

입원환자들이 지각하는 간호서비스 질과 만족에 관한 연구 - SERVQUAL을 중심으로 - *

이 미 애**

I. 서 론

1. 연구의 필요성

최근 우리나라의 의료환경은 급격하게 변화하고 있다. 그 중에서도 가장 특징적인 것은 건강산업에 마케팅 개념이 도입된 것으로, 이제까지 제공자인 의료인의 시각에 의해서만 평가되던 의료서비스가 환자라는 소비자들의 시각을 인식하고 그 중요성을 파악하기 시작하였다는 점이다. 오늘날 병원들은 이제까지 이룩해온 성공으로 말미암아 매우 높은 수준으로 기대되고 있으며 같은 타입의 의료서비스를 제공하고 있으나 같은 질의 서비스를 제공하고 있는 것은 아니다(Youssef et al., 1996). 이에 소비자들은 자신이 제공받을 서비스에 대해 섬세하면서도 수준 높게 요구하게 되었고, 병원들은 자신들이 제공하는 의료서비스가 소비자의 요구에 맞는지를 총체적이며 다각적으로 평가하기 시작하였다. 그 결과 현재 우리나라에는 병원표준화 심사, 의료기관 서비스평가, 수련병원 실태조사 및 3차 의료기관에 대한 주기적 평가 등 각기 다양한 기관과 주체들이 각기 다양한 방법과 기준을 가지고 의료서비스 질을 평가하고 있다(Joo, 2001). 하지만 현재 시행되고 있는 의료서비스 질 평가는 아직 소비자 시각을 제대로 반영하지 못한, 주로 구조적·과정적인 측면에 치우친 제공자 중심

인 기준으로, 의료서비스 질을 제대로 평가하려면 결과적 측면을 보강해야 하는데, 그 중에서도 소비자의 기호와 판단을 대폭적으로 도입하여 제공자와 소비자간의 균형잡힌 시각을 가진 준거가 필요하다.

서비스 질은 경쟁자가 복사하기 어려운 차별화된 특성을 만들어내는 마케팅 개념상 중요한 전략적 무기이기 때문에, 이상적으로는 '결함 제로'에 도전하는 다양한 측면의 지속적인 노력이 요구된다(Reichheld & Sasser, 1990). 이에 Parasuraman 등(1988)은 질을 서비스 전체에 대한 판단 또는 일종의 태도로 보고, '소비자에 의해 지각되는 것으로 서비스 제공자로부터 받을 것으로 생각하는 기대와 비교함으로써 생기는 것', 즉 서비스에 대한 기대와 성과간의 차이지각이라고 정의 내리면서 서비스 질을 측정하는 도구를 개발하였다. 이들이 개발한 도구는 서비스 종류와는 상관없이 오직 제공되는 서비스에 대해 소비자가 지각하는 기대와 성과간의 차이를 계량해낸 것으로, 그들은 이 도구를 SERVQUAL이라 명명하였다. 그 뒤 SERVQUAL은 학계의 뜨거운 논쟁거리로 부상하면서 다양한 서비스 분야에서 그 유용성이 검증되고 있으며 의료계에서도 SERVQUAL을 이용한 질 측정연구가 1990년대 이후부터 활발하게 진행중이다.

건강산업에서 소비자가 각 병원이 제공하는 의료서비스 질을 정확하게 평가해서 선택적으로 이용하기란 쉬운 일이 아니다(Bolton & Drew, 1991; Cronin &

* 본 연구는 2002년 동국대학교 논문게재 연구비 지원으로 이루어졌음

** 동국대학교 의과대학 간호학과

투고일 2002년 1월 9일 심사외퇴일 2002년 4월 22일 심사완료일 2002년 8월 1일

Taylor, 1994; Gravin, 1983; Puay & Nelson, 2000). 이는 의료서비스 질은 오직 직접 사용자만이 평가할 수 있고 또 질 평가라는 것이 객관적이기보다는 평가자의 주관에 의해 크게 좌우되는 것이기 때문이다. 하지만 현대병원에서 의료서비스 질은 그 중요도가 꾸준히 강조되어 왔고 의료서비스에서 질이 강조됨에 따라 간호서비스도 중요하게 되었다. 이는 환자들과 직접적이고 지속적인 관계를 맺는 사람이 간호사이고 환자의 지각에 결정적인 영향을 미치는 사람 역시, 간호사라는 사실이 병원 경영자들에 의해서 인식되어졌기 때문이다(Atkin, Marshall & Javalgil, 1996; Legg & Fittall, 1995; Shahher & Preziosi, 1988; Yoo, 1994; Lee, 2001). 그래서 오늘날 병원에서 간호서비스 질은 소비자들의 신뢰를 얻을 수 있는 중요한 요체인 동시에 의료생산성을 결정짓는 중요한 산출변수가 되고 있다(Park, 1998).

이에 간호서비스 질을 제대로 평가하기 위한 노력의 일환으로 간호서비스에 대한 환자 만족을 측정하려는 연구가 시도되어 왔다. 연구결과, 여러 연구에서(Bond & Thomas, 1991; Chai, 1996; Greeneich, 1993; Hassison, 1995; Hegyvary, 1991; Lee 1998; Lee, 1999, 2001; Lee & Kwon, 1996; Lim & Kim, 2000; Peter, 1995), 전문간호분야에서 평가하는 간호서비스 질과 환자가 평가하는 간호서비스 질이 따로따로 발전해 왔고, 소비자와 제공자가 질 평가에 있어서도 각기 다른 기준을 사용하고 있음이 밝혀졌다. 물론 의료분야에서 질이란 소비자 만족이라는 결과 이상이라는 하지만(Redferm & Norman, 1990), 소비자와 제공자간에 존재하는 시각차이는 반드시 극복되어야 한다. 왜냐하면 소비자와 제공자가 서로 다른 인식과 기준을 가지고 서비스 가치나 질을 평가한다는 것은 매우 공허하고 의미없는 일이기 때문이다. 특히 질 향상을 위해 끊임없이 노력해야 하는 현대병원에서 비록 서비스 질과 소비자 만족간의 관계에 대한 연구결과가 일관되게 보고되고 있지 않고, 만족이 평가자의 주관에 의해 크게 좌우되어 서비스 질 평가에서 단일준거로 사용할 수 없다는 한계가 있기는 하지만, 만족도 측정만큼 질 평가에 있어 소비자로부터 받을 수 있는 중요한 힌트백도 없다.

