석사학위논문

한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어 이용 영향요인

2020년

한성대학교 예술대학원

뷰 티 예 술 학 과

뷰티에스테틱전공

왕 나

석 사 학 위 논 문
지도교수 명광주

한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어 이용 영향요인

Influence Factors of Medical Skincare Use of Korean and Chinese People

2019년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰 티 예 술 학 과

뷰티에스테틱전공

왕 나

석 사 학 위 논 문
지도교수 명광주

한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어 이용 영향요인

Influence Factors of Medical Skincare Use of Korean and Chinese People

위 논문을 예술학 석사학위논문으로 제출함

2019년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰 티 예 술 학 과

뷰티에스테틱전공

왕 나

왕 나의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2019년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국문초록

한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어 이용 영향요인

한성대학교 예술대학원
뷰티예술학과
뷰티에스테틱전공
왕 나

인류 역사이래 아름다움에 대한 사람들의 관심은 한시도 변함이 없었지만, 최근에는 그 최고조에 달한 듯하다. 본 연구는 사람들의 아름다움을 적극적으로 지원하는 프로그램의 하나인 메디컬 스킨케어에 대한 한국인과 중국인의 인식 차이, 메디컬 스킨케어를 이용하게 하는 영향요인, 그리고 그 영향의 배경원인과 이유를 구명하고자한 연구이다. 이를 위해 본 연구는 문헌연구와 설문을 통한 실증조사연구를 병행하여 연구결과를 도출하였다. 결과를 기술하면 다음과 같다.

첫째, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 인식과 이용현황은 어떠한가? 한국인은 중국인보다 기본적으로 자신의 외모 및 피부상태에 만족하고 있으며, 아름다움, 자신감, 선천적인 결점 보완, 대인관계 개선을 위해 메디컬 스킨케어를 이용하고 있었다. 시술은 1~2곳 의료기관에 문의 후 하고 있으며, 성형외과, 피부과가, 피부관리실, 대학병원 등의 순으로 이용했다. 한국인은 피부과, 중국인은 대학병원, 성형외과를 많이 이용하는 경향이었다. 양국인모두 한 달에 1번, 한국인은 5~10만원, 중국인은 30~60만원을 투자하였으며, 자신이 받은 메디컬스킨케어 서비스 사실에

대해 한국인이 중국인보다 더 자신을 갖고 있고, 양국인 모두 배우자에게도 권유할 의향을 갖고 있었다.

둘째, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 이용 영향요인은 무엇인가? 양국인 자신의 외모에서 팔자주름, 코, 복부, 전체적인 주름 순으로 불만이 많았고, 한국인은 이곳 중 2~3곳을 중국인은 1곳을 시술하고 있었다. 양국인 모두 레이저 시술, 쁘띠 성형, 쌍꺼풀, 코 성형 순으로 이용률이 많았다. 한국인은 레이저 시술, 중국인은 쁘띠 성형이 많았다. 메디컬스킨케어에 대한 정보는 한국인은 가족/친구/지인, 중국인은 인터넷/SNS를 통해 얻고 있으며, 한국인은 유명한 전문가와 합리적 비용, 중국인은 유명한 전문가와 친구 경험을 선택결정시 중요 고려요인으로 들었다.

셋째, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 이용 영향요인의 차이는 어디에서 오는가?

메디컬 스킨케어 이용이유는 개인적, 성격적, 심리적인 영향, 미적인 평가, 사회적, 문화적 영향, 직업적인 영향 때문으로 나타났다. 한국인은 개인적, 성격적, 심리적인 영향, 중국인은 미적인 평가영향 때문이 많았다. 메디컬 스킨케어에 대한 기대, 즉 예방가치, 심미가치, 치료가치, 치료효과성, 유형성, 공감성, 안정성, 효율성, 신뢰성, 재 이용의사 모두 한국인이 중국인보다 컸고, 더 긍정적으로 인식하고 있으며, 메디컬 스킨케어에 대한 신뢰감도 더 컸으며, 메디컬 스킨케어 효과에 대한 신뢰, 믿음이 커야 이용도 활발했다. 한국인은 심미가치, 치료효과성, 안정성에 대한 인식이 높을 때 효율성, 전문성, 재 이용의사, 즉 만족감이 컸고, 중국인은 치료가치, 치료효과성, 안정성, 고객에 대한 인식이 좋을 때 만족감이 컸다.

본 연구는 조사참여자의 수, 메디컬 스킨케어 기술변화 속도를 고려할 때 본 연구가 도출한 연구결과의 시간적 효용성 등에 다소의 문제가 있으나, 연구결과는 나름대로 메디컬 스킨케어에 대한 양국인의 차이검증 결과가 주는 학술적 실무적 가치를 갖는다.

주제어 : 메디컬 스킨케어, 인식, 이용 영향요인

목 차

I. 서 론 ····· 1

1.1 연구필요성 및 목적 ····· 1
1.2 연구문제 ····· 2
1.3 주요용어의 조작적 정의 ····· 3
1.4 연구범위와 연구의 구성 ····· 4

II. 이론적 배경 및 선행연구 ····· 6

2.1 메디컬 스킨케어 ····· 6
2.1.1 메디컬 스킨케어 의미와 영역 ····· 6
2.1.2 메디컬 스킨케어 시술종류 및 방법 ····· 7
2.2 메디컬 스킨케어 이용 영향요인 ····· 11
2.2.1 한국과 중국의 메디컬 스킨케어 특징 ····· 11
2.2.2 메디컬 스킨케어 인식과 이용현황 ····· 11
2.2.3 개인적 이용 영향요인 ····· 12
2.3 메디컬 스킨케어 서비스 ····· 14
2.4 국가체제 및 환경 ····· 14
2.4.1 중국의 메디컬 스킨케어 현황 ····· 14
2.4.2 중국의 메디컬 스킨케어 전망 ····· 15

III. 연구설계 ····· 16

3.1 연구모형 ····· 16
3.2 조사참여자 ····· 16
3.3 설문구성 ····· 16
3.4 조사 ····· 18
3.5 분석 ····· 19

IV. 연구결과 ····· 20

4.1 신뢰도 검증 ····· 20
4.2 조사참여자 ····· 20
4.3 소비자의 메디컬 스킨케어 인식과 행동 ····· 25
4.4 메디컬 스킨케어 기대효과 ····· 38
4.5 메디컬 스킨케어 서비스 혜택 ····· 38
4.6 메디컬 스킨케어 서비스 소비가치 ····· 39
4.7 피부건강증진, 서비스혜택, 서비스 소비가치 간의 관계 ····· 40
4.8 피부건강증진, 서비스혜택이 서비스 소비가치에 미치는 영향 ····· 42

V. 결론 및 한계점 ····· 50

5.1 결론 ····· 50
5.2 연구 한계점 ····· 52

참 고 문 헌 ····· 53

부 록 ····· 58

ABSTRACT ····· 78

표 목 차

<표 2-1> 메디컬 스킨케어 종류와 효과 ····· 8
<표 3-1> 조사 설문구성 ····· 17
<표 4-1> 신뢰성 검증 ····· 20
<표 4-2> 메디컬 스킨케어 서비스 이용경험 ····· 21
<표 4-3> 국적별 조사참여자 일반적 사항 ····· 23
<표 4-4> 자신의 외모 및 피부상태에 대한 만족 여부 ····· 25
<표 4-5> 자신의 외모 중 마음에 들지 않는 곳 ····· 26
<표 4-6> 메디컬 스킨케어 프로그램 이용 부분 ····· 27
<표 4-7> 메디컬 스킨케어 프로그램 경험 ····· 28
<표 4-8> 메디컬 스킨케어 프로그램 이용 주 목적 ····· 29
<표 4-9> 국적별 해당 답변 이유 ····· 30
<표 4-10> 자신이 경험했던 메디컬 스킨케어 서비스의 타인 인지 허용 여부 ····· 31
<표 4-11> 배우자에 대한 메디컬 스킨케어 프로그램 권유의향 여부 ·· ····· 31
<표 4-12> 메디컬 스킨케어 시술 전에 의료기관 문의 수 ····· 32
<표 4-13> 메디컬 스킨케어 서비스 주로 이용처 ····· 33
<표 4-14> 월별 메디컬 스킨케어 서비스 횟수 ····· 34
<표 4-15> 메디컬 스킨케어 서비스 1회 지출비용 ····· 35
<표 4-16> 메디컬 스킨케어 서비스 정보 입수처 ····· 36
<표 4-17> 메디컬 스킨케어 서비스 선택 기준 ····· 37
<표 4-18> 메디컬 스킨케어 서비스 피부건강 증진행위 차이 검증 · 38
<표 4-19> 메디컬 스킨케어 서비스 혜택 차이 검증 ····· 39
<표 4-20> 메디컬 스킨케어 서비스 소비가치 차이 검증 ····· 39
<표 4-21> 피부건강증진, 서비스혜택, 서비스 소비가치 간의 관계 · 41
<표 4-22> 피부건강증진, 서비스혜택이 효율성에 미치는 영향 ····· 43
<표 4-23> 피부건강증진, 서비스혜택이 신뢰성에 미치는 영향 ····· 45
<표 4-24> 피부건강증진, 서비스혜택이 전문성에 미치는 영향 ····· 47

<표 4-25> 피부건강증진, 서비스혜택이 재이용의사에 미치는 영향 49

그 림 목 차

<그림 3-1> 연구모형 ····· 16

Ⅰ. 서론

1.1 연구필요성 및 목적

사람들의 아름다움에 대한 관심은 끊임이 없다.

아름다운 외모는 일상 생활에서 자신감과 매력을 높여 줄 뿐만 아니라, 상대에게 좋은 인상을 준다. 나아가 한 개인의 삶 여러 부분에 걸쳐 큰 영향을 미친다. 이런 의미에서 아름다운 외모는 강력한 경쟁력이 아닐 수 없다. 이와 함께 오늘의 소비자들은 웰빙과 건강한 삶에 대한 관심도 크고, 자신을 젊고 아름답게 지키기 위해 뷰티제품 소비를 크게 늘려가고 있다.

스킨케어 대한 소비자들의 관심은 마침내 성형외과와 피부과의 메디컬 프로그램까지에도 미침으로써, 한국의 메디컬 스킨케어 산업은 급격히 발전하고 있다. 한국의 뷰티, 소위 'K-Beauty'는 중국의 의료미용 시장을 급성장시키는 촉매로 작용하였고, 피부과, 성형외과 등 병원의 '메디컬 스킨케어' 수요를 늘렸다.

이처럼 한국의 뷰티, 뷰티기술, 메디컬 스킨케어의 영향은 중국의 뷰티 시장을 활성화시켰다. 아직까지도 많은 중국인들은 의료관광을 목적으로 한국을 방문하고 있으며, 연예인들을 위한 기술이었던 뷰티기술을 일반인들을 위한 기술로 인식하게 만들었다.

물론 아직까지도 많은 수의 중국인들은 한국인들과는 달리 뷰티에 대한 관심이나 필요성을 느끼지 않고 살아가는 것도 사실이지만, 가까운 미래 언제인가는 자신을 아름답게 가꾸는 데에 관심을 갖게 될 것이다.

본 연구자는 벌써 오래전부터 한국인과 중국인의 아름다움에 대한 인식과 메디컬 스킨케어에 대한 인식은 어떠하며, 어떤 차이가 있는가, 무엇이 메디컬 스킨케어를 필요로 하게 하는가, 그리고 그 영향요인은 무엇인가에 대한 궁금증을 가져왔다. 본 연구는 바로 이 궁금증에서 출발했다.

이 연구는 한국인과 중국인의 아름답고 건강에 피부대한 인식, 메디컬 스킨케어에 대한 간의 인식과 메디컬 스킨케어 소비 현황, 한국과 중국의 메디컬 스킨케어 서비스 품질, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어 소비 동기, 즉 영향요인 등을 밝히고자 한 것이다.

한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 인식과 현황, 메디컬 스킨케어 소비영향 요인을 구명할 본 연구의 연구결과는 양국의 메디컬 스킨케어 소비자를 위한 기술발전과 산업발전을 위한 충실한 기초자료가 될 것이다. 또한 한국인과 중국인을 위한 맞춤형 메디컬 스킨케어 서비스 콘텐츠 개발과 만족감을 극대화할 수 있는 메디컬 스킨케어 서비스 품질을 향상시키는 데에 기여할 수 있는 직접적인 자료가 될 수 있을 것이며, 한국과 중국의 메디컬 스킨케어가 나아가야 할 방향을 어느 정도 제시할 수 있게 될 것이다.

1.2 연구문제

이상의 연구배경을 바탕으로 본 연구는 다음의 연구문제에 초점을 맞춰 연구하고자 한다.

<연구문제 1> 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 인식과 이용현황은 어떠한가?

<연구문제 2> 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 이용 영향요인은 무엇인가?

<연구문제 3> 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 이용 영향요인의 차이는 어디에서 오는가?

1.3 주요용어의 조작적 정의

1.3.1 메디컬 스킨케어

이소영(2010)은 메디컬 스킨케어를 전문적인 의학적 치료와 피부관리가 접목된 병원에서의 피부관리라고 정의하였다. 또한 피부과 전문의가 문제성 피부에 대한 상담을 통해 정확한 피부타입 진단을 내리고 전문의와 에스테티션이 메디컬 화장품과 의료기기를 이용하여 피부를 효과적으로 관리하는 과학적인 피부 관리를 뜻한다고 하였다.

이를 준용하여 본 연구에서 메디컬 스킨케어는 단순히 화장품과 화장품 사용기술을 이용하여 피부를 관리하는 이상의 피부관리, 즉 의학과 의료수준의 전문적인 판단과 처방에 따라 적절한 기능성 화장품을 사용하여 피부를 전문적으로 관리하는 행위라고 조작적으로 정의한다.

1.3.2 피부건강 증진행위

김효정 등(2001), 박주현, 변영순, 장희정, 서란숙(2010), 선현미, 하양숙(2004), 김혜숙(2009), 김희자 등(2000), 신경림 등은 건강 증진행위를 예방가치 심미가치 치료가치 3개의 영역으로 구분한 바 있다.

본 연구에서 피부건강 증진행위란, 개인이 피부건강과 아름다움을 유지하거나 향상시키기 위해 취하는 생활태도와 행동이라고 조작적으로 정의한다.

1.3.3 메디컬 스킨케어 서비스 혜택

김은영(2018)은 메디컬 스킨케어 서비스 혜택을 공감성, 유형성, 치료효과성, 안전성, 고객화의 영역으로 구분하면서 예방가치는 피부의 여드름, 색소이상 세균감염 및 바이러스 등 피부질환 예방을 위한 피부관리, 심미가치는 아름다운 외모개선을 위한 미백 등의 피부관리, 치료가치는 피

부문제에 대한 의료전문가 상담을 포함한 치료라고 주장하였다.
본 연구에서 서비스 혜택은 메디컬 스킨케어 서비스 이용에 대해 소비자가 기대하는 서비스 품질과 메디컬 스킨케어 결과라고 조작적으로 정의한다.

1.3.4 메디컬 스킨케어 서비스 소비가치

김은영(2018)과 이기춘(2000)은 소비가치 이론을 근거로 메디컬 스킨케어에 대한 소비가치를 내재적 속성과 외재적 속성 2개 영역으로 구분한 바 있다. 본 연구에서 메디컬 스킨케어 서비스 소비가치란, 메디컬 스킨케어 서비스 소비를 통해 개인이 느끼는 소비 타당성과 메디컬 스킨케어 서비스 소비를 이끌어 내는 힘이라고 조작적으로 정의한다.

