

환자만족도와 마케팅전략

- S 대학부속 한방병원을 중심으로 -

연세대학교 보건환경대학원

보건관리학전공

한 선 자

환자만족도와 마케팅전략

- S 대학부속 한방병원을 중심으로 -

지도교수 남 은 우 교수

이 논문을 석사 학위논문으로 제출함

2006 년 12월 일

연세대학교 보건환경대학원

보건관리학전공

한 선 자

한선자의 석사 학위논문을 인준함

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

연세대학교 보건환경대학원

2006년 12월 일

차 례

그림차례	iii
표차례	iii
국문요약	iv
I. 서론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구목적	2
II. 문헌고찰	2
1. 환자만족도	2
1) 환자만족도의 개념	2
2) 환자만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구.....	3
2. 마케팅	5
1) 병원마케팅의 개념	5
2) 병원마케팅 믹스	6
3) 병원 마케팅 전략	9
III. 연구방법	10
1. 조사대상자 및 자료수집방법	10
2. 연구모델	11
3. 조사내용	12
1) 독립변수	12
2) 종속변수	13

4. 분석방법	13
VI. 연구결과	14
1. 응답자의 기본적 특성	14
1) 응답자의 일반적 특성	14
2) 응답자의 병원이용 특성	16
3) 응답자의 병원 선택 동기	17
2. 만족도 현황	18
1) 입원 이용 만족도	18
2) 외래 이용 만족도	20
3. 입원 환자 및 외래환자의 만족도 차이분석	22
1) 입원 및 외래환자의 전반적 만족도 비교	22
2) 입원 및 외래환자의 항목별 만족도 비교	22
3) 입원 및 외래 환자의 이용 단위별 만족도 비교	23
4. 전반적인 만족도에 영향을 미치는 요인 회귀분석	29
V. 고찰 및 병원 마케팅전략	33
1. 고찰	33
2. 병원 마케팅전략	39
VI. 결론	41
1. 연구결과	46
2. 병원의 마케팅 전략	43
참고 문헌	45
설문지	48
영문 초록	57

그림 차례

<그림 1> 연구모델11

표 차례

<표 1> 입원·외래환자의 일반적 특성 15
<표 2> 병원이용에 관한 특성 16
<표 3> 병원을 선택한 가장 큰 이유 17
<표 4> 입원 이용만족도 19
<표 5> 외래 이용만족도..... 21
<표 6> 입원·외래간 전반적 만족도 비교 22
<표 7> 입원·외래 항목별 만족도 평균값 비교 23
<표 8> 일반시설 24
<표 9> 접수과정 25
<표 10> 한방진단실 25
<표 11> 진료대기 및 진료실 26
<표 12> 간호직원 26
<표 13> 한의사직 서비스 27
<표 14> 한방약국 부분 28
<표 15> 정산(퇴원수납) 28
<표 16> 입원환자의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 위계적 회귀
분석 30
<표 17> 외래환자의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 위계적 회귀
분석 32

국문 요약

본 연구의 목적은 중소도시에 위치한 한방병원을 이용한 입원 및 외래 환자를 대상으로 설문지를 이용하여 의료 서비스 만족도를 파악하고, 만족도에 영향을 미칠 수 있는 요인을 파악하여, 병원의 마케팅 전략방안을 제시하는데 있다. 조사된 자료는 입원과 외래로 나누어 분석을 하였으며 만족도 차이는 t 검정으로 하였고, 만족도에 영향을 미칠 수 요인은 다중회귀분석을 시행하였다. 다중회귀분석에 사용된 변수는 병원선택동기, 병원이용특성, 사회인구학적특성이었다.

연구결과와 연구병원의 마케팅 전략방안은 다음과 같다.

1. 결과

첫째, 입원환자와 외래환자의 만족도 현황을 살펴 본 결과, 입원, 외래 모두 만족도가 높은 항목은 한의사와 간호직원이었다. 입원환자의 경우 병실환경과 퇴원수납 항목에서, 외래환자의 경우는 진료대기 및 진료실과 정산수납에서 만족도가 낮았다.

둘째, 입원과 외래의 만족도차이 분석 결과 전반적 만족도 차이는 없었다. 입원과 외래의 만족도 차이는 일반시설의 항목 중 주차장 부분, 병원로비 정리정돈, 내부 환기, 화장실 이용에서 유의한 차이를 보였다.

셋째, 입원과 외래의 전반적 만족도에 유의한 영향을 미치는 요인은 입원환자의 경우 입원경험이 있는 경우는 부(-)로, '다른 사람과 다른 병원의 권유', '이전부터 다니던 곳' 때문에 선택한 경우는 정(+)으로 만족도에 영향을 미치고 있었다. 외래의 경우는 연령과 교육 변수가 통계적으로 유의하게 영향을 미친 것으로 나타났으며, 연령이 높고 교육수준이 낮은 경우 만족도가 높았다.

2. 마케팅 전략

이상의 연구결과에 의해 수립 할 수 있는 환자 마케팅 전략은 다음과 같다.

첫째, 서비스 개선을 위하여 의료인 및 직원들에게 서비스 질을 높여야 한다. 이를 위하여 기술적인 면, 충분한 설명, 친절 등과 관련된 교육 및 훈련을 시킬 수 있는 프로그램이나 표준화된 업무지침을 개발하여야 한다. 한방만의 차별화되고 전문성을 살린 비만클리닉, 성장클리닉, 중풍후유증클리닉 등, 노인성질환과 관계된 과를 브랜드화 한다.

둘째, 가격요소로서, 한방진료비에 대한 현실화를 위해서는 한방의료비 중 비급여 품목을 한방의료보험화를 위한 노력을 하여야 한다. 그러나, 이 문제는 국가적인 보험정책이므로 본 병원입장에서는 환자들에게 청구 내역서에 대해 충분한 설명을 해 주는 것이 필요하다.

셋째, 접근성 제고 방안으로서, 접수대기시간, 진료대기시간 불만족 원인을 찾아 시스템을 개선하고 원무과나 진료실 대기 장소 앞에 대기 순서 및 시간을 알리는 게시판을 설치토록 한다. 또한, 전화나 인터넷 서비스 활용하여 환자들에게 진료상담을 하거나 진료예약 및 고객들에게 필요한 정보를 제공해준다. 편의시설 부분의 개선을 위하여 주차 공간 확보, 화장실, 휴게실 등은 병원 여건을 고려하여 우선순위를 정하여 개선하여야 할 것이다.

넷째, 촉진요인으로서, 충성고객 관리를 위하여 고객카드관리, 할인, 정기적인 건강 상담을 제공토록 한다. 또한, 지역의료봉사 참여, 지역사회 주민을 대상으로 건강강좌를 실시하여 지역사회와의 유대관계를 강화하므로서 잠재적인 환자관리를 하도록 한다. 이러한 병원의 새로운 정책 변화를 지역 언론등을 통하여 홍보토록 한다.

I. 서론

1. 연구의 필요성

병원은 최근, 국민의 삶의 질 추구하고 건강증진에 대한 욕구증가, 의료 환경이 공급자 중심에서 소비자 중심으로 변화 하면서 경영환경도 당연히 바뀌어가고 있다.

한방의료기관은 2004년 현재 한방병원 154개 한의원 9,196개로 1994년에 비해 한방병원은 2.4배 한의원은 1.7배로 증가 하였고(2005,통계청), 대규모 시설의 양·한방 협진병원을 세우고 있으나 이 가운데 도산하는 한방병원도 생겨나게 되었다. 이용세(1997)의 연구에서 양방의료 환경의 변화는 한방 의료가 양방의료와는 특성이 다르고 이용하는 환자 구성도 다르고 의료서비스도 서로 다르나 모두 양질의 의료서비스 제공이라는 목적을 가지므로 한·양방 이원화된 의료제도를 취하고 있는 우리나라의 한방병원은 다른 한방병원뿐 아니라 양방병원과도 경쟁해야 하는 상황이라고 볼 수 있다고 하였다.

그러나 병원은 비영리 조직체로서 기업처럼 적극적으로 마케팅을 할 수가 없기 때문에 고객만족을 통하여 수익을 창출할 수밖에 없다. 또한 병원은 의료소비자인 환자의 선호도에 따라 선택되어지기 때문에 소비자의 욕구에 초점을 맞출 수밖에 없다. 경제적 여건이 나아지고 의료가격이 상대적으로 낮은 우리나라의 의료소비자들은 무형 유형의 의료서비스 품질을 가지고 병원선택의 기준을 삼으려고 한다. 이러한 환경변화에 처한 한방병원도 현재의 경쟁적 위기 상황에서 벗어나려면 환자불만족 요인을 먼저 해결하려는 의료서비스 질 개선이나, 한방전문성을 살린 한방전문병원이나 양·한방 협진 체계를 갖춘 차별화되고 개별적인 마케팅 전략으로 접근하는 것이 바람직하다.

병원 경영 성과를 제고하기 위해서 고객만족을 시켜야 하는 이유는, 고객은 서비스만족을 하여야지만 재 구매율이 높기 때문이다. Donabedian(1996)도 의료의

질이 환자만족도에 중요한 영향을 미치고, 만족한 환자의 경우 의료서비스를 지속적으로 이용한다고 하였으며, 박용익(2000)의 연구에서도 의료진의 친절도, 진료비, 전반적인 환경상태 등의 환자만족도가 의료재이용의사에 영향을 미친다고 하였다.

따라서 본 연구는 중소도시에 위치한 한방병원 이용 환자의 만족도를 조사하여 이용하는 환자들의 불만요인을 규명하고자 하며, 병원선택동기, 병원이용특성, 일반적 특성 등의 변수들이 전반적 만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하여 병원 마케팅전략에 필요한 자료를 제시하고자 한다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 W시에 소재하는 일개 대학부속 한방병원을 방문한 외래환자 및 입원환자를 대상으로 의료 서비스 만족도를 파악하며, 입원과 외래의 만족도차이를 분석하고, 만족도에 영향을 미칠 수 있는 요인을 규명하고자 한다.

본 연구의 구체적 목적은 다음과 같다.

- 1) 한방병원 이용환자의 만족도 현황을 파악한다.
- 2) 입원환자와 외래환자간의 만족도 차이를 파악한다.
- 3) 외래 및 입원환자의 전반적 만족도에 영향을 미치는 요인을 알아본다.
- 4) 위의 관련 요인을 고려하여 병원의 마케팅전략을 제시하고자 한다.

II. 문헌고찰

1. 환자만족도

1) 환자만족도의 개념

고객만족이란 고객들이 의료서비스를 이용하기 전이나 이용하는 동안 그리고

이용한 후에 서비스와 관련된 자극에 대해 인지한 가치판단이며 지속되는 반응이라고 정의할 수 있다. 즉, 서비스 자극에 대해 고객은 나름대로의 기준에 의해 평가하고 서비스의 가치를 판단하며 이러한 결과로서 일정한 반응을 보이게 된다는 것이다. 이는 고객의 성격이나 평소 지향하는 가치, 경험 등이 이들 과정에 영향을 미치기 때문이다(강형미, 2004).

Westbrock(1996)은 고객만족을 '다양한 산출에 대한 개인적 선호의 주관적인 평가'라고 하였다. Willams(1990)는 환자의 만족도는 진료의 과정, 결과, 구조를 반영할 수 있는 척도이며, 진료비용, 진료의 용이성, 진료의 기술적이고 인간적인 면, 진료성과를 포함한 다차원적인 개념으로 나타난다고 하였다.

Mayers(1967)는 양질의 의료서비스를 다음과 같이 정의 하였다.

첫째는 양질의 의료서비스는 모두가 편리하게 이용할 수 있도록 접근성이 있어야 하며 재정적, 지리적, 사회문화적으로 주민들에게 필요한 보건의료서비스를 제공하는데 있어서 장애를 받아서는 안 된다고 하였다.

둘째는 보건의료의 내용에는 예방, 치료, 재활 및 보건 증진사업과 관련된 다양한 서비스가 포함되어 있어야 한다고 하였다.

셋째는 보건의료의 의학적 적정성과 사회적 적정성이 동시에 제공될 수 있는 질적인 측면이라 하였다.

넷째는 지속성이 필요하다고 하였다. 각 개인에게 시간적, 지리적으로 상관성을 가지고 적절히 연결되어야 한다고 하였다.

다섯째는 효율적으로 의료의 목적을 달성하는데 투입되는 자원의 양을 최소화하거나 일정한 자원의 투입으로 최대의 목적을 달성 할 수 있어야 한다고 하였다.

2) 환자만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

병원의 의료서비스를 이용하는 환자의 전반적인 만족도에 영향을 주는 요소로는 크게 병원의 유형, 병원의 이용경험요인, 사회인구학적 요인이 있다. 병원의 유

형으로 한방병원, 양방병원이 있으며, 병원이용 경험요인으로는 진료요인, 행정 및 서비스요인, 환경 및 시설편의성 요인이 있고, 사회인구학적 요인으로 성, 연령, 학력, 소득, 직업 등이 있다.

병원 유형별 환자 만족도에 관한 연구들 중 박상태(1999)의 연구에서는 양·한방의료기관의 선택변수와 병원 특성 요인, 접근성, 한방에 대한 인식요인, 대인관계요인 순으로 병원의 선택동기를 꼽았으며, 만족도 수준도 한방이 높고 한방이용자일수록 병원특성요인을 중시하였다고 하였다. 이선희(2002)의 연구에서는 병원선택요인이 양방이용자의 경우 현대적인 시설과 장비를 선호하는 반면, 한방이용자는 전문적인 병원이기 때문에 선택한다고 하였다. 이는 병원 유형에 따라 한방병원과 양방병원을 선택하는 기준이 다르다고 할 수 있다. 이미애(2000)연구에서도 병원선택동기가 한방이용자가 뚜렷한 목적 하에 한방병원을 선택한다고 하였다. 박성순과 남철현(1999)의 연구에서는 한방진료 효과가 좋다고 생각하는 사람이 한방 의료를 이용한 경우가 많았으며, 한방에 대한 기대가 높아서 선택을 하게 된 경우 진료 후 만족도 수준이 높게 나타났다.

병원이용경험이 전반적 만족도에 크게 미치는 요인에 관한 연구들 중 정석규(2000)연구에서 진료과별 환자만족도 수준이 다르다고 하였고, 강형미(2004)는 병원의 진료, 행정환경 및 시설 서비스가 만족도에 차이가 있었으며, 한방병원 이용 후 품질정도, 충족도가 낮으면 재이용의사가 없다고 하였다. 서판수와 김용대(2001)는 수납창구직원의 불친절과 병원부대시설, 주차시설, 매점이용 등이 불만족한다고 하였다.

이해종외(1997)는 우리나라 국립대학병원끼리의 입원·외래 환자 간 만족도 차이가 있음을 밝혔으며 전반적인 만족도가 높을수록 병원 재 선택 확률이 높고, 주위권유여부도 높게 평가 되었다. 배성권외(2005)연구에서 입원환자와 외래환자와의 만족도 요인의 차이가 있다고 하였는데, 입원환자 만족도에 영향을 미치는 요인은 병원 내 의사, 간호사 등의 인력이 제공하는 서비스와 친절도와 관계된 인력요인, 병실 및 부대시설 등의 시설요인, 의료서비스 제공과 관련된 서비스 요인 등이 있고, 외래만족도 요인은 진료절차 및 소요시간 등의 서비스 요인과, 진찰 공간 등의 시설적요인, 의사, 간호사 등의 친절도 등의 인력요인 등으로 구분된다고 하였

다.

