

# 의료소비자들의 인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 행태분석

채유미, 이선희, 조우현<sup>1)</sup>

이화여자대학교 의과대학 예방의학교실, 연세대학교 의과대학 예방의학교실<sup>1)</sup>

## Information Searching Behavior of Health Care Consumers by Sociodemographic Characteristics

Yoomi Chae, Sunhee Lee, Woohyun Cho<sup>1)</sup>

Department of Preventive Medicine, Medical College of Ewha Womans University;  
Department of Preventive Medicine, Medical College of Yonsei University<sup>1)</sup>

**Objectives :** To investigate the information searching behavior of health care consumers according to sociodemographic characteristics.

**Methods :** A questionnaire survey was conducted of 1,507 persons who were selected through a multi-stage stratified area cluster sampling of the Republic of Korea, excluding the province of Jeju-do. Personal were conducted through a door-to-door survey between 27 July and 10 August 1999.

**Results :** 80.5% of respondents used more than one source of information and those 40~59 years of age, female, a housewife or student and those who claimed a religion demonstrated more active information searching behavior. A personal informer was used significantly more in those 20~39 years old, female, and those who claimed a religion. Clerical workers, those with post-secondary education and a monthly income greater than 2,000,000 won (\$1500)

were more actively used a public informer. Low socioeconomic status and older persons used an experimental informer when they chose a health care institution.

**Conclusion :** Regardless of the sociodemographic characteristics, personal and experimental informers were the most useful source of information. Because appropriate information was not easy to obtain, the health care consumer was dependent upon word-of-mouth communication(personal informer) when using health care services.

*Korean J Prev Med 2001;34(4):389-398*

**Key Words:** Information searching behavior, Information source, Health care consumer

## 서 론

의료소비자가 의료기관을 선택하는 과정은 일반적인 제품 또는 서비스 구매과정과 마찬가지로 문제인식, 정보탐색, 대안의 평가, 의료기관 선택결정, 그리고 의료기관 이용후 행동 등 다섯 단계를 거치게 된다고 한다 [1]. 이러한 일련의 구매과정에서 소비자들은 다양한 정보원을 대상으로 정보탐색을 하게 되며, 제안된 대안을 비교 검토하여 최종적인 의사결정을 내리게 된다. 정보탐색이란 소비자가 자신의 욕구를 충족시킬 다양한 대안의 장단점을 알기 위해 정보를 추구하는 과정 [1], 혹은 소비문제를 해결하는데 필요한 각종 정보나 지식을 자신의 기억

이나 외부의 정보원천에서 획득하려는 노력이라고 정의할 수 있다 [2].

최근 소득수준 향상과 의료에 대한 소비자 욕구의 질적 변화, 의료기관수 증가에 따른 경쟁의 심화 등과 같은 의료환경 변화로 인해 지금까지 공급자 우위의 의료시장이 빠른 속도로 소비자 중심의 시장으로 전환되고 있다. 이러한 환경변화는 필연적으로 병원들의 경영전략변화를 요구하고 있으며 특히 의료소비자에 대한 관심이 증대되면서 "환자"를 마케팅 대상으로 인식하는 고객중심주의가 확산되고 있다. 병원들은 홍보를 위해 다양한 정보들을 소비자에게 제공하고 있지만 실제로 의료소비자들이 이런 정보들을 얼마나 활용하는지, 또는 의료기관 선택 시 선호하는 정보원은 어떤 종류인지 등 구체적인

정보탐색 양상에 대해선 거의 알려진 바가 없다. 그러나 만일 병원들이 소비자 선호하는 정보원의 종류나 소비자의 정보탐색 양상에 대한 실증적 정보를 접할 수 있다면 제한된 자원을 이용하여 보다 효과적으로 소비자에게 병원에 대한 정보를 알리는 것이 가능해질 것이다.

의료서비스는 질병이 진행되는 상황에서 정보탐색이 이루어지므로 시간적인 긴급성이 다른 재화나 서비스 구매에 비해 높고, 의료서비스가 갖는 고도의 전문성으로 인해 일반적으로 의료소비자가 이용가능한 정보원은 제한되어 있다 [3]. 그럼에도 불구하고 의료서비스 분야의 경우, 건강이 개인 생활에서 차지하는 우선순위는 높은 반면, 서비스의 전문성으로 인해 선택에 대한 불확실성이 존재하는 특성이 있어 선택과정의 위험을 최소화하려는 노력의 일환으로 정보탐색 활동을 적극적으로 수행하는 서비스 영역

으로 알려져 있다 [1].

정보탐색에 대한 연구동향을 보면, 오래전부터 마케팅 연구분야에서 일반 재화나 서비스에 대한 정보탐색 연구들이 수행되어온 것과 달리, 의료소비자를 대상으로 한 연구들은 많지 않는 편이다. 외국의 연구현황을 보면, 초기 연구들 [4~8]은 대부분이 정보원의 종류와 탐색 유무에 초점을 맞추었으며 다른 서비스와 비교할 때 의료서비스의 경우에는 이용하는 정보원수가 적고 비공식적, 인적 정보원에 의존하는 경향이 있음을 보고하였다. Kasteler 등 [5]은 의사에 대한 확신이 적고 불만족스러워할수록 정보탐색을 하는 경향이 있음을 지적하였으며 Swartzs 와 Stephen [7]은 성, 교육수준 등의 개인적 특성이 정보탐색 양상과 관련될 뿐만 아니라, 역시 인적 정보원에 대한 의존이 높다고 분석하였다. 그 외에도 노인을 대상으로 한 연구 [8]나 소아과 선택시의 정보탐색 양상 [8]등이 분석, 보고된 바 있다.

국내에서의 관련 연구들은 그나마 외국의 의료서비스 분야와 비교해도 미흡한 수준이라고 할 수 있는 바, 고은혜 [10], 배현우 [11], 홍효숙과 유동근 [12] 등의 연구를 통해 국내 의료소비자들의 경우에도 주로 비공식적 정보원에 의존하는 경향이 있는 것으로 보고되고 있다. 김진희 [13]가 서울시 거주 주부들을 대상으로 한 조사에서도 인적 정보원이 중요한 정보원으로 분석되었으며 정보요구도가 높을수록, 건강에 대한 관심이 높을수록, 교육수준이 높을수록 정보탐색이 증가함을 제시하였다. 또한 배은영 [3]은 1차의료기관 내원환자들을 대상으로 한 조사에서 질환의 중증도가 높을수록, 건강에 대한 관심이 높을수록 정보탐색 비용이 증가함을 보고하였다. 그러나 이들 대다수 연구들이 일부 집단을 대상으로 한 연구들로서 특정 집단의 특성이 강하게 반영되어 있어 일반화시키기 어렵다는 한계가 있으며 정보탐색의 기술적 분석에 그치고 있어 마케팅 전략으로 연결시킬 수 있는 정보로서의 유용성이 낮은 실정이다.

