

주요개념 : 간호서비스, 의료서비스, 만족, 재이용 의도

## 소비자가 지각하는 간호 및 의료서비스에 대한 만족과 병원 재이용 의도 분석

이미애\*, 김인홍\*, 백설향\*

### I. 서 론

#### 1. 연구의 필요성

지난 몇 십 년간 의료계는 지식적·기술적으로 눈부시게 발전하였으며 그에 못지않게 많이 변화된 것 중에 하나가 의료산업에 소비자주의(consumerism)가 도입되어 일반인 및 의료인의 시각과 자세가 크게 변화된 것이다. 소비자주의의 도입 및 확대는 의료시장에서 수동적이기만 하였던 소비자들의 자세를 능동적으로 바꾸어 놓았고 그로 인해 소비자들은 그들이 원하는 서비스를 구체적으로 요구할 뿐만 아니라 제공된 서비스에 대해 평가하게도 되었다. 그리고 그 결과 소비자들은 의료기관들이 같은 타입의 서비스를 제공하고는 있으나 같은 질의 서비스를 제공하는 것은 아니라는 사실도 알아냈다(Youssef, Nel & Bovaird, 1996; Puay & Nelson, 2000). 그래서 소비자들은 가만히 앉아서 제공받은 서비스를 평가만 하는 것이 아니라 자신들이 원하는 서비스를 직접 찾아 나서게까지 되었다.

소비자가 자신들이 원하는 서비스를 직접 찾아내 선택적으로 이용하기 시작하자 의료기관들도 목표를 고객만족으로 잡고 자신들이 제공하는 서비스를 관리하기 시작하였는데 그러면서 간호사가 의료서비스 교환과정에서 소비자와 직접적으로 관계를 맺는 사람이며 기관에 대한 소비자 평가에 많은 영향을 미치는 사람일 뿐 아니라, 그들의 행동을 조정하여 소비자의 최종적인 평가에 결정적인 영향을 미칠 수 있는 전략적 접점에 있는 사람이라는 것이 확인되었다(Atkins, Marshall & Javalgi 1996; Chei, 1997; Lee, 1999; Yoo, 1996).

이후부터 소비자 평가의 중요성은 의료계에도 많이 도입되어 이들의 평가를 주기적·지속적으로 확인하고 이를 실무에

적용하는 전략에 관한 연구가 끊임없이 시도되고 있는데, 이는 의료서비스를 향상시킬 뿐 아니라 의료기관의 생존을 위해서도 중요한 일이다. 그러면서 간호서비스에서도 환자시각을 도입한 연구들이 수행되기 시작하였는데(Chai, 1996; Lee, 1999, 2001, 2002, 2003; Lim & Kim, 2000; Lymby & England, 2000; Peter, 1995; Scarding, 1994), 그 중에서 국내에서 주로 수행된 연구들을 살펴보면 소비자가 지각하는 간호서비스 질을 측정하거나(Chai, 1997; Joo, 2001; Jung & Youn, 2001; Lim & Kim, 2000), 소비자가 지각하는 간호만족을 측정하거나(Kang, 1997; Kim, 2001; Lee, 1996; Shin, 1999), 간호서비스 질과 소비자들의 재이용 의도와와의 관계를 규명하는 연구들(Lee, 1998; Lee, 2003; Jung & Yoon, 2003)이 시도되었으나, 아직 이들 대부분의 연구는 단순히 간호서비스 질이나 만족측정에 초점을 맞추고 있는 수준으로, 간호서비스에 대한 소비자 만족이 의료기관이 제공하는 의료서비스 전반에 대한 소비자 만족과 그들의 병원 재이용 의도간의 관계를 구체적으로 파악하는 연구는 거의 수행되지 않았다. 따라서 이들간의 관계를 확인하고 규명하는 연구가 필요하리라 사료되는데, 특히 이들 관계를 확인하는 이유는 병원 및 간호관리자들이 임상실무에서 마케팅 전략을 구사할 때 다양하게 기초자료로 사용할 수 있을 뿐만 아니라 확인된 관계는 이를 사용하는 사람들로 하여금 자신감을 갖고 적용하게 만들기 때문이다.

이에 본 연구는 소비자들의 인구학적 특성 및 병원이용 행동특성을 파악하고 이에 따른 이들의 간호 및 의료서비스에 대한 만족을 확인하며 소비자가 지각하는 간호서비스에 대한 만족이 의료서비스에 대한 만족에 미치는 영향과 소비자의 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 파악하고자 시도하였다.

## 2. 연구의 목적

본 연구는 다음과 같은 구체적인 목적을 갖는다.

- 1) 소비자들의 인구학적 특성과 병원 이용 행동 특성을 파악한다.
- 2) 소비자들의 인구학적 및 병원 이용 행동 특성에 따른 간호 및 의료서비스에 대한 만족을 파악한다.
- 3) 소비자들이 지각하는 간호서비스에 대한 만족, 의료서비스에 대한 만족, 병원 재이용 의도간의 관계를 파악한다.
- 4) 소비자들이 지각하는 간호서비스에 대한 전반적인 만족이 의료서비스에 대한 만족과 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 확인한다.

## 3. 용어정의

### 1) 만족

만족이란 사람들이 어떤 제품(서비스)에 대해 그가 가지고 있던 기대와 관련하여 지각하고 있는 성능(결과)을 비교하면서 나타나게 되는 즐거움이나 실망감과 같은 느낌으로(Kotler, 1997; Oliver, 1980), 본 연구에서는 소비자가 서비스를 제공받으면서 또는 받고 난 후에 느끼게 되는 느낌을 의미한다.

#### (1) 간호서비스에 대한 만족

본 연구에서 간호서비스는 소비자가 병원에 입원한 후, 간호사에 의해서 제공되는 일체의 모든 서비스를 의미하며 소비자가 간호서비스를 받으면서 혹은 받고 난 후에 느끼게 되는 전반적인 느낌에 대해 묻고 이를 7점 척도로 측정할 값이다.

