

치과위생사의 직무스트레스와 이직의도의 관계에서 내부마케팅의 조절효과

이병호¹, 김정술^{2*}

¹영산대학교 치위생학과, ²춘해보건대학교 치위생과

Moderating Effects of Internal Marketing on the Relationship between Job Stress and Turnover Intention among Dental Hygienists

Byung-Ho Lee¹ and Jung-Sool Kim^{2*}

¹Dept. of Dental Hygiene, Youngsan University

²Dept. of Dental Hygiene, Choonhae College of Health Sciences

요약 본 연구는 치과위생사의 직무스트레스와 이직의도의 관계에서 내부마케팅의 조절효과를 알아보려고 하였다. 부산, 울산, 경남지역 소재 치과병원에 근무하는 191명의 치과위생사를 대상으로 하였다. 수집된 설문자료는 SPSS 18.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 연구에서 얻은 결론은 다음과 같다. 첫째, 직무스트레스의 하부요인 중 직무요구, 조직체계, 직무불안정, 관계갈등의 순으로 이직의도에 유의한 영향력을 가지고 있는 것으로 나타났다 ($R^2=.321$). 둘째, 직무스트레스와 이직의도의 관계에 있어서 내부마케팅은 조절효과가 있는 것으로 조사되었다. 셋째, 직무스트레스와 이직의도의 관계에 있어서 내부마케팅의 하부요인 중 권한위임과 보상시스템은 조절효과가 있는 것으로 조사되었다. 이상의 본 연구 결과가 치과의료기관의 인적자원관리에 필요한 기초자료로 도움이 되리라 본다.

• 주제어 : 마케팅, 직무스트레스, 이직의도, 치과위생사, 관리

Abstract The purpose of this study was to determine the moderating effect of internal marketing on the relationship between job stress and turnover intention of dental hygienists. The subjects of the study were dental hygienists in Ulsan, Busan and Kyungnam(N=191). The data were analyzed using SPSS for windows version 18.0. In conclusion, we obtained the next results. First, the influencing factor in turnover intention showed next sequences, job demand, organizational system, job insecurity and interpersonal conflict($R^2=.321$) Second, internal marketing showed had moderating effect on the relationship between job stress and turnover intention. Third, empowerment and reward system in sub-domain of internal marketing has moderating effect on the relationship between job stress and turnover intention. In conclusion, the results of this study will contribute to the future dental human resource management.

• Key Words : Marketing, Job stress, Personnel turnover, Dental hygienist, Management

*Corresponding Author : 김정술(jskim@ch.ac.kr)

Received September 1, 2016

Accepted October 20, 2016

Revised October 4, 2016

Published October 31, 2016

1. 서론

최근 의료기관은 급격한 양적 팽창에 따라 의료서비스 과열 경쟁 및 의료장비의 고가화 등으로 인해 병원의 경영난은 더욱 심화되고 있으며, 이러한 의료 환경 변화에 대응하기 위해 의료기관에서는 병원경영에 많은 관심을 지니게 되었다. 의료기관은 고도로 전문화된 의료서비스를 제공하기 위해 다양한 능력과 기능을 가진 전문인으로 구성되어 타 산업보다 인력의 구성비가 높음으로 인해 효율적 인적자원 관리가 병원의 경영목표 달성을 위한 중요한 요인이 된다. 신규직원 채용이나 직무교육도 인력관리 측면에서 보면 중요하지만 숙련된 종사자의 이직 방지 노력은 더욱 중요한 것으로, 높은 이직률은 병원의 채용비, 공석기간에 따른 충당비, 신입교육비 등에 대한 추가비용이 발생할 뿐만 아니라 기존 구성원의 조직에 대한 공정성 개념과 조직분위기 유지에도 나쁜 영향을 줌으로써 장기적인 조직성과에 부정적 영향을 미치게 된다[1]. 또한, 병원종사자들의 이직률이 높다는 것은 해당 병원에 그만큼 불만족을 느끼는 종사자가 많다는 의미로 이는 병원의 이미지 손상을 야기할 수도 있다[2]. 따라서 종사자의 이직 사유와 원인을 면밀히 분석한 후 이의 개선 방안마련을 위한 의료기관의 적극적인 노력은 병원경영관리 측면에서 중요한 요소이다.

또한, 현대사회는 전문화, 다원화 등으로 인해 직장 내에서 경험하게 되는 대인관계갈등, 업무자율성 결여, 업무과중 등으로 인한 스트레스는 점차 증가되고 있다[3]. 이러한 스트레스는 적정수준의 경우에는 개인의 건강이나 작업능률에 긍정적인 영향을 미쳐 개인의 목표를 달성시킬 능력을 증가시키는 순기능적 역할을 수행하기도 하지만, 스트레스가 지속될 경우 근로자의 신체적 균형과 정신적 균형을 파괴시켜 각종 질병을 유발한다[4]. 한편, 병원종사자들이 받는 스트레스는 조직구성원들에게 생리적, 심리적 악영향을 주게 되고, 그것이 과다하거나 장기간에 걸쳐 지속되는 경우 개인의 건강문제는 물론 성과저하, 결근, 조직불만족 등 조직효과성을 떨어뜨려 결국 이직에 도달되기도 한다[5]. 즉 병원종사자의 직무 스트레스 관리는 인적자원의 관리경비 등을 절감하는데 중요한 역할을 한다고 할 수 있다.

