

부산·경남지역 의료소비자들의 전문병원에 대한 지각 만족도와 기대요소 간의 인과관계

박기혁¹, 신진호^{2*}

¹부산가톨릭대학교 병원경영학과 교수, ²부산가톨릭대학교 대학원 박사과정

The Cause-and-Effect Relationship between Perceptual Satisfaction and Expectation Factors for Special Hospitals by Busan and Gyeongnam Medical Consumers

Ki-Hyeok Park¹, Jin-Ho Shin^{2*}

¹Professor, Department of Health Care Management, Catholic University of Pusan

²Student, Graduate School of Catholic University of Pusan

요약 본 연구는 중소병원들이 지속적으로 안정성과 효과성을 유지할 수 있는 전략방안의 검토를 위하여 전문병원에 대한 기대수준 대비 이용 후 지각 만족도와 기대요소 간의 관계를 살펴보았다. 연구방법은 20세 이상의 부산 및 경남 거주자를 대상으로 구조화된 설문지를 이용하여, 카이제곱 검정, 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 연구결과, 첫째, 응답자의 68.0%가 특성화를 표방하는 병원을 전문병원으로 인식하였고, 보건복지부 지정병원이라 인식한 응답자는 21.3%로 확인되었다. 둘째, 주관적으로 인식하는 전문병원 이용 경험이 있는 경우에는 대부분의 이용자들이 기대수준 대비 지각하는 만족도가 충족되었으며, 이용했던 병원을 계속 이용 할 의사가 있는 것으로 확인되었다. 셋째, 기대수준 대비 이용 후 지각 만족도에는 치료에 대한 안전성과 치료의 질적 수준이 유의하게 영향을 미치는 인과관계가 있음을 확인하였다. 이 결과는 의료소비자들의 지각 만족도 향상과 감정적 애착 관리를 통한 장기적이고 지속적인 효과를 위한 전략 수립에 유용한 정보로 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

주제어 : 전문병원, 기대수준 대비 지각 만족도, 감정적 애착, 전문병원 주관적 인식, 기대요소

Abstract This study was performed to examine the strategy method for the sustainable stability and effectiveness of small and medium hospital, where the relationship between perceptual satisfaction and expectation factors for special hospital was analyzed. The structural questionnaire was given to the residents of Busan and Gyeongnam over the age of 20 and the square contingency and the logistical regression were employed for the analysis of the results. First, the respondent with 68.0% has realized the hospital claiming to be characterization as the special hospital and the Ministry of Health and Welfare designated hospital was identified to the respondent of 21.3%. Second, perceptual satisfaction with expectation level was satisfied to the most visitor in case of visiting special hospitals with subjective perception and was confirmed to the intention of revisiting consistently. Third, for the perceptual satisfaction of visiting with expectation level, the safety and the quality of treatment affected significantly the cause-and-effect. The result has provided the useful information with the establishment of a strategy for the long-term and continued effect through the perceptual satisfaction and the emotional attachment.

Key Words : Special hospitals, Perceptual satisfaction with expectation level, Emotional attachment, Subjective perception of special hospitals, Expectation factors

*Corresponding Author : Jin-Ho Shin(itecsmb@gmail.com)

