

의료 및 간호 서비스마케팅 국내 연구동향 분석

허은주¹ · 정면숙²

경상대학교 간호대학¹, 경상대학교 간호대학 · 건강과학연구원²

Analysis of Research Trends in Korean Medical and Nursing Service Marketing

Heo, Eun Ju¹ · Jung, Myun Sook²

¹College of Nursing, Gyeongsang National University

²College of Nursing · Institute of Health Sciences, Gyeongsang National University

Purpose: This study was designed to examine existing research on service marketing in nursing and identify the results by analyzing research trends in medical and nursing service marketing over the last 15 years. **Methods:** Electronic databases were searched, including RISS, Korea Citation Index. The papers were classified by criteria, focusing on research topics, research design and statistical analysis method. **Results:** From 2002 to 2016, 221 research articles on medical or nursing service marketing were published in local academic journals. Most of the articles were about service quality and satisfaction. Generally questionnaire surveys were used. There were 34 papers related to nursing service marketing. Most of them were about satisfaction and had used a questionnaire survey. **Conclusion:** Further research needs to be done with nursing service marketing topics including a variety of themes such as personal services and customer behaviors.

Key Words: Medical services marketing, Nursing service marketing, Nursing research, Classification

서 론

1. 연구의 필요성

의료 서비스는 과학 발달과 함께 급속한 성장이 이루어지고 의료기관 경쟁도 날로 심화되고 있다. 의료기관에서 긍정적인 경영성과를 위해 고객만족과 우호적인 관계는 필수적인 요소가 되었다. 현재 의료 서비스 패러다임은 직원중심에서 고객중심으로 변화하였고 고객들은 전문성이 강한 의료 서비스 특징에도 불구하고 다양한 정보 원천을 통해 의료 서비스 정보를 수

집하고 선택하며 그들의 이용경험에 따른 만족, 불만족에 대해 적극적으로 의견을 주장하고 있다. 특히 의료 서비스는 인적 의존도가 높은 서비스 산업으로 경쟁우위를 도모하는 경영성과를 위해 서비스마케팅 중요성이 증대되고 있으며 이와 관련된 연구의 요구는 증가되는 추세이다.

일반적으로 서비스는 일반적인 유형 제품 마케팅과는 달리 무형성, 이질성, 비분리성, 소멸성의 서비스 특징으로 인해 마케팅 전략에도 차이를 보인다[1]. 서비스마케팅 전략을 위한 연구는 서비스 산업별로 진행되었으며 연구결과가 다소 차이가 있으므로 서비스마케팅과 관련된 연구는 실무적, 이론적으

주요어: 의료 서비스마케팅, 간호 서비스마케팅, 간호학연구, 분류

Corresponding author: Jung, Myun Sook

College of Nursing Gyeongsang National University, 816-15 Jinju-Daero, Jinju 52727, Korea.

Tel: +82-55-772-8256, Fax: +82-55-772-8222, E-mail: msjung@gnu.ac.kr

- 본 연구는 2017년도 간호행정학회 연구비지원에 의해 수행되었음 .

- This study was supported by the Korean Academy of Nursing Administration fund in 2017.

Received: Jul 25, 2018 | **Revised:** Aug 28, 2018 | **Accepted:** Sep 10, 2018

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

로 그 중요성이 높아지고 있다. 일반적으로 서비스마케팅 연구는 서비스품질을 측정하는 SERVQUAL척도[2]의 개발을 시작으로 SERVPERF척도[3]를 활용한 연구들이 진행되었으며, 고객이 느끼는 서비스에 대한 다양한 측면을 측정하기 위한 고객만족[4], 충성도[5]의 연구들이 진행되었다.

국내 서비스 연구의 흐름은 1960년대에 처음 시작되어 1980~1990년대에 이론적 체계와 전략적 이슈 연구가 본격적으로 시작되었다[6]. 20세기 이후에는 산업화의 성숙으로 교육 서비스, IT 서비스 그리고 의료 서비스로 연구가 확대되고 활성화 되었다[7]. 서비스의 중요성이 높아지고 있는 의료 서비스 산업에서 서비스마케팅 연구는 타 서비스 산업에 비해 연구 시기가 늦음을 확인하였으며 따라서 의료 서비스 산업의 서비스마케팅 국내연구 동향 분석은 향후 연구자들에게 연구방향을 모색하는데 의미 있는 기초자료를 제시할 것이다.

국내 일반적인 서비스마케팅 주제별 분류에 대한 선행연구를 살펴보면 Yi와 Lee의 연구[6]에서 국내 101편의 논문을 통해 서비스마케팅 주제를 총 11개로 범주화 하였다. 11개의 범주는 상호작용마케팅, 내부마케팅, 관계마케팅(외부마케팅), 서비스 실패와 회복, 고객 역할 내/외 행동, 서비스상품, 고객만족, 서비스 충성도, 서비스품질, 서비스가격, 서비스 물리적 증거, 서비스프로세스로 분류하였다. 새로운 서비스 연구의 프레임워크를 제안한 Kim의 연구[7]는 서비스 본질 연구, 서비스기능 및 시스템 연구, 서비스인 연구, 서비스기업 및 경영연구, 서비스 산업 및 경제연구 5개로 프레임워크를 제안하였다. Brown 등[8]은 서비스 마케팅 주제를 서비스 품질 및 고객만족, 서비스 접점 및 경험, 서비스 설계 및 전달, 고객 유지 및 관계마케팅, 내부마케팅 및 지원 서비스, 서비스 회복, 역마케팅, 모델링 및 척도, 기술 주입, 고객 확보, 광고 및 커뮤니케이션, 전략과 성과 및 관리의 12개로 범주화하였다.

의료 서비스마케팅 동향 분석을 한 Kim의 의료 서비스마케팅 동향 연구[9]는 외부마케팅으로 국한하여 총 64편 연구를 분석하였으며 고객만족, 서비스품질, 서비스지향성, 시장세분화, 소비자 주권 및 알권리, 불만호소행동, 기타주제의 7개로 분류하였다. 이 연구는 1996~2007년까지 논문을 분석한 것으로 이후 의료 서비스마케팅 관련 동향 연구가 전무한 실정으로 2007년 이후 시간을 감안해 볼 때 의료 및 간호 서비스마케팅 주제에 대해 동향을 기본적으로 파악하여 선행연구와 비교를 통해 주요 연구주제를 파악하고 부족한 연구주제를 발견할 필요성이 있다.

