병원직원의 내부서비스질 인식이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향

- 일개 대학병원 중심으로 -

연세대학교보건대학원

병원경영학과

박 선 희

병원직원의 내부서비스질 인식이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향

- 일개 대학병원 중심으로 -

지도 유 승 흠 교수

이 논문을 보건학 석사 학위논문으로 제출함.

2009년 6월 일

연세대학교 보건대학원

병원경영학과

박 선 희

박선희의 보건학석사 학위논문을 인준함

심사위원_____인

심사위원_____인

심사위원_____인

연세대학교 보건대학원

2009년 6월 일

감사의 말씀

논문이 완성되기까지 많은 관심과 격려를 보내 주신 모든 분들께 깊이 감사드립니다.

논문의 시작부터 마무리까지 체계적인 지도로 부족한 저를 이끌어 주시고 늘 세심한 배려와 격려를 주시며 식지 않은 열정으로 학문을 연구하시고 대학원 과정 내내 항상 학자로서의 모범을 보여주신 유승흠 교수님께 깊은 존경과 감사를 드립니다. 바쁘신 중에도 논문지도를 허락해 주시고 세심한 지도와 조언을 해주신 서경률 교수님과 이상규 교수님께도 깊이 감사드립니다.

한결같은 마음으로 배려해 주시고 늘 격려와 용기를 주시며 학문의 길을 안내해주신 이상미 간호담당부원장님과 잔잔한 미소로 품어 주시는 손주온 수석부장님께 깊이 머리 숙여 감사를 드립니다.

많은 어려움 속에서도 설문조사를 흔쾌히 허락해 주시고 자료 수집을 적극적으로 도와주신 병원 관계자분들께도 깊은 감사를 드립니다.

부족한 저를 지금의 모습이 될 수 있도록 세심한 배려를 해 주신 목미수 파트장님, 힘들고 지칠 때 행복 바이러스를 전하며 용기를 주신 임종순 파트장님께 다시 한번 깊이 감사드립니다. 그리고 항상 옆에서 응원해 주고 힘이 되어준 조인준, 이재영 선생님을 비롯한 직장동료들에게도 감사의 말을 전합니다. 특히 힘든 대학원 과정을 서로에게 힘이 되어주고 좋은 추억으로 기억하게 해 준 대학원 동기생들, 논문을 마칠 때까지 통계처리 및 검토를 위해 수고 해주신 신가영선생님께 감사의 마음을 전합니다.

마지막으로 오늘날이 있기까지 항상 옆에서 사랑과 격려를 아끼지 않은 남편과 부모님께 깊이 감사를 드리며 사랑을 전합니다.

2009 년 6 월

박 선 희 올림

차 례

국문요약 ····· v

Ⅰ. 서 론 ····· 1

1. 배경 및 필요성 ····· 1

2. 연구의 목적 ····· 5

Ⅱ. 문헌 고찰 ····· 6

1. 내부서비스질(Internal Service Quality) ····· 6

가. 서비스질의 개념과 특징 ····· 6

나. 내부서비스질의 개념 ····· 9

다. 내부서비스질의 구성 및 측정방법 ····· 12

라. 내부서비스질의 선행연구 ····· 17

2. 직무만족 ····· 20

가. 직무만족의 개념 ····· 20

나. 직무만족의 구성 및 측정방법 ····· 22

다. 직무만족에 관한 선행연구 ····· 25

3. 고객지향성 ····· 28

가. 고객지향성의 개념 ····· 28

나. 고객지향성의 측정방법 ····· 30

다. 고객지향성의 선행연구 ····· 32

4. 내부서비스질과 내부고객만족 및 고객지향성의 관계 ····· 34

Ⅲ. 연구 방법 ····· 37
1. 연구의 틀 ····· 37
2. 연구 대상 및 자료 수집 방법 ····· 38
가. 연구의 대상 ····· 38
나. 자료수집 방법 ····· 38
3. 조사변수 및 측정도구 ····· 38
4. 분석 방법 ····· 39

Ⅳ. 연구결과 ····· 41
1. 척도구성의 신뢰도와 타당도 ····· 41
가. 측정도구의 신뢰도 ····· 41
나. 측정도구의 타당도 ····· 42
2. 연구 대상의 일반적 특성 및 직무 관련 특성 ····· 44
3. 단변량 분석 ····· 46
가. 연구대상의 내부서비스질 인식 및 직무만족, 고객지향성 ····· 46
나. 내부서비스질 인식 및 직무만족, 고객지향성간의 상관관계 ····· 47
다. 연구대상의 특성에 따른 내부서비스질 인식 ····· 48
라. 연구대상의 특성에 따른 직무만족 ····· 53
마. 연구대상의 특성에 따른 고객지향성 ····· 55
4. 다변량 분석 ····· 57
가. 내부서비스질 인식이 직무만족에 미치는 영향 ····· 57
나. 내부서비스질 인식이 고객지향성에 미치는 영향 ····· 59

Ⅴ. 고 찰 ····· 61
1. 연구방법에 대한 고찰 ····· 61
2. 연구결과에 대한 고찰 ····· 64
3. 연구의 제한점 ····· 68

Ⅵ. 결 론 ····· 70

참고문헌 ····· 73
부록 ····· 82
ABSTRACT ····· 88

표 차 례

<표 1> 서비스 질을 평가하는 10가지 구성요인 ····· 13
<표 2> SERVQUAL의 개념 및 구성요인 ····· 15
<표 3> 설문지의 구성 ····· 39
<표 4> 내부서비스질, 직무만족, 고객지향성의 내적일치도 ····· 41
<표 5> 내부서비스질 구성요인의 내적일치도 ····· 42
<표 6> 탐색적 요인분석을 통한 내부서비스질의 구성요인 ····· 43
<표 7> 대상자의 일반적 특성 및 직무 관련 특성 ····· 45
<표 8> 연구대상의 내부서비스질 인식 및 직무만족,고객지향성 ····· 46
<표 9> 내부서비스질 인식, 직무만족, 고객지향성의 상관분석 ····· 47
<표 10> 대상자의 특성에 따른 내부서비스질 인식 ····· 49
<표 11> 대상자의 일반적특성에 따른 내부서비스질 요인별 인식 ····· 52
<표 12> 연구 대상의 특성에 따른 직무만족 ····· 54
<표 13> 연구 대상의 특성에 따른 고객지향성 ····· 56
<표 14> 내부서비스질 인식이 직무만족에 미치는 영향 ····· 58
<표 15> 내부서비스질 인식이 고객지향성에 미치는 영향 ····· 60

그 림 차 례

<그림 1> 연구의 틀 ····· 37

국문 요약

의료서비스 산업에서 경쟁이 심화되면서 의료시장에서의 경쟁우위 확보 전략으로 고객만족경영이 중요시되고 있으며, 고객만족은 직원의 직무만족으로 인한 직원의 충성도와 생산성에 인한 결과이며 직원의 직무만족은 질 좋은 내부서비스질의 결과이다. 이에 이 연구에서는 일개 대학병원에서 직원에게 제공하는 내부서비스질의 인식을 파악하고, 내부서비스질 인식이 직무만족과 고객지향성에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 분석, 그들 간의 관계를 알아보았다. 서울에 위치한 2076병상의 일개 대학병원에 근무하는 직원 중 외래접점부서에서 환자에게 직접 서비스를 제공하는 직무를 가진 이들을 조사대상으로 하였으며, 설문기간은 2009년 3월 16일부터 3월 20일까지 5일에 걸쳐 직접방문 배포하여 회수하였고 총 500부의 설문지를 배포하여 460부가 회수되었으며 회수율은 92%였다. 자료 통계분석은 SAS 9.1 통계프로그램을 사용하여 기술통계, t-test, 분산분석, 다중회귀분석을 사용하였다. 이 연구의 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 내부서비스질 구성요인 중 신뢰성이 가장 높게 인식되었으며 연구 대상의 특성에 따른 내부서비스질의 인식에는 성별, 연령, 교육수준, 결혼여부, 직종, 고용형태, 근무센터, 병원 근무기간, 서비스 교육여부에 따라 통계학적으로 유의한 차이를 보였다.

둘째, 내부서비스질의 구성요인인 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성에 대한 인식이 높을수록 직무만족에 대하여 양(+)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다.

셋째, 내부서비스질의 구성요인 중 신뢰성에 대한 인식이 높을수록 고

객지향성에 대하여 양(+)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였으며, 직무만족 역시 고객지향성에 대하여 양(+)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다.

결론적으로 이 연구에서 내부서비스질 구성요인인 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성에 대한 인식이 높을수록 직원이 인지하는 직무만족을 높이는데 긍정적인 영향을 미쳤으며, 특히 직원이 인식하는 목표, 비전과 같은 요인을 포함한 신뢰성 확보는 직원의 고객지향성을 높이는 데에도 효과적이었다. 그러므로 내부서비스질의 향상을 위해 병원의 비전과 목적을 명확히 하고 직원들에게 배려와 관심을 보이며, 적절한 복리후생을 제공하여야한다. 이와 더불어 서비스에 대한 교육과 병원의 비전과 목표를 직원에게 제시해 주는 경영전략을 통해 직접적으로 병원직원의 고객지향성을 향상시킬 수 있을 것이다. 또한 병원직원의 내부서비스질 인식을 향상 시킬 수 있는 방향을 모색함으로서 직무만족을 통해 외부고객만족을 초래할 수 있는 체계적이고 지속적인 내부서비스질 관리를 통해 병원경영에 있어 경쟁적 우위를 키워야 할 것이다.

핵심되는 말 : 내부서비질 인식, 직무만족, 고객지향성

Ⅰ. 서 론

1. 배경 및 필요성

최근 우리나라의 병원경영환경은 매우 격심한 변화와 경쟁에 직면한 상황에서 복잡하고 다양하게 변화하고 있다. 즉 글로벌화, 디지털화, 공동화로 변화하는 의료시장과 다양화, 신속화, 개별화를 추구하는 고객들의 의식변화와 더불어 의료보장, 의료개혁, 소비자단체의 등장 등의 새로운 제도변화 속에서 국내병원들은 내실을 기하기도 전에 외국병원들과의 경쟁을 하여야 하는 무한경쟁의 상황에 노출되어있다(유승흠, 2007). 따라서 병원들은 과거와는 달리 생존을 위해 각기 다양한 경쟁 방안들을 필요로 하게 되었고, 타 병원과 경쟁하기 위해서는 서비스에 의한 차별화가 어느 때 보다 절실한 시점이다.

1995년 3차 진료기관을 대상으로 실시된 의료기관서비스 평가와 1998년도부터 시작된 병원에 대한 국가고객만족도(NCSI) 조사 결과를 국내 일간지 및 각종 매스컴을 통해 발표함으로써 소비자로 하여금 사전정보를 수집하여 평가 할 수 있도록 하여 의료기관간의 경쟁이 가시화 되었고, 전통적으로 서비스의 제공자가 서비스의 질과 그 기준을 제시해 왔던 의료서비스 영역에서도 고객의 관점과 가치에 의해 서비스를 평가받고 이에 따라 소비자의 욕구를 충족시켜야 하는 고객만족 경영전략의 필요성이 대두되었다(김연성, 2002).

병원조직은 인적자원의 의존도가 높은 조직으로, 서비스를 제공하는 직원들의 서비스 질은 매우 중요하며, 고객지향적인 직원을 관리하는 것이 조직의 성공 여부를 판가름 해주는 결정적인 요소가 된다고 하겠다(최경식

& 김재열, 2005). 서비스 조직에서 서비스 제공자가 서비스 제공을 위한 모든 행위를 그 자신보다는 고객의 욕구와 요구에 따라 행하는 것이 고객지향성의 개념이다(Saxe & Weitz, 1982). 높은 고객지향성을 가지고 있는 서비스 제공자는 고객의 만족을 증가시키기 위해 행동하고, 그러한 고객지향적 행동은 서비스를 제공하는 조직과 고객 사이의 장기적인 관계를 유도하기 때문에 고객지향은 성과의 행동적 측면으로 이해되고 있다(Morrison, 1996). 고객지향성은 이러한 직원의 고객을 향한 서비스지향정도를 설명하는 개념으로, 이를 측정하여 고객에 대한 서비스 접점의 정도를 확인할 수 있다. 즉, 고객지향성은 고객만족 정도를 유추할 수 있는 중요한 선행변수로써, 내부서비스질에 만족한 내부고객이 외부고객들에게 수준 높은 서비스를 제공하여 외부고객에게 얼마만큼의 만족을 주는 지 확인할 수 있도록 하는 것이다.

내부서비스질은 직원들의 욕구에 부합하는 활동의 전개 정도이며, 외부서비스질의 전제조건이라고 할 수 있다(Schlesinger & Jeffrey, 1991). 즉 내부고객이 내부서비스질에 만족을 하게 된다면 고객들에게 수준 높은 서비스를 제공하게 될 것이고 이 서비스를 제공받은 고객은 만족하게 될 것이다. 이로 인하여 기업은 고객을 만족시켜 고객만족경영을 달성하게 될 것이다.

의료기관에서의 내부마케팅은 의료기관내의 직원을 최초의 고객 또는 일차적인 시장으로 보고 그들에게 서비스 정신이나 고객지향적인 사고를 심어 주고, 동기를 부여하여 고객에게 만족을 제공하는 직원으로 일하도록 하는 것이다(조우현, 1999). 즉 내부마케팅은 서비스에 대한 외부 고객의 만족은 내부 고객인 서비스 전달자의 인간적인 행위나 태도에 의해 크게 좌우되므로 외부 고객만족 이전에 구성원의 만족을 먼저 선결해야만 한다는 개념이다.

의료시장 환경이 급변하고 의료기관간 경쟁이 심화되면서 안정적인 시장을 확보하는 방안으로서 '외부고객의 충성도'를 높이는 것에 대한 관심이 증대 되고 있다. 특히 예전에는 고객을 만족시킬 경우 재이용과 수익증대로 연결될 것으로 기대되었으나 고객만족이 반드시 재이용과 수익증대로 이어지지만은 않는다는 연구결과들이 제시되면서 소비자의 이용행태를 이해하기 위한 새로운 개념으로서 고객충성도에 관심이 모아지고 있다(이선희, 2005). 그러나 외부고객의 충성도를 확보해 내기 위해서는 우선적으로 충족되어야 할 사항으로 반드시 내부고객의 만족이 달성되어야 한다. 즉 내부고객이 그 조직의 미션, 인사고과, 교육연수, 보수 등 경영방침에 만족하고 있어야만 조직의 분위기가 활성화되고 조직의 생동감이 외부고객으로의 만족으로 전환되어 외부고객충성도를 높이게 되고 비로소 그 조직이 목표하는 경영성과로 나타나게 되어 조직효과성이 제고된다.

최근까지의 서비스산업에 관한 연구는 서비스 질과 고객만족에 대한 연구가 주류를 이루어 왔다. 그러나 고객이 느끼는 만족수준은 서비스를 제공하는 직원과 접촉하는 잠깐의 순간에서 결정되기 때문에 고객과 종업원이 접촉하는 순간 즉, 진실의 순간(MOT: Moment of Truth)에 대한 중요성이 대두되기 시작하였다. 이는 서비스산업에 있어서 고객만족보다 내부고객이라 할 수 있는 종업원의 만족을 더욱 중요시하기 시작했다는 것이다. 서비스는 고객과 종업원간의 상호접촉을 통해 전달되기 때문에 고객접점 직원(customer contact employee)의 태도와 행동은 고객의 서비스 품질 평가와 만족수준에 큰 영향을 미친다. 이는 대부분의 서비스업체에 있어서 서비스는 고객과 접점에 있는 내부구성원인 종업원 사이의 상호작용을 통하여 전달되기 때문이다. 그리고 이러한 종업원의 만족도가 높아지면 서비스 질이 좋아지게 된다. 이는 계속해서 서비스에 대한 고객의 만족도를 높이고 고객의 충성도를 높여 궁극적으로 서비스기업에 더 큰 수익을 가져다

준다고 생각할 수 있다. 따라서 노동집약적인 속성이 강한 서비스에서 종업원이 직무에 만족 할 수 있도록 직무 환경을 조성해주고 종업원이 고객지향적인 인식과 태도를 갖도록 동기부여하고 개발해주는 활동을 전개할 필요가 있으며, 이를 통해 고객만족 및 조직성과를 달성할 수 있는 것이다 (Rust et al., 1996).

이와 같이 병원의 생존을 위해 고객만족경영이 중요시 되고 있으며, 궁극적으로 고객만족경영을 지속적으로 추진하기 위해서는 고객만족의 행동주체가 되는 내부고객만족경영이 전제조건으로 다루어져야 한다고 지적한다(공선표, 1994). 그러나 대부분의 연구들은 내부서비스질과 고객만족에 대한 인과관계를 분석한 연구가 대부분이었고, 종업원만족에 대해서는 간과해 왔다. 즉, 고객의 서비스질 평가에 결정적인 역할을 하는 직원들의 서비스 태도와 행동을 체계적으로 측정하고 그 영향 변수를 서비스 관리의 관점에서 접근한 연구는 미비한 실정이다. 따라서 이 연구는 병원직원의 내부서비스질 인식이 직무만족 및 고객지향성에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하고자 한다.

2. 연구의 목적

대학병원에 근무하는 직원을 대상으로 직무만족, 고객지향성에 대상자의 특성이 어떠한 영향을 미치는지 알아보고, 내부서비스질의 인식을 파악하여 직무만족과 고객지향성에 어떠한 영향을 미치는 지를 실증적으로 분석, 그들 간의 관계를 파악하고자 한다. 이를 바탕으로 대학병원의 내부고객관리에 도움을 주고, 직무만족을 통해 외부고객을 만족시켜 결과적으로 병원의 성과를 높일 수 있는 경영 전략을 세우기 위한 기초자료로 활용하고자 하며 세부적인 목표는 다음과 같다.

첫째, 병원직원의 내부서비스질 인식을 파악한다.

둘째, 병원직원의 내부서비스질 인식, 직무만족 및 고객지향성과의 관계를 파악한다.

셋째, 병원직원의 내부서비스질 인식이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향을 파악한다.

Ⅱ. 문헌 고찰

1. 내부서비스질(Internal Service Quality)

가. 서비스질의 개념과 특징

서비스는 그 종류가 다양하고 동종의 서비스 간에도 이질적인 요소가 혼재하기 때문에 관점에 따라 다양하게 정의될 수 있다. 또 기업의 제공물은 정도의 차이는 있으나 대부분 유형적 요소와 무형적 요소를 모두 포함하고 있기 때문에 단순히 물리적인 재화와 서비스로 구분하는 것은 개념적 타당성이나 유용성에서 문제가 될 수 있다. 의료서비스를 포함한 서비스는 무형성, 생산과 소비의 동시성, 소멸성 등 그 본질적 특성으로 인해 서비스질을 측정하기가 어렵고 서비스질 수준에 있어 변화의 가능성이 높으며 서비스질을 객관적인 기준보다는 지각에 의존하기 때문에 접근방법의 체계를 잡기가 쉽지 않다. 또한 개념들에 대한 통일이 이루어지지 않아 혼란을 겪고 있기도 하지만 서비스는 다음과 같이 설명 할 수 있다(손석준, 1999).

첫째, 서비스의 질은 고객지향과 관련된 고객 지향적 개념이다. 서비스의 질을 평가하는 객관적 측정치가 존재하지 않는 상황에서 서비스의 질을 측정하는 적절한 접근은 서비스의 질에 대한 고객의 지각을 측정 하는 것이다. 서비스 활동은 그 자체가 고객 지향적인 활동으로 고객에 의한 평가가 가장 중요하기 때문에 여러 학자들에 의해 지속적으로 견지되어온 주장이다.

둘째, 서비스의 질은 태도와 유사한 개념이다. 서비스의 질은 서비스 전반적인 우월성과 우수성을 나타내는 개념으로 태도와 유사한 개념이며, 구체적인 속성이라기보다는 추상적이고 다차원적인 개념이다. 서비스의 질은

일시적인 성격을 갖는 만족이라는 개념보다는 지속적이고 장기적인 상태로 대상에 대한 전반적인 판단을 나타내는 유사한 개념이며 시간이 지남에 따라 동적으로 변화하는 특성을 갖는다.

셋째, 서비스의 질은 결과뿐만 아니라 과정에 대한 평가이다. Sasser, Olsen과 Wyckoff(1978)는 서비스의 질을 서비스 결과뿐만 아니라 서비스가 제공되는 과정도 중요함을 설명하였다. Parasurman, Zeithaml과 Berry(1985)는 서비스 질의 평가는 서비스 제공 과정의 평가에서 이루어지고 특히 서비스 제공자와 고객간의 상호작용이 서비스의 질 평가에 있어서 강조되어야 한다고 했다. Groonos(1984)에 의하면 서비스의 질은 기술적 질(technical quality)과 기능적 질(functional quality)의 합이며 서비스 제공 활동에 있어서는 후자가 특히 중요하다고 한다. 여기서 기술적 질(technical quality)이란 소비자가 서비스 생산 과정에서 얻는 것에 관한 것이며 기능적 질(functional quality)은 소비자가 서비스를 제공받는 방법에 관한 것이다.

