



임상간호사의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심이 고객지향성에 미치는 영향

신연희¹ · 노기옥²

¹분당서울대병원 간호본부 팀장, ²건양대학교 간호대학 조교수

Influence of Nursing Professionalism, Emotional Labor, and Empathic Concern on Customer Orientation among Clinical Nurses

Shin, Yeon Hee¹ · Noh, Gie Ok²

¹Director of Nursing, Seoul National University Bundang Hospital, Seongnam; ²Assistant Professor, College of Nursing, Konyang University, Nonsan, Korea

Purpose: This study was conducted to investigate nursing professionalism, emotional labor (surface acting, deep acting), empathic concern, and customer orientation, and identify factors contributing to customer orientation among clinical nurses. **Methods:** The participants in this study were 151 clinical nurses at the three general hospitals. Data were collected using self-administered questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistics, independent t-test, one-way ANOVA, Pearson correlation coefficient, and multiple regression. **Results:** The significant predictors of customer orientation among clinical nurses were empathic concern ($\beta=.43, p<.001$), nursing professionalism ($\beta=.29, p<.001$), nursing career ($\beta=.16, p=.007$), and deep acting ($\beta=.14, p=.021$). These variables explained 47.6% of the variance of customer orientation. Empathic concern was the most influential variable. **Conclusion:** The results suggest that it is crucial to improve deep acting, empathic concern and nursing professionalism for increasing clinical nurses' customer orientation. Management-level leaders in the hospitals should develop strategies of promoting nursing professionalism, deep acting and empathic concern to improve customer orientation.

Key Words: Nurses, Professionalism, Stress, Empathy, Patient-centered care

서론

1. 연구의 필요성

서비스 산업의 비중이 증가하고, 고객만족이 기업의 경쟁우위를 가져오는 수단으로 인식됨에 따라 서비스업 종사자들뿐 아니라 전문직업관에 기반 한 병원 구성원들에게도 고객중심의 업무 수행이 강조되고 있다[1]. 이에 따라 간호사는 병원의

경쟁력 및 생산성에 중대한 영향을 미치는 주요 인력으로서 소비자 중심으로 변모하고 있는 현실에서 간호의 대상인 환자 중심의 사고, 즉 고객지향성에 관심을 가지고 의료서비스의 품질 향상을 도모해야 한다는 과제를 갖게 되었다[2]. 고객지향성은 서비스 제공자가 고객을 대하는 태도로서 고객에게 서비스를 제공함에 있어 고객을 만족시키고자 하는 행동과 태도를 말한다[3]. 서비스 산업을 중심으로 서비스 마케팅이라는 용어와 함

주요어: 임상간호사, 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심, 고객지향성

Corresponding author: Noh, Gie Ok (<https://orcid.org/0000-0002-7154-8175>)

Konyang University, 158, Gwanjeodong-ro, Seo-gu, Daejeon 35365, Korea

Tel: 042-600-8575 Fax: 042-600-6314 E-mail: nkorn91@konyang.ac.kr

Received: 9 March 2018 Revised: 30 April 2018 Accepted: 30 April 2018

게 고품질 서비스를 제공하기 위한 요소로서 제시된 고객지향성은 간호 현장에서 친숙한 주제는 아니다. 그러나 이러한 개념은 의료기관 평가 및 인증, 환자들의 서비스 의식 강화 등의 영향으로 의료 서비스 품질 개선의 중요한 부분이 되고 있다[4]. 의료 서비스 품질 개선을 위한 다양한 접근 중 간호사의 고객지향성은 업무생산성과 관련성이 높은 것으로 나타났으며[5], 고객지향성의 주된 영향요인으로 간호사의 전문성과 고객과의 상호작용을 제시하고 있다[6].

이러한 관점에서 직무만족에서 전문성과 연관되며, 질적 간호제공과 관련된 변수로서 제시되고 있는 간호전문직관은 간호사가 자신의 직업에 대한 소명을 가지고 질적 간호를 제공할 수 있도록 하는 기본적인 신념과 가치관으로 양질의 간호에 대한 성과에 긍정적인 영향을 미치는 요소가 된다[8]. 또한 일부 연구에서는 간호사의 전문직업관과 고객지향성에서의 유의한 상관관계를 보여주기도 하였다[9]. 올바른 간호전문직관 형성은 업무태도와 행위에 긍정적 영향을 미쳐 직무만족을 갖게 하며, 결과적으로는 간호업무의 효율성을 증진시켜 환자에게 질적 간호서비스를 제공하게 한다[10,11].