따라서 의료진의 친절과 기술수준, 편의시설 등의 개선은 주위권유로 인한 새로운 고객확보를 가져오게 할 것이다.

2. 마케팅

1) 병원마케팅의 개념

마케팅이란 개인이나 조직의 목표를 달성하기 위해 어떤 가치에 대해 표적시장과 자발적인 교환이 유발되도록 고안된 공식화된 프로그램을 신중하게 분석, 기획, 수행, 통제하는 것이라고(kotler, 1997) 하였으며, H.S Rowland와 B.L. Rowland(1984)는 병원마케팅개념을 '소비자, 즉 환자가 필요로 하는 의료서비스를 파악하고 이에 부응하는 의료서비스 등을 제공함으로써 국민건강의 유지, 향상에 기여하고 동시에 병원의 유지, 발전, 및 병원의 설립목적을 달성하고 병원의 모든 경영활동을 합리적으로 수행하는 과정이다'라고 정의하였다.

병원마케팅은 다른 비영리조직의 마케팅과 구별되는 것이 병원조직이 제품보다는 서비스의 생산을 수행하며, 공공의 책임을 져야하는 비영리조직으로서 수많은 규제를 받는다고(박병희, 1986) 하였으나, 오늘날과 같은 정보화 사회에서는 정부, 공공단체, 교회, 학교, 병원 등의 비영리 기관에서도 마케팅활동을 통해 얻은 정보들을 조직내 의사결정에 적극적으로 활용하고 있다(미야에이지 저/ 윤상근 역, 1992; 채서일, 1993).

병원도 이제는 영리기업과 마찬가지로 마케팅의 각 요소들을 포함하고 있는데 그 서비스의 소비자는 '환자'라는 용어를 가진다. 따라서 병원과 환자 사이에는 의료서비스의 교환관계가 이루어지게 되며 영리조직인 기업과 마찬가지로 소비자와의 관계, 객체(상품 및 용역)의 존재, 교환의 발생, 시장 및 경쟁의 존재 등 마케팅 활용을 위한 필요한 요소들을 갖고 있다(황용철,1999).

Arnold(1987)는 병원에서 마케팅 개념을 도입하여 활용시 반드시 지켜야 할 요소는 첫째, 환자 중심적이어야 하며 둘째 환자의 만족도가 전제 되어야 하며, 셋째, 병원의 내부에서 통합되어 총체적으로 병원의 궁극적인 목적에 부합되게 관리, 시행되어야 한다고 제시 하였다.

전 국민 의료보험제도로 인하여 의료수요의 증가와 의료 시장의 규모도 양적으로 증가를 하였다. 따라서 병원들 간에는 치열한 경쟁관계가 형성되고 이런 경쟁에서 병원의 생존을 위해, 경쟁우위를 확보하기 위해 환자의 욕구를 파악하여 그들의 요구와 욕구를 최대한 충족시켜 줄 수 있는 의료서비스를 제공하는 마케팅을 세워야 한다.

또한 병원은 시장세분화를 통해 미래의 의료서비스 수요를 예측하며 고객인 의료소비자의 각각의 특성화에 적합하도록 세분화된 의료시장을 평가하여야 한다.

2) 병원마케팅 믹스

마케팅 활동은 소비자와 공급자간에는 교환이 이루어지는 것을 말하며 마케팅을 위해서는 4가지 요소를 꼽는데 이를 4P라고 하기도 하며 마케팅 믹스(marketing mix)활동이라고도 한다. 4P란 제품(product), 가격(price), 유통(place), 촉진(promotion)을 지칭한다. Keith는 이 4P를 병원환경에 맞게 SCAP, 즉 Service(product의 개념), Consideration(price의 개념), Access(place의 개념), Promotion으로 분류하여 제시하였다(Keith, 1985).

(1) 서비스(service)

의료시장은 기업의 마케팅활동과는 의미가 다르다고 볼 수 있는데 의료서비스는 가변적이고 인간의 직접적인 육체적·정신적 노력에 의해 소비자에게 제공되는 무형의 서비스이므로 철저한 질적 관리와 신용이 최고의 목표가 되어야 한다. 소비자는 일반 제품이나 다른 서비스에 비해 충분한 쇼핑을 할 수 없기 때문에

전적으로 공급자가 제공하는 서비스에 의존할 수밖에 없는 특징이 있다. 따라서 병원은 표적시장인 소비자의 요구나 욕구를 명확히 파악해야 하며 현재 제공하고 있는 서비스에 대한 평가도 계속하여야 한다. 그래서 소비자 만족과 기대에 부응하는 새로운 서비스를 도입하거나 기존 서비스에 대한 수정 및 조정이 필요하다. 산업화되고 다변화된 사회일수록 소비자의 의뢰서비스에 대한 요구와 바람은 까다롭고 복잡하며 공급자 측면에서도 끊임없이 새로운 서비스를 창출해내는 경향이 있다.

(2) 수가(Consideration)

마케팅 믹스에서 수가(가격)란 제품을 구입하기 위해 소비자가 치러야 하는 금액을 결정하는 것을 말한다. 즉, 의료시장에서는 의뢰서비스를 받은 대가로 의료 소비자가 제공자에게 지불하는 금전적 가치를 말한다. 소비자에 의해 가격이 직접 지불되면 가격은 서비스 이용의 장애물이 될 수 있다. 그러나 가격이 직접 지불되지 않으면 소비자는 가격(비용)에 무관심하게 되고 그 결과 가격은 서비스를 이용하려는 의사결정에 중요한 변수로 작용하지 않게 된다.

우리나라의 경우, 정부가 의료수가를 통제하고 있는 보험체계 때문에 의료수용의 가격 탄력성이 특별한 경우를 제외하고는 상당히 비탄력적이어서 기업의 저가전략이나 고가전략을 사용하는 것과는 상당히 다르다(이미애, 2001).

(3) 접근 및 전달(Access and Delivery)

마케팅믹스에서 유통(접근)전략이란 제품을 생산자로부터 최종소비자인 고객에게 전달하는 과정을 결정하는 것을 의미한다. 병원마케팅은 잠재소비자가 환자가 되어 실제 소비자가 되었을 때 이들을 당해 병원의 구매자로 끌어들이는 활동을 의미한다. 아무리 훌륭한 의뢰서비스라도 소비자가 원하는 시간이나 장소에서 제공하지 못한다면 소비자에게는 아무런 소용이 없다. 그래서 접근과 전달방법을 소비자 중심으로 만드는 것이 병원 마케팅에서 제일 중요하다.

기업은 유통경로와 수송방법을 결정하는데 얼마나 합리적이고 효과적인가에 따라서도 경쟁우위를 확보 할 수 있다고 믿고 있다. 이에 반해, 의료서비스는 지역성이 강해 접근 및 전달요소가 소홀해질 가능성도 크나 대기시간의 감축, 의사와의 면담시간의 충분한 확보, 검사시간의 감축과 빠른 결과통보, 입·퇴원 등 이용절차의 간소화 등이 접근과 전달을 높여주는 유용한 방법이 된다. 결국 병원마케팅에서 접근과 전달은 소비자가 보다 적은 고통과 비용을 찾는 탐색에 대한 해답이라고 할 수 있다.

(4) 촉진(Promotion)

마케팅믹스에서 촉진전략이란 해당 제품의 효능에 대해서 실제 고객이나 잠재 고객을 대상으로 효과적으로 정보를 제공하거나 설득하는 활동을 말한다. 이는 제품이나 서비스를 정해진 가격에 구매하거나 계속적으로 구매하도록 유도할 목적으로 이루어진다. 즉, 촉진이란 소비자의 잠재적 수요를 표면화시켜 실제수요로 전환시키는 수요창출이자 수요자극이다. 따라서 병원과 마케팅의 개념이 쉽게 융화되지 못하는 것이 바로 이러한 촉진요소 때문이다. 사실 병원마케팅은 기업의 판매촉진을 위해 가격할인이나 쿠폰, 무료건본, 경품 등을 지급할 수도 없다. 병원마케팅에 대한 비난 대부분이 이러한 촉진요소에 집중되어 있으며 촉진활동을 수요를 창출하는 선전쯤으로 생각하는 경향도 있다 그래서 마케팅 개념이 병원조직의 목표와는 일치할 수 없다고 비난하기도 한다.(Kortler P. & Clarke R. N., 1987).

그러나 소비자들은 제공되는 서비스의 형태, 범위, 질 등과 서비스가 제공되는 장소, 시간, 가격 등에 대한 정보가 필요하다. 즉, 서비스, 수가, 접근 및 전달방법에 대한 다양한 정보를 제공하는 촉진이야말로 소비자로 하여금 최종구매 결정을 할 수 있게 하며, 또한 촉진은 필요로 하는 지식과 정보의 제공뿐만 아니라 병원조직의 명성이나 이미지도 제공한다. 이러한 병원마케팅에서 촉진은 기업의 마케팅과 가장 큰 차이를 두고 실행되어야 하는 부분인데, 이것은 병원 마케팅이 갖고 있는 윤리적·현실적 제약 때문이다.

3) 병원 마케팅 전략

병원 마케팅 개념과 기법을 적절히 사용하면 경영성과에 긍정적인 영향을 미치게 될 것이다. 마케팅 목표인 고객만족을 위하여 마케팅 전략을 효율적으로 구상하여야 한다.

박성환과 손진혁(1999)은 전략유형이론을 근거로 병원경영전략을 제시하였는데 Miles & Snow의 환경을 분석·해석하고 대응하는 전략과 Porter의 차별화전략, 원가우위전략, 집중화전략을 이용하여 병원경영전략을 제시하였다. 즉, 차별화 전략으로 타 병원과 서비스나 장비에서 차별화를 하고 원가우위전략으로 병원내부 비용절감과 생산성 향상을 들었고, 집중화 전략으로 특정 환자집단에 치중하는 것이라고 하였다. 손일락(1991)은 '본래 마케팅 활동은 마케팅 목적을 달성하기 위하여 활용되어진다고 하였으며 기본적인 방법은 시장기회분석을 통해 마케팅환경을 분석을 하게 되며 시장기회에 대한 표적시장 선정, 포지셔닝을 하며 제품의 시장성이 확인되고 대표적인 표적시장도 정해지게 되면 이를 기초로 마케팅믹스를 개발하는 것이다'고 하였다. 이 경우 마케팅 전략의 핵심은 제품 및 서비스의 차별화와 시장세분화를 전제로 성립하는 포지셔닝 전략이다.

박창식(1996)은 병원경영의 마케팅전략으로 환자중심병원으로 시스템을 전환하고 차별적 전략을 세워야 한다고 하였다. 즉, 의료소비자들의 욕구를 파악하고 병원경영관리를 환자중심으로 시스템을 구축해야한다고 하였다. 조경희(2002)는 병원 마케팅 전략을 의료서비스전략은 우수인력확보, 최신의료장비 확충, 병원자체의 진료절차 개선, 환자고충상담, 진료의 특성화 및 전문화를 제시하였고, 가격은 의료수가의 차별화와 의료수가산정의 합리화를 들었다. 유통경로는 전문경영인에 의한 책임경영제 도입, 새로운 병원문화 정립을 들었으며 의료촉진전략으로 적정홍보의 활성화, 의료정보체계의 구축 등을 제시하였다.

강익화(2000)는 환자들을 대상으로 병원에 대한 이미지를 파악하여 병원경영의 마케팅 전략방안을 제시 하였다. 김항석외(1999)에서 병원 재이용 하지 않는 이

유는 직원의 불친절, 의사의 진료를 믿을 수 없어서라고 하였다. 박용익(2000)은 의료진의 친절도, 병원의 편의시설, 진료비, 의사수준이 만족도에 영향을 미치고 병원 재이용의사에 영향을 미친다고 하였다. 주은덕(2001)은 병원 재선택에 있어서 서비스의 신뢰성요인, 의사의 태도와 의사의 실력, 의술의 신뢰성, 명성과 전통의 이미지에 의해 선택된다고 하였다.

이러한 연구결과들을 통하여 의료서비스 만족도가 병원 재선택에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 병원경영전략으로 의료서비스 개선이나 질 향상을 통한 차별화되고 전문화된 병원 마케팅 전략수립이 필요하다.

Ⅲ. 연구방법

1. 조사대상자 및 조사방법

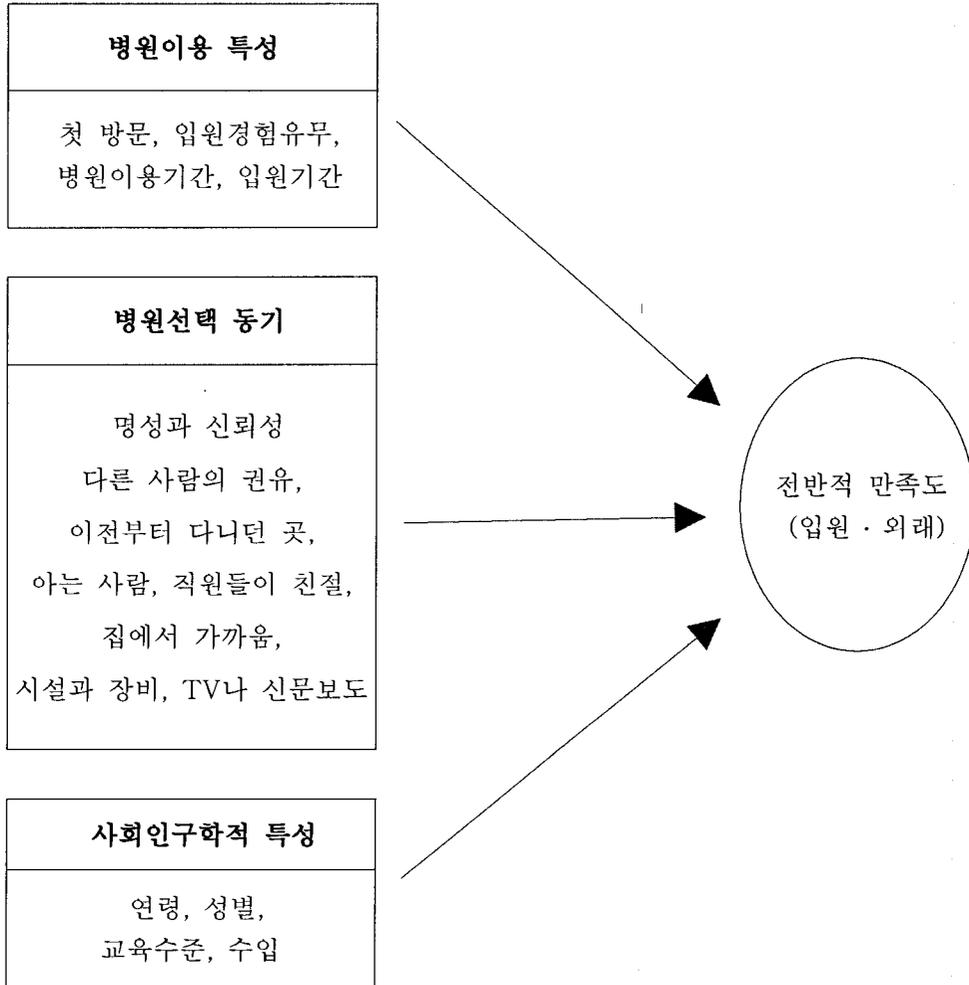
본 연구의 조사대상자는 W시 소재의 95병상 규모의 한 대학부속 한방병원을 이용한 입원 환자 100명, 외래환자 210명을 대상으로 하였다. 입원환자의 경우는 퇴원시에 조사하였으며 입원중이더라도 중간 정산 과정을 거친 환자를 포함 하였다. 외래의 경우도 진료완료 후 정산 과정을 마친 환자를 조사하였다.

