ISSN 2586-1816
융합정보논문지 제7권 제4호 pp. 1-9, 2017 DOI : https://doi.org/10.22156/CS4SMB.2017.7.4.001

치과 내원 환자들의 재이용 의사에 영향을 미치는 결정요인에 관한 융합 분석

지민경*
호원대학교 치위생학과

Convergence Analysis on The Determinants of Reuse Intention in Patients Visiting a Dentist

Min-Gyeong Ji*
Department of Dental Hygiene, Howon University

요 약 본 연구의 목적은 치과 내원 환자들의 인적서비스, 서비스 가치 정도를 알아보고 치과 재이용 의사에 영향을 미치는 결정요인을 파악하여 공급자와 소비자에게 질적 치과 의료서비스에 대한 정확한 요구도를 도출, 서로 간에 긍정적인 영향을 주고자 실시하였다. 대전 및 전북지역의 치과 의료기관에 내원한 성인을 대상으로 한 서술적 조사 연구이며, 자료는 SPSSWIN 18.0을 이용하여 t-test와 one way ANOVA, Pearson correlation, Stepwise multiple regression을 이용하여 분석하였다. 인적서비스는 서비스 가치, 재이용 의사와 유의한 양의 상관관계를 나타냈고, 서비스 가치도 재이용 의사와 유의한 양의 상관관계를 나타냈다. 재이용 의사에 영향을 미치는 변수는 서비스 가치, 인적서비스, 치과 의료서비스에 대한 차별감으로 나타났다. 따라서 내원 환자에게 맞춤 치과 의료서비스를 제공하기 위한 최적화된 프로그램 개발이 필요하며, 꾸준한 방법 모색을 통한 실제 적용이 요구된다.

키워드 : 재이용 의사, 인적서비스, 서비스 가치, 치과 환자, 의료서비스 차별감

Abstract The purpose of this study, is to identify the factors affecting reuse intention, determine the accurate demand of suppliers and consumers for qualitative dental care service, and identify the cyclic factors positively affecting one another. The data were analyzed by SPSSWIN 18.0, t-test and one way ANOVA, Pearson correlation and Stepwise multiple regression. Human service quality was significantly positively correlated with service value (r=0.609) and reuse intention (r=0.627) and service value was significantly positively correlated with reuse intention (r=0.645). The higher service value, the higher human service quality, the lower medical service discrimination, the higher level of reuse intention, which accounted for 56.9%. Therefore, it is necessary to make optimal maintenance of the system from the broad viewpoint of dental care in general and apply it in practice by developing good methods steadily.

Key Words : Purchase Intention, Human Service, Service Value, Dental Patients, Medical Service Discrimination

1. 서론

최근 병원의 경영환경은 급속한 기술발달과 경제화, 고도의 정보화 및 국제화, 서비스화 등으로 빠르게 변화하고 있다[1]. 현재의 의료 소비자들은 건강에 대한 관심도 증가하고, 의료 지식 및 기관 선택능력이 향상되어 있어 웰빙을 찾고 있다[2]. 의료계도 기존의 공급자 중심의 서비스에서 고객 중심의 병원으로 변모하고자 노력하고

Received 2017-06-21 Revised 2017-07-10 Accepted 2017-08-20 Published 2017-08-31
*Corresponding author : Min-Gyeong Ji (air638@hanmail.net)

있다[3]. 이렇게 변화되는 환경은 치과 의료기관들의 질적인 서비스의 증대, 환자만족도, 재이용 의사의 향상 등 관리의 중요성이 부각되고 있다[4].

대체적으로 의료서비스 질은 의료 소비자인 환자가 인식하는 질과 공급자가 평가하는 질로 구분되며, 무엇보다 의료서비스는 공급자인 의료기관과 수요자인 환자의 관계가 전문지식, 경험, 숙련된 기술을 요구하는 의료행위를 매개로 하여 이루어지므로 환자와 의료진과의 상호작용과 의료 종사자들의 고객지향적인 사고, 행동이 다른 타 서비스 업종보다도 필요하다[5,6].

점차 서비스 경영기법을 도입하는 사례가 늘어가고 있고, 병원 종사자의 친절, 성실도, 전문지식 등을 기본으로 한다[7]. 인적 서비스는 의료서비스 품질을 구성하는 요인 중의 하나로 상호작용, 상호작용품질, 관계품질 등 연구자에 따라 다양한 용어로 활용되고 있다[8]. 의료진과 환자의 장기적인 관계를 형성, 유지, 발전에 도움이 되고자 의료진은 환자와의 상호 공감대를 형성, 교류하며 환자의 요구에 신속, 정확히 반응하여 보다 나은 서비스를 제공하려고 한다[9]. Kasteler연구와 Dimatteo연구에서는 특정 의료인과 좋은 관계를 유지함으로써 의료서비스에 흡족한 환자는 기관 이용 시 만족도를 올리는데 영향을 미친다고 주장하였다[10,11].

