

전문병원 충성고객의 병원 선택에 영향을 미치는 요인

김복미*, 함명일^{***†}, 민인순^{**}, 김선정^{**}

*순천향대학교 대학원 보건행정경영학과, **순천향대학교 의료과학대학 보건행정경영학과

〈Abstract〉

Factors Influencing on Selection of Specialty Hospital among Inpatients with Loyalty

Bokmi Kim^{*}, Myung-Il Hahm^{***}, In Soon Min^{**}, Sun Jung Kim^{**}

^{*} Department of Health Administration and Management, Soonchunhyang University Graduate School, Asan, ^{**} Department of Health Administration and Management, College of Medical Science, Soonchunhyang University

Purpose : Customers with loyalty are very important to hospitals for sustainable growth in their medical market. Individuals with loyalty are likely to visit same hospital repeatedly when they need medical services. This study was to identify factors associated with selection of specialty hospitals among customers with loyalty.

Methods : The subjects of this study were 735 inpatients in 22 specialty hospitals in 6 designated fields(joints, spine, colorectal-anal, obstetrics and gynecology, ophthalmology, otolaryngology). Customer types classified as customers with high loyalty, neutral customers, and customers with low loyalty according to net promoter score(NPS). Factor analysis was conducted to classify 22 hospital selection factors into some similar properties. Logistic regression analysis was conducted to confirm the selection factors related to loyal customers.

Findings : Most of specialty hospitals received high NPS of 8 points or higher in all the designated fields. Five factors associated with selection of specialty hospital are (1) hospital facilities and convenience, (2) trust in doctor and hospital, (3) rapidness of treatment, (4) hospital awareness, and (5) accessibility. As a result of logistic regression analysis, selection factors related to loyal customers were 'hospital facilities and convenience', 'trust in doctor and hospital' and 'rapidness of treatment'. Differences in the degree of importance of three selection factors by customer types appeared for each designated field.

Practical Implications : This study confirms the high level of patient experience among inpatients of specialty hospitals. Factors associated with selection of hospital among inpatients with loyalty are 'facilities and convenience of hospitals', 'trust of doctor and hospital' and 'rapidness of treatment'. This study will be meaningful as basic data to systematically enhance the roles and functions of the health care system and to provide securing competitiveness according to designated fields in the management aspect of specialty hospitals.

Key word : specialty hospital, net promoter score, loyal customer, hospital selection

* 투고일자 : 2018년 7월 18일, 수정일자 : 2018년 10월 2일, 게재확정일자 : 2018년 12월 13일

† 교신저자 : 함명일, 순천향대학교 의료과학대학 보건행정경영학과, Tel : 041-530-3035, Fax : 041-530-3085, E-mail: hmi@sch.ac.kr
본 연구는 순천향대학교 학술연구비와 건강보험심사평가원의 연구비 지원으로 수행하였습니다.

I. 서론

전문병원은 특정 진료과목이나 특정 질환에 대하여 난이도 높은 의료행위를 하는 병원들 중 의료법 제3조의5 제1항에 근거하여 보건복지부장관이 고시하는 「전문병원 지정 및 평가 등에 관한 규칙 별표1」의 기준을 충족하고, 지정을 신청하는 병원에 대해 보건복지부장관이 지정하는 병원을 말한다[1]. 환자 구성비율과 진료의 양, 필수 진료과목, 의료인력 및 병상 등의 지정기준을 충족하는 병원이 전문병원 지정을 신청하면 건강보험심사평가원과 전문병원심의위원회가 지정기준 충족 여부를 평가·심의하여 최종적으로 보건복지부장관이 전문병원으로 지정한다[2]. 전문병원 지정 제도는 세 가지의 정책목적 가지고 있다. 첫 번째 목적은 의료기관의 기능 재정립을 통한 의료서비스의 효율적 제공과 보건의료체계상에서 중소병원의 역할 및 기능 강화이며, 둘째, 병원의 전문화·특성화를 통한 중소병원의 경쟁력 확보와 양질의 의료서비스에 대한 국민적 요구에 부응, 마지막으로 의료기관들의 균형적 발전이었다[2]. 전문병원은 2003년 관련 연구를 시작하였으며, 2011년 21개 분야 99개 병원을 시작으로 2017년 12월 기준 20개 지정분야에 111개 의료기관이 지정, 운영되고 있다[1].

전문병원 연구를 시작한 2003년 당시의 의료시장은 병원 간 경쟁이 심화되고 있었으며, 외환위기와 의약분업으로 많은 의료기관들은 경영의 어려움을 경험하였다[3]. 특히 다른 종별에 비해 100병상 미만 병원급 의료기관(중소병원)의 도산율이 가장 높았는데, 도산 이유의 50% 이상은 경영악화이었다[3]. 어려운 의료시장 환경에도 불구하고, 전문병원 지정 제도는 많은 성과가 있었다. 진료 수준이 3차 의료기관의 진료수준과 유사하거나 그 이상인 성과가 있었으며[4], 비용 절감 및 평균재원일수의 감소 효과[1], 전문병원 내부 직원의 업무 효율성 향상 및 대외 인지도 향상[5] 등이 있었다. 특히, 산부인과와 정형외과 지정분야는 삼급종합병원의 입원환자와 외래환자가 감소하는 등[6] 제도의 목적이 가시적으로 실현되는 성과가 있었다.

전문병원 제도 도입 목적에 부합한다는 여러 결과에도 불구하고, 전문병원 제도의 외연확장에는 한계를 노출하고 있다. 2011년 1기 전문병원이 99개, 2015년 시작된 제2기 전문병원이 111개로 지정병원의 수가 크게 증가하

지 않았다. 전문병원 제도의 지속가능한 발전을 위해서는 전문병원 수가의 신설 등 제도적인 지원과 함께 환자 시각에서의 전문병원의 강점에 대한 인식이 필요하다. 전문병원 내원환자들의 전문병원에 대한 충성도 및 선택 요인의 확인은 환자 입장에서의 전문병원 정책의 효과를 측정할 수 있을 뿐 아니라 병원 차원에서는 전문병원의 충성고객의 확보 및 내원환자 증가를 위한 방안 마련에 중요한 정보가 될 수 있다.

의료서비스의 제공 방식은 공급자 중심의 일방적 제공방식에서 소비자인 환자중심 의료(patient-centeredness)로 변화하고 있다[7]. 이에 따라, 환자경험(patient experience)이 의료기관의 의료의 질 평가에 중요한 요소로 부각되고 있다. 건강보험심사평가원은 의료소비자 관점에서의 의료의 질 평가를 위하여 2017년부터 500병상 이상의 의료기관 이용환자를 대상으로 환자경험에 대한 평가를 실시하였다[8]. 환자중심성(patient-centeredness) 개념에 기반한 환자경험(patient experience)은 환자로부터 실제 보고된 내용을 바탕으로 의료의 질 수준을 측정해서 의료소비자 관점의 의료의 질 향상을 유도하고, 환자중심의 의료문화 조성에 기여하는 것이 목적이다[8]. 환자경험 평가문항 중에는 타인 추천 여부 문항, 즉 순추천지수 측정 문항을 포함하고 있다. 순추천지수(net promoter score, NPS)는 고객의 기업충성도를 파악하기 위해 사용하는 개념[9]으로, 이용 전에 소비자에게 제공되는 서비스에 대한 정보가 부족한 의료서비스의 특성을[10] 고려할 때 의료소비자들에게 제공되는 매우 유용한 정보이다.