현재 의료기관들은 경영개선과 이윤창출을 위해 고객 마케팅에 중점을 두고 있다. 하지만 대부분 외부고객에 대하여 의료서비스를 제공하고 이용자의 만족을 통하여 병원의 가치를 창출시키는 외부고객 중심의 외부마케팅

에 집중하고 있다[6]. 그러나 내부고객이 불만족하면 외부마케팅에 한계를 가져와 병원 수익에도 결국 부정적인 영향을 미치게 된다[7]. 또한, 외부고객인 환자의 만족도는 내부고객인 직원들이 외부고객을 보다 적극적으로 충실한 마음으로 대할 때 가능해진다[8]. 내부마케팅은 기업의 첫 번째 시장은 종업원이라는 관점에서 기업이 제공하는 서비스에 대해 고객들에게 알리고 설득하기 이전에, 종업원에게 먼저 서비스가 제공하려는 편익을 인지시키고 교육시켜 내부구성원인 종업원의 욕구를 우선 충족시키는 활동으로[9], 기업은 내부마케팅을 통해 새로운 고객서비스 개발과 향상, 고객서비스 품질 유지, 생산성 향상을 통한 비용 절감, 전문성을 갖춘 인재의 육성과 확보, 종업원의 이직률 저하와 같은 조직 목표 달성이 가능하다[10]. 치과위생사는 자신의 근무환경과 직업에 대해 만족하지 않으면 효율적인 업무수행은 기대하기 어렵기에 치과위생사의 고객지향적 사고와 업무 생산성을 높이기 위한 내부마케팅 활동은 긍정적 병원마케팅의 한 방법으로 볼 수 있다[11].

그동안 간호사나 치과위생사 등 병원종사자에 대한 근무환경과 관련된 직무스트레스, 직무만족, 자기효능감, 조직몰입, 내부마케팅 등의 변수가 이직의도에 영향을 미친다는 단편적인 연구는 많이 이루어졌으나[11-18], 병원경영 관리 입장에서 치과의료기관의 핵심인력인 치과위생사의 내부마케팅과 직무스트레스, 이직의도와와의 관계를 설명한 연구는 부족하다. 이에 본 연구에서는 치과위생사가 직무스트레스로 인해 이직의도가 증대되는 과정에서의 내부마케팅 조절효과를 살펴보고자 한다. 이를 통해 치과의료 기관의 인적자원관리에 있어서 핵심 요소인 치과위생사의 이직을 예방할 수 있는 효율적인 근무환경 조성과 공정하고 공평한 인사관리 시스템 구축을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구대상 및 방법

2.1 연구대상

본 연구는 2014년 8월 1일에서 2014년 8월 20일까지 경남, 부산, 울산지역 소재 치과병원 중 치과위생사 20명 이상이 근무하는 치과병원을 대상으로 사전에 연구자의 연구계획을 각 병원관리자에게 충분히 설명을 한 후 조사를 승낙한 12개 치과병원의 치과위생사를 대상으로 연구하였다. 본 연구에서는 총 210부의 설문지를 배부하였

으며 불성실한 응답을 한 19부를 제외하고 최종분석에는 191부를 사용하였다.

2.2 연구도구 및 방법

본 연구는 연구대상자의 일반적 특성과 내부마케팅, 직무스트레스, 이직의도에 대해 미리 작성된 설문지를 사용하여 자기기입식 설문지에 연구대상자가 직접 응답하였다. 설문 내용은 내부마케팅 26문항, 직무스트레스 14문항, 이직의도 2문항으로 구성하였다. 전 문항은 “전혀 그렇지 않다”를 1점, “매우 그렇다”를 5점 표시하여 처리하였으며, 부정적 의미를 내포한 문항은 역산한 처리하였다.

2.2.1 인구사회경제학적 특성

연구대상자의 인구사회경제학적 특성으로는 성별, 결혼유무, 학력, 근무연수, 월급여 등에 관하여 질문하였다.

2.2.2 직무스트레스

치과위생사의 직무스트레스를 측정하는 도구는 양정숙[19]의 연구에서 사용된 설문지를 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 본 연구에서는 직무스트레스 14문항에 대해 요인적재치 0.4 이상, 고유값 1.0 이상을 기준으로 배리맥스(Varimax) 방법의 요인분석을 실시한 결과 이에 부합되지 않는 1개 문항을 제거한 후, 13문항 4개 요인으로 도출되었다. 이 연구의 적합성을 판단하는 Kaiser-Meyer-Olkin값이 .688으로서 기준인 0.5이상을 충족시켰으며, Bartlett의 구형성 검정결과 p=.000으로 요인분석에 사용하기에는 적합한 것으로 나타났다. 4개의 요인은 직무요구(3문항), 관계갈등(3문항), 조직체계(4문항), 직무불안정(3문항)으로 구성되었다. 직무스트레스의 신뢰성은 Cronbach's α =.755으로 나타났다. 하부요인별로는 직무요구 .755, 관계갈등 .638, 조직체계 .722, 직무불안정 .630으로 나타났다.

