

치과위생사와 환자와의 라포르 형성이 진료 만족도에 미치는 영향

성미경^{1*} · 이선희² · 전슬이³

¹마산대학교 치위생과 교수, ²최웅재 치과의원 치과위생사, ³근로복지공단 창원병원 치과 치과위생사

Effect of Dental Hygienist and Patient Rapport Formation on Treatment Satisfaction

Mi-Gyung Seong^{1*}, Seon-Hui Lee², Seul-Yi Jeon³

¹Dept. of Dental Hygiene, Masan University, Professor

²Woongjae Choi Dental Clinic, Dental Hygienist

³Korea Labor Welfare Corporation Changwon Hospital Dental Clinic, Dental Hygienist

Objectives: The purpose of this study aimed was to investigate the effect of the degree of rapport formation between a dental hygienist and a patient on treatment satisfaction.

Methods: A total of 230 participants people who agreed to this study were surveyed for about one month from in July 2021, and rapport formation and treatment satisfaction were measured using a Likert 5-point scale.

Results: Among the 4 sub-items of rapport formation, As a result, the patient's meticulous consideration was had the highest score among the 4 sub-items of rapport formation., and among the 3 sub-items of satisfaction with treatment, when the feeling of the dental hygienist was the best, the satisfaction was high. In addition, customer intimacy was the most influential important among the 4 factors of rapport formation.

Conclusions: Therefore, dental hygienists will need to must identify the sub-items that have with a high impact during rapport formation and must make efforts to utilize them in order to increase patient satisfaction with treatment.

Keywords Dental hygienist, Patient, Rapport formation, Treatment satisfaction

Received on Mar 21, 2022. Revised on Mar 29, 2022. Accepted on Mar 29, 2022.

* Corresponding Author (E-mail: mgseong@masan.ac.kr)

I. 서론

국민소득 증가 및 인구 고령화로 인한 국민의 건강에 관한 관심의 증대로 고품질 의료서비스에 대한 수요가 증가하고 있으며, 의료서비스 산업의 발달로 인한 병원의 의료서비스 공급은 병원 중심이 아닌 환자 또는 고객 중심의 시장으로 빠르게 변화하고 있다[1]. 또한 의료기관의 수준을 평가하는 기준도 의료환경 뿐 아니라 대인관계 및 대상자 간의 정보제공, 대상자의 만족도 평가 등 제공자 중심이 아닌, 소비자 중심의 평가로 변화되고 있다[2]. 의료서비스의 궁극적인 목적은 환자의 건강을 유지하고 질병을 완치함으로써 환자의 욕구를 충족하는 데에 있다. 의료서비스 마케팅 측면에서도 질 높은 의료서비스를 통해 환자와의 강한 인간관계를 형성하고, 충성도 높은 고객을 확보하기 위해 의료서비스 제공자들의 노력이 필요하고 긍정적인 결과를 위해

서는 환자의 적극적인 협조와 노력 이외에도 의료서비스 제공자에 대한 환자의 감정적 반응이나 판단이 중요한 역할을 하게 된다[3]. 고객의 만족도에 영향을 미치는 다양한 요인에는 커뮤니케이션을 기반으로 한 신뢰 관계가 우선되어야 한다고 볼 수 있다. 특히 만성질환의 경우에는 장기적인 치료를 요구하는 것이어서 환자와 의료제공자와는 지속적인 관계를 갖게 되고[4]. 의사와 환자의 커뮤니케이션 만족도는 전반적인 환자 만족뿐 아니라, 환자의 건강 수준 향상, 나아가 효과적이고 효율적인 의료자원의 사용과도 연관이 있는 것으로 보고되고 있다[5-9].

대상자와 긍정적인 관계를 갖는다는 것은, 반복적이고 장기적인 유대관계를 형성하는 것이며 그 연결고리는 친밀감, 배려, 친분, 신뢰, 라포르 등이다[10]. '라포르'란 사람과 사람 사이에 생기는 상호신뢰 관계 특히 치료자와 환자 사이의 관계를 말하는 심리학 용어이다. 서로 마음이 통한다든지 어떤 일이라도 터놓고 말할

