

요양병원의 서비스품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향

양종현*, 장동민**†

중원대학교 의료정보행정학과*, 인제대학교 보건행정학과**

<Abstract>

The Effects of Medical Service Quality on the Customer Satisfaction and Intention of Revisit in Long-Term Care Hospitals

Jong Hyun Yang*, Dong Min Chang**†

*Department of Health Informatics and Administration, Jungwon University**

*Department of Health Administration, Inje University***

The purpose of this study is to analyze effects of medical service quality on the customer satisfaction and intention of revisit in long-term care hospitals. To achieve purpose of the research, the data was collected from 321 patients in 8 long-term care hospitals using a standardized questionnaires. Using the structural equation modeling(SEM), this study examines the relationship among medical service quality, customer satisfaction and intention of revisit.

The results show that the medical service quality factors such as convenience and accessibility have positive effects on the customer satisfaction which positively relates to intention of revisit. Medical expertise of the service quality factors has positive influence upon intention of revisit in long-term care hospitals.

Therefore, the results of this study show that the medical service quality

* 투고일자 : 2012년 7월 30일, 수정일자 : 2012년 8월 21일, 게재확정일자 : 2012년 8월 30일

† 교신저자 : 장동민, 인제대학교 보건행정학과, 전화: 055-320-3181, E-mail: phamdmc@inje.ac.kr

factors which are convenience and accessibility leading to customer satisfaction are important factors to select long-term care hospitals.

Key Words : Medical Service Quality, Customer Satisfaction, Intention of Revisit, Long-Term Care Hospitals

I. 서 론

1. 연구의 배경 및 필요성

최근 들어 경제 발전, 소득수준의 향상 및 의료기술의 발달 등으로 인해 건강에 대한 관심이 높아지고 있다. 특히 의료시장도 공급자 중심에서 소비자 중심으로 변화되면서 환자들도 의료서비스를 평가하고 치료과정에 참여하면서 질 높은 의료서비스를 요구하고 있는 추세이다(염영희 외, 2010). 이러한 소비자의 변화에 맞추어 병원들도 고객의 가치를 파악하고 고객만족을 통하여 장기적인 고객으로 유지하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 이러한 의료 환경의 변화 추세에 맞추어 의료서비스 품질 향상이 병원의 경쟁력을 확보하는데 강력한 수단으로 제시되고 있으며, 장기적인 경쟁력 강화 방안의 일환으로 의료서비스 품질 향상을 통해 고객만족과 재이용을 높이는 데 많은 관심이 증대되고 있다(이선희 외, 2005).

우리나라는 이러한 의료 환경의 변화와 함께 평균 수명이 연장되고 노인인구가 급격히 증가하고 있다. 65세 이상 인구는 1995년 2,640,205명, 2000년 3,371,806명, 2005년 4,365,218명, 2010년 5,424,667명으로 고령화 사회로 진입하고 있다(통계청, 2011). 인구 고령화로 인하여 노인성질환 및 만성질환이 급격히 증가하고 있으며, 이러한 질병을 치료하고 요양을 위한 요양병원도 급속하게 증가하고 있다.

2010년 12월말 기준 요양병원은 경기 153개(19.6%), 부산 106개(13.5%), 경북 75개(9.6%), 서울 68개(8.7%), 전북 56개(7.2%), 경남 54개(6.8%), 충남 42개(5.4%), 대구 36개(4.6%), 울산 27개(3.4%), 강원 18개(2.3%) 등으로 나타났다(보건복지부, 2011). 이러한 요양병원의 지속적인 증가와 소비자의 인식 변화 등으로 요양병원도 다른 일반병원과 동일하게 무한경쟁 시대에 돌입하게 되었다.

노인성질환과 만성질환으로 인해 장기간의 치료와 요양이 필요한 환자들은 요양병원에 입원하게 되는데, 요양병원의 경우 대부분이 노인환자로 인하여 환자 본인보다 보호자가 의료 이용을 결정하는 경향이 높다(김인 외, 2009; 이웅재 외, 2010) 그리고 노인환자의 경우 질병이 갑자기 발생하기 보다는 만성질환을 지속적으로 앓고 있거나, 치

료보다는 요양이 주가 되는 경우가 많기 때문에 요양병원을 선택할 때 충분한 시간을 가지고 여러 병원을 비교해서 선택하게 된다.

이러한 특성으로 인하여 요양병원의 의사결정은 환자 및 보호자의 높은 만족도가 의사결정에 중요한 요인이다. 그리고 고객만족의 선행요인으로 서비스 품질을 지적하고 있으며, 최근 의료서비스의 품질관리가 중요한 요인으로 부각되고 있다(김통원·윤재영, 2005). 이에 따라 일반병원을 대상으로 한 서비스 품질에 관한 연구는 다수 있지만, 요양병원을 대상으로 분석한 연구는 많지 않아 이에 대한 다각적인 연구의 필요성이 제기되고 있다.

2. 연구 목적

본 연구는 요양병원 이용자가 인지하는 서비스 품질 요인들이 고객만족과 재이용의도에 어떻게 영향을 미치는지를 체계적으로 분석하기 위해 수행하였다. 이를 통하여 경쟁 시대에 접어든 요양병원들이 서비스 품질 및 고객만족도 제고를 위하여 효율적인 경영 합리화 방안을 모색하는데 유용한 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 의료서비스 품질

Bopp(1990)은 의료서비스 품질을 전문가와 소비자 측면으로 나누어 정의하였다. 의료 전문가 측면에서 의료서비스 품질은 매우 전문적이고 기술적인 것으로 구조, 과정, 결과의 3가지 요인으로 구성되어 있고, 의료 소비자 측면은 매우 기능적인 것으로 정의하였다. 기능적인 질과 관련하여 환자들은 기대보다 더 좋은 의료서비스를 경험하게 될 경우, 의료서비스 품질을 높게 평가한다고 강조하면서 72개 항목의 기대성과를 이용하여 의료서비스 품질을 검증하였다. 이러한 연구결과를 통하여 의료서비스 품질은 성과, 기대의 불일치 모형을 통하여 측정할 수 있으며, 보살핌, 전문성, 실력의 3가지 차원으로 구성되어 있다고 정의하였다.

Woodside(1991)는 의료서비스 품질을 협의와 광의의 개념으로 나누어 정의하였다. 협의의 개념은 단기적 차원에서 의료서비스에 대한 성과를 의미하며, 광의의 개념은 제공된 의료서비스에 대한 장기적인 태도로 정의하였다. 또한 보건의료조직에서 의료서비스 품질의 중요성을 강조하고, 이를 측정하기 위한 다차원적인 접근이 필요하다고 설명하였다.

