

## 약국의 입지특성 및 서비스품질이 약국의 추천의도에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effects of Service Quality and Location Characteristics  
of Pharmacy on the Pharmacy Revisit and Recommendation  
Focused on the Mediating Effects of Revisit

김 우 영 (Kim, Wooyoung)\*

최 민 섭 (Choi, Minseub)\*\*

### < Abstract >

The purpose of this study is to explore the effects of pharmacy service quality and location characteristic of pharmacy on the pharmacy revisit and recommendation based on quantitative analysis.

The data were gathered from pharmacy customers who visited the pharmacy. they were asked to assess the pharmacy service quality, ranging the location, intension to revisit and recommendation. A total of 541 usable questionnaires were used for the survey. These hypothesized relationships concerning many kinds of factors were verified by covariance modeling, using SPSS 15.00 and AMOS 7.0 programs. The methods for the study were confirmatory and structural analyses.

The results of the study are as follows

First, pharmacy service quality had a significant effect customer revisit,

Second, location characteristic of pharmacy had a significant effect customer revisit,

Last, customer revisit had a significant effect on the intension to recommendation to other customers.

주 제 어 : 약국, 입지특성, 서비스품질, 재방문의도 추천의도

Keywords : pharmacy, location characteristic, service quality, intension to revisit, recommendation

\* 서울벤처대학원대학교 부동산학과 박사과정, wy0307@hanmail.net (주저자)

\*\* 서울벤처대학원대학교 부동산학과 교수, choi@svu.ac.kr (교신저자)

## I. 서론

### 1. 연구의 배경 및 목적

2000년 7월 실시된 의약분업은 소비자의 알 권리를 신장시키면서 보건의료에서 소비자의 의사 전달이 자연스럽게 이루어지는 상황을 만들어 내고 있다. 과거 처방 및 조제를 겸했던 약사의 직능이 의약분업이라는 제도변화에 따라 소비자들의 약국선택의 폭이 넓어지면서 일반적으로 약국이 지니고 있는 특성이 특정약국에 대한 이미지와 결합하여 약국선택결정에 결정적인 영향을 미치고 있다. 과거에는 약국의 경쟁상대는 지리적으로 근접한 위치에 있거나 지역 내 규모적으로 비슷한 약국이었으나 현재는 특화된 약국이나 대형화된 약국의 등장으로 경쟁의 다양화가 이루어지고 있으며, 경쟁의 강도도 상당히 높아지고 있다. 또한, 약국경영에서도 마케팅의 중심적인 사고가 서비스제공자인 약사중심에서 고객중심으로 변화해 가는 상황에서 약국이 제공하는 서비스에 대한 소비자들의 만족도와 재방문의도를 파악하는 것은 약국의 재무적 성과를 높이는 요인이므로 매우 중요하다.

2010년 기준 보건복지부자료에 의하면 전국 약사 현황은 60,956명이며 약국입지는 약 21,000개 정도로 조사되었다. 이것은 약국입지 1개당 3대의 치열한 경쟁을 벌이고 있는 상황이라고 볼 수 있다. 또한 건강보험심사평가원 발표 자료에 의하면 2000년부터 2011년까지 11년간 약국의 신규 증가수는 전국적으로 349개소에 그치고 있

는데 이것은 약국간의 치열한 입지경쟁으로 인한 결과라고 볼 수 있다.

2012년 국내 약국현황<sup>1)</sup>은 <표 1>에서 보듯이 전국 21,035개소이며 서울 및 수도권 지역에 44.9%가 집중되어 있다. 서울 및 수도권의 약국들은 치열한 입지경쟁 환경에서 특히 한정된 고객을 대상으로 상호간의 경쟁이 불가피한 상황이므로 타 약국과의 경쟁 환경에서 살아남기 위해서는 고객확보 및 유지가 매우 중요하다고 할 수 있다. 따라서 한번 찾은 고객이 1회성 방문에 따른 약 처방에 의한 구매에 그치는 것이 아니라 추후 재방문을 유도하는 것이 매우 중요한 부분이라고 할 수 있다.

<표 1> 시도별 약국 분포

지역	약국 수	퍼센트
전국	21,035	100.0%
서울	5,097	24.2%
부산	1,523	7.2%
인천	981	4.7%
대구	1,186	5.6%
광주	658	3.1%
대전	685	3.3%
울산	374	1.8%
경기	4,344	20.7%
강원	619	2.9%
충북	633	3.0%
충남	817	3.9%
전북	886	4.2%
전남	790	3.8%
경북	1,027	4.9%
경남	1,140	5.4%
제주	226	1.1%
세종	49	0.2%

출처 : 건강보험심사평가원, <http://www.hira.or.kr>

1) 약국현황은 시도별 약국 분포현황 및 비율을 의미하며, <표 1>은 건강보험심사평가원에서 제공하는 2012년 9월통계자료를 기준으로 작성함

본 연구의 목적은 의약분업화와 무한경쟁시대에 있어 약국의 입지특성과 서비스품질 요인을 구성하고 있는 평가항목을 개발하고 이 요인들이 매개변수인 고객의 재방문의도에 미치는 영향을 파악하고 다시 고객의 재방문의도가 종속변수인 추천의도에 미치는 영향에 대해 실증분석을 통해 알아보려고 한다. 이를 통해 경쟁력 있고 차별화된 약국의 경영전략을 수립하는데 도움이 되고자 한다.

## 2. 연구의 방법 및 범위

본 연구의 방법은 연구의 목적을 달성하기 위해 이론적 고찰과 설문조사를 통한 실증적 연구로 이루어진다. 이론적 고찰은 국내 약국의 현황과 선행연구논문을 통한 약국의 입지특성, 서비스품질, 고객의 재방문의도 및 추천의도를 정리하였으며, 설문조사는 서울 및 수도권 소재의 약국을 이용해 본 경험이 있는 만20세 이상의 성인을 대상으로 무작위추출방법을 이용하여 분석하였다. 또한 본 연구에서는 빈도분석, 신뢰도분석, 요인분석 등을 위하여 SPSS 15.0 패키지와 함께 확인적요인분석, 구조방정식모형(Structural Equation Modeling) 분석을 통한 가설검정을 위하여 AMOS 7.0 패키지를 활용하였다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 부동산 입지의 개념 및 특성

입지란 부동산이 어디에 위치하고 있는냐이다.

부동산에서 입지가 중요한 이유는 어디에 있는냐에 따라 가치가 달라지기 때문이다. 어떤 경우에는 서로 좋은 자리에 입지하려 다투기도 하고 돈을 더 지불하기도 하는데 좋은 입지가 상가나 점포의 높은 이익을 보장해주기 때문이다.

이러한 관점에서 입지는 어떤 경제활동주체가 보유하고 있는 부동산이 자리 잡고 있는 장소·위치의 개념을 넘어서서 그 장소를 정하는 행위, 또는 장소를 차지하고 있는 상태 등의 의미로 사용되기도 한다. 또한 입지란 경제활동의 주체가 점유하는 장소를 의미한다. 그러므로 경제활동의 주체를 입지주체라 하고 입지주체가 요구하는 자연적, 사회적 여러 조건을 입지조건이라 한다.

한편 부동산 유형에 따라 다양한 입지 개념 및 특성을 내재하고 있는데 상업입지란 장사를 하는 상가, 매장에 대해 적절한 위치를 찾는 것이라 할 수 있다. 상가라 하면 유통업자인 도소매업자들이 최종적인 부동산 사용자로서 소비자에게 상품을 팔거나 서비스를 제공하는 매장용부동산을 의미한다. 최근에는 극장, 문화센터 등의 시설이 복합화 되면서 단순 판매 공간보다는 여가나 일상생활의 정보를 얻는 공간으로의 기능도 수행하고 있다.

상가의 입지 특성을 살펴보면 점포의 유형에 따라 집심성 점포, 집재성 점포, 산재성 점포로 구분할 수 있으며 점포 유형별로 다음과 같은 특성을 가지고 있다.