자료수집 방법은 2006년 8월10부터 9월 20일까지 걸쳐 연구대상병원을 이용한 외래 및 입원환자를 대상으로 연구목적을 설명하고 자기보고식 방식으로 구조화된 설문도구에 답하도록 하였다. 환자본인이 작성이 어려운 경우는 연구자가 직접 설명하고 기록하였으며 의사소통이 어려운 환자의 경우는 보호자가 작성하게 하였다.

자료수집결과 자료 중 불완전하거나 부적절하다고 판단되는 자료7부를 제외하고, 입원환자는 95부, 외래환자 208부를 합한 총 303부가 최종분석의 대상이 되었다.

2. 연구모델

본 연구의 모델은 <그림 1>과 같다. 병원이용특성, 병원선택 동기, 사회인구학적 특성이 입원·외래의 전반적 만족도에 미치는 요인에 대해 알아보고자 한다.



<그림 1 > 연구모델

3. 조사내용

본 연구에서 환자의 전반적 만족도에 영향을 미치리라고 고려한 독립 변수는 세가지 변수군으로 설정하였다. 독립변수군은 병원선택동기, 병원이용특성, 사회인구학적 특성이며, 종속변수는 전반적인 만족도이다.

1) 독립변수

첫째로 병원이용특성 항목으로 첫 방문, 입원경험유무, 병원이용기간, 입원기간으로 분류하였다. 첫 방문이 아닌 경우=0, 첫 방문인 경우=1, 입원경험은 입원경험이 없는 경우=0, 입원경험이 있는 경우=1, 병원이용기간은 1년 미만=0, 1년 이상=1로 분석하였으며, 입원기간은 10일미만=1, 10이상-30일미만=2, 30일 이상=3으로 분류 하였다.

둘째로 병원선택동기에 관련된 항목으로 한방병원의 명성과 신뢰성, 한방병원의 시설과 장비 때문, 한의사 및 직원들이 친절해서, 한방병원에 아는 사람이 있어서, 다른 사람들 또는 다른 병원의 권유로, 집에서 가까우므로, 이전부터 다니던 곳이라 나의병력에 대해 잘 알고 있으므로, TV, 신문등의 보도 홍보 때문에게 있다. 이러한 변수들은 5개의 응답범주(1=전혀 고려하지 않음, 2=거의 고려하지 않음, 3=보통, 4=약간 고려함, 5=상당히 고려함)를 가지고 있다.

셋째로 사회인구학적 특성 항목으로 연령, 성, 교육수준, 수입이 변수로 고려되었으며 기존의 일반변수들을 다음과 같이 재조정하였다. 연령군은 세 집단으로 분류하여 분석하였다(1=30대 이하, 2=40-50대, 3=60대 이상). 성별은 0=여자, 1=남자로 나누어 분석하였으며, 교육수준은 0=고졸이하, 1=대졸이상의 두 군으로 나누어 분석하였다. 수입은 200만원 미만=0, 200만원 이상=1로 분석하였다.

2) 종속변수

종속변수로 입원환자의 전반적인 만족도와 외래환자의 전반적인 만족도를 측정하였으며 문항으로 전반적인 서비스의 질, 원하는 서비스를 받았는지, 다른 사람에게 권유 의사 여부, 재이용 의사 여부에 관한 질문들을 측정하였다. 이상의 만족도의 4개의 응답범주(1=전혀 그렇지 않다, 2=그렇지 않다, 3=보통, 4=그렇다, 5=매우 그렇다)를 가지고 있으며 4개 문항을 합한 값의 평균값을 종속변수로 하였다

4. 분석방법

본 연구는 SPSS.10.0 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다.
첫째, 병원선택동기가 무엇인지에 대하여는 빈도 분석을 하였다.
둘째, 입원 및 외래 항목별 만족도 차이는 t-검정을 하였다.
셋째, 병원선택동기, 병원이용형태, 사회인구학적특성이 전반적 만족도에 미치는 요인을 규명하기 위하여는 위계적 다중회귀분석을 시행하였다.

IV. 연구결과

1. 응답자의 기본적 특성

1) 응답자의 일반적 특성

조사대상자들의 인구사회학적 특성을 살펴보면 <표 1>과 같다.

연령에 있어서 입원환자는 60세 이상에서 가장 많았으나, 외래환자는 30대에서 60대까지 연령대별로 비슷하였다. 성별에 있어 입원이나 외래환자 모두 여자가 많았다. 교육수준은 입원 환자는 고졸이하가 많았고 외래는 고졸이상이 더 많았다. 결혼 상태는 사별한 상태가 입원의 경우에 더 많았다. 가족수입은 입원환자의 경우 100만 이하가 24.2%로 소득이 낮은 사람이 많았고 외래환자의 경우 300만원 이상이 33.2%로 소득이 높은 사람이 많았다. 입원의 경우는 경제적 여건이 안되도 질병에 노출되면 입원치료를 하여야만 하는 상황을 보여준 것이라 볼 수 있다. 한방병원의 특성상 연령대가 노인인구 구성이 많으면서 학력이 낮은 것으로 나타났다. 그러나 외래의 경우는 학력이 높고 경제적 여유가 있었다.

거주지는 입원환자(74.7%)나 외래환자(84.1%) 대부분이 강원도인 경우가 많은 것으로 나타나 본 병원의 의료소비자가 강원도 지역권이 많음을 알 수 있었다.

<표 1> 입원·외래환자의 일반적 특성

단위 : 명(%)

특 성	구 분	입 원	외 래	총 합
		명(%)	명(%)	명(%)
연 령	30미만	1(1.1)	10(4.8)	11(3.6)
	30-40미만	13(13.7)	42(20.2)	55(18.2)
	40-50미만	22(23.2)	50(24.0)	72(28.3)
	50-60미만	24(25.3)	54(26.0)	78(25.7)
	60이상	35(36.8)	52(25)	87(28.7)
	합 계	95(100.0)	208(100.0)	303(100.0)
성 별	남	37(38.9)	79(38)	116(38.3)
	여	58(61.1)	129(62)	187(61.7)
	합 계	95(100)	208(100)	303(100)
교육수준	무학	8(8.5)	10(4.8)	18(6.0)
	초퇴/졸	20(21.3)	26(12.6)	46(15.3)
	중퇴/졸	17(18.1)	30(14.5)	47(15.6)
	고퇴/졸	31(33.0)	72(34.8)	103(34.2)
	대퇴/졸	16(17.0)	58(28.0)	74(24.6)
	대학원/퇴이상	2(2.1)	11(5.3)	13(4.3)
	합 계	94(100.0)	207(100.0)	301(100.0)
결혼상태	미혼	10(10.5)	19(9.1)	29(9.6)
	기혼	65(68.4)	178(85.6)	243(80.2)
	사별	16(16.8)	10(4.8)	26(8.6)
	이혼또는별거	4(4.2)	1(0.5)	5(1.7)
	합 계	95(100.0)	208(100.0)	303(100.0)
가족수입	100만원미만	23(24.2)	21(10.1)	44(14.5)
	100-200만원미만	28(29.5)	63(30.3)	91(30.0)
	200-300만원미만	29(30.5)	55(26.4)	84(27.7)
	300만원이상	15(15.8)	69(33.2)	84(27.7)
	합 계	95(100.0)	208(100.0)	303(100.0)
거주지	강원	71(74.7)	175(84.1)	246(81.2)
	경기	18(18.9)	25(12.0)	43(14.2)
	기타	6(6.3)	8(3.8)	14(4.6)
	합 계	95(100.0)	208(100.0)	303(100.0)

2) 응답자의 병원이용 특성

입원·외래환자의 한방병원을 이용하는 것과 관련된 변수에 대한 분석을 살펴보면 <표 2>와 같다. 입원·외래환자간의 입원경험 유무에 대한 분석에서 입원경험이 있는 경우 입원환자에서(32.6%) 외래환자의 경우(17.3%) 보다 높았다.

본 병원 첫 방문 여부에서는 입원환자에서 54.7%로 나타났으며, 외래환자의 경우는 12.5%로 입원환자의 경우에서 첫 방문이 높았으며 외래환자의 경우 재진경우가 높게 나타났다.

병원이용기간을 묻는 항목에서 입원환자의 경우나 외래환자의 경우 모두 1년미만이 많았다. 입원기간의 경우는 입원환자에서만 분석됐으며 10일미만이 24.2%, 30일 이상이 34.7%로 장기 환자 비율도 높았다.

<표 2> 병원이용에 관한 특성

단위 : 명(%)

특 성	구 분	입 원	외 래	전 체
		명(%)	명(%)	명(%)
입원경험 유무	유	31(32.6)	36(17.3)	67(22.1)
	무	64(67.4)	172(82.7)	236(77.9)
	합 계	95(100.0)	208(100.0)	303(100.0)
첫 방문	예	52(54.7)	26(12.5)	78(25.7)
	아니요	43(45.3)	182(87.5)	225(74.3)
	합 계	95(100.0)	208(100.0)	303(100.0)
병원이용 기간	1년미만	59(62.1)	134(64.7)	193(63.9)
	1년이상	36(37.9)	73(35.3)	109(36.1)
	합 계	95(100.0)	207(100.0)	302(100.0)
입원기간	10일미만	23(24.2)		
	10일이상-30일미만	39(41.1)		
	30일이상	33(34.7)		
	합 계	95(100.0)		

3) 응답자의 병원 선택 동기

병원 선택동기를 분석을 살펴보면 <표 3>과 같다.

병원 선택동기를 우선순위별로 살펴보면 ‘한방병원의 명성과 신뢰성’ 부분이 입원환자(33.7%)와 외래환자(55.3%) 모두 가장 높은 순위를 보였으며 두 번째 순위의 선택동기는 ‘다른 사람 또는 다른 병원의 권유’였으며 입원환자나 외래환자 모두 순위는 같았다. 셋째로 높게 나타난 순위는 ‘이전부터 다니던 곳이기 때문에’ 선택 이유를 들었으며, 입원환자가 22.1%, 외래환자는 10.1% 였다.

<표 3> 병원을 선택한 가장 큰 이유

항 목	입원(95명)		외래(208명)		총합(303명)	
	명(%)	순위	명(%)	순위	명(%)	순위
한방병원의 명성과 신뢰성	32(33.7)	1	115(55.3)	1	147(48.5)	1
다른사람 또는 다른병원의 권유로	26(27.4)	2	43(20.7)	2	69(22.8)	2
이전부터 다니던 곳이라 나의 병력에 대해 잘 알고 있으므로	21(22.1)	3	21(10.1)	3	42(13.9)	3
한방병원에 아는 사람이 있어서	9(9.5)	4	8(3.8)	5	17(5.6)	4
한의사 및 직원들이 친절해서	3(3.2)	5	11(5.3)	4	14(4.6)	5
집에서 가까우므로	3(3.2)	6	5(2.4)	6	8(2.6)	6
한방병원의 시설과 장비	1(1.1)	7	4(1.9)	7	5(1.7)	7
TV, 신문보도/홍보 때문에	-	-	1(0.5)	8	1(0.3)	8

2. 만족도 현황

1) 입원 이용 만족도

입원이용만족도에 대한 분석을 살펴보면 <표 4>와 같다.

항목별순위를 보면 1순위는 한의사항목에서 4.12의 평균점수를 보이며 가장 만족도가 높았으며, 다음으로 병실 간호의 평균점수가 4.09로 높았다. 가장 만족도가 낮은 항목은 병실환경 이었으며 평균점수는 3.43 이었다.

전체문항을 순위별로 보면 가장 만족도가 높은 문항은 '한의사가 친절하게 대해 주었다'이고, 다음 순으로 '간호사가 친절하게 해주었다'이며, 가장만족도가 낮은 문항은 '진료비부분'(2.52)이었으며, '휴식 공간이 충분 한가'에서도 만족도가 낮았다.

항목별 만족도 현황을 살펴보면, 일반시설에서는 '주차장 이용편리성'에서 가장 만족도가 높았으며, '화장실 이용 편리성'에서 만족도가 낮았다. 접수과정 항목에서는 '접수 소요시간'이 만족도가 낮았다. 한방진단실 항목에서는 '담당의사가 친절하였다' 문항에서 4.13의 점수로 만족도가 높았으며, 진료대기 및 진료실 항목에서는 '진료를 받기 위해 기다린 시간'에서 만족도가 낮았다.

병실간호직원 항목에서는 '간호사가 친절하게 대하였다' 문항에서 4.19의 점수로 만족도가 높은 편이었고, 한의사 부분은 전체 항목 중 가장 만족도가 높았으며 그중 '한의사가 친절하게 해주었다'가 가장 만족도가 높았다. 한방약국 항목에서는 '담당직원이 친절하였다'에서 만족도가 높았으며, 퇴원수납 항목에서는 '진료비가 적당 하였는가'에서 가장 만족도가 낮았으며 전체 문항에서도 가장 낮은 점수를 보였다. 이는 한방의 높은 진료비 부담이 만족도 저하에 반영된 것으로 이해된다.

병실환경 항목은 입원환자 평균점수가 3.43으로 전체 항목 중에서 가장 낮은 점수를 보였다. 휴식공간에 대한 만족도도 낮았다.

