

한국병원 의료서비스품질에 있어 지각된위험이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향 - 카자흐스탄 고객 중심으로 -

김슬야*, 이창원**†

*한양대학교 경영대학 박사수료, **한양대학교 경영대학 교수

〈Abstract〉

The effects of Perceived Risk concerning Korean medical Service Quality on Customer Satisfaction and Revisit Intention of Kazakhstan patients

*Seulah Kim, **† Chang Won Lee

**PhD candidate, Dept. of Business Administration, Hanyang University*

***Professor, Dept. of Business Administration, Hanyang University*

Purposes: The purpose of this study is to examine the effects of health service quality and perceived risks of Korean hospitals on the satisfaction and revisit of Kazakhstan's customers. Among two classified groups: health service providers and health service receivers, this study aims to identify the effects of health service receivers in Kazakhstan's health service quality and perceived risks on customer satisfaction.

Methodology: Hypotheses were developed upon the explanations on health service quality, perceived risks, customer satisfaction, and revisit, advanced by prior literature. A survey was conducted on the effects of health service receivers in Kazakhstan's health service quality and perceived risks on customer satisfaction and revisit. The proposed hypotheses were confirmed by examining validity and reliability of the collected data, followed by regression analysis.

Findings: First, the five dimensions: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles showed a positive correlation between the impacts of health service quality and customer satisfaction of Korean hospitals. Second, the physical risk, social risk, time-loss risk showed a negative correlation. Lastly, the relation between customer satisfaction and revisit showed a positive correlation.

Practical Implication: Health service quality and perceived risks were identified to impose significant effects on Kazakhstan customers. The identified results suggest that Korean hospitals should implement management strategies based on the customers' satisfaction factor.

Keywords: Korean Hospital, Health Service Quality, Perceived Risks, Customer Satisfaction, Revisit

I. 서 론

의료관광산업은 점차 레드오션 시장으로 변해가면서

국가 간 경쟁이 가속화되고 있다. 특히 한국의료를 받기 위해 방문한 국가는 198개국이며, 외국인 연환자는 2019년을 기준으로 100만 명을 돌파했다. 특히 한국보건산업

* 투고일자 : 2022년 03월 07일, 수정일자 : 2022년 05월 11일, 게재확정일자 : 2022년 06월 07일

† Corresponding Author : Chang Won Lee

Tel : +92-10-2530-2351, E-mail : leecw@hanyang.ac.kr

진흥원[1]에 따르면, 2019년 주요 국적별 외국인 환자 방문 현황에서 중국, 일본, 미국, 러시아, 몽골, 베트남, 태국 그리고 카자흐스탄, 인도네시아, 캐나다, 우즈베키스탄, 아랍에미리트 순이다. 여기서 러시아를 포함한 중앙아시아권인 카자흐스탄, 우즈베키스탄의 비중은 방문국가 비중에서 약 10%를 차지하고 있다. 특히 연평균증가율을 보면 카자흐스탄(59.2%), 우즈베키스탄(43.5%), 러시아(32.8%)로 크게 증가하고 있다. 이에 따라 한국병원에서는 중앙아시아권 환자들에게 눈을 돌리고 있으며, 이미 의료 선진화가 되어 있는 한국은 비교적 의료가 덜 발달되어 있는 중앙아시아권 환자들이 치료를 받기 위해 많이 찾는 나라가 되었다.

이처럼 방한하는 중앙아시아권 환자들이 증가하고 있는 것에 비해 국민건강보험공단[2]에서 발표한 의료 기관 등록 현황을 보면 중국, 일본 등과 같은 동아시아권과 달리 경쟁자 수가 적으며, 러시아권 사람들이 한국 의료를 이용 할 수 있는 정보 제공 전문 사이트의 부재가 크다고 설명하고 있다. 이처럼 중앙아시아 시장에 대한 국내의 관심은 미미했으며 관련된 연구조차 찾아보기 어렵다[3]. 그래서 병원 서비스의 지속적인 품질 향상은 의료관광 산업의 기본 요건이며, 의료관광의 서비스 향상을 위해 병원 서비스 품질을 지속적으로 평가해야한다[4]. 또한 이러한 의료관광산업은 건강검진과 성형, 피부 관리 등과 같은 단순한 문제부터 중증치료, 수술 등 환자가 생각할 수 밖에 없는 여러 위험들이 뒤따른다. 특히 지각된위험에 의해 생기는 부정적인 영향력은 거부감의 형태로 발현되기 때문에 의료관광산업에서 더욱 중요하다.

Zarei & Maleki[5]은 서비스품질과 만족도가 의료관광객을 유치하는 가장 중요한 요소라는 것을 발견했으며, 더욱이 의료시장 이해당사자 간의 조정, 의료서비스 품질, 보험 적용범위, 효과적인 법률과 같은 요인의 부족이 의료여행의 주요 장벽이고, 그 결과는 특히 이 산업의 틈새시장에서 아시아 의료 마케팅을 위해 더 구체적인 모델이 제시되어야 한다는 것을 암시한다고 설명했다. 세계 각국은 국가 주요 산업으로 의료산업 활성화에 많은 노력을 기울이고 있으며[6], 이에 따라 정부는 중앙아시아에서 입국하는 외국인환자에 대한 의료비자 발급이나 국내 의료관광 시장인프라(통역 등)의 확충에 심혈을 기울이고 있으나 중증질환자의 내원 비중이 비교적 높은 중앙아시아 지역의 경우, 의료사고에 대한 우려와 환자케어에 대

한 상당한 부담감을 많은 병원들이 토로하고 있는 현실이다[7]. 또한 병원의 물리적 환경의 영향력이 커짐에도 불구하고 병원의 고객 및 구성원 행동에서 병원의 물리적 환경에 대한 영향에 관한 연구는 매우 미미한 실정이다[8]. Sorokina et al.[9]에 따르면 카자흐스탄 의료관광객들이 수익성이 좋은 시장이라 유치하는 의도가 크긴 하지만, 다른 중앙아시아권이나 러시아 의료관광객과 어떻게 다른지에 대한 이해가 많이 부족하며, 함께 묶이지 않아야 한다는 점이 분명하다고 말했다.