#### 1) 집심성 점포

도시 또는 지역의 중심에 위치하는 점포로 배후지가 둘러싸여 있는 곳, 즉 중심지에 입지하여야 유리하다. 백화점, 고급음식점, 보석가게, 고급의류점, 대형서점, 영화관 등이 이에 해당한다.

### 2) 집재성 점포

동일업종의 점포는 서로 한 곳에 모여서 입지하여야 인지도가 있고 찾아가기 유리하다. 은행, 보험회사, 상가의 사무실, 관공서, 기계점, 가구점, 전자제품 등이 이 유형에 속한다.

### 3) 산재성 점포

점포 중에는 한 곳에 모이면 불리하다. 같은 유형의 서비스로 일정한 배후지를 지니기에 서로 분산입지 하여야 하는 경우가 있다. 잡화점, 이발소, 세탁소, 대중목욕탕, 소매점포 등이 그러한 유형이다.

## 2. 약국의 입지특성

입지에 대한 개념은 보는 시각과 학자에 따라 다양하다. Nelson(1958)은 소매입지와 관련하여 입지를 “사람들이 방문할지도 모르는 어떤 고정된 장소”라고 정의하면서 “구체적이고 독특한 부지”라고 덧붙였다(이호병, 2004). 장소의 기본 속성 중 하나가 위치라고 할 수 있는데, 입지란 위와 같이 어떤 것이 자리 잡고 있는 위치라고 말할 수 있다. 한마디로 입지란 점포가 위치한 곳의 위치적인 조건인 동시에 경제활동을 하기 위해 선택하는 장소를 의미한다.

약국의 입지는 장차 그 약국을 찾아올 고객의 수와 유형 그리고 약국의 경영성과에 결정적인 영향을 미치게 된다. 그러므로 약국의 개설에 있어서 가장 중요한 요소를 한 가지 꼽는다면 당연히 개설하고자하는 약국의 위치일 것이다(정국현, 2009).

약국의 입지 측면에서 과거 1970년대 중반까지만 해도 목 좋은 약국에 위치하고 있으면 약국

의 경영은 성공이 보장된 것이나 다름없었으나, 1989년부터 전국적인 의료보험 실시 이후 이러한 특성은 크게 변화하기 시작하였다. 과거의 주먹구구식 약국 운영이 아닌 고객만족을 위한 서비스 증진 및 치열한 경쟁구도 속에 고객만족을 위한 프로그램 제공과, 약국 및 약사중심이 아닌 고객중심의 의식 전환이 요구되어 온 것이다(김우영, 2003).

약국의 경우 소매업 점포의 유형 중 주거지를 중심으로 분포하는 다른 산재성 점포와는 차별되는 입지특성을 가지고 있다. 2000년 7월부터 시행된 의약분업정책은 약국의 입지특성과 매출, 유통관계와 고객의 행태에 큰 영향을 미쳤다. 의약분업 전에는 근린시설로서 주로 주거지역에 입지하였으나 의약분업이 시행된 이후 처방전이 약국에 얼마나 들어오는가가 약국의 흥망을 결정하는 현실이 되었다. 이에 따라 모든 약국은 병·의원에 더욱 가까이 근접하기 위한 치열한 입지경쟁을 벌이고 있다. 처방조제에 집중된 약국경영은 문전약국의 과열 경쟁을 불러왔고, 상대적으로 규모가 작은 동네약국은 문을 닫거나 병·의원 밑으로 이전해야만 살아남을 수 있는 약국입지의 환경으로 변화되었다. 따라서 약국입지는 일반적인 소매상권과는 전혀 다른 병·의원과의 직선거리 즉 접근성이 가장 중요한 요인으로 급부상하게 되었고, 의약분업 이후 약국들의 의료기관 주위로 집중현상이 뚜렷이 나타나고 있음을 볼 수 있다.

약국입지특성을 부동산 측면에서 분석해본 결과 다음과 같은 특성이 나타났다. 먼저 약국의 위치유형별 분포를 살펴보면 약국입지가 1개 의원 근처가 46.2%로 가장 많은 것으로 조사되었으며, 약국 근처에 2개 이상의 의원이 있는 약국

이 33.5%이며 의료기관이 없는 지역의 약국은 13.3%로 나타났다. 또한 약국들 중 43.9%가 동일 건물 내에 의료기관이 있었다. 이는 약국이 의료기관 주위로 집중과 주택가를 벗어나 상가 및 사무실 지역으로 이전하고 있음을 시사하고 있다(박혜경 외, 2006). 의약분업이후 지하 또는 층약국들이 점차 증가하고 있는 추세를 보이고 있다. 2010년6월 현재 개설 등록된 층약국은 전국에서 1,433곳으로 보고 되었다.<sup>2)</sup>

약국의 입지특성은 접근성과 가시성으로 요인화할 수 있다(이준규·최민섭, 2008; 공고은, 2011). 접근성은 통행발생 지역으로부터 특정 지역이나 시설로 접근할 수 있는 가능성이며, 일반적으로 거리, 통행 시간, 매력도 따위에 의하여 결정되는 것으로, 이것이 높을수록 교통량 및 유동인구가 많아진다. 가시성은 사람의 눈에 쉽게 띄는 정도를 의미하며, 같은 거리에 위치하더라도 가시성은 달라질 수 있으며, 가시성이 좋아야 쉽게 눈에 띄게 되며 고객의 유인성을 확보할 수 있다.

결론적으로 가장 좋은 약국의 입지는 교통이 편리해 접근도가 좋고, 이동인구가 많으며 배후인구를 끼고 있는 곳으로서 눈에 쉽게 띄는 곳이다. 즉, 최적의 입지는 인구밀도가 높은 지역, 경쟁약국이 많지 않은 지역, 고객의 접근이 용이한 지역, 배후지역이 성숙기<sup>3)</sup>에 들어 있는 지역이라고 정의할 수 있다(공고은, 2011).

### 3. 약국의 서비스 품질

서비스 개념에 대한 정의는 지금까지 다양한 견해가 제시되어 왔는데 백용창(1998)은 “소유권의 이전이 없이 고객의 욕구를 충족시키기 위한 무형재로서 다자간의 상황에서 육체적인 측면과 정신적인 측면을 통합한 것으로서 발휘되는 독립적인 제반활동”으로 정의하고 있으며, 미국 마케팅학회(AMA)의 용어정의 위원회(Committee on Definitions)에서는 “판매 목적으로 제공되거나 또는 상품 판매와 연계해서 제공되는 활동, 편의, 만족”으로 정의하고 있는데 연구자에 따라 성향이나 주관 등에 따라 그 개념을 다르게 정의하고 있어 일치된 견해를 찾는 것은 쉽지 않다.

서비스 품질에 대한 연구는 파라슈라만 등(Parasuraman, Zeithamal and Berry, 1988: 이하 PZB)에 의해서 시작되어, 많은 학자들에 의해서 활발히 진행되어 왔다.

PZB는 기존 연구를 확장하여 서비스 질에 대한 소비자의 지각을 평가하기 위하여 5개 차원의 22개 항목의 서비스 질 결정 요인 항목을 개발하였다. 기존의 10개 차원의 서비스 질 결정 요인은 이 연구에서 요소 분석을 통해 5개 차원으로 축소되어졌으며 이 5개의 SERVQUAL 차원은 기존의 3개 차원을 그대로 유지하였으며, 2개 차원은 통합된 것이다.

그 내용은 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성으로 나뉠 수 있다. 먼저, 유형성은 물리적 시설, 장비, 인적 존재 여부와 같은 실제 보이는 사물, 자원을 말한다. 둘째, 신뢰성은 약속된 서

2) 한나라당 손숙미의원, 복지부 국정감사자료, 2010

3) 성숙기는 상권의 성장단계에 따른 활발하게 상권이 형성 되어 있는 것을 의미하는 것으로, 성숙기 상권은 주로역세권을 중심으로 형성된 상권에서 나타난다.

