

**병원 홈페이지 디자인에 관한 연구**  
**A Study on Hospital Homepage Design Development**

최병만, 양종열, 홍찬석  
 전북대학교 산업디자인학과

Choi Byung-Man, Yang Jong-youl, Hong Chan-Seok  
 Dept. of Industrial Design, Chonbuk Univ.

**Keywords : conjoint analysis, Fractional Factorial design, Interaction effect**

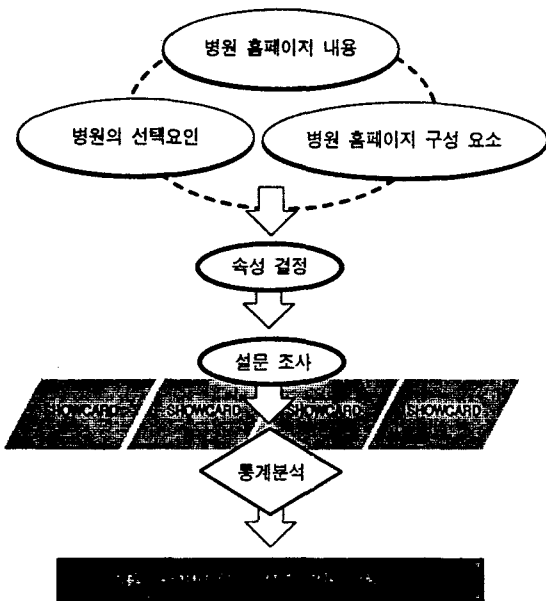
**1. 연구의 배경 및 목적**

병원은 생명을 다루는 서비스를 취급하고 이것은 국민의 건강 및 생명과 직결된 서비스인 만큼 상업적 목적으로 다루어질 수 없는 분야이다. 따라서 영리만을 목적으로 의료광고가 시행되는 것을 우려하여 의료광고를 법적으로 금지하고 있다. 이러한 상황은 내·외적으로 병원을 알릴 수 있는 매체와 방법을 극히 제한적 규제하였다. 하지만 인터넷의 개발을 통한 웹사이트의 등장은 병원의 경영전략 및 마케팅의 대 변환이 예고되고 있는 상황이다.

등록된 홈페이지를 살펴보면 사용자의 입장에서 화면의 구성 요소를 제대로 파악하지 않은 상태에서의 이미지와 텍스트의 조합으로 이루어진 화면디자인이 대부분이다. 이에 경영전략, 마케팅 측면에서 바라본 병원의 선택요인에 대한 연구를 바탕으로 화면디자인의 요소로 적용하고 각 요소들의 속성을 수준으로 세분화하여 컨조인트 분석(conjoint analysis)을 통해 소비자의 선호도를 분석하여 보다 더 사용자 지향적인 병원 웹사이트 디자인의 구조 측면을 연구하여 결과물을 도출시켜 그 발전 방향을 제시하고자 한다.

**2. 연구방법**

본 연구는 병원홈페이지의 구성요소와 내용요소 그리고 병원의 선택요인에서 분석에 필요한 속성과 수준을 파악하여 설문조사를 한 후 컨조인트 분석을 실시하고 사용자의 선호도를 추출하여 병원홈페이지 디자인 요소의 선호도를 사례연구를 통하여 검증하고자 한다.



(그림1) 병원홈페이지 디자인의 컨조인트 분석 연구 모형

**3. 사례연구**

1. 컨조인트 분석에 필요한 홈페이지의 구성요소에서 속성과 수준을 (표1)과 같이 추출하였다. 단, 이미지의 내용의 수준은 병원의 선택요인에 대한 이론적 고찰에 따라 추출된 총 23개의 항목 중 시각적으로 표현 가능한 12개 항목들을 3개의 항목으로 분류하여 결정하였다.

속성	수준	
이미지의 형태	1. 정직	2. 동직
이미지의 크기	1. 크다	2. 작다
이미지의 내용	의사의 친절 환자상태에 대한 의료진의 설명 간호사의 친절 사무직원의 친절	1. 친절성
	대기시설의 편리 주차시설의 편리 보호자를 위한 부대시설의 편리성 의형적 시설의 현대성 의료장비의 현대성	2. 편리성
	병실이용의 편리 병실 및 병상의 분위기 병원내 분위기	3. 청결성
	슬로건과 이미지의 부합 여부	1. 부합 2. 비부합
	텍스트	1. 적축정렬 2. 우축정렬
	칼라	1. 없다 2. 있다
아이콘의 배열	1. 수평 2. 수직	

(표1) 병원 홈페이지 디자인을 위한 속성과 수준

**3-1. 측정방법**

조사대상은 총131명(디자인전공 대학생)으로, 직교계획1) 프로그램에 의해 출력된 카드 16장을 화면크기로 디자인하여 동시에 보여주면서 가장 선호하는 디자인을 순서대로 1에서 16까지 번호를 기입하는 방식으로 설문을 실시하였다.

