

# 서비스 복잡성은 의료서비스 제공자에게 어떠한 영향을 미치는가?: 내부시장 지향성의 조절적 역할을 중심으로

이 명 성\* · 이 정 욱\*\*

## 목 차

요약	4. 실증분석
1. 서론	4.1 구성개념에 대한 신뢰성 및 타당성 확인
2. 이론적 배경 및 가설 설정	4.2 가설검증 결과
2.1 서비스 복잡성	4.3 내부시장 지향성의 조절효과 검증
2.2 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 영향	5. 결론
2.3 역할행동 및 역할 외 행동에 대한 개인-직업 적합성의 영향	5.1 연구의 요약
2.4 내부시장 지향성의 조절효과	5.2 연구의 시사점
3. 연구방법	5.3 연구의 한계점
3.1 구성개념의 측정	References
3.2 데이터 수집 및 인구통계적 특성	Abstract

## 요약

본 연구는 의료산업에 초점을 맞추어 서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동을 감소시키는 구체적인 선행요인을 특정하고 해당 요인의 역할을 탐색하고자 하였다. 이를 위해, 본 연구에서는 의료서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동에 영향을 주는 구체적인 선행요인으로 서비스 복잡성을 설정하였다. 또한, 본 연구에서는 서비스 복잡성이 의료서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동에 영향을 미치는 과정에서 개인-직업 적합성의 인지적 과정을 거칠 것으로 제안하였다. 나아가, 본 연구에서는 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 영향력을 의료서비스 조직의 내부시장 지향성이 조절하는지를 확인하였다. 본 연구에서는 선행연구를 조사하여 가설 및 연구모형을 구축하였으며, 분석을 수행하기 위하여 의료서비스 산업에 종사하는 종사자 중 고객과의 접점에서 서비스를 제공하는 의료서비스 제공자(간호사, 행정직원, 의료기사)를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 가설을 검증한 결과 서비스 복잡성은 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성을 감소시키는 것을 확인하였다. 그리고 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성은 역할행동 및 역할 외 행동을 증가시키는 것을 검증하였다. 마지막으로, 의료서비스 조직의 내부시장 지향성은 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 영향력을 완충하는 것을 발견하였다.

표제어: 서비스 복잡성, 개인-직업 적합성, 역할행동, 역할 외 행동, 내부시장 지향성

접수일(2024년 11월 28일), 수정일(2024년 12월 09일), 게재확정일(2024년 12월 12일)

\* 제1저자, 국립안동대학교 경영회계학부 조교수, soung@anu.ac.kr

\*\* 교신저자, 경남대학교 보건의료정보학과 조교수, rabbit0819@kyungnam.ac.kr

## 1. 서론

서비스 산업인 의료서비스 산업에서 의료서비스 제공자는 의료산업과 관련된 서비스를 전달함과 동시에 고객과 의료서비스 조직을 연결하는 경계확장 역할도 담당한다(Yoo et al., 2014). 의료서비스 조직은 높은 수준의 의료서비스를 고객에게 제공할 것이라고 약속하는 반면, 해당 약속을 실질적으로 구현하는 것은 의료서비스 제공자이다(Bitner, 1995; Gronroos, 1994). 이에 따라, 고객은 의료서비스 제공자와 상호작용이 일어나는 과정에서 의료서비스 조직이 전달하는 서비스에 대한 품질 수준의 인식을 결정한다(Tortosa et al., 2009). 나아가, 의료서비스를 포함한 전문서비스의 영역에서는 서비스를 제공하기 위해 고객과 서비스 제공자 사이에서 나타나는 상호작용이 다른 서비스 산업보다 상대적으로 중요하고 강하기 때문에(Chang et al., 2013), 고객과 상호작용을 시행하는 서비스 제공자를 관리하기 위한 방안이 무엇인지 고민하는 것이 의료서비스 조직에게는 핵심적이다.

선행연구에서는 서비스 영역에서 조직의 성과에 핵심적으로 작용하는 서비스 제공자의 과업행동으로 역할행동 및 역할 외 행동을 제시하고 있다(Rai et al., 2018). 서비스 제공자가 수행하는 역할행동은 고객에게 서비스를 제공하는 과업행동을 수행하는 것으로, 업무와 관련된 개인의 성과뿐만 아니라 조직성도를 결정하는데 직접적으로 작용하는 직업과 관련된 핵심적인 업무행동이다(Katz and Kahn, 1978). 또한 서비스 제공자가 수행하는 역할 외 행동은 업무에서 규정된 역할행동의 범위를 넘어서 자발적으로 수행되는 조직 내 친사회적 행동으로(MacKenzie et al., 1998), 조직 성과에 긍정적으로 영향을 미친다(Rai et al., 2018). 특히, 의료서비스는 서비스 품질과 결과에 대해 고객이 평가하기 어렵기 때문에(Grewal et al., 2007), 고객은 의료

서비스에 대해 높은 위험을 지각한다. 따라서, 고객과 반복적인 상호작용이 일어날 때 의료서비스 제공자는 규정된 역할행동 수행을 충실히 해야 할 뿐만 아니라 역할 외 행동을 수행하여 고객의 지각된 위험 수준을 낮추는 것이 필요하다. 이러한 이유로, 의료서비스 제공자는 직무수행에서 역할행동 및 역할 외 행동을 원활하게 수행할 수 있도록 관리되는 것이 필요하다. 서비스 제공자와 관련된 문헌들에서는 서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동을 촉진하기 위한 방안을 주로 논의하고 있다. 구체적으로, 윤리적 리더십이나 임파워링 리더십과 같은 리더십 관련된 요인(Islam et al., 2021; Raub and Robert, 2010) 및 조직이 제공하는 보상 프로그램(Rai et al., 2018; Yap et al., 2009), 직무열정과 같은 서비스 제공자의 개인적 특성(Astakhova and Ho, 2018) 등을 서비스 제공자의 역할행동 및 역할 외 행동을 증가시키는 선행요인으로 제시하고 있으며, 이를 통한 관리방안을 모색하고 있다. 이처럼 서비스 제공자의 업무행동을 촉진시키기 위한 통찰을 선행연구를 통해 확인할 수 있는 반면, 서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동을 감소시킬 수 있는 요인들에 대한 논의가 부족하다는 연구의 한계도 동시에 발견된다. 서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동에 대하여 특정한 측면에서 영향력을 미치는 요인들만 집중되어 살펴보는 것은 현상에 대한 제한적인 이해만 제공할 수 있다.

본 연구에서는 의료산업에 초점을 맞추어 서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동을 감소시키는 구체적인 선행요인을 특정하고 해당 요인의 역할을 탐색하고자 하였다. 이를 위해, 본 연구에서는 서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동에 영향을 주는 구체적인 선행요인으로 서비스 복잡성을 설정하였다. 의료서비스와 같은 전문서비스에서는 고객은 제공받는 서비스에 대해 매우 복잡한 것으로 인식한다는 핵심적인 특징이 있기 때문에(Hausman, 2003; Mikolon et al., 2015), 의료서비스 조직은 서비스

복잡성이 서비스 제공자에게 미치는 영향력을 확인할 필요가 있다. 또한, 본 연구에서는 서비스 복잡성이 의료서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동에 영향을 미치는 과정에서 개인-직업 적합성의 인지적 과정을 거칠 것으로 살폈다. 개인-직업 적합성은 직업과 서비스 제공자 사이에 필요한 조건들이 서로 일치하는지를 판단하는 인지적 요인으로 서비스 제공자의 태도 및 행동을 설명하는데 핵심적인 요소이다(Lee and Yoo, 2023). 따라서, 서비스 복잡성이 의료서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동에 미치는 영향 사이에 존재하는 인지적 측면의 요인으로 개인-직업 적합성을 설정함으로 심리적 과정에 대한 설명을 제공하였다. 나아가, 본 연구에서는 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 영향력을 의료서비스 조직의 내부시장 지향성이 조절하는지를 확인하였다. 서비스 복잡성은 의료서비스의 직무 특성 중 하나이기 때문에(Mikolon, et al., 2015), 의료서비스 조직은 성과를 향상시키기 위하여 조직 차원에서 서비스 복잡성을 관리하기 위한 노력을 기울이는 것이 필요하다. 내부시장 지향성은 서비스 조직이 서비스 제공자를 내부의 고객으로 인식하고 직무적 측면에서 필요 및 요구를 충족시켜 조직성과를 관리하고자 수행하는 내부마케팅 활동이기 때문에(Yu et al., 2019), 서비스 복잡성을 완화시키기 위한 의료서비스 조직의 대응적 측면이 될 수 있다. 본 연구는 이러한 과정을 통해 의료서비스 조직 차원에서 서비스 복잡성의 영향력을 관리하고 긍정적인 직무행동을 유도할 수 있는 이론적이고 실무적인 시사점을 제시하고자 하였다.

