

내부마케팅과 직장에착도가 경영성과에 미치는 영향 : 간호사를 중심으로

Effects of Internal Marketing, Organizational Commitment and Business Performance : Focused on the Nurses

이선희*, 문명자**, 김지미***
동우대학 간호과*, 목포가톨릭대학교 간호학과**, 동남보건대학 간호과***

Seon-Hye Lee(shlee@duc.ac.kr)*, Myeong-Ja Moon(mjmoon@mcu.ac.kr)**,
Ji-Mee Kim(jmkchoi7@dongnam.ac.kr)***

요약

본 연구는 병원 내에서 시행되는 내부마케팅과 간호사들의 직장에착정도가 병원의 경영성과에 미치는 영향정도를 파악하여 보다 효과적인 내부마케팅과 직장에착도 증진을 위한 전략수립 및 인력관리를 위해 실시하였다. 자료 수집은 구조화된 설문지를 이용하여 일 지역의 6개 병원 간호사 284명을 편의 추출하여 조사하였다.

분석결과, 개인별로 인지하는 경영성과는 내부마케팅의 의사소통과 직장에착이 유의한 영향요인으로 41.5%가 설명되었고, 기관단위별로 인지하는 경영성과는 병원규모, 내부마케팅의 보상체계제도와 세분화 제도가 유의한 영향요인으로 53.2%가 설명되었다.

병원의 경영성과에 내부마케팅 중 의사소통, 보상체계와 세분화 전략, 그리고 조직구성원의 직장에착이 긍정적인 영향을 미치고 있어, 병원의 내부고객인 간호사를 위한 내부마케팅활성화 정책과 직장에착도 향상 전략 등을 통한 병원 경영성과 기여에 노력해야 할 것으로 사료된다.

■ 중심어 : | 내부마케팅 | 직장에착 | 경영성과 |

Abstract

The purpose of this study was to examine the relationship between internal marketing, organizational commitment and business performance. Therefore this study is helped to build the strategies that is more efficient internal marketing and organizational commitment for the hospital business. A cross-sectional design was used, with a convenience sample of 284 registered nurses from two university hospitals, two general hospitals and two maternal-child hospital in one region. Collected data were analyzed by descriptive statistics, Pearson's correlation coefficient and multiple regression through the SPSS WIN program. The predicting factors for communication and organizational commitment had the explanation power of 41.5% in business performance by the individual. The hospital size, compensation and segmentation system comprise about 53.2% of business performance by the organizations. So, nursing leaders should be interest in the strategies for good business performance. It is possible that they implement the policies to suitable internal marketing strategies and the program to improve organizational commitment for nurses.

■ keyword : | Internal Marketing | Organizational Commitment | Business Performance |

I. 서론

1. 연구의 필요성

최근 우리나라 병원들은 의료기관간의 경쟁의 심화와 고객 욕구의 변화 등으로 인해 경영의 어려움이 더해가고 있어 의료기관의 생존과 경쟁력 확보를 위한 성과중심형 조직관리에 주력하고 있다[1][2]. 성과란 기업의 생존 및 수익성, 장기적 성장을 위해 매우 중요하게 고려해야 하는 것 중 하나이다[3]. 이에는 전통적으로 비영리적 성격이 강했던 병원이나 건강관련 기관들도 경영진의 새로운 관리적 사고와 강력한 변화의 의지가 요구되고 있으며, 조직의 합리적 경영을 위해서도 조직 내부의 자원에 대한 새로운 인식과 활용을 연계한 변화가 필요하다[1][4].

의료기관내의 경영성과 향상을 위한 선행연구[1][5]에서도 조직 성원의 경영마인드 조성을 위한 조직 내 교육을 강화하고 관리자들은 수익성을 유도할 수 있는 요인인 종업원이나 기술, 훈련관행 및 보상 등 조직 내부적인 측면의 관심인 내부마케팅 전략을 가져야 한다고 제시하고 있다. 내부마케팅(internal marketing)은 현대 사회에서 병원경영의 중요한 개념으로, 의료기관 종업원들을 최초의 고객 또는 일차적인 시장으로 보고 그들에게 서비스 정신이나 고객지향적 사고를 심어주면, 종업원들이 보다 충실하고 적극적인 마음으로 외부 고객을 대할 때 외부고객인 환자들이 서비스에 대해 만족하게 되기 때문이다[1][6]. 특히 Hardy와 Sullivan(1998)은 간호사는 병원 내에서 가장 큰 단일 집단으로 병원의 여러 전문직 중에서도 환자에게 직접적인 서비스를 가장 빈번하게 제공하는 역할을 수행하기 때문에 병원의 경쟁력 및 생산선에 막대한 영향을 끼친다고 하였다[7]. 그러므로 이들을 대상으로 하는 내부마케팅은 병원경영에 있어 매우 중요할 뿐 아니라[8], 고객의 접점부서에서 일하는 간호사의 태도는 간호서비스 품질에 결정적 역할을 하므로 간호조직의 내부마케팅을 통해 서비스 전달자인 간호사의 직무동기와 직무만족, 조직몰입을 유도하여 조직의 성과를 높이는 동시에 환자에게 양질의 간호 서비스를 제공하기 때문에 궁극적으로는 병원경영에 기여하는 중요 요인으로 강조되고 있

다[9].