수 있거나, 말하는 것이 충분히 감정적으로나 이성적으로 이해하는 상호 관계를 말한다[11]. 의료서비스 제공자와 환자의 관계에 있어 친밀감, 배려, 신뢰, 친절, 소통 등 사회적 요소가 포함되면 환자 만족도, 충성도, 입소문에 큰 영향을 미칠 뿐만 아니라 환자의 질병이 호전되지 않아도 그 잘못을 의료서비스 제공자의 탓으로 돌리는 경우가 훨씬 적으며 진료에 만족함을 볼 수 있다고 하였다. 또한 이러한 요소들이 포함될 때 환자들은 호의적인 감정적 반응을 보이며, 진료에 대한 좋은 평가로 이어지게 된다[3]. 환자와 의료진 사이에 친밀감 및 공감력 즉, 라포르 형성은 대인간의 상호작용이 매우 높은 의료서비스 산업에서 특히 더 중요하다. 하지만 상호작용이 높은 의료서비스에서 환자의 치료를 위해서는 라포르가 필연적으로 형성되어야 하므로 의료서비스에 라포르를 적용한 연구는 많지 않으며, 특히 의료서비스 이용자의 관점에서 라포르를 형성시키는 선행요인이 무엇이며, 그리고 이러한 라포르 형성이 환자 태도에 어떤 영향을 미치는지 실증적으로 분석한 연구는 매우 부족한 실정이다[12]. 고객 중심의 진료와 예방업무, 경영관리를 주로 하는 인적 상호작용이 많은 치과위생사에게 라포르 형성은 매우 중요한 요인이므로 활발한 연구를 기대한다.

라포르와 관련된 국내 연구를 살펴보면 커뮤니케이션 스타일에 따른 의사와 환자 간의 라포르 형성 정도[13], 라포르에 대한 개념 분석[2], 의료서비스 환경에서 라포르 형성 행동이 고객 태도 및 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구[12], 의료서비스 고객의 라포르 형성 요인과 결과[3], 의료서비스 제공자의 감정 표현에 대한 환자의 인식이 라포르 형성과 고객 만족 사이 관계[14] 등이 있으나, 치위생학에서 라포르와 관련한 연구는 거의 없는 실정이다.

따라서 본 연구는 라포르 형성을 통한 환자와 질적 관계 향상으로 의료기관의 지속적인 성장을 위하여 연구대상자의 인구 사회학적 특성을 파악하고, 인구 사회학적 특성에 따른 라포르 형성 정도와 진료 만족도의 차이, 연구대상자의 라포르 형성 정도와 진료 만족도 수준, 라포르 형성과 진료 만족도 간의 관련성과 진료 만족도에 영향을 미치는 요인을 파악하여 기초자료로 활용하고자 한다.

II. 연구 방법

1. 연구 대상 및 방법

1) 연구 대상

본 연구는 창원, 마산, 진해 등의 지역에서 2021년 7월 말부터 2021년 8월 말까지 치과 병·의원을 방문한 환자 230명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 직접 대면을 통하여 연구의 필요성과 목적에 대하여 설명한 후, 구조화된 설문지를 자기 기입방식으로 작성하였다. 배부된 설문지 총 230부 전부가 회수되었고, 230부를 모두 연구분석 자료로 이용하였다.

2) 연구 방법

본 연구에서 사용된 설문지는 김[3]과 최[12], 정[14]의 연구를 참조하여 수정·보완하였다. 설문지의 구성은 일반적 특성 6문항으로 구성되었고, 라포르 형성은 총 18문항으로 세심한 배려와 유대감 형성, 친밀감, 대화와 공감으로 구성되었으며 진료 만족도는 총 16문항으로 인지적 태도와 고객만족도, 치과위생사에 대한 느낌으로 구성되었다. 본 연구에서 사용된 라포르 형성의 Cronbach's α 는 0.960이었고, 진료 만족도는 0.963으로 매우 높게 나타났다. 설문지는 Likert 5점 척도로 구성되어 점수가 높을수록 라포르 형성과 진료에 대한 만족도가 높은 것을 의미한다.