의료 서비스마케팅 선행연구를 살펴보면 서비스접점[10-12], 고객 관계 관리(customer relationship management)[13,14],

의료 서비스품질[15-17], 대기관리[18], 고객만족[19], 의료 서비스 실패/회복[20] 등이 연구되어 왔다. 의료 서비스마케팅 동향 연구[9]에서 의료 서비스 산업의 성장과 더불어 연구자들은 서비스마케팅 변수에 대해 관심을 가지고 연구가 진행되었으나 연구 편수가 적고 연구방법이 국한되어 있음을 확인하였다[9]. 본 연구는 이러한 필요성으로 의료서비스 동향을 분석하고 나아가 간호사를 대상으로 한 서비스마케팅 연구를 분류하여 분석함으로써 간호학 관련 연구자들에게 간호현장에서 필요한 서비스마케팅 연구의 접근성을 높일 수 있을 것이라 판단된다. 따라서 본 연구는 최근 15년간 의료 및 간호 서비스마케팅에 대한 국내연구를 분석하고 나아가 간호 서비스마케팅 연구 동향을 분석하여 향후 연구방향을 모색하고자 한다.

2. 연구목적

본 연구는 최근 15년간(2002~2016년)의 한국연구재단 기준 등재 및 등재후보지 국내문헌을 대상으로 내부마케팅 분야를 제외하고 외부마케팅과 관련된 의료 및 간호 서비스마케팅 연구를 주제 및 년도 별 편수, 자료수집방법 및 통계기법 등을 분석하고 의료 분야와 간호 분야로 분류하여 간호 분야에 대해 연구대상과 연구분야 및 연구변수를 분석하고 향후 연구방향을 도출하고자 한다.

연구 방법

1. 연구설계

본 연구는 최근 15년간(2002~2016년)의 한국연구재단 기준 등재 및 등재후보지 국내문헌을 대상으로 의료 및 간호 서비스마케팅 연구 동향을 파악하기 위한 서술적 조사연구이다.

2. 문헌검색 및 선정

자료수집 절차는 선행연구[9,21-24]를 토대로 검색키워드를 선정하고 분석하였다. 검색키워드 선정에는 경영학과 마케팅 교수 1인, 간호학과 간호관리 교수 1인과 함께 선행연구를 토대로 키워드를 선정하였다. 그 결과 “의료, 병원, 간호사, 의사”를 기본 키워드로 검색하였고 의료 및 간호 서비스마케팅 주제와 관련된 키워드는 “서비스접점, 관계마케팅, 고객관계관리, 서비스품질, 대기관리, 불만, 불평, 서비스회복, 서비스실패, 인적서비스, 고객 관계 관리(customer relationship management),

신뢰, 병원선택, 방문, 이용의도, 전환의도, 만족, 충성도, 구전”으로 검색하였다. 검색은 기본 키워드와 함께 의료 및 간호 서비스마케팅 관련 키워드를 검색하였다.

검색 데이터베이스는 RISS와 한국학술지인용색인에서 등재 및 등재학술후보지 기준으로 하였다. 선택된 논문 중 중복된 논문과 인적서비스의 경우 내부마케팅을 제외하였으며 의료관광, 치과, 안과, 한의원, 동물병원은 제외하였다. 그리고 본문을 검토하여 관련 논문을 최종 분류하였다. 문헌 검색과 선별은 연구자 2인이 독립적으로 검색과 선별을 하여 문헌 선택의 기준에 맞게 함께 검토하고 합의 과정을 거쳐 최종 문헌을 선택하였다. 검색결과, RISS와 한국학술지인용색인 2002~2016년을 문헌을 기준으로 중복 문헌 등을 삭제하고 298편로 선정하였다. 그리고 본문 내용을 검색하여 연구목적에 적합한 논문을 RISS는 201편, 한국학술지 인용색인 20편으로 총 221개의 문헌을 선정하였다. 최종 선정된 221편의 문헌을 의료 서비스마케팅 187편과 간호 서비스마케팅 34편으로 분류하였다.

3. 자료분석

의료 및 간호 서비스마케팅 연구 221개를 최종 선정하여 주제 및 년도 별 편수 분석, 자료수집방법 및 통계분석과 관련하여

분석하였다. 221편 중 간호서비스 분야 34편에 대해 연구대상과 연구분야 및 연구변수 등을 분석하였다. 자료분석은 SPSS 24와 EXCEL을 이용하여 실수, 백분율을 산출하였다.

연구결과

1. 의료 및 간호 서비스마케팅 주제 및 년도 별 편수

의료 및 간호서비스 마케팅 최종 221개 논문의 키워드 검색 결과를 토대로 중복 개념과 유사주제를 통합하여 다빈도 주제로 분류하였다. 다빈도 주제별 편수는 서비스접점 7편(3.2%), 고객관계관리/관계마케팅 10편(4.5%), 서비스품질 96편(43.4%), 대기관리 2편(0.9%), 불평/불만/서비스회복/서비스실패 9편(4.1%), 인적서비스 2편(0.9%), 방문 4편(1.8%), 선택 31편(14.0%), 신뢰 6편(2.7%), 만족 45편(20.4%), 충성도 7편(3.2%), 구전 2편(0.9%)으로 나타났다.

년도 별 논문 편수를 살펴보면 2002년 7편, 2003년 7편, 2004년 11편, 2005년 10편, 2006년 13편, 2007년 10편, 2008년 10편, 2009년 27편, 2010년 14편, 2011년 25편, 2012년 21편, 2013년 19편, 2014년 13편, 2015년 15편, 2016년 19편으로 나타났다 (Table 1). 연구결과 2002년에서 2016년 동안 의료 및 간호 서

Table 1. Research Topics Reclassification and Number per Year

Keywords	Years															Total n(%)
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
CRM, Relationship marketing					1		1	3	1	1	1	2				10 (4.5)
Word of mouth							1	1								2 (0.9)
Managing waiting time							1	1								2 (0.9)
Satisfaction	2	4	2	4	3	3	1	5	1	5	5	1	2	4	3	45 (20.4)
Visit		2		1								1				4 (1.8)
Complaints, Dissatisfaction, Service recovery/Failure							1	1	1	1	1			1	3	9 (4.1)
Service quality	4	1	6	4	7	4	5	14	5	7	9	13	6	6	5	96 (43.4)
Service encounter						1		1		1		1		1	2	7 (3.2)
Selection			3		2	1	1	3	1	5	4	2	3	3	3	31 (14.0)
Trust							1	1	1	2					1	6 (2.7)
Human services	1									1						2 (0.9)
Loyalty				1		1	1			1	1				2	7 (3.2)
Total (N)	7	7	11	10	13	10	10	27	14	25	21	19	13	15	19	221 (100.0)

CRM=Customer relationship management.

서비스마케팅 연구의 주요 주제는 서비스품질 96편(43.4%), 만족 45편(20.4%), 선택 31편(14.0%)의 순으로 나타났다. 그러나 대기관리 2편, 구전 2편, 인적서비스에 대한 연구는 2편으로 나타나 서비스품질, 만족, 선택을 제외하면 나머지 주제는 상대적으로 편수가 적었다. 의료 및 간호 서비스마케팅 분야 연구는 2005년에서 2013년까지 비교적 활발히 진행되었으나 2014년 이후부터 연구가 감소하는 추세를 보이고 있다. 또한 2000년 중후반부터 서비스품질, 만족뿐만 아니라 서비스접점, 신뢰, 고객과의 관계, 서비스실패/회복에 대한 연구가 시도되고 있음을 확인하였다.