그러나 요즘 병원의 주요 인적자원인 간호사의 높은 이직률과 낮은 충성도가 문제로 제기되고 있다[9]. 소비자에게 양질의 의료서비스를 제공함에 있어 우선적으로 내부고객인 직원들이 자기직무에 대해 만족하고 조직에 대한 애착심이 높아야 한다는 점에서 내부마케팅과 직장에착에 대한 관심이 필요하다. 직장에착은 근로자가 자기 직장에 대해 가지는 애정 또는 긍정적인 태도로, 조직에 대한 소극적인 충성심 이상의 것이며, 조직구성원들에게 조직발전에 적극적으로 참여하게 하며 병원경영에도 도움을 주는 요인이다[2][11][12].

환자의 관점에서 보면 간호사의 부족은 간호사로부터 질적인 서비스를 받지 못했다고 느낄 뿐만 아니라 의료사고의 주요 원인 중 하나로 꼽히며[13], 요로감염, 폐렴, 재입원, 사망률, 재원일수 등이 증가한 것으로 보고되고 있다[14]. 또한, 사직과 간호사 부족이 요즘 소비자들에게 이미지화되면서 그들이 더 나은 병원을 찾기 위한 쇼핑을 하고자 하는 마음이 생겨 결국에는 내원환자의 감소로 의료기관의 재정적 어려움도 발생 가능하게 된다[15].

Scoble과 Russel(2003)은 "Vision 2020"이라는 제목으로 간호지도자에게 필요한 교육적 준비, 지식, 경험 및 핵심역량에 대해 간호계의 지도자들을 대상으로 조사한 결과, 미래의 간호지도자 교육을 위한 교과 내용 중 1위 경영(business administration), 2위 리더십(leadership), 3위 재무관리(financial management)로 나타났고, 성공적인 리더의 핵심역량으로 1위 리더십 행동 및 기술(leadership behaviors and skills), 2위 재무/예산(financial/budgeting), 3위 경영적 안목(business acumen)을 꼽았다[16].

의료서비스와 관련된 경영성과에 대한 연구[1][5][17]에서는 재무적 관점의 경영성과가 이루어지고 있으나, 간호조직에서는 최근 들어 재무적 관점과 비재무적 관점을 균형있게 관리해야 함을 강조하며 전략적 성과관리의 도구로 균형성과표(Balanced Scorecard : BSC), 간호단위의 성과평가[18], 병원간호조직의 성과지표[4][19]에 대해 연구가 진행되고 있으나 실제 실무에 적용하여 운영한 결과는 미흡한 실정이다. 다른 조직의

성과평가는 전통적으로 재무적 관점에서 보는데 반해 간호조직은 오히려 간호조직의 성과를 재무 관점에서 평가를 한 연구가 거의 없다는 특징을 가지고 있었다 [20]. 특히 중소병원인 경우 간호사의 열악한 근무환경, 낮은 임금 등으로 인한 간호사의 높은 이직률이 병원경영에 큰 어려움을 초래하고 있는 만큼[21][22], 간호사가 애착심과 주인의식을 가지고 근무할 수 있도록 유도하는 다양한 내부마케팅 전략에 대해 진지하게 고민해 봐야 할 시점이라고 보여지며, 미래의 간호지도자에게 중요한 능력의 한 분야로 제기된 재무관리와 경영적 안목은 병원에서 가장 많은 인력을 차지하는 간호부서가 보다 많은 관심을 가질 때 효율적인 병원의 경영성과에 도움을 줄 것으로 판단된다.

경영성과에 대한 가장 일반적인 방법은 전통적인 계량치를 이용하는 방법으로 시장점유율, 매출액증가율, 순이익증가율, 투자집중도, 생산선 증대 등을 객관적으로 측정할 외부공표자료를 이용하는 것이다. 그러나 계량적 성과는 과거의 조직특성을 반영하고 있다는 한계점이 있으며, 시장의 우발적 사건에 민감하게 반응하게 될 뿐 아니라, 공표된 자료의 신뢰성에도 종종 문제를 가진다는 단점이 있다[3]. 병원경영성과에 대해 선행연구[1][3][5][23]에서는 계량치 성과의 단점을 어느 정도 극복 할 수 있다는 점에서 인지된 재무적 성과로 평가하여 보았다[24].

이에 본 연구자는 병원 내에서 시행되는 내부마케팅과 간호사들의 직장에착도가 병원의 경영성과에 미치는 영향정도를 파악하여 보다 효과적인 내부마케팅과 직장에착도 증진을 위한 전략수립 및 인력관리에 필요한 기초자료를 제공하고자 본 연구를 실시하였다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 병원의 내부마케팅, 직장에착과 인지된 경영성과 간의 관계를 파악하고 경영성과에 미치는 영향 요인을 분석함으로써 보다 효과적인 병원 내부마케팅 수립과 직장에착도 향상을 통한 병원의 경영성과에 기여하고자 함이며 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 1) 대상자의 일반적 특성, 내부마케팅, 직장에착도와 경영성과의 정도를 파악한다.

- 2) 일반적 특성, 내부마케팅, 직장에착, 경영성과간의 상관관계를 파악한다.
- 3) 경영성과에 미치는 영향요인을 규명한다.

II. 연구방법

1. 연구 설계

본 연구는 병원 간호사의 내부마케팅 전략과 직장에착이 병원의 경영성과에 미치는 영향을 확인하기 위한 서술적 상관관계 연구이다.

2. 연구 대상 및 자료수집

연구대상은 일 지역에 소재한 병원으로 내부마케팅 활동을 하고 있는 650명 이상 규모인 2개 대학병원, 500명 이상 규모인 2개 종합병원과 약 100명 상 규모인 2개 산·소아과전문병원에서 근무하는 1년 이상의 경력을 가진 일반간호사 중 연구 참여에 동의한 자로 284명을 편의추출 하였다. 연구표본의 크기는 G*power 3.1을 이용하여 유의수준 .05, 효과크기 .15에서 검정력 .80을 유지하기 위한 회귀분석의 표본수를 계산한 결과 74명 인 것을 근거로[25], 충분한 대상자 크기임이 확인되었다.

