

한방병원 직원의 고객만족 프로그램에 대한 만족도 조사

고호연, 공경환, 신미란*, 박선주†, 정희†, 고성규†, 선승호‡, 이승언§, 이규광||, 윤병숙||, 이은용#

세명대학교 한방내과학교실, 세명대학교 체질의학교실*, 경희대학교 예방의학교실†, 상지대학교 한방내과학교실‡, 원광대학교 한방내과학교실§, 교보생명||, 세명대학교 침구학교실#

Survey Satisfaction of Customer Satisfaction Program Participants in Oriental Hospital

Ho-Yeon Go, Kyung-Hwan Kong, Miran Shin*, Sunju Park†, Hee Jung†, Seong-Gyu Ko‡, Seung-Ho Sun‡, Seung-Eon Lee§, Kyugwang Lee||, Byungsook Yoon||, Eun-Yong Lee#

Department of Oriental Internal Medicine, Semyung University.
Department of Sasang Constitutional Medicine, Semyung University.*
Department of Preventive Medicine, Kyunghee University†
Department of Oriental Internal Medicine, Sangji University.‡
Department of Oriental Internal Medicine, Wonkwang University.§
Department of Kyobo Life||
Department of Acupuncture and Moxibution, Semyung University#

Background and Objects : The environment of hospital have been changed rapidly. To adapt changes, it is needed to boost customer satisfaction. This study aims to investigate satisfaction of customer satisfaction program participants

Method : After the one week customer satisfaction program was completed, we surveyed 50 participants. The questionnaire method was used in this study. The questionnaires item were sex, age, department, satisfaction, positive change, necessity and interval in customer satisfaction program.

Results : The major results of the analysis were as follows
Positive change after customer satisfaction program were 6.90 ± 1.94 .
Necessity further customer satisfaction program were 7.74 ± 2.09 .

Conclusions : Customer program should be needed and keep teaching to the staff.

Key Words : customer, satisfaction, program

서론

최근 병원을 둘러싼 의료환경은 매우 빠르게 변하고 있다. 1980년대 전국민 의료보험이 실시되면서 의

료시장은 공급자 중심에서 수요자 중심으로 빠르게 변하고 있으며 2001년 실시된 건강보험, 의약분업 등도 여러 가지 변화를 주었다.¹⁾ 일반 국민들은 의료서비스에 대해 더 높은 서비스를 기대하고 있으며, 대형병원의 신설과 증설, 의료인의 증가는 의료시장의 공급으로 이어져 의료기관간의 경쟁을 심화시키고 있다. 따라서 의료기관은 진료를 제공하는 본연의 역할

교신저자 : 이은용
주소 : 충북 충주시 봉방동 836 세명대학교충주한방병원
전화 : 043-841-1735 팩스 : 043-866-1731 E-mail : acupley@semyung.ac.kr

뿐만이 아니라, 고객만족이라는 서비스 측면에 대해서도 매우 고민해야 한다.

특히 환자 만족도는 2004년부터 정부의 의료기관 평가 항목으로 선정되었으며, 병원 경영에 있어서 필수적 항목이 되는 추세이다.²⁾ 고객만족을 위해서 여러 병원들은 편의 시설 확충, 진료시스템 개선, 시설 확충, 공간 마련, 직원을 대상으로 고객만족 교육 실시 등 다양한 방면에서 노력하고 있다. 이 중 편의시설 확충, 시설 확충, 공간 마련 등은 모두 큰 비용을 필요로 하기에, 현재 중소규모의 한방병원에 적합한 형태라고 보기는 어렵다. 반면에 직원에 대해 친절 교육은 적은 예산과 시설이 필요하기 때문에 의료 서비스를 개선하여 고객만족을 높힐 수 있는 가장 손쉽고 확실한 방법이라고 할 수 있다. 아직까지 한방병원에서 고객만족교육에 대한 구체적인 연구는 없는 실정이다. 고객만족프로그램교육을 수강한 직원을 대상으로 1주일 후 만족도를 조사한 결과를 바탕으로 한방병원에서의 고객만족교육에 대해 논하고자 한다.

연구방법

1) 고객만족 교육

OO생명에서 제공하는 고객만족 교육프로그램을 2시간 가량 실시하였다.

2) 조사 대상

고객만족 교육에 참여한 한방병원 및 한방병원내 의원 직원 50명을 대상으로 조사하였다. 대상자는 진료부서, 물리치료실, 원무과, 총무과, 간호팀 등 다양하게 참석하였다.

