

## 의료소비자의 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 상대적 영향

채유미\*, 이선희†

단국대학교의과대학 산업의학교실\*, 이화여자대학교 의학전문대학원 예방의학교실†

### <Abstract>

## The Effects of Information Searching Behavior and Perceived risk on Consumer Satisfaction in Medical Service Consumer

Yoomi Chae\*, Sunhee Lee†

*Department of Occupational Medicine, College of Medicine, Dankook University\*, Department of Preventive Medicine, School of Medicine, Ewha Womans University†*

**Objective** : The purpose of this study is 1) to understand the information-searching behavior of health care consumers ; 2) to examine the relationship between the information-searching behavior of health-care consumers and regulatory variables such as socioeconomic factors, characteristics of medical utilization, and perceived risks ; and 3) to determine the factors that affect consumer satisfaction, especially with respect to information-searching behavior.

**Method** : The data for this study were collected from 838 respondents in five university hospital located in three areas—Seoul, Gyeonggi province, and Chungchong province. As the first step of the study, we conducted a

\* 접수 : 2010년 6월 15일, 최종수정 : 2010년 9월 16일, 게재확정 : 2010년 9월 28일

† 교신저자 : 이선희, 이화여자대학교 의과대학 예방의학교실, 전화 : 02-2650-5754

E-mail : lsh0270@ewha.ac.kr

preliminary survey from September 23-26, 2008. At the second step, we conducted a survey on the effect of information-searching behavior on those individuals who had visited. Furthermore, personal interviews were conducted through a face-to-face survey between September 30 and October 17, 2008.

**Results** : The major research findings that were obtained from the study were as follows : First, the age, educational level, and residential district were associated with information source utilization. Second, the level of information searching effort and quality of service had a significant effect on consumer satisfaction.

**Conclusion** : These results show that it is essential for marketers to have in-depth knowledge about the young and educated people who actively search for information and about those who are in the prime of their life and rely on word-of-mouth communication from personal and experiential informers. Therefore, marketers should develop different marketing strategies to meet the needs of such consumers.

*Key words* : *Information Searching Behavior, Consumer Satisfaction, Quality of Service*

## I. 서 론

의료시장의 경쟁이 치열해지고 소비자 권한이 강화되면서 공급자들은 소비자와 좀 더 효율적으로 의사소통할 수 있는 방식으로 소비자의 정보탐색 태도에 많은 관심을 쏟고 있다(조우현 등, 1999). 서비스의 소비는 크게 3단계로 구분된다. 첫 번째 서비스구매 전 단계는 문제의 인식, 정보탐색, 대체안의 평가와 선택과정이며, 두 번째는 서비스구매 단계, 세 번째는 서비스 이용 후 소비자의 만족 혹은 불만족을 전체적으로 평가하는 서비스구매 후 단계로서 이 단계에는 구매 후 행동을 포함시키기도 한다(최덕철, 1995 ; 최호 등, 2008).

소비자들이 정보탐색을 하는 동기는 일차적으로 제품과 시장에 관한 지식을 얻고 궁극적으로 보다 만족스럽고 구매이득이 보장되는 의사결정을 하기 위함이다. Bloch 등(1986)은 정보탐색 유형을 구매 전과 지속적 탐색으로 구별하고, 구매 전 탐색의 성과로서 고객의 구매지식 증가, 구매로 인한 직접적 이득, 구매 후 만족의 증가 등

을 정리한 바 있으며, 채정숙(1993)은 탐색성과란 정보탐색의 결과로부터 수반되는 이득 혹은 그 대가를 의미한다고 하였다. 이를 의료소비자에게 적용해보면 의료소비자는 의료기관을 선택하기 전 정보탐색을 하게 되고 성공된 탐색의 성과로서 고객만족을 높일 수 있다고 설명해볼 수 있다. 병원을 둘러싼 모든 환경들의 변화로 인해 고객의 관점과 가치에 의해 서비스를 평가하고 이에 따라 소비자의 요구를 충족시켜야 할 필요성이 증가하고 있으며, 고객만족을 연구하고 평가하는 것은 새로운 환경에 대비한 병원 운영상의 의사결정과 더 나아가 경영수익과 밀접한 연관성을 갖는다(최병희 등, 2001).

탐색성과 측면에서 정보탐색노력과 구매 후 만족과의 관계를 다룬 연구들은 매우 혼재된 양상을 보인다. 즉 정보탐색노력을 많이 할수록 구매된 제품에 대한 만족이 크다는 연구결과(Cardozo, 1965 ; Jacoby 등, 1974 ; Sproles 등, 1978, 1980 ; And된 양on 등, 1979 ; 이은희, 1982 ; 강미옥 등, 1992)가 있지만, 한편으로 정보탐색 노력을 많이 하였을 경우 오히려 구매된 제품에 대한 만족이 떨어지는 등, 양자간에 반드시 정(+ )인 관계가 아니라는 상반된 연구 결과도 있다(Westbrook, 1979 ; Mowen & Grove, 1983). 박노현과 유동근(1996)은 이 떨어지는 전반적인 정보탐색 특성 연구를 통해 등, 양자동 유형에 따른 시장세분화는 기틀을 제시한 바 있으며, 이후 이 떨어지들의 인구사회학적 특성과 의료기관 종별 등, 양자간에 관한 연구를 통해 의료서비스 분야에서의 정량적 및 등성적 등, 양자간 연구가 이루어진 바 있다(채유미 등, 2001 ; 이선희 등, 2003).

이렇듯 의료소비자의 고객만족도 및 고객과의 의사소통 전략과 관계가 깊은 정보탐색행태에 대한 연구의 필요성 측면에서 정보탐색의 성과로서 고객만족도에 대한 논의가 제품에서는 이미 이루어진 바 있으나, 의료서비스 분야에서는 정보탐색행태의 특성을 밝히는 단계에 머물러 있다고 볼 수 있다. 또한 기존 연구들은 주로 제품의 정보탐색행태가 구매 후 성과와 관련된 것으로서 서비스분야 특히 의료서비스에 관한 연구는 일천한 상황이며, 제품과 관련된 연구결과 역시 일관된 결과를 제시하지 못하고 있다. 또한 대부분 특정 계층을 대상으로 수행되었거나 실험 연구 결과로써 실제 의료서비스 이용자의 정보탐색행태를 이해하는데는 제한점이 있다.

따라서 과연 의료소비자들의 정보탐색에 대한 노력이 정보탐색 성과로서 고객만족으로 이어질 수 있는지 여부와 의료소비자가 이용한 정보원천별로 정보탐색 성과가 다르게 나타날 것인가 등에 대한 연구과제가 제기될 수 있다. 지금까지의 의료서비스에 대한 정보탐색행태 연구들은 주부나 특정 지역을 대상으로 이용한 정보원천의 종류나 탐색량 정도의 매우 제한적인 내용들을 다루어 왔으며(김진희, 1995 ; 박노현 등, 1996 ; 채유미 등, 2001), 특히 정보탐색성과에 관한 연구는 미미한 실정이다.