1. 서론

전문병원은 특정질환 또는 특정진료과목에 대해 3차 진료기관 수준의 고도의 의료를 제공할 수 있는 인적, 물적 자원을 갖추고 해당 분야의 진료, 연구 및 교육적 측면에서 선도적 역할을 담당하는 병원이다. 우리나라 전문병원제도는 2009년 의료법 제3조의 5에 '보건복지부장관은 병원급 의료기관 중에서 특정 진료과목이나 특정 질환 등에 대하여 난이도가 높은 의료행위를 하는 병원을 전문병원으로 지정할 수 있다'는 규정으로 법적 근거가 마련되었으며, 2011년 1월부터 '전문병원의 지정 및 평가 등에 관한 규칙'에 의해 전문병원 지정제도가 시행되고 있다[1]. 전문병원 지정제도는 중소병원의 경영난 해소와 합리적인 의료서비스 제공 체계 확립, 양질의 의료서비스에 대한 국민적 수요 증대 등 우리나라의 의료체계 문제점을 해결하고자 1990년대 후반부터 논의되어 왔으며, 본격적인 논의는 중소병원의 경제적 위기가 고조되면서 시작되었다. 전문병원 지정요건을 살펴보면, 일정 수준의 인적자원 및 진료실적과 더불어 의료서비스 품질 향상과 환자의 안전에 관한 기준도 충족하도록 요구하고 있어, 중소병원을 기능적으로 고도화·전문화시킴으로써 1차 의료기관과 3차 의료기관 간 가교역할을 수행하여 불필요한 경쟁을 막고 중소병원의 경영난 해소에 목적이 있음을 알 수 있다[2]. 전문병원 지정제도의 도입 배경은 첫째, 의료기관의 기능을 재정립하여 보건의료서비스의 효율적 제공 및 보건 의료체계상의 중소병원의 기능 및 역할 강화이다. 둘째, 병원의 전문화 및 특성화를 통해 중소병원의 경쟁력을 확보하고 양질의 보건의료서비스에 대한 국민적 요구에 부응하는 것이다. 셋째, 의료기관 간의 균형적 발전이다[3]. 전문병원 지정제도는 어려운 의료시장 환경에도 불구하고 높은 진료수준과 비용 절감 및 평균재원일수 감소, 내부 직원의 업무 효율성 향상 및 대외 인지도 향상이라는 성과를 나타내었다[4]. 그러나 이러한 긍정적인 효과에도 불구하고 의료소비자의 전문병원에 대한 기대요소, 전문병원 이용 후 만족도 등에 대한 실증적 연구가 부족하여 전문병원에 적합한 환자 만족 전략을 수립하는데 제약이 있다[5].

의료서비스 시장은 의료기술이 발달되고 소비자의 전문 의료서비스에 대한 욕구가 사회 전반에 확대되면서 경쟁력 제고를 통해 심화된 경쟁 환경을 극복하고 안정적으로 고객을 확보하기 위한 노력이 매우 중요하

게 되었다. 신규 고객 유치가 기업의 근본적인 마케팅 과제이지만 지금의 치열한 경쟁적 시장 환경에서는 기존 고객을 유지가 더 중요한데, 이는 기존의 수익성 높은 고객과 장기적 관계를 유지하여 비용은 절감하면서 구매의 연속성은 유지하는, 관계마케팅의 적용으로 볼 수 있다[4]. 병원조직은 빠른 환경변화에 주로 단기적인 대응을 해 왔는데, 지속적으로 유지될 수 있는 경쟁력을 검토할 필요성도 제기된다. 지속적이며 장기적인 효과를 얻기 위한 관점에서는 의료소비자들의 감성을 활용한 감정적 애착이 있다. 감정적 애착의 개념은 의료서비스 이용 경험 후 만족과는 다른 개념으로 이해되고 있는데[6], 감정적 애착은 지속적인 효과를 얻기 위한 측면이 있는 반면에 고객경험에 의한 고객만족은 단기적인 성과를 얻기에 유용한 전략으로 활용되고 있다[7,8]. 상호관계에서 시간이 지남에 따라 나타난 우정, 친숙함, 개인적 신뢰로 인해 상대와의 관계를 발전시키고 강화하려는 욕구인 감정적 몰입의 역할 강화를 통해 고객이 서비스에 대한 감정적 애착을 느끼게 하는 것이 중요한데[4], 이는 감정적 애착이 장기적인 상호작용을 통하여 고객 행동의도에 영향을 미치기 때문이다[7,9,10]. 소권섭[6]은 감정적 애착이 전문병원 역량(의사, 의료기술, 시설 및 의료장비)과 관련하여 고객과의 지속적인 관계를 유지시키는데 영향이 있는지 살펴본 결과, 전문병원 역량은 감정적 애착에 유의한 영향을 미치고, 감정적 애착이 고객만족을 형성할 수 있음을 확인하였다고 하였다.

