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

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

[UCI]I804:24011-200000267120

2019년 2월

석사학위 논문

광주·전남 의료관광 서비스품질의 활성화 방안에 관한 연구

- GAP model을 중심으로

조선대학교 대학원

경 영 학 과

김 미 라

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

광주·전남 의료관광 서비스품질의 활성화 방안에 관한 연구

- GAP model을 중심으로

A Study on Methods to Revitalize Medical Tourism Service Quality in Gwangju/Jeonnam Area
-Focused on GAP model

2019년 2월 25일

조선대학교 대학원
경 영 학 과
김 미 라

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

광주 의료관광 서비스품질의 활성화 방안에 관한 연구

- GAP model을 중심으로

지도교수 황 윤 용

이 논문을 경영학 석사학위신청 논문으로 제출함.

2019년 02월

조선대학교 대학원
경 영 학 과
김 미 라

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

김미라의 석사학위 논문을 인준함

위원장	조선대학교	교수	박종철 (인)
위 원	조선대학교	교수	강성호 (인)
위 원	조선대학교	교수	황윤용 (인)

2018년 11월

조선대학교 대학원

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

목 차

제1장 서 론 ····· 1
제1절 연구의 필요성 ····· 1
제2절 연구의 목적 ····· 2

제2장 이론적 배경 ····· 6
제1절 의료관광 ····· 6
1. 의료관광의 개념 ····· 6
2. 의료관광의 유형 ····· 8
3. 의료관광과 경제성장 ····· 14
4. 의료관광 선택속성 ····· 18
제2절 서비스품질 이론 ····· 20
1. 서비스품질의 개념 ····· 20
2. 서비스품질의 특성 ····· 21
3. 서비스품질이론의 측정모형 ····· 23
3.1 Grönroos 모형 ····· 23
3.2 SEVQUAL 모형 ····· 24
3.3 3차원 품질 모형 ····· 26
제3절 의료관광 서비스품질 ····· 28
1. 의료관광 서비스품질 개념 ····· 28
2. 의료관광 서비스 구성차원 ····· 29
제4절 GAP model을 이용한 서비스품질 관리 ····· 36

제3장 연구가설 및 조사설계 ····· 39
제1절 연구 문제 ····· 39

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제2절 연구모형 ····· 40
제3절 가설의 설정 ····· 41
제4절 조사 설계 ····· 43
1. 조사대상 및 방법 ····· 43
2. 설문지 구성 ····· 44
3. 조사 분석 ····· 45

제4장 연구 분석 결과 ····· 46
제1절 인구통계학적 특성 ····· 46
1.설문응답 참여자 인구통계학적 특성 ····· 46
2.심층면담 (in-depth interview) 참여자 인구통계학적 특성 ····· 48
제2절 연구변수의 빈도 및 교차 분석 ····· 49
제3절 연구변수의 신뢰성 검증 ····· 52
제4절 연구변수의 기술통계량과 상관관계 ····· 56
제5절 연구가설 검증 ····· 58

제5장 연구 시사점 및 결론 ····· 70
제1절 연구요약 ····· 70
제2절 연구 시사점 ····· 74
제3절 연구한계 및 미래 연구 방향 ····· 76

【참고문헌】 ····· 78

부록(설문지) ····· 90

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

표 목 차

<표 1-1> 광주지역 연도별 외국인환자 유치 실 환자 수 ····· 3
<표 1-2> 광주지역 연도별 외국인환자 유치 연 환자 수 ····· 3
<표 1-3> 전남지역 연도별 외국인환자 유치 실 환자 수 ····· 4
<표 2-1> 의료관광의 정의 ····· 7
<표 2-2> 의료관광의 유형 ····· 11
<표 2-3> 의료관광 선택속성 ····· 19
<표 2-4> 서비스품질의 정의 ····· 21
<표 2-5> 인식된 서비스 품질 향상을 위한 6가지 기준 ····· 24
<표 2-6> PZB의 초기 서비스 품질 분류 ····· 30
<표 2-7> PZB의 서비스품질 분류 (5차원) ····· 31
<표 2-8> 수정 SERVQUAL의 전체 22개 항목 ····· 32
<표 2-9> HISTOQUAL의 측정항목 ····· 35
<표 4-1> 인구통계학적 분포 ····· 47
<표 4-2> 심층면담 (in-depth interview) 참여자 인구통계학적 특성 ····· 48
<표 4-3> 의료관광 방문경로 국적별 교차분석 ····· 51
<표 4-4> 의료관광 선택이유 국적별 교차분석 ····· 52
<표 4-5> 의료관광서비스 품질 신뢰도 분석 ····· 53
<표 4-6> 주요 변수의 기술 통계량 ····· 56
<표 4-7> 의료서비스품질 기대 요인들 간의 상관관계 ····· 57
<표 4-8> 의료서비스품질 인식 요인들 간의 상관관계 ····· 57
<표 4-9> 유형성의 기대인식 대응표본 분석결과 ····· 58
<표 4-10> Gap model 별 depth interview 결과 ····· 59
<표 4-11> 신뢰성의 기대인식 대응표본 분석결과 ····· 61
<표 4-12> Gap model 별 depth interview 결과 ····· 61
<표 4-13> 응답성의 기대인식 대응표본 분석결과 ····· 63
<표 4-14> Gap model 별 depth interview 결과 ····· 64
<표 4-15> 확신성의 기대인식 대응표본 분석결과 ····· 65

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 4-16> Gap model 별 depth interview 결과 ····· 66
<표 4-17> 공감성의 기대인식 대응표본 분석결과 ····· 68
<표 4-18> Gap model 별 depth interview 결과 ····· 69

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

그 림 목 차

<그림 1> Health Tourism의 유형분류 ····· 10
<그림 2> 의료관광의 유형분류 ····· 12
<그림 3> 의료관광의 등식 ····· 13
<그림 4> 보건의료관광(healthcare tourism)의 유형 ····· 13
<그림 5> 수요측면에서 Health Tourism 의 분류 ····· 14
<그림 6> 2차원 품질 모형 ····· 23
<그림 7> SERVQUAL 모형 ····· 25
<그림 8> 서비스 품질의 3차원 모형 ····· 27
<그림 9> 갭 분석 모형 ····· 36
<그림 10> 연구 모형 ····· 40

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

ABSTRACT

A Study on Methods to Revitalize Medical Tourism Service Quality in Gwangju/Jeonnam Area - Focused on GAP model

Mi Ra, Kim
Advisor : Prof. Yoon Young, Hwang Ph.D.
Department of Business Administration
Graduate School of Chosun University

The purpose of this study is to evaluate the present condition of medical tourism in Gwangju and Jeonnam area and to revise the future direction of medical tourism. The analysis of the cause of the service quality problem through the perception and role of the practitioner of the medical tourism department that provides the medical service and the medical tourism agency manager and the inconsistency between the expectation of the customer and the provision of the service occur in the delivery process of the service We aim to find ways to increase the satisfaction of medical tourists and increase the reutilization rate by deriving system design factors to match customer expectations and experience.

The purpose of this study is to investigate the effect of medical tourism on the activation of medical tourism through empirical research through service quality and to investigate how the perception of medical tourists of medical tour operators and employees affects activation of medical

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

tourism service quality.

In this study, the service quality of medical tourism was regarded as the difference between expectation and performance. Therefore, in future research, it is necessary to study and compare the quality of medical tourism service by various approaches.

It can be assumed that Korea is a country that is well suited to meet the desire of beauty due to the proliferation of Korean Wave and has excellent physical accessibility. It will surely expand the market. Based on these potentials and competitiveness, I would like to study the competitive.

Key words : Service Quality, Medical Tourism, GAP Model

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제1장 서 론

제1절 연구의 필요성

의료와 관광이 결합 된 융·복합 산업인 의료관광산업은 미래지향적인 고부가가치 산업으로 인정되어 국내·외를 비롯하여 신성장동력 산업으로 추진하며 성장시키고 있다. 세계 의료관광시장 규모는 2004년 400억 달러에서 2007년 600억 달러, 2012년 1,000억 달러로 추산되며, 의료관광객은 2005년 1,900만 명에서 2010년 4,000만 명으로 매우 증가하는 추세로 나타나고 있다(산업연구원, 2013). 이처럼 의료관광산업은 빠르게 확대되고 있으며 시장 선점을 위한 국가 간 경쟁률도 치열하다. 국내의 의료관광시장 또한 빠르게 성장하고 있는데, 2009년 5월 의료법 개정이후 해외환자유치를 위한 정부의 지원정책과 관련 기관 및 종사자들의 적극적인 마케팅으로 주요 의료관광국에 속할 만큼 단시간 성장을 이루어 내고 있다.

대한민국의 의료기술 수준은 세계 어느 나라와 비교해도 우위에 있으며, 높은 의료수준에 비해 저렴한 가격과 편리한 의료시스템, 우수한 병원환경을 갖추고 있어 의료를 토대로 한 의료관광 산업을 추진하기에 유리한 환경으로 되어있다. 또한, 의료관광산업은 국내 의료기술의 발전과 의료산업의 성장을 바탕으로 타 산업과의 융합을 통한 새로운 영역을 발굴할 수 있을 뿐 아니라 산업간의 확대와 경제 활성화에 크게 작용한다(조성식, 2015). '7대 특·광역시 외국인 환자 유치 현황'에 따르면 2016년 전국에서 유치한 외국인 환자는 36만4천189명이다. 이중 서울시가 21만6천657명으로 59.5%, 대구시 2만1천100명, 부산 1만7천505명, 인천 1만2천992명, 대전 1만897명 순으로 지역별로 의료관광 활성화를 위한 다양한 마케팅으로 국내로 유입된 의료관광객이 늘어나고 있다. 그러나 광주의 경우 광주는 3천531명으로 전국대비 1%, 전남지역은 311명으로 1%도 안 되는 상태로 의료환경이 비슷한 타 광역시에 크게 미치지 못하고 있다(한국보건산업진흥원, 2016).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

광주·전남지역은 인구대비 많은 의료기관 수와 종사자를 보유하고 있고 의료장비 보유 또한 전국 상위권으로 의료자원이 풍부하다. 또한, 광주·전남지역은 웰니스 의료관광에 흐름에 맞춘 의료관광을 시행할 수 있는 관광 인프라를 보유하고 있다. 관광 인프라 분야에서 광주와 인근 전남지역 관광자원이 전국 관광자원의 13.8%를 차지하며, 특히 전남은 온천, 템플스테이, 섬, 숲 등 62개의 문화 및 자연생태환경 자원을 보유하고 있어 웰니스형 의료관광을 하기에 최적의 조건을 갖추고 있다(한국관광공사, 2016).

제2절 연구목적

광주 의료관광 BI인 MEDIWELL GWANGJU는 신체적, 정신적, 사회적으로 건강한 상태를 의미하며 행복(happiness), 웰빙(Well-being)과 건강(fitness)의 합성어이다. 전남지역의 의료관광 또한 웰니스 관광으로 새로운 도약을 꿈꾼다는 모토로 지역의 장점을 살리며 현재 추구하는 트렌드를 맞춘 마케팅을 실현하기 위해 다양한 노력을 하고 있다. 광주와 전라남도 양 시·도는 공동 의료관광 협의체를 구성하고 인프라를 공동으로 활용하여 의료관광 브랜드 개발을 비롯해 고부가가치 의료관광상품 공동개발, 의료관광안내 및 지원체계 구축, 해외홍보·마케팅 등을 통해 의료관광산업의 동반성장을 꾀하고 있다. 또한, 문화체육관광부의 의료관광 클러스터사업 평가에서 우수기관으로 선정돼 2억 원을 확보하는 등 2016년부터 3년에 걸쳐 국비 8억 원을 지원받게 되었다.

이러한 배경으로, 본 연구의 목적은 다음과 같다.

첫째, 전국적으로 외국인환자유치 통계를 비교하면 비교적 낮은 수준을 유지하고 있으나 우리나라에서도 후발주자로 시작한 만큼 공격적이고 다양한 마케팅을 시도함으로써 광주·전남지역을 방문하는 외국인환자의 수가 늘고 있다. 실제 2009년 외국인환자 수는 989명 2016년 3,531명으로 외국인환자 유치를 위한 다양한 마케팅의 결과로 약 3.5배 이상 증가하였다. 이를 통해 의료관광산업 발전 가능성을 확인할 수 있다(한국보건산업진흥원, 2016).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표1-1> 광주지역 연도별 외국인환자 유치 실 환자 수

(단위 : 명, %)

구분	입원		외래		건강검진		계	
2009년	186	67.9	88	32.1	* 외래 합산		274	100.0
2010년	156	15.8	707	71.5	126	12.7	989	100.0
2011년	183	16.4	858	76.7	77	6.9	1,118	100.0
2012년	278	16.9	1,214	73.7	156	9.5	1,648	100.0
2013년	285	15.0	1,406	74.0	209	11.0	1,900	100.0
2014년	344	18.6	1,415	76.5	91	4.9	1,850	100.0
2015년	360	13.1	2,252	82.1	132	4.8	2,744	100.0
2016년	403	11.4	1,956	55.4	1,172	33.2	3,531	100.0

출처: 보건산업진흥원(2017).

<표1-2> 광주지역 연도별 외국인환자 유치 연 환자 수

(단위 : 명, %)

구분	실인원	진료과별 실인원	연인원
2009년	274	274	1,680
2010년	989	1,211	3,629
2011년	1,118	1,210	3,227
2012년	1,648	1,911	5,898
2013년	1,900	2,294	7,169
2014년	1,850	2,160	10,163
2015년	2,744	3,141	10,446
2016년	3,531	3,959	11,554

출처: 보건산업진흥원(2017).

반해, 전남지역의 경우 2009년도부터 2016년도까지 외국인 환자 수 차이의 변화가 거의 없었다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표1-3> 전남지역 연도별 외국인환자 유치 실 환자 수

(단위 : 명)

구분	실환자
2009년	76
2010년	336
2011년	263
2012년	725
2013년	739
2014년	378
2015년	602
2016년	311

출처: 보건산업진흥원(2017).

둘째, 선행연구 중 광주·전남지역의 의료관광 활성화를 위한 연구에서는 의료관광전문가의 심층면접을 통해 광주·전남지역 의료관광의 문제점과 제약요인, 의료관광 활성화를 위한 정책이나 개선점, 의료관광 경쟁력 방안을 위한 정책에 관하여 연구하였다. 하지만 연구의 시점이 2013년도로 광주·전남지역 초기 의료관광 시기이며, 연구 이후 광주·전남지역의 의료관광 환경의 변화가 있었고, 실제로 광주·전남지역을 방문한 의료관광객의 수도 초기보다 배로 늘었다. 의료관광은 일반 소비재와 비교하면 관여도가 높고 복잡하며 집약적인 부분이 있어 양질의 의료서비스와 관광서비스를 제공하는 것은 소비자들의 선택으로 이어질 수 있다. 이러한 이유로 선행연구를 더 세분화하고 마케팅 중심의 실증적인 분석이 필요하다. 이는 의료관광의 기초자료로 사용하며, 전략적인 시사점을 제공하기 위함이다.

셋째, 광주·전남지역의 의료관광은 무한한 가능성이 있다. 광주의 의료 인프라와 전남의 관광 인프라 환경이 우수하므로 의료관광을 위한 특화 지역으로 발전시킬 수 있다. 또한, 의료관광의 개념이 확대되어 치료적 의미의 Medical Travel에서 의료와 관광의 결합을 의미하는 Medical Tourism, 포괄적인 건강 서비스를 의미하는 Wellness Tourism으로 영역이 확대되는 추세로 광주·전남지역의 의료와 관광 인프라 환경 및 브랜드 아이덴터티 (brand Identity)의 일치는

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

글로벌 브랜드 전략을 가능하게 한다.

넷째, 실제 제공되는 의료서비스에 대하여 의료관광객의 기대와 인식이 차이를 분석하고, 의료서비스를 제공하는 의료관광부서의 실제 종사자, 의료관광기관 경영자의 인식과 역할을 통해 서비스품질 문제점 원인을 분석한다. 특히, 서비스의 전달과정 중 어디에서 고객의 기대와 서비스의 제공 간의 불일치가 발생하는지 확인하여 고객의 기대와 경험을 일치시키기 위한 시스템 설계 요인의 도출함으로써 의료관광객의 만족도를 높이고, 재 이용률을 높이는 방안을 모색하고자 한다. 나아가 의료관광의 경영자와 종사자의 의료관광에 대한 인식이 의료관광 서비스품질 활성화에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 한다.

이에 본 연구 목적은 광주를 방문하는 의료관광객에게 제공되는 서비스 전략이 실제 인식하는 서비스품질 차원에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고, 서비스품질의 기대와 인식이 불일치되는 원인을 파악함으로써, 일치시키기 위한 전략적 방안을 제시하고자 하는 데 목적이 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제2장 이론적 배경

제1절 의료관광

1. 의료관광의 개념

경제성장과 삶의 질에 대한 인식이 높아짐에 따라 현대인들의 라이프스타일은 건강을 추구하는 형태로 변화되었다. 거주지에서 떨어진 지역으로 의료서비스를 받기 위해 이동하였으며 교통과 통신의 발달은 이를 더욱 가속화시켜 국경을 넘어 의료서비스 제공 받는 것을 가능하게 만들었다. 이와 더불어 건강과 치료에 국한된 의료서비스뿐만 아니라 휴양, 여가. 문화체험의 관광이 결합한 의료관광이 라는 새로운 관광형태가 나타나게 되었으며 자국보다 저렴한 의료서비스 가격과 고품질의 의료서비스를 휴양 및 관광과 접목했으며, 최근에는 웰니스 개념을 더하여 의료관광의 형태를 확대해 나가고 있다. 단순하게 정의하면 의료와 관광을 합친 개념이 의료관광이라 할 수 있으며 의료관광의 범위나 형태 발전 방향에 따라 다양하고 넓은 의미로 해석되어 왔다.

다음은 선행연구를 통해 의료관광 개념을 정리한 내용이다. Goodrish & Goodrish(1987)는 관광 활동과 결합하여 우수한 의료서비스를 제공하는 형태의 관광 활동이며, 환자들에게 건강증진 및 치료를 목적으로 하는 것을 의료관광이라고 정의하였고, Kasper(1989)는 육체적, 정신적, 사회적 행복을 추구하기 위하여 거주지역이 아닌 전문적인 시설이 있는 곳에서 건강증진을 위해 의료서비스를 제공해 주는 것이라 하였다. Hall(1992)은 주요 동기가 건강과 관련된 특수목적관광 여행 중 하나라고 하였으며, Eric(1996). 세계보건기구 WHO에서 정의한 웰니스는 “운동, 영양, 휴양을 통합하여 추구해 나가는 것"으로 규정되어있으며 이는 웰니스 관광으로 파생되어 신체·정신· 사회적 건강· 삶의 질 향상을 추구하는 모든 활동을 포함한 관광 형태로 넓혀가고 있다. 의료관광에 대한 개념 정의는 다양하게 해석되고 있는데 문화체육관광부(2013)는 의료관광은 본인 혹은 의료진의 판단으로 심신의 건강을 보호하고 증진함을 목적으로 한 거주국에서 국경을 넘어 타국을 방문하는 방문객의 모든 활동 또는 이를 돕기 위한 동반자와

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

1년 이내의 기간에 이루어지는 모든 활동이라고 정의하였고, Medlick(1996)은 의료관광을 다양한 병에 대한 치료에서부터 건강과 휴양프로그램들에 이르기까지 다양한 목적을 가지고 다른 장소를 방문 및 여행하는 활동으로 정의하였다. 또한 English et al.(2005)는 의료관광객이 진료, 휴양과 관광 활동을 병행하는 것뿐 아니라 가격경쟁력과 의료기술이 뛰어난 국가에서 진료받기 위한 여행이라고 정의하였다.

<표 2-1> 의료관광의 정의

연구자	의료관광의 정의
제세윤, 공순구 (2015)	의료와 관광을 접목한 것으로 의료서비스와 관광이라는 의미, 건강증진을 목적으로 선진 의료서비스와 합리적인 가격으로 치료를 위해 자국의 의료시스템이 아닌 국경을 넘어 해외 의료서비스를 받는 모든 행위이며 의료와 관광의 두 가지 목적을 동시에 이루고자 하나 치료목적의 의료행위 자체에 중심을 둔 관광 형태
장 심, 장혜정 (2015)	우수한 의료기술과 가격경쟁력을 보유하고 있는 국가에서 진료, 휴양, 관광 활동을 병행하는 것, 의료서비스뿐만 아니라 휴양·문화·레저 활동이 포함되며 관광서비스가 결합한 새로운 관광형태
유지윤(2011)	Medical Travel은 중증 의료를 목적으로 국제적인 이동을 하는 사람으로 주로 경제적인 이유라고 정의하며, 관광과 의료의 겸하여 국제적으로 이동하는 사람과 주목적이 관광으로 국제 이동을 하였지만 방문국의 의료서비스를 받은 사람, 그리고 의료가 주목적으로 국제적으로 이동하였지만 의료서비스를 받은 후 관광활동에 참여하는 모든 사람이라 정의함.
Eman(2011)	넓은 범위의 여행으로 건강이나 웰빙을 포함하며 방문지에서 레크리에이션, 문화 활동, 여가를 함께하며 건강검진, 건강관리, 진료, 수술, 미용, 성형수술, 치료 및 치유, 요양, 재활 등을 포함함.
임춘례(2011)	건강증진, 치료, 건강회복, 미용 등을 목적으로 친지 방문의 여행

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

	과 타지로 떠나는 여행과 관광으로 현지 프로그램의 함께 건강과 관련된 활동 및 의료 서비스를 받는 경우 즉, 모든 의료서비스와 관광서비스가 결합한 여행 형태.
이희열(2011)	집을 떠나 국내 또는 국외로 이동하여 치유와 치료의 목적으로 의료서비스 및 건강증진, 요양 등을 포함하여 주변 관광, 레저, 문화 등의 관광 활동을 동시에 체험하는 활동.
김미경(2010)	근래 세계 여러 나라에서 전략산업으로 새로운 관광 상품 트렌드, 보건 관광과 더불어 광범위하게 정의되며, 건강증진과 치료를 관광 활동을 연계한 특수목적 관광.
김기홍(2010)	의료와 관광을 결합한 것으로서 환자에게 진료, 휴양, 관광 활동을 포함하는 것뿐만 아니라 우수한 의료기술과 경쟁력 있는 가격의 국가에서 진료받기 위해 여행하는 것까지 포함.
유용재, 최화열, 이문규 (2010)	질병의 예방과 건강치료, 미용을 주된 목적으로 의료서비스를 받기 위해 다른 장소를 방문하거나 여행하는 것.
Reddy, York& Brannon (2010)	헬스 관광(성형수술, 심장수술, 치아치료, 온천 및 마사지요법)과 웰니스 관광의 개념이 결합 된 다양한 종류의 건강 및 웰니스를 위해 국외로 여행하는 것.
한국보건산업진흥원 (2006)	우수한 보건 서비스를 관광과 결합시킨 산업으로 외국인환자 유치를 함으로써 국가 경제에 이바지하는 사업.
Gupta (2004)	건강증진과 치료를 목적으로 하는 환자들에게 관광 활동과 결합하여 우수한 의료서비스를 제공하는 관광의 유형.

출처: 한국관광공사(2016)

2. 의료관광의 유형

의료기술의 발달과 생활환경이 개선됨에 따라 평균수명이 늘어나고, 만성 질병의 수와 종류도 증가하였다. 또한 건강하게 질병 없이 살고자 하는 건강수명과 기대수명 요구도가 증가함에 따라 건강하고 젊게 살기 위한 지속적인 건강관

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

리를 필요하게 되었다. 이러한 수요의 증가는 의료서비스를 자국에서 수용할 수 있는 범위를 초과하게 되었고 이에 따라 의료서비스를 받기 위한 대기시간 증가, 진료비 인상의 문제가 야기되어 상대적으로 의료서비스의 질이 낮은 국가의 경우 고품질의 의료서비스를 받기 위한 욕구도 증가하게 되었다. 과학기술의 발달과 이념장벽의 붕괴, 정보통신이 발달 등으로 이동의 편리성과 의료서비스품질 및 가격 비교가 가능해짐에 따라 의료목적으로 자국을 벗어나 해외로 향하는 소비자가 꾸준히 증가하게 되었다. (한국관광공사, 2012)

의료관광은 국내외 연구진들을 통해 그 목적에 따라 의료관광의 유형 및 분류가 다양하게 구분되고 있다. 정진수(2009)는 의료관광의 형태를 선택치료형과 수술치료형으로 구분하였다. 선택 치료형으로 미용성형 수술형은 주로 동남아 국가(태국 등)를 중심으로 가격경쟁력, 관광 및 휴양연계를 바탕으로 한 미용 성형의 기본적인 수술이라고 하였으며, 웰빙형으로는 일본, 중국, 태국 등의 나라를 중심으로 전통문화를 개발하여 상품화한 질병 예방 및 억제효과를 위한 한방, 스파 및 테라피, 온천 및 휴양 프로그램이라고 하였다. 수술치료형과 장기재활형은 미국, 싱가포르, 태국의 병원을 중심의 해외네트워크를 기반으로 한 최고 의료수준과 의료세미나 등의 경쟁요소에 근거하여 요양 및 재활 프로그램, 요양 및 재활 프로그램센터, 중증 난치병 치료를 육성 분야로 꼽았다.

더 나아가 의료관광의 형태를 의료중심과 관광 중심으로 구분하였는데, 순수하게 치료를 목적으로 특정한 의사나 병원을 찾아 의료관광을 오는 형태와 다른 치료 목적으로 방문했지만 응급으로 치료를 받는 순수치료 응급환자를 의료중심의 의료관광 형태로 정의 내렸으며, 간단한 미용시술과 관광을 겸한 치료+관광, 비즈니스 여행과 관광을 겸한 비즈니스+치료, 환자동행 가족이 관광중심의 의료관광의 형태로 연관 지었다.

허향진, 김민철, 부창산(2010) 연구에서는 특정 지역을 선정하여 더욱 효과적인 분석을 위한 선행연구를 기반으로 의료관광의 새로운 유형의 모형을 정립하였다. 4가지 정립된 모형 중 유형 1은 천연자원을 바탕으로 한 의료관광으로 가장 전형적인 형태인 목적지에서 자연적으로 발생한 온천 및 기후 같은 자원들을 포함하며 천연자원인 삼림욕, 수 치료 친환경 생태프로그램 등이 질병의 예방과 치유에 해당한다고 주장하였다. 유형 2는 관광객의 필요에 의한 인공자원을 기

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

반으로 한 건강한 생활과 더불어 휴가 경험을 통합하는 것으로 주로 호텔이나 리조트 등에서 발생되는 웰니스 프로그램으로 이루어지는 의료관광이 해당한다고 하였다. 유형 3은 의료관광객 유치를 위해 특수한 지식의 이로운 점을 이용하는 것으로 전통적인인 약물과 치료효과가 있는 식물이나 허브를 바탕으로 전통치료, 음식, 환경치료, 한방 의료기술, 청정유기농 등이 포함되며 이를 개발시키기 위해 지식과 기술의 활용이 필요하다고 하였다. 유형 4는 자국의 의료서비스 가격보다 적은 비용을 지불하여 의료서비스를 제공하는 의료관광의 유형이라고 기술하였다.

