

노인의료요양시설의 고객충성도에 영향을 미치는 요인

염영희¹⁾ · 이미애²⁾

서론

연구의 필요성

우리나라는 급속한 속도로 노인인구 비율이 증가하고 있다. 2007년 7월 1일 기준으로 65세 이상 인구는 481만 여명으로 우리나라 총 인구의 9.9%를 차지하고 있으며 2018년에는 14.3%, 2026년에는 20.8%에 도달할 것으로 예상된다(Korea National Statistical Office, 2007). 따라서 빠른 속도로 증가하는 노인인구와 함께 노인요양시설을 이용하는 비율도 증가하고 있다. 구체적으로, 2006년 우리나라 전국의 노인요양시설의 수는 815개이고 입소노인은 40,589명이었으나 2008년 1,332곳으로 증가하였고 입소노인도 66,715명으로 보고되었는데(Ministry for Health, Welfare and Family Affairs, 2009), 노인장기요양보험이 2008년 7월 1일부터 실시됨에 따라 전국적으로 노인요양시설의 수는 더욱 증가할 것으로 전망되고 있다.

이러한 노인요양시설의 증가와 함께 이를 이용하려는 고객들의 욕구도 다양해지고 있다. 이는 최근 사회 전반에 걸친 컨슈머리즘(consumerism)의 영향으로, 과거에는 소극적이었던 소비자가 적극적으로 치료과정에 참여하여 필요한 서비스를 요구하고 평가하기 시작하였기 때문이다(Lee & Yom, 2007). 따라서 모든 보건의료조직들은 고객의 욕구를 이해하고 만족시키는 것을 중요하게 생각하게 되었다(Choi, Cho, Lee, & Nam, 2000; Lee, Lee, & Jung, 2005). 특히 만족한 고객이 서

비스를 재이용하거나 수익을 증대시킨다는 것이 확인이 되면서 고객만족은 조직 경쟁력으로 이어지고 있다(Jung & Youn, 2001).

그러나 최근 만족한 고객이 반드시 재이용이나 수익 증대로 이어지지 않는다는 연구결과들이 보고되면서(Bin, 2002; Lee et al., 2005) 새로운 개념인 고객충성도에 관심이 높아지고 있다(Berry, 1995; Lee et al., 2005). 고객충성도가 높아지면 기업에서는 구매량의 증가, 비용의 감소 및 호의적 구전효과가 증가된다고 보고되고 있다(Berry, 1995; Lee et al., 2005; Yoo, 2002).

고객충성도에 대한 개념은 다양하지만, 대체로 특정 서비스를 지속적으로 이용하는 행동적 반응과 특정서비스에 대한 호의적인 태도로 정의될 수 있는데(Czepiel & Gilmore, 1987; Kotler & Armstrong, 1999), 주로 행동적, 태도적 및 통합적 시각에서 접근되고 있다(Kim, 2007). 행동적 접근은 초기의 고객충성도 연구에서 주로 다루었던 것으로, 특정 서비스를 일정 기간 동안 재이용하거나 재구매하는 것에 중점을 두고 있다(Lee et al., 2005). 태도적 접근은 행동적 접근이 지나치게 재이용이나 재구매적인 행동에 중점을 두는 것에 대한 문제점을 지적하면서 제기되어진 접근법으로 특정서비스에 대해 선호하거나 심리적으로 몰입하는 것을 의미한다(Czepiel & Gilmore, 1987). 통합적 접근은 행동적 접근과 태도적 접근을 통합적으로 고려하여 재이용 행동과 호의적인 태도를 포괄적으로 이해하는 접근법(Czepiel & Gilmore, 1987; Oliver, 1997)으로 최근에 많이 추천되고 있는 접근법이다.

주요어 : 보건의료서비스, 고객만족, 노인요양시설

1) 중앙대학교 간호학과 교수

2) 동국대학교 간호학과 부교수(교신저자 E-mail: juliet@dongguk.ac.kr)

투고일: 2009년 7월 29일 수정일: 2009년 8월 17일 심사완료일: 2009년 9월 11일

그러나 보건의료서비스와 관련하여 고객충성도를 확인한 연구는 극히 미미한 정도로 수행되었다. 보건의료서비스 분야에서 그 동안 수행된 연구들을 종합하면, 고객충성도에 영향을 미치는 요인으로 서비스 질(Kim, 2007), 소비자 특성(Lee et al., 2005), 고객 만족(Han, Son, Gu, & Lee, 2007; Kim, 2007; Lee et al., 2005) 등이 제시되고 있으나 이들 변수들 간에 일관된 결과를 보여주지는 못하고 있다. 다만, 의료 및 간호서비스의 질이 높을수록 대상자의 만족도가 높았으며 고객충성도도 높아지는 것이 확인이 되었을 뿐이다. 특히, 최근에는 보건의료서비스 질, 고객만족 외에 서비스 가치에 대한 개념이 추가적으로 고려되고 있다(Choi et al., 2000). 서비스 가치란 소비자들이 한 번 이용한 서비스를 지속적으로 이용할지의 여부를 결정 할 때 본인이 투자하는 비용, 시간 등을 자신이 제공받는 서비스와 비교하여 이익이 되는 쪽이 가치가 있다고 생각하여 선택한다는 개념으로(Baker, 1990; Lee, 1999), 최근 서비스 가치는 고객충성도와 관련이 있다는 연구가 소수로 보고되고 있다(Han et al., 2007). 그리고 대부분의 연구에서는 고객충성도에 대한 총체적인 인식이 없이 ‘병원 재이용 의도’ 또는 ‘병원 재방문 의도’라는 용어와 단일 항목을 주로 사용하고 있다(Seol, Yu, Park, & Kim, 1997).