비스를 정확하게 수행할 능력이 있는지의 여부, 셋째, 반응성은 고객을 도우려는 의지와 신속한 서비스를 제공할 의지, 즉 자발적으로 고객에게 직접 다가가 서비스를 제공하는 것을 말한다. 넷째, 확신성은 직원의 지식과 예절 그리고 신뢰성과 믿음을 부여하려는 능력을 말하며, 마지막으로 공감성은 고객들에게 주는 개인적 관심과 애정 즉 고객의 생일과 같은 기념일에 관심을 갖는 것을 말한다.

Gronroos(1982)는 서비스 품질에 대한 지각은 기대서비스와 실제 실행된 서비스의 결과의 차이로 인해 나타난다고 설명하고 있는데 서비스 품질을 구성하는 6가지 구성요인으로 그 전문성과 기술(professional and skills), 태도와 행동(attitude and behavior), 접근성과 융통성(accessibility and flexibility), 신뢰성과 믿음(reliability and trustworthiness), 서비스의 회복(recovery), 평판과 신용(reputation and credibility)을 주장하였다.

약국의 서비스품질은 연구자마다 그 분류에 있어서 차이를 보이고 있는데, 조성오(2011)의 연구에서는 점포의 서비스특성을 접근성, 다양성, 유명성으로 평가하였고, 이광숙(2006)의 연구에서는 이들 약국의 서비스품질 요인 외에 물리적 서비스품질 요인을 제시하고 있다.

#### 4. 재방문의도 및 추천의도

재방문의도란 약국을 방문하여 약국이 제공한 서비스품질 및 약국의 입지에 대한 경험에 대한 평가를 통해 고객이 다시 약국을 찾으려고 하는 의지라고 할 수 있다.

추천의도는 약국을 방문한 고객이 약국의 서비스품질 및 입지특성에 대해 만족하였을 경우에 고객의 가족이나 지인에게 약국이용에 대해 추천의사를 나타내는 것을 의미한다.

재방문의도 및 추천의도와 관련한 선행연구를 살펴보면 조성오(2011)의 연구에서는 약국의 서비스품질과 특성이 고객만족과 재이용의도에 대한 유의성을 실증분석을 통해 검증하였으며, 이광숙(2006)의 연구에서는 약국의 서비스특성이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향에 대해 실증분석을 통해 검증하였다.

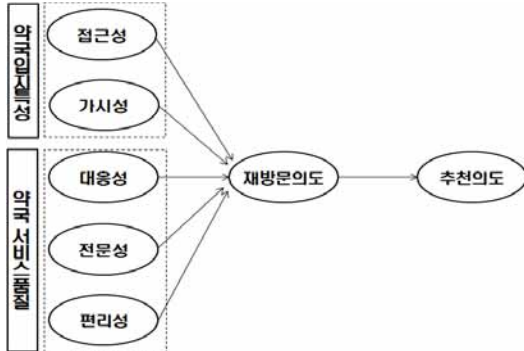
### III. 연구방법

본 연구에서는 연구 목적과 이론적 고찰을 통해 살펴본 선행연구 자료를 근거로 약국의 입지특성인 접근성과 가시성, 약국의 서비스 품질인 전문성, 대응성, 편리성을 독립변수로 측정하였으며, 매개변수와 종속변수로는 각각 재방문의도와 추천의도를 선정하여 상호 인과관계를 검증하고자 연구모형과 가설 설정을 하였다.

#### 1. 연구모형

본 연구에서는 약국의 입지특성 및 서비스 품질과 재방문의도 및 추천의도와의 관계를 검증하고자 하며 <그림 1>과 같은 연구모형을 고려하였다.

〈그림 1〉 연구모형



1) 연구모형의 변수설명

약국의 입지특성을 설명하는 독립변수는 접근성과 가시성으로 접근성은 약국의 접근 용이성이 좋아야 한다는 것을 나타내며 가시성은 약국의 시각적 조건인 좋아야 한다는 것을 나타낸다. 약국의 서비스 품질을 설명하는 독립변수는 대응성, 전문성, 편리성으로 대응성은 약국 서비스의 유형성과 친절성을 나타내며 전문성은 약 처방 및 약 판매 시 약사의 전문성을 나타내며 편리성은 약 처방 및 판매 시 대기장소 및 시간 등의 효율성을 나타낸다. 매개변수인 재방문 의도는 고객이 추후 현 약국을 다시 방문할지에 대한 의도를 나타내며 종속변수인 추천의도는 약국을 이용한 고객이 타인에게 현 약국의 장점을 설명하고 방문을 추천하려는 의도를 나타낸다.

본 연구에서 고려한 연구모형에서 재방문의도에 영향을 줄 것으로 생각되는 독립변수와 매개변수인 재방문의도 및 종속변수인 추천의도를 구성하는 설문 문항들을 <표 2>, <표 3>, <표 4>와 같이 작성하였다. 약국의 입지특성과 서비스품질과 관련한 설문문항은 이준규 외(2008), 공고은(2011), 조성오(2011)의 연구결과를 기초로 하였고, 재방문의도는 홍정임(2011), 박광화·김인숙

(2006) 연구 결과를 참조하였고, 추천의도는 문규성(2004), 장장이(2011)의 연구 결과를 참조하여 설문문항을 작성하였다.

〈표 2〉 입지특성 구성항목

요인	항목
접근성	주거지로부터의 거리
	집/학교/직장으로부터의 거리
	대중교통(지하철/버스)의 편리성
	약국과 병·의원과의 거리
	병원 주변의 유동인구수
	주차 편리성
가시성	약국의 실내가 시각적으로 보기에 좋음
	눈에 잘 띄는 곳 쉽게 찾을 수 있는 곳

〈표 3〉 서비스품질 구성항목

요인	항목
대응성	약국 직원들의 서비스 태도
	약사의 친절도 및 고객 응대, 투약 서비스
	약사의 옷차림과 용모의 단정함
	약국 내부의 청결도 및 환기 상태
전문성	약국 직원들의 신속한 고객대응 수준
	약 복용방법 및 기간에 대한 약사의 설명
	약 부작용 발생시 대처방법에 대한 약사의 설명
	약의 사용방법 및 주의사항에 대한 약사의 설명
편리성	고객의 복약질문에 대한 약사의 전문적 설명
	약사의 철저한 복약지도
	약국 조제투약 대기시간의 적절성
	고객의 편리성을 고려한 약국 내부 설계
	조제투약 절차의 간편성
	고객 동선을 고려한 약국 내부 구조
추천의도	반품 및 교환에 대한 약국의 응대 서비스
	약제비 납부과정의 편리성
	약국 이용시간의 편리성

〈표 4〉 재방문의도 및 추천의도 구성항목

요인	항목
재방문의도	약국 재거래에 대한 확신
	약국 재방문 의사에 대한 확신
	약국 재이용에 대한 확신
추천의도	약국의 좋은 점을 다른사람에게 홍보
	친구, 이웃, 친지들에게 해당약국 추천
	최근 이용 약국을 다른사람에게 소개

## 2. 가설설정

### 1) 입지특성과 재방문 의도와와의 관계

약국의 입지특성은 접근성과 가시성으로 요인화할 수 있다(이준규·최민섭, 2008; 공고은, 2011). 접근성은 통행 발생 지역으로부터 특정 지역이나 시설로 접근할 수 있는 가능성이며, 일반적으로 거리, 통행 시간, 매력도 따위에 의하여 결정된다.

가시성은 사람의 눈에 쉽게 띄는 정도를 의미하며, 같은 거리에 위치하더라도 가시성은 달라질 수 있으며, 가시성이 좋아야 쉽게 눈에 띄게 되며 고객의 유인성을 확보할 수 있다

따라서 접근성과 가시성이 재방문의도에 미치는 영향을 검증하기 위해 [가설 1], [가설 2]를 설정하였다.

가설 1. 약국의 접근성은 고객의 재방문의도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 약국의 가시성은 고객의 재방문의도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.

