creative commons

COMMONS DEED

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

dCollection

[UCI]I804:24011-200000276215

2014년 8월
박사학위논문

간호사가 지각하는 병원의 내부마케팅 활동과 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 미치는 영향

조선대학교 대학원

보 건 학 과

임 순 임

간호사가 지각하는 병원의 내부마케팅 활동과 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 미치는 영향

The Effect of Perceived Internal Marketing Activities, Self-efficacy, and Job Satisfaction on the Customer-oriented Attitudes among Hospital Nurses

2014년 8월 25일

조선대학교 대학원

보 건 학 과

임 순 임

dCollection @ chosun

간호사가 지각하는 병원의 내부마케팅 활동과 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 미치는 영향

지 도 교 수　　최 성 우

이 논문을 보건 학 박사학위 신청 논문으로 제출함

2014년 4월

조선대학교 대학원

보 건 학 과

임 순 임

dCollection @ chosun

임순임의 박사학위 논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 박 종 (인)

위 원 전남대학교 교수 신 준호 (인)

위 원 조선대학교 교수 류 소연 (인)

위 원 조선대학교 교수 한 미 아 (인)

위 원 조선대학교 교수 최 성 우 (인)

2014년 6 월

조선대학교 대학원

dCollection @ chosun

목 차

표 목 차 ---------- iii
그림목차 ---------- iv
ABSTRACT ---------- v

Ⅰ. 서론 ---------- 1
1. 연구의 필요성 ---------- 1
2. 연구목적 ---------- 3

Ⅱ. 연구방법 ---------- 4
1. 연구의 틀 ---------- 4
2. 연구대상 ---------- 4
3. 자료수집방법 ---------- 5
4. 연구도구 ---------- 5
5. 자료분석방법 ---------- 7

Ⅲ. 연구결과 ---------- 8
1. 대상자의 일반적 특성 ---------- 8
2. 대상자의 내부마케팅인식, 자기효능감, 직무만족, 고객 지향성 정도 ---------- 10
3. 일반적 특성에 따른 내부마케팅 인식차이 ---------- 11

dCollection @ chosun

4. 일반적 특성에 따른 자기효능감 차이---------- 14

5. 일반적 특성에 따른 직무만족, 고객지향성 차이-------- 16

6. 내부마케팅과 자기효능감, 직무만족, 고객지향적 태도와의 관계---------- 18

7. 내부마케팅이 자기효능감에 미치는 영향---------- 20

8. 내부마케팅이 직무만족에 미치는 영향---------- 22

9. 내부마케팅이 고객지향적 태도에 미치는 영향---------- 23

Ⅳ. 고찰---------- 25

Ⅴ. 요약 및 결론----------30

참고문헌---------- 32

부 록---------- 38

dCollection @ chosun

List of Table

Table 1. General characteristics of the subjects---------- 9
Table 2. Mean of Internal marketing perception, self efficacy, Job satisfaction and Customer oriented attitude -------10
Table 3. Difference of Internal marketing perception according to General characteristics---------- 12
Table 4. Difference of Self efficacy according to General characteristics---------- 15
Table 5. Difference of Job satisfaction & Customer oriented attitude according to General characteristics----------17
Table 6. Correlations among Internal marketing perception, Self-efficacy, Job satisfaction and Customer oriented attitude---------- 19
Table 7. The effect of Internal marketing perception on Self efficacy ---------- 21
Table 8. The effect of Internal marketing perception on job satisfaction---------- 22
Table 9. The effect of Internal marketing perception on customer oriented attitudes---------- 24

dCollection @ chosun

List of Figure

Figure-1----------4

dCollection @ chosun

ABSTRACT

The Effect of Perceived Internal Marketing Activities on the Self-efficacy and Job Satisfaction on the Customer-Oriented Attitudes Among Hospital Nurses

Sun-Im, Im
Advisor : prof. Seong-Woo, Choi, MD, Ph. D
Department of Health Science Graduate School of Chosun University

Objectives: This study has been attempted to provide the basic data for nursing interventions to improve the customer-oriented attitude of nurses whether nurses' perception of the hospital's internal marketing activities, self-efficacy, and job satisfaction can be affected to customer-oriented attitude.

Methods: 430 nurses out of 750 nurses working at three general hospital of 500 beds or more in Gwangju, with at least 1 year working experience, were surveyed from Feb.15 to March 30 in 2014. The data was analyzed by SPSS WIN 18.0 Programs using the t-test, ANOVA (post-test is Scheffe" black), the correlation between the variables and the Pearson correlation coefficient, the impact factor is a multiple regression analysis.

Results: In the regression results, internal marketing activities such as self-efficacy and job satisfaction of nurses has been found to be a significant on customer oriented attitude of nurses($p<.001$). Self-efficacy

dCollection @ chosun

has been affected by graduate school of education, income more than 4000thousand won or more, head nurses group, internal marketing activities in lower area such as nurse training, reward system and fairness(R2=25.3%). Job satisfaction affected by 4 lower area of internal marketing and self-efficacy was confirmed(R2=60.4%). In conclusion, the results of these internal marketing such as head nurses group, reward system which is one of 4 lower area, self-efficacy and job satisfaction was found to be affecting on customer-oriented attitude of the nurses (R2=48.5%).

Conclusions: Internal marketing strategies for nursing staff when showed the lowest score in a reward system, details the compensation package groups that meet specific needs and supports the development. Customer-oriented attitude could be improved due to high self-efficacy and job satisfaction when the nurses perform their duties if internal marketing activities such as self-efficacy and motivation for the job are applied to nurses.

Key words : Nurse, Internal marketing perception, Self-efficacy, Job satisfaction, Customer oriented attitude.

dCollection @ chosun

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 필요성

오늘날 병원의 의료서비스 산업은 의료기관의 대형화, 기업화, 전문화가 가속화되어 의료기관간의 경쟁은 날로 심화되고 있는 추세이다(Choi 2014). 이에 병원마다 경쟁력 확보를 위해 변화에 대한 인식과 더불어 전략적 대응방안을 강구하게 되었고, 환자중심의 마케팅 전략의 필요성을 실감하게 되었다(Kim & Lee, 2004). 그러나 지금까지의 마케팅 활동을 보면 구성원의 중요성을 인식하지 못한 채, 대부분 외부고객 만족을 통한 조직의 가치를 극대화 시키는 전통적 방식으로 통용해 오다가, 최근에야 내부고객의 서비스 정신이 없이는 불가능하며, 외부고객 못지않게 내부고객의 만족이 중요하다는 측면의 내부마케팅 개념이 부각되고 있다(Kang, 2002). 내부마케팅이란 서비스 품질을 결정짓는 내부고객의 관리를 서비스 기업의 중요한 경쟁요인으로 간주하는 새로운 관점이며(Kim, 2006), 조직 내 인적자원을 대상으로 직무에 대한 동기를 부여하는 다양한 방식의 보상 활동으로, 궁극적으로는 서비스 품질과 고객만족도를 극대화시켜 경영성과를 향상시키기 위한 것으로 볼 수 있다(Choi & Ha, 2007).

고객지향성 또한 고객의 욕구를 고객의 이해에 가장 부합하는 방향으로 충족시키고자 접근하는 것으로서 고객지향성이 높은 직원은 고객의 욕구를 충실히 반영함으로써 성과를 높일 수 있다(Saxe & Weitz, 1982). 즉, 서비스 제공자가 서비스 제공을 위한 모든 행위를 그 자신보다는 고객의 욕구와 요구에 따라 행하기 때문에(Saxe & Weitz, 1982) 이는 조직성과의 행동적 측면으로도 이해될 수 있다(Morrison, 1996).

특히, 간호인력은 병원 내에서 가장 큰 단일집단으로 구성되어 있으며, 고객접점부서로서 의료소비자의 지각에 결정적인 영향을 미칠 수 있는 위치에 있을 뿐만 아니라, 제공되는 간호서비스의 품질에 따라 병원 서비스 전체의 이미지 형성과 고객만족에 중요한 영향을 미칠 수 있다(Cha, 2000). 따라서 조직의 보다 적극적인 내부마케팅 활동으로 간호사들이 자신감을 가지고 자신

dCollection @ chosun

의 직무에 만족할 수 있도록 한다면, 조직의 일을 자신의 일처럼 수행할 수 있는 고객지향적 태도를 갖게 되어, 고객에게 보다 나은 서비스를 제공할 수 있다(Han & Kim, 2005).

선행연구를 보면 내부마케팅 활동이 간호사의 직무만족, 이직의도에 영향을 주는 변수로 확인되거나(Kim et al. 2004), 간호사의 이직의도 간호업무수행 및 간호업무생산성에 유의한 영향을 주는 것으로 파악되었으며(Doo et al. 2005), 조직구성원의 기능 및 사기를 진작시키고(Lee, 1997), 간호사의 고객지향성에도 영향을 미치는 것으로 나타났다(Choi & Ha, 2007; Kim, 2011).

또한 직무만족과 자아성취감에 영향하는 개념으로 최근 들어 사회학습이론에 바탕을 둔 자기효능감의 개념이 대두되고 있다(Choi & Kim, 2000). 자기효능감이란 자신에게 주어진 목표달성에 필요한 행동 과정들을 조직하고 실행하는 능력에 대한 신념으로(Bandura, 1997), 다른 전문직에 비해 책임감과 독립심을 필요로 하는 임상간호사들에게는 필수적이라 할 수 있다. 즉, 간호사가 직무 수행 시 직무에 대한 만족감과 더불어 자신의 능력에 대한 믿음을 가지고 간호서비스를 제공하게 된다면 이는 고객중심의 실제적인 행동이나 사고인 고객지향에도 영향을 줄 수 있기 때문이다(Han & Kim, 2005). 자기효능감이 높을 경우, 자신의 행동과 능력에 대한 판단, 목표수준, 목표에 대한 몰입의 정도, 행동에 대한 선택과 같은 성과변수에 변화를 줄 수 있으며(Virginia & Susan, 1996), 직무수행을 위한 감정표현에서 야기되는 우울이나 스트레스와 같은 부정적 효과를 낮추어 직무만족을 높일 수가 있다(Bong, et al. 2009). 또한 자기효능감은 양질의 간호제공으로 이어져 개인과 조직의 성과를 향상시키고(Lee & Song, 2010; Ko & Kang, 2006), 내·외부고객에 대한 고객지향성이나 직무만족, 간호수준에도 긍정적인 영향을 가져올 수 있다(Lee, 2008).

선행연구를 보면 내부마케팅 활동이 직무만족과 고객지향적 태도에 영향을 미치지만(Cha, 2000), 간호조직에서의 연구는 타 학문분야에 비해 아직은 초기단계이며 매우 제한적이라고 할 수 있다. 특히 내부마케팅 활동이 간호사의 자기효능감과 직무만족에 영향을 주어 그로 인해 고객지향적 태도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구는 미미한 실정이라고 볼 수 있어, 본 연구

dCollection @ chosun

를 통해 간호사의 직무에 대한 자신감과 직무만족이 고객지향적 태도를 향상시킬 수 있는 새로운 영향변수로 보는 개념을 연결시킨다면 그 의의가 클 것으로 생각된다.

