

都市主婦의 購買意思決定 合理性에 關한 研究

— 就業主婦와 非就業主婦의 比較分析 —

A Study on the Rationality of Wives' Decision Making in Purchasing

— Comparisons Between Working and Nonworking Wives —

成均館大學校 家政大學 家庭管理學科

研究員 : 沈 淑

Dept. of Home Management

Sung Kyun Kwan University

Researcher: Shim, Sook

成均館大學校 家政大學 家庭管理學科

助教授 : 金 基 玉

Dept. of Home Management

Sung Kyun Kwan University

Assistant Professor: Kim, Kee -Ok

— 목 차 —

- | | |
|------------------|---------------------|
| I. 序 論 | 2) 調查對象者의 選定 및 資料蒐集 |
| 1) 問題의 提起 | 3) 分析方法 |
| 2) 研究의 目的 및 研究問題 | 4) 調查對象者의 一般의 性格 |
| II. 理論的 背景 | IV. 結果 및 論議 |
| 1) 購買意思決定과 沒入 | 1) 全體主婦의 回歸分析 結果 |
| 2) 合理性의 概念 | 2) 就業主婦와 非就業主婦의 比較 |
| 3) 假說 設定 | 3) 假說檢證의 結果 및 解釋 |
| III. 研究方法 및 節次 | V. 結論 및 提言 |
| 1) 調查道具의 構成 | 참고문헌 |

=ABSTRACT=

Previous studies show that working wives in the market contribute to the family economy that affects the family member's behavior as consumers. Accordingly, the consumer behavior among working wives would be differ from that among nonworking wives.

As the number of working wives in the market is increasing, this study focuses on the estimation of the degree of rationality in purchasing decision making among wives in relation to their working status.

Therefore, this study attempts to construct an rationality index of a purchasing decision making both at a high and a low involvement situation by working and nonowrking wives,

and analyzes the differences in the results of the two groups. This study also examines how the rationality indices vary with the selected socioeconomic variables.

The data are obtained from self-administered questionnaires from a sample of 217 working and 191 nonworking wives at Seoul and Seongnam in 1986. The statistical methods used in this study are Factor Analysis, Multiple Regression, and Analysis of Variances.

The major findings of this study are as follows :

1) The mean value of the rationality index among nonworking wives is higher than that among working wives. Under a high involvement situation, the mean value of the rationality index among working wives is negative. Therefore, it is likely that nonworking wives make purchasing decisions more rationally than working wives.

2) The higher the degree of wives' education, the more rational the purchasing decision making. Under a low involvement situation, the higher the monthly family income, the more rational the purchasing decision making. Under the same situation, the shorter the duration of marriage, the more rational the purchasing decision making.

3) Under a low involvement situation, the rationality indices of working wives vary with their occupations. The rationality indices among those in selling and service jobs are lower than those among those in professional jobs.

4) The impact of the selected socioeconomic variables on the degree of the rationality in purchasing decision making differs depending on whether the wife is working or not. Under a low involvement situation, the positive impact of the monthly family income on the rationality in purchasing decision making is stronger among nonworking wives than among working wives. Under the same situation, the negative impact of the duration of marriage on the rationality is stronger among nonworking wives than among working wives.

I. 序 論

1) 問題의 提起

과학기술이 고도로 발달하고 국민의 소득수준이 높아짐에 따라 현대사회에서의 消費生活은 점차 복잡하게 되었다. 이에 반하여 消費者는 현명한 상품선택에 필요한 충분한 지식을 가지고 있지 못하므로(Hicks 1962) 財化와 用役に 대한 有用한 정보를 제공받아야 하고, 또 消費者가 얻은 정보를 판단하여 合理的인 消費生活을 영위할 수 있도록 지도받아야 할 것이다.

우리사회가 産業化됨으로써 생긴 또 하나의 사회현상은 既婚女性들의 就業이 급격히 증가하고 있는 것이다. Goodsell(1936)은 19세기와 20세기 동안에 일어난 경제적·사회적 변화 중에서 여성들이 家庭 밖에서 有給職業을 갖게된것 만큼 큰 변화도 없었다고 하였다. 또한, 여러 연구들은 主婦의 就業이 家族에게 중요한 영향을 미쳤으며, 家庭 안으로부터 밖으로 이동된 라이프스타일 양상과 家族行動에 대한 변화를 가져왔다고 報告하고 있다(Anderson 1972; Douglas 1976; McCall 1977; Reynolds et al. 1977; Bartos 1977, 1978; Strober & Weinberg 1977, 1980; Schaninger & Allen 1981; 全玉卿 1979; 조혜정 1981; 李妍珠 1984; 金葵園 1984).

한편, 就業主婦는 經濟的 資源을 家庭에 기여함으로써 家族의 經濟生活에 影響을 미친다고 지적되고 있다. 즉, 就業主婦가 취업하지 않은 주부들보다 家庭안에서의 經濟활동에 參與하는 비율이 높으며, 家族의 購買行動에 더 많은 影響을 미치는 것으로 나타나고 있다(Nyc & Hoffman 1963; Reynolds et al 1977; 朴鎮淑 1978; Engel & Blackwell 1982).

그러나, 消費生活의 合理性을 높이기 위해서는 主婦가 就業함으로써 얻는 經濟적 效果의 분석에만 그칠 것이 아니라, 購買行動의 合理性程度가 적절한 尺度를 통하여 파악될 필요가 있다. 이미 언급한 바와 같이, 就業主婦들은 經濟 및 社會活動에 參與함으로써 經濟的인 動向을 잘 파악할 수 있으므로, 消費者行動에 있어서 非就業主婦와 차이가 있을 것으로 기대된다. 이러한 차이는 購買意思決定의 合理性을 測定함으로써 밝혀질 수 있으며, 이를 위해서는 主婦들의 購買行動의 실태를 정확히 파악할 수 있는 研究가 우선적으로 必要하다.

2) 研究의 目的 및 研究問題

本 研究의 目的은 主婦들의 購買行動의 合理性을 經驗的으로 測定하여, 보다 合理的인 消費生活을 위한 消費者教育 프로그램의 자료를 제공하는 데 있다. 이를 위해서 Engel과 Blackwell(1982)의 購買意思決定過程의 模型을 利用하여 購買行動의 合理性程度를 적절한 尺度를 통하여 측정하고, 아울러 合理性程度가 就業主婦와 非就業主婦 사이에 어떠한 차이가 있는지를 살펴본다.

이러한 研究의 目的을 달성하기 위하여 설정된 研究問題는 다음과 같다.

[研究問題 1] : 主婦의 購買意思決定의 合理性程度는 就業與否에 따라 어떤 차이가 있는가?

[研究問題 2] : 主婦의 購買意思決定의 合理性程度는 社會經濟的 特性에 따라 어떤 차이가 있는가?

[研究問題 3] : 社會經濟的 特性이 購買意思決定의 合理性程度에 미치는 影響은 就業主婦와 非就業主婦 사이에 어떤 차이가 있는가?

II. 理論的 背景

1) 購買意思決定과 沒入

消費者行動이란 개인이 經濟財와 서어비스를 入手하고 사용하는 데 직접적으로 關聯된 行動을 말하며, 이에 는 이 行動을 결정하는데 先行되는 意思決定過程이 포함된다(Engel & Blackwell 1982). 消費者는 生存을 유지하고 經濟적 복지를 이루는 데 필요한 商品을 획득하기 위해서 특별한 意思決定을 내러야 한다. 즉, 商品을 구입하기 위하여 무엇을, 언제, 어디서, 그리고 어떻게 사야할 것인가를 결정해야 한다. 이러한 意思決定의 過程은 生活의 質에 크게 影響을 미치게 되므로 購買意思決定이 消費者行動의 중심적인 문제라 할 수 있다(Walters 1978).

