

검진센터를 이용한 고객의 만족도 조사

이상연, 조승진, 최승렬, 김순희, 엄진영, 장현오, 유형관[†]

한국건강관리협회 대구지부
계명대학교 경영학부[†]

Client-Satisfaction Survey for evaluation of Health Examination Services in Korea Association of Health Promotion(KAHP)

Sang Yeon Lee, Seung Jin Jo, Seung Ryol Choi, Soon Hee Kim,
Jin Young Em, Hyun Oh Jang, Hyung Kwan Yoo[†]

*Korea Association of Health Promotion, Dae-Gu Branch
College of Management Kye -Myung University[†]*

Background

: This survey has focused on Client-Satisfaction for health examination services of Korean Association of Health Promotion. This research will help find weak point and promote the quality of the services provided.

Methods

: This survey was done on 400 visitors of the clinic. Between Jan. 2 and May 31, 2005 Questionnaires were distributed to the visitors with a informed consent.

Results

: The visitors for health examination at Daegu chapter of Korean Association of Health promotion had high-school or higher level education(79.8%) and were self-employed persons with an average monthly income of 3~4 million won(27.7%), and housewives(33.0%). The most frequent complaints of the visitors was the difficulty in access to the center. The

교신저자 : 유 형 관

우 704-701 대구광역시 달서구 신당동 1000번지
계명대학교 경영대학 경영정보학과
전화 : 053-580-6428,
E-mail : hkyu@kmu.ac.kr

motives for taking health examination were cheap cost of examination(32.7%) and recommendation by family members and friends(42.0%). The positive attitude of the employees of KAHP were kind responses to phone calls(85.3%) and kind explanations to questions(68.5%). Regarding the merits of the examination at KAHP, appropriate equipments (68.0%) and quality of equipments(66.0%) and they expressed their desire for further use revisit to the KAHP(85.3%).

Conclusions

: It is concluded that this KAHP is providing services meeting their demands in cost and qualitatively of health examination. However, it is noted that there are several weak points in own system that make own clients uneasy in taking health examination. They have to be solved by providing transporting for accession, kind attitudes and comfortable facilities.

1. 서 론

의료기관은 의료수요자인 수검자에 대해 양질의 의료서비스를 신속하게 제공함으로써 사회적 공헌을 다함과 동시에 이익을 창출하여 의료기관이 유지되고 성장하도록 하는데 있다. 이러한 목적을 이루기 위해서는 양질의 의료서비스를 제공함과 동시에 수검자가 의료기관을 이용하는데 편리한 서비스를 제공하여야 한다. 의료기관에서 제공되는 서비스가 만족스럽지 못하면 그 기관은 외면당하게 되고, 의료기관의 기본적인 사명을 다하지 못한 채 도태하게 된다. 다시 말해 수검자가 만족하는 서비스를 하지 않으면 안 된다.

의료서비스를 국민이 당연히 누려야 하는 권리라는 인식이 보편화되고 있다. 국민들은 전 국민건강보험의 실시로 의료기관에 대한 접근도가 높아지고 경제적 소득 증대로 인해 고급 의료를 선호한다. 즉, 양적인면에서 뿐 아니라 질적인 면에서도 높은 수준의 서비스를 요구하고 있다. 의료기관의 서비스가 의학적 수준과 의료의 질을

결정하는 가장 중요한 요인이 될 수는 없지만, 제공되는 서비스의 수준은 의료소비자의 만족도를 높이는 주요 변수이다. 대외적 평판 관리에 가장 민감하게 신경 써야 하는 의료기관의 입장에서 소비자의 만족도는 매우 중요한 경영지표이기 때문에 이를 강조하지 않을 수 없다. 소비자 만족은 마케팅의 주요 개념이다. 마케팅 개념은 소비자에게 만족을 창출하고 그에 대한 대가로서 기업이나 조직이 이윤을 추구하는 것이다. 소비자의 만족은 소비자의 차후 여러 가지 행동(behavior), 즉 태도(attitude), 반복구매(repurchase behavior), 소비자 충성도(loyalty), 불평행동(complaining) 등에 영향을 미치기 때문에 마케팅 관리자에게 매우 중요하다. 그러므로 의료기관의 마케팅은 수검자가 필요로 하는 의료서비스를 파악하고 이에 부응하는 서비스를 개발함으로써 국민의 건강 유지 향상에 기여함과 동시에 모든 경영의 활동을 합리적으로 수행하는 과정이다.