## 2. 이론적 배경 및 가설 설정

### 2.1 서비스 복잡성

서비스 영역에 포함된 많은 산업 중 전문서비스로 인식되는 서비스의 경우 서비스 제공자와 고객 사이에서 높은 상호작용이 발생할 뿐 아니라 서비스 측면에서 다수의 기능이 포함되기 때문에 고객은 해당 서비스를 복잡한 것으로 인식하는 경향이 있다(Hausman, 2003; Johnson et al., 1996; Reid, 2008; Thakor and Kumar, 2000). 특히, 의료서비스는 복잡성이 높은 것으로 인식되는 대표적인 서비스 산업 중 하나이다(Mikolon, et al., 2015). 전문서비스의 영역에서 다양한 기능을 정밀하게 구조화하여 고객에게 전달하려는 경우에는 서비스를 구성하는 요소의 수가 증가하고, 서비스 구성요소 사이에 존재하는 다수의 상호작용이 복잡하게 얽혀진다. 이에 관한 결과로 개인이 서비스를 통하여 의도한 결과를 얻기 위해서는 서비스에 대한 구성요소의 수와 구성요소들 사이의 상호작용에 관한 많은 양의 정보가 요구된다(Kreye et al., 2015). 따라서, 서비스 복잡성은 서비스를 이해하는 것과 관련되어 개인에게 나타나는 인지적인 어려움과 연관이 있다(Mikolon et al., 2015). 서비스 복잡성에 대한 인식은 개인의 지식수준과 인지능력에 따라 다르게 나타날 수 있는데, 이는 서비스 복잡성이 개인에게 주관적인 차원에서 형성되는 것을 의미한다(Alba, 1983; Malhotra, 1982; von Nordenflycht, 2010). 한 예로, 의료적 지식이 낮은 고객에 비하여 의료적 지식이 높은 고객의 경우에는 개인의 건강상태에 대한 이해와 요구되는 의료 서비스, 서비스가 수행되는 과정 등을 더 쉽게 이해할 수 있다. 이와 같이, 특정 서비스에 대하여 전문적인 지식을 가진 고객은 해당 정보를 보다 능률적으로 처리할 수 있게 된다(Alba, 1983; Alba and Hutchinson, 1987). 서비스 복잡성은 고객 측면에서만 적용되는 개념은 아니며, 고객과 동일하게 서비스 제공자의 측면에서도 서비스 복잡성이 발생한다. 특정 서비스를 제공한 경험이 많은 서비스 제공자의 경우에는 서비스 제공의 경험이 상대적으로 부족한 신입 서비

스 제공자에 비하여 해당 서비스에 대하여 다양한 경험과 지식을 누적하고 있기 때문에 정보 처리의 양이 더욱 많고 서비스 전달이 더욱 능숙하다(Mikolon et al., 2015). 따라서, 서비스 복잡성의 개념은 서비스를 매개로 고객과 접점에 있는 서비스 제공자에게도 동일하게 적용된다.

## 2.2 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 영향

서비스 영역에서 수행된 선행연구에서는 서비스 제공자와 직무환경이 일치하는 경우 서비스 조직은 지속가능성을 달성할 수 있음을 언급하고 있다(Lam et al., 2018). 여기서 서비스 제공자가 직무환경과 일치한다는 개념은 직업적 환경을 반영하는 다양한 요인들이 서비스 제공자 자신의 개인적인 특성과 일치함을 인지적인 측면에서 인식하는 것으로 개인-환경 적합성(person-environment fit)이란 명칭으로 언급된다. 나아가, 서비스 제공자의 직업적 환경을 구성하는 다양한 측면들이 존재함으로써 개인-조직 적합성(person-organization fit)과 개인-팀 적합성(person-team fit), 개인-역할 적합성(person-role fit), 개인-상사 적합성(person-supervisor fit), 개인-개인 적합성(person-person fit), 개인-고객 적합성(person-customer fit) 등 개인-환경 적합성을 반영하는 다양한 요인들이 선행연구에서 제시되었다(DeRue and Morgeson, 2007; Kristof-Brown et al., 2005; Yang et al., 2008; Yoo, 2016). 이 중에서도 개인-직업 적합성(person-job fit)은 개인과 직업 자체에서 나타나는 특수한 조건 및 자격이 서로 일치하는지를 반영하는 개념이며(Lee and Yoo, 2023), 개인-환경 적합성의 가장 핵심적인 요인으로 인식되어 선행연구에서 주목받고 있다(Lee and Yoo, 2023; Shen et al., 2018),

의료서비스 제공자 관점에서 개인-직업 적합성은 개인의 측면에서 직업에 요구하는 적합성과 직업적 측면에서 개인에게 요구되는 적합성의 두 가지 차원의 적합성을 반영한다(Tims et al., 2016). 우선, 직업적 측면에서 개인에게 요구되는 적합성은 의료서비스를 제공하기 위해 필요한 지식과 기술, 역량 등 다양한 조건들에 대해 개인이 이를 충족할 수 있는지와 관련이 있으며, 이를 능력-요구 적합성(abilities-demand fit)이라고 한다. 다음으로, 개인의 측면에서 직업에 요구하는 적합성은 직업을 수행함으로써 의료서비스 제공자가 얻게 되는 소득 수준 및 인관관계, 직업을 통한 자아의 실현 등과 같은 부분이 개인의 기대를 충족하는지와 관련이 있으며, 이를 필요-제공 적합성(needs-supplies fit)이라고 한다(Lee and Yoo, 2022). 개인-직업 적합성을 살펴본 초기의 연구에서는 능력-요구 적합성과 필요-제공 적합성을 구분하여 개념을 구성하는 반면, 이후의 연구에서는 두 하위 개념을 통합하여 개인-직업 적합성의 개념으로 제시하고 있다(Yoo, 2013).

인지적인 측면에서 복잡성이 높은 서비스의 경우에는 상대적으로 복잡성 수준이 낮은 서비스에 비해 서비스 제공자가 고객에게 더 많은 설명을 하는 것이 요구될 뿐만 아니라 서비스 수행을 위해 더 많은 인지적 자원을 필요로 하게 된다(Thompson et al., 2005). 서비스 제공자와 상호작용을 수행하는 고객은 복잡성이 높은 서비스에 대해 지각하는 위험의 수준이 높아지며, 이에 따라 서비스를 제공받는 것에 대하여 높은 불확실성을 가진다. 이러한 이유로, 고객은 서비스를 제공받는 것에 대한 불확실성을 해소하기 위해 전문지식을 필요로 한다(Homburg et al., 2011; McQuiston, 1989). 따라서, 의료서비스 제공자는 고객에게 의료서비스에 대한 전문적인 설명을 제공하는 것을 요구받게 된다. 이에 따라, 의료서비스 제공자는 의료정보에 대한 전문적이고 다양한 지식을 습득하는 것이 요구되며, 직업을 수행하

기 위해 요구되는 기술 및 지식, 역량의 수준은 높아지게 된다. 뿐만 아니라, 의료서비스 제공자의 입장에서 의료서비스와 관련된 방대하고 높은 수준의 전문적인 정보습득을 위한 노력과 이를 고객에게 설명하기 위하여 나타나는 상호작용 수준의 증가 등이 나타나게 되는데, 이는 의료서비스 제공자에게는 업무 수행을 위한 추가적인 과업이 되며 심리적 비용으로 나타난다. 반면에, 의료서비스 제공자는 의료서비스 조직으로부터 제공받는 소득이나 보상은 일반적으로 정액 급여이기 때문에 이러한 추가적인 과업 및 심리적 비용에 대하여 기대하는 보상수준은 충족되지 못할 수 있다. 종합하면, 의료서비스의 복잡성 특성은 의료서비스 제공자에게 직업에 대한 능력-요구 적합성을 만족시키기 위한 기준은 높이는 반면, 의료서비스 제공자의 입장에서 요구되는 필요-제공 적합성 수준은 낮추게 할 것으로 예측된다. 이 유로 본 연구에서는 다음의 가설을 설정하였다.

가설 1. 서비스 복잡성은 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 부정적으로 작용할 것이다.

### 2.3 역할행동 및 역할 외 행동에 대한 개인-직업 적합성의 영향

서비스 업무환경은 상호의존적이고 불확실성이 높기 때문에 서비스 제공자들에게는 규정된 업무역할을 수행함과 동시에 업무의 범위에서 벗어난 역할까지 수행해야 하는 경우가 생긴다(Griffin et al., 2007). 이에 따라, 기존에 수행된 서비스 관련 문헌에서는 서비스 제공자가 수행하는 정형화된 직무행동 및 재량에 의해 수행하는 직무행동에 관심을 보였으며, 직무적 역할이 정형화된 것인지 또는 재량에 의한 것인지에 따라 역할행동과 역할 외 행동으로 구분해오고 있다(Katz and Kahn, 1978; Raub and Robert, 2010; van Loon et al., 2017). 여기

서 역할행동은 서비스 제공자가 수행하는 업무에 대한 역할 요구사항을 의미하며(van Loon et al., 2017), 공식적인 업무역할이 할당되어 의무와 책임이 부여된다(Van Dyne et al., 1995). 반면, 역할 외 행동은 조직에 도움을 주는 행동이긴 하지만 공식적으로 요구되거나 보상으로 연결되지 않는 행동이며(Lemmon and Wayne, 2015; van Loon et al., 2017), 따라서 책임과 의무가 있는 공식적인 업무의 범위는 아니지만 조직에 유익한 업무행동을 재량적으로 수행하는 것을 의미한다(Van Dyne et al., 1995).

역할행동은 Katz and Kahn (1978)이 처음 개념화 하였으며, 서비스 조직과 서비스 제공자의 생산성에 직접적으로 기여하는 핵심 업무행동으로 규정하였다. 의료서비스 조직은 직무기술서를 통하여 의료서비스 제공자가 수행해야 하는 업무행동을 명시적으로 규정하고 있으며, 이로 인하여 업무에서 수행하기를 바라는 활동을 이끌어낸다(Yap et al., 2009). 한편, 역할 외 행동에 대하여 Katz(1964)는 서비스 조직이 명시한 요구사항 이외의 확장된 업무행동으로 규정하며 처음으로 개념화 하였다. 의료서비스 제공자의 관점에서 역할 외 행동은 의료서비스 제공자의 재량에 따라 수행하는 업무와 관련된 행동이기 때문에 직무기술서에 명시적으로 기록되어 있지 않지만, 조직의 성과에 대해 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 선행연구에서는 언급하고 있다(Podsakoff et al., 1997; Yap et al., 2009).

