 진료 과정 전문화 전략을 내세우는 방식으로 의료기관 간의 경쟁력이 증가하고 있다.

한편, 고객들은 일반적으로 상급종합병원을 이용할 때 일반 병·의원과 비교하여 상대적으로 많은 시간이 소요되고 또한 진료절차상의 번거로움을 경험하게 된다. 그럼에도 불구하고 상급종합병원으로 환자가 집중되는 것은 이용시설이나 의료 장비의 현대화·전문화로 인해 양질의 서비스와 진료를 받을 수 있을 것이라는 기대 때문으로 생각된다.

의료 기관에서는 다양화되는 고객의 욕구를 충족하기 위해 의료서비스의 품질 향상을 위한 노력으로 행정, 의료, 시설에 대한 제도적인 서비스 개선 등 다양한 각도에서 고객만족경영을 위한 방안을 모색하고 있다. 의료서비스는 제품(Product), 가격(Price), 유통(Place), 촉진(Promotion)을 계획하고 실행과 더불어 서비스를 제공하는 사람(People), 서비스 환경(Physical evidence), 서비스 제공과정(Process)을 추가하여 조화롭게 고려되어야 한다[1]. 이와 더불어 새로운 고객 창출에 앞서 기존고객의 세분화된 다양한 요구를 파악하고 그 요구에 맞는 서비스를 제공함으로써 고객들의 만족감을 높여 충성도를 증가시킬 필요가 있다. 충성도가 높은 고객은 기관의 홍보비용을 절감시킬 뿐 아니라 구매의 빈도와 양을 증가시켜 수익의 증대효과까지 기

대할 수 있고 나아가 호의적인 구전효과를 기대를 할 수 있기 때문이다[2].

의료서비스는 의료기관 선택 및 서비스 이용에 관한 의사결정 과정에서 경험적 특성으로 인하여 주이용 고객인 환자들의 관여도가 높은 전문서비스이다. 이러한 과정에서 의료서비스 구매에 영향을 미치는 여러 요인 중 의료서비스의 질적 측면[3]과 가족 및 주변 친지들의 해당 의료서비스에 대한 구전(WOM; Words-of-Mouth) 등이 중요한 요인으로 평가되고 있다[4][5].

병원선택요인에 관한 선행연구를 살펴보면 [6][7][8] 의료진의 전문성, 물리적 환경, 진료시스템 등이 고객 만족과 구전의도 및 재이용의도에 가장 많은 영향력을 미치는 변수로 확인되었다. 그러나 의료 기관에서 제공하는 서비스 중 어떠한 특성이 구전의도에 영향을 미치는지, 또한 구전의도에 대한 이러한 요인들의 직접효과와 간접효과에 대해 분석한 연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구는 의료 기관에서 제공하는 서비스가 고객들의 만족과 호의적 구전의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증하고, 의료서비스 품질요인과 호의적 구전의도의 관계에서 고객만족의 매개효과를 측정하고자 하였다.

## II. 연구방법

### 1. 연구모형 및 가설설정

본 연구는 의료서비스에 대한 고객만족과 관련한 이론적 및 선행 연구들을 참고하여 의료 기관에서 제공하는 진료 과정적 요인, 물리적 요인, 인적 요인의 3가지 품질로 분류하여 이러한 서비스 품질이 환자 및 보호자의 만족과 호의적 구전의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증하고자 하였다. 또한 의료서비스에 대한 만족 정도가 의료 기관에 대한 호의적 구전의도에 어느 정도 영향을 미치는

지 그 효과를 검증하고자 하였다. 따라서 본 연구 모형은 의료서비스 품질 요인 3가지를 독립변수로, 고객만족을 매개변수로, 구전의도를 종속변수로 구성하였다.

따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1. 지각된 의료서비스 품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 진료 과정적 요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 물리적 요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 인적 요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2. 지각된 의료서비스 품질은 호의적 구전의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 진료 과정적 요인은 호의적 구전의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 물리적 요인은 호의적 구전의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-3. 인적 요인은 호의적 구전의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3. 고객만족은 호의적 구전의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2. 변수의 정의와 측정도구

### 1) 의료서비스 품질

#### (1) 진료 과정적 요인

진료 과정적 요인은 소비자가 서비스를 받는 과정에서 느끼는 것으로써 과정품질에 속한다[9]. 진료 과정적 요인에는 진료를 받기 위한 진료대기 시간, 검사대기 시간, 예정된 검사시행의 적절성, 입·퇴원 수속 대기시간, 입·퇴원 절차의 편리성 등으로 구성된다[8].

변수의 측정도구는 Ji[6], Kim et al.[8], Yoo[9], Kim[10]의 선행연구를 참조로 하여 입·퇴원 절차

의 편리성, 입·퇴원 수속대기 시간, 검사절차의 만족도, 예정된 검사시행의 준수성 등으로 구성하여 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 4개의 항목으로 측정하였다.