John(1991)은 환자와 의사간의 의사소통을 통하여 의료서비스품질을 향상시킬 수 있다고 하였다. 의사의 진료를 기술적, 감성적 구분하였으며, 기술적 진료는 진단 및 치료 과정의 정확성을 의미하고 감성적 진료는 병원의 물리적 환경, 서비스, 제공하는 의료진의 태도, 의사와 환자간의 의사소통을 의미한다. 특히 기술적 진료도 중요하지만 감성적 진료를 통하여 의료서비스품질 향상의 필요성을 강조하였다.

강병서 외(2005)는 중소병원 서비스품질의 구성에 관한 연구에서 무형적 서비스품질은 서비스가치와 고객만족에 직접적인 영향을 주지만, 유형적 서비스품질은 고객만족 및 서비스가치에도 큰 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 일반적으로 생각하는 유형적 서비스보다 무형적 요소들이 서비스품질에 많은 영향을 미친다고 하였다.

의료서비스품질은 관점에 따라 다양한 정의를 내릴 수 있지만, 고객만족의 극대화를 통한 재이용으로 연결 될 수 있도록 접근하는 것이 적합하다(정용길 외, 2001). 특히 의료서비스의 경우 소비자들은 시설, 장비, 설비, 인적 요인 등의 유형적 요인으로부터 서비스를 평가하기도 하지만, 의료서비스의 이질적 속성으로 인해 서비스품질의 일관성을 유지하기 힘든 경우가 많아 측정에 어려움이 있다.

Brandy & Cronin(2001)는 Rust & Oliver(1994)의 연구 결과를 토대로 서비스품질에 대한 세 가지 구성요소 및 하위 구성요소를 파악하기 위해 연구를 실시하였다. 이 연구에서 서비스 품질의 구성요소를 기술적 품질, 기능적 품질, 서비스 환경으로 나누고 추가적으로 하위 구성요소를 아홉 가지로 분류하였다. 의료서비스품질에 대한 기존의 주요 연구에서도 서비스품질을 일반적으로 기술적 품질, 기능적 품질, 서비스 환경 등 세 가지 하위요소로 분류하여 연구하였다.

본 연구에서는 Rust & Oliver(1994)와 Brandy & Cronin(2001)의 연구에서 의료서비스품질의 구성요소를 기술적 품질, 기능적 품질, 서비스 환경으로 나누는 것을 참고하여 기술적 품질은 의료진의 전문성, 기능적 품질은 편리성, 접근성 서비스 환경은 환경요인으로 나누었다. 이러한 네 가지 의료서비스품질요인들은 고객만족과 재구매에 영향을 미치며, 분석결과 기존 연구들과 비교 연구가 용이하기 때문이다.

2. 고객만족

고객만족은 기업 및 의료서비스 분야에서 연구자 및 실무자들로부터 관심을 받고 있다. 이는 서비스에 대한 소비자의 평가와 그 평가결과에 따라 이루어지는 재구매, 긍정적인 구전행동 등은 수익성에 큰 영향을 미치는데, 이러한 현상을 설명하는 유용한 변수로서 고객만족이 제시되고 있다(Beagden & Teel, 1983). 고객만족이란 소비자의 충족반응으로 불일치된 기대와 소비경험에 의해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적

으로 결합하여 발생된 종합적 심리상태이며, 고객의 요구와 기대에 부응하여 나타난 결과로서 상품과 서비스의 재구매가 이루어지고 고객의 신뢰감이 연속되는 상태를 의미한다(Oliver, 1997).

고객만족에 대한 선행연구는 크게 두 가지 관점에서 이루어져 왔다. 첫 번째는 거래 특유적(transaction-specific) 고객만족으로서 단발적인 거래에 따라 만족과 불만족이 결정된다고 보는 견해이다. 두 번째 관점은 누적적(cumulative) 고객만족으로서 장기적인 거래 및 소비경험의 축적을 통해 만족과 불만족이 결정된다는 견해이다.

거래특유적(transaction-specific) 고객만족은 기대적응수준과 불일치 지각의 함수라고 규정하면서 기대불일치 패러다임을 제안하는 것을 의미한다. 이에 따르면 성과가 기대와 같거나 초과하면 만족이 증가하고, 성과가 기대에 못 미치면 불만족이 나타난다는 것이다. Oliver(1997)는 이러한 만족을 특정거래에 대해 선택 후 내리는 지각된 성과를 기대와 비교한 평가적 판단이라고 정의하였다. 누적적(cumulative) 고객만족을 거래특유적 만족의 각 경험들이 모여 제품이나 서비스에 대한 전체적인 평가결과로서 시간경과에 따른 장기간의 거래 및 서비스 경험에 근거한 평가를 의미한다(Anderson et al., 1994).

특히 의료서비스에서 고객만족이란 고객들이 의료서비스를 이용하기 전이나 이용하는 동안 그리고 이용 후에 의료서비스와 관련된 자극에 대해 지각한 가치의 판단이며 지속되는 반응이라고 정의 될 수 있다(강병서 외, 2005)

본 연구는 Oliver(1997)의 개념적 정의에 따라 고객만족을 소비자의 사전 기대와 실제 성과간의 차이의 평가로 인한 총체적인 판단과 감정으로 정의하고, 요양병원의 의료 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향을 확인한 후, 이러한 고객만족이 재구매의도에 미치는 영향을 분석하고자 하였다.

3. 재이용의도

기업 및 의료기관에서 고객 유지율을 높이고 이탈율을 감소시키는 것은 수익성을 향상시키는데 매우 중요한 요소이다(Zeithaml et al., 1996). 특히 재이용의도를 갖는 고객들은 지속적인 고객으로 남으면서 기업에게 더 많은 금액을 지출하고 프리미엄 가격마저 지불하는 동시에, 해당 기업에 대한 긍정적인 구전을 유포하고 다른 소비자들에게 해당 기업을 추천하기도 한다.

재이용의도란 소비자의 계획된 미래 행동을 의미하는 것으로 신념과 태도가 실제 구매행동으로 옮겨질 확률이라고 할 수 있다(Engel et al., 1995). 따라서 재이용의도는 소비자가 제품이나 서비스를 미래에 반복해서 구매할 것인지에 대한 소비자들의 평가

를 가장 직접적으로 나타내는 지표로서, 실제적인 재구매 행동 및 고객유지와 밀접한 관련이 있다.

