

간호서비스 질, 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 관한 연구

이 미 애¹⁾

서 론

연구의 필요성

서비스 질은 조직의 생산성과 경쟁력을 결정하는 전략적 요소이자 소비자 판단에 절대적으로 영향을 미치는 중요한 요소이기 때문에 정확하게 측정되고 통제되어야 한다(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1994; Puay & Nelson, 2000). 소비과정에서 소비자는 구매 서비스에 대한 질을 자연스럽게 평가하게 되는데 이렇게 평가된 질은 소비자로서 하여금 향후 해당 서비스를 재구매하면서 좋은 소문을 낼 것인지 아니면 다시는 구매하지 않으면서 나쁜 소문을 낼 것인지 하는 태도를 결정하게 한다(유동근, 2004; 이미애, 2003; Lee, Lee, Lee, Park, & Moon, 2004). 그렇기 때문에 서비스 제공자들은 자신이 제공하는 서비스 질을 소비자 관점에서 측정하고 평가해야 한다(이미애와 염영희, 2005; Hudson, Hudson, & Miller, 2004; Lee & Yom, 2007).

그러나 서비스란 그 자체가 무형적이어서 포착하기 어려우며 질이라는 개념 역시 매우 추상적이고 주관적이기 때문에 이를 정확하게 측정하기가 쉬운 일이 아니다(Jain & Gupta, 2004). 그래서 현대사회에서는 서비스 질을 측정하기 위해 다양한 노력들을 기울여왔는데 그 중에서 가장 많은 관심을 받으면서 폭 넓게 사용되고 있는 것이 SERVPERF 모델이다.

SERVPERF는 Parasuraman, Zeithaml and Berry(1988)가 서비스 질을 측정하기 위해 SERVQUAL을 개념화한 후, SERVQUAL의 문제점들이 지적되면서 서비스 질을 좀 더 정

확하고 효율적으로 측정할 수 있도록 Cronin & Talor(1992, 1994)에 의해 제안된 서비스 질 측정 모델로, SERVQUAL의 서비스 질 측정도구의 구성요인과 속성을 그대로 사용하기 때문에 도구를 구성하는 내용면에서는 차이가 없다. 단, SERVQUAL에서는 질(quality)을 서비스를 제공받으면서 느끼게 되는 성과(performance)가 서비스를 받기 전에 갖고 있던 기대(expectation)와 비교됨으로써 느끼게 되는 판단으로 정의 되어[$Q = \sum(P - E)$] 서비스 질에 대한 평가질문이 기대와 성과라는 개념으로 2회 측정되는 반면, SERVPERF에서는 서비스를 제공받으면서 느끼게 되는 성과만이 질로 간주되므로[$Q = \sum(P)$] 성과개념만이 1회 측정된다는 점에서 차이가 난다. 이후 SERVPERF는 SERVQUAL을 비롯한 여타의 다른 서비스 질 측정도구들에 비해 개념적으로 문제가 적고 실무적으로도 간편할 뿐 아니라 측정값도 안정적이어서 보다 우수한 질 측정 모델임이 확인되고 있다(Brady, Cronin, & Brand, 2002; Cronin & Talor, 1994; Hudson et al., 2004; Jain & Gupta, 2004; Johns, Avci, & Karatepe, 2004).

만족(satisfaction)이란 서비스 질을 평가한 후에 갖게 되는 전반적인 평가로, 질 평가와 함께 마케팅 관점에서 매우 중요한 개념이다(유동근, 2004). 특히 고객만족은 '만족한 고객은 평생고객'이라는 명제와 함께 많은 조직들이 생존력과 경쟁력을 높이기 위해 고객만족도에 관심을 기울이고 있다(이미애, 2002; 정면숙과 윤미진, 2001; 조성현, 2005; Lee et al., 2004; Mik, 2001). 고객만족이란 고객이 거래나 소비 후 경험하게 되는 만족정도를 평가하는 것으로 이를 위해 고객만족지수(CSI; Customer Satisfaction Index)가 많이 사용되고 있다. 그

주요어 : 간호서비스 질, 전반적인 만족, 병원 재이용 의도, 소비자, 제공자

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

투고일: 2007년 8월 30일 심사완료일: 2007년 9월 15일

리나 이 방법은 불만족한 사람이 조사 시, 직접 불평을 하거나 부정적으로 반응하기 보다는 응답을 기피하는 경향이 있기 때문에 실제 만족보다 높게 나타나는 문제가 있어 그 결과에 타당성이 제기되고 있다(유동근, 2004). 그러므로 진정한 의미에서 고객만족은 이들의 재구매, 재방문으로 보아야 한다는 주장과 함께 만족을 재구매나 재이용 의도와 함께 측정하는 연구들이 시행되고 있다(이미애와 염영희, 2005; 이선아, 1998; 정원숙과 윤숙희, 2003; Lee & Yom, 2007). 이들 연구들은 재구매나 재이용 의도가 해당 서비스 질에 대한 종합적이고 최종적인 평가이자 평가에 대한 행동적 결과변수이기 때문에 재이용, 재구매 의도가 조직의 생산성이나 효율성을 평가할 수 있는 중요한 지표라고 주장한다. 특히 의료서비스와 같이 서비스를 구성하고 있는 속성들이 너무나 복잡하고 전문적이어서 질을 정확하게 평가하기가 매우 힘든 서비스 분야에서는 해당 서비스를 경험한 사람들의 전반적인 만족도나 재이용 의도가 그 서비스 질이나 조직을 총체적으로 평가할 수 있는 매우 효율적이고 간편한 지표로 인식되고 있다.

