

Journal of Korean Society of Dental Hygiene

Original Article 임상치과위생사의 고객지향성에 미치는 영향 요인

도유정¹ · 민희홍¹

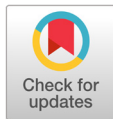
위례탑치과의원 · ¹대전보건대학교 치위생(학)과

Factors influencing the customer orientation of clinical dental hygienists

Yu-Jeong Do¹ · Hee-Hong Min¹

Wiryotop Dental Clinic

¹Department of Dental Hygiene, Daejeon Health Institute of Technology



Received: February 24, 2020

Revised: April 02, 2020

Accepted: April 03, 2020

Corresponding Author: Hee-Hong Min, Department of Dental Hygiene, Daejeon Health Institute of Technology, 21, Chungjeong-ro, Dong-Gu, Daejeon, 34504, Korea. Tel: +82-42-670-9194 Fax: +82-42-670-9586 E-mail : hhmin1@hanmail.net

ABSTRACT

Objectives: This study aims to investigate the impact of clinical dental hygienists on customer orientation and prepare basic data for the rational and efficient human resource management of dental hygienists. **Methods:** A self-reported questionnaire was completed by 220 dental hygienists from July 7 to August 8, 2019. Data were analyzed using the IBM SPSS Statistics 22.0 program with a significance level of 0.05. **Results:** The customer orientation of clinical dental hygienists was 4.09, internal marketing was 3.10, organizational citizenship behavior was 3.97, and self-efficacy was 3.91. The variables that most influenced their turnover intention were those related to organizational citizenship behavior. These factors showed a 28.8% variance among dental hygienists. **Conclusions:** This study recommends the development and application of a program that enhances dental hygienists' customer orientation, recognizes them as internal clients, and improves dental productivity.

Key Words: Customer orientation, Dental hygienists, Internal marketing, Organizational citizenship behavior, Self-efficacy

색인: 고객지향성, 내부마케팅, 자기효능감, 조직시민행동, 치과위생사

서론

최근 병원의 대형화와 의료서비스의 변화, 소비자들의 의식수준 향상과 기대 등으로 인해 의료시장은 변화와 혁신을 추구하고 있다[1]. 이에 병원은 소비자에게 양질의 의료서비스를 제공하여 경쟁력 있는 병원을 구축하기 위하여 노력하고 있는데[2], 마케팅 도입은 이러한 노력의 하나이다. 이러한 변화는 의료수요의 증대, 고객중심의 경영전략과 고객지향적인 마케팅을 통하여 고객의 요구에 적극적으로 대응하는 다양한 마케팅 활동이 요구되고 있다[3].

고객지향성은 고객의 욕구를 고객의 입장에서 이해하고, 충족시키려는 의리기관 구성원의 접근자세로서, 고객지향적인 구성원이 인적자원 관리의 핵심요인이 될 수 있다[4]. 병원조직은 인적자원의 의존도가 높은 조직으로 구성원의 양적 비중이 클 뿐 아니라 직원의 고객지향성이 높을수록 병원의 경영성과는 향상되기 때문에 고객지향적인 직원을 관리하는 것은 인적자원 관리부분에서 매우 중요한 요소가 된다[5,6]. 따라서 임상치과위생사는 고객과 상호작용하는 접점에서 환자만족을 담당하는 인적자원으로[7] 치과위생사의 태도나 숙련도, 가치관, 기술, 과정 등에 의해 치과의료 서비스가 달라질 수 있다[8].

자기효능감은 조직의 성과를 높이고 조직 구성원의 행동에 긍정적 변화를 가져올 수 있는 중요한 요인이다[9]. 자기효능감이 높은 임상치과위생사는 고객의 기대에 부응하는 서비스, 병원 조직에 대한 긍정적인 이미지에 영향을 주고 고객 중심적인 행동을 한다. 병원조직에서 조직시민행동은 조직의 이미지 형성에 영향을 미치고, 양질의 의료서비스를 제공하여 조직의 이미지와 조직성과에 직접적인 영향을 주므로[10], 임상치과위생사는 조직시민행동을 통해 잠재적인 능력을 활용하여 치과 의료서비스에 담당하도록 하여야 한다.

