

## 라이프스타일과 의료이용 의사결정과정 분석

김지윤<sup>1)</sup>, 조우현<sup>2)</sup>, 이선희<sup>3)</sup>, 이해종<sup>4)</sup>

연세대학교 대학원 보건학과<sup>1)</sup>, 연세대학교 의과대학 예방의학교실<sup>2)</sup>,  
이화여자대학교 의과대학 예방의학교실<sup>3)</sup>, 연세대학교 보건행정학과<sup>4)</sup>

### <Abstract>

#### An Analysis on Decision-making Process Regarding the Use of Medical Service According to Lifestyle

Jee Yoon Kim<sup>1)</sup>, Woo Hyun Cho<sup>2)</sup>, Sun Hee Lee<sup>3)</sup>, Hae Jong Lee<sup>4)</sup>

*Department of Public Health, The Graduate School of Yonsei University<sup>1)</sup>*

*Department of Preventive Medicine, College of Medicine, Yonsei University<sup>2)</sup>*

*Department of Preventive Medicine, Medical College of Ehwa Womens University<sup>3)</sup>*

*Department of Health Administration, Yonsei University<sup>4)</sup>*

The purpose of this study is to establish strategy by subdividing consumer market according to the lifestyle which influences the use of medical facilities. The subject of this study were 700 adults who were over 20 years of age and residing in Suwon and its vicinity. To collect data trained staff conducted person-to-person interviews with the assistance of structured questionnaires. The questionnaires cover the areas of life style pattern study, the characteristics of demographic sociology, decision-making process related to the use of medical service. The influencing factors were analyzed and as a result total 18 factors were singled out. Cluster analysis was performed to differentiate similar responses. Each group was named as 'health-unconcern type' 'passive health-concern type' 'regular health-concern type' and 'active health-concern type' according to the

characteristics. Each group showed statistically significant difference in the characteristics of demographic sociology. Decision-making process regarding the use of medical service according to lifestyle was analyzed. As a result following items showed significant difference: whether the information was utilized, what was the criteria in selecting medical facilities for serious illness or complicated examination, who was the decision maker in selection medical facilities, and with whom one discussed in selecting medical facilities. The result of this study has its limitation in that it can not be applied directly to market subdivision. However, this will help medical facilities understand customers' lifestyle, which will eventually provide medical facilities with marketing tools in establishing effective PR strategy. In order to apply the lifestyle as a marketing tool of medical facilities, following tasks are to be carried out: the development of the questionnaire which can better analyze consumers' lifestyle related to the use of medical service, the examination of precise characteristics of subdivided market according to lifestyle, and the continuing study on the relationship between lifestyle and the process in selecting medical facilities.

*Key Word : lifestyle, purchase decision-making process, medical utility utilization*

## I . 서 론

### 1. 연구의 배경

의료기관을 둘러싼 환경은 사회 전반적인 변화를 반영한다. 최근 경제침체로 인한 환자수 감소와 재정적인 압박의 증가로 많은 의료기관들이 도산하고 있다. 한편 급격한 사회·경제적 환경의 변화는 소비자들의 욕구 및 구매행동에 많은 변화를 초래했다. 소비자들이 더욱 다양하고 복잡한 욕구를 가지게됨에 따라 제품의 속성 중 심리적·상징적 부분에 더 집중하는 경향을 보이고 있다. 또한 소비자가 느끼는 만족도 역시 양적 측면에서 질적 측면으로 옮겨가고 있다. 이러한 의료시장의 변화속에서 기업이 생존하고 성장하기 위해서는 소비자들의 심층적인 심리구조와 행동양식을 정확하게 파악하여, 그들의 복잡한 욕구를 충족시켜야만 한다(Schew, 1980). 따라서 의료기관의 유지와 성장을 위해서는 진료권내 경쟁우위의 확립이 필요하며, 이를 위한 효과적인 마케팅전략이 요구된다. 그러나 다양하고 복잡한 소비자들의 욕구를 모두 충

족시키는 것은 불가능하다. 따라서 마케팅 활동을 효율적으로 수행하기 위해, 하나의 시장을 상이한 제품이나 마케팅믹스를 원하리라고 기대하는 상이한 욕구, 특성, 또는 행동을 하는 구매자 집단으로 나누는 시장세분화가 요구된다. 시장세분화를 위한 기준에는 지리적, 인구통계적, 심리묘사적, 행동적 변수 등이 있다(Kotler, 1996). 이중 심리묘사적 변수의 하나인 라이프스타일 유형에 대한 연구가 내재된 소비자의 욕구를 예측하는데 비교적 많은 정보를 제공해 준다고 할 수 있다.

그러나 의료기관의 마케팅전략에 관련된 연구들은 대부분 소비자들의 의료기관 선택에 영향을 미치는 요인들에 집중되어 있다(김성현, 1987; 조우현, 1992). 최근 이지전 등(1997)의 유료요양원 수요에 대한 시장세분화 연구, 권진 등(1997)의 소비가치에 의한 외래서비스 이용환자의 시장세분화에 관한 연구를 제외하고는 의료의 시장세분화에 관련된 연구는 매우 부족하다고 할 수 있다.

따라서 이 연구에서는 소비자의 라이프스타일이 의료기관의 시장세분화의 기준으로서, 그리고 마케팅 전략을 위한 정보로서 유용한지에 관하여 탐색해보고자 한다.

## 2. 연구의 목적

이 연구의 목적은 라이프스타일이 소비자의 의료이용에 관한 의사결정과정에 미치는 영향을 알아봄으로써, 의료기관의 마케팅전략 수립을 위한 시장세분화 도구로서의 유용성을 규명하는 것이다. 세부 목적은 다음과 같다.

- 첫째, 소비자의 라이프스타일 유형에 따라 집단을 분류하고 각 집단의 특성에 따라 명명한다.
- 둘째, 각 집단간에 의료이용에 관한 의사결정과정에 차이가 있는지 알아본다.

# II. 연구방법

## 1. 연구의 틀

이 연구는 두 단계로 이루어졌다. 1단계에서는 요인분석을 통하여 소비자의 라이프스타일 유형을 분류할 수 있는 요인을 찾아내고, 각 응답자들에 대한 요인점수를 계산하였다. 그리고 요인점수가 비슷한 사람들끼리 분류하기 위하여 군집분석을 실시하여, 집단별 특성규명과 명명을 하였다. 2단계에서는 집단별로 의료이용과 관련된 의사결정과정에 차이가 있는지를  $\chi^2$  분석을 통해 분석하였다.

## 2. 연구대상 및 자료수집방법

이 연구는 수원 및 인근지역인 용인, 오산, 화성에 거주하고 있는 만 20세 이상의 남녀 700명을 대상으로 하였다. 조사대상 지역은 수원 및 인근지역 주민의 실질적인 중진료권이라고 할 수 있다. 연령층을 만 20세 이상으로 한 이유는 어린이나 청소년의 의료이용에 대한 의사결정이 대부분 부모 등 주위의 성인에 의해 이루어지기 때문이다.

