



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

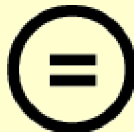
다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경영학석사 학위논문

치과 의료 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구

-부산지역 치과 병·의원 중심으로-



2011년 2월

부경대학교 경영대학원

경영학과

박 선 희

경영학석사 학위논문

치과 의료 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구

-부산지역 치과 병·의원 중심으로-

지도교수 홍 재 범

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함

2011년 2월

부경대학교 경영대학원

경영학과

박 선 희

박선희의 경영학석사 학위논문을 인준함

2011년 2월



주 심 호텔관광경영학박사 전 재 균 (인)

위 원 경 영 학 박 사 허 원 무 (인)

위 원 경 영 학 박 사 홍 재 범 (인)

목차

Abstract	v
제 1장 서론	1
제 1절 연구배경 및 목적	1
1. 연구배경	1
2. 연구목적	3
제 2절 연구 방법 및 구성	3
1. 연구방법	3
2. 연구구성	4
제 2장 이론적 배경	5
제 1절 서비스품질에 관한 연구	5
1. 서비스 개요	5
2. 서비스품질	6
제 2절 의료 서비스품질에 관한 연구	15
1. 의료 서비스품질 개념 및 특징	15
2. 의료 서비스의 고객만족	23
제 3장 연구 가설 설정 및 연구 모형	26
제 1절 연구 가설의 설정	26
제 2절 연구방법	30
1. 표본추출	30

2. 분석방법	30
제 4장 연구 결과	32
제 1절 설문응답자의 특성 분석	32
제 2절 타당성 및 신뢰성 검증	34
제 3절 가설검증	37
제 5장 결론	40
제 1절 연구결과 요약	40
제 2절 시사점 및 한계	42
참 고 문 헌	44
부록	52



표 목차

<표 2-1> 서비스의 특성에 따른 문제점 및 대응방안	6
<표 2-2> 서비스품질의 분류	8
<표 2-3> SERVQUAL 모형의 5가지 구성차원	11
<표 2-4> SERVQUAL 모형과 SERVPERF 모형의 비교	14
<표 2-5> 의료 서비스품질에 대한 선행연구	21
<표 2-6> 의료 서비스품질 선행연구를 5가지 차원으로 분류	22
<표 2-7> 의료 서비스의 고객 만족에 관한 대표적인 연구의 분류	25
<그림 3-1> 연구 모형	27
<표 3-1> 병원 서비스품질 차원 및 측정 항목	28
<표 3-2> 고객만족의 차원 및 측정 항목	29
<표 4-1> 응답자의 일반적 특성	33
<표 4-2> 독립변수의 확인적 요인분석 및 신뢰성검증	36
<표 4-3> 종속변수의 확인적 요인분석 및 신뢰성 검증	37
<그림 4-1> 연구분석 결과	38
<표 4-4> 서비스품질이 만족에 미치는 영향분석	39

그림 목차

<그림 1-1> 연구의 구성	4
<그림 3-1> 연구 모형	27
<그림 4-1> 연구모형에 대한 요약	38



The Study on the Effect of customer satisfaction with Health Care Service Quality
(focused on dental hospitals in the region of Pusan)

Sun-Hee Park

*Major in Business Administration, Department of Business Administration,
Graduate School of Business Administration,
Pukyung National University*

Abstract

Today, the rapid increase of dental hospital · clinic brought about severe competition in the medical circle. Meanwhile, needs for medical service quality of dental hospital and clinic are diversified due to the increase of income and medical service knowledge people have. Accordingly, the market of dental medical service is changed from a traditional supplier market to a consumer market, and customers choose medical institutions based on various information about convenient facility, kindness, and service quality.

This study examines what effects the customer's judgement of service quality by the awareness has on customer satisfaction through an empirical analysis of expected customer maintenance variables.

The independent variable, service quality, is divided into five sub-factors such as corporeality, confidence, reliability, sympathy, and reactivity. And, service quality factors of SERVQUAL model were transformed to fit medical service quality, and questionnaire composition and analysis were performed to examine the correlation of them and customer satisfaction.

The analysis result shows that medical service quality has a positive effect on customer satisfaction in the effect aspect of fundamental medical service quality variables like corporeality, confidence, reliability, sympathy, and

reactivity on satisfaction when a customer uses dental hospitals · clinics. Also, the effect of confidence factor out of service quality variables is the greatest and is followed by sympathy. In conclusion, it is found that service quality employed in this study influences customer satisfaction by the causality analysis between service quality of dental hospital and customer satisfaction in this study.



제 1장 서론

제 1절 연구배경 및 목적

1. 연구배경

국민소득의 증대로 말미암아 치료는 물론 질병의 예방을 위한 의료 수요가 증대되고, 의료기관의 증가로 인해서 이용자의 선택의 폭이 넓어졌으며, 각종 의료관련 보험의 다양화로 의료서비스 이용자의 욕구 수준도 높아지고 있다. 따라서 최근에 날로 치열해지는 경쟁 속에서 의료 환경도 급격히 변하고 있어 고객 마인드에 따라 시스템을 바꾸며 정보화 사회에 발 빠르게 대응하지 못하는 의료기관은 그 규모에 관계없이 경쟁에서 도태되고 있다.

비영리조직 중의 하나인 병원 조직의 마케팅을 일컬어 병원마케팅이라고 하는데, 이는 목표시장의 욕구, 즉 병원이 의료소비자시장을 세분하여 선정한 표적시장의 욕구를 최대한 충족시키려고 병원 조직 구성원 전체가 참여하는 일련의 계획, 집행, 통제의 과정을 거쳐 조직의 목표를 추구하는데 있다(윤호건, 1995). 즉, 극심한 경쟁 환경에서 스스로 생존을 보장하고 이익 증대를 통하여 지속적인 성장을 실현하고자 하는 의료기관은 고객들을 확보하고 만족시키고 유지하기 위해 고객 중심적 기관으로 존재하려는 경영과 마케팅 철학이 요구된다. 따라서 기업이나 의료기관은 단순히 판매량을 증가시키고자 하는 노력보다는 전체적인 고객만족의 수준을 높임으로써 기업 및 기관의 이익을 증가시켜야 한다(유필하, 1991).

환자는 자신을 만족시킬 수 있다고 판단되는 의료기관을 선택하게 되며 첫 번째 방문을 통해 만족된 고객은 재방문을 하게 되고, 다른 환자 및 고객들에게 자신이 만족하는 의료기관을 권하게 됨으로써 축진을 위한 주체로 행동하게 된다. 이러한 고객의 결정에는 일련의 과정들이 결부되어 있는데, 이를 나누어 보면 크게 의료서비스품질, 고객의 만족도, 충성도의 확보이다. 보건의료에서 서비스의 질은 고객 스스로가 평가하는 기준에 가장 크게 영향을 받는다(Georgett et al., 1997).

고객들의 평가에서 좋은 평가를 받기 위해서 병·의원의 대형화, 네트워크화, 브랜드화는 예전과 변화된 형태의 병·의원들이 생기고 있으며 화려한 인테리어, 최첨단 의료장비보유, 다양한 편의시설의 제공 등과 함께 독특한 광고로 많은 비용을 들여 마케팅을 하고 있다. 이것은 고객의 서비스에 대한 인식 및 지각을 바탕으로 고객의 만족도를 높이며 나아가 고객의 선호도를 제고하여 노력하는 결과이다. 문제는 “병·의원마다 위에서 언급한 의료서비스 품질 향상을 위해서 노력하더라도 그 성과는 커다란 차이를 보이고 있다”는 것이다.

어떤 방법으로 의료서비스의 품질을 제고하여 고객만족을 높이고 다시 병원을 찾게 할 수 있을까? 이는 매우 어려운 문제이다. 의료 서비스품질의 구성차원은 의료서비스의 질을 어떻게 개념화 하느냐에 따라 매우 상이하게 정의될 수 있으며 환자가 인지하는 의료서비스의 질의 구성차원은 사회구조, 문화적요인 뿐만 아니라 환자들 개개인의 가치수준에 따라 영향을 받는다. 이러한 의료 서비스품질의 특징이 의료서비스 만족에 영향을 주는 요인을 밝혀내는 데 어려움을 준다(조영신 & 권종훈, 2006).

고객만족 경영이란 한 번 이용한 고객이 서비스의 질 뿐만 아니라, 종업원의 태도 및 판매 환경 등에 대한 전반적인 만족을 느껴서 자발적으로 의료 서비스를 재이용하고 타인에게 추천하는 구전행위를 유도하는 기

법이다(유필하 & 백수경, 2002). 본 연구의 대상인 치과는 의료분과체계나 전문의 제도가 아직 제대로 실시되지 않고 있어 의료소비자의 선택에 대한 의존도가 타 진료 과목보다 매우 높다. 그럼에도 불구하고 기존의 여러 연구들을 종합해 보면 의료 서비스품질, 만족도에 관한 연구가 주를 이루고 있으나, 치과병원을 대상으로 한 연구는 찾아보기 힘들다.

2. 연구목적

본 연구의 목적은 치과병원의 의료 서비스품질을 문헌연구를 통하여 개념화하여 이의 구성요인들을 정리하며, 이러한 구성요인이 고객 만족에 미치는 영향을 분석하였다.

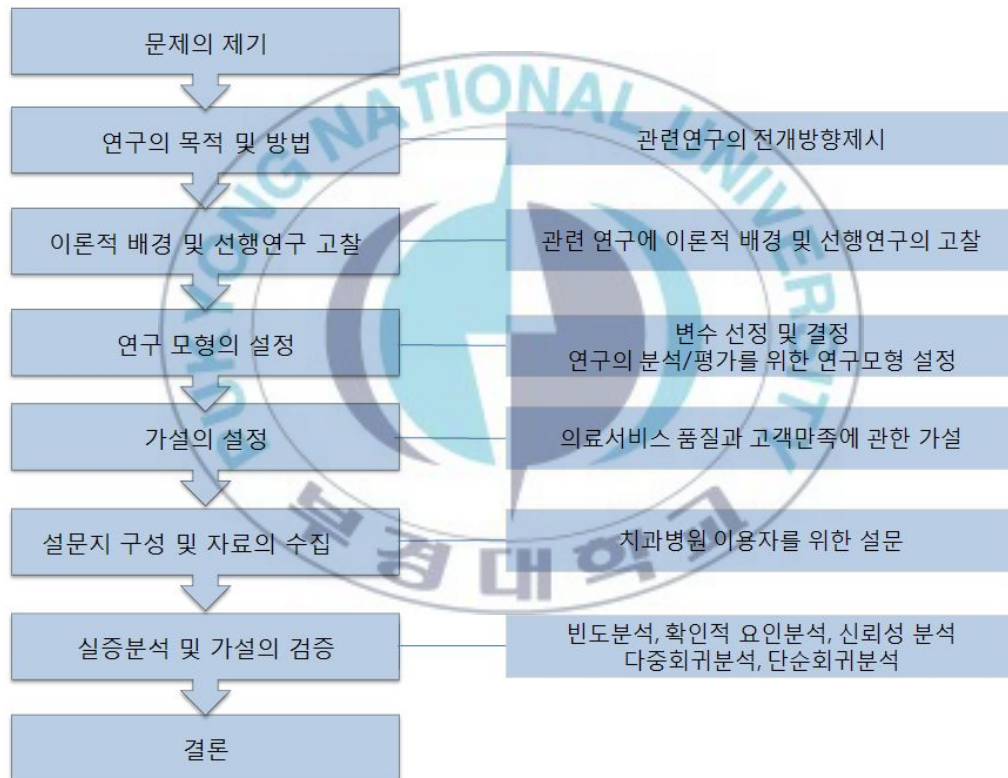
제 2절 연구 방법 및 구성

1. 연구방법

본 연구에서는 문헌고찰, 실증연구를 병행하여 진행하였다. 기존에 수행된 서비스품질, 고객만족에 대한 기존 이론을 검토하고 의료분야에서 적용된 연구들을 정리하였다. 이러한 문헌연구를 바탕으로 실증분석이 수행하였으며, 의료 서비스품질이 고객만족에 어떤 영향을 미치는지 알아보았다. 그리고 서비스가치의 역할에 대해서는 전반적인 의료 서비스품질의 지각과 고객만족과의 관련성을 검토하였으며 통계분석은 요인분석과 회귀분석을 사용하였다.

