creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

[UCI]I804:24011-200000237455

2009년 2월
석사학위논문

광주지역 일부 종합병원 직원의 직무만족도가 고객만족도 및 충성도에 미치는 영향

조선대학교 보건대학원

보건학과

강 성 태

광주지역 일부 종합병원 직원의 직무만족도가 고객만족도 및 충성도에 미치는 영향

The Influence of Job Satisfaction on Satisfaction and Loyalty of External Customers in Some General Hospitals

2009 년 2월

조선대학교 보건대학원

보건학과

강 성 태

광주지역 일부 종합병원 직원의 직무만족도가 고객만족도 및 충성도에 미치는 영향

지도교수 강명근

이 논문을 보건학 석사학위신청 논문으로 제출함.

2008 년 10월

조선대학교 보건대학원

보건학과

강 성 태

강 성 태의 석사학위논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 인

위원 조선대학교 교수 인

위원 조선대학교 교수 인

2008년 12월

조선대학교 보건대학원

목 차

표목차 ····· iii

그림목차 ····· iii

ABSTRACT ····· iv

Ⅰ. 서론 ····· 1

A. 연구배경 및 필요성 ····· 1

B. 연구의 목적 및 가설 ····· 6

Ⅱ. 연구방법 ····· 7

A. 연구 모형 ····· 7

B. 연구 대상 및 자료수집 방법 ····· 8

C. 조사도구 및 연구변수 ····· 8

D. 분석방법 ····· 12

Ⅲ. 연구결과 ····· 14

A. 연구대상자의 특성분포 ····· 14

B. 직원만족과 고객지향성의 관련성(연구가설 1) ····· 16

1. 일반적 특성에 따른 고객지향성 ····· 16

2. 직무관련성에 따른 고객지향성 ····· 18

3. 직무만족, 조직몰입, 고객지향성의 관련성 ; 상관분석결과 ····· 19

4. 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향; 회귀분석결과 ····· 20

C. 직원의 고객지향성 고객만족에 미치는 영향; (연구가설 2) ····· 22
1. 고객특성변수와 고객만족도의 관련성 ····· 22
2. 고객만족도와 직무만족, 고객지향성의 관련성 ····· 24
3. 직무만족, 고객만족 간의 상관분석결과 ····· 24
4. 직무만족과 고객지향성이 고객충성도에 미치는 영향 ····· 25
D. 고객만족이 고객충성도에 미치는 영향; (연구가설 3) ····· 25
1. 고객 특성변수와 고객충성도의 관련성 ····· 25
2. 고객만족이 고객충성도에 미치는 영향 ····· 27

Ⅳ. 고찰 ····· 28
Ⅴ. 요약 및 결론 ····· 31
참고문헌 ····· 33
부 록 ····· 35

표 목차

표 1. 주요 연구변수와 측정수준 ····· 11
표 2. 조사도구의 신뢰도 계수 ····· 12
표 3. 연구대상자의 특성분포(직원)····· 15
표 4. 연구대상자의 특성분포(고객) ····· 17
표 5. 직원들의 일반적 특성과 고객지향성의 관련성····· 18
표 6. 직무관련 특성(직원)에 따른 고객지향성 ····· 19
표 7. 직무만족, 조직몰입에 따른 고객지향성의 상관분석 ····· 20
표 8. 고객지향성에 영향을 미치는 요인 ····· 21
표 9. 고객 특성변수와 고객만족도의 관련성 ····· 23
표 10. 직무만족, 고객지향성, 고객만족 및 고객충성도의 상관분석 ····· 24
표 11. 직원의 직무만족, 고객지향성이 고객만족도에 미치는 영향(회귀분석) 25
표 12. 고객 특성변수와 고객충성도의 관련성 ····· 26
표 13. 고객만족도가 고객충성도에 미치는 영향(회귀분석) ····· 27

그림 목차

그림 1. 서비스-이윤 사슬(service-profit chain) ····· 3
그림 2. 연구모형 ····· 7

ABSTRACT

The Influence of Job Satisfaction on Satisfaction and Loyalty of External Customers of Some General Hospitals

Kang Sung Tae
Advisor : Kang Myung-Geun M.D., M.P.H., Ph.D.
Department of Public Health Graduate
Schoolbof Public Health, Chosun University

This study speculates job satisfaction of employees who work for services and satisfaction of customers who use services provided by the employees to develop a base on which medical institutes can deal with rapid changes in markets along with the opening of national and international medical markets.

For this, we identify what effect the degree of job satisfaction of employees has on customers' satisfaction and royalty through a multi-level analysis and use the results to maximize job satisfaction of employees, to raise satisfaction of customers and change royalty of customers.

For the purposes of the study, we interviewed 444 employees from 3 hospitals(23 of medical staff, 261 nurses, 45 medical engineers, 68 of clerical staff and 31 of others) and 416 patients in three hospitals(2008.8.13~8.30) using a questionnaire and analysed the data collected from the 860 subjects.

We carried out a t-test and an ANOVA to analyse the relations between general characteristics, job characteristics, orientation, satisfaction and royalty of customers and a hierarchical multi-regression analysis to identify the effect of job satisfaction of the subjects and customer orientation on customer royalty.

In considering customer orientation according to specific variables, sex and religion had no difference while age, education and marriage had significant

difference according to socio-demographical variables. Pay, working period and customer contact had no significant difference. And in relations between customer variables and customer satisfaction, income, residential areas, hospitals, frequency of hospitalization and time required to hospitals had no significant difference. In reference to job satisfaction, organizational immersion and customer orientation of the subjects, job satisfaction had positive correlations with organizational immersion and customer orientation. The more job satisfaction increased, the more customer orientation increased.

For the effect of job satisfaction and customer orientation on customer royalty, the more frequencies to use hospitals, the higher the customer royalty, and the higher customer satisfaction, the customer orientation had more effect on customer royalty.

This study has limitations that the results of the study can not be generalized as it did not consider regional characteristics of the subjects, and different foundation types of hospitals targeting only some general hospitals. However, hospitals should monitor quality of medical services and develop various management strategies for further satisfaction, continuing to pursue job satisfaction of internal customers. Internally, they should increase competitive advantages in their management by developing optimal service cultures based on voluntary motivation and maximum job satisfaction of employees.

Key Words: Service-profit chain, Job satisfaction, Customer satisfaction, Loyalty

Ⅰ. 서 론

A. 연구의 배경 및 필요성

급변하는 의료시장의 지배구조 변화와 의료기관간의 경쟁 격화로 인해 공급자중심(의료계, 경영진)에서 의료소비자중심(환자, 보호자)으로 변화되면서 고객만족정책의 필요성이 대두되고 다양한 경영 전략이 시도되어 왔다.

그리하여 병원들의 내,외적인 환경의 급격한 변화는 '양질의 의료서비스', '환자중심의 병원'을 모토로 삼는 의료서비스의 변화를 추구하도록 이끌고 있다.

서비스는 고객과 종업원간의 상호접촉에 의해 전달되기 때문에 고객접점 직원의 태도와 행동은 고객 서비스 품질 평가와 만족수준에 매우 큰 영향을 미치게 되었으며, 고객은 자신이 이용한 서비스를 해당 서비스를 제공한 스탭이나 종업원에 의해 전달되는 지식 및 행동을 토대로 결정하기 때문에 종업원들에게 보다 고객 지향적이고 서비스 지향적인 마인드를 갖도록 할 필요가 있다(곽동성과 강기두 1999).

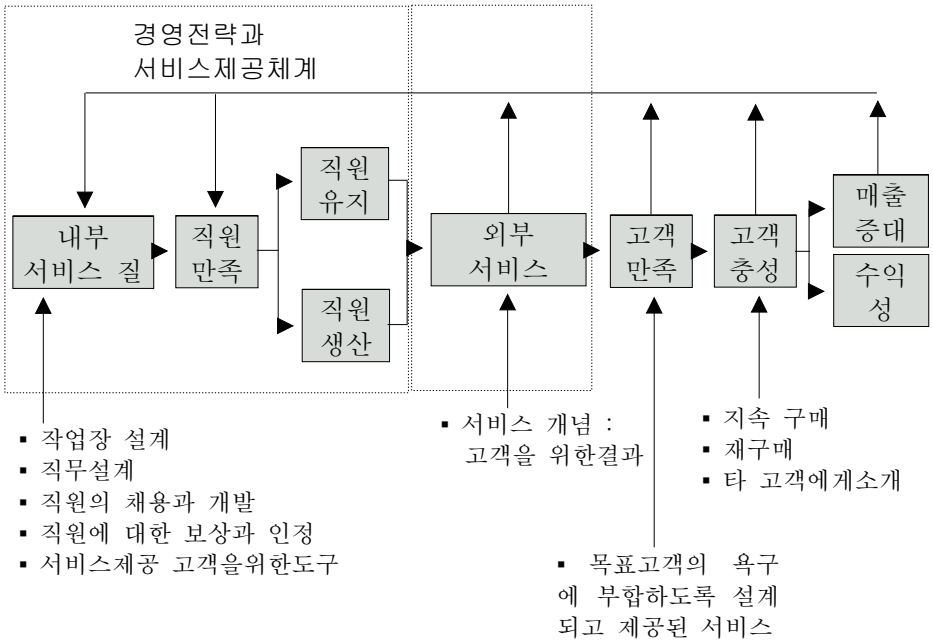
서비스품질과 고객만족은 최근 서비스관련 연구에서 많은 비중을 차지하고 있으며, 연구들에 따르면 높은 수준의 고객만족을 달성하기 위해서 기업은 제공하는 서비스의 내부요소를 제대로 파악, 측정 및 관리할 필요가 있다고 한다. 즉, 고객만족을 위해서는 직원에게 양질의 서비스를 제공함으로써 만족을 이루어야 하며, 직원들은 자신의 직무에 대해 만족하지 못할 경우, 고객들의 충성(loyalty)과 기업의 수익에 직접적인 영향을 미치는 고객만족의 달성이 어렵게 된다(Rosenbluth 1991; Schlesinger와 Heskett, 1991).

결국, 서비스기업은 고객에게 전달되는 서비스의 품질과 함께, 기업 전체적으로 내부서비스품질에 주력할 필요가 있으며, 효율적인 내부서비스품질의 관리를 통해 고객들의 서비스경험을 좋게 하고 이를 통해 고객만족을 달성할 수 있게 된다(곽동성과 강기두, 1999).

의료서비스는 일반 상품과는 달리 자주 소비하는 대상은 아니더라도 개개인의

삶에 결정적인 영향을 미치는 매우 중요한 소비대상이다. 향후 복지체계의 향상과 소득의 증가, 건강에 대한 관심의 증가 등으로 병원서비스에 대한 욕구는 더욱 증가할 것으로 보이며, 병원의 역할에 대한 기대도 상당히 다른 양상을 띌 것이다(김완석 1996). 그러나 병원산업에서의 경쟁이 치열해 짐에 따라, 의료분야에서도 경영과 마케팅이 가지는 중요성이 강조되고 있으며, '친절한 태도, 자상한 설명, 편리한 진료시스템, 신속한 진료비 수납, 다양한 정보제공' 등 병원내부에서 환자들의 욕구가 충족될 때(박인출, 2002) 의료 행위 자체인 본질적 서비스와 의료 이용자가 의료행위를 받게 되기까지 경험하는 의료행위 이외에 부가적인 서비스로 구분 할 수 있다. 본질적 의료서비스는 진찰, 처치, 수술 등이 있으며 이는 전문성으로 인해 객관적인 평가가 거의 불가능하다고 할 수 있겠으나 부가적인 의료서비스에는 병원에서 제공하는 의료행위 이외에 각종 서비스로 진료절차, 병원환경, 의료진이나 직원들의 친절성 등이며 이는 의료 소비자들의 주관적인 평가가 가능한 부분으로 볼 수 있다(나기승, 1994; 이준엽, 1994; 서정희, 1993; 윤명숙, 1991; 강이주, 이상협, 1996; 보건의료정책연구소, 1993).

또한 치열한 경쟁 환경 하에서 의료기관이 살아남기 위해서는 양질의 의료서비스가 기본이 되어야 할 것이며, 병원 서비스의 이용은 병원을 이용하는 수요자의 만족수준과 밀접한 관계가 있다. 즉, 고객만족수준이 높을수록 고객이 증가 할 것은 두말할 나위가 없을 것이고, 수요자(환자)의 만족수준은 양질의 진료는 물론 교통편리 및 입원공간시설의 쾌 적 여부 편의시설, 병원의 식사, 의료진 및 병원직원들의 태도, 진료비의 수준 등 여러 가지 요인이 총체적으로 복합되어 나타난다고 할 수 있다. 따라서 이미지 향상 및 개선을 위해서는 만족수준에 영향을 미치는 요인을 분석하여 수요자(환자)의 요구에 맞는 전략을 개발해야 한다.