넷째, 서비스의 질은 기대와 성과의 비교에 의해서 결정된다. 서비스의 질은 소비자들이 서비스 기업이 제공해야 한다고 느끼는 기대와 서비스를 제공한 기업의 성과에 대한 소비자들의 인식을 비교하는 데서 나오다는 이론(Parasurman, Zeithaml & Berry, 1985)에 대부분의 동의가 이루어져 있다. 그러므로 서비스에 대한 기대와 제공된 서비스를 비교한 결과로써 서비스의 질이 인식되는데, 이는 고객의 기대와 지각 사이에 있는 불일치의 정도와 방향이라고 볼 수 있다. 즉 기대수준이 높을수록 서비스 성과의 수준도 높아야만 서비스에 대한 평가가 좋으며, 서비스 성과가 기대에 못 미치게 될 때에 서비스 수준은 낮은 것으로 평가된다. 그러므로 서비스 기업은 고객의 기대를 관리해야할 필요성을 느끼게 되는 것이다.

서비스의 질은 고객이 원하는 바를 실제로 충족시켜 주는 정도이며, 고객에 의해서 지각되고 평가되는 것이다. 이러한 서비스의 질은 경쟁시장에서 해당 조직에 경쟁우위를 제공하여 시장점유율을 확대시키는데 결정적인 역할을 할 뿐 아니라 나아가서는 조직의 수익성을 향상시키므로 현대에 와서 질이란 개념은 매우 중요하게 인식되고 있다.

안선경(1995)의 연구에서도 의료서비스의 질적 수준이 병원선택에 결정적인 변수로 작용한다고 보고하였으며, 의료서비스의 질이 병원을 선정하는 기준이 됨은 물론 의료서비스 구매평가의 대상이 된다고 하였다. 의료서비스는 일정규격의 생산품이 아니 환자 개개인에 대한 서비스로서 인간의 생명과 직접적으로 관련이 있기 때문에 서비스질에 대한 관리가 더욱 필요하다 하겠다.

Gronroos(1984)는 서비스의 질은 고객이 기대한 서비스와 실제 받은 서비스의 지각의 차이로 결정된다고 하였으며, Parasuraman 등(1988)은 서비스질은 소비자에 의해 지각된 것으로서 기대된 서비스와 지각된 서비스의 차이라고 정의하고, 구조적 차이가 적은 것으로 측정될 때 서비스의 질이 높은 것으로 평가한다고 하였다. 또한 서비스질은 고객이 조직과 상호작용이 이루어지는 '진실의 순간'에 가장 분명하게 나타난다고 하였다(Bitner et al., 1994).

서비스 산업의 경쟁적 환경에서 기업은 새로운 도전에 대응하고 기회를 창출해야 한다. 서비스질의 역할은 서비스 기업의 경쟁우위 확보를 위한 결정적인 요소로서 널리 인정되고 있다. 많은 서비스 기업들이 서비스질의 중요성을 이해하고 서비스질 관리의 필요성을 인식하게 되었다. 서비스질에 대한 고객의 평가와 만족수준은 구매의도와 기업의 성과측정에 궁극적으로 영향을 미치는 결정요인이기 때문이다(Iacobucci et al., 1994).

나. 내부서비스질의 개념

생산과 소비의 비분리성이라는 서비스의 특성상 서비스의 생산 및 전달 과정에서 직원과 고객은 서로 상호작용을 하게 된다. 이로 인해 직원들이 자신이 직무에서 느낀 것들이 서비스 접점(service encounter)시 그대로 고객에게 전달되게 된다(이상환 & 이재록, 1999). 또한 고객은 서비스를 제공하는 직원에 의해 전달되는 지식 및 행동을 토대로 자신의 서비스경험을 결정하기 때문에 기업에서는 직원들에게 보다 고객지향적이고 서비스 지향적인 마인드를 가지도록 할 필요가 있다.

의료서비스도 고객(환자)과 서비스제공자(의료기관 종사자)의 상호접촉을 통해 전달되기 때문에 고객접점 구성원의 태도와 행동은 고객의 서비스 질평가와 만족수준에 큰 영향을 미친다. 특히 의료서비스는 서비스 결과에 대한 불확실성과 질병에 대한 원초적 두려움으로 고객은 심리적 불안감을 느끼게 되는데, 이러한 불안감은 고객과 직접적으로 접촉하는 의료기관 구성원들의 행동과 태도에 의해 완화될 수 있다. 특히 고객이 느끼는 만족수준은 서비스를 제공하는 종업원과 접촉하는 잠깐의 순간에서 결정되기 때문에 고객과 종업원이 접촉하는 순간을 '진실의 순간(the moment of truth)'이라고 한다. 진실의 순간은 고객과의 접점에 있는 현장종업원의 서비스가 얼마나 중요한가를 나타내는 개념으로서 최근 그 역할이 강조되고 있다. 이는 서비스산업에 있어서 고객만족보다 내부고객이라 할 수 있는 종업원의 만족을 더욱 중요시하기 시작했다는 것이다.

한편 내부서비스질을 통한 종업원의 만족도가 높아지면 서비스기업에 대한 종업원의 충성도가 높아지게 되고 이는 서비스 가치에 영향을 미친다. 고객들은 자신이 구매하고자 하는 서비스에 대해 과거 경험, 개인적 욕구, 외부 커뮤니케이션에 의해 기대를 갖게 된다. 이와 같은 기대는 서비스

의 실제 소비로부터 성과를 비교함에 의해 서비스 질을 평가하고 평가의 결과에 따라 편익-비용으로 정의되는 서비스가치에 영향을 미치며, 이는 계속해서 서비스에 대한 고객의 만족도를 높이고 나아가 고객지향적인 사고를 통해 고객의 충성도를 높여 궁극적으로 서비스기업에 더 큰 수익을 가져다준다고 생각할 수 있다. 따라서 노동집약적인 속성이 강한 서비스에서 종업원이 직무에 만족할 수 있도록 직무 환경을 조성해주고 종업원이 고객 지향적인 인식과 태도를 갖도록 동기부여하고 개발해주는 활동을 전개할 필요가 있으며, 이를 통해 고객만족 및 조직성과를 달성할 수 있는 것이다(Rust et al., 1996).

내부마케팅의 관점에 따르면 외부고객에게 양질의 서비스를 제공하려는 의료기관은 반드시 의료기관 내부의 고객, 즉 직원들의 욕구에 부합하는 활동을 먼저 전개해야 한다. 즉, 직원들에게 제공되는 내부서비스질은 외부고객에게 제공되는 외부서비스질의 전제 조건이라 할 수 있다(Schlesinger & Jeffrey, 1991). 또한 서비스기업에 있어서 내부고객만족과 동기부여 정도는 고객들에게 제공되는 서비스의 질을 결정하는데 있어 매우 핵심적인 요인이며(Rosenbluth & Peters, 1992), 서비스의 특성상 고객들이 서비스생산과정에 직접 참여하기 때문에 고객들은 서비스 공급자의 만족 등을 부분적으로나마 지각할 수 있게 된다. 이러한 요인들로 인해 의료기관 입장에서 볼 때 내부고객들에게 제공되는 내부서비스질이 중요성이 커지게 된다.

Heskett과 Schlesinger(1994)는 내부서비스질을 “사람들이 서로에 대하여 가지고 있는 태도이며, 사람들이 조직 내에서 서로 대우하는 방법”이라고 정의하였다. 이러한 정의는 서비스 질을 태도로써 가장 잘 개념화할 수 있다는 Cronin과 Taylor(1992)의 주장과 일치하는 것이며, 결과적으로 제공받는 내부고객들에게 제공되는 내부서비스질을 명확하게 인식할 필요가 있음을 제기하고 있다.

Berry과 Parasuraman(1991)은 내부서비스질에 관하여, 자격을 갖춘 종업원을 모집, 개발, 확보하기 위해서 내부 마케팅이 필요하며, 이를 위한 수단으로 7가지 방안을 제시하였고, Schneider과 Bowen(1993)는 내부서비스질을 “조직 내부 종업원의 경험을 조절하는 것으로 서비스질에 대한 외부고객의 경험을 조절하는 핵심요인이다.”라고 정의 하였다. 이와 같은 내부서비스 질을 규명하기 위한 개념적 연구는 있어왔지만, 실증적인 연구는 미미한 실정이다(Hallowell, Schlesinger & Zornitsky 1996; Stanley & Wisner 1998).

Parasurman, Zeithaml과 Berry(1994)는 서비스 조직에서 직원의 행동에 관한 조사를 해야 하는 이유를 제시하였다. 첫째, 직원들 자신들이 내부 서비스의 고객이다. 즉, 내부서비스질은 외부서비스질에 영향을 미치므로, 내부서비스질의 측정이 필수적이다. 둘째, 서비스전달 시스템에서 직원의 경험은 서비스 질에 영향을 주므로 관리자에게 식견을 제공한다. 직원의 조사는 서비스문제의 발생 이유와 해결할 수 있는 방법에 대한 단서를 제공해준다. 셋째, 직원의 조사는 관리자에게 초기 경고시스템으로서 역할을 한다.

Mangold과 Babakus(1992)는 지금까지의 서비스는 고객의 관점에서 연구 된 것이라면, 서비스라는 전제 하에 서비스 질에 대한 기대와 지각은 고객뿐만 아니라 직원의 지각과 기대를 살펴볼 필요성을 주장했다.

다. 내부서비스질의 구성 및 측정방법

서비스 질에 대한 측정과 관련하여 대부분의 연구자들은 고객 지향적 관점에서 고객이 기대하는 서비스와 인식된 서비스 차이를 통하여 고객이 서비스 질을 평가하는 것으로 인식하고 있다. 여기서 "기대"는 서비스 조직이 제공할 것이다(would)라는 개념 보다는 제공해야 한다(should)는 바램을 의미한다. 따라서 인식된 서비스 질은 소비자들의 서비스 인식과 기대 사이의 불일치 정도와 방향으로 간주되는 것이다.

서비스 질을 어떻게 개념화하고 측정할 것인지에 대하여 Parasurman, Zeithaml과 Berry는 중점적인 연구를 수행해 왔다. Parasurman, Zeithaml과 Berry(1985)는 서비스 질은 구매 이전의 소비자의 기대와 지각된 과정의 질 그리고 지각된 결과 질의 작용이라고 하며 일반적인 서비스 질을 결정하는 10가지 차원을 제시하였다. 이러한 10가지 구성요소는 서비스 결과물에 대한 기술적 질과 지각된 질의 이미지 측면이 포함되어 기능적 질의 측면을 강조하고 있다.이 연구는 서비스 질을 구성하고 있는 요인 측정에 관하여 통찰력을 제공하여 주었고, 개발된 척도는 다양한 종류의 서비스 질을 측정하는 일반 도구로 사용되고 있다. 이들은 1985년 수행된 탐색적 연구결과에 따라 서비스 질을 평가할 대 사용하는 기준으로 10가지 중복 가능성 있는 구성요인들을 <표 1>과 같이 제시하였다.

<표 1> 서비스 질을 평가하는 10가지 구성요인

신뢰성 (reliability)	서비스 성과의 일관성과 믿음을 포함, 기업이 약속한 것을 준수하는 것 *예: 정확한 계산 기록, 정시에 수행*
반응성 (responsiveness)	서비스를 제공하는 직원의 의지 또는 신속성과 서비스의 적시성을 포함 *예: 신속반응, 신속서비스제공, 즉시배달*
능력 (competence)	서비스 수행에 요구되는 지식과 기술의 소유를 의미 *예: 직원의 기술과 지식, 조직의 조사 능력*
예의 (courtegy)	접촉 직원의 친밀성, 정중성, 사려 깊음, 존경심을 의미 *예: 고객특성배려, 직원의 청결하고 단정한 용모*
의사소통 (communication)	고객이 이해할 수 있는 용어로 설명 *예: 서비스자체 설명, 서비스 비용설명, 문제처리의 확신감 부여*
신용성 (credibility)	신뢰, 믿음, 정직성 *예: 기업명, 기업평판, 접촉 직원의 개인적 특성*
안정성 (security)	고객의 위험, 문제 해결의 의미 *예: 물리적 안전, 재무적 안전, 비밀보장*
접근성 (access)	서비스에 대한 접촉 용이성과 접근 가능성 *예: 전화로의 접근 용이성, 대기시간, 설비위치의 편리성*
고객이해 (understandings)	고객의 요구를 알려고 하는 노력을 의미 *예: 고객의 특정 욕구를 파악, 특별한 관심제공, 정규고객파악*
유형성 (tangibles)	서비스의 물리적 설비에 근거 *예: 물리적 시설, 직원의 외모, 서비스 제공에 사용되는 도구*

자료 : Parasuraman등 1985: 47

서비스 질의 측정은 객관적인 척도에 의한 측정이 어렵기 때문에 고객의 인식을 측정하여 서비스 질을 측정하고 있다. 이러한 인식의 평가를 위해 여러 항목으로 구성된 측정도구가 Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)에 의해 개발된 SERVQUAL모형이다.Parasuraman. Zeitaml. & Berry가 1988년에 발표한 SERVQUAL의 다섯 가지 구성차원과 22개의 항목들에 대해서 알아보면 <표 2>와 같다.

<표 2> SERVQUAL의 개념 및 구성요인

구성차원	개념 및 구성요인
신뢰성	믿을 수 있으면서도 정확하게 약속한 서비스를 수행할 수 있는 능력 1) 약속한 바와 같은 서비스 제공 2) 고객 서비스 문제 처리의 의존 가능성 3) 처음으로 서비스를 올바르게 수행 4) 정해진 시간에 서비스 제공 5) 과실 없는 기록유지
대응성	고객을 돕고자 하며 신속한 서비스를 제공하고자 하는 자발성 6) 서비스 수행시간에 대한 정보 제공 7) 고객에 대한 신속한 서비스 8) 고객에게 도움을 주고자 하는 자발성 9) 고객의 요구사항에 대한 대응 준비성
보증성	종업원들의 지식과 정중성 그리고 신뢰와 확신을 고부시킬 수 있는 능력 10) 고객에게 계속 확신감을 심어주는 직원 11) 고객으로 하여금 거래에서 안정감을 느끼게 함 12) 지속적으로 정중한 직원 13) 고객의 질문에 답변할 수 있는 지식을 소유한 직원
공감성	조직이 고객에게 제공하는 배려와 개인적인 관심 14) 고객에 대한 개인적인 관심 표명 15) 고객을 배려하는 직원 16) 고개의 최상의 이익을 진심으로 고려 17) 고객의 욕구를 이해하는 직원 18) 이용하기 편리한 시간
유형성	물리적 시설, 장비, 직원들의 외양 19) 최신장비 20) 가시적으로 호감을 주는 시설 21) 단정하고 깔끔한 인상을 주는 직원 22) 가시적으로 호감을 주는 서비스 관련 자료

자료 : Parasuraman등 1991: 446-449

이후 Parasurman, Zeithaml과 Berry(1991)는 5개 기업을 대상으로 서비스 질을 측정하여 SERVQUAL을 수정하였다. 수정 SERVQUAL은 원래의 SERVQUAL에서 이용된 당위적 표현(should)을 완화시켜 표현하였으며(will), 부정적인 표현을 긍정적인 표현으로 변경하는 등의 수정을 통해 만들어졌다. 또한 SERVQUAL에서는 기대수준의 의미가 '소비자가 원하는(want) 혹은 서비스기업이 제공해야 하는(should)수준'으로 개념화한 반면, 수정 SERVQUAL에서는 '특성 서비스산업에서 우수한 기업이 실현 가능할(feasible) 것으로 보는 수준'으로 변경하였다.

이들은 이와 같은 각 차원에 대한 개인의 기대된 서비스 수준과 인지된 서비스 수준의 차이가 서비스 질을 결정하는 것으로 제안하였다. 즉 기대했던 서비스 수준과 실제로 제공된 서비스에 대한 인지된 성과에 대한 차이를 비교하게 되며 인지된 성과가 기대수준 보다 낮다면 서비스 질이 낮다는 것이고 그 반대는 좋다는 것이다.

내부서비스질은 서비스질의 확장된 개념으로 연구되어 왔기에 내부서비스 질을 측정하는 도구 또한 Prasuraman 등(1998)이 제안한 SERVQUAL을 기반으로 하고 있다. 비록 SERVQUAL이 외부고객의 서비스 지각에 대한 측정으로 고안되었지만 내부서비스 접점에서의 질을 측정하는데 있어서도 적용이 가능하다고 SERVQUAL모형의 고안자인 Pararusaman 등(1998), Reynoso(1995), Chaston(1994)등의 여러 학자들이 연구를 통해 검증하였다. 정기한 등(2007)의 연구에서는 INTERSERVQUAL과 SERVQUAL 두 모형을 비교분석하였으며 연구 결과 두 모델의 가장 큰 차이점은 서비스질에 대해 고객의 지각을 평가하는 결정요인의 차원의 구성이었으며 SERVQUAL의 상대적인 타당성이 입증되었다. 또한 의료기관을 대상으로 한 몇몇의 연구에서 SERVQUAL이 내부서비스질을 측정하기 위한 도구로 성공적으로 사용되었다(Chaston, 1994; Edvardsson, 1997; 이상환 et al.,

1999). 또한 Kuei, Madu과 Lin(2001)는 내부서비스질은 무형적이기 때문에 무형의 성질을 측정하기 위해서는 SERVQUAL 모형이 유용한 것임을 그의 경험적 연구를 통해서 입증하였다.

이 연구에서는 Parasuraman, Zeitaml과 Berry(1988)가 제안한 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성으로 구성된 SERVQUAL 척도를 천용태(2009)가 수정 보완한 측정도구를 사용하였다.

라. 내부서비스질의 선행연구

외부고객만족 제고를 위한 방안으로 내부고객만족을 위한 내부서비스질의 중요성이 높아지고 있다. 기존 연구에서 내부서비스질에 대한 선행 연구들을 살펴보면 다음과 같다.

내부마케팅은 고객접촉 종업원과 지원 스탭들이 한 팀으로 활동하도록 하기 위한 훈련과 동기부여를 통해 종업원들에게 고객지향적인 사고를 심어주는 것이며(Kotler & Armstrong, 1991), 고객지향성은 조직의 목표를 달성하기 위한 열쇠로서 목표시장의 필요와 요구를 결정하고 경쟁자보다 효율적이며 효과적으로 만족을 제공하는 마케팅의 구성개념 중 하나로 이해될 수 있으며, 이를 통해 고객만족과 고객충성 등을 달성할 수 있게 된다(George & Gronroos, 1991).

Heskett과 Schlesinger(1994)는 내부서비스질을 “사람들이 서로에 대해서 가지고 있는 태도이며 사람들이 조직 내에서 서로 대우하는 방법”이라고 정의하였다. 이러한 정의는 제공 받는 내부 고객들에게 제공되는 내부서비스질을 명확하게 인식할 필요가 있음을 제기한다. 따라서 외부고객에게 제공되는 서비스질을 제고하기 위해 내부고객을 만족시킬 필요가 있다는 것

이다. 내부마케팅에서의 종업원을 내부고객으로 간주하였을 때, 조직 내에서 종업원이 다른 종업원에게 서비스를 가지고 대우하는 것이 바로 내부서비스질이며(Gremler et al., 1995) 내부서비스질이 내부고객의 만족에 기여하게 되며, 궁극적으로 외부고객의 만족에 이르게 된다(Bruhn, 2003).

Berry와 Parasuraman(1991)은 자격을 갖춘 종업원을 모집, 개발 및 확보하기 위해 내부마케팅이 필요하다고 하면서, 이를 위한 수단으로서 역할갈등의 제거, 종업원 역할 명료성, 성과에 대한 측정과 보상, 팀웍의 구축, 종업원의 자율성 제고, 외부 고객관리 등의 방안을 제시하였다.

Hallowell 등(1996)은 내부서비스질과 고객만족, 직무만족에 관한 연구에서 내부서비스질의 구성요소가 고객만족 및 종업원의 직무만족에 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 특히 내부서비스질이 직접적으로 고객만족에는 영향을 미치지 않을 지도 모르나 종업원의 만족을 이끌어 냄을 밝힘으로써 내부서비스질과 내부고객만족과의 관계성을 입증하였다.

Parasurman, Zeithaml과 Berry(1988)는 서비스기업의 경우 구성원들의 사기는 사업성패에 결정적인 역할을 하기 때문에 서비스질을 향상시킴으로써 고개만족을 통해 성과를 제고시키기 위해서는 구성원만족을 유도해야 한다고 하였다. 또한 Micheal과 Ferrell(1996)은 서비스질에 대한 경영자의 몰입, 권한위임, 직무만족, 서비스 질과 같은 변수간의 관계를 파악하고자 하였으며, Garvin(1992)은 병원조직을 대상으로 한 작업, 감독, 동료관계, 승진, 임금 등의 직무만족 요소와 조직분위기의 측정요소가 매우 높은 상관관계를 가지며 성과와도 유의한 관계가 있다고 하였다.

Hayes(1992)는 서비스질 중 대응성(responsiveness), 적절성(timeliness), 오락성(pleasantness) 등과 같은 요인과 내부서비스 제공자인 종업원과 깊은 관련성을 제시하였다. 기본적으로 서비스조직에서는 내부 구성원인 종

업원과 소비자는 매우 빈번하게 상호작용을 한다. 따라서 종업원들이 느끼고 경험하는 것들을 서비스접점에서 고객에게 그대로 전달될 수 밖에 없다. 따라서 종업원만족을 위해서는 이들의 욕구를 충족시켜주어야 하는데, 종업원의 욕구는 직무와 관련된 과업과 같은 내적요인과 임금, 신분안정, 감독, 역할갈등, 조직구조, 직무분위기 같은 직무의 외적인면을 포괄한 외적요인으로 구분할 수 있다. 이와 같이 기존의 연구를 종합하면 내부서비스질과 내부구성원만족과 유지는 깊은 상관관계가 있음을 알 수 있다.