221편의 논문을 고찰하여 의료 분야와 간호 분야로 구분하였다. 일반적인 의료 서비스를 대상으로 한 연구는 의료 분야로 분류하였으며 187편으로 분석되었다. 간호 분야는 총 34편으로 분류하였는데 명확한 간호서비스를 대상으로 한 연구를 간호 서비스마케팅으로 분류하였으며 15편으로 분석되었다. 또

한 측정문항에서 간호사를 연구대상으로 구분하고 측정된 연구로 간호 서비스마케팅에 의미가 있다고 판단되는 연구를 간호 서비스를 포함한 의료 서비스마케팅 연구로 분류하였으며 19편으로 분석되었다(Table 2).

2. 의료 및 간호 서비스마케팅 자료수집방법 및 통계분석

총 221편의 의료 및 간호 서비스마케팅 자료수집방법을 살펴보면 설문조사 203편(91.8%)으로 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 주로 사용된 통계방법은 SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 104편(47.1%)과 AMOS (Analysis of MOment Structures) 81편(36.5%)으로 나타났다. SPSS을 이용한 기초통계, T검정, 분산분석, 상관관계, 회귀분석, 탐색적 요인분석을 사용하거나 AMOS, LISREL (LInear Structural RELations), SAS (Statistical Analysis System)을 이용한 구

Table 2. Topics and Number of Medical and Nursing Service Marketing Research per Year

Items	Categories	Nursing	Medical		Total
			Yes*	No [†]	
Years	2002	2	2	3	7
	2003	1	0	6	7
	2004	1	1	9	11
	2005	2	3	5	10
	2006	1	1	11	13
	2007	0	1	9	10
	2008	0	1	9	10
	2009	2	3	22	27
	2010	0	0	14	14
	2011	1	1	23	25
	2012	0	2	19	21
	2013	0	2	17	19
	2014	1	0	12	13
	2015	2	1	12	15
	2016	2	1	16	19
		Total	15	19	187
Keywords	CRM, Relationship marketing	0	0	10	10
	Word of mouth	0	0	2	2
	Managing waiting time	0	0	2	2
	Satisfaction	8	13	24	45
	Visit	0	0	4	4
	Complaints, Dissatisfaction, Service recovery/Failure	0	1	8	9
	Service quality	6	3	85	94
	Service encounter	0	0	9	9
	Selection	0	1	30	31
	Trust	1	0	5	6
	Human services	0	1	1	2
	Loyalty	0	0	7	7
		Total	15	19	187

*Nursing services included; [†] Nursing service not included; CRM=Customer relationship management.

조방정식 모델 분석을 사용하고 있다. 또한 만족도 등의 차이를 검증하기 위해 IPA (Importance-Performance Analysis) 분석 연구와 의사결정분석 관련 연구가 진행되었다. 이밖에 실험설계가 3편, 사례연구방법 2편, 초점집단면담(Focus Group Interview)은 3편으로 나타났으며 초점집단면담은 단독적인 방법보다는 설문조사 전에 이용되고 있었다(Table 3).

3. 간호 서비스마케팅 분야의 연구동향

간호 서비스마케팅 분야의 연구 성과를 확인하기 위해 221편 중 34편을 분류하였다. 구체적으로 간호 서비스마케팅 연구 15편[A1-A15], 간호서비스가 포함된 의료 서비스마케팅 연구 19편[A16-A34]이며 주제 별 편수, 연구대상, 연구변수, 연구결과를 중심으로 살펴보았다(Table 4). 34편 연구의 주요 주제는 만족(21편), 서비스품질(9편), 신뢰(1편), 선택(1편), 인적서비스(1편)로 나타났다. 분석은 이차자료를 사용한 한편을 제외하고 설문지를 활용한 조사연구로 SPSS, AMOS 등을 통계분

석에 활용하였다.

세부적으로 살펴보면, 15편의 간호 서비스마케팅 연구주제는 신뢰 1편[A1], 만족 8편[A2-A9], 서비스품질 6편[A10-15]으로 나타났다. 연구변수는 간호서비스만족도, 서비스품질, 재이용의도에 국한되어 대부분의 연구가 진행됨을 확인하였다. 만족에 관련된 연구는 만족도 차이를 분석하는 연구가 8편으로 병동 및 병원에 대해 환자와 간호사 만족도 차이분석이 6편, 환자별 만족도 차이분석이 2편이었다.

년도 별 편수는 2002년 2편, 2003년 1편, 2004년 1편, 2005년 2편, 2006년 1편, 2009년 2편, 2011년 1편, 2014년 1편, 2015년 2편, 2016년 2편으로 나타났다. 15편 모두 설문조사를 이용하였으며 통계분석은 SPSS를 이용하여 기술통계, T검정, 분산분석, 카이제곱, 상관관계분석, 회귀분석 등을 이용한 논문이 13편이며 2편은 AMOS와 SPSS를 이용하여 구조방정식 모형분석 등을 하였다. 15편의 연구결과를 종합해보면 간호서비스질, 간호만족, 간호인적 역량은 고객만족, 고객신뢰, 재이용의도에 유의한 영향이 있으며 병원이용에 따라, 내부/외부고객

Table 3. Research Design and Statistical Analysis Method

Items	Categories	n (%)
Research design	Survey	203 (91.8)
	Secondary data	9 (4.1)
	FGI (Focus Group Interview)	3 (1.4)
	Literature research+survey	1 (0.5)
	Case study	3 (1.4)
	Experimental study	2 (0.8)
Statistical analysis method	SPSS (Statistical Package for the Social Sciences): t-test, Correlation, Regression Analysis, etc.	104 (47.1)
	Confirmatory factor analysis, Structural equation analysis, etc.	
	AMOS (Analysis of MOment Structures)	81 (36.5)
	LISREL (LInear Structural RELations)	9 (4.1)
	SAS (Statistical Analysis System)	8 (3.6)
	PLS (Partial Least Square)	2 (0.8)
	Stata	1 (0.5)
	APT (Association Pattern Technique) laddering method	1 (0.5)
	Decision tree analysis	4 (1.7)
	Analytic hierarchy process	1 (0.5)
	Visualize, CIT (Critical Incidents Technique)	1 (0.5)
	SPSS/ IPA (Importance-Performance Analysis)	7 (3.2)
	Case study	1 (0.5)
	SPSS/ Kano	1 (0.5)
Total		221 (100.0)

