

건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인

방은필¹, 김정희^{2*}

¹제주한국병원 건강증진센터 실장, ²제주대학교 간호대학 교수

Factors Influencing Intent to Revisit of Health Screening Center Visitors

Eun-Pil Bang¹, Jeong-Hee Kim^{2*}

¹Manager, Health Promotion Center, Jeju Hankook Hospital

²Professor, College of Nursing, Jeju National University

요약 본 연구는 건강검진센터 이용자들의 재이용 의도에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위한 서술적 조사 연구이다. 자료 수집은 일개 종합병원의 건강검진센터를 방문한 195명을 대상으로 자가보고 설문지를 이용하였다. 건강검진센터 재이용 의도는 고객만족과 구전 커뮤니케이션과 정적 상관관계를 보였으며, 다중 회귀분석 결과, 고객만족과 지각된 건강상태가 재이용 의도의 총 분산의 29%를 설명하였다. 따라서 건강검진센터 재이용 의도를 높이기 위해서는 병원과 간호관리자는 센터 이용자들의 고객만족을 향상시키는 노력을 하여야 한다. 특히 건강검진 결과 상담과 고객의 요구에 따른 개별적인 맞춤형 건강관리, 고객관리관리 및 마케팅 전략이 요구된다. 또한 기존의 단순한 건강 체크 혹은 고객 접수만을 하였던 건강검진센터의 간호사의 역할을 적극적으로 개별 맞춤형 건강교육을 제공하고 초기 진료 후 계속적으로 건강검진 계획과 건강관리를 하도록 하는 역할로의 확장이 필요하다.

주제어 : 의도, 의료서비스 이용, 고객만족, 구전 커뮤니케이션, 건강검진

Abstract The purpose of this study was to investigate the factors influencing the intent to revisit among health screening center customers. The subjects were 195 customers of a health screening center. The intent to revisit was positively correlated with customer satisfaction and word-mouth communication. Multiple regressions showed that customer satisfaction and perceived health status explained 29% of the variance of the intent to revisit. In order to increase the intent to revisit, hospital and nursing managers should strive to improve customer satisfaction. In particular, strategies to arrange explanation of the result consultations, individual health management tailored to customers' needs, and customers-relationship management for continuing relations with the customer should be needed. In addition, it will be needed to expand the roles of nurses who are working in the health screening center from simple health check or customer reception to active health education and continuous health screening plan after initial one.

Key Words : Intention, Facilities & services utilization, Patient satisfaction, Communication, Mass screening

*Corresponding Author : Jeong-Hee Kim(snukjh@jeju.ac.kr)

Received October 17, 2019

Accepted January 20, 2020

Revised November 19, 2019

Published January 28, 2020

1. 서론

1.1 연구의 필요성

경제·문화생활 수준이 향상되고 국민들의 건강에 대한 요구가 증가함에 따라, 과거 의료진들이 일방적으로 제공하던 의료서비스를 수동적으로 공급받기만 했던 의료서비스 이용자들은 질적이고 안전한 의료서비스를 자기 주도적으로 탐색하고 스스로 선택하고 있다[1]. 특히 병원 내원 목적이 질병 치료 중심에서 질병 예방중심으로 변화되면서 의료서비스 이용자들이 자신의 현재 건강상태를 검사하고 확인하려는 요구 또한 증가 되고 있으며, 이는 질병의 조기발견과 조기 치료를 목적으로 하는 건강검진 이용률의 증가로 이어지고 있다[1,2].

건강검진센터 이용자의 증가와 건강검진 관련 진료의 적극적인 도입은 의료기관의 수입 중 건강검진이 차지하는 비중을 크게 증가 시키는 계기가 되었으며, 이에 대형 의료기관을 중심으로 건강검진센터를 신설·증설하는 등 활발한 투자가 이루어졌다[2,3]. 또한 건강검진센터가 급속하게 증가 되면서 여러 건강검진센터에서는 건강검진센터 이용자를 확보하고 경쟁력을 강화하기 위하여 이용자가 만족할 수 있는 환경에서 건강검진을 받을 수 있도록 건강검진센터 내 시설과 환경을 보장하는 등 외형적인 투자를 집중적으로 해왔다[3,4]. 그러나 최근 선행 연구들에서는 쾌적하고 청결한 환경, 최신 의료장비 등 의료서비스 전달에 필요한 기본적 인프라는 건강검진센터 간에 큰 차이가 없을 정도로 평준화를 이루고 있음을 보고하고 있다[2,5]. Song [5]이나 Cho와 Lee [6]에 따르면, 의료기관들의 고객유치를 위한 상호 간 과열경쟁과 의료서비스 질 평가 강화, 국가 의료서비스 정책 등 의료환경의 변화는 의료서비스가 고객만족을 고려하여 제공되고 평가되어야 함을 시사한다. 고객만족에 대한 분석은 건강검진센터 이용자의 서비스에 대한 반응이 어떠한지를 알게 하고 이것을 긍정적이고 미래지향적인 방향으로 개선하여 고객의 만족도를 높이는데 이용될 수 있다 [7,8]. 따라서 급변하는 의료 환경에서 의료기관들의 존속을 위해서는 기존의 물리적 환경 및 시설 투자에 집중해 왔던 경영전략을 벗어나 이용자들의 고객만족에 대한 고려가 중요하며, 고객만족은 그 결과로 이용자들의 서비스에 대한 재이용 의도를 높일 것으로 생각된다.

한편 의료기관의 선택과 재이용 관련 선행 연구들에서는 의료기관 이용자들의 경험과 구전 커뮤니케이션을 토대로 형성된 의료기관의 이미지가 의료기관의 선택과 재

이용 의도에 영향을 미치는 것으로 보고하고 있다[9-12]. 구전 커뮤니케이션이란, 특정 서비스에 관해 이용자들이 자신의 직·간접 경험을 비공식적으로 서로 교환하는 의사소통으로[12], 다른 매체들보다도 서비스 이용 선택에 있어 높은 신뢰 효과를 가진다[13]. 재이용 의도를 가진 이용자들은 지인들에게 긍정적인 구전 커뮤니케이션을 제공하며[14,15], 구전 커뮤니케이션에 대한 신뢰는 긍정적인 태도를 형성하고, 행동의도에 영향을 미치게 되어 또다시 의료기관 이용자들의 의료기관 선택과 재이용 의도에 영향을 미칠 수 있다[15-17].