소비자들은 비용, 시간 요소, 서비스품질의 교환을 통해 서비스 가치를 지각하게 되고 이는 만족에 영향을 미치게 된다[7]. Bolton & Drew는 서비스 가치와 서비스 질과의 관계 평가에서 소비자의 가치는 제공받은 서비스 품질과 그 대가로 지불한 비용 사이의 상쇄 효과로 정의하였다[12]. 또한, Ettinger는 특히 환자들이 가지고 있는 의료 서비스 가치를 이해하는 것이 보건의료조직에서 성공적인 사업전략 수행이라고 설명하였으며, 환자들은 제공받은 편익과 지불한 비용 간의 상쇄를 통하여 의료 서비스에 대한 가치를 파악하게 된다고 하였다[13]. 의료서비스 가치는 의료소비자의 반응을 설명하거나 예측하는데 더욱 유용한 개념으로, 서비스 생산 그 자체가 본질적인 가치가 아니라 지각된 서비스 질과 같은 부분이 전체 서비스 가치로 형성된다는 점이다[14].

의료기관 이용에 부정적인 영향을 미치게 될 수도 있는 개개인들 사이에 존재하기 마련인 차이들이 서열화, 위계화, 차별로 전환되고 부당한 차별을 받게 될 수도 있어 의료서비스 차원에서도 고려해봐야 된다[15]. 이에 최규영은 보이지 않는 차별의 경우 치과 의료서비스도 개선할 필요가 있다고 보고하였다[16]. 한번 형성된 이미지는 쉽게 변하지 않으며 긍정적인 병원의 이미지는 장기간에 걸쳐 형성되기 때문에 의료 소비자에게 인식된 좋은 면은 병원을 방문하려고 하는 의지를 증대시킬 수 있다[17].

재이용 의사는 이와 유사한 개념으로 고객충성도로서 나타내기도 하며, 제품 또는 서비스를 다시 구매할 것인지에 대한 소비자들의 평가를 가장 직접적으로 나타내주는 지표이다[18]. 그러므로 환자들은 선택기준에 맞는 의료기관을 찾게 되고, 만족하게 되면 의료서비스를 지속적으로 이용하면서 공급자와의 관계를 계속 유지할 뿐만 아니라 치료과정에 협조하려는 경향이 있게 된다[16]. 따라서 치과 의료기관들도 환자가 인지하는 최상의 치과의료 서비스를 제공함으로써 환자를 유도하는 마케팅 전략을 구축하고, 변화하는 의료 환경에 적극적으로 대처해야 한다[14].

의료진을 비롯한 모든 직원들에게 환자 지향 서비스 교육을 실시하여 인적서비스의 품질을 향상시키기 위한 노력을 진행하고 있지만, 아직도 수요자 중심의 능동적인 서비스 품질 개선이 미흡한 실정이다[19]. 의료기관들은 환자가 서비스 가치를 높게 평가하고 만족할 수 있는 의료서비스를 제공함으로써 재이용 의도를 꾸준히 획득하는 것이 가장 중요한 목표 중의 하나이다[19].

이에 본 연구는 치과 내원 환자를 대상으로 인적 서비스, 서비스 가치가 재이용 의사에 미치는 영향 정도를 파악하여 치과 병·의원 의료서비스의 질을 향상시키기 위한 방안을 마련하고 향후 치과 서비스 환경의 전략적인 시사점을 제시하고자 시행하였다.

2. 연구대상 및 방법

2.1 연구 설계

본 연구는 치과 내원 환자들의 인적서비스, 서비스 가치, 의료서비스에 대한 차별감과 재이용 의사와의 관계를 파악하고 대상자의 인적서비스, 서비스가치, 의료서비스에 대한 차별감이 재이용의사에 미치는 영향을 확인하기 위한 서술적 조사연구이다.

2.2 연구대상

본 연구는 대전 및 전북지역의 치과 의료기관에서 무

작위로 표본 추출한 8개 치과 의료기관에 내원한 성인 중 설문에 동의한 250명을 대상으로 하였다. 자료수집 기간은 2015년 2월 2일부터 2015년 2월 28일까지 실시하였으며, 사전에 교육을 받은 조사원들이 대상자에게 본 연구의 목적 및 조사내용과 윤리에 관한 제반 사항을 충분히 이해하도록 설명한 후 자기기입식으로 작성하도록 하여 현장에서 회수하였다. 이 중 응답이 미비하여 분석에 사용할 수 없는 4명의 설문지를 제외한 246명의 자료를 분석대상으로 하였다.

2.3 연구 도구

일반적 특성은 성별, 연령, 학력, 직업, 주관적 경제 수준, 주관적 구강건강 6문항이며, 치과 의료관련 특성은 치과 의원 이용 동기, 치과 의원에 내원하는데 소요되는 시간, 치과 의원 내원 횟수, 교통수단, 치료비용부담자, 불만 사항 경험, 의료서비스에 대한 차별감 7문항으로 구성하였다. 인적서비스 5문항, 서비스 가치 4문항, 재이용 의사 3문항으로 하였다. 의료서비스에 대한 차별감을 평가하기 위한 설문 문항은 정성혜의 연구에서 사용한 문항을 수정·보완하여 사용하였다[20]. 측정은 각각의 문항에 대해 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 리커트 척도로 산정하였다. 점수가 높을수록 의료서비스에 대한 차별감이 높음을 의미한다. 본 연구의 내적 신뢰도를 의미하는 Cronbach's α 계수는 0.908이었다.