1.4 연구범위 및 연구의 구성

본 연구는 메디컬 스킨케어에 대한 한국인과 중국인의 인식, 메디컬 스킨케어이용 정도와 현황, 그리고 메디컬 스킨케어 이용영향 요인 등을 조사 분석하기 위한 것으로서, 문헌조사를 통한 자료분석과 설문조사를 통한 실증조사를 함께 진행한 후 그 결과를 종합하여 결론을 도출하였다.
설문조사는 성형외과, 피부과, 일반의원, 종합병원 등에서 현재 메디컬 스킨케어를 이용하고 있는 20~50대 남여를 대상으로 하였다.
이는 메디컬 스킨케어에 대한 일반적인 이용현황과 메디컬 스킨케어 이용요인을 조사 분석함으로써, 메디컬 스킨케어 소비자들에 대한 정확한 정보를 얻고자 함이었다.

본 연구는 총 5개의 장으로 구성하였으며, 세부 구성은 다음과 같다.

첫째, 서론에서 연구필요성과 목적, 연구문제, 주요용어의 조작적 정의, 연

구 범위 및 연구의 구성을 기술하였다.
둘째, 이론적 배경 및 선행연구로서 메디컬 스킨케어 의미와 영역, 메디컬 스킨케어 시술 종류 및 방법, 메디컬 스킨케어 이용 영향요인 등을 한국과 중국의 메디컬 스킨케어 특징, 메디컬 스킨케어 이용현황, 메디컬 스킨케어 서비스, 메디컬 스킨케어 이용 영향요인, 국가체제 및 환경 등을 기술하였다.
셋째, 연구설계 및 방법에서는 연구 모형, 조사참여자, 설문구성, 조사, 분석등을 기술하였다.
넷째, 연구결과는 설문의 신뢰도 검증, 조사참여자의 일반적 특성, 소비자의 메디컬 스킨케어 인식과 행동, 메디컬 스킨케어 피부건강 증진행위, 메디컬 스킨케어 서비스 혜택, 메디컬 스킨케어 서비스 소비가치, 피부건강 증진과 서비스 혜택 그리고 서비스 소비가치간의 관계, 피부건강 증진과 서비스 혜택 그리고 서비스 소비가치에 미치는 영향 등 설문조사 결과를 기술하였다.
다섯째, 결론에서는 연구요약, 연구한계점, 그리고 연구 시사점을 기술하였다.

Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 메디컬 스킨케어

2.1.1 메디컬 스킨케어 의미와 영역

메디컬 스킨케어(Medical skin care)는 문제가 있는 피부에 대하여 전문가가 정확한 피부진단을 한 후 전문적인 기능성 화장품과 기기를 이용하여 피부를 과학적으로 관리하는 행위를 말한다.

우리의 피부는 인체 중 가장 넓은 면적을 가진 기관으로서 몸을 감싸서 보호하고 땀을 통해 체온을 조절하며 피부에 닿는 감촉을 느끼게 한다. 촉촉하고 부드러운 약산성(PH4.5~6.5)의 윤이 나는 건강한 피부는 다양한 생리적인 보호기능, 즉 외부의 나쁜 자극으로부터 몸속에 있는 여러 신체기관을 지켜낸다.

피부는 강렬한 태양이나 자외선 등의 강도나 노출환경과 조건에 따라 기능과 구조가 변화하며 적응하지만, 지나치면, 스트레스를 받아 문제성 피부가 되거나 노화하게 된다. 보통 피부 노화는 20대 중반에 일어나기 시작하며, 한 번 노화된 피부는 재생되기 어려우므로 피부관리에 신경을 써야 젊고 아름답게 지킬 수 있다.

표영희 외(2018)는 피부관리를 소홀히 하거나 자외선에 자주 노출되면 피부에 진피층의 콜라겐(collagen), 엘라스틴(elastin)에 손상이 일어나 피부가 탄력이 떨어지게 되어 주름살이 생긴다고 주장하였다.

지난날 피부관리에 대한 우리의 인식이나 피부관리 기술은 피부 트러블을 예방하는 차원의 관리를 통한 것이어서 피부질환 등이 있는 경우에는 적절한 방법을 찾을 수 없었기에 소극적인 피부관리에 그칠 수밖에 없었다. 따라서 보다 과학적이고 전문적이며 효과적인 스킨케어 서비스 개발의 필요성이 대두됐고, 실제 빠른 시간 안에 문제가 있는 피부나 질환성 피부를 정상화시킬 수 있는 의료수준의 기술과 방법, 기능성 화장품을 통

한 피부관리, 즉 메디컬 스킨케어를 필요로 하게 되었다.

메디컬 스킨케어는 문제를 가진 피부에 대한 적극적이고 과학적이며 전문적인 기술과 방법, 기능성 화장품을 이용한 피부관리로서 피부과 등 의료시설과 기술을 갖춘 병원에서 피부상태, 문제점 등을 정확하게 파악해서 피부를 관리하고, 약물을 이용한 치료, 레이저 등 첨단 기기를 이용한 치료를 병행하여 치료시간을 단축하고 치료효과를 극대화하는 피부관리 방법이다.

2.1.2 메디컬 스킨케어 시술종류 및 방법

피부과 전문의사가 환자의 피부상태, 피부타입 등을 고려하여 피부의 문제점을 해결하는 메디컬 스킨케어 대상은 아토피, 여드름, 색소침착, 피부노화, 주름, 혈관확장 등 피부과적 치료와 예방이다.

메디컬 스킨케어의 대표적인 피부관리 방법은 레이저 및 기계 이용치료, 박피나 주사요법 등을 이용한 시술이 있으며, 각 시술별 효과를 보면 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 메디컬 스킨케어 종류와 효과

구분	종류	정의 및 내용	부위 및 효과
레이저 치료	색소병변치료	자연적이거나 정상적인 피부색 이외의 색소를 파괴시키는 시술(유혜림, 2015).	
	표피제거치료	피부 표면의 점, 흉터, 사마귀, 잔주름, 쥐젖 등의 치료에 사용.	
	혈관병변치료	비정상적인 혈관을 응고시켜 제거하는 시술.	
	제모치료	모발의 모근에 있는 멜라닌 색소를 열적으로 파괴하여 털이 자라는 것을 방지하는 시술.	
기계 치료	초음파 시술	초음파 영동법을 이용하여 약물을 피부조직 안으로 흡수시키는 방법.	피부세정, 재생관리, 안면 리프팅 등
	고주파 시술	고주파를 이용해 피부조직에 깊숙이 심부 발열함.	주름개선, 혈액순환, 근육이완 효과, 세표조직을 재생
	이온영동법	이온을 이용하여 피부흡수를 침투시키는 치료법.	색소침착, 잔주름 피지과다분비, 노화 및 건성 피부, 레이저 시술 후 관리에 적용함.

<표 2-1> 메디컬 스킨케어 종류와 효과(계속)

구분	종류		정의 및 내용	부위 및 효과
박피 치료	물리적 박피	크리스탈필링	화학성분이 없고 천연 담수해면성분을 건조시켜 곱게 갈아 현미경으로 보면 연마 효능을 지닌 미세침이 관찰된다.	여드름, 색소침착, 닭살피부치료 (이정은, 2015).
		다이아몬드 필링	박피의 깊이는 피부의 두께나 질환에 따라 다이아몬드 칩과 진공 에너지의 강도를 달라하여 조절한다.	여드름 치료 ,잔 주름 모공 각질 개선 (이선내, 2013) (김산 외, 2001)
	화학적 필링	제스너 솔루션	에탄올(Ethanol)95% 100ml, 살리실산(Salicylic acid)14g, 젖산(Lacticacid)14ml,레소시놀(Resorcinol)14g을 혼합한 용액.	각질과 노폐물 제거 (하수미, 2011)
		TCA 필링	TCA(Trichloroaceticacid)는 유기 할로아세트산이다. 단백질을 응고시키는 작용을 함.	잔주름 기미, 색소피부 개선. (이선내, 2013)
		해초 필링	해초필링은 천연의 식물성분을 이용하는 필링이다.	피지 분비 조절 상처 회복과 재생 노화방지(김현정, 2010)
		글리콜릭산 필링	AHA 중에서 가장 대표적인 성분으로 분자량이 작아 피부의 침투 속도가 빠르고 필링의 효과도 뛰어나 널리 사용되고 있다.	각질 제거 피부수분 증가 (김은주, 2009)
		알라딘 필링	알라딘 필링은 천연성분 해초를 이용하고 미세침이 각질 세포를 제거하고 피부재생 시술이다.	여드름 흉터피부 모공개선
		산소필	산소필은 AHA와 비타민C를 혼합하고 성분침투 시술이다.	잔주름 피부탄력 개선 (김지영, 2008)

<표 2-1> 메디컬 스킨케어 종류와 효과(계속)

구분	종류	정의 및 매용	부위 및 효과
주사 치료	지방 이식술	본인의 복부나 둔부에서 지방을 채취하여 순수 지방만을 필요한 부위에 주입하는 시술.	눈꺼풀, 코, 볼, 이마, 뺨, 함몰흉터 교정, 삼각형 얼굴 교정, 유방 확대술, 엉덩이, 귓불.
	PRP 주사	자신의 혈액을 원심분리 하여 얻어내 PRP 층을 이용하여 재생을 돕는 시술이다.	얼굴의 여드름 치료, 색소의 개선
	필러 시술	연조직 결손 부위 또는 미용적으로 부피가 증강될 필요가 있는 부위에 주입.	팔자주름 개선, 이마, 처진 볼, 콧대 입술, 통통한 볼.
	보톡스 시술	보톨리늄 독소는 신경독소의 일종으로 운동신경의 말단에 작용하여 근육의 움직임을 일시적으로 마비시킴	눈가 주름, 이마, 미간, 사각턱 교정, 입가 주름 팔자 주름, 종아리 축소술 (송하림, 2017)
	비타민 요법	고용량의 비타민을 인체에 투여하여 활성산소를 제거하고 최적의 세포상태를 유지시키는 치료법	여드름 개선, 피부미용, 계절성장애, 아토피개선, 피로회복, 셀룰라이트 개선.
	태반 요법	태반을 원료로 혈액과 호르몬 제거 후 단백질을 아미노산으로 완전 분해하여 주사제로 이용.	갱년기 장애치료, 잔주름 개선, 피부 미백, 항노화 작용, 피부보습, 아토피성 피부완화, 피로회복, 체질개선
	메조 테라피	피부 중간층에 약물을 주입하여 통증 등 국소병변을 치료하는 의학적 시술법 수기법과 기구법	메조필링, 메조보톡스, 셀룰라이트, 정맥, 림프, 기능부전치료, 메조리프트, 탈모치료

2.2 메디컬 스킨케어 이용 영향요인

2.2.1 한국과 중국의 메디컬 스킨케어 특징

한국의 메디컬 스킨케어는 2000년 7월 1일 시행된 의약분업과 함께 의료기계, 레이저산업기술, 미용치료제 발전이 있어서 가능했다.
한국보건복지부(Korea Ministry of Health and Welfare) 발표에 따르면 2014년 한국인의 메디컬 스킨케어에 대한 비용투자는 GDP의 4.6% 수준인 약 634억 달러이고, 국제미용성형외과협회 발표에 따른 한국인의 천 명당 미용횟수는 19.49건이다. 이에 비해 중국은 4.6건에 불과한 정도에 그치고 있다.
2019년 중국 의학 미용 백서를 살펴보면 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 인식의 변화에 따라 소비가 늘면서 여성 의료미용 경제가 급부상하고 있음을 알 수 있다.
2017년 중국 메디컬 스킨케어는 1,760(亿元)억 위안 규모의 시장으로 연속 3년 동안 40% 성장을 지속하고 있다. 중국의 의료미용 소비자는 아름다움을 추구하는 25세 이하 젊은 여성이 62%를 차지하며, 남녀의 비율은 15% : 85%, 직업으로는 학생 23%, 사무직 29% 등이며, 북경(北京), 상하이(上海), 광주(广州) 등의 1선 도시가 많고, 3, 4선 도시도 급성장하고 있는 것으로 미루어 중국의 메디컬 스킨케어 시장 잠재력이 크다 할 것이다.

2.2.2 메디컬 스킨케어 인식과 이용현황

명광주(2006)는 자극이 어떠한 것인가에 따라 상대의 반응이 달라지고, 자극 형태자체의 감성충족 능력이 소비자의 심리적 반응과정과 행동에 영향을 미친다고 주장하였다. 이를 감안하면 우리의 감성에 어필할 수

있는 아름다움의 가치는 점점 더 중요해질 전망이다. 이제 아름다움에 따른 우리의 심리적 반응과 행동에 대한 정교한 연구가 필요한 시점인지도 모른다. 아름다움에 대한 객관적인 기준마련과 컨센서스 형성, 그리고 그에 따른 사람들의 심리적 반응과 행동반응의 변화 등을 중시할 필요성이 증가하면 할수록 아름다움을 위한 준비행동으로서의 메디컬 스킨케어 시장은 성장해나갈 것이다.

한국은 물론 중국의 메디컬 스킨케어도 역시 메디컬 스킨케어 이용자가 점점 더 젊어지는 추세이며, 자신의 아름다움을 위한 투자가 더욱 커지고 있다. 한국인의 성형수술에 대한 관심이나 이용정도를 살펴볼 수 있는 서은주(2016)의 연구는 국제미용성형외과학회(International Society of Aesthetic Plastic Sugery, ISAPS) 조사자료를 들어 한국인 1,000명당 13.5건의 성형수술을 받았다고 하고 있다.

중국 Zhiyan Consulting의 '2019-2025년 중국 의료 및 미용산업 전망'에 따르면 중국의 메디컬 스킨케어 소비자는 다른 나라에 비해 젊은 편이며, 중국의 메디컬 스킨케어 보급률은 약 2%로 한국의 보급률 약 10%에 비해 매우 낮은 것으로 나타나 앞으로도 최소 약 5배 정도의 잠재적 개발여지가 있음을 알 수 있다.

반세정(2008)은 메디컬 스킨케어에 대한 인식과 경험, 그리고 이용만족도에서 메디컬 스킨케어에 대한 지식정도가 중국인은 한국인보다 지식정도가 낮다고 주장하였으며, 조민(2019)은 중국여성의 메디컬 스킨케어 서비스에 대한 인식이 낮으므로 메디컬 스킨케어를 이용한 건강한 피부증진 노력과 행동에 관한 교육의 필요성이 있음을 강조하고 있다.

2.2.3 개인적 이용 영향요인

1) 동기

행동은 원인과 이유가 있다. 심리학에서는 이를 동기라고 하는데, 동기가 활성화되어 긴장이 유발되는 것을 동기부여라고 할 수 있다(Hawkins et al., 1992). 여기서 동기란, 소비자가 어떠한 목적을

달성하기 위해 행동을 취하도록 유도하는 상태를 말한다. 소비자의 소비 동기는 소비자의 심리적인 요인 외에도 사회·문화적인 요인 등 매우 다양한 요인에 의해서 영향을 받는다(김준휘, 2011).

2) 라이프스타일 (life style)

개인의 가치관에 따라 다르게 나타나는 개인의 독자적인 생활방식, 행동방식, 사고방식 등 모든 생활측면에서 나타나는 문화적, 심리적 차이를 뜻한다. 즉 한 개인이 사회 속에서 살아가는 행동방식을 일컫는 라이프스타일은 생활전반의 영역에서 나타나는 개인의 전체적인 행동반응이라고 할 수 있다(장유정, 2018). 라이프스타일은 소비자 심리와 행동적인 측면을 분석하는데 필요한 중요요인이며, 소비자의 잠재적 욕구를 파악할 수 있게 하기 때문이다.

3) 사회계층

사회적 유사 계층 집단의 사람을 의미하는 사회계층은 보통 주거환경, 직업, 소득, 학력, 출신학교, 관심사, 가치관, 종교, 좋아하는 모델이나 인물, 여가활동 방법 등의 조건에 따라 결정되는데, 조건이 동일하거나 유사한 사람들의 집단인 유사계층의 사람들은 소비경향도 유사한 행태를 보이기 때문에 소비자 세분화와 시장세분화 등에 필요한 변수로 사용된다.