정보탐색에 대한 관심의 초점은 어떤

정보원을 얼마나 많이 이용하는지에 관한 문제와 정보탐색 행태의 차이가 의료 소비자의 어떤 특성요인들에 의해 기인하는지를 밝혀내는데 모아지고 있다. 이중 전자의 경우엔 초기 기술적 연구들을 통해 일부분 밝혀진 바 있으나 후자에 관해선 향후의 연구과제로 남아 있는 형편이다. 특히 후자와 관련하여 정보탐색 양상을 설명할 수 있는 의료소비자들의 특성들이 실증적으로 구명된다면 의료기관 으로서는 마케팅 대상 인구집단에 따른 홍보전략을 수립할 수도 있고, 해당 의료기관 방문자들의 정보탐색 양상을 예측할 수도 있다는 점에서 매우 유용한 정보가 될 것이다.

이에 이 연구는 앞서 살펴본 바와 같이, 의료소비자들의 특성에 따른 정보탐색 양상을 파악함으로써 의료기관에서 활용할 수 있는 마케팅 전략의 기초자료를 제공하고자 시도되었다. 구체적인 연구목적은 첫째, 인구사회학적 특성에 따라 주로 이용하는 정보원의 종류와 정보탐색 정도를 분석하고, 둘째, 의사결정나무분석 (Decision Tree Analysis)을 이용하여 정보탐색 유무와 이용 정보원별 의료소비자 집단의 특성을 종합적으로 분석해 보고자 한다(Figure 1).

### 연구방법

#### 1. 연구대상 및 자료수집

이 연구는 제주지역을 제외한 전국의 만 20세 이상 일반국민들 중 표본추출한

1,507명을 대상으로 수행되었다. 표본추출방법은 지역별 인구비례로 다단계 지역 표본을 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 허위기재나 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.

#### 2. 연구에 사용된 변수

의료소비자에 대한 정보로서 이 연구에서는 기본 특성에 해당하는 인구사회학적 특성들을 중점적으로 분석하였으며 연령, 성, 직업, 학력, 종교, 월수입을 포함하였다. 또한 정보탐색 양상으로 측정된 변수는 최근 실제 의료이용을 한 의료기관 선택 당시 활용한 정보원, 정보원 활용도 및 정보탐색 정도에 관해 설문한 내용을 중심으로 하였으며 주요 변수별 운용적 정의를 살펴보면 다음과 같다.

##### 1) 정보탐색 유무와 정보원 종류

정보탐색 행태의 기본 변수로서 얼마나 많은 의료소비자들이 정보탐색 과정

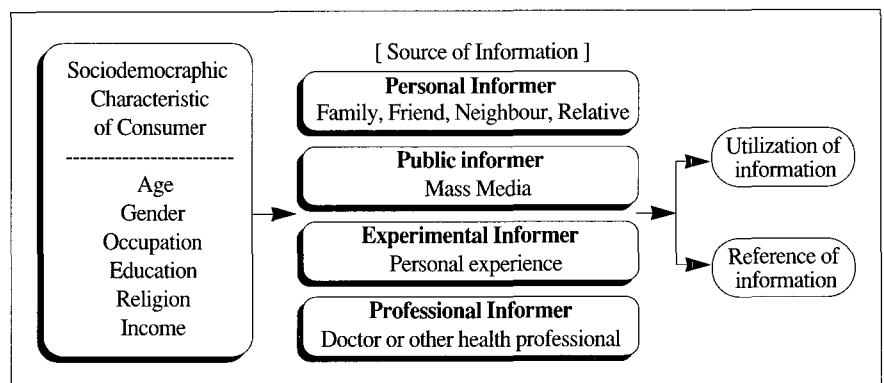


Figure 1. Research frame.

을 거치는지를 파악하기 위해 의료기관 선택과정에서 정보원을 이용하는지 여부를 구분하고 정보원 이용률을 분석하였다. 또한 주로 이용하는 정보원 종류를 파악하여 정보원별 이용률을 분석하였다. 일반적으로 제품군 및 제품특성에 따라 이용 가능한 정보원천의 유형은 다양하며, 정보원천을 분류하는 기준은 연구자마다 다소 차이가 있다. 즉 내구재에 대해선 [12] 정보원천을 개인적 원천(친구, 이웃), 중립적 원천(잡지, 책, 팸플렛), 광고 및 소매점 등으로 분류하고 있는 반면, 의료서비스 이용자에 대해선 [13] 상업적(신문·잡지광고), 중립적(TV, 신문기사), 인적(가족, 아는 의사)정보원으로 분류하고 있다. Kotler [14]는 의료서비스 분야에서의 정보원천을 개인적, 공공적, 경험적, 전문가 정보원으로 구분한 바 있으며 본연구에서는 이를 기준으로 분류하였다.

정보원에 대한 구체적인 조사내용으로는, 그 동안의 연구를 포함하여 의료분야에서 많이 활용되는 것으로 판단되는 10여 종류의 정보원을 제시하고 특정 의료 이용 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 선택 시 1개 이상의 정보원을 활용하는 경우가 많기 때문에 활용한 정보원은 모두 선택하도록 중복응답을 허용하였다.

### 2) 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.

### 3. 분석방법

인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 유무, 정보원 종류별 이용률, 정보탐색 정도는  $\chi^2$ -test, t-test 및 ANOVA 검정을 이용하였다. 자료 분석은 SPSS 통계 프로그램(version 10.0)을 사용하였으며, 모든 통계적 검정은 5% 유의수준에서 판정하였다. 또한 정보원의 종류 및 정보탐색 행태가 다르다면 정보탐색 행태별 집단들의 인구사회학적 특성은 어떤 내용으로 요약될 수 있는지를 파악하기 위해 의사결정 나무분석을 실시하였다. 의사결정나무분석은 의사결정규칙을 도표화하여 관심대상이 되는 집단을 특성에 따라 몇 개의 소집단으로 분류하거나 예측하는 분석방법이다 [14]. 분석과정이나 나무구조에 의해 표현되기 때문에 분류 또는 예측을 목적으로 하는 다른 방법들에 비해 연구자가 분석과정을 쉽게 이해하고 설명할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 특히 이러한 분석방법은 각 변수간의 교호효과를 통제하면서 통계적으로 유의한 변수들에 의해 동질적인 집단을 분류해나가는 과정을 보여주기 때문에 각 그룹별 특성을 구명하고자 할 때 유용하게 활용될 수 있다. 마케팅 분야에서는 시장세분화 또는 고객세분화의 분석방법으로 사용되고 있으며 국내 보건의료 분야에서도 이미 활용된 바 있다 [16,17].

