



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

건강검진센터 이용자의  
재이용 의도에 미치는 영향요인

濟州大學校 大學院

看護學科

房恩必

2019年 8月

# 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인

指導教授 金 貞 姬

房 恩 必

이 論文을 看護學 碩士學位 論文으로 提出함

2019年 6月

房恩必의 看護學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 김 민 영

委 員 최 수 영

委 員 김 정 희

濟州大學校 大學院

2019年 6月

# Factors Influencing Intent to Revisit of Health Screening Center Visitors

Eun Pil Bang  
(Supervised by professor Jeong-Hee Kim)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the  
degree of Master of Nursing

2019. 6.

This thesis has been examined and approved.

*Min Young Kim*

Thesis director, Min Young Kim, Prof. of Nursing

*Suyoung Choi*

*Kim, Jeong/hee*

*2019. 6*

Department of Nursing  
GRADUATE SCHOOL  
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

# 목 차

## I. 서론

1. 연구의 필요성 ..... 1
2. 연구의 목적 ..... 3
3. 용어의 정의 ..... 3

## II. 문헌고찰

1. 건강검진 ..... 5
2. 구전커뮤니케이션 ..... 6
3. 고객만족 ..... 7
4. 재이용 의도 ..... 8

## III. 연구방법

1. 연구 설계 ..... 10
2. 연구 대상 및 표집 ..... 10
3. 연구 도구 ..... 10
4. 자료수집방법 ..... 12
5. 자료분석방법 ..... 12
6. 연구의 윤리적 고려 ..... 13

## IV. 연구결과

1. 대상자의 일반적 특성과 건강검진센터 이용 및 정보 관련 특성 ..... 14
2. 구전커뮤니케이션, 고객만족도 및 재이용 의도 ..... 18
3. 대상자의 일반적 및 건강검진센터 이용 특성과 건강검진센터 정보관련 특성에 따른 재이용 의도의 차이 ..... 22
4. 구전커뮤니케이션, 고객만족도와 건강검진센터 재이용 의도간의 관계 ..... 24

V. 논의 .....	26
VI. 결론 및 제언 .....	33
참고문헌 .....	36
Abstract .....	41
부록 .....	44

## 표 목 차

<Table 1> General & Health Screening Center Visiting-Related Characteristics of the Subjects .....	16
<Table 2> Characteristics of the Information on Health Screening Center .....	17
<Table 3> Levels of Word-of-Mouth Communication .....	18
<Table 4> Levels of Customer Satisfaction .....	20
<Table 5> Levels of Intent to Revisit .....	21
<Table 6> Differences in Intent to Revisit according to the Subjects' Characteristics .....	23
<Table 7> Correlations among Word-of-mouth Communication, Customer Satisfaction, and Intent to Revisit .....	24
<Table 8> Factors Influencing the Intent to Revisit .....	25

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성

소득의 증가로 인한 경제·문화 생활수준이 향상되고, 국민들의 건강에 대한 요구가 증가하면서 과거 의료진들이 일방적으로 제공하였던 의료서비스를 수동적으로 공급받던 이용자들 또한 질적이고 안전한 의료서비스를 적극적으로 탐색하고 선택하고 있다(서미란, 2015; 이원일과 장광희, 2014; 최철재와 조형래, 2015). 특히 기존의 질병 치료 중심의 병원 내원 목적이 질병 예방 중심으로 변화되면서 의료서비스 이용자들의 자신의 현재 건강상태를 검사하고 확인하려는 요구 또한 증가되고 있으며, 이는 조기발견·조기치료를 목적으로 하는 건강검진 이용률의 증가로 이어지고 있다(김영배와 차만진, 2013; 이원일과 장광희, 2014; 임복희와 최희성, 2014).

건강검진센터 이용자의 증가와 건강검진관련 진료의 적극적인 도입은 의료기관의 수입 중 건강검진이 차지하는 비중을 크게 증가시키는 계기가 되었으며(이순영, 2011), 이에 대형 의료기관을 중심으로 건강검진센터를 신설·증설 하는 등 활발한 투자가 이루어졌다(김호진, 2010; 임복희와 최희성, 2014). 건강검진센터가 급속하게 증가되면서 건강검진센터 이용자를 확보하고 경쟁력을 강화하기 위하여 여러 건강검진센터에서는 이용자가 만족할 수 있는 환경에서 건강검진을 받을 수 있도록 건강검진센터 내 시설이나 환경을 보강하는 등 외형적인 투자를 집중적으로 해왔다(이형익, 2016). 그러나 최근 선행 연구들에서는 쾌적하고 청결한 환경, 최신의료장비 등 의료서비스 전달에 필요한 기본적 인프라는 건강검진센터 간에 큰 차이가 없을 정도로 평준화를 이루고 있음을 보고하고 있다(송명희, 2011; 임복희와 최희성, 2014). 송명희(2011)나 조철호와 이은지(2014)에 따르면 의료시장 개방, 의료기관의 수 증가에 따른 경쟁의 심화, 고객유치를 위한 상호간 과열경쟁, 정부의 의료서비스 강화정책 등 의료환경의 변화는 의료서비스가 고객만족을 고려하여 제공되고 평가되어야 한다. 의료기관에 있어서 새로운 이용자의 증가와 기존 이용자의 유지는 의료기관이 계속적으로 존속하고 성장하는

경영을 하기 위한 재정적 기초를 이루는데 있어 필수 불가결한 요소이다(김용준, 2014). 따라서 급변하는 의료환경에서 의료기관들의 존속을 위해서는 기존의 물리적 환경 및 시설 투자에 집중해 왔던 경영전략을 벗어나 이용자들의 고객만족에 대한 고려가 중요하다. 심보근과 강석후(2002)에 따르면 고객만족에 대한 분석은 건강검진센터 이용자의 서비스에 대한 반응이 어떠한지를 알게 하고 이것을 긍정적이고 미래지향적인 방향으로 개선하여 고객의 만족도를 높인다. 따라서 고객만족은 그 결과로 이용자들의 서비스에 대한 재이용 의도를 높일 것으로 생각된다.

한편 의료기관의 선택과 재이용 관련 선행연구들에서는 의료기관 이용자들의 경험과 구전커뮤니케이션을 토대로 형성된 의료기관의 이미지가 의료기관의 선택과 재이용 의도에 영향을 미치는 것으로 보고하고 있다(강춘한, 이경구와 강한균, 2013; 박기혁, 2014; 이경수, 김준호와 김대회, 2011). 구전커뮤니케이션이란, 특정 서비스에 관해 이용자들이 자신의 개인적인 직·간접 경험을 서로 비공식적으로 교환하는 의사소통으로(최원일, 2004), 다른 매체들보다도 서비스 이용 선택에 있어 높은 신뢰 효과를 가진다(하용규, 강상목과 정연홍, 2011). 재이용 의도를 가진 이용자들은 지인들에게 긍정적인 구전커뮤니케이션을 제공하며(McMahon, Tipirneni, & Chopra, 2016), 구전커뮤니케이션에 대한 신뢰는 긍정적인 태도를 형성하고, 행동의도에 영향을 미치게 되어 의료기관 이용자들의 의료기관 선택과 재이용 의도에 영향을 미칠 수 있다(고유경과 김병진, 2011; 김성미, 2014; 김윤창, 2016; 방형욱과 최용석, 2016; Kessler & Mylod, 2011).

그동안 건강검진센터 재이용 의도와 구전커뮤니케이션, 고객만족 관련 선행 연구들 대부분은 광역시에 위치한 건강검진센터 혹은 상급종합병원을 중심으로 이루어졌다(김성미, 2012; 박기혁, 2014; 양원희, 2011). 특히 본 연구 대상지역인 제주에는 총 6곳의 종합병원이 있으나 2곳을 제외하면 모두 300명상 이하의 규모로 지역사회에 상급종합병원이 없으며(김정희, 2007; 임성보, 김치현과 박순희, 2003), 자연과 학연을 포함한 독특한 지역사회 관계망인 권당문화를 형성하고 있다(고해진과 김정희, 2016). 따라서 구전커뮤니케이션에 사회적 관계망 특성이 영향을 미친다는 결과를 고려하면(윤성준과 한희은, 2011), 건강검진센터 재이용 의도에는 구전커뮤니케이션이나 지역적 특성도 관련이 있을 것으로 생각된다.

이에 본 연구는 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인을 파악하여 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이고 고객관리 전략 마련을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

## 2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 일개 종합병원의 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인을 알아보기 위함이며 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 1) 건강검진센터 이용자의 구전커뮤니케이션, 고객만족, 재이용 의도의 정도를 파악한다.
- 2) 건강검진센터 이용자의 일반적 특성과 건강검진센터 이용 및 정보 관련 특성에 따른 재이용 의도의 차이를 파악한다.
- 3) 건강검진센터 이용자의 구전커뮤니케이션, 고객만족, 재이용 의도의 상관관계를 파악한다.
- 4) 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 영향을 미치는 요인을 파악한다.

## 3. 용어의 정의

### 1) 구전커뮤니케이션

(1) 이론적 정의: 구전커뮤니케이션이란 특정 제품 또는 서비스에 관해 소비자들 간의 개인적인 직·간접 경험을 서로 비공식적으로 교환하는 자발적인 의사소통과정이다(최원일, 2004).

(2) 조작적 정의: 본 연구에서는 가족, 친구, 친지, 이웃 등으로부터 들었던 건강검진센터 관련 정보가 대상자의 건강검진센터 선택 및 이용에 미치는 영향 정도를 의미하며, 박희자와 강석정(2000)의 도구를 김윤창(2016)이 의료서비스 이용자를 대상으로 수정·보완하여 사용한 도구로 측정된 점수를 의미한다.

## 2) 고객만족

- (1) 이론적 정의: 고객만족이란 서비스를 이용하기 전과 후의 서비스와 관련된 자극에 대한 가치판단이며 지속되는 반응으로(양종현, 송태균과 장동민, 2012) 서비스를 이용한 실제 경험의 만족이 기대보다 높을 때 고객만족은 더욱 높다(Tahir, Waggett, & Hoffman, 2013).
- (2) 조작적 정의: 본 연구에서는 건강검진센터 이용자가 건강검진센터를 이용하면서 느끼는 만족도를 말하며 송명희(2011)가 건강검진센터 이용자를 대상으로 사용한 도구로 측정된 점수를 의미한다.

## 3) 재이용 의도

- (1) 이론적 정의: 재이용 의도란 의료기관 이용자가 의료서비스를 이용한 후의 만족이나 즐거움 등으로 의료기관을 재이용할 기회가 있을 때 다시 이용하고자 하는 심리적인 감정이다(설상철과 김수배, 2004).
- (2) 조작적 정의: 본 연구에서는 건강검진센터 이용자가 건강검진센터를 다시 이용하려는 이용자의 의도를 의미하며, 양원희(2011)의 연구에서 건강검진센터 이용자를 대상으로 사용된 도구로 측정된 점수를 의미한다.

## II. 문헌고찰

### 1. 건강검진

최근 한국의 3대 사망원인으로는 암, 심장 질환, 뇌혈관 질환이 전체 사망률의 47.7%로 보고되고 있으며, 고령인구의 비율은 2005년 9.3%, 2010년 11.0%, 2015년 13.2%로 지속적인 증가 추세에 있다(통계청, 2016-a, 2016-b). 만성질환의 증가와 수명의 연장 등으로 인하여 의료수요가 지속적으로 증가하고 있으며, 질병의 치료만이 아닌 예방을 중요하게 여기게 되었다(김성미, 2012).