따라서 본 연구의 목적은 조직의 내부마케팅 활동에 대한 간호사의 지각정도를 먼저 파악한 후, 내부마케팅 활동에 의한 간호사의 자기효능감과 직무만족에 미치는 영향이 고객지향적 태도에 어떠한 영향을 미치는가를 규명하고자 하였으며, 이를 토대로 조직의 성과에 중요한 변수로 작용될 수 있는 간호인적자원을 대상으로 자기효능감과 직무만족을 증진시킬 수 있는 전략적인 내부마케팅 활동을 구축하여 간호사의 고객지향적 태도를 향상시킬 수 있도록 하는데 기초자료로 제공하고자 수행하였다.

2. 연구의 목적

본 연구는 간호사가 지각하는 병원의 내부마케팅 활동과 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하여, 간호사의 고객지향적 태도를 향상 시킬 수 있는 간호중재 방안 모색을 위한 기초자료로 제공하고자 시도하였으며 구체적인 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 대상자의 일반적 특성을 파악한다.

둘째, 대상자가 지각한 내부 마케팅활동, 자기효능감, 직무만족, 고객지향적 태도의 수준을 파악한다.

셋째, 대상자의 일반적 특성에 따른 내부마케팅 활동, 자기효능감과 직무만족, 고객 지향적 태도의 차이를 파악한다.

넷째, 대상자가 지각한 내부마케팅활동, 자기효능감, 직무만족, 고객지향적 태도와의 상관관계를 파악한다.

다섯째, 논리적 모형에 따라 일반적 특성을 통제한 상태에서 고객지향적 태도에 내부마케팅 활동에 대한 인지, 자기효능감과 직무만족이 미치는 영향을 파악한다.

dCollection @ chosun

Ⅱ. 연구방법

1. 연구의 틀

본 연구는 간호사가 지각하는 병원조직의 내부마케팅 활동과 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 미치는 영향을 파악하기 위해 연구모형을 설계하였다(Figure 1). 내부마케팅 하부요인인 교육훈련, 보상제도, 공정성, 편의성을 독립변수로 하고 고객지향적 태도를 종속변수로, 자기효능감, 직무만족을 매개변수로 하여 이에 따른 영향요인을 분석하였다.

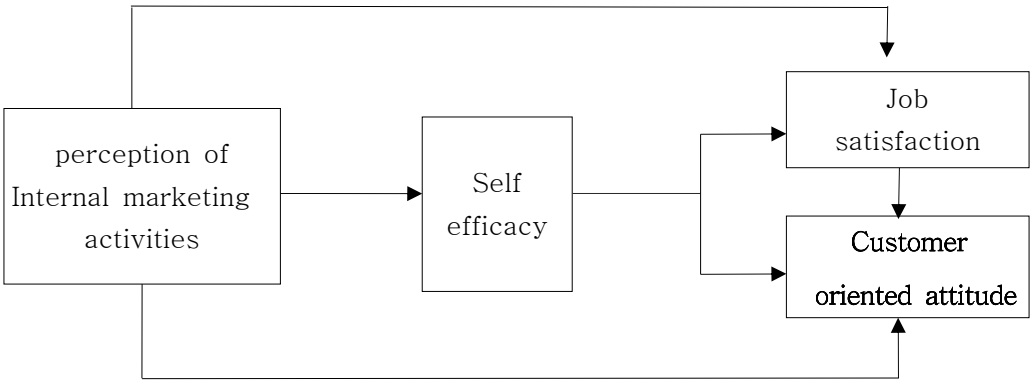

Figure-1. Schematic diagram of the study

2. 연구대상

본 연구는 G 광역시 종합병원 중 500병상 이상인 3개의 의료기관에 종사하는 간호사 750명 중 고객접점부서에서 1년 이상 근무하고, 연구 목적에 대한 설명을 충분히 한 후 이해하고 동의한 간호사를 대상으로 연구 참여 동의서가 첨부된 설문지를 배부하여, 이중 427부를 회수하였고, 이중 내용이 부실한 14부를 제외한 413부를 최종 분석대상으로 하였다.

dCollection @ chosun

3. 자료수집방법

자료수집기간은 2014년 2월 20일에서 3월 30까지 실시하였으며, 본 연구에서 간호사는 입사 첫 일 년 동안은 병원조직에 적응하는 시기로 병원의 조직 활동과 내부마케팅 활동에 대한 이해도가 낮기 때문에(Kim, 2011), 근무경력 1년 이상인자로 하였으며, 윤리적 측면을 고려하여 C대학병원의 기관생명윤리위원회(IRB)의 승인을 받은 후 자료 수집을 하였다.

4. 연구도구

1) 일반적 특성

일반적 특성으로는 성별, 나이, 결혼상태, 종교, 학력, 직위, 월평균 수입, 임상경력, 근무형태, 근무부서 등 10개 문항을 조사하였다. 연령은 30세 미만, 31세~40세, 40세 이상으로 구분하였으며, 결혼 상태는 기혼, 미혼으로 구분하였고, 종교는 있다, 없다로 구분하였다. 학력은 전문대졸, 대학졸업, 대학원이상으로 구분하였으며, 직위는 일반간호사, 주임간호사, 수간호사로 구분하였고, 월평균 수입은 200만원 미만, 201~300만원, 301~400만원, 400만원 이상으로, 임상경력은 1년~10년, 11년~20년, 20년 이상으로 구분하였다. 근무형태는 통상근무, 2교대근무, 3교대근무로 구분하였으며, 근무부서는 내과계 병동, 외과계 병동, 응급실, 중환자실, 외래로 구분하였다.

2) 인지하는 내부마케팅 활동

본 연구에서는 내부마케팅 인지정도를 측정하기 위하여 Hezberg(1968)가 정의한 동기부여 위생이론을 근거로 Cho(2002)가 개발한 도구를 이용하였다. 본 연구에서 간호사가 인지하는 내부마케팅 활동은 총 15문항으로 구성되어 있으며, 세부적으로 업무능력향상을 위한 지원 및 절차에 관한 교육훈련 3문항과 목표에 대한 합당한 보상, 근무조건 인정 등에 관한 보상제도 5문항, 휴가 및 개선점에 대한 제안과 공정한 인사관리 및 의사소통에 관한 공정성 4문항, 근무환경 및 인력관리에 관한 편의성 3문항으로 구성되었다. 측정기준은 5점 척도로 “전혀 그렇지 않다” 1점에서 “매우 그렇다” 5점으로 측정하였으며, 점수가 높을수록 내부마케팅 활동에 대한 인지정도가 높은 것을 의미

dCollection @ chosun

한다. 본 도구의 신뢰도는 Cho(2002)의 연구에서는 Cronbach's α=0.80 이었으며, 본 연구에서는 Cronbach's α=0.905로 나타났다.

3) 자기효능감

자기효능감은 Shere와 Maddux(1982)가 개발한 일반적 상황에서의 자기효능감 측정 도구를 Jeong(2007)이 수정·보완한 17개 문항의 일반적 자기효능감 측정 도구를 이용하였다. 이 도구를 5점 Likert 척도로 "전혀 그렇지 않다" 1점부터 매우 그렇다" 5점으로 측정되며, 점수가 높을수록 자기효능감이 높음을 의미한다. Jeong(2007)의 연구에서는 Cronbach's α=0.86이었으며, 본 연구에서는 Cronbach's α=0.934로 나타났다.

4) 직무만족

본 연구에서는 Park(2007)의 연구에서 사용된 도구를 토대로 Lee(2010)가 수정, 보완한 도구를 이용하였다. 총 12문항으로 구성되었고 각 문항의 측정기준은 5점 척도로 "전혀 그렇지 않다" 1점에서 "매우 그렇다" 5점으로 측정되며 점수가 높을수록 직무만족이 높음을 의미한다. 본 도구의 신뢰도는 Lee(2010)의 연구에서는 Cronbach's α=0.879 이었으며, 본 연구에서 Cronbach's α=0.897로 나타났다.

5) 고객지향성

본 연구에서는 Joe(2006)가 선행연구 및 관련 문헌을 참고하여 간호사의 고객지향성을 측정하기 위해 사용된 도구를 사용하였다. 이 도구는 고객지향성을 파악하기 위하여 고객이 바라는 대로 정확하게 수행할 수 있는 능력에 관한 신뢰성 4문항, 고객의 물음에 재빠르게 반응여부에 관한 반응성 3문항, 서비스 제공에 대한 외형적 모습에 관한 유형성 3문항, 고객에 대한 배려나 개인적인 친밀감에 관한 공감성 4문항으로 총 14개 문항으로 구성되었다. 측정기준은 5점 척도로 "전혀 그렇지 않다" 1점부터 "매우 그렇다" 의 5점 척도로 측정한 점수를 의미하며, 총점 범위는 14-70점으로 측정점수가 높을수록 고객지향성이 높음을 의미한다. Joe(2006)의 연구에서 Cronbach's α=0.79이었으며, 본 연구에서의 Cronbach's α=0.924로 나타났다.

dCollection @ chosun

5. 자료 분석방법

수집된 자료는 SPSS(PASW).Version.18.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 각 연구 목적에 따른 분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 일반적 특성 및 직무관련 특성은 빈도와 백분율을 실시하였다.

둘째, 내부마케팅, 자기효능감, 직무만족, 고객지향적 태도는 평균과 표준편차를 실시하였다.

셋째, 일반적 특성 및 직무관련특성에 따른 측정변수들 간의 차이는 t-test와 ANOVA(사후분석은 scheffe 검정)를 실시하였다.

넷째, 제 변수들 간의 상관관계를 파악하기 위해서는 Pearson's correlation을 실시하였다.

다섯째, 인지된 내부마케팅 활동, 자기효능감과 직무만족이 고객지향적 태도에 미치는 영향요인을 파악하기 위해서는 다중회귀분석(multiple regression analysis) 을 실시하였다.