여러 학자들이 消費者行動 中 購買意思決定過程을 단계별로 제시하고 있다. 소위 'EKB 模型'¹⁾은 이제까지 발표된 消費者行動에 대한 研究성과를 가장 잘 반영하고 있는 것으로 알려져 있다. 또한, Engel과 Blackwell(1982)은 '沒入(Involvement)'에 따라 購買意思決定過程이 달라진다는 견해를 제시하고 있다. 여기서 沒入이란 消費者와 消費者行動과의 關聯性이나 重要性의 정도를 나타내며, 意思決定의 복잡성 정도를 결정짓게 되는 內心의 상태를 표현하는 것이다(徐聖漢 1986). Engel과 Blackwell은 沒入의 정도에 따라 高沒入과

註1) EKB 모델이란 Engel, Kollat, Blackwell이 만든 구매의사결정과정의 모델을 말한다.

低沒入의 두가지 수준으로 구분하였다²⁾. 高沒入 (high involvement)은 세탁기나 냉장고 등을 장만 하는 경우와 같이 消費者行動과 개인적 관련성, 혹은 중요성이 높다고 여겨지는 경우를 말하고, 低沒入(low involvement)은 불펜이나 세탁비누를 구입하는 경우와 같이 개인적 관련성이 낮다고 여겨지는 경우를 말한다. 이러한 消費者의 몰입수준의 정도에 따라 購買意思決定過程이 달라지게 된다.

그러면, 高沒入狀況과 低沒入狀況에서의 購買意思決定過程을 구분하여 살펴보기로 하겠다.

(1) 高沒入下의 購買意思決定過程

Engel과 Blackwell(1982)에 따르면, 高沒入下의 購買意思決定過程은 다섯 단계로 나뉘어진다. 즉, ① 問題認識 ② 探索 ③ 代替案評價 ④ 選擇 ⑤ 結果의 다섯 단계이며, 이러한 決定過程은 확장된 問題解決過程(extended problem solving) 이라 할 수 있다(Petty & Capicoppo 1981).

① 問題認識 : 購買意思決定過程의 첫 단계인 問題認識은 購買者가 어떤 시점에서 바람직하다고 기대하는 상태와 실제 상태와의 사이에 어떤 차이를 인식할 때 발생한다. 이러한 問題認識은 어떤 제품에 대해 필요성을 認識하게 됨으로써 購買行動을 자극하게 된다.

② 探索 : 消費者는 일단 문제가 인식되면 행동을 위한 유용한 代替案을 평가해야 하는데 이러한 과정을 探索이라 한다. 探索하는 정도는 개인마다 차이가 있지만, 분명한 評價를 할 수 있는 정보가 충분히 모아질 때까지 探索을 계속한다.

探索活動을 수행하는 情報源에는 첫째, 人的

情報源(가족·친지·이웃), 둘째, 商的 情報源(광고·판매원·포장·전열), 셋째, 公的 情報源(대중매체·소비자단체), 넷째, 경험(檢査·試用) 등이 있다. 이와같은 情報源이 消費者에게 주는 영향은 제품의 종류와 소비자 개인의 특성, 신념, 태도에 따라 각각 다르다(Kotler 1984).

③ 代替案 評價 : 消費者는 탐색과정에서 얻은 代替案들을 평가하게 되며, 이는 각 개인이 갖고 있는 신념, 태도, 의도에 따라 다르게 나타난다. 消費者가 代替案을 評價하는데 사용하는 評價基準(가격·품질·내구성·디자인 등)은 생활스타일에 따라 다르며, 이는 문화적 규범과 가치, 준거 집단과 가족에 의해 형성된다.

消費者들은 제품에 대한 정보를 입수하여 비교·분석한 후 선택한다. 이때 각자의 評價基準에 따라 바람직한 제품·상표·품질 등을 평가하게 되고 선택이 보류되거나 이행된다.

④ 選擇 : 代替案 評價에 따라 消費者들은 최종선택을 한다. 選擇은 상표나 제품 등에 대한 자신의 신념·태도·의도에 따라 결정되나, 간혹 非計劃的 狀況³⁾에 의해 이루어지기도 한다.

⑤ 結果 : 消費者가 제품을 購買하여 시험해보거나 사용해 본 후에는 어느 정도의 만족이나 불만족을 느끼게 된다. 만족은 제품에 대한 기대와 인식된 성취감 사이의 관련정도에 따라 좌우된다. 즉, 제품이 기대에 부합되거나 그 이상이면 消費者는 만족하며, 기대에 못미치면 불만족하게 되는 것이다.

購買意思決定의 단계는 상품구입으로 끝나는 것이 아니라, 購買後의 評價를 갖는 것이 중요하다.

註 2) Engel과 Blackwell(1982)은 高沒入과 低沒入의 제품을 다음과 같은 예로써 제시하였다.

┌ 고몰입 제품 : 자동차, 커피, 스테레오 세트, 임시 치료제 등
└ 저몰입 제품 : 화장지, 오렌지 주스, 과자, 불펜, 전구 등

註 3) 비계획적 상황이란 상점에서 또 다른 제품·상표를 보았을 때나 가격의 할인 또는 제품이 품질된 상태에서 새로운 정보가 소비자의 태도·신념을 변화시키게 되는 경우를 말한다.

(2) 低沒入下의 購買意思決定過程

Engel과 Blackwell(1982)에 따르면, 低沒入下의 購買意思決定過程은 세 단계로 나뉘어진다. 즉, ① 問題認識, ② 選擇, ③ 代替案評價의 3단계이다.

① 問題認識 : 低沒入下에서의 問題認識은 생활 필수품과 같이 반복적이고 자주 구입하는 제품의 경우에 일어나는 것으로, 상점의 진열대에서 직접 제품을 봄으로써 발생되기도 한다. 즉, 日常生活에서 빈번히 일어나는 低沒入下의 問題認識은 高沒入狀況에 비해 낮은 수준의 관심에서 발생된다.

② 選擇 : 低沒入下에서는 消費者의 정보탐색이 거의 없다. 따라서, 제품에 대한 정보는 주로 광고나 試驗購買(예 : 試飲·試食)를 통하여 얻게 되어 選擇이 직접 이루어진다.

③ 代替案 評價 : 低沒入下에서는 상표에 대한 명확한 태도가 세워지기 전에 選擇이 일어난다. 또는 消費者가 제품을 여러번 직접 구매·사용함으로써 경험을 얻게 되어 제품에 대한 信念이 형성될 수도 있으며, 이러한 信念은 그 물건이 다소모되었을 때 재구입의 의도를 만들기도 한다. 그러나, 이 때에도 형성된 태도는 별로 강하지 않으며, 高沒入제품과 달리 商標轉移(brand switching)가 잘 일어나는 것은 그 제품에 대한 중요성이 낮기 때문이다.

2) 合理性의 概念

傳統的 經濟理論에서의 合理性의 概念은 經濟人의 概念과 직접적으로 관련된다. 經濟人이란 항상 그의 화폐수익을 최대화시키고, 화폐지출을 최소화하며 效用(utility)을 최대화하려는 사람이다. 또한 감정이 그의 결정에 介在하는 것을 허용치 않음으로써 이러한 전통적인 접근방법은 合理性의 규정을 意思決定에 두려는 것이다. 그러나, 현대의 마케팅 관리자들은 意思決定의 過程에 초점을 두고 있다. 즉, 이들의 관점은 意思決定者가

문제해결을 위해 논리를 적용하고 주의깊게 생각하고 결정을 내린다면 合理的이라고 보는 것이다 (Walters 1978).