또한 대부분의 연구(Jung & Youn, 2001; Kim, 2007; Lee, & Yom 2007)에서 의료 및 간호서비스 질을 측정하기 위해 Parasuraman, Zeiml과 Berry(1988)가 개발한 SERVQUAL을 사용하고 있다. SERVQUAL은 서비스 경험 후 느끼는 성과(performance)를 서비스 경험 전에 갖고 있던 기대(expectation)와 비교하여 느끼는 지각차이를 질로 개념화한 모델로, 서비스 질을 측정하기 위해서 서비스 제공 전·후 2회를 측정한다. 그러다 최근에는 SERVQUAL 모델의 문제점인 동일한 대상자에게 기대와 성과를 객관적으로 측정하는 것이 사실상 어렵다는 점이 부각되면서 서비스를 제공받고 난 후 느끼는 성과만을 질로 개념화한 SERVPERF가 대안으로 부상하고 있다(Cronin & Taylor, 1992, 1994). SERVPERF는 SERVQUAL의 구성 요인과 속성을 그대로 사용하기 때문에 도구의 구성 면에서는 차이가 없이 단지 질에 대한 개념적 정의만을 달리하는 것으로, 최근에는 SERVPERF를 사용한 몇 편의 연구들이 SERVPERF의 간편함과 유용성을 보고하고 있다(Han et al., 2007; Rho & Oh, 2008).

종합하면, 보건의료분야에서 고객충성도에 관한 연구는 매우 적게 수행되었다. 일부 연구에선 단일 항목으로 구성된 ‘재이용 의사’ 또는 ‘추천의사’를 사용하여 연구가 수행되었으나(Lee et al., 2005; Seol et al., 1997) 아직까지 고객충성도를 총체적으로 확인한 연구는 매우 드물었다. 나아가 그동안 수행된 거의 모든 연구는 병원의 환자를 대상으로 이루어졌으며 노인요양시설의 소비자를 대상으로 수행된 연구는 거의

없었다. 특히 노인 인구가 증가함에 따라 노인요양시설의 수가 크게 증가하는 현 추세를 감안해 볼 때 기존의 병원환자를 대상으로 한 고객충성도와 관련된 연구결과를 노인요양시설의 소비자들에게 적용하는 것은 적절하지 않을 것으로 사료되었다.

이에 본 연구는 노인요양시설의 소비자인 입소노인의 보호자를 대상으로 요양기관에 대한 그들의 고객충성도에 영향을 미치는 변수를 확인하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 기존 의료기관을 대상으로 고객충성도에 영향을 미치는 변수로 확인이 된 간호서비스 질, 고객만족 외에 최근에 새롭게 부상하고 있는 서비스 가치와 고객충성도에 영향을 미치는 변수들을 모두 포함하여 고객충성도 관련 요인을 총체적으로 파악하고자 시도되었다. 또한 간호서비스 질은 SERVQUAL보다 안정적이고 간편한 도구로 인정이 된 SERVPERF의 개념을 적용하여 측정하였으며 노인요양시설 속성 상, 입소노인의 가족을 고객으로 간주하여 이들을 대상으로 노인요양시설 소비자의 고객충성도를 조사하고자 한다. 이는 노인요양시설의 경우에는 실제 이를 이용하는 노인보다 가족들이 주로 시설을 선택하고 지속적으로 이용할지의 여부를 결정하기 때문이다.

연구 목적

본 연구는 노인요양시설에 입소한 노인들의 보호자가 인지하는 고객충성도에 영향을 미치는 요인을 파악하고자 하며 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 첫째, 대상자의 일반적 특성을 파악한다.
- 둘째, 대상자가 인지하는 간호서비스 질, 고객 만족, 서비스 가치 및 고객충성도를 확인한다.
- 셋째, 대상자가 인지하는 간호서비스 질, 고객 만족, 서비스 가치 및 고객충성도 간의 관계를 파악한다.
- 넷째, 대상자의 고객충성도에 영향을 미치는 관련 요인을 확인한다.

용어 정의

- 노인요양시설
노인요양시설은 치매, 중풍 등의 노인성 질환이 중증인 노인을 입소시켜 무료, 실비 또는 유료로 급식, 요양, 기타 일상 생활에 필요한 편의를 제공하는 것을 목적으로 하는 시설(Old-Age Welfare Act, 2008)로, 본 연구에서는 노인복지법에서 규정하고 있는 노인의료복지시설 중 유료의 노인전문요양시설을 의미한다.
- 고객충성도

고객충성도는 특정 서비스를 지속적으로 이용하는 소비자의 행동적 반응과 특정 서비스에 대한 호의적인 태도(Czepiel & Gilmore, 1987; Kotler & Armstrong, 1999)로, 본 연구에서는 Kim(2006)이 개발하고 Kim(2007)이 수정 보완한 도구로 측정한다.