건강검진기본법 제3조에 정의된 건강검진은 건강상태 확인과 질병의 예방 및 조기발견을 목적으로 건강검진기관을 통하여 진찰 및 상담, 이학적 검사, 진단검사, 병리검사, 영상의학 검사 등 의학적 검진을 시행하는 것을 뜻하고 있다(건강검진기본법, 2018). 건강검진은 국가와 지방자치단체가 시행하는 국가건강검진과 각 의료기관에서 일반인을 대상으로 하는 종합건강검진으로 분류할 수 있다(김효진, 2010). 국가건강검진으로는 국민건강보험공단에서 국민건강보험법에 따라 성인을 대상으로 시행하고 있는 일반건강검진이 있으며(국민건강보험법, 2019), 암의 치료율을 높이고 암으로 인한 사망률을 줄이기 위하여 암을 조기에 발견하는 검진사업으로 암의 발생률, 생존율, 사망률 등 암 통계 및 치료에 관한 자료를 고려한 암검진이 있다(암관리법, 2018). 종합건강검진은 건강검진센터 이용자가 건강검진 비용 전액을 부담하며, 건강검진센터에서 검사항목을 설정하여 건강검진센터 이용자에게 제공하는 건강검진으로 각 건강검진센터마다 검사항목에 차이가 있다(김영배와 차만진, 2013; 박은경, 구혜련, 이준서와 김용세, 2015).

건강검진이 시작된 후 건강검진의 필요성에 대한 인식이 높아지고 수요가 증가하고 있으며, 정기적인 건강검진을 받는 이용자들이 점차 증가하고 있다(김성미, 2012; 김용준, 2014). 의료기관 내 건강검진센터 이용자의 증가와 건강검진 관련 진료의 적극적인 도입은 의료기관의 수입 중 건강검진이 차지하는 수입 규모를 증가시켰으며(이순영, 2011), 의료기관내의 건강검진센터가 의료기관 경영의 중요 수익원으로 대두되었다(김효진, 2010). 건강검진센터는 의료기관 경영적 측

면 외에 예방적 측면에서도 중요한 위치에 있다고 할 수 있다(박기혁, 2014). 건강검진센터는 건강검진을 통해 질병을 조기 발견한 이용자를 후속치료 과정으로 보내며, 질병진단을 받지 않아도 질병발생 위험도가 높은 위험군에 속하는 이용자를 위하여 운동처방과 영양상담, 스트레스 관리 등 전문적인 의료서비스를 통해 질병의 예방과 건강증진 행위를 도모하고, 건강한 사람에 대해서도 건강 상식이나 질병과 검사의 의미에 관한 교육을 실시하여 건강한 삶을 유지할 수 있도록 한다(조중현, 2007). 따라서 건강검진센터에서는 이용자의 경제적·사회적·교육적 수준 등을 고려하여 양질의 건강검진을 시행해야 하며, 이용자가 일회 검사로 그치지 않고, 추후 정기적 방문을 할 수 있도록 하여 질병관련 문제들과 예측되는 위험도 등을 관리해야 할 것이다(송명희, 2011).

## 2. 구전커뮤니케이션

구전커뮤니케이션은 이용자들 사이에서 직접 또는 간접적으로 경험한 내용의 정보를 입에서 입으로 전달하는 자발적인 의사소통과정이다(김운창, 2016; 최원일, 2004). 구전커뮤니케이션은 가까운 가족, 친구, 친지, 이웃 등과 교류의 과정에서 발생하기 때문에 다른 매체들보다 강력한 신뢰효과를 가지게 된다(하용규 등, 2011). 구전커뮤니케이션에 대한 신뢰는 긍정적인 태도를 형성하고, 이는 행동의도에 강한 영향을 미치게 되어, 의료기관을 이용하는 이용자들의 의료기관 선택과 재이용 의도에 영향을 미칠 수 있다(고유경과 김병진, 2011; 김운창, 2016; 방형욱과 최용석, 2015).

Pruden (2015)에 따르면, 구전커뮤니케이션은 마케팅에서 유력한 영향력을 가지며, 일반적으로 통제나 관리가 쉽지 않지만 효과적인 마케팅 도구로 사용할 수 있다. 구전커뮤니케이션이 가지고 있는 정보는 서비스를 이용하는 이용자들의 태도와 행동의도에 영향을 미치며, 특히 구매의사결정 시 구전커뮤니케이션의 정보를 참고하여 이미 경험이 있는 다른 이용자들의 의견을 듣게 되고, 구전커뮤니케이션의 정보에 대한 신뢰는 곧 긍정적인 태도를 형성하게 되어 구매행동에 영향을 미치게 된다고 하였다(방형욱과 최용석, 2015).

의료기관의 구전커뮤니케이션은 의료기관 이용자가 경험한 의료서비스 경험에

의해 발생된다(Tahir et al., 2013). 의료기관 이용자 중 불만족한 이용자는 해당 의료기관에 불만을 표시하지는 않으나, 주변의 사람들에게 불만을 토로하거나 해당 의료기관을 다시 방문하지 않는다(이유재와 공태식, 2004). 의료서비스에 대한 구전커뮤니케이션의 효과는 의료기관 이용 전 의료기관의 정보를 획득하고, 구매 가능성에도 많은 영향을 미치는 요인이며, 구매 후 행동에도 관련이 있다(권진, 2011; 김윤창, 2016). 구전커뮤니케이션과 관련한 서규훈, 차재빈과 이훈영(2016)의 연구에서 의료서비스를 실제 경험한 이용자의 의료기관 평가가 병원선택에 있어 조절효과가 있는 것으로 보고되었다. 구전커뮤니케이션은 미래 의료기관의 재이용 의도에도 영향을 미칠 뿐 아니라, 의료서비스에 대한 만족감을 가족, 친지 등 주변사람들에게 전파시켜 파급효과는 더욱 크다고 할 수 있다(황은정과 심은옥, 2016). 특히 제주에는 총 6곳의 종합병원이 있으나 2곳을 제외하면 모두 300병상 이하의 규모로 상급종합병원이 없는 지역이며(김정희, 2007; 임성보 등, 2003), 지연과 학연을 포함한 독특한 지역사회 관계망인 권당문화를 형성하고 있다(고해진과 김정희, 2016). 권당은 제주지역에서 친인척을 지칭하는 순수 제주어로 일종의 혈연을 중심으로 한 연고주의 네트워크를 의미하며 혈연, 지연, 학연을 망라한 총체적인 지역적 네트워크 개념으로 확장되었다(김희정과 최낙진, 2011). 구전커뮤니케이션에 사회적 네트워크 특성이 영향을 미친다는 결과를 고려하면(윤성준과 한희은, 2011), 건강검진센터 재이용 의도에는 구전커뮤니케이션이나 지역적 특성도 관련이 있을 것으로 생각된다.

### 3. 고객만족

고객만족은 서비스를 이용하기 전과 후의 서비스와 관련된 자극에 대한 가치 판단이며 지속되는 반응이다(양종현 등, 2012). 동일한 서비스를 제공하더라도 만족해하는 고객과 불만족해 하는 고객이 있으며, 고객의 취향과 기대치가 변함에 따라 만족이 불만족으로 변화될 수도 있다(탁국필, 2011).

서비스 질은 서비스 경험 후 고객의 지각에 의해 고객만족에 영향을 미치게 되며(Tahir et al., 2013), 의료기관 이용자의 고객만족은 의료기관의 구전커뮤니케이션과 재이용 의도에 있어 중요한 영향 요인으로 보고된다(Kitapci, Akdogan,

& Dortyol., 2014).

선행연구에서 의료기관 고객만족의 요인으로 치료과정, 의료기관의 시설과 규모, 인적서비스 등을 포함한 의료기관 이용자의 치료경험에 대한 만족도가 중요한 요인으로 보고되며, 치료경험에 대한 고객만족도는 의료기관의 재이용 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kessler & Mylod, 2011). Panda와 Das (2014)는 Parasuraman (1988)의 SERVQUAL 모형을 사용하여 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성을 측정하고 변수들이 고객만족에 미치는 영향에 대하여 연구하였다. 그 결과, 의료기관의 시설 등 유형성이 고객만족에 영향을 미치며, 의료기관을 선택하는 요인으로 중요한 역할을 한다고 나타났다. 그러나 박혜란과 김광점(2014)의 연구결과에서 최신의료장비나 의료기관의 시설이 실제 의료기관 이용자들의 고객만족에 미치는 영향이 크지 않은 것으로 보고되었다. 건강검진센터 이용자를 대상으로 연구한 이형익(2016)은 건강검진센터 이용자의 질문에 잘 대답해 주거나 이해하기 쉬운 설명 등과 같은 커뮤니케이션 요인이 고객만족에 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 박기혁(2014)의 연구에서도 내부시설, 직원 서비스, 건강검진내용 등 건강검진 만족도가 재이용 의도에 유의한 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

최근 의료의 영역이 점점 서비스화 되어가고 있으며, 의료기관을 이용하는 이용자와 간호사, 혹은 의료기관 이용자와 의사 등 이용자와 의료인 사이의 교감과 교류를 통해 서비스가 이루어지고 있다(박은경 등, 2015).

#### 4. 재이용 의도

의료기관 이용자는 의료기관의 서비스를 이용하고 나서 만족과 불만을 경험하게 된다(이원일과 장광희, 2014). 그리고 그 경험을 토대로 의료기관을 재이용할 것인지 아닌지를 판단하게 되고 주위에 권유를 하거나 불평을 하는 등 다양한 구매 후 행동을 하게 된다(서미란, 2015).

염영희와 이인자(2010)의 연구에 따르면, 의료기관을 이용하는 고객에게 의료서비스가 전달되는 과정에서 의료진과의 여러 가지 경험이 고객만족과 재이용 의도에 매우 중요하고 하였다. Tahir 등(2013)의 연구결과에서도 고객만족이 높

을 때 의료기관 이용자들이 추후 재이용하게 되고, 의료기관을 지속적으로 이용하게 되며, 다른 이용자들에게 자신이 이용한 의료기관을 추천한다고 하였다. 의료기관 이용자의 재이용 의도와 다른 이용자에게 의료기관을 추천하는 등의 행동은 주로 신뢰를 기반으로 하며, 그 외 치료의 질, 의료진의 공감성 등의 요인도 영향을 미친다(Gerard, Francois, Chefdebien, Saint-Lary, & Jami, 2016). 건강검진센터 이용자의 재이용 의도와 관련된 연구에서 이영숙과 정면숙(2006)은 건강검진결과 상담과 건강검진센터의 물리적 환경에 대한 만족도가 재이용 의도에 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 송명희(2011)의 연구에서는 건강검진센터 재이용 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 의료의 기술과 전문성이었고, 이와 함께 건강검진센터의 시설과 환경, 건강검진프로그램, 건강검진비용도 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박기혁(2014)의 연구결과에서 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 높은 영향력을 나타내는 것은 직원친절성으로 보고되었다.

재이용 의도는 서비스를 재이용 할 것인가에 대한 이용자들의 평가를 가장 직접적으로 보여주는 자료로, 재이용 의도를 가진 이용자는 일회성이 아닌 고정고객이 되어 안정적인 의료기관의 운영에 큰 도움을 줄 수 있다(황은정과 심인옥, 2016). 또한 재이용 의도를 갖는 의료기관 이용자들은 지속적으로 의료기관을 이용하여 의료서비스 이용에 더 많은 금액을 지출하고 프리미엄 가격까지 지불하는 동시에, 다른 이용자들에게 긍정적인 구전커뮤니케이션을 하고 자신이 이용한 의료기관을 추천하기도 한다(양중현 등, 2012). 따라서 의료기관들은 이용자들의 재이용 의도를 궁극적인 만족 척도로 간주하고 있다(김성미, 2012).

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구 설계

본 연구는 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인을 파악하여 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이고 고객관리 전략 마련을 위한 기초 자료를 제공하기 위한 서술적 상관관계 연구이다.

#### 2. 연구 대상 및 표집

본 연구는 제주지역에 소재한 일개 종합병원 내 건강검진센터 이용자 중 본 연구의 목적을 이해하고 참여에 동의한 건강검진센터 이용자를 대상으로 하였다. 본 연구를 위한 표본크기는 G\* power analysis program 3.1.9.4를 이용하여 중간 효과 크기=.15, 유의수준( $\alpha$ )=.05, 검정력( $1-\beta$ )=.80, 독립변수의 수를 15개로 하여 최소 표본크기를 139명으로 추정하였다. 대상자 탈락을 고려하여 총 200부의 설문지를 배부하여 200부 전부 회수하였으며(회수율=100%), 그 중 설문지 작성이 미비한 5부를 제외하고 총 195부를 최종분석에 이용하였다.