의사결정나무는 하나의 나무구조를 이루고 있으며, 마디라고 불리는 구성요소로 이루어져 있고 목표변수인 뿌리마디로부터 시작하여 예측변수에 의해 각 가지의 끝마디에 이를 때까지 자식마디를 계속적으로 형성해 나감으로써 완성된다. 이러한 방식에 의해 나무구조가 형성되

므로 어떤 예측변수가 목표변수를 설명하는데 있어 더 중요한지를 파악할 수 있으며, 두 개 이상의 변수가 결합하여 목표변수에 어떻게 영향을 주는지를 쉽게 알 수 있다. 분석을 위해 SPSS AnswerTree 통계패키지를 사용하였다.

## 연구결과

### 1. 인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 유무

인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 유무에 대한 결과는 Table 1과 같다. 연령별로 살펴보면 40~59세 연령군이 93.8%로서 상대적으로 다른 연령군에 비해 정보를 탐색하는 경우가 통계적으로 유의하게 많았다. 성별 비교를 보면 여자중 정보탐색을 하는 경우는 87.0%로서 상대적으로 남자보다 많았다. 직업별로는 가정주부/학생군이 다른 직업집단들에 비해 상대적으로 정보원을 많이 이용하고 있었으며 사무직과 농업, 임업, 어업, 자영업 직업집단이 다음 순위로 정보원을 많이 활용하였다. 또한 종교를 갖는 집단이 종교를 갖지 않는 집단보다 통계적으로 유의하게 정보탐색을 많이 하는 것으로 분석되었으며, 학력이나 월수입에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다.

### 2. 정보원 이용현황

의료소비자들의 정보원 종류별 이용현황을 분석한 결과는 Table 2와 같다. 전체 응답자 1,507명중 81.4%인 1,227명이 최소한 한가지 이상의 정보원을 이용하였으며, 단하나의 정보원도 이용하지 않은 경우는 280명(18.6%)으로 조사되었다. 1,227명중 한가지 정보원만을 이용한 경우는 전체응답자의 477명(31.6%), 두 종류의 정보원을 이용한 경우는 636명(42.2%)으로 대다수는 의료기관을 선택함에 있어서 적어도 한가지 이상의 정보원을 이용하였다. 또한 활용가능한 정보원을 모두 이용하는 적극적 소비자집단도 극히 낮은 비율이기는 하나(0.9%) 존재함을 확인할 수 있었다.

정보원 종류별로 살펴보면 단일 정보

**Table 1.** Information searching by sociodemographic characteristics

unit: persons(%)

Characteristics	Information searching			
	Yes	No	Total	
Age				
20 - 39 years	684(84.1)	129(15.9)	813(100.0)	11.800*
40 - 59 years	447(93.8)	133(22.9)	580(100.0)	
≥ 60 years	96(84.2)	18(15.8)	114(100.0)	
Gender				
Male	567(75.8)	181(24.2)	748(100.0)	30.985*
Female	660(87.0)	99(13.0)	759(100.0)	
Occupation				
Farmer/Forestry/Fishery/Self-manager	272(78.4)	75(21.6)	347(100.0)	32.410*
Blue collar worker	155(73.1)	57(26.9)	212(100.0)	
Clerical Worker	181(78.4)	50(21.6)	231(100.0)	
Housewife/Student	546(87.9)	75(12.1)	621(100.0)	
Unemployed/Others	73(76.0)	23(24.0)	96(100.0)	
Education				
Below middle school	1294(77.6)	85(22.4)	379(100.0)	4.313
High school	565(82.0)	124(18.0)	689(100.0)	
College and over	303(83.0)	62(17.0)	365(100.0)	
Religion				
No	519(78.5)	142(21.5)	661(100.0)	6.558*
Yes/Others	708(83.7)	138(16.3)	846(100.0)	
Monthly Income(Won)				
< 1,000,000	386(80.2)	95(19.8)	481(100.0)	0.843
1,000,000 ~ 1,990,000	380(81.4)	87(18.6)	467(100.0)	
≥ 2,000,000	461(82.5)	98(17.5)	559(100.0)	

\*: p<0.05

**Table 2.** Frequency of utilization by source of information

unit: persons(%)

Source of Information	No	%
None	280	18.6
One Source		
Personal Informer	290	19.2
Experimental Informer	158	10.5
Professional Informer	15	1.0
Public Informer	14	0.9
Subtotal	477	31.6
Two Sources		
Personal / Experimental Informer	531	35.2
Personal / Public Informer	46	3.1
Personal / Professional Informer	25	1.7
Experimental / Professional Informer	19	1.3
Public / Experimental Informer	14	0.9
Public / Professional Informer	1	0.1
Subtotal	636	42.2
Three Sources		
Personal / Experimental / Public Informer	50	3.3
Personal / Experimental / Professional Informer	47	3.1
Personal / Public / Professional Informer	2	0.1
Public / Experimental / Professional Informer	2	0.1
Subtotal	101	6.7
All Informers	13	0.9
Total1	507	100

원 중 가장 많이 활용되는 정보원은 개인적 정보원이었으며 다음으로 경험적 정보원 순이었다. 전체 정보원 이용행태를 놓고 보면 개인적 정보원과 경험적 정보원을 함께 활용하는 경우가 35.2%로 가장 높았다.

### 3. 인구사회학적 특성에 따른 정보원별 정보원 이용률 분석

의료소비자의 정보탐색 정도를 파악하기 위해 인구사회학적 특성에 따라 각 정보원 종류별 이용률을 살펴보면 Table 3과 같다. 연령대별로 보면 개인적 정보원과 공공적 정보원에 대해서는 20~39세 연령군이 다른 연령군보다 이용률이 높았으며 특히 개인적 정보원의 경우엔 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았지만 경험적 정보원의 경우엔 60세 이상 연령군에서, 전문가 정보원의 경우엔 40~59세 연령군에서 이용률이 높았다.