이에 본 연구에서는 의료서비스 이용자들의 정보탐색행태 특성을 분석하는 한편, 정보탐색 특성요인들이 구매 후 성과지표로서 고객만족도와 어떤 관련을 보이는지를

구명해보고자 하였다. 구체적인 연구목적은 다음과 같다. 첫째, 인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 행태들의 차이를 분석제시한다. 둘째, 소비자 특성요인으로서 지각된 위험에 따른 정보탐색 행태들의 차이를 분석제시한다. 셋째, 고객만족도와 관련된 요인으로서 정보탐색행태 및 서비스 질 등 주요변수들을 분석모형으로 구성하여 고객 만족도와의 관련성을 구명한다.

## II. 연구대상 및 방법

### 1. 연구대상자 및 조사방법

조사대상기관은 서울지역 소재 1개소, 경기도 소재 2개소, 충청권 소재 2개소 등 총 5개 대학병원의 내원환자를 대상으로 하였다. 설문조사 대상은 외래와 입원환자로 구분하였다. 입원의 경우 퇴원예정자 또는 3일이상 입원환자 및 보호자로 제한하였으며, 외래의 경우 진료 및 수납창구 등에서 대기하고 있는 재진환자 및 보호자를 대상으로 하였다.

조사 참여의 동의를 구하는 과정은 입원과 외래를 구분하여 진행하였다. 입원대상자의 경우 조사 대상 병원의 협조를 통해 사전에 조사 참여에 동의하시는 분들을 대상으로 수행하였으며, 외래 대상자는 조사원이 직접 연구의 취지와 참여 동의를 구한 후 수행하였다. 자료수집은 훈련된 조사원이 환자 또는 보호자를 대상으로 직접면접 조사를 수행하였으며, 설문응답율을 높이기 위해 응답자에게 사은품을 제공하였다.

설문조사는 설문지의 신뢰도와 타당도를 높이기 위하여 사전조사와 본 조사로 구분하여 진행하였다. 사전조사는 2008년 9월 23일과 26일 이틀간 68명을 대상으로 실시하였으며, 설문항목에 대한 수정·보완 작업을 거친 후 2008년 9월 30일~10월 17일까지 18일간 본 조사를 실시하였다.

### 2. 설문도구 및 변수의 조작적 정의

설문도구는 기존의 연구결과들을 종합하여 조사대상자의 인구사회학적 특성과 의료기관 선택시의 정보탐색행태, 서비스 질, 고객만족도 등을 조사하였다<표 1>. 인구사회학적 특성은 연령, 성, 학력, 직업(한국표준직업분류표 기준), 월평균 소득, 거주 지역 등을 조사하였으며, 의료이용특성으로 진료과와 서비스 이용행태(외래/입원) 등을 포함하였다. 정보탐색행태는 이용하는 정보원의 종류, 정보원 참조정도, 정보원의 영향력 등을 조사하였으며, 서비스 질, 고객만족도 등은 최귀선 등(2000)의 연구에서 신뢰성이 검증된 문항들을 사용하였다.

- 채유미 외 : 의료소비자의 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 상대적 영향 -

<표 1> 주요 측정변수 내용과 출처

측정변수	측정내용	출처
<u>지각된 위험</u>		
금전적 위험	의료기관을 잘못 선택할 경우 비용만 허비하지 않을까 불안해한다	
수행적 위험	의료기관을 잘못 선택할 경우 제대로 치료가 되지 않을까 불안해한다	Kaplan(1974)
심리적 위험	의료기관을 잘못 선택할 경우 실망하지 않을까 불안해한다	이문규(1999)
사회적 위험	의료기관을 잘못 선택할 경우 주위로부터 손가락질 받지 않을까 불안해한다	이선희 등(2007)
<u>서비스 질</u>		
	서비스 질은 전반적으로 매우 낮다~매우 높다 / 형편없다~매우 훌륭하다 / 전혀 마음에 들지 않는다~매우 마음에 든다	최귀선 등(2000)
<u>고객 만족도</u>		
	이 기관을 이용하기로 한 나의 결정에 대해 만족한다	
	나는 이기관에서 제공한 서비스에 대해 만족한다	최귀선 등(2000)
	다른 병원을 가는 것보다는 이곳을 이용하는 것이 만족스럽다	이선희 등(2007)
	이용 후 나의 감정(느낌)을 말하라면 만족스럽다고 할 수 있다	

의료기관에 대한 정보탐색의 적극성 정도를 평가하기 위하여 의료기관을 이용할 필요가 없는 평상시와 의료기관 이용이 필요할 때의 의료기관 관련 정보에 관심을 기울이는 정도를 리커트 5점 척도로 조사하였다.

정보탐색행태 측정을 위해 정보원천별 이용유무와 실제 의료기관 선택시 참조하는 정도를 약간, 보통, 많이 등 3점 척도로 조사하였다. 참조한 정보원 중 실제 의료기관 선택시 가장 영향력이 큰 정보원의 순위를 매기도록 하여 탐색한 정보원천의 상대적 영향력을 측정하였다.

정보탐색행태에 영향을 미치는 요인 중 지각된 위험을 측정하는 변수로는 신체적, 심리적, 재무적, 사회심리적, 안전 위험 등이 있다. 의료소비자의 지각된 위험은 금전적 위험, 수행적 위험, 심리적 위험, 사회적 위험 등으로 측정하였다(Kaplan, 1974 ; 이문규, 1999 ; 이선희 등, 2007). 각 변수들은 전혀 그렇지 않다 1점 ~ 매우 그렇다 등 리커트 5점 척도로 측정하였다.

‘서비스 질’은 ‘진료서비스를 포함하여 본 병원의 서비스 질은 전반적으로’ 매우 낮다~매우 높다, 형편 없다~매우 훌륭하다, 전혀 마음에 들지 않는다~매우 마음에 든다 등 리커트 5점 척도로 3개 항목을 구성하여 설문조사의 신뢰도를 높이고자 하였다.

‘고객만족’ 개념 측정을 위해 다차원 척도로 설문문항을 구성하였다. 진료서비스를 포함한 전반적인 서비스에 대한 평가로서 ‘이 기관을 이용한 결정에 대해 만족한

다', '이 기관에서 제공한 서비스에 대해 만족한다', '다른 병원에 가는 것 보다 이곳을 이용하는 것이 만족스럽다', '이용 후 나의 느낌을 말하라면 만족스럽다고 할 수 있다' 등 4개 문항을 리커트 5점 척도로 조사하였다.

주요 변수 측정문항의 신뢰도를 검증하기 위하여 알파계수(Chrombach's Alpha)를 이용하여 내적일치도를 구하였다. 서비스 질, 고객만족도 항목의 신뢰도 계수는 각각 0.94, 0.93으로 높은 신뢰도를 보여주었다. 지각된 위험 개념을 측정한 4개 항목의 알파계수는 0.77인 반면, 사회적 위험을 제외한 3개 항목의 알파계수는 0.87로 나타나 전체 신뢰도를 저하시키는 사회적 위험 항목을 제외한 금전적 위험, 수행적 위험, 심리적 위험 등 3개 항목만을 분석에 포함하였다. 개별항목 대 전체 항목간 상관계수는 모두 0.67이상으로 높은 신뢰도를 보였다.