Brim 등(1962)은 合理性의 概念을 2가지 유형에 따라 정의될 수 있다고 보았다.

첫째, 意思決定의 結果를 이용하여 合理性의 기준을 意思決定者의 욕구를 만족시키기 위한 해결의 성공과 그 뒤의 영향에 두고 있다.

둘째, 긴 범위의 結果를 이용하여 意思決定의 過程에 초점을 둔다. 즉, 有用性を 최대화하는 代替案을 選擇하는 것과 같은 각 過程의 특수화를 강조한다.

근래의 학자들은 合理性에 관한 經濟人 概念을 부정하고 問題解決者(problem-solver)의 概念을 인정하여 感情的 側面을 받아들이나 感情(emotion)이 意思決定의 실제적인 초점은 아니며, 또한 消費者들은 경솔하거나 어리석다는 것을 암시하는 것도 아니라고 한다(Walters 1978).

Halliday(1964)에 의하면, 合理的인 意思決定을 하는 사람은 스스로 자신의 환경을 통제할 수 있다고 認識하며, 非合理的인 意思決定을 하는 사람은 운명에 자신이 복종해야 한다고 認識하는 사람이라고 하였다. Eigsti(1973)도 유능한 消費者는 환경을 통제하고 지배함으로써 合理的인 意思決定을 내릴 수 있게 된다고 보았다.

또한, Alexis와 Wilson(1967)은 意思決定의 合理性을 論하는데 있어서 여러 해결책이 존재하는 결정상황에서 이용가능한 代替案을 고려하여 가장 좋은 結果를 기대할 수 있는 해결책을 선택한다면 그 意思決定은 合理的이라고 지적하면서, 意思決定의 過程을 중요시하였다.

지금까지 살펴본 것처럼, 여러 학자들이 나름대로 合理性의 定義와 더불어 意思決定의 合理性에 대해 언급하였다. 그러나, Swagler(1979)는 合理性의 기준은 개인의 選好에 따라 購買하는데 있으므로 객관성을 띠는 것이 아니라고 지적하면

서 合理的인 消費者는 개인의 價値·嗜好에 따라 행하는 사람이라고 하였다. 徐聖漢(1986)도 合理性을 기준으로 인간행동을 구분하는 것은 쉬운 일이 아니며, 인간은 자신의 행동에 대해 그럴듯하고 설명가능한 이유를 찾기 때문에 스스로의 행동을 合理的이라고 보는 경우가 많다고 하였다.

이와같이 合理性의 기준과 의미는 모호하다. 그러나, 本 研究에서는 經濟的 動機에 의한 購買行爲는 合理的인 것으로, 그리고 感情的 慾求에 의한 것은 非合理的인 것으로 간주하고자 한다.

3) 關聯研究의 考察

(1) 就業主婦와 非就業主婦의 購買行動에 관한 比較研究

조혜정(1981)은 就業主婦는 새로운 경제체제에 의해 생겨난 집단으로 經濟的資源을 갖는 반면, 非就業主婦는 經濟的資源을 갖지 못한 대신 私的資源(personal resource)과 感情的資源(affective resource)을 개발, 독점함으로써 이에 균형을 이루려고 노력하는 경향을 보인다고 하였다.

McCall(1977)은 主婦들의 購買行動에 관한 研究에서 就業主婦가 非就業主婦보다 신문, 잡지, T.V. 광고에 대한 신뢰도가 낮으며, 就業主婦는 쇼핑을 자주 하지 않고, 代理人(남편, 가정부 등)을 통한 쇼핑을 더 많이 하고 있다고 報告하였다.

就業主婦의 消費者行動을 전반적으로 조사한 최근의 연구결과(李容鶴 1985)에 따르면, 就業主婦에 의한 소득증가는 購買意思決定에서 主婦의 지위를 향상시키며, 便宜製品을 비롯한 고급품소비 패턴에 실질적인 購買力을 제공한다고 하였다. 정보원 선호에 있어서, 就業主婦들은 시간제약등으로 T.V., 라디오 등을 非就業主婦들보다 더 적게 선호하였으나, 프로그램에 있어서는 뉴우스를 더욱 선호하는 경향을 보였다. 그리고, 쇼핑을 할 때 高級職 주부일수록 便宜성과 품질을 중시하며, 低級職과 非就業主婦는 대체로 價格을 무엇보다 중

시하였다.

家庭內的 여러 문제中 「물자구입 문제」 즉, 경제활동에 해당하는 일상생활에 필요한 물자를 구입하는 문제에 있어서도 就業主婦가 非就業主婦보다 참여율이 매우 높은 것으로 나타났다(朴鎮淑 1978).

한편, Scanzoni(1979)는 여성의 現代性(modernity)과 교육수준이 높을수록, 意思決定過程中 협상(타협)과 교환에 있어서 더욱 技術的인 경향이 있으며, 그 기술은 無形의 資源으로써 구성된다고 하였다.

이상에서 살펴본 先行研究 結果에 따르면, 就業主婦와 非就業主婦는 경제적 자원에서 뿐만 아니라 無形의 資源에서 차이가 있으므로, 購買意思決定의 合理性程度에 차이가 있을 것으로 기대된다.

(2) 合理性과 沒入에 關한 研究

李銀姬의 研究(1982)에 따르면, 消費者들은 消費者情報가 많이 제공될수록 購買意思決定을 合理的으로 하였다. 그리고, 消費者가 合理的이고 賢明한 意思決定을 할 수 있도록 이해력, 태도, 기술을 증진시키는데 기여하는 消費者教育의 중요성이 강조되었다.

農村消費者를 대상으로 조사한 尹貞惠의 연구(1981)에서, 교육이 合理性에 가장 큰 영향을 미치는 要因으로 나타났으며, 연령이 낮을수록 購買의 合理性程度가 높게 나타났으나, 소득수준은 購買의 合理性에 큰 영향을 미치지 못하였다.

한편, 購買行動을論하는데 沒入의 개념을 다룬 국내 연구는 거의 없다. 최근에 夫婦購買意思決定과 그에 관련된 변인에 관한 연구가 沒入 및 感情移入을 중심으로 논함으로써 沒入을 변인으로 두었다(金孝信 1986). 이 연구에서는 특정 購買決定에 관하여 夫婦間의 선호 차이에 따른 갈등이 외현적인 해결과정으로 진행되기 이전에 沒入과 感情移入이라는 社會心理的 變因이 갈등해결

이 잠재적인 중재변인으로 개입하게 되어 內面的 過程을 거치게 되므로 이러한 중재변인들이 가족 의사결정의 모델에 첨가되어야 할 것이라고 강조하였다.

4) 假說設定

지금까지 고찰한 선행연구들을 토대로 다음과 같은 假說을 設定하였다.

〔假說 1〕：就業主婦와 非就業主婦의 購買意思決定의 合理性程度는 有意한 차이를 보일 것이다.

〔假說 2〕：主婦의 購買意思決定의 合理性程度는 社會經濟的 特性에 따라 有意한 차이를 보일 것이다.

〔假說 2-1〕：主婦의 教育수준이 높을수록 購買意思決定의 合理性程度가 높을 것이다.

〔假說 2-2〕：家族의 月平均收入이 많을수록 購買意思決定의 合理性程度가 높을 것이다.

〔假說 2-3〕：결혼 지속년수가 짧을수록 購買意思決定의 合理性程度가 높을 것이다.

〔假說 2-4〕：就業主婦의 경우, 직업에 따라 購買意思決定의 合理性程度에 차이가 있을 것이다.

〔假說 3〕：社會經濟的 特性이 就業主婦와 非就業主婦의 購買意思決定의 合理性程度에 미치는 영향은 有意한 차이를 보일 것이다.