서비스 제공자는 고객에게 서비스를 제공하기 위한 역량 및 지식, 기술을 충분히 갖추고 있을 때 높은 품질의 서비스를 제공할 수 있다. 특히, 의료서비스의 경우에는 서비스를 제공하기 위해서 높은 수준의 전문적인 지식과 기술, 역량을 필요로 하기 때문에 업무수행을 위해서는 서비스 제공을 위해 요구되는 충분한 수준의 지식과 역량이 요구된다(Yoo, 2013). 결국, 의료서비스 제공자는 직업이 요구하는 능력-요구 적합성을 충족시켜야 의료서비스를 제공

하기 위한 역할행동을 수행할 수 있다. 한편, 의료서비스 제공자는 직업을 통해 자신이 원하는 직업적 목표를 달성하고 높은 보상을 획득하기 위해서는 고객이 인식하기에 높은 품질의 서비스를 제공할 필요가 있다. 의료서비스 제공자가 좋은 품질의 의료서비스를 제공하기 위해서는 의료서비스 제공자에게 업무로 규정된 역할 이외의 업무 관련된 행동을 수행하는 것이 요구된다. 고객은 일반적으로 서비스에 대한 위험성을 높게 인지하기 때문에(Mikolon et al., 2015), 직업행동에 대해 규정된 역할행동만 수행하는 것으로는 질 좋은 서비스 제공이 어렵다. 이러한 이유로, 의료서비스 제공자의 높은 개인-직업 적합성은 역할행동 및 역할 외 행동을 증가시킬 것으로 예측할 수 있다. 따라서, 다음의 가설을 본 연구에서 설정하였다.

가설 2. 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성은 역할행동에 긍정적으로 작용할 것이다.

가설 3. 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성은 역할 외 행동에 긍정적으로 작용할 것이다.

## 2.4 내부시장 지향성의 조절효과

내부시장 지향성은 서비스 제공자와 서비스 조직 사이에서 발생하는 사회적 교환을 토대로 한 내부마케팅에 근거한다. 사회적 교환 이론(social exchange theory)에서는 서비스 조직이 내부의 서비스 제공자와 교환관계를 구축하여 서비스 제공자의 태도 및 행동에 영향을 줄 수 있음을 언급하며 내부 마케팅의 중요성을 부각한다(Yu et al., 2019). 서비스 제공자와 서비스 조직 사이에는 사회적 교환이 수행되며 내부시장이 구축되는데(Lee and Jeong, 2022), 이때 교환을 수행하기 위해 시행되는 관계적 상호작용을 통하여 시장 내에서의 교환이 더욱 활발히 일어나는 구조를 형성할 수 있다

(Bagozzi, 1975). 사회적 교환을 이루는 당사자들은 장기적으로 교환을 통한 혜택을 누리기 위하여 상호의무를 바탕으로 한 사회적 교환을 수행하기 때문에(Cropanzano and Mitchell, 2005), 서비스 제공자는 서비스 조직을 대상으로 얻을 수 있을 것으로 기대되는 보상에 기반하여 교환을 수행하려는 자발적인 의도를 형성하고 사회적인 관계를 구축한다(Blau, 1964). 서비스 제공자는 높은 수준의 복지를 제공받는 것 등과 같은 부분을 서비스 조직에 대해 기대하며, 이러한 기대를 서비스 조직으로부터 충족되는 것으로 인식하게 되면 서비스 제공자는 서비스 조직에게 호의적인 태도와 행동을 나타내게 된다(Allen and Shanock, 2013). 결국, 서비스 조직의 내부 마케팅은 서비스 제공자의 심리적인 측면과 업무 행동을 관리하기 위한 실행 방안으로 제시될 수 있다(Lee and Jeong, 2022).

선행연구에서는 의료서비스 제공자에 대하여 내부 마케팅을 시행할 수 있는 구체적인 방안으로 내부시장 지향성을 제시하고 있다(Tortosa Edo et al., 2015). 내부시장 지향성은 서비스 제공자를 서비스 조직 내의 고객으로 인지하여 필요 및 욕구를 살피고 이를 충족하려는 과정을 반영하며, 내부정보 생성(internal information generation), 내부정보 의사소통(internal information communication) 그리고 내부시장에 대한 반응(responsiveness to the internal market)이라는 구체적인 하위요소로 구성된다(Fang et al., 2014; Lings and Greenley, 2005). 내부정보 생성은 의료서비스 조직이 서비스 제공자의 필요 및 요구를 확인하는 것과 관련이 있으며 업무수행을 위해 의료서비스 제공자가 지각하는 직업 및 직무에 필요한 사항 등의 정보를 얻는 활동을 통해 수행된다. 이는 의료서비스 제공자와 개별적인 상호작용으로 정보를 획득하는 비공식적 방식 혹은 인터뷰나 설문조사 같은 공식적 방식이 활용될 수 있다(Fang et al., 2014). 내부정보 의사소통은 의료서비스 조직의 관리자 계층과 의료서비

스 제공자 사이의 정보전달 수준을 반영한다. 내부 정보 의사소통 수준이 높으면 의료서비스 조직의 목표와 전략을 서비스 제공자에게 쉽게 전달할 수 있을 뿐 아니라 의료서비스 제공자의 필요와 요구에 대해 조직의 관리계층이 쉽게 파악할 수 있다(Lings, 2004). 마지막으로, 내부시장에 대한 반응은 의료서비스 제공자로부터 얻은 정보를 바탕으로 의료서비스 제공자의 기대와 필요에 대한 의료서비스 조직의 반응을 의미한다(Carter and Gray, 2007; Gounaris, 2006). 의료서비스 제공자는 자신의 직업을 통해 직업에 대한 긍정적인 인식과 더불어 성취감, 사회적 지위, 금전적인 혜택 등을 얻기 위하여 개인이 가진 자원을 활용한다(Lings and Greenley, 2005; Sasser and Arbeit, 1976). 따라서, 의료서비스 조직은 의료서비스 제공자의 필요를 파악하기 위한 내부정보를 생성하고, 조직 관리자 계층은 이를 잘 전달받아 의료서비스 제공자의 필요를 만족시켜주기 위한 정책 및 직무구조를 설계하여 실행시킨다면 직업에 대한 의료서비스 제공자의 긍정적인 인식과 만족을 증가시킬 수 있다(Lings and Greenley, 2005; Tansuhaj et al., 1987).

복잡성이 높은 서비스는 지각된 위험이 증가하기 때문에 고객에게 많은 설명과 인지적 자원을 요구한다(Thompson et al., 2005). 의료서비스와 같이 복잡성이 높은 서비스와 관련하여 고객은 자신의 판단에 따라 서비스를 결정하는 부분에 불확실성을 느끼며, 따라서 불확실성을 낮추거나 해소하기 위해 전문적인 지식을 의료서비스 제공자에게 요구한다(Homburg et al., 2011; McQuiston, 1989). 의료서비스 제공자는 고객에게 서비스를 잘 전달하기 위해 요구되는 고객의 이러한 요구들에 대응해야 하며, 이를 수행하기 위하여 직무와 관련한 전문적인 정보습득 노력과 전문지식 전달을 위한 고객과의 상호작용이 증가하게 된다. 결국, 의료서비스 제공자는 서비스 복잡성에 대응하기 위해 직무와 관련된 다양

한 노력을 기울이는 것이 요구되어 심리적 비용이 증가하게 된다. 이 때, 서비스 조직은 서비스 복잡성에 대한 의료서비스 제공자의 대응에 도움이 되거나 혹은 서비스 조직에 기대하는 부분들에 대한 정보를 생성하고 의사소통하며 정책적으로 반영하는 등의 내부시장 지향성을 시행하여 업무수행에 도움을 줄 수 있다(Lings, 2004; Lings and Greenley, 2005). 서비스 조직의 지원은 서비스 제공자에게 심리적 비용을 완화시키는 자원의 측면이 되기 때문에(Bakker and Demerouti, 2007; Lee and Han, 2020), 의료서비스 조직의 내부시장 지향성은 의료서비스 제공자의 직무와 관련된 심리적 비용을 완화시킬 수 있다. 종합적으로, 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 부정적인 영향력을 의료서비스 조직의 내부시장 지향성은 완충시킬 것으로 예측된다. 이에 따라, 본 연구에서는 다음의 가설을 설정하였다.

가설 4. 의료서비스 조직의 내부시장 지향성은 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 부정적인 영향력을 완화시킬 것이다.

본 연구에서는 수립된 가설을 바탕으로 <Fig. 2-1>과 같이 연구모형을 설정하였다.

### 3. 연구방법

#### 3.1 구성개념의 측정

연구모델에 나타난 구성개념을 측정하기 위하여 본 연구에서는 선행연구에서 해당 구성개념을 측정하기 위해 활용된 문항을 채택하여 설문을 구성하였다. 우선, 서비스 복잡성은 서비스를 이해하기 위해 개인에게 나타나는 인지적인 어려움을 의미하며