순추천지수가 9~10점으로 매우 높은 고객을 충성도(loyalty)가 높은 고객으로 정의한다. 충성도가 높은 고객은 재방문의사가 높고, 긍정적 구전(word of mouth)의 지가 강하고, 프로슈머(prosumer)로서의 역할을 수행함에 따라 병원의 지속가능한 발전에 긍정적인 영향을 미친다[11]. 따라서, 병원의 충성고객에 대한 확보와 잠재적 충성고객의 발굴이 중요하며, 충성고객이 바라보는 병원 선택시 중요하게 고려하는 요인에 대한 파악이 필요하다.

일반적인 소비자는 자신의 욕구와 필요를 충족시키기 위해 재화나 서비스를 구매하는 행동을 한다. 의료소비자 역시 질병 및 증상의 치료라는 욕구 및 필요를 충족시키기 위해 의료기관을 선택하여 진단 및 치료를 받는 행동을 한다[12]. 의료소비자의 병원 선택요인과 관련한 연구들은 다양한 소비자 행동이론을 근거로 발전하였다

[13-16]. 국내의 의료소비자의 병원 선택요인에 관한 연구는 의료기관 종별간 선택요인의 비교와 특정 질환 환자에 국한되어 수행되었다[7, 17-19]. 전문병원의 병원 선택요인에 관한 선행 연구들은 대부분 척추 전문병원의 환자를 대상으로 하였다[6, 20-21]. 주요 선택요인으로는 의료서비스의 전문성, 신뢰성, 신속 간편성과 공간의 편의성, 첨단 고급성 및 접근성 요인(대기시간, 진료비용) 등이 있었으며 이외에도 활동적인 증상류층의 기혼자 집단요인, 이미지의 신선함 요인과 진료 분위기 및 참신성 요인, 사회적 명성 요인, 다른 병원에 없는 새로운 서비스 같은 다양한 요인들이 있었다. 그러나 기존 문헌들은 충성고객에 대한 고려를 하지 못함으로 인해, 의료기관의 지속가능한 성장을 위한 핵심고객이 바라보는 병원의 중요 고려요인을 확인하지 못한 제한점이 있다.

따라서, 이 연구는 다양한 지정분야의 전문병원 입원환자를 대상으로 전문병원 환자들의 순추천지수가 높은 충성고객들이 전문병원을 선택시 중요하게 고려하는 요인을 확인하여 충성고객 시각에서 전문병원 제도에 대한 성과를 확인하고, 전문병원의 지속가능한 성장을 위한 함의를 도출하고자 하였다.

II. 연구방법

1. 연구대상 선정

1) 의료기관 선정

연구대상은 6개의 지정분야의 22개 전문병원에 입원한 770명으로 선정하였다. 의료기관은 2차 층화방법을 사용하였으며 1차 층화에서 6개의 지정분야를 선정하고, 2차 층화에서 22개 전문병원을 선정하였다. 1차 층화는 지정분야를 유형화한 범주 중 서비스 제공의 경제성이 있는 분야를 선택하였다[22]. 2기를 기준으로 해당 유형범주에 속하는 관절, 척추, 대장항문, 산부인과, 안과, 이비인후과를 최종 설문조사 대상 지정분야로 선정하였다. 2차 층화는 1차 층화에서 선정된 6개 지정분야의 전문병원들의 병상수를 건강보험심사평가원 홈페이지를 통해 확인한 후 각 지정분야 내에서 중앙값을 기준으로 상·하위군을 구분하여 상위군 2개소, 하위군 2개소씩 총 4개소를 임의

추출방식으로 선정하였다. 임의 추출시 2기 기준으로 신규 지정병원 유무도 함께 고려하였다. 이비인후과는 2개소만 있어 모두 포함하였고, 대장항문은 2기 기준 신규 지정병원이 없어 2기 기준 신규 지정병원 유무를 고려하지 않았다. 최종적으로 총 22개 의료기관을 선정하였다.

2) 환자 표본 선정

환자표본은 22개 의료기관마다 성별·연령군별로 환자 구성 비율을 파악하여 의료기관당 35명씩 비례할당을 하였다. 최종적으로 전문병원별 환자 특성을 반영한 770명의 할당표는 표 1과 같다. 또한 각 지정분야의 평균 재원 일수를 기준으로 입원기간이 그 이상인 환자들을 대상으로 무작위 추출하여 설문조사를 실시하였다. 자료 수집은 조사의 체계적인 수행과 신뢰성 있는 표본 확보를 위해 전문 업체에 의뢰하였으며 숙련된 전문요원이 직접 의료기관을 방문하여 입원환자들에게 조사에 대한 동의를 구한 후 1대1 면접조사를 실시하였다.

2. 변수 선정

1) 구조화된 설문지(Structured Questionnaire) 개발

전문병원 선택요인 설문지는 국내 선행연구 중에서도 암환자 대상 병원선택요인 도출을 위한 기존 연구 [23-24]들과 전문병원 이용환자의 선택요인을 확인한 연구[5-6, 20-21]들을 참고하여 설문문항을 구성하였다. 특히 암질환은 특정질환의 병원선택요인을 파악한 설문지이기 때문에 특정질환에 전문성을 가지는 전문병원의 병원선택요인을 파악하는 데에도 유사점을 가질 수 있어 참고하였다. 순추천지수 문항은 건강보험심사평가원의 환자 경험평가에서 참고하여 타인 추천도 측정 문항을 포함하였다. 최종적으로 구조화된 설문지는 크게 타인 추천 의향도, 병원선택요인, 개인특성 3가지 영역으로 구성하였으며 특히 병원선택시 중요하게 고려하는 요인은 총 22개의 문항을 포함하였다.

2) 변수정의

설문지 문항 중에서 본 연구를 위해 사용된 변수는 표

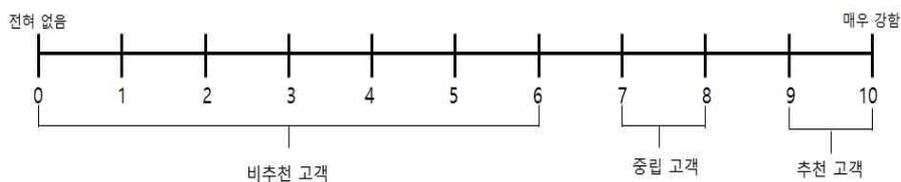
<표 1> 연구 대상 할당표 (Assignment table of research target)

(단위 : 명)

2기 신규 여부	지정분야	기관명칭	남자			여자			총계
			19-39세	40-59세	60-74세	19-39세	40-59세	60-74세	
1	이비인후과	A병원	12	6	1	7	7	2	35
2	이비인후과	B병원	7	6	3	8	7	4	35
3	대장항문	C병원	7	7	4	7	7	3	35
4	대장항문	D병원	5	10	7	3	6	4	35
5	대장항문	E병원	8	8	5	5	6	3	35
6	대장항문	F병원	5	9	4	4	9	4	35
7	안과	G병원	1	5	10	0	5	14	35
8	신규 안과	H병원	1	6	10	0	5	13	35
9	신규 안과	I병원	1	5	9	1	7	12	35
10	안과	J병원	3	7	7	3	7	8	35
11	신규 산부인과	K병원	0	0	0	30	5	0	35
12	산부인과	L병원	0	0	0	24	9	2	35
13	신규 산부인과	M병원	0	0	0	32	3	0	35
14	산부인과	N병원	0	0	0	29	5	1	35
15	신규 척추	O병원	6	8	3	3	10	5	35
16	척추	P병원	5	8	4	3	9	6	35
17	척추	Q병원	6	8	2	3	10	6	35
18	신규 척추	R병원	4	9	4	3	9	6	35
19	신규 관절	S병원	6	8	3	3	9	6	35
20	관절	T병원	2	10	5	1	12	5	35
21	신규 관절	U병원	6	6	4	3	9	7	35
22	관절	V병원	2	4	5	2	8	14	35
총계			87	130	90	174	164	125	770