### 2) 서비스품질과 재방문 의도와와의 관계

약국의 서비스 품질 중에서 대응성은 고객이 인지하는 만족여부에 가장 중요한 영향을 미치리

라고 생각되는 요인으로 고객이 서비스 조직과 상호 작용하는 때를 말한다.

한편, 의약품의 조제와 투약은 고도의 전문적인 지식을 필요로 하는데 약국 방문객들은 전문성에 대한 욕구충족을 위해 약국을 방문한다. 약사의 전문성은 그들의 지식을 전달할 수 있는 확신을 증가시킴으로써 소비자들에게 신뢰를 구축한다.

바쁘게 살아가는 현대인에게 신속하고 편리하게 약국을 이용할 수 있는 것은 약국 이용객이 서비스 만족을 통해 그 약국을 다시 이용하게 만드는데 중요한 기준이 될 것이다.

따라서 약국의 대응성, 전문성, 편리성이 재방문의도에 미치는 영향을 검증하기 위해 [가설 3] [가설 4], [가설 5]를 설정하였다.

가설 3. 약국의 대응성은 고객의 재방문의도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 약국의 전문성은 고객의 재방문의도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5. 약국의 편리성은 고객의 재방문의도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3) 재방문의도와 추천의도와와의 관계

고객의 재방문 의도는 소비자가 어떠한 서비스가 제공 되었을 때 그러한 서비스를 반복적으로 이용할 가능성이 있다고 볼 수 있다.

약국의 재방문의도는 장기적인 관점에서 약국의 경영성과를 지속적으로 창출시키며 고객의 추천의도에 영향을 미칠 것으로 판단됨에 따라 [가설 6]을 아래와 같이 설정하였다.

가설 6. 약국의 재방문의도는 고객의 추천의도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.



### 3. 연구설계

본 연구는 약국의 입지특성 및 서비스품질이 고객의 재방문의도 및 추천에 어떤 영향을 미치는지 파악하기 위한 설문을 이론 고찰을 통해 만들었고, 추출된 여러 변수들을 기반으로 조사를 실시하였다. 조사대상, 조사방법 및 분석방법은 크게 이론적 고찰, 설문조사, 실증분석으로 구성하였다.

이론적 고찰 단계는 입지와 서비스 품질과 관련된 연구 논문 및 단행본 등을 참조하였고, 통계청 및 약사회 및 관련학회 등의 통계자료를 활용하였다. 설문조사 단계는 예비조사와 본 조사로 구성하여 진행하였고, 설문조사를 통해 수집된 실증분석 자료는 SPSS 15.0을 통해 신뢰도분석, 요인분석 등을 실시하였고, AMOS 7.0 패키지를 활용하여 구조방정식모형(Structural Equation Modeling) 분석을 통한 가설검정을 실시하였다.

#### 1) 설문지 구성

본 연구는 약국입지특성과 서비스품질이 재방문의도에 미치는 영향과 그 우선순위를 파악하고 재방문의도가 추천의도에 미치는 영향을 분석하기 위한 목적이다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 인구통계학적변인 및 약국이용실태(15개항목), 약국입지특성(9개항목), 약국서비스품질(17개항목), 재방문의도(3개항목), 추천의도(3개항목) 총47항에 대한 구조화된 설문지를 작성하였다. 모든 설문지는 등간 7점 척도(Likert 7점 척도)로 하였으며 일반사항은 명목척도와 비율척도를 이용하였다.

#### 2) 설문조사 기준

본 연구는 서울 및 수도권 소재의 약국을 이용해 본 경험이 있는 만 20세 이상의 성인을 대상으로 무작위 임의 표본 추출방법 사용하였다.

#### 3) 설문조사 방법

##### (1) 예비조사

본 연구의 목적인 약국입지특성과 서비스품질, 재방문의도, 추천의도 간에 미치는 상호 관련성 파악 및 인과관계를 살펴보기 위해 먼저 선행연구의 설문지를 참고하여 본 논문에 적합하도록 문항 등을 수정하여 설문지를 작성하였다. 이렇게 구조화된 설문지를 참고하여 2012년 8월 22일부터 24일까지 3일간 설문 예비조사 설문지 52부를 경기도 성남시 소재 약국<sup>4)</sup> 방문 고객에게 배포한 후 수집한 예비조사 설문지 총 52부중 중불성실한 설문지 10부를 제외한 42부를 예비조사 표본으로 하여 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

##### (2) 본조사

본 조사에서는 예비설문 조사를 통하여 수정 보완 된 문항으로 구성된 설문지를 제작성하여 사용하였다. 설문조사기간은 2012년 9월 5일부터 9월 14일까지 10일간 총 600부를 배포하여 570부를 회수하였고 이중 불성실하거나 내용에 맞지 않게 응답한 29부를 제외한 541부가 유효표본으로 선정하여 분석에 이용되었다.

4) 본 조사에 앞서 실시한 예비조사는 필자가 현재 운영하고 있는 약국에서 필자가 직접 설문조사를 실시함

## IV. 실증분석

본 연구를 위해 수집된 설문자료의 처리는 SPSS 15.0과 AMOS 7.0 통계프로그램을 이용하여 다음과 같이 분석하였다.

첫째, 설문응답자의 일반적 특성을 살펴보기 위해 빈도와 백분율을 산출하였다.

둘째, 약국의 입지특성과 서비스품질, 재방문의도, 추천의도 측정도구의 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 산출하였고, 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석(EFA)과 확인적 요인분석(CFA)을 실시하였다.

셋째 약국의 입지특성과 서비스품질 요인, 고객의 재방문의도, 추천의도와 인과관계를 알아보기 위한 연구모형 및 가설검증은 구조방정식 모형분석(SEM)을 통해 살펴보았으며, 통계적 유의수준은  $\alpha=0.05, 0.01, 0.001$ 에서 검증하였다.

### 1. 표본특성

설문응답자인 약국 이용고객 541명의 일반적 특성은 <표 5>에서와 같다. 성별은 남성 42.9%, 여자 57.1%로 여성의 비율이 다소 높았고, 연령 층은 30대가 27.9%로 가장 많았고, 다음으로 40대 23.7%, 50대 16.6%, 20대 16.5%, 60대 10.4%, 70세 이상 5.0% 등의 순으로 분포하였다. 학력은 대졸자가 59.9%로 가장 많았고, 고졸 이하 27.5%, 대학원졸 12.0%로 각각 나타났다. 직업은 회사원/공무원이 35.9%로 가장 많았고, 다음으로 주부 20.0%, 자영업 15.5%, 기타 13.7%, 전문/기술직 13.5%, 기업경영 0.9% 순으로 분포하였다. 월평균 소득은 200-400만원 미만이 39.2%로 가장 많았고, 다음으로 200만원 미만 33.8%,

400-600만원 미만 16.6%, 600만원 이상 5.5% 순으로 분포하였다.

<표 5> 설문응답자의 일반적 특성

구 분		빈도(명)	백분율(%)
성별	남	232	42.9
	여	309	57.1
연령	20대	89	16.5
	30대	151	27.9
	40대	128	23.7
	50대	90	16.6
	60대	56	10.4
	70세 이상	27	5.0
학력	고졸 이하	149	27.5
	대졸	324	59.9
	대학원졸	65	12.0
	무응답	3	.6
직업	기업경영	5	.9
	회사원/공무원	194	35.9
	자영업	84	15.5
	전문/기술직	73	13.5
	주부	108	20.0
	기타	74	13.7
	무응답	3	.6
월평균 소득	200만원 미만	183	33.8
	200-400만원 미만	212	39.2
	400-600만원 미만	90	16.6
	600만원 이상	30	5.5
	무응답	26	4.8
합 계		541	100.0

## 2. 타당성과 신뢰도 검증

### 1) 탐색적 요인분석과 신뢰도

약국의 입지특성과 서비스품질, 재방문의도와 추천의도 측정변수들의 공통적인 요인을 찾아 변수를 적은 수의 구조로 축약하거나 요약하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 본 연구에서는 측정항목들의 타당성 검증을 위해 먼저 탐색적 요인분석을 실시하였다. 본 연구에서는 주

성분 분석(PCA: Principle Component Analysis)을 통해 요인을 추출하였는데, 주성분분석은 최초의 정보를 최소한의 요인으로 압축하고자 할 때 주로 이용한다. 요인 회전방식은 직교회전 방식인 베리맥스 방식(Varimax Rotation Method)을 사용하였고, 요인적재량(factor loading)이 0.5이상 인변수들을 유의한 변수로 판단하였다.