긍정적 간호전문직관 형성과 함께 간호는 인간을 대상으로 한 실무라는 점에서 대상자와의 감정적인 부분을 고려해야 하며, 이는 간호의 성과에 지대한 영향을 미칠 것이다. 조직규범이나 직업규범에 따라 감정적 작업이 이루어지는 경향을 감정의 상품화라고 표현할 수 있으며, 최근 연구에서는 고객 서비스 제공 과정에서 고객 또는 조직이 기대하는 감정표현에 대한 규범을 준수하여 양질의 서비스를 제공하기 위한 감정표현 및 감정조절의 노력을 감정노동으로 정의하였다[12]. 또한 감정노동의 과정에서 개인은 실제 감정과 불일치하는 정서를 표현하게 되면서 정서적 부조화를 느끼게 되고, 까다로운 고객을 대하는 동안 웃는 얼굴을 유지해야 하는 노력 때문에 감정적 소외, 비인격화, 직무스트레스, 탈진, 결근 심지어 약물남용 등의 부정적인 결과를 가져온다고 하였다[13]. 그러나 다른 측면의 주장으로 감정노동 수준의 높고 낮음은 좋고 나쁨으로 구별되는 변수가 아니며, 많은 직업에서 일정수준의 감정노동이 요구되고 있다고 설명하고 있다[14]. 간호는 여성적 특질, 즉 인내심, 세심한 배려, 부드러움, 친절함 등이 강조되는 직무이고, 환자는 편치 않은 심신 상태로 인하여 일상적인 경우 보다 마음의 여유가 없기 때문에, 쉽게 만족하기 어려울 수 있어 간호사에게는 감정표현에 대한 명시적 및 암묵적 규범이 요구되며, 그만큼 감정노동의 강도가 높은 것[15]로 제시되고 있어 감정노동 수준을 확인하는 연구의 수행이 필요하다.

한편 감정노동과 같은 감정적 표현의 요구와 함께 타인인 환

자를 대상으로 하는 간호에서는 이미 오래 전부터 좋은 간호(good nursing care)의 기본적 요소로서 공감능력의 필요성이 제시되었다[16]. 특히 공감능력에서 이타적 행위를 위한 동기를 활성화하는 핵심적 요인인 공감적 관심은 타인의 불행이나 고통을 함께 느끼고, 더불어 그 상태를 향상시켜 주고 싶은 관심과 걱정이 유발된 상태로, 타인지향적 정서이다[17]. 이는 환자와 간호 제공자 사이의 효과적인 치료적 관계에 있어 신뢰형성의 중요한 요소가 된다[16]. 간호 서비스 제공자가 보여 준 공감적 관심은 고객만족도에 기여하며, 제공자인 간호사의 소통적인 반응을 증진시키고, 때로는 정서적 소진을 전환하게 해주어 간호사와 환자 모두에게 이득이 된다[18]. Gountas 등[19]은 감정노동과 자기효능감이 고객지향성에 미치는 영향에 있어 직무만족의 매개효과를 확인하는 연구에서 공감적 관심이 직무만족과 고객지향성 사이에서 조절변수로 작용한다는 결과를 보고하면서, 공감적 관심의 고객지향성에 대한 심도 있는 연구를 제안하였다.

간호사의 높은 고객지향성은 환자의 긍정적 입원경험으로 평가되며, 간호전문성과 공감이 중요한 영향 요소가 된다[20]. 또한 간호사의 감정노동 중 표면행위가 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 반면 진심행위는 부정적 영향을 준다는 상반된 결과도 있어[19], 감정노동의 세부요인과 고객지향성의 상관성에 대한 추가적인 연구가 필요한 실정이다. 현재까지 진행된 선행연구만으로는 의료 서비스 품질 향상과 관련하여 간호사에게 요구되어지고 있는 고객지향성에 대한 간호전문직관, 감정노동 그리고 공감적 관심이 미치는 영향에 관한 총체적 결과를 확인하기 어려운 실정이다. 이에 본 연구에서는 임상간호사를 대상으로 간호전문직관, 감정노동과 함께 이타성에 근거한 타인지향적 정서인 공감적 관심 및 고객지향성의 수준을 파악하고 관련성을 알아보고자 한다. 이를 통하여 간호 분야에서 적용 가능한 고객지향성에 대한 이론적 토대를 마련하고 간호 서비스의 수준 향상을 위한 중재 개발에 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구목적

본 연구의 목적은 종합병원에서 근무하는 임상간호사의 간호전문직관, 감정노동과 공감적 관심 및 고객지향성의 관련성을 파악하고 고객지향성 영향요인을 확인하기 위한 것으로 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 임상간호사의 간호전문직관, 감정노동과 공감적 관심 및 고객지향성 정도를 파악한다.

둘째, 임상간호사의 일반적 특성에 따른 고객지향성의 차이

를 파악한다.
셋째, 임상간호사의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심 및 고객지향성 간의 관련성을 파악한다.
넷째, 임상간호사의 고객지향성에 대한 영향요인을 파악한다.

연구 방법

1. 연구설계

본 연구는 종합병원 간호사의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심 및 고객지향성의 관련성을 확인하기 위한 상관성 조사 연구이다.

2. 연구대상자

본 연구는 자료수집을 허가 받은 서울 및 경기도 소재 3개 상급종합병원의 병동에서 근무하는 간호사로 편의 추출하여 자료를 수집하였다. 유사한 근무조건에 있는 대상자를 선정하기 위하여 설문지의 내용과 연구목적에 이해하고 연구 참여에 동의한 자로서 6개월 이상의 근무경력을 가진 일반 병동에서 교대근무를 하는 간호사에게 설문을 시행하였다. 또한 연구 참여에 동의하지 않거나 중환자실 등 특수 병동에서 근무하는 간호사 또는 간호관리자를 포함한 상근직 간호사는 연구대상에서 제외하는 것으로 하였다.

대상자 수는 G-power 3.1.9 프로그램[21]을 이용하여 적정 표본수를 산출하였다. 본 연구의 최종 종속변수인 고객지향성에 대한 영향요인을 확인하기 위해 일반적 특성 6문항과 회귀분석에 투입될 독립변수 4개를 고려하여 대상자 수 산정 시 예상 독립변수는 10개로 가정하였다. 회귀분석을 위해 유의수준 .05, 중간 효과크기 .15, 검정력 90%, 독립변수 10개를 기준으로 하였을 때 필요한 최소 표본 수는 147명이었다. 탈락률을 고려하여 170부의 설문지를 배부하였으며, 155부의 설문지가 수거되어 91.2%의 수거율을 보였다. 수거된 설문지 중 불완전한 4부를 제외한 151부를 통계분석에 이용하였으며, 이는 대상자 수 선정조건에 충족되었다.