자료 수집은 연구자가 연구대상 병원을 직접 방문하여 '자료수집 신청서'를 간호부에 제출하고 이에 대해 승낙을 얻은 후 병동관리자의 도움을 받아 구조화된 자가 보고형 설문지를 배포 및 수집을 하였다. 설문지 안에 연구참여 동의서를 포함하여 자발적인 의지로 참여하고, 비밀유지와 연구참여 중도포기에 대한 불이익이 없음을 대한 정보제공과 조사 결과는 연구목적외로만 사용되고 사용 후 연구자에 의해 설문지가 폐기됨을 알려 주었다. 자료수집 기간은 2010년 9월 13일부터 11월 26일까지였다.

3. 연구 도구

3.1 내부마케팅

Geroge(1990)는 내부마케팅(internal marketing)란 서비스 조직의 첫 번째 시장이 조직구성원이라는 관점

에서 고객에게 서비스를 알리고 설득하기 전에, 먼저 내부 고객인 조직 구성원에게 서비스가 제공하려는 편익을 알리고, 설득하고, 교육시켜 내부 시장의 욕구를 먼저 충족시키는 활동을 의미한다[26].

본 연구에서는 선행연구[2][26]에서 제시된 마케팅 전략을 포괄하도록 연구자가 수정·보완한 39문항의 도구로 교육훈련제도, 의사소통, 근무환경, 보상시스템, 세분화제도, 동기부여, 종사원 관리이념으로 구성되었다. 1점(전혀 그렇지 않다)에서부터 5점(매우 그렇다)까지 Likert 5점 척도로 점수가 높을수록 내부마케팅 인지정도가 높음을 의미한다. 본 도구의 내적 신뢰계수인 Cronbach's α =.973이고, 하위영역의 Cronbach's α 는 .819에서 .909의 범위를 나타내었다.

3.2 직장에착

Staw(1977)는 직장에착(organizational attachment)이란 조직에착과 같은 의미로 조직구성원이 자기가 속해 있는 조직과 동일시하고 조직에 관여하며 그 조직에 에너지와 충성심을 바치려는 조직구성원의 의향을 의미하고[2], 본 연구에서는 최원숙[27]의 도구를 예비조사를 통해 연구자가 10문항으로 수정보완하여 측정하였으며, 1점(전혀 그렇지 않다)에서부터 5점(매우 그렇다)까지 Likert 5점 척도로 점수가 높을수록 직장에착정도가 높음을 의미한다. 본 도구의 내적 신뢰계수 Cronbach's α = .877로 나타났다.

3.3 경영성과

경영성과(management performance)란 기업을 비롯한 영리조직이나 비영리조직 운영시 발생하는 최종 산출물로서 나타나는 결과를 의미하는 것으로 일반적으로 재무적 결과를 의미한다[28].

본 연구에서는 강두식[1]의 연구에서 재무적 관점에서 살펴본 환자수, 원가절감수준, 수입과 수익에 대해 개인차원의 경영성과와 기관단위의 경영성과로 나누어 살펴보았다. 개인차원의 성과는 연구대상자 개인이 응답한 결과를 바탕으로 이루어지며, 기관단위는 해당 의료기관의 응답자가 응답한 점수의 평균으로 경영성과를 측정하였다. 인지적 성과에 대한 측정방법은 재무계

표 등과 같은 계량치로 나타낸 경영 성과의 단점을 어느 정도 극복할 수 있다는 점에서 유리하다[24].

경영성과는 총 5문항에 대한 주관적인 평가로 1점(전혀 아니다)에서부터 7점(매우 그렇다)까지 Likert 7점 척도로 측정하였으며 점수가 높을수록 경영성과를 높게 인지하는 것으로 보았다. 본 도구의 내적 신뢰계수 Cronbach's α = .917로 강두식[1]의 연구에서는 Cronbach's α = .885이었다.

4. 자료 분석 방법

수집된 자료는 SPSS를 통해 대상자의 일반적 특성과 각 변수별 평균은 기술통계로, 상관관계는 Pearson's correlation coefficient 계수를 이용하였으며, 경영성과에 대한 예측요인 분석은 다중회귀분석(multiple regression)으로 분석하였다.

5. 연구의 제한점

본 연구는 일 지역에 위치한 병원의 간호사를 연구 대상으로 편의표본 추출방법과 단면적 조사연구인 만큼 연구결과와 확대 적용에 주의할 기울여야 한다.

III. 연구결과

1. 연구 대상자의 일반적 특성

대상자의 일반적 특성은 [표 1]과 같다. 대상자의 평균연령은 30.9세로 미혼 62.0%, 종교 '없음' 52.8%, 학력은 '대학교졸업이상' 53.9%, 월급여는 '150만원이상~200만원미만' 39.1%로 대부분을 차지하였다. 병원규모는 '대학병원' 35.2%, '종합병원'과 '전문병원' 각각 32.4%로 나타났고 총 임상경력은 평균 94.69개월로 대상자의 40.5%가 '1년이상~5년미만'의 경력을 보여주었으며, 현재 부서 임상경력은 평균 40.79개월로 '1년이상~3년미만'이 40.5%로 가장 많은 비중을 차지하였다.