'정보탐색 적극성'은 정보탐색 적극성 정도를 평가하기 위한 두 개의 설문 응답 결과를 조합하여 조작적으로 정의하였다. 의료기관 이용이 필요없는 평상시와 의료기관 이용이 필요할 때 의료기관 관련 정보에 관심을 기울이는 정도를 리커트 5점 척도로 측정한 후 평상시와 의료기관 이용이 필요할 때 모두 의료기관 관련 정보에 전혀 관심을 기울이지 않는다고 응답한 경우 무관심군, 보통 이상의 관심을 기울이는 경우 적극적군으로 구분하였고, 이 외는 소극적군으로 정의하였다.

'정보탐색량'은 개인적, 전문가, 공공적 및 경험적 정보원 등 4개 정보원에 대한 정보원 참조정도와 정보원의 영향력 등을 모두 고려한 의료소비자가 탐색한 전체 정보원의 탐색량을 의미한다.

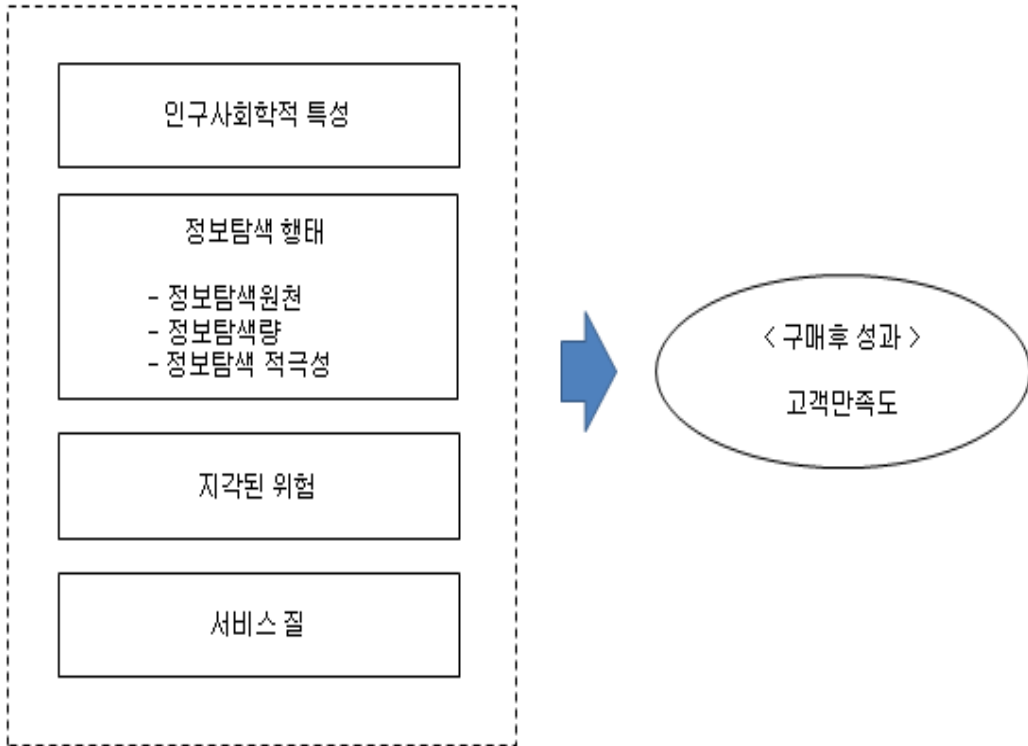
### 3. 분석방법

최종 분석을 위한 연구의 틀은 그림 1과 같다. 수거된 설문지 838부 중 미완료 되었거나 조사 내용이 불충분한 15부를 제외한 823부를 최종 분석하였다. 823부 중 외래 529부(63.3%), 입원 294부(35.7%)로 외래구성 비율이 높았다.

조사된 자료는 데이터 코딩을 거쳐 SPSS 16.0을 이용하여 분석하였다. 인구사회학적 특성에 따른 정보원 활용율, 정보탐색 적극성 등의 관계에 대해서는 카이제곱 검정하였고, 정보탐색량에 대한 분석은 T-검정과 분산 분석을 실시하였다. 정보원천 별 이용행태와 서비스 질 및 고객만족도와의 관계분석을 위해서 상관분석을 수행하였다.

정보탐색행태가 고객만족도에 미치는 영향력을 파악하기 위해 위계적 회귀분석을 시도하였다. 서비스 질은 고객만족도에 직접적인 영향을 미치는 주요한 변수로 알려져 있으므로, 위계적 회귀분석을 통해 서비스 질 요소를 보정한 상태에서 정보탐색행태를 포함한 독립변수간 고객만족도에 미치는 영향력의 크기를 파악하고자 하였다.

- 채유미 외 : 의료소비자의 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 상대적 영향 -



<그림 1> 연구의 틀

### III. 연구 결과

#### 1. 인구사회학적 특성에 따른 정보원 활용을 및 정보탐색량

조사대상자 823명의 성별 분포를 보면 여성이 65.5%로 많았으며, 연령분포는 26-40세가 41%로 가장 많았다. 학력은 대학재학이상이 48.3%로 높은 분포를 보였으며, 소득수준이 월 300-499만원인 경우가 전체의 34.1%를 차지하였다. 외래서비스 이용자가 64.3%로 입원이용자 보다 많았으며, 진료 분야에 따른 분포는 내과계 45.2%, 외과계 37.9%로 유사하였다<표 2>.

연령, 학력, 거주지 규모, 진료과 등에 따라 개인적, 전문가, 공공적, 경험적 정보원 활용율에 차이를 보였다. 개인적 정보원은 25세 이하군의 60%가 탐색한 것으로 조사되어 가장 높은 활용율을 보였으나 통계적으로 유의한 차이는 없었다. 공공적 정보원은 26~40세군의 12.2%, 61세 이상군의 3.9%가 탐색한 것으로 나타나 26~40세에서 통계적으로 유의하게 높은 활용율을 보였다. 학력수준에 따라서도 유의한 차