#### 3. 연구도구

본 연구에서 사용한 연구도구는 구조화된 자가보고형 설문지로 일반적 및 건강검진센터 이용관련 특성 13문항, 건강검진센터 정보관련 특성 1문항, 구전커뮤니케이션 12문항, 고객만족 17문항, 재이용 의도 1문항으로 총 44문항으로 구성되었다.

##### 1) 일반적 및 건강검진센터 이용 관련 특성

대상자의 일반적 특성은 연령, 성별, 결혼 상태, 교육상태, 직업, 가계 월 평균 소득, 지각된 건강상태, 진단 받거나 약물치료중인 질병, 가족력, 가장 걱정되는

질병, 건강검진센터 이용 목적, 건강검진유형, 건강검진센터 이용 경험 등 13문항으로 구성되었다.

### 2) 건강검진센터 정보 관련 특성

건강검진센터를 이용하기 전에 대상자가 가족이나 친구, 친지, 이웃 등 주변 사람으로부터 해당 건강검진센터에 관한 정보를 들은 적이 있는지 여부 및 구체적인 정보제공자를 묻는 1문항으로 구성하였다.

### 3) 구전커뮤니케이션

구전커뮤니케이션은 박희자와 강석정(2000)의 연구에서 사용된 도구를 김윤창(2016)이 수정·보완하여 의료서비스 이용자를 대상으로 사용한 도구를 이용하여 측정하였다. 이는 가족, 친구, 친지, 이웃 등 주변 사람으로부터 들은 건강검진센터 정보가 건강검진센터의 선택에 미치는 영향 정도를 묻는 총 12문항, 5점 Likert 척도로 구성되었다. 각 문항에 대하여 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점에서 ‘매우 그렇다’ 5점으로 응답하도록 되어 있으며, 점수가 높을수록 건강검진센터를 선택하는데 있어 각각의 정보 내용의 영향이 높음을 의미한다. 박희자와 강석정(2000)의 연구에서 Cronbach’s  $\alpha$ 는 .81이었고, 본 연구에서 Cronbach’s  $\alpha$ 는 .92이었다.

### 3) 고객만족

고객만족을 측정하기 위하여 송명희(2011)가 건강검진센터 이용자를 대상으로 사용한 도구를 수정·보완하여 구성하였다. 이는 이용절차(4문항), 시설과 환경(3문항), 의료의 기술과 전문성(4문항), 이용자에 대한 관심과 서비스(3문항), 직원의 친절성(4문항) 등 5개 하위영역으로 구성되어 있다. 총 17문항 5점 Likert 척도로서 각 문항에 대하여 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점에서 ‘매우 그렇다’ 5점으로 응답하도록 되어 있으며, 점수가 높을수록 건강검진센터 이용자의 고객만족도가 높음을 의미한다. 송명희(2011)의 연구에서 고객만족의 Cronbach’s  $\alpha$ 는 .88, 하위영역별로는 .78~.90이었고, 본 연구에서 Cronbach’s  $\alpha$ 는 .92, 하위영역별로는 이용절차의 편리성 .89, 시설과 환경 .91, 의료의 기술과 전문성 .87, 관심과 서비스

.87, 직원의 친절성 .90이었다.

#### 4) 재이용 의도

재이용 의도는 양원희(2011)가 건강검진센터 이용자를 대상으로 사용한 도구를 수정·보완하여 측정하였다. 이는 건강검진센터의 재이용 의도 정도 및 재이용 이유를 묻는 1문항으로 구성되었으며, ‘재이용할 의사가 전혀 없다’ 1점에서 ‘재이용할 의사가 아주 많다’ 5점으로 응답하도록 되어 있다. 점수가 높을수록 재이용 의도가 높음을 의미한다.

### 4. 자료수집방법

본 연구의 자료 수집은 J 대학교 생명윤리심의위원회의 승인 후 2019년 4월 22일부터 5월 18일까지 자가보고 설문지를 이용하였으며, 설문지를 배포하는 해당 병원의 병원장에게 본 연구의 목적과 내용을 설명하고 병원장 동의를 얻어 건강검진센터 이용자에게 개별적인 동의서를 획득한 후 설문지를 배포하였다. 대상자들에게 연구의 목적과 내용, 자료의 익명성, 비밀보장 등에 관한 내용이 포함된 연구 참여 동의서를 설문지와 별도로 배포하였으며, 연구 참여에 동의한 대상자들로부터 서면으로 동의서를 받았고, 자료는 무기명으로 작성 후 밀봉 가능한 봉투에 넣어 타인이 열어볼 수 없게 입구를 봉한 상태로 회수되었다. 수집된 자료는 연구자만 접근 가능한 암호화된 보안장치에 보관하였으며, 연구관련 기록은 연구가 종료된 시점으로부터 1개월 내 폐기할 예정이다. 본 설문지 작성에 소요된 시간은 약 15분 정도였으며, 연구 협조에 대한 보답으로 대상자들에게 소정의 답례품을 제공하였다.

### 5. 자료분석방법

수집된 자료는 SPSS WIN 22.0 program을 이용하여 분석하였다.

- 1) 건강검진센터 이용자의 구전커뮤니케이션, 고객만족, 재이용 의도는 서술적 통계방법을 이용하여 분석하였다.

- 2) 건강검진센터 이용자의 특성에 따른 재이용 의도의 차이는 t-test, ANOVA로 분석하였고, 사후검정은 Scheffe-test를 하였다.
- 3) 건강검진센터 이용자의 구전커뮤니케이션, 고객만족, 재이용 의도의 관계는 Pearson's correlation coefficient를 구하였다.
- 4) 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해 단계적(step-wise) 다중 회귀분석을 하였다.

## 6. 연구자의 윤리적 고려

본 연구는 연구 대상자의 윤리적 측면을 고려하여 J 대학교 생명윤리심의위원회 승인을 받은 후 시행하였다(NO. JJNU-IRB-2019-014). 설문지 작성 전 연구의 참여가 자발적으로 이루어지며, 연구 참여 동의서는 대상자의 익명을 보장하고, 수집된 자료는 연구 이외의 다른 목적으로 사용하지 않을 것과 연구 참여로 인한 어떠한 불이익도 없을 것이며, 대상자가 원하지 않을 경우 언제든지 철회가 가능함을 알리는 내용을 포함하였다. 설문지와 별도로 구성된 연구 참여 동의서에 서명을 받은 후 설문조사를 실시하였다.

## IV. 연구결과

### 1. 대상자의 일반적 특성과 건강검진센터 이용 및 정보 관련 특성

#### 1) 대상자의 일반적 및 건강검진센터 이용 특성

본 연구 대상자의 일반적 특성은 <Table 1>과 같다.

본 연구의 대상자는 총 195명으로, 건강검진센터를 이용한 남자가 90명(46.2%), 여자가 105명(53.8%)이었고, 평균 나이는 44.83세( $\pm 11.40$ )로 40-49세가 57명(29.4%)으로 가장 많았으며, 30-39세 52명(26.8%), 50-59세 47명(24.2%), 60세 이상 20명(10.3%), 20-29세 18명(9.3%) 순이었다. 결혼 상태는 기혼자 149명(76.4%), 미혼자 34명(17.4%), 이혼/별거/사별 12명(6.2%)이었다. 교육수준은 대졸 이상 졸업자가 90명(46.6%)으로 가장 많았으며, 고졸이하가 63명(32.6%), 전문대 졸업자가 40명(20.7%)이었다. 직업이 있는 대상자는 165명(84.6%), 직업이 없는 대상자는 30명(15.4%)이었다. 월 가구소득은 500만원 이상이 111명(57.5%)으로 500만원 미만 82명(42.5%)보다 많았으며 지각된 건강상태는 건강하다고 응답한 경우가 72명(36.9%)으로 가장 높았고, 보통이 101명(51.8%), 건강하지 못함이 22명(11.3%)이었다.

대상자가 과거에 질병을 앓았는지에 대한 과거력을 묻는 문항에 없다고 응답한 대상자는 143명(75.3%)이었고, 있다고 응답한 대상자는 47명(24.7%)이었다. 과거력이 있다고 응답한 대상자의 구체적인 질병은 고혈압 27명(13.6%), 당뇨병 6명(3.0%), 이상지질혈증 4명(2.0%), 심장병 2명(1.0%), 폐결핵 2명(1.0%), 기타 15명(7.5%) 순으로 나타났다. 가족력이 없는 대상자는 103명(53.9%), 가족력이 있는 대상자는 88명(46.1%)로 가족력이 있는 대상자의 질병은 고혈압 38명(17.0%), 당뇨병 28명(12.6%), 뇌졸중 13명(5.8%), 심장병 8명(3.6%), 기타 33명(14.8%)이었다. 건강검진을 위한 내원 시 대상자들이 걱정되는 질병이 있다고 응답한 대상자는 146명(76.0%)으로 걱정되는 질병이 없는 대상자 46명(24.0%)보다 많았으며, 구체적으로 걱정된다고 응답한 질병은 고혈압 36명(12.5%), 심장병 27명(9.4%), 위암 27명(9.4%), 간암 24명(8.4%), 대장암 22명(7.7%), 뇌졸중 21명(7.3%), 당뇨병

21명(7.3%), 폐암 19명(6.6%), 자궁암 16명(5.6%), 유방암 14명(4.9%), 기타 14명(4.9%)이었다.

건강검진센터 이용목적으로는 대부분의 대상자가 정기건강검진(189명, 97.9%)으로 응답하였으며, 건강검진유형은 국가건강검진이 64명(49.2%), 종합건강검진이 66명(50.8%)이었다. 과거 건강검진센터 이용경험이 없는 대상자는 130명(67.4%)으로 과거이용경험이 있는 대상자 63명(32.6%)보다 많았으며, 이들의 평균 이용횟수는 2.03회( $\pm 2.79$ )이었다.

**<Table 1> General & Health Screening Center Visiting-Related Characteristics of the Subjects**

N=195\*

Characteristics	Categories	N(%)	Mean±SD	
Gender	Male	90 (46.2)	44.83±11.40	
	Female	105 (53.8)		
Age (years)	20-29	18 (9.3)	44.83±11.40	
	30-39	52 (26.8)		
	40-49	57 (29.4)		
	50-59	47 (24.2)		
	≥60	20 (10.3)		
Marital status	Unmarried	34 (17.4)		
	Married	149 (76.4)		
	Divorced, bereaved, & separated	12 (6.2)		
Education	≤High school	63 (32.6)		
	College	40 (20.7)		
	≥University	90 (46.6)		
Occupation	Unemployed	30 (15.4)		
	Employed	165 (84.6)		
Monthly household income (10,000won)	<500	82 (42.5)		
	≥500	111 (57.5)		
Perceived health status	Unhealthy	22 (11.3)		
	Moderate	101 (51.8)		
	Healthy	72 (36.9)		
History of diseases	No	143 (75.3)		
	Yes	47 (24.7)		
	Specific diseases history**	Hypertension		27 (13.6)
		Diabetes		6 (3.0)
		Dyslipidemia		4 (2.0)
		Heart disease		2 (1.0)
		Tuberculosis		2 (1.0)
Others <sup>†</sup>	15 (7.5)			
Family history of diseases	No	103 (53.9)		
	Yes	88 (46.1)		
Specific family history diseases**	Hypertension	38 (17.0)		
	Diabetes	28 (12.6)		
	Stroke	13 (5.8)		
	Heart disease	8 (3.6)		
	Others <sup>†</sup>	33 (14.8)		
Diseases of concern	No	46 (24.0)		
	Yes	146 (76.0)		
Specific diseases of concern**	Hypertension	36 (12.5)		
	Heart disease	27 (9.4)		
	Stomach cancer	27 (9.4)		
	Liver cancer	24 (8.4)		
	Colorectal cancer	22 (7.7)		
	Stroke	21 (7.3)		
	Diabetes	21 (7.3)		
	Lung cancer	19 (6.6)		
	Uterine cancer	16 (5.6)		
	Breast cancer	14 (4.9)		
Others <sup>§</sup>	14 (4.9)			
Purpose of visiting	Regular health screening	189 (97.9)		
	Others <sup>  </sup>	6 (3.1)		
Type of health screening	National health screening	64 (49.2)		
	Comprehensive health screening	66 (50.8)		
Past experience (No. of times)	No	130 (67.4)	(2.03±2.79)	
	Yes	63 (32.6)		

\*Excluding no responses; \*\*Multiple response;

<sup>†</sup>Others=Thyroid disease, rheumatoid arthritis, & cerebral infarction; <sup>‡</sup>Others=Stomach cancer, colorectal cancer, lung cancer, & breast cancer; <sup>§</sup>Others=Thyroid disease, pancreatic cancer, & dementia; <sup>||</sup>Others=Physical examination for employment.