또한 도출된 요인들의 구성 항목들간 내적일치도를 알아보기 위하여 신뢰도 검증을 실시하였다. 일반적으로 하나의 개념에 대해 여러 개의

(표 6) 약국 입지특성과 서비스품질 측정항목에 대한 요인분석과 신뢰도 검증 결과

요인	측정항목	요인적재량 (factor loading)				
		요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5
편리성	약제비 납부과정의 편리성	.799	.187	.107	.176	.036
	조제투약 절차의 간편성	.791	.228	.098	.135	.003
	약국 이용시간의 편리성	.765	.133	.034	.242	.102
	약국 조제투약 대기시간의 적절성	.738	.230	.052	.208	.026
	고객의 편리성을 고려한 약국 내부 설계	.733	.198	.024	.190	.224
	반품 및 교환에 대한 약국의 응대 서비스	.597	.312	.030	.216	.186
전문성	약의 사용방법 및 주의사항에 대한 약사의 설명	.144	.856	.046	.151	.153
	고객의 복약질문에 대한 약사의 전문적 설명	.208	.805	.038	.208	.140
	약 복용방법 및 기간에 대한 약사의 설명	.241	.766	.064	.254	.053
	약 부작용 발생시 대처방법에 대한 약사의 설명	.291	.760	.050	.182	.130
	약사의 철저한 복약지도	.311	.743	.014	.218	-.010
접근성	집/학교/직장으로부터의 거리	.050	.038	.868	.062	.134
	주거지로부터의 거리	.039	.019	.851	.112	.114
	약국과 병·의원과의 거리	.080	.086	.808	.008	.076
	대중교통(지하철/버스)의 편리성	.074	.010	.787	.067	.198
대응성	약사의 친절도 및 고객 응대, 투약 서비스	.246	.308	.068	.795	.080
	약국 직원들의 서비스 태도	.331	.220	.104	.780	.016
	약사의 옷차림과 용모의 단정함	.238	.310	.070	.673	.178
	약국 내부의 청결도 및 환기 상태	.360	.223	.101	.629	.211
가시성	눈에 잘 띄는 곳	.096	.078	.235	.095	.886
	쉽게 찾을 수 있는 곳	.050	.103	.241	.064	.867
	약국의 실내가 시각적으로 보기에 좋음	.204	.173	.085	.164	.781
고유치(eigen value)		4.016	3.736	2.936	2.594	2.467
분산(%)		18.256	16.982	13.347	11.791	11.212
누적 분산(%)		18.256	35.238	48.585	60.377	71.589
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )		.887	.905	.867	.857	.874

항목으로 구성되는 척도를 이용하는 경우 측정항목들의 내적 일치성을 측정하기 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 산출하였으며, 일반적으로 Cronbach's  $\alpha$  값이 0.6이상이면 신뢰성이 확보된 것으로 보고 있다.

약국의 입지특성과 서비스품질을 측정하기 위한 26개 설문항목에 대한 요인분석과 신뢰도 검증 결과는 <표 6>과 같다.

요인분석결과 요인적재량이 낮고, 연구개념이 상이한 요인에 높은 적재량이며, 두개이상의 요인에 높은 적재량을 보이는 4개 항목(입지특성 5번과 6번, 서비스품질 5번과 14번)을 제거하고 고유치가 1이상인 5개의 요인이 추출되었으며, 추출된 요인들의 전체 분산비율은 71.589%로 비교적 높았다. 추출된 요인을 구체적으로 살펴보면, 요인 1은 약국의 편리성 요인으로 분산설명비율은 18.256%였으며, 구성항목들의 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.887로 나타났다. 요인 2는 전문성 요인으로 확인되었고, 분산설명비율은 16.982%였으며, 구성항목들의 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.905로 나타났다. 요인 3은 접근성 요인으로 분산비율은 13.347%였으며, 구성항목들의 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.867로 나타났다. 요인 4는 대응성 요인으로 확인되었고 분산비율은 11.791%였으며, 구성항목들의 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.857로 나타났다. 마지막으로 요인 5는 약국의 입지특성인 가시성 요인으로 확인되었고, 분산비율은 11.212%였으며, 구성항목들의 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.874로 나타났다.

다음으로 고객의 약국 재방문의도와 추천의도를 측정하기 위한 6개 설문항목에 대한 요인분석과 신뢰도 검증 결과는 <표 7>과 같다. 요인분석 결과 고유치가 1이상인 2개의 요인이 추출되었으며, 요인들의 전체 분산설명비율은 85.747%로 높

게 나타났다. 요인 1은 약국의 추천의도 요인으로 분산설명비율은 43.003%였으며, 구성항목들의 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.916으로 높게 나타났다. 요인 2는 약국의 재방문의도 요인으로 분산비율은 42.744%였으며, 구성항목들의 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.912로 역시 높게 나타났다.

<표 7> 재방문의도와 추천의도 측정항목에 대한 요인분석과 신뢰도 검증 결과

요인	측정항목	요인적재량 (factor loading)	
		요인 1	요인 2
추천 의도	최근 이용 약국을 다른사람에게 소개	.913	.172
	친구, 이웃, 친지들에게 해당약국 추천	.900	.259
	약국의 좋은 점을 다른사람에게 홍보	.874	.266
재방 문의 의도	약국 재방문 의사에 대한 확신	.209	.927
	약국 재거래에 대한 확신	.187	.904
	약국 재이용에 대한 확신	.305	.849
고유치(eigen value)		2,580	2,565
분산(%)		43.003	42.744
누적 분산(%)		43.003	85.747
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )		.916	.912

## 2) 확인적 요인분석

약국의 약국 입지특성과 서비스품질, 고객의 재방문의도와 추천의도 측정항목에 대한 요인분석과 신뢰도 검증을 통해 추출된 항목을 바탕으로 측정항목의 집중타당성과 판별타당성 검증을 위하여, 확인적 요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였으며, 모수의 추정방법은 최대우도법(Maximum Likelihood Method)을 이용하였다.

확인적 요인분석을 통한 모형의 적합도를 평가하기 위해서는 기초부합치인  $\chi^2$  통계량, Q 값( $\chi^2/df$ ), 모형의 설명력을 나타내는 지수인 GFI (Goodness of Fit Index), 표준적합도지수인

NFI(Normed Fit Index), 증분적합도지수인 IFI (Incremental fit Index), TLI(Tucker-Lewis Index), 비교적합지수인 CFI(Comparative Fit Index), 평균제곱근 근사오차인 RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation) 등을 이용하였다.  $\chi^2$  통계량은  $p>.05$ 면 좋은 모형으로 평가되나 표본수에 민감하므로 다른 적합도 지수와 함께 고려하는 것이 바람직하며, Q값( $\chi^2/df$ )은 3미만, GFI와 NFI, IFI, TLI, CFI는 0.9 이상, RMSEA는 0.08 이하이면 좋은 적합도로 평가된다.

확인적 요인분석 결과, 모형의 적합도와 연구 개념의 단일차원성을 저해하는 편리성의 1개 항목(15번)을 추가적으로 제거하였다. 전체 연구개념의 확인적 요인분석 모형에 대한 적합도는 <표 8>에 제시된 바와 같이,  $\chi^2=829.094(df=303, p<.001)$ ,  $\chi^2/df(Q)=2.736$ , GFI=0.893, NFI=0.920, IFI=0.947, TLI=0.939, CFI=0.947, RMSEA=0.057로 각각 나타나, GFI의 적합도 지수는 0.9보다 다소 낮았으나 거의 근접하였고,  $\chi^2/df$ 는 3이하,

NFI와 GFI, IFI, TLI, CFI 등의 적합도 지수는 0.9 이상, RMSEA는 0.08이하로 나타나 모형의 적합도는 양호한 것으로 나타났다.