Table 4. Nursing Service Marketing Research Analysis

Author(s) (year)	Keyword	Participants (N)	Title	Research variable	Key findings
Nursing Service Marketing 15					
Heo EJ, Jung MS. (2016), [A1]	Trust	Patients (N=266)	The effects of nurses' competencies in medical services on clients' nursing trust and loyalty	Nurse competence Nursing trust Loyalty	All nurse qualities, except empathic ability, have significant effects on trust in nursing and, through nursing satisfaction, on loyalty to hospital.
Song CS, SEO MS, Nam SM, Park SH, Oh MS, Han KH, Hyum MS. (2009), [A2]	Satisfaction	Patients (N=167)	Patient satisfaction related to increased nursing personnel staffing	Nursing satisfaction	In any of the two periods, score for nursing satisfaction was highest in therapeutic nursing and lowest in educational nursing.
Lee MA, Kim IH, Baek SH. (2003), [A3]	Satisfaction	Patients (N=227)	Perceived consumer satisfaction with nursing and medical service and hospital revisit intent	Nursing satisfaction Medical satisfaction Intent to revisit	Consumers' perceived service satisfaction is higher in terms of nursing service compared to medical service. Nursing service satisfaction explain 45.9% of the medical service satisfaction and 32.5% of the revisit intention.
Wang MS, Lee ID, Kang MS, Cha EK, Chio DH (2014), [A4]	Satisfaction	Patients (N=69 (a), 66 (b))	Analysis on satisfaction of nursing services for elderly - hospitalized in attended ward (a) and general ward (b)	Nursing satisfaction	Patients on full-service wards are higher in satisfaction with nursing service than those on general wards. Former patients scored the reliability of nursing service higher (4.46/5 points) than any others.
Lee NY, Han JY, Heo MJ. (2015), [A5]	Satisfaction	Patients (N=105) Nurses (N=105)	Comparison of satisfaction and need on nursing service perceived by the patients and nurses	Nursing needs Nursing satisfaction	Nurses are found to have good understanding on satisfying patients' needs for nursing. Total score for nursing satisfaction is higher on the part of patients. not nurses.
Seo HL, Eom HK, Seo YK, Chio MJ, Im SI, Shin SM, Lee MH. (2016), [A6]	Satisfaction	Patient family (N=270)	Relationship among nurses' communication style, nursing service satisfaction, hospital service satisfaction perceived by patients' family and intent to revisit the hospital	Nurse communication style Nursing satisfaction Hospital satisfaction Intention of revisit	Information provision and friendly nursing positively affect nursing satisfaction. Nursing service satisfaction has a positive effect on hospital service satisfaction that in turn positively influence the intention to revisit.
Sun YO, Kwak SH, Kwon HJ. (2011), [A7]	Satisfaction	Patients (N=233)	A study on nursing service satisfaction and intention to revisit and recommend hospital in inpatients	Nursing service quality Nursing satisfaction Intention of revisit	In most attributes of nursing service, consumers perceive the quality of that service is as much as they experience. In all attributes of nursing service, nurses perceive the quality of that service is low by rating negatives.
Shin SR, Park KY. (2015), [A8]	Satisfaction	Patients (N=90 (c), 88 (d))	Comparing satisfaction with nursing care and factors relevant to hospital revisit intent among hospitalized patients in comprehensive nursing care units (c) and general care units (d)	Nursing satisfaction Intention of revisit	Nursing satisfaction is higher for comprehensive nursing service wards than general wards, but with no statistically significant difference. Patients of the inclusive nursing service ward are higher in the intention to revisit than those of the general ward.
Moon IO, Lee MH. (2002), [A9]	Satisfaction	Patients, worker (total=921)	The difference in medical and nursing service satisfaction between internal and external customers	Nursing satisfaction	Service satisfaction by internal customers are significantly higher than by external customers. Nursing service satisfaction is highest on the part of inpatients.
Lee MA, Yom YH. (2005), [A10]	Service quality	Patients (N=106) Nurse (N=94)	A comparative study of consumers and providers on nursing service quality, satisfaction, and hospital revisiting intent	Nursing quality Nursing satisfaction Intention of revisit	Consumers perceive that the vast majority of properties have nursing services. In the case of nurses, all of the attributes are negative and nursing service is low.
Sung YH, Kwon IG, Kim MK. (2006), [A11]	Service quality	Patients (N=274) Nurse (N=295)	A study on the perception gap in clinical nursing service between customers and providers	Nursing quality Nursing satisfaction Intention of revisit	No difference in nursing service exists between consumers and nurses. Consumers perceive that the overall quality of nursing service is low.
Kim KS, Ha EH. (2009), [A12]	Service quality	Patients (N=223) Nurse (N=239)	Factors affecting quality of nursing services and intention to revisit as perceived by hospitalized patients and nurses in medium sized urban hospitals	Nursing service quality Intention of revisit	The expectations of nursing service are not different between nurses and patients. The performance of nursing service is perceived higher by patients than by nurses.
Kim JH, Lee IS. (2004), [A13]	Service quality	Patients (N=150) Nurse (N=167)	The differences in quality perceptions, expectations, evaluation, and satisfaction for nursing service between patients and nurses: small-medium sized general hospitals	Nursing service expectation Quality evaluation Satisfaction	Nurses have high expectations of tangibles and empathy. Patients are high in responsiveness and nurses in assurance. In terms of service perception, patients feel they received more nursing services. Both groups are highest in assurance.
Lee MA. (2005), [A14]	Service quality	Patients (N=293) Nurse (N=298)	A comparative study of how subjects' characteristics and nursing service quality influence on hospital revisiting intent between patients and nurses	Nursing service quality Intention of revisit	Nursing service quality is perceived higher by nurses than by patients. Among the factors of nursing service quality, "willingness to help" and "nursing in a high-quality facility" account for 17.9% of the revisit intention.
Lee MA. (2002), [A15]	Service quality	Patients (N=253)	Study of the nursing service quality and satisfaction that admitted patients perceived: being used servqual	Nursing service quality Satisfaction	Consumers' expectations of nursing service are highest in terms of assurance, followed by responsiveness, empathy, tangibles and reliability.

Table 4. Nursing Service Marketing Research Analysis (Continued)