Ⅲ. 研究方法 및 節次

1) 調查道具의 構成

본 연구의 조사도구는 설문지로서 Engel과 BI-

ackwell(1982)의 消費者行動모델을 중심으로 선행 연구를 참고하여 高沒入과 低沒入의 購買意思決定過程에서의 合理性程度를 측정할 수 있도록 구성되어 있다. 설문지의 구성은 사회경제적 변인을 측정하는 6문항과 구매의사결정과정의 합리성을 측정하는 34문항으로 총 40문항으로 이루어져 있다.

본 연구의 종속변인인 合理性 尺度는 高沒入에 대한 23문항과 低沒入에 대한 11문항을 5점 척도로 연구자가 작성하였다. 尺度의 신뢰도 검증은 再檢査法(test-retest method)을 이용하였으며, 1차 조사는 경제수준을 고려하여 上·中·下에 속하리라 생각되는 就業主婦와 非就業主婦 각각 20명을 대상으로 1986년 7월 8일에 실시하고, 5, 6일 후에 재조사하여 각 구매의사결정 단계별로 평균 $r=0.709$ 를 얻었다.

총 34문항의 合理性 尺度는 要因分析(factor analysis)을 거쳐 15문항으로 감소시켰다. 要因分析 과정을 구체적으로 설명하면, 1단계로 合理性을 나타내기 위해 要因數를 1개로 하여 직각회전방식(varimax rotation)으로 회전시켰다. 여기에서 얻은 결과의 要因負荷值(factor-loading)를 살펴보고⁴⁾, 要因負荷值가 負(-)의으로 나타난 것은 合理性程度를 설명하는데 의미를 갖지 못하는 것으로 간주하고, 正(+)의으로 나타난 문항들 중 要因負荷值가 0.3이상인 것만 골라서 분석에 이용하였다⁵⁾. 따라서 선별된 문항수는 高沒入 10문항, 低沒入 5문항으로 15개이다⁶⁾. 이들 15개 변인들의 要因點數係數(factor score-coefficients)를 구하고, 이를 이용하여 각 개인의 要因點數를 얻었다⁷⁾. 이렇게 하여 얻은 要因點數는 合理性指數(rationality in-

註 4) 要因負荷值란 변인들과 요인(factor)과의 상관관계를 나타내며, 要因負荷值가 큰 변인일수록 요인과 상관관계가 높다고 볼 수 있다(吳澤燮 1984).

5) 단, 高沒入의 '문제인식' 단계에서는 요인부하치가 0.3이상인 것이 없었으므로, 그 중 가장 높은 0.29를 나타내는 문항 하나가 포함되었다.

dex)를 나타낸다.

이로써 각 개인은 高沒入의 合理性指數와 低沒入의 合理性指數를 각각 얻게되며, 이러한 指數는 본 연구에서 종속변인으로 이용되었다.

2) 調査對象者의 選定 및 資料蒐集

本 研究는 서울 및 성남지역에 거주하는 主婦들을 대상으로 하였으며, 표본추출은 연구의 목적을 고려하여 上·中·下의 경제적수준이 골고루 포함되도록 하여⁸⁾ 意圖的 標本抽出(purposive sampling)을 하였고, 就業·非就業의 主婦들이 같은 비율로 추출되도록 하였다.

本 調査에 앞서 豫備調査를 실시하여 응답자들의 반응과 조언을 참고로 중복된다고 여겨지는 질문들과 어려운 단어들을 수정하고 보완하여 본 조사를 실시하였다.

본 조사는 한 집단에 치우치지 않기 위해 각 집단에 평균 20부씩을 배부하여 며칠후에 설문지를 회수하였다. 총 520부를 배부하여 425부가 회수되어 회수율은 81.7%였으며, 그 가운데 사용불가능한 17부를 제외한 408부만을 本 研究의 분석 자료로 사용하였다.

3) 分析方法

자료의 분석은 빈도, 요인분석, 다변인 회귀분석, 변량분석을 적용하였다.

4) 調査對象者의 一般的 性格

조사대상자의 일반적 성격은 아래의 표 1과 같다.

표 1. 조사대상자의 일반적 성격

	구 분	N (%)
주 부 의 교 육 수 준	무학·국중퇴·국졸	62 (15.2)
	중 중 퇴 · 중 졸	66 (16.1)
	고 중 퇴 · 고 졸	100 (24.5)
	대 중 퇴 · 전문대 졸	46 (11.2)
	대 학 원 이 상	106 (26.0)
	계	28 (6.9)
주 부 의 직 업 유 무	있	217 (53.2)
	없	191 (46.8)
	계	408 (100.0)
취 업 주 부 의 직 업 분 류	전 문 직 · 기 술 직	89 (41.0)
	행 정 직 · 관 리 직	5 (2.3)
	사 무 직	35 (16.1)
	판 매 직	27 (12.4)
	서 어 비 스 직	8 (3.7)
	자 영 업 주 · 관 리 자	4 (1.8)
	생 산 종 사 자	49 (22.6)
	단 순 노 무 자	
	계	217 (99.9)

- 다음 페이지에 계속 -

註 6) 低沒入의 마지막 단계인 '평가'를 측정하는 문항은 모두 負的으로 나옴으로써 合理性 尺度에 포함시키지 않았다.

7) 要因點數는 합리성과 같은 어떤 하나의 指數(index)를 나타내는 것으로, 이러한 요인분석의 결과를 가지고 다른 분석에 이용하고자 할 때 사용된다

계산공식은 $f_i = fsc_{1i}z_1 + fsc_{2i}z_2 + fsc_{3i}z_3 + \dots + fsc_{ni}z_n$ 여기서, fsc_{ji} 는 변인 j와 요인 i에 대한 요인점수 계수이고, Z_j 는 변인 j의 표준점수(standardized value)이다(Nie et al. 1975, 489).

8) 한국감정원 「전국 도시지역 토지값조사표」 1984. 4. 1에 의하여 高·中·低價地帶에 해당하는 각각의 지역을 上·中·下층의 경제수준으로 보았다.

가 족 의 월 평균 수입	20 만 원 이 하	22 (5.4)
	21 ~ 40 만 원	89 (21.8)
	41 ~ 60	85 (20.9)
	61 ~ 80	84 (20.6)
	81 ~ 100	71 (17.4)
	101 ~ 120	27 (6.6)
	121 만 원 이 상	30 (7.3)
	계	408 (100.0)
결혼지속년수	5 년 이 하	93 (22.8)
	6 ~ 10 년	57 (14.0)
	11 ~ 15	30 (7.4)
	16 ~ 20	114 (27.9)
	21 ~ 25	52 (12.7)
	26 ~ 30	37 (9.1)
	31 ~ 35	14 (3.4)
	36 ~ 40	11 (2.7)
계	408 (100.0)	

IV. 結果 및 論議

사회경제적 변인과 취업유무가 구매의사결정의 합리성에 미치는 영향을 측정하기 위해, 요인분석을 통해 얻은 합리성指數를 종속변인으로 하고 사회경제적 변인을 독립변인으로 두어 다변인 회귀분석(multiple regression)을 실시하였다. 먼저 전체주부를 대상으로 분석하고, 취업주부와 비취업주부를 구분하여 분석한 후, 이들 두 집단간의 비교분석을 하였는데, 분석 결과에 대한 논의는 본장의 마지막부분인 가설검증의 결과 및 해석에서 다루도록 한다.

1) 全體主婦의 回歸分析 結果

주부의 사회경제적 변인이 購買의 合理性에 미

치는 각각의 영향을 살펴보기 위하여 적용한 첫 번째 회귀방정식은 다음과 같다.

