

의료소비자들의 의료기관 종별 정보탐색 행태에 관한 연구

이선희*†, 조우현**, 채유미***

이화여자대학교 의과대학 예방의학교실*,

연세대학교 의과대학 예방의학교실**, 국립암센터***

< Abstract >

Information Searching Behavior of Health Care Consumers by Types of Medical Institutions

Sunhee Lee*†, Woohyun Cho**, Yoomi Chae***

*Department of Preventive Medicine, Medical College of Ewha Womans University**

*Department of Preventive Medicine, Medical College of Yonsei University***

*National Cancer Center****

The purpose of this study was to evaluate the information searching behavior of consumer by type of medical institution. A questionnaire survey was conducted of 1,507 persons who were selected through a multi-stage stratified area cluster sampling in nationwide level, excluding Jeju-Do. Personal survey was conducted through door-to door survey from 27 July to 10 August 1999.

The main results of this research was as following;

1. The proportion of information searching of respondents ranged from 91.5-95.2%. Even

† 교신저자 : 이선희(02-2650-5754, lsh0270@ewha.ac.kr)

though the proportion of user in university hospital was slightly high, there was not significant statistically by type of medical institution. In terms of information source, personal informer was most common information source in all type of medical institution. Public informers were more frequently used in university hospital visitors and professional informer in general and university hospital visitors.

2. Comparing to searching intensity, user informer and professional informer's influences were more powerful, but not statistically significant. In analysis of unit influence for information source, written informer or public informer was more powerful in clinic visitor, professional informer and written informer in university hospital visitor.

3. Information which consumer want to know mostly were about on special potential and career of physician. The clinic visitor wanted to know about institutional location and kindness of medical personnel. The university hospital visitor also wanted to know about facilities and convenience of process. Comparing to institution selection criteria of consumers at 1991, quality related criteria were recognized more importantly in outpatient and dental services. But in case of inpatient services, convenience factor was recognized more importantly.

In conclusion, the effort for specific marketing plan by type of medical institution should be needed. And more concern on information searching behavior of consumer will be needed.

Key Words : Information searching behavior, type of medical institution, marketing plan

I. 서 론

최근 사회경제 수준의 향상으로 과거에 비해 의료서비스에 대한 정보 요구가 높아졌으며, 양질의 서비스에 대한 관심도 커지고 있다. 또한 시민의식 향상, 소비자 운동의 활성화 등으로 인하여 수동적 입장을 취하던 의료소비자들이 의료서비스 이용과정에서 능동적인 역할을 추구하는 쪽으로 바뀌고 있으며, 이러한 사회 전반적인 변화에 따라 의료시장 역시 기존의

공급자 중심에서 소비자 중심으로 전환되어 가고 있다(조우현외, 1999).

마케팅 분야에서 소비자가 특정 상품 및 서비스 구매를 결정하는 과정은 문제인식, 정보탐색, 대안의 평가, 구매결정, 구매 후 행동등 다섯 단계로 구분하여 이해되고 있다(Engel, Blackwell, & Miniard, 1986). 소비자는 내적, 외적 자극에 의해 구매의 필요성을 인식하게 되면 합리적인 의사결정을 위해 정보탐색을 시도하게 되며, 탐색 정도와 행태는 소비자의 구매경험, 사전지식 또는 제품특성, 시장특성, 소비자 특성등에 따라 영향을 받게 된다(김영문의, 1996). 의료소비자가 의료기관을 선택하는 과정 역시 일반적인 상품구매과정과 마찬가지로 문제인식, 정보탐색, 대안의 평가, 의료기관 선택결정 및 의료기관 이용후 행동 등으로 이루어진다(조우현외, 1999). 이중 소비자가 정보 탐색시 주로 이용하는 정보의 원천이 무엇이며, 많은 정보들 중에서 어떤 정보가 의료기관을 선택하는데 더 많은 영향을 미치는가에 대한 문제가 마케팅 분야에서 주요 관심사가 되고 있다. 이는 의료소비자들의 정보탐색 행태가 의료기관 선택과 직결되며 이러한 과정을 이해할 수 있다면 구매로 연결할 수 있는 효과적인 마케팅 전략을 수립할 수 있기 때문이다.

그간 정보탐색에 대한 연구는 기능제품을 중심으로 수행되어 왔으며(김형순, 1999), 의료분야에 대한 연구는 제한적인 수준에 머물러 왔다. 정보탐색에 대한 외국의 연구동향을 보면, 초기엔 정보원의 종류와 탐색유무에 초점을 맞추고 있는바, 소비자의 상품구매에 대한 의사결정은 상품가격, 특성 등에 따라 차이는 있지만, 대체적으로 과거의 경험, 직관, 다른 사람으로부터의 조언에 의존하는 것으로 알려지고 있다(임중원의, 1994). 특히 의료서비스 경우엔, 다른 서비스와 비교하여 이용하는 정보원천 수가 적고 비공식적, 인적 정보원에 의존하는 경향이 보고되고 있다(Kasteler, 1976; Glassman, 1981; Swartz, 1982; Boscarino, 1982). 또한 Glassman(1981) 역시 의료소비자들은 평균 1.2개의 정보원을 가지며 상대적으로 다른 서비스나 제품보다 정보원의 수가 적다고 지적하였다.