모든 통계적 유의성은 $P<0.05$로 하였다.

dCollection @ chosun

Ⅲ. 연구결과

1. 대상자의 일반적 특성

전체 대상자의 성별 분포는 남자가 15명(3.6%), 여자가 398명(96.4%)이었고, 나이는 21-30세가 232명(56.2%)으로 가장 많았다. 결혼 상태는 미혼이 269명(65.1%)으로 기혼보다 더 많았다. 종교는 없는 사람이 224명(54.2%)으로 있는 사람보다 많았으며, 학력은 대학졸업이 176명(42.6%)으로 가장 많았고, 월평균 수입에 있어서는 201～300만원이 221명(53.5%)으로 가장 많았다. 직위는 일반간호사가 354명(85.7%)으로 대다수를 차지하였으며, 임상경력은 1년～10년이 278명(67.3%)으로 가장 많았다. 근무형태는 3교대가 301명(72.9%)으로 가장 많았으며, 근무부서는 내과계 병동이 146명(35.4%), 중환자실이 95명(23.0%), 외과계 병동 84명(20.3%) 순이었다(Table 1).

dCollection @ chosun

Table 1. General characteristics of the subjects (N= 413)

Characteristics	Category	N	%
Gender	Male	15	3.6
	Female	398	96.4
Age(year)	21～30	232	56.2
	31-40	108	26.2
	>40	73	17.7
Marital status	Married	144	34.9
	Unmarried	269	65.1
Religion	Yes	189	45.8
	No	224	54.2
Level of education	College graduation	168	40.7
	Undergraduate degree	176	42.6
	Master's degree	69	16.7
Monthly income (10,000 won)	≤200	94	22.8
	201～300	221	53.5
	301～400	78	18.9
	>400	20	4.8
Position	Staff nurse	354	85.7
	Charge nurse	34	8.2
	Head nurse	25	6.1
Clinical Experience(year)	1～10	278	67.3
	11～20	75	18.2
	>20	60	14.5
Shift work	Non-shift	91	22.0
	2 shift	21	5.1
	3 shift	301	72.9
Working unit	Internal medicine unit	146	35.4
	Surgery unit	84	20.3
	Emergency room	39	9.4
	Intensive care unit	95	23.0
	Out patient department	49	11.9

dCollection @ chosun

2. 대상자의 내부마케팅인식, 자기효능감, 직무만족, 고객지향성 정도

연구대상자의 내부마케팅 인식점수는 평균 2.92±0.53점이였고, 내부 마케팅 인식의 하부요인으로 교육훈련이 3.37점±0.56, 보상제도 2.51±0.67점, 공정성 3.00±0.55점, 편의성 2.83±0.67점으로 교육훈련 점수가 가장 높고 보상제도가 가장 낮았다. 자기효능감의 평균은 3.61±0.47점, 직무만족은 2.94±0.51점, 고객지향성은 3.68±0.47점이었다(Table 2).

Table 2. Mean of internal marketing perception, self efficacy, job satisfaction and customer oriented attitude

(N=413)

Variables		M±SD*	Minimum	Maximum
Internal marketing perception	Total	2.92±0.53	1.53	5.00
	Education & training	3.37±0.56	1.67	5.00
	Compensation system	2.51±0.67	1.00	5.00
	Fairness	3.00±0.55	1.00	5.00
	Convenience	2.83±0.67	2.00	5.00
Self efficacy		3.61±0.47	2.41	5.00
Job satisfaction		2.94±0.51	1.58	5.00
Customer oriented attitude		3.68±0.47	1.36	5.00

* Mean±Standard deviation

dCollection @ chosun

3. 일반적 특성에 따른 내부마케팅 활동의 인식차이

대상자의 일반적 특성에 따른 내부마케팅 활동 전체에서는 직위(p<.001), 임상경력(p=.008)에서 통계적으로 유의한 차이를 나타냈으며, 사후검정결과 일반간호사(2.90±0.52)와 주임간호사(2.88±0.47)에 비해 수간호사(3.31±0.60)가 더 높았으며, 임상경력은 20년 이상(3.06±0.60)이 11-20년(2.78±0.50)보다 더 높았다. 내부마케팅 활동의 하위영역 중에서 교육훈련은 직위(p=.007)에서 유의한 차이를 보였다. 사후검정결과 수간호사군(3.71±0.58)이 일반간호사군(3.34±)보다 높게 나타나 직위가 높을수록 내부마케팅에 대한 인지정도가 높음을 나타내었다. 보상제도는 직위(p=.020)와 임상경력(p=.046)에서 유의한 차이를 보였다. 사후검정결과 수간호사군(2.86±0.73)이 주임간호사(2.40±0.61)와 일반간호사군(2.49±0.67)보다 보상제도에 대한 인지정도가 높게 나타났으며, 임상경력은 20년 이상(2.63±0.75)이 11～20년(2.35±0.61)보다 높게 나타났다. 공정성은 나이(p=.050)와 직위(p=.017), 임상경력(p=.050)에서 유의한 차이를 보였으며, 사후분석결과 나이는 31-40세(2.89±0.55)보다 40세 이상(3.05±0.60)에서 직위는 수간호사군(3.31±0.72)이 일반간호사군(2.98±0.54)보다 높게 나타났으며, 임상경력은 20년 이상(3.01±0.73)이 11-20년(2.87±0.62)보다 더 높았다. 편의성은 직위(p=.001), 임상경력(p=.011)에서 유의한 차이를 나타냈으며, 사후분석결과 직위는 수간호사군(3.31±0.80)이 주임간호사군(2.84±0.60)과 일반간호사군(2.80±0.65)보다, 임상경력은 20년 이상(3.01±0.73)이 11-20년(2.67±0.62)보다 더 높았다(Table 3).

dCollection @ chosun

Table 3. Difference of internal marketing perception according to general characteristics (N= 413)

Characteristics	Category	Total		Education & training		Compensation system		Fairness		Convenience	
		M±SD	*p*-value	M±SD	*p*-value	M±SD	*p*-value	M±SD	*p*-value	M±SD	*p*-value
Gender	Male	2.74±0.47	.433	3.27±0.52	.527	2.28±0.61	.281	2.90±0.38	.090	2.62±0.49	.058
	Female	2.93±0.53		3.37±0.56		2.52±0.67		3.00±0.56		2.84±0.67	
Age(year)	21～30[a]	2.93±0.51	.057	3.37±0.55	.213	2.51±0.66	.277	3.04±0.54	.050	2.84±0.66	.107
	31～40[b]	2.83±0.54		3.30±0.57		2.44±0.68		2.89±0.55	(b<c)	2.74±0.66	
	>40[c]	3.02±0.56		3.45±0.59		2.60±0.71		3.05±0.60		2.95±0.69	
Marital status	Married	2.96±0.57	.250	3.40±0.60	.512	2.56±0.70	.435	3.01±0.62	.085	2.89±0.73	.257
	Unmarried	2.89±0.50		3.35±0.54		2.48±0.66		3.00±0.52		2.80±0.63	
Religion	Yes	2.95±0.50	.301	3.39±0.56	.679	2.56±0.63	.244	3.00±0.53	.155	2.88±0.64	.317
	No	2.89±0.55		3.34±0.56		2.46±0.70		3.01±0.58		2.79±0.69	
Level of education	College graduation	2.88±0.48	.333	3.37±0.53	.315	2.43±0.64	.101	2.98±0.53	.590	2.79±0.61	.487
	Undergraduate degree	2.96±0.53		3.40±0.56		2.58±0.67		3.04±0.55		2.87±0.69	
	Master's degree	2.90±0.62		3.28±0.62		2.50±0.75		2.97±0.63		2.85±0.74	
Monthly income (10,000 won)	≤200	2.96±0.53	.380	3.43±0.50	.518	2.51±0.73	.674	3.10±0.58	.249	2.93±0.69	.226
	201～300	2.88±0.50		3.33±0.57		2.48±0.62		2.96±0.52		2.78±0.63	
	301～400	2.9±50.55		3.39±0.58		2.57±0.70		2.99±0.58		2.82±0.68	
	>400	3.03±0.69		3.40±0.65		2.61±0.83		3.06±0.69		3.00±0.86	

----------Continued

dCollection @ chosun

Characteristics	Category	Total		Education & training		Compensation system		Fairness		Convenience	
		M±SD	*p*-value	M±SD	*p*-value	M±SD	*p*-value	M±SD	*p*-value	M±SD	*p*-value
Position	Staff nurse[a]	2.90±0.52	<.001 (a,b<c)	3.34±0.55	.007 (a<c)	2.49±0.67	.020 (a,b<c)	2.98±0.54	.017 (a<c)	2.80±0.65	.001 (a,b<c)
	Charge nurse[b]	2.88±0.47		3.35±0.59		2.40±0.61		2.99±0.54		2.84±0.60	
	Head nurse[c]	3.31±0.60		3.71±0.58		2.86±0.73		3.31±0.72		3.31±0.80	
Clinical experience (year)	1~10[a]	2.93±0.51	.008 (b<c)	3.38±0.55	.068	2.52±0.67	.046 (b<c)	3.02±0.54	.050 (b<c)	2.84±0.65	.011 (b<c)
	11~20[b]	2.78±0.50		3.24±0.58		2.35±0.61		2.87±0.47		2.67±0.62	
	>20[c]	3.06±0.60		3.46±0.59		2.63±0.75		3.10±0.67		3.01±0.73	
Shift work	Non-shift	2.98±0.54	.359	3.41±0.58	.692	2.56±0.69	.720	3.05±0.57	.322	2.93±0.67	.181
	2 shift	2.96±0.56		3.33±0.66		2.52±0.67		3.13±0.60		2.92±0.69	
	3 shift	2.90±0.52		3.36±0.55		2.49±0.67		2.98±0.55		2.80±0.66	
Working unit	Internal medicine unit	2.95±0.52	.583	3.42±0.53	.189	2.52±0.67	.856	3.04±0.55	.499	2.87±0.69	.650
	Surgery unit	2.92±0.55		3.34±0.58		2.53±0.70		2.95±0.57		2.77±0.65	
	Emergency Room	2.90±0.71		3.25±0.75		2.49±0.82		2.98±0.71		2.86±0.87	
	Intensive Care Unit	2.95±0.44		3.41±0.49		2.53±0.60		3.05±0.47		2.86±0.56	
	Out Patient Department	2.81±0.50		3.25±0.58		2.41±0.65		2.92±0.56		2.73±0.65	

dCollection @ chosun

4. 일반적 특성에 따른 자기효능감의 차이

일반적 특성에 따른 자기효능감은 나이(p<.001), 교육수준(p<.001), 월평균 수입(p<.001), 직위(p=.003), 임상경력(p<.001), 근무형태(p<.001)에서 유의한 차이를 보였으며, 사후분석결과 나이는 21-30세(3.50±0.44)보다 31-40세(3.69±0.49점)와 40세 이상(3.84±0.40점)에서, 교육수준은 대학원 이상(3.93±0.41점)이 전문대졸(3.48±0.45점)과 대졸(3.61±0.44점)보다, 월평균 수입은 200만원 미만(3.48±0.42점)보다 400만원(3.96±0.51점)이상에서 더 높게 나타났으며, 직위는 수간호사(3.83±0.55점)가 일반간호사(3.58±0.46점)보다, 임상경력은 1-10년(3.53±0.46점)보다 11-20년(3.75±0.37점)과 20년 이상(3.86±0.49점)에서, 근무형태는 3교대(3.56±0.46점)보다 2교대(3.85±0.39점)에서 더 높았다(Table 4).

dCollection @ chosun

Table 4. Difference of self efficacy according to general characteristics

(N= 413)