#### (2) 물리적 요인

물리적 요인은 물리적 환경 품질로써 편안한 환경, 시설 등 서비스 제공 시 유형적 증거들을 의미 한다[11]. 서비스가 전달되고 서비스 기업과 고객의 상호작용이 이루어지는 환경으로써 무형적인 서비스를 전달하는데 동원되는 모든 유형적 요소를 포함하며 고객의 구매 의사결정에 영향을 미치게 된다[1].

변수의 측정도구는 Ji[6], Kim et al.[8], Kim[10]의 선행연구를 참조로 하여 의료 기관에서 제공하는 의료기기 및 장비, 편의시설(은행, 이·미용소, 편의점, 보호자 식당) 이용의 편리성, 병원 내 적절한 안내판 설치, 직원들의 복장 및 위생 상태, 병실내부의 청결 및 환기 상태 등으로 구성하였으며 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 5개의 항목으로 측정하였다.

#### (3) 인적 요인

인적 요인은 서비스 제공자가 고객을 지속적으로 확보하기 위하여 일정한 관계를 구축하고 강화하려는 서비스 제공자의 노력을 말하는 것으로, 직원의 성격, 제스처, 전문지식, 용모 등이 서비스 제공 과정의 하나로 인적요인에 포함하며[11], 서비스 제공 현장에서 인적서비스의 품질에 따라 고객만족 및 고객행동이 달라진다.

변수의 측정도구는 Kim et al.[8], Kim[10], Kim[12] 등의 선행연구를 참조하여 의료 기관에서 환자에게 서비스를 직접적으로 전달하고 있는 임상현장에서 치료와 간호에 직접적으로 참여하는 의사와 간호사의 예의와 환자를 존중하는 태도, 치료 및 간호과정의 설명, 질문에 대한 경청, 치료

및 간호 수행능력에 대해 환자가 지각하는 정도를 묻는 설문으로 구성하였으며 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 4개의 항목으로 측정하였다.

## 2) 고객만족

고객만족은 제공된 서비스에 대해 고객이 긍정적 혹은 부정적 정서반응과 인지적 지각의 불일치에 의해 영향을 받은 개인의 판단으로 정의된다 [13]. 또한 고객만족은 정서반응과 지각의 불일치에 의해 영향을 받아 재 구매 및 구전효과에 영향을 미친다[14].

변수의 측정도구는 Kim[10]과 Kim[15]의 선행 연구를 참조하여 제공된 의료서비스에 대하여 환자가 지각하는 정도를 전반적인 만족정도와 진단 및 치료효과에 대한 만족정도로 구성하여 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 2개의 항목으로 측정하였다.

## 3) 구전의도

구전 커뮤니케이션(Communication)이란 정보전달자가 정보수신자에게 비상업적 의도 하에 어떤 제품이나 서비스, 브랜드(Brands), 점포 등에 대한 정보를 전달하는 일련의 과정 및 활동으로 정의된다[5]. 또한 의료서비스는 구매의사결정에 있어 이용자의 단독적인 의사결정보다 가족이나 환자 및 의사 등의 공동의 노력에 따라 의사결정이 되는 고관여 서비스에 해당된다[1].

따라서, 구전의도에 대한 측정도구는 Choi[5]와 Kim et al.[16]의 선행연구를 참조하여 의료서비스를 제공받은 후 만족정도와 이를 타인에게 전하고자하는 생각 및 병원이용과 관련된 타인에의 권유로 구성하였으며 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 3개의 항목으로 측정하였다.

## 3. 조사방법

본 연구의 설문문항은 선행연구를 참고하여 작성하였으며, 최종적인 설문문항을 구성하기 위하여 조사를 예정하고 있는 D시 일개 상급병원에 입원한 환자를 대상으로 2013년 7월 8일부터 7월 12일 까지 30명을 사전조사 하였다. 사전 조사 후 설문문항들의 타당도와 신뢰도 분석을 통하여 설문문항을 일부 수정한 후 최종적인 설문지를 완성하였다. 연구 시작단계에서 의학윤리심의위원회(IRB; Institutional Review Board, DSMC 2013-07-055)의 승인을 받았다. 조사 대상자의 치우침을 막기 위하여 본 조사 직전 1주일 동안 입원환자의 성별, 연령별, 과별 통계를 산출한 후 입원환자의 설문조사 건수를 비례 할당하여 조사 시 적용하였으며, 본 조사는 2013년 9월 2일부터 9월 25일까지 실시하였다.