서비스기업에 있어서 종업원의 만족과 동기부여 정도는 고객에게 제공되는 서비스질을 결정할 때 매우 핵심적인 요인이며(Rosenbluth & Peters, 1992), 이러한 요인들을 위해서 기업의 입장에서 볼 때 내부고객에게 제공되는 내부서비스질의 중요성이 강조된다. 이러한 맥락에서 고객을 만족시키고자 하는 기업은 먼저 고객과 직접 접촉하는 종업원들에게 보다 좋은 서비스질, 즉 양질의 내부서비스질을 제공할 필요가 있다.

2. 직무만족

가. 직무만족의 개념

오늘날 기업은 종업원을 내부고객으로 인식하고 있으며 내부고객을 만족시키기 위하여 많은 노력을 하고 있다. 내부고객은 직접 상품을 생산하고 고객과의 접점에서 최종고객이 만족, 불만족을 느낄 수 있는 결정적인 순간을 관리하는 중요한 역할을 담당하기 때문이다. 조직이 내부고객을 중시하지 않는 한 진정한 고객만족은 생겨날 수 없으며, 직원들은 스스로가 정당한 대우를 받고 있다고 느끼며 조직을 자랑스럽게 생각할 때 최종고객에게 진정한 만족을 주기위해 노력한다.

서비스는 고객접접 구성원과 고객사이의 상호작용 및 접촉을 통하여 전달되기 때문에 서비스를 제공하는 조직구성원의 고객에 대한 태도와 행위가 고객의 서비스질에 대한 인식, 만족 등을 결정해 주며(Pfeffer, 1994), 이러한 서비스 질의 향상 노력은 고객만족으로 나타난다. 따라서 조직 구성원의 직무만족은 고객만족 경영에 있어 매우 중요한 요인이 되고 있다.

직무만족에 관한 연구가 시작된 이후로 여러 학자들 사이에서 직무만족에 대한 여러 정의를 내리며 현재까지 활발하게 연구가 진행되고 있다. 하지만 직무만족에 대한 개념은 학자들 간에 매우 다양하게 정의되어 왔는데, 이 같은 현상은 주로 학자들마다 직무만족에 영향을 미치는 요인에 대한 강조점이 서로 다르고, 직무만족의 측정을 위해 사용했던 내용, 대상, 측정방법이 서로 다르기 때문이다.

Smith(1955)는 직무만족을 각 개인이 자기 직무와 관련하여 경험하는 모든 좋고 나쁜 감정의 총화 또는 이러한 감정의 균형 상태에서 기인하는 하나의 태도라고 정의하였고, Bently와 Rempel(1970)은 개인이 주어진 직

무환경 속에서 개인과 집단의 목표를 성취하고자 할 때 갖게 되는 직업적 관심 또는 열의라고 정의하였다. Locke(1976)는 직무만족을“직무를 수행해 나가는 과정 혹은 직무의 수행결과에서 느끼는 감정으로 개인이 직무를 평가하거나 직무를 통해서 얻게 되는 유쾌함이거나 혹은 정서상태”로 정의하면서, 직무만족은 근로자가 자신의 직무에서 원하는 것과 실제로 받는다고 느끼는 것 사이의 일치여부를 측정하는 근로자와 업무환경사이의 상호작용으로 보았다.

McCormick와 Llgen(1980)은 직무만족도란 “특정의 직무에서 얻어지는 혹은 경험하는 욕구만족 정도의 함수이며, 직무만족은 태도의 한 범주로서 조직구성원들에 의해서 유지되는 태도의 하위요소이고 직무에서 체험된 혹은 직무로부터 유발되는 욕구충족의 정도로서 이는 각 개인의 가치체계에 따라서 상이한 형태를 가진다."라고 하여 과정과 결과에 대하여 강조하였다.

Judge와 Watanabe(1993)는 직무만족을 종업원이 자신의 직무를 좋아하는 정도로 직무자체에 대한 만족이라고 하였고, 신유근(1995)은 직무만족이란 직무에 대한 태도의 하나로서 한 개인의 직무나 직무경험을 평가할 때에 발생하는 유쾌하고 긍정적인 정서상태라고 정의 하였다.

Sergiovanni(2001)는 직무만족도를 동기부여와 같은 것으로 보고 적절한 동기부여를 통해서 직무에 대한 만족을 주고 인간의 본원적인 요구를 충족시킬수 있다고 하였고, Vecchio(1999)는 직무만족도를 직무에 대한 감정적 반응으로써 특히 기대와의 상호작용에 따른 개인적 경험이라고 하였다.

이상과 같이 조직 구성원이 자신이 맡은 직무에 대해 만족을 느끼게 되면 직무와 직무환경에 대해 긍정적인 태도를 가지기 때문에 조직과 조직 구성원 개개인은 발전을 가져올 것이고, 반면에 조직 구성원이 직무에 대

해 불만족을 느끼게 되면 직무 및 직무환경에 부정적인 태도를 갖기 때문에 조직과 조직 구성원의 발전은 개대할 수가 없게 된다(신유근, 1991). 이와 같은 이유 때문에 조직사회에서 직무만족은 그 중요성이 매우 강조되고 있다.

신유근(1991)은 직무만족의 중요성을 조직구성원의 측면과 조직의 측면으로 나누고 있다. 먼저 조직구성원의 입장에서 살펴보면, 첫째, 가치 판단면에서 중요하다. 즉, 조직 구성원의 직무만족은 조직이 사회에 가지는 '사회적 책임'의 한 범주로 강조되고 있다. 둘째, 직무만족은 정신건강 측면에서 중요하다. 셋째, 직무만족은 신체적인 건강에도 영향을 미친다. 조직의 입장에서 직무만족이 중요시되는 이유를 살펴보면, 첫째, 직무만족이 높은 사람은 대체로 조직의 성과를 높이는 방향으로 직무를 수행한다. 둘째, 직무만족이 높은 사람은 조직외부에 대해서 자기가 속해 있는 조직을 호의적으로 말하게 되어 간접적인 홍보효과를 가져온다. 셋째, 자신의 직무를 좋아하는 사람은 조직 외부에서 뿐만 아니라 조직 내부에서도 원만한 인간관계를 유지해 나간다. 넷째, 직무만족이 높게 되면 이직율과 결근율이 감소되고 이에 따른 생산성 증가의 효과도 얻을 수 있다고 한다.

나. 직무만족의 구성 및 측정방법

직무만족의 개념과 이론이 다양하듯이 직무만족을 어떻게 측정해야 하는지에 대한 방법도 다양하게 제시되고 있다. 직무만족의 측정에 있어서 가장 많은 논의는 단일의 전반적(single or general) 직무만족도만을 측정하면 충분하다는 주장과 직무의 여러 측면(multiple-item or multi-facet)에 대한 측정치를 합산해야 한다는 주장이 있다(Oshagbemi, 1999). 단일의 전반적 직무만족도를 측정하는 주장에서는 직무만족이란 '직무에 대한 전반적

태도'라고 정의하면서 여기에는 Locke(1976)의 주장을 바탕으로 Porter, Lawler과 Hackman(1975), Locke과 Henne(1986)등을 들 수 있다.

직무만족도를 측정하는데 다양한 요인을 측정하는 입장에서는 그 요인을 측정하면 직무만족을 측정하게 될 것이라는 가정에서 시작되었다(Houser, 1927; Taylor, 1991). Herzberg(1968)는 6개 요인으로, Alderfer(1972)는 9개, Locke(1976)도 내용은 다르지만 9개 요인으로 구분하고 있다. Wexley와 Yuki(1984)은 직무만족을 보수, 직무 자체, 직업안정성, 감독, 동료작업자, 승진기회 등의 요인으로 구분하고 있으며 Smith, Kendall와 Hulin(1969)이 개발한 측정도구인 직무기술지표(Job Description Index, JDI)는 직무, 급여, 승진, 감독 및 동료 등의 다섯 가지 요인을 측정하고 있다. 감독을 강조한 연구로는 Evans(1969), Laundau과 Hammer(1986), Locke(1976) 등이 있으며 상사의 리더쉽과 직무와의 관계가 결국 직무만족도 결정의 중요한 요인이 된다는 점을 강조하고 있다. 동료와의 관계를 강조한 연구로는 LaRocco, House와 French(1980)의 연구가, 급여와 직무만족에 대해서는 Brockner(1988), Lawler(1971)의 연구가 있으며, 승진에 대해서는 Kanter(1977), Kipnis(1964), Larson(1982) 등의 연구가 있다.

미네소타만족설문지(Minnesota Satisfaction Questionnaire, MSQ)는 미국 미네소타 대학교의 직업심리연구소(Vocational Psychology Research)의 직무만족 측정도구이다. Weiss 등(1967)에 의해 개발되었으며, 두 가지 양식으로 이루어져 있다. 긴 양식은 100개 문항, 짧은 양식은 20개 문항으로 이루어져 있으며, Likert 5점 척도로, 내재적(intrinsic), 외재적(extrinsic), 그리고 전반적(general) 요인으로 구분하여 측정하고 있다.

내재적 요인에는 직무수행방식에서의 자율성, 고용안정성, 직무로부터

얻을 수 있는 성취감 등을 포함하고 있다. 구체적으로는 능력활용, 성취, 활동, 권한, 창의성, 독립성, 도덕적 가치, 책임, 안정, 사회적 봉사, 사회적 지위, 다양성 등의 12개 요인으로 구성되어 있다. 외재적 요인으로는 상사의 관리방식과 직무능력, 회사의 정책실행방식, 임금수준, 근로조건, 승진, 친찬이나 격려 등의 6개 하부요인을 포함하고 있다(Price & Mueller, 1986). 전반적 요인에는 위의 18개 요인과 동료작업자와 작업 조건 등의 2개 요인을 포함하여 총 20개의 요인으로 구성되어 있다. 긴 양식의 경우에는 20개 요인에 대해 각 요인마다 5개의 설문문항으로 구성된다.

20개의 설문문항으로 구성된 짧은 양식의 경우 내적 일관성이 여러 연구에서 인정되었으나 타당성에 대해서는 문제가 있다는 연구 결과들이 있으며(Cook et al., 1981; Schriesheim et al., 1993), 측정 요인 간에 높은 상관계수가 발견되어 판별타당도에 문제가 있다는 지적도 있다(Wexley et al., 1977). 100개의 설문문항으로 구성된 긴 양식에서도 요인들 간에 높은 상관관계가 있다는 연구결과도 있지만 그럼에도 불구하고 요인별 직무만족도를 측정하는 데는 상대적으로 우수한 측정도구로 인정받고 있다(이영면, 2004). 하지만 짧은 양식의 경우 많은 직무만족도 연구에서 설문지를 작성하는데 10-15정도가 소요되며 간결이라는 장점이 있기 때문에 긴 양식보다도 많이 사용되어 지고 있다(Weiss et al., 1967).

따라서 이 연구에서는 요인별 직무만족 측정도구 중 몇몇의 연구에서 병원 직원의 만족도 측정을 위해 성공적으로 사용된 미네소타대학(1987)에서 개발한 직무만족도구(MSQ)를 한글로 번안된 직무만족도구(K-MSQ)를 이용하였다(Bester 1997; McConaughy 1990; Swafford 2007; 김정희 2006). 반면 여러 연구에서 내적 일관성이 인정되었으나 구성타당도에 대해서는 문제가 있고(Cook et al., 1981 ; Schriesheim et al., 1993), 측정 요인 간에 높은 상관계수가 발견되어 판별타당도에 문제가 있다는 지적도 있다

(Wexley et al., 1977). 이에 이 연구에서는 짧은 양식의 MSQ을 사용하되 판별타당성과 구성타당성에서 문제가 발생할 수 있으므로, 직무만족에 대하여 이론변수로 한 요인별 접근방법을 사용하지 않고 총합의 측정변수로 접근하여 분석하였다.

다. 직무만족에 관한 선행연구

직무만족은 가치판단의 기준과 함께 근무환경에 따라 태도가 형성된다. 그리고 근무자체의 만족과 더불어 기업의 내·외적 용인에 의해서 영향을 받는다. 직무만족에 영향을 주는 개인의 특성에는 성격유형, 연령, 교육과 지능, 성별, 직무수준 등이 있으며 직무의 특성으로는 직무자체, 조직과 관리, 리서십과 감독방법, 지위, 사회적 환경, 성장가능성, 근무조건, 작업조건, 개인생활, 대인관계, 성취, 인정, 안전성, 임금 등이 있다(임병설, 2002). 직무만족은 동기부여 요소들의 작용에 의해서만 결정되는 것은 아니며 보다 포괄적인 의미를 갖는다. 직무만족을 종속변수로 보고 그것에 영향을 미치는 요인들이 무엇인가에 대하여 많은 연구가 이루어져 왔다.

Herzberg(1966)은 욕구충족 2요인 이론을 제시하였는데 직무불만족과 관련이 있는 요인은 불만족요인 또는 위생요인이라고 하였으며 이것은 자기 직무에 불만일 경우 환경을 생각하는 욕구의 범주로서 불만족을 예방하는 기능을 담당한다. 반면 직무만족과 관련이 있는 요인은 만족요인 또는 동기유발요인이라고 부르는데 이는 자아실현을 위해서 인간적 잠재력을 개발하는 완성욕구로부터 생긴다고 하였다. 위생요인에는 조직의 정책, 감독, 보수, 대인관계, 작업조건 등이 있고 동기요인은 직무상의 성취, 직무성취에 대한 인정, 직무내용자체, 책임, 승진 또는 발전 등이라고 하였다.

Slavitt 등(1978)은 직종과 관련하여 직무만족도를 구성하는 7가지 요인

들로서 임금, 자율성, 업무 요구도, 행정, 상호작용, 전문적 위치와 의사-간호사 관계를 제시하였다. 이중 상호작용을 근무 시간내의 공식·비공식적 사회접촉 기회와 그 요구도로 정의하고, 직무만족도에 영향을 주는 변수중의 하나로 제시하였으며, 조사를 통해 간호사들의 직무만족도에 큰 영향을 주는 변수임을 보여주었다. Steers과 Rhodes(1977)의 연구에서는 직무만족과 조직과의 관계는 전통적인 접근과 회피로 설명되어진다. 이 주장에 따르면 직무 및 직장생활에서 긍정적이고 정서적인 반응을 경험하면 그 직무 및 직장에 접근하여 계속적인 존속의 경향을 나타낼 것이고, 반대로 부정적이고 비정서적 반응을 경험한다면 회피 또는 결근이나 이직의 경향을 보인다는 것이다.

Hanner과 Smith(1979)의 연구에서는 미국 내 대기업의 250개 부서 88,000명을 대상으로 직무만족과 노조활동과의 관계를 조사하였는데, 불만족한 종사원일수록 더욱 많은 노조활동에 관여한다는 결과를 밝혀냈다.

Fleishman과 Harris(1984)는 조직의 비인간적인 관리, 직무성과 중심의 경영풍토에서 높은 고충이 나타남을 발견하였으며, 감독자에 대한 불만과 고충 수준사이에 밀접한 관계가 있었고, 직무에 대해 만족했을 때에는 불만과 고충이 현저히 줄어든다고 결론을 내리고 있다.

김왕상(1995)은 호텔종사원의 직무만족과 서비스 품질 제공간의 관계분석을 통해, 상사와 부하와의 관계, 인정, 작업환경이 유의한 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

이상환 등(1999)은 금융기관에서 근무하는 직원을 대상으로 내부서비스질 유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성이 직무만족에 미치는 영향에 대하여 분석한 결과, 내부서비스질이 높을수록 직무만족이 향상되고 직무만족이 높을수록 고객만족도 높아지는 것으로 나타났다. 기업이 궁극적으로

사업성과를 제고시키기 위해서는 고객욕구의 충족이 이루어져야 하며 서비스기업의 경우 양질의 서비스를 제공함으로서 달성될 수 있다고 하였다.

윤방섭(1997)은 기존 연구들을 고찰한 결과 직무만족도는 대체로 임금, 승진기회, 상사, 동료, 일 자체의 요인에 의해 결정된다고 하였다.

김정희(2006)은 의료서비스에 종사하는 간호사를 대상으로 변화적 리더쉽 행위와 리더쉽 대체요인은 직무만족에 유의한 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

Schlesinger과 Zornitsky(1991)은 미국의 한 보험회사에 근무하는 1,277명의 조직원과 이 보험회사를 이용하는 4,269명의 고객을 대상으로 설문조사를 실시하여 서비스질에 대한 조직원의 지각, 직무만족, 그리고 서비스 능력 간에는 정적인 상관관계가 존재함이 입증되었다. 그리고 서비스 능력이 높은 것으로 조사된 조직원의 80%가 그들의 직무에 만족한 것으로 나타나 직무만족과 서비스능력간의 정적 상관관계를 입증하였다.

이윤현(2007)은 병원직원을 대상으로 직무만족 요인 분석한 결과 사회적 친교, 개발기회, 근무시간, 복지제도, 작업환경이 매우 중요하다고 하였다.

선행연구에서 보는 바와 같이 직무만족 요인은 연구자에 따라 복잡하고 다양하며 직무만족요인들은 개별적인 직무만족요인의 상대적인 중요성과 조직이 처해 있는 상황이나 대상에 따라 달라질 수 있을 것이다.

직무만족을 측정하는 도구는 매우 다양하며, 직무만족의 측정 방법은 전반적 직무만족에 대해 측정하여 활용할 것인가 아니면 요인별로 측정하여 이를 종합하여 활용할 것인가라는 연구목적에 따라 결정된다(이영면, 2004). 이 연구는 내부서비스질의 차원별 구성요인의 인식과 직무만족, 고객지향성과의 관계를 보고자 하므로 요인별로 직무만족을 측정하는 도구를 사용하였다.

3. 고객지향성

가. 고객지향성의 개념

고객지향성은 서비스제공자가 서비스제공을 위한 모든 태도와 행위를 고객의 욕구와 요구에 맞추는 것을 말한다. 고객지향성의 개념은 시장시향성과 같이 마케팅 컨셉과 관련하여 정의되어 왔는데, Kotler(1991)에 의하면 마케팅 컨셉은 조직의 목표를 달성하기 위한 열쇠로서 목표시장의 필요와 욕구를 결정하고 경쟁자보다 효율적이며 효과적으로 만족을 제공하는 것으로 이러한 마케팅 컨셉의 구성 개념 중 하나가 고객지향성 이라고 지적하였다. 고객지향적 사고는 기업으로 하여금 기업의 시각이 아닌 고객이 시각에서 고객의 요구를 정의하는 것이라고 하였다. 고객지향성은 판매원이 고객의 장기적인 요구와 필요를 만족시키는 구매결정이 이루어지는 곳에서 고객을 지원하는 판매행동(Michaels & day, 1985; Saxe & Weitz, 1982)이므로 시장지향성에서 가장 중요한 요소라 할 수 있다(Peters & Waterman, 1982).

고객지향적 사고는 기업이 시장에서 활동하는 최종소비자, 경쟁자, 유통업자, 공급자와 같은 외부고객에 대해 시장정보를 획득하고 이를 기업의 전 부서에 확산하고, 적극적인 대응을 통해 최종소비자에게 최상의 가치를 제공하고자하는 시장지향적인 사고의 세부적인 개념이다. 시장지향성이 고객뿐만 아니라 경쟁자에 대한 개념까지 다루고 있는 것과는 달리 고객지향성은 최종소비자에 중점을 두는 것에서 차이가 있다고 볼 수 있다. 이러한 차이점 때문에 고객지향성에 관한 이전 연구는 고객과 기업의 접점이라 할 수 있는 기업의 최전방을 의미하는 판매원의 고객지향에 관한 연구가 주를 이루어 왔다(Levitt, 1980; Saxe & Weitz, 1982). 일반적으로 고객지향성의

개념과 관련하여 기업차원에서의 마케팅 컨셉의 실천은 시장지향성이고 개인차원은 고객지향성으로 보는 것이 보통의 견해이다(Kohli & Jaworski, 1990; Narver & Slater, 1990; Siguaw et al., 1994). 즉, 마케팅 컨셉을 수행하는 집행수단이 기업차원에서 조명될 경우, 고객지향성이 시장지향성과 유사하게 다루어 질 수 있고, 개인적인 차원에서는 고객지향성이 판매원에 초점을 두어 다루어지게 되는 것이다.

고객지향성의 개념 정의는 학자마다 조금씩 다르다. Levitt(1980)은 고객지향성을 목표고객을 충분히 이해하여 그들에게 지속적으로 우월한 가치를 창조하도록 도움을 주는 것으로 정의하였다. Sax과 Weitz(1982)는 고객지향성을 종업원과 고객간의 상호작용의 수준에서 고객의 욕구를 만족시키기 위한 고객접점 종업원의 고객서비스 행동으로 정의하였다. 높은 고객지향성을 보이는 종업원은 고객을 만족시키기 위하여 노력하기 때문에 고객과의 관계가 지속적으로 유지되고 결과적으로 기업성과 측면에 중요한 영향을 미친다.