이러한 호의적인 구매태도는 구매행동의 가능성을 증가시키고 이전의 구매행동 경험은 추후 구매태도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타나며, 구매태도와 구매의도간에 매우 유기적인 관계가 있다(류정건, 2006).

본 연구는 Zeithaml et al(1996)과 Engel et al(1995)의 연구에서와 같이 재이용의도를 소비자의 계획된 미래행동으로 정의한 후, 의료서비스품질과 고객만족, 재이용의도 사이의 인과관계를 밝히고자 하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구가설 및 모형

1) 의료서비스품질과 고객만족

Swan(1985)은 공변량 구조분석을 통하여 환자들이 인지하는 의료서비스품질, 고객만족도, 재이용의도와 관계를 검증하였다. 이 연구를 통하여 환자가 인지하는 의료서비스품질은 고객만족도에 영향을 미치고, 질 높은 고객만족은 재이용에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 환자가 인지하는 의료서비스품질은 직·간접적으로 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Cronin & Taylor(1992)는 서비스품질과 고객만족의 관계를 파악하고자 하였다. 이 연구에서 서비스품질 요인들은 고객만족에 유의한 영향을 미치고, 고객만족은 재이용의도에 의미 있는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 구매의사 형성에 있어서 서비스품질이 고객만족의 정도를 결정짓는 선행변수이자 독립변수라고 주장하였다.

서비스품질과 고객만족 간의 인과관계에 대한 많은 선행연구가 있으며, 최근에는 서비스 품질을 고객만족에 영향을 미치는 선행변수로 규정하는 것이 지배적인 견해이다. 서비스품질과 고객만족은 개념과 측정에서 서로 다르다. 개념적인 측면에서 서비스품질은 일종의 태도로 장기적, 전반적 평가라 할 수 있으며, 고객만족은 일시적이며 거래 및 품질 평가라 할 수 있다(이유재 외, 1995).

조송현(2002)은 서비스품질과 고객만족의 관계를 분석한 결과 서비스품질이 고객만족에 의미 있는 영향을 미치는 것으로 밝혀냈다. 그리고 윤관호 외(2010)는 서울의 중소병원을 대상으로 의료서비스품질 요인을 접근성, 전문성, 편의성, 유형성으로 구분하여 고객만족에 미치는 영향을 분석한 결과 서비스품질 요인은 유의한 영향을 미치는

것으로 나타났다.

이상에서 살펴본 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

H1. 요양병원의 서비스품질요인은 고객만족에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

H1-1. 요양병원의 전문성은 고객만족에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

H1-2. 요양병원의 편리성은 고객만족에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

H1-3. 요양병원의 접근성은 고객만족에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

H1-4. 요양병원의 환경요인은 고객만족에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

2) 서비스품질과 재이용의도

Woodside et al(1991)은 서비스품질과 재이용의도간의 관계 연구에서 서비스품질 요인이 재이용에 중요한 매개변수임을 주장하였다. 윤명숙(1991)은 의료서비스품질과 재구매의도의 관계분석에 있어서 서비스 품질을 의사소통, 능력, 시간적 편리성, 안정성, 접근성의 5가지 요인으로 구분하였으며, 이 5가지 요인은 재구매에 영향을 미친다고 주장하였다. 한금옥(1995)은 입원환자의 의료서비스품질 요인이 재선택에 미치는 영향에서 외향성, 반응성, 신뢰성, 동정성의 4가지 요인이 병원 재선택에 유의한 영향이 있음을 주장하였다.

이상에서 살펴본 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

H2. 요양병원의 서비스품질요인은 재이용에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

H2-1. 요양병원의 전문성은 재이용에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

H2-2. 요양병원의 편리성은 재이용에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

H2-3. 요양병원의 접근성은 재이용에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

H2-4. 요양병원의 환경요인은 재이용에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

3) 고객만족과 재이용의도

서비스에 만족한 고객은 재구매, 긍정적 구전 등의 행동을 유발하며, 불만족한 고객은 부정적 구전을 전달하거나 구매중단 등의 행동을 한다. 고객만족은 소비자의 태도에 영향을 미치고 이 태도는 계속해서 재구매의도에 영향을 미친다고 하였다(Kolter, 2000).

Swan(1985)은 환자들이 인지하는 의료서비스품질, 고객만족도, 재이용 의사와 관계를 검증하였다. 이 연구를 통하여 의료서비스품질은 고객만족도에 영향을 미치고, 질 높은 의료서비스품질과 고객만족은 재이용으로 이어진다고 하였다. 그리고 Bolton & Drew(1991)는 의료서비스에 대한 환자만족은 재이용의사에 유의한 상관관계가 있다

고 주장하였다.

Bitner(1992)는 좋은 물리적 환경은 소비자의 만족도를 높이고 이는 서비스품질에 대한 긍정적인 반응을 나타내 재이용 가능성이 높아진다고 하였다. Taylor & Cronin(1994)은 소비자와 기업 사이에 한 번으로 구매의도가 끝나는 것이 아니라 서비스 만족에 따라서 지속적으로 나타날 수 있다고 하였다.

소비자의 구매 후 행동은 구입한 제품에 대한 최종적인 평가를 반영할 뿐만 아니라 미래의 구매행동에도 영향을 미친다는 점에서 중요한 마케팅 정보가 되고 있다. 특히 재이용의도는 제품 또는 서비스를 다시 이용할 것인지에 대한 소비자의 평가를 가장 직접적으로 나타내는 지표로 많은 기업들이 이를 측정하고 있다(박종원 외, 2003). 또한 국내의 박용익(2000), 최귀선(2000), 박재산(2004) 등의 연구에서도 고객만족은 병원 재이용의도에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

이상에서 살펴본 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

H3. 요양병원의 고객만족은 재이용에 정(+)의 영향력을 미칠 것이다.

위의 가설을 토대로 요양병원의 서비스품질 요인인 전문성, 편리성, 접근성, 환경요인이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 다음 그림 1과 같이 연구모형을 구성하였다.