조직이 경쟁우위를 차지하기 위해서는 외부환경 및 내부능력에 적합한 최적의 전략을 선택해야 한다[11]. 이에 따라 병원조직들의 궁극적인 목표는 안정적인 경영성과를 유지하는 것이며, 따라서 재이용이나 추천 등 고객행동 의도는 성과와 관련된 변수로서 관심을 가질 수밖에 없다. 김미선 등[12]은 전문병원과 일반병원의 환자만족도에 관한 실증 연구에서 일반병원에 비해 전문병원을 방문한 환자들이 서비스에 대한 기대수준이 더 높고, 그 기대에 비해 만족하는 정도의 차이도 전문병원이 더 크다는 것을 알 수 있었다고 하였다. 또한, 전문병원 서비스에서는 고객이 지각하는 서비스 제공자의 역량과 개별 서비스가 중요하고, 점점 순간에서의 상호간 빈번한 의사소통과 서비스의 전체적 인상인 이미지가 서비스 이용과정에 중요시 되는데[4], 이러한 전문병원 서비스의 특성을 고려하여 병원서비스가 고객

과의 장기적이고 지속적인 교환관계를 유지하기 위한 연구의 필요성이 제기된다.

이에 본 연구는 중소병원들이 단기적인 성과를 추구하는 고객만족의 전략에서 벗어나 소비자들과의 감정적 애착을 통한 지속적이고 장기적인 효과를 위한 전략 수립 방안을 모색하고자, 주관적 인식의 전문병원 이용 경험자들이 인식하는 기대수준 대비 지각 만족도와 기대요소 간의 인과관계를 살펴보고, 의료소비자들의 지각 만족도 향상과 감정적 애착을 위해 관리해야할 요소가 무엇인지를 제시하고자 한다.

2. 연구방법

2.1 연구대상 및 연구도구

본 연구는 부산 및 경남 거주자 20세 이상 일반인을 대상으로 하였으며 자료의 수집은 구조화된 설문지를 이용하여 2020년 12월부터 2021년 2월까지, 3개월간 수집하였다. 설문은 총 600부를 배포하여 560부를 회수(93.3%), 이를 최종 분석에 사용하였다.

연구도구는 구조화된 설문지로 병원 이용 만족도와 병원선택요인에 관한 선행연구들[6, 12, 13]과 보건복지부의 전문병원 지정기준을 참조하여 다음과 같이 구성하였다.

첫째, 전문병원 인식은 보건복지부 지정병원, 특성화 표방 병원, 기타 3가지 유형으로 측정하였다.

둘째, 기대수준 대비 이용 후 지각 만족도는 기대수준에 비해 매우 불만족, 기대수준에 비해 불만족, 기대수준 정도, 기대수준 이상으로 만족, 기대수준 이상으로 매우 만족 5가지로 측정하였다.

셋째, 전문병원에 대한 기대요소는 선행연구와 전문병원 지정기준을 참조하여 의료진의 수, 치료에 대한 안전성, 부작용에 대한 안전성, 치료의 질적 수준, 의료장비 수준, 심적인 안정감, 6가지로 선정하여 각 요소별 기대수준을 5점 척도로 측정하였다. 전문병원 기대요소 측정문항은 내적일관성을 확인하기 위한 신뢰도 계수(Cronbach's α)가 .846으로 내적일관성이 확보되었다.

2.2 분석방법

자료 분석은 SPSS 21.0을 사용하여, 다음과 같이 실시하였다.

첫째, 의료소비자들이 전문병원에 대해 어떻게 인식

하고 있는지 알아보기 위하여 연구대상자의 일반적 특성과 주관적 인식의 전문병원 이용 경험 유무에 따라 카이제곱 검정으로 살펴보았다.

둘째, 전문병원 이용 경험자들의 기대수준 대비 이용 후 만족도를 전문병원 인식에 따라 살펴보고, 기대수준 대비 이용 후 만족 유무에 영향을 미치는 인과관계가 있는 기대요소가 무엇인지 살펴보기 위하여 로지스틱 회귀분석을 실시하였다.

3. 연구결과

3.1 연구대상자의 특성

연구대상자의 특성은 Table 1과 같이 성별로는 남자 37.0%·여자 63.0%, 연령은 20-29세 15.2%·30-39세 18.8%·40-49세 33.9%·50세 이상 32.1%, 직업은 직장인 49.0%·자영업 23.6%·전업주부 16.1%·기타 및 무응답 11.3% 이었다.