지금까지의 의료기관들은 고객의 욕구를 이해하려는 노력이 부족하였으나 최근 의

료 환경의 변화에 따라 일부 의료기관에서 고객의 욕구가 무엇인지를 파악하는 고객 만족도 조사가 이루어지고 있다.

고객의 욕구가 다양화, 고급화되면서 의료기술의 질적 수준은 당연시되고, 여기에 주관적 영역의 서비스에 대한 기대수준이 높아지기 때문에 이에 부합하는 서비스 제공이 고객만족의 중요한 필수요건으로 대두되고 있다.

따라서 의료기관에서는 의료서비스에 대한 고객 욕구를 파악하여 고객이 원하는 의료서비스를 제공하여야만 고객 만족을 이룰 수 있게 된다. 의료기관에서 제공하는 다양한 차원의 속성을 많은 연구자들이 범주화하여 평가요소를 제시하고 있다. 국내 종합병원의 고객만족도 조사 실태를 조사한 연구에 의하면 80병상 이상의 종합병원 118개소 중 62%가 고객만족도 조사를 실시하고 있으며, 조사결과에 대해서는 과반수 이상의 병원들이 경영에 반영하고 있다. 고객만족 수준에 따라서 고객이 지속적인 관계를 가지고 서비스를 재이용 할 수도 있고 이용을 중지하거나 이탈하는 경우도 생기므로 고객만족을 향상시키는 노력은 경영 전략의 핵심이라 할 수 있다. 그러므로 실제적으로 병원을 이용 시 소비자가 느끼는 주관적인 평가에 의해서 병원의 의료서비스와 의료 환경 측면을 평가하고 재방문을 결정하거나, 방문의 편의성, 마스크 등의 홍보로 영향을 주게 된다. 한국건강관리협회의 건강진단사업도 건강진단 수검자들이 무엇을 원하는지를 파악하여 개선해야 발전할 수 있다.

본 연구에서는 수검자들을 대상으로 건강진단사업의 소비자 만족도를 조사하고 그 결

과를 바탕으로 발전방향을 제시하고자 한다.

2. 연구방법

본 조사는 2005년 1월 2일부터 5월 31일 까지 내원한 수검자중 연구 목적을 이해하고 참여를 수락한 400명을 대상으로 하였으며, 설문지(부록참조)를 배부하여 무기명으로 직접 작성하게 하여 분석자료로 사용하였다.

3. 결 과

1) 대상자의 일반적 특성

(1) 대상자의 성별, 연령별 분포

수검자의 성별, 연령별 분포를 보면 전체 400명 중에서 남자는 194명(48.5%), 여자는 206명(51.5%)이 참여하였으며 연령대 별로 남자군의 분포를 보면 50대가 65명(16.2%)으로 가장 많았고 40대가 58명(14.5%)으로 많았다. 여자군의 연령별 분포를 보면 40대가 71명(17.7%)으로 가장 많았고 50대가 56명(14.0%)으로 많았다.(표1)

<표 1> 대상자의 성별, 연령별 분포

(단위 : 명, %)

	연 령	20~29	30~39	40~49	50~59	60세 이상
남	194 (48.5)	18 (4.5)	42 (10.5)	58 (14.5)	65 (16.2)	11 (2.8)
여	206 (51.5)	16 (4.0)	49 (12.3)	71 (17.7)	56 (14.0)	14 (3.5)
계	400 (100)	34 (8.5)	91 (22.8)	129 (32.2)	121 (30.2)	25 (6.3)

(2) 대상자의 사회, 경제적 분포

수검자의 교육 정도는 고졸이 162명(40.5%)으로 가장 높았고 그 다음이 대졸 순이었다. 직업은 주부가 132명(33%)으로 가장 많았으며, 자영업이 그 다음으로 높았다. 동거가족의 월·평균 소득을 보면 200~300만원 미만이 133명(33%)으로 가장 많았고 100~200만원 미만이 그 다음으로 많았다.(표2)