3. 연구도구

본 연구에서는 구조화된 자기기입식 설문지를 사용하였으며, 설문지는 일반적 특성 6문항, 간호전문직관 27문항, 감정노동 6문항, 공감적 관심 7문항, 고객지향성 12문항의 총 58문항으로 구성되었다. 연구에 사용된 모든 설문 도구는 개발자의 사용승인을 받은 후 이용하였다. 설문지 작성에는 약 15분 정도 소요되었다.

1) 간호전문직관

간호전문직관은 윤은자 등[7]이 개발한 도구를 이용하여 측정하였다. 도구는 전문직 자아개념, 사회적 인식, 간호의 전문성, 간호실무 역할, 간호의 독자성의 5개 영역으로 구성된 총 27개 문항의 자가보고형 설문이다. 각 문항은 Likert 5점 척도로 구성되어 있으며, 문항 내에 3개의 부정적인 문항이 있고, 이 문항을 역산하여 총점이 높을수록 간호전문직관이 긍정적인 것을 의미한다. 도구개발 당시 Chronbach's α 는 .92였으며, 본 연구에서는 .87이었다.

2) 감정노동

감정노동은 Brothridge와 Lee [22]가 개발한 도구를 근간으로 표면행위와 진심행위 하부영역에 대해 염영희 등[23]이 번역 및 수정보완을 통해 개발한 도구를 이용하여 측정하였다. 감정노동의 하위영역으로서 전체 6문항 중 3문항은 표면행위, 나머지 3문항은 진심행위를 측정하도록 구성되어 있다. Likert 5점 척도 형식으로, 측정된 점수가 높을수록 감정노동이 큰 것을 나타낸다. 초기 도구개발 당시 Cronbach's α 는 표면행위 .74, 진심행위 .83이었으며, 염영희 등 [23]의 연구에서는 표면행위 .67, 진심행위 .79였고, 본 연구에서 표면행위는 .72, 진심행위는 .87이었다.

3) 공감적 관심

공감적 관심은 Davis [24]가 제시한 대인관계 반응지수 (Interpersonal Reactivity Index: IRI) 척도의 4개 하위차원 중 공감적 관심 영역에 해당되는 부분을 박성희[25]가 번역한 도구를 이용하여 측정하였다. 공감적 관심은 다른 사람의 상태를 보고 정서적으로 관심과 동정심을 갖는 것으로 7개 문항의 Likert 7점 척도로 측정하였으며, 문항에는 3개의 부정문항이 포함되어 있다. 이 문항을 역산하여 전체 총점이 높을수록 공감적 관심에 대한 능력이 높은 것을 의미한다. 도구개발 당시 Cronbach's α 는 .76이었으며, 본 연구에서도 .76이었다.

4) 고객지향성

고객지향성을 측정하기 위해 Brown 등[3]이 개발한 도구를 근거로 이정우[9]의 연구에서 타당도와 신뢰도를 확인하고 사용했던 10개 문항을 이용하였다. 그리고 고객지향성의 정확한 측정을 위해 Brown 등[3]이 개발한 초기 도구에는 있으나 이정우 [9]의 연구에서 반영되지 않았던 추가 2문항을 번역과 역번역의 과정으로 타당성을 확인해 포함시켜 초기 개발 시와 같은 12문항을 사용하였다. 추가된 2문항은 '나는 고객들의 이름을 기억하는 것을 즐긴다.'와 '나는 고객들에게 봉사하는 것을 매우 즐

간다.로 미국에서 5년 동안 생활한 경험이 있고 한국에 있는 종합병원에서 임상경력 3년차인 간호사가 번역을 하였다. 이후 미국에서 간호학 박사학위를 취득하고 한국의 간호대학에서 강의를 담당하고 있는 교수가 역번역을 하는 과정을 통해 타당성을 확인하였다. 도구는 Likert 7점 척도로 측정된 점수가 클수록 고객지향성이 높음을 의미한다. Brown 등[3]의 도구 개발 당시 Cronbach's α 는 .92였으며, 본 연구에서는 .91이었다.

4. 자료수집 방법

자료수집이 진행된 병원의 생명윤리심의위원회의 승인(IRB No.: B-1703-388-302)을 받은 후, 설문지 배부 직전에 간호행정팀의 허락을 획득하였다. 자료수집 기간은 2017년 3월 31일부터 4월 28일까지 4주 동안 진행되었다. 설문 작성 시 연구자의 직책에 의한 영향성을 줄이기 위해 병동별로 간호사실에 연구 설명문과 자기기입식 설문지를 비치하고 공지를 통해 자발적 참여로 설명문을 읽고 동의서 작성 후 설문을 진행하도록 하였다. 또한 연구에 대한 문의는 언제든지 연구자에게 연락하여 설명을 받을 수 있도록 긴급 연락처를 제시하였다. 동의서와 설문지는 각각 불투명 수거함을 별도로 마련하여 수거하였으며, 설문지에는 이름을 작성하지 않도록 하여 무기명으로 자료 수집을 하였다.