지금까지 의료서비스품질이 고객만족과 재방문의도에 대한 연구는 많이 연구가 되어 왔다. 그러나 의료관광 부분에서 외국인 환자를 대상으로 고객만족과 재방문의도에 대한 연구는 거의 찾아보기 힘들다[10]. 중앙아시아 특히 의료관광목적으로 내한한 나라 중에서 연평균증가율이 가장 높은 나라인 카자흐스탄 고객들을 중심으로 의료서비스품질과 고객만족과 재방문의도에 영향을 미치는 영향관계에 지각된위험이 클 수밖에 없어 이에 대한 실증연구의 필요성이 대두되고 있다. 또한 비용과 같이 여러 가지 이유로 의료 관광 결정을 내리는 것은 위험할 수 있고 부정적인 결과를 초래할 수 있으며, 치료 후 의료관광객들은 효과적인 가이드라인이나 사용 모니터링 없이 새롭고 잠재적으로 위험한 처방을 받고 고국으로 돌아오는 경우가 많다[11] 때문에 의료관광은 지각된위험이 클 수밖에 없다. 카자흐스탄, 나아가서 유사한 의료 소비문화를 가진 중앙아시아국가 혹은 다른 해외국가의 의료관광인들에게 어떠한 의료서비스 품질을 제공해야 하며, 어떠한 지각된위험을 최소한으로 줄여줘야 하는지를 분석하고 이를 바탕으로 카자흐스탄 고객들 및 유사한 의료관광인들에게 고객만족 및 재방문의에 관해 한국병원들이 어떤 고객지향적인 병원운영 전략들을 수립해야 할지 대안을 제시하여 보고자 한다. 즉, 본 연구의 목적은 중앙아시아 의료관광 고객들을 세분화하여 연평균증가율이 가장 높은 특정 나라인 카자흐스탄 방한 의료고객들에게 어떠한 의료서비스 품질을 제공해야 하며, 어떠한 지각된위험을 최소한으로 줄여줘야 하는지를 연구하여 카자흐스탄 고객들에게 한국병원들이 어떤 고객지향적인 병원운영 전략들을 수립해야 할지 대안을 제시하여 보고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 의료관광

과거부터 전세계적으로 의료기술이 발달되지 못한 나라에서 일부 부유층들이 미국이나 유럽으로 등 선진화된 나라로 양질의 의료서비스를 받기 위해 방문하는 경우가 있었다. Beladi et al.[12]은 의료관광은 사람들이 의료에 접근하기 위해 해외로 여행하는 현상을 말하며, 특히 2008년 글로벌 금융위기 이후 많은 나라들이 자국 경제를 활성화시키기 위해 의료관광을 장려하기 시작했다고 설명했다. Kim et al.[13]은 의료관광은 다양한 의료, 특히 현대적인 의료에 접근하기 위해 의도적으로 국경을 넘어 여행하는 현상이라고 정의하면서 한국 의료관광의 서비스 공급업체와 반구조적 대면 인터뷰를 통해 한류 효과와 한국 브랜드 선진화의 영향으로 한국 의료관광이 활성화되고 있는 것으로 나타났다고 설명했다.

하지만 현재는 많은 환자들이 치료뿐 아니라 관광을 위해서 방문을 하고 있어 이와 같은 정의는 단순히 치료만을 위한 방문이기 때문에 의료관광이라 하기에 부족하다고 할 수 있다. 그래서 여러 학자들은 의료관광이 의료와 관광의 융합이라고 보기 시작했으며, Dang et al.[14]은 “의료관광” 또는 “헬스케어여행”과 같은 여행과 결합된 건강관리와 의료서비스는 헝가리, 벨기에, 터키, 폴란드와 같은 일부 선진국에서 오랜 역사를 가진 특별한 산업이며, 대체로 의료관광은 의료서비스와 관광활동이 결합된 서비스라고 설명했다.

특히 세계적 수준으로 의료 발달된 한국으로 많은 외국인 환자들이 방문하고 있다. 현재 한국에서 의료관광산업이 각광을 받는 이유 중 하나인 발전 가능성이 아닌 바로 타 산업과의 시너지효과 때문이다[15]. 즉, 의료관광 산업은 단순히 의료비 창출 뿐 아니라 숙박업, 요식업 등 부가적인 소비가 필수적으로 따라오기 때문에 각광을 받는 것이다. 김상현[16]은 의료관광 산업의 결정요인 관점에서 한국과 러시아 의료관광 산업은 글로벌경제상황과 정치적 상황, 물리적 거리의 요소에 비추어 상당히 긍정적인 시장성을 가지고 있다고 설명했다. 하지만 러시아 환자들을 대상으로 한 의료서비스 혜택 또는 지원 서비스가 여전히 미흡하며, 이에 관한 연구도 매우 미비한 상황이라고 할 수 있다[17]. 러시아뿐만이 아니며, 중앙아시아

이권 전체적으로 미비한 것이 현실이다. 예비 의료고객들은 방문할 나라에 대한 의료 수준 자체 서비스에만 집중하지 않으며 부가적인 서비스품질도 매우 중요하게 생각하는 것을 병원 경영진들과 관계자들은 파악하고 있다. 하지만 한국의 여러 의료관광 공식 홈페이지들은 대부분이 영어, 중국어, 일본어 등으로만 제공되며, 이슬람을 믿는 나라가 많은 중앙아시아 시장의 특정 요구에 어떠한 방법으로도 적응하지 못하고 있다. 그래서 이를 종합하여 본 연구에서는 중앙아시아 시장 중 카자흐스탄 시장 위주로 진행 할 예정이며, 의료관광이란 외국인 환자들이 의료 서비스 외에 부가적으로 이용하는 서비스들이라고 정리할 수 있다.

2. 의료서비스품질

서비스품질은 가장 많이 연구된 분야 중 하나로 광범위하게 연구되어 왔으며, 서비스품질에 대한 고객들의 인식을 측정하기 위한 다수의 모델이 개발되었다.

Parasuraman et al.[18]이 실시한 연구에서 그는 서비스 품질을 기대와 지각된 경험의 차이라고 정의한 이후, 서비스 품질의 구성 차원을 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성, 유형성이라는 5개의 차원과 22개 항목으로 구성되는 SERVQUAL 모델을 제안한 이래 많은 연구가 이루어졌다.

그 중 의료서비스에 대해 Gholami et al.[19]은 사전 서비스 인식과 사후 서비스 인식은 서비스 품질의 저하라는 일련의 요인에 따라 달라지는 서비스 품질에 대한 고객의 인식에 있어 두 가지 핵심 쟁점이며, 의료 센터에서 제공하는 서비스의 품질에 대한 의료 관광객의 관점을 평가하는 것이 이 산업을 발전시킬 계획을 세우는 데 유용할 수 있다고 하였다. 또한 의료서비스품질은 서비스를 받는 환자 측면과 서비스를 제공하는 제공자 측면, 그리고 사회적인 측면으로 구분하여 정의할 수 있다[20].

따라서 위 선행논문들이 공통적으로 말하는 의료서비스 품질의 5개 차원인 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성으로 나누어 연구를 진행해보고자 한다. 여기서 유형성은 병원의 물리적 설비 및 시설 등, 신뢰성은 병원의 서비스 시간의 정확성과 일관성 등, 응답성은 병원, 직원 및 코디네이터의 서비스 신속성, 준비성 등, 확신성은 병원 직원, 코디네이터의 지식 및 신뢰성 등, 공감성은 고객에게 제공하는 배려와 관심 등에 대한 설문을 작성해서 진행하였다.