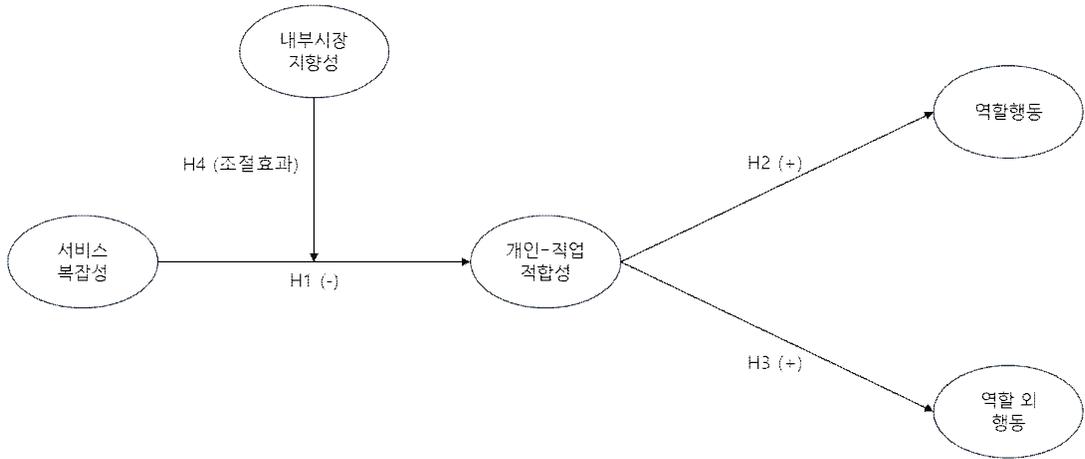


Fig. 2-1 Research Model

(Mikolon et al., 2015), Homburg et al.(2011)의 연구에서 활용된 세 가지 문항으로 측정하였다. 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성은 의료서비스 제공자와 의료서비스 제공자의 직업 사이에 나타나는 특수한 요인들이 상호보완적으로 일치되는 정도를 의미하며(Kristof-Brown et al., 2005), Saks and Ashforth(1997)의 연구에서 활용된 네 가지 문항으로 측정하였다. 역할행동은 의료서비스 제공자가 직무와 관련하여 핵심적으로 수행하는 업무행동을 의미하며(Rai et al., 2018), Bettencourt et al. (2005)의 연구에서 활용된 네 가지 문항으로 측정하였다. 역할 외 행동은 의료서비스 조직이 명시한 업무 관련 활동의 범위를 넘어선 확장된 업무행동을 의미하며(Rai et al., 2018), Bettencourt and Brown (1997)의 연구에서 활용된 네 가지 문항으로 측정하였다. 마지막으로, 내부시장 지향성은 의료서비스 조직이 의료서비스 제공자에 대한 정보를 생성 및 전달, 대응하는 일련의 과정을 의미하며(Fang et al., 2014), Yu et al. (2019)의 연구에서 활용된 열 가지 문항을 통해 측정하였다. 구체적인 측정 문항은 <Tab. 3-1>을 통해 확인할 수 있다.

### 3.2 데이터 수집 및 인구통계적 특성

본 연구에서는 가설검증을 수행하기 위해 의료서비스 산업에 종사하는 종사자 중 고객과의 접점에서 서비스를 제공하는 의료서비스 제공자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 구체적으로, 설문조사는 부산과 경남지역 내의 중대형 병원의 간호사와 행정직원, 의료기사를 대상으로 수행되었다. 데이터의 수집을 위해 총 320부의 구조화된 설문지가 배포되었으며, 287부를 회수하였다. 회수된 설문지 중 설문응답에 결측치가 존재하거나 혹은 부실하게 응답된 14부를 제외하였다. 최종적으로 가설검증을 위하여 분석에 사용된 설문응답자의 데이터는 273개로 확정하였다. 전체 데이터 중 간호사로 응답한 사람은 140명(51.3%)이었으며, 행정직원은 100명(36.6%), 의료기사는 33명(12.1%)인 것으로 확인되었다.

수집된 데이터에 대한 인구통계적 특성은 다음과 같다. 성별의 경우 여성이 222명(81.3%)이며 남성이 51명(18.7%)으로 나타났다. 연령은 20대라고 기록한 응답자가 85명(31.1%)으로 확인되었고, 30대라고 기록한 응답자 88명(32.2%), 40대라고 기록한 응답자 62명(22.7%), 50대 이상으로 기록한

응답자가 38명(13.9%)으로 확인되었다. 학력의 경우 전문대학 졸업자가 70명(25.6%)이었으며, 대학교 졸업으로 기록한 응답자 188명(68.9%), 대학원 재학 또는 졸업으로 기록한 응답자가 15명(5.5%)으로 확인되었다. 근무기간의 경우 3년 미만으로 답한 응답자가 85명(31.1%)이었으며, 3년 이상 6년 미만으로 답한 응답자 78명(28.6%), 6년 이상 9년 미만으로 답한 응답자 56명(20.5%), 9년 이상 12년 미만으로 답한 응답자 34명(12.5%), 12년 이상으로 답한 응답자 20명(7.3%)이었다. 급여수준은 월 200만원 미만으로 답한 응답자가 88명(32.2%)

이었으며, 200만원 이상 300만원 미만으로 답한 응답자 103명(37.7%), 300만원 이상 400만원 미만으로 답한 응답자 60명(22.0%), 400만원 이상으로 답한 응답자 22명(8.1%)으로 나타났다. 인구통계적 특성에 대한 구체적인 내용은 <Tab. 3-2>를 통해 확인할 수 있다.

#### 4. 실증분석

##### 4.1 구성개념에 대한 신뢰성 및 타당성 확인

Tab. 3-1 Measurement Items

구성개념	측정문항	출처	
서비스 복잡성	1. 우리가 제공하는 의료서비스를 이해하는데 많은 설명이 필요하다. 2. 우리가 제공하는 의료서비스는 전문적인 지식이 있어야 평가할 수 있다. 3. 우리가 제공하는 의료서비스는 상당히 높은 전문지식을 필요로 한다.	Homburg et al. (2011)	
개인-직업 복잡성	1. 내 직업은 나에게 잘 어울린다. 2. 내 직업은 평소에 내가 원하던 것들을 실현할 수 있게 한다. 3. 내 직업은 내가 평소에 하고 싶어 했던 직업이다. 4. 나의 지식과 능력, 기술, 재능은 내 직업에 꼭 필요한 부분들이다.	Saks and Ashforth (1997)	
역할행동	1. 나는 환자에게 제공하는 서비스와 관련하여 병원의 가이드 라인을 잘 따른다. 2. 환자의 문제나 요청에 대해 제 시간에 조치를 취한다. 3. 나는 언제나 성실한 태도로 환자에게 약속된 서비스를 이행한다. 4. 어떠한 상황에서도 환자를 매우 정중하고 공손하게 대한다.	Bettencourt et al., (2005)	
역할 외 행동	1. 나는 직업적인 요구가 아니더라도 자발적으로 환자를 돕는다. 2. 환자의 문제나 요구가 나의 업무범위를 넘어서더라도 환자를 기꺼이 돕는다. 3. 나는 환자에게 서비스를 제공할 때 직업적 범위를 넘더라도 서비스를 수행한다. 4. 환자를 만족시키기 위해서 나의 업무 영역이 아니더라도 최선을 다한다.	Bettencourt and Brown (1997)	
내부시장 지향성	내부정보 생성	1. 병원은 업무에 대한 구성원의 생각을 확인하기 위해 공식적인 조사를 실시한다. 2. 병원은 고용의 질을 평가하기 위한 설문을 최소한 1년에 한번씩 실시한다. 3. 병원은 구성원들이 무엇을 원하는지 확인하기 위한 회의를 정기적으로 개최한다.	Yu et al. (2019)
	내부정보 의사소통	1. 병원 의사결정자들은 병원의 내부정책을 변화시키기 이전에 구성원들이 우려할 수 있는 사항들에 대하여 사전에 설명해준다. 2. 병원은 구성원들이 업무수행에 대한 문제가 생길 때 이를 성실히 경청한다. 3. 병원은 구성원들이 필요로 할 때 언제든지 대화를 하려고 한다.	
	내부시장에 대한 반응	1. 병원은 구성원들의 요구를 반영하여 직무설계 및 교육 프로그램 선택, 개인의 개발을 위한 노력을 수행한다. 2. 병원은 구성원들의 역량개발 계획에 대해 구성원들이 원하는 방향으로 수행되는지 정기적으로 확인한다. 3. 병원의 직무정책은 구성원들이 실제 필요한 부분에 집중되어 수행한다. 4. 만일 병원이 훌륭한 직무정책을 개발한다면 해당 정책을 적시에 시행할 수 있을 것으로 생각한다.	

Tab. 3-2 Demographic Characteristics

구분		빈도	비율
성별	남성	222명	81.3%
	여성	51명	18.7%
연령	20대	85명	31.1%
	30대	88명	32.2%
	40대	62명	22.7%
	50대 이상	38명	13.9%
학력	전문대 졸업	70명	25.6%
	대학교 졸업	188명	68.9%
	대학원 졸업 및 재학	15명	5.5%
근무기간	3년 미만	85명	31.1%
	3년 이상 ~ 6년 미만	78명	28.6%
	6년 이상 ~ 9년 미만	56명	20.5%
	9년 이상 ~ 12년 미만	34명	12.5%
	12년 이상	20명	7.3%
급여	월 200만원 미만	88명	32.2%
	월 200만원 ~ 300만원 미만	103명	37.7%
	월 300만원 ~ 400만원 미만	60명	22.0%
	월 400만원 이상	22명	8.1%

본 연구에서는 연구가설을 검증하기 이전에 제안된 구성개념의 측정척도에 관한 신뢰성 및 타당성을 검토하였다. 구성개념의 측정척도에 대한 신뢰성은 크론바흐 알파(cronbach 's  $\alpha$ )를 통한 내적일관성 및 복합신뢰도(composite reliability: CR)의 수준을 확인하여 살펴보고, 타당성의 경우 수렴타당성과 판별타당성을 검토하기 위해 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis: CFA)을 실시하였다(Nunnally, 1978; Fornell and Larcker, 1981). 수렴타당성의 경우 구성개념의 측정척도에 대한 표준화 적재치와 통계적 유의성, 구성개념의 복합신뢰도 및 평균분산추출(average variance extracted: AVE)의 수준, 확인적 요인분석의 모델 적합성 등을 종합적으로 고려하여 검토하였으며, 판별타당성은 각 구성개념 사이에서 확인되는 상관관계와 개별 구성개념의 AVE 제곱근 값을 서로 비교하여 확인하였다(Hair et al., 2010). 일반적으로 내적일관성과 CR은 0.7 이상 그리고 AVE 값은 0.5 이상인 경우 신뢰성과 수렴타당성이 확보될 수 있고, 판별타당성의 경우 개별 구성개념의 AVE 제곱근 값이 각 구

성개념 사이에서 확인되는 상관관계보다 높을 때 확보될 수 있다.