4) 문화

문화는 사람이 살아가는 정치, 경제, 사회, 역사, 종교, 언어, 전통, 민족, 국가, 군사, 이념, 신념, 가치관, 생활양식, 기후 등의 영향에 의해 형성된 그 지역이나 국가만의 독특한 생활환경이라고 할 수 있다. 사실 문화의 개념은 매우 넓고 일반적으로 많이 쓰이는 것이어서 정확한 정의를 내리기가 쉽지 않으나, 최근에는 커뮤니케이션 기술의 발전과 수단의 공유로 인해 각기 다른 문화 간의 차이나, 문화 간 이질성이 점점 더 줄어드는 경향을 보인다. 물론 같은 문화권이라 하더라도 국가 간에 엄연히 존재하

는 차이가 있으므로, 국가 간의 문화차이가 쉽게 근접할 수 있는 것이라고 단정할 수 없다.

2.3 메디컬 스킨케어 서비스

메디컬 스킨케어에 대한 소비자 니즈는 소득수준의 증대, 아름답고 건강하며 행복한 삶을 추구하는 생활방식과 가치, 의료기술의 발달에 따른 수명연장 등의 영향으로 점점 더 그 수요가 증가하고 있을 뿐만 아니라, 수준 높은 메디컬 스킨케어 서비스 기술과 효과에 대한 관심이 크게 높아지고 있다(김성수, 김문홍, 2011). 특히 최근의 메디컬 스킨케어 서비스의 변화 중 중요한 요인은 메디컬 스킨케어 서비스 제공자가 더욱 소비자 지향의 사고를 하고 있다는 점이다(이홍연, 안성식, 2013).

이는 이제 메디컬 스킨케어 서비스를 받고자 하는 소비자는 건강에 대한 관심과 지식, 인식, 그리고 메디컬 스킨케어 서비스 효과에 대한 기대감 또한 크다는 것을 의미한다. 또한 소비자들이 그만큼 더 적극적인 메디컬 스킨케어 서비스 구매행동을 보이고 있음을 나타낸다(최병희 등, 2001). 따라서 이러한 변화는 곧 메디컬 스킨케어 서비스가 소비자 욕구를 충족시켜야하는 필요성이 증가하고 있음을 나타낸다(김은영, 2018).

2.4 국가체제 및 환경

2.4.1 중국의 메디컬 스킨케어 현황

중국의 메디컬 스킨케어는 상대적으로 늦게 출발한 까닭에 한국 등에 비해 다소 발전이 늦고, 소비자의 관심 또한 상대적으로 적은 편이다. 중국 1994년에 이르러서야 메디컬 스킨케어 존재가 공식적으로 인정되고, 이어 2002년 메디컬 스킨케어에 관한 법률이 제정되었다. 이후 중국에서는 2010년을 넘어서며 메디컬 스킨케어 산업이 성장기에 접어들어 활기

를 띠며 여러 해 동안 발전을 거치며 오늘에 이르고 있다. 그러나 중국의 메디컬 스킨케어시장은 이미 전 세계에서 세 번째로 큰 시장규모로 성장해 있다.

新氧app 따르면 2018년, 중국의 메디컬 스킨케어 시장 규모는 2,245(亿元)억 위안으로 2017년에 비해 27.57%나 크게 증가했다. 중국 메디컬 스킨케어 시장은 연평균 31.83%의 폭발적인 증가속도를 보이며 발전해가고 있다. 중국의 메디컬 스킨케어 산업 종사자들은 중국은 인구가 많은 만큼 메디컬 스킨케어 시장도 성장잠재력이 매우 크고, 빠르고 안정적으로 발전해나갈 것으로 예측하고 있다.

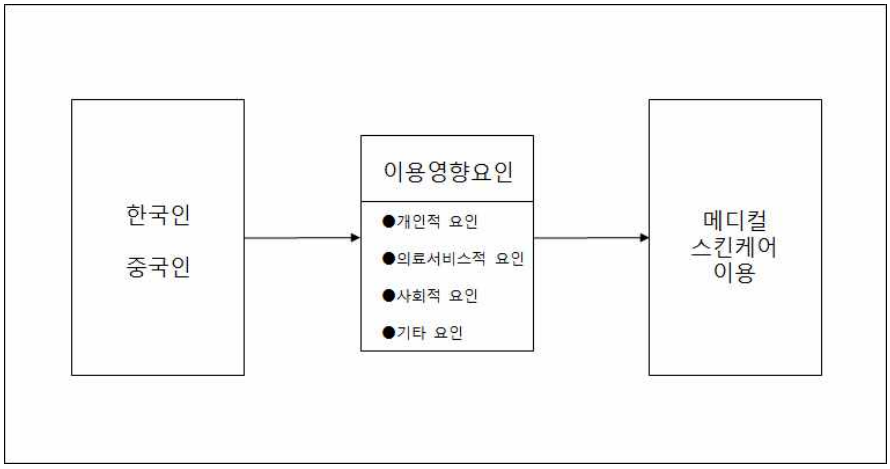
2.4.2 중국 메디컬 스킨케어 전망

중국의 메디컬 스킨케어 산업 발전가능성이 큰 만큼 의료진들의 관심도 크다. 따라서 중국은 앞으로 더욱 메디컬 스킨케어 창업을 서두르게 될 전망이다. 이와 함께 점점 더 시장은 성숙해짐으로써 세분화된 메디컬 스킨케어 서비스가 새롭게 생겨날 것이며, 이러한 서비스를 새롭게 제공하는 형태의 대규모 스킨케어센터가 생길 것이다. 기존의 병원이 메디컬 스킨케어 서비스를 진료영역으로 확장하거나 추가하는 등 변화를 검토하고 있거나 이미 변화한 곳도 많다. 물론 기존의 대형 프랜차이즈 체인인 메디컬 스킨케어 병원과 소형 메디컬 스킨케어 클리닉들은 서로 병존하면서 차별화된 서비스를 제공함으로써 각각의 활로를 모색할 것이다.

중국의 쁘띠성형은 빠르게 증가하고 있으며, 메디컬 스킨케어의 많은 비중을 차지하고 있다. 쁘띠성형에 대한 소비자의 높은 관심과 소비는 높은 수준의 의료 서비스를 더 낮은 가격에 받을 수 있기를 원하므로, 현재와는 다른 서비스 구조의 메디컬 스킨케어 병원이나 클리닉이 생겨날 가능성이 많다. 이러한 환경속에서 중국의 메디컬 스킨케어 기술은 더욱 더 정교해지고, 의료장비와 재료는 더욱 발전을 해가며 안전성을 높이게 될 것이다. 메디컬 스킨케어 소비자를 만족시키기 위해 위험을 낮추고 효과를 높이는 메디컬 스킨케어의 미래를 만들어갈 것이다.

Ⅲ. 연구설계

3.1 연구모형



< 그림 3-1 >

3.2 조사참여자

본 조사참여자는 조사시점에서 피부과, 종합병원, 성형외과, 일반의원 등에서 메디컬 스킨케어를 이용하고 있는 한국과 중국의 20~50대 남·여 400명이었다.

3.3 설문구성

한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 인식 및 이용영향 요인을 파악하기 위한 본 연구의 사용 설문은 선행연구자들이 사용한 타당도와 신뢰도가 확인된 다음의 연구자들이 사용한 설문을 본 연구에 맞게 조정하여 사용하였다.

조민(2019) 김은영(2018) 박주현(2010) 허은주, 김세범(2014) 이호길, 이정철(2010), 전인수, 배인현(2013) 이수정, 최규환(2015) 이혼연, 안성식(2013) 장지연, 방경숙(2011) 원종현, 정재은(2015) 이수동, 박진영(2013) 하용규, 강상묵, 박승식.(2011) Hughes et al(2010), Park& Huh(2012)의 연구가 사용한 설문으로서 다음의 5가지 항목 설문으로 구성되어 있다.

메디컬 스킨케어의 인식 및 소비행동 14문항, 피부건강 증진행위 9문항, 메디컬 스킨케어 서비스혜택 15문항, 메디컬 스킨케어 서비스 만족도 9문항 일반적 특성 6문항 등 총 53문항이다. 설문 구성내용은 다음 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 조사 설문구성

문항구성	세부문항	문항수	척도	출처
메디컬 스킨케어의 인식 및 소비행동	메디컬 스킨케어 서비스 주 이용목적 메디컬 스킨케어 주 이용 서비스 메디컬 스킨케어 서비스 이용 장소 메디컬 스킨케어 방문 횟수 메디컬 스킨케어 1 회 지출 비용 메디컬 스킨케어 서비스 주 정보원 메디컬 스킨케어 서비스 선택 시 중요사항	14	명목	조민(2019) 김은영(2018) 安懿婷(2016)
피부건강 증진행위	피부 예방가치 피부 심미가치 피부 치료가치	9	5 점 리커트	박주현(2010) 장지연,방경숙 (2011)
메디컬 스킨케어	치료효과성	15	5 점 리커트	이호길,이정철 (2010)

서비스 혜택	유형성 공감성 안정성 고객화			전인수,배인현 (2013) 허은주,김세범 (2014)
메디컬 스킨케어 서비스의 만족도	효율성 신뢰성 금전적 지속적으로 이용 우선적으로 이용 계속방문	9	5 점 리커트	이수정,최균환 (2015) 이혼연,안성식 (2013) 이수동,박진영 (2013) 하용규 등 (2011)
일반적 특성	성별 연령 결혼 여부 최종 학력 직업 월 소득	6	명목	황선아(2018)

3.4 조사

본 연구의 설문조사는 2019년 12월 1일 부터 2019년 12월 14일까지 약 2주간 한국과 중국에서 한국인과 중국인을 대상으로 동시에 실시하였다.
조사는 조사의 목적을 간략하게 구두로 설명하거나 인터넷 설문에 붙여 조사 목적을 설명한 후 설문에 응답하도록 하였다.
조사 응답자는 총 400명으로 한국에서의 설문조사는 오프라인으로 142부, 온라인으로 60부를 수집하였다.
중국에서의 설문조사는 위챗(wechat)으로 204부를 수집, 총 406부를 회수하였다. 이 중 불성실하게 응답한 46부를 제외하고 총 377부를 본 연구에 적합한 설문으로 분류, 분석하였다.

3.5 분석

통계처리는 SPSS/WIN 통계프로그램 22.0을 활용하였으며 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에 사용된 척도의 신뢰도 검사를 위해 Cronbach's α를 사용하였다.
둘째, 메디컬 스킨케어 서비스 이용 경험에 대해 빈도, 백분율과 같은 빈도분석을 사용하였다.
셋째, 국적에 따른 연구대상자의 일반적인 사항, 소비자의 메디컬 스킨케어의 인식과 행동의 차이를 알아보기 위해 교차분석을 실시하였다.
넷째, 국적에 따른 메디컬스킨케어 피부건강 증진행위, 메디컬스킨케어 서비스 혜택, 메디컬스킨케어 서비스의 소비가치의 차이를 알아보기 위해 t-test를 실시하였다.
다섯째, 피부건강증진, 서비스혜택, 서비스소비가치간의 관계는 단순상관관계분석(Pearson's Correlation Analysis)으로 분석하였다.
여섯째, 피부건강증진, 서비스혜택이 서비스소비가치에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

Ⅳ. 연구결과

4.1 신뢰도 검증

설문항목이 신뢰성을 인정받기 위한 절대적인 기준은 없으나 일반적으로 알파(Alpha)계수가 0.6이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 보고 있다. 따라서 본 연구에서 사용한 측정도구의 신뢰성은 <표 4-1>과 같이 대부분 0.6 이상으로 나타나기 때문에 모든 설문항목은 신뢰성에 이상이 없었다.

<표 4-1> 신뢰성 검증

		Alpha
피부건강증진	예방가치	.645
	심미가치	.960
	치료가치	.799
	전체	.894
서비스혜택	치료 효과성	.928
	유형성	.942
	공감성	.946
	안정성	.948
	고객화	.898
	전체	.979
서비스소비가치	효율성	.933
	신뢰성	.918
	전문성	.920
	재이용 의사	.931
	전체	.965

4.2 조사 참여자

<표 4-2>에서 보는 바와 같이 메디컬 스킨케어 서비스 이용 경험에 대해 살펴보면 경험이 있다는 응답이 92.9%로 압도적으로 높게 나타났고 경험이 없다는 응답은 7.1%로 나타났다.

<표 4-2> 메디컬 스킨케어 서비스 이용경험

	빈도	퍼센트
있다	377	92.9
없다	29	7.1
합계	406	100.0

<표 4-3>에서 보는 바와 같이 국적별 조사 참여자 일반적 사항 살펴보면 성별은 여자가 87.8%로 압도적으로 높게 나타났고 남자는 12.2%로 나타났다. 국적에 따라서는 한국인은 여자가 87.7%, 남자가 12.3%로 나타났고 중국인은 여자가 87.9%, 남자가 12.1%였다.

연령은 20대가 46.4%로 과반수 가까이 되었으며 30대가 33.4%, 40대가 13.5%, 50대 이상이 6.6% 순으로 나타났다. 국적에 따라서는 한국인은 20대가 44.1%, 40대가 22.6%, 30대가 21.0% 순으로 나타났고 중국인은 20대가 48.9%, 30대가 46.7%, 40대가 3.8% 순으로 나타났다.(χ^2 =63.046, p<.001)

결혼여부는 미혼이 60.2%로 대부분을 차지하였고 기혼은 39.8%로 나타났다. 국적에 따라서는 한국인은 미혼이 66.7%, 기혼이 33.3%로 나타났고 중국인은 미혼이 53.3%, 기혼이 46.7%로 나타났다.(χ^2=7.024, p<.01)

최종학력은 대학교 재학, 졸업이 40.8%로 과반수 가까이 되었고 대학원 재학, 졸업 이상이 22.8%, 전문대학교 재학, 졸업이 22.0%, 고등학교 졸업이 14.3% 순으로 나타났다. 국적에 따라서는 한국인은 대학교 재학, 졸업이 42.1%, 전문대학교 재학, 졸업, 대학원 재학, 졸업 이상이 각각 19.5%, 고등학교 졸업이 19.0% 순으로 나타났고 중국인은 대학교 재학, 졸업이 39.6%, 대학원 재학, 졸업 이상이 26.4%, 전문대학교 재학, 졸업이 24.7% 순이었다.(χ^2=9.373, p<.05)

직업은 학생이 17.0%로 가장 높았고 전문 기술직이 13.3%, 전문직이 10.6%, 일반 사무직이 9.8% 등의 순으로 나타났다. 국적에 따라서는 한국인은 전문 기술직이 22.1%, 학생이 17.9%, 무직이 9.7% 순으로 나타났고 중국인은 학생이 15.9%, 전문직이 14.8%, 경영 관리직이 13.2% 순으로 나타났다.(χ^2=55.895, p<.001)

월평균 소득은 100-200만원이 28.1%로 가장 높게 나타났고 다음으로 100만원 미만이 27.0%, 200-300만원이 21.1%, 300-400만원이 9.4% 등의 순으로 나타났다. 국적에 따라서는 한국인은 200-300만원이 28.1%, 100만원 미만, 100-200만원이 각각 21.4%, 300-400만원이 13.5% 순으로 나타났고 중국인은 100-200만원이 35.2%, 100만원 미만이 33.0%, 200-300만원이 13.7% 순으로 나타났다.(χ^2=32.316, p<.001)