그럼에도 불구하고 아직 간호 서비스 질과 의료 서비스에 대한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도와와의 관계를 규명하는 연구는 극히 미미한 정도로 시행되어 왔는데, 이들을 살펴보면 다음과 같다. 이선아(1998)는 간호서비스 질이 환자만족과 그들의 재방문 의도에 영향을 미친다는 것을 확인하면서 간호서비스 질을 측정하는데 SERVPERF가 SERVQUAL보다 좋은 도구임을 확인하였고, 정면숙과 윤미진(2001)은 간호서비스의 기대와 성과, 재이용 의도를 측정하여 이들 간에 모두 상관관계가 있으나 성과가 병원 재이용 의도와 좀더 높은 상관관계가 있음을 확인하였으며, 이미애(2003) 역시 SERVQUAL과 SERVPERF 둘 다 간호서비스 질 측정도구로 타당하나 SERVPERF가 병원 재이용 의도와 좀더 상관관계가 높은 도구임을 확인하였다. 구순이(1996)는 의료서비스에 있어 환자만족이 고객의 재구매 의도나 구전활동에 직접적으로 영향을 미친다는 것을 확인하였고 이선희, 조우현, 최귀선과 강명근(2001)도 병원 고객만족도 측정방법에 대한 비교분석에서 병원 고객만족도 측정방법으로 SERVQUAL, SERVPERF, Non-Difference 방법 중에서 SERVPERF가 고객의 병원 재이용 의도를 가장 잘 설명하는 도구임을 확인하였다. 그리고 이미애와 염영희(2005)는 간호서비스에 대한 만족이 병원 재이용 의도에 영향을 미치는 중요한 변수임을 확인하였다.

이러한 연구들 중 몇몇을 제외한 대부분의 연구들은 소비자만을 대상으로 연구하였다. 그러나 의료 및 간호서비스 분야에서 소비자와 제공자간에 지각차이가 존재한다는 사실이 지속적으로 보고되고 있는데(이미애, 2003, 2004; 이미애와 염영희, 2005; Harrison, 1995; Lee & Yom, 2007), 소비자와 제공자간의 존재하는 지각차이는 반드시 극복되어야 한다. 이

는 시장에서 서비스를 평가하고 선택하는 주체가 결국은 소비자이므로 제공자가 소비자와 다르게 자신들의 서비스를 평가한다는 것은 마케팅 관점에서 볼 때 매우 공허하고 의미없는 일이기 때문이다. 그러므로 제공자는 자신의 지각이 소비자 지각과 다르다는 사실을 인식하고 끊임없이 소비자 평가를 확인함으로써 소비자 관점에서 그들이 진정으로 원하는 서비스를 제공하도록 노력하여야 할 것이다.

이에 본 연구는 서비스 질 측정 시, 보다 안정적이고 간편하며 우수한 도구로 확인이 되고 있는 SERVPERF 모델을 이용하여 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 질 간에 차이가 존재하는지의 여부를 확인하고자 하며 이와 함께 소비자가 지각하는 간호서비스 질과 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 확인하고자 시도되었다. 이와 같은 본 연구의 결과는 간호 및 병원조직의 관리자들로 하여금 소비자와 제공자간의 지각차이 및 소비자가 지각하는 간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 확인할 수 있게 함으로써, 이를 바탕으로 조직의 내·외부 고객을 대상으로 하는 조직 생산성과 이미지 향상을 위한 다양한 마케팅 전략을 마련하는데 기초자료로 사용될 수 있을 것이다.

연구의 목적

본 연구는 다음과 같은 구체적인 목적을 갖는다.

- 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 질을 측정하고 그 차이를 비교·분석한다.
- 소비자가 지각하는 간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 확인한다.
- 소비자가 지각하는 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 확인한다.

용어의 정의

● 간호서비스 질

서비스 질이란 서비스가 제공되는 과정 전체에 대한 탁월성과 우수성에 대한 판단으로 제품에 대해 전체적으로 판단하는 평가의 한 형태이다(Nitecki, 1996). 본 연구에서는 간호사에 의해 제공되는 일체의 모든 간호활동을 간호서비스로 간주하고 주미경(2001)이 Parasuraman et al.(1988)이 개발한 SERVQUAL 모델을 기반으로 하여 우리나라 간호 현실에 맞게 수정·보완한 것을 본 연구자가 다시 수정·보완한 도구로 측정한다.

● 의료서비스에 대한 전반적인 만족

만족이란 구매를 위해 투여한 원가와 노력만이 아니라 구매를 통해 얻은 품질과 혜택, 모두를 고려한 상대적 판단으로(유동근, 2004), 본 연구에서는 간호 및 의료서비스를 제공받은 후 소비자가 주관적으로 느끼게 되는 간호 및 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 정도를 직접 질문하여 측정할 것이다.

● 병원 재이용 의도

재이용 의도란 소비자가 당 기관이나 제품에 대한 만족이 높을 경우 일반적으로 높아지는 것으로, 이미 경험한 제품이나 서비스를 다시 이용하고자 하는 의도를 의미하는데(Parasuraman et al., 1994), 본 연구에서는 Parasuraman et al. (1994)이 개발한 행동의도 중에서 정면숙과 윤미진(2001)이 병원에 맞게 적합한 내용을 뽑아 수정·보완한 도구로 측정할 것이다.

연구 방법

연구 설계

본 연구는 간호서비스 질에 대한 소비자와 제공자 간의 시각차이가 존재하는지의 여부를 확인하고 간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 미치는 영향 그리고 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향에 대한 소비자 시각을 파악하고자 시도된 횡단적 조사연구이다.

연구 대상

본 연구는 경상 남·북도에 위치한 300병상 이상의 종합병원 간호부에 전화로 본 연구의 목적을 설명하고 연구에 협조하기로 의사를 밝힌 5개 도시에 있는 6개 종합병원에 입원한 환자와 근무 중인 간호사를 대상으로 다음의 조건을 만족시키는 자를 임의표집 하였다.

● 소비자

(1) 연구병원에 입원하여 간호서비스를 직접 받고 있는 자, (2) 국문을 이해하고 독립된 판단능력이 있다고 생각되어지는 18세 이상인 자, (3) 본 연구의 취지를 이해하고 참여하기로 동의한 자를 대상으로 각 병원 당 50명씩 총 300명을 대상으로 하였다.

● 제공자

(1) 연구병원에 근무하고 있는 간호사, (2) 연구병원에서 간호서비스를 직접 제공하고 있는 자, (3) 본 연구의 취지를 이

해하고 참여하기로 동의한 자를 대상으로 각 병원 당 50명씩 총 300명을 대상으로 하였다.