2.연구구성

연구의 구성은 2장 이론적 배경, 3장 연구가설 설정 및 연구모형, 4장 연구결과, 5장 결론으로 구성하였으며 구체적인 내용은 <그림 1>과 같다.



<그림 1-1> 연구의 구성

제 2장 이론적 배경

제 1절 서비스품질에 관한 연구

1. 서비스 개요

서비스(Service)란 물질적 재화 이외의 생산이나 소비에 관련한 모든 경제활동을 일컫는다(박대환 외, 2009). 서비스란 용어자체의 활용범위가 매우 다양하고 광범위할 뿐만 아니라, 상호 이질적인 다양한 유형의 서비스가 내포되어 있고, 서비스를 구성하고 있는 것에 관한 본질적인 정의가 부정확하여 서비스에 대한 획일적인 정의를 내리기는 쉽지 않다. 미국 마케팅 협회(AMA : American Marketing Association, 1960)의 용어정의 위원회에서는 “서비스를 판매를 위해 제공되거나 제품판매를 수반하여 제공되는 행위·편익, 그리고 만족”으로 정의하고 있다.

서비스는 무형적 측면이 많은 특징을 갖고 있는 개념으로 유형적인 특징의 제품과는 다르다. 제품과 서비스는 모두 유형·무형의 특징을 지니고 있으며 단지 상대적으로 비중에 차이가 있을 뿐이므로 단순히 제품과 서비스를 유·무형으로 구분한다는 것은 서비스를 이해하는데 충분하지 않다. 그럼에도 불구하고 통상적으로 서비스를 구별하는 특징으로 무형성·이질성·소멸성·비분리성이 제시되고 있다.

무형성은 제품과 서비스를 구분하는 가장 핵심적인 요소로 서비스는 제품과는 달리 객관적으로 누구에게나 보이는 형태로 제시할 수 없으며 물체처럼 만질 수 없는 것이 특징이다. 이질성은 서비스의 생산 및 인도과정

에 대한 서비스와 다를 가능성이 있다. 소멸성은 서비스가 재고로 보관 될 수 없음을 의미한다. 따라서 서비스의 생산에는 재고와 저장이 불가능함으로 재고 조절이 곤란하다는 것이다. 비분리성이란 생산과 소비가 동시에 이루어짐을 말한다. 고객은 서비스가 제공되는 시점에 항상 존재해야 하기 때문에 서비스의 비분리성은 고객이 생산과정과 밀접한 관계를 지니도록 만든다. 이에 따른 문제점 및 대응방안은 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 서비스의 특성에 따른 문제점 및 대응방안

서비스 특성	문제점	대응방안
무형성	- 저장이 불가능 - 특허권 보호가 곤란 - 진열이나 의사소통 불가능 - 가격결정 기준 불명확	- 유형적 단서강조 - 인적접촉 강화 - 구전촉진 - 세심한 기업 이미지 관리
이질성	- 표준화와 품질관리의 곤란	- 공업화 또는 개별화전략 시행
소멸성	- 재고화 불가능	- 수요변동 대처 위한 전략수립
비분리성	- 소비자가 생산에 참여 - 다른 고객이 생산에 참여 - 집중화된 대량생산이 불가능	- 종업원의 선발, 훈련강조 - 철저한 고객관리 - 여러 지역에 서비스망 구축

자료 : Zeithaml, V, A, L, & A. Parasuraman, "Problems and Strategies in Service Marketing," Journal of Marketing, Vol.49, 1985, pp.34-55.

2. 서비스품질

가. 서비스품질의 개념 및 특성

전통적인 서비스품질에 관하여 이미 많은 연구가 존재하는데, 그 서비스품질은 유형적인 실체라고 보다는 실행(과정)이므로, 제품 품질과는 달리 불량률이나 내구성과 같은 객관적인 척도에 의한 측정이 어렵기 때문에 고

객의 인식으로 측정된다. Bitner(1994)는 서비스품질을 서비스에 대한 일반적인 태도와 평가로 보고 있으면 서비스 인카운터 상황에서 서비스의 전반적인 우수성과 탁월함의 결과를 의미한다고 하였다.

Kotler(1991)는 서비스란 본질적으로 무형성을 갖고 있으며 어느 한쪽이 다른 쪽에게 제공하지만, 어느 한쪽의 소유로도 귀결되지 않는 행위나 성과(performance)라고 말하며, 그 생산은 어떤 물리적 제품과 연결될 수도 있고 그렇지 않은 경우도 있다고 정의하고 있다. 따라서 서비스품질이란 객관적으로 또는 획일적으로 규명될 수 있는 실제품질이 아니라 추상적인 개념으로서 고객에 의해 인식되고 판단되는 주관적인 평가라는 점이며, 그 평가과정은 서비스를 받는 전 과정에 걸쳐 이루어진다. 서비스품질의 개념에 대해서는 많은 학자들 간에 연구와 논의가 되어져 오고 있다.

Cronin & Taylor(1992)는 지각된 서비스품질이란 특정서비스에 대한 장기적이며 전체적인 평가를 의미하는 태도로서, 개념화되고 측정이 되어야 한다고 지적하면서 서비스품질이 소비자만족의 선행요인이라고 하였다.

Parasuraman · Zeithaml & Berry(1985)는 지각된 서비스품질이란 고객의 기대와 지각간의 불일치의 정도와 그 방향이라 하였다. 그들은 서비스에 대한 고객의 경험은 그 서비스의 품질에 대한 소비 후 평가 즉 지각된 품질에 영향을 미친다고 보았다. 따라서 고객이 지각하는 특정서비스의 품질은 평가과정의 결과로서, 고객은 서비스에 대한 자신의 기대된 서비스와 제공받는 서비스에 대한 지각된 서비스를 비교하게 되는데, 이러한 과정의 결과가 바로 지각된 서비스품질인 것이다.

Garvin(1984)은 서비스 품질을 소비자에 의해 주관적으로 인식되는 품질이라 하고 이를 '인식된 서비스 품질(Perceived Service Quality)'이라고 정의하였다. Gronroos(1984)는 서비스 품질이 자원과 활동의 함수라는 사실을 도외시한 채 그 자체를 하나의 변수로만 사용되었음을 지적하면서 서비스

품질을 기대된 서비스의 지각된 서비스와 기대한 서비스의 비교평가의 결과이며 기술적 품질, 기능적 품질, 이미지와 같은 제 변수와 함수관계가 있다고 주장하였다. 이상의 논문들을 검토해 본 결과 서비스에 관해 다음과 같이 3가지로 정의할 수 있다. 첫째, 서비스품질은 재화의 품질보다 소비자가 평가하기가 더 어렵다. 둘째, 서비스품질 개념은 소비자의 기대와 실제 서비스의 실행과의 차이에서 발생한다. 셋째, 서비스품질의 평가는 서비스의 결과는 물론 서비스의 전달과정에 대한 평가와 깊은 관계가 있다.

<표 2-2> 서비스품질의 분류

학자	품질의 분류	내용
Gronroos (1978)	기술적 품질	기술적 공정의 결과 즉, 소비자와 서비스 제공자간의 상호작용 결과 남게 되는 것
	기능적 품질	기술적 품질이 어떻게 인도되는가에 대한 것
Lehtinen(1982)	물리적 품질	서비스의 물리적 측면
	기업 품질	기업 이미지와 프로필
	상호작용적 품질	객관적 그리고 고객과 접촉하는 종업원간의 상호 작용에 비롯되는 품질
PZB (1985)	결과 품질	서비스가 제공되어 지는 것(What)
	과정 품질	서비스가 제공되는 지는 과정(how)
Lehtinen (1985)	공정 품질	서비스가 제공되는 동안 소비자가 평가하는 품질
	산출 품질	서비스가 제공된 후 소비자가 평가하는 품질

서비스 고유의 특성인 무형성·이질성·소멸성·생산과 소비의 비분리성 등의 특성을 갖는 서비스품질의 개념은 유형의 재화와는 달리 객관적인 품질의 평가가 용이하지 않다. 이러한 이유로 서비스품질은 일반적으로 객관적 품질이 아니라 주관적인 품질 개념으로서 고객에 의해 지각된 서비스 품질이라는 의미로 정의되며 이러한 서비스품질은 다음의 특성을 갖는다.

과정 품질과 결과 품질에서 고객은 마케터와의 상호작용에서 서비스를 어떻게 제공 받는가 또는 서비스제고과정을 어떻게 경험하는가를 나타내는

기능적 품질인 과정 품질과 구매자와 판매자의 상호작용이 끝난 뒤 무엇을 제공 받았느냐 하는 객관적 평가가 용이한 기술적 품질인 결과 품질이 있다.

기대와 성과의 비교에서 흔히 서비스품질은 기대와 성과의 비교에 의해 결정된다고 말한다. 소비자들의 인식된 서비스품질은 서비스 기업이 제공하여야 한다고 느끼는 소비들의 기대와 서비스를 제공한 기업의 성과에 대한 소비자들의 인식을 비교하는데서 나온다. 그러므로 서비스 인식을 비교한 결과 서비스품질이 인식되는데 이러한 소비자의 기대와 인식 사이에 있는 불일치의 정도와 방향이라고 볼 수 있다.

나. 서비스품질의 측정 모형

서비스품질은 고객의 필요와 욕구에 서비스가 얼마나 적합한가를 파악하여 측정되어지는 것으로 Booms & Nyquist(1981)에 의하면 서비스품질의 측정에 있어서 서비스 제공자와 고객사이의 상호작용을 측정의 대상으로 삼아야 한다는 어려움이 있다고 하였으며, 서비스품질에 대한 평가 척도의 어려움을 다음과 같이 3가지 요인으로 보고 있다. 첫째, 측정 대상이 되는 서비스품질이 추상적이고 모호한 개념이다. 둘째, 평가수단이 객관적으로 표현되어야 하는데 고객의 심리적 변화 상태를 객관적으로 척도화하기가 쉽지 않다. 셋째, 서비스 자체가 워낙 광범위하고 복잡하여 평가척도를 일반화하기 어렵다고 한다. 서비스 품질을 측정하기 위한 대표적인 측정방법으로는 1988년 Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1988)에 의해 개발된 SERVQUAL 모형과 1992년 Cronin & Taylor에 의해 제시된 SERVPERF모형이 있다.

1) SERVQUAL 모형

Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1988)는 1983년부터 서비스품질에 대한 연구를 계속적으로 하여 1988년 실증적 연구를 통해 서비스품질 측정을 위한 모델로 SERVQUAL 모형을 개발하였다. Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1988)는 초기에는 97개의 평가항목을 가지고 측정하였으며, 다시 52개의 항목으로 정제 한 후 요인분석을 통하여 34개의 항목으로 축소하였다. 그 후 제 2차의 표본조사를 실시하여 최종적으로 22개의 항목으로 구성된 척도를 개발하였으며, 실증연구를 통해 10가지의 요인으로 도출하고 그 후 5가지 요인으로 축소하였다. SERVQUAL의 개념적 토대는 Oliver(1980)의 기대-성과 불일치 모델로서, Oliver가 만족을 개념화하기 위해 제시한 기대와 성과의 불일치(성과-기대)개념이 SERVQUAL의 기초이다 (윤성욱 & 양연조, 2005).

서비스품질 5개 품질차원의 구성은 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성으로 완성되었으며 SERVQUAL 모형의 핵심은 서비스품질이 성과-기대라는 개념이다. SERVQUAL 5개 구성차원과 22개의 문항은 다음과 같다.

<표 2-3> SERVQUAL 모형의 5가지 구성차원

차원	NO	문항
유형성	1	현대적 시설
	2	설비의 외관
	3	직원들의 깔끔함
	4	서비스와 관련된 제작자료 (설명서, 팜플렛)
신뢰성	5	서비스의 약속시간 준수
	6	고객이 문제에 봉착했을 때 성심성의를 다 보임
	7	첫 번에 제대로 서비스를 수행함
	8	약속한 시간에 서비스를 제공함
	9	작은 실수조차 없는 완벽함
응답성	10	서비스 제공시간의 정확한 약속
	11	직원들의 신속한 서비스 제공자세
	12	직원들의 언제나 가까운 고객지원 자세
	13	아무리 바빠도 고객의 요청에 응하는 직원
확신성	14	고객에게 확신을 주는 직원들의 행동
	15	고객에게 주는 거래의 안정성
	16	항상 고객에게 친절한 직원
	17	고객의 어떤 문의에도 대답 가능한 직원
공감성	18	고객 개인에 대한 관심
	19	고객에게 편리하게 시간대를 조절
	20	고객에게 개인적인 관심을 보이려는 직원
	21	고객에게 최대한 이익을 주려는 직원
	22	고객욕구에 대한 직원들의 이해

<자료> Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1988)

Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1988)는 서비스품질에 영향을 미치는 서비스 요인들에 대해 기대와의 격차를 GAP이론과 연결하는 모형을 개발하였으며, GAP모형은 고객의 기대와 자신들이 지각한 서비스품질 간의 차이를 발생시키는 주요원인을 파악하여 4가지의 GAP으로 구분하였으며, 4가지 GAP은 다음과 같다.