성별로 보면 모든 정보원 종류에서 여자가 남자보다 이용률이 높았으며 특히

**Table 3.** Frequency of utilization by source of information

unit: persons(%) †

Characteristics	Personal Informer		Public Informer		Experimental Informer		Professional Informer	
	Yes	No	Yes	No	Yes	No	Yes	No
Age								
20 - 39 years	566(69.6)	247(30.4)	85(10.5)	728(10.5)	448(55.1)	365(44.9)	65( 8.0)	748(92.0)
40 - 59 years	362(62.4)	218(37.6)	49( 8.4)	531(91.6)	317(54.7)	263(45.3)	50( 8.6)	530(91.4)
≥ 60 years	76(66.7)	38(33.3)	8( 7.0)	106(93.0)	69(60.5)	45(39.5)	9( 7.9)	105(92.1)
$\chi^2$	7.902*		2.433		1.369		0.194	
Gender								
Male	458(61.2)	290(38.8)	60( 8.0)	688(92.0)	391(52.3)	357(47.7)	57( 7.6)	691(92.4)
Female	546(71.9)	213(28.1)	82(10.8)	677(89.2)	443(58.4)	316(41.6)	67( 8.8)	692(91.2)
$\chi^2$	19.421*		3.417		5.660*		.727	
Occupation								
Farmer/Forestry/Fishery/Self-manager	211(60.8)	136(39.2)	28( 8.1)	319(91.9)	188(54.2)	159(45.8)	29( 8.4)	318(91.6)
Blue collar worker	132(62.3)	80(37.7)	12( 5.7)	200(94.3)	103(48.6)	109(51.4)	13( 6.1)	199(93.9)
Clerical Worker	147(63.6)	84(36.4)	28(12.1)	203(87.9)	123(53.2)	108(46.8)	24(10.4)	207(89.6)
Housewife/Student	454(73.1)	167(26.9)	71(11.4)	550(88.6)	366(58.9)	255(41.1)	55( 8.9)	566(91.1)
Unemployed/Others	60(62.5)	36(37.5)	3( 3.1)	93(96.9)	54(56.3)	42(43.8)	3( 3.1)	93(96.9)
$\chi^2$	20.495		14.132*		7.797		6.441	
Education								
Below middle school	242(63.9)	137(36.1)	19( 5.0)	360(95.0)	212(55.9)	167(44.1)	25( 6.6)	354(93.4)
High school	461(66.9)	228(33.1)	63( 9.1)	626(90.9)	380(55.2)	309(44.8)	58( 8.4)	631(91.6)
College and over	250(68.5)	115(31.5)	51(14.0)	314(86.0)	198(54.2)	167(45.8)	34( 9.3)	331(90.7)
$\chi^2$	1.895		17.756*		0.215		1.947	
Religion								
No	421(63.7)	240(36.3)	51( 7.7)	610(92.3)	350(53.0)	311(47.0)	56( 8.5)	605(91.5)
Yes/Others	583(68.9)	263(31.1)	91(10.8)	755(89.2)	484(57.2)	362(42.8)	68( 8.0)	778(92.0)
$\chi^2$	4.549*		4.020*		2.725		0.093	
Monthly Income(won)								
< 1,000,000	306(63.6)	175(36.4)	34( 7.1)	447(92.9)	273(56.8)	208(43.2)	33( 6.9)	448(93.1)
1,000,000 ~ 1,990,000	324(69.4)	143(30.6)	42( 9.0)	425(91.0)	258(55.2)	209(44.8)	48(10.3)	419(89.7)
≥ 2,000,000	374(66.9)	185(33.1)	66(11.8)	493(88.2)	303(54.2)	256(45.8)	43( 7.7)	516(92.3)
$\chi^2$	3.569		6.947*		.684		4.003	

\*: p<0.05

† : proportion of those who utilize information

개인적 정보원과 경험적 정보원에 대해 선 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 직업에 따른 차이를 분석한 결과, 개인적 정보원과 경험적 정보원에 대해서는 가정주부/학생 집단이 가장 높은 이용률을 보였으며 공공적 정보원과 전문가 정보원에 대해서는 사무직의 이용률이 높았다. 특히 공공적 정보원에 대한 이용률이 직업적 특성에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

학력수준에 따라 비교한 결과는 개인적 정보원과 공공적 정보원, 그리고 전문가 정보원에 대해 대학재학이상의 학력 집단에서 높은 이용률을 보인 반면, 경험적 정보원에 있어선 상대적으로 저학력 집단의 이용률이 높았으며 특히 공공적 정보원 이용률에서 학력수준에 따라 통계

적으로 유의한 차이를 보였다. 종교인과 비종교인의 정보원 이용률을 비교하였을 때, 개인적 정보원과 공공적 정보원, 경험적 정보원에 있어선 종교를 갖는 집단이 그렇지 않은 집단보다 높은 반면, 전문가 정보원에 대해선 종교를 갖지 않는 집단이 종교를 갖는 집단보다 높았으며 특히 개인적 정보원과 공공적 정보원에 있어 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 월수입에 따른 정보원 이용률을 분석한 결과 개인적 정보원과 전문가 정보원에 있어선 101~199만원 소득집단의 이용률이 높은 반면, 공공적 정보원의 경우엔 200만원 이상 소득집단에서, 그리고 경험적 정보원에 있어선 100만원 이하 집단에서 이용률이 상대적으로 높았다. 또한 공공적 정보원 이용률에 있어 소득수준에 따

라 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

#### 4. 인구사회학적 특성에 따른 정보원 이용정도

실제 의료기관을 선택하는데 어떤 정보원을 얼마나 참조하는지를 인구사회학적 특성에 따라 비교분석한 결과는 Table 4와 같다. 연령군별 분석결과 경험적 정보원에 대해 40~59세 연령집단과 60세 이상 연령집단에서 20~39세 연령집단보다 실제 의료이용시 통계적으로 유의하게 정보를 많이 참조하고 있었다. 성별에 따른 비교 분석결과에선 정보원별 정보참조 정도에 유의한 차이가 없었다. 직업에 따른 비교결과, 경험적 정보원에 대해 농업/임업/어업/자영업 집단과 무직/기타 집단이 사무직 집단보다 정보참조 정

도가 통계적으로 유의하게 높았다.