2. 자료 분석(통계분석)

수집된 자료는 SPSS Win 20.0 통계프로그램을 이용하여 다음과 같은 분석을 하였다. 연구대상자의 일반적인 특성과 라포르 형성 정도, 진료 만족도는 빈도분석을 하였고, 일반적 특성에 따른 라포르 형성과 진료 만족도의 차이는 독립표본 t-검정과 일원 배치 분산분석을 하였고 사후분석방법은 Duncan's으로 분석하였다. 라포르 형성 정도와 진료 만족도 간의 관련성을 알아보기 위해 상관분석을 실시하였으며, 진료 만족도에 영향을 미치는 요인을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

III. 연구 결과

1. 연구대상자의 인구 사회학적 특성

연구대상자의 인구 사회학적 특성으로 분포도는 <Table 1>과

같다. 성별은 여자가 남자보다 많았고, 연령은 20대가 가장 많았고, 30대, 60대 이상, 50대, 40대 순으로 많았다. 학력은 대학교 졸업, 고졸 이하, 전문대졸, 대학원 졸업 순으로 많았다. 직업은 회사원이 가장 많았고, 기타(학생, 주부 등), 전문직, 자영업 순으로 나타났다. 소득은 200만원 초과 ~ 300만원이하, 400만원 초과, 100만원 이하와 300만원 초과 ~ 400만원 이하가, 100만원 초과 ~ 200만원 이하 순으로 높았다. 이용 빈도는 월 1회 초과 ~ 월 3회 이하가 가장 높았고, 월 1회 이하, 연 1회 초과, 연 1회 이하, 월 3회 초과 순으로 나타났다.

<Table 1> Demographic and sociological characteristics of study subjects

Characteristics	Division	Frequency (n)	Percentage (%)
Gender	Male	114	49.6
	Female	116	50.4
Age	20's	67	29.1
	30's	57	24.8
	40's	28	12.2
	50's	36	15.7
	Over 60	42	18.3
Education	Less than high school graduate	62	27
	College graduate	55	23.9
	University Graduation	94	40.9
	Graduate school	19	8.3
Job	Office worker	79	34.3
	Profession	58	25.2
	Self-employment	29	12.6
	Etc(student, housewife, etc.)	64	27.8
Income	Less than 1 million won	33	14.3
	More than 1 million won ~ 2 million won or less	31	13.5
	More than 2 million won ~ 3 million won or less	88	38.3
	More than 3 million won ~ 4 million won or less	33	14.3
	More than 4 million won	45	19.6
Frequency of use	Less than once a year	40	17.4
	More than once a year	41	17.8
	Less than once a month	43	18.7
	More than once a month - less than 3 times a month	76	33
	More than 3 times per month	30	13

2. 연구대상자의 라포르 형성과 진료 만족도

연구대상자의 라포르 형성과 진료 만족도는 <Table 2>와 같다. 라포르 형성은 대부분 높게 나타났으며 세심한 배려가 라포르 형성에 가장 영향을 미쳤으며, 대화와 공감, 친밀감, 유대감 형성 순으로 나타났다. 진료 만족도는 치과위생사에 대한 느낌이 좋을 때가 만족도에 가장 영향을 미쳤으며, 고객 만족도와 인지적 태도 순으로 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3. 인구 사회학적 특성에 따른 라포르 형성

연구대상자의 인구 사회학적 특성에 따른 세심한 배려, 유대 형성, 고객친밀감, 대화 및 공감의 차이를 분석한 결과는 <Table 3>과 같다. 세심한 배려는 학력에서 대학원 졸업이 가장 높았고 다음은 고졸 이하, 대학 졸업, 전문대졸 순이었다(p<0.05). 소득에서는 400만원 초과가 가장 높았고 100만원 초과~200만원 이하가 가장 낮았다(p<0.05). 유대감 형성은 성별에서 여자보다 남자가 유의한 차이로 높았다. 학력에서는 대학원 졸업(M=4.49)이 가장 높았고 전문대졸이 가장 낮았으며(p<0.05) 소득에서는 100만원 이하와 400만원 초과가 가장 높았고 200만원 초과~300만원 이하가 가장 낮았다(p<0.05). 고객친밀감은 성별에서 여자보다 남자가 유의한 차이로 높았다. 학력에서는 고졸 이하가 가장 높았고 전문대졸이 가장 낮았으며(p<0.05), 직업에서는 회사원이 가장 높았고 전문직이 가장 낮았다(p<0.05). 대화와 공감은 학력에서 대학원 졸업이 가장 높았고 전문대졸이 가장 낮았으며(p<0.05), 소득에서는 100만원 이하가 가장 높았고 100만원 초과~200만원 이하가 가장 낮았다(p<0.05).

