



## 저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

심 선 영 교수 지도  
석사학위 청구논문

라이프스타일에 따른 의료관광  
상품의 속성 및 유형 선택의 차이  
연구

- 중국인 관광객을 중심으로 -

2015

성신여자대학교 대학원

경영학과

정 잠

라이프스타일에 따른 의료관광  
상품의 속성 및 유형 선택의 차이  
연구

- 중국인 관광객을 중심으로 -

심선영 교수 지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2015년 5월

성신여자대학교 대학원

경영학과

정 잠

# 인 준 서

정잠의 석사학위 논문으로 인준함

2015년 5월

심사위원장\_\_\_\_\_ (인)

심 사 위 원\_\_\_\_\_ (인)

심 사 위 원\_\_\_\_\_ (인)

성신여자대학교 대학원

# 목 차

## 논문초록

|                           |    |
|---------------------------|----|
| <b>제1장 서론</b> .....       | 1  |
| 제1절. 연구배경 .....           | 1  |
| 제2절. 연구목적 .....           | 3  |
| 제3절 연구범위 및 연구절차 .....     | 4  |
| 1. 연구범위 .....             | 4  |
| 2. 연구절차 .....             | 5  |
| <b>제2장 이론적 배경</b> .....   | 6  |
| 제1절 라이프스타일의 개념 .....      | 6  |
| 1. 라이프스타일의 개념 및 정의 .....  | 7  |
| 2. 라이프스타일의 유형 .....       | 9  |
| 3. 라이프스타일의 분석방법 .....     | 11 |
| 제2절 의료관광 상품의 개념 .....     | 15 |
| 1. 의료관광의 개념 .....         | 15 |
| 2. 의료관광의 선행연구 .....       | 17 |
| 3. 의료관광 상품의 선택속성 .....    | 19 |
| 4. 의료관광 상품 유형의 선행연구 ..... | 21 |
| 5. 의료관광 상품 유형 .....       | 24 |
| <b>제3장 연구 설계</b> .....    | 27 |
| 제1절 연구 모델 및 가설 .....      | 27 |
| 1. 연구모델 .....             | 27 |
| 2. 연구가설 .....             | 28 |

|   |           |
|---|-----------|
| 3. 변수 조작적 정의 .....                      | 29        |
| 제2절 연구조사 설계 .....                       | 30        |
| 1. 조사목적 및 대상 .....                      | 30        |
| 2. 조사시간 및 방법 .....                      | 30        |
| 제3절 설문지 구성 및 통계분석 방법 .....              | 31        |
| 1. 설문지 구성 .....                         | 31        |
| 2. 통계분석 방법 .....                        | 33        |
| <b>제4장 실증분석 .....</b>                   | <b>34</b> |
| 제1절. 조사대상의 인구통계학적인 특성 .....             | 34        |
| 제2절. 설문지의 요인분석 및 신뢰도분석 .....            | 37        |
| 1. 라이프스타일의 요인분석 및 신뢰도분석 .....           | 38        |
| 2. 의료관광 상품의 선택속성에 대한 신뢰도 및 요인분석 .....   | 41        |
| 3. 라이프스타일 요인에 따른 군집분석 .....             | 42        |
| 4. 의료관광 상품 유형의 요인분석 및 신뢰도 분석 .....      | 43        |
| 제3절 가설 검증 .....                         | 44        |
| 1. 라이프스타일에 따른 의료관광 상품 선택속성의 차이 검증 ..... | 44        |
| 2. 라이프스타일에 따른 의료관광 상품 유형의 선택차이 검증 ..... | 46        |
| 3. 연구모델 수정 .....                        | 48        |
| <b>제5장 결론 .....</b>                     | <b>49</b> |
| 제1절 연구 결과의 요약 .....                     | 49        |
| 제2절 시사점 및 한계점 .....                     | 50        |

## 참고문헌

## ABSTRACT

## 설문조사표

## 표 목 차

|   |    |
|---|----|
| <표-1> 라이프스타일 개념 .....                           | 8  |
| <표-2> 라이프스타일 유형 .....                           | 11 |
| <표-3> 라이프스타일의 측정 척도(Life-style dimension) ..... | 14 |
| <표-4> 의료관광 선행연구 .....                           | 16 |
| <표-5> 의료관광 상품 선택속성의 선행연구 요약 .....               | 20 |
| <표-6> 정진수.2009.세미너 발표집 .....                    | 21 |
| <표-7> 의료관광 상품 유형요약 .....                        | 23 |
| <표-8> 설문지분석 결과 .....                            | 31 |
| <표-9> 설문지 구성 .....                              | 31 |
| <표-10> 분석방법 .....                               | 34 |
| <표-11> 표본의 인구통계학적 분석 .....                      | 36 |
| <표-12> 라이프스타일의 요인분석과 신뢰도분석결과 .....              | 40 |
| <표-13> 의료관광 상품의 선택속성 요인분석 및 신뢰도분석 .....         | 42 |
| <표-14> 라이프스타일에 따른 군집 간의 차이 검증 .....             | 43 |
| <표-15> 한국의료관광 상품의 유형에 대한 요인분석 및 신뢰도분석 ..        | 43 |
| <표-16> 가설1검증분석결과 .....                          | 45 |
| <표-17> 가설2검증분석결과 .....                          | 47 |
| <br>  |    |
| <그림-1> 연구절차 .....                               | 5  |
| <그림-2> 연구모델 .....                               | 27 |
| <그림-3> 연구모델 수정 .....                            | 48 |

## 논문개요

본 연구에서는 잠재 방한 의료관광객의 라이프스타일 유형에 따라서 의료관광 상품을 선택과정에서 선택속성을 어떻게 다른지 알아보며, 라이프스타일 유형에 따라 의료관광 상품의 선택기준, 의료관광 상품 유형의 선호차이가 있는가를 알아보고, 세분화된 의료관광서비스 마케팅 전략수립에 기초자료를 제공하고자 하고 중국 의료관광객의 라이프스타일의 특성에 따라 맞는 의료관광 상품을 만들어 내고 의료관광객들을 많이 이끌어올 수 있는 방법을 찾아내다.

실증분석을 위해 본 연구의 대상자인 중국에서 한국으로 여행을 하는 관광객과 유학생으로 설문조사를 하였다. 2015년5월7일부터 2015년5월10일까지 인천공항, 김포공항, 명동 등 관광지에서 설문조사를 실시하였고 200부의 설문지를 배부하였고 그중에 불완전하게 응답되거나 성의 없는 응답된 설문지를 제외하고 182부를 회수되고 최종 분석에 사용되었다. 수집된 자료는 SPSS18.0통계프로그램을 사용하여 빈도분석, 요인분석, 군집분석, ANOVA 등 기법을 실행하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 속성을 선택의도를 검증하였고, 라이프스타일에 따라 의료관광선택속성의 차이가 나는 항목은 관광경제성과 다양성이다. 군집에 따라 나온 결과는 관광경제성을 가장 중요하게 고려한 군집은 사회참여형 이고 가장 적게 고려하는 집단은 유행진보형 이다. 다양성을 가장 중요하게 고려하는 군집이 사회참여형 이고 가장 적게 고려하는 집단은 자기만족형 이다. 의료경제성, 신뢰성, 편의성은 라이프스타일에 집단에 따라 선택차이가 유의하지 않는다.

둘째, 라이프스타일에 따라 의료관광 상품 유형에 대한 선택차이의 결과는 성형관광이 유의한 결과가 나타내었다. 그리고 성형관광은 가장 고려하는 집단은 유행진보형 이고 가장 적게 고려하는 집단은 실속보수형 이다. 한방미용 및 질병치료의 선택에는 라이프스타일에 따른 차이가 유의하지 않았다. 질병 치료보다 한방미용을 전반적으로 더 고려하는 것으로 보인다.

주요어: 라이프스타일, 의료관광 상품 ,선택속성, 유형

# 제1장 서론

## 제1절. 연구배경

1992년 한·중 수교 이후 양국은 정치, 경제, 사회 문화 등 많은 분야에서 끊임없이 교류하고 있을 뿐만 아니라 차세대로서의 교육, 관광 등 문화교류에서도 국가 간 인적·물적 더욱 급속하고 밀접하게 진행되고 있다. 2014년 중국여행국의 통계자료에 의하면 2005년에는 한국을 방문한 중국인 관광객이 85만 명 이르고 있으며. 2006년에는 관광객이 109만 명으로 증가하였으며, 2007년에는 중국인 관광객이 131만 명으로 증가되고 있다. 또한 2008년에는 한국을 방문한 중국인관광객이 137만명으로서 해마다15% 내외의 증가율을 기록하고 있다. (장설, 2014) 특히 WTO가입후에 따라서 중국의 GDP는 해마다 10.0%좌우의 성장속도로 발전하고 있다. 그래서 중국의 사회정치, 경제, 법제, 과학기술, 문화, 교육 등 큰 변화가 지속적으로 발생함에 따라 사람이 생활수준에 대한 관심이 높아지면서 자신의 건강 및 이미지, 외모관리와 같은 소비의 욕구에 도 많은 변화가 일어나고 관광에서 체험하는 목적으로, 새로운 가치를 찾으려는 관광으로 변화하고 있다. 특히 중국지역에서 접근하기 가까운 한국의 '한류'문화의 영향을 받으며 많은 젊은 사람들이 성형미용을 받아들이고 있는 추세이다. 더구나 많은 사람이 중국 현지뿐만 아니라 다른 국가로 가서 수술을 받은 여성들 도 많이 볼 수 있다.

한국 보건복지 통계에 따르면 2012년 외국인 환자 수는 전년보다 3만명 이상 증가하였다(한국보건산업진흥원,2013) 국적별은 중국(24.0%), 미국(23%), 일본(14.1%), 러시아(12.4%), 몽골(6.4%)의 순으로 나타났고, 여기 보시면 중국인의 의료서비스 수요가 지속적으로 높은 증가율을 나타내다. 한국의료관광산업에서 많은 우세와 발전 가능한 의료관광분야가 있지만

그들에 관한 연구가 아직 미미한 상태이다. 그리고 중국인의 의료관광수요가 증가함에 따라 한국 의료관광산업이 중국의료관광객의 취향에 대한 맞는 의료 관광 상품을 개발하는 연구가 세분화된 시장분석이 부족하다. 그리고 한국에서 중국 의료관광객의 비중이 계속 증가함에 따라 중국 잠재 방한 의료관광객의 한국 의료관광 상품을 어떻게 선택하는지 그리고 관심분야에 관한 연구가 아직 미흡하다.

지금은 소비자 행동은 외부환경의 변화가 급격해지고 소비자의 의식 및 행동 또한 급격하게 변화하는 시대이므로 체계적인 분석과 실무적 필요성이 고조되면서 라이프스타일을 마케팅에 적용한 것은 미국에서 1960년대 개발되기 시작하였으며, 한국에서는 1980년 중앙일보에서 실시한 한국인의 라이프스타일 연구로 시작하였다. 이후 연구자들의 조사연구와 광고 회사조사의 연구에 의존하고 있다.

라이프스타일은 인구통계적인 방법보다 효과적인 시장세분화의 수단으로 응용되기 시작하였다. 지금의 의료관광 수요자의 요구가 복잡하고 다양해지고 라이프스타일과 개인가치관 또 변화지게 되다, 의료관광객들이 의료관광 상품을 선택할 때 라이프스타일 유형에 따른 의료관광 상품 선택속성을 파악하는 것은 의료관광 요구를 만족 시키고 마케팅에 활용하는 것은 의료기관 및 관광 프로그램 개발에 대한 도움이 줄 수 있다.

## 제2절 연구목적

본 연구에서는 잠재 방한 의료관광객의 라이프스타일 유형에 따라서 의료관광 상품을 선택과정에서 선택속성을 어떻게 다른지 알아보며, 라이프스타일 유형에 따라 의료관광 상품의 선택기준, 의료관광 상품의 유형의 선호차이가 있는지를 알아보고, 세분화된 의료관광서비스 마케팅 전략수립에 기초자료를 제공하고자 하고 중국 의료관광객의 라이프스타일의 특성에 따라 맞는 의료관광 상품을 만들어 내고 의료관광객들을 많이 이끌어올 수 있는 방법을 찾아내다. 다음에 세분적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 중국 잠재 의료관광객의 라이프스타일에 따라 분류하여 분석하고 자한다.

둘째, 라이프스타일 유형을 분류하고, 라이프스타일에 따른 의료관광 상품의 선택속성 간의 상호관련성에 관한 열과를 분석하고자 한다.

셋째, 중국 잠재 의료관광객의 라이프스타일 유형에 따라 의료관광 상품의 유형에 대한 차이를 찾아보고자 한다.

### 제3절 연구 범위 및 연구절차

#### 1. 연구범위

본 연구의 시간적 범위는 설문조사가 완료되는 2015년 5월을 기준년도로 설정하였다. 연구의 공간적 범위는 설문의 응답이 용이한 한국 인천공항, 김포공항과 서울시내 중국관광객이 많은 관광지를 대상으로 선정하였으며, 설문 대상자는 중국관광객과 한국어 어학원 중국유학생을 대상으로 선정하였다.

본 연구의 내용적 범위는 전체를 총 5장으로 구성하였는데, 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

제1장은 서론으로서 연구배경 및 연구목적, 연구범위 및 방법 등을 기술하였다.

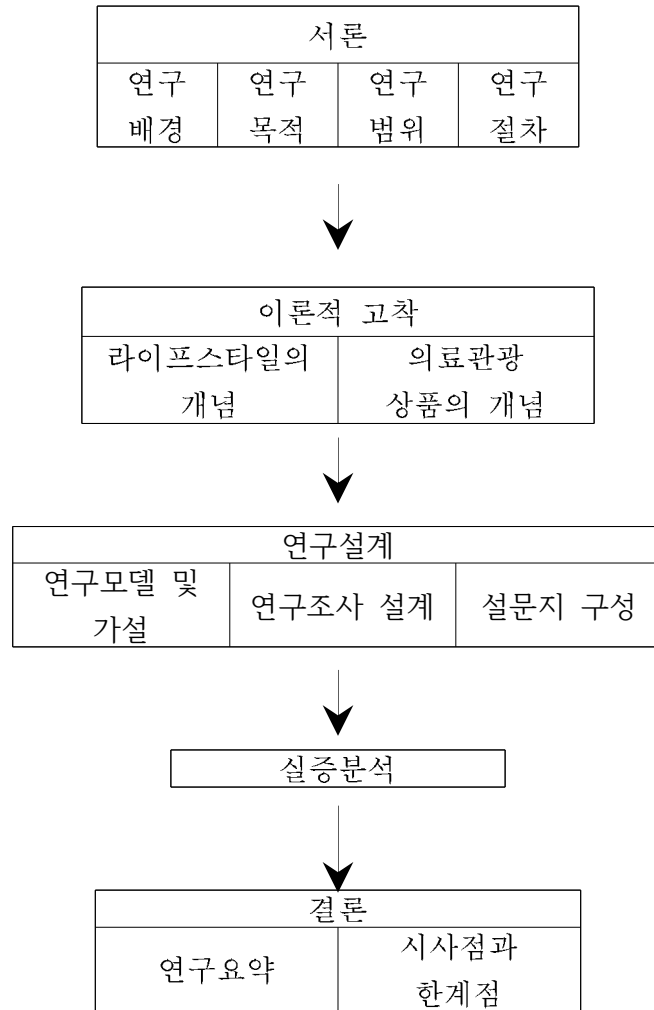
제2장은 연구의 이론적 배경을 제시하기 위해서 선행연구를 살펴본 후 라이프스타일, 의료관광의 개념, 의료관광선택속성, 의료관광 상품 유형, 측정 방법등을 정립을 하며 파악하였다.

제3장은 조사 설계와 분석방법으로 연구모형, 가설설정, 표본설정, 조작적 정의, 조사목적, 대상선정, 조사기간과 방법, 마지막으로 자료의 분석에 대한 구체적 방법을 소개하였다.