3) 조사 방법

고객만족 교육을 실시 후 1주일이 지나 교육내용, 강사만족, 강의 만족도, 강의환경 만족도 등 10여개 항목에 대해 조사하였다. 설문조사는 인터뷰 방식이 아닌 자가 설문방식으로 실시하였다.

4) 설문항목 및 척도

설문항목은 강사에 대한 만족도, 고객만족 교육 프

로그램에 대한 만족도, 긍정적으로 변화 여부, 고객만족 교육 참가하겠다는지에 대한 항목, 고객만족 교육의 기간에 대해 조사하였다. 강사에 대한 만족도, 고객만족 교육 프로그램에 대한 만족도, 긍정적으로 변화 여부, 고객만족 교육 참가하겠다는지에 대한 항목은 연속형 변수를 사용하였다. 매우 긍정적인 답변은 10점, 매우 부정적인 항목은 0점으로 10점 척도의 연속형 변수를 사용하였다. 고객만족 교육의 간격을 달(month)를 기준으로 하였다.

5) 분석방법

남녀별, 부서별로 분석을 실시하였으며, 명목형 변수에 대해서는 chi-square를 실시하였고, 연속형 변수에 대해서는 student t-test를 실시하였다. P-value가 0.05미만인 경우를 통계적으로 유의한 수준으로 하였으며, SPSS 12.0 프로그램을 사용하였다.

결과

1. 설문조사 대상의 인구학적 특성

환자고객만족 교육에 참가하고, 설문조사에 참여한 대상자는 총 50명이었다. 남성에서는 30대가 36%로 가장 많았으며, 여성에서는 20대가 72%로 가장 많이 차지하였다. 부서별로는 남자는 행정지원팀이 36%로 가장 많았으며, 여성은 간호팀이 69.2%로 가장 많은 차이를 보였다. 나이와 부서는 남녀 성별에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있었다.(Table 1)

2. 강사에 대한 만족도 조사

강사에 대한 만족도는 성별, 연령별, 부서별로 차이가 없었으며 결과는 다음과 같다.(Table 2)

3. 강의에 대한 만족도

강의에 대한 만족도는 성별, 연령별, 부서별로 차이는 없었다.(Table 3)

Table 1. General characteristics of participants in customer satisfaction program

	Variables	male	female	P-value
Age	20 ≤ <30	6(24.0)*	18(72.0)	0.007
	30 ≤ <40	9(36.0)	6(24.0)	
	40 ≤ <50	8(32.0)	1(4.0)	
	50 ≤ <60	1(4.0)	0(0)	
	60 ≤ <70	1(4.0)	0(0)	
Department	Medical team	12(48.0)	4(15.4)	<0.001
	Nursing department	0(0)	18(69.2)	
	Medical support department	4(16.0)	4(15.4)	
	Administrative department	9(36.0)	0(0)	

* Value indicate number of subject (%) and p values of chi-square test are shown

Table 2. Survey of satisfaction to lecturer in customer satisfaction program

	Variables	Value	P-value
Sex	Male	7.88±1.48*	0.238
	Female	7.35±1.70	
Age	20 ≤ <29	7.29±1.40	0.181
	30 ≤ <39	7.75±1.77	
	40 ≤ <49	8.44±1.59	
Department	Medical team	7.63±1.20	0.645
	Nursing department	7.28±1.84	
	Medical support department	7.75±1.58	
	Administrative department	8.11±1.83	

* Value indicate mean±standard deviation and p values of student t-test are shown

Table 3. Survey of satisfaction to customer satisfaction program

	Variables	Value	P-value
Sex	Male	7.88±1.83*	0.209
	Female	7.27±1.59	
Age	20 ≤ <29	7.29±1.52	0.333
	30 ≤ <39	8.13±1.45	
	40 ≤ <49	7.67±2.50	
Department	Medical team	7.44±1.93	0.386
	Nursing department	7.17±1.69	
	Medical support department	7.88±1.64	
	Administrative department	8.33±1.41	

*Value indicate mean±standard deviation and p values of student t-test are shown

4. 긍정적으로 변화 여부

환자만족교육을 받은 후 본인에게 긍정적인 변화 여부에 대한 설문조사에서는 성별에 따라서 유의한 차이가 있었으나, 연령별, 부서별로 유의한 차이는 없었다.(Table 4)