● 간호서비스 질

서비스 질은 특정 서비스의 탁월성과 관련된 소비자의 전반적인 판단이나 태도이다(Parasuraman, Zethamal, & Berry, 1988). 본 연구에서는 대상자가 인지한 간호서비스 성과를 의미하며 Parasuraman 등(1988)이 개발하고 Kim(2007)이 수정 보완한 질 측정 도구 중 성과만을 측정한다.

● 고객만족

고객만족은 의료기관에서 받은 서비스에 대한 전반적인 만족(Woodside, Frey, & Daly, 1989)을 의미하며 본 연구에서는 Oliver(1997)가 개발하고 Kim(2007)이 수정 보완한 도구로 측정한다.

● 서비스 가치

서비스 가치는 고객이 서비스를 얻기 위해 지불한 비용, 시간 등과 제공받은 서비스에 대해 느끼는 효율성에 대한 소비자의 전반적인 평가(Baker, 1990)로, 본 연구에서는 Baker(1990)가 개발하고 Kim(1997)이 수정 보완한 도구로 측정한다.

연구 방법

연구 설계

본 연구는 노인요양시설에 입소한 노인의 보호자가 인지하는 고객충성도에 영향을 미치는 영향을 조사하려는 횡단적 조사연구이다.

연구 대상

본 연구를 위해 서울의 2개 노인요양시설과 경기도 1개 노인요양시설에 입소한 입소노인의 보호자 229명을 대상으로 자료를 수집하였다. 본 연구의 추정 모수치가 20개 이내인 것을 고려하였을 때, 본 연구에 사용된 표본의 크기가 추정 모수치의 수의 10배 이상이므로(Kleinbaum, Kupper, & Muller, 1988) 통계적 검증력에 문제가 없을 정도의 크기라고 볼 수 있다.

연구 도구

● 고객충성도

고객충성도는 Kim(2006)이 개발한 고객충성도 도구를 Kim(2007)이 노인요양시설에 맞게 수정 보완한 도구를 사용하여 측정하였다. 본 도구는 총 4문항 5점 척도로 구성되었으며 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’(1점)에서 ‘매우 그렇다’(5점)로, 점수가 높을수록 고객충성도가 높은 것을 의미한다. 본 연구에서 고객충성도의 Cronbach's alpha 값은 .938이었다.

● 간호서비스 질

간호서비스 질은 Parasuraman, Zeithaml과 Berry(1988)가 개발하고 Kim(2007)이 노인요양시설에 맞게 수정 보완한 질 측정도구를 사용하여 성과만을 측정하였다. 본 도구는 총 22문항의 5점 척도로 구성되었다. 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’(1점)에서 ‘매우 그렇다’(5점)로, 점수가 높을수록 간호서비스 질이 높음을 의미한다. 본 연구에서 간호서비스 질의 Cronbach's alpha 값은 .949이었다.

● 고객만족

고객만족은 Oliver(1997)가 개발한 고객만족도 도구를 Kim(2007)이 노인요양시설에 맞게 수정 보완한 도구를 사용하여 측정하였다. 본 도구는 6문항의 5점 척도로 구성되었으며 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’(1점)에서 ‘매우 그렇다’(5점)로, 점수가 높을수록 고객 만족이 높은 것을 의미한다. 본 연구에서 고객만족의 Cronbach's alpha 값은 .951이었다.

● 서비스 가치

서비스 가치는 Baker(1990)가 개발한 서비스 가치 도구를 Kim(2007)이 노인요양시설에 맞게 수정 보완한 도구를 사용하여 측정하였다. 본 도구는 4문항의 5점 척도로 구성되었으며 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’(1점)에서 ‘매우 그렇다’(5점)로, 점수가 높을수록 서비스 가치가 높은 것을 의미한다. 본 연구에서 서비스 가치의 Cronbach's alpha 값은 .938이었다.

자료 수집 방법

자료는 비확률적 표출법으로 편의 추출된 3개의 노인요양시설에 입소한 노인의 보호자 300명을 대상으로 설문지를 배부하여 직접 작성하도록 하였다. 자료수집은 2009년 2월 10일부터 2009년 3월 30일까지 진행되었다. 설문지는 300개 중 250개(83%)만이 회수되었고, 이 중 응답내용이 부실한 자료를 제외한 총 229(76%)부만이 최종분석에 사용되었다.

본 연구는 대상자의 권익보호를 위해 3개 노인요양시설 원

장의 허가를 얻은 후, 각 대상자마다 연구의 목적을 설명하고 연구에 참여하기로 동의한 대상자에 한하여 자료를 수집하였다. 연구에 참여하기로 동의한 사람에게는 연구목적, 대상자의 익명성, 비밀보장 등을 설명하였고 이에 대한 동의서는 서면으로 받았다.