5. 자료분석 방법

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS/WIN 22.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

- 대상자의 일반적 특성, 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심 및 고객지향성의 정도는 빈도와 백분율 그리고 평균과 표준편차 등 기술통계로 분석하였다.
- 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심 및 고객지향성 각 도구에 대한 신뢰도는 Cronbach's α 계수로 분석하였다.
- 대상자의 일반적 특성에 따른 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심 및 고객지향성의 차이는 independent t-test와 one way ANOVA를 이용하여 분석하였다.
- 대상자의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심, 고객지향성 간의 상관관계는 Pearson's correlation coefficient로 분석하였다.
- 대상자의 고객지향성에 미치는 영향요인은 단계적(stepwise) 다중회귀분석을 이용하여 분석하였다. 또한 다중회귀분석을 위한 다음의 가정을 검정하였다. Durbin Watson 값을 통한 오차의 자기상관성, 공차한계(tolerance)와 분산팽창지수(variance inflation factor, VIF) 값을 이용한 다중공선성을 검정하였다. 그리고 잔차분석을 통해 모형의 선형성(linearity),

오차항 정규성(normality) 및 등분산성(homoscedasticity)을 확인하였다.

연구 결과

1. 임상간호사의 일반적 특성

대상자의 일반적 특성으로 연령, 결혼상태, 교육수준, 종교, 근무 분야, 경력에 대해 확인하였으며, 그 결과는 Table 1과 같다. 대상자의 평균 연령은 28.81±3.97세로 20대인 경우가 60.3%를 차지하였다. 결혼상태는 미혼이 76.8%로 많았고, 4년제 간호대학을 졸업한 경우가 86.8%로 대부분이었다. 대상자의 65.6%는 종교를 가지고 있지 않았으며, 내과병동 간호사가 48.3%로 가장 많이 참여하였고, 간호사로 근무한 경력은 평균 66.42±47.59개월로 5년 이상이였다.

Table 1. General Characteristics of Participants (N=151)

Characteristics	Categories	n (%) or M±SD
Age (yr)	21 - 29	28.81±3.97 91 (60.3)
	≥ 30	60 (39.7)
Marital status	Unmarried	116 (76.8)
	Married	35 (23.2)
Educational level	Diploma	20 (13.2)
	Above bachelor	131 (86.8)
Religion	Yes	52 (34.4)
	No	99 (65.6)
Working unit	Medical unit	73 (48.3)
	Surgical unit	67 (44.4)
	Medical & Surgical unit	11 (7.3)
Nursing career (month)	< 36	66.42±47.59 51 (33.8)
	36 - 60	34 (22.5)
	> 60	66 (43.7)

2. 임상간호사의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심, 고객지향성 수준

대상자의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심, 고객지향성 수준에 대한 결과는 Table 2와 같다. 간호전문직관의 문항평점은 5점 기준에 3.54±0.37점으로 중간 이상의 수준을 보였다. 감정노동은 전체 문항에서 문항평점 5점 만점 기준에 3.17±0.64점이었으며, 세부적으로 표면행위가 3.47±0.73점으로 진심행위 2.86±0.87점보다 높았다. 공감적 관심은 문항평점 7점 만점 기준에 5.26±0.71점이었으며, 고객지향성은 7점 만점 기준으로 평균 5.13±0.77점 수준을 보였다.

Table 2. Means, Standard Deviations in Variables (N=151)

Variable	M±SD	Range	Actual range	
			min	max
Nursing professionalism	3.54±0.37	1-5	2.56	4.52
Emotional labor	3.17±0.64	1-5	1.67	5.00
Surface acting	3.47±0.73	1-5	1.67	5.00
Deep acting	2.86±0.87	1-5	1.00	5.00
Empathic concern	5.26±0.71	1-7	3.71	6.86
Customer orientation	5.13±0.77	1-7	2.92	7.00

3. 임상간호사의 일반적 특성에 따른 고객지향성

임상간호사의 일반적 특성 중 고객지향성에 유의한 차이를 보인 요인은 간호사 근무 경력이었다(Table 3). 간호사로 근무한 경력이 5년 초과인 경우 3년 미만의 근무 경력을 가진 간호사에 비해 고객지향성이 유의하게 높은 것으로 확인되었으며(F=3.09, p=.049), 연령, 결혼상태, 교육수준, 종교, 근무 분야에 따른 유의한 차이는 나타나지 않았다.

Table 3. Differences of the Customer Orientation by Participants' General Characteristics (N=151)

Characteristics	Categories	n (%)	Customer orientation	
			M±SD	t or F (p)
Age (yr)	21 - 29	91 (60.3)	5.08±0.75	-0.96
	≥ 30	60 (39.7)	5.20±0.80	(.339)
Marital status	Unmarried	116 (76.8)	5.10±0.76	-0.81
	Married	35 (23.2)	5.22±0.80	(.418)
Educational level	Diploma	20 (13.2)	5.32±0.53	1.17
	Above bachelor	131 (86.8)	5.10±0.80	(.243)
Religion	Yes	52 (34.4)	5.23±0.80	1.18
	No	99 (65.6)	5.07±0.75	(.239)
Working unit	Medical unit	73 (48.3)	5.06±0.76	
	Surgical unit	67 (44.4)	5.14±0.77	1.78
	Medical & Surgical unit	11 (7.3)	5.52±0.77	(.173)
Nursing career (month)	< 36 ^a	51 (33.8)	4.92±0.69	3.09
	36 - 60 ^b	34 (22.5)	5.16±0.85	(.049)
	> 60 ^c	66 (43.7)	5.28±0.77	a<c [†]

[†]Scheffe post-hoc

4. 임상간호사의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심, 고객지향성의 관계

대상자의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심, 고객지향성 간의 상관관계에 대한 결과는 Table 4와 같다. 본 연구의 최종 종속변수인 고객지향성은 간호전문직관, 감정노동의 하위영역 중 진심행위, 공감적 관심에 유의한 양의 상관관계를 나타냈다.

