

— 원저 —

산후조리원 서비스 구매의사결정 관련특성

정인숙

부산대학교 간호대학

Characteristics of Postpartum Care Center Service Use

Ihn Sook Jeong

College of Nursing, Pusan National University, Busan, Korea

Purpose: This study was aimed to investigate the characteristics of postpartum care center (PCC) service use. **Methods:** The participants were 121 women who visited outpatient clinic of women's hospital or a public health center in Busan and who had used PCC (44) and had planned to use (77). The instrument was self-administered questionnaire including general characteristics, and buyer decision process for PCC service. **Results:** More than 80% of participants perceived the PCC service was very important or important. The most important way of information acquisition was word of mouth (54.2%), and the most important consideration when they chose PCC was safety (39.9%). Only 13.6% of participants regretted after using PCC and 77.3% gave word of mouth after using PCC. **Conclusion:** Women considered safety as a key criteria when they buy PCC service, and actively utilized word of mouth. Therefore, PCC should try to improve the safety.

Key words: Postpartum care center, Selection, Information searching

서 론

1. 연구의 필요성

산후조리원은 산후조리 및 요양 등에 필요한 인력과 시설을 갖춘 곳으로, 분만 직후의 임산부 또는 출생 직후의 영유아에게 급식·요양 그 밖의 일상생활에 필요한 편의를 제공하고 있는 시설이다.¹⁾ 이 시설은 핵가족화와 소자녀의 출산으로 인한 가족구조의 변화로 가정 내에서의 산후조리가 어려워짐에 따라 1997년 10월경에 자연발생적으로 생겨났으며, 생활수준의 향상과 건강유지증진에 대한 관심의 증대로 산후조리원에 대한 수요는 꾸준히 증가하고 있다.²⁾ 산후조리원에 대한 통계가 작성되기 시작한 2006년 294개소에서 2012년 12월 현재 537개소로 82.7%의 증가를 보이고 있다.³⁾

대부분의 산모는 약 2주 정도 산후조리원을 이용하고 있으며, 2주간의 체류 비용이 수 백만원에서 천만원 이상에 이르고 있다.⁴⁾ 따라서, 비용측면에서 산후조리원은 고관여 서비스이라고 할 수 있으며 구매의사결정과정의 전 과정을 거칠 것으로 생각된다. 그러나 산후조리원은 국내에 매우 특이적인 산후문화로서 국내외에서 산후조리원 서비스의 관여유형이나, 산후조리원을 선택하고, 대안을 평가하고, 구매를 결정하는 일련의 과정에 대해 거의 연구되어 있지 않다. 특히, 산후조리원은 의료기관은 아니지만 건강에 취약한 산모와 신생아가 공동생활을 하는 곳이므로 감염의 문제가 지적되고 있다.^{5,6)} 즉, 산후조리원은 시설의 안락성은 물론 감염이나 위생관리 등이 매우 중요한 고려사항이 되어야 함에도 불구하고, 과연 산모가 산후조리원 서비스를 선택할 때 이러한 사항들이 고려되고 있는지 또한 알려져 있지 않다.

주요어: 혈액배양, 위양성률, 근거기반실무가이드 라인

Address reprint requests to : Ihn Sook Jeong

College of Nursing, Pusan National University, 49 Busandaehak-ro, Mulgeum-eup, Yangsan 626-870, Korea

Tel: +82-51-510-8342 Fax: +82-51-510-8308 E-mail: jeongis@pusan.ac.kr

투고일: 2015년 8월 14일 심사완료일: 2015년 9월 20일 게재확정일: 2015년 11월 12일

구매의사결정은 '소비자가 재화나 서비스의 구매여부와 언제, 무엇을, 어디서, 어떻게, 누구로부터 구매할 것인가 등을 결정하는 과정'으로 '특정 재화나 서비스에 대해 필요성을 인식한 소비자가 이를 충족시키기 위해 행하는 일련의 행동'을 말한다. 구매의사결정과정은 소비자행동론에 따르면 일반적으로 문제인식, 정보탐색, 대안평가, 구매행동, 구매 후 평가의 과정을 거치지만 구매하고자 하는 제품이 고관여 제품이라면 이러한 일련의 과정을 거치고, 저관여 제품이라면 일부의 과정이 무시되기도 하는데 주로 정보탐색 없이 바로 구매하고 이 후에 대안평가를 하기도 한다.⁷⁾ 이처럼 관여도는 소비자의 구매의사결정과정에 영향을 주고 있어⁸⁾ 구매의사결정과정을 잘 이해하기 위해서는 서비스의 관여도에 대한 이해가 필요하다. 따라서, 본 연구에서는 산후조리원 서비스 구매자를 대상으로 산후조리원에 대한 관여도와 구매의사결정과정을 분석해 보며, 특히 최근에 이슈가 되는 감염이나 위생관리가 구매결정과정에 얼마나 고려되는 지를 알아보고자 한다.