Table 1. Research Target Characteristics

Characteristic		Respondent	Percent.
Gender	Male	207	37.0
	Female	353	63.0
Age (year)	20-29	85	15.2
	30-39	105	18.8
	40-49	190	33.9
	50≤	180	32.1
Job	Employee	275	49.0
	Self-employed	132	23.6
	Housewife	90	16.1
	Others	63	11.3
Total		560	100.0

3.2 전문병원에 대한 인식

3.2.1 전문병원에 대한 주관적 인식

연구대상 의료소비자들의 전문병원 인식을 보건복지부 지정병원, 특성화 표방 병원, 기타 3가지로 살펴본 결과 Table 2와 같이 연구대상 의료소비자들의 68.0%가 전문병원을 특성화 표방 병원으로 인식하고 있었다.

성별에 따른 전문병원 인식을 살펴보면 남자는 보건복지부 지정병원으로 인식하고 있는 경우가 27.5%, 특성화 표방 병원으로 인식하고 있는 경우가 57.0%, 여자

는 보건복지부 지정병원으로 인식하고 있는 경우가 17.6%, 특성화 표방 병원으로 인식하고 있는 경우가 74.5%로, 성별에 따라 전문병원에 대한 인식이 유의한 차이를 보였다. 반면에 연령과 직업에서는 전문병원 인식이 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

3.2.2. 전문병원 이용 경험 유무에 따른 전문병원 인식
연구대상 의료소비자들이 주관적으로 인식하는 전문병원의 이용 경험 유무에 따라 전문병원 인식을 살펴보면 Table 3과 같이 유의하게 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 다음과 같았다.

첫째, 주관적으로 인식하는 전문병원의 이용 경험이 있는 경우에는 24.8%가 전문병원을 보건복지부 지정병원으로 인식하고 있었으며, 71.2%가 전문병원을 특성화 표방 병원으로 인식하고 있었다.

둘째, 전문병원 이용 경험이 없는 경우에는 18.4%가 전문병원을 보건복지부 지정병원으로 인식하고 있었으며,

65.5%가 전문병원을 특성화 표방 병원으로 인식하고 있었다.

3.2.3. 전문병원 이용 경험자들의 전문병원 인식별 향후 계속 이용 유무

연구대상 의료소비자들 중 주관적으로 인식하는 전문병원의 이용 경험이 있는 경우에 이용했던 병원을 계속 이용할 의사가 있는지를 살펴본 결과 Table 4와 같이 79.2%가 계속 이용하겠다고 하였으며, 주관적으로 인식하는 전문병원의 인식에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 구체적으로 살펴보면, 전문병원 인식이 보건복지부 지정병원으로 인식하고 있는 경우에는 계속 이용하겠다는 경우가 88.7%, 다른 병원을 이용하겠다는 경우는 11.3%이었고, 전문병원 인식 유형이 특성화 표방 병원으로 인식하고 있는 경우에는 계속 이용하겠다는 경우가 77.5%, 다른 병원을 이용하겠다는 경우는 22.5%이었다.

Table 2. Subjective perception of special hospitals

Characteristic		Subjective perception of special hospitals				Pearson χ^2 (p)
		Hospital designated by the Ministry of Health and Welfare	Hospital claiming to be characterization as the special hospital	Other	Total	
Gender	Male	57(27.5)	118(57.0)	32(15.5)	207(100.0)	7.893 (.019)
	Female	62(17.6)	263(74.5)	28(7.9)	353(100.0)	
Age	20-29	25(29.4)	43(50.6)	17(20.0)	85(100.0)	8.729 (.189)
	30-39	17(16.2)	73(69.5)	15(14.3)	105(100.0)	
	40-49	42(22.1)	133(70.0)	15(7.9)	190(100.0)	
	50≤	35(19.4)	132(73.3)	13(7.2)	180(100.0)	
Job	Employee	68(24.7)	177(64.4)	30(10.9)	275(100.0)	2.096 (.911)
	Self-employed	27(20.5)	93(70.5)	12(9.1)	132(100.0)	
	Housewife	12(13.3)	68(75.6)	10(11.1)	90(100.0)	
	Others	12(19.0)	43(68.3)	8(12.7)	63(100.0)	
All		119(21.3)	381(68.0)	60(10.7)	560(100.0)	