Characteristics	Category	Self efficacy	
		M±SD	*p-value*
Gender	Male	3.41±0.35	.072
	Female	3.62±0.47	
Age(year)	21～30[a]	3.50±0.44	<.001 (a<b,c)
	31～40[b]	3.69±0.49	
	>40[c]	3.84±0.40	
Marital status	Married	3.76±0.46	.723
	Unmarried	3.54±0.45	
Religion	Yes	3.65±0.45	.460
	No	3.58±0.48	
Level of education	College graduation[a]	3.48±0.45	<.001 (a,b<c)
	Undergraduate degree[b]	3.61±0.44	
	Master's degree[c]	3.93±0.41	
Monthly income (10,000 won)	≤200[a]	3.48±0.42	<.001 (a<d)
	201～300[b]	3.58±0.45	
	301～400[c]	3.78±0.46	
	>400[d]	3.96±0.51	
Position	Staff nurse[a]	3.58±0.46	.003 (a<c)
	Charge nurse[b]	3.78±0.39	
	Head nurse[c]	3.83±0.55	
Clinical experience (year)	1～10[a]	3.53±0.46	<.001 (a<b,c)
	11～20[b]	3.75±0.37	
	>20[c]	3.86±0.49	
Shift work	Non-shift[a]	3.75±0.46	<.001 (b>c)
	2 shift[b]	3.85±0.39	
	3 shift[c]	3.56±0.46	
Working unit	Internal medicine unit	3.61±0.50	.995
	Surgery unit	3.63±0.48	
	Emergency room	3.61±0.49	
	Intensive care unit	3.61±0.43	
	Out patient department	3.62±0.42	

dCollection @ chosun

5. 일반적 특성에 따른 직무만족, 고객지향성 차이

대상자의 일반적 특성에 따른 직무만족은 나이(p=.040), 직위(p<.001), 임상경력(p=.004), 근무형태(p=.018)에서 유의한 차이를 나타냈으며, 사후검정결과 나이는 31-40세(2.90점±0.52)에 비해 40세 이상(3.07±0.54점)에서, 직위는 일반간호사(2.91±0.50점)와 주임간호사(2.88±0.48점)에 비해 수간호사(3.36±0.53점)에서 더 높았으며, 임상경력은 1-10년(2.92±0.49점)과 11-20년(2.86±0.49점)보다 20년 이상(3.13±0.56점)에서, 근무형태는 3교대(2.90±0.50점)에 비해 통상근무자(3.07±0.54점)에서 더 높았다.

고객지향성은 나이(p<.001), 교육수준(p<.001), 월평균수입(p<.001), 직위(p<.001), 임상경력(p<.001), 근무형태(p<.001)에서 유의한 차이를 보였다. 사후검정결과 나이는 31-40세(3.74±0.47점)이하보다 40세 이상(3.98±0.44점)에서, 교육수준은 대학 이하(3.70±0.40점)보다 대학원 이상(3.95±0.50점)에서, 월평균수입은 200만원 이하(2.88±0.46점)보다 400만원 이상(3.15±0.45점)에서 더 높았으며, 직위는 일반간호사(3.63±0.45점)와 주임간호사(3.84±0.42점)에 비해 수간호사(4.20±0.44점)가, 임상경력은 1-10년(3.57±0.44점)과 10-20년(3.82±0.47점)보다 20년 이상(4.00±0.46점)에서, 근무형태는 3교대(3.60±0.46점)에 비해 통상근무(3.89±0.44점)에서 더 높은 것으로 나타났다(Table 5).

dCollection @ chosun

Table 5. Difference of job satisfaction & customer oriented attitude according to general characteristics

(N= 413)

Characteristics	Category	Job satisfaction		Customer oriented attitude	
		M±SD	*p-value*	M±SD	*p-value*
Gender	Male	2.81±0.37	.186	3.57±3.78	.436
	Female	2.94±0.51		3.68±0.48	
Age(year)	21～30[a]	2.91±0.48	.040 (b<c)	3.56±0.44	<.001 (a<b<c)
	31～40[b]	2.90±0.52		3.74±0.47	
	>40[c]	3.07±0.54		3.98±0.44	
Marital status	Married	3.03±0.54	.243	3.83±0.46	.781
	Unmarried	2.89±0.48		3.60±0.46	
Religion	Yes	2.98±0.48	.685	3.76±0.44	.329
	No	2.90±0.52		3.61±0.49	
Level of education	College graduation[a]	2.88±0.45	.168	3.55±0.48	<.001 (a<b<c)
	Undergraduate degree[b]	2.97±0.51		3.70±0.40	
	Master's degree[c]	3.00±0.61		3.95±0.50	
Monthly income (10,000 won)	≤200[a]	2.88±0.49	.067	3.48±0.46	<.001 (a<d)
	201～300[b]	2.91±0.50		3.64±0.43	
	301～400[c]	3.02±0.53		3.93±0.45	
	>400[d]	3.15±0.52		4.06±0.45	
Position	Staff nurse[a]	2.91±0.50	<.001 (a,b<c)	3.63±0.45	<.001 (a,b<c)
	Charge nurse[b]	2.88±0.48		3.84±0.42	
	Head nurse[c]	3.36±0.53		4.20±0.44	
Clinical experience (year)	1～10[a]	2.92±0.49	0.04 (a,b<c)	3.57±0.44	<.001 (a<b<c)
	11～20[b]	2.86±0.49		3.82±0.47	
	>20	3.13±0.56		4.00±0.46	
Shift work	Non-shift[a]	3.07±0.54	.018 (a>c)	3.89±0.44	<.001 (a>c)
	2 shift[b]	2.95±0.45		3.89±0.49	
	3 shift[c]	2.90±0.50		3.60±0.46	
Working unit	Internal medicine unit	2.97±0.51	.268	3.66±0.51	.399
	Surgery unit	2.96±0.50		3.68±0.44	
	Emergency room	2.79±0.65		3.59±0.54	
	Intensive care unit	2.97±0.43		3.68±0.44	
	Out patient department	2.87±0.49		3.79±0.41	

dCollection @ chosun

6. 내부마케팅과 자기효능감, 직무만족, 고객지향적 태도와의 관계

내부마케팅과 자기효능감 간의 상관관계를 살펴본 결과, 내부마케팅활동 전체와 자기효능감 간에는 통계적으로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으며(r=.320, p<.001), 내부마케팅 하부요인인 교육훈련(r=.307, p<.001), 보상제도(r=.215, p<.001), 공정성(r=.311, p<.001), 편의성(r=.274, p<.001) 등 모두가 유의한 양의 상관관계를 보였다.

자기효능감과 직무만족, 고객지향성간의 상관관계를 살펴본 결과 자기효능감과 직무만족(r=.364, p<.001), 자기효능감과 고객지향성(r=.633, p<.001) 간에도 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 직무만족과 고객지향성간에도(r=.415, p<.001) 유의한 상관관계를 보였다.

또한 내부마케팅 활동 전체와 직무만족 간에도 통계적으로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으며(r=.771, p<.001), 내부마케팅 하위영역에 대한 개별분석에서도 교육훈련(r=.565, p<.001), 보상제도(r=.667, p<.001), 공정성(r=.698, p<.001), 편의성(r=.685, p<.001)이 직무만족과 유의한 상관관계를 나타내었다.

내부마케팅활동의 전체와 고객지향성 또한 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으며(r=363, p<.001), 내부마케팅 하부요인인 교육훈련(r=.312, <.001), 보상제도(r=.311, <.001), 공정성(r=.298, p<.001), 편의성(r=.281, p<.001)과도 유의한 양의 상관관계를 보였다(Table 6).

dCollection @ chosun

Table 6. Correlations among internal marketing perception, self-efficacy, job satisfaction and customer oriented attitude (N=413)

Variables		Internal marketing perception					Self-efficacy	Job satisfaction	Customer oriented attitude
		Total	Education & training	Compensation system	Fairness	Convenience			
Internal marketing perception	Education and training	.743***							
	Compensation system	.899***	.561***						
	Fairness	.872***	.587***	.697***					
	Convenience	.868***	.523***	.704***	.800***				
Self efficacy		.320***	.307***	.215***	.311***	.274***			
Job satisfaction		.771***	.565***	.667***	.698***	.685***	.364***		
Customer oriented attitude		.363***	.312***	.311***	.298***	.281***	.633***	.415***	

***;p<.001

dCollection @ chosun

7. 내부마케팅이 자기효능감에 미치는 영향

내부마케팅이 간호사의 자기효능감에 미치는 요인을 파악하기 위해 회귀분석을 실시하였다. 일반적 특성변수 중 내부마케팅에 유의한 차이를 보인 나이, 교육수준, 월평균수입, 직위, 임상경력, 근무형태를 통제변수로 투입한 후 내부마케팅 하부요인 4가지를 독립변수로 투입하여 자기효능감에 미치는 영향을 확인 한 결과, 월수입 400만원 이상, 수간호사, 대학원 이상과 내부마케팅 하부영역 중 교육훈련, 보상제도, 공정성이 영향을 주는 것으로 확인되었으며 (p<.001) 설명력은 25.3%였다

dCollection @ chosun

Table 7. The effect of internal marketing perception on self efficacy

(N=413)

Independent variables	$\mathcal{B}$	p
Age(year)/21-30		
31-40	.103	.087
>40	.104	.309
Level of education/college graduation		
Under graduate degree	.079	.104
Master's degree	.286	<.001
Monthly income/≤200		
201-300	-.156	.096
301-400	-.195	.149
>400	.254	.037
Position/staff nurse)		
charge nurse	-.113	.136
Head nurse	.161	.009
Clinicl Experience(year)/1-10		
11-20	.042	.530
>20	.018	.863
Shift work/3shift		
Non-shift	.057	.287
2 shift	.062	.320
Internal marketing perception		
Education & training	.252	<.001
Compensation system	-.133	.048
Fairness	.237	.003
Convenience	.068	.379
Adj R^2	.253(p<.001)	

dCollection @ chosun

8. 내부마케팅이 직무만족에 미치는 영향

내부마케팅이 간호사의 직무만족에 미치는 영향을 확인하기 위해 회귀분석을 실시하였다. 통제변수와 내부마케팅 하부영역4가지를 포함한 모형1에서는 일반간호사에 비해 주임간호사와, 임상경력은 1~10년보다는 20년 이상, 내부마케팅 하부영역 4가지 모두가 직무만족에 영향을 주는 것으로 나타났으나, 자기효능감이 투입된 모형2에서는 내부마케팅 하부영역 4가지와 자기효능감이 영향을 주는 것으로 확인되었고(p<.001) 설명력은 60.4%였다(Table 8).