이에 본 연구는 SERVQUAL 개념 하에 간호서비스에 대한 소비자의 기대와 성과를 확인하고 이를 바탕으로 간호서비스 질을 측정하며 간호서비스에 대한 소비자 만족을 확인하여 소비자 만족에 기여하는 간호서비스 구성요인과 속성들을 구체적으로 규명하는 것이 서비스 질

향상과 소비자 만족을 증진시키기 위한 전략을 마련하는데 필요하리라 사려되어 본 연구를 시도하였다.

2. 연구의 목적

간호서비스에 대한 소비자 기대와 성과를 확인하여 소비자가 지각하는 간호서비스 질을 측정하고 소비자 만족에 기여하는 간호서비스 구성요인과 속성들을 확인하고자 시도된 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 1) 소비자들이 지각하는 간호서비스의 기대와 성과를 확인한다.
- 2) 소비자들이 지각하는 간호서비스 질(기대-지각간의 차이)을 측정한다.
- 3) 소비자들의 전반적인 간호서비스 만족에 영향을 미치는 인구학적 특성 및 간호서비스의 성과요인과 속성을 규명한다.

3. 용어 정의

1) 간호서비스 질

이론적 정의 : 서비스 질이란 서비스가 제공되는 과정 전체의 탁월성과 우수성에 대한 소비자의 판단으로(Nitecki, 1996), 제품에 대해 전체적으로 평가하는 평가형태의 한가지 종류이다(Olshavsky, 1985).

조작적 정의 : 본 연구에서는 간호사에 의해 제공되어지는 일체의 모든 간호활동을 간호서비스로 간주하고 Parasuraman 등(1988)에 의해 개발된 SERVQUAL 모델을 근거로 하여 본 연구자가 수정·보완한 도구로 측정하여 계산해낸 값을 간호서비스의 질로 간주하였다. 즉, 도구를 구성하고 있는 구체적인 간호서비스를 각 문항별로 소비자에게 직접 기대와 성과를 묻고 이를 매우 그렇다는 5점, 매우 그렇지 않다는 1점으로 답하게 한 후, 그 값을 기대-성파로 계산하여 나타난 점수차이를 말하는 것으로, 계산한 값이 양적인 값을 갖으면 질이 좋은 것이고 음적인 값을 갖으면 나쁜 것을 의미한다.

2) 간호서비스 만족

이론적 정의 : 만족이란 소비자가 어떤 제품에 대해서 미리 가지고 있었던 기대와 제품을 소비한 후에 느끼게 되는 결과에 대한 느낌을 비교했을 때 느끼게 되는 감정으로, 질을 평가하는 결정적인 요인이다(Kotler, 1997; Oliver, 1980).

조작적 정의 : 본 연구에서는 간호사에 의해 제공되

어지는 일체의 모든 간호활동을 간호서비스로 간주하고, 간호서비스를 제공받은 후 소비자가 느끼는 만족의 정도를 직접 물어보아 이를 7점 척도로 측정한 값이다. 간호서비스에 대한 전반적인 만족은 매우 만족은 7점, 전혀 만족치 않음은 1점으로 응답하도록 하였으며 측정된 값이 높을수록 소비자의 만족이 높다는 것을 의미한다.

II. 연구 방법

1. 연구설계

본 연구는 제공되고 있는 간호서비스에 대한 소비자의 기대와 성과를 확인하여 소비자가 지각하는 질을 측정하고, 만족도를 확인하여 소비자 만족에 기여하는 간호서비스 구성요인과 속성을 구체적으로 규명하기 위해 시도된 횡단적 조사연구이다.

2. 연구대상

본 연구는 부산시에 소재하는 일 대학 부속 종합병원 1곳과 경주시와 포항시에 각기 소재하는 일 대학 의료원 산하의 종합병원 2 곳에 입원한 환자를 대상으로 하여 다음의 조건을 만족시키는 자를 300명 임의표집 하였다.

- 1) 연구대상 병원에 입원하고 있으면서 그 병원 간호서비스를 직접 받고 있는 자
- 2) 국문을 이해하고 독립된 판단능력이 있다고 인정되어지는 18세 이상인 자
- 3) 본 연구의 취지를 이해하고 참여하기를 동의한 자
- 4) 심리·정서적으로 문제가 없는 자

3. 자료수집기간 및 방법

자료수집은 2001년 2월 1일부터 3월 2일까지 연구병원의 간호부를 방문하여 연구목적과 취지를 설명하고 허락을 받았다. 그 후, 입원환자를 대상으로 설문지를 배포하고 직접 작성하도록 한 다음 회수하였다.

4. 연구도구

본 연구에서 사용한 간호서비스 질 측정도구는 Parasuraman 등(1988)이 개발한 SERVQUAL 모델을 기반으로 하여 연구자가 1999년 수정·보완하여 개

발한 도구를 사용하였다. 도구는 서비스를 구성하는 유형성, 신뢰성, 반응성, 보장성, 공감성이라는 다섯 가지 요인과 각 요인을 구성하는 총 20가지의 속성으로 구성되어 있는데, 구체적으로 각 속성은 유형성에 3 가지, 신뢰성에 4 가지, 반응성에 3 가지, 보장성에 4 가지 그리고 공감성에 6 가지씩 분포되어 있다. 또한 각 속성은 하나의 특정한 간호서비스에 대해 기대와 성과를 한번씩 묻는 일종의 질문형태의 문항이다. 문항별로 기대와 성과는 매우 그렇다는 5점, 매우 그렇지 않다는 1점으로 답하게 하는 5점 척도로 측정하였으며 개발 당시, 본 도구의 신뢰도는 0.94로 매우 높은 편이었다.

본 연구에서는 개발 당시 연구도구의 신뢰도가 높았던 관계로 20개 문항 5점 척도를 그대로 사용하였으며 본 연구에서 도구의 신뢰도는 0.98로 도구개발 당시보다 더 높게 나왔다. 그밖에 간호서비스에 대한 전반적인 만족을 7점 척도로 측정하였으며 소비자의 인구학적 특성을 파악하기 위한 질문을 하였다.

5. 자료분석방법

자료는 설문지 300부 중 259부 만이 회수되어 86%의 회수율을 보였고, 이 중에서 불완전하거나 부적절하다고 판단되는 자료를 제외하고 253부 만이 최종분석에 사용하였다.

수집된 자료는 SPSS/PC ver 10.0 프로그램을 이용하여 다음과 같이 분석하였다.

- 1) 연구대상자들의 인구사회학적 특성을 파악하기 위해 백분율과 평균을 구하였다.
- 2) 간호서비스에 대한 소비자의 기대 및 성과는 평균 및 표준편차를 구하였다.
- 3) 측정된 서비스 질 값이 통계적으로 유의한지의 여부는 paired t-test로 검증하였다.
- 4) 소비자들의 전반적인 간호서비스 만족에 영향을 미치는 인구학적 특성과 간호서비스를 구성하는 성과 요인 및 속성과의 관계는 Pearson Correlation Coefficient로 분석하였다.