국내에서 주부들을 대상으로 의료서비스 구매시 정보탐색 정도를 분석한 김진희(1995)의 연구에 따르면, 의료서비스에 대한 정보탐색 수준은 매우 낮으며, 인적 정보원 탐색량이 가장 높고 중립적 정보원과 상업적 정보원은 거의 활용되지 않고 있음을 보고하였다. 고은혜(1990), 배현우(1992), 홍효숙과 유동근(1996)등의 연구에서도 국내 의료소비자들의 경우 주로 비공식적인 정보원에 의존하는 경향이 있음을 보고하고 있다. 이러한 결과들은 다른 체화나 서비스 구매에 비해 의료서비스의 긴급성이 높고, 의료서비스가 갖는 고도의 전문성으로 인해 일반적으로 의료소비자가 이용가능한 정보원이 매우 제한되어 있음을 시사하는 것이다.

지금까지 의료서비스에 대한 정보탐색 행태 연구들은 주부나 특정지역을 대상으로 하여

정보원의 종류나 탐색량 정도의 매우 제한적인 내용들을 다루어 왔다. 최근 채유미 등(2001)은 이러한 제약점을 극복하고자 전국적인 자료를 대상으로 정보행태를 분석한 바 있는데 의료소비자들의 인구사회학적 특성, 즉 연령별, 성별, 직업 특성에 따라 정보탐색행태에 차이가 있었으며 이용정보원의 종류 및 탐색노력도 다른 것으로 보고되고 있어 내원환자들의 특성에 따라 홍보전략에 차별적인 접근이 필요함을 보여주고 있다.

그러나 정보탐색행태에는 이러한 의료소비자의 특성외에도 의료공급자의 특성이 관련있을 것으로 예측되나 이에 대한 연구나 기초자료는 부재하며 실제 의료기관을 선택하는데 있어서 탐색한 정보원이 어느 정도 활용되며, 얼마나 영향을 미치는가에 대해서도 알려진 바가 없다. 이에 본 연구에서는 의료소비자들이 의료기관 선택시 활용하는 정보원과 정보원 활용 정도 및 이들 정보원이 실제 의사결정에 어느 정도의 영향력을 미치는가에 대해 탐색해보고자 한다. 아울러 의료소비자의 정보탐색 행태가 의료기관 종별로 어떠한 차이를 보이고 있는가를 규명하므로써, 의료기관 종별 홍보전략 수립의 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집

이 연구는 제주지역을 제외한 전국의 만 20세이상 일반국민들중 표본추출한 1,507명을 대상으로 수행되었다. 표본추출방법은 지역별 인구비례로 다단계 지역표본을 무작위 집락추출하였으며(multi-stage stratified area cluster sampling), 표본으로 선정된 대상자에 대해서는 면접원이 직접방문하여 1:1 개별면접 형태로 설문조사를 실시하였다. 조사는 1999년 7월 27일~8월 10일까지 15일간에 걸쳐 이루어졌다.

완성된 설문지 중 20%를 무작위 추출하여 검증원이 검증하고, 만일 검증결과 응답의 허위 기재나 조작이 발견된 경우 해당 면접원이 조사한 질문지 전부를 무효화한 뒤 예비표본에서 재조사를 수행하였다. 이렇게 수집된 자료에 대해 일차적으로 기록상의 오류 및 누락여부를 검증한 후 최종적으로 1,507부를 분석하였다. 의료기관 선택기준에 대한 자료는 1991년에 동일한 자료조사 방법과 내용으로 수집된 2차자료(조우현외, 1992)를 이용하여 비교하였다.

2. 연구에 사용된 변수

가. 정보탐색 유무와 정보원 종류

정보탐색 행태의 기본 변수로서 얼마나 많은 의료소비자들이 정보탐색 과정을 거치는지를 파악하기 위해 의료기관 선택과정에서 정보원을 이용하는지 여부를 구분하고 정보원별 활용 비율을 분석하였다. 정보원에 대한 구체적인 조사내용으로는, 그동안의 연구를 포함하여 의료분야에서 많이 활용되는 것으로 판단되는 10여 종류의 정보원을 제시하고 특정 의료이용 경험에서 활용한 정보원을 선택하도록 하였으며 선택된 정보원들은 Kotler의 분류에 따라 다음과 같이 분류하여 분석하였다. 즉 개인적 정보원은 가족, 가까운 친척, 이웃사람, 친구를 포함하며, 공공적 정보원은 책, 관련서적, 신문·잡지의 기사, TV/라디오의 방송내용, 전화번호부, TV/라디오·신문·잡지의 광고, 팸플렛, 광고지, 선전물 등을 포함하였다. 경험적 정보원은 본인이 과거의 의료서비스 이용 경험을 토대로 의료기관을 선택한 경우로 분류하며, 전문가 정보원은 아는 의사나 간호사의 조언을 참고한 경우를 포함하였다. 의료기관 선택시 1개 이상의 정보원을 활용하는 경우가 많기 때문에 활용한 정보원은 모두 선택하도록 중복응답을 허용하였다.