그동안 건강검진센터 이용자를 대상으로 재이용 의도나 구전 커뮤니케이션, 고객만족 관련하여 수행된 선행 연구들 대부분은 광역시에 위치하거나 상급종합병원 내 건강검진센터를 중심으로 이루어졌다[3,4,9]. 그러나 본 연구 대상 지역인 J 지역에는 총 6곳의 종합병원이 있거나 2곳을 제외하면 모두 300병상 이하의 규모이며 지역 사회에 상급종합병원이 없고 지연과 학연을 포함한 독특한 지역사회 관계망 문화를 형성하고 있다[18]. 따라서 구전 커뮤니케이션에 사회적 관계망 특성이 영향을 미친다는 결과를 고려하면[15,19], 건강검진센터 재이용 의도에는 구전 커뮤니케이션이나 지역적 특성도 관련이 있을 것으로 생각된다.

이에 본 연구는 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인을 파악하여 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이고 의료기관의 고객관리 전략 마련을 위한 기초자료를 제공하고자 수행되었다.

1.2 연구의 목적

본 연구의 목적은 일개 종합병원의 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향 요인을 파악하기 위한 것이며, 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 건강검진센터 이용자의 구전 커뮤니케이션, 고객만족, 재이용 의도의 정도를 파악한다.
- 건강검진센터 이용자의 특성과 건강검진센터 이용 관련 특성에 따른 재이용 의도의 차이를 파악한다.
- 건강검진센터 이용자의 구전 커뮤니케이션, 고객만족, 재이용 의도의 상관관계를 파악한다.
- 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 영향을 미치는 요인을 확인한다.

2. 연구방법

2.1 연구 설계

건강검진센터 이용자의 구전 커뮤니케이션, 고객만족, 재이용 의도 간의 상관관계를 확인하고 재이용 의도에 미치는 영향 요인을 파악하여 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이고 고객관리 전략 마련을 위한 서술적 조사 연구이다.

2.2 연구 대상

본 연구는 J 지역에 소재한 일개 종합병원 내 건강검진센터 이용자 중 본 연구의 목적을 이해하고 참여에 동의한 건강검진센터 이용자를 대상으로 하였다. 본 연구를 위한 최소 표본크기는 G* power 프로그램 3.1.9.4를 이용하였으며 다중회귀분석시 효과 크기=.15, 유의수준(α)=.05, 검정력($1-\beta$)=.80, 독립변수의 수를 15개로 하여 139명으로 산정하였다. 건강검진 수검자를 대상으로 검진센터 선택요인을 탐색한 선행 연구[2, 9]에서의 탈락률 약 25%를 고려하여 설문지는 200부를 배포하였으며 배포된 설문지는 모두 회수되었다(회수율=100%). 회수된 설문지 중 작성이 미비한 5부를 제외하고 총 195부를 최종 분석에 이용하였다.

2.3 연구도구

2.3.1 구전 커뮤니케이션

구전 커뮤니케이션은, 이용자들이 특정 제품 또는 서비스 이용 과정에서 자신들이 직·간접적으로 경험한 제품이나 서비스에 대하여 자발적으로 교환하는 비공식적인 의사소통과정을 말한다[12]. 구전 커뮤니케이션을 측정하기 위하여 Park과 Gang [20]의 연구에서 사용된 도구를 Kim [16]이 수정·보완하여 의료서비스 이용자를 대상으로 사용한 도구를 이용하였다. 이는 가족, 친구, 친지, 이웃 등 주변 사람들로 부터 들은 건강검진센터 정보가 건강검진센터의 선택에 미치는 영향 정도를 묻는 총 12문항의 5점 Likert 척도이다. 문항에 대한 평가는 '전혀 그렇지 않다' 1점 부터 '매우 그렇다' 5점까지로 응답하며, 점수가 높을수록 건강검진센터를 선택하는데 있어 각각의 정보 내용의 영향이 높음을 의미한다. Park과 Gang [20]의 연구에서 구전 커뮤니케이션의 Cronbach's α 값은 .81이었고, 본 연구에서의 Cronbach's α 값은 .92이었다.

2.3.2 고객만족

고객만족이란 서비스를 이용하기 전과 후의 서비스에 대한 가치판단이며 지속되는 반응으로, 서비스를 이용한 실제 경험의 만족이 기대보다 높을 때 고객만족은 더욱 높다[23]. 고객만족을 측정하기 위하여 Song [5]이 건강검진센터 이용자를 대상으로 사용한 도구를 간호학과 교수 2인의 자문을 통하여 수정·보완하여 사용하였다. 도구의 타당성을 살펴보기 위하여 주성분분석과 Varimax 회전을 이용하여 요인분석을 실시하였다. 그 결과 요인적 재량이 모두 .4이상으로 전체 변이의 82.8%를 설명하는 것으로 나타나 변수들이 타당성 있다고 할 수 있다. 이는 총 17문항의 5점 Likert 척도로, 이용절차, 시설과 환경, 의료의 기술과 전문성, 이용자에 대한 관심과 서비스, 직원의 친절성 등 5개 하위영역으로 구성하였으며, 각 문항에 대하여 '전혀 그렇지 않다' 1점 부터 '매우 그렇다' 5점까지로 평가하였다. 점수가 높을수록 건강검진센터 이용자의 고객만족도가 높음을 의미한다. Song [5]의 연구에서 Cronbach's α 값은 .88이었으며, 하위영역별로는 .78 ~ .90이었다. 본 연구에서 Cronbach's α 값은 .92이었고 하위영역별로는 .87 ~ .91이었다.

2.3.3 재이용 의도

건강검진센터를 재이용하고자 하는 의사를 측정하기 위하여 재이용 의도 정도와 재이용 혹은 재이용하지 않는 이유를 묻는 2문항으로 측정하였다. 이는 '재이용할 의사가 전혀 없다' 1점부터 '재이용할 의사가 아주 많다' 5점까지로 평가하도록 되어 있다. 점수가 높을수록 건강검진센터를 재이용하고자하는 의도가 높음을 의미한다.

