

한방병원의 서비스 품질요인이 고객 만족도와 재이용의도에 미치는 영향

이재은*, 양종현**, 장동민***†

*부산대학교 한방병원, **중원대학교 보건행정학과, ***인제대학교 보건행정학과

〈Abstract〉

The Effects of Service Quality Factors on Customer Satisfaction and Intention of Revisit in Korean Medicine Hospital

Jaeun Lee*, Jonghyun Yang**, Dongmin Chang***†

Korean Medicine Hospital, Pusan National University, **Department of Health Administration, Jungwon University, *Department of Health Administration, Inje University*

This study was performed to analyze systematically and validate empirically the influence of Korean medicine service quality on satisfaction factors and revisiting intention. The candidates were patients visiting the one Korean medicine hospital in Gyeongnam. We took a direct survey collected during 15 days May 1 to 15, 2016. For the survey I distributed a total of 250 questionnaire and used the final 230 of them in verifying this research model except unreliable data. The collected data were used statistics program SPSS WIN 22.0 and the research model were examined by AMOS 18.0. The main research results are follows. First, the most influencing factors on consumer satisfaction were public image factors and then human factors, and then effectiveness factors. Second, the most influencing factors on reuse intention were public image factors and then physical factors. Third, human and effectiveness factors of service quality factors in Korean medicine hospital did not effect on revisiting intention directly but, effected on revisiting intention through mediation role of the customer satisfaction. Forth, satisfaction on the significant effect on reuse intention, so satisfaction has proved to be a important factor for reuse intention. The results of this study are expected to contribute to management efficiency and developmental improvement on Korean medicine hospital policy and management efficiency and be used as a basis for leading to national health promotion through the development of Korean medicine service.

Key Words: Korean medicine hospital, Service quality factors, Customer satisfaction, Reuse intention

I. 서 론

우리나라는 급속한 고령사회의 진입에 따라 다양한 분야에서 사회적 변화가 일어나고 있다. 이에 의료계에서도

고령화에 따른 만성질환자의 증가로 한방의료에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있는 실정이다[1].

1970년대 한의학에 사용된 비용은 국민의료비 총액의 약 20%로 추정된다. 그러나 최근 한방의료비 규모의 추

* 투고일자 : 2017년 1월 31일, 수정일자 : 2017년 5월 10일, 게재확정일자 : 2017년 5월 24일

† 교신저자 : 장동민, Tel: 055-320-3181, Fax: 055-335-8253, E-mail: phamdmc@inje.ac.kr

본 논문은 2016학년도 인제대학교 학술연구조성비 보조에 의한 것임.

이를 보면, 2005년에 국민의료비와 한방의료비의 경우 각각 48.9조원과 2.4조원에서 2012년에는 97.1조원과 4.3조원으로 증가하였지만, 국민의료비에서 한방의료비가 차지하는 비중은 감소하여 2005년 4.8%에서 2012년 4.5%에 불과한 것으로 나타났다[2].

근래에도 현대 서양의학의 확산, 한방보험급여의 제한, 한의약에 대한 국민 신뢰의 저하, 건강기능 식품시장의 활성화 등의 요인으로 인해 한방의료시장은 급속하게 위축되고 있다. 특히 주요 대학의 한방부속병원 조차도 점차 국민들의 낮은 한방이용률로 인하여 심각한 경영상의 위기를 초래하고 있는 상황이다[3].

경쟁이 치열한 의료환경 속에서 한의약계는 전문병원 지정, 한방급여 확대, 의료기관 인증제 시행 등과 같은 제반 조치를 통해서 위기를 극복하기 위해 부단히 노력하고 있다. 더불어, 한의학의 표준화, 과학화 및 세계화를 위해 다양한 발전방안을 강구하여 시행하고 있다. 하지만 이러한 발전방안들은 근본적인 해결책이 되지 못해 여전히 많은 한방 의료기관이 경영상의 어려움을 겪고 있는 것이 사실이다[2][3].

기존의 병원경영 관련 연구의 경우 병원 선택요인에 초점을 맞추어 고객만족에 영향을 미치는 다양한 요인들을 분석하는 연구가 많이 이루어졌다. 이러한 연구는 병원경영 상 통제할 수 없는 부분이 많아 실제 병원경영에 적용하기에는 어려움이 있었다. 그리고, 우리나라의 의료공급체계는 이원화된 구조를 갖고 있는데 지금까지 진행되어 온 의료서비스에 대한 연구는 주로 양방의료에 치우쳐 있어 한방의료의 특수성을 반영하지 못하는 한계가 있었다. 또한 연구방향이 주로 의료서비스의 품질과 만족에 초점이 맞추어진 반면에 만족과 성과간의 관계품질을 매개한 연구는 부족한 실정이다[4].

한방의료 이용자들은 양방의료 이용자에 비해 비용급과 만성증상으로 병원을 찾는 경우가 많기 때문에 만족도와 재이용의도에 미치는 요인들도 상대적으로 다를 것으로 예상되므로, 한방의료기관의 입장에서는 한방의료 이용자들의 특성과 행태를 반영한 연구가 많이 이루어져 만족감과 재이용의도를 높이는 다각적인 개선방안을 활용할 필요성이 제기된다[5].

이에 본 연구는 한방병원의 서비스 품질 요인이 만족도와 재이용의도에 미치는 영향을 다각적이고 실증적으로 분석하기 위하여 수행하였다. 구체적으로, 한방병원 이용

자가 선호하고 중요시하는 서비스 품질요인이 무엇인지를 체계적으로 파악하는 한편, 이러한 서비스 품질 요인에 기초하여 만족도와 재이용의도를 높일 수 있는 합리적인 개선방안을 제시하는 것이 본 연구의 목적이다.

II. 이론적 배경

1. 서비스 품질요인

1) 인적 요인

의료서비스는 다른 서비스에 비해 상대적으로 인적요인이 매우 중요하다. 병원을 찾는 주목적이 의사의 기술을 통해 질병을 치료하거나 예방하기 위함이기 때문이다. 병원은 의료인을 중심으로 이뤄져있기 때문에 정보의 비대칭성을 갖는다. 서비스를 이용해야 하는 환자에 비해 오히려 서비스 제공자가 더 많은 정보를 갖고 있기 때문에 의료인의 태도 또한 매우 중요한 요소이다. 의료인을 포함한 모든 병원 직원의 '친절'은 치열해진 병원경영 환경에서 신뢰를 유지하고 재이용을 높이기 위해 중요시 되고 있다. 공급자인 의료인에서 수요자인 '환자 중심'으로 환경이 변모하였고, 환자들은 고품질의 의료서비스 요인 중 하나로 의료인, 진료지원, 행정직원 모두에게 친절한 서비스를 필수적인 요소로 인지하고 병원을 찾는다. 이에 각 병원에서는 친절교육, CS전담팀 구성, 캐치프레이즈 선포 등으로 친절서비스 강화에 힘쓰고 있다[6].