나. 정보탐색 정도

정보탐색 정도란 소비자들이 시간과 노력을 들여 정보를 탐색하는 수준을 의미하며 정보탐색 정도를 파악할 수 있는 지표로서 정보원 활용정도를 측정하였다. 구체적으로는 의료소비자가 의료기관을 선택할 당시 각 정보원들을 얼마나 참조하였는지의 정도를 응답하게 하였다. 응답내용은 해당 정보원을 병·의원 선택과정에서 탐색하고 참조한 정도에 따라 '많이 참조했다'고 응답한 경우는 2점을, '약간 참조했다'라고 응답한 경우엔 1점을 주었고, 참조하지 않은 경우는 점수를 부여하지 않았다.

다. 정보원의 영향력

의료소비자들이 탐색한 정보원의 영향을 어느 정도 받고 있는가를 알아보기 위해 각각의 정보원에 대한 탐색정도와 함께 실제 의사결정에 미친 영향력에 대해 응답하도록 하였다. 중복응답을 허용한 상태에서, 영향력이 컸던 정보원과 그 다음으로 영향을 미쳤던 정보원을 표시하도록 하였다. 영향력이 컸던 정보원에는 2점을, 그 다음으로 영향을 미쳤던 정보원에는 1점을 부여하였다.

3. 분석방법

의료기관 종별 정보탐색 유무와 정보원별 활용비율을 비교하기 위해 X^2 -test를 실시하였다 (그림 1). 의료기관 종별 정보탐색 정도를 비교하기 위해서 정보 탐색 정도에 따라 많이 탐색한 경우는 2점을, 약간 탐색한 정보는 1점을 부여하고, 이들의 평균값에 대해 ANOVA 검정을 하였다. 탐색한 정보원의 영향력을 평가하기 위하여 정보원의 단위 영향력과 정보원의 크기를 비교하였다. 정보원의 단위 영향력의 크기는 탐색한 정보원 중에서 영향력이 컸던 정보원에 2점을, 그 다음으로 영향을 미쳤던 정보원에 1점을 부여한 다음, 이용자수로 나눈 평균값으로 비교하였다. 정보원 영향력의 크기는 단위 정보원의 크기에 이용자수를 곱하여 구한 값으로 각각의 정보원에 대한 전체적인 영향력의 크기를 알 수 있다.

자료 분석은 SPSS 통계 프로그램(version 10.0)을 사용하였으며, 모든 통계적 검정은 5% 유의수준에서 판정하였다.

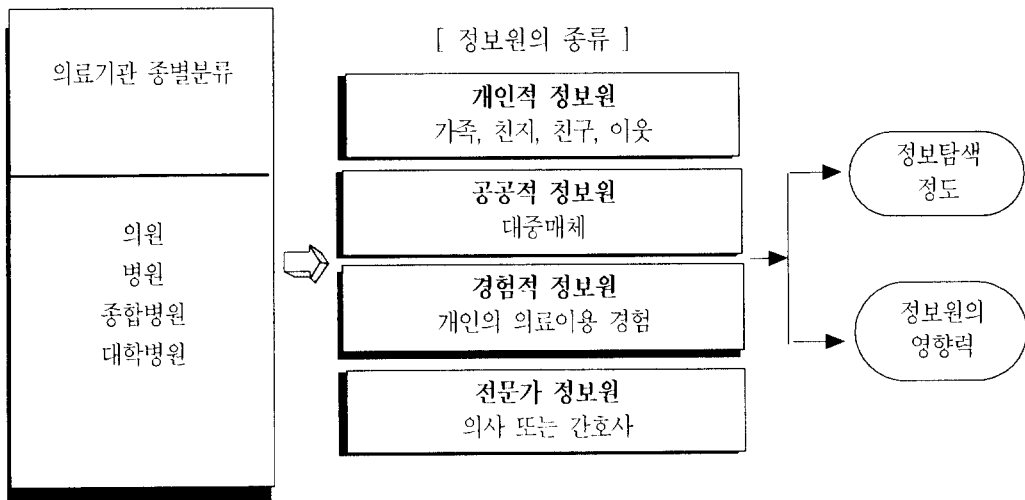


그림 1. 연구의 틀

Ⅲ. 연구결과

1. 응답자의 인구사회학적 특성

설문 응답자들의 인구사회학적 특성을 살펴보면 표 1과 같다. 20~30대가 53.9%로서 가장 많았으며, 성비에 있어선 남자와 여자가 각각 49.6%와 50.4%를 차지하였다. 직업별로는 주부가 35.4%로 가장 많았으며, 다음으로 농업/자영업자(23.0%), 사무관리직(18.1%), 서비스/기능직(10.7)순이었다. 전체 응답자의 73.6%가 고졸이상이었으며, 월평균 소득은 100~200만원미만이 47.7로 가장 많았다. 월평균생활비는 전체 응답자의 과반수에 달하는 48.1%가 100-200만원미만 수준이었다.