Berry와 Parasuraman(1991)은 고객지향성을 고객의 소리를 듣고, 고객의 욕구에 대해 관심을 가지며, 고객에게 정확한 관련 정보를 제공하고, 고객과의 약속을 지키는 등의 활동으로 정의 하였다.

Kotler(1994)는 마케팅 개념이 조직의 목표를 달성하기 위한 열쇠로서 목표시장의 필요와 욕구를 결정하고 경쟁자보다 효율적이며 효과적으로 만족을 제공하는 것으로, 이러한 마케팅 개념의 구성개념 중 하나가 고객 지향성이라고 지적하였고 고객지향적인 사고는 기업으로 하여금 기업의 시각에서가 아닌 종업원의 시각에서 고객의 욕구를 정의하는 것이라고 하였다.

박성연(1999)은 고객만족경영을 성공적으로 추진하기 위해 필요한 가장 우선적인 전제조건으로 정의 하였으며, 고객지향성을 실천하기 위해서는

고객욕구의 이해, 역피라미드형 조직구조, 고객 불평의 관리라는 원칙이 필요하다고 하였다.

이처럼 다양한 개념들을 통합적으로 정리하면 시장지향성이 하나의 기업문화라고 한다면, 고객지향성은 종업원의 고객만족 문화라고 볼 수 있다. 결국 고객지향성은 "고객의 보다 나은 가치를 이해·충족시키려는 종업원의 고객만족 문화로서, 기업이 표방하는 시장지향성의 수행정도"로 정의할 수 있다. 또한 조직원이 고객지향성으로 행동하기 위해서는 다음과 같은 선행조건이 존재해야 한다. 첫째, 고객의 입장에서 생각하고, 고객욕구를 이해해야 하고, 잘못된 서비스정보나 불필요한 정보를 줄여줌과 동시에 고객에게 최대의 만족을 달성할 수 있어야 한다. 둘째, 고개불평을 소중한 정보로 취급하고, 서비스에 대한 부정적 반응을 빨리 파악하고, 잘못된 구전효과로 고객이탈을 방지하기 위해 고객 불평을 관리해야 한다. 셋째, 고객과 제일선 직원에 대한 지원을 최우선으로 하는 조직구조가 선결되어져야 한다는 것이다.

나. 고객지향성의 측정방법

고객지향성에 대한 학자들의 정의가 접근법에 따라서 판매관리적 접근, 인간 관계론적 접근, 서비스품질적 접근으로 구분되듯이(박대현, 1996), 고객지향성의 측정도 학자마다 일치하지 않고 있다. 일반적으로 종사원의 고객지향성을 측정하는 가장 대표적인 척도로 Saxe과 Weitz(1982)의 SOCO (Selling Orientation Customer Orientation)척도와 Parasuraman 등(1988)의 SERVQUAL를 사용하고 있다.

유필화, 박대현과 곽영식(1996)은 SOCO모형을 개선, 확장하여 판매원의 고객지향성의 포괄적 개념을 측정할수 있는 고객지향지수 즉, COIS측정지

수(Customer Orientation Index of Salesperson)를 개발하고, 보험설계사의 고객지향성과 성과와의 관계를 분석하여 고객지향성이 높을수록 성과가 높게 나타난다는 것을 증명하였다. 그러나 고객지향지수 COIS측정지수도 판매원의 고객지향성의 실제평가를 해야 할 고객의 의견이 전혀 반영되지 못하고, 고객을 대하는 기술적인 문제만을 다루고 있다는데 문제점을 지니고 있다.

Oliver(1980)의 기대·성과 불일치 모델을 기초로 하여 서비스질의 다양한 측면에 대한 고객만족을 위하여 Parasuraman, Zeithaml과 Berry(1988)가 개발한 SERVQUAL은 많은 학자들에 의해 평가순서나 척도 자체에 대해 비판을 받아왔으나 현재까지의 연구로는 고객의 서비스 평가기준을 가장 잘 대변한 척도라 평가 된다(Babakus & Boller, 1992; Cronin & Taylor, 1992; Taylor & Baker, 1994). SERVQUAL모형은 크게 두 가지 질문으로 구성되어 있다. 첫째로 서비스 산업에 대한 고객의 기대를 측정하는 항목들로 구성되어 있다. 둘째로 특정 서비스를 제공하는 기업에 대한 고객들의 성과를 측정하는 항목으로 구성되어 있다.

SERVQUAL모형은 외부고객만족의 대상으로써 외부고객이 제품이나 서비스 질 측정뿐만 아니라 내부고객만족의 대상으로써 서비스 종업원들의 고객지향성 측정에도 사용될 수 있다. SERVQUAL모형이 고객만족의 대상으로써 종업원 수준의 고객지향성에 사용될 수 있는 이유는 서비스 인카운터에 있어서 서비스 종업원은 서비스 기업을 대표할 수 있는 내부고객이기 때문이다. 따라서 내부고객의 직무만족이 높으면 높을수록 서비스 인카운터에서 서비스 일선 종업원들을 대면하는 외부고객에게 서비스를 훌륭하게 생산 및 전달하여 고객만족을 이끌어 낼 수 있을 것이다.

이 연구에서는 서비스 종업원의 직무만족이 종업원의 고객지향성에 미

치는 영향에 관한 연구로서 기업조직문화 수준에서의 시장지향성을 측정할 수 있는 SOCO모형을 사용하지 않고 제품이나 서비스 구매 시 고객들이 인식하는 서비스 질을 측정하는 SERVQUAL모형을 천용태(2009)가 수정 보완한 측정도구를 사용하였다. 반면 SERVQUAL모형을 활용하여 분석한 고객지향성은 여러 연구에서 구성요인별의 측정이 아닌 전체적인 고객지향성의 내적일관성을 확인할 수 있다고 분석하였다. 이에 구성타당성과 판별타당성에 문제가 발생할 수 있으므로 고객지향성에 대하여 이론변수로 한 요인별 접근방법을 사용하지 않고 총합의 측정변수로 접근하여 분석하였다.

다. 고객지향성의 선행연구

Hoffman과 Ingran(1991)은 가정 간호사들을 대상으로 실증연구를 수행하여 직무만족과 고객지향성의 관계를 검증하였다. 이는 내부고객만족에 영향을 주는 여러 요인들 중에서 직무만족에 관한 연구로서 서비스 질의 향상을 위해서는 내부고객이 만족이 선행되어야 한다는 것을 전제로 한 것이다. 연구의 결과 직무만족은 조직원들의 긍정적인 감정상태를 측정하는 가장 중요한 변수가 되므로 직무만족도가 높은 종업원일수록 대인관계에서의 민감성이 높아 고객의 이야기를 경청하고, 고객의 필요와 욕구를 신속하게 파악하여 친절한 태도를 보이게 된다는 것이다.

Brown과 Peterson(1993)은 판매원의 직무만족에 영향을 미치는 요인에 관한 메타분석을 실시하여 역할 인식이 가장 영향력 있는 변수이며, 다음으로 조직목표, 개인차 순으로 중요도가 있다고 분석되어 고객지향성이 직무만족으로부터 영향을 받는다는 것을 증명하였다.

흉부길 등(1994)은 대기업에 근무하는 직원을 대상으로 직무만족과 고객

지향성간에는 정적 상관관계가 존재한다는 것을 확인하였다. 즉, 직원 자신이 직무에 대해서 만족을 느낄 때 고객서비스가 향상되며, 나아가 고객만족도가 높아질 수 있다는 가설을 실증적으로 지지하는 것이다.

이기효 등(1997)은 간호사를 대상으로 간호사의 직무만족이 높을수록 환자만족도가 높게 나타나며 간호사의 환자만족 지향태도에는 직무만족이 정적인 직접효과를 가지는 것으로 나타났다.

예종석 등(1998)은 우리나라 기업의 고객지향성에 관한 연구를 통해서 고객만족 경영의 근본이라고 할 수 있는 고객지향성에 대한 이론적 고찰 및 고객지향성에 영향을 미치는 환경요인과의 관계, 사업성과간의 관계를 고찰함으로써, 우리나라 기업의 고객만족 경영을 재고할 수 있는 방안을 제시하고자 하였다. 연구 결과 첫째, 고객만족경영의 도입여부에 따라 고객지향성은 차이가 나타났고 둘째, 기업 내 조직특성 즉 최고경영자의 의미, 부서간의 협력, 보상시스템을 고객지향성과 정적인 관계가 있는 것으로 나타났으며 셋째, 기업 외부환경과 고개지향성의 관계에 있어서는 외부환경이 역동적 일수록 고객지향성은 낮아지며, 이질적이거나 적대적인 외부환경은 고객지향성에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한 고객지향성이 높을수록 사업성과가 높은 것으로 나타났다.

조성암(2008)은 서비스 종업원의 직무만족이 서비스 종업원의 고객지향성에 미치는 영향을 SERVQUAL척도를 사용하여 종업원의 직무만족은 공감성과 유형성의 고객지향성에 영향을 주는 요인이라고 밝혔다

4. 내부서비스질과 내부고객만족 및 고객지향성의 관계

내부고객인 종업원의 직무만족을 위한 기업의 노력은 생산 및 거래 활동이 서비스 제공 종업원과 고객 간의 접촉상황에서 이루어지는 서비스 산업의 경우 더욱 강조된다. 즉, 서비스산업의 대부분은 기계나 설비에 의존하기보다는 사람에 의해 생산되어 제공되는 경우이므로 제공되는 서비스에 따라 고객만족과 수익에 영향을 미치기보다는 누가 하느냐에 따라 그 질이 달라진다. 그러므로 서비스질은 고객접점 시점 즉, 결정적 순간에 제공되는 서비스의 질로부터 크게 영향을 받게 된다.

Kohli과 Jaworski(1990)는 시장지향성과 사업성과 간에는 조직이 시장지향적일수록 사업성과가 크고 종업원들의 사기, 직무만족, 조직몰입도는 커지며, 외부고객만족과 고객으로부터의 반복구매가 늘어난다고 보았다.

Hoffman과 Ingram(1991)은 가정간호사를 대상으로 직무만족 변수와 고객지향성 변수간의 상관계수가 .28($p<.05$)로서 정의 상관관계가 존재함이 입증되었다. 이는 직무만족과 고객지향성의 관계를 사회교환이론으로 설명한 것으로, 간호사들이 심리적인 측면에서 직무만족도가 높을 경우 환자들을 보살피는데 태도가 훨씬 더 고객지향적으로 바뀌어 더 친절하고 신속한 행동을 한다는 것이다. 즉, 직무만족은 조직들의 긍정적인 감정상태를 측정하는 가장 중요한 변수가 되므로 직무만족도가 높은 구성원이면 대인관계에서의 민감성이 높아 고객의 이야기를 결정하고, 고객의 필요와 욕구를 신속하게 파악하며 친절한 태도를 보이게 된다는 것이다.

Schlesinger와 Zornitsky(1992)는 직무만족과 서비스 질에 관하여 연구한 결과, 직무만족과 서비스능력에 대한 종업원의 지각이 서비스 질에 대한 종업원의 지각과 정의 상관관계가 있으며, 서비스 능력이 직무만족을 증가

시키는 중요한 요인이 되고 있음이 밝혀졌다. 또한, Joseph(1996)은 잘 설계된 내부서비스질은 고객에게 우수한 서비스를 제공한다고 하였다.

Heskett 등(1994)의 Service-profit chain에서 설명하듯이 기업의 수익과 성장은 고객만족으로 인한 고객의 충성도로 자극되어지고 이러한 고객만족은 직원의 직무만족으로 인한 직원의 충성도와 생산성에 인한 결과이며 직원의 직무만족은 질 좋은 내부서비스질의 결과라고 하였다.

Hallowell 등(1996)은 내부서비스질과 고객만족, 직무만족에 관한 연구에서 내부서비스질의 구성요소가 고객만족 및 종업원의 직무만족에 영향을 미친다는 것을 입증하였다. 특히 내부서비스질이 직접적으로 고객만족에는 영향을 미치지 않을 지도 모르나 종업원의 만족을 이끌어 냄을 밝힘으로써 내부서비스질과 내부고객만족과의 관계성을 입증하였다.

박성엽(1997)은 고객지향이라는 새로운 태도와 관련하여 종업원 성과 변수를 도입하여 종업원 만족과의 관계를 고찰하였다. 고객지향성이 고객만족에 이르는 과정을 관계의 질측면, 서비스품질 및 고객만족 연구의 측면에서 제시하여 실증분석결과 종업원만족은 고객지향에 영향을 주는 것으로 나타났다.

김상철과 이현수(2002)은 종합병원을 대상으로 의료기관의 서비스 지향성, 종업원 직무만족, 고객지향성과 경영성과의 구조방정식 모형을 구축하였다. 종업원의 직무만족은 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치고 고객지향성이 경영성과를 올려 경영성과에 대한 직무만족의 간접적인 긍정의 효과를 확인 할 수 있었으며, 또한 직무만족이 직접적으로도 경영성과에 긍정적인 효과를 미쳤다.

황인창(2005)은 고객지향성을 고객만족의 선행조건이며 상호이익과 장기적 관계구축이 기본개념으로 보았으며, 고객지향성이 높은 판매원은 고객

의 욕구를 충실히 반영함으로써 성과를 높일 수 있다고 하였다.

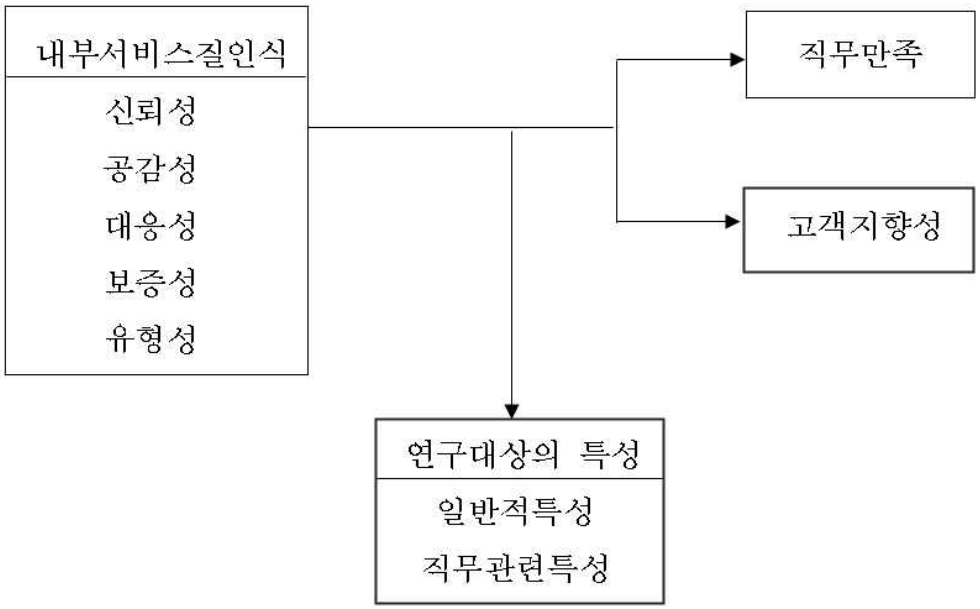
강기두(2005)는 내부서비스질 측정을 위해 SERVQUAL을 확장한 ISQB 척도에 대하여 그 신뢰성과 타당성을 확인하기 위해 확증적 요인분석 및 상관관계분석을 통해 이 도구가 신뢰성과 타당성을 갖춘 도구라고 밝혔다. 타당성 검증과정에서 내부서비스질의 요소인 신뢰성, 보증성, 유형성, 공감성, 반응성은 종업원 만족, 고객지향성과 유의한 상관성을 보였으며, 이러한 다섯 개의 하위 개념들과 내부서비스질의 계층적 요인모형을 구조방정식을 통해 검증하였다.

천용태(2009)는 중소병원에 근무하는 직원을 대상으로 내부서비스질의 요인이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향에 대하여 분석한 결과 내부서비스질이 높을수록 직무만족이 높고 고객지향성에는 요인 중 신뢰성과 복리후생이 영향을 미쳤다고 하였다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구의 틀

본 연구는 Parasuraman, Zeitaml과 Berry의 SERVQUAL의 다섯 가지 구성요인인 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성을 사용하여 대학병원에 근무하는 직원을 대상으로 내부서비스질의 인식을 파악하여 직무만족과 고객지향성에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였다<그림 1>.



<그림 1> 연구의 틀

2. 연구 대상 및 자료 수집 방법

가. 연구의 대상

본 연구의 대상자는 서울에 위치한 2,076병상의 본원, 심장혈관센터, 어린이병원, 안이비인후과병원, 암센터, 재활병원으로 이루어진 일개 대학병원에 근무하는 직원 중 외래접점부서에서 환자에게 직접 서비스를 하는 직무를 가진 간호사, 기능원, 의료기술직, 일반사무직 직원 500명을 대상으로 임의 표집 하였다.

나. 자료수집 방법

본 연구의 자료수집은 2009년 3월 16일부터 3월 20일까지 5일에 걸쳐 직접 방문 배포하여 회수하였다. 구조화된 설문지를 직원이 자기기입식으로 작성하는 방법을 사용하였으며 본 조사에 앞서 10명의 직원을 대상으로 사전조사를 실시하여 측정도구의 신뢰성과 타당성을 제고하여 총500부의 설문지를 배포하여 460부가 회수되었다.

3. 조사변수 및 측정도구

본 연구에서 사용된 측정도구는 내부서비스질, 직무만족, 고객지향성 그리고 연구대상자의 일반적 특성 및 직무관련 특성으로 구성된 설문지이다. 각 문항은 동의하는 정도에 따라 똑같은 심리적 비중을 두어 Likert 5점 척도를 이용하여 1점(전혀 그렇지 않다)에서 5점(매우 그렇다)의 연속개념으로 측정하였다. 그리고 대상자의 일반적 특성 및 직무 관련 특성에 대한 설문은 범주형 척도로 구성하였다<표 3>.

<표 3> 설문지의 구성

측정변수		문항수	척도
내부서비스질	신뢰성 공감성 대응성 보증성 유형성	3 3 3 3 3	등간
직무만족		20	등간
고객지향성		10	등간
연구대상의 특성	일반적 특성 직무관련 특성	14	명목

4. 분석 방법

수집된 자료는 SAS 9.1프로그램을 사용하여 전산통계 처리하였다.

첫째, 측정도구의 신뢰도를 검정하기 위하여 내부서비스질과, 직무만족, 고객지향성에 대한 변수들의 Cronbach's α 계수를 구하여 내적일치도를 평가하였다. 이때 측정하고자 하는 이론변수에 대한 전체 측정항목의 Cronbach's α 계수는 수용할 만한 수준인 .60이상으로 하였다. 개별항목 대 전체항목간 요인별 접근과 검정이 필요한 내부서비스질에 대해서는 신뢰도 분석결과를 거친 후 타당도를 검정하기 위하여 우선적으로 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis, EFA)을 실시하였다. 탐색적 요인분석으로 주성분 분석을 실시하였고, 탐색적 요인분석과정에서 부적절한 항목으로 판정된 항목들을 분석대상에서 제외하고 각 요인별 내적일치도를 확인하였다.

둘째, 연구 대상의 일반적 특성 및 직무 관련 특성과 주요변수인 내부서비스질인식, 직무만족, 고객지향성의 특성을 알아보기 위해 평균, 표준편차 등 기술통계를 실시하였다.

셋째, 내부서비스질의 인식과 직무만족, 고객지향성의 관련성은 상관성 분석으로 검정하였다.

넷째, 변수에 따른 직무만족과 고객지향성을 비교하기 위해 t-검정과 ANOVA 검정으로 분석하였다.

다섯째, 관련성이 확인된 변수들과 내부서비스질의 인식이 직무만족 및 고객지향성에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 다중회귀분석시 단변량 분석에서 확인된 변수들과 문헌고찰을 통해 유의성이 예측된 변수들을 종합하여, VIF 값을 통해 다중공선성을 검정하였다. 변수선택을 위해 Stepwise 방법과 cp 통계량을 확인하였으며, 선택된 다중회귀모형의 정규분표와 등분산성을 확인하기 위하여 잔차분석을 실시하였다.

Ⅳ. 연구 결과

1. 척도구성의 신뢰도와 타당도

가. 측정도구의 신뢰도

측정문항의 신뢰도를 검정하기 위하여 이론 변수인 내부서비스질과 직무만족, 고객지향성에 대한 Cronbach's α 계수를 이용하여 내적일치도를 구하였다. '내부서비스질'을 측정하기 위한 15개의 문항의 Cronbach's α 계수는 .910로 기준으로 삼았던 .60보다 높았다. '직무만족'을 측정하기 위한 20개의 문항에 대한 Cronbach's α 계수 역시 .920로 높은 내적일치도를 보였다. 또한 '고객지향성'을 측정하기 위한 10개의 문항도 .879의 높은 내적일치도로 측정되었다. 개별항목 대 전체항목간 상관계수는 모두 .30 이상으로 높은 신뢰도를 보였다.