학력수준별 비교결과 경험적 정보원을 제외하고 다른 정보원 종류에 대해 대학 재학이상의 학력집단이 다른 집단에 비해 정보참조 정도가 높은 반면, 경험적 정보원에 대해선 고졸이하 학력집단이 대학재학이상의 학력집단보다 정보참조 정도가 높았으며 특히 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 종교유무와 소득수준에 따른 정보참조 정도에는 유의한 차이를 보이지 않았으나 200만원 이상의 소득집단이 소득이 낮은 다른 집단에 비해 정보참조 정도가 상대적으로 높은 경향을 보였다.

5. 정보탐색 행태에 따른 고객집단 세분화

정보탐색 유무 및 주요 정보원 종류를 이용하는 집단들의 인구사회학적 특성을

살펴보기 위하여 의사결정 나무분석을 실시하였으며 결과는 Table 5에 요약하였다. 정보탐색 유무에 따른 집단별 특성을 분석한 결과 정보탐색을 한 집단은 성, 종교의 2개 변수에 의해 3개 집단으로 구분될 수 있었는 바, 우선 세분집단 1로서 여자이면서 정보탐색을 한 집단이 여자 중에서는 87.0%, 전체 대상자중에서는 43.8%를 차지하였다. 세분집단 2는 남자이면서 종교인으로서 해당 집단중 정보를 탐색한 비율은 79.4%였으며 전체 조사대상자중에서는 18.6%를 차지하였다. 세분집단 3은 남자이면서 종교가 없는 집단으로서 이들 집단중 정보를 탐색한 비율은 72.6%였으며 전체 대상자중에서는 18.9%를 차지하였다.

개인적 정보원 이용자들을 인구사회학적 특성에 따라 동질적으로 세분하면 성

에 의해 2개 집단으로 분류되었다. 세분 집단 1은 여자집단으로서 이들 집단중 개인적 정보원을 이용한 비율은 72.0%였으며, 전체 대상자중에서는 36.2%를 차지하였다. 세분집단 2는 남자로서 개인적 정보원을 이용한 비율은 61.2%였으며 전체 대상자중에서는 30.4%를 차지하였다.

경험적 정보원 이용자들에 대한 세분화 결과를 보면 성과 종교유무에 따라 3개 집단으로 분류할 수 있었다. 세분집단 1은 여자집단으로서 이들 집단중 개인적 정보원 이용률은 58.4%였으며 전체 대상자중에서는 29.4%를 차지하였다. 세분 집단 2는 남자이면서 종교를 가진 집단으로서 이들 집단중 경험적 정보원 이용률은 58.5%였으며 전체 대상자중에서는 13.7%를 차지하였다.

공공적 정보원 이용자들에 대한 세분

Table 4. Searching level of source of information by sociodemographic characteristics(means)

source of Information	Personal Informer	Public Informer	Experimental Informer	Professional Informer
Characteristics				
20 - 39 years	1.55	1.40	1.79	1.62
40 - 59 years	1.50	1.36	1.86	1.56
≥ 60 years	1.48	1.25	1.88	1.89
F - value	2.044	0.507	4.403*	1.747
Gender				
Male	1.53	1.45	1.82	1.65
Female	1.52	1.33	1.83	1.58
t - value	0.294	1.524	-0.561	0.759
Occupation				
Farmer/Forestry/Fishery/Self-manager	1.53	1.38	1.86	1.72
Blue collar worker	1.56	1.42	1.82	1.69
Clerical worker	1.54	1.50	1.71	1.50
Housewife/Student	1.53	1.32	1.84	1.58
Unemployed/Others	1.45	1.67	1.87	1.67
F - value	0.727	1.089	3.738*	0.841
Education				
Below middle school	1.52	1.32	1.88	1.64
High school	1.52	1.36	1.84	1.55
College and over	1.54	1.42	1.74	1.68
F - value	0.140	0.395	7.370*	0.763
Religion				
No	1.51	1.29	1.81	1.64
Yes/Others	1.54	1.43	1.83	1.59
t - value	-1.260	-1.730	-0.968	0.617
Monthly Income(Won)				
< 1,000,000	1.51	1.34	1.83	1.61
1,000,000 ~ 1,990,000	1.52	1.36	1.81	1.56
≥ 2,000,000	1.55	1.42	1.83	1.67
F - value	0.560	0.401	0.420	0.594

\*: p<0.05

**Table 5.** Characteristics and distribution of segmented consumer group by each source of information unit: %

Group		Segment 1	Segment 2	Segment 3	Segment 4	Segment 5
Information Searching	Characteristic proportion 1 <sup>1)</sup>	Female 43.8	Male/Religion(Yes) 18.6	Male/Religion(No) 18.9		
	proportion 2 <sup>2)</sup>	87.0	79.4	72.6		
Personal Informer	Characteristic proportion 1 <sup>1)</sup>	Female 36.2	Male 30.4			
	proportion 2 <sup>2)</sup>	72.0	61.2			
Experimental Informer	Characteristic proportion 1 <sup>1)</sup>	Female 29.4	Male/Religion(Yes) 13.7	Male/Religion(No) 12.2		
	proportion 2 <sup>2)</sup>	58.4	58.5	46.7		
Public Informer	Market characteristic proportion 1 <sup>1)</sup>	College and over 4.0	High school /Female 3.2	High school /Male/Religion(Yes) 0.7	High school /Male/Religion(No) 0.3	Below middle school 1.3
	proportion 2 <sup>2)</sup>	13.7	12.4	8.2	2.4	5.0

\*: p<0.05

1) proportion of information searching group in total respondents

2) proportion of information searching group in respondents of each segment category

화 결과를 보면 학력수준과 성, 종교의 3개 변수에 의해 5개 집단으로 분류할 수 있었다. 세분집단 1은 대학재학이상 집단으로서 이들 집단중 공공적 정보원 이용률은 13.7%였으며 전체 대상자중에서는 4.0%를 차지하였다. 세분집단 2는 고졸학력의 여자집단으로서 이들 집단중 공공적 정보원 이용률은 12.4%이였으며 전체 대상자중 3.2%를 차지하였다. 세분집단 3은 고졸학력의 남자이면서 종교를 가진 집단으로서 이들 집단중 공공적 정보원 이용률은 8.2%, 전체 대상자중에서는 0.7%를 차지하였다. 세분집단 4는 고졸학력의 남자이면서 종교를 갖지 않는 집단으로서 이들 집단중 정보원 이용률은 2.4%, 전체 대상자중에서는 0.3%를 차지하였다. 세분집단 5는 중졸이하 학력 집단으로 이들 집단중 정보원 이용률은 5.0%, 전체 대상자중에서는 1.3%를 차지하였다.