<표 4-3> 국적별 조사 참여자 일반적 사항

		한국인	중국인	전체	$X^2(p)$
성별	여자	171	160	331	.004 (.948)
		87.7%	87.9%	87.8%	
	남자	24	22	46	
		12.3%	12.1%	12.2%	
연령	20대	86	89	175	63.046*** (.000)
		44.1%	48.9%	46.4%	
	30대	41	85	126	
		21.0%	46.7%	33.4%	
	40대	44	7	51	
		22.6%	3.8%	13.5%	
	50대 이상	24	1	25	
		12.3%	.5%	6.6%	
결혼여부	미혼	130	97	227	7.024** (.008)
		66.7%	53.3%	60.2%	
	기혼	65	85	150	
		33.3%	46.7%	39.8%	
최종학력	고등학교 졸업	37	17	54	9.373* (.025)
		19.0%	9.3%	14.3%	
	전문대학교 재학, 졸업	38	45	83	
		19.5%	24.7%	22.0%	
	대학교 재학, 졸업	82	72	154	
		42.1%	39.6%	40.8%	
	대학원 재학, 졸업 이상	38	48	86	
		19.5%	26.4%	22.8%	
직업	무직	19	6	25	55.895*** (.000)
		9.7%	3.3%	6.6%	
	가정주부	14	7	21	
		7.2%	3.8%	5.6%	
	학생	35	29	64	
		17.9%	15.9%	17.0%	
	전문직	13	27	40	
		6.7%	14.8%	10.6%	
	경영 관리직	7	24	31	
		3.6%	13.2%	8.2%	
	전문 기술직	43	7	50	
		22.1%	3.8%	13.3%	
	일반 사무직	17	20	37	
		8.7%	11.0%	9.8%	
	판매 서비스직	15	21	36	
		7.7%	11.5%	9.5%	
	공무원	0	5	5	
		.0%	2.7%	1.3%	
	기타	32	36	68	
		16.4%	19.8%	18.0%	

		한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
월평균 소득	100만원 미만	41	60	101	32.316^{***} (.000)
		21.4%	33.0%	27.0%	
	100-200만원	41	64	105	
		21.4%	35.2%	28.1%	
	200-300만원	54	25	79	
		28.1%	13.7%	21.1%	
	300-400만원	26	9	35	
		13.5%	4.9%	9.4%	
	400-500만원	16	6	22	
		8.3%	3.3%	5.9%	
	500만원 이상	14	18	32	
		7.3%	9.9%	8.6%	
전체		192	182	374	
		100.0%	100.0%	100.0%	

$^{*}p<.05, ^{**}p<.01, ^{***}p<.001$

4.3 소비자의 메디컬 스킨케어의 인식과 행동

<표 4-4>에서 보는 바와 같이 자신의 외모 및 피부상태에 만족하는지 여부에 대해 살펴보면 매우 불만족+불만족의 응답이 약 29%로 매우 만족+만족의 약 28%보다 약간 높게 나타났다.
국적에 따라서는 한국인은 자신의 외모 및 피부상태에 만족한다는 응답이 약 33%로 중국인의 약 25%보다 더 높게 나타났으나 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

<표 4-4> 자신의 외모 및 피부상태에 대한 만족 여부

	한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
매우 만족	4	9	13	8.036 (.090)
	2.1%	4.9%	3.4%	
만족	53	40	93	
	27.2%	22.0%	24.7%	
일반	73	87	160	
	37.4%	47.8%	42.4%	
불만족	59	43	102	
	30.3%	23.6%	27.1%	
매우 불만족	6	3	9	
	3.1%	1.6%	2.4%	
전체	195	182	377	
	100.0%	100.0%	100.0%	

<표 4-5>에서 보는 바와 같이 자신의 외모 중 마음에 들지 않는 곳에 대해 살펴보면 팔자주름이 10.8%로 가장 높게 나타났고 코가 8.8%, 복부가 8.2%, 주름이 7.5% 등의 순으로 나타났다. 국적에 따라서는 한국인과 중국인 모두 팔자주름이 각각 10.2%, 11.5%로 가장 높게 나타났다.

<표 4-5> 자신의 외모 중 마음에 들지 않는 곳

	한국인	중국인	전체
눈	35	50	85
	5.3%	9.2%	7.1%
코	56	50	106
	8.5%	9.2%	8.8%
사과근(apple zone)	9	27	36
	1.4%	4.9%	3.0%
입술	25	14	39
	3.8%	2.6%	3.2%
팔자주름	67	63	130
	10.2%	11.5%	10.8%
아래턱	29	25	54
	4.4%	4.6%	4.5%
턱(즉, 턱)	49	25	74
	7.5%	4.6%	6.2%
여드름	40	30	70
	6.1%	5.5%	5.8%
점	24	20	44
	3.7%	3.7%	3.7%
주름	56	34	90
	8.5%	6.2%	7.5%
주근깨	31	35	66
	4.7%	6.4%	5.5%
미백	50	37	87
	7.6%	6.8%	7.2%
가슴	25	27	52
	3.8%	4.9%	4.3%
복부	65	34	99
	9.9%	6.2%	8.2%
엉덩이	27	32	59
	4.1%	5.9%	4.9%
배부	13	14	27
	2.0%	2.6%	2.2%
상지	13	9	22
	2.0%	1.6%	1.8%
하지	32	20	52
	4.9%	3.7%	4.3%
기타	10	0	10
	1.5%	.0%	.8%
전체	656	546	1202
	100.0%	100.0%	100.0%

*복수응답

<표 4-6>에서 보는 바와 같이 메디컬스킨케어 프로그램을 이용해 본 부분에 대해 살펴보면 1곳이 55.7%로 과반수 이상이었고 2곳이 22.5%, 3곳이 11.1%, 5곳 이상이 9.0% 등의 순으로 나타났다.

국적에 따라서는 한국인은 2곳, 3곳이 각각 26.7%, 13.8%로 중국인의 18.1%, 8.2%보다 더 높게 나타났고 반면에 중국인은 1곳이 67.0%로 한국인의 45.1%보다 더 높게 나타났다.(χ^2=19.657, p<.001)

<표 4-6> 메디컬 스킨케어 프로그램 이용 부분

	한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
1곳	88	122	210	19.657*** (.001)
	45.1%	67.0%	55.7%	
2곳	52	33	85	
	26.7%	18.1%	22.5%	
3곳	27	15	42	
	13.8%	8.2%	11.1%	
4곳	5	1	6	
	2.6%	.5%	1.6%	
5곳 이상	23	11	34	
	11.8%	6.0%	9.0%	
전체	195	182	377	
	100.0%	100.0%	100.0%	

***p<.001

<표 4-7>에서 보는 바와 같이 받아 본 메디컬스킨케어 프로그램 경험에 대해 살펴보면 레이저 시술이 34.0%로 가장 높았고 다음으로 쁘띠 성형이 26.2%, 쌍꺼풀 수술이 18.2%, 코 성형술이 6.9% 등의 순으로 나타났다. 국적에 따라서는 한국인은 레이저 시술이 38.4%로 가장 높게 나타났고 중국인은 쁘띠 성형, 레이저 시술이 각각 28.5%로 가장 높게 나타났다.

<표 4-7> 메디컬 스킨케어 프로그램 경험

	한국인	중국인	전체
쌍꺼풀 수술	57	57	114
	16.3%	20.6%	18.2%
가슴확대 수술	3	18	21
	.9%	6.5%	3.4%
지방 흡입술	12	11	23
	3.4%	4.0%	3.7%
코 성형술	37	6	43
	10.6%	2.2%	6.9%
쁘띠 성형	85	79	164
	24.4%	28.5%	26.2%
레이저 시술	134	79	213
	38.4%	28.5%	34.0%
아래턱 축소 수술	1	1	2
	.3%	.4%	.3%
턱 수술	2	5	7
	.6%	1.8%	1.1%
이마	4	13	17
	1.1%	4.7%	2.7%
모발 이식	1	8	9
	.3%	2.9%	1.4%
기타	13	0	13
	3.7%	.0%	2.1%
전체	349	277	626
	100.0%	100.0%	100.0%

*복수응답

<표 4-8>에서 보는 바와 같이 메디컬 스킨케어 프로그램을 이용한 주 목적에 대해 살펴보면 아름다움을 위해서가 47.6%로 과반수 가까이 되었고 자신감을 위해서가 27.0%, 선천적인 결점 보완을 위해서가 15.4%, 대인관계 개선을 위해서가 3.0% 등의 순으로 나타났다.
국적에 따라서는 한국인과 중국인 모두 아름다움을 위해서가 각각 39.9%, 62.6%로 가장 높게 나타났다.

<표 4-8> 메디컬 스킨케어 프로그램 이용 주 목적

	한국인	중국인	전체
선천적인 결점 보완을 위해서	71	12	83
	19.8%	6.6%	15.4%
아름다움을 위해서	143	114	257
	39.9%	62.6%	47.6%
자신감을 위해서	106	40	146
	29.6%	22.0%	27.0%
자신이 업무상 필요에 의해서	11	4	15
	3.1%	2.2%	2.8%
대인관계 개선을 위해서	14	2	16
	3.9%	1.1%	3.0%
직장 취업, 승진을 위해서	5	2	7
	1.4%	1.1%	1.3%
자신의 출세, 성공을 위해서	3	2	5
	.8%	1.1%	.9%
사업, 돈을 위해서	0	2	2
	.0%	1.1%	.4%
유행을 따르기 위해서	1	2	3
	.3%	1.1%	.6%
연애, 또는 결혼을 위해서	2	0	2
	.6%	.0%	.4%
연인, 배우자와의 관계 개선을 위해서	1	2	3
	.3%	1.1%	.6%
기타	1	0	1
	.3%	.0%	.2%
전체	358	182	540
	100.0%	100.0%	100.0%

*복수응답

<표 4-9>에서 보는 바와 같이 해당 답변을 한 이유에 대해 살펴보면 개인적, 성격적, 심리적인 영향 때문이 31.6%로 가장 높게 나타났고 다음으로 미적인 평가영향 때문이 26.6%, 사회적, 문화적 영향 때문이 23.1%, 직업적인 영향 때문이 6.5% 등의 순으로 나타났다.

국적에 따라서는 한국인은 개인적, 성격적, 심리적인 영향 때문이 36.8%로 가장 높게 나타났고 반면에 중국인은 미적인 평가영향 때문이 37.4%로 가장 높게 나타났다.

<표 4-9> 국적별 해당 답변 이유

	한국인	중국인	전체
국가 체제적, 정치적 영향 때문	5	5	10
	2.3%	2.7%	2.5%
사회적, 문화적 영향 때문	64	29	93
	29.1%	15.9%	23.1%
경제적 영향 때문	5	17	22
	2.3%	9.3%	5.5%
교육적 영향 때문	3	4	7
	1.4%	2.2%	1.7%
가족, 가정적 영향 때문	1	1	2
	.5%	.5%	.5%
개인적, 성격적, 심리적인 영향 때문	81	46	127
	36.8%	25.3%	31.6%
전통적, 민족적 영향 때문	0	2	2
	.0%	1.1%	.5%
남녀에 대한 인식 및 성적인 영향 때문	3	0	3
	1.4%	.0%	.7%
직업적인 영향 때문	18	8	26
	8.2%	4.4%	6.5%
미적인 평가영향 때문	39	68	107
	17.7%	37.4%	26.6%
종교적, 관상적, 주술적 영향 때문	0	2	2
	.0%	1.1%	.5%
기타	1	0	1
	.5%	.0%	.2%
전체	220	182	402
	100.0%	100.0%	100.0%

*복수응답

<표 4-10>에서 보는 바와 같이 자신이 경험했던 메디컬 스킨케어 서비스 의 다인 인지 허용 여부에 대해 살펴보면 아니라는 응답이 50.7%로 과반수 이상이었고 그렇다는 응답은 49.3%로 약간 낮게 나타났다.
국적에 따라서는 한국인은 다른 사람에게 알려져도 좋다는 응답이 78.5%로 중국인의 18.1%보다 더 높게 나타났다.(χ^2=137.076, p<.001)

<표 4-10> 자신이 경험했던 메디컬 스킨케어 서비스 의 타인 인지 허용 여부

	한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
맞다	153	33	186	137.076*** (.000)
	78.5%	18.1%	49.3%	
아니다	42	149	191	
	21.5%	81.9%	50.7%	
전체	195	182	377	
	100.0%	100.0%	100.0%	

***p<.001

<표 4-11>에서 보는 바와 같이 배우자에 대한 메디컬 스킨케어 프로그램 권유의향 여부에 대해 살펴보면 있다는 응답이 88.1%로 압도적으로 높게 나타났고 없다는 응답은 11.9%로 나타났다.
국적에 따라서는 한국인과 중국인 모두 배우자에게 메디컬스킨케어 프로그램을 받도록 할 의향이 있다는 응답이 대부분을 차지하여 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

<표 4-11> 배우자에 대한 메디컬 스킨케어 프로그램 권유의향 여부

	한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
네	169	163	332	.750 (.386)
	86.7%	89.6%	88.1%	
아니다	26	19	45	
	13.3%	10.4%	11.9%	
전체	195	182	377	
	100.0%	100.0%	100.0%	

<표 4-12>에서 보는 바와 같이 메디컬스킨케어 시술 전에 문의한 의료기관 수에 대해 살펴보면 1곳이 32.2%로 가장 높게 나타났고 다음으로 2곳이 31.4%, 3곳이 22.6%, 5곳 이상이 11.2% 등의 순으로 나타났다.
국적에 따라서는 한국인, 중국인 모두 1곳 또는 2곳이라는 응답이 대부분을 차지하여 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

<표 4-12> 메디컬 스킨케어 시술 전에 의료기관 문의 수

	한국인	중국인	전체	$X^2(p)$
1곳	66	55	121	6.979 (.137)
	34.0%	30.2%	32.2%	
2곳	65	53	118	
	33.5%	29.1%	31.4%	
3곳	41	44	85	
	21.1%	24.2%	22.6%	
4곳	7	3	10	
	3.6%	1.6%	2.7%	
5곳 이상	15	27	42	
	7.7%	14.8%	11.2%	
전체	194	182	376	
	100.0%	100.0%	100.0%	

<표 4-13>에서 보는 바와 같이 메디컬스킨케어 서비스를 주로 이용하는 곳에 대해 살펴보면 성형외과가 39.8%로 가장 높게 나타났고 다음으로 피부과가 29.7%, 피부 관리실이 12.7%, 대학병원이 10.1% 등의 순으로 나타났다. 국적에 따라서는 한국인은 피부과가 46.7%로 중국인의 11.5%보다 더 높게 나타났고 반면에 중국인은 대학병원, 성형외과가 각각 18.1%, 48.4%로 한국인의 2.6%, 31.8%보다 더 높게 나타났다.(χ^2=91.554, p<.001)

<표 4-13> 메디컬 스킨케어 서비스 주로 이용처

	한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
대학병원	5	33	38	
	2.6%	18.1%	10.1%	
성형외과	62	88	150	
	31.8%	48.4%	39.8%	
피부과	91	21	112	
	46.7%	11.5%	29.7%	91.554***
한의원	5	2	7	(.000)
	2.6%	1.1%	1.9%	
클리닉	19	3	22	
	9.7%	1.6%	5.8%	
피부 관리실	13	35	48	
	6.7%	19.2%	12.7%	
전체	195	182	377	
	100.0%	100.0%	100.0%	

***p<.001

<표 4-14>에서 보는 바와 같이 한 달에 메디컬스킨케어 서비스를 받는 횟수에 대해 살펴보면 1번 부족이 59.3%로 대부분이었고 1번이 15.7%, 2번이 8.5%, 3번이 2.9% 등의 순으로 나타났다.
국적에 따라서는 한국인과 중국인 모두 1번 부족이라는 응답이 대부분을 차지하여 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

<표 4-14>월별 메디컬 스킨케어 서비스 횟수

	한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
1번 부족	110	113	223	4.609 (.465)
	56.7%	62.1%	59.3%	
1번	36	23	59	
	18.6%	12.6%	15.7%	
2번	19	13	32	
	9.8%	7.1%	8.5%	
3번	6	5	11	
	3.1%	2.7%	2.9%	
4번	2	4	6	
	1.0%	2.2%	1.6%	
기타	21	24	45	
	10.8%	13.2%	12.0%	
전체	194	182	376	
	100.0%	100.0%	100.0%	

<표 4-15>에서 보는 바와 같이 메디컬 스킨케어 서비스 1회 지출비용에 대해 살펴보면 10-30만원이 27.7%로 가장 높게 나타났고 다음으로 5-10만원이 24.5%, 30-60만원이 13.6%, 5만원 미만, 60-100만원이 각각 11.7% 등의 순으로 나타났다.