<Table 2> Rapport formation and treatment satisfaction of study subjects (n=230)

Item	Division	M±SD
Rapport formation	Meticulous care	4.44±0.62
	Bonding	4.18±0.74
	Customer intimacy	4.40±0.67
	Conversation and empathy	4.42±0.67
	Total	4.36±0.68
Satisfaction with treatment	Cognitive attitude	4.33±0.68
	Customer satisfaction	4.35±0.68
	Feelings about the Dental Hygienist	4.39±0.66
	Total	4.36±0.60

by frequency analysis

<Table 3> Rapport formation according to demographic and sociological characteristics

Item	Division	Frequency (n)	Meticulous care	Bonding	Customer intimacy	Conversation and empathy
			Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD
Gender	Male	114	4.46±0.67	4.28±0.66	4.50±0.62	4.50±0.62
	Female	116	4.41±0.58	4.09±0.80	4.31±0.70	4.34±0.70
	t(p)		0.621(0.535)	2.006(0.046)	2.137(0.034)	1.855(0.065)
Age	20's	67	4.43±0.57	4.00±0.82	4.36±0.71	4.36±0.69
	30's	57	4.30±0.70	4.17±0.74	4.49±0.61	4.49±0.65
	40's	28	4.54±0.57	4.19±0.74	4.34±0.65	4.36±0.69
	50's	36	4.53±0.62	4.35±0.66	4.44±0.61	4.48±0.58
	Over 60	42	4.49±0.62	4.35±0.64	4.36±0.72	4.40±0.72
	F(p)		1.204(0.310)	1.970(0.100)	0.499(0.737)	0.454(0.769)
Education	Less than high school graduate	62	4.52±0.56 ^b	4.39±0.65 ^{bc}	4.51±0.64 ^b	4.51±0.66 ^b
	College graduate	55	4.21±0.71 ^a	3.99±0.80 ^a	4.16±0.77 ^a	4.13±0.78 ^a
	University Graduation	94	4.45±0.61 ^{ab}	4.10±0.72 ^{ab}	4.46±0.60 ^b	4.50±0.57 ^b
	Graduate school	19	4.79±0.38 ^c	4.49±0.70 ^c	4.45±0.56 ^b	4.55±0.57 ^b
	F(p)		5.075(0.002)	4.478(0.004)	3.388(0.019)	4.667(0.003)
Job	Office worker	79	4.44±0.59	4.19±0.70	4.55±0.54 ^b	4.51±0.59
	Profession	58	4.46±0.62	3.99±0.74	4.12±0.69 ^a	4.22±0.69
	Self-employment	29	4.29±0.75	4.28±0.73	4.43±0.82 ^b	4.38±0.81
	Etc(student, housewife, etc.)	64	4.47±0.62	4.30±0.78	4.46±0.65 ^b	4.49±0.64
	F(p)		0.614(0.607)	2.048(0.108)	5.141(0.002)	2.493(0.061)
Income	Less than 1 million won	33	4.58±0.60 ^b	4.45±0.84 ^b	4.61±0.58	4.62±0.59 ^b
	More than 1 million won ~ 2 million won or less	31	4.22±0.69 ^a	4.04±0.80 ^a	4.17±0.80	4.14±0.72 ^a
	More than 2 million won ~ 3 million won or less	88	4.37±0.57 ^{ab}	4.00±0.68 ^a	4.38±0.60	4.35±0.66 ^{ab}
	More than 3 million won ~ 4 million won or less	33	4.37±0.69 ^{ab}	4.17±0.69 ^{ab}	4.41±0.72	4.48±0.60 ^b
	More than 4 million won	45	4.66±0.58 ^b	4.45±0.65 ^b	4.46±0.68	4.53±0.68 ^b
	F(p)		3.250(0.013)	4.349(0.002)	1.930(0.106)	2.826(0.026)
Frequency of use	Less than once a year	40	4.30±0.59	3.93±0.75	4.30±0.63	4.38±0.64
	More than once a year	41	4.60±0.56	4.19±0.76	4.50±0.69	4.52±0.70
	Less than once a month	43	4.30±0.59	4.25±0.63	4.40±0.65	4.40±0.62
	More than once a month - less than 3 times a month	76	4.44±0.70	4.17±0.79	4.34±0.73	4.37±0.70
	More than 3 times per month	30	4.58±0.53	4.44±0.63	4.56±0.52	4.47±0.66
	F(p)		2.074(0.085)	2.212(0.069)	1.033(0.391)	0.445(0.776)

M±SD, n=230

a<b<c : Duncan's multiple comparison

by t test or one way ANOVA,

4. 인구 사회학적 특성에 따른 진료 만족도

대상자의 인구 사회학적 특성에 따른 진료 만족도의 차이는 <Table 4>와 같으며, 학력에서는 대학원 졸업이 가장 높게 나타났으며, 이용 빈도에서는 월 3회 초과 방문하는 사람이 가장 높게 나타났으며 이용 빈도가 높을수록 진료 만족도가 높게

나타났다(p<0.05).