2) 물리적 요인

병원의 물리적 요인은 장비 및 치료시설, 규모, 녹지 및 휴게시설, 환경의 청결함, 주차시설 등을 말한다. 의료서비스는 비계량적이고 이질적인 특성이 있기 때문에 환자들이 의료서비스를 사전에 판단하는 요소로 계량적인 수술건수, 의료진의 수, 규모, 최신장비, 편의시설, 의료환경 등을 적극 홍보하여 환자 유치에 힘쓰고 있다. 이에 물리적 요인은 병원을 선택함에 있어 판단하는 객관적 근거가 된다. 환자들은 의료에 관한 정보를 보다 손쉽게 이용할 수 있게 되면서, 의사가 권유하는 치료에 환자들이

수동적으로 의존하던 과거와 달리, 주도적으로 자신에게 적합한 치료 장비 및 시설을 찾아 가고 있다. 이에 병원에서는 의료서비스의 급속한 발전에 따라 최신장비를 갖추고 수익의 재투자를 통한 치료시설의 지속적인 개선을 통해 병원의 지속적인 발전에 노력하고 있다[7].

3) 효율성 요인

병원을 찾는 환자는 최소한의 시간과 비용을 들여 최대한의 효과를 얻기를 원한다. 이를 위해 대다수의 병원에서 예약시스템을 활용하여 진료의 편의성과 경영의 효율성을 동시에 추구하고 있는데 이를 활용하면 환자가 병원을 찾아 접수·수납을 하고 진료대기에 걸리는 시간을 줄일 수 있다. 뿐만 아니라 OCS와 EMR을 통해 환자가 각종 검사를 하거나 진료 후 약을 받는 데 걸리는 대기시간도 줄일 수 있게 된다. 환자가 병원을 이용하는 데 발생하는 진료비 또한 환자에게 매우 중요한 효율성 요인이다. 따라서 병원에서는 비급여 진료비에 대한 금액을 홈페이지와 병원 내에 게시하여 환자들에게 투명한 정보를 제공하고 있으며, 고액의 진료일 경우 진료의 전 과정을 상세하게 설명하여 오해가 없도록 노력하고 있다. 이처럼 환자의 최대 목표인 기능적인 호전과 더불어 환자의 편의성과 진료비의 합리성을 위한 다양한 서비스에도 만족해야 환자가 진료비에 불만이 없을 것이다[8].

4) 접근성 요인

접근성 요인이란 환자가 병원을 잘 찾아올 수 있는지를 보는 것이다. 무형의 접근성으로는 병원의 홍보매체가 매우 중요한 역할을 할 수 있다. 홈페이지, 병원보, 언론보도, 현수막 등을 통해 병원의 존재를 알리고, 내원방법과 진료시간을 최대한 많이 안내해서 환자들이 병원에 대한 정보를 획득할 수 있도록 하는 것이 중요하다. 유형의 접근성으로는 환자는 거동이 불편하거나 이동하기에 어려운 경우가 많아 시간과 비용을 최대한 줄이고 싶어 하기 때문에 병원의 위치가 매우 중요한 요인이 된다. 여기서 진료과나 전문분야에 따라 입지선정이 병원경영에 미치는 영향이 달라지기 때문에 사전에 충분한 조사가 필요하다[9].

5) 대외이미지 요인

대외이미지 요인은 병원의 대외적 평판, 주위 사람의 긍정적인 평가 등을 통해 평소에 병원에 대해 갖고 있는 인식이다. 그러므로 병원의 대외이미지 요인은 다양한 경험을 통해 형성되는 것이 특징이며, 기존 주변인의 주관적 평가와 각종 제도를 통한 병원 평가 및 인증 등의 외적인 평가와 사전에 획득한 정보를 통해 자신이 판단한 주관적 병원의 품질에 대한 내적인 평가로 나뉘볼 수 있다. 병원에서는 기존 고객의 주관적 평가가 긍정적으로 발휘되도록 병원의 품질에 대해 알기 쉽게 안내하는 게시물 부착, 지역주민을 대상으로 의료봉사활동, 건강강좌를 개최, 바자회 개최, 수익기부, 각종 공연 개최 등을 통해 긍정적인 이미지 구축에 힘쓰고 있다. 특히 한방병원에서는 한의약에 대한 국민적 불신이 문제가 되고 있기 때문에 대외이미지 요인이 더욱 중요할 수 있다. 따라서 한방병원에서는 질 관리에 더욱 힘써 한방 전체의 신뢰도를 높일 수 있도록 병원을 관리해 나가야 한다[10].

2. 만족도

만족도는 다면적이고 복합적인 속성을 가지고 있기 때문에 그 동안 학계와 기업들로부터 다양한 연구를 통해 측정되고 정의되어 왔다. 병원서비스 품질에 관련된 연구에서는 고객만족과 유사한 개념으로 환자만족(Patient Satisfaction)이라는 개념을 사용하기도 한다. 환자만족이란 병원이 제공하는 의료서비스, 제반 상품 등 병원서비스의 질에 대한 환자의 사용 전 기대(expectation)보다 사용 후 실감(perception)이 크거나 높은 것을 의미한다[11].

Oliver[12]는 만족을 기대와 불일치 수준의 지각된 합수라고 정의하였다. 다시 말해서 고객들이 자신의 기존 경험을 통해 서비스에 대해 기대를 하게 되고 서비스를 이용한 후 그 성과가 기대했던 것과 얼마나 부합되는가를 평가하게 된다. 일반적으로 기대한 것에 비해 실제 인지된 서비스가 높을 경우 만족하게 되고 성과가 기대에 못 미치게 되면 불만족하게 된다.