국적에 따라서는 한국인은 5-10만원이 36.6%로 중국인의 11.5%보다 더 높게 나타났고 반면에 중국인은 30-60만원, 60-100만원이 각각 17.6%, 18.1%로 한국인의 9.8%, 5.7%보다 더 높게 나타났다.(χ^2=45.980, p<.001)

<표 4-15> 메디컬 스킨케어 서비스 1회 지출비용

	한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
5만원 미만	23	21	44	
	11.9%	11.5%	11.7%	
5-10만원	71	21	92	
	36.6%	11.5%	24.5%	
10-30만원	56	48	104	
	28.9%	26.4%	27.7%	45.980***
30-60만원	19	32	51	(.000)
	9.8%	17.6%	13.6%	
60-100만원	11	33	44	
	5.7%	18.1%	11.7%	
100만원 이상	14	27	41	
	7.2%	14.8%	10.9%	
전체	194	182	376	
	100.0%	100.0%	100.0%	

***p<.001

<표 4-16>에서 보는 바와 같이 메디컬스킨케어 서비스에 대해 정보를 얻는 곳에 대해 살펴보면 인터넷/SNS가 37.7%로 가장 높게 나타났고 가족/친구/지인이 17.2%, 병원 홍보가 9.8%, 성형외과 의원이 9.0% 등의 순으로 나타났다.

국적에 따라서는 한국인은 가족/친구/지인이 32.8%로 중국인의 0.5%보다 더 높게 나타났고 반면에 중국인은 신문/잡지, 인터넷/SNS가 각각 10.4%, 45.1%로 한국인의 2.1%, 30.8%보다 더 높게 나타났다.(χ^2=113.156, p<.001)

<표 4-16> 메디컬 스킨케어 서비스 정보 입수처

	한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
병원 홍보	22	15	37	
	11.3%	8.2%	9.8%	
성형와과 의원	16	18	34	
	8.2%	9.9%	9.0%	
피부과 의원	17	14	31	
	8.7%	7.7%	8.2%	
피부 관리실	10	1	11	
	5.1%	.5%	2.9%	
신문/잡지	4	19	23	113.156***
	2.1%	10.4%	6.1%	(.000)
TV/라디오	1	0	1	
	.5%	.0%	.3%	
가족/친구/지인	64	1	65	
	32.8%	.5%	17.2%	
인터넷/SNS	60	82	142	
	30.8%	45.1%	37.7%	
기타	1	32	33	
	.5%	17.6%	8.8%	
전체	195	182	377	
	100.0%	100.0%	100.0%	

***p<.001

<표 4-17>에서 보는 바와 같이 메디컬 스킨케어 서비스 선택 기준에 대해 살펴보면 유명한 전문가가 31.3%로 가장 높았고 다음으로 친구가 여기서 해봤다가 26.8%, 비용 합리적임이 18.8%, 유명한 병원이 14.3% 등의 순으로 나타났다.

국적에 따라서는 한국인은 비용 합리적임이 28.7%로 중국인의 8.2%보다 더 높게 나타났고 반면에 중국인은 유명한 병원, 친구가 여기서 해봤다가 각각 20.9%, 32.4%로 한국인의 8.2%, 21.5%보다 더 높게 나타났다. (χ^2=38.765, p<.001)

<표 4-17> 메디컬 스킨케어 서비스 선택 기준

	한국인	중국인	전체	$\chi^2(p)$
유명한 전문가	59	59	118	38.765*** (.000)
	30.3%	32.4%	31.3%	
유명한 병원	16	38	54	
	8.2%	20.9%	14.3%	
최신의 장비/시설	18	9	27	
	9.2%	4.9%	7.2%	
부가서비스	4	2	6	
	2.1%	1.1%	1.6%	
비용 합리적임	56	15	71	
	28.7%	8.2%	18.8%	
친구가 여기서 해봤다	42	59	101	
	21.5%	32.4%	26.8%	
전체	195	182	377	
	100.0%	100.0%	100.0%	

***p<.001

4.4 메디컬 스킨케어 기대효과

<표 4-18>에서 보는 바와 같이 메디컬 스킨케어 피부건강 증진행위 차이 검증에 대해 살펴보면 예방가치(t=7.444, p<.001), 심미가치(t=20.316, p<.001), 치료가치(t=12.256, p<.001), 메디컬스킨케어 피부건강 증진행위 전체(t=12.256, p<.001) 모두에서 통계적으로 유의한 차이를 보였는데 중국인보다 한국인의 점수가 더 높은 것으로 나타났다.

<표 4-18> 메디컬 스킨케어 피부건강 증진행위 차이 검증

		N	M	SD	t	*p*
예방가치	한국인	195	3.02	.860	7.444***	.000
	중국인	182	2.34	.919		
심미가치	한국인	195	3.83	.818	20.316***	.000
	중국인	182	2.01	.919		
치료가치	한국인	195	2.87	.962	4.368***	.000
	중국인	182	2.43	.984		
전체	한국인	195	3.24	.701	12.256***	.000
	중국인	182	2.26	.842		

***p<.001

4.5 메디컬 스킨케어 서비스 혜택

<표 4-19>에서 보는 바와 같이 메디컬 스킨케어 서비스 혜택 차이 검증에 대해 살펴보면 치료효과성(t=19.736, p<.001), 유형성(t=20.005, p<.001), 공감성(t=22.554, p<.001), 안정성(t=20.054, p<.001), 고객화(t=18.842, p<.001), 메디컬스킨케어 서비스 혜택 전체(t=23.367, p<.001) 모두에서 통계적으로 유의한 차이를 보였는데 모두 중국인보다 한국인의 점수가 더 높은 것으로 나타났다.

<표 4-19> 메디컬 스킨케어 서비스 혜택 차이 검증

		N	M	SD	t	*p*
치료효과성	한국인	195	3.61	.709	19.736***	.000
	중국인	182	2.10	.774		
유형성	한국인	195	3.66	.726	20.005***	.000
	중국인	182	2.08	.803		
공감성	한국인	195	3.68	.684	22.554***	.000
	중국인	182	1.98	.772		
안정성	한국인	195	3.65	.726	20.054***	.000
	중국인	182	2.04	.830		
고객화	한국인	195	3.41	.720	18.842***	.000
	중국인	182	1.95	.781		
전체	한국인	195	3.60	.592	23.367***	.000
	중국인	182	2.03	.703		

$^{***}p<.001$

4.6 메디컬 스킨케어 서비스의 소비가치

<표 4-20>에서 보는 바와 같이 메디컬 스킨케어 서비스의 소비가치 차이 검증에 대해 살펴보면 효율성(t=21.842, p<.001), 신뢰성(t=20.214, p<.001), 전문성(t=23.052, p<.001), 재이용의사(t=12.288, p<.001), 메디컬스킨케어 서비스의 소비가치 전체(t=20.659, p<.001) 모두에서 통계적으로 유의한 차이를 보였는데 모두 중국인보다 한국인의 점수가 더 높은 것으로 나타났다.

<표 4-20> 메디컬 스킨케어 서비스의 소비가치 차이 검증

		N	M	SD	t	*p*
효율성	한국인	194	3.73	.716	21.842***	.000
	중국인	182	2.02	.801		
신뢰성	한국인	194	3.61	.698	20.214***	.000
	중국인	182	2.04	.809		
전문성	한국인	194	3.69	.665	23.052***	.000
	중국인	182	1.95	.795		
재이용의사	한국인	194	3.40	.829	12.288***	.000
	중국인	182	2.27	.955		
전체	한국인	194	3.59	.598	20.659***	.000
	중국인	182	2.09	.783		

$^{***}p<.001$

4.7 피부건강증진, 서비스혜택, 서비스 소비가치간의 관계

<표 4-21>에서 보는 바와 같이 피부건강증진, 서비스혜택, 서비스소비가치간의 관계에 대해 살펴보면 먼저 피부건강증진과 서비스혜택간의 관계의 경우에는 r=.431(p<.01)에서 r=.733(p<.01)의 정(+)적인 상관관계를 보였다. 즉 피부건강증진에 대한 인식이 높으면 서비스혜택에 대한 인식도 높음을 알 수 있다. 다음으로 피부건강증진과 서비스소비가치간의 관계의 경우에는 r=.394(p<.01)에서 r=.722(p<.01)의 정(+)적인 상관관계를 보였다. 즉 피부건강증진에 대한 인식이 높으면 서비스소비가치에 대한 인식도 높음을 알 수 있다. 마지막으로 서비스혜택과 서비스소비가치간의 관계의 경우에는 r=.699(p<.01)에서 r=.883(p<.01)의 정(+)적인 상관관계를 보였다. 즉 서비스혜택에 대한 인식이 높으면 서비스소비가치에 대한 인식도 높음을 알 수 있다.

<표 4-21> 피부건강증진, 서비스혜택, 서비스소비가치간의 관계

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
피부건강증진	1. 예방가치	1											
	2. 심미가치	.661**	1										
	3. 치료가치	.654**	.487**	1									
서비스혜택	4. 치료효과성	.590**	.733**	.547**	1								
	5. 유형성	.518**	.705**	.474**	.868**	1							
	6. 공감성	.503**	.698**	.431**	.846**	.908**	1						
	7. 안정성	.528**	.666**	.451**	.815**	.853**	.899**	1					
	8. 고객화	.532**	.692**	.454**	.762**	.776**	.846**	.866**	1				
서비스소비가치	9. 효율성	.527**	.722**	.438**	.834**	.818**	.827**	.861**	.821**	1			
	10. 신뢰성	.501**	.689**	.416**	.791**	.809**	.831**	.876**	.849**	.867**	1		
	11. 전문성	.491**	.695**	.394**	.803**	.812**	.852**	.883**	.835**	.871**	.920**	1	
	12. 재이용의사	.489**	.562**	.446**	.738**	.699**	.733**	.784**	.751**	.741**	.757**	.768**	1

**p<.01

4.8 피부건강증진, 서비스혜택이 서비스 소비가치에 미치는 영향

<표 4-22>에서 보는 바와 같이 피부건강증진, 서비스혜택이 효율성에 미치는 영향에 대해 살펴보면 한국인의 경우에는 설명력은 52.7%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 18.309이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 요인들에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 효율성에 영향을 미치는 변수로는 피부건강증진 중 심미가치(β=.204, p<.001), 서비스혜택 중 치료효과성(β=.379, p<.001), 안정성(β=.267, p<.01)이 정(+)적인 영향을, 반면에 피부건강증진 중 치료가치(β=-.157, p<.05)가 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 심미가치, 치료효과성, 안정성에 대한 인식이 높아지면 효율성도 높아지고 반면에 치료가치에 대한 인식이 높아지면 효율성은 낮아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 치료효과성, 안정성, 심미가치, 치료가치 순으로 나타났다.

중국인의 경우에는 설명력은 75.1%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 46.675이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 요인들에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 효율성에 영향을 미치는 변수로는 피부건강증진 중 치료가치(β=.185, p<.01), 서비스혜택 중 치료효과성(β=.136, p<.001), 안정성(β=.459, p<.001), 고객화(β=.392, p<.001)가 정(+)적인 영향을, 반면에 피부건강증진 중 심미가치(β=-.127, p<.05), 서비스혜택 중 공감성(β=-.195, p<.05)이 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 치료가치, 치료효과성, 안정성, 고객화에 대한 인식이 높아지면 효율성도 높아지고 반면에 심미가치, 공감성에 대한 인식이 높아지면 효율성은 낮아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 안정성, 고객화, 공감성, 치료가치, 치료효과성, 심미가치 순으로 나타났다.

<표 4-22> 피부건강증진, 서비스혜택이 효율성에 미치는 영향

			B	표준오차	β	t	p
한국인	(상수)		.482	.294		1.640	.103
	외모, 피부상태에 대한 만족도		−.017	.043	−.021	−.407	.684
	월 평균 메디컬스킨케어 횟수		.015	.024	.032	.617	.538
	1회 평균 지출비용		.026	.029	.048	.882	.379
	피부건강증진	예방가치	−.015	.058	−.018	−.256	.798
		심미가치	.179	.054	.204	3.323***	.001
		치료가치	−.117	.049	−.157	−2.385*	.018
	서비스혜택	치료효과성	.384	.082	.379	4.657***	.000
		유형성	.106	.085	.108	1.251	.213
		공감성	−.005	.095	−.005	−.053	.958
		안정성	.263	.085	.267	3.084**	.002
		고객화	.053	.073	.053	.734	.464
	F=18.309*** p<.001 R^2=.527						
중국인	(상수)		.027	.176		.151	.880
	외모, 피부상태에 대한 만족도		−.018	.037	−.019	−.484	.629
	월 평균 메디컬스킨케어 횟수		.010	.018	.022	.572	.568
	1회 평균 지출비용		.024	.021	.046	1.154	.250
	피부건강증진	예방가치	.049	.057	.057	.863	.389
		심미가치	−.111	.053	−.127	−2.078*	.039
		치료가치	.151	.054	.185	2.798**	.006
	서비스혜택	치료효과성	.141	.070	.136	2.007*	.046
		유형성	.050	.091	.050	.544	.587
		공감성	−.203	.103	−.195	−1.976*	.050
		안정성	.443	.079	.459	5.586***	.000
		고객화	.402	.070	.392	5.758***	.000
	F=46.675*** p<.001 R^2=.751						

*p<.05,**p<.01,***p<.001

<표 4-23>에서 보는 바와 같이 피부건강증진, 서비스혜택이 신뢰성에 미치는 영향에 대해 살펴보면 한국인의 경우에는 설명력은 52.2%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 17.936이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 요인들에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 신뢰성에 영향을 미치는 변수로는 피부건강증진 중 심미가치(β=.189, p<.01), 서비스혜택 중 유형성(β=.181, p<.05), 안정성(β=.424, p<.001), 고객화(β=.255, p<.001)가 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 심미가치, 유형성, 안정성, 고객화에 대한 인식이 높아지면 신뢰성도 높아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 안정성, 고객화, 심미가치, 유형성 순으로 나타났다.

중국인의 경우에는 설명력은 74.9%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 46.104이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 요인들에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 신뢰성에 영향을 미치는 변수로는 서비스혜택 중 치료효과성(β=.178, p<.01), 안정성(β=.404, p<.001), 고객화(β=.404, p<.001)가 정(+)적인 영향을, 반면에 피부건강증진 중 심미가치(β=-.140, p<.05)가 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 치료가치, 안정성, 고객화에 대한 인식이 높아지면 신뢰성도 높아지고 반면에 심미가치에 대한 인식이 높아지면 신뢰성은 낮아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 안정성과 고객화, 치료효과성, 심미가치 순으로 나타났다.