표본은 지역별로 모집단의 연령 및 성별분포에 따라 할당했으며, 각 동·읍·면 단위에서의 추출은 무작위 추출방법을 사용하였고, 최종 표본 추출은 연령별, 지역별 할당기준에 의한 할당추출을 적용하였다. 자료수집을 위한 조사는 1998년 3월 13일부터 3월 23일까지 실시하였다. 조사도구는 구조화된 설문지를 이용하였으며, 사전 교육을 받은 면접원들이 호별 방문하여 일대일 개인 면접을 실시하였다.

## 3. 연구에 사용된 변수

연구의 단계별로 사용된 변수는 다음과 같다. 1단계의 라이프스타일 유형분석을 위하여 기존의 연구들에서 사용된 AIO(Activity-Interest-Opinion)측정항목(김기하, 1994; 강홍욱, 1990)을 토대로 우리나라 문화에 맞도록 보완된 일반적인 라이프스타일 항목과 건강행위 및 의료이용과 관련된 구체적 라이프스타일 항목에 대해 Likert scale을 이용하여 5점 척도로 측정하였다. 라이프스타일 항목의 구성 및 라이프스타일 유형별 의료이용 분석을 위한 변수는 <표 1>과 같다. 분류된 라이프스타일 유형별로 인구사회적 특성의 규명을 위하여 거주지역, 성별, 나이, 교육수준, 월생활비, 결혼형태, 거주형태, 직업, 가족형태를 조사하였다. 2단계의 라이프스타일 유형에 따른 의료이용의 의사결정과정분석을 위하여 의료이용시기, 의료이용에 관한 의논상대, 정보탐색유무, 의료기관 선택기준, 의료기관 선택시 의사결정자, 의료기관 선택시 의논상대에 대한 조사를 하였다.

## 4. 분석 방법

자료의 분석은 SAS(Statistical Analysis System) Package를 이용하였다. 먼저 대상자들의 라이프스타일을 측정할 여러 변인을 모두 이용하는 데는 해석상의 어려움이 따르므로, 여러 변인들 가운데 서로 의미가 비슷한 변인들끼리를 묶어 서로 관계가 없는 새로운 변인을 형성함으로써 변인의 수를 함축성있게 줄이기 위한 요인분석을 실시하였다. 요인분석시 요인의 추출을 위해 주어진 인자에 의해 표현되는 분산이 최대가 되도록 인자를 추출하는 주인자 방법(principal factor method)중 가능한 한 적은 수의 인자로 자료의 총분산을 가장 잘 설명할

수 있는 주요인분석(principal component analysis)을 사용하였다. 추출된 초기인자에 대해 인자들 사이의 관계가 상관관계가 없는 채로 남아있게 되는 직교회전 방식인 베리맥스 회전(varimax rotation) 방식을 사용하여 해석하였다. 요인수의 결정은 스크리 플롯(scree plot)결과 요인간 분류가 가능한 아이겐 값(eigen value)이 1.0 이상인 경우로 하였으며, 요인의 성격을 규명하기 위한 기준 적재치(criteria loading)는 .30000으로 하였다.

요인분석 후 요인점수가 비슷한 사람들끼리 묶기 위하여 군집분석을 실시하였다. 적절한 군집의 수에 대해서는 많은 논란이 있지만 4~6개의 범위 내에서 군집분석을 실시한 결과 5개 이상의 군집형성시 4개의 군집에 비해 의미상 차이가 없었으므로 군집수는 4개로 하였다.

집단별 의사결정과정과 의료기관이용에 대한 차이분석을 위해  $\chi^2$ 분석을 실시하였다.

<표 1> 라이프스타일 항목의 구성 및 의료이용 분석을 위한 변수

변 수	세부내용	측정수준	
라이프 스타일 유형	일반적 AIO 측정 항목 -활동(20문항), 흥미(11문항), 의견(13문항)	1. 전혀그렇지 않다 2. 그렇지 않다 3. 보통이다 4. 비교적 그렇다 5. 매우 그렇다	
	구체적 AIO 측정 항목 -활동(9문항), 흥미(1문항), 의견(4항목)	1. 전혀그렇지 않다 2. 그렇지 않다 3. 보통이다 4. 비교적 그렇다 5. 매우 그렇다	
인구사회학적 특성	거주지역	1. 수원 2. 용인 3. 화성 4. 안산	
	성별	1. 남자 2. 여자	
	나이	1. 20대 2. 30대 3. 40대 4. 50대 5. 60대 이상	
	교육수준	1. 국졸이하 2. 중졸 3. 고졸 4. 대재이상	
	월생활비	1. 50만원 미만 2. 100만원 미만 3. 150만원 미만 4. 150만원 이상	
	결혼형태	1. 기혼 2. 미혼	
	거주형태	1. 단독주택 2. 아파트 3. 연립주택 4. 상가주택	
	직업	1. 농업 및 일차산업 2. 자영업 3. 판매·서비스직 4. 생산직·기술직·기능직 5. 사무직 6. 경영직·관리직·전문직·자유직 7. 주부 8. 학생 9. 무직	
가족형태	1. 독신거주 2. 부부 3. 부모동거 4. 미혼자녀동거 5. 배우자 미혼자녀동거 6. 배우자 기혼자녀동거 7. 기타 가족과 동거		
의료이용과 관련된 의사결정과정	의료이용시기	1. 몸이 불편하다고 느낄 때 2. 거동이 불편할 때 3. 직장에 갈 수 없을 만큼 아플 때 4. 일상적인 활동을 하기 어려울 때	
	정보탐색	의료이용 의논상대 1. 혼자 결정 2. 가족 3. 친구나 친지 4. 주변의 약사 5. 이는 간호사나 의사 등 의료인 의료이용 결정시 정보 이용 여부 1. 이용한다 2. 이용하지 않는다	
	대체안 평가 및 결정	가벼운 질병/간단한 검사시 평가기준	1. 유명하고 큰 병원 2. 실력있는 의사가 많은 병원 3. 시설이 좋은 병원 4. 친절하고 편리한 병원 5. 값이 싼 병원 6. 교통이 편리한 병원
		심한 질병/복잡한 검사시 평가기준	1. 유명하고 큰 병원 2. 실력있는 의사가 많은 병원 3. 시설이 좋은 병원 4. 친절하고 편리한 병원 5. 값이 싼 병원 6. 교통이 편리한 병원
	의료기관 선택시 의사결정자	1. 세대주 2. 세대주 부인 3. 세대주 부모님 4. 자녀	
	의료기관 선택시 의논상대	1. 누구와도 의논하지 않는다 2. 가족 3. 친척/친지 4. 친구/동료 5. 이웃사람 6. 의료기관의 직원	

### Ⅲ. 연구결과

#### 1. 연구대상자의 일반적 특성

연구 대상자의 일반적 특성은 다음<표 2>와 같다.