<표 8> 확인적 요인분석 모형 적합도

지수	적합도 값
$\chi^2$	829.094
df	303
p	.000
$\chi^2/df(Q)$	2.736
GFI	.893
NFI	.920
IFI	.947
TLI	.939
CFI	.947
RMSEA	.057

전체 연구개념에 대한 측정항목들의 확인적 요인분석 결과는 <표 9>에 제시된 바와 같이, 잠재변인에 대한 모든 측정항목들의 요인적재량은 통계적으로 유의미하였고, 요인적재량은 0.7이상으로 나타났으며, 표준화된 요인부하량이 1이상이거나, 측정오차의 분산이 0보다 작아 이론적으로 부적합한 음분산오차(heywood case)는 나타나지 않았다.

다음으로 연구개념의 집중타당성(Convergent Validity)을 살펴보기 위하여 개념신뢰도(CR: Construct Reliability)와 평균분산추출지수(AVE: Average Variance Extracted)를 산출하였다.

먼저 집중타당성은 하나의 잠재요인에 대한 두 개 이상의 측정항목들의 상관 정도를 나타내며 개념신뢰도가 0.7 이상이고, 평균분산추출지수가 0.5이상이면 집중타당성이 있다고 본다.

<표 9>에 제시된 바와 같이, 잠재변인들의 개념신뢰도는 접근성(0.793), 가시성(0.795), 대응성(0.810), 전문성(0.828), 편리성(0.834), 재방문의도(0.889), 추천의도(0.848)로 모든 잠재변인에서 0.7이상으로 나타났고, 평균분산추출지수는 접근성(0.493)과 전문성(0.491)은 0.5보다 다소 낮으나, 가시성(0.567), 대응성(0.518), 편리성(0.501), 재방문의도(0.729), 추천의도(0.650)등의 잠재변인들은 모두 0.5 이상으로 나타나 집중타당성이 크게 문제되지는 않았다.

마지막으로 판별타당성(Discriminant Validity)을 살펴보면, 판별타당성은 하나의 잠재변인이 실제로 다른 잠재변인과 얼마나 차별적인가를 나타내며, 평가방법으로 두 잠재요인 각각의 평균분산추출지수가 두 잠재요인간의 상관관계의 제곱보다 크면, 판별타당성이 있는 것으로 본다. 평균분산추출지수와 상관계수의 제곱을 비교를

<표 9> 전체 연구개념의 확인적 요인분석 결과

구 분		비표준화 계수	표준 오차	표준화 계수	t (C,R)	개념 신뢰도 (CR)	평균분 산 추출 (AVE)
접근성	→ 접근성 1(LC 1)	1,000		.854		.793	.493
	→ 접근성 2(LC 2)	1,056	.045	.882	23.716***		
	→ 접근성 3(LC 3)	.793	.043	.712	18.279***		
	→ 접근성 4(LC 4)	.735	.042	.690	17.532***		
가시성	→ 가시성 1(LC 7)	1,000		.715		.795	.567
	→ 가시성 2(LC 8)	1,354	.068	.940	19.773***		
	→ 가시성 3(LC 9)	1,202	.062	.866	19.307***		
대응성	→ 대응성 1(SQ 1)	1,000		.846		.810	.518
	→ 대응성 2(SQ 2)	1,074	.046	.858	23.462***		
	→ 대응성 3(SQ 3)	.793	.044	.704	17.989***		
	→ 대응성 4(SQ 4)	.796	.045	.697	17.735***		
전문성	→ 전문성 1(SQ 6)	1,000		.803		.828	.491
	→ 전문성 2(SQ 7)	1,249	.060	.807	20.913***		
	→ 전문성 3(SQ 8)	1,309	.060	.835	21.886***		
	→ 전문성 4(SQ 9)	1,197	.055	.835	21.873***		
	→ 전문성 5(SQ 10)	1,094	.054	.787	20.220***		
편리성	→ 편리성 1(SQ 11)	1,000		.761		.834	.501
	→ 편리성 2(SQ 12)	1,010	.057	.753	17.619***		
	→ 편리성 3(SQ 13)	.995	.054	.789	18.532***		
	→ 편리성 6(SQ 16)	1,008	.053	.802	18.867***		
	→ 편리성 7(SQ 17)	1,130	.063	.766	17.954***		
재방문 의도	→ 재방문의도 1(Revi 1)	1,000		.875		.889	.729
	→ 재방문의도 2(Revi 2)	1,023	.033	.939	30.909***		
	→ 재방문의도 3(Revi 3)	1,035	.040	.844	26.071***		
추천의도	→ 추천의도 1(Reco 1)	1,000		.863		.848	.650
	→ 추천의도 2(Reco 2)	1,076	.037	.922	28.783***		
	→ 추천의도 3(Reco 3)	1,065	.040	.876	26.824***		

\*\*\*p<0.001

통해 판별타당성을 확인한 결과, 변인들간의 상관관계는 <표 10>에 제시된 바와 같이, <표 9>에 나타난 잠재변인의 평균분산추출지수가 가장 높은 상관관계를 보이는 대응성과 편리성의 상관

관계(r=0.686)의 재방문(r2=0.471)보다 큰 것으로 나타나 잠재변인들간의 판별타당성이 확인되었다.

〈표 10〉 연구개념간의 상관행렬

구 분	평균	표준 편차	입지 특성		서비스 품질			재방문 의도	추천 의도
			접근성	가시성	대응성	전문성	편리성		
접근성	5.31	1.12	1						
가시성	4.87	1.24	.414***	1					
대응성	5.10	1.02	.238***	.322***	1				
전문성	4.77	1.22	.155***	.293***	.670***	1			
편리성	4.96	1.00	.196***	.279***	.686***	.600***	1		
재방문의도	5.44	1.06	.270***	.296***	.632***	.550***	.597***	1	
추천의도	4.38	1.31	.179***	.324***	.496***	.578***	.432***	.513***	1

\*\*\*p<0.001

<표 10>에 나타난 약국의 입지특성과 서비스 품질 요인과 고객의 재방문의도 및 추천의도 변인들간의 상관관계를 살펴보면, 입지특성인 접근성과 가시성, 서비스품질 요인인 대응성, 전문성, 편리성 등의 변인 모두 재방문의도 및 추천의도와 모두 유의미한 정(+)적 상관을 보이는 것으로 나타났다. 또한 약국에 대한 재방문의도와 추천의도간에도 유의미한 정(+)적 상관관계를 보이는 것으로 나타나, 본 연구가설과 방향과 일치되는 상관성을 보였다.

한편, 입지특성과 서비스품질 변인들간의 상관계수는 모두 0.7이하로 나타나 변인들간의 다중공성선 역시 크게 문제되지 않는 것으로 확인되었다.

### 3. 연구모형 및 가설의 검증

#### 1) 연구모형의 적합도 검증

약국의 입지특성과 서비스품질 요인과 약국에 대한 고객의 재방문의도 및 추천의도간의 인과관계를 살펴보기 위한 연구모형 및 가설 검증을 위하여 구조방정식 모형 분석을 실시하였다.

먼저 연구모형의 적합도는 <표 11> 제시된 바와 같이,  $\chi^2=915.376(df=308, p<.001)$ ,  $\chi^2/df(Q)=2.972$ , GFI=0.882, NFI=0.911, IFI=0.939, TLI=0.931, CFI=0.939, RMSEA=0.060로 나타나, GFI은 일반적인 기준치인 0.9보다 다소 낮았으나, 나머지 적합도 지수들은 모두 수용 가능한 것으로 나타나, 모형 분석결과를 수용하는데 크게 무리가 없는 것으로 판단된다.