2.2.3 이직의도

치과위생사의 이직의도를 측정하는 도구는 이상미[20]의 연구에서 사용된 설문지를 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 도구의 신뢰성은 Cronbach's α =.862로 나타났다.

2.2.4 내부마케팅

치과위생사의 내부마케팅 인지정도를 측정하는 설문

지는 김은희[21]의 연구에서 사용된 설문지를 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 내부마케팅 26문항에 대해 요인적재치 0.4 이상, 고유값 1.0 이상을 기준으로 배리맥스(Varimax) 방법의 요인분석을 실시한 결과 이에 부합되지 않는 3개 문항을 제거한 23문항에서 5개 요인을 도출하였다. 본 연구의 적합성을 판단하는 Kaiser-Meyer-Olkin값은 .890이며, Bartlett의 구형성 검정 결과 p=.000으로 요인분석에 사용하기에는 적합한 것으로 나타났다. 5개의 요인은 교육훈련(4문항), 권한위임(5문항), 보상시스템(4문항), 경영충지원(6문항), 내부커뮤니케이션(4문항)으로 구성되었다. 내부마케팅의 신뢰성은 Cronbach's α =.914로 나타났으며, 하부요인별로는 교육훈련 .831, 권한위임 .784, 보상시스템 .916, 경영충지원 .901, 내부커뮤니케이션 .720으로 나타났다.

2.3 통계 분석

수집된 설문자료는 SPSS for windows version 18.0을 이용하여 분석하였다. 연구대상자의 인구사회경제학적 특성에 대해서 빈도와 백분율을 산출하여 분석하였다. 직무스트레스, 내부마케팅과 이직의도에 대해 평균과 표준편차의 기술통계량을 구하였고, 인구사회경제학적 특성에 따른 직무스트레스, 내부마케팅과 이직의도의 차이는 t-test와 일원배치분산분석을 사용하였다. 직무스트레스가 이직의도에 미치는 요인과 내부마케팅의 조절효과 검증에 위해서 선형회귀분석을 실시하였다.

3. 연구결과

3.1 연구대상자의 인구사회경제학적 특성

<Table 1> General characteristics of dental hygienists (N=191)

Characteristics	Categories	N (%)
Sex	Male	6 (3.1%)
	Female	185 (96.9%)
Married status	Married	18 (9.4%)
	Single	173 (90.6%)
	Graduate	4 (2.1%)
Education backgrounds	University	23 (12.0%)
	College	164 (85.9%)
	< 1 year	41 (21.5%)
Career	1-3 years	59 (30.9%)
	3-7 years	70 (36.6%)
	7 years ≤	21 (11.0%)
	<1,500,000	77 (40.3%)
Average monthly Income (won)	1,500,000-2,000,000	91 (47.6%)
	2,000,000-2,500,000	15 (9.9%)
	2,500,000 ≤	8 (4.2%)
	Total	191

연구대상자의 인구사회경제학적 특성은 <Table 1>과 같다. 연구대상자 중 미혼자는 90.6%, 기혼자는 9.4%이며, 근무연수는 1년 미만 21.5%, 1-3년 30.9%, 3-7년 36.6%, 7년 이상 11.0%로 조사되었다. 월급여는 150-200만원이 47.6%로 가장 많았으며, 150만원 미만 40.3%, 200-250만원 9.9%, 250만원 이상 4.2%로 나타났다.

3.2 직무스트레스, 내부마케팅, 이직의도

연구대상자의 직무스트레스는 2.81, 내부마케팅 3.22, 이직의도 2.90으로 조사되었다. 직무스트레스의 하부 요인별로 살펴보면 직무요구 3.25, 조직체계 3.00, 직무불안정 2.46, 관계갈등 2.44의 순으로 나타났다. 내부마케팅은 교육훈련이 3.88로 가장 높았으며, 보상시스템이 2.79로 가장 낮은 것으로 나타났다<Table 2>.