<표 2> 연구 대상자의 일반적 특성(N=700) 단위 : 명(%)

변수		빈도(%)
지역	수원	400(57.1)
	용인	100(14.3)
	화성	150(21.4)
	오산	50( 7.1)
성별	남자	347(49.6)
	여자	353(50.4)
나이	20대	147(21.0)
	30대	152(21.7)
	40대	149(21.3)
	50대	125(17.9)
	60대 이상	127(18.1)
교육수준	국졸이하	122(17.5)
	중졸	112(16.0)
	고졸	312(44.6)
	대재 이상	146(20.9)
	무응답	8( 1.1)
월 생활비	50만원 미만	75(10.7)
	100만원 미만	221(31.6)
	150만원 미만	204(29.1)
	150만원 이상	200(28.6)
결혼상태	기혼	584(83.4)
	미혼	116(16.6)
가족형태	독신거주	38( 5.4)
	부부	59( 8.4)
	부모 동거	149(21.3)
	미혼자녀 동거	32( 4.6)
	배우자 미혼자녀 동거	341(48.7)
	배우자 기혼자녀 동거	57( 8.1)
거주 형태	기타 가족과 동거	22( 3.4)
	단독주택	390(55.7)
	아파트	173(24.7)
	연립 주택	82(11.7)
직업	상가 주택	55( 7.9)
	농업 및 1차 산업	61( 8.7)
	자영업	125(17.9)
	판매직, 서비스직	79(11.3)
	생산직, 기술직, 기능직	89(12.7)
	사무직	66( 9.4)
	경영직, 관리직, 전문직, 자유직	36( 5.1)
	주부	152(21.7)
	학생	14( 2.0)
	무직	78(11.1)

## 2. 연구대상자의 라이프스타일 유형

연구대상자를 라이프스타일 유형별로 나누기 위한 요인분석 결과 아이겐 값 1.0이상의 요인은 총 18개였다. 이 18개의 요인에 대한 대표항목내용과 요인적재값은 <표 3>과 같다.

<표 3> 요인별 주요항목과 요인적재값

요인	요인별 대표항목	요인적재값
요인1	1.사교모임에 적극적 참여	0.68521
	4.야외에서 하는 스포츠 즐김	0.46869
	9.친구를 잘 사귀는 편	0.68476
	10.모임에 나가서 새로운 지식과 체험을 얻고 싶다	0.54614
	12.코미디프로나 오락프로를 즐김	0.36417
요인2	36.휴일이나 휴가는 친구들과 밖에서 보냄	0.50691
	13.유행에 뒤떨어진 옷은 입고싶지 않다	0.42436
	15.물건 구입시 친구나 주위사람들과 같은 상표 구입	0.63378
	16.항상 새로운 것 추구	0.38397
	22.마음에 드는 물건은 여유가 없어도 구입	0.37244
요인3	28.친구가 멋진 물건을 가지고 있으면 나도 가지고 싶다	0.68126
	35.옷을 고를 때 가격보다는 모양이나 색 중요시	0.49031
	40.물건이나 상표에 대해 주위 사람들과 자주 대화	0.52408
	5.휴가 중에는 가족끼리 놀러감	0.40753
	11.사회문제나 사회정책에 관심이 많다	0.72067
요인4	26.내 능력을 개발하고 싶다	0.32379
	27.매일 뉴스를 접하며 뉴스를 알고 싶어한다	0.35260
	17.직장은 자아실현의 장이기보다 생계수단이다	0.67437
	21.독서나 음악감상등 집에서 하는 취미생활을 즐긴다	-0.32842
	26.내 능력을 개발하고 싶다	-0.41007
요인5	30.돈보다는 적성을 고려해 직업을 선택해야 한다	-0.42529
	50.의사는 나이 많은 사람이 더 믿음만 하다	0.34600
	54.남성은 가족부양, 여성은 가정을 돌보는 것이 이상적이다	0.50651
	smoke.-(흡연량)	-0.50298
	4.야외에서 하는 스포츠 즐김	0.35807
요인6	46.건강을 위해 규칙적 운동 exer.-(운동량)	0.88018
	14.건강에 관한 기사나 TV프로에 관심 많다	-0.87458
	20.인생에서 건강은 가장 중요한 재산이라고 생각한다	0.67491
요인7	45.사소한 물건이라도 제품의 설명이나 가격을 확인한다	0.59720
	18.주택은 좁아도 도심에 위치하는 것이 좋다	0.31082
	21.독서나 음악감상등 집에서 하는 취미생활을 즐긴다	0.71606
요인8	31.단독주택보다는 아파트가 좋다	0.36171
	2.바겐세일이나 할인판매점을 많이 이용	0.71415
	34.구매할 물건의 종류와 금액을 미리 정하고 물건을 사러 간다	0.46759
요인9	45.사소한 물건이라도 제품의 설명이나 내용확인	0.69590
	6.식사나 여러가지 일을 시간을 정해놓고 한다	0.56260
	25.식사는 규칙적으로 한다	0.83539
요인10	52.인스턴트 식품을 주식 대응으로 자주 먹는다	0.77577
	13.유행에 뒤떨어진 옷은 입고싶지 않다	-0.31997
	29.새로운 변화가 두렵다	-0.31314
	32.가장은 가족을 부양할 책임이 있다고 생각한다	0.57230
		0.57738

〈표 3〉 요인별 주요항목과 요인적재값 - 계속

요인	요인별 대표항목	요인적재값
요인11	38.나에 대한 다른 사람의 평가에 신경을 쓴다	0.55960
	47.나는 사소한 일에도 신경을 많이 쓰는 편이다	0.67002
요인12	41.지위나 재산에 구애됨 없이 취미나 기호에 맞는 생활을 하고 싶다	0.70325
	48.남이야 뭐라고 하든지 나 자신의 개성대로 살고싶다	0.56899
	49.여성도 가정 이외의 일에 만족감을 느껴야 한다	0.36500
요인13	8.값이 좀 비싸도 질 좋은 물건을 구입한다	0.41676
	19.오늘날 성개방 풍조가 너무 만연하고 있다	0.56578
	24.윗사람과 의견이 다를 때 내 의견을 솔직히 말한다	0.31009
	44.물건 살 때 모양보다는 내용을 보고 산다	0.41600
	55.비싸거나 멀어도 마음에 드는 미장원이나 이발관을 찾아간다	0.50050
요인14	42.시설만 좋다면 부모님을 양로원에 모셔도 좋다고 생각한다	-0.58819
	56.몸이 아프면 증세가 가벼워도 병원에 가는 편이다	0.49394
요인15	3.계획된 금액을 초과해서 물건을 사지 않는 편이다	0.56026
	7.과식을 절대 하지 않는다	0.69984
요인16	37.몸에 좋은 음식보다는 내가 좋아하는 음식을 즐겨 먹는다 drink.-(음주량)	0.66086 -0.41246
요인17	33.병에 걸렸을 때 회복여부는 자신의 행동에 달려있다	0.66086
	43.운이 나쁘면 병에 걸릴 것이다	0.55033
요인18	24.윗사람과 의견이 다를 때 내 의견을 솔직히 말한다	-0.41292
	39.시사월간지보다 가벼운 주간지를 많이 본다	0.72490
	53.외모나 스타일을 가꾸는 일은 중요하다	0.33852