인적서비스는 병원 관계자들이 고객에게 보인 친절성 및 전문성으로 정의하고, 측정 도구를 개발하는데 있어서 Parasuraman et. al이 제시한 서비스 질의 결정요인 중 인적 서비스에 관계되는 요인들을 선별 후 의료서비스에 적합하게 수정한 박숙영의 도구를 본 연구에 맞게 보완하였다[21,22]. 각 문항은 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 매우 그렇다' 5점으로 총 5개의 항목으로 구성하였으며 리커트 5점 척도를 사용하였다. 내적 신뢰도를 의미하는 Cronbach's α 계수는 0.846이었다.

서비스 가치 측정 도구는 Ettinger이 개발한 도구를 한명숙이 수정·보완한 것을 본 연구의 목적에 맞게 사용하였다[13,14]. 환자가 얻은 의료서비스 질과 이 서비스를 얻기 위해 지불한 대가 간의 상쇄 효과로 리커트 5점 척도로 사용하고, Cronbach's α 계수는 0.852이었다.

재이용 의사 측정 도구는 Zeithaml이 재이용 의사를 측정하기 위해 개발한 문항을 기초로 한 한명숙의 도구를 수정・보완하여 사용하였다[14,23]. 환자의 이전 경험과 미래에 대한 기대를 기반으로 병원을 재방문하고자 하는 의도로 리커트 5점 척도이며, Cronbach's α 계수는 0.927이었다. 연구 도구는 주성분 분석을 이용한 요인분석을 하였다.

2.4 자료 분석

수집된 자료는 SPSS Version 18.0 for Windows를 이용하여 일반적 특성 및 치과 의료관련 특성에 따른 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사는 t-test와 one way ANOVA로 분석하였다. 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사간의 관계는 피어슨 상관분석을 이용하였다. 재이용의사에 영향을 미치는 요인을 알아보기 위해서 단계별 다중회귀분석을 실시하였다.

3. 연구결과

3.1 일반적 특성에 따른 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사

Table 1에서 보면 성별에서 남자가 인적서비스 5.4점, 서비스 가치 5.1점, 재이용 의사 5.5점, 여자보다 높게 나타나 통계적인 유의한 차이를 나타냈다. 연령에 따른 유의성은 나타나지 않았고, 학력에서는 대학졸 이상인 군에서 서비스가치가 5.2점으로 통계적인 유의성을 보였으나, 인적 서비스, 재이용 의사에서는 통계적으로 유의한 차이가 보이진 않았다. 직업이 공무원인 군에서 인적서비스 5.7점, 서비스 가치 5.4점, 재이용 의사 5.8점으로 높게 나타나 통계적인 유의한 차이를 나타냈다. 주관적 경제수준은 재이용 의사에서 좋다고 한 5.6점, 보통 5.3점, 좋지 않다는 군 5.1점으로 나타나 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다.

3.2 치과 의료관련 특성에 따른 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사

Table 2에서 보면 선택 동기에서 진료수준이 높은 군에서 인적서비스 5.7점, 서비스 가치 5.4 점, 재이용 의사 5.9점, 모두에서 가장 높게 나타나 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다. 소요시간이 1시간 이상인 군에서 인적서비스가 5.5점으로 가장 높게 나타났고, 30분 이상 1시간 미만인 군에서는 5.4점, 30분 미만인 군에서는 5.2점으로 나타나 통계적인 유의성을 보였다. 치과 이용 기간에서

는 2년 이상인 군에서 서비스가치 5.1점, 재이용 의사 5.6점으로 높게 나타나 통계적인 유의성을 나타냈다. 교통수단에서는 재이용 의사가 기타 5.6점으로 가장 높게 나타났고, 버스 5.4점, 도보 5.2점 순으로 나타났다. 비용부담에서는 재이용 의사가 본인 5.4점, 배우자 5.3점, 기타 5.2점으로 높았으나 통계적인 유의성은 없었다. 치과에 대한 불만 사항에서는 불만 경험이 없는 군에서 인적서비스가 5.3점으로 높게 나타나 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 치과 의료서비스에 대한 차별감은 낮은 군에서 인적서비스 5.4점, 서비스 가치 5.3점, 재이용 의사 5.3점으로 높게 나타나 통계적인 유의성이 있었다.

Table 1. Human Service Quality, service value and Reuse Intention according to general characteristics Unit: Mean±SD

Variables	Category	Human Service	Service Value	Reuse Intention
Sex	Male	5.4±1.19	5.1±1.16	5.5±1.18
	Female	5.2±1.15	4.9±1.14	5.3±1.22
	p-value	0.045*	0.002**	0.043*
Age (year)	20～29	5.2±1.24	4.9±1.23	5.4±1.28
	30～39	5.3±1.13	5.0±1.10	5.4±1.16
	≥40	5.3±1.18	4.9±1.19	5.3±1.28
	p-value	0.738	0.873	0.342
Education level	Under highschool graduation	5.2±1.18	4.8±1.12	5.3±1.24
	Above college graduation	5.3±1.16	5.0±1.18	5.5±1.17
	p-value	0.069	0.005**	0.052
Occupation	Independence enterprise	5.3±1.18	5.1±1.16	5.4±1.24
	Company employee	5.2±1.16	4.9±1.16	5.3±1.21
	Official employee	5.7±1.24	5.4±1.24	5.8±1.26
	College student	5.4±1.25	4.9±1.30	5.5±1.35
	Housewife	5.2±1.09	4.8±1.07	5.3±1.13
	p-value	0.009**	0.007**	0.011*
Self-reported living status	Good	5.1±1.25	4.9±1.25	5.6±1.22
	Moderate	5.2±1.14	5.1±1.12	5.3±1.23
	Poor	5.2±1.17	4.8±1.18	5.1±1.06
	p-value	0.814	0.882	0.010*
Self-reported oral health status	Good	5.3±1.23	4.8±1.22	5.4±1.24
	Moderate	5.4±1.12	5.1±1.11	5.3±1.12
	Poor	5.4±1.19	4.9±1.15	5.2±1.26
	p-value	0.765	0.789	0.412