표 1. 일반적 특성

(n=284)

변수	구분	수	%	평균 (표준편차)
연령	22~29세	143	50.4	30.90 (6.46)
	30~39세	108	38.0	
	40~58세	33	11.6	
결혼	미혼	176	62.0	
	기혼	108	38.0	
종교	있음	134	47.2	
	없음	150	52.8	
학력	전문대졸	131	46.1	
	대학교졸이상	153	53.9	
월 급여	150만원미만	10	3.5	
	150만원이상~200만원미만	111	39.1	
	200만원이상~250만원미만	110	38.7	
	250만원이상~300만원미만	30	10.6	
	300만원이상	23	8.1	
병원 규모	대학병원	100	35.2	
	종합병원	92	32.4	
	전문병원	92	32.4	
총 임상경력	1년이상~5년미만	115	40.5	94.69 (76.48) 개월
	5년이상~10년미만	85	29.9	
	10년이상	84	29.6	
현재 부서 근무경력	1년미만	23	8.1	40.79 (32.98) 개월
	1년이상~3년미만	115	40.5	
	3년이상~5년미만	91	32.0	
	5년이상	55	19.4	

2. 대상자의 내부마케팅, 직장애착과 경영성과정도

대상자의 내부마케팅, 직장애착과 경영성과 정도를 분석한 결과는 [표 2]와 같다. 총 내부마케팅 정도는 5점 만점에 평균 2.94점으로 보통보다 약간 낮았다. 영역별로 살펴보면 의사소통(3.19±.61)만 보통보다 높게 인식하고 있었으며, 다른 영역은 동기부여(2.99±.64), 세분화제도(2.96±.83), 교육훈련제도(2.91±.67), 종업원관리이념(2.91±.72), 보상체계(2.84±.73), 근무환경(2.68±.77) 순으로 나타났다. 총 직장애착 정도는 5점 만점에 3.12점으로 보통이상의 애착도를 보여주었다. 경영성과의 전체점수는 7점 만점에 개인별 기업성과는 4.60점, 기관별 기업성과는 4.59점으로 보통이상을 나타내었다.

표 2. 내부마케팅, 직장애착과 경영성과 정도

(n=284)

변수		평균	표준편차	최소	최대
내부마케팅	교육훈련제도	2.91	.67	1.11	5.00
	의사소통	3.19	.61	1.50	5.00
	근무환경	2.68	.77	1.00	5.00
	세분화제도	2.96	.83	1.00	5.00
	보상시스템	2.84	.73	1.00	5.00
	동기부여	2.99	.64	1.00	5.00
	종업원관리이념	2.91	.72	1.00	5.00
	전체	2.87	.60	1.20	4.83
직장애착	직장애착	3.12	.57	1.20	4.70
경영성과	개인별	4.60	1.07	1.00	7.00
	기관별	4.59	0.50	3.96	5.19

3. 내부마케팅, 직장애착과 경영성과간의 관계

일반적 특성 변인에서 경영성과에 차이를 보일 수 있는 병원의 규모와 급여를, 내부마케팅의 하위영역과 직장애착 변수와 경영성과간의 상관관계를 살펴본 결과는 [표 3]과 같다. 개인별 경영성과는 병원규모($r=-.208, p=.000$)와 역상관관계를, 급여($r=.173, p=.004$), 내부마케팅의 하부영역(r 값 범위=.496~.616, $p=.000$)과 직장애착($r=.524, p=.000$)과는 순상관관계를 나타내었다. 기관별 경영성과는 병원규모($r=-.442, p=.000$)와 역상관관계를, 급여($r=.141, p=.018$), 내부마케팅의 하부영역(r 값 범위=.423~.606, $p=.000$)과 직장애착($r=.374, p=.000$)과는 순상관관계를 나타내었다.

표 3. 변수간 상관관계

변수		개인별 경영성과	기관별 경영성과
일반적 특성	병원급	-.208(.000)	-.442(.000)
	급여	.173(.004)	.141(.018)
내부마케팅	교육훈련제도	.549(.000)	.489(.000)
	의사소통	.616(.000)	.460(.000)
	근무환경	.506(.000)	.536(.000)
	세분화제도	.581(.000)	.606(.000)
	보상 체계	.581(.000)	.591(.000)
	동기 부여	.519(.000)	.446(.000)
	종업원 관리이념	.496(.000)	.423(.000)
	직장애착	직장애착	.524(.000)

이를 통해 병원규모가 작을수록, 급여가 많을수록, 내부마케팅이 잘 이루어지고 직장에착도가 높을수록 경영성과를 높게 인지하고 있었다.

4. 경영성과에 대한 미치는 영향요인

경영성과에 영향을 미치는 요인에 대해 회귀분석을 한 결과는 [표 4][표 5]와 같다. 일반적 특성 중 명목적으로 측정된 병원규모는 이직률이 낮다고 보고된 대학병원을 '0'으로, 병상규모가 작은 전문병원은 '1', 종합병원은 '2'로 처리하여 분석하였으며 다중공선성 판별해주는 공차한계는 0.1이하이고 분산팽창요인(VIF)도 10 이하로 다중공선성은 없는 것으로 나타났다. 다중회귀분석을 통해 병원규모, 급여, 내부마케팅 하위영역과 직장에착이 경영성과에 영향을 미치는 요인을 파악한 결과, 개인별 경영성과에 영향을 미치는 요인은 [표 4]와 같다. 병원간호사 개인별로 인지하는 병원경영성과의 41.5%(Adj R² =.415, F=19.472, p=.000)를 설명하였다. 이때 의사소통(β=.351, p=.000)과 직장에착(β=.191, p=.003)이 유의한 영향요인으로 내부마케팅의 의사소통이 잘 이루어질수록, 직장에착도가 높을수록 병원의 경영성과를 높게 인지하였다.

