

# 간호대학생의 직업존중감과 공감 능력이 고객지향성에 미치는 영향의 융복합적 연구

정 현

대전보건대학교 간호학과 강사

## A Convergence study of the Effects of Job-esteem and Empathy on Customer orientation in Nursing students

Hyun Jeong

Instructor of Department of Nursing, Daejeon Health Institute of Technology

요 약 본 연구는 융복합 사회에서 간호대학생의 직업존중감과 공감 능력이 고객지향성에 미치는 영향을 파악하기 위한 서술적 조사연구이다. 대상자는 간호학과 학생 213명으로 2018년 7월 25일부터 8월 13일 까지 SNS(Social Network Service)를 통해 설문조사를 시행하였다. 자료는 t-test, ANOVA, Pearson Correlation, Multiple regression으로 분석하였다. 실습만족도가 높을수록, 환자와의 의사소통이 좋을수록, 고객지향성 인식이 높을수록 고객지향성에 높은 점수를 나타내었다. 고객지향성은 인지적 공감과 직업존중감과 유의한 양의 상관관계를 나타내었다. 인지적 공감( $\beta=.313, p<.001$ ), 환자와의 의사소통( $\beta=.227, p<.001$ ), 직업존중감( $\beta=.199, p=.001$ ), 고객지향성 인식( $\beta=.180, p=.003$ )이 고객지향성을 32.0% 설명하는 것으로 나타났다. 따라서 간호대학생의 고객지향성을 향상시키기 위해서 인지적 공감 향상을 위한 교육과정이나 중재프로그램 등 다양한 전략을 강구하고 직업존중감을 높여줄 수 있는 이론과 실습에서의 방안의 모색이 필요하다.

주제어 : 간호대학생, 공감 능력, 직업존중감, 고객지향성, 융복합 연구

**Abstract** The purpose of this study was to identify the influence of job esteem and empathy on customer orientation of college nursing students in the convergence society. The participants were 213 college nursing students, data were collected between July to August, 2018. Data were analyzed using t-test, ANONA, Pearson Correlation, Multiple regression. The factors influencing customer orientation were empathy, job esteem, communication with patients, and perception of customer orientation. These factors explained 32.0% of variance in customer orientation. Therefore, in order to improve the customer orientation of nursing students, education courses and intervention for improving cognitive empathy and finding ways to improve job esteem are needed.

**Key Words** : Nursing students, Empathic ability, Job esteem, Customer orientation, Convergence study

### 1. 서론

#### 1.1 연구의 필요성

최근 의료 환경의 급격한 변화로 인해 의료기관의 경쟁이 심화되고 있는 가운데 의료기관의 경쟁력에 영향을

미치는 요소로 고객에 대한 서비스 지향적 마인드인 고객지향성 개념이 대두되었다. 고객지향성은 고객 중심의 사고인 마케팅 전략 중 하나로, 고객의 입장에서 고객의 요구를 반영하여 고객이 원하는 서비스를 제공함으로써 고객만족을 증진시키는 개념이다[1]. 고객지향적 서비스

\*Corresponding Author : Hyun Jeong (hhuuyynn@naver.com)

Received August 29, 2018

Accepted October 20, 2018

Revised October 1, 2018

Published October 28, 2018

를 제공하는 조직구성원은 고객만족 향상을 위해 노력하며, 고객지향적 행동을 통해 조직구성원이 속한 조직과 서비스를 제공받는 고객 간의 긍정적인 관계를 유도하는 중요한 역할을 담당한다[2].

병원의 보건의료인력 중 간호인력은 가장 많은 비중을 차지하며, 대상자의 치료 과정에서 직접적으로 서비스를 제공할 뿐 아니라 대상자와 가장 많이 대면하는 사람이다[3]. 높은 고객지향성을 보이는 간호사는 고객의 요구를 이해하고 양질의 간호서비스를 제공하므로[4] 간호계의 고객지향성에 대한 관심이 높아지고 있는 실정이다. 간호대학생은 임상 실습을 통해 학교에서 학습한 이론과 실무를 실제로 적용해보며 대상자와 상호작용한다[5]. 고객지향성은 고객과의 호의적인 관계 형성에 필수적 요소로[6], 대상자에게 다양한 형태의 간호서비스를 제공할 미래의 간호사인 간호대학생에게 대상자의 요구를 이해하고 반영하여 고객만족을 실현할 수 있는 고객지향성을 관련요인을 파악하는 것은 중요하다. 대학생의 고객지향성과 관련 요인에 대한 연구가 타 직종에서는 활발히 이루어지고 있으나[7, 8] 간호대학생의 고객지향성에 대한 연구는 미비한 실정이다. 이에 간호대학생의 고객지향성 관련요인을 파악하는 연구가 필요하다.