고객지향성에 관한 선행연구를 보면, 내부마케팅, 조직시민행동, 직무만족, 자기효능감, 긍정심리자본, 조직몰입 등 많은 연구자들이 고객지향성에 대한 연구를 실시하였다[3,6,8,9,11,12]. 이와 김[3]은 내부마케팅에서 가장 높은 상관관계가 있다고 하였고, 최와 허[8]는 고객지향성에 영향 요인으로 의사소통, 교육훈련, 근무환경, 복리후생이라 하였다. 김 등[11]은 긍정심리자본과 조직몰입은 고객지향성과 양의 상관관계가 있다고 하였고, 최 등[12]은 내부마케팅 요인이 직무몰입과 조직몰입, 직무만족이 고객지향성에 영향을 미친다고 하였다. 이와 같이 기존 선행연구에서 고객지향성에 관한 많은 연구를 실시하였지만 임상치과위생사를 대상으로 실시한 고객지향성에 관한 연구는 거의 이루어지지 않은 상태이다.

이에 본 연구는 임상치과위생사의 고객지향성에 미치는 영향 요인을 파악하여 치과위생사의 합리적이고 효율적인 인적자원 관리의 기초자료를 마련하고자 한다.

연구방법

1. 연구대상

자료 수집은 2019년 7월 7일부터 8월 8일까지 현재 치과 병·의원에서 근무하는 서울·경기·충청 지역 임상치과위생사 220명을 편의추출 하였다. 설문은 임상치과위생사 관련 카페에 설문지 URL 주소를 올리거나 보수교육 장소에서 연구모집 관련문서와 설문지 URL 주소가 적힌 공고문을 배부하여 연구 참여를 희망하는 연구 대상자가 동의한 후 설문 작성을 하도록 하였다. 표본 크기는 G*power 3.1.9.2에 의거 양측검정 유의수준 0.05, 회귀분석에서의 중간 효과크기 0.15(0.02), 검정력 0.95(0.90), 예측변수를 14개(일반적 특성, 고객지향성, 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감)를 기준으로 산출하였다. 최소 표본 크기는 199명이고, 최종 표본수는 탈락률을 고려하여 220명을 연구대상으로 하였다.

2. 연구도구

본 연구는 공용기관생명윤리위원회(IRB No: 2018-2595-005)의 승인을 받아 시행하였다. 연구도구는 일반적인 특성, 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감, 고객지향성으로 구성하였다. 일반적인 특성 10문항(성별, 연령, 결혼상태, 임상경력, 최종학력, 근무처, 직위, 급여, 1일 근무시간, 4대 보험적용)으로 구성하였다. 내부마케팅 28문항은 민[13]이 개발하고, 김[14]이 사용한 도구를 본 연구목적에 맞게 수정하여 사용하였다. 조직시민행동 14문항은 Niehoff와 Moorman[15]이 개발하고, 김 등[16]이 번역한 도구를 사용하였고, 자기효능감 17문항은 Sherer 등[17]이 개발하고 김과 박[18]이 사용한 도구를 사용하였다. 고객지향성 6문항은 Saxe와 Weitz[19]가 개발하고, 윤[20]의 연구에서 사용한 도구를 사용하였다. 측정기준은 Likert 5점 척도이고, 점수가 높을수록 고객지향성, 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감이 높은 것으로 평가한다. Cronbach's α 는 고객지향성 0.912, 내부마케팅 0.963, 조직시민행동 0.929, 자기효능감 0.956였다<Table 1>.

3. 자료분석

자료는 PASW Statistics ver. 22.0(IBM Co., Armonk, NY, USA)프로그램으로 분석하였다. 임상치과위생사의 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감, 고객지향성 수준은 기술통계량을 산출하였고, 일반적 특성에 따른 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감, 고객지향성 수준은 t-검정, 일원분산분석법을 하였으며, 사후검정은 Scheffe'로 검증하였다. 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감, 고객지향성의 상관관계는 Pearson's correlation을 실시하였고, 고객지향성에 영향 요인은 단계적 다중회귀분석을 실시하였으며, 유의수준은 $\alpha=0.05$ 로 하였다.

연구결과

1. 연구대상자 변수의 특성

임상치과위생사의 고객지향성은 4.09점이었고, 내부마케팅은 3.10점이었으며, 조직시민행동은 3.97점이었고, 자기효능감은 3.91점이었다<Table 1>.