연구 도구

본 연구에서 사용한 간호서비스 질 측정도구는 Parasuraman et al.(1988)이 개발한 SERVQUAL 모델을 근거로 하여 한국의 간호서비스 질을 측정하기 위해 주미경(2001)이 개발한 것을 본 연구자가 예비조사를 통하여 검증 및 축소한 것이다. 예비조사 결과, 주미경(2001)의 도구는 문항이 너무 많고 내용이 중복되었으며 표현이 애매한 것이 있다는 지적에 따라 실무경력 3년 이상의 간호사 86명에게 도구를 구성하고 있는 5가지 요인에 대해 설명하고 각 문항들이 해당 요인을 얼마나 잘 대표하는지에 대해 5점 척도로 평가하게 한 후, 각 요인마다 평균점 이상을 받은 문항만을 추출하는 방식으로 도구의 내용 타당도를 검증함과 동시에 도구의 크기를 축소하였다. 그 결과, 주미경(2001)의 연구에서는 유형성 6문항, 신뢰성 8문항, 반응성 6문항, 보장성 6문항, 공감성 7문항인 5요인, 33문항으로 구성된 도구가 사용되었으나 본 연구에서는 5가지 요인과 각 요인별로 4개씩의 문항이 있는 5요인, 20문항으로 구성된 도구가 사용되었다. 각 문항은 각기 다른 간호서비스 속성에 대해 한 번씩 질문하는데, ‘매우 그렇다’는 5점, ‘매우 그렇지 않다’는 1점으로 표시하는 5점 척도로 측정되었으며 측정된 값이 높을수록 질이 좋은 것으로 간주하였다.

도구의 신뢰도는 소비자의 경우 도구 전체의 Cronbach's α 값은 .97, 도구를 구성하는 5가지 요인의 Cronbach's α 값은 .85 ~ .92였고 제공자의 경우 도구 전체의 Cronbach's α 값은 .94, 도구를 구성하는 5가지 요인의 Cronbach's α 값은 .74 ~ .94였다.

의료서비스에 대한 전반적인 만족은 간호서비스에 대한 만족과 의료서비스에 대한 만족이라는 2개 항목으로 구성되었고 본 연구에서 도구의 Cronbach's α 값은 .81이었다. 의료서비스에 대한 전반적인 만족은 제공받은 ‘간호서비스에 만족하십니까?’와 ‘의료서비스에 만족하십니까?’를 직접 질문하여 ‘매우 만족한다’라는 강한 긍정에는 7점, ‘전혀 만족하지 않는다’는 강한 부정에는 1점으로 표시하게 하는 7점 척도로 측정하였으며 측정된 값이 높을수록 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 높은 것으로 간주하였다.

병원 재이용 의도는 병원 재방문 의도와 병원추천 여부라는 2개 항목으로 구성되었고 정면숙과 윤미진(2001)의 연구에서 Cronbach's α 값은 .99였으며 본 연구에서는 .93이었다. 병원 재이용 의도는 ‘당 의료기관을 다시 이용하시겠습니까?’와 ‘당 의료기관을 타인에게 추천하시겠습니까?’를 질문하여 ‘적극 재이용 하겠다’와 ‘적극 추천하겠다’는 7점으로 ‘절대 재이

용하지 않겠다'와 '절대 추천하지 않겠다'는 1점으로 표시하는 7점 척도로 측정하였으며 측정된 값이 높을수록 병원 재이용 의도가 높은 것으로 간주하였다. 그 밖에 소비자 및 제공자의 특성을 파악하기 위한 질문을 하였다.

자료 수집 기간 및 방법

자료는 2003년 2월 3일부터 2월 10일까지 예비조사를 실시한 후, 도구를 수정·보완하여 2003년 2월 15일부터 3월 29일까지 연구에 참여하기로 의사를 밝힌 6개 병원을 방문하여 각 병원마다 입원환자 50부, 간호사 50부씩 총 300부씩 설문조사하였다. 설문지는 연구대상자가 직접 작성하도록 한 후 회수하였는데 환자는 293부(95%), 제공자는 298부(98%)가 회수되었다.

자료 분석 방법

회수된 설문지 중, 불완전하거나 부적절하다고 판단되는 자료는 제외하고 소비자 272부(91%), 제공자 282부(94%)를 SPSS/PC ver 14.0 프로그램을 사용하여 최종분석 하였으며 구체적인 분석내용은 다음과 같다.

- 도구의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α 값을 구하였다.
- 소비자 및 제공자의 특성, 간호서비스 질, 의료서비스에 대

한 전반적인 만족, 병원 재이용 의도는 빈도, 백분율, 산술평균과 표준편차를 구하였다.

- 소비자 및 제공자가 지각하는 간호서비스 질의 차이는 t-test로 확인하였고 소비자가 지각하는 세 변수간의 관계는 Pearson's Correlation Coefficient로 확인하였다.
- 소비자가 지각하는 간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 미치는 영향, 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향은 Multiple Stepwise Regression Analysis를 실시하였다.

연구 결과

소비자와 제공자의 인구학적 특성

소비자와 제공자의 인구학적 특성은 <표 1>과 같다.

소비자는 남(52.6%), 여(44.5%)가 비슷하였고, 평균연령은 37.45세(± 12.37)로 30세 이하가 33.8%로 가장 많았으며 51세 이상이 14.0%로 가장 적었다. 교육수준은 고등학교 졸업이 42.7%, 대학교 졸업이 39.7%로 고등학교 졸업 이상이 대부분(86.8%)을 차지하였으며 수입은 1,000,001~2,000,000원 사이가 31.2%로 가장 많았고 그 다음이 2,000,001~3,000,000원 사이로 20.9%를 차지하였으나 무응답도 26.5%나 되었다.