<표 4-23> 피부건강증진, 서비스혜택이 신뢰성에 미치는 영향

			B	표준오차	β	t	p
한국인	(상수)		.328	.287		1.141	.256
	외모, 피부상태에 대한 만족도		.074	.042	.093	1.771	.078
	월 평균 메디컬스킨케어 횟수		−.003	.023	−.007	−.140	.889
	1회 평균 지출비용		.005	.029	.009	.173	.863
	피부건강증진	예방가치	−.099	.057	−.121	−1.735	.085
		심미가치	.161	.053	.189	3.060**	.003
		치료가치	−.013	.048	−.018	−.270	.787
	서비스혜택	치료효과성	.023	.081	.024	.289	.773
		유형성	.174	.083	.181	2.096*	.037
		공감성	−.075	.093	−.073	−.808	.420
		안정성	.407	.083	.424	4.882***	.000
		고객화	.247	.071	.255	3.481***	.001
	F=17.936*** p<.001 R^2=.522						
중국인	(상수)		.132	.179		.739	.461
	외모, 피부상태에 대한 만족도		.024	.038	.025	.634	.527
	월 평균 메디컬스킨케어 횟수		−.011	.018	−.023	−.592	.555
	1회 평균 지출비용		−.011	.021	−.020	−.504	.615
	피부건강증진	예방가치	.106	.058	.121	1.829	.069
		심미가치	−.123	.054	−.140	−2.268*	.025
		치료가치	−.033	.055	−.040	−.604	.547
	서비스혜택	치료효과성	.186	.071	.178	2.623**	.009
		유형성	.090	.092	.090	.978	.329
		공감성	−.111	.104	−.106	−1.067	.287
		안정성	.394	.080	.404	4.893***	.000
		고객화	.419	.071	.404	5.908***	.000
	F=46.104*** p<.001 R^2=.749						

*p<.05,**p<.01,***p<.001

<표 4-24>에서 보는 바와 같이 피부건강증진, 서비스혜택이 전문성에 미치는 영향에 대해 살펴보면 한국인의 경우에는 설명력은 49.6%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 16.182이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 요인들에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 전문성에 영향을 미치는 변수로는 피부건강증진 중 심미가치(β=.130, p<.05), 서비스혜택 중 안정성(β=.446, p<.001)이 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 심미가치, 안정성에 대한 인식이 높아지면 전문성도 높아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 안정성, 심미가치 순으로 나타났다.

중국인의 경우에는 설명력은 72.5%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 40.836이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 요인들에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 전문성에 영향을 미치는 변수로는 서비스혜택 중 치료효과성(β=.174, p<.05), 안정성(β=.461, p<.001), 고객화(β=.285, p<.001)가 정(+)적인 영향을, 반면에 피부건강증진 중 심미가치(β=-.132, p<.05)가 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 치료효과성, 안정성, 고객화에 대한 인식이 높아지면 전문성도 높아지고 반면에 심미가치에 대한 인식이 높아지면 전문성은 낮아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 안정성, 고객화, 치료효과성, 심미가치 순으로 나타났다.

<표 4-24> 피부건강증진, 서비스혜택이 전문성에 미치는 영향

			B	표준오차	β	t	p
한국인	(상수)		.770	.281		2.743	.007
	외모, 피부상태에 대한 만족도		.039	.041	.051	.949	.344
	월 평균 메디컬스킨케어 횟수		.035	.023	.084	1.538	.126
	1회 평균 지출비용		.030	.028	.060	1.077	.283
	피부건강증진	예방가치	−.092	.056	−.119	−1.660	.099
		심미가치	.106	.051	.130	2.054*	.041
		치료가치	−.061	.047	−.089	−1.306	.193
	서비스혜택	치료효과성	.050	.079	.054	.641	.522
		유형성	.069	.081	.076	.857	.392
		공감성	.096	.090	.099	1.063	.289
		안정성	.408	.081	.446	5.006***	.000
		고객화	.122	.069	.132	1.757	.081
	F=16.182*** p<.001 R^2=.496						
중국인	(상수)		−.059	.183		−.320	.750
	외모, 피부상태에 대한 만족도		.030	.039	.033	.785	.434
	월 평균 메디컬스킨케어 횟수		.007	.018	.015	.362	.718
	1회 평균 지출비용		.005	.022	.010	.235	.814
	피부건강증진	예방가치	.114	.060	.132	1.917	.057
		심미가치	−.114	.056	−.132	−2.049*	.042
		치료가치	.014	.056	.017	.249	.804
	서비스혜택	치료효과성	.179	.073	.174	2.451*	.015
		유형성	−.018	.095	−.018	−.185	.854
		공감성	.004	.107	.004	.041	.968
		안정성	.441	.083	.461	5.337***	.000
		고객화	.290	.073	.285	3.978***	.000
	F=40.836*** p<.001 R^2=.725						

*p<.05,***p<.001

<표 4-25>에서 보는 바와 같이 피부건강증진, 서비스혜택이 재이용의사에 미치는 영향에 대해 살펴보면 한국인의 경우에는 설명력은 50.2%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 16.591이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 요인들에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 재이용의사에 영향을 미치는 변수로는 피부건강증진 중 심미가치(β=.139, p<.05), 서비스혜택 중 치료효과성(β=.309, p<.001), 안정성(β=.353, p<.001), 고객화(β=.236, p<.01)가 정(+)적인 영향을, 반면에 서비스혜택 중 유형성(β=-.221, p<.05)이 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 심미가치, 치료효과성, 안정성, 고객화에 대한 인식이 높아지면 재이용의사도 높아지고 반면에 유형성에 대한 인식이 높아지면 재이용의사는 낮아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 안정성, 치료효과성, 고객화, 유형성, 심미가치 순으로 나타났다.

중국인의 경우에는 설명력은 65.5%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 29.287이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 요인들에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 재이용의사에 영향을 미치는 변수로는 외모, 피부상태에 대한 만족도(β=.100, p<.05), 서비스혜택 중 치료효과성(β=.285, p<.001), 안정성(β=.381, p<.001), 고객화(β=.187, p<.05)가 정(+)적인 영향을, 반면에 월 평균 메디컬스킨케어 횟수(β=-.092, p<.05), 피부건강증진 중 심미가치(β=-.259, p<.001)가 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 외모, 피부상태에 대한 만족도가 높아지고 치료효과성, 안정성, 고객화에 대한 인식이 높아지면 재이용의사도 높아지고 반면에 월 평균 메디컬스킨케어 횟수가 적어지고 심미가치에 대한 인식이 높아지면 재이용의사는 낮아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 안정성, 치료효과성, 심미가치, 고객화, 외모, 피부상태에 대한 만족도, 월 평균 메디컬스킨케어 횟수 순으로 나타났다.

<표 4-25> 피부건강증진, 서비스혜택이 재이용의사에 미치는 영향

			B	표준오차	β	t	p
한국인	(상수)		-.110	.348		-.315	.753
	외모, 피부상태에 대한 만족도		-.001	.050	-.001	-.014	.989
	월 평균 메디컬스킨케어 횟수		-.024	.028	-.047	-.865	.388
	1회 평균 지출비용		.036	.035	.059	1.049	.296
	피부건강증진	예방가치	.022	.069	.023	.316	.753
		심미가치	.141	.064	.139	2.205*	.029
		치료가치	-.044	.058	-.051	-.750	.454
	서비스혜택	치료효과성	.361	.098	.309	3.700***	.000
		유형성	-.252	.101	-.221	-2.507*	.013
		공감성	.054	.112	.045	.484	.629
		안정성	.403	.101	.353	3.984***	.000
		고객화	.272	.086	.236	3.162**	.002
	F=16.591*** p<.001 R^2=.502						
중국인	(상수)		.166	.247		.672	.503
	외모, 피부상태에 대한 만족도		.112	.052	.100	2.141*	.034
	월 평균 메디컬스킨케어 횟수		-.050	.025	-.092	-2.021*	.045
	1회 평균 지출비용		-.024	.029	-.039	-.832	.407
	피부건강증진	예방가치	.050	.080	.048	.627	.532
		심미가치	-.269	.075	-.259	-3.586***	.000
		치료가치	.068	.076	.070	.890	.374
	서비스혜택	치료효과성	.351	.098	.285	3.573***	.000
		유형성	.194	.128	.163	1.518	.131
		공감성	-.128	.144	-.103	-.887	.376
		안정성	.438	.111	.381	3.932***	.000
		고객화	.229	.098	.187	2.332*	.021
	F=29.287*** p<.001 R^2=.655						

*p<.05,**p<.01,***p<.001

Ⅴ. 결 론

5.1 결론

본 연구는 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어 이용 영향요인에 관한 연구로서, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 인식과 이용정도, 즉 이용현황, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 이용 영향요인, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어 이용 영향요인의 차이를 분석하였다.
이를 위해 본 연구는 선행연구와 관련 이론을 중심으로 문헌연구와 설문조사를 통한 실증조사를 함께 실시, 다음과 같이 연구결과를 정리한다.

첫째, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 인식과 이용현황은 어떠한가?

한국인은 자신의 외모 및 피부상태에 만족한다는 응답이 약 33%로 중국인의 약 25%보다 더 높았다. 메디컬 스킨케어 프로그램을 이용하는 주된 이유는 아름다움을 위해서가 과반수 정도, 다음으로는 자신감, 선천적인 결점 보완, 대인관계 개선을 위해서 등의 순이었다. 한국인과 중국인 모두 메디컬 스킨케어를 하는 이유는 아름다움을 위한 것이었다. 메디컬 스킨케어 시술 전 의료기관 문의는 한국인과 중국인 모두 1~2곳이라는 응답이 대부분이었다. 메디컬 스킨케어를 받는 곳은 성형외과가 39.8%로 가장 높았고, 피부과, 피부관리실, 대학병원 등의 순이었으나, 한국인은 피부과, 중국인은 대학병원과 성형외과가 높았다.

메디컬 스킨케어 서비스 횟수는 한국인과 중국인 모두 한 달에 1번이 대부분이었고, 한국인은 5~10만원, 중국인은 30~60만원을 사용하는 것으로 나타나 한국인보다 중국인이 메디컬 스킨케어에 더 많은 돈을 투자하는 것으로 나타났다. 자신이 메디컬 스킨케어 서비스를 받은 사실이 다른 사람에게 알려져도 좋은지 여부에 대해서는 한국인 78.5%, 중국인 18.1%로 나타나서 한국인들이 중국인보다 더 메디컬 스킨케어를 일반적이고 통

상적인 것으로 생각하는 것으로 나타났다. 또한 한국인과 중국인 모두 자신의 배우자에게 메디컬스킨케어 프로그램을 권유할 의향을 갖고 있었다.

둘째, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 이용 영향요인은 무엇인가?

한국인과 중국인 모두 팔자주름, 코 ,복부, 전체적인 주름 순에 대한 불만이 많았고, 이를 메디컬 스킨케어 프로그램을 이용해서 해결하고 있었다. 한국인은 2~3곳이 중국인은 1곳에 대한 시술이 많았다. 이용한 메디컬 스킨케어는 레이저 시술, 쁘띠 성형, 쌍꺼풀, 코 성형 등의 순이었다. 한국인은 레이저 시술, 중국인은 쁘띠 성형이 가장 많았다. 한국인은 메디컬스킨케어 정보를 가족/친구/지인을 통해서, 그리고 중국인은 인터넷/SNS를 통해서 얻고 있었다.
메디컬 스킨케어 서비스 선택 시 중요 고려사항은 한국인은 유명 전문가와 합리적인 비용, 중국인은 유명 전문가와 친구의 경험이었다.

셋째, 한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어에 대한 이용 영향요인의 차이는 어디에서 오는가?

한국인과 중국인의 메디컬 스킨케어 프로그램 이용이유는 개인적, 성격적, 심리적인 영향, 미적인 평가, 사회적, 문화적 영향, 그리고 직업적인 영향 때문이었다. 한국인은 개인적, 성격적, 심리적인 영향, 중국인은 미적인 평가영향 때문이 가장 많았다. 메디컬 스킨케어를 효과 기대, 즉 예방가치, 심미가치, 치료가치 모두 한국인이 중국인보다 크고, 치료효과성, 유형성, 공감성, 안정성, 효율성, 신뢰성, 재 이용의사 등도 한국인이 중국인보다 더 긍정적이고, 신뢰감이 컸다. 메디컬 스킨케어 효과에 대한 믿음이 커야 이용도 활발했다.

또한 한국인은 메디컬 스킨케어의 심미가치, 치료효과성, 안정성에 대한 인식이 높을수록 효율성, 전문성, 재 이용의사, 즉 만족감이 컸고, 중국인은 치료가치, 치료효과성, 안정성, 고객에 대한 인식이 좋을 때 만족감이 컸다.

5.2 연구 한계점

본 연구를 통해 연구자는 메디컬 스킨케어 이용에 대한 한국인과 중국인의 차이를 발견하는 매우 중요하고 큰 소득을 올릴 수 있었다. 그러나 본 연구는 다음과 같은 몇 가지 한계를 가지고 있음을 기술해둔다.

첫째, 본 연구의 설문조사 지역이 한국은 오프라인조사를 통해 이루어짐으로써 서울지역에 집중되어 있으며, 중국은 온라인조사를 통해서 설문조사가 이루어짐으로써 설문조사에 응한 조사참여자에 편차가 있을 수 있다는 점이다. 아울러 메디컬 스킨케어 경험 없는 소비자를 대상으로 한 조사 실시가 필요하다는 점이다.
둘째, 빠르게 발전하는 메디컬 스킨케어 기술과 소비자 환경변화를 고려할 때 본 연구가 도출한 연구결과는 시간적 효용성이 길지 못할 수 있다는 점이다.
셋째, 메디컬 스킨케어의 이용 영향요인에 대한 한국인과 중국인의 비교연구에 관한 선행연구가 부족하여 보다 다양한 영향요인을 검증하지 못한 점이다.더욱 깊이 있고 다양한 연구를 통해 총체적인 차원의 검증을 도출할 필요가 있다.
넷째, 본 연구는 메디컬 스킨케어의 이용현황과 관련한 각 변인에 따른 소비자의 특성, 인식과 소비행태, 피부건강에 대한 인식, 소비관념, 서비스 품질 에 대한 차이를 발견하였을 뿐이다. 메디컬 스킨케어 소비가치 및 재이용의사에 영향을 미치는 요인들을 검증하기 위해서는 본 연구의 자료들을 기초로 하여 요인을 선별한 뒤 요인 간의 관계를 검증할 수 있는 연구모형을 설정하고 이를 검증해야 한다.

이상의 여러 가지 한계를 가진 연구이기는 하지만 지금까지 메디컬 스킨케어에 관한 한국인과 중국인의 인식차이와 차이유발 영향요인에 관한 연구가 없었다는 점에 비추어 나름대로의 학술적, 실무적 기여가치가 있음을 위안 삼으며 연구를 마치려고 한다.

참고문헌

1. 국내문헌

곽진주. (2018). “뷰티서비스 이용현황과 만족도에 관한 연구: 메디컬 에스테틱 이용자를 중심으로”. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.

김산, 오승열, 이승헌 (2001). 기미에서 glycolicacid 화학박피술과 비타민 C 이온 영동법의치료효과에 대한 비교 연구. 『대한피부과』, PP.39(12), 16-34.

김주연. (2008). 메디컬스킨케어 이용 시 고객에 대한 서비스 품질이 고객만족도 및 재방문의도에 미치는 영향 : 성인 남녀를 중심으로. 『한국미용학회지』, PP.14(3), 1129-1136.

김성수, 김문홍. (2011). 브랜드 이미지가 브랜드 신뢰 및 고객 만족에 미치는 영향: 의료서비스를 중심으로. 유통경영학회지.

김민희. (2017). “피부 탄력개선을 위한 레이저 리프팅 시술의 연령별 인식및 만족도에 관한연구”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문. P26.

김은영. (2018). “소비가치이론을 중심으로 메디컬 스킨케어 서비스의 소비자 행동 연구”. 성신여자대학교 일반대학원 박사학위논문.

김은주. (2009). “해초 스케일링과 글리콜릭산 필링이 여드름과 색소침착 에 미치는 영향”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.

김종임. (2003). “메디컬 스킨케어의 재교육 방안에 관한 연구 : 피부미용사 대상으로”. 용인대학교 경영대학원 석사학위논문, P.1

김영미. (2006). “메디칼 스킨케어에 대한 인식과 지불의사(WTP)가격연구”. 연세대학교 보건대학원 석사학위논문, PP.14.