Anderson et al.[13]의 환자 만족도는 진료 과정, 결과, 구조를 반영할 수 있는 척도이며, 진료비용, 진료 용이성, 진료의 기술적, 인간적인 면, 진료성과를 포함한 다

차원적인 개념으로 나타난다고 하였다. 나아가 만족도는 환자의 치료효과에 직·간접적인 영향을 미치고, 재이용의도와 구전효과에도 영향을 주기 때문에 장기적인 관점에서 주기적으로 만족도를 측정하여 병원 서비스 품질의 개선에 활용하여야 한다. 본 연구는 Oliver[12]의 개념적 정의에 따라 환자가 병원에 오기 전 자신의 경험을 통해 인지하는 기대치와 서비스 이용 후 성과간의 가치평가로 병원 서비스의 만족도를 정의하였다.

3. 재이용의도

재이용의도란 소비자가 의도하는 미래행동으로 태도와 신념이 실제 구매행동으로 옮겨질 확률이다. 재이용의도는 소비자가 서비스와 제품을 미래에 재구매할 것 인지지에 대한 평가를 가장 직접적으로 나타내는 지표이며 실제로 재구매 행동과 고객유지와 밀접한 관련이 있다[14].

보건의료에서 재이용 의도를 측정한 연구들을 살펴보면, 먼저 Woodside et al.[15]이 의료서비스 품질, 만족도, 재이용의사와의 관계를 검증하기 위하여 재이용의도를 측정하였다. Rust[16]는 의료기관에 대한 충성도와 환자만족도의 관계 연구에서 제공받은 의료서비스에 대한 만족이 높은 환자일수록 높은 재이용의도를 보였다. Steiber[17]는 의료서비스 품질, 만족도 및 재이용의도의

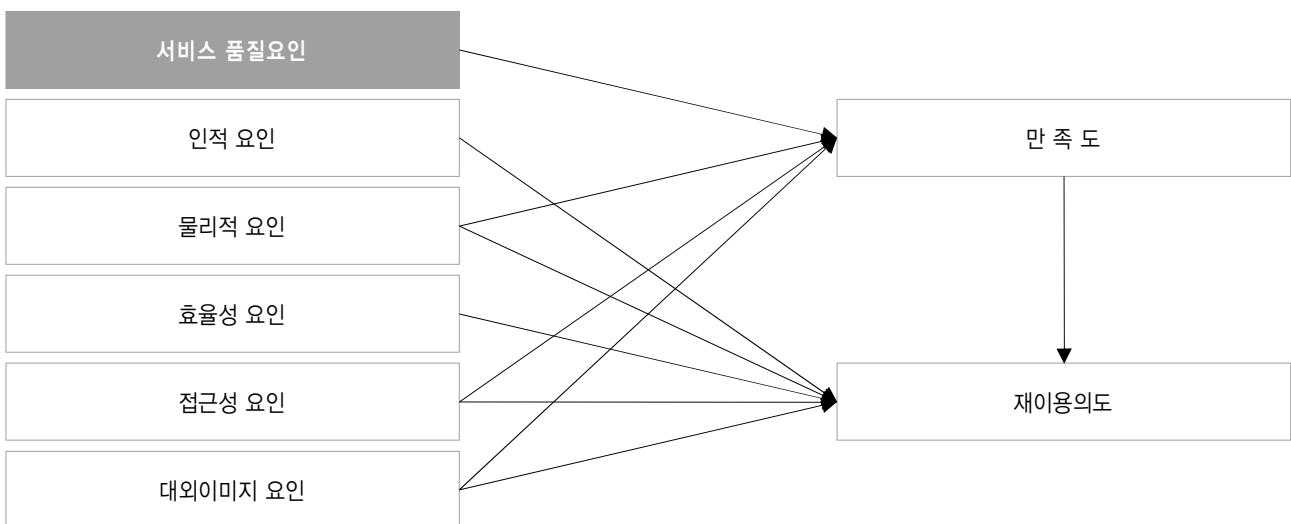
관계 분석에서 환자만족도와 재이용의도, 의료서비스의 질과 재이용의도 간에는 높은 상관관계를 보였다. 본 연구는 Engel et al.[18]의 개념적 정의에 따라 병원의 재이용의도를 환자의 계획된 미래행동을 의미하는 것으로 정의하고, 한방병원의 서비스 품질요인과 만족도 및 재이용의도간의 인과관계를 규명하고자 하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형 및 가설

1) 연구모형

본 연구는 지금까지 살펴본 이론적 배경과 여러 선행연구들을 바탕으로 한방병원을 선택하는 데 작용한 서비스 품질요인이 한방병원을 이용하는 환자들의 만족도와 재이용의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증하는데 목적이 있다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 근거로 한방병원 서비스품질요인이 만족도와 재이용의도에 미치는 영향을 설명하는 연구모형을 <그림 1>과 같이 구성하였다. 연구모형은 독립변수로 한방병원 선택요인 5가지, 매개변수로 만족도를, 종속변수로 만족도, 재이용의도, 만족도를 통한 재이용의도를 선정하였다.



<그림 1> 연구모형(Research model)

2) 가설설정

본 연구의 가설은 다음과 같다.

가설 1. 한방병원 서비스품질요인은 만족도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1. 한방병원 인적요인은 만족도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 한방병원 물리적요인은 만족도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 한방병원 효율성요인은 만족도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4. 한방병원 접근성요인은 만족도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5. 한방병원 대외이미지요인은 만족도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 한방병원 서비스품질요인은 재이용의도에 정
(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1. 한방병원 인적요인은 재이용의도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 한방병원 물리적요인은 재이용의도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3. 한방병원 효율성요인은 재이용의도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-4. 한방병원 접근성요인은 재이용의도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-5. 한방병원 대외이미지요인은 재이용의도에
정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 한방병원 이용자의 만족도는 재이용의도에 정
(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 변수의 정의와 측정

1) 서비스 품질요인

(1) 인적 요인

한방병원의 서비스 품질요인 중 인적 요인이란 환자가 한방병원을 선택함에 있어 의료인의 실력과 태도에 대해 고려하는 요인으로 정의하였다. 변수의 측정항목은 Park[5], Min[6]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 수정 보완하여 총 6개의 항목으로 구성하였다. 측정기

준은 Likert 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다. 기존 도구 사용 시 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .857$ 이었으며, 본 연구에서는 Cronbach's $\alpha = .863$ 였다

(2) 물리적 요인

물리적 요인은 환자가 한방병원을 선택하는 데 있어서 시설, 환경, 장비 등 물리적 환경 구축정도에 대해 고려하는 요인으로 정의하였다. 측정항목은 Lee[7], Kim[19]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 측정 항목을 수정 보완하여 총 5개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 Likert 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다. 기존 도구 사용 시 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .845$ 이었으며, 본 연구에서는 Cronbach's $\alpha = .826$ 였다.