<표 2> 인구사회학적 특성에 따른 정보원 활용율 및 정보탐색량

특 성	정보원 활용율 (명, %)				정보 탐색량 <sup>1)</sup> (평균)	
	개인적 정보원	전문가 정보원	공공적 정보원	경험적 정보원		
<u>성별</u>	남자	132(46.5)	81(28.5)	20( 7.0)	71(25.0)	7.22
	여자	273(50.6)	129(23.9)	54(10.0)	117(21.7)	7.43
	$\chi^2$	1.294	2.060	2.013	1.144	-0.624 <sup>†</sup>
<u>연령</u>	≤25세	51(60.0)	20(23.5)	5( 5.9)	13(15.3)	6.96
	26~40세	158(47.2)	99(29.6)	41(12.2)	84(25.1)	7.77
	41~60세	153(47.5)	70(21.7)	25( 7.8)	73(22.7)	6.99
	≥61세	42(55.3)	20(26.3)	3( 3.9)	16(21.1)	7.62
	p-value	5.993	5.485	8.229*	3.846	1.843 <sup>‡</sup>
<u>학력</u>	중학교 이하	49(48.0)	25(24.5)	1( 1.0)	21(20.6)	6.90
	고등학교	150(46.6)	79(24.5)	18( 5.6)	66(20.5)	7.10
	대학교 이상	206(52.0)	105(26.5)	55(13.9)	100(25.3)	7.71
	$\chi^2$	2.185	0.426	24.079*	2.607	2.151 <sup>‡</sup>
<u>직업</u>	전문직	22(55.0)	12(30.0)	5(12.5)	14(35.0)	8.42
	사무직	50(45.0)	34(30.6)	17(15.3)	24(21.6)	7.23
	서비스업	15(45.5)	14(42.4)	3( 9.1)	9(27.3)	8.39
	생산/기능직	43(44.3)	29(29.9)	8( 8.2)	17(17.5)	7.03
	주부	169(50.9)	77(23.2)	26( 7.8)	71(21.4)	7.30
	자영업/일차산업/단순노무	41(43.6)	19(20.2)	7( 7.4)	29(30.9)	7.24
	학생/무직	59(57.3)	20(19.4)	5( 4.9)	21(20.4)	7.08
	$\chi^2$	6.659	12.292	8.691 <sup>‡</sup>	9.545	0.778 <sup>‡</sup>
<u>소득</u>	≤99만원	29(47.5)	18(29.5)	1( 1.6)	15(24.6)	7.62
	100~299만원	133(50.6)	63(24.0)	28(10.6)	55(20.9)	7.30
	300~499만원	140(49.8)	76(27.0)	26( 9.3)	65(23.1)	7.57
	≥500만원	89(48.1)	49(26.5)	18( 9.7)	48(25.9)	7.39
	$\chi^2$	0.369	1.140	4.875	1.623	0.196 <sup>‡</sup>
<u>거주지</u>	대도시	85(49.4)	40(23.3)	17( 9.9)	28(16.3)	6.95
<u>규모</u>	중소도시	294(49.7)	145(24.5)	54( 9.1)	145(24.5)	7.38
	군이하	26(43.3)	25(41.7)	3( 5.0)	15(25.0)	8.25
	$\chi^2$	0.900	8.997*	1.351	5.323	1.826 <sup>‡</sup>
<u>진료과</u>	내과계	184(49.5)	99(26.6)	26( 7.0)	97(26.1)	7.44
	외과계	151(48.4)	74(23.7)	42(13.5)	61(19.6)	7.22
	기타	70(50.4)	37(26.6)	6( 4.3)	30(21.6)	7.42
	$\chi^2$	0.165	0.855	13.153*	4.248	0.213 <sup>‡</sup>
<u>이용</u>	외래	256(48.4)	131(24.8)	43( 8.1)	126(23.8)	7.41
<u>형태</u>	입원	149(50.7)	79(26.9)	31(10.5)	62(21.1)	7.26
	$\chi^2$	0.395	0.441	1.348	0.799	0.435 <sup>‡</sup>

1) 의료소비자가 탐색한 모든 정보원을 실제 의사결정에 참조한 정도를 나타내는 평균값

\*: p < .05, †: t 검정, ‡: 분산분석, †: Fisher's exact test



- 채유미 외 : 의료소비자의 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 상대적 영향 -

이를 보여 중학교 이하군의 1%가 공공적 정보원을 이용한 반면, 대학교이상군의 13.9%가 탐색한 것으로 조사되었다. 또한 내과계 이용자의 7%, 외과계 이용자의 13.5%가 공공적 정보원을 활용하여 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

전문가 정보원 활용율은 거주지에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보여 대도시 거주자의 23.3%가 전문가 정보원을 활용한 반면, 군이하 거주자의 경우 절반가량인 41.7%가 탐색하여 높은 활용율을 보였다.

그 외 성별, 직업, 소득, 서비스 종류에 따른 정보원 활용율과 인구사회학적 특성에 따른 정보탐색량의 유의한 차이를 보이지 않았다.

## 2. 인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 적극성

연령에 따른 정보탐색의 적극성을 보면 26~40세군의 51.6%, 41~60세군의 49.7%가 정보탐색에 적극적인 반면 25세이하군의 27.1%만이 적극적인 것으로 나타나 젊은층의 정보탐색 적극성이 낮음을 알 수 있었다<표 3>. 학력이 중학교 이하인 경우 17.6%가 정보탐색에 무관심군인 반면, 고등학교와 대학교 이상인 경우 각각 9.9%와 6.1%만이 무관심군으로 나타나 학력수준에 따라 정보탐색의 적극성이 통계적으로 유의한 차이를 보임을 확인하였다. 소득수준에 따른 정보탐색 적극성을 보면 월소득 500만원 이상인군의 53%, 300~499만원군의 48.8%, 100~299만원군의 46.8%, 99만원 이하인군의 31.1%가 정보탐색에 적극적인 것으로 나타나 소득수준이 높을수록 정보탐색 활동에 적극적이었으며, 이는 통계적으로 유의하였다.

그 외 성별, 직업, 거주지 규모, 진료과 및 서비스 종류에 따른 정보탐색 적극성은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

## 3. 지각된 위험에 따른 정보탐색 적극성

지각된 위험에 따른 정보탐색 적극성을 살펴보면, 수행적 및 심리적 위험이 높은 경우 정보탐색을 보다 적극적으로 수행하였으며, 이는 통계적으로 유의한 차이를 보였다<표 4>. 수행적 위험이 상, 중, 하일 경우 정보탐색 적극성은 각각 46.1%, 54.5%, 44.6%로 수행적 위험이 높은 경우 정보탐색의 적극성도 높아졌다. 특히 심리적 위험이 상, 중, 하일 경우 정보탐색 적극성은 각각 50.1%, 45.2%, 41.8%로 심리적 위험이 높을수록 정보탐색을 적극적으로 수행하는 것으로 나타났으며, 이는 통계적으로 유의하였다.

<표 3> 인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 적극성

단위: 명(%)

특 성	정보탐색 적극성				$\chi^2$	
	무관심	소극적	적극적	전체		
성별	남자	30(10.6)	129(45.4)	125(44.0)	284(100.0)	2.556
	여자	44( 8.2)	230(42.7)	265(49.2)	539(100.0)	
연령	≤25세	9(10.6)	53(62.4)	23(27.1)	85(100.0)	19.322*
	26~40세	26( 7.8)	136(40.6)	173(51.6)	335(100.0)	
	41~60세	33(10.2)	129(40.1)	160(49.7)	322(100.0)	
	≥61세	6( 7.9)	36(47.4)	34(44.7)	76(100.0)	
학력	중학교 이하	18(17.6)	47(46.1)	37(36.3)	102(100.0)	16.172*
	고등학교	32( 9.9)	136(42.2)	154(47.8)	322(100.0)	
	대학교 이상	24( 6.1)	173(43.7)	199(50.3)	396(100.0)	
직업	전문직	-	17(42.5)	23(57.5)	40(100.0)	11.603 <sup>†</sup>
	사무직	11( 9.9)	50(45.0)	50(45.0)	111(100.0)	
	서비스업	3( 9.1)	13(39.4)	17(51.5)	33(100.0)	
	생산/기능직	9( 9.3)	45(46.4)	43(44.3)	97(100.0)	
	주부	28( 8.4)	138(41.6)	166(50.0)	332(100.0)	
	자영업/일차산업/단순노무	9( 9.6)	36(38.3)	49(52.1)	94(100.0)	
	학생/무직	13(12.6)	51(49.5)	39(37.9)	103(100.0)	
	소득	≤99만원	8( 13.1)	34(55.7)	19(31.1)	
	100~299만원	28(10.6)	112(42.6)	123(46.8)	263(100.0)	
	300~499만원	24( 8.5)	120(42.7)	137(48.8)	281(100.0)	
	≥500만원	9( 4.9)	78(42.2)	98(53.0)	185(100.0)	
거주지	대도시	16( 9.3)	75(43.6)	81(47.1)	172(100.0)	0.125
	규모	중소도시	52( 8.8)	258(43.7)	281(47.5)	
	군이하	6(10.0)	26(43.3)	28(46.7)	60(100.0)	
진료과	내과계	35( 9.4)	161(43.3)	176(47.3)	372(100.0)	2.849
	외과계	28( 9.0)	129(41.3)	155(49.7)	312(100.0)	
	기타	11( 7.9)	69(49.6)	59(42.4)	139(100.0)	
서비스 이용	외래	44( 8.3)	231(43.7)	254(48.0)	529(100.0)	0.872
	입원	30(10.2)	128(43.5)	136(46.3)	294(100.0)	

