

## 의료소비자의 소비가치와 온라인 정보탐색 특성에 관한 연구

안창희<sup>\*†</sup>, 하지현<sup>\*\*</sup>, 이서영<sup>\*\*\*</sup>

이화여자대학교 소비자학과 강사<sup>\*</sup>, 이화여자대학교 소비자학 박사과정<sup>\*\*</sup>,  
이화여자대학교 소비자학 석사과정<sup>\*\*\*</sup>

### <Abstract>

#### A study on medical consumers' consumption value and online information search characteristics

Chang Hee Ahn<sup>\*†</sup>, Ji Hyun Ha<sup>\*\*</sup>, Seo Young Lee<sup>\*\*\*</sup>

*Department of Consumer Studies, Ewha Womans University*

The purpose of this study is to examine the information search behavior of medical consumers visiting a hospital, and investigate the consumption values of medical consumers, classified according to the information search behavior, and characteristics of online health and disease information. This study also tried to identify the factors affecting medical consumers classified according to information search behavior, and gain an extensive understanding of medical consumers' consumption values and online information use. The analysis results of this study are as follows:

First, the consumption values of medical consumers were classified into a total of 7 factors, i.e. future-positive value, family-oriented value, sustainable-health value, rational-progressive value, social-cooperative value, social-achiever value and hedonistic-individual value. Next, the characteristics of medical consumers' online information search behavior were classified into three types of consumer groups, i.e. the limited information-oriented consumer

---

\* 투고일자 : 2013년 5월 24일, 수정일자 : 2013년 6월 7일, 게재확정일자 : 2013년 6월 17일  
† 교신저자 : 안창희, 이화여자대학교 소비자학과, 전화 : 010-3457-8044, Email : wiseahn@hanmail.net

group, the practical information-oriented consumer group and the passionate information-oriented consumer group. Second, the analysis of the differences among the three groups classified according to the characteristics of the information search behavior in terms of consumption values, use of online information sources, utility and the intention to reuse online information showed that all the differences were statistically significant. The passionate information-oriented consumer group showed the highest scores in the sustainable-health value, the social-achiever value and the hedonistic-individual value. Third, the factors affecting medical consumers, classified into three groups according to the characteristics of the information search behavior, were found to be socio-demographic variables like consumers' age and occupation, consumers' consumption values, use of online information sources, and utility of online information.

This study tried to understand what values medical consumers have according to the differences in the information search behavior by examining the consumption values of medical consumers according to the information search behavior. The significance of this study lies in the fact that consumption values are instrumental in understanding medical consumers by identifying the fundamental motives and desires of consumers' behavior.

*keyword : medical consumer consumption value, online information search behavior*

## I. 서 론

평균 수명의 연장으로 100세 시대가 됨에 따라 건강하게 오래 사는 삶의 질 향상이 중요한 화두로 떠오르고 있다. 건강에 대한 대중적인 관심은 날로 증가하고 있는 추세이며, 단순히 질병치료에 초점이 맞춰진 것이 아니라 오늘날은 건강유지와 건강증진에 대한 관심이 사회적으로 커져가고 있다. 동시에 우리나라의 높은 인터넷 보급률과 정보화 수준은 소비자로서 하여금 다양한 정보를 탐색하고, 비교분석하며, 교환할 수 있는 여건을 만들어주었다. 이를 바탕으로 사회경제 수준의 향상으로 인해 현대의 의료소비자는 의료 서비스를 이용하고 선택함에 있어, 보다 다양하고 정확한 정보를 수집함으로써

다양한 정보원을 활용하고자 한다. 인터넷의 활성화는 건강에 대한 시대적, 대중적 관심과 함께 보건의료체계에도 변화를 가져오고 있다. 의료 기관 이용자의 90%이상이 의료 서비스 이전에 정보 탐색을 하고 있으며, 특히 대학병원 이용자의 95.2%이상이 정보탐색을 하는 등 정보 요구가 높아졌다(이선희 등, 2003). 또한 최근 소비자주의의 강화와 정보화 발달로 인해 정보 획득에 있어서 수동적 입장을 취하던 의료소비자들이 의료서비스 선택과 이용에 있어서 능동적인 자세로 바뀌고 있다. 이러한 사회적 변화에 따라 의료시장 역시 과거의 공급자 중심에서 소비자 중심으로 변화되어 가고 있다. 고객만족경영 차원에서 이렇듯 경쟁이 심화될수록, 소비자의 중요성은 강화되고, 의료서비스 기관들은 소비자와 효율적인 의사소통을 할 수 있는 방식을 찾고 있다. 소비자의 의사결정과정에 많은 관심을 갖게 됨으로써, 정보탐색에 대해 많은 관심을 갖게 되었다. 코틀러와 브롬은 소비자 욕구과 사용한 정보의 양과 형태, 정보탐색과정의 비용과 효익 등은 전문적 서비스에 대한 정보탐색에 영향을 미치며, 정확하게 인지하고 있는 질병이나 건강욕구와 같은 요인은 이용되는 정보원천과 정보탐색 노력에 영향을 미친다고 하였다(재인용 원유희, 박노현, 1998). 비록 의료소비자들은 제한된 정보탐색을 수행하긴 하지만, 탐색행동들이 궁극적으로 의료서비스 선택에 영향을 미치고, 소비자의 만족도에 따라 의료서비스 재이용 의도에 유의미한 영향을 준다는 측면을 볼 때, 정보탐색에 대한 연구의 필요성을 제기할 수 있다.

그러나 최근 의료시장의 급격한 변화로 인해 질 좋은 의료서비스에 대한 소비자의 다양한 니즈가 요구되고 있음에도, 지금까지 의료소비자에 관한 연구는 주로 서비스 만족을 위주로 진행되었다는 한계점을 지닌다, 특히, 고도로 발달된 정보화의 영향으로 인터넷을 통한 의료정보 제공이 새로운 병원 마케팅의 중요한 형태로 등장하게 되었고, 병원 측에서는 어떠한 정보가 소비자로 하여금 신뢰 구축에 더 많은 영향을 주는지, 또는 이런 정보가 구매와 연결이 되는지에 대한 자료가 필요하다. 또한 정보탐색 행동에 따른 의료소비자의 소비가치를 살펴보는 것은 의료소비자의 선호하는 행동양식과 신념을 이해 할 수 있다. 소비가치는 개인뿐 아니라 집단간에 다양한 차이를 나타낼 수 있어 의료소비자를 세분화하여 이해하는데 유용할 것이다.

이에 본 연구는 정보탐색 행동에 따라 의료소비자가 어떻게 유형화되는지를 살펴보고, 의료소비자 집단에 따라 소비가치와 온라인 정보원천 이용, 유용성, 정보재이용이 어떠한지, 그리고 의료소비자 집단에 미치는 영향력을 검증하고자 한다. 의료소비자가 의료서비스를 이용하고 선택함에 있어 소비자의 소비가치에 따라 온라인 정보탐색 행동이 어떻게 나타나는지 살펴봄으로써, 보다 향상된 의료서비스의 제공에 기여하는 기초자료를 제공하며, 의료소비자를 이해하는데 본 연구의 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 소비가치

가치는 개인이나 집단이 속해있는 형태나 구조, 지리적, 문화적, 사회적, 혹은 역사적 배경에 따라 형성될 수 있고, 가치구조는 소비행동에 가장 큰 영향을 준다. 즉, 소비가치를 올바르게 이해함으로써 소비자 행동에 지속적으로 영향을 미치는 근본적인 동기를 파악할 수 있다(김양균, 김준석, 2009). 가치란 개인이 어떤 소비자 행동을 하는가를 말해주는 표준이고 어떤 태도를 지켜야 하는가를 알려주는 기준이 된다(임종원 등, 2006). 소비자행동에서 가치를 조사하는 방법으로 LOV(List of Values)를 많이 쓰는데, 이는 University of Michigan Survey Research Center의 연구자들에 의해 개발되었다. LOV의 바탕에는 개인은 자신의 가치를 충족시키기 위해 삶의 다양한 역할들에 적응하면서 살아간다고 주장하는 사회적응이론이 있으며(Beatty et al.,1985; Kahle, 1983), 소비자들의 일상생활과 직접적인 관련이 있는 9개의 가치들을 포함하고 있다. 9개의 가치들은 자아존중, 안전, 타인과의 원만한 관계, 성취감, 자아실현, 집단 소속감, 삶에서의 즐거움, 타인으로부터 얻는 존경심, 흥분과 짜릿함이다(Beatty et al., 1985; Kahle et al., 1986).