자료 분석 방법

수집된 자료는 SPSS WIN 14.0 프로그램으로 분석하였다. 연구 대상자의 일반적 특성은 실수와 백분율을 구하였고, 각 측정 변수들의 정도는 표준과 표준편차를 구하였으며 측정 변수들 간의 관련성은 Pearson's Correlation Coefficient로 확인하였다. 또 영향요인을 확인하기 위해서는 계층적 회귀분석(hierarchical multiple regression)을 수행하였다. 다중공선성 문제를 검토하기 위해 공차(tolerance)와 VIF(Variance Inflation Factor) 통계량을 검토한 결과 다중공선성 문제는 없는 것으로 확인되었다.

회귀분석 시, 특정화 오류(specification error)로 인해 야기되는 회귀계수 추정치의 편기(bias)를 최소화하기 위해 일반적으로 인구학적 변수들을 통제변수로 사용한다. 이는 인구학적 변수들이 거의 대부분 사회현상과 관련을 갖고 있기 때문이다(Ko & Seo, 2002). 본 연구에서는 노인의 연령, 입소기간, 성별, 학력 및 입소노인과의 관계를 통제 변수로 사용하였다. 특히 연령, 성별 및 학력은 고객충성도와 밀접한 관련이 있는 것으로 확인(Lee et al., 2005)되었기 때문에 통제변수로 사용하였다. 또한 입소기간과 입소노인과의 관계를 통제변수로 정한 이유는 아직까지 노인요양시설의 입소노인의 보호자를 대상으로 고객충성도를 검토한 연구는 거의 없기 때문에 연구에서 확인되지는 않았지만, 기존의 노인전문병원에 입원한 노인을 대상으로 한 연구에서 입원기간과 가족과의 관계가 노인의 삶의 질이나 영적 안녕과 관련이 있는 것(Kim, Kwon, Sung, & Kwak, 2007)으로 미루어 연구자가 본 연구에서 통제

변수로 사용하였다. 분석을 위하여 입소 노인의 성별은 남자는 0, 여자는 1의 값을 갖는 더미변수로 변경하였고, 학력은 초등학교 졸업 이하를 0, 중학교 졸업 이상을 1로 입소 노인과의 관계는 자녀인 경우 0, 자녀를 제외한 경우는 1의 값을 갖는 더미변수로 변경하였다. 따라서 1단계에서는 5개의 인구학적 변수인 노인의 연령, 입소기간, 성별, 학력 및 입소노인과의 관계를 종속변수인 고객충성도에 회귀시켰고, 2단계에서는 5개의 통제변수에 간호서비스 질, 고객만족 및 서비스 가치라는 3개의 변수를 더하여 종속변수인 고객충성도에 회귀시켰다.

연구 결과

대상자의 일반적 특성

본 연구대상자의 일반적 특성은 <Table 1>과 같다. 남자가 86명(37.6%), 여자가 132명(57.6%)으로 여자가 더 많았으며 이들의 평균 연령은 45.44세 이었다. 학력은 대학교 졸업이 124명(54.1%)으로 가장 많았으며 입소노인과의 관계를 살펴보면 자녀가 136명(59.4%)로 가장 많았다<Table 1>.

입소노인은 여자가 166명(72.5%)으로 남자보다 많았고, 평균 연령은 77.5세였으며 학력은 초등학교 졸업이 75명(32.8%)으로 가장 많았다. 평균 자녀수는 3.88명이었으며 평균 입소기간은 17.54개월 이었다.

간호서비스 질, 고객만족, 서비스 가치 및 고객충성도 정도

대상자가 인지하는 간호서비스 질, 고객만족, 서비스 가치 및 고객충성도는 <Table 2>와 같다. 간호서비스 질은 평균 3.92점이었다. 고객만족은 평균 3.73점이었고, 고객충성도는 평균 3.78점, 서비스 가치는 평균 3.73점이었다<Table 2>.

<Table 1> General characteristics

(N=229)

| Resident | Characteristics | Category | N(%) | Mean±SD |
|----------|-------------------------|--------------------|-----------|-------------|
| | Gender | Male | 61(26.6) | 77.5±10.2 |
| | | Female | 166(72.5) | |
| | | Missing | 2(0.9) | |
| | Age | | | |
| | Education level | No education | 58(25.3) | |
| | | Elementary school | 75(32.8) | |
| | | Middle school | 32(14.0) | |
| | | High school | 29(12.7) | |
| | | College/university | 19(8.3) | |
| | | Missing | 16(7.0) | |
| | Number of children | | | 3.88± 1.89 |
| | Length of stay (months) | | | 17.54±14.47 |

<Table 1> General characteristics(continued)