III. 연구 결과

1. 연구 대상자의 인구학적 특성

- 1) 연구 대상자의 인구학적 특성
연구 대상자들의 인구학적 특성은 <Table 1>과 같다.

<Table 1> Demographic Characteristics of Nursing Service Consumers (N=253)

Characteristics	Item	Frequency	Percentage(%)
Gender	male	154	60.9
	female	93	36.8
	no answer	6	2.3
Education	< middle school	35	13.8
	< high school	116	45.8
	< university	85	33.6
	> master's degree	6	4.3
	no answer	11	13.6
Age	18 - 25 years	48	19.0
	26 - 35 years	71	28.1
	36 - 45 years	59	23.3
	46 - 55 years	39	15.4
	56 - 65 years	18	7.1
	>65 years	3	1.2
	no answer	15	5.9
Income (won/month)	< 1,000,000	104	41.1
	1,010,000 - 2,000,000	84	33.2
	2,010,000 - 3,000,000	38	15.0
	> 3,000,000	27	10.7
hospital	D hospital(K city)	85	33.6
	D hospital(P city)	83	32.8
	C hospital(K city)	85	33.6
	the number of times using the other hospitals		2.67
	the number of times visiting hospital by month		2.17

연구 대상병원은 500병상 규모의 대학부속의 종합병원들로 연구 대상자들은 병원별로 33.6%, 32.8%, 33.6%씩 분포하였으며 연구 대상자들이 연구병원 외에 이용한 적이 있는 다른 병원들은 평균 2.67 병원, 이들이 병원을 방문하는 횟수는 외래를 포함하여 월 평균 2.17회로 나타났다.

연구 대상자들은 남성이 60.9% 여성이 36.8%로 남성이 여성보다 14.1% 많았으며 학력은 중학교 졸업이 13.8%, 고등학교 졸업이 45.8%, 대학교 졸업이 33.6%, 대학원 이상의 학력이 4.3%로 고등학교 졸업이 가장 높은 비율을 나타내었다. 연령은 18세부터 25세까지가 19.0%, 26세부터 35세까지가 28.1%, 36세부터 45세까지가 23.3%, 46세부터 55세까지가 15.4%, 56세부터 65세까지가 7.1% 그리고 65세 이상이 1.2%로 26세부터 35세까지의 대상자가 가장 높은 비율을 나타내었다. 또한 연구 대상자들의 월 평균 소득은 100만원 이하가 41.1%, 101만원부터 200만원 이하가 33.2%, 201만원부터 300만원 이하가 15.0% 그리고 301만원 이상의 수입자가 10.7%로 월 100만원 이하의 소득자가 가장 높은 비율을 나타내었다.

2. 소비자가 지각하는 간호서비스의 기대와 성과

1) 소비자가 지각하는 간호서비스의 기대치

소비자가 기대하는 간호서비스의 기대치는 <Table 2>와 같다.

소비자는 간호서비스 중에서 유형성을 3.43, 신뢰성을 3.38, 반응성을 3.51, 보장성을 3.53 그리고 공감성을 3.46 정도로 기대하는 것으로 나타나 보장성을 가장 많이 기대하고 신뢰성을 가장 적게 기대하는 것으로 나타났다.

가장 많이 기대하는 간호서비스의 구체적인 속성을 살펴보면 1 위가 '기꺼이 도움을 주려는 간호사의 태도', 2 위가 '친절하고 예의가 바름' 3 위가 '환자에게 상심성의를 다 하는 태도', 4 위가 '잘 정돈된 근무환경', 5 위가 '청결하며 호감가는 외모'로 나타났으며 가장 적게 기대하는 간호서비스의 구체적인 속성은 20 위가 '최신의 기구 및 장비', 19 위가 '간호서비스 제공 시 실수를 하지 않음', 18 위가 '건강에 관한 설명 및 자료제공' 17 위가 '환자의 요구를 정확하게 이해함' 그리고 16 위가 '아무리 바빠도 환자의 요청에 응함'의 순으로 나타났다.

<Table 2> Consumers' Perception about the Nursing Service Expectation (N=253)

Nursing service		Consumers(n 253)		Rank
Factors (Mean/SD)	Attributes	Mean	SD	
Tangibility (3.43/ .77)	up-to-date equipment/facilities	3.10	.94	20
	well arranged the working environment	3.60	.99	4
	nurses' clean and attractive appearance	3.57	1.00	5
Reliability (3.38/ .85)	dependable nurses' promise	3.57	1.07	6
	nurses' sincere attitude	3.65	1.11	3
	without any mistake in nursing service	3.11	1.02	19
Responsiveness (3.51/1.00)	provide explanation/materials on health	3.19	1.14	18
	response to the patient's needs promptly	3.43	1.13	15
	nurses' attitude that's willing to help	3.68	1.09	1
Assurance (3.53/ .90)	always answer even if nurses are too busy	3.42	1.13	16
	credible nursing service	3.51	1.05	9
	patients feel safe in relationship with nurses	3.51	1.09	10
Empathy (3.46/ .84)	nurses' kindness & good etiquette	3.65	1.08	2
	nurses' sufficient medical knowledge	3.46	1.03	12
	pay attention personally	3.55	1.07	7
	coordinate nursing service flexibly	3.49	1.02	11
	provide nursing service heartily	3.43	1.02	13
	understand the patient's needs accurately	3.34	1.01	17
	listen whatever patient says attentively	3.43	1.04	14
	treat with equality	3.51	1.02	8

2) 소비자가 지각하는 간호서비스의 성과

3>과 같다.