〈표 2〉 대상자의 사회, 경제적 분포

(단위 : 명, %)

	구분	대상자	
		빈도	%
교육 정도	중졸	81	20.2
	고졸	162	40.5
	대졸	142	35.5
	대학원이상	15	3.8
직업	자영업	111	27.7
	회사원	52	13.0
	공무원	21	5.3
	전문직	36	9
	주부	132	33
	학생	10	2.5
	기타	38	9.5
월평균 수입	100만원미만	35	8.8
	100~200만원 미만	112	28
	200~300만원 미만	133	33.3
	300~400만원 미만	73	18.2
	400~500만원 미만	19	4.7
	500만원이상	28	7
	계	400	100.0

(3) 과거 검진센터의 이용유무

과거 검진센터의 이용유무는 '있다'가 65.5%로 '없다', 34.5% 보다 31%나 더 많았다.(표3)

〈표 3〉 검진센터의 이용유무

(단위 : 명, %)

구분	빈도	%
있다	262	65.5
없다	138	34.5
계	400	100.0

2) 고객 만족도 조사결과

(1) 검진센터에서 검사하게 된 동기

건강검진센터에서 검진하게 된 동기로 '주위 친지 및 가족의 권유'가 166명(42%)으로 가장 많았고 '내원하기에 편리하므로'가 92명(23%)이었으며, '소문으로 좋다고 들어서'가 98명(12%)이었다.(표4)

〈표 4〉 검진센터에서 검사하게 된 동기

(단위 : 명, %)

구분	빈도	%
주위 친지 및 가족의 권유	166	42
신문, 방송 등 매스컴에서 알게 되어	61	15.2
내원하기에 편리하므로	92	23
소문으로 좋다고 들어서	48	12
협회직원의 권유로	7	1.8
다른 병, 의원의 의뢰로	8	2
기타	18	4.5
계	400	100.0

(2) 검진센터 종합검진 서비스의 장점

건강검진센터의 종합검진 서비스의 장점 중 '저렴한 검진비'가 172명(32.7%)으로 가장 많았고 '검진의 신속'이 135명(25.6%), '직원, 의료진의 친절' 124명(23.6%)이었다.(표5)

〈표 5〉 종합검진 서비스의 장점(중복가능)
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
저렴한 검진비	172	32.7
결과의 신뢰성	30	5.7
직원,의료진의 친절	124	23.6
쾌적한 검진환경	29	5.5
편리한 교통	34	6.5
검진의 신속	135	25.6
기타	2	0.4
계	526	100.0

(3) 협회 방문시 불편 사항

수검자가 협회를 방문할 때 불편사항으로 ‘교통’이 167명(41.8%)으로 가장 많았고 ‘찾기 어려움’이 79명(19.8%), ‘전화통화’가 45명(11.2%), ‘주차시설’이 44명(11%)이었다.(표6)

〈표 6〉 협회 방문시 불편사항
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
찾기 어려움	79	19.8
교통	167	41.8
주차시설	44	11
전화통화	45	11.2
기타	65	16.2
계	400	100.0

(4) 각종 문의사항에 대한 전화응대의 친절

문의사항에 대한 전화응대의 친절에서 ‘긍정’이 192명(48%)으로 가장 높았고 ‘매우긍정’이 149명(37.3%), ‘보통’이 57명(14.2%)

이었다.(표7)

〈표 7〉 각종 문의사항에 대한 전화응대의 친절
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	149	37.3
긍정	192	48
보통	57	14.2
부정	2	0.5
매우부정	.	.
계	400	100.0

(5) 검진센터의 주차이용 서비스

검진센터의 주차이용 서비스를 보면 ‘매우 긍정’이 220명(55%)으로 가장 높았고, ‘긍정’이 133명(33.2%)으로 높았다. ‘보통’은 44명(11%), ‘부정’은 3명(0.8%)이었다.(표8)

〈표 8〉 검진센터의 주차이용 서비스
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	220	55
긍정	133	33.2
보통	44	11
부정	3	0.8
매우부정	.	.
계	400	100.0

(6) 검진센터의 환경

검진센터의 환경을 보면 ‘긍정’이 184명(46.0%)으로 가장 높았고 ‘보통’이 115명(28.8%)이었으며 ‘매우긍정’은 96명(24%)으로 나타났다.(표9)