<그림 1> 서비스-이윤 사슬*(service-profit chain)*

고객에게 만족을 증진시키기 위해서는 보다 체계적인 내, 외적인 의료서비스 질 향상을 점검하고 내, 외부 고객의 연계성에 따른 만족도에 대한 필요성이 제기된다.

이제, 병원에서는 서비스 개선으로 환자에게 만족을 주어야 된다는 것이 일반적인 원론에서 벗어나 생존적 입장에서 중요 시 되고 있다. 왜냐하면 수요자들의 교육 및 생활수준 향상과 의료지식 및 병원에 대한 인식과 선택능력이 양질의 의료서비스를 요구하고 있기 때문이다. 뿐만 아니라 병원과 의사들의 수적 증가로 경쟁이 심화되고 시설장비의 확충에 따른 투자확대 임금 및 물가상승에 따른 관리비의 증가로 오랜 역사를 가진 병원들이 문을 닫는가 하면 경영자들이 바뀌고 신생병원들이 태어나면서부터 경쟁은 더욱 치열한 실정이다(지호준, 1997)

이와 같은 어려운 문제를 해결하고, 고객만족의 서비스를 전달하기 위해 고려되어야 할 것은 서비스의 접점에서 일하는 서비스 제공자들(contact employees 또는 front line employees)의 역할이라고 할 수 있다. 왜냐하면 서비스가 고객(수요자)들

에게 전달되는 접점에서 일하는 서비스제공자들에 의해서 서비스의 전체적인 품질 수준이 결정되는 경우가 많기 때문이다.

그러므로 서비스의 총체적 품질은 고객접점시점, 즉, 결정적 순간에 제공되는 서비스의 품질로부터 크게 영향을 받게 된다. 즉, 현장직원의 태도, 업무지식, 신속한 대응, 커뮤니케이션 방법, 약속의 이행 등 현장직원의 자질에 의해 서비스 품질이 결정되며, 따라서, 높은 품질의 서비스를 제공하기 위해서는 고객접점 직원들의 관리가 서비스업의 성공에 매우 중요한 요인이 된다고 할 수 있다(박성연 2000).

병원은 의사, 간호사, 약사, 의료기사, 사무직, 시설관리직 등의 여러 직종으로 구성되어 있는 복잡한 조직으로서 업무 역시 특수하여 인사 관리가 비교적 어려운 조직이라고 할 수 있다. 따라서 병원 조직의 구성원들의 직무만족도를 평가하는 것은 합리적이고 과학적인 인사관리의 시작이라고 할 수 있겠다.

직무만족도(job satisfaction)의 개념에 대해 Smith 등(1969)은 “조직구성원들이 직무를 향하여 나타내는 긍정적인 감정의 정도”라고 하였고, Locke(1976)는 “개인의 직무 또는 직무경험에 대한 평가에 따른 긍정적인 감정상태”라고 하였다. 그리고 McCormick & ILgen(1980)은 “직무와 고용주에 관한 근로자의 견해에 관련되는 것으로 한 개인의 직무경험으로부터 기인한 유쾌하고도 긍정적인 감정상태”라고 하였다. 이처럼 학자마다 직무만족도에 대해 다양한 정의를 내리고 있지만, 종합해보면, “직무만족도는 한 개인이 자신의 직무에 대해 가지고 있는 일련의 긍정적인 태도”라고 할 수 있겠다. 직무만족도가 조직의 성과와 밀접한 관련이 있다는 것이 밝혀지고 있으므로 조직 구성원들의 직무만족도를 높이기 위한 조직적인 노력은 불가피하다고 할 수 있다. 특히, 병원 조직은 다른 조직에 비해 인건비 비율이 높으므로 병원 조직 구성원들에 대한 직무만족도 분석은 그 의의가 더욱 크다고 하겠다. 최근 들어 고객만족은 모든 기업이 추구해야할 궁극적인 목적이 되고 있다. 이는 고객만족이 가지는 가치 즉, 반복구매, 재구매 의도 및 우호적인 구전에 직접적인 영향을 미치는 속성으로 인한 것이다. 즉, 고객만족은 고객의 욕구나 기대에 대한 서비스 제공능력의 평가치와 구매 후 행동에 대한 효과적인 예측치의 성격에 가지기 때문에 그 중요성이 큰 것이다. 이렇게 고개만족이 기업의 성과를 증대시킨

다는 결과는 일반적이다(Fornell 1994; 김용준과 김진수 1996).

고객만족에 관한 의료서비스 분야의 논의를 종합해보면, 고객만족이 가지는 특징을 다음과 같이 정리해 볼 수 있다(조우현 등, 1999). 첫째, 고객만족도는 의료서비스의 다양한 차원과 속성들이 복합적으로 작용하여 고객에게 요약 평가되는 개념이다. 둘째, 고객만족도가 형성되는 과정은 동적이며 일정기간 동안 유지되지만 시간이나 상황에 따라 변화한다. 셋째, 태도나 행위 등을 통해 반응이 표현된다. 넷째, 고객자신의 다양한 특성이 만족도 형성에 관련된다(조우현 등, 1999; Strasser 등, 1993).

직무만족과 마찬가지로 고객만족도 역시 다면적이고 복합적인 속성을 가지고 있기 때문에 이를 측정하는 것은 어려운 문제라고 볼 수 있다. 특히 의료기관에서 이용되는 서비스는 매우 다양한 속성을 가지기 때문에 학자들에 따라 이를 다양하게 범주화하여 측정하도록 하고 있다.

2000년 7월 22일자 Wall Street Journal에서는 8백개의 점포를 가진 Sears Roebuck의 연구를 다루면서 "행복한 종업원은 고객에게 더 나은 서비스를 제공하며, 회사 제품을 널리 홍보하는 회사의 기둥과 같은 존재이다."라고 쓰고 있다. 또한 Economist와 Fortune 같은 경제전문지에서도 종업원 만족이 높은 회사들이 주가도 높고 회사성과도 좋다는 조사결과를 싣고 있다(Fortune, 1998, Economist, 1998,).

Banker, Konstans and Mashruwala(2000)는 내부고객만족에 초점을 맞추어 내부고객만족이 외부고객만족으로 이어져 기업의 재무적인 성과에 미치는 직접, 간접적인 영향을 실증적으로 연구하였다. 이 연구는 전국적인 체인망을 가지고 있는 미국의 백화점 점포 246군데를 대상으로 데이터를 수집, 분석하여, 내부고객만족과 이직률이 외부고객만족과 나아가서 매출, 비용에까지 지속적으로 효과를 미친다는 실증적인 증거를 제공하였다. 이밖에도 여러 연구결과들(Kohli and Jaworski 1990, 1993; Kotler 1994; Signaw et al. 1994; 이용기, 유동근과 이학식, 1996)에서 기업이 내부고객만족을 위해 노력하면 만족한 사원들은 보다 나은 서비스 및 제품을 제공하여 고객을 만족시키고 그 결과 기업에 대한 고객의 애호도(customer loyalty)가

높아지고 결과적으로 기업의 사업성과가 제고된다는 것이 밝혀졌다. 따라서 최근 들어 특히 서비스 산업에서 사원들의 동기부여를 강조하는 내부마케팅 개념이 더욱 중요시되고 있다.

그러나, 지금까지의 연구는 외부고객에게 전달되는 서비스 품질에 주력해 왔을 뿐, 내부고객의 직무만족에 대한 변수(내적 요인, 외적 요인), 고객만족과 내부고객의 직무만족의 관련성에 대한 실증적 연구는 매우 드물며 특히, 의료서비스 분야에서의 연구는 거의 전무한 실정이다.

B. 연구의 목적 및 가설

위와 같은 이론적 고찰에 따라, 광주지역에 소재한 일부 종합병원에 근무하는 직원들과 이 병원들에 입원한 고객들을 대상으로 서비스-이윤사슬 모형을 이용하여 직원들의 직무만족도 및 고객지향성, 고객의 고객만족도와 고객충성도간의 관련성을 규명하고자 다음과 같은 가설을 수립하고 이에 따라 연구를 진행하였다.

가설1. 직원의 직무만족도가 높을수록 고객지향성에 미치는 영향.

가설1-1. 직무만족도가 높을수록 조직몰입도가 높을 것이다.

가설1-2. 조직몰입도가 높을수록 고객지향성이 높을 것이다.

가설1-3. 직원의 직무만족도가 높을수록 고객지향성이 높을 것이다.

가설2. 이용한 서비스를 제공한 직원들의 고객지향성이 높을수록 고객만족도는 높을 것이다.

가설3. 고객만족도가 높을수록 고객충성도가 높을 것이다

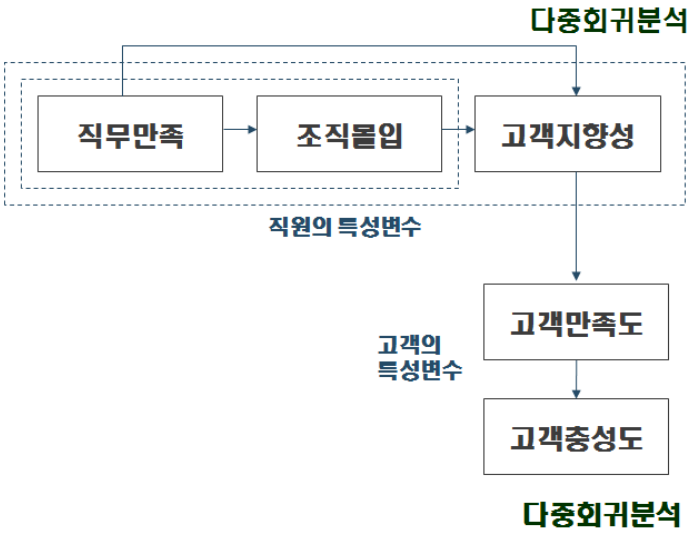
Ⅱ. 연구방법

A. 연구 모형

이 연구는 광주지역 일부 종합병원의 내부 서비스요인 특히, 직원들의 직무만족도가 고객만족도 및 충성도에 미치는 영향을 알아보기 위해 시행된 것으로 연구의 틀을 <그림 2>에 제시하였다.

우선, 원인변수로서 고객이 이용한 병원 직원들의 직무만족, 조직몰입, 고객지향성이 고객만족도와 충성도에 어떠한 영향을 미치는지 관련성을 보고자 하였다.

다음으로 고객들을 대상으로 고객만족도를 고객이 인지하는 의료의 영역에 따라 세분하여 조사하고 고객들의 사회인구 학적 특성변수와 이용특성변수를 통제한 상태에서 직무만족도와 고객만족도와의 관련성을 규명하고자 하였다. 이때 고객만족도에 대응하는 직무만족도는 고객이 이용한 서비스제공자의 직무만족도의 평균을 이용하였다.



<그림 2> 연구모형

B. 연구 대상 및 자료수집방법

본 조사 연구는 직원조사는 2008년 8월 6일부터 8월 12일까지 광주광역시 소재 3개 종합병원(가, 나, 다 병원)에 근무하는 직원을 대상으로 구조화된 설문지를 이용하여 자기기입법으로 실시하였다. 병원의 각 부서장을 통해 근무하는 직원에게 의뢰하여 설문지를 배포한 후 약 1주일 후에 회수하였다. 직원의 경우에는 460명 중 응답이 불성실한 16명을 제외하고 총 444명을 최종분석대상으로 하였다. 고객조사는 직원조사가 이루어진 3개 종합병원에서 조사기간 2008년 8월 13일부터 8월 30일까지 입원 중인 모든 고객을 대상으로 가병원 230부를 배포하여 211부를 회수 나병원은 120부를 배포하여 106부를 회수하였으며 다병원도 120부를 배포하여 99부를 회수 3개병원 총 470부를 배포하여 416부를 회수 하였다.

간호사실에서 설문지를 배포, 하였으며 응답자가 구조화된 설문지에 자기기입식으로 작성한 후 바로 회수하였고 응답이 어려운 환자는 보호자가 답하도록 하였다. 이때 조사자간의 변이를 최소화하기 위하여 연구자와 훈련된 1명의 조사원이 조사를 실시하였다. 수집된 설문지 중 고객설문지 416명, 직원설문지 444명, 총 860명을 최종분석 대상으로 하였다.