<표 1> 조사대상자의 인구사회학적 특성

변 수	특 성	인원(명)	구성비율(%)
연령	20 ~ 30대	813	53.9
	40 ~ 50대	580	38.5
	60대이상	114	7.6
성	남자	748	49.6
	여자	759	50.4
직업	전문직	8	0.5
	서비스/기능직	162	10.7
	사무/관리직	273	18.1
	농업/자영업	347	23.0
	주부	533	35.4
	학생	88	5.8
	기타	96	6.4
학력	대재이상	452	30.0
	고졸	602	43.6
	중졸이하	379	26.4
월평균소득	100만원미만	234	15.5
	100 - 200만원미만	714	47.4
	200 - 300만원미만	363	24.1
	300만원이상	196	13.0
월평균생활비	100만원미만	637	42.3
	100 - 200만원미만	724	48.1
	200 - 300만원미만	96	6.4
	300만원이상	49	3.3

2. 의료기관 종별 정보탐색 유무

의료기관 종별에 따른 정보탐색 유무의 차이를 비교한 결과, 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다(표 2). 의료기관 이용자의 90%이상이 의료서비스 이용전에 정보탐색을 하고 있으며, 특히 대학병원 이용자의 95.2%가 정보탐색을 하는 등, 상대적으로 정보탐색자 비율이 높았다.

<표 2> 의료기관 종별 정보탐색 유무 단위 : 명 (%)

의료기관 종별	유	무	계	χ^2 - value
의 원	518(92.0)	45(8.0)	563(100.0)	1.213
병 원	426(92.2)	36(7.8)	462(100.0)	
종합병원	204(91.5)	19(8.5)	223(100.0)	
대학병원	79(95.2)	4(4.8)	83(100.0)	

* : p<0.05

3. 의료기관 종별에 따른 정보원별 활용비율

의료기관 종별과 무관하게 가족, 친구, 이웃과 같은 개인적 정보원(72.6~77.1%)의 활용정도가 가장 컸으며, 다음으로 경험적 정보원(54.2~67.0%)이 많았다(표 3). 공공적 정보원에 대해서는 의원(8.5%)이나 종합병원(9.9%) 이용자보다 병원(12.3%)과 대학병원(18.1%) 이용자의 공공적 정보원 활용정도가 높았으며, 전문적 정보원은 종합병원급(14.3~19.3%) 이상 이용자에게서 높은 것으로 나타났다.

<표 3> 의료기관 종별에 따른 정보원별 활용비율 단위 : 명 (%)

의료기관 종별	개인적 정보원	공공적 정보원	경험적 정보원	전문가 정보원
의 원	425(75.5)	48(8.5)	377(67.0)	38(6.7)
병 원	353(76.4)	57(12.3)	278(60.2)	38(8.2)
종합병원	162(72.6)	22(9.9)	134(60.1)	32(14.3)
대학병원	64(77.1)	15(18.1)	45(54.2)	16(19.3)
χ^2 - value	1.298	8.988*	8.834*	21.477*

* : p<0.05

주) 중복응답을 허용한 값임.

4. 의료기관 종별 정보탐색 정도

의료기관 종별 정보탐색 정도는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다(표 4). 정보원별로 살펴보면 경험적 정보원(1.81~1.91)의 탐색 정도가 가장 높았으며, 대중매체와 같은 공공적 정보원(1.20~1.57)의 탐색 정도가 낮았다. 통계적으로 유의하지는 않았지만, 의료인이나 간호사등 의료계 전문정보원 탐색정도는 종합병원(1.72)과 대학병원(1.69) 의료기관 이용자에 서 높았고, 의원급(1.53) 의료기관 이용자가 가장 낮았다.

<표 4> 의료기관 종별 정보탐색 정도 단위 : 평균점수

의료기관 종별	개인적 정보원	공공적 정보원	경험적 정보원	전문가 정보원
의 원	1.49	1.39	1.82	1.53
병 원	1.55	1.39	1.81	1.58
종합병원	1.55	1.20	1.81	1.72
대학병원	1.57	1.57	1.91	1.69
F - value	1.574	1.906	.895	1.084

* : p<0.05

5. 의료기관 종별 정보원의 단위 영향력의 크기

의료기관을 선택하는 과정에서 탐색한 정보원의 영향을 얼마나 받았는가라는 물음에 대해 의료이용자는 관련서적(2.0), 병원 이용자는 광고(2.0), 종합병원 및 대학병원 이용자는 의료인(1.75)과 과거 본인 경험(1.73)의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났다(표 5). 또한 종합병원과 대학병원 선택시 타의료기관에 비해 의료인에 의한 영향력이 상대적으로 높았으며 종합병원의 경우, 신문,잡지기사의 영향력이 상대적으로 높았다. 이러한 차이에도 불구하고 의료기관 종별과 무관하게 과거 본인의 경험에 의한 영향력이 전반적으로 높았다.

<표 5> 의료기관 정보원의 단위 영향력의 크기 단위 : 평균점수

정보원	의원	병원	종합병원	대학병원
과거 본인의 경험	1.76	1.80	1.73	1.73
관련서적	2.00	1.50		
광고	1.40	2.00	1.50	1.00
대중방송	1.67	1.21	1.50	1.00
의료인	1.55	1.54	1.75	1.64
신문, 잡지 기사	1.50	1.64	1.67	
가족	1.48	1.45	1.62	1.56
친척	1.26	1.37	1.19	1.30
이웃, 친구	1.44	1.48	1.46	1.48
광고선전물	1.30	1.41		

주) 중복응답을 허용한 값임.