제4장은 조사결과에 관한 장으로서 분석결과, 결과요약, 그리고 결과를 바탕으로 시사점과 한계점을 제시하고자 하였다.

제5장은 결론으로 구성하였다.

## 2. 연구 절차



〈그림-1〉 연구절차

## 제2장 이론적 배경

### 제1절. 라이프스타일의 개념

#### 1. 라이프스타일의 개념 및 정의

라이프스타일이 개인이나 가족의 가치관 때문에 나타나는 다양한 생활양식, 행동양식, 사고방식 등 생활의 모듬 측면의 문화적, 심리적 차이를 전체적인 형태로 나타낸 말이다. 라이프스타일의 개념이 처음 소개된 것은 독일의 사회학자 Max Weber(1968) 심리학자 Alfred Adler(1969)에 의해 처음으로 사용되기 시작하였다. Weber는 사회계층을 경제적 관계로만 이해하는 것은 불충분하다고 지적하면서 계급(class)이외의 신분집단(status group)이라는 개념으로 제안하였다. 그는 인생관이라는 단어를 사용하면서 생활양식, 생활태도, 재화의 소비양식, 직업, 자녀양육과 교육패턴에 의해서 형성된 계층으로 특정의 라이프스타일을 공유하는 것으로 보았다.(김충효, 2007)

마케팅 분야에서는 Lazer(1963)는 1963년 개최된 미국 마케팅 학회에서 처음으로 라이프스타일을 소개하였다. 라이프스타일은 시스템적 사고이며, 총체적이며 넓은 의미에 있어서 라이프스타일은 전체사회나 그의 일부분에서 차별적이며 특징 있는 생활 양태를 말하며, 이는 어떤 문화나 집단은 생활양식을 설명할 수 있다.

Feld&Thielbar(1975)는 라이프스타일 개념의 범위를 제시하였는데 첫째, 라이프스타일은 다양한 사회집단 속에서 개별적 사람의 참여에 의한 영향을 받는 하나의 집단 현상이다. 둘째, 일, 놀이, 학습, 가족, 신앙 등 생활의 다양한 측면과 같이 여러 영역에서 나타난다. 셋째, 생활의 신조나 가치관을 포함하고 있다. 넷째, 라이프스타일은 몇 개의 사회학적 변수에 따라 차이를

나타낸다는 것이었다. Engel(1982)은 라이프스타일은 사람들이 생활하고 시간과 돈을 소비하는 양식으로 정의될 수 있으며 소비행동에 영향을 주는 인적 특성이며 개인의 문화, 계층, 집단, 가족 등의 영향을 받아 습득한 것이지만 구체적으로 개인이 가치체계나 개성의 파생물이라 할 수 있다.

Reynold&Darden(1974)은 라이프스타일이 사람들이 어떻게 시간을 보내고 (Activity)무엇을 중요하게 생각하는지(Interest), 어떻게 생각하는지(Opinion)의 생활방식을 의미한다고 하였다. Douglas&Urban(1977)은 라이프스타일이란 일상생활의 패턴, 일하는 습관, 여가활동과 흥미 자아인지, 미래에 대한 포부, 타인에 대한 태도, 주변 환경에 대한 신념이나, 의견을 의미한다고 하였다. Gross(1980)는 라이프스타일은 생활을 영위하는 기본정신과 인간 내면되어 있는 가치가 생활로 나타난 결과이며 결혼생활의 형성 유지로 나타난다고 보았다.

Kotler(1984)기업의 입장에서 개인보다는 사회 각 계층이나 집단에 관심을 기울였는데 그의 태도, 관심, 의견이 비슷한 사람들로 구성된 집단이 제품, 상표, 디자인에 대한 선호도를 형성 한다고 하였다.

이상과 같이 외국학자들의 라이프스타일의 개념에 대해 알아보았으며, 한국 국내에서의 김효지(2006) 라이프스타일이란 것은 행위자에 대해서 주관적인 의미를 가지고 있을 뿐만 아니라 스타일이 고유되고 있는 집단에 대해서 객관적인 의미를 갖고 표현이나 양식이라고 함으로써 집단적 개념을 포함시키고 있다. 김동기(1993)라이프스타일은 사회전체 또는 사회일부 계층의 특징적인 생활양식이 라고 할 수 있는데 문화, 가치관, 자원, 심벌, 행동양식의 총화로서 상품의 구매 및 소비행위를 통하여, 특정화나 특정집단의 라이프스타일을 반영하게 된다고 정의하였다. 또는 한희영(1993)은 생활양식조사는 소비자들의 활동, 관심, 의견, 선호 등으로 윤곽을 추가함으로써 인구통계나 생리적 내지 경제적 특성만을 설명할 수 없는 소비자 행동유형의 차이를 밝히는 것이 주목적이라고 하였다.

윤후현(1998)는 사람이 어떻게 시간을 소비하는가, 자신의 환경 속에서 무

엇이 중요하다고 생각하는가, 자신의 주변세계에 관하여 어떤 한 생각을 하고 있는가에 의해서 규명되는 생활양식의 정의하였다. 이성희(2000)는 라이프스타일이란 문화, 가치, 상징, 제재의 정형화된 결과로서 개인이 발전시키고 추구하는 자기, 타인, 사회에 대한 지향이며 구체화된 개념으로서 삶을 영위하는데 소비하는 시간과 돈의 사용패턴이라고 하였다.

서성한·김준석·김용연(2005)는 라이프스타일이란 일종의 시스템적 개념으로 광의로는 사회전체 혹은 특정부분이 지니고 있는 차별적이고 특정한 생활양식이며 협의로는 행동이 상징적으로 표현되는 것을 말하며 가치관과 태도를 모두 포함하는 복합적 개념이라고 하였다

성현선·최현규·임재국(2008)은 라이프스타일을 정의해 보면 소비자행동을 구체화한 것으로 사람들이 자신의 시간을 어떻게 소비하는 가(행위)와 주위 환경에서 특별히 중요하게 고려하는 것은 무엇인가(관심), 자신과 주위세계)에 대한 생각은 무엇인가(의견)의 총체로 정의하였다.

장진희(2010)는 라이프스타일이란 태도, 가치의식, 의견, 흥미 및 실제적 행동과 상호 통합된 시스템을 의미하며, 개인, 가족, 세대, 집단, 계층, 지역, 사회의 어느 부분에 대해서도 기술이 가능하다. 즉 AIO분석 관점에서 활동, 관심, 의견에 통합된 시스템으로 개념을 정의하며 개인, 사회, 집단에서 소비되는 시간과 돈의 사용양식이라 정의하였다.

〈표-1〉라이프스타일 개념

| 학자                          | 라이프스타일 개념   |
|-----------------------------|---|
| weber<br>(1968)             | 사회계층을 경제적 관계로만 이해하는 것은 불충분하다고 지적하면서 계급(class)이외의 신분 집단                            |
| lazer<br>(1963)             | 라이프스타일은 시스템적 사고이며, 총체적인 넓은 의미에 있어서 라이프스타일은 전체사회나 그의 일부분에서 차별적이며 특징 있는 생활 양태       |
| Feld&Thielb<br>ar<br>(1975) | 라이프스타일 개념의 범위를 제시하였는데 첫째, 라이프스타일은 다양한 사회집단 속에서 개별적 사람의 참여에 의한 영향을 받는 하나의 집단 현상이다. |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Engel<br>(1982)               | 라이프스타일은 사람들이 생활하고 시간과 돈을 소비하는 양식으로 정의한다.  |
| Reynold&Darde(1974)           | 라이프스타일이 사람들이 어떻게 시간을 보내고 (Activity)무엇을 중요하게 생각하는지(Interest), 어떻게 생각하는지(Opinion)의 생활방식을 의미한다.                              |
| 김효지<br>(2006)                 | 라이프스타일이란 함은 그것은 표현하는 행위자에 대해서 주관적인 의미를 가지고 있을 뿐만 아니라 스타일이 고유되고 있는 집단에 대해서 객관적인 의미를 갖고 표현이나 양식                             |
| 김동기<br>(1993)                 | 라이프스타일은 사회전체 또는 사회일부 계층의 특징적인 생활양식이 라고 할 수 있는데 문화, 가치관, 자원, 심벌, 행동양식의 총화로서 상품의 구매 및 소비행위를 통하여, 특정화나 특정집단의 라이프스타일을 반영하게 되다 |
| 윤후현<br>(1998)                 | 사람이 어떻게 시간을 소비하는가, 자신의 환경 속에서 무엇이 중요하다고 생각하는가, 자신의 주변세계에 관하여 어떤 한 생각을 하고 있는가에 의해서 규명되는 생활양식                               |
| 이성희<br>(2000)                 | 라이프스타일이란 문화, 가치, 상징, 제재의 정형화된 결과로서 개인이 발전시키고 추구하는 자기, 타인, 사회에 대한 지향이며 구체화된 개념   |
| 서성한.<br>김준석.<br>금융연<br>(2005) | 라이프스타일이란 일종의 시스템적 개념으로 광의로는 사회전체 혹은 특정부분이 지니고 있는 차별적이고 특징적인 생활양식이며 협의로는 행동이 상징적으로 표현되는 것을 말하며 가치관과 태도를 모두 포함하다.           |
| 성현선.<br>최현규.<br>임재국<br>(2008) | 라이프스타일을 정의해보면 소비자행동을 구체화 한 것으로 사람들이 자신의 시간을 어떻게 소비하는 가(행위)와 주위환경에서 특별히 중요하게 고려하는 것은 무엇인가(관심), 자신과 주위세계)에 대한 생각            |

## 2. 라이프스타일의 유형

Zins는 독일 관광객조사에 의해 검증되었던 독일의 구르너 출판사기 개발한 다이얼로그라 불리는 라이프스타일 측정항목 23개를 이용하여 오스트리아

의 테마형 호텔에 체류한 다국적 고객들을 대상으로 라이프스타일에 따라 호텔선택에 미치는 영향에 관한 연구에서 라이프스타일을 여가형, 업무형, 건강 및 환경형, 사회형, 폐쇄형, 자기중심형 등 6가지 유형으로 차원화하여 라이프스타일 유형이 호텔선택에 영향을 미친다는 사실을 밝혀냈다.

이정규는 다이얼로그(dialogue)척도를 바탕으로 23개의 측정항목을 이용하여 문화관광객의 라이프스타일과 문화관광 선택속성간의 상관관계를 실증분석을 하였는데, 건강추구형, 성취형, 현실추구형, 문화추구형으로 설정하여 문화관광 선택속성의 차원을 분석하고 그 결과는 인구통계학적인 특성보다 훨씬 유용하다는 것을 밝혀냈다.

권유진, 유태순은 프린틴 세대의 라이프스타일에 따른 패션제품 구매 행동에 있어서, 적극적 성공지향적, 보수형, 소극적 내향형, 단정보수형의 순으로 구매 시 동기부여, 제품선택 시 여러 개 영향을 받으며, 정보원을 활용에도, 적극적인 것으로 나타났다.

박성연은 한국 사람의 라이프스타일 속성과 특성에 관한 연구에서 총68개의 문항으로 7점 척도를 사용하여 자료를 조사하였으며, 진보적 패션선호형, 합리적 생활추구형, 전통적 보수추구형 4개의 세분적인 라이프스타일 속성을 추출하여 라이프스타일 유형별 소비 행동 특성을 분석하였다.

안주아와 신명희는 기업이 주목해야 할 소비자 집단인 대학생 중심으로 패션지향형, 식도락형, 양식선호형, 식도락형, 미적 동감추구형, 문화참여형, 매체이용형, 여가활동형, 성동지향형, 낙천추구형, 진보형, 현실형, 보수형의 13개의 라이프스타일 유형에 따라 구매행동에 미치는 영향 관계를 검증하였다.

김홍범과 허창은 라이프스타일 변수를 이용하여 고객 행동과 시장세분화를 위한 시사점을 제안하고자 유행추구형, 리더쉽 및 자기관리형, 외향적 독립형, 가정적 진보형, 내향적 보수주의형, 간약 및 의견리더형, 자정적 독립형, 성취지향형 등 9개 라이프스타일 유형에 따라 레스토랑 선택 속성과 가족생활 주기별 라이프스타일 유형의 차이를 분석하였다.

Weiran의 중국소비자연구에서는 1995년 북경, 상해, 관주지역 소비자들을 대상으로 실시하여 발간된 AIO측정척도를 일부포함하고 있는 IMI소비자조사 데이터를 이용하여 중국소비자의 라이프스타일 유형을 분석하였다. 라이프스타일의 지표가 되는 요인을 분석하여 6개의 요인으로 분류한 후, 이를 군집 분석하여 최종 전통형, 현상유형, 현대형, 변혁형, X-세대 5개 군집이 도출되었다.

라이프스타일 유형에 관한 국내·외 학자들의 선행연구는 다음 <표-2>와 같이 정리하였다.

<표-2>라이프스타일 유형

| 학자             | 라이프스타일 유형   |
|----------------|---|
| Zins (1998)    | 여가형, 업무형, 건강 및 환경형, 사회형, 폐쇄형, 자기중심형   |
| 이정규 (1999)     | 건강추구형, 성취형, 현실추구형, 문화추구형  |
| 박성연 (1996)     | 진보적 패션선도형, 합리적 생활추구형, 전통적 보수추구형   |
| 안주아·신명희 (2005) | 패션지향형, 양식선호형, 식도락형, 미적 동감추구형, 문화참여형, 매체이용형, 여가활동형, 성동지향형, 낙천추구형, 진보형, 현실형, 보수형      |
| 김홍범·허창 (1997)  | 유행 추구형, 리더쉽 및 자기관리형, 외향적 독립형, 가정적 진보형, 내향적 보수주의형, 간약 및 의견리더형, 자정적 독립형, 성취지향형, 현금선호형 |
| Weiran (1997)  | 전통형, 현상유지형, 현대형, 변혁형, X-세대  |
| 안영명 (1992)     | 사회지향형, 자기중심형, 전통보수형, 가족중심형, 안정실용형   |
| 강지희 (2001)     | 계획가정형, 사회참여형, 유행추구형   |

이상과 같이 라이프스타일과 관련된 선행연구들의 바탕으로 본 연구의 라이프스타일유형과 측정항목은 유행진보형, 실속보수형, 자기만족형, 사회참여형으로 정했다.

### 3. 라이프스타일의 분석방법

라이프스타일은 다차원적(multidimensional)인 질적, 양적 표현을 특정 개인뿐 아니라 사회전체에 이르기까지 여러 계층에 걸쳐 분석할 수 있다. 분석 목적과 대상에 따라 개인, 가족, 사회 및 지역별로 밝혀 낼 수 있다.(김정은, 2002)

라이프스타일의 유형이나 변화를 분석하고 파악하는데 있어 지금까지 행하여진 라이프스타일 분석방법을 살펴보면 일반적으로 거시적 분석과 미시적 분석방법으로 분류하고 있다.

거시적 분석 방법은 국가사회전체나 지역사회전체에 대한 라이프스타일의 동향을 파악하는데 목적이 있다. 이 중 객관적 자료에 의한 분석은 특정 사회전체나 지역사회의 생활수준이나 생활환경의 상태나 정성적 특징을 기술, 분석, 예측하는 것으로서 사회지표분석, 생활의 질에 대한 지표분석 인구통계학적 요인에 의한 추세분석 사람들의 가치관이나 생활욕구 패턴을 측정 분석하여 사회적 경향을 파악하거나 예측하기 위해 사용된다.

미시적 수준의 분석방법은 소비자의 라이프스타일 군집으로 세분화함으로써 표적시장의 선정과 군집화와 표적시장의 욕구, 기대 등의 특징에 부합되는 개발 활동전개를 용이하게 한다. 이러한 방법의 대표적인 것이 AIO접근방법과 심리 묘사하는 접근방법이 있다.