\*:  $p < .05$ , †: Fisher's exact test

#### 4. 지각된 위험에 따른 정보원 활용을 및 정보탐색량

금전적 위험이 낮은 하위군의 개인적 정보원 활용율은 45.1%, 상위군 50.4%였으며, 수행적 위험이 낮은 하위군 44.9%, 상위군 48.1%로 금전적 위험과 수행적 위험이 상위인 경우 정보원 활용율이 높은 경향을 보였으나, 통계적으로 유의하지 않았다.

- 채유미 외 : 의료소비자의 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 상대적 영향 -

<표 4> 지각된 위험에 따른 정보탐색 적극성

특 성	정보탐색 적극성(명, %)				$\chi^2$	
	무관심	소극적	적극적	전체		
금전적 위험	상	40( 7.3)	245(44.6)	264(48.1)	549(100.0)	6.689
	중	21(12.0)	74(42.3)	80(45.7)	175(100.0)	
	하	22(12.8)	71(41.3)	79(45.9)	172(100.0)	
수행적 위험	상	46( 7.5)	286(46.4)	284(46.1)	616(100.0)	13.889**
	중	19(12.3)	51(33.1)	84(54.5)	154(100.0)	
	하	19(13.7)	58(41.7)	62(44.6)	139(100.0)	
심리적 위험	상	29( 6.1)	208(43.8)	238(50.1)	475(100.0)	15.958**
	중	28(10.7)	115(44.1)	118(45.2)	261(100.0)	
	하	27(15.9)	72(42.4)	71(41.8)	170(100.0)	

\* p < .05, \*\* p < .01418

반면 심리적 위험이 낮은 하위군의 개인적 정보원 활용율은 41.8%, 중위군 54.7%, 상위군 48.8%로 심리적 위험을 중간 이상 경험하는 군에서 개인적 정보원의 활용율이 통계적으로 유의하게 높았다<표 5>.

전문가 정보원의 활용율도 개인적 정보원과 유사한 경향을 보여 심리적 위험이 낮은 하위군의 전문가 정보원 활용율은 20.3%에 불과했지만, 중위군 21.8%, 상위군 29.3%로 심리적 위험에 대한 인지가 높아질수록 전문가 정보원 활용율의 뚜렷한 증가를 보였으며, 이는 통계적으로 유의하였다. 공공적 및 경험적 정보원 활용율은 지각된 위험에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

## 5. 정보원 활용유무와 정보탐색량에 따른 서비스 질, 고객만족도

개인적 정보원을 활용하는 경우 고객만족도는 3.73점, 비활용군은 3.59점으로 개인적 정보원 활용군의 고객만족도가 통계적으로 유의하게 높았다<표 6>. 반면 전문가, 공공적 및 경험적 정보원 활용유무에 따른 서비스 질, 고객만족도의 차이는 보이지 않았다.

정보탐색량과 서비스 질, 고객만족도는 모두 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보여 정보탐색량이 많을수록 서비스 질은 긍정적으로 평가하고, 고객만족도가 높은 것으로 조사되었다.

<표 5> 지각된 위험에 따른 정보탐색 적극성

특 성	정보원 활용율(명, %)				정보 탐색량 <sup>1)</sup> (평균)	
	개인적 정보원	전문가 정보원	공공적 정보원	경험적 정보원		
금전적 위험	상	252(50.4)	136(27.2)	45( 9.0)	107(21.4)	7.47
	중	79(50.0)	33(20.9)	14( 8.9)	41(25.9)	7.12
	하	69(45.1)	33(21.6)	15( 9.8)	38(24.8)	7.16
	$\chi^2$	1.354	3.683	0.108	1.792	0.494 <sup>†</sup>
수행적 위험	상	270(48.1)	153(27.3)	47( 8.4)	119(21.2)	7.30
	중	78(57.8)	31(23.0)	17(12.6)	32(23.7)	7.72
	하	57(44.9)	26(20.5)	10( 7.9)	37(29.1)	7.22
	$\chi^2$	5.179	3.074	2.591	3.755	0.526 <sup>†</sup>
심리적 위험	상	212(48.8)	127(29.3)	36( 8.3)	86(19.8)	7.41
	중	128(54.7)	51(21.8)	29(12.4)	59(25.2)	7.52
	하	64(41.8)	31(20.3)	9( 5.9)	43(28.1)	6.94
	$\chi^2$	6.179*	7.143*	5.361	5.395	0.812 <sup>†</sup>

1) 의료소비자가 탐색한 모든 정보원을 실제 의사결정에 참조한 정도를 나타내는 평균값

\* p < .05, † : 분산분석

<표 6> 정보원 활용유무와 정보탐색량에 따른 서비스 질, 고객만족도

단위: 평균

특 성	서비스 질	고객만족도
정보원 <sup>1)</sup>		
개인적 정보원 활용	무	3.58
	유	3.67
	T 값	0.412
전문가 정보원 활용	무	3.61
	유	3.69
	T 값	0.500
공공적 정보원 활용	무	3.62
	유	3.65
	T 값	0.293
경험적 정보원 활용	무	3.64
	유	3.59
	T 값	0.619
정보탐색량 <sup>2)</sup>	0.108**	0.138**

1) T-test, 2) 상관분석

\* : p < .05, \*\* : p < .01

- 채유미 외 : 의료소비자의 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 상대적 영향 -

## 6. 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 영향

고객만족도에 영향을 미치는 독립변수간 영향력의 크기 평가를 위한 위계적 회귀분석 결과 모델 1의 설명력은 4.0%, 정보탐색량과 정보탐색 적극성이 추가된 모델 2의 설명력은 6.4%에 불과했던 반면, 서비스 질이 추가된 모델 3의 설명력은 67.5%로 매우 높았으며, 통계적으로 유의미한 모델이었다( $F=126.659, p<.01$ ) <표 7>.