2. 연구 목적

본 연구는 여성이 산후조리원 서비스를 구매하는데 있어 어떠한 구매의사결정 특성, 즉 산후조리원을 선택하는 방법과 선택 시 고려사항 등을 파악하는데 목적이 있다.

따라서, 특정 제품이나 서비스의 구매의사결정과정을 이해하기 위해서는 해당 제품이나 서비스의 관여유형을 파악할 필요가 있다. 본 연구의 구체적인 연구 목적은 다음과 같이 설정하였다.

첫째, 산후조리원 서비스에 대한 관여도를 조사한다.

둘째, 산후조리원 서비스에 대한 구매의사결정 특성을 파악한다.

셋째, 조사 대상자의 일반적 특성과 관여도에 따른 산후조리원 서비스 구매의사결정 특성을 파악한다.

연구 방법

1. 연구 설계

본 연구는 산후조리원을 이용하였거나 이용예정인 여성으로 산후조리원 서비스에 대한 관여도, 구매방법과 구매 시 고려사항 등 구매의사결정 특성을 파악하는 단면조사연구이다.

2. 조사 대상

조사대상은 부산시 소재 1개 여성전문병원의 외래를 방문하거나 1개 보건소의 모자보건실을 방문한 여성 160명이며, 과거 임신하여

출산한 경험이 있는 자 또는 현재 임신하고 있는 자 등 산후조리원 구매 대상으로 구성된다.

과거 임신 중 산후조리원을 이용한 경험이 있는 경우는 산후조리원 서비스 구매자, 과거에는 산후조리원을 이용한 적이 없으나, 앞으로 이용할 예정인 경우는 산후조리원 서비스 구매예정자, 과거 임신 중 산후조리원을 이용한 적이 없거나, 앞으로 이용할 예정이 없는 경우는 산후조리원 서비스 비구매자 등 3가지로 구분하였다.

3. 조사 도구

본 연구에서 사용한 조사도구는 자가 기입형 설문지이며 본 연구의 목적에 맞추어 연구자가 직접 개발하였다. 설문지는 크게 조사 대상자의 일반적 특성, 산후조리원 서비스에 대한 구매의사결정 특성 등 2부분으로 구성하였다.

조사 대상자의 일반적 특성으로는 연령, 교육수준, 직업유무, 월평균 소득, 산후조리원 서비스 구매경험, 관여도 1문항으로 구성하였다. 관여도는 '특정 상황에 있어 자극에 의해 유발되어 지각된 개인적인 중요성이나 관심도의 수준'⁹⁾으로 산후조리원 서비스에 대해 지각된 중요성이라고 할 수 있다. 관여도는 정의에 따라 산후조리원 선택이 개인적으로 얼마나 중요하다고 인식하고 있는가'라는 1문항으로 구성하였으며, '매우 중요함'부터 '전혀 중요안함' 등 5점 척도이다. 산후조리원 서비스에 대한 구매의사결정 특성은 구체적으로 구매이유, 정보습득방법, 선택기준, 구매 후 후회여부, 구매 후 긍정적·부정적 구전 여부 등 6문항으로 구성하였다. 산후조리원 서비스를 구매한 경험이 있는 경우 6문항을 모두 응답하며, 앞으로 구매예정인 경우 구매이유, 선택방법, 선택 시 고려사항 등 3문항을 응답하도록 하였다.

4. 자료 수집 방법

자료 수집에 앞서 여성전문병원 태동실에 근무하는 간호사와 보건소 모자보건담당자에게 자료 수집에 대한 협조를 구하고 설문지 배부를 의뢰하였다. 자료 수집 담당자는 연구 참여자에게 연구의 목적과 방법에 대해 설명하고 참여하기로 서면 동의한 자를 선정하여 설문지를 배부하고, 작성된 설문지는 그 자리에서 바로 회수하였다. 최종 회수된 설문지는 여성전문병원에서 70부, 모자보건실에서 90부였다.