(N=229)

| Characteristics | Category | N(%) | Mean±SD |
|-----------------|----------------------------|-----------|-------------|
| Guardian | Gender | Male | 86(37.6) |
| | | Female | 132(57.6) |
| | Missing | 11(4.8) | |
| | Age | | 45.44±11.66 |
| Education level | No education | 1(0.4) | |
| | Elementary school | 9(3.9) | |
| | Middle school | 13(5.7) | |
| | High school | 67(29.3) | |
| | College/university | 124(54.1) | |
| | Missing | 15(6.6) | |
| | Relationship with resident | Children | 136(59.4) |
| | Spouse | 3(1.3) | |
| | Grand children | 21(9.2) | |
| | Relatives | 10(4.4) | |
| | Daughter's/son' in law | 44(19.2) | |
| | Brothers/sisters | 2(0.9) | |
| | Missing | 13(5.7) | |

<Table 2> Means, standard deviations and reliability

(N=229)

| Variable | Mean±SD | Range | Reliability |
|-------------------------|-----------|-----------|-------------|
| Nursing service quality | 3.92±0.64 | 2.23-5.00 | .949 |
| Customer satisfaction | 3.73±0.80 | 1.50-5.00 | .951 |
| Service value | 3.73±0.72 | 1.50-5.00 | .938 |
| Customer loyalty | 3.78±0.73 | 1.75-5.00 | .938 |

는 고객충성도와 양의 상관관계를 나타냈고 입소기간은 고객 충성도와 음의 상관관계를 나타냈다. 즉, 입소노인의 입소기간이 길수록 입소노인 보호자의 고객충성도는 낮아지며 입소노인의 연령이 높을수록 보호자의 충성도는 높아진다. 또한 간호서비스 질이 높을수록, 고객 만족이 높을수록, 서비스 가치가 높을수록 고객충성도가 높아진다<Table 3>.

간호서비스 질, 고객만족, 서비스 가치 및 고객충성도 간의 상관관계

간호서비스 질, 고객만족, 서비스 가치 및 고객충성도 간의 상관관계는 <Table 3>과 같다. 입소기간을 제외한 모든 변수

계층적 회귀분석 결과

계층적 회귀분석 결과는 <Table 4>와 같다. 5개의 통제변수 들만 포함하고 있는 Model 1은 고객 충성도 변이의 17.3%를 설명하였는데, 통제변수인 입소노인의 연령($\beta=.320$), 입소 기간($\beta=-.242$) 및 성별($\beta=.158$)이 고객충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 통제변수와 간호서비스 질, 고객만

<Table 3> Correlations among variables

(N=229)

| Variable | Age | LOS | SQ | CS | SV | CL |
|----------|----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|-----|
| | r | r | r | r | r | r |
| | (p) | (p) | (p) | (p) | (p) | (p) |
| Age | 1 | | | | | |
| LOS | .143 (.044) | 1 | | | | |
| SQ | .333 (.000) | -.147 (.038) | 1 | | | |
| CS | .427 (.000) | -.159 (.024) | .769 (.000) | 1 | | |
| SV | .371 (.000) | -.055 (.441) | .681 (.000) | .748 (.000) | 1 | |
| CL | .305 (.000) | -.198 (.005) | .653 (.000) | .779 (.000) | .789 (.000) | 1 |

LOS= Length of Stay; SQ=Service Quality;
CS=Customer Satisfaction; SV=Service Value;
CL=Customer Loyalty

<Table 4> Results of hierarchical regression analysis for customer loyalty

(N=229)

| Variable | Model 1 B (p) | Model 2 B (p) |
|----------------------------|------------------|------------------|
| Control | | |
| Age | .320(.000) | .015(.740) |
| Length of stay | -.242(.001) | -.102(.016) |
| Gender | .158(.032) | .072(.096) |
| Education | -.030(.686) | -.022(.611) |
| Relationship with resident | -.030(.672) | -.054(.196) |
| Nursing service quality | | .030(.645) |
| Customer satisfaction | | .394(.000) |
| Service value | | .447(.000) |
| F(p) | 8.540(.000) | 56.922(.000) |
| R ² | .196 | .726 |
| Adjusted R ² | .173 | .713 |

족 및 서비스 가치 변수들을 동시에 고려한 Model 2에서는 통제변수인 중 노인의 입소기간($\beta=-.102$)이 유의한 영향을 미쳤으나 나머지 변수는 유의한 영향을 미치지 못했다. 그리고 간호서비스 질은 유의한 영향을 미치지 못하였고, 고객 만족과 서비스 가치가 고객충성도에 유의한 영향을 미쳤다. Model 2는 고객충성도 변이의 71.3%를 설명하는 것으로 나타났다 <Table 4>.