다음에 선행연구에서 항상 이용되고 있는 분석방법을 살펴본다.

#### (1). 이코그래픽 접근방법(Psychographics Approach)

사이코그래픽 접근방법은 좀 더 구체적 개념으로 소비자 행동을 연구하는데 매우 중요한 측정기법이라고 할 수 있다. 소비자행동을 연구하는데 있어 종합적인 인구통계학적 요인과 사회경제적 요인만으로는 설명이 불충분하여 심리학적, 사회심리학적 경향을 예측, 분석하는 접근법이다.

Demby(1974)는 사이코그래픽스를 제품, 사람 또는 이데올로기에 대한 특정한 의사결정을 하기 위해서 시장 내에서 집단들의 성향에 따라 시장을 어떻게 세분화할 것인가를 결정하는 그리고 그 이유가 되는 심라학적, 사회학적, 인류학적 요인 자기개념과 라이프스타일을 이용하는 것이라고 하였다.

Well(1975)사이코그래픽스란 동기, 가치, 신념, 관심 등 심리적 변수를 통칭하는 용어로서 인구통계학적 변수와 대조되는 개념이다. 또한 주민경(2004)는 사이코그래픽스란 소비자행동의 본질적 측면을 좀 더 명확하게 이해하기 위하여 행동에 투영된 심라적이고 정신적 특성을 양적으로 측정 분석하기 위한 조사방법을 말한다.

## **(2). AIO(Activities, Interests, Opinions)접근방법**

AIO접근방법은 Well&Tiger가 제창한 초기의 대표적인 라이프스타일 분석 방법이다. A는 활동(Activities)으로 개인의 일어나 취미, 휴가 등에 관한 행동을 나타내고, I는 (Interests)으로 가족, 일, 지역사회, 신앙 등의 개인 관심사항을 나타내며, O는 의견(Opinions)으로 자기 자신이나 사회적 문제, 정치, 경제 등에 관한 의견을 말한다.

라이프스타일 분석에 인구통계학적 자료를 AIO항목 분석과 함께 사용한 연구의 선도자인plummer(1974)는 AIO분석은 사람들이 그들의 활동, 관심 및 의견에 대한 질문에 응답하도록 고안된 것이다. 그들의 관심은 당면한 환경에서 무엇을 중요하게 여기는 가로 측정되고 그들의 의견은 사회적 문제, 제도 및 그들 자신에 대한 태도로써 측정된다. 마지막으로 나이, 수입, 거주지, 등과 같은 기본적 사실을 조사하는 것이라고 밝힌다. 소비자의 입장에서 보면 활동은 제품을 구입하는 것과 같은 명확한 행동을, 관심은 어떠한 제품 및 서비스에 갖는 특별한 흥미를 가리키며, 다음의 표는 AIO를 이용한 라이프스타일 측정에 사용되는 각 항목을 정리한 것이다

〈표-3〉라이프스타일의 측정 척도(Life-style dimension)

| 활동<br>Activities         | 관심<br>Interests   | 의견<br>Opinions          | 인구통계적 변수들                         |
|--------------------------|-------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| 일<br>work                | 가족<br>family      | 자신<br>themselves        | 나이<br>age                         |
| 취미<br>hobbies            | 가정<br>home        | 사회 경쟁점<br>social issues | 교육<br>education                   |
| 사회적 사건<br>social event   | 직업<br>job         | 정치<br>politics          | 소득<br>income                      |
| 휴가<br>vacation           | 공동체<br>community  | 사업<br>business          | 직업<br>occupation                  |
| 오락entertainme<br>nt      | 오락<br>recreation  | 경제<br>economics         | 가족규모<br>family size               |
| 클럽<br>club<br>membership | 패션fashion         | 교육<br>education         | 거주지<br>geography                  |
| 공동체<br>community         | 음식food            | 기술생산<br>products        | 도시규모<br>city size                 |
| 쇼핑<br>shopping           | 매체<br>media       | 미래<br>future            | 생활주기 단계<br>stage in life<br>cycle |
| 스포츠<br>sports            | 성취<br>achievement | 문화<br>culture           |                                   |

자료 :plummer,J.T, the concept an application of lifestyle segmentation, Journal of Marketing,38(1),1974.p34.

### 3. VALS(Values and Lifestyle)접근방법

VALS는 개인 마다 삶에 대한 가치관이 가장 중요한 반영요소라고 보는 가치 측정도구이다.

1960년 미국 스탠포드 연구소(Stanford Research Institute)에서는 가치관과 태도가 밖으로 표출되는 소비자의 특정 행위와 어떤 관계가 있는지를 찾아내기 위해 프로그램을 시작하였다. 전체 미국인을 대상으로 가치관에 따라 일반적 생활유형을 측정한 결과 종합하여 70년대 VALS를 발표하였다. 그후 1989년 들어 VALS를 보다 정확하게 다듬어 소비자 행동유형을 보다

객관적 체계적으로 이해할 수 있도록 발전된 형태의 VALS-2를 제시하였다.

## 제2절 의료관광 상품의 개념

### 1. 의료관광의 개념

의료관광이란 의료와 관광을 결합한 새로운 서비스 산업으로 연구자에 따라 다양하게 정의된다. 의료관광의 정의를 다음의 국내외 선행연구를 통해 살펴보고자 한다.

hall(1992)은 의료관광에 대하여 특별한 흥미가 있는 관광(Special Interest Tourism)중 하나로서 주요 동기가 건강과 관련 있는 관광이라고 정의하였으며, Goodrich(1993)는 건강관리 서비스(health care services) 및 시설과 일반적인 관광시설이 결합된 것을 홍보함으로써 관광객을 유치하기 위한 의도적인 것이 라고 설명하였으며, Law(1996)는 의료관광이란 자신의 건강상태를 개선시킬 목적으로 집을 떠나 행하는 레저 활동 이라고 하였다. 그리고 Gupta(2004)는 의료관광이란 진료 등 전문적 치료가 필요한 환자가 관광을 결합하여 효과적인 의료서비스를 저렴한 비용으로 이용하는 것이라고 정의하였다.

Hunter-Jone(2005)는 건강을 위해서 또는 휴양을 주된 목적으로 떠나는 형태로서, 의도를 가진 환자를 모두 포함하여 의료관광을 정의하였다. 또한 미국의료관광협회는 자국을 떠나 의료서비스나 치료관광을 중심으로 외국까지 여행하는 것을 의료관광이라고 정의 내렸다.

이영호(2008)는 의료관광은 의료와 관광의 합으로 복합 기능을 가진, 가벼운 질병을 치료하며, 관광이나 쇼핑, 문화, 체험활동이 수반되는 것이라고 하였다. 유지윤(2009)보건관광의 하위개념인 의료관광은 건강상태 개선 및 웰

병 등의 건강관리활동을 동시에 추구하는 것으로 의료관광을 정의하였다. 김조야(2012)는 의료관광은 의료서비스와 함께 휴양 및 여행과 같은 관광활동을 접목한 새로운 형태의 관광산업이라고 정의하였다. 김유진(2010)은 의료관광을 의료서비스와 관광이 상호 결합한 퓨전분야로 일상생활을 일시적으로 이탈해하고 다시 복귀할 것으로 전제로 이루어지는 특별한 관심 관광의 분류라고 정의하였다. 한국 보건산업진흥원은 건강보건 분야 중 관광자원으로 활용 가능한 부문을 개발하여 관광 상품화하여 서비스나 제품을 제공하는 사업으로, 보건서비스와 관광이 결합되어 만들어진 관광프로그램을 개발하여, 외국인에게 제공하는 산업으로 규정하였다.

그래서 위의 의료관광 선행연구의 정의에 대한 국내외 학자의 선행연구는 아래와 같이 정리하였다.

〈표-4〉의료관광 선행연구

| 학자                    | 의료관광 선행연구   |
|-----------------------|---|
| hall<br>(1992)        | 특별한 흥미가 있는 관광(Special Interest Tourism) 중 하나로서 주요 동기가 건강과 관련 있는 관광                            |
| Goodrich<br>(1993)    | 건강관리 서비스(Health care services) 및 시설과 일반적인 관광시설이 결합된 것을 홍보함으로써 관광객을 관광시설과 목적지로 유치하기 위한 의도적인 시도 |
| Law<br>(1996)         | 자신의 건강상태를 개선시킬 목적으로 집을 떠나 행하는 레저 활동   |
| Cupta<br>(2004)       | 진료 등 전문적 치료가 필요한 환자가 관광을 결합하여 효과적인 의료서비스를 저렴한 비용으로 이용하는 것                                     |
| Hunter-Jone<br>(2005) | 건강을 위해서 또는 휴양을 주된 목적으로 떠나는 형태로서, 의도를 가진 환자를 모두 포함한다   |
| 이영호<br>(2008)         | 의료와 관광의 합으로 복합 기능을 가진, 가벼운 질병을 치료하며, 관광이나 쇼핑, 문화, 체험활동이 수반되는 것                                |
| 유지윤<br>(2009)         | 건강상태 개선 및 웰빙 등의 건강 관리활동을 동시에 추구하는 것   |
| 김유진<br>(2010)         | 의료서비스와 관광이 상호 결합한 퓨전분야로 일상생활을 일시적으로 이탈하고 다시 복귀할 것으로 전제로 이루어지는 특별 관심 관광의 일종                    |

|                         |  |
|-------------------------|--|
| 한국<br>보건산업진흥원<br>(2010) | 보건 분야 중 관광자원으로 활용 가능한 부문을 개발하여 관광 상품화하여 서비스나 제품을 제공하는 사업으로, 보건서비스와 관광이 결합되어 만들어진 보건관광프로그램을 개발하여, 외국인에게 제공하는 산업 |
| 김조야<br>(2012)           | 의료서비스와 함께 휴양 및 여행과 같은 관광활동을 접목한 새로운 형태의 관광산업   |

이러한 내용을 종합해 볼 때, 의료관광의 개념을 정리하면 자기 나라를 떠나고 다른 나라로 가서 우수한 의료서비스 및 여행, 휴양, 쇼핑 등 관광 활동을 진행하는 것으로 정의할 수 있다.

## 2. 의료관광의 선행연구

Hunter-Jones(2004)는 의료와 관광간의 관계와 의료관광객의 의사결정 과정에서 건강의 역할 동기 및 제약요인을 살펴 보였으며 Woodside(1989) 등은 의료서비스의 질과 환자만족도 재이용 의사의 영향 경로를 실증적으로, 검증한 결과 환자 만족도가 이들 관계에서 매개 변수 역할을 하고 있는 것으로 나타났다.

John Connell(2005)은 의료관광의 증가는 건강관리와 관광의 세계화를 의미한다고 주장하였으며 Duman & Esengun(2007)은 보건관광을 치료목적으로 주로 방문을 하며 단순 레크리에이션 방문객보다 장기간으로 체제하여 제공받는 서비스에 대한 정보를 필요로 하며 주로 관련정보를 미디어에서 많이 수집하는 것으로 나타났다.

이정화(2009)는 방한 일본인 의료관광객을 대상으로 의료관광선택속성의 중요도가 이용의도에 영향관계연구에서 일본 관광객들이 선호하는 마사지, 스파, 미용성형, 한방 등 건강 지향적인 테마 상품 개발과 연령대별 차별화된 마케팅과 관광업계외의 인프라를 통한 상호협력체계를 마련해 나가는 것이 필요하고 하였다.

김경역·양동현(2011)의 연구는 부산의 의료관광 활성화 요인들의 상대적 중요도를 분석한 결과 경쟁력이 가장 높게 나타났고 정부의 정책지원, 의료 인프라, 지역연계성의 순으로 중요하다고 하였다. 또한, 경쟁력의 상대적 중요도를 측정된 결과, 의료의 질이 가장 높게 나타났으며, 부산지역 병원들의 국제적인 인증을 받는 것이 필요하다고 제안하였다.

김부환(2011)은 의료관광 마케팅 믹스가 만족도와 애호도에 미치는 영향에 관한 의료관광객을 대상으로 연구하였으며, 만족도에는 인적요인이 가장 강한 영향, 애호도에는 마케팅 믹스가 부분적으로 영향을 미친다고 하였다.

이진민(2012)은 부산지역의 외국인환자 유치 등록 의료기관과 비등록 의료기관 종사자들을 대상으로 한 연구에서 우리나라 의료 관광산업 활성화의 필요성에 대한 응답에는 비등록 의료기관 종사자들이 부산의료관광산업의 활성화, 발전 가능성, 필요성에 대해서는 유치 등록 의료기관의 종사자가 더 필요한 것으로 느낀다고 하였다.

류승자(2013)는 아시아권 의료관광 선진국의 성공사례를 통해 부산 지역의 의료관광 활성화 방안 중에 하나로 의사와 환자간의 의사소통의 문제를 해결해야 한다고 하였다. 의료진이 외국어에 능통하지 않을 때 고객의 만족도가 떨어지며 영어권 이외에 환자의 경우 환자들이 통역을 동행해 병원을 찾아야 하는 불편함이 있어 전문 의료코디네이터 양성이 필요하다고 제안하였다.

본 연구에서는 잠재 방한 의료중국관광객의 라이프스타일 유형에 따라서 의료관광 상품을 선택과정에서 의료관광 상품의 선택기준, 관심이 있는 상품종류의 차이가 있는지를 알아보고, 잠재 방한 의료관광객의 라이프스타일에 따라 의료관광 상품 속성의 선택차이와 유형차이에 대하여, 설문지를 통하여 확인한 후 중국관광객의 라이프스타일에 맞는 의료관광 상품을 만들어 내다.

### 3.의료관광 상품의 선택속성

국내외 선행연구에서 Ware et al(1978)은 물리적 환경과 유용성, 접근성, 편리성, 경제성, 기술적인 질, 상호간의 예절, 효능, 결과, 지속성으로 선택속성으로 표현했다.

Maxwell.R(1984)은 의료서비스품질을 서비스에 대한 접근성, 지역사회, 요구와의 관련성, 형평성, 사회적 수요도, 효율성과 경제성 등 6가지 차원을 제시하였다.

윤명숙(1991)은 의료서비스의 품질과 구매의도 간의 관계에 있어서 의료서비스 품질의 여러 차원을 의사소통 능력, 시간적 편리성, 안전성, 접근성의 5개 차원으로 구분하였다.

박주희(1994)는 의료서비스의 구매평가에 관한 연구에서 서비스 질의 구성요인을 심리요인, 반응성, 고객이해성, 신뢰성, 접근성, 유형성으로 구분 측정하였고 강수원(1995)은 의료서비스 질의 측정변수를 반응성, 신뢰성, 유형성, 접근성과 같이 4가지 항목으로 구분하였다.

이동성(2002)은 의료서비스 품질은 5가지 요인으로 구성된다고 진료인적요인, 비진료 인적요인, 의료장비시설요인, 접근편의성요인, 의료서비스가격요인과 같이 5가지 항목으로 구분하였다.

이영화(2002)는 물리적 품질, 과정적 품질, 인적 품질의 3가지 요인으로 구분하여 의료서비스 품질과 환자 만족도 재구매의도의 차이가 있는지를 분석하였으며 박장순 (2003)은 의료이용 전후 기대와 만족수준 비교에서 의료서비스 만족을 시설과 환경, 의료진의 기술전문성, 절차편리성, 병원직원, 치료결과 등 5개 요인으로 분류하였다.

손인순(2004)은 의료서비스 품질을 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성 공감성으로 구분하여 서비스가치와 고객만족과 충성도에 미치는 영향을 살펴보았다.

장기찬(2004)은 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공간성, 접근성으로 6가지로 구분하여 기대서비스와 인지된 서비스에 따른 고객만족에 미치는 영향을 살펴보았다.

박영호(2009)는 의료서비스 품질을 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성을 구분하여 고객만족과 재이용의도를 분석하였다.