GAP 1: 고객은 기대와 그에 대한 관리자의 자각간의 차이

GAP 2: 관리자의 지각과 서비스품질 명세간의 차이

GAP 3: 서비스품질 명세와 전달된 서비스간의 차이

GAP 4: 전달된 서비스와 고객에 대한 외적 의사소통간의 차이

Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1988)은 자신들의 선행연구를 정리하여 서비스품질의 기대/성과의 개념 하에 서비스 품질을 평가하기 위한 SERVQUAL을 개발했다. 이들의 접근 방법은 소비자들의 서비스에 대한 기대와 성과에 대한 지각을 함께 측정하는 것으로, 고객만족 연구에 주로 다루어지는 ‘기대불일치패러다임’에 토대로 두고 있다고 할 수 있다. 서비스 품질은 실제 인지된 서비스 수준에서 기대했던 서비스수준을 제함으로서 계산된다. 그리고 각 항목별 점수는 개별적으로 사용될 수도 있고 전반적인 서비스 수준을 알기 위해 합산되어 사용될 수도 있다.

Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1988)은 5개의 서비스기업에 대한 응답자들의 의견조사결과를 토대로 SERVQUAL 모델을 수정하였다. 수정된 SERVQUAL은 원래의 SERVQUAL과 다음과 같은 점에서 차이를 보이고 있다. 첫째, 원래의 SERVQUAL의 표현에서의 당위적 표현(should)은 응답자들로 하여금 너무 높은 기대수준을 야기 시킬 수 있다. 즉 7점 척도에서는 일반적으로 기대수준이 7점이 될 수 있다. 따라서 이러한 표현을 수정

하였다. 둘째, 원래의 SERVQUAL의 부정적인 표현을 긍정적인 표현으로 변경하였다. 예를 들면 서비스를 제공하는 회사는 서비스가 제공될 시간을 고객에서 정확히 알려주어서는 안 된다는 서비스를 제공하는 회사는 정해진 시간 안에 업무처리를 약속하였다면 반드시 지켰다. 셋째, 일부 진술의 표현을 수정하였다. 그러나 SERVQUAL이 광범위하게 되는 방법이지만, 최근 들어 학자들의 비판에 직면하게 되었다. 그 이유는 ①SERVQUAL의 차원성(dimensionality)의 문제 ②기대의 측정문제, 즉 SERVQUAL의 핵심적인 측면 “기대-지각”간의 차이를 이용하여 서비스품질을 측정할 수 있다는 것에 대한 논란과 ③기대의 해석과 조작(operationalization)문제 ④차이 점수 등식(equation)의 신뢰성 및 타당성 문제 등이다.

2) SERVPERF 모형

Cronin & Taylor(1992)는 Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1998)의 다섯 가지 차원 22개 항목을 그대로 사용하되 기대를 측정하지 않고 서비스 성과만을 측정하는 SERVPERF 모형을 제안하였다. 서비스품질의 측정에 있어서 고객의 기대와 성과간의 차이를 고려하는 경우에는 신뢰성과 타당성에 문제가 있으므로 성과만을 고려하여 평가를 하는 것이 바람직하다고 주장하였다. 이들은 SERVQUAL의 개념화와 조작화는 적절치 못하다고 비평하고, 또한 기대-성과의 차이가 서비스의 품질을 적절하게 측정한다는 이론적 실증적 증거가 없으면 기존 연구에 의하면 오히려 단순히 성과에 기초한 측정이 더 적절하다는 결과가 많다고 제시했다. 이들이 제시한 서비스품질 측정방법을 SERVPERF이라 한다. SERVPERF는 실무적으로 성과에 기초한 서비스품질 척도이기 때문에 서비스품질 지각에 대한 장기적 지표를 제공할 수 있으며, 고객의 전반적인 서비스품질에 대한 태도를 알

아보는데 유용한 수단을 제공한다. SERVPERF 척도는 경영자에게 합계된 전반적인 서비스품질 점수를 제공할 수 있으며 이 점수로 시간과 특정 고객 집단별로 산포도를 파악할 수 있다.

경영자가 SERVPERF 척도를 사용하여 얻어진 자료로부터 특정 상황에 대한 정보를 얻기 위해서는 많은 주의가 필요하다. 서비스품질 척도는 서비스 산업별로 서비스품질에 대한 측정을 수행할 때는 세심한 수정과정이 필요하다. 서비스 산업 간에 차이를 나타내는 SERVQUAL척도에 비해 SERVPERF 척도는 안정적인 값을 가진다. 성과만을 가지고서 서비스품질을 측정하면 설득력이 높아진다고 주장하고, 서비스품질의 측정수단으로 성과에 대한 지각을 사용하는 것만이 타당하다고 주장하였다. 다음의 <표 2-4>는 SERVQUAL 모델과 SERVPERF 모델을 간단하게 비교한 자료이다.

<표 2-4> SERVQUAL 모델과 SERVPERF 모델의 비교

구분	SERVQUAL	SERVPERF
제안자	Parasuraman, Zeithaml, & Berry	Cronin & Taylor
모델의 구성	성과 - 기대	성과
기대의 정의	규범적 기대(제공해야만 할 수준)	기대 측정 안함
측정방법	5개 차원 22개 항목을 기대와 인지된 서비스 수준으로 측정 (총 44개 문항)	5개 차원 22개 항목을 인지된 서비스 수준을 측정(총 22개 문항)
차원의 활용	10개 차원에서 5개 차원으로 활용	단일차원으로 활용

출처: Cronin & Taylor (1992)

SERVPERF의 의미는 SERVQUAL 항목보다 측정항목이 50% 감소하는 이점이 있고, 관리자는 서비스품질보다 고객만족에 더 관심을 가져야 한다는 시사점을 제시한다. 즉 제한된 비용으로 고객의 구매의도를 높이고자 한다면 서비스품질보다는 고객만족에 역점을 두어야 한다. SERVPERF는 서비스 품질을 잘 측정해 주면서도 기대와 성과를 따로 복잡하게 측정할 필요가 없다는 간편성이 있어 효과적이면서 동시에 효율적인 측정도구로 인식되고 있다(Babakus & Boller, 1992).

제 2절 의료 서비스품질에 관한 연구

1. 의료 서비스품질 개념 및 특징

가. 의료 서비스품질

의료 서비스에 대한 개념은 건강을 증진시키려는 일련의 활동이라는 광의의 개념으로부터 진료에 국한하여 진료행위의 수준을 높이려는 노력이라는 협의의 개념에 이르기까지 다양하다. 이는 의료 서비스 품질을 구성하는 요소와 개념자체가 다양하며 정의하는 입장과 시각에 따라 의료 서비스 품질이 상이하게 이해되고 있음을 의미한다(윤성준 & 박종원, 2002).

의료 서비스 품질을 3가지 측면으로 구분하여 정의하면 첫째, 의료제공자의 측면에서 의료 서비스 품질을 의료제공자의 의학적인 기술제고 능력이라고 정의하였다. 둘째, 의료이용자의 측면에서 의료 서비스 품질을 환자의 요구나 기대에 따라 판단되는 것으로 제공받은 의료 서비스에 대한 환자의 느낌이라고 정의하였다. 셋째, 사회적 측면에서 의료 서비스 품질을 많은 사

람들에게 편익이 돌아갈 수 있도록 의료 서비스를 제공하고, 관리하는 것이라고 정의하였다. 이러한 정의를 바탕으로 양질의 의료란 진료의 모든 과정에서 예상되는 이익과 손해의 균형을 맞춘 상태에서 환자의 복지를 가장 높은 수준으로 높일 수 있을 것으로 예상되는 의료라고 정의하였다 (Donabedian, 1988).

Lytle & Mokva(1992)는 의료 서비스 품질을 환자의 요구에 대한 충족으로 정의하고 환자는 서비스 결과로 서비스 질을 평가 하게 된다고 설명하였다. 의료 서비스 품질의 평가는 환자인 고객의 평가가 아주 중요하다. 의료시장에서 서비스 품질은 환자들 스스로가 평가하는 기준에 의해 크게 영향을 받으며 따라서 무엇보다도 환자들 요구하는 의료 서비스의 품질을 충족시켜야 한다고 설명하였다. 이에 따라 환자들 스스로가 평가하는 의료의 질은 의료기관 선택에 크게 영향을 주게 된다. 공급자 입장에서 환자들 만족하는 의료 서비스를 제공하기 위해서는 환자들의 시각에서 의료의 질과 만족도를 분석, 평가하여 환자들 기대하는 양질의 맞춤형 서비스를 제공하는 것이며, 이러한 일련의 노력은 고객만족활동에 핵심이 된다 (박재산, 2004).

선행연구들은 실증적 연구를 통하여 환자가 인지하는 의료 서비스 품질이라는 것이 주관적이며 다차원적으로 다양하게 인식하고 있으므로 서비스 품질은 다차원적인 구성개념을 갖고 있음을 보여주고 있다. 즉 의료 서비스 품질의 구성차원은 의료 서비스를 어떻게 개념화하느냐에 따라 매우 상이하게 정의될 수 있으며 특히 환자가 인지하는 의료 서비스의 질의 구성차원은 사회구조, 문화적 요인뿐만 아니라 환자들 개인의 가치수준에 따라 영향을 받는다고 할 수 있다(문기태, 2000).

Babakus & Mangold(1992)는 Brook & William(1975)의 의료 서비스 품질개념을 이용하여 환자가 인지하는 의료 서비스 품질을 측정하기 위한 방

법으로 SERVQUAL척도를 제안하고 그에 대한 타당성을 평가하였다.

환자가 인지하고 있는 의료 서비스품질에 대한 요소들의 구분은 연구자들에 따라 다양하게 분류되었다. Babakus & Mangold(1992)는 환자들이 인지하는 의료 서비스품질의 구성요인을 파악하기 위해 퇴원환자 1,999명을 대상으로 SERVQUAL척도의 5가지 차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성)에 대하여 기대수준과 성과수준을 측정하였다. 그 결과 5가지 차원 모두 의료 서비스품질의 구성요인으로 적합한 것으로 나타났다고 보고하였다.

나. 의료 서비스품질의 특성

의료 서비스는 가장 무형적인 특징을 가지기 때문에 ‘신용의 질’(confidence qualities)이 강조되며 의료 서비스 품질을 측정할 수 있는 의사의 신뢰성이 더욱 중요하게 인식되어 진다(Darby & Edi Kami, 1973). 그래서 의료 서비스 제공자의 정확한 판단이 요구되며, 환자의 상태에 따라 다양하게 이뤄지는 특성을 가진다(Lovelock, 1983).

의료 서비스의 전반적인 전달과정은 의료기사, 병리사, 간호사, 의사 등과 같은 많은 의료 서비스 제공자들과 관련된다. 의료 서비스를 단 한사람이 제공할 때 보다 여러 부문의 사람들이 진료에 관련될 때 품질에 대한 다양성은 더욱 높게 나타날 것이다. 그 만큼 소비자의 기대와 실제 사이의 불일치가 더욱 크게 나타나며 합리적인 판단에 따라 의료 서비스를 선택하기가 어려워진다(Avedis Donabedian, 1973).

대부분의 일반 서비스에 있어서는 의사결정과 소비관계는 매우 분명하다. 반면에 의료 서비스에 있어서 의사결정자는 다양하다. 의료 서비스를 구매하는 소비자인 환자의 입장에서는 선택의 자유가 적다(원윙희, 박노현,

1998).

진료 상황에서의 특정한 의사결정은 주로 의료 서비스 제공자에 의해 결정된다. 그리고 일반 서비스 재화에 비해 의료 서비스는 응급상황의 발생률이 높기 때문에 수요를 예측하는 것이 어렵다. 따라서 제공자 처지에서 효율적인 운영에 어려움이 따른다.