(3) 효율성 요인

효율성 요인이란 환자가 한방병원을 선택하는 데 있어서 소요되는 시간, 진료절차의 편리함, 비용합리성 등 효율적 가치판단에 대해 고려하는 요인으로 정의하였다. 측정항목은 Park[20], Kim[21]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 측정 항목을 수정 보완하여 총 6개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 Likert 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다. 기존 도구 사용 시 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .846$ 이었으며, 본 연구에서는 Cronbach's $\alpha = .881$ 였다.

(4) 접근성 요인

접근성 요인은 환자가 한방병원을 선택하는 데 있어서 한방병원을 알게 되고, 찾아가게 되는 과정에서 편익에 대해 고려하는 요인으로 정의하였다. 측정항목은 Kim [20], Park[9]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 측정 항목을 수정 보완하여 총 5개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 Likert 5점 척도를 사용하였으며 ‘전혀그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 측정하였다. 기존 도구 사용 시 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .789$ 이었으며, 본 연구

에서는 Cronbach's $\alpha = .657$ 였다.

(5) 대외이미지 요인

대외이미지요인은 환자가 한방병원을 선택하는 데 있어서 한방병원의 대외적 신뢰성과 긍정적 평판에 대해 고려하는 요인으로 정의하였다. 측정항목은 Kil[22]과 Kim[10]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 수정 보완하여 총 5개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 Likert 5점 척도를 사용하였으며 '전혀그렇지 않다' 1점, '그렇지 않다' 2점, '보통이다' 3점, '그렇다' 4점, '매우 그렇다' 5점으로 측정하였다. 기존 도구 사용 시 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .825$ 이었으며, 본 연구에서는 Cronbach's $\alpha = .885$ 였다.

2) 만족도

한방병원의 만족도는 환자가 병원에 오기 전 자신의 경험을 통해 인지하는 기대치와 병원 서비스를 이용한 이후의 성과간의 가치평가로 정의하였다. 측정항목은 Sim [23], Yang & Chang[14]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 수정 보완하여 총 6개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 Likert 5점 척도를 사용하였으며 '전혀그렇지 않다' 1점, '그렇지 않다' 2점, '보통이다' 3점, '그렇다' 4점, '매우 그렇다' 5점으로 측정하였다. 기존 도구 사용 시 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .897$ 이었으며, 본 연구에서는 Cronbach's $\alpha = .921$ 였다.

3) 재이용 의도

한방병원의 재이용의도는 환자의 계획된 미래행동을 의미하는 것으로 정의하였다. 측정항목은 Leel[24], Park[19]의 연구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 수정 보완하여 총 5개의 항목으로 구성하였다. 측정기준은 Likert 5점 척도를 사용하였으며 '전혀그렇지 않다' 1점, '그렇지 않다' 2점, '보통이다' 3점, '그렇다' 4점, '매우 그렇다' 5점으로 측정하였다. 기존 도구 사용 시 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .839$ 이었으며, 본 연구에서는 Cronbach's $\alpha = .812$ 였다.

3. 연구방법

1) 조사대상

본 연구의 조사는 2016년 5월 1일부터 5월 15일까지 P대학교 한방병원에 내원하거나 내원 경험이 있는 250명의 환자들을 대상으로 실시하였다. P대학교 한방병원은 8개의 진료과(한방내과, 침구과, 한방재활의학과, 사상체질과, 한방소아과, 한방부인과, 한방신경정신과, 한방안·이비인후·피부과)를 갖추고 있으며, 연구기간 기준 101개의 허가병상을 보유하고 있다.

2) 자료 수집

본 연구의 조사도구인 설문지는 선행연구를 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 작성하였다. 설문조사를 시행할 때 외래에 근무하는 직원들에게 협조를 구해서 본 연구자와 함께 조사원으로 활용하였다. 설문서는 진료 전, 후의 대기시간을 이용하여 환자에게 직접 배부하거나 내원경험이 있는 자에게 직접 배부하여 자기기입식 작성을 통하여 수집하였다. 직접 설문지 기입이 어려운 환자는 보호자의 도움을 받기도 하였다. 2016년 5월 1일부터 5월 15일까지 외래 및 입원환자, 내원 경험이 있는 자 250명에게 설문하여 응답을 받았으며, 설문서를 모두 회수한 후에 부적합한 자료를 제외한 230명의 자료를 최종 분석대상으로 하였다.

3) 분석방법

실증분석을 위해 IBM SPSS Statistics 22.0, AMOS 18.0 통계프로그램을 사용하였으며, 자료 처리를 위한 분석기법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 정리하기 위해 빈도 분석을 실시하였다. 둘째, 설문에 의한 변수 구성의 타당성과 문항 간의 내적 신뢰도를 측정하기 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 하였다. 셋째, 가설 검증을 위하여 구조모형의 적합도 지수를 분석하고, 가설 검증을 위하여 AMOS를 이용하여 종속변수들에 미치는 영향정도와 경로분석을 수행하였다.

Ⅳ. 연구결과

1. 일반적 특징

조사대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 <표 1>과 같다. 응답자 내용 중 성별을 보면 남성이 42.6%, 여성이 57.4%로 남성보다 여성의 응답률이 상대적으로 높았다. 연령대를 살펴보면 30대가 40.0%로 가장 높았고 20대 이하가 38.3%로 나타났다. 그 다음으로 50대, 60대 이상 그리고 40대 순으로 나타났다. 병원방문으로는 재방문이 51.7%였고 첫 방문이 48.3%로 각각 나타났다. 방문 유형은 외래환자가 87.0%였고 입원환자는 13.0%에 불과하였다. 병원선택이유에 대해서는 본인판단 및 경험이 49.1%로 가장 높은 빈도율을 보였다. 다음으로 지인의

권유가 24.8%, 우수한 의료진 및 장비와 시설이 17.4% 순으로 나타났다.