<표 4> 내부서비스질, 직무만족, 고객지향성의 내적일치도

측정문항	최초 문항수	남은 문항수	개별항목 대 전체항목간 상관계수	신뢰도계수 (Cronbach's α)
내부서비스질	15	15	.357 - .740	.910
직무만족	20	20	.396 - .712	.920
고객지향성	10	10	.488 - .669	.879

탐색적 요인분석과정을 통해 요인별 내부서비스질의 내적일치도를 다시 측정하였다. 그 결과 내부서비스질의 구성요소인 신뢰성의 2문항, 공감성의 3문항, 대응성의 2문항, 보증성의 3문항, 유형성의 3문항의 Cronbach's α 계수가 모두 .60보다 높았으며, 개별항목 대 전체항목간 상관계수도 모두 .30 이상으로 높은 신뢰도를 가지고 있었다<표 5>.

<표 5> 내부서비스질 구성요인의 내적일치도

	구성요인 (이론변수)	문항수	전체항목간 상관계수	신뢰도계수 (Cronbach's α)
내부서비스질	신뢰성	2	.439	.840
	공감성	3	.678	.773
	대응성	2	.655	.780
	보증성	3	.720	.760
	유형성	3	.618	.791

나. 측정도구의 타당도

내부서비스질은 이론변수로 구성요인을 측정하여 접근이 이루어지므로 신뢰도 분석을 거친 후 우선적으로 탐색적 요인분석을 실시하여 타당도를 검정하였다. 요인적재값(현저히 낮은 항목 제거)과 고유치값, 분산설명력을 비교한 탐색적 요인분석 결과 신뢰성은 2 문항(정책의 일관성, 비전의 명확성)으로 수렴되었으며, 공감성도 (상위관리자의 고충 이해, 따뜻한 배려, 애정 어린) 3 문항이 유지되었다. 반면 대응성은 원래의 3개의 문항에서 (업무지원 대응, 직무고충처리 대응)의 2개의 문항으로, 보증성은 3문항 (급여, 서비스제공, 지식제공)으로 유지되었다. 유형성은 휴식공간, 근무환경, 최신장비의 3 문항으로 수렴되었다.

<표 6> 탐색적 요인분석을 통한 내부서비스질의 구성요인

구성요인	내용
신뢰성	정책의 일관성, 비전의 명확성
공감성	상위관리자의 고충 이해, 따뜻한 배려, 애정 어린 관심
대응성	업무지원 대응, 직무고충처리 대응
보증성	급여, 서비스제공, 지식제공
유형성	휴식공간, 근무환경, 최신장비

2. 연구 대상의 일반적 특성 및 직무 관련 특성

이 연구 대상자의 일반적 특성 및 직무 관련 특성은 다음 <표 7>과 같다. 대상자의 수는 460명으로 남자 102명(22.2%), 여자 358명(77.8%)으로 여자가 많았으며 사분위수 범위로 분류한 연령은 35세 이상 186명(40.8%)이 가장 많았으며 30~34세 115명(25.2%), 25~29세 111명(24,3%), 24세 이하가 44명(9.7%)으로 가장 적었다. 교육수준은 대학교 졸업이 181명(39.7%)으로 많았으며 전문대 졸업 163명(35.8%), 고졸이 69명(15.1%), 대학원이상 43명(9.4%)순이었다. 결혼여부는 기혼이 265명(57.6%)이며 가구의 월평균 소득은 400-599만원이 167명(36.6%)가장 많았다.

직무 관련 특성으로는 정규직이 320명(69.7%), 계약직이 139명(30.3%)이며, 근무하는 센타는 본원이 253명(55.1%)으로 가장 많았다. 직종은 간호사가135명(29.7%), 일반사무직 113명(24.9%), 기능원 111명(24.5%), 의료기술직 95명(20.9%)이었으며 현재 병원 근무 기간은 5년 이상이 279명(61.4%)으로 가장 많았으며 총 병원 근무기간은 10년 이상이 253명(55.8%)으로 가장 많았고 2년이상 10년 미만이 142명(31.4%), 2년 미만이 58명(12.8%)순이었다. 병원에서 근무하면서 받은 서비스 교육여부는 1년에 3회 이상이 174명(56.5%)로 가장 많았다.

<표 7> 대상자의 일반적 특성 및 직무 관련 특성

N=460

변수		분류	N(%)	Mean±SD
일반적 특성	성	남자	102(22.2)	
		여자	358(77.8)	
	연령(세)	24이하	44(9.7)	33.85±7.71
		25 - 29	111(24.3)	
		30 - 34	115(25.2)	
		35이상	186(40.8)	
	교육수준	고등학교졸업	69(15.1)	
		전문대학교졸업	163(35.8)	
		일반대학교졸업	181(39.7)	
		대학원이상	43(9.4)	
	결혼 상태	기혼	265(57.6)	
		미혼	195(42.4)	
	가구의 월평균 소득 (만원)	200미만	19(4.2)	
		200-399	135(29.6)	
		400-599	167(36.6)	
		600이상	135(29.6)	
직무 관련 특성	직종	간호사	135(29.7)	
		의료기술직	95(20.9)	
		일반사무직	113(24.9)	
		기능원	111(24.5)	
	고용형태	정규직	320(69.7)	
		계약직	139(30.3)	
	근무센터	본원	253(55.1)	
		심혈관센터	45(9.8)	
		어린이병원	30(6.5)	
		안이비인후과병원	51(11.1)	
		암센터	30(6.5)	
		재활병원	50(10.9)	
	현재병원 근무기간 (개월)	12미만	73(16.0)	112.05±92.74
		12-59	103(22.6)	
		60이상	279(61.4)	
	총병원근무기간 (개월)	24미만	58(12.8)	131.54±91.85
		24-119	142(31.4)	
		120이상	253(55.8)	
	서비스교육여부 (회)	0회	18(5.8)	
		1-2회	116(37.7)	
		3이상	174(56.5)	

3. 단변량 분석

가. 연구대상의 내부서비스질 인식 및 직무만족, 고객지향성

측정변수의 기술 통계량으로 내부서비스질 인식은 100점을 기준으로63점이었으며 각 요인 중 신뢰성이 70점으로 가장 높았고 공감성 60점, 대응성 60점, 보증성 60점, 유형성 60점이었다. 주요 변수의 평균점수는 직무만족이 62점으로 낮았고, 고객지향성이 74점으로 높았다<표 8>.

<표 8> 연구대상의 내부서비스질 인식 및 직무만족,고객지향성

N=460

변수	Mean±SD	최대값/총점	최소값	환산점 (100점 기준)
내부서비스질	40.55 7.48	65/65	17	63
신뢰성	7.47±1.35	10/10	4	70
공감성	8.73±2.52	15/15	3	60
대응성	5.88±1.35	10/10	2	60
보증성	9.26±2.00	15/15	3	60
유형성	9.18±2.19	15/15	3	60
직무만족	65.59±9.51	95/100	28	62
고객지향성	37.86±4.22	50/50	24	74

나. 내부서비스질 인식 및 직무만족, 고객지향성간의 상관관계

내부서비스질과 직무만족, 고객지향성과의 상관성분석결과 내부서비스질의 구성요소인 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성은 모두 직무만족과 고객지향성에 대하여 통계학적으로 유의한 상관성이 있었다(p<.0001).

<표 9> 내부서비스질 인식, 직무만족, 고객지향성의 상관분석

	내부서비스질						직무만족
	신뢰성 r(p)	**공감성** r(p)	**대응성** r(p)	**보증성** r(p)	**유형성** r(p)	**Total** r(p)	r(p)
내부서비스질							
공감성	.3579 (<.0001)						
대응성	.3399 (<.0001)	.5942 (<.0001)					
보증성	.3906 (<.0001)	.6208 (<.0001)	.6101 (<.0001)				
유형성	.3554 (<.0001)	.5193 (<.0001)	.4578 (<.0001)	.5758 (<.0001)			
Total	.5788 (<.0001)	.8408 (<.0001)	.7720 (<.0001)	.8402 (<.0001)	.7854 (<.0001)		
직무만족	.4529 (<.0001)	.5706 (<.0001)	.4906 (<.0001)	.6299 (<.0001)	.5743 (<.0001)	.7106 (<.0001)	
고객지향성	.3268 (<.0001)	.1661 (.0003)	.1536 (.0009)	.2279 (<.0001)	.1828 (<.0001)	.2607 (<.0001)	.4046 (<.0001)

다. 연구대상의 특성에 따른 내부서비스질 인식

1) 연구대상의 특성에 따른 내부서비스질 인식

연구 대상자의 내부서비스질 인식정도를 일반적 특성과 직무 관련 특성별로 분석한 결과 <표 10>과 같다.

일반적 특성에서 내부서비스질 인식정도는 여자보다 남자(t=2.48, p=.0133), 연령에서는 30세~34세 이하보다 24세 이하, 25세~29세 이하 집단에서 내부서비스질 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았으며(F=10.92, p<.0001), 교육수준이 높을수록(F=3.38, p=.0183), 기혼보다 미혼(t=-4.32, p<.0001)일 때 내부서비스질 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다.

직무 관련 특성에서 내부서비스질 인식정도는 기능원이 가장 낮았고 일반사무직, 간호사, 의료기술직 순으로 내부서비스질 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았고(F=6.21, p=.0004), 정규직보다 계약직(t=-8.61, p<.0001)일때, 근무센터는 암센터에서 근무하는 직원이 내부서비스질 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다(F=5.31, p<.0001). 또한 현재 병원 근무기간으로 보면 5년 이상보다 1년 미만(F=28.07, p<.0001)일 때, 총 병원 근무기간은 10년 이상보다 2년 미만(F=22.81, p<.0001)으로 근무기간이 짧을수록 내부서비스질 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다.

<표 10> 대상자의 특성에 따른 내부서비스질 인식

n=460

변수		분류	N(%)	t or F	*p*
일반적 특성	성	남자	42.16±6.54	2.48	.0133
		여자	40.08±7.68		
	연령(세)	24이하	44.54±7.52	10.92	<.0001
		25 - 29	42.55±7.21		
		30 - 34	38.87±7.22		
		35이상	39.48±7.01		
	교육수준	고등학교졸업	38.05±7.55	3.38	.0183
		전문대학교졸업	40.47±7.08		
		일반대학교졸업	41.22±7.73		
		대학원이상	41.58±7.06		
	결혼 상태	기혼	39.27±7.00	-4.32	<.0001
		미혼	42.27±7.79		
	가구의 월평균 소득 (만원)	200미만	42.31±5.94	0.80	.4949
		200-399	40.17±7.11		
		400-599	40.26±7.32		
		600이상	41.10±8.06		
직무 관련 특성	직종	간호사	41.62±6.48	6.21	.0004
		의료기술직	42.21±8.20		
		일반사무직	39.83±7.25		
		기능원	38.36±7.63		
	고용형태	정규직	38.69±6.88	-8.61	<.0001
		계약직	44.77±7.13		
	근무센터	본원	41.05±7.63	5.31	<.0001
		심혈관센터	36.64±7.26		
		어린이병원	41.86±6.50		
		안이비인후과병원	38.05±7.12		
		암센터	43.56±5.75		
		재활병원	41.32±7.22		
	현재병원 근무기간 (개월)	12미만	45.39±7.42	28.07	<.0001
		12-59	41.83 ± 6.70		
		60이상	39.79 ± 6.96		
	총병원근무기간 (개월)	24미만	45.06 ± 6.52	22.81	<.0001
		24-119	41.88 ± 7.44		
		120이상	38.72 ± 6.97		
	서비스교육여부 (회)	0회	44.66 ± 8.12	5.33	.0053
		1-2회	41.90 ± 7.77		
		3이상	39.65 ± 7.68		

2) 연구대상의 특성에 따른 내부서비스질 요인별 인식

연구 대상자의 특성에 따른 내부서비스질의요인별 인식정도를 분석한 결과 <표 11>과 같다.

내부서비스질의 5가지 구성요인 중 신뢰성에 대해서는 교육수준이 높을수록(F=4.91, p=.0023), 직종에서는 간호사가 의료기술직, 일반사무직, 기능원보다 신뢰성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다(F=5.28, p=.0014). 고용형태는 정규직보다 계약직(t=-2.65, p=.0083)일 때, 근무센터는 안이비인후과병원보다 암센터, 본원에서 근무하는 직원이 신뢰성에 대한 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았으며(F=2.82, p=.0162), 현재 병원 근무기간이 짧을수록(F=3.45, p=.0326) 신뢰성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다.

공감성에 대해서는 여자보다 남자(t=3.52, p=.0005), 연령은 30세~34세 이하보다 24세 이하, 25세~29세 이하 집단에서 공감성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았으며(F=11.26, p<.0001), 교육수준이 높을수록(F=3.96, p=.0083), 기혼보다 미혼(t=-4.78, p<.0001)일 때 공감성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다. 직종에서는 의료기술직이 간호사, 일반사무직, 기능원보다 공감성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았으며(F=5.12, p=.0017), 고용형태는 정규직보다 계약직(t=-7.93, p<.0001)일 때, 근무센터는 암센터에서 근무하는 직원이(F=3.67, p=.0029), 현재 병원 근무기간이 짧을수록(F=33.79, p<.0001), 총 병원 근무기간이 짧을수록(F=26.25, p<.0001) 공감성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다.

대응성에 대해서는 여자보다 남자(t=2.15, p=.0319), 연령은 30세~34세 이하보다 24세 이하, 25세~29세 이하 집단에서 대응성에 대해 인식정도가

통계학적으로 유의하게 높았으며(F=11.05, p<.0001), 기혼보다 미혼(t=-4.82, p<.0001)일 때, 정규직보다 계약직(F=-6.89, p<.0001)일 때, 근무센터는 심혈관센터보다 암센터, 재활병원에서 근무하는 직원이(F=4.36, p=.0007), 현재 병원 근무기간이 짧을수록(F=23.05, p<.0001), 총 병원 근무기간이 짧을수록(F=18.64, p<.0001) 대응성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다.

보증성에 대해서는 연령 30세~34세 이하보다 24세 이하, 25세~29세 이하 집단에서 보증성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았으며(F=4.32, p=.0051), 직종에서는 의료기술직이 간호사, 일반사무직, 기능원보다 보증성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다(F=6.70, p=.0002). 고용형태는 정규직보다 계약직(t=-6.12, p<.0001)일 때, 근무센터는 심장혈관센터보다 암센터, 재활병원에서 근무하는 직원이(F=3.70, p=.0027), 현재 병원 근무기간이 짧을수록(F=12.58, p<.0001), 총 병원 근무기간이 짧을수록(F=12.16, p<.0001) 보증성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다.

유형성에 대해서는 연령 30세~34세 이하보다 24세 이하, 25세~29세 이하 집단에서 유형성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았으며(F=11.11, p<.0001), 기혼보다 미혼(t=-4.23, p<.0001)일 때, 직종에서는 간호사가 의료기술직, 일반사무직, 기능원보다 유형성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다(F=3.26, p=.0215). 고용형태는 정규직보다 계약직(F=-7.59, p<.0001)일 때, 근무센터는 심장혈관센터보다 암센터, 본원에서 근무하는 직원이(F=5.41, p<.0001), 현재 병원 근무기간이 짧을수록(F=13.70, p<.0001), 총병원 근무기간이 짧을수록(F=13.52, p<.0001) 유형성에 대해 인식정도가 통계학적으로 유의하게 높았다.

<표 11> 대상자의 일반적 특성 및 직무특성에 따른 내부서비스질 요인별 인식

n=460

구분	특성	분류	Mean±SD				
			신뢰성	공감성	대응성	보증성	유형성
일반적 특성	성	남자	7.47±1.33	9.50±2.24	6.17±1.47	9.59±1.92	9.42±1.89
		여자	7.48±1.35	8.51±2.55	5.80±1.54	9.17±2.01	9.11±2.26
		t(*p*)	-0.06(.9482)	3.52(.0005)	2.15(.0319)	1.91(.0569)	1.38(.1695)
	연령(세)	24이하	7.61±1.36	10.09±2.44	6.77±1.41	9.81±1.82	10.25±2.27
		25 - 29	7.33±1.25	9.43±2.37	6.26±1.47	9.69±1.95	9.83±2.28
		30 - 34	7.53±1.29	8.16±2.60	5.54±1.48	9.00±2.08	8.63±2.10
		35이상	7.50±1.43	8.37±2.30	5.67±1.46	9.05±1.91	8.87±1.98
		F(*p*)	0.64(.5872)	11.26(<.0001)	11.05(<.0001)	4.32(.0051)	11.11(<.0001)
	교육수준	고등학교졸업	6.94±1.48	7.95±2.59	5.60±1.64	8.72±1.84	8.82±2.07
		전문대학교졸업	7.53±1.26	8.57±2.52	5.98±1.40	9.31±1.94	9.06±2.14
		일반대학교졸업	7.51±1.37	9.04±2.53	5.95±1.56	9.41±1.99	9.28±2.31
		대학원이상	7.83±1.15	9.20±2.00	5.62±1.60	9.23±2.28	9.67±1.99
		F(*p*)	4.91(.0023)	3.96(.0083)	1.50(.2135)	2.07(.1031)	1.61(.1854)
	결혼 상태	기혼	7.48±1.38	8.26±2.35	5.60±1.46	9.10±1.94	8.81±2.04
		미혼	7.46±1.30	9.37±2.60	6.28±1.54	9.47±2.05	9.67±2.29
		t(*p*)	0.16(.8747)	-4.78(<.0001)	-4.82(<.0001)	-1.95(.0516)	-4.23(<.0001)
	가구의 월평균 소득 (만원)	200미만	7.31±1.33	9.89±2.33	6.15±1.30	9.47±1.34	9.47±1.95
		200-399	7.31±1.30	8.78±2.38	5.82±1.43	9.14±1.93	9.11±2.18
		400-599	7.49±1.37	8.64±2.47	5.85±1.55	9.28±2.03	8.98±2.22
		600이상	7.62±1.35	8.67±2.66	5.97±1.59	9.35±2.06	9.47±2.18
		F(*p*)	1.30(.2751)	1.47(.2222)	0.44(.7271)	0.34(.7958)	1.42(.2358)
직무 특성	직종	간호사	7.76±1.19	8.98±2.23	5.88±1.38	9.48±1.78	9.51±2.25
		의료기술직	7.63±1.32	9.25±2.66	6.16±1.73	9.76±2.00	9.38±2.37
		일반사무직	7.15±1.47	8.73±2.39	5.78±1.47	9.17±1.93	8.97±2.09
		기능원	7.30±1.31	7.99±2.71	5.71±1.55	8.62±2.14	8.73±1.98
		F(*p*)	5.28(.0014)	5.12(.0017)	1.71(.1634)	6.70(.0002)	3.26(.0215)
	고용형태	정규직	7.36±1.37	8.15±2.32	5.57±1.47	8.89±1.95	8.70±2.00
		계약직	7.72±1.26	10.06±2.45	6.59±1.43	10.09±1.84	10.29±2.21
		t(*p*)	-2.65(.0083)	-7.93(<.0001)	-6.89(<.0001)	-6.12 (<.0001)	-7.59 (<.0001)
	근무센터	본원	7.56±1.40	8.75±2.46	5.92±1.51	9.28±2.07	9.53±2.17
		심혈관센터	7.28±1.37	7.57±2.80	5.11±1.81	8.55±1.71	8.11±2.16
		어린이병원	7.46±0.97	9.50±2.50	6.03±1.37	9.53±1.67	9.33±2.18
		안이비인후과병원	6.90±1.45	8.37±2.51	5.60±1.41	8.66±2.05	8.50±1.99
		암센터	7.86±0.86	9.63±2.04	6.53±1.04	9.93±1.61	9.60±1.99
		재활병원	7.56±1.21	9.04±2.48	6.20±1.55	9.82±1.92	8.70±2.14
		F(*p*)	2.82(.0162)	3.67(.0029)	4.36(.0007)	3.70(.0027)	5.41(<.0001)
	현재병원 근무기간 (개월)	12미만	7.84±1.18	10.52±2.47	6.78±1.42	10.12±1.92	10.12±2.25
		12-59	7.34±1.32	9.19±2.26	6.15±1.40	9.56±1.75	9.57±2.30
		60이상	7.42±1.39	8.10±2.31	5.55±1.46	8.93±1.99	8.78±2.02
		F(*p*)	3.45(.0326)	33.79(<.0001)	23.05(<.0001)	12.58(<.0001)	13.70(<.0001)
	총병원근무기간 (개월)	24미만	7.70±1.22	10.43±2.12	6.74±1.37	10.03±1.83	10.15±2.10
		24-119	7.41±1.27	9.17±2.53	6.12±1.45	9.62±1.91	9.54±2.39
		120이상	7.45±1.42	8.10±2.32	5.54±1.47	8.87±1.96	8.73±1.97
		F(*p*)	1.02(.3627)	26.25(<.0001)	18.64(<.0001)	12.16(<.0001)	13.52(<.0001)
	서비스교육여부 (회)	0회	7.33±1.02	10.27±2.44	6.72±1.60	9.94±2.12	10.38±2.52
		1-2회	7.62±1.42	9.21±2.57	6.12±1.57	9.36±2.02	9.57±2.24
		3이상	7.44±1.34	8.52±2.51	5.67±1.57	9.12±2.14	8.88±2.28
		F(*p*)	0.77(.4617)	5.44(.0048)	5.40(.0050)	1.48(.2300)	5.65(.0039)

라. 연구대상의 특성에 따른 직무만족

연구 대상자의 전반적 직무만족 수준을 일반적 특성과 직무 관련 특성별로 분석한 결과 <표12 >과 같다.