LOV는 일반인들이 설문에 답하기 좀 더 용이하며, 설문지에 포함된 가치들이 소비자행동과 일반적으로 더 밀접한 연관성을 갖고 있다는 장점들을 지님으로, 본 연구에서는 LOV를 중심으로 소비가치를 측정하였다. 소비가치에 따른 의료소비에 관련한 연구로는 소비가치 이론을 이용한 의료소비자의 의료기관 선택 요인 분석(김양균, 김준석, 2009), 소비가치 이론에 의한 병원선택 요인 규명(권진, 1995), 소비가치 이론에 의한 병원선택 요인 연구(이선희, 1997)등 의료기관 선택에 관한 연구에 국한되어 있다.

### 2. 정보탐색

현대 산업사회는 고도로 발달된 기술과 복잡하고 다양화된 상품과 소비를 그 특징으로 하고 있는데, 기술혁신을 통해 복잡 다양한 제품들이 범람하며, 끊임없이 새로운 서비스가 개발되어 나오고, 소비자의 지갑을 열기 위한 기업들의 다각화된 판촉전략 속에서 소비자들은 잘못된 구매선택에 대한 위험과 불안감을 느끼게 된다. 이러한 불안감과 위험을 해소하고 보다 나은 구매결정을 하기 위해서 소비자는 다양한 제품 정보탐색활동을 한다(채정숙, 박명희, 1993).

소비자의 행동과학적 관점에서 보면, 구매의사결정 과정은 문제인식, 정보탐색, 대안

평가, 구매결정, 그리고 구매 후 행동의 다섯 가지 단계로 구분하고 있다. 정보탐색이란 실제적으로 문제해결을 위해 구매할 제품과 관련된 대체적인 가격, 제품, 상점 등을 찾아내는 활동이라고 정의하고 있지만, 소비자의 육체적, 정신적 탐색활동 뿐만 아니라 시장에서 어떤 목표 대상에 관한 의사결정을 용이하게 하기 위한 활동과정을 포함하고 있다(김춘화 2002 ; 재인용 김민정, 이기춘 2006). 특히 소비자들이 가능한 모든 정보를 수집하는 것은 정보 탐색 단계에서 보다 나은 구매를 위한 의도적 노력이며, 수집된 정보를 통해 구매결정과 관련된 불확실성을 감소시키고 합리적이고 올바른 결정을 내리고자 하는 것이다(임종원 등, 1996). 소비자들이 정보탐색을 많이 할수록 구매결정과 관련된 불확실성과 불안감을 감소시키며 정보에 대한 유용성을 더 크게 인지하는 것으로 나타나, 소비자가 정보탐색 노력을 많이 할수록 제품선택과 관련한 지식이 증가하는 것으로 나타난다(서정목, 문숙재, 1987; Anderson 외, 1979).

소비자의 정보탐색 활동에는 외부정보탐색 활동과 내부정보탐색 활동으로 나눌 수 있는데, 내부정보탐색은 소비자가 문제를 인식 한 후 자신의 기억 속에서 저장되어 있는 적합한 정보를 회상하여 문제를 해결하는 것이고, 외부정보탐색은 문제 인식 후 외부환경에 존재하는 다양한 정보원천들을 이용하여 필요한 정보를 획득하는 것이다(Bettman 1979; Kiel and Layton 1981; Punj and Staelin 1983; Srinivasan and Ratchford 1991). 이러한 측면에서 정보탐색이 의료서비스와 관련해서 이루어지는 경우, 대부분의 의료 소비자는 자신에게 맞는 의료서비스가 제공되는 병원이 어디에 있는지 모르기 때문에 주로 의료 서비스 선택을 위한 정보탐색은 그 욕구를 충족시킬 수 있는 서비스 정보를 탐색하는데 집중이 된다. 특히 의료서비스의 질과 관련 되었을 때, 소비자는 의료서비스의 질을 평가하는 전문지식이 부족하므로, 의료소비자의 올바른 의료서비스 구매를 위해 사용되는 정보의 원천과 유형은 중요하다(김소연, 김선이, 2012).

### 3. 정보원천

소비자가 이용하는 정보는 크게 내적원천과 외적원천으로 구분한다. Bearles 등(1981)은 소비자들이 정보를 획득하기 위해 의존하는 원천을 내부적 원천과 외부적 원천으로 분류하였는데, 능동적으로 획득된 정보란 사용경험을 통해 얻은 정보거나 혹은 과거에 능동적으로 외부탐색 활동을 하여 얻은 정보로서, 이를 기억 속에 저장한 후 미래의 용도를 위한 내부탐색의 원천이 된 것을 말한다. 또한 수동적으로 수용된 정보란, 제품사용이나 다른 사람의 경험, 광고물 등에 의해 수동적으로 얻어지는 정보로서, 구체적으로는 방해사상(interrupts)과 저관여도 학습(law-involvement learning)의 두 가지 획득방법이 있다(이은희, 이기춘, 1991). Betty 등(1985)은 외부정보원천을

기업 정보제공원천, 소매 정보원천, 인적 정보원천, 비인적 정보원천으로 나누고 있는데, 연구에서 특이한 점은 외부정보탐색은 구매와 상관없이 정보탐색의 즐거움이나 제품에 대한 관심 때문에 이루어질 수도 있으며, 단순히 구매를 위해서만 정보탐색을 하지는 않는다고 하였다. 여러 학자들의 정보원천 분류방법을 비교해본 결과 정보원천 분류의 내용이 학자들간에 거의 일치됨을 확인하였으며, 이상의 연구자들의 연구결과를 토대로 소비자가 정보를 획득하는 원천을 다시 준거집단, 판매원, 제품자체, 광고, 그리고 중립적 매체로 다시 구분하였다(이은희, 이기춘, 1994). 여기서 준거집단이란 친구와 가족, 이웃 등을 뜻하며, 중립적 매체는 정부기관이나 소비자단체에서 발행된 보고서, 제품이나 서비스에 관련한 신문이나 잡지의 기사 등으로 분류하였다.

의료서비스 맥락에서 소비자들은 제한적인 정보탐색을 하고 있는데, 구전(word of mouth)이나 개인적인 경험이 정보원천으로써 사용되는 경향이 두드러지며, 특히 정보획득이 어렵거나 정보평가가 쉽지 않은 경우, 혹은 고관여 상황에서조차 소비자들은 수준 높은 정보탐색을 거의 하지 않는 것으로 나타났다. 안창희(2012)는 정보원천에 따른 의료소비자의 유형을 분석하여 의료소비자를 낮은정보탐색추구형, 구전적정보추구형, 매스미디어정보추구형, 디지털정보추구형, 다양한정보추구형의 5개로 분류하였다. 특히 구전적정보추구형의 의료소비자의 비율이 가장 높게 나타났으며, 이 집단의 정보탐색활동은 온라인과 오프라인 정보원천 모두에서 구전적 특징을 갖고 있는 정보원천을 사용하여 의료정보를 탐색하는 것으로 나타났다. 그 밖에 의료서비스와 정보원천 유형에 대한 연구는 Glassman and Glasman(1981)과 King and Haefner(1988) 등에 의해 활발히 수행되어 왔는데, 의료소비자들은 극히 적은 수의 외부적 원천을 이용하고 있으며, 친구나 친척과 같은 비공식적 인적 정보원천이 의료서비스를 선택함에 있어서 중요한 비중을 차지하고 있는 경향이 보고되고 있다. 김진희(1995)는 국내에서 주부들을 대상으로 의료서비스 구매시 정보탐색 정도를 분석하였는데, 의료소비자의 의료서비스에 대한 정보탐색 수준은 매우 낮으며, 인적 정보원 의존도가 가장 높고 중립적 정보원과 상업적 정보원의 의존도는 매우 낮음을 보고하였다. 이러한 연구결과들은 의료서비스가 갖는 고도의 전문성으로 인해 일반적으로 의료소비자가 이용할 수 있는 정보원천이 제한되어 있음을 시사하는 것이다(이선희 등, 2003).

#### 4. 온라인 정보탐색 행동

현대의학의 발전과 풍요로운 경제시대가 도래하면서, 우리사회는 점차 고령화 사회로 진입하고 있다. 따라서 이제는 장기간 수명을 연장하는 것뿐만 아니라 질적으로 행복한 삶과 라이프를 유지하는 것이 더 중요해 졌다. 이에 따라 사람들은 건강하게 오래 살 수 있는 삶에 대한 갈망이 커졌으며, 의료정보 이용자들은 자신의 건강유지를 위해 질

병지식, 치료방법, 의료기관 등에 대한 정보를 편리하게 찾고 효율적으로 사용하고자 하는 욕구가 높게 나타나기 시작했다. 또한 인터넷의 보편화와 더불어, 이용자는 대부분의 의료정보를 온라인에서의 정보탐색 활동을 통해 쉽게 찾을 수 있게 되었다(김여라, 2010).