2) 대상자의 건강검진센터 정보 관련 특성

건강검진센터를 이용하기 전에 가족, 친구, 친지, 이웃 등 주변 사람들로 부터 건강검진센터의 정보를 들었는지에 대한 분석 결과는 <Table 2>와 같다.

건강검진센터 정보를 들었다고 응답한 대상자는 129명(66.2%)이었으며, 그렇지 않다고 응답한 대상자는 66명(33.8%)이었다. 정보를 들었다고 응답한 129명의 정보제공자는, 직장동료가 62명(47.0%)으로 가장 많았으며, 가족·친척 51명(38.6%), 친구·선후배 13명(9.8%), 이웃 6명(4.5%) 순이었다.

<Table 2> Characteristics of the Information on Health Screening Center

		N=195
Characteristics	Categories	N(%)
Information on health screening center	No	66 (33.8)
	Yes	129 (66.2)
Information sources*	Coworkers	62 (47.0)
	Family & relatives	51 (38.6)
	Friends, seniors, & juniors	13 (9.8)
	Neighborhood	6 (4.5)

\*Multiple response.

## 2. 구전커뮤니케이션, 고객만족도 및 재이용 의도

### 1) 대상자의 구전커뮤니케이션 정도

구전커뮤니케이션 정도는 5점 만점에 평균 3.07점( $\pm 0.86$ )으로 건강검진센터의 정보가 해당 건강검진센터 선택에 중간정도의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

구체적으로 살펴보면, ‘간편한 절차’가 3.59점( $\pm 1.09$ )으로 가장 높은 점수를 보였으며, 그 다음 ‘교통의 편리성’ 3.46점( $\pm 1.24$ ), ‘의료진의 직원의 친절함’ 3.40점( $\pm 1.21$ ), ‘의료진의 친절함’ 3.38점( $\pm 1.20$ ), ‘센터와 외래의 연계성’ 3.30점( $\pm 1.24$ ), ‘건강검진 대기시간’ 3.21점( $\pm 1.17$ ), ‘대기 건강검진고객 수’ 2.96점( $\pm 1.15$ ), ‘건강검진센터 규모’ 2.94점( $\pm 1.11$ ), ‘최신시설’ 2.92점( $\pm 1.12$ ), ‘건강검진비용’ 2.77점( $\pm 1.11$ ), ‘의료진의 명성’ 2.76점( $\pm 1.08$ ) 순이었고, ‘의료진의 출신학교’가 2.18점( $\pm 0.99$ )으로 가장 낮았다<Table 3>.

<Table 3> Levels of Word-of-Mouth Communication

Word-of-mouth communication	Mean $\pm$ SD	Range
Easy procedure	3.59 $\pm$ 1.09	1-5
Convenience of traffic	3.46 $\pm$ 1.24	
Kindness of non-medical staff	3.40 $\pm$ 1.21	
Kindness of medical staff	3.38 $\pm$ 1.20	
Connection between center and medical care	3.30 $\pm$ 1.24	
Wait duration for health screening	3.21 $\pm$ 1.17	
No. of waiting customers for health screening	2.96 $\pm$ 1.15	
Scale of health screening center	2.94 $\pm$ 1.11	
Up-to-date facilities	2.92 $\pm$ 1.12	
Appropriate cost	2.77 $\pm$ 1.11	
Reputation of medical staff	2.76 $\pm$ 1.08	
Educational background of medical staff	2.18 $\pm$ 0.99	
Total	3.07 $\pm$ 0.86	1-5

## 2) 대상자의 고객만족도

본 연구에서 고객만족도는 건강검진센터에서 이루어지는 건강검진 의료서비스 5개 하위영역인 이용절차의 편리성, 시설과 환경, 의료의 기술과 전문성, 수검자에 대한 관심과 서비스, 직원의 친절성에 대하여 조사하였다. 그 결과는 <Table 4>와 같다.

건강검진센터 이용에 대한 전체 만족도는 평균 4.21점( $\pm 0.60$ )이었으며, 5개 하위영역별 만족도는 직원의 친절성이 4.34점( $\pm 0.69$ )으로 가장 높았으며, 그 다음 시설과 환경 4.27점( $\pm 0.97$ ), 이용절차의 편리성 4.25점( $\pm 0.67$ ), 이용자에 대한 관심과 서비스 4.22점( $\pm 0.67$ ), 의료의 기술과 전문성 4.03점( $\pm 0.64$ ) 순이었다. 하부영역별로 구체적으로 살펴보면, 이용절차의 편리성에 대한 만족도는 검사 시 대기시간이 4.38점( $\pm 0.67$ )로 가장 높았고, 예약 및 접수절차 4.32점( $\pm 0.70$ ), 검사결과 상담시간 4.24점( $\pm 0.75$ ), 검사진행과정 4.13점( $\pm 0.89$ )순으로 나타났다. 시설과 환경에 대한 만족도는 분위기 및 안락함 4.45점( $\pm 2.26$ ), 검진 시 편안함 4.22점( $\pm 0.74$ ), 휴식 및 대기공간 4.14점( $\pm 0.79$ ) 순이었다. 의료의 기술과 전문성에 대한 만족도는 직원의 업무숙지 4.29점( $\pm 0.75$ ), 간호사의 전문성 4.09점( $\pm 0.75$ ), 의사의 전문성 3.92점( $\pm 0.71$ ), 의료기기 및 장비의 우수성 3.86점( $\pm 0.79$ )으로 나타났다. 이용자에 대한 관심과 서비스에 대한 만족도는 건강검진 진행절차 설명 4.31점( $\pm 0.70$ ), 불편함에 대한 신속한 조치 4.28점( $\pm 0.69$ ), 결과상담 및 진료안내 등 사후관리 4.13점( $\pm 0.73$ ) 순이었으며, 직원의 친절성에 대한 만족도는 안내직원이 4.40점( $\pm 0.71$ )로 가장 높았으며, 각 검사실 검사직원 4.38점( $\pm 0.73$ ), 의사 4.31점( $\pm 0.72$ )으로 나타났다.

<Table 4> Levels of Customer Satisfaction

N=195

Variables	Categories	Mean±SD	Range	
Convenience of procedure	Waiting time	4.38±0.67	4.25±0.67	1-5
	Reservation and reception	4.32±0.70		
	Consultation time for the exam results	4.24±0.75		
	Examination process	4.13±0.89		
Facilities and Environment	Comfortable climate	4.45±2.26	4.27±0.97	
	Comfortable examination	4.22±0.74		
	Lounge for waiting	4.14±0.79		
Medical skills and expertise	Staff knowledge & skills	4.29±0.75	4.03±0.64	
	Nurses' expertise	4.09±0.75		
	Doctors' expertise	3.92±0.71		
	Excellence of medical devices and equipment	3.86±0.79		
Interest in customers	Explanation of procedure for health screening	4.31±0.70	4.22±0.67	
	Prompt action against discomfort	4.28±0.69		
	Follow-up	4.13±0.73		
Kindness of staff	Reception staff	4.40±0.71	4.34±0.69	
	Inspection staff	4.38±0.73		
	Doctor	4.31±0.72		
Total			4.21±0.60	1-5

### 3) 대상자의 건강검진센터 재이용 의도 정도

건강검진센터를 앞으로 다시 이용할 의도가 있다고 응답한 대상자는 191명 (97.9%)이었고 재이용 의도가 없는 대상자는 4명(2.1%)에 불과하였다. 재이용 하려는 이유는 ‘건강검진센터 직원들이 친절하고 신뢰감을 주어서’가 139명(42.9%), ‘건강검진결과에 대한 자세한 설명이 만족스러워서’ 67명(20.7%), ‘시설과 환경이 좋아서’ 66명(20.4%), ‘병원의 지인 소개’ 28명(8.6%), ‘기타’ 24명(7.4%)이었다. 건강검진센터 이용 후 재이용하지 않으려는 이유로는 ‘교통이 불편해서’ 2명 (40.0%), ‘건강검진 검사과정이 복잡하고 시간이 오래 걸려서’ 1명(20.0%), ‘기타’ 2명(40.0%)이었으며, 건강검진센터 재이용 의도의 정도는 5점 만점에 평균 4.39 점( $\pm 0.83$ )으로 나타났다<Table 5>.

<Table 5> Levels of Intent to Revisit

		N=195	
Variables	Categories	N(%)	Mean $\pm$ SD Range
Intent to revisit	No	4 (2.1)	1-5
	Yes	191 (97.9)	
Reasons for revisiting*	Kindness of staff	139 (42.9)	
	Satisfaction with the explanation of the result	67 (20.7)	
	Good facilities and equipment	66 (20.4)	
	Introduction of acquaintance	28 (8.6)	
	Others <sup>†</sup>	24 (7.4)	
Reasons for non revisiting*	Inconvenient traffic	2 (40.0)	
	Complex process	1 (20.0)	
	Others <sup>‡</sup>	2 (40.0)	
Intent to revisit		4.39 $\pm$ .083	1-5

\*Multiple response;

<sup>†</sup>Others=Short distance, convenience of traffic, & easy procedure; <sup>‡</sup>Others=Wait duration for health screening & long distance.

### 3. 대상자의 일반적 및 건강검진센터 이용 특성과 건강검진센터 정보 관련 특성에 따른 재이용 의도의 차이

대상자의 일반적 특성 및 건강검진센터 이용 특성, 건강검진센터 정보 관련 특성에 따른 재이용 의도의 차이에 대한 분석결과, 성별( $t=3.02$ ,  $p=.003$ ), 건강상태( $F=3.12$ ,  $p=.046$ )에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 즉 여성에 비하여 남성의 재이용 의도가 높았으며, 자신이 건강하다고 지각하는 대상자의 재이용 의도가 높은 것으로 나타났으나 사후검정결과는 유의하지 않았다. 연령, 결혼, 교육수준, 직업, 가구소득, 과거력, 가족력, 걱정되는 질병, 건강검진센터 이용목적, 검진 유형, 과거이용경험, 건강검진센터 정보를 들은 유무에 따른 재이용 의도의 차이는 통계적으로 유의하지 않았다<Table 6>.

<Table 6> Differences in Intent to Revisit according to the Subjects' Characteristics

N=195

Characteristics	Categories	Intent to revisit		
		Mean±SD	t/F	p
Gender	Male	4.58±0.72	3.02	.003
	Female	4.23±0.89		
Age (years)	20-29	4.22±0.94	1.96	.103
	30-39	4.37±0.79		
	40-49	4.56±0.78		
	50-59	4.43±0.81		
	≥60	4.00±0.97		
Marital status	Unmarried	4.26±0.90	0.48	.622
	Married	4.42±0.82		
	Divorced, bereaved, & separated	4.42±0.90		
Education	≤High school	4.22±0.94	2.92	.057
	College	4.63±0.67		
	≥University	4.40±0.81		
Occupation	Unemployed	4.27±0.94	2.28	.133
	Employed	4.41±0.81		
Monthly household income (10,000won)	<500	4.30±0.90	-1.50	.136
	≥500	4.48±0.77		
Perceived health status	Unhealthy <sup>a</sup>	4.58±0.75	3.12	.046 a>c
	Moderate <sup>b</sup>	4.27±0.87		
	Healthy <sup>c</sup>	4.32±0.84		
History of disease	No	4.39±0.83	-0.07	.944
	Yes	4.40±0.88		
Family History Disease	No	4.36±0.87	-0.47	.638
	Yes	4.42±0.81		
Diseases of concern	No	4.22±0.88	-1.65	.100
	Yes	4.45±0.80		
Purpose of visiting	Regular health screening	4.40±0.83	0.67	.503
	Others*	4.17±0.98		
Type of health screening	National health screening	4.42±0.83	0.59	.558
	Comprehensive health screening	4.33±0.88		
Past experience	No	4.29±0.87	-1.22	.226
	Yes	4.44±0.82		
Information on health screening centers	No	4.31±0.85	0.87	.352
	Yes	4.43±0.83		

a, b, c=Scheffe test; \*Others=Physical examination for employment.