Table 3. Subjective perception of special hospitals according to with/without Visiting special hospitals with subjective perception

Visiting special hospitals with subjective perception	Subjective perception of special hospitals				Pearson χ^2 (p)
	Hospital designated by the Ministry of Health and Welfare	Hospital claiming to be characterization as the special hospital	Other	Total	
Yes	62(24.8)	178(71.2)	10(4.0)	250(100.0)	8.939 (.011)
No	57(18.4)	203(65.5)	50(16.1)	310(100.0)	
All	119(21.3)	381(68.0)	60(10.7)	560(100.0)	

Table 4. Intension of revisiting according to Subjective perception of special hospitals(visitors only)

Subjective perception of special hospitals	Intension of revisiting			Pearson χ^2 (p)
	Yes	No (Hospital change)	Total	
Hospital designated by the Ministry of Health and Welfare	55(88.7)	7(11.3)	62(100.0)	3.349 (.187)
Hospital claiming to be characterization as the special hospital	138(77.5)	40(22.5)	178(100.0)	
Other	5(50.0)	5(50.0)	10(100.0)	
All	198(79.2)	52(20.8)	250(100.0)	

Table 5. Perceptual satisfaction with expectation level(visitors only)

Subjective perception of special hospitals	Perceptual satisfaction with expectation level				Pearson χ^2 (p)
	less than expected	expected level	more than expected	Total	
Hospital designated by the Ministry of Health and Welfare	5(8.1)	27(43.5)	30(48.4)	62(100.0)	6.540 (.162)
Hospital claiming to be characterization as the special hospital	28(15.7)	105(59.0)	45(25.3)	178(100.0)	
Other	2(20.0)	8(80.0)	0(0.0)	10(100.0)	
All	35(14.0)	140(56.0)	75(30.0)	250(100.0)	

3.3 전문병원 이용자들의 기대수준과 만족도 간의 인과관계

3.3.1 전문병원 이용 경험자들의 전문병원 인식에 따른 기대수준 대비 지각 만족도

주관적으로 인식하는 전문병원의 이용 경험자들이 지각하는 기대수준 대비 이용 후 만족도를 살펴본 결과 Table 5와 같이 기대수준 이하 14.0%, 기대수준 정도 56.0%, 기대수준 이상 30.0%로 파관수 이상이 기대수준 정도라 하였다.

주관적으로 인식하는 전문병원 이용 경험자들의 지각 만족도는 전문병원 인식에 따라 유의한 차이가 나타나지 않았으나, 전문병원 인식이 보건복지부 지정병원으로 인식하고 있는 경우에는 지각 만족도가 기대수준 이상 48.4%, 기대수준 정도 43.5%, 기대수준 이하 8.1% 이었고, 전문병원 인식 유형이 특성화 표방 병원으로 인식하고 있는 경우에는 지각 만족도가 기대수준 이상 25.3%, 기대수준 정도 59.0%, 기대수준 이하 15.7%이었다.

3.3.2. 전문병원 이용 경험자들의 기대수준 대비 이용 후 지각 만족도와 기대요소 간의 인과관계

주관적 인식의 전문병원 이용 경험자들의 기대수준 대비 이용 후 지각 만족도와 기대요소 간의 인과관계를

살펴보기 위하여 로지스틱 회귀분석을 실시하였다.

전문병원에 대한 기대수준 대비 이용 후 지각 만족도 유무는 2분법화하여 기대수준 이하(3점 미만)와 기대수준 이상(3점 이상)으로 하였으며, 기대요소는 의료진의 수, 치료에 대한 안전성, 부작용에 대한 안전성, 치료의 질적 수준, 의료장비 수준, 심적인 안정감을 사용하였다. 분석결과 Table 6과 같이 전체 예측 분류정확도는 85.0%로, 기대수준 6개 요소 중 치료에 대한 안전성과 치료의 질적 수준, 2개의 기대요소가 이용 후 기대수준 대비 지각 만족도 유무에 유의하게 영향을 미치는 인과관계가 있는 것으로 나타났다.