<그림 1> Health Tourism의 유형분류

출처: 허향진 외(2009)

김흥식 등(2009)은 첫 번째, 치료를 주요 목적으로 의료의 질과 가격이 중요시하는 의료중심의 의료관광 두 번째, 관광 패키지 안에 의료서비스가 포함되는 유형으로 관광 인프라를 중심으로 한 의료관광, 세 번째로 비즈니스에 헬스케어 투어(health care tour) 겸한 경우 또는 의료관광객의 동반자 등을 기타 의료관광으로 분류하였다. 신재기, 유명희(2009)는 의료클러스터, 의료관광상품, 의료관광산업 3가지 유형으로 구분하였다. ‘허브형 의료복합단지’, ‘바이오’, ‘의료기

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

기 개발', '신약', '건강문화클러스터', '메디클러스터', '의료관광복합단지' 로 분류하였고, 의료관광상품은 질병치료관광, 미용성형의료관광, 휴양의료관광, 전통의료관광으로 구분하였다. 의료관광산업은 교육연구개발유형, 중증치료형, 선택치료형, 복합형으로 구분하였다. 임형택(2011)은 의료관광의 유형을 '환자 간호', 치료 및 관광', '순수치료', '치료 및 기타' 4가지로 구분하였으며 그 내용은 다음 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 의료관광의 유형

목적	개념	의료부문
순수치료	특정의료기관 또는 의료인 방문 치료행위	중증 및 전문시술
치료 및 관광	간단한 미용중심 치료와 관광 활동 병행, 요양 및 휴양 개념 (웰니스 관광)	경증시술, 스파 및 대체의학
치료 및 기타	비즈니스 등 타목적 활동 이후 의료서비스 수행	전문 및 경증시술
환자간호	치료받는 환자 간호 또는 보호자	-

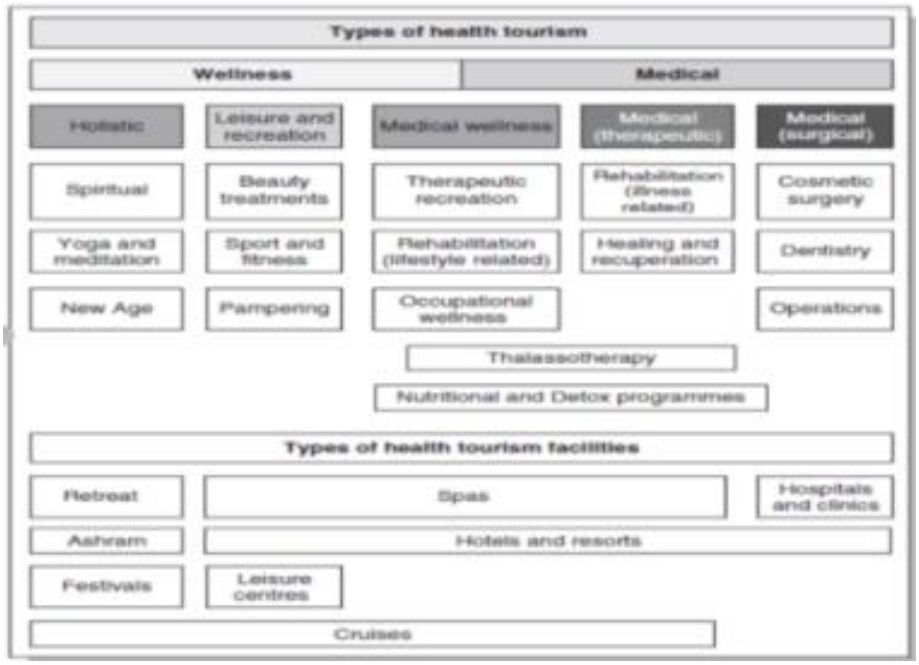
출처: 임형택(2011)

해외 학자들의 의료관광유형 분류로 Smith 와 Puczko(2009)는 웰니스 관광과 의료관광으로 분류하고 상품과 시설의 범위를 포괄적으로 제시한 치료목적의 다양한 형태의 건강 관광 상품을 제시하였다. 의료관광과 웰니스 관광을 건강관광 하위개념으로 분류하고 의료서비스와 웰니스의 정도로 건강관광의 유형을 기치료, 레저형 관광, 웰빙형 의료서비스, 테라피형 의료서비스로 구분하여 해당 고객에게 관련 시설과 상품을 제시하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<그림 2> 의료관광의 유형분류



출처: Smith & Puczko(2009)

Eman M. Helmy(2011)는 의료관광의 유형을 Medical tourism, Medical wellness tourism, Wellness tourism으로 분류하였다. Medical tourism은 의약품, 의료서비스, 치료, 수술을 위해 병원, 클리닉, 진단센터 및 특화 의료기관에서 최신 의료서비스를 받기 위해 이동하는 것을 의미하며 Medical wellness tourism 은 의료서비스와 관광서비스를 동시에 가능하게 하는 것으로 자연관광적인 천혜적의차원과 환경적인 요소를 이용한 의료와 관광서비스를 융합하여 치료행위를 돕는 것을 의미한다. Wellness tourism은 신체의 웰빙, 얼굴 트리트먼트, 등 마사지, 수상 운동, 사우나, Thallassotherpay로 Feel Good에 초점을 맞춤 방식을 이용한 육체적, 정신적인 회춘을 위한 것을 의미한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<그림 3> 의료관광의 등식

Medical and healthcare services
+
Tourism and travel service
+
Support services
=
MEDICAL TOURISM

출처: Eman M. Helmy(2011)

Joan C. Henderson(2004)는 소비자의 요구도에 따라 온천 및 대체 요법(Spas and Alternative Therapies), 의료관광(Medical Tourism), 성형수술(Cosmetic Surgery)의 3가지 유형으로 보건의료관광(Healthcare Tourism)을 분류하였다.

<그림 4> 보건의료관광(healthcare tourism)의 유형

Health Tourism		
Medical Tourism	Cosmetic Surgery	Spas and Alternative Therapies
·Cancer treatment ·Health screening ·Health surgery ·Joint replacement ·Medical check-ups ·Neurosurgery ·Transplants	·Breast augmentation ·Facelifts ·Liposuction	·Acupuncture ·Aromatherapy ·Beauty care ·Facials and body scrubs ·Exercise and diet ·Flower remedies ·Herbal healing ·Homeopathy ·Hydrotherapy ·Hypnosis ·Massage etc.

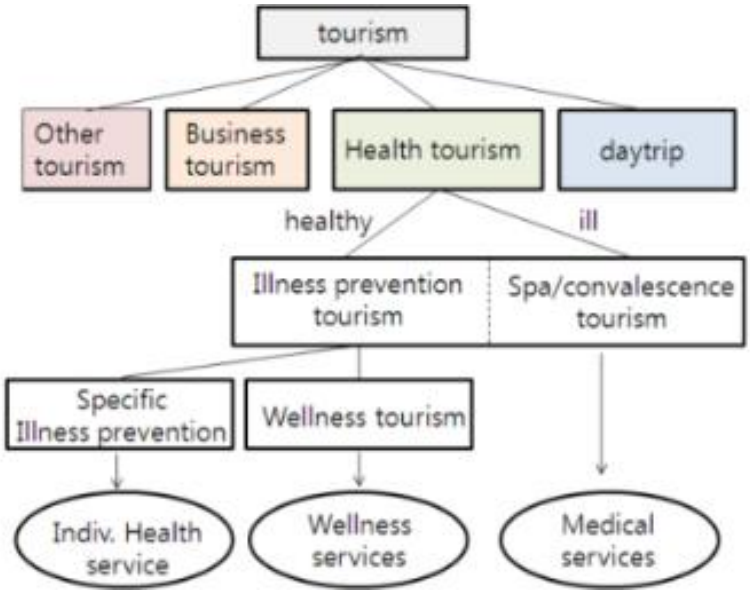
출처: Joan C. Henderson(2004)

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

마지막으로 Mueller & Kaufmann(2001)는 Wellness tourism을 Health tourism의 하위범주로 간주함으로써 질병 치료를 목적으로 하는 관광객과 상반되는 Wellness 관광객들은, 건강을 지키고 증진하는 것을 일반적인 관광객들에게 이용되는 유사한 서비스를 요구 할 수 있다.

<그림 5> 수요측면에서 Health Tourism 의 분류



출처: Mueller & Kaufmann(2001)

3. 의료관광과 경제성장

의료관광은 두 가지 판이한 측면에서 경제성장에 기여한다. 첫째, 성장 및 개발의 유도를 통해 의료관광이 외화를 유치한 원천이며, 투자의 촉진과 조세수입을 창출하는 원천이 되기 때문이다. 둘째, 공중건강과 관련성이 있다. 의료관광이 창출하는 수익은 공중건강을 개선하는데 사용할 수 있다.

이는 인적 자본의 수명연장을 의미하며, 노동 생산성이 높아져 결과적으로 국

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

가 경제와 의료관광산업이 성장에 도움을 준다. 의료관광의 초기 단계에는 공중건강에 영향을 줄 정도로 충분히 큰 수익이 발생하지는 않는다. 그러나 시간이 지날수록 의료관광의 수익은 시장참가자와 사회기반시설에 흡수될 정도로 충분히 발생하게 되고 이로 인한 적하효과에 의해 의료서비스를 구입할 돈이 없는 환자를 지원할 수도 있다.

1) 경제성장

글로벌 경제의 참여는 경제성장에 긍정적 영향을 준다. 경제성장은 상품과 서비스의 무역을 통해서 이루어지기도 하고 금융 흐름을 통해서 이루어지기도 한다. 글로벌 경제의 참여는 국내생산을 증대시키고 고용을 증가하게 하여, 성장을 촉진하며 세제수익과 외환 흐름이 증대될 것이다. 단기적으로는 이러한 효과가 발생하지 않을 수도 있는데 이러한 이유는 국가 간 무역장벽으로 외국자본의 흐름을 규제되고, 다국적기업의 활동이 제약되며 이민과 해외 이주를 억제할 뿐만 아니라 관광을 제한함으로써 외국문화에 대한 노출을 한정시키기 때문이다. 그러나 장기적으로 홍콩, 대만, 싱가포르, 한국과 같은 국가의 경제성장에서 경험한 바와 같이 해외자본 유치와 수출 지향적 정책을 경제성장을 증진하는 요인이 된다.

2) 의료관광산업과 국제무역

헬스는 관광 분야와 함께 국제거래를 통해 외화수입이 발생한다. 서비스교역의 자유화를 기본이념으로 삼고 있는 서비스거래에 관한 일반협정에 따르면 의료서비스에는 다음의 서비스가 포함된다. 의사의 전문화된 서비스, 간호서비스, 물리요법이나 의료보조인을 사용한 서비스, 병원 및 구급차서비스, 거주의료시설, 의료연구소에서 생산되는 서비스이다. 오늘날 우리는 의료관광부문의 풍부한 물적 자본과 숙련된 의료인을 보유하고 있다. 장기적으로 의료관광산업을 발전시키기 위해 이에 필요한 물적 및 인적 자본을 투자하고 축적함으로써 동태적으로 비교우위를 창출할 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) 해외직접투자

국제가 무역에 있어 해외직접투자는 해외자본이 유입 효과와 함께 유형적 시설과 설비, 건물 등에 대한 투자 효과를 통해 투자대상국이 경제활동을 촉진한다. 서비스의 중요성이 증가함에 따라 해외직접투자의 패턴도 제조업과 1차 상품 중심에서 서비스 부문으로 이동하기 시작하였다. 다국적기업이 주도하는 해외직접투자가 수익의 창출 가능성이 높은 서비스 부문에 집중되기 시작하였다. 외국기업의 관광산업 자본 공급은 숙박, 식음료, 운송 등의 분야에 투자하기 시작하였다. 해외여행을 하면서 호텔, 렌터카, 항공을 이용한 경험이 있는 개인 투자가들도 이 분야에 투자하였다. 직접투자가 많이 발생하지는 않았으며, 대부분의 투자가 국내에서 조달되었다. 관광산업에 대한 해외직접투자는 이 분야가 지속해서 성장할수록 자기 강화 사이클(reinforce cycle)에 의해 더욱 증가 할 것이다. 비즈니스 서비스, 이동통신, 리조트 및 호텔 등에 대한 투자를 그 규모가 비교적 클 뿐만 하니라 다국적 합작투자의 수혜부문이 되고 있다고 하면서 이 부문으로 성장 사이클이 더욱 가속화 될 것으로 예상된다.

4) 승수효과

의료부문과 관광에서 발생한 무역은 외국인투자와 더불어 국가의 경제성장을 높이는데 직접 기여한다. 경제성장에 대한 기여도는 직접 효과와 전방 및 후방 산업이 연계성으로 인해 발생하는 승수효과로도 나타난다. 의료관광의 승수효과는 생산, 고용, 소득 면에서 평가할 수 있다. 의료관광객의 입국은 1차로 관광과 헬스 분야의 생산, 고용, 소득에 영향을 주지만, 산업연관효과를 통해 전후방산업인 식음료, 운송, 의료기기 산업의 생산, 고용, 소득에도 기여하게 된다. 의료관광산업이 승수효과가 증가할수록 의료관광 분야의 지출증가에 수반되는 부가적인 고용과 소득의 증가 효과는 더 크게 나타날 것이다. UNTOWN에 따르면 관광산업이 승수효과는 다음과 같은 이유로 상당히 크기 때문에 경제성장에 기여할 가능성이 높다. 첫 번째, 관광은 생산과 동시에 소비가 발생하기 때문에 가치 창출의 대부분이 관광지에 남는다. 두 번째, 노동 집약적인 관광산업의 특성으로

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

다수의 노동참여자가 이익을 얻을 수 있으며 이는 다시 지역경제를 위해 지출된다. 세 번째, 관광의 다양성을 고려하면 광범위한 유형의 인력이 참여할 수 있으므로 비공식적 부문의 인력 창출이 늘어나게 된다. 결과적으로 소득의 증가는 소비의 증가를 불러오고, 소비의 증가와 소득의 증가가 반복적으로 이어지는 과정은 계속될 수 있다.

5) 국내 의료산업 성장

우리나라는 우수한 인력, 인프라, 선진국의 높은 의료수준의 진료 시스템을 보유하고 있으며, 한국 병원 임상연구 역량 또한 세계적 수준으로 발전하고 있다. 우리나라는 GDP 대비 의료 R&D 투자가 OECD 회원국 대비 상위권으로 유지하고 있으며, 의료분야 R&D 투자 또한 매우 활발하게 진행되고 있다. 높은 의료기술, 상대적으로 저렴한 가격 조건은 선진국과 비교하여, 비용이 저렴한 비용의 가격과 선진국 수준의 의료서비스와 휴양시설을 보유한 아시아 국가들을 중심으로 의료관광이 활발하게 추진 중이며, 우리나라의 경우 높은 의료서비스 수준이 경쟁우위 요소에 있다. 이에 정부는 우리나라 의료산업이 미국의 76%, 일본의 85% 정도의 높은 의료기술을 보유하면서 가격은 미국의 1/3, 일본의 1/5 정도로 저렴한 가격 조건을 완비하고 있어 의료관광사업을 신 관광산업으로 육성하는 데 주목했으며, 이에 정부는 차세대 동력산업이며 고부가가치창출 사업인 Global Healthcare 산업(외국인환자유치사업, 의료관광사업)을 선정하고, 2009년 5월 의료법 개정 시행이후 의료관광사업(외국인환자유치사업) 을 적극적으로 지원하였다. 의료 관광산업을 고부가가치 창출은 우리나라 국가경제발전과 국제 진료 산업 전문가 육성 등의 고용창출 유발로 기대효과가 큰 산업으로 보고, 경제를 더욱 활성화할 수 있는 주요 산업으로 평가하며 의료관광 출입국 제도 개선, 의료관광객을 위한 원스톱 서비스 제도 도입, 의료관광 인력 양성 제도 도입 등을 정부의 지원정책으로 내놓았다. (원종하, 2014).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

4. 의료관광 선택속성

의료관광 선택속성의 이해는 의료관광을 활성화하는데 중요한 부분이다. 선택속성이란 상품과 서비스가 가지는 고유한 유·무형의 특성으로 구매 의사결정과정에서 소비자가 지각하는 유·무형 특성에 대해 지각하는 차이로 상품 속성에 대한 태도 또는 선호도를 의미한다(Kotler and Armstrong, 2008; 김봉기, 2013). 이러한 이유로 의료관광 선택속성이란 의료서비스와 관광서비스가 내재한 의료관광의 기본 개념을 바탕으로, 의료관광객이 의료관광지를 선택하는데 그 관광지가 가진 고유한 의료서비스와 관광서비스 특성에 대한 태도의 차이 또는 선호라고 할 수 있다(김명주, 2011; 김봉기, 2013).

의료관광을 활성화하기 위한 제도적 관점에서의 중요한 선택속성으로는 유지윤(2006)은 의료관광의 선택속성의 중요도 요인 제고를 위하여 제도적 관점에서 의료관광객 유치를 위한 제도적 기반 조성, 의료관광 인프라 구축 및 수용태세 개선, 의료관광 서비스 수준 및 신뢰성 제고 지원 등을 의료관광 선택속성의 4가지 차원 변수로 제시하였다. 뿐만 아니라, AHP 분석을 이용하여 제주형 의료관광 분야의 중요도 및 우선순위를 연구한 김민철, 문성종, 부창산(2008)의 연구에서도 상품 경쟁력(진료의 질, 진료의 수가 수준), 지역 협력연계성(지역 산업 부합성, 관광산업 활성화), 경제적 측면(고용 창출, 투자 가능 여부), 의료 인프라(타 지역 의료산업과 한국적 의료 관광서비스 개발 방안 연구의 경쟁력, 사회불균형, 의료 기반 시설) 등을 의료관광의 중요한 선택속성으로 제시하였다.

소비자 측면으로 본 의료관광 선택속성의 선행연구들에서는 황여임(2006)은 한국 의료관광 시장의 확대를 위한 효과적인 전략을 수립하기 위해 인도, 아시아, 남미, 유럽, 중동, 아프리카 총 다섯 지역으로 의료 시장을 구분하여 의료관광 사업에 대해 사례 조사한 후 한국을 찾는 외국인 관광객의 행동을 분석한 결과 의료서비스의 질과 의료시설의 현대화, 안전한 장소가 중요한 선택속성으로 나타났다. 임범종, 윤병국, 권성길(2009)은 한국적 의료관광 상품의 개발 및 마케팅 방안을 수립하기 위하여 의료관광 선택에 중요시되는 구성요인을 살펴 본 결과, 의료서비스의 질, 의료시설의 현대화, 사전/사후 관리 서비스, 진료상의 의사소통, 기존에 받았던 의료서비스와의 차별적 요소가 가장 중요한 선택속성으로 제시하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

또한, 이은미, 김원인, 이계희(2009)는 대구 의료관광 활성화 방안 연구를 위해 의료관광 선택속성을 도출하였다. 우수한 의료기술이나 의료진의 신뢰도, 친절한 의료진의 서비스, 민영의료보험 적용 여부, 쾌적하고 안락한 시설 및 분위기, 비용 및 의사소통 등과 같은 의료서비스에 대한 속성과 접근성 및 교통, 익명성, 도시 자체의 인지도 및 이미지가 제시 등과 같은 의료관광 인프라에 관한 선택속성을 제시하였다. 이처럼 의료관광 선택속성은 학자와 연구자의 관점에 따라 각각 다른 속성변수들을 대상으로 연구가 이루어졌다.

<표 2-3> 의료관광 선택속성

요인	속성
의료 서비스 품질	최첨단 의료기술 & 시설(connell, 2013), 의료서비스 품질(Heung et al., 2011), 유능한 의료진(Smith & Forgione, 2007), 의료기술의 안정성(이은미외, 2009)
문화자원	종교/윤리적 측면(connell, 2013), 언어적 측면(connell, 2013), 한류(김미경, 2010)
관광자원	웰빙 & 건강증진(Heung et al., 2011),관광체험(황여임, 2006), 레저 & 휴양(Connell, 2013)
기반환경	치안(Lee & Kong, 2008), 공중보건 & 위생(Connell, 2013), 교통 & 접근성(Heung et al., 2011), 날씨 & 기후(Jang & Cai, 2002)
경제 및 행정지원	대기시간(이은미 외, 2009), 세제혜택(한국문화관광연구원, 2013), 입국절차(한국문화관광연구원, 2013), 의료비용(구경여, 김맹선, 2013), 체류비용(한국관광공사, 2008)

출처: 이주현, 김홍범(2016)

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 2절 서비스품질 이론

1. 서비스품질의 개념

서비스 품질은 고객지각의 결정적인 요소로 품질이 좋지 못하면 기업은 경쟁상 불리하게 되며, 고객의 품질에 대한 불만은 다른 기업을 찾게 되므로 서비스 품질은 고객의 만족을 결정하는데 있어, 중요성이 크다고 할 수 있다. 품질의 개념은 학자와 실무자들 의견에 합의를 얻지 못한 채 여러 가지 의미로 해석되고 있으며 품질에 대한 관점이 학문 영역에 따라 다소 차이를 보인다.

이러한 차이는 선험적 접근, 사용자 중심적 접근, 제품 중심적 접근, 제조 중심적 접근, 가치 중심적 접근 등으로 분리하여 개념화할 수 있다. 선험적 접근의 개념으로 품질은 정신적인 실체도 물질적인 실체도 아닌 독립적인 제3의 실체로 선천적 우월성을 의미한다. 이런 관점은 시각예술로 적용할 수 있는데, 반복된 노출로 사람들에게 품질을 인식시킨다. 즉 이는 완벽하게 정의를 내리기는 어렵지만, 분석 불가능한 경험적 요인을 통해 알 수 있는 개념이다. 상품 중심적 접근의 개념 품질은 세밀하고 측정 가능한 변수로 보는 것으로 품질의 차이를 상품의 내용물 또는 속성의 차이 이유로 본다. 이 관점을 완전하게 객관적이므로 고객 개인의 취향, 욕구, 선호를 설명하긴 어렵다. 상품에 가지고 있는 특성의 총합으로 평가되므로 품질의 수직적인 측면의 정의라 할 수 있다.

사용자 중심적 개념의 품질은 사람이 눈, 즉 보는 이에 따라 다르다는 가정으로 시작된다. 이러한 주관적인 수요자적 관점은 고객의 다양한 욕구를 나타낸다. 개별 고객은 각기 다른 욕구를 가지고 필요를 요구하므로 그들이 선호하는 것 중 가장 만족도가 높은 상품이 좋은 품질을 가진 것으로 간주한다. 즉 개인에 따른 다른 주관적 개념이 품질의 정의라 제시하고 있다. 마케팅 측면적 접근법은 특정고객에게 최대의 만족을 공급하는 상품특성의 최적결합인 이상점 개념을 끌어 낼 수 있다.제조 중심적 개념 품질의 정의는 공급자 지향적으로, 엔지니어링과 제조에 주로 관심을 둔다. 제조 중심적 접근은 공학적인 방법 또는 제조방법과 연관이 있는 것으로 품질을 '요구에 대한 합치'로 정의 내린다.

상품의 설계와 규격이 일단 정해지면 이러한 기준을 벗어나는 것 자체가 품

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

질의 저하로 본다. 이러한 접근은 품질에 대한 고객의 관점으로 여기지만 중요한 초점은 공급자 안에 있다는 것에 한계가 있다. 즉 품질은 단순하게 생산과 제조사 통제법과 동일하게 생각한다. 가치 중심적 접근의 개념 품질은 가치와 가격으로 정의 내린다. 이는 양질의 상품은 '만족스러운 가격에 적합성을 제공하는 상품' 이라 할 수 있다.

<표 2-4> 서비스품질의 정의

학자	연도	정의
Lewis, Booms	1983	제공된 서비스 고객의 기대가 일치되도록 일관성 있게 서비스를 제공하는 것으로 고객의 기대에 얼마나 일치되는가를 측정하는 것
Grönroos	1984	소비자가 인식한 서비스와 기대 서비스를 비교하여 평가하는 것
Parasumanetal	1985	특정 서비스의 우수성과 연관하여 개인이 하는 전반적 판단 혹은 태도
Croin, Taylor	1992	특정 서비스에 대해 장기적이고 전체적인 평가를 의미하는 태도로 개념화 되고 측정하여야 하며 서비스 품질은 소비자 만족의 선행 요인
Castleberry, McIntyre	1993	서비스의 우수성 정도에 관한 신념

출처: 홍수희(2004)

2. 서비스품질의 특성

서비스품질의 특성은 첫 번째, 객관적 품질과 인식된 품질로 많은 연구자들이 객관적 품질과 인식된 품질의 차이를 강조하였다. 또한 기계적 품질과 인간적 품질을 분류하였는데, 사물 또는 사건의 객관적인 부분이나 특징을 포함하는 것이 기계적 품질이며, 객체에 대한 사람들의 주관적인 반응을 인간적 품질이라고

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

하였다. 서비스 품질의 개념 정리에 있어서 '객관적 품질'을 고려하되 주가 '인식된 품질'이 되어야 할 것이다. 이때 인식된 품질은 '실체에 대한 소비자가 판단한 보편적 우월성'으로 정의 내린다. 두 번째, 과정품질과 결과 품질은 서비스 품질에는 두 가지 차원이 존재하는데 이를 기술적 차원 또는 결과차원, 기능적 차원 또는 과정차원 이라고 할 수 있다. 결과품질(outcome quality)은 고객과 기업이 상호작용을 통해 무엇을 받느냐를 보여준다. 이는 서비스와 연관하여 생산과정 또는 구매자와 판매자 간의 상호작용이후 고객에게 남은 것을 의미한다. 일반적으로 객관적으로 평가 가능한 차원인데, 그 특성상 문제에 대한 기술적인 해결하기 위한 방책인 경우가 주를 이루므로 기술적 품질(technical quality) 이라고도 부른다.

과정은 품질의 다른 한 가지 중요한 부분이다. 예를 들어 직원의 용모나 행동, 직원들은 어떤 방법으로 일을 수행 하는가 등이 품질에 대한 고객의 인식을 변화 시킬 수 있다. 즉 고객이 받아들이는 서비스의 방법 또는 서비스 제공과정 나타내는 방법이 과정품질(process quality)이다. 구매자와 판매자 간의 상호작용에서 진실의 순간들이 어떻게 다루어지며, 서비스 제공하는 사람이 어떤 방법으로 기능을 수행하는가를 보여주므로 과정의 기능적 품질(functional quality) 이라고 부른다. 세 번째, 이미지 즉 기업의 이미지는 서비스에 있어 매우 중요한 부분으로 서비스 품질을 평가하는 데 다양한 영향을 미친다. 이미지는 품질을 인식하는 과정에서 필터와 같은 작용을 한다. 네 번째, 기대와 성과의 비교는 소비자가 인식한 서비스 품질은 '서비스 기업이 공급해야 한다고 느끼는 소비자들의 기대와 기업이 공급한 실제 성과를 비교' 하는 데서 비롯된다. 그러므로 서비스 기대와 서비스 성과의 비교는 서비스 품질로 인식되는데, 이는 소비자의 기대와 성과간의 불일치의 정도와 방향으로 볼 수 있다. 소비자들은 다양한 영향요소에 의하여 구매 전 서비스에 대한 기대를 하게 되며, 이러한 기대와 소비자들이 실제로 공급받는 서비스의 성과를 통해 서비스의 품질을 인식한다. 이는 서비스 품질의 매우 중요한 개념으로 서비스 품질에 대한 모형설계의 기초개념으로 사용된다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

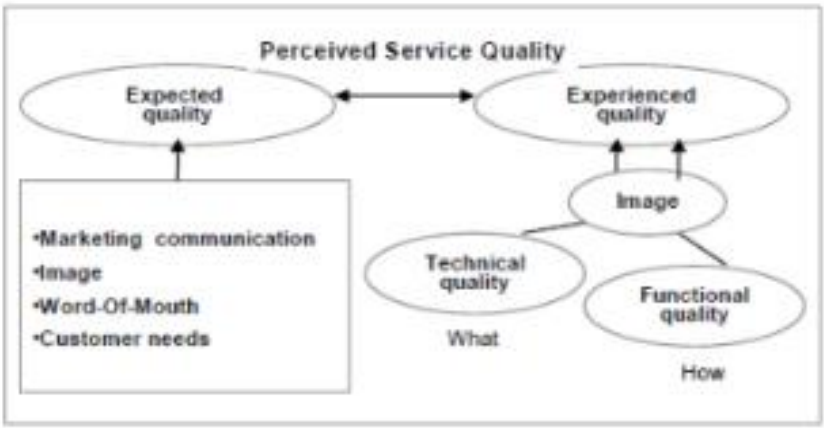
3. 서비스품질이론의 측정모형

서비스 품질측정에 대한 주요 접근법은 Grönroos의 모형과 SERVQUAL 모형으로 1980년대 중반부터 많은 연구자에 의해 사용되고 연구되었다. 하지만 1990년 중반 이후 SERVQUAL 모형의 비판과 함께 Grönroos의 모형이 재조명을 받기 시작했고, 그 이후로 Grönroos의 모형을 수정한 3차원 품질모형이 개발되었다. 현재 다양한 서비스 품질측정 모형은 업종의 고유한 특성을 반영한 수정모형들로 이론적 시작점에 이들 모형에 토대를 두고 있다.

3.1 Grönroos의 모형

1984년 스웨덴 학자인 Grönroos는 2차원 품질모형을 개발하였다. 그는 서비스 품질을 '결과품질'과 '과정품질'로 분류하여 가정하는 것으로 시작되었다. 이는 결과품질이 '기술적 품질'로서 고객이 서비스로부터 얻는 것의 품질인 '무엇(what)'에 포함되는 품질이고, 과정품질은 '기능적 품질'로서 고객이 서비스 상품을 얻는 전달과정이 품질, 다시 말하면 '어떻게(how)'에 해당하는 품질이다 하겠다.