표 4. 개인별 경영성과에 대한 예측요인분석

변수		개인별경영성과		
		B	β	t(p)
상수		.647		1.679(.094)
일반적 특성	병원규모 (대학=0)		.010	.187(.852)
	월급여		-.004	-.077(.939)
내부 마케팅	교육훈련제도		.160	1.711(.088)
	의사소통		.351	3.900(.000)*
	근무환경		.018	.183(.855)
	세분화제도		.143	1.548(.123)
	보상체계		.072	.631(.528)
	동기부여		-.116	-1.152(.250)
	종업원관리이념		-.063	-.636(.525)
직장에착	직장에착		.192	3.019(.003)*
R ²		.438		
Adj R ²		.415		
F-value(p)		19.472(.000)		

* p<.05

기관별 경영성과에 영향을 미치는 요인은 [표 5]와 같다.

병원규모, 급여, 내부마케팅 하위영역과 직장에착에 의해 기관별 경영성과가 53.2%(Adj R² =.532, F=30.564, p=.000)의 경영성과가 설명되었다. 일반적 특성에는 병원규모(β=-.415, p=.000)가, 내부마케팅 전략에는 보상체계(β=.450, p=.000)와 세분화제도(β=.268, p=.001)가 유의한 영향요인으로 병원규모가 작을수록, 보상체계제도와 세분화제도가 잘 이루어질수록, 기관별 병원 경영성과를 높게 인지하는 것으로 나타났다.

표 5. 기관별 경영성과에 대한 예측요인분석

변수		기관별경영성과		
		B	β	t(p)
상수		4.137		25.286(.000)*
일반적 특성	병원규모 (대학=0)		-.415	-8.335(.000)*
	월급여		-.0841	-1.956(.052)
내부 마케팅	교육훈련제도		-.142	-1.701(.090)
	의사소통		-.059	-.732(.465)
	근무환경		.067	.761(.448)
	세분화제도		.268	3.239(.001)*
	보상체계		.450	4.399(.000)*
	동기부여		-.059	-.653(.514)
	종업원관리이념		-.078	-.883(.378)
직장에착	직장에착		.034	595(.552)
R ²		.550		
Adj R ²		.532		
F-value(p)		30.564(.000)		

* p<.05

IV. 논의

지방 병원들은 간호 인력을 확보하고 유지하는데 어려움이 있고, 인력의 부족은 곧 환자의 의료서비스의 질을 저하시켜 병원 경영성과에도 부정적인 영향을 미치고 있는 만큼 병원들은 구성원들의 만족도 향상을 위한 내부마케팅 전략과 그들의 직장에착도 향상에 관심을 기울여야 한다. 이에 병원의 경영성과에 내부마케팅과 구성원의 직장에착도간의 관계를 확인함으로써 효

올적인 인력관리와 경영성파에 기여하고자 본 연구를 실시하였다.

내부마케팅은 5점 만점에 평균 2.87점으로, 윤정아와 이해정[29]의 3.10점보다는 낮았으나, 선행연구 [9][26], [30][31] 결과보다는 높게 나타났다. 선행연구는 종합병원 간호사가 연구대상인데 비해 본 연구는 전문병원에 근무하는 간호사도 포함되어 일관된 결과를 보이지 않아 추후 반복연구가 이루어져야 하겠다.

하위 영역에 대한 점수를 살펴보면 의사소통(3.19±.61)이 가장 높게 나타났고, 동기부여(2.99±.64), 세분화제도(2.96±.83), 교육훈련제도(2.91±.67)와 종업원관리이념(2.91±.72), 보상체계(2.84±.73), 근무환경(2.68±.77)순으로 보상체계와 근무환경은 다른 영역보다 점수가 낮게 나타났으나 선행연구보다는 내부마케팅에 대한 병원 내 시행도가 전반적으로 높아 많은 병원들이 내부마케팅에 대한 관심을 보여주는 결과로 보여진다.

내부마케팅 활동 중 의사소통 점수가 가장 높은 것은 하나선과 박효미[30] 연구와 진은영[2]의 연구결과와 일치하며, 다른 선행연구에서도 높은 점수를 보인 영역에 속하였다. 이는 간호직의 업무특성상 상사 및 의사, 동료간호사와 환자상태와 업무를 인계하고 보고하는 과정을 거쳐 환자간호를 수행하고 있으며, 병원 상부에서 내려오는 정보나 지시사항에 대해서도 병동의 관리자가 간호사에게 공지하여 일관된 업무처리가 되도록 매일 회의하고 타부서와도 긴밀하게 협조관계를 맺고 있기 때문이다. 하나선과 박효미[30]의 연구에서는 간호조직에서 하향적 의사소통 외에도 상향적, 수평적 의사소통의 통로가 확보되고, 비공식적 의사소통이 공식적 의사소통의 경로를 통해 의견이 제시되도록 유도하는 것이 필요하다고 제안하며 의사소통이 간호업무생산성에도 영향을 끼치고 있음을 확인하였다.