2.4 자료수집 방법 및 윤리적 고려

본 연구는 연구자가 소속된 기관의 생명윤리심의위원회 승인을 받았으며(NO. JJNU-IRB-2019-014), 2019년 4월 22일부터 5월 18일까지 자료수집이 이루어졌다. 설문지를 배포하기 전, 해당 병원의 병원장에게 본 연구의 목적과 내용을 설명하고 협조 동의를 얻었다. 설문지 조사를 하기 전, 건강검진센터 이용자를 대상으로 연구의 목적과 자료수집방법 등 연구 내용과 자발적인 연구 참여와 연구 참여 여부로 인한 어떠한 불이익이 없고, 대상자가 원하지 않는 경우 언제든지 철회 가능하며, 대상자의 익명성을 보장하고, 연구 이외의 다른 목적으로 수집된 자료를 사용하지 않으며, 자료의 보관과 연구 종료 후 폐기 방법 등을 포함한 연구 참여 동의서를 설문지와 별

도로 배포하고 설명하였다. 이러한 설명을 이해하고 자발적으로 연구 참여에 동의한 건강검진센터 이용자들을 대상으로 동의서에 서명을 받은 후, 자가보고 설문지를 이용하여 자료 수집하였다. 익명성 보장과 비밀유지를 위하여 설문지는 무기명으로 작성되었으며, 작성 직후 봉투에 넣어 입구를 봉한 상태로 회수되었다. 본 설문지 작성에 소요된 시간은 약 15분 정도이었으며, 연구 참여자에게는 일 만원 상당 소정의 답례품을 제공하였다. 수집된 자료는 연구자만 접근 가능한 잠금장치가 있는 파일함에 보관하고 부호화하여 전산처리하였다.

2.5 자료분석 방법

수집된 자료의 분석은 SPSS WIN 22.0 통계 프로그램을 이용하였다. 건강검진센터 이용자의 구전 커뮤니케이션, 고객만족, 재이용 의도는 서술적 통계 방법을 이용하였다. 건강검진센터 이용자의 특성에 따른 재이용 의도의 차이는 independent t-test와 one-way ANOVA를 이용하여 분석하였으며, 사후 검정은 Scheffe 검정을 하였다. 건강검진센터 이용자의 구전 커뮤니케이션, 고객만족, 재이용 의도 간의 관계는 Pearson's correlation coefficient를 구하였으며, 건강검진센터 재이용 의도에 영향을 미치는 요인을 알아보기 위해서 단계적 (step-wise) 다중 회귀분석을 하였다.

3. 연구결과

3.1 연구 대상자의 일반적 특성 및 건강검진센터 이용 특성

연구대상자의 일반적 특성과 건강검진센터 이용 관련 특성은 Table 1과 같다.

총 195명의 대상자 중, 여성이 53.8%, 남성이 46.2%를 차지하였다. 대상자의 평균 나이는 44.8세(±11.4)로 40대가 29.4%로 가장 많았으며, 30대 26.8%, 50대 24.2%, 60대 이상 10.3%, 20대 9.3% 순이었다. 교육 수준은 대학교 졸업 이상자가 46.6%로 가장 많았다. 대상자의 84%가 직업을 가지고 있었으며, 월 가구소득은 500만원 이상이 57.5%로 500만원 미만 42.5% 보다 많았다.

자신이 건강하다고 응답한 대상자는 36.9%로, 건강하지 못하다고 응답한 11.3% 보다 많았다. 과거에 질병을 앓았는지에 대한 질문에 '없다'고 응답한 대상자는 75.3%이었고, '있다'고 응답한 경우는 24.7%이었으며, 이

Table 1. General & Health Screening Center Visiting-Related Characteristics of the Participants (N=195)

Characteristics	Categories	n(%) ^a
Gender	M	90(46.2)
	F	105(53.8)
Age (yr) Mean (SD) =44.8 (±11.40)	20-29	18(9.3)
	30-39	52(26.8)
	40-49	57(29.4)
	50-59	47(24.2)
	≥ 60	20(10.3)
Education	≤ High school	63(32.7)
	College	40(20.7)
	≥ University	90(46.6)
Occupation	Unemployed	30(15.4)
	Employed	165(84.6)
Monthly household income (10,000won)	< 500	82(42.5)
	≥ 500	111(57.5)
Perceived health status	Unhealthy	22(11.3)
	Moderate	101(51.8)
	Healthy	72(36.9)
History of diseases	No	143(75.3)
	Yes	47(24.7)
Specific diseases (n=56) [*]	Hypertension 27(48.2%), Diabetes 6(10.7%), Dyslipidemia 4(7.1%), Heart disease 2(3.6%), Tuberculosis 2(3.6%), Others 15(26.8%)	
Family history of diseases	No	103(53.9)
	Yes	88(46.1)
Specific disease (n=120) ^{**}	Hypertension 38(31.7%), Diabetes 28(23.3%), Stroke 13(10.8%), Heart disease 8(6.7%), Others 33(27.5%)	
Disease of concern	No	46(24.0)
	Yes	146(76.0)
Specific disease (n=241) ^{**}	Hypertension 36(14.9%), Heart disease 27(11.2%), Stomach cancer 27(11.2%), Liver cancer 24(10.0%), Colon-rectal cancer 22(9.1%), Stroke 21(8.7%), Diabetes 21(8.7%), Lung cancer 19(7.9%), Uterine cancer 16(6.7%), Breast cancer 14(5.8%), Others 14(5.8%)	
Purpose of visiting	Regular health screening	189(97.9)
	Health screening for employment	6(3.1)
Type of health screening	National health screening	64(49.2)
	Comprehensive/private health screening	66(50.8)
Past experience (No. of times)	No	130(67.4)
	Yes	63(32.6)
	Mean (SD) =2.03 (±2.79)	

^aExcluding no responses; ^{*}Multiple responses; [†]Thyroid disease, rheumatoid arthritis, & cerebral infarction; [‡]Stomach cancer, colon-rectal cancer, lung cancer, & breast cancer; [§]Thyroid disease, pancreatic cancer, & dementia.

들의 구체적인 질병은 고혈압 13.6%, 당뇨병 3.0%, 이상지질혈증 2.0%, 심장병 1.0%, 폐결핵 1.0% 순이었다. 질병의 가족력이 '없다'고 응답한 대상자는 53.9%이었으며, 가족력이 '있다'고 응답한 대상자는 46.1%로 구체적인 가족력 질병은 고혈압, 당뇨병 뇌졸중, 심장병 등이었다.

건강검진센터 방문 시 걱정하는 질병이 '있다'고 응답한 대상자는 76.0%이었으며 이들이 걱정하는 구체적인 질병은 고혈압, 심장병, 위암, 간암, 대장암, 뇌졸중, 당뇨병, 폐암, 자궁암, 유방암 등이었다. 건강검진센터 방문 목적으로는 대상자의 대부분이 정기건강검진(97.9%)으로 응답하였으며, 건강검진 유형은 국가건강검진이 49.2%, 종합건강검진(민간건강검진)이 50.8%이었다. 과거 건강검진센터 이용 경험이 있는 대상자는 32.6%이었으며 이들의 평균 이용횟수는 2.03회(±2.79)이었다.

3.2 구전 커뮤니케이션, 고객만족도 및 재이용 의도의 수준

대상자들의 구전 커뮤니케이션과 고객만족도, 재이용 의도의 수준은 Table 2에 제시하였다.