직무만족도를 성별로 보면 남자의 평균점수는 67.28(±8.51)점으로 여자의 평균 65.11(±9.14)점에 비해 통계학적으로 유의하게 높았다(p=.042). 이를 교육수준으로 보면, 대학원을 졸업한 직원의 직무만족도가 68.32(±11.2)점으로 대학교를 졸업한 직원 66.46(±9.57)점 보다 통계학적으로 유의하게 높았다(p=.035).

직종별로 직무만족도를 보면 의료기술직이 67.36(±10.59)점으로 다른 직종에 비하여 통계학적으로 유의하게 높았다(p<.0001). 고용형태로 보면 계약직으로 근무하는 직원이 67.50(±9.26)점으로 정규직으로 근무하는 직원 64.79(±9.53)점 보다 통계학적으로 유의하게 높았으며(p=.004), 근무하는 센터를 보면 암센터에서 근무하는 직원이 70.33(±9.19)점으로 다른 센터에서 근무하는 직원에 비하여 통계학적으로 유의하게 높았다(p=0.006).병원 근무기간으로 직무만족도를 보면 현재 병원 근무기간이 1년 미만인 직원이 68.73(±9.48)점으로 현재 병원 근무기간이 1년 이상 5년 미만의 직원 65.17(±8.82)점 보다 통계학적으로 유의하게 높았고(p=.008), 총 병원 근무기간으로 보면 2년 미만의 직원이 68.86(±8.87)점으로 10년 이상의 직원 65.09(±9.17)점에 비하여 통계학적으로 유의하게 높았다(p=.018).

Tukey방법에 의한 다중비교 결과, 직종에서는 간호사, 의료기술직, 일반사무직으로 근무하는 직원이 기능원보다 직무만족이 높았으며, 근무센터는 암센터에서 근무하는 직원이 안이비인후과병원에서 근무하는 직원보다 직무만족이 높았다. 현재 병원 근무기간에서는 1년 미만인 직원이 2년 이상-5년 미만인 직원과 5년 이상 직원보다 직무만족이 높았으며, 총 병원 근무 기간으로 보면 2년 미만인 직원이 2년 이상~10년 미만인 직원과 10년 이상 직원보다 직무만족이 높았다.

<표 12> 연구 대상의 특성에 따른 직무만족

N=460

변수		분류	N(%)	t or F	*p*
일반적 특성	성	남자	67.28±8.51	2.04	.0421
		여자	65.11±9.74		
	연령(세)	24이하	66.13±9.72	1.70	.1670
		25 - 29	66.81±9.78		
		30 - 34	64.11±9.04		
		35이상	65.82±9.04		
	교육수준	고등학교졸업	64.42±9.61	2.89	.0353
		전문대학교졸업	64.42±8.79		
		일반대학교졸업	66.46±9.57		
		대학원이상	68.32±11.2		
	결혼 상태	기혼	65.58±8.94	-0.03	.9780
		미혼	65.61±10.25		
	가구의 월평균 소득 (만원)	200미만	65.05±10.37	1.43	.2336
		200-399	64.48±8.73		
		400-599	65.80±8.55		
		600이상	66.81±10.68		
직무 관련 특성	직종	간호사	66.96±8.84	7.46	<.0001
		의료기술직	67.36±10.59		
		일반사무직	65.97±8.49		
		기능원	62.07±9.53		
	고용형태	정규직	64.79±9.53	-2.85	.0046
		계약직	67.50±9.26		
	근무센터	본원	65.41±9.53	3.32	.0060
		심혈관센터	64.91±8.96		
		어린이병원	67.20±8.21		
		안이비인후과병원	62.13±9.74		
		암센터	70.33±9.19		
		재활병원	66.84±9.58		
	현재병원 근무기간 (개월)	12미만	68.73±9.48	4.87	.0081
		12-59	65.17±8.82		
		60이상	65.801±9.32		
	총병원근무기간 (개월)	24미만	68.86±8.87	4.04	.0182
		24-119	65.28±9.59		
		120이상	65.09±9.17		
	서비스교육여부 (회)	0회	67.27±10.90	0.24	.7850
		1-2회	66.32±10.37		
		3이상	65.78±9.63		

마. 연구대상의 특성에 따른 고객지향성

연구 대상자의 전반적 고객지향성 수준을 일반적 특성과 직무 관련 특성별로 분석한 결과 <표 13>과 같다.

일반적 특성별로 고객지향성을 연령별로 보면 35세 이상이 38.60(±3.87)점으로 통계학적으로 유의하게 높았으며(p=.0011), 대상자의 학력이 높아질수록 고객지향성이 통계학적으로 유의하게 높아졌다(p=.0353). 또한 미혼보다 기혼인 집단이 고객지향성이 통계학적으로 유의하게 높았다(p=.0003). 그리고 소득이 높아질수록 고객지향성이 통계학적으로 유의하게 높았다(p=.0005). Tukey방법에 의한 다중비교 결과, 연령에서는 25~29세 그룹, 30~34세 그룹, 35세 이상 그룹이 24세 그룹보다 고객지향성이 높았으며, 교육수준은 대학원졸업 그룹이 전문대졸업 그룹보다 고객지향성이 높았다. 가구의 월평균 소득에서는 400~599 그룹과 600이상 그룹이 200~399 미만 그룹보다 고객지향성이 높았다.

직무 관련 특성별로 고객지향성을 보면 직종에서는 간호사가 38.95(±4.12)으로 다른 직종 보다 고객지향성이 통계학적으로 유의하게 높았다(p=.0011). 근무하는 센타별로 보면 본원 38.24(±4.28)이 고객지향성이 통계학적으로 유의하게 높았으며(p=.0209), 본인이 현재까지 병원에서 근무한 기간이 길어질수록 고객지향성이 통계학적으로 유의하게 높았다(p=.0027). Tukey방법에 의한 다중비교 결과, 직종에서는 간호사가 기능원보다 고객지향성이 높았으며, 근무센터는 본원에서 근무하는 직원이 심장혈관센터에서 근무하는 직원보다 고객지향성이 높았다. 현재 병원 근무기간에서는 유의한 군별이 없었으며, 총병원 근무 기간으로 보면 10년 이상 근무하는 직원이 2년 미만 근무한 직원보다 고객지향성이 높았다.

<표 13> 연구 대상의 특성에 따른 고객지향성

N=460

변수		분류	N(%)	t or F	*p*
일반적 특성	성	남자	37.83±4342	-0.10	.9219
		여자	37.87±4.17		
	연령(세)	24이하	34.84±4.75	10.51	<.0001
		25 - 29	37.55±3.74		
		30 - 34	38.01±4.32		
		35이상	38.60±3.87		
	교육수준	고등학교졸업	37.84±3.85	5.45	.0011
		전문대학교졸업	37.10±4.28		
		일반대학교졸업	38.11±4.19		
		대학원이상	39.90±4.13		
	결혼 상태	기혼	38.47±3.99	3.66	.0003
		미혼	37.04±4.39		
	가구의 월평균 소득 (만원)	200미만	36.52±3.64	5.99	.0005
		200-399	36.80±4.33		
		400-599	38.12±4.08		
		600이상	38.77±4.09		
직무 관련 특성	직종	간호사	38.95±4.12	5.48	.0011
		의료기술직	37.80±3.99		
		일반사무직	37.80±3.90		
		기능원	36.81±4.50		
	고용형태	정규직	38.11±4.05	1.89	.0592
		계약직	37.30±4.56		
	근무센터	본원	38.24±4.28	2.69	.0209
		심혈관센터	37.48±4.10		
		어린이병원	37.93±3.55		
		안이비인후과병원	35.94±4.36		
		암센터	38.00±3.58		
		재활병원	38.16±4.25		
	현재병원 근무기간 (개월)	12미만	37.27±4.36	3.19	.0421
		12-59	37.17±4.51		
		60이상	38.221±3.96		
	총병원근무기간 (개월)	24미만	36.46±4.43	6.00	.0027
		24-119	37.40±4.22		
		120이상	38.35±4.00		
	서비스교육여부 (회)	0회	37.22±3.99	2.28	.1038
		1-2회	37.37±4.48		
		3이상	38.43±4.38		

4. 다변량 분석

가. 내부서비스질 인식이 직무만족에 미치는 영향

연구 대상의 일반적 특성 중 단변량 분석을 통해 성별, 교육수준의 유의성이 확인되었으며 기존문헌에서 유의한 요인이었던 연령, 가구의 월평균 소득을 모형에 포함하였다. 또한 병원관련 특성 중 단변량 분석을 통해 직종, 고용형태, 근무센타, 현재 병원 근무기간, 총 병원 근무기간이 유의성이 확인되었고 모형에 포함하였다. 단변량 분석에서 확인된 변수들과 기준문헌고찰을 통해 유의성이 예측된 변수들을 종합하여, VIF 값을 통해 다중공선성을 검정하였다. 이들 모든 변수는 Stepwise 방법을 통해 변수들을 검증하였으며 cp통계량으로 이를 다시 확인하였다. 마지막으로 잔차분석을 통해 정규분포와 등분산성을 확인하였다.

내부서비스질의 구성요소인 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성은 모두 직무만족에 대하여 양(+)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다 ($p<.0001$).

일반적 특성에서 35세 이상의 연령에 비하여 25세~29세($p=.001$), 30세~34세 ($p=.010$)에서 양(+)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다.

직무 관련 특성에서 직종별로 직무만족을 보면 기능원에 비하여 간호사($p=.003$), 의료기술직($p=.025$), 일반사무직($p=.0003$)이 모두 양(+)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다. 고용형태로 직무만족을 보면 계약직으로 근무하는 직원보다 정규직으로 근무하는 직원($p=.028$)이 음(-)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다. 또한 총 병원 근무기간에서 직무만족을 보면 2년 미만의 직원에 비하여 2년 이상~10년 미만의 직원($p=.0009$)로 음(-)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다.

모형의 설명력은 56.81%이었다<표 14>.

<표 14> 내부서비스질 인식이 직무만족에 미치는 영향

N = 460

변수		구분	회귀계수	t	p
내부서비스질		상수	65.57931	13.14	<.0001
		신뢰성	2.96094	7.33	<.0001
		공감성	3.58401	8.53	<.0001
		대응성	2.57239	6.55	<.0001
		보증성	3.41540	9.04	<.0001
		유형성	3.62183	9.37	<.0001
일반적 특성	성	남	0.55675	0.46	.6453
		여자(준거)			
	연령	24이하	4.72772	1.82	.0700
		25 - 29	6.22258	3.14	.0019
		30 - 34	3.21922	2.57	.0107
		35이상(준거)			
	결혼상태	기혼	-0.97793	-0.89	.3746
		미혼(준거)			
	교육수준	고등학교졸업	2.68367	1.41	.1590
		전문대학교졸업	0.11969	0.08	.9357
		일반대학교졸업	0.35267	0.26	.7952
		대학원이상(준거)			
	가구의 월평균 소득(만원)	-200미만(준거)	-0.89739	-0.37	.7132
		200 - 399	-1.27998	-0.53	.5975
		400 - 599	-1.20181	2.40595	.6178
		600이상			
직무 관련 특성	직종	간호사	4.36210	2.95	.0035
		의료기술직	3.23789	2.24	.0257
		일반사무직	5.45352	3.65	.0003
		기능원(준거)			
	고용형태	정규직	-3.43900	-2.21	.0280
		계약직(준거)			
	근무센터	본원(준거)			
		심혈관센터	2.49516	1.75	.0808
		어린이병원	1.47324	0.90	.3670
		안이비인후과병원	0.08173	0.06	.9540
		암센터	1.65349	1.03	.3024
		재활병원	1.05330	0.73	.4640
	현재병원 근무기간(개월)	12미만(준거)			
		12 - 59	-1.27547	-0.96	.3361
		60이상	-0.16050	-0.09	.9320
	총병원 근무기간(개월)	24미만(준거)			
		24 - 119	-5.23432	-3.34	.0009
		120이상	-0.64110	-0.29	.7747
	서비스 교육여부(회)	0회(준거)			
		1-2회	1.45726	0.81	.4171
		3이상	2.59274	1.39	.1643
F 값			13.69	<.0001	
R2			.6129		
Adj.R2			.5681		

나. 내부서비스질 인식이 고객지향성에 미치는 영향

연구 대상의 일반적 특성 중 단변량 분석을 통해 성별, 연령, 교육수준, 결혼상태, 가구의 월 평균 소득의 유의성이 확인되었으며 직무 관련 특성 중 단변량 분석을 통해 직종, 근무센타, 현재병원근무기간, 총병원근무 기간의 유의성이 확인되었으며 기존문헌에 유의한 요인이었던 고용형태를 모형에 포함하였다. 단변량 분석에서 확인된 변수들과 기준 문헌고찰을 통해 유의성이 예측된 변수들을 종합하여, VIF 값을 통해 다중공선성을 검정하였다. 이들 모든 변수는 Stepwise 방법을 통해 변수들을 검증하였으며 cp 통계량으로 이를 다시 확인하였다. 마지막으로 잔차분석을 통해 정규분포와 등분산성을 확인하였다.

내부서비스질의 요소 중 공감성, 대응성, 보증성, 유형성은 통계학적으로 유의하지 않았으며 신뢰성은 양(+)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다(p=.0035).

직무만족 역시 고객지향성에 대하여 양(+)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다(p<.0001).

일반적 특성이 고객지향성에 미치는 영향을 보면 연령만이 고객지향성에 영향을 미쳤으며 24세 이하인 집단이 35세 이상인 집단보다 음(-)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다(p=.0196).

직무 관련 특성이 고객지향성에 미치는 영향을 보면 근무하는 센터만이 고객지향성에 영향을 미쳤으며 본원 보다 안이비인후과병원(p=.0034), 암센터(p=.0258), 재활병원(p=.0122) 모두 고객지향성이 음(-)의 방향성으로 통계학적으로 유의하였다.

모형의 설명력은 29.30%이었다<표 15>.

<표 15> 내부서비스질 인식이 고객지향성에 미치는 영향

N = 460

변수		구분	회귀계수	t	p
내부서비스질		상수	30.19669	8.13	<.0001
		신뢰성	0.74349	2.94	.0035
		공감성	-0.17570	-0.65	.5166
		대응성	0.21687	0.90	.3702
		보증성	-0.03083	-0.13	.9005
		유형성	-0.15723	-0.62	.5372
직무만족			0.16242	4.66	<.0001
일반적 특성	성	남	0.99965	1.45	.1488
		여자(준거)			
	연령	24이하	-3.50503	-2.35	.0196
		25 - 29	-0.96263	-0.84	.4044
		30 - 34	-0.09615	-0.13	.8944
		35이상(준거)			
	결혼상태	기혼	-0.78984	-1.26	.2103
		미혼(준거)			
	교육수준	고등학교졸업	-196474	-1.71	.0880
		전문대학교졸업	-1.58635	-1.87	.0620
		일반대학교졸업	-1.37575	-1.77	.0771
		대학원이상(준거)			
	가구의 월평균 소득(만원)	-200미만(준거)			
		200 - 399	-1.91010	-1.37	.1715
		400 - 599	-1.56817	-1.13	.2580
		600이상	-1.15030	-0.84	.4035
직무 관련 특성	직종	간호사	1.02945	1.20	.2314
		의료기술직	0.54992	0.66	.5092
		일반사무직	0.47655	0.55	.5858
		기능원(준거)			
	고용형태	정규직	0.52758	0.59	.5570
		계약직(준거)			
	근무센터	본원(준거)			
		심혈관센터	-1.53003	-1.87	.0624
		어린이병원	-0.78418	-0.84	.4011
		안이비인후과병원	-2.38665	-2.95	.0034
		암센터	-2.05288	-3.24	.0258
		재활병원	-2.07306	-2.52	.0122
	현재병원 근무기간(개월)	12미만(준거)			
		12 - 59	-0.11538	-0.15	.8790
		60이상	-0.87000	-0.81	.4183
	총병원 근무기간(개월)	24미만(준거)			
		24 - 119	-0.91477	-1.00	.3169
		120이상	-0.75790	-0.59	.5537
	서비스 교육여부(회)	0회(준거)			
		1-2회	-0.19704	-0.19	.8477
		3이상	1.10291	1.03	.3016
F 값			4.87	<.0001	
R2			.3686		
Adj.R2			.2930		

V. 고　　찰

이 연구는 일개 대학병원에서 근무하는 직원 중 외래 접점 부서에서 환자에게 직접 서비스를 하는 직무를 가진 이들을 대상으로 병원에서 직원에게 제공하는 내부서비스질의 인식을 파악하여 직무만족과 고객지향성에 어떠한 영향을 미치는 지를 실증적으로 분석, 내부서비스질의 인식과 직무만족, 고객지향성의 관계에 대하여 파악하였다.

1. 연구방법에 대한 고찰

이 연구는 임의표집방법을 사용하여 서울에 위치한 2,076병상의 일개 대학병원에 근무하는 직원중 외래 접점 부서에서 환자에게 직접 서비스를 하는 직무를 가진 이들을 대상으로 하였다. 확률표집방법을 사용하지 않아 대표성 확보에 한계점이 있으나 비교적 짧은 연구 기간으로 확률표집은 현실적으로 불가능하였다. 이에 간호부와 센터의 경영지원팀 협조 요청을 하여 직접 배포, 회수하는 방법을 사용하였다. 이러한 결과의 대표성 문제는 연구 결과를 대학병원의 모든 직종이나 직원에게 적용하기에는 어는 정도 한계가 있으므로 향후 대상자 수를 확대한 후속 연구수행의 필요성이 있다. 측정도구는 내부서비스질 인식, 직무만족, 고객지향성을 측정하는 항목으로 구성되어 있으며, 모든 항목은 5점척도로 측정하였다.

내부서비스질의 대표적인 측정 방법에는 내부서비스질의 측정을 위해 개발된 INTSERVQUAL와 INTQUAL, 그리고 확장된 SERVQUAL 등이 있으며, 특히 서비스질을 측정하는 차원에서 내부서비스질의 측정까지 확장된 SERVQUAL은 다른 측정도구와의비교연구에서 그 유용성이 입증되었다

(정기한, 2007). 이에 Parasuraman, Zeitaml과 Berry(1988)가 제안한 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성으로 구성된 SERVQUAL 척도를 천용태(2009)가 수정 보완한 측정도구를 사용하였다. 천용태(2009)연구에서는 Cronbach's alpha=.874이였으며 이 연구에서는 Cronbach's alpha=.910 이었다.

직무만족을 측정하는 방법은 전반적 직무만족에 대해 측정하여 활용할 것인가 아니면 요인별로 측정하여 이를 종합하여 활용할 것인가라는 연구목적에 따라 결정된다(이영면, 2004). 이 연구는 내부서비스질의 차원별 구성요인과 직무만족, 고객지향성과의 관계를 보고자 하므로 요인별로 직무만족을 측정하는 도구를 사용하였다. 요인별 직무만족 측정도구 중 몇몇의 연구에서 병원 직원의 만족도 측정을 위해 성공적으로 사용된 미네소타대학(1987)에서 개발한 직무만족도구(MSQ)를 한글로 번안된 직무만족도구(K-MSQ)를 사용하였다(McConaughy, 1990; Swafford, 2007; 김정희 2006). 반면 여러 연구에서 내적 일관성이 인정되었으나 구성타당도에 대해서는 문제가 있고(Cook et al., 1981; Schriesheim et al., 1993), 측정 요인 간에 높은 상관계수가 발견되어 판별타당도에 문제가 있다는 지적도 있다(Wexley et al., 1977). 이에 이 연구에서는 짧은 양식의 MSQ을 사용하되 판별타당성과 구성타당성에서 문제가 발생할 수 있으므로, 직무만족에 대하여 이론변수로 한 요인별 접근방법을 사용하지 않고 총합의 측정변수로 접근하여 분석하였다. 이 연구에서는 Cronbach's alpha=0.92 이었다.

고객지향성의 측정방법은 제품이나 서비스 구매 시 고객들이 인식하는 서비스질을 측정하는 SERVQUAL 모형을 천용태가 수정 보완한 측정도구를 사용하였다. 반면 SERVQUAL 모형을 활용하여 분석한 고객지향성은 여러 연구에서 구성요인별의 측정이 아닌 전체적인 고객지향성의 내적일관성을 확인할 수 있다고 분석하였다. 이에 구성타당성과 판별타당성에 문제

가 발생할 수 있으므로 고객지향성에 대하여 이론변수로 한 요인별 접근방법을 사용하지 않고 총합의 측정변수로 접근하여 분석하였다. 천용태(2009) 연구에서는 Cronbach's alpha=.897이였으며, 이 연구에서는 Cronbach's alpha=.878 이었다.

2. 연구결과에 대한 고찰

병원조직은 인적자원의 의존도가 높은 조직으로, 서비스를 제공하는 직원들의 서비스 질은 매우 중요하며, 고객지향적인 직원을 관리하는 것이 조직의 성공 여부를 판가름 해주는 결정적인 요소가 된다고 하였다(최경식 & 김재열, 2005). 또한 Service-profit chain에서는 기업의 수익과 성장은 고객만족으로 인한 고객의 충성도로 자극되어지고 이러한 고객만족은 직원의 직무만족으로 인한 직원의 충성도와 생산성에 인한 결과이며 직원의 직무만족은 질 좋은 내부서비스질의 결과라고 하였다(Heskett et al., 1994). 이에 이 연구에서는 병원직원의 내부서비스질 인식이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향을 측정하였으며 이들 간의 관계를 분석하였다.