즉, 온라인 정보탐색이란 인터넷 이용자가 웹사이트를 방문하여 웹컨텐츠를 보거나, 읽거나 듣는 행동을 의미하며, 소비자의 구매결정을 위한 지속적인 탐색활동이라고 정의할 수 있다(김소연, 김선이, 2012). 특히, 과거 시장 환경과는 달리, 인터넷의 보편화로 인해, 소비자는 많은 정보를 인터넷을 통해 얻고 있으며, 앞으로 그 활용도는 더 증가할 것으로 예측된다. 실제로, 김진현(2006)의 연구에 따르면 시민단체 및 소비자 단체의 16.7%, 일반 소비자의 16.1%가 인터넷을 통해 건강정보를 습득하는 것으로 나타났다으며, 주로 이용하는 정보는 건강증진 및 질병예방이 59%로 가장 높았다(재인용 김여라, 2010)

의료서비스의 경우 이용자의 정보 탐색시간이나 활용 내용 등에 대한 조사는 현실적으로 어렵기 때문에, 소비자가 이용한 정보원천이나 소비자가 이용한 정보가 의사결정에 얼마나 영향을 미쳤는가를 보는 것이 더 중요하다고 할 수 있다. 이런 의미에서 의료 소비자의 온라인 정보탐색활동이란 인터넷 이용자가 의료나 건강관련 서비스 구매 의사 결정과정에서 온라인을 이용하여 선택에 필요한 정보를 탐색하는 과정이라 할 수 있다(김소연, 김선이, 2012).

온라인 탐색을 통해 획득한 정보를 다른 사람들에게 추천을 하거나 정보교환을 하는 온라인 구전행동과 추후 정보탐색 시 동일한 온라인 정보원을 재이용하는 것은 획득한 정보에 대한 소비자의 만족으로 이해할 수 있다. 즉, 온라인 정보의 품질 평가라고 할 수 있다. 최근 인터넷 상에서의 소비자간 교류는 기술의 발전으로 더욱 활발해지고 있으며 대고객 마케팅측면에서도 중요한 도구로써 소비자 구전활동에 적극적 대응이 필요하다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 연구문제

본 연구는 의료소비자의 소비가치 특성과 온라인 건강정보탐색 특성에 관하여 살펴보고자 한다. 즉, 의료 및 건강 관련 정보의 요구 수준이 높아져가는 오늘날 의료소비자들을 대상으로 그들의 소비가치를 파악하고 온라인 건강 및 치료 정보탐색에 영향을

미치는 요인을 밝히는 것을 목적으로 한다. 온라인 건강정보탐색 행동에 영향을 미치는 변수는 크게 사회·인구학적 변수와 소비가치, 온라인 건강정보로 나누어 살펴보고자 한다. 이에 따라 본 연구에서 다루고자 하는 연구 문제는 다음과 같다.

연구문제 1 : 의료소비자의 소비가치는 어떠한가?

연구문제 2 : 정보탐색 행동에 따라 의료소비자는 어떻게 유형화되는가?

연구문제 3 : 정보탐색 행동에 따른 의료소비자 집단의 소비가치와 온라인 건강 및 치료 정보의 특성은 어떠한가?

3-1. 정보탐색 행동에 따른 의료소비자 집단간의 소비가치는 어떠한 차이가 있는가?

3-2. 정보탐색 행동에 다른 의료소비자 집단간의 온라인 정보원천 이용, 유용성, 정보 재이용에는 어떠한 차이가 있는가?

연구문제 4 : 정보탐색 행동에 따른 의료소비자 집단에 영향을 미치는 변수는 무엇인가?

## 2. 연구방법

본 연구에서는 앞서 제시한 연구문제를 바탕으로 의료소비자들에 관한 실증적 조사를 수행하기 위하여 성인 남녀를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 약 2주일동안 분당서울대학병원, 신촌세브란스 병원, 분당신우병원 등 대학병원 및 일반병원에 직접 내원한 외래환자 및 환자보호자인 의료소비자를 대상으로 설문지 190부를 배포하여 자기기입식 방법으로 조사하였고, 회수하지 못한 설문과 불성실한 설문을 제외하고 최종 유효한 설문지 174부(91.5%)를 연구에 사용하였다. 우리나라 의료소비자들을 대상으로 온라인 정보탐색 행동에 따라 소비가치를 살펴보기 위해 선행연구를 통해 소비가치 및 온라인 건강정보탐색에 관한 평가항목을 구성하고 실증분석을 실시하고자 한다.

본 연구에서 사용된 설문 항목은 사회·인구학적 요인, 소비가치, 정보탐색 행동, 건강 및 치료 정보원천 이용, 온라인 건강정보 유용성, 정보의 재이용 의도에 관한 문항들로 총 6개의 부분으로 구성되어 있다. 의료소비자의 소비가치 특성을 알아보는 척도는 세대별 소비관련 가치관과 라이프스타일을 비교한 김우성, 허은정(2007)의 연구와 웰빙소비가치와 웰빙소비자의 유형화에 관한 연구를 한 김병숙, 김민정(2011)의 연구를 참고하여 23문항을 선택하여 재구성하였다. 위의 연구에서 사용된



소비가치 조사방법은 소비자행동과 밀접한 연관성이 있으며, 건강가치를 다루고, 설문 응답자들이 사용하기가 쉬운 장점이 있어 본 연구에서 참고하였다. 소비가치 특성에 관한 문항은 5점 리커트 척도로 점수가 높을수록 긍정적인 응답으로 하였다. 의료소비자의 정보탐색 행동 문항은 여성소비자의 정보탐색 유형별 구매성향에 관한 김민정, 이기춘(2006)의 연구에서 참고하여 본 연구의 맥락에 부합하게 수정하여 15가지 항목을 5점 리커트 척도로 구성하였는데 점수가 높을수록 긍정적인 것으로 해석한다. 온라인 건강 및 치료 정보원천 이용에 대한 설문은 온라인 구전정보인 블로그, 인터넷 커뮤니티, 지식IN, 병원홈페이지 후기와 온라인 전문정보인 포털사이트의 전문의 정보, 병원 홈페이지, 국가 운영 홈페이지로 구성하였다. 온라인 건강정보의 유용성은 박상희, 이수영(2011)의 연구를 참고하여 객관적 인지 및 구매, 실천적 활용 및 이해 10문항을 5점 리커트 척도로 구성하여 점수가 높을수록 정보의 유용성이 높은 것으로 해석한다. 온라인 정보 재이용 의도는 구전효과와 정보원 재이용에 관한 질문으로 5점 리커트 척도를 사용하였다.

수집된 자료를 분석하기 위해 SPSS 18.0을 활용하여 소비가치의 하위요인을 추출하기 위해 요인분석을 실시하고, 정보탐색 행동에 따른 의료소비자 유형화 분석을 위해 K-mean 평균군집분석, 집단간 차이분석을 위해 분산분석, 다항로지스틱 회귀분석, 교차분석을 실시하였다.

### 3. 조사대상자 특성

조사대상자의 특징을 살펴보면 <표 1>에서 보는 바와 같이 남성과 여성의 분포는 84명(48.3%), 90명(51.7%)이며, 연령분포는 20대와 30대가 각각 49명(28.2%), 50명(28.7%)으로 많은 분포를 보이고 있다. 학력분포는 대졸이 121명(69.5%)으로 가장 많았으며 다음으로 대학원 재학 이상이 36명(20.7%)으로 그 뒤를 이었다. 혼인 상태는 미혼 78명(44.8%), 기혼 96명(55.2%)로 나타났다. 조사대상자들의 월평균 수입은 600만원 이상이 47명(27.0%)으로 가장 많은 분포를 보이고 있으며, 200만원 이하가 38명(21.8%)으로 그 뒤를 이었다. 직업분포를 살펴보면 일반사무직/자영업이 77명(44.3%)으로 가장 많았으며, 다음으로 학생과 주부/기타가 동일하게 각각 28명(16.1%)으로 그 뒤를 이었다. 대학병원 및 일반병원에 직접 내원한 조사대상자들의 병원 방문 진료과를 살펴본 결과, 신경외과/외과/정형외과/흉부외과를 방문한 소비자가 28명(16.1%)으로 가장 많이 분포하였으며, 피부과를 방문한 소비자가 26명(14.9%), 가정의학과와 소화기내과/알레르기내과/호흡기내과/신장내과/혈액내과를 방문한 소비자가 각각 25명(14.4%)으로 그 뒤를 이었다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특징

		빈도 (N=174)	백분율
성별	남성	84	48.3
	여성	90	51.7
연령	20대	49	28.2
	30대	50	28.7
	40대	46	26.4
	50대 이상	29	16.7
학력	고졸이하/대학재학	17	9.8
	대졸	121	69.5
	대학원 재학이상	36	20.7
혼인 상태	미혼	78	44.8
	기혼	96	55.2
월평균 수입	200만원 이하	38	21.8
	200~300만원	14	8.0
	300~400만원	20	11.5
	400~500만원	29	16.7
	500~600만원	26	14.9
	600만원 이상	47	27.0
직업	학생	28	16.1
	전문직	26	14.9
	일반사무직/자영업	77	44.3
	기술직/판매/서비스직	15	8.6
	주부/기타	28	16.1
방문 진료과	가정의학과	25	14.4
	비뇨기과	6	3.4
	산부인과	13	7.5
	성형외과	7	4.0
	신경과	9	5.2
	신경외과/외과/정형외과/흉부외과	28	16.1
	진단검사의학과	6	3.4
	피부과	26	14.9
	소화기내과/알레르기내과/호흡기내과/신장내과/혈액내과	25	14.4
	어린이병원	9	5.2
	안과	7	4.0
	이비인후과	5	2.9
	기타	8	4.6

## IV. 연구결과

### 1. 의료소비자의 소비가치

의료 소비자들의 소비가치를 유형화시킬 수 있는 요인을 추출하기 위하여 Varimax 방법에 의한 요인분석을 실시하였다. 그 결과 요인 적재치가 0.5이하로 나타난 1개 문항을 제외한 22개 문항에 대하여 요인분석을 수행하여 7개의 소비가치 요인을 추출하였다.