논 의

회귀분석 결과, 5개의 통제변수는 고객충성도 변이의 17.3%를 설명하였고 통제변수 중 입소노인의 연령, 입소기간 및 성별은 고객충성도에 유의한 영향을 미쳤다. 즉, 입소노인의 연령이 높을수록 고객충성도는 낮았으며 입소기간이 길어질수록 고객충성도가 낮아짐을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는 측정도구가 달라 직접 비교하기에는 무리가 있지만, 연령이 높은 집단에서 고객충성도가 높다고 보고한 Lee 등(2005)와 Choi 등(2000)의 연구결과와 일치하는 결과이다. 즉, 입소노인의 연령이 높으면 높을수록 보호자들은 시설에 대해 고마움을 느끼고 호의적이며 계속 이용할 생각이 높아진다는 것을 알 수 있었다. 또한 노인의 입소기간도 고객충성도에 영향을 미치는 요인으로 입소기간이 길어지면 길어질수록 보호자의 기관에 대한 충성도가 낮아짐을 확인할 수 있었다. 따라서 아무리 충성도가 높은 보호자라 할지라도 일단 입소기간이 길어지면 기관에 대한 충성도가 낮아진다는 점을 고려하여 가능한 노인 입소자의 입소기간을 줄일 수 있는 방안을 강구해야 할 뿐만 아니라 입소기간 별로 입소노인과 보호자를 상대로 하는 차별화된 고객관리 전략을 적용하는 것이 필요할 것으로 사료되었다. 또한 여성일수록 고객충성도가 높아짐을 확인할 수 있었는데, 이는 여자가 남자보다 의료서비스 이용 시 고객충성도가 높았다고 보고한 Lee 등(2005)의 연구 결과와 유사하다. 물론, 본 연구의 대상자와 Lee 등(2005)의 연구대상자가 달라 직접 비교는 불가능하지만 성별이 고객충성도에 영향을 미친다는 것을 고려할 때, 성별에 따라 차별적인 간호서비스를 적용해 볼 필요가 있을 것이다. 예를 들면, 노인요양시설에 근무하는 간호사가 거의 여성으로 구성되었기에 남자 노인을 간호할 때 때로는 남자간호사가 더 필요할 경우가 발생할 수도 있을 것으로 유추가 된다. 본 연구 결과만으로도 이렇게 해석하는 것에는 다소 무리가 따르지만 이에 관한 논의는 필요할 것으로 판단되었다.

모든 변수가 다 고려된 Model 2의 회귀분석 결과, 간호서비스 질은 고객충성도에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이것은 상관관계분석에서 간호서비스 질이 고객충성도와 유의한 관계를 갖기는 하지만 다른 변수들의 영향을 통제

하였을 때는 고객충성도에 영향을 미치지 못한다는 의미로, 본 연구가 노인요양시설에 입소한 노인환자들의 보호자들을 대상으로 하였기 때문에 나타난 결과가 아닐까? 하는 추측을 하게 만들었다. 즉, 연구 대상자들이 간호서비스를 직접 제공받는 입소노인들이었다면 간호서비스 질이 그들의 고객충성도에 영향을 미쳤을 수도 있을 것이라고 사료되었다. 물론 보호자들도 간호서비스 질을 중요하게 생각한다. 그래서 상관관계 분석에서 정의(+)의 관계가 나타났다. 그러나 이들이 간호서비스를 직접 제공받는 사람들이 아니다 보니, 다른 변수들의 영향을 통제하고 엄격하게 고객충성도를 확인하였을 때는 간호서비스 질이 이들의 고객 충성도에 직접적으로 영향을 미치는 것은 못한 것으로 해석할 수 있었다. 그러나 이 같은 해석은 단지 추측에 불과하므로 이를 확인하기 위해서는 입소노인을 대상으로 하는 후속연구가 수행되어야 할 것으로 판단되었다.

회귀분석 결과, 서비스 가치는 고객충성도에 영향을 미치는 요인으로 확인이 되었을 뿐 아니라 고객충성도에 가장 크게 영향을 미치는 요인임이 확인이 되었는데, 이것은 Choi 등(2000)과 Kim(2007)의 연구 결과와 일치하는 내용이다. 서비스 가치는 제품을 위해 지불하는 비용과 제품에 의해 얻어지는 효용에 대한 소비자의 전반적인 평가이다(Zeithmal & Bitner, 1998). Kim, Kim과 Lee(2003)는 고객 가치를 경제적 가치, 우수성, 편리성 및 효율성으로 구성하였는데 경제적 가치는 서비스 가격과 가격 대비 서비스가 포함되고, 우수성은 전문적 지식 및 신속한 서비스가 포함되며 편리성 및 효율성은 교통, 주차, 시간 절약 등이 포함된다. 따라서 노인요양시설을 방문하는 입소노인의 보호자는 입소자가 제공받는 서비스에 대한 효용이 전반적으로 높다고 느낄 경우에는 기꺼이 비용을 지불하고 지속적으로 그 서비스를 이용할뿐더러 호의적인 태도를 갖고 타인에게 구전할 것이다. 하지만 서비스 가치는 개인에 따라 충분히 다를 수 있기 때문에 대상자 별 맞춤형 마케팅 전략에 대해서도 고려해 볼 필요가 있다.

본 연구결과, 고객만족은 고객충성도에 영향을 미치는데 이러한 결과는 다른 연구결과들(Choi et al., 2000; Han et al., 2007; Kim, 2007)과 일치하는 내용으로, 고객만족이 높으면 높을수록 고객충성도가 높아진다는 것을 확인할 수 있었다. Fornell(1992)도 고객만족이 높으면 고객충성도가 한층 강화되어 궁극적으로 기업의 수익성을 높일 수 있다고 주장하였다. 그러므로 고객충성도를 높이기 위해서는 먼저 고객만족을 높이는 것이 필수라고 생각되었다.