설문지 수집방법은 훈련된 조사원이 피험자에게 설문의 취지와 연구 목적을 설명한 후 설문지를 배포하고 설문응답이 끝나면 바로 수거하였으며 자기 기입을 원칙으로 하였다. 설문조사는 의학윤리심의위원회에서 승인된 150부를 배포하였으며 그 중 응답이 불성실한 21부를 폐기하였고 폐기한 자료 부수만큼 재타공을 받아 재조사를 실시하여 최종 150부를 분석하였다.

## 4. 분석방법

본 연구의 자료 분석을 위하여 IBM SPSS Statistics 21.0 Ver.을 이용하여 통계분석을 실시하였으며, 설문의 신뢰도 분석을 위하여 Cronbach's  $\alpha$ 계수를 사용하였다. 또한 연구모형을 검증하기에 앞서 집중타당도 분석을 위해 AMOS 21.0 Ver.을 이용하여 구조방정식 모형으로 확인적 요인분석 (CFA; Confirmatory Factory Analysis)을 실시한 후, 분산추출지수(AVE; Average Variance Extracted)와 개념 신뢰도(CR; Construct Reliability)를 산출하여 판별타당도 여부를 판별하

였다. 마지막으로 매개효과를 검증하기 위해 Baron & Kenney(1986)의 방법으로 Sobel test를 실시하였다.

### III. 연구결과

#### 1. 연구대상자의 일반적 특성

수집된 자료의 일반적 특성을 살펴보면 <Table 1>과 같이 성별은 남자 42.0%, 여자 58.0%로 조사되었다. 또한 학력은 대졸 48.7%, 고졸 31.3%, 중졸 10.0%순이었고, 연령대는 40대 21.3%, 20대 20.0%, 30대 19.3%순이었다. 진료계열은 내과계 56.0%, 외과계 44.0%로 조사되었다. 월수입은 200만원대 40.7%, 100만원대 18.0%, 300만원대 15.3% 순이었고, 직업은 주부 28.0%, 서비스업 19.3%, 전문직과 학생 11.3%순으로 조사되었다.

#### 2 측정도구의 신뢰도 및 타당도 분석

확인적 요인분석을 실시하여 요인적재량이 0.50 이상인 항목을 사용하였다[17]. 각 요인에 대한 상관분석과 신뢰도, AVE, CR 값을 <Table 2>에 제시하였다. 항목 간 신뢰성을 판단하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$ 를 사용하였으며 분석결과 모두 0.7이상의 값이나타나 신뢰성이 있는 것으로 판단하였다[18].

<Table 1> The Socio-Demographic Characteristics of the Subjects

	Categories(n=150)	N	%
Gender	Male	63	42.0
	Female	87	58.0
Education	Elementary school	11	7.3
	Middle school	15	10.0
Age	High school	47	31.3
	College	73	48.7
Medical affiliation	Graduate school	4	2.7
	≥19	4	2.7
Age	20~29	30	20.0
	30~39	29	19.3
Job	40~49	32	21.3
	50~59	28	18.7
Income(KRW)	60≤	27	18.0
	>1,000,000	9	6.0
Job	1,000,000~<2,000,000	27	18.0
	2,000,000~<3,000,000	61	40.7
Job	3,000,000~<4,000,000	23	15.3
	4,000,000~<5,000,000	21	14.0
Job	5,000,000≤	9	6.0
	Professional	17	11.3
Job	Management	4	2.7
	Administration	10	6.7
Job	Service	29	19.3
	Experienced	10	6.7
Job	Homemaker	42	28.0
	Student	17	11.3
Job	Have no Occupation	13	8.7
	Other	8	5.3

<Table 2> Reliability and Validity Result

Variable	M±SD	skew-ness	kerato-sis	Cronbach's $\alpha$	CR	A	B	C	D	E
A. Treatment process	3.32±0.76	-.335	.510	.838	.632	(.762)				
B. Physical	3.48±0.74	-.221	.740	.845	.550	.715	(.736)			
C. Human resources	3.74±0.72	-.428	.719	.945	.884	.724	.678	(.937)		
D. Overall satisfaction	3.62±0.74	-.282	.040	.900	.883	.572	.640	.706	(.880)	
E. WOM intention	3.50±0.77	-.259	-.027	.925	.867	.467	.517	.647	.798	(.904)

(): AVE2

집중타당도를 나타내는 CR, AVE값은 기준인 각각 0.5, 0.7이상으로 확인되었으며, 모든 항목에서 상관계수의 값이 AVE 제곱 값보다 낮은 것으로 파악되어 판별타당도가 확인되었다[17]. 구조방정식의 경우 다변량 정규성을 가정하므로 데이터에 대한 정규성을 검증하기 위하여 왜도와 첨도를 측정한 결과, 절대값 3이하의 값을 가지는 것으로 나타나 정규성 가정을 만족시킨다고 판단하였다 [19].