〈표 2〉 요인분석

요 인	측정항목	요인 적재량	고유값 (분산비율)	신뢰도 계수
미래긍정형 가치	1. 나는 나의 인생이 순탄하게 풀릴 것이라 생각한다	.799	1,040 (4.328)	.843
	2. 나는 나의 장래에 대해 낙관적이다	.730		
가정중심형 가치	3. 나의 가족은 나의 삶에서 중요한 부분을 차지한다	.700	1,115 (5.070)	.513
	4. 나는 나의 가족 구성원들과 시간을 많이 보낸다	.810		
지속가능건강형 가치	5. 나는 건강유지가 중요하다	.604	1,251 (5.685)	.674
	6. 나는 질병의 조기발견 치료가 중요하다	.793		
	14. 나의 삶에서 육체적, 심리적, 사회적 안전은 중요하다	.520		
합리적진보형 가치	21. 나의 삶에서 자연과 조화되는 생활은 중요하다	.433	5,701 (25,914)	.655
	8. 나는 사회,문화,경제적 이슈에 대해 진보적인 의견에 대체로 동의한다	.489		
	12. 나는 다른 민족이나 인종의 가치관에 긍정적인 태도를 가진다	.796		
사회협력형 가치	13. 나는 사람에게 자이존중은 중요하다	.719	1,665 (7,567)	.652
	9. 나는 어려운 사람들을 위해 도와주고 싶다	.784		
	10. 나는 사회적약자들을 위한 봉사활동에 참여해왔다	.805		
사회성취형 가치	11. 나는 사회적으로 중요한 이슈에 대해 나와 상반된 의견을 가진 사람과 잘 자란다	.573	1,735 (7,887)	.775
	15. 나의 삶에서 성취는 중요하다	.832		
	16. 나의 삶에서 다른 사람들과 원만한 관계를 유지하는 것은 중요하다	.633		
	17. 나의 삶에서 자아실현은 중요하다	.507		
쾌락개인주의형 가치	18. 나의 삶에서 남으로부터 존경을 받는 것은 중요하다	.474	1,985 (9,022)	.698
	19. 나의 삶에서 즐거움과 즐기는 것은 중요하다	.444		
	20. 나의 삶에서 흥분과 짜릿함은 중요하다	.788		
	22. 나의 삶에서 독립적으로 사는 것은 중요하다	.621		
	23. 나는 다른 사람들과 차별화되는 것이 중요하다	.714		

또한 7개의 요인별 신뢰도를 측정하기 위해 Cronbach's  $\alpha$ 를 수행한 결과 <표 2>에서 나타난 바와 같다. 미래긍정형가치 요인의 신뢰도는 0.843, 가정중심형가치 요인의 신뢰도는 0.513, 지속가능건강형가치 요인 신뢰도는 0.674, 합리적진보형가치 요인 신뢰도는 0.655, 사회협력형가치 요인 신뢰도는 0.652, 사회성취형가치 요인 신뢰도는 0.775, 쾌락개인주의형가치 요인 신뢰도는 0.698으로 총 7개의 요인으로 설명되는 총 분산은 65.47%로 밝혀졌다. 이러한 결과는 일반적 가치인 긍정적인생관, 가족 중심적 가치, 진보적 가치, 남을 위해봉사, 다양성 허용과 개인적 가치로 구분된 자아존중, 안전, 타인과의 원만한 관계, 성취감, 자아실현, 집단소속감, 타인으로부터 존경, 삶에서의 즐거움, 흥분과 짜릿함 총 14개의 소비가치로 구분한 김우성, 허은정(2007)의 연구와 건강가치와 친환경가치 등의 요인을 추출한 김병숙, 김민정(2011)의 연구와 일맥상통하게 요인화된 부분도 있지만 개인적 가치를 다루는 부분에서는 본 연구에서 보다 더 단순하게 요인이 추출되는 결과를 보였다.

## 2. 정보탐색 행동에 따른 소비자집단 유형

다음으로 의료소비자의 온라인 정보탐색 행동 변수들에 대하여 K-mean 평균군집분석을 통해 3가지의 소비자집단으로 분류하였다. 즉, 각 변수들의 평균값을 기준으로 하, 중, 상 집단으로 분류하여 이름을 명명하였다. 그 결과 군집 1은 온라인 정보탐색 특성 변수들의 평균값이 가장 낮은 집단으로 묶여 제한적 정보지향으로, 군집 2는 변수들의 평균값을 비교 하였을 때 중간 집단으로 묶여 실용적 정보지향으로 명명하였다. 군집 3은 가장 높은 평균값 집단으로 묶여 열성적 정보지향으로 하였다. 제한적 정보지향 집단은 39명(22.4%), 실용적 정보지향 집단은 73명(42.0%), 열성적정보지향 집단은 62명(35.6%)로 나타났다.

온라인 정보탐색 행동 변수 중 “정보가 부족하다고 느낄 때마다 온라인 정보탐색”을 하는 경향이 평균점수 3.66점으로 가장 높은 것으로 나타났다. 또한 “이벤트 참여를 위해 정보탐색”을 하는 경향은 가장 낮은 점수 2.66점을 보여 의료소비자들에게는 이벤트 참여가 정보탐색 동기가 되지 않음을 알 수 있다.

다음으로 각 집단별 정보탐색 특성을 살펴보면, 제한적 정보지향 소비자 집단은 “정보가 부족할 때”와 “즐거움을 위한”경우를 제외하고는 대부분 온라인 정보탐색 행동이 평균점수인 3점 이하로 나타나 소극적인 탐색 행동을 보이는 것으로 나타났다. 특히, 제한적 정보지향 소비자들의 온라인 정보탐색 행동 중 “시간가는 지도 모른채” 정보탐색을 하는 경우는 1.82점으로 가장 낮은 점수로 매우 부정적인 것으로 나타났다.

실용적 정보지향 소비자집단은 “실제로 의료소비 및 건강관련 행위를 할 계획이 있는 경우”에만 정보탐색을 하는 경향이 가장 높은 평균 점수를 보이고, 다음으로 “내가

가진 정보가 부족하다고 느낄 때” 정보를 탐색하는 것으로 나타났다. 또한 “이벤트 참여”를 위해 정보를 탐색하는 경우는 가장 낮은 점수를 보여 자신이 필요한 경우에만 정보를 획득하는 실용적이고 합리적인 특성을 보이고 있다.