<Table 1> Demographic characteristics of subjects(consumers vs providers)

Characteristics	Consumers (n=272)		Providers (n=282)		
	Items	Fre %	Items	Fre %	
Gender	Male	143 52.6	Male	0 0	
	Female	121 44.5	Female	282 100	
	No answer	8 2.9	No answer	0 0	
Age+ (years)	≤ 24	37 13.6	≤ 25	89 31.6	
	25 ~ 30	55 20.2	26 ~ 30	114 40.5	
	31 ~ 35	35 12.9	31 ~ 35	43 15.2	
	36 ~ 40	41 15.1	36 ~ 40	24 8.5	
	41 ~ 45	18 6.7	41 ~ 45	8 2.8	
	46 ~ 50	36 13.2	46 ~ 50	2 .7	
	51 ≤	38 14.0	51 ≤	2 .7	
Education	No answer	12 4.3	No answer	0 0	
	≤ Middle school	21 7.7	Diploma degree	216 76.6	
	High school	116 42.7	Bachelor degree	56 19.9	
	University	108 39.7	Master degree ≤	10 3.5	
	Graduate school ≤	12 4.4	No answer	0 0	
Income	No answer	15 5.5	Position	Staff nurse	231 81.9
	≤ 1,000,000	25 9.2		Charge nurse	29 10.3
	1,000,001~2,000,000	85 31.2		Head nurse ≤	22 7.8
	2,000,001~3,000,000	57 20.9		No answer	0 0
	3,000,001~4,000,000	13 4.8			
	4,000,001 ≤	20 7.4			
No answer	72 26.5				

+ Mean(\pm SD) : 37.45(± 12.37) ++ Mean(\pm SD) : 28.88(± 5.82)

제공자는 100% 여성으로 평균연령이 28.88세(±5.82)로 30세 이하가 72.1%를 차지하였으며, 교육수준은 전문학사가 76.6%, 학사가 19.9%로 대부분이 3년제 교육기관 출신의 일반간호사(81.9%)들이었다.

간호서비스 질, 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 그리고 병원 재이용 의도

● 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 질과 지각차이
 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 질은 <표 2>와 같다. 간호서비스 질은 5점 척도로 측정하였는데 이 중에서 소비자가 높게 지각하는 간호서비스 속성은 ‘정확한 시간에 처치 및 투약을 한다’(3.84± .97), ‘업무에 필요한 지식을 충분히 갖고 있다’(3.82± .86), ‘단정한 용모로 호감을 준다’(3.80± .93)로 나타났으며 가장 높게 지각한 간호서비스 요인은 ‘신뢰성’(3.70± .82)인 것으로 나타났다. 제공자가 높게 지각하는 간호서비스 속성은 ‘환자의 호소를 경청한다’(4.04± .58), ‘환

자를 인격적으로 존중한다’(3.97± .63), ‘정확한 시간에 처치와 투약을 한다’(3.96± .63)로 나타났으며 가장 높게 지각한 간호서비스 요인은 제공자 역시 ‘신뢰성’(3.86± .51)으로 나타났다.

간호서비스 질에 대한 두 집단 간의 지각차이를 확인한 결과, ‘좋은 시설에서 간호를 제공한다’, ‘단정한 용모로 호감을 준다’, ‘업무에 필요한 지식을 충분히 갖고 있다’라는 3가지 속성을 제외한 17가지 속성에서 제공자 지각이 더 높았다. 20가지 간호서비스 속성 중 두 집단 간의 차이가 통계적으로 유의하게 나타난 것은 13가지였으며, 이중 ‘업무에 필요한 지식을 충분히 갖고 있다’라는 1가지 속성을 제외한 12가지 속성에 대한 제공자 지각이 통계적으로 유의하게 더 높았다. 간호서비스를 구성하는 요인은 5가지 모두에서 제공자 지각이 더 높았으며 이러한 차이 중 ‘보장성’을 제외한 나머지 4가지 요인의 차이가 통계적으로 유의하였다.

- 소비자가 지각하는 의료서비스에 대한 전반적인 만족, 그리고 병원 재이용 의도

<Table 2> The perceived nursing service quality, general satisfaction of medical services, revisiting intent of hospital by consumers and providers

Nursing service attributes/factors	Consumers	Providers	t(p)
	(n=272)	(n=282)	
	Mean(±SD)	Mean(±SD)	
Concerning about hygiene of the pt's room	3.25(±1.02)	3.77(± .66)	-6.885(.000)***
Providing comfortable environment at resting	3.33(± .91)	3.51(± .71)	-2.534(.012)*
Providing nursing service in good facilities	3.33(± .96)	3.23(± .81)	1.225(.221)
Providing good feeling by nurse's good-looking	3.80(± .93)	3.73(± .64)	.968(.334)
Tangibility	3.43(± .79)	3.56(± .54)	-2.294(.023)*
Providing precise & skillful nursing service	3.75(± .93)	3.85(± .65)	-1.637(.103)
Giving information & getting permission	3.61(± .96)	3.86(± .68)	-3.503(.001)**
Giving concern & solving pt's problems	3.74(± .96)	3.94(± .60)	-2.936(.004)**
Being reliable as nurse	3.71(± .87)	3.78(± .69)	-1.039(.300)
Reliability	3.70(± .82)	3.86(± .51)	-2.719(.007)**
Immediately correcting environment problem of pt's room	3.44(± .99)	3.88(± .76)	-5.763(.000)***
Helping pt willingly whenever help is needed	3.70(± .99)	3.84(± .67)	-2.173(.031)*
Providing nursing service immediately even if too much busy	3.46(± .99)	3.48(± .66)	-.154(.878)
Providing medication & treatment at correct time	3.84(± .97)	3.96(± .63)	-1.702(.090)
Responsiveness	3.61(± .84)	3.79(± .53)	-2.959(.003)**
Possessing nursing knowledge as performing own job	3.82(± .86)	3.61(± .64)	3.382(.001)**
Giving information about hospitalization	3.51(±1.07)	3.79(± .74)	-3.400(.001)**
Giving assurance about reliable nursing care	3.64(± .87)	3.84(± .62)	-2.740(.007)**
Providing nursing service with a sense of duty	3.70(± .96)	3.91(± .76)	-2.620(.009)**
Assurance	3.67(± .85)	3.78(± .55)	-1.817(.070)
Understanding pt's feeling & inducing emotional comfort	3.60(± .99)	3.79(± .63)	-2.648(.009)**
Respecting pt's personality	3.71(± .94)	3.97(± .63)	-3.679(.000)***
Listening pt's complaints	3.63(± .93)	4.04(± .58)	-6.051(.000)***
Providing courage & hope	3.56(± .97)	3.65(± .73)	-1.061(.290)
Empathy	3.63(± .86)	3.85(± .53)	-3.737(.000)***
General satisfaction of the hospital's medical services	4.88(±1.25)		
Revisiting intent of the hospital	4.83(±1.49)		

*; p<.05, **; p<.01, ***; p<.001

의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도는 7 점 척도로 측정하였으며 의료서비스에 대한 소비자의 전반적인 만족은 4.88(±1.25), 병원 재이용 의도는 4.83(±1.49)으로 나타났다.