연구결과 내부서비스질 인식과 직무만족, 고객지향성은 높은 상관관계를 나타냈으며 내부서비스질의 구성요소인 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성은 모두 직무만족과 고객지향성에 유의한 상관관계를 보였다.

내부서비스질 구성요소 중 신뢰성이 가장 높게 인식되었으며 공감성, 대응성, 보증성, 유형성에는 차이가 없었다. 연구 대상의 특성에 따른 내부서비스질 인식에서는 여성보다는 남성이, 기혼보다는 미혼이 내부서비스질의 인식이 높았으며 대학원이상의 학력을 갖은 집단이 내부서비스질의 인식이 가장 높았다. 이는 김정희(2003)의 연구에서 남녀간에 내부서비스품질에 미치는 영향은 성별에 따라 상이한 개념이 탐색되어야 하며, 내부서비스정책이나 내부고객에 대한 감독은 성에 맞게 차별화되어야 한다는 결과를 지지하고 있다. 연령에서는 30세~34세 이하보다 24세 이하에서 내부서비스질의 인식이 높았으며 직종별로 내부서비스질 인식을 보면 의료기술직이 가장 높았으며 그 다음 간호사, 일반사무직, 기능원 순이었다. 또한 정규직보다 계약직일 때, 근무기간이 짧을수록 내부서비스질의 인식이 높았

으며 근무하는 센터는 암센터에서 근무하는 직원일수록 내부서비스질의 인식이 높았다. 근무하는 센터간에 내부서비스질 인식의 차이가 발생하는 것은 센터의 경영정책에 따라 직원이 인식하는 내부서비스질에 상당한 차이가 발생하고 있음을 알 수 있다. 따라서 대상자의 특성에 따라 세분화된 내부마케팅수립으로 내부서비스질 인식을 향상시킬 수 있을 것이다.

단변량 분석결과 연구 대상의 특성에 따른 직무만족을 비교하였을 때 남성이 여성에 비하여 직무만족도가 높았으며 대학원이상의 학력을 갖은 집단이 직무만족도가 가장 높았다. 직무 관련 특성별로 직무만족을 비교해 보면 직종에서는 의료기술직이 가장 높았으며 그 다음 간호사, 일반사무직, 기능원 순이었다. 근무센터는 암센터에서 근무하는 직원일수록 직무만족이 가장 높았으며 현재 병원 근무기간에서는 1년 미만인 직원이 직무만족이 가장 높았고, 총 병원 근무 기간으로 보면 2년 미만인 직원에서 직무만족이 가장 높았다. 다변량 분석결과 직무 관련 특성에서 직종별로 직무만족을 보면 기능원에 비해서 일반사무직, 간호사, 의료기술직 순으로 직무만족이 높았다. 고용형태로 직무만족을 보면 계약직으로 근무하는 직원이 정규직으로 근무하는 직원에 비해서 직무만족이 높게 나왔다. 이는 Peter(1997) 연구에서 정규직과 비정규직간의 동기부여, 직무 특성에 대한 인식, 경험된 심리적 상태, 만족수준 등을 비교한 연구에서 대부분의 집단간 차이를 보이지 않았으나 비정규직이 정규직보다 더 높았다는 결과와 일치하였다. 이러한 결과는 비정규직 근무가 자발적인 선택에 의한 경우 직무관련 태도나 행동이 높을 것으로 추정한다. 총 병원 근무 기간으로 직무만족을 보면 근무 기간이 2년 미만인 집단이 2년 이상 10년 미만인 집단 보다 직무만족이 높게 나왔다. 남관우(1997)는 종업원의 직무기간이 길수록 종업원의 직무만족도는 커진다고 실증적으로 분석하였지만 이 연구에서는 근무기간이 직원의 직무만족과 역의 관계로 나타난 것은 연구시점에 있어서 사회적으로 청

년실업 300만 시대라는 특수한 상황변수로 설명할 수 있다고 추정한다. 이는 이윤현(2007)이 병원직원의 직무만족요인에 대한 분석결과에서 심리적인 요인인 사회적인식이 직무몰입보다 직무만족에 더 큰 상관관계를 보이는 상태로 직업에 대한 사회적인 인식이 병원 근무자들의 근무의욕을 높이는 중요한 변수가 된다고 하였다.

내부서비스질의 구성요인인 신뢰성과 공감성의 인식이 높을수록 직무만족도가 높아졌다. 이는 이상환 등(1999), 김정희(2006), 천용태(2009)의 연구에서 조직의 관계지향문화와 혁신지향문화가 직무만족에 영향을 미친다는 결과와 일치 한다. 또한 보증성이 높을수록 직무만족도가 높아졌는데 이는 이상환 등(1999)의 연구에서 급여와 보너스 등 조직이 직원에게 제공하는 외적요소가 높을수록 직무만족도가 증가한다는 결과와 일치하였다. 유형성과 대응성은 이상환 등(1999), 천용태(2009)의 연구에서 직원이 업무를 하는 환경과 업무에 대한 문제 해결 능력이 높아질수록 직무만족도는 높아진다는 결과와 일치하였다. 또한 직원들에게 제공되는 내부서비스질은 외부고객에게 제공되는 외부서비스질의 전제조건으로서 이의 충족의 선행이 필요함을 주장한 Schlesinger과 Jeffrey(1991)의 견해와도 일치하는 것이다.

이와 같은 결과는 의료기관에서 고객을 최우선으로 하는 서비스를 제공하기 위해 내부고객의 만족이 우선시되어야 하며 이러한 내부고객 만족이 곧바로 의료기관의 성장으로 이어질 수 있다는 사실을 알 수 있다(Sax & Weitz, 1982) 즉 병원의 내부고객에게 제공되는 내부서비스질의 각 요인에 대한 인식와 직무만족도 와의 관계는 모두 유의한 양(+)의 영향을 미치는 것으로 병원직원들의 직무만족을 높이기 위해서는 직원들에게 제공되는 내부서비스질을 개선해야 한다는 것을 알 수 있었다. 따라서 병원은 체계적이고 철저한 내부마케팅프로그램을 전개해야 한다는 시사점을 제공하고 있

다.

단변량 분석결과 연구 대상의 특성에 따른 고객지향성을 비교하였을 때 35세 이상의 집단에서 고객지향성이 가장 높았으며 24세 이하가 가장 낮게 보였다. 교육수준에 따른 고객지향성은 학력이 높아질수록 고객지향성이 높아졌으며, 가구의 월 소득이 높으면 높을수록 고객지향성이 역시 높아졌다. 이는 천용태(2009)연구의 결과와 일치하였다. 직무 관련 특성별로 고객지향성을 비교해보면 직종에서는 간호사가 다른 직종 보다 고객지향성이 높았으며, 근무센터는 본원에서 근무하는 직원이 고객지향성이 가장 높았다. 근무 기간으로 보면 근무기간이 많으면 많을수록 고객지향성이 높아졌다.

다변량 분석 결과 연령이 35세 이상인 집단이 24세 이하의 집단보다 고객지향성이 높게 나타났고 근무하는 센터로 보면 본원에서 근무하는 집단에 비해서 안이비인후과병원에서 근무하는 집단이 고객지향성이 가장 낮게 나왔으며 암센터, 재활병원에서 근무하는 집단 역시 고객지향성이 낮게 나왔다. 이는 병원의 시설이 최신이면 휴식시설 및 근무환경요인이 영향을 미치기 때문이라고 추정할 수 있다. 직원의 직무만족도가 올라가면 갈수록 고객지향성은 높아졌으며, 이는 Hoffman(1991), Hallowell 등(1996), 김상철(2002), 천용태(2009) 등의 연구에서 직무만족은 고객지향성에 직접적인 영향을 미친다는 결과와 일치하였다. 또한 이는 George과 Gronroos(1991)의 연구와 같이 종업원 직무만족을 위한 내부마케팅은 고객지향적인 종업원을 확보하게 되고, 이를 통해 고객만족과 고객충성을 달성할 수 있다는 견해와도 일치하는 것이다.

내부서비스질의 요인 중 신뢰성에 대한 인식이 높아질수록 고객지향성은 올라갔다. 이는 강기두(2005), 천용태(2009)의 연구에서 조직의 목표설정

과 조직이 업무를 지원할 수 있는 조직력이 높을수록 고객지향성이 높아진다는 결과와 일치하였으며, 이는 내부서비스질의 요인은 직무만족에 직접적인 영향을 미치지만 직원이 고객의 관점에서 고객의 욕구를 이해하고, 고객에게 정확한 정보를 제공하며, 고객에게 약속된 서비스를 제공하는 고객지향성에는 간접적인 영향을 미친다고 볼 수 있다. 즉 공감성, 대응성, 보증성, 유형성은 고객지향성에 직접적인 영향을 못 미치며, 서비스를 제공하는데 있어 직원에게 동기부여를 줄 수 있는 목표, 비전 같은 요인이 고객지향성에 영향을 미친다고 볼 수 있다. 이러한 고객지향성은 고객과의 호의적인 관계를 구축시켜 고객만족, 몰입, 신뢰, 재구매 의도 등에 긍정적인 영향을 미치므로 고객지향성을 높이기 위해서는 병원 직원이 인식하는 병원 자체의 목표, 비전 등을 확실히 제시해 주는 내부마케팅 프로그램의 개발이 요구된다고 하겠다.

3. 연구의 제한점

이 연구는 다음과 같은 제한점을 갖는다.

첫째, 연구 방법 상 직무만족과 고객지향성은 전체 점수를 측정변수로 하여 이들의 구성요인에 대해서는 묵과하였다. 내부서비스질의 각 요인이 직무만족과 고객지향성의 요인 중 어떤 것에 영향을 미치는 지를 확인 할 수 없어서 이를 확인하기 위해서는 측정도구에 대한 폭 넓은 고찰이 필요할 것으로 생각된다.

둘째, 이 연구의 대상은 일개 대학병원의 외래접점 부서에서 근무하는 직원을 대상으로 임의표집 하였으므로 전체 직원의 특성으로 일반화하여 확대 해석하는 데 신중을 기하여야 한다.

셋째, 이 연구는 분석단위가 개인이므로 내부서비스질 인식이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향력 정도만을 파악하였지, 개인들의 직무만족도가 조직의 성과인 환자만족도, 경영실적 등에 어떠한 영향을 미치는 지를 살펴보지 못한 한계점이 있다.

넷째, 변수의 측정이 주관적 인식을 바탕으로 한 자기기입식 설문조사였으므로 개인적으로 느끼는 각 변수들에 대한 평가가 응답자에 따라 다소 다를 수 있다.

다섯째, 이 연구에서는 내부서비스질 인식을 SERVQUAL모형을 활용하여 분석하였지만 향후 보다 다양한 측면에서 살펴보고 이런 요인들이 고객접점 직원들의 직무만족와 고객지향성에 미치는 영향 요인들을 살펴볼 필요가 있다.

Ⅵ. 결 론

의료서비스 산업에서 경쟁이 심화되면서 의료시장에서의 경쟁우위 확보 전략으로 고객만족경영이 중요시되고 있으며, 고객만족은 직원의 직무만족으로 인한 직원의 충성도와 생산성에 인한 결과이며 직원의 직무만족은 질좋은 내부서비스질의 결과이다. 이에 이 연구에서는 대학병원에서 직원에게 제공하는 내부서비스질의 인식을 측정하여 직무만족과 고객지향성에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였다. 연구의 분석단위는 개인이며, 연구 자료는 서울의 일개 대학병원의 외래접점부서에서 근무하는 직원을 대상으로 하였다. 2009년 3월 16일부터 3월20일까지 자료를 수집하였고, 자료 통계분석은 SAS 9.1 통계프로그램을 사용하여 기술통계, t-test, 분산분석, 다중회귀분석을 사용하였다. 연구의 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 내부서비스질 구성요인 중 신뢰성이 가장 높게 인식되었으며 연구 대상의 특성에 따른 내부서비스질의 인식에는 성별, 연령, 교육수준, 결혼여부, 직종, 고용형태, 근무센터, 병원 근무기간, 서비스 교육여부에 따라 통계학적으로 유의한 차이를 보였다. 이는 내부고객의 특성에 따라 만족 및 불만족이 있을 수 있는 것으로 내부고객의 욕구는 모두 다르다는 것을 인식해야 하며, 대상자 특성별 차별적인 지원 프로그램을 개발하여 실시한다면 보다 높은 효과성을 거두게 될 것이다. 또한 한정된 자원으로 내부고객에게 좀 더 효과적으로 인식시킬 수 있는 다양한 직무만족 관련 교육훈련과 내부의사소통 활성화로 내부서비스질에 대한 인식을 향상 시킬 수 있는 내부서비스질 관리가 필요할 것이다.

둘째, 내부서비스질 구성요인인 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성에 대한 인식이 높을수록 직무만족에 대하여 양(+)의 방향성으로 통계학적

으로 유의하였다. 이는 병원 직원의 직무만족을 높이기 위해서는 병원직원에게 제공되는 내부서비스질의 인식을 향상시켜야 한다는 것을 알 수 있다. 따라서 병원은 내부고객인 직원을 위한 세분화 전략의 수립과 커뮤니케이션의 개발을 위한 직원의 의겸수렴, 최적의 근무환경 조성을 위한 체계적이고 철저한 내부마케팅 프로그램을 전개해야 한다는 시사점을 제공하고 있다.

셋째, 내부서비스질 구성요인중 신뢰성에 대한 인식이 높을수록 고객지향성에 대하여 양(+)의 방향성으로 유의하였으며, 직무만족 역시 고객지향성에 대하여 양(+)의 방향성으로 유의하였다. 이는 직원이 인식하는 목표, 비전과 같은 요인을 포함한 신뢰성 확보는 직원의 고객지향성을 높이는 데에 효과적이며 직무만족은 직접적으로 고객지향성을 높이는 중요한 요인으로 병원에서 내부서비스질을 높이면 구성원들에게 긍정적인 결과를 가져와 고객들을 향한 고객지향성이 높아진다고 할 수 있다. 이에 내부서비스질의 향상을 위해 병원의 비전과 목표을 명확히 하고 직원들에게 배려와 관심을 보이며, 직원들의 내적 근무환경을 향상시켜 병원직원들이 고객지향적인 사고를 증진시킬 수 있는 경영 전략이 필요하다고 생각한다.

결론적으로 이 연구에서 내부서비스질 구성요인인 신뢰성, 공감성, 대응성, 보증성, 유형성에 대한 인식이 높을수록 직원이 인식하는 직무만족을 높이는데 긍정적인 영향을 미쳤으며, 특히 직원이 인식하는 목표, 비전과 같은 요인을 포함한 신뢰성 확보는 직원의 고객지향성을 높이는 데에도 효과적이었다. 그러므로 내부서비스질의 향상을 위해 병원의 비전과 목적을 명확히 하고 직원들에게 배려와 관심을 보이며, 적절한 복리후생을 제공하여야한다. 이와 더불어 서비스에 대한 교육과 병원의 비전과 목적을 직원에게 제시해 주는 경영전략을 통해 직접적으로 병원직원의 고객지향성을 향상시킬 수 있으며 내부서비스질이 좋은 병원은 내부구성원 만족과 유지

에 긍정적인 영향을 미치게 되어 외부 고객만족으로 이어질 수 있을 것으로 사료된다.

이 연구는 일개 대학병원을 대상으로 내부서비스질의 인식이 직무만족 및 고객지향성을 높일 수 있는 경영전략을 수립하는 데 근거를 제공할 수 있다는데 그 의미가 있으며, 앞으로의 연구에서 내부서비스질과 직무만족 및 고객지향성을 측정하는데 있어 병원의 환경에 적합한 구성요인 분석이 추가적으로 이루어진다면 이 연구의 결과를 발전시킬 수 있을 것이다.

이 연구의 결과를 토대로 하여 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 이 연구에서는 연구의 대상을 일개 대학병원의 직원으로 국한하였으나, 향후 연구에서는 병원의 이용고객들도 함께 고려하여 서비스 제공자와 서비스 이용자도 같이 연구에 포함시키는 노력이 필요하다. 보다 더 타당한 결과를 도출하기 위해서는 고객이 지각하는 직원의 고객지향성을 측정하여 직원 자신의 평가와 상호 비교해 볼 필요성이 있다.

둘째, 종단조사의 필요성이다. 고객들에게 제공되는 서비스질과 마찬가지로 직원에게 제공되는 내부서비스질과 직무만족 등은 일정한 것이 아니라 상황에 따라 매우 다양하게 변화할 수 있기 때문에 각 시기별로 직원이 인지하는 직무만족과 고객지향성 등에 대한 인식을 동태적으로 살펴볼 필요성이 있다.

참 고 문 헌

강기두. 내부서비스품질 측정을 위한 척도(ISQB)의 재응용: 신뢰성과 타당성분석을 중심으로. 한국마케팅학회 2005; 749-66

공선표. 고객만족경영을 성공시키려면. 인사관리, 한국인사관리협회, 1994

김상철, 이현수. 의료기간의 서비스 지향성, 종업원 직무만족, 고객지향성이 경영성과에 미치는 영향. 품질경영학회지 2002; 30(2): 11-25

김연성. 서비스경영-전략. 시스템, 사례. 법무사, 2002

김왕상. 호텔종사원의 직무만족과 서비스품질 제공간의 관계에 관한 연구. Journal of Tourism Systems and Quality Management 1995; 1: 17-39

김정희. 변혁적 리더십행위와 리더십 대체요인이 직무만족에 미치는 효과. 대한간호학회지 2006; 36(2): 361-72

김정희. 유통환경에서 내부고객의 성별차이에 의한 외부서비스품질의 영향요인. 소비문화연구, 2003

남관우. 서비스 종업원의 요인이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문, 연세대학교, 1997

박대현. 판매원의 고개지향지수 개발 및 진단도구로서의 활용. 박사학위논문, 성균관대학교, 1996

박성연. 종업원의 직무만족과 조직의 서비스 지향성이 종업원의 서비스지향성에 미치는 영향에 관한 연구. 한국마케팅저널 1999; 2(1): 99-117

박성엽. 종업원 만족이 종업원의 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문, 서울대학교, 1997

박아이린. MSQ 직무만족도 검사의 문항 및 척도 타당성 분석. 석사학위논문, 서울대학교, 2005

손석준. 바른 의료를 향한 마음의 혁신. 도서출판사, 1999

신유근. 조직행위론. 다산출판사, 1991

신유근. 조직행위론. 다산출판사, 1995

안선경. 의료서비스의 구성 요인 및 질적 수준을 결정하는 관련 변수분석. 석사학위논문, 한양대학교, 1995

예종석, 김동석. 우리나라 기업의 고객지향성에 관한 연구. 경영연구, 1998

유승흠. 좋은병원 2010. 계축문화사, 2007

유필화, 박대현, 곽영식. 판매원의 고객지향지수개발 및 판매원 성과관계분석. 소비자학연구 1996; 7(2): 59-86

윤방섭. 직무특성, 근로윤리와 직무태도의 관계에 있어서 임파워먼트의 매개 역할에 관한 연구. 연세대학교 지역발전연구소, 1997; 7

이기효, 손순주, 양진선. 간호사의 직무관련 요인과 환자만족지향태도. 한국병원경영학회 1997; 135-156

이상환, 이재록. 내부서비스품질이 고객만족에 미치는 영향: 직무만족과 사원만족의 매개적 작용. 한국경영교육학회 1999; 19: 215-32

이선희, 이혜진, 정상혁. 의료서비스에 대한 고객충성도 관련요인 분석. 보건행정학회지 2005; 15(2): 37-52

이영면. 국내실증연구문헌에서 나타난 측정도구 사용방법 및 절차적 문제에 대한 분석:직무만족도를중심으로. 한국인사・조직학회 2004; 12(3): 33-85

이윤현. 병원직원의 직무만족요인분석. 보건과 사회과학 2007; 20: 127-156

임병설. MBTI의 성격유형에 따른 호텔 종사자의 직무만족 분석. Tourism Research 2002; 16: 325-348

정기한, 성창수, 김미녀. 서비스품질 측정모델의 비교분석에 관한 연구: SERVQUAL과 내부서비스 품질측정모델의 메타분석적 접근. 대한산업경영학회지 2007; 5(2): 121-52

조성암. 서비스종업원의 직무만족이 종업원의 고객지향성에 미치는 영향. 한국학술정보, 2008

조우현. 의료서비스 마케팅. 퇴설당, 1999

천용태. 중소병원의 내부서비스질의 요인이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향. 석사학위논문, 연세대학교, 2009

최경식, 김재열. 병원내부서비스품질과 경영성과와의 관계. 대한회계학회 2005;

10(1): 139-61

홍부길, 김성국. 직무만족과 고객지향성간의 관계에 관한 실증적 연구. 이화경영 1994; 12: 25-39.