3. 지각된위험

여행자의 의사결정에 있어 위험 인식은 목적지 선택 측면에서 가장 큰 영향을 미치며[21], 의료서비스는 사용 후에도 그 품질을 정확하게 확인할 수 없기 때문에 신뢰 재로 간주되기 때문에 의료서비스의 이용에 대한 관련 위험은 높다[22].

또한 박애준[23]은 위험이란, 현실에 실제로 존재하는 물리적 위험을 포함한 객관적 위험이 아닌 소비자의 주관적 지각위험, 즉 지각된위험을 의미한다고 설명했다.

이렇듯 지각된위험은 연구자들에 의해 여러 가지 위험으로 평가 되는데, 위에 말한 선행논문들을 토대로 본 연구에서는 신체적위험, 심리적위험, 사회적위험, 재무적위험, 시간손실위험 이 5가지로 지각된위험을 평가해 외국인들에게 고객만족에 어떠한 영향을 주는지 확인해보고자 한다. 여기서 신체적위험은 서비스 실패로 인한 신체에 대한 위협, 심리적위험은 서비스 실패에 대한 가능성, 사회적위험은 서비스 과정 선택 결과에 따른 타인들의 부정적 평가 등, 재무적위험은 서비스 과정에 대한 모든 재무적 손실, 시간손실위험은 이용하는 서비스 과정에 대한 시간손실 및 서비스 실패에 따른 소비자가 입게 되는 시간 손실 정도 등으로 설문지를 구성하였다.

4. 의료서비스품질과 지각된위험의 관계

박애준[23]에 따르면, 의료서비스와 의료소비자에 관한 연구에서 지각된위험을 고려한 연구는 다소 미흡한 편이라고 말했으며, 정홍교 et al.[24]은 의료관광서비스를 구매할 때 타국에서 이루어지는 의료 및 관광서비스에 대해서는 서비스 구매 전까지 정확히 지각하기 어렵기 때문에 소비자는 불확실성 속에서 구매가 이루어지고, 이는 곧 소비자의 지각된위험에 관한 연구는 매우 중요하다고 할 수 있다고 설명했다.

유동근·서승원[25]은 의료서비스의 소비자들이 심리적인 위험과 신체적인 위험을 느끼며 치료과정에서도 적지 않은 금전적 지출이 뒤따르기 때문에 다른 어떠한 서비스를 받는 경우보다 의료서비스에 대한 소비자들이 지각하는 위험은 크다고 설명했다.

또한 서진욱·이수미[26]에 따르면, 의료관광에서 당연히 신체적위험에 민감할 것이며 그 외에도 우리나라에

서 발생할 수 있는 의료사고나 기후, 음식 등 환경 변화에 의한 건강 악화에 민감할 수 있다고 말하였다.

이렇듯 해외에서 방한하는 외국인들에게 한국병원은 의료서비스품질만 높여야 하는 것 뿐 아니라 지각된위험을 감소시키려는 노력이 필요하다고 할 수 있다.

5. 고객만족

고객만족은 1970년대 이후 고객만족이 실제로 고객에게 전달되는 가치와 고객의 기대치를 비교 한 결과로서 개념화가 시작 되었다. Oliver[27]는 실제로 구매한 후에 고객의 소비경험과 고객이 구매 전의 기대와의 일치 정도에 따라 결정 된다고 정의하고 있다. Fornell[28]는 고객만족이란, 구매 전 고객의 기대 및 지각 된 제품의 성과를 비교하여 제품 구매 후에 대해 전반적인 판단을 하는 것으로 정의 하였다. Parasuraman[29]은 고객의 기대와 욕구에 부합해야 하며, 신뢰감 형성과 제품 및 서비스가 다시 구매가 이루어지는 현상이라고 정의하기도 하였다.

문준환 외[30]는 고객만족이 서비스나 제품에 대한 사용자의 느낌 및 태도로서 서비스품질에 사용한 만족을 반영한 감정을 포함한 경험을 의미한다고 정의했다.

김재열·황복주[31]은 고객만족이란 고객의 성취반응으로 수준 이상으로 고객의 기대를 충족하는 것이라고 설명했다.

즉, 고객만족은 기업의 지속적 성장 및 경영 수익 증가에 있어 매우 중요한 요인이며, 고객만족은 고객참여를 통해 의료서비스에 대한 고객의 긍정적인 느낌이다[32]. 따라서 본 연구에서는 문화, 언어 차이 등 다양한 부분에서 어떠한 의료서비스품질이 고객만족에 영향을 주는지 확인해보고자 한다.

6. 재방문의도

Pratminingsih et al.[33]는 재방문의도의 개념은 행동 의도에서 비롯되며, 관광산업에서 사업 생존과 성장을 위한 필수적인 요소 중 하나로 인식되어 왔다고 하였다. 또한 관광 분야 특성 상 관광 서비스를 재구매하거나 목적지 또는 방문객 명소를 재방문하는 형태를 취하며, 관광객들에게 목적지를 재방문하도록 영향을 미치는 요인은 여행지 이미지와 동기부여 등 다양하다고 말하였다.

자밀라·변정우[34]는 재방문객은 마케팅 비용을 줄이고, 목적지에 대한 긍정적 인식을 갖게 하는 좋은 효과가 있는 반면에 반대로 방문객을 만족시켜주지 못하면 방문객들은 정보탐색 등을 통해 목적지를 다른 곳으로 변경하거나 해당 목적지를 거부할 가능성이 높아질 수 있고 말했다.

장병주 외[35]는 재방문의도는 고객이 특정 의료기관을 이용할 경우에 현재 이용 중인 의료기관을 재방문 할지의 여부를 의미하는 것을 말하며, 고객이 의료기관을 이용할 때 서비스의 품질과 만족, 신뢰의 결과로써 재방문의도가 형성될 수 있고, 이를 통해 우호적인 관계와 장기적인 재방문을 통한 고객충성도를 유발할 수 있다고 말하였다.

차재빈[35]은 고객의 행동의도가 서비스 제공 기업과 고객의 장기적 관계를 나타내며 고객만족이나 불만족 이후 발생하는 결과라고 설명하였다. 이러한 구매 후 행동은 이용한 서비스에 대한 소비자의 최종적인 평가이며, 미래의 행동의도에도 영향을 미친다.

이미 국내에서 포화 시장이 된 치열한 경쟁에 놓인 한국병원들이 외국인들을 방문하게 하고 또 계속적으로 방문하게 만들지 않으면 뒤처지게 될 수밖에 없다. 즉, 재방문의도란 고객만족이 상승 할 수 있도록 고객들을 충족시켜주고 기대 이상을 보여줘야 재방문을 하게 된다는 것을 말하며, 과거에 이용한 제품 및 서비스에 대한 평가로써 미래 구매 의도에 대한 고객의 최종적인 선택이라고 정의할 수 있겠다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형 및 가설

본 연구에서는 서론에서 제기한 연구 필요성과 목적에 따라 한국 병원을 경험했던 카자흐스탄 고객 대상으로 하였으며, 의료서비스품질과 지각된 위험에 따라 카자흐스탄 고객의 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향을 실증 분석 하고자 한다.