#### 4. 구전커뮤니케이션, 고객만족도와 건강검진센터 재이용 의도간의 관계

구전커뮤니케이션과 고객만족도, 재이용 의도간의 상관관계는 <Table 7>과 같다. 대상자의 재이용 의도는 구전커뮤니케이션의 내용( $r=.26, p<.001$ ), 고객만족도 ( $r=.53, p<.001$ )와 정적 상관관계가 있었으며, 고객만족도는 구전커뮤니케이션의 내용( $r=.28, p<.001$ )과 정적 상관관계가 있었다. 즉 대상자들은 고객만족도와 구전커뮤니케이션이 높을수록 재이용 의도가 높았고, 또한 고객만족도가 높을수록 구전커뮤니케이션의 정도도 높았다.

<Table 7> Correlations among Word-of-mouth Communication, Customer Satisfaction, and Intent to Revisit

	Intent to revisit	Word-of-mouth communication	Customer satisfaction
	r (p)		
Intent to revisit	1		
Word-of-mouth communication	.26 (<.001)	1	
Customer satisfaction	.53 (<.001)	.28 (<.001)	1

대상자의 재이용 의도에 미치는 영향을 파악하기 위해 단계적 회귀분석을 하였다. 우선 회귀분석의 가정을 검정하였다. Durbin-Watson을 이용하여 오차의 자기상관을 검증한 결과 2.072로 각 독립변수 간의 자기상관이 없었으며, 변수에 대한 공차한계는 0.177~0.525로 0.10이상이었고, 분산팽창인자(variation inflation factor)값은 1.003으로 기준치 10보다 크지 않으므로 모든 변수는 다중공선성의 문제가 없었다. 마지막으로 잔차분석 결과 재이용 의도에 대한 회귀표준화 잔차의 정규 P-P도표에서 선형성이 확인되었고, 산점도도 잔차의 분포가 0을 중심으로 고르게 퍼져있어 오차항의 정규성과 등분산성이 확인되었다.

재이용 의도 차이 분석에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타난 성별과 건강상태 등 일반적 특성과 건강검진센터의 정보를 들은 유무를 더미변수로 변환하여, 구전커뮤니케이션, 고객만족도를 함께 독립변수로 투입하고 재이용 의도를 종속

변수로 하여 회귀분석을 하였다. 그 결과, 최종 회귀모형의 적합도는 적절하였고 재이용 의도의 총 변량의 27%를 설명하였다(Adjusted R<sup>2</sup>=.29, F=40.60, *p*<.001). 최종 모형에서 건강검진센터 이용 만족도( $\beta$ =.52, *p*<.001)와 건강상태( $\beta$ =.15, *p*=.014)가 재이용 의도에 유의한 영향을 미치는 유의한 변수들로 나타났다. 이는 자신의 건강상태를 건강하다고 지각할수록, 고객만족도가 높을수록 건강검진센터의 재이용 의도가 높아지는 것을 의미한다(F=40.60, *p*<.001) <Table 8>.

<Table 8> Factors Influencing the Intent to Revisit

Variables	Intent to revisit									
	B	SE	Beta	t	<i>p</i>	VIF	DW	Adjusted R <sup>2</sup>	F	( <i>p</i> -value)
(상수)	1.27	0.36		3.55	<.001					
Customer satisfaction	0.72	0.08	.52	8.53	<.001	1.003	2.442	0.29	40.60	(<.001)
Perceived health status*	0.26	0.10	.15	2.48	.014	1.003				

\*dummy variable=Perceived health status (healthy=1, unhealthy=0).

## V. 논의

본 연구는 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인을 파악하여 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이고 고객관리 전략 마련을 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다.

### 1. 대상자의 일반적 특성, 건강검진센터 이용 및 정보관련 특성

본 연구 결과, 건강검진센터를 이용한 대상자의 과반수 이상이 여성이었으며, 연령대로는 40대, 30대, 50대 순이었다. 이는 건강검진센터 이용 대상자 중 여성이 차지하는 비율이 각각 50.3%, 51.8%로 보고한 임복희와 최희성(2014), 김효진(2010)의 연구 결과와 40대 이용자가 가장 많다고 보고한 이형익(2016)의 연구 결과와 유사하였다. 통계청(2018)에 의하면 우리나라 경제활동인구 중 40대의 경제활동참여률이 81.0%, 30대 78.3%, 50대 77.1%, 20대 64.0%, 60대 이상 41.4%으로 40대가 가장 활발한 경제활동을 하고 있는 반면에 그로 인한 높은 스트레스와 건강에 대한 관심의 증대가(박기혁, 2014) 40대의 건강센터 이용 비율이 높은 것과 관련이 있을 것으로 사료된다. 결혼 상태는 기혼자가 76.4%로 미혼자보다 많았으며 대졸이상의 교육수준을 보인 대상자가 46.6%으로 가장 많았다. 이러한 결과는 기혼자나 대졸이상자의 건강검진센터 이용률이 높다고 보고한 선행 연구 결과(김효진, 2010; 양원희, 2011)와 유사한 수준이었다. 또한 본 연구 대상자의 과반수 이상(57.5%)이 500만원 이상의 월 가구소득을 보고하였는데, 이는 소득이 높을수록 건강검진센터 이용 빈도가 높다는 김성미(2012), 박기혁(2014)의 연구결과를 지지하는 것으로 생각된다.

본 연구에서, 자신의 건강상태에 대해 ‘건강하거나 보통’으로 인식하고 있는 건강검진센터 이용자의 비율이 높았는데 이는 병원 내원 목적이 질병중심에서 예방중심으로 변화되면서 의료서비스 이용자들이 자신의 건강상태를 확인하고자 하는 요구가 증가하고 있음(송명희, 2011; 임복희와 최희성, 2014)을 시사한 것으로 생각된다. 따라서 건강검진은 실제 질병이 있거나 또는 건강상태가 좋지 않아

이용하게 되는 외래 진료와는 다른 상황으로 건강검진센터 이용자 대상의 질병 예방과 건강증진에 초점을 둔 건강교육과 간호서비스 등이 필요할 것으로 생각된다.

대상자의 약 25%가 ‘질병 과거력이 있다’라고 응답하였으며, 과거력이 있는 대상자의 질병은 고혈압이 가장 많았고, 당뇨병, 이상지질혈증, 심장병, 폐결핵의 순이었다. 가족력이나 걱정이 되는 질병 또한 대상자의 과거력 질병과 유사하였는데, 가족력이 있는 대상자는 46.1%로 고혈압이 가장 많았고, 당뇨병, 뇌졸중, 심장병의 순이었다. 대상자의 76.0%가 질병에 대하여 걱정하고 있었고, 가장 걱정을 많이 하는 질병은 고혈압이었으며, 심장병, 위암, 간암, 대장암, 뇌졸중, 당뇨병, 폐암과 자궁암 등의 순이었다. 이 같은 결과는 고혈압, 당뇨병, 암 등 만성 질환에 대하여 대상자들이 걱정을 많이 한다고 보고한 김성미(2012)의 연구결과와 유사한 것이었다. 이는 인구고령화 등으로 만성질환과 암 등의 유병율이 높아지는 현황이 반영된 것으로(김남순 등, 2017), 건강검진센터 이용자의 건강요구 및 질병관련 특성들을 고려한 건강관리 및 교육이 필요할 것으로 생각된다.

건강검진센터 이용목적으로 거의 대부분(97.9%)의 대상자들이 정기건강검진을 하기 위하여 건강검진센터를 이용하였는데, 이는 정기건강검진을 위해 건강검진센터를 이용하는 경우가 약 92%라고 보고한 김성미(2012)의 연구결과와 유사하였다. 대상자의 건강검진 유형은 종합건강검진과 국가건강검진이 각각 50.8%, 49.2%로 유사한 수준이었다. 국민건강보험법에 따라 국가건강검진이 성별, 연령 등의 특성 및 생애 주기에 맞게 정기적으로 시행되고 있어(국민건강보험법, 2019), 건강검진센터를 이용하는 비율에서 정기건강검진이 높게 나타난 것으로 사료된다. 특히 정기적인 건강검진을 위하여 건강검진센터를 이용하는 대상자가 많았던 바, 이는 건강검진의 필요성 인식 및 수요 증가에 따라 정기적으로 건강검진을 받고자하는 이용자들이 지속적으로 증가되고 있는 것(김성미, 2012; 김용준, 2014)과 관련이 있을 것이라 생각된다.

대상자의 66.2%가 건강검진센터를 이용하기 전에 가족, 친구, 친지, 이웃 등 주변 사람으로부터 건강검진센터의 정보를 들었다고 응답하였으며, 건강검진센터에 대한 정보제공자는 직장동료, 가족·친척, 친구·선후배, 이웃 순이었다. 건강검진센터 정보를 들은 대상자와 정보제공자로 직장동료가 높게 나타난 것은 본 연구에

서 직업이 있는 대상자가 84.6%로 직업이 없는 대상자 보다 높게 나타난 것과 관련이 있을 것으로 사료된다.

## 2. 구전커뮤니케이션, 고객만족도 및 재이용 의도

구전커뮤니케이션의 정도는 3.12점이었으며, 구체적으로 살펴보면 ‘빠른 검사시간과 간편한 절차’가 가장 높았고, ‘의료진의 직원의 친절함’, ‘교통의 편리성’, ‘의료진의 친절함’, ‘건강검진 대기시간’, ‘센터와 외래의 연계성’, ‘대기 건강검진고객수’, ‘건강검진센터 규모에 관한 정보’, ‘최신시설에 관한 정보’, ‘건강검진비용’, ‘의료진의 명성’ 순이었으며, ‘의료진의 출신학교’가 가장 낮게 나타났다. 이는 병원 이용자를 대상으로 한 김윤창(2016)과 서규훈(2014)의 연구에서 ‘의사의 명성’, ‘의료기관의 평판’, ‘최신시설’, ‘병원의 시설 및 규모’ 등이 병원선택에 유의한 영향을 미쳤던 결과와는 차이가 있었다. 이 같은 결과는 병원 등 의료기관의 선택과 건강검진센터의 선택에 영향을 미치는 구전커뮤니케이션의 내용은 다를 수 있음을 시사한 것으로, 건강검진센터 이용자의 특성 및 요구에 부합되는 맞춤형 마케팅 전략이 필요하다고 생각된다(이영숙과 정면숙, 2006). 특히 물리적 및 시간적 요인인 ‘검사시간 및 절차의 간소화’나 ‘교통의 편리성’, ‘대기시간’, ‘외래의 연계성’ 등과 인적 촉진전략 요인인 ‘의료진 및 의료진의 직원의 친절함’ 등을 고려하여(이상미, 박성애와 김명애, 2010), 건강검진센터 이용자와의 접점에서 간호서비스 관리가 효과적으로 이루어져야 할 것으로 생각된다(정면숙 등, 2016).

대상자의 고객만족도는 평균 4.21점이었는데, 이는 대학병원의 건강검진센터 이용자를 대상으로 한 송명희(2011)의 연구와 유사하였다. 하위영역별로 보면 직원의 친절성 영역에 대한 만족도가 가장 높았으며, 시설과 환경 영역, 이용절차의 편리성 영역, 이용자에 대한 관심과 서비스 영역, 의료의 기술과 전문성 영역 순이었다. 이 같은 결과는 직원의 친절성과 시설 및 환경에 대한 만족도가 가장 높았다고 보고한 송명희(2011)의 연구결과와 유사한 것으로, 건강검진센터 이용자의 고객만족에 직원의 친절성과 시설 및 환경이 영향을 미칠 수 있음을 보여주고 있다.