#### (2) 의료서비스에 대한 만족

본 연구에서 의료서비스는 소비자가 병원에 입원한 후, 병원에서 제공되는 일체의 모든 서비스를 의미하며 소비자가 의료서비스를 받으면서 혹은 받고 난 후에 느끼게 되는 전반적인 느낌에 대해 묻고 이를 7점 척도로 측정할 값이다.

### 2) 재이용 의도

재이용 의도란 소비자가 제품(서비스)에 대한 만족이 높은 경우 일반적으로 높아지는 것으로 이것은 소비자가 타인에게 제품(서비스)을 추천, 권장할 의도와 가능성을 확인하는데 매우 유용한 지표로(Kotler, 1997), 본 연구에서는 소비자가 의료기관을 이용한 후 당 의료기관을 재이용할 의사에 대해 묻고 이를 7점 척도로 측정할 값이다.

## II. 문헌고찰

### 1. 소비자 만족

소비자 만족에 대한 체계적인 연구는 1960년대 중반부터 활성화되고 크게 3가지 범주로 나누어 볼 수 있는데, 이는 소비자 만족에 대한 개념 연구, 소비자 만족의 설명변수들을 규명하는 연구, 소비자 만족에서 파생되는 결과들에 관한 연구들이다.

소비자 만족에 대한 개념 논의는 소비자 만족개념이 두 개의 차원구조인지, 단일차원의 구조인지의 문제로 시작되었다. 두 개의 차원구조란 만족이라는 차원과 불만족이라는 차원이 각각 독립적으로 존재하는 구조를 말하며, 단일 차원의 구조란 만족과 불만족이 동일 차원으로 이해되는 것을 말한다. 개념구조와 함께 개념연구에서 제기되고 있는 문제는 만족과 태도개념의 구별 여부로, 이 문제는 만족을 인지적으로 정의하는데서 비롯한다(Yoo, 1994).

소비자 만족 설명변수에 관한 연구들은 먼저 기대일치-불일치(confirmation-disconfirmation) 모형이 있는데, 이 모형에 따르면 소비자들은 구매하기 전에 제품에 대한 기대를 형성하고 구매 후 사용을 통해 제품의 실제 성능을 판단하는 것으로 만족/불만족한다는 것이다. 다음은 성과(performance)모형으로, 이것은 기대일치-불일치 모형이 만족/불만족 연구에서 널리 사용되지만 이 모형만으로 만족/불만족을 설명할 수 없는 상황이 있는데 즉, 만족에 대한 판단이 내구제와 비내구제에 따라 달라진다는 것으로, 내구제에서는 기대가 아닌 오직 성능만이 만족을 결정한다고 주장하는 모형이다. 또 다른 모형은 귀인(attribution)모형으로, 이 모형에 따르면 소비자들은 구매결과와 원인을 알기 원하는 합리적인 정보처리자로서 자신의 구매 성공 또는 실패의 원인을 인과관계 locus(내적 or 외적), 안정성, 통제가능성에서 그 원인을 찾는다는 모형이고 또 다른 모형은 공정성(equity) 모형으로, 이 모형은 거래에서 개별적으로 드는 비용과 기대되는 대가의 관계에 기초하여 거래시 소비자가 거래 input에 대한 결과 비율이 공정하다고 느끼면 공정하게 대우받았다고 생각한다는 모형이다. 또 다른 모형은 규범(norm)모형으로, 이 모형은 비교수준이론을 적용하여 소비자들이 경험에 기초해 설정한 제품비교의 기준(규범)이 그들의 만족판단에 중요한 역할을 한다는 주장으로, 기대만이 만족판단에 소비자가 사용하는 유일한 기준이 아니라 경험에 기초한 규범 역시 중요하게 사용되는 기준이라고 주장하는 모형이다.

소비자 만족 결과변수에 관한 연구에서는 결과변수로 만족 경험은 구매 후 태도뿐만 아니라 미래의 구매의도에도 영향을

미치는데, 만족은 반복구매로 이어지고 불만족은 재구매 중지, 부정적 구전, 브랜드 전이 등을 촉발시킨다고 한다(Yoo, 1994).

소비자 만족에 대한 여러 가지 이론들과 연구들을 통합하여 이를 의료실무에 적용시킨 국내외 연구들을 살펴보면 Gu (1996)는 의료서비스에 대한 연구에서 환자만족은 그들의 재구매 의도 및 구전효과에 직접적으로 영향을 미친다는 것을 확인하였고 Kim(2001)은 간호사 1인당 환자수가 환자들이 느끼는 간호만족과 통계적으로 유의한 음의 상관관계가 있음을 확인하였으며 Lee(1998)는 간호서비스 질이 소비자 만족에 영향을 미치고 소비자 만족은 그들의 재이용 의도에 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 또한 Jung과 Youn(2001)은 간호서비스 질이 소비자 만족에 미치는 영향을 확인하면서 간호서비스 질을 구성하는 요인 중 확실성 및 감정이입 요인이 상대적으로 많은 영향을 미치는 요인임을 확인하였고 Joo(2001)는 간호서비스에서 소비자 기대에 과거경험이나 구전 및 외부 커뮤니케이션은 영향을 미치지 않으나 간호 서비스에 대한 기대 및 지각은 서비스 질을 결정하는데 영향을 미친다고 보고하였으며 Lumby와 England(2000)은 연령, 성별, 학력에 따라 간호서비스에 대한 소비자 만족에 차이가 난다고 보고하였으며 Lee(2002)는 소비자의 인구학적 특성 중 연령, 수입, 성별이 그들의 만족에 영향을 미치며 간호서비스를 구성하는 속성들 모두가 소비자 만족과 관련이 있음을 확인하였으며 2003년 연구에서는 간호서비스 만족이 의료서비스 만족 및 병원 재이용 의도에 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그리고 Jung & Yoon(2003)은 간호서비스에 대한 성과지각이 기대보다 소비자들의 재이용 의도에 더 관계가 있다고 보고하였다.

이와 같은 여러 가지 실증적 연구결과를 바탕으로 간호서비스 만족은 의료서비스 만족에 많은 영향을 미치는 중요한 요인이고 간호서비스에 의해 많은 영향을 받는 의료서비스 만족은 소비자들의 재구매 의도에 커다란 영향을 미치는 요인이라는 것을 알 수 있다.