먼저 의료서비스품질과 지각된위험이 고객에게 영향을 미치는 요인에는 어떠한 것들이 있는지 알아보고, 고객의 고객만족이 재방문의도에 영향을 미치는지 확인해보고자

한다.

본 연구는 의료서비스품질의 특성 5가지인 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성으로 세분화하였으며, 지각된위험의 특성 5가지인 신체적위험, 심리적위험, 사회적위험, 재무적위험, 시간손실위험을 독립변수로 설정하였다. 또한 고객의 의료서비스품질 특성 및 지각된위험과 고객만족과의 관계, 고객만족과 재방문의도와의 관계를 알아보기 위해 가설들을 설정하였다. 이에 대한 <그림 1>은 고객의 의료서비스품질 특성 및 지각된위험이 고객만족과 재방문의도에 영향을 미치는 지 알아보는 연구모형이다.

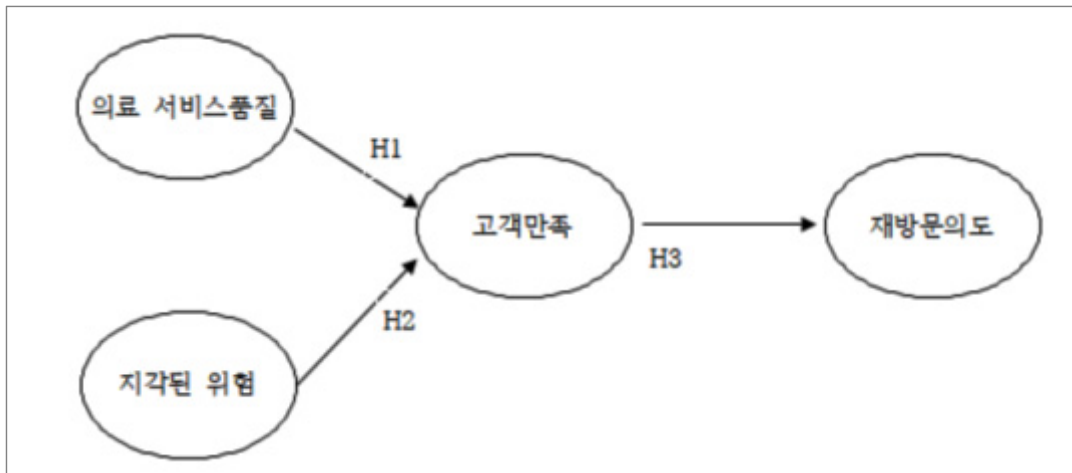
H1. 한국병원의 의료서비스품질은 외국인환자의 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

- H1.1 유형성은 외국인환자의 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- H1.2 신뢰성은 외국인환자의 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- H1.3 응답성은 외국인환자의 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- H1.4 확신성은 외국인환자의 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- H1.5 공감성은 외국인환자의 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H2. 한국병원의 지각된위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.

- H2.1 신체적위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H2.2 심리적위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H2.3 사회적위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H2.4 재무적위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H2.5 시간손실위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.

이어서 의료서비스품질과 지각된위험이 재방문의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대하여 설정한 가설이다.



<그림 1> 연구모형

H3. 고객만족은 재방문의도에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 조작적 정의

본 연구에서 연구의 모형과 가설 검증을 위하여 의료서비스품질은 Parasuraman et al.[18], 박근영·신형섭[37]의 선행 논문을 바탕으로 하여 SERVQUAL을 인용하였으며, 지각된위험은 Sönmez & Graefe[21]과 Laroche et al.[38], 김성환·송만석[39]의 선행 논문을 바탕으로 하여 신체적, 심리적, 사회적, 재무적, 시간손실위험 총 5개로 구분하여 연구하였다.

그리고 대상을 연구가 미흡했던 러시아권 중 카자흐스탄 방한 의료 고객들에게 한국 병원 의료서비스에 대해 설문지를 구성하였다. 그 외에도 고객만족, 재방문의도 모두 선행 연구를 바탕으로 조작적 정의를 진행하였다. 그에 따라 설문지 문항수를 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’와 ‘매우 그렇다’로 하는 Likert 5점 척도로 측정하였다. <표 1>은 SERVQUAL, 지각된 위험의 특성과, 고객만족, 재방문의도의 조작적 정의와 설문지 구성 내용과 출처를 정리한 표이다.

3. 자료수집 및 표본특성

본 연구에서는 카자흐스탄 환자의 의료서비스품질 및 지각된위험 특성이 고객만족에 따른 재방문의도에 미치는 영향에 대하여 알아보기 위한 연구로써, 위 표의 조작적

정의를 통해 정의된 고객들을 대상으로 설문 조사를 진행하여 연구조사를 실시하였다. 실증연구를 위한 자료는 중앙아시아에서도 특히 카자흐스탄 고객들을 한국으로 의료관광 유치업을 하고 있는 카자흐스탄 법인 KMK Kazmedikor LLP의 협조를 통하여 수집하였다.

조사방법은 이미 의료관광으로 한국을 방문했던 고객들을 대상으로 모바일 설문지로 2022년 1월부터 한 달간 실시했으며, 성형, 피부미용이 아닌 건강검진, 중증 질환 치료 목적 및 2년 이내 한국을 방문했던 환자들만으로 설문 답변을 받았다. 설문 응답의 결과 160부의 데이터 중 다른 국적이나 의심이 되는 응답 패턴들을 제거하고, 최종 146부의 설문응답 데이터들은 spss 23.0을 사용하여 실증분석에 활용하였다.

IV. 연구결과

1. 기술통계량 분석

<표 2>는 응답자의 인구통계학적인 특성을 나타낸 것으로써 남성 53명(36.3%)이며, 여성은 93명(63.7%)로 나타났다. 또한 20대 미만은 35명(24%), 30대는 63명(43.1%), 40대는 39명(26.7%), 50대 이상은 9명(6.2%)으로 나타났다. 결혼여부는 미혼이 73명(50%), 기혼이 73명(50%)로 나타났다. 학력에서는 대학교 졸업(재학)이 80명(54.8%)으로 가장 많았으며, 대학원졸업(재학) 이상