Table 1. Reliability of instrument scales

Variables	Item	Mean±SD	Cronbach's α
Customer orientation	6	4.09±0.75	0.912
Internal marketing	28	3.10±0.79	0.963
Organizational citizenship behavior	14	3.97±0.63	0.929
Self-efficacy	17	3.91±0.66	0.956

2. 일반적 특성에 따른 고객지향성 수준

일반적 특성에 따른 고객지향성 수준은 연령($p=0.012$), 교육수준($p=0.005$), 임상경력($p=0.005$), 직위($p=0.040$)에서 유의한 차이가 있었다. 연령은 '31세 이상'에서, 교육수준은 '4년제 졸업'에서, 임상경력은 '8년 이상'에서, 직위가 '있을 때'에서 높게 나타났다<Table 2>.

Table 2. Customer orientation according to subject's general characteristics Unit: Mean±SD

Characteristics	Division	N	Customer orientation	t or F(p [*])
Gender	Male	12	3.96±1.14	-0.425(0.679)
	Female	208	4.10±0.72	
Age (yrs)	<25	57	4.08±0.73 ^{ab}	4.534(0.012)
	26-30	78	3.91±0.82 ^a	
	≥31	85	4.26±0.65 ^b	
Marrial status	Single	131	4.07±0.73	-0.428(0.669)
	Married	89	4.12±0.79	
Educational level	College	134	3.98±0.78	-2.821(0.005)
	University	65	4.27±0.69	
Dental office type	Clinic	153	4.09±0.75	0.031(0.976)
	Hospital	46	4.09±0.75	
Career (yrs)	<3	33	4.05±0.78 ^{ab}	5.423(0.005)
	4-7	78	3.90±0.81 ^a	
	≥8	88	4.31±0.61 ^b	
Monthly income	<200	33	4.11±0.71	1.306(0.273)
	201-250	68	3.99±0.74	
	≥251	98	4.18±0.78	
Working hour	≤8	147	4.10±0.73	0.132(0.895)
	≥9	73	4.08±0.77	
Four major insurance	Yes	215	3.98±0.78	1.589(0.114)
	No	5	4.27±0.68	
Position	General hygienist	102	3.98±0.74	-2.061(0.040)
	Manager hygienist	118	4.19±0.75	

* by the t-test for two groups and one-way ANOVA (post-test Scheffe^{*}) for three or more groups

^{ab} The same character indication shows that there is no statistical significance

3. 고객지향성, 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감과의 상관관계

변수들 간의 상관관계를 보면, 고객지향성은 내부마케팅($r=0.341$), 조직시민행동($r=0.515$), 자기효능감($r=0.589$)과 유의한 정의 상관관계를 나타냈다. 독립변수들 간의 상관관계는 내부마케팅과 조직시민행동($r=0.479$), 자기효능감($r=0.453$)은 유의한 정의 상관관계를 나타냈고, 조직시민행동과 자기효능감($r=0.768$)은 유의한 정의 상관관계를 나타냈다<Table 3>.

4. 임상치과위생사의 고객지향성에 미치는 영향 요인

고객지향성을 종속변수로 하고, 일반적 특성, 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감을 독립변수로 설정하여 단계적 다중회귀분석을 실시하였다. 일반적 특성은 더미변수로 전환 후 분석하였다. Durbin-Watson 검정계수는 1.827로 자기상관성의 문제가 없었고, 공차한계는 0.980-0.992로 위 모형은 유의한 모형이었으며 ($F=30.582$, $p<0.001$), VIF는 1.008-1.020으로 10을 넘지 않아 문제가 없었다. 고객지향성에 영향 요인은 교육 수준_더미(3년제 졸업/4년제 졸업)($\beta=0.113$, $p=0.049$), 임상경력_더미2(4-7/≥8)($\beta=0.150$, $p=0.010$), 조직시민행동($\beta=0.489$, $p=0.001$)이었고, 가장 큰 영향 요인은 조직시민행동이었으며, 설명력은 28.8%이었다<Table 4>.