보상체계와 근무환경은 다른 영역보다 점수가 낮게 나타난 선행연구[26][29][31]의 결과와 유사하나 근무환경은 선행연구[30]보다 높았다. 보상체계는 간호업무생산성[30]에 유의한 영향요인으로 확인된 바 있는 내부마케팅 전략으로 우수한 구성원을 확보, 유지하기 위해서는 조직 전체적 관점에서는 적절하고 공정한 보상체

계 확립하고 인력 관리면에서는 간호사 개개인의 욕구를 충족시킬 수 있는 개별적인 보상전략도 관심을 가져야 할 것이다. 근무환경은 근로자에게 업무수행을 하는데 직접적인 영향을 주는 중요한 요인임에도 그 중요성이 간과되는 경우가 흔하다. 근무환경에 대해 조직구성원이 낮게 인식한 본 연구결과가 그 일례라 하겠다. 간호사가 근무시간 내에 많은 업무로 휴식시간조차 갖기 어려운 것이 현실이지만, 그들의 휴식을 위한 공간을 마련하는 등의 세심한 배려는 간호사로 하여금 소속 직장에 대한 만족도를 향상시킬 수 있을 것이라 본다. 선행연구[2]에서도 병원 조직 내에서 간호사의 근무환경은 환자들을 간호하는 업무 현장으로만 인식하고 휴식 공간에 대한 배려는 등한시하는 경향이 있는데, 내부고객만족을 위해서는 직원들의 휴식공간개선에 주의를 기울이는 병원관리자들의 의식전환이 필요하며, 조직이 어떤 서비스 환경을 조성하느냐의 문제는 바로 고객만족으로 연결되는 중요한 내부마케팅 요인이라고 지적하였다.

직장에착은 5점 만점에 3.12점으로 소속 직장에 대해 보통이상의 애착도를 보여주었으나 일개 종합전문요양기관을 대상으로 한 진은영[2]의 연구결과인 3.23점보다는 낮았다. 본 연구의 대상자에는 이직이 낮은 대학부속병원에 근무하는 간호사만이 아닌 종합병원과 전문병원에서 근무하는 간호사도 포함된 결과로 보여진다. 현재 간호사가 부족한 병원은 수도권 대형병원이 아닌 중소 규모 병원만이 법정 인력 기준에 미달되며, 중소병원 간호사들은 기회가 되면 대형병원으로 떠나는 경우가 많은데, 그 원인으로 낮은 임금과 열악한 근무환경이라고 지적하였다. 그러므로 중소병원은 차별화된 간호인력의 보유전략을 개발하고 시행해야하며 그들을 파트너로 존중할 때 자신이 근무하는 병원의 주인의식을 갖게 해준다면 결코 쉽게 이직하지는 않을 것이다[21].

병원의 경영성파에 대해 개인별 인지정도는 7점 만점에 4.60점이고, 기관별 인지정도는 4.59점으로 나타나 강두식[1]의 연구에서 간호직군이 평가한 4.57과 비슷하였다. 강두식[1] 연구에서는 행정직, 간호직, 의료직 순으로 병원경영성파에 대해 인지하고 있었다. 경영성

과에 대한 영향요인으로는 개인별로 인지하는 경영성과에는 병원규모, 급여, 의사소통과 직장에착도가, 기관 단위별로 경영성과는 병원규모와 내부마케팅 중 보상체계제도와 세분화제도가 잘 이루어질수록 성과가 높은 것으로 나타났다. 일반 기업체 직원을 대상으로 경영성과를 평가한 윤인옥[2]의 연구결과와는 약간의 차이가 있었다. 윤인옥[2]의 연구에서 인지적 재무성과에 가장 많은 영향을 미치는 내부마케팅활동 중 보상시스템이었고 의사소통은 영향요인으로 나타나지 않았으나 매출극대화 노력에 가장 많은 영향을 미치는 것은 교육훈련과 의사소통이었다. 조직몰입도 성과에 영향을 미치는 요인으로 확인되었다. 조직행동론에서 조직몰입(organizational commitment)은 직장에착과 동일한 개념으로 이용되고 있다[11]. Hsin Kuang Chi 등(2008)도 내부마케팅 활동이 조직몰입과 재무성과에 순상관관계가 있음을 실증분석 하였다[2].

병원간호사회(2005)의 보고에 의하면 간호사의 이직률이 가장 낮은 곳은 800-999병상의 종합병원 및 대학병원이고, 200-399병상의 규모를 가진 종합병원이 가장 높은 이직률을 보였다[32]. 높은 이직률은 곧 간호서비스 질적인 저하로 이어져 환자들의 서비스 불만족 요인이 될 수 있다. 하지만, 본 연구에서는 의료기관의 수가 날로 증가함에 따라 병원간 경쟁심화와 인력 수급 문제로 어려움을 겪는 지방 종합병원과 300병상 미만으로 중소병원에 속하는 산·소아과로 특화된 진료를 제공하는 전문병원의 경영성과를 비교한 결과, 종합병원이 전문병원에 비해 경영성과를 나쁘게 인식하고 있었다. 이는 전문병원의 고객지향성 요인[1],[7]과 시장지향적 전문성[5]이 경영성과에 긍정적 영향을 미치는 것을 볼 때, 특성화된 전문병원이 특화되지 않고 병상수만 큰 종합병원보다 경영성과를 구성원들이 좋게 평가할 수 있는데, 이에 대해 Clark(2000)은 의료기관의 규모를 확대하거나 축소하는 것보다는 전문화된 서비스를 제공함으로써 병원의 경쟁우위를 확보할 수 있다고 제안한 바 있다[7]. 또한 전문병원은 간호 인력이 종합병원보다 적어 병원경영성과에 대해 쉽게 피부로 느낄 수 있다는 점도 고려해야 할 것이다.