<표 1> 변수의 조작적 정의

변수	구성 내용	출처	
의료 서비스품질	유형성	병원의 물리적 설비 및 시설 등	Parasuraman et al. (1985), 박근영 and 신형섭 (2021)
	신뢰성	병원의 서비스 시간의 정확성과 일관성 등	
	응답성	병원 직원, 코디네이터의 서비스 신속성, 준비성 등	
	확신성	병원 직원, 코디네이터의 지식 및 신뢰성 등	
	공감성	고객에게 제공하는 배려와 관심 등	
지각된위험	신체적위험	서비스 실패로 인한 신체에 대한 위협	Sónmez, Graefe (1998), Laroche et al. (2004), 김성환 and 송만석 (2009)
	심리적위험	서비스 실패에 대한 가능성	
	사회적위험	서비스 과정 선택 결과에 따른 타인들의 부정적 평가 등	
	재무적위험	서비스 과정에 대한 모든 재무적 손실	
	시간손실위험	이용하는 서비스 과정에 대한 시간손실 및 서비스 실패에 따른 소비자가 입게 되는 시간 손실 정도 등	
고객만족	병원서비스에 대한 전체적인 만족		Bruhn, Grund (2000), 문준환 외 (2017), 박미정 외 (2018)
	투자 시간 대비 의로서비스 만족		
	투자 비용 대비 의로서비스 만족		
	병원의료진의 서비스태도 만족		
재방문의도	병원 서비스 재방문 의향		차재빈 (2017), Refaie (2011)
	병원 재방문 여부		
	지인에게 병원 추천		
	타병원 대비 우수성		
	우선 선택		

이 59명(40.4%), 고등학교 졸업은 6명(4.1%), 중학교 졸업 이하는 1명(0.7%)이었다. 또한 월 평균 소득에서는 30만 텡게 미만인 가장 많은 80명(54.8%)이며, 30 ~ 60만 텡게 미만은 43명(29.4%), 60 ~ 100만 텡게 미만은 10명(6.8%)이고, 100 ~ 150만 텡게 미만은 8명(5.5%), 150만 텡게 이상은 5명(3.5%)로 확인되었다. 직업은 회사원이 69명(47.3%)로 가장 많았으며, 공무원 38명(26%), 사업가 10명(6.8%), 기타 14명(9.6%), 의료진 10명(6.8%) 순으로 확인되었다.

2. 측정변수의 타당성 및 신뢰성 검증

1) 타당성 검증

설문지의 타당도를 검증하기 위해 탐색적요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였으며, 변수의 타당성을 평가하기 위해 요인분석방법 중 주성분분석(Principal Component Analysis) 방법을 실시하였다. 요인분석은 변수들 간 상관관계를 통해 서로 비슷한 변수들끼리 묶는 방법이라고 할 수 있는데 명확한 요인을 얻기 위하여 베리맥스 직각회전(varimax rotation) 방법을

실시하였으며, 요인 분석 결과를 통해 총 12개 차원이 요인으로 묶였다. 요인의 수가 아이겐벨류값(eigen value)이 1 이상으로 나온 요인들을 선택했으며, 모든 각 항목들의 적재값이 0.5 이상인 값을 유의한 것으로 판단해 기재하였다. 다음 표인 <표 3>은 의로서비스품질 및 지각된 위험에 관한 카자흐스탄 고객들의 탐색적 요인분석을 나타내고 있다. 이 표를 보면 KMO값이 0.775, Bartlett의 구형성 검정을 통하여 유의확률의 값이 0.000으로 나와 요인분석의 사용이 적합하다고 판단하였으며, 공통요인으로 존재한다.

2) 신뢰성 검증

본 연구에서는 각 요인들의 신뢰성 검증을 위해 내적일관성을 이용한 Cronbach's Alpha 계수를 이용하여 분석을 실시하였다. 아래 <표 4>를 통해 본 연구 변수들의 신뢰성 분석 결과가 모두 0.8 이상으로 나타났기 때문에 전체 측정 항목들이 해당 구성 개념을 측정하는데 있어 높은 신뢰성이 있는 것을 확인할 수 있었다.

<표 2> 응답자의 인구통계학적 특성

구분	항목	변도(명)	비율(%)
성별	남자	53	36.3
	여자	93	63.7
합계		146	100
연령	20대 미만	35	24.0
	30대	63	43.1
	40대	39	26.7
	50대 이상	9	6.2
합계		146	100
결혼여부	미혼	73	50.0
	기혼	73	50.0
합계		146	100
학력	중학교 졸업 이하	1	0.7
	고등학교 졸업	6	4.1
	대학교 졸업(재학)	80	54.8
	대학원졸업(재학) 이상	59	40.4
합계		146	100
월 평균 소득	30만 텡게 미만	80	54.8
	30~60만 텡게 미만	43	29.4
	60~100만 텡게 미만	10	6.8
	100~150만 텡게 미만	8	5.5
	150만 텡게 이상	5	3.5
합계		146	100
직업	의료진	10	6.8
	회사원	69	47.3
	공무원	38	26.0
	사업가	15	10.3
	기타	14	9.6
합계		146	100

3. 가설 검증

1) 의료서비스품질 특성과 고객만족의 관계 검증

카자흐스탄 고객에 대한 의료서비스품질 특성과 고객 만족의 가설 검증에 대한 분석 결과는 아래 <표 5>와 같다. 전체 모형의 적합도를 나타내는 F값은 19.976이며, F의 유의확률이 0.000으로 유의한 것으로 나왔으며, 수정된 R²은 0.396으로 설명력은 39.6%로 나타났다. 다중회귀분석 결과 독립변수인 유형성, 신뢰성, 응답성이 0.01 유의수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 확신성과 공감성은 0.05 유의수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 즉, 가설 1의 하위 가설들이 모두 채택되었다. 채택된 총 5개 요인들의 영향 정도

순서를 보면 신뢰성, 응답성, 유형성, 확신성, 공감성 순으로 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 지각된위험과 고객만족의 관계 검증

카자흐스탄 고객의 지각된 위험과 고객만족의 가설 검증에 대한 분석 결과는 <표 5>와 같다. 전체 모형의 적합도를 나타내는 F값은 11.462이며, F의 유의확률은 0.000으로 유의한 것이 확인되었고, 수정된 R²은 0.265으로 설명력은 26.5%로 나타났다. 다중회귀분석 결과 독립변수인 사회적위험, 시간손실위험이 0.01 유의수준에서 유의한 영향을 미치며, 신체적위험은 0.1 유의수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 즉, 가설 2의 하위 가설들 중 신체적위험, 사회적위험, 시간손실위험

<표 3> 요인의 타당성 검증 결과

변수	요인												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
공감성3	.906												
공감성5	.906												
공감성4	.905												
공감성1	.905												
공감성2	.896												
응답성5		.914											
응답성4		.897											
응답성1		.877											
응답성2		.863											
응답성3		.854											
신뢰성1			.895										
신뢰성4			.878										
신뢰성3			.872										
신뢰성2			.863										
신뢰성5			.846										
사회적위험1				.888									
사회적위험2				.887									
사회적위험3				.860									
사회적위험5				.847									
사회적위험4				.840									
확신성4					.920								
확신성3					.913								
확신성1					.913								
확신성2					.892								
확신성5					.813								
신체적위험1						.883							
신체적위험2						.879							
신체적위험3						.839							
신체적위험4						.807							
신체적위험5						.731							
재무적위험3							.898						
재무적위험2							.874						
재무적위험4							.873						
재무적위험5							.843						
재무적위험1							.810						
시간손실위험3								.842					
시간손실위험2								.838					
시간손실위험4								.791					
시간손실위험1								.737					
시간손실위험5								.728					
유형성5									.834				
유형성1									.812				
유형성2									.811				
유형성4									.793				
유형성3									.789				
고객만족4										.794			

변수	요인											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
고객만족5										.787		
고객만족2										.784		
고객만족1										.743		
고객만족3										.706		
재방문의도5											.836	
재방문의도3											.822	
재방문의도1											.782	
재방문의도2											.734	
재방문의도4											.683	
심리적위험2												.793
심리적위험1												.777
심리적위험5												.747
심리적위험4												.712
심리적위험3												.676

KMO : .775 / Bartlett의 구형성 검정 근사 카이제곱 : 8983.639 / df : 1770 / p : .000

총 3개가 채택되었다. 채택 된 총 3개 요인의 영향 정도 순서를 살펴보면 시간손실위험, 사회적위험, 신체적위험 순으로 고객만족에 유의한 영향을 끼치는 것으로 나타났다.