2와 같다. 종속변수인 순추천지수는 미국의 컨설팅 회사인 Bain & Company가 측정법을 개발하였는데, 11점 척도(0=가장 나쁜 경우~10=가장 좋은 경우)로 측정하여 고객유형을 구분한다(그림 1)[25]. 이 연구에서는 9점과 10점인 응답자는 충성고객(loyal customers)으로 정의하였고, 7점과 8점인 응답자는 중립고객(neutral customers)으로 정의하였으며 나머지 응답자는 비충성고객(disloyal customers)으로 정의하였다. 독립변수인 병원선택요인은 22개 문항 모두 4점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 2=그렇지 않다, 3=그렇다, 4=매우 그렇다)로 중요도를 측정하였다.

연령은 19세 이상 39세 이하, 40세 이상 59세 이하, 60세 이상 74세 이하로 구분하였다. 학력은 중졸 이하, 중졸 이상 고졸 이하, 대학 재학 이상으로 구분하였다. 월 평균 가구소득은 300만원 미만, 300만원 이상 499만원 이하, 500만원 이상으로 구분하였다. 주관적 건강상태는 5점 척도(1=매우 나쁘다, 2=나쁘다, 3=보통이다, 4=좋다, 5=매우 좋다)로 측정된 뒤 '매우 나쁘다'와 '나쁘다'를 나쁨으로, '보통'을 보통으로, '좋다'와 '매우 좋다'를 좋음으로 구분하였다. 민간보험 가입은 가입 여부로 구분하였다. 대형병원 방문은 500명상 이상 의료기관을 같은 질환으로 방문한 경우 방문으로, 그렇지 않을 경우 미방문으로



<그림 1> 순추천지수의 척도 및 고객유형 분류 (Net promoter score scale and customer type classification)

구분하였다.

병원선택요인 22개 문항 간 Cronbach's Alpha값은 0.9017로 문항간 내적일관성이 매우 높았다.

3. 분석 방법

본 연구는 설문조사를 통해 수집된 총 770건의 자료 중 결측치를 제외한 후 최종적으로 735건의 자료를 이용하여 분석하였다. 먼저 고객유형별로 연구대상자들의 인구사회학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석과 카이제곱검정을 실시하였다. 또한 연구대상자들의 인구사회학적 특성별로 순추천지수 평균을 비교하기 위해 t-test와 ANOVA(LSD 사후검정)를 실시하였다. 그 다음 병원선택요인의 22개 문항을 유사한 속성끼리 분류하기 위해 주성분분석(principle component analysis)과 배리맥스(varimax) 회전법을 적용하여 요인분석을 실시하였으며 요인분석을 통해 도출된 요인별 점수를 독립변수로, 고객

유형 중 충성고객을 종속변수로 하여 전문병원 충성고객과 관련 있는 병원선택요인을 도출하기 위해 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 마지막으로 전문병원 충성고객과 관련 있는 병원선택요인이 각 지정분야의 고객유형마다 중요도에 차이가 있는지 파악하기 위해 ANOVA(LSD 사후검정)를 실시하였다. 본 연구에서 실시한 모든 통계분석은 SAS 9.4 Version 프로그램을 사용하였으며, 유의수준 5%에서 검정을 실시하였다.

Ⅲ. 연구결과

1. 연구대상자의 일반적 특성 및 순추천지수 평균 비교

연구대상자의 고객유형별 인구사회학적 특성을 확인한 결과는 표 3이다. 6개 지정분야의 22개 전문병원에 입원

<표 2> 연구에 사용된 변수 (Variables for research)

변수	영역	변수내용
종속변수	환자경험평가	순추천지수(11점 척도) 보건복지부 지정 전문병원이라는 사실을 중요하게 생각해서 병원이 유명하고 환자들에게 잘 알려져 있다는 사실을 중요하게 생각해서 의사의 실력에 대한 믿음을 중요하게 생각해서 병원에서 받은 치료(수술, 시술)의 결과가 대형병원보다 낫다고 생각해서 병원의 의사가 진단한 결과에 대해 신뢰하기 때문에 병원의 의료진(의사, 간호사) 사이의 팀워크가 좋다고 생각해서 의사를 빨리 만날 수 있는 점을 중요하게 생각해서 치료(입원, 수술 등)를 빨리 받을 수 있는 여건을 중요하게 생각해서 응급(긴급) 상황 발생 시 빠른 대처가 가능하다는 점을 중요하게 생각해서 의사의 친절하고 성의 있는 태도를 중요하게 생각해서 간호사나 직원의 친절하고 성의 있는 태도를 중요하게 생각해서
독립변수	병원선택 요인	병원의 검사과정(영상, 혈액, 조직검사 등)이 간편해서 병원의 행정(원무)절차가 간편해서 병원의 현대적인 건물과 깨끗한 시설을 중요하게 생각해서 병원의 편의시설(구내식당, 매점, 주차장, 진료대기실 등)을 중요하게 생각해서 병원의 차별화된 서비스(사후관리 서비스, 센터, 클리닉 등)를 중요하게 생각해서 병원에 있는 최신의료장비를 이용할 수 있다는 점을 중요하게 생각해서 병원의 규모를 중요하게 생각해서 병원이 집에서 가깝거나 교통이 편리한 점을 중요하게 생각해서 병원근처에 나를 보살펴줄 보호자(자녀, 친척 등)가 살고 있는 점을 중요하게 생각해서 병원 직원 중에 아는 사람이 있다는 사실을 중요하게 생각해서 주의사람(자녀, 친척, 직장동료 등)의 추천을 중요하게 생각해서
통제변수	개인적 특성 대형병원 방문 여부	성별, 연령, 학력, 월평균 가구소득, 민간보험 가입 여부, 주관적 건강상태 대형병원 방문 여부

한 환자 735명 중 480명(65.3%)이 타인추천 점수(순추천지수)에 9점과 10점을 준 충성고객이었다. 204명(27.8%)은 7점과 8점을 준 중립고객이었으며, 51명(6.9%)이 비충성고객이었다. 카이제곱검정 결과, 인구사회학적 특성 중 주관적 건강상태에 따른 고객유형 분포에 유의한 차이가 있었다. 주관적 건강상태를 좋다고 생각하는 대상자들 중 209명(75.7%)이 충성고객에 해당하였으며 비충성고객은 9명(3.3%)에 불과했다. 반면 상대적으로 주관적 건강상태를 나쁘다고 생각하는 대상자들 중 60

명(58.3%)이 충성고객이었으며 11명(10.6%)이 비충성고객이어서 분포의 차이가 유의하였다($p < .0001$).