<표 4> 입원 이용만족도

항 목	문 항	Mean±SD	순위	항목순위
1. 일반시설	주차장 이용이 편리하였다	4.13±.75	1	6
	현금 지급기가 찾기 쉬웠다	4.08±.66	2	
	안내직원이 친절하였다	3.95±.78	3	
	병원로비는 정리정돈이 잘되었다	3.79±.67	4	
	병원주위 환경이 쾌적하였다	3.72±.72	5	
	병원내부의 환기상태가 쾌적하였다	3.63±.72	6	
	안내판들이 이해하기 쉬웠다.	3.59±.76	7	
	화장실 이용이 편리하였다	3.11±1.04	8	
평균(명)		3.73±.51(75)		
2. 접수과정	담당직원이 친절하였다	3.99±.61	1	5
	접수 장소가 깔끔히 정돈되어 있었다	3.95±.55	2	
	접수에 소요된 시간이 짧았다	3.86±.74	3	
평균(명)		3.93±.55(95)		
3. 한방진단실	담당의사가 친절하였다	4.13±.64	1	3
	대기시간이 짧았다	3.96±.63	2	
평균(명)		4.04±.58(68)		
4. 진료대기 및 진료실	진료대기실 청결상태	3.84±.58	1	6
	진료시설의 환경(청결,소음,환기 등)	3.74±.55	2	
	진료시설 및 기구	3.70±.59	3	
	진료를 받기위해 기다린 시간	3.64±.77	4	
평균(명)		3.73±.51(90)		
5. 병실 간호직원	친절하게 대하였다	4.19±.67	1	2
	환자의 상태에 관심을 기울였다	4.13±.67	2	
	궁금증이나 주의사항에 대해 충분히 설명	4.04±.73	3	
	혈압측정, 뜸치료등 간호기술이 뛰어났다	4.02±.65	4	
평균(명)		4.09±.58(95)		
6. 한의사	친절하게 대하였다	4.23±.72	1	1
	환자의 말을 관심있게 듣고 존중해 준다	4.18±.76	2	
	의학적 지식 및 기술이 뛰어났다	4.05±.82	3	
	환자의 상태, 치료과정을 자세히 설명	4.01±.94	4	
평균(명)		4.12±.74(95)		
7. 한방약국	담당직원이 친절하였다	4.01±.48	1	4
	조제가 빨리 되었다	3.93±.42	2	
	복용법, 부작용등에 대해 설명해 주었다	3.92±.49	3	
평균(명)		3.95±.40(74)		
8. 퇴원수납	진료비 납부 절차는 편리하였다	3.93±.45	1	8
	정산에 소요된 시간이 짧았다	3.88±.50	2	
	담당직원이 친절하였다	3.87±.53	3	
	진료비 내역서가 이해하기 쉬웠다	3.64±.69	4	
	진료비가 적당하다고 생각한다	2.52±.74	5	
평균(명)		3.57±.35(94)		
9. 병실환경	병실밝기는 만족할만한 수준이었다	3.79±.73	1	9
	병실공간의 크기가 적당하였다	3.67±.87	2	
	침구류 및 환자복 교환에 만족한다	3.67±.84	2	
	청소상태에 만족한다	3.65±.83	4	
	병실온도는 만족할 만한 수준 이었다	3.63±.79	5	
	병실소음은 만족할 만한 수준 이었다	3.44±.86	6	
	생활안내는 잘되어 있다	3.29±.92	7	
	간호사 호출(전화, 벨)이 편리하였다	3.25±.90	8	
	병원식사는 만족할 만한 수준 이었다	3.23±.92	9	
	가구 및 비품에 만족한다	3.22±.1.00	10	
	휴식공간은 충분하다	2.91±.1.00	11	
평균(명)		3.43±.54(95)		
전 체(명)		3.89±(43)		

2) 외래 이용 만족도

외래이용만족도에 대한 분석을 살펴보면 <표 5>와 같다.

항목별순위를 보면 입원환자와 마찬가지로 한의사 항목에서 4.30로 만족도가 가장 높았으며, 다음으로 외래 간호직원이 4.20의 점수로 높았다. 만족도가 가장 낮은 항목은 정산수납 부분이 3.74였다.

전체문항을 순위별로 보면 가장 만족도가 높은 문항은 입원과 마찬가지로 '한의사가 친절하게 대해 주었다'이며, 다음으로 '간호사가 친절하게 해주었다'이다. 가장 만족도가 낮은 문항은 입원과 마찬가지로 '진료비 부분'이며 다음으로 '진료시설 및 가구'에서도 낮은 만족도를 보였다.

항목별 만족도의 경우, 일반시설에서 '안내직원 친절 하였는가' 문항이 4.09로 점수가 가장 높았으며, 입원환자의 일반시설 항목 중 가장 점수가 높았던 '주차장 이용 편리성' 문항이 외래에서는 가장 낮은 만족도를 보였다. 접수과정 항목에서는 '담당직원이 친절 하였는가' 문항이 만족도가 높았다. 한방진단실 항목에서는 '담당의사 친절' 문항에서 만족도가 가장 높았다. 진료대기 및 진료실 항목에서 '진료를 받기 위해 기다린 시간' 문항에서 3.67의 점수로 가장 만족도가 낮았으며, 외래간호직원 항목에서는, '간호사가 친절 하였는가' 문항에서 4.33의 점수로 병실과 마찬가지로 만족도가 높았다. 한의사 항목은 평균점수가 4.30으로 전체 항목 중 가장 점수가 높았으며, '한의사가 친절하게 해주었다' 문항에서 가장 만족도가 높았다. 한방약국 항목에서는 '담당직원이 친절 하였는가' 문항에서 가장 만족도가 높았다. 정산 및 수납 항목에서는 외래 항목 중 제일 낮은 점수를 보였으며, '진료비 내역서의 이해' 문항에서는 3.84의 점수를 보이고, '진료비가 적당 하였는가' 문항에서는 가장 점수(2.57)가 낮았으며 입원환자에서와 마찬가지로 가장 낮은 만족도를 보였다.

<표 5> 외래이용만족도

항 목	문 항	Mean±SD	순위	항목순위
1. 일반시설	안내직원이 친절하였다	4.09±1.89(180)	1	6
	병원로비는 정리정돈이 잘되어있다	4.06±.78(208)	2	
	현금지급기가 찾기 쉬웠다	4.02±.83(161)	3	
	병원내부의 환기상태가 쾌적하였다	3.97±.79(208)	4	
	화장실 이용이 편리하였다	3.87±.87(197)	5	
	안내판들이 이해하기 쉬웠다	3.79±.87(203)	6	
	병원주위 환경이 쾌적하였다	3.72±.86(208)	7	
	주차장 이용이 편리하였다	3.70±1.07(161)	8	
	평 균(명)	3.82±.61(129)		
2. 접수과정	담당직원이 친절하였다	4.13±.71	1	4
	접수 장소가 깔끔히 정돈되어 있었다	4.01±.72	2	
	접수에 소요된 시간이 짧았다	3.99±.73	3	
	평 균(명)	4.04±.60(208)		
3. 한방 진단실	담당의사가 친절하였다	4.32±.71	1	3
	대기시간이 짧았다	3.87±.87	2	
	평 균(명)	4.09±.70(164)		
4. 진료대기 및 진료실	진료대기실 청결상태	3.95±.72	1	8
	진료시설의 환경(청결, 소음, 환기 등)	3.71±.72	2	
	진료를 받기 위해 기다린 시간	3.67±.86	3	
	진료시설 및 기구	3.59±.83	4	
	평 균(명)	3.73±.62(208)		
5. 외래 간호직원	친절하게 대하였다	4.33±.66(208)	1	2
	궁금증, 주의사항에 대해 충분히 설명	4.26±.73(208)	2	
	환자의 상태에 관심을 기울였다	4.14±.73(208)	3	
	혈압측정, 뜸치료, 등 간호기술이 뛰어났다	4.05±.82(195)	4	
	평 균(명)	4.20±.64(195)		
6. 한의사	친절하게 대해 주었다	4.39±.67(207)	1	1
	환자의 말을 관심있게 듣고 존중해 준다	4.29±.80(207)	2	
	의학적 지식 및 기술이 뛰어났다	4.26±.75(204)	3	
	환자의 상태, 치료과정을 자세히 설명	4.25±.81(207)	4	
	평 균(명)	4.30±.67(204)		
7. 한방약국	담당직원이 친절하였다	4.07±.73	1	5
	조제가 빨리 되었다	3.93±.78	2	
	복용법, 부작용등에 대해 설명해 주었다	3.92±.81	3	
	평 균(명)	3.97±.66(163)		
8. 정산수납	담당직원이 친절하였다	4.14±.68	1	7
	진료비 납부 절차는 편리하였다	4.11±.65	2	
	정산에 소요된 시간이 짧았다	4.05±.69	3	
	진료비 내역서가 이해하기 쉬웠다	3.84±.80	4	
	진료비가 적당하다고 생각된다	2.57±.92	5	
	평 균(명)	3.74±.53(208)		
	전 체(명)	3.96±.50(127)		

3. 입원 환자 및 외래 환자의 만족도 차이분석

1) 입원 및 외래 환자의 전반적 만족도 비교

입원·외래간 전반적 만족도를 비교 분석한 자료는 <표 6>과 같다. 입원환자의 평균 전반적 만족도는 3.93이며, 외래환자의 평균 전반적 만족도는 4.06이었다.

<표 6> 입원·외래간 전반적 만족도 비교

	입원(95)	외래(208)	평균(303)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
전반적 만족도	3.93±.62	4.06±.57	4.02±.59	-1.816

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

2) 입원 및 외래 환자의 항목별 만족도 비교

입원 및 외래환자의 항목별 만족도를 비교한 결과 <표 7>, 입원 및 외래환자의 항목별 만족도를 비교해 보면 한의사 항목에서 평균점수가 4.24로 가장 높았으며, 정산(퇴원) 항목에서 평균점수가 3.67로 가장 낮았다.

한의사 항목과 정산(퇴원)수납항목에서 통계적으로 유의하게 나타났으며, 입원 환자의 퇴원수납에서 만족도가 낮은 것은 입원비 부담이 영향을 미쳤으며, 한의사 항목에서 만족도가 낮은 것은 외래에서는 과장급이 진료를 해서 만족도가 높았던 것으로 나타났다.

<표 7> 입원·외래 항목별 만족도 평균값 비교

항 목	입원(명)	외래(명)	평균(명)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
주차/안내/일반시설	3.73±.51(75)	3.82±.61(129)	3.79±.59(199)	-1.066
한방병원 접수	3.93±.55(95)	4.04±.60(208)	4.01±.59(298)	-1.508
한방진단실	4.04±.58(68)	4.09±.70(164)	4.08±.67(227)	-.566
진료대기/진료시간	3.73±.51(90)	3.73±.62(208)	3.74±.58(293)	0.037
간호직원	4.09±.58(95)	4.20±.64(195)	4.17±.62(285)	-1.378
한의사	4.12±.74(95)	4.30±.67(204)	4.24±.70(294)	-2.145*
한방약국	3.95±.40(74)	3.97±.66(163)	3.97±.59(233)	-0.267
정산(퇴원)수납	3.57±.35(94)	3.74±.53(208)	3.67±.49(297)	-3.358**

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

3) 입원 및 외래 환자의 이용 단위별 만족도 비교

(1) 일반시설

일반시설에 대한 만족도를 조사한 결과<표 8>, '주차장 이용부분', '병원로비 정돈 상태', '병원내부 환기상태', '화장실 이용 편리성'부분에서 유의한 차이를 보였다. '주차장 이용부분'에서 외래환자가(3.70) 입원환자에(4.13) 비해 유의하게 낮았으며 이는 주차장 이용 빈도수가 외래환자의 경우가 높기 때문인 것으로 보인다. '병원로비의 정리정돈' 부분에서 입원환자(3.79)가 외래환자(4.06)에 비해 만족도가 낮았으며, '병원 내부 환기' 상태에서도 입원환자(3.63)가 외래환자(3.97)에 비해 만족도가 낮게 나타났으며, '화장실 이용부분'에서도 입원환자(3.11)가 외래환자(3.87)에 비해 만족도가 낮게 보였는데 이는 입원환자들이 외래환자보다 접촉할 기간이 길어지기 때문에 생활하면서의 불편감이 반영된 것이다.

<표 8> 일반시설

문항	입원(명)	외래(명)	평균(명)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
주차장 이용이 편리하였다	4.13±.75(76)	3.70±1.07(168)	3.83±1.00(244)	3.646***
안내직원이 친절하였다	3.95±.78(94)	4.09±.89(180)	4.04±.85(274)	-1.416
병원주위 환경이 쾌적하였다	3.72±.72(95)	3.72±.86(208)	3.72±.82(303)	-0.056
안내판들이 이해하기 쉬웠다	3.59±.76(95)	3.79±.87(203)	3.72±.84(298)	-1.903
병원로비는 정리정돈이 잘되어있다	3.79±.67(95)	4.06±.78(208)	3.97±.75(303)	-2.907**
병원내부의 환기상태가 쾌적하였다	3.63±.72(95)	3.97±.79(208)	3.86±.78(303)	-3.567***
화장실 이용이 편리하였다	3.11±1.04(95)	3.87±.87(197)	3.62±.99(292)	-6.197***
현금지급기가 찾기 쉬웠다	4.08±.66(93)	4.02±.83(161)	4.04±.77(254)	0.598
전체	3.73±.51(75)	3.82±.61(129)	3.79±.58(204)	-1.066

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

(2) 접수과정

접수과정에 대한 만족도 조사를 한 결과<표 9>, '접수에 소요되는 시간'과 '접수장소의 정리정돈' 및 '담당직원의 친절 하였는가'의 질문에 대하여 입원 및 외래 모두 큰 차이는 없는 것으로 나타났다.

(3) 한방진단실

한방진단실에 대한 만족도 조사를 한 결과<표 10>, 한방진단을 하기 위한 대기 시간과, 담당한의사의 친절에 대한 질문에서 만족도가 높았으며 입원환자(4.13), 외래환자(4.32)간의 차이는 없었다.

<표 9> 접수과정

문항	입원(n=95)	외래(n=208)	평균(n=303)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
접수에 소요된 시간이 짧았다	3.86±.74	3.99±.73	3.95±.74	-1.347
접수 장소가 깔끔히 정돈되어 있었다	3.95±.55	4.01±.72	3.99±.67	-0.807
담당직원이 친절하였다	3.99±.61	4.13±.71	4.09 ±.69	-1.759
전체	3.93±.55	4.04±.60	4.01±.59	-1.508

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

<표 10> 한방진단실

문항	입원(n=68)	외래(n=164)	평균(n=232)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
대기시간이 짧았다	3.96±.63	3.87±.87	3.90 ±.81	.817
담당의사는 친절하였다	4.13 ±.64	4.32±.71	4.26±.70	-1.931
전체	4.04±.58	4.09±.70	4.08±.67	-5.66

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

(4) 진료대기 및 진료실

진료대기 및 진료실에 대한 만족도 조사를 한 결과<표 11>, '진료를 받기 위한 대기시간'과 '진료시설 및 기구' 등에 대한 질문이었으며 유의한 차이는 나타나지 않았다.

<표 11> 진료대기 및 진료실

문항	입원(n=90)	외래(n=208)	평균(n=298)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
진료를 받기 위해 기다린 시간	3.64±.77	3.67±.86	3.67±.83	-0.273
진료대기실(복도)의 청결상태	3.84±.58	3.95±.72	3.91±.68	-1.199
진료시설 및 기구	3.70±.59	3.59±.83	3.63±.77	1.199
진료실환경(청결, 소음, 환기)	3.74±.55	3.71±.72	3.73±.67	0.430
전체	3.73±.51	3.73±.62	3.73±.59	0.37

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

(5) 간호직원

병실 및 외래간호직원에 대한 만족도를 비교 조사를 한 결과<표 12>, 간호직원에 대한 만족도는 전반적으로 높은 수준이었으나 '궁금증이나 주의사항에 대한 설명'에서 입원환자(4.04)와 외래환자(4.26)간 만족도 차이가 있었다.