다. 의료 서비스품질의 구성요인과 측정방법

우리나라에서도 의료 서비스품질에 대한 연구가 많아지고 있는데 이것은 서두에서 기술한 내용처럼 여러 환경의 변화로 경쟁이 심화되면서 생존을 위한 전략을 절실하게 필요하기 때문이라고 할 수 있겠다. 기존연구를 보면 아래 표처럼 의료 서비스품질이 다차원적인 구성개념을 갖고 있다는 것을 알 수 있다. 즉, 의료 서비스품질의 구성차원은 의료 서비스 질을 어떻게 개념화 하느냐에 따라 매우 상이하게 정의될 수 있으며, 특히 환자가 인지하는 의료 서비스 질의 구성차원은 사회구조, 문화적 요인뿐만 아니라 환자들 개개인의 가치기준에 따라 영향을 받는 것으로 나타나고 있다(문기태, 2000).

의료 서비스품을 결정하는 요인은 서로 다르고, 여러 가지로 다양하게 나타나고 있다. 또한 그 차원을 결정하는데 있어서 측정변수도 혼용되고 있음을 알 수 있다. 이것은 요인분석을 적용하는 방법이 엄격하지 못한 결과로 보이기도 하지만, 아직도 의료 서비스품을 결정하는 속성에 관한 결론이 정리될 수 없음을 보여주고 있으며, 더 많은 연구가 이루어져야 함을 시사하고 있다(장근조, 2005).

의료 서비스에 한정하여 서비스품질 측정을 시도한 연구는 많지 않았다. 의료 서비스품질측정과 관련된 대표적 연구가 있는데 이들은 Ware &

Synder(1975)의 연구인데 20여개의 태도 지표들에 기초를 둔 의료서비스 측정을 위한 탐험적 연구를 실행하였다. 이 연구에서 내과 의사의 행동, 의료적 보살핌의 이용가능성, 접근체계, 그리고 의료적 보살핌의 계속성과 편의성으로 4가지 차원이 확인되었다. 1980년대는 접근성이라는 개념이 의료분야에서 매우 중요하고 광범위하게 사용되었다. 접근이란 고객과 의료체계간의 적합 정도를 말하는 것으로, 이용가능성, 접근가능성, 편의성, 지불가능성, 수용성 등 5가지 차원과 관련이 있다고 하였다.

Ware & Hays(1988)는 병원서비스에 대한 평가기준으로 3가지를 들고 있다.

첫째는 과정적 능률성(process efficiency)은 시간당 진료할 수 있는 환자의 수, 얼마나 빨리 그리고 많은 수의 환자를 진료해 내는 가이다. 환자들은 이때 기다릴 필요가 없어진다. 둘째, 기능적 능률성(functional efficiency)은 환자의 입원일수, 병원이 얼마나 환자를 잘 치유하는가, 얼마나 빨리 낫는가를 측정한다. 셋째, 사회적 능률성(social efficiency)은 지역 사회주민의 건강에의 기여, 병원서비스가 사회적 목적을 얼마나 충족시키고 있는 가를 본다.

Reidenbach 외(1990)는 환자가 인지하는 의료 서비스품질의 구성요인을 파악하기 위해 Parasuraman 외(1985)가 제안한 10가지 차원을 이용하여 41개 설문항목을 개발하고 설문조사한 결과 환자의 믿음, 병원의 신뢰성, 치료의 질, 물리적 시설이 적합한 것으로 평가되었다. 병원 고객만족도 측정방법에 대한 비교분석에서 의료기관에서 어떠한 방법으로 만족도를 측정하는 것이 실제 고객들의 만족도 수준을 가장 잘 반영할 것인가 검토하는 연구를 진행하여 SERVQUAL, SERVPERF, NON-diff 방법을 비교분석하였는데, 그 결과 Non-diff 방법과 SERVPERF방법이 전반적인 만족도와 재이용 의사를 더 잘 설명한다는 결과를 얻었다(이선희, 조우현, 최귀

선, 강명근, 2001).

이와 같이 서비스품질 측정에서 소비자가 사용하는 기준에 관한 문제가 주요 논의 점 중 하나인데, 서비스품질 측정에서 살펴보았듯 PZB(1988)의 서비스품질 구성 차원은 광범위한 서비스 영역에서 타당성이 검증되어 사용되고 있고 의료 서비스 분야에서도 여러 연구자들에 의해 사용되었음을 확인할 수 있었다. 이들 구성요소들이 상호간 중복되는 내용이 있어 명확하게 식별하기 곤란한 점도 있지만 구성요소들이 복합적으로 작용해 서비스의 질이 결정된다는 점은 아주 긍정적이다. 의료 서비스품질에 대한 선행 연구를 종합해 분류해 보면 <표 2-5>과 같고, 분류해 보자면 <표 2-6>과 같다.



<표 2-5> 의료 서비스품질에 대한 선행연구

연구자	의료 서비스품질 구성요인
Parasuraman(1988)	유형성, 신뢰성, 반응성, 보증성, 공감성
Babakus & Mangold(1992)	유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성
Bowers 등(1994)	유형성, 신뢰성, 반응성, 기술, 능력, 예절, 의사소통, 신용, 안정성, 접근성, 환자에 대한 이해, 치료결과
Carmen(1990)	유형성, 신뢰성, 안정성, 개인적 관심, 편리성, 비용
윤명숙(1991)	의사소통, 능력, 시간적 편리성, 안전성, 접근성
박주희(1994)	심리성, 반응성, 고객이해성, 신뢰성, 접근성, 유형성
강수원(1995)	반응성, 신뢰성, 유형성, 접근성
한금옥(1995)	외형성, 반응성, 보장성, 신뢰성, 동정성
손인순(2005)	유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성
Reidenbach & sandifer smallwood(1990)	환자의 믿음, 병원의 신뢰도, 치료의 질, 부대시설 및 서비스, 물리적 시설, 대기시간, 환자에 대한 심적 배려
Bopp(1990)	보살핌, 전문성, 실력
이상일(1994)	병원의 환경 및 편의시설, 원무 관리 및 보조 서비스, 의사의 진료
박재산(2002)	보살핌, 진료서비스, 이용절차, 병원 내 분위기, 시설 및 설비, 청결 서비스 적정성 및 건강상태
김양균 외 5명(2003)	물리적 시설과 환경, 절차의 편의성, 의료 인력의 기술수준과 전문성, 직원의 친절성, 진료의 가치성
최성용, 정해경, 권미영(2006)	도착, 대기, 의사진료, 진료비, 검사치료
송운현, 심진보(2006)	기술적 품질, 의료수완, 의료 서비스 시설
정기한, 김미녀(2008)	안락한 대기실, 충분한 주차 공간 확보, 직원의 예의범절, 친절성, 의료장비의 충분한 지식, 진료환자의 구분파악
최귀선(2000)	진료, 보살핌, 절차의 신속성과 편리성
김미라, 이기춘(2004)	의사, 간호사, 진료체계, 진료환경, 주차관련 요인

<표 2-6> 의료 서비스품질 선행연구를 5가지 차원으로 분류

구 분	연구자	서비스품질 (독립 변수)																		
		유형성				확신성						신뢰성		공감성				반		
		유 형 성	시 설 및 설 비	병 원 내 분 위 기	청 결	확 신 성	전 문 성	능 력	친 절 성	보 장 성	안 전 성	치 료 비 용	신 뢰 성	진 료 내 용 설 명	공 감 성	고 객 지 향 성	심 리 성		보 살 핍	환 자 관 심
1	한상숙 외(2005)	0				0						0		0						0
2	윤명숙(1991)							0			0									
3	박주희(1994)	0										0		0		0				0
4	정성화 외(2000)		0		0						0	0								
5	김병관(2010)	0								0		0		0						0
6	이선정(2004)	0										0								0
7	조철호(2009)		0				0													
8	박재산(2002)		0	0	0	0												0	0	
9	김양균 외. 5명(2003)	0					0		0											
10	강정임(2010)		0				0		0										0	
11	박영효(2009)	0				0						0		0						0
12	김민호(2007)						0				0		0		0					
13	Parasuraman(1988)	0									0			0		0				0
14	Babakus & Mangold(1992)	0				0							0		0					0
15	Bowers 외(1994)	0									0		0		0					0
16	Carmen(1990)	0									0		0		0					

2. 의료 서비스의 고객만족

고객만족은 최근 의료 서비스 분야에서도 많은 연구자나 실무자들로부터 많은 관심을 끌고 있다. 이는 서비스 구매에 대한 소비자의 평가와 그 평가결과에 따라 이루어지는 재구매 및 긍정적인 구전행동 등 구매 후 행동이 병원의 수익성에 큰 영향을 미치는데, 이러한 현상을 설명하는 유용한 변수로서 고객만족이 제시되고 있기 때문이다(Bearden & Teel, 1983).

만족이란 소비자의 충족반응으로서 불일치된 기대와 소비자가 소비경험에 의해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생한 종합적 심리상태이며 고객의 요구와 기대에 부응하여 나타난 결과로서 상품과 서비스의 재구매가 이루어지고 고객의 신뢰감이 연속되는 상태를 의미한다.

고객만족을 설명하려는 연구들은 오랜 기간을 거치면서 활발히 진행되어 왔는데, 그 중 기대-성과 불일치 패러다임은 고객만족을 거치면서 활발히 무엇인가를 규명하는 일반적인 모델로 사전기대와 제품성과간의 불일치가 고객만족/불만족에 영향을 미친다고 한다(Oliver, 1997).

Fox & Storms(1981)는 진료에 대한 인식과 진료상황의 2가지 차원으로 나누어 정의하였는데, 진료에 대한 인식은 병원을 이용할 때 환자들이 원하는 것과 기대하는 것을 의미하며, 진료상황은 진료방법이라든지, 병원의 위치, 대기시간, 비용, 진료결과 등 실제로 진료가 이루어진 과정을 의미하고, 진료에 대한 인식과 실제로 진료가 주어진 상황이 서로 일치하면 환자들은 만족하게 되지만, 일치하지 않으면 환자들은 불만족하게 된다고 하면서 일치모형을 제안하였다.

Lahti 등(1995)은 치과 환자들을 대상으로 한 환자만족도 연구에서 진료과정 동안에 환자와 치과의사의 이상적 형태와 실제적 형태에 대한 분석을 통해 치과의사와 환자 간에 발생하는 간격(gap)이 있다고 지적하며, 이에

적절한 대응을 위한 해결방법을 제시하였다.

Kotler & Keller(2006)는 의료 서비스에 대한 만족을 “환자가 의료서비스를 제공받은 후 제공받은 의료 서비스에 대해 좋고 싫음의 정도를 반영하는 태도” 라고 정의하였다.

이상의 연구결과들에 대한 환자만족도에 대한 개념을 요약해 보면, 첫째, 의료 서비스의 다양한 차원과 속성들이 복합적으로 작용하여 환자들에게 요약 평가되는 개념이다. 둘째, 기대성과의 불일치모형으로 개념화 할 수 있다. 셋째, 의료 서비스에 대한 환자의 태도이다. 넷째, 환자만족도가 형성되는 과정은 동적이며 따라서 시간이나 상황에 따라서 변한다. 다섯째, 환자 자신의 다양한 특성이 만족도 형성에 관련된다.

의료소비자 만족의 차원성 이해는 Ware와 동료 연구자들의 노력에 의하여 강조되어 왔다. 이들은 90개의 인쇄된 질문항목과 만족 측정에 관련된 다양성 연구뿐 아니라 자유 응답형 질문문항에 대한 반응의 내용 분석을 완전하게 하였다. 이 연구 결과 몇 개의 차원이 의료 환경에서 만족과 불만족의 자료로 나타났다.

의료 서비스 분야에서 고객만족에 관련된 대표적인 연구를 종합해 분류해 보면 <표 2-7>과 같다.

<표 2-7> 의료 서비스의 고객 만족에 관한 대표적인 연구의 분류

연구자	연구범위	연구대상	주요결과
Dansky & Miles (1997)	외부고객만족	외래진료	환자만족도에 영향을 미치는 시간요인(대기시간, 진료시간 등)에 대한 분석
Dansky & Brannon (1996)	외부고객 만족	Home Health Agency	가정간호가 전반적인 만족도에 영향을 미치는 요인
Atkins, Marshall & Javalgi (1996)	내부고객 만족, 외부고객의 충성도	간호사, 환자	의료기관 종사자의 만족도와 환자가 지각하는 서비스의 질, 의료기관에 대한 충성도 (추천, 재방문)와는 높은 상관관계 있음.
Weismam & Gordon (1993)	내부고객만족, 병원 경영	간호사	간호사의 직무만족과 직무유지에 영향을 미치는 요인을 병원의 경영관점에서 분석함.
Cleary & Keroy (1989)	외부고객만족	환자	의료서비스의 환자만족 요인에 대한 환자의 특성에 따른 차이를 분석함.
Weisman & Nathanson (1985)	내부고객만족, 외부고객만족, 조직의 효율성	간호사, 고객	Family Planning Clinic에서 종사자 만족이 고객만족의 중요한 결정요인이 된다는 것을 밝힘.