그들이 지각하는 간호 및 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도와와의 관계를 파악하고자 시도된 횡단적 조사 연구이다.

### 3. 연구대상

본 연구는 경상남·북도에 위치한 300병상 이상의 종합병원 중 본 연구에 협조하기로 의사를 밝힌 5개 지방도시에 있는 6개 종합병원에 입원한 환자를 대상으로 다음의 조건을 만족시키는 자를 임의표집하여 선정하였다.

(1) 연구병원에서 간호서비스 및 의료서비스를 직접 받고 있는 자, (2) 국문을 이해하며 독립된 판단능력이 능력이 있다고 생각되는 18세 이상인 자, (3) 본 연구의 취지를 이해하고 참여하기로 동의한 자를 대상으로 각 병원 당 50명씩 총 300명을 대상으로 하였다.

### 4. 자료수집 기간 및 방법

자료수집은 2003년 2월 24일부터 3월 15일까지 연구자가 협조 의사를 밝힌 6개 병원의 간호부를 방문하여 간호부로부터 연구가 가능한 병동을 소개받은 뒤, 그 병동에 입원한 환자를 대상으로 설문지를 배포하고 연구대상자가 이를 직접 작성하게 한 뒤 회수하였다.

### 5. 연구도구

본 연구에서는 소비자가 지각하는 서비스에 대한 만족도 및 병원 재이용 의도를 소비자에게 직접 묻고 이를 7점 척도로 측정하였다. 즉, 소비자가 병원에 입원하여 간호사에 의해서 제공받는 모든 서비스는 간호서비스로, 병원에 의해 제공받는 모든 서비스는 의료서비스로 간주하게 한 뒤, 이에 대한 전반적

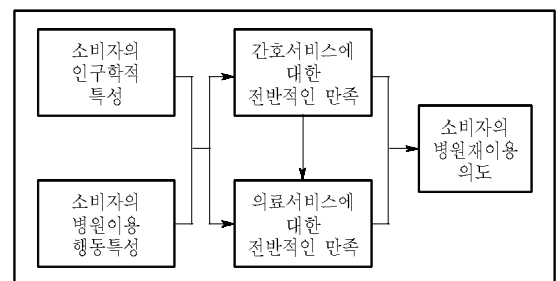
## III. 연구방법

### 1. 연구의 틀

(Figure 1)

### 2. 연구설계

본 연구는 소비자의 인구학적 특성 및 병원이용행동 특성과



(Figure 1)

인 만족의 정도를 '전혀 만족하지 않는다'이면 1점, '매우 만족한다'이면 7점을 주는 7점 척도로 답하게 하였다. 소비자가 지각하는 병원 재이용 의도 역시 소비자가 병원을 이용하거나 이용하고 난 뒤, 느끼게 되는 해당 병원에 대한 재이용 의도에 대해 직접 묻고 '절대 재이용 않겠다'이면 1점 '적극 재이용하겠다'이면 7점으로 답하는 7점 척도로 측정하였다.

그밖에 연구대상자의 인구학적 특성과 병원이용행동 특성에 대해서 질문하였다.

## 6. 자료분석 방법

자료는 300부 중 287부(96%)가 회수되었으나 그 중 불완전하거나 부적절하다고 판단되는 자료를 제외한 총 272부만이 최종 분석에 사용되었다. 자료는 SPSS/PC ver 10.0프로그램을 사용하였으며 다음과 같이 분석하였다

- 1) 연구대상자의 인구학적 특성, 병원이용행동 특성, 간호 및 의료서비스에 대한 만족, 병원 재이용 의도에 대해서는 각기 빈도분석을 실시하였다
- 2) 연구대상자의 인구학적 특성 및 병원이용행동 특성에 따른 간호 및 의료서비스에 대한 만족의 차이는 t-test 및 ANOVA로 분석하고 Scheffe로 사후검정을 하였다
- 3) 간호 및 의료서비스에 대한 만족과 병원 재이용 의도와와의 관계는 Pearson Correlation Coefficient 값을 구하였다
- 4) 간호서비스에 대한 만족이 의료서비스에 대한 및 병원 재이용 의도에 미치는 영향은 Regression Analysis를 실시하였다.

## IV. 연구결과

### 1. 소비자의 특성과 간호 및 의료서비스의 만족, 병원 재이용 의도

#### 1) 소비자의 인구학적 특성

소비자의 인구학적 특성은 <Table 1>과 같다.

성별은 남성이 143명(52.57%), 여성이 121명(44.49%)이었으며 연령은 24세 이하가 37명(13.60%), 25~30세 55명(20.22%), 31~35세 35명(12.87%), 36~40세 41명(15.07%), 41~45세 18명(6.67%), 46~50세 36(13.24%), 그리고 51세 이상은 38명(13.97%)이었고 학력은 초등학교 이하가 2명(0.73%), 중학교가 19명(6.99%), 고등학교가 116명(42.65%), 대학교가 108명(39.71%)이며 대학원 이상의 학력은 12명(4.41%)이었다. 월평

<Table 1> Demographic characteristics of nursing service consumers (n=272)

Characteristics	Item	Frequency	Percentage (%)
Gender	male	143	52.57
	female	121	44.49
	no answer	8	2.94
Age (years)	≥24	37	13.60
	25~30	55	20.22
	31~35	35	12.87
	36~40	41	15.07
	41~45	18	6.67
	46~50	36	13.24
	51≤	38	13.97
Education	no answer	12	4.41
	≤elementary school	2	0.73
	middle school	19	6.99
	high school	116	42.65
	university	108	39.71
	≥graduate school	12	4.41
Income (won/month)	no answer	15	5.51
	≥1,000,000	25	9.19
	1,010,000~2,000,000	85	31.25
	2,010,000~3,000,000	57	20.96
	3,010,000~4,000,000	13	4.78
	4,010,000≤	20	7.35
Hospital	no answer	72	26.47
	A hospital(K city)	44	16.18
	B hospital(G city)	46	16.91
	C hospital(U city)	43	15.81
	D hospital(B city)	46	16.91
	E hospital(B city)	49	18.01
F hospital(P city)	44	16.18	

균 가계수입은 100만 원 이하가 25명(9.19%), 101~200만 원 사이는 85명(31.25%), 201~300만 원 사이는 57명(20.96%), 301~400만 원 사이는 13명(4.78%)이며 401만 원 이상의 수입자는 20명(7.35%)이고 무응답자는 72명(26.47%)이었다.