6. 의료기관 선택시 의료소비자가 원하는 정보

의료기관 선택시 의료소비자들이 가장 필요로 하는 정보를 분석제시하면 표 6과 같다. 의료소비자들은 의료기관 종별과 무관하게 의사의 전문성과 실력(2,101~2,221)에 대한 정보를 가장 필요로 하는 것으로 응답하였다. 그 외에도 의원을 이용하는 경우에는 의료기관의 위치(694)와 의료진의 친절성(616)을, 병원/종합병원/대학병원 이용자는 의료기관의 시설 및 규모(756~778)와 의료진의 친절성(404~459)에 대한 정보 요구도가 높았다.

<표 6> 의료기관 선택시 소비자의 정보내용 선호도

원하는 정보	의원	병원/종합병원	대학병원
의사의 전문성, 실력	2,101	2,121	2,221
의료기관의 시설,규모	281	778	756
의료기관의 위치	694	229	186
의료진의 친절성	616	459	404
의료기관의 평판	304	331	303
진료비	306	296	304
진료절차의 편리성	215	304	343

7. 의료소비자들의 의료기관 선택기준

의료소비자들의 의료기관 선택기준을 '91년도에 조사한 자료와 비교한 결과를 보면(표7) 외래, 치과진료에 대해 질적요인에 대한 요구도는 증가한 반면, 편이성 요인과 친근한 요인에 대한 중요성은 상대적으로 감소하였다. 이를 서비스 종류별로 살펴보면 외래의 경우 실력 있는 의사, 전문적인 병원등과 같은 질적 요인에 대한 요구도가 '91년 450명(31.1%)에서 '99년 770명(51.2%)으로 크게 증가한 반면 친근한 요인에 대한 요구도는 '91년 162명(11.2%), '99년 107명(7.1%)으로 감소하였다.

입원서비스에 있어선 질적 요인에 대한 요구도 변화는 크지 않은 반면, 의료기관과의 거리, 교통의 편리성과 친절한 서비스등 편이성 요인에 대한 요구도는 '91년 163명(10.9%)에서 '99년 305명(20.1%)으로 다소 증가하였으며, 친근성 요인은 '91년 124명(8.2%)에서 '99년 40명(2.7%)로 감소하였다. 치과진료에 대해서는 실력있는 의사, 전문적인 병원등 질적요인에 대한 요구도가 '91년 472명(32.0%)에서 '99년 919명(60.9%)로 큰 폭의 증가를 보였다. 반면 의료기관과의 거리, 교통의 편리성등 편이성 요인과, 친근한 요인은 '91년 183명(12.5%)에서 '99년 82명(5.5%)로 감소하여 대조를 보였다.

IV. 고 찰

정보탐색이란 '제품 및 점포대체안에 관한 정보를 제공하기 위해 소비자에 의해 취해진 정신적, 육체적 활동(Walters, 1978)' 또는 '소비자들이 제품 또는 서비스를 구매하기 전에 필요한 정보를 여러 가지 정보원천에서 찾아내는 과정(김재오, 1990)'으로 정의되고 있다.

본연구의 분석결과, 응답자의 90%이상이 정보탐색을 하는 등, 대부분의 의료소비자들이 정보탐색활동을 수행하고 있어 고관여제품으로서 의료서비스의 특성을 보여주고 있다. 의료기관 종별로 정보탐색 유무에 차이는 없었으나, 상대적으로 대학병원 이용자의 정보탐색 정도가 높아 시간적, 경제적 비용이 소요되는 의료이용일수록 정보탐색 노력이 증가함을 확인할 수 있다.

<표 8>

조사대상자의 의료기관 선택기준

단위 : 명(%)

선 택 기 준	외 래		입 원		치과 진료	
	'91년도	'99년도	'91년도	'99년도	'91년도	'99년도
<u>질적요인</u>						
전문적인 병원	197(13.6)	360(23.9)	314(21.0)	269(17.9)	171(11.6)	327(21.7)
유명한 병원	35(2.4)	43(2.9)	149(10.0)	70(4.6)	64(4.3)	77(5.1)
현대적인시설및장비	73(5.0)	66(4.4)	249(16.7)	351(23.3)	94(6.4)	169(11.2)
실력있는 의사	115(8.0)	291(19.3)	228(15.3)	420(27.9)	132(9.0)	341(22.6)
규모가 큰 병원	30(2.1)	10(0.7)	267(17.9)	52(3.5)	11(0.7)	5(0.3)
소 계	450(31.1)	770(51.2)	1,207(80.9)	1,162(77.2)	472(32.0)	919(60.9)
<u>편이성 요인</u>						
거리, 교통이 편리	675(46.7)	483(32.1)	55(3.7)	92(6.1)	619(42.1)	313(20.8)
친절한 서비스	96(6.6)	107(7.1)	57(3.8)	98(6.5)	101(6.9)	104(6.9)
수속절차편리	15(1.0)	15(0.9)	22(1.5)	38(2.5)	4(0.3)	4(0.3)
깨끗한 병원	11(0.8)	5(0.3)	10(0.6)	34(2.3)	38(2.6)	41(2.7)
저렴한 진료비	37(2.6)	20(1.3)	19(1.3)	43(2.9)	53(3.6)	44(2.9)
소 계	83.4(57.7)	630(41.7)	163(10.9)	305(20.1)	815(55.5)	506(33.6)
<u>친근한 요인</u>						
다나던병원	116(8.0)	95(6.3)	42(2.8)	15(1.0)	100(6.8)	48(3.2)
의사가 추천한 병원	10(0.7)	3(0.2)	51(3.4)	13(0.9)	17(1.2)	6(0.4)
아는 사람이 있는병원	36(2.5)	9(0.6)	31(2.0)	12(0.8)	66(4.5)	28(1.9)
소 계	162(11.2)	107(7.1)	124(8.2)	40(2.7)	183(12.5)	82(5.5)
총 계	1446(100)	1507(100)	1494(100)	1507(100)	1470(100)	1507(100)