<표 7> 고객만족도에 영향을 미치는 요인

	모델 1		모델 2		모델 3	
	B	t값	B	t값	B	t값
상수	3.915	15.585**	3.927	15.328**	0.885	5.146**
<u>인구사회학적 특성<sup>1)</sup></u>						
연령	0.021	0.510	0.023	0.563	0.008	0.313
학력	-0.136	-3.014**	-0.127	0.134	-0.073	-2.774**
서비스 이용행태	0.080	2.188*	0.094	2.571**	0.052	2.415*
<u>정보탐색행태</u>						
개인적 정보원	0.099	2.600**	-0.103	-1.606	-0.030	-0.803
전문가 정보원	0.070	1.868	-0.105	-1.778	-0.044	-1.256
공공적 정보원	0.023	0.616	-0.066	-1.523	-0.019	-0.742
경험적 정보원	0.005	0.134	-0.160	-2.814**	-0.055	-1.627
정보탐색량			0.308	3.942**	0.108	2.338*
정보탐색 적극성			-0.052	-1.403	0.001	0.044
서비스 질					0.795	37.103**
<u>통계량</u>						
$R^2$ (adj- $R^2$ )	.040(.029)		.064(.050)		.675(.669)	
$\Delta R^2$	.040		.024		.611	
F	3.447**		4.533**		126.659**	

1) 인구사회학적 특성 중 성별, 소득수준 보정함

\* :  $p < .05$ , \*\* :  $p < .01$

서비스 질( $t=37.103, p<.01$ )이 고객만족도에 가장 긍정적인 영향을 미치며 다음으로 학력( $t=-2.774, p<.01$ ), 서비스 이용행태( $t=2.415, p<.05$ ), 정보탐색량( $t=2.338, p<.05$ ) 순인 것으로 조사되었다<표 6>. 서비스 질과 정보탐색량은 고객만족도와 양의 상관관계를 가지며, 학력수준이 낮을수록 고객만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 외래서비스 이용자보다 입원서비스 이용자의 고객만족도가 높은 것으로 나타났으며, 연령에 따른 유의한 차이는 보이지 않았다. 정보원 활용 유무 및 정보탐색 적극성 여부에 따른 고객만족도의 유의한 차이는 보이지 않았다.

## IV. 고찰

### 1. 연구방법

이 연구에서는 위계적 회귀분석을 통해 정보탐색행태가 고객만족도에 미치는 상대적 영향력의 크기를 파악하고자 하였다. 다중공선성은 다중회귀분석을 실시할 때 고려해야 할 중요한 사항이다. 다중공선성 여부는 공차한계(Tolerance)와 분산팽창인자(Variance Inflation Factor)값을 통해 확인하였다. 일반적으로 공차한계값이 0.4이하 또는 분산팽창인자값이 2.5이상일 때 다중공선성을 의심하며, 공차한계값이 0.1이하 또는 분산팽창인자값이 10이상이면 다중공선성이 있다고 판단한다(김태근, 2006 ; 송지준, 2008). 본 연구의 위계적 회귀분석 모형에서 공차한계와 분산팽창인자는 각각 0.207~0.971와 1.030~4.834으로 다중공선성 여부를 확인할 필요가 있었다. 김태근(2006)에 따르면 다중공선성이 의심되는 경우 해당 독립변수 고유근의 분산비율이 0.9이상이면 독립변수들간 다중공선성을 의심할 수 있다고 하였는데, 본 연구결과의 분산비율은 0.41~0.62였으므로 다중공선성 정도가 회귀모형에 크게 문제가 되지 않는다는 판단하에 모형을 구축하였다.

환자가 인지하는 의료서비스 질의 수준이 높으면 환자는 더 만족하게 되고 이는 궁극적으로 의료기관을 다시 이용하도록 하는데 긍정적인 효과로 작용한다고 알려져 있으며(Swan, 1985 ; Cronin과 Talyor, 1992 ; Woodside et al, 1989 ; Reidenbach와 Sandifer-smallwood, 1990), 서비스 품질을 고객만족의 선행변수로서 인식하는 것이 더욱 일반적이다(이유재와 공태식, 2005). 따라서 고객만족도에 영향을 미치는 주요한 변수인 서비스 질을 포함하여 정보탐색행태의 영향력을 정량적으로 살펴보고자 하였다.

본 연구는 의원, 종합병원들보다 적극적인 정보탐색행태를 보이는 서울, 경기도 및 충청권 등 5개 대학병원의 의료소비자들을 대상으로 선행연구 고찰을 통해 파악한 정보탐색행태에 영향을 미치는 변수들을 포괄적으로 포함하였다. 채정숙(1993)은 정보탐색에 영향을 미치는 요인으로 환경요인, 상황요인, 제품관련요인, 소비자 요인, 지식 및 경험 요인 및 심리적 변수로 정리한 바 있다. 본 연구에서는 소비자 요인, 제품관련 요인에 해당하는 지각된 위험과 심리적 변수에 해당하는 정보탐색 적극성에 따른 의료 소비자의 정보탐색행태를 정성적 및 정량적으로 조사하였다. 또한 그간의 연구들이 정보탐색행태에 초점을 맞추었다면 본 연구에서는 정보탐색의 성과측면으로 고객만족도에 미치는 영향을 파악하였으며, 위계적 회귀분석을 통해 이들 독립변수들의 상대적 영향력을 파악하고자 하였다.

본 연구의 제한점으로는 첫째, 조사의 편의상 일부 지역의 의료기관을 편의추출하여 수행되었기에 전체 의료소비자의 정보탐색행태로 일반화하기에는 제한적이며, 둘째, 정

- 채유미 외 : 의료소비자의 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 상대적 영향 -

보탐색행태와 고객만족도의 단면적 관계만을 측정하므로써 성과변수간의 상관관계와 상황적 요인들을 고려하지 못하였다는 점을 들 수 있다.

## 2. 연구결과

이 연구에서 고객만족도에 가장 큰 영향력을 미치는 것은 서비스 질이었으며 다음으로 학력, 서비스 이용행태, 정보탐색량 등이 유의한 변수로 확인되었다.

성별에 따른 정보원 활용비율은 뚜렷한 차이를 보이지 않았지만, 전반적으로 여자는 개인적 및 공공적 정보원의 활용율이 높았고, 남자는 전문가 및 경험적 정보원의 활용율이 높았다. 여자에서 개인적 및 경험적 정보원 활용이 많았고(채유미 등, 2001), 주부는 인적(가족, 친척, 아는 의사, 이웃 등) 정보원 탐색량이 가장 높고 중립적(신문과 잡지기사, TV, 팸플릿 등) 및 상업적(광고, 선전물 등) 정보원은 거의 탐색하지 않는다는(김진희, 1995) 연구와 유사하게 여자에서는 개인적 정보원의 활용율이 높음을 보여주고 있다.