C. 조사도구 및 연구변수

연구에 사용된 조사도구는 다음과 같이 구성하였다(표 1). 먼저, 직원을 대상으로 한 설문지의 경우, 성, 연령, 교육수준, 종교, 결혼상태 등 사회 인구학적 특성과 급여수준, 재직기간(해당직종 및 병원), 직종, 제공서비스 등 직무관련 특성변수를 조사하였다.

조직몰입(Organizational Commitment)은 Porter가 개발한 조직몰입 설문지를 국내연구자(이상금과 박정호, 1995)가 번안하여 간호사를 대상으로 사용한 15문항을 이용하여 측정하였다. 조직몰입은 각 문항별로 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '정말 그렇다' 5점까지 5점 리커트 척도로 측정한 후 15개 문항을 더하여 구하였으며, 최

소 15점에서 최대 75점까지 점수가 높을수록 조직몰입 수준이 높다고 정의하였다.

직무만족도는 박인(2003)이 국문으로 번안하여 국내 병원을 대상으로 한 직무만족연구에 사용한 MSQ(Minnesota Job Satisfaction Questionnaire) 단축 형을 이용하여 측정하였다.

직무만족도는 Herzberg의 이요인 이론에 따라 직무만족이 자아실현 등 동기요인과 관련된 만족(내인직무만족, intrinsic satisfaction 12문항), 직무조건이나 급여수준 등 위생요인과 관련된 만족(외인직무만족, extrinsic satisfaction; 6문항) 두 가지 요인에 모두 속하지 않는 일반적 만족도(general satisfaction; 2문항) 등의 하위요인으로 구성된다고 보고, 요인별 만족도와 이를 합산한 총 직무만족도를 측정할 수 있도록 개발된 도구이다. 각 문항을 '전혀 만족스럽지 않다'(1)-'매우 만족스럽다'(5점) 5점 리커트 척도로 측정하였으며 요인별 합산점수 및 총 직무만족 점수가 높을수록 직무만족수준이 높음을 의미한다.

고객지향성의 경우, Saxe와 Weitz(1982)가 개발한 세일즈맨을 대상으로 한 고객지향성 설문지인 SOCO(Selling Orientation-Customer Orientation) 척도를 병원환경에 맞게 변용, 번역하여 부정적으로 기술한 12문항과 긍정적으로 기술한 12문항 등 총 24문항으로 구성하였다. 각각의 문항은 고객을 대할 때의 상황을 기술하는 내용으로서 각 문항에 대하여, '내가 대하는 어떤 환자에 대해서도 결코 그렇게 하지 않는다. 1점에서 '내가 대하는 모든 환자에게 늘 그렇게 대한다' 5점까지, 5점 리커트 척도로 구성하였다. 응답 결과에 대해서는 부정적 답변을 재범주화한 후 24문항을 합산하여 고객지향성 점수를 측정하였으며, 최소 24점에서 최고 120점으로 점수가 높을수록 고객지향성이 높은 것으로 정의하였다.

고객대상 조사의 경우, 고객의 성, 연령, 직업, 소득수준, 종교, 결혼상태, 거주지역(광주광역시, 기타) 등의 일반적 특성변수와 이용한 병원, 이용한 진료과, 이용한 서비스, 병원까지의 거리, 병원이용횟수 등 의료이용관련 특성을 조사하였다.

고객만족도는 Parasuraman 등(1988)이 실증적인 연구를 통하여 밝혀낸 서비스 품질에 영향을 미치는 5가지 결정요인들(표 2)을 바탕으로 고객의 기대와 평가를 통

해 서비스 품질을 측정하기 도구로 개발한 SERVQUAL을 변용하여 측정하였다. 개발 당시, 이 도구는 고객의 기대와 성취를 각각 측정하고 그 차이(성취-기대)로 서비스에 대한 만족도를 측정하도록 구성되었으나, 이 조사방법이 문항수를 늘려 응답률을 떨어뜨리는 문제점이 있으며, 선행연구결과 단일문항으로 측정된 결과와의 차이가 없음이 규명되어 있어(최귀선, 1999) 본 연구에서도 이에 따랐다.

이 설문지는 병원의 물리적 시설 및 장비, 직원 등에 해당하는 유형성(4문항), 약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있는 능력의 신뢰성(5문항), 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하는 반응성(4문항), 직원의 지식과 예절 그리고 신뢰와 자신감을 전달하는 능력의 설득성(5문항), 고객에게 제공하려는 개별적 배려와 관심의 공감성(4문항)의 총 5개차원에 대해 문항별로 5점 리커트 척도(매우 불만족1점-매우 만족 5점)로 답하게 하는 총 22문항으로 구성되어 있으며 각 문항
별 점수를 합산한 총점이 높을수록 고객만족도가 높음을 의미한다. 전반적 고객만족도는 의사, 간호사, 원무 및 행정 등 3가지 서비스 영역별 전반적 만족도, 이용한 서비스 전반에 대한 만족도를 7점 리커트 척도 1문항씩으로 측정하였다. 점수가 높을수록 해당서비스 영역별 만족도, 전반적 만족도가 높음을 의미한다.

병원서비스에 대한 중요성 인지도를 SERVQUAL 5가지 영역별로 1위-5위까지 순위를 부여하게 하여 측정하였으며, SERVQUAL로 측정된 영역별 점수에 해당 환자가 부여한 중요도의 역수(6-순위)를 곱하여 중요도 가중치 고객만족도를 산출하여 분석에 이용하였다.

고객충성도는 병원의 좋은 점에 대한 구전의사, 주변 사람들에게 병원이용을 권유할 의사, 재이용의사, 진료비 대비 재이용의사, 불편사항에 대한 구전의사, 불편한 점에 대한 직원에게 건의 의사 등 총 6개 문항에 대해 '전혀 아니다'(1점)-'매우 그렇다'(7점)의 7점 리커트 척도를 이용하여 측정하였다.
합산한 점수가 높을수록 해당병원에 대한 고객충성도가 높음을 의미한다.
주요 조사도구의 신뢰도계수를 (표 2)에 제시하였다.

표*1.* 주요 연구변수와 측정수준

변수명		문항수	측정수준
직원조사			
일반적 특성		각1문항	성, 연령, 학력, 종교, 급여수준, 결혼상태
직무특성	직종	1	명목척도(의사, 간호사, 행정, 기사, 기타)
	제공서비스	1	35가지 서비스에 대한 제공 여부
	접촉 환자수	1	실수기입(명/일)
	재직기간(직종)	1	실수기입(개월)
	(병원)	1	
직무만족도		20	5점 리커트척도;
	내인 직무만족	12	
	외인직무만족	6	전혀 만족스럽지 않다(1점) ~ 매우 만족스럽다(5점)
	일반 직무만족	2	
고객지향성		24	5점 리커트 척도
조직몰입		15	5점 리커트 척도
고객조사			
일반적 특성		4	성, 연령, 학력, 소득수준, 종교, 결혼상태 직업
의료이용 특성		각1문항	병원이용횟수, 병원까지의 거리, 거주지역
이용한 병원 및 진료과		각1문항	진료과목별 이용여부
이용한 서비스		각1문항	주차서비스, 원무과, 방사선과, 임상병리과(채혈실), 포함 총 24가지 서비스에 대한 이용 여부
고객만족			
	SERVQUAL	22	5점 리커트 척도
	전반적 만족도	4	7점 리커트 척도
고객충성도		6	5점 리커트척도
서비스 중요성 인지도		5	각 서비스 영역에 대한 순위평가

표 2. 조사도구의 신뢰도 계수

조사대상	변수	문항수	신뢰도계수
직원	직무만족	20	0.898
	내인직무만족	12	0.856
	외인직무만족	6	0.409
	일반직무만족	2	0.476
	고객지향성	24	0.882
	조직몰입도	15	0.893
고객	고객만족도(SERVQUAL)	22	0.953
	유형성	4	0.746
	신뢰성	5	0.876
	반응성	4	0.860
	설득성	5	0.878
	공감성	4	0.865
	고객충성도 1	6	0.726
	고객충성도 2*1	4	0.874

*1) 고객충성도 측정도구 중 '불편사항에 대한 구전의사', '불편한 점에 대한 직원에게 건의 의사'를 제외한 4문항으로 구성된 도구

D. 분석방법

수집된 자료는 MS 엑셀 스프리드 쉬트에 입력하여 데이터 베이스화 한 후, 통계패키지 SPSS Ver 12.0을 이용하여 분석하였다.

고객을 대상으로 조사한 자료와 직원을 대상으로 조사한 자료를 연계하여 분석하기 위해, 고객이 이용한 병원과 서비스를 각각 조사하고, 직원이 근무하는 부서에서 제공하는 서비스의 종류를 조사한 후 다음과 같은 방법으로 직무만족(전반적 직무만족, 내인 직무만족, 외인 직무만족)변수를 고객자료에 통합하였다. 먼저, 연구대상 직원을 근무하는 3개 병원, 제공된 서비스 종류에 따라 104개 군으로 세분하여 각 군별 직무만족 및 고객지향성의 산술평균을 계산하였다.

다음으로 고객이 이용한 병원과 서비스제공자에 해당되는 직원들의 산술평균을

투입한 후, 다시 고객이 이용한 해당서비스 서비스군의 직무만족 및 고객지향성의 산술평균을 고객만족점수에 대응하는 직무만족점수로 이용하였다.

고객충성도 구성문항 중 '불편사항에 대한 구전의사', '불편한 점에 대한 직원에게 건의 의사'는 고객충성도 구성요인으로서 모호한 측면이 있어 타당도를 낮출 수 있다고 보아 이 두 문항을 포함시킨 변수(고객충성도 (1)), 제외한 고객충성도 변수(고객충성도 (2)) 2가지를 계산하였고, 각각의 신뢰도 계수를 평가하여 신뢰도 계수가 더 높은 고객충성도 변수인 고객충성도(2)를 분석에 이용하였다. 아울러 3가지 고객만족도 변수와 2가지 고객충성도에 대한 상관분석을 시행하고 가장 상관계수가 높은 셋(set)을 최종 분석에 이용하였다(부록 참고).

최종분석에 이용된 통계적 방법은 다음과 같다. 직원과 고객의 특성변수의 분포는 빈도와 백분율을 이용하여 분석하여 제시하였다. 직원의 경우, 사회 인구학적 특성과 직무 특성변수에 따른 직무만족, 고객지향성, 조직몰입 및 직무동기의 차이는 특성변수가 이 분형 변수인 경우에는 t-검정을, 3개 이상의 집단으로 구분되는 범 주형 변수인 경우에는 분산분석을 이용하였다.

또 직무만족, 고객지향성, 조직몰입간의 관련성을 상관분석(bivariate correlation analysis)을 통해 분석하고 Pearson의 상관계수를 이용하여 각 변수간의 상관성을 평가하였다. 연구가설의 검정 즉, 연구자가 관심을 가진 특성변수와 종속변수의 관련성을 잠재적 혼란변수를 통제한 상태에서 알아보기 위해서 다중회귀분석을 시행하였다. 연구가설별로 종속변수는 연구가설 1은 고객지향성, 연구가설 2는 고객만족도, 연구가설 3은 고객충성도로 하였다. 또한 독립변수는 각각 직무만족, 조직몰입, 고객지향성과 관련성이 있는 직원의 특성변수(연구가설 1); 고객지향성, 고객만족도와 관련이 있는 고객 특성변수(연구가설 2); 고객만족도, 고객지향성과 관련성이 있는 고객특성변수(연구가설 3)였다.

Ⅲ. 연구결과

A. 연구대상자의 특성분포

이 연구의 대상의 일반적 특성을 직원과 고객으로 나누어 (표 4)과 (표 5)에 제시하였다. 먼저 직원의 경우, 여자직원이 359명(80.9%)이었으며, 남자직원이 85명(19.1%)로 총444명 여자직원이 남자직원에 비해 훨씬 많은 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면 20~29세까지의 젊은 연령층이 281명(63.3%)로 가장 많았고, 30~39세 이상이 95명(21.4%)으로 두 번째 많은 집단으로 나타났고, 60~69세 이상은 9명(2.0%)으로 가장 적었다. 직원의 교육수준은 전문대졸업이 321명(72.32%)로 가장 많았고 대학교졸업이 70명(15.8%), 고졸이하가 19명(4.3%)로 가장 적게 나타났다. 직무관련변수를 보면 직종은 간호사가 261명(58.8%)로 가장 많았고, 행정직원 68명(15.3%), 의료기사 45명(10.1%)의 순이었다. 직원 직급으로 일반직원 359명(80.9%), 계장급 37명(8.3%), 팀장(부장)급 24명(5.4%), 부장급이상 17명(3.8%) 순으로 나타났다.