2. 요인분석

한방병원 서비스 품질요인, 만족도와 재이용의도에 대한 요인분석 결과는 <표 2>와 같다. 분석 결과 고유치가 1이상으로 나타나 요인간의 판별타당성이 높은 것으로 나타났다. 따라서 독립변수, 종속변수 모두 7개 요인으로 판별되었다. 그리고 총 7개 변수 모두 설명된 총 누적분산도 71.468로 나타나 높은 정보량을 보이는 것으로 조사되었다. 따라서 결과분석에 있어 판별타당성 측면에서 어려움이 없는 것으로 판단된다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성 (General characteristics of the subject)

| 구분 | N(명) | 비율(%) | |
|--------|-------------------|-------|------|
| 성별 | 남성 | 98 | 42.6 |
| | 여성 | 132 | 57.4 |
| 연령 | 20대 이하 | 88 | 38.3 |
| | 30대 | 92 | 40.0 |
| | 40대 | 11 | 4.8 |
| | 50대 | 22 | 9.6 |
| | 60대 이상 | 17 | 7.4 |
| 병원방문 | 첫 방문 | 111 | 48.3 |
| | 재 방문 | 119 | 51.7 |
| 방문유형 | 외래 | 200 | 87.0 |
| | 입원 | 30 | 13.0 |
| 병원선택이유 | 본인판단 및 경험 | 113 | 49.1 |
| | 광고, 언론 등 홍보매체를 보고 | 7 | 3.0 |
| | 지인(가족, 친구 등) 권유 | 57 | 24.8 |
| | 우수한 의료진 및 장비와 시설 | 40 | 17.4 |
| | 합리적인 가격 | 3 | 1.3 |
| | 기타 | 10 | 4.3 |
| 병원이용경로 | 도보 | 104 | 45.2 |
| | 자가용 | 64 | 27.8 |
| | 대중교통 | 56 | 24.3 |
| | 기타 | 6 | 2.6 |
| 합 계 | 230 | 100 | |

<표 2> 요인분석 결과(Factor analysis)

| 구분 | 구성요소 | | | | | | | |
|-------------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 만족도 | 병원선택에 만족 | .825 | .108 | .059 | .142 | .151 | .216 | .066 |
| | 재만족을 기대 | .811 | .167 | .150 | .226 | .108 | .114 | .015 |
| | 치료효과에 만족 | .775 | .147 | .068 | .234 | .150 | .125 | .211 |
| | 진료비용 만족 | .726 | .224 | .177 | .142 | -.013 | .228 | .133 |
| | 의료질에 만족 | .715 | .160 | .204 | .169 | .067 | .191 | .101 |
| | 만족을 주변에 홍보 | .696 | .169 | .196 | .282 | .081 | .081 | -.009 |
| 인적 요인 | 간호사 친절 | .240 | .806 | .188 | .087 | .158 | .092 | .001 |
| | 직원 친절 | .135 | .760 | .191 | .087 | .253 | .139 | .022 |
| | 조무사 친절 | .164 | .703 | .163 | .062 | .254 | .096 | .065 |
| | 의사 친절 | .398 | .645 | .224 | .179 | -.070 | -.049 | .042 |
| | 환자 의견 반영 | .476 | .523 | .238 | .233 | -.065 | -.017 | -.008 |
| 효율성 요인 | 진료 대기시간 | .259 | .150 | .845 | .040 | .155 | .027 | -.004 |
| | 원무 대기시간 | .263 | .177 | .815 | .095 | .243 | .050 | -.008 |
| | 한약 대기시간 | .176 | .203 | .804 | .088 | .300 | .098 | .047 |
| | 진료 절차 간편 | .137 | .430 | .573 | .159 | -.041 | .233 | .188 |
| | 부서간 협조 | -.002 | .411 | .498 | .187 | .213 | .099 | .210 |
| | 진료비가 합리적 | .089 | .355 | .496 | .184 | -.162 | .256 | .325 |
| 대외이미지 요인 | 주위사람의 권유 | .306 | .123 | .053 | .784 | .047 | .128 | .167 |
| | 의료수준 높음 | .257 | .053 | .141 | .776 | .140 | .197 | .001 |
| | 대외적 평판 좋음 | .233 | .116 | .035 | .773 | .186 | .171 | .199 |
| | 한약품질을 신뢰 | .244 | .193 | .195 | .734 | .210 | -.001 | -.097 |
| 물리적 요인 | 병원의 규모 | .103 | -.006 | .196 | .159 | .791 | -.023 | .134 |
| | 녹지, 휴게시설 | .078 | .373 | .216 | .077 | .632 | .236 | .013 |
| | 최신 의료장비 | .138 | .115 | .002 | .424 | .586 | .041 | .318 |
| | 주차시설 편리 | .035 | .403 | .329 | .080 | .580 | .262 | -.100 |
| | 환경이 청결, 위생 | .247 | .405 | .180 | .335 | .521 | .171 | .006 |
| 재이용 의도 | 의료비 비싸도 재이용 | .251 | .083 | .130 | .124 | .128 | .834 | .089 |
| | 시간이 걸려도 재이용 | .323 | .116 | .090 | .184 | .149 | .767 | .100 |
| | 다른 질병 재이용 | .379 | .175 | .166 | .367 | .048 | .500 | .000 |
| 접근성 요인 | 사는지역과 가까움 | .234 | -.152 | .089 | .159 | .025 | .001 | .796 |
| | 교통이 편리 | .044 | .240 | .082 | .003 | .190 | .143 | .788 |
| | 고유값 | 11.966 | 2.844 | 2.004 | 1.535 | 1.348 | 1.300 | 1.159 |
| | 설명된분산 | 15.754 | 12.357 | 11.450 | 10.849 | 8.486 | 6.925 | 5.645 |
| | 설명된누적분산 | 15.754 | 28.111 | 39.561 | 50.411 | 58.897 | 65.822 | 71.468 |

추출 방법: 프린시펄 구성요소 분석
회전 방법: 카이저 정규화를 사용한 베리멕스a

<표 3> 신뢰도 분석(Reliability analysis)

| 변수명 | 제거 전 항목수 | 제거된 항목수 | Cronbach's α |
|---------------|----------|---------|---------------------|
| 한방병원 서비스 품질요인 | 인적요인 | 6 | .863 |
| | 물리적요인 | 5 | .826 |
| | 효율성요인 | 6 | .881 |
| | 접근성요인 | 5 | .657 |
| | 대외이미지요인 | 5 | .885 |
| 만족도 | 만족도요인 | 6 | .921 |
| 재이용의도 | 재이용의도요인 | 5 | .812 |