군집분석을 통하여 4개의 집단으로 묶었으며, 각 집단에 속한 응답자수는 집단 1에 172명, 집단 2에 161명, 집단 3에 161명, 집단 4에 206명이었다. 위의 결과에 따라 4개의 집단별로 특징적인 라이프스타일 항목의 내용과 요인점수를 검토하여 그 특성을 규명하고 집단에 대한 명명을 하였다(표 4). 명명시 일반적인 특성보다는 건강과 관련된 특성에 주로 의미를 두었다.

1단계의 분석에서 결정된 라이프스타일 유형에 의한 집단별 인구사회적 특성의 차이분석 결과 모든 항목에서 유의한 차이를 보였다(표 5).



〈표 4〉 집단별 특성 규명과 명명

집단	특성	요인	점수	성격	집단 요약
1	일반적 특성	13	-.54	가치보다는 현실적	즉흥적, 충동적, 소극적, 사교적임. 건강에 관심 없으며, 건강행위도 안하나, 질병에는 민감함. (건강무관심형)
		11	.47	소심하고 남의 이목도 중요	
		1	.30	사교적	
		2	-.30	유행에 적극적이거나 상표에 민감하지 않음	
		8	-.24	계획구매 안함.	
	건강관련 특성	4	.11	소극적, 위축, 보수적 경향	
		15	-.17	충동적.	
		18	.24	즐거움 추구, 갈등회피	
		16	.52	좋아하는 음식 즐겨먹고, 약간 유행추구적	
		9	-.42	불규칙적 식사, 인스턴트 식품 즐겨먹는다	
2	일반적 특성	6	-.39	건강에 관심 별로 없고, 건강행위 미약	보수적이고 개인주의적. 건강에 관해 수동적이면서도 관리의 중요성 인정함. (소극적 건강관리형)
		5	-.38	운동이나 외부 활동 싫어함	
		14	.30	약간 전통적, 가족중시, 약간만 아파도 병원에 감	
		3	-.69	사회문제에 관심없으며 소극적	
		7	-.52	편리성에 가치 안둠	
	건강관련 특성	10	.47	보수적, 전통적 가치관	
		2	.40	유행이나 주위사람의 의견에 민감	
		11	-.31	소심하진 않다	
		18	-.24	갈등회피적이지 않다	
		5	-.45	야외 스포츠나 운동은 좋아하지 않음	
3	일반적 특성	16	-.37	규범적, 음주	합리적이며 진보적, 도시적, 개성지향적이고 가치를 중요시함. 건강을 중요시하며, 규칙적인 생활을 하나, 적극적인 운동은 안함 (규칙적 건강관심형)
		17	.50	병에 걸리는 것은 어쩔 수 없지만 회복을 위해 최선을 다해야 한다.	
		7	.65	편리함 추구	
		3	.58	사회정책이나 뉴스에 관심 많고 적극적	
		13	.53	가치 추구적	
	건강관련 특성	14	-.33	전통적 가치보다는 합리적	
		10	-.27	사교적이지 않음	
		1	-.25	개성추구, 전통적이지 않음	
		5	-.40	야외 스포츠나 운동은 좋아하지 않음	
		6	.28	건강 중요시	
4	일반적 특성	9	.23	규칙적 생활	활동적, 적극적, 감정적, 규범적이며, 안전성 추구. 건강관리에 적극적임. (능동적 건강관리형)
		3	.24	사회에 관심 많고 가정적, 적극적	
		12	-.16	개성추구형 아니다	
		15	.12	계획 구매, 합리적	
		7	-.18	편리성 중요시하지 않음, 전원생활 추구	
	건강관련 특성	1	-.11	약간 비사교적	
		5	.99	야외스포츠, 운동 즐긴다	
		17	-.29	병에 걸리는 것이 운명적인 것은 아니지만 노력한다고 낮는 것도 아니다	
		16	-.23	술 안마시고 몸에 좋은 음식 즐긴다	
		14	.17	가족 중심적, 건강에 민감	

<표 5>

라이프스타일 유형별 인구사회적 특성

단위 : %

인구사회적 특성		라이프스타일 유형				N(%)	$\chi^2$ 값
		건강 무관심형	소극적 건강관리형	규칙적 건강관심형	능동적 건강관리형		
지역	수원	22.75	17.25	27.75	32.25	400(100.0)	35.878*
	용인	22.00	24.00	21.00	33.00	100(100.0)	
	화성	22.00	39.33	17.33	21.33	150(100.0)	
	안산	30.00	18.00	28.00	24.00	50(100.0)	
성	남자	23.63	14.12	23.63	38.62	347(100.0)	43.692
	여자	22.38	31.73	25.50	20.40	355(100.0)	
연령	20대	35.37	12.24	23.13	29.25	147(100.0)	119.750*
	30대	31.58	7.89	29.61	30.92	152(100.0)	
	40대	24.16	15.44	30.87	29.53	149(100.0)	
	50대	10.40	36.80	25.60	27.20	125(100.0)	
	60대이상	9.45	48.82	11.81	29.92	127(100.0)	
교육 수준	국졸이하	9.84	60.66	11.48	18.03	22(100.0)	164.035v
	중졸	16.07	34.82	25.89	23.21	112(100.0)	
	고졸	30.45	13.46	25.96	30.13	312(100.0)	
	대재이상	23.38	3.90	31.17	41.56	154(100.0)	
월 생활비	50만원미만	25.33	29.33	13.33	32.00	75(100.0)	25.257*
	100만원미만	24.43	25.34	26.70	23.53	221(100.0)	
	150만원미만	25.49	22.55	27.94	24.02	204(100.0)	
	150만원이상	18.00	18.50	23.00	40.50	200(100.0)	
결혼 상태	기혼	21.23	25.00	25.34	28.42	584(100.0)	12.973*
	미혼	31.90	12.93	20.69	34.48	116(100.0)	
가족 형태	독신거주	21.05	15.79	28.95	34.21	38(100.0)	60.088*
	부부	11.86	35.59	23.73	28.81	59(100.0)	
	부모 동거	30.87	18.79	16.78	33.56	149(100.0)	
	미혼자녀 동거	21.88	40.63	12.50	25.00	32(100.0)	
	배우자, 미혼자녀 동거	23.46	16.72	31.09	28.74	341(100.0)	
	배우자, 기혼자녀 동거	15.79	47.37	15.79	21.05	57(100.0)	
	기타 가족과 동거	16.67	37.50	12.50	33.33	24(100.0)	
거주 형태	단독주택	19.23	29.49	21.28	30.00	390(100.0)	33.011*
	아파트	23.12	16.18	32.95	27.75	173(100.0)	
	연립주택	34.15	10.98	24.39	30.49	82(100.0)	
	상가주택	32.73	16.39	21.82	29.09	55(100.0)	
직업	1차산업	18.03	50.82	11.48	19.67	61(100.0)	78.087*
	차영업, 판매, 서비스직	29.90	14.71	27.45	27.94	204(100.0)	
	생산, 기술, 기능직	14.61	17.98	33.71	33.71	89(100.0)	
	사무직, 경영직, 관리직,	25.49	4.90	30.39	39.22	102(100.0)	
	전문직, 자유직						
	주부, 학생, 무직	20.49	32.38	19.67	27.46	244(100.0)	