한편, 본 연구에서는 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 부정적인 영향력을 의료서비스 조직의 내부시장 지향성이 완화할 것으로 예측하였는데, 내부시장 지향성의 구성개념은 내부정보 생성과 내부정보 의사소통, 내부시장에 대한 반응이라는 세 가지의 1차적 잠재요인으로 구성된 2차적 구성요인(second-order factor)으로 제시되었다. 이에 따라, 본 연구에서는 연구모델에 제시된 구성개념에 대한 신뢰성 및 타당성을 검토하기 이전에 내부시장 지향성을 구성하는 1차적 잠재요인들을 대상으로 확인적 2차 요인분석을 실시하여 내부시장 지향성이라는 2차적 구성요인으로 제시할 수 있는지를 우선적으로 확인하였다. 확인적 2차 요인분석은 두 계층을 반영하는 구조로 형성된 구성개념의 2차 구조를 검증하는 경우 사용될 수 있다(Hair et al., 2010; Yu et al., 2022). 확인적 2차 요인분석을 수행한 결과 모델의 적합도는  $\chi^2 = 108.46(df = 32, p = 0.00)$ , CFI = .963, GFI = 918, NFI = 949, IFI = .963, TLI = .948, RMR = .027로 확인되었다. 2차적 구성요인에 대한 1차적 잠재요인의 추정계수는 통계적으로 유의하며 기준을 상회하였다. 또한, CR과 AVE도 기준을 충족하였다. 이에 따라, 내부시장 지향성을 구성하는 세 가지 1차적 잠재요인들은 단일의 2차적 구성요인으로 수렴되는 것을 확인하였다. 내부시장 지향성에 대한 확인적 2차 요인분석결과는 <Tab. 4-1>를 통해 확인할 수 있다.

본 연구에서 제시된 구성개념의 신뢰성과 수렴타당성을 확인하기 위하여 수행된 확인적 요인분석의 결과는 다음과 같다. 우선 확인적 요인분석의 모델 적합도는  $\chi^2 = 513.34(df = 265, p = .00)$ , GFI = .861, CFI = .944, NFI = .892, TLI = .937, IFI = .944, RMR = .031, RMSEA = .059로 확인되었다. 또한 구성개념의 측정척도에 대한 표준

화 적재치는 통계적으로 유의하였으며, 내적일관성과 CR, AVE도 기준을 충족하였다. 한편, 판별타당성 결과를 확인한 결과 판별타당성이 확보된 것을 확인하였다. 따라서, 본 연구에서는 신뢰성과 타당성이

확보된 것으로 판단하였다. <Tab. 4-2>에서는 수렴타당성 결과를 그리고 <Tab. 4-3>에서는 판별타당성 결과를 확인할 수 있다.

Tab. 4-1 Results of Second Order Confirmatory Factor Analysis

구성개념	$\lambda^a$	Cronbach 's $\alpha$	CR	AVE
내부시장 지향성			0.981	0.944
1. 내부정보 생성	0.937**	.854		
2. 내부정보 의사소통	0.971**	.885		
3. 내부시장에 대한 반응	0.933**	.890		

$\chi^2 = 108.46(df=32, p=0.00)$ , CFI = .963, GFI = 918, NFI = 949, IFI = .963, TLI = .948, RMR = .027

\*\*p < 0.01

Tab. 4-2 Convergent Validity Results

측정변수	표준화 적재치	t-value	CR	AVE	Cronbach 's $\alpha$
서비스 복잡성	0.771	-	.924	.802	.866
	0.888	14.435			
	0.830	13.843			
내부시장 지향성	0.740	-	.969	.755	.945
	0.777	13.185			
	0.797	13.582			
	0.802	13.607			
	0.820	13.885			
	0.844	14.345			
	0.795	13.409			
	0.779	13.078			
	0.807	13.599			
	0.787	13.252			
개인-조직 적합성	0.802	-	.928	.764	.878
	0.794	14.089			
	0.822	14.751			
	0.787	13.809			
역할행동	0.674	-	.905	.705	.842
	0.774	10.964			
	0.862	11.616			
	0.722	10.273			
역할 외 행동	0.778	-	.921	.746	.866
	0.822	14.037			
	0.747	11.933			
	0.806	13.171			

$\chi^2 = 513.34, df = 265, p = .00, GFI = .861, CFI = .944, NFI = .892, TLI = .937, IFI = .944, RMR = .031, RMSEA = .059$

Tab. 4-3 Discriminant Validity Results

구성개념	M	SD	1	2	3	4	5
1. 서비스 복잡성	3.184	.702	<b>.896</b>				
2. 내부시장 지향성	3.154	.728	-.190**	<b>.869</b>			
3. 개인-직업 적합성	3.147	.738	-.173*	.750**	<b>.874</b>		
4. 역할행동	3.747	.594	-.532**	.277**	.325**	<b>.840</b>	
5. 역할 외 행동	3.338	.673	-.312**	.460**	.540**	.467**	<b>.864</b>

\*\* $p < .01$ , \* $p < .05$

### 4.2 가설검증 결과

본 연구에서는 직접경로로 설정한 가설에 대해 구조방정식 모델링(structural equation modeling: SEM) 기법을 사용하여 가설결과를 검증하였다. 연구모델에 대한 전체적인 모델 적합도는  $\chi^2 = 207.80$  ( $df = 87$ ,  $p = .00$ ),  $GFI = .906$ ,  $CFI = .943$ ,  $NFI = .906$ ,  $TLI = .931$ ,  $IFI = .943$ ,  $RMR = .073$ ,  $RMSEA = .071$ 으로 나타나 전반적으로 수용 가능한 수준임을 확인하였다. 본 연구에서는 가설 1을 통하여 서비스 복잡성이 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 부정적으로 작용할 것으로 예측하였다. 가설을 분석한 결과 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 영향력은 부정적으로 나타났고 통계적으로 유의하였다( $\beta = -0.221$ ,  $p < .01$ ). 따라서, 본 연구에서 제시한 가설 1은 채택되었다. 다음으로 가설 2와 가설 3에서는 의료서비스 제공자의 개인-조직 적합성은 역할행동과 역할 외 행동에 대하여 긍정적인 영향력을

미칠 것으로 예측하였다. 가설 2와 가설 3을 분석한 결과 의료서비스 제공자의 개인-조직 적합성은 의료서비스 제공자의 역할행동( $\beta = 0.369$ ,  $p < .01$ )과 역할 외 행동( $\beta = 0.566$ ,  $p < .01$ )에 대해 긍정적으로 작용할 뿐 아니라, 해당 영향력이 통계적으로 유의하였다. 따라서 가설 2와 가설 3도 채택되었다. 연구모델에서 직접경로로 설정한 연구가설과 관련한 결과는 <Tab. 4-4>를 통해 확인할 수 있다.

### 4.3 내부시장 지향성의 조절효과 검증

본 연구에서는 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 부정적인 영향력을 의료서비스 조직의 내부시장 지향성이 완화시킬 수 있을 것으로 예측하였다. 본 연구에서 제시된 서비스 복잡성과 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성 사이의 의료서비스 조직의 내부시장 지향성의 조절 효과를 검증하기 위하여 Hayes(2013)가 제시한

Tab. 4-4 Results of Hypotheses

가설	가설경로	경로계수	t-value	가설결과
H1	서비스 복잡성 → 개인-직업 적합성	-.221	3.184**	채택
H2	개인-직업 적합성 → 역할행동	.369	4.959**	채택
H3	개인-직업 적합성 → 역할 외 행동	.566	7.680**	채택

\*\* $p < .01$ ,

$\chi^2 = 207.80$ ,  $df = 87$ ,  $p = .00$ ,  $GFI = .906$ ,  $CFI = .943$ ,  $NFI = .906$ ,  $TLI = .931$ ,  $IFI = .943$ ,  $RMR = .073$ ,  $RMSEA = .071$

PROCESS macro 분석을 실시하였다. PROCESS macro는 부트스트래핑(bootstrapping) 분석방법을 기반으로 조절 및 매개효과와 관련된 다양한 연구모형을 설정하여 영향력을 확인할 수 있다(Surucu et al., 2023). 서비스 복잡성과 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성 사이의 의료서비스 조직의 내부시장 지향성의 조절효과를 분석하기 위하여 PROCESS macro에서 model 1을 활용하였다. PROCESS macro에서 model 1은 원인변수가 결과변수에 미치는 영향력에 대하여 단일의 조절효과 변수의 영향력을 확인하기 위한 모델이다. 분석을 위하여 X에는 서비스 복잡성을 투입하였고, Y에는 개인-직업 적합성을 그리고 W에는 내부시장 지향성을 각각 투입하였다. 또한, 인구통계학적 요인인 성별과 연령, 학력, 근무기간, 급여수준은 통제변수로 투입되었다. 분석수준에서 대표본을 5,000으로 그리고 부트스트랩 신뢰구간을 95%로 설정하였다. PROCESS macro에서는 통계적인 유의성을 확인하기 위한 방법으로 신뢰구간에서 상한(upper limit confidence interval: ULCI)과 하한(lower limit confidence interval: LLCI) 사이에 0을 포함하고 있는지 혹은 그렇지 않는지를 확인한다. 만일, LLCI와 ULCI 사이에 0이 포함되면 통계적 유의성이 없는 반면 0이 포함되지 않으면 통계적으로 유의한 것

으로 해석한다. 분석결과는 다음과 같다. 우선, 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 통제변수의 영향력의 경우 성별(coeff = 0,0278, CI = [-0.1058, 0.1614])과 학력(coeff = -0,0180, CI = [-0.0885, 0.0525]), 근무기간(coeff = 0,0127, CI = [-0.0388, 0.0642])은 통계적으로 유의하지 않은 반면, 연령(coeff = -0,0799, CI = [-0.1562, -0.0037])과 급여수준(coeff = 0,0948, CI = [0.0311, 0.1585])은 통계적으로 유의하였다. 의료서비스 종업원의 개인-직업 적합성에 선행변수로 제시되었던 서비스 복잡성은 부정적인 영향력을 미치는 것으로 확인된 반면(coeff = -0,4731, CI = [-0.8852, -0.0610]), 조절효과로 제시된 내부시장 지향성의 영향력은 통계적인 유의성을 확인하지 못하였다(coeff = 0,0559, CI = [-0.4358, 0.5475]). 최종적으로, 서비스 복잡성과 내부시장 지향성의 상호작용항이 개인-직업 적합성에 미치는 영향력을 확인한 결과 통계적 유의성을 확인할 수 있었다(coeff = 0,1545, CI = [0.0268, 0.2821]). model 1에 대한 R<sup>2</sup>는 0.5023로, F-value는 33.3062(p < .05)로 나타났다. 본 연구에서 수행된 조절효과 분석결과는 <Tab. 4-5>를 통해 확인할 수 있다. 본 연구의 결과를 통해 서비스 복잡성과 내부시장 지향성의 상호작용항에 대한