소비자가 지각하는 간호서비스의 성과치는 <Table

소비자는 제공되어진 간호서비스의 성과를 유형성은

<Table 3> Consumers' Perception about the Nursing Service Performance (N=253)

Nursing service		Consumers(n 253)		Rank
Factors (Mean/SD)	Attributes	Mean	SD	
Tangibility (3.21/1.01)	up-to-date equipment/facilities	2.92	1.09	20
	well arranged the working environment	3.36	1.16	7
	nurses' clean and attractive appearance	3.33	1.16	9
Reliability (3.24/1.09)	dependable nurses' promise	3.33	1.22	10
	nurses' sincere attitude	3.46	1.23	2
	without any mistake in nursing service	3.16	1.20	18
Responsiveness (3.37/1.15)	provide explanation/materials on health	3.01	1.30	19
	response to the patient's needs promptly	3.37	1.22	6
	nurses' attitude that's willing to help	3.48	1.23	1
Assurance (3.34/1.11)	always answer even if nurses are too busy	3.27	1.21	16
	credible nursing service	3.42	1.21	4
	patients feel safe in relationship with nurses	3.32	1.23	12
Empathy (3.32/1.11)	nurses' kindness & good etiquette	3.44	1.25	3
	nurses' sufficient medical knowledge	3.19	1.13	17
	pay attention personally	3.35	1.20	8
	coordinate nursing service flexibly	3.30	1.18	13
	provide nursing service heartily	3.32	1.17	11
	understand the patient's needs accurately	3.30	1.19	14
	listen whatever patient says attentively	3.30	1.22	15
	treat with equality	3.38	1.24	5

3.21, 신뢰성은 3.24, 반응성은 3.37, 보장성은 3.34 그리고 공감성은 3.32 정도 제공된 것으로 지각하여 반응성을 가장 잘 제공한 것으로 그리고 유형성을 가장 잘 제공하지 못한 것으로 지각하는 것으로 나타났다.

가장 잘 제공한 것으로 지각한 간호서비스의 구체적인 속성을 살펴보면 1 위가 '기꺼이 도움을 주려는 간호사의 태도', 2 위가 '성심성의를 다 하는 태도' 3 위가 '친절하고 예의가 바름', 4 위가 '신뢰감이 가는 업무처리', 5 위가 '환자의 이야기를 경청함'의 순이었고 가장 제대로 제공하지 못한 것으로 지각한 간호서비스의 구체적인 속성은 20 위가 '최신의 기구 및 장비', 19 위가 '환자를 대등하게 대우함', 18 위가 '충분한 의학적 지식' 17 위가 '간호서비스 제공 시 실수를 하지 않음' 그리고 16 위가 '아무리 바빠도 환자의 요청에 응함'의 순으로 나타났다.

3) 소비자가 지각한 간호서비스의 기대와 성과 정도에 대한 비교

소비자가 가장 많이 기대한 간호서비스와 가장 잘 제공했다고 지각한 간호서비스, 가장 적게 기대한 간호서비스와 가장 낮게 제공했다고 지각한 간호서비스를 순위별로 다섯 가지씩 비교해 보면 <Table 4>와 같다.

간호서비스에 대한 소비자의 기대와 성과에 대한 지각 정도가 높은 다섯 가지를 비교해 보면 이 중에서 세 가지가 같은 속성으로 드러났는데 이는 '기꺼이 도움을 주려는 간호사의 태도'와 '친절하고 예의바름' 그리고 '성심성의를 다 하는 태도'였으며 소비자의 기대와 성과에 대한 지각 정도가 낮은 다섯 가지를 비교해 보면 여기서

는 네 가지가 같은 것으로 나타났는데 이들은 '최신의 기구 및 장비', '간호서비스 제공 시 실수를 하지 않음', '건강에 관한 설명 및 자료제공' 그리고 '아무리 바빠도 환자의 요청에 응함'이었다.

그 외에 공통으로 나타나지는 않았으나 기대순위가 높은 것으로 나타난 간호서비스 속성은 '잘 정리된 근무환경', '청결하고 호감이 가는 외모'였으며 성과순위가 높은 것으로 나타난 간호서비스 속성은 '신뢰가 가는 업무처리', '환자의 이야기를 경청함'이었고 기대순위가 낮은 것으로 나타난 간호서비스 속성은 '환자의 요구를 정확하게 이해함'이었고 성과순위가 낮은 것으로 나타난 간호서비스 속성은 '충분한 의학적 지식'이었다.

3. 소비자가 지각하는 간호서비스의 질

소비자가 지각하는 간호서비스 질을 분석해 보면 <Table 5>와 같다.

간호서비스를 구성하는 20 가지의 속성 모두가 성과치가 기대치를 넘기지 못하여 마이너스(-) 값을 나타내었는데 이는 기대한 만큼 간호서비스가 제공되지 못하였다는 것을 의미한다.

간호서비스를 구성하는 5 가지 요인 중 반응성만을 제외한 유형성, 신뢰성, 보장성, 공감성에서 기대와 성과간에 통계적으로 유의한 차이가 나는 것으로 나타났는데 이를 속성별로 살펴보면 '최신의 기구 및 장비', '잘 정리된 근무환경', '청결하고 호감가는 외모', '약속을 잘 지킴', '성심성의 있는 태도', '건강에 관한 설명 및 자료 제공', '기꺼이 도우려는 간호사의 태도', '간호사와의 관

<Table 4> Comparison the most and the worst Expected Nursing Service with the most and the worst Performed Nursing Service (N=253)

Item	Nursing service attributes	expectation	performance	expectation	performance	common
the most	nurses' attitude that's willing to help	1	1			*
	nurses' kindness & good etiquette	2	3			*
	nurses' sincere attitude	3	2			*
	well arranged the working environment	4				
	nurses' clean and attractive appearance	5				
the worst	credible nursing service		4			
	listen whatever patient says attentively		5			
	up-to-data equipment/facilities			20	20	*
	without any mistake in nursing service			19	18	*
	provide explanation/materials on health			18	19	*
the worst	understand the patient's needs accurately			17		
	always answer even if nurses are too busy			16	16	*
	nurses' sufficient medical knowledge				17	

<Table 5> Consumers' Perception about Nursing Service Quality(performance expectation)