전체 연구대상자의 순추천지수 평균은 8.70점이었다(표 4). 고객유형 중 충성고객은 9.46점, 중립고객은 7.75점, 비충성고객은 5.27점으로 순추천지수에 유의한 차이가 있었다($p < .0001$). 또한 주관적 건강상태가 좋다고 생각하는 경우가 8.91점, 보통이 8.58점, 나쁘다고 생각하는 경우가 8.59점으로 유의한 차이가 있었다($p < 0.01$). 마지막으로 지정분야 중 관절이 8.90점으로

<표 3> 전문병원 고객유형별 인구사회학적 특성
(Demographic characteristics of specialty hospital inpatients by customer type)

변수	전체	충성고객	중립고객	비충성고객	χ^2
전체	735(100.0)	480(65.3)	204(27.8)	51(6.9)	
성별					2.6026
남	294(40.0)	197(67.0)	82(27.9)	15(5.1)	
여	441(60.0)	283(64.2)	122(27.7)	36(8.1)	
연령군					5.6681
19세-39세	258(35.1)	158(61.3)	77(29.8)	23(8.9)	
40세-59세	280(38.1)	183(65.4)	81(28.9)	16(5.7)	
60세-74세	197(26.8)	139(70.6)	46(23.4)	12(6.0)	
학력					8.9265
중졸 이하	115(15.7)	87(75.7)	21(18.3)	7(6.0)	
중졸 이상-고졸 이하	266(36.2)	177(66.5)	71(26.7)	18(6.8)	
대학 재학 이상	354(48.1)	216(61.1)	112(31.6)	26(7.3)	
월평균 가구소득					2.5721
300만원 미만	254(34.6)	159(62.6)	78(30.7)	17(6.7)	
300만원 이상-499만원 이하	318(43.3)	214(67.3)	84(26.4)	20(6.3)	
500만원 이상	163(22.1)	107(65.6)	42(25.8)	14(8.6)	
민간보험 가입					2.5337
가입안함	127(17.3)	90(70.9)	28(22.1)	9(7.0)	
가입함	608(82.7)	390(64.1)	176(29.0)	42(6.9)	
주관적 건강상태					23.6833***
나쁨	103(14.0)	60(58.3)	32(31.1)	11(10.6)	
보통	356(48.4)	211(59.3)	114(32.0)	31(8.7)	
좋음	276(37.6)	209(75.7)	58(21.0)	9(3.3)	
대형병원 방문					2.4246
미방문	558(75.9)	373(66.9)	148(26.5)	37(6.6)	
방문	177(24.1)	107(60.5)	56(31.6)	14(7.9)	
지정분야					15.3289
관절	133(18.1)	99(74.4)	25(18.8)	9(6.8)	
척추	128(17.4)	74(57.8)	43(33.6)	11(8.6)	
대장항문	137(18.6)	96(70.1)	32(23.4)	9(6.5)	
산부인과	136(18.5)	86(63.2)	42(30.9)	8(5.9)	
안과	137(18.6)	90(65.7)	40(29.2)	7(5.1)	
이비인후과	64(8.6)	35(54.7)	22(34.4)	7(10.9)	

주) **:p(0.05, ***:p(0.01

<표 4> 인구사회학적 특성별 순추천지수 평균 비교 (Difference of NPS average by demographic characteristics)

		전체	F-value
		M ± SD	
전체		8.70 ± 1.30	
고객유형	충성고객	9.46 ± 0.50**	2186.27***
	중립고객	7.75 ± 0.43**	
	비충성고객	5.27 ± 0.63**	
성별	남	8.77 ± 1.23	1.23
	여	8.65 ± 1.34	
연령군	19세-39세	8.57 ± 1.35	2.67
	40세-59세	8.71 ± 1.23	
	60세-74세	8.85 ± 1.30	
학력	중졸 이하	8.90 ± 1.36	2.7
	중졸 이상-고졸 이하	8.74 ± 1.31	
	대학 재학 이상	8.60 ± 1.26	
월평균 가구소득	300만원 미만	8.70 ± 1.30	0.01
	300만원 이상-499만원 이하	8.69 ± 1.23	
	500만원 이상	8.69 ± 1.42	
민간보험 가입	가입안함	8.68 ± 1.28	-0.87
	가입함	8.79 ± 1.40	
주관적 건강상태	나쁨	8.50 ± 1.53**	6.39***
	보통	8.58 ± 1.37**	
	좋음	8.91 ± 1.06**	
대형병원 방문	미방문	8.74 ± 1.29	-1.48
	방문	8.57 ± 1.31	
지정분야	관절	8.90 ± 1.27**	2.28**
	척추	8.52 ± 1.27**	
	대장항문	8.78 ± 1.28**	
	산부인과	8.71 ± 1.25	
	안과	8.74 ± 1.33**	
	이비인후과	8.34 ± 1.39**	

주) **:p<0.05, ***:p<0.01

※ 성별, 민간보험 가입여부, 대형병원 방문은 t-test 결과임

순추천지수가 가장 높았고 대장항문 8.78점, 안과 8.74 점, 척추 8.52점, 이비인후과 8.34점 순으로 각각 유의한 차이가 있었다(p<0.05).

2. 전문병원 충성고객의 병원선택요인 및 고객유형별 중요도 비교

병원선택요인 22개 문항을 유사한 속성끼리 분류하기 위해 요인분석을 실시하였다(표 5). 요인도출은 고유치(eigenvalue)가 1 이상인 것을 기준으로 하여 도출하였다. 전체 누적설명력(cumulative)은 약 61.2%이었으며 5개의 요인이 도출되었다. 첫 번째 요인은 ‘병원의 편의시설’, ‘병원의 현대적인 건물과 깨끗한 시설’, ‘최신의료장비

, ‘병원의 차별화된 서비스(클리닉, 센터 등)’, ‘행정절차의 간편’, ‘검사과정의 간편’, ‘간호사·직원의 친절하고 성의 있는 태도’ 문항이 포함되었다. 이 문항들은 병원의 건물 및 시설의 구조적인 특징과 행정 및 치료과정이 간편하고 편리한 점과 관련되어 있어 ‘병원의 시설과 편의’라고 명명하였다. 두 번째 요인은 ‘의사의 진단결과에 대한 신뢰’, ‘치료결과가 대형병원보다 좋음’, ‘의사의 실력에 대한 믿음’, ‘의사의 친절하고 성의 있는 태도’, ‘응급 상황시 빠른 대처’, ‘의료진 사이의 팀워크’ 문항이 포함되었다. 이 문항들은 의사와 병원의 의료서비스를 신뢰하고 있는 점과 관련되어 있어 ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’라고 명명하였다. 세 번째 요인은 ‘의사를 빨리 만날 수 있는 점’, ‘치료를 빨리 받을 수 있다는 여건’ 문항이 포함되었다. 이 문항들은 치료과정이 빠른 점과 관련되어 있어 ‘치료의 신속성’이라고 명명하였다. 네 번째 요인은 ‘주의사람

의 추천’, ‘병원의 인지도’, ‘병원의 규모’, ‘보건복지부 지정 전문병원’ 문항이 포함되었다. 이 문항들은 지인들의 추천이나 소문에 따라 병원을 선택한다는 점과 관련되어 있어 ‘병원의 인지도’라고 명명하였다. 다섯 번째 요인은 ‘병원근처에 보호자가 거주’, ‘병원의 접근성’, ‘병원 직원의 아는 사람’ 문항이 포함되었다. 이 문항들은 환자들이 물리적·사회적으로 전문병원을 가깝게 느껴 병원을 선택한다는 점과 관련되어 있어 ‘접근성’이라고 명명하였다.