<표 4> 구조모형의 적합도 지수(Goodness of fit test of structural equation model)

| 구분 | 적합도 기준값 | 분석결과 |
|----------|---------|--------------|
| CMIN/p값 | p>.05 | 518.428/.000 |
| CMIN/ DF | 30이하 | 1.646 |
| RMR | 0.05이하 | .046 |
| GFI | 0.90이상 | .866 |
| AGFI | 0.90이상 | .827 |
| CFI | 0.90이상 | .950 |
| NFI | 0.90이상 | .884 |
| NNFI | 0.90이상 | .940 |
| RMSEA | 0.05이하 | .053 |

3. 신뢰도 분석

각 변수들에 대한 신뢰도 분석은 다음 <표 3>과 같다. 앞의 요인분석결과, 독립변수의 인적요인, 대외이미지요인은 각각 1개 문항이 수렴의 부하치가 떨어져 분석에서 제외시켰다. 그리고 접근성 요인은 5개 문항 중 3개 문항을 제외시켰다. 종속변수의 재이용의도 요인은 2개 문항을 제외시켰다. 이들 변수들에 신뢰계수를 살펴보면 만족도 요인이 .921로 가장 높은 신뢰도를 보이는 것으로 나타났다. 다음으로 대외이미지 요인이 .885, 효율성요인이 .881, 인적요인이 .863, 물리적 요인이 .826, 재이용의도 요인이 .812로 매우 높은 신뢰도를 보인 반면, 접근성 요인만이 상대적으로 낮은 .657로 나타났지만 대체로 만족스러운 만족도를 보여 이 연구를 하는데 무리가 없는 것으로 판단되었다.

4. 구조방정식 모형 분석

AMOS 18.0 프로그램을 이용하여 구조방정식 모형을

분석하였다. 본 연구는 5개의 외생 잠재변수와 2개의 내생 잠재변수로 구성된다. 외생 잠재변수는 인적 요인, 물리적 요인, 효율성 요인, 접근성 요인, 대외이미지 요인 등 5개 변수이며, 내생변수로는 만족도와 재이용의도 등 2개 변수이다. 연구모형에서 제시되었던 연구모형에 대한 전반적인 적합도(good-fit)지수는 <표 4>와 같다. 모형의 적합도 지수는 자료가 모형을 잘 반영하고 있는지를 보여준다. 먼저 카이제곱값의 유의확률은 .000로 p값만 가지고 보았을 때는 모형이 자료에 적합하지 않으나, CMIN/df의 값이 2.029로 나타나 적합도 기준값 3.0이하를 만족하므로 자료가 모형에 적합하다는 것을 나타내 준다. 그 밖에 원소간평균치(RMR), 비교적합지수(CFI), 비표준적합지수(NNFI), 평균차이근(RMSEA)등의 값들도 기준치에서 크게 벗어나지 않고 있는 것으로 나타나 본 연구의 구조모형은 대체로 우수하다고 할 수 있다.

5. 연구모형의 가설검정

연구모형의 가설검정 결과를 요약하면 <표 5>와 같다.

첫째, 한방병원의 서비스 품질요인인 인적 요인, 물리적 요인, 효율성 요인, 접근성 요인, 대외이미지 요인이 고객 만족도에 미치는 영향의 결과를 살펴보면, 인적 요인(C.R.=2.666, $p<.01$), 효율성 요인(C.R.=2.774, $p<.01$), 대외이미지 요인(C.R.=7.018, $p<.001$)이 고객 만족도에 정(+)의 유의한 영향을 미쳤다. 둘째, 한방병원의 서비스 품질요인인 인적 요인, 물리적 요인, 효율성 요인, 접근성 요인, 대외이미지 요인이 재이용 의도에 미치는 영향의 결과를 살펴보면, 물리적 요인(C.R.=1.975, $p<.05$), 대외이미지 요인(C.R.=2.997, $p<.01$)이 재이용 의도에 정(+)의 유의한 영향을 미쳤다. 마지막으로, 고객 만족도가 재이용 의도에 미치는 영향에서는, 고객 만족도(C.R.=4.852, $p<.001$)가 재이용 의도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구모형의 잠재변수들 간 인과관계 분석에서 간접효과와 분석결과, 첫째, 한방병원의 서비스 품질요인 중 대외이미지 요인이 만족도를 경유하여 재이용 의도에 영향을 미치는 간접효과는 유의하였다($\beta = .187$, $p=.002$). 둘째, 한방병원의 서비스 품질요인 중 효율성 요인이 만족도를 경유하여 재이용 의도에 영향을 미치는 간접효과도 유의하였다($\beta = .087$, $p=.007$). 셋째, 한방병원의 서비스 품질요인 중 인적 요

인이 만족도를 경유하여 재이용 의도에 영향을 미치는 간접효과는 유의하였다($\beta = .101$, $p=.029$). 종합적으로 재이용 의도에 가장 많은 영향력을 미치는 매개변수인 고객 만족도에는 대외이미지 요인, 인적 요인, 효율성 요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

V. 고찰 및 결론

본 연구는 한방병원의 서비스 품질 요인이 만족도와 재이용의도에 미치는 영향을 분석하는 것이 목적이다. 본 연구 대상자의 일반적 특성을 보면, 남녀비율이 남자 42.6%, 여자 57.4%로 여자가 많았다. 이는 Im et al.[2], Park[5]과 유사한 결과로 기존의 논문들과 같이 여성의 한방병원 이용 빈도가 높은 것으로 나타났다. 연령별로는 30대가 40%로 가장 높았으며 다음으로는 20대 이하가 38.3% 순이었다. 이는 대학캠퍼스 내 대학병원, 신도시와 같은 입지적 위치가 작용한 것과 낮은 연령일수록 설문조사에 상대적으로 참여가 용이했기 때문인 것으로 판단된다.