5. 자료 분석 방법

수집된 자료는 SPSS win (version 18.0)을 이용하여 분석하였으며,

유의수준(α)는 .05에서 양측검정 하였다. 조사 대상자의 일반적 특성은 범주형 자료는 빈도와 백분율, 양적 자료는 평균과 표준편차를 구하였다. 산후조리원 서비스에 대한 관여도와 구매의사결정 특성은 빈도와 백분율을 구하였다. 조사 대상자의 일반적 특성과 관여도에 따른 산후조리원 서비스에 대한 구매의사결정 특성은 카이제곱분석 중 피서의 정확성 검정을 이용하였다.

연구 결과

1. 조사 대상자의 일반적 특성

조사 대상자의 일반적 특성은 Table 1과 같았다. 연령은 30대가 74.4%, 교육수준은 대졸이 75.8%로 가장 많았고, 직업은 없는 경우가 58.0%로 다수를 차지하였다. 산후조리원 서비스를 구매한 경험이 있는 경우는 27.5%(44명)였고, 현재 임신 중으로 조만간 구매할 예정인 경우가 48.1%(77명)였다. 한편, 산후조리원 서비스 구매경험에 따라 조사 대상자의 일반적 특성 간에 관계가 있는 지를 살펴볼 때 연령, 교육수준, 월평균 소득과 산후조리원 서비스 구매 경험 간에는 통계적으로 유의한 관련성이 없었다. 그러나 산후조리원 서비스 구매경험이 있는 사람에서 그렇지 않는 사람에 비해 직업이 없는 경우가 더 많았다($p=.026$). 산후조리원 서비스가 얼마나 중요하다고 생각하는 지에 대한 조사 결과, 전반적으로 산후조리원 서비스가 매우 중요하다고 인식하는 경우가 43.4%, 다소 중요하다고 생각하는 경우가 38.8%로 응답자의 82.2%가 산후조리원 서비스에

대해 중요하다는 입장을 보였다.

2. 산후조리원 서비스 구매의사결정특성

산후조리원 서비스 구매(예정)자의 서비스 구매의사결정 특성은 Table 2와 같았다. 산후조리원 서비스를 구매하고자 하는 이유는 '친정이나 시댁 눈치를 보지 않고 편히 쉬려고'가 33.1%로 가장 많았으며, 다음으로 '산후조리해 줄 사람이 없거나'(28.8%), '산후조리원의 다양한 프로그램을 이용하기 위해서'(28.8%)였다.

산후조리원 정보습득방법은 친구나 주변 사람들의 의견을 듣는 구전 방법이 54.2%로 가장 많았으며, 다음으로 산후조리원을 직접 방문하여 서비스를 확인하는 것이 44.9%를 차지하였다. 산후조리원 선택기준으로 중요하게 고려하는 사항은 시설의 안전이 39.9%로 가장 많았으며, 다음으로 직원의 친절과 전문성이 21.2%를 차지하였다. 산후조리원 서비스 이용 후 후회한 적이 있다고 응답한 경우는 13.6%이며, 이용 후 구전을 하는 경우가 77.3%였다.

한편, 산후조리원 서비스 구매자와 구매예정자의 서비스 구매의사결정 특성 간에 통계적으로 유의한 차이를 보이는 변수는 없었다(Table 2).

3. 소비자의 일반적 특성과 구매의사결정특성

산후조리원 서비스 구매자의 특성 중 연령과 교육수준에 따라 서비스 구매의사결정 특성을 분석하고, 연령별 특성에 따른 구매의

Table 1. General Characteristics of Study Participants

(N=160)

Characteristics		Total n (%)	Have used postpartum care center service*			χ^2	p
			Yes (n=44) n (%)	Planned (n=77) n (%)	No (n=39) n (%)		
Age (years)	20~29	28 (17.9)	7 (15.9)	13 (17.8)	8 (20.5)	5.26	.262
	30~39	116 (74.4)	32 (72.7)	58 (79.5)	26 (66.7)		
	40~49	12 (7.7)	5 (11.4)	2 (2.7)	5 (12.8)		
	Mean $\pm$ SD	32.9 $\pm$ 4.1					
Education level	High school	22 (14.0)	9 (20.5)	7 (9.5)	6 (15.4)	4.56	.335
	College	119 (75.8)	32 (72.7)	60 (81.1)	27 (69.2)		
	Graduate	16 (10.2)	3 (6.8)	7 (9.5)	6 (15.4)		
Profession	Have	66 (42.0)	11 (25.0)	36 (48.6)	19 (48.7)	7.28	.026
	Don't have	91 (58.0)	33 (75.0)	38 (51.4)	20 (51.3)		
Income per month (10,000 won)	<300	35 (24.6)	14 (33.3)	9 (14.1)	12 (33.3)	8.17	.226
	300~399	38 (26.8)	12 (28.6)	19 (29.7)	7 (19.4)		
	400~499	34 (23.9)	8 (19.0)	17 (26.6)	9 (25.0)		
	≥ 500	35 (24.6)	8 (19.0)	19 (29.7)	8 (22.2)		
Perceived importance of PCCS	Very important	66 (43.4)					
	Important	59 (38.8)					
	Neutral	22 (14.5)					
	Little important	4 (2.6)					
	No important	1 (0.7)					

*The discrepancy between total number sum of each column means missing.