직업존중감은 자아존중감에서 유래된 개념으로, 현재와 미래의 자신의 직업에 대한 가치를 평가 및 기대하는 정도로, 장래의 직업을 준거로 하여 가치평가를 지닐 수 있는 개념이다[9]. 최근 임상 간호사들은 교대근무, 과도한 업무, 낮은 급여, 인간관계, 정체성의 혼란, 직무 불만족 등으로 인한 상실감을 느끼고[3] 대학에서의 이론교육과 실제 실무와의 차이를 느끼며 적응하지 못하고 이직을 고려하는 실정이다[10]. 간호대학생이 직업존중감을 갖게 되면 직무만족, 이직의도 감소, 간호서비스의 질 향상으로 연결 될 수 있다[11]. 이에 간호대학생이나 간호교육자들도 간호사라는 직업에 대한 스스로의 가치 평가 또는 기대 정도, 즉 간호사의 직업존중감에 대해 대학의 교과과정에서부터 고민하고 생각해 볼 수 있는 기회가 필요하다[12]. 직업존중감에 대한 연구는 직업만족과 현장적응[13] 직업존중감 개념분석[11], 직업관·전공만족도와와의 관계[12]등이 이루어졌다. Kim[14]과 Lim[15]에 의하면 직업존중감은 고객지향성과 밀접한 관계를 맺는 것으로 나타나, 간호대학생의 직업존중감이 고객지향성에 미치는 영향에 대해 함께 고려되어야 한다.

공감은 타인의 감정 혹은 경험을 자신의 것처럼 느끼

고, 그에 맞는 적절한 반응을 하며[16], 자신의 감정을 다른 사람과 나눌 수 있는 능력을 의미한다[17, 18]. 공감은 타인의 정서를 느끼고 대리 경험할 수 있는 정서적 공감과 타인의 감정을 이해하고 추론하는 인지적 공감으로 정의할 수 있다[19]. 간호사의 공감은 환자의 치료과정에 있어 환자의 통증 및 불안 감소 등의 치료 결과 향상뿐 아니라 환자의 서비스 만족도 향상[20], 고객지향성에 영향을 미친다[21]. 이처럼 공감 능력은 간호사의 필수적 자질이라고 할 수 있다[22]. 간호대학생의 공감 관련 연구에 의하면 의사소통 능력[23], 차별행동[24], 전공적응[25], 대인관계[26]에 관한 연구가 주를 이루어왔다. Eu와 Lee[27]에 의하면 서비스 제공자의 공감 능력은 고객지향성에 영향을 미치는 것으로 나타나, 간호대학생의 공감 능력을 체계적으로 파악하여 고객지향성에 어떤 영향을 미치는지 확인할 필요가 있다.

종합하여 볼 때 선행연구들은 직업존중감과 공감 능력과 고객지향성 등을 단편적으로 연구하였거나, 간호사나 타 직종을 대상으로 연구하여 간호대학생을 대상으로 한 연구가 미비하였다. 따라서 본 연구자는 간호대학생의 직업존중감과 공감 능력이 고객지향성에 어느 정도 영향을 미치는지, 이들 변수간의 관계를 살펴봄으로써 미래 간호사로서의 역할을 준비하는 간호대학생의 고객지향성 증진을 위한 기초자료를 제공하고자 본 연구를 시도하였다.

## 1.2 연구 목적

본 연구의 목적은 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 1) 간호대학생의 직업존중감, 공감 능력, 고객지향성 정도를 파악한다.
- 2) 간호대학생의 일반적 특성에 따른 직업존중감, 공감 능력, 고객지향성의 차이를 파악한다.
- 3) 간호대학생의 직업존중감, 공감 능력, 고객지향성 간의 상관관계를 파악한다.
- 4) 간호대학생의 고객지향성 영향 요인을 파악한다.

## 2. 연구 방법

### 2.1 연구 설계

본 연구는 융복합 사회에서 간호대학생들의 직업존중감과 공감 능력이 고객지향성에 미치는 영향을 파악하기

위한 서술적 조사연구이다.

## 2.2 연구 대상자 및 자료수집

대상자는 D광역시 소재의 간호학과 3, 4학년으로 2018년 7월 25일부터 8월 13일까지 자료수집 하였다. 고객지향성 영향 요인을 파악하는 것으로 실습 경험이 있는 3, 4학년을 대상으로 선정하였다. 설문조사는 연구자가 SNS(Social Network Service)를 통해 편의 표집 하였다. 연구 대상자에게 연구의 목적을 온라인상으로 제공하고 연구에 참여하기를 원하는 대상자 스스로 온라인 동의서를 작성하였다. 표본의 크기는 G\*power 3.1.9 program을 사용하여 다중회귀분석에 필요한 표본수로 산정하였다. 일반적 특성을 포함하여 투입될 독립변수를 17개로 하여 효과크기 .15, 검정력 .95, 유의수준 .05로 하였고 필요한 표본 수는 208명 이었다. 배포된 설문지 250부 중 213부 (85.2%)가 회수되었다.

## 2.3 연구 도구

공감 능력: Davis[19]의 대인관계 반응성 척도를 Kang 등[28]이 변안한 한국어판 대인관계 반응 척도 28 문항을 사용하였다. 도구는 인지적 공감(관점 취하기와 상상하기 각 7문항)과 정서적 공감(공감적 관심과 개인적 고통 각 7문항)으로 구성되어 있다. 각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'부터 '매우 그렇다(5점)'까지 Likert 척도로 구성되어있으며, 점수가 높을수록 공감능력이 높음을 의미한다. Kang 등[28]의 연구에서 Cronbach's  $\alpha$ 는 .80이었고 본 연구에서는 .81이었다.

직업존중감: Ko와 Chun[9]의 직업존중감 척도를 Yoon 등[28]이 수정·보완한 20문항을 사용하였다. 각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'부터 '매우 그렇다(5점)'까지 Likert 척도로 점수가 높을수록 직업에 대한 존중감이 높음을 의미한다. Yoon 등[28]의 연구에서 Cronbach's  $\alpha$ 는 .81 이었고 본 연구에서는 .80이었다.