Author(s) (year)	Keyword	Participants (N)	Title	Research variable	Key findings
Medical Marketing including Nursing Services 19					
Kim JH, Park CM. (2015), [A16]	Service quality	Patients +family (N=266) Worker (N=200)	Improvement prioritization of health and medical service quality attributes using PCSI index	Service quality Satisfaction	The higher nurses' competence is, the higher medical service quality is.
Park YS, Song MJ. (2008), [A17]	Service quality	Patients (N=113)	Importance of service quality factors affecting trust and satisfaction in medical service	Service quality Satisfaction Trust Intention of revisit	For nurses, the quality of outcome and that of interactions have significant effects on customers' trust, satisfaction and intention to revisit.
Ji KJ. (2013), [A18]	Service quality	Patients (N=950)	A study on medical service quality affecting perceived value, satisfaction and intention of revisit in middle-sized hospitals	Service quality Service value Satisfaction Intention of revisit	Nurse qualities significantly influence inpatients' satisfaction.
Kim MR. (2007), [A19]	Satisfaction	Patients (N=692)	Consumer satisfaction and behavioral intention for medical services	Satisfaction Behavior intention	The factor most important to consumer satisfaction is physicians, followed by nurses.
Kim MR. (2004), [A20]	Satisfaction	Patients (N=596)	Factors that affect consumer satisfaction with medical services	Medical services Satisfaction	Consumers who use the general hospital are most satisfied with nurses, while those who use the clinic with facilities followed by nurses. Consumers' satisfaction with nurses are most influenced by their educational level.
Sung JA, Nam CH, Kim SW, Kim GS, Koo HJ, Yoo EJ. (2006), [A21]	Satisfaction	Patients (N=654)	Patient's satisfaction with medical care services in hospital	Satisfaction Medical services	Hospital users' dissatisfaction is considerably influenced by personal factors of nurses.
Park SK. (2002), [A22]	Satisfaction	Patient, Worker (N=108 set)	The causality among the internal customer satisfaction, the external customer satisfaction and the customer loyalty of medical service	Satisfaction Loyalty	More satisfaction by physicians and nurses lead to higher service quality and service loyalty.
Bae SK, Nam EW, Park JY. (2005), [A23]	Satisfaction	Secondary data	A study on major factors on patient satisfaction of general hospitals in Korea	Satisfaction	The more positive the factors of nursing are, the higher patients' satisfaction is.
Jung SJ. (2012), [A24]	Satisfaction	Patients (N=320)	A study of inpatient satisfaction levels at general hospitals	Satisfaction	Average score for service by nurses is highest (3.59/5 points in average). Service satisfaction has positive correlations with physicians and nurses.
Youn KI, Kang IH. (2009), [A25]	Satisfaction	Patients (N=234)	The asymmetric relationship between hospital service attributes and patient satisfaction: an implication to important-performance analysis application	Service attributes Satisfaction	Service by nurses is classified as a factor of satisfaction. Being high in importance and performance, nurses are classified as belonging to the area of maintenance on the quadrant.
Chung JH, Han JH. (2009), [A26]	Satisfaction	Patient (N=10,240)	The effects of the attribute-level satisfaction on the overall satisfaction and the mediation role of involvement in medical service	Satisfaction	The overall level of customer satisfaction gradually rose from 2000 through 2007. The most important factor for that level is satisfaction is nurses' skills in treatment.
Cho SN. (2009), [A27]	Satisfaction	Patients (N=543)	Physicians and the satisfaction with medical services	Satisfaction	All factors affecting medical service satisfaction, except those related to physicians, are not statistically significant.
Jeong YS. (2005), [A28]	Satisfaction	Patients (N=165)	Parent satisfaction with inpatient hospital services in children's hospitals	Satisfaction	Service satisfaction is highest in terms of nursing satisfaction.
Wang MS, Lim NY. (2013), [A29]	Satisfaction	Patients (N=310)	The patient satisfaction of medical services and the revisiting intention in a public hospital	Satisfaction Intention of revisit	The major factor of customer satisfaction is nursing which was scored highest (4.18/5 points in average).
Choi EK, Kim SH, Jung SY, Jo EH, Choi KS, Sim SJ, Mor MS et al (2011), [A30]	Satisfaction	Patients (N=361)	Expectation and satisfaction of parents with inpatient hospital service	Satisfaction	Among the areas of hospital service, nursing service is scored highest.
Jung SW, Seo YJ, Lee HJ, Lee KJ. (2005), [A31]	Satisfaction	Patients (N=870)	Determinants of patient satisfaction and intent to revisit at national university hospitals in Korea	Satisfaction Intention of revisit	Nurses influence outpatients' intention to revisit, but not inpatients.
Kim JS, Eom AH, Yu MS. (2016), [A32]	Complaints	Patients (N=319)	Medical convergence analysis of complaint about medical service in an affiliated hospital	Satisfaction Complaint	The biggest factor of dissatisfaction is poor description by nurses (49.1%).
Kim ST, Oh CO. (2012), [A33]	Selection	Patients (N=144)	Factors that affect decisions for selecting hospitals and different awareness	Factors affecting hospital selection	Nurses consider the level of medicine and medical service as more important, while for patients, medical service and hospital environment and care givers reputation and recommendation are important.
Lee JC, Kim SH. (2002) [A34]	Human services	Patients (N=107)	The relation of HRM service quality, consumer satisfaction and re-visitation in the hospital industry	HRM, satisfaction Service quality Intention of revisit	All types of personal service have a significant effect on customer satisfaction. The quality of service by nurses was the only factor significantly affecting the intention to revisit.

에 따라 만족, 재이용의도에 차이가 있음을 확인하였다.

다음으로 19편의 간호서비스를 포함한 의료 서비스마케팅 연구주제는 서비스품질 3편[A16-A18], 만족 13편[A19-A31], 불평/불만/서비스회복/실패 1편[A32], 선택 1편[A33], 인적서비스 1편[A34]으로 확인되었다. 자료수집방법은 이차자료를 활용한 한편[A29]을 제외하고 설문조사를 이용하여 연구를 진행하였으며 통계분석은 SPSS와 AMOS를 이용하였다. 연구 변수는 고객만족도, 서비스가치, 애호도, 신뢰, 재이용의도로 주로 만족도와 재이용의도를 확인하는 연구가 진행되었다. 이들 논문은 측정항목에서 간호사를 대상으로 의료 서비스 질, 의료 서비스 속성, 의료 서비스 만족도 등의 측정문항을 하위개념으로 구성하고 측정하였다. 19편 연구결과를 종합해 보면 간호사는 만족의 중요한 요인으로 신뢰, 재방문의도에 유의한 영향 요인임을 확인하였다. 또한 불만족에 간호사가 영향요인이라고 주장한 한 연구도 있으며 대상자 만족에서 의사 다음으로 간호사가 중요한 영향요인임을 주장하는 연구도 있다.

논 의

본 연구는 한국연구재단 기준 등재 및 등재후보지 국내문헌을 대상으로 의료 및 간호 서비스마케팅 관련 최종 221편의 문헌을 의료 서비스마케팅 187편과 간호 서비스마케팅 34편으로 분류하여 연구 동향을 분석하였으며 연구결과를 통해 다음과 같이 논의하고자 한다.

첫째, 의료 및 간호 서비스마케팅 연구에서 주요 주제는 서비스품질에 관련된 연구가 가장 많았고 다음으로 만족, 선택 순으로 나타났다. 자료수집방법은 설문조사를 이용한 양적 연구가 대부분이었다. Kim의 연구에서 1996년에서 2007년의 의료 서비스마케팅 연구는 서비스품질, 고객만족의 주제가 관심을 받아왔다[9]. 이는 본 연구결과와 유사한 결과로 최근 15년 연구에서도 의료 서비스에서 서비스품질과 만족은 가장 관심 있는 주제임을 확인하였다. 2008년 이후 최근까지 의료 및 간호 서비스마케팅 연구에서 의료 서비스 특성상 소비자의 인지된 위험이 높아 고객이 느끼는 무형성에 대해 고객에게 어떻게 유형화하여 성과를 높일 것인가의 해답을 찾는 서비스품질의 주제가 의료 서비스에서 중요한 관심주제라 할 수 있다. 또한 서비스품질 이외에 만족, 선택의 주제에 대한 연구가 증가하였는데 이는 의료 서비스 성과를 측정하기 위한 의미 있는 결과변수에 관심이 증가하였음을 의미하는 것이라 하겠다.