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

여기에서, Y=합리성지수, x_1 =주부의 직업유무, x_2 =주부의 교육수준, x_3 =가족의 월평균수입, x_4 =결혼지속년수, e=오차.

위에서 제시한 회귀방정식을 이용하여 분석한 결과는 표 2에 제시된 바와 같다⁹⁾.

(1) 高沒入 狀況

전체주부들의 高沒入 狀況을 분석하여 살펴보면, 취업주부보다 비취업주부가 합리적이었으며, 교육수준이 높을수록 합리적인 購買意思決定을 하는 것으로 나타났다.

합리성程度에 대한 상대적 기여도를 추정하기 위하여 표준화된 회귀계수(β) 값을 비교해 보면, 주부의 교육수준이 가장 큰 영향을 미치며, 그 다음으로 가족의 월평균수입, 주부의 직업유무의 순으로 나타났다. 그리고, 이들 독립변인 모두가 高沒入의 合理性程度의 변량(variance)을 단지 2.6% 설명하고 있는 것으로 보아, 선정된 독립변인 이외에 중요한 변인들이 있다는 것을 알 수 있다.

(2) 低沒入 狀況

低沒入의 狀況에서는 非就業主婦일수록, 주부의 교육수준이 높을수록, 가족의 월평균수입이 많을수록, 그리고 결혼지속년수가 짧을수록 購買意思決定을 합리적으로 하였다.

低沒入의 合理性指數에 대한 변인들의 상대적 기여도는 가족의 월평균수입, 주부의 교육수준, 결혼지속년수, 주부의 직업유무 순이었다. 그리고, 이러한 독립변인 모두가 低沒入의 合理性指數의

註 9) 본 연구에서 제시한 회귀방정식의 종속변인은 합리성지수로서, 적절히 이해될 수 있는 측정 단위가 없으므로 회귀분석의 결과는 표준화된 회귀계수(β)를 중심으로 살펴보기로 하고, 회귀계수(b)는 참고적으로 표 2와 같이 제시하기로 한다.

표 2. 전체 주부의 회귀분석 (N = 408)

독립변인	종속변인	고물입의 합리성지수		저물입의 합리성지수	
	Statiste	β	b	β	b
주부의 직업유무		- 0.071	- 0.125 * (1.29)	- 0.102	- 0.165 ** (1.98)
주부의 교육수준		0.110	0.062 * (1.58)	0.189	0.098 *** (2.93)
가족의 월평균 수입		0.080	0.020 (1.18)	0.220	0.051 *** (3.50)
결혼 지속년수		0.028	0.013 (0.49)	- 0.108	- 0.046 ** (2.02)
Constant			- 0.327		- 0.446
R ²			0.026		0.158

片測檢證方法, * p < 0.10¹⁰⁾ ** p < 0.05 *** p < 0.01 괄호안은 t - value

변량을 15.8% 설명하고 있다.

2) 就業主婦와 非就業主婦의 比較

(1) 就業主婦의 回歸分析 結果

就業主婦의 분석에서 사용한 회귀방정식은 다음과 같다.

$$Y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 D_4 + b_5 D_5 + b_6 D_6 + e$$

여기에서, Y=합리성지수, x₁=주부의 교육수준, x₂=가족의 월평균수입, x₃=결혼지속년수, D₄=행정·관리·사무직 Dummy, D₅=판매·서비스직 Dummy, D₆=생산종사자·단순노무자 Dummy, e=오차(D₄, D₅, D₆에 대한 reference category는 전문·기술직 및 자영업주·관리자이다).

위에 제시한 회귀방정식을 이용하여 就業主婦만을 회귀분석한 결과는 표 3과 같다.

① 高沒入 狀況 : 취업주부만을 회귀분석하였을 때, 高沒入의 상황에서는 교육수준만이 구매의사결정의 합리성에 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 즉, 취업주부들은 교육수준이 높을수록 購買意思決定을 合理的으로 하였다.

표준화된 회귀계수 값을 살펴보면, 高沒入의 합리성에 가장 큰 기여를 하는 변인은 주부의 교육수준이었고, 그 다음으로 가족의 월평균수입, 결혼지속년수, 주부의 직업의 順이었다. 高沒入의 회귀분석에 사용된 독립변인들은 취업주부의 합리성의 변량을 약 3.8% 설명하고 있다.

② 低沒入 狀況 : 低沒入의 합리성指數는 가족의 수입이 많을수록 높게 나타났다. 한편, 판매·서비스직에 종사하는 就業主婦는 전문·기술직에 종사하는 就業主婦보다 合理的인 購買意思決定을 하는 것으로 나타났다.

표준화된 회귀계수 값을 살펴보면, 低沒入의 합리성에 대하여 주부의 직업, 가족의 월평균수입, 주부의 교육수준의 順으로 기여하고 있음을 알 수 있다. 低沒入의 회귀분석에 사용된 독립변인들은 취업주부의 구매의사결정의 합리성에 대한 변량을 18.4% 설명하고 있다.

(2) 非就業主婦의 回歸分析 結果

非就業主婦의 분석에서 사용한 회귀방정식은 다음과 같다.

註 10) 본 연구에서는 구매의사결정의 합리성을 상대적 개념으로 파악하므로써 b값의 검증에서 유의도수준을 의도적으로 10%까지 완화하여 잡았다.

표 3. 就業主婦의 回歸分析(N = 217)

독립변인	종속변인	고물입의 합리성지수		저물입의 합리성지수	
	Statistics	β	b	β	b
주부의 교육수준		0.168	0.086 * (1.32)	0.129	0.066 (1.11)
가족의 월평균 수입		0.069	0.014 (0.73)	0.153	0.032 ** (1.80)
결혼 지속년수		0.068	0.029 (0.71)	-0.006	-0.002 (0.07)
행정·관리·사무직 Dummy		0.060	0.124 (0.75)	0.064	0.130 (0.87)
판매·서비스직 Dummy		-0.003	-0.006 (0.09)	-0.170	-0.366 ** (1.86)
생산종사자·단순노무자 Dummy		0.011	0.020 (0.08)	-0.135	-0.256 (1.17)
Constant			-0.568		-0.368
R ²			0.038		0.184

片測檢證方法, * p < 0.10 ** p < 0.05 *** p < 0.01 괄호안은 t-value

표 4. 非就業主婦의 回歸分析(N = 191)

독립변인	종속변인	고물입의 합리성지수		저물입의 합리성지수	
	Statistics	β	b	β	b
주부의 교육수준		0.075	0.047 (0.74)	0.098	0.054 (1.06)
가족의 월평균 수입		0.067	0.027 (0.67)	0.322	0.114 *** (3.55)
결혼 지속년수		0.015	0.008 (0.19)	-0.160	-0.077 ** (2.25)
Constant			-0.300		-0.538
R ²			0.016		0.177

片測檢證方法, ** p < 0.05 *** p < 0.01 괄호안은 t-value

$$Y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

여기에서, Y = 합리성지수, x_1 = 주부의 교육수준, x_2 = 가족의 월평균수입, x_3 = 결혼 지속년수, e = 오차.

위에서 제시한 회귀방정식을 이용하여 비취업주부만을 회귀분석한 결과는 표 4에 나타난 바와 같다.

① 高沒入 狀況 : 非就業主婦만을 회귀분석하였

을 때, 모든 독립변인들이 高沒入狀況에서는 통계적으로 有意하지 않은 것으로 나타났다.

표준화된 회귀계수 값을 살펴보면, 高沒入의 合理性에 대하여 주부의 교육수준, 가족의 월평균수입의 順으로 기여하고 있다. 高沒入의 회귀분석에 사용된 독립변인들은 非就業主婦의 합리성의 변량을 단지 1.6% 설명하고 있다.