고객지향성: Parasuraman, Zeithml과 Berry등[30]의 고객지향성 측정도구인 SERVQUAL을 Moon[31]이 수정·보완한 도구를 사용하였다. 총 14문항으로 신뢰성(3문항), 반응성(4문항), 유형성(3문항), 공감성(4문항)의 4개의 하위영역으로 구성되어있다. 각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'로 점수가 높을수록 고객지향성이 높음을 의미한다. Moon[31]의 연구에서 Cronbach's  $\alpha$ 는 .92이었고 본 연구에서는 .84이었다.

## 2.4 자료 분석

수집된 자료는 SPSS/WIN 24.0 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다. 대상자의 일반적 특성과 직업존중감, 공감 능력, 고객지향성은 평균과 표준편차와 같은 기술 통계로 분석하였다. 대상자의 일반적 특성에 따른 직업존중감, 공감 능력, 고객지향성의 차이는 t-test와 ANOVA를 이용하여 분석하고, 사후검정으로는 Scheffe' method를 사용하였다. 직업존중감과 공감 능력, 고객지향성간의 관계는 Pearson's correlation coefficients로 분석하였다. 고객지향성에 미치는 영향요인은 단계적 다중회귀분석으로 검정하였다.

## 3. 연구 결과

### 3.1 대상자의 일반적 특성

대상자는 20-25세가 89.2%로 대다수를 차지했으며, 3학년이 45.5%, 4학년이 54.5%이었고, 여학생이 89.6%이었다. 종교가 '없다'고 응답한 대상자가 66.7% 이었다. 실습 횟수는 1-5회가 31.5%, 6-10회가 57.7%, 10회 이상이 10.7%, 실습만족도는 '보통' 50.7%, '만족' 27.2% 이었다. 병원 직원과의 의사소통은 '보통' 55.4%, '만족' 29.1%, 환자와의 의사소통은 '보통' 28.6%, '만족' 54.9%, '매우 만족' 13.6% 으로 대체로 만족하였다. 고객지향성 인식은 '잘 모른다' 25.4%, '보통이다' 39.0%, '알고 있다' 29.1% 으로 응답하였다. Table 1

### 3.2 공감 능력, 직업존중감, 고객지향성 정도

공감 능력은 5점 만점에 평균 3.51점이었다. 공감 능력의 하위요인은 공감적 관심 3.67점, 관점취하기 3.66점, 공상하기 3.54점, 개인적 고통 3.17점 순으로 나타났다. 직업존중감은 5점 만점에 3.53점으로 나타났다. 고객지향성은 5점 만점에 평균 3.89점이었고 하위요인 중 유형성이 4.10점으로 가장 높았고, 신뢰성이 3.69점으로 가장 낮은 점수를 나타냈다. Table 2

### 3.3 일반적 특성에 따른 공감 능력과 직업존중감, 고객지향성 차이

대상자의 인지적 공감은 성별( $t=2.52$ ,  $p=.012$ )에 따라 유의한 차이를 보였다. 정서적 공감은 성별( $t=3.96$ ,  $p<.001$ )에 따라 유의한 차이를 보였다.

직업존중감은 실습 만족도( $F=3.76, p=.006$ ), 직원과의 의사소통( $F=5.76, p<.001$ ), 환자와의 의사소통( $F=6.51, p<.001$ ), 고객지향성 인식( $F=3.48, p=.009$ )에 따라 유의한 차이를 나타냈다. 실습을 만족하고, 직원과의 의사소통을 ‘좋음’과 ‘매우 좋음’, 환자와의 의사소통을 ‘매우 좋음’, 고객지향성에 대해 ‘잘 알고 있다’고 응답한 대상자가 상대적으로 높은 직업존중감을 나타냈다. 고객지향성은 실습 만족도( $F=2.90, p=.023$ ), 환자와의 의사소통( $F=10.07, p<.001$ ), 고객지향성 인식( $F=8.19, p<.001$ )에 따라 유의한 차이를 나타냈다. 환자와의 의사소통을 ‘좋음’과 ‘매우 좋음’으로 응답한 그룹과 ‘나쁨’으로 응답한 그룹 간에 유의한 차이가 있었다. 고객지향성에 대해 ‘잘 알고 있다’고 응답한 그룹과 ‘모른다’고 응답한 그룹 간의 유의한 차이가 있었다. Table 3

### 3.4 공감 능력, 직업존중감, 고객지향성간의 상관관계

고객지향성은 인지적 공감( $r=.40, p<.001$ ), 정서적 공감( $r=.23, p=.001$ ), 직업존중감 ( $r=.36, p<.001$ )과 유의한 양의 상관관계를 나타내었다. 직업존중감은 인지적 공감( $r=.22, p=.001$ ), 정서적 공감( $r=.15, p=0.26$ )과 유의한 양의 상관관계를 나타내었다 정서적 공감은 인지적 공감( $r=.53, p<.001$ )과 유의한 양의 상관관계를 나타냈다. Table 4