5. 향후 참석 여부에 따른 설문조사

향후 고객만족 교육에 참석하겠느냐는 항목에서는 10점 만점에 7.74±2.09로 비교적 높게 나타났으며, 성

별, 연령별, 부서별 유의한 차이는 없었다.(Table 5)

6. 고객만족 교육 간격

고객만족 교육간격은 6개월마다 1회 실시가 36%로 제일 많았으며, 3개월마다 1회 실시가 28%로 두 번째로 많았으며, 평균은 4.5개월이었다.(Table 6)

7. 강의환경에 대한 만족도

(Table 7)

Table 4. Survey of positive change after customer satisfaction program

Variables		Value	P-value
Sex	Male	7.48±2.08*	0.037
	Female	6.35±1.65	
Age	20 ≤ <29	6.29±2.16	0.092
	30 ≤ <39	7.38±1.63	
	40 ≤ <49	7.67±1.41	
Department	Medical team	7.31±1.58	0.088
	Nursing department	6.56±1.82	
	Medical support department	5.75±2.71	
	Administrative department	7.89±1.54	
total		6.90±1.94	

*Value indicate mean±standard deviation and p values of student t-test are shown

Table 5. Survey of necessity further customer satisfaction program

Variables		Value	P-value
Sex	Male	8.06±2.24*	0.280
	Female	7.42±1.92	
Age	20 ≤ <29	7.50±1.82	0.085
	30 ≤ <39	7.34±2.57	
	40 ≤ <49	9.11±1.05	
Department	Medical team	7.34±2.39	0.199
	Nursing department	7.33±2.03	
	Medical support department	8.00±2.00	
	Administrative department	9.00±1.32	
total		7.74±2.09	

*Value indicate mean±standard deviation and p values of student t-test are shown

Table 6. Survey of intervals in patient satisfaction program

	Variables	Value	P-value
Sex	Male	4.31±2.87*	0.627
	Female	4.67±2.34	
Age	20 ≤ <29	4.88±2.92	0.259
	30 ≤ <39	3.66±1.45	
	40 ≤ <49	3.94±1.86	
Department	Medical team	4.66±2.51	0.625
	Nursing department	4.75±2.61	
	Medical support department	4.75±3.65	
	Administrative department	3.38±1.30	
	total	4.50±2.59	

*Value indicate mean±standard deviation and p values of student t-test are shown

Table 7. Survey of satisfaction in lecture environment

	Variables	Value	P-value
Sex	Male	7.40±1.63*	0.205
	Female	6.77±1.86	
Age	20 ≤ <29	6.67±1.88	0.252
	30 ≤ <39	7.00±1.83	
	40 ≤ <49	8.22±0.97	
Department	Medical team	6.88±2.03	0.646
	Nursing department	6.83±1.65	
	Medical support department	7.63±1.06	
	Administrative department	7.44±2.07	
	total	4.50±2.59	

*Value indicate mean±standard deviation and p values of student t-test are shown

고찰

고객만족에 대해서는 여러 가지 정의가 있다. 일본 능률협회에 따르면 고객만족이란 고객의 필요, 욕구, 기대에 부응하거나 그 이상의 것을 제공하여 그 결과로 상품 서비스의 재구매가 실시되며, 이것이 반복되어 고객의 충성도가 연속되는 상태를 말하고, Oliver는 고객의 실제 경험과 기대간의 불일치로 인해 발생하게 되는 감정과 구매경험 전의 감정이 결합하여 발생하는 종합적인 심리상태라고 하였으며, Engel & Blackwell들은 선택된 대안에 대한 과거의 신념이 그

대안과 일치하게 되는 평가로 정의 하였고, Tes and Wilton은 사전 기대와 소비 이후 지각된 제품의 실제 성과간의 지각된 불일치에 대한 고객의 반응으로 정의하였다. 이렇듯 고객만족에 대한 다양한 정의가 있지만, 고객의 기대를 만족시킨다는 공통점이 있다. 또한 이러한 직원에 대한 교육 훈련은 서비스 제공수준에 영향을 미치고 서비스 제공수준이 고객만족에 영향을 미쳐, 제품의 재구매 및 재방문에 효과가 있다.^{1,3)}

따라서 고객만족 교육이란 직원들의 성장과 서비스 향상이라는 구체적인 목적을 가지고 각 의료기관의 규모, 고객 대상자, 지역 특성의 실정에 맞게 각각

의 프로그램이 개발되어야 한다.