소비자가 지각하는 간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족에 미치는 영향

소비자가 지각하는 간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족에 미치는 영향을 확인하기 위해 두 변수 간의 상관관계를 구한 결과, 간호서비스 질을 구성하는 속성 20가지와 요인 5가지 모두에서 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 유의한 상관관계가 나타나($r = .290 \sim .528, p < .001$), 이들 모두를 독립변수로 투입하여 단계별 회귀분석을 실시하였다. 실시한 결과는 <표 3>와 같다.

간호서비스 질을 구성하는 속성 중에서 ‘병실위생 상태에 관심을 가진다’, ‘아무리 바빠도 즉시 간호를 제공한다’, ‘좋은 시설에서 간호를 제공한다’, ‘업무에 필요한 지식을 충분히 갖고 있다’, ‘간호사는 신뢰할만하다’라는 5가지 속성만이 의료서비스에 대한 전반적인 만족에 영향을 미쳤으며 이들의 의료서비스에 대한 전반적인 만족에 대한 설명력은 35.0%로 나타났다($\beta = .198, p = .016$). 이 모형회귀 식을 검정한 결과 Durbin-Watson이 1.921, 분자팽창지수(VIF)가 2.532로 나와 이 회귀모형은 자기상관성이나 다중공선성의 위험이 없는 것으로 판단되었다.

간호서비스를 구성하는 요인 중에서는 오직 ‘유형성’만이 의료서비스에 대한 전반적인 만족에 영향을 미쳤고 이에 대

한 ‘유형성’의 설명력은 27.9%로 나타났다($\beta = .528, p < .000$). 이 모형회귀 식을 검정한 결과 Durbin-Watson이 1.982로 나와 이 회귀모형 역시 자기상관성의 위험이 없는 것으로 판단되었다.

소비자가 지각하는 간호서비스 질이 병원 재이용 의도에 미치는 영향

소비자가 지각하는 간호서비스 질이 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 확인하기 위해 두 변수 간의 상관관계를 구한 결과, 간호서비스 질을 구성하는 속성 20가지와 요인 5가지 모두에서 병원 재이용 의도와 유의한 상관관계가 나타나($r = .197 \sim .318, p < .001$), 이들 모두를 독립변수로 투입하여 단계별 회귀분석을 실시하였다. 실시한 결과는 <표 4>와 같다.

간호서비스 질을 구성하는 속성 중에서 ‘도움이 필요할 때마다 가까이 도와준다’와 ‘좋은 시설에서 간호를 제공한다’라는 2가지 속성만이 이들의 병원 재이용 의도에 영향을 미쳤고 이들의 병원 재이용 의도에 대한 설명력은 17.8%로 나타났다($\beta = .209, p = .002$). 이 모형회귀 식을 검정한 결과 Durbin-Watson이 2.136, 분자팽창지수(VIF)가 1.379로 나와 이 회귀모형은 자기상관성이나 다중공선성의 위험이 없는 것으로 판단되었다.

간호서비스를 구성하는 요인 중에서는 ‘반응성’과 ‘유형성’만이 병원 재이용 의도에 영향을 미쳤으며 이들의 병원 재이용 의도에 대한 설명력은 16.5%로 나타났다($\beta = .204, p < .000$). 이 모형회귀 식을 검정한 결과 Durbin-Watson이 2.156, 분자팽창지수(VIF)가 2.094로 나와 이 회귀모형 역시 자기상

<Table 3> The perceived influences of nursing service quality's attributes and factors on general satisfaction of medical services by consumers (n=272)

Variables	B	β	t(p)	R ²	F(p)
Constant	2.104		6.698 (.000)***		
Concerning about hygiene of the pt's room	.399	.324	4.675 (.000)***	.230	
Providing nursing service immediately even if too much busy	.289	.227	3.128 (.000)***	.307	26.931 (.000)***
Providing nursing service in good facilities	.212	.164	2.400 (.017)*	.323	
Possessing nursing knowledge as performing own job	-.329	-.227	-2.920 (.004)**	.335	
being reliable as nurse	.282	.198	2.437 (.016)*	.350	
Constant	2.040		6.926 (.000)***		98.372 (.000)***
Tangibility	.833	.528	9.918 (.000)***	.279	

*, p<.05, **; p<.01, ***; p<.001

<Table 4> The perceived influences of nursing service quality's attributes and factors on revisiting intent of hospital by consumers (n=272)

Variables	B	β	t(p)	R ²	F(p)
Constant	2.224		6.072 (.000)***		
Helping pt willingly whenever help is needed	.414	.273	4.034 (.000)***	.146	26.855 (.000)***
Providing nursing service in good facilities	.327	.209	3.095 (.002)**	.178	
Constant	2.023		4.924 (.000)***		
Responsiveness	.417	.234	2.782 (.000)***	.145	24.478 (.000)***
Tangibility	.383	.204	2.426 (.000)***	.165	

*; p<.05, **; p<.01, ***; p<.001

관성이나 다중공선성의 위험은 없는 것으로 판단되었다.

소비자가 지각하는 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향

소비자가 지각하는 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향을 확인하기 위해 두 변수 간의 상관관계를 구한 결과, 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도와의 상관관계가 높게 나타나(r= .726, p<.001), 의료서비스에 대한 전반적인 만족을 독립변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 실시한 결과는 <표 5>와 같다.

의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도에 영향을 미쳤고 의료서비스에 대한 전반적인 만족의 병원 재이용 의도에 대한 설명력은 52.7%로 나타났다($\beta = .726, p < .000$). 이 모형회귀 식을 검정한 결과 Durbin-Watson이 2.118로 나와 이 회귀모형 식도 자기상관성의 위험은 없는 것으로 판단되었다.