주) '91년 자료는 '99년도 자료와 동일한 조사설계방식과 조사내용으로 1991년에 전국민을 대상으로 실시하여 제시된 분석결과(조우현 등,1992)를 활용하였음.

정보원 활용비율을 보면 의료기관 종별과 무관하게 개인적 정보원 활용도가 가장 높았는 바, 이는 의료서비스에 대한 정보탐색 연구들에서 인적 정보원 탐색량이 가장 높았다는 기존의 결과들과 일치하고 있다(Kasteler, 1976; Glassman, 1981; Boscarino, 1982; Swartz, 1982; 김진희, 1995; 박노현, 1996). 의료서비스에서 인적 정보원에 대한 의존도가 높게 나오는 결

과에 대해선 2가지의 상반된 해석이 가능할 수 있다. 즉 조우현 등(1999)의 의견처럼 의료서비스의 비가시적 속성 때문에 소비자가 객관적으로 판단할 수 있는 자료나 역량이 제한된 상황에서는 서비스이용자의 경험을 통해 간접적으로 선택위험을 가능하게 된다는 이유를 고려해볼 수 있다. 또다른 해석으로는 인적정보원이 특별히 신뢰도가 높아서라기 보다는 의료서비스의 경우 이용가능한 비인적 정보원이 제한되어 있기 때문에 인적 정보원에 더욱 의지하게 된다는 김승훈(1988)의 지적도 있으나 그 원인에 대해선 향후 심층적 구명이 필요하다고 판단된다.

의료기관 종별 정보원천을 비교한 결과, 공공적, 경험적, 전문가 정보원의 활용비율에 대해서는 의료기관 종별로 유의한 통계적 차이를 보였으며 특히 병원과 대학병원에서 대중매체와 같은 공공적 정보원의 활용비율이 높았다. 이와 같이 규모가 상대적으로 큰 의료기관 이용시 공인된 정보원의 활용비율이 증가하는 것은 상대적으로 질병 경중도도 높고 시간적, 경제적 비용이 많이 소요되는 관계로 선택의 위험을 최소화하려는 소비자의 구매행태를 반영한다고 볼 수 있다. 또한 이러한 결과는 선택 위험이 높을때 소비자보고서와 같은 중립적 정보원의 활용도가 커진다고 보고한 연구(배은영, 1995)와도 동일한 맥락의 결과라고 할 수 있다.

종합병원 이상의 의료기관 이용자들에게서 전문가 정보원이 상대적으로 많이 활용되고 있었으며 이러한 결과 역시, 선택으로 인한 각종 비용지불위험이 높아질 경우, 보다 신뢰성있는 정보원천을 활용하고자 하는 행태로 설명해볼수도 있으나 의료전달체계의 영향도 배제할 수 없다고 판단된다. 즉 병원급 이상의 의료기관 이용자중 일차기관인 의원을 방문한 이후, 추가적인 검사나 치료가 필요하여 불가피하게 상위 의료기관을 이용하게 될때 진료받은 의사 등과 같이 전문가 정보원의 추천을 받게될 개인성이 높을 수 있다. 따라서 이러한 결과가 제시하는 정책적 함의로서 의료전달체계상 이차 기관급 이상 의료기관들의 경우엔 지역개원의 등이 영향력있는 정보원천의 역할을 하기 때문에 이들과의 협력관계를 통한 긍정적 이미지 수립노력이 필요하다고 판단된다.

의료기관 종별 정보원의 단위 영향력 크기를 비교한 결과에서는, 의료기관 선택을 위한 정보원천으로 개인 정보원을 많이 활용하고 있으나, 단위 영향력의 크기 면에서는 상대적으로 낮은 점수를 보인 반면, 과거 본인경험의 경우, 활용 빈도수에 있어 개인적 정보원보다 낮으나 실제 선택에 대한 영향력이 높았다. 이는 앞서 언급한 바와 같이 의료서비스의 비가시성으로 인해 객관적 판단자료가 제한된 상태에서는 이용자 자신의 경험에 가장 높은 신뢰를 부여할 수밖에 없고 그결과 실제 구매로의 연결과정에서 영향력있는 정보원천으로 활용하게

되는 것으로 유추해볼 수 있다. 주목할만한 사항은 의원의 경우 대중방송의 단위 영향력이 1.67로 높으며 병원의 경우에도 광고(2.0)와 신문, 잡지 기사(1.64)등의 단위 영향력이 높아 의료기관 선택과정에서 대중 매체의 역할이 중요함을 시사하고 있다.