황인창, 황선진. 고객지향성, 감독행동, 역할갈등이 판매원의 직무만족과 직무성과에 영향에 관한 연구. 서비스경영학회지 2005; 12: 151-186

Alderfer, C. Existence, relatedness and growth: human needs in organizational settings. New York: Free Press, 1972

Arvey, R. D., Bouchard, T. J., Segal, N. L., & Abraham, L. M. Job satisfaction: environmental and genetic components. Journal of Applied Psychology 1989; 74: 187-192

Babakus, E., & Mangold, W. G. Adapting the SERVQUAL scale to hospital services: an empirical investigation. Health Services Research 1992; 26(6): 767-786

Baltes, B. B., Bauer, C. B., Bajdo, L., & Parker, C. P. The use of multitrack-multimethod data for detecting nonlinear relationships: the case of psychological climate and job satisfaction. Journal of Business and Psychology 2002; 17(1): 3-17

Bently, R. R., & Rempel, A. Manual for the perdure teacher opinionaire. Indiana University Book Store, 1970

Berry, L. L., & Parasuram, A. Marketing service-competing through quality. New York, The Free press 1991; 151

Bester, C. L., Richter, E. C., & Boshoff, A. B. Prediction of nurses' job satisfactionlevel. Department of Industrial Psychology, University of the Free State 1997; 20(4): 59-63

Bitner, M. J. , Booms, B. H., & Mohr, L. A. Critical service encounters: the employee's viewpoint, Journal of Marketing 1994; 58: 95-106

Bouchard, T. J., Arvey, R. D., Keller, L. M., & Segal, N. L. Genetic influences on job satisfaction: a reply to Cropanzano and James. Journal of Applied

Psychology 1992; 77: 89-93

Brown, S. P., & Peterson, R. A. Antecedents and consequences of salesperson Job satisfaction: meta-analysis and assessment of causal effects. Journal of Marketing Research 1993; 30(1): 63-77

Bruhn, M. Internal Service Barometers: Conceptualization and Empirical Result of a pilot Study in Switzerland. European Journal of Marketing 2003; 37(9): 1187-1206

Chaston, I. A comparative study of internal customer management practices within service sector firms and the National Health Service. Journal Advanced Nursing 1994; 19(2): 299-308

Cook, J. D., Hepworth, S. D., Wall, T. D., & Wart, P. B. The experience of work: a compendium and Review of 249 Measures and Their Use, New York: Academic Press, 1981

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. Measuring service quality: a reexamination and extension. Journal of Marketing 1992; 56(3): 55-68

Edvardsson, B., Larsson, G., & Setterlind, S. Internal service quality and the psychosocial work environment: an empirical analysis of conceptual interrelatedness. The Service Industries Journal 1997; 17(2): 252-263

Evans, M. G. Conceptual and operational problems in the measurement of various aspects of job satisfaction. Journal of Applied Psychology 1969; 53(2): 93-101

Garvin, D. Managing Quality of Health Care and Financial Performance is there a link. Health care Management Review 1992; 13(5): 1-19

George, W. R., & Grönroos, C. Developing customer-conscious employees at every level-internal marketing, In Congram, C.A and Friedman, M.L. (Eds.), Handbook of Services Marketing, AMACOM, New York, 1991

Gremler, D. D., Bitner, M. J., & Evans, K. R. The internal service encounter. Logistics Information Management 1995; 8(4): 28-34

Grönroos, C. A service quality model and its marketing implications. European Journal of Marketing 1984; 18(4): 36-44

Gutek, B. A., & Winter, S. J. Consistency of job satisfaction across situation: fact or framing artifact?. Journal of Vocational Behavior 1992; 41: 61-78

Hallowell, R., Schlesinger, L. A., & Zornitsky, J. Internal service quality, customer and job satisfaction: linkages and implication for management. Human Resource Planing 1996; 19(2): 20-31

Michael, D., & Ferrell, O. C. The management of customer-contact service employee: an empirical investigation. Journal of Marketing 1996; 60: 52-70

Hayes, B. E. Measuring Customer Satisfaction. ASQC Quality Press. Milwaukee, 1992

Herzberg, F. One more time: how do you motivate employees?. Harvard Business Review 1968; 46: 53-62

Herzberg, F. Work and the Nature of Man, Cleveland. Ohio: World Publishing Co., 1966

Heskett, J., Thomas, O. Jones, G. W., Loveman, E. S. & Leonard A. Schlesinger. Putting the service-profit chain to work. Harvard Business Review 1994; 164-174

Hoffman, K. D., & Ingram, T. N., Creating customer-oriented employees : the case in home health care. Journal of Health Care Marketing 1991; 11(2): 24-32.

Houser, J. D. What the employer thinks: executive attitudes toward. employees. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1927

Iacobucci, D., Grayson, K. A., & Ostrom, A. The calculus of service quality and customer satisfaction: theoretical and empirical differentiation and integration. Advances in Services Marketing and Management 1994; 5: 1 - 44

Joseph, W. B. Internal Marketing Builds Service Quality. Journal of Health Care Marketing 1996; 16(1): 54-9

Judge, T. A., & Watanabe, S. Another Look at the Job Satisfaction : Life Satisfaction Relationship. Journal of Applied Psychology 1993; 78(6): 939-948

Keller, L. M., Bouchard, T. J., Arvey, R. D., Segal, N. L., & Davis, R. V. Work values: genetic and environmental influences. Journal of Applied Psychology 1992; 77: 79-88

Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. Market orientation: Antecedents and Consequences, Journal of Marketing 1993; 57(3): 53-70

Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. Market orientation: the construct, research propositions and managerial implications, Journal of Marketing 1990; 54(2): 1-18

Kotler, P., & Armstron, G. Principle of Marketing, 5th ed., Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1991; 607

Kotler, P. Marketing Management, Analysis, planning, implementation, and control. Prentice-Hall 8th edition, Englewood Cliffs, 1994

Kuei, C. H., Madu, C. N., & Lin, C. The relationship between supply chain quality management practices and organizational performance. International Journal of Quality & Reliability Management 2001; 18(8): 864-872.

Levitt, J. Responses of plant to environmental stress(II) - water, radiation, salt and other Stresses. Academic Press, New York 1980; 2: 520-521

Locke, E. A., & Henne, D. Work motivation theories. In Cooper CL.& I.Robertson (Eds.), International Review of Industrial and Organizational Psychology, 1986; 1-35

Locke, E. A. The nature and cause of job satisfaction, In M.D. Dunnette. Handbook of Industrial and Organizational Psychology 1976; 1293-1349

McConaughy, F. L. Admissions criteria predictors of dental hygiene graduates' job satisfaction. Journal of Dental Hygiene 1990; 64(9): 434-8

McCormick, E. J., & Ilgen, D. Industrial psychology 7th ed. Englewood Cliffs, New Jersey, 1980

Morrison, E. W. Organizational citizenship behavior as a critical link between HRM practices and service quality. Human Resource Manage 1996; 35(4): 493-512

Oliver, R. L. A cognitive model of the antecedent and consequences f satisfaction decisions. Journal of Marketing Research 1980; 17(4): 46-49

Oshagbemi, T. Overall job satisfaction: how good are single versus multiple-item measures?. Journal of Managerial Psycholog, 1999; 14(5): 388-403

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing 1985; 49: 41-50

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. Communication and control process in the delivery of service quality. Journal of Marketing 1988; 52: 35-48

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. Perceived service quality as a customer based performance measure: an empirical examination of organizational barriers using an extended service quality model. Human Resource Management 1991; 30: 335-364

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. Reassessment of expectation as a comparison standard in measuring service for further quality: implications for future research. Journal of Marketing 1994; 58: 112-124

Porter, L. W. Job attitudes in management : I perceived deficiencies in need fulfillment as a function of job level. Journal of Applied Psychology 1962; 46:3 75-384

Porter, L. W., Lawler, E. E. & Hackman, I. Behavior in organizations. McGraw-Hill Book Co., New York, 1975

Price, J. L., & Mueller, C. W. Handbook of organizational measurement. Cambridge. MA: Ballinger, 1986

Reynoso J, Moore B. Towards the measurement of internal service quality. International Journal of Service Industry Management 1995; 6(3): 64-83

Rosenbluth, H., and DM. Peters. Customer Coms Second and Other Secrets of Exceptional Service, New York, Morrow, 1992

Rust, R. T., Stewart, G. L., Miller, H., & Pielack, D. The satisfaction and retention of frontline employees, International Journal of Service Industry Management 1996; 7(5): 62-80

Sasser, W. E., Olson, R. P. & Wyckoff, D. D. Management of Service Operation: Texts, Cases, Readings, Allyn and Bacon, 1978

Saxe, R., & Weitz, B. A. The SOCO scale: a measure of the customer orientation of salespeople. Journal of Marketing Research 1982; 19: 343-351

Schlesinger, L. A., & Heskett, J. L. The service-driven company. Harvard Business Review 1991; 69(5): 71-81

Schlesinger, L. A., & Jeffrey, Z. Job satisfaction, service capability and customer satisfaction: an examination of linkage and management implications. Human Resource Planning 1991; 14(2): 141- 149

Schneider, B., & Bowen, D. E. The service organization: human resource management is critical. Organizational Dynamics 1993; 21(4): 39-52

Schriesheim, C. A., Powers, K. J., Scandura, T. A., Gardiner, C. C., & Landau, M. J. Improving construct measurement in management research: comments and a quantitative approach for assessing the theoretical adequacy of paper-and-pencil survey-type instruments. Journal of Management 1993; 19: 385-417

Sergiovanni, T. J. The principalship: a reflective practice prescriptive5th ed. MA: Allyn & Bacon Boston, 2001

Slavitt, D. P., Stamps, E. P & Hasse, A. M. Nurse Satisfaction with Their work Situation. Nursing Research 1978; 27(2): 114-120

Smith, C. H. Psychology of Industrial Behavior. New York: MaGraw-Hill,Inc,

1955

Stanley, L. L., & Wisner, J. D. Internal service quality in purchasing an empirical study. International Journal of Purchasing and Materials Management 1998; 34(3): 50-60

Steers, R. M. Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment. Administrative Science Quarterly 1977; 22: 46-56

Swafford, L. G., & Legg, J. S. Job satisfaction among radiation therapy educators. Radiologic technology 2007; 78(6): 459-66

Taylor, S. A., & Baker, T. L. An assessment of the relationship between service quality. and customer satisfaction in the formation of consumer's purchase intentions. Journal of Retailing 1994; 70(2): 163-78

Vecchio, R. P. Organizational behavior: core concepts 4th ed. Harcourt, 1999

Watson, D., & Slack, A. K. General factors of affective temperament and the irrelation to job satisfaction over time. Organizational Behavior and Human Decision Process 1993; 54: 181-202

Weiss, R., Dawis, G., England, G., & Lofquist, L. Minnesota studies in vocational rehabilitation 22: manual for the minnesota satisfaction questionnaire. Minneapolis, University of Minnesota, 1967

Wexley, K. L., & Yukl, G. A. Organizational behavior and personnel psychology, homewood, Il : Richard D. Irwin, 1977.

Wolf, M. G. Need gratification theory: a theoretical reformulation of job satisfaction/dissatisfaction and job motivation. Journal of Applied Psychology 1970; 54(1): 87-94

부 록

병원직원의 인식도 및 고객지향성에 대한 설문

안녕하십니까?

저는 연세의료원 안이비인후과병원 안과외래에 근무하며 연세대학교 보건대학원에서 병원행정 석사과정에 재학인 박 선희입니다.

본 연구는 저의 석사논문으로서 병원 내부서비스질의 요인이 내부고객 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향을 파악하기 위한 것입니다.

선생님께서 응답해주시는 내용은 병원의 질적 개선을 위한 노력에 소중한 자료로 반영될 것입니다. 또한 여기서 제시된 의견은 전산 처리되어 서비스 개선을 위한 자료로써 사용될 뿐 다른 목적으로는 전혀 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

솔직하고 성실한 답변 부탁드립니다.

귀한 시간을 내주셔서 감사 드립니다.

연세대학교 보건대학원
연구자 : 박선희

■ 다음은 귀하가 근무하시는 병원에 대한 인식도를 측정하는 내용입니다.
선생님께서 평소에 느끼시는 바대로 해당란에 ∨표시 해주시기 바랍니다.

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	우리 병원의 목표는 명확하게 설정되어 있다.	1	2	3	4	5
2	우리 병원은 직원들에게 조직의 중장기적인 비젼을 명확하게 제공해 주고 있다.	1	2	3	4	5
3	우리 병원에서는 한번 정립된 정책은 변동 없이 일관되게 추진된다.	1	2	3	4	5

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	우리 병원은 능력에 상응하는 급여(보너스 포함)를 확실하게 제공해 준다.	1	2	3	4	5
2	우리 병원은 우수한 서비스를 제공한 직원에게는 언제나 칭찬과 격려를 아끼지 않는다.	1	2	3	4	5
3	우리 병원은 업무에 필요한 전문적 지식과 기술을 확실하게 제공해 준다.	1	2	3	4	5

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	우리 병원은 직무수행 시 발생하는 고충처리를 위한 요구에 즉각적으로 대응을 해준다.	1	2	3	4	5
2	우리 병원은 직원의 업무지원 요구에 적절한 대응을 한다. (시설, 업무시스템, 업무과정 및 절차)	1	2	3	4	5
3	우리 병원은 직원의 후생복지요구에 적절한 대응을 한다.(교육, 복지시설, 휴식공간)	1	2	3	4	5

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	우리 병원의 상위관리자는 직원에게 애정어린 개인적 관심을 보여준다.	1	2	3	4	5
2	우리 병원의 상위관리자는 직원들에게 따뜻한 배려를 제공해 준다.	1	2	3	4	5
3	우리 병원의 상위관리자는 직원들의 고충을 잘 이해하고 있다.	1	2	3	4	5

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	우리 병원에는 업무수행에 필요한 최신장비가 잘 갖추어져 있다.	1	2	3	4	5
2	우리 병원은 직원이 근무하기에 쾌적하고 편안한 근무환경을 제공한다.	1	2	3	4	5
3	우리 병원은 직원이 휴식하기 위한 공간이 잘 갖추어져 있다.	1	2	3	4	5

■ 다음은 고객서비스지향성을 측정하는 내용입니다.
선생님께서 평소에 느끼시는 바대로 해당란에 ∨표시 해주시기 바랍니다.

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 고객을 대함에 있어 복장과 용모에 신경을 쓰며 단정히 한다.	1	2	3	4	5
2	나는 서비스를 제공함에 있어 필요한 지식과 기술을 충분히 습득하고 있으며 고객의 질문에 답변을 성실히 한다.	1	2	3	4	5
3	나는 고객에게 약속한 서비스를 정해진 시간 내에처리하고자 한다.	1	2	3	4	5
4	나는 고객이 한 번에 만족을 할 수 있도록 서비스를 제공하고자 노력한다.	1	2	3	4	5
5	나는 고객의 요구에 신속하게 서비스를 제공한다.	1	2	3	4	5
6	나는 고객에게 먼저 다가가 자발적으로 서비스를 제공한다.	1	2	3	4	5
7	나는 고객에게 확신을 준다.	1	2	3	4	5
8	나는 고객이 편안함을 느낄 수 있도록 서비스를 제공한다.	1	2	3	4	5
9	나는 고객에게 개별적인 관심을 갖는다.	1	2	3	4	5
10	나는 고객이 원하는 서비스를 말하기 전에 먼저 파악하려고 노력한다.	1	2	3	4	5

■ 다음은 귀하의 직장생활에 관하여 여러 가지 상황을 나열한 것입니다.
너무 깊게 생각하지 마시고 먼저 떠오르는 답을 골라주세요.

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나에게 부여되는 업무량에 대해	1	2	3	4	5
2	혼자 독립적으로 일 할 수 있다는 것에 대해	1	2	3	4	5
3	때때로 반복되지 않은 다양한 일들을 할 수 있다는 것에 대해	1	2	3	4	5
4	직장에서 "중요한 인물"(알아주는 사람)이 될 수 있는 기회에 대해	1	2	3	4	5
5	상사가 부하 직원을 대하는 방식에 대해	1	2	3	4	5
6	상사의 의사결정능력에 대해	1	2	3	4	5
7	나의 양심에 위배되지 않는 일을 할 수 있다는 것에 대해	1	2	3	4	5
8	내 직업의 안정성에 대해	1	2	3	4	5
9	다른 사람을 위해 무언가를 해줄 수 있다는 것에 대해	1	2	3	4	5
10	다른 사람들에게 일을 지시 할 수 있다는 것에 대해	1	2	3	4	5
11	내 능력을 활용해서 일 할 수 있다는 것에 대해	1	2	3	4	5
12	병원의 정책(또는 규정)을 시행하는 방식에 대해	1	2	3	4	5
13	내 업무량에 비한 급여수준에 대해	1	2	3	4	5
14	승진 기회에 대해	1	2	3	4	5
15	내 스스로 판단할 수 있는 자율권에 대해	1	2	3	4	5
16	내 자신의 방식대로 업무 수행을 할 수 있는 기회에 대해	1	2	3	4	5
17	직업 환경에 대해	1	2	3	4	5
18	직장 동료들 사이의 관계에 대해	1	2	3	4	5
19	나의 업무 수행능력을 인정받는 정도에 대해	1	2	3	4	5
20	일을 통해 얻는 성취감에 대해	1	2	3	4	5

■ 다음은 일반적 사항에 대한 내용입니다.

1. 귀하의 성별은?
   ①남자　　②여자

2. 귀하의 연령은?
   만 _____ 세

3. 귀하의 결혼 여부는?
   ①기혼　　② 미혼

4. 귀하의 종교는?
   ①기독교　②천주교　③불교　④무교

5. 귀하의 현재 병원에서의 근무기간은?
   _____ 년_____ 개월

6. 귀하의총 병원 근무기간은? (타 병원 근무기간 포함)
   _____ 년_____ 개월

7.귀하의 직종은?
   ① 간호사　②의료기술직(임상병리사, 방사선사, 물리치료사 등)
   ③ 일반사무직(원무,경영지원팀)　④기능원　⑤ 기타(　　)

8. 귀하의 고용형태는?
   ① 정규직　② 계약직

9. 귀하가 속한 병원은?
   ① 세브란스병원　② 심장혈관병원　③ 어린이병원
   ④ 안이비인후과병원 ⑤ 암센타　⑥ 재활병원

10. 병원에서 서비스교육(친절, 고객응대 교육 등)을 받으신 적이 있으십니까? (타 병원 포함)
   ① 예 (_____ 회/1년)　② 아니요

11. 현재 근무하시는 병원을 주변사람에게 추천하실 의향이 있으십니까?
① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다
④ 그런 편이다 ⑤ 매우 그렇다

12. 귀하의 가족 전체의 수입을 합하면 월평균 어느 정도 입니까?
① 200만원-299만원이하 ② 300만원-399만원이하
③ 400만원-499만원이하 ④ 500만원-599만원이하
⑤ 600만원 이상 ⑥ 기타 (만원)

13.귀하는 학교를 어디까지 마치셨습니까?
① 고등학교 졸업 ② 전문대학교 졸업 ③ 대학교 졸업
④ 대학원 졸업 ⑤ 대학원 이상

- 설문에 응해주셔서 감사합니다 -

ABSTRACT

A Study on the Effects of Hospital Staff's Perception of the Internal Service Quality on Job Satisfaction and Customer Orientation

- Focused on a General Hospital -

Sun Hee park

Graduate School of Public Health

Yonsei University

(Directed by Professor Seung-Hum Yu, M.D., D.r. P.h.)

As the competition is becoming fiercer in the medical service industry, the management based on customer satisfaction becomes more and more important. Customer satisfaction is a result of staff's loyalty and productivity enhanced by their job satisfaction, which in turn, comes from enhanced internal service quality. The purpose of this study was to examine quality of the internal services provided by a university hospital as it is perceived by the staff members, and thereby, analyze the effects of such perceived internal services on their job satisfaction and customer orientation. Staff members serving the outpatients at a

general hospital with 2,076 sickbeds in Seoul were sampled for a questionnaire survey. For 5 days from March 16 to March 30, 2009, the researcher personally distributed and collected the copies of the questionnaire. Out of the total 5 hundred copies of the questionnaire, 460 copies were returned (92%). The data collected from the questionnaire survey were processed using the SAS 9.1 statistical program for descriptive statistics, T-test, ANOVA and multiple regression analysis. The results of this study can be summarized as follows;

First, among the elements of the internal services, 'reliability' scored highest, while perception of the internal service quality differed significantly according to demographic variables such as gender, age, educational background, marital status, types ofjob, types of employment, working centers, period of working for the current hospital and education on service.

Second, such elements of the internal service quality as reliability, sympathy, responsiveness, assurance and typology were all correlated positively with job satisfaction.

Third, among the components of the internal service quality perceived, reliability was positively correlated with customer orientation. Job satisfaction was positively correlated, too, with customer orientation.

In conclusion, such elements of the internal service quality perceived by the hospital staff as reliability, sympathy, responsiveness, assurance and typology had positive effects on their job satisfaction, and

particularly, enhancement of reliability encompassing goal or vision perceived by the hospital staff was effective in enhancing their customer orientation. Therefore, in order to improve the internal service quality, it is necessary to make clear the vision and goal of the hospitaland to be considerate in concerns of the hospital staff, while providing them with appropriate welfare services. In addition, hospital staff's customer orientation can be enhanced through education on services and presentation of the vision and goal of the hospital. Besides, it is also required in hospital management to constantly explore the areas of internal services that can be enhanced and manage them in continuous and systematic manner, which will eventually promote the job satisfaction of their staff and their willingness to meet external customers' needs, while keeping sustainable competitive advantage of hospitals.