〈표 9〉 검진센터의 환경

(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	96	24
긍정	184	46
보통	115	28.8
부정	5	1.2
매우부정	.	.
계	400	100.0

(7) 검진센터의 검진 수속 절차의 편의성

검진센터의 검진수속 절차의 편의성을 보면 ‘매우긍정’이 186명(46.5%)으로 가장 높았고 ‘긍정’이 161명(40.3%)으로 그 다음으로 높았다. ‘보통’은 49명(12.2%)이었다. (표10)

〈표 10〉 검진센터의 검진 수속 절차의 편의성

(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	186	46.5
긍정	161	40.3
보통	49	12.2
부정	4	1.0
매우부정	.	.
계	400	100.0

(8) 검진대기 시간의 적절도

검진시 검진대기 시간의 적절도를 보면 ‘긍정’이 180명(45%)으로 가장 높았고, ‘매우 긍정’이 125명(31.3%)이 다음으로 높았으며 ‘보통’은 85명(21.2%)이었다.(표11)

〈표 11〉 검진대기 시간의 적절도

(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	125	31.3
긍정	180	45
보통	85	21.2
부정	10	2.5
매우부정	.	.
계	400	100.0

(9) 검진대기 장소의 쾌적성

검진대기 장소의 쾌적성을 보면 ‘긍정’이 185명(46.2%)으로 가장 높았고, 그 다음으로 ‘매우긍정’이 140명(35%)으로 높았다. ‘보통’은 70명(17.5%)이었다.(표12)

〈표 12〉 검진대기 장소의 쾌적성

(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	140	35
긍정	185	46.2
보통	70	17.5
부정	5	1.3
매우부정	.	.
계	400	100.0

(10) 검진시 검진소요 시간의 신속성

검진시 검진소요 시간의 신속성을 보면 ‘긍정’이 151명(37.7%)으로 가장 높았고, ‘보통’이 143명(35.8%)으로 그 다음으로 높았다. ‘매우긍정’은 102명(25.5%)이었다.(표13)

〈표 13〉 검진시 검진소요 시간의 신속성
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	102	25.5
긍정	151	37.7
보통	143	35.8
부정	3	0.8
매우부정	1	0.2
계	400	100.0

(11) 검진시 질문의 설명에 대한 친절도

검진시 질문의 설명에 대한 친절도를 보면 ‘긍정’이 158명(39.5%)으로 가장 높았고, ‘보통’이 20명(30%)으로 그 다음으로 높았다. ‘매우긍정’은 116명(29%)이었다.(표14)

〈표 14〉 검진시 질문의 설명에 대한 친절도
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	116	29
긍정	158	39.5
보통	20	30
부정	6	1.5
매우부정	.	.
계	400	100.0

(12) 검진센터 장비의 질

검진센터 검진장비의 질을 보면 ‘긍정’이 176명(44%)으로 가장 높았고, ‘보통’이 134명(33.5%)이었으며 ‘매우긍정’은 88명(22%)으로 나타났다.(표15)

〈표 15〉 검진센터 장비의 질
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	116	29
긍정	158	39.5
보통	20	30
부정	6	1.5
매우부정	.	.
계	400	100.0

(13) 검진 종목의 적절성

검진 종목의 적절성을 보면 ‘긍정’이 175명(43.7%) 가장 높았고, ‘보통’이 125명(31.3%)으로 그 다음으로 높았다. ‘매우긍정’은 97명(24.3%)이었다.(표16)

〈표 16〉 검진 종목의 적절성
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	97	24.3
긍정	175	43.7
보통	125	31.3
부정	3	0.7
매우부정	.	.
계	400	100.0

(14) 검진센터의 검진비용에 대한 만족도

검진센터의 검진비용에 대한 만족도를 보면 ‘긍정’이 168명(42%)으로 가장 높았고, 그 다음으로 ‘보통’이 139명(34.8%)으로 높았다. ‘매우긍정’은 87명(21.8%)이었다.(표17)

〈표 17〉 검진센터의 검진비용에 대한 만족도
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	87	21.8
긍정	168	42
보통	139	34.8
부정	5	1.2
매우부정	.	.
계	400	100.0