요인분석을 통해 확인된 5가지 요인 중 전문병원 충성고객의 병원선택요인을 확인한 결과, 인구사회학적 특성 중에서는 학력과 주관적 건강상태가 전문병원 충성고객과 관련된 요인이었다(표6). 학력은 중졸 이하에 비해 대학 재학 이상인 경우가 전문병원의 충성고객이 될 가능성이 유의하게 낮았다($p < 0.05$). 주관적 건강수준은 나쁨에 비해 보통인 경우가 전문병원 충성고객이 될 가능성이 유의

<표 5> 배리맥스 회전 방법으로 추출된 병원선택요인(Factors of hospital selection extracted by varimax rotation)

Variables	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5
	병원의 시설과 편의	의사 및 의료기관에 대한 신뢰	치료의 신속성	병원의 인지도	접근성
병원의 편의시설	0.80472	0.12118	0.05418	0.09177	0.0632
병원의 현대적인 건물과 깨끗한 시설	0.77208	0.22963	0.02423	0.15874	0.09652
최신의료장비	0.69537	0.2437	0.17455	0.26068	0.00111
병원의 차별화된 서비스(클리닉, 센터 등)	0.68291	0.25312	0.18662	0.15724	0.07397
행정절차의 간편	0.65537	0.20943	0.3677	0.07818	0.06851
검사과정의 간편	0.59554	0.19767	0.45041	0.20057	0.00551
간호사·직원의 친절하고 성의 있는 태도	0.49656	0.49192	0.27321	0.09845	0.10222
의사의 진단결과에 대한 신뢰	0.16784	0.75224	0.08411	0.07685	0.01956
치료결과가 대형병원보다 좋음	0.20537	0.70448	0.13168	0.10755	0.01248
의사의 실력에 대한 믿음	0.20595	0.69459	0.08339	0.28783	-0.14599
의사의 친절하고 성의 있는 태도	0.44878	0.53597	0.2538	0.10963	0.01826
응급 상황시 빠른 대처	0.31348	0.51946	0.36676	0.14733	0.09317
의료진 사이의 팀워크	0.47307	0.48061	0.29903	-0.01136	0.18194
의사를 빨리 만날 수 있는 점	0.23492	0.1962	0.81413	0.037	0.06577
치료를 빨리 받을 수 있다는 여건	0.20998	0.21671	0.76364	0.20747	0.06717
주위사람의 추천	0.00983	0.09532	0.20372	0.65538	0.19583
병원의 인지도	0.18497	0.38877	0.14293	0.62352	-0.16833
병원의 규모	0.30025	0.13728	-0.10965	0.57519	0.26023
보건복지부 지정 전문병원	0.39389	0.19408	0.09482	0.55384	-0.06481
병원근처 보호자가 거주	0.04274	0.02721	0.12583	0.05549	0.83152
병원의 접근성	0.10162	0.06137	-0.02427	0.03826	0.81622
병원 직원의 아는 사람	0.07683	-0.23171	0.09689	0.42303	0.48919

하게 낮았다($p < 0.01$). 전문병원 충성고객은 ‘병원의 시설과 편의’, ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’, ‘치료의 신속성’을 전문병원 선택의 중요요인으로 인식하고 있었다.

전문병원 충성고객이 중요하게 고려한 세 개의 병원선

택요인이 충성고객뿐만 아니라 중립고객과 비충성고객은 상대적으로 얼마나 중요하게 생각하는지 중요도 평균을 지정분야별로 확인하였다(표 7). 지정분야 전체의 중요도를 고객의 충성도에 따라 비교한 결과 ‘병원의 시설과 편

<표 6> 전문병원 충성고객의 병원 선택요인
(Factors associated with hospital selection among inpatients with loyalty in specialty hospital)

Variables		Coefficient	Standard Error	EXP(b)
성별				
	남			
	여	-0.1057	0.101	0.809
연령군				
	19세-39세			
	40세-59세	-0.1109	0.1374	1.013
	60세-74세	0.2351	0.189	1.432
학력				
	중졸 이하			
	중졸 이상-고졸 이하	0.0636	0.1388	0.737
	대학 재학 이상	-0.4328***	0.1787	0.448
월평균 가구소득				
	300만원 미만			
	300만원 이상-499만원 이하	0.1684	0.122	1.376
	500만원 이상	-0.0176	0.1503	1.142
민간보험 가입				
	가입안함			
	가입함	-0.0816	0.1326	0.849
주관적 건강상태				
	나쁨			
	보통	-0.191***	0.1236	1.155
	좋음	0.5261	0.1429	2.366
대형병원 방문				
	미방문			
	방문	-0.1366	0.1049	0.761
지정분야				
	이비인후과			
	관절	0.0891	0.2214	1.03
	척추	-0.0537	0.1938	0.893
	대장항문	0.0414	0.1976	0.982
	산부인과	0.2585	0.2498	1.22
	안과	-0.3947	0.2134	0.635
병원선택요인				
Factor 1	병원의 시설과 편의	0.5878***	0.0979	1.8
Factor 2	의사 및 의료기관에 대한 신뢰	0.7345***	0.1002	2.084
Factor 3	치료의 신속성	0.2947***	0.0915	1.343
Factor 4	병원의 인지도	0.1709	0.0924	1.186
Factor 5	접근성	-0.0809	0.0961	0.922

주) **: $p < 0.05$, ***: $p < 0.01$

의’, ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’, ‘치료의 신속성’ 모두 고객유형별로 중요도의 차이가 있었다. 관절, 대장항문, 산부인과, 안과 분야 역시 세 가지 병원선택요인 모두 고객의 충성도별로 중요도의 차이가 있었으며 중요도가 높은 순서로는 ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’, ‘치료의 신속성’, ‘병원의 시설과 편의’였다. 척추 분야는 ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’와 ‘병원의 시설과 편의’가 고객의 충성도별로 중요도 차이가 있었으며, 이비인후과 분야는 ‘치료의 신속성’, ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’가 고객유형별로 중요도 차이가 있었다.

IV. 고찰

이 연구는 전문병원 입원환자들의 순추천지수를 측정하여 충성고객들과 관련 있는 병원선택요인을 도출하고,

지정분야마다 전문병원 충성고객과 관련 있는 병원선택요인들의 중요도 차이를 고객유형별로 확인한 연구이다.