<표 3> 온라인 정보탐색 행동에 따른 소비자집단 유형

(평균값)

온라인 정보탐색 행동 변수	제한적 정보지향 N=39 (22.4%)	실용적 정보지향 N=73 (42.0%)	열성적 정보지향 N=62 (35.6%)	전체	F값
1. 나는 시간 및 금전 비용이 들더라도 완벽한 정보수집을 위하여 탐색한다.	2.72	3.14	3.77	3.27	28.984***
2. 나는 내가 가진 정보가 부족하다고 느낄 때마다 정보탐색을 한다	3.21	3.48	4.15	3.66	28.068***
3. 나는 타인의 경험이나 제품후기를 항상 읽는다	2.67	3.33	4.05	3.44	37.474***
4. 나는 완벽한 정보탐색을 위해 항상 노력한다	2.95	3.19	3.95	3.41	32.814***
5. 나는 의료소비 및 건강증진에 유익한 정보를 얻기 위해 정보탐색을 한다	2.72	3.00	3.95	3.28	54.068***
6. 나는 다양한 정보원을 통하여 정보탐색을 한다	2.92	2.93	3.76	3.22	27.050***
7. 나는 의료소비 및 건강증진 행위를 위한 목적이 아니라도 건강에 대한 관심에서 정보탐색을 한다	2.62	2.82	3.79	3.12	43.921***
8. 나는 평소에 즐거움을 위해 정보탐색을 한다	3.31	3.36	3.95	3.56	13.394***
9. 나는 이벤트 참여를 위해 정보탐색을 한다	2.13	2.51	3.18	2.66	19.348***
10. 나는 시간가는 지도 모른채, 정보탐색을 한다	1.82	2.74	3.26	2.72	32.660***
11. 나는 단순한 관심에서 정보탐색을 한다	2.72	3.12	3.53	3.18	12.061***
12. 나는 내가 필요로하는 의료 및 건강정보에 대해서만 정보탐색을 한다	2.21	3.40	3.68	3.23	49.674***
13. 나는 실제로 의료소비 및 건강관련 행위를 할 계획이 있을 경우에만 정보탐색을 한다	2.44	3.60	3.47	3.29	33.969***
14. 나는 의료 소비 행동 직전에 정보탐색을 한다	2.79	3.18	3.77	3.30	23.239***
15. 나는 의료 소비에 관련된 정보만 탐색한다	2.08	2.86	2.95	2.72	15.955***

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

열성적 정보지향 소비자집단은 의료정보를 매우 적극적으로 온라인에서 탐색하는 특징을 보이고 있다. “내가 가진 정보가 부족하다고 느낄 때”와 “타인의 경험이나 제품 후기를 항상 읽는” 온라인 정보탐색 특성을 보였다. 이전의 다른 소비자 집단과는 다르게 올바른 정보 보유와 정보력 증가를 위해 정보탐색 행동을 활발하게 하는 유형으로 보여진다. 그리고 즐거움을 위해 온라인 정보 탐색을 하는 특징도 보여 열성적 정보지

향 소비자들은 일이나 해결해야 할 과제를 위한 정보탐색 뿐 아니라 재미와 즐거움을 위해서도 정보를 탐색 하는 면을 보이고 있다.

한편, 박상희, 이수영(2011)의 연구에서도 인터넷 건강정보이용자를 구분하여 설명하였는데, 의료정보를 생산, 유통 소비하는 능동적이고 주도적인 소비자집단을 메디슈머, 인터넷에 올라온 부정확한 의료정보를 의존하여 히스테리적 정신상태에 빠지는 소비자집단을 사이버콘드리아로 구분하기도 하였다. <표 4>는 온라인 정보탐색 특성 집단별 사회인구학적 특성 차이가 어떠한지를 살펴보기 위해 교차분석을 실시하였다. 그 결과 집단별 사회인구학적 차이는 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았다. 즉, 온라인 정보탐색 특성에 의해 구분된 의료소비자 3집단은 사회인구학적 특성 변수로는 뚜렷한 집단간 차이를 설명 할 수 없는 것으로 나타났다.

<표 4> 정보탐색 행동 집단별 사회인구학적 특성 분석

		제한적정보지향 N=39(22.4%)	실용적정보지향 N=73(42.0%)	열성적정보지향 N=62(35.6%)	카이( $\chi^2$ ) 값
성별	남성	21( 53.8)	35(47.9)	28(45.2)	.729
	여성	18(46.2)	38(52.1)	34(54.8)	
연령	20대	8( 20.5)	19(26.0)	22(35.5)	11.268
	30대	8( 20.5)	21(28.8)	21(33.9)	
	40대	12(30.8)	19(26.0)	15(24.2)	
	50대 이상	11(28.2)	14(19.2)	4( 6.5)	
학력	고졸이하/대학재학	3( 7.7)	10(13.7)	4( 6.5)	4.447
	대졸	31(79.5)	47(64.4)	43(69.4)	
	대학원 재학이상	5(12.8)	16(21.9)	15(24.2)	
혼인 상태	미혼	14(35.9)	32(43.8)	32(51.6)	2.441
	기혼	25(64.1)	41(56.2)	30(48.4)	
월 평균 수입	200만원 이하	9(23.1)	15(20.5)	14(22.6)	3.955
	200~300만원	1( 2.6)	8(11.0)	5( 8.1)	
	300~400만원	5(12.8)	6( 8.2)	9(14.5)	
	400~500만원	7(17.9)	12(16.4)	10(16.1)	
	500~600만원	6(15.4)	12(16.4)	8(12.9)	
	600만원 이상	11(28.2)	20(27.4)	16(25.8)	
직업	학생	5(12.8)	12(16.4)	11(17.7)	5.938
	전문직	6(15.4)	11(15.1)	9(14.5)	
	일반사무직/자영업	14(35.9)	32(43.8)	31(50.0)	
	기술직/판매/서비스직	4(10.3)	8(11.0)	3( 4.8)	
	주부/기타	10(25.6)	10(13.7)	8(12.9)	

### 3. 정보탐색 행동 소비자 집단별 차이분석

다음은 온라인 정보탐색 3집단에 따른 소비가치의 차이를 살펴보기 위해 일원분산분석을 실시하였다. 그 결과 <표 5>에서 보는 바와 같이 지속가능건강형 가치, 사회성취형 가치, 개인쾌락주의형 가치에서 집단 간 유의한 차이를 보였다. 온라인 의료소비자의 특성을 설명하는데 소비가치는 의미있는 변수인 것으로 나타났다. 먼저 지속가능건강형 가치는 열성적정보지향 소비자집단이 가장 높은 평균점수를 보여 온라인 정보탐색을 활발하게 하는 소비자일수록 건강과 질병의 조기치료, 육체적, 심리적, 사회적 안전, 자연과의 조화를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 다음으로 제한적 정보지향 소비자집단이 그 뒤를 이었으며, 실용적 정보지향 소비자들은 상대적으로 지속가능건강성이 가장 낮은 것으로 나타났다. 사회성취형 가치에서도 열성적 정보지향 소비자집단이 가장 높은 평균점수를 보여 사람들과의 관계와 남으로부터 존경받는 것 그리고 자이실현, 성취를 중요시하는 것으로 나타났다. 다음으로는 제한적 정보지향 소비자, 실용적 정보지향 소비자 순으로 나타났다. 쾌락개인주의형 가치는 열성적 정보지향 소비자집단이 가장 높은 평균점수를 보여 즐거움, 흥분, 짜릿함을 중요시하며, 독립적을 사는 것과 다른 사람과 차별화되는 것을 중요시하는 것으로 설명할 수 있다. 제한적 정보지향 소비자집단은 쾌락개인주의형 가치가 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타났다.

<표 5> 정보탐색 행동 집단별 소비가치에 대한 차이분석

	제한적정보지향 N=39(22.4%) Mean(S.D)	실용적정보지향 N=73(42.0%) Mean(S.D)	열성적정보지향 N=62(35.6%) Mean(S.D)	F 값
미래긍정형 가치	3,923(.766)	3,870(.661)	3,927(.824)	.119
가정중심형 가치	4,128(.723)	4,007(.669)	4,161(.670)	.943
지속가능건강형 가치 Duncan	4,135(.601) a	4,075(.527) a	4,347(.390) b	5.170**
합리적진보형 가치	3,821(.571)	3,804(.529)	3,979(.612)	1.768
사회협력형 가치	3,368(.741)	3,219(.624)	3,414(.677)	1.533
사회성취형 가치 Duncan	4,083(.557) ab	3,945(.539) a	4,250(.496) b	5.583***
쾌락개인주의형 가치 Duncan	3,590(.630) a	3,685(.562) a	3,960(.524) b	6.286***

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

다음은 정보탐색 행동 집단별 온라인 정보원천 이용과 온라인 정보 유용성에 대한 차이분석을 살펴보기 위해 일원분산분석을 실시하였다. 그 결과 <표 6>에서 보는 바와 같이 모든 항목에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 있다. 전반적으로 온라인 구전정

보가 온라인 전문정보에 비해 활용도가 높은 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 먼저 블로그, 인터넷 커뮤니티, 지식IN, 병원 홈페이지 후기와 같은 온라인 구전정보는 열성적 정보지향 소비자집단에서 가장 높은 평균점수를 보여 건강 및 치료 정보를 탐색할 때 가장 활발하게 탐색하는 집단인 것으로 나타났으며, 다음으로 실용적 정보지향 소비자집단 순으로 온라인 구전정보를 활용하는 것으로 나타났다. 제한적 정보지향 소비자집단은 온라인 구전정보 활용에 대하여 부정적인 것으로 나타났다. 포털 사이트의 전문의 정보, 병원 홈페이지, 국가 운영 홈페이지와 같은 온라인 전문정보에서도 열성적 정보지향, 실용적 정보지향, 제한적 정보지향의 순으로 활용도가 나타났다.