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

Table 2. Human Service, Service Value and Reuse Intention according to dental medical related characteristics Unit: Mean±SD

Variable	Category	Human Service	Service Value	Reuse Intention
Selecting motivation	Inducement of acquaintances	5.3±1.27	5.0±1.21	5.4±1.28
	Accessibility	4.8±1.18	4.6±1.22	4.9±1.29
	Good physician interaction	5.3±1.26	5.1±1.24	5.4±1.27
	High level of treatment	5.7±1.19	5.4±1.26	5.9±1.11
	p-value	0.000**	0.000**	0.000**
Time required	Less than 30 minutes	5.2±1.26	4.9±1.25	5.3±1.32
	30 minutes ～1 hour	5.4±1.25	5.0±1.24	5.5±1.29
	above 1 hour	5.5±1.37	5.2±1.36	5.6±1.30
	p-value	0.004**	0.093	0.052
Period of using dentistry	Under 1 year	5.3±1.31	4.9±1.25	5.3±1.34
	Above 1 year ～Under 2 years	5.2±1.24	4.9±1.24	5.3±1.21
	Above 2 years	5.4±1.21	5.1±1.23	5.6±1.23
	p-value	0.080	0.006**	0.009**
Method of transportation	Walk	5.1±1.27	4.8±1.24	5.2±1.29
	Bus	5.2±1.25	5.0±1.22	5.4±1.26
	Other	5.2±1.23	5.1±1.21	5.6±1.24
	p-value	0.323	0.121	0.036
Cost-bearing	Myself	5.3±1.21	4.9±1.26	5.4±1.25
	Spouse	5.3±1.23	5.1±1.25	5.3±1.23
	Other	5.4±1.22	5.1±1.22	5.2±1.20
	p-value	0.435	0.228	0.258
Experiences of dissatisfaction	Yes	5.1±1.17	5.1±1.19	5.2±1.22
	No	5.3±1.12	5.2±1.14	5.3±1.15
	p-value	0.002**	0.086	0.092
Medical service discrimination	Low group	5.4±1.19	5.3±1.21	5.3±1.24
	High group	5.0±1.22	5.1±1.18	4.9±1.20
	p-value	0.000**	0.004**	0.000**

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

3.3 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사 간의 상관관계

Table 3에서 보면 인적서비스는 서비스 가치(r=0.609), 재이용 의사(r=0.627)와 유의한 양의 상관관계를 나타냈고, 서비스 가치는 재이용 의사(r=0.645)와 유의한 양의 상관관계를 나타냈다.

Table 3. Correlation of Human Service Quality, Service Value, Reuse Intention

Variables	Human Service	Service Value	Reuse Intention
Human Service	1.000		
Service Value	0.609**	1.000	
Reuse Intention	0.627**	0.645**	1.000

**: p<0.01

3.4 재이용 의사에 영향을 미치는 요인

Table 4에서 보면 재이용 의사에 유의하게 영향을 미치는 관련 독립변수와의 회귀분석결과, 서비스 가치, 인적서비스, 치과 의료서비스에 대한 차별감이 재이용 의사와 관련성이 있는 것으로 나타났다. 즉, 서비스 가치가 높을수록, 인적서비스에 대한 만족도가 높을수록, 치과 의료서비스에 대한 차별감이 낮을수록 재이용 의사가 높게 나타났고, 설명력은 56.9%이었다.

Table 4. Influential factor of Reuse intention multiple regression

Dependent variables	Independent variable	B	SE	t	p-value
Reuse Intention	(constant)	.387	.235	5.902	0.000
	Service Value	.226	.071	4.137	0.000
	Human Service	.144	.082	2.358	0.000
	Medical Service Discrimination	-.251	.056	-6.340	0.000
R^2=0.569 F =102.315** Durbin - Watson =1.78					

4. 논의

환자의 건강 및 구강건강에 대한 관심의 증가와 의식수준의 향상으로 인해 의료서비스에 대한 기대가 높아져 의료서비스품질의 향상은 중요한 부분이 된다[19]. 특히 의료 환경은 질병 구조의 변천, 의료 수요의 다양화, 고령사회와 같은 구조적인 요인에 영향을 받아 병·의원은 장래 목표, 경영 전략 개발과 그 실행에 힘을 기울여야 할 시점에 와 있다[1]. 의료서비스는 대개 의료진들의 외형적인 모습이나 행동을 통해 평가되기 쉬운데, 모든 서비스 중에서 비교적 무형성이 높은 분야로 의료서비스품질을 평가하기 어렵기 때문이다[22]. 치료의 임상적 결과에 대해서는 환자가 자세히 알기 어려운 치과 의료서비스의 경우도 환자가 인지한 의료서비스 질에 대한 만족도가 의료의 질을 평가하는 필수 요소가 된다[24]. 의료서비스에 만족한 환자는 지속적으로 이용하고, 인적 네트워크를 통하여 소개하는 것으로 보이며, 의료기관에서는 충성고객을 유도하여 돈독한 관계를 형성하는 특정한 의료공급자와의 부분도 필요하다고 생각된다[25]. 선택 가능한 의료기관이 증가함에 따라 일차 의료기관인 치과 의원의 경쟁이 치열해지고, 고객의 특성에 기초하여 제대로 이해하고, 요구사항 및 다채로운 채널을 통한 접점 의사소통으로 고객과의 관계 설정을 계속해 나가는 것이 평생 고객으로의 유도를 가능하게 한다[26].