#### 2) 소비자의 병원이용행동 특성

소비자의 병원이용행동 특성은 <Table 2>와 같다.

<Table 2> Characteristics of consumers behavior for hospital use (n=272)

Characteristics	Item	Frequency	Percentage (%)
Visiting experience of other hospitals	yes	211	77.57
	no	48	17.65
	no answer	13	4.78
Number of the visiting hospitals	≥1	103	37.87
	2~3	72	26.47
	4~5	24	8.82
	6~7	4	1.47
	8≤	12	4.41
	no answer	57	20.96
Average number of the visiting hospitals (by month)	>1	38	13.97
	1~3	140	51.47
	4~6	10	3.68
	7≤	6	2.21
	no answer	78	28.67
Regular visiting hospital	yes	130	47.79
	no	126	46.32
	no answer	16	5.88
Reason of a regular visiting hospital	short distance	72	26.47
	big size	25	9.19
	excellent medical member	52	19.12
	low price	3	1.10
	acquaintance	11	4.04
	convenience of use	18	6.62
	the others	36	13.24
	no answer	55	20.22

소비자들에게 연구병원 이외의 타 병원을 방문한 경험이 있는지를 묻는 질문에 211명(77.57%)이 ‘그렇다’고 대답하였고 48명(17.65%)은 ‘아니다’로 대답하였으며 13명(4.78%)은 응답하지 않았다. 방문해본 경험이 있는 병원의 수를 묻는 질문에는 1개 이하로 답한 사람은 103명(37.87%), 2~3개 72명(26.47%), 4~5개 24명(8.82%), 6~7개 4명(1.47%), 8개 이상으로 답한 사람은 12명(4.41%), 무응답은 57명(20.96%)이었으며 월평균 병원 방문 수를 묻는 질문에 1회 미만이라고 답한 사람은 38명(13.9%), 1~3회 140명(51.47%), 4~6회 10명(3.68%), 7회 이상으로 답한 사람은 6명(2.21%), 무응답은 78명(28.67%)

<Table 3> Level of consumers' perceived nursing service satisfaction, medical service satisfaction and hospital revisiting intent (n=272)

	Mean	±SD
nursing service satisfaction	5.11	±1.32
medical service satisfaction	4.66	±1.41
hospital revisiting intent	4.85	±1.61

이었다. 단골 병원이 있느냐는 질문에 130명(47.79)은 ‘그렇다’로 126명(46.32%)은 ‘아니다’로 답하였으며 16명(5.88%)은 응답하지 않았다. 단골인 이유에 대해서는 72명(26.47%)은 ‘거리가 가까워서’, 25명(9.19%)은 ‘큰 병원이라서’, 52명(19.12%)은 의료진이 우수해서, 3명(1.10%)은 값이 싸서, 11명(4.04%)은 아는 사람이 있어서, 18명(6.62%)은 ‘이용이 편리해서’, 36명(13.24%)은 ‘기타’로 답하였으며 55명(20.22%)은 응답하지 않았다.

3) 소비자가 지각하는 간호 및 의료서비스에 대한 만족과 병원 재이용 의도

소비자가 지각하는 간호 및 의료서비스에 대한 만족과 그들의 병원 재이용 의도에 대한 평균값은 <Table 3>과 같다.

소비자가 지각하는 서비스에 대한 전반적인 만족은 7점 만점에 간호서비스가 5.11(±1.32), 의료서비스가 4.66(±1.41)으로 나타났고 병원 재이용 의도는 4.85(±1.61)로 나타났다.

2. 인구학적 및 병원이용행동 특성에 따른 간호 및 의료서비스에 대한 만족

소비자의 인구학적 특성 및 병원이용행동 특성에 따른 간호서비스에 대한 만족과 의료서비스에 대한 만족은 <Table 4>와 같다.

간호서비스에 대한 만족에서 소비자의 인구학적 특성 중 오직 병원간만이 차이가 났는데(F=4.580, p=0.001), a, b, c, d, 병원의 소비자들이 e, f, 병원의 소비자들보다 간호서비스에 대한 만족이 전반적으로 높은 것으로 나타났다. 소비자의 병원이용행동 특성 중에서는 월평균 병원방문 횟수만이 만족에서 차이를 보였는데(F=2.712, p=.046), 7회 이상 병원을 방문하는 사람들이 그 이하로 병원을 방문하는 사람들보다 간호서비스에 대한 만족이 높았다.

〈Table 4〉 Consumers' characteristics on the nursing service satisfaction and medical service satisfaction  
(n=272)