〈표-5〉의료관광 상품 선택속성의 선행연구 요약

| 학자                | 의료관광 상품 선택속성  |
|-------------------|---|
| Ware et al (1978) | 물리적 환경과 유용성, 접근성, 편리성, 경제성, 기술적인 질, 상호간 예절, 효능, 결과, 지속성 |
| Maxwell. R (1984) | 접근성, 지역사회, 요구와의 관련성, 형평성, 사회적 수요도, 효율성, 경제성             |
| 윤명숙 (1991)        | 의사소통 능력, 시간적 편리성, 안전성, 접근성                              |
| 박주희 (1994)        | 심리성, 반응성, 고객 이해성, 신뢰성, 접근성, 유형성                         |
| 이동성 (2002)        | 진료인적요인, 비진료 인적요인, 의료장비시설요인, 접근편의성요인, 의료서비스가격요인          |
| 이영화 (2002)        | 물리적 품질, 과정적 품질, 인적 품질                                   |
| 손인순 (2004)        | 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성                                 |
| 장기찬 (2004)        | 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 접근성                            |
| 박영호 (2009)        | 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성                                 |

위에 선행연구와 같이 여러 연구자가 제시하고 있는 의료서비스를 결정하는 요인은 다양하게 나타났다. 본 논문에서는 의료관광 상품을 결정하는 선택속성은 경제성, 다양성, 신뢰성, 편의성 4가지로 택하고 결정한다.

#### 4. 의료관광 상품 유형의 선행연구

조구현(2005)은 건강검진 및 치료를 목적으로 하는 환자들에게 관광활동과 결합하여 우수한 의료서비스를 제공하는 관광의 유형이라고 하다.

황여임(2005)은 질병의 예방 및 치료 혹은 육체적, 정신적 아름다움을 추구하는 특수 이익집단(Special Interest Group)은 선택하는 관광의 유형이라고 정의하였다.

정진수(2009)는 의료관광의 유형을 '선택치료형'과 '수술치료형'으로 분류하기도 하였는데 선택치료형은 '미용성형 수술형과 웰빙형'으로 수술치료형은 '장기재활형'으로 세분화되다. 이때 의료중심의 의료관광은 '수술치료형'과, 관광중심의 의료관광은 '선택치료형'과 관광지를 생각할 수 있다.

〈표-6〉

|                       | 유형          | 육성분야                            | 경쟁요소                           | 국가별 대표 사례   |
|-----------------------|-------------|---------------------------------|--------------------------------|---|
| 선택<br>치<br>료<br>형     | 이용성형<br>수술형 | 미용 및 성형<br>기본적 수술               | 가격 경쟁력<br>관광 및 휴양<br>연계        | 동남아국가(태국)   |
|                       | 웰빙형         | 온천 스파 및<br>테라피 휴양<br>프로그램<br>한방 | 질병방지 및<br>억제효과<br>전통문화의<br>상품화 | 일본: 온천요법,<br>국제건강센터<br>중국: 침술<br>태국: 전통타이치료법,<br>명상, 스파 |
| 수<br>술<br>치<br>료<br>형 | 수술치료형       | 중증 난치병 치료                       | 최고 의료수준<br>해외 네트워크<br>의료 세미나   | 미국: MD앤더슨<br>싱가포르: 래플병원<br>태국: 범룽랏 병원                   |
|                       | 장기재활형       | 요양 및<br>재활 프로그램<br>센터           |                                |   |

표 출처: '돈되는 의료관광 이렇게 준비한다' 세미나 발표집. 2009. 장진수

이성환·주영환(2005)은 건강테마형 여행의 특성에 관한 연구에서 그 범위를 양방, 한방, 미용분야와 호텔리조트의 스파센터를 포함한 관광레저의 4개 분야로 그 유형을 구분하였다. 한국보건산업진흥원에서는 의료관광을 양방(성

형, 피부, 치아, 건강검진 등), 한방(사상체질, 침, 부항 등), 음식(전통음식, 건강식, 시식 및 구매 등), 미용(미사지, 피부미용 등)의 4가지 유형으로 구분하였다.

박민규·김종대·송은정(2007)의료관광의 유형은 수요자의 욕심 및 공급하는 국가 혹은 지역의 특성에 따라 수술 의료관광(Surgical medical tour), 체험의료관광(Experimental medical tour), 미용의료관광(Esthetical medical tour)유형으로 분류할 수 있다. 수술의료관광은 심장수술, 장기이식, 골수이식과 같이 생명의 보존과 직결되는 종류의 응급한 상황에서 자국에서 시술되지 못하는 경우 타국에서 수술을 받는 유형으로써 대표적인 국가는 독일과 요르단이다. 둘째, 체험의료관광은 생명과 직결되어 있지 않지만 만성질환, 알러지 등을 치료하고 건강을 유지하기 위해 관광지 고유의 전통의학을 체험하고 온천과 스파를 즐기는 형태의 의료관광이다. 체험의료관광의 대표적인 관광나라는 아유베다외에 여섯 가지 이상의 고유의학을 체험할 수 있는 인도, 태국 등이 있다. 셋째, 미용의료관광은 주로 성형수술과 피부마사지를 위한 의료관광의 유형으로써 주로 자국과 지리적인 가까운 나라를 선택하는 경우가 많다. 미용의료관광의 대표적인 관광지로는 한국, 태국, 말레이시아 등이다.

김민철 외(2008)는 의료관광 상품의 유형을 좀 더 세분화하여 스파 및 마사지, 종합검진, 장기요양호스피스, 단기요양, 재활치료, 피부관리, 한방치료, 단기전문시술, 미용성형, 고난도수술, 치과치료 등 11가지 분야로 세분화하였다.

신재기·유명희(2009)의 연구에서는 의료관광의 유형은 의료 클러스터, 의료관광 상품, 의료관광산업으로 분류하였다. 의료클러스터는 바니오 클러스터, 신약 및 의료기기 개발 클러스터, 메디클러스터 또는 혁신형 연구 병원, 의료관광복합단지, 건강분화 클러스터, 허브형 의료보합단지로 구성되다, 의료관광상품은 질병치료관광 상품, 미용성형 의료관광상품, 휴양 의료관광상품, 전통의료관광상품으로 구성되며 의료관광산업은 교육연구 개발형, 중증치

료형, 선택치료형, 복합형으로 구성된다.

변저우·김양군(2010)의 연구에서는 ‘치료형’, ‘건강증진형’, ‘미용형’의 세 가지로 분류하였다. 여기에서 치료형은 중증질환의 치료 혹은 입원을 건강증진형은 건강관리를 위한 건강검진등 진단치료이고, 미용형은 스파, 마사지, 피트니스 등을 의미한다.

이용재(2011)는 의료관광의 유형을 수술 의료관광, 전통의료관광, 미용의료관광, 휴양의료관광 네 가지로 분류하였다.

〈표-7〉의료관광 상품 유형요약

| 학자                    | 의료관광 상품의 유형  |
|-----------------------|--|
| 조구현<br>(2005)         | 건강검진 및 치료를 목적으로  |
| 황여임<br>(2005)         | 질병의 예방 및 치료 혹은 육체적, 정신적 아름다움을 추구하는 특수 이익집단   |
| 이성화·주영환<br>(2005)     | 양방, 한방, 미용분야와 호텔, 리조트의 스파 센터를 포함한 관광레저   |
| 한국보건진흥원               | 양방(성형, 피부, 치아, 건강검진 등), 한방(사상체질, 침, 부항 등), 음식(전통음식, 건강식, 시식 및 구매 등), 미용(미사지, 피부미용 등)       |
| 박민규·김종대·송은정<br>(2007) | 수술의료 관광, 체험의료관광, 미용의료관광  |
| 김민철<br>(2008)         | 더 세분화하여 스파 및 마사지, 종합검진, 장기요양호스피스, 단기요양, 재활치료, 피부관리, 한방치료, 단과전문기술, 미용성형, 고난도 시치과수술치료 등 11가지 |
| 정진수<br>(2009)         | 의료관광의 유형을 ‘선택치료형’과 ‘수술치료형’   |
| 신재기·유명희<br>(2009)     | 의료 클러스터, 의료관광 상품, 의료관광산업   |
| 변저우·김양군<br>(2010)     | ‘치료형’, ‘건강증진형’, ‘미용형’  |
| 이용재<br>(2011)         | 수술의료관광, 전통의료관광, 미용의료관광, 휴양의료관광   |

본 연구에서는 잠재 방한 의료중국관광객의 라이프스타일의 유형에 따라서 의료관광 상품을 선택과정에서 의료관광 상품의 선택기준, 관심이 있는 상품 종류의 차이가 있는지를 알아보고, 잠재 방한 의료관광객의 라이프스타일에 따라 한국의료관광 상품의 유형들이 선택차이에 대하여, 설문지를 통해서 확인 후 중국관광객의 라이프스타일에 맞는 의료관광 상품을 만들어 내다.

## **5. 의료관광 상품 유형**

### **1). 세계에서 의료관광 상품의 유형**

#### **(1) 질병치료 의료관광(Surgical Medical Tour)**

특정 질병이 있는 환자들이 질병 치료의 전문자를 찾아 심장수술, 장기이식, 골수이식과 같이 생명의 본존과 직결되는 종류의 응급한 상황에서 자국에서 시술되지 못하는 경우 다른 나라로 수술을 받는 유형이다. 치료의 전후 그 나라의 관광지를 구경하거나 쇼핑 등을 할 수 있도록 구성된 의료관광 상품으로써, 외국의 경우 관광객 또는 환자와 동반가족이 치료와 관광기간 동안 체류할 수 있는 법적 허가와 진료를 받을 수 있는 인프라의 구축이 필요하다. 대표적인 국가는 독일과 미국이 있다.

#### **(2) 전통의료관광(Tradition Medical Tour)**

방문국의 전통의학의 치료와 관광을 목적으로 하는 의료관광 상품으로써 서양의학과는 반대의 개념인 생명과 직결되어 있지는 않지만 만성질병, 알레르기 등을 치료하고 건강을 위치하기 위해 관광지 고유의 전통 의학을 체험하

고 온천과 스파를 즐기는 형태의 의료관광지이다. 대표적인 관광지로는 인도의 아유베다나 한국의 한방치료와 같은 특정 국가의 전통의학을 활용한 환자 개인의 체질을 분석하여 치유를 목적으로 하여 개인 맞춤형 건강 생활 법으로 인도 태국 등이 있다.

### **(3) 미용의료관광(Esthetical Medical Tour)**

자기의 이미지를 가꾸기 위한 성형수술이나 미용, 마사지, 온천, 피부마사지를 위한 의료관광의 유형으로써 주요 여성들이 애용하는 관광 상품으로써 자국에서 체험하기 못한 거나 의사의 수술수준을 믿지 못하는 특별한 성형미용관련 서비스체험이나 의료기술이 뛰어난 국가에서 성형미용을 받고 자연관광, 쇼핑관광을 겸하는 관광 상품을 의미기술이 뛰어난 경우와 상대적으로 자국에 비해 경제적인 비용이 미용의료관광 상품의 동기가 된다. 미용의료관광은 주로 자국과 가까운 나라를 선택하는 경향이 많다. 대표적인 관광지는 한국, 이르헨티나, 태국, 말레이시아, 남아프리카 등이 있다.

### **(4)휴양의료관광(Rest Medical Tour)**

휴양지에 적합한 자연관광과 건강위한 의료서비스의 인프라가 갖추어진 곳을 방문하여 체류하는 관광 상품으로써 경제적, 시간적 여유를 가진 관광객이며 대부분 휴양지 내에 건강과 의료, 휴양에 필요한 시설을 갖추고 장기체류의 관광객이 많은 특징이 있다. 해외 의료관광의 현태를 파악한 결과, 의료관광객을 가장 많이 유치하고 있는 나라는 태국이며, 의료관광 수입이 가장 많은 곳은 요르단이다.

## **2) 한국 의료관광 상품 유형**

## (1) 미용성형관광

90년대 후반부터 시작된 한국 대중문화에 대한 자연발생적인 관심과 애정은 '한류'라는 명칭으로 오늘날 대중문화의 유형인 드라마, 한국음식 등 이런 문화산업의 종류 등장하는 계기가 되었으며 관광산업에도 한류관광 상품이 본격적으로 개발되는 동기가 되었다. 2000년 이후 동남아, 중국, 일본 등 주요 한류에 관심이 많은 나라로부터 유입되는 관광객은 약300만 명으로 전체 외래 관광객의 58%를 차지하며 이들의 증가율 또한 30%를 상회하고 그 예로서 2004년의 '겨울연가의 경우 이와 관련된 관광 상품을 통해 일본관광객이 244만 300명의 방한기록을 세웠고 작년의 한국 드라마 '상속자들'과 '별 그대'를 방송한 후에 중국 젊은 여성들에서 인기가 폭발적 증가하고 있다. '한류'영향에 따라 중국의 연예인부터 성형미용, 피부미용을 하기 시작하여 중국의 고소득층과 중산층에서 지금 또 성형미용수술에 대한 관심이 많아지게 한다.

## (2) 한방 의료관광

한방 의료관광은 "건강증진 및 치료를 목적으로 한방지원을 이용하여 프로그램이나 시설"등의 제공함을 통해 관광하는 한국에서 활성화된 곳이 없다. 그런데 향후 계획을 갖고 진행 중인 곳으로 원주의 한방의료 관광리조트 프로젝트와 제주도의 한방테마관광지, 한방 의료관광협회 조성 등이 추진되고 있다. 이 외에 도 약 관광(Tour for Medicine)이라 하여 약을 구매하기 위해 떠나는 관광으로써 일본, 중국, 미국 관광객이 상당한 부분을 차지하고 있다.

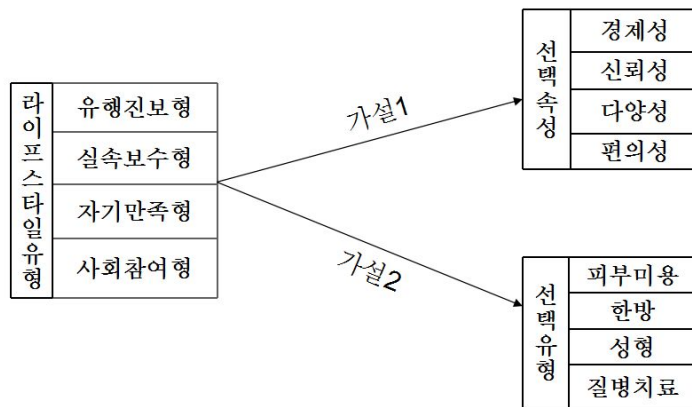
### 제3장 연구설계

#### 제1절 연구모델 및 가설

본 연구의 연구목적은 잠재 방한중국관광객을 대상으로 그들의 라이프스타일에 따라 의료관광 선택속성에 대한 차이가 있는가, 그리고 라이프스타일에 연구는 앞서 이론적 따라 의료관광 상품 유형의 선택차이가 있는가를 제시하여 보고자 한다. 따라서 본 논문은 앞서 이론적 배경에서 제시한 선행연구들을 바탕으로 관련된 요인을 선정하였다.

본 연구에서 검증해보고자 하는 변수들의 관계를 연구 모형은 다음과 같이 설정한다.

#### 1. 연구모델



〈그림2〉 연구모델

## 2.연구가설

본 연구의 모형을 측정하기 위해 가설의 설정은 선행연구에서 라이프스타일 측정척도를 이용하여 유행진보형, 실속보수형, 자기만족형, 사회참여형을 측정 구별하고 의료관광 상품의 유형 및 의료관광 상품을 선택할 때 각 요소의 고려정도의 차이를 알아보기 위해 다음 연구 가설을 설정하였다.

가설1. 라이프스타일 유형에 따라 의료관광 상품 선택속성의 고려정도에 차이가 있다.