Table 3. Correlations among customer orientation, internal marketing, organizational citizenship behavior, self-efficacy

Variables	Customer orientation	Internal marketing	Organizational citizenship behavior	Self-efficacy
Customer orientation	1			
Internal marketing	0.341**	1		
Organizational citizenship behavior	0.515**	0.479**	1	
Self-efficacy	0.589**	0.453**	0.768**	1

** $p < 0.01$ by Pearson's correlation analysis

Table 4. Influencing factors of organizational socialization

Variables	B	SE	β	t	p^*	Tolerance	VIF
(constants)	1.614	0.274		5.895	0.001		
Educational level (College/University)	0.170	0.086	0.113	1.979	0.049	0.992	1.008
Career(4-7/ ≥ 8)	0.240	0.092	0.150	2.612	0.010	0.982	1.018
Organizational citizenship behavior	0.581	0.068	0.489	8.495	0.001	0.980	1.020

$R^2=0.298$, adjusted $R^2=0.288$, $F=30.582(p < 0.001)$, Durbin-Watson: 1.827

*by stepwise multiple regression analysis at $\alpha=0.05$

총괄 및 고안

본 연구는 임상치과위생사의 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감이 고객지향성에 미치는 영향 요인을 파악하여 치과위생사의 합리적이고 효율적인 인적자원 관리의 기초자료로 활용하고자 한다. 임상치과위생사의 고객지향성은 4.09점으로 나타났고, 이와 김[3]의 연구에서 3.86점으로 나타나 본 연구에서 높게 나타났다. 이러한 결과는 치과 병·의원에서의 고객만족에 관한 계속적인 교육의 결과로 생각된다. 내부마케팅은 3.10점으로 나타났고, 이와 김[21]은 3.22점이었으며, 이와 이[22]는 2.76점으로 연구자마다 다양한 연구결과를 보였다. 치과조직에서 치과위생사를 1차 고객으로 인지하고 치과의사, 치과위생사, 고객과의 관계는 친밀함과 신뢰성을 바탕으로 한 노력이 필요하다. 조직시민행동은 3.97점이었고, 민 등[23]은 3.84점으로 나타났다. 이는 조직시민행동의 개념과 같이 치과조직에서 중요시 여기는 협력, 성실, 자발적인 업무태도 등 치과위생사의 본질적인 특성과 동일시되기 때문에 나타난 결과로 사료된다. 자기효능감은 3.91점이었고, 민 등[24]은 3.80점이었으며, 임상치과위생사의 근무경력이 높을수록 업무에 대한 지식과 경험이 다양해지고 권한과 책임이 주어지면서 치과조직의 생산성 증가에 직접적인 영향을 미쳐서 나타난 결과로 생각된다.

일반적 특성에 따른 고객지향성 수준은 연령이 '31세 이상'에서, 교육수준은 '4년제 졸업'에서, 임상경력은 '8년 이상'에서, 직위가 '있을 때'에서 높게 나타났다. 이러한 결과는 선행연구[3,25]와 유사한 결과를 보였다. 임상치과위생사는 전문적인 지식 습득, 기술 향상과 고객의 문제를 해결하면서 직무 수행능력이 증가하고, 성취감과 책임감이 강해지면서 고객지향성 정도가 높아지는 것으로 생각된다. 변수들 간의 상관관계는 내부마케팅($r=0.341$), 조직시민행동($r=0.515$), 자기효능감($r=0.589$)은 고객지향성과 유의한 정의 상관관계를 나타냈고, 최와 하[6]는 조직시민행동과 고객지향성은 상관관계가 있었으며, 백 등[9]은 자기효능감, 직무만족이 고객지향성과 중요한 관계가 있다고 하여 연구자마다 다양한 결과를 나타냈다.

임상치과위생사의 고객지향성에 영향 요인은 교육수준_더미(3년제 졸업/4년제 졸업)($\beta=0.113$), 임상경력_더미($2(4/7 \geq 8)$)($\beta=0.150$), 조직시민행동($\beta=0.489$)으로 나타났고, 가장 큰 영향 요인은 조직시민행동이었으며, 설명력은 28.8%이었다. 이와 같이 교육수준은 '4년제 졸업'에서, 임상경력은 '8년 이상'에서, 조직시민행동이 높을수록 고객지향성이 높게 나타났다. 따라서 조직시민행동 향상을 위한 지속적인 전략이 필요하다고 사료된다. 오와 위[26]는 자기효능감, 조직몰입, 고객지향성이 간호업무성과에 영향을 주었고, 가장 큰 영향 요인은 고객지향성이었으며, 문[27]은 내부마케팅이 조직시민행동에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 따라서 고객지향성은 구성원과 고객 간의 상호작용하는 과정으로 내·외부고객에 대한 지원이 필요하다고 사료된다.