5. 라포르 형성과 진료 만족도 간의 관련성

라포르 형성과 진료 만족도 간의 관련성을 살펴본 결과 <Table 5>와 같다. 세심한 배려는 유대감 형성(r=0.692, p<0.01)과 고객

<Table 4> Satisfaction with treatment according to demographic and sociological characteristics (n=230)

Item	Division	frequency(n)	Treatment satisfaction	t/F	p
Gender	Male	114	4.43±0.57	1.803	0.073
	Female	116	4.29±0.61		
Age	20's	67	4.22±0.63	2.332	0.057
	30's	57	4.30±0.51		
	40's	28	4.43±0.60		
	50's	36	4.54±0.47		
	Over 60	42	4.46±0.70		
Education	Less than high school graduate	62	4.50±0.57 ^b	3.072	0.029
	College graduate	55	4.21±0.70 ^a		
	University Graduation	94	4.31±0.53 ^{ab}		
	Graduate school	19	4.52±0.58 ^b		
Job	Office worker	79	4.40±0.50	1.748	0.158
	Profession	58	4.21±0.64		
	Self-employment	29	4.44±0.78		
	Etc(student, housewife, etc.)	64	4.41±0.55		
Income	Less than 1 million won	33	4.52±0.56	2.377	0.053
	More than 1 million won ~ 2 million won or less	31	4.21±0.75		
	More than 2 million won ~ 3 million won or less	88	4.27±0.50		
	More than 3 million won ~ 4 million won or less	33	4.36±0.62		
	More than 4 million won	45	4.50±0.63		
Frequency of use	Less than once a year	43	4.45±0.47 ^a	3.174	0.015
	More than once a year	76	4.40±0.65 ^b		
	Less than once a month	30	4.55±0.46 ^b		
	More than once a month - less than 3 times a month	40	4.10±0.60 ^b		
	More than 3 times per month	41	4.30±0.63 ^{ab}		

by t test or one way ANOVA, M±SD, a<b : Duncan's multiple comparison

<Table 5> Relationship between rapport formation and care satisfaction (n=230)

Division	Rapport formation				Satisfaction with care
	Meticulous care	Bonding	Customer intimacy	Conversation and empathy	
Meticulous care	1				
Bonding	0.692 ^{**}	1			
Customer intimacy	0.641 ^{**}	0.734 ^{**}	1		
Conversation and empathy	0.587 ^{**}	0.678 ^{**}	0.820 ^{**}	1	
Satisfaction with treatment	0.635 ^{**}	0.775 ^{**}	0.836 ^{**}	0.767 ^{**}	1

by correlation analysis, **p<0.01

친밀감(r=0.641, p<0.01), 대화 및 공감(r=0.587, p<0.01), 진료 만족도(r=0.635, p<0.01)와 관련성이 있었고, 유대감 형성은 고객 친밀감(r=0.734, p<0.01)과 대화 및 공감(r=0.678, p<0.01), 진료 만족도(r=0.775, p<0.01)가 관련성이 있었다. 고객친밀감은 대화

및 공감(r=0.820, p<0.01)과 진료 만족도(r=0.836, p<0.01)가 관련성이 있었으며, 대화 및 공감은 진료 만족도(r=0.767, p<0.01)와 관련성이 있었다. 모든 리포트 형성 유형에서 세심한 배려, 유대감 형성, 고객친밀감, 대화와 공감은 진료 만족도와 관련성이 있었다.

<Table 6> Effect of rapport formation on treatment satisfaction

(n=230)

Independent variable	Unnormalized coefficient		Standardization factor	t	p
	B	Standard error	β		
A constant	0.73	0.15		4.84	<0.001*
Meticulous care	0.33	0.05	0.04	0.75	0.457
Bonding	0.25	0.04	0.30	5.73	<0.001*
Customer intimacy	0.40	0.06	0.45	7.15	<0.001*
Conversation and empathy	0.15	0.05	0.17	2.97	0.003

by multiple regression, Adj R²=0.761, F-value=183.772, *p<0.001

6. 라포르 형성이 진료 만족도에 미치는 영향

라포르 형성이 진료 만족도에 미치는 변인들의 영향력을 분석하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 <Table 6>과 같다. 진료 만족도에 가장 큰 영향력을 미치는 변인은 고객친밀감($\beta=0.45$, $p<0.001$)이었으며, 유대감 형성($\beta=0.30$, $p<0.001$), 대화 및 공감($\beta=0.17$, $p=0.003$)순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 고객친밀감이 높을수록, 유대감이 형성되고 대화 및 공감이 높을수록 진료 만족도가 높아진다고 할 수 있다. 독립변수에 의한 설명력은 76.1%이었다($F=183.772$, $p<0.001$).