사결정 특성은 Table 3에, 교육수준에 따른 구매의사결정 특성은 Table 4에 제시하였다.

산후조리원 서비스 구매자의 연령별로 서비스 구매의사결정에 차이를 보인 특성은 없었다. 즉, 20대, 30대, 40대 산후조리원 서비스 구매자에서 산후조리원 서비스 구매이유, 산후조리원 정보습득방

법, 선택기준, 구매 후 후회여부, 구매 후 구전여부, 관여도 등이 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다(Table 3).

산후조리원 서비스 구매자의 교육수준별로 구매의사결정에 차이를 보인 특성은 정보습득방법 중 '홈페이지나 인터넷검색'으로, 교육수준이 고등학교에서 대학원 이상으로 높아짐에 따라 홈페이

Table 2. Characteristics of Postpartum Care Center Service Use

(N=118)

Characteristics		Total (N=118) n (%)	Have used postpartum care center service*		χ^2	p*
			Yes (n=44) n (%)	Planned (n=74) n (%)		
Reason for PCC use	None to take care of women	34 (28.8)	16 (36.4)	18 (24.3)	3.79	.285
	Taking a comfort time	39 (33.1)	16 (36.4)	23 (31.1)		
	Use of various service	34 (28.8)	9 (20.5)	25 (33.8)		
	Friends or others' use	11 (9.3)	3 (6.8)	8 (10.8)		
Information acquisition on PCC (multiple response)	Hearing WOM from others	64 (54.2)	21 (47.7)	43 (55.8)	0.74	.390
	Visiting the centers	53 (44.9)	17 (38.6)	36 (46.8)	0.75	.387
	Searching homepage/sites	29 (24.6)	9 (20.5)	20 (26.0)	0.47	.494
	Reading advertisement	9 (7.6)	5 (11.4)	4 (5.2)	1.55	.213
Consideration when choosing PCC	Safety (infection, hygiene)	47 (39.9)	4 (9.1)	4 (5.4)	4.89	.574
	Kindness & professionalism	25 (21.2)	6 (13.6)	14 (18.9)		
	Accessibility	20 (16.9)	1 (2.3)	7 (9.5)		
	Cost	8 (6.8)	18 (40.9)	29 (39.2)		
	Excellence in facilities	8 (6.8)	12 (27.3)	13 (17.6)		
	Variety in service	5 (4.2)	2 (4.5)	3 (4.1)		
	Reputation of friends/others	5 (4.2)	1 (2.3)	4 (5.4)		
Regret after use of PCCS (n=44)	Yes	-	6 (13.6)	-		
	No	-	38 (86.4)	-		
Have you did WOM after use of PCCS (n=44)	Yes	-	34 (77.3)	-		
	No	-	10 (22.7)	-		

PCCS=Postpartum care center service; WOM=Word of mouth; *p by Fisher's exact test.

Table 3. Characteristics of Postpartum Care Center Service Use by Age

(N=114)

Characteristics		Age			χ^2	p*
		20s n (%)	30s n (%)	40s n (%)		
Reason for PCC use	None to take care of women	6 (30.0)	24 (27.6)	2 (28.6)	6.08	.382
	Taking a comfort time	3 (15.0)	32 (36.8)	4 (57.1)		
	Use of various service	8 (40.0)	23 (26.4)	1 (14.3)		
	Friends or others' use	3 (15.0)	8 (9.2)	0 (0.0)		
Information acquisition on PCC (multiple response)	Hearing WOM from others	11 (55.0)	48 (55.2)	4 (57.1)	0.10	1.000
	Visiting the centers	8 (40.0)	40 (46.0)	4 (57.1)	0.69	.788
	Searching homepage/sites	4 (20.0)	22 (25.3)	1 (14.3)	0.41	.856
	Reading advertisement	3 (15.0)	6 (6.9)	0 (0.0)	1.74	.419
Consideration when choosing PCC	Safety (infection, hygiene)	8 (40.0)	36 (41.4)	3 (42.9)	11.96	.317
	Kindness & professionalism	7 (35.0)	15 (17.2)	2 (28.6)		
	Accessibility	2 (10.0)	16 (18.4)	1 (14.3)		
	Cost	0 (0.0)	8 (9.2)	0 (0.0)		
	Excellence in facilities	1 (5.0)	7 (8.0)	0 (0.0)		
	Variety in service	2 (10.0)	1 (1.1)	1 (14.3)		
	Reputation of friends/others	0 (0.0)	4 (4.6)	0 (0.0)		
Regret after PCC use (n=44)	Yes	0 (0.0)	5 (15.6)	1 (20.0)	1.26	.622
	No	7 (100.0)	27 (84.4)	4 (80.0)		
Have you did WOM after PCC use (n=44)	Yes	7 (100.0)	24 (75.0)	3 (75.0)	2.08	.442
	No	0 (0.0)	8 (25.0)	1 (25.0)		