가설1-1: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 경제성의 고려정도에 차이가 있다

가설1-2: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 신뢰성의 고려정도에 차이가 있다

가설1-3: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 다양성의 고려정도에 차이가 있다

가설1-4: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 편의성의 고려정도에 차이가 있다

본 연구의 라이프스타일 유형에 따라 의료관광 상품의 선택차이를 알아보기 위해 다음 연구가설을 설정하였다.

가설2.라이프스타일 유형에 따라 의료관광 상품 유형의 선택차이가 있다

가설2-1: 라이프스타일 유형에 따라 한국의료관광 상품 피부미용의 선택차이가 있다.

가설2-2: 라이프스타일 유형에 따라 한국의료관광 상품 한방체험의 선택차이가 있다.

가설2-3: 라이프스타일 유형에 따라 한국의료관광 상품 성형미용의 선택차

이가 있다.

가설2-4: 라이프스타일 유형에 따라 한국의료관광 상품 질병치료의 선택차이가 있다.

### 3. 변수의 조작적 정의

가설검증을 위한 구체적인 실제 현상과 연결시키기 위한 개념적 정의가 측정 가능한 형태로 변화시키기 위해 본 연구 핵심적인 측정항목에 대한 조작적 정의를 아래와 같이 설계하였다.

#### 1). 라이프스타일

라이프스타일이란 한 사회의 문화나 가치를 포함하고 있는 개인의 생활의식과 행동을 표출하는 복합적인 개념으로, 본 연구에서는 라이프스타일 접근방법을 VALS참고하여 수정하고 20개 문항을 도출하였다. 각각의 항목에 대한 인정정도로 측정하여 리커트 7점 척도를 사용하였으며, '1점은 전혀 동의하지 않는다, 4점은 보통이다, 7점은 매우 동의하다'로 측정하였다.

#### 2). 의료관광 상품 선택속성

의료관광 상품 선택속성이란 의료관광객은 의사결정과정을 통하여 의료관광 상품의 특징을 비교하여 선택한다, 각 의사결정과정에서 다양한 개인적 사회적, 문화적 원인 및 영향을 미치는 정도를 의미한다. 본 연구에서 잠재적 방한 의료관광객 대상으로 한국의료관광 상품의 경제성, 신뢰성, 다양성, 편의성4개 요인을 이용하여 측정하였다. 설문지에서 이용하는 척도는 리커트 7점 척도를 사용하였으며'1점은 전혀 동의하지 않는다, 4점은 보통이다, 7점은 매우

동의하다'로 측정하였다.

### 3). 의료관광 상품의 유형

한국의료관광의 유형은 건강을 위해나 예쁘기 위하나 질병치료 등 관광객의 요구와 한국 국가이미지 등 원인으로 종합해 보면 질병치료, 건강검진, 성형, 한방치료, 피부미용 4가지로 나뉘어서 연구했다, 그래서 선택유형 차이를 측정하기 위해 각 항목에 대한 리커트7점 척도를 사용하였으며 '1점은 전혀 동의하지 않다, 4점은 보통이다, 7점은 매우 동의하다'로 측정하였다.

## 제2절 연구조사 설계

### 1. 조사목적 및 대상

본 조사의 목적은 라이프스타일 연구에 따라 한국 의료관광 상품 선택속성의 고려정도 차이를 조사하고 각 한국 의료관광 상품의 유형에 대한 관심의도를 설문지로 조사하려고 하였다. 연구대상자는 한국으로 여행을 오신 중국관광객과 어학원 유학생들 대상으로 설문조사를 실시하였다.

### 2. 조사기간 및 방법

본 연구의 대상자인 중국에서 한국으로 여행을 하는 관광객과 유학생으로 설문조사를 하였다. 2015년5월7일부터 2015년5월10일 까지 인천공항, 김포공항, 명동 등 관광지에서 설문조사를 실시하였고 200부의 설문지를 배부하였고 그중에 불완전하게 응답되거나 성의 없는 응답된 설문지를 제외하고

182부를 회수되고 최종 분석에 사용되었다.

〈표-8〉설문지분석 결과

| 구분   | 설명                        |
|------|---------------------------|
| 조사대상 | 한국으로 여행을 오는 관광객 및 어학원 유학생 |
| 조사시간 | 2015년5월7일~2015년5월10일      |
| 조사장소 | 인천공항, 김포공항, 명동            |
|      | 총 배부되 설문지 수:200           |
| 표본추출 | 회수설문지:200                 |
|      | 이용한 설문지:182               |

### 제3절. 설문지 구성 및 통계분석방법

#### 1. 설문지 구성

본 연구설문지 구성은 라이프스타일 유형에 따른 의료관광 상품 선택속성 중요도 및 라이프스타일에 따른 의료관광 상품 유형에 선택차이를 측정하고 인구통계학적 사항까지 크게 4개의 부분으로 구성하였다.

〈표-9〉설문지 구성

| 설문항목                  | 변수                            | 척도              | 문항수       | 출처                 |
|-----------------------|-------------------------------|-----------------|-----------|--------------------|
| 라이프 스타일<br>관령문항       | 신제품이 나오면 제가 제일 빠른 시간에 사고 싶다.  | 리커트<br>7점<br>척도 | 20개<br>항목 | 위성<br>(2012)       |
|                       | 다소 부담이 되더라도 유명한 브랜드를 구입하는 편이다 |                 |           |                    |
|                       | 비싸도 디자인이 마음에 들면 구입한다          |                 |           | 호위이<br>링<br>(2011) |
|                       | 나는 다른 사람의 이목을 끄는 것을 좋아한다      |                 |           |                    |
|                       | 실용보다 유행이 더 좋아 한다              |                 |           |                    |
|                       | 위험투자 할 때 많이 생각하다              |                 |           | 장상순<br>(2013)      |
|                       | 규칙적이고 안전한 생활을 위한 노력한다         |                 |           |                    |
| 노후나 미래를 위해 보험이나 저축을 해 |                               |                 |           |                    |

|                |  |           |        |   |
|----------------|--|-----------|--------|---|
|                | <p>돈 생각이 있다</p> <p>항상 실용적이고 다용도 상품을 구매하는 편이다</p> <p>최신적인 스마트폰에 관심이 없고 자기 것은 쓸만 한다고 생각한다</p> <p>자기가 관심이 있는 물건에 돈을 아깝지 않다</p> <p>유행에 잘 안 따지고 내 스타일에 맞는 것을 산다</p> <p>혼자 쇼핑하는 것이 더 편한 느낌이다</p> <p>길을 가다가 마음에 든 것이 당장 사는 편이다</p> <p>사회의 이익과 나의 이익이 상충할때 우선 나의 이익을 선택한다</p> <p>친구 모임이나 회사모임이 항상 참작한다</p> <p>주위환경에 쉽게 적응 하는 편이다</p> <p>타인을 의식하여 유행을 추구한다</p> <p>나에게 사회적 역할과 소속감은 중요하다</p> <p>나는 주변사람들로 부터 모범적인 사람이라는 평판을 받도록 노력하는 편이다</p> |           |        |   |
| 의료관광선택속성 관련 문항 | <p>수술의 비용</p> <p>수술외의 비용(약품비용 병원 간호비용 등)</p> <p>음식비용</p> <p>숙박비용</p> <p>교통수단 비용</p> <p>다양한 의료관광 상품 패키지를 이용할 수 있다</p> <p>다양한 관관체험 및 예쁜 풍경</p> <p>다양한 쇼핑하기 쉬운 곳</p> <p>다양한 보양음식</p> <p>의료관광의 명성과 이미지</p> <p>의료관광 상품 경험자의 평가</p> <p>의료관광 상품의 안전성</p> <p>보험적용</p> <p>첨단적인 의료설비와 기술</p> <p>짧은 대기시간</p> <p>편한 언어소통 및 의료정보 설명</p> <p>비자발급 및 출입국 절차</p> <p>편한 숙박시설</p> <p>편한 픽업서비스</p>   | 리커트 7점 척도 | 19개 항목 | <p>백미 (2013)</p> <p>장함 (2014)</p> <p>손인순 (2004)</p> |
| 의료관광 상품 유형     | <p>피부미용</p> <p>성형</p> <p>한방치료체험</p>  | 리커트 7점 척도 | 9개 항목  | <p>이용재 (2011)</p> <p>김민철 (2009)</p>                 |

|              |                            |          |          |              |
|--------------|----------------------------|----------|----------|--------------|
|              | 질병치료                       |          |          |              |
| 인구통계학적<br>문항 | 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 월 소득 | 명목<br>척도 | 6개<br>항목 | 장함<br>(2014) |

## 2 .통계분석 방법

본 연구에서는 통계처리를 위하여 SPSS18.0을 사용하여 분석하였다.

첫째, 인구통계학적 특성과 실태분석을 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 측정도구의 타당성 검증을 위하여 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다.

셋째, 측정도구 및 측정변수의 신뢰도 검증(Reliability)을 위하여 Cronbach's  $\alpha$ 값을 사용하였다.

넷째, 라이프스타일 유형을 구분하기 위하여 계층적 군집분석(Hierarchical Clustering Analysis)을 사용하였다.

다섯째, 라이프스타일 유형의 따른 의료관광 상품 속성의 고려정도 하기 위해 일원변량분석(One-way-ANOVA)을 사용하였다.

여섯째, 라이프스타일 유형에 따른 의료관광 상품의 유형의 선택차이를 구별을 하기 위해 일원변량분석을 사용하였다

〈표-10〉분석방법

| 구분                      | 분석내용                           | 분석방법          |
|-------------------------|--------------------------------|---------------|
| 기초분석                    | 조사대상자의 인구적인 특성                 | 빈도분석          |
| 타당성과 신뢰성 검증             | 측정도구의 타당성과 신뢰성 검증              | 요인분석<br>신뢰성분석 |
| 라이프스타일                  | 여행객의 라이프스타일 유형을 분류             | 군집분석          |
| 라이프스타일/의료관광 선택속성 선택차이   | 라이프스타일 군집유형과 의료관광상품 선택속성의 차이분석 | 일원변량분석        |
| 라이프스타일/의료관광 유형에 대한 선택차이 | 라이프스타일 군집유형과 의료관광상품 유형간의 차이분석  | 일원변량분석        |

## 제4장 실증분석

### 제1절. 조사대상의 인구통계학적인 특성

표본의 일반적 특성을 알아보기 위하여 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 소득, 방문회수에 관한 빈도분석(frequency test)을 실시하였다.

표본으로 보면 182명 대상자의 일반적 사항에 대해서 성별은 남성이 44명(24.3%), 여성이 138명(75.7%)으로 여성인수가 압도적으로 많이 나타났다. 연령분포는 20세미만이 7명(3.9%), 20-29세가 98명(54.1%), 40-49세가 13명(7.2%), 50세 이상이 11명(6.1%)으로 나타났다.

결혼여부는 기혼이 105명(58%), 미혼이 76명(42%)으로 나타났다. 다음은 교육수준이 대학교졸업이 86명(47.5%)가장 높게 나타났고 고등학교졸업이 35명(19.3%), 전문대학졸업이 45명(44.2%), 대학원졸업이상 15명(8.3%)으로 나타났다.

직업은 학생이 25명(13.8%), 공무원/선생님/변호사가 11명(6%), 회사원

이 77명(42.5%), 자유직업이 23명(12.7%), 개인 영업직이 21명(11.6%), 의사/간호사가 3명(1.7%), 기술직이 8명(4.4%), 가정주부가 8명(4.4%), 실업이 5명(3%)으로 나타났다.

월 평균소득은 3000위안이하가 16명(8.8%), 3000-3999위안이 27명(14.9%), 4000-4999위안이 20명(11%), 5000-5999위안이 29명(16%), 6000-6999위안이 12명(6.6%), 7000-7999위안이 13명(7.2%), 8000-8999위안이 6명(3.4%), 9000-9999위안이 13명(7.2%), 10000위안 이상이 45명(24.9%)으로 나타났다. 그리고, 한국방문회수는 1회가 105명(58%), 2회가 27명(15%), 3회가 10명(5.5%), 4회 이상이 39명(21.5%)으로 나타났다. 인구 통계학적특성은 다음<표-11> 와 같다

〈표-11〉표본의 인구 통계적 분석

|      | 구분          | 빈도  | 백분율(%) |
|------|-------------|-----|--------|
| 연령   | 20세미만       | 7   | 3.9    |
|      | 20-29세      | 98  | 54.1   |
|      | 30-39세      | 52  | 28.7   |
|      | 40-49세      | 13  | 7.2    |
|      | 50세이상       | 11  | 6.1    |
| 성별   | 남           | 44  | 24.3   |
|      | 녀           | 137 | 75.7   |
| 결혼여부 | 기혼          | 105 | 58     |
|      | 미혼          | 76  | 42     |
| 학력   | 고등학교졸업      | 35  | 19.3   |
|      | 전문대졸업       | 45  | 24.9   |
|      | 대학교졸업       | 86  | 47.5   |
|      | 대학원졸업이상     | 15  | 8.3    |
| 직업   | 학생          | 25  | 13.8   |
|      | 공무원/선생님/변호사 | 11  | 6      |
|      | 회사원         | 77  | 42.4   |
|      | 자유직업        | 23  | 12.7   |
|      | 개인 영업직      | 21  | 11.6   |
|      | 의사/간호사      | 3   | 1.7    |
|      | 기술직         | 8   | 4.4    |
|      | 가정주부        | 8   | 4.4    |
|      | 실업중         | 5   | 3      |
| 수득   | 3000원이하     | 16  | 8.8    |
|      | 3000-3999원  | 27  | 14.9   |
|      | 4000-4999원  | 20  | 11     |
|      | 5000-5999원  | 29  | 16     |
|      | 6000-6999원  | 12  | 6.6    |
|      | 7000-7999원  | 13  | 7.2    |
|      | 8000-8999원  | 6   | 3.4    |
|      | 9000-9999원  | 13  | 7.2    |
|      | 10000원 이상   | 45  | 24.9   |
| 방문회수 | 첫 번째        | 105 | 58     |
|      | 두 번째        | 27  | 15     |
|      | 셋 번째        | 10  | 5.5    |
|      | 네 번 이상      | 39  | 21.5   |
|      | 합계          | 182 | 100    |

## 제2절. 설문지의 요인분석 및 신뢰도분석.

타당도란 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였느냐의 문제로 검사점수가 검사의 사용 목적에 얼마나 부합할 수 있는지를 보여준다. 타당성은 크게 세 가지로 구분할 수 있는데 첫째, 내용 타당성(Content validity)은 측정도구를 구성하고 있는 항목들을 측정하고자하는 개념을 대표하고 있는 정도를 의미한다. 둘째, 예측 타당성(Predictive validity)은 한속성이나 개념에 대한 측정값이 다른 속성의 변화를 예측하는 정도에 의해 평가되는 타당도를 의미한다. 셋째, 개념 타당성(Construct validity)은 측정도구가 연구하고자 하는 개념을 측정하였는지를 검증하는 것이다. 반적으로 측정도구의 타당성을 검증하는 통계적인 방법으로 흔히 요인분석(Factor analysis)이 사용되며, 본 연구에서는 이용된 측정도구의 타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다.

요인분석의 방법은 개념타당성 중에서 판별 타당성을 검증하기 위하여 주성분 분석을 실시하였으며, 요인추출 기준은 고유값(Eigen value)이 1.0이상을 기준으로 하였다. 고유값이 1보다 크다는 것은 하나의 요인이 변수 1개 이상의 분산을 설명해 준다는 것을 의미하며, 고유치의 값이 1이상인 경우를 기준으로 해서 요인수를 결정하게 된다. 요인회전은 베리맥스(Varimax)방법에 의해 요인을 추출하였다. 베리맥스 방식은 요인행렬에서 열(Column)의 요인 부하량을 제공한 값의 분산을 최대화시켜 각 요인을 쉽게 설명하는 방법으로 열에서 1또는 0에 가깝도록 하여 최대한 단순화 하는 방법이다.