### 3.5 고객지향성 영향 요인

고객지향성의 영향 요인을 파악하기 위해 단변량 검정에서 유의한 차이를 나타냈던 실습만족도와 환자와의 의사소통, 고객지향성 인식과 고객지향성과 유의한 상관관계가 있는 인지적 공감, 정서적 공감, 직업존중감을 독립변수로 하였다. 인지적· 정서적 공감과 직업존중감을 제외한 변수를 더미변수 처리하여 단계적 다중회귀분석을 시행 하였다. 공차는 .677~.908이었으며, VIF는 1.018~1.130으로 다중공선성의 문제는 없는 것으로 확인되었다. 고객지향성과 설명변수들의 회귀모형은 유의하였고( $F=25.90, p<.001$ ), 고객지향성의 가장 주요한 예측요인은 인지적 공감( $\beta= .313$ ), 환자와의 의사소통( $\beta=.227$ ), 직업존중감( $\beta= .199$ ), 고객지향성 인식( $\beta= .180$ )순으로 나타났다. 고객지향성에 대한 영향 요인들의 설명력은 32.0%이었다. Table 5

Table 1. General Characteristics (N=213)

Characteristics	Categories	n (%)
Age(yrs)	20-25	190(89.2)
	26-30	12(5.6)
	31≤	11(5.2)
Grade	3	97(45.5)
	4	116(54.5)
Gender	Female	189(89.6)
	Male	22(10.4)
Religion	Yes	71(33.3)
	No	142(66.7)
Clinical practice(times)	1-5	67(31.5)
	6-10	123(57.7)
	11≤	23(10.8)
Clinical satisfaction	Very dissatisfied	10(4.7)
	Dissatisfied	31(14.6)
	Moderate	108(50.7)
	Satisfied	58(27.2)
	Very satisfied	6(2.8)
Communication (Staff)	Very bad	4(1.9)
	Bad	20(9.4)
	Normal	118(55.4)
	Good	62(29.1)
	Very good	9(4.2)
Communication (Patient)	Bad	6(2.8)
	Normal	61(28.6)
	Good	117(54.9)
	Very good	29(13.6)
Perception of customer orientation	Naver Know	4(1.9)
	Don't Know well	54(25.4)
	Normal	83(39.0)
	Know a little	62(29.1)
	Know very well	10(4.7)

Table 2. Descriptive statistics of Variables

Variables		Mean±SD	
Empathy	total	3.51±.38	
	cognitive	perspective taking	3.66±.52
		fantasy	3.54±.65
	affective	empathic concern	3.67±.58
		personal distress	3.17±.40
Job esteem		3.53±.34	
Customer orientation	total	3.89±.43	
	Reliability	3.69±.61	
	Reactivity	3.93±.52	
	Corporality	4.10±.51	
	Consensual	3.83±.58	

Table 3. Difference of Empathy, Job esteem, and Customer orientation by General characteristics

Characteristics	Categories	Cognitive empathy		Affective empathy		Job esteem		Customer orientation	
		M±SD	t(p) / F(p)	M±SD	t(p) / F(p)	M±SD	t(p) / F(p)	M±SD	t(p) / F(p)
Age	20-25	3.66± .48		3.43± .39		3.54± .34		3.89± .43	
	26-30	3.36± .32	1.65(.193)	3.21± .34	2.31(.101)	3.44± .28	1.45(.236)	3.95± .39	1.13(.324)
	31≤	3.55± .51		3.55± .35		3.39± .28		3.70± .54	
Grade	3	3.60± .47		3.46± .37		3.52± .34		3.88± .47	
	4	3.60± .48	0.28(.978)	3.39± .41	1.39(.165)	3.53± .34	-0.19(.843)	3.89± .40	-0.07(.938)
Gender	Female	3.63± .46		3.45± .37		3.52± .34		3.88± .43	
	Male	3.35± .50	2.52(.012)	3.10± .46	3.96(<.001)	3.60± .30	-0.09(.359)	3.96± .47	-0.08(.390)
Religion	Yes	3.66± .46		3.48± .39		3.52± .34		3.90± .39	
	No	3.57± .48	1.39(.163)	3.40± .39	1.14(.253)	3.54± .34	-0.33(.736)	3.88± .45	0.35(.722)
Clinical practice	1-5	3.56± .47		3.46± .36		3.52± .30		3.89± .46	
	6-10	3.59± .47	1.59(.205)	3.40± .40	0.44(.642)	3.52± .36	0.60(.547)	3.88± .42	0.12(.885)
	11≤	3.76± .51		3.40± .44		3.60± .31		3.93± .44	
Clinical satisfaction	Very dissatisfied <sup>d</sup>	3.48± .52		3.47± .47		3.55± .54		3.66± .59	
	Dissatisfied <sup>b</sup>	3.63± .54		3.44± .45		3.41± .37		3.75± .48	
	Moderate <sup>c</sup>	3.60± .45	0.80(.525)	3.40± .36	1.26(.284)	3.49± .31	3.76(.006)	3.88± .39	2.90(.023)
	Satisfied <sup>d</sup>	3.64± .48		3.47± .38		3.66± .31	b<d, c<d	4.02± .42	
	Very satisfied <sup>e</sup>	3.32± .42		3.11± .57		3.62± .30		3.80± .44	
Communication (Staff)	Very bad <sup>d</sup>	4.07± .72		3.66± .26		3.08± .08		3.75± .36	
	Bad <sup>b</sup>	3.73± .43		3.52± .44		3.39± .42		3.77± .38	
	Normal <sup>c</sup>	3.54± .45	2.30(.059)	3.40± .39	2.16(.075)	3.50± .33	5.76(<.001)	3.84± .44	2.08(.084)
	Good <sup>d</sup>	3.66± .50		3.46± .35		3.61± .28	a<c, a<d	4.00± .42	
	Very good <sup>e</sup>	3.45± .45		3.13± .43		3.83± .39	b<c	4.03± .43	
Communication (Patient)	Bad <sup>d</sup>	3.61± .38		3.60± .30		3.62± .36		3.50± .27	
	Normal <sup>b</sup>	3.52± .43	1.65(.178)	3.36± .38	1.43(.235)	3.42± .33	6.51(<.001)	3.72± .43	10.07(<.001)
	Good <sup>c</sup>	3.60± .46		3.46± .36		3.53± .31	b<d, c<d	3.93± .40	a<d, b<d, c<d
	Very good <sup>d</sup>	3.76± .58		3.37± .51		3.75± .36		3.75± .67	
Perception of customer orientation	Never Know <sup>a</sup>	3.94± 1.04		3.57± .08		3.42± .40		3.96± .22	
	Don't Know well <sup>b</sup>	3.55± .46		3.45± .41		3.44± .33		3.73± .43	
	Normal <sup>c</sup>	3.55± .45	2.04(.090)	3.38± .36	0.59(.667)	3.53± .31	3.48(.009)	3.85± .42	8.19(<.001)
	Know a little <sup>d</sup>	3.53± .46		3.42± .42		3.56± .35	b<c	3.97± .34	b<d<c, c<c
	Know very well <sup>e</sup>	3.92± .51		3.52± .37		3.85± .36		4.49± .53	