연구 결과, 22개 전문병원의 충성고객 비율은 65.3%로 나타났다. 이는 민인순 등[1]의 연구결과(71.4%)와 유사하였고, 김미선 등[3]의 연구결과인 일반병원보다 전문병원 환자들의 주위사람 추천의사 구성비가 더 높은 것과 유사한 결과이다. 타인추천의 전체 평균 점수는 8.70점, 특히 충성고객의 타인추천 평균 점수는 9.46점이었었다. 이 점수는 건강보험심사평가원에서 같은 문항으로 측정한 타인 추천도의 평균점수보다 높은 점수이다. 건강보험심사평가원의 조사결과에 따르면 92개 의료기관 타인 추천도 평균점수는 82.6점이었었다[26]. 이 점수를 10점 만점으로 환산하면 본 연구의 연구대상인 6개 전문병원의 환자경험이 500명 이상 종합병원과 상급종합병원보다 훨씬 높은 수준이다. 전문병원제도는 환자가 체감할 수 있는 의

<표 7> 지정분야별 고객유형간 주요 병원선택요인의 중요도 비교 (Difference of importance degree averages of specialty hospital selection among customer types by designated fields)

지정 분야	병원선택요인	전체 M ± SD	충성고객 M ± SD	중립고객 M ± SD	비충성고객 M ± SD	F-value
전체	병원의 시설과 편의	3.02±0.53	3.16±0.52**	2.81±0.42**	2.62±0.54**	52.44***
	의사 및 의료기관에 대한 신뢰	3.20±0.47	3.32±0.44**	2.99±0.41**	2.86±0.44**	57.72***
	치료의 신속성	3.20±0.61	3.31±0.60**	3.02±0.58**	2.85±0.61**	25.72***
관절	병원의 시설과 편의	3.13±0.65	3.30±0.53**	2.81±0.64**	2.08±0.62**	24.83***
	의사 및 의료기관에 대한 신뢰	3.34±0.53	3.47±0.44**	3.06±0.58**	2.59±0.32**	20.54***
	치료의 신속성	3.32±0.65	3.44±0.57**	3.14±0.70**	2.56±0.85**	9.9***
척추	병원의 시설과 편의	2.89±0.44	3.01±0.47**	2.75±0.34**	2.66±0.27**	7.15***
	의사 및 의료기관에 대한 신뢰	3.05±0.39	3.14±0.41**	2.95±0.38**	2.89±0.20**	4.05**
	치료의 신속성	3.14±0.56	3.24±0.60	3.01±0.46	3.00±0.50	2.82
대장항문	병원의 시설과 편의	3.07±0.52	3.13±0.54**	2.94±0.38**	2.79±0.50**	4.09**
	의사 및 의료기관에 대한 신뢰	3.28±0.45	3.34±0.4**	3.17±0.38**	2.96±0.58**	4.24**
	치료의 신속성	3.22±0.62	3.31±0.61**	3.06±0.54**	2.83±0.75**	3.17**
산부인과	병원의 시설과 편의	3.07±0.52	3.13±0.54**	2.94±0.38**	2.79±0.50**	3.17**
	의사 및 의료기관에 대한 신뢰	3.28±0.45	3.34±0.44**	3.17±0.38**	2.96±0.58**	4.24**
	치료의 신속성	3.22±0.62	3.31±0.61**	3.06±0.54**	2.83±0.75**	4.09**
안과	병원의 시설과 편의	3.15±0.47	3.27±0.48**	2.92±0.35**	3.06±0.59**	8.42***
	의사 및 의료기관에 대한 신뢰	3.23±0.47	3.37±0.43**	2.95±0.36**	3.12±0.73**	13.28***
	치료의 신속성	3.23±0.56	3.32±0.54**	3.03±0.58**	3.21±0.49**	4.04**
이비인후과	병원의 시설과 편의	2.87±0.48	2.99±0.54	2.69±0.34	2.82±0.37	2.95
	의사 및 의료기관에 대한 신뢰	3.04±0.44	3.20±0.47**	2.88±0.34**	2.81±0.35**	5.1***
	치료의 신속성	3.38±0.63	3.56±0.57**	3.30±0.65**	2.71±0.39**	6.44***

주) **:p<0.05, ***:p<0.01

료의 질 향상과 환자중심의 의료문화 조성에 기여하고 있다는 성과를 확인한 것이다.

병원선택요인 22개 문항으로 요인분석을 한 결과, 총 5개의 병원선택요인이 도출되어 각각의 요인을 ‘병원의 시설과 편의’, ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’, ‘치료의 신속성’, ‘병원의 인지도’, ‘접근성’으로 명명하였다. 이 중에서도 로지스틱 회귀분석을 통해 전문병원 충성고객과 관련 있는 병원선택요인을 확인한 결과, ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’, ‘병원의 시설과 편의’, ‘치료의 신속성’이 유의하게 관련 있는 요인이었다.

이는 기존의 전문병원 병원선택요인을 확인한 지경숙[20], 황세인[6], 소권섭[27]의 연구결과와 유사하게 확인된 결과이다. 전문병원 충성고객과 관련 있는 3개의 병원선택요인을 지정분야별로 고객유형에 따른 중요도 차이를 분석한 결과, 관절과 안과분야는 다른 고객유형에 비해 충성고객이 생각하는 의사 및 의료기관에 대한 신뢰의 중요도가 더 높았고, 이비인후과 분야는 치료의 신속성 중요도가 가장 높았다. 반면 ‘접근성’은 기존 연구와 다르게 유의한 병원선택요인이 아닌 것으로 확인되었다. 조사 대상이었던 전문병원들의 지역 대부분이 인구밀도가 높고 의료기관 또한 많이 분포하고 있어서 조사대상자들의 병원의 접근성에 대한 민감도가 상대적으로 낮았던 것으로 생각할 수 있다. 또한 전문병원이 아닌 중소병원이나 종합병원은 인지도가 주요 병원선택요인이라는 연구결과들이 있지만[28, 29], 전문병원의 병원선택요인을 확인한 다른 연구결과들에서도 ‘병원의 인지도’는 전문병원의 주요 선택요인이 아니었다. 전문병원은 일반병원들과 차별화하여 정부에서 의료서비스의 전문성을 인정하는 제도임에도 불구하고 그에 따른 브랜드가치나 홍보가 부족한 것을 짐작할 수 있다. 병원이미지는 환자들에게 병원에 대한 호의적인 태도를 갖게 하고 고객에게 형성된 태도는 재방문시 결정적인 영향을 미칠 수 있는 중요한 요인이 될 수 있으며[29], 병원브랜드 이미지는 재방문 의도에 긍정적인 영향을 미친다[30]. 민인순 등의 연구[1]를 살펴보면, 일반병원에서도 ‘전문’이라는 명칭을 사용하기 때문에 전문병원 브랜드가 환자유입에 도움이 되지 않아 ‘전문’이라는 명칭 사용에 대해 법적 제재방안이 필요하다는 전문병원 관계자들의 의견이 있었다. 전문병원이 활성화 될 수 있도록 정부차원의 홍보가 필요하다.

로지스틱 회귀분석을 통해 전문병원 충성고객과 관련

있는 병원선택요인을 확인한 결과, 5개의 요인 중에서도 ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’, ‘병원의 시설과 편의’, ‘치료의 신속성’이 유의하게 관련 있는 요인이었다. 암환자를 대상으로 병원선택요인을 확인한 손성봉[23]의 연구와 일반 중소병원에 비해 대형종합병원을 선택하는 이유를 확인한 김양균 등의 연구[7]에서도 는 병원의 명성과 신뢰도는 의료기관을 선택한 주요 요인임을 보고하고 있다. AHP 기법을 이용하여 부산의 1,000명상 대형 대학병원의 입원환자, 보호자, 간호사를 대상으로 병원 선택시 중요하게 고려하는 요인을 확인한 결과, 의료수준, 의료서비스, 병원의 명성과 추천, 병원환경이 높게 고려되고 있었다[31]. 미국의 경우 높은 위험도의 선택적 수술을 받은 환자를 대상으로 한 후향적 연구결과, 병원과 의사의 명성, 병원을 추천한 주치의에 대한 신뢰가 병원 선택의 주요 요인이었다[32].