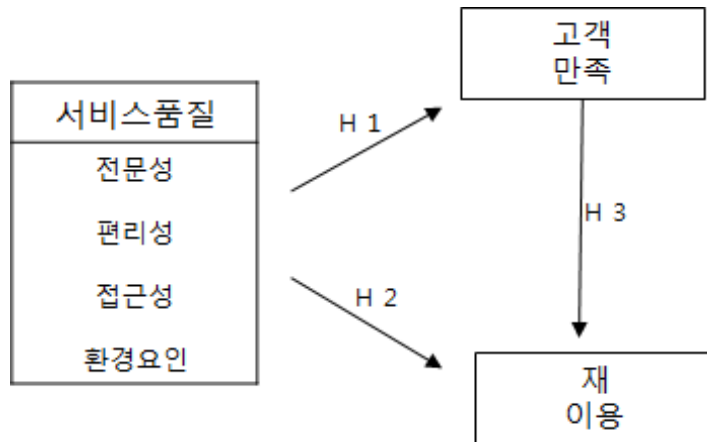


그림 1. 연구모형

2. 자료수집

본 연구는 요양병원의 서비스품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향을 분석하

기 위하여 부산, 경남지역의 8개 요양병원에 입원중인 환자 및 보호자들을 대상으로 2011년 6월 1일부터 6월 30일까지 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 연구 목적에 대해 상세하게 설명 한 후, 환자와 보호자의 동의를 얻어 구조화된 설문지를 자기기입식으로 작성하는 방법으로 수행되었다.

설문 문항은 의료서비스품질 요인의 전문성 9문항, 편리성 5문항, 접근성 3문항, 환경요인 6문항, 고객만족 6문항, 재이용의도 3문항에 대해 “매우 그렇다(5점), 그렇다(4점), 보통이다(3점), 그렇지 않다(4점), 매우 그렇지 않다(1점)”에 점수를 부여하였다. 총 400부의 설문지를 배포하였고, 환자 및 보호자의 응답이 부실하거나 설문 문항에 응답하지 않은 설문서 79부를 제외한 나머지 321부를 최종 분석에 사용하였다.

3. 분석방법

요양병원의 서비스품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향을 분석하기 위하여 통계 프로그램인 SPSS 15.0과 AMOS 7.0을 사용하였으며, 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 연구대상의 일반적 특성 및 기술통계량 분석을 실시하였으며, 척도 문항에 대한 신뢰성 및 타당성 분석(analysis of the validity and reliability)을 실시하였다

둘째, SPSS 15.0을 이용하여 서비스품질, 고객만족, 재이용의도의 요인분석을 실시하였다. 서비스품질의 전문성은 8개 요인으로, 편리성은 3개 요인으로, 접근성은 3개 요인으로, 환경요인은 5개 요인으로 추출하였다. 그리고 고객만족은 5개 요인으로, 재이용의도는 3개 요인으로 추출하였으며, 분석 변수들 간의 상관관계분석(correlation analysis)을 병행하였다.

셋째, AMOS 7.0의 구조방정식을 이용하여 모형의 적합도 분석과 가설검증을 통하여 요양병원의 서비스품질 요인이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향을 분석하였다.

IV. 연구결과

1. 연구대상자의 일반적 특성

대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시한 결과, 60대 이하는 65명(20.2%), 60-70대는 108명(33.6%), 70대 이상 148명(46.2%)로 약 80%가 60세 이상의 노인환자였다. 유병기간별 분포는 1년 이상 59.2%, 1년 미만 40.8%로 나타났으며, 입원기간별 분포는 6개월 미만 51.7%, 6개월 이상 48.3%로 조사되었다. 환자의 질

환 분포를 파악하기 위하여 다중응답 빈도분석을 실시한 결과 치매 26.6%, 고혈압 15.5%, 노환 13.0%, 뇌졸중 12.3%, 중풍 11.7%, 당뇨 11.5% 등의 순으로 조사되었다.

<표 1> 연구대상자의 일반적 특성

분 류		빈도(명)	백분율(%)
연령	60대 이하	65	20.2
	60~70대	108	33.6
	70대 이상	148	46.2
유병기간	1년 미만	131	40.8
	1년 이상	190	59.2
입원기간	6개월 미만	166	51.7
	6개월 이상	155	48.3
현재 질환	치매	141	26.6
	고혈압	82	15.5
	노환	69	13.0
	뇌졸중	65	12.3
	중풍	62	11.7
	당뇨병	61	11.5
	기타	19	3.6
	암	14	2.6
	호흡기질환	14	2.6
	간질환	3	0.6
합 계		321	100.0

2. 신뢰도 및 타당성 분석

본 연구의 가설 검증을 위하여 설문문항의 신뢰도 및 타당성 분석을 하였다. 먼저 타당성 검증을 위해 요인분석을 실시하여 요인적재량이 0.6이상인 값만 요인으로 추출하였으며, 설문문항의 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's α 계수를 통해 측정문항의 내적 일관성을 평가하였다.

<표 2>에서 측정항목의 신뢰도 검정 통계량을 살펴보면, 의료서비스품질 요인의 전 문성은 9개 하위요인 중 1개 항목수를 제거하였으며 Cronbach's α 는 0.9289, 편리성은 5개 하위요인 중 2개 항목수를 제거하였으며 Cronbach's α 는 0.8956, 접근성 3개의 Cronbach's α 는 0.8487, 환경요인은 6개 하위요인 중 1개 항목수를 제거하였으며 Cronbach's α 는 0.8219 이었다. 그리고 고객만족 요인은 6개 하위요인 중 1개 항목 수를 제거하였으며 Cronbach's α 는 0.9237, 재이용의도 요인 3개 하위요인의

Cronbach's α 는 0.8889이었다. Cronbach's α 계수가 모두 0.8이상으로 나타났다.

<표 2> 측정항목의 신뢰성 검정 통계량

연구단위		원래 항목수	제거 항목수	Cronbach's Alpha
서비스품질 요인	전문성	9	1	0.9289
	편리성	5	2	0.8956
	접근성	3	0	0.8487
	환경요인	6	1	0.8219
고객만족 요인	고객만족	6	1	0.9237
재이용의도 요인	재이용	3	0	0.8889

타당성 검증은 탐색적 요인분석을 통하여 살펴보았다. 측정도구의 개념타당성을 검증하기 위하여 주성분 분석을 실시하였으며, 요인들 간의 상호독립성을 유지하여 회전하는 방식인 직각회전방법을 통하여 분석하였다. 요인적재량의 기준은 0.6으로 설정하였으며, 최대설명력을 확보하는 기준으로 요인추출 고유값은 1.0을 기준치로 이용하였다.

요인분석을 위한 기본 가정인 각 측정변수 간의 적절한 상관성에 대한 가정을 확인하기 위한 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy) 표본 적합성 검증값은 0.794로서 0.5이상으로 높게 나타났다. 또한 Bartlett 검증 결과 역시 0.001 이하로 유의하게 나타나, 각 측정변수간의 적정수준 이상의 상관성이 있음이 확인되었으며 총 누적분산 적재율은 68.5%로 나타났다.