<그림 6> 2차원 품질모형



출처: Grönroos (1984).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 2-5> 인식된 서비스 품질 향상을 위한 6가지 기준

기준	품질차원	개념
전문성과 기술	결과품질	고객의 문제를 전문적으로 해결하는데 필요한 지식과 기술
태도와 행동	과정품질	친절하고 자발적으로 고객문제를 해결하려는 접점직원의 관심과 배려
접근성과 유연성	과정품질	입지, 운영시간, 운영시스템, 직원운용 등이 고객의 서비스 접근성을 높이도록 설계되고 융통성 있게 운영되는 것
신뢰성과 믿음, 정직성	과정품질	서비스 제공자, 직원, 시스템이 고객과의 약속을 지키고 진심을 고객을 위해 서비스를 수행한다는 믿음
서비스 리커버리	과정품질	서비스 실패 시 언제든 적극적이고 즉각적으로 수정해 주는 것
평판과 신용	이미지	사람들이 서비스 제공자의 경영에 대해 신뢰하며 우수한 성과와 가치를 대표한다고 믿는 믿음

출처: Grönroos (1988)

3.2 SERVQUAL의 모형

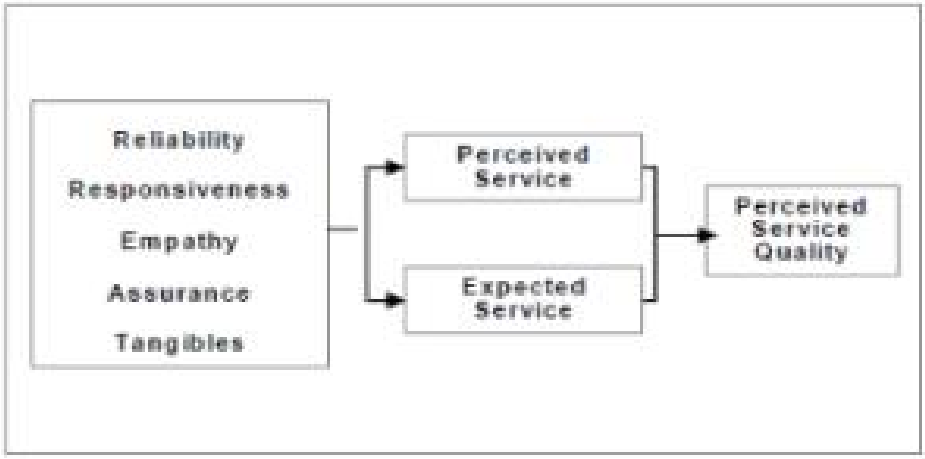
Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1988)는 지각된 서비스 품질을 '서비스의 우수성과 관련 전반적인 판단이나 태도'로 정의하고, 이와 같은 SERVQUAL 모형을 제안하였다. 이 모형은 다양한 산업에 적용되어 가장 넓은 범위로 사용되는 모형 중 하나다. 그들은 고객이 서비스 품질을 평가하는 10가지 기준을 제시하였는데 그 10가지 차원이 각각 독립된 것이 아니므로, 중복되는 측정수단을 정성적이고 정량적인 실증적 방법 통해 여과하여 서비스 품질을 '신뢰성(reliability)', '응답성(responsiveness)' '공감성(empathy)' '확신(assurance)', '유형성(tangibles)'의 5가지 차원 22개 항목으로 수정하였다. '신뢰성'은 믿을 수 있고 바르고 확실하게 임무 수행을 하는가에 관한 차원이며, '응답성'은 반응이 즉각적이며 자발적인가에 관한 차원, '공감성'은 접근의 용이함, 의사소통의

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

원활함, 고객에 대해 충분한 이해에 관한 차원, '확신성'은 능력, 공손, 믿음직함, 안전성 등에 관한 차원, '유형성'은 물적 요소의 외형에 대한 차원이다. 이처럼 각 차원에 대한 개인의 기대와 지각된 서비스 수준의 차이가 서비스 품질을 결정한다고 보는 불일치 패러다임을 택하고 있다. 즉, 소비자의 기대 서비스 수준과 실제로 제공된 서비스의 지각된 성과에 대한 차이를 비교하게 되는데, 여기서 지각된 성과가 기대수준보다 낮다면 서비스 품질에 대해 부정적인 평가를 초래한다(<그림 7> 참조).

<그림 7> SERVQUAL 모형



출처: Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1988)

한편, SERVQUAL모형으로 인해 서비스품질에 대한 관심이 높아지면서 연구가 활발히 진행되어 확대되었으나 SERVQUAL의 문제점 또한 드러나게 되었다. 첫째, SERVQUAL모형은 불명확한 기대에 대한 개념의 정의이다. 이는 타당도에 문제가 되는 부분이다. 그로 인해 Cronin and Taylor(1992)는 서비스품질을 성과와 기대 사이의 차이로 측정하는 것보다 지각된 성과만 가지고 서비스품질을 측정 하는 것이 타당함을 높이는 것이라고 주장하였다. 이에 SERVQUAL 22개 문항, 5가지 차원을 사용하되 기대는 측정하지 않고 서비스 성과만을 측정한 SERVPERF모형을 개발하였고 서비스 성과만 가지고 서비스 품질을 측정하는 것이 타탕함을 실증적인 방법으로 입증하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3.3 서비스 품질의 3차원 모형

SERVQUAL모형의 또 하나의 문제점은 SERVQUAL모형의 5가지 차원이 과정품질 위주로 측정되어 결과품질이 데면스럽게 다뤄지거나 과정품질과 모호하게 섞여 있다는 것이다. 이로 인해 PZB의 서비스 품질 차원을 수정한 모형들이 나오고 실제 타당성을 실증적으로 입증되었다. 대표적으로 Rust and Oliver(1994)은 서비스 품질모형을 3 요인으로 구성하여 제안하였다. 각각은 환경품질을 고려한 '서비스 상품(Service product)' '서비스 전달(service delivery)', '서비스 환경(service environment)'으로 구성하였다. Rust and Oliver(1994)의 3요인 모형은 최근 서비스 품질차원 모형 연구에 큰 영향을 주었다.

Rust and Oliver(1994)가 제안한 '서비스 상품'은 Grönroos(1984)의 결과품질로 연관되고, 서비스 전달은 과정품질로 관련된다. 서비스 환경은 최근 서비스를 지각하는데 중요성이 부각되는 차원으로 서비스 전달의 배경이라고 볼 수 있다. (Bitner 1990, 1992; Brady and Cronin 2001; Spangenberg, Crowley, and Henderson 1996) Brady and Cronin(2001)은 Rust and Oliver(1994)의 3요인 모형과 Dabholkar, Thorpe, and Rentz(1996)의 서비스 품질 위계 구조모형을 발전시켜 3차원으로 구성된 서비스 품질 위계구조 모형을 제안하였다. 그리고 각 차원을 '상호과정품질 (interaction quality)', '결과품질(outcome quality)' '물리적 환경품질(physical environment quality)'로 정하고, 실증분석을 통한 3차원 모형을 최초로 입증하였다.

또한 Chase and Stewart(1994)는 3차원 모형으로 '3T' 품질모형을 개발했는데, 각 차원의 구성을 'Task(업무수행), 'Treatment(대우)','Tangibles(유형성)'으로 이 세 가지 차원 또한 Rust and Oliver(1994) 및 Brady and Cronin(2001)의 세 가지 차원과 거의 대응되는 개념으로 볼 수 있다. 'What must be done'을 의미하는 Task, 'Emotional and social content of the encounter'를 의미하는 Treatment, 'Physical surroundings and facilitating goods'는 Tangibles을 의미한다. Stewart(2003)는 사례연구를 바탕으로 3T 차원들이 상호작용 함으로써 우량 서비스 품질을 창출한다고 분석하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3차원은 서비스 품질의 다면적 측면을 모두 아우를 수 있는 추상적 개념으로서, 직관적으로나 실용적인 관점에서 볼 때 매우 논리적이고 포괄적인 모형으로 평가할 수 있다. 이러한 이점 때문에 최근에는 3차원 모형을 사용한 후속 연구들이 등장하고 있다(이유재, 라선아 2003; Hsieh and Hiang 2004).

<그림 8> 서비스 품질의 3차원 모형

출처: 이유재, 라선아 (2011)

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제3절 의료관광 서비스품질

1. 의료관광 서비스품질 개념

일반 의료서비스와 달리 의료서비스는 과학적이며 전문화된 특성이 있어 의료서비스품질에 대한 개념이 다양하게 정의되어 왔다. 윤성준, 박종원(2002)은 의료서비스 품질을 '건강을 증진하려는 일련의 활동' 또는 '진료에 국한하여 진료행위의 수준을 높이려는 노력' 등으로 다양하게 정의를 내렸다. 또한, Tanner & Anatony (2006)에 의하면 의료서비스는 일발 제품 품질과 다른 독특한 특성이 있어 평가가 더 어려우며 전문가들에 의한 서비스로 가시적인 성과가 나타나지 않는다고 하였다.

그로인해 의료서비스를 평가하는 구성요인 또한 다양하게 제시되어왔다.(Donabedian, 1988; Lytle & Mokaw, 1992; Georgette et al., 1997). 고객중심의 경영이라는 트렌드에 맞춰 의료서비스 품질의 중요성이 대두되었으며 PZB 의 SERVQUAL 모형을 도입하여 의료서비스 품질을 평가하였다.

SERVQUAL 모형의 5개의 차원을 바탕으로 의료서비스 품질을 평가하기 위한 연구가 다양하게 이루어졌다. Donabedian(1988)은 의료제공자의 측면과 의료이용자의 입장으로 구분하여 의료 서비스품질에 대한 정의를 내렸다. 의료제공자의 입장으로 의료서비스품질을 '의료제공자의 의학적인 기술제공 능력', 의료이용자의 입장에서는 '환자의 요구나 기대에 따라 판단되는 것으로 받은 의료 서비스에 대한 환자의 느낌'이라고 정의하였다. Donabedian(1988)은 진료를 가장 높은 수준으로 높일 수 있는 것이 양질의 의료라 정의하며 효능, 효과, 적정성, 수용성, 적법성, 형평성 7가지로 품질의 요소를 제시하며 접근방식이 과정과 결과중심임을 확인하였다. 더불어 사회적 입장에서 보다 많은 이에게 편익이 돌아갈 수 있는 의료서비스를 제공하는 것이라고 하였다.

Bopp(1990)은 의료전문가와 의료소비자의 입장으로 구분하여 의료 서비스품질을 정의하였다. 의료전문가의 관점으로 의료 서비스품질은 매우 전문적이고 기술적이므로 구조, 과정, 결과의 요인으로 구성되어 있으며, 의료소비자의 관점에서는 다분히 기능적인 것으로 환자가 지각하는 것에 바탕을 두고 있다고 하였

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

다. Bopp(1990)은 기능적인 질을 토대로 기대했던 것보다 더 좋은 의료서비스를 받게 될 경우 환자들은 의료 서비스품질에 대해 더 높게 평가한다는 점을 강조하면서, 72개의 기대와 성과 항목을 사용하여 실증적인 방법으로 입증하였다.

이와 같은 연구결과는 SERVQUAL척도에서 제시한 성과와 기대의 불일치 모형으로 측정 가능하며, 보살핌, 전문성, 실력의 3가지 차원으로 구성되어 있다고 제안하였다. Lytle and Mokva(1992)는 환자의 요구를 충족시키는 것이 의료 서비스품질이라고 정의하였고, 환자가 평가하는 것으로 서비스 결과, 서비스 과정, 물리적인 환경 3가지를 제시하였다. Georgette et al.은 의료의 품질을 제공자 측면과 환자 측면으로 구분하여 정의하였다. Babakus and Mangold(1992)는 의료 서비스품질을 기술적인 품질과 기능적인 품질로 구분하였다. 그는 진단과 처치의 정확성을 의미하는 기술적인 품질과 환자에게 공급되는 전반적인 상황인 기능적인 품질로 정의하였다. 국내연구로는 강이주, 이상협(1997)은 서비스품질의 개념을 잘 정의하는 접근 방법인 사용자 중심적 접근방법을 통해 의료서비스품질을 소비자들이 개별적으로 다른 욕구와 필요를 가지고 있기 때문에 이를 가장 잘 충족시켜 주는 것이 좋은 품질이라고 주장하며 의료서비스 또한 공급자의 입장 보다 소비자의 주관적인 지각된 품질이 중요함을 강조하였다.

장현숙(2015)은 의료관광 서비스품질을 의료관광에서 받은 의료와 관광서비스의 유형적 요소와 무형적 요소에 대한 기대와 성과 간 차이를 평가하는 총체라고 정의하였고, 김영주(2016)는 의료관광 서비스품질이란 의료 서비스의 품질과 서비스의 품질이 결합하여 나타나는 품질을 의미하는 것으로 볼 수 있으며 이는 의료관광의 목적과 유형에 따라 다르게 측정될 수 있다고 하였다.

2. 의료관광 서비스 구성차원

서비스품질의 차원에 대한 다양한 연구 중, Grönroos 와 Parasuraman et al. 의연구결과가 많이 인용되고 있다. Grönroos는 서비스품질 차원으로 고객들이 서비스 기업으로부터 무엇을 어떻게 제공했는가 하는 것에 대한 기대된 서비스와 인식된 서비스 두 가지 구성요소에 의해 결정된다고 하였다. 또한,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Parasuraman et al.은 서비스품질은 서비스 업종과 관계없이 고객의 성과와 기대 사이의 차이에 대한 전체적인 평가이며 “특정 서비스의 우수성과 관련된 고객의 전반적인 서비스의 판단 및 태도”로 일반적인 기준들이 서비스품질의 차원이라 하였다. 고객들이 서비스 산업에 따라 서비스품질 평가 항목의 상대적 중요도에는 차이는 있을지라도 기본적으로 평가기준의 유사성이 있음을 밝혀내고, <표 2-6>과 같이 서비스품질의 10가지 차원을 제시하였다.

<표 2-6> PZB의 초기 서비스품질 분류

차원	정의
유형성 (tangibillity)	· 서비스의 물리적인 근거 · 물리적인 시설, 도구 · 종업원의 외모 · 서비스를 이용하는 다른 고객
응답성 (responsiveness)	· 서비스 제공자의 신속한 대응 능력 · 종업원의 외향이나 신속성 · 서비스의 시기 적절성
신뢰성 (reliability)	· 서비스의 신뢰와 정직성 · 고객의 이익을 진심으로 바람 · 서비스 수행의 일관성
확신성 (assurance)	· 서비스 성과의 일관성과 신속성 · 예정된 서비스의 시간 준수 · 정확한 기록
고객에 대한 이해 (knowing the customer)	· 고객의 요구를 이해하려는 정도 · 고객의 특정요구 파악 · 고객에 대한 개별적인 관심과 주의 · 고정 고객에 대한 인지
안전성 (security)	· 고객의 위험 인식이나 의심의 제거 · 육체적, 물리적인 안정성 · 재무적인 안정성
커뮤니케이션	· 고객이 이해할 수 있는 의미 전달 능력 · 서비스와 서비스 비용에 대한 설명

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

	· 고객 고충처리의 보장
접근성 (access)	· 서비스에 대한 접근 가능성과 접촉의 용이성 · 전화이용, 대기시간, 영업 시간대의 편리성 · 서비스 제공업체의 편리한 장소의 입지
능력 (competence)	· 서비스 수행에 필요한 기술과 지식의 소유 · 고객 접촉 인원의 지식과 기술 · 조직의 조사 능력
예의 (courtesy)	· 고객 접촉 인원의 친절함과 정중함 · 접촉 인원의 친밀함, 사려 깊음과 공손함 · 고객 특성에 대한 배려

출처: Parasuraman et al.(1985)

그러나 제시된 차원은 상호 간의 중복되는 내용이 있어 명확하게 식별이 어려운 점이 있어 기존 연구를 보완하여 서로 중복되지 않고 신뢰성과 타당성이 있는 5가지 차원 22개 항목으로 재구성하였다.

<표 2-7> PZB의 서비스품질 분류 (5차원)

차원	정의
유형성 (tangibility)	물리적 시설, 장비, 직원의 용모와 외양, 의사소통 도구
신뢰성 (reliability)	약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행 할 수 있는 능력
응답성 (reponsiveness)	자진해서 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하겠다는 의지
확신성 (assurance)	직원의 지식과 예절, 그리고 신뢰와 자신감을 전달하는 능력
공감성 (empathy)	고객에게 제공하는 개별적 배려와 관심

출처: Parasuraman et al.,(1988)

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

SERVQUAL은 서비스 인식값(P)과 서비스 기대값(E)의 차이값(Q)으로 측정할 수 있다. (Q = P - E) SERVQUAL의 5개 차원 4-5개의 항목으로 구성되어 있다. 1988년에 구성했던 SERVQUAL을 발전시킨 수정 SERVQUAL의 전체 22개 항목(7점 척도로 측정)을 기대값(E)과 인식값(P)으로 구분하여 정리하면 아래와 같다.

<표 2-8> 수정 SERVQUAL의 전체 22개 항목

유형성(Tangibles) -시설, 장비, 그리고 직원의 외양	
E1	우수한 전화회사들은 현대식 설비를 갖추고 있을 것이다.
P1	A사는 현대식 설비를 갖추고 있다.
E2	우수한 전화회사들의 시설물은 시각적으로 매력적일 것이다.
P2	A사의 시설물들은 시각적으로 매력적이다.
E3	우수한 전화회사들의 직원들은 외양이 깔끔할 것이다.
P3	A사의 직원들은 외양이 깔끔하다.
E4	우수한 전화회사들의 서비스 관련 자료들은 시각적으로 매력적일 것이다.
P4	A사의 서비스 관련 자료들은 시각적으로 매력적이다.
신뢰성(Reliability) -약속한 서비스를 믿음직스럽고 정확하게 제공하는 능력	
E5	우수한 전화회사들은 약속을 하면 꼭 이행할 것이다.
P5	A사는 약속을 하면 꼭 지킨다.
E6	우수한 전화회사들은 고객에게 문제가 생기면 해결하기 위한 성의를 보일 것이다.
P6	나에게 문제가 있을 때, A사는 해결하기 위한 성의를 보여준다.
E7	우수한 전화회사들은 처음부터 제대로 서비스를 제공할 것이다.
P7	A사는 처음부터 제대로 서비스를 제공한다.
E8	우수한 전화회사들은 약속한 시간에 서비스를 제공할 것이다.
P8	A사는 약속한 시간에 서비스를 제공한다.
E9	우수한 전화회사들은 실수를 결코 하지 않을 것이다.
P9	A사는 실수를 하지 않는다.
반응성(Responsiveness) -고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하고자 하는 의지	
E10	우수한 전화회사에 근무하는 직원은 서비스가 제공되는 시간을 정확하게 말

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

	해줄 것이다.
P10	A사의 직원은 서비스가 제공되는 시간을 정확하게 말해준다.
E11	우수한 전화회사에 근무하는 직원은 신속한 서비스를 제공할 것이다.
P11	A사의 직원은 신속한 서비스를 제공한다.
E12	우수한 전화회사에 근무하는 직원은 항상 기꺼이 고객을 도와줄 것이다.
P12	A사는 항상 기꺼이 고객을 도와준다.
E13	우수한 전화회사에 근무하는 직원은 고객요청에 바빠서 대응하지 못하는 일이 없을 것이다.
P13	A사의 직원은 바빠서 요청에 대응하지 못하는 일이 없다.
확신성(Assurance) -직원의 지식과 예의범절, 그리고 믿음과 신뢰를 전달하는 능력	
E14	우수한 전화회사에 근무하는 직원의 행동은 고객에게 확신을 줄 것이다.
P14	A사 직원의 행동은 고객에게 확신을 준다.
E15	우수한 전화회사의 고객들은 거래과정에서 안전하다고 느낄 것이다.
P15	고객들은 A사와의 거래과정에서 안전하다고 느낀다.
E16	우수한 전화회사의 직원은 고객에게 일관되게 예의바를 것이다.
P16	A사의 직원은 고객에게 일관되게 예의바르다.
E17	우수한 전화회사의 직원은 고객의 질문에 대답할 수 있는 지식을 갖고 있을 것이다.
P17	A사의 직원은 고객의 질문에 대답할 수 있는 지식을 갖고 있다.
공감성(Empathy) -회사가 고객에게 제공하는 인간적인 관심과 배려	
E18	우수한 전화회사들은 고객 개개인에게 관심을 기울일 것이다.
P18	A사는 고객 개개인에 대하여 개별적인 관심을 기울이고 있다.
E19	우수한 전화회사들은 고객이 편한 시간에 서비스를 제공할 것이다.
P19	A사는 고객이 편한 시간에 서비스를 제공하고 있다.
E20	우수한 전화회사들의 직원들은 고객에게 인간적인 관심을 기울일 것이다.
P20	A사의 직원들은 고객에게 인간적인 관심을 기울이고 있다.
E21	우수한 전화회사들은 고객의 이익을 최우선적으로 고려할 것이다.
P21	A사는 고객의 이익을 최우선적으로 고려한다.
E22	우수한 전화회사들의 직원은 고객의 특정 요구를 이해할 것이다.
P22	A사의 직원은 고객의 특정 요구를 이해하고 있다.

출처 : Parasuraman et al.(1991)

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이후 Parasuraman et al.의 SERVQUAL 모형은 다양한 분야에서 서비스품질의 측정에 가장 많이 이용되고 있는 모형 중 하나인데,이 모형을 적용한 여러 서비스 분야의 연구들은 서비스 기업의 특성을 반영하여 수정 또는 변경하기도 했지만 그 결과 서비스품질의 구성요소는 대부분 5개 내외로 나타났으며, 일반적으로 SERVQUAL 변수는 높은 신용품질(credence quality)을 가진 순수 서비스업에 적합한 것으로 인식되고 있다. 하지만 모형의 문제점과 한계에 대한 비판의 목소리가 높은 것도 사실이다. 지적되는 문제점으로는 첫째, SERVQUAL은 각 서비스 차원의 기대와 성과의 차이로 측정되는데, 산술적으로 계산할 수 있을지는 몰라도 측정하기 어렵다는 점이다. 둘째, 서비스 범위가 분야에 따라 매우 복잡하거나 아주 단순할 수 있으므로 ,그 구성차원은 Parasuraman et al.(1988)이 제시한 5가지 차원과 다르게 나타나기도 하였다. 셋째, SERVQUAL의 차원은 5가지 요인구조로 명확히 구분되지 않는다.

Babakus and Boller, Cronin and Taylor, Brown et al., Buttle 등의 연구는 SERVQUAL의 요인구조에 대해의문을 제기 했고, 특히 확신성, 반응성, 공감성 간의 중복과 확신성과 반응성의 연관성이 매우 높은 것으로 조사된 바 있다. 이러한 문제점은 서비스품질을 유형적 요인과 무형적 요인으로만 구분한 요인으로 접근하는데 단초를 제공하고 있다. Wakefield and Boldgett(1999)는 서비스품질 개념을 신뢰성, 확신성, 반응성, 공감성으로 구분하여 유형성과 서비스품질이 소비자의 감정과 행동의도에 미치는 영향을 연구했다. Reimer and Kuehn은 은행과 레스토랑을 대상으로 SERVQUAL의 유형성과 무형성 차원간의 관계와 전체 서비스품질에 미치는 영향력을 비교했다.

의료서비스 분야를 살펴보면 Bopp(1990)은 환자가 인지하는 의료 서비스품질은 SERVQUAL척도에서 제시하는「성과-기대」의 불일치 모형을 통하여 측정할 수 있으며, 보살핌, 전문성, 실력의 3가지 차원으로 구성되어 있다고 주장하였다. 전주섭(2010)은 의료서비스품질을 의료 기관의 외향적 요소(외형성), 의료서비스 제공에 대한 믿음의 정도(신뢰성), 의료 서비스의 정확성 정도(확신성), 환자에 대한 신속한 반응 정도(응답성), 환자에 대한 개인적 관심 정도(공감성) 등으로 구성되어 있다고 했다. 이기춘과 조희경은(1996) 의료 서비스품질 차원이 의사, 간호사, 진료체계, 진료환경, 차 등 5개 차원으로 구성되어 있다고 했

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

으며, 박재산은 의료 서비스품질 구성차원을 보살핌, 진료 서비스, 이용절차, 병원 내 분위기, 시설 및 설비, 청결, 서비스 적정성 및 건강 상태라는 7가지로 이 차원들이 만족도와 의료 기관 이용의사에 미치는 영향을 분석하였다. Frochot and Hughes은 유적문화 관광지를 대상으로 서비스품질을 측정하였다. 이 연구에서는 Parasuraman et al.의 SERVQUAL 모델에 관광적 항목을 추가함으로써 HISTOQUAL 모델을 개발하였다. HISTOQUAL은 반응성(responsiveness), 유형성(tangibility), 의사소통(communication), 소비성 (consumables), 공감성(empathy)의 차원으로 구성되며 그 내용은 다음 <표 2-9>과 같다.

<표 2-9> HISTOQUAL의 측정항목

연구자	분야	구성차원
Gronroos (1984)	서비스	기술적 품질, 기능적 품질
Parasuraman et al. (1988)	서비스	신뢰성, 확신성, 공감성, 응답성, 유형성
Bopp (1990)	의료서비스	보살핌, 전문성, 실력
염서호(1994)	관광서비스	종업원의 친절성, 시설/행사 내용의 매력성, 관리/운영의 신뢰성, 서비스의 효용성
조희경, 이기춘 (1996)	의료서비스	의사, 간호사, 진료 체계, 진료환경, 주차
이수광(1997)	관광서비스	적극, 편리, 분위기, 다양, 입지, 쾌적, 적시
Frochot and Hughes (2000)	관광서비스	반응성, 유형성, 의사소통, 소비성, 공감성
박재산 (2002)	의료서비스	살핌, 진료 서비스, 이용절차, 병원 내 분위기, 시설 및 설비, 청결, 서비스 적정성 및 건강 상태
전주섭 (2010)	의료서비스	외형성, 신뢰성, 확신성, 응답성, 공감성
임춘례(2011)	관광서비스	관광편의성, 관광환경
Moon et al. (2011)	관광서비스	무형적 요소, 유형적 요소

출처: Frochot, I., H. Hughes(2002).

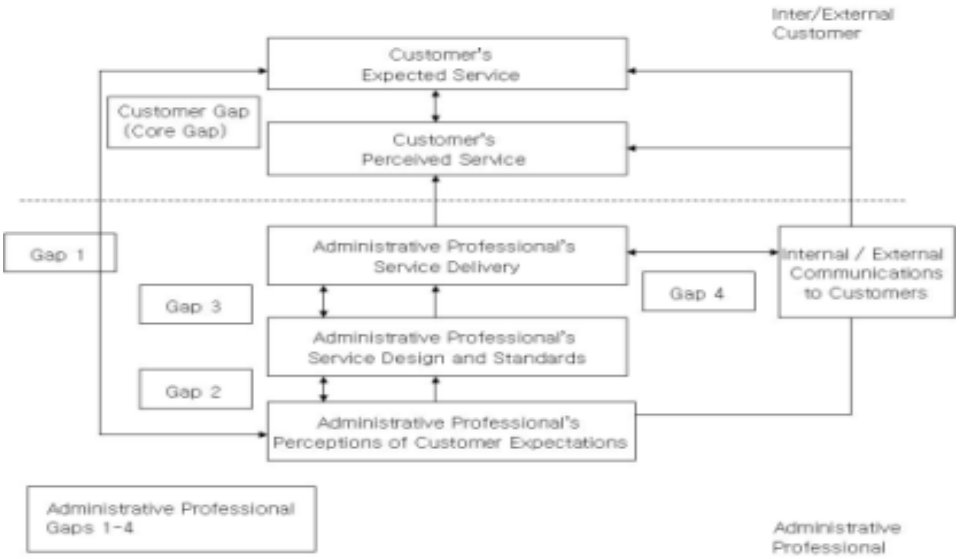
Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Moon et al.(2001)은 스포츠 이벤트 관람자와 이벤트 관광객들을 대상으로 연구에서 서비스품질을 무형적 요소(커뮤니케이션, 확신, 신뢰, 응대, 믿음)와 장비(equipment), 물리적 환경(ambience), 디자인, 인식 이미지(cognitive image), 감정이미지(affective image), 능동적 이미지(active image)의 유형적 요소로 분류하였다. 염서호(1994)는 주제공원 서비스질의 측정척도 개발에 관한 연구에서 서비스품질을 종업원의 친절성, 시설/행사 내용의 매력성, 관리/운영의 신뢰성, 서비스의 효용성 등 4가지 하위차원으로 구성하였다. 이수광(1997)은 호텔 서비스품질을 19개 문항으로 측정하여 그 결과로 적극, 편리, 분위기, 다양, 입지, 쾌적, 적시 등의 7개 차원을 제시하고 있다. 임춘례(2011)는 관광서비스품질을 숙박, 교통, 음식, 쇼핑의 관광편의성과 국가 안정성, 문화재 및 관광지프로그램, 자연환경 및 기후, 휴양 등의 관광환경 2가지 차원으로 구분하여 연구했다.

제4절 GAP model을 이용한 서비스품질 관리

<그림 9> 갭 분석 모형



출처: Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J.(2000)

'서비스 품질 문제점의 원인을 분석하는 데 사용할 수 있는 '갭 분석 모형'이

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

다. 이 모형은 관리자들에게 서비스 품질을 개선할 구체적 방안을 제시해 준다. 모형의 윗 부분은 고객과 관련된 현상들은 다루고, 아랫 부분은 서비스 제공자와 관련된 현상들을 나타낸다. 고객의 서비스 품질 인식은 고객 기대와 서비스 성과의 격차, 즉 갭(gap)에 근거한다. 그리고 이 기대와 성과 간의 격차는 다음과 같은 4가지 갭으로부터 발생한다.

GAP 1 는 경청 갭이라고 하며 고객의 기대와 기대에 경영층의 인식 차이를 의미한다. 이러한 갭이 발생하는 원인은 경영자들이 고객의 기대를 명확히 알지 못하기 때문이다. 고객과 직접적인 상호작용이 없거나 고객의 기대 자체를 알아볼 의지가 없는 경우, 고객을 응대할 준비가 안 된 경우 등이 이유이며 고객의 기대를 정확히 알지 못하는 경우 자원 배분을 최적화하지 못하여 낮은 서비스 품질을 발생시키는 악순환에 빠지게 된다. 이런 경청 갭의 발생요인의 핵심요인 중, 첫 번째는 부적절한 고객조사 경향이며, 격차를 줄이기 위하여 고객의 기대에 대한 정보를 획득하는 공식적/비공식적 방법이 필요하다. 이를 위해 사용되는 도구로 고객인터뷰, 불만처리시스템, 서베이 법, 고객패널 조사 등이 있다. 두 번째는 상향 커뮤니케이션으로 일반적으로 고객을 많이 상대하는 일선 직원들은 많은 노하우를 가지고 있으며, 경영자가 이런 일선 직원들과 접촉하지 않는다면 갭은 커지게 된다. 세 번째로 관계마케팅의 부족으로 조직이 기존고객과 유대관계가 강하다면 갭 1이 발생할 가능성은 적어진다. 마지막으로 부적절한 서비스 회복이다. 고객의 기대를 이해하는데 강한 의지를 갖고 명확하게 이해하는 초우량기업에서도 서비스 회복에 실패하는 경우가 있다. 전략으로 즉각적인 반응을 위한 접점직원에게 권한을 위임한다거나 실시간으로 실패를 수정 또는 이행하지 못한 약속에 대한 고객 보상 방법이 있다.