Brown 등[8]은 서비스마케팅 주제를 서비스 품질 및 고객 만족, 서비스 접점 및 경험, 서비스 설계 및 전달, 고객 유지 및

관계 마케팅, 내부 마케팅 및 지원 서비스, 서비스 회복, 역마케팅, 모델링 및 척도, 기술 주입, 고객 확보, 광고 및 커뮤니케이션, 전략과 성과 및 관리의 12개로 범주화하였으며 Yi와 Lee의 연구[6]에서 서비스마케팅의 주제를 상호작용마케팅, 내부마케팅, 관계마케팅(외부마케팅), 서비스실패와 회복, 고객 역할 내/외 행동, 서비스상품, 고객만족, 서비스 충성도, 서비스품질, 서비스가격, 서비스 물리적 증거, 서비스 프로세스의 11개로 범주화하였다. 이러한 일반적인 서비스마케팅 동향 분석에서 연구가 되었던 주제에 비해서 의료 서비스마케팅 연구에서는 전략과 성과, 고객역할 내/외 행동, 서비스 프로세스 등에 관련된 연구는 상당히 부족하므로 서비스마케팅 연구의 기본적인 주제에 대해 우선적으로 연구가 필요할 것이다. 또한 타 서비스 산업에서 최근 트렌드를 반영한 선행연구를 통해 연구주제를 파악하는 것도 새로운 의료 서비스 변화를 반영하는 연구주제를 선정하는데 도움이 될 것이다. 예를 들면, 의료인력 변화와 함께 내부마케팅과 외부마케팅의 연결, 소비자주체 변화와 함께 소비자 참여행동 및 구매행동과 관련된 연구, 4차 산업의 변화에서 기존 마케팅 연구모델 검증이나 새로운 모델 개발, 서비스마케팅에서 비재무적 성과만 측정했다면 비재무적 성과와 함께 재무적 성과를 측정하는 연구, 의료빅데이터 등을 활용한 마케팅 포지셔닝 연구 등이 필요할 것이라 판단된다.

둘째, 간호 서비스마케팅과 관련된 34편 연구의 주제는 만족 21편, 서비스품질 9편, 신뢰 1편, 불평/불만/서비스회복/실패 1편, 선택 1편, 인적서비스 1편으로 나타나 만족과 서비스품질의 한정된 주제에 대해 연구가 진행되는 기초단계임을 확인하였다. 따라서 서비스 산업에서 연구되고 있는 기본적인 주요한 서비스마케팅 주제에 대해 간호 분야에서도 활발히 연구하고 검증하여 의미 있는 이론적, 실무적 시사점 도출이 필요하다. 예를 들면, 간호 분야에서 최근 사회적 이슈가 되고 있는 간호사 조직 특성과 문화의 변수는 이직률, 직무만족 등의 인사관리 관점으로 주로 연구되었으나 서비스마케팅 관점으로 서비스지향성, 충성도 등 외부마케팅과 관련된 연구는 미비한 실정므로 이와 관련된 연구가 필요할 것이다. 또한 만족, 신뢰, 충성도 등 간호서비스 결과 성과뿐만 아니라 간호서비스 과정 성과를 확인할 수 있는 고객 상호작용 연구도 촉진되어야 할 것이다. 지금까지 간호서비스 마케팅 연구는 대부분 설문지를 이용한 조사연구로 SPSS, AMOS를 이용한 통계처리를 하였다. 따라서 향후 연구에서는 연구방법과 통계기법의 다양성을 추구할 필요성이 있다. 예를 들면, 서비스 마케팅 시나리오를 통한 실험연구, 변수를 활용한 군집분석이나 로짓분석을 통한 시장세분화와 고객세분화 연구도 필요할 것이다.

셋째, 간호 서비스마케팅과 관련된 연구 분야는 34편으로 그 수가 의료 서비스마케팅 187편에 비해 상대적으로 부족하였다. 사실 의료 서비스의 특성상 간호서비스를 포함하여 의료 서비스가 제공되기 때문에 고객이 인지하는 간호서비스를 측정하기에는 개념이 희석되어 순수한 간호서비스의 측정이 제한적으로 연구자들이 연구를 진행하거나 연구결과를 도출하는 어려움이 있었다. 그러나 본 연구결과를 통해 간호서비스 측정을 위해 연구 초기에 잘 설계된 논문들에서 고객들은 간호사 업무를 독창적이고 단독 서비스 행위로 인지하고 측정에 응답하고 있으며 서비스품질, 만족, 재방문의도와 관련 있다는 결과를 도출하였다. 따라서 향후 연구에서는 의료 서비스의 통합적인 성격으로 인하여 간호서비스만을 독창적으로 구분하기 어려운 측면을 감안하여 측정방법이 좀 더 세밀하게 연구되어야 할 필요성이 있다. 먼저 연구자는 연구대상자 선정에 주의하며 간호사와 관련된 변수의 조작적 정의와 연구 상황이 명확하도록 체계적인 설계가 필요하다. 또한 신뢰도 있는 연구도구를 사용하여 검증한다면 간호서비스와 관련된 실무적, 학문적으로 의미 있는 결과를 도출할 수 있을 것이다.

결 론

본 연구는 한국연구재단 기준 등재 및 등재후보지 국내문헌을 대상으로 의료 및 간호 서비스마케팅 관련 최종 221편의 문헌을 의료 서비스마케팅 187편과 간호 서비스마케팅 34편으로 분류하여 연구 동향을 분석하였다. 본 연구결과는 다음과 같다.

간호 서비스마케팅과 관련된 34편을 종합해보면 이차자료를 사용한 한편을 제외하고 설문지를 활용한 조사연구로 SPSS, AMOS 등을 통계분석에 활용하였다. 주제로 확인하면 만족에 관련된 연구(20편) 서비스품질(9편) 순으로 나타났다. 만족과 관련된 연구는 대부분 만족도 차이분석을 하였다. 34편의 연구들은 한정된 주제와 연구방법 또한 국한되어 진행되고 있으며 간호 서비스마케팅 연구는 시작단계임을 확인하였다. 또한 일반적인 마케팅 동향 분석 연구에서 기본적으로 연구되었던 서비스마케팅에서 필요한 전략과 성과, 고객역할 내/외 행동, 서비스 프로세스 등에 관련된 연구주제는 상당히 부족하므로 간호서비스에서도 연구가 필요할 것이다. 따라서 향후 연구에서는 기본적인 서비스마케팅 주제인 서비스접점, 관계마케팅, 고객관계관리, 대기관리, 서비스회복/실패, 인적서비스, CRM, 신뢰, 태도, 감정, 가치, 병원선택, 방문, 전환의도, 충성도, 구전 등에 대해 검증하고 간호서비스에 대한 실무적, 이론적 시사점

을 도출할 필요성이 있다. 나아가 현 시대를 반영할 수 있는 서비스마케팅 이슈에 대한 시각을 넓혀 고객참여, 서비스 상품, 서비스 과정, 서비스 환경, 서비스 방법 등과 관련된 이슈를 선행연구를 통해 발견하고 연구변수를 확장한 연구가 필요할 것이다.