<표 12> 간호직원

문항	입원(명)	외래(명)	평균(명)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
나의상태에 대한 관심을 기울였다	4.13±.67(95)	4.14±.73(208)	4.14±.71(303)	-0.191
나를 친절하게 대하였다	4.19±.66(95)	4.33±.66(208)	4.29±.66(303)	-1.709
궁금증이나 주의사항에 대해 충분히 설명해주었다	4.04±.73(95)	4.26±.73(208)	4.19±.74(303)	-2.381*
혈압측정, 뜸치료, 발침등 기술이 뛰어났다	4.02±.65(95)	4.05±.82(195)	4.04±.77(290)	-0.441
전체	4.09±.58(95)	4.20±.64(195)	4.17±.62(290)	-1.378

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

(6) 한의사직 서비스

한의사직 서비스에 관한 조사결과<표 13>, 한의사직 서비스에 대한 전반적인 평균 만족도는 높은 수준이었으며, '의학적 지식 및 기술'에서 입원환자(4.05)와, 외래환자(4.26)에서 외래환자가 더 만족하는 것으로 나타났다. 이는 친절 부분에서는 입원·외래 모두 만족하였으나 전문지식면에서 입원환자의 만족도가 외래환자보다 낮은 것은 외래는 진료과장이 진료를 하고 입원환자의 경우 수련의가 진료를 하기 때문에 교수·과장급을 더 신뢰하는 경향을 나타낸 것으로 보여 진다.

<표 13> 한의사직 서비스

문 항	입원(명)	외래(명)	평균(명)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
담당한의사는 나의상태, 치료과정, 약물복용 등에 대해 자세히 설명했다	4.01±.94(95)	4.25±.81(207)	4.18±.86(302)	-2.279
담당한의사는 나의말을 관심있게 듣고 존중해주었다	4.18±.76(95)	4.29±.8(207)	4.25±.79(302)	-1.135
한의사는 의학적 지식 및 기술이 뛰어나다	4.05±.82(95)	4.26±.75(204)	4.20±.78(299)	-2.215*
한의사는 나를 친절하게 대하였다	4.23±.72(95)	4.39±.67(207)	4.34±.69(302)	-1.830
전 체	4.12±.74(95)	4.30±.67(204)	4.24±.70(299)	-2.145*

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

(7) 한방약국 서비스

한방약국 서비스에 관한 조사결과<표 14>, 한방약국 서비스에 대한 만족도를 묻는 문항은 '조제시간', '복용법 및 부작용 설명' 문항과 '담당직원의 친절'에 대한 문항이었으며, 한방약국 부문에 대한 입원환자와 외래환자간의 만족도는 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

<표 14> 한방약국부분

문항	입원(n=74)	외래(n=163)	평균(n=237)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
조제가 빨랐다	3.93±.42	3.93±.78	3.93±.69	-0.01
복용법, 부작용에 대해 자세 히 설명해주었다	3.92±.49	3.92±.81	3.92±.72	-0.016
담당직원이 친절하였다	4.01±.48	4.07±.73	4.05±.66	-0.674
전체	3.95±.40	3.97±.66	3.97±.59	-0.267

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

(8) 정산(퇴원수납)

정산(퇴원수납)에 대한 만족도를 조사한 결과<표 15>, 정산(퇴원수납)에 대한 만족도는 '정산에 소요된 시간', '진료비 납부절차의 편리', '진료비내역서의 이해'와 '담당직원의 친절성'의 문항에 대해서 유의한 차이를 보였다. 그러나 진료비 부분은 입원환자의 경우(2.52)와 외래환자의 경우(2.57)에서 유의하지는 않았지만 입원환자나 외래환자 모두 보통이하의 가장 낮은 만족도를 보였다. 진료비 내역서 문항에서도 입원환자의 경우(3.64) 다른 문항보다 낮은 만족도를 보였다.

<표 15> 정산(퇴원수납)

문항	입원(n=94)	외래(n=208)	평균(n=302)	t값
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	
정산에 소요된 시간이 짧았다	3.88±.50	4.05±.69	4.00 ±.64	-2.351*
진료비 납부절차는 편리하였다	3.93±.45	4.11±.65	4.05 ±.60	-2.849**
진료비내역서가 이해하기 쉬웠다	3.64±.69	3.84±.80	3.77±.77	-2.010*
진료비가 적당하다고 생각했다	2.52±.74	2.57±.92	2.55 ±.87	-0.273
담당직원이 친절하게 대하였다	3.87±.53	4.14±.68	4.06 ±.65	-4.080
전체	3.57 ±.35	3.74±.53	3.69±.49	-3.358**

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

4. 전반적인 만족도에 영향을 미치는 요인 회귀분석

입원환자의 전반적 만족도에 미치는 요인을 보기 위해 위계적 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 16>과 같다. 먼저 회귀식에 투입되는 독립변수들 간의 높은 상관관계로 인하여 회귀계수의 추정에 오류를 가져올 수 있는 다중공선성을 파악하기 위하여 독립변수들 간의 상관계수를 검토하여 보았다. 입원의 경우 첫 방문의 변수가 병원이용기간 변수를 비롯하여 다른 변수들과 높은 상관관계를 보여 제외하고 위계적 다중회귀분석을 실시하였다.

위계적 다중회귀분석에 투입된 독립변수로는 사회인구학적 변수, 병원이용특성, 병원선택동기를 변수군으로 하였으며 전반적 만족도를 종속변수로 하였다.

먼저 1단계에서 사회인구학적 특성 변수인 성별, 연령, 교육, 소득을 독립변수로 한 회귀 분석을 하였다. 2단계에서 병원이용특성 변수인 병원이용기간, 입원경험유무, 입원기간을 회귀식에 추가하였다. 3단계에서는 병원선택동기인 '병원의 명성과 신뢰성', '시설과 장비', '직원들이 친절', '병원에 아는 사람이 있음', '다른 사람과 다른 병원의 권유', '집에서 가까워서', '이전부터 다니던 곳', 'TV나 신문 등의 홍보 때문' 변수를 추가 하여 분석 하였다.

1단계에서 사회인구학적 변수들은 통계적으로 전반적 만족도에 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다. 2단계에서 병원이용특성 변수들 중 입원경험유무에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 입원경험이 없을수록($\beta = -.304$) 전반적인 만족도가 높아졌다. 이 단계에서의 결정계수 증가치는 .094였다. 3단계에서 병원선택동기 변수들을 추가하였는데 앞의 단계에서 유의한 것으로 나타난 변수들은 계속 유의성을 유지하였으며, 병원선택동기 변수들 중 '다른 사람과 다른 병원의 권유', '이전부터 다니던 곳' 변수가 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다른 사람과 다른 병원의 권유로 입원했을 경우($\beta = .248$)와 이전부터 다니던 곳이라 입원을 하게 된 경우($\beta = .329$)에서 전반적인 만족도가 높아졌다. 이 단계에서의 결정계수의 증가치는 .146 이었다.

입원환자의 경우 전반적인 만족도에 영향을 미친 요인은 병원이용특성에서 입

원경험유무, 병원선택동기에서 '다른 사람과 다른 병원의 권유'와 '이전부터 다니던 곳'의 변수가 만족도에 영향을 미쳤다.

<표 16> 입원환자의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 위계적 회귀 분석

	1단계		2단계		3단	
	B(S.E.)	Beta	B(S.E.)	Beta	B(S.E.)	Beta
<u>사회인구학적 변수</u>						
성	.025(.132)	.019	.004(.131)	.003	.128(.137)	.101
연령	.030(.104)	.033	.072(.103)	.080	.074(.102)	.081
교육	.284(.180)	.180	.292(.175)	.185	.112(.177)	.071
소득	.139(.136)	.111	.123(.131)	.099	.039(.130)	.032
<u>병원이용특성</u>						
병원이용기간			.155(.159)	.122	.043(.186)	.034
입원경험유무			-.401(.162)	-.304*	-.533(.173)	-.404**
입원기간			-.158(.082)	-.194	-.159(.085)	-.195
<u>병원선택동기</u>						
병원의 명성, 신뢰성					.021(.062)	.036
시설과 장비					.083(.072)	.158
직원들이 친절					.051(.058)	.110
병원에 아는 사람 있음					-.041(.051)	-.085
다른 사람, 병원의 권유					.096(.047)	.248*
집에서 가까워서					-.033(.052)	-.067
이전부터 다니던 곳					.121(.054)	.329*
TV나 신문, 홍보때문					.088(.084)	.116
상수	3.312(.427)		3.489(.472)		2.951(.541)	
R ²	.051		.146		.292	
R ² 변화량	-		.094		.146	
F값	1.192		2.095		2.140*	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

외래환자의 전반적 만족도에 미치는 요인을 보기 위해 위계적 다중회귀분석을 실시하였다<표 17>. 외래의 위계적 다중회귀분석에 투입된 독립변수와 종속변수는 입원과 같다. 단, 2단계에서 병원이용특성 변수 중 입원기간 대신에 첫 방문을 회귀식에 추가하였다.

1단계에서 사회인구학적 변수들 중 교육 변수가 통계적으로 유의한 영향을 미친 것으로 나타났다. 교육수준이 낮을수록($\beta=-.219$) 전반적인 만족도가 높았다. 2단계에서 병원이용특성 변수를 추가하였으나 전반적인 만족도에 통계학적으로 유의한 영향을 미치지 못했으나 결정계수는 .012 증가 하였고 1단계에서 유의하였던 교육 변수는 계속 유의성을 보였다. 3단계에서도 병원선택동기 변수를 추가 하였으나 통계학적으로 유의한 영향을 미치지 않았으나, 연령변수가 유의성을 보였다($\beta=.160$). 교육변수는 계속 유의성을 보였으며, 결정계수는 .079 증가 하였다.

외래환자의 경우 전반적인 만족도에 영향을 미친 요인은 사회인구학적 변수 중 연령과 교육으로 연령이 높을수록, 교육수준이 낮을수록 만족도가 높았다. 선택동기에서 '한방병원의 명성과 신뢰성'이 1순위로 높았으나 만족도에 영향을 미치는 것에는 ($\beta=.125$) 유의하지 않았다.

<표 17> 외래환자의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 위계적 회귀 분석

	1단계		2단계		3단계	
	B(S.E.)	Beta	B(S.E.)	Beta	B(S.E.)	Beta
<u>사회인구학적 변수</u>						
성	-.038(.081)	-.033	-.054(.083)	-.047	-.032(.084)	-.028
연령	.108(.058)	.135	.118(.064)	.147	.128(.065)	.160*
교육	-.236(.088)	-.219**	-.248(.088)	-.206**	-.247(.087)	-.206**
소득	.039(.081)	.034	.027(.080)	.023	.021(.082)	.018
<u>병원이용특성</u>						
병원이용기간			.070(.089)	.059	.039(.107)	.033
입원경험유무			-.000(.118)	.000	.038(.117)	.025
첫 방문			.200(.123)	.118	.173(.124)	.102
<u>병원선택동기</u>						
병원의 명성, 신뢰성					.075(.045)	.125
시설과 장비					.003(.037)	.008
직원들이 친절					.051(.033)	.132
병원에 아는 사람 있음					.009(.029)	.022
다른 사람, 병원의 권유					.037(.024)	.111
집에서 가까워서					-.051(.034)	-.105
이전부터 다니던 곳이라					-.004(.031)	-.012
TV, 신문등의 홍보때문					.047(.043)	.088
상수	4.144(.216)		4.450(.282)		3.775(.375)	
R ²	.079		.091		.167	
R ² 변화량	-		.012		.079	
F값	4.312**		2.838**		2.538**	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 양측검정

V. 고찰 및 병원 마케팅 전략

1. 고찰

본 연구의 목적은 중소병원 규모의 한방병원을 이용한 입원환자 및 외래환자를 대상으로 일반적인 의료 서비스 만족도 정도를 파악하고, 만족도 차이를 분석하며, 전반적인 만족도에 영향을 미칠 수 있는 요인을 규명하는데 있다. 이 결과를 근거로 한방병원의 의료서비스 질을 개선하기 위한 병원의 마케팅 전략을 세우는데 기초자료로 제공하고자 하였다. 환자의 전반적 만족도에 영향을 미치리라 생각되는 요인을 환자의 사회인구학적 특성, 병원이용특성, 병원선택동기로 구분하여 분석하였다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째로 본 연구에서 응답자의 기본적 특성을 보면, 연령에서 입원은 60대 이상이 가장 많았고, 외래의 경우는 30대에서 60대까지 연령대별로 모두 비슷한 분포를 이루었다. 입원환자의 경우 60대 이상이 많았던 것은 한방병원 특성상 노인 환자가 많음을 알 수 있었다. 성별은 입원, 외래 모두 여자가 많았다. 교육수준은 입원의 경우 고졸 이하가 많았고, 외래의 경우 고졸이상이 많았다. 수입은 외래의 경우가 수입이 높았다. 거주지별로 보면 입원, 외래 모두 강원 지역 거주자가 70% 이상으로 많았다. 선행연구인 진향희(2004)의 연구에서는 외래환자의 경우 40대 이상이 많았던 경우는 본 연구와 비슷하나 성별에서 남자가 많았고, 학력에서 고졸 이하가 많았던 것은 본 연구와 달랐다. 선행 연구와 비교해 보면 한방병원의 의료이용자의 연령대 분포는 50-60대 이상으로 별 변화는 없었으나 입원환자의 경우 수입이 100만원 이하(24.2%)의 환자도 많았는데 이것은 입원환자는 대부분 급성기 환자로 치료위주로 선택을 하게 되어 경제적 여건이 고려되지 않는 것 같다. 그러나 외래의 경우는 입원환자보다는 고학력이면서 소득이 높은 것으로 보아 질병치료 위주 보다는 예방차원에서 선택을 하는 것으로 보여 진다.

둘째로 병원이용특성을 살펴보면 이전의 입원경험이 외래보다 입원의 경우에서 더 많았으며, 첫 방문인 환자도 입원의 경우에서 많았다. 입원의 경우 입원경

험 항목에서 높은 이유는 한방병원의 입원환자구성이 중풍환자가 상대적으로 많아서, 중풍 재발율이 높으므로 재입원을 하게 된 것으로 보여 진다. 입원환자의 경우 입원기간이 10-30일미만이 많으나 30일 이상도 34.7%나 되어, 한방병원에 장기 환자가 많음을 알 수 있었다. 또한 본 병원을 이용하는 환자가 1년 이상의 경우 입원은 37.9%, 외래는 35.3%로 단골 고객이 많은 것으로 보여 기존환자에 대한 고객관리에 신경을 써야 할 것으로 생각되며, 또한 신규 고객관리에도 신경을 써서 재이용률을 올려야 할 것으로 보인다.

셋째로 병원선택동기를 살펴보면 가장 큰 이유는 입원, 외래 모두 '한방병원의 명성과 신뢰성'으로 나타났다. 그 다음으로 '다른 사람 또는 다른 병원의 권유'가 입원, 외래 모두 높았으며, '이전부터 다니던 곳이라 나의 병력에 대해 잘 알고 있으므로'가 다음으로 높았다. 박상태(1999)와 이규석외(1999), 진향희(2004)의 연구에서도 '한방병원의 명성과 신뢰성'이 가장점수가 높게 나왔으며 본연구의 결과와 같았다. 이것은 한방병원을 선택하는 환자들은 양방병원을 선택하는 환자와 달리 시설이나 장비를 고려하지 않고 한방의료 그 자체에 긍정적 이미지를 아직까지 갖고 있다고 볼 수 있다.