제 3장 연구 가설 설정 및 연구 모형

제 1절 연구 가설의 설정

의료 서비스 전반적 품질요인은 고객이 병원으로부터 받는 무형의 서비스 혹은 서비스제공자에 의해 전달되는 개인적이고 인간적인 서비스와 물리적 시설과 장비 그리고 직원으로부터 받은 서비스와 함께 약속된 서비스를 믿을 수 있게 정확히 수행하는 능력이다. 보건의료분야에서는 의료 서비스 품질과 만족도와의 관련성 또는 이 둘 간의 인과관계를 검증한 연구는 많지 않으며, 일상적으로 두 개념을 혼용하여 사용하기도 하지만 엄밀한 의미에서 의료 서비스품질과 환자만족도와는 서로 다른 개념으로 Woodside 외 (1989)는 경로분석을 통하여 의료 서비스품질이 만족도의 선행변수로 작용하는 것을 검증하였다. 따라서 본 연구에서는 이러한 연구에 기초하여 다음과 같이 <가설 1>을 설정하였다.

<가설 1> 의료 서비스품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미친다.

제 2절 연구 모형

본 연구는 의료 서비스품질의 만족에 관한 선행 연구들에서 SERVQUAL 모형의 서비스품질 구성요소를 의료 서비스품질에 맞도록 변환시켜 환자의 만족과의 상관관계를 살펴보는 것을 목적으로 한다. 기존의 선행연구들의 개념적 틀을 이용하여 연구의 모형을 설명하고자 하며 아래 연구 모형은 연구의 목적을 쉽게 이해할 수 있도록 단순화 하였으며 변수간의 관계를 보여주고 있다.



<그림 3-1> 연구 모형

본 연구는 치과 병원의 서비스품질과 고객만족의 상관관계를 살펴보는 것이 목적이며, 대상이 되는 고객은 치과를 이용해본 환자로 설정하였다. 이를 실증적으로 검증하기 위해 <그림 3-1>의 모형을 설정하였다. 연구의 진행은 선행연구들을 고찰하여 PZB(1988)의 연구를 기초로 PZB(1988)가 제시한 서비스 품질 개념 틀을 이용하여 <그림 3-1>와 같이 서비스품질 5가지 영역이 의료 서비스 현장에서 환자에게 어떻게 평가되는지 그 관계를 가설

검증을 통해 검증해 내고자 한다.

연구 모형은 의료 서비스의 품질에 대한 SEVERQUAL 5가지 서비스 품질 요소를 이용하여 치과를 이용한 환자의 만족에 미치는 영향과 관계를 보여주고 있다. 의료 서비스품질의 각 요소들이 환자만족에 양의 영향을 미친다는 가설을 세우고, 환자가 생각하는 서비스품질 만족도를 조사함에 있어, 실무자들이 되새겨야 할 역할을 담당할 것이라고 예상하고 이를 기초로 가설을 설정한 것이다.

제 3절 변수의 조작적정의 및 측정항목

본 연구에서 설정된 연구 모형과 가설 검증을 위해 각 변수들에 대하여 다음 <표 3-1>, <표 3-2>와 같이 정의하고 측정하고자 한다.

<표 3-1> 병원 서비스품질 차원 및 측정 항목

변수	조작적 정의	측정 항목	출처
유형성 (A)	서비스를 제공하는 물리적시설과 환경, 직원의 용모와 외양, 장비의 편의성 및 시각적인 청결의 정도	1. 이 병원은 최신 의료기기를 보유하고 있다. 2. 이 병원의 시설과 분위기가 청결하다. 3. 치과 종사자의 용모와 복장이 단정하다. 4. 이 병원의 안내와 위치 표시는 잘 되어있다 5. 이 병원의 주차 등 부대시설이 잘 되어있다. 6. 이 병원의 영업시간이 편리하다.	한상숙 외(2005) 김양균 외(2003) 강정임(2010) 이선정(2004) 정경화 외(2000) 조철호(2009) 박영효(2009)
확신성 (B)	지식 및 확신과 믿음을 줄 수 있는 능력, 직원의 예절, 서비스 비밀 보장	1. 이 병원의 의료종사자들을 믿고 의지할 수 있다. 2. 이 병원의 의료종사자들에게 의료서비스를 받을 때 안심된다. 3. 이 병원의 의료종사자들은 풍부한 의료지식을 가지고 있다. 4. 이 병원의 의료종사자들은 매우 친절하고 공손하다. 5. 이 병원은 진료비를 적정하게 계산하여 청구한다. 6. 이 병원의 종사자들은 의료기술의 숙련도가 매우 높다.	김양균 외(2003) 강정임(2010) 조철호(2009) 박재산(2002) 김민호(2007)
신뢰	약속한 서비스를 약속된 시간에	1. 진료를 약속한 시간에 받을 수 있다. 2. 진료과정에 대해서 충분히 설명을 해준다. 3. 진료이후 부작용이나 주의사항을 충분히 설명해 준다.	한상숙 외(2005) 이선정(2004)

성 (C)	정확하고 진실 되게 실행할 수 있는 능력	4. 의료상담 시 정확한 정보를 제공한다. 5. 이 병원은 진료기록을 정확히 기록하고 보존한다. 6. 이 병원은 믿고 의지할 만하다.	조철호(2009) 박영호(2009)
공 감 성 (D)	병원이 환자에게 제공하는 개별적 배려와 관심	1. 이 병원은 환자 한명 한명에게 관심을 가져준다. 2. 이 병원은 나에게 개별적인 관심을 가지고 의료서비스를 제공해준다. 3. 이 병원은 나의 상태나 의견에 충분한 관심을 기울인다. 4. 이 병원 의료종사자들은 환자가 원하는 것을 이해하려고 노력한다. 5. 이 병원은 내가 원하는 것이 무엇인지 알고 있다. 6. 이 병원은 나의 건강과 회복을 진심으로 생각한다.	한상숙 외(2005) 강정임(2010) 박재산(2002) 박영호(2009) 김민호(2007)
응 답 성 (E)	환자를 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 의지	1. 이 병원 종사자들은 신속하게 의료서비스를 제공해준다. 2. 이 병원은 기꺼이 환자를 도와 줄 준비가 항상 되어있다. 3. 이 병원은 아무리 바빠도 환자의 요구를 신속하게 처리해 준다. 4. 이 병원은 나의 불편사항에 대해 해결책을 제공해 주었다.	한상숙 외(2005) 이선정(2004) 조철호(2009) 박영호(2009)

<표 3-2> 고객만족의 차원 및 측정 항목

변수	조작적 정의	측정 항목	출 처
고 객 만 족 (X)	병원이 제공하는 전반적인 의료서비스에 대해 환자가 느끼는 전반적인 만족도	1. 이 병원에서 기대보다 더 좋은 치료를 받았다. 2. 이 병원의 진료비용은 적당하다고 생각한다. 3. 이 병원에서 대해서 전반적으로 만족한다. 4. 이 병원의 의사 서비스에 대해 만족한다. 5. 이 병원의 간호사 서비스에 대해 만족한다. 6. 이 병원의 의료종사자 서비스에 대해서 전반적으로 만족한다.	LinandWang (2006) Argon(1997) ErnstandYoung (1999) WangandLiao (2007)

제 2절 연구방법

1. 표본추출

본 연구는 목적을 달성하기 위해 부산 전 지역에 걸쳐 치과 병·의원을 이용해본 고객을 모집단으로 편의표본추출법을 이용하여 표본을 추출하였다. 본 연구의 자료 수집은 설문지를 이용하여 10월 20일부터 10월 31일까지 11일간에 걸쳐 개별적으로 치과 병·의원을 이용하는 환자를 대상으로 일대일 면접방식에 의해 340개 설문지를 회수하였으며 불성실한 설문을 제외하고 127개를 분석에 활용하였다.

2. 분석방법

측정도구로서 각 문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석을 실시하였다. 그 결과 부적절한 문항들이 1차로 제거 되었다. 요인추출 방법으로는 주성분분석(principal component analysis)을 이용하여 보다 나은 해석을 위해 직각회전(varimax)을 실시하였다. 신뢰성을 분석하기 위해서는 요인분석을 통해 선택된 문항들의 신뢰성 검증을 위해 Cronbach' α 계수를 이용하였다.

치과 병·의원을 의료 서비스품질이 고객만족 요인의 파악과 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 이용하였다. 회귀모형의 안정성을 확보하기 위해 독립변수들 간에 다중공선성(multicollinearity)여부를 검사하였다. 다중공선성은 독립변수들 간에 선형종속관계를 의미하는데 다중공선성이 존재하면 회귀모형에서 추정된 회귀계수

들의 분산이 과다하게 커져 회귀계수의 추정치가 매우 불안정해지고 따라서 회귀모형의 해석이 곤란하게 된다. 다중회귀분석의 경우 다수의 독립변수가 모형에 투입될수록 다중공선성의 위험이 높아지며 특히 사회과학이 경우 모형에 포함된 개념들이 완전한 배타성을 갖기 어렵기 때문에 이러한 문제는 모형의 해석에 어려움이 내포하게 된다. 그러므로 다중회귀분석을 실시하면서 다중공선성의 효과를 함께 측정하였다. 이를 위해 각 구성개념 간 상관계수들을 알아보고, 변수들을 단계적으로 투입해 R^2 의 변화량과 회귀계수들의 방향성 및 크기의 변화를 검토하였으며, 이를 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다.



제 4장 연구 결과

제 1절 설문응답자의 특성 분석

설문응답자의 특성을 파악하기 위해 인구통계 설문항목의 문항으로 성별, 연령, 학력, 직업, 월 평균소득, 이용횟수, 치료종류, 방문계기 등을 조사하였다. 응답자의 성별 분포도를 보면 남녀 비율은 남자 25명 (45.7%) 여자가 69명(54.0%)으로 여자 응답자의 비율이 높았다. 응답자의 연령분포를 보면 10대 2명(1.6%), 20대 33명(26.0%), 30대 51명(40.2%), 40대 23명(18.1%), 50대 이상 18명(14.2%)이다.

학력은 고졸이하 21명(16.5%), 대학(교) 졸업 85명(66.9%), 대학원이상 21명(16.5%)이다. 직업은 전업주부가 9명(7.1%), 학생이 4명(3.1%), 자영업/개인사업 12명(9.4%), 회사원이 65명(51.2%), 전문직 11명(8.7%), 공무원 12명(9.4%), 치과종사자 5명(3.9%), 기타 9명(7.1%)이다. 설문 응답자의 월 평균 소득별 분포를 보면, 월수입이 100만 원 이하는 8명(6.3%), 100-200만 원 이하 50명(39.4%), 200-300만 원 이하 35명(27.6%), 300-400만 원 이하 16명(12.6%), 400만 원 이상 18명(14.2%)이다. 치과 병원을 최근 6개월 내에 이용해 본 빈도는 1회 23명(18.1%), 2회 26명(20.5%), 3회 22명(17.3%), 4회 11명(8.7%), 5회 이상 28명(22.0%), 없음 17명(13.4%)이다.

치료종류와 방문계기는 설문 시 중복응답으로 하였으며, 분석은 다중응답분석을 실시하였다. 먼저 치료종류는 총 응답자 수가 244명이며 이중 임플란트 29명(11.9%), 브릿지 22명(9.0%), 충치치료 78명(32.0%), 예방점검 25명(10.2%), 스켈링 55명(22.5%), 심미적 치료 12명(4.9%), 발치 15명(6.1%)이다. 치과병원을 이용하게 된 계기는 총 130명이었으며, 가격이 저렴해서가 4

명(3.1%), 웹 사이트를 통해서 2명(1.5%), 이용하기 가까운 거리에 있어서 52명(40.0%), 주변사람의 권유로 54명(41.5%), 의료진이 친절해서 13명(10.0%), 기타 5명(3.8%)이다.