다음으로는 정보탐색 행동 소비자 집단별 온라인 건강정보가 얼마만큼 도움이 되었는지를 살펴보았다. 그 결과 세집단간 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 또한 모든 집단에서 온라인 정보 유용성은 3점 이상으로 나타나 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 열성적 정보지향 소비자집단이 다른 두 집단에 비해 객관적 인지 및 구매, 실천적 활용 및 이해 항목에서 모두 높은 점수를 보여 유용성을 가장 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 다음으로 실용적 정보지향 소비자집단, 제한적 정보지향 소비자집단 순으로 나타났다.

<표 6> 정보탐색 행동 집단별 온라인 정보획득 행동, 유용성에 대한 차이분석

온라인 정보원천	제한적정보지향 N=39(22.4%) Mean(S.D)	실용적정보지향 N=73(42.0%) Mean(S.D)	열성적정보지향 N=62(35.6%) Mean(S.D)	F 값
온라인 구전정보 Duncan	2.539(.7556) a	3.140(.592) b	3.585(.671) c	30.180***
온라인 전문정보 Duncan	2.573(.761) a	3.073(.683) b	3.409(.829) c	14.682***
온라인정보 유용성	제한적정보지향 N=39(22.4%) Mean(S.D)	실용적정보지향 N=73(42.0%) Mean(S.D)	열성적정보지향 N=62(35.6%) Mean(S.D)	F 값
객관적 인지 및 구매 Duncan	3.162(.757) a	3.671(.581) b	3.790(.705) b	11.292***
실천적 활용 및 이해 Duncan	3.143(.774) a	3.474(.455) b	3.721(.630) c	11.090***
온라인 정보 재이용 의도	제한적정보지향 N=39(22.4%) Mean(S.D)	실용적정보지향 N=73(42.0%) Mean(S.D)	열성적정보지향 N=62(35.6%) Mean(S.D)	F 값
구전효과 Duncan	3.56(.852) a	3.81(.659) a b	4.08(.708) b	6.318**
정보원 재이용 Duncan	3.33(.838) a	3.74(.646) b	3.98(.820) b	8.868***

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001



정보탐색 행동 집단별 온라인 정보 재이용에 대한 차이분석에서도 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 또한 모든 집단에서 평균 3점 이상으로 나타내어 긍정적인 평가를 하는 것으로 설명할 수 있다. 즉, 모든 집단에서 온라인 정보에 대하여 구전과 정보 재이용을 하겠다는 결과가 나타났다. 세부적으로 살펴보면 열성적 정보지향 소비자들이 상대적으로 다른 소비자 집단에 비해 높은 점수를 보여 정보 전달과 확산 그리고 재이용에 대한 의도가 매우 높은 것을 보여진다.

#### 4. 소비자의 정보탐색 행동 특성 결정요인

다음은 정보탐색 행동에 따라 세 가지로 분류된 의료소비자 집단에 영향을 미치는 요인들에 대한 실증적 분석을 위해 다항로지스틱을 실시하였다. <표 7>에서 보는 바와 같이 실용적정보지향 소비자, 열성적정보지향 소비자와 제한적정보지향 소비자를 비교하는 방식을 택하였다.

독립변수로는 사회인구학적 변수인 성별, 연령, 학력, 혼인상태, 월 평균수입, 직업을 포함하였고, 소비가치, 온라인정보원천 이용, 온라인정보 유용성, 온라인정보 재이용 의도 변수를 이용하였다. 본 모형은 온라인 정보탐색 행동에 따라 분류된 소비자집단에 영향을 주는 변수를 설명하는데 적합한 것으로 나타났다. 분석결과 먼저 실용적 정보지향 소비자를 제한적 정보지향 소비자와 비교하였을 때 직업, 온라인정보원천 이용, 온라인정보 유용성에서 통계적으로 유의미함이 나타났다. 즉 직업변수를 살펴보면 주부/기타군을 기준으로 삼았을 때, 전문직일 경우 제한적 정보지향 소비자보다는 실용적 정보지향 소비자일 가능성이 높게 나타났다. 온라인 정보원천 이용 변수에서는 제한적 정보지향 소비자에 비해 실용적 정보지향 소비자가 블로그, 인터넷 커뮤니티, 지식IN, 병원홈페이지 후기 등의 온라인 구전정보를 통해 의료 및 건강정보를 획득하는 경향이 높게 나타났다.

또한 온라인정보 유용성 변수 중에서는 객관적 인지 및 구매 즉, 지역의 건강 및 질병 정보를 아는데 도움, 가까운 사람들의 건강 및 질병 상태를 아는데 도움, 건강 및 질병과 관련된 물건을 사는데 도움에서 제한적 정보지향 소비자에 비해 실용적 정보지향 소비자가 의료정보의 도움을 많이 받을 가능성이 높은 것으로 나타났다.

이는 실용적 정보지향 소비자들이 의료정보 탐색에 있어 개인의 필요와 욕구에 맞는 정확한 정보를 온라인 구전정보를 통해 획득하려 하고 그 결과 정보를 유용하게 활용하는 것으로 나타났다. 전문직에 종사하는 합리적이고 이성적인 소비자일수록 실용적 정보지향성이 높을 것으로 예측할 수 있다.

<표 7> 다항 로지스틱 회귀분석

		실용적정보지향/제한적정보지향		열성적정보지향/제한적정보지향	
		B(S.E)	Exp(B)	B(S.E)	Exp(B)
<b>사회인구학적 변수</b>					
성별 (남성)	여성	.571(.656)	1.771	.223(.753)	1.250
연령 (20대)	30대	.396(.899)	1.485	-.918(1.000)	.399
	40대	-.304(1.079)	.738	-2.590(1.256)	.075*
	50대 이상	.100(1.281)	1.105	-3.798(1.598)	.022***
학력 (고졸이하/ 대학재학)	대졸	-1.216(1.270)	.296	1.250(1.484)	3.489
	대학원 재학이상	-.264(1.241)	.754	2.265(1.456)	9.627
혼인상태 (미혼)	기혼	-.048(.854)	.953	.686(1.022)	1.986
월 평균수입		.244(.188)	1.276	.206(.217)	1.229
직업 (주부/기타)	학생	-.142(1.323)	.868	-1.306(1.491)	.271
	전문직	2.700(1.235)	14.877*	1.189(1.440)	3.283
	일반사무직/자영업	1.276(.879)	3.581	.126(1.012)	1.134
	기술직/판매/서비스직	1.093(1.217)	2.983	-1.401(1.514)	.246
<b>소비가치</b>					
미래긍정형 가치		-.169(.445)	.845	-.722(.495)	.486
가정중심형 가치		-.260(.414)	.771	-.526(.493)	.591
지속가능건강형 가치		.352(.635)	1.422	2.072(.851)	7.938***
합리적진보형 가치		-.017(.579)	.983	-.576(.652)	.562
사회협력형 가치		.055(.486)	1.056	-.018(.539)	.982
사회성취형 가치		-1.122(.731)	.325	-.057(.848)	.944
쾌락개인주의형 가치		.756(.525)	2.130	1.276(.623)	3.581*
<b>온라인정보원천</b>					
온라인구전정보		1.543(.554)	4.680**	2.931(.669)	18.750***
온라인전문정보		.155(.393)	1.168	.307(.460)	1.360
<b>온라인정보 유용성</b>					
객관적 인지 및 구매		1.020(.518)	2.774*	.629(.589)	1.875
실천적 활용 및 이해		-1.024(.708)	.359	-1.469(.861)	.230
<b>온라인정보 재이용 의도</b>					
구전효과		-.332(.489)	.718	-.623(.559)	.536
정보재이용		.459(.476)	1.582	.946(.518)	2.577
상수항		-4.081(3.413)		-14.718(4.185)	***
Log likelihood			371.422		
Wald chi <sup>2</sup> (50)			111.800***		
pseudo R <sup>2</sup>			.474		

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

- 1) 모형 기준집단: 제한적정보지향
- 2) 독립변수별 기준집단: ( )

열성적 정보지향 소비자와 제한적 정보지향 소비자의 비교에서는 연령, 소비가치, 온라인 정보원천 이용에서 통계적으로 유의미하게 하게 나타났다. 연령에서는 열성적 정보지향 소비자가 제한적 정보지향 소비자에 비해 40대, 50대 이상이 아닐 확률이 높았다. 즉, 열성적 정보지향 소비자는 연령대가 낮은 것으로 설명할 수 있다. 소비가치 변수에서는 지속가능건강형 가치와 쾌락개인주의형 가치를 가진 소비자들이 열성적 정보지향 소비자일 확률이 높은 것으로 밝혀졌다. 즉, 건강유지와 질병의 조기발견 치료가 중요하고, 삶에서 자연과 조화되고 육체적, 심리적, 사회적 안전이 중요하게 생각하는 지속가능건강 가치를 소유한 소비자와 삶에서 즐거움, 흥분, 짜릿함을 중요하게 생각하고 독립적으로 사는 것과 다른 사람들과 차별화되는 것을 중요하게 생각하는 쾌락개인주의 가치를 갖는 소비자가 열성적 정보지향 소비자임을 알 수 있다. 이는 열성적 정보지향 소비자의 정보탐색 특성 행동인 즐거움을 위해 정보를 탐색하는 것과 같은 맥락이다. 활발한 정보탐색 활동과 정보력을 통해 건강 및 질병에 대한 사전 정보 파악을 즐겨하는 것으로 설명할 수 있다. 다음으로 열성적 정보지향 소비자는 온라인 구전정보를 많이 활용하는 것으로 나타났다. 즉, 블로그, 홈페이지 후기 등 소비자들이 온라인에 올려놓은 정보들을 탐색하고 획득하는 것으로 정보지향적이고 참여지향적인 온라인 소비자라고 예측할 수 있다. 이러한 결과는 아무래도 열성적 정보지향 소비자가 인터넷 의존도가 높은 낮은 연령의 소비자들로 구성되어 있기 때문으로 사료된다.