Table 4. Correlation among Empathy, Job esteem, and Customer orientation

Variables	1	2	3	4
1. Cognitive empathy	1.00			
2. Affective empathy	.539(<.001)	1.00		
3. Job esteem	.219(.001)	.153(.026)	1.00	
4. Customer orientation	.403(<.001)	.233(.001)	.359(<.001)	1.00

Table 5. Factors influencing Customer orientation

		Customer orientation			
	model	Adj R <sup>2</sup>	β	t	p
1	Communication(Patient)	.122	.355	5.51	<.001
	Perception of CO		.234	3.64	<.001
2	Communication(Patient)	.170	.302	4.70	<.001
	Communication(Patient)	.320	.231	3.86	<.001
3	Perception of CO		.183	3.09	.002
	Cognitive empathy		.286	4.14	<.001
	Affective empathy		.050	0.74	<.001
	Job esteem		.195	3.23	<.001

F=25.906, p<.001

Note. CO=customer orientation

#### 4. 논의

본 연구는 간호대학생의 공감 능력과 직업존중감이 고객지향성과 어떠한 관계를 갖고 고객지향성에 어느 정도 영향을 미치는지를 확인하여 간호대학생의 고객지향성 향상을 위한 기초차료를 제공하고자 시도하였다.

본 연구에서 간호대학생의 고객지향성 점수는 5점 만점에 3.89점으로, 같은 도구인 Parasuraman 등[30]의 SERVQUAL을 사용한 간호사의 고객지향성에 영향요인에 관한 선행연구[32]에서의 3.93점보다는 다소 낮게 나타났다. 병원 직원을 대상으로 병원의 조직문화 유형과 문화의 강도가 고객지향성에 미치는 영향에 대한 선행연구[31]에서의 3.71점, 간호사의 고객지향성과 간호업무성과에 관한 선행연구[4]의 3.64점, 간호사의 고객지향성에 미치는 영향에 대한 선행연구[32]의 3.53점 보다는 높게 나타났다. 이처럼 간호대학과 간호사 및 타 직종에 걸쳐 고객지향성 점수가 다양하게 나타났다. 간호사와 간호대

학생 모두 중간 이상의 고객지향성을 가지고 있다고 인식하는 것을 반영하는 결과이나, 간호대학생의 고객지향성에 대한 추가연구가 필요할 것으로 생각된다. 반면, 고객지향성의 하위영역 점수를 살펴보면 본 연구에서는 유형성 4.10점, 반응성 3.93점, 공감성 3.83점, 신뢰성 3.69점 순으로 나타났다. 간호사를 대상으로 한 기존연구[4, 32, 33]를 살펴보면 Yeo의 연구[4]에서 신뢰성, 유형성, 공감성, 반응성, Do[33]의 연구에서 신뢰성, 유형성, 반응성, 공감성, Ahn 과 Chio[32]의 공감성, 유형성, 신뢰성, 반응성 순으로 보고한 연구결과와 차이를 보였다. 본 연구에서 신뢰성 영역이 가장 낮게 나타나 신뢰성 영역이 대체로 높았던 간호사를 대상으로 한 기존연구[4, 32, 33]와 차이를 보였다. 이러한 결과는 신뢰성 영역이 대상자의 입원 기간 동안의 진료 절차나 치료과정이나 업무처리 등과 관련되어 있어, 간호대학생이 환자의 진료나 병원의 업무 처리 과정에 대한 정보나 지식의 부족으로 나타나는 결과로 생각된다. 신뢰성 향상을 위해서는 간호대학생은 실습 시 환자의 입·퇴원 과정에서 이루어지는 전반적인 서비스 흐름에 대해 관심을 가지고 임해야 할 것이며, 병원 차원에서는 실습에 임하는 간호대학생을 고객 입장에서 내부 직원으로 여길 수 있음을 고려하여 간호대학생에게 오리엔테이션 등의 별도의 시간을 통해 병원 제반의 정보 제공에 힘써야 할 것이다.