충성고객과 가장 높은 관련이 있는 병원선택요인은 ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’이었다. 황세인[6]의 의사의 실력과 의술에 대한 신뢰감 요인이 전문병원 선택요인과 관련이 있다는 연구결과와 유사하였다. 요인분석을 통해 해당요인에 포함되는 문항들을 살펴보면 ‘치료결과가 대형병원보다 좋음’, ‘응급 상황시 빠른 대처가 가능’ 등의 문항들이 해당하여 전문병원 충성고객들은 전문병원에서 제공하는 의료서비스를 대형병원과 비교하여 더 만족하고 신뢰하고 있음을 확인할 수 있었다. 또한 충성고객의 주관적 건강상태가 다른 고객유형에 비해 훨씬 높게 확인되었다. 환자만족을 결정하는 요인 중 하나로 환자의 건강수준이 있는데[30], Kocher 등(2002)[33]은 수술 후 증상이 완화되는 것이 환자의 사회인구학적 요인보다도 환자만족도와 상관성이 높다고 하였다. 전문병원은 동일 질환에 대해 진료량이 많은 의료제공자로서 진료경험이 많아질수록 진료결과가 좋아진다는 진료량-진료결과 관계(volume-outcome relationship)이론을 바탕으로 한 제도[34]인데, 전문병원 입원환자들이 실제로 느낀 만족도 수준 역시 이론과 더불어 진료결과가 좋고 제공된 의료서비스에 대해 신뢰하고 있다는 체감에 대해 확인할 수 있었다. 이러한 충성고객들의 인식을 통해 전문병원의 의료서비스는 신뢰성이 있다는 마케팅 전략[21]을 세워 브랜드가치를 높일 수도 있을 것이다. 서비스 신뢰에 대한 브랜드가치를 더욱 높이기 위해서는 실제로 대형병원과 전문병원의 치료결과를 비교하는 임상적 연구들이 국내에

많이 이뤄져야 할 것이다.

‘치료의 신속성’은 기존 전문병원의 병원선택요인을 확인한 연구결과와 비교해서 새롭게 확인된 요인이었다. 지경숙[20]은 서비스의 신속간편성 및 공간 편의성 요인이 소비가치이론 중 기능적 가치와 관련된 요인으로 척추 전문병원을 선택하는 중요 예측 요인임을 확인하였다. 하지만 이는 척추질환 환자들이 전문병원을 선택함에 있어서 서비스의 신속성 요인이 공간의 편의성 요인과 비슷한 수준으로 예측되는 요인에 그쳤던 연구였기 때문에, 이 연구에서는 이전의 연구에 비해 6개 지정분야의 전문병원 환자들이 치료의 신속성을 더 중요하게 생각하고 있음을 확인할 수 있었다. 요인분석을 통해 해당요인에 포함되는 문항들을 살펴보면, ‘의사를 빨리 만날 수 있는 점’과 ‘치료를 빨리 받을 수 있다는 여건’이 해당하였다. 치료의 신속성은 대형병원에서 쉽게 해결되지 않고 있는 문제이다. 이는 우리나라의 대형병원 환자 쏠림 현상과 관련이 있는데, 이 현상에 대해 지경자[35]는 우리나라 의료소비자들은 치료의 품질이나 경험보다는 병원의 전통이나 외관 그리고 광고 또는 홍보를 통한 참신성에 입각하여 판단하고, 문지기(gate keeper)의 역할이 제대로 작동하지 않는 상황에서 3차 의료기관을 이용한 경험이 있는 소비자는 1,2차 의료기관을 이용하지 않으며, 자신의 건강에 도움이 된다는 가치 아래 우선적으로 3차 의료기관을 이용한다고 하였다. 이러한 현상을 해결하기 위해서는 대형병원과 비슷한 수준의 전문병원 의료서비스가 신속성이라는 장점도 함께 가지고 있다는 점을 강조하는 홍보를 통해 대형병원으로 쏠리는 환자들을 전문병원으로 유입될 수 있도록 유도할 필요가 있다.

의료소비자는 병원선택과정에서 불확실성을 줄이기 위해 가족이나 주변친지 및 인적정보원의 추천에 의존하려는 경향이 있고[11], 의료서비스에 대한 정보가 충분하지 않은 상황에서 순추천지수는 매우 유용한 정보가 될 수 있다[10]. 본 연구에서는 전문병원 입원환자들의 환자경험이 높다는 것과 특히 전문병원 충성고객들은 의사 및 의료기관의 신뢰와 치료의 신속성을 고려하여 전문병원을 선택했다는 점을 확인했다. 이러한 전문병원의 강점에 대해 우선적으로 정부차원에서 보건복지부 지정 전문병원 제도의 홍보와 전문병원의 브랜드가치를 높여 많은 환자들의 이용을 활성화 한다면, 더 많은 환자유입이 가능할 뿐만 아니라 재방문과 타인 추천에도 영향을 주기 때문에

지정병원수가 증가하는 양적 발전이 가능해 질 것이다.

이 연구는 기존 연구와는 다르게 여러 지정분야의 전문병원들을 대상으로 한 연구임에도 불구하고 몇 가지 제한점을 갖고 있다. 첫째, 전문병원과 관련된 병원선택요인 문항을 설계하는데 자료의 한계가 있었다. 지금까지 병원선택요인 관련 연구는 의료기관 종별간 비교 연구, 특정 질환에 국한된 연구들이 많았다. 따라서 이 연구에서는 일반병원이나 암환자의 병원선택요인을 위한 조사문항들을 주로 참고하여 총 22개의 문항을 포함하였다. 둘째, 일반병원 입원환자를 조사대상에 포함하지 못하여 전문병원의 순추천지수의 수준과 일반병원과 차이가 있는 병원선택요인이 무엇인지 확인할 수 없었다. 그러나, 이 연구는 기존의 특정 지정분야에만 국한되었던 기존 연구들과 달리 6개 지정분야 전문병원의 병원선택요인을 확인한 의의가 있다. 셋째, 이 연구는 전문병원 전체 입원환자를 대표하지 못함으로 인해 연구결과의 일반화에 한계가 있다. 연구대상의 선정에 있어 층화표본추출 방법을 이용하여 각 전문분야별 의료기관을 선정하고, 의료기관별 입원환자 모집단을 대표하기 위해 해당 병원의 입원환자 모집단의 성별 연령별 구성비율에 따라 35명씩 비례할당하여 조사를 수행하였다.

이 연구는 몇 가지 제한점에도 불구하고, 우리나라 전문병원의 입원환자들을 대상으로 병원선택요인을 도출하고 전문병원 충성고객과 관련 있는 주요 병원선택요인을 확인하여 6개 지정분야마다 고객유형별로 병원선택요인의 중요도 차이를 확인한 최초의 연구라는 점에서 의미가 있다. 연구 결과, 6개 지정분야 22개 전문병원의 충성고객 구성 비율은 65.3%로 높게 나타났으며 6개 지정분야별로 순추천지수의 평균을 비교한 결과 모두 8점 이상의 높은 점수를 받아 전문병원 환자들의 만족도나 환자경험 수준이 높았음을 확인하였다. 전문병원 입원환자들의 병원선택요인을 분석한 결과 총 5개의 요인이 확인되었으며, 이는 ‘병원의 시설과 편의’, ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’, ‘치료의 신속성’, ‘병원의 인지도’, ‘접근성’이었다. 그중 전문병원 충성고객들이 중요하게 생각하는 병원선택요인은 ‘병원의 시설과 편의’, ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’, ‘치료의 신속성’이었다. 충성고객과 관련 있는 병원선택요인들의 중요도는 지정분야별로 차이가 있었다. 관절, 대장항문, 산부인과, 안과 분야는 ‘병원의 시설과 편의’, ‘의사 및 의료기관에 대한 신뢰’, ‘치료의 신속성’ 모두

고객유형별로 중요도 차이가 있었다.