논 의

본 연구에서는 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스 질에 대한 두 집단 간의 지각차이가 존재하는 것으로 나타났는데 이와 같은 결과는 선행연구들의 결과와 일치하였다(이미

애, 2003; 이미애와 염영희, 2005; 임지영과 김소인, 2000; Harrison, 1995; Lee & Yom, 2007; Peter, 1995). 본 연구에서 나타난 소비자와 제공자간의 지각차이를 살펴보면, 도구를 구성하는 간호서비스 속성 20가지 중, 17가지 속성에서 소비자 지각이 제공자 지각보다 높았으며 이것 중 13가지의 지각차이가 통계적으로 유의하였다. 이중에서도 ‘병실위생 상태에 관심을 가진다’, ‘병실의 환경문제를 즉시 개선해 준다’, ‘환자를 인격적으로 존중한다’와 ‘환자의 호소를 경청한다’라는 4가지 속성은 두 집단 간의 지각차이가 특히 크게 나는 속성이었다. 또한 소비자는 ‘정확한 시간에 처치와 투약을 한다’를 가장 잘 제공된 간호서비스로 지각하는 반면, 제공자는 이것을 3위로 지각하였고 제공자는 ‘환자의 호소를 경청한다’를 가장 잘 제공하는 간호서비스로 지각하는 반면, 소비자는 이것을 11위로 지각하는 등 소비자와 제공자 간에 존재하는 지각차이는 서비스가 제공된 정도만이 아니라 잘 제공되었다고 생각하는 순위에 있어서도 나타났다. 이러한 결과는 소비자와 제공자는 간호서비스 질에 대해 매우 다르게 평가하고 있다는 것을 보여주는 내용으로, 제공자로 하여금 소비자 지각을 정확히 인식해야 할 필요성을 시사하는 결과라고 할 수 있다.

간호서비스 질을 구성하는 요인 5가지 모두에서 제공자 지각이 소비자 지각보다 높았으며 이중 ‘보장성’을 제외한 나머지 4가지 요인의 차이는 통계적으로 유의하였다. 특히 ‘공감성’은 두 집단 간의 지각차이가 가장 크게 나타난 요인이었

<Table 5> The perceived influences of general satisfaction of medical services on revisiting intent of hospital by consumers (n=272)

Variables	B	β	t(p)	R ²	F(p)
Constant	.594		2.261 (.025)*		
General satisfaction of medical services	.866	.726	16.643 (.000)***	.527	276.991 (.000)***

*; p<.05, **; p<.01, ***; p<.001

다. 이러한 결과는 제공자 자신은 소비자를 이해하고 그들의 호소를 경청하며 인격적으로 간호를 제공한다고 생각하지만 소비자는 이러한 서비스가 제공자가 생각하는 정도만큼 제공되고 있지는 않다고 생각한다는 것을 의미하는 것으로, 이 부분에서도 제공자가 소비자 평가를 정확하게 인식해야 할 필요성이 확인되었다. 또한 소비자는 간호서비스가 '신뢰성'→'보장성'→'공감성'→'반응성'→'유형성'순으로 잘 제공되고 있다고 평가하는 반면, 제공자는 '신뢰성'→'반응성'→'공감성'→'보장성'→'유형성'순으로 잘 제공하고 있다고 생각함으로써 여기에서는 두 집단이 동일하게 지각하는 내용들이 확인되었다. 소비자와 제공자 모두가 가장 잘 제공되고 있는 간호서비스를 '신뢰성'으로 지각하였고 '공감성'은 중간 정도이며 '유형성'이 가장 잘 제공되지 못하고 있는 서비스로 지각하였다. 이 중에서 '유형성'을 가장 낮게 평가한 본 연구결과는 간호서비스 질을 측정하는 다른 연구결과들과 일부 일치하기도 하고 (김정희와 이인숙, 2004; 이미애, 2002; 이미애와 염영희, 2005; Lee & Yom, 2007) 일부 일치하지 않기도 하였는데(김정희, 2003; 정면숙과 윤미진, 2001; 주미경, 2001), 이러한 불일치는 연구대상 병원의 특성에 따라 그 병원의 '유형성'이 매우 다르게 평가되었기 때문일 것으로 사료되었다.

간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족에 미치는 영향에 대해 소비자는 다섯 가지 간호서비스 속성만이 영향을 미치는 것으로 지각하였으나 이들의 설명력은 35.0%로 비교적 높았다. 다섯 가지 속성 중에서 '병실환경 상태에 관심을 가진다'와 '좋은 시설에서 간호를 제공한다'는 '유형성'에 속하는 속성으로 '유형성'만으로 의료서비스에 대한 전반적인 만족을 27.9% 설명할 수 있다고 나타난 결과와 함께 생각해 볼 때, 이 두 가지 속성이 의료서비스에 대한 전반적인 만족에서 차지하는 중요성과 비율을 확인할 수 있었다. 특히, 소비자들은 이 두 가지 속성이 20위와 18위로 제공되고 있다고 지각하고 있으므로 이 두 가지 속성에 대한 소비자 지각을 높이는 것이 간호서비스 질에 대한 소비자 지각을 향상시키기 위해서 시급히 필요할 것으로 판단되었다. 이는 이 두 가지 속성에 대한 소비자 평가가 향상되면 소비자가 지각하는 의료서비스에 대한 전반적인 만족 역시 크게 향상될 것이기 때문이다.

간호서비스 질이 병원 재이용 의도에 미치는 영향에서 소비자는 두 가지 간호서비스 속성만이 영향을 미치는 것으로 지각하였고 이들의 병원 재이용 의도 영향에 대한 설명력은 17.8%로 상대적으로 낮게 나타났다. 그러나 이러한 결과는 간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족에 미치는 영향에 대한 설명력이 27.9~35.0%로 나타났고 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향에 대한 설명력은 52.7%로 비교적 높게 나타난 결과와 함께 생각

해볼 때, 간호서비스 질이 좋으면 의료서비스에 대한 전반적인 만족을 높일 수 있고 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 높아지면 병원 재이용 의도 역시 높아질 수 있다는 결론을 추론할 수 있었다. 즉, 소비자가 지각하는 간호서비스 질을 높임으로써 최종적으로는 그들의 병원 재이용 의도를 높일 수 있을 것으로 판단되므로 간호 및 병원조직의 관리자 등은 이점에 유의하여 소비자가 지각하는 간호서비스 질에 대한 평가를 향상시킬 수 있는 전략을 마련해야 할 것으로 사료되었다. 그리고 소비자는 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 영향을 미치는 속성으로 '좋은 시설에서 간호를 제공한다'를 공통으로 지각하였으므로 이 속성에 대한 평가를 올리는 것이 매우 중요할 것으로 판단되었다.