주) \* p<0.05

지금까지의 분석을 통해 분류된 4개 집단의 라이프스타일 특성과 라이프스타일 유형에 따른 인구사회적 특성을 종합하면 다음과 같다.

첫째, 건강무관심형은 합리적이기보다는 즉흥적, 충동적이며, 사교적이거나 건강에는 소극적이다. 건강에 관심 없으며, 건강관리를 위한 운동이나 음식조절 등은 하지 않으나, 질병에는 민감하여 조금만 아파도 의료기관을 찾는다. 미혼의 젊은 층에 많으며, 교육수준이 높은 편에, 판매 서비스직에 많다.

둘째, 소극적 건강관리형은 사회문제에 관심이 없으며, 편리성보다는 전통적인 관습을 중요시하고, 개인주의적이며, 보수적·소극적이다. 건강에 관해서는 수동적이면서도 건강관리의 중요성은 인정한다. 시골거주자에, 남자에 비해 여자에, 젊은 층보다는 50대 이상의 나이든 층에, 교육수준이 높은 층보다는 낮은 층에, 월 생활비가 적은 층에 많이 속해있다. 미혼이나 독신거주자에는 매우 적으며 기혼자녀와 동거하는 가정에 많다. 단독주택 거주자에 많고 아파트 거주는 적으며, 농업 등 1차 산업이나 무직에서 많은 편이다.

셋째, 규칙적 건강관리형은 진보적이고, 도시적이며, 개방지향적이다. 편리성을 중요시하고, 구매행위나 일상생활에서 합리적인 편이며, 사회에 관심이 많고 가치를 추구한다. 건강을 중요시하고 규칙적인 생활을 하지만, 적극적인 운동은 하지 않는다. 도시에 거주하는 사람이 많으며, 나이가 많은 사람보다는 젊은 층이, 교육수준이 낮은 사람보다는 높은 사람이 많다. 월 생활비로 본 생활수준은 중상류 층에 속하며 부부와 미혼자녀가 함께 거주하는 가정이 많고 주거형태로는 단독주택보다는 아파트를 선호하였다.

넷째, 능동적 건강관리형은 활동적, 적극적, 가정적이다. 건강을 중요시하며 개성추구보다는 규범적이며 계획적이고 규칙적인 안전한 생활을 추구한다. 건강관리에 매우 적극적이다. 주로 도시에 거주하는 사람에 많으며 여자보다는 남자에 많다. 연령층은 골고루 분산되어 있으며, 다른 유형들에 비해 학력수준과 소득수준이 높은 계층에 많다. 주로 기혼이며, 단독주택을 선호한다. 사무직이나 전문직에 많다.

### 3. 라이프스타일 유형별 의료이용에 관한 의사결정과정

라이프스타일 유형별로 의료이용에 관한 의사결정과정에 대한 결과는 다음과 같다(표 6).

어느 정도 아플 때 의료기관에 가는지에 대한 질문에 대하여 몸이 불편한 단계별로 응답하도록 하였는데, 전체적으로 직장에 갈 수 없거나 일상생활을 할 수 없을 때에 의료기관을 방문한다는 응답이 많았으며, 라이프스타일 유형별로 유의한 차이는 없었다.

의료이용 여부에 대한 의논상대에 대하여 라이프스타일 유형별로 통계상 유의한 차이는 보이지 않았으나, 소극적인 건강관리형이 다른 유형에 비하여 가족 및 친구나 친지와 의논한다는 응답자가 많았다.

<표 6> 라이프스타일 유형별 의료이용 의사결정과정

단위 : %

의료이용 의사결정과정		라이프스타일				$\chi^2$ 값
		건강 무관심형	소극적 건강관리형	규칙적 건강관심형	능동적 건강관리형	
<i>의료이용시기(N=695)</i>						
	몸이 불편하다고 느낄 때	21.12	22.50	23.79	25.62	4.813
	거동이 불편할 때	15.53	16.15	11.70	18.23	
	직장에 갈 수 없을 때/ 일상생활을 할 수 없을 때	63.35	61.25	64.91	53.16	
욕구 인식	N(%)	161(100.0)	160(100.0)	171(100.0)	203(100.0)	
<i>의료이용의논상대(N=700)</i>						
	혼자 결정	60.25	47.83	57.56	63.11	11.160
	가족/친구나 친지	37.27	50.93	40.70	35.92	
	주변의 의료인	2.48	1.24	1.74	0.97	
	N(%)	161(100.0)	161(100.0)	172(100.0)	206(100.0)	
<i>의료이용시 정보이용 유무(N=700)</i>						
정보 탐색	정보를 이용한다	23.60	14.29	33.14	34.95	23.958*
	정보를 이용하지 않는다	76.40	85.71	66.86	65.05	
	N(%)	161(100.0)	161(100.0)	172(100.0)	206(100.0)	
<i>의료기관 선택기준 - 가벼운 질병이나 간단한 검사시(N=250)</i>						
	유명하고 큰 곳	13.24	20.00	18.97	10.13	5.372
	실력있는 의사가 많은 곳	51.47	44.44	37.93	53.16	
	시설이 좋은 곳/친절·편리한 곳/ 교통이 편한 곳	35.29	35.56	43.10	36.71	
	N(%)	68(100.0)	45(100.0)	58(100.0)	79(100.0)	
<i>의료기관 선택기준 - 심한 질병이나 복잡한 검사시(N=589)</i>						
대체안 평가 및 결정	유명하고 큰 곳	31.65	37.32	26.47	23.84	14.856*
	실력있는 의사가 많은 곳	42.45	50.00	47.79	52.91	
	시설이 좋은 곳/친절·편리한 곳/ 교통이 편한 곳	25.90	12.68	25.74	23.26	
	N(%)	139(100.0)	142(100.0)	136(100.0)	172(100.0)	
<i>의료기관 선택시 의사결정자(N=694)</i>						
	세대주	53.75	39.87	59.65	62.93	31.811*
	세대주 부인	28.75	43.67	30.99	22.93	
	세대주 모님	9.38	4.43	3.51	5.85	
	자녀	8.13	12.03	5.85	8.29	
	N(%)	160(100.0)	158(100.0)	171(100.0)	205(100.0)	
<i>의료기관 선택시 의논상대(N=700)</i>						
	누구와도 상의하지 않는다	18.63	11.80	18.02	19.42	7.416
	가족	75.16	80.75	70.93	72.33	
	친척, 친지/친구	6.21	7.45	11.05	8.25	
	N(%)	161(100.0)	161(100.0)	172(100.0)	206(100.0)	