Characteristics	Item	Nursing service satisfaction			Medical service satisfaction		
		Mean	±SD	F/t (p) Scheffe	Mean	±SD	F/t (p) Scheffe
Gender	a. male	5.19	±1.43	.586(.558)	4.83	±.12	1.799(.168)
	b. female	5.08	±1.19		4.50	±.13	
Age(years)	a. ≥24	5.05	±1.27	.945(.463)	4.49	±1.41	.618(.716)
	b. 25~30	5.06	±1.31		4.66	±1.43	
	c. 31~35	5.20	±1.13		4.66	±1.35	
	d. 36~40	5.37	±1.13		4.63	±1.15	
	e. 41~45	5.71	±1.53		5.00	±1.54	
	f. 46~50	4.94	±1.43		4.65	±1.50	
	g. ≤51	5.06	±1.45		5.03	±1.47	
Education	a. ≤elementary school	4.00	±.00	1.537(.192)	3.50	±.71	2.672(.033)* b > a, c, d, e
	b. middle school	5.59	±1.00		5.59	±1.12	
	c. high school	5.27	±1.38		4.74	±1.44	
	d. university	5.02	±1.20		4.55	±1.34	
	e. ≥graduate school	4.81	±1.89		4.28	±1.79	
Income (won/month)	a. ≥1,000,000	5.11	±1.22	.203(.936)	4.81	±1.39	.132(.971)
	b. 1,000,001~2,000,000	5.23	±1.27		4.72	±1.34	
	c. 2,000,001~3,000,000	5.04	±1.25		4.60	±1.16	
	d. 3,000,001~4,000,000	5.15	±1.46		4.77	±1.74	
	e. 4,000,001≤	5.22	±1.48		4.72	±1.81	
Hospital	a. A hospital(K city)	5.67	±1.14	4.580(.001)**	4.90	±1.30	2.528(.030)* d > a, b, c, e, f
	b. B hospital(G city)	5.10	±1.39		4.24	±1.62	
	c. C hospital(U city)	5.11	±1.04		4.60	±1.27	
	d. D hospital(B city)	5.50	±1.24		5.20	±1.59	
	e. E hospital(B city)	4.56	±1.29		4.68	±1.14	
	f. F hospital(P city)	4.81	±1.50		4.40	±1.42	
Visiting experience of other hospitals	a. yes	5.11	±1.31	.719(.397)	4.67	±1.38	.052(.820)
	b. no	5.28	±1.34		4.72	±1.53	
Number of the visiting hospital	a. ≥2	5.16	±1.38	.609(.657)	4.85	±1.37	1.921(.108)
	b. 2.1~4.0	5.01	±1.22		4.52	±1.32	
	c. 4.1~6.0	4.83	±1.27		4.30	±1.43	
	d. 6.1~8.0	5.00	±.82		3.50	±1.29	
	e. 8.1≤	5.50	±1.58		5.00	±1.49	
Average number of the visiting(by month)	a. >1	5.44	±1.29	2.712(.046)* d > a, b, c	5.11	±1.33	5.777(.001)** a, d > b, c
	b. 1~3	5.11	±1.26		4.62	±1.34	
	c. 4~6	4.50	±1.51		3.50	±2.07	
	d. 7≤	6.20	±.84		6.2	±.84	
Regular visiting hospital	a. yes	5.10	±1.42	.224(.799)	4.77	±1.50	.880(.416)
	b. no	5.13	±1.26		4.53	±1.35	

<Table 4> Consumers' characteristics on the nursing service satisfaction and medical service satisfaction  
(continued) (n=272)

Characteristics	Item	Nursing service satisfaction		Medical service satisfaction					
		Mean	±SD	F/t (p)	Scheffe	Mean	±SD	F/t (p)	Scheffe
Reason of a regular visiting hospital	a. at a short distance	5.06	±1.32			4.54	±1.36		
	b. big size	5.48	±1.24			4.96	±1.64		
	c. excellent medical member	4.98	±1.49			4.71	±1.61		
	d. a low price	4.67	±.58	.622(.712)		4.00	±.00	.422(.864)	
	e. an acquaintance	5.27	±1.42			4.82	±1.40		
	f. convenience of use	5.41	±1.28			4.88	±1.32		
	g. the other	5.29	±1.51			4.71	±1.47		

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*<.000

의료서비스에 대한 만족에서는 소비자의 인구학적 특성 중 학력과 병원간에서 차이를 보였는데, 학력은(F=2.672, p=.033) 중학교 졸업자들이 다른 학력의 사람들보다 의료서비스에 대한 만족이 높았고, 병원간에는(F= 2.528, p=.030) d 병원의 소비자들이 a, b, c, e, f, 병원의 소비자들보다 의료서비스에 대한 만족이 높았다. 또한 소비자들의 병원이용행동 특성에서는 월평균 병원방문 횟수에서만이 만족에 차이를 보였는데 병원을 월 평균 1회 미만으로 방문하는 사람들과 7회 이상 방문하는 사람들이 1~6회로 방문하는 사람들보다 의료서비스에 대한 만족이 높았다.

### 3. 소비자가 지각하는 간호서비스에 대한 만족, 의료서비스에 대한 만족, 병원 재이용 의도간의 관계

소비자가 지각하는 간호서비스에 대한 만족, 의료서비스에 대한 만족, 병원 재이용 의도간의 관계는 <Table 5>와 같다.

간호서비스에 대한 만족과 의료서비스에 대한 만족 그리고 병원 재이용 의도간에는 모두 양(+ )의 관계가 있는 것으로 나타

났는데, 간호서비스에 대한 만족은 의료서비스에 대한 만족과는 .677(p=.000), 병원 재이용 의도와는 .570(p=.000)의 상관관계가 나타났다. 또한 의료서비스에 대한 만족은 병원 재이용 의도와 .680(p=.000)의 양(+ )의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 상관관계가 나타났기 때문에 이들이 소비자의 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 확인하기 위해서 회귀분석을 실시하였다.

### 4. 간호서비스에 대한 만족이 의료서비스에 대한 만족 및 병원 재이용 의도에 미치는 영향

#### 1) 간호서비스에 대한 만족이 의료서비스에 대한 만족 및 병원 재이용 의도에 미치는 영향

간호서비스에 대한 만족이 의료서비스에 대한 만족 및 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 실시한 회귀분석 결과는 <Table 6>과 같다.

간호서비스에 대한 만족은 의료서비스에 대한 만족을 45.9% 설명하고 병원 재이용 의도는 32.5% 설명하였다. 또한 이들의 자기상관성의 정도를 나타내는 Durbin-Watson 값은

<Table 5> Correlation among nursing service satisfaction, medical service satisfaction and hospital re-visiting intent (n=272)

	nursing service satisfaction	medical service satisfaction	hospital revisiting intent
nursing service satisfaction	.		
medical service satisfaction	.677(.000)***	.	
hospital revisiting intent	.570(.000)***	.680(.000)***	.