Tab. 4-5 Moderating Effect of Internal Market Orientation

변수	coeff	S.E.	LLCI	ULCI
(constant)	2.8284	.8312	1.1919	4.4649
서비스복잡성	-.4731	.2093	-.8852	-.0610
내부시장 지향성	.0559	.2497	-.4358	.5475
상호작용항(H4)	.1545	.0648	.0268	.2821
성별	.0278	.0679	-.1058	.1614
연령	-.0799	.0387	-.1562	-.0037
학력	-.0180	.0358	-.0885	.0525
근무기간	.0127	.0261	-.0388	.0642
급여수준	.0948	.0323	.0311	.1585

R<sup>2</sup> = 0.5023, F value = 33.3062 (p < .01)

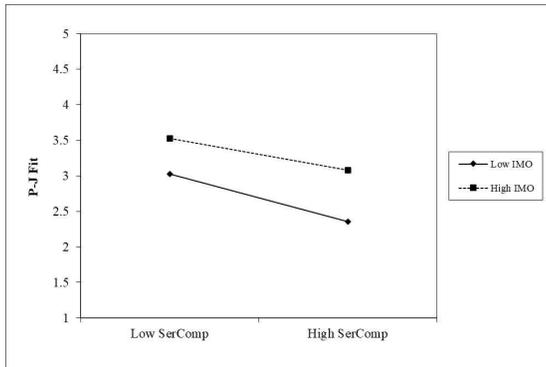


Fig. 4-1 Result of Simple Slope Test

영향력을 확인하였지만, 상호작용항의 크기 및 방향성에 대한 정보는 제한적이다. 따라서, 본 연구는 Aiken et al.(1991)이 제시한 단순기울기 테스트 (simple slope test)를 수행하였다. 단순기울기 테스트를 통해 조절변수에 따른 독립변수의 조건부 영향력을 확인할 수 있다. 단순기울기 테스트를 수행한 결과 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 부정적인 영향력은 낮은 내부시장 지향성 그룹 (Gradient of Slope =  $-0.473$ )이 높은 내부시장 지향성 그룹(Gradient of Slope =  $-0.319$ )보다 강하게 나타난 것으로 확인되었다. 따라서, 의료서비스 조직의 내부시장 지향성은 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 부정적인 영향력을 완충시키는 것으로 확인되었으며, 가설 4는 채택되었다. 단순기울기 테스트 결과는 <Fig. 4-1>을 통하여 확인할 수 있다.

## 5. 결론

### 5.1 연구의 요약

본 연구는 의료산업에 초점을 맞추어 서비스 제공자의 역할행동 및 역할 외 행동을 감소시키는 구체적인 선행요인을 특정하고 해당 요인의 역할을 탐

색하고자 하였다. 이를 위해, 본 연구에서는 의료서비스 제공자의 역할행동 및 역할 외 행동에 영향을 주는 구체적인 선행요인으로 서비스 복잡성을 설정하였다. 또한, 본 연구에서는 서비스 복잡성이 의료서비스 제공자의 역할행동 및 역할 외 행동에 영향을 미치는 과정에서 개인-직업 적합성의 인지적 과정을 거칠 것으로 제안하였다. 나아가, 본 연구에서는 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 영향력을 의료서비스 조직의 내부시장 지향성이 조절하는지를 확인하였다. 본 연구에서는 선행연구를 조사하여 가설 및 연구모형을 구축하였으며, 분석을 수행하기 위하여 의료서비스 산업에 종사하는 종사자 중 고객과의 접점에서 서비스를 제공하는 의료서비스 제공자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 가설을 검증한 결과 서비스 복잡성은 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성을 감소시키는 것을 확인하였다. 그리고 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성은 역할행동 및 역할 외 행동을 증가시키는 것을 검증하였다. 마지막으로, 의료서비스 조직의 내부시장 지향성은 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 대한 서비스 복잡성의 영향력을 완충하는 것을 발견하였다.

### 5.2 연구의 시사점

본 연구의 결과를 통하여 다양한 이론적이고 실무적인 시사점을 논의할 수 있다. 본 연구의 이론적 시사점은 다음과 같다. 우선, 본 연구에서는 의료서비스 제공자의 역할행동 및 역할 외 행동에 영향을 미치는 선행요인으로 서비스 복잡성을 제시하고 영향력을 확인함으로써 선행연구의 한계점을 극복하였다. 선행연구에서는 서비스 영역에서 조직의 성과에 핵심적으로 작용하는 서비스 제공자의 과업행동으로 역할행동 및 역할 외 행동을 제시하여 직무적 행동에 대한 관리의 필요성을 제시하고 있는 반면(Rai

et al., 2018), 역할행동 및 역할 외 행동에 영향을 주는 선행요인들에 대해서는 제한적으로 탐구해오고 있다. 선행연구에서는 서비스 제공자의 역할행동 및 역할 외 행동을 관리하기 위해 리더십 관련된 요인 (Islam et al., 2021; Raub and Robert, 2010) 및 조직이 제공하는 보상 프로그램(Rai et al., 2018; Yap et al., 2009), 직업열정과 같은 서비스 제공자의 개인적 특성(Astakhova and Ho, 2018) 등 개인과 조직에 대한 요인들을 중심으로 확인 되어오고 있을 뿐, 서비스의 특성은 고려되지 못하였다. 특히, 의료서비스는 전문서비스 중 하나로 서비스가 내포하는 복잡성이 높은 반면(Hausman, 2003; Mikolon et al., 2015), 이러한 특성이 의료서비스 제공자의 핵심적 직무행동인 역할행동 및 역할 외 행동에 미치는 영향이 어떤지 고려되지 못하였다. 본 연구에서는 의료서비스 제공자의 역할행동 및 역할 외 행동에 대한 서비스 복잡성의 영향력을 확인함으로써 선행연구의 한계점을 해소하였다. 다음으로, 본 연구에서는 서비스 복잡성과 의료서비스 제공자의 직무행동 사이에 개인-직업 적합성이라는 인지적 심리요인을 제안하여 의료서비스 고유의 특성이 의료서비스 제공자의 직무행동에 영향을 미치는 심리적 과정에 대한 이해를 증가시켰다. 선행연구에서는 개인의 특정 행동이 발생하는 과정을 설명하기 위하여 환경적 요인이 개인의 내부적인 심리과정을 통해 반응행동으로 나타나는 일련의 과정을 설정하고 S-O-R(stimulus-organism-response) model로 제안하였다(Lee and Yoo, 2022; Mehrabian and Russell, 1974). 본 연구에서 제안된 연구모델에서는 의료서비스 제공자의 역할행동 및 역할 외 행동을 직무에 대하여 나타나는 반응행동으로 그리고 이러한 반응행동에 선행하는 환경적 요인으로 서비스 복잡성을 대입시킬 수 있으며, 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성을 환경과 반응행동을 연결시키는 심리적 과정으로 제안하여 S-O-R model의 설명과 일치시킬 수 있다. 이처럼

의료서비스 제공자의 심리적 측면으로 개인-직업 적합성을 제시하여 서비스의 특성이 의료서비스 제공자의 특정 직무행동에 대해 미치는 영향력을 확인하는데 있어 설득력 있는 설명을 제시할 뿐 아니라 의료서비스 제공자에 대한 이해를 확장하였다. 마지막으로, 본 연구에서는 의료서비스 영역에서 서비스 복잡성에 대한 부정적인 영향력을 관리하기 위한 요인으로 의료서비스 조직의 내부시장 지향성을 제시하여 연구의 영역을 확장시켰다. 내부시장 지향성은 서비스 제공자를 내부의 고객으로 인식하고 직무적 측면에서 필요 및 요구를 충족시켜 조직성과를 관리하고자 서비스 조직이 수행하는 내부마케팅 활동이기 때문에(Yu et al., 2019), 의료서비스 조직 차원에서 서비스 복잡성을 완화시키기 위한 대응방안이 될 수 있다. 그러나 선행연구에서는 의료서비스 조직의 내부시장 지향성이 서비스 제공자에게 부정적인 영향을 미치는 요인들에 대하여 어떠한 역할을 수행하는지 확인하지는 못하였다. 본 연구에서는 의료서비스 제공자에 대한 서비스 복잡성의 부정적인 영향력을 완충시키는 내부시장 지향성의 역할을 확인하여 의료서비스 제공자의 직무행동을 관리하기 위한 연구영역의 지평을 넓혔다.