김준휘. (2011). “한·중 대학생의 스포츠용품 구매결정요인이 이용만족 및 재구매의도에 미치는 영향”. 배재대학교 대학원, PP.10-12.

명광주. (2006). “아트워크 양식에 따른 광고효과의 차이”. 홍익대학교대학원 박사학위논문.

박주현. (2010). “여성의 라이프스타일 유형별 외모관리행동 연구”. 경성대 학

교대학원 박사학위논문.

반세정. (2008). “중국 북경에 진출한 한국 메디컬스킨케어 이용에 따른 만 족도 및 선호도에 관한 연구”. 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문, PP.59-61.

장유정. (2018). “라이프스타일에 따른 아로마 사용유형과 아로마테라피 인 식에 관한 연구”. 창원대학교 보건대학원 석사학위논문.

장지연, 방경숙 (2011). 학령기 아동의 비만도, 체중조절 건강통제위와 건강증진행위. 부모자녀건강학회지.

이소영. (2010). “메디컬 스킨케어의 이용실태 및 병원 선택속성에 관한 연구”. 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문, PP.64-66

이정은. (2015). “메디컬 스킨케어의 실태 및 만족도에 관한연구”. 숙명여자 대학교 원격대학원 석사학위논문, P.7

이은지. (2019) “20-40대의 메디컬 스킨케어 시술 시 병원 선택요인에 관한 연구”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, PP.48-49.

이용희. (2015). “메디컬 에스테틱의 이용 실태와 만족도에 관한 연구”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.

이수정, 최규환 (2015). 방한중국인 의료관광객의 의료관광 동기, 위험지각, 충성도 간의 영향 관계연구. 관광경영학회

이호길, 이정철 (2010). 의료서비스 품질이 의료고객 만족과 지속가능한 의료관광에 미치는 영향. 대한관광경영학회

이홍연, 안성식. (2012). 의료서비스 품질관리를 위한 프로세스 접점별 허용 구간 및 기대-성과 지각에 대한연구:중소병원을 중심으로 고객 만족경영연구. 『의료 경영학연구』, Vol.6 No.4 [2012].

이수동, 박진영 (2013). 소매상과 소비자의 관계에서 관계혜택이 재구매의도에 미치는 영향: 지각된 제품관여수준의 조절효과를 중심으로 유통연구.

서은주. (2016). “메디컬스킨케어 인식이 자신감 과 삶의 질에 미치는 영향 에

관한 연구: 여성의 연령집단간 인식 차이를 중심으로". 석사 학위논문

신진영. (2009). "메디컬 스킨케어의 인식 및 만족도에 관한 연구". 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.

임종원. 등.(1998). 소비자 행동론. 경문사.

정은진. (2007). "메디컬 에스테틱의 현황과 고객 만족도 및 개선 방안 연구", 중앙대학교 의약식품대학원 의약식품학과 석사학위논문

하용규, 강상묵, 박승식. (2011). 호텔기업의 고객화가 고객충성도와 재구매 의도에 미치는 영향: 고객신뢰의 매개효과를 중심으로 관광경영연구.

오수연, 이영선. (2013). 가치관에 따른 피부관리 추구혜택과 프로그램 선택에 관한연구, 『대한피부미용학회지』, 제11권 제4호통권 제35호 (2013.08), 665-674

원종현, 정재은. (2015). 소비가치에 따른 1인 가구 세분화와 구매행동 -Sheth의 소비가치이론을 중심으로. 소비자학연구.

허은주, 김세범. (2014). 미용의료시장에서 관계혜택이 고객만족과 관계지속의도에 미치는 영향: 관계조절효과를 중심으로.

조민. (2019). "중국 여성의 메디컬 스킨케어 피부관리 행동에 따른 메디컬 스킨케어 서비스 소비자행동 연구". 광주여자대학교 일반대 학원. 박사학위논문, P.1.

유혜림. (2015). "메디컬 스킨케어 경험유무에 따른 피부지식과 기능성 화장품 인식 및 사용실태 비교". 성신여자대학교 생애복지대학원 석사학위논문.

황정미. (2010). 40~50대 여성들의 미백관리 행태에 관한 만족도 실태조사 연구 : 서울강북지역 중심으로". 한성대학교 석사학위논문.

이승헌 외. (2004) 『메디칼스킨케어』,여문각: 서울. P.4

이성내 외. (2013) 『메디컬스킨케어』, 훈민사: 서울. PP.152,

표영희 외. (2018) 『메디컬스킨케어』,이손복: 서울. PP.172

이향우 외. (2003) 『피부과학』 광문각: 서울 PP.212
전인수. 배일현 (2013) 서비스 마케팅(5th). 서울: 청람

2. 국외문헌

安懿婷. (2016). 北京市在校大学生对医疗美容认知现状及社会背景的调查分析. 北京协和医学院 临床学院（北京协和医院）整形外科. 博士论文.
李坤. (2018). 青年群体美容心理及眼部美学认知调查研究 [D]. 青岛大学
迟斌山. (2017). 整形患者术后满意度相关因素分析 [D]. 华北理工大学
李婷. (2017). 美容受术者术后满意度及其影响因素研究 [D]. 云南师范大学
任娟. (2017). 河南省汉族青年女性面部软组织美学测量与分析 [D]. 郑州大学
徐淑敏. (2016). 台湾地区医学美容服务质量、知觉价值与顾客忠诚度关系之研究 [D]. 苏州大学
李尚操. (2013). 医学美容中的美学内涵 [D]. 武汉理工大学
陈锦. (2009). 人脸皮肤粗糙度的量化评价及其在医学美容界的应用. [D].电子科技大学.
白书刚. (2009). 对整形美容伦理争议的反思 [D]. 湖南师范大学
于洋. (2007). 整形美容受术者一般自我效能感与术后满意度的相关性研究 [D]. 中国协和医科大学.
Hughes, E., Kilmer, G., Li, Y. V., Alluru, B., Brown, J., Colclough,G., Geathers, S., Roberts, H., Elam-Evans, L., & Balluz, L., Center for Disease Control and Prevention(CDC) (2010). *Surveillance for certain health behaviors among states and selected local areas-United States,* 2008, Morbidity Mortality Weekly Report Surveillance Summaries. 재인용
Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1992). *Consumer behavior:*

Implications for marketing strategy (5th ed.). Homewood, IL: Irwin. 재인용

Park, S. M. & Huh, K. O. (2012). A structural relationship between consumption value, consumption behavior and consumption satisfaction by income class. *Journal of Korean Consumption Culture Association*. 재인용

3. 참고사이트

韩国保健福祉部. http://www.mohw.go.kr/react/index.jsp

新浪财经网. 中国医学美容白皮书.http://finance.sina.com.cn（발표일:2019年10月15日.검사일:2019.11.5.).

智研咨询. http://www.chyxx.com/industry/201906/749066.html

百度搜索. https://baike.baidu.com/item

2019－2024年中国美容机构行业市场前瞻与投资战略规划分析报告 https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/180912－3a1e15fe.html

부 록 1

<한국어 설 문 지>

안녕하십니까?

저는 한성대학교 예술대학원 뷰티예술학과 석사 연구자 왕나 입니다. 우선 소중한 시간을 주셔서 감사합니다.

본 설문조사는 한국인과 중국인 메디컬 스킨케어 이용 영향요인 연구하기 위한 것입니다.

당신의 이번 답변 완전히 비밀로 하고 내용은 이번 연구를 위해서만 사용합니다. 당신 자신의 실제상황에 따라 답해 주시기 부탁드립니다.

본 연구에 대한 문의사항이나 및 연구결과에 대해 문의사항이 있으시다면 아래의 연락처로 연락주시면 답변해 드리겠습니다.

다시 한 번 설문조사 참여에 감사드립니다.

2019년 12월

한성대학교 예술대학원
뷰티예술학과
연구자:왕나
e-mail: wang67820882@gmail.com

지도교수: 명광주

※본 설문은 메디컬 스킨케어 서비스를 1회 이상 구매해본 경험자를 대상으로 한정합니다. 귀하는 메디컬 스킨케어 서비스를 이용 해본 경험이 있습니까?

①있다 (설문계속)　　②없다 (설문중단)

1). 다음은 소비자의 메디컬 스킨케어의 인식과 행동에 관한 내용입니다. 아래의 각 문항을 자세히 읽고 해당 번호에 (√)표시하여 주십시오.

1. 귀하는 현재 귀하의 외모 및 피부상태에 만족하십니까? [단일 선택 문제]

① 매우 만족　　② 만족

③ 일반　　④ 불만족

⑤ 매우 불만족

2. 귀하의 외모 중 마음에 들지 않는 곳은? [있는 대로 고르세요]

① 눈	② 코	③ 사과근 (apple zone)
④ 입술	⑤ 팔자주름	⑥ 아래턱
⑦ 턱(즉, 턱)	⑧ 여드름	⑨ 점
⑩ 주름	⑪ 주근깨	⑫ 미백
⑬ 가슴	⑭ 복부	⑮ 엉덩이
⑯ 배부	⑰ 상지	⑱ 하지
⑲기타		

3. 귀하는 몇 개 부분의 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 프로그램을 이용해봤습니까?

① 1곳

② 2곳

③ 3곳

④ 4곳

⑤ 5곳 이상

4. 귀하는 어떤 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 프로그램을 받아 보셨습니까? [있는 대로 고르세요]

① 쌍꺼풀 수술 ② 가슴확대 수술

③ 지방 흡입술 ④ 코 성형술

⑤ 쁘띠 성형 (보톡스/히알루론산 주사, 물광주사 ,실 리프팅 등)

⑥ 레이저 시술 (울쎄라 리프팅, 레이저 여드름제거/흉터제거/점제거/털 빠짐)

⑦ 아래턱 축소 수술 ⑧ 턱 수술

⑨ 이마 충전술 ⑩ 모발 이식

⑪ 기타 ( )

5. 귀하가 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 프로그램을 이용한 주 목적은 무엇입니까? [있는 대로 고르세요]

① 선천적인 결점 보완을 위해서

② 아름다움을 위해서

③ 자신감을 위해서

④ 자신이 속해있는 곳에서의 업무상 필요에 의해서

⑤ 대인관계 개선을 위해서

⑥ 직장 취업, 승진을 위해서

⑦ 자신의 출세, 성공을 위해서

⑧ 사업, 돈을 위해서

⑨ 유행을 따르기 위해서

⑩ 연애, 또는 결혼을 위해서

⑪ 연인, 배우자와의 관계 개선을 위해서

⑫ 기타( )

6. 귀하께서 위의 설문 5라고 답한 이유는 무슨 영향 때문이라고 생각하십니까?

① 국가 체제적, 정치적 영향 때문

② 사회적, 문화적 영향 때문

③ 경제적 영향 때문
④ 교육적 영향 때문
⑤ 가족, 가정적 영향 때문
⑥ 개인적, 성격적, 심리적인 영향 때문
⑦ 전통적, 민족적 영향 때문
⑧ 남녀에 대한 인식 및 성적인 영향 때문
⑨ 직업적인 영향 때문
⑩ 미적인 평가영향 때문
⑪ 종교적, 관상적, 주술적 영향 때문
⑫ 기타( )

7. 귀하는 귀하께서 받았던 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 서비스 사실이 다른 사람에게 알려져도 좋습니까?

① 맞다 ② 아니다

8. 귀하는 귀하의 배우자에게 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 프로그램을 받도록 할 의향이 있으십니까?

① 네 ② 아니다

9. 귀하는 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 시술 전에 몇 개의 의료기관에 문의하셨나요?

① 1곳
② 2곳
③ 3곳
④ 4곳
⑤ 5곳 이상

10. 귀하는 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 서비스를 주로 어디에서 이용하십니까?

① 대학병원 ② 성형외과
③ 피부과 ④ 한의원
⑤ 클리닉 ⑥ 피부 관리실

11. 귀하가 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 서비스를 한 달에 몇 번이나 받으십니까?

① 1번 부족 ② 1번
③ 2번 ④ 3번
⑤ 4번 ⑥ 기타( )

12. 귀하가 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 서비스에 1회 평균 지출비용은 얼마입니까?

① 5만원 미만 ② 5-10만원
③ 10-30만원 ④ 30-60만원
⑤ 60-100만원 ⑥ 100만원 이상

13. 귀하가 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 서비스에 대해 정보를 얻는 곳은 어디입니까?

① 병원 홍보 ② 성형와과 의원
③ 피부과 의원 ④ 피부 관리실
⑤ 신문/잡지 ⑥ TV/라디오
⑦ 가족/친구/지인 ⑧ 인터넷/SNS
⑨ 기타( )

14. 귀하가 메디컬스킨케어(의료 수술포함) 서비스 선택에서 중요하게 생각하는 것은무엇입니까?

① 유명한 전문가 ② 뮤명한 병원
③ 최신의 장비/시설 ④ 부가서비스
⑤ 비용 합리적임 ⑥ 친구가 여기서 해봤다

2). 다음은 메디컬 스킨케어 피부건강 증진행위에 관한 내용입니다. 아래의 각문항을 자세히 읽고 각 문항 마다 얼마나 동의하는지를 해당 번호에 (√)표시하여 주십시오.

구분	문항「본인의 평소 피부건강 관련행위에 대한 질문」	매우그렇다	그렇다	보통이다	그렇지않다	전혀그렇지않다
15	나는 주기적으로 피부질환(습진성 피부질환, 두드러기, 여드름, 발진, 색소이상,세균감염 및 바이러스 질환 등) 예방을 위해 병원을 이용한다.	⑤	④	③	②	①
16	나는 내 피부의 약점을 알고 있어서 정기적인 피부관리(일반 스킨케어 or 메디컬 스킨케어 서비스 등)를 한다.	⑤	④	③	②	①
17	나만의 평소 피부예방 관리에 노하우가 있다. (수분섭취, 영양제, 운동. 스파, 비흡연등)	⑤	④	③	②	①
18	나는 평소 외모개선을 위해 피부에 신경을 쓴다.	⑤	④	③	②	①
19	나는 피부관리(미백 등)을 통해 좋은 인상을 만들려고 노력한다.	⑤	④	③	②	①
20	나는 피부관리를 통해 예뻐지려고 노력한다.	⑤	④	③	②	①
21	나는 고질적 피부문제에 대해 정기적으로 건강검진을 한다.	⑤	④	③	②	①
22	나는 피부문제 발생 시 바로 병원을 찾아 치료로 해결한다.	⑤	④	③	②	①
23	나는 피부문제 발생 시 무조건 의료전문가와 피부상담을 한다.	⑤	④	③	②	①

3). 다음은 메디컬 스킨케어 서비스 혜택에 관한 내용입니다 .아래의 각 문항을자세히 읽고 각 문항 마다 얼마나 동의하는지를 해당 번호에 (√)표시하여 주십시오.

구분	문항「본인의 평소 이용하는 00메디컬 스킨케어 서비스에 대한질문」	매우그렇다	그렇다	보통이다	그렇지않다	전혀그렇지않다
24	서비스 이용으로 호전정도가 좋아졌다고 생각한다.	⑤	④	③	②	①
25	제공된 서비스가 내 피부상태에 적합하고 생각한다.	⑤	④	③	②	①
26	치료 후 관리/예방에 대한 충분한 정보를 전달한다.	⑤	④	③	②	①
27	적합한 전문인력을 보유하고 있다.	⑤	④	③	②	①
28	최신 기술장비를 보유하고 있다.	⑤	④	③	②	①
29	병원 내 편의시설이 잘 갖춰져 있다.	⑤	④	③	②	①
30	증상, 진단결과, 치료과정을 정확하게 설명해준다.	⑤	④	③	②	①
31	고객 의견을 충분히 반영한다.	⑤	④	③	②	①
32	고객 요구에 신속하게 대응처리해 준다.	⑤	④	③	②	①
33	의료진들의 검사 및 시술은 정확하다.	⑤	④	③	②	①
34	의료진은 환자에게 신뢰를 준다.	⑤	④	③	②	①

35	감염관리 예방활동에 적극적이다.	⑤	④	③	②	①
36	고객들에게 친절하게 응대한다.	⑤	④	③	②	①
37	특별한 개별적 관심을 보여준다.	⑤	④	③	②	①
38	개인적 욕구를 잘 파악하여 자발적으로 도움을 준다.	⑤	④	③	②	①

4). 다음은 메디컬 스킨케어 서비스의 소비가치에 관한 내용입니다. 아래의 각 문항을 자세히 읽고 각 문항마다 얼마나 동의하는지를 해당 번호에 (√)표시하여 주십시오.