② 低沒入 狀況 : 低沒入의 狀況에서 취업주부

의 경우와 마찬가지로 비취업주부들은 가족의 월평균수입이 많을수록 合理的인 購買意思決定을 하는 것으로 나타났으며, 결혼지속년수가 짧을수록 購買意思決定을 合理的으로 하였다.

표준화된 회귀계수 값을 살펴보면, 低沒入의 合理性에 가장 큰 기여를 하는 변인은 가족의 월평균수입, 결혼지속년수, 주부의 교육수준의 順이었다. 低沒入의 회귀분석에 사용된 독립변인들은 非就業主婦의 合理性의 변량을 17.7% 설명하고 있다.

(3) 就業·非就業主婦間의 比較分析

就業·非就業主婦의 合理性指數의 평균을 비교해보면 표 5와 같다.

표 5. 취업·비취업주부의 합리성지수의 비교

	就業主婦	非就業主婦	F
高沒入	- 0.0260	0.0301	0.421
低沒入	0.0322	- 0.0358	0.718

위의 표 5와 같이 합리성지수의 평균이 두 집단 사이에 유의한 차이가 있는가를 변량분석을 통하여 검증해 보았을 때, 두 집단 사이에 有意한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이것은 실질적인 차이가 없음을 나타내기도 하지만, 합리성지수 자체가 아주 작은 수치이기 때문일 수도 있다.

就業主婦와 非就業主婦의 각각의 회귀분석 결과를 바탕으로, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향이 취업주부와 비취업주부 사이에 어떠한 차이가 있는가를 검증하고자 한다. 이것은 각 집단의 회귀식에서 얻어진 회귀계수(b)를 비교하여 t검

증¹¹⁾을 함으로써 이해될 수 있으며, 그 결과는 표 6과 같다.

표 6에서 나타난 바와 같이, 취업·비취업주부의 회귀계수를 비교해 보았을 때, 高沒入狀況에서 사회경제적 변인이 합리성에 미치는 영향이 집단간에 유의한 차이가 없었으나, 低沒入狀況에서는 가족의 월평균수입과 결혼지속년수가 합리성에 미치는 영향이 취업·비취업주부사이에 차이가 나타났다. 즉, 低沒入狀況에서 가족의 월평균수입이 많을수록 주부들은 合理的인 구매의사 결정을 하였는데, 이러한 수입의 긍정적인 영향은 취업주부에 비해 비취업주부인 경우 약 4배 정도 강하게 나타났다. 또한, 결혼지속년수가 짧을수록 주부들은 합리적이었으며, 이러한 결혼지속년수의 영향은 비취업주부의 경우 더욱 현저하게 나타났다.

3) 假說檢證의 結果 및 解釋

[假說 1] : 就業主婦와 非就業主婦의 購買意思決定의 合理性程度는 有意한 차이를 보일 것이다.

취업주부가 비취업주부에 비해 高沒入과 低沒入의 상황에서 購買意思決定의 合理性程度가 낮은 것으로 나타났다. 이로써 假說 1은 채택되었다.

이것은 취업여부에 따른 資源의 차이에서 오는 결과라고 볼 수 있으며, 특히 時間이라는 변수가 合理的인 購買意思決定에서 중요한 역할을 담당한다는 것을 암시하고 있다. 즉, 合理的인 購買意思決定을 위해서는 충분한 정보탐색과 효율적

註 11) 두집단 사이의 영향변인의 차이를 검증하는 공식은 다음과 같다.

$$t \left[\frac{(n_1 - k_1) + (n_2 - k_2)}{s_1^2 + s_2^2} \right] = \frac{b_1 - b_2}{\sqrt{s_1^2 + s_2^2}}$$

여기서, b_1 : 就業主婦의 回歸係數
 s_1 : b_1 의 standard error
 n_1 : 就業主婦의 사례수
 k_1 : 취업주부의 column 수

b_2 : 非就業主婦의 回歸係數
 s_2 : b_2 의 standard error
 n_2 : 非就業主婦의 사례수
 k_2 : 비취업주부의 column 수

표 6. 就業·非就業主婦의 回歸分析 比較

독립변인	高 沒 入 狀 況			低 沒 入 狀 況		
	취업주부	비취업주부	t-value	취업주부	비취업주부	t-value
주부의 교육수준	0.086 * (1.32)	0.047 (0.74)	0.43	0.066 (1.11)	0.054 (1.06)	0.15
가족의 월평균 수입	0.014 (0.73)	0.027 (0.67)	0.09	0.032 ** (1.80)	0.114 *** (3.55)	2.24 **
결혼 지속년수	0.029 (0.71)	0.008 (0.19)	0.35	-0.002 (0.07)	-0.077 ** (2.25)	1.51 *
행정·관리·사무직 Dummy	0.124 (0.75)	0.130 (0.87)
판매·서비스직 Dummy	-0.006 (0.09)	-0.366 ** (1.86)
생산종사자·단순노무자 Dummy	0.020 (0.08)	-0.256 (1.17)
N	217	191	...	217	191	...

片測檢證方法, * $p < 0.10$ ** $p < 0.05$ *** $p < 0.01$ 괄호안은 각각의 t-value

인 대체안의 평가가 필요하며, 이를 위해서는 시간이 요구된다. 그런데, 취업주부는 비취업주부에 비해 합리적인 購買意思決定에 필요한 시간이 현저히 부족하다. 즉, 就業主婦는 한정된 시간내에서 강한 시간압박을 느끼게 되고 이러한 시간배분은 구매의사결정에 큰 영향을 주게 된다. 따라서, 취업주부는 부족한 시간으로 인하여 구매의사결정을 비취업주부에 비해 합리적으로 하지 못한다고 할 수 있으며, 이것은 消費者는 부족한 시간으로 현명한 의사결정을 하지 못한다는 Walters(1978)와 金基燦(1983)의 연구와 일치한다.

[假說 2-1] : 주부의 교육수준이 높을수록 購買意思決定의 合理性程度가 높을 것이다.

주부들은 高沒入의 狀況에서 교육수준이 높을수록 합리적인 購買意思決定을 하였으며, 低沒入의 狀況에서는 통계적으로 有意하지 않았으므로,

假說 2-1은 부분적으로 채택되었다.

그러나 교육이 합리성에 미치는 긍정적인 영향은 家庭管理의 成就度를 측정한 李貞珩(1980)의 연구, Scanzoni(1979)의 理論, 그리고 尹貞惠(1981)의 研究 結果와 일치한다. 이와 같이 교육의 영향은 합리적인 구매행동에 대한 연구에서 자주 입증되고 있으며, 교육은 주부의 구매행동을 더욱 현명하게 하여, 기술적, 합리적으로 이끈다는 것을 알 수 있다. 그러므로, 成人教育은 물론 정규 교과과정에서 消費者 教育의 필요성을 인식하게 된다.

[假說 2-2] : 가족의 월평균수입이 많을수록 購買意思決定의 合理性程度가 높을 것이다.

低沒入의 狀況에서 주부들은 가족의 월평균수입이 많을수록 합리적인 購買意思決定을 하였으나, 이러한 결과는 高沒入의 狀況에서는 통계적

으로 유의한 수준에 미치지 못하였으므로, 假說 2-2는 부분적으로 채택되었다.