## 고 찰

본 연구는 인구사회학적 특성에 따른 의료소비자들의 정보탐색 행태를 파악하여 보다 효과적인 홍보전략을 수립하기 위한 기초자료를 마련하고자 시도되었다. 분석결과 인구사회학적 특성에 따라 정

보탐색 유무, 이용하는 정보원 종류, 정보탐색 정도에 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 연령군에 있어선 장년층이라고 할 수 있는 40~59세 연령집단에서 정보탐색을 하는 경우가 많았으며 이는 White-Means [18]의 연구와도 일치하는 결과이다. 이들 연령층에서 정보탐색이 많이 일어나는 이유로는 이들 집단이 가구에 속하거나 가족의 건강문제를 결정하는데 중심적 위치에 있기 때문에 이로 인한 책임에서 비롯된 것으로 설명해 볼 수 있다. 그러나 일반 제품이나 서비스 구매의 경우엔 Sternthal [19], Furse [20], 윤정혜[21] 등의 연구에서처럼 소비자의 연령이 낮아질수록 탐색량이 많다는 연구들과 이은희 [22], 주섭중 [23]의 연구와 같이 연령에 따른 정보탐색 정도에 유의한 차이가 없다는 연구들이 함께 보고되고 있어, 본 연구와 다른 연구결과와의 차이가 의료서비스의 특성에서 비롯된 것인지에 대해선 추가적인 연구를 통한 검증이 필요하다고 판단된다.

성별 특성 또한 본 연구에서는 중요한 변수로 분석되었는데 이는 기존 연구들이 대부분 주부들을 대상으로 한 관계로 성별 특성에 따른 차이를 밝혀내지 못했던 점과 비교할 때 본 연구의 고유한 분석결과라고 할 수 있다. 아울러 시간적 압

박감이 증가할수록 정보탐색량은 줄어든다는 기존 연구 [3]를 감안할 때, 여성 응답자의 대부분이 주부인 것으로 보아 남자보다 정보탐색 활동을 수행할 수 있는 시간적 여유가 많은 점도 또 다른 이유가 되지 않을까 사료된다. 이러한 설명은 직업별 특성에서 가정주부/학생 집단이 다른 집단보다 정보탐색을 하는 경우가 유의하게 많은 결과에도 동일하게 적용될 수 있다. 아울러 노무직이 정보탐색을 하는 경우가 사무직보다 적은 결과는 Newman [24]의 연구와도 일치하며 이는 배은영 [3]의 지적처럼 직업에 따른 상대적 시간여유가 다르기 때문이기도 하지만 사무직의 경우 노무직보다 정보처리 능력이 상대적으로 높고 자신의 판단에 비중을 두는 경우가 많아 정보탐색에 적극적일 수 있다는 이유로 설명해볼 수 있을 것이다.

종교유무에 따라 정보탐색 여부에 통계적으로 유의한 차이를 보였는데 종교적 신념을 가진 집단이 어떠한 기전에 의해 정보탐색을 많이 하는지에 대해선 이 연구에서 설명하기 어려우며 향후 심층적인 규명이 필요하다고 판단된다. 다만 종교를 가진 집단이 갖지 않은 집단보다 여성비율이 유의하게 많았는 바, 성별 분포에 따른 영향을 배제할 수 없다고 본다.

학력수준이나 소득수준에 따른 정보탐색 유무를 분석하였을 때 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았지만 상대적으로 저학력, 저소득 계층에서 정보탐색을 하는 경우가 낮았는 바, 이는 Kasteler [5], White-Means [18] 연구와 비슷한 경향을 보여준다. 즉 지적 수준이 높고 경제적 여유를 가질수록 정보탐색의 필요성을 인식하고 실제 행동으로 연결될 가능성이 높다고 설명해볼 수 있다.

정보원 종류별 이용현황을 보면 대다수가 1개 내지 2개의 정보원을 이용하고 있었으며 개인적 정보원과 경험적 정보원이 주로 이용되는 정보원임을 알 수 있었다. 이러한 결과는 Glassman [6]의 연구에서 의료소비자들의 경우 평균 1.2개의 정보원을 가지며 상대적으로 다른 서비스나 제품보다 정보원 수가 적다고 지적한 것과 동일한 맥락의 결과이다. 또한 인적 정보원 비율이 높은 것은 의료서비스에 대해 연구한 고은혜 [10], 김진희 [13] 연구와 일치하며 이는 의료서비스의 경우 경험적, 개인적 정보원과 같은 인적 정보원이 중요 정보원이 되고 있음을 거듭 확인시켜주는 결과이다. 아울러 이러한 결과는 서비스를 대상으로 조사한 최충현 [25]의 결과와도 일치하고 있는 바, 이는 의료분야의 서비스적 속성을 반영하고 있다고 보여진다. 그 외에도 가용한 모든 정보원을 이용하는 경우도 전체 조사자의 0.9%를 차지하여 소수이기는 하지만 적극적 정보탐색 집단이 존재함을 확인할 수 있었다.

정보원 종류별 인구사회학적 특성을 비교한 바에 따르면 연령적 특성으로서 20세~39세 연령집단은 개인적 정보원과 공공적 정보원 이용률이 높은 반면 60세 이상 집단은 경험적 정보원 이용률이 높아 연령군별로 이용하는 정보원 종류에 다소 차이가 있었다. 이는 연령이 높을 경우 주위의 개인적 인력망을 통해 정보를 구하고 의사결정에 참조하는 반면, 젊은 연령일수록 공공적 정보원이나 전문가 정보원과 같은 공적 정보원에 신뢰를 두는 행태로 설명해볼 수 있다. 성별 특성에 있어선 모든 정보원 종류에 있어 여성

의 정보원 이용률이 남성보다 높았는 바 이는 여성의 적극적 정보탐색 행태를 반영하고 있으며 특히 경험적 정보원 이용률이 유의하게 높은 이유는 여성이 구전을 통한 정보수집에 보다 용이하다는 점과 연결지어 설명할 수 있다. 학력수준이나 소득수준에 있어서는 상대적으로 고학력 집단, 고소득 집단이 통계적으로 유의하게 공공적 정보원 이용률이 높았는 바, 이는 이들 집단들이 상대적으로 신뢰성이 높은 정보원천을 선호하고 있음을 보여주는 결과이다.