본 연구결과 5개의 통제변수가 고객충성도 변이의 17.3%를 설명하였으며 5개의 통제변수와 간호서비스 질, 서비스 가치 및 고객만족이 모두 포함된 변수들은 고객충성도 변이의 71.3%나 설명하였다. 따라서 간호서비스 질, 서비스 가치 및

고객만족 변수들에 의해 고객충성도 변이가 54%나 설명됨을 알 수 있었다. 이와 같은 결과는 연구에 사용된 변수들이 상이하기 때문에 직접 비교하기에는 무리가 있지만, Lee와 Yum(2007)의 연구에서 52.7%의 설명력을 보인 것을 고려하였을 때 간호서비스 질과 서비스 가치, 고객만족이 고객충성도를 설명할 수 있는 결정적인 요인임을 또 다시 확인시켜주었다.

이상의 결과를 종합해보면 노인요양시설 입소노인과 보호자들의 고객충성도에 영향을 미치는 요인이 고객만족 및 서비스 가치임을 확인할 수 있었으며 이 중에서 서비스 가치가 고객충성도에 가장 크게 영향을 미치는 요인임을 알 수 있었다. 본 연구는 기존 연구에서 고객충성도에 영향을 미치는 변수로 확인이 된 간호서비스 질, 고객만족 외에 최근에 중요하게 부상하고 있는 서비스 가치를 포함하여 고객충성도에 영향을 미치는 요인들을 총체적으로 파악하였다는 점에서 중요하게 생각되어지고 또한 고객충성도와 상관성이 높은 인구학적 특성인 입소노인의 연령, 입소기간 및 성별을 고려한 개별적인 마케팅 전략이 필요함을 시사하였다는 점에서 의미가 있다고 판단된다.

결론

본 연구는 노인요양시설 입소노인의 보호자가 인지하는 고객충성도에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해 시도되었다. 본 연구결과 입소기간만이 고객충성도와 음의 상관관계를 나타냈고 입소기간을 제외한 모든 변수는 고객충성도와 양의 상관관계를 나타냈다. 특히 입소노인의 연령이 높을수록 고객충성도가 높아지는 반면, 입소기간이 길어질수록 고객충성도는 낮아짐이 확인되었다. 5개의 인구학적 변수를 통제하고 계층적 회귀분석을 실시한 결과, 통제변수인 입소노인의 연령, 입소기간 및 성별은 고객충성도에 유의한 영향을 미치며 이들이 고객충성도 변이를 17.3% 설명하였다.

인구학적 통제변수와 간호서비스 질, 고객만족 및 서비스 가치를 동시에 모두 고려하였을 때는 인구학적 변수 중 입소기간만이 고객충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 5개의 통제 변수와 함께 모든 변수들을 포함하였을 때는 이들이 고객충성도 변이를 71.3%나 설명하는 것으로 나타나 입소노인의 입소기간, 고객만족 및 서비스 가치가 고객충성도에 영향을 미치는 중요요인임이 확인되었다. 특히 서비스 가치가 고객충성도에 가장 크게 영향을 미치는 요인임이 확인되었다.

본 연구는 기존에 고객충성도 연구에서 확인된 간호서비스 질, 고객 만족 외에 서비스 가치를 추가하고 나아가 일반적 특성을 모두 포함하여 고객충성도 관련 요인을 총체적으로

파악하였다는데 그 의의가 있다. 그러나 본 연구는 비확률적 표출법으로 편의 추출된 3개의 노인요양시설에 입소한 입소노인의 보호자만을 대상으로 하였기 때문에 본 연구 결과를 일반화하는 데는 신중을 기하여야 할 것이다.

이상의 결과를 근거로 다음과 같이 제언하고자 한다. 대규모 표본을 대상으로 구조방정식 모형(structural equation modeling)을 사용해 각 변수들의 인과관계를 검증하는 연구가 필요할 것으로 사료된다. 또한 보건의료서비스 분야에 적합한 보다 정교한 고객충성도 측정도구를 개발할 것을 제언한다.

References

- Baker, J. (1990). *The effect of retail store environment on consumer perceptions of quality, price, and value*. Unpublished doctoral dissertation, University of Texas at Austine.
- Berry, L. L. (1995). Relationship marketing of services-growing interest, emerging perspective. *J Acad Mark Sci*, 23(4), 236-245.
- Bin, H. J. (2002). *Impacts of medical service quality on repurchase intention*. Unpublished master's thesis, Dong-A University, Busan.
- Choi, K. S., Cho, W. H., Lee, S. H., & Nam, J. M. (2000). Structural modeling of quality, satisfaction, value and purchase intention in health care service. *Korean J Prev Med*, 33(4), 426-435.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). measuring service quality: a reexamination and extension. *J Mark*, 56(July), 55-58.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVQUAL versus SERVPERF: reconciling performance-based perception-minus expectation measurement of service quality. *J Mark*, 58(January), 125-131.
- Czepiel, J. A., & Gilmore, R. (1987). Exploring the concept of loyalty in service. In J. A. Czepiel, J. A., C. A. Congram, J. Shanahan(Eds), *Service marketing challenge: Integrating for competitive advantage*(pp. 91-94). Chicago: AMA.
- Fornell, C. A. (1992). A national customer satisfaction barometer: the swedish experience. *J Mark*, 56(1), 6-21.
- Han, S. S., Son, I. S., Gu, J. C., & Lee, S. C. (2007). The study on the effect of health care service quality upon customer loyalty: Based upon SERVPERF. *J Korean Qual Manage*, 35(1), 61-72.
- Jung, M. S., & Youn, M. J. (2001). A study on the consumers' expectation, perception, quality, and satisfaction with the industrial nursing services. *J Korean Community Nurs*, 12(3), 570-581.
- Kim, H. K. (2006). *Study on the structural relationship of customers' satisfaction, value, loyalty, and image by utilizing the discordance of service quality and expectation*. Unpublished doctoral dissertation, Kyung Hee University, Seoul.