하루평균 환자 접촉 수는 가병원 261명(58.8), 다병원 81명(18.2), 나병원 77명(17.3%) 순으로 나타났다. 이 직종에 근무한 경력으로는 1년~2년 미만이 206명(46.4%)으로 가장 많았고, 2년~3년 미만이 112명(25.2%)로 두 번째로 많은 것으로 나타났고, 1년 미만이 39명(8.8%)으로 가장 낮았다. 이 병원에 근무한 경력으로는 1년~2년 미만이 234명(52.7%)으로 가장 많았고, 2년~3년 미만이 108명(24.3%)로 두 번째로 많은 것으로 나타났고, 4년 이상이 25명(5.6%)으로 가장 낮았다. 직원 급여수준은 100만원 이상 ~ 200만원 미만이 366명(82.4%)으로 가장 많았고, 100만원 미만 34명(7.7%), 500만원 이상 19명(4.3%) 등으로 나타났다. 직원의 직급을 보면 일반직원이 359명(80.9)으로 가장 많았고, 계장급이 37명(8.3%)으로 두 번째로 나타났다. 직원들의 결혼 유무는 미혼이 296명(66.7%), 기혼이 137명(30.9)로 나타났고, 직원들의 종교는 무교 259(58.3%), 기독교 92명(20.7), 천주교와 불교는 각각 36명(8.1%) 수준으로 나타났다.

표 3. 연구대상자의 특성분포(직원)

특성변수		구분	빈도(N)	백분율(%)
일반적 특성	성별	남자	85	19.1
		여자	359	80.9
	연령	20~30세 미만	281	63.3
		30~40세 미만	95	21.4
		40~50세 미만	29	6.5
		50~60세 이상	27	6.1
	학력	고졸이하	19	4.3
		전문대 졸업	321	72.3
		대학교 졸업	70	15.8
		대학원 졸업	26	5.9
	월급여	100만원미만	34	7.7
		100만원~200만원미만	366	82.4
		200만원~300만원미만	13	2.9
		500만원이상	24	5.5
	결혼상태	미혼	292	66.7
		기혼	137	30.9
		기타	4	0.9
	종교	무교	259	58.3
		기독교	92	20.7
		천주교	36	8.1
		불교(원불교)	36	8.1
		기타	13	2.9
직무관련특성	직종(부서)	의사	23	5.2
		간호사	261	58.8
		행정직원	68	15.3
		의료기사	45	10.1
		기타	31	7.0
	직급	부장급이상	17	3.8
		팀장(과장)급	24	5.4
		계장급	37	8.3
		일반 직원	359	80.9
	하루평균 환자접촉수	50미만	261	58.8
		50~99명	77	17.3
		100이상	81	18.2
	이직종 근무년수	1년미만	39	8.8
		1년~2년미만	206	46.4
		2년~3년미만	112	25.2
		4년이상	76	17.1
	병원 근무기간	1년미만	62	14.0
		1년~2년미만	234	52.7
		2년~3년미만	108	24.3
		4년이상	25	5.6
계			444	100.0

* 444(100.0)에 미달되는 나머지는 결측치임

연구대상자 중 고객의 특성을 성별로 보면, 남자가 189명(45.4%)이었고, 여자는 227명(54.6%)으로 나타났다. 연령별로 살펴보면 30대가 116명(27.9%)로 가장 많았고, 40대 101명(24.3%), 50대이상 100명(24.0%), 20대 99명(23.8%) 순으로 나타났다. 직업별로 살펴보면 무직/주부 140명(33.7%)으로 비교적 많이 차치했고, 사무직이 63명(15.1%), 근로직, 전문직, 일반자영업은 50명(12.1) 정도 비슷한 수준으로 나타났다. 광주를 거주지로 둔 고객은 357명(85.8%)를 차치하여 거의 대부분이 광주에 사는 것으로 나타났고 기타지역이 37명(8.9%)으로 보여 진다. 병원을 방문 이용횟수로는 2-3번이 129명(31.0%), 처음 126명(30.3%)로 절반이상이 차지하였고, 4-5번, 6번이상, 매번은 비슷한 수준으로 나타났다. 병원까지 걸리는 시간이 30분미만 254명(61.1%)로 가장 많은 것으로 나타났고, 30-60분미만 129명(31.0%) 60~120분미만 21명(5.0%), 2시간이상이 10명(2.4%)으로 나타났다.

B. 직원의 직무만족과 고객지향성의 관련성(연구가설 *1)*

1. 일반적 특성에 따른 고객지향성

직원들의 고객지향성을 특성변수별로 보면, 성, 종교 변수는 조사된 사회 인구학적 변수에 따른 차이는 없었고, 연령, 학력, 결혼 상태는 유의하게 나타났다.

연령별로 보면 40-49세가 64.60(±11.70)점으로 55.67(±9.73)점인 60세이상 직원에 비해 유의하게 높았고(p=0.040), 학력별로 보면 대학원이상(66.69±8.01), 전문대졸(60.54±10.80) 근무 직원들의 고객지향성 점수가 전문대졸미만(59.07±13.78), 대학교(58.62±12.59) 근무 직원들에 비해 유의하게 높았다(p=0.017).

결혼상태로 보면, 기혼 직원군의 고객지향성이 63.21(±12.00)점으로 미혼 직원군 59.28(±10.61)점에 비해 유의하게 높았다(p=0.004)(표 5).

표 *4.* 연구대상자의 특성분포*(*고객*)*

특성	구분	빈도(N)	백분율(%)
성별	남자	189	45.4
	여자	227	54.6
연령	20~30세 미만	99	23.8
	30~40세 미만	116	27.9
	40~50세 미만	101	24.3
	50~60세 이상	100	24.0
학력	초졸이하	22	5.3
	중학교 졸업	33	7.9
	고등학교 졸업	160	38.5
	대학교 졸업	199	47.8
소득수준	100만원미만	41	9.9
	100만원~200만원미만	136	32.7
	200만원~300만원미만	116	27.9
	300만원이상	103	24.8
결혼상태	미혼	112	26.9
	기혼	276	66.3
	기타	27	6.5
종교	무교	198	47.6
	기독교	94	22.6
	천주교	31	7.5
	불교	84	20.2
	기타	9	2.2
직종 부서	사무직	63	15.1
	근로직	50	12.0
	공무원	30	7.2
	일반자영업	51	12.3
	전문직	50	12.0
	무직/주부	140	33.7
	기타	30	7.2
거주지역	광주	357	85.8
	기타	37	8.9
이용병원	가	196	47.1
	나	111	26.7
	다	109	26.2
해당병원 이용횟수	처음	126	30.3
	2-3	129	31.0
	4-5	60	14.4
	6	49	11.8
	다수이용(6회이상)	49	11.8
병원까지 소요시간(분)	30분미만	254	61.1
	30분-60분 미만	129	31.0
	60분-120분 미만	21	5.0
	120분 이상	10	2.4
계		416	100

* 416(100.0)에 미달되는 나머지는 결측치임

표 5. 직원들의 일반적 특성과 고객지향성의 관련성

특성변수	구분	N	평균(±표준편차)	p-값*1)
성	남자	81	62.14(±11.14)	.141
	여자	339	60.10(±11.10)	
연령	-29	270	59.53(±10.84)	.040
	30-39	88	62.60(±11.70)	(.260)
	40-49	28	64.43(±11.75)	
	50-59	16	59.50(± 9.55)	
	60-	6	55.67(± 9.73)	
학력	전문대졸 미만	15	59.07(±13.78)	.017
	전문대졸	308	60.54(±10.80)	(.055)
	대학졸	65	58.62(±12.59)	
	대학원이상	26	66.69(± 8.01)	
종교	없음	247	60.14(±11.17)	.373
	기독교	88	61.03(±11.20)	
	천주교	34	58.29(±10.72)	
	불교	33	62.55(±11.81)	
	기타	12	64.25(± 9.03)	
결혼상태	미혼	285	59.28(±10.61)	.004
	기혼	125	63.21(±12.00)	
	기타	4	62.75(± 4.87)	

*1) ( )안은 선형적 경향성(linear trend)에 대한 검정결과

2. 직무관련특성에 따른 고객지향성

직원들의 고객지향성을 직무관련별로 보면, 급여수준, 병원근무기간, 접촉 환자수 변수는 조사된 변수에 따른 차이는 없었다.

근무병원별로 보면 '가'병원 직원군의 고객지향성이 61.86(±11.47)점으로, '다'병원 직업군 58.42(±9.79)점에 비해 유의하게 높았고(p=0.025), 직종별로 보면 의사(66.43±8.36), 간호사(60.69±11.19), 의료기사(60.19±9.80)근무 직원들의 고객지향성 점수가 기타 (59.48±15.47), 행정직원(58.38±9.68) 근무 직원들에 비해 유의하게 높았다(p=0.053).

같은 직종 근무기간별로 보면, 근무기간이 10년 이상인 직원군의 고객지향성은 65.01(±10.92)점으로 근무기간이 1년~5년 미만인 직업군 58.71(±10.73)점에 비해 유의하게 높았다(p=0.001)(표 6).

표 6. 직무관련 특성(직원)에 따른 고객지향성

특성변수	구분	N	평균(±표준편차)	p-값
급여수준 (만원)	- 99	27	57.89(±12.09)	.068 (.009)
	100-199	350	60.25(±11.07)	
	200-499	18	63.17(±11.87)	
	500-	19	65.84(±7.52)	
근무병원	'가'병원	209	61.86(±11.47)	.025
	'나'병원	95	60.01(±11.55)	
	'다'병원	116	58.42(±9.79)	
직종	의사	23	66.43(±8.36)	.053
	간호사	247	60.69(±11.19)	
	행정직원	66	58.38(±9.63)	
	의료기사	42	60.19(±9.80)	
	기타	31	59.48(±15.47)	
직급	부장급 이상	17	66.76(±6.56)	.104 (.023)
	과(팀)장급	24	61.50(±12.28)	
	계장급	34	61.35(±13.90)	
	일반직원	341	60.12(±10.87)	
직종근무기간 (개월)	- 11	36	59.97(±11.02)	.001 (.010)
	12- 59	200	58.71(±10.73)	
	60-119	108	61.38(±11.38)	
	120-	68	65.04(±10.92)	
병원근무기간 (개월)	- 11	59	60.02(±12.04)	.070 (.168)
	12- 59	226	59.55(±10.97)	
	60-119	98	62.87(±11.05)	
	120-	24	62.67(±9.83)	
접촉환자수 (명/일)	-49	248	60.67(±11.36)	.177 (.110)
	50-100	73	61.48(±10.78)	
	100-	75	58.36(±9.46)	

*1) ( )안은 선형적 경향성(linear trend)에 대한 검정결과

3. 직무만족, 조직몰입, 고객지향성의 관련성; 상관분석결과

병원직원들을 대상으로 조사된 직무만족과 조직몰입, 고객지향성 간의 상관분석 결과를 (표 7)에 제시하였다.

전반적 직무만족은 조직몰입 및 고객지향성과 유의한 양의 상관관계가 있었다.

표 7. 직무만족, 조직몰입에 따른 고객지향성의 상관분석

	총직무만족	내인직무만족	외인직무만족	일반직무만족	조직몰입
내인직무만족	.939				
	.000				
외인직무만족	.838	.621			
	.000	*.000*			
일반직무만족	.712	.572	.555		
	.000	*.000*	*.000*		
조직몰입	.203	.212	.115	.147	
	.000	*.000*	*.022*	*.004*	
고객지향성	.236	.254	.148	.083	.407
	.000	*.000*	*.004*	*.106*	*.000*

* 각 열 상단의 수치는 상관계수 값(Pearson's Correlation Coefficients),
하단의 이탤릭체 수치는 해당 상관계수의 유의확률 값(p-value)임

4. 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향; 회귀분석 결과

단일변량분석 결과, 고객지향성과 유의한 관련성이 있는 변수와 직무만족을 독립변수로, 고객지향성을 종속변수로 한 다중회귀분석결과를 <표 9>에 제시하였다.

먼저 고객지향성에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석결과를 보면, 회귀분석 모형의 결정계수는 0.114로 모형은 적합하였다(p=.000).

내인직무만족변수의 회귀계수는 0.309(p=0.039)로, 내인직무만족 점수가 증가할수록 고객지향성이 증가하였다. 그러나 외인직무만족, 일반 직무만족, 조직몰입 등은 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 요인이 아니었다.