<표 5> 가설검정 결과(Hypothesis verification results)

| 가설 경로 | 비표준화 계수 | 표준화 계수 | 표본 오차 | C.R. (t값) | 유의 확률 | 간접 효과(p) | SMC | 채택 여부 |
|-------------------|---------|--------|-------|-----------|-------|--------------|------|-------|
| 만족도 ← 인적 요인 | 0.184 | 0.268 | 0.069 | 2.666 | <.01 | | | 선택 |
| 만족도 ← 물리적 요인 | -0.183 | -0.149 | 0.135 | -1.355 | .175 | | | 기각 |
| 만족도 ← 효율성 요인 | 0.337 | 0.229 | 0.121 | 2.774 | <.01 | | | 선택 |
| 만족도 ← 접근성 요인 | 0.003 | 0.005 | 0.034 | 0.094 | .925 | | .499 | 기각 |
| 만족도 ← 대외이미지 요인 | 0.435 | 0.495 | 0.062 | 7.018 | <.001 | | | 선택 |
| 재이용 의도 ← 인적 요인 | -0.022 | -0.026 | 0.073 | -0.302 | .763 | .101 (.029) | | 기각 |
| 재이용 의도 ← 물리적 요인 | 0.284 | 0.192 | 0.144 | 1.975 | <.05 | -.056 (.250) | | 선택 |
| 재이용 의도 ← 효율성 요인 | 0.002 | 0.001 | 0.121 | 0.019 | .985 | .087 (.007) | | 기각 |
| 재이용 의도 ← 접근성 요인 | 0.025 | 0.034 | 0.034 | 0.723 | .47 | .002 (.915) | .417 | 기각 |
| 재이용 의도 ← 대외이미지 요인 | 0.225 | 0.213 | 0.075 | 2.997 | <.01 | .187 (.002) | | 선택 |
| 재이용 의도 ← 만족도 | 0.456 | 0.379 | 0.094 | 4.852 | <.001 | | .318 | 선택 |

$p<.05$:*, $p<.01$:**, $p<.001$:***

병원선택이유로 ‘본인판단 및 경험’이 49.1%로 가장 높은 빈도를 보였으며, ‘지인의 권유’가 24.8%, ‘우수한 의료진 및 장비와 시설’이 17.4% 순으로 나타났다. 이는 Min[6]에서 한방의료기관 이용의 선택결정자가 본인이 64.8%이며, ‘한의사에 대한 신뢰성’, ‘치료효과’, ‘주위사람의 권유’가 높은 선택동기로 나타난 것과 유사한 것으로 보인다. 또한 Park[5]에서 한방병원을 선택한 결정적 영향요인으로 ‘환자 본인 결정’이 43.6%로 가장 많았으며 ‘가족 결정’이 25.6%, ‘친지 또는 친구 결정’이 23%, ‘TV 및 매스컴의 보도로 결정’이 5.4% 순으로 나타난 것과도 유사하다.

본 연구의 가설 검증 결과는 다음과 같다.

첫째, 만족도에 유의한 영향을 주는 서비스품질요인의 경우 인적, 효율성, 대외이미지의 3가지 외생변수가 만족도를 49.9% 설명하였다. 그 중 대외이미지요인이 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 인적요인의 경우 의사 및 직원의 친절도와 환자 의견반영도가 높을수록 환자의 만족도가 높아지는 것은 선행연구 [10], [25]의 결과와 일치한다. 효율성요인의 경우 Kim[10]에서 진료과정의 체계성이 환자만족도에 영향을 주는 것으로 나타난 것과, Park[5]에서 입원의 경우 진료과정에 대한 만족도가 한방병원 의료서비스의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 유의한 영역별 만족도 변수로 분석된 것과 일치한다. 대외이미지요인의 경우 Sei et al.[25]에서 의사의 수준과 명성, 이미지 등이 높을수록 만족도가 높을 가능성이 있는 것과 동일하며, Kim[10]에서 병원이미지가 환자만족도에 대한 결정력이 높은 것과 일치하였다.

둘째, 재이용의도에 유의한 영향을 주는 서비스 품질요인은 물리적, 대외이미지 요인이며, 이 2가지 외생변수가 재이용의도를 41.7% 설명하였다. 그 중 대외이미지 요인이 가장 높은 영향을 미치는 변수로 나타났다. 물리적 요인변수를 볼 때 Park[5]에서 입원환자의 경우 병원시설이 한방병원 의료서비스 재이용의도에 영향을 미치는 유의한 변수로 경로 분석된 것과 일치한다. 대외이미지 요인변수의 경우 대외적 평판이 좋을수록, 진료 수준이 높다고 지각할수록 재이용 의도가 높은 것으로 나타났다. 이는 선행연구 Lee[24]의 한방병원 재이용 이유에서 한방이나 한약이 좋아서가 월등히 높게 나타나 한방이나 한약에 대한 높은 신뢰성이 재이용의도로 이어지는 결과와 일치한다. 또 Kim[10]에서 병원 이미지 요인에 대한 평

가가 환자의 치료 후 재방문 여부를 좌우하는 것과도 일치한다.

셋째, 한방병원의 서비스 품질요인 중 만족도를 경유하여 재이용 의도에 영향을 미치는 간접효과는 대외이미지 요인, 효율성 요인, 인적 요인이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 종합적으로 병원 재이용의도를 높이는 가장 큰 요인은 대외이미지이며 인적 요인과 효율성 요인 순으로 나타났다. Park[5]의 연구를 보면, 만족도의 독립변수들이 매개변수인 전반적 만족도에 영향을 미치고 다시 재이용의사에 영향을 미칠 것이라 주장하였다. 여기서 외래환자의 경우 의사의 진료에 대한 만족도, 진료과정에 대한 만족도 순으로 분석된 것과, 입원환자의 경우 전반적 만족도, 진료비에 대한 만족도가 유의하게 나타난 것과 일치하였으나, 병원시설에 대한 만족도가 진료비에 대한 만족도보다 높은 순위로 나온 점은 본 연구와 차이가 있다. 그러나 대체적으로 Park[5]에서도 물적 요소보다 인적요소가 유의한 변수였듯, 본 연구에서도 무형의 서비스인 인적 요인과 효율성 요인, 대외이미지 요인이 유형의 서비스인 물리적 요인과 접근성 요인에 앞선 결과는 유사하다고 할 수 있겠다.

본 연구의 제한점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 경우 경남 지역의 1개 대학부속 한방병원을 이용한 환자를 대상으로 조사하였기 때문에 연구 결과를 일반화하는 데에는 무리가 있다.