Table 8. The effect of internal marketing perception on job satisfaction. (N=413)

Independent Variables	Model Ⅰ		Model Ⅱ	
	β	p	β	p
Age(year)/21-30year				
31-40	.054	.215	.037	.385
>40	.029	.692	.011	.881
Position/staff nurse				
charge nurse	-.118	.032	-.102	.061
head nurse	-.025	.567	-.010	.824
Clinical Experience(year)/1-10				
11-20	-.009	.849	-.022	.625
>20	.137	.036	.113	.083
Shift work/3shift				
non-shift	.057	.144	.052	.183
2 Shift	.007	.874	.000	.998
Internal marketing perception				
Education & training	.160	<.001	.136	<.001
Compensation system	.213	<.001	.226	<.001
Fairness	.277	<.001	.250	<.001
Convenience	.221	<.001	.213	<.001
Self efficacy			.114	.001
Adj R^2(p)	.595(p<.001)		.604(p<.001)	

Model Ⅰ;General characteristics, Internal marketing

Model Ⅱ;General characteristics, Internal marketing, Self efficacy

dCollection @ chosun

9. 내부마케팅이 고객지향적 태도에 미치는 영향

내부마케팅 활동이 간호사의 고객지향적 태도에 미치는 영향요인을 파악하기 위해 회귀분석을 실시한 결과, 통제변수와 내부마케팅 하부영역 4가지만 투입된 모형1에서는 내부마케팅 하부영역 중 교육훈련이 영향을 주는 변수로 확인되었고, 자기효능감이 추가 투입된 모형2에서는 수간호사와 내부마케팅 하부영역 중 보상제도와 자기효능감이, 직무만족이 투입된 모형3에서는 수간호사와 내부마케팅 하부영역 중 보상제도와 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 영향을 주는 것으로 나타났으며(p<.001), 설명력은 48.5%였다 (Table 9).

dCollection @ chosun

Table 9. The effect of Internal marketing perception on customer-oriented attitude. (N=413)

independent variables	Model Ⅰ		Model Ⅱ		ModelⅢ	
	B	*p*	*B*	*p*	*B*	*p*
Age(year)/21-30						
31-40	.023	.701	-.032	.521	-.035	.485
>40	-.033	.746	-.088	.300	-.087	.302
Level of education /college graduation						
Undergraduate degree	.069	.150	.027	.508	.028	.490
Master's degree	.105	.092	-.048	.371	-.041	.438
Monthly income/≤200						
201-300	.006	.951	.089	.258	.088	.259
301-400	-.110	.412	-.005	.961	.004	.972
>400	-.224	.063	-.088	.385	-.070	.494
Position/staff nurse)						
charge nurse	-.083	.266	-.023	.717	-.007	.917
head nurse	.052	.396	.138	.008	.140	.007
Clinical Experience(year)/1-10						
11~20	.088	.185	.065	.242	.071	.199
>20	.138	.179	.129	.138	.117	.177
Shift work/3shift						
Non-shift	.096	.071	.066	.143	.058	.197
2 shift	.072	.241	.039	.451	.037	.467
Internal marketing perception						
Education & training	.188	.001	.053	.264	.035	.466
Compensation system	.089	.179	.160	.005	.131	.022
Fairness	-.111	.155	-.016	.815	-.050	.461
Convenience	.018	.809	-.018	.782	-.048	.457
Self efficacy			.535	<.001	.520	<.001
Job satisfaction					.136	.019
Adj R^2	.267(p<.001)		.479(p<.001)		.485(p<.001)	

Model Ⅰ;General characteristics, Internal marketing

Model Ⅱ;General characteristics, Internal marketing, Self efficacy

ModelⅢ;General characteristics, Internal marketing, Self efficacy, Job satisfaction.

dCollection @ chosun

Ⅳ. 고 찰

본 연구는 간호사가 지각하는 내부마케팅 활동과 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 미치는 영향을 파악하고 자기효능감과 직무만족감을 증진시킬 수 있는 전략적인 내부마케팅 활동을 구축하여 간호사의 고객지향적 태도를 향상시킬 수 있도록 하는데 기여하고자 수행하였다.

본 연구결과, 내부마케팅 인식정도는 평균 2.92±0.53점으로 동일한 도구를 사용한 Lee & Lee(2012)의 2.76±0.50점과 Doo(2004)의 2.79±0.42점보다는 약간 높게 나타났다. 영역별 인지에 있어서는 교육훈련 평균 3.37±0.56점, 공정성 평균 3.00±0.55점, 편의성 평균 2.83±0.67점, 보상제도 평균 2.51±0.55점 순으로 나타나, Lee & Lee(2012)와 Choi & Ha(2007)의 연구에서 보상제도나 편의성에 비해 교육훈련, 공정성에 대한 인식이 높게 나타난 것과 유사한 결과로 우리나라 대부분의 종합병원의 내부마케팅 활동에 대한 간호사의 인식이 평균3점 이하 수준이라고 지적한 선행연구를 지지한 결과이다(Kang, 2002). 일반적인 특성에 따른 내부마케팅 인식은 일반간호사에 비해 수간호사군과 임상경력20년 이상이 내부마케팅에 대한 인지정도가 높은 것으로 나타났는데, 이는 직위가 높아지고 임상경력이 길수록 내부마케팅 활동으로 인식될 수 있는 내· 외부 교육과 더불어 연수기회가 좀 더 주어질 뿐만 아니라 장기근속으로 인한 직장에 대한 애착이나 이해도가 더 높은데서 기인된 결과로 보여진다(Lee & Lee, 2012). 특히, 내부마케팅 하부영역 중 보상제도는 평균이 2.51±0.67점으로 내부마케팅 하부영역 중 가장 낮은 점수를 보여, Lee & Lee (2012)의 보상제도 평균 2.21±0.61점, Choi & Ha(2007)의 2.56±0.56점과 유사하였으며, 이러한 결과는 대부분의 간호사들이 인지하는 병원의 보상제도가 중증도가 높은 직무에 비해 개인의 욕구를 충족하기에는 미흡한 실정(Choi & Ha, 2007)임을 단편적으로 보여주는 결과로 볼 수 있다. 따라서 다른 부서에 비해 상대적으로 낮은 보상을 받고 있다고 인식하고 있는 간호사(Doo et al. 2005)에 대한 내부마케팅 전략수립 시에는 적절한 평가기준과 더불어 간호사의 능력급 연봉제, 능력위주의 승진제도 등을 원하고 있는 수간호사군과 20대 간호사(Paik, 2001)들의 선호도 등을 분석하여, 차이가 뚜렷한

dCollection @ chosun

집단에 대한 마케팅 전략을 달리 적용할 수 있도록 하여 간호조직의 저변에 지배적으로 깔려있는 내부마케팅 활동에 대한 인식의 변화를 가져올 수 있도록 해야 할 것으로 생각된다.

자기효능감은 평균3.61±0.47점으로 Jeong(2007)의 3.56±0.58점과 유사하였으나 Bong 등(2009)의 2.83±0.32점보다는 높은 결과를 보였다. 이는 Bong 등(2009)의 연구에서 대상자의 근무경력이 10년 이하가 79.7%를 차지한데 비해 본 연구에서는 69.5%를 보여 상대적으로 본 연구 대상자들의 근무경력 비중이 더 높아 일에 대한 경험이나 간호역량, 조직에 대한 이해도가 근무경력이 낮은 간호사에 비해 높게 나타난 결과로 보인다. 일반적인 특성에 따른 자기효능감의 차이를 보면 나이, 교육수준, 월평균수입, 직위, 임상경력, 근무형태에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났는데, 이는 Min, 등(2010)의 연구결과에서 나이, 직위, 임상경력, 학력이 개인의 경험과 전문성을 강화하여 자기효능감을 높일 수 있다는 결과와 일치된다.

직무만족 평균은 2.94±0.51점으로 Lee(2010)의 2.70±0.53점보다는 높았으며, Kim(2004)의 2.97±0.36점과 Choi & Ha.(2007)의 2.96±0.30점과 비슷한 결과를 보였다. 일반적인 특성에 따른 직무만족은 나이, 직위, 임상경력, 근무형태에서 유의한 차이를 나타났는데, 이는 직위가 높고 임상경험이 많을수록 역할에 대한 지각과 간호업무 수행에 있어 권한이 일반간호사에 비해 커서 자율적이고 능동적인 간호활동을 수행 할 수 있기 때문에 상대적으로 직무만족도가 더 높을 것으로 생각된다(Lee & Lee, 2012).

고객지향성 평균은 3.68±0.47점으로 Lee & Lee(2012)의 평균 3.74±0.48점과 Kim(2011)의 평균 3.95±0.57점보다는 낮게 나타났으나 Jin(2008)의 3.56±0.57점보다는 높게 나타났다. 이는 보통보다는 높은 점수로 경영성과를 위한 서비스 중요도에 대한 의식변화를 고려해 볼 때(Doo et al. 2005), 보통 이상의 점수를 보인 점은 바람직한 결과로 보인다. 일반적인 특성에 따른 고객지향성은 40세 이상의 나이와 대학원 이상의 학력, 월수입 400만원 이상에서 고객지향성이 높은 것으로 나타났으며, 일반간호사와 주임간호사에 비해 수간호사와, 임상경력 20년 이상, 통상근무자가 고객지향성이 유의하게 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 나이가 많을수록, 임상경력과 직위가 높아지고,

dCollection @ chosun

교육수준이 높을수록 전문적인 지식습득과 기술적 향상으로 인해 고객의 문제해결 능력이 향상되어 고객과의 상호작용이 원활하게 성립된 결과로 생각된다(Lee & Lee, 2012). 또한 일반간호사에 비해 수간호사와 주임간호사는 업무에 대한 권한과 고객의 요구를 해결하는 위치에 있기 때문에 고객지향성이 더 높게 나타난 것(Kim, 2011)으로 볼 수 있어 병원조직은 전문성과 간호역량을 겸비한 능력 있는 장기 근속자를 인정하고 유치하는 한편, 나이와 직위, 임상경력이 낮은 간호사를 대상으로도 지속적인 간호 질 향상 및 간호전문성을 높이기 위한 교육프로그램을 개발하는 것이 바람직하다고 생각된다.

내부마케팅, 자기효능감, 직무만족과 고객지향적 태도와의 상관성을 살펴본 결과 내부마케팅은 4가지 하부영역별로 자기효능감과 직무만족, 고객지향적 태도와는 모두 유의한 양의 상관성을 보였는데, 이는 Lee & Lee(2012)의 연구에서 내부마케팅과 직무만족((r=.73, p<.001), 내부마케팅과 고객지향성(r=.16, p=.001)의 연구결과와 Choi & Ha(2007)의 내부마케팅과 직무만족(r=.64, p<.001), 내부마케팅과 고객지향성(r=.14, p<.001)보다는 높은 상관관계를 보였다.

이상의 결과를 토대로 내부마케팅이 자기효능감에 영향을 주는 변수로는 대학원이상과 월평균수입이 400만원 이상, 수간호사와 내부마케팅 하부영역 중 교육훈련, 보상제도와 공정성이 영향을 주는 것으로 나타났다(R^2=25.3%). 이는 호텔 식음료 부서장의 내부마케팅 활동이 구성원의 자기효능감에 영향을 미친다(R^2= 24%)는 Kim, 등.(2012)의 연구결과와 유사한 결과로, 이는 직위와 교육수준, 월평균 수입이 높은 경우 조직의 내부마케팅 활동에 대한 참여의 기회가 일반간호사에 비해 많을 뿐만 아니라 보다 적극적으로 활용할 수 있는 태도가 형성되거나 직무수행에 필요한 능력에 대한 개인의 확신이 높아질 수 있음을 보여주는 결과로(Lee & Lee, 2012) 보인다. 하지만 보상제도에 있어서는 음의 영향을 미치는 점을 감안하여 이에 대한 낮은 보상체계의 문제점을 보완하기 위한 차별화된 마케팅 전략이 필요할 것으로 생각된다.