<표 4-1> 응답자의 일반적 특성

구분		빈도	퍼센트	구분		빈도	퍼센트
성별	남자	25	45.7	횟수	1회	23	18.1
	여자	69	54.0		2회	26	20.5
	합계	127	100.0		3회	22	17.3
연령	10대	2	1.6		4회	11	8.7
	20대	33	26.0		5회 이상	28	22.0
	30대	51	40.2		없음	17	13.4
	40대	23	18.1	종류	합계	127	100.0
	50대 이상	18	14.2		임플란트	29	11.9
	합계	127	100.0		브릿지	22	9.0
학력	고졸이하	21	16.5		충치치료	78	32.0
	대학(교)졸	85	66.9		예방점검	25	10.2
	대학원 이상	21	16.5		스켈링	55	22.5
	합계	127	100.0		심미적 치료	12	4.9
직업	전업주부	9	7.1		발치	15	6.1
	학생	4	3.1		기타	8	3.3
	자영업/개업사업	12	9.4		합계	244	100
	회사원	65	51.2	계기	가격이 저렴해서	4	3.1
	전문직	11	8.7		웹사이트를 통해서	2	1.5
	공무원	12	9.4		가까운 거리	52	40.0
	치과종사자	5	3.9		주변사람의 권유로	54	41.5
	기타	9	7.1		의료진이 친절해서	13	10.0
	합계	127	100.0		기타	5	3.8
					합계	130	100
소득	월 100만원이하	8	6.3				
	월 100-200만원	50	39.4				
	월 200-300만원	35	27.6				
	월 300-400만원	16	12.6				
	월 400만원이상	18	14.2				
	합계	127	100.0				

제 2절 타당성 및 신뢰성 검증

타당성은 측정하고자 하는 개념이나 속성을 어느 정도 정확하게 측정하였는가를 나타내는 것으로 “개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발된 측정도구가 해당속성을 정확하게 반영하고 있는가”와 관련된 것이다. 본 연구에서의 설문지 타당성을 검증하기 위해서 개념타당성, 집중타당성을 검토하였다. 신뢰성은 측정도구가 얼마나 일관성 있게 측정하고 있는가의 정도를 나타낸다. 신뢰성의 측정방법에는 재검사법, 반분법, 문항분석법, 알파 계수법(Cronbach's alpha) 등이 있다. 본 연구에서는 알파계수법(Cronbach's alpha)을 사용하였다.

본 연구에 이용된 설문 항목들은 대부분 병원 의료 서비스 고객만족에 대한 기존 연구들에서 타당성과 신뢰성을 인정받은 것들을 기반으로 구성되었으나 각 문항의 적절성을 검증하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인추출 방법으로는 요인분석의 주성분분석(principal component analysis)을 이용하고 해석을 위해 직각회전(varimax)을 실시하였다. 설문항목들(유형성, 신뢰성, 응답성, 확산성, 공감성) 5개에 총 28문항을 분석에 투입하여 요인분석을 실시하였다. 기존 이론이 제시한 설문문항이 각각의 요인을 잘 설명하는 지를 파악하기 위하여 요인분석을 실시하였으며 요인적재량이 0.5이상인 설문항목을 선택하였다.

이러한 절차에 거쳐 독립변수를 대상으로 요인분석을 실시한 결과는 <표 4-2>, 독립변수를 대상으로 요인분석을 실시한 결과는 <표 4-3>에 정리하였다. <표 4-2>를 보면 총 20개 항목으로 5개 요인을 확인할 수 있었으며 5개 요인으로 전체 분산의 약 69.795%를 설명하고 있다. 이를 요인별로 살펴보면, 응답성과 공감성은 6개 항목은 모두 포함되었으며 유형성과

신뢰성은 6개항목 중 3개 항목이 제외되었다. 확산성은 6항목 중 2개항목이 제외되었다. 이렇게 선택된 항목들로 측정한 요인들의 신뢰성은 Cronbach' α 로 파악하였으며 모든 값이 0.758~0.897로 신뢰성이 높다.

만족에 대한 요인분석 결과를 보면 총 6개 항목으로 1개 요인을 확인할 수 있었으며 75.458%를 설명하고 있다. 이렇게 선택된 항목들로 측정한 요인들의 신뢰성은 Cronbach' α 로 파악하였으며 0.934로 신뢰성이 높다.



<표 4-2> 독립변수의 확인적 요인분석 및 신뢰성검증

구성개념	설문문항	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5
유형성	유형성1	0.043	0.213	0.117	0.767	0.144
	유형성2	0.123	0.204	0.164	0.860	0.127
	유형성3	0.284	0.110	0.228	0.766	0.154
신뢰성	신뢰성1	0.088	0.051	0.226	0.109	0.775
	신뢰성2	0.314	0.206	0.116	0.214	0.769
	신뢰성3	0.230	0.259	0.263	0.148	0.624
응답성	응답성1	0.259	0.130	0.726	0.249	0.226
	응답성2	0.280	0.241	0.772	0.134	0.135
	응답성3	0.296	0.178	0.701	0.178	0.277
	응답성4	0.410	0.240	0.530	0.247	0.283
공감성	공감성1	0.655	0.240	0.305	0.087	0.259
	공감성2	0.677	0.352	0.269	-0.043	0.168
	공감성3	0.787	0.167	0.172	0.117	0.220
	공감성4	0.711	0.276	0.231	0.107	0.146
	공감성5	0.770	0.110	0.173	0.238	0.081
	공감성6	0.646	0.344	0.218	0.189	0.112
확신성	확신성3	0.351	0.573	0.191	0.203	0.280
	확신성4	0.150	0.735	0.163	0.207	0.213
	확신성5	0.278	0.721	0.225	0.139	0.049
	확신성6	0.380	0.729	0.102	0.211	0.108
고유값		4.049	2.711	2.570	2.440	2.190
분산(%)		20.243	13.554	12.849	12.201	10.948
누적분산(%)		20.243	33.797	46.646	58.847	69.795
Cronbach' α		0.828	0.897	0.827	0.831	0.758

<표 4-3> 종속변수의 확인적 요인분석 및 신뢰성 검증

구성개념	설문문항	요인1
만족	만족1	0.851
	만족2	0.811
	만족3	0.907
	만족4	0.886
	만족5	0.843
	만족6	0.909
고유값		4.527
분산(%)		75.458
누적분산(%)		75.458
Cronbach' α		0.934

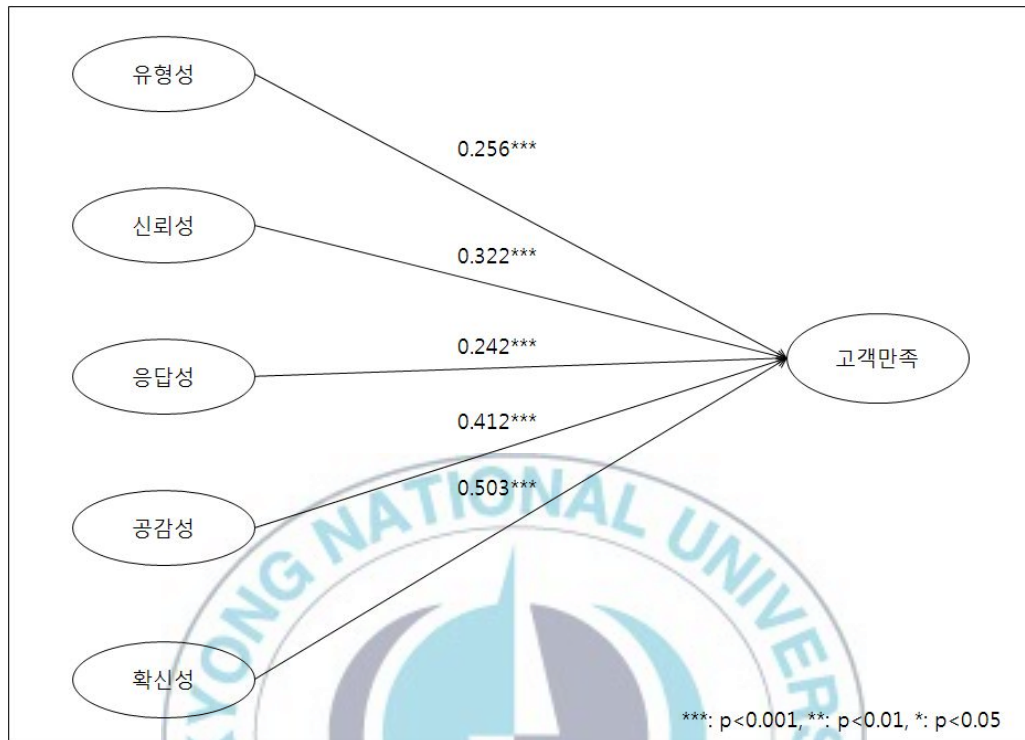
제 3절 가설검증

고객만족을 종속변수로 서비스품질을 독립변수로 회귀분석결과를 <표 4-4>에 정리하였다. 또한 독립변수들 간 다중공선성을 피하기 위해 요인적 재량을 이용하여 다중회귀분석을 실시하였다.

다중결정계수인 R^2 의 값은 0.651로 5개의 독립변수를 포함한 다중회귀 모형이 종속변수인 고객만족을 65.1%만큼 설명하고 있다.

<표 4-4>에서 보여주고 있는 모수 추정치들을 바탕으로 다중회귀모형 추정식을 표현하면 다음과 같으며, 모형은 <그림 4-1>과 같이 표현하였다.

$$Y_{\text{(고객만족)}} = 0.000 + 0.256 * X_{\text{유형성}} + 0.322 * X_{\text{신뢰성}} + 0.242 * X_{\text{응답성}} \\ + 0.412 * X_{\text{공감성}} + 0.503 * X_{\text{확신성}}$$



<그림 4-1> 연구분석 결과

연구 가설들을 살펴보면 고객이 치과 병·의원을 이용함에 있어 기본적인 의료 서비스 품질을 나타내는 유형성, 신뢰성, 응답성, 공감성, 확신성이 만족에 미치는 영향을 살펴보면, 의료서비스 품질은 고객 만족과 양(+)의 영향을 미치고 있다. 또한, 의료 서비스 품질 중 확신성이 가장 영향이 높았으며 다음으로 공감성이 높은 영향을 미치고 있다. 그러므로 <가설 1> 의료 서비스 품질과 고객만족 간에 양(+)의 관계가 있다는 가설은 채택되었다.

<표 4-4> 서비스품질이 만족에 미치는 영향분석

독립 변수	회귀 계수	표준 오차	표준화 회귀계수	t-value	p-value	VIF
(상수)	0.000	0.042		0.000	1.000	
유형성	0.256	0.042	0.256	6.136	0.000	1.000
신뢰성	0.322	0.042	0.322	7.715	0.000	1.000
응답성	0.242	0.042	0.242	5.793	0.000	1.000
공감성	0.412	0.042	0.412	9.869	0.000	1.000
확신성	0.503	0.042	0.503	12.047	0.000	1.000
$R^2 = 0.651$ F-value=74.649 (p=.000)						

제 5장 결론

제 1절 연구결과 요약

본 연구는 치과 병·의원이 환자가 만족하는 의료 서비스를 제공함으로써 치과 병·의원의 수익성 및 합리적 경영 대책 수립과 경쟁력 강화를 위한 자료를 제공하고자 한다. 따라서 치과의원에 내원한 환자가 인지하는 치과 의료 서비스품질이 환자 만족에 미치는 영향을 파악하기 위해 부산광역시 소재한 치과 의원에 내원한 만 19세 이상의 재진환자 200명과 재진이 끝난 외래 환자 140명을 대상으로 2010년 10월 20일부터 10월 31일까지 11일간 자기기입식 설문조사를 실시하였다. 설문내용은 환자가 인지하는 의료 서비스품질과 고객만족을 측정하는 항목으로 구성하였으며, 항목들은 5점 척도로 측정하였다.

연구 결과 인구 통계학적 특성에 따른 치과 병·의원 이용실태에서 방문하게 된 동기를 보면, “주위 사람의 권유”가 41.5%로 가장 높아, “주위 사람의 권유”가 치과를 선택하는데 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이는 선행연구에서도 밝히고 있으며, 치과 병·의원 선택하는데 있어 많은 정보도 중요하지만 주위사람의 권유에 의해서 병원을 선택하게 된다. 병원을 처음 방문하거나 새로운 병원을 찾는 환자들은 병원을 선택함에 있어 발생할 수 있는 위험을 감소시키기를 원하고 따라서 원하는 병원을 한번 이상 다녀본 주위사람들의 의견에 의존하게 된다. 즉, 소비자들은 병원서비스를 선택함에 있어 구전이 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다

치과 병·의원에 내원하여 현재 진료를 받고 있는 내용을 보면, 전체 조사대상자 중에서 충치치료가 32.0%로 가장 높았다. 이런 결과는 예방치료

보다는 치료위주의 진료를 많이 받고 있는 경우가 많은 것으로 생각한다.