의료기관 선택기준 중 질적 요인에 대해서는 외래, 치과, 입원서비스 순으로 요구도가 증가하였다. 특히 '91년과 '99년 자료를 비교해 보면 서비스 종류와 무관하게 질적 요인에 대한 부분의 중요성이 높아지고 있음을 알 수 있다. 이는 의료소비자들의 질에 대한 욕구가 높아지고 있음을 반영하며 향후 서비스 질, 특히 전문가의 질적 요건이 소비자의 선택을 좌우하는 핵심 경쟁원천이 될 것임을 짐작하게 한다. 입원의 경우 특히 실력있는 의사와 현대적인 시설 및 장비가 의료기관 선택에 있어서 중요한 요인이었는데, 이는 의료시설의 현대화, 병원의 명성, 전통과 전문성등에 대한 요구도가 의원과 병원 이용자 보다 종합병원 이용자에서 통계적으로 유의하게 높았다는 박현희(1998)의 연구와 동일한 맥락의 결과라고 할 수 있다.

편이성 요인 중 거리, 교통의 편리성은 입원서비스 보다는 외래 및 치과 서비스 이용자에서 중요한 선택기준이었다. 이는 의원의 경우 거리상 근접성이나 교통의 편리성이 선택의 우선순위가 높다는 오태형(1990), 박현희(1998)등의 결과와 일치하는 것으로 비교적 단순한 질 환으로 의료기관을 찾게 되는 경우, 이용의 편리성이 선택의 우선적 순위로 고려됨을 알 수 있다. 의원을 이용하는 경우 의료기관의 위치와 의료진의 친절성에 대한 정보 요구도가 높다는 결과는 이상의 해석을 뒷받침하고 있다.

따라서 이상의 연구결과들을 종합할 때, 다음과 같이 마케팅 전략의 관점에서 몇가지 시사 점을 도출해볼 수 있다.

첫째, 의료서비스는 고관여상품으로 대부분의 의료소비자들이 정보탐색을 통해 신중하게 의사결정을 하기 때문에 의료소비자들이 선호하는 정보원천의 특성을 파악하고 이에 부합한 홍보전략을 수립하는 노력이 필요하다.

둘째, 의료서비스에서 가장 중요한 정보원천은 인적 정보원, 특히 이용경험자라고 할 수 있으며 이는 현재 의료기관 방문자가 향후 영향력있는 정보원천의 역할을 하게 된다는 것을 의미하는바, 내원환자 만족을 높일 경우, 긍정적인 정보원천을 확보하는데 유용하다는 측면에서 환자만족에 대한 보다 적극적 전략이 필요하다고 판단된다.

셋째, 의료소비자들이 선호하는 정보원천의 특성은 방문 의료기관 종별에 따라 차이가 있었는 바, 의료기관 종별에 따른 홍보마케팅 전략이 차별적으로 수립될 필요가 있으며 특히 병원급 이상 의료기관의 경우엔 지역개원의 등 전문가 정보원에 대한 적극적 관리와 협력체

계 구축이 유용하다고 판단된다.

넷째, 의료기관 종별로 의료소비자들이 관심을 갖는 정보내용에 차이가 있었는데, 의원급 의료기관은 지역위치와 이용편이성에 대한 홍보를, 병원급 이상 의료기관의 경우엔 시설과 장비에 대한 홍보에 노력을 기울여야 하며 의료진에 대한 정보는 모든 의료기관에 대해 의료소비자들이 가장 궁금해하는 정보로서 이에 대한 정보를 제공해줄수 있는 다양한 방안에 대한 검토가 필요하다.

본 연구는 전국민을 대상으로 의료기관 종별에 따른 정보탐색 행태의 차이를 분석하므로서 의료공급자 입장에서 차별적인 마케팅 전략을 수립할 수 있는 기초정보를 제공한 것에 연구의 의미를 부여할 수 있다. 그러나 의료소비자의 다양한 욕구에 부응하는 마케팅 계획을 수립하기 위해선 정보탐색 및 실제 구매과정에 영향을 주는 의료소비자 내적 요인의 작용기전에 대한 심층적인 연구가 필요하다고 판단된다.

V. 요약 및 결론

본연구는 제주지역을 제외한 전국의 만 20세 이상 일반국민중에서 무작위추출한 1,507명을 대상으로 의료기관 종별에 따른 의료소비자의 정보탐색 행태를 비교분석하였다. 직접 면담조사에 의해 수집된 자료를 분석한 주요 결과는 다음과 같다.

1. 의료소비자중 의료기관 방문시 정보탐색을 수행한 비율을 91.5~95.2%였으며 대학병원 이용자의 탐색비율이 다소 높았으나 의료기관 종별에 따른 정보탐색 유무에 통계적으로 유의한 차이는 없었다. 의료기관 종별에 따른 정보원 활용비율을 보면 모든 의료기관에 걸쳐 개인적 정보원을 활용하는 비율이 72.6%~77.1%로서 가장 높았으며 그외 경험적 정보원 활용비율이 높았다. 공공적 정보원은 대학병원 이용자에게서 높았으며 전문가 정보원은 종합병원과 대학병원 이용자에게서 높았다. 개인적 정보원을 제외하고 공공적, 경험적, 전문가 정보원의 경우 의료기관 종별 활용비율에 통계적으로 유의한 차이가 있었다.