본 연구에서 사용하고 있는 개념은 가설적인 개념으로써 응답자들의 주관적인 평가에 의해 측정되다, 따라서 이러한 개념이 어느 정도 신뢰성이 있게 측정되는 지를 평가할 필요가 있다. 신뢰성이란 측정문항 간의 내적 일관성(internal consistency)을 뜻하며 측정변수의 진정한 값을 측정할 수 있는 정도라고 할 수 있다. 본 연구에서는 측정도구들에 관한 정확성이나 정밀성의

신뢰도를 측정하기 위하여 하나의 개념에 대한 여러 개의 항목으로 구성된 척도에 사용되는 크론바흐 알파계수(Cronbach's Alpha Coefficient)를 이용하여 신뢰도를 측정하였다. 일반적으로 알파계수의 값이 0.6이상이면 신뢰성이 있다고 판단할 수 있고 내적 일관성에는 큰 문제가 없다고 보고 있다

## 1. 라이프스타일의 요인분석 및 신뢰도분석

중국 관광객의 라이프스타일을 측정하기 위한 20개 측정변수로부터 고유값이 1이상인 4개 요인이 추출되었으며, 각 요인은 항목의 공통성에 입각하여 유행집보형(요인1), 사회참여형(요인2), 자기만족형(요인3), 사회참여형(요인4)으로 명명하였다.

요인적재량이 0.4이상 되면 유의하다고 보고 0.5이상이면 아주 중요한 변수로 본다. 분석결과 요인적재량이 낮거나 연구 개념이 다른 요인에 높은 적재량을 보이는 유행진보형5, 자기만족형5, 사회참여형5 총 3개 항목을 제거하고 4개 요인을 추출하였다. 이들 4개 요인이 전체변수의 (90.67%)를 설명하고 있음을 볼 수 있다.

중국 여행관광객의 라이프스타일 요인의 구성 항목에 대한 신뢰성 검증 결과는<표-12>와 같다. 내적일관성을 나타내는 신뢰성 검증결과 Cronbach's  $\alpha$  값이 '신제품이 나오면 제가 제일 빠른 시간에 사고 싶다'. '다소 부담이 되더라도 유명한 브랜드를 구입하는 편이다'. '비싸도 디자인이 마음에 들면 구입한다'. '나는 다른 사람의 이목을 끄는 것을 좋아 한다'4개 항목으로 구성된 유행진보형 요인은 0.772으로 나타났다.

'위험투자 할 때 많이 생각하다'. '규칙적이고 안정된 생활을 위한 노력한다'. '노후나 미래를 위해 보험이나 저축을 해 둔 생각이 있다'. '항상 실용적이고 다용도 상품을 구매하는 편이다'. '최신적인 스마트 폰에 관심이 없고 자기 것은 쓸만 한다고 생각한다' 5개 항목으로 구성된 실속보수형 요인은

0.767이다.

‘위험투자 할 때 많이 생각하다’, ‘유행에 잘 안 따지고 내 스타일에 맞는 것을 산다’, ‘혼자 쇼핑하는 것이 더 편한 느낌이다’, ‘길을 가다가 마음에 드는 것이 당장 사는 편이다’. 4개 항목으로 구성된 자기만족형 요인은 0.745이다

‘친구 모임이나 회사모임이 항상 참작한다’, ‘주위환경에 쉽게 적응 하는 편이다’, ‘타인을 의식하여 유행을 추구한다’, ‘나에게 사회적 역할과 소속감은 중요하다’ 4개 항목으로 구성된 사회지향성 요인은 0.699로 각각 나타나 라이프스타일 요인들이 내적 일관성 있는 항목으로 구성되어 신뢰성이 확인되었다.

〈표-12〉라이프스타일의 요인분석과 신뢰도분석결과

| 요인        | 라이프스타일                             | 요인적재량  |        |        |        | 신뢰도   |
|-----------|------------------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|
|           |                                    | 요인1    | 요인2    | 요인3    | 요인3    |       |
| 실속보수형     | 노후나 미래를 위해 보험이나 저축을 해둔 생각이 있다      | 0.729  |        |        |        | 0.772 |
|           | 규칙적이고 안정된 생활을 위한 노력한다              | 0.708  |        |        |        |       |
|           | 위험투자 할 때 많이 생각하다                   | 0.657  |        |        |        |       |
|           | 최신적인 스마트폰에 관심이 없고 자기것은 쓸만 한다고 생각한다 | 0.587  |        |        |        |       |
|           | 항상 실용적이고 다용도 상품을 구매하는 편이다          | 0.502  |        |        |        |       |
| 유행진보형     | 다소 부담이 되더라도 유명브랜드를 구입하는 편이다        |        | 0.769  |        |        | 0.767 |
|           | 신제품이 나오면 제가 제일 빠른 시간에 사고 싶다.       |        | 0.67   |        |        |       |
|           | 나는 다른 사람의 이목을 끄는 것을 좋아한다           |        | 0.646  |        |        |       |
|           | 비싸도 디자인이 마음에 들면 구매한다               |        | 0.642  |        |        |       |
| 사회참여형     | 주위환경에 쉽게 적응 하는 편이다                 |        |        | 0.653  |        | 0.688 |
|           | 타인을 의식하여 유행을 추구한다                  |        |        | 0.633  |        |       |
|           | 친구 모임이나 회사모임이 항상 참가한다              |        |        | 0.632  |        |       |
|           | 나에게 사회적 역할과 소속감은 중요하다              |        |        | 0.576  |        |       |
| 자기만족형     | 자기 관심 있는 물건에 돈을 아깝지 않다             |        |        |        | 0.634  | 0.699 |
|           | 길을 가다가 마음에 든 것이 당장 사는 편이다          |        |        |        | 0.633  |       |
|           | 혼자 쇼핑하는 것이 더 편한 느낌이다               |        |        |        | 0.574  |       |
|           | 유행에 잘 안 따지고 내 스타일에 맞는 것을 산다        |        |        |        | 0.539  |       |
| 분산비율(%)   |                                    | 51.202 | 19.616 | 11.576 | 8.278  |       |
| 누적 분산율(%) |                                    | 51.202 | 70.818 | 82.394 | 90.672 |       |

## 2. 의료관광 상품의 선택속성의 요인분석 및 신뢰도분석

다음에 의료관광 상품의 선택속성의 요인분석이다, 선택속성에 대한 타당도 분석 결과, 아래의〈표-13〉 19개는 5개 요인이 추출되었으며, 각 요인은 항목의 공통성에 입각하여 신뢰성(요인1), 편의성(요인2), 다양성(요인3), 관광비용 경제성(요인4), 의료비용 경제성(요인5)으로 명명하였다. 원래는 경제성은 교통수단의 가격, 숙박비용, 음식비용, 수술비용, 수술외의 추가비용 총 5개 항목인데 수술비용과 수술외의 추가비용은 따로 다른 유인으로 아주 유의하게 나오기 때문에 두 항목은 논문연구 변수에서 너무 중요한 항목인데, 그래서 제거할 수 없으며 유인5로 추가한다.

요인적재량이 0.4이상 되면 유의하다고 보고 0.5이상이면 아주 중요한 변수로 본다. 분석결과는 편의성의 항목1' 짧은 대기시간'을 제거하고 5개 요인을 추출하였다. 이들 5개 요인이 전체변수의 90.67%를 설명하고 있음을 볼 수 있다.

〈표-13〉 의료관광상품의 선택속성 요인분석 및 신뢰도

| 요인        | 의료관광 상품 선택속성                  | 요인적재량  |        |        |       |        | 신뢰성   |
|-----------|-------------------------------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|
|           |                               | 요인1    | 요인2    | 요인3    | 요인4   | 요인5    |       |
| 신뢰성       | 의료관광 상품 경험자의 평가               | 0.77   |        |        |       |        | 0.814 |
|           | 첨단적 의료설비                      | 0.748  |        |        |       |        |       |
|           | 의료관광 상품의 안전성                  | 0.742  |        |        |       |        |       |
|           | 의료관광기관의 명성과 이미지               | 0.606  |        |        |       |        |       |
|           | 보험적용                          | 0.549  |        |        |       |        |       |
| 편의성       | 편한 언어소통 및 의료정보 설명             |        | 0.737  |        |       |        | 0.717 |
|           | 편한 숙박시설                       |        | 0.622  |        |       |        |       |
|           | 편한 픽업서비스                      |        | 0.604  |        |       |        |       |
|           | 비자발급 및 출입국절차                  |        | 0.501  |        |       |        |       |
| 다양성       | 다양한 의료관광 상품 패키지를 이용할 수 있다     |        |        | 0.736  |       |        | 0.761 |
|           | 다양한 관광 체험 및 예쁜 풍경             |        |        | 0.695  |       |        |       |
|           | 다양한 보양음식                      |        |        | 0.62   |       |        |       |
|           | 다양한 쇼핑하기 쉬운 곳                 |        |        | 0.568  |       |        |       |
| 경제성       | 교통수단의 가격                      |        |        |        | 0.738 |        | 0.735 |
|           | 숙박비용                          |        |        |        | 0.719 |        |       |
|           | 음식비용                          |        |        |        | 0.711 |        |       |
|           | 수술비용                          |        |        |        |       | 0.77   | 0.853 |
|           | 수술외의 추가비용(약품비용, 접수비용, 병원간호비용) |        |        |        |       | 0.721  |       |
| 분산비율(%)   |                               | 63.252 | 17.124 | 9.607  | 4.747 | 2.272  |       |
| 누적 분산율(%) |                               | 63.252 | 80.376 | 89.983 | 94.73 | 97.002 |       |

### 3. 라이프스타일의 군집분석

요인분석을 바탕으로 구성된 라이프스타일 요인을 응답자의 유사성에 근거하여 라이프스타일 유형 집단으로 분류하기 위한 군집분석(Cluster Analysis)을 실시하였다. 군집분석이란 대상들의 특성을 분석하여 유사한 성질을 가지고 있는 대상들을 동일한 집단으로 분류하는 방법이다. 대상들이 가지고 있는 값을 거리로 환산하여 가까운 거리에 있는 대상들을 하나의 집단으로 묶는 방법이다.

먼저 라이프스타일 유형에 대한 최적 군집수 결정을 위하여 계층적 군집분

석을 실시하였고, 그 결과 4개 군집이 가장 적절하다고 판단하였다. 이를 바탕으로 Quick Clustering K-mean를 사용하고 유행지보형(n=56), 실속보수형(n=22), 자기만족형(n=40),사회참여형(n=65)의 결과는<표-13> 같이 나온다.

<표-14>라이프스타일에 따른 군집 간의 차이검증

| 군집 | 유형    | 개수 |
|----|-------|----|
| 1  | 유행진보형 | 56 |
| 2  | 실속보수형 | 22 |
| 3  | 사회참여형 | 40 |
| 4  | 자기만족형 | 64 |

#### 4. 의료관광 상품 유형의 요인분석 및 신뢰도 분석

본 논문의 의료관광 상품 유형의 설문지 타당성을 측정하기 위해 요인분석을 실시하였다. 나온 결과는 예상 분류와 다른 결과를 나왔다, 원래 항목6 피부미용관리(주름개선관리)은 피부미용 요인에 속하는데 요인분석 결과를 보고 성형미용으로 이동한다

변수 '피부미용관리(여드름 관리 등 간단한 피부 관리)는 한방으로 이동한다, '질병치료'요인은 '중증수술 내과치료', '외과 수술'은 예전에 예상과 같이 일치한다. 다음에 의료관광 상품 유형의 요인분석과 신뢰도 분석 결과는<표-15>같다.

<표-15>한국의료관광 상품의 유형에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

| 항목                        | 요인1   | 요인2   | 요인3   | 신뢰도   |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 미니 미용수술                   | 0.902 |       |       | 0.704 |
| 대형 성형수술                   | 0.573 |       |       |       |
| 피부 미용관리(주름개선관리, 나이가 드신 분) | 0.506 |       |       |       |
| 한방미용체험                    |       | 0.673 |       | 0.669 |
| 피부미용관리(여드름관리, 젊은 층)       |       | 0.586 |       |       |
| 한방전통신체검사                  |       | 0.562 |       |       |
| 중증수술 내과치료                 |       |       | 0.738 | 0.658 |
| 외과수술                      |       |       | 0.635 |       |

### 제3절 가설 검증

본 연구의 라이프스타일 변수는 유행진보형, 실속보수형, 사회참여형, 자기만족형에 따라 의료관광상품 속성의 중요도의 선택차이, 의료관광 상품의 유형에 대한 선택분야의 차이가 있을 것을 검증하기 위해 표본의 평균치에 대한 차이를 검증한다. 통계기법인 일원배치분산분석(One-way-ANOVA)을 실시하였고 사후 검증으로 Duncan테스트의 다중범위 검증 방법을 사용하였다.

#### 1.라이프스타일에 따른 의료관광선택상품 선택속성의 차이 검증

본 논문 의료관광선택속성의 요인분석 결과는 5개 요인으로 나온다, 의료관광상품의 경제성은 의료경제성과 관광경제성으로 나뉘서 결과를 나왔다. 두 개 요인은 다 중요한 변수이어서 제거할 수 없다, 그래서 '가설1-1: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 경제성의 고려정도에 차이가 있을 것이다'는 의료경제성, 관광경제성 두 개 요인으로 나뉘었다. 다음은 수정된 가설1이다.

**가설1. 라이프스타일 유형에 따라 의료관광 선택속성의 차이가 있다.**

가설1-1: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 의료경제성의 고려정도에 차이가 있다

가설1-2: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 관광경제성의 고려정도에 차이가 있다

가설1-3: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 신뢰성의 고려정도에 차이가 있다

가설1-4: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 다양성의 고려정도에 차이가 있다

가설1-5: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 편의성의 고려정도에 차이가 있다

다음은 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 선택속성의 의 선택차이에 대한 측정결과 이다. 라이프스타일은 4개 집단으로 구성되고 일원배치분산분석을 실시하였다. 관광경제성요인(P=0.003), 다양성요인(P=0.003)은 유의수준(p<.005)에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 한편, 의료경제성요인(P=0.250), 신뢰성요인P=0.996), 편의성요인(P=0.441)은 라이프스타일 유형에 따른 유의한 차이가 나타나지 않았다.

〈표-16〉가설검증분석

| 의료관광<br>상품<br>선택속성 | 구분            | 유행진보형<br>(N=56)      | 실속보수형<br>(N=22)      | 사회참여형<br>(N=40)      | 자기만족형<br>(N=64)      | P      |
|--------------------|---------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------|
| 의료<br>경제성          | 평균값<br>(표준편차) | 4.42<br>(1.371)      | 4.64<br>(1.146)      | 4.91<br>(1.457)      | 4.65<br>(1.388)      | 0.250  |
| 관광<br>경제성          | 평균값<br>(표준편차) | 4.00<br>(1.271)<br>L | 4.58<br>(0.874)<br>H | 4.74<br>(1.071)<br>M | 4.22<br>(1.071)<br>M | 0.003* |
| 신뢰성                | 평균값<br>(표준편차) | 5.78<br>(1.002)      | 5.75<br>(1.042)      | 5.77<br>(0.984)      | 5.76<br>(0.982)      | 0.996  |
| 다양성                | 평균값<br>(표준편차) | 5.25<br>(0.953)<br>M | 5.17<br>(0.733)<br>H | 5.38<br>(0.912)<br>M | 4.64<br>(1.225)<br>L | 0.003* |
| 편의성                | 평균값<br>(표준편차) | 5.85<br>(0.687)      | 5.83<br>(0.671)      | 6.04<br>(0.785)      | 5.87<br>(0.826)      | 0.441  |

주1) \*: p<.05, \*\*: p<.001, \*\*\*: p<.001

주2) 유의수준5%에서 Duncan테스트에 근거한 평균의 차이(High>Middle>Low)

평균값으로 보면 라이프스타일에 따라 관광경제성 요인(음식비용, 숙박비용, 교통비용)과 다양성 요인(의료관광 상품의 패키지, 관광체험, 쇼핑하기 쉬운 곳, 보양음식)에서 유의한 차이가 나는 것으로 나타났다. 관광 경제성에서 가장 중요하다고 생각하는 군집이 사회참여형이 나타났고, 실속보수형, 자기만족형, 유행진보형 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 다양

성 요인(의료관광상품의 패키지, 관광체험, 쇼핑하기 쉬운 곳, 보양음식)은 사회참여형 군집이 가장 중요하다고 생각하고 유행진보형, 실속만족형, 자기만족형 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

그리고 각 라이프스타일의 군집이 의료관광 선택속성의 선택차이의 평균값을 비교하면 관광경제성보다는 다양성을 더 중요하다고 생각한다.