<Table 2> Sub-domain scaling of Job Stress, Internal Marketing and Turnover Intention

Variables		Mean±SD
Job Stress	Job demand	3.25±0.74
	Interpersonal conflict	2.44±0.58
	Organizational system	3.00±0.55
	Job insecurity	2.46±0.62
	Total	2.81±0.40
Internal Marketing	Educational training	3.88±0.61
	Empowerment	3.35±0.56
	Reward system	2.79±0.88
	Management support	3.05±0.69
	Internal communication	3.10±0.63
	Total	3.22±0.50
Turnover Intention		2.90±0.86

<Table 3> Difference of Job Stress, Internal Marketing and turnover Intention according to general characteristics

Variables	Job Stress		Internal Marketing		Turnover Intention		
	Mean±SD	t or F / P	Mean±SD	t or F / P	Mean±SD	t or F / P	
Sex	Male	2.59±0.57	-1.326	3.78±0.25	2.839	2.50±1.05	-1.156
	Female	2.81±0.40	(0.186)	3.20±0.49	(0.005**)	2.91±0.86	(0.249)
Married status	Married	2.71±0.38	1.054	3.30±0.49	-0.707	2.58±0.93	1.645
	Single	2.82±0.41	(0.293)	3.21±0.50	(0.480)	2.93±0.85	(0.102)
Education backgrounds	Graduate	2.88±0.51		3.28±0.83		3.88±0.85	
	University	2.59±0.48	3.881	3.36±0.53	1.082	2.54±1.12	4.774
	College	2.83±0.38	(0.022*)	3.20±0.48	(0.341)	2.93±0.80	(0.010*)
Career	< 1 year	2.56±0.39		3.50±0.52		2.57±0.86	
	1-3 years	2.86±0.36	13.033	3.20±0.40	9.579	2.97±0.71	3.910
	3-7 years	2.96±0.36	(0.000**)	3.03±0.48	(0.000**)	3.10±0.87	(0.010*)
	7 years ≤	2.81±0.40		3.37±0.46		2.69±1.05	
Average monthly Income (won)	<1,500,000	2.72±0.38		3.30±0.47		2.79±0.73	
	1,500,000-2,000,000	2.89±0.41	4.394	3.11±0.53	2.726	3.06±0.96	2.436
	2,000,000-2,500,000	2.88±0.37	(0.005**)	3.32±0.38	(0.045*)	2.77±0.70	(0.066)
	2,500,000 ≤	2.51±0.44		3.41±0.40		2.44±0.94	
Total		2.81±0.40		3.22±0.50		2.90±0.86	

** : p<0.01, * : p<0.05

3.3 인구사회학적 특성에 따른 직무스트레스, 내부마케팅, 이직의도 분석

연구대상자의 인구사회학적 특성에 따른 직무스트레스, 내부마케팅, 이직의도의 집단 간 차이는 <Table 3>에서 제시하였다. 치과위생사의 임상경력에 따른 기준으로 살펴보면, 직무스트레스와 이직의도의 경우 임상경력 3-7년이 가장 높았으며, 1년 미만이 가장 낮게 나타났다. 내부마케팅의 경우는 임상경력 1년 미만이 3.50으로 가장 높게 인지하는 것으로 조사되었다. 학력별 조사에서는, 직무스트레스 정도는 대학원졸 2.88, 전문대졸 2.83, 대졸 2.59의 순으로 조사되었고, 이직의도 역시 대학원졸이 3.88로 가장 높았으며 전문대졸 2.93, 대졸 2.54의 순으로 나타났다.

평균 월급여를 기준으로 살펴보면, 직무스트레스는 150-200만원이 2.89로 가장 높았으며, 250만원 이상이 2.51로 가장 낮은 것으로 조사되었고, 내부마케팅은 250만원 이상이 3.41로 가장 높았으며, 150-200만원이 3.11로 가장 낮은 것으로 나타났다.

3.4 직무스트레스가 이직의도에 미치는 영향

직무스트레스의 하부요인별 이직의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 직무스트레스의 하부요인을 독립변수로 이직의도를 종속변수로 하여 단계선택법 회귀분석을 실시한 결과는 <Table 4>와 같다. 분산팽창지수는 10보다 적었으며, 공차한계는 0.1이상으로 나타나 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 확인되었다. 직무스트레스

<Table 4> The influence of Job Stress on Turnover Intention

Variables	Model 1			Model 2			Model 3			Model 4			Tolerance	VIF
	SE	β	t(p)	SE	β	t(p)	SE	β	t(p)	SE	β	t(p)		
Organizational system	.105	.407	6.130 (.000)	.101	.339	5.340 (.000)	.100	.306	4.843 (.000)	.103	.270	4.146 (.000)	.862	1.160
Job demand				.074	.334	5.257 (.000)	.076	.278	4.273 (.000)	.076	.280	4.340 (.000)	.877	1.140
Job insecurity							.091	.192	2.937 (.004)	.092	.163	2.458 (.015)	.829	1.207
Interpersonal conflict										.096	.136	2.093 (.038)	.859	1.164
Statistic	R ² =.166, F=35.572, p=0.000			R ² =.273, F=27.631, p=0.000			R ² =.305, F=8.626, p=0.004			R ² =.321, F=4.379, p=0.038, Durbin-Watson=1.862				

<Table 5> The Moderating Effects of Internal Marketing on the Relationship between Job Stress and Turnover Intention