고객지향성은 실습 만족도, 환자와의 의사소통, 고객지향성 인식에 따라 유의한 차이를 나타냈다. 본 연구에서는 환자와의 의사소통을 좋음과 매우 좋음으로 응답한 그룹과 보통으로 응답한 그룹 간에 유의한 차이가 있었다. 환자와의 의사소통을 좋음으로 응답한 대상자가 고객지향성 점수가 높게 측정된 것은 Ahn과 Chio[32]의 임상간호사의 대인관계 능력과 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구에서 대인관계 하부 요인 중 의사소통이 고객지향성과 높은 관련성을 나타내, 본 연구의 결과를 지지하였다. 고객지향성의 하위 요인 중 공감성은 고객의 입장에서 이해하고 원활한 상호작용을 통해 고객지향성에 대한 조직구성원의 의지를 높일 수 있는 요인으로, 환자와의 원활한 의사소통이 공감성에 작용한 결과로 생각되어진다. 또한 본 연구에서 고객지향성 인식이 높을수록 고객지향성이 높게 측정되었다. Do[33]의 연구에서 간호사의 고객지향성에 영향을 미치는 요인으로 전문성, 상호작용 등을 제시한 바 있는데, 이러한 요소들이 대상자의 고객지향성 인식을 높이는데 작용한 결과로 유추해

볼 수 있다.

대상자의 고객지향성과 직업존중감은 유의한 양의 상관관계를 나타내었다. 이는 직업존중감과 고객지향성이 유의한 양의 상관관계를 나타낸 결과[14]와 일치하여 본 연구의 결과를 뒷받침하였다. 또한 본 연구에서 고객지향성은 인지적 공감과 유의한 양의 상관관계를 나타내었다. 이 결과는 임상간호사의 공감 능력이 고객지향성과 유의한 양의 상관관계를 갖는다고 보고한 결과[21]와 유사한 결과로 나타났다. 서비스 종사자의 공감 능력과 고객지향성에 관한 연구[34]에서는 인지적 공감과 정서적 공감 모두 고객지향성과 유의한 양의 상관관계를 나타낸 결과와는 차이를 보였다. 이러한 결과는 서비스 직종에 따라 다른 양상으로 나타날 수 있고, 본 연구의 대상인 간호대학생이 타 직종에 비해 정서적 공감이 낮음으로 인한 결과로 생각된다. Pecukonis[35]는 정서적 공감을 향상시키기 위해서는 타인의 정서 상태를 확인하는 연습이나 타인의 정서적 반응을 공유하는 것 등으로 훈련할 수 있다고 제시한 바 있어, 이를 간호대학생의 정서적 공감 향상을 위해 적용할 수 있을 것이라 생각된다.

대상자의 고객지향성에 영향을 미치는 주요 요인은 인지적 공감, 환자와의 의사소통, 직업존중감, 고객지향성 인식 순으로, 고객지향성을 32.0% 설명하였다. 대상자의 인지적 공감이 높을수록 고객지향성이 높게 나타난 것은 임상간호사의 공감이 고객지향성에 가장 강력한 영향요인[21]이라는 결과와 유사하게 나타났다. 이러한 결과는 인지적 공감의 타인의 심리나 의중을 자발적으로 받아들이는 특성이 고객지향성의 환자의 요구나 고통을 이해하고 필요에 의한 서비스를 제공하는 고객지향성에 영향을 미친 결과로 생각된다. 인지적 공감 향상을 위해서는 다양한 관점으로 바라보는 훈련, 사이코드라마, 역할 바꾸기 훈련 등이 활용될 수 있다고 하였다[35]. 이와 같은 간호대학생의 인지적 공감 향상을 위한 훈련이나 공감 향상을 위한 다양한 프로그램 적용을 고려해 볼 수 있겠다. 또한 본 연구에서 환자과 의사소통이 좋을수록 고객지향성이 높은 것으로 나타나, 서비스 종사자의 대인 의사소통이 고객지향성에 정적 영향을 미치는 것으로 나타난 결과[36]와 유사하게 나타났다. 이는 환자와의 효과적인 의사소통이 대상자와 원만한 관계를 형성하며, 그들의 고통이나 요구에 보다 관심을 갖고 고객지향성 행동을 함에 있어 주요 요인임을 반영하는 결과로 생각된다. 국내 간호교육에서 의사소통 관련 교과목에 대한

관심이 증대되고 있으나 이론과 강의식 교육에 머물러 있는 실정으로 실제 임상사례를 적용한 다양한 상황의 실습을 적용하여 간호대학생의 환자와의 의사소통 능력을 향상시킬 수 있을 것이다. 또한 본 연구에서 대상자의 직업준중감이 높을수록 고객지향성이 높게 측정되었다. 이는 직업준중감이 고객지향성에 유의한 설명요인이라는 연구결과[15]와 일치하는 과이다. Kim[14]은 바람직한 직업준중감을 형성하여 고객지향성을 통해 고객만족을 이끌어 낼 수 있다고 제시한 바 있다. 이와 같이 간호학생이 간호사라는 직업에 대해 자부심을 느끼고 가치 있는 업무를 수행함으로써 스스로 가치 있는 존재로 인식하게 되면 힘든 상황에서도 환자의 입장에서 생각하고 행동하는 고객지향적 태도로 간호행위를 수행하게 될 것이다. 간호교육 측면에서 간호학생들이 간호사라는 직업을 가치 있고 의미를 지닌 직업임을 인식하는 것을 확대하기 위해 이론교육과 실습에 적용할 수 있는 다양한 전략을 모색할 필요가 있다. 또한 본 연구에서 고객지향성 인식이 높을수록 고객지향성 점수가 높게 측정되었다. 이는 고객지향성에 관한 다양한 매체나 교육에 보다 많은 노력이 필요함을 시사하는 결과로 생각된다.