정보내용을 실제 의료기관 선택시에 얼마나 참조하는지를 분석하였을 때 경험적 정보원을 이용하는 경우에 다른 정보원보다 참조정도가 높았으며 이러한 결과는 경험적 정보원 이용률 자체도 높을 뿐만 아니라 구한 정보를 실제 적용하는 정도도 높음을 의미하는 것으로서 의료분야에서 경험적 정보원의 영향력이 그만큼 높다고 해석될 수 있다. 또한 경험적 정보원 이용시 연령이 높을수록, 농업/임업/어업/자영업자나 무직/기타 집단일수록, 저학력 집단일수록 참조정도가 높았는 바, 이는 정보처리 능력이 상대적으로 낮아 가능한 적은 정보를 처리하고자, 과거의 경험에 의존하려는 소극적 탐색 행태를 보이는 결과로 설명해볼 수 있다 [26]. 또한 의료서비스는 무형의 재화이기 때문에 질을 판단하는 것이 용이하지 않으며 객관적으로 판단할 정보수집능력이 낮은 경우 선택과정의 위험을 최소화하기 위한 대안으로서 외부탐색보다는 내부탐색으로 자신의 경험에 의존할 수밖에 없다는 Furse 등 [20]의 설명이 적용될 수 있을 듯 싶다.

정보탐색 유무와 이용 정보원 종류에 따른 고객집단 특성을 분석한 결과에 따르면 연령, 성별 특성, 학력수준, 종교유무 등이 이들 집단을 구분짓는 주요 영향변수였으며 이들 변수 특성에 따라 3~5개 세분집단으로 구분될 수 있었다. 즉 정보탐색을 하는 집단은 과반수가 여성집단에 속하거나 남성집단중 종교를 가진 집단과 가지지 않는 집단 특성을 보여 주었다. 개인적 정보원을 탐색하는 집단은

성별 특성에 따라 남성집단과 여성집단으로 구분되었으며 경험적 정보원을 활용하는 집단은 전반적인 정보탐색을 하는 집단과 동일한 특성으로 분류되었다. 공공적 정보원을 활용하는 집단은 학력수준, 성별 특성, 종교 유무 등에 따라 5개 세분집단으로 구분할 수 있었으며 특히 대학졸업자 학력을 지닌 집단과 고등학교 졸업의 여성집단 구성비가 높은 특성을 보였다.

요약하면 이들 세분집단들은 정보탐색을 하거나 선호하는 정보원이 다른 집단이라고 할 수 있는 바, 이러한 결과는 의료소비자의 특성을 고려하여 홍보전략이 수립되어야 함을 의미한다. 즉 해당 의료기관 이용자들의 특성을 분석하여 이들 이용자들이 어떤 정보매체를 선호하는지를 분석해내거나 홍보를 집중하고자 하는 대상집단의 특성을 파악한 후 이들 집단이 선호하는 정보원을 대상으로 홍보계획을 수립하는 전략적 대응이 의료기관의 홍보효과나 자원효율 측면에서 유용하다고 할 수 있다.

그러나 이상의 연구결과에서 보여주듯 이용 정보원수가 작고 주로 인적 정보원에 의존하는 의료소비자의 정보탐색 행태가 의료서비스의 본래적 특성에 기인한다기보다 의료분야에서 의료소비자들이 활용할 수 있는 정보원이 다양하지 않은 현실을 반영하고 있음을 배제하기 어렵다. 따라서 의료소비자들이 양질의 서비스를 제공하는 의료기관을 선택할 수 있도록, 그리고 자신의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있는 의료기관을 파악할 수 있도록 다양한 정보원을 개발하고 의료기관의 정보를 알리는 노력은 의료소비자와 의료공급자 양자에게 유익하다고 판단되는 바, 이를 위한 의료기관의 적극적 노력이 경주될 필요가 있다고 본다.

아울러 경험적 정보원이나 개인적 정보원이 의료분야에서 영향력이 큰 정보원이라는 연구결과는 결국 이들이 과거, 현재의 의료기관 이용자들이라고 할 수 있다는 점에서 이들의 구전효과가 미래 고객의 이용을 촉진하는 주요 정보가 되고 있으며 의료기관의 마케팅 노력이 의



로그기관을 찾는 현재 이용자들에게 최선의 서비스를 제공하는데서 출발해야 한다는 전략적 함의를 시사하고 있다.

지금까지 의료 서비스 분야에서의 소비자 의사결정 과정이나 정보탐색에 관한 연구가 미흡한 실정이며 그나마 수행된 연구들도 주로 일부 주부대상 연구들이었던 점을 감안하면 이 연구는 전국 단위의 조사로서 다양한 인구사회학적 특성을 분석해볼 수 있었다는 점에서 우리나라 의료소비자의 특성에 대한 정보를 담은 유용한 기초자료가 될 것으로 판단된다. 또한 정보탐색 양상에 대해서도 다른 연구들보다 정보원의 종류와 탐색 양상을 집중적으로 분석하였다는 점에서 의료분야의 정보탐색 양상에 대한 다양한 정보를 제시할 수 있었다고 본다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 몇 가지 제약점을 안고 있다. 첫째, 서론에서 제시하였듯이 정보탐색 양상과 관련된 다양한 요인중 주로 의료소비자의 특성에 초점을 맞추다 보니 의료공급자의 특성이나 선택과정의 상황적 요인 등 다양한 요인들이 제대로 고려되지 못하였다. 본 연구의 초점이 정보탐색 행태의 차이를 보이는 의료소비자의 특성에 맞추어졌다는 점에서 본 연구의 타당성을 떨어뜨릴만한 제약점이라고 보지는 않지만 추후 보다 다양한 특성들이 심층적으로 연구된다면 정보탐색 과정에 대한 합리적 이해를 높일 수 있을 것으로 판단된다. 둘째, 의료서비스는 질병종류나 이환기간 등에 따라 속성이 서로 다를 수 있기 때문에 이러한 속성의 차이에 따른 정보탐색 행태가 구분되어야 함에도 불구하고 반영되지 못하였다. 이러한 제약점들은 무엇보다도 이 연구가 의료분야 정보탐색 연구의 시발적 위치에서 시도되었다는 점과 무관하지 않으며 향후 이 분야와 관련하여 언급한 주제들을 다루는 다양한 연구들이 활성화됨으로써 의료소비자의 합리적인 이용을 촉진시키는 토대가 마련되기를 기대한다.