구전 커뮤니케이션 수준은 5점 만점에 평균 3.07점이었다. 구체적으로는 '간편한 절차'가 3.59점으로 가장 높았으며, 그다음 '교통의 편리성' 3.46점, '의료진의 직원의 친절함' 3.40점, '의료진의 친절함' 3.38점, '센터와 외래의 연계성' 3.30점, '건강검진 대기시간' 3.21점, '대기 건강검진고객 수' 2.96점, '건강검진센터 규모' 2.94점, '최신시설' 2.92점, '건강검진비용' 2.77점, '의료진의 명성' 2.76점 순이었고, '의료진의 출신학교'가 2.18점으로 가장 낮았다.

건강검진센터 이용에 대한 전체적인 만족도는 평균 4.21점이었으며, 하위영역별로는 의료인 및 의료인외 직원의 친절성 영역이 4.34점으로 가장 높았고, 그다음 '시설과 환경' 4.27점, '이용절차의 편리성' 4.25점, '이용자에 대한 관심과 서비스' 4.22점, '의료의 기술과 전문성' 영역 4.03점 순이었다.

건강검진센터 재이용 의도의 수준은 5점 만점에 평균 4.39점으로, 거의 모든 대상자들(97.9%)이 건강검진센터를 앞으로 다시 이용할 의도가 있다고 응답하였고 재이용 의도가 없는 대상자는 4명(2.1%)에 불과하였다. 재이용하려는 이유로는 '건강검진센터 직원들이 친절하고 신뢰감을 주어서'가 42.9%로 가장 많았고, '건강검진결과에 대한 자세한 설명이 만족스러워서' 20.7%, '시설과 환경이 좋아서' 20.4%, '병원의 지인 소개' 8.6% 순이었다. 건강검진센터를 재이용하지 않으려는 이유로는 '교통이 불편해서', '건강검진 검사과정의 복잡하고 시간이 오래 걸려서', '기타' 2명(40.0%)이었다.

Table 2. Levels of Word-of-Mouth Communication, Customer Satisfaction, and Intent to Revisit (N=195)

Variables		M±SD	n(%) [†]
Word-of-mouth communication (Total)		3.07±0.86	
Easy procedure		3.59±1.09	
Convenience of traffic		3.46±1.24	
Kindness of non-medical staff		3.40±1.21	
Kindness of medical staff		3.38±1.20	
Connection between center and medical care		3.30±1.24	
Wait duration for health screening		3.21±1.17	
No. of waiting customers for HS		2.96±1.15	
Scale of health screening center		2.94±1.11	
Up-to-date facilities		2.92±1.12	
Appropriate cost		2.77±1.11	
Reputation of medical staff		2.76±1.08	
Educational background of medical staff		2.18±0.99	
Customer satisfaction (Total)		4.21±0.60	
Convenience of procedure		4.25±0.67	
Facilities & environment		4.27±0.97	
Medical skills & expertise		4.03±0.64	
Interest in customers		4.22±0.67	
Staffs' kindness		4.34±0.69	
Intent to revisit (Total)		4.39±0.83	
No			4 (2.1)
Yes			191(97.9)
Reasons for revisiting (n=324)	Kindness of staff		139(42.9)
	Satisfaction with the explanation of the result		67(20.7)
	Good facilities & equipment		66(20.4)
	Introduction of acquaintance		28(8.6)
Reasons for non-revisiting (n=5) [*]	Others [†]		24(7.4)
	Inconvenient traffic		2(40.0)
	Complex process		1(20.0)
	Others [‡]		2(40.0)

^{*}Excludi no responsengs; ^{**}Multiplesponses;

[†]Short distance, convenience of traffic, & easy procedures;

[‡]Waiting time for health exam & long distance.

3.3 대상자의 특성에 따른 재이용 의도의 차이

대상자의 일반적 특성 및 건강검진센터 이용 관련 특성에 따른 재이용 의도의 차이는 Table 3과 같다.

분석결과, 성별 ($t=3.02$, $p=.003$)과 지각된 건강상태 ($F=3.12$, $p=.046$)에서 유의한 차이를 보였으며, 사후검정 결과, 자신이 건강하다고 지각하는 대상자의 재이용 의도가 자신이 건강하지 않다고 지각하는 경우 보다 높았다.

Table 3. Differences in Intent to Revisit according to the Participants' Characteristics (N=195)

Characteristics	Categories	Intent to revisit		
		M±SD	t/F	p
Gender	Male	4.58±0.72	3.02	.003
	Female	4.23±0.89		

Age (yr)	20-29	4.22±0.94	1.96	.103
	30-39	4.37±0.79		
	40-49	4.56±0.78		
	50-59	4.43±0.81		
	≥ 60	4.00±0.97		
Education	≤ High school	4.22±0.94	2.92	.057
	College	4.63±0.67		
	≥ University	4.40±0.81		
Occupation	Unemployed	4.27±0.94	2.28	.133
	Employed	4.41±0.81		
Monthly household Income (10,000won)	< 500	4.30±0.90	-1.50	.136
	≥ 500	4.48±0.77		
Perceived health status	Unhealthy ^a	4.32±0.84	3.12	.046 a)c
	Moderate ^b	4.27±0.87		
	Healthy ^c	4.58±0.75		
History of disease	No	4.39±0.83	-0.07	.944
	Yes	4.40±0.88		
Family History of disease	No	4.36±0.87	-0.47	.638
	Yes	4.42±0.81		
Diseases of concern	No	4.22±0.88	-1.65	.100
	Yes	4.45±0.80		
Purpose of visiting	Regular health screening	4.40±0.83	0.67	.503
	Health screening for employment	4.17±0.98		
Type of health screening	National health screening	4.42±0.83	0.59	.558
	Comprehensive / private health screening	4.33±0.88		
Past experience	No	4.29±0.87	-1.22	.226
	Yes	4.44±0.82		

a, b, c=Scheffe-test.

나이, 결혼상태, 교육수준, 직업, 가구소득, 과거력, 가족력, 걱정되는 질병, 건강검진센터 이용목적, 검진유형, 과거 이용경험의 유무에 따른 재이용 의도의 차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

3.4 구전커뮤니케이션, 고객만족도와 건강검진센터 재이용 의도 간의 관계

구전 커뮤니케이션과 고객만족도, 재이용 의도 간의 상관관계는 Table 4와 같다.