GAP 2 는 서비스 설계와 표준 갭으로 고객의 기대에 대한 기업의 이해와 고객 중심적인 서비스 설계 및 표준 간의 차이 때문에 생긴다. 이러한 갭이 발생하는 원인은 첫째, 표준설정의 권한을 가진 경영자가 고객의 기대가 비현실적이며 비논리적이라 믿고, 서비스가 가지고 있는 다양성으로 인해 표준화가 불가능하기 때문에 표준을 설정하는 것이 무의미하다고 생각하는 경우가 있다. 기술변화와 진보가 이 갭을 줄이는 데 효과적이다. 둘째, 서비스의 특성 중 무형성 때문에 서비스를 서술하고 의사소통이 어려워 적절한 서비스 설계와 표준을 마련

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

하지 못하는 경우이다. 경영자, 접점직원, 지원스태프 등의 모든 직원이 새로운 서비스에 대한 같은 개념을 가지고 일하는 것이 중요하다. 서비스 표준이 없거나 현재 서비스 표준이 고객의 기대를 반영하지 않고 있다면 고객의 인식하는 서비스 품질은 매우 낮을 것이다.

GAP 3 는 서비스성과 갭이라 불리며 고객 중심의 서비스설계 및 표준과 접점 직원이 실제로 제공한 서비스성과 간의 차이를 의미한다. 서비스표준을 정한 데로 달성하기 위해 사람, 기술, 시스템 등의 적절한 자원이 뒷받침되어야 하고 직원에 대한 효과적인 지원도 필요하다. 고객의 기대를 반영한 서비스 표준이라도 달성되도록 요구하고 격려하지 않으면 아무 소용이 없다. 서비스성과 갭의 차이를 확대하는 핵심요인은 접점직원이 수행해야 할 역할을 명확히 이해 못하는 경우, 효과적인 못한 채용, 직원에게 맞지 않은 기술, 직원에 대한 부적절한 보상과 평가, 권한위임과 팀워크의 부재를 들 수 있다. 또 다른 중요한 변수는 바로 고객인데 접점직원과 중간상 서비스제공에 일관성이 있다고 하더라고 통제 불가능한 고객이라는 변수가 서비스 제공에 변이성을 가져오게 한다. 이러한 이유로 고객이 역할을 이해하고 고객이 그들 상호 간 어떻게 해야 하는지가 서비스의 제공과 성과에 큰 영향을 미친다. 서비스품질은 고객과 서비스제공자 간 인간적인 상호작용을 통해 달성되므로 실제 고객에게 제공되는 접점에 대한 통제가 매우 중요하다.

GAP 4 는 의사소통 갭이라고 불리며 서비스 제공과 서비스제공자의 외부커뮤니케이션 간의 차이를 의미한다. 매체 광고, 기타 커뮤니케이션 등을 통해 기업이 약속한 서비스 수준이 고객의 서비스품질 평가에 기준으로 사용되어 고객의 기대를 높일 수 있다. 즉, 약속한 서비스와 이행된 서비스 간의 차이는 고객 갭을 확대한다. 주요요인들로 강력한 내부마케팅의 부재, 상호작용 마케팅의 부재, 외부커뮤니케이션을 독립적으로 버는 성향인 통합 서비스 마케팅 커뮤니케이션의 부족이 있고, 고객의 기대를 관리 효과적으로 관리하지 못한 경우, 광고나 인적판매, 물리적 증거 단서 등으로 과잉약속을 하거나 수평적 커뮤니케이션의 결핍, 부적절한 가격을 들 수 있다. 그러므로 서비스 제공을 향상하는 것뿐만 아니라 과장된 약속으로 더욱 높은 기대를 하지 않도록 고객의 모든 커뮤니케이션을 관리해야 한다(전인수, 배일현, 2013).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제3장 연구가설 및 조사 설계

제1절 연구 문제

서비스품질은 고객의 기대와 인식 차이에 대한 평가(이미혜, 2010)이며, 전달된 서비스의 수준이 고객의 기대에 어느 정도 부합하는가를 측정하는 것으로 기대에 부합하며 일관성 있게 서비스를 제공하고 전체적으로 평가하는 것을 의미한다(Turley, 1990). 또한, 서비스품질 서비스 제공자와 소비자의 상호작용을 통해 서비스 품질을 평가하는 데 절대적인 영향을 미친다. 서비스는 유형에 따라 상이하고 추상적인 개념을 가지고 있으므로 서비스 품질을 구성하는 구체적인 속성들은 다중차원에서 품질을 고려하는 것이 바람직하다(이유재, 라선아, 2003). 국내 서울지역을 비롯하여 부산, 대구, 강원도 등 의료관광 인바운드 사업 성장률이 빠르게 성장하고 의료관광 활성화 위한 다양한 노력과 연구 활동이 활발하게 이루어지고 있다. 광주지역의 경우 후발주자로서 의료관광 인바운드 사업을 활성화하기 위해 노력하고 있으나 심화한 경쟁 시장에서 차별화된 서비스품질과 서비스 가치 확대에 대한 세분화 된 실증 분석에 대해서는 미미한 실정이다. 거시적인 관점에서 광주 의료관광 활성화에 방안에 대한 접근은 선행연구를 통해 이루어진 부분이 있으나 현 시점에서는 의료관광객의 행동연구와 관련하여 접근하는 방법이 필요하다(장현숙, 2015). 이러한 이유로 서비스품질 측정도구 인 SERVQUAL의 5가지 차원인 (유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성)과 Gap model 모형 분석을 토대로 의료관광의 서비스품질에 대한 실증 분석을 함으로써, 다음과 같은 연구문제를 제시하고자 한다.

▶ 연구문제1 : 의료관광객의 기대 서비스 품질과 지각 서비스 품질에 차이가 있는가?

▶ 연구문제2 : 의료관광 종사자의 GAP 유형별 품질 차이 발생 요인은 무엇인가?

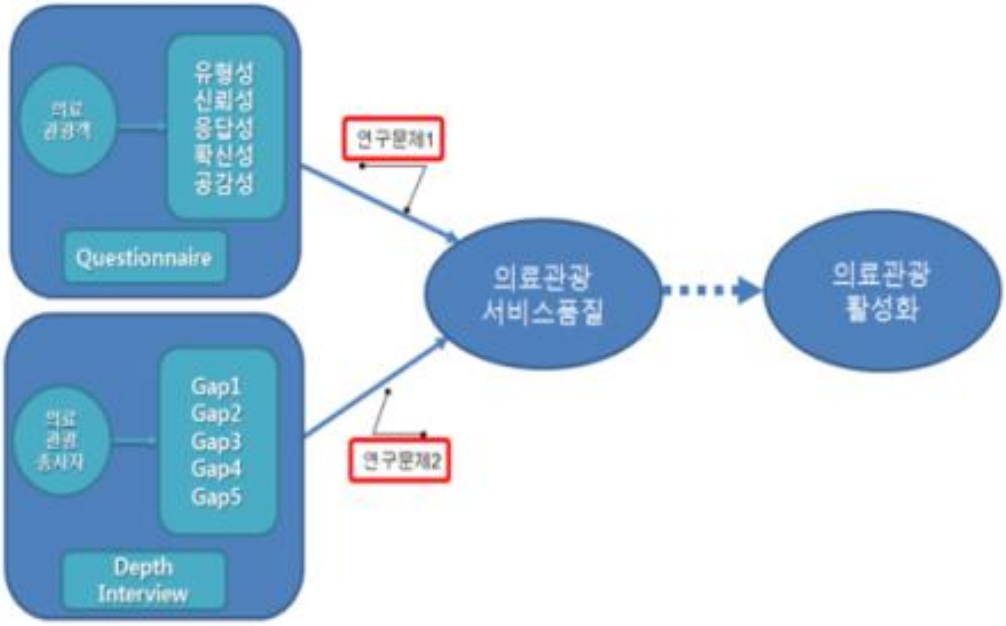
Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제2절 연구모형

연구 모형은 사물이나 현상의 특징을 모아 구성하여 시스템과 관련된 인간관계나 상호 관계를 설명할 수 있는 좋은 수단이며 현실에 대한 요약 또는 축소판이다(김계수, 2008). 이에 본 연구는 선행연구의 이론적 배경과 연구 결과를 토대로 아래와 같이 <그림 10>의 연구 모형을 구축하였다.

<그림 10> 연구모형



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제3절 가설의 설정

Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1988)의 서비스 품질 측정모델의 5가지 차원 유형성(Tangibles), 신뢰성(Reliability), 응답성(Responsiveness), 확신성(Assurance), 공감성(Empathy)을 통해 광주 의료광광 서비스 품질을 평가할 수 있다. 이에 본 연구의 가설은 연구의 목적을 달성하기 위해 앞서 본 이론적 배경 및 연구 모형을 토대로 다음과 같은 연구 가설을 도출하였다.

1. 의료관광 서비스품질과 유형성

H_{1-1} 의료관광객이 지각한 유형성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

유형성은 물리적 시설, 장비, 직원, 각 종류의 커뮤니케이션 자료 등의 외형으로 정의된다. 유형성은 물리적 표현과 이미지를 고객에게 제공하여 서비스 품질을 평가하는 데 사용하며 특히 신규 고객의 경우 더 그러하다. 손님을 접대하는 음식점, 미용실, 목욕탕 등의 서비스를 받는 접객업에서 강조된다.

2) 의료관광 서비스품질과 신뢰성

H_{1-2} 의료관광객이 지각한 신뢰성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

신뢰성은 서비스 품질을 인식하는 데 있어 5개의 차원 중 고객에게 가장 중요한 요인은 신뢰성이다. 신뢰성은 약속한 서비스를 고객에게 신뢰할 수 있고 정확하게 수행하는 역량으로 정의된다. 넓은 의미로 신뢰성은 배달, 서비스 제공, 문제 해결 등에서 직접적으로 한 약속이나 가격 책정의 간접적인 약속을 확실하게 제공하는 것을 의미한다. 고객은 약속을 지키는 곳과 거래를 원하며, 서비스의 핵심 속성이나 서비스 결과와 관련된 약속일 경우 더더욱 그렇다. 고객이 신뢰성에 대해 기대하는 바를 이해하는 것은 서비스 품질 평가에 중요한 역할을 한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) 의료관광 서비스품질과 응답성

H_{1-3} 의료관광객이 지각한 응답성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

응답성은 고객을 돕고 의지와 욕구가 있을 때 즉각적인 서비스를 제공하는 것으로, 이 차원은 주의(attentiveness)와 신속성(promptness)을 강조하며 고객의 요구나 불만, 질문, 문제 등을 처리하는 것을 의미한다. 또한, 도움이나 질문에 관한 대답, 문제해결을 하는 데 있어 대기하는 시간으로 고객에게 전달되는 것이 응답성이다. 응답성 차원 중심으로 가기 위해서는 과정을 고객의 관점에서 서비스를 제공하거나 문제를 해결해야 한다. 그 이유는 내부에서 만든 처리 속도나 신속성의 기준과, 고객의 요구에 따른 처리 속도와 신속성에 대한 기준이 다르기 때문이다. 응답성을 높이는 방법으로 고객 서비스를 관여하는 부서뿐 아니라 고객과 대면하는 모든 접점부서의 직원을 신속하게 응답하는 접점 직원으로 구성해야 한다.

4) 의료관광 서비스품질과 확신성

H_{1-4} 의료관광객이 지각한 응답성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

확신성은 안전성, 직원의 지식, 정중함, 믿음과 확신을 심어주는 능력으로 정의된다. 이차원은 고객에게 지각되는 위험도가 높은 서비스인 은행, 의료, 법률 등과 같이 결과를 평가할 능력이 특히 중요하다. 믿음(trust)과 확신(confidence)은 고객에게 서비스를 연결하는 사람이 중요하며, 이러한 서비스는 기업의 핵심 접촉 인물과 고객 사이에 믿음과 애호가 형성되어야 한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

5) 의료관광 서비스품질과 공감성

H_{1-5} 의료관광객이 지각한 공감성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

공감성은 고객 중심의 서비스를 통해 개개인의 특별하고 독특한 요구를 이해하며 그들에게 제공하는 관심(attention)과 보살핌(caring)을 의미한다. 고객과 원활한 의사소통을 통해 고객에 대해 충분히 이해하고 중요하게 생각해주길 바란다. 고객의 기호와 욕구까지 파악할 수 있는 관계를 구축함으로써 공감성의 차원을 강조하는 것은 장점으로 작용할 수 있다.

제4절 조사 설계

1. 조사대상 및 방법

본 연구는 첫째, 의료관광을 목적으로 광주지역을 방문한 의료관광객을 대상으로 의료관광서비스 품질과 관련된 기대-인식 차이 분석을 통해 광주 의료관광 서비스 품질을 평가하였다. 검증된 PZB(1988)의 수정 SERVQUAL의 전체 22개 항목(7점 척도로 측정)을 의료관광 서비스 품질이 측정 가능한 적절한 문항으로 수정·보완하였으며, 의료관광객의 관점으로 광주 의료관광서비스 품질에 대한 명확한 결과를 도출해내기 위하여 지역별 외국인 환자 상위 국적 현황을 토대로 한 4개국의 해당 외국어로 번역한 설문을 광주지역 외국인환자 유치 기관으로 등록된 의료기관의 실무자, 코디네이터를 통해 수집하였다. 각 병원을 방문한 의료관광객을 대상으로 설문지를 배포하였으며 연구자는 사전에 설문내용, 체크방법, 설문목적 등을 해당 의료기관의 실무자 및 코디네이터에게 교육하였다. 조사대상자는 해당기관의 실무자 또는 코디네이터의 안내를 받은 뒤 설문응답을 하였고 자기기입식설문지((self administered questionnaire survey method) 방법을 사용하였으며, 응답자에 의해 작성된 설문지를 회수하는 방식으로 진행하였다. 수집된 설문지 67부 중 항목의 누락이나 불성실한 응답으로 분석이 어려운 10부를 제외한 유효한 설문지 57부를 가지고 최종 실증분석에 사용하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

둘째, 의료관광서비스 품질 문제점의 원인을 파악하여 서비스 품질을 개선할 구체적 방안을 제시하기 위해, 적합한 GAP model의 내용을 바탕으로 만든 10개 문항을 통해 실제 광주지역에서 의료관광사업을 활발히 진행하고 있는 의료기관(경영자, 관리자, 실무자), 지자체 및 유관기관의 의료관광 종사자(실무자급 이상)의 전문가 집단을 대상으로 심층 인터뷰 (in-depth interview)를 실시하였다. 대상자 선정은 광주 지역의 실제 의료관광을 담당하고 있는 전문가 (경영자, 해당 업무 실무자, 의료진)로 구성하였으며 인터뷰 과정에서 연구자는 참여자에게 연구의 목적과 취지를 설명 후 진행하였다. 사전에 인터뷰 요청을 하였고 인터뷰 대상자의 의견을 반영하여 시간과 장소를 선정하였다. 인터뷰 전 연구목적과 인터뷰 내용에 관해 설명하여 충분하게 숙지 후 편안한 분위기 속에서 진행하였다. 본 조사는 2018년 7월 1일부터 10월 1일까지 약 90여 일에 걸쳐 진행되었다.

2. 설문지 구성

본 연구는 첫째, 의료관광객의 기대 서비스 수준과 실제로 제공된 서비스의 지각된 성과에 대한 차이를 비교하기 위하여 PZB의 SERVQUAL의 선행연구를 중심으로 한 서비스 품질과 관련된 5가지 차원을 바탕으로 서비스 품질 차원을 분류하였으며, PZB(1985)의 22개 문항을 본 연구에 적절한 문항으로 수정·보완하였다. 영역별 평가지표를 구조화 된 설문지 문항으로 의료관광서비스 품질 22개 문항 중 유형성 4문항, 신뢰성 5문항, 반응성 4문항, 확신성 4문항, 공감성 5문항을 사용하였으며 Likert 7점 척도(7점 : 전혀 동의하지 않음, 1점 : 매우 동의함)로 측정하였다. 조사대상자의 일반적인 특성에 대한 문항들과, 의료관광의 목적 등이 추가적으로 구성 되었다. 마지막 부분은 행동의도에 대한 6가지 문항으로 재방문의사와 타인에게 추천할 의사가 있는지 등으로 구성하였다. 둘째, SERVQUAL 모델의 서비스 품질은 고객의 기대 서비스와 지각된 성과의 차이로 그 차이인 Gap이 작을수록 서비스 품질이 높다고 평가하였다. 고객의 기대와 성과에 여러 가지 영향을 주는 변인은 서비스 품질을 결정하는데 중요한 역할을 하며, 서비스 품질 문제점의 원인을 분석하여 서비스 품질을 개선할 구체적 방

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

안을 제시해준다. 이러한 이유로 광주지역에서 의료관광사업을 활발히 진행하고 있는 의료기관(경영자, 관리자, 실무자), 지자체 및 유관기관의 의료관광 종사자(실무자급 이상)의 전문가 8인을 대상으로 의료관광 서비스 품질에 영향을 미치는 GAP 모델의 내용에 기초 한 10개 문항을 통해 심층 면담(Depth-interview)을 진행하였다.

3. 조사 분석

수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data cording)의 과정을 거쳐 SPSS V.24, Contents Analysis 통계패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 분석방법은 설문 응답자의 일반적 특성과 각 문항의 통계량을 확인하기 위해 빈도분석(frequency analysis)과 기술통계를 사용하였으며, 측정 척도의 신뢰성과 타당성을 측정하기 위해 신뢰도분석(reliability analysis)과 요인분석을(factor analysis)을 활용하였다. 요인분석의 경우 현재 변수 22개로 최소 3배 이상의 응답자를 확보해야 하나 현재 57명으로(중간 결측값 있음) 분석의 어려움이 있어 구성한 변수 간 상호 연관성을 살펴보기 위하여 상관관계 분석을 하였으며, 동일집단에서 짝을 이루고 있는 표본 값 간의 차이에 대해 검증하는 방법인 대응표본 T-검정을 통해 기대서비스와 지각서비스 간의 차이를 검토하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제4장 연구 분석 결과

제1절 인구통계학적 특성

1. 설문응답 참여자 인구통계학적 특성

실증분석에 이용된 유효표본 57명의 인구통계학적 분포는 <표 4-1>에 제시하였다. 응답자의 성별 분포는 남자 20명(35.1%), 여자 37명(64.9%)로 여성의 비율이 남성에 비해 높은 비율을 보이며, 국적별 분포는 중국 5명(8.8%), 몽골 37명(64.9%), 러시아 15명 (26.3%)로 몽골 국적의 방문객이 가장 많았고 러시아 국적의 방문객이 그 뒤 순위로 많았다. 전문가 인터뷰 중 타깃 국가와 방문국가가 거의 일치하는 것으로 확인되었다. 연령별 분포로는 10-19세 15명(28.8%), 20-29세 18명(34.6%), 30-39세 13명(25.0%), 40-49세 6명(11.5%)순으로 나타났다. 직업군 분포는 학생 26명(52.0%), 회사원 10명(20.0%), 공무원 5명(10.0%), 개인사업 5명(10.0%), 주부 3명(6.0%), 기타는 1명(2.0%) 이다. 방문목적별 분포는 건강검진이 29명(50.9%), 임신과 출산 16명(28.1%), 수술이 7명(12.3%), 한방진료가 1명(1.8%), 기타 4명(12.3%) 나타났다. 한국방문 횟수별 분포로는 1회 24명(55.8%), 2회 10명(23.3%), 3회 5명(11.6%), 4회 2명(4.7%) 5회 1명(2.3%), 5회 1명(2.3%) 로 확인되었으며 광주방문횟수별 분포는 1회 44명(77.2%), 2회 4명(7.0%), 3회 5명(8.8%), 4회 1명(1.8%), 5회 3명(5.3%)로 처음 방문객이 가장 많았다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 4-1> 인구통계학적 분포

구분		빈 도	비 율 (%)
성별	남성	20	35.1
	여성	37	64.9
연령	10-19세	15	28.8
	20-29세	18	34.6
	30-39세	13	25.0
	40-49세	6	11.5
국적	중국	5	8.8
	몽골	37	64.9
	러시아	15	26.3
직업	학생	26	52.0
	공무원	5	10.0
	회사원	10	20.0
	개인사업	5	10.0
	주부	3	6.0
	기타	1	2.0
한국방문횟수	1회	24	55.8
	2회	10	23.3
	3회	5	11.6
	4회	2	4.7
	5회	1	2.3
	6회	1	2.3
광주방문횟수	1회	44	77.2
	2회	4	7.0
	3회	5	8.8
	4회	1	1.8
	5회	3	5.3
방문목적	건강검진	29	50.9
	임신과 출산	16	28.1
	한방진료	1	1.8
	수술	7	12.3
	기타	4	7.0

주) 인구통계변수별 빈도의 합과 표본 수의 차이는 결측값임.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 심층면담 (in-depth interview) 참여자 인구통계학적 특성

본 연구 목적의 결과 도출을 위하여 질적 연구 방식인 심층 면담을 진행하였다. 인터뷰를 사용한 질적 연구는 연구를 설계하고 기획하고 수행하데 있어 제기되는 인식론적, 존재론적, 방법론적 문제들에 대한 정당한 근거를 제시한다(천혜정, 2004). Radnitzky(1970)는 해석학적 의미 해석을 설명함으로써 인터뷰 해석이 시사하는 바가 크다고 제시하였다. 전체 텍스트에 대한 모호하고 직관적인 이해에서 개별적인 부분들이 해석되고, 이 부분들이 전체로 해석된다. 또한 인터뷰를 통해 진술에 하나 이상의 의미를 이야기함으로써 전체적인 의미와 부분적인 해석을 검증하는 것까지 표현할 수 있다. 이에 본 연구 과제를 수행하기 위하여 연구자가 <표 4-2>에 명시된 참여자 9인을 대상으로 순차적으로 심층 인터뷰를 시행하였다.

<표4-2> 심층면담 (in-depth interview) 참여자 인구통계학적 특성

No.	성별	나이	소속 기관	근무 부서	직위	의료관광 관련부서 근무기간	타깃 국가	향후 의료관광 타깃국가
1	남	58	병·의원	산부인과	A.의료진 (병원장)	5-10년	몽골, 러시아	중국, 러시아
2	남	34	병·의원	진료부	B.의료진 (병원장)	3-5년	중앙 아시아	러시아
3	여	34	병·의원	국제진료 센터	C.팀장 (실무자)	5-10	러시아, CIS	러시아, CIS, 중국
4	여	34	병·의원	국제진료 센터	D.팀장 (실무자)	1년	러시아 CIS	중국
5	남	45	종합 병원	진료부	E.의료진 (前의료관광 책임자)	3-5년	몽골	러시아

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

6	남	42	종합 병원	대외협력 팀	F.팀장 (의료관광 책임자)	1년	중국, 몽골 러시아	중국, 몽골 러시아
7	남	56	공기관	건강정책 과	G.前의료관광 행정담당자	3-5년	몽골	러시아
8	남	36	공기관	건강정책 과	H.의료관광 행정담당자	3-5년	몽골	러시아, CIS
9	남	34	기타	광주의료 관광 지원센터	I.팀장 (의료관광 책임자)	3-5년	몽골 러시아 CIS	몽골 러시아 CIS

제2절 연구변수의 빈도 및 교차 분석

연구의 주요 변수 중 광주 의료관광 방문경로 및 국적별 광주 의료관광 선택 요인에 관한 일반적인 특성을 빈도분석, 교차분석을 이용하여 분석하였다 먼저 광주 의료관광 방문 경로에 관해 분석한 결과는 <표 4-3>과 같다. 응답자들의 설문 응답을 통해 광주 의료관광 방문 경로에 대한 국적별 교차분석을 시행하였는데, 중국의 경우 여행사 및 에이전시를 통한 방문 23.80%로 가장 많았으며 실제 광주에서 중국을 타겟팅으로 실시하는 홍보활동으로 팸투어(중국 여행상 및 에이전시) 및 중국 파워블로거 왕홍을 초대하여 팸투어 진행을 방송하는 등의 홍보가 이루어지고 있었다. 몽골의 경우 다른 타깃 국가에 비해 선 타깃 국가로 선정된 이후 공격적인 홍보 마케팅 활동을 펼친 결과 타국에 비해 경로가 더 다양함이 확인되었다. 가족·친구·동료 등 지인의 소개가 44.4%, 인터넷 40.0%, 해외의료진과 병원 69.2%, 여행사 및 에이전시 61.9% 로 확인되었다.

광주에서 의료관광을 시작한 이래로 몽골 의료관광객 유치를 위한 홍보 활동으로 현지 및 현지 에이전시 발굴 및 팸투어, 몽골 해외의료진 국내 의료 연수 사업 및 현지 세미나 개최, 몽골 환자 무료 나눔 의료사업, 몽골 현지 광주의료기관 진출, SNS, Facebook, Instagram, 몽골어 홈페이지 등의 인터넷 마케팅의

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

활동이 위와 같은 결과의 도출을 뒷받침해 준다. 러시아·CIS의 경우 향후 타깃 국가로 선정된 국가이기도 하다. 가족·친구·동료 등 지인의 소개가 55.6%, 인터넷 60.0%, 해외의료진과 병원 30.8%, 여행사 및 에이전시 14.3% 로 확인되었다. 타깃 활동 선정 후 초기 홍보 마케팅을 실시하고 있는 중으로 현지 에이전시 발굴 및 팸투어, 설명회 등을 시작으로 의료기관에서 해외의료진 국내 연수 활동, 세미나 개최, 현지 의료봉사 등을 진행하고 있다. 또한 광주 고려인 마을, 광주 유학생, 다문화 센터와 교류를 통해 인적 네트워크를 구성하고 그를 통한 인터넷 마케팅을 지속적해서 하고 있다.

광주 의료관광의 선택요인을 분석한 결과는 <표 4-4>와 같이 나타났다. 설문 응답이 중복응답으로 빈도분석과 교차분석을 위해 다중응답 변수정의 후 국적별 광주 의료관광선택 요인에 관해 다중응답 교차분석을 시행하였다. 응답자들은 광주 의료관광선택시 중국의 경우 가격 16.7%, 첨단의료장비 5.9%, 관광지 40%, 지인의 소개 8.3%, 우수한 의료품질 12.5% 로 확인되었다. 중국 의료관광객의 선호하는 의료관광지 중 관광의 비율이 상대적으로 높으며 인터뷰 내용 중 중국 의료관광객의 방문이 주로 이루어지는 곳이 전문병원이나 건강검진 중심 병원, 성형·미용 등으로 중증치료나 수술이 이루어지는 의료관광객의 수가 적음을 유추할 수 있다. 또한, 접근성이나 우수한 의료진, 선진 의료경험에 대한 요인은 의료관광 선택요인에 크게 작용하지 않음을 확인하였다. 몽골의 경우 가격 50.0%, 첨단의료장비 64.7.%, 우수한 의료진 70.0%, 관광지 40.0%, 접근성 75.0%, 지인의 소개 66.7%, 선진의료경험 60.6%, 우수한 의료품질 87.5%, 기타 66.7%의 비율로 나타났다. 현시점에서 몽골의 경제적 어려움과 몽골 보건의료체계는 국립병원에서 환자 자비의 부담이 거의 없거나 적은 상태로 의료 서비스를 받기 때문에 가격에 대한 민감도도 상당히 높은 비율을 보이며 의료기술의 낙후는 의료장비, 의료진의 전문성 등의 문제로 질병의 초기발견이 어렵고 이미 진행된 이후는 중증으로 높은 의료기술을 필요로 하여 중국, 인도, 한국, 독일, 미국 등으로 의료관광을 가는 경우가 많다.

이 중 우리나라의 경우 비교적 가까운 거리로 접근성이 좋고 우수한 의료진과 첨단의료장비, 우수한 의료품질에 비해 저렴한 가격으로 몽골 의료관광객의 선택요인의 높은 비율을 차지한다. 또한, 몽골에서 한국으로 유학, 결혼, 일을

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

목적으로 방문하여 경험한 선진 의료경험과 소개가 이루어지며, 몽골 의료진의 국내연수는 한국의 우수한 의료진을 통해 의료기술을 전수하고 현지로 돌아가 몽골의 의료기술을 발전시키는데 일조하고 있다. 이렇듯 한국 의료진과 연계를 통해 자국민에게 질 좋은 의료서비스를 제공하는 등의 활동이 위와 같은 결과를 도출해 내었다.

특별하게 몽골 현지 진출을 통해 광주의 우수한 의료서비스를 국내 의료진을 통해 제공하고 있는 부분은 몽골 내에서 선진 의료경험의 비율을 높여 광주로 의료관광을 선택하는 요인으로 작용 되고 있다. 러시아의 경우 가격 33.3%, 첨단의료장비 29.4.%, 우수한 의료진 30.0%, 관광지 20.0%, 접근성 25.0%, 지인의 소개 25.0%, 선진의료경험 40.0% 의 비율로 나타났다. 선진 의료경험이 가장 높았고 그 뒤로 가격이 광주로 의료관광을 선택하는 가장 큰 요인으로 작용하였으며 나머지 요인은 비슷한 비율을 보였다. 현재 광주시, 광주 소재 내 의료기관들이 향후 타깃 국가로 선정한 이후 초기 홍보마케팅이 이루어지고 있다.