3) 고객만족과 재방문의도의 관계 검증

카자흐스탄 고객의 고객만족과 재방문의도와의 가설 검증에 대한 구체적인 결과는 <표 5>와 같다. 고객만족은 R²이 0.045로 4.5%의 설명력을 나타내며, 단순회귀분석 결과 고객만족은 재방문의도에 0.01 유의수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 따라서 가설 3 또한 채택되었다.

4. 가설 검증 결과

<표 6>은 카자흐스탄 환자의 의료서비스품질 특성, 고객만족과 재방문의도 가설 검정을 요약한 것으로 가설 1에서는 하위 가설 모두 채택되었다. 따라서 유형성, 신뢰성, 응답성, 확산성, 공감성 모두 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 또한 가설 2인 “한국병원의 지각된위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.”에서 하위 가설 2개를 제외한 3개의 하위 가설인 신체적위험, 사회적위험, 시간손실위험이 채택되었다. 또한 가설 3도 고객만족이 재방문의도에 영향을 주는 것으로 나타났다.

<표 4> 요인의 신뢰성 검증 결과

변수	항목 수	Cronbach' α	
의료 서비스품질 특성	유형성	5	0.895
	신뢰성	5	0.945
	응답성	5	0.959
	확산성	5	0.940
	공감성	5	0.969
지각된위험	신체적위험	5	0.942
	심리적위험	5	0.826
	사회적위험	5	0.956
	재무적위험	5	0.918
	시간손실위험	5	0.924
고객만족	5	0.938	
재방문의도	5	0.845	

<표 5> 의료서비스품질, 지각된 위험 및 고객만족에 관한 다중회귀분석 결과

독립변수	비표준화 계수		표준화계수	t값	p	가설검증	
	B	표준오차	베타				
의료서비스품질	(상수)	-1.388	.639		-2.173	.031	
	유형성	.298	.084	.234	3.535	.001	채택
	신뢰성	.404	.071	.372	5.665	.000	채택
	응답성	.260	.072	.259	3.587	.000	채택
	확신성	.206	.081	.166	2.553	.012	채택
	공감성	.152	.067	.160	2.256	.026	채택
adj R ² = .396 F = 19.976, p = .000							
지각된 위험	(상수)	4.925	.295		16.688	.000	
	신체적위험	-.123	.073	-.147	-1.690	.093	채택
	심리적위험	.119	.085	.111	1.399	.164	기각
	사회적위험	-.186	.071	-.216	-2.631	.009	채택
	재무적위험	.046	.064	.052	.712	.477	기각
	시간손실위험	-.271	.067	-.337	-4.043	.000	채택
adj R ² = .265 F = 11.462, p = .000							
고객만족	(상수)	3.194	.347		9.212	.000	
	고객만족	.208	.079	.213	2.616	.010	채택
R ² = .045, F = 6.845, p = .010							

<표 6> 연구가설 검증 결과 요약

가설	내용	채택여부
H1	한국병원의 의료서비스품질은 외국인환자의 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1.1	유형성은 외국인환자의 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1.2	신뢰성은 외국인환자의 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1.3	응답성은 외국인환자의 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1.4	확신성은 외국인환자의 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1.5	공감성은 외국인환자의 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2	한국병원의 지각된 위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.	부분채택
H3.1	신체적위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3.2	심리적위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H3.3	사회적위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3.4	재무적위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H3.5	시간손실위험은 외국인환자의 고객만족에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3	고객만족은 재방문의도에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택

V. 고찰 및 결론

본 연구는 한국병원을 방문하는 외국인 중에서 국적을 세분화하여 그 중 카자흐스탄 고객들 중심으로 한국병원 의료서비스품질과 지각된 위험이 고객만족 및 재방문의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 연구하였다.

본 연구의 실증 분석 결과로는 다음과 같다. 한국병원 의료서비스품질과 고객만족의 관계에 관한 가설에서 다른

여러 논문들과 마찬가지로 카자흐스탄 고객들에게도 동일하게 영향을 미치는 것으로 판단되었고, 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성 5가지가 모두 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한국병원 의료서비스품질 중에서도 카자흐스탄 고객들은 신뢰성, 응답성, 유형성, 확신성, 공감성 순으로 나왔는데 시간이 제한된 외국인 환자들에게는 병원의 서비스 시간의 정확성과 일관성이 제일 중요한 것으로 볼 수 있으며, 응답성도 병원 직원과 코디

네이티브들의 서비스 신속성과 준비성이 중요한 특성으로 손꼽히는 것도 이와 같은 맥락으로 보인다. 유형성, 확산성, 공감성과 같은 특성들도 고객만족에 영향을 주는 것으로 나타났지만, 카자흐스탄은 영아사망률과 평균수명 등의 보건지표에서 OECD 및 우리나라에 비해 열악한 수준을 나타내고 있으며[40] 그렇기 때문에 병원의 물리적 설비 및 시설을 대표하는 유형성과 병원 직원, 코디네이터의 지식 및 신뢰성과 같은 확산성은 이 정도의 기대는 당연히 품고 한국을 찾는 것으로 보인다. 또한 한국에 방문하는 고객들은 이미 한국 의료 시스템의 기능적 요소 즉 직원, 시설과 장비, 그리고 서비스의 질과 같은 다른 특성들에 대해 좋은 인상을 가지고 있지만 의료 관광의 보다 개인적인 측면인 공감성에 대해서는 한국의 의료 전문가들이 문화와 특정한 요구에 대한 지식과 이해가 약하다고 판단[41]되어 고객만족에는 다른 특성 대비 덜 미치는 것으로 판단된다.