요인별 분산비율은 의로서비스품질요인의 전문성 40.8%, 편리성 5.4%, 접근성 4.2%, 환경요인 2.6%, 고객만족 15.1%, 재이용 3.0%로 나타났다. 요인의 특성을 측정하기 위해 32개 문항에 대한 요인분석을 실시하였으며, 다음 <표 3>와 같이 6개의 요인을 추출하였다. 의료진의 상세한 설명, 의료진은 나의 상태를 자주 확인 및 관심, 간호사의 전문성, 의료진의 친절함, 의료진과 대화 용이함, 양한방 협진서비스 제공, 맞춤형 재활서비스 제공, 의료진의 노인에 대한 이해의 8문항을 서비스품질의 전문성 요인으로 추출하였다. 편의시설(휴게실, 식당 등)이 좋음, 환자 및 보호자 중심의 시설, 간병인의 도움 용이의 3문항을 서비스품질의 편리성 요인으로, 집에서 가까움, 대중교통의 편리성, 주차시설의 용이성의 3문항을 서비스품질의 접근성 요인으로, 최신의 의료장비, 주변 환경이 조용하고 쾌적함, 병원내 시설이 청결, 환자의 식사 질 좋음, 재활 시설 좋음의 5문항을 서비스품질의 환경요인으로 추출하였다. 병원선택에 만족, 의료진에 만족, 행정절차 및 서비스에 만족, 병원시설에 만족, 프로그램에 만족의 5문항을 고

객만족 요인으로 추출하였고, 다시 입원시 재이용, 다른 사람에게 추천, 퇴원까지 있을 것임의 3문항을 재이용의도 요인으로 추출하였다.

<표 3> 요인분석 결과

구 분 설문문항	요인 변수					
	전문성	편리성	접근성	환경요인	고객만족	재이용의도
의료진의 상세한 설명	0.776	0.269	0.170	0.078	0.120	0.059
의료진은 나의 상태를 자주 확인 및 관심	0.760	0.205	0.244	0.067	0.076	0.179
간호사의 전문성	0.738	0.161	0.328	0.092	0.104	0.207
의료진의 친절함	0.737	0.280	0.267	-0.071	0.162	-0.021
의료진과 대화 용이함	0.733	0.185	0.285	-0.051	0.176	0.058
양·한방 협진서비스 제공	0.723	0.127	0.134	0.448	0.160	0.236
맞춤형 재활서비스 제공	0.693	0.137	0.133	0.011	0.117	0.383
의료진의 노인에 대한 이해	0.633	0.344	0.322	0.279	0.096	0.006
여가 프로그램 제공	0.557	0.287	0.116	-0.036	0.118	-0.068
편의시설(휴게실, 식당 등)이 좋음	0.311	0.793	0.203	0.064	0.127	0.107
환자 및 보호자 중심의 시설	0.232	0.729	0.133	0.057	0.122	0.238
간병인의 도움의 용이	0.391	0.719	0.237	0.146	0.128	0.110
사회복지(사) 서비스 제공	0.406	0.569	0.339	-0.011	0.238	-0.089
화장실, 샤워실의 용이	0.496	0.556	0.346	0.150	0.195	-0.021
집에서 가까움	0.329	0.088	0.793	-0.011	0.041	0.106
대중교통의 편리성	0.225	0.301	0.734	0.040	0.069	0.202
주차시설 용이성	0.392	0.162	0.728	-0.035	0.123	0.110
최신의 의료장비	0.083	0.176	0.238	0.797	0.018	-0.004
주변 환경이 조용하고 쾌적함	0.226	0.140	0.361	0.721	0.016	0.059
병원내 시설이 청결	0.315	0.220	0.193	0.680	0.146	-0.019
환자의 식사 질 좋음	0.280	0.242	0.271	0.676	0.099	0.191
재활시설 좋음	0.469	-0.223	0.194	0.640	0.127	0.053
쾌적한 실내온도 유지	0.471	-0.076	0.237	0.582	0.129	0.039
병원선택에 만족	0.144	-0.010	0.123	-0.063	0.811	0.008
의료진에 만족	0.147	0.072	0.036	-0.240	0.807	0.057
행정절차 및 서비스에 만족	0.210	-0.011	0.072	-0.265	0.790	0.056
병원시설에 만족	0.048	0.174	0.089	-0.025	0.774	0.069
프로그램에 만족	0.011	0.319	0.137	0.084	0.724	0.138
진료비에 만족	0.068	0.075	-0.011	0.076	0.592	0.069
다시 입원시 재이용	0.115	-0.017	0.032	0.188	-0.090	0.816
다른 사람에게 추천	0.083	0.138	0.075	0.287	-0.072	0.809
퇴원까지 있을 것임	0.155	0.081	-0.003	0.343	-0.189	0.685
Eigen Value	13.9	1.8	1.4	0.9	5.1	1.0
분산비율	40.8	5.4	4.2	2.6	15.1	3.0
누적분산비율	40.8	61.3	65.5	71.1	55.9	68.5
KMO: .794, Bartlett's Test: <.001, % of Variance: 68.5						

3. 상관관계 분석

본 연구에서 사용된 측정변수들의 관련성 여부를 알아보기 위해 상관관계분석(Correlation Analysis)을 실시하였다. 전문성은 편리성, 접근성, 환경요인, 고객만족, 재이용의도와 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 편리성은 접근성, 환경요인, 고객만족, 재이용의도와 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 접근성은 환경요인, 고객만족, 재이용의도에 양(+)의 상관관계가, 환경요인은 고객만족, 재이용의도와 양(+)의 상관관계가, 고객만족은 재이용의도에 유의한 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이들 변수들 간의 상관관계수 값이 1% 유의수준에서 양(+)의 관계를 가지고 있음을 알 수 있었다.

<표 4> 분석변수의 상관관계

분류	전문성	편리성	접근성	환경요인	고객만족	재이용
전문성	1.0000					
편리성	0.7917**	1.0000				
접근성	0.6328**	0.5649**	1.0000			
환경요인	0.7131**	0.7218**	0.7266**	1.0000		
고객만족	0.3235**	0.3727**	0.2152**	0.2930**	1.0000	
재이용의도	0.2958**	0.3185**	0.1446**	0.1999**	0.7625**	1.0000

*p<.05, **p<.01

4. 가설의 적합도

본 연구에서 제시한 연구가설을 검증하기 위하여 AMOS 7.0의 구조방정식을 이용하여 분석을 하였다. 구조방정식은 표본자료에 대한 가설의 적합도를 평가하는 여러 가지 척도를 제공하는데, 본 연구에서는 모수추정치를 도출하기 위하여 최대우도비추정방법(MLE)을 이용하였다. 전체 가설의 적합도를 알아보기 위해 카이제곱 값과 기타 적합지수를 적용하였다.