즉 간호전문직관이 긍정적일수록 고객지향성이 높았으며(r=.52, p<.001), 진심행위에 의한 감정노동이 클수록 고객지향성이 높았다(r=.26, p=.001). 그리고 공감적 관심의 수준이 높을수록 고객지향성이 유의하게 상승되어 관련 변수 중 가장 강한 상관성을 보였다(r=.60, p<.001).

Table 4. Correlations among Variables (N=151)

	Nursing professionalism	Surface acting	Deep acting	Empathic concern	Customer orientation
	r (p)	r (p)	r (p)	r (p)	
Nursing professionalism	1				
Surface acting	-.11 (.182)	1			
Deep acting	.19 (.019)	.27 (.001)	1		
Empathic concern	.44 (<.001)	-.13 (.100)	.13 (.105)	1	
Customer orientation	.52 (<.001)	-.09 (.291)	.26 (.001)	.60 (<.001)	1

또한 간호전문직관은 감정노동의 하위영역 중 진심행위 그리고 공감적 관심과의 관계에서 유의한 양의 상관성을 보였다. 진심행위로 인한 감정노동이 클수록 간호전문직관이 높았으며(r=.19, p=.019), 공감적 관심이 높을수록 긍정적인 간호전문직관을 보였다(r=.44, p<.001).

5. 임상간호사의 고객지향성 영향요인

임상간호사의 고객지향성에 영향을 미치는 요인과 영향요인에 의한 설명력을 확인하기 위해 일반적 특성 중 고객지향성에 유의한 차이를 보인 간호사 근무 경력을 연속변수로 투입하고 독립변수 중 고객지향성과의 상관성이 확인된 간호전문직관, 감정노동의 하위영역인 진심행위 그리고 공감적 관심을 투입하여 단계적 다중회귀분석을 실시한 결과는 Table 5와 같다.

Table 5. Influencing Factors on Customer Orientation (N=151)

Variable	β	t	p	R ²	Adj. R ²	F	p
Empathic concern	.43	6.55	<.001	.362	.358		
Nursing professionalism	.29	4.30	<.001	.444	.437	35.04	<.001
Nursing career	.16	2.72	.007	.471	.460		
Deep acting	.14	2.34	.021	.490	.476		

다중회귀분석을 위한 가정 검정으로 다중공선성을 확인한 결과 공차한계는 모두 0.1이상이고, 분산팽창지수(VIF) 값은 1.03~1.26으로 10보다 크지 않아 다중공선성은 없었다. Durbin-Watson 지수는 1.816으로 2에 가까우며, 유의수준 .05에서 독립변수 4개, 대상자 수 151명 기준의 du(상한 값) 1.79와 4-du 값인 2.21 사이에 존재하여 종속변수가 자기상관이 없이 독립적임이 확인 되었다. Cook's 거리가 1.0이상인 개체가 없어 영향력 분석에 문제는 없었으며, 잔차에 대한 모형의 선형성, 오차항 정규성, 등분산성을 확인하였다. 잔차의 정규성에 대한 Kolmogorov-Smirnov 검정결과 정규분포가 확인되었으며(D=0.045, p=.200), Breusch-Pagan 검정을 통해 등분산성이 확인되었다(LM=6.49, p=.165).

회귀모형을 분석한 결과 간호사 근무 경력, 간호전문직관, 진심행위 그리고 공감적 관심은 모두 고객지향성에 유의미한 영향요인이었으며, 고객지향성에 대한 설명력은 47.6%였고 통계적으로 유의했다(F=35.04, p<.001). 변수에 의한 영향성은 공감적 관심(β=.43), 간호전문직관(β=.29), 간호사 근무 경력(β=.16), 진심행위(β=.14) 순으로 나타나 공감적 관심에 의한 영향력이 가장 높았다.

논 의

본 연구에서는 임상간호사의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심 및 고객지향성의 수준과 상호관계를 알아보고, 고객지향성에 미치는 영향요인을 확인하여, 고객지향성을 높이기 위한 전략개발의 기초자료를 제공하고자 하였다.

종합병원에서 교대근무를 하는 임상간호사의 간호전문직관은 5점 만점 기준에 평균 3.54점으로 아동간호사를 대상으로 한 선행연구[10]에서의 3.74점보다 낮았고, 중소병원 간호사를 대상으로 했던 연구[11]에서 3.46점이었던 것보다 높았다. 이러한 결과는 본 연구의 대상자에서 상근직 간호사와 특수부서 간호사가 제외되었다는 점에서 볼 때, 특수부서에 근무하거나 상근직의 보직을 갖는 경우 간호전문직관의 수준이 높다는 선행연구[26] 결과를 지지하고 있다. 또한 전문성이 높은 것으로 인식되는 종합병원 간호사의 간호전문직관이 중소병원 간호사보다 높다는 것도 알 수 있다.