넷째로 만족도 현황을 살펴보면 입원의 경우 '한의사'와 '간호직원'의 만족도가 가장 높았으며, 원무행정이나 약국직원의 경우에도 친절에 대한 만족도가 높은 것은 본병원은 인적인 부분은 만족도가 높다고 할 수 있다. 그러나 한방병원도 이제 더 이상 한의사나 간호사의 친절에만 의존해서는 안 된다고 본다. 특히, 입원환자의 경우 일반시설의 경우에서 만족도가 낮았는데 그중 화장실 이용이 가장 불만족인 경우는 입원환자들의 편의요구에 맞는 시설을 개선해야 하는 것으로 나타났다. 즉 좌변기수의 부족, 병실로 부터의 거리등을 고려하여 환자의 실생활이 불편이 없도록 해야 할 것이다. 특히, 한방병원은 편마비 환자들이 많기 때문에 장애인 편의에 더욱 신경 써야 할 것이다. 접수과정에서 진료를 받기위해 기다린 시간에서의 만족도 저하는 외래의 대기시간 단축을 위해 원인을 분석하고 시스템을 바꾸는 전략을 세워야만 환자의 불필요한 시간을 낭비하는 일이 없을 것이다.

간호사는 친절이나, 관심부분은 만족도가 높았으나, 혈압측정, 뜸 치료 부분에서 만족도가 낮았다. 이것은 한방간호사가 단순 업무에만 종사할 것이 아니라 한

방병원에서만 제공할 수 있는 한방전문 간호를 찾아내어 간호서비스 부족을 개선해야 할 것이다. 한의사 부분도 전반적으로 만족도는 높았으나 환자의 상태, 치료과정 설명부분에서 만족도가 낮은 것은 개선할 필요가 있다. 즉, 한방이 과학적이지 않다는 것을 극복하기 위해선 질병의 원인이 무엇인지, 치료과정, 예후 등에 대해 설명을 자세히 하여야만 한방이 과학적으로 평가가 되며, 알권리가 있는 환자의 요구를 충족시킬 수 있을 것이다.

퇴원수납 부분에서는 전반적으로 만족도가 낮은 편이었는데 진료비 내역서가 어렵다고 한 것은 환자가 알기 쉽게 진료비 영수증이 발급되어야 할 것이라 생각된다. 또한 진료비 부분에서 가장 만족도 낮았는데, 이것은 강형미(2004)와 김제만(2001)의 연구에서도 만족도가 낮은 것으로 나타났으며, 조경숙(2000)의 연구에서는 양방 의료이용량에 가장 큰 영향을 미치는 변수는 이환일수인 반면, 한방 의료이용량에 가장 큰 영향을 미치는 변수는 한방 의료서비스 가격으로 차이를 보인다고 하였다. 이것은 대부분의 한방 의료비가 아직 비급여 품목이 많아서 의료소비자의 경제적 부담이 크기 때문이라 보며 정부보건 당국이 한방 의료보험화 확대실시로 수가를 낮추어야 의료소비자의 부담이 줄어들것이라 본다. 병원 측은 진료비부문의 비급여 부분을 자세히 설명해 주어야하며 받은 서비스에 비해 가격이 높다고 생각한 환자들은 다시는 본 병원을 찾지 않는다는 생각을 하고 가격에 맞는 서비스를 개발하여 제공해야 할 것이다.

병실환경에 대한 만족도는 입원환자의 항목별 만족도중 가장 만족도가 낮았으며, 생활안내, 간호사 호출부분, 병원식사, 가구 및 비품, 휴식 공간 등에 대한 만족도 저하는 대부분이 환자의 편의시설에 대한 불만족이다. 편의시설의 개선은 막대한 자본이 들어가게 되는데 이는 병원측의 부담이 될 것이다. 그러나 언제까지 미룰 수 있는 부분이 아닌 것으로 보이므로 우선 먼저 낮은 비용으로 환자를 만족시킬 수 있는 부분인 생활안내는 직원 교육이나 프로토콜 등을 개발하면 해결이 가능할 것으로 보인다. 그리고 가구 및 비품과 휴식 공간 제공 등은 차례로 예산을 세워 해결하여야 할 것이다.

외래의 만족도 현황을 살펴보면 입원의 경우와 마찬가지로 '한의사'와 '간호직원'의 만족도가 가장 높았다. 일반시설 부분에서 주차장 이용이 불편하였다고 한

것은 입원환자와 다르게 외래의 경우는 자동차 이용환자가 더 많았기 때문이라고 본다. 외래환자가 주차하기 편리하도록 주차 공간 확보 및 부대시설을 설치하는 것도 병원을 다시 오게 만드는 마케팅 전략 중에 하나라고 볼 수 있을 것이다. 진료대기 및 진료실 부분에서 대기시간 만족도 저하는 대기시간 단축을 위한 원인을 찾아 시스템을 개선해서 해결해야 할 것이며 원무과나 진료실 대기 장소 앞에 번호표 발부나 대기 순서를 알리는 안내 게시판을 설치하는 방안도 필요하리라 본다.

진료시설 및 기구에서 만족도가 낮은 것은 외래편의시설 개선이 필요할 것으로 보여 입원과 외래 편의시설 개선 중 우선순위를 정하여 실시하여야 할 것이다. 정산 및 수납항목에서 만족도가 낮았는데 이것은 입원과 마찬가지로 진료비에 대한 부분에서 만족도가 가장 낮았던 것이 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 입원과 마찬가지로 한방 비급여 부분이 해결이 되어야 할 것이며 환자들에게도 진료비 내역부분을 이해하기 쉽도록 환자 입장에서 영수증 내용 구성이 이루어져야 할 것이다.

다섯째로 입원과 외래의 만족도 차이를 분석해 보면 전반적 만족도에서 입원과 외래가 유의한 차이를 보이지 않았지만 항목별 만족도를 비교한 결과 ‘한의사’와 ‘정산(퇴원)수납’에서 유의한 차이를 보였는데 외래의 경우가 만족도가 높게 나왔다. 일반시설의 항목을 비교해보면 주차장 부분에서 유의한 차이를 보였는데 입원의 경우에서 만족도가 높게 나타났다. 이것은 주차장 이용 빈도수가 외래의 경우가 높게 나타난 것이 반영 된 것으로 보여 개선의 여지가 필요하다고 본다. 병원로비 정리정돈이 입원환자의 경우에서 만족도가 낮았는데, 입원환자는 상주하면서 느끼는 정도를 표현한 것이고, 외래의 경우는 잠깐 보여 지는 것이라 점수가 높게 나온 것으로 보여 진다. 병원내부 환기 상태는 입원환자의 경우 병실 환기가 안 된다고 지적한 사항인데 특히, 한방은 뜸 치료를 자주 하므로 환기가 잘 안 되서 만족도로 표현된 것으로 보이며 개선 사항으로 뜸 치료실을 따로 두어 해결하는 방법도 제안해 볼 필요가 있다고 본다. 화장실 이용에서 유의한 차이를 보인 것은 입원의 경우 장기간 생활하면서 불편감이 반영된 것으로 보인다.

간호직원의 항목 중 ‘궁금증이나 주의사항에 대한 충분한 설명’에서 입원환자

의 만족도가 유의하게 낮았다. 이것은 병실 간호직원의 업무량이 외래간호직원에 비해 많아 설명이 소홀할 수 있으나 오히려 입원환자의 경우에서 간호요구가 높음을 알고 간호사는 설명에 소홀해서는 안 된다고 본다. 정원숙의(2003)의 연구에서도 입원환자의 경우 간호서비스에 대해 환자가 기대하는 것과 성과지각간의 차이가 큰 것으로 나왔으며, 간호서비스에 대한 만족이 병원 재이용의사에도 영향을 미친다고 하였다. 다음으로 한의사의 항목 중 '한의사는 의학적 지식 및 기술이 뛰어났다'에서 유의한 차이를 보였다. 김제만(2001)의 연구에서도 마찬가지로 결과를 보였다. 이것은 한방병원의 진료 특성상 입원의 경우 대부분의 진료행위가 수련의에 의해 이루어지는 것 때문이라 보여지며 진료 방법을 환자요구에 맞추어 개선할 필요가 있다고 본다. 즉, 한방은 명성과 신뢰성이 가장 큰 선택 동기가 된 것처럼 한의사의 명성에 의해서도 선택 동기가 되므로, 특히, 한방은 침 치료, 진맥에 대한 의존도가 높으므로 환자가 원하는 사람에게 진료를 받게 해주는 것도 마케팅 전략 중에 하나라 할 수 있겠다.

정산(퇴원)수납의 항목 중 정산에 소요된 시간, 진료비 납부절차 편리, 진료비 내역서 이해, 담당직원의 친절 등에서 입원 외래간 유의한 차이를 보였다. 이것은 입원의 경우에서 만족도가 낮았는데 진료비 납부 절차를 단순화 하거나 내역서 부분이 개선의 여지가 있다고 본다.

여섯째로 입원과 외래의 전반적 만족도에 유의한 영향을 미치는 요인을 파악하기 위하여 위계적 다중회귀분석을 분석하였다. 입원의 경우 병원이용특성에서는 '입원경험유무', 병원선택동기에서는 '다른 사람 또는 다른 병원의 권유로'와 '이전부터 다니는 곳이라'의 경우에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 외래의 경우 사회인구학적 특성에서 '교육'과 '연령'이 전반적 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

입원경험이 있는 경우 부(-)의 영향력을 미친 것은 입원서비스 개선이 필요하다고 생각된다. 즉, 환자는 높은 한방 의료비를 지불한 만큼의 서비스를 받기 원하므로 환자를 대상으로 불만사항을 개선하거나 서비스 다양화와 질적인 서비스를 제공 하여야 할 것이다. 병원 선택동기에서 입원의 경우 다른 사람이나 다른 병원의 권유로 입원 했을 때 만족도가 높아지는 것으로 나타났다. 박상태(1999)의

연구에서 병원선택동기 중 한방병원의 명성과 신뢰성이 만족도에 영향을 미쳤다고 하였으나 본 연구에서는 입원이나 외래의 경우 모두 점수는 가장 높았으나 전반적 만족도에는 유의한 영향을 미치지 않았다. 이것은 외래와 입원의 경우 병원선택동기는 같을 수 있으나 진료과정 중 서비스내용에 따라 만족도에 미치는 영향이 다르다고 할 수 있다. 이러한 결과는 한방병원이 예전에는 한방이라는 이미지가 좋아서 선택하였으나 이제는 서비스 내용도 중요함을 알아야 하며 마케팅 접근 시에도 입원과 외래를 다르게 마케팅 전략을 세워야 할 것이다. 입원환자의 경우가 입소문에 더욱 민감할 수 있으며, 치료효과가 입소문을 내게 되고, 이를 듣고 이용한 환자들이 만족도가 높은 것으로 파악할 수 있다. 입원경험에 만족도를 높이면 주위권유를 하게 되고 입소문을 내게 될 것이다. 이전부터 병원을 이용하였던 환자가 만족도가 높은 것은 외래 서비스 만족이 입원까지 영향을 미친다고 볼 수 있으며 충성고객이라 할 수 있겠다. 이러한 충성고객도 입원 중 서비스를 만족시켜 재이용을 할 수 있도록 하여야 할 것이다.

그러나 입원기간에 대한 부분은 박상태(1999)의 연구에서 재원기간이 길수록 만족도가 증가한다고 하였는데 본 연구에서는 유의하지는 않았지만($\beta=-.194$) 입원기간이 길수록 만족도는 감소하는 것으로 나타났다. 강형미(2004)의 연구는 입원기간이 7일 이하에서 만족도가 높고 입원기간이 길수록 만족도가 낮아지는 것은 본 연구와 같았다. Nelson Wernick의(1981)도 입원기간에 따른 환자 만족도는 분산분석 결과 유의한 차이가 있다고 하며, 병원에 환자들이 오래 머물수록 불편한 느낌을 표현할 기회가 많기 때문에 만족도가 저하된다고 설명하였다(박용억, 1997 재인용). 이것은 한방병원의 대부분 환자들이 뇌졸중이거나 만성질환자로서 장기 입원을 요하거나 후유장애를 갖는 환자로 구성되어 있기 때문에 치료결과에 대한 만족도가 떨어질 수 있다고 생각 된다. 또한 최만규의(2001)의 연구에서 보면 양방 병원은 입원 2-3일째 각종검사·처치·수술 등이 수행되어 4일째부터는 평균진료비가 급격히 감소한다고 하였고 한방병원은 재원기간에 따라 진료비가 별 차이가 없다고 하였다. 이것은, 한방병원은 재원기간이 진료비부담에 영향을 미친다고 볼 수 있으며 만족도에도 영향을 미친다고 볼 수 있다. 입원기간이 길수록 만족도가 낮아질 수 있으므로 장기 입원환자에 대한 프로그램을 운영하여 만족도를 높이는

대책 등을 세워야 할 것이다.

외래환자의 전반적 만족도에 유의한 영향을 미치는 요인은 사회인구학적 특성 중 교육수준이 낮고 연령이 높을수록 만족도가 높은 것으로 나타났는데 박용익(1997)의 연구에서도 무학, 국졸 이하가 전문대졸, 대졸이상보다 의료진의 친절, 편의시설 등에 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 박상태(1999)의 연구에서도 고졸이하에서 만족도가 높은 결과를 보인 것은 본 연구의 결과와 같았다. 한방병원을 이용하는 환자들이 연령대가 높고 교육수준이 낮은 것을 고려하여 환자수준에 맞는 접근 전략도 필요하리라 생각된다.

결론적으로 본 한방병원의 입원과 외래환자들의 서비스 만족은 다르게 나타났다. 이는 환자들이 요구하는 서비스가 다르다고 분석을 해야 할 것이다. 고객의 중심에서 고객의 눈높이에 맞는 의료서비스를 제공하여야 할 것이며, 한방병원에 맞는 강점과 약점을 파악하여 병원 마케팅 계획을 전략적으로 수립 하여야 할 것이다.

2. 병원 마케팅 전략

이상과 같은 분석 및 고찰을 통하여 본 연구자 병원의 몇 가지 마케팅 전략을 제안한다.

- 1) 지역주민의 분포도를 통하여 마케팅 대상 지역을 선정할 수 있겠다. 본원을 이용하는 고객이 대부분 강원지역이지만 경기도지역도 이용자가 많으므로 특정지역 주민과 관계마케팅 전략을 세울 필요가 있다고 본다.
- 2) 경제적 수준이 입원환자보다 외래환자가 여유가 있는 것으로 보이므로 외래환자를 대상으로 한방검진 등 고급화 전략을 사용한다.
- 3) 이전부터 본 병원을 이용했던 환자가 만족도가 높았는데 이것은 외래 만족이 입원 만족을 이어주는 것이라 할 수 있다. 따라서 이들을 충성고객이라 할 수 있으며 충성고객 관리를 위하여 고객카드관리, 할인, 정기적인 건강상담 등 분야를 확대 할 필요가 있다.