온라인 정보탐색 행동에 따른 소비자 집단별 결정요인은 다음과 같이 설명할 수 있다.

사회인구학적 특성에서 직업과 연령은 소비자들의 정보탐색 행동 특성을 결정하는 변수이다. 전문직일수록 실용적인 정보탐색 행동을 보이고, 연령이 낮을수록 정보탐색 행동을 활발하고 열정적으로 하는 것으로 나타났다. 소비가치 중에서는 지속가능건강형 가치와 쾌락개인주의형 가치가 정보탐색 행동 특성을 구별하는 중요한 변수라 할 수 있다. 즉, 지속가능건강형과 쾌락개인주의형 성향이 높을수록 정보탐색을 활발하게 하는 열성적 정보지향 성향인 것으로 나타났다. 온라인 정보원천 중 온라인 구전정보는 실용적 정보지향과 열성적 정보지향성 모두에 매우 중요한 결정변수가 됨을 알 수 있다. 또한 온라인정보 유용성에서 합리적이고 실용적 소비자들은 온라인을 통해 객관적인 건강 및 질병 정보에 관한 도움을 받는 것으로 나타났다.

## V. 결 론

행복과 복지국가 트렌트 하에서 질병이 없는 건강한 삶에 대한 관심은 증가하고 있다. 질병의 치료 뿐 아니라 예방과 관리에 대한 소비자의 욕구는 높아져 가고 있다. 의료소비자의 의료 정보에 대한 관심과 정보획득은 정보의 바다인 인터넷 환경으로 더욱

넓어지고 전문화되어지고 있다. 병원 및 의료기관은 의료서비스의 질을 향상시키고, 빠르게 전문화되고 있는 소비자들의 역량 등 새롭게 변화되고 있는 의료 환경에 대처하기 위해 의료소비자 이해가 필요하다.

본 연구는 병원에 직접 내원한 의료소비자를 대상으로 정보탐색 행동을 살펴보고, 정보탐색 행동에 따라 분류된 의료소비자의 소비가치와 온라인 건강 및 질병정보 특성을 살펴보았다. 그리고 정보탐색 행동에 따라 분류된 의료소비자에 영향을 미치는 요인들을 파악하여 의료소비자의 소비가치와 온라인 정보이용에 대하여 폭넓게 이해하고자 하였다. 본 연구의 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 의료소비자들의 소비가치는 요인분석에 의하여 총 7개의 요인으로 선정되었다. 미래긍정형가치, 가정중심형가치, 지속가능건강형 가치, 합리적진보형 가치, 사회협력형 가치, 사회성취형가치, 쾌락개인지의형 가치로 분류되었다. 다음으로 의료소비자의 온라인 정보탐색 행동특성에 대하여 군집분석을 한 결과 3가지의 소비자집단으로 분류되었다. 즉, 제한적 정보지향 소비자집단, 실용적 정보지향 소비자집단, 열성적 정보지향 소비자집단이다. 각 집단별 특성을 살펴보면 제한적 정보지향 소비자는 정보가 부족할 때와 즐거움을 위한 경우를 제외하고는 온라인 정보탐색에 소극적인 것으로 나타났다. 실용적 정보탐색 소비자는 실제로 의료소비 및 건강 관련 행위를 할 계획이 있는 경우 즉, 정보가 실제 꼭 필요한 경우에만 정보를 탐색하는 합리적이고 실용적인 경향을 보였다. 열성적 정보지향 소비자집단은 다른 소비자집단과는 다르게 올바른 정보 보유 욕구와 정보력 증가를 위해 활발하게 정보탐색 행동을 하는 것으로 나타났으며 재미와 즐거움 자체를 위해서도 정보를 탐색하는 성향으로 나타났다. 선행연구와 비교해보면 박상희, 이수영(2011)의 연구는 인터넷에서 건강정보추구형태에 따라 전통적건강염려형, 건강정보과워유저형, 건강정보탐색형으로 이용자 유형을 분류하였는데, 전통적건강염려형은 인터넷을 통한 건강정보추구의 능동성이 낮은 집단으로 제한적정보지향 소비자와 비교가 될 수 있으며, 건강정보과워유저형은 온라인커뮤니티에 가입하여 정보를 찾고 자신의 경험을 공유하는 생산활동도 활발히 하는 집단으로 열성적정보지향소비자와 같은 맥락이다. 건강정보탐색형은 건강정보 탐색 활동은 많지만 커뮤니티활동이나 생산활동은 낮은 집단으로 실용적정보지향소비자와 비교 설명할 수 있다.

둘째, 정보탐색 행동특성에 따라 분류된 3집단과 소비가치, 온라인 정보원천 이용, 유용성, 온라인 정보 재이용 의도간의 차이분석을 실시하였다. 그 결과 소비가치는 온라인 정보탐색에 따른 의료소비자집단을 설명하는데 매우 의미 있는 변수인 것으로 나타났다. 열성적 정보지향 소비자집단은 지속가능건강형 가치, 사회성취형 가치, 쾌락개인지의형 가치에서 가장 높은 점수를 보이며 다른 집단 간 유의미한 통계적 차이를 보였다. 즉, 온라인 정보탐색을 활발하게 하며 정보욕구가 많은 열성적 정보지향 소비자

집단은 건강유지와 질병의 조기치료를 중요하게 생각하고 삶에서 육체적, 심리적, 사회적 안정과 자연과 조화되는 생활을 중요하게 생각하는 지속가능건강형 가치를 가지고 있다. 또한 다른 사람들과 원만한 관계를 중요시 하고, 성취, 자아실현, 존경 받는 것을 중요시 하는 사회성취형 가치와 즐거움, 흥분, 짜릿함, 독립적인 삶과 차별화된 삶을 중요시하는 쾌락개인주의형 가치를 가지고 있다.

다음으로 온라인 정보원천 이용에서는 온라인 구전정보와 온라인 전문정보 모두 집단간 유의미한 차이를 보였다. 열성적정보지향 소비자가 온라인 구전정보와 온라인 전문정보 원천을 통해 건강 및 치료정보를 가장 적극적으로 이용하고 획득하는 것으로 나타났다. 또한 획득한 정보에 대한 유용성에서는 객관적으로 이용할 수 있는 객관적 인지 및 구매정보와 실제 건강 및 치료를 위해 활용할 수 있는 실천적 활용 및 이해정보 모두에서 열성적 정보지향 소비자가 유용성을 높이 평가하는 것으로 나타났다. 온라인 정보 재이용에서도 3집단간에는 유의미한 차이를 보였는데, 열성적 정보지향 소비자가 정보 재이용 의도가 가장 높게 나타났다.

셋째, 정보탐색 행동특성에 따라 세 가지로 분류된 의료소비자에 영향을 미치는 요인들은 소비자의 연령과 직업 등 사회·인구학적 변수와 소비가치 그리고 온라인 정보원천 이용, 온라인 정보 유용성인 것으로 나타났다. 열성적 정보지향 소비자는 40대, 50대 이상이 아닌 정보탐색을 다양한 이유로 활발하게 하는 젊은 연령층의 소비자인 것으로 밝혀져 연령이 의료소비자의 정보탐색 행동 특성을 결정하는 중요한 변수임을 알 수 있다. 또한 전문직에 종사할수록 실용적이고 합리적인 정보탐색을 하는 실용적 정보지향 소비자로 유추할 수 있다. 지속가능건강형 가치와 쾌락개인주의형 가치가 높을수록 열성적 정보지향 소비자인 것으로 밝혀졌다. 온라인 구전 의료정보는 실용적 정보지향과 열성적 정보지향 소비자 모두가 적극적으로 활용하는 것으로 나타났다. 실용적 정보지향 소비자들은 객관적 인지 및 구매 영역에서 온라인정보 유용함을 느끼는 것으로 나타났다.