본 연구는 의료 및 간호 서비스마케팅과 관련된 국내 연구동향을 보고자 한 기초연구로 향후연구에서는 본 연구를 바탕으로 의료 및 간호 서비스마케팅 국내외 문헌을 포괄하여 연구주제와 관련된 메타분석을 통해 의미 있는 결과를 도출하는 것이 필요할 것이라 판단된다.

REFERENCES

1. Zeithaml VA, Parasuraman A, Berry LL. Problems and strategies in services marketing. *The Journal of Marketing*. 1985;49(2):33-46. <https://doi.org/10.2307/1251563>
2. Parasuraman A, Zeithaml V, Berry LL. A conceptual model of service quality and its implications for further research. *The Journal of Marketing*. 1985;49(4):41-50. <https://doi.org/10.2307/1251430>
3. Taylor SA, Cronin J. An empirical assessment of the SERVPERF scale. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 1994;2:52-69. <https://doi.org/10.1080/10696679.1994.11501669>
4. Oliver R, Rust RT, Varki S. Customer delight: Foundations, findings, and managerial insight. *Journal of Retailing*. 1997;73(3):311-336.
5. McMullan R, Gilmore A. The conceptual development of customer loyalty measurement: a proposed scale. *Journal of Target, Measurement and Analysis in Marketing*. 2003;11(3):230-243. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jt.5740080>
6. Yi YJ, Lee CL. A critical review of service quality research in recent 10 years. *Journal of Marketing Management Research*. 2014;19(2):1-43.
7. Kim HS. Suggestion on the New Service Research Framework. *Journal of Service Research and Studies*. 2015;5(2):199-216.
8. Brown SW, Fisk RP, Bitner MJ. The development and emergence of services marketing thought. *International Journal of Service Industry Management*. 1994;5(1):21-41. <https://doi.org/10.1108/09564239410051894>
9. Kim SH. Healthcare Service Marketing: A review and future research directions. *Journal of Korea Parliamentary Law Institute*. 2008;1(1):127-146.
10. Kim JS. Consumer's perceptual types on hospital services at moment of truth (MOT). *Journal of Korean Clinical Nursing Research*. 1999;4(2):123-175.
11. Lee HY, Seo SY, Lee JH. Study on the development of zone of tolerance by process encounter for medical service quality

- control: Focusing on small and medium hospitals. *Health Service Management Review*. 2012;6(4):37-47.
12. Cha JB, Lee HY. Effect of MOT medical service failure factors on dissatisfaction and customer complaint behaviors: Focusing on patient-visit (first/second) types. *The Academy of Customer Satisfaction Management*. 2016;18(4):25-43.
 13. Son YM, Park CS. A study on the relationship marketing implement factors and repurchase in hospital. *Korean Journal of Business Administration*. 2006;19:379-401.
 14. Kim CT. A study on the effect of introduction of hospital CRM business performance. *Journal of Business Research*. 2012;27:273-300.
 15. Seol SC, Kim SB. A study on the relationship among medical service quality, intention of re-use, word-of-mouth effects -In case of general hospital and special hospital-. *Korean Journal of Business Administration*. 2004;17(4):1485-1512.
 16. Rye JG, Yang DH. The relationship between medical service quality and managerial performance in general hospitals. *Korean Journal of Hospital Management*. 2006;11(4):82-103.
 17. Lee DH, Chung SH, Choi KH. The impact of perceived organizational support on service quality, customer satisfaction, and customer loyalty in the health care service. *Journal of the Korea Service Management Society*. 2011;12(1):133-154. <https://doi.org/10.15706/jksms.2011.12.1.006>
 18. Park CK, Kwag EJ. A case study about managing waiting time for raising customer's satisfaction in the medical service. *Korean Journal Of Hospital Management*. 2009;14(3):132-153.
 19. Kim JS, Eom AH, Yu MS. Medical convergence analysis of complaint about medical service in an affiliated hospital. *Journal of the Korea Convergence Society*. 2016;7(5):117-125. <https://doi.org/10.15207/JKCS.2016.7.5.117>
 20. Kim SH, Shin HH. A comparison of patients' and service providers' views on failures and recoveries in healthcare services. *Journal of Korea Service Management Society*. 2008;9(4):89-109. <https://doi.org/10.15706/jksms.2008.9.4.004>
 21. Yoo CJ, Yeo JS. Content analyses on marketing studies in Korea: On research subject and methodology (2000-2009). *Journal of Consumer Studies*. 2010;21(2):321-340.
 22. Cho JE, Choi HS. Assessing the evaluation of airline industry research -A 20 year content analysis of publications in selected top tier journals in tourism and hospitality-. *Korea Academic Society of Tourism Management*. 2010;25(3):21-37.
 23. Park HJ, Chong YK. A review of research trend on marketing in hospitality and tourism. *Journal of Tourism Sciences*. 2015; 39(3):157-171. <https://doi.org/10.170861/JTS.2015.39.1.157>
 24. Lee YJ. *The flow of marketing research*. Seoul: Bubmunsa; 2015. p. 182-228.