한국병원의 지각된 위험과 고객만족의 관계에 대한 가설에서 5가지 하위 가설 중 신체적위험, 사회적위험, 시간손실위험 총 3가지가 고객만족에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 해외에서 한국을 방문하는 것으로 지각된 위험 하위 가설 5가지 모두가 음(-)의 영향을 미칠 것이라고 판단 된 것 과 달리 서비스 실패에 대한 가능성과 같은 심리적위험과 서비스 과정에 대한 모든 재무적 손실인 재무적위험에 대해서는 해외에서 올 때 어느 정도의 손실을 감안하기 때문에 다른 위험들과 달리 유의하지 않다고 나온 것으로 판단된다. 유의한 것으로 나왔던 3가지 하위 가설 중 카자흐스탄 고객들은 서비스 과정에 대한 시간손실 및 서비스 실패에 따른 소비자가 입게 되는 시간 손실과 같은 시간손실위험이 제일 영향을 많이 끼치는 것으로 나왔는데 한국을 방한하여 서비스를 받지 못할 가능성과 한국병원의 지연 및 대기로 계획된 시간 안에 치료를 못 받는 것을 제일 두려워하는 것으로 판단된다. 또한 아직 사회주의 분위기가 남아있는 카자흐스탄에서 다른 나라에서 치료 받는 것을 특히 정치인, 사업가 등과 같이 공인들이 알려지는 꺼려하는 분위기가 있어 사회적 위험이 영향을 미치지 않았을까 판단된다. 또한 다른 서비스 산업과 달리 의료 서비스산업에서 신체적위험은 역시 카자흐스탄 고객들에게도 서비스 실패로 인한 신체에 대한 위협인 신체적위험을 어느 정도 걱정하는 것으로 판단된다. 또한 카자흐스탄 고객들의 고객만족과 재방문의도와의 관계에

대한 가설에서 다른 여러 선행 논문들과 마찬가지로 고객만족이 재방문의도에 유의한 영향을 주는 것으로 확인되었다. 이것은 곧 한국병원들이 각 나라 별로 의료서비스 품질 마케팅 전략을 수립해야 하며, 어떻게 다른 나라와 차별적으로 환자를 유지할 수 있는지 차별성을 고민해 보아야 한다.

시사점으로는 본 연구를 통해 카자흐스탄이라는 생소한 나라의 고객들에 대한 한국병원의 의료서비스품질과 지각된위험이 고객만족과 재방문의도에 어떠한 영향을 끼치는지 실증연구를 진행하여 그 동안 주요 나라인 중국, 일본 등과 같은 선행 연구들과 이러한 부분에서 매우 큰 차이점을 보인다고 할 수 있다. 그동안 한국을 방문하는 고객, 특히 카자흐스탄을 중심으로 우리 한국병원이 어떠한 의료서비스품질을 증대시키고 지각된위험을 감소시켜야 할지에 대한 관심과 연구는 중국, 일본, 동남아시아와 같은 일부 지역으로 국한되어 있었다. 하지만 의료관광을 목적으로 한 한국 방문이 급증하고 있는 중양아시아 그 중에서도 카자흐스탄과 같은 나라에 대한 연구는 미흡했다. 그래서 이와 같은 연구를 통해 각 나라들 별로 약간의 차이가 있을 것으로 예측되기 때문에 다양한 나라별로 나누어 실증연구를 진행할 필요가 있었다.

본 논문을 통해 한국병원의 의료서비스품질에서 지각된위험이 카자흐스탄이라는 나라에 어떠한 영향을 미치고 앞으로 어떠한 마케팅 전략을 구사해야 하는지 확인 할 수 있었다. 또한 고객만족이 재방문의도에 영향을 미칠 것이라는 가설에 대한 검사 결과도 다른 선행 논문들과 마찬가지로 영향을 미치고 있다는 점을 이 논문에서도 확인할 수 있었다.

본 연구의 한계점으로는 여러 나라 중 카자흐스탄으로 한정해서 하였기 때문에 여러 나라들 대상으로 하는 연구가 이루어져야 한다. 또한 한국병원에서 일하는 의료진들과 실제 해외 환자들이 생각하는 중요 특성이 어떻게 차이가 있는지도 확인해 보는 것도 의미가 있을 것이다. 한국병원에서 일하는 의료진들 뿐 아니라 자국민과 해외 환자들과의 중요 특성도 확인해 보아야 할 것이다. 또한 이번 연구에서는 카자흐스탄의 고객들이 무슨 이유로 이렇게 결과가 나왔는지에 대해 구체적인 연구를 하지 못하였기 때문에 이에 대한 보완 연구가 추가적으로 필요하다.

Reference

[1] 한국보건산업진흥원(2020), “2019 외국인환자 유치실적 통계분석 보고서”, 한국보건산업진흥원, 39, 1-173.

[2] 국민건강보험공단(2017), “2016년 건강보험 주요 통계”, 국민건강보험, 1-88.

[3] 김철원&이태숙(2012), “카자흐스탄 방문객이 인식하는 관광목적지로서의 한국이미지에 대한 연구”, 관광레저연구, 24(1), 25-44.

[4] Qolipour M · Torabipour A.(2018), “Assessing medical tourism services quality using SERVQUAL model: A patient's perspective.”, Iranian Journal of Public Health, 47(1), 103-110.

[5] Zarei, A · Maleki, F(2018), “Asian medical marketing, a review of factors affecting Asian medical tourism development”, Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 20(1), 1-15.

[6] 김대건&이창원(2020), “한국 의료기관 해외진출에 관한 심층적 접근: 의료기관 해외진출 현황과 전문가 대상 델파이 분석”, 한국무역연구, 16(4), 467-481.

[7] 유태규&이태영(2014), “해외환자 모객 활성화를 위한 원격의료 검진서비스모델 구축방안 -K의료원의 카자흐스탄 진출(예정)사례를 중심으로 -”, 한국지역정보학회, 4, 72-92.

[8] 이창원&김희수(2016), “의료분야의 서비스케이프 연구 동향에 관한 연구”, 한국병원경영학회, 14-24.

[9] Sorokina, N.N. · Abukhalifeh, A.N. · Lee, Y.A (2020), “Medical tourists from low-trust countries and South Korean medical tourism: the case of Kazakhstan”, Tourism Research, 45(2), 165-190.

[10] 이창원&김대건(2018), “의료서비스를 이용한 외국인 환자의 요소만족 및 체감만족이 재방문의도에 미치는 영향”, 한국병원경영학회, 23(2), 95-105.

[11] Khan, MJ · Chelliah, S · Haron, MS · Ahmed S (2017), “Role of travel motivations, perceived risks and travel constraints on destination image and visit intention in medical tourism”, Sultan Qaboos University Medical Journal, 17(1), 11-17.

[12] Beladi, H. · Chao, C. C. · Ee, M. S. · Hollas, D.(2019). “Does medical tourism promote economic growth? A cross-country analysis.” Journal of Travel Research, 58(1), 121-135.

[13] Kim, S. · Arcodia, C. · Kim, I.,(2019), “Critical success factors of medical tourism: The case of South Korea”, International Journal of Environmental Research and Public Health, 16(24), 4964.

[14] Dang HS · Nguyen TM · Wang CN · Day JD · Dang TMH.(2020), “Grey system theory in the study of medical tourism industry and its economic impact.”, International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(3), 961

[15] 송채운&김병현(2015), “국내 의료관광 활성화 방안에 관한 연구”, 한국관광진흥학회, 3(2), 115-132.