참고로 이 모형에서 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 특성변수는 이용한 병원과 학력으로서 학력의 경우 전문대학 졸업자와 비교할 때 고졸(p=0.022), 대졸(p=0.010)이 유의하게 고객지향성이 낮았고, 병원의 경우, 가병원에 비해 다병원의 고객지향성 점수가 유의하게 낮았다(β=-3.095; p=0.030).

표 8. 고객지향성에 영향을 미치는 요인

독립변수	구분	회귀계수	p-값
	상수항	47.610	.000
성(/남)	여자	-0.558	.752
연령	(실수, 세)	0.147	.255
학력	고졸	***-10.449***	***.022***
(/전문대졸)	대학졸업	***-4.218***	***.010***
	대학원 이상	0.563	.904
결혼상태	기혼	2.283	.177
(/미혼)	기타	-5.038	.472
급여수준	100만원-199만원	2.856	.339
(/-99만원)	200만원-499만원	2.971	.538
	500만원-	0.002	1.000
직위	계장급	-1.332	.832
(/일반직원)	팀(과)장급	-4.639	.214
	실/국장급	-1.346	.552
병원근무기간	(실수, 개월)	0.012	.553
근무병원	'나'병원	-1.716	.260
(/'가'병원)	'다'병원	***-3.095***	***.030***
내인직무만족	(실수, 점수)	***0.309***	***.039***
외인직무만족	(실수, 점수)	-0.420	.108
일반직무만족	(실수, 점수)	0.153	.797
조직몰입	(실수, 점수)	0.143	.178
	R^2(p)	0.114	(0.002)

C. 직원의 고객지향성이 고객만족에 미치는 영향; 연구가설 2

1. 고객 특성변수와 고객만족도의 관련성

고객 특성변수와 고객만족도의 관련성을 살펴보면, 소득수준, 거주지역, 이용병원, 해당병원 이용횟수, 병원까지 소요시간의 조사된 변수에 따른 차이는 없었다.

성별로 살펴보면 남자 58.45(±12.38)점, 여자 56.11(±12.87)점으로 유의한 관련성을 나타냈고(p=0.072) 연령별로는 40대가 59.44(±13.19)점, 50세이상 57.93(±13.08)점, 30대 56.41(±12.75)점, 20대 54.80(±11.74)점 순으로 유의하게 높았다(p=.303). (표 9)

표 9. 고객 특성변수와 고객만족도의 관련성

특성변수	구분	산술평균	표준편차	p-값
성별	남자	58.45	12.38	0.072
	여자	56.11	12.87	
연령	20~30세 미만	54.80	11.74	0.303
	30~40세 미만	56.41	12.75	(0.138)
	40~50세 미만	59.44	13.19	
	50~60세 이상	57.93	13.08	
학력	초졸이하	54.32	16.41	0.092
	중학교 졸업	56.97	11.86	(0.480)
	고등학교 졸업	59.08	12.64	
	대학교 졸업	55.83	12.14	
소득수준	100만원미만	57.92	10.80	0.646
	100만원~200만원미만	55.94	13.39	(0.881)
	200만원~300만원미만	57.67	11.72	
	300만원이상	57.72	13.03	
결혼상태	미혼	56.19	11.93	0.285
	기혼	57.17	12.77	
	기타	60.68	14.75	
종교	무교	57.42	12.05	0.426
	기독교	57.31	11.93	
	천주교	54.50	12.35	
	불교	57.84	14.33	
	기타	47.50	23.70	
직종 부서	사무직	55.00	10.80	0.276
	근로직	59.77	12.43	
	공무원	59.38	10.82	
	일반자영업	54.62	15.68	
	전문직	57.07	13.56	
	무직/주부	57.89	12.48	
	기타	55.08	10.89	
거주지역	광주	57.13	12.17	0.803
	기타	57.85	16.06	
이용병원	가	56.57	12.73	0.553
	나	58.29	12.29	
	다	57.09	13.04	
해당병원 이용횟수	처음	58.28	13.53	0.691
	2-3	56.32	11.96	(0.938)
	4-5	55.89	12.14	
	6	56.98	13.25	
	매번	58.15	12.91	
병원까지 소요시간 (분)	30분미만	56.94	11.58	0.870
	30분-60분 미만	57.70	14.69	(0.588)
	60분-120분 미만	57.72	12.32	
	120분 이상	54.38	14.13	
계		416	100	

*1) ( )안은 선형적 경향성(linear trend)에 대한 검정결과

2. 고객만족도와 직무만족, 고객지향성의 관련성

표 *10.* 직무만족, 고객지향성, 고객만족 및 고객충성도의 상관분석

	고객충성도	고객만족도	내인직무만족	외인직무만족	일반직무만족	총직무만족
고객만족도	.604					
	.000					
내인직무만족	-.114	-.053				
	.022	*.306*				
외인직무만족	-.120	-.036	.912			
	.015	*.490*	*.000*			
일반직무만족	-.049	-.039	.745	.717		
	.328	*.454*	*.000*	*.000*		
총직무만족	-.114	-.047	.986	.961	.792	
	.022	*.365*	*.000*	*.000*	*.000*	
고객지향성	-.082	-.040	.807	.680	.782	.800
	.100	*.434*	*.000*	*.000*	*.000*	*.000*

3. 직무만족, 고객지향성, 고객만족 및 고객충성도간의 상관분석결과

연구대상 직원들의 직무만족도, 내인 및 외인 직무만족도와 해당병원 이용고객들의 고객만족도간의 상관분석을 실시한 결과를 (표 10)에 제시하였다.

총 직무만족의 경우, 고객만족도를 제외한 고객충성도, 내인 및 외인 직무만족도 등에 대하여 유의한 양의 상관관계를 보였으며, 이는 직무만족이 높은 직원이 제공하는 서비스를 이용한 고객일수록 고객충성도가 높았다는 결과가 나타난 것임을 알 수 있었다.

고객충성도의 경우, 고객지향성과 일반 직무만족도을 제외한 나머지 요인 내인 및 외인 직무만족도, 총 직무만족도에 대해서 유의한 양의 상관관계를 나타냈다. 또한 고객만족도의 경우는 고객충성도를 제외한 나머지 요인에 대해서는 유의한 결과가 나타나지 못했다.

고객지향성은 내인 및 외인 직무만족도, 일반 직무만족도, 총 직무만족도에 대하여 유의한 양의 상관관계를 보였으며, 이 관계는 고객충성도와 고객만족도를 제

외한 전 영역에서 유의하였다.

일반 직무만족도는 내인 및 외인 직무만족도와 유의한 양의 상관관계를 보였다.

4. 직무만족과 고객지향성이 고객만족도에 미치는 영향

직무만족과 고객지향성이 고객만족도에 미치는 영향에 대한 회귀분석결과를 보면, 회귀분석 모형의 결정계수는 0.040로 모형들은 적합하였다.

표 11. 직원의 직무만족, 고객지향성이 고객만족도에 미치는 영향(회귀분석)

독립변수	구분	회귀계수	p-값
	상수항	78.809	.017
성	여자/남자	-1.511	.318
연령	(세, 실수)	0.068	.261
학력	중졸/초졸이하	-1.766	.692
	고졸/초졸이하	1.527	.675
	대졸이상/초졸이하	-1.982	.592
직무만족-외인	(점수)	-1.550	.169
직무만족-내인	(점수)	2.254	.423
고객지향성	(점수)	-0.170	.742
R^2=0.040, 모형의 적합성(0.147)			

D. 고객만족이 고객충성도에 미치는 영향; 연구가설 3

1. 고객 특성변수와 고객충성도의 관련성

고객 특성변수와 고객충성도의 관련성을 살펴보면, 성별, 소득수준, 종교, 직업, 거주지역, 병원까지 소요시간의 변수는 고객충성도와 관련성이 없었다.

학력에서 보면, 고등학교졸업 14.11(±5.24)점, 대학교졸업 13.75(±4.89)점, 중학교졸업 13.70(±5.82)점, 초등학교졸 이하 12.89(±5.43)점 순으로 유의하게 나타났다(p=0.238). 결혼상태를 보면 기타 14.38(±6.58)점, 기혼 14.24(±4.94)점, 미혼 12.78(±5.10)점 순으로 유의하게 나타났다(p=0.036).

이용병원은 '다'병원이 14.72(±4.68)점, '나'병원이 13.97(±4.74)점, '가'병원이

13.32(±5.53)순으로 유의하게 나타났다(p=0.075) (표13).

표 *12*. 고객 특성변수와 고객충성도의 관련성

특성변수	구분	산술평균	표준편차	p-값
성별	남자	13.78	5.42	0.792
	여자	13.92	4.89	
연령	20~30세 미만	12.52	4.93	0.238
	30~40세 미만	13.82	4.80	(0.022)
	40~50세 미만	14.34	5.27	
	50~60세 이상	14.49	5.81	
학력	초졸이하	12.89	5.43	0.762
	중학교 졸업	13.70	5.82	(0.437)
	고등학교 졸업	14.11	5.24	
	대학교 졸업	13.75	4.89	
소득수준	100만원미만	14.22	4.76	0.823
	100만원~200만원미만	13.57	4.91	(0.986)
	200만원~300만원미만	13.87	5.24	
	300만원이상	14.14	5.51	
결혼상태	미혼	12.78	5.10	0.036
	기혼	14.24	4.94	
	기타	14.38	6.58	
종교	무교	14.00	4.97	0.831
	기독교	13.99	4.97	
	천주교	13.14	3.77	
	불교	13.78	5.99	
	기타	12.44	6.35	
직종 부서	사무직	13.85	4.41	0.607
	근로직	14.92	5.40	
	공무원	14.03	5.31	
	일반자영업	13.22	5.62	
	전문직	13.22	5.23	
	무직/주부	13.68	5.26	
	기타	14.64	4.05	
거주지역	광주	13.82	5.07	0.839
	기타	14.00	6.21	
이용병원	가	13.32	5.53	0.075
	나	13.97	4.74	
	다	14.72	4.68	
해당병원 이용횟수	처음	13.52	5.81	0.045
	2-3	14.76	4.59	(0.676)
	4-5	13.47	4.72	
	6	12.29	5.28	
	매번	14.35	4.71	
병원까지 소요시간 (분)	30분미만	13.95	4.85	0.633
	30분-60분 미만	13.94	5.27	
	60분-120분 미만	12.48	6.94	
	120분 이상	13.33	6.78	
계		416	100	

2. 고객만족이 고객충성도에 미치는 영향

직무만족과 고객지향성이 고객충성도에 미치는 영향에 대한 회귀분석결과를 보면, 회귀분석 모형의 결정계수는 0.405로 모형들은 적합하였다.

해당병원 이용횟수를 독립변수로 투입한 모형에서 회귀계수는 1.383(p=0.009)으로, 2-3/처음 이용한 고객의 충성도가 증가하였다.

또한 고객만족도(점수)를 독립변수로 투입한 모형에서는 회귀계수 0.240(p=0.000)로, 고객만족도가 높을수록 고객지향성이 고객충성도에 대한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 *13.* 고객만족도가 고객충성도에 미치는 영향(회귀분석 결과)

독립변수(단위)	구분/기준집단	회귀계수	p-값
상수항		-2.278	.061
성	여자/남자	0.627	.138
연령(세, 실수)		0.033	.108
결혼상태	기혼/미혼	0.490	.403
	기타/미혼	-0.818	.450
이용병원	나/가	-0.050	.922
	다/가	0.578	.250
해당병원	2-3/처음	***1.383***	***.009***
이용횟수	4-5/처음	0.214	.741
(횟수)	6회이상/처음	-0.640	.371
	매번/처음	0.910	.194
고객만족도(점수)		***0.240***	***.000***
R^2=0.405, 모형의 적합성(0.000)			

Ⅳ. 고　　찰

본 연구는 급변하는 의료시장의 경쟁 격화로 인해 의료소비자의 욕구와 기호에 맞는 서비스를 제공하고자 여러 가지 다양한 경영 전략이 시도되고 있다.

또한 의료기관의 고객접점 직원의 태도와 행동은 고객 서비스 품질평가와 만족수준에 매우 큰 영향을 미치게 되었으며, 이에 보다 고객 지향적이고 서비스 지향적인 체계를 구축하고 있는 실정이다.

치열한 경쟁 환경 하에서 의료기관이 살아남기 위해서는 양질의 의료서비스는 기본이며, 병원서비스는 수요자의 만족수준 관계를 여러 선행논문에서 알 수가 있었고, 특히 병원 직원에 따른 고객만족이 수익을 창출과 밀접한 관계가 있음이 밝혀졌다(백수경, 2002).