임상간호사의 감정노동은 5점 만점 기준으로 표면행위 평균 3.47점, 진심행위 2.86점으로 표면행위가 진심행위보다 높은 수준을 보였다. 이러한 양상은 병원간호사 1,316명을 대상으로 시행된 대규모 연구[23]에서도 표면행위가 3.13점으로 진심행위 2.77점 보다 높아 동일하였다. 그러나 감정노동의 수준에 있어서는 두 가지 영역 모두에서 본 연구의 점수가 더 높은 수준을

보였다. 이는 선행연구[23]에서 3교대 근무와 미혼인 경우를 감정노동에 대한 관련요인으로 제시하였던 것과 비교해 볼 때, 본 연구의 대상자가 모두 3교대 근무자이고, 76.8%가 미혼이었던 것이 높은 감정노동 수준과 연관되었음을 알 수 있다. 그러므로 3교대 환경에서 근무하는 미혼여성의 감정노동에 관심을 기울여야 하며, 감정노동에 대한 상황적 대처법 등에 대한 시기적절한 교육과 훈련이 필요할 것으로 사료된다.

공감적 관심은 7점 만점 기준에 평균 5.26점의 수준을 나타냈다. 공감적 관심은 공감능력을 측정하는 세부 영역 중 하나이다. 성인 병동의 간호사 90명을 대상으로 미국에서 시행된 연구[18]에서 공감적 관심의 하부요인에 대한 점수를 제시하고 있지 않아 정확한 비교는 어렵지만 공감 전체의 점수는 4.79점으로 본 연구에서의 결과보다 낮았다. 또한 국내에서 장애인 돕기 캠페인에 참여한 대학생을 대상으로 진행된 선행연구[27]에서 공감적 관심은 3.54점으로 본 연구에서의 결과보다 낮았다. 남녀 중학생을 대상으로 한 선행연구[28]에서 여학생 집단의 공감적 관심은 남학생과 비교하여 평균점수가 훨씬 높게 나타났다. 또한, 공감적 관심의 수준이 높을수록 도덕적 이탈이 낮다고 보고하고 있다. 이와 같은 측면에서 대부분 여성으로 구성되어 있는 임상간호사의 공감적 관심 수준은 높게 형성되었을 것이다. 또한 미국의 간호사에 비하여 더 많은 환자를 간호하는 국내 종합병원 간호사가 더 높은 높은 점수를 보인 것은 공감적 관심을 타인지향적 정서인 이타성의 수준으로 해석하는 시각에서 보면[17], 개인주의가 아닌 이타성을 바탕으로 한 공동체적인 한국문화를 반영한 긍정적인 결과로 사료된다. 그러므로 고객만족도에 기여하며, 제공자인 간호사의 소통적인 반응을 증진시키며, 때로는 정서적 소진을 전환하게 해주는[16] 공감적 관심의 수준을 높은 수준으로 유지하기 위해 국내 간호사에게 맞춘 공감적 의사소통 기술의 활용, 공동체적 정서를 경험할 수 있도록 하는 참여형 교육 프로그램 운영 등의 방안이 적용될 수 있을 것으로 생각된다.

임상간호사의 고객지향성은 7점 만점 기준에 평균 5.13점으로 백점 만점을 기준으로 환산하였을 때 73.3점 수준이었다. 이는 의료기관 종사자 164명을 대상으로 5점 척도의 고객지향성 도구를 이용하여 측정한 선행연구[4]에서 백점 만점으로 환산 시 평균 77점 수준을 보였던 것 보다 낮았으며, 임상경력 1-5년 사이의 병동 간호사를 대상으로 수행한 연구[5]에서의 72.8점과 유사한 수준을 보였고, 2-3차 의료기관에서 임의 표출된 간호사 505명을 대상으로 한 연구[6]에서의 70.6점 수준보다는 높았다. 이와 같은 차이를 보인 것은 연구 대상자의 차이로 해석되며, 병원의 규모와 간호인력 등급 및 환자의 중증도 등이 고객지향

성에 영향을 주었기 때문이라고 생각된다[2,4,9]. 본 연구의 결과에서 고객지향성은 일반적 특성 중 근무경력에 따라 차이를 보였으며, 이러한 결과는 도은수[6]의 연구에서 회귀분석을 통해 고객지향성의 영향요인을 확인한 결과 일반적 특성 중 최종적으로 유의한 변수가 근무경력이었다는 것과 동일하였다. 결과적으로 임상간호사로서 경력이 증가되어 업무에 익숙해지는 과정과 함께 환자와의 경험이 쌓이면서 환자를 대하는 태도가 긍정적으로 변화된 것이라고 생각해 볼 수 있다.

임상간호사의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심, 고객지향성의 관계에서 간호전문직관이 긍정적일수록, 진심행위에 의한 감정노동이 클수록, 공감적 관심의 수준이 높을수록 고객지향성이 상승되는 양상을 보였다. 고객지향성에 영향을 미친 세 변수 간에도 유의한 양의 상관성을 보였다. 이와 같은 관련성은 간호전문직관과 고객지향성의 관계를 확인한 연구[9], 감정노동과 고객지향성의 관계를 확인한 연구[29] 결과와 일치하였다. 또한 공감적 관심과 고객지향성의 긍정적 관계는 일부 연구[19]를 통해 확인된 결과와 동일한 양상이었다. 그러나 감정노동의 세부영역과 고객지향성의 관련성에 있어서 본 연구의 결과는 표면행위가 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 반면 진심행위는 부정적 영향을 보인다고 보고한 연구[19]와는 상반된 것이었다. 이러한 차이를 보인 것은 인간적 관계를 중요시하는 국내 간호정서에서 진심행위가 적절한 감정을 효과적으로 표현했다는 개인적 성취감을 느낄 수 있게 하여 긍정적 영향을 미칠 수 있다는 측면[14]이 입증된 결과라고 생각된다. 또한 표면행위는 진심행위에 비해 오랜 기간의 행동변화를 이끌지 못하고 자기 성취감을 떨어뜨린다는 점[30]에서 오랜 시간 반복적으로 환자와 함께해야 하는 임상간호사의 고객지향성에 영향을 미치지 않은 것으로 사료된다.