재이용 의도는 구전 커뮤니케이션($r=.26, p<.001$)과 고객만족도($r=.53, p<.001$)와 유의한 상관관계가 있었으며, 고객만족도는 구전 커뮤니케이션($r=.28, p<.001$)과

유의한 상관관계가 있었다. 즉 대상자들의 구전 커뮤니케이션과 고객만족도가 높을수록 건강검진센터의 재이용 의도 수준이 높았고, 구전 커뮤니케이션 수준이 높을수록 고객만족도 수준 또한 높았다.

Table 4. Correlations among Word-of-mouth Communication, Customer Satisfaction, & Intent to Revisit (N=195)

Variables	Intent to revisit	Word-of-mouth communication	Customer satisfaction
	r (p)		
Intent to revisit	1		
Word-of-mouth communication	.26 (.001)	1	
Customer satisfaction	.53 (.001)	.28 (.001)	1

Table 5. Factors Influencing the Intent to Revisit of the Participants (N=195)

Variables	Intent to revisit				
	B	SE	β	t	p
Customer satisfaction	0.72	0.08	.52	8.53	<.001
Perceived health status*	0.26	0.10	.15	2.48	.014
Adjusted R ² = .291 F = 40.60 (p<.001)					

*Dummy variable=Perceived health status (healthy=1, unhealthy=0).

건강검진센터 이용자들의 재이용 의도에 영향을 미치는 요인을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 하였고 그 결과는 Table 5와 같다. 먼저 연구변수들에 대한 회귀분석의 가정을 검정하였다. 각 독립변수 간의 자기 상관을 나타내는 Durbin-Watson 통계값은 2.072 로 자기 상관성은 없는 것으로 나타났다. 변수들에 대한 공차 한계 값은 .177~.525 이었으며 분산팽창인자(variation inflation factor) 값은 1.003 으로 다중공선성의 문제 또한 없는 것으로 확인되었다. 마지막으로 잔차의 가정에 대한 분석 결과, 재이용 의도에 대한 회귀표준화 잔차의 정규 P-P 도표에서 선형성이 확인되었고, 산점도 상의 잔차의 분포를 통하여 오차항의 정규성과 등분산성 모두 확인되었다. 따라서 본 연구에서의 회귀모형은 회귀분석의 가정을 모두 충족하였다.

대상자의 일반적 특성과 건강검진센터 이용 관련 특성 중 재이용 의도에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타난 성별과 지각된 건강상태를 더미 변수로 변환하여, 구전 커뮤니케이션, 고객만족도와 함께 독립변수로 투입하고 재이용 의도를 종속변수로 하여 회귀분석을 하였으며, 그

결과, 최종 회귀모형의 적합도는 적절하였다($F=40.60$, $p<.001$). 본 연구에서 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 영향을 미치는 가장 주요한 요인은 고객만족도($\beta=.52$, $p<.001$)이었으며, 이는 지각된 건강상태($\beta=.15$, $p=.014$)와 함께 건강검진센터 재이용 의도 총 변량의 29.1%를 설명하는 것으로 나타났다(Adjusted $R^2=.291$).

4. 논의

본 연구는 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향 요인을 파악하여 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이고 고객관리 전략 마련을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

대상자의 과반수 이상이 여성이었으며, 연령대로는 40대, 30대, 50대 순이었다. 이는 건강검진센터 이용 대상자 중 여성이 과반수 이상을 차지하며, 30대와 40대 이용자가 가장 많다고 보고한 선행 연구들의 결과와 유사하였다[2,9]. 이는 우리나라 경제활동인구 중 40대의 경제활동 참여률은 81.0%, 30대는 78.3%로 다른 연령층에 비해 가장 활발하게 경제활동을 하고 있는 반면에 [21], 30대와 40대가 경제활동으로 인해 높은 스트레스를 경험하며 건강에 대한 관심이 증가하고 있어[2,5,9] 다른 연령층에 비하여 건강검진센터의 이용률이 높은 것으로 생각된다. 대상자의 교육수준의 경우, 대졸 이상자가 가장 많았으며, 이는 대졸 이상자의 건강검진센터 이용률이 높다고 보고한 선행 연구 결과[2,9]와 유사하였다. 또한, 대상자의 과반수 이상이 500 만원 이상의 월 가구소득을 보고하였는데, 이는 소득이 높을수록 건강검진센터 이용 빈도가 높다는 Song [5]과 Park [9]의 연구결과와 유사하였다. 대상자들 중 자신의 건강상태에 대해 '건강하거나 보통'으로 인식하고 있는 이용자의 비율이 높았다. 이는 병원 내원 목적이 질병 중심에서 예방중심으로 변화되면서 의료서비스 이용자들이 자신의 건강상태를 확인하고자 하는 요구가 증가하고 있음[2,5]을 시사한 것으로 생각된다. 일반적으로 자신의 건강상태가 나빠졌다고 생각하거나 실제 질병을 가지고 있는 경우 이용하는 외래 진료와는 달리, 건강검진은 자신이 건강하다고 지각하는 경우에도 질병을 예방하고 건강을 증진하기 위한 목적으로 이용하는 것임[2]을 고려하면, 건강검진센터 이용자를 대상으로 한 질병 예방과 건강증진에 초점을 둔 건강교육과 간호서비스가 필요할 것으로 생각된다. 대상자의 약 25%가 '질병 과거력이 있다'라고 응답하였으

며, 구체적으로는 고혈압이 가장 많았고, 당뇨병, 이상지질혈증, 심장병, 폐결핵의 순이었다. 가족력이나 걱정이 되는 질병 또한 대상자의 과거력 질병과 유사하였는데, 구체적으로는 가족력의 경우, 고혈압이 가장 많았고, 당뇨병, 뇌졸중, 심장병의 순이었다. 또한 대상자의 76%가 질병에 대하여 걱정하고 있었고, 가장 걱정을 많이 하는 질병은 고혈압이었으며, 심장병, 위암, 간암, 대장암, 뇌졸중, 당뇨병, 폐암과 자궁암 등의 순이었다. 이는 인구고령화 등으로 만성질환과 암 등의 유병률이 높아지는 현상이 반영된 것으로[22], 일개 종합병원 건강검진센터 이용자의 2001-2011년 150,501건 자료를 분석한 Kim과 Park, Kim [23]의 연구에서 신규 검진군, 비정기 검진군과, 정기 검진군 간에 당뇨병과 이상지질혈증, 신장병 등에 대한 질환 의심 비율이 유의한 차이가 있었던 점을 고려하면, 건강검진센터 이용자의 건강요구 및 질병 관련 특성들을 고려한 건강관리와 교육이 필요할 것으로 생각된다.