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*<.000

〈Table 6〉 The influence of nursing service satisfaction on medical service satisfaction, hospital revisiting intent (n=272)

dependable variable independable variable	medical service satisfaction				hospital revisiting intent			
	B	$\beta$	t	p	B	$\beta$	t	p
(constant)	.962		3.692	.000	1.283		3.833	.000
nursing service satisfaction	.725	.677	14.676	.000***	.697	.570	10.986	.000***
ANOVA	F=215.395			Signif F=.000***	F=120.692			Signif F=.000***
model summary	D-W=1.749			R <sup>2</sup> =.459	D-W=2.045			R <sup>2</sup> =.325

D-W: Durbin-Watson

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*<.000

〈Table 7〉 The influence of medical service satisfaction on hospital revisiting intent (n=272)

dependable variable independable variable	hospital revisiting intent			
	B	$\beta$	t	p
(constant)	1.241		4.844	.000***
medical service satisfaction	.772	.680	14.695	.000***
ANOVA	F=215.929		Signif F=.000***	
model summary	D-W=2.014		R <sup>2</sup> =.462	

D-W : Durbin-Watson

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*<.000

〈Table 8〉 The influence of nursing service satisfaction and medical service satisfaction on hospital revisiting intent (n=272)

dependable variable independable variable	hospital revisiting intent			
	B	$\beta$	t	p
(constant)	.730		2.757	.006
nursing service satisfaction	.268	.237	3.997	.000
medical service satisfaction	.584	.552	9.328	.000
ANOVA	F=145.336		Signif F=.000***	
model summary	D-W=2.062		R <sup>2</sup> =.540	

D-W : Durbin-Watson

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*<.000

1.749, 2.045로 나타나 둘 다 2.0에 가까우므로 자기상관성의 가능성은 낮다고 볼 수 있다.

2) 의료서비스에 대한 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향

의료서비스에 대한 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 실시한 회귀분석의 결과는 <Table 7>과 같다.

의료서비스에 대한 만족의 병원 재이용 의도를 46.2% 설명하여 간호서비스에 대한 만족의 설명력(32.5%)보다는 높았다. 이 또한 Durbin-Watson 값이 2.014로 나와 자기상관성의 가능성이 낮았다.

3) 간호 및 의료서비스에 대한 만족과 병원 재이용 의도에 미치는 영향

간호서비스에 대한 만족과 의료서비스에 대한 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 실시한 회귀분석 결과는 <Table 8>과 같다.

간호 서비스에 대한 만족과 의료 서비스에 대한 만족의 자기상관성은 2.062로 나와 이 역시 자기상관성의 가능성이 적게 나타났으며 이 둘은 병원 재이용 의도를 54% 설명하는 것으로 나타났다.

## V. 논 의

본 연구의 대상자들은 남성이 조금 많으나(52.57%), 성별간에 분포의 차이는 크지 않았고 연령에서도 25~30세가 다소 많고(20.22%) 41~45세가 다소 적은 것(6.67%)을 제외하고는



비교적 균등하게 10%대를 유지하였으며 병원 분포도 역시 10%대로 균등하였다. 학력은 고등학교 졸업자(42.65%)와 대학교 졸업자(38.71%)가 전체의 81.36%를 차지하였고 수입은 101~300만원 사이의 수입자가 전체의 52.21%를 차지하였다. 그러나 수입에 대한 질문에는 20.47%가 응답하지 않아 수입이 비교적 예민한 질문임을 알 수 있었다.

소비자들의 병원이용행동 특성에서는 연구대상자의 77.57%가 연구병원 이외에 타 병원을 방문한 경험이 있고 경험한 병원 수는 1개 병원 이하가 37.87%, 2~3개 병원이 26.47%로 나와 3개 이하의 병원을 방문한 경험이 64.34%를 차지하였으며, 병원방문 횟수는 월평균 1~3회가 51.47%, 1회 미만인 13.97%로 나와 월평균 병원방문 횟수는 3회 이하가 전체의 65.44%였으며, 47.7%가 단골병원이 있다고 응답하여 Lee(2001)의 연구결과인 타 병원을 방문한 경험 83%, 방문병원 수 2.67개, 월평균 병원방문 횟수 2.17회, 50.2%가 단골병원이 있다고 응답한 결과와 매우 유사한 결과를 나타내었다. 본 연구에서 단골병원 선택이유는 '거리가 가까워서'가 1위(26.47%)이고 '의료진이 우수해서'가 2위(19.12%)이며 '기타'가 3위(13.24%)임에 반해 Lee(2001)의 연구에서는 1위가 '거리가 가까워서' 2위가 '의료진이 우수해서' 3위가 '이용이 편리해서'로 나타났고 Jung과 Yoon(2003)의 연구에서는 1위가 '지리적 접근성' 2위가 '이용의 편리성', 3위가 '의료진의 우수성'으로 나와 부분적으로 일치하는 결과를 나타내었다.

소비자가 지각하는 서비스에 대한 만족은 간호서비스가 5.11(±1.32), 의료서비스는 4.66(±1.41)으로 나와 간호서비스에 대한 만족이 의료서비스에 대한 만족보다 더 높게 나타났으며 간호서비스에 대한 만족이 의료서비스에 대한 만족을 45.9%나 설명하였고 병원 재이용 의도는 32.5%나 설명하였으며 의료서비스에 대한 만족은 병원 재이용 의도를 46.2%나 설명하는 것으로 나와 간호사가 의료서비스 교환과정에서 소비자 만족에 결정적인 영향을 미치는 전략적 위치에 있다는 연구결과들 (Atkin, Marshall & Javalgi, 1996; Lee, 1998; Lee, 2001; Lymby & England, 2000; Scardina, 1994; Zifko-Baliga & Kramp, 1997)과 일치하는 결과가 나왔다.

인구학적 특성에 따른 간호서비스에 대한 만족에서 병원간 차이를 제외하고는 소비자들의 성별, 연령, 학력, 수입에서는 차이가 나지 않았는데, 이는 소비자의 성별, 연령, 종교, 학력간에 차이가 나지 않는다고 보고한 Kang(1997)과 Kim(2001)의 연구결과와는 일치하고 성별, 연령에서 차이가 나지 않는다고 보고한 Sargeant와 Kaehler(1998)의 연구결과나 연령, 학력에서는 차이가 나지 않으나 성별, 수입에서는 차이가 난다고 보

고한 Chai(1997)의 연구결과, 또 성별, 연령에서 차이를 보고한 Joo(2001)의 연구결과들과는 부분적으로 일치하는 결과이며 성별, 연령, 학력 모두에서 유의한 결과를 보고한 Lymby와 England(2000)의 연구결과와는 상당히 상이한 결과이다. 또 소비자의 병원이용행동 특성에 따른 간호서비스에 대한 만족에서는 월평균 병원방문 횟수에서만 차이가 나타나 병원에 노출 정도가 그들의 만족에 영향을 미친다고 추정하게 함으로써, 입원기간이나 경험에서 만족차이를 보고하지 않은 Kang(1997)의 결과와는 상이한 결과이고 입원횟수에서 만족차이를 보고한 Chai(1997)의 결과와는 유사한 결과를 나타내었다.