주) \* P<0.05

의료이용과 관련된 정보이용에 대하여는 라이프스타일 유형별로 유의한 차이를 보였다. 모든 유형에서 정보이용을 하는 경우(27.14%)보다 정보이용을 하지 않는 경우(72.86%)가 많았으나, 규칙적 건강관심형과 능동적 건강관리형이 다른 유형에 비해 정보이용을 하는 경우가 많았으며, 특히 소극적 건강관리형은 정보이용을 거의 하지 않는다고 응답했다.

의료기관 선택기준에서 가벼운 질병이나 간단한 검사를 위한 경우에는 유의한 차이가 없었으나, 심한 질병이나 복잡한 검사를 위한 경우에는 라이프스타일 유형별로 유의한 차이가 있었다. 소극적인 건강관리형이 다른 유형에 비하여 유명하고 큰 병원을 중요한 선택기준으로 삼는 경우가 많으며, 시설이나 친절성 및 편리성에는 가치를 두지 않았다. 반면, 건강무관심형은 시설이나 친절성 및 편리성에 가치를 두었다. 그리고 능동적 건강관리형은 실력 있는 의사가 많은 병원을 선택하겠다는 응답이 다른 유형보다 많았다. 가벼운 질병이나 간단한 검사를 위한 경우에 비해 심한 질병이나 복잡한 검사를 위한 경우에서 라이프스타일 유형별로 유의한 차이를 보였는데, 이는 의료서비스의 수준에 따른 관여도의 차이에 따라 고관여적 성격을 가진 심한 질병이나 복잡한 검사를 위해 의료기관을 방문하는 경우, 소비자의 개인적 특성이 저관여적 의료서비스에 비해 큰 영향을 미친다는 것을 의미한다고 할 수 있다.

한편 능동적 건강관리형이 다른 유형에 비하여 의료기관 선택 결정을 세대주가 하는 경우가 많으며, 소극적 건강관리형은 세대주의 부인이 결정하는 경우가 유의하게 많았다. 리고 의료기관 선택시 의논상대는 유형별로 유의한 차이를 보이지 않았다.

## IV. 고찰

일반적인 제품이나 서비스산업에서 라이프스타일은 지리적, 인구사회적 변수에 의한 시장세분화의 한계를 보완하기 위한 도구로서 이미 정착되어 있다.

한편 의료서비스는 그 특성상 다른 서비스와는 구별되는 측면이 많으므로 일반적인 서비스와 관련된 연구결과를 그대로 적용시키기에는 무리가 있다. 의료기관의 입장에서 시장세분화에 대한 기존의 연구들은 주로 지리적, 인구사회적 변수 외에 질병의 중증도와 같은 상황적 변수에 초점을 두어왔다. 따라서 이 연구는 의료기관의 마케팅전략 수립을 위한 시장세분화 변수로서 라이프스타일의 유용성에 관해 알아보는데 의의가 있다고 하겠다.

### 1. 연구대상 및 자료에 대한 고찰

이 연구는 수원에 있는 의료기관의 실제적인 중진료권인 수원, 용인, 화성, 오산에 거주하는 700명의 지역주민을 대상으로 하였다. 대상자의 선정은 일개 종합병원의 고객분석을 위한 자

료로 사용되기 위하여 지역별, 성별, 연령별 할당에 의해 이루어졌다. 자료수집을 위한 조사는 전문조사기관에 의해 면접원들에 대한 교육 후 실시되었다. 의료기관 이용을 위한 의사결정 과정에 관하여 응답자에게 자신이나 가족이 최근에 이용한 의료기관을 중심으로 기입하도록 하였는데, 이는 응답자의 기억에만 의존함으로써 기억편견 개입의 가능성이 있다. 또한 의료이용 분석에 있어 중요 변수인 질병의 종류 및 증증도에 대한 정보의 누락으로 분석 및 결과의 해석에 제한이 있었다. 한편 의료서비스의 수요에 영향을 미치는 변수 중 가장 중요한 요인이라고 할 수 있는 소득의 정확한 측정을 위해서는 가구당 가처분 소득과 같은 소득변수를 사용하여야 하나 이 연구에서는 가구당 월 생활비를 사용하였다는 한계가 있다.

라이프스타일에 관한 연구가 의료기관의 실제적인 마케팅 도구로 사용되기 위해서는 조사 대상이 각 의료기관의 실제적인 고객을 대표해야 한다. 따라서 라이프스타일 및 의료이용 행태의 조사를 위해 각 의료기관의 기존 방문객들에 대한 지역별, 연령별, 성별 분포를 분석하여, 이를 토대로 한 표본 추출이 이루어져야 한다.

## 2. 연구방법에 대한 고찰

이 연구의 핵심은 라이프스타일 유형의 분류에 있다고 할 수 있다. 특히 의료이용 행태의 차이를 판별할 수 있는 라이프스타일 유형의 분류가 매우 중요하였다. 의료이용은 다른 제품이나 서비스와는 다른 특성을 가지고 있기 때문이다.

라이프스타일 측정을 위한 항목 선택시, 일반적 AIO 항목은 기존의 연구들에서 타당성과 신뢰성이 검증된 항목들을 중심으로 선정하였다. 그러나 보건의료분야에서 라이프스타일에 관한 연구가 거의 없었기 때문에 의료이용에 대한 구체적 AIO 항목의 선정에 어려움이 있었다. 일반적인 항목의 경우 기존의 많은 연구들에서 그 타당도와 신뢰도가 검증된 반면, 이 연구에서 사용된 건강행위나 의료이용과 관련된 구체적 항목들은 타당도와 신뢰도 검증이 안되어 있다. 요인분석에 의해 항목간의 내적 일치도는 일차적으로 평가된다. 그러나 이러한 항목들이 각 군집의 성격을 분명히 판별해 내는지에 대해서는 지속적인 연구들에 의한 판단이 필요하다. 즉, 요인분석 결과 비슷한 성격을 가진 항목들끼리 하나의 요인으로 묶이기 때문에 정확한 라이프스타일 유형의 분류를 위해서는 대상자의 특성을 정확히 판별해낼 수 있는 항목의 개발이 필수적이다. 따라서 건강행위와 의료이용에 있어 대상자의 특성을 반영하는 라이프스타일 측정 항목의 개발과 검증을 위한 추후의 연구가 필요하다고 하겠다.