- 4) 생활안내와 치료과정 설명에서 만족도가 낮은 것은 연구 병원이 아직 질 관리 활동이 미비한 상태임을 나타내므로 표준화된 지침서가 개발되어 활용되어야 한다고 본다.
- 5) 의사나 간호사의 친절에 대해서는 만족도가 좋는데 설명이나 기술에서 만족도가 낮은 것은 의료인 및 직원들에게 지속적인 교육 및 훈련을 시켜야 함이 필요하겠다. 그러나 기존의 고객에 대한 친절은 끝이 없으므로 계속 노력하고 재교육 시켜야 할 것이다.
- 6) 연구병원을 찾는 이유가 한방병원의 명성과 신뢰성이 가장 큰 이유를 장점으로 살려 한방만의 차별화되고 전문성을 살린 비만클리닉, 성장클리닉, 중풍후유증 등, 노인성질환과 관계된 과를 브랜드화 한다.
- 7) 한의사의 명성을 듣고 찾아온 환자는 원하는 한의사에게 진료를 받게 해주는 것도 마케팅 전략 중에 하나라 할 수 있겠다.
- 8) 접수대기시간, 진료대기시간 만족도 저하는 대기시간 단축을 위한 원인을 찾아 시스템을 개선해서 해결해야 할 것이며 원무과나 진료실 대기 장소 앞에 번호표 발부나 대기 순서 및 시간을 안내하는 게시판을 설치하는 방안도 필요하리라 본다.
- 9) 편의시설 부분의 개선이 필요하다고 생각된다. 병원이라는 개념이 이젠 집과 같은 개념으로 편안하고 안락한 환경을 원함으로 내부 인테리어를 고객의 눈높이에 맞추어야 할 것이다. 또한 외래환자의 주차공간 부족은 문제점을 파악하여 주차공간 확보나 부대시설을 이용하게 하여 불편함을 최소한으로 줄여야 할 것이다.
- 10) 장기입원환자를 위한 프로그램을 만들어 운영할 필요가 있다고 본다. 예를 들어 장기입원환자의 재활을 위하여 일부 물리치료기계를 휴일에도 항상 활용하게 하거나 병원생활의 스트레스, 언어장애 환자를 위해 노래방기기를 설치하는 등의 서비스도 제공할 필요가 있다고 본다.
- 11) 연구 병원은 대학부속병원으로서의 병원의 지역사회 역할도 중요함으로 지역의료봉사 참여, 지역사회 주민을 대상으로 건강강좌를 실시하여 지역사회와의 유대관계를 돈독히 해나가면 잠재적인 환자관리에도 기여할 것이라 생각된다.

- 12) 환자 유치 전략을 위하여 전화나 인터넷 서비스 활용하는 것도 중요하리라 본다. 환자들에게 진료상담을 하거나 진료예약 및 고객들에게 필요한 정보를 제공해주는 것도 병원 이미지를 높여주고 장기적으로 고객을 유치할 수 있는 전략이라 본다.
- 13) 한방병원은 한방특유의 장점을 살려 즉, 노인인구가 증가하는 우리나라의 인구조에 맞게 노인요양시설, 노인재활센터, 노인환자를 위한 낮 병동 운영 등을 부가적으로 운영할 필요하다고 본다.
- 14) 진료비에 대한 불만족을 해결하기 위해서는 한방의료비의 현실화를 위하여 비급여 품목의 한방의료보험화 확대실시로 수가를 낮추어야 의료소비자의 부담이 줄어 들것이라 생각된다.

VI. 결론

본 연구의 목적은 연구자가 근무하는 병원의 의료 서비스 만족도 정도를 파악하고, 입원과 외래환자의 만족도 차이를 분석하고 만족도에 영향을 미칠 수 있는 요인을 알아보려고 하였다. 또한 이를 바탕으로 의료서비스 질을 향상시켜 병원마케팅전략을 제시하는데 있다. 연구대상병원은 중소도시에 위치한 95병상 규모의 대학부속 한방병원으로 2006년 8월10부터 9월 20일까지 연구병원을 이용한 외래 및 입원환자를 대상으로 설문조사를 하였다. 설문지는 입원환자 95부, 외래환자 208부를 합한 총 303부를 최종분석의 대상으로 하였으며 분석 방법은 SPSS10.0 을 이용하여 분석 하였다. 연구결과 및 병원 마케팅 전략은 다음과 같다.

1. 연구결과

첫째, 본 연구에서 응답자의 연령은 입원환자의 경우 60대 이상(36.8%)이 가장 많았고, 외래의 경우는 30대(20.2%)에서 60대이상(25%)까지 연령대별로 모두 비슷

한 분포를 이루었다. 성별은 입원, 외래 모두 여자가 많았으며, 교육수준은 입원의 경우 고졸 이하가 많았고, 외래의 경우 고졸이상이 많았다. 수입은 외래의 경우가 수입이 높았다. 거주지별로 보면 입원, 외래 모두 강원 지역 거주자가 70%이상으로 많았다.

둘째, 이전에 입원경험이 있는 경우는 입원환자에서 더 많았으며, 첫 방문인 경우도 입원환자에서 많았다. 입원환자의 경우 입원기간이 10-30일미만이 많으나 30일 이상도(34.7%) 많아 한방병원에 장기 환자가 많음을 알 수 있었다. 또한 본 병원을 이용한 기간은 입원, 외래 모두 1년미만이 많았다.

셋째, 병원선택동기 중 가장 큰 이유는 입원, 외래 모두 '한방병원의 명성과 신뢰성'으로 나타났다. 그 다음으로 '다른 사람 또는 다른 병원의 권유'가 입원, 외래 모두 높았다. 또 그다음은 '이전부터 다니던 곳이라 나의 병력에 대해 잘 알고 있으므로'가 순이었다.

넷째로 입원환자와 외래환자의 만족도 현황을 살펴보았다. 입원만족도의 경우 한의사와 간호직원의 항목이 만족도가 높았으며(평균이 4.09이상), 문항별로는 한의사와 간호직원, 한방약국직원등 의료진 및 직원이 제공하는 친절서비스에 대해서 만족도가 높았다(4.01이상). 일반시설 문항 중 주차장 이용부분도 만족도가 높았다(4.13). 그러나 병실환경과 퇴원수납 항목에서 만족도가 낮은편(평균 3.57이하)이었으며 문항중에 가장만족도가 낮았던 것은 진료비(2.52)와 휴식공간(2.91)이었다. 그밖에 병실소음, 생활안내, 간호사 호출, 병원식사, 가구 및 비품 등은 3.5이하로 비교적 만족도가 낮았다.

외래만족도의 경우 가장 만족도가 높은 항목은 한의사와 간호직원이었으며(평균이 4.20이상), 가장 낮은 항목은 정산수납과 진료대기 및 진료실(평균이 3.74이하)이었다. 가장 만족도 높은 문항은 입원과 마찬가지로 한의사와 간호직원의 친절(4.33이상)이었고 가장 만족도가 낮았던 것은 진료비(2.57) 부분이었다.

다섯째로 입원과 외래의 만족도차이를 비교해 보았다. 입원과 외래가 전반적 만족도는 유의한 차이를 보이지 않았다. 입원과 외래의 항목별 비교에서 한의사 항목과 정산(퇴원)수납 항목에서 유의한 차이를 보였다. 입원환자와 외래환자의 만족도 차이를 분석해보면 일반시설의 항목 중 주차장 부분, 병원로비 정리정돈, 내

부 환기, 화장실 이용에서 유의한 차이를 보였다. 간호직원 항목에서 궁금증이나 주의사항 설명에서 유의한 차이를 보였다. 한의사의 항목 중 의학적 지식 및 기술에서 유의한 차이를 보였다. 정산(퇴원)수납의 항목 중 정산에 소요된 시간, 진료비 납부절차 편리, 진료비 내역서 이해, 담당직원의 친절에서 유의한 차이를 보였다.

여섯째로 입원과 외래의 전반적 만족도에 유의한 영향을 미치는 요인을 파악하기 위하여 위계적 다중회귀분석을 분석하였다. 입원환자의 경우 1단계에서 사회인구학적 특성 변수인 성별, 연령, 교육, 소득을 독립변수로 한 회귀분석을 하였다. 2단계에서 병원이용특성 변수인 병원이용기간, 입원경험유무, 첫 방문을 회귀식에 추가하였다. 3단계에서는 병원선택동기인 '병원의 명성과 신뢰성', '시설과 장비', '직원들이 친절', '병원에 아는 사람이 있음', '다른 사람과 다른 병원의 권유', '집에서 가까워서', '이전부터 다니던 곳', 'TV나 신문 등의 홍보 때문' 변수를 추가하여 분석 하였다. 입원환자의 경우 입원경험유무에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. '다른 사람과 다른 병원의 권유', '이전부터 다니던 곳' 변수가 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

외래의 다중회귀분석시 변수사용은 입원환자와 같으며 단, 입원기간 대신 첫 방문 변수를 사용하였다. 1단계에서 사회인구학적 변수들 중 교육 변수가 통계적으로 유의한 영향을 미친 것으로 나타났다. 2단계에서 병원이용특성은 유의한 영향을 미치지 않았다. 3단계 병원선택동기 변수 추가시 연령변수가 통계학적으로 유의한 영향을 미쳤다. 연령이 많고 교육수준이 낮을수록 전반적인 만족도가 높았다.

2. 병원의 마케팅 전략

조사대상 병원의 환자만족도 결과에 의해 마케팅믹스전략을 세워보면 다음과 같다. 첫째, 서비스의 경우, 의료인 및 직원들에게 서비스 질을 향상시키기 위하여 기술적인 면, 충분한 설명, 친절 등과 관련된 교육 및 훈련을 시킬 수 있는 프로

그램이나 표준업무지침을 개발하여야 한다. 장기입원환자의 재활을 위하여 일부 물리치료기계를 휴일에도 항상 활용하게 하거나 지루함을 표출할 수 있는 노래방 기기를 설치하는 등의 서비스도 제공할 필요가 있다고 본다. 한방만의 차별화되고 전문성을 살린 비만클리닉, 성장클리닉, 중풍후유증클리닉 등, 노인성질환과 관계된 과를 브랜드화 한다. 또한 한방병원은 한방특유의 장점을 살려 즉, 노인인구가 증가하는 우리나라의 인구구조에 맞게 노인요양시설, 노인재활센터, 노인환자를 위한 낮 병동 운영 등을 부가적으로 운영해봄도 필요하다고 본다.

둘째, 가격의 경우, 환자들에게는 청구 내역서에 대해 충분한 설명을 해 준다. 본 병원을 이용한 환자들의 경제적 수준이 입원환자들은 낮고 외래환자들은 높은 것으로 나타나 비급여 품목에서 입원환자에게는 저가로 외래환자는 고가의 전략으로 접근 해본다.

셋째, 접근 및 전달의 경우, 한의사의 명성을 듣고 이용한 환자에게는 환자가 원하는 사람에게 진료를 받게 해준다. 접수대기시간, 진료대기시간 불만족은 원인을 찾아 시스템을 개선하고 원무과나 진료실 대기 장소 앞에 대기 순서 및 시간을 알리는 게시판을 설치하는 방안도 필요하다. 전화나 인터넷 서비스를 활용하여 환자들에게 진료상담을 하거나 진료예약 및 고객들에게 필요한 정보를 제공해준다. 편의시설 부분의 개선을 위하여 주차공간확보, 화장실, 휴게실 등은 병원 여건을 고려하여 우선순위를 정하여 개선하여야 할 것이다.

넷째, 촉진요인으로서 병원의 지역사회 역할도 중요하므로 지역의료봉사 참여, 지역사회 주민을 대상으로 건강강좌를 실시하여 지역사회와의 유대관계를 돈독히 해나가면 잠재적인 환자관리에도 기여할 것으로 생각된다. 충성고객관리를 위하여 고객카드관리, 할인, 정기적인 건강 상담을 한다. 인터넷 홈페이지를 통한 병원홍보나 지역신문과 방송에 병원에 관한 기사가 보도되도록 한다.

참고문헌

- 강익화. 2000. 일 대학 부속병원의 마케팅 전략을 위한 이미지 조사연구. 경기전문 대학 논문집. 28.
- 강형미. 2004. 한방병원 입원환자 및 보호자의 의료서비스 만족도. 경희대학교 행정대학원 석사학위논문.
- 김제만. 2001. 한방병원 고객만족요인 분석. 대전대학교 산업정보대학원 석사학위논문.
- 김향석, 신진호, 한영희. 1999. 중소병원의 의료서비스 마케팅에 관한 연구. 군산대학교 지역개발연구. 11: 195-208.
- 미야에이지 저/윤상조 역. 1992. 그림해설 알기쉬운 마케팅. 서울: 한국산업연구소.
- 박상태. 1999. 양·한방병원 이용과 만족도에 관한 요인 분석. 연세대학교 관리대학원 보건관리전공. 석사학위논문.
- 박성순, 남철현. 1999. 한국인의 한방의료이용에 대한 인식과 행태 요인 분석. 대한보건협회학술지 25(2): 34-50.
- 박병희. 1986. 한국병원경영의 합리화에 관한 연구. 경희대학교 석사논문. pp.36-37.
- 박성환, 손진혁. 1999. 국내병원의 환경적합적 병원마케팅 연구. 사회과학연구. 6(1).
- 박용익. 2000. 한방병원 입원환자의 의료재이용 결정요인에 관한 연구. 대한보건협회학술지. 26(3): 317-324.
- 박용익. 1997. 한방병원입원환자의 환자만족도에 영향을 미치는 요인. 한국보건교육학회지. 14(1): 97-113.
- 박창식. 1996. 병원경영을 위한 마케팅 전략. 고신대학교 보건과학연구소 6(12) 65-78.
- 배성권, 남은우, 박재용. 2005. 종합병원 입원 환자와 외래환자의 만족도 요인분석. 한국병원경영학회지. 10(2): 26-44.

- 손일락. 1991. 호텔기업 식음료 상품의 포지셔닝 전략에 관한연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 이규식, 이해중, 조경숙, 설동진. 1997. 국립대학병원 환자만족도 분석. 병원경영학회 3(1): 165-191.
- 이규식, 조경숙. 1999. 한방의료 이용실태에 관한 조사연구. 보건행정학회지 9(4): 120-139.
- 이미애. 2000. 일 종합병원의 소비자 만족과 마케팅 전략에 관한연구. 간호행정학회지.7(1): 25-40.
- 이선희, 이해진, 최귀선, 채유미,지영건. 2002. 양방과 한방의료 이용자의 서비스 선택요인 비교분석. 보건행정학회지 12(4): 18-33.
- 이용세, 이규식, 이선동, 조경숙. 1999. 한방의료 이용실태 및 개선방안 연구. 한국한의학연구원.
- 이해중. 1989. 마케팅의 정의와 병원에서의 도입. 대한병원협회지. 18(10).
- 정원숙, 윤숙희. 2003. 간호서비스에 대한 고객만족에 관한연구. 간호행정학회지. 9(1): 31-40.
- 주은덕. 2001. 병원마케팅 전략을 위한 의료소비자의 태도에 관한 연구. 전북대학교 행정대학원 석사학위 논문.
- 조경숙. 2000. 양·한방 의료이용 행태의 차이. 연세대학교 대학원 보건행정학과 박사학위논문.
- 조경희. 2002. 의료환경변화에 따른 병원마케팅 전략에 관한 연구. 숙명여자대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 지호준. 2005. 알기쉽게 배우는 21세기 경영학. 법문사.
- 진향희. 2004. 일개한방병원의 외래환자 만족도 조사연구. 연세대학교 보건환경대학원 석사학위논문.
- 최만규, 이석민. 2001. 한방병원 입원환자의 진료비 특성분석. 한국노인학회지 21(1): 47-57.
- 채서일. 1993. 마케팅. 서울 : 학연사.
- 통계청. 2005. 시도별 의료기관 분포현황.