의료서비스에 대한 만족은 중학교 졸업자들이 기타 학력의 소유자들보다 더 많이 만족하는 것으로 나타났고 월평균 병원방문 횟수에서는 1회 미만 방문하거나 7회 이상 방문하는 사람들이 1~6회로 방문하는 사람들보다 유의하게 높게 만족하는 것으로 나타나 병원에 아주 적게 노출되거나 아주 많이 노출된 사람들이 그 사이로 노출된 사람들보다 더 많이 만족하는 것으로 나타났다. 특히 월 평균 7회 이상 자주 방문하는 사람들은 간호서비스와 의료서비스 두 가지 모두에서 다른 집단에 비해 높은 만족도를 나타냈는데, 이는 자주 방문하여 관찰한 기회나 그들의 업무를 파악할 기회가 많은 사람들이 서비스 제공자들에게 좀더 많은 정보를 받고 그들을 더 잘 이해하기 때문이라는 Atkin 등(1996)의 연구와 일치하는 결과이다. 그리고 병원간에는 간호 및 의료서비스 둘 다에서 유의한 차이를 나타냈는데, d 병원은 두 가지 모두에서 소비자 만족이 높았고 e, f 병원은 두 가지 모두에서 만족이 낮았다. 그러므로 이 두 병원은 소비자 만족을 위해 좀 더 노력하여야 할 것으로 사료된다.

소비자가 지각하는 간호서비스에 대한 만족과 의료서비스에 대한 만족 그리고 병원의 재이용 의도와와 관계를 확인한 결과 이 세 가지는 상호간에 깊은 양(+)의 관계가 있는 것으로 나타났는데, 이 역시 다른 연구들(Lee, 1998; Lee, 2003)과 일치하는 결과이다. 관계가 확인되어서 그 영향력을 파악하기 위해 시도된 회귀분석 결과, 간호서비스가 의료서비스에 대한 전반적인 만족을 거의 절반이나(45.9%) 설명하는 것으로 나타나 의료서비스에 대한 만족을 높이는데 간호서비스가 중요한 역할을 한다는 다른 연구결과들과(Atkin, Marshall & Javalgi, 1996; Lee, 1998; Yaves & Shemwell, 1966; Zifko-Baliga & Kramp, 1997) 일치하는 결과를 나타내었다. 또한 의료서비스에 대한 만족이 소비자의 병원 재이용 의도에 간호서비스에 대한 만족보다 더 크게 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 Lee(1998)의 결과와는 일치하나 Lee(2003)의 결과와는 좀

다른 결과이다. 그러나 Lee(2003)의 연구는 간호서비스에 대해 소비자가 지각하는 만족을 가지고 분석한 것이 아니라 질을 가지고 분석하였으므로 직접 비교할 수 있는 것은 아니며 간호서비스가 의료서비스의 일부라고 생각한다면 개념적으로 맞는 결과라고 할 수 있다.

이상과 같은 분석을 통해 간호 및 의료서비스에 대한 만족에 소비자들의 인구학적 및 병원이용행동 특성은 크게 영향을 미치지 않으며 이 보다는 병원간에 만족차이가 유의하게 나타나 병원별로 각기 다른 수준의 서비스를 제공하고 있음을 알 수 있었다. 또 간호서비스와 의료서비스, 병원 재이용 의도간에는 서로 밀접하게 관련되어 있으며 간호서비스에 대한 만족을 증대시키는 것이 의료서비스에 대한 만족을 증대시키고 또 병원 재이용 의도를 높일 수 있는 좋은 전략이라는 것을 실증적으로 확인할 수 있었다.

## VI. 결론 및 제언

본 연구는 소비자들의 인구학적 특성 및 병원이용 행동 특성이 그들의 간호 및 의료서비스에 대한 만족 그리고 그들의 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 확인하기 위해 실시한 횡단적 조사연구이다.

연구는 경상 남·북도에 위치한 5개 지방도시에 있는 300병상 이상의 종합병원을 대상으로 연구에 협조를 의뢰하고 그 결과 협조의사를 밝힌 6개 병원을 대상으로 연구병원에 입원해 있는 환자를 대상으로 각 병원 당 50명씩 300명을 임의표집하여 설문지를 배포하고 이를 연구대상자들이 직접 작성하도록 한 뒤 회수하였다. 자료는 300부 중 287부가 회수되었으며 그 중 272부만이 최종분석에 사용하였고 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 인구학적 특성은 남성이 52.57%, 30세 이하가 33.82%, 31~40세 사이가 27.94%, 41~50세 사이가 19.91%, 50세 이상이 13.97%를 차지하였으며 그들의 학력은 고등학교 및 대학교 졸업자가 전체의 81.36%를 차지하였고 수입은 101~300만원 사이의 수입자가 전체의 52.21%를 차지하였다.

둘째, 연구대상자의 병원이용행동 특성은 전체의 77.57%가 다 병원 이용경험이 있었고 방문해본 병원의 수는 3개 이하가 전체의 64.34%를 차지하였으며 월 평균 병원방문 횟수는 3회 이하가 전체의 65.44%를 차지하였고 절반 정도(47.79%)가 단골병원이 있다고 대답하였으며 단골병원으로 정한 이유는 1위가 '가까워서'(26.47%), 2위가 '의료진이 우수해서'(19.12%)였다.

셋째, 연구 대상자의 간호 서비스에 대한 만족에 영향을 미치는 소비자들의 인구학적 및 병원이용행동 특성은 병원과 월 평균 병원방문 횟수이고 의료서비스에 대한 만족에 영향을 미치는 소비자들의 인구학적 및 병원이용행동 특성은 학력, 병원, 월 평균 병원방문 횟수이다.