### 3. 모형검증 및 가설검증

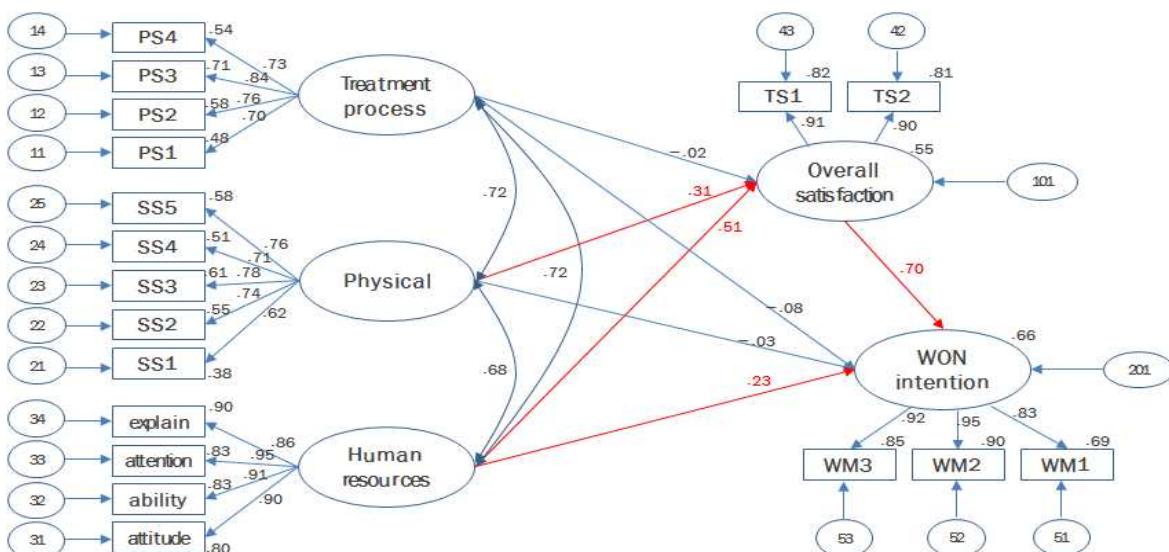
#### 1) 연구모형의 적합도

연구모형의 적합도는 제시한 연구에 이용한 데이터가 얼마나 모델에 적합한지를 검증하는 것으로, 본 연구에서 제안한 모형적합도의 측정값은  $\chi^2=242.7$ ,  $df=125$ ,  $p<0.000$ ,  $Q=1.942$ ,  $GFI=0.845$ ,  $TLI=0.932$ ,  $CFI=0.945$ ,  $RMR=0.043$ ,  $RMSEA=0.079$

로 확인되었다. GFI값의 경우 0.9이상(최소 0.8이상), RMR은 0.5이하, RMSEA는 0.08이하에서 모델에 적합도가 양호한 것으로 판단한다. 충분적합지수에서 TLI, CFI값은 0.9이상으로 나타났다. 위의 결과를 토대로 연구모형의 적합도는 전반적으로 좋은 것으로 판단하였다<Figure 1>.

#### 2) 연구가설 검증

<Table 3>은 모형적합도를 바탕으로 구전의도에 미치는 영향에 대한 연구가설을 검증한 결과이다. 연구가설1의 검증결과, H1-1의 진료 과정적 요인이 고객만족에 미치는 경로계수( $\gamma_1$ )는  $-0.018(C.R=-1.29, p=.897)$ 로 기각되었다. 반면, H1-2의 물리적 요인은 고객만족에 미치는 경로계수( $\gamma_2$ )가  $.388(C.R=2.497, p=.013)$ 로 채택되었고, 또한 H1-3의 인적 요인도 고객만족에 미치는 경로계수( $\gamma_3$ )가  $.517(C.R=4.579, p<.001)$ 로 채택되었다.



$\chi^2=242.7$ ,  $df=125$ ,  $p<0.000$ ,  $Q=1.942$ ,  $GFI=0.845$ ,  $TLI=0.932$ ,  $CFI=0.945$ ,  $RMR=0.043$ ,  $RMSEA=0.079$

<Figure 1> Structural Equation Model

연구가설2의 검증결과, H2-1의 진료 과정적 요인인 구전의도에 미치는 경로계수( $\gamma_1$ )는 -.081 (C.R=-.699 p=.484)로 기각되었고, H2-2의 물리적 요인도 구전의도에 미치는 경로계수( $\gamma_2$ )가 -.037(C.R=-.289 p=.772)로 기각되었다. 반면, H2-3의 인적 요인이 구전의도에 미치는 경로계수( $\gamma_3$ )가 .218(C.R=.103, p=.034)로 채택되었다. 연구가설3의 검증결과, 고객만족이 구전의도에 미치는 경로계수 ( $\gamma_1$ )는 .648(C.R=6.536, p<.001)로 채택되었다.