## 3. 연구결과에 대한 고찰

라이프스타일에 관한 연구는 요인분석에 의해 비슷한 성격을 가진 요인들을 구분하고, 그

특성을 포괄적으로 표현할 수 있는 이름을 정하는 것이 중요하다. 그러나 모든 라이프스타일에 관한 연구가 이러한 과정에서 연구자의 주관적인 판단이 많이 개입된다는 한계를 가지고 있다. 이 연구에서도 18개의 요인이 생성되었으며, 군집분석 결과 정해진 4개의 집단에 대한 명명에 많은 어려움이 있었다. 또한 의료이용 행태와 라이프스타일의 관계분석을 위해서는 소비자의 건강행위나 의료이용에 관련된 특징적인 AIO항목의 개발이 우선되어야 한다. 라이프스타일 유형에 따른 의료이용에 관한 분석은 소비자의 구매의사결정과정인 욕구인식, 정보탐색, 대체안평가 및 결정의 단계에 따라 이루어졌다. 분석결과 정보탐색 단계에서 정보이용유무, 대체안평가 및 결정단계에서 심한 질병이나 복잡한 검사를 위해 의료기관을 이용하는 경우의 평가기준 및 의사결정자, 의논상대에서 유의한 차이를 보였다.

기업에서 라이프스타일 연구는 신제품 개발, 신시장 개척, 기존제품의 개량, 제품위상정립, 제품계획, 광고제작 등 마케팅믹스의 결정시 기본적인 자료로 활용되고 있다. 예를 들어 자동차 시장의 경우, 라이프스타일에 따라 개성추구형, 고급과시형, 실용추구형, 성능추구형으로 분류 가능하며, 자사의 제품이 어느 세분시장에 속해 있는지를 분석하고, 이에 따라 신제품의 개발 및 광고의 내용, 광고이미지, 매체 등을 결정한다(임종원 등, 1998; 김동진, 1985). 이지열(1986)의 연구에서는 백화점의 고객들을 대상으로 라이프스타일 유형을 연구하여, 매장상품의 종류 및 상표의 선택을 위한 도구로 사용하였다. 이 연구는 의료기관의 입장에서 마케팅전략 수립에 진료권내 주민이나 의료기관 선택 의사결정자의 라이프스타일 유형에 의한 시장세분화를 유용한 도구로 사용할 수 있는지를 알아보기 위해 진행되었다.

최근 의료기관의 마케팅전략에 대한 관심의 증가와 더불어 의료기관 선택에 영향을 미치는 중요 변수의 하나로서 정보에 대한 연구들이 활발히 진행되고 있다. 권순호(1998)에 따르면 미국과 같이 의료기관의 선택에 대한 소비자의 선택권이 큰 나라에서는 소비자의식 또는 정보의 역할에 대한 연구들이 활발히 이루어져 왔으나, 우리나라의 경우 이충완 등(1990)이 산모들을 대상으로 분만기관 선택과 관련된 정보원에 대해 연구한 것을 제외하고는 정보에 대한 연구가 드물다고 하겠다. 소비자의식의 증가로 의료기관 선택에 있어 소비자의 역할은 더욱 커질 것이다. Hibbard 등(1987)은 의료소비자의 소비자의식은 질과 가격에 있어 적절한 의료서비스의 이용을 위해 의료체계에 대한 지식습득과 정보수집 노력을 통해 의료공급자를 선택하고 진료과정에 적극적으로 참여하는 성향이라고 하였다. 임산부들의 특성에 따른 분만기관 선택과정에 관한 연구에서 고소득 계층과 의사권유에 대해 비순응적인 태도를 보인 임산부가 정보탐색에 적극적인 것으로 나타났다. 이는 의료이용과 관련하여 비판적이며, 독립적 판단의 성향이 있고, 의사에 대한 신뢰도가 낮을수록 의료기관 선택에 앞서 많은 것을 알아보는 경향이 있음을 의미한다고 할 수 있다(권순호 등, 1998). 이와 같은 결과를 볼 때 소비자의 성격이나 라이프스타일과 같은 개인적 특성이 정보탐색과정에 깊이 관여됨을 알 수 있다. 따라서

의료기관의 정보제공과 관련된 마케팅노력에 소비자의 라이프스타일에 따른 전략수립의 유용성을 제안할 수 있다. 특히 심한 질병이나 복잡한 검사와 같은 고관여적인 의료서비스를 위한 의료기관 선택기준이 라이프스타일 유형에 따라 유의한 차이가 있음을 볼 때, 고객들의 라이프스타일은 보다 복잡한 의료서비스를 제공하는 의료기관에서 소비자 분석을 위한 도구로서 의미를 갖는다고 할 수 있다. 현재까지 우리나라의 의료기관에서 자신의 시장을 세분화하고 표적 시장을 규명하여 전략적인 마케팅노력을 기울인 경우는 없었다. 최근 몇몇 의료기관에서 다양한 마케팅전략을 시도하고 있지만, 주로 내원한 고객들에 대한 만족도 향상, 즉 구매후 단계에 집중되어 있다. 그러나 시장확대를 위해서는 구매전 단계에 마케팅노력을 집중해야 한다. 특히 구매전 단계에서 정보탐색과 관련된 부분은 현대의 통신기술 및 대중매체의 발달과 더불어 많은 비용이나 노력의 투자 없이 차별화가 가능한 부분이다. 의료기관을 비롯한 모든 경영주체들의 성공은 소비자들의 구매행동을 얼마나 정확하게 예측하느냐에 달려있다. 의료기관의 효과적이고 효율적인 마케팅전략 수립에 라이프스타일이 유용한 도구로 사용되기 위해서는 첫째, 의료이용과 관련된 소비자의 라이프스타일 유형분석을 위한 문항의 개발, 둘째, 라이프스타일 유형에 따른 세분시장의 정확한 특성 규명, 셋째, 라이프스타일 유형과 의료기관 선택과정과의 연관성에 대한 지속적인 연구 등이 필요하다.