[16] 김상현(2014), “동북아 의료관광시장 공략에 대한 연구 - 러시아, CIS 중앙아시아를 중심으로 -”, 한양대학교 아태지역연구센터, 38(2), 241-268.

[17] Mandziy, T&최옥희&전재균(2016), “의료관광 코디네이터의 서비스품질, 만족 및 행동의도 간의 영향관계: 러시아 의료관광객을 대상으로”, 한국자료분석학회, 18(2), 891-902.

[18] Parasuraman, A. · Zeithaml, V. A. · Berry, L. L.(1985), “A conceptual model of service quality and its implications for future research”, Journal of Marketing, 49, 41-50.

[19] Gholami M · Jabbari A · Kavodi Z · Gholami M.(2016), “Service quality in Iran's medical tourism: hospitals in Shiraz city”, Travel MedGlob Health, 4(1), 19-24.

[20] 최은경(2020), “환자들이 지각한 의료서비스품질이 환자만족, 병원명성, 충성도에 미치는 영향”, 한국컴퓨터정보학회, 25(1), 177-185.

[21] Sönmez SF · Graefe AR(1998), “Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions.” Annals of Tourism Research, 25, 112-144.

[22] Yeoh E · Othman K · Ahmad H.(2013), “Patient-centeredness communication strategy for the medical tourism industry.”, Journal of Tourism Research & Hospitality, 2(2), 1-7.

[23] 박애준(2019), “중소병원의 의료서비스 품질, 지각된 위험, 평판, 고객만족의 구조적 관계 연구”, 한국유통과학회, 10(4), 67-76.

[24] 정홍교&이광희&조기성&김상만(2012), “의료관광의 지

- 각된 위험이 지각된 가치와 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 무역학회지, 37(5), 525-549.
- [25] 유동근&서승원(2009), “병원의 규모에 따른 의료서비스 품질과 지각된 위험이 고객만족과 재구매의도, 이탈의도에 미치는 영향”, 서비스경영학회, 10(3), 97-130.
- [26] 서진욱&이수미(2015), “러시아 의료관광객이 지각된 위험과 태도 간 의료서비스품질의 조절효과 연구”, 한국시베리아연구, 19(2), 151-181.
- [27] Oliver, L.R.,A(1980), “Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision”, Journal of Marketing Research, 17(4), 460-469.
- [28] Fornell, C(1992). “A national customer satisfaction barometer: The swedish experience”, Journal of Marketing, 56(1), 6-21.
- [29] Parasuraman, A. · Zeithaml, V. A. · Berry, L. L.(1994), “Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implication for further research”, Journal Marketing, 58, 111-124.
- [30] 문준환&조혜정&신선진(2017), “환자 유형에 따른 의료서비스요인과 고객만족간의 효과연구”, 한국서비스경영학회, 18(2), 25-50.
- [31] 김재열&황복주(2001), “병원 의료외적서비스와 고객만족, 병원이미지와외의 관계”, 한국서비스경영학회, 2(2), 3-29.
- [32] 박미정&정대울&허은주(2018), “고객참여가 고객만족, 신뢰, 고객시민행동에 미치는 영향 - 의료서비스를 중심으로 -”, 한국고객만족경영학회, 20(4), 51-70.
- [33] Pratminingsih, S.A. · Rudatin C. L. · T. Rimenta (2014), “Roles of motivation and destination image in predicting tourist revisit intention: A case of Bandung - Indonesia,” International Journal of Innovation, Management and Technology, 5(1), 19-24.
- [34] 차밀라&변정우(2019), “의료관광목적지 이미지가 재방문 및 전환의도에 미치는 영향: 의료서비스 품질 매개효과 중심으로”, 한국관광레저학회, 31(9), 173-195.
- [35] 차재빈(2017), “의료서비스 실패요인이 고객 불만족과 재방문의도에 미치는 영향: 고객 불평행동의 조절효과”, 의료경영학연구, 11(2), 1-13.
- [36] 장병주&김윤경&김철우(2012), “의료관광객의 의료기관 서비스 품질 지각이 고객만족, 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향”, 동북아관광학회, 8(2), 119-137.
- [37] 박근영&신형섭(2021). “의료관광객을 위한 의료서비스품질이 서비스가치 및 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국외식산업학회, 17(3), 157-171.
- [38] Laroche, M. · McDougall, J. · Bergeron, J. · Yang, Z. (2004). “Exploring how intangibility affects perceived risk”. Journal of Service Research, 6(4), 373-389.
- [39] 김성환&송만석(2009). “의료소비자의 지각된위험, 대기시간, 커뮤니케이션이 재구매의도에 미치는 인과관계 연구”, 한국고객만족경영학회, 11(2), 19-47.
- [40] 한국보건산업진흥원(2016), “한국의료 CIS 진출가이드(카자흐스탄) 연구 최종보고서”, 한국보건산업진흥원, 69, 1-197.
- [41] 나데즈나소로키나&알라니메르아부칼리페&이영아 (2020), “저 신뢰국가 의료관광과 한국 의료관광: 카자흐스탄 사례”, 한국관광산업학회, 45(2), 165-190.

〈한글 초록〉

연구목적: 본 연구는 한국병원의 의료서비스품질과 지각된위험에 따라 카자흐스탄의 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향을 실증분석 하였고, 의료서비스를 제공하는 의료서비스제공집단과 의료서비스를 제공받는 의료서비스소비집단으로 나누어 그 중 카자흐스탄 의료서비스소비집단의 의료서비스품질 및 지각된위험의 특성이 고객만족에 미치는 영향을 연구하여 시사점을 제언하였다.

연구방법: 의료서비스품질, 지각된위험, 고객만족, 재방문의도에 대한 국내외 문헌을 검토한 후, 연구모형 및 가설을 수립하였다. 카자흐스탄 의료서비스소비집단의 의료서비스품질 및 지각된위험의 특성이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 대한 설문조사를 실시하였으며, 자료의 신뢰도 및 타당도를 검토 후 회귀분석으로 연구가설을 검증하였다.

결과: 첫째, 한국병원의 의료서비스품질 특성과 고객만족과의 관계에 관한 가설에서 유형성, 신뢰성, 응답성, 확산성, 공감성 총 5가지가 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인 할 수 있었다. 둘째, 한국병원의 지각된위험의 3가지 하위개념인 신체적위험, 사회적위험, 시간손실위험 총 3가지가 음(-)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 셋째, 고객만족이 재방문의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

함의: 카자흐스탄 고객들에게 유의한 영향을 주는 의료서비스품질 특성과 지각된 위험에 대해 중요하게 여기는 특성이 있으며 한국병원들이 카자흐스탄 고객의 특성에 맞는 마케팅 전략을 수립해야 하는 점을 확인하였다.

키워드: 한국병원, 의료서비스품질, 지각된위험, 고객만족, 재방문의도