소비자의 병원 재이용 의도에 영향을 미치는 간호서비스 요인으로 '반응성'과 '유형성'이 확인되었다. 이러한 결과는 이미애(2004)의 연구결과와는 일치하지 않았는데, 이미애(2004)의 연구에서는 '신뢰성'이 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 물론 이미애(2004)의 연구에서 사용된 도구가 본 연구 도구와 약간 다르기 때문에 두 연구 간의 결과를 직접 비교할 수는 없지만 연구마다 소비자가 중요시하는 간호서비스 질 속성이나 요인이 다르게 나타난 것은 다양한 대상을 상대로 하는 반복연구의 필요성을 시사하는 것이라 하겠다.

본 연구에서는 소비자에게 '반응성'과 '유형성'이 중요한 간호서비스 요인으로 확인이 되었으므로, 연구대상 병원의 간호 및 병원조직 관리자 등은 이 두 요인을 중심으로 소비자가 지각하는 간호서비스 질을 향상시킬 수 있는 전략을 구체적으로 마련해야 할 것으로 사료되었다. 또한 본 연구에 의하면 '좋은 시설에서 간호를 제공한다'와 같이 병원의 시설이나 설비의 '유형성'을 개선하는 것이 시급한 것으로 확인되었지만 그 밖에 의료서비스에 대한 전반적인 만족이나 병원 재이용 의도에 영향을 미치는 것으로 확인이 된 기타의 간호서비스 속성과 요인에 대해서도 많은 관심을 기울여야 할 것으로 판단되었다. '좋은 시설에서 간호를 제공한다'라는 속성을 제외하고 의료서비스에 대한 전반적인 만족이나 병원 재이용 의도에 영향을 미치는 것으로 확인이 된 속성들 대부분이 '병실 위생 상태에 관심을 가진다', '아무리 바빠도 즉시 간호를 제공한다', '도움이 필요할 때마다 기꺼이 도와준다'와 같이 간호사의 태도나 행동의 변화만으로도 해당 서비스에 대한 소비자 평가를 충분히 향상시킬 수 있을 것으로 판단되었다. 그러므로 간호사가 의료인으로서 전문적이면서 품위있고 친절하게 반응하고 행동할 수 있도록 행동규범이나 올바른 응대 지침과 같은 대인관계기법이 구체적으로 마련되어 간호사에게 교육·홍보되는 것이 필요할 것으로 사료되었다.

본 연구결과 간호서비스 질에 대한 소비자와 제공자간의 지각차이가 존재하였다. 그리고 소비자는 간호서비스 질이 의료

서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 영향을 미친다고 지각하였고 이들에게 영향을 미치는 중요한 간호서비스 속성과 요인들도 확인이 되었다. 그러므로 간호 및 병원 조직의 관리자 등은 소비자 평가가 제공자 평가와는 다르다는 사실을 간호사들에게 지속적으로 인식시키고 소비자가 진정으로 원하는 간호서비스를 제공할 수 있도록 간호사를 대상으로 하는 적절한 내부 마케팅 전략을 수립해야 할 것이다.

결론 및 제언

결론

본 연구는 SERVPERF 모델을 사용하여 소비자와 제공자간의 지각차이가 존재하는지 여부를 확인하고 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 영향을 미치는 간호서비스 질을 소비자 시각에서 확인하고자 시도된 횡단적 조사연구이다. 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 간호서비스 질에 대한 소비자와 제공자간의 지각차이가 존재하였다. 20 가지 간호서비스 속성 중 오직 1가지 속성만이 소비자 지각이 제공자 지각보다 통계적으로 유의하게 높았고 12가지 속성은 제공자 지각이 소비자 지각보다 통계적으로 유의하게 높았다.

둘째, 간호서비스 질이 의료서비스에 대한 전반적인 만족에 미치는 영향에 대해 소비자는 20가지 간호서비스 속성 중 5가지만이 영향을 미친다고 지각하였고 이들의 설명력은 35.0%였다. 그리고 이 회귀모형 식은 자기상관성이나 다중공선성의 위험이 없는 것으로 나타났다.

셋째, 간호서비스 질이 병원 재이용 의도에 미치는 영향에 대해 소비자는 20가지 간호서비스 속성 중 2가지만이 영향을 미친다고 지각하였고 이들의 설명력은 17.8%였다. 이 회귀모형 식 역시 자기상관성이나 다중공선성의 위험은 없는 것으로 나타났다.

넷째, 의료서비스에 대한 전반적인 만족이 병원 재이용 의도에 미치는 영향에 대해 소비자는 영향을 미친다고 지각하였고 이것의 설명력은 52.7%였다. 그리고 이 회귀모형 식은 자기상관성의 위험이 없는 것으로 나타났다.

본 연구결과, 소비자와 제공자 간에 지각차이가 존재함이 확인되었고 소비자가 지각하는 의료서비스에 대한 전반적인 만족과 병원 재이용 의도에 영향을 미치는 간호서비스 속성과 요인도 확인이 되었다. 그러므로 이러한 두 집단 간의 지각차이를 바탕으로 한 간호서비스 질 평가향상 전략들이 구체적으로 마련되고 이러한 전략들이 제공자를 대상으로 하는 내부 마케팅 활동을 통하여 간호사들에게 제공되어야 할 것으로 사료되었다.

제언

이와 같은 본 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 간호서비스 질, 의료서비스 만족, 그리고 병원 재이용 의도를 정확하고 간편하게 측정할 수 있는 측정도구를 개발하는 연구가 다각적으로 시행되어야 할 것이다.