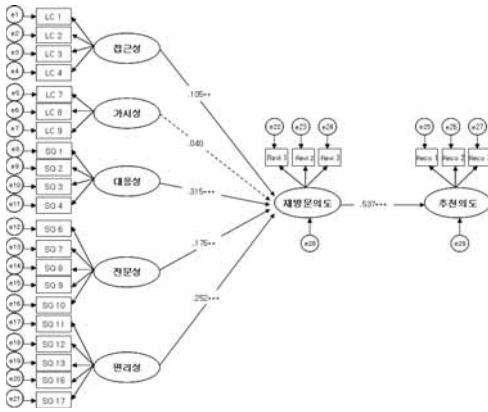
〈표 11〉 연구모형의 적합도

지수	적합도 값
$\chi^2$	915.376
df	308
p	.000
$\chi^2/df(Q)$	2.972
GFI	.882
NFI	.911
IFI	.939
TLI	.931
CFI	.939
RMSEA	.060

2) 연구가설의 검증

약국의 입지특성인 접근성과 가시성, 서비스품질 요인인 대응성, 전문성, 편리성과 약국에 대한 고객의 재방문의도 및 추천의도와 변인간의 인과 관계를 살펴보기 위해 설정된 연구가설을 검증하기 위해 구조방정식 모형 분석을 실시한 결과는 <그림 2>와 <표 12>에 제시된 바와 같다.

<그림 2> 연구모형 검증 결과



\*\*p(0,01), \*\*\*p(0,001)

※ 실선: 유의미한 경로(표준화 계수), 점선: 유의미하지 않은 경로(표준화 계수)

<표 12> 연구가설 검증 결과

가설	경로	비표준화 계수	표준화 계수	표준화 오차	t (C.R)	p	검증 결과
가설 1	접근성 → 재방문의도	.090	.035	.105	2,596	.009	채택
가설 2	가시성 → 재방문의도	.041	.042	.040	.987	.324	기각
가설 3	대응성 → 재방문의도	.304	.061	.315	4,964	.000	채택
가설 4	전문성 → 재방문의도	.178	.054	.176	3,268	.001	채택
가설 5	편리성 → 재방문의도	.275	.062	.252	4,418	.000	채택
가설 6	재방문의도 → 추천의도	.642	.053	.537	12,189	.000	채택

(1) 약국의 입지특성과 재방문의도와와의 관계 검증

약국의 입지특성 중 접근성은 고객의 재방문의도에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측한 연구가설 1의 검증 결과, 표준화 경로계수는 0.105이며, t=2.596 p<0.05로 나타나 약국의 접근성은 고객의 재방문의도 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 약국에 대한 접근성은 고객들의 약국 재방문에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 지지되었다.

다음으로 약국의 입지특성 중 가시성은 고객의 재방문의도에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측한 연구가설 2의 검증 결과, 표준화 경로계수는 0.040이며, t=0.987 p>0.05로 나타나 정적인 관계를 보였으나, 유의미한 영향은 미치지 않은 것으로 나타나 연구가설 2는 기각되었다.

(2) 약국의 서비스품질과 재방문의도와와의 관계 검증

약국의 서비스품질 요인 중 대응성은 고객의 재방문의도에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측한 연구가설 3의 검증 결과, 표준화 경로계수는 0.315이며, t=4.964 p<0.001로 나타나 약국의 대응성은 고객의 재방문의도 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 약국의 고객에 대한 대응성은 고객들의 약국 재방문에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 지지되었다.

다음으로 약국의 서비스품질 요인 중 전문성은 고객의 재방문의도에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측한 연구가설 4의 검증 결과, 표준화 경로계수는 0.176이며, t=3.268 p<0.01로 나타나 약국의 전문성은 고객의 약국 재방문의도 유의미한



정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 약사진의 약 처방에 대한 전문성은 고객의 약국 재방문에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 4는 지지되었다.

마지막으로 약국의 서비스품질 요인 중 편리성은 고객의 재방문의도에 정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미칠 것으로 예측한 연구가설 4의 검증 결과, 표준화 경로계수는 0.252이며,  $t=4.418$   $p<0.001$ 로 나타나 약국의 편리성은 고객의 약국 재방문의도 유의미한 정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 약 처방 및 약 판매 시 대기장소 및 대기시간 등의 효율성은 고객의 약국 재방문에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 5는 지지되었다.

### (3) 약국의 재방문의도와 추천의도와의 관계 검증

약국에 대한 고객의 재방문의도는 타인에 대한 추천의도에 정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미칠 것으로 예측한 연구가설 6의 검증 결과, 표준화 경로계수는 0.537이며,  $t=12.189$   $p<0.001$ 로 나타나 약국에 대한 고객의 재방문의도는 타인에 대한 추천의도에 유의미한 정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 약국의 재방문의도가 높은 고객일수록 타인에 대한 추천의도가 높아지는 것으로 나타나 가설 6은 지지되었다.

## V. 결론

본 연구는 약국 입지특성과 서비스 품질, 재방문의도, 추천의도와의 어떠한 구조적 인과관계를 갖고 있는지 알아보기 위해 이론적 고찰과 고객이 인지하는 실증연구를 통해 정량적으로 통계적

인 분석을 하여 제시된 연구가설을 검증하였다.

첫째, 약국의 입지특성을 접근성과 가시성으로 요인화하였고, 특히 좋은 접근성이 고객의 재방문의도에 직접적이고 긍정적인 영향을 미칠 것을 검증하기 위해 가설1을 설정하였다.

접근성은 통행 발생지역으로부터 특정시설이나 지역으로 접근할 가능성이며 일반적으로 거리, 통행시간 등에 의해 결정되며 고객의 내점가능성의 척도라고 볼 수 있다.

본 연구에서는 실증분석을 통해 약국입지특성 중 접근성이 중요한 요인임을 확인 하였으며, 접근성은 고객의 재방문의도에 유의적 영향을 미치는 것으로 나타나 가설1이 채택되었다.

2000년 7월 의약분업이 시행된 이후에 약국의 입지환경은 병의원 근처에 얼마나 가깝게 입지하느냐에 따라 약국의 운영의 성패가 좌우되는 특수한 환경으로 변화하게 되면서 일반적인 소매상권과는 전혀 다른 새로운 약국입지 패러다임 적용되어 접근성이 약국의 가장 중요한 입지특성이 되었다고 할 수 있다.

둘째, 가시성이 고객의 재방문의도와의 관계에 미칠 것을 검증하기위해 가설2를 설정하였다. 약국이 눈에 잘 띄는 곳에 있다는 것은 고객이 약국을 편리하게 찾아갈 수 있어 약국 재방문에 유의미한 영향을 미칠 것으로 생각할 수 있다. 그러나 의약분업시대에 약국 입지에 대한 패러다임의 변화로 약국 운영이 약사중심에서 고객중심으로 변화하면서 눈에 잘 띄는 대로변 1층 약국이 아니더라도 성공한 약국의 사례를 쉽게 볼 수 있게 되었다. 또한 최근에 약국을 개업하려고 하는 약사들이 1층이 아닌 지하층이나 고층에서도 약국을 개업하는 경우가 증가하고 있는 것으로 볼 때 이는 본 설문조사와 연구논문을 통해 이를 실

증적으로 다시 확인하고 입증한 것으로서 약국 가시성은 약국 재방문의도에 유의미한 영향을 미치지 않은 것으로 나타나 연구 가설2는 기각되었다. 이준규·최민섭(2008)의 연구결과에서 교정치과의원의 접근성이 환자만족도와 직접적인 관련성이 있지는 않지만, 좋은 가시성은 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었는데, 이러한 분석 결과는 좋은 접근성이 만족도에 강한 영향을 미칠 것으로 보는 견해와는 다른 결과이며 이것은 교정치과의원이라는 진료영역의 특수성이라고 주장하였다. 본 연구결과에서 가시성이 고객 재방문에 유의미한 영향을 미칠 것이라고 일반적인 관점에서 생각할 수 있으나, 의약분업시대 이후 약국이 병의원과 지리적으로 가까이 근접하거나 동일 건물에 함께 입지하여 의료소비자인 고객에게 조제와 동시 투약서비스를 제공할 수 있는 동선이 중요하게 됨에 따라 가시성 요인이 일반 소매상권과 달리 약국의 재방문의도에 중요한 영향을 미치지 않는 것은 이러한 약국입지의 특수성에서 그 원인을 찾을 수 있다.