## 요약 및 결론

본 연구는 인구사회학적 특성에 따른 의료소비자들의 정보탐색 행태를 파악하여 효과적인 홍보전략을 수립하기 위한 기초자료를 마련하고자 시도되었으며, 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 유무에 대해 살펴본 결과 연령별로는 40~59세군이, 성별로는 여자가, 직업별로는 가정주부/학생이 그리고 종교를 가진 집단일수록 통계적으로 유의하게 정보탐색을 많이 하고 있었다. 둘째, 전체 응답자 1,507명중 81.4%인 1,227명이 최소한 한가지 이상의 정보원을 이용하고 있었으며, 단 하나의 정보원도 이용하지 않는 경우는 280명(18.6%)이었다. 정보원 종류로는 개인적 및 경험적 정보원이 가장 많이 이용되고 있었다. 셋째, 인구사회학적 특성에 따라 정보원 종류별 이용률을 살펴본 결과 개인적 정보원은 20~39세군, 여성, 종교인이 보다 많이 이용하였으며, 공공적 정보원은 사무직, 대학 재학이상의 학력집단, 종교를 가진 집단, 월수입 200만원 이상군에서 높은 이용도를 보였다. 경험적 정보원은 여자가 남자보다 통계적으로 유의하게 많이 이용하고 있었다. 넷째, 실제 의료기관을 선택하기 위해 어떤 정보원을 얼마나 참조하는지를 인구사회학적 특성에 따라 비교 분석한 결과 경험적 정보원에 대해서는 60세 이상 집단, 무직/기타 직업집단과 농·어업 등 1차산업 종사자, 중졸이하의 그룹에서 참조정도가 통계적으로 유의하게 높았다. 다섯째, 정보탐색 유무 및 주요 정보원 종류를 이용하는 집단들의 인구사회학적 특성을 살펴본 결과 정보탐색 유무, 개인적 및 경험적 정보원 이용률에 따라서는 3개의 집단으로 세분화되었으며, 공공적 정보원에 대해서는 5개의 세분집단으로 구분되었다.

연구결과를 종합할 때 의료소비자의 인구사회학적 특성에 따라 정보탐색을 선호하는 정보원 종류나 탐색정도에 차이가 존재함을 알 수 있었다. 따라서 의료소비자의 특성에 따른 정보탐색 양상의

차이를 고려하여 대상집단에 적합한 홍보전략을 수립하려는 노력이 필요하다고 판단된다.

## 참고문헌

1. 조우현, 이선희, 이해종, 전기홍. 의료 서비스 마케팅. 퇴설당 1999
2. 김학운, 이호배. 소비자 행동. 무역경영사 1996; 344-354
3. 배은영. 일차의료 단계에서의 정보탐색비용 추계. 서울대학교 보건대학원 보건학석사학위 논문 1995
4. Parsons, T. The social system. New York: Free Press
5. Kasteler, J., Kane, R.L. and Olsen, D.M. Issues underlying prevalence of Doctor-shopping behavior. *J Health and Soc Beh* 1976; 17(12): 328-339
6. Glassman, M. and Glassman, N. A Marketing analysis of physician selection and patient satisfaction. *J Health Care Mark* 1981; 1(4): 96-118
7. Swartz, T.A. and Stephens, N. Information search for services: The maturity segment. *Adv Cons Resear* 1982; 10: 244-249
8. Boscarino, J and Steiber S.R. Hospital shopping and consumer choice. *J Health Care Mark* 1982; 2(2): 15-23
9. David W. Stewart, Gerald B. Hickson, Srinivasan Ratneshwar, Cornelia Pechmann and William Altemeier. Information Search and Decision Strategies Among Health Care Consumer. *Adv Cons Resear* 1985; 12: 252-258
10. 고은혜. 의료서비스 구매의 의사결정 과정에 관한 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문 1990
11. 배현우. 우리나라 병원마케팅 전략의 추진에 관한 연구. 한남대학교 경영대학 박사학위 논문 1992
12. Hong H.S., You D.K. A study on word-of-mouth of health care consumer. *Hotel Tourism Management Research Organization* 1996; 67-86(Korean)
13. 김진희. 소비자의 의료서비스에 대한 정보탐색행태. 서울대학교 대학원 소비자아동학 석사학위 논문 1995
14. Kotler, P., Clarke R.N. Marketing for health care organization. Prentice Hall 1987
15. 최종후, 한상태, 강현철, 김은석. AnswerTree를 이용한 데이터마이닝 의사결정나무분석. 고려정보산업

- 1998
16. Kwon C., Lee S.H., Sohn M.S. Market segmentation of outpatient services on the based of consumption values in hospitals. *Korean J Hosp Manag* 1997; 2(1): 96-113(Korean)
  17. Lee J.J., Kim H.J., Cho W.H., Lee S.H. A Study on demand and market segmentation in nursing homes. *Korean J Health Policy & Administration* 1997; 7(1): 55-72(Korean)
  18. White-Means, S. Consumer information, insurance and doctor shopping: The elderly consumer's perspective. *J Cons Affairs* 1989; 23: 45-64
  19. Philips, L.W. and Sternthal, B. Age Differences Information Processing: A Perceptive on the Aged Consumer. *J Mark Resear* 1977; 14: 332-334
  20. Furse, D.H., Punj, G.N. and Stewart, D.W. A topology of individual search strategies among purchasers of new automobiles. *J Cons Resear* 1984; 10: 417-431
  21. Yoon J.H. Study on pre-purchase comparing behavior of rural consumer. *J Korean Home Economic Assoc* 1982; 20(4): 169-176(Korean)
  22. Lee E.H. Information searching behavior of purchaser of electric home appliances. *J Korean Home Economic Assoc* 1994; 32(5)(Korean)
  23. 주섭중. 소비자 정보탐색과정에 있어서 관여도가 정보탐색에 미치는 영향. 한양대학교 석사학위논문 1989
  24. Newman, J.W. and Staelin, R. Prepurchase information seeking for New cars and major Household Applications. *J Mark Resear* 1972; 9: 33-36
  25. 최충현. 서비스에 대한 소비자의 정보 탐색에 관한 연구. 한양대학교 석사학위 논문 1993
  26. 임종원, 김재일, 홍성태, 이유재. 소비자 행동론. 경문사 1994