즉, 물리적 요인은 고객만족을 통하여 구전의도에 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 주었고, 인적 요인은 구전의도에 직접적으로 영향을 주는 것은 물론 고객만족을 통하여 구전의도에 정(+)의 방향으로 영향을 주었다. 반면, 진료 과정적 요인은 구

전의도에 유의한 영향을 주지 않았으나, 고객만족은 구전의도에 정(+)의 영향을 주는 것으로 확인되었다.

### 3) 매개효과 검증

매개효과를 검증하는 방법으로 Sobel test를 사용하여 비표준화 회귀계수와 표준오차를 대입하여 Z통계값을 계산하고, Z값이 1.96이상인 경우 매개효과가 있는 것으로 본다[19]. <Table 4>는 고객만족을 통하여 구전의도에 영향을 미치는 요인으로 확인된 물리적 요인과 인적 요인이 구전의도에 대하여 고객만족의 매개효과와 크기를 검증한 것이다.

<Table 3> Model of Path. Analysis

		Path.		$\gamma/\varepsilon$	S.E	C.R	p
<b>H1</b>							
H1-1	Treatment process	→	Overall satisfaction	-.018	.141	-.129	.897
H1-2	Physical	→	Overall satisfaction	.388	.155	2.497	.013
H1-3	Human resources	→	Overall satisfaction	.517	.113	4.579	<.000
<b>H2</b>							
H2-1	Treatment process	→	WON intention	-.081	.116	-.699	.484
H2-2	Physical	→	WON intention	-.037	.129	-.289	.772
H2-3	Human resources	→	WON intention	.218	.103	2.118	.034
H3	Overall satisfaction	→	WON intention	.648	.099	6.536	<.000

<Table 4> Mediation Effect analysis

	Path.	$\beta$	S.E	Z	p
Physical	→ Overall satisfaction	.388	.155	2.338	<.019
Overall satisfaction	→ WON intention	.648	.099		
Human resources	→ Overall satisfaction	.518	.113	3.755	<.001
Overall satisfaction	→ WON intention	.648	.099		

매개효과를 검증한 결과, 물리적 요인은 구전의도에 미치는 영향이  $Z=2.338(p<.019)$ 로 통계적으로 유의하였고, 인적 요인도 구전의도에 미치는 영향이  $Z=3.755(p<.001)$ 로 통계적으로 유의하였다. 즉, 물리적 요인은 고객만족을 완전매개(Full mediation)하여 구전의도에 영향을 주는 요인으로 파악되었다. 반면, 인적 요인은 고객만족을 완전 매개하여 구전의도에 영향을 주는 요소인 동시에 <Table 3>에서 확인한 바와 같이 고객만족을 거치지 않고 직접적으로 구전의도에 영향을 미치는 요소인 것으로 파악되었다. 이러한 결과는 물리적 요인은 고객만족도를 높일수록( $\beta = .388$ ) 결과적으로 구전의도를 높이는 역할을 하고, 인적 요인은 고객 만족도를 높임으로써( $\beta = .518$ ) 구전의도가 증가될 뿐 아니라 구전의도에 직접적으로 영향을 미치므로 의료서비스에서 인적 요인의 중요성이 확인되었다. 매개효과의 크기를 측정한 결과, 고객만족은 물리적 요인이 구전의도에는  $.251(\beta = 0.388 \times 0.648 = 0.251)$ 이고, 인적요인이 구전의도에는  $.335(\beta = 0.518 \times 0.648 = 0.335)$ 였다.

#### IV. 고찰

본 연구는 의료 기관에서 제공된 서비스가 고객들의 만족과 호의적 구전의도에 미치는 영향을 검증하여 고객과 의료기관 간의 지속적인 관계유지를 위한 고객 지향적 마케팅 전략수립 방안을 제시하고자 D시 일개 상급종합병원 입원환자를 대상으로 실시하였다.

의료서비스 품질요인이 고객만족 및 구전의도에 미치는 영향을 분석한 결과, 물리적 요인과 인적 요인은 고객만족에 영향을 주는 요인으로 작용하였고, 고객만족은 호의적 구전의도에 영향을 미치는 요인으로 파악되었다. 반면, 진료 과정적 요인은 고객만족에 미치는 영향이 통계적으로 유의하지 않았다. 고객만족은 의료서비스를 이용하기 전

과 이용하는 동안 그리고 이용 후에 제공된 서비스와 관련하여 고객이 지각한 가치 판단이며 지속되는 반응[15]으로써 고객이 만족하지 않은 상태에서 타인에게 추천을 하거나 호의적인 구전의도가 일어나지는 않는다는 점에서 의료경영에서 중요하다. Jeon[20]의 연구에서 의사, 간호사의 인적서비스와 편의시설서비스가 고객만족에 영향을 미쳤으나 입원서비스 및 진료·검사·투약서비스가 통계적으로 유의하지 않았다는 결과와 일치하였다. 또한 병원의 의료장비 및 편의시설, 주차시설 등 물리적 요인이 고객만족에 영향을 미친다는 Park[21]의 연구결과와도 일치하였다.