## 2. 라이프스타일에 따른 의료관광 선택상품 유형의 선택차이 검증

본 논문의 의료관광 상품 유형의 설문지 타당성을 측정하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석 결과는 예상의 분류와 다른 결과를 나온다. 원래 '미니 미용수술', '대형성형수술'으로 성형으로 한 변수를 묶고 싶는데 '피부미용관리(주름개선관리)'를 요인으로 이동한다. 그래서 항목6 피부미용관리(주름개선관리) 성형 변수로 이동한다.

설문항목은 '피부미용관리(여드름 관리 등 간단한 피부 관리)는 한방미용으로 이동한다, '질병치료'요인은 '중증수술 내과치료', '외과 수술'은 예전에 예상과 같이 일치한다. 다음은 수정된 가설2 이다.

### 가설2. 라이프스타일 유형에 따라 의료관광 상품 유형의 선택차이가 있다

가설2-1: 라이프스타일 유형에 따라 한국의료관광 상품 한방미용의 선택차이가 있다.

가설2-2: 라이프스타일 유형에 따라 한국의료관광 상품 성형미용의 선택차이가 있다.

가설2-3: 라이프스타일 유형에 따라 한국의료관광 상품 질병치료의 선택차이가 있다

다음에 의료관광 상품 유형의 요인분석 결과이다. 라이프스타일에 따른 한국 의료관광 상품 유형의 선택차이는 4개 집단이기 때문에 일원배치분산분석

을 실시하였다. 결과는 성형미용(p=0.000)은 라이프스타일에 따라 선택차이가 있는 것으로 나타났다. 한방미용(p=0.181)과 질병치료(p=0.980)는 라이프스타일에 따라 선택차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표-17〉가설2 검증분석

| 의료관광<br>상품<br>유형 | 구분                 | 유행진보형<br>(N=56)      | 실속보수형<br>(N=22)      | 사회참여형<br>(N=40)      | 자기만족형<br>(N=64)      | P            |
|------------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------|
| 성형               | 평균값<br>(표준편차)<br>M | 4.77<br>(1.329)<br>M | 3.32<br>(1.211)<br>H | 3.72<br>(1.575)<br>L | 3.90<br>(1.500)<br>L | 0.000<br>*** |
| 한방<br>미용<br>치료   | 평균값<br>(표준편차)      | 4.83<br>(1.274)      | 4.29<br>(1.179)      | 4.76<br>(1.340)      | 4.37<br>(1.396)      | 0.181        |
| 질병<br>치료         | 평균값<br>(표준편차)      | 3.77<br>(1.531)      | 3.66<br>(1.538)      | 3.69<br>(1.624)      | 3.79<br>(1.405)      | 0.980        |

주1) \*: p<.05, \*\*: p<.001, \*\*\*: p<.001

주2) 유의수준5%에서 Duncan테스트에 근거한 평균의 차이(High>Middle>Low)

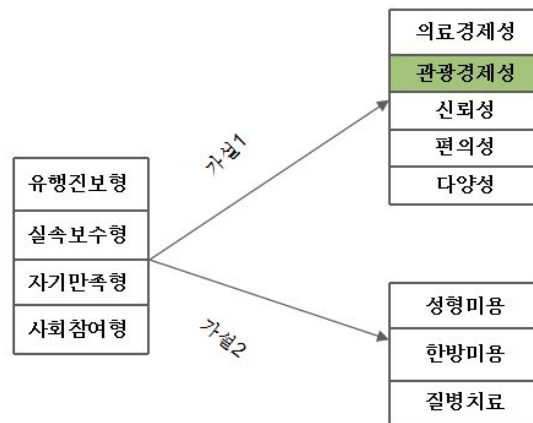
라이프스타일 유형에 따른 의료관광상품 유형의 선택차이는 군집분석으로 통해 분류된 모집단이 독립된 4개의 집단이기 때문에 일원배치분산 분석으로 실시하였다. 분석결과는 의료관광상품 유형의 관심정도는 성형미용(p=0.000)은 유의 수준(p<.001)에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 한편 한방 미용치료(p=0.181)와 질병치료(p=0.980)은 유의한 차이가 없는 것으로 나타나왔다.

라이프스타일별 군집1 유행진보형, 군집4 자기만족형 군집3 사회참여형, 군집2 실속보수형은 성형미용관광에 대한 관심정도의 순으로 나타났다.

평균값으로 본 속성의 차이정도는 군집1 유행진보형, 군집2 실속보수형 순으로 차이가 많이 나는 것으로 차이가 많이 나는 것으로 나타났다. 그래서 실속보수형보다 유행진보형은 성형미용에 대한 관심이 더 크다고 알 수 있다.

### 3. 연구모델 수정

본 연구의 각 요인의 설정 타당성을 측정할 때, 요인분석으로 실시하였다, 의료관광 상품의 경제성은 의료경제성과 관광경제성으로 나뉘어서 결과를 나왔다. 두 개 요인은 다 중요한 변수이어서 제거할 수 없다, 그래서 '가설1-1: 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 경제성의 고려정도에 차이가 있을 것이다'는 의료경제성, 관광경제성 두 개로 나누었으며 의료관광상품 유형의 설문지 타당성을 측정하기 위해 요인분석을 실시하였다, 나온 결과는 예상의 분류와 다른 결과를 나온다, 원래 '미니 미용수술', '대형성형수술'으로 성형으로 한 변수를 묶고 싶은데 '피부미용관리(주름개선관리)'를 요인으로 들어간다, 그래서 항목6 피부미용관리(주름개선관리) 성형 변수로 이동한다. 변수 '피부미용관리(여드름 관리 등 간단한 피부 관리)변수는 한방으로 이동한다, '질병치료'요인은 '중증수술 내과치료', '외과 수술'은 예전에 예상과 같이 일치한다. 그래서 전에 설정한 연구모델은 다음<그림-3>과 같이 수정했다.



<그림-3>연구모델 수정

## 제5장 결론

### 제1절 연구결과의 요약

본 연구는 잠재적인 의료관광객들이 한국을 방문하여 관광객의 라이프스타일을 측정하는 기초에서 의료관광을 할 때 우선적으로 선호하는 속성들을 살펴보고, 라이프스타일에 따라 의료관광 상품 유형에 대한 어떤 선택차이가 있는가 연구하는 것은 목적이다. 이를 검증하기 위해 SPSS18.0 프로그램을 이용하여 빈도분석, 요인분석, 군집분석, 일원변량분석 등 통계방법을 사용하였다.

본 연구의 실증분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 모집단의 인구통계학적 특성을 살펴보면 전체 응답대상자 182명중 연령분포는 20대-30대가 82.5%를 차지하고 전체대상자의 75.7%가 여성으로 나타났다, 교육수준은 전문대, 대졸이 72.4%를 차지하였다. 직업은 회사원, 자영업이 78.8%를 나타냈다. 월 소득은 3000-5999위안(41.9%)의 소득층과 9000이상(32.1%)의 소득층으로 조사되었다.

둘째, 라이프스타일에 따라 의료관광 상품의 속성을 선택의도를 검증하였고, 라이프스타일에 따라 의료관광선택속성의 차이가 나는 항목은 관광경제성과 다양성이다. 군집에 따라 나온 결과는 관광경제성을 가장 중요하게 고려한 군집은 사회참여형 이고 가장 적게 고려하는 집단은 유행진보형 이다. 다양성을 가장중요하게 고려하는 군집이 사회참여형 이고 가장 적게 고려하는 집단은 자기만족형 이다. 의료경제성, 신뢰성, 편의성은 라이프스타일에 집단에 따라 선택차이가 유의하지 않는다.

셋째, 라이프스타일에 따라 의료관광상품 유형의 선택차이를 결과는 성형관광이 유의한 결과가 나타내었다. 그리고 성형관광은 가장 고려하는 집단은 유

행진보형 이고 가장 적게 고려하는 집단은 실속보수형 이다. 한방 및 질병치료의 선택에는 라이프스타일에 따른 차이가 유의하지 않았다. 질병치료보다 한방비용을 전반적으로 더 고려하는 것으로 보인다.

## 제2절. 연구 시사점 및 한계점

본 연구결과를 바탕으로 다음과 같이 연구의 시사점을 제시하고 자한다.

첫째, 본 연구 라이프스타일에 따라 의료관광선택속성에서 관광경제성과 다양성에 대한 선택차이가 나타난다. 그래서 의료관광상품을 경제성과 을 더 세분화 시키고 다양한 의료관광 상품을 각 라이프스타일에 맞게 만들어 내야 한다.

둘째, 본 연구 라이프스타일에 따라 성형에 대한 선택차이가 나타난다. 한방과 질병치료 항목이 선택차이가 없는 것으로 나타난다. 한방의 설문지 평균값이 질병치료보다 더 크다는 결과를 보다, 그래서 중국관광객들은 한국의 한방 미용치료에 대한 인지도가 이는데 질병치료의 평균값이 상대적으로 낮다는 결과로 보고, 한국의 일반 질병치료는 국제적인 홍보가 필요하다고 볼 수 있다.

본 연구결과를 바탕으로 다음과 같이 연구의 한계점을 제시하고 자한다.

첫째, 실증연구에 있어 설문응답자의 표본수가 많지 않으며 표본의 대표성 문제로 표본 대상이 중국 일부지역 상해 북경 광둥성 안휘성 지역으로 대상으로 연구하였으나, 그 외에 서부지역의 대상자의 표본수의 부족한 문제점이다.

둘째, 본 연구의 설문대상자의 남녀비율 차이가 좀 크다. 한국으로 방문하는 남자가 많지 않기 때문에 데이터 수집이 부족한다.

셋째, 라이프스타일의 문항으로 측정하면 라이프스타일을 충분히 구별하기 못하는 한계가 있을 수 있다.

넷째, 본 연구 주요설문대상자가 중국여행관광객으로 한계가 있다, 중국 지역에서 아직 한국으로 오지 않은 중국인 대상으로 설문을 추가하면 더 신뢰도가 높은 결과를 받을 수 있다.

## 참고문헌

### 1. 국내문헌

소현정(2010), 한국 의료관광 상품 선택속성에 관한 실증 연구. 광운대학교 학원, 관광경영전공.

서애서(2010), 부산지역 중국인 관광객 유치 활성화를 위한 실증연구. 석사 학위논문, 신라대학교.

석강훈(2008), 스포츠 관광객의 편이추구와 라이프스타일을 통한 지각된 가치가 고객만족에 미치는 영향. 석사학위논문, 계명대학교.

장함(2014), 의료관광객의 의료기관 선택속성이 만족도, 신뢰도 및 충성도에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 관광학과

차재빈·이훈영(2014) 중국인의 의료관광 선택동기에 의한 시장세분화연구 『한국관광학회』

김보인·장설·이춘수 한국 문화제품, 한국 국가이미지가 중국인의 한국 의료관광 방문의도에 미치는 영향에 관한 연구

이정화(2010), 방한 일본인 관광객의 의료관광 선택속성에 대한 중요도와 이용의도와의 영향관계 연구. 석사학위논문. 동아대학교 경영대학원

위성(2012), 잠재 방한 중국관광객의 라이프스타일 유형에 따른 정보탐색 및 관광지 선택속성에 관한 연구 가천대학교 대학원, 석사논문

임법중·윤병국·권성길(2009) 한국적 의료관광 상품 개발 방안 연구

박성영(2013), 푸드스타일을 위한 화예조형요소의 연출 기법. 석사학위논문. 숙명여자대학교 라이프스타일디자인 대학원

홍영호(2009), 라이프스타일 유형에 따른 특수 목적 관광지 선택속성 및 정보원천에 관한 연구. 경기대학교 대학원, 박사 학위논문

채서일(1992), 체계적 분석으로 틀에 따른 라이프스타일 연구. 『마케팅연

- 구』. 제3권, 제1호, pp46-63
- 최원주(2004), 소비자의 라이프스타일유형에 따른 광고의 크리에티브 전략: 광고속 라이프스타일에 대한 싱글족의 의식을 중심으로. 『소비자학 연구』 제15권. 제4호. pp185-207
- 안영민(1992), 라이프스타일에 따른 관광객 행동 특성에 관한 연구, 경남대학교 대학원. 박사학위논문
- 안주아·신명희(2005) 우리나라 대학생 집단의 라이프스타일 유형 및 라이프스타일과 구매행동과의 관계, 『한국광고학보. 제7권 제1호.pp177-210
- 장함(2011), 관광객의 라이프스타일에 따른 한국 의료관광 선택속성에 관한 연구. 세조대학교, 석사학위논문.
- 호위이령(2008), 라이프스타일에 따른 중국잠재관광객들의 한국 관광이미지 및 관광지 선택행동에 관한 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 이진희(2008), 라이프스타일유형에 따른 제주 해양관광의 속성 및 만족에 관한 연구, 『관광학연구』, 제32권 제4호, pp213-233
- 김미영(2004), 일본여성관광객의 방문동기와 여행상품속성이 만족 및 재방문에 미치는 영향. 동아대학교 동북아 국제대학원 석사학위논문.
- 박성용·오태현(1999), 강원도 관광지 선택과 만족요인에 관한 연구. 『산학경영연구』, 12, 83-102.
- 유정우·우석봉(2008) 부산지역 보건의료관광산업 육성방안 연구. 부산발전연구원.
- 이승현(2010), 의료기관 선택요인이 지각된 위험과 전환의도에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 이용규·정병웅(2007), 의료관광 활성화를 위한 사례연구. 『관광연구저널』, 21(2)389-406
- 장향미(2013), 미용성형 의료기관 선택속성에 따른 마케팅전략에 관한 연구. 건국대학교 대학교 대학원 석사학위논문.

장진희,(2010) 라이프스타일에 따른 중국관광객 여행상품  
 선택속성:중국광주시민을 대상으로. 석사학위논문, 한양대학교

진수문(2009), 중국내 헬스클럽 이용자들의 라이프스타일에 관한 연구.  
 석사학위논문, 경기대학교

전명숙(2007), 의료관광 활성화 방안 연구, 한국항공경영학회, 2007

조구현(2006), 한국 의료관광 활성화 방안에 관한 탐색적 연구,  
 한국호텔경영학회, 15(4)

조경원(2010), 미용성형 환자의 병원 선택 요인과 만족도—  
 보건의료산업학회, 4(2),97-106.

최민식(2009), 외국인이 의료관광 지역선택에 영향을 미치는 요인분석.  
 경희대 학교 행정대학교 석사학위논문.

최문경(2009), 한국의 국가이미지가 의료관광 구매의도에 미치는  
 영향-일본인 관광객을 중심으로. 경희대학교 대학원 석사학위논문.

홍현아(2007), 한국 의료관광 산업의 활성화를 위한 관광개발에 관한 연구,  
 경희대학교, 석사학위논문.