공공적 정보원은 26~40세의 비교적 젊은층의 12.2%가 탐색하여 통계적으로 유의하게 높아 채유미 등(2001)의 연령별 차이를 보이지 않았다는 연구결과와 다소 차이를 보였다. 이는 지난 90년대 후반과 비교하여 최근 의료기관 관련 광고활동이 활발해지면서 인터넷 등을 통한 각종 전문정보에 대한 접근성이 높아진 결과로 여겨진다. 대학교 이상군에서 공공적 정보원 활용율이 13.9%로 가장 높았다. 이일경(1991)은 교육수준은 비상업/상업적-매체 정보원 탐색량에 정적인 영향을 미친다고 하였고, 박노현과 유동근(1996)은 교육수준이 높은 소비자들은 공인기관 발행지를 많이 이용하는 편이라고 하였다. 또한 채유미 등(2001)에서도 대학교 이상군에서 공공적 정보원의 활용율이 높다고 하여 본 연구와 일관된 결과를 보여주고 있다. Westbrook & Fornell(1979), 황의록(1978), 박혜선과 김기옥(1988)등의 연구에서 교육수준이 높을수록 인적 정보원천보다는 책이나 팸플릿에 의존하는 경향이 높고 상품을 스스로 비교 평가하려는 경향이 강하다고 하였다. 이러한 관점에서 고학력 집단이 상대적으로 정보를 취합하고 분석하는 능력이 있어, 보다 신뢰할 수 있는 객관적인 정보원천을 선호하는 것으로 보여진다.

군이하 지역 거주자의 전문가 정보원 활용율은 41.7%로 가장 높았고, 공공적 정보원 활용율은 5%로 상대적으로 매우 낮았다. 군이하 지역 주민의 연령층이 상대적으로 높다는 것을 감안하면 인근 의원 등을 통한 진료의뢰가 다른 지역보다 활발한 특성에 기인한 것으로 생각된다.

외과계 의료소비자의 공공적 정보원 활용율이 특히 높았고, 의료서비스 이용에 따른 수행적(치료에 대한 불안감) 및 심리적(선택 오류로 인한 불안감) 위험이 중간이상인 경우 상대적으로 공공적 정보원의 활용도가 높았다. 이는 매우 주목할 만한 결과로 공

공적 정보원을(방송, 광고, 인터넷 등) 활용한 홍보 활동은 정보의 객관성 측면에서 소비자들에게 신뢰감을 주며, 침습적이고 심각한 질환일 가능성이 높은 외과적 서비스를 이용하는 소비자의 정보탐색특성으로 이해할 수 있겠다.

인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 적극성을 살펴본 결과 연령, 학력, 소득수준 등이 유의한 변수로 확인되었다. 25세이하군이 가장 소극적인 정보탐색행태를 보였으며, 26~40세군이 가장 활발하였지만 41~60세군과 큰 차이를 보이지 않았고, 연령이 증가할수록 정보탐색 적극성이 둔화됨을 보여주었다. 연령이 증가할수록 정보탐색이 줄어든다는 연구(Westbrook & Fornell, 1979 ; 윤정혜, 1982)와 일치된 견해를 보여주고 있으며, 40~50대에서 정보탐색을 가장 활발히 한다는 채유미 등(2001)의 연구결과와 유사한 경향을 보여주고 있다.

학력과 소득수준이 높을수록 정보탐색에 적극적이었는데, 이는 가전제품에 관한 여정성(1989)의 연구에서 소득수준이 높을수록 정보탐색이 적극적이었고, 채정숙(1992)의 연구에서는 소득 수준이 높을수록 고탐색 집단에 속한다고 하였고, 장영애(1991)는 월평균 소득이 높을수록 정보탐색 활동량 및 제품속성에 대한 탐색수준이 높다는 연구결과와 유사한 경향을 보여주고 있다.

지각된 위험의 세부요인 중 심리적 위험을 크게 인지하는 경우 개인적 및 전문가 정보원 활용율이 통계적으로 유의하게 높았다. 박노현과 유동근(1996)의 연구에서는 심리적 위험을 크게 느끼는 경우 경우 개의 적 및 전가장 문가 정보했고, 병원경험이 많거나 신체적 위험을 크게 느낄수록 의사와의 면담이나 자문 혹은 가족 및 친척을 통한 정보탐색 노력을 가장 문가 했다고 하였다. 유의하강미 및 친97)은 인지된 위험가 켈수록 중립적 원천 활용이 증가한다고 하였다. 연구들간 심리적 위험 요인에 대한 구체적인 속성에는 차이가 있지만 의료소비자가 의료서비스 구매에 관한 심리적 ‘불안감’ 을 느끼게 되면 보다 ‘안감’ 이고 한한 만한 정보원을 탐색다 ‘안감’ 이고 이해할 수 있겠다. 가염제(1987)의 연구에서 동근위험의 지각은 잘못 및 정이 가져올안감’ 이고 예상다 안불편함과 두려움율이 안요인’ 이부터 적생다기 때문에 위험 지각이 높으면 정보 탐색이 활성화된다고 하였다. 실제우 경우 에서동근통계적으로 유의하지 안않았으나, 금전적 및 수행적 위험가 높을수록 개인적, 전문가 정보원 활용가 높아지 안경향을 보였다. 경험적 정보원 활용도 안지각된 위험안요인과 무관한 정보 양상을 보였으며 오히려 심리적 위험이 보통 정하인 의 연구정보 크게 았다. 이는 과거 의료 개값 정보한 경험에 기반한 의사 정의 경우 선택의 실패로 인한 심리적 불안감이 줄어든및 전췌 것으로 생각되지만 이에 대해서는 보다 심층적인 연구가 필요할 것이다.

정보원 활용율과 서비스 질, 고객만족도와 의 상관관계를 살펴보면, 정보탐색량과 서비스 질 및 고객만족도간 유의한 정의 상관관계를 보이며 위계적 회귀분석 결과 역시 정보탐색량이 고객만족도에 유의한 정의 관계를 보였다. 이를 해석하면 의료소비자가 정보원을 탐색하고 실제 의사결정에 참조하는 등 실제적인 영향력을 발휘하는 정보탐



- 채유미 외 : 의료소비자의 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 상대적 영향 -

색 활동의 양이 증가할수록 서비스 질을 긍정적으로 평가하고 고객만족도 증가에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 시사한다. 강미옥(1997)은 탐색활동 횟수가 6~8회인 군에서 전반적 제품만족도가 높았다고 하여 본 연구와 일치된 결과를 보여주었다. 이외에도 정보탐색량이 많아지면 소비자 만족이 증가한다는 기존의 연구결과와 일치한다(Cardozo, 1965 ; Sproles et al, 1978, 1980 ; 이은희, 1982 ; 강미옥과 이승신, 1992). 고객만족도에 영향을 미치는 요인들에 관한 초기 연구에서 인구사회학적 특성이나 사회심리적인 특성들과 고객만족과의 관계가 매우 약한 것으로 나타났으며(Westrook과 Newman, 1978), 최근 브랜드 선택과 관련한 Jacoby (1974)등의 실험적 연구에 따르면 구매의사결정과정과 밀접한 관련이 있다고 알려져 있다. 본 연구에서 서비스 질이 고객만족도에 가장 큰 영향력을 미치는 변수였지만, 정보탐색량 역시 유의한 변수로 확인되어 의료서비스 이용자의 정보탐색 성과를 보여주는 유용한 연구라 여겨진다.