건강검진센터 이용자의 재이용 의도 정도는 5점 만점에 평균 4.39점이었으며,

건강검진센터를 앞으로 다시 이용할 의도가 있다고 응답한 대상자는 97.9%이었다. 이 같은 결과는 박기혁(2014)의 연구에서 재이용 의도 4.27점, 재이용 의도가 있는 대상자가 90.8%로 높은 비율을 보인 결과와 유사하였다. 건강검진센터를 재이용 하려는 이유는 ‘건강검진센터 직원들이 친절하고 신뢰감을 주어서’와 ‘건강검진결과에 대한 자세한 설명이 만족스러워서’가 가장 많았고, ‘시설과 환경이 좋아서’, ‘병원의 지인 소개’ 등 순이었다. 대부분의 대상자들이 건강검진센터를 재이용하려는 의사를 가지고 있는 것으로 나타났던 바, 이는 본 연구 대상자들의 건강검진센터에 대한 충성도가 높음을 시사한 것으로 생각된다(이상미 등, 2010). 따라서 대상자들의 건강검진센터에 대한 충성도를 계속적으로 유지하고, 건강검진센터를 재이용하기 위해서는 이용자의 요구를 파악하고 그들이 만족할 수 있도록 도와줌으로써 지속적인 관계를 유지할 수 있는 고객관계관리의 도입을 고려해 볼 수 있을 것으로 생각된다(김병호, 2014; 이상미 등, 2010).

### 3. 대상자의 일반적 특성, 건강검진센터 이용 및 정보 관련 특성에 따른 재이용 의도의 차이

대상자의 일반적 및 건강검진센터 이용 특성과 건강검진센터 정보 관련 특성에 따른 차이검정 결과, 여성보다 남성의 재이용 의도가 높았고, 자신이 건강하다고 지각하는 대상자의 재이용 의도가 높았다. 이는 성별에 따른 재이용 의도가 유의하게 나타난 박기혁(2014)의 연구결과와 유사하였으나, 결혼유무, 건강검진형태, 방문횟수에 따라 재이용 의도에 차이가 나타난 선행연구들의 결과와 차이가 있었다(송명희, 2011; 이영숙과 정면숙, 2016). 본 연구나 박기혁(2014)은 중소병원의 건강검진센터 이용자를 대상으로 하였던 반면에 송명희(2011)와 이영숙과 정면숙(2016)의 연구에서는 대학병원의 건강검진센터 이용자를 대상으로 하였던 점을 고려하면, 이 같은 결과는 건강검진센터가 소속되어 있는 병원의 규모나 특성에 따라 이용자 특성의 차이에서 일부 기인한 것으로 추정되나, 추후 건강검진센터의 규모 등 건강검진센터의 특성과 이용자 특성의 차이로 인한 재이용 의도의 차이가 있는지에 대한 연구가 필요할 것으로 생각된다. 또한 본 연구결과, 선행연구에서 재이용 의도에 대한 영향변수로 보고되지 않았던 지각된 건강상태가

재이용 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 이를 고려하여 건강검진 후 건강검진센터 이용자에게 일상생활 건강관리방법이나 성인병정보, 운동요법, 건강상태를 파악하고 관리하는 서비스나 정보를 정기적으로 제공하여 재이용 의도를 높일 수 있도록 하는 질적인 건강검진 사후관리 방법(양원희, 2011) 또한 필요할 것으로 생각된다.

재이용 의도의 차이검정에서 건강검진센터 정보를 들은 유무가 유의하지 않게 나타났다. 종합병원에서 진료를 받은 환자를 대상으로 한 서규훈(2014)의 연구에서 의료기관 이용자를 늘리기 위해서는 기존 의료기관 이용자들의 긍정적 구전 활동이 활발히 이루어져야 한다는 점을 고려하면 건강검진센터를 이미 이용한 건강검진센터 이용자들의 구전커뮤니케이션 활동에 대한 여러 인센티브를 제공할 수 있는 방안 등이 필요할 것으로 생각된다.

#### 4. 구전커뮤니케이션, 고객만족도와 건강검진센터 재이용 의도 간의 관계

대상자의 구전커뮤니케이션과 건강검진센터 고객만족도가 높을수록 재이용 의도가 높았고, 고객만족도가 높을수록 구전커뮤니케이션의 정도도 높았다. 또한 건강검진센터 고객만족도와 지각된 건강상태가 재이용 의도에 영향을 미치는 주요 요인으로 나타났다. 이는 재이용 의도에 영향을 미치는 요인으로 고객만족도가 유의한 영향요인으로 보고한 선행 연구들(김효진, 2010; 양원희, 2011; 이영숙과 정면숙, 2006; 임복희와 최희성, 2014)의 연구결과와 유사하였다. 따라서 건강검진센터의 재이용 의도를 향상시키기 위해서는 고객만족도를 향상시킬 수 있는 방안 마련이 우선적으로 필요하다. 특히 본 연구에서 직원의 친절성에 대한 만족도와 시설 및 환경에 대한 만족도가 높고, 거의 대부분의 대상자들이 건강검진센터를 재이용하려는 등 충성도가 높게 나타났다. 건강검진센터 재이용 이유로 직원의 친절과 신뢰감, 검진결과 설명에 대한 만족 등이 높게 나타난 것을 고려하면, 이용자의 요구 및 특성에 대한 분석을 통하여 대상자의 특성별 검진결과 상담과 건강관리, 건강교육과 직원의 친절 및 신뢰 향상을 촉진시키는 방안 마련이 중요하다고 생각된다. 또한 자세하고 만족할 수 있는 검진결과 상담과 건강관리, 건강교육, 건강검진 후 개인관리와 차후 검진계획 상담 등을 담당할 수 있는 건

건강검진센터 간호사의 양성이 필요하며, 의사의 진료 후에도 건강검진센터 이용자들이 담당 간호사들에게 다시 상담과 교육을 받을 수 있도록 간호사의 역할 확대가 필요하다(이영숙과 정면숙, 2006).

대상자의 일반적 특성에서 남성과 자신이 건강하다고 지각하는 대상자의 재이용 의도가 높게 나타났다. 이는 건강검진센터 이용자들이 자신의 건강상태를 건강한 것으로 인식함에도 불구하고 건강을 향상시키고자하며 건강관리에 대한 높은 관심이 반영된 것으로 생각된다. 반면에 여성과 자신의 건강상태를 ‘보통’이나 ‘건강하지 못함’으로 지각하는 대상자들의 재이용 의도가 낮으므로 이들의 요구에 부합되는 맞춤형 마케팅이 필요하다고 생각된다(이영숙과 정면숙, 2006).

한편 구전커뮤니케이션은 재이용 의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 구전커뮤니케이션이 고객만족도에 유의한 영향을 미치고(서규훈 등, 2014), 최신의료장비나 시설보다는 의료기관 이용자의 경험과 구전커뮤니케이션 등이 의료기관 및 건강검진센터 재이용 의도에 영향을 미친다는 선행 연구 결과(박기혁, 2014; 이경수 등, 2011; 임복희와 최희성, 2014)와는 차이가 있었다. 특히 제주 지역은 육지에 비하여 친인척관계나 학연, 지연 등의 관계인 ‘권당’으로 연결되어 있어(고해진과 김정희, 2016), 특정 의료서비스에 대해 개인적인 경험을 비공식적으로 서로 교환하고 의사소통하는 구전커뮤니케이션이 재이용 의도에 영향을 미칠 수 있을 것으로 추정되나 회귀분석에서 유의한 영향 요인으로 나타나지 않았다. 이는 본 연구에서 건강검진센터 재이용 이유로 ‘병원의 지인 소개’가 낮은 순위에 있었고 구전커뮤니케이션과 재이용 의도와 약한 상관관계를 보였던 결과와 일부 관련되는 것으로 생각된다. 따라서 추후 연구에서 구전커뮤니케이션이 건강검진센터 재이용 의도에 미치는 영향에 대한 탐색이 필요할 것으로 생각된다.

본 연구는 일개 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인을 파악하고 구전커뮤니케이션, 건강검진센터 이용 만족도가 재이용 의도에 미치는 영향을 탐색하였다. 특히 건강검진센터 이용 만족도와 J 지역의 특성에 따라 건강검진센터 재이용 의도와 구전커뮤니케이션의 관련성과 건강검진센터 재이용 의도에 영향을 미치는 주요 요인으로 건강검진센터 이용 만족도와 지각된 건강상

태를 확인하였으며, 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이고 고객관리 전략 마련을 위한 기초자료를 제공한다는 점에서 그 의의가 있다. 그러나 본 연구에서 건강검진센터를 선택하게 된 정보내용인 구전커뮤니케이션이 재이용 의도에 미치는 영향은 유의하지 않는 것으로 나타나 이에 대한 추후 연구가 필요하다. 본 연구가 일개 종합병원의 건강검진센터 이용자를 임의 추출하여 표본 대상의 선택편중이 있을 수 있어 연구결과를 일반화하거나, 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인을 탐색한 서술적 상관관계 연구로 각 변수들 간의 인과적 관계를 추론하기에는 제한점이 있다.

## VI. 결론 및 제언

본 연구는 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인을 파악하여 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이고 고객관리 전략 마련을 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다.

자료 수집은 J 지역에 소재한 일개 종합병원 내 건강검진센터 이용자 195명을 대상으로 2019년 4월 22일부터 5월 18일까지 자가보고 설문지를 이용하여 이루어졌다. 연구도구는 김윤창(2016)이 사용한 박희자와 강석정(2000)의 구전커뮤니케이션 측정도구, 송명희(2011)가 사용한 고객만족 측정도구, 양원희(2011)가 사용한 재이용 의도 측정도구이었다. 수집된 자료는 SPSS WIN 22.0 program을 이용하여 Chronbach's alpha, 서술적 통계분석과, t-test, ANOVA, Pearson's correlation coefficient를 구하였으며, 단계적(step-wise) 다중 회귀분석을 실시하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

1) 대상자의 구전커뮤니케이션의 정도는 3.07점이었으며, 구전커뮤니케이션의 내용으로는 '간편한 절차', '교통의 편리성', '의료진의 직원의 친절함', '의료진의 친절함', '센터와 외래의 연계성', '건강검진 대기시간', '대기 건강검진고객 수', '건강검진센터 규모', '최신시설', '건강검진비용', '의료진의 명성', '의료진의 출신학교' 순으로 나타났다. 대상자의 고객만족도는 평균 4.21점이었으며, 5개 하위영역별 만족도는 '직원의 친절성', '시설과 환경', '이용절차의 편리성' '이용자에 대한 관심과 서비스', '의료의 기술과 전문성' 순이었다. 재이용 의도는 평균 4.39점이었으며, 대상자의 97.9%가 재이용 의도가 있었고 그 이유로 '건강검진센터 직원들이 친절하고 신뢰감을 주어서', '건강검진결과에 대한 자세한 설명이 만족스러워서', '시설과 환경이 좋아서', '병원의 지인 소개' 순이었다.

2) 대상자들의 일반적 및 건강검진센터 이용 특성에 따른 재이용 의도의 차이를 분석한 결과, 성별( $t=3.02, p=.003$ ), 건강상태( $F=3.12, p=.046$ )에서 통계적으로 유의한 차이를 보였으며, 남성과 자신이 건강하다고 지각하는 대상자의 재이용 의도가 높은 것으로 나타났다.

3) 대상자들은 구전커뮤니케이션과 고객만족도가 높을수록 재이용 의도가 높았고, 고객만족도가 높을수록 구전커뮤니케이션의 정도도 높았다.