본 연구에서의 최종 변수인 고객지향성에 대한 영향요인을 확인하는 회귀분석에서 간호사 근무 경력, 간호전문직관, 진심행위, 공감적 관심이 관련요인으로서 확인 되었으며, 네 가지 변수에 의한 설명력은 47.6%였고, 가장 큰 유의성을 보인 주요한 변수는 공감적 관심이었다. 공감적 관심은 189명을 대상으로 수행된 연구[27]에서 장애인 돕기 태도에 주효과를 보이는 변수였던 것과 같이 타인에 대한 이타적 태도로서의 고객지향성에 큰 영향력을 미치는 변수가 되었다고 사료된다. 또한 선행연구[19]에서 간호사의 공감적 관심이 직무만족을 조절하여 고객지향성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 보고했던 것과 비견할 수 있는 결과로 간호성과를 위해 공감적 관심은 중요한 관심대상이 되어야 한다. 그러나 일부 연구[18]에서는 낮은 공감적 관심은 고객지향성에 부정적인 영향을 미치며, 높은 공감적 관심

은 고객지향성과 긍정적 관련성이 있지만 높은 공감적 관심을 유지하는 것은 개인적인 스트레스를 증가시키는 요소가 된다고 보고하고 있어, 적절한 공감적 관심의 수준과 관련성에 대한 더 많은 연구가 수행될 필요가 있다. 본 연구 결과에서는 궁극적으로 임상간호사의 고객지향성을 높이기 위해서는 근무 경력이 짧은 간호사에게 관심을 기울여야 하며, 간호전문직관을 높이고, 진심행위를 증진시키면서 동시에 특히 공감적 관심을 확대할 수 있도록 하는 전략을 세워야 한다는 것을 보여 주었다는 점에서 의의가 있다. 그러나 본 연구의 결과는 단일 지역의 3개 상급종합병원에서 수집된 자료에 의한 것으로 결과의 일반화에는 신중을 기해야 한다는 제한점이 있다.

결론 및 제언

본 연구는 임상간호사의 간호전문직관, 감정노동, 공감적 관심 및 고객지향성 수준과 상호 관련성을 확인하고, 고객지향성에 미치는 영향요인을 규명하기 위해 수행되었다. 임상간호사의 고객지향성은 근무 경력이 5년보다 긴 경우 더 높은 수준을 보였다. 임상간호사의 간호전문직관이 긍정적일수록, 감정노동 중 진심행위 수준이 높을수록 고객지향성이 상승되며, 또한 공감적 관심의 점수가 클수록 고객지향성이 유의하게 높아지는 것이 확인되었다. 최종적으로 고객지향성에 유의한 변수는 간호사 근무 경력, 간호전문직관, 진심행위, 공감적 관심이었으며, 이 네 변수의 설명력은 47.6%였고, 그 중 공감적 관심은 가장 큰 유의성을 갖는 주요 변수였다. 결과적으로 임상간호사의 고객지향성을 높이기 위해서는 근무 경력이 짧은 간호사에게 관심을 가져야 하며, 긍정적 간호전문직관을 형성하고, 진심행위를 고취시키며, 특히 공감적 관심을 높일 수 있는 체험형 공감 증진 프로그램 운영 등을 포함하는 전략을 개발하고 적용하기 위한 노력을 경주해야 할 것이다.

본 연구의 결과를 바탕으로 다음과 같이 제언하고자 한다. 먼저 연구에서 관련 요인으로 제시된 간호전문직관, 진심행위, 공감적 관심을 증진시킬 수 있는 프로그램을 임상경력 3년 미만인 간호사에게 적용해 보고 효과를 검증하는 연구를 시도해 볼 필요가 있다. 또한 본 연구에서 이용된 변수들과 고객지향성에 영향을 미칠 수 있는 또 다른 변수들을 추가하여 확대된 영향력을 검증하는 반복연구의 수행을 제언한다.