주부의 개인적 관련성과 중요도가 높은 高沒入狀況에서의 구매의사결정의 합리성 정도는 수입의 많고 적음에 좌우되지 않지만, 낮은 수준의 관심도가 작용하는 低沒入狀況에서는 수입이 많을수록 주부들은 合理的인 購買意思決定을 하였다. 일상용품과 같이 빈번히 자주 쓰는 물건들을 날개로 사는 것보다 미리 필요한 만큼 一定量購入하는 것이 合理的이라고 가정할때, 이것은 경제적 여유가 있을수록 용이하리라 본다. 그러나, 高價品으로 개인적 관련성이나 중요도가 높은 물건들의 구입은 경제력과 무관하게 누구나 신중을 기하게 되리라 생각된다.

수입이 合理性에 미치는 긍정적인 영향은 Schnapper(1974), Claxton, Fry 그리고 Portis(1974), Goldman(1976),金玉姬(1977)의 연구 결과와 일치하였다.

[假說 2-3] : 결혼지속년수가 짧을수록 購買意思決定의 合理性程度가 높을 것이다.

低沒入狀況에서의 購買意思決定은 결혼지속년수가 짧을수록 合理的이었으며, 高沒入狀況에서는 결혼지속년수가 길수록 合理的인 것으로 나타났으나 통계적으로 유의한 수준에 이르지 못하였다. 따라서, 가설 2-3은 부분적으로 채택되었다.

이것은 결혼지속년수가 짧을수록 가정관리의 경험이 부족하므로, 구매의사결정에서도 신중을 기하게 되기 때문으로 해석될 수 있다.

[假說 2-4] : 就業主婦의 경우, 직업에 따라 購買意思決定의 合理性程度에 차이가 있을 것이다.

低沒入狀況에서 판매·서비스직의 주부들은 전문·기술직의 주부들보다 합리적인 購買意思決定을 하였다. 이것은 직업에 따라 購買行動에서 유의한 차이를 보인 李容鶴(1985)의 연구 결과와

일치한다. 그러나, 高沒入狀況에서는 직업에 따라 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 못함으로써 假說 2-4는 부분적으로 채택되었다.

低沒入狀況에서 판매·서비스직의 주부들이 전문·기술직의 주부들보다 合理性程度가 낮게 나온것은 행상과 같은 판매직에 종사하는 주부들의 경우 구매계획에 필요한 시간이 부족함으로써 合理的인 購買行動을 할 수 없는 것으로 해석되며, 한편으로는 직업에 따라 合理的인 일처리를 경험하는 정도가 다르다는 것을 나타내는 결과이기도 하다.

[假說 3] : 社會經濟的 特性이 취업주부와 비취업주부의 購買意思決定의 合理性程度에 미치는 영향은 유의한 차이를 보일 것이다.

사회경제적 특성 중 결혼지속년수와 가족의 월평균수입이 구매의사결정의 합리성에 미치는 영향은 취업주부와 비취업주부사이에 유의한 차이를 보였다. 특히, 低沒入狀況에서 주부들은 결혼지속년수가 짧을수록 購買意思決定을 합리적으로 하는 경향이 나타났는데, 이러한 경향은 非就業主婦의 경우가 就業主婦의 경우보다 더욱 현저히 나타났다. 또한, 주부들은 低沒入狀況에서 가족의 월평균수입이 많을수록 購買意思決定을 합리적으로 하는 것으로 나타났는데, 수입이 合理性에 미치는 영향은 비취업주부의 경우가 취업주부에 비해 약 4배로 강하게 나타났다.

이와같이 본 연구에서 채택한 사회경제적 변인들 중 결혼지속년수와 가족의 월평균수입이 購買意思決定의 合理性에 미치는 영향은 低沒入狀況에서 취업주부와 비취업주부 사이에 유의한 차이를 나타냄으로써 가설 3은 부분적으로 채택되었다.

이러한 결과는 구매의사결정의 合理性程度의 차이가 취업주부들 사이에서 보다 비취업주부들 사이에서 더욱 두드러지기 때문인 것으로 해석될

수 있으며¹²⁾, 이것은 또한 시간이 상대적으로 풍부한 비취업주부인 경우 각자의 노력으로 合理性을 향상시킬 수 있는 가능성이 취업주부보다 높고 용이하다는 것을 나타내는 것으로 풀이할 수 있다.

V. 結論 및 提言

본 연구의 분석결과를 토대로 結論을 내리면 다음과 같다.

1) 購買意思決定의 合理性은 비취업주부가 취업주부보다 높게 나타났다. 이것은 취업주부가 제품탐색이나 실제 購買에 있어서 時間의 부족으로 合理的인 購買行動을 할 수 없기 때문인 것으로 해석할 수 있으며, 시간이라는 資源이 구매행동의 합리성에 미치는 영향이 크다는 것을 암시하고 있다. 또 한편으로는 취업주부는 직업에 종사함으로써 한정된 대인관계를 갖으며, 그에 따라 合理的인 購買意思決定에 필요한 정보원이 비취업주부에 비해 현저히 부족하기 때문인 것으로 풀이할 수 있다. 그러므로, 비취업주부의 경우에는 각자의 노력이나 消費者教育을 통해 合理性을 높일 수 있으나, 취업주부의 경우에는 소비자교육보다는 소비자정보의 제공이 보다 효율적인 방법이 될 수 있으므로 公的 情報源(대중매체·소비자 보호단체·정부)의 도움이 요청된다.

2) 주부의 교육수준이 높을수록 購買意思決定의 合理性程度가 높게 나타남으로써 合理的인 購買行動을 위해서 消費者教育이 충분히 주어진다면 그 효과는 매우 클 것으로 예상된다.

3) 低沒入狀況에서 주부들은 수입이 많을수록 合理的인 購買意思決定을 하는 것으로 나타났는데, 이러한 결과는 저소득층의 주부가 資源의 부족으로 제품선택에 있어서 이미 非合理的인 조건

에 있기 때문이라고 생각된다. 즉, 저소득층의 주부들은 정보와 대안의 수가 적고, 제품선택의 기회가 적으므로 非合理的인 行動을 하게 되는 것으로 풀이할 수 있다. 그러므로, 저소득층을 위한 消費者教育과 정보의 제공이 요청된다.

이상의 연구결과를 통하여 몇가지 提言을 덧붙여 보고자 한다.

첫째, 본 연구의 분석결과 교육수준이 높고 가족의 수입이 많은 주부들이 대체로 合理的인 購買意思決定을 하는 것으로 나타났다. 이들은 消費生活을 이끌어 나가는 사람들로서 개인적인 차원에서 合理的인 購買行動을 하는 것에 못지 않게 국가경제의 차원에서 경제생활을 선도하는 입장으로 바람직한 消費生活을 하는 것이 무엇보다 중요하다. 그러므로, 고소득층은 건전한 消費生活로 유도할 수 있으며, 저소득층은 購買力을 향상시킬 수 있는 정책 수립이 필요하다.

둘째, 교육수준이 높을수록 購買意思決定의 合理性程度가 높게 나타남으로써 정규교과과정에서 消費者行動에 대한 教育이 이루어진다면 그 효과는 매우 클 것으로 기대된다. 이에 따라, 각급학교에서 消費者教育이 속히 이루어져야 할 것을 강조한다.

셋째, 시간이나 수입과 같은 개인적 자원의 소유정도에 따라 消費者의 구매행동의 合理性이 크게 영향을 받으므로, 消費者教育의 프로그램은 개인이 갖고 있는 자원에 따라 달리 형성되어야 할 것이다. 예를 들면, 취업주부를 위해서는 취업으로 인해 부족한 정보탐색 시간 및 정보원의 부족을 보완해 줄 수 있는 프로그램이 우선적으로 마련되어야 하며, 이러한 프로그램을 제공해 줄 수 있는 기관의 설립이 기대되는 바이다.