직무만족에는 내부마케팅 4가지하부영역과 자기효능감이 가장 높은 영향을 주는 것으로 나타났다(R^2=60.4%). 이는 Kim(2013)의 연구에서 자기효능감을 매개변수로 한 내부마케팅 활동이 직무만족에 (R^2=64.8%)에 영향을 미친다는

dCollection @ chosun

연구결과를 지지한 결과로, 내부마케팅 활동만으로 미칠 수 있는 영향력에 비해 자신의 능력에 대한 믿음인 자기효능감이 더해진 경우 간호업무에 자신감이 높아져 직무에 대한 만족도가 더 높아질 수 있다는 점을 보여준 결과로 보인다. 따라서 내부마케팅을 통해 구성원에게 적극적이고 체계적인 지원을 제공한다면 자기 효능감이 높아지고 동기부여가 되어 직무만족을 높일 수 있을 뿐만 아니라(Choi & Lee, 2012), 이는 조직 구성원의 근무 의욕을 높이고 개인의 성장과 조직의 발전에도 영향을 미칠 수 있을 것으로 생각한다(Park, Park, yom & Kim. 2006)

또한 고객지향적 태도에는 수간호사와 내부마케팅 하부영역중 보상제도와 자기효능감, 직무만족이 영향을 주는 것으로 나타났다. 내부마케팅과 직무만족이 고객지향성과 유의한 양의 관련성을 보인 것은 기존의 연구(Choi, 2009, Ha & Choi, 2007)와 일치하였다. 이는 간호사들이 심리적인 면에서 내부마케팅과 직무에 대한 만족도가 높을수록, 환자들을 보살피는 태도가 훨씬 고객지향적으로 바뀌어 고객의 이야기를 경청하고 고객의 욕구와 필요성을 빨리 파악하여 더 친절하고 신속한 행동을 보이게 되기 때문이다(Choung, 2008). 따라서 간호사들이 고객지향적인 사고를 증진시킬 수 있도록 직무만족을 높이며 동시에 적절한 내부 마케팅 프로그램의 개발이 요구된다고 하겠다(Do & Kim, 2012). 본 연구에서는 내부마케팅의 하부 영역 중 특히 보상제도가 고객지향적 태도와 유의한 관련이 있었다. 이러한 결과는 간호사 집단에서는 연구된 적이 거의 없으나, 외식사업체(Lee, 2009), 호텔기업(Han & Kim, 2005)을 대상으로 한 연구결과와 일치하였다. 또한 이들 연구에서는 고객지향성과 커뮤니케이션이 유의한 관련이 있었지만 본 연구에서는 커뮤니케이션을 포함하는 하부 영역인 공정성 영역이 유의한 관련이 없는 차이를 보였다.

본 연구에서 내부마케팅 하부영역중 보상제도와 자기효능감, 직무만족이 설명하는 고객지향성은 48.5%를 나타냈는데, 이는 같은 도구를 사용하여 내부마케팅 인식, 임파워먼트, 직무만족이 고객지향성에 31.3%를 설명한다고 한 Lee & Lee(2012)와 내부마케팅 인지정도, 직장애착, 개인적 성향이 고객지향성의 23.9%를 설명하는 것으로 보고한 Jin(2008)의 연구보다는 높은 결과를 나타냈다. 이는 일반간호사에 비해 직위가 높고 보상의 기회가 많을수록 전

dCollection @ chosun

문적인 지식습득과 기술적 향상으로 고객의 문제해결능력이 더 높아 긍정적 에너지로 작용될 수 있으며(Lee & Lee, 2012), 고객의 문제를 해결할 수 있는 위치나 자신의 능력에 대한 자신감은 고객에게 더 관심을 기울이고 고객의 의견을 경청하며 고객의 요구를 파악하여 충족시키려는 노력을 기울일 수 있기 때문인 것으로 생각된다(Kim, 2011).

따라서 간호사의 고객지향적 태도를 향상시키기 위해서는 직위가 높고 보상제도가 좋아질수록 고객지향성이 증가됨을 고려하여 조직차원에서 간호사의 고객지향적 태도를 향상시키기 위한 구체적이고 효과적인 실현방안이 강구되어야 할 것으로 생각된다.

본 연구를 토대로 하여 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

(1) 본 연구는 특정지역 3곳을 대상으로 하였기 때문에 그 결과를 일반화하기에는 제한점이 있으므로 병원환경이나 업무구조가 다른 병원을 대상으로 반복 연구를 제언한다.

(2) 간호사의 자기효능감과 직무만족을 높일 수 있는 다양한 프로그램을 개발하여 적용해 볼 것을 제언한다.

(3) 간호사의 고객지향성을 향상시키기 위안 방안으로서 교육훈련 및 자기효능감 향상, 프로그램과 보상시스템을 강화시키는 효과적인 내부마케팅 전략을 개발할 것을 제언한다.

dCollection @ chosun

Ⅴ.요약 및 결론

본 연구는 간호사가 지각하는 내부마케팅 활동, 자기효능감, 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향을 파악하기 위해 광주광역시 소재 500병상 이상 종합병원의 전체 간호사 750명 중 근무경력 1년 이상인 간호사 430명을 대상으로 2014년 2월15 일부터 3월 30일까지 구조화된 자기기입식 설문지를 이용하여 조사하였다.

자료분석은 SPSS WIN 18.0프로그램을 이용하여 간호사의 일반적인 특성과 직무관련 특성은 빈도와 백분율을, 내부마케팅 활동, 자기효능감, 직무만족, 고객지향적 태도는 평균과 표준편차를, 일반적 특성 및 직무관련 특성에 따른 측정변수들 간의 차이는 t-test, ANOVA(사후검정은 Scheffe“ 검정), 제변수들 간의 상관관계는 Pearson correlation coefficient를, 내부마케팅 활동, 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 미치는 영향은 다중 회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다.

본 연구의 주요결과는 다음과 같다.

1. 연구대상자의 내부마케팅 인식점수는 평균 2.92±0.53점이었고, 각 영역별로는 교육훈련이 3.37±0.56점, 보상제도 2.51±0.67점, 공정성 3.00±0.55점, 편의성 2.83±0.67점으로, 교육훈련 점수가 가장 높았으며 보상제도가 가장 낮았다. 자기효능감은 3.61±0.47점, 직무만족의 평균은 2.94±0.51점, 고객지향성은 3.68±0.47점으로 나타났다.

2. 일반적 특성에 따른 내부마케팅 활동에 대한 인식차이는 직위, 임상경력, 에서 통계적으로 유의한 차이를 나타냈으며, 각 영역별로는 교육훈련은 직위에서, 보상제도는 직위와 임상경력에서, 공정성은 나이와 직위, 임상경력에서, 편의성은 직위, 임상경력에서 유의한 차이를 나타냈다.

3. 대상자의 일반적 특성에 따른 자기효능감은 나이, 교육수준, 직위, 월평균수입, 임상경력, 근무형태에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 직무만족은 나이, 직위, 임상경력, 근무형태에서, 고객지향성은 나이, 교육수준, 월평균수입, 직위, 임상경력, 근무형태에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났

dCollection @ chosun

다.

4. 내부마케팅과 자기효능감, 직무만족, 고객지향적 태도와의 상관관계를 살펴본 결과, 내부마케팅활동 전체와 자기효능감, 직무만족, 고객지향성 간에는 통계적으로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 내부마케팅 하부 영역인 교육훈련, 보상제도, 공정성, 편의성 등과도 자기효능감, 직무만족, 고객지향성 모두가 유의한 양의 상관관계를 보였으며 직무만족과 고객지향성간에도 유의한 상관관계를 보였다.

5. 회귀분석결과, 내부마케팅 활동은 간호사의 자기효능감과 직무만족, 고객지향적 태도에 유의한 영향을 주는 것으로 확인되었으며($p<.001$), 자기효능감에는 교육수준에서 대학원 이상과 월평균수입이 400만원 이상, 수간호사군과 내부마케팅 하부영역 중 교육훈련, 보상제도와 공정성이 영향을 주는 것으로 확인되었고(R^2=25.3%), 직무만족에는 내부마케팅 4가지 하부영역과 자기효능감이 영향을 주는 것으로 확인되었다(R^2=60.4%). 결론적으로 내부마케팅의 이러한 결과는 간호사의 고객지향적 태도에 수간호사군과 내부마케팅 4가지 하부영역 중 보상제도와 간호사의 자기효능감과 직무만족이 영향을 미치는 것으로 확인되었다(R^2=48.5%).

본 연구 결과, 간호사의 고객지향적 태도에는 자기효능감이 가장 유의한 영향요인이었으며($p<.001$), 수간호사군($p=.007$)과 보상제도($p=.022$), 직무만족($p=.019$)도 영향을 주는 것으로 확인되었다($p<.001$). 따라서 간호 인력에 대한 내부마케팅 전략 수립 시 가장 낮은 점수를 보인 보상제도에 있어, 세부집단별 욕구에 부합하는 보상패키지 제공과 더불어, 직위가 높아질수록 고객지향성이 높아지는 수간호사군을 초점으로, 간호사의 자기효능감과 직무에 대한 동기를 유발할 수 있는 다양한 내부마케팅 활동을 적용한다면, 간호업무 수행 시 높은 자기효능감과 직무만족감으로 인해 고객지향적 태도가 향상될 수 있을 것으로 사료된다.

dCollection @ chosun

References

Bandura, A.(1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York; W.H. Freeman and Company.

Bong, YS., So, HS. & You, HS.(2009). A study on relationship between job stress, self-efficacy and job satisfaction in nurses. *The Journal of Korean Nursing Administration Academic Society, 15,* 425-433.

Cha, SK.(2000). A correlational study among Internal Marketing Factor , Nurses Job Satisfaction, and Organizational Commitment in Nursing Organization. Master's Thesis, Korea University Seoul.

Choi, EH.(2014). Structure model which influence the turnover intention and job burnout by job stress, work-family conflict and coping strategies for the nurse. Master's Thesis, Kyung Hee University School of Public. Seoul.

Choi, EY & Kim, GH.(2000). A study on the professional self concept, self efficacy and job satisfaction of nephrology nurses. *Journal of* Korean Academy Adult Nurse, 12(3), 345-355.

Choi, HJ. & Lee, EJ.(2012). Mediation effect of job satisfaction between internal marketing and organizational commitment of nurses in small and medium-sized hospitals. *The Journal of Korean Nursing Administration Academic Society,* 18(3), 329-337.

Choi, J & Ha, NS.(2007). The effects of clinical nurse's internal marketing on job satisfaction, turnover intention, and customer orientation. *The Journal of Korean Nursing Administration Academic Society,* 13(2). 231-241.

Choi, KW.(2009). A study on the effects of nurses' organizational commitment and job satisfaction on their customer orientation : focused on the nurses working for a general hospital in the

dCollection @ chosun

Nothern part of Gyeonggi-do. Unpublished Master's Thesis, Kyung Hee University, Seoul.