Variables	Model 1			Model 2			Model 3		
	SE	β	t(p)	SE	β	t(p)	SE	β	t(p)
Job Stress(A)	.128	.561	9.329(.000)	.145	.471	6.924(.000)	.144	.464	6.875(.000)
Internal Marketing (B)				.118	-.183	-2.681(.008)	.117	-.191	-2.830(.005)
A*B							.231	.127	2.154(.033)
R ²		.315			.340			.356	
Adj R ²		.312			.333			.346	
ΔF(Sig-F)		87.022(.000)			7.187(.008)			4.641(.033)	

<Table 6> The Moderating Effects of sub-domain of Internal Marketing on the Relationship between Job Stress and Turnover Intention

Moderating variable	Variables	Model 1			Model 2			Model 3		
		SE	β	t(p)	SE	β	t(p)	SE	β	t(p)
Empowerment	Job Stress(A)	.128	.561	9.329(.000)	.138	.501	7.741(.000)	.136	.488	7.633(.000)
	Empowerment(B)				.099	-.152	-2.341(.020)	.098	-.133	-2.078(.039)
	A*B							.227	.162	2.737(.007)
	R ²		.315			.335			.360	
	Adj R ²		.312			.328			.350	
	ΔF(Sig-F)		87.022(.000)			5.479(.020)			7.491(.007)	
Educational Training	Job Stress(A)	.128	.561	9.329(.000)	.135	.544	8.610(.000)	.136	.537	8.436(.000)
	Educational Training(B)				.089	-.059	-.927(.355)	.090	-.065	-1.028(.305)
	A*B							.205	.054	.881(.379)
	R ²		.315			.318			.321	
	Adj R ²		.312			.311			.310	
	ΔF(Sig-F)		87.022(.000)			.860(.355)			.777(.379)	
Reward System	Job Stress(A)	.128	.561	9.329(.000)	.131	.533	8.681(.000)	.130	.540	8.852(.000)
	Reward System(B)				.060	-.120	-1.953(.052)	.060	-.129	-2.114(.036)
	A*B							.132	.126	2.112(.036)
	R ²		.315			.329			.345	
	Adj R ²		.312			.322			.334	
	ΔF(Sig-F)		87.022(.000)			3.815(.052)			4.462(.036)	
Internal Communication	Job Stress(A)	.128	.561	9.329(.000)	.143	.497	7.434(.000)	.143	.496	7.386(.000)
	Internal Communication(B)				.092	-.141	-2.114(.036)	.094	-.147	-2.166(.032)
	A*B							.216	.033	.541(.589)
	R ²		.315			.331			.332	
	Adj R ²		.312			.324			.321	
	ΔF(Sig-F)		87.022(.000)			4.467(.036)			0.202(.589)	
Management Support	Job Stress(A)	.128	.561	9.329(.000)	.142	.504	7.572(.000)	.142	.502	7.548(.000)
	Management Support(B)				.083	-.130	-1.945(.053)	.083	-.136	-2.039(.043)
	A*B							.165	.085	1.431(.154)
	R ²		.315			.329			.336	
	Adj R ²		.312			.322			.325	
	ΔF(Sig-F)		87.022(.000)			3.782(.053)			2.046(.154)	

하부요인 중 직무요구, 조직체계, 직무불안정, 관계갈등의 순으로 이직의도를 향상시킬 수 있는 유의한 영향력을 지니고 있는 것으로 나타났다. 설명력은 32.1%였다.

3.5 직무스트레스와 이직의도간의 관계에서 내부마케팅의 조절효과

본 연구에서는 치과위생사의 직무스트레스와 이직의도와의 관계에 있어 내부마케팅의 조절효과를 검증하기 위해 상호작용항을 사용하여 위계적 회귀분석을 실시하였다. 치과위생사의 직무스트레스는 <Table 5>와 같이 독립변수와 조절변수가 함께 반영된 Model 2에서 종속변수에 유의한 영향을 미쳤으며 설명력은 34.0%였다. 직무스트레스와 내부마케팅의 상호작용변수를 투입한 Model 3에서는 설명력이 35.6%로 Model 2보다 1.6% 증가하였으며, F증가분은 4.641로 유의한 양(+)의 조절효과를 보였다($p=0.033$). 즉, 직무스트레스는 이직의도에 유의한 영향을 미치며, 이 과정에서 내부마케팅은 직무스트레스와 상호작용하여 이직의도를 높이는 영향력을 발휘하는 조절효과를 갖는 것으로 나타났다.

3.6 직무스트레스와 이직의도간의 관계에서 내부마케팅의 하부요인별 조절효과

본 연구에서는 치과위생사의 직무스트레스와 이직의도와의 관계에 있어 내부마케팅 하부요인의 조절효과를 검증하기 위해 상호작용항을 사용한 위계적 회귀분석을 실시하였으며 분석한 결과는 <Table 6>과 같다. 내부마케팅의 하부요인인 권한위임, 보상시스템의 경우 직무스트레스의 상호작용변수를 투입한 Model 3에서 유의한 양(+)의 조절효과를 보여 직무스트레스는 권한위임과 보상시스템이 증가할수록 이직의도에 더 큰 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 그러나, 내부마케팅의 하부요인인 교육훈련, 내부커뮤니케이션, 경영충지원의 경우 상호작용항을 투입한 Model 3에서 유의한 조절효과를 갖지 않는 것으로 조사되었다.