본 연구의 제한점은 연구대상의 지역 및 의료기관이 국한되어 있고, 일부 임상치과위생사를 대상으로 실시하여 연구결과를 전체 치과위생사에게 일반화하는데 한계가 있다. 하지만 치과위생사를 대상으로 내부마케팅, 조직시민행동, 자기효능감과 고객지향성의 관련성을 확인하였다는데 의의가 있다. 향후 연구에서는 연구대상자가 근무하는 장소를 확대하고, 다양한 예측변인들을 포함한 추가적인 연구와 반복연구를 통하여 본 연구결과를 검증할 필요가 있는 것으로 나타났다.

결론

본 연구는 임상치과위생사의 고객지향성에 미치는 영향 요인을 확인하여 임상치과위생사의 고객지향성을 향상시켜 효율적인 치과조직 인력 관리의 기초자료로 활용하고자 한다. 자료 수집은 2019년 7월 7일부터 8월 8일까지 현재 치과 병·의원에서 근무하는 임상치과위생사를 편의추출하여 분석한 결과는 다음과 같다.

1. 임상치과위생사의 고객지향성은 4.09점이었고, 내부마케팅은 3.10점이었으며, 조직시민행동은 3.97점이었고, 자기효능감은 3.91점이었다.
2. 일반적 특성에 따른 고객지향성 수준은 연령, 교육수준, 임상경력, 직위에서 유의한 차이가 있었다($p < 0.05$).
3. 변수들 간의 상관관계를 보면, 고객지향성은 내부마케팅($r=0.341$), 조직시민행동($r=0.515$), 자기효능감($r=0.589$)과 유의한 정의 상관관계를 나타냈다.
4. 임상치과위생사의 고객지향성에 영향을 미치는 요인은 교육수준, 임상경력, 조직시민행동으로 나타났고, 설명력은 28.8%이었다.

이상의 결과, 임상치과위생사의 고객지향성은 조직시민행동, 임상경력, 교육수준이 관련성이 있었고, 조직시민행동이 가장 큰 영향 요인으로 나타났다. 따라서 고객지향성 향상을 위해서는 치과위생사의 인적자원관리 활동에 긍정적인 조직시민행동 증진 전략들을 기반으로 우수한 경쟁력 확보를 위한 중장기적 마케팅 방향 설정을 유도할 필요성이 요구된다.

Conflicts of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Authorship

Conceptualization: YJ Do, HH Min; Data collection: HH Min, YJ Do; Formal analysis: HH Min; Writing - original draft: YJ Do, HH Min; Writing - review & editing: HH Min

References

- [1] Lee CS, Lim SH, Han JH. The effect of the intramural marketing activities in dental hygienist' on job satisfaction and turnover intention in dental hygienist. *J Dental Hyg Sci* 2013;12(1):15-22.
- [2] Song AR. The effects of clinical nurse's internal marketing on self-efficacy and task performance. *Korean Council for University College Education* 2010;11(4):293-301.
- [3] Lee BH, Kim JS. The effect of internal marketing on customer orientation of dental hygienists. *J Dental Hyg Sci* 2016;16(1):37-44. <https://doi.org/10.17135/jdhs.2016.16.1.37>
- [4] Choi HJ, Yang JH, Chang DM. Impact of internal marketing on job satisfaction, job commitment, organizational commitment, and customer orientation in hospital employees. *J Kor Contents Asso* 2014;14(11):783-97. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2014.14.11.783>
- [5] Kim JM, Park HJ, Lee SH. The relationship between organizational socialization and organizational citizenship behavior among nurses in general hospitals. *J Korean Clin Nurs Res* 2012;18(3):413-23.
- [6] Choi J, Ha NS. The relationship between organizational citizenship behavior and customer orientation on organizational justice in clinical nurses. *J Korean Clin Nurs Res* 2007;13(1):173-84.
- [7] Yeo AR, Lee HJ, Jin HK. Factors associated with customer orientation and nursing productivity. *J Korean Acad Nurs Adm* 2014;20(2):167-75. <https://doi.org/10.11111/jkana.2014.20.2.167>
- [8] Choi J, Ha NS. The effects of clinical nurse's internal marketing on job satisfaction, turnover intention, and customer orientation. *J Korean Acad Nurs Admin* 2007;13(2):231-41.
- [9] Baek YA, Jeong Y, Yoo TS. The corelation between of cosmetology worker's self efficacy, professional ethics, and job satisfaction with customer orientation. *Journal of Korea Design Forum* 2015;49:229-42. <https://doi.org/10.21326/ksdt.2015.49.020>
- [10] Kang DS, Chah DO. The impact of organizational justice, lmx quality, and psychological empowerment on service-oriented organizational citizenship behaviors(OCBs). *Journal of Organization and Management* 2004;28(1):263-87.
- [11] Kim IS, Seo RB, Kim BN, Min AR. The effects of positive psychological capital, organizational commitment, customer orientation in clinical nurses. *J Korean Acad Nurs Adm* 2015;21(1):10-9. <https://doi.org/10.11111/jkana.2015.21.1.10>
- [12] Choi HJ, Yang JH, Chang DM. Impact of internal marketing on job satisfaction, job commitment, organizational commitment, and customer. *J Kor Contents Asso* 2014;14(11):783-97. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2014.14.11.783>
- [13] Min SH. A study on the internal marketing in hotel[Master's thesis]. Suwon: Univ. of Kyeonggi, 2002.
- [14] Kim MJ. A study on the relationship between nurses' perception of internal marketing and their job satisfaction[Master's thesis]. Seoul: Univ. of Yonsei, 2003.
- [15] Niehoff BP, Moorman RH. Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Acad Manage J* 1993;36(3):527-56. <https://doi.org/10.2307/256591>
- [16] Kim YG, Kim HS, Kim HC. The effects of communication, group cohesiveness and job satisfaction on organizational citizenship behavior in hotel industry. *Korean J Hotel Admin* 2000;9(1):231-46.