Nursing service factors/attributes	Expectation		Perception		Quality	t	p	비고
	Mean	SD	Mean	SD				
Tangibility	3.43	.77	3.21	1.01	-22	3.772	.000	*
up-to-date equipment/facilities	3.10	.94	2.92	1.09	-18	2.906	.004	*
working environment arrangement/order	3.60	.99	3.36	1.16	-24	3.184	.002	*
nurses' clean and attractive appearance	3.57	1.00	3.33	1.16	-24	3.181	.002	*
Reliability	3.38	.85	3.24	1.09	-14	2.287	.023	*
dependable nurses' promise	3.57	1.07	3.33	1.22	-24	3.016	.003	*
nurses' sincerely attitude	3.65	1.11	3.46	1.23	-19	2.425	.016	*
without any mistake in nursing service	3.11	1.02	3.16	1.20	-.05	.667	.505	
provide explanation/materials on health	3.19	1.14	3.01	1.30	-18	2.370	.019	*
Responsiveness	3.51	1.00	3.37	1.15	-14	1.877	.062	
response to the patient's needs promptly	3.43	1.13	3.37	1.22	-.06	.757	.450	
nurses' attitude that's willing to help	3.68	1.09	3.48	1.23	-20	2.446	.015	*
always answer even if nurses are too busy	3.42	1.13	3.27	1.21	-15	1.807	.072	
Assurance	3.53	.90	3.34	1.11	-19	2.962	.003	*
credible nursing service	3.51	1.05	3.42	1.21	-.09	1.039	.300	
patients feel safe in relationship with nurses	3.51	1.09	3.32	1.23	-19	2.504	.013	*
nurses' kindness & good etiquette	3.65	1.08	3.44	1.25	-21	2.644	.009	*
nurses' sufficient medical knowledge	3.46	1.03	3.19	1.13	-27	3.869	.000	*
Empathy	3.46	.84	3.32	1.11	-14	2.039	.043	*
pay attention personally	3.55	1.07	3.35	1.20	-20	2.710	.007	*
coordinate nursing service flexibly	3.49	1.02	3.30	1.18	-19	2.594	.010	*
provide nursing service heartily	3.43	1.02	3.32	1.17	-10	1.405	.161	
understand the patient's needs accurately	3.34	1.01	3.30	1.19	-.04	.503	.615	
listen whatever patient says attentively	3.43	1.04	3.30	1.22	-13	1.585	.114	
treat with equality	3.51	1.02	3.38	1.24	-13	1.576	.116	

계에서 안전함을 느낌, '친절하고 예의바름', '의학적 지식이 충분함', '인간적인 관심을 보임', '간호서비스를 융통성 있게 조정해 줌'이라는 12 가지 속성이며 '간호서비스 제공 시 실수를 하지 않음', '환자의 요청에 신속히 반응함', '아무리 바빠도 환자의 요청에 응함', '신뢰가 가는 업무처리', '진심으로 간호서비스를 제공함', '환자의 요구를 정확하게 이해함', '환자의 이야기를 경청함', '환자를 대등하게 대우함'은 통계적으로 유의한 차이가 나지 않은 것으로 나타난 8 가지 속성이다.

4. 소비자의 전반적인 만족에 영향을 미치는 인구

학적 특성 및 간호서비스 특성

1) 소비자의 전반적인 만족에 영향을 미치는 인구학적 특성

소비자의 간호서비스에 대한 전반적인 만족에 영향을 미치는 대상자들의 인구학적 특성에 대한 분석결과는 <Table 6>과 같다.

간호서비스에 대한 전반적인 만족에 영향을 미치는 인구학적 특성은 성별, 연령, 수입으로 학력을 제외한 3 가지 특성 모두가 간호서비스의 전반적인 만족과 관계가 있는 것으로 나타났으며 이중에서도 특히 수입은 소비자

<Table 6> Pearson Correlation Coefficient between Consumers' Satisfaction and their Demographic Characteristics

Item	Satisfaction	Sex	Education	Age	Income
Satisfaction	1.000 (·)				
Sex	.144(.022)*	1.000 (·)			
Education	.029(.641)	.190(.002)**	1.000 (·)		
Age	.129(.041)*	.079(.212)	-.015(.814)	1.000 (·)	
Income	.217(.001)**	.064(.307)	.304(.000)**	.194(.002)**	1.000 (·)

* : p < .05 ** : p < .01

의 만족과 가장 관계가 많은 것으로 나타났다.

2) 소비자의 전반적인 간호서비스 만족에 영향을 미치는 간호서비스의 성과요인

소비자의 전반적인 간호서비스 만족에 영향을 미치는 간호서비스의 성과요인에 대한 분석결과는 <Table 7>과 같다.

소비자의 전반적인 만족에 영향을 미치는 간호서비스의 구성요인은 5 가지 모두로 나타났는데, 이 중에서 공감감이 가장 많은 관계가 있고 그 다음이 보장성, 신뢰성, 반응성, 유형성의 순으로 나타났다.

3) 소비자가 지각하는 전반적인 간호서비스 만족에

영향을 미치는 간호서비스의 성과속성

소비자가 지각하는 전반적인 간호서비스 만족에 영향을 미치는 간호서비스 성과속성에 대한 분석결과는 <Table 8>과 같다.

<Table 8>에 의하면 소비자가 지각하는 전반적인 간호서비스 만족에 영향을 미치는 간호서비스의 성과속성은 간호서비스를 구성하는 속성 20 가지 모두인 것으로 나타났다. 간호서비스를 구성하는 속성 중 전반적인 만족과 가장 많은 관계가 있는 속성은 1 위가 '친절과 예의바름', 2 위가 '성심성의 있는 태도', 3 위가 '환자를 대등하게 대우함', 4 위가 '간호서비스를 융통성 있게 조정해 줌' 그리고 5 위는 '진심으로 간호서비스를 제공함' 등으로 나타났고 비교적 낮은 순위를 나타낸 속성으로는

<Table 7> Pearson Correlation Coefficient between Consumers' Satisfaction and Nursing Service Factors

(N=253)

Item	Satisfaction	Tangibility	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
Satisfaction	1.000(·)					
Tangibility	.454(.000)**	1.000(·)				
Reliability	.489(.000)**	.732(.000)**	1.000(·)			
Responsiveness	.465(.000)**	.671(.000)**	.806(.000)**	1.000(·)		
Assurance	.494(.000)**	.747(.000)**	.880(.000)**	.885(.000)**	1.000(·)	
Empathy	.500(.000)**	.712(.000)**	.860(.000)**	.863(.000)**	.913(.000)**	1.000(·)

** : p < .01

<Table 8> Pearson Correlation Coefficient between Consumers' Satisfaction and Nursing service Attributes

(N=253)

factors	Nursing service attributes	Satisfaction		note	Rank
		r	p		
Tangibility	up-to-data equipment/facilities	.263	.000	**	19
	working environment arrangement/order	.295	.000	**	15
	nurses' attractive appearance	.266	.000	**	18
Reliability	dependable nurses' promise	.358	.000	**	2
	nurses' sincerely attitude	.328	.000	**	9
	without any mistake in nursing service	.253	.000	**	20
Responsiveness	supply explanation/material on health	.302	.000	**	14
	response to the patient's needs promptly	.287	.000	**	16
	nurses' attitude that's willing to help	.331	.000	**	8
Assurance	always answer even if nurses are too busy	.334	.000	**	7
	credible nursing service	.335	.000	**	6
	patients feel safe in relationship with nurses	.323	.000	**	10
Empathy	nurses' kindness & good etiquette	.359	.000	**	1
	nurses' sufficient medical knowledge	.274	.000	**	17
	pay attention personally	.316	.000	**	11
	coordinate nursing service flexibly	.349	.000	**	4
	provide nursing service heartily	.346	.000	**	5
	understand the patient's needs accurately	.313	.000	**	12
	listen whatever patient says attentively	.303	.000	**	13
	treat with equality	.358	.000	**	2

** : p < .01

20 위에 '간호서비스 제공 시 실수를 하지 않음', 19 위에 '최신의 기구 및 장비', 18 위에 '간호사들의 호감가는 외모', 17 위에 '충분한 의학적 지식', 16 위에 '환자의 요청에 신속히 반응함'으로 나타났다.