<표 4-3> 의료관광 방문경로 국적별 교차분석

	방문요인	중국		몽골		러시아·CIS	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
의료관광 방문경로	가족, 친구, 동료	0	0.0%	4	44.4%	5	55.6%
	인터넷	0	0.0%	2	40.0%	3	60.0%
	해외의료진 및 병원	0	0.0%	9	69.2%	4	30.8%
	여행사 및 에이전시	5	23.8%	13	61.9%	3	14.3%
	기타	0	0.0%	9	100.0%	0	0.0%

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 4-4> 의료관광 선택이유 국적별 교차분석

	선택요인	중국		몽골		러시아·CIS	
		빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
의료관광 선택이유	가격	1	16.7%	3	50.0%	2	33.3%
	첨단의료 장비	1	5.9%	11	64.7%	5	29.4%
	우수한 의료진	0	0.0%	14	70.0%	6	30.0%
	관광지	2	40.0%	22	40.0%	1	20.0%
	접근성	0	0.0%	3	75.0%	1	25.0%
	지인의 소개	1	8.3%	8	66.7%	3	25.0%
	선진의료 경험	0	0.0%	3	60.6%	2	40.0%
	우수한 의료품질	1	12.5%	7	87.5%	0	0.0%
	기타	1	33.3%	2	66.7%	0	0.0%

제3절 연구변수의 신뢰성 검증

본 연구에서 측정한 구성 개념들의 신뢰도 검증은 Cronbach's Alpha 계수를 검토하였으며, 응답성에 관련된 영역 중 '직원의 신속한 환자 응대'와 관련된 문항은 신뢰도가 낮아 제외하였다.

최종적으로 서비스 품질은 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성 5가지 차원의 신뢰도 분석 결과는 <표 4-5>와 같다.

검증 결과에서 유형성(E) Cronbach' α 값은 .777, 유형성(P) Cronbach' α 값은 .888, 신뢰성(E) Cronbach'α 값은 .753, 신뢰성(P) Cronbach'α 값은 .938, 응답성(E) Cronbach'α 값은 .788, 응답성(P) Cronbach'α 값은 .900, 확신성(E) Cronbach'α 값은 .731, 확신성(P) Cronbach'α 값은 .939, 공감성(E) Cronbach'α 값은 .797, 공감성(P) Cronbach'α 값은 .929으로 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 4-5> 의료관광서비스 품질 신뢰도 분석

차원 (E/P)	구분(E/P)	신뢰도 (Cronbach' α)
유형성 (E1-4)	우수한 병원은 첨단의료장비를 갖추고 있다.	.777
	우수한 병원의 시설과 구조는 시각적으로 보기에 좋다	
	우수한 병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들의 옷차림과 용모는 단정하다	
	우수한 병원은 진료에 적합한 시설과 편안한 분위기를 갖추고 있다.	
유형성 (P1-4)	ㅇㅇㅇ병원은 첨단의료장비를 갖추고 있다.	.888
	ㅇㅇㅇ병원의 시설과 구조는 시각적으로 보기에 좋다	
	ㅇㅇㅇ병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들의 옷차림과 용모는 단정하다	
	ㅇㅇㅇ병원은 진료에 적합한 시설과 편안한 분위기를 갖추고 있다.	
신뢰성 (E5-9)	우수한 병원은 예정된 시간 안에 의료서비스에 대한 약속을 반드시 지킨다.	.753
	우수한 병원은 환자에게 발생된 문제에 대해 성의를 다해 해결 해 준다.	
	우수한 병원의 의료서비스는 믿고 의지할 수 있다.	
	우수한 병원은 약속된 시간에 의료서비스를 제공한다.	
	우수한 병원의 의료진은(의사, 간호사) 질병상태, 치료계획, 주의사항에 대해 상세하게 설명한다.	
신뢰성 (P5-9)	ㅇㅇㅇ병원은 예정된 시간 안에 의료서비스에 대한 약속을 반드시 지킨다.	.938
	ㅇㅇㅇ병원은 환자에게 발생된 문제에 대해 성의를 다해 해결 해 준다.	
	ㅇㅇㅇ병원의 의료서비스는 믿고 의지할 수 있다.	
	ㅇㅇㅇ병원은 약속된 시간에 의료서비스를 제공한다.	
	ㅇㅇㅇ병원의 의료진은(의사, 간호사) 질병상태, 치료계획, 주의사항에 대해 상세하게 설명한다.	

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

응답성 (E10-12)	우수한 병원의 직원은 예약, 진료, 검사, 치료가 언제, 어떻게 진행 될 것인지 말해준다	.788
	우수한 병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 환자에게 즉각적인 서비스를 제공한다.	
	우수한 병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 항상 환자의 요구나 질문에 자발적으로 응한다.	
응답성 (P10-12)	ㅇㅇㅇ병원의 직원은 예약, 진료, 검사, 치료가 언제, 어떻게 진행 될 것인지 말해준다	.900
	ㅇㅇㅇ병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 환자에게 즉각적인 서비스를 제공한다.	
	ㅇㅇㅇ병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 항상 환자의 요구나 질문에 자발적으로 응한다.	
확신성 (E14-17)	우수한 병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 이용하는 환자에게 신뢰감을 준다.	.731
	우수한 병원은 안전한 치료나 검사를 받을 수 있는 환경이 구축되어 있다.	
	우수한 병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 예의바르고 친절하다.	
	우수한 병원의 의료진(의사, 간호사)은 환자상태나 치료방안을 설명 할 충분한 지식을 가지고 있다.	
확신성 (P14-17)	ㅇㅇㅇ병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 이용하는 환자에게 신뢰감을 준다.	.939
	ㅇㅇㅇ병원은 안전한 치료나 검사를 받을 수 있는 환경이 구축되어 있다.	
	ㅇㅇㅇ병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 예의바르고 친절하다.	
	ㅇㅇㅇ 병원의 의료진(의사, 간호사)은 환자상태나 치료방안을 설명 할 충분한 지식을 가지고 있다.	
공감성	우수한 병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 환자에게	.797

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

(E18-22)	관심을 기울인다.	
	우수한 병원은 외국인환자의 편리에 맞게 유동적으로 시간조절이 가능하다.	
	우수한 병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 외국인 환자를 위해 특별하게 신경을 더 써준다.	
	우수한 병원은 환자의 이익을 최우선으로 생각한다.	
	우수한 병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 환자의 요구도를 파악하여 그에 맞는 의료서비스를 제공한다.	
공감성 (P18-22)	ㅇㅇㅇ병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 환자에게 관심을 기울인다.	.929
	ㅇㅇㅇ병원은 외국인환자의 편리에 맞게 유동적으로 시간조절이 가능하다.	
	ㅇㅇㅇ병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 외국인 환자를 위해 특별하게 신경을 더 써준다.	
	ㅇㅇㅇ병원은 환자의 이익을 최우선으로 생각한다.	
	ㅇㅇㅇ 병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 환자의 요구도를 파악하여 그에 맞는 의료서비스를 제공한다.	

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제4절 연구변수의 기술통계량과 상관관계

연구의 주요 변수에 대한 평균과 표준편차 값을 기술통계를 이용하여 분석하였으며 결과는 아래의 <표 4-6>과 같다. 의료관광 서비스품질 기대의 경우 유형성 6.57, 신뢰성 6.64, 응답성 6.33, 확신성 6.59, 공감성 6.44로 비슷한 수준이며, 의료관광서비스 품질 인식의 경우도 유형성 6.46, 신뢰성 6.39, 응답성 6.42, 확신성 6.49, 공감성 6.31로 비슷한 수준으로 나타났다.

<표 4-6>과 같이 의료관광서비스 품질과 연관하여 설정한 변수 간의 (기대-인식) 상관관계분석을 시행하였다. 의료관광서비스 품질 기대의 유형성-응답성(r=.232), 유형성-공감성(r=.444)를 제외한 요인들 간에는 통계적으로 유의미한 상관이 있는 것으로 설명되어지나 상관계수 값이 0.4이하로 약한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 의료관광 서비스품질 기대의 요인 간 상관계수 값이 유형성-신뢰성(r=.676), 유형성-확신성(r=.444), 신뢰성-응답성(r=.397), 신뢰성-확신성(r:.592), 신뢰성-공감성(r=.295), 응답성-확신성(r=.698), 응답성-공감성(r:492), 확신성-공감성(r=.542)은 유의 확률 0.01 수준에서 정(+)의 상관이 있는 것으로 확인되며, 의료관광서비스 품질 인식의 요인 간 상관계수의 값도 유형성-신뢰성(r=.832), 유형성-응답성(r=.793), 유형성-확신성(r=.885), 유형성-공감성(r=.704), 신뢰성-응답성(r=.940), 신뢰성-확신성(r=.885), 신뢰성-공감성(r=.874), 응답성-확신성(r=.907), 응답성-공감성(r=.890), 확신성-공감성(r=.830)은 유의 확률 0.01 수준에서 정(+)의 상관이 있는 것으로 나타났다.

<표 4-6> 주요 변수의 기술 통계량

변수		빈도(N)	평균(M)	표준편차(SD)
기대(E)	유형성(E)	57	6.57	.54
	신뢰성(E)		6.64	.53
	응답성(E)		6.33	.77
	확신성(E)		6.59	.53

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

	공감성(E)		6.44	.66
인식(P)	유형성(P)	57	6.46	.70
	신뢰성(P)		6.39	.85
	응답성(P)		6.42	.83
	확신성(P)		6.49	.78
	공감성(P)		6.31	.93

<표 4-7> 의료서비스품질 기대 요인들 간의 상관관계

구분	1	2	3	4
1.유형성(E)	1.00			
2.신뢰성(E)	.676*	1.00		
3.응답성(E)	.232**	.397**	1.00	
4.확신성(E)	.444**	.592*	.698*	1.00
5.공감성(E)	.166	.295**	.492**	.542*

*p < 0.1 ** P< .05, ***P< .01

<표 4-8> 의료서비스품질 인식 요인들 간의 상관관계

구분	1	2	3	4
1.유형성(P)	1.00			
2.신뢰성(P)	.832*	1.00		
3.응답성(P)	.793*	.940*	1.00	
4.확신성(P)	.779*	.885*	.907*	1.00
5.공감성(P)	.704*	.874*	.890*	.830*

*p < 0.1 ** P< .05, ***P< .01

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제5절 연구가설 검증

1). 기대-인식 의료관광 서비스품질과 유형성

H_{1-1} 의료관광객이 지각한 유형성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

의료관관광객이 지각한 유형성과 기대서비스 차이를 검증하기 위한 대응표본 T-test 결과 광주 의료관광서비스 품질의 기대와 인식 두 변수 간 상관계수가 .68이고 유의성 확률이 p=.00 으로 대응변수 간에 양의 상관관계를 알 수 있다. 또한, 의료관광서비스 품질 유형성에 대한 두 변수 간 대응표본검정 결과에서 평균차이는 0.13로 의료관광서비스 품질 유형성에 대해 기대와 인식의 차이를 알 수 있고, 검정통계량 t값은 1.99, 유의확률은 p=.05로 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 특히, E1-P1(t=2.4, P=.01) '첨단 의료장비를 갖추고 있다.' 는 항목에서 유의한 차이가 있음을 확인할 수 있다.

<표4-9> 유형성의 기대인식 대응표본 분석결과

대응표본 검정				
항목	평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
E1-P1	.28	.86	2.42	.01
E2-P2	.00	.68	.00	1.00
E3-P3	.07	.82	.66	.52
E4-P4	.19	.87	1.66	.10

대응표본통계량			
		평균	표준편차
대응1	E유형성	6.60	.50
	P유형성	6.46	.70

대응표본 상관계수				
		N	상관계수	유의확률
대응1	E유형성 &	57	.68	.00

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

	P유형성				
대응표본 검정					
		평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
대응1	E유형성-P유형성	.13	.51	1.99	.05**

*p < 0.1 ** P< .05, ***P< .01

<표 4-10> Gap model 별 depth interview 결과

	유형성	비고
Gap 1	- 국제공항의 부재로 인한 광주시 접근성 저하 - 외국인 환자를 위한 병원 환경 조성 - 외국인 환자를 위한 쇼핑몰, 유희시설 부족 (면세점, 아웃렛, 놀이시설, 카지노 등) - 교통 접근로의 불편함 - 지역의 강점을 살린 관광 상품 부재 및 연계성 부족 (광주시 city tour의 선진화, 해안이나 섬 일주 크루즈 관광상품 개발 필요) - 외국인을 위한 모든 시설 열악 - 외국인 전용 입원실 및 대기실 존재 - 외국인을 위한 합리적인 가격으로 편리한 레지던스 제공	A.병원장,C.팀장, F.팀장,E.의료진, B.병원장,D.팀장, G.의료관광행정담당자, I.팀장 H.의료관광행정담당자
Gap 2	- 외국인 환자를 위한 초기 방문 시부터 마지막 배웅까지 - 밀착진료 제공 및 치료체험을 위한 one-day - 체험 프로그램 구축 등 외국인 환자를 위한 프로토콜 구축	B.병원장
Gap 3	- 다국어 팸플릿 및 리플릿 제작 - 외국인 전용 식단 : 개인 맞춤형 메뉴 제공 - 다국어 시술동의서 및 각종 서류 구비	A.병원장,D.팀장
Gap 4	- 국가별 차별화된 홍보마케팅 : 현지 의료관광 홍보센터 설치와 외국인환자 포털 사이트 구축	H.의료관광행정담당자,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

	- 광주 의료관광 플랫폼 구축을 위한 광주 의료관광안내소 설치 및 운영 - 광주시 의료관광 홍보 서포터즈 위촉을 통한 의료관광홈페이지, SNS를 통한 홍보 진행 - 설명회나 비즈니스 미팅 등의 여러 채널로 홍보를 하지만 질환 중심의 홍보에 치우쳐 있으며 부가적인 수가, 픽업, 비자, 숙소, 편의시설 및 사후관리에 대한 홍보 및 이행 부족 - 교통 및 리무진 서비스 제공	E.의료진,A.병원장

2) 기대-인식 의료관광서비스 품질과 신뢰성

H_{1-2} 의료관광객이 지각한 신뢰성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

의료관관광객이 지각한 신뢰성과 기대서비스의 차이를 검증하기 위한 대응표본 T-test 결과 광주 의료관광 서비스품질의 기대와 인식 두 변수 간 상관계수가 .36이고 유의성확률이 p=.00 으로 대응변수 간에 양의 상관관계를 알 수 있다. 또한, 의료관광서비스 품질 신뢰성에 대한 두 변수 간 대응표본검정 결과에서 평균차이는 0.25로 의료관광서비스 품질 신뢰성에 대해 기대와 인식의 차이를 알 수 있고, 검정 통계량 t값은 2.360 유의확률은 p=.02 로 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히, 신뢰성의 항목 중 E5-P5(t=2.83,p=.00) ‘ 예정된 시간 안에 의료서비스에 대한 약속을 지킨다.’, E7-P7(t=2.07,p=.04) ‘의료서비스는 믿고 의지할 수 있다.’, E9-P9(t=2.34,p=02) ‘의료진은(의사, 간호사) 질병 상태, 치료계획, 주의사항에 대해 상세하게 설명한다.’에서 유의한 차이가 있음을 확인할 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 4-11> 신뢰성의 기대인식 대응표본 분석결과

대응표본 검정				
항목	평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
E5-P5	.35	.93	2.83	.00
E6-P6	.19	.99	.14	.14
E7-P7	.33	1.21	2.07	.04
E8-P8	.08	1.10	.59	.55
E9-P9	.33	1.10	2.34	.02

대응표본통계량			
		평균	표준편차
대응2	E신뢰성	6.65	.53
	P신뢰성	6.39	.85

대응표본 상관계수				
		N	상관계수	유의확률
대응2	E신뢰성 & P신뢰성	57	.36	.00

대응표본 검정					
		평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
대응2	E신뢰성-P신뢰성	.25	.83	2.36	.02**

*p < 0.1 ** P< .05, ***P< .01

<표 4-12> Gap model 별 depth interview 결과

	신뢰성	비고
Gap 1	- 광주에 거주하는 자국민의 선진 의료경험소개 - 상대적으로 저렴한 물가 - 사전-사후관리까지 1:1 원스톱 관리 - 인천에서 광주까지 도착하는 교통편 무료 제공	F.팀장,E.의료진, D.팀장,I.팀장, A.병원장,C.팀장

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

	- 광주 의료관광객을 위한 모국어 통역사 지원 및 번역 지원 - 적적한 의료비 제공 및 재방문 시 할인율 적용 - 체류 기간 동안 치료에 대한 안정된 환경과 친절함을 제공하여 병원의 이미지보다 내 집 같은 편안한 분위기 제공 - 진료와 체류기간동안 진료비, 수수료에 대한 충분한 설명 - 비용. 시술 등 계획하고 약속한 시간 안에 제공	
Gap 2	- 저렴한 가격의 의료관광상품 및 개발 - 광주만의 차별화된 의료관광 상품 개발 - 방문목적별·국가별 의료관광상품 개발	F.팀장,B.병원장, D.팀장,I.팀장, G.의료관광행정담당자
Gap 3	- 해당 병원 특성상 외국인 환자에 대한 심리적지지 요법 의료진-직원- 코디네이터 시스템 구축 - 국제센터의 직원 구성을 해외환자유치, 비자프로세싱, 방문, 진료, 출국, 사후서비스까지 정해진 매뉴얼 대로 진행하도록 교육 및 세팅	A. 병원장,C.팀장
Gap 4	- 외국인 환자 만족도 증대와 one-stop 약속 이행을 위한 지역 의료기관과 연동 프로그램 운영 - 홈페이지를 통한 외국인 환자 1:1 맞춤 설계 및 이행	B.병원장,D.팀장, C.팀장

3) 기대-인식 의료관광서비스 품질과 응답성

H_{1-3} 의료관광객이 지각한 응답성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

의료관관광객이 지각한 응답성과 기대서비스 차이를 검증하기 위한 대응표본 T-test 결과 광주 의료관광서비스 품질의 기대와 인식 두 변수 간 상관계수가 .38이고 유의성 확률이 p=.00 으로 대응변수 간에 양의 상관관계를 알 수 있다. 또한, 의료관광 서비스품질 응답성에 대한 두 변수 간 대응표본검정 결과에서

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

평균차이는 -0.10로 의료관광서비스 품질 응답성에 대해 기대와 인식의 차이는 알 수 있으나, 검정 통계량 t값은 -.89, 유의확률 p=.37 로 의료관광서비스 품질과 응답성의 가설에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 없음을 알 수 있다. 그러나 개별항목 E12-P12(t=-2.38,p=.02) '병원의 직원(의사, 간호사, 직원)들은 항상 환자의 요구나 질문에 자발적으로 응한다.' 항목에서 유의한 차이가 있음을 확인할 수 있다(p<.05).

<표 4-13> 응답성의 기대인식 대응표본 분석결과

대응표본 검정				
항목	평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
E10-P10	.12	.94	.98	.33
E11-P11	-.05	.97	-.40	.68
E12-P12	-.38	1.22	-2.38	.02

대응표본통계량			
		평균	표준편차
대응3	E응답성	6.32	.77
	P응답성	6.42	.83

대응표본 상관계수				
		N	상관계수	유의확률
대응3	E응답성 & P응답성	57	.38	.00

대응표본 검정					
		평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
대응3	E응답성-P응답성	-.10	.89	-.89	.37

*p < 0.1 ** P< .05, ***P< .01

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 4-14> Gap model 별 depth interview 결과

	응답성	비고
Gap 1	- 의료관광 비자 발급의 용이성 : 입국 심사 시 의료관광대상 편의성 제공 - 비자 연장과 관련한 출입국 사무 업무 제공 - 상시 코디네이터 지원	A.병원장,C.팀장
Gap 2	- 외국인 환자를 위한 신속한 프로세스 정립 - 외국인 환자를 위한 입국부터 출국까지 원스톱 서비스 지원(차량, 통역, 관광지 연계) - 외국인 환자를 위한 모국어 서식 개발	F.팀장, H.의료관광행정 담당자
Gap 3	- 지자체와 의료기관의 협업으로 해외환자 유치에 따른 원스톱 지원센터 구축 - 해외환자 프로세스 표준화 작업을 통해 광주 어느 곳에서도 신속하고 정확하고 일관성 있는 서비스를 받기 위한 시스템 구축 - 방문객에 대한 기본적인 인사나 대화를 유도하여 친밀감 유도(직원들에게 원내 다양한 언어교육 지원)	H.의료관광행정 담당자
Gap 4	- 의료관광 인프라 및 환자 맞이 준비, 추진 의지 등 절대 부족, 의료관광 서비스 체계 구축 미흡으로 홍보내용과 이행내용의 차이 존재 - 의료 Consulting program 진행 - 시술 결과서에 대한 검사 결과보고서 파일 제공 - 사후관리를 위한 폰서브 및 SNS 상담 (Hot Line 구축)	A.병원장,C.팀장 G.의료관광행정 담당자

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

4) 기대-인식 의료관광 서비스품질과 확신성

H_{1-4} 의료관광객이 지각한 확신성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

의료관관광객이 지각한 확신성과 기대서비스의 차이를 검증하기 위한 대응표본 T-test 결과 광주 의료관광 서비스품질의 기대와 인식 두 변수 간 상관계수가 .54이고 유의성 확률이 p=.00 으로 대응변수 간에 양의 상관관계를 알 수 있다. 또한, 의료관광서비스 품질 신뢰성에 대한 두 변수 간 대응표본검정 결과에서 평균 차는 0.92로 의료관광서비스 품질 확신성에 대해 기대와 인식의 차이를 알 수 있으나, 검정 통계량 t값은 1.04, 유의확률 p=.30로 의료관광서비스 품질과 확신성의 가설에 대해 통계적으로 유의한 차이가 없음을 알 수 있다. 그러나 개별항목 E15-P15(t=1.84, p=.07) '병원은 안전한 치료나 검사를 받을 수 있는 환경이 구축되어 있다.' 항목에서 유의한 차이가 있음을 확인할 수 있다(p<.01).

<표 4-15> 확신성의 기대인식 대응표본 분석결과

대응표본 검정				
항목	평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
E14-P14	-.05	1.14	-.34	.72
E15-P15	.19	.78	1.84	.07
E16-P16	.10	.74	1.06	.29
E17-P17	.12	.82	1.12	.26
대응표본통계량				
		평균	표준편차	
대응4	E확신성	6.58	.53	
	P확신성	6.49	.78	
대응표본 상관계수				
		N	상관계수	유의확률
대응4	E확신성 &	57	.54	.00

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

	P확신성				
대응표본 검정					
		평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
대응4	E확신성-P확신성	.09	.66	1.04	.30

*p < 0.1 ** P< .05, ***P< .01

<표 4-16> Gap model 별 depth interview 결과

	확신성	비고
Gap 1	- 우수한 의료진, 스타성 있는 의사 - 광주 도시에 대한 브랜드 이미지 구축 필요 - 의료관광 특화 전문 상품 개발 - 믿고 안심할 수 있는 질 좋은 의료서비스 - 자국어 가능한 코디네이터를 통한 세심한 상담 및 관찰 - 언어소통의 문제 - 현지 사전 사후관리센터 구축 - 해당 국가 현지 출장을 통해 전문 의료진 직접 진료 및 상담 - 최고의 의료시스템 제공(전문 의료진, 코디네이터 등) - 타 병원 진료 시에도 1일 보호자와 통역사 역할 제공 - 외국인 환자를 위한 관광 및 여행 가이드 역할 제공	C.팀장, E.의료진 A.병원장,C.팀장, B.병원장,D.팀장 G.의료관광행정담당자, I.팀장, H.의료관광행정담당자
Gap 2	- 의료관광 전문 인력 부재 - 원스톱 의료관광 시스템 부재 - 의료관광에 대한 책임자 및 실무자 인식 부족 - 글로벌 헬스 케어 전문 인력 지속해서 양성 - 광주 의료기관별 의료관광 특화 상품 및 치료 프로토콜 개발	G.의료관광행정담당자, I.팀장, F.팀장 H.의료관광행정담당자 E.의료진

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Gap 3	- (실무자) 의료관광에 대한 지식과 트렌드 파악 등 의료관광 관련 업무 활용 능력 미숙 - 실무자에게 일정 권한을 위임하여 일선에서 외국인 환자를 응대하면서 상세한 계획과 목표, 실행하는 부분까지 지원 - 해외설명회 등 의료관광과 관련된 업무나 행사에 될 수 있으면 전 직원에게 다양한 기회를 제공하여 외국인 환자에 대한 친절과 인식 변화를 꾀함. - 모든 해외환자와 가족에게 직원들과 함께한 식사하는 자리를 마련하여 Keep in Touch 유도 - 지역 문화행사에 해외환자들과 직원 함께 참여	I.팀장,B.병원장 A. 병원장
Gap 4	- (실무자) 의료관광객의 방문 전 준비해야 할 모든 상황 또는 정보, 방문 시 다양한 상황에 대한 대처방안, 사후관리에 대한 연계부족, 원스톱이라는 실제 홍보내용과 다를 수가 있음 - 의료관광설명회, 에이전트를 통한 홍보활동을 시행하고 외국인 환자에 대해 실무자와 1:1 매칭을 통해 광주에서 원하는 개인적인 서비스(관광, 쇼핑, 숙박 등) 제공으로 더 높은 서비스 제공 - 사후관리를 위한 폰서브 및 SNS 상담 (Hot Line 구축)	I.팀장,B.병원장 A.병원장

5) 기대-인식 의료관광 서비스품질과 공감성

H_{1-5} 의료관광객이 지각한 공감성은 기대 서비스와 차이가 있을 것이다.

의료관관광객이 지각한 공감성과 기대서비스의 차이를 검증하기 위한 대응표본 T-test 결과 광주 의료관광 서비스품질의 기대와 인식 두 변수 간 상관계수가 .59 이고 유의성 확률이 p=.00 으로 대응변수 간에 양의 상관관계를 알 수 있다. 또한, 의료관광서비스 품질 신뢰성에 대한 두 변수 간 대응표본검정 결과에서 평균 차는 0.13으로 의료관광서비스 품질 공감성에 대해 기대와 인식의 차

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이를 알 수 있으나, 검정 통계량 t값은 .13, 유의확률 p=.19로 의료관광서비스 품질과 공감성의 가설에 대해 통계적으로 유의한 차이가 없음을 알 수 있다.

<표 4-17> 공감성의 기대인식 대응표본

대응표본 검정				
항목	평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
E18-P18	.10	.81	.97	.33
E19-P19	.10	.83	.94	.34
E20-P20	.01	1.14	.11	.90
E21-P21	.21	1.25	1.27	.20
E22-P22	.22	1.08	1.58	.11

대응표본통계량			
		평균	표준편차
대응5	E공감성	6.44	.67
	P공감성	6.31	.93

대응표본 상관계수				
		N	상관계수	유의확률
대응5	E공감성 & P공감성	57	.59	.00

대응표본 검정					
		평균	표준편차	t	유의확률 (양쪽)
대응5	E공감성-P공감성	.13	.76	1.3	.19

*p < 0.1 ** P< .05, ***P< .01

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 4-18> Gap model 별 depth interview 결과

	공감성	비고
Gap 1	- 외국인 환자에 대한 세심한 관심과 특별한 서비스 - 외국인 환자를 위한 음식의 다양성 부족	C.팀장,E.의료진 I.팀장
Gap 2	- 의료관광 전문 인력 부재 - 원스톱 의료관광 시스템 부재 - 광주 의료기관별 의료관광 특화 상품 및 치료 프로토콜 개발	G.의료관광행정담당자, I.팀장, F.팀장, H.의료관광행정담당자 E.의료진
Gap 3	- 외국인환자에 대한 직원들의 인식 - 직원들의 외국인 환자에 관한 관심 부족 - 외국인 환자에 대한 낮은 관심 또는 무관심한 태도로 실무자 또는 담당자 이외 직원들의 개입이 이루어지지 않아 외국인 환자 응대 표준 매뉴얼에 의한 역할 경계 모호 - 의료관광 실무자 이외 의료관광시스템 동향이나 실제 진행하고 수행하고 있는 업무나 활동 등에 대해 직원들의 인식도 저하	A.병원장,I.팀장, D.팀장, E.의료진 C.팀장
Gap 4	의료관광설명회, 에이전트를 통한 홍보활동을 시행하고 외국인 환자에 대해 실무자와 1:1 매칭을 통해 광주에서 원하는 개인적인 서비스(관광, 쇼핑, 숙박 등) 제공으로 더 높은 서비스 제공 - (실무자) 의료관광객의 방문 전 준비해야 할 모든 상황 또는 정보, 방문 시 다양한 상황에 대한 대처방안, 사후관리에 대한 연계부족, 원스톱이라는 실제 홍보내용과 다를 수가 있음	I.팀장,B.병원장

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제5장 연구 시사점 및 결론

제1절 연구요약

본 연구는 광주 의료관광객을 대상으로 광주 의료관광서비스 품질의 인식에 대한 기대서비스의 차이를 확인하고, 고객 기대와 서비스 성과의 격차, 즉 갭(gap)에 근거한 Gap 모형의 4가지 갭을 통해 서비스 품질 문제점의 원인을 분석하여 의료관광 서비스 품질을 개선할 구체적 방안을 제시하고자 하였다. 또한 광주의료관광 서비스품질을 높이고 나아가 광주 의료관광활성화에 어떤 유의한 작용을 하는지에 대한 시사점을 제공하는 데 연구목적이 있다.