4. 고찰 및 결론

본 연구는 병원경영관리 측면에서 치과위생사를 대상으로 직무스트레스로 인한 이직의도를 파악하고 이 과정에서 내부마케팅의 조절효과를 분석하여, 치과의료기관

의 핵심인력인 치과위생사의 이직을 예방하기 위한 바람직한 근무환경 조성과 효율적 인사관리 방안 마련을 위한 기초자료를 제공하는데 의의가 있다.

본 연구 결과, 연구대상자의 직무스트레스 정도는 2.81로 나타났으며, 하부요인별로 직무요구 3.25, 조직체계 3.00, 직무불안정 2.46, 관계갈등 2.44의 순으로 조사되었다. 치과위생사를 대상으로 한 김민정[13]의 연구에서도 업무관련 요인이 가장 높게 나타나 본 연구와 유사한 결과를 보였다. 이는 치과위생사의 업무가 구강질환 예방과 관련된 전문화된 업무부터 단순하고 반복적인 진료보조업무 등 다양한 업무를 수행하기에 업무량이 혼자하기에는 많으며 항상 시간에 쫓기기 때문에 나타난 결과라 생각된다.

내부마케팅 하부 요인별 조사에서 교육훈련이 3.88로 가장 높았으며, 보상시스템은 2.79로 가장 낮게 나타났다. 공기업 종사자를 대상으로 한 정기한 등[22]의 연구에서는 보상시스템이 3.28로 가장 높았고, 내부커뮤니케이션이 2.54로 가장 낮게 나타나 본 연구와 차이를 보였다. 이는 조직문화의 차이로, 치과위생사는 병원의 효율적 업무개선을 위한 아이디어 제공, 의료시장 정보 제공, 환자와의 우호적 관계형성 등 치과의 경쟁력 강화를 위한 업무 외적인 행동에 대해 공정하고 적절한 보상이 이루어지지 않는다고 인식하기에 보상시스템이 가장 낮게 나타난 것으로 생각된다.

이직의도에 관한 조사에서는, 임상경력 3-7년이 가장 높았으며 1년 미만인 것이 가장 낮게 나타났다. 여성치과종사자를 대상으로 한 한소라[14]의 연구에서도 임상경력 3-6년이 이직의도가 가장 높게 나타나 본 연구와 유사하였다. 또한, 월급여 250만원 이상일 경우 직무스트레스가 가장 적게 나타난 결과로 보아 임상경력 3-7년의 경우 치과업무 수행에 필요한 제반 지식과 기술의 습득을 통해 자신감은 풍부하나 이에 비해 치과의료기관의 임상경력에 맞는 처우나 보상이 부족하다고 인식하기에 이직의도가 높게 나타난 것으로 사료된다.

직무스트레스의 모든 구성요인들이 이직의도에 유의한 영향을 미치며, 직무요구, 조직체계, 직무불안정, 관계갈등의 순으로 영향력을 가지고 있는 것으로 조사되었다. 간호사를 대상으로 한 이희진 등[23]의 연구에서는 조직관리, 직무요구, 직무자체의 순으로 이직의도에 영향을 미친다고 하여 본 연구와 차이를 보였다. 간호사의 경우 비교적 규모가 큰 병원급 의료기관에 근무하기에 동료간

호사 뿐만 아니라 다른 직종 종사자와의 이해관계문제로 조직관리 직무스트레스가 많으나, 치과위생사의 경우 환자의 진료보조, 예방 처치 업무 뿐만아니라 상담 등의 환자 대면 업무 등 과도한 업무로 인한 스트레스가 많다. 그러하기에 치과의료기관은 이직의도 개선을 위한 방안으로 인력의 효율적 배치와 운용이 필요하며, 이를 위해 각각의 치과위생사가 병원 내에서 어떤 업무를 수행하고 있으며, 담당하고 있는 업무가 적성이나 능력에 적합하지 등에 대한 파악과 함께, 직무별 난이도와 중요성에 관한 객관적 평가제도 도입이 필요하다고 생각된다.

직무스트레스는 이직의도에 유의한 영향을 미쳤고, 이 과정에서 내부마케팅의 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 내부마케팅이 직무스트레스와 상호작용하여 이직의도를 높이는 영향력을 발휘하는 조절효과를 갖는다는 것은 의미있는 결과로써 내부마케팅 인식이 높은 집단일수록 직무스트레스로 인한 이직의도가 높은 것을 의미한다. 내부마케팅은 직원의 역할과 중요성을 인지하는 것에서부터 시작하는 것으로 직원을 1차 고객으로 인지하고 직원들에게 고객지향적 태도와 서비스마인드를 높여 더 좋은 업무성과를 얻을 수 있도록 동기 부여를 위한 작업환경을 제공하는 것으로[24], 이러한 내부마케팅은 이직의도에 부(-)의 영향을 미친다고 하였다[7,11,14,17]. 본 연구에서도 내부마케팅 자체는 이직의도에 부(-)의 영향을 미쳤으나, 치과위생사가 직무스트레스를 높게 인지하고 있는 상황에서 시행되는 치과의료기관의 내부마케팅 경영정책은 자기 개발을 위한 교육훈련 및 고객지향적 업무수행을 위한 긍정적 역할을 하는 것이 아니라, 오히려 과도한 업무의 연장으로 인지되기에 이직의도가 높아지는 것이라 생각된다.