<표 5>에서 가설의 적합도 지수를 살펴보면, 절대부합지수의 카이제곱통계량 지수는 232.5, 기초적합지수(GFI) 0.808, 조정적합지수(AGFI) 0.821, 원소간평균차이(RMR) 0.021였으며, 증분부합지수의 표준적합지수(NFI) 0.884, 증대적합지수(IFI) 0.885, 비교적합지수(CFI)는 0.880로 나타났다. 본 연구의 가설에서 절대부합지수와 증분부합지수 모두가 최적기준에 근사하는 것으로 나타났다.

<표 5> 가설의 적합도 지수

구 분		최적기준	적합도 지수
절대부합지수	카이자승통계량(p-value)	$p > 0.05$	232.5(p(.001))
	GFI(기초적합지수)	'1'의 근사치	.808
	AGFI(조정적합지수)	'1'의 근사치	.821
	RMR(원소간평균차이)	$p < 0.05$.021
증분부합지수	NFI(표준적합지수)	'1'의 근사치	.884
	IFI(증대적합지수)	'1'의 근사치	.885
	CFI(비교적합지수)	'1'의 근사치	.880

5. 가설의 검증

본 연구에서 제안한 구조방정식에 대한 가설을 C.R값으로 검증하였다. C.R값은 연구 모형의 외생변수와 내생변수간의 관계에 대한 통합개념으로서 경로계수의 통계적인 유의성 검증지수이다. C.R값은 경로계수를 표준오차로 나눈 값으로 대체로 유의수준 95%에서 CR값이 1.96을 넘으면 두 변수 사이에 인과관계가 있는 것으로 판단하여 가설이 채택되었다고 판단한다. 가설에 대한 검정 결과는 <표 6>과 같다.

가설 1. '요양병원의 전문성은 고객만족에 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 C.R값 1.032, Estimate 0.057로 유의수준 0.05에서 가설이 기각되었다. 가설 2. '요양병원의 편리성은 고객만족에 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 C.R값 4.195, Estimate 0.172로 유의수준 0.05에서 유의한 정(+)'의 영향력이 있는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. 가설 3. '요양병원의 접근성은 고객만족에 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 C.R값 5.728, Estimate 0.259로 유의한 정(+)'의 영향력이 있는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. 가설 4. '요양병원의 환경요인은 고객만족에 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 C.R값 -0.746, Estimate -0.034로 유의수준 0.05에서 가설이 기각되었다.

가설 5. '요양병원의 전문성은 재이용의도에 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 C.R값 3.085, Estimate 0.142로 유의수준 0.05에서 유의한 정(+)'의 영향력이 있는 것으로 나타났다. 가설 6. '요양병원의 편리성은 재이용의도에 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 C.R값 3.382, Estimate 0.158로 유의수준 0.05에서 유의한 정(+)'의 영향력이 있는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. 가설 7. '요양병원의 접근성은 재이용의도에 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 C.R값 1.214, Estimate 0.048로 유의수준 0.05에서 가설이 기각되었다. 가설 8. '요양병원의 환경요인은 재이용의도에 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 C.R값 -1.074, Estimate -0.041로 유의수준 0.05에서 가설이 기각되었다. 가설 9. '요양병원의 고객만족은 재이용의도에 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 C.R값 19.381, Estimate 0.904로 유의수준 0.05에서 유의한 양(+)'의 영향력이 있는 것으로

나타나 가설은 채택되었다.

〈표 6〉 가설검증 결과

가 설	분 류	Estimate	S.E.	C.R.	p	채택여부
가설 1	전문성 → 고객만족	0.057	0.055	1.032	0.302	기각
가설 2	편리성 → 고객만족	0.172	0.041	4.195	0.001**	채택
가설 3	접근성 → 고객만족	0.259	0.045	5.728	0.001**	채택
가설 4	환경요인 → 고객만족	-0.034	0.046	-0.739	0.456	기각
가설 5	전문성 → 재이용의도	0.142	0.046	3.086	0.002**	채택
가설 6	편리성 → 재이용의도	0.158	0.047	3.361	0.001**	채택
가설 7	접근성 → 재이용의도	0.048	0.040	1.214	0.225	기각
가설 8	환경요인 → 재이용의도	-0.041	0.038	-1.078	0.283	기각
가설 9	고객만족 → 재이용의도	0.904	0.047	19.381	0.001**	채택

*p<.05, **p<.01

V. 고찰 및 결론

본 연구는 부산, 경남 지역 8개 요양병원의 입원환자와 보호자를 대상으로 구조화된 설문서를 통해 서비스품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향을 분석하기 위한 목적으로 수행하였다. 조사 대상자를 살펴보면, 60세 이상의 노인이 256명(79.8%)으로 대부분 보호자의 도움으로 설문조사가 진행되었으며, 부산, 경남 지역 8개 요양병원을 대상으로 조사하여 대표성에 일정 부분 한계가 존재하고 있다.

본 연구의 주요 결과를 고찰하면 다음과 같다.

첫째, 가설 1 요양병원의 전문성은 고객만족에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 이는 중소병원 환자를 대상으로 전문성과 고객만족의 관계를 연구한 윤관호 외(2010)와 노인전문병원의 전문성과 고객만족을 연구한 이웅재 외(2010)의 연구와 상반된 결과로 나타났다. 이러한 결과는 연구대상의 연령, 질병 등에 따라 서로 다른 결과로 나타났다. 윤관호 외(2010)는 중소병원의 다양한 연령, 질병군을 대상으로 연구하였으며, 이웅재 외(2010) 연구대상은 60대 이하가 42.4%로 나타났다. 하지만 본 연구의 대상은 60대 이상이 약 80%, 질병군도 노인성 질환인 치매, 고혈압, 뇌졸중, 노환 등이 주를 이루고 있다. 그러므로 만성적 노인성 질환을 가진 환자들에 비해 상대적으로 젊고, 다양한 질병의 환자군이 의료진의 전문성 즉, 의료진의 상세한 설명, 의료진이 상태를 자주 확인, 간호사의 전문성 등이 고객만족에 더 중요한 요인임을 알 수 있었다.