본 연구의 제한점은 취업주부의 선정에서 의도적 표집으로 인하여 다소 편파가 있었다는 것이

註 12) 비취업주부의 합리성지수의 표준편차가 취업주부의 경우보다 크다는 것으로도 이러한 해석을 내릴 수 있다. 즉, 高沒入下에서 표준편차가 취업주부 : 0.810, 비취업주부 : 0.936이며, 低沒入下에서 취업주부 : 0.795, 비취업주부 : 0.824이다.

며, 다양한 표본과 보다 많은 표본의 선정이 필요하여 과학적인 표본추출법이 요구된다. 또한 購買意思決定의 合理性 尺度上的의 길함으로 본 연구의 결과를 주부들의 購買意思決定의 合理性 측정에 一般化시키기에는 다소 무리가 있다. 그러므로, 보다 타당성있는 尺度의 개발이 앞으로의 연구를 통해서 이루어지기를 기대한다. 아울러, 앞으로의 연구에서 유의해야 할 점은 購買意思決定의 合理性을 論함에 있어서 개인적인 차원에서 合理的인 購買意思決定이 국가적인 차원에서 건전한 購買意思決定이 아닐수도 있다는 것을 염두에 두어 合理性에 대한 체계적인 연구와 분석이 이루어져야 할 것이다.

REFERENCES

- 1) 金葵園 : 저소득층 취업주부 가정의 의결정에 관한 연구-서울시·성남시 취업주부를 중심으로-. 숙대 석사학위논문 1984
- 2) 金基燦 : 시간변수가 소비자행동에 미치는 영향에 관한 연구. 서울대 석사학위논문 1983
- 3) 金玉姬 : 부산지역 주부의 자정관행동에 관한 연구. 동아대 석사학위논문 1977
- 4) 金孝信 : 부부 구매의사결정과 그에 관련된 변인에 관한 연구-몰입 및 감정이입을 중심으로-. 고대 석사학위논문 1986
- 5) 朴鎮淑 : 전문직을 가진 주부와 일반 주부의 가정내 역할분담 실태에 관한 조사연구. 숙대 석사학위논문 1986
- 6) 徐聖漢 : 消費者行動論. 박영사 1986
- 7) 吳擇燮 : 사회과학 테이타분석법. 나남, 1984
- 8) 尹貞惠 : 농촌소비자의 구매의사결정 합리성에 관한 연구-전라도지방의 농촌주부를 중심으로-. 서울대 석사학위논문 1981
- 9) 李妍珠 : 주부의 취업에 따른 가정내 역할수행에 관한 연구. 대한가정학회지 22(4) : 131~

145, 1984

- 10) 李容鶴 : 우리나라 취업주부의 소비자 행동에 관한 실증적 연구. 고대 박사학위논문 1985
- 11) 李銀姬 : 소비자정보가 소비자의 구매의사결정 합리성과 만족도에 미치는 영향. 서울대 석사학위논문 1982
- 12) 李貞軒 : 가정관리성취에 관한 연구-가정관리성취, 지식 및 생활태도를 중심으로-. 숙대 박사학위논문 1980
- 13) 金玉卿 : 취업여성가족과 비취업여성 가족의 가사역할분담에 비교연구-특히 서울지역의 교육의 사대출신여성을 중심으로-. 이대 교육대학원 석사학위논문 1979
- 14) 조혜정 : 부부 권력관계의 변화를 중심으로 본 취업/비취업주부의 연구. 한국 사회학회편, 한국 사회학 15집 : 37~47
- 15) Alexis M & Wilson C Z : *Organizational decision making*. Englewood Cliffs NJ : Prentice-hall, Inc, 1967
- 16) Anderson BB : Working women vs. non-working women : A comparison of shopping behavior. 355~359 In Boris W Becker & Helmut Becker (Eds), *Combined Proceedings*, Chicago : American Marketing Association, 1972
- 17) Bartos R : The moving target : The impact of women's employment on consumer behavior. *Journal of Marketing* 41 : 31~37, 1977
- 18) Bartos R : What every marketer should know about women. *Harvard Business Review* 56 : 73~85, 1978
- 19) Brin OG, Glass DC, Lavin DE and Goodman Norman : *Personality and decision processes-Studies in the social psychology of thinking*-. Stanford, California : Stanford University Press, 1962
- 20) Claxton JD, Fry JN and Portis, Bernard : A

- Taxonomy of prepurchase information gathering patterns. *Journal of Consumer Research* 1 : 35~42, 1974, Dec
- 21) Douglas, Susan P : Working wife vs. non-working wife families : A basis for segmenting grocery markets? 191~198 In Beverlee B, Anderson (Ed), *Advances in Consumer Research* 3, Ann Arbor : Association for Consumer Research
- 22) Eigsti, Marilyn H : Interrelationships of value orientation, decision-making mode and decision-implementing style of selected low socioeconomic status negro homemakers. Unpublished Ph. D. Dissertation, Michigan State Univ, 1973
- 23) Engel JF & Blackwell RD : *Consumer behavior* (4th ed). Hinsdale, Ill. : The Dryden Press, 1982
- 24) Goldman, Arieh : Do lower-income consumers have a more restricted shopping scope? *Journal of marketing* 40 : 46~54, 1976, Jan
- 25) Goodsell W : *Problems of the family* (1st ed). D. Appleton Century Company, 1936
- 26) Halliday JB : Relationships among certain characteristics of a decision event : Decision procedure, decision context, and decision maker. Unpublished Ph. D. Dissertation, Michigan State Univ, 1964
- 27) Hicks JR : Economic theory and the evaluation of consumers' wants. *Journal of Business* 35(3) : 256~263, 1962
- 28) Kotler, Philip : *Marketing management-analysis, planning and control*-(5th ed). New Jersey : Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs, 1984
- 29) Maynes, E Scott : *Decision making for consumers-an introduction to consumer economics*. New York : Macmillan Publishing Co, Inc, 1976
- 30) McCall SH : Meet the "workwife". *Journal of Mar Keting* : 55~65, 1977, July
- 31) Nie NH, Hull CH, Jenkins JG, Steinbrenner K and Bent DH : *SPSS (statistical package for the social sciences)* (2nd Ed). New York : McGraw-Hill Book Co, 1975
- 32) Nye I & Hoffman LW : *The employed mother in america*. Chicago : Rand McNally, 1963
- 33) Petty RE & Capicoppo JT : Issue involvement as a moderator of the effects on attitude of advertising Content and context. 20~24 In Kent B. Monroe(Ed), *Advances in Consumer Research* 8, Ann Arbor, Mich : Association for Consumers Research, 1981
- 34) Reynold FD, Crask MR and Wells WD : The modern feminine life style. *Journal of Marketing* : 38~45, 1977, July
- 35) Scanzoni, John : Social processes and power in families. 295~316 In WB Burr, R Hill, FI Nye and IL Reiss(Eds), *Contemporary theories about the family-research based theories*(Vol 1). New York : The Free Press, 1979
- 36) Schaninger CM & Allen CT : Wife's occupational status as a consumer behavior construct. *Journal of Consumer Research* 8 : 189~196, 1981, Sep.
- 37) Schnapper, Eric : Consumer legislation and the poor. *The Yale Law Journal* 76 : 745~768, 1967
- 38) Strober MH and Weinbery CB : Working wives and major family expenditure. *Journal of Consumer Research* 4(3) : 141~147, 1977, Sep.
- 39) Strober MH & Weinberg CB : Strategies used by working and nonworking wives of reduce time pressures. *Journal of Consumer Research* 6 : 338~348, 1980, March.
- 40) Walters CG : *Consumer behavior-theory and practices*-(3rd ed). Richard D. Irwin Inc, 1978