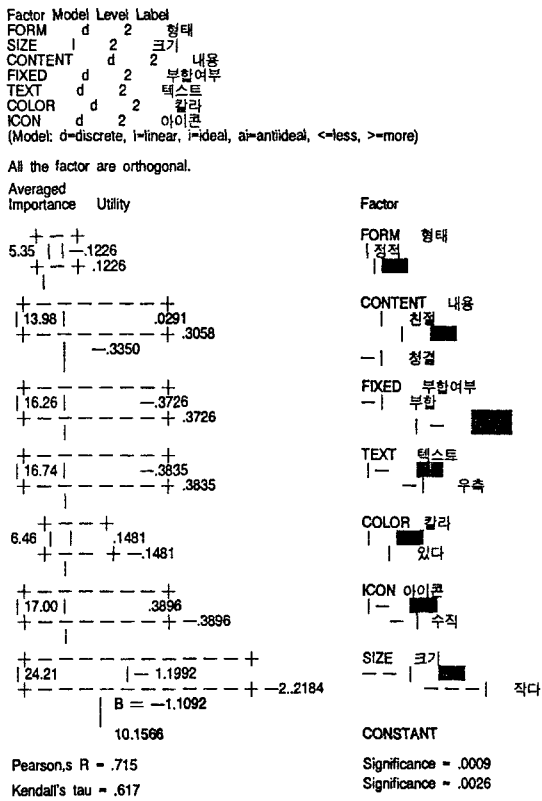
조사대상	131명(디자인전공 대학생)
조사방법	선호도분석(conjoint analysis)

**3-2. 분석방법**

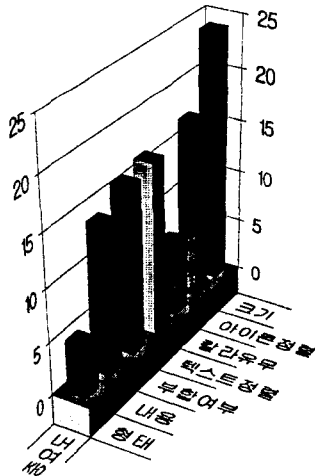
설문에 응답한 16개 항목의 총131명의 데이터를 SPSS프로그램을 사용하여 컨조인트 분석을 실시하였다.

1) 직교계획 프로그램은 불필요한 교호작용을 구하지 않고, 각 수준의 조합 중에서 일부만을 선택하여 실험을 실시하는 방법으로 일부실험법(Fractional Factorial design)이다.

### 3-3. 분석결과



(표2) 병원 홈페이지 컨조인트 분석결과



(그림2) 병원 홈페이지 컨조인트 분석결과 중요도 요약

#### 참고문헌

1. 강병서 · 김계수, 사회과학 통계분석, SPSS아카데미, 1998
2. 이인경, 병원특성에 따른 선택요인 및 환자만족도 비교, 연세대학교 보건대학원. pp47~49 1996
3. DIETER K. TSCHULIN, BERND HELMIG, The Optimal Design of Hospital Advertising by Means of Conjoint Measurement, JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH, 1998, pp35~46
4. 산업자원부, 소비자 선호형태창출을 위한 제품형태 분석방법에 관한 연구, 1998, pp147~165



(그림3) 컨조인트 분석에 의한 병원 홈페이지 디자인

### 4. 결론 및 향후 연구방향

분석결과에서 보듯이 병원의 홈페이지 구성요소의 선호도는 각 요소에 따라 (그림2)에 나타나 있으며 구성요소의 중요도에서는 이미지의 크기(24%)가 가장 크게 이미지의 형태(동적, 정적)(6%)가 가장 작게 나타났다.

(그림3)은 위 분석의 결과를 바탕으로 병원의 홈페이지의 구성요소의 선호도인 및 선호도를 홈페이지 화면디자인에 적용한 예이다.

본 연구의 미비점은 홈페이지의 전반적인 구성요소를 분석요인으로 다루지 못한점과 변수들간의 상호작용효과(interaction effect)를 분석할 수 없다는 점이다. 하지만 최적조합도출시 비현실적이라고 판단될 때 디자이너는 몇 개의 조합을 가진 대안을 선정하여 컴퓨터시뮬레이션을 함으로써 상호작용효과를 줄일 수 있다. 이에 향후 각 구성요소 각각에 대한 세밀한 분석이 필요하며, 그 결과를 다시 컨조인트 분석하여 중요한 속성을 발견하고, 속성별 중요정도를 파악하여 웹사이트의 화면디자인에 적용시킨다면 사용자 지향적 홈페이지디자인을 할 수 있을 것이다.

본 연구 논문은 전북대학교 산업디자인개발연구소 연구비 지원에 의하여 수행되었습니다.