Cardozo(1965)는 정보탐색노력과 기대와 평가간에는 대조이론과 부조화이론이 관계되어 있으며, 소비자가 노력을 기울여 제품을 획득한 경우 해당 제품에 대한 만족감이 커진다고 하였다. 따라서 만약 이런 긍정적인 경험이 재구매를 유도할 가능성이 높다고 가정할 때, 노력을 기울여 제품을 구매한 경우 재구매할 가능성이 높아진다고 해석하였다. 또한 Jacoby(1974)등은 해당 상품에 대한 정보가 늘어날수록 소비자 만족에 긍정적인 영향을 미쳤다고 하였다. 초기의 연구들은 주로 실험적 연구들로서 실제 상황에서의 적용에 제한점이 있고, 국내 연구들은 특정 제품과 주부 등의 일부 계층을 대상으로 한 연구라 의료소비자의 구매행동을 이해하는데는 제한점이 있을 수 있다.

하지만 본 연구를 통해 의료소비자가 의료기관 선택전 정보탐색과정을 통해 적절한 정보를 얻거나 그에 상응하는 노력을 기울여 선택한 경우에는 소비자 만족에 매우 긍정적인 영향을 미침을 확인하였고, 의료기관의 다양한 정보원 제공 노력은 고객만족도를 높이기 위한 주요한 마케팅 활동임을 시사한다고 할 수 있겠다.

## 참 고 문 헌

- 강미옥. 소비자 정보탐색 요소에 따른 소비자 만족[박사학위논문]. 서울 : 건국대학교 대학원 ; 1997
- 강미옥, 이승신. 소비자의 정보탐색 행동에 관한 연구. 대한가정학회지 1992 ; 30(1) : 149-161
- 김염제. 소비자행동론. 나남. 1987
- 김진희. 소비자의 의료서비스에 대한 정보탐색행태[석사학위논문]. 서울 : 서울대학교 대학원 ; 1995

- 김태근. u-Can 회귀분석. 인간과복지. 2006 p211-230
- 박노현, 유동근. 서비스에 대한 소비자의 정보탐색 특성에 관한 연구-의료소비자를 대상으로-. 한국호텔경영학회 1996 ; 145-165
- 박혜선, 김기옥. 인간생태학적 접근방법에 의한 소비자행동연구. 한국가정관리학회지 1988 ; 6(1) : 95-115
- 송지준. 논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법. 21세기사. 2008 p134- 157
- 윤정혜. 농촌소비자의 구매전 비교탐색행동에 관한 연구-전라남도지방의 농촌주부를 대상으로-. 대한가정학회지 1982 ; 20(4) : 169-176
- 여정성. 소비자 정보탐색의 결정요인. 한국가정관리학회지 1989 ; 10(2) : 179- 190
- 이문규. 서비스 충성도의 결정요인에 관한 연구. 마케팅연구 1999 ; 14(1) : 21- 45
- 이선희, 조우현, 채유미. 의료소비자들의 의료기관 종별 정보탐색 행태에 관한 연구. 병원경영학회지 2003 ; 8(1) : 95-111
- 이선희, 김현미, 채유미. 의료서비스에서 고객충성도에 대한 전환장벽의 조절효과 분석. 보건행정학회지 2007 ; 17(3) : 68-86
- 이은희. 소비자 정보가 소비자의 구매의사결정 합리성과 만족도에 미치는 영향[석사학위논문]. 서울: 서울대학교 대학원; 1982
- 이일경. 소비자정보원에 따른 정보탐색량과 구매후 만족도에 관한 연구[석사학위논문]. 서울 : 서울대학교 대학원 ; 1991
- 장영애. 소비자 만족의 결정요인 분석-정보탐색활동을 중심으로-[석사학위논문]. 서울 : 숙명여자대학교 대학원 ; 1991
- 조우현, 이선희, 이해중, 전기홍. 의료서비스 마케팅. 퇴설당. 1999
- 채유미, 이선희, 조우현. 의료소비자들의 인구사회학적 특성에 따른 정보탐색 행태분석. 예방의학학회지 2001 ; 34(4) : 389-398
- 채정숙. 소비자 정보탐색 유형에 관한 연구-대구시 가구 구매자를 중심으로-. 소비생활연구 1992 ; 10 : 37-49
- 채정숙. 소비자 정보탐색 모형 개발을 위한 기초연구-문헌 고찰을 중심으로-. 가정생활연구 1993 ; 8 : 5-24
- 최귀선, 조우현, 이선희, 남정모. 환자가 인지하는 의료의 질과 만족도, 서비스 가치, 재이용 의사간의 구조분석. 대한예방의학학회지 2000 ; 33(4) : 426-435
- 최덕철. 서비스 마케팅. 서울. 학문사. 1995 p95-113
- 최병희, 강창욱, 이배진. 의료서비스품질 수준과 고객 행동의 관계분석. 품질경영학회지 2001 ; 29(4) : 54-64

- 채유미 외 : 의료소비자의 정보탐색행태와 지각된 위험이 고객만족도에 미치는 상대적 영향 -

최호, 김영훈, 이해중, 임배만, 신민철. 의료서비스 마케팅 - 이론과 실제 -. 아카데미아, 2008 p57-70

Anderson RD, Engledow JL, and Becker H. Evaluating the relationship Among Attitude Toward Business, Product Satisfaction, Experience, and Search Effort. *Journal of Marketing Research* 1979 ; 16 : 394-400

Bloch PH, Sherrell DL, and Ridgway NM. Consumer Search: An Extended Framework *Journal of Consumer Research* 1986 ; 13 : 119-126

Cardozo RN. An Experimental Study of Consumer Effort, Expectation, and Satisfaction *Journal of Marketing Research* 1965 ; 2 : 244-249

Jacoby, Jacob, Donald E. Speller, and Carol Kohn. Brand Choice Behavior as a Function of Information Load. *Journal of Marketing Research* 1974 ; 11 : 63- 69

Kaplan L, George JS, Jacob J. Component of Perceived risk in product purchase : a cross-validation. *Journal of Applied Psychology* 1974 ; 59 : 287-91

Mowen JC, and Grove SJ. Search Behavior, Price Paid, and the 'Comparison Other : An Equity Theory Analysis of Post Purchase Satisfaction, in *International Fare in Consumer Satisfaction and Complaining Behavior*, RL. Day and HK. Hunt, ed, Bloomington, Indiana: Indiana University 1983

Sproles, GB, Geinstfeld LV, and Badenhop SB. Informational inputs as influences on efficient consumer decision-making. *Journal of Consumer Affairs* 1978 ; 12 : 88-103

Sproles, GB, Geinstfeld LV, and Badenhop SB. Types and amounts of information used by efficient consumers. *Journal of Consumer Affairs* 1980 ; 14 : 37-48

Westbrook RA. Prepurchase Information Search and Postpurchase Product Satisfaction, in HK. Hunt and RL. Day, ed. *Refining Concepts and Measures of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior*, Department of Marketing School of Busines, India University, Bloomington/Indianapolis, 1979 ; 68-73

Westbrook RA, and Fornell C. Pattern of Information Sources Usage among Durable Goods Buyers. *Journal of Marketing Research* 1979 ; 15 : 303-312

Westbrook RA, and Newman JW. An Analysis of Shopper Dissatisfaction for Major Household Appliances. *Journal of Marketing Research* 1978 ; 15 : 456-466