(15) 종합검진 서비스에 대한 만족도

협회 종합검진 서비스에 대한 만족도에서 ‘긍정’이 208명(52%)으로 가장 높았고, ‘매우긍정’이 108명(27%)을 보였고 ‘보통’이 83명(20.75%)로 검진서비스에 대한 긍정이 316명(79%)로 매우 높게 나타났다.(표18)

〈표 18〉 종합검진 서비스에 대한 만족도
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	108	27
긍정	208	52
보통	83	20.75
부정	1	0.25
매우부정	.	.
계	400	100.0

(16) 검진센터의 재이용

검진센터를 다시 이용하겠느냐의 설문에서 ‘긍정’이 226명(56.5%)로 가장 높았고, ‘매우긍정’이 115명(28.8%)으로 나타났으며, ‘보통’이 57명(14.2%)였다.(표19)

〈표 19〉 검진센터의 재이용
(단위 : 명, %)

구 분	빈도	%
매우긍정	115	28.8
긍정	226	56.5
보통	57	14.2
부정	1	0.25
매우부정	1	0.25
계	400	100.0

4. 고찰 및 결론

본 협회의 건강진단(건진) 수검자는 대부분이 고졸 이상의 학력(79.8%)을 가졌고, 월 가계 수입은 200-300만원대 이며, 자영업자(27.7%)와 주부(33.0%)가 주류를 이루고 있다.

본 협회 대구광역시 지부의 건강진단 과정에 대한 만족도를 조사하기 위하여 대구광역시지부의 접근성, 건강진단을 받게 된 동기와 계기, 건강진단 종목의 적절성, 건진 장비의 질, 건진 비용, 건진 장소의 환경, 대기시간, 신속성, 직원들의 친절도와 절차의 복잡성, 그리고 종합적인 만족도 등을 조사하였다.

조사결과로 가장 두드러진 수진자의 불편사항은 건진 장소를 방문할 때 위치를 알지 못했다는 것과 안 다음에도 찾아오는데 교통이 불편했다는 점이다. 주차의 어려움과 전화통화가 어려운 점도 상당수가 지적하고 있다. 이는 대구 지역의 특성이라기 보다는 건강관리협회의 지역적인 위치가 국민들에게 인식이 미흡한 때문으로 추정

되며 적극적인 홍보로 건강관리협회의 활동과 지역적인 위치가 국민들에게 인식되도록 홍보하여야 할 것이다.

수검자가 본 협회의 건강검진을 받게 된 이유는 저렴한 건강검진비(32.7%), 신속한 건진 과정(25.6%), 직원들의 높은 친절도(23.6%) 등이다. 수검자들이 건강진단에서 중요한 요소로 생각되는 검진결과와 신뢰성보다는 저렴한 검진비, 직원의 친절도, 환경 등을 본 협회를 선택한 우선 순위로 본다고 할 수 있다.

수검자들이 본 협회를 방문하여 건강검진을 받게 된 직접적인 계기는 친지와 가족의 권유가 42.0%로 가장 많았다. 내원하기 편리한 점(23.0%)과 마스크를 통한 홍보(15.2%)도 중요한 계기가 되었다. 이 결과로 미루어 볼 때 가장 효과적인 홍보 효과는 본 협회를 방문한 내원자를 통해서 이루어 진다고 할 수 있다. 즉 내원자들을 통한 구전홍보가 더 많은 내원자를 유치할 수 있다는 것은 바람직한 점이다. 내원자에 대한 효과적인 홍보 전략이 더 마련되어야 한다.

본 협회의 건진 환경과 관련하여 주차이용 서비스가 88.2%, 건진 장소의 쾌적성이 81.2% 및 건물환경의 적절성이 70.0%로 매우 긍정적 이었다.

직원들의 근무태도에 대한 설문에서 전화응대 태도에 대해서는 85.3%, 질문에 대한 친절한 설명은 68.5%가 긍정이상으로 평가하였다. 전화응대의 친절도보다 직원이 수진자와 직접 대면하는 경우에 친절도가 낮다는 것은 직원들에 대한 친절 교육이나 질문의 유형에 대한 명확한 답을 줄 수 있는 교육의 필요성을 시사하고 있다.