- 황용철, 김성. 1999. 병원마케팅의 이해와 문제점에 관한 고찰. 동아시아연구논문. vol. 10.
- Donabedian, A. A. Evaluating the quality of medical care, Milbank Memorial Fund Quarterly 1996; 44: 166.
- D.R. Arnold, L.M. Capella & D.A. Sumrall.1987. Organization Culture & the marketing concepts : Diagnostic key for Hospital. Journal of health Care Marketing. 7(1),p.117.
- Mayers BA. A. Guide to Medical Care Administration, Concepts and Principles. American Public Health Association. 1969.
- Kotler P. & Clarke R. N. 1987. "Marketing for Health Care Organization". N. J. : Prentice - Hall inc.
- Kotler P.& Larry S J. 1969. Boarding the Concept of Marketing. Journal of Marketing . 33(1):10-15.
- Kotler P.1997. Marketing Management 9th ed. New Jersey : Prentice - Hall. 윤 훈현 역. 마케팅 관리론. 서울 : 도서출판 석정.
- Keith. J. G.1985. Marketing Health Care. Aspen System Cooperation.
- Rowland . H.S. & B L. Rowland.1984. hospital Administration Handbook. Rockville. Maryland : An Aspen Publiccation. p. 181.
- Taeko HAMAI , Eun Woo NAM , Eun Joo JO and Masaru NISHIGAKI. 2005. A comparative study of the different behavioral patterns evident in patients that visit oriental and western medical clinics in Korea. 民族衛生, 제71권 제2호 83-96.
- Westbrock, A. Rovert. 1996. Intrapersonal Affective Influences Consumer Satisfaction with Products. Journal of Consumer Research. 7(1): 49.
- Willams, J. 1990..Patient Judgement of Hospital Quality . Med Care. 29(9): 45-56.

고객만족 조사

안녕하십니까?

본 설문지는 한방병원을 이용하신 입원 및 외래환자의 만족도요인을 연구하기 위한 것입니다. 귀하의 의견을 소중한 자료로 활용하고자 합니다. 바쁘시더라도 질문에 빠짐이 없이 답하여 주시기 바랍니다.

귀하께서 응답하신 모든 내용은 무기명으로 전산 처리되어 통계자료로만 이용될 것이므로 응답하신분의 신상에 관한 내용은 절대로 비밀로 유지될 것입니다.

감사합니다.

2006. 8월.

연세대학교 보건환경대학원
보건관리학과 석사과정 한 선 자

◆ 다음의 질문에 대해서 해당하는 곳에 √표와 공란은 기입을 해주세요

1. 귀하께서 저희병원을 이용한 특성에 대한 질문입니다.

1-1. 저희 병원을 처음 방문 하셨습니까? ①예 ②아니오

1-2. 본 병원을 이용하신 기간은 얼마나 됩니까? (년 개월 일)

1-3. 본원 입원경험이 있으십니까? ① 예 ② 아니오

1-4. 입원기간은 얼마나 됩니까? (일) 입원환자만 기입

2. 귀하가 현재 진료 받고 있는 과는 어디입니까?

① 체질의학과 ② 내과1 ③ 내과2 ④ 내과 3

⑤ 내과6 ⑥ 침구1과 ⑦ 침구2과 ⑧ 신경정신과

⑨ 부인·소아과 ⑩ 재활의학과 ⑪ 안·이비인후과

3. 귀하께서 본 한방병원을 선택하신 이유는 무엇입니까?

해당하는 곳에 √표 해주십시오.

문 항	전혀 고려하 지않음	거의 고려하 지않음	보통 이다	약간 고려함	상당히 고려함
(1) 한방병원의 명성과 신뢰성	①	②	③	④	⑤
(2) 한방병원의 시설과 장비 때문	①	②	③	④	⑤
(3) 한의사 및 직원들이 친절해서	①	②	③	④	⑤
(4) 한방병원에 아는 사람이 있어서	①	②	③	④	⑤
(5) 다른 사람들 또는 다른 병원의 권유로	①	②	③	④	⑤
(6) 집에서 가까우므로	①	②	③	④	⑤
(7) 이전부터 다니던 곳이라 나의 병력에 대해 잘 알고 있으므로	①	②	③	④	⑤
(8) TV, 신문등의 보도/ 홍보 때문에	①	②	③	④	⑤

4. 위 3번 문항 중 귀하께서 본 한방병원을 선택하시게 된 가장 큰 이유를 하나 골라 그 번호를 적어 주십시오(번)

★ 다음은 한방병원 의료서비스 이용단위별 만족도에 관한 것입니다.
해당하는 곳에 응답해 주십시오.

5. 본 한방병원의 주차시설, 안내, 일반시설들에 관한 질문들입니다.
해당하는 곳에 √표 해 주십시오.

문 항	매우 불만 족하 다	불만 족하 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다	해당 없음
(1) 주차장 이용이 편리하였다.	①	②	③	④	⑤	⑥
(2) 안내 직원이 친절하였다	①	②	③	④	⑤	
(3) 병원주의 환경이 쾌적하였다	①	②	③	④	⑤	
(4) 안내판들이 이해하기 쉬웠다	①	②	③	④	⑤	
(5) 병원로비는 정리정돈이 잘 되어 있다	①	②	③	④	⑤	
(6) 병원 내부의 환기상태가 쾌적하였다	①	②	③	④	⑤	
(7) 화장실 이용이 편리하였다	①	②	③	④	⑤	
(8) 현금지급기가 찾기 쉬웠다	①	②	③	④	⑤	

6. 저희 한방병원에서의 접수에 관한 질문들입니다.
해당하는 곳에 √표 해주십시오.

문 항	매우불 만족하 다	불만족 하다	보통 이다	그렇다	매우그 렇다
(1) 접수에 소요된 시간이 짧았다	①	②	③	④	⑤

(2) 접수 장소가 깔끔히 정돈되어 있었다	①	②	③	④	⑤
(3) 담당직원이 친절하였다	①	②	③	④	⑤

7. 한방진단실을 방문하셨습니까?

① 예 ② 아니오

☞

문 항	매우불 만족하 다	불만족 하다	보통이 다	만족한 다	매우만 족한다.
(1) 대기시간이 짧았습니까	①	②	③	④	⑤
(2) 담당의사는 친절하였습니까	①	②	③	④	⑤

8. 귀하의 진료대기 및 진료실에 관한 질문들입니다.

해당하는 곳에 √표 해주십시오.

문 항	매우 불만족 하다	불만족 하다	보통 이다	만족 한다	매우 만족 한다
(1) 진료를 받기 위해 기다린 시간	①	②	③	④	⑤
(2) 진료대기실(복도)의 청결상태	①	②	③	④	⑤
(3) 진료시설 및 기구(침대, 커튼, 적외선 등) 등	①	②	③	④	⑤
(4) 진료실의 환경(청결,소음,환기 등)	①	②	③	④	⑤

다음은 귀하께서 받으신 진료에 관련된 질문들입니다. 해당사항에 √표 해주십시오.

9. 병실(외래)간호직원과 관련된 만족도 질문입니다.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 나의 상태에 대한 관심을 기울였다	①	②	③	④	⑤
(2) 나를 친절하게 대하였다	①	②	③	④	⑤
(3) 궁금증이나 주의사항에 대해 충분히 설명 해 주었다	①	②	③	④	⑤
(4) 혈압측정, 뜸치료, 발침등 기술이 뛰어났다	①	②	③	④	⑤

10. 병실(외래)한의사와 관련된 만족도 질문입니다.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 한의사는 나의 상태, 치료과정, 약물 복용 등에 대해 자세히 설명했다	①	②	③	④	⑤
(2) 한의사는 나의 말을 관심있게 듣고 존중 해주었다	①	②	③	④	⑤
(3) 한의사는 의학적 지식 및 기술이 뛰어났다	①	②	③	④	⑤
(4) 한의사는 나를 친절하게 대하였다	①	②	③	④	⑤

11. 병실환경에 대한 부분 만족 부분입니다.(입원환자만 기입)

항 목	전혀그 렇지않 다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우그 렇다
(1) 병실공간크기에 적당하십니까	①	②	③	④	⑤
(2) 청소상태에가 만족하십니까	①	②	③	④	⑤
(3) 가구 및 비품에 만족하십니까	①	②	③	④	⑤
(4) 침구류 및 환자복 교환에 만족하십니까	①	②	③	④	⑤
(5) 병실소음은 만족할만한 수준이었습니까	①	②	③	④	⑤
(6) 병실밝기는 만족할만한 수준입니까	①	②	③	④	⑤
(7) 병실온도는 만족할만한 수준이었습니까	①	②	③	④	⑤
(8) 병원식사는 만족할만한 수준이었습니까	①	②	③	④	⑤
(9) 생활안내는 잘되어 있었습니까	①	②	③	④	⑤
(10) 휴식공간은 충분합니까	①	②	③	④	⑤
(11) 간호사 호출(전화, 벨)이 편리 하였습 니까	①	②	③	④	⑤

12. 귀하가 받으신 퇴원 처방은 다음 중 어디에 해당됩니까?

- ① 제제약 ② 탕약 ③ 해당없음

문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 조제가 빨리 되었다	①	②	③	④	⑤
(2) 복용법,부작용등에 대해서 자세히 설 명하였다	①	②	③	④	⑤
(3) 담당직원이 친절하게 대하였다	①	②	③	④	⑤

13.귀하의 퇴원 수납에 관한 질문들입니다. 해당사항에 응답해 주십시오.

문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 정산에 소요된 시간이 짧았다	①	②	③	④	⑤
(2) 진료비 납부절차는 편리하였다	①	②	③	④	⑤
(3) 진료비 내역서가 이해하기 쉬웠다	①	②	③	④	⑤
(4) 진료비가 비싸다고 생각했다	①	②	③	④	⑤
(5) 담당직원이 친절하게 대하였다	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 종합적인 서비스에 대한 질문들입니다.

14. 귀하께서 받으신 한방병원의 전반적인 서비스는 어떠하십니까?

해당하는 곳에 √표 해주십시오.

문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 전반적으로 서비스의 질이 뛰어났다	①	②	③	④	⑤
(2) 나는 원하는 서비스를 받았다	①	②	③	④	⑤
(3) 같은 질병에 걸린 다른 사람들에게 권유하겠다	①	②	③	④	⑤
(4) 다시 진료가 필요할 경우, 이병원을 다시 이용하겠다	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 귀하의 개인적 사항에 대한 질문들입니다.
해당하는 곳에 √표 해주십시오.

15. 귀하는 몇 년 생이십니까? _____년생

16. 귀하의 성별은 다음의 어디에 해당합니까?

① 남 ② 여

17. 귀하의 결혼상태는 다음의 어디에 해당합니까?

① 미혼 ② 기혼 ③ 사별 ④ 이혼 또는 별거

18. 귀하의 교육수준 다음의 어디에 해당합니까?

① 무학 ② 초퇴/졸 ③ 중퇴/졸
④ 고퇴/졸 ⑤ 대퇴/재학/졸 ⑥ 대학원퇴/재학/졸 이상

19. 귀하의 가족의 총수입은 얼마나 되십니까?

① 100만원 미만 ② 101만원이상~200만원 미만
③ 201만원이상~300만원미만 ④ 301만원 이상

20. 귀하의 직업은 다음의 어디에 해당합니까?

① 사무직 ② 교사 ③ 전문직(의사, 변호사, 교수등)
④ 공무원 ⑤ 군인 ⑥ 단순 노무직 근로자
⑦ 서비스직 ⑧ 상업 ⑨ 농업, 임업, 어업
⑩ 기능직 및 기술직 ⑪ 주부 ⑫ 학생 ⑬ 기타()

21. 귀하의 주소지는 어디에 해당합니까?

① 원주 ② 횡성 ③ 평창 ④ 홍천 ⑤ 여주 ⑥ 이천

⑦ 강원기타지역 ⑧ 경기기타지역 ⑨ 서울 ⑩ 기타지역

◆ 기타 병원에 건의하시고 싶은 사항이 있으시면 기재 부탁드립니다.

()

■ 불편하신 가운데서도 끝까지 답변해 주셔서 감사합니다.

귀하의 건강이 하루 속히 쾌유하시길 진심으로 기원 합니다. ■

ABSTRACT

Study on Patient Satisfaction and Marketing Strategy : the case of S oriental medicine hospital

Seon-Ja Han

Dept. of Health Management

Graduate School of Health & Environments

Yonsei University

Directed by Professor Eun-Woo Nam

This study examined the in-patient and outpatient satisfaction about oriental medicine service, factors that influence on satisfaction and marketing strategy of oriental medicine hospital. The difference of satisfaction was verified by t analysis and factors were enforced by multiple regression analysis. Study results and marketing strategy plan of studied hospital are same as following.

1. Results

First, it was examined that in-patients and outpatients were highly satisfied with Oriental medicine doctors and nursing employees. In the case of inpatients, there was low satisfaction about hospital room and reception window and outpatients showed low satisfaction about waiting time, outpatient clinic room and reception window. Second, there was no difference about satisfaction between inpatients and outpatients. It was found that there were significant differences about satisfaction between inpatients and outpatients in parking lot, neatness of hospital lobby, restroom facilities and ventilation of hospital. Third, it was examined that

the previous inpatient experience negatively influenced on inpatients' satisfaction and "recommendation from others" and "the hospital that frequently had been to" influenced positively on inpatients' satisfaction. In the case of outpatients, it was known that age and educational level influenced on the satisfaction statistically and the satisfaction was high when the age was old and educational level was low.

2. Marketing Strategy

According to the results of this study, marketing strategy was established as same as following. First, employees should be educated about service for improvement of services. For this, program or guideline related to techniques, representation, kindness, etc should be developed. Oriental medicine-oriented clinics such as obesity clinic, growth clinic, paralysis clinic, senile clinic, etc should be more activated.

Second, the medical insurance should cover the oriental medicine. This problem is national insurance policy. Until this problem is solved, the oriental medicine hospital should explain well about itemized statement to patients. Third, the hospital should find dissatisfaction reasons about waiting time, develop the system, and install the electronic board showing order and time in front of reception window and examination room. Convenience facilities such as parking lot, rest rooms and cafeteria should be improved considering situation of hospital. Fourth, the hospital should strengthen the relationship with local community through medical volunteer services and medical lectures in local community and publicize new policy change of hospital through local press.

Key words : patient satisfaction, marketing strategy