한편, Joung[22]은 절차의 편리성을 나타내는 효율성요인이 고객만족에 유의한 영향을 미친다고 보고하고 있으며, Park et al.[12][23]의 연구에서는 물리적 요인이 병원선택요인에 유의하지 않는다고 하여 본 연구와 다른 결과를 보였다. 이러한 차이는 외래환자를 대상으로 연구한 선행연구와는 달리 본 연구는 입원환자를 대상으로 하였기 때문에 진료 과정적 요인에 대한 만족도보다 의료기기 및 장비, 편의시설이용의 편리성, 병실의 내부청결 및 환기상태, 직원들의 복장 및 위생 상태에 대한 지각이 고객만족에 더 큰 영향을 미친 것으로 사료된다.

의료서비스 품질 요인이 구전의도에 미치는 영향을 분석한 결과, 인적 요인은 구전의도에 직접적으로 영향을 미치는 요소로 파악되었으나, 물리적 요인과 인적 요인은 통계적으로 유의하지 않는 요소로 파악되었다. 구전이란 다른 어떠한 마케팅 커뮤니케이션(Marketing Communications) 매체보다 높은 신뢰성과 설득력을 가지는 것으로 알려져 있으며, 자발적으로 일어나는 인간 고유의 본질적 현상으로, 소요되는 비용에 비하여 전달과 과급효과가 큰 것으로 알려져 있다[22]. 특히, 환자들은 의료 기관을 선택할 때 선택에 대한 불확실성과 위험이 상대적으로 높기 때문에 경험자로부터 구전

을 통해 서비스에 대한 정보를 얻는 것이 보다 안전하고 위험을 회피하는 방안이라고 믿는다[22]. 따라서 의료기관은 제조기업보다 구전을 활용하는 것이 효과적이다[20]. 고객들은 서비스제공 접점 현장에서 만나게 되는 종업원을 서비스 기업을 대표하는 것으로 인식하는 경향이 있으므로 인적 요인은 서비스 수준이나 품질을 판단하는 중요한 단서가 된다[12]. 또한 의료 기관에서 진료는 의료인과 고객의 상호작용을 통하여 서비스가 생산되고 소비되는 제품이 아닌 결과로써 무형성의 특성을 지니고 있다. 이러한 이유로 제공된 인적서비스 품질만으로도 구전의도가 이루어질 뿐 아니라 고객 만족이라는 경로를 통하여 구전의도가 이루어진 것으로 사료된다.

한편, Kim & Park[24]에 의하면 진료 과정적 요인과 물리적 요인 및 인적 요인은 의료서비스 품질의 당연적 품질로써 병원을 찾는 환자들에게 불편함을 최소화할 때 고객 만족도가 높아진다. 본 연구에서 진료 과정적 요인은 고객만족에 유의한 영향을 주지 않는 것으로 확인되었으나, 병원에서 진료를 받기 위한 대기 시간이 제공자의 입장에서는 어쩔 수 없이 발생되는 진료과정의 일부이지만 고객의 입장에서는 불필요한 요인으로 간주되며 부정적으로 인식될 수밖에 없다. 따라서 의료 기관에서는 대기시간을 단축시켜 고객의 불만을 최소화하기 위한 대안을 마련하여야 할 것이다. 선택 진료를 위하여 인터넷 예약제도, 진료팀별 접수수납의 분산, 인공지능형 순번대기 시스템, 홍보 동영상, 의학상식, 병원이용 안내 자막 등 여러 가지 콘텐츠(Contents)를 제공하는 한편, 이동거리의 최소화를 위한 유사 업무의 일원화, 유사 질환의 센터화(Center), 오픈카드 시스템(Open Card System) 도입 등으로 고객의 만족도를 높이기 위한 노력이 요구된다. 또한 입·퇴원 절차의 편리성을 위하여 퇴원예고제를 실시하여 사전에 환자 본인이 퇴원할 일자를 미리 인지하고 퇴원 준비를

할 수 있도록 제도를 개선하는 등 병원들은 양질의 진료서비스를 제공하기 위한 노력이 필요하다.