이론을 토대로 한 가설검증 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 서비스품질의 구성요인을 파악하였다. SERVQUAL의 선행연구들은 서비스품을 신뢰성, 대응성, 보장성, 공감성, 유형성의 5개 차원으로 구분하고 있으며, 본 연구에서도 이러한 차원을 중심으로 치과 병·의원에 맞게 구분하였고, 치과병원·의원에 맞게 유형성, 신뢰성, 응답성, 공감성, 확신성으로 구분하였다. 많은 선행연구에서도 밝혔듯이 서비스품질의 구성차원은 적용되어지는 산업에 따라 다르며, 이러한 선행연구를 바탕으로 치과 병·의원의 서비스에 대한 서비스품질 속성은 유형성, 신뢰성, 응답성, 공감성 그리고 확신성이라 할 수 있다

둘째, 관련 있는 구성요인들 간의 영향관계를 파악하였다. 즉, 선행연구를 바탕으로 설정한 가설을 검증하기 위해 독립변수를 서비스품질, 종속변수를 고객만족으로 한 모형을 설정하였다. 가설검증 결과 의료 서비스품질의 구성요인 모두 고객만족에 유의한 정의 영향관계가 있는 것으로 나타났으며, 확신성의 영향이 가장 컸다. 이를 통해 선행연구에서 제시한 이론들을 확인할 수 있었다.

따라서 치과병원의 의료 서비스품질과 고객만족에 대한 인과관계를 분석한 결과, 본 연구에서 제시한 치과병원의 서비스품질은 고객만족에 영향을 미치고 있다.

제 2절 시사점 및 한계

치과병원의 서비스품질과 고객만족에 관한 실증분석을 통해 도출한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 서비스품질의 5가지 요인 확신성, 응답성, 공감성, 유형성, 신뢰성은 치과병원을 이용하는 이용자들이 만족을 느끼는 주요한 요인이 된다.

치과 병원을 방문한 환자들은 돈을 지불하고 받는 서비스에 대해 만족감을 얻기를 바란다. 이에 치과 병원 종사자들은 환자 개개인에게 관심을 보여주어야 하며, 병원을 방문한 환자가 서비스에 만족을 느낄 수 있도록 예약시간을 잘 이행하고, 진료과정에 대한 설명을 상세히 해 병원 서비스에 대한 신뢰성을 높일 필요가 있다. 또한 환자가 만족 할 수 있도록 모든 의료종사자들이 충분한 지식을 가지고 친절하게 환자를 돌보아 주어야 한다.

둘째, 치과 병원에 대한 시설이나 기기 등과 치과 종사자들의 외형은 치과를 방문하는 환자들이 그 병원에 대한 만족감을 높이는 중요한 요인이 된다. 즉, 치과 병원은 최신의료기기를 설치하고, 환자들이 편안한 마음을 가질 수 있도록 시설과 분위기를 청결히 할 필요가 있다. 또한 치과 종사자들의 용모 및 복장을 단정히 할 필요가 있다.

셋째, 치과 병원을 이용하는 환자들이 병원에 대한 만족감을 느끼기 위해, 병원 및 의료종사자들은 환자들에게 믿고 의지할 수 있도록 해야 한다. 따라서 의료종사자들은 환자들이 신뢰할 수 있도록 풍부한 의료 지식 및 의료기술의 높은 숙련도를 가지고 있어야 한다. 또한 의료종사자들은 환자들에게 친절하고 공손해야 하며, 진료비에 대해 환자들이 만족할 수 있도록 해야 한다.

넷째, 치과병원을 이용하는 환자들은 환자의 상태나 의견에 대해 의료종사자들이 관심을 가져주고 주기를 바라고 있다. 또한 환자들 예약한 시간에

진료를 받기를 원한다. 이러한 주요 사항들에 대한 의료종사자 및 병원의 서비스 개선은 병원을 찾는 환자들에게 만족감을 주게 되며 지속적인 관계를 유지하는데 도움을 줄 것이다.

다섯째, 치과 병원은 환자들에 요구에 신속한 응답을 해야 한다. 또한 환자들의 편의를 위해 의료서비스 및 환자의 요구를 신속하게 처리하여야 하며, 병원에 대한 불편사항이 있을 시 환자들의 편의를 위해 즉각적으로 처리를 해야 할 것이다.

본 연구는 부산지역에 소재하는 치과병원을 대상으로 하였으나, 자료수집의 어려움으로 일부 치과병원을 대상으로 표본을 수집하였다. 따라서 연구결과를 모든 치과병원으로 일반화하기에는 무리가 있으나, 치과병원의 특성상 비슷한 환경을 가지고 있으며 다른 병원에 적용할 수 있을 것이다. 또한 치과 병원 이 외의 장소에서 설문조사를 할 때 보다, 치과 병원 내에 내원 환자를 대상으로 설문을 받을 때가 보다 설문 응답에 대해 더욱 긍정적이었으며, 이는 의료종사자들이 같은 공간에 있기 때문에 설문 조사에 대한 의식을 하고 있으며, 이러한 결과들이 본 연구에도 많이 반영되어 있는 것으로 보인다. 향후 연구에서는 이런 부분을 참고해야 될 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

(1) 저서

- 박대환, 한진수, 장병주, 조보경 (2009), 「호텔관광서비스 이론과 실제」, 서울: 백산출판사.
- 유희하 (1989), 「현대마케팅론」, 서울: 박영사.
- 강수원 (1995), 「의료서비스의 질이 의료소비자 만족에 미치는 영향에 관한 실증적 연구」, 한남대학교 대학원 박사학위논문.
- 강정임 (2010), 「공공기관 입원환자의 의료서비스 품질에 대한 만족도 연구」, 한양대학교 임상간호정보대학원 석사학위논문.
- 김민호 (2007), 「의료서비스에서 고객지향요인이 서비스가치와 고객만족에 미치는 영향」, 고신대학교 대학원 박사학위논문.
- 김병관 (2010), 「치과 의료서비스의 품질과 환자만족도 개선방안에 대한 연구」, 전남대학교 치의학전문대학원 석사학위논문.
- 문기태 (2000), 「의료소비자가 인지하는 의료서비스 질의 구성 차원」, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 박영효 (2009), 「노인요양병원의 의료서비스품질과 고객만족에 관한 연구」, 부경대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 박주희 (1994), 「의료서비스의 구매평가에 관한 연구」, 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 손인순 (2005), 「의료서비스품질과 서비스가치, 고객만족 및 충성도에 관한

- 구조모형」, 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤명숙 (1991), 「서비스품질의 마케팅 전략적 활용에 관한 실증적 연구-의료 서비스를 중심으로」, 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤미례 (2000), 「의료서비스의 고객만족 및 재이용의도에 대한 영향요인 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 이선정 (2004), 「의료서비스의 서비스품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향」, 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 장근조 (2005), 「의료서비스 품질에 대한 고객가치와 고객만족이 재이용 의도에 미치는 영향」, 전주대학교 경영학과 박사학위논문.
- 최귀선 (2000), 「의료서비스 질이 환자만족도, 서비스가치, 재이용의사에 미치는 영향에 대한 구조분석」, 연세대학교 대학원 박사학위논문.

(2) 논문

- 김미라, 이기춘 (2003), “외래환자의 의료서비스에 대한 소비자만족척도의 개발”, *소비자학연구*, 14(2), 197-214.
- 김양균, 정기택, 안영송 (2003), “치과병원의 의료서비스 품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, *병원경영학회지*, 8(3), 49-71.
- 박재산 (2002), “병원입원환자가 인지하는 의료서비스 질, 만족도, 서비스가치, 병원재이용 의사간의 인과관계분석”, *병원학회지*, 7(4), 131-151.
- 박재산 (2004), “국립대학병원 입원환자가 느끼는 의료서비스 질, 만족도, 고객충성도 간의 관련성 분석”, *한국병원경영학회*, 9(4), 45-69.
- 송윤현, 심진보 (2006), 서비스품질과 관계품질의 성과, *한국경영학회*, 35(4), 1261-1280.

- 원용희, 박노현 (1998), "의료소비자의 정보탐색에 관한 연구", *용인대학교 논문집*, 16(0), 137-161.
- 유필하, 백수경 (2002), "서비스 상황에 따른 속성 성과의 긍정적인 수준과 부정적인 수준이 마케팅 성과에 미치는 비대칭적인 영향", *소비자연구*, 13(3), 289-308.
- 윤성욱, 양연조 (2005), "행정서비스품질과 고객만족의 비교평가 연구", *사회과학논집*, 24(2), 115-131.
- 윤성준, 박종원 (2002), "의료서비스품질과 고객만족에 관한 연구", *서비스경영학회지*, 3(호), 151-176.
- 윤호건 (1990), "병원마케팅 추진전략", *대한병원협회지*, 19(12), 35-42.
- 이상일 (1994), "병원 외래 방문 환자의 만족도 평가 및 관련요인에 대한 연구: 한 3차 병원 방문환자를 중심으로", *예방의학회지*, 27(2), 366-376.
- 이선희, 조우현, 최귀선, 강명근 (2001), "병원 고객만족도 측정방법에 대한 비교분석", *예방의학회지*, 34(1), 55-60.
- 이유재 (1995), "고객만족의 정의 및 측정에 관한 연구", *경영논집*, 29(2), 145-168.
- 정기한, 김미녀 (2008), "의료서비스에서 환자만족의 선,후행 변수에 관한 연구", *한국경영학회 통합학술대회*, 1-25
- 정성화 (2000), "치과 병원 내원 환자들의 만족도 평가를 위한 구조모형", *대구강보건의학회*, 24(1), 49-58
- 조영신, 권중훈 (2006), "한방 의료 서비스품질이 환자만족 및 재구매의도에 미치는 영향", *대한한의학회지*, 27(2), 86-95.
- 조철호 (2009), "군병원의 의료서비스품질이 외래환자의 진료가치와 환자만족에 미치는 영향", *한국경영학회*, 10(4), 1-22

최성용, 정해경, 권미영 (2006), “의료서비스품질이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구”, *한국기업경영학회*, 23(0), 51-65

한금옥 (1995), “입원환자의 서비스 만족도와 병원 재선택 의사와 관계성”, *병원행정 연구회지*, 3(1), 103-122 .

2. 국외 문헌

- Atkins, P. M., Marshall, B. S., & Javalgi, R. G. (1996), "Hay Employees Lead to Loyal Patients," *Journal of Health Care Marketing*, 16 (4), 14-24.
- Avedis Donabedian (1973), "Aspects of Medical Care Administration by Avedis Donabedian," *Harvard Univ Pr.*
- Babakus, E. & Mangold, W. G. (1992), "Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services : An Empirical Investigation," *Health Service Research*, 26(6), 767-786.
- Babakus, E., & Boller, G. W. (1992). "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Business Research*, 24(3), 253-268.
- Bearden, William O. & Jesse E. Tee l(1983), "Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports," *Journal of Marketing Research*, 20(3), 21-28.
- Bitner M. J.(1990), "Evaluating Service Encounters : The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses," *Journal of Marketing*, 54(2), 69-82.