4) 대상자의 재이용 의도에 미치는 영향요인은 고객만족도와 건강상태로 확인되었다. 이는 자신의 건강상태를 건강하다고 지각할수록, 고객만족도가 높을수록 건강검진센터의 재이용의도가 높아지는 것을 의미한다.

본 연구 결과, 건강검진센터 이용자들의 구전커뮤니케이션 정도는 중간이상이었으며, 고객만족도와 재이용 의도 정도는 높게 나타났다. 재이용 의도에 영향을 미치는 요인은 고객만족도와 건강상태였고, 자신의 건강상태를 건강하다고 지각할수록, 고객만족도가 높을수록 건강검진센터의 재이용 의도가 높았다. 따라서 건강검진센터 이용자의 요구 및 특성을 고려한 검진결과 상담과 건강관리, 건강교육과 직원의 친절 및 신뢰 향상을 촉진시키는 방안이 필요하며, 건강검진 후 건강검진센터 이용자에게 일상생활 건강관리방법, 건강관련정보를 정기적으로 제공하여 재이용 의도를 높일 수 있도록 하는 등의 질적인 사후관리 방법을 강화시키는 전략이 요구된다.

이상의 결과에 근거하여 제언을 하면 다음과 같다.

1. 건강검진센터 이용자의 재이용 의도를 높이기 위하여 고객만족도를 향상시킬 수 있는 노력이 필요하다. 특히 본 연구에서 직원의 친절성에 대한 고객만족도가 가장 높았고, 건강검진센터 재이용 이유로 직원의 친절과 신뢰감, 검진결과 설명에 대한 만족 등이 높았던 점을 고려하여, 이용자의 요구나 특성에 따른 검진결과 상담, 이용자 맞춤형 건강관리, 건강교육과 직원의 친절 및 신뢰 향상을 촉진시키는 전략 마련이 요구된다. 또한 검진결과 상담과 건강관리, 건강교육, 건강검진 후 개인관리와 차후 검진계획 상담 등을 담당할 수 있는 건강검진센터 간호사의 양성과 역할 확대가 필요하다.

2. 건강검진센터 이용자들의 고객만족도를 유지·향상시키고 실제 건강검진센터의 재이용으로 연결되기 위해서는 이용자와의 지속적인 관계를 유지할 수 있는 고객관계관리 전략이 고려되어야 하며, 이용자의 특성 및 요구에 부합되는 맞춤형 마케팅 전략 마련이 필요하다.

3. 본 연구에서 건강검진센터를 선택하게 된 정보내용인 구전커뮤니케이션이 재이용 의도에 미치는 영향이 유의하지 않았던 바, 추후 지역별, 건강검진센터의

규모나 특성 등을 고려하고 대상자를 확대하여 구전커뮤니케이션과 재이용 의도와의 관련성에 대한 추후 연구를 제안한다.

## 참 고 문 헌

- 강춘한, 이경구, 강한균 (2013). 의료서비스품질 핵심 요인이 고객의 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구. *대한경영학회지*, 26(9), 2227-2251.
- 건강검진기본법 (2018). *건강검진기본법 2018년 개정안*. Retrieved June 11, 2019, from <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=205610&efYd=20181211#0000>
- 고유경, 김병진 (2011). 의료기관 이용자가 지각한 전환비용, 부정적 구전이 재이용의도에 미치는 영향. *간호행정학회지*, 17(1), 5-13.
- 고해진, 김정희 (2016). 간호사의 간호업무환경, 직무착근도와 이직의도 간의 관계. *간호행정학회지*, 22(3), 279-291.
- 국민건강보험법 (2019). *국민건강보험법 2019년 개정안*. Retrieved June 11, 2019, from <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=208459&efYd=20190423#0000>
- 권진 (2011). 노인요양병원 선택요인이 환자만족도와 재이용 및 구전의도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 11(10), 301-311.
- 김남순, 윤강재, 박은자, 전진아, 김동진, 서제희 (2017). 2017년 보건의료정책 현황과 정책과제. *보건복지포럼*, 243, 6-17.
- 김병호 (2014). 병원 CRM이 관계가치와 성과에 미치는 영향 연구: 절차공정성의 조절효과 중심으로. 석사학위논문, 제주대학교, 제주.
- 김성미 (2012). 의료서비스 질, 고객만족 및 재이용의도에 관한 내 외부 고객의 인식차이 비교 연구. 석사학위논문, 연세대학교, 서울.
- 김영배, 차만진 (2013). *건강검진의학*. 서울: 군자출판사.
- 김용준 (2014). 카노 모형에 의한 건강검진 서비스 품질의 개선방향. 석사학위논문, 고려대학교, 서울.
- 김윤창 (2016). 의료소비자의 구전커뮤니케이션이 의료기관 선택에 미치는 영향. 석사학위논문, 서강대학교, 서울.
- 김정희 (2007). NIC 간호중재분류체계를 이용한 일개 지역 중소 종합병원의 간호중재 분석. *간호행정학회지*, 13(4), 431-444.
- 김효진 (2010). 종합건강검진센터 의료서비스품질이 전환의도에 미치는 영향. 석

- 사학위논문, 경희대학교, 서울.
- 김희정, 최낙진 (2011). 지역신문 광고에 나타난 지역사회의 인적 네트워크 특성. *한국광고홍보학보*, 13(3), 267-297.
- 박기혁 (2014). *건강검진 수검자의 의료기관 종합검진센터 선택요인*. 석사학위논문, 부산가톨릭대학교, 부산.
- 박은경, 구혜련, 이준서, 김용세. (2015). 고객경험분석을 통한 건강검진 서비스 디자인. *디지털디자인학연구*, 15(2), 167-180.
- 박혜란, 김광점 (2014). 의료기관의 소비자 만족도 향상요소 도출-Kano 모형에 기반한 의료서비스 품질 분류를 중심으로. *병원경영학회지*, 19(2), 72-87.
- 박희자, 강석정 (2000). 구전 커뮤니케이션 유형에 따른 의료서비스 만족도에 관한 연구. *마케팅과학연구*, 6, 313-337.
- 방형욱, 최용석 (2015). 구전정보 특성이 태도 및 행동의도에 미치는 영향. *관광연구*, 30(4), 73-92.
- 서규훈, 차재빈, 이훈영 (2016). 병원선택에 있어 구전(WOM)추천 관계강도의 조절적 역할. *고객만족경영연구*, 18(2), 153-178.
- 서미란 (2015). 지방 종합병원의 서비스 질이 고객의 재이용의사에 미치는 영향. *지방정부연구*, 19(3), 243-268.
- 설상철, 김수배 (2004). 의료서비스 품질, 재이용의도, 구전효과 사이의 인과관계 모형 연구. *대한경영학회지*, 45, 1485-1512.
- 심보근, 강석후 (2002). 의료서비스에 있어서 서비스품질, 만족도, 서비스가치, 재이용의도와 의 관계에 관한 연구. *산업경영연구*, 14, 139-153.
- 송명희 (2011). *일개대학병원 건강증진센터 이용자의 재이용 의사에 관한 연구*. 석사학위논문, 한국방송통신대학교, 서울.
- 암관리법 (2018). *암관리법 2018년 개정안*. Retrieved June 11, 2019, from <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=205634&efYd=20181211#0000>
- 양원희 (2011). *종합건강검진센터 의료서비스품질의 만족도와 이미지가 충성도에 미치는 영향에 관한 연구*. 석사학위논문, 가천의과학대학교, 인천.
- 양중현, 송태균, 장동민 (2012). 의료서비스품질이 암환자의 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 12(12), 269-281.

- 염영희, 이인자 (2010). 의료서비스 품질, 서비스 가치, 고객만족 및 고객충성도 간의 인과관계. *간호행정학회지*, 16(4), 497-506.
- 윤성준, 한희은 (2011). 사회적 네트워크 구조특성과 제품구전의 확산 : 사회문화적 접근. *유통연구*, 16(1), 141-177.
- 이경수, 김준호, 김대회 (2011). 부산 소재 대학병원 이용고객의 의료기관 충성도에 영향을 미치는 요인. *보건과 사회과학*, 29, 259-277.
- 이상미, 박성애, 김명애 (2010). *전략적 간호관리*. 서울: 한국방송통신대학교 출판부.
- 이순영 (2011, November 26). *국가 건강검진의 현황과 발전방안*. 대한외과학회 2011년도 추계 학술대회 구두발표, COEX, 서울.
- 이영숙, 정면숙 (2006). 종합건강검진서비스에 대한 고객만족도가 재이용 의도와 건강신념, 자기효능감 및 건강증진행위 변화에 미치는 영향. *간호행정학회지*, 12(1), 94-103.
- 이원일, 장광희 (2014). 지각된 의료서비스 품질과 관계품질이 고객충성도에 미치는 영향-중소규모 병의원을 중심으로. *유통정보학회지*, 17(1), 35-51.
- 이유재, 공태식 (2004). 서비스 공정성이 고객불량행동에 미치는 영향에 관한 연구: 부정적 감정과 고객몰입의 매개효과, *마케팅연구*, 19(4), 185-210.
- 이형익 (2016). *종합검진센터의 의료서비스품질요인이 서비스가치, 고객만족, 행동의도에 미치는 영향연구*. 박사학위논문, 홍익대학교, 서울.
- 임복희, 최희성 (2014). 건강검진 수검자의 의료기관내 검진센터 선택요인과 만족도. *디지털융복합연구*, 12(12), 457-467.
- 임성보, 김치현, 박순희 (2003). 제주지역 특성을 도입한 병원설계 사례에 대한 연구-제주대학병원 현상설계안을 중심으로. *의료·복지 건축*, 9(2), 37-42.
- 정면숙, 박광옥, 김세영, 김은경, 김종경, 박은준 등 (2016). *알기 쉽고 현장감 있는 간호관리학(제3판)*. 서울: 현문사.
- 조중현 (2007). *건강검진센터의 건강증진센터로의 리모델링에 관한연구*. 석사학위논문, 한양대학교, 서울.
- 조철호, 이은지 (2015, November 13). *의료서비스품질과 이미지구축이 재이용의도에 미치는 영향*. 대한경영학회 2015년도 추계 학술대회 구두발표, 경희

- 대학교 서울캠퍼스, 서울.
- 최원일 (2004). 인터넷에서의 구전 커뮤니케이션. *마케팅*, 38(4), 51-58.
- 최철재, 조형래 (2015). 지각된 의료서비스 품질과 병원이미지 및 재방문의도 관계에서 신뢰의 조절효과. *병원경영학회지*, 20(2), 57-71.
- 탁국필 (2011). *의료소비자의 병원선택에 미치는 요소와 이미지 개선방안 연구*. 석사학위논문, 전남대학교, 광주.
- 통계청 (2016-a). *2016 고령자 통계*. Retrieved Jun 11, 2019, from [http://kostat.go.kr/portal/korea/kor\\_nw/1/6/1/index.board?bmode=read&aSeq=356426](http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/1/6/1/index.board?bmode=read&aSeq=356426)
- 통계청 (2016-b). *사망원인통계 통계정보 보고서*. Retrieved Jun 11, 2019, from [http://kostat.go.kr/portal/korea/kor\\_pi/8/6/2/index.board](http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_pi/8/6/2/index.board)
- 통계청 (2018). *경제활동인구총괄*. Retrieved Jun 11, 2019, from [http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT\\_1DA7015&vw\\_cd=MT\\_ZTITLE&list\\_id=B11&conn\\_path=F0&path=](http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1DA7015&vw_cd=MT_ZTITLE&list_id=B11&conn_path=F0&path=)
- 하용규, 강상묵, 정연홍 (2011). 호텔 레스토랑 고객의 긍정적구전이 서비스인카운터와 재구매의도의 관계에 미치는 매개효과. *Tourism Research*, 32, 75-91.
- 황은정, 심인옥 (2016). 지역주민이 인지하는 공공병원 의료의 질, 이미지, 역할수행, 만족도, (재)이용 의향, 타인추천 의향 구조모형. *대한간호학회지*, 46(1), 118-127.
- Gerard, L, Francois, M, de Chefdebien, M., Saint-Lary, O., & Jami, A. (2016). The patient, the doctor, and the patient's loyalty: A qualitative study in French general practice. *British Journal of General Practice*, 66(652), e810-e818.
- Kessler, D. P., & Mylod, D. (2011). Does patient satisfaction affect patient loyalty? *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 24(4), 266-273.
- Kitapci, O., Akdogan, C., & Dortyol, İ. T. (2014). The impact of service quality dimensions on patient satisfaction, repurchase intentions and

- word-of-mouth communication in the public healthcare industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 161-169.
- McMahon, L. F., Tipirneni, R., & Chopra, V. (2016). Health system loyalty programs: An innovation in customer care and service. *The Journal of the American Medical Association*, 315(9), 863-864.
- Panda, T. K., & Das, S. (2014). The role of tangibility in service quality and its impact on external customer satisfaction: A comparative study of hospital and hospitality sectors. *Journal of Marketing Management*, 13(4), 53.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64, 14-40.
- Pruden, D. (2015). An experiment in managing word of mouth. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 28, 104.
- Tahir, H., Waggett, C., & Hoffman, A. (2013). Antecedents of customer satisfaction: An E-CRM framework. *Journal of Business and Behavior Sciences*, 25(2), 112.