매개효과 검증 결과, 물리적 요인은 고객만족을 완전매개로 하여 구전의도에 영향을 주는 것으로 파악되었다. 이러한 결과를 바탕으로 의료기관은 내원 고객들에게 만족감을 향상시키기 위하여 최신의료장비와 혁신적인 서비스 제공, 접근성, 병실의 온도와 환기, 편의시설이용의 편리성, 내부청결 상태와 같이 유형적인 서비스 품질의 관심과 불건강한 고객의 심리상태를 고려한 쾌적한 병실 내부 환경을 고려할 필요성이 있다. 인적 요인은 구전의도에 직접적으로 영향을 줄 뿐만 아니라 고객만족을 완전매개로 하여 구전의도에 영향을 주는 것으로 파악되었다. 의료 기관을 이용하는 고객들은 인적서비스 품질 수준을 높게 인식할수록 만족도가 높아져서 경험한 품질에 대해서 타인에게 증거하거나 추천하는 구전효과로 이어지기도 하지만 고객들의 만족도에 영향을 미치지 않은 상태에서 바로 구전효과에 영향을 미칠 수 있음을 시사한다. 이처럼 의료 기관에 종사자들의 설명, 태도, 경청 등은 의료서비스의 수준을 결정하는데 중요한 요인으로 간주되며 의료기관을 방문하는 고객들에게 만족도를 지각하는데 결정적인 역할을 한다고 할 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 고객들이 의료기관 선택 및 서비스 이용에 관한 의사결정 과정 중 의료 기관에서 제공하는 서비스가 고객들의 만족과 호의적 구전의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증하고, 의료서비스 품질요인과 호의적 구전의도의 관계에서 고객만족의 매개효과를 측정하여 마케팅 측면에서 시사점을 제시하고자 하였다. 연구결과, 의료서비스 품질요인 중 인적 요인은 구전의도에 직접적으로 영향을 주는 것은 물론 고객만족을 완전매개로

하여 구전의도에 영향을 주는 것으로 확인되었다. 한편, 물리적 요인은 고객만족을 완전매개로 하여 구전의도에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이러한 실증분석 결과를 바탕으로 시사점을 제시하면 다음과 같다.

우선, 인적 요인은 구전의도에 직접적인 영향을 미치는 동시에 고객만족을 매개로 구전의도를 높이는 요소로써 의료서비스 품질요인 중 가장 중요한 요소이다. 따라서 기관의 정책적 차원에서 이들 전문 인력들이 자긍심을 가지고 전문영역에서 자리매김을 할 수 있도록 적극적으로 역량개발에 대한 지원과 기회를 제공할 필요성이 있다. 또한 고객들이 의료기관 종사들에 대한 무한 신뢰감을 가질 수 있도록 지속적인 직무교육과 함께 의료종사자들이 고객들의 마음을 이해하고 배려하여 서로 간의 공감대를 형성할 수 있도록 친절교육이 요구된다. 다음으로 물리적 요인 차원에서 의료기관은 서비스제공 장소로써 유형적인 물리적 환경의 요소를 강화하고 우선적인 개선을 통하여 고객들이 서비스의 구매에 대한 위험을 감소시켜야 할 필요성이 있다. 또한 의료기관은 입원환자들의 요구사항을 파악하고 그에 따른 욕구를 충족시킬 수 있는 환경, 시설 및 장비 등에서 타기관과 차별화된 물리적서비스 제공은 필수적으로 갖추어야 할 비선택적인 사안으로 판단된다. 이러한 과정을 통하여 고객들은 제공된 의료서비스 품질에 높은 만족감을 지각하게 되고 궁극적으로 의료 기관에 대한 고객의 지속적인 충성도와 호의적 구전의도를 제고하게 될 것으로 사료된다.

본 연구의 제한점으로 편의추출에 의한 횡단적 접근법이라는 점과 일개 상급병원의 입원환자를 대상으로 하였다는 점에서 일반화하기 어렵고 추가적으로 다른 변수간의 인과관계를 분석하지 않은 점을 들 수 있다. 또한, 매개변수의 측정변수가 2개 항목으로 구성되어 고객만족을 설명하는데 한계가 있다고 판단되며, 향후 연구에는 매개변수의

설명력을 높일 수 있는 측정변수를 추가하여 분석 할 필요가 있을 것으로 생각한다.

본 연구에서 인적 요인은 구전의도에 직접적으로 영향을 주는 동시에 고객만족을 완전 매개하여 구전의도에 영향을 주는 요소이다. 따라서 의료 기관에 종사하는 여러 직종을 대상으로 하여 의료서비스 품질이 고객만족과 구전의도에 미치는 직종의 구체적인 분석과 함께 의료경영의 궁극적인 목표인 재이용의도와 관계를 분석할 필요가 있을 것으로 판단된다.