- Kim, S. H., Kim, T. G., & Lee, J. H. (2003). Determinants of revisit intentions in family restaurants: Customer value, customer satisfaction, switching costs, attractiveness of alternatives. *J Tourism Sci*, 27(1), 201-220.
- Kim, Y. A. (2007). *Establishment of a model for the improvement in the brand image of nursing homes for the old*. Unpublished doctoral dissertation. Ewha Womans University, Seoul.
- Kim, Y. S., Kwon, Y. E., Sung, K. S., & Kwak, H. R. (2007). A study of quality of life, death anxiety and spiritual well being in elders. *J Korean Gerontol Nurs*, 9(2), 143-153.
- Kleinbaum, D. G., Kupper, L. L., & Muller, K. E. (1988). *Applied regression analysis and other multivariate methods*. Boston: PWS-KENT Publishing Company.
- Ko, J. W., & Seo, Y. J. (2002). Work rewards and occupational commitment of hospital nurses. *Korean J Health Policy Adm*, 12(3), 77-98.
- Korea National Statistical Office (KNSO). (2007). Population Projection for Korea. Retrieved May 12, 2009 from Website: www.nso.go.or
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). *Marketing: An introduction*. 3rd ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ministry for Health, Welfare and Family Affairs (2009). Current statistics of welfare facility for the elderly.
- Lee, M. A., & Yom, Y. H. (2007). A comparative study of patients' and nurses' perceptions of the quality off nursing services, satisfaction and intent to revisit the hospital: A questionnaire survey. *Int J Nurs Stud*, 44, 545-555.
- Lee, M. K. (1999). A study on the determinants of service royalty. *Korean Mark Rev*, 14(1), 21-45.
- Lee, S. H., Lee, H. J., & Jung S. H. (2005). Analysis of relating factors with customer loyalties in medical services. *Korean J Health Policy Adm*, 15(2), 37-52.
- Old-Age Welfare Act. (2008). Ministry of Government Legislation. from www.law.go.kr/LSW/LsTrmSc.do
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw- Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *J Retailing*, 64(Spring), 12-40.
- Rho, E. K., & Oh, S. H. (2008). The relationship between patient's perceived quality of healthcare service and intention to re-vist. *J Korean Acad Nurs Adm*, 14(2), 176-181.
- Seol, D. W., Yu, S. H., Park, E. C., & Kim, E. S. (1997). Factors related to willingness of choosing the same hospital. *Korean J Hosp Manage*, 2(1), 65-79.
- Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction, and behavior intention. *J Health Care Mark*, 9(4), 5-17.
- Yoo, S. L. (2002). Study of the effect of consumer-brand relationship on customer satisfaction and brand loyalty. Unpublished doctoral dissertation. Ewha Womans University, Seoul.
- Zeithamal, V. A., & Bitner, M. J. (1998). *Services marketing*. New York: McGraw-Hill.

Influencing Factors on Customer Loyalty in Nursing Homes

Yom, Young-Hee¹⁾ · Lee, Mi Aie²⁾

1) Professor, Department of Nursing, Chung-Ang University

2) Associate Professor, Department of Nursing, Dongguk University

Purpose: The purpose of this study was to investigate the influencing factors of customer loyalty among guardians of residents in nursing homes. **Methods:** The sample of this study consisted of 229 guardians of residents in nursing homes. Data were collected with self-administrated questionnaires and analyzed hierarchical multiple regression. **Results:** All variables were positively correlated with customer loyalty except the length of stay. It was found that residents' length of stay, customer satisfaction and service value had significant influence on customer loyalty. The explained variance for customer loyalty was 71.3%. The service value had the greatest influence on customer loyalty. **Conclusions:** These findings provide strong empirical evidence for customer satisfaction and service value in explaining customer loyalty of guardian of residents in nursing homes.

Key words : Quality of health care, Consumer satisfaction, Nursing homes

• Address reprint requests to : Lee, Mi Aie

Department of Nursing, Dongguk University

707 Sukjang-Dong, Gyeongju, Gyeongbuk 780-714, Korea

Tel: 82-54-770-2620 Fax: 82-54-770-2616 E-mail: juliet@dongguk.ac.kr