광주를 방문하는 의료관광객을 대상으로 시행한 설문 조사를 통해 광주 의료관광서비스 품질에 대한 인식에 대한 기대서비스의 유의한 차이가 있음을 확인할 수 있었다. 또한, 광주의료관광 서비스 품질의 기대와 인식의 차이가 생기는 원인분석을 위해 광주지역에서 의료관광사업을 활발히 진행하고 있는 의료기관(경영자, 관리자, 실무자), 지자체 및 유관기관의 의료관광 종사자(실무자급 이상)의 전문가 인터뷰 내용에 근거하여 연구결과를 도출하였다. 이를 토대로 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 병원의 환경과 시설, 첨단의료장비, 직원이 용모와 태도, 진료에 적합한 시설을 갖추고 있는지에 대한 항목에 대해 인식보다 기대가 높은 것으로 보였으며 특히 첨단의료장비에 대한 인식과 기대의 차이가 큰 것으로 확인되었다. 광주는 인구대비 의료진과 첨단의료장비 보유의 수가 많아 실제 해외한자 유치를 위한 홍보 시 첨단의료장비에 대한 언급을 많이 하고 있으며, 팸투어 방문에도 각 의료기관에서 첨단장비에 대한 소개가 많이 이루어지고 있다. 외국인 환자 기준을 고려할 때, 한국뿐 아니라 전 세계를 대상으로 비교하여 의료관광국의 대상을 정하고, 한국 안에서도 서울, 부산, 대구 등 타 지역과 비교하여 방문한다. 유형적인 부분에서 홍보마케팅의 강조는 경쟁우위의 요소로 간주하기는 어렵다는 분석이다. 광주를 주로 방문하는 나라 중 러시아 국적의 의료관광객의

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

경우 병실 공간, 병실이나 화장실 청결상태, 타올이나 드라이기 부재 등을 단점으로 기술하며 호텔과 비슷한 환경으로 기대한 부분에 반해 인식도가 낮음을 확인할 수 있었으며, 광주 의료기관 또는 관광지 안에 다국어 표지판이나 안내문의 부재 등으로 외국인을 위한 적합한 시설이나 편안한 분위기로 인식한 서비스에 대한 기대의 차이를 알 수 있었다. 그러나 직원의 옷차림이나 용모에 관한 부분에 대해서는 크게 차이가 발생하지 않았는데, 그 이유로는 의료기관의 경우 직종별 같은 디자인, 같은 색깔의 유니폼, 비슷한 헤어스타일을 유지하고 응대하는 모습이 통일감을 주기 때문이라 생각된다.

둘째, 의료서비스에 대한 신뢰와 문제 발생에 대한 직원 등의 성의 있는 태도, 의료진의 설명 등의 항목에 대해 인식보다 기대가 높은 것으로 확인되었다. 광주로 의료관광을 선택하는 외국인 환자에게 의료기관에서는 여러 가지 서비스를 제공한다. 특히 방문 전 진료상담, 진료기간, 가격, 비자발급에 관한 사항을 사전에 상담하고 원스톱으로 진행 될 수 있도록 충분한 coordination후 입국 할 수 있도록 돕는다. 하지만 광주의료기관의 경우 외국인 환자를 위한 부서나 인력을 갖추고 있는 곳이 많지 않으며 실제 일인이 담당하여 모든 과정에 개입 후 진행된다. 담당자 즉 실무자의 경우 외국인 환자에 대한 이해도가 높아 coordination의 과정대로 진행될 수 있도록 노력하지만, 그 기관 안에 타 직원들의 경우 인식 및 이해도가 현저히 낮고 그만큼 협조가 잘 안 되는 상황이 많다. 어떠한 이유로 실무자의 개입이 안 될 상황이 되면 더욱이 협조는 어려워진다. 이러한 이유로 사전에 약속했던 coordination이 틀어지는 경우가 생긴다. 또 다른 이유는 의료서비스의 전문성과 특수성 때문에 예측할 수 없는 상황이 생기기도 한다. 예측할 수 없는 상황은 진료 기간이나 시간, 가격 등에 영향을 미친다. 환자의 상태에 따라 계획된 치료 범위에서 벗어나는 경우도 종종 발생한다. 또한, 한국 의료시스템에 대한 부분이다. 우리가 강조하는 원스톱의 개념과 외국인 환자들이 이해하는 원스톱의 개념이 다를 수 도 있다는 것이다. 원스톱이라고 하면 외국인의 경우 외국인 환자만을 위한 공간에서 모든 치료의 과정들이 이루어지며 내국인과는 분리되어 조금 더 특별한 관리를 받는 것을 생각한다. 대기시간을 최소화하고 계획된 시간 안에 치료를 받고 검사를 하고 설명을 들으며 그들이 원하는 의료서비스에 대한 부분은 추가로 받을 수 있고 그 또한 추가 대

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

기시간이나 약속된 시간의 범위를 넘지 않는 것을 생각한다. 하지만 광주의료기관의 경우 외국인 환자만을 위한 진료실 내지는 진료소를 갖춘 곳이 몇 곳 없으며 주로 담당자 즉 실무자의 1:1 서비스로 진료실이나 검사실을 이동하며 검사를 하고 설명을 들으며 미리 정해진 coordination을 달성하는 정도를 원스톱이라고 생각한다. 실제 예견되지 않고 추가로 발생한 의료서비스에 대해서 처리하는 부분에 대해 유동성이 부족하다. 이러한 이유로 실제 광주 의료 기관에서 홍보하는 1:1 맞춤설계서비스, 원스톱 서비스에 대해 외국인 환자의 기대와 인지의 차이가 발생하게 된다. 의료관광객을 대상으로 실시한 설문 응답 내용 중 '원스톱 의료시설이 부족하다', '개인적인 접근성이 부족하다', '병원시스템의 조직화' 등이 단점 및 우수한 병원이 되기 위한 조건으로 기술 되었다.

셋째, 의료관광객이 지각한 응답성과 기대서비스의 차이는 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 광주를 방문하는 의료관광객의 경우 방문 전부터 개입이 이루어지는데 이때 질병의 상태, 치료계획, 주의사항, 검사와 진료의 계획 등의 내용의 coordination이 이루어진다. 의료기관의 실무자를 통해 1:1 coordination을 받고 나면 의료기관에서도 준비하고 계획된 부분이 문제없이 진행되도록 한다. 그러므로 특수한 상황이나 문제가 발생하지 않으면 계획된 일정대로 진행하고 돌아가게 된다. 특히 미용이나 성형, 건강검진, 한방치료가 그러하다. 의료관광객의 설문 응답자 중 건강검진이나 간단한 시술 등을 받은 의료관광객이 주요 방문고객이었고, 실제 기대와 인식의 유의미한 차이가 발생하지 않았다. 단, 계획되지 않은 상황 즉 상황에 따라 발생한 요구나 질문에 대해서 실무자 이외에 직원의 자발적인 응답의 부분에 대해 '직원의 진정성 있는 태도', '직원의 친절성', '직원의 책임감 있는 태도', '외국인 환자에 대한 직원의 따뜻한 응대', '질문에 대한 빠른 응답', '직원들의 외국인환자에 대한 태도 변화 필요', '발생 된 문제에 대해 언제든지 해결하려는 노력', '언제든지 도움을 주려는 직원들의 진정성 있는 태도' 등을 단점 및 우수한 병원의 조건으로 꼽았다.

넷째, 의료관광객이 지각한 확신성과 의료서비스의 차이는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 우리나라를 의료관광국으로 선택하고 광주를 방문하는 의료관광객의 다수는 우수한 의료서비스의 품질, 의료인의 전문성을 우선으로 선택하고 방문한다. 실제 응답자의 대부분이 광주 의료관광서비스 품질

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

의 장점으로 '우수한 의료진', '질 높은 의료서비스', '진료과정의 투명성', '의료진의 책임감 있는 태도', '의료진과 코디네이터의 높은 지식', ' 최신의료기술과 의료기기 보유', '실력 있는 의사', '코디네이터의 통역과 상담의 우수성' 등을 기술했다.

한국의 의료기술의 우수성은 이미 경쟁우위 요소로 인정받아 의료기술이 낙후된 국가의 의료진 나눔 교육활동으로도 이루어지고 있다. 광주 또한 많은 의료기관에서 해외의료진 연수사업에 동참하고 광주시에서도 정책적으로 '희망 나눔 닥터누리 협력사업'을 통해 의료기술 교류 활성화 정책을 펼침으로 광주 의료기술의 우수성을 알리고 돌아가 자국민에게 홍보하는 효과가 큰 영향력을 끼쳤을 거라 사료된다.

하지만 응답성에 항목별 기대와 인식의 차이를 봤을 때 '안전한 치료나 검사를 받을 수 있는 환경구축'에 대한 항목에 대해서 유의한 차이가 발생하였는데 그 이유로 의료서비스 수행 대비 설명의 부족함이 원인으로 분석된다. 외국인 환자에 대한 인식과 이해의 차이로 인해 의료진의 태도 차이가 발생하는데, 우리나라 내국인 환자의 경우 상담시간이 길지 않고 외국의 경우, 예를 들어 러시아의 경우를 보면 최소 상담시간이 30분이라는 것을 고려했을 때, 설명의 부족은 외국인 환자에게 불안감을 조성하여 기대한 바와 비교하면 인식한 서비스 품질이 낮을 수 있다는 점이다. 설문 응답 내용에도 단점으로 '의료진의 설명 부족', ' 통역사의 부재로 인한 진료 및 치료내용을 정확히 알 수 없음','수술설명의 부족으로 이해하기 어려움' 등이 제시되었다.

다섯째, 의료관광객이 지각한 공감성과 기대서비스의 차이는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 외국인 환자에 대한 특별한 관심과 태도, 맞춤형 의료서비스 제공, 편의성 등의 항목에서 기대와 인식의 차이가 발생하지 않았는데 그 이유로는 의료기관 경영자의 인식과 실무자 및 코디네이터의 역할이 큰 것으로 사료된다. 설문지 수거율이 가장 높은 의료기관이 외국인 환자 방문율이 높았고, 그 기관의 경영자와 실무자의 인터뷰를 통해 원인분석이 가능하였다. 외국인 환자에 대한 공감성이 높은 이유를 밝히기 위하여 의료관광객의 기대에 대한 경영자의 인식과 의료관광객의 기대 Gap, 경영자와 의료서비스품질 표준화의 Gap, 의료서비스품질 표준화와 실무자 서비스 수행의 Gap, 의료서비

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

스 홍보내용과 실제 이행의 Gap을 분석하였다. 그 결과 경영자는 고객의 기대에 대한 인식도가 높고 서비스 전달 시스템 각 스테이지 마다 명확한 기준과 표준화된 문서화가 선행되어 있었으며(외국인환자방문 프로세스, 다양한 국가별 동의서 및 각종 서류구비, 다양한 언어 리플릿 등 홍보물 제작, 외국인 환자를 위한 hot line 구축 등) 서비스 제공자와 지속적인 커뮤니케이션, 팀워크를 위한 노력(전 직원 외국인환자 유치 사업 관련 행사 참여 기회 제공, 타깃 국가별 코디네이터 양성, 의료기관내 다양한 언어교육 지원 등)을 시행하였다. 또한 실제 홍보내용과 이행 내용을 일치시키기 위한 노력(방문고객, 비자수속 서비스, 교통 운송 서비스, 관광 및 쇼핑 안내 서비스, 귀국 후 사후관리 서비스 등)도 확인되었다. Gap 분석 모형을 통해 기대와 인식의 격차가 작을수록 공감성에 항목에 대한 기대와 인식의 유의한 차이가 없는 것으로 확인되었다.

제2절 연구 시사점

본 연구결과를 통해 광주 의료관광서비스 품질 활성화 방안에 대한 시사점을 Gap model을 기반으로 아래와 같이 도출하였다.

첫째, 의료관광객의 기대에 대한 경영자 인식의 정도가 중요하다. 경영자의 인식과 이해도는 전체 시스템에 영향을 주는데 이를테면, 해외환자 유치를 위한 인적·물적·시스템적 요소를 구축하고, 타깃 국가를 선정하여 그에 맞는 상품을 개발하고 가격설정, 홍보내용, 홍보활동 및 홍보 경로, one-stop 서비스 지원을 위한 네트워크 체계 구축 등의 전반적인 기획과 결정을 총괄한다. 의료관광객의 기대를 파악하고 기대에 부합되는 서비스를 제공하기 위해서는 Gap 1의 격차를 줄이기 위한 노력이 필요하다.

둘째, 의료관광객의 의료서비스품질 기대에 대한 경영자의 인식을 표준화하는 작업이 중요하다. 의료관광객의 기대에 대해 경영자의 인식도가 높다고 하더라도 의료서비스 품질 표준화 작업이 제대로 선행되지 않으면 서비스 품질에 대한 기대와 인식의 차이가 발생한다. 예를 들어 외국인 환자 방문 시 매뉴얼, 외국인 환자 응대 방법, 외국인환자 문제 발생 시 대처방법 등을 전 직원에게 교육과

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

훈련을 통해 표준화된 프로세스를 제공하여 외국인을 맞이할 수 있도록 준비해야 한다. 또한, 외국인환자를 위한 다국어 동의서, 설명서 등의 각종 서식을 타깃 국 별 언어로 갖추고 병원 내 각종 안내문, 표지판 등 해당 언어로 같이 명시해야 한다. 무엇보다도 경영자의 인식 내용과 직원의 수행, 외국인 환자가 받는 서비스의 일치를 위해 표준화된 프로세스는 기본이며, 끊임없는 커뮤니케이션을 통해 수정 보완 작업을 하고 다시 표준화된 프로세스를 만드는 작업은 Gap 2의 격차를 줄이는 데 효과적일 것일 것이다.

셋째, 표준화된 의료서비스품질에 부합되지 못하는 서비스가 고객에게 전달될 때, 서비스에 대한 기대와 인식의 차이가 발생한다. 경영자는 외국인 환자를 가장 일선에서 맞이하는 실무자를 잘 선정해야 한다. 실무자의 역할을 정확하게 명시하고 적절한 통제와 권한을 위임하여 외국인 환자에 대해 유연한 대처를 할 수 있도록 해야 하며, 국제진료센터 등 외국인 환자의 업무를 담당하는 팀워크를 독려하여 외국인환자 방문 시 불편함을 최소화시켜야 한다. 또한, 실무자 또는 팀원들과 지속적인 상호소통을 통해 표준화된 프로세스에 문제가 없는지, 더 보완할 사항이 있는 지 등을 수시로 점검하고, 고객을 맞이하는 접점의 직원들이 직접 경험하고 듣는 소리에 귀를 기울여 의료관광객의 기대와 인식을 일치시키려고 노력해야 한다. 이러한 노력은 Gap 3의 격차를 줄이는 데 효과적일 것이다.

넷째, 의료관광객의 기대에 영향을 줄 수 있는 커뮤니케이션 Gap 이다. 과도한 홍보나 의사소통의 부재가 주요 원인으로 발생한다. 이의 격차를 줄이기 위해 수용할 수 있는 범위의 서비스에 대해 홍보를 해야 한다. 이행할 수 있는 범위를 벗어난 과도한 홍보는 기대와 인식의 차이를 유발한다. 의료기관 조직 내 구성원이 의료서비스에 대해 정확하게 인식하고 제공하며 서비스를 전달하는 시스템과 연계하여 추가적인 서비스 발생시에도 잘 연결될 수 있도록 해야 한다. 또한, 서비스를 이용하는 고객과 의사소통을 위해 해당 언어별 코디네이터를 통한 홍보채널 관리(SNS, Facebook. Instagram)를 하고 내부 마케팅 의사소통의 강화를 시킴으로써 Gap 4의 격차를 줄일 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제3절 연구한계 및 미래 연구 방향

광주를 방문하는 의료관광객은 해마다 늘고 있지만 타 지역에 비해 의료관광 시장이 활성화되지 않아 외국인환자 유치 등록 의료기관이라 할지라도 이용자를 찾는 데 한계가 있었다. 본 연구는 광주·전남지역을 중심으로 조사하였으나 실제 전남지역의 경우 의료관광객이 거의 없었고, 있는 기관에 설문 의뢰를 하였으나 협조적이지 않은 부분이 있어 조사의 어려움이 있었다. 전반적으로 의료기관에서 설문 의뢰에 대한 부담감을 드러내거나 설문지에 관한 내용을 충분히 설명했지만, 설문의 비 응답률이 높아 분석이 어려운 설문지가 10% 정도 발생하였다. 또한 광주를 방문한 의료관광객의 1/3 이상이 첫 방문으로 경험을 통해 형성된 인식이 객관화될 수 있는지에 대한 한계점이 있었다. 광주 의료관광 서비스품질에 대한 심층인터뷰(실무자급 이상) 요청 또한 부담감을 표시하여 여러 전문가의 입장을 듣는데 어려움이 있었다.

아직까지 광주·전남지역은 의료관광을 위한 여러 가지 정보 공유에 대해 폐쇄적인 부분이 많이 있었다. 각 의료기관 별 차별화 된 의료관광서비스 마케팅도 중요하지만, 광주라는 도시브랜드를 잘 구축하기 위해 의료관광서비스 품질을 활성화 시키는 방법이 선행되어 의료관광객이 광주를 선택하고 방문하여 경험할 수 있도록 하는 것이 우선 필요하다고 하겠다.

또한, 본 연구는 주요 측정변수인 서비스품질에 대하여 신뢰성을 검토하였으나 선행문헌들을 근거로 한 내용 타당성(content validity)을 제외하고 5가지 차원 별 집중 타당성(convergent validity)과 판별 타당성(discriminant validity)을 검토하지 못하였다. 그 이유는 서비스품질의 22개 항목들을 고려할 때 표본 수가 최소 5배 또는 요인분석(factor analysis) 에 적절한 권고치인 10배를 확보하지 못했기 때문이다(Hair et al., 2009). 따라서 향후 연구에서는 충분한 표본 수를 확보하여 측정변수들의 타당성을 검토할 필요가 있다.

한편, 본 연구는 광주·전남 의료관광서비스 품질에 대해 비중을 두었으나, 수집된 자료를 포함하여 지속적으로 더 자료를 수집하여 향후 의료관광서비스 품질과 고객 만족, 충성도, 신뢰도, 재 이용률 등을 연구 할 수 있으며, 좀 더 세분화하여 국적별 의료관광서비스 품질 활성화 방안 이를 통한 만족도와 충성도

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

를 연구 할 수 있다. 또한 향후 비교 분석을 통해 광주·전남 의료관광서비스 품질을 평가하고 재고함으로써 의료관광서비스 품질 활성화 전략을 수립하는 데 도움이 되는 연구를 해야 할 것이다.

더불어 의료관광서비스품질 활성화는 광주·전남의 의료관광 활성화에 기본이 되며 더 나아가 관광, 교육, MICE 등과 같은 산업을 연계한 연구를 통해 광주·전남이 보유하고 있는 의료 및 관광자원을 이용한 신규시장, 신규상품을 개척하여 의료관광산업이 지역경제 활성화 방안으로 성장하기를 기대한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

【참고문헌】

1. 국내문헌

강이주, 이상협(1997). “의료서비스에 대한 서비스 부문별 중요도와 만족도에 관한 연구,” 한국가정관리학회지, 15(1), 129-146.

고한익(2010), 외국인 관광객의 관광지 서비스품질, 지각된 가치가 자기 효능감 및 만족에 미치는 영향, 박사학위논문, 동아대학교대학원.

구순이(1996), “의료서비스에 대한 소비자 만족에 관한 연구,” 마케팅연구, 11(2),67-90.

김계수(2008), Amos16.0 구조방정식모형 분석, 서울: 한나래출판사, 64.

김미녀, 정기한, 오재신(2009), “의료서비스에서 환자만족의 선·후행변수의 구조적 관계,” 산업경제연구, 22(6), 2955-2984.

김명주(2011), 중국관광객의 한국의료관광 선택속성에 관한 연구: 성형미용을 중심으로, 석사학위논문, 경희대학교대학원.

김민철, 문성종, 부창산(2008). “AHP를 이용한 제주지역 의료분야의 우선순위분석에 관한 연구,” 관광연구, 22(4), 281-300.

김봉기(2013), 의료관광자의 심리적 거리와 관광지 선택속성이 만족과 행동의도에 미치는 영향, 박사학위논문, 경기대학교 관광전문대학원.

김영주(2016), 한국의료관광의 서비스품질, 소비가치, 브랜드이미지 및
의료관광만족 간의 구조적 관계에 관한 연구: 중국인 의료관광객을 중심으로,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

박사학위논문. 배재대학교 대학원.

김흥식 외(2009), “경기도 의료관광산업 발전방안에 관한 연구,” 정책연구, 2009-28, 경기개발연구원.

노진옥(2002), 의료서비스 가치의 의료소비자 만족에 미치는 영향에 관한 실증연구, 박사학위논문", 경성대학교 대학원.

박재산(2002), “병원입원환자가 인지하는 의료서비스 질, 만족도, 서비스가치, 병원 재이용 의사간의 인과관계분석,” 한국병원경영학회지, 27(4), 123-151.

빈형준(2002), 의료서비스 품질이 재 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구, 석사학위논문, 동아대학교 대학원.

산업연구원(2013), 의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제.

송석권(2011), 일본인 골프관광의 서비스 품질, 지각된 가치, 만족 그리고 행동의도 간의 관계, 박사학위논문, 안양대학교 대학원.

유명희, 신재기(2009). 의료마케팅. 한올출판사.

윤성준, 박종원(2002), "특별기고:의료서비스품질과 고객만족에 관한 연구," 서비스경영학회지, 3(1).

엄서호(1994), “주제공원 서비스질의 측정 척도 개발에 관한 연구”, 한국조경학회지, 22(2), 25-38.

윤지영(2009), “전문 비서직 서비스 품질 연구에 있어 Gap Model의 적용을 위

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

한 기초 연구," 비서학 논총, 18(1), 23-40.

윤성준, 박종원(2002), "의료서비스품질과 고객만족에 관한 연구," 서비스경영학회지, 3(1), 151-175.

이기춘, 조희경(1996), "의료서비스에 대한 소비자 불만족, 불만호소 행동 및 재구매 의도," 소비자학연구, 7(2), 87-108.

이미혜(2010), "항공사 서비스품질이 가치, 만족 및 충성도에 미치는 영향," 관광연구, 25(5), 101-122

이수광(1997), "호텔 서비스 품질과 고객만족 구매의도의 상관성에 관한 연구," 관광학 연구, 21(1), 102-118.

이수진(2012), 지질관광동기와 서비스품질이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향, 박사학위논문, 경기대학교 대학원.

이은미. 김원인. 이계희(2009). "대구시 의료관광 선택속성과 활성화방안", 관광연구, 24(2), 109-125.

이유재(2018), 서비스 마케팅, 학현사, 510-542.

이유재, 라선아(2003), "서비스 품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영향에 관한 연구: 기존고객과 잠재고객의 비교 중심으로," 마케팅연구,18(4), 67-97.

이유재, 라선아 (2006), "한국기업의 서비스품질 평가제도 변천과정", 서울대학교 출판부.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이응재(2009), 노인 전문병원의 의료서비스 품질이 고객만족과 재 이용의도에 미치는 영향, 석사학위논문, 공주대학교 경영행정대학원.

이주현, 김홍범(2016), “의료관광 선택요인의 중요도와 만족도 관계분석(IPA)에 관한 연구:방한 외국인 의료관광객을 대상으로,” 호텔관광연구, 18(1), 44-47

임범종.윤병국.권성길(2009), “한국적 의료관광상품 개발방안연구,” 호텔경영학연구, 18(3), 317-337.

임춘례(2011), 의료서비스가치의 의료소비자만족에 미치는 영향에 관한 실증연구, 박사학위논문, 경성대학교 대학원.

임형택(2011), 의료관광정책의 협력적 거버넌스 구축과정 연구, 박사학위논문, 한양대학교 대학원.

원종하(2014), 의료관광론, 한올.

장현숙(2015), 의료관광 서비스품질과 서비스가치가 행동의도에 미치는 영향 중국의료관광객을 중심으로, 박사학위논문, 경기대학교 대학원.

전주섭(2010), 의료서비스 품질이 서비스 가치, 고객만족, 재이용의도에 미치는 영향에 관한연구, 박사학위논문, 동신대학교 대학원.

전인수, 배일현(2016), 서비스 마케팅, 청람, 37-51.

정진수(2009), “관광과 융합된 선택형 의료관광 마케팅 전략. 돈 되는 의료관광 이렇게 준비한다”, 세미나 발표집, 한국보건산업진흥원.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

조성식(2015), 창조경제기대 의료관광 활성화방안에 관한 연구, 23, 253-272.

천혜정(2004), “가족학 분야에서의 질적 연구 경향 및 방법론적 문제점”, 한국가정관리학회지, 22(5), 161-173.

최귀선(1999), 의료서비스 질이 환자 만족도, 서비스 가치, 재이용 의사에 미치는 영향에 대한 구조분석, 박사학위논문, 연세대학교 대학원.

최현석(2007), 농촌체험관광의 지각된 서비스품질이 충성도에 미치는 영향, 석사학위논문, 경기대학교 대학원.

허향진, 김민철, 부창산(2010), “A'WOT를 이용한 의료관광 유형별 발전방안에 관한 연구,” 제67차학술심포지엄 및 연구논문 발표대회, 한국관광학회.

한국보건산업진흥원(2016), 한국의료관광 마케팅 2016.

한국보건산업진흥원(2017), 2016 외국인환자 유치실적 통계분석보고서.

한국관광공사(2016). 2015년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, 문화체육관광부.

한국관광공사(2016), 의료관광 산업분류체계 설정 및 경제적 파급효과 분석

한국관광공사(2012), 한국의료관광총람.

홍수희(2004), 문화관광지 서비스품질, 관광객만족 및 반응의 관계 연구, 박사학위 논문, 동아대관광경영학과 대학원.

황은영(2005), 1차 의료기관 이용자들의 고객충성도에 영향을 미치는 요인, 석사

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

학위논문, 성균관대학교 대학원.

황여임(2006), 한국의료시장 확대를 위한 마케팅 전략에 관한 연구:외국인 관광객 유치중심, 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원.

2. 국외문헌

A. Parasuraman, Valarie A., Zeithaml & L. L. Berry(1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

A. Parasuraman, V. A., Zeithaml & L. L. Berry(1988), "SERVQUAL: A Mutiple-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40

A. Parasuraman, Valarie A., Zeithaml & L. L. Berry(1991), Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.

Babakus, E., G. W. Boller(1992), "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Business Research*", 2, 253-268.

Babakus, E. and Mangold, G(1992), "Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services: An Empirical Investigation", *Health Service Research,* 26(6), 767-786.

Bopp. K. D.(1990), "How Patients Evaluate the Quality of Ambulatory Medical

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Encounters: a Marketing Perspective, *Journal of Health Care Marketing*", 10(1), 6-15

Bouman, M. T., T. V. Wiele(1992), "Measuring Service Quality in the Car Service Industry: Building and Testing and Instrument, *International Journal of Service Management*", 3(4), 1992, 4-16.

Brown, T. J., G. A. Churchill & J. P. Peter(1993), "Improving the Measurement of Service Quality, *Journal of Retailing*", 69(1), 127-139.

Brady, Michael K. and J. Joseph Cronin Jr. (2001), "Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical", Journal of Marketing, Approach," 65(July), 34-49.

Buttle, F.(1996), "SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda", *European Journal of Marketing*, 30, 8-32.

Bitner, Mary Jo(1990), "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surrounding and Employee Responses," Journal of Marketing 54(April), 69-81.

Bitner, Mary Jo (1992), "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Journal of Marketing, Employees,"56(April), 57-71.

Chase, R. and Douglas M. Stewart (1994), "Make Sloan Management Your Service Fail-Safe," Review, 35(3), 35-44.

Cronin. J. J. Jr., S. A. Taylor(1992), Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension, *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Crosby, P. B.(1979), Quality is Free: The Art of Making Quality Certain, 94, New York: Mc Graw-Hill.

Donabedian. A.(1980), A Guide to Medical Care Administration: Medical Care Appraisal: Quality and Utilization, The American Public Health Association.

Donabedian. A.(1988), "Quality and Cost: Choices and Responsibilities", *Inquiry,* 90-99.

Donabedian. A.(1997), The Quality of Care: How Can It Be Assessed?, *Pro-quest Nursing Journals*, 260(12), 1743-1748.

Dabholkar, Pratibha A, Dayle I. Thorpe, and Joseph O. Rentz (1996), "A Measure of Service Journal of the Quality for Retail Stores," *Academy of Marketing Science,* 24(Winter), 3-16.

Eric L. (1996), *Health Tourism: A Business Opportunity Approach*, in Stephen J. Page(Ed.) Health and International Tourist, New York: Routledge.

English, V., Mussell, R., Sheather, J., Sommerville, A.(2005). "More on Medical Tourism. Journal of Medical Ethics", 31(12), 743.

Eman M, Helmy.(2011), "Benchmarking The Egyptian Medical Tourism Sector Against International Best Practices: An Exploratory Study", An *International Multidisciplinary Journal of Tourism,* 6(2), 293-311.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Emin & G. W. Boller.(1992), An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Business Research*, 24(3), 253-268.

Frochot, I., H. Hughes(2000), "HISTOQUAL : The Development of Historic House Assesment Scale", *Tourism Management*, 21(2), 157-167.

Fullerton, Gordon(2005), "The Service Quality - Loyalty Relationship in Retail Services: Does Commitment Matter?", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12(2), 99-111.

GoodrichJ. N., Goodrich G.E, "Healthcare Tourism-an Exploratory Study", *Tourism Mangement*, 8(3), 1987.

Gaglio, K. B.,. J. Hathcote(1994), "Customer Expectations and Perceptions of Service Quality in Apparel Retailing", *Journal of Services Marketing*, 8(1), 60-69.

Grönroos, C.(1984), "A Service Quality Model and Its Marketing Implications", *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.