직무스트레스가 이직의도에 미치는 영향에 있어서 내부마케팅의 하위요인 중 권한위임과 보상시스템 요인이 유의한 정(+)의 조절효과를 지니고 있는 것으로 나타났으며, 교육훈련, 내부커뮤니케이션, 경영충지원 요인의 경우 조절효과를 갖지 않는 것으로 조사되었다. 권한위임은 서비스를 제공하는 종업원에게 최대한의 의사결정권을 부여함으로써 문제 발생 시 해결 가능한 대책을 빠른 시간 내에 마련한다는 점에서 자신감을 가지고 업무를 행할 수도 있지만, 때론 책임이 동반되기에 일부 종업원들에게는 오히려 부담감으로 인식되기도 한다. 본 연구에서도 직무스트레스가 높은 상태에서 치과위생사에게 주어지는 의사결정권은 업무에 대한 권한의 확대가

아닌 책임감으로 인식되기에 권한위임 요인이 이직의도에 정(+)의 조절효과를 지니고 있는 것으로 생각된다. 또한, 종업원이 노동력을 조직에 제공하여 경영성과에 공헌할 경우 공정하고 정확한 평가를 바탕으로 금전적 보상과 함께 승진, 직무이동 등의 비금전적 보상을 시행하는 절차인 보상시스템은 종업원들의 직무동기를 부여하는 효과를 지니고 있다. 그러나 치과의료기관의 경우 비교적 규모가 작고 내부구성원이 적어 연공서열에 따라 조직이 운영되기에 정확한 평가에 의한 보상시스템이 적용되지 않으며 특히, 비금전적 보상을 위한 동기부여는 부족한 실정이다. 즉 장기간 근무를 하더라도 승진이나 직무이동 등의 적절한 보상이 이루어지지 않기에 이직의도가 증가되는 것이라 생각된다.

이상의 결과를 종합하면, 직무스트레스의 하부요인 중 직무요구($\beta=.280$), 조직체계($\beta=.270$), 직무불안정($\beta=.163$), 관계갈등($\beta=.136$)의 순으로 이직의도에 유의한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 또한, 직무스트레스는 이직의도에 유의한 영향을 미치며, 이 과정에서 내부마케팅 전체와 하부요인 중 권한위임과 보상시스템이 정(+)의 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 그러하기에 치과위생사의 이직의도 감소를 위해서는 치과경영자는 내부구성원에 대한 효율적 인사배치와 관리를 통해 치과위생사의 직무 부담감 개선을 위한 노력이 필요하다고 생각된다. 또한, 의사결정권에 있어 부담감을 느낄 정도의 권한위임이 아닌 자신의 업무역량에 맞는 권한위임을 통해 치과위생사의 창의성과 생산성을 증대시키고, 공정하고 객관적인 보상시스템의 운영을 통해 치과경영성과에 기여했을 때 합리적인 금전적 또는 비금전적 대가를 지불하여 이에 대한 불평이 없도록 해야 할 것으로 사료된다.

병원의 인적자원 관리가 제대로 이루어지지 않으면 병원조직의 생산성과 효율성이 떨어지고 의사결정이 지연되어 결국에는 의료의 질을 떨어뜨리는 결과를 초래할 수도 있다[2]. 이에 병원의 인적자원 관리 방안으로 직무스트레스가 이직의도에 미치는 영향에 있어 내부마케팅의 조절효과가 있음을 규명한 본 연구가, 향후 치과경영정책 수립에 있어 인사관리의 중요성을 인지시키는데 필요한 기초자료로 도움이 되리라 생각한다. 본 연구는 울산, 부산, 경남지역 치과의료기관에 근무하고 있는 치과위생사를 대상으로 실시하였기에 전국을 대상으로 일반화하기에는 한계점이 있으며, 직무스트레스와 내부마케팅이 이직의도에 영향을 미칠 수 있는 지역적인 특성이

나 개인적 특성이 있음에도 불구하고 본 연구에서는 직무스트레스, 내부마케팅과 이직의도와의 관계에만 국한하여 연구하였다. 이에 향후 연구에서는 이직의도에 영향을 미칠 수 있는 다른 예측 변인들에 대한 추가 연구 수행이 필요할 것으로 사료된다.

ACKNOWLEDGMENTS

본 논문은 영산대학교 교내연구비 지원에 의하여 연구되었습니다.