둘째, 가설 2 요양병원의 편리성은 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 요양시설의 서비스품질과 서비스만족간의 인과관계를 연구한 김인 외(2009)의 연구와 일치하였다. 김인 외(2009)의 연구에서는 의료서비스의 편리성 요인을 유형성으로 정의하였으며, 특히 최신의 편의시설, 병원 내·외부의 시설 및 환경 등은 고객만족에 유의한 영향력을 미친다고 주장하였으며, 본 연구와 일치하였다.

셋째, 가설 3 요양병원의 접근성은 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서울 및 경기 지역에 거주하는 20대 이상의 의료서비스를 경험한 소비자를 대상으로 의료서비스품질이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향을 연구한 최성용 외(2006)과 노인전문병원의 접근성과 고객만족을 연구한 이웅재 외(2010)의 연구와 일치하였다. 이는 일반병원, 요양병원 등을 이용하는 환자 및 보호자들에게 접근성은 고객만족의 중요한 요인임을 알 수 있다. 특히 요양병원인 경우 고령 환자가 많기 때문에 보호자의 접근성이 다른 병원보다 더 중요한 요인으로 나타났다.

넷째, 가설 4 요양병원의 환경요인은 고객만족에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 이는 의료서비스품질이 고객만족에 미치는 영향을 분석한 유동근 외(2009)의 연구와 중소병원 환자를 대상으로 환경요인과 고객만족의 관계를 연구한 윤관호 외(2010)의 연구와 상반된 결과이다. 이러한 결과는 의료서비스품질의 환경요인인 최신의 의료장비, 병원내 최신 시설 등은 만성적인 노인성 질환 및 요양을 위해 입원한 고령 환자들이 대부분인 요양병원에 비해 일반병원 환자들에게 상대적으로 고객만족에 더 중요한 요인임을 추정할 수 있다.

다섯째, 가설 5 요양병원의 전문성은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다양한 의료서비스를 경험한 일반인을 대상으로 의료서비스품질이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향을 연구한 최성용 외(2006)의 연구에서 의료진의 전문성은 재방문의도에 유의한 정(+)의 영향력을 미친다고 하였다. 이러한 결과는 본 연구의 대상이 되는 노인 환자들에게도 의료진의 전문성 즉, 의료진의 상세한 설명, 의료진이 상태를 자주 확인, 간호사의 전문성, 의료진의 친절함 등이 재이용에 큰 영향력을 미치는 것을 알 수 있다.

여섯째, 가설 6 요양병원의 편리성은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 가설 2와 동일하게 편리성은 고객만족과 재이용에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 군병원의 의료서비스품질이 진료가치와 환자만족에 미치는 영향을 연구한 조철호(2009)의 연구에서는 병원에서 제공하는 의료시설 및 환경, 행정서비스 등은 진료가치에 유의한 정(+)의 영향력을 미치고, 이는 재이용의도에 유의한 영향력을 미친다고 하였다. 그리고 김인 외(2009)의 연구에서도 의료서비스의 편리성 요인들은 재이용과 고객만족에 유의한 영향력을 미친다고

주장하여, 본 연구 결과와 동일하였다. 이러한 결과는 편리성은 고객만족과 재이용에 가장 중요한 요인임을 본 연구를 통해 알 수 있었다.

일곱째, 가설 7 요양병원의 접근성은 재이용의도에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 이는 정진홍 외(2012)의 정신병원 입원환자의 의료서비스품질이 만족도와 충성도에 미치는 영향에서 접근성은 재이용의도에 유의한 영향력이 없는 것으로 본 연구와 동일하게 나타났다. 하지만 병원의 규모에 따른 의료서비스품질이 고객만족과 재구매에 미치는 영향을 분석한 유동근 외(2008)의 연구에서는 서비스환경 요인인 접근성은 고객만족에 긍정적 영향을 미치고 이는 재구매의도에 유의한 영향력을 미치는 것으로 본 연구와 상반되게 나타났다. 이러한 결과는 요양병원, 정신병원과 일반병원의 환자의 특성에 따른 차이라고 할 수 있다. 일반병원 환자의 경우 요양병원, 정신병원 환자에 비해 외래 및 입원진료로 인하여 병원에 자주 내원해야 하는 경우가 많기 때문에 접근성이 재구매의도에 중요한 요인으로 작용한다. 하지만 요양병원, 정신병원의 경우, 한번 입원하게 되면 지속적으로 병원에 거주하는 경향이 많기 때문에 상대적으로 다른 요인들에 비해 접근성이 재구매의도에 유의한 영향력이 약한 것으로 사료된다.

여덟째, 가설 8 요양병원의 환경요인은 재이용의도에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 최신의 의료장비, 시설 및 환경의 쾌적함 등을 나타내는 환경요인은 요양병원의 재이용에 영향력이 없는 것으로 나타났다. 특히 만성적인 노인성 질환 및 요양을 위해 입원한 고령 환자들이 대부분인 요양병원은 최신의 의료장비 및 최신시설 등은 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다.

아홉째, 가설 9 요양병원의 고객만족도는 재이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 노인전문병원의 전문성과 고객만족을 연구한 이웅재 외(2010)의 연구, 중소병원 환자를 대상으로 전문성과 고객만족의 관계를 연구한 윤관호 외(2010), 질병의 중증도에 따른 의료서비스품질이 고객만족과 재구매의도를 연구한 유동근 외(2009)의 연구에서 동일하게 나타났다. 이러한 결과는 일반적으로 병원을 이용한 환자들의 만족도가 높으면 재구매의도가 높게 나타나는 당연한 결과라 할 수 있다.

본 연구에서 주목할 점은 요양병원의 특수성으로 인하여 일반병원과 상반된 결과가 있었다. 특히 입원환자의 대부분이 노인성 및 만성 질환으로 인하여 장기간 입원하고 있기 때문에 의료서비스품질 요인의 편리성, 접근성이 고객만족에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이렇게 편리성, 접근성으로 인하여 고객만족도가 높아지면 이는 재이용의도에 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 편의 시설, 환자 및 보호자 중심의 환경 등의 편리성은 고객만족과 재이용에 모두에 유의한 영향력이 있는 것을 나타났다. 그리고 의료서비스품질 요인의 전문성은 고객만족에 유의한 영향력은 없었지만, 재구매의도에는 유의한 정(+)의 영향력이 있는 것을 나타났다. 이러한 결과는 요양병원의 재이

용에 대한 결정은 대체적으로 환자가 아닌 보호자가 결정하기 때문에 보호자의 입장에서 요양병원의 의료의 전문성이 중요한 판단 기준임을 알 수 있었다.