이에 본 연구는 치과에 내원한 환자들을 대상으로 재이용 의사의 결정 수준을 향상하는데 영향을 주는 요인을 파악하여 치과 병·의원 의료서비스의 질적인 향상과 합리적인 치과 경영을 위한 기초자료를 제공하고자 시행되었다.

일반적 특성에 따른 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사는 남자에서 높게 나타났다. 한명숙의 연구에서도 남자에서 서비스가치, 재이용의사가 높게 나타나 본 연구결과와 일치하였다[14]. 남자에서 재이용 의사 높게 나타난 최규영의 연구와 본 연구결과가 같았다[16]. 학력에서는 대졸 이상인 군에서 서비스 가치가 높게 나타났으며 이는 선행연구와도 같은 결과이다[14]. 학력이 높거나 치과 의료에 대한 기초지식을 가진 환자들의 치과 의료서비스에 대한 기대수준을 충족시키기 위해서는 치과 의료기관의 기본요소뿐만 아니라 의료서비스의 수준을 한층 더 강화해야 한다[27]. 그러나 입원환자를 대상으로 한 박상혁의 연구에서 성별, 학력은 인적서비스, 고객가치, 재이용 의사와 통계적인 유의성은 없었다고 보고하였다[9]. 직업이 공무원인 군에서 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사 모두 유의하게 높게 나타났다, 이는 한명숙의 서비스가치, 재이용 의사에서 높게 나타난 결과와 일치하였고, 최규영의 재이용의사에서 높게 나타난 결과와 같았다[14,16]. 주관적 경제 수준이 좋다고 한 군에서 재이용의사가 높게 나타나 이는 최규영의 월평균 가족수입이 높은 군과 비교했을 때 유사하였다[16]. 치과 의료기관에 내원하는 환자들의 성별, 연령, 직업, 소득계층에 따라 차별화된 서비스 응대가 필요함을 강조하였다[28].

치과 의료관련 특성에 따른 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사는 선택 동기가 진료수준이 높다고 한 군에서 높게 나타났다. 이는 한명숙의 연구에서 서비스 가치와 재이용 의사와 같은 결과를 나타냈다[14]. 반면 최규영의 연구에서는 주위 소개, 과거의 경험, 치료를 잘한다고 들어서 순으로 나타났다[16]. 소요시간이 1시간 이상인 군에서 인적서비스가 높게 나타났으며, 한명숙의 연구에서는 재이용 의사에서 높게 나타났고, 최규영의 연구는 치과 방문에 소요되는 시간이 30분 이상인 군에서 재이용 의사가 높게 나타났다[14,16]. 교통수단에서는 재이용 의사가 기타 5.6점으로 가장 높게 나타났고, 버스,

도보 순으로 나타났다. 이는 최규영의 연구와 같은 결과를 나타냈다[16]. 치과에 대한 불만 경험이 없는 군에서 인적서비스가 높게 나타났다. 치과진료 만족도에 영향을 주는 요인으로 직원요인, 외부환경요인, 진료절차로 치과 의료 서비스의 질을 향상시키고 환자의 만족도를 높이기 위해서는 직원들의 체계적인 관리 및 교육이 이루어져야 된다고 판단하였다[29]. 치과 의료서비스에 대한 차별감은 낮은 군에서 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사 높게 나타났다. 이는 의료서비스에 대한 차별감의 합이 높을수록 치과 재이용 의사 평균점수는 낮아진 결과, 즉 치과 의료서비스 질의 의료진, 서비스 가치, 재이용 의사와 의료서비스에 대한 차별감과 유의한 음의 상관관계를 보인 결과와 유사하였다[16].