PCCS=Postpartum care center service; WOM=Word of mouth; *p by Fisher's exact test.

Table 4. Characteristics of Postpartum Care Center Service Use by Education

(N=115)

Characteristics		Education level			χ^2	p*
		High school n (%)	College n (%)	Graduate n (%)		
Reason for PCC use	None to take care of women	8 (53.3)	23 (25.6)	1 (10.0)	6.35	.348
	Taking a comfort time	3 (20.0)	31 (34.4)	5 (50.0)		
	Use of various service	3 (20.0)	27 (30.0)	3 (30.0)		
	Friends or others' use	1 (6.7)	9 (10.0)	1 (10.0)		
Information acquisition on PCC (multiple response)	Hearing WOM from others	8 (53.3)	50 (55.6)	5 (50.0)	0.22	.946
	Visiting the centers	8 (53.3)	40 (44.4)	4 (40.0)	0.59	.794
	Searching homepage/sites	0 (0.0)	23 (25.6)	5 (50.0)	9.03	.008
	Reading advertisement	1 (6.7)	8 (8.9)	0 (0.0)	0.42	1.000
Consideration when choosing PCC	Safety (infection, hygiene)	5 (33.3)	38 (42.2)	4 (40.0)	8.16	.706
	Kindness & professionalism	2 (13.3)	21 (23.3)	1 (10.0)		
	Accessibility	3 (20.0)	14 (15.6)	2 (20.0)		
	Cost	2 (13.3)	5 (5.6)	1 (10.0)		
	Excellence in facilities	2 (13.3)	5 (5.6)	1 (10.0)		
	Variety in service	1 (6.7)	4 (4.4)	0 (0.0)		
	Reputation of friends/others	0 (0.0)	3 (3.3)	1 (10.0)		
Regret after PCC use (n=44)	Yes	1 (11.1)	4 (12.5)	1 (33.3)	1.59	.560
	No	8 (88.9)	28 (87.5)	2 (66.7)		
Have you did WOM after PCC use (n=44)	Yes	7 (87.5)	24 (75.0)	3 (100.0)	0.84	.833
	No	1 (12.5)	8 (25.0)	0 (0.0)		

PCCS=Postpartum care center service; WOM=Word of mouth; *p by Fisher's exact test.

지나 인터넷을 검색하여 산후조리원을 선택하는 비율이 높았다 (Table 4). 이 외 다른 구매의사결정 특성은 산후조리원 서비스 구매자의 교육수준에 영향을 받지 않았다.

4. 산후조리원 선택 관여도와 구매의사결정

산후조리원 선택이 개인적으로 얼마나 중요하다고 인식하고 있는가를 관여도 문항으로 정의하고, 매우 중요 또는 중요라고 응답한 경우는 고관여, 그렇지 않는 경우는 저관여로 구분하고 구매의사결정과 관련성을 분석한 결과는 Table 5와 같았다. 고관여자와 저관여자에서 산후조리원 서비스 구매이유, 산후조리원 정보습득 방법, 선택기준, 구매 후 후회여부, 구매 후 구전여부, 관여도 등에서 통계적으로 유사한 차이를 보이지 않았다. 산후조리원 선택 시 고려사항에서 고관여자는 시설의 안전성(45.3%)을 가장 중요하게 고려한 반면, 저관여자는 거리 접근성(33.3%)을 가장 중요하게 고려하였지만 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았다.

논 의

본 연구는 여성이 산후조리원 서비스를 구매하는데 있어 어떠한 구매의사결정과정을 거치는지를 파악하기 위한 것으로, 여성전문병원의 외래나 보건소의 모자보건실을 방문한 여성 160명을 대상으로 구매의사결정과정에 영향을 주는 관여도와 함께 구매의사결

정 특성을 조사하였다.