4. 고찰

전문병원의 정의나 개념 그리고 제도에 관한 내용을 정리해 보면, 전문병원은 전문성의 효율을 높임으로써 의료자원의 활용도를 제고하고 숙달된 전문 치료 기술로 의료서비스 이용자들의 전문 치료 욕구에 기여하도록 접근성을 높일 수 있는 병원이라고 할 수 있다[6]. 고객확보를 위해 의료기관이 수행해야 할 과제는 의료이용자의 세분화된 욕구와 선택요인을 정확히 파악하는데 있다[14]. 따라서 병원조직은 일회적 서비스 제공에 따른 매출 획득보다는 지속적으로 이용할 수 있는 고객확보에 의한 매출획득이 더 중요하게 되었다[15].

Table 6. Logistic regression analysis between Perceptual satisfaction with expectation level and Expectation factors

Measure		Prediction		
		less than expected	more than expected	Classification accuracy %
less than expected	35	5	30	14.3
more than expected	215	7	208	96.7
All	250	12	238	85.0
-2LL : 62.214, Cox & Snell R2 : .171, Nagelkerke R2: .308, x2(p) : 18.779(.005)				

Expectation factors	B	S.E	Wals	p	Exp(B)
Number of doctors	.448	.379	1.398	.237	1.566
Safety of treatment	1.406	.713	3.884	.049	4.080
Safety of side effects	-.241	.622	.150	.698	.786
Quality of treatment	1.345	.656	4.204	.040	3.837
Medical devices	.823	.472	3.042	.081	2.277
Psychological stability	.909	.635	2.053	.152	2.482
Constant	-13.619	4.691	8.428	.004	.000

Dependent variable: Perceptual satisfaction with expectation level of Visitors

서비스 기업은 고객들이 서비스 제공 종사원에 대해 강한 수준의 감정적 애착을 느끼도록 하면 고객들이 더욱 만족할 수 있게 되는데[16], 소권섭[6]은 전문병원 역량이 고객 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 전문병원의 의료기술 관련 자원과 감정적 애착관계가 많은 영향관계가 있으며, 감정적 애착이 고객만족을 형성할 수 있음을 확인하였다.

김미선 등[12]은 전문병원과 일반병원의 서비스의 질과 환자 만족도에 관한 비교 연구에서 병원선택 동기를 분석한 결과, 일반병원과 전문병원 모두 우수한 의료진이라는 응답이 가장 많았으나, 전문병원에서의 비율이 더 높았다고 하였으며, 김서현 등[17]은 전문병원의 선택속성과 관련된 연구에서 전문병원 선택속성 중요도는 의료진의 전문성을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다고 하였다. 김복미 등[18]의 전문병원 충성고객을 대상으로 한 병원 선택요인 연구에서는 의사 및 의료기관에 대한 신뢰, 병원의 시설과 편의, 치료의 신속성이 전문병원의 중요한 선택요인이었고, 이지영 등[5]의 전문병원 인지에 따른 선택요인, 만족도, 재이용의사 및 추천 의사에 관한 연구에서는 병원 선택 요인 중 전문성 요인의 중요성이 가장 높았으며, 만족도

는 전문병원 인지자가 전문병원 비인지자에 비해 높았고, 병원 선택 요인은 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 장원혁[11]은 전문병원의 역량과 성과에 관한 연구에서 진단 및 치료의 신속성과 의료인의 친절도에 대한 만족이 대학병원보다 전문병원이 상대적으로 높은 것으로 확인하여 제시하였다.

본 연구는 중소병원들이 경쟁력을 갖추면서 지속적이고 장기적인 효과를 위한 전략 수립 방안을 모색하고자, 주관적 인식의 전문병원 이용 경험자들이 인식하는 기대수준 대비 지각 만족도와 기대요소 간의 인과관계를 살펴보았다. 연구결과, 주관적으로 인식하는 전문병원의 이용 경험이 있는 경우에는 대부분의 이용자들이 기대수준 대비 지각하는 만족도가 충족되었으며, 이용했던 병원을 계속 이용 할 의사가 있는 것으로 확인되었다. 이는 입원 전 기대수준과 입원 후 지각 만족도를 비교 분석한 김미선 등[12]이 제시하였던 전문병원 방문환자의 대부분이 재방문 및 주위사람에게 추천의사가 있다는 결과와 유사하였으며, 이지영 등[5]의 연구에서도 전문병원 인지자가 비인지자에 비해 재이용 의사 및 추천 의사가 높았으며, 이는 본 연구의 결과와 유사하였다.