ORCID

Shin, Yeon Hee

<https://orcid.org/0000-0002-9337-7709>

Noh, Gie Ok

<https://orcid.org/0000-0002-7154-8175>

REFERENCES

1. Bellou V. The role of learning and customer orientation for delivering service quality to patients. *Journal of Health Organization and Management*, 2010;24(4):383-395. <https://doi.org/10.1108/14777261011064995>
2. Kim EH, Lee EJ. Nursing outcomes of inpatient on level of nursing staffing in long term care hospitals. *Journal of the Korean Data & Information Science Society*. 2015;26(3):715-727. <http://doi.org/10.7465/jkdi.2015.26.3.715>
3. Brown TJ, Mowen JC, Donovan DT, Licata JW. The customer orientation of service workers: Personality trait effects on self- and supervisor performance ratings. *Journal of Marketing Research*. 2002;39(1):110-119.
4. Lee HT. The Influence of medical institution certification system on the service orientation of medical institutions, customer orientation of employees, and organizational effectiveness—focusing on comparison between certified hospitals and non-certified hospitals, *Social Science Research Review*. 2014;30(4):317-341.
5. Yeo AR, Lee HJ, Jin HK. Factors associated with customer orientation and nursing productivity, *Journal of Korean academy of nursing administration*. 2014;20(2):167-175. <http://doi.org/10.11111/jkana.2014.20.2.167>
6. Do ES. Factors influencing customer orientation of nurses. *Journal of the Korean Academy of Fundamentals of Nursing*. 2012;19(4):519-527. <http://doi.org/10.7739/jkafn.2012.19.4.519>
7. Yeun EJ, Kwon YM, Ahn OH. Development of a nursing professional values scale. *Journal of Korean Academy of Nursing*. 2005;35(6):1091-1100.
8. Moon YS, Han SJ. Impact of self-efficacy and nursing professionalism on organizational commitment in nurses. *The Journal of Korean Academic Society of Nursing Education*. 2011;17(1):72-79.
9. Lee JW. Effect of nurse's professionalism on customer orientation, job satisfaction and service delivery level in specialty hospital. *The Journal of the Korea Contents Association*. 2010;11(1):266-276.
10. Cho EJ, Bang KS. Nursing professionalism, self-efficacy and nurse parent partnership in pediatric nurses. *Child Health Nursing Research*. 2013;19(2):94-101. <https://doi.org/10.4094/chnr.2013.19.2.94>
11. Ryu YO, Ko E. Influence of emotional labor and nursing professional values on job satisfaction in small and medium-sized hospital nurses. *Journal of Korean Academy of Fundamentals of Nursing*. 2015;22(1):7-15. <https://doi.org/10.7739/jkafn.2015.22.1.7>
12. Kim MJ. A study on the re-conceptualization of emotional labor. *Korean Management Consulting Review*. 2017;17(2):73-87.
13. Shin KH, Yi R, Heo CG, Kim JY. The role of big five personality and job environment variables in prediction of emotional labor: hotel employee case in US, *The Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*. 2006;19(1):105-124.
14. Scott BA, Barnes CM. A multilevel field investigation of emotional labor, affect, work withdrawal, and gender. *Academy of Management Journal*. 2011;64(1):116-136. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2011.59215086>
15. Kang HA. Changes in the nursing professional labor - strengthening of emotional labor. *Economy and Society*. 2002;55:142-168.
16. Brunero S, Lamont S, Coates M. A review of empathy education in nursing. *Nursing Inquiry*. 2010;17(1):64-73. <https://doi.org/10.1111/j.1440-1800.2009.00482.x>
17. Batson, C.D. *Altruism in humans*, Oxford: Oxford University Press; 2011. p. 11.
18. López-Pérez B, Ambrona T, Gregory J, Stocks E, Oceja L. Feeling at hospitals: perspective-taking, empathy and personal distress among professional nurses and nursing students. *Nurse Education Today*. 2013;13(1):334-338. <http://doi.org/10.1016/j.nedt.2013.01.010>
19. Gountas S, Gountas J, Soutar G, Mavondo F. Delivering good service: personal resources, job satisfaction and nurses' 'customer' (patient) orientation. *Journal of Advanced Nursing*. 2014;70(7): 1553-1563. <https://doi.org/10.1111/jan.12308>
20. Darby DN, Daniel K. Factors that influence nurses' customer orientation. *Journal of Nursing Management* 1999;7(5):271-280.
21. Faul F, Erdfelder E, Buchner A, Lang AG. Statistical power analyses using G*Power 3.1: tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 2009;41(4):1149-1160. <http://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
22. Brotheridge CM, Lee RT. On the dimensionality of emotional labor: Development and validation of the Emotional labor scale. Paper presented at the First Conference on Emotions in Organizational Life, San Diedo. 1998.
23. Youm YH, Son HS, Lee HS, Kim ME. A study on the emotional labor of hospital nurses – social service research report. [internet]. Seoul: Hospital Nurses Association. 2015[cited 2017 December 13]. Available from: <http://www.khna.or.kr/web/information/resource.php>
24. Davis MH. Measuring individual differences in empathy: evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1983;44(1):113-126.
25. Park SH(1994). *Empathy, Empathic understanding*. Seoul:Wonmisa. pp. 1-394.
26. Kim WK, Chung KH. The relationship between professional self-concept, organizational commitment and job satisfaction in clinical nurses. *Journal of Korean academy of nursing administration*. 2008;14(3):287-296.
27. Lee SJ, Jeong DU. Impact of empathic concern and appeal type on responses to campaign for helping. *Korean Journal of the Science of Emotion & Sensibility*. 2014;17(2):25-34. <http://doi.org/10.14695/KJSOS.2014.17.2.25>
28. Shin SR. The relationship among empathic concern, personal distress, moral disengagement, and defending behavior of middle school student. [master's degree]. Seoul: Ewha Woman's University. 2014. pp. 1-90.
29. Shim JS, Jeong SE. The effects of emotional labor and job burnout on customer orientation. *The Journal of Business Education*, 2013;27(2):69-89.
30. Shulei, M., Miner, H. Emotional labor; surface acting and deep acting, which one is better?. *Acta Psychologica Sinica*, 2006; 8(2):262-270.