산후조리원 서비스의 관여도에 대한 질문에서 응답자의 80% 이상이 산후조리원 서비스 구매가 중요하다고 하였으며, 집이나 자동차 구매보다는 낮은 중요도를 보였지만 만장고 구매보다는 더 중요하다고 응답하여 비교적 고관여 서비스로 인식하고 있다고 생각된다.

산후조리원 서비스 구매(예정)자의 구매의사결정 특성으로 먼저 산후조리원 이용이유를 보면 산후조리인력의 절대적인 부족으로 인한 산후조리인력 대체 서비스로서의 의미는 다소 약화되었음을 알 수 있다. 즉, 산후조리원은 핵가족화와 소자녀의 출산으로 인한 가족구조의 변화로 가정 내에서의 산후조리가 어려워짐에 따라 자생적으로 생겨나기 시작했으나,²⁾ 오늘날에는 이러한 일차적 목적보다는 산후 여성이 좀 더 편안한 일상을 유지하거나 다양한 프로그램으로부터 혜택을 얻기 위한 목적이 강하다고 할 수 있다. 특히, 산후조리원 이용은 응답자의 연령, 교육수준, 월평균 소득, 직업유무 등과 관련이 없이 매우 보편적으로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

산후조리원을 선택하는데 있어 정보를 습득하는 방법으로는 친구나 주변 사람들의 의견이 가장 많았다. 선행 연구에 의하면 산모의 분만 의료기관을 선택함에 있어 정보를 습득하는 방법은 가족이나 친지의 의견이 가장 중요하였고 다음으로 본인의경험이 차지하였다.¹⁰⁾ 최근에 이루어진 치과 의료기관 선택에서 지인의 소개가 가장 주요한 습득방법이었고,¹¹⁾ 안과 의료기관 선택에서도 과거 본인의 경험과 타인의 권유가 주요한 습득방법이었다.¹²⁾ 환자의 구전활동과 의료기관과의 관계를 분석한 연구에 따르면 환자의 구전활동

Table 5. Characteristics of Postpartum Care Center Use by Perceived Importance

(N=110)

Characteristics		Perceived importance		χ^2	p***
		High* n (%)	Low** n (%)		
Reason for PCC use	No person taking care of women	25 (26.3)	6 (40.0)	5.43	.118
	Taking a comfort time	35 (36.8)	2 (13.3)		
	Use of various service in PCC	28 (29.5)	4 (26.7)		
	Friends or others use the service	7 (7.4)	3 (20.0)		
Information acquisition on PCC (multiple response)	Hearing WOM from others	52 (54.7)	8 (53.3)	0.01	1.000
	Visiting the centers	42 (44.2)	7 (46.7)	0.03	1.000
	Searching homepage or sites	25 (26.3)	2 (13.3)	1.32	.351
	Reading advertisement	8 (9.4)	1 (6.7)	0.12	1.000
Consideration when choosing PCC	Safety (infection, hygiene)	43 (45.3)	3 (20.0)	7.98	.161
	Kindness and professionalism	19 (20.0)	3 (20.0)		
	Accessibility	13 (13.7)	5 (33.3)		
	Cost	7 (7.4)	1 (6.7)		
	Excellence in facilities	6 (6.3)	2 (13.3)		
	Variety in service	5 (5.3)	0 (0.0)		
	Reputation of friends or others	2 (2.1)	1 (6.7)		
Regret after PCC use (n=44)	Yes	5 (13.9)	1 (12.5)	0.01	1.000
	No	31 (86.1)	7 (87.5)		
Have you did WOM after PCC use (n=44)	Yes	28 (80.0)	6 (75.0)	0.01	1.000
	No	7 (20.0)	2 (25.0)		

PCCS=Postpartum care center service, WOM: word of mouth; *High=When the answer was "very important" or "important" in the question of "how important the postpartum care center service is"; **Low=When the answer was "neutral" or "little important" or "no important" in the question of "how important postpartum care center service is"; ***p by Fisher's exact test.

동은 환자가 해당 의료기관을 선택하고 치료받고자 하는 이용의지에 상당한 영향을 미치며, 특히 오프라인보다는 온라인 구전활동이 상대적으로 그 영향력이 커지고 있다고 하였다.¹³⁾ 산부인과의 경우 의료기관 선택 시 온/오프라인 구전활동 중 온라인 구전활동만이 의료기관 이용의지에 유의한 영향을 주었는데, 이에 대해 임신과 관련된 여성만의 특수한 의료성격이 강해 익명 등 자신을 드러내지 않고도 활발한 구전 또는 커뮤니티 활동이 가능하다는 장점 때문이라고 하였다.¹³⁾ 비록 산후조리원은 의료기관은 아니지만 건강관리기관으로 인식되며 여성이 주로 이용하는 기관임에 따라 제공사 중심의 정보원보다는 이웃이나 주변이 권고 등 인적자원을 통한 정보를 습득하는 경향이 두드러짐을 알 수 있다.