IV. 고찰

고객 만족 경영은 기업체들이 경쟁적 우위를 잡기 위한 필수적인 전략 도구로 인식되고 있으며 이를 위한 고객 맞춤형 서비스를 개발·강화하고 있다. 특히 고객 개인 맞춤형 서비스 개발을 위하여 개인적 성격이나 특성을 파악하여 고객 개인 성격 유형에 맞는 서비스를 제공하여 경제적 이득을 증가하려는 전략을 실행하고, 고객과의 지속적이고 장기적인 상호작용을 중시하여 서비스 제공자들의 라포르 행동의 구성요소 체계들을 탐색하는 것이 필수적인 추세로 판단된다[15]. 라포르 형성은 의료서비스 접점에서 이루어지는 제공자와 고객 간의 우호적 관계로 상호 간의 결속을 강화하고 의료기관에서의 충성고객 확보에 매우 용이하다[16]. 따라서 고객의 접점에서 상호작용을 하며 의료서비스를 제공하고 있는 치과위생사들의 환자와 감정적 라포르 형성 정도가 진료 만족도에 미치는 영향을 파악하고자 하였다.

라포르 형성과 진료 만족도를 살펴보면 라포르 형성에는 세심한 배려(4.44 ± 0.62)가 가장 높았고 대화와 공감(4.42 ± 0.67)으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 진[15]의 서비스 제공자의 라포르 행동의 구성요소인 아주 세심한 행동, 정보공유, 유대

행동 등이 서비스 제공자의 이성적 공감에 정의 영향을 미치는 것으로 조사된 연구와 일치하는 것으로 보인다. 최[12]의 라포르 형성 행동과 고객 태도 간의 관계에서 세심한 배려 행동과 정보공유 행동은 인지적 태도에 긍정적인 영향을 미치며, 정서적 태도에도 긍정적 영향을 미친다는 연구와도 일치한다. 박과 협[17]의 연구 결과를 뒷받침하는 것으로 서비스 제공자의 라포르 형성 행동에 대해 높게 인식할수록 고객은 긍정적인 태도를 형성하는 것으로 이해할 수 있다. 진료 만족도는 치과위생사에 대한 느낌(4.39 ± 0.66)이 가장 영향을 미쳐 관계 중심에서 감정을 수반하여 상호작용을 하는 서비스 제공자의 고객에게 보여주는 긍정적인 태도가 매우 중요함을 확인할 수 있었다. 이는 박과 협[17], 허[18]의 연구와도 일치하였다.

인구 사회학적 특성에 따른 라포르 형성 정도는 세심한 배려는 학력의 대학원 졸업과 소득의 400만원 초과에서 높게 나타나 통계적으로 유의미한($p<0.05$) 결과를 나타냈으며, 유대감 형성은 성별에서 남자가 학력에서는 대학원 졸업이 소득에서는 100만원 이하와 400만원 초과가 가장 높아 통계적으로 유의미한($p<0.05$) 결과를 보였다. 고객친밀감은 성별에서 남자가 학력에서 고졸 이하가 직업에서 회사원이 통계적으로 유의미한($p<0.05$) 결과를 나타내었고, 대화와 공감은 학력에서 대학원 졸업이 소득에서는 100만원 이하가 통계적으로 유의미한($p<0.05$) 결과를 보였다. 학력과 소득이 높을수록 세심한 배려가 필요하고 남자가 여자보다 유대감 형성이나 고객친밀감을 더 느끼며, 고졸 이하의 회사원이 고객친밀감이 높음을 알 수 있었다.