소권섭[6]은 전문병원 역량은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 뿐만 아니라 감정적 애착과 고객만족의 매개 효과를 통하여 고객 행동의도에 유의한 영향을 미치고 있음을 확인하여 제시하였으며, 조형래 등[4]은 서비스 능력(서비스에 대한 전문지식, 기술, 역량을 가지고 있는 정도)은 서비스 신뢰와 감정적 몰입에 영향을 주었으며, 이는 서비스 충성도(지속적 이용 및 주변 추천 정도)에 유의미한 영향을 미침을 확인하여 제시하였다.

본 연구에서는 기대수준 대비 지각 만족도와 기대요소 간의 인과관계를 파악하기 위하여 주관적으로 인식하는 전문병원의 이용 경험자들을 대상으로 살펴본 결과, 기대수준 대비 이용 후 지각 만족도에는 치료에 대한 안전성과 치료의 질적 수준이 유의하게 영향을 미치는 인과관계가 있음을 확인하였다.

5. 결론

우리나라의 전문병원제도는 의료법에 의해 2011.11 월부터 보건복지부 지정으로 시행되고 있고, 2021년 현재 제4기 1차년도(21~23) 전문병원이 총 101개소 지정되어 운영 중에 있다. 이에 본 연구는 중소병원들이 지속적으로 안정성과 효과성을 유지할 수 있는 전략 방안의 검토를 위하여 일반인을 대상으로 전문병원에 대한 인식과 지각 만족도 및 기대요소를 살펴보았다.

본 연구의 주요결과는 다음과 같다.

첫째, 대부분의 일반인들은 특성화를 표방하는 병원을 전문병원으로 인식하고 있었다.

둘째, 주관적으로 인식하는 전문병원의 이용 경험이 있는 경우에는 대부분의 이용자들이 기대수준 대비 지각하는 만족도가 충족되었으며, 이용했던 병원을 계속 이용 할 의사가 있는 것으로 확인되었다.

셋째, 기대수준 대비 지각 만족도와 기대요소 간의 인과관계를 파악하기 위하여 주관적으로 인식하는 전문병원의 이용 경험자들을 대상으로 살펴본 결과, 기대수준 대비 이용 후 지각 만족도에는 치료에 대한 안전성과 치료의 질적 수준이 유의하게 영향을 미치는 인과관계가 있음을 확인하였다.

따라서 중소병원들은 심화된 경쟁 환경에서 지속적으로 유지될 수 있는 경쟁력을 갖추기 위해서 이용자들의 지각 만족도를 향상시켜 병원과의 감정적 애착을 강화할 수 있도록 이용자들의 지각 만족도에 직접적으로 영향관계를 보인 치료에 대한 안전성과 질적 수준 기대

요소를 조직의 내적 및 외적으로 특히 더 관리할 필요성이 있을 것으로 사료된다.

본 연구는 이용자들을 대상으로 기대수준 대비 이용 후 지각하는 만족도에 어떠한 기대요소가 인과관계를 가지고 있는가에 대해 구체적으로 접근하였다는 것에서 지금까지의 만족도나 선택요인 중심으로 이루어져 왔던 선행연구와 차이가 있다고 할 수 있다.