다음으로, 산후조리원 선택 기준으로 시설의 안전성, 직원의 친절과 접근성 접근성이 중요하게 고려된 반면, 시설의 우수성, 서비스의 다양성이나 주변인의 평판은 상대적으로 중요성이 낮았다. 선행 연구에서 치과 의료기관 선택기준으로는 청결위생, 시설장비, 경력 입소문, 의료진의 친절, 이용편리성 등의 순서로 나타났고,¹⁴⁾ 안과 의원 선택기준은 의료진의 경력, 깨끗한 병원, 거리 및 교통의 편리순이었다.¹¹⁾ 또 다른 연구에서 미용성형 의료기관을 선택함에 있어 중요하게 고려하는 것은 인적 요소, 병원의 명성과 인지도, 의료서비스의 순¹⁵⁾이었다. 본 연구와 선행 연구에서 서비스 선택 기준에는 다소간의 차이는 있으나, 전반적으로 청결이나 위생을 포함한 안전과 인적요소를 중요하게 생각하는 점에서는 유사하였다.

초기의 산후조리원은 자유업으로 분류되어 아무런 법적 규제를 적용받지 않고 해당지역의 세무서에 사업자등록을 하면 누구나 운영가능하고 개설허가 및 자격요건을 필요로 하지 않으며, 이에 대한 법률 규정이나 관할 행정관청도 정해져 있지 않았다. 그러나 이로 인해 모성 및 신생아의 건강을 보호하는데 어려움이 있었으며, 신생아의 감염이나 사망 사례와 같은 중대한 보건문제가 언론을 통해 공개적으로 보도됨으로 인해 사회적 문제로 대두되었다.^{5,6)} 이에 따라 2006년 모자보건법(법률 제7703호) 개정을 통해 산후조리원을 개설하는 경우 일정한 기준에 따른 인력 시설을 갖추어 시장 군수 구청장에게 신고하도록 하고(제15조 신설), 감염 등을 방지하기 위하여 필요한 조치(제15조의4 신설)를 제공하며, 이러한 사항을 위반하는 경우 산후조리원의 정지 또는 폐쇄를 명할 수 있도록 하고 있다.¹⁶⁾ 이처럼, 산후조리원은 초기에는 단순히 분만한 여성이 잠시 머무르는 장소로 생각하고 누구나 개업할 수 있었지만 점차로 분만한 여성과 신생아가 집단 거주함에 따라 감염과 같은 건강문제가 중요한 문제로 제기되었고, 산후조리원을 선택하는 분만한 여성 또한 시설의 안전성에 대해 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있다. 모자보건법에 따르면 산후조리원에는 신생아 간호를 위한 간호사가 배치되어야 하며(제15조), 임신부와 영유아의 건강관리를 위한 책임자로 간호사를 포함한 의료인을 선임(제15조 6)하도록 되어 있다.¹⁶⁾ 이처럼, 산후조리원의 필수인력이 간호사인 만큼 간호사들은 산후조리원을 이용하는 산모가 가장 중요하게 생각하고 있는 부분을 파

악하고 이를 적극적으로 개선하기 위한 노력을 해야 할 것이다.

산후조리원을 구매하는 데 있어 주변인의 구전이 크게 영향을 주는기는 하지만, 최종적인 선택은 주변인의 평판보다는 시설의 안전성이나 직원의 친절 등 산후조리원의 특성을 파악한 후 자신들의 판단에 근거하고 있었으며, 이는 산후조리원을 고관여 서비스로 인식하는 것과 일치된 결과라고 생각한다.⁷⁾ 주요 정보검색원을 보면 교육수준이 높은 경우 홈페이지나 인터넷 검색을 통해 산후조리원에 대한 정보를 많이 얻는 반면, 교육수준이 낮은 경우 상대적으로 친구나 주변사람들의 의견이나 직접 산후조리원을 방문하여 정보를 얻는 경우가 많았다.