- [17] Sherer M, Maddux JE, Mercandante B, Prentice-Dunn S, Jacobs B, Rogers RW. The self-efficacy scale: construction & validation. *Psychol Rep* 1982;51(2):663-71.
- [18] Kim JH, Park EO. The effect of job-stress and self-efficacy on depression of clinical nurses. *Korean J Occup Health Nurs* 2012;21(2):134-44. <https://doi.org/10.5807/kjohn.2012.21.2.134>
- [19] Saxe R, Weitz BA. The soco scale: A measure of the customer orientation of salespeople. *J Mark Res* 1982;15(15):124-7. <https://doi.org/10.1177/002224378201900307>
- [20] Youn KH. A study on the effects of internal marketing and organization citizenship behavior on employees effort, satisfaction and customer directivity in financial institution[Master's thesis]. Busan: Univ. of Dong-A, 2006.
- [21] Lee BH, Kim JS. Moderating effects of internal marketing on the relationship between job stress and turnover intention among dental hygienists. *J Korea Converg Soc* 2016;7(5):79-87. <https://doi.org/10.15207/JKCS.2016.7.5.079>
- [22] Yi EA, Yi YJ. Influence of internal marketing perception, empowerment, and job satisfaction on customer orientation of clinical nurses. *Korean J Occup Health Nurs* 2012;21(3):299-307. <https://doi.org/10.5807/kjohn.2012.21.3.299>
- [23] Min HH, Yun MH, Ahn KS. Factors influencing the organizational citizenship behaviors in clinical dental hygienists. *J Korean Soc Dent Hyg* 2018;18(2):165-75. <https://doi.org/10.13065/jksdh.2018.18.02.165>
- [24] Min HH, Choi MH, Yun MH. Factors influencing job satisfaction of clinical dental hygienists in schoolwork. *J Korean Soc Dent Hyg* 2019;19(2):231-9. <https://doi.org/10.13065/jksdh.20190025>
- [25] Do ES. Factors influencing customer orientation of nurses. *J Korean Acad Fundam Nurs* 2012;19(4):519-27. <https://doi.org/10.7739/jkafn.2012.19.4.519>
- [26] Oh HS, Wee H. Self efficacy, organizational commitment, customer orientation and nursing performance of nurses in local public hospitals. *J Korean Acad Nurs Adm* 2016;22(5):507-17. <https://doi.org/10.11111/jkana.2016.22.5.507>
- [27] Moon JN. The effects of internal marketing of downtown resort hotel on organizational citizenship behavior, customer orientation and job performance. *Tourism Management Research organization* 2018;22(7):501-22. <https://doi.org/10.18604/tmro.2018.22.7.24>