본 연구를 통하여 요양병원의 고객만족과 재이용의도가 일반병원과 차이가 있는 것으로 나타났으며, 본 연구의 결과가 무한경쟁 시대에 노출되어 있는 요양병원들이 환자 만족과 재이용을 높이기 위한 경영전략을 수립하는데 중요한 참고자료가 될 수 있을 것으로 기대된다.

참 고 문 헌

- 강병서, 조철호, 김상한(2005). 병원의 서비스품질이 고객만족과 성과에 미치는 영향에 관한 연구, 중소기업연구, 27(1): 58-87
- 김양균, 정기택, 안영송, 이상은, 장영화, 한보라(2003). 치과 병의원의 의료서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 병원경영학회지, 8(3): 49-71
- 김인, 신학진(2009). 노인요양시설의 서비스품질이 서비스만족과 의사결정에 미치는 영향, 한국노년학회지, 29(2): 579-591
- 김통원, 윤재영(2005). 사회복지 서비스 품질관리, 도서출판 신정, 20-21
- 류정건(2006). 고령화 사회의 요양병원 선택요인에 관한 연구, 마케팅관리연구, 11(2): 101-130
- 박용익(2000). 한방병원 입원환자의 의료재이용 결정요인에 관한 연구, 대한보건협회학술지, 26(3): 317-324
- 박재산(2004). 국립대학병원 입원환자가 느끼는 의료서비스 질, 만족도, 고객 충성도간의 관련성 분석, 병원경영학회지, 9(4): 45-69
- 박종원, 윤성준, 최동춘(2003). 의료서비스품질과 이미지가 고객만족과 재이용 의사에 미치는 영향에 관한 연구, 서비스경영학회지, 4(1): 57-74
- 보건복지부 건강보험심사평가원(2011). 노인복지시설현황.
- 유동근, 서승원(2009). 질병의 중증도에 따른 의료서비스 품질과 병원의 명성이 고객만족과 재구매의도, 그리고 부정적 구전에 미치는 영향, 병원경영학회지, 14(4): 25-51
- 윤관호, 권미영(2010). 의료서비스품질요인이 서비스가치와 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구, 경영교육저널, 18: 37-59
- 윤명숙(1991). 서비스품질의 마케팅 전략적 활용에 관한 실증적 연구: 의료서비스를 중

심으로, 숙명여자대학교 박사학위논문.

- 염영희, 이인자(2010). 의료서비스 품질, 서비스 가치, 고객만족 및 고객충성도에 간의 인과관계, 간호행정학회지, 16(4): 497-506
- 이선희, 이혜진, 정상혁(2005). 의료서비스에 대한 고객충성도 관련요인 분석, 보건행정학회지, 15(2): 37-52
- 이용재, 최호규(2010). 노인전문병원의 의료서비스 품질이 고객만족과 재이용에 미치는 영향, 경영컨설팅 리뷰, 1(2): 87-112
- 이유재, 김재일, 김주영(1995), 서비스마케팅, 학현사.
- 정용길, 박종갑(2001). 서비스 품질과 고객만족 및 재구매의도에 관한 교차문화적 비교 연구, 마케팅관리연구, 6(2): 85-125
- 조송현(1995). 참여스포츠의 서비스품질과 고객충성도의 관계, 서울대학교 박사학위논문.
- 조철호(2009). 군병원의 의료서비스품질이 외래환자의 진료가치와 환자만족에 미치는 영향, 서비스경영학회지, 10(4): 173-200
- 정진홍, 권호장, 이상규(2012). 정신병원 입원 환자가 인지하는 의료서비스 품질이 만족도와 충성도에 미치는 영향, 병원경영학회지, 17(1): 23-42
- 최귀선(2000). 의료서비스 질이 환자만족도, 서비스가치, 재이용 의사에 미치는 영향에 대한 구조분석, 연세대학교 박사학위.
- 최성용, 정해경, 권미영(2006). 의료서비스품질이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구, 한국기업경영학회, 13(2): 51-65
- 최예지(2012), 요양병원의 선택에 영향을 미치는 요인 분석, 인제대학교 석사학위논문.
- 통계청(2011). 장애인구추계.
- 한금옥(1995). 입원환자의 서비스 만족도와 병원 재선택 의사와의 관련성, 병원행정연구학회지, 3(1): 103-122
- Anderson, E., Fornell, C., Lehmann, D. R.(1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden. Journal of Marketing, 58: 53-66
- Bearden, W. O., Teel, J. E.(1983). Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports. Journal of Marketing Research, 20(2): 21-28
- Bitner, M. J.(1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. Journal of Marketing, 6(2): 57-71

- Bolton, R. N., Drew, J. H.(1991). A longitudinal analysis or the impact of service change on customer attitude. *Journal of Marketing*, 55(1) : 1-9
- Bopp, K. D.(1990). How patient's evaluate the quality of ambulatory medical encounter's : a marketing perspective. *Jouranal of Consumer Research*, 17(3) : 375-384
- Brady, M. K., Cronin, J. J.(2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *J Mark*, 65(3), 34-49
- Cronin, T. J., Taylor, S. A.(1992). Measuring service quality: reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(7): 55-68
- Engel J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P. W.(1995). *Consumer behavior*, 8th edition, Chicago: The Dryden Press.
- John, J. (1991). Improving quality through patient-provider communication. *Journal of Health Care mark*, 11(4): 51-60
- Kotler, P.(2000). *Marketing management*, The millennium edition, NJ: Prentice Hall
- Martin, D., O'Neill, M., Hubbard, S., Palmer, A.(2008). The role of emotion in explaining consumer satisfaction and future behavioral intention. *Journal of Services Marketing*, 22(3): 224-236
- Oliver, R. L.(1997). *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*, New York: McGraw Hill.
- Rust, R. T., Oliver, R. L.(1994). *Service quality: Insights and managerial implications from the frontier*. Thousand Oaks CA: Sage Publications. 25-280
- Swan, J(1985). Deepening the understanding of hospital patient satisfaction: fulfillment and equity effect. *Journal of Health Care Marketing*, 5(3): 7-18
- Taylor, A., Cronin, J. J. Jr.(1994). Model patient satisfaction and service quality. *Journal of Health Care Marketing*, 14(1): 34-44
- Woodside, A. G.(1991). Commentary: What is quality and how much does it really matter?. *Jouranal of Health Care Marketing*, 11(4): 61-67
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman, A.(1996). The behavioral consequences of service quality. *The Journal of Marketing*, 60(2): 31-46