의료서비스란 의료 본질적 행위인 진단, 침구치료, 약물 처방 뿐만이 아니라 의료행위로 인해 부가적으로 생산되는 것을 포함해야 한다. 즉 의료서비스는 무형적이며, 평가자와 행위자간에 지각이 불일치하기 쉽고, 평가자는 환자뿐만이 아니라 보호자라는 점을 생각한다면, 측정하기 어려운 것이 사실이다.¹⁾ 이러한 의료서비스에 대한 고객만족도를 측정한 연구는 1983년 Ware and Synder가 환자의 만족도를 측정하기 위한 항목들을 확인하고 정의함으로써 본격적인 연구가 시작되었으며, 1994년 우수한 병원에 대한 말콤볼드리지상이 수여되면서 의료기관에도 본격적인 고객만족 개념이 도입되었다.⁴⁾ 이러한 의료서비스에 대해 국내 118개 종합병원을 대상으로 실시한 국내 연구를 살펴보면 환자만족도를 구성하는 요인은 물리적 시설과 환경, 절차의 편리성, 의료 인력의 기술수준과 전문성, 직원의 친절성, 정보제공의 5개 차원 53개 구성요인으로 분류할 수 있으며,⁵⁾ 기타 문헌 연구에서는 의사의 진료수준과 친절성, 간호사의 간호능력과 친절성, 일반직원의 친절성, 병원시설 및 장비수준, 편의시설, 대기시간, 이용절차의 편리성, 진료비수준 등이 주로 언급되고 있다. 이러한 항목들은 물리적 시설, 장비, 직원 커뮤니케이션 자료의 모양인 유형성(tangibles), 약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있는 능력인 신뢰성(reliability), 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하겠다는 응답성(responsiveness), 직원의 지식과 예절, 신뢰와 자신감을 전달하는 확실성(assurance), 고객에게 제공하는 개별적 배려와 관심인 공감성(empathy)의 5항목으로 분류할 수 있는데, 특히 응답성, 확실성, 신뢰성만이 서비스 품질과 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.^{6,7)} 이러한 의료서비스 품질과 고객만족은 깊은 상관관계가 있다고 밝혀졌다. 직원을 대상으로 하는 고객만족 교육은 응답성, 확실성, 신뢰성을 높이는 효과적인 방법이라 할 수 있다.

이러한 교육을 통하여 습득한 지식, 기능, 태도를 실제 직무에 효과적으로 적용하는 과정을 교육훈련의 전이라고 한다.³⁾ 일반적으로 교육훈련의 전이 항목으로는 교육훈련 프로그램, 학습자의 개인적 특성, 조직

환경에 따라 달라지게 된다.

교육훈련 프로그램 항목으로는 강사의 능력, 프로그램 내용이 포함되며, 학습자의 개인적 특성으로는 학습동기, 자기효능감, 성취욕구 내용이, 조직환경으로는 교육시설, 지속적 학습문화, 조직내 지원 등이 포함된다고 할 수 있다.³⁾ 따라서 본원에서 실시한 고객만족 교육의 전이를 조사하기 위하여, 설문문항에 교육 훈련 프로그램 항목으로 강사에 대한 만족도, 고객만족 교육 프로그램에 대한 만족도를 조사하였다. 학습자의 개인적 특성으로는 성취도와 참여 여부에 대해 조사하였다. 조직환경으로는 강의환경에 대한 만족도를 조사하였으며, 조직내 지원 항목은 본원에서 처음 실시하면서 의지를 가지고 시행한 교육으로 최대한 배려하였다고 판단하여 설문항목에서 제외하였다.

본 조사에서 고객만족 참여 대상자에서 남녀별 연령별 차이가 나는 것은 간호부서가 대부분 젊은 여성으로 구성되었기 때문으로 사료된다.

강사에 대한 만족도는 남성, 40대, 행정지원팀이 높았으나 통계적 유의성은 없었다. 강의에 대한 만족도는 남성, 30대, 행정지원팀으로 높았으나 통계적 유의성은 없었다. 이러한 결과를 놓고 볼 때 고객만족 교육 강사와 강의에 대한 만족도는 성별, 연령, 부서간에 전체적으로 받아들이기 적합하다고 사료된다.