REFERENCES

- [1] Y. H. Kim. "Hospital human resource management", Soomoonsa, pp. 81-101, 2010.
- [2] J. J. Kim, S. S. Park. "Human resource management", Bobmunsa, pp. 345-346, 1995.
- [3] S. T. Chung. "Relationship between work environment, job stress, psychosocial stress, and fatigue of metropolitan rapid transit workers", doctoral dissertation, Kangwon National University, 2006.
- [4] H. E. Kim. "ICU nurses' health promoting behavior, depression & job stress", master's thesis, Kyungpook National University, Daegu, 2011.
- [5] H. J. Lee. "Organizational Behavior: Theory and Case Study", Sekyungsa, 1984.
- [6] S. B. Kim "Hospital marketing management", Hyunmoon, pp. 1-19, 2012.
- [7] J. Choi, N. S. Ha. "The effects of clinical nurse's internal marketing on job satisfaction, turnover intention, and customer orientation", The Journal of Korean Nursing Administration Academic Society, Vol. 13, No. 2, pp. 231-241, 2007.
- [8] S. K. Baek. "A Focus on the Compensation Package for Internal Customers = The Internal Marketing Strategy for the Performance of Medical Service", Korean journal of hospital management, Vol. 6, No. 3, pp. 90-108, 2001.
- [9] George WR. "The Retailing of service - A Challenging Future", Journal of Retailing, Vol. 53, No. 3, pp. 85, 1977.
- [10] Norman R. "Service Management: Strategy and Leadership in Service Business", John&Sons Ltd, 1984.
- [11] S. M. Baek. "The influence of the internal marketing factors in dental hospitals and clinics on the dental hygienist's turnover intention", master's thesis, Chung-Ang University, 2009.
- [12] M.S. Choi, D. H. Ji. "The comparative study on changes in job satisfaction and turnover intention according to the convergence mediating factors and the level of emotional labor in dental hygienists", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 6, pp. 27-34, 2015.
- [13] M. J. Kim. "A study on job stress and sleep quality in Dental Hygienists", master's thesis, Dankook University, 2012.
- [14] S. R. Han. "The effect of emotional labor on the intention to leave among female employees at dental clinics and the moderating effect of internal marketing", master's thesis, Inje University, 2014.
- [15] B. M. Bang, S. Y. Lee, J. O. Cheong. "Empirical study on the turn-over intention of university hospital nurses.", Journal of digital Convergence , Vol. 13, No. 2, pp. 205-213, 2015.
- [16] J. A. Han, M. J. Kim. "The Convergence Study of Interpersonal Caring Behaviors on Anger, Job Stress and Social Support in Nurses", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 7, No. 3, pp. 87-98, 2016.
- [17] M. J. Kim, G. Y. Kang. "The Convergence Study on the Relationship between the Job Stress and Mental Health of Nurses", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 5, pp. 39-47, 2015.
- [18] K. A. Jang, H. S. Lee. "Factors Affecting the Self Esteem of a Convergence Dental Hygienist", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 4, pp. 177-186, 2015.
- [19] J. S. Yang. "The Effects of Employee's Job Stress on Emotional Wellness and Organizational Commitment in Hospital", master's thesis, Gachon Medical University, 2013.
- [20] S. M. Lee. "The Effect of Job Characteristics and

Personal Factors on Work Stress, Job Satisfaction and Turnover Intention”, Journal of Korean Academy of Nursing, Vol. 25, No. 4, pp. 790-806, 1995.

[21] E. H. Kim. "The Effect of Hospitals' Internal Marketing on Nurses' Customer Orientation", master's thesis, Chonbuk National University, 2011.

[22] K. H. Chung, I. H. Hwang, J. I. Shin. "A study in the Effects of Internal Marketing and Customer Orientation on Service Quality and Customer Satisfaction in the Public Enterprise", Academy of customer satisfaction management, Vol. 9, No. 1, pp. 103-122, 2007.

[23] H. J. Yi, M. H. Kim, J. O. Cheong. "An Empirical Study on the Relationships between Subfactors of Job Stress and Turnover Intention", Journal of Government and Policy, Vol. 6, No. 2, pp. 51-75, 2014.

[24] Y. J. Yi. "Service Marketing". 5th ed. Hakhyunsa, pp. 173-195, 2013.

저자소개

이 병 호(Byung-Ho Lee) [정회원]



- 2006년 2월 : 고신대학교 보건대학원(보건학석사)
- 2009년 2월 : 고신대학교 의학과(의학박사)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 영산대학교 치위생학과 교수

<관심분야> : 예방치학, 치과경영학, 치과마케팅

김 정 술(Jung-Sool Kim) [정회원]



- 1994년 2월 : POSTECH 정보통신학과(공학석사)
- 2009년 2월 : 경북대학교 보건학과(보건학박사)
- 1999년 3월 ~ 현재 : 춘해보건대학교 치위생과 교수

<관심분야> : 보건학, 보건관리, (구강)건강증진