넷째, 간호서비스에 대한 만족은 의료서비스에 대한 만족( $r=.677, p=.000$ )과 병원 재이용 의도( $r=.570, p=.000$ )와 밀접하게 관련되어 있으며 병원 재이용 의도에 대한 관련성은 의료서비스( $r=.680, p=.000$ )가 간호서비스보다 관련성이 더 높았다.

다섯째, 간호서비스에 대한 만족은 의료서비스에 대한 만족과 병원 재이용 의도를 각기 45.9%, 32.5%씩 설명하였고 의료서비스에 대한 만족은 병원 재이용 의도를 46.2% 설명하였으며, 간호와 의료서비스에 대한 만족들은 병원 재이용 의도를 54% 설명하였다.

이와 같은 본 연구의 결과를 토대로 하여 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

1. 소비자가 지각하는 간호서비스의 질과 만족간의 관계를 규명하는 연구가 좀더 폭 넓고 다양하게 시도되어야 하겠다.
2. 소비자가 지각하는 간호서비스 질과 만족이 의료서비스 질과 만족 또는 소비자의 병원 재이용 의도에 어떻게 영향을 미치는지를 규명할 수 있는 연구가 다양하게 반복적으로 시도되어야 하겠다.

## 참 고 문 헌

- Atkin, 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.
- Chai, G. S. (1997). *A study on positioning of nursing services in tertiary hospital*. Unpublished health science and management Master's thesis. the Yonsei University of Korea, Seoul.
- Gu, S. Y. (1996). A study of consumer satisfaction on medical service, *Marketing Research*, 9(1), 67-90.
- 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.

- Jung, M. S. & Youn, M. J. (2001). A study on the consumer's expectation, perception, quality and satisfaction with the industrial nursing services. *The J of Korean Community Nursing*, 12(3), 570-581.
- Jung, W. S. & Yoon, S. H. (2003). Customer satisfaction on the nursing service - a relationship among the expectation and the perceived performance and the willingness of reuse of patients on the nursing services-. *JKANA*, 9(1), 31-40.
- Kang, I. W. (1997). A study on the patient satisfaction for nursing care in a general hospital. *JKANA*, 3(2), 137-150.
- Kim(2001). A study on the factor of the patient satisfaction for nursing care in general hospital. *JKANA*, 7(1) 53-64.
- Koter, P. (1997). *Principles of Marketing*. 9th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- 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.
- Lee, Y. S. (1996) *A comparative study on the degree of in-patient's and nurse's nursing care satisfaction*. Unpublished Nursing Administration Master's Thesis. the Hanyang University of Korea.
- 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, M. A. (2002). A study of the nursing service quality and satisfaction that admitted patients perceived -being used SERVQUAL -. *J Korea Acad Nurs*, 32(4), 435-447.
- Lee, M. A. (2003). *A study on the perceived role of the attributes that constitute nursing services and the hospital revisiting intent*. Paper presentation at the meeting of the Korea Academy of Marketing Science.
- 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). Patient satisfaction with nursing care in a colorectal surgical population. *International Journal of Nursing Practice* 6, 140-145.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision. *Journal of Marketing Research*, 17(November), 460-469.
- Peter, D. A. (1995). The mainstay of a framework for quality care. *Journal of Nursing Care Quality*, 10(1), 61-69.
- Puay, C. A. & 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.
- Sargeant, A. & Kaehler, J. (1998). Factors of patient satisfaction with medical service : the case of G.P. Practice in the U.K. *Health Marketing Quality* 16(1), 55-77.
- Scarding, S. A. (1994). SERVQUAL : a tool for evaluating patient satisfaction with nursing care. *Journal of Nursing Care Quality*, 8, 38-46.
- Shin, H. J. (1999). *Analysis of nursing needs and satisfaction with nursing care for patients at ambulating surgery center*. Unpublished Nursing Master's Thesis. the Hanyang University of Korea.
- Yaves, U. & Shemwell D. J. (1996). Competing for patient and profit. *J Health Care Marketing*, 16(2), 30-38.
- Yoo, D. K. (1966). A study on quality perceptions and satisfaction for medical service marketing. *JKANA*, 2(1), 97-114.
- Yoo, P. W. (1994). *Modern Marketing Science*. Seoul: Bubmoonsa.
- 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.
- Zifko-Baliga, G. M. & Kramp, R. F. (1997). Management perception of hospitals. *International Journal of Health Service*, 17(1), 28-36.

**-Abstract-**

key words : nursing service, medical service, consumer satisfaction, revisiting intent

Perceived consumers satisfaction with nursing and  
medical service and hospital revisiting intent

*Lee, Mi Aie\* · Kim, In Hong\* · Baek, Seol Hyong\**

**Purpose:** This study is performed to measure the level of nursing and medical service satisfaction according to consumer's demographic and hospital using behavior characteristics, and investigate the relationship among the nursing service satisfaction and the medical service satisfaction and the hospital revisiting intent.

**Method:** The questionnaire is distributed to 300 patients at the six general hospitals in provincial city, Korea. For data analysis, SPSS/PC program is used.

**Result:** The characteristics of consumer's demographics and hospitals using behavior that make difference in nursing and medical service satisfaction are education, the average number of the visiting(by month) and hospitals. Nursing service satisfaction correlated with medical service satisfaction( $r=.677$ ) and hospital revisiting intent( $r=.570$ ), and medical service satisfaction correlated with hospital revisiting intent( $r=.680$ ). Nursing service satisfaction explained medical service satisfaction(45.9%) and hospital revisiting intent(32.5%), and medical service satisfaction explained hospital revisiting intent(54%).

**Conclusion:** It is concluded that education, the average number of the visiting(by month) and hospitals make difference in nursing and medical service satisfaction, and there are very close relationship among nursing service satisfaction and medical service satisfaction and hospital revisiting intent. Nursing service is a very important factor to improve medical service satisfaction and hospital revisiting intent.

---

\*Department of Nursing, College of Medicine, Dongguk University