서비스를 제공하는 직원이 행복하지 않다면 고객만족은 달성되기 어렵다는 주장도 지속적으로 제기되어 있으며(Rosenbluth, 1991; Schlesinger와 Heskett, 1991), 만족한 직원만이 고객을 만족시킨다는 명제는 일정한 경험적 증거를 확보하고 있다(Zeithaml과 Bitner,1991).

광주광역시에 소재하는 일부 종합병원에 종사하는 3개 병원의 444명(의료진 23명, 간호사직 261명, 의료기사직 45명, 행정직 68명, 기타 31명)과 3개 병원 416명의 입원(2008.8.13~8.30) 환자들, 총 860명의 조사결과를 가지고 일부 종합병원의 직원의 직원만족도가 고객만족도 및 충성도에 얼마만큼 미치는가를 파악하고자 하였다.

본 연구에 사용된 조사도구는 기존의 여러 연구들에 적용되어 그 신뢰성과 타당도가 입증된 도구들이다. 내적일치도 계수를 이용하여 신뢰도를 분석한 결과, 신뢰도 계수는 매우 높아 조사도구의 신뢰성에는 큰 문제가 없었을 것으로 판단하였다.

첫 번째 '직원의 직무만족도는 조직몰입을 매개로하여 고객지향성을 높일 것이다. '라는 가설의 1-1 직무만족도가 높을수록 조직몰입도가 높을 것이다. 1-2 조직몰입도가 높을수록 고객지향성이 높을 것이다. 1-3직원의 직무만족도가 높을수록 고객지향성이 높을 것이다 의 이 가설의 결과는 다음과 같다.

결과로는 직무만족요인 중 내인직무만족만이 고객지향성에 영향을 미치는 요인으로 파악되었다. 외인직무만족과 조직몰입은 영향을 미치는 요인이 아님이 밝혀졌다. 또한 직원이 고객을 대하는 태도나 지향성은 조직을 매개로 하기보다는 개인적

가치지행과의 일치에 따라 이루어지는 것으로 보였다. 따라서 고객지향성의 제고를 위한 노력은 개인의 고차원적인 동기요인의 충족에 맞추어져야 하고, 개인의 동기요인과 조직에 대한 충성도와의 관련성을 높이기 위한 경영 노력이 필요할 것이다.

두 번째 '이용한 서비스를 제공한 직원들의 고객지향성이 높을수록 고객만족도는 높을 것이다. '라는 가설의 결과는 선행연구(백수경, 2002)와 일치하는 결과를 보였다. 고객지향성에 영향을 미치는 일반특성 요인의 회귀분석결과를 보면, 회귀분석 모형의 결정계수는 0.114로 모형들은 적합하였다.

직무만족1을 독립변수로 투입한 모형에서, 전반적 직무만족이 증가할수록 고객지향성이 증가하였다(p=0.039). 여기서 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 직원의 사회 인구학적 변수는 거의 없었으나, 학력에서 고졸에 비해 대학졸업이 다소 높은 경향이 있었다(p=0.010).

직무만족별로는 직무만족1이 고객지향성에 영향을 미치는 요인으로 나타났다(p=0.039).

이 가설에서 입원환자의 경우, 의료진에 대한 자기의 견해를 명확하게 표현하는데 한계가 있었다는 요인이 고객의 불만족인 요소로 새로이 밝혀낼 수 있었는데 이를 극복하기 위해서는 퇴원 후 추적조사를 통해 서비스적인 요인을 부각시켜 고객만족으로 끌어올리는 것이 필요하다.

직원들의 직무만족도, 내인 및 외인 직무만족도와 해당병원 이용고객들의 고객만족도간의 상관관계가 있음을 알 수 있었다.

총 직무만족의 경우, 고객만족도를 제외한 고객충성도, 내인 및 외인 직무만족도 등에 대하여 유의한 양의 상관관계를 보였으며, 이는 직무만족이 높은 직원이 제공하는 서비스를 이용한 고객일수록 고객충성도가 높았다는 결과가 나타난 것임을 알 수 있었고, 일반 직무만족도는 내인 및 외인 직무만족도와 유의한 양의 상관관계를 보였다.

고객충성도의 경우, 고객지향성과 일반 직무만족도를 제외한 나머지 요인 내인 및 외인 직무만족도, 총 직무만족도에 대해서 유의한 양의 상관관계를 나타냈다. 또한 고객만족도의 경우는 고객충성도를 제외한 나머지 요인에 대해서는 유의한 결과가 나타나지 못했다. 고객지향성은 내인 및 외인 직무만족도, 일반 직무만족도, 총 직무만족도에 대하여 유의한 양의 상관관계를 보였으며, 이 관계는 고객충성도와 고객만족도를 제외한 전 영역에서 유의하였다.

세 번째 '고객만족도가 높을수록 고객충성도가 높을 것이다.'라는 가설의 결과를 보면 매우 높은 관련이 있음을 알 수 있었다. 직무만족과 고객지향성이 고객충성도에 미치는 영향에 대한 회귀분석결과를 보면, 회귀분석 모형의 결정계수는 0.405로 모형들은 적합하였다.

해당병원 이용횟수를 독립변수로 투입한 모형에서, 병원이용횟수가 증가할수록 고객충성도가 증가하였다(p=0.009). 또한 고객만족도를 독립변수로 투입한 모형에서는, 고객만족도가 높을수록 고객지향성이 고객충성도에 대한 영향을 미치는 것으로 나타났다(p=0.000). 그러나 고객만족과 고객충성도를 모두 높게 기입하였기 때문에 높은 관련성이 초래되었을 가능성도 배제할 수 없다. 이로서 중소병원의 입원환자를 대상으로도 고객만족이 고객충성도를 높일 수 있음이 밝혀졌다.

Ⅴ. 요약 및 결론

본 연구는 국, 내외의 의료시장의 개방과 더불어, 급변하는 시장변화에 대처하기 위해 경쟁력을 갖춘 의료기관으로 거듭나고자 고객 접점 부서에 근무하는 직원들의 직무만족과 직원들이 제공하는 서비스를 이용한 고객들의 만족도를 함께 조사하였다.

본 연구는 다수준 분석을 이용한 연계 분석함으로써 직원들의 직무 만족 수준이 고객만족과 충성도에 어떠한 영향을 미치는가를 규명함으로써 직무 만족도를 최대화하고 고객만족도를 높이고 동시에 고객 충성도를 근본적으로 변화를 주고자 한다.

연구 대상은 광주광역시에 소재하는 일부 종합병원에 종사하는 3개 병원 444명(의료진 23명, 간호사직 261명, 의료기사직 45명, 행정직 68명, 기타 31명)과 3개 병원 416명의 입원(2008.8.13~8.30) 환자들을 대상으로 자료수집에 동의한 근로자 및 환자군, 자기기입식 설문조사를 하고 수집된 자료 총860명을 분석하였다.

자료 분석은 일반적 특성, 직무적 특성, 고객지향성 및 고객만족도, 고객 충성도와 관련성을 분석하기 위해 t-test와 ANOVA를 실시하였으며, 이를 조사 대상자의 직무만족, 고객지향성이 고객 충성도에 미치는 영향을 분석하기 위해서 위계적 다중회귀분석을 실시하였다.

병원 직원들의 고객지향성을 특수 변수별에 따른 결과 성별, 종교는 사회 인구학적 변수에 따른 차이는 없었고, 연령, 학력, 결혼 상태는 유의하게 나타났으며, 직무관련별에 따른 급여수준, 근무기간, 고객 접점 여부는 유의한 차이를 보이지 않았다. 또한 고객 특성변수와 고객만족도의 관련성에서는 소득수준, 거주지역, 이용병원, 해당병원, 이용횟수, 병원까지 소요시간의 조사된 변수에 따른 유의한 차이는 없었다. 병원 직원들을 대상으로 조사된 직무만족과 조직몰입, 고객지향성에서는 직무만족은 조직몰입 및 고객지향성과 유의한 양(+)의 상관관계가 있었으며, 직무만족이 증가할수록 고객지향성이 증가하였다.

직무만족과 고객지향성이 고객충성도에 미치는 영향에 대해서는 병원 이용횟수가 증가할수록 고객충성도가 증가하였으며, 고객만족도가 높을수록 고객지향성이 고객충성도에 대한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 광주광역시 일부 종합병원을 대상으로 하여 연구대상의 지역적 특성, 병원 설립형태별 차이 등을 감안하지 못하였다는 문제점으로 연구결과를 우리나라 전체병원에 일반화할 수 없는 제한점은 있으나, 이와 같은 연구결과를 바탕으로 향후 각 병원들은 내부고객에 대한 직무만족을 지속적으로 추진하되, 고객에게 만족을 증진시키기 위해서는 보다 체계적인 내, 외적인 의료서비스 질 향상을 점검하고 내, 외부 고객의 연계성에 따른 만족도에 대해 다양한 경영 전략이 필요할 것이다.

내부적으로는 직원들의 자발적 동기부여와 직원 만족의 극대화를 통해 의료기관에 최적인 서비스 문화를 정착함으로써 병원경영에 있어 경쟁적 우위를 키워야할 것이다.

참고문헌

강이주. 이상협. 의료서비스에 대한 품질평가와 소비자 만족에 관한 연구. 96한국소비자학회 발표논문집, 1996

곽동성, 강기두. 서비스마케팅. 서울, 동성사, 1999

김영배. 위기시대의 병원 경영 전략. 대한병원협회지, 1994(3)

김인성. 서비스산업에서의 품질관리. 청문각, 1994

나기승. 의료서비스 질 측정을 위한 척도개발에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문, 1994

류정걸, 양동현. 종합병원의 의료서비스 품질수준과 경영성과 간의 관계. 병원경영학회지, 1998

박 인. 일부 중소병원 직원의 직무만족과 고객만족의 관련성 조선대학교 석사학위논문, 2003

박형종, 김공현과 이기효(1997), 병원의 환자만족경영, 인제대학교 보건대학원

백수경. 의료서비스의 내부고객만족, 외부고객만족 및 고객애호도의 인과관계. 예방의학회지, 2002;35(3):236-244

서정희. 의사의 설명의무와 환자의 자기결정권에 대한 소비자 태도 연구. 가정의학회지, 1992;30(3):193-204

서정희. 의료서비스에 관한 소비자 만족 척도 개발에 관한 연구. 소비생활연구 한국소비자보호원, 1993

윤미례. 의료서비스 고객만족 및 재이용 의도에 대한 영향요인 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문, 2000

이규식, 이해종, 조경숙, 설동진. 국립대학병원의 환자만족도 분석, 병원경영학회지, 1998

이선희, 김지인, 조우현, 이지전. 국내 종합병원 고객만족도 조사분석. 한국의료QA학회지 1998; 30(2): 413-427

정수영, 업종간의 서비스 품질 평가 비교연구, 고려대학교 석사학위논문, 2001

조경숙, 이해종, 정설희, "병원직원들의 직무만족도 요인 및 결과", 병원경영학회지, 제4권 제1호, 190-207, 1999

조우현 등, 병원고객만족도조사. 한국의료QA학회지, 1999.12

조희경, 의료서비스에 대한 소비자 불만족 불만호소행동 및 재구매 의도. 서울대학교 석사학위논문, 1996

조희만. 종합병원 의료외적 서비스의 고객만족, 불만족에 대한 실증연구. 계명대학

교 무역대학원 석사학위논문, 1994
최규선. 의료서비스질이 환자만족도 서비스가치 재이용의사에 미치는 영향에 대한 구조분석, 연세대학교 석사학위논문 1999

Babakus E. and W.G. Mangold(1992), "The SERQUAL Scale to Hospital Service; An Empirical Investigation, "Health Services Reserch, 26(6), 767-786.
Donabedian A.(1993), Explorations in Quality Assessment and Monitoring, Vol(1): The Definition of Quality and Approaches to its Assessment, Ann Arbor, Mi. Health Administration press.
Georgette M & Zifko-Baliga & Robert F. K(1997), Managing Perception of hospital Quality, Marketing Health Service, (spring), pp25-28.
Kasper, H and J. Lemmink(1989), After Sales Service Quality : Views between Industrial Customers and Service Managers, Industrial Marketing Management, 18(3),pp199-208.
Rosenbluth H Tales from a Nonconformist Company. Harvard Business Review 1991; July-August; 26-36.
Strasser S, Aharony L, Greenberg D. The patient satisfaction process; moving toward a comprehensive model. Medical Care Review 1993; 50(2); 219-248.
Strasser S, Davis RM. Measuring Patient Satisfaction for Improved Patient Service. Ann Abor MI, Health Administration Press, 1991.
Zeithaml VA, Berry LL, Parasuraman A. Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. Joural of Marketing 1988;52:35-48.
Zeithaml VA, Bitner MJ. Service Marketing. Singarpore, McGraw-Hill Book Co. (국역) 전인수 역 서비스마케팅, 서울, 석정, 1999.