## REFERENCES

1. S.B. Kim(2015), Hands-on Management of Hospital Marketing(2nd Edition), Edu Factory; pp.8-20, pp.243-278.
2. M.A. Lee, S.W. Gong, S.J. Cho(2012), Relationship among Nursing Service Quality, Medical Service Satisfaction, and Hospital Revisit Intent, Korean Academy of Nursing Administration, Vol.18(1);96-105.
3. J. Boscarino, S.R. Steiber(1982), Hospital Shopping and Consumer Choice, Journal of Health Care Marketing, Vol.2(2);15-23.
4. V.P. Lessig, C.W. Park(1978), Promotional Perspectives of Reference Group Influence; Advertising Implications, Journal of Advertising, Vol.7(2);41-47.
5. H. Choi(2010), A study on the Effects of Word-of-Mouths Marketing Factors and Medical-Care Services Purchase, Korean Society of Hospital Management, Vol.15(4);143-164.
6. K.J. Ji(2010), A Study of the Effects upon Satisfaction, Intention to Revisit and Perceived Value by Patients through the Quality of Medical Services: Focused on specialized Hospital and General Hospital, Keimyung

- University, pp.101-103.
7. K.J. Ji, C.M. Park(2013), A Study of the Effects upon Satisfaction, Intention to Revisit and Perceived Value by Cerebrovascular Disease Patients through the Quality of Medical Services, Korean Journal of Health Service Management, Vol.7(2);53-67.
  8. J.H. Kim, K.J. Ji, C.M. Park(2013), Impact of Medical Service Quality by Attribute on Overall Satisfaction; Focused on Out-patient and In-patient in High-level general Hospital, Korean Journal of Hospital Management, Vol.18(1);18-41.
  9. D.K. Yoo, S.W. Suh(2009), The Effect of Medical service Quality and Perceived Risk on Customer Satisfaction, Repurchase Intention, and Churn Intention as to Hospital Sizes, Service Management Society, Vol.10(3);97-100.
  10. M.K. Kim(2007), A Study on the Patient's Satisfaction of the Medical Services According to the Choice Attributes of Hospital, Dong-eui University, pp.118-121.
  11. S.H. Kim, J.Y. Kim, B.K. Seo, Y.J. Huh(2011), The Impacts of Servicescape and Human Services on Customer Responses; The Case of Healthcare Services, Journal of Consumer Studies, Vol.22(2);323-349.
  12. S.H. Kim, J.Y. Kim, B.K. Seo, Y.J. Huh(2011), The Impacts of Services on Customer Responses: The Case of Healthcare Services, Korean Society of Consumer Studies, Vol.22(2);323-349.
  13. R.L. Oliver(1980), A Cognitive Model of the antecedents and consequence of satisfaction decisions, Journal of Marketing Research, Vol.17(4);460-469.
  14. J.B. Bae(2015), Study on the Influence of Service Quality in Dentist Health care Services on Customer Satisfaction and Repurchase Intention, Haany University, pp.78-80.
  15. S.S. Kim(2010), A Study on the Effects of Service Quality, Service Value, Emotional Response and Reputation on Customer Satisfaction and Repurchase Intention in Accordance with Service Relationship in Healthcare Services, Hanyang University, pp.209-215.
  16. K.H. Kim, Y.I. Chang, Y.S. Jung(2010), A Study on Revisiting Intentions of Medical Institution Customers and Service Quality Factors Influencing Word-of-Mouth Effect, Journal of Korean Society for Quality Management, Vol.38(4);15-23.
  17. J.C. Anderson, D.W. Gerbing(1988), Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-step Approach, Psychological Bulletin, Vol.103(3);411-423.
  18. J.P. Yu(2012), Structural Equation Modeling Concepts and Understanding, Hannarae Publishing co., pp.61-176.
  19. K.I. Hwang, I.H. Lee, H.S. Rhee(2014), The Influence on Metropolitan University Hospital Administrative Staff Job Satisfaction, Journal of The Korea Contents Association, Vol.14(10);639-648.
  20. J.S. Jeon(2010), A Study on th Influence of Medical Service Quality on Service Value, Customer Satisfaction and Reusing Rate, Dongshin University, pp.85-87.
  21. M.H. Park(2010), Analysis of the Effects of Hospital Selection Factors on Customer Satisfaction and Customer Loyalty, Chungbuk National University, pp.173-176.
  22. J.Y. Joung(2012), A Study on the Impact of Medical Service Quality on Customer Satisfaction and the Intention to Recommend to Others, Kyung Hee University, pp.34-36.
  23. K.M. Park, J.H. Yang, D.M. Chang(2015), The

- Effects of Hospital Choice Factors on Customer Satisfaction and Revisiting Intention in General Hospital, The Korea Contents Society, Vol.15(8):375-388.
24. J.H. Kim, C.M. Park(2015), Improvement Prioritization of Health and Medical Service Quality Attributes using PCSI Index: Focused on One Upper Level General Hospital, Korean J Hosp Manag, Vol.20(2):39-56.