한편, 본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다. 우선, 서비스 복잡성은 의료서비스 제공자의 개인-직업 적합성에 부정적인 영향을 주기 때문에 역할행동 및 역할 외 행동에도 부정적으로 작용할 수 있다. 의료서비스 제공자의 역할행동과 역할 외 행동은 의료서비스 조직의 성과에 영향을 미치는 핵심적인 요인이기 때문에(Rai et al., 2018), 의료서비스 조직은 서비스 복잡성에 대응하기 위한 노력을 기울일 필요가 있다. 의료서비스 제공자가 의료서비스 조직의 서비스를 고객에게 쉽게 설명하거나 혹은 고객에게 서비스 진행 프로세스 등을 잘 전달할 수 있도록 하는 업무매뉴얼을 구축하고, 이를 잘 숙지할 수 있도록 할 필요가 있다. 이러한 노력을 통해 의료서비스 제공자의 업무를 일정부분 구조화시킬 수

있다면 서비스 복잡성에 대응하는데 도움이 될 것이다. 다음으로, 본 연구에서는 서비스 복잡성에 대한 부정적인 영향력을 의료서비스 조직의 내부시장 지향성이 완화시키는 것을 확인하였다. 따라서, 의료서비스 조직은 내부마케팅 차원으로 내부시장 지향성을 강화할 필요가 있다. 이를 수행하기 위해 의료서비스 조직은 조직 내의 구성원들의 요구를 확인하는 것이 요구된다. 구체적으로, 내부구성원의 필요 및 만족수준을 확인하기 위해 주기적인 설문조사를 실시하는 등의 공식적인 방법과 함께, 경영진이 내부구성원들과의 개인적이고 친밀한 관계를 통해 요구사항을 확인하는 비공식적인 방안이 같이 고려되어야 한다(Fang et al., 2014). 이와 더불어, 내부구성원을 대상으로 획득된 필요 및 요구사항에 대하여 경영진이 이를 시의적절하게 확인하는 것이 요구된다. 의료서비스 조직의 내부구성원들이 직무와 관련된 제안사항을 경영진에게 직접적으로 전달할 수 있는 체계를 구축할 필요가 있을 뿐 아니라, 이러한 제안사항에 대한 의료서비스 조직의 반응으로 조직 내 지원부서의 권한을 증가시켜 의료서비스 제공자의 지원수준을 향상시킬 필요가 있다. 의료서비스 조직은 이와 관련된 내용을 규정 및 운영 시스템 상에 정착시켜서 운영한다면 의료서비스 제공자가 자신들의 필요를 확인하고 이를 실행하려는 조직의 노력을 인식하게 될 것이다. 이러한 의료서비스 조직의 노력을 조직 내 구성원이 인식한다면, 의료서비스 조직은 서비스 복잡성의 부정적인 영향력을 일정 부분 관리할 수 있을 것이다.

### 5.3 연구의 한계점

본 연구는 의료서비스 제공자의 역할행동 및 역할 외 행동에 대한 서비스 복잡성의 영향력을 검증하고, 의료서비스 조직의 내부시장 지향성이 어떠한 역할을 수행하는지를 확인하여 다양한 시사점을 도

출하였다. 그러나 본 연구에서는 다음의 한계점도 존재한다. 우선, 본 연구에서는 의료서비스 산업을 중심으로 하여 서비스 복잡성의 영향력을 확인하였다. 의료서비스는 전문서비스 중의 하나로 높은 서비스 복잡성을 가진 특징이 있긴 하지만, 서비스 복잡성의 특성은 의료서비스에만 해당되는 것은 아니다. 전문서비스의 영역에서는 법률서비스 및 상담 컨설팅서비스 등 다양한 서비스산업이 존재하며, 이러한 서비스에서도 서비스 복잡성이 높은 특성이 있다. 하지만 본 연구에서는 의료서비스 산업에 초점을 맞추었으며, 이는 연구의 시사점을 도출하는데 있어서 제약을 가하는 결과를 일으켰다. 따라서, 향후 연구에서는 다양한 전문 서비스를 대상으로 서비스 복잡성의 영향력을 확인할 필요가 있다. 다음으로, 본 연구에서는 서비스 복잡성에 대한 심리적 차원으로 인지적인 측면에서의 개인-직업 적합성만 확인하였다. 개인-직업 적합성이 개인과 직무환경을 인식하는 핵심적인 요인이기는 하지만, 직무와 관련된 다양한 적합성을 선행연구에서 제시하고 있는 만큼 이를 확인할 필요가 있다. 예를 들어, 의료서비스의 특징은 고객과 높은 상호작용을 통해 서비스를 수행하는 것이기 때문에 의료서비스 제공자의 개인-고객 적합성을 인지적 측면의 요소로 확인해 볼 필요가 있을 것으로 판단된다. 뿐만 아니라, 본 연구에서는 의료서비스 제공자의 정서적 측면을 고려하지 못하였다. 향후 연구에서는 서비스 복잡성이 의료서비스 제공자의 다양한 심리적 요인에 어떠한 영향을 미치는지 확인하는 것이 요구된다. 마지막으로, 본 연구에서 연구수행을 위하여 의료서비스 조직 내 간호사와 행정직원, 의료기사를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 의료서비스 조직 내에서 핵심적인 서비스를 담당하는 구성원은 의사인 반면, 본 연구에서는 데이터 수집의 어려움으로 인하여 의사를 대상으로 한 설문조사가 진행되지 못하였다. 이는 결국 결과에 대한 일반화의 측면에서 한계가 있음을 암시한다. 따라서, 향후 연구에서는 의사를 대상으로

데이터를 수집하여 연구를 수행할 필요가 있다.

## [References]

- [1] Aiken, L.S., West, G. S., and Reno, R. R. (1991), *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions*, Newbury Park, Ca: Sage.
- [2] Alba, J. W. (1983), The effects of product knowledge on the comprehension, retention, and evaluation of product information, *Advances in Consumer Research*, 10(1), 577-580.
- [3] Alba J. W., and Hutchinson, W. J. (1987), Dimensions of consumer expertise, *Journal of Consumer Research*, 13(4), 411-454.
- [4] Allen, D. G., and Shanock, L. R. (2013), Perceived organizational support and embeddedness as key mechanisms connecting socialization tactics to commitment and turnover among new employees, *Journal of Organizational Behavior*, 34(3), 350-369.
- [5] Astakhova, M. N., and Ho, V. T. (2018), Chameleonic obsessive job passion: Demystifying the relationships between obsessive job passion and in-role and extra-role performance, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 27(3), 362-374.
- [6] Bagozzi, R. P. (1975), Marketing as exchange, *Journal of Marketing*, 39(4), 32-39.
- [7] Bakker, A. B., and Demerouti, E. (2007), The job demands-resources model: State of the art, *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328.
- [8] Bettencourt, L. A., and Brown, S. W. (1997), Contact employees: Relationships among workplace fairness, job satisfaction and prosocial service behaviors, *Journal of Retailing*, 73(1), 39-61.
- [9] Bettencourt, L. A., Brown, S. W., and MacKenzie, S. B. (2005), Customer-oriented boundary-spanning behaviors: Test of a social exchange model of antecedents, *Journal of Retailing*, 81(2), 141-157.
- [10] Bitner, M. J. (1995), Building service relationships: It's all about promises, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 246-251.
- [11] Blau, P. M. (1964), *Exchange and Power in Social Life*, New York: Wiley.
- [12] Carter, L., and Gray, D. (2007), Relational competence, internal market orientation and employee performance, *The Marketing Review*, 7(4), 385-400.
- [13] Chang, C. S., Chen, S. Y., and Lan, Y. T. (2013), Service quality, trust, and patient satisfaction in interpersonal-based medical service encounters, *BMC Health Services*

- Research*, 13, 1–11.
- [14] Cropanzano, R., and Mitchell, M. S. (2005), Social exchange theory: An interdisciplinary review, *Journal of Management*, 31(6), 874–900.
- [15] DeRue, D. S., and Morgeson, F. P. (2007), Stability and change in person–team and person–role fit over time: The effects of growth satisfaction, performance, and general self–efficacy, *Journal of Applied Psychology*, 92(5), 1242–1253, 2007.
- [16] Fang, S. R., Chang, E., Ou, C. C., and Chou, C. H. (2014), Internal market orientation, market capabilities and learning orientation, *European Journal of Marketing*, 48(1/2), 170–192.
- [17] Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981), Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- [18] Gounaris, S. P. (2006), Internal–market orientation and its measurement, *Journal of Business Research*, 59(4), 432–448.
- [19] Grewal, D., Iyer, G. R., Gotlieb, J., and Levy, M. (2007), Developing a deeper understanding of post–purchase perceived risk and behavioral intentions in a service setting, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35, 250–258.
- [20] Griffin, M. A., Neal, A., and Parker, S. K. (2007), A new model of work role performance: Positive behavior in uncertain and interdependent contexts, *Academy of Management Journal*, 50(2), 327–347.
- [21] Gronroos, C. (1994), From marketing mix to relationship marketing, Towards a paradigm shift in marketing. *Management Decision*, 32(2), 4–20.
- [22] Hausman, A. V. (2003), Professional service relationships: a multi-context study of factors impacting satisfaction, re-patronization, and recommendations, *Journal of Services Marketing*, 17(3), 226–242.
- [23] Hayes, A. F. (2013), *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*, New York, NY: The Guilford Press.
- [24] Homburg, C., Muller, M., and Klarmann, M. (2011), When does salespeople’ s customer orientation lead to customer loyalty? The differential effects of relational and functional customer orientation, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(6), 795–812.
- [25] Islam, T., Khan, M. M., Ahmed, I., and Mahmood, K. (2021), Promoting in–role and extra–role green behavior through ethical leadership: mediating role of green HRM and moderating role of individual green values, *International Journal of Manpower*, 42(6), 1102–1123.