부 록

1. 고객대상 조사설문지

2. 직원대상 조사설문지

ID No. | | | | | - | | | |

고객만족도 조사

안녕하십니까?

저는 광주시내의 한 대형병원에 근무하면서 조선대학교 보건대학원 석사과정에서 환자 여러분들께 보다 나은 서비스를 제공하기 위해 필요한 사항들을 연구하고 있습니다. 이 조사는 병원의 다양한 서비스 조건이 환자 분들의 서비스 만족도에 미치는 영향에 대한 연구의 일환으로 실시되는 것입니다.

선생님께서 응답해주시는 내용은 의료서비스 개선을 위한 병원의 노력에 중요한 자료로 활용될 것입니다. 또한 여기에 제시된 의견은 전산처리 되어 서비스 개선을 위한 연구 자료로 사용될 뿐 다른 목적으로는 전혀 사용하지 않을 것을 약속드립니다. 정확한 자료를 바탕으로 서비스 향상이 이루어질 수 있도록 솔직하고 성실한 답변을 부탁드립니다.

2008년 8월

조선대학교 보건대학원 보건학 전공
강 성 태 올림
연락처 : 011-635-2566

■ 가능하면 환자 분께서 직접 기재해주시기 바랍니다. 단, 환자 분께서 의견을 주실 수 없는 형편이거나(예:소아) 다른 불가피한 사정으로 직접 기록하지 못할 경우 보호자가 대신 응답해 주시기 바랍니다. **보호자가 설문을 작성하실 경우에는 반드시 아래의 일반적 사항란에는 보호자의 해당 사항을 기재해주시기 바랍니다.**

• 설문지 작성자 □ 1. 환자 본인 □ 2. 보호자

Ⅰ. 귀하께서 본 병원을 이용해보시고 난 뒤의 느낌의 정도를 알아보고자 하는 내용입니다. 5가지 척도 중 한가지에만 선택하여 주시기 바랍니다.

	항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	이 병원은 최신 시설을 갖추고 있다.	1	2	3	4	5
2	이 병원의 시설물은 깨끗하고 보기에 좋다.	1	2	3	4	5
3	이 병원의 직원은 복장이 깔끔하고 단정하다.	1	2	3	4	5
4	이 병원에서 환자를 위해 제공하는 자료(팜플렛, 설명서)는 보기에 좋다.	1	2	3	4	5
5	이 병원에서 접수, 진료, 검사, 수납 등 제반절차에 대한 약속시간을 잘 지킨다.	1	2	3	4	5
6	이 병원은 환자의 문제를 해결하는데 최선을 다한다.	1	2	3	4	5
7	이 병원은 검사 및 진료를 정확하게 실시한다.	1	2	3	4	5
8	이 병원은 정해진 예약시간에 검사나 진료를 시행한다.	1	2	3	4	5
9	이 병원에서는 작은 실수도 하지 않는다.	1	2	3	4	5
10	이 병원은 진료대기시간이나 기타 서비스 제공시간을 정확하게 알려준다.	1	2	3	4	5
11	이 병원은 환자에게 신속한 서비스를 제공한다.	1	2	3	4	5
12	이 병원의 직원은 언제나 환자 및 보호자를 기꺼이 도와준다.	1	2	3	4	5
13	이 병원의 직원은 바쁜 시간에도 환자의 요구에 먼저 응한다.	1	2	3	4	5
14	이 병원의 직원은 환자 및 보호자에게 신뢰감을 준다.	1	2	3	4	5
15	이 병원에서 치료를 받는 환자는 치료에 대한 불안을 느끼지 않는다.	1	2	3	4	5
16	이 병원의 직원은 항상 환자에게 친절하다.	1	2	3	4	5
17	이 병원의 직원은 환자의 궁금한 점에 대해 언제든지 대답할 수 있는 지식을 갖추고 있다.	1	2	3	4	5
18	이 병원의 직원은 각각의 환자에게 관심을 보인다.	1	2	3	4	5
19	이 병원은 환자나 가족이 편리한 시간에 의료서비스를 제공한다.	1	2	3	4	5
20	이 병원은 환자를 인간적으로 대해주는 직원을 고용하고 있다.	1	2	3	4	5
21	이 병원의 직원은 환자에게 성의 있는 관심을 보인다.	1	2	3	4	5
22	이 병원의 직원은 환자의 개별적인 요구를 제대로 이해한다.	1	2	3	4	5

Ⅱ. 다음 사항 중 병원서비스에서 중요하다고 생각하시는 것부터 순위를 매겨주십시오.

	항 목	순 위
1	병원의 시설이나 설비, 직원의 용모	
2	병원이 약속한 각종 병원 서비스를 정확하게 믿을 수 있게 수행하는 능력	
3	병원이 환자를 기꺼이 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 자발적인 마음가짐과 자세	
4	병원 직원들이 환자에게 주는 신뢰성	
5	병원이 환자에게 제공하는 개인적인 관심과 주의	

Ⅴ. 다음은 귀하께서 이용하신 이 병원의 전반적인 서비스에 대한 만족도입니다. 해당되는 란에 표시하시면 됩니다.

	서비스 영역	매우 불만족스럽다			그저 그렇다			아주 만족스럽다
1	의사의 진료서비스	1	2	3	4	5	6	7
2	간호 서비스	1	2	3	4	5	6	7
3	원무 및 행정 서비스	1	2	3	4	5	6	7
4	1, 2, 3을 포함한 병원의 전반적 서비스	1	2	3	4	5	6	7

Ⅵ. 다음은 이 병원을 다시 이용하실 것인가에 대한 질문입니다. 해당되는 란에 표시하시면 됩니다.

		전혀 아니다						매우 그렇다
1	이 병원의 좋은 점에 대해서 다른 사람들에게 이야기 하겠다	1	2	3	4	5	6	7
2	주위 사람들에게 이 병원을 이용하라고 권유하겠다.	1	2	3	4	5	6	7
3	다시 병원을 이용하게 될 경우 이 병원을 제일 먼저 고려하겠다.	1	2	3	4	5	6	7
4	이 병원의 진료비가 다른 병원에 비해 비싸더라도 이 병원을 이용하겠다.	1	2	3	4	5	6	7
5	이 병원을 이용하면서 불편한 점이 있으면 그것을 주위에 있는 사람들에게 이야기 하겠다	1	2	3	4	5	6	7
6	이 병원을 이용하면서 불편한 점이 있으면 그것을 병원 직원에게 이야기 하겠다	1	2	3	4	5	6	7

Ⅲ. 다음의 항목들은 귀하의 일반적인 사항을 묻는 것입니다. 통계분석을 위해 꼭 필요한 사항이오니 빠짐

없이 응답해 주시기 바랍니다. **보호자께서 답하신 경우, 환자가 아니라 보호자에 해당되는 사항을 답해 주셔야 합니다.** 해당번호에 √표 하시 거나 해당사항을 기입하시면 됩니다.

1. 귀하의 연령은? 만 _____세

2. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여

3. 귀하의 교육정도는?
① 무학 ② 초등학교 졸 ③ 중졸 ④ 고졸 ⑤ 대졸 이상

4. 귀하 가족의 월평균 소득은?
① 100만원 미만 ② 100만원 이상 ~ 200만원 미만
③ 200만원 이상 ~ 300만원 미만 ④ 300만원 이상

5. 귀하의 결혼 상태는?
① 미혼 ② 기혼 ③ 이혼 ④ 사별 ⑤ 기타 _____

6. 귀하의 종교는?
① 무교 ② 기독교 ③ 천주교 ④ 불교(원불교 포함) ⑤ 기타 _____

7. 귀하의 직업은?
① 사무직 회사원 ② 근로직 회사원 ③ 공무원 ④ 가정주부
⑤ 일반 자영업(가계, 작은 공장 및 회사 운영 등)
⑥ 전문직 회사원 및 전문직 자영업 ⑦ 무직(주부, 학생 포함) ⑧ 기타 _____

8. 이 병원을 이용하신 횟수는?
① 처음 ② 2-3번 ③ 4-5번 ④ 6번 이상 ⑤ 병원이용 시 항상

9. 댁에서 병원까지 거리는?*(차를 이용하는 경우의 시간입니다.)*
① 30분 이하 ② 30분-1시간 ③ 1시간-2시간 ④ 2시간 이상

10. 귀하의 거주지는? _____광역시/도 _____구/시/군 _____동/읍/면

11. 귀하께서 진료 받으신 진료과목은(진료 받으신 과목 모두에 표기해 주십시오)?
① 내과 ② 일반외과 ③ 신경과 ④ 치과 ⑤ 안과 ⑥ 피부과 ⑦ 이비인후과
⑧ 소아과 ⑨ 정형외과 ⑩ 흉부외과 ⑪ 성형외과 ⑫ 비뇨기과 ⑬ 산부인과
⑭ 인공신장일 ⑮ 재활의학과 ⑯ 정신과 ⑰ 영상의학과 ⑱ 응급의학과 ⑲ 통증의학과
⑳ 검진센타 ㉑ 진단검사의학과 □신경외과

Ⅳ. 본 병원에서 직접 이용해 보신 서비스에 모두 √표 해주시기 바랍니다.

		이용함
1	주차 서비스	
2	응급실 서비스	
3	원무과(접수 및 수납)	
4	방사선과 일반 촬영서비스	
5	방사선과 C-T실 서비스	
6	방사선과 MRI실 서비스	
7	임상병리과(채혈실) 서비스	
8	심전도실 서비스	
9	초음파실 서비스	
10	근전도실 서비스	
11	뇌파검사실 서비스	
12	내시경실 서비스	
13	주사실 서비스	
14	수술실 서비스	
15	처방전 수납처(약국)	
16	인공신장실 서비스	
17	식사(배식) 서비스	
18	식사(영양상담) 서비스	
19	물리치료실 서비스	
20	병실(입원) 서비스-->이용하셨다면 (　　)병동에 입원하였음	
21	병원 안내 서비스	
22	사회사업과 서비스(방문간호 상담 포함)	
23	의무기록 또는 엑스레이 사본 발부 서비스	
기타(위의 서비스 이외에 더 이용하신 것이 있으시면 아래에 기입해 주십시오)		
24		
25		

- 끝까지 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다. -

□-□□□

대형병원 보건의료인의

직무만족도조사

환자의 진료와 건강을 위한 활동에 수고가 많으십니다.

이 조사는 병원에서 일하시는 분들의 직무만족도가 고객으로서의 환자만족도에 미치는 영향을 알아보기 위한 것으로서, 조사결과는 무기명으로 통계처리 되어 연구목적으로만 쓰이게 됩니다. 따라서 어떠한 경우에든 개인적 사항이나 병원관련 사항이 누출되는 일은 전혀 없습니다.

선생님께서 답해 주신 내용은 의료서비스의 질 향상과 병원경영의 개선방안 도출을 위한 연구에 더 없이 소중한 자료로 활용될 것입니다. 바쁘시더라도, 평소에 느끼고 계신 바에 대해서 부담 없이 솔직하게 작성해 주시기 바랍니다.

선생님의 귀중한 시간을 내주셔서 대단히 감사합니다.

2008. 8.

조선대학교 보건대학원
보건학 전공
지도교수 : 강 명 근
석사과정 : 강 성 태 올림
연 락 처 : 011-635-2566

■ 다음 직무관련 문항들에 대해 선생님께서 평소에 느끼시는 바대로 해당란에 √ 표 해주시기 바랍니다.