IV. 논 의

인구학적 특성에서 연구 대상자들은 비슷한 특성과 비슷한 규모의 병원에 근무 분포하여 연구결과가 어느 특정병원에 의해 영향받지 않았음을 나타내었고 이들의 타 병원 이용경험은 2.67 병원, 외래를 포함한 월 평균 병원 방문 횟수는 2.17회로 나타나, 연구 대상자들이 간호서비스를 평가할 능력이 있음을 보여주었다. 연구 대상자들의 인구학적 특성은 고등학교 졸업 이상(79.4%)의 남성(6.09%)이 대부분으로 연령은 18세부터 45세까지인 청·장년층이 70.3%를 차지하였고 월 평균 소득은 200만원 이하가 74.3%인 도시의 중·하위 계층의 사람들이 대부분을 차지하였다.

소비자가 기대하는 간호서비스 속성 1 위는 반응성에 속하는 내용이었으며 2 위는 보장성, 3 위는 신뢰성, 그리고 4 위와 5 위는 모두 유형성에 속하는 내용이었다. 이를 통해 소비자들은 대체로 눈에 보이는 유형성을 많이 기대하고 마음을 연결해 주는 공감성에 대해서는 그리 많은 기대를 하지 않는 것으로 나타났는데, 이것은 제공자와 소비자의 기대지각이 다르다는 것을 나타내는 연구결과들(Chai, 1996; Lee, 1999, 2000; Lim & Kim, 2000)과 일치하는 결과이지만 대상자와의 기계적·기술적 접촉보다는 인간에 대한 따뜻한 이해와 상호 교류를 중시하는 간호전문직의 특성을 생각한다면 소비자들이 간호서비스 제공자에게 따뜻한 인간적 교류까지는 기대하지도 않는다는 태도를 보여주어, 환자 개개인에게 관심과 배려를 할 수 없는 간호사의 근무환경을 대변하는 것으로 해석할 수도 있다.

제공된 간호서비스에 대한 소비자의 지각인 성과에서도 1위는 반응성에 속하는 내용이었으며 2위는 신뢰성, 3 위와 4위는 보장성에 속하는 내용이었으며 5위는 공감성에 속하는 내용이었다. 이러한 결과를 보면 소비자들은 연구병원의 간호서비스가 보장성을 가장 잘 제공하고 유형성을 가장 제대로 제공하지 못한다고 지각한다는 것을 알 수 있다.

간호서비스 속성에 대한 소비자의 기대와 성과를 비교해보면 가장 많이 기대했거나 제공한 것으로 지각한 속성 5가지 중에서 '기꺼이 도움을 주려는 간호사'의 태

도, '친절하고 예의바름', '상심성의를 다 하는 태도'라는 3가지 속성이 같았고 가장 낮게 기대했거나 제공한 것으로 지각한 5가지 중에서는 '최신의 기구 및 장비', '간호서비스 제공 시 실수를 하지 않음', '건강에 관한 설명 및 자료제공', '아무리 바빠도 환자의 요청에 응함'이라는 4가지 속성이 같았는데, 이는 소비자들의 기대와 성과간의 관계가 높다는 것을 보여주는 것으로 이는 선행 연구 결과(Chai, 1997; Joo, 2001)와 일치하였다.

간호서비스 질에서는 간호서비스를 구성하고 있는 모든 요인과 속성에서 성과가 기대를 넘지 못하였는데, 본 연구결과에서 소비자들의 기대는 평균 3.46점, 성과는 평균 3.30점으로 나와 성과가 보통(3점)을 넘었고 기대와의 차이(-.16)도 크지는 않았지만 모든 속성의 간호서비스 질은 낮은 것으로 나타났다. 비록 간호서비스 속성 20가지 중에서 12가지만이 마이너스의 질 값이 통계적으로 의미있는 것으로 나타냈지만 그래도 모든 속성의 성과가 기대를 초과하지 못했다는 것은 소비자들이 간호서비스를 받고 나서는 실망한다는 의미이다. 기대-성과간의 차이인 질이 통계적으로 의미있는 값을 갖는 요인은 유형성으로 이를 구성하는 속성 3가지 모두가 유의한 값을 가졌고 그 다음은 보장성으로 속성 4가지 중 3가지에서 유의한 값을 보였으며 그 다음은 신뢰성으로 속성 4가지 중 3가지에서 유의한 값을 나타냈고 다음은 공감성으로 속성 6가지 중 2가지에서 유의한 값을 가져, 반응성이 속성 3가지 중 1가지에서만 유의한 값을 갖는 가장 질이 낮은 요인이었다. 결국, 간호서비스를 구성하는 5가지 요인 중 상대적으로 반응성이 가장 질이 좋고 그 다음이 공감성→신뢰성→보장성→유형성의 순이었다. 유의한 값이 가장 높은 간호서비스를 속성별로 살펴보면 1위가 보장성에 속하고 2위는 3가지인데, 그중 2가지는 유형성에 1가지는 신뢰성에 속하였으며 5위는 보장성 속해 서비스 속성 면에서도 반응성과 공감성이 비교적 질 높게 제공되는 속성들이고 보장성과 유형성이 가장 낮게 제공되는 요인으로 나타났다.