대부분의 대상자들이 정기건강검진을 받기 위하여 건강검진센터를 이용하고 있는 것으로 나타났다. 이 같은 결과는 국민건강보험법에 따라 국가건강검진이 연령이나 성과 같은 개인적 특성과 생애 주기에 맞게 정기적으로 시행되고 있어[24], 정기건강검진을 위한 건강검진센터 이용률이 높은 것으로 사료되며, 건강검진의 필요성 인식과 수요 증가에 따라 정기적으로 건강검진을 받고자 하는 이용자들이 지속적으로 증가하고 있다는 점[2,7,9]도 일부 관련되었을 것이라 생각된다. 또한, 대상자의 건강검진 유형은 종합(민간)건강검진과 국가건강검진이 유사한 수준이었다. 국가건강검진에 비하여 종합(민간)건강검진은 검사항목을 확대하여 암이나 중증질환을 조기 발견하고 치료하는 데에 도움을 주며, 기존의 건강검진센터 시설과 인력을 활용하여 운영함으로써 비용을 절감하고 수익을 창출할 수 있도록 한다[3,23]. 따라서 건강검진센터를 효율적으로 운영하기 위해서는 종합(민간)건강검진 이용자를 체계적으로 관리할 필요가 있다[23,25].

대상자의 구전 커뮤니케이션의 수준은 3.12점이었으며, 구체적으로는 '빠른 검사 시간과 간편한 절차'가 가장 높았고, '의료진의 직원의 친절함', '교통의 편리성', '의료진의 친절함이 그 뒤를 이었으며', '최신시설에 관한 정보' 나, '의료진의 명성', '의료진의 출신학교'는 낮은 순위이었다. 이는 병원 이용자를 대상으로 한 Kim [16]과 Seo, Cha와 Lee [26]의 연구에서 '의사의 명성', '의료기관의 평판', '최신시설', '병원의 시설 및 규모' 등이 병원 선택에 유의한 영향을 미쳤던 결과와는 차이가 있었다. 이 같은 결과는 대상자들이 의료기관의 선택과 건강검진

센터의 선택에 있어 영향을 미치는 구전 커뮤니케이션의 내용이 다를 수 있음을 시사한 것으로[16,25], 건강검진센터 이용자의 특성과 그 요구에 부합되는 맞춤형 마케팅 전략이 필요하다고 생각된다. 특히 '검사시간 및 절차의 간소화'나 '교통의 편리성', '대기시간', '외래의 연계성' 등의 물리적 및 시간적 요인과 인적 촉진전략 요인인 '의료진 및 의료진의 직원의 친절함' 등을 고려하여[27], 건강검진센터 이용자와의 접점에서 간호서비스 관리가 효과적으로 이루어져야 할 것으로 생각된다. 대상자의 고객만족도는 평균 4.21점이었는데, 이는 대학병원의 건강검진센터 이용자를 대상으로 한 Song [5]의 연구와 유사한 수준이었다. 하위영역별로는 '직원의 친절성' 영역에 대한 만족도가 가장 높았으며, 시설과 환경 영역, 이용절차의 편리성 영역, 이용자에 대한 관심과 서비스 영역, 의료의 기술과 전문성 영역 순이었다. 이 같은 결과는 직원의 친절성과 시설 및 환경에 대한 만족도가 가장 높았다고 보고한 Song [5]의 연구결과와 유사한 것으로, 건강검진센터 이용자의 고객만족에 직원의 친절성과 시설 및 환경이 영향을 미칠 수 있음을 시사한 것이었다. 대상자의 건강검진센터 재이용 의도 정도는 평균 4.39점이었으며, 대상자의 약 98%가 건강검진센터를 앞으로 다시 이용할 의도가 있다고 응답하였다. 이 같은 결과는 Park [9]의 연구에서 재이용 의도 4.27점, 재이용 의도가 있는 대상자가 90.8%로 높은 비율을 보인 결과와 유사한 것이었다. 대상자들이 건강검진센터를 재이용 하려는 이유로는 '건강검진센터 직원들이 친절하고 신뢰감을 주어서'와 '건강검진결과에 대한 자세한 설명이 만족스러워서'가 가장 많았고, '시설과 환경이 좋아서', '병원의 지인 소개' 등 순이었다. 대부분의 대상자들이 건강검진센터를 재이용하려는 의사를 가지고 있다는 결과는 본 연구대상자들의 해당 건강검진센터에 대한 충성도가 높음을 시사한 것으로 생각된다[10,14,27]. 따라서 대상자들의 건강검진센터에 대한 충성도를 계속적으로 유지하고, 재이용을 촉진하기 위해서는 이용자의 요구를 파악하고 그들이 만족할 수 있도록 도와줌으로써 이용자와 건강검진센터와 지속적으로 관계를 유지할 수 있도록 고객관계관리(customer-relationship management)의 도입을 고려해 볼 수 있을 것으로 생각된다[27,28].

대상자의 특성에 따른 재이용의도의 차이 검증 결과, 남성 혹은 자신이 건강하다고 지각하는 대상자의 건강검진센터 재이용 의도가 높았다. 이는 성별에 따른 재이용 의도가 유의하게 나타난 Park [9]의 연구결과와 유사한 것으로, 건강검진센터 이용자들이 자신의 건강상태를 건강한 것으로 인식하고 있음에도 불구하고 건강을 더욱

향상시키고자 하며 건강관리에 대한 관심이 높아지고 있음을 반영된 것으로 생각된다. 반면에 여성과 자신의 건강상태를 '건강하지 못함'으로 지각하는 대상자들의 재이용 의도가 낮았음을 고려하여 이들의 요구에 부합되는 맞춤 마케팅 전략도 필요하다[25]. 한편 이 같은 결과는 건강검진의 형태, 방문 횟수에 따라 재이용 의도에 차이가 나타난 선행 연구들의 결과와는 일부 차이가 있었다 [5,25]. 본 연구나 Park [9]의 연구는 중소병원의 건강검진센터 이용자를 대상으로 하였던 반면에 Song [5]과, Lee와 Jung [25]의 연구에서는 대학병원 건강검진센터 이용자를 대상으로 하였던 점을 고려하면, 이는 건강검진센터가 소속되어 있는 병원의 규모나 특성에 따른 이용자 특성의 차이에서 일부 기인한 것으로 추정된다. 따라서 추후 건강검진센터의 규모 등 건강검진센터의 특성과 이용자 특성의 차이로 인한 재이용 의도의 차이가 있는지를 탐색하는 연구가 필요하다. 또한, 본 연구결과, 선행 연구에서 재이용 의도에 대한 영향변수로 보고되지 않았던 지각된 건강상태가 재이용 의도에 유의한 영향을 미쳤다. 따라서 이를 고려하여 건강검진 후 건강검진센터 이용자에게 일상생활 건강관리방법이나 만성질환 정보, 운동요법, 지각된 건강상태를 파악하고 관리하는 서비스나 건강 관련 정보를 정기적으로 제공할 수 있는 건강검진 사후관리 방법 또한 필요할 것으로 생각된다.