인구 사회학적 특성에 따른 진료 만족도는 대학원을 졸업하고 월 3회 이상을 초과하는 이용 빈도가 높을수록 진료 만족도가 높게 나타나 통계적으로 유의미한($p<0.05$) 결과를 나타냈다. 라포르 형성과 진료 만족도 간의 관련성은 모든 라포르 형성 유형에서 세심한 배려, 유대감 형성, 고객친밀감, 대화와 공감은 진료 만족도와 관련성이 있었다. 라포르의 동의어가 신뢰라고 보았을 때 의료서비스에서의 신뢰는 당사자 간 상대방을 믿는 정도를

의미하며, 신뢰의 조절 효과는 신뢰수준이 높은 집단은 낮은 집단에 비해 촉진 요인이 감정적 참여와 정보적 참여에 미치는 영향력이 유의하게 더 큰 것을 확인한 이와 김[19]의 연구와 같이 라포르 형성이 높을수록 신뢰하고 참여율이 높아짐을 알 수 있었다. 이러한 연구 결과는 유[20]와 최[21]의 연구와도 맥락을 같이한다고 볼 수 있다.

라포르 형성이 진료 만족도에 미치는 변인들의 영향력을 분석하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과 진료 만족도에 가장 큰 영향력을 미치는 변인은 고객친밀감이었으며, 유대감 형성, 대화 및 공감순으로 영향을 미치는 것으로 나타내어 고객친밀감이 높을수록 유대감이 형성되고 대화 및 공감이 높을수록 진료 만족도가 높아진다고 할 수 있다. 이는 라포르 형성 행동과 조직 충성도 간의 관계에서 세심한 배려나 유대감 형성이 인지적 태도 및 정서적 태도를 매개하여 고객충성도에 긍정적인 영향을 미치는 최[12]의 연구와 유사하였으며, 서비스 제공자의 라포르 행동의 구성요소인 세심한 행동, 예의 바른 행동, 정보공유, 유대 행동 등이 고객의 감성적 공감에 긍정적인 영향을 미치는 진[15]의 연구와 일치하였다.

본 연구는 감정노동 수준이 높은 치과위생사들에게 환자와의 라포르 형성은 인적 상호작용을 통한 업무의 강도를 낮추고 보다 높은 질적 서비스 향상을 위한 방안으로 의미가 있다고 볼 수 있으나 일부의 제한적인 지역과 인원으로 일반화하기에는 한계점이 있다. 향후 이와 관련한 후속 연구가 활발히 이루어질길 기대하며 치과위생사는 환자의 진료 만족도를 높이기 위해 라포르 형성 중 영향이 높은 하위항목을 파악하여 이를 활용하기 위한 프로그램 개발과 지속적인 환자 응대 노력으로 서비스 제공자와 고객이 함께 만족하는 진료가 되길 바란다.

V. 결론

본 연구는 치과위생사와 환자의 라포르 형성 정도에 따른 환자의 진료 만족도에 미치는 영향에 대해 알아보고자 창원, 마산, 진해 등의 지역에서 2021년 7월 말부터 2021년 8월 말까지 치과 병·의원을 방문한 환자 230명을 대상으로 설문조사를 실시하여 분석한 자료로 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 연구대상자의 라포르 형성 정도는 4.36 ± 0.68 이었고 라포르 형성 정도 4가지 하위항목 중 세심한 배려가 가장 높았다. 진료 만족도는 4.36 ± 0.60 이었고, 진료 만족도 3가지 하위항

목 중 치과위생사에 대한 느낌이 가장 좋을 때 만족도가 높게 나타났다.

2. 일반적 특성에 따른 라포르 형성 정도를 확인한 결과, 세심한 배려는 학력과 소득에서 유대감 형성은 성별과 학력, 소득에서 유의한 차이가 있었고, 고객친밀감은 성별과 학력, 직업에서, 대화 및 공감은 학력과 소득에서 유의한 차이가 있었다($p < 0.05$).
3. 라포르 형성 정도와 진료 만족도 간 관련성을 확인한 결과, 라포르 형성 정도의 4가지 항목 중 고객친밀감이 가장 관련성이 높았고, 유대감 형성, 대화 및 공감, 세심한 배려 순으로 관련성이 있었다($p < 0.01$).
4. 라포르 형성 정도가 환자의 진료 만족도에 미치는 영향을 확인한 결과, 고객친밀감이 가장 영향력이 높았고, 유대감 형성, 대화 및 공감순이었으며($p < 0.001$) 세심한 배려는 진료 만족도에 영향을 미치지 않았다.

본 연구를 통하여 라포르 형성 정도와 진료 만족도의 관련성을 확인하였다. 따라서 치과위생사는 환자의 진료 만족도를 높이기 위해 라포르 형성 중 영향이 높은 하위항목을 파악하여 이를 활용하기 위한 프로그램 개발과 지속적인 환자 응대 노력이 필요할 것이다.