이러한 결과를 바탕으로 연구병원들이 간호서비스 질을 향상시키기 위해서는 단점을 보완하는 전략인 질 낮은 유형성→보장성→신뢰성→공감성→반응성의 순으로 간호서비스 요인들을 보완시켜 나가든지, 아니면 장점을 특성화시키는 방법으로 상대적으로 질이 높은 반응성→공감성→신뢰성→보장성→유형성의 순으로 간호서비스를 강화시켜 나가든지 해야 할 것이다. 연구자의 의견으로는 연구병원들의 간호서비스에 대한 질 평가가 선행연구(Lee, 1999)에 비해 높게 나왔고 또 성과가 '보통'은

넘긴 수준(3.30)이므로 연구병원들은 성과점수가 가장 낮은 유형성을 보장시키는 전략보다는 성과점수가 가장 높은 반응성과 공감성을 강화시키는 방법이 더 좋은 것으로 사려되는데, 이는 유형성을 보장시키는 전략은 병원의 하드웨어를 바꿔야 하므로 간호부 차원을 넘어서는 대규모의 투자가 요구되는 것인 반면, 반응성은 적절한 수와 수준의 직원에 의해서 해결될 수 있고 공감성은 간호사 개인의 태도에 의해 해결될 수 있는 요인이므로 (Lumby, J. & England K, 2000), 이들은 간호부 통제하에 있으면서 비용효과면에서도 효율적인 전략이기 때문이다. 강화시키는 구체적인 내용에서도 간호서비스 속성에서 기대-성과간의 차이가 통계적으로 유의하게 나지 않은 속성들(8가지)을 우선적으로 강화시키는 방법이 약간의 노력으로 간호서비스의 질(기대-성과)이 플러스(+) 값을 갖을 수 있는 효과적·효율적인 방법이다. 특히 통계적으로 유의한 값을 갖지 않는 속성 8가지는 대부분이 공감성과 반응성에 속하는 내용으로 비교적 많은 비용을 필요치 않는 교육, 홍보, 캠페인과 같은 방법을 통하여 내부고객인 간호사들의 인식과 태도를 바꾸는 것만으로도 좋은 결과는 얻을 수 있다. 이중, 공감성은 소비자에게 개별적 관심과 배려를 제공하는 요인으로 비록 현재 소비자 기대가 낮다 하더라도 소비자들의 병원 재이용 의향에 영향을 미치는 중요요인이므로(Headley & Miller, 1993; Kitting & Lee, 1997) 이를 충분히 제공할 수 있도록 노력해야 할 것이다. 단, 연구병원들이 간호서비스 질 향상을 위해 노력할 때, 간과하지 말아야 할 것은 유형성에 속하는 ‘최신의 기구 및 장비’가 ‘보통’의 수준을 넘기지 못했다(2.92)는 사실이다. 비록 선행연구(Lee, 2001)에서 유형성은 간호서비스를 구성하는 핵심요체가 아닌 것으로 소비자들이 인식하였지만 소비자 기대에 지나치게 미치지 못하는 유형성은 간호서비스뿐 아니라 병원 전체의 이미지에도 손상을 주게므로 간호부에서는 이는 해결할 수 있는 전략을 마련해야 할 것이다.

소비자의 전반적인 만족에 영향을 미치는 인구학적 특성 및 간호서비스 특성에 대한 분석에서 소비자의 성별, 연령, 수입은 전반적인 만족과 관계가 있고 오직 학력만이 관계가 없는 것으로 나와 성별, 연령이 유의한 영향을 미치는 것은 없으므로 나타난 Joo(2001)의 연구와는 다른 결과였고 성별, 소득과는 유의한 관계를 갖고 연령, 학력과는 유의한 관계를 갖지 않는 Chai(1997)의 연구결과나 성별, 연령, 학력이 모두 만족과 관계가 있는 것으로 나타난 Lumby와 England(2000)의 연구

결과와는 상당히 일치하였다.

간호서비스를 구성하는 요인별로 전반적 만족과의 관계를 살펴보면 5가지 요인 모두가 만족과 밀접한 관계를 나타내었는데 공감성이 가장 많은 영향을 미치고 다음이 보장성→신뢰성→반응성→유형성의 순이었으며 속성별로는 가장 많이 영향을 미치는 속성은 보장성에 속하였고 2위는 두 가지로 각기 신뢰성과 공감성에 4위는 신뢰성에 5위는 공감성에 속하는 내용이었다. 그리고 전반적인 만족에 비교적 영향을 적게 미치는 속성을 5가지 순위별로 살펴보면 20위가 신뢰성에 속하는 내용이고 19위와 18위는 모두 유형성에 속하는 내용이었으며 17위는 보장성에 16위는 반응성에 속하는 내용이었다. 그러므로 전반적인 만족과 관계가 깊은 속성을 강화시키는 방법도 연구병원들이 선택할 수 있는 또 다른 간호서비스 질 향상 전략이 될 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 간호서비스에 대한 소비자의 기대, 성과를 확인하여 간호서비스 질을 측정하고 만족도를 파악하여 소비자 만족에 기여하는 간호서비스 속성과 요인을 구체적으로 확인하여 궁극적으로는 효과적·효율적으로 간호서비스 질을 향상시킬 수 있는 방안을 마련하고자 시도된 횡단적 조사연구이다. 연구는 3개 지방도시에 있는 3개의 대학부속 종합병원에 입원중인 환자 300명을 대상으로 하였으며 설문지를 배포하여 대상자들이 직접 작성하게 한 뒤 회수하였다. 수집된 자료는 검토하여 최종 253부만을 가지고 SPSS 통계처리 프로그램을 이용하여 Cronbach's Alpha, percentages frequencies, paired t-test, Pearson Correlation Coefficient를 실시하였다.

연구결과는 다음과 같다.

1. 소비자의 간호서비스에 대한 기대와 성과에 대한 지각을 보면 소비자들은 간호서비스 구성 요인을 보장성→반응성→공감성→유형성→신뢰성의 순으로 기대하고 제공된 간호서비스에 대해서는 반응성→보장성→공감성→신뢰성→유형성의 순으로 지각하였다. 간호서비스 속성에 대한 소비자의 기대와 성과에 대한 상·하위 순위를 5가지씩 비교했을 때, 상위 5번째까지에서 3가지가 공통 속성이었고 하위 5번째까지에서는 4가지가 공통속성으로 나타나 기대와 성과지각간에 비교적 밀접한 관계가 있음을 시사하였다.
2. 간호서비스 질 분석에서는 간호서비스를 구성하는

20가지 속성 모두에서 성과가 기대를 능가하지 못하여 마이너스 점수를 나타냈는데, 이는 간호서비스 질이 낮다는 것을 의미한다. 기대와 성과로 계량화한 간호서비스 질 점수가 의미있는 값인지에 대한 분석에서는 간호서비스를 구성하는 5가지 요인 중 반응성을 제외한 4가지 요인이 통계적으로 유의한 값을 가졌고 속성별로는 20가지 중 12가지에서 유의한 값을 나타내었다.