제 변수들에 대한 상관관계 분석 결과, 대상자의 구전 커뮤니케이션과 건강검진센터 고객만족도가 높을수록 재이용 의도가 높았고, 구전 커뮤니케이션의 수준이 높을수록 고객만족도도 높았다. 또한, 대상자들의 재이용 의도에 영향을 가장 많이 미치는 요인은 고객만족도였으며, 지각된 건강상태와 함께 재이용 의도에 영향을 미치는 주요 요인으로 나타났다. 이는 고객만족도가 재이용 의도에 영향을 미친다고 보고한 선행 연구들[2,17,25]의 결과와 유사하였다. 따라서 건강검진센터의 재이용 의도를 향상 시키고 실제 재이용하도록 하기 위해서는 우선적으로 고객만족도를 향상시킬 수 있는 방안 마련이 필요하다. 특히 본 연구에서 직원의 친절성과 시설 및 환경에 대한 만족도가 높고, 대부분의 대상자들이 건강검진센터를 재이용하려는 의도가 높았으며, 이와 함께 건강검진센터 재이용 이유로 직원의 친절과 신뢰감, 검진결과 설명에 대한 만족 등이 높았던 점을 고려하면, 이용자의 요구 및 특성에 대한 분석을 통하여 대상자의 특성별 검진결과 상담과 건강관리, 건강교육과 직원의 친절 및 신뢰 향상을 촉진 시키는 방안 마련이 중요하다. 또한, 자세하고 만족할 수 있는 검진결과 상담과 건강관리, 건강교육, 건강

검진 후 개인관리와 차후 검진계획 상담 등을 담당할 수 있는 건강검진센터 간호사의 육성이 필요하며[25,29], 의사의 진료 후에도 건강검진센터 이용자들이 담당 간호사에게 다시 구체적인 상담과 교육을 받을 수 있도록 간호사의 역할 확대가 필요하다.

한편 대상자의 구전 커뮤니케이션이 재이용 의도에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않았다. 이는 구전 커뮤니케이션이 고객만족도에 유의한 영향을 미치고 [26,30], 고객만족도는 의료기관 및 건강검진센터 재이용 의도에 영향을 미친다는 선행 연구 결과[2,9,30]와는 차이가 있었다. 특히 J 지역은 다른 지역에 비하여 친·인척 관계나 학연, 지연 등이 포함된 독특한 관계로 연결되어 있어[18], 의료서비스에 대한 개인적인 경험을 비공식적으로 서로 교환하고 의사소통하는 구전 커뮤니케이션이 건강검진센터의 재이용 의사에 영향을 미칠 것으로 추정되었으나 회귀분석에서 유의한 영향요인으로 나타나지 않았다. 이는 본 연구에서 건강검진센터 재이용하려는 이유 중 ‘병원의 지인 소개’가 낮은 순위에 있었고, 구전 커뮤니케이션과 재이용 의도가 약한 상관관계를 보였던 결과와도 일부분 관련이 있는 것으로 사료된다. 즉 대상자의 구전 커뮤니케이션이 재이용 의도와 상관성이 있긴 있으나 건강검진센터의 재이용 의도에 영향을 미칠 수 있는 충분한 상관성을 갖지 못함을 시사한다. 따라서 추후 구전 커뮤니케이션과 건강검진센터 재이용 의도 간의 관계에 대한 탐색이 필요하다.

본 연구는 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 영향을 미치는 주요 요인으로 고객만족도와 지각된 건강상태를 확인하고 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이기 위한 고객관리 전략 마련에 있어 기초자료를 제공한다는 점에서 그 의의가 있다. 그러나 일개 종합병원의 건강검진센터 이용자를 임의 추출하여 표본 대상의 선택편중이 있을 수 있어 연구결과를 일반화하거나, 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향 요인을 탐색한 연구로 각 변수들 간의 인과적 관계를 추론하기에는 제한점이 있다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 건강검진센터 이용자의 구전 커뮤니케이션, 고객만족도와 건강검진센터 재이용 의도 간의 관련성과 건강검진센터 재이용 의도에 영향을 미치는 주요 요인으로 고객만족도와 지각된 건강상태를 확인하였다. 구전 커

뮤니케이션의 경우 재이용 의도와 약한 상관관계가 있었던 반면에 재이용 의도에의 영향은 유의하지 않았다. 제언은 다음과 같다.

첫째, 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이기 위하여 고객만족도를 향상 시킬 수 있는 전략이 필요하다. 특히 본 연구에서 직원의 친절성에 대한 고객만족도가 가장 높았고, 건강검진센터 이용 이유로 직원의 친절과 신뢰감, 검진결과 설명에 대한 만족 등이 높았던 점을 고려하여, 이용자의 요구와 특성에 따른 검진결과 상담, 이용자 맞춤형 건강관리, 건강교육과 직원의 친절 및 신뢰 향상을 촉진 시키는 전략이 요구된다. 또한, 검진결과에 대한 상담과 건강관리, 건강교육, 건강검진 후 개인 관리와 차후 검진계획 상담 등을 담당할 수 있는 건강검진센터 간호사의 육성과 역할 확대가 필요하다.

둘째, 건강검진센터 이용자들의 고객만족도를 유지·향상 시키고 실제 건강검진센터의 재이용으로 연결되기 위해서는 이용자와의 지속적인 관계를 유지할 수 있는 고객관계 관리 전략이 고려되어야 하며, 이용자의 특성과 요구에 부합되는 맞춤형 마케팅 전략이 필요하다.

셋째, 구전 커뮤니케이션이 건강검진센터 재이용 의도에 미치는 영향이 유의하지 않았던 바, 추후 지역별, 건강검진센터의 규모나 특성 등을 고려하고 대상자를 확대하여 구전 커뮤니케이션과 재이용 의도와의 관련성에 대한 반복 연구를 제언한다.