## 2. 외국문헌

Zin. A. H(1991), lifestyle segmentation and nonverbal image measurement:  
 Synergy at work, ELASM-Workshop on values and lifestyle, research  
 in marketing, brussels, belgium

WEI RAN(1997) emerging lifestyle in china and consequences for  
 perception international journal of advertising16(4);261-275

Richard, E. A and Sturman, S, S, Life style segmentation in apparel  
 marketing, journal of marketing, oct,1977

Well, W. D, Psychographics: A Critical Review, Journal of Marketing  
 Research, May,1975

## ABSTRACT

The Study on The influence of chinese tourists' attributes on  
selecting medical institutions and selecting medical variety  
according to the lifestyle types

-Focusing on chinese tourists-

JingZhan

Department of Marketing

Graduate School of sungshin Woman's University

For the past 30 years, with the rapid development of living tandards and relaxing tourism policy in China, the desire of Chinese tourists to travel abroad has gradually increased. The Chinese number of foreign travelers reached 47,600,000 persons in 2009, 52,000,000 in 2010, and 70,250,000 in 2011. The prediction of World Tourism Organization has published that China will be the fourth country to send tourists out to other countries after U.S., Japan and Germany as China will be expected to be more than 0.1 billion persons in 2020. In the midst of these Chinese travelers, A lot of Chinese travelers is in order to Medical tourism, Medical tourism is a high value added industry with the tourists' long-term stay, big consumption, and expense, which is promoted under the world-wide interest. Particularly, Korea visit Chinese medical tourism market is rapidly growing due to relatively easy accessibility, Korean excellent medical technology, and the influence of Korean wave.

To confirm the goals of this study, a survey with questionnaires was

carried out from May 7th to 10th, 2015 with the Chinese tourists in Incheon International Airport, Gimpo Airport. A total of 182 questionnaires were used for data analysis by using SPSS 18.0 program. Frequency analysis, factor analysis, Hierarchical Clustering Analysis, ANOVA test were used.

The result of this study are as follows:

Firstly, According to the Different lifestyle types Korean Health Tourism product diversity and Tourism economy are affect to Chinese tourist's select, but Medical economy, trustank of Korean Medical Tourism, and Convenience are not affect to Chinese tourist's select. And when the Participatory society are the most interested in Korean Health Tourism product.

Secondly, According to the Different lifestyle types is the optimal attraction..

## 설문지

안녕하세요? 저는 성신여자대학교 일반대학원 경영학과 학생 정잠입니다. 먼저 이렇게 설문지 응답해주신 데에 대한 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

본 설문지는 “라이프스타일에 따른 의료관광상품의 속성 및 유형 선택의 차이연구”에 관한 연구로서 석사학위 청구논문을 준비하기 위한 조사입니다. 본 조사의 결과는 익명으로 처리되며 귀하께서 응답하신 내용은 학술적 연구이외에는 사용되지 않습니다. 바쁘신 데라도 귀하의 의견이 바람직한 연구를 위해 결정적인 도움이 된다는 점을 이해하시고 적극적인 협조를 부탁드립니다.

2015년5월

이메일:missjing1111@naver.com

1. 다음에 라이프스타일에 대한 문제입니다, 귀하의 판단정도에 따라 체크(√)해 주시기 바랍니다.

나. 의료관광 상품의 측정문제입니다

1. 의료관광 상품의 경제성문제 입니다, 의료관광선택시 아래 속성들이 얼마나 중요했

| 항목                               | 전혀<br>그러지 않다 | 보통<br>이다 | 매우<br>그렇다 |   |   |   |   |
|----------------------------------|--------------|----------|-----------|---|---|---|---|
| (1)수술비용                          | ①            | ②        | ③         | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (2)수술외의 추가비용(약품비용, 접수비용, 병원간호비용) | ①            | ②        | ③         | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (3)음식비용                          | ①            | ②        | ③         | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (4)숙박비용                          | ①            | ②        | ③         | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (5)교통수단의 가격                      | ①            | ②        | ③         | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |

는지를 해당란에 “V”로 해 주십시오.

2. 의료관광 상품의 신뢰성문제 입니다. 의료관광선택시 아래 속성들이 얼마나 중요했는지를 해당란에 “V”로 해 주십시오.

| 항목                 | 전혀<br>그러지 않다               | 보통<br>이다                   | 매우<br>그렇다                  |                            |                            |                            |                            |
|--------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| (1)의료관광기관의 명성과 이미지 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (2)의료관광 상품 경험자의 평가 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (3) 의료관광 상품의 안전성   | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (4)보험적용            | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (5)첨단적 의료설비        | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |

3. 의료관광 상품의 다양성문제 입니다. 의료관광선택시 아래 속성들이 얼마나 중요했는지를 해당란에 “V”로 해 주십시오

| 항목                          | 전혀<br>그러지 않다               | 보통<br>이다                   | 매우<br>그렇다                  |                            |                            |                            |                            |
|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| (1)다양한 의료관광상품 패키지를 이용할 수 있다 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (2)다양한 관광 체험 및 예쁜 풍경        | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (3)다양한 쇼핑하기 쉬운 곳            | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (4)다양한 보양음식                 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |

4. 의료관광 상품의 편의성문제 입니다. 의료관광선택시 아래 속성들이 얼마나 중요했는지를 해당란에 “V”로 해 주십시오.

| 항목                   | 전혀<br>그리지 않다               | 보통<br>이다                   | 매우<br>그렇다                  |                            |                            |                            |                            |
|----------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| (1)짧은 대기시간           | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (2)편한 언어소통 및 의료정보 설명 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (3)비자발급 및 출입국절차      | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (4)편한 숙박시설           | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (5)편한 픽업서비스          | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |

5. 의료관광 상품의 유형문제 입니다. 의료관광선택시 아래 속성들이 얼마나 중요했는지를 해당란에 “V”로 해 주십시오.

| 항목  | 전혀<br>그리지 않다               | 보통<br>이다                   | 매우<br>그렇다                  |                            |                            |                            |                            |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| (1)귀하는 미니수술에 관심이 있습니까?<br>(보톡스, 쌍꺼플, 반영구화장, 리프팅)          | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (2)귀하는 대형수술에 관심이 있습니까?<br>(가슴성형, 안면윤곽, 바디성형등)             | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (3)귀하는 한방미용상품에 관심이 있습니까?<br>(한방미용체험, 한방약석좌훈, 온천스파, 마사지체험) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (4)귀하는 한국 전통의료에 관심이 있습니까?<br>(한방 신체건강증지 및 치료, 만성질환치료),    | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (5)귀하는 피부미용에 관심이 있습니까?<br>(여드름치료, 색소 흉터제거, 필러, 수광주사)      | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (6)귀하는 피부탄력, 항노화에 관심이 있습니까?<br>(주름, 태반 등)                 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| (7)귀하는 신체검사에 관심이 있습니까?<br>(유전병검사, 암예방검진)                  | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |



4. 귀하의 월평균소득은 얼마입니까?

- ①3000위안이하    ②3000-4999위안    ③5000-6999위안    ④7000-9999  
⑤10000이상

5. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

- ①고등학교졸업    ②전문대졸업    ③대학교졸업    ④대학원이상

6. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 개인사업 ② 전문직 ③ 관리/사무직 ④ 판매/서비스직  
⑤ 기술/생산직 ⑥ 학생 ⑦ 교사/공무원 ⑧ 주부 ⑨ 기타(        )

7. 귀하는 이번에 한국방문은 몇 번째입니까?

- ①1번    ②2회번    ③3회번    ④4번이상

8. 귀하가 살고 있는 지역은 어디입니까?(            성 )

## 问卷调查

您好！

首先非常感谢您给与本次问卷调查的积极协作。

本问卷调查主要是根据中国观光客的生活习性不同对韩国医疗旅游的选择行动的不同来了解中国消费者对韩国医疗观光的想法，从而改善和提高韩国医疗观光服务为目的，所以请您根据自己的感受进行诚实的回答。

您填写的内容将会给与绝对保密，我们保证决不将您的资料用于学术研究以外的任何其他目的。请您仔细阅读和回答每个问题。

谢谢！

诚信女子大学经营专业 井湛

联系电话:010-5422-1156

邮箱: missjing1111@naver.com

微信: ckjing1111

2015年05月

1. 以下是对您人生观和生活方式的测评，请根据下面的例句切合您平时遇到这种事情时的思考方式来选择下面的数字

| 提问项目                                       | 完全<br>不同意                 | 一般 | 完全<br>同意 |
|--|---------------------------|----|----------|
| (1)有最新产品上市后想在最短的时间内购买(例如:新的科技产品.美容产品,时尚服饰) | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (2)我喜欢成为别人眼中的焦点                            | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (3)流行 和 实用, 我选择流行                          | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (4)我喜欢购买很有设计感的生活用品                         | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (5)在自身美容保养上面花的钱一点也不觉得可惜经常会购买一些实用又多用途的产品    | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (6)会为了以后的生活购买保险或者储蓄(现在正在进行).               | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (7)努力追求安定 有序的生活方式                          | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (8)经常会购买一些实用的产品                            | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (9)对最新出的手机不是很感兴趣,依然继续使用自己的旧手机              | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |

|                                 |                           |
|---------------------------------|---------------------------|
| (10)选择危险投资时会有所顾虑                | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (11)在自己关心的事物上不会吝惜金钱.            | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (12)不会刻意去追随流行,会有自己的一套穿衣风格       | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (13)喜欢一个人购物                     | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (14)在路上走着看见自己心仪的东西会马上购买         | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (15)当来自社会中的利益与自己个人利益相冲突时会优先考虑自己 | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (16)和周围人都可以很好的相处                | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (17)可以很快的适应周围环境                 | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (18)会随着周围环境的追随流行趋势              | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (19)会积极参加朋友或工作单位的聚会             | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (20)觉得自己是社会中的一份子,有很强烈的责任感       | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |

※恭喜您!本次问卷调查您已经完成三分之一了,加油~~※

(1)以下是关于医疗观光的费用方面的提问,请假设如果您选择了一项医疗产品, 以下各种费用问题对您决定购买医疗观光产品时的影响程度

| 提问项目                        | 完全不同意 | 普通 | 完全同意 |   |   |   |   |
|-----------------------------|-------|----|------|---|---|---|---|
| (1)手术费用                     | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (2)手续以外的附加费(药品费用,挂号费,住院床位费) | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (3)餐饮的费用                    | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (4)住宿费用                     | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (5)交通费                      | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |

(2).以下是对医疗观光产品的信任度的提问,请假设如果您选择了一项醫療觀光产品, 以下因素对您决定购买医疗观光产品时的影响程度

| 提问项目            | 完全不同意 | 普通 | 完全同意 |   |   |   |   |
|-----------------|-------|----|------|---|---|---|---|
| (1)医疗观光机关的名声和形象 | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (2)医疗观光有经历的人的评价 | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (3)医疗观光产品的安全性   | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (4)是否加入保险       | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (5)是否有尖端的医疗器材   | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |

(3).以下是对医疗观光产品的多样性提问,请假设如果您选择了一项医疗觀光产品, 以下因素对您决定购买医疗观光产品时的影响程度

| 提问项目              | 完全不同意 | 一般 | 完全同意 |   |   |   |   |
|-------------------|-------|----|------|---|---|---|---|
| (1)有多样的医疗观光产品套餐   | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (2)有多种多样的观光体验活动   | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (3)有购物很方便的地方      | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (4)可以品尝到多种多样的保养饮食 | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |

(4)以下是对医疗观光产品的便利性提问,.请假设如果您选择了一项医疗觀光产品, 以下因素对您决定购买医疗观光产品时的影响程度

| 提问项目               | 完全不同意 | 普通 | 完全同意 |   |   |   |   |
|--------------------|-------|----|------|---|---|---|---|
| (1)较短的挂号时间         | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (2)方便的语言交流和医疗信息提供  | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (3)方便的签证提供和出入国手续办理 | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (4方便的住宿服务)         | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |
| (5)方便的机场接送服务       | ①     | ②  | ③    | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |

(5)以下医疗观光产品感兴趣程度测定.

| 提问项目   | 完全<br>不感兴趣 | 普通 | 非常<br>感兴趣 |   |   |   |   |
|--|------------|----|-----------|---|---|---|---|
| (1)请问您对韩国医疗观光产品中的 <u>微整形手术</u> 感兴趣吗?<br>( <u>玻尿酸注射,双眼皮,半永久化妆,等</u> ) | 1          | 2  | 3         | 4 | 5 | 6 | 7 |
| (2)请问您对韩国的 <u>整形手术</u> 感兴趣吗?<br>( <u>胸部整形,面部轮廓整形,抽脂,,毛发移植等</u> )     | 1          | 2  | 3         | 4 | 5 | 6 | 7 |
| (3)请问您对韩方美容体验感兴趣吗?<br>( <u>韩方人蔘美容面膜试用,泡温泉</u> )                      | 1          | 2  | 3         | 4 | 5 | 6 | 7 |
| (4)请问您对韩国传统医疗感兴趣吗?<br>( <u>韩式传统药理身体检查,韩方坐熏妇科疾病治疗,慢性疾病治疗</u> )        | 1          | 2  | 3         | 4 | 5 | 6 | 7 |
| (5)请问您对韩国皮肤美容感兴趣吗?<br>( <u>青春痘治疗,祛斑祛疤,水光注射</u> )                     | 1          | 2  | 3         | 4 | 5 | 6 | 7 |
| (6)请问您对皮肤恢复弹力抗老化治疗手术感兴趣吗?<br>( <u>祛除抬头纹,眼角皱纹,法令纹等拉皮手术</u> )          | 1          | 2  | 3         | 4 | 5 | 6 | 7 |

|  |                           |
|--|---------------------------|
| (7)请问您对 <u>身体检查，疾病预防</u> 感兴趣吗？<br>( <u>癌症预防检测，体检</u> )         | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (8)请问您对 <u>韩国内科手术</u> 感兴趣吗？<br>( <u>脏器移植，心脏手术，骨髓移植等高难度手术</u> ) | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |
| (9)请问您对 <u>韩国外科手术</u> 感兴趣吗？<br>( <u>眼科，牙科等</u> )               | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |

3.下面项目是对韩国医疗观光的购买意图和推荐意图的测定。请在您觉得合适数字上面打钩“V”

| 提问项目   | 完全<br>不同意                 | 普通 | 完全<br>同意 |
|--|---------------------------|----|----------|
| (1)这次您的韩国之旅满意吗？                              | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (2)如果您下次有机会再来韩国时会考虑购买这些 <u>体验韩国医疗观光产品</u> 吗？ | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |
| (3)您回去之后会想亲朋好友 <u>推荐</u> 韩国的这些医疗观光产品吗？       | ① — ② — ③ — ④ — ⑤ — ⑥ — ⑦ |    |          |

4.下面是对您的一些个人信息的提问, (我们保证您填写的内容将会给与绝对保密, 请放心作答, 谢谢)。

(1).您的性别?

- ①男      ②女

(2) 您的年龄? 1

- ①不到20岁      ②20-29岁      ③30-39岁      ④40-49岁      ⑤50岁以上

(3.) 请问您的婚姻状况?

- ①已婚      ②未婚

(4).请问您的月平均收入在什么范围?

- (1).3000元以下      (2). 3000-3999元      (3). 4000-4999元

- (4). 5000-5999元      (5). 6000-6999      (6). 7000-7999元

- (7).8000-8999元      (8).9000-9999元      (10). 10000元以上

(5).请问是是什么学历?

- ①高中毕业      ②专科院校毕业      ③本科院校毕业

- ④研究生以上毕业

(6).请问您是什么职业？

(1)学生      (2)公务员/老师/律师      (3)公司职员      (4)技术职员

(5)管理领导层      (6)个体营业者      (7)军人      (8)医生或护士

(9)自由职业者      (10)家庭主妇      (11)工人  
(12)事业待岗者

(7).这是您第几次访问韩国？

①第一次      ②第二次      ③第三次      ④四次以上

(8).请问您生活在中国哪个省份？