3. 소비자의 간호서비스에 대한 만족에 영향을 미치는 인구학적 특성 및 간호서비스 특성에 대한 분석에서, 인구학적 특성은 학력을 제외한 성별, 연령, 수입이 전반적인 만족에 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 간호서비스 특성에서는 간호서비스를 구성하는 5가지 요인과 20 가지 속성 모두가 소비자의 간호서비스 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 연구결과를 기초로 하여 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

1. 소비자들이 원하는 간호서비스를 구체적으로 규명해 내기 위한 연구가 다양한 이론적 근거 하에 양적 방법뿐만 아니라 질적인 방법으로도 시행되어야 할 것이다.
2. SERVQUAL 개념대로 다시간적인 연구(서비스를 받기 전에 기대, 받은 후에 성과측정)를 수행하여 간호서비스 질 측정에 있어서 SERVQUAL 도구의 적합성 여부를 확인하는 연구가 시행되어야 할 것이다.
3. 소비자가 지각하는 간호서비스 질을 올바르게 정확하게 측정하고 평가할 수 있는 타당도 높고 신뢰도 높은 간호서비스 질 측정도구를 개발하는 연구가 시행되어야 할 것이다.

References

Atkins P. M., Marshall B. S., & Javalgi R. G. (1996). Happy employees lead to loyal patients. *Online J Health Care Marketing* [On-line serial], 16(4),14-24.

Bolton R. N., & Drew J. H. (1991). A multistage model of customers' assessment of service quality and value. *Journal of Consumer Research*(March), 375-384.

Bond, S., & Thomas, L. H. (1991). Issues in measuring outcomes of nursing. *Journal of*

Advanced Nursing, 16,1492-1502.

Chai, G. S. (1997). *A study on positioning of nursing services in tertiary hospital*. Unpublished health science and management Master's thesis

Cronin J. J. Jr., & Taylor S. A. (1994). SERVPERF vers SERVQUAL : Reconciling performance based and perceptions-minus expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(January), 125-131.

Gravin D. A. (1983). Quality on the Line. *Harvard Business Review* 61(September-October), 65-73.

Greeneich, D. (1993). The link between new and return business and quality of care : Patient satisfaction. *Advanced Nursing Science*, 16(1), 62-72.

Harrison, E. (1995). Nursing caring and the new health care paradigm. *Journal of Nursing Care Quality*, 9(4), 14-23.

Headley D. E., & Miller S. J. (1993). Measuring service quality and its' relationship to future consumer behavior. *Journal Health Care Marketing*, 13(4), 32-41.

Hegyvary, S. T. (1991). Issues in outcomes research. *Journal of Nursing Quality Assurance*, 5(2), 1-6.

Joo, M. K. (2001). *A study on the determinants of consumer-oriented nursing service quality-SERVQUAL model based-*. Unpublished Doctoral Dissertation. The Seoul National University of Korea, Seoul.

Kitting W. J., & Lee C. C. (1997). Pragmatic perspectives on the measurement of information systems service quality. *MIS Quality*, (June) 223-241.

Kotler, P. (1997). *Marketing management*. New Jersey : Prentice-Hall Inc.

Lee, B. S., & Kwon, Y. S. (1996). Evaluation of outcome in nursing practice. *JKANA*, 2(2), 59-71.

- Lee, M. A. (1999). *Nursing service quality analysis for nursing service repositioning*. Unpublished Doctoral Dissertation. the Kyunghee University of Korea, Seoul.
- Lee, M. A. (2001). A study of the perception gap on nursing service between consumers and Providers. *J Korea Acad Nurs*, 31(5), 871-884.
- Lee, S. A. (1998). the relationship among patient's perception, patient's satisfaction of nursing service quality and revising intention. *JKANA*, 4(2), 307 - 320.
- Legg, S., & Fittall B. (1995). Planning nursing resources. *Int Nurs Rev*, 42(2), 37-49.
- Lim, J. Y., & Kim, S. I.(2000). Measurement of nursing service quality using SERVQUAL Model. *JKANA*, 6(2), 259-279.
- Lumby J., & England K. (2000). Patiwnr satisfaction with nursing care in a colorectal surgical population. *International Journal of Nursing Practice*, 6, 140-145.
- Nitecki, D. A. (1996). Changing the concept and measure of service quality in academic libraries. *J Academic Librarianship*, 22(3), 181-191.
- Oliver R. L. (1980). A cognitive model of the antecedants and consequences of satisfaction decision. *J Marketing Research*, 17(November), 460-469.
- Olshavsky R. W. (1985). *Perceived quality in consumer decision making : an intergrated theoretical perspective in perceived quality*. J. Jacoby and J. Olson ed. Lexington Massachusetts : Lexington Books.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry L. L. (1988). SERVQUAL : A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *J Retailing*, 64(spring), 12-40.
- Peter, D. A. (1995). The mainstay of a framework for quality care. *Journal of Nursing Care Quality*, 10(1), 61-69
- Puay C. L., & Nelson K. H. T. (2000). A study of patients' expectation and satisfaction in singapore hospitals. *Int J Health Care Quality Assurance*, 13(7), 290-299.
- Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. Jr (1990). Zero defections : Quality comes to services. *Harvard Business Review*, September-October, 105-110.
- Shaffer F. A., & Preziosi P. (1988). Nursing : The hospitals' competitive edge. *Nursing Clinic of North America*, 23(September), 597-612.
- Yoo, D. K. (1994). *Intergrated marketing*. Seoul : Future Management.
- Youssef, F. N., Nel, D., & Bovaird, T. (1996). Health care quality in NHS Hospitals. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 9(1), 15-28.

- Abstract -

A study of the Nursing Service Quality and Satisfaction that Admitted Patients Perceived - being used SERVQUAL -

Lee, Mi-Aie*

Purpose: This study was performed to measure the nursing service quality being used SERVQUAL model and satisfaction that the admitted patients perceived.

Method: The questionnaire founded on the SERVQUAL was developed and distributed to 300 patients at the three general hospitals in three provincial city, Korea For data analysis, Cronbach's α , frequencies, percentages, paired t-test, Pearson Correlation Coefficient were used

Result: In expectation, patients most highly perceived the assurance factor that was one

* Department of Nursing, College of Medicine, Dongguk University

2002년 8월

among the 5 factors being constituted nursing service. In performance, patients most highly perceived the responsiveness factor. The performance degrees of the 5 factors and 20 attributes being constituted nursing service did not exceed the expectation degree of those. So the calculated figures for nursing service quality of the three subjected hospitals were all minus. In relation of the patients' demographics and nursing service characteristics to their general satisfaction, patients' sex, age, income

and the all factors and attributes of nursing service had relation to their general satisfaction.

Conclusion: It could be concluded that the nursing service quality of the three subjected hospitals was poor and the patients' demographic and nursing service characteristics had relation to their general satisfaction.

Key words : Hospital Nursing Service,
Healthcare Quality, Access,
Evaluation