REFERENCES

- [1] W. I. Lee & K. H. Jang. (2014). The effects of medical service quality and relationship quality on customer loyalty-Small and medium hospitals. *Journal of Distribution and Management Research*, 17(1), 35-51. DOI : 10.11111/jkana.2016.22.3.279
- [2] B. H. Im & H. S. Choi. (2014). Determination factors and satisfaction of health screening center by health examination at hospital. *Journal of Digital Convergence*, 12(12), 457-467. DOI : 10.14400/JDC.2014.12.12.457
- [3] Y. Han & J. J. Lee. (2010). A strategy based on revenue management for revenue increase in hospital health promotion center. *Korean Journal of Hospital Management*, 15(1), 13-26.
- [4] A. J. Park. (2019). An empirical study of comprehensive health screening medical service quality with Kano model and PCSI Index. *Journal of Industrial Distribution & Business*, 10(7), 71-82. DOI : 10.13106/ijidb.2019.vol10.no7.71

- [5] M. H. Song. (2011). *A study on reusing intention of customers who visited health promotion center in a university hospital*. Unpublished master's thesis, Korea National Open University, Seoul.
- [6] C. H. Cho & E. J. Lee. (2015). *The impact of medical service quality and image construction on customer satisfaction on reuse intent*. 2015 Fall Conference (pp. 413-433). The Korean Academic Association of Business Administration <http://www.kaaba.or.kr>
- [7] S. Y. Lee, S. J. Jo, S. R. Choi, S. H. Kim, J. Y. Em, H. O. Jang & H. G. Yu. (2006). Client satisfaction survey for evaluation of health examination services. *Journal of Korea Association of Health Promotion*, 4(1), 104-114.
- [8] B. G. Shim & S. H. Kang. (2002). A study on service quality, satisfaction, service value and repurchase in healthcare service. *Hanyang Business Review*, 14, 139-153.
- [9] K. H. Park. (2014). *Determination factors of health promotion center by health screening examinees at medical institute*. Unpublished master's thesis., Catholic University of Pusan, Busan.
- [10] K. S. Lee, J. H. Kim & D. H. Kim. (2011). The factors influencing patients' loyalty to large hospitals located in Busan. *Health and Social Science*, 29, 259-277.
- [11] C. H. Kang, K. G. Lee & H. G. Kang. (2013). A study on the effects of core factors of medical service quality on customers' intention of reuse. *Korean Journal of Business Administration*, 26(9), 2227-2251.
- [12] W. I. Choi. (2004). Word-of-mouth on the internet. *Marketing*, 38(4), 51-58.
- [13] Y. K. Ha, S. M. Kang & Y. H. Chung. (2011). The mediating effects of hotel restaurant customers' positive word of mouth on the relationship between service encounter and repurchase intention. *Tourism Research*, 32, 75-91.
- [14] L. F. McMahon, R. Tipirneni & V. Chopra (2016). Health system loyalty programs: An innovation in customer care and service. *Journal of the American Medical Association*, 315(9), 863-864. DOI : 10.1001/jama.2015.19463
- [15] D. Pruden & T. Vavra. (2015). An experiment in managing word of mouth. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 28, 83-89.
- [16] Y. C. Kim. (2016). *The effect of the word-of-mouth communication of the medical consumers on the medical institution choice*. Unpublished master's thesis, Sogang University, Seoul.
- [17] D. F. Kessler & D. Mylod. (2011). Does patient satisfaction affect patient loyalty? *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 24(4), 266-273. DOI : 10.1108/09526861111125570
- [18] H. J. Ko & J. H. Kim. (2016). Relationships among nursing work environment, job embeddedness, and turnover intention in nurses. *Journal of Korean Academy of Nursing Administration*, 22(3), 279-291. DOI : 10.11111/jkana.2016.22.3.279
- [19] S. J. Yoon, H. E. Han & H. H. Nguyen. (2011). Structural properties of social network and diffusion of product WOM : A sociocultural approach. *Journal of Channel and Retailing*, 16(1), 141-177.
- [20] H. J. Park & S. J. Gang. (2000). A study on satisfaction of health services and types of word of mouth communication. *Journal of Korean Academy of Marketing Science*, 6, 313-337.
- [21] Statics Korea. (2018). *Economically active population survey*. <http://www.kosis.kr>
- [22] N. S. Kim, K. J. Yoon, E. J. Park, J. A. Jun, D. J. Kim & J. H. Seo. (2017). Health policy directions for 2017. *Health and Welfare Policy Forum*, 243, 6-17.
- [23] Y. M. Kim, J. H. Park & W. J. Kim. (2013). Analysis of utilization characteristics, health behaviors and health management level of participants in private health examination in a general hospital. *Journal of the Korea Academia -Industrial cooperation Society*, 14(1), 301-311.
- [24] The National Assembly of The Republic of Korea, (2019). *National health insurance law 2019 amendment*. <http://www.law.go.kr>
- [25] Y. S. Lee & M. S. Jung. (2006). The effects of the customer satisfaction of general health examination service on their revisiting intention and change of health belief, self-efficacy and health promoting behavior. *Journal of Korean Academy of Nursing Administration*, 12(1), 94-103.
- [26] K. H. Seo, J. B. Cha & H. Y. Lee. (2016). Moderating role of relationship strength of word-of-mouth recommendations in choosing hospitals. *The Academy of Customer Satisfaction Management*, 18(2), 153-178.
- [27] S. M. Lee, S. A. Park & M. A. Kim. (2010). *Strategic Nursing Management*. Seoul: KNOU Press.
- [28] H. Tahir, C. Waggett & A. Hoffman. (2013). Antecedents of customer satisfaction: An E-CRM framework. *Journal of Business and Behavior Sciences*, 25(2), 112-120.
- [29] H. J. Kim. (2015). Nurses' job analysis in the health promotion center. *Health & Nursing*, 27(2), 11-22.
- [30] O. Kitapci, C. Akdogan & I. T. Doryol. (2014). The impact of service quality dimensions on patient satisfaction, repurchase intentions and word-of-mouth communication in the public healthcare industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 161-169. DOI : 10.1016/j.sbspro.2014.07.030

방 은 필(Eun-Pil Bang)

[정회원]



- 2010년 2월 : 국가평생교육진흥원 간호학과(간호학사)
- 2019년 8월 : 제주대학교 간호학과(간호학석사)
- 2013년 3월 ~ 현재 : 제주한국병원 건강증진센터 실장
- 관심분야 : 간호관리학, 고객만족

· E-Mail : agatha8025@naver.com

김 정 희(Jeong-Hee Kim)

[정회원]



- 1989년 2월 : 서울대학교 간호학과(간호학사)
- 1996년 2월 : 서울대학교 간호학과(간호학석사)
- 2000년 2월 : 서울대학교 간호학과(간호학박사)
- 2000년 9월 ~ 현재 : 제주대학교 간호

학과 교수

· 관심분야 : 직무스트레스, 간호조직행동

· E-Mail : snukjh@jejunu.ac.kr