이 연구를 통해 제도적으로는 대형병원의 환자 풀림 현상을 완화하고 보건의료체계상의 역할 및 기능을 강화하며, 전문병원의 경영적 측면에서는 지정분야별로 경쟁력을 확보하기 위한 기초자료로 제공하는 데에 의미가 있을 것으로 기대한다.

<참고문헌>

- [1] Min IS, Hahm MI, Kim SJ, Lee YN, Kim BM, Kim DJ, et al. A Study on Improvement in Evaluation and Designation System of Specialty hospital. 2017
- [2] Ministry of Health and Welfare. Designated Operation Guide of Specialty Hospital. 2015
- [3] Kim MS, Park HY. An Empirical Study on Service Quality and Patient Satisfaction in Specialty and General Hospitals. Korea journal of hospital management 2006;11(1):31-53
- [4] Seol SC, Kim SB. A study on the Relationship among Medical Service Quality, Intention of Re-Use, Word-of-Mouth Effects-In Case of General Hospital and Special Hospital-. The Korean Academic Association of Business Administration 2004;45:1485-1512
- [5] Seo WS, Kim KJ, Kim HS, Lee WJ, Park HJ Lee YJ, et al. Evaluation of Outcome of Special Hospital and Publicity Plan, Gachon University. 2014
- [6] Hwang SI, Lee HJ, Kim JK, Cho WH, Kim JM, Kang HY(2010). Hospital attributes considered by patients with spinal diseases in choosing speciality or general hospitals, Korea journal of hospital management 2010;15(2):27-43
- [7] Kim YK, Kim JS. A study on healthcare institution selection of healthcare consumers using theory of consumption values : Focusing on relations among clinics or small sized hospitals, general hospitals, and large-sized hospitals. The Korean Society for Quality Management 2009;37(4):71-86
- [8] Health Insurance Review and Assessment Service. Evaluation of the first patient's experience in 2017. 2017
- [9] Kim HS, Kim YG, Park CW. CRM Customer Relationship Management Principle and Practical Application. Scitech Media. 2009
- [10] Hwang HJ, Choi JW. Effective execution requirement of NPS. LG Economic Research Institute. 2007
- [11] Park MH. Analysis of the Effects of Hospital Selection Factors on Customer Satisfaction and Customer Loyalty [dissertation]. Cheongju: Chungbuk National University;2010
- [12] May EG. Practical application of recent retail image research. 1975
- [13] Jensen JC. Consumer marketing in health services : essential for success. Health Care Marketing Review 1988;1(1), 21-26
- [14] Monroe KB, Gultinan JP. A path: analytic exploration of retail patronage influences. Journal of Consumer Research 1975;2(1), 19-28
- [15] Smith R.B.. Patient Opinion Help Place Hospital Services in perspective. Hospitals 1977;51(16):65-66
- [16] Sheth JN, Newman, Bruce I, Gross, Barbara L. "Why We Buy What We Buy ; A Theory of Consumption Values". Journal of Business Research 1991;22(1), 59-170
- [17] Lee SH. A Study of Hospital Choice on the Basis of Consumption Value. J Prev Med Public Health 1997;30(2):413-427
- [18] Lee GS, Sohn TY. Hospital Selection Factors and Patient Satisfaction of Refractive Surgery Patients. The Korean Journal of Health Service Management 2012;6(4):279-294
- [19] Lee IK, Lee HJ, Park CY, Kim DK, Chae YM. Comparisons of patient's selection and satisfaction between corporate and university hospitals. Korean J. of Health Policy & Administration 1997;7(1):32-54
- [20] Chi KS. A Study on Hospital Selection Factors Based on the Consumer Value Theory in Spinal

- Surgery Cases [dissertation]. Seoul: Yensei University;2004
- [21] Hwang SI. A Study on Hospital Choice Factors between Special Hospitals and General Hospitals [dissertation]. Seoul: Yensei University;2007
- [22] Min IS, Hahm MI, Kim HS, Jeong YR, Park JH. A Study on the Promotion Strategy of Specialty Hospital. Industry Academy Cooperation Foundation of Soonchunhyang University. 2015
- [23] Son SB. Determinants of hospital choice by cancer patients [dissertation]. Seoul: Seoul University;2009
- [24] Yang JH, Song TK, Chang DM. Effects of Medical Service Quality on the Customer Satisfaction and Intention of Revisit in Cancer Patients. Journal of the Korea Contents Association 2012;12(12):269–281
- [25] Kim SY. The Study of Relationship among Decision Factor for Game Viewing, Net Promoter Score(NPS) and Re-attend in Professional Baseball. Journal of Leisure & Wellness 2010;1(1):19–28
- [26] Health Insurance Review & Assessment Service. The Result of “Patient Service Experience Evaluation”[Internet]. Wonju: Health Insurance Review & Assessment Service; 2018 [cited 2018 Aug 9]. Available from <http://www.hira.or.kr/bbsDummy.do?pgmid=HIRAA020041000100&brdScnBltno=4&brdBltno=9640&pageIndex=1>
- [27] So KS. The Effects of Special Hospital Competencies on Customer Behavior Intentions. The Korean Journal of Health Service Management 2013;7(4):153–165
- [28] Rho MJ, Suh WS, Kwon J. Medical Service Factors Associated with Patient Satisfaction: The Difference between Inpatient and Outpatient of A Medial-sized Hospital. Journal of Digital Policy & Management 2011;11(2):331–339
- [29] Yang JH. A Comparative Study on Hospital Choice Factors between First-visit and Revisit patients in General Hospitals. Journal of Digital Convergence 2017;15(7):231–238
- [30] Cho SH. Inpatient Satisfaction and Dissatisfaction in Relation to Socio-demographics and Utilization Characteristics. Journal of Korean Academy of Nursing 2005;35(3):535–545
- [31] Kim S, Oh C. Factors that affect decisions for selecting hospitals and different awareness. Korean Institute of Healthcare Architecture Journal 2012;18(4):39–51
- [32] Schwartz LM, Woloshin S, Birkmeyer JD. How do elderly patients decide where to go for major surgery? Telephone interview survey. BMJ 2005;331(7520):821–828
- [33] Cho SH. Inpatient Satisfaction and Dissatisfaction in Relation to Socio-demographics and Utilization Characteristics. Journal of Korean Academy of Nursing. 2005;35(3):535–545 Cited from Kocher MS, Steadman JR, Briggs K, Zurakowski D, Strerett WL, Hawkins RJ. Determinants of patient satisfaction with outcome after anterior cruciate ligament reconstruction. Journal of Bone and Joint Surgery 2002;84-A(9):1560–1572
- [34] Lee SH, Jwa YG. The Study on Volume Relationships in Several Diseases. J Prev Med Public Health 1994;27(4):793–805
- [35] Ji KJ, Park CM, Lee JR. 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 –. Korean Public Health Research. 2011;37(2):41–56