Cho, YH.(2002). A study on the influence of internal marketing on the attitude of employees, the service and the response. Unpublished Master Thesis, Kyunggi University, Seoul.

Choung, MR.(2008). The dffects of perceived organizational culture and iob satisfaction of nurses on their customer orientation. Unpublished Master's Thesis, Gyeongsang National University, Jin-Ju.

Doo, EY., Lim, JY., Seomun, GA. & Kim, IA.(2005). An analysis of nurse's perception of internal marketing activities affecting on nurse's tum over intention, nursing task perform-ance and nursing productivity. *Journal of Korean Academy of Nursing Administration, 11,* 1-12.

Do, ES & Kim, MY.(2012). Comparison of internal marketing, job satisfaction and customer orientation of nurses by size of medical care institution; small-medium hospitals and general hospitals. *The Journal of Korean Nursing Administration Academic Society, 18(1), 56-66.*

Doo, EY.(2004). Hospital organization's internal marketing Turnover intention of nurses, nursing job performance and Impact on nursing productivity. Master's Thesis Korea University Graduate School .

Ha, NS & Choi, J. (2007). The effects of clinical nurse's internal marketing on job satisfaction, turnover intention, and customer orientation. *Journal of Korean Academy of Nursing,* 13(2), 231-241.

Han, JS. & Kim, EJ.(2005). The effect of internal marketing activities on job satisfaction, organizational commitment, and customer

dCollection @ chosun

rientation in the hotel industry. *Hotel management study,* 14(3), 191-213.

Hezberg, F.(1968). One more time How do you motivate employees? Ha*rvard Business Review, 46*(1), 53-62.

Jeong, AS.(2007). A study on the relations between a health promoting behaviors and self-efficacy in general hospital nurse. Unpublished Master's Thesis, Hanyang University, Seoul.

Jin, EY.(2008). The effects of clinical nurse's internal marketing and organizational commitment customer orientation. Unpublished Master's Thesis, Yonsei University, Seoul.

Joe, KJ.(2006). The effects of organizational culture and leadership style on the organizational effectiveness and customer-oriented behavior in the nursing department of a University Hospital. Master's Thesis, Yonsei University Graduate School of Public Health and Environment. Seoul.

Kang, BH.(2002). A study on internal marketing strategy of a general hospital: focused on case study of hospital S. Master's Thesis, International Business School of Chung ang University, Seoul.

Kim, HW.(2013). The Impact of the Internal Marketing Efforts on Job Satisfaction and Its Relationship with Service Quality : moderating variable self efficacy. Master's Thesis, Kyung Hee University School of Tourism. Seoul.

Kim, EH.(2011). The effect of hospitals' internal marketing on nurses' customer orientation. Unpublished Master's Thesis, Chonbuk National University, Jeonju.

Kim, KM., Lee, GT. & Song, BH.(2012). A Study on Effect of Internal Marketing Activities of Hotel F&B Department Head on the Self-efficacy and Job Satisfaction. *Journal of Hotel & Resort,* 11(1), 179-197.

dCollection @ chosun

Kim, MJ.(2004). A study on the relationship between nurses' perception of internal marketing and their job satisfaction. Master's Thesis, Yonsei University Graduate School of Education, Seoul.

Kim, JH. & Lee, YH.(2004). The effects of perceived hospital service quality on the patients' satisfaction and consequency behavior. *Journal of Marketing Management Research.* 9(1), 1-28.

Kim, SM.(2006). The Impact of the Internal Marketing in Hotel, Employee job Satisfaction and Service Quality : Focusing on Japanese restaurant at five-star hotels in Korea. Master's Thesis, School of Services, Kyonggi University. Gyeonggi-do.

Ko, YK. & Kang, KH.(2006). A study on the relationship between self-efficacy, collective-efficacy and job stress in the nursing. *The Journal of Korean Nursing administration academic society, 12*(2), 276-286.

Lee, EA & Lee, YJ.(2012). Influence of internal marketing perception, empowerment, and job satisfaction on customer orientation of clinical nurse. *Korean Academic Society of Occupational Health Nursing.* 21(3), 299-307.

Lee, IS.(2009). Articles : A study on the effect of internal marketing of restaurant companies on job satisfaction and customer orientation. *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research, 23(4), 349-365.*

Lee KH. & Song, JS.(2010). The effect of emotional intelligence on self-efficacy and job stress of Nurses : mediating role of self-efficacy. *The Journal of Korean Nursing Administration Academic Society, 16*(1), 17-25.

Lee, SH.(1997). A study of hospital choice on the basis of consumption values theory. *Journal of Preventive Medicine and Public Health.* 30(2), 413-427.

Lee, SH.(2008). Study on the relationship between professional

dCollection @ chosun

self-concept, self-efficacy and job satisfaction in clinical nurses. *The Journal of Korean Academic Society of Adult Nursing,* 20(1), 10-20.

Lee, SH.(2010). Research on relations between the Internal marketing of hospitals & job satisfaction and organizational commitment. Unpublished Master's Thesis, Catholic University of Pusan, Busan.

Min, S., Kim, HS., Ha, YJ, Kim, HY., Kim, HJ. & Kim, YJ.(2010). The controlling effect of the job stress of nurse on job satisfaction, turnover intention and self-efficacy. *Korea Journal of Business Administration,* 24(1), 1-21.

Morrison, EW.(1996). Organizational citizenship behavior as a critical link between HRM practices and service quality. *Human resource management,* 35(4), 493-512.

Paik, SK.(2001). A Focus on the Compensation Package for Internal Customers The Internal Marketing Strategy for the Performance of Medical Service. *Korean journal of hospital management,* 6(3), 90-108.

Park, CM.(2007). Practices on the Volunteering Activity and Casual Structural Analysis on the Volunteering Satisfaction of Retired Public Employees: Focused on the Application of SEM. *Local Government Studies,* 14(3), 23-49.

Park, HH., Park, KS., Yom, YH., & Kim, KH.(2006). Impact of clinical nurses' power and empowerment on job satisfaction and organizational commitment. *Journal of Korean Academy of Nursing*, 36(2), 244-254.

Saxe, R. & Weitz, B.A.(1982). The SOCO scale: A measure of the customer orientation of salespeople. *Journal of Marketing Research,* 19, 343-351.

dCollection @ chosun

Shere M. & Maddux J.E (1982). The self efficacy scale: construction & validation. *Psychological report*, 51, 663-671.

Virginia, F. & Susan, E.(1996). Improving self efficacy in nursing research. *Ciinical Nurse Specialist, 10*(2), 83-87.

dCollection @ chosun

<부록>

연구 참여 동의서

연구제목; 간호사가 지각한 병원의 내부마케팅 활동과
자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 미치는 영향

귀하께 본 연구에 참여하실 것을 제안합니다.
귀하는 연구에 참여하기로 동의하기 전에 이 동의서를 읽고 충분히 이해하는 것이 중요합니다. 귀하께서 응답하신 내용은 익명으로 통계 처리되어 오직 순수한 연구 목적으로만 사용되며, 절대 개인에 관한 어떠한 인적사항이나 정보도 노출하지 않을 것을 약속드립니다.

연구목적;
본 연구는 병원의 내부마케팅 활동과 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 어떠한 영향을 미치는가를 실증적으로 분석하여, 간호사의 고객지향적 태도를 향상 시킬 수 있는 간호중재 방안 모색을 위한 기초자료로 제공하고자 시도되었다.

연구방법;
2014년 3월 IRB의 승인일로부터 30일안으로 진행되며 간호부의 승인 후 각 병동 수간호사를 통해 연구의 목적과 취지를 설명하고 연구 참여에 동의한 간호사에게 설문지를 배포하여 자기기입방식으로 응답하여 자료를 회수할 것입니다.

▶내부마케팅
내부마케팅은 고객에게 잘 봉사할 수 있는 능력 있는 조직 구성원을 성공적으로 고용하고 훈련시키며, 효과적으로 교육하고 동기부여를 하는 활동을 의미합니다 (Kotler, 1998).

dCollection @ chosun

▶자기효능감

본 연구에서는 개인이 어떤 결과를 산출하기 위해 요구되는 행동을 성공적으로 수행할 수 있다는 신념으로, 특정업무를 성취하기 위해 필요한 행동을 조직하고 수행하는 자신의 능력에 대한 판단을 의미합니다(Bandura, 1986).

▶직무만족

자기 직무에 대한 호의적인 태도를 말하는 것으로 자신의 직무생활에 대해 긍정적인 감정을 가진 개인의 심리상태를 의미합니다(이황, 2003).

▶고객지향성

서비스 조직에서 서비스제공자가 서비스 제공을 위한 모든 행위를 그 자신보다는 고객의 욕구와 요구에 따라 행하는 것을 의미합니다(Saxe & Weitz, 1982).

연 구 자 ; 임 순 임
연 락 처 ; 010-6603-6557
e - mail ; csh1983034@chosun.ac.kr

본인은 설문에 대답할 것을 부탁받고, 연구목적에 대해 충분히 이해한 후 자의에 의해 참여하고자 합니다. 연구에 참여하는 동안 본인에게 어떠한 비용이나 위험이 따르지 않는다는 것과 연구 참여도중 원하지 않는 경우 언제든지 참여를 거절할 수 있음을 설명 들었습니다. 2014년 월 일 참여자 ; (서명)

dCollection @ chosun

설 문 지

안녕하십니까?
바쁘신 가운데 귀중한 시간을 내어 설문에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.
저는 조선대학교 보건대학원에서 박사과정중인 학생으로 학위논문을 준비하고 있습니다.
본 설문지는 병원의 내부마케팅 활동과 자기효능감, 직무만족이 고객지향적 태도에 미치는 영향에 대하여 연구하기 위해 작성된 것입니다.
귀하께서 응답하신 내용은 익명으로 통계 처리되어 오직 순수한 학문적 목적을 위한 자료로만 사용될 것이며 절대 개인에 관한 어떠한 인적사항이나 정보도 유출하지 않을 것을 약속드립니다.
만약 연구에 참여를 원하지 않을 경우에는 언제라도 철회하실 수 있습니다.
본 연구자는 개인정보를 보호하기 위하여 귀하의 실명을 언급하지 않을 것이며, 수집된 모든 자료는 잠금장치가 있는 사물함에 보관하였다가 연구가 끝난 후에 소각 처리할 것입니다.

다음은 귀하의 일반적 특성에 관한 질문입니다. 본인에게 해당되는 번호에 (√)하여 주십시오.