인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사 간의 상관관계에서 인적서비스는 서비스 가치, 재이용 의사와 유의한 양의 상관관계를 나타냈고, 서비스 가치는 재이용 의사와 유의한 양의 상관관계를 나타냈다. 정혜은의 연구에서 치과 보철치료 환자들의 지각된 서비스 가치에 의료서비스의 사람 요인이 상관관계를 나타내 보철치료 환자들에게 제공되는 보철물과 의료기술 이외에 의료인들이 환자들에게 친절과 성의를 다하는 것이 충족되어야 함을 시사하였다[30]. 교정환자를 대상으로 한 민희홍 등의 연구에서 의료서비스 가치는 재이용 의사와는 양의 상관관계를 보였고, 이의 향상을 위한 서비스 프로그램 개발과 만족도를 높일 수 있는 방안이 요구된다고 하였다[31]. 인적 서비스는 지각된 가치에 정의 영향을 미치는 요인으로 나타났고, 이를 병원의 의료기술 이외에 의료 관계자들이 환자에게 개별적인 관심 등 최선을 다할 때 환자가 지각하는 가치에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며, 지각된 가치는 재이용 의사에 정의 영향력이 있음을 확인하였다[22]. 병원의 인적서비스는 서비스 가치에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났고, 실제 및 접점 서비스 관계 환자집단 모두 환자가 지각한 서비스 가치는 환자 만족과 재이용 의도에 매우 중요한 요인임을 알 수 있다고 보고하였다[19]. 소비자인 환자가 의료서비스를 제공받는 과정에 있어서 의료서비스 품질 핵심요인 중 인적서비스가 의료서비스에 대한 가치 지각과 만족에 어느 정도 관련성을 확인할 수 있다고 하였다. 의료서비스의 핵심적 공급자인 의사, 간호사, 행정직원 등 환자와 밀접한 관련이 있으므로 의료서비스의 질과 내용을 결정하는 중요한 요소로 지속적인 교육과 서비스 실패에 대처하기 위한 매뉴얼이 필요하다[9]. 또한, 환자들에게도 교육 접근성이 용이한 매체를 활용하여 상세한 설명이 뒷받침된다면 관리의 효율성이 증대될 것이라 사료된다. 이에 다양한 분야에서 마네킹 시뮬레이션 교육, 구강 보건교육을 위한 IT기술 및 로봇을 이용한 교육 매체 제작, 모든 교육현장에서 실용적이면서 융합된 교육 매체가 개발되어 집단 특성별로 적용되어야 한다[32-34].

서비스 가치, 인적서비스, 치과 의료서비스에 대한 차별감이 재이용 의사와 관련성이 있는 것으로 나타났다. 즉 서비스 가치가 높을수록, 인적서비스에 대한 만족도가 높을수록, 치과 의료서비스에 대한 차별감이 낮을수록 재이용 의사가 높게 나타났다. 최규영의 연구에서 재이용의사는 서비스 가치와 유의한 정의 상관관계를, 의료서비스에 대한 차별감과는 부의 상관관계를 보였다[16]. 치과 재이용 의사에 영향을 미치는 중요한 변수로는 치과 의료서비스 질의 의료진, 친절성, 서비스 가치, 의료서비스에 대한 차별감 등이 있었고, 무엇보다 의료서비스 제공자들은 환자들의 의료서비스에 대한 차별감을 인지하여 외적인 요인뿐만 아니라 환자가 느껴지는 차별감이 최소화될 수 있도록 양질의 치과 의료서비스를 통해 다양한 경로의 전략 수립이 필요하다고 보고 한 바 있다[16]. 임문희의 연구에서도 인적 서비스의 계수 값이 높아 재이용 의사를 높이기 위해서는 정확한 진단과 환자의 요구사항을 잘 들어주어야 하며, 환자의 의견을 충분히 반영하고, 치료과정에 대해 상세하게 설명해주는 서비스가 제공되어야 한다고 하였다[4]. 의료서비스에 대한 만족은 인적요인이 진료환경 요인보다 높게 나타났다고 보고하였으며, 재이용 의사에 치과위생사의 역할이 중요하므로 치과위생사의 인적 의료서비스에 대한 구체적인 교육 방안이 마련되어야 한다고 언급하였다[35,36]. 환자가 지각하는 서비스 가치가 재이용 의사에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 환자의 치료과정 시 발생하는 지각가치를 높여줄 필요가 있다고 연구하였다[25]. 한명숙의 연구에서 서비스 가치는 재이용 의사에 유의한 영향을 나타냈으나 재이용 의사에 미치는 영향 중에서 서비스 가치가 가장 낮은 영향을 미쳐 이를 높일 수 있는 방안의 필요성을 보고하였다[14]. 다양한 분야에서 서비스의 질, 만족도, 재이용 의사, 타인추천 의향 등의 연구가 이루어지고 있어 각 요구에 부합되는 양질의 서비스를 제공하고, 신뢰할 수 있도록 브랜드 이미지화, 충성도, 지각된 가치에 대한 전략을 중점적으로 전개할 필요성이

있다[37-39]. 또한, 고객, 직원의 만족과 내부적 환경을 고려한 개선은 병원의 성과에도 긍정적인 영향을 나타낸다[40].

본 연구는 재이용 의사에 서비스 가치, 인적서비스, 의료서비스에 대한 차별감이 영향을 미치는 중요 변수라는 것을 알 수 있었다. 본 연구의 제한점으로 대전 및 전북 지역 일부 치과 의원을 이용하는 환자를 대상으로 하여 연구결과를 일반화하기에는 무리가 있고, 한 시점에서 이루어진 단면적 연구라는 점이다. 따라서 후속 연구에서는 재이용 의사에 영향을 주는 다양한 변수를 활용하여 관계를 명확히 규명하고, 인적 의료서비스 수준, 병원 규모별, 환자 상태별 등을 고려한 융합적 범위 확대를 통해 반복 연구를 실시 할 것을 제안한다.