## Abstract

### Factors Influencing Intent to Revisit of Health Screening Center Visitors

Bang, Eun Pil

Department of Nursing

Graduate School of Jeju National University

(Supervised by Prof. Kim, Jeong-Hee)

The study aimed to identify the factors influencing visitors intent to revisit health screening centers in order to increase the intent to revisit and provide baseline data to establish customer management strategies.

Data were collected through self-reported questionnaires from April 22 to May 18, 2019, from 195 customers of a health screening center in a general hospital. To measure the levels of word-of-mouth communication, customer satisfaction, and the intent to revisit, Park and Kang (2000)'s word-of-mouth communication was adjusted by Kim (2016), Song (2011)'s customer satisfaction and Yang (2011)'s intent to revisit were used. Collected data were analyzed using Cronbach's alpha, descriptive statistical analysis, t-tests, ANOVA, Pearson's correlation coefficient, and step-wise multiple regression analysis.

The results were as follows:

1) The mean score of word-of-mouth communication was 3.07. The mean scores of the sub-factors were as follows: easy procedure (3.59); convenience of traffic (3.46); kindness of non-medical staff (3.40); kindness of medical staff (3.38); connection between center and medical care (3.30);

wait duration for health screening (3.21); No. of waiting customers for health screening (2.96); scale of health screening center (2.94); up-to-date facilities (2.92); appropriate cost (2.77); reputation of medical staff (2.76); and educational background of medical staff (2.18). The mean score of customer satisfaction was 4.21. The mean sub-scale scores were as follows: kindness of staff (4.34); facilities and environment (4.27); convenience of procedure (4.25); interest in customers (4.22); and medical skills and expertise (4.03). The mean score of intent to revisit was 4.39. About 98% of the subjects have shown intent to revisit with the highest ranked reason being 'kindness of staff', 'satisfaction with the explanation of the result', 'good facilities and equipment', and finally, 'introduction of acquaintance'.

2) There were significant differences in 'intent to revisit' scores by gender and perceived health status.

3) The subjects' intent to revisit showed significantly positively correlated with 'customer satisfaction' and 'word-of-mouth communication'. Furthermore, 'customer satisfaction' was positively correlated with 'word-of-mouth communication'.

4) The factors influencing the level of intent to revisit were customer satisfaction and perceived health status. These factors explained 29% of the variance of the subjects' intent to revisit.

In conclusion, the mean score for word-of-mouth communication among visitors of the health screening center was moderate level, and the mean scores of customer satisfaction and intent to revisit were high levels. The factors influencing the level of intent to revisit were customer satisfaction and perceived health status.

Based on our results, we suggest the following:

1. In order to increase the level of the intent to revisit, nursing managers should strive to improve customer satisfaction. In particular, strategies to

arrange explanation of the result consultations and health management tailored to visitors' needs and characteristics as well as strategies to improve health education, kindness, and trust in staff are required. In addition, it is suggested that nurses of the health screening center expand their roles and efficacy, such as result consultation, health education, and individual tailored health management, and screening planning after initial screening.

2. In order to maintain and improve the level of customer satisfaction and revisit of the health screening center visitors, customer relationship management for continued relations with the visitors and marketing strategies tailored to visitors' characteristics and needs should be needed.

3. It will needed to investigate the relationship between intent to revisit and word-of-mouth communication and conduct further research of various affecting factors on customers' intent to re-visit.

Key words: Health screening center, Word-of-mouth communication, Customer satisfaction, Intent to revisit.

## 연구 참여 동의서

연구주제 : 건강검진센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인

본인은 본 연구에 대해 충분한 설명을 듣고 이해하였으며, 모든 궁금한 사항에 대하여 충분한 답변을 들었습니다.

동의사항

1. 나는 이 연구에 참여하는 것에 대하여 자발적으로 동의합니다.
2. 나는 위험과 이득에 관하여 들었으며 나의 질문에 만족할 만한 답변을 얻었습니다.
3. 나는 이 연구에서 얻어진 나의 정보에 대한 정보를 현행 법률과 생명윤리심의위원회 규정이 허용하는 범위 내에서 연구자가 수집하고 처리하는데 동의합니다.
4. 나는 언제라도 이 연구의 참여를 철회할 수 있고, 이러한 결정이 나에게 어떠한 해도 되지 않을 것이라는 것을 압니다.

나는 이상과 같은 내용을 확인하였으며, 본 연구에 참여할 것을 동의합니다.

2019년      월      일

참여자 : \_\_\_\_\_ (서명)

연구자 : \_\_\_\_\_ (서명)

## 【설 문 지】

**연구제목 : 건강검진(증진)센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향요인**

안녕하십니까?

본 연구에 참여해 주셔서 깊이 감사드립니다.

저는 제주대학교 일반대학원 석사과정에서 간호학을 전공하고 있는 학생입니다.

본 연구는 건강검진(증진)센터 이용자의 재이용 의도에 미치는 영향을 파악하여 건강검진센터의 평생 고객확보와 고객관리 전략 마련을 위한 기초자료를 제공하기 위하여 시행하고 있습니다. 귀하께서 응답해 주시는 내용은 건강검진(증진)센터 서비스 개선을 위한 귀중한 자료로 사용 될 것입니다.

설문지는 작성 후 동봉한 밀봉 가능한 개별 봉투에 담아 입구를 봉한 상태에서 회수되고, 동의서는 별도로 회수됩니다. 또한 귀하께서 응답해주신 모든 내용은 익명으로 처리되고, 연구목적 외에는 사용하지 않습니다.

귀하의 응답은 본 연구를 위해 매우 소중하게 사용될 것이며, 솔직하게 답변하여 주시면 감사하겠습니다.

2019년 04월

제주대학교 일반대학원 간호학 전공  
방 은 필 (010-2772-8025)  
지도교수 : 김 정 희

※ 다음 문항과 관련하여 해당되는 항목에 √표 하거나 직접 내용을 작성해 주십시오.

1. 건강검진(증진)센터를 이용하는 목적은 무엇입니까?

- ① 정기 건강검진 (국가건강검진 \_\_\_\_\_ / 종합건강검진 \_\_\_\_\_) 목적
- ② 최근 또는 불편한 증상 때문에(일시적 검진)
- ③ 기타 \_\_\_\_\_

2. 오늘 방문하신 건강검진(증진)센터를 과거에도 이용한 적이 있습니까?

- ① 없다      ② 있다 (횟수 \_\_\_\_\_회, 오늘은 제외하고 과거 방문횟수만 적어주세요.)

3. 다음과 같은 질병으로 진단을 받았거나 현재 치료 중이십니까? (해당되는 것에 모두 표시)

- ① 없음      ② 뇌졸중(중풍)      ③ 심장병(심근경색/협심증)      ④ 고혈압
- ⑤ 당뇨병      ⑥ 이상지질혈증      ⑦ 폐결핵      ⑧ 기타 (암포함) \_\_\_\_\_

4. 부모, 형제, 자매 중에 다음 질환을 앓았거나 해당 질환으로 사망한 경우가 있습니까?

- ① 없음      ② 뇌졸중(중풍)      ③ 심장병(심근경색/협심증)
- ④ 고혈압      ⑤ 당뇨병      ⑥ 기타 (암포함) \_\_\_\_\_

5. 현재 귀하께서 가장 걱정하는 질병은 무엇입니까? (해당되는 것에 모두 표시)

- ① 없음    ② 뇌졸중(중풍)    ③ 심장병(심근경색/협심증)    ④ 고혈압    ⑤ 당뇨병
- ⑥ 간암    ⑦ 폐암    ⑧ 위암    ⑨ 대장암    ⑩ 유방암    ⑪ 자궁암    ⑫ 기타 \_\_\_\_\_

※ 다음은 귀하가 본 건강검진센터에 대해 다른 사람으로부터 이야기를 듣고 건강검진센터를 선택하게 된 정보에 관한 질문입니다. 해당사항에 √ 해주십시오.

6. 본 건강검진센터를 이용하시기 전에 가족이나 친척, 지인 등 주위 사람들로부터 본 건강검진센터와 관련된 정보를 들으신 적이 있습니까?

- 1) 예 (①가족, 친척    ②이웃    ③직장동료    ④친구    ⑤선·후배    ⑥기타 \_\_\_\_\_)
- 2) 아니오

7. 다음은 귀하께서 들었던 본 건강검진센터의 정보 내용 관련 질문입니다. 귀하가 본 건강검진센터를 선택(이용)하는데 있어 각 문항의 건강검진센터 정보가 어느 정도 영향을 주었습니까? 해당 사항에 √해 주십시오.

	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	의료진의 명성에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
2	최신시설에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
3	의료진의 친절함에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
4	의료진 외 직원의 친절함에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진센터(증진)를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
5	의료진의 출신 학교에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
6	건강검진센터 규모에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
7	건강검진결과에 따른 진료와의 연계가 가능하기 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
8	교통의 편리성에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
9	건강검진 검사 시간이 빠르고 간편한 절차에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
10	건강검진비용에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
11	건강검진 대기시간에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
12	대기 건강검진고객 수에 관한 정보 때문에 현재 이용하는 건강검진(증진)센터를 선택하였다.	①	②	③	④	⑤

8. 본 건강검진센터를 이용하면서 각 항목에 대하여 어떻게 생각하셨는지, 귀하의 생각과 가장 가까운 부분에 √해 주십시오.

문	항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	예약 및 접수 절차는 편리하였습니까?	①	②	③	④	⑤
2	접수, 수납은 신속하게 이루어졌습니까?	①	②	③	④	⑤
3	검사진행과정(대기, 동선)은 만족하였습니까?	①	②	③	④	⑤
4	검사결과 상담은 예정된 시간에 이루어졌습니까?	①	②	③	④	⑤
5	건강검진센터 분위기 및 실내는 안락하고 쾌적하였습니까?	①	②	③	④	⑤
6	의료기기나 장비로 건강검진을 받는 동안 편안하고 안전하게 느껴졌습니까?	①	②	③	④	⑤
7	휴식 및 대기공간은 적절하였습니까?	①	②	③	④	⑤
8	의사의 기술과 전문성이 높다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
9	간호사는 실력이 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
10	직원들이 업무를 충분히 숙지하고 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
11	의료기기 및 장비의 수준은 우수하다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
12	건강검진진행절차에 대한 설명은 충분하였습니까?	①	②	③	④	⑤
13	직원들의 귀하의 불편한 사항에 대해서 신속한 조치를 취해 주었습니까?	①	②	③	④	⑤
14	결과상담 및 진료안내 등 사후관리에 대한 설명에 만족하십니까?	①	②	③	④	⑤
15	각 검사실 직원들의 태도는 친절하였습니까?	①	②	③	④	⑤
16	검사실 이동시 안내직원들의 태도는 친절하였습니까?	①	②	③	④	⑤
17	건강검진 및 건강검진결과 상담 시 의사의 태도는 친절하였습니까?	①	②	③	④	⑤