- [26] Johnson, M. D., Nader, G., and Fornell, C. (1996), Expectations, perceived performance, and customer satisfaction for a complex service: The case of bank loans, *Journal of Economic Psychology*, 17(2), 163–182.
- [27] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, Prentice Hall, New York: Pearson Education.
- [28] Katz, D. (1964), The motivational basis of organizational behavior, *Behavioral Science*, 9(2), 131–146.
- [29] Katz, D., and Kahn, R. L. (1978), *The Social Psychology of Organizations*, Wiley, New York, NY.
- [30] Kreye, M. E., Roehrich, J. K., and Lewis, M. A. (2015), Servitising manufacturers: the impact of service complexity and contractual and relational capabilities, *Production Planning & Control*, 26(14–15), 1233–1246.
- [31] Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., and Johnson, E. C. (2005), Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis OF person–job, person–organization, person–group, and person–supervisor fit, *Personnel Psychology*, 58(2), 281–342.
- [32] Lam, W., Huo, Y., and Chen, Z. (2018), Who is fit to serve? Person–job/organization fit, emotional labor, and customer service performance, *Human Resource Management*, 57(2), 483–497.
- [33] Lee, M. S., and Han, S. L. (2020), The effects of relationship bonds on bank employees' psychological responses and boundary–spanning behaviors: An empirical examination of the JD–R model, *International Journal of Bank Marketing*, 38(3), 578–599.
- [34] Lee, M. S., and Jeong, G. Y. (2022), The effects of internal market orientation on service providers' service innovative behavior: a serial multiple mediation effect on perceived social capital on customers and work engagement, *Sustainability*, 14(23), 15891.
- [35] Lee, M. S., and Yoo, J. (2022), The effects of frontline bank employees' social capital on adaptive selling behavior: serial multiple mediation model, *International Journal of Bank Marketing*, 40(2), 197–220.
- [36] Lee, M. S., and Yoo, J. (2023), How do customer–related characteristics influence frontline bank employees' boundary spanning behaviors?. *International Journal of Bank Marketing*, 41(7), 1945–1973.
- [37] Lemmon, G., and Wayne, S. J.(2015), Underlying motives of organizational citizenship behavior: Comparing egoistic and altruistic motivations, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 22(2), 129–148.
- [38] Lings, I. N.(2024), Internal market orientation: Construct and consequences,

- Journal of Business Research*, 57(4), 405–413.
- [39] Lings, I. N., and Greenley, G. E. (2005), Measuring internal market orientation, *Journal of Service Research*, 7(3), 290–305.
- [40] MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M., and Ahearne, M. (1998), Some possible antecedents and consequences of in–role and extra–role salesperson performance, *Journal of Marketing*, 62(3), 87–98.
- [41] Malhotra, N. K. (1982), Information load and consumer decision making, *Journal of Consumer Research*, 8(4), 419–430.
- [42] McQuiston, D. H. (1989), Novelty, complexity, and importance as causal determinants of industrial buyer behavior, *Journal of Marketing*, 53(2), 66–79.
- [43] Mehrabian, A. and Russell, J. A. (1974), An Approach to Environmental Psychology, in *An Approach to Environmental Psychology*, Mehrabian, A., and Russell, J. A. (Eds.). Cambridge, Massachusetts, MA: MIT Press.
- [44] Mikolon, S., Kolberg, A., Haumann, T. and Wieseke, J. (2015), The complex role of complexity: How service providers can mitigate negative effects of perceived service complexity when selling professional services, *Journal of Service Research*, 18(4), 513–528.
- [45] Nunnally, J. C. (1978), *Psychometric theory*, McGraw–Hill Book Company, New York.
- [46] Podsakoff, P. M., Ahearne, M., and MacKenzie, S. B. (1997), Organizational citizenship behavior and the quantity and quality of work group performance, *Journal of Applied Psychology*, 82(2), 262–270.
- [47] Rai, A., Ghosh, P., Chauhan, R., and Singh, R. (2018), Improving in–role and extra–role performances with rewards and recognition: does engagement mediate the process?. *Management Research Review*, 41(8), 902–919.
- [48] Raub, S., and Robert, C. (2010), Differential effects of empowering leadership on in–role and extra–role employee behaviors: Exploring the role of psychological empowerment and power values, *Human Relations*, 63(11), 1743–1770.
- [49] Reid, M. (2008), Contemporary marketing in professional services, *Journal of Services Marketing*, 22(5), 374–384.
- [50] Saks, A. M., and Ashforth, B. E. (1997), A longitudinal investigation of the relationships between job information sources, applicant perceptions of fit, and work outcomes, *Personnel Psychology*, 50(2), 395–426.
- [51] Sasser, W. E., and Arbeit, S. P. (1976), Selling jobs in the service sector, *Business Horizons*, 19(3), 61–65.

- [52] Shen, X. L., Li, Y. J., Sun, Y., and Zhou, Y. (2018), Person–environment fit, commitment, and customer contribution in online brand community: A nonlinear model, *Journal of Business Research*, 85, 117–126.
- [53] Surucu, L., Şeşen, H., and Maslacc, A. (2023), *Regression, mediation/moderation, and structural equation modeling with SPSS, AMOS, and PROCESS Macro*, Livre de Lyon.
- [54] Tansuhaj, P., Wong, J., and McCullough, J. (1987), Internal and external marketing: effects on consumer satisfaction in banks in Thailand, *International Journal of Bank Marketing*, 5(3), 73–83.
- [55] Thakor, M. V., and Kumar, A. (2000), What is a professional service? A conceptual review and bi-national investigation, *Journal of Services Marketing*, 14(1), 63–82.
- [56] Thompson, D. V., Hamilton, R. W. and Rust, R. T. (2005), Feature fatigue: When product capabilities become too much of a good thing, *Journal of Marketing Research*, 42(4), 431–442.
- [57] Tims, M., Derks, D., and Bakker, A. B. (2016), Job crafting and its relationships with person–job fit and meaningfulness: A three–wave study, *Journal of Vocational Behavior*, 92, 44–53.
- [58] Tortosa Edo, V., Llorens–Monzonis, J., Moliner–Tena, M., and Sanchez–Garcia, J. (2015), The influence of internal market orientation on external outcomes: The mediating role of employees’ attitudes, *Journal of Service Theory and Practice*, 25(4), 486–523.
- [59] Tortosa, V., Moliner, M. A., and Sanchez, J. (2009), Internal market orientation and its influence on organisational performance, *European Journal of Marketing*, 43(11/12), 1435–1456.
- [60] Van Dyne, L., Cummings, L. L., and Parks, J. M. (1995), Extra–role behaviors: In pursuit of construct and definitional clarity (a bridge over muddied waters). in Staw B. M. and Cummings L. L. (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, 17, Greenwich, CT: JAI Press, 215–285.
- [61] Van Loon, N. M., Vandenabeele, W., and Leisink, P. (2017), Clarifying the relationship between public service motivation and in–role and extra–role behaviors: The relative contributions of person–job and person–organization fit, *The American Review of Public Administration*, 47(6), 699–713.
- [62] Von Nordenflycht, A. (2010), What is a professional service firm? Toward a theory and taxonomy of knowledge–intensive firms, *Academy of Management Review*, 35(1), 155–174.
- [63] Yang, L. Q., Levine, E. L., Smith, M. A., Ispas, D., and Rossi, M. E. (2008), Person–

environment fit or person plus environment: A meta-analysis of studies using polynomial regression analysis, *Human Resource Management Review*, 18(4), 311–321.

through internal market orientation and employee organizational commitment, *International Journal of Human Resource Management*, 30(6), 964–987.

[64] Yap, J. E., Bove, L. L. and Beverland, M. B. (2009), Exploring the effects of different reward programs on in-role and extra-role performance of retail sales associates, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 12(3), 279–294.

[65] Yoo, J. (2013), The influence of social undermining on the service employee's customer-oriented boundary-spanning behavior, *Journal of Services Marketing*, 27(7), 539–550.

[66] Yoo, J. (2016), Perceived customer participation and work engagement: the path through emotional labor, *International Journal of Bank Marketing*, 34(7), 1009–1024.

[67] Yoo, J., J. Arnold, T., and L. Frankwick, G.(2014), Promoting boundary-spanning behavior among service personnel, *European Journal of Marketing*, 48(9/10), 1626–1647.

[68] Yu, Q., Barnes, B. R., and Ye, Y.(2022), Internal market orientation, interdepartmental relationships and market performance: The pivotal role of employee satisfaction, *European Journal of Marketing*, 56(5), 1464–1487.

[69] Yu, Q., Yen, D. A., Barnes, B. R., and Huang, Y. A.(2019), Enhancing firm performance



Lee Myoung-Soung is an assistant professor in the Department of Business Administration at Andong National University. He received Ph.D. from the Hanyang University. His primary research area includes service marketing, internal marketing, service provider management, and retail strategy. His researches were published in International Journal of Bank Marketing, Sustainable Production and Consumption, Asia Marketing Journal, and many other leading academic journals.



Lee Jeong-wook is an assistant professor in the Department of Health and Medical Informatics at Kyungnam University. She received her Ph.D. in Health Administration from Inje University. Her main research areas are medical records, medical information, and health administration. She has conducted research on population health issues, health promotion, and policy research based on medical information analysis.

# How Does Service Complexity Influence Healthcare Service Providers?: Focusing on the Moderating Role of Internal Market Orientation

Lee, Myoung-Soung\* · Lee, Jeong Wook\*\*

## ABSTRACT

This study focused on the healthcare service industry and sought to identify specific antecedent factors that reduce the in-role and extra-role behaviors of service providers and explore the role of these factors. To this end, it set service complexity as a specific antecedent factor affecting the in-role and extra-role behaviors of healthcare service providers. In addition, the study suggested that the cognitive process of person-job fit would be involved in the process through which service complexity affects the in-role and extra-role behaviors of healthcare service providers. Furthermore, this study examined whether the internal market orientation of healthcare service organizations moderates the influence of service complexity on the person-job fit of healthcare service providers. Based on previous studies, hypotheses and a research model were established, and a survey was conducted with healthcare service providers who interact directly with customers at the point of contact. The results of hypothesis testing confirmed that service complexity reduces the person-job fit of healthcare service providers. Additionally, it was verified that the person-job fit of healthcare service providers enhances both in-role and extra-role behaviors. Finally, the study found that the internal market orientation of healthcare organizations buffered the impact of service complexity on the person-job fit of healthcare service providers.

*Keywords: Service Complexity, Person-Job Fit, In-Role Behavior, Extra-Role Behavior, Internal Market Orientation*

---

\* First Author, Assistant Professor, Department of Business Administration, Andong National University.

\*\* Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Health and Medical Informatics, Kyungnam University