5. 결론

본 연구는 치과에 내원한 환자들을 대상으로 재이용 의사의 결정 수준을 향상하는데 영향을 주는 요인을 파악하고자 자기기입식 설문조사를 실시하였다. 그 결과 남자에서 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사가 높게 나타났고, 대졸 이상인 군에서 서비스 가치가, 공무원인 군에서 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사가, 주관적 경제 수준이 좋다고 한 군에서 재이용 의사가 높게 나타났다. 진료수준이 높다고 한 군에서 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사가 높게 나타났으며, 1시간 이상이 소요되는 군에서 인적서비스가 높게 나타났다. 2년 이상 치과이용 군에서 서비스 가치, 재이용 의사가 높게 나타났고, 치과에 대한 불만 경험이 없는 군에서 인적서비스가 높게 나타났으며, 치과 의료서비스에 대한 차별감이 낮은 군에서 인적서비스, 서비스 가치, 재이용 의사 높게 나타났다. 인적서비스는 서비스 가치, 재이용 의사와 유의한 양의 상관관계를 나타냈고, 서비스 가치는 재이용 의사와 유의한 양의 상관관계를 나타냈다. 재이용 의사에 영향을 미치는 변수는 서비스 가치, 인적서비스, 치과 의료서비스에 대한 차별감으로 나타났다. 이상의 결과를 종합해 볼 때 재이용 의사는 치과 내원환자의 의료서비스에 대한 차별감이 없고, 맞춤 인적서비스와 서비스 가치가 중요한 요인으로 작용하였으며, 치과 의료에 대한 폭넓은 관점으로 최적 시스템 구축을 통한 실제 적용이 이루어져야 할 것으로 사료된다.

REFERENCES

[1] C. S. Hyuk. (2012). *A study on the patients' satisfaction at medical service and intention of reuse of hospital.* University of Hanyang, Seoul.

[2] Y. D. Park. (2011). *Factors of the quality of dental care service upon intention to revisit.* University of Daegu Haany, Daegu.

[3] J. B. Bae. (2015). *Study on the Influence of Service Quality in Dentist Health care Services on Customer Satisfaction and Repurchase Intention.* University of Daegu Haany, Daegu.

[4] M. H. Lim. (2016). *Impacts of the quality of dental service for adults on patient satisfaction and reuse of dental clinic.* University of Wonkwang, Iksan.

[5] K. D. Bopp. (1990). How patients evaluate the quality of ambulatory medical encounters: a marketing perspective. *Journal of Health Care Mark, 10(1),* 6-15.

[6] C. J. Suh & Y. H. Kim. (2002). A Study on Relationship Reputation of Medical Institutions and Service Quality. *Journal of the Korean Production and Operations Management Society, 12(3),* 125-152.

[7] S. H. Kim, J. Y. Kim, B. K. Seo & Y. J. Huh. (2011). The Impacts of Service scape and Human Services on Customer Responses. The Case of Healthcare Services. *Journal of Consumer Studies, 22(2),* 323-349.

[8] A. C. Lawrence, R. E. Kenneth & C. Deborah. (1990). Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective. *Journal of Marketing, 54(3),* 68-81.
DOI : 10.2307/1251817

[9] S. H. Park. (2016). *Comparing effects of service quality on inpatients' customer value perception, satisfaction and their revisiting intention between comprehensive nursing care units and general care units.* University of Inje, Gimhae.

[10] J. Kasteler. (1976). Issues underlying prevalence of Doctor-shopping behavior. *Journal of Health and Social Behavior, 17(4),* 328-329.
DOI : 10.2307/2136711

[11] M. R. Dimatteo, L. M. Prince & A. Haranta. (1979). Parient perceptions of physicians Behavior. *Journal of Community Health, 4(4),* 280-290.
DOI : 10.1007/bf01319022

[12] R. N. Bolton & J. H. Drew. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research, 17(4),* 375-384.
DOI : 10.1086/208564

[13] W. H. Ettinger. (1998). Consumer-perceived value: the key to a successful business strategy in the healthcare marketplace. *Journal of American Geriatrics Society, 46(1),* 111-113.
DOI : 10.1111/j.1532-5415.1998.tb01024.x

[14] M. S. Han. (2009). *Influence of the Quality of Dental Care Service to Customer Satisfaction, Service Value, and Purchase Intention.* University of Chungnam, Daejeon.

[15] J. S. Lee. (2004). Social Discrimination and Affirmative Action. *Yonsei Law Journal, 10(2),* 1-15.

[16] G. Y. Choi. (2016). *The Effects of Discrimination in Dental Care Service on Dental Clinic Reutilization Intention.* University of Chungnam, Daejeon.

[17] S. I. Park. (2009). *A study on the effect of hospital image and medical service quality of medical service reuse, Focused on the Mediating Effect of Medium Hospital Medical Service Value and Customer Satisfaction.* University of Yeungnam, Gyeongsan.

[18] T. S. Yoon & J. D. Goo. (1999). A study on the relationship between customer's perception of service quality and perchase intention. *Journal of Product Research, 21,* 231-278.

[19] S. S. Kim. (2010). *A Study on the Effects of Service Quality, Service Value, Emotional Response and Reputationon Customer Satisfaction and Repurchase Intention in Accordance with Service Relationship in Health care Service.* University of Hanyang, Seoul.

[20] S. H. Jeong. (2009). *An analysis of determinants of discrimination in medical servics : focused on the comparison of the disabled and the non disabled.* University of Catholic, Bucheon.