Grnroos, C.(1988), "Service Quality: The Six Criteria of Good Perceived Service Quality," Review of Business, 9(Winter), 10-3.

Hair JR, J. F,. W. C. Black, R. E. Anderson(2009), "Multivariate Data Analysis, 7th Edition, Pearson.

Hall. C. M.(1992), "Adventure, Sport & Health Tourism", *Special Interest Tourism*, 141-158.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Henderson, J.(2004), “Healthcare Tourism in Southeast Asia”, Tourism Review International, 7, 111-121.

Hsieh, Yi-Ching and Shu-Ting Hiang (2004), “Study of the Impacts of Service Quality on Relationship Quality in Search-Experience-Credence Services,” *Total Quality Management*, 15 (1), 43-58.

Iacobucci. D.(1998), “Services: What Do We Know and Where Shall We Go? A View from Marketing”, *Advances in Services Marketing and Management,* 7, 1-96.

Kasper, C.(1989). “From Traditional SPA Tourism to Modern Forms of Health Tourism. Publications de I′AIEST Association International Experts Scientifiques du Tourisme”. *Editions AIEST*, 155-156.

Kotler, P., G. Amstrong.(2008), Principles of Marketing. Pearson/Prentice Hall.

Lytle. R. S., M. P. Mokwa(1992), “Evaluating Health Care Quality: The Moderating Role of Outcomes”, *Journal of Health Care Marketing*, 12(1), 4-14.

Medlik, S.(1996), "Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality", British Library Cataloguing in Publication Data, 125.

Moon, K. S., Kim, M, Ko, Y. J. , Connaughton , D. P. & Lee, J. H,(2011), “The Influence of Consumer′s Event Quality Perception on Destination Image”, *Managing Service Quality*, 21(3), 287-303.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Mueller., Kaufmann(2001), "Wellness Tourism: Market Ananlisis of A Special Health Tourism Segment and Implications for The Hotel Industry", *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5-8.

Peter, P. J., G. A. Churchill & T. J. Brown(1993), "Caution in the Use of Difference Scores in Consumer Research", *Journal of Consumer Research*, 19, 655-662.

Reimer, A., R. Kuehn, "The Impact of Service Scape on Quality Perception", *European Journal of Marketing*, 39, 785-808.

Radnitzky, G.(1970), "Contemporary School of Metascience(2nd ed.), Gothenburg: Akademiforlaget.

Rust, Roland T., Richard L. Oliver (1994), "Service Quality:Insights and Managerial Service Implications from the Frontier," InQuality: New Directions in Theory and Practice, Roland T. Rust and Richard L. Oliver(Eds.), Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1-19.

Spreng, R. A., Singh, A. K.(1993), "An Empirical Assessment of the SERVQUAL, Scale and The Relationship between Service Quality and Satisfaction, Unpublished Manuscript, Michigan State University, TN.

Smith, M., Puczko, L. (2009) "Health and Wellness Tourism. Elsevier", USA.

Stewart, Douglas M. (2003), "Piecing Together Service Quality: A Framework for Robust Production and Operations Management, Service," 12(2), 246-65.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Taylor, S. A., T. L. Baker(1994), “An Assessment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intentions”, *Journal of Retailing*, 70(2), 163-178.

Turley L. W.(1990), “ Strategies for Reducing Perceptions of Quality Risk in Service”, *Journal of Service Marketing*, 4(3), 5-11

Vyas, Niren, A. G. Woodside(1984), “An Inductive Model of Industrial Supplier Choice Process”, *The Journal of Marketing*, 48(1), 30-45.

Wake field, K. K., J. G. Boldgett(1999), “Customer Response to Intangible and Tangible Service Factors”, *Psychology and Marketing*, 16(1), 51-69.

Zifko-Baliga, M. Georgette & F. K. Robert(1997), “Managing Perceptions of Hospital Quality, Negative Emotional Evaluations Can Undermine Even the Best Clinical Quality”, *Marketing Health Services*, 17(1), 28-35.

Zeithaml, V. A. Bitner, M.J. (2000), Services Marketing, McGraw-Hill, Boston, MA.

Zifko-Baliga,M.Georgette & F. K. Robert(1996), "Managing Perceptions of Hospital Quality. Negative Emotional Evaluations Can Undermine Even the Best Clinical Quality." *Marketing Health Services,* 17(1), 28-35.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

< 부 록 > 설문지-국문

의료관광 서비스품질 결정요인

안녕하십니까?
먼저 귀중한 시간을 내어 본 설문에 응해 주셔서 감사드립니다.
본 설문지는 광주의료관광서비스 품질 결정요인을 분석하며, 이를 통해 광주의료관광서비스 품질을 확인하여 향후 나아가야 할 방안과 활성화 방안을 모색하기 위한 연구입니다.
귀하의 성의 있는 응답이 연구에 귀중한 자료가 되오니 바쁘시더라도 본 연구에 취지를 이해해 주시고 끝까지 답해주시면 감사하겠습니다.
본 조사는 학문적인 연구 이외에 다른 목적으로 사용되지 않음을 약속드리며 귀하의 솔직한 의견을 기재 해 주시길 부탁드립니다.

지도교수 : 광주조선대학교 경영학부 교수 황 윤 용
연구자: 조선대학교 일반대학원 경영학과 석사과정 김 미 라

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ 다음은 광주·전남지역의 의료관광서비스와 관련된 행동 및 광주·전남지역의 의료관광서비스 성격을 알아보기 위한 질문입니다. 솔직한 의견 부탁드립니다.

1. 귀하의 국적은?

① 미국 ② 중국 ③ 몽골 ④ CIS ⑤ 베트남 ⑥ 기타(_____)

2. 귀하의 성별은? ① 남자 ② 여자

3. 귀하의 태어난 년도는?_____

4. 귀하의 직업은?

① 학생 ② 공무원 ③ 회사원 ④ 개인사업 ⑤ 주부 ⑥ 농·어업, 목축업 ⑦기타( )

5. 귀하의 한국방문 횟수는? (_____회)

6. 귀하의 광주방문 횟수는? (_____회)

7. 귀하께서 광주의료관광을 어떤 경로를 통해 방문하셨습니까?

① 가족, 친구, 동료 ② 인터넷 ③ TV,신문 ④ 해외의료진 및 병원

⑤ 여행사 및 에이젼시 ⑥ 기타(_____)

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

8. 귀하께서 광주로 의료관광을 선택 한 가장 큰 요인은 무엇입니까? (중복응답가능)

① 가격 ② 첨단의료장비 ③ 우수한 의료진 ④ 관광지 ⑤ 접근성

⑥ 지인의 소개 ⑦ 선진의료경험 ⑧우수한 의료서비스 품질

⑨ 기타(_____)

9. 귀하께서는 어떤 의료서비스를 받기 위해 광주를 방문하셨습니까? (중복응답가능)

① 피부·성형 ② 건강검진 ③ 임신과 출산 ④ 한방진료

⑤ 수술(_____) ⑥ 기타(_____)

10. 귀하께서 광주에 와서 현재 받고 있는 의료서비스 비용이 어느 정도가 적정하다고 생각하십니까?

(_____$)

11. 귀하께서 가장 최근에 이용한 병원은?_____

12. 귀하께서 가장 최근에 이용한 병원의 장점과 단점은?

장 점:_____

단 점:_____

13. 귀하께서 생각하고 있는 우수한 병원이란?

_____

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ 다음은 의료관광 서비스 제공 우수 병원에 대한 귀하께서 생각하시는 척도에 대한 질문입니다. 아래 제시된 항목에 대해 귀하께서 얼마만큼 동의하는지 해당 번호에 동그라미로 표시해 주시기 바랍니다

	전혀동의하지않음 매우동의함
1. 우수한 병원은 첨단의료장비를 갖추고 있다.	1---2---3---4---5---6---7
2. 우수한 병원의 시설과 구조는 시각적으로 보기에 좋다	1---2---3---4---5---6---7
3. 우수한 병원의 직원(의사,간호사,직원)들의 옷차림과 용모는 단정하다.	1---2---3---4---5---6---7
4. 우수한 병원은 진료에 적합한 시설과 편안한 분위기를 갖추고 있다.	1---2---3---4---5---6---7
5. 우수한 병원은 예정된 시간안에 의료서비스에 대한 약속을 반드시 지킨다	1---2---3---4---5---6---7
6. 우수한 병원은 환자에게 발생된 문제에 대해 성의를 다해 해결 해 준다.	1---2---3---4---5---6---7
7. 우수한 병원의 의료서비스는 믿고 의지할 수 있다.	1---2---3---4---5---6---7
8. 우수한 병원은 약속된 시간에 의료서비스를 제공한다.	1---2---3---4---5---6---7
9. 우수한 병원의 의료진은(의사,간호사) 질병상태, 치료계획, 주의사항에 대해 상세하게 설명한다.	1---2---3---4---5---6---7
10. 우수한 병원의 직원은 예약, 진료, 검사, 치료가 언제, 어떻게 진행 될 것인지 말해준다	1---2---3---4---5---6---7
11. 우수한 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 환자에게 즉각적인 서비스를 제공한다.	1---2---3---4---5---6---7
12. 우수한 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 항상 환자의 요구나 질문에 자발적으로 응한다.	1---2---3---4---5---6---7
13. 우수한 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 아주 바쁠때에도 환자의 요구에 신속하게 대응한다.	1---2---3---4---5---6---7
14. 우수한 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 이용하는 환자에게 신뢰감을 준다.	1---2---3---4---5---6---7
15. 우수한 병원은 안전한 치료나 검사를 받을 수 있는 환경이 구축되어 있다.	1---2---3---4---5---6---7
16. 우수한 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 예의바르고 친절하다.	1---2---3---4---5---6---7
17. 우수한 병원의 의료진(의사,간호사)은 환자상태나 치료방안을 설명 할 충분한 지식을 가지고 있다.	1---2---3---4---5---6---7
18. 우수한 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 환자에게 관심을 기울인다.	1---2---3---4---5---6---7
19. 우수한 병원은 외국인환자의 편리에 맞게 유동적으로 시간조절이 가능하다.	1---2---3---4---5---6---7
20. 우수한 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 외국인 환자를 위해 특별하게 신경을 더 써준다.	1---2---3---4---5---6---7
21. 우수한 병원은 환자의 이익을 최우선으로 생각한다.	1---2---3---4---5---6---7
22. 우수한 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 환자의 요구도를 파악 하여 그에 맞는 의료서비스를 제공한다.	1---2---3---4---5---6---7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ 다음은 의료관광 서비스 제공 000 병원에 대한 귀하께서 생각하시는 척도에 대한 질문입니다. 아래 제시된 항목에 대해 귀하께서 얼마만큼 동의하는지 해당번호에 동그라미로 표시해 주시기 바랍니다

	전혀동의하지않음 매우동의함
1. 000 병원은 첨단의료장비를 갖추고 있다.	1---2---3---4---5---6---7
2. 000 병원의 시설과 구조는 시각적으로 보기에 좋다	1---2---3---4---5---6---7
3. 000 병원의 직원(의사,간호사,직원)들의 옷차림과 용모는 단정하다.	1---2---3---4---5---6---7
4. 000 병원은 진료에 적합한 시설과 편안한 분위기를 갖추고 있다.	1---2---3---4---5---6---7
5. 000 병원은 예정된 시간안에 의료서비스에 대한 약속을 반드시 지킨다	1---2---3---4---5---6---7
6. 000 병원은 환자에게 발생된 문제에 대해 성의를 다해 해결 해준다.	1---2---3---4---5---6---7
7. 000 병원의 의료서비스는 믿고 의지할 수 있다.	1---2---3---4---5---6---7
8. 000 병원은 약속된 시간에 의료서비스를 제공한다.	1---2---3---4---5---6---7
9. 000 병원의 의료진은(의사,간호사) 질병상태, 치료계획, 주의사항에 대해 상세하게 설명한다.	1---2---3---4---5---6---7
10. 000 병원의 직원은 예약, 진료, 검사, 치료가 언제, 어떻게 진행 될 것인지 말해준다	1---2---3---4---5---6---7
11. 000 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 환자에게 즉각적인 서비스를 제공한다.	1---2---3---4---5---6---7
12. 000 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 항상 환자의 요구나 질문에 자발적으로 응한다.	1---2---3---4---5---6---7
13. 000 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 아주 바쁠때에도 환자의 요구에 신속하게 대응한다.	1---2---3---4---5---6---7
14. 000 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 이용하는 환자에게 신뢰감을 준다.	1---2---3---4---5---6---7
15. 000 병원은 안전한 치료나 검사를 받을 수 있는 환경이 구축되어 있다.	1---2---3---4---5---6---7
16. 000 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 예의바르고 친절하다.	1---2---3---4---5---6---7
17. 000 병원의 의료진(의사,간호사)은 환자상태나 치료방안을 설명할 충분한지식을 가지고 있다.	1---2---3---4---5---6---7
18. 000 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 환자에게 관심을 기울인다.	1---2---3---4---5---6---7
19. 000 병원은 외국인환자의 편리에 맞게 유동적으로 시간조절이 가능하다.	1---2---3---4---5---6---7
20. 000병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 외국인 환자를 위해 특별하게신경을 더 써준다.	1---2---3---4---5---6---7
21. 000 병원은 환자의 이익을 최우선으로 생각한다.	1---2---3---4---5---6---7
22. 000 병원의 직원(의사,간호사,직원)들은 환자의 요구도를 파악 하여 그에 맞는 의료서비스를 제공한다.	1---2---3---4---5---6---7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ 다음은 광주의료관광에 대한 전반적인 질문입니다.

1. 귀하께서는 전반적으로 광주 **의료관광서비스**에 어느 정도 만족하십니까?

① 매우 불만족스럽다 ② 불만족스럽다 ③ 보통이다 ④ 만족스럽다 ⑤ 매우 만족스럽다

2. 귀하께서는 전반적으로 광주 **의료서비스**에 어느 정도 만족하십니까?

① 매우 불만족스럽다 ② 불만족스럽다 ③ 보통이다 ④ 만족스럽다 ⑤ 매우 만족스럽다

3. 귀하께서는 전반적으로 광주의 **관광서비스**에 어느 정도 만족하십니까?

① 매우 불만족스럽다 ② 불만족스럽다 ③ 보통이다 ④ 만족스럽다 ⑤ 매우 만족스럽다

4. 귀하께서는 의료관광을 위해 광주를 재방문할 의향이 있으십니까?

① 매우 불만족스럽다 ② 불만족스럽다 ③ 보통이다 ④ 만족스럽다 ⑤ 매우 만족스럽다

5. 귀하께서는 가족이나 친척, 친구에게 광주의료관광을 추천하시겠습니까?

① 매우 불만족스럽다 ② 불만족스럽다 ③ 보통이다 ④ 만족스럽다 ⑤ 매우 만족스럽다

6. 귀하께서는 광주의료관광의 만족도를 높이기 위해 어떤 점이 보완되어야 한다고 생각하십니까?

_____

_____

◉ 귀하신 시간 내어 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

< 부 록 > 설문지-러시아어

※ Целью данного опроса является исследование характера услуг медицинского туризма в г. Кванджу и провинции Чоннам, а также связанной с ними деятельности. Просим Вас дать искренние ответы.

1. Укажите Ваше гражданство.
① США ② Китай ③ Монголия ④ СНГ ⑤ Вьетнам ⑥ Другое (_____)

2. Укажетие Ваш пол. ① Мужской ② Женский

3. Укажите год Вашего рождения: _____

4. Укажите Вашу профессию.
① Студент ② Гос. служащий ③ Офисный работник ④ Частный предприниматель
⑤ Домохозяин(-ка) ⑥ Фермер / Рыбак ⑦ Другое (_____)

6. Какой по счёту Ваш этот визит в г. Кванджу? (_____ раз)

7. Откуда Вы узнали о возможности получения медицинских услуг в г. Кванджу?
① Семья, друзья, коллеги ② Интернет ③ ТВ, газеты ④ Врач за рубежом / больница
⑤ Тур фирма или агентство ⑥ Другое (_____)

8. Выберите самую основную причину, по которой Вы выбрали именно Кванджу. (возможно несколько ответов)
① Цена ② Передовое медицинское оборудование ③ Высококлассный мед. персонал
④ Достопримечательности ⑤ Доступность ⑥ Рекомендация знакомых
⑦ Рекомендация врача в Вашей стране ⑧ Другое (_____)

9. Для получения каких медицинских услуг Вы приехали в Кванджу?
① Кожа · Пластика ② Диагностика ③ Беременность и роды ④ Восточная медицина
⑤ Операция (_____) ⑥ Другое(_____)

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

10. Как Вы думаете, какова будет разумная цена за,оказываемые Вам в настоящее время,медицинские услуги в Кванджу?
($_____)

11. В какой больнице Вы проходили лечение в самый последний раз? _____

12. Каковы преимущества и недостатки больницы, услугами которой Вы пользовались в самый последний раз?

Преимущества:_____

Недостатки:_____

13. Какой на Ваш взгляд должна быть превосходная больница?

_____

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ Следующие вопросы относятся к теме превосходной больницы, предоставляющей услуг и медицинского туризма. Пожалуйста, ответьте на вопросы, нарисовав кружочек, указав тем самым насколько Вы согласны или не согласны с утверждением.

	не согласен согласен
1. Впревосходной больнице имеется передовое оборудовани е.	1----2----3----4----5----6----7
2. Структура и обстановка превосходной больницы выглядит хорошо.	1----2----3----4----5----6----7
3. Одежда и внешний вид работников (врачи, мед. персонал и другие) превосходной больницы аккуратный и скромный.	1----2----3----4----5----6----7
4. Превосходная больница обладает удобной атмосферой и оборудованием, необходимым для лечения.	1----2----3----4----5----6----7
5. Превосходная больница обязательно вовремя выполняет медици нские услуги.	1----2----3----4----5----6----7
6. Впревосходной больнице с уважением разрешаются, возн икшие у пац иента, проблемы.	1----2----3----4----5----6----7
7. На услуги превосходной больницы можно положиться и доверять.	1----2----3----4----5----6----7
8. Превосходная больница предоставляет медицинские услуг и в срок.	1----2----3----4----5----6----7
9. Медицинский персонал (врачи, медсестра) превосходной больницы ра зъясняет всё в деталях - состояние болезни, план лечения, меры пр едосторожности.	1----2----3----4----5----6----7
10. Работники превосходной больницы уведомляют пациент а о том, ког да и как произвести бронь, диагностику и лече ние.	1----2----3----4----5----6----7
11. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) превосходно й больницы оказывают услуги пациенту незамедлительно.	1----2----3----4----5----6----7
12. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) превосходно й больницы всегда отвечают добровольно на вопросы и за просы пациентов.	1----2----3----4----5----6----7
13. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) превосходно й больницы быстро отвечают на запросы пациентов даже б удучи очень занятыми.	1----2----3----4----5----6----7
14. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) превосходно й больницы вызывают доверие у пациента.	1----2----3----4----5----6----7
15. Впревосходной больнице присутствует атмосфера, дающа я уверенно сть в безопасной диагностике и лечении.	1----2----3----4----5----6----7
16. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) превосходной больницы воспитанные и доброжелательные.	1----2----3----4----5----6----7
17. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) превосходно й больницы обладают достаточными знаниями, необхо димыми для разъяснения состояния пациента и мер л ечения.	1----2----3----4----5----6----7
18. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) превосходно й больницы внимательны к пациенту.	1----2----3----4----5----6----7
19. Впревосходной больнице есть возможность изменять вр емя для удобства иностранного пациента.	1----2----3----4----5----6----7
20. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) превосходно й больницы проявляют особую заботу по отношению к иностранным пациентам.	1----2----3----4----5----6----7
21. Превосходная больница заботится в первую очередь о в ыгоде для пациента.	1----2----3----4----5----6----7
22. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) превосходно й больницы исследуют потребности пациента, на осно ве которых предоставляют медицинские услуги.	1----2----3----4----5----6----7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ Следующие вопросы относятся к больнице ○○○, которую Вы посещали в последний раз, с целью получения услуг медицинского туризма. Пожалуйста, ответьте на вопросы, нарисов ав кружочек, указав тем самым насколько Вы согласны или не согласны с утверждением.

	не согласен согласен
1. В больнице ○ ○ ○ имеется передовое оборудование.	1----2----3----4----5----6----7
2. Структура и обстановка больницы ○ ○ ○ выглядит хор ошо.	1----2----3----4----5----6----7
3. Одежда и внешний вид работников (врачи, мед. персона л и другие) больницы ○ ○ ○ аккуратный и скромный.	1----2----3----4----5----6----7
4. Больница ○ ○ ○ обладает удобной атмосферой и обор удованием, необходимым для лечения.	1----2----3----4----5----6----7
5. Больница ○ ○ ○ обязательно вовремя выполняет медицин ские услуги.	1----2----3----4----5----6----7
6. В больнице ○ ○ ○ с уважением разрешаются, возникшие у пациент а, проблемы.	1----2----3----4----5----6----7
7. На услуги больницы ○ ○ ○ можно положиться и доверят ь.	1----2----3----4----5----6----7
8. Больница ○ ○ ○ предоставляет медицинские услуги в с рок.	1----2----3----4----5----6----7
9. Медицинский персонал (врачи, медсестра) больницы ○ ○ ○ разъясняет всё в деталях - состояние болезни, план ле чения, меры предосторожности.	1----2----3----4----5----6----7
10. Работники больницы ○ ○ ○ уведомляют пациента о то м, когда и как произвести бронь, диагностику и лечен ие.	1----2----3----4----5----6----7
11. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) больницы ○ ○ ○ оказывают услуги пациенту незамедлительно.	1----2----3----4----5----6----7
12. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) больницы ○ ○ ○ всегда с охотой отвечают на вопросы и запросы п ациентов.	1----2----3----4----5----6----7
13. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) больницы ○ ○ ○ быстро отвечают на запросы пациентов даже буду чи очень занятыми.	1----2----3----4----5----6----7
14. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) больницы ○ ○ ○ вызывают доверие у пациента.	1----2----3----4----5----6----7
15. В больнице ○ ○ ○ присутствует атмосфера, дающая ув еренность в безопасной диагностике и лечении.	1----2----3----4----5----6----7
16. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) больницы ○ ○ ○ воспитанные и доброжелательные.	1----2----3----4----5----6----7
17. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) больницы ○ ○ ○ обладают достаточными знаниями, необходимыми для разъяснения состояния пациента и мер лечения.	1----2----3----4----5----6----7
18. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) больницы ○ ○ ○ внимательны к пациенту.	1----2----3----4----5----6----7
19. В больнице ○ ○ ○ есть возможность изменять время дл я удобства иностранного пациента.	1----2----3----4----5----6----7
20. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) больницы ○ ○ ○ проявляют особую заботу по отношению к иностр анным пациентам.	1----2----3----4----5----6----7
21. Больница ○ ○ ○ заботится в первую очередь о выгоде дл я пациента.	1----2----3----4----5----6----7
22. Работники (врачи, мед. персонал, и другие) больницы ○ ○ ○ исследуют потребности пациента, на основе котор ых предоставляют медицинские услуги.	1----2----3----4----5----6----7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ Следующие вопросы о медицинском туризме в Кванджу являются общими.

1. Насколько в целом Вы удовлетворены услугами медицинского туризма в Кванджу?
   ① Очень недоволен ② Не доволен ③ Так себе ④ Доволен ⑤ Очень доволен

2. Насколько в целом Вы удовлетворены медицинскими услугами в Кванджу?
   ① Очень недоволен ② Не доволен ③ Так себе ④ Доволен ⑤ Очень доволен

3. Насколько в целом Вы удовлетворены туристическими услугами в Кванджу?
   ① Очень недоволен ② Не доволен ③ Так себе ④ Доволен ⑤ Очень доволен

4. Есть ли у Вас желание повторно посетить Кванджу в целях медицинского туризма?
   ① Вообще нет ② Нет ③ Мне разницы нет ④ Есть ⑤ Очень большое желание

5. Порекомендовали бы Вы воспользоваться услугами медицинского туризма в Кванджу своей семье, родственникам и друзьям?
   ① Вообще нет ② Нет ③ Мне разницы нет ④ Да ⑤ Обязательно

6. Что, по Вашему мнению, нужно изменить/устранить/дополнить для того, чтобы повысить степень удовлетворенности качеством медицинского туризма пациентами?

_____

_____

_____

♣ Мы благодарим Вас за Ваше драгоценное время!

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

< 부 록 > 설문지-몽골어

※ Доорхи асуултууд нь Гванжу-Чоннам бүсийн эмчилгээний аялал жуулчлалын үйлчилгээтэй холбоотой үйл явц болон түүнтэй холбоотой зан чанаруудыг тодорхойлох зорилгоор өгөгдсөн асуултууд юм. Үнэн бодит санал аа оруулахыг хүсье.

1. Эрхэм таны иргэний харьяалал нь?
   ① АНУ ② Хятад ③ Монгол ④ ТУХН ⑤ Вьетнам ⑥ Бусад (_____)

2. Таны хүйс?
   ① Эрэгтэй ② Эмэгтэй

3. Таны төрсөн он сар өдөр : _____

4. Таны мэргэжил
   ① Оюутан ② Төрийн албан хаагч ③ Оффисын ажилтан ④ Хувийн бизнес эрхлэгч
   ⑤ Гэрийн эзэгтэй ⑥ Тариаланч/загас агнуурчин/малчин ⑦ Бусад (_____)

5. БНСУ-д хэд дэхь удаа айлчилж байгаа вэ?_____

6. Гванжу хотод хэд дэхь удаа айлчилж байгаа вэ? _____

7. Эрхэм та Гванжу хотын эмчилгээний аялал жуулчлалыг ямар арга замаар дамжуулан үйлчлүүлэх болсон бэ?
   ① Хамаатан садан, найз нөхөд, хамт олноос ② Интернэт ③ ТВ, сонин
   ④ Гадаадын эмч мэргэжилтэн/эмнэлэг ⑤ Аялал жуулчлалын компани болон жуулчлалын компани
   ⑥ Бусад (_____)

8. Эрхэм таны хувьд Гванжу хотын эмчилгээний аялал жуулчлалыг сонгох болсон хамгийн чухал шалтгааныг тодотгож өгнө үү? (хариултыг давтан сонгох боломжтой).
   ① Үнэ ② Сүүлийн үеийн тоног төхөөрөмж ③ Чадварлаг эмч, мэргэжилтнүүд
   ④ Аялал жуулчлалын газар ⑤ Хүртээмжтэй байдал ⑥ Танил талын зөвлөмж
   ⑦ Өндөр түвшний эмчилгээ үйлчилгээний туршлага ⑧ Өндөр түвшний эмчилгээ үйлчилгээ
   ⑨ Бусад (_____)

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

9. Эрхэм та ямар чиглэлийн эмчилгээний үйлчилгээг авахын тулд Гванжу хотыг зорьж ирсэн бэ?
① Арьс · Гоо сайхан ② Эрүүл мэндийн ерөнхий шинжилгээ ③ Жирэмслэлт болон төрөлт
④ Уламжлалт эмчилгээ ⑤ Хагалгаа (_____) ⑥ Бусад(_____)

10. Гванжу хотын эмчилгээ үйлчилгээнд хамрагдаж буй эмчилгээ үйлчилгээний үнэ төлбөр хэд байх нь тохиромжтой гэж үзэж байгаа вэ? ($_____)

11. Эрхэм таны хамгийн сүүлд үйлчлүүлсэн эмнэлэг нь? _____

12. Эрхэм таны хамгийн сүүлд үйлчлүүлсэн эмнэлгийн давуу талууд болон сул талуудыг дурьдана уу?

Давуу тал:_____

Сул тал:_____

13. Эрхэм таны бодлоор шилдэг эмнэлэг ямар байх ёстой вэ?

_____

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ Доорхи асуултууд нь эрхэм таны үзэл бодлоор, эмчилгээ аялал жуулчлалын үйлчилгээний хэмжүүрийг тодорхойлох зорилготой асуултууд юм(таны хувьд шилдэг эмнэлэг гэж ямар байх ёстой вэ?). Доорхи өгөгдөсөн өгүүлбэрүүдэд хэдий хэр санал нэгтэй байгаагаа тодорхойлж тэмдэглэ нүү.