구매의사결정과정의 마지막은 구매 후 평가과정으로 본 연구에서 산후조리원 이용경험이 있는 응답자에게 이용 후 후회를 하였는지, 만약 후회를 하거나 하지 않은 경우 이를 타인에게 얼마나 구전하는지를 조사하였다. 그 결과, 이용 후 대부분은 후회하지 않았으며, 후회 여부에 상관없이 긍정적 또는 부정적 구전을 한 경우가 약 77%로 매우 높게 나타났다. 앞에서 언급하였듯이 산후조리원을 선택하는데 있어 친구나 주변 사람들의 의견을 많이 듣는 것은 그만큼 산후조리원에 대해 서로간의 의견교환이 활발함을 의미하며, 인터넷 또는 모임을 통해 산후조리원 이용경험이 많이 공유되고 있음을 알 수 있다. 특히, 산후조리원은 1회에 국한되지 않고, 출산이 반복되면 반복적으로 구매될 수 있으며, 자신은 물론 친구나 친척에게도 영향을 줄 수 있는 서비스이다. 따라서, 산후조리원 운영자는 구전의 중요성을 인지하고, 산후조리원 서비스 구매자에 대한 적절한 관리가 필요하다고 할 수 있다.

결 론

본 연구 결과, 산후조리원의 서비스는 고관여 서비스라고 할 수 있으며, 이용자는 다양한 정보검색방법을 활용하여 감염관리와 건강관리 등 시설의 안전성이 확보되는 시설을 선택하고 있음을 알 수 있었다. 산후조리원 서비스 구매자는 이용 후 적극적인 구전행위를 하고 있으며, 이러한 구전은 산후조리원 서비스에 대한 잠재 구매자에게 영향을 주고 있다. 따라서, 산후조리원 운영자는 산후조리원 이용 중에 최선의 서비스를 제공하는 것은 물론, 서비스 구매자를 대상으로 하는 만족도를 조사하거나 불만호소 창구 등을 활용하여 부정적인 구전을 줄이고, 긍정적인 구전을 활성화하기 위한

노력이 필요하다. 그리고 긍정적인 구전을 위해 산후조리원 위생과 감염관리 등에 좀 더 적극적인 노력을 경주할 필요가 있다.

REFERENCES

1. Korea Ministry of Government Legislation. Maternal and child health act. [Internet]. Sejong: Author; 2012 [cited 2015 May 1]. Available from : <http://www.law.go.kr/lsInfoPdo?lsiSeq=125554&ancYd=20120523&ancNo=11441&efYd=20120824&nwJoYnInfo=N&efGubun=Y&chrClsCd=010202#0000>
2. Hwang NM, Lee IY, Park YT, Seo DW. A study on the management of community postpartum service facilities in Korea, Final report (HMP-00-P-21900-0003). Seoul: Korea Institute of Health and Social Affair; 2001.
3. Ministry of Health & Welfare. Distribution of postpartum care center. Internal data 2013.
4. Seo YJ. A survey on the consumer price and services of postpartum care centers in Korea. Seoul: Yonsei Institute of Health and Welfare; 2009.
5. Paek SJ. Postpartum care center threats mother and child health. Daily-medi 2007 September 12.
6. Choi JY. Increase in neonatal infection, pneumonia in postpartum care center. Munhwallbo 2012 November 1.
7. Kim SY, Lee JY, Ra SA. Customer behavior. Seoul: Korea National Open University Press; 2012.
8. Vakratsas D, Ambler T. How advertising works: What do we really know? J Marketing 1999;63(1):26-43.
9. <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B4%80%EC%97%AC%EB%8F%84>
10. Song Y, Park JY, Cha BJ. Factors selecting delivery facility by pregnant women. J Korean Public Health Assoc 1994;29(2):23-38.
11. Choi HS. Impact of information search on the choice of dental institution. J Dental Hygiene Sci 2009;9(5):587-92.
12. Lee HJ, Lee JW, Hong SJ. The study on selection factors of ophthalmic medical institute and habits of information searching. J Acad Soc Med Business 2011;3(1):43-54.
13. Shin YH, Suh CJ. A study on WOM and determinants of hospital choice. J Korean Soc Hosp Adm 2011;16(2):31-52.
14. Bae MR, Chun JH, Lee JH. Analysis of selection criteria of consumers for dental clinic. J Contents Assoc 2013;13(3):271-7.
15. Jang HM, Jo SY. A study on marketing strategies of the cosmetic plastic surgery hospital attributes. J Korea Tourism Res Assoc 2013;27(6):117-36.
16. Korea Ministry of Government Legislation. Maternal and child health act. [Internet]. Sejong: Author; 2006 [cited 2015 May 1]. Available from: <http://www.law.go.kr/lsInfoPdo?lsiSeq=72058&ancYd=20051207&ancNo=07703&efYd=20060608&nwJoYnInfo=N&efGubun=Y&chrClsCd=010202#0000>