[21] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml & L. L. Berry. (1988). SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64,* 12-40.

[22] S. Y. Park. (2010). *The Effects of Health care center's Service Quality of the Human and Materials and Image on Perceived value, Moderating Role of the Involvement.* University of Hanyang, Seoul.

[23] V. A. Zeithaml. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing, 52(3),* 2-22.
DOI : 10.2307/1251446

[24] H. S. Hong. (2005). *The effects of the quality of the dental care services by dental hygienist on the patient's satisfaction, reuse, and invitation intention.* University of Dankuk, Cheonan.

[25] M. G. Seong, J. H. Kim & K. A. Jang. (2015). Factors Affecting the Satisfaction for Medical Service and Reuse Intention of Patients at Dental Clinic in Gyeongnam Province. *Journal of Dental Hygiene Science, 15(2),* 106-112.
DOI : 10.17135/jdhs.2015.15.2.106

[26] M. J. Jun & E. K. Noh. (2010). Service Quality of Dental Institutes Measured by SERVQUAL Model and Intention to Re-visit. *Journal of Dental Hygiene Science, 10(1),* 55-61.

[27] G. S. Lee & B. K. Min. (2008). The research about the influence of medical service when choosing the dental clinic. *Journal of Dental Hygiene Science, 8(2),* 51-56.

[28] E. M. Yoo, S. K. Kim & Y. S. Hwang. (2008). A study on patients' choices over dental clinics and factors of complaint against medical service, focused on Seoul, Kyoungi, and Incheon areas. *Journal of Korean society of Dental Hygiene, 8(1),* 93-105.

[29] M. G. Seong, J. H. Park, K. A. Jang & J. O. Choi. (2008). Analysis of Factors affecting the Patient's Service Satisfaction in Kimhae Dental Hospital. *Journal of Dental Hygiene Science, 8(4),* 215-224.

[30] H. E. Jeong. (2013). *A study on the effects of medical service factors on perceived service value and satisfaction by dental prosthetic medical cure patients, By applying the 7P.* University of Dankuk, Cheonan.

[31] H. H. Min, J. H. Jeon & G. B. Choi. (2016). Influence of service and value quality satisfaction on revisit intention in orthodontic patients. *Journal of Korean Society of Dental Hygiene, 16(2),* 329-335.
DOI : 10.13065/jksdh.2016.16.02.329

[32] J. H. Kim. (2011). Mannequin Simulation in the Health Science. *Journal of the Korea Convergence Society, 2(2),* 67-71.

[33] I. S. Kim & S. Y. Kim. (2016). Converged Relationship between Oral Health Education and Dental Health Behavior of High School Students. *Journal of Convergence for Information Technology, 6(4),* 107-114.
DOI : 10.22156/CS4SMB.2016.6.4.107

[34] M. R. Lee, S. J. Jung & M. G. Ji. (2017). Self-Perception Halitosis of Firefighters and the Halitosis-Relevant Fused Factors. *Journal of Convergence for Information Technology, 7(3),* 37-46.
DOI :10.22156/CS4SMB.2017.7.3.037

[35] H. N. Lee, H. S. Sim & G. Y. Kim. (2011). Association of quality of dental care service on the level of patient satisfaction. *Journal of Korean society of Dental*

Hygiene, 11(3), 383-393.

[36] S. K. Kim, H. J. Youn & K. H. Lee. (2012). An effect of medical service of the dental hygienist upon patients' satisfaction and the intention of hospital revisit. *Journal of Korean Society of Dental Hygiene, 12(6),* 1165-1172.
DOI : 10.13065/jksdh.2012.12.6.1165

[37] E. J. Hwang & I. O. Sim. (2016). Structural Equation Modeling for Public Hospital Quality of Care, Image, Role Performance, Satisfaction, Intent to (Re)visit, and Intent to Recommend Hospital as Perceived by Community Residents. *Journal of Korean Academy of Nursing, 46(1),* 118- 127.
DOI : 10.4040/jkan.2016.46.1.118

[38] F. X. Chen & K. H. Chung. (2016). A Study on the Relationship among e-Service Quality, Perceived Value and e-Loyalty in the Korean Internet Shopping Mall: Focused the Chinese Shopping Experience in Korea. *Journal of the Korea Service Management Society, 17(3),* 67-88.
DOI : 10.15706/jksms.2016.17.3.004

[39] B. S. Kim. (2017). Effects of Brand Loyalty of Consumer Loyalty toward Loyalty Programs and Consumer Satisfaction : Focused on Coffee Chains. *Journal of the Korea Service Management Society, 18(1),* 135-157.
DOI : 10.15706/jksms.2017.18.1.007

[40] J. Y. Moon. (2015). An empirical study of the Strategy Development and Deployment effects on the Hospital Management and Hospital Performance. *Journal of the Korea Convergence Society, 6(6),* 57-63.
DOI : 10.15207/JKCS.2015.6.6.057

저 자 소 개

지 민 경(Min-Gyeong Ji) [정회원]

- 2007년 2월 : 충남대학교 보건학과 석사
- 2010년 2월 : 충남대학교 보건학과 박사
- 2011년 3월 ~ 현재 : 호원대학교 치위생학과 교수

<관심분야> : 치위생학, 구강보건학, 치의학, 융합