REFERENCES

1. Wi HS, Park SC, Park JE: An Empirical Study on the Effects of Hospital Medical Service Quality on Medical Service Value and Customer Satisfaction. *Industrial Economics Research*, 32(6):2491-2511, 2019.
2. Shin YH, Lee EN, Cho YS, Jeong SA: Concept analysis of rapport, *Journal of musculoskeletal science*, 24(3):187-195, 2017.
3. Kim TJ: Rappo-forming factors and results of medical service customers, Master's degree at Hanbat University Graduate School of Entrepreneurship. Daejeon, 2010.
4. Seo WS, Lee CK: The effect of shared care decision-making between doctors and patients on patient satisfaction, *Journal of Preventive Medicine and Public Health*, 43(1):26-34, 2010.
5. Street Jr RL, Makoul G, Arora Epstein RM: How does communication heal? Pathways linking: Clinician-patient

- communication to health outcomes, *Patient Education and Counseling*, 74(3):295-301, 2009.
DOI: 10.1016/j.pec.2008.11.015
6. Lee JS, Choi MK: The relationship between physicians' patient-centered communication and the quality of life of patients with chronic diseases, *Health and Social Welfare Review*, 38(3):279-302, 2018.
DOI: 10.15709/hswr.2018.38.3.279
 7. Okunrintemi V, Spatz ES, Di Capua P et al: Patient-provider communication and health outcomes among individuals with atherosclerotic cardiovascular disease in the United States: Medical Expenditure panel Survey 2010 to 2013. *Circulation: cardiovascular Quality and outcomes*, 10(4): e003635, 2017.
DOI: 10.1161/CIRCOUTCOMES.117.003635
 8. Jerant A, Fenton JJ, Bertakis KD, Franks P: Satisfaction with health care providers and preventive care adherence: a national study, *Medical Care*, 52(1):78-85, 2014.
 9. Bertakis KD, Azari R: Patient-centered care is associated with decreased health care utilization, *The Journal of the American Board of Family Medicine*, 24(3):229-239, 2011.
DOI: 10.3122/jabfm.2011.03.100170
 10. Gremler, D.D.& Gwinner, K.P: Customer-employee rapport in services relationships, *Journal of Service Research*, 3(1): 82-104.
DOI: 10.1177/109467050031006
 11. Standard Korean Language Dictionary. National Institute of the Korean Language, pp 1-7328, 2016.
 12. Choi HS: A study on the effect of rapport-building behavior on customer attitude and customer loyalty in medical service. Soongsil University Graduate School Ph. D. Seoul, 2020.
 13. Yan GH, Park YK, Kim YH: The effect of communication styles on rapport, trust and loyalty of *Marketing Studies*. 19(2):41-57, 2011.
 14. Chung, HS: Study of relationship between patients' perception of medical service encounter's emotional expression, rapport and patients' satisfaction. Master's Degree at Yonsei University Graduate School. Seoul, 2015.
 15. Lee KM: The role of service provider's rapport behavior on customers' empathy. Kyonggi University Graduate School Ph. D. Suwon, 2020.
 16. Ji SG, Yang BS, Kim SH: The effects of healthcare services providers on emotional labor, job satisfaction and organizational commitment. *Service Management Journal*, 11(1):209-236, 2010.
DOI: 10.15706/jksms.2010.11.1.009
 17. Park HM, Hyun SH: The effect of tour guide's rapport forming behavior on tourists' positive emotions and follow-up behavior. *Tourism Studies*, 42(5):171-191, 2018.
 18. Heo H, Lee MJ, Hwang YS: Effect of ecotourism sites' environmental responsibility activities on tourist image and tourist loyalty: for visitors to hallasan mountain in jeju. *Tourism Studies*, 31(3):1-17, 2016.
 19. Lee JH, Kim CJ: Effect of patient-centered communication of doctor on patient participation: focusing on moderating effect of trust. *Journal of the Korean Contents Association*, 13(3):278-286, 2013.
DOI: 10.5392/JKCA.2013.13.03.278
 20. Yoo YH: The relationship between trust within the organization of maritime police officers and organizational commitment. *Journal of the Korean Contents Association*, 9(12):805-813, 2009.
 21. Choi CJ: Effect of service provider characteristics on trust and loyalty in services setting. *Journal of the Korean Contents Association*, 12(9):293-310, 2012.