둘째, 본 연구에서는 주로 환자의 진료 전, 후 대기시간을 이용하여 자기기입식 작성을 통해 설문조사를 시행하였으므로 환자의 사전기대와 사용실감의 비교가 측정되지 못하였다. 또한 선택 동기와 의료기관의 평가에 대한 응답자들의 혼란이 있을 가능성이 있다. 따라서 향후 연구에서는 보다 상세한 분석을 위해 사전, 사후 단계별 조사를 시행해 볼 필요가 있다고 판단된다.

셋째, 본 연구에서는 환자의 재이용의도가 실제 재이용으로 이어졌는지를 조사하지 못했는데, 향후 연구에서는 재이용 실현여부를 파악해 본다면 한방병원의 경영에도움이 될 수 있는 보다 의미 있는 결과를 얻을 수 있을 것으로 사료된다.

이상의 결과를 바탕으로 한방병원의 경영개선을 위해 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 한방병원의 경영개선을 위해 서비스 품질요인이 체계적이고 종합적으로 관리되어야 할 것이다. 이 과정에

서 제한된 자원을 배분해야 하는 경영진의 의사결정 시 환자들이 병원을 선택할 때 고려하는 서비스 품질요인이 만족도와 재이용의도에 미치는 영향을 적극적으로 반영한다면 효과적인 우선순위를 찾을 수 있을 것으로 판단된다.

둘째, 본 연구에서 고객 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것은 대외이미지 요인으로 나타났으며, 높은 고객 만족도는 재이용 의도에 가장 큰 영향을 미쳤다. 이러한 대외이미지 요인은 주위의 긍정적인 평가, 대외적 평판, 진료수준, 한약품질의 신뢰 등으로 볼 수 있다. 따라서 한방병원에서는 기존 고객이 병원을 방문하여 만족할 수 있도록 하는 것은 물론이고, 주위에 긍정적인 평가가 확산되도록 고객관리를 위한 맞춤 전략을 수립하고 이를 뒷받침하기 위한 다양한 프로그램을 개발해야 할 것이다.

셋째, 한방의료 전반적인 측면에서 서비스의 질을 높일 수 있는 다각적인 제도를 마련하고 이를 관리하기 위한 한의계의 전반적인 노력이 요구된다. 특히 한방의료의 과학화, 표준화 및 전문화는 국민들의 신뢰도를 높이는데 매우 중요한 요소인 만큼 이에 대한 지속적인 연구와 투자가 이루어져야 할 것이다.

본 연구결과가 한방병원의 경영활동에서 우선순위를 고려한 효과적인 경영마인드를 접목시키고, 나아가 한방병원 서비스의 질적 향상을 위해 유용한 기초자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

<참고문헌>

1. Yoon K, Health Welfare ISSUE & FOCUS 140 (2012-21), Korea Institute for Health and Social Affairs, 2012.
2. Im D, Report on Usage and Consumption of Korean Medicine, Korea Health Industry Development Institute; 2014.
3. Welfare and Family Affairs, A Study on Utilization Patterns of Oriental Medical Care in 2008, Ministry for Health, 2009.
4. Cho C, An Effect of Medical Service Quality on Relationship Quality and Customer in Oriental Medical Hospital, Korea journal of hospital management, 2010;15(2).
5. Park H, Determinants of Patients Satisfaction and Intent to Revisit Oriental Medical Hospitals, Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society, 2015;16(4).
6. Min MH, Factor affecting patients, preference on oriental medical services [dissertation]. Seoul: Seoul National University; 2000.
7. Lee BG, Analysis of the satisfaction degree of users of oriental medical service in public health center [dissertation]. Daegu: Keimyung University; 2007.
8. Lee SW, The Effects of Subsequent behavior and Patient Satisfaction on Service Factors of the Korean Medical Hospital [dissertation]. Jeonbuk: Wonkwang University; 2013.
9. Park OS, A Study on the factors affecting hospital selection criteria [dissertation]. Gyeongnam: Inje University; 2013.
10. Kim HJ, A Research on trust realization strategies for oriental medical quality improvement [dissertation]. Daejeon: Daejeon University; 2014.
11. Kim YI, A Study on the Impact of Hospital Service Quality on the Customer Satisfaction and Reuse Intention [dissertation]. Jeonbuk: Wonkwang University; 2011.
12. Oliver, R, Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer, New York: McGraw Hill;1997.
13. Anderson, E, Fornell, C, Lehmann, DR, Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden, Journal of Marketing, 1994; 58:53-66.
14. Yang J, Chang D. The Effects of Medical Service Quality on the Customer Satisfaction and Intention of Revisit in Long-Term Care Hospitals, Korea journal of hospital management, 2012;17(3).
15. Woodside, AG, Commentary: What is quality and how much does it really matter? Journal of Health Care Marketing, 1991;11(4):61-67.
16. Rust, R. T.(1994). Service quality: Insights and managerial implications from the frontier. Thousand Oaks CA: Sage Publications, 25-280.
17. Steiber, SR, Krowinski, WJ, Measuring and managing patient satisfaction, American Hospital

- Asspiciation Company;1990.
18. James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, Consumer behavior, 8th edition, Chicago: The Dryden Press, 1995.
 19. Kim YS, The Effect of Organizational Trust on Patient Satisfaction and Intention to Revisit in a Hospital [dissertation], Daegu: Keimyung University; 2012.
 20. Park KM, The Effects of Hospital Choice Factors on Customer Satisfaction and Revisiting Intention in General Hospitals [dissertation], Gyeongnam: Inje University; 2015.
 21. Kim SH, A Research on effective factors upon medical service perception for realizing personalized traditional korean medicine [dissertation], Daejeon: Daejeon University; 2015.
 22. Kil CD, (The) decision factor analysis and patient satisfaction for the choice of Western · Korean Herb Medical treatment [dissertation], Daegu: Keimyung University; 2005.
 23. Sim BK, A study on service quality, satisfaction, service value and repurchase in oriental healthcare service [dissertation], Seoul: Hanyang University; 2002.
 24. Lee WJ, Effects of Medical Service Quality on the Customer Satisfaction and Intention to Revisit of Geriatric Hospital [dissertation], Chungnam: Kongju National University; 2009.
 25. Sei Y, Kang S, Kim Y, Choi D, Sin H, Systematic Review on the Customers' Use of and Satisfaction with Oriental Medical Services, Journal of Korean Oriental Medicine, 2010;31(1).