1. 귀하의 성별은? ① 남 ②여
2. 귀하의 연령은? 만 ( )세
3. 귀하의 결혼 상태는? ① 기혼 ② 미혼 ③ 기타(별거, 이혼, 사별 등)
4. 귀하의 종교는? ① 있다 ② 없다
5. 귀하의 교육수준은? ①전문대 졸업 ②대학졸업 ③대학원 이상 ④기타( )
6. 귀하의 직위는? ① 일반간호사 ② 책임간호사 ③ 수간호사 이상
7. 귀하의 월평균 수입은?
   ① 200만원미만 ② 200~300만원미만 ③ 300~400만원미만 ④ 400만원이상
8. 귀하의 임상경력은? ( ) 년 ( )개월
9. 귀하의 근무형태는? ① 주간근무 ② 2교대근무 ③ 3교대근무
10. 귀하의 현 근무부서는?
    ① 내과계 병동 ②외과계 병동 ③응급실 ④중환자실 ⑤외래계 ⑥기타( )

dCollection @ chosun

다음은 내부마케팅에 관한 내용입니다. 귀하의 생각과 가장 가깝게 일치되는 곳에 (0) 표를 해 주십시오

문 항	전혀그렇지않다	그렇지않다	보통이다	그렇다	매우그렇다
1. 우리병원은 근무에 적절한 인재를 선발하는 절차를 가진다.	1	2	3	4	5
2. 우리병원은 직무를 수행하는 데 필요한 교육 및 훈련을 많이 실시하고 있다.	1	2	3	4	5
3. 우리병원의 서비스 교육은 실제 업무수행에 많은 도움이 된다.	1	2	3	4	5
4. 우리병원은 간호사를 위한 포상제도가 잘 되어 있다.	1	2	3	4	5
5. 우리병원은 목표를 달성 시 간호사에게 주는 보상제도가 많다.	1	2	3	4	5
6. 직무를 수행함에 있어 간호사 스스로가 근무시간을 관리할 수 있는 제도가 있다.	1	2	3	4	5
7. 우리병원은 다양한 복리후생 제도를 두고 간호사가 자유롭게 선택할 수 있는 기회를 준다(통근, 경조사, 양육비, 취미활동지원, 휴게시설 등)	1	2	3	4	5
8. 우리병원의 휴가제도는 잘 되어 있다.	1	2	3	4	5
9. 우리 병원은 개인적인 이유로 휴직하고자 할 때 가능한 휴직제도가 있다(임신, 출산, 병가, 학습 등)	1	2	3	4	5
10. 병원에 개선점이나 원하는 것을 제안할 제도가 활성화되어 있다.	1	2	3	4	5
11. 우리병원은 동료나 상사 간에 의사소통이 원활하게 이루어진다.	1	2	3	4	5
12. 우리병원의 승진은 공정하게 이루어지고 있다.	1	2	3	4	5
13. 우리병원은 병원의 의사결정에 간호사가 참여할 기회가 많다.	1	2	3	4	5
14. 우리병원은 간호사를 위한 근무시설이 잘 되어 있다.	1	2	3	4	5
15. 우리병원은 고객에게 중요한 역할을 하는 간호사를 중요시 한다.	1	2	3	4	5

dCollection @ chosun

다음은 자기효능감에 관한 내용입니다. 귀하의 생각과 가장 가깝게 일치되는 곳에 (0)표를 해 주십시오

문 항	전혀그렇지않다	그렇지않다	보통이다	그렇다	매우그렇다
1. 나는 어떤 일을 계획할 때 그 일을 할 수 있다고 확신한다.	1	2	3	4	5
2. 나는 내가 해야 할 일을 수행 할 수 있다.	1	2	3	4	5
3. 나는 시작할 때 어려워도 끝까지 노력할 수 있다.	1	2	3	4	5
4. 나를 위해 중요한 목표를 설정하면, 그 목표를 성취할 수 있다.	1	2	3	4	5
5. 나는 무엇을 하든지 그 일을 완성하기 전에 포기하지 않는다.	1	2	3	4	5
6. 나는 어려운 일이라도 해보려고 노력할 수 있다.	1	2	3	4	5
7. 나는 복잡한 일이라도 해보려고 노력할 수 있다.	1	2	3	4	5
8. 나는 즐겁지 못한 일이라도 해야 할일이며 끝까지 그 일을 할 수 있다.	1	2	3	4	5
9. 나는 할 일이 결정되면 즉시 시행할 수 있다.	1	2	3	4	5
10. 나는 새로운 것을 배울 때 처음에 성공하지 못하더라도 포기하지 않는다.	1	2	3	4	5
11. 나는 예기치 못한 문제가 발생해도 그러한 일들을 잘 처리할 수 있다.	1	2	3	4	5
12. 나는 새로운 일이 너무 어려워 보여도 배우려고 노력할 수 있다.	1	2	3	4	5
13. 나는 실패했을 때 좌절하지 않고 더욱 열심히 노력할 수 있다.	1	2	3	4	5
14. 나는 어떤 일을 해내는 나의 능력에 자신 있다.	1	2	3	4	5
15. 나는 자신을 신뢰한다.	1	2	3	4	5
16. 나는 쉽게 포기하지 않는다.	1	2	3	4	5
17. 나는 일상생활에서 일어나는 문제들을 처리할 능력이 있다.	1	2	3	4	5

dCollection @ chosun

다음은 직무만족에 관한 내용입니다. 귀하의 생각과 가장 가깝게 일치되는 곳에 (0) 표를 해 주십시오

문 항	전혀그렇지않다	그렇지않다	보통이다	그렇다	매우그렇다
1. 나는 자율적으로 일할 수 있다.	1	2	3	4	5
2. 나의 능력을 인정받는 기회가 많이 있다.	1	2	3	4	5
3. 상사에게 직무의 불만이나 고충을 쉽게 이야기 할 수 있다.	1	2	3	4	5
4. 나의 일에서 보람과 성취감을 충분히 느낄 수 있다.	1	2	3	4	5
5. 나의 급여는 만족할 만한 수준이다.	1	2	3	4	5
6. 나의 업무에서 공정한 보상을 받고 있다.	1	2	3	4	5
7. 내가 맡고 있는 직무의 양은 적당하다.	1	2	3	4	5
8. 우리병원은 복리후생제도가 잘되어 있다.	1	2	3	4	5
9. 직무를 수행하는데 필요한 여건이 잘 갖추어져 있다.	1	2	3	4	5
10. 우리병원은 승진기회의 가능성이 많다.	1	2	3	4	5
11. 우리병원은 인사관리가 객관적으로 운영되고 있다.	1	2	3	4	5
12. 위의 항목들을 고려할 때 나는 현재의 직무에 만족한다.	1	2	3	4	5

dCollection @ chosun

다음은 고개지향성에 관한 내용입니다. 귀하의 생각과 가장 가깝게 일치되는 곳에 (0) 표를 해 주십시오.

문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 환자의 진료절차 및 치료과정에 대해 최대한 설명을 해준다.	1	2	3	4	5
2. 나는 환자 및 보호자들의 궁금한 사항들에 정직하게 잘 대답해준다.	1	2	3	4	5
3. 나는 환자의 입장에서 모든 업무를 처리하는 편이다.	1	2	3	4	5
4. 나는 환자가 원하는 모든 정보를 제공해 주려고 노력한다.	1	2	3	4	5
5. 나는 환자에게 필요한 사항들을 원하기 전에 알아서 해결해 주려고 노력한다.	1	2	3	4	5
6. 나는 환자들을 기쁘게 하기 위한 목적으로 서비스에 최선을 다한다.	1	2	3	4	5
7. 나는 환자의 불만사항을 성의 있게 듣고 신속하게 처리해 준다.	1	2	3	4	5
8. 나는 병원환경을 청결히 유지한다.	1	2	3	4	5
9. 나는 항상 환자들이 진료받기에 편안한 환경을 조성하려고 노력한다.	1	2	3	4	5
10. 나는 항상 환자를 정중하게 맞이한다.	1	2	3	4	5
11. 나는 환자의 고통을 이해하고, 따뜻하고 편안하게 대해준다.	1	2	3	4	5
12. 나는 환자들의 입장에서 가장 필요하고 도움이 되는 서비스를 제공해 준다.	1	2	3	4	5
13. 나는 환자의 이해를 이끌어 내며 문제를 해결해 나가는 편이다.	1	2	3	4	5
14. 나는 환자와의 개인적 관계를 중요하게 생각한다.	1	2	3	4	5

수고하셨습니다. 끝까지 설문에 응답해 주셔서 감사드립니다.

dCollection @ chosun

감사의 글

대학을 졸업 한 후 간호사로 두 아이의 엄마로 정신없이 앞만 보고 달려온 지 25여년의 세월이 지나서야 겨우 내 자신을 뒤돌아 볼 여유가 생기게 되자 지금까지 열심히 살아온 내 자신에 대한 한없는 공치사로 약간은 우쭐대고 싶은 마음도 있었습니다.

하지만 냉엄한 현실속의 내 자신의 모습은 너무나도 나태하고 평범한 간호사의 모습이외엔 아무것도 기대할 수가 없었고, 서서히 자신에 대한 회의와 절망감에 스스로를 자책하고 원망하기를 수없이 반복해오다, 드디어 남들은 무모한 도전이라 비웃었던 만학도의 길을 돌파구로 선택하게 되었습니다. 6개월 동안의 고민 끝에 내린 내 자신의 확고한 결심을 확인한 후에 나름 격한 마음에 준비를 하고 시작은 했지만 간호사로서의 만만치 않은 업무와 더불어 주부, 학생이란 1인 3역을 소화해내기에는 체력과 정신력 그 어느 것 하나도 녹녹치 않았습니다. 다행히도 힘들고 포기하고 싶을 때마다 다독여 주고 할 수 있다는 자신감을 불어 넣어준 고마운 분들로 인해 다시금 용기를 낼 수 있었으며, 그러한 인고의 시간들이 모여 드디어 지금의 후련함을 만끽할 수 있는 마침표를 찍을 수 있음에 먼저 감사를 드리고 싶습니다.

또한 무모한 도전에 묵묵히 지켜봐주고 좀 더 성장할 수 있는 시간들을 가질 수 있도록 물심양면으로 지도 해주신 최성우 지도교수님을 비롯하여 박종 교수님, 류소연 교수님, 한미아 교수님, 신준호 교수님께 진심어린 감사의 말씀을 드립니다. 생각해보면 대학원을 다닌다는 것은 나에게 삶의 시각과 사고를 넓힐 수 있도록 해준 소중한 시간들이었으며 무엇보다도 나에게 닥친 힘든 시간들을 극복할 수 있도록 하는 값진 기회였고, 부지런한 열정의 중요성을 다시금 일깨워 준 귀중한 시간들이었던 것 같습니다. 앞으로 내 자신의 인생여정에 있어 많은 역경과 어려움들이 생길 때마다 지금까지의 힘든 시간들이 나에게는 많은 용기와 여유로움으로 내 자신을 지탱할 수 있게 하는 발판이 되고 나침판이 될 것이라 생각합니다.

끝으로 교육팀장이라는 바쁜 업무 속에서도 학교수업에 열중하게 해주신 병원 관계자와 선후배 간호사를 비롯해, 고비마다 저에게 용기와 희망을 아끼

dCollection @ chosun

지 않았던 나의 사랑하는 사람들과 동기들에게도 고마운 마음을 전합니다.
마지막으로 정신없이 바빠하고 힘들어하는 엄마를 묵묵히 격려하면서 응원해 준 식구들에게도 깊은 감사를 전합니다.

2014년 7월7일
임 순임 드림

dCollection @ chosun