경영성과의 선행요인으로 내부고객 만족의 중요성이

인식되면서 종업원을 만족시키는 것이 의료기관을 성장에 중요한 요소로 고객 친화적 내부마케팅을 통한 재무적 경영성과를 제고하여야 한다[17]. 또한 경영목표를 달성하기 위하여 종업원들에게 충분한 보상시스템과 의사소통 등은 올바른 직무수행과 더불어 인간적인 신뢰와 조직에 대한 몰입과 인지적 재무성과를 높이는 데도 영향을 끼치므로 세밀한 계획과 실천이 필요하다[3]. 특히 세분화제도는 근무연동제, 휴가, 휴직제도, 포상제도 등을 말하는 것으로 임지영[31]의 연구에서도 간호사의 동기부여에 중요한 영향을 미치는 변수로 바람직한 휴직 제도의 활용이 필요함이 확인되었고, 두은영[26]도 휴가 및 휴직제도는 구성원이 일정기간 동안 직무를 쉬면 생활에 활력소를 제공하여주므로, 만족감을 증진시켜 조직성과에 도움을 주는 것이 필요하다고 하였다. 경영성과는 리더십 성과를 평가하기 위한 좋은 척도로[33], 간호관리자는 조직의 목표를 달성하고 경영성과향상을 위해 간호사 개개인에게 적합한 내부마케팅 전략을 개발시키고 실천하기 위한 세심한 관심과 노력을 통해 병원의 경영성과에 기여해야 할 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 간호사가 인지하는 내부마케팅과 직장에착도 정도가 경영성과에 미치는 영향을 파악하기 위해 일지역의 대학병원, 종합병원과 전문병원 각각 2곳을 임의선정하여 연구에 동의한 병원근무경력 1년 이상인 특수병동에 근무하지 않는 일반 간호사 284명을 대상으로 일반적 특성 8문항, 내부마케팅 38문항, 직장에착 10문항, 경영성과 5문항으로 구조화된 설문지를 통해 자료수집하였으며, 수집된 자료는 서술적 통계방법과 위계적 회귀분석을 이용해 분석하였다. 연구결과, 간호사들이 인지하는 내부마케팅은 보통보다 약간 낮았고, 직장에착과 경영성과는 보통이상으로 인식하고 있었다. 내부마케팅의 영역별 점수도 의사소통이 제일 높고 그다음은 동기부여, 세분화제도, 교육훈련제도, 종업원관리이념, 보상체계, 근무환경순이었다.

경영성과와 변수간 상관관계는 병원규모와는 역상관

관계를, 급여, 내부마케팅 하위영역과 직장에착은 유의한 순 상관관계로 병원규모가 작을수록, 급여, 내부마케팅과 직장에착정도가 높을수록 경영성과에 대한 인지정도가 높았다. 개인별 경영성과는 내부마케팅의 의사소통과 직장에착이 유의한 영향요인으로 41.5%가 설명되었고, 기관단위별 경영성과는 병원규모, 내부마케팅의 보상체계제도와 세분화제도가 유의한 영향요인으로 53.2%가 설명되었다.

본 연구결과를 통해 병원의 경영성과에 내부마케팅 중 의사소통, 보상체계와 세분화 전략, 그리고 조직구성원의 직장에착이 긍정적인 영향을 미치고 있음이 확인되었다. 이에 간호관리자들은 병원의 내부고객인 간호사를 위한 내부마케팅활성화 정책과 직장에착도 향상 전략 등을 통한 병원 경영성과 기여에 노력해야 하겠다. 본 연구결과를 토대로 다음과 같은 제언을 하고자 한다. 첫째, 본 연구대상은 일 지역의 병원으로 한정하여 자료 수집한 만큼 연구결과를 전체 의료기관의 경영성과로 확대해석하는데 주의를 기울여야 한다. 둘째, 간호관리료 등급에 따른 경영성과에 차이를 분석하여 간호인력확보수준과 경영성과간의 관련성을 밝히는 연구가 이루어져야 할 것이다. 셋째, 경영성과에 대한 모형구축을 위해 내부마케팅과 직장에착간의 관계를 확인하는 연구와 더 많은 변인들을 포함한 지속적인 연구가 이루어져야 하겠다. 병원경영성과에 기여하는 관련변인 연구가 지속적으로 이루어질 때, 병원 내에서의 간호인력은 인건비 지출이 많은 소비집단이 아닌 경영성과에 기여하는 생산집단으로의 인식전환을 가져오게 될 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 강두식, *의료기관의 서비스 지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 인천대학교 경영학과 박사학위논문, 2005.
- [2] 진은영, *간호사가 인지하는 내부마케팅 정도와 직장에착이 고객지향성에 미치는 영향*, 연세대학교 석사학위논문, 2008.
- [3] 윤인옥, *내부마케팅 활동이 조직몰입과 성과에 미치는 영향*, 건국대학교 경영대학원 석사학위논문, 2009.
- [4] 김인숙, 이해중, 강경화, 장수정, "병원 간호조직의 성과평가지표에 관한 조사 연구", *간호행정학회지*, 제11권, 제4호, pp.385-399, 2005.
- [5] 이정우, 최영진, "전문병원의 시장지향성이 고객지향성, 직업전문성, 직무만족 및 경영성과에 미치는 영향", *병원경영학회지*, 제14권, 제1호, pp.1-22, 2009.
- [6] 정정희, 김지수, 김경희, "간호사의 이직의도에 영향을 미치는 예측요인", *간호행정학회지*, 제14권, 제1호, pp.35-44, 2008.
- [7] 이정우, "전문병원 간호사의 전문직업성이 직무만족, 고객지향성 및 서비스 수준에 미치는 영향", *한국콘텐츠학회논문지*, 제11권, 제1호, pp.266-276, 2011.
- [8] 차선경, *간호조직의 내부마케팅 요인이 간호사의 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구*, 고려대학교 석사학위논문, 2000.
- [9] 오숙희, *종합병원 내부마케팅 요인과 간호사의 직무만족, 조직몰입과의 관계 연구*, 조선대학교 석사학위논문, 2004.
- [10] V. Upenieks, "Recruitment and Retention Strategies : A Magnet Hospital Prevention Model," *Nursing Economics*, Vol.21, No.1, pp.7-13, 2003.
- [11] 제갈봉순, 이성희, "병원근무 간호사의 직장에착도와 관력요인", *간호행정학회지*, 제13권, 제1호, pp.65-73, 2007.
- [12] J. W. Peltier, L. Pointer, and J. A. Schibrowsky, "Internal Marketing and the Antecedents of Nurse Satisfaction and Loyalty," *Health Marketing Quarterly*, Vol.23, No.4, pp.63-82, 2006.
- [13] R. J. Blendon, C. M. DeRoches, M. Brodie, J. M. Benson, A. B. Rosen, E. Schneider, D. E. Altman, K. Zapert, M. J. Herrmann, and A. E.