## V. 결 론

이 연구는 의료기관의 마케팅전략 수립을 위한 시장세분화 도구로서 라이프스타일 유형의 유용성을 알아보기 위해 진행되었다. 연구의 대상은 수원 및 인근지역에 거주하는 만 20세 이상의 700명의 지역주민이었으며, 구조화된 설문지를 이용하여 훈련된 면접원들이 일대일 면접을 통해 자료수집을 하였다. 설문지의 내용은 라이프스타일 유형분석을 위한 항목과 인구사회적 특성, 의료이용과 관련된 의사결정과정 등으로 구성되었다. 연구의 주요결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 라이프스타일에 대한 요인분석 결과 총 18개의 요인으로 구분되었다. 비슷한 속성을 가진 응답자들을 분류하기 위해 군집분석을 실시한 결과 4개의 집단으로 분류되었다. 각 집단은 라이프스타일 특성에 의하여 건강무관심형, 소극적 건강관리형, 규칙적 건강관심형, 능동적 건강관리형으로 명명하였다.

둘째, 각 집단은 인구사회적 특성상 유의한 차이를 보임으로써 그 성격을 명확히 하였다. 건강무관심형은 합리적이기보다는 즉흥적, 충동적이며, 사교적이나 건강에는 소극적이다. 건강에 관심 없으며 건강관리를 위한 운동이나 음식조절 등은 하지 않는다. 그러나 질병에는 민감하며 조금만 아파도 의료기관을 찾는다. 소극적 건강관리형은 사회문제에 관심이 없으며, 편



리성보다는 전통적인 관습을 중요시하고 개인주의적이며, 소극적이고 보수적이다. 건강에 관해서는 수동적이면서도 건강관리의 중요성은 인정한다. 규칙적 건강관심형은 진보적이며, 도시지향적, 개방지향적이다. 편리성을 중요시하고 구매행위나 일상생활에서 합리적인 편이며, 사회에 관심이 많고 가치를 추구한다. 건강을 중요시하고 규칙적인 생활을 하지만 적극적인 운동은 하지 않는다. 능동적 건강관리형은 활동적, 적극적, 가정적이다. 건강을 중요시하며 개성 추구보다는 규범적이며 계획적이고 규칙적인 안전한 생활을 추구한다. 건강관리에 매우 적극적이다.

셋째, 라이프스타일 유형별로 의료이용에 관한 의사결정과정에서 욕구인식단계에서는 유의한 차이를 보이지 않았으며, 정보탐색단계인 정보이용유무, 대체안 평가단계인 심한 질병이나 복잡한 검사시 의료기관 선택기준, 의료기관 선택시 의사결정자, 의료기관 선택시 의논상대에서는 유의한 차이를 보였다.

이상의 연구 결과를 종합해 볼 때 의료기관에서 라이프스타일을 직접적인 시장세분화 도구로 사용하기에는 한계가 있음을 알 수 있다. 그러나 보다 정확한 연구결과를 위해서는 의료이용과 관련된 소비자의 특성을 명확히 판별해 낼 수 있는 라이프스타일 문항의 개발, 의료이용에 대한 의료보험자료와 같은 2차 자료의 사용 등이 요구된다.

한편 의료기관의 입장에서 자신의 의료기관을 방문한 환자들을 대상으로 한 라이프스타일 분석은 효율적인 홍보전략수립 등을 위한 마케팅도구로 사용할 수 있으리라고 생각한다. 특히 심한 질병이나 복잡한 검사와 같은 고관여적인 의료서비스를 위한 의료기관 선택기준에 라이프스타일 유형별로 유의한 차이가 있음을 볼 때, 의원보다는 수준 높은 의료서비스를 제공하는 병원이나 종합병원에서 소비자분석을 위한 도구로서 의미를 갖는다고 할 수 있다.

## 참 고 문 헌

- 강홍욱. 우리나라 라이프스타일 연구에 대한 분석적 고찰 및 실증연구 - 한국적 라이프스타일 연구를 위한 새로운 방향의 제시. 서울대학교 대학원 경영학과 석사학위논문, 1990
- 권순호, 한달선. 분만기관 선택과 이용 후의 평가. 보건행정학회지 1998;8(2):1-25
- 김기하. 우리나라 성인의 라이프스타일에 관한 실증적 연구. 고려대학교 경영대학원 석사논문, 1994
- 김동기. 현대마케팅원론. 박영사, 1979, p.149
- 김동진. 마케팅전략을 위한 라이프스타일에 관한 연구-AIO분석방법과 자동차구매집단을 대상으로. 연세대학교 대학원 경영학과 석사논문, 1985
- 김순재. 종합병원 의료서비스의 환자·병원종사자 만족도 차이에 관한 연구. 계명대학교 여성

- 학대학원 소비자학과 석사논문, 1996
- 박성연. 한국인의 라이프스타일 유형과 특성. 소비자학 연구
- 서현정. 병원의 소비자 선호요인 분석. 연세대 보건대학원 석사학위논문, 1991
- 이선희. 소비가치에 의한 병원선택 요인 연구. 예방의학회지 1997;30(2):413-427
- 이인경. 병원특성에 따른 선택요인 및 환자 만족도 비교 - 기업병원과 대학병원을 중심으로. 연세대학교 보건대학원 석사학위논문, 1997
- 이지열. 백화점 마케팅전략 수립을 위한 라이프스타일 연구. 연세대학교 대학원 경영학과 석사논문, 1988
- 이지전. 유료요양원의 수요와 시장세분화에 관한 연구. 연세대학교 대학원 보건학과 석사논문, 1996
- 임종원. 김재일. 홍성태. 이유재. 소비자행동론 - 이해와 마케팅에의 전략적 활용. 경문사, 1998
- 조인호. SAS 강좌와 통계컨설팅. 제일경제연구소, 1993
- 조우현, 김한중, 이선희. 의료기관 선택기준에 관한 연구. 예방의학회지 1992;25(1):53-63
- 조형오. 한국인의 라이프스타일 유형분류 및 소비행동에 대한 연구. 소비자학 연구
- 채서일. 체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구. 소비자학 연구, 1992
- 황순영. 국내 라이프스타일연구의 유용성 및 적용한계. 연세대학교 대학원 경영학과 석사논문, 1993
- Arnold, David. The Handbook of Brand Management. Addison-Wesley Publishing Company, 1996
- Assael H. Consumer Behavior. 6th. ITP, 1997
- Belch MA. A Segmentation Strategy for th 1980's: Profiling the Society-Concerned Market through Life-Style Analysis. Academy of Marketing Science 1982;10(4)
- Dougals SP, Urban CD. Life-Style Analysis to Profile Women in International Markets. Journal of Marketing 1997;41(3)
- Kotler P, Armstrong G. Principles of Marketing 7th(윤훈현 역), 1996
- Mowen JC. Consumer Behavior. 3rd ed. New York, Macmillian
- Positioning : The Battle for your mind
- Robertson, Thomas S, Zielinski J, Scott Ward. Consumer Behavior. Robertson & Robertson Inc.