수진자가 본 협회의 건강진단을 신뢰하는가와 관련된 문항은 검진종목의 적절성, 검진장비의 질 그리고 재이용 의향 등이다. 건진 종목의 적절성은 68.0%, 장비의 질은 66%, 재이용 의향은 85.3% 가 긍정이상의 반응을 보였다. 재이용 의향이 높은 것은 본 협회 건강검진에 대한 만족도가 높음을 의미한다.

이상의 결과를 종합할 때 본 협회 대구 광역시지부의 건진 서비스가 수진자들의 기대치와 경제적 능력에 대체로 부합되게 운영되는 것으로 판단할 수 있다. 직원들의 근무태도와 의욕으로 해결 할 수 있는 부분에 대한 문항에 대하여는 대체로 긍정적인 반응이다. 국민건강증진에 많은 예산을 투입하고 있는 국민건강보험공단도 건강진단의 질 향상에 관심을 기울이기 시작했다. 최근 몇 년간 본 협회와 경쟁관계에 있는 타 의료기관이나 종합 건강진단 단체들이 건강검진의 신뢰성을 높이기 위하여 많은 투자를 해오고 있다. 국민과 국민건강보험공단의 기대에 부응하고 타 기관과 경쟁에서 낙오되지 않기 위해서는 본 협회도 건강진단 결과의 질이 수진자로부터 신뢰를 받을 수 있도록 해야 한다. 이를 위한 정책 수립과 인력개발이 요구된다.

5. 참고문헌

1. '종합병원 의료외적 서비스의 고객 만족·불만족에 대한 실증연구'. 조희만.1994.
2. '병원의 소비자 선호요인 분석, 서현정. 1991.
3. '병원서비스 품질과 고객만족이 마케팅

- 성과에 미치는 영향에 관한 연구, 조해천, 1999.
4. '외래환자의 병원 의료서비스 만족도가 재이용의도 및 구전의도에 미치는 영향' 전북대 대학원. 전정오. 2001.
 5. '병원 이미지가 병원 재선택에 미치는 영향에 관한 연구', 정명숙, 1999.
 6. '병원서비스에 대한 환자만족도와 연관 요인', 한림대학교, 석사학위논문, 어광수, 1996.
 7. McDermott. Dennis R, Frank J. Franzak, and Michael W. Little, Does Marketing Relate to Hospital Profitability?, *Journal of Health Care Marketing*, p18~25, 1993.
 8. Brown, Stephen W. & Teresa A. Swartz, A Gap Analysis of Professional Service Quality, *Journal of Marketing*, p92~98, 1989.
 9. '건강검진센터의 서비스 만족도에 대한 연구', 한림대학교 경영대학원 석사학위 논문, 김선웅.1999.
 10. '우리나라 대학병원의 마케팅전략에 관한 연구', 고려대학교, 주강범.1999.
 11. '병원서비스의 인식에 관한 연구', 영남대학교 석사학위논문, 조광호, 1997.

〈부 록〉 설문조사표

1. 귀하의 성별은? 남 여
2. 귀하의 연령대는? 29세 이하 30~39세 40~49세 50~59세 60세 이상
3. 귀하의 학력은? 중졸 고졸 대학졸 대학원이상졸
4. 귀하의 직업은?
 자영업 회사원 공무원 전문직 주부 학생 기타 ()
5. 귀하의 동거가족의 소득을 합한 월평균 가계소득은?
 100만원 미만 100~200만원 미만 200~300만원 미만
 300~400만원 미만 400~500만원 미만 500만원 이상
6. 저희 협회를 방문하실 때 불편하신 사항은?
 찾기 어려움 교통 주차시설 전화통화 기타 ()
7. 저희 협회에서 종합건강검진을 받은 적이 있습니까?
예 () 아니오 ()
8. 저희 협회 종합건강검진 서비스의 장점은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?(한가지이상)
 저렴한 검진비 결과의 신뢰성
 직원 의료진의 친절 쾌적한 검진환경
 편리한 교통 검진의 신속
 기타 ()
9. 저희 협회에서 검사하게 된 가장 중요한 동기는 다음 중 무엇입니까?(하나만 선택)
 주위 친지 및 가족의 권유