구분	문항「본인의 평소 이용하는 00메디컬 스킨케어 서비스에 대한 질문」	매우그렇다	그렇다	보통이다	그렇지않다	전혀그렇지않다
39	시술결과 (기능적 결과 등)는 나의 서비스 만족에 가치를 높인다.	⑤	④	③	②	①
40	의료 미용장비/기기 및 시설 등은 나의 이용의 가치를 높인다.	⑤	④	③	②	①
41	의료진은 약속한 서비스를 정확히 수행한다.	⑤	④	③	②	①
42	의료진은 환자에 대해 많은 관심을 보여준다.	⑤	④	③	②	①
43	의료진은 환자에 대한 전문성을 가지고 응대한다.	⑤	④	③	②	①
44	진행(시술, 대기 등)과정 동안 의료진 (시술자 간호사 등)과의 상호작용 소통에 어려움이 없다.	⑤	④	③	②	①
45	나는 앞으로 도 지속적으로 ○○ 메디컬스킨케어를 이용할 것이다.	⑤	④	③	②	①
46	나는 피부문제가 발생시 ○○ 메디컬 스킨케어를 우선적으로 이용할 것이다.	⑤	④	③	②	①
47	나는 다른 병원을 추천받더라도 ○○ 메디컬 스킨케어를 계속 방문할 것이다.	⑤	④	③	②	①

5). 다음은 조사 참여자의 인구통계학적 특성에 관한 내용입니다. 각 문항에 (√)표시하여 주십시오.

48. 귀하의 성별은?

① 여자 ② 남자

49. 귀하가 연령은?

① 20대 ② 30대

③ 40대 ④ 50대 이상

50. 귀하의 결혼 여부는?

① 미혼 ② 기혼

51. 귀하의 최종 학력은?

① 고등학교 졸업 ② 전문대학교재학, 졸업

③ 대학교재학, 졸업 ④ 대학원재학, 졸업이상

52. 귀하의 직업은?

① 무직 ② 가정주부

③ 학생 ④ 전문직 (의사/간호사/변호사)

⑤ 경영 관리직 ⑥ 전문 기술직

⑦ 일반 사무직 ⑧ 판매 서비스직

⑨ 공무원 ⑩ 기타

53. 귀하의 월 평균 소득은?

① 100만원 미만 ② 100만원-200만원

③ 200만원-300만원 ④ 300만원-400만원

⑤ 400만원-500만원 ⑥ 500만원 이상

부 록 2

<중국어 설 문 지>

您好 ！

我是汉城大学艺术研究生院美容艺术系硕士研究生王娜.

首先感谢在百忙之中抽出宝贵的时间，参与此次的问卷调查！

本问卷是韩国人和中国人使用医学美容的影响因素的调查研究　您本次回答的内容完全保密,并且内容只为本次研究使用。请您根据自己的真实情况如实填写。

如有关于本次研究的咨询事项或以后的进行过程及研究结果的咨询事项,请通过以下邮箱联系方式联系，我将竭诚给予答复。

再次感谢参与问卷调查！

2019年12月

韩国汉城大学 艺术研究院
美容艺术科
研究者：王娜
E-mail:wang67820882@gmail.com

指导教授：명광주 교수

本问卷调查是最少消费过1次医学美容经验者为调查对象。本问卷包括整形外科，皮肤科（激光美容/注射美容/线提升等医疗美容项目）

请问您有使用过医疗美容服务的经验吗?

有 **(**问卷继续调查**)** 无 **(**问卷终止调查**)**

1）.下面是关于消费者医学美容的认识和行动的内容。请仔细阅读以下各题，并在相应 编号上打 （v）标明。

1. 您对现在的外貌及皮肤状态满意吗?[单一选择题]

① 非常满意
② 满意
③ 普通
④ 不满意
⑤ 非常不满

2.您不满意地方是? [多项选择题]

① 眼睛 ② 鼻子
③ 苹果肌(apple zone) ④唇部
⑤ 法令纹 ⑥ 下颚
⑦下巴 ⑧ 青春痘
⑨ 斑块 ⑩ 皱纹
⑪雀斑 ⑫ 美白
⑬胸部 ⑭ 腹部
⑮臀部 ⑯ 背部
⑰上肢 ⑱ 下肢
⑲其他 （_____）

3.您接受过几个部分的医疗美容(包括医疗手术)项目?

①. 1个

②. 2 个

③. 3个

④ . 4个

⑤. 5个以上

4.您接收过哪些医疗美容项目(包括医疗手术)项目? [可以多选]

① 重睑术（双眼皮手术）

② 鼻整形术

③ 吸脂术

④ 丰胸手术

⑤ 微整形(肉毒杆菌/玻尿酸等注射类,水光注射,提拉线等)

⑥ 激光术(超声刀/热玛吉/激光祛痘/祛疤痕/祛斑/脱毛等)

⑦ 下颌缩小手术

⑧ 下巴手术

⑨ 额头填充术

⑩ 毛发移植

⑪ 其他(_____)

5.您使用医学美容(包括医疗手术)项目的主要目的是什么? [可以多选]

① 为了弥补先天缺陷　② 为了美丽

③ 为了变自信　④ 自己工作需要

⑤ 为了改善人际关系　⑥ 为了工作,就业,晋升

⑦ 为了自己的出人头地,成功　⑧ 为了事业,金钱

⑨ 追赶潮流　⑩.为了恋爱或者结婚

⑪为了改善与恋人,配偶的关系　⑫ 其他(　　)

6.对于上述问卷第5题,您认为影响因素是什么?

① 由于国家体制影响

② 因为社会和文化影响

③ 经济影响所致

④ 因为教育方面的影响

⑤ 因为家庭的影响

⑥ 因为个人的,性格的,心理的影响

⑦ 因为传统和民族的影响

⑧ 对男女的认识和性别观念的影响

⑨ 因为职业的影响

⑩ 因为美的评估影响

⑪ 宗教的,看相的影响

⑫其他(_____)

7. 如果您接受了医疗美容（包含医疗手术）项目，会介意别人知道您接受过此类服务吗？

①介意　　② 不介意

8.您能接受配偶进行医疗美容（包含医疗手术）项目吗？

①能接受　　② 不能接受

9.您在进行医疗美容(包括医疗手术)之前咨询过几家医疗机构?

① 1处　　② 2处

③ 3处　　④ 4处

⑤ 5处以上

10.您主要在哪里进行医疗美容(包括医疗手术)服务?

① 大学医院　　② 整形外科

③ 皮肤科　　④ 中医院

⑤ 诊所　　⑥ 皮肤管理室

11.您平均一个月接受几次医疗美容(包括医疗手术)服务?

① 不足1次　② 1次

③ 2次　④ 3次

⑤ 4次以上　⑥其他(_____)

12.您的医学美容(包括医疗手术)项目,平均每次支出费用是多少?

① 300元以下　② 300-600元

③ 600-1800元　④ 1800-3600元

⑤ 3600-6000元　⑥ 6000元以上

13.您获得关于医学美容(包括医疗手术)服务的信息在哪里?

① 医院宣传　② 整形外科

③ 皮肤科　④ 皮肤管理室

⑤ 报纸/杂志　⑥电视/广播

⑦ 家人/朋友/熟人　⑧网络/SNS

⑨其它 (_____)

14.您在选择医疗美容(包括医疗手术)服务时最看重的是什么?

① 著名專家　② 有名气的医院

③ 最新設備/设施　④ 附加服務

⑤ 費用合理　⑥ 朋友在這里做過

2）下面是关于促进皮肤健康行为的内容。请仔细阅读以下各题,并在每道题相应编号上打（√）标明。

区分	"关于本人平时皮肤健康相关行为的问题"	非常认可	是的	一般	不是	绝对不是
15	为了预防皮肤疾病问题，我会定期去医院(如湿疹，荨麻疹,青春痘,斑疹,色斑,细菌感染及病毒疾病等）	⑤	④	③	②	①
16	我知道我皮肤的弱点,所以定期做皮肤管理(一般护肤或医学美容等）	⑤	④	③	②	①
17	我平时就有皮肤管理的经验。（补充水份,营养剂,运动，SPA，不吸烟)	⑤	④	③	②	①
18	我平时为了改善外貌很注重管理皮肤	⑤	④	③	②	①
19	我努力通过皮肤管理(美白等)来塑造好印象	⑤	④	③	②	①
20	我努力通过皮肤管理变得漂亮	⑤	④	③	②	①
21	我定期对顽固的皮肤问题进行健康检查	⑤	④	③	②	①
22	皮肤问题发生时,我立即去医院治疗	⑤	④	③	②	①
23	皮肤问题发生时,我无条件地和医疗专家进行皮肤咨询	⑤	④	③	②	①

3).下面是关于医学美容服务质量的内容。请仔细阅读以下各题,并在每道题相应编号上打（√）标明。

区分	“关于您使用的XX医学美容服务相关问题”	非常认可	是的	一般	不是	绝对不是
24	我认为医学美容的服务质量较以前有所提升	⑤	④	③	②	①
25	我认为提供的医学美容服务适合我的皮肤状态	⑤	④	③	②	①
26	充分提供了医学美容治疗后管理/预防方面的信息	⑤	④	③	②	①
27	该机构拥有合适的专业人才	⑤	④	③	②	①
28	该机构拥有最新技术和医疗装备	⑤	④	③	②	①
29	该机构便利设施齐全	⑤	④	③	②	①
30	该机构对症状,诊断结果,治疗过程给予充分的说明	⑤	④	③	②	①
31	该机构能及时反馈顾客要求	⑤	④	③	②	①
32	该机构对顾客的要求迅速做出应对处理	⑤	④	③	②	①
33	该机构医护人员的检查及手术都是正确的	⑤	④	③	②	①

34	该机构医护人员能够让顾客信赖	⑤	④	③	②	①
35	该机构积极开展感染管理预防活动	⑤	④	③	②	①
36	该机构热情接待顾客	⑤	④	③	②	①
37	该机构给顾客个性化的服务	⑤	④	③	②	①
38	该机构善于把握个人需求,主动给予帮助	⑤	④	③	②	①

4）以下是关于医学美容消费价值的内容。请仔细阅读以下各题,并在每道题相应编号上打（√）标明。

区分	“关于您使用的XX医学美容服务相关问题”	非常认可	是的	一般	不是	绝对不是
39	对于本次手术和治疗结果（机能的结果）提高了我本次服务满意度	⑤	④	③	②	①
40	医疗美容设备/器械及设施提高了我的使用价值	⑤	④	③	②	①
41	医护人员能很好履行他们承诺服务	⑤	④	③	②	①
42	医护人员能对顾客给予很多的关心	⑤	④	③	②	①
43	医护人员对顾客提供很专业的接待	⑤	④	③	②	①
44	进行(手术,等待等)期间与医护人员与(施术者,护士等)的相互沟通没有困难	⑤	④	③	②	①
45	我今后还会继续使用XX医疗美容机构	⑤	④	③	②	①
46	如果出现皮肤问题，我将会继续使用XX医疗美容机构	⑤	④	③	②	①
47	即使推荐其他医院　　，我也将会继续使用XX医疗美容机构	⑤	④	③	②	①

5）下面是关于参与调查者人口统计学特点的内容。请在各题中打(√)表示。

48. 您的性别是？

① 女　　② 男

49. 您的年龄是？

① 20-29岁　　② 30-39岁

③ 40-49岁　　④ 50岁以上

49. 您是否结婚？

① 未婚　　② 已婚

51. 您的最终学历是？

① 高中　　② 大专在学/毕业

③ 大学在学/毕业　　④ 研究生及以上学历

52. 您的职业是?

① 待业　　② 家庭主妇

③ 学生　　④ 专业人员（医生/护士/律师/教师等）

⑤ 企业经营管理者　　⑥ 专业技术人员（技工或者IT)

⑦ 企业职员　　⑧ 销售人员

⑨ 公务员　　⑩ 其他

53. 您的月平均收入是？

① 6000元 以下　　② 6000-12000元

③ 12000-18000元　　④ 18000-24000元

⑤ 24000-30000元　　⑥ 30000元以上

ABSTRACT

Influence Factors of Medical Skincare Use of Korean and Chinese People

Wang Na

Major in Beauty Esthetic

Dept. of Beauty Arts & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

Since the history of mankind, the people's interest in beauty has been always high, and recently, it seems to reach a climax of it. This study aims to examine differences in the perception of medical skincare as a program actively supporting the beauty of people between Korean and Chinese people, and also the influence factors of medical skincare use and background causes for them. For this, this study drew the results by conducting the literary review and empirical research through survey. The results could be described as follows.

First, how are the perception and current use state of medical skincare of Korean and Chinese people?

Basically, Korean people were more satisfied with their own appearance and skin condition than Chinese people, and they were also using the medical skincare for beauty, confidence, complementation of inborn flaws, and improvement of interpersonal relationship. The treatment was received after asking 1−2 medical institutions. They used the medical institutions in the order of plastic surgery, dermatology, skincare shop, and university hospital. A lot of Korean people used the dermatology while many Chinese people used the university hospital and plastic surgery. Korean people spent 50,000−100,000won for each time a

month while Chinese people spent 300,000−600,000won for each time a month. Regarding the fact of medical skincare service they received, Korean people had greater confidence than Chinese people while people from both countries had an intention to recommend it to their spouses.

Second, what are the influence factors of medical skincare use of Korean and Chinese people?

People from both countries had lots of dissatisfaction with their own appearance in the order of nasolabial folds, nose, abdomen, and overall wrinkles. Korean people received the treatment for 2−3 parts of them while Chinese people received the treatment for one part. People from both countries showed the high rate of use in the order of laser treatment, petite plastic surgery, double−eyelid surgery, and nose plastic surgery. A lot of Korean people received the laser treatment while many Chinese people received the petite plastic surgery. Korean people obtained the information about medical skincare from family, friends, and acquaintances while Chinese people received it from internet and SNS. As the important factors considered when deciding a choice, Korean people mentioned famous experts and reasonable cost while Chinese people mentioned famous experts and friends' experience.

Third, what are the background causes for differences in the influence factors of medical skincare use between Korean and Chinese people?

The reasons for the use of medical skincare included the personal, character, psychological, aesthetic, social, cultural, and occupational influences. Many Korean people showed the personal, character, and psychological influences while many Chinese people showed the influence of aesthetic evaluation. Regarding the expectation of medical skincare such as preventive value, aesthetic value, therapeutic value, effectiveness of treatment, tangibility, empathy, stability, efficiency, trust, and reuse intention, they were all higher in Korean people than Chinese people. Korean people perceived medical skincare more positively, and also showed greater trust in medical skincare than Chinese people. When the trust and belief in the effects of medical skincare were greater, the use of it was also actively shown. In case of Korean people, when the perception of aesthetic value, effectiveness of treatment, and stability was higher, the satisfaction such as efficiency, professionalism, and reuse intention was high. In case of Chinese people, when the perception of therapeutic value, effectiveness of treatment, stability, and customer was higher, the satisfaction was high.

Considering the number of research participants, and the rapidity of technical changes in medical skincare, this study has some problems with

the usefulness of time in the results. However, the results of this study have some academic and practical values in the verification of differences in medical skincare between both countries.

Keywords: Medical Skincare, Perception, Influence Factors