- Steffenson, "Views of Practicing Physicians and the Publics on Medical Errors," The New England Journal of Medicine, Vol.375, No.24, pp.40-1933, 2002.
- [14] 한국보건산업진흥원, *간호간병서비스 개선을 위한 시범사업*, 2008.
- [15] R. T. Coward, C. Hornbe, R. P. Duncan, and J. W. Dwyer, "Job Satisfaction Among Hospital Nurses : Facility Size and Location Comparisons," Journal of Rural Health, Vol.8, No.4, pp.255-267, 1992.
- [16] 한성숙, *간호와 경영*, 군자출판사, 2006.
- [17] 서경원, *의료기관의 서비스 지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증적 연구*, 청주대학교 대학원 박사학위논문, 2007.
- [18] 박성애, 김진현, 박광옥, 김명숙, 김세영, "간호단위 성과평가도구 개발 간호단위 성과평가도구 개발", *임상간호연구*, 제15권, 제2호, pp.5-12, 2009.
- [19] 강경화, 한용희, "병원간호조직 성과관리지표 개발에 관한 연구", *간호행정학회지*, 제15권, 제1호, pp.106-115, 2009.
- [20] 강경화, *균형성과표를 적용한 병원 간호단위 성과평가표 개발*, 연세대학교 대학원 박사학위논문, 2003.
- [21] 박광옥, "중소병원의 간호인력 수급 논쟁 : 인력난 vs 임금난", *간호학의 지평*, 제6권, 제1호, pp.67-76, 2009.
- [22] 장영재, *중소병원산업의 활성화 방안에 관한 연구*, 경남대학교 대학원 박사학위논문, 2009.
- [23] 류정걸, "종합병원의 전문의 수가 경영성과에 미치는 영향", *병원경영학회지*, 제13권, 제4호, pp.1-26, 2008.
- [24] 서창적, 한원윤, "조직의 서비스 지향성이 기업 성과에 미치는 영향", *품질경영학회지*, 제28권, 제4호, pp.161-184, 2000.
- [25] F. Faul, E. Erdfelder, A. Buchner, and A. G. Lang, Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, Vol.41, pp.1149-1160, 2009.
- [26] 두은영, *병원조직의 내부마케팅이 간호사의 이직의도, 간호업무수행 및 간호업무생산성에 미치는 영향*, 고려대학교 석사학위논문, 2004.
- [27] 최원숙, *국립대 병원 직원의 직무만족 및 직장애착 결정요인*, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2003.
- [28] 정진희, 김인호, 홍정화, "인적자원 가치의 측정 지표 관리가 기업의 경영성과에 미치는 영향", *회계정보연구*, 제22권, 제1호, pp.99-130, 2004.
- [29] 윤정아, 이해정, "간호조직의 내부마케팅, 직무스트레스, 조직몰입, 이직의도 간의 관계", *간호행정학회지*, 제13권, 제3호, pp.293-301, 2007.
- [30] 하나선, 박효미, "내부마케팅 활동에 대한 인식 정도가 간호조직성과에 미치는 효과", *임상간호연구*, 제13권, 제2호, pp.7-16, 2007.
- [31] 임지영, "병원의 내부마케팅 활동이 간호사의 동기부여에 미치는 영향-Herzberg의 동기-위생요인이론을 기반으로-", *간호행정학회지*, 제12권, 제1호, pp.5-13, 2006.
- [32] 병원신문, "간호사 없어 병동축소, 폐쇄", 2007년 9월 3일자.
- [33] 한진환, "리더십이 신뢰와 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구", *한국콘텐츠학회논문지*, 제5권, 6호, pp.283-292, 2005.

저 자 소 개

이 선 혜(Seon-Hye Lee)

정희원



- 2003년 8월 : 한양대학교 간호학과(간호학박사)
- 1997년 8월 ~ 현재 : 동우대학 간호과 부교수

<관심분야> : 인적자원관리, 지역노인건강 등

문 명 자(Myong-Ja Moon)

정회원



- 2004년 2월 : 한양대학교 간호학과(간호학박사)
- 2000년 3월 ~ 현재 : 목포가톨릭대학교 교수

<관심분야> : 간호관리, 노인간호

김 지 미(Ji-Mee Kim)

정회원



- 2003년 8월 : 한양대학교 간호학과(간호학박사)
- 2008년 8월 ~ 현재 : 동남보건대학 간호과 전임강사

<관심분야> : 건강증진, 조직문화