셋째, 고객이 인지하는 대응성이 가설3에서 고객의 재방문의도에 중요한 영향을 미치고 있음을 보여주고자 했다. 서비스품질 요인인 대응성, 전문성, 편리성과 약국에 대한 고객의 재방문의도 및 추천의도 인과관계를 살펴보기 위해 설정된 연구가설을 검증하기 위한 구조방정식 모형 분석 결과는 표준화 경로계수는 대응성이 0.315 ( $t=4.964, p<0.001$ )로서 긍정적인 영향을 미치는 것으로서 나타났으며, 대응성의 표준화 경로계수가 가장 큰 것으로 나타났다. 약국의 서비스가 약사 중심에서 고객 중심으로 변화하면서 고객에게 감동을 주지 않으면 경쟁력을 가질 수 없게 된 것이다. 이것은 정확한 조제와 복약지도가 약

국의 기본이라면 고객을 감동시킬 수 있도록 친근감과 관심이 약국의 서비스 차별화를 가지게 만드는 것이다. 이는 약국 방문 시 약사 및 직원들의 친절성 및 서비스가 중요 고려요인이라고 응답한 고객이 복약지도 등 약사의 전문성이 중요하다고 한 응답자수 보다 많았다는 것에도 기인하는 것이며 약국은 서비스업으로서 약사들이 약국 경영시 서비스 대응성을 강조하고 고객의 눈높이에서 고객 중심으로 좀 더 밀착된 업그레이트서비스가 고객의 재방문의도에 유의적 영향을 미치는 것으로 나타나 가설3은 채택되었다.

넷째, 약국 고객이 인지하는 전문성이 고객의 재방문의도에 미치는 영향인 가설4는 약사진의 약 처방에 대한 전문성과 복약지도에 관한 항목으로서 고객의 약국 재방문에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 4는 지지되었다.

다섯째, 편리성이 고객의 재방문의도에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예측한 연구 가설인 가설5는 고객의 편에서 약 처방 및 약 판매 시 대기 장소나 시간 등의 효율성은 고객의 재방문 의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 5도 지지되었다. 이것은 고객 중심서비스 관점에서 편리성을 갖춰 효율적인 경영시스템을 갖추는 것이 재방문의도에 긍정적 영향을 미치며 단골고객을 확보하게 되고 한번 단골고객이 되면 지속적으로 약국을 재방문하게 된다는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

여섯째, 재방문의도가 추천의도에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예측한 가설 6은 해당약국을 계속 이용할 것이라는 항목과 친구, 이웃, 친지들에게 추천할 것이다라는 항목에 대한 설문조사 결과는 다른 선행연구들과 같은 긍정적 결과를 나타내었다. 따라서 약국고객의 재방문의도는 타인

에 대한 추천의도에 유의미한 긍정의 영향을 미치는 것으로서 약국 재방문의도가 높은 고객일수록 타인에 대한 추천의도가 높아지는 것으로 나타나 연구가설 6은 지지되었다.

이상의 논의를 종합해보면, 입지특성 설명변수인 접근성과 약국 서비스품질 설명변수인 대응성, 전문성, 편리성은 고객의 재방문의도에 유의미한 영향을 미치며 재방문의도는 고객의 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 본 연구에서 검증하고자 하였던 약국의 입지특성과 서비스 품질, 재방문의도 및 추천의도의 구조적인과관계가 성립한다는 것을 실증적 연구를 통해 입증한 것이라고 할 수 있다. 또한 약국입지특성의 접근성이나 가시성보다 서비스품질요인인 대응성, 편리성, 전문성순으로 약국에 대한 재방문의도에 미치는 표준화 경로계수값이 큰 것으로 나타나 서비스품질요인이 고객의 재방문의도에 미치는 영향이 큰 것으로 볼 수 있다.

한편, 가시성 요인은 재방문의도에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었는데, 이는 약국의 입지를 선정할 때 시사하는 바가 크다고 할 수 있으며, 앞으로 약국의 입지선정에 있어 실질적인 도움을 줄 수 있을 것이다.

본 논문은 설문조사응답의 정확성과 어려움 때문에 약국의 경영주체인 약사들을 배제하고, 설문응답자인 약국 이용고객의 특성만을 조사하여 약국의 입지특성 및 서비스품질이 약국재방문의도와 추천의도에 미치는 영향을 검증하였기 때문에 본 연구의 결과가 직접적인 재무적 경영성과에 미치는 영향을 연구치 못한 한계를 지니고 있다. 따라서 향후 연구과정에서는 약국의 경영주체인 약사와 고객을 함께 연구대상에 포함하여 연구의 결과가 직접적인 재무적 경영성과에 미치

는 실증연구를 진행하는 것이 필요하다.

논문접수일	: 2012년 10월 4일
논문심사일	: 2012년 10월 12일
게재확정일	: 2012년 11월 2일

## 참고문헌

1. 공고은, “진료과목별 병원 입지요인 및 의료서비스품질과 의료기관 만족도 간의 관계에 대한 연구”, 부산대학교 석사학위 논문, 2011
2. 김우영, “의약분업시대의 약국 입지선정에 관한 연구”, 건국대학교 석사학위 논문, 2003
3. 문규성, “약국서비스의 대고객 관계마케팅에 관한 연구”, 원광대학교 석사학위 논문, 2004
4. 박광희·김인숙, “서비스 품질과 인구통계학적 특성이 고객만족과 상점애호도에 미치는 영향에 관한 연구”, 「계명대학교생활과학연구소 과학논집」 제32집, 계명대학교생활과학연구소, 2006, pp. 77-87
5. 박혜경·권창익 외, 「약국 경영 활성화 방안 연구」, 대한약사회·의약품정책연구소, 2006
6. 백용창, “패스트푸드레스토랑과 패밀리레스토랑의 서비스품질평가 요인의 차이에 관한 연구”, 「관광·레저연구」 제10권 제2호, 한국레저관광학회, 1998, pp. 147-167
7. 이광숙, 약국서비스에 관한 이론적 고찰, 한국유통과학회 동계학술발표논문집, 2006
8. 이준규·최민섭, “치과의원의 입지와 의료서비스 질이 고객의 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구(교정치과의원을 중심으로)” 「주거환경」 제6권2호(통권 제10호), 한국주거환경학회, 2008, pp. 203-219
9. 이호병, “주거입지모형의 비교 고찰”, 「부동산학보」 제23집, 한국부동산학회, 2004, pp. 181-187
10. 장장이, “외식프랜차이즈 가맹점의 지각된 공정성이 관계결속, 재계약 및 추천의도에 미치는 영향”, 세종대학교 박사학위 논문, 2011
11. 정국현, 「약국경영학」, 신일상사, 2009
12. 조성오, “약국의 서비스 품질과 특성이 고객만족에 미치는 영향”, 호서대학교 박사학위 논문, 2011
13. 한나라당 손숙미의원, 복지부 국정감사자료, 2010
14. 홍정임, “서비스품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 서경대학교 석사학위 논문, 2011
15. Gronroos, C., “An Applied Service Marketing Theory”, *European Journal of Marketing*, Vol. 16, No. 7, 1982, pp. 30-41.
16. Nelson.P.L., 「The Selection of Retail Location, New York, Nc Grow Hill」, 1958, pp. 53-55
17. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml & L. L. Berry “SERVQUAL:A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 64, Spring. No. 1, 1988, pp. 16-17.
18. Parasuraman, A., Leonard L. Berry & Valarie A. Zeithaml, “Understanding Customer Expectations of Service”, *Sloan Management Review*, Vol. 39, Spring, 1991, pp. 39-48.