둘째, 간호서비스 질, 의료서비스 만족, 그리고 병원 재이용 의도에 영향을 미치는 요인을 찾아내는 탐색연구들이 초점집단을 대상으로 시행되어야 할 것이다

셋째, 간호서비스 질, 의료서비스 만족, 그리고 병원 재이용 의도 간의 관계를 규명하는 연구들이 다양한 상대를 대상으로 반복적으로 시행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 구순이 (1996). 의료서비스에 대한 소비자 만족에 관한 연구. *마케팅 연구*, 11(2), 67-90.
- 김정희 (2003). 기대수준 측정방법에 따른 간호서비스의 질 평가: 제주지역의 종합병원들을 중심으로. *간호행정학회지*, 9(2), 251-264.
- 김정희, 이인숙 (2004). 중소 종합병원 입원환자와 간호사의 간호서비스에 대한 기대와 지각, 질 평가와 만족도 차이. *대한간호학회지*, 34(7), 1243-1254.
- 유동근 (2004). *통합마케팅*. 서울: 리넷.
- 이미애 (2002). 입원환자들이 지각하는 간호서비스 질과 만족에 관한 연구: SERVQUAL을 중심으로. *대한간호학회지*, 32(4), 506-518.
- 이미애 (2003). 소비자와 제공자가 지각하는 간호서비스와 측정도구에 관한 연구. *대한간호학회지*, 33(6), 772-783.
- 이미애 (2004). 소비자와 제공자가 지각하는 간호 서비스 질의 요인과 병원 재이용 의도에 관한 연구. *간호행정학회지*, 10(4), 473-484.
- 이미애, 염영희 (2005). 간호서비스 질, 만족 및 병원 재이용 의도에 관한 소비자와 제공자간의 지각차이 비교. *간호행정학회지*, 11(4), 425-437.
- 이선아 (1998). 간호서비스 질에 대한 환자의 인식과 만족도 및 재방문 의도와와의 관계. *간호행정학회지*, 4(2), 307-319.
- 이선희, 조우현, 최귀선, 강명근 (2001). 병원 고객만족도 측정 방법에 대한 비교분석. *예방의학학회지*, 34(1), 55-60.
- 임지영, 김소인 (2000). SERVQUAL모형을 이용한 간호서비스 질 측정. *간호행정학회지*, 6(2), 259-279.
- 조성현 (2005). 입원환자의 사회인구학적 요인 및 의료이용 특성과 환자만족불만족간의 관련성. *대한간호학회지*, 35(3),

- 535-545.
- 정면숙, 윤미진 (2001). 간호서비스에 대한 대상자의 기대와 지각, 만족에 관한 연구: SERVQUAL척도의 적용. *지역사회간호학회지*, 12(3), 570-581.
- 정원숙, 윤숙희 (2003). 간호서비스에 대한 고객만족에 관한 연구: 환자의 기대와 성과지각 및 병원 재이용 의사간의 관계. *간호행정학회지*, 9(1), 31-40.
- 주미경 (2001). 소비자 중심의 간호서비스 질 결정요인에 관한 연구: SERVQUAL 모형을 중심으로. 서울대학교 대학원 간호학 박사학위논문
- Brady, M. K., Cronin, J. J., & Brand, R. (2002). Performance-only measurement of service quality: A replication and extension. *J Bus Res*, 55(1), 17-31.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *J Mark*, 56(July), 55-58.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVQUAL versus SERVPERF: reconciling performance-based perception-minus-expectation measurement of service quality. *J Mark*, 58(January), 125-131.
- Harrison, E. (1995). Nursing caring and the new health care paradigm. *J Nurs Care Qual*, 9(4), 14-23.
- Hudson, S., Hudson, P., & Miller, G. (2004). The measurement of service quality the tour operating sector: A methodological comparison. *Journal of Travel Research*, 42(3), 305-312.
- Jain, S. K., & Gupta, G. (2004). Measuring service quality: SERVQUAL vs SERVPERF scales. *Med Decis Making*, 29(2), 25-37.
- John, N., Avci, T., & Karatepe, O. (2004). Measuring service quality of travel agents: Evidence from northern Cyprus. *Service Industries Journal*, 24(3), 82-100.
- Lee, M. A., & Yom, Y. H. (2007). A comparative study of patients' and nurses' perceptions of the quality of nursing services, satisfaction and intent to revisit the hospital: a questionnaire survey. *Int J Nurs Stud*, 44, 545-555.
- Lee, Y., Lee, Y., Lee, K. A., Park, D., & Moon, H. (2004). Exploring the role of service value in the relationship between service quality and customer satisfaction. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 5(1), 67-86.
- Mik, W. (2001). Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services. *Managing Service Quality*, 11(6), 380-388.
- Nitecki, D. A. (1996). Changing the concept and measure of service quality in academic libraries. *Journal of Academic Librarianship*, 22(3), 181-191.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(Spring), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectation in measuring service quality: implication for further research. *J Mark*, 58(January), 111-124.
- Peter, D. A. (1995). The mainstay of a framework for quality care. *J Nurs Care Qual*, 10(1), 61-69.
- Puay, C. L., & Nelson, K. H. (2000). A study of patients' expectation and satisfaction in Singapore hospitals. *Int J Health Care Qual Assur*, 13(7), 290-299.

A Study of Nursing Services Quality, General Satisfaction of Medical Services, and Revisiting Intent of Hospital

Lee, Mi-Aie¹⁾

1) Associate Professor, Department of Nursing, College of Medicine, Dongguk University

Purpose: This study was performed to identify the perception gaps of nursing services quality between consumers and providers, and identify the perceived influences of nursing services quality on general satisfaction of medical services and revisiting intent of hospital by consumers. **Method:** The Joo's questionnaire founded on SERVQUAL was modified and distributed to 300 patients and nurses at 6 general hospitals in 5 provincial cities, Korea. **Result:** It is identified that the perception gaps between consumer and providers exist, and consumers perceive nursing services quality has a influences on general satisfaction of medical services and revisiting intent of hospital. And it is also identified that consumers also perceive general satisfaction of medical services has a powerful influences on revisiting intent of hospital. **Conclusion:** It is concluded that the marketing strategies being based on the perception gaps between consumers and providers should be specifically planned and applied to improve the perceived nursing services quality by consumers. And it is needed to accurately identify the impact attributes and factors of nursing services quality on general satisfaction of medical services and revisiting intent of hospital that consumers perceive.

Key words : Nursing Service • Hospital, Consumer Satisfaction, Health Care Surveys

• Address reprint requests to : Lee, Mi-Aie

Department of Nursing, College of Medicine, Dongguk University

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

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