	Үгүй Тийм
1. Шилдэг эмнэлэг нь орчин үеийн тоног төхөөрөмжөөр тоноглогдсон.	1---2---3---4---5---6---7
2. Шилдэг эмнэлэг нь харахад таатай бүтэц зохион байгуулалттай.	1---2---3---4---5---6---7
3.Шилдэг эмнэлгийн жилчдын(эмч, сувилагч, ажил ч ид) хувцас болон гадаад төрх нь эмх цэгцтэй.	1---2---3---4---5---6---7
4.Шилдэг эмнэлэг нь үзлэгэмчилгээнд тохирсон ба йгууламж болон тав тухтай орчныг бүрдүүлсэн.	1---2---3---4---5---6---7
5.Шилдэг эмнэлэг нь урьдчилан төлөвлөгдсөн цаг хугацаандаа эмчилгээ үйлчилгээг үзүүлдэг.	1---2---3---4---5---6---7
6. Шилдэг эмнэлэг нь үйлчлүүлэгчид тулгамдсан асуудалд бүхий л сэтгэлээсээ хандаж шийдвэрлэж өгнө.	1---2---3---4---5---6---7
7. Шилдэг эмнэлгийн эмнилгээ үйлчилгээнд найдвартай итгэж болно.	1---2---3---4---5---6---7
8. Шилдэг эмнэлэг нь амалсан цаг хугацаандаа эмч илгээ үйлчилгээг үзүүлнэ.	1---2---3---4---5---6---7
9. Шилдэг эмнэлгийн эмч,сувилагч нь өвчний ба йдал, эмчилгээний төлөвлөгөө, анхаарах зүйлүүдын талаар тодорхой тайлбарлана.	1---2---3---4---5---6---7
10. Шилдэг эмнэлгийн ажилчин нь урьдчилсан зөвлөгөө, үзлэг эмнилгээ, шинжилгээ, эмнилгээ зэргийг хэзээ, ямар аргаар хийхийг тайлбарлаж өгнө.	1---2---3---4---5---6---7
11. Шилдэг эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилчин) нь үйлчлүүлэгчид цаг тухайд нь үйлчилгээг үзүүлнэ.	1---2---3---4---5---6---7
12. Шилдэг эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажил тан) нь үргэлж үйлчлүүлэгчийн хүсэлт болон асуултанд сайн дуураараа хариулна.	1---2---3---4---5---6---7
13. Шилдэг эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь маш ихээр завгүй үедээ ч үйлчлүүлэгчийн хүсэлтэнд хурдан шуурхай үйлчилнэ.	1---2---3---4---5---6---7
14. Шилдэг эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь үйлчлүүлэгчид итгэл найдварыг өгнө.	1---2---3---4---5---6---7
15. Шилдэг эмнэлэг нь аюулгүй, найдвартай эмчилгээ болон оношлогоо шинжилгээг хийх орчныг бүрдүүлнэ.	1---2---3---4---5---6---7
16. Шилдэг эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь ёс зарчимтайгаар эелдэг найрсаг харилцаатай.	1---2---3---4---5---6---7
17. Шилдэг эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь өвчтний биеийн бүтэн байдал болон эмчилгээний арга барилыг тайлбарлан ойлгуулах бүрэн мэдлэгийг эзэмшсэн.	1---2---3---4---5---6---7
18. Шилдэг эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь үйлчлүүлэгчид анхаарал халамж хандуулна.	1---2---3---4---5---6---7
19. Шилдэг эмнэлэг нь гадаад үйлчлүүлэгчийн тав тухад тохируулж тохирмтой цагийн зохицуулалтыг хийх боломжтой.	1---2---3---4---5---6---7
20. Шилдэг эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь гадаад үйлчлүүлэгчидэд онцгой анхаарал тавина.	1---2---3---4---5---6---7
21. Шилдэг эмнэлэг нь үйлчлүүлэгчийн ашиг тусыг юуны түрүүнд тавина.	1---2---3---4---5---6---7
22. Шилдэг эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь үйлчлүүлэгчийн шаардлагыг түвшинг ойлгож, үүнд зохимжтой эмнилгээ үйлчилгээг үзүүлнэ.	1---2---3---4---5---6---7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ Доорхи нь эрхэм таны хамгийн сүүлд эмчилгээ аялал жуулчлалын үйлчилгээг ава х зорилгоор зорьж эмчлүүлсэн ○○○ эмнэлгийн талаархи асуултууд юм. Доор өгөг дөсөн өгүүлбэрүүдэд хэдий хэр санал нэгтэй байгаагаа тодорхойлж тэмдэглэ нүү.

	Үгүй Тийм
1. ○○○ эмнэлэг нь орчин үеийн тоног төхөөрөмжөөр тоноглогдсон.	1---2---3---4---5---6---7
2. ○○○ эмнэлэг нь хараахан таатай бүтэц зохион байгуулалтай.	1---2---3---4---5---6---7
3. ○○○ эмнэлгийн ажилчдын(эмч, сувилагч, ажилчи д) хувцас болон гадаад төрх нь эмх цэгцтэй.	1---2---3---4---5---6---7
4. ○○○ эмнэлэг нь үзлэг эмчилгээнд тохирсон байгуламж бо лон тав тухтай орчныг бүрдүүлсэн.	1---2---3---4---5---6---7
5. ○○○ эмнэлэг нь урьдчилан төлөвлөгдсөн цаг хуга цаандаа эмчилгээ үйлчилгээг үзүүлдэг.	1---2---3---4---5---6---7
6. ○○○ эмнэлэг нь үйлчлүүлэгчид тулгамдсан асуудалд чин сэтг элээсээ хандаж шийдвэрлэж өгдөг.	1---2---3---4---5---6---7
7. ○○○ эмнэлгийн эмчилгээ үйлчилгээнд найдвартай итгэж бол но.	1---2---3---4---5---6---7
8. ○○○ эмнэлэг нь амалсан цаг хугацаандаа эмчилгэ э үйлчилг ээг үзүүлнэ.	1---2---3---4---5---6---7
9. ○○○ эмнэлгийн эмч, сувилагч нь өвчний байдал, эмчилгээ ний төлөвлөгөө, анхаарах зүйлүүдын тала ар тодорхой тай лбарлана.	1---2---3---4---5---6---7
10. ○○○ эмнэлгийн ажилчин нь урьдчилсан захиа лга, үзлэг эмчилгээ, шинжилгээ, эмчилгээ зэргий г хэзээ, ямар аргаар хи йхийг тайлбарлаж өгнө.	1---2---3---4---5---6---7
11. ○○○ эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилчин) нь үйлч лүүлэгчид цаг тухайд нь үйлчилгээг үзүүлнэ.	1---2---3---4---5---6---7
12. ○○○ эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь үргэлж үйлчлүүлэгчийн хүсэлт болон асуултан д сайн дурааараа хариулн а.	1---2---3---4---5---6---7
13. ○○○ эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь маш и хэзээ завгүй үедээ ч үйлчлүүлэгчийн хүс элтэнд хурдан шуурхай үйлчилнэ.	1---2---3---4---5---6---7
14. ○○○ эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь үйлчл үүлэгчид итгэл найдварыг өгнө.	1---2---3---4---5---6---7
15. ○○○ эмнэлэг нь аюулгүй, найдвартай эмчилгээ болон оношлигоо шинжилгээг хийх орчныг бүрдүүлсэн.	1---2---3---4---5---6---7
16. ○○○ эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь ёс зарчи мтай, эелдэг найрсаг харилцаатай.	1---2---3---4---5---6---7
17. ○○○ эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь өвчтнь биеийн байд ал болон эмчилгээний арга барильг тайлбарлан ойлгуулах бүрэн мэд лэгийг эзэмшсэн.	1---2---3---4---5---6---7
18. ○○○ эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь үйл лүүлэгчид ан хаарал халамж хандуулна.	1---2---3---4---5---6---7
19. ○○○ эмнэлэг нь гадаад үйлчлүүлэгчийн тав тухад тохируулж тохирмтой цагийн зохицуулалтыг хийх боломжтой.	1---2---3---4---5---6---7
20. ○○○ эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь гадаад үйлчлү үлэгчидэд онцгой анхаарал хандуулна.	1---2---3---4---5---6---7
21. ○○○ эмнэлэг нь үйлчлүүлэгчийн ашиг тусыг юуны түрүүнд тавина.	1---2---3---4---5---6---7
22. ○○○ эмнэлгийн ажилчид(эмч, сувилагч, ажилтан) нь үйлчлүүлэг чийн шаардлагын түвшинг ойлгож, үүнд зохимжтой эмчилгээ үйл чилгээг үзүүлнэ.	1---2---3---4---5---6---7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ Доорхи нь Гванжу хотын эмчилгээ аялал жуулчлалын талаархи ерөнхий асуултууд юм.

1. Эрхэм та, Гванжу хотын **эмчилгээ аялал жуулчлалын үйлчилгээнд** ерөнхийд нь хэдий хэр сэтгэл ханг алуун байгаа вэ?

① Маш их сэтгэл хангалуун бус ② Сэтгэл хангалуун бус ③ Ердийн ④ Сэтгэл хангалуун
⑤ Үнэхээр сэтгэл хангалуун

2. Эрхэм та, Гванжу хотын **эмчилгээний үйлчилгээнд** ерөнхийдөө хэдий хэр сэтгэл ханга луун байгаа вэ?

① Маш их сэтгэл хангалуун бус ② Сэтгэл хангалуун бус ③ Ердийн ④ Сэтгэл хангалуун
⑤ Үнэхээр сэтгэл хангалуун

3. Эрхэм та, Гванжу хотын **аялал жуулчлалын үйлчилгээнд** ерөнхийдөө хэдий хэр сэтгэл хангалуун байгаа вэ?

① Маш их сэтгэл хангалуун бус ② Сэтгэл хангалуун бус ③ Ердийн ④ Сэтгэл хангалуун
⑤ Үнэхээр сэтгэл хангалуун

4. Эрхэм таньд Гванжу хотын эмчилгээ аялал жуулчлалын үйлчилгээгээр дахин үйлчлүүлэхийн тулд Гванжу хотыг зорих хүсэл, хандлага байгаа юу?

① Огт үгүй ② Үгүй ③ Ердийн ④ Тийм ⑤ Үнэхээр тийм

5. Эрхэм та гэр бүл, хамаатан садан болон найз нөхөддөө Гванжу хотын эмчилгээ аялал жуулчлалын үйлчилгээг санал болгох уу?

① Огт үгүй ② Үгүй ③ Ердийн ④ Тийм ⑤ Үнэхээр тийм

6. Эрхэм таны саналаар Гванжу хотын эмчилгээний аялал жуулчлалын сэтгэл ханамжыг өндөрсгөхийн тулд ямар зүйлүүд засагдан, шинэчлэгдэх ёстой гэж бодож байгаа вэ?

♣ Эрхэм та цаг зав гаргаж тус судалгаанд хариулсанд гүнээ талархья!

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

< 부 록 > 설문지-중국어

※ 下面是了解光州、全南地区的医疗旅游服务相关的行动及光州、全南地区的医疗旅游服务性质的提问, 请您填写真实的意见。

1. 您的国籍是?

①美国 ②中国 ③蒙古 ④ CIS ⑤ 越南 ⑥ 其他(_____)

2. 您的性别是？ ① 男 ② 女

3. 您出生的年度是?_____

4. 您的职业是?

① 学生 ② 公务员 ③ 公司职员 ④ 个人事业 ⑤ 主妇 ⑥ 农、渔业、畜牧业 ⑦其他(_____)

5. 您访问韩国的次数是多少次？ (_____次)

6. 您访问光州的次数是多少次? (　　次)

7. 您是通过何种渠道进行光州医疗旅游的？

① 家人、朋友、同事 ② 互联网 ③ 电视、报纸 ④ 海外医护人员及医院
⑤ 旅行社及代理机构 ⑥其他(_____)

8. 您选择光州进行医疗旅游最大的原因是什么？(可多选)

①价格 ②尖端医疗设备 ③ 优秀的医护人员 ④ 旅游景点 ⑤ 交通便利 ⑥ 朋友的介绍
⑦先进的医疗经验 ⑧优秀的医疗服务品质 ⑨其他(_____)

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

9. 您为了接受哪种医疗服务而访问光州呢？（可多选）

①皮肤、整形　②健康体检　③ 怀孕与分娩　④韩方诊疗　⑤ 手术(_____) ⑥其他(_____)

10. 您认为光州目前接受的医疗服务费用是多少比较合适？(_____$)

11. 您最近就诊的医院是哪里？？_____

12. 您最近就诊的医院的优缺点分别是什么?

优点:_____

缺点:_____

13.你认为什么样的医院是优秀的医院？

_____

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ 以下是关于您对提供医疗旅游服务的优秀医院的看法
请在相应编号上画圈，表示您对下列项目的同意程度。

	完全不同意　非常同意
1.优秀医院具备尖端医疗设备。	1---2---3---4---5---6---7
2.优秀医院的设施和结构从视觉上看舒服。	1---2---3---4---5---6---7
3.优秀医院的职员(医生、护士、职员)着装和相貌端正。	1---2---3---4---5---6---7
4.优秀医院具备适合治疗的设施和舒适的氛围。	1---2---3---4---5---6---7
5.优秀医院在预定时间内遵守对医疗服务的约定。	1---2---3---4---5---6---7
6.优秀医院对患者发生的问题尽心尽力解决。	1---2---3---4---5---6---7
7.优秀医院的医疗服务可以信赖和依靠。	1---2---3---4---5---6---7
8.优秀医院在约定的时间内提供医疗服务。	1---2---3---4---5---6---7
9.优秀医院的医护人员(医生、护士)对疾病状态、治疗计划、注意事项进行详细的说明。	1---2---3---4---5---6---7
10.优秀医院的职员说明何时、如何进行预约、诊疗、检查和治疗。	1---2---3---4---5---6---7
11.优秀医院的职员(医生、护士、职员)为患者提供即时服务。	1---2---3---4---5---6---7
12.优秀医院的职员(医生、护士、职员)总是对患者的要求或提问主动回应。	1---2---3---4---5---6---7
13.优秀医院的职员(医生、护士、职员)在很忙的时候也会迅速对应患者的要求。	1---2---3---4---5---6---7
14.优秀医院的职员(医生、护士、职员)给来院的患者信任感。	1---2---3---4---5---6---7
15.优秀医院营造了能够接受安全接受治疗和检查的环境。	1---2---3---4---5---6---7
16.优秀医院的职员(医生、护士、职员)既有礼貌又亲切。	1---2---3---4---5---6---7
17.优秀医院的医护人员(医生、护士)具备充分的知识说明患者的状态和治疗方案。	1---2---3---4---5---6---7
18.优秀医院的职员(医生、护士、职员)会关注患者。	1---2---3---4---5---6---7
19.优秀医院可以根据外国患者的情况，灵活地调整时间。	1---2---3---4---5---6---7
20.优秀医院的职员(医生、护士、职员)会对外国患者特别关注。	1---2---3---4---5---6---7
21.优秀医院优先考虑患者的利益。	1---2---3---4---5---6---7
22.优秀医院的职员(医生、护士、职员)掌握患者的要求，提供符合患者要求的医疗服务。	1---2---3---4---5---6---7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ 以下是关于您对最近以医疗旅游服务为目的访问的○○○医院的看法。
请在相应编号上画圈，表示您对下列项目的同意程度。

	完全不同意 非常同意
1.○○○医院具备尖端医疗设备。	1---2---3---4---5---6---7
2.○○○医院的设施和结构从视觉上看舒服。	1---2---3---4---5---6---7
3.○○○医院的职员(医生、护士、职员)着装和相貌端正。	1---2---3---4---5---6---7
4.○○○医院具备适合治疗的设施和舒适的氛围。	1---2---3---4---5---6---7
5.○○○医院在预定时间内遵守对医疗服务的约定。	1---2---3---4---5---6---7
6.○○○医院对患者发生的问题尽心尽力解决。	1---2---3---4---5---6---7
7.○○○医院的医疗服务可以信赖和依靠。	1---2---3---4---5---6---7
8.○○○医院在约定的时间内提供医疗服务。	1---2---3---4---5---6---7
9.○○○医院的医护人员(医生、护士)对疾病状态、治疗计划、注意事项进行详细的说明。	1---2---3---4---5---6---7
10.○○○医院的职员说明何时、如何进行预约、诊疗、检查和治疗。	1---2---3---4---5---6---7
11.○○○医院的职员(医生、护士、职员)为患者提供即时服务。	1---2---3---4---5---6---7
12.○○○医院的职员(医生、护士、职员)总是对患者的要求或提问主动回应。	1---2---3---4---5---6---7
13.○○○医院的职员(医生、护士、职员)在很忙的时候也会迅速对应患者的要求。	1---2---3---4---5---6---7
14.○○○医院的职员(医生、护士、职员)给来院的患者信任感。	1---2---3---4---5---6---7
15.○○○医院营造了能够接受安全接受治疗和检查的环境。	1---2---3---4---5---6---7
16.○○○医院的职员(医生、护士、职员)既有礼貌又亲切。	1---2---3---4---5---6---7
17.○○○医院的医护人员(医生、护士)具备充分的知识说明患者的状态和治疗方案。	1---2---3---4---5---6---7
18.○○○医院的职员(医生、护士、职员)会关注患者。	1---2---3---4---5---6---7
19.○○○医院可以根据外国患者的情况，灵活地调整时间。	1---2---3---4---5---6---7
20.○○○医院的职员(医生、护士、职员)会对外国患者特别关注。	1---2---3---4---5---6---7
21.○○○医院优先考虑患者的利益。	1---2---3---4---5---6---7
22.○○○医院的职员(医生、护士、职员)掌握患者的要求，提供符合患者要求的医疗服务。	1---2---3---4---5---6---7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ 以下是对光州医疗旅游的整体提问。

1.您整体上对光州**医疗旅游服务**的满意程度如何?

① 非常不满意 ② 不满意 ③ 一般 ④ 满意 ⑤ 非常满意

2.您整体上对光州**医疗服务**的满意程度如何?

① 非常不满意 ② 不满意 ③ 一般 ④ 满意 ⑤ 非常满意

3.您整体上对光州**旅游服务**的满意程度如何?

① 非常不满意 ② 不满意 ③ 一般 ④ 满意 ⑤ 非常满意

4.你是否有为了进行医疗旅游而再次访问光州的意向?

① 完全没有 ② 没有 ③ 一般 ④ 有 ⑤ 非常有

5.您会向家人或亲戚、朋友推荐光州医疗旅游吗?

① 完全不会 ② 不会 ③ 一般 ④ 会 ⑤ 非常会

6.您认为为了提高对光州医疗旅游的满意度, 应该完善哪些部分 ?

_____

_____

_____

♣ **非常感谢您在百忙之中抽出时间回答本问卷**

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

< 부 록 > 설문지-영어

※ The following are questions on the activities and characteristics of medical tourism services provided in the Gwangju/Jeollanam-do areas. Please provide your honest opinion.

1. What is your nationality?
① United States ② China ③ Mongolia ④ CIS (Russian Commonwealth) ⑤ Vietnam ⑥ Other( )

2. What is your gender? ① Male ② Female

3. What is your birth year? _____

4. What is your occupation?
① Student ② Government official ③ Office worker ④ Self-employed
⑤ Homemaker ⑥ Agriculture/fisheries/livestock ⑦ Other( )

5. How many times have you visited Korea? (time(s))

6. How many times have you visited Gwangju? (time(s))

7. How did you find/discover/hear about medical tourism in Gwangju?
① Family, friends, acquaintances ② Internet ③ TV, newspapers
④ Local medical personnel/hospitals ⑤ Travel agency ⑥ Other( )

8. What are your biggest reasons for deciding to have your medical tour at Gwangju? (You can select multiple answers)
① Price ② State-of-the-art medical equipment
③ Highly trained medical personnel ④ Tourist attraction ⑤ Accessibility
⑥ Referred by acquaintances⑦ Experience of highly-developed medical services
⑧ Excellent quality of medical services ⑨ Other( )

9. For what type(s) of medical services have you visited Gwangju?
(You can select multiple answers)
① Dermatologic/plastic surgery ② Medical check-up
③ Pregnancy and/or childbirth ④ Oriental medicine/treatment ⑤ Operation( )
⑥ Other( )

10. What do you think is the adequate price for the medical services you are currently receiving in Gwangju?
($)

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

11. What is the name of the hospital you have used most recently?_____

12. What are the positive and negative aspects of the hospital you have used most recently?

Positive aspect:_____

Negative aspect:_____

13. What do you think a 'outstanding hospital' is?

_____

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ Thefollowingarequestionsaboutyourmeasures/criteriaofoutstandinghospitals.
Pleasecirclethenumberthatbestreflectsthedegreetowhichyouagreewitheachstatement.

	Not at all Definitely agree
1. Outstanding hospitals have state-of-the-art medical equipment.	1----2----3----4----5----6----7
2. Outstanding hospitals haveaesthetically pleasing structures and facilities.	1----2----3----4----5----6----7
3. Outstanding hospitals have medical staff (doctors, nurses, administrative personnel) who are well-dressed and well-groomed.	1----2----3----4----5----6----7
4. Outstanding hospitals have a comfortable atmosphere and facilities that are adequate for providing medical treatments.	1----2----3----4----5----6----7
5. Outstanding hospitals keep their word on providing medical services at the promised hours.	1----2----3----4----5----6----7
6. Outstanding hospitals do their best to solve problems that occur to patients.	1----2----3----4----5----6----7
7. The medical services provided by outstanding hospitals are reliable and trustworthy.	1----2----3----4----5----6----7
8. Outstanding hospitals provide medical services at the promised hours.	1----2----3----4----5----6----7
9. The medical staff (doctorsand nurses) of outstanding hospitals explain the following in full detail: status of the disease, treatment plan, and precautions.	1----2----3----4----5----6----7
10. The administrative personnel of outstanding hospitals inform the customers about the time and place of the following: reservations, diagnosis,examinations, and treatment.	1----2----3----4----5----6----7
11. The staff of outstanding hospitals (doctors, nurses, administrative personnel) provide immediate services to the patients.	1----2----3----4----5----6----7
12. The staff of outstanding hospitals (doctors, nurses, administrative personnel) always respond voluntarily to the requests or questions of patients.	1----2----3----4----5----6----7
13. The staff of outstanding hospitals (doctors, nurses, administrative personnel) respond immediately to the requests of patients, even when they are extremely busy.	1----2----3----4----5----6----7
14. The staff of outstanding hospitals (doctors, nurses, administrative personnel) give the feeling of trustworthiness to the patients.	1----2----3----4----5----6----7
15. Outstanding hospitals have an environment that is fit for safe treatment and examinations.	1----2----3----4----5----6----7
16. The staff of outstanding hospitals (doctors, nurses, administrative personnel) are kind and polite.	1----2----3----4----5----6----7
17. The medical staff (doctors and nurses) of outstanding hospitals have enough knowledge to explain the patient's status or their treatment plans.	1----2----3----4----5----6----7
18. The staff of outstanding hospitals (doctors, nurses, administrative personnel) pay enough attention to the patients.	1----2----3----4----5----6----7
19. Outstanding hospitals have flexible timetables to meet the needs of foreign patients.	1----2----3----4----5----6----7
20. The staff of outstanding hospitals (doctors, nurses, administrative personnel) pay special attention to foreign patients.	1----2----3----4----5----6----7
21. Outstanding hospitals put he benefit of the patients as their primary goal.	1----2----3----4----5----6----7
22. The staff of outstanding hospitals (doctors, nurses, administrative personnel) provide proper medical services that meet the patients' needs.	1----2----3----4----5----6----7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ The following questions are about the hospital, (OOO), that you have visited most recently for medical tourism purposes. Please circle the number that best reflects the degree to which you agree with each statement

	Not at all Definitely agree
1. (OOO) hospital has state-of-the-art medical equipment.	1----2----3----4----5----6----7
2. (OOO) hospital has aesthetically pleasing structures and facilities.	1----2----3----4----5----6----7
3. (OOO) hospital has medical staff (doctors, nurses, administrative personnel) who are well-dressed and well-groomed.	1----2----3----4----5----6----7
4. (OOO) hospital has a comfortable atmosphere and facilities that are adequate for providing medical treatments.	1----2----3----4----5----6----7
5. (OOO) hospital keeps its word on providing medical services at the promised hours.	1----2----3----4----5----6----7
6. (OOO) hospital does its best to solve problems that occurred to patients.	1----2----3----4----5----6----7
7. The medical services provided by (OOO) hospital are reliable and trustworthy.	1----2----3----4----5----6----7
8. (OOO) hospital provides medical services at the promised hours.	1----2----3----4----5----6----7
9. The medical staff of (OOO) hospital (doctors and nurses) explain the following in full detail: status of the disease, treatment plan, and precautions.	1----2----3----4----5----6----7
10. The administrative staff of (OOO) hospital inform the customers about the time and place of the following: reservations, diagnosis, examinations, and treatment.	1----2----3----4----5----6----7
11. The staff of (OOO) hospital (doctors, nurses, administrative personnel) provide immediate services to the patients.	1----2----3----4----5----6----7
12. The staff of (OOO) hospital (doctors, nurses, administrative personnel) always respond voluntarily to the requests or questions of patients.	1----2----3----4----5----6----7
13. The staff of (OOO) hospital (doctors, nurses, administrative personnel) respond immediately to the requests of patients, even when they are extremely busy.	1----2----3----4----5----6----7
14. The staff of (OOO) hospital (doctors, nurses, administrative personnel) give the feeling of trustworthiness to the patients.	1----2----3----4----5----6----7
15. (OOO) hospital has an environment that is fit for safe treatment and examinations.	1----2----3----4----5----6----7
16. The staff of (OOO) hospital (doctors, nurses, administrative personnel) are kind and polite.	1----2----3----4----5----6----7
17. The medical staff of (OOO) hospital (doctors and nurses) have enough knowledge to explain the patient's status or their treatment plans.	1----2----3----4----5----6----7
18. The staff of (OOO) hospital (doctors, nurses, administrative personnel) pay enough attention to the patients.	1----2----3----4----5----6----7
19. (OOO) hospital has flexible timetables to meet the needs of foreign patients.	1----2----3----4----5----6----7
20. The staff of (OOO) hospital (doctors, nurses, administrative personnel) pay special attention to foreign patients.	1----2----3----4----5----6----7
21. (OOO) hospital puts the benefit of the patients as its primary goal.	1----2----3----4----5----6----7
22. The staff of (OOO) hospital (doctors, nurses, administrative personnel) provide proper medical services that meet the patients' needs.	1----2----3----4----5----6----7

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ The following are some general questions about medical tourism in Gwangju.

1. How satisfied are you, overall, about the medicaltourismservices of Gwangju?

① Not satisfied at all ② Somewhat dissatisfactory ③ Neutral
④ Somewhat satisfactory ⑤ Definitely satisfactory

2. How satisfied are you, overall, about the medicalservices of Gwangju?

① Not satisfied at all ② Somewhat dissatisfactory ③ Neutral
④ Somewhat satisfactory ⑤ Definitely satisfactory

3. How satisfied are you, overall, about the tourismservices of Gwangju?

① Not satisfied at all ② Somewhat dissatisfactory ③ Neutral
④ Somewhat satisfactory ⑤ Definitely satisfactory

4. Are you willing to revisit Gwangju for medical tourism purposes?

① Not at all ② Not really ③ Neutral ④ Yes ⑤ Definitely

5. Would you recommend medical tours to Gwangju to your family, relatives, or friends?

① Not at all ② Not really ③ Neutral ④ Yes ⑤ Definitely

6. What are some aspects, in your opinion, that need to be improved to increase the satisfaction levels for medical tourism in Gwangju?

_____

_____

♣ Thank you for your time and for answering !

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

< 부 록 > Depth Interview 질문지

※ 다음은 귀하의 사회·경제적 배경에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은? ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 태어난 년도는?_____

3. 귀하의 소속기관은?
① 종합병원 ② 병·의원 ③ 공기관 ④ 여행사 및 에이전시 ⑤ 기타(_____)

4. 귀하의 근무부서는?_____

5. 귀하의 직위는?
① 의료관광책임자 ② 의료관광코디네이터 ③ 의료진
④ 의료관행정담당자 ⑤ 기타(_____)

6. 귀하의 근무기간은?
① 1년미만 ② 1~3년 미만 ③ 3~5년 미만 ④ 5~10년 미만 ⑤ 10년 이상

7. 귀하의 의료관광 관련부서 근무기간은?
① 1년미만 ② 1~3년 미만 ③ 3~5년 미만 ④ 5~10년 미만 ⑤ 10년 이상

8. 귀하의 소속된 기관의 타깃 국가는?
① 미국 ② 중국 ③ 몽골 ④ 러시아 ⑤ 기타(_____)

9. 귀하께서 생각하고 있는 향후 의료관광 타깃국가는?
① 미국 ② 중국 ③ 몽골 ④ 러시아 ⑤ 기타(_____)

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

※ 다음은 광주의료관광 서비스품질의 인식정도를 분석하기 위한 질문입니다.
아래 제시된 문장에 대해 귀하의 생각을 솔직하게 말씀해 주시길 부탁드립니다.

1. 광주로 의료관광을 선택하는 이유는 무엇이라고 생각하는가?
   실제로 의료관광객이 원하는 서비스 가 무엇이라고 생각하는가?

2. 타지역(타국가)과 비교하여 광주의료관광의 조건은 어떠하다고 생각하는가?
   광주·전남의 차별환 된 마케팅은 무엇이라고 생각하는가?

3. 본 기관이 해외환자를 위한 서비스를 제공하기 위해 준비된 인력 몇 명이며 각각 역할분담은 어떻게 되어 있는가?

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

4. 본 기관이 해외환자에게 기본적으로 제공하는 서비스는 무엇이며 해외환자를 유치하여 의료서비스를 제공 할 때 표준화 된 프로세스가 있는가?

5. 본 기관이 해외환자 유치를 위한 홍보를 위한 마케팅 활동은 무엇인가? 실제로 어떤 방법으로 찾아 오는 경우가 많은가?

6. 본 기관이 의료관광서비스에 대한 홍보 내용과 실제로 이행하고 있는 내용은 일치 하는가? 홍보내용과 이행내용을 구분하여 이야기 해 줄 수 있는가?

7. 본 기관을 이용한 의료관광객의 만족도는 10점 만점에 몇 점이라고 생각하는가? 재방문 할 가능성은?

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

8. 본 기관의 직원들이 해외환자유치 즉 의료관광에 대해 어느 정도 인식하고 있다고 생각하는가?

9. 의료관광 서비스 제공을 위해 실무자와 직원들의 역할이 잘 나누어져 있다고 생각하십니까?

10. 귀 기관의 실무자와 직원들이 필요한 의료관광 시스템을 얼마나 숙지하고 있다고 생각하십니까?

◉ 귀하신 내어 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다.

dCollection @ chosun