## 5. 결론 및 제언

본 연구는 간호대학생의 직업준중감과 공감 능력이 고객지향성에 미치는 영향을 융복합적 측면에서 확인가기 위한 서술적 조사연구이다. 연구 결과, 실습에 대해 만족할수록, 환자와의 의사소통이 좋을수록, 고객지향성에 대한 인식이 높은 경우 간호대학생의 고객지향성 점수가 높았다.

결론적으로 간호대학생의 고객지향성에 인지적 공감과 직업준중감, 환자와의 의사소통과 고객지향성 인식이 밀접한 관계를 갖는 것으로 나타났다. 환자의 느낌이나 감정, 고통 등을 간호학생이 인식하는지에 따라 환자에 대한 태도나 행위 등이 달라질 수 있다. 간호대학생의 어떠한 요인이 인지적 공감에 영향을 미치는지 확인하여 인지적 공감 능력 함양을 통해 고객지향성을 향상시킬 수 있을 것이다. 또한 간호대학생의 직업준중감 향상을 위해 이론교육과 실습에 적용할 수 있는 다양한 전략모색이 필요하다. 환자와의 의사소통 능력 강화를 위해 의사소통 능력 증진을 위한 이론교육 뿐 아니라 실습 적용

이나 프로그램 등을 적용해 볼 수 있을 것이다.

정서적 공감이 고객지향성에 유의한 영향변수가 아닌 것으로 나타나, 추후 간호대학생의 정서적 공감에 어떠한 요인이 영향을 미치는지 확인하고 영향요인을 포함하여 고객지향성에 관한 반복연구를 제안한다.

## REFERENCES

- [1] R. Saxe & B. A. Weitz. (1982). The SOCO scale: A measure of the customer orientation of salespeople. *Journal of Marketing Research*, 19(3), 343-351. DOI: 10.2307/3151568
- [2] E. W. Morrison. (1996). Organizational citizenship behavior as a critical link between HRM practices and service quality. *Human Resource Management*, 35(4), 493-512. DOI:10.1002/(SICI)1099-050X(199624)35:4<493::AID-HRM4>3.0.CO;2-R
- [3] M. S. Jeong, K. O. Park, S. Y. Kim, E. K. Kim, J. K. Kim & E. J. Park. (2018). *Nursing Management*, Seoul: Hyunmoonsa.
- [4] A. R. Yeo, H. J. Lee & H. K. Jin. (2014). Factors Associated with Customer Orientation and Nursing Productivity. *Journal of Korean Academy of Nursing Administration*, 20(2), 167-175. DOI: 10.1111/jkana.2014.20.2.167
- [5] J. S. Kim, J. J. Sun & H. S. Kim. (2009). Clinical Practice Experiences of Nursing Students. *Journal of Qualitative Research*, 10(1), 63-76.
- [6] S. O. Yu. (2016). The Effects of the Characteristic of Design Thinking on Customer Orientation and Entrepreneurial Intention of Korean University Students. *Korean Employment & Career Association*, 6(3), 44-62.
- [7] S. Y. Ahn. (2014). The Effect of Strategy Orientation on Performance in General Hospital. *Journal of Digital Convergence*, 12(3), 309-316. DOI: 10.14400/JDC.2014.12.3.309
- [8] I. J. Park. (2018). The Effects of Customer Orientation and Service Inside Behaviors on Career Preparation Behavior of the college students majoring Hotel Tourism and Service. *Journal of Tourism Management Research*, 22(1), 433-449. DOI: 10.18604/tmro.2018.22.1.20
- [9] D. W. Ko & B. G. Chun. (2003). The Case of Undergraduates Majoring Tourism Studies: The Concept and Measurement Scale of Job-Esteem. *Korea Journal*