수많은 온라인 사이트를 통해 건강 및 치료정보가 생산되고, 의료소비자들은 자신에게 필요한 의료정보를 인터넷을 통해 탐색하고 경험하고 재생산하는 역할을 수행하는 시점에서 의료소비자의 온라인 정보탐색 특성을 세분화하여 소비자를 유형화하는 것은 디지털 시대의 온라인 의료소비자 이해를 돕고 의료서비스 시장의 변화에 적절하게 대응하기 위해 필요하다. 소비가치는 정보탐색 등 소비자 행동에 근본적 동기와 욕구를 파악할 수 있으므로 의료소비자를 이해하는데 필수적이라 할 수 있다. 본 연구를 통해 정보탐색 행동에 따른 의료소비자들의 소비가치 체계를 규명함으로써 소비가치가 의료소비자의 정보탐색 행동 특성을 구별하는데 중요한 변수임을 밝혔다. 온라인 의료정보 탐색을 가장 활발하게 참여하는 소비자집단인 열성적정보지향 소비자는 최근 소비트렌

드인 웰빙소비, 여가적소비, 나홀로소비, 사회적책임소비 등과 맥락을 함께 하는 소비가치 특징을 보이고 있으며, 건강관련 의견선도적 소비자 역할을 하는 그룹으로 판단할 수 있다. 열성적 정보지향 소비자는 인터넷을 통해 의료 및 건강정보 탐색에 활발하고 능동적일 뿐만 아니라 온라인상에서 의료정보를 재생산하고 확산시키는 온라인 구전과위를 가지고 있다. 인터넷 특성상 소비자들은 긍정적인 정보보다는 부정적인 정보를 더욱 신뢰하고 확산시키는 경향을 보이므로 이런 점에서 소비자들이 인터넷에 올리는 건강에 관한 구전정보 내용을 파악하고 적절한 관리방안을 마련하여 대처하는 것은 필요하다. 또한 온라인상에서 전문성이 높고 정확한 건강 및 치료정보는 소비자들의 건강과 직결되기 때문에 의료소비자들의 정보이용 행태를 꾸준히 논의할 필요가 있다.

본 연구는 의료소비자들을 유형화하여 소비가치와 건강정보이용행태에 대하여 발견하려고 하였지만 다음과 같은 한계점을 갖는다. 첫째, 의료소비자의 소비가치 분류가 의료소비자의 가치로 특정화할 만한 개념적인 특성이 미흡하여 의료소비자 관련 소비가치 측정도구를 개발할 필요가 있다. 둘째, 의료소비자들의 소비가치와 온라인 의료정보 탐색 특징을 규명하였지만 이들이 온라인상에서 의료정보를 획득, 경험, 재생산하는 구체적인 활동을 파악하지 못하였다.

## 참 고 문 헌

- 권진(1995). 소비가치이론에 의한 병원선택 요인 규명. 연세대학교 보건대학원 석사학위논문
- 김민정, 이기춘(2006). 여성소비자의 정보탐색유형별 화장품 구매성향 연구. 소비자정책교육연구, 3(1): 1-15
- 김병숙, 김민정(2011). 웰빙소비가치와 웰빙소비자의 유형화에 관한 연구. 소비자정책교육연구, 7(2): 103-124
- 김소연, 김선이(2012). 의료소비자의 건강 라이프스타일 유형에 따른 온라인 정보탐색에 관한 연구. 소비문화연구, 15(2): 75-97
- 김양균, 오영인(2009). 소비가치 이론을 이용한 의료소비자의 의료기관 선택 요인 분석: 중소병원, 종합병원, 대형종합병원 비교 중심으로. 품질경영학회지, 37(4): 71-86
- 김여라(2010). 인터넷 의료정보의 사회적·법적 쟁점에 관한 탐색적 연구. 언론과학연구, 10(2): 179-220
- 김우성, 허은정(2007). 베이비붐세대, X세대, Y세대 소비자들의 소비관련 가치관과 라이프스타일의 비교. 소비문화연구, 10(4): 31-53

- 김양균, 김준석(2009). 소비가치 이론을 이용한 의료소비자의 의료기관 선택 요인분석: 중소 병원, 종합병원, 대형종합병원 비교 중심으로. 품질경영학회지, 37(4): 71-86
- 김진현(2006). 보건의료정보화 관련 수요자 요구조사: 소비자 수요조사. 인제대학교(편)
- 김진희(1995). 소비자의 의료서비스에 대한 정보탐색 행태, 서울대학교대학원 석사학위논문
- 김춘화(2002). 청소년 소비자의 인터넷 정보탐색 가치유형에 따른 전자상거래에서의 상품정보 탐색행동과 소비자 만족도, 인하대학교 교육대학원 가정교육학 석사학위 논문
- 박상희, 이수영(2011). 질병태도와 인터넷에서의 건강정보추구행태에 기반한 건강정보 이용자 유형에 관한 탐색적 연구. 한국언론학회지, 55(4): 105-133
- 서정목, 문숙재(1987). 소비자 정보유용성에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 5(1): 101- 119
- 안창희(2012). 의료정보 이용의 잠재적 유형에 따른 의료서비스 특성분석. 병원경영학회지, 17(3): 57-82
- 원용희, 박노현(1998). 의료소비자의 정보탐색에 관한 연구. 論文集, 16, 137-161
- 이선희(1997). 소비가치 이론에 의한 병원선택 요인 연구. 예방의학회지, 30(2): 413-427
- 이선희, 조우현, 채유미(2003). 의료소비자들의 의료기관 중별 정보탐색 행태에 관한 연구. 병원경영학회지, 8(1): 95-111
- 이은희, 이기춘(1991). 소비자정보요구와 관련요인 연구. 대한가정학회지, 29(1): 159-176
- 이은희, 이기춘(1994). 소비자 정보의 획득원천에 대한 요구. 대한가정학회지, 34(6): 169-182
- 임종원, 김재일, 홍성태, 이유재(1996). 소비자행동론. 경문사
- 최승일, 김동일(2010). 병원서비스품질, 고객만족, 재이용 의도간의 영향관계. 한국콘텐츠학회논문지, 10(6):344-351
- 채정숙, 박명희(1993). 정보탐색노력과 관련변수와의 관계에 관한 연구. 소비자학연구, 4(1): 75-92
- Anderson. J.L., Engelwood, Becker, H.(1979). Evaluating the relationship among attitude toward business, product satisfaction, experience, and search effort. Journal of Marketing Research, 10: 38-44
- Bearles, Howard, Micheal B. Mazis, Steven C. Salop, Richard Staelin(1981). Consumer search and Public policy, JCR, 8(June): 11-22
- Beatty, Sharon E, Lynn R. Kahle, Pamela Homer, Shekhar Misra(1985). Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values and the

- Rokeach Value survey. *Psychology and Marketing*, 2(3): 181-200
- Bettman, James R.(1979). *An Information Processing Theory of Consumer Choice*, Reading, MA: Addison-Wesley
- Glassman, Myron, Nanci Glassman(1981). *A Marketing Analysis of Physician Selection and Patient Satisfaction*. *Journal of Health Care Marketing*, 1(Fall): 25-31
- Kahle, Lynn R., ed.(1983). *Social Values and Social Change: Adaptation to Life in America*. New York: Praeger
- Kahle, Lynn R., Sharon E. Beatty, Pamela Homer(1986). *Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values (LOV) and Values and Life Style (VALS)*, *Journal of Consumer Research*, 13(December): 405-409
- Kiel, Geoffrey C., Roger A. Layton(1981). *Dimensions of Consumer Information Seeking*. *Journal of Consumer Research*, 8(May): 233-239
- King, Karen W., James E. Haefner(1988). *An Investigation of the External Physician Search Process*. *Journal of Health Care Marketing*, 8(2): 4-13
- Newman, J. W., R. Staelin(1973). *Information Sources of Durable Goods*. *J. of Advertising Research*, 13(April): 19-29
- Price L. L., L. F. Feick(1984). *The Role of Interpersonal Sources in External Search: An Information Perspective*. *Advances in Consumer Research*, 11: 250-255
- Punj, Gorish N., Richard Stealin(1983). *A Model of Consumer Information Search Behavior for New Automobiles*. *Journal of Consumer Research*, 9(March): 366-380
- Srinivasan, Nasasimhan, Brian T. Ratchford(1991). *An Empirical Test of A Model of External Search*. *Journal of Consumer Research*, 18(September): 233-242
- Swan J.(1985). *Deeping the Understanding of Hospital Patient Satisfaction: Fulfillment and Equity Effects*. *Journal of Health Care Marketing*, 5(3): 7-8
- Walters, A. H.(1978). *Consumer Behavior: Theory and Practice*, 3rd ed., Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.
- Zeithaml, V. A., M. J. Bitner(1996). *Services Marketing*, New York: McGraw-Hill Book Company