REFERENCES

- [1] Ministry of Health and Welfare. (2010). *Background of promotion of specialized hospital system and response presentation materials*. 3-20.
- [2] O. T. Kwon, W. Jang, D. H. Kim & J. S. Lee. (2018). *Improvement of designated standards for specialized hospitals and expanded research in designated fields*. Seoul : Health Insurance Review & Assessment Service.
- [3] M. I. Hahm. (2020). *Suggestions for sustainable growth of specialty hospital in korea*. Seoul : Health Insurance Review & Assessment Service.
- [4] H. R. Cho & C. J. Choi. (2017). The Effects of Service's Characteristics on Service Performance by Mediating Service Relationship Quality in Specialty Hospitals. *Korean journal of hospital management*, 22(3), 88-104.
- [5] J. Y. Lee & Y. H. Park. (2019). Hospital Selection Factors and Satisfaction, Intention to Revisit and Recommend by Recognition of Specialized Hospital : Based on JointSpecialized Hospital Inpatients. *The Korean Journal of Health Service Management*, 13(2), 39-54. DOI : 10.12811/kshsm.2019.13.2.039
- [6] K. S. So. (2013). The Effects of Special Hospital Competencies on Customer Behavior Intentions. *The Korean Journal of Health Service Management*, 7(4), 153-165. DOI : 10.12811/kshsm. 2013.7.4.153
- [7] I. S. Lee et al. (2008). A Theoretical Integration of User Satisfaction and Emotional Attachment. *korean management review*, 37(5), 1171-1203.
- [8] H. Marc & T. Noam. (2006). User Experience: A Research Agenda. *Behaviour and Information Technology*, 25(2), 91-97.
- [9] B. A. Carroll & A. C. Ahuvia. (2006). Some Antecedents and Outcomes of Brand Love. *Marketing Letters*, 17(2), 79-89.

- [10] M. Thomson, D. J. Macinnis & C. W. Park. (2005). The Ties That Bind: Measuring the Strength of Customer's Emotional Attachments to Brands. *Journal of Consumer Psychology*, 15(1), 77-91.
- [11] W. H. Jang. (2016). *The Effect of Competence, Business Environment and Competitive Strategy on Organizational Performance in Special Hospital*. Doctoral dissertation. Kosin University, Busan.
- [12] M. S. Kim & H. Y. Park. (2006). Original Articles : An Empirical Study on Service Quality and Patient Satisfaction in Specialty and General Hospitals. *Korea journal of hospital management*, 11(1), 31-53.
- [13] S. I. Hwang, H. J. Lee, J. K. Kim, W. H. Cho, J. M. Kim & H. Y. Kang. (2010). Original Articles : Hospital attributes considered by patients with spinal diseases in choosing speciality or general hospitals. *Korean journal of hospital management*, 15(2), 27-43.
- [14] M. G. Kim, D. C. Lee, S. J. Kim & M. J. Kang. (2008). Effects on Users Utility Value of Hospital Choice to the Patient s Satisfaction and Intention of Re-visit in Busan. *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 10(6), 3387-3398.
- [15] M. I. Choi, C. A. Kim & J. W. Yoo. (2011). An AHP Study on Priority Factors Affecting Healthcare Consumers' Selection of Hospitals: Focused on Marketing Strategies of Hospital Services. *ADVERTISING RESEARCH*, 0(89), 155-176.
- [16] Y. K. Ha & Y. H. Chung. (2010). The Mediating Effects of Customers' Emotional Attachments between Service Encounters and Referral Intentions. *Journal of Tourism Management Research*, 14(1), 147-166.
- [17] S. H. Kim & H. K. Sul. (2012). Scale Development and Importance-Performance Analysis of Selection Attributes in Specialized Hospitals. *Journal of North-east Asian cultures*, 1(31), 657-676.
DOI : 10.17949/jneac.1.31.201206.034
- [18] B. M. Kim, M. I. Hahm, I. S. Min & S. J. Kim. (2018). Factors Influencing on Selection of Specialty Hospital among Inpatients with Loyalty. *Korean journal of hospital management*, 23(4), 1-14.

박 기 혁(Ki-Hyeok Park)

[종신회원]



- 2014년 2월 : 부산가톨릭대학교 병원경영학과(보건학석사)
- 2021년 2월 : 부산가톨릭대학교 병원경영학과(보건학박사)
- 2021년 3월 ~ 현재 : 부산가톨릭대학교 병원경영학과 조교수

- 관심분야 : 병원경영, 병원조직관리, 의료정보
- E-Mail : khpark@cup.ac.kr

신 진 호(Jin-Ho Shin)

[정회원]



- 2019년 2월 : 부산가톨릭대학교 병원경영학과(보건학석사)
- 2021년 2월 : 부산가톨릭대학교 병원경영학과(보건학박사) 수료
- 2021년 2월 ~ 현재 : 맑은누리한의원 행정부장

- 관심분야 : 병원경영, 병원조직관리, 의료정보, 병원홍보
- E-Mail : jino6@naver.com