Appendix 1. The List of Article for Nursing Service Marketing

- A1. Heo EJ, Jung MS. The effects of nurses' competencies in medical services on clients' nursing trust and loyalty. *Asia-Pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*. 2016;6:1-10.
<https://doi.org/10.14257/AJMAHS.2016.12.03>
- A2. Song CS, Seo MS, Nam SM, Park SH, Oh MS, Han KH, et al. Patient satisfaction related to increased nursing personnel staffing. *Journal of Korean Academic Society of Home Health Care Nursing*. 2009;16(2):115-122.
- A3. Lee MA, Kim IH, Baek SH. Perceived consumers satisfaction with nursing and medical service and hospital revisiting intent. *The Journal of Korean Nursing Administration Academic Society*. 2003;9(3):403-414.
- A4. Wang MS, Lee ID, Kang MS, Cha EK, Chio DH, Jeong HC. Analysis on satisfaction of nursing services for elderly hospitalized in attended ward and general ward. *Journal of Korea Academia-Industrial cooperation Society*. 2014;15(5):3014-3024.
<https://doi.org/10.5762/KAIS.2014.15.5.3014>
- A5. Lee NY, Han JY, Heo MJ. Comparison of satisfaction and need on nursing service perceived by the patients and nurses. *Journal of the Korean Data and Information Science Society*. 2015; 26(1):169-177. <https://doi.org/10.7465/jkdi.2015.26.1.169>
- A6. Seo HL, Eom HK, Seo YK, Chio MJ, Im SI, Shin SM, et al. Hwang SA. Relationship among nurses' communication style, nursing service satisfaction, hospital service satisfaction perceived by patients' family and intent to revisit the hospital. *Journal of Korean Clinical Nursing Research*. 2016;22(3):368-378.
- A7. Sun YO, Kwak SH, Kwon HJ. A study on nursing service satisfaction and intention to revisit and recommend hospital in inpatients. *Global Health & Nursing*. 2011;1(2):93-101.
- A8. Shin SR, Park KY. Comparing satisfaction with nursing care and factors relevant to hospital revisit intent among hospitalized patients in comprehensive nursing care units and general care units. *Journal of Korean Academy of Nursing Administration*. 2015;21(5):469-479.
<https://doi.org/10.11111/jkana.2015.21.5.469>
- A9. Moon IO, Lee MH. The difference in medical and nursing service satisfaction between internal and external customers. *Journal of Korean Academy of Nursing Administration*. 2002; 8(1):151-167.
- A10. Lee MA, Yom YH. A comparative study of consumers and providers on nursing service quality, satisfaction, and hospital revisiting intent. *Journal of Korean Academy of Nursing Administration*. 2005;11(4):425-437.
- A11. Sung YH, Kwon IG, Kim MK. A study on the perception gap in clinical nursing service between customers and providers. *Journal of Korean Clinical Nursing Research*. 2006;12 (1):109-123.
- A12. Kim KS, Ha EH. Factors affecting quality of nursing services and intention to revisit as perceived by hospitalized patients and nurses in medium sized urban hospitals. *Journal of Korean Clinical Nursing Research*. 2009;15(2):103-114.
- A13. Kim JH, Lee IS. The differences in quality perceptions, expectations, evaluation, and satisfaction for nursing service between patients and nurses: Small-medium sized general hospitals. *Journal of Korean Academy of Nursing*. 2004;34 (7):1243-1254. <https://doi.org/10.4040/jkan.2004.34.7.1243>
- A14. Lee MA. A comparative study of how subjects' characteristics and nursing service quality influence on hospital revisiting intent between patients and nurses. *Journal of Korean Academy of Nursing*. 2005;35(7):1210-1220.
<https://doi.org/10.4040/jkan.2005.35.7.1210>
- A15. Lee MA. Study of the nursing service quality and satisfaction that admitted patients perceived: being used SERVQUAL. *Journal of Korean Academy of Nursing*. 2002;32(4):506-518.
<https://doi.org/10.4040/jkan.2002.32.4.506>
- A16. Kim JH, Park CM. Improvement prioritization of health and medical service quality attributes using PCSI Index -Focused on one upper level general hospital-. *The Korean Society of Hospital Administration*. 2015;20(2):39-56.
- A17. Park YS, Song MJ. Importance of service quality factors affecting trust and satisfaction in medical service. *The Korean Society of Management Consulting*. 2008;8(4):83-101.
- A18. Ji KJ. A study on medical service quality affecting perceived value, satisfaction and intention of revisit in middle hospitals. *Korean Journal of Hospital Management*. 2013;18(4):18-38.
- A19. Kim MR, Hwang DS. Consumer satisfaction and behavioral intention for medical services. *Journal of Korean Home Management Association*. 2007;24(4):11-24.
- A20. Kim MR, Rhee KC. Factors that affect consumer satisfaction with medical services. *Journal of Consumer Studies*. 2004;15 (3):111-131.
- A21. Sung JA, Nam CH, Kim SW, Kim GS, Koo HJ, Yoo EJ. Patient's satisfaction with medical care services in hospital. *Journal of Society of Preventive Korean Medicine*. 2006;10(1):109-121.
- A22. Park SK. The causality among the internal customer satisfaction, the external customer satisfaction and the customer loyalty of medical service. *Journal of Preventive Medicine and Public Health*. 2002;35(3):236-244.
- A23. Bae SK, Nam EW, Park JY. A study on major factors on patient satisfaction of general hospitals in Korea- Analysis of factors associated with in health service evaluation program by the Korean government-. *Korean Journal of Hospital Management*. 2005;10(2):26-44.
- A24. Jung SJ. A study of inpatient satisfaction levels at general

- hospitals. *Journal of Korea Academia-Industrial cooperation Society*. 2012;13(7):3094-3101.
<https://doi.org/10.5762/KAIS.2012.13.7.3094>
- A25. Youn KI, Kang IH. The asymmetric relationship between hospital service attributes and patient satisfaction: An implication to important-performance analysis application. *Korean Journal of Hospitality and Tourism (KJHT)*. 2009;18(3):267-280.
- A26. Chung JH, Han JH. The effects of the attribute-level satisfaction on the overall satisfaction and the mediation role of involvement in medical service. *Korean Corporation Management Review*. 2009;16(2):243-258.
- A27. Cho SN. Physicians and the satisfaction with medical services. *Korea Journal of Population Studies*. 2009;32(3):21-41.
- A28. Jeong YS, Kim JY. Parent satisfaction with inpatient hospital services in children's hospitals. *Child Health Nursing Research*. 2005;11(3):273-281.
- A29. Wang MS, Lim NY, Jeong HC. The patient satisfaction of medical services and the revisiting intention in a public hospital. *Journal of Korea Academia-Industrial cooperation Society*. 2013;14(12):6275-6283.
<https://doi.org/10.5762/KAIS.2013.14.12.6275>
- A30. Choi EK, Kim SH, Jung SY, Jo EH, Choi KS, Sim SJ, et al. Expectation and satisfaction of parents with inpatient hospital service. *Journal of Korean Clinical Nursing Research*. 2011;17(2):228-238.
- A31. Jung SW, Seo YJ, Lee HJ, Lee KJ. Determinants of patient satisfaction and intent to revisit at national university hospitals in Korea. *Korean Journal of Hospital Management*. 2005;10(2):1-25.
- A32. Kim JS, Eom AH, Yu MS. Medical convergence analysis of complaint about medical service in an affiliated hospital. *Journal of the Korea Convergence Society*. 2016;7(5):117-125.
<https://doi.org/10.15207/JKCS.2016.7.5.117>
- A33. Kim ST, Oh CO. Factors that affect decisions for selecting hospitals and different awareness - Focusing on inpatient, care-giver, nurse in university hospital using AHP. *Journal of The Korea Institute of Healthcare*. 2012;18(4):39-52.
- A34. Lee JC, Kim SH. The relation of HRM service quality, consumer satisfaction and re-visitation in the hospital industry. *Journal of Marketing Studies*. 2002;11(1):111-126.