		전혀 만족 스럽지 않다	만족 스럽지 못한 편이다	보통 이다	만족 스럽다.	매우 만족 스럽다.
1	내가 수행하는 업무량의 충분성	1	2	3	4	5
2	남의 간섭 없이 혼자서 일할 수 있는 기회	1	2	3	4	5
3	때때로 새로운 일을 해 볼 수 있는 기회	1	2	3	4	5
4	직무를 통해 사회적으로 의미가 있는 역할을 수행할 기회	1	2	3	4	5
5	상사가 부하직원을 다루는 방법	1	2	3	4	5
6	상사의 의사결정 능력	1	2	3	4	5
7	양심의 가책을 받지 않고 일할 수 있음	1	2	3	4	5
8	직장의 안정성	1	2	3	4	5
9	다른 사람을 위해 무엇인가 해줄 수 있는 기회	1	2	3	4	5
10	직장에서 남에게 일을 지시할 수 있는 기회	1	2	3	4	5
11	자신의 능력을 발휘할 수 있는 기회	1	2	3	4	5
12	병원의 정책(또는 병원규정)과 그 실행 방법	1	2	3	4	5
13	업무량과 대비한 급여수준	1	2	3	4	5
14	직장에서의 승진 가능성	1	2	3	4	5
15	독자적 판단에 따를 수 있는 자유	1	2	3	4	5
16	내가 생각한 방법으로 업무처리를 해 볼 수 있는 기회	1	2	3	4	5
17	(근무환경 등)작업조건	1	2	3	4	5
18	내 동료직원의 업무협조 방식	1	2	3	4	5
19	일을 잘했을 때 받는 칭찬	1	2	3	4	5
20	일을 통한 성취감	1	2	3	4	5

■ 다음 사항에 대해서 선생님께서 평소에 생각하시는 바대로 해당란에 √표 해주십시오.

5. 내가 상대하는 모든 환자에게 항상 그렇게 대한다.

4. 내가 상대하는 대부분의 환자에게 그렇게 대한다.

3. 절반 정도의 환자에게는 그렇게 대한다.

2. 내가 상대하는 대부분의 환자에게 그렇게 하지 않는다.

1. 내가 상대하는 어떤 환자에게도 그렇게 하지 않는다.

		▼	▼	▼	▼	▼
1	나는 환자가 원하는 바를 얻을 수 있도록 노력한다.	1	2	3	4	5
2	나는 환자를 만족시킴으로써 내 목표를 달성하려 한다.	1	2	3	4	5
3	좋은 의료인이란 항상 환자의 이익을 고려해야 한다고 생각한다.	1	2	3	4	5
4	환자가 필요로 하는 것이 무엇인지 듣기 위해 노력한다.	1	2	3	4	5
5	강요하기 보다는 정보를 제공함으로써 환자가 내가 제공하는 서비스를 받아들일 수 있게 하려고 노력한다.	1	2	3	4	5
6	환자의 문제를 해결하는데 적합한 서비스를 제공한다.	1	2	3	4	5
7	환자에게 가장 도움이 될만한 서비스가 무엇인지 알아내려고 노력한다.	1	2	3	4	5
8	내가 제공하는 서비스에 대한 환자의 질문에 가능하면 정확하게 답변한다.	1	2	3	4	5
9	환자에게 문제가 있다면 그 문제를 해결할 수 있는 서비스를 제공하기 위해 노력한다.	1	2	3	4	5
10	환자가 보다 나은 결정을 내리는 것을 돕기 위해서 환자의 견해에 동의하지 않을 수 있다.	1	2	3	4	5
11	내가 하는 서비스를 통해 환자가 도움을 받을 수 있는 것이 무엇인지 과장 없이 이해할 수 있도록 노력한다.	1	2	3	4	5
12	나는 환자가 필요로 하는 바를 이해하고 해결하기 위해서 노력한다.	1	2	3	4	5
13	현명한 환자라면 거부할 서비스라도 내가 제공하는 서비스를 받아들이게 하려고 노력한다.	1	2	3	4	5
14	나는 될 수 있다면 환자가 원하는 것 보다 빨리 서비스를 끝내려고 노력한다.	1	2	3	4	5
15	나는 고객의 약점을 파악해서 내가 제공하는 서비스를 받아들이게 하는데 이용한다.	1	2	3	4	5
16	내가 제공하는 서비스가 환자에게 적합하지 않다고 확신하더라도 여전히 그 서비스를 받도록 권한다.	1	2	3	4	5
17	환자에게 장기적으로 무엇이 좋은가를 생각하기 보다는 우리 병원이 제공하는 서비스를 이용하게 하려고 노력한다.	1	2	3	4	5
18	고객에게 듣기 좋은 소리로 내가 제공하는 서비스가 얼마나 좋은지를 설명하려 한다.	1	2	3	4	5
19	나는 고객에게 꼭 필요한 것이 무엇 인가 설명하기보다는 고객이 서비스를 이용하도록 설득하는데 더 많은 시간을 쓴다.	1	2	3	4	5
20	환자에게 서비스에 대해 설명할 때 진실을 다소 과장할 필요가 있다고 생각한다.	1	2	3	4	5
21	고객의 마음에 들기 위해서 속으로는 동의하지 않으면서도 고객의 의견에 동의하는 척한다.	1	2	3	4	5
22	고객의 요구를 받았을 때 내 업무 밖의 일이라고 판단되면 '그건 내 일이 아니다'라고 말한다.	1	2	3	4	5
23	나는 고객이 필요로 하는 것이 무엇인지 듣기 보다는 내가 제공하는 서비스를 받아들이도록 하는데 주력한다.	1	2	3	4	5
24	나는 고객을 내 라이벌처럼 생각한다.	1	2	3	4	5

■ 다음사항에 대해서 선생님께서 평소에 생각하시는 바대로 해당란에 √표 해주십시오.

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	정말 그렇다
1	나는 우리병원의 성공을 위해 보통 이상으로 지대한 노력을 한다.	1	2	3	4	5
2	나는 친구들에게 우리병원을 아주 좋게 이야기한다.	1	2	3	4	5
3	우리병원에 대해서 애착이 느껴지지 않는다.	1	2	3	4	5
4	우리병원에서 계속 일하기 위해 어떠한 일이 주어지더라도 성실히 수행하겠다고 생각한다.	1	2	3	4	5
5	내 가치관과 우리 병원이 추구하는 바는 매우 비슷하다.	1	2	3	4	5
6	직무유형이 비슷하면 다른 병원에서 일하는 것도 좋다고 생각한다.	1	2	3	4	5
7	우리 병원은 내가 최선을 다해 일할 수 있도록 장려한다.	1	2	3	4	5
8	주위의 환경이 조금이라도 바뀌면 이 병원을 떠나리라고 생각한다.	1	2	3	4	5
9	이 병원을 선택할 때 고려했던 다른 직장이 아니라 이 병원에서 일하게 된 것을 다행스럽게 생각한다.	1	2	3	4	5
10	정년퇴직 때까지 이 직장에 근무하더라도 별 이득이 있을 것 같지 않다.	1	2	3	4	5
11	근무자들과 관련된 중요한 문제에 대한 우리병원의 정책에 동의하기 어려울 때가 자주 있다.	1	2	3	4	5
12	이 병원의 앞날이 크게 걱정된다.	1	2	3	4	5
13	내가 선택할 수 있는 직장 중에서 우리병원이 가장 좋다고 생각한다.	1	2	3	4	5
14	우리병원을 선택한 것은 명백한 실수였다고 생각한다.	1	2	3	4	5
15	내가 우리병원의 일원임을 자랑스럽게 다른 사람들에게 이야기 한다.	1	2	3	4	5

■ 다음 사항은 선생님의 인적사항 등에 관한 질문입니다. 근무부서에 대한 질문은 환자자료와의 통계적 연계분석을 위한 것이므로 자세하게 답해 주시기 바랍니다.

1. 성별 : ① 남자(　　) ② 여자(　　)

2. 연령 : 만 (　　)세

3. 선생님의 최종학력은 무엇입니까?
① 고졸 이하(　　) ② 전문대 졸업(　　)
③ 대학 졸업(　　) ④ 대학원 졸업(　　)

4. 선생님께서 소속된 직종과 부서는 무엇입니까? 직종에 표시하시고 해당직종 오른쪽에도 표기해 주시기 바랍니다. (산부인과 2병동에 소속하신 간호사 선생님의 경우, 간호사 오른 편에 √표 하시고, 그 옆에 산부인과, 2병동이라고 쓰시면 됩니다.)

	직종		담당 또는 소속과	소속실 또는 병동/ 담당업무
①	의사			
②	간호사			
③	행정직원			
④	의료기사			
⑤	기타_____			

4-1. 선생님의 직급은 어디에 해당되십니까?
① 부장급 이상　② 팀장(과장)급
③ 계장급　④ 일반 직원

5. 직무와 관련해서 하루 평균 몇 명 정도의 환자를 만나십니까?
하루 평균 (　　)명

6. 선생님께서 이 직종에 종사하신 지는 얼마나 되셨습니까?
(　　년　　개월 정도)

7. 선생님께서 이 병원에 근무하신 지는 얼마나 되셨습니까?
(　　년　　개월 정도)

8. 선생님의 월평균 급여는 얼마나 되십니까?
①100만원 미만　②100만원 이상 - 200만원 미만 ③ 200만원 이상 - 300만원 미만
④300만원 이상 - 400만원 미만 ⑤ 400만원 이상 - 500만원 미만 ⑥ 500만원 이상

9. 선생님의 결혼상태는 어디에 해당되십니까?
①미혼　② 기혼　③ 이혼　④ 사별　⑤ 기타_____

10. 선생님의 종교는 무엇입니까?
①무교　② 기독교　③ 천주교　④불교(원불교)　⑤ 기타_____

■ 본 병원에서 선생님께서 담당하고 있는 직무에 모두 √표 해주시기 바랍니다.

1	진료 서비스	
2	간호 서비스(외래)	
3	간호 서비스(병동)	
4	원무과(접수 및 수납)	
5	방사선과 일반 촬영서비스	
6	방사선과 C-T실 서비스	
7	방사선과 MRI실 서비스	
8	임상병리과(채혈실) 서비스	
9	심전도실 서비스	
10	심도자실 서비스	
11	근전도실 서비스	
12	뇌파검사실 서비스	
13	초음파실 서비스	
14	내시경실 서비스	
15	수술실(일반외과)	
16	수술실(정형외과)	
17	수술실(신경외과)	
18	수술실(산부인과)	
19	수술실(흉부외과)	
20	수술실(성형외과)	
21	수술실-기타	
22	수술실-마취과	
23	통증치료과-외래 서비스	
24	주사실 서비스	
25	처방전 수납처(약국)	
26	응급실 서비스	
27	물리 치료실 서비스	
28	인공신장실 서비스	
29	식사 (영양/상담) 서비스	
30	식사 (조리, 배식) 서비스	
31	환자 안내 서비스	
32	사회사업과 상담 서비스(방문간호 상담 포함)	
33	의무기록관리-사본발부업무 포함	
34	주차 서비스(관리 포함)	
위의 서비스 이외에 선생님께서 관계된 서비스가 있다면 아래에 기입해 주십시오.		

성의껏 답변해 주셔서 감사합니다.

저작물 이용 허락서

학 과	보건학과	학 번	20078601	과 정	석사과정
성 명	한글 : 강성태 한문 : 姜 聲 兌 영문 : Kang Sung Tae				
주 소	광주광역시 북구 일곡동 벽산아파트 102동 902호				
연락처	E-MAIL : 8855k@hanmail.net				
논문제목	한글 : 광주지역 일부 종합병원 직원의 직무만족도가 고객만족도 및 충성도에 미치는 영향 영어 : The Influence of Job Satisfaction on Satisfaction and Loyalty of External Customers of Some General Hospitals				

본인이 저작한 위의 저작물에 대하여 다음과 같은 조건아래 조선대학교가 저작물을 이용할 수 있도록 허락하고 동의합니다.

- 다 음 -

1. 저작물의 DB구축 및 인터넷을 포함한 정보통신망에의 공개를 위한 저작물의 복제, 기억장치에의 저장, 전송 등을 허락함
2. 위의 목적을 위하여 필요한 범위 내에서의 편집·형식상의 변경을 허락함. 다만, 저작물의 내용변경은 금지함.
3. 배포·전송된 저작물의 영리적 목적을 위한 복제, 저장, 전송 등은 금지함.
4. 저작물에 대한 이용기간은 5년으로 하고, 기간종료 3개월 이내에 별도의 의사표시가 없을 경우에는 저작물의 이용기간을 계속 연장함.
5. 해당 저작물의 저작권을 타인에게 양도하거나 또는 출판을 허락을 하였을 경우에는 1개월 이내에 대학에 이를 통보함.
6. 조선대학교는 저작물의 이용허락 이후 해당 저작물로 인하여 발생하는 타인에 의한 권리 침해에 대하여 일체의 법적 책임을 지지 않음
7. 소속대학의 협정기관에 저작물의 제공 및 인터넷 등 정보통신망을 이용한 저작물의 전송·출력을 허락함.

동의여부 : 동의(○) 반대( )

2009년 2월 일

저작자: 강성태 (印)

조선대학교 총장 귀하