강의를 듣고 본인이 고객에게 대하는 긍정적인 태도의 변화 점수로는 남성, 40대, 행정지원팀으로 높았다. 빈도로는 5점이 12명(24%), 9점이 10명(20%), 8점, 7점, 6점은 모두 8명(16%) 동일하였다. 부서간 연령별로 통계적으로 유의한 차이는 없었지만, 남자는 7.48 ± 2.08 , 여자는 6.35 ± 1.65 로 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 강사와 프로그램에서 남녀별 차이는 없었으나, 강의 듣고 난후 스스로 변화됨을 평가한 항목에서는 남자에서 통계적으로 유의하게 높은 점을 고려할 때 남성에게 더 효과가 있는 것으로 사료된다.

향후에도 지속적으로 고객만족 교육이 필요한가 항목에서는 10점 만점에 평균 7.74 ± 2.09 로 직원들이 들은 후 고객만족 교육 필요성에 대해 인식하고 있는 것으로 생각되며, 성별, 연령별, 부서별로 유의한 차이는 없었다.

고객만족 교육의 간격은 평균 4.50 ± 2.59 이지만, 6개월마다 1회 실시가 36%로 제일 많았으며, 3개월마다 1회 실시가 28%로 두 번째로 많았으며, 평균은 4.5개월이었다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있어 향후 연구시에는 고려되어야 할 것으로 사료된다.

첫째, 본 연구는 지역의 중소병원 한곳에서만 실시되었기 때문에 이 결과를 보편화 하기는 매우 어렵다.

둘째, 본 연구는 자기보고 및 자신이 평가하는 방식으로 되었기 때문에 다양한 편견이 존재한다.

셋째, 본 연구에서 조직의 지원 항목을 매우 단순화하여 제대로 조사되지 못하였다.

그럼에도 불구하고 본원에서 처음 시행한 고객만족 교육 전이는 대체로 긍정적으로 나타났으며, 이러한 교육을 바탕으로 본 기관에서는 친절직원 선발, 지속적인 고객만족 교육, 직원간 소모임 활성화, 병원내 편안함을 주는 음악 재생 등 여러 곳에서 고객만족을 위한 변화들이 실시되었으며, 이런 변화들이 명령하달식의 top down 방식이 아니라 bottom up 방식으로 이루어졌다는 것이다.

직원을 대상으로 실시한 고객만족 교육은 이러한 긍정적인 변화 뿐만이 아니라 부서간 교류가 활발해지는 긍정적인 효과도 있었다. 평소에는 부서가 틀린 경우에 직원간 교류가 적었으나 고객만족교육을 통하여 직원간 소통과 스킨십을 통하여 체육동호회 활동 등 좀 더 교류가 활발해 지는 긍정적인 효과를 확인할 수 있었다.

본원에서 고객만족 교육을 통하여 이렇듯 직원들

의 지식, 기능 태도에 긍정적인 변화를 가져온 것은 고객만족감을 높일 것이며, 병원 재이용 의도에 매우 긍정적인 영향을 줄 것이라고 생각된다.

참고문헌

1. 윤종록, 장재식, 문상준. 의료서비스 질이 환자만족과 병원 재이용 의사에 미치는 영향에 관한 연구. 인적자원개발연구. 11(2):133-62, 2008.
2. 윤경일, 강인호. 병원서비스 속성이 환자만족도에 미치는 영향의 비대칭성과 중요도-수행도 분석. 한국호텔외식경영학회. 18(3):267-80, 2009.
3. 정재삼, 한영진. 고객만족 교육프로그램의 학습전이 영향에 대한 요인분석. 기업교육연구. 6(2):127-48, 2004.
4. 조철호, 강병서. 병원 웹사이트 서비스품질이 서비스가치와 고객만족에 미치는 영향. 서비스경영학회지. 7(4):83-106, 2006.
5. 이선희, 김지인, 조우현, 이지전. 국내 종합병원 환자만족도 조사현황 분석. 한국의료QA학회지. 5(1):42-57, 1988.
6. 조현주. 의료서비스의 품질 및 고객만족 관련 변수들의 관계에 관한 실증적 연구. 한국병원경영학회지. 4(1):171-89, 1999.
7. 윤기열, 노민경. 호텔종사원의 서비스교육이 고객만족과 재방문에 미치는 영향에 관한 연구. 관광경영학회연구. 7(1):105-28, 2003.