2. 의료기관 종별 정보탐색 정도를 비교한 결과 경험적 정보원과 전문가 정보원에 대한 탐색정도가 높았으나 의료기관 종별로 유의한 차이를 보이지 않았다. 정보원의 단위영향력을 비교할 때 의원과 병원의 경우 관련서적이나 대중매체의 단위영향력이 컸으며 종합병원이나

대학병원은 의료인 및 인쇄매체의 단위영향력이 높았다.

3. 의료기관 선택시 의료소비자들이 원하는 정보로는 의사의 전문성, 실력에 대한 정보는 모든 의료기관에 걸쳐 가장 높은 요구도를 보였으며 그외 의원의 경우 의료기관 위치와 의료진 친절성 등을, 병원.종합병원, 대학병원의 경우 의료기관 시설 규모와 의료진의 친절성, 진료절차의 편리성에 대한 요구도가 높았다. 의료기관 선택기준에 있어선 91년과 비교할 때 전반적으로 질적 요인에 대한 중요성이 높아졌으며 특히 외래와 치과진료의 경우 질적 요인에 대한 요구도가 뚜렷하게 증가하였다. 반면 입원의 경우 편이성 요인에 대한 중요성이 상대적으로 증가하였다.

이상의 결과들을 종합할 때, 의료서비스는 고관여상품으로서 의료소비자들의 적극적 정보탐색 노력이 수행되는 분야임을 실증적으로 확인할 수 있었으며 정보탐색이 구매로 연결되는 과정임을 고려하여 의료소비자의 정보탐색 행태에 대한 의료공급자의 적극적 관심과 공략이 요구된다고 하겠다. 특히 의료기관 종별로 정보탐색 행태에 차이가 있었음을 고려할 때, 의료기관 종별 특성에 따른 차별적인 홍보계획 수립이 마케팅 전략의 관건이 될 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

- 고은혜(1990). 의료서비스 구매의 의사결정과정에 관한 연구. 숙명여대 석사학위논문.
- 김성숙(1984). 주부들의 연령, 학력, 가계소득과 정보원과 정보량에 관한 연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 김승훈(1988). 소비자 신념과 정보탐색량의 관계에 관한 연구. 서울대 석사학위논문.
- 김영문, 오익근(1996). 상품구매 의사결정에 있어서 AHP의 적용에 관한 연구 - 자동차 상품의 구매를 중심으로 -. 한국상품학회 「상품학 연구」 제14호.
- 김재오(1990). 소비자 정보탐색활동과 영향요인에 관한 연구. 중앙대 석사학위논문.
- 김진희(1995). 소비자의 의료서비스에 대한 정보탐색행태. 서울대 대학원 소비자아동학 석사학위 논문.
- 김형순, 박흥서(1999). 정보자특성이 정보탐색유형에 미치는 영향에 관한 연구: 백화점 고객의 상징제품 구매를 중심으로. 한국상품학회 「상품학 연구」 제20호.
- 박현희(1998). 환자의 의료기관 선택요인에 관한 연구 - 경기도 성남시를 중심으로 -. 한양대학

- 교 행정대학원 석사학위논문.
- 배현우(1992). 우리나라 병원마케팅 전략의 추진에 관한 연구. 한남대학교 경영대학 박사학위 논문.
- 조우현, 김한중, 이선희(1992). 의료기관 선택기준에 관한 연구. 예방의학회지 25(1):53-63.
- 조우현, 이선희, 이해중, 전기홍(1999). 의료서비스 마케팅. 퇴설당.
- 오태형(1990). 병원이미지 평가에 대한 연구. 연세대학교 보건대학원 석사학위 논문.
- 채유미, 이선희, 조우현(2001). 의료소비자들의 인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 행태분석. 예방의학회지 34(4):389-398.
- 황의록(1978). 소비자의 상표선택행동에 관한 연구. 경영과 마케팅 12(3) 30-42.
- Bettman JR(1979). An information Processing Theory of Consumer Choice. Addison-Wesley Publishing Co.,.
- Boscarino J.(1982), and Steiber SR(1982). Hospital shopping and consumer choice. Journal of Health Care Marketing 2(2):15-23.
- Engel JF, Blackwell RD and Miniard PW(1986). Consumer Behavior(5rd ed), The Dryden Press.
- Glassman M(1981). A Marketing analysis of physician selection and patient satisfaction. Journal of Health Care Marketing 1(4):96-118.
- Kasteler J, Kane RL, and Olsen DM(1976). Issues underlying prevalence of Doctor-shopping behavior. Journal of Health and Socical Behavior 17(12):328-339.
- Lane PM, Lindquist JD(1988). Hospital choice: a summary of key empirical and hypothetical findings of the 1980s. Journal of Health Care Marketing 8(4):5-20.
- Swartz TA., and Stephens N(1982). Information search for services: The maturity segment. Advance Consumer Reserch 10:244-249.
- Valarie A., Zeithmal A., Parasuraman Leonard L. Berry(1985). Strategies in Services Marketing Journal of Marketing, 149(35).
- Walters CG(1978). Consumer Behavior: Theory and Practice, Richard, d. Irwin Inc.
- Westbook RA., and Fornell C(1982). Patterns of information sources usage among durable goods buyers Journal of Marketing Research 16: 304-312.