- Bo, K. (1990), "How Patient Evaluate the Quality of Ambulatory Medical Encounters: Maretin Perspective," *Journal of Health Care Marketing*, 10(1), 6-15.
- Booms, B. H. and J. Nyquist (1981), "Analyzing the Customer/Firm Communication Component of the Services Marketing Mix," *Marketing of Services: 1981 Special Educators' Conference Proceedings*, AMA, Chicago, IL.
- Bowers M. R., J. E. Swan & W. F. Koehler (1994). "What Attributes Determine Quality and Satisfaction with Health Care Delivery?," *Health Care Management Review*, 19(4), 49-55.
- Brook RH, Williams KN (1975), "Quality of Health Care for the Disadvantaged," *Journal of Community Health*, 1, 32-156.
- Carman, J. M.(1990), "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions," *Journal of Retailing*, 66(1), 33-35.
- Cleary, P.D., Keroy, L., Karapanos, G., McMullen, W. (1989), "Patient Assessments of Hospital Care", *Quality Review Bulletin*, 15(1), 172-181.
- Cronin, J. J. Jr. & Taylor, S. A. (1992), "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, 56(2), 55-68.
- Dansky, K. H., & d D. Brannon (1996) "Discriminant Analysis: A Technique for Adding Value to Patient Satisfaction Surveys." *Hospital & Health Services Administration*, 41(4), 503-13.
- Dansky, K.H., & Miles, J. (1997), "Patient Satisfaction with Ambulatory

- Healthcare Services: Waiting Time and Filling Time," *Hospital and Health Services Administration*, 42(1), 165-176.
- Darby, Michael R. & Edi Kami. (1973). "Free Competition and the. Optimal Amount of Fraud," *Journal of Law and Economics*. 16(1), 67-88.
- Donabedian, A. (1988), "The Quality of Care: How Can It Be Assessed?" *Journal of the American Medical Association*, 260(12), 1743-1748.
- Fox, J. G., & D. M. Storms. (1981), "A Different Approach to Sociodemographic Predictors of Satisfaction with Health Care," *Social Science and Medicine*, 15(5), 557-64.
- Garvin, David A. (1984), "What Does Quality Mean?," *Sloan Management Review*, 26(1), 25-28.
- Georgette, M., Zifko, B., & Robert, F. K. (1997), "Managing Perceptions of Hospital Quality," *Marketing Health Service*, 17(1). 28-35.
- Gronroos, C. (1984), "A Service-Oriented Approach to Marketing of Service," *European Journal of Marketing*, 12(8), 27-32.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1999), "Principles of Marketing," *Prentice Hall*.
- Kotler, P. & K. L. Keller (2006), "Marketing Management", *New Jersey: Pearson Education*.
- Lahti S, Tuuti H, Hausen H, Kaariainen R. (1995), "Comparison of Ideal and Actual Behavior of Patients and Dentists During Dental Treatment," *Community Dent Oral Epidemiol*, 23(0), 374-378.
- Lehtinen, J.R & Lehtinen, U. (1982), "Service Quality: A Study of Quality Dimensions", *Unpublished working paper*, Service Management Institute, Helsinki .
- Lehtinen, V., & Lehtinen, J. R. (1985). "Service Quality: A Study of Quality

- Dimensions. Second World Marketing Proceedings," *Stirling, Scotland: Marketing Education Group*, 296-308.
- Lovelock, C. H (1983), "Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights," *Journal of marketing*, 47(2), 9-20.
- Lytle, R. S. & Mokva, M. P.(1992), "Evaluating Health Care Quality : The Moderating Role of Outcomes," *Journal of Health Care Marketing*, 12(1), 460-69.
- Oliver, R. L. (1997). "Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer," *New York, NY: McGraw-Hill*.
- Oliver, Richard L. (1980), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Parasuraman, A., Zithmal, V. A. & Berry, L. L. (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for the Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Fall), . 41-50.
- Reidenbach, E. R. & Sandifer-Smallwood, B.(1990), "Exploring Perception of Hospital Operations by a Modified SERVQUAL Approach," *Journal of Health Care Marketing*, 10(4), 47-55.
- Ware J. E Jr & Hays R. D (1988), "Methods for Measuring Patient Satisfaction with Specific Medical Encounters," *Medical Care*, 16(1), 393-402.
- Ware, J. & M. Snyder (1975), "Dimensions of Patient Attitudes Regarding Doctors and Medical Care Services," *Medical Care*, 13(3), 669-682.
- Weisman, C.S., Gordon, D.L. & Cassard, S.D. (1993), "The Effects of Unit Self-management on Hospital Nurses' Work Process, Work

- Satisfaction and Retention," *Medical Care* , 31(5), 381-393.
- Weisman, C.S. & Nathanson, C.A. (1985), "Professional Satisfaction and Client Outcomes," *Medical Care*, 23(10), 1179-92.
- Zeithaml, V, A, L, & A. Parasuraman (1985), "Problems and Strategies in Service Marketing," *Journal of Marketing*, 49(1), 34-55.



부록

설문지

안녕하십니까?

본 설문지는 「치과병원 서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향」에 관한 연구를 위한 데이터 수집을 위해 작성된 것입니다.

치과 의료 서비스를 이용한 경험이 있는 분을 대상으로 설문을 받고 있습니다.

설문지를 통하여 얻어진 귀하의 고견은 오직 학문연구 목적으로만 활용될 것이며, 자료의 처리과정에 있어서도 절대로 비밀이 보장 될 것입니다.

바쁘신 중에도 본 연구조사 작업에 협조하여 주셔서 대단히 감사합니다.

2010. 11.

지도교수 홍재범

연구자 박선희

부경대학교 경영대학원 석사과정

연락: 010-7482-8008

kikiki-suny@nate.com

I. 다음은 귀하가 최근에 방문하신 치과 병원서비스 품질에 대한 평가입니다. 해당되는 번호에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

병원 서비스품질 유형성에 관한 질문	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
1. 이 병원은 최신 의료기기를 보유하고 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 이 병원의 시설과 분위기가 청결하다.	①	②	③	④	⑤
3. 치과 종사자의 용모와 복장이 단정하다.	①	②	③	④	⑤
4. 이 병원의 안내와 위치 표시는 잘 되어있다.	①	②	③	④	⑤
5. 이 병원의 주차 등 부대시설이 잘 되어있다.	①	②	③	④	⑤
6. 이 병원의 영업시간이 편리하다.	①	②	③	④	⑤

병원 서비스품질 신뢰성에 관한 질문	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
1. 진료를 약속한 시간에 받을 수 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 진료과정에 대해서 충분히 설명을 해준다.	①	②	③	④	⑤
3. 진료이후 부작용이나 주의사항을 충분히 설명해 준다.	①	②	③	④	⑤
4. 의료상담 시 정확한 정보를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
5. 이 병원은 진료기록을 정확히 기록하고 보존한다.	①	②	③	④	⑤
6. 이 병원은 믿고 의지할 만하다.	①	②	③	④	⑤

병원 서비스품질 응답성에 관한 질문	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
1. 이 병원 종사자들은 신속하게 의료서비스를 제공해준다.	①	②	③	④	⑤
2. 이 병원은 기꺼이 환자를 도와 줄 준비가 항상 되어있다.	①	②	③	④	⑤
3. 이 병원은 아무리 바빠도 환자의 요구를 신속하게 처리해준다.	①	②	③	④	⑤
4. 이 병원은 나의 불편사항에 대해 해결책을 제공해 주었다.	①	②	③	④	⑤

병원 서비스품질 공감성에 관한 질문	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
1. 이 병원은 환자 한명 한명에게 관심을 가져준다.	①	②	③	④	⑤
2. 이 병원은 나에게 개별적인 관심을 가지고 의료서비스를 제공해준다.	①	②	③	④	⑤
3. 이 병원은 나의 상태나 의견에 충분한 관심을 기울인다.	①	②	③	④	⑤
4. 이 병원 의료종사자들은 환자가 원하는 것을 이해하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
5. 이 병원은 내가 원하는 것이 무엇인 지 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 이 병원은 나의 건강과 회복을 진심으로 생각한다.	①	②	③	④	⑤

병원 서비스품질 혁신성에 관한 질문	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
1. 이 병원의 의료종사자들을 믿고 의지할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 이 병원의 의료종사자들에게 의료서비스를 받을 때 안심이 된다.	①	②	③	④	⑤
3. 이 병원의 의료종사자들은 풍부한 의료지식을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 이 병원의 의료종사자들은 매우 친절하고 공손하다.	①	②	③	④	⑤
5. 이 병원은 진료비를 적정하게 계산하여 청구한다.	①	②	③	④	⑤
6. 이 병원의 종사자들은 의료기술의 숙련도가 매우 높다.	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 귀하가 최근에 방문하신 치과 병원서비스 충성도에 대한 평가입니다. 해당되는 번호에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

병원 서비스품질 고객만족에 관한 질문	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
1. 이 병원에서 기대보다 더 좋은 치료를 받았다.	①	②	③	④	⑤
2. 이 병원의 진료비용은 적당하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3. 이 병원에서 대해서 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4. 이 병원의 의사 서비스에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
5. 이 병원의 간호사 서비스에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
6. 이 병원의 의료종사자 서비스에 대해서 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤

III. 다음은 인구통계학적 질문입니다. 해당되는 번호에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은 ? ① 남 ② 여
2. 귀하의 연령은 ?
① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상
3. 귀하의 학력은?
① 고졸이하 ② 대학(교) 졸 ③ 대학원 이상
4. 귀하의 직업은 ?
① 전업주부 ② 학생 ③ 자영업/개인사업 ④ 회사원
⑤ 전문직 ⑥ 공무원 ⑦ 차과종사자 ⑧ 기타 ()
5. 귀하의 월평균소득은 ?
① 월 100이하 ② 월 100만원-200만원대 ③ 월 200-300만원대
④ 월 300-400만원 ⑤ 월 400만원이상
6. 지난 6개월간 치과 의료를 접해본 횟수는?
① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회이상 ⑥없음
7. 귀하께서 받은 치과 치료의 종류는? (중복 선택 가능)
① 임플란트 ② 브릿지 ③ 충치치료 ④ 예방점검 ⑤ 스켈링
⑥ 심미적치료 ⑦ 발치 ⑧ 기타 ()
9. 귀하께서 이 치과를 선택하게 된 계기는? (중복 선택 가능)
① 가격이 저렴해서 ② 웹사이트를 통해서 ③ 이용하기 가까운 거리에 있어서
④ 주변사람의 권유로 ⑤ 의료진이 친절해서 ⑥ 기타 ()

<감사의 글>

본 논문이 완성되기까지 각별한 관심으로 학문 뿐 아니라 많은 걸 배우고 느끼게 해주신 홍재범 지도교수님께 깊은 감사를 드립니다. 아울러 바쁘신 중에도 논문의 심사를 맡아 주시고, 충고와 격려를 아끼지 않으신 잘생긴 전재균 교수님과 허원무 교수님께 머리 숙여 감사드리며, 선배로써 때론 오빠로써 논문 완성을 위해 마지막까지 세심하게 챙겨주신 이광민 박사님께도 감사의 말씀드립니다.

치과 관련 논문이다 보니, 아낌없이 도움을 주셨던 나의 멘토 문중치과 신준혁 원장님을 포함한, 명성치과 윤장훈 원장님과 보경실장님, 우치과 우원희 원장님 등, 그리고 이 설문에 도움을 주셨던 여러 치과 간호사님들에게도 진심으로 감사의 마음을 전합니다.

논문 설문에 가장 힘이 되어주었던 Dio-implant 직원들 감사합니다. 특히, 우리 부서의 가장 힘이 되는 동료이자 벗이자 오빠인 종우오빠, 정말 잘 생긴 김민승씨, 해줄 꺼면서 속삭이는 김동맹씨, 초난강 닮은 남생씨, 내가 좋아하는 옥씨, 새신랑 유성씨, 그리고 같이 있는 것만으로도 힘이 되는 최지현이와 고구마의 별명을 가진 가연이, 이웃사촌 박영민 박사, 강주부님을 포함한 모두에게 깊은 감사드립니다.

논문 준비를 위해 동고동락하며, 힘들 때 서로 마음의 힘이 되었던 진완오빠, 항상 고마운데 표현을 잘 못해줬던 장윤댕 언니, 말로 표현할수 없을 만큼 고마운 송동효 박사님과 흑곰씨, 너무나 착한 성환이, 은희, 유진언니, 그리고 든든한 동호삼촌, 옆에서 따뜻하게 챙겨주신 마음의 벗인 소영이 언니, 배사장님, 도연언니, 기봉이 오빠 그리고 외국에서 전화로 설문을 받아주신 깔롱쟁이 성문 오빠, 새색시 재영 언니, 윤경언니, 고마운 진주, 윤미와 창익오빠, 그리고 내가 가장 아끼는 친구 정아를 포함한 이 모든 분과 함께 기쁨을 나누고 싶습니다.

마지막으로 그 동안 저보다 더 힘들었을 테지만 많은걸 이해하고, 가까이 있어서 더 많은 걸 표현해 드리지 못한 엄마, 아빠.. 그리고 멀리 군에서 항상 응원해주는 자랑스럽고 든든한 나의 동생 재훈이에게 이 영광을 함께 하며 이 논문을 바칩니다.

2011년 1월

박 선 희 올림