- of *Tourism Research*, 26(3), 279-297.
- [10] S. S. Han, I. S. Sohn & N. E. Kim. (2009). New Nurse Turnover Intention and Influencing Factors. *Journal of Korean Academy of Nursing*, 39(6), 878-887.  
DOI: 10.4040/jkan.2009.39.6.878
- [11] H. J. Chio & K. Im. Jung. (2018) A Concept Analysis of Job-esteem of Nursing Students. *Crisisonomy*, 14(5), 105-111.  
DOI: 10.14251/crisisonomy.2018.14.5.105
- [12] B. H. Son, Y. M. Kim & I. G. Jun. (2011). A Study on Nursing Students' Job-esteem, Work Values, and Satisfaction of Their Major. *Korean Journal of Occupational Health Nursing*, 20(3), 240-249.  
DOI: 10.5807/kjohn.2011.20.3.240
- [13] M. Kang & K. S. Kang. (2017). A Study on Nurses' Job Esteem, Job Satisfaction, and Field Adaptation in Small · Medium Sized Hospital. *The Journal of Humanities and Social science*, 8(2), 423-438.  
DOI: 10.22143/HSS21.8.2.23
- [14] Y. C. Kim. (2009). The influential Relationship Among Growth needs, Job-esteem, Career Commitment and Customer orientation of Hotel Employees. *Korea Journal of Business Administration*, 22(6), 3831-3849, 2009.
- [15] J. E. Lim. (2017). The Effects of Growth Needs and Job-esteem on Customer Orientation: The mediating Role of Psychological Ownership. *The Korea Contents Society*, 17(5), 192-199.  
DOI: 10.5392/JKCA.2017.17.05.192
- [16] S. Baron-Cohen & S. Wheelwright. (2004). The empathy quotient: an investigation of adults with Asperger syndrome or high functioning autism, and normal sex differences. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 34(2), 163-175.
- [17] D. Kunyk & J. K. Olson. Clarification of conceptualizations of empathy. *Journal of Advanced Nursing*, 35(3), 317-325.  
DOI: 10.1046/j.1365-2648.2001.01848.x
- [18] J. Stein-Parbury. (2013). *Patient and person: Interpersonal skills in nursing(5th edition)*. Sydney: Elsevier Health Sciences.
- [19] M. H. Davis. (1983). Measuring individual differences in empathy: Evidence for multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113-126.  
DOI: 10.1037/0022-3514.44.1.113
- [20] L. Pereira, M. Figueiredo-Braga & I. P. Carvalho. (2016). Preoperative anxiety in ambulatory surgery: The impact of an empathic patient-centered approach on psychological and clinical outcomes. *Patient Education and Counseling*, 99(5), 733-738.  
DOI: 10.1016/j.pec.2015.11.016
- [21] Y. H. Shin & G. O. Noh. (2018). Influence of Nursing Professionalism, Emotional Labor, and Empathic Concern on Customer Orientation among Clinical Nurses. *Journal of East-West Nursing Research*, 24(1), 20-27.  
DOI: 10.14370/jewnr.2018.24.1.20
- [22] K. Y. Rhee & Y. R. Tak. (2017). A Phenomenological convergence study on the empathic activity experience of the Compassion ward nurses. *Journal of the Korea Convergence Society*, 8(7), 47-62.  
DOI: 10.15207/JKCS.2017.8.7.047
- [23] E. J. Ji. (2014). Influence of Nursing Professionalism, Empathic Ability on Communication Ability in Senior Nursing Student. *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 16(3), 1685-1697.
- [24] W. H. Moon, M. J. Kwon & Y. H. Kim. (2016). Converging Influence of Empathy and Prejudice against Mental Illness on Discriminatory Behavior toward the Mentally Illness Patients in the Nursing Students. *Journal of the Korea Convergence Society*, 7(6), 81-88.  
DOI: 10.15207/JKCS.2016.7.6.081
- [25] Y. K. Ko & S. Y. Yu. (2017). The Effects of Compassionate Competence, Affectivity and Bullying Experiences during Clinical Training on the Major Adaptation in Nursing Students. *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 19(4), 2219-2231.
- [26] H. S. Jeong & K. L. Lee. (2015). Empathy and Clinical Practice Stress in Nursing Student. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 16(9), 6044-6052.  
DOI: 10.5762/KAIS.2015.16.9.6044
- [27] Y. S. Eu & H. R. Lee. (2009). The Effect of the Empathic Factors of the Employees in the Food Service Industry on Emotional dissonance and Customer Orientation. *Journal of Foodservice Management*, 12(1), 81-109.
- [28] I. Kang, S. W. Kee, S. E. Kim, B. S. Jeong, J. H. Hwang, J. E. Song & J. W. Kim. (2009). Reliability and Validity of the Korean-Version of Interpersonal Reactivity Index. *Journal of Korean Neuropsychiatric Association*, 48, 352-358.
- [29] Y. S. Yoon, D. W. Ko, B. G. Chun, K. W. Hong & M. James. (2008). International Comparison of Perceived Job-Esteems for the Tourism Industry: Focus on Comparison from Korean' and American' Perspectives. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 10(2),



- 317-331.
- [30] 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(1), 12-40.
- [31] H. G. Moon. (2003). *Influence of Organizational Culture, Service Oriented Culture, and Cultural Strength on Customer Orientation of Hospital Employees*, Unpublished master's thesis. InJe University, Gimhae.
- [32] M. S. Ahn & S. H. Chio. (2017). Relationship between Interpersonal Relationship and Customer Orientation with Influencing Factors in Clinical Nurses. *Journal of The Korean Society of Living Environmental System*, 24(6), 865-873.  
DOI: 10.21086/ksles.2017.12.24.6.865
- [33] E. S. DO. (2012). Factors Influencing Customer Orientation of Nurses. *Journal of Korean Academy Fundamental Nursing*, 19(4), 519-527.  
DOI: 10.7739/jkafn.2012.19.4.519
- [34] Y. K. Kim. (2015). A Study on the Impact of Humor Orientation, Empathy Ability, Job Satisfaction and Customer Orientation of Service Employees. *Journal of Consumption Culture*, 18(4), 101-129.
- [35] E. V. Pecukonis. (1990). A cognitive/affective empathy training program as a function of ego development in aggressive adolescent females. *Adolescence*, 25(97), 59-76.
- [36] I. H. Jang & G. S. Cha. (2016). The Relationship among Interpersonal Communication, Job Satisfaction, and Customer Orientation of Service Employees. *Journal of Tourism Management Research*, 20(3), 145-169.  
DOI: 10.18604/tmro.2016.20.3.8.

정 현(Jeong, Hyun)

[정회원]



- 2015년 2월 : 충남대학교 간호학과(간호학석사)
- 2018년 8월 : 충남대학교 간호학과(간호학박사)
- 현재 : 대전보건대학교 간호학과 시간강사

· 관심분야 : 간호관리, 시뮬레이션

· E-Mail: hhuuyynn@naver.com