

# 가족구매의사결정에서의 갈등관리전략에 관한 연구

## Conflict Management in Family Purchase Decision Making

효성여자대학교 가정대학 가정관리학과

강 사 : 尹 淑 賢

*Dept. of Home Management*

*Hyosung Women's University*

*Lecturer : Yoon, Sook-Hyeon*

충남대학교 가정대학 가정교육학과

부교수 : 金 純 美

*Dept. of Home Economics Education*

*Chungnam National University*

*Associate Prof. : Kim, Soon-Mi*

### 목 차

|             |                  |
|-------------|------------------|
| I. 서 론      | 2. 조사도구          |
| II. 이론적 배경  | 3. 자료의 처리        |
| 1. 가족구매의사결정 | IV. 결과 및 해석      |
| 2. 갈등관리전략   | 1. 조사대상자의 일반적 특성 |
| 3. 선행연구     | 2. 연구문제의 분석      |
| 4. 연구문제     | V. 요약 및 결론       |
| III. 연구방법   | 참고문헌             |
| 1. 조사대상     |                  |

### = ABSTRACT =

The purpose of this study was to investigate conflict management in family purchase behavior of urbanite by applying a systems approach.

For this purpose, 230 questionnaires were distributed to the married men and women in Seoul. The 216 data were analyzed by Frequency, Percentile, Mean, t-test, ANOVA, Duncan's Multiple Range Test.

The results were as follows :

- 1) According to the type of goods, the level of marital conflict in purchase decision making had differences significantly.
- 2) According to the type of goods and the level of conflict, conflict management had differences significantly.
- 3) According to the level of conflict and the basic environmental characteristics, purchase management satisfaction had differences significantly.

Through these results, the applicability of systems approach to family purchase behavior was shown. Family purchase behavior could be understood in environmental suprasystem, with considering the relationship of subsystem's components.

## I. 서 론

가정의 환경조건은 급속도로 변화되고 있으며, 환경의 변화로 가정관리 행동의 경제적 영역, 특히 구매자로서의 기능은 매우 중요시되고 있다. 따라서 구매의사결정은 가정관리행동의 핵심적인 부분으로 이해될 수 있다.

가족의 구매의사결정은 체계론적 관점에서 분석될 수 있다. 가족의 환경적 조건을 이루는 인적·물적 자원은 투입으로서 체계에 들어가게 되며, 구매행동의 결과로 나타나는 가족원의 만족도는 산출을 이루게 된다. 이 과정에서 야기되는 가족원간의 의견불일치를 관리하는 것은 가족체계의 변환과정이 되는데, 이러한 갈등의 관리전략은 체계의 실제적인 기능과 직접적으로 연관을 맺고 있고 가족원의 복지를 증진시키기 위하여 중요한 과제가 된다. 또한 가족구매시의 갈등관리문제는 가족의 소비자 행동을 이해하기 위해서도 연구되어야 할 영역이다. 윤숙현·문숙재(1986)는 주택구매의사결정에 있어서 산출로 나타나는 부부의 역할구조와 구매관리만족도를 파악하고 이에 영향미치는 환경특성을 규명하고자 하였으며, 박혜선·김기옥(1988)은 주택구매시의 정보탐색행동을 중심으로 소비자를 둘러싼 생태학적 환경변인과 소비자욕구라는 심리적 변인, 그리고 구매의사결정과정에서의 정보탐색행동과의 관계에 관하여 연구하였다. 그러나 이러한 연구들은 가정관리체계의 변환과정을 중요하게 다루고 있지 않으므로 가정관리행동의 전체적인 맥락에서 가족구매행동을 이해하는데 한계를 지닌다.

따라서 본연구에서는 가족구매의사결정을 체계론적 접근방식의 틀에 맞추어 분석해 보고자 한다. 특히 구매의사결정에서 나타나는 부부간의 갈등관리전략에 초점을 맞추어 투입이나 산출과의 관계를 살펴 봄으로써 가족의 구매행동을 파악하고, 가정관리의 구조적인 측면과 행동적 측면을 이해하기 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 가족구매의사결정

가족구매의사결정과정이란 가족원에 의하여 이루어지는 시장제품 및 서비스의 구매와 관련된 일련의 의사결정과정을 의미한다. 이와 같은 가족의 구매의사결정과정은 조직의 구매의사결정과 유사한 특성을 지니고 있다.

조직의 의사결정은 개인적으로 또는 집단적으로 이루어지게 되는데 이때 환경적 특성이나 조직이 지닌 특성에 의해 영향을 받게 된다. 또한 조직의 의사결정은 다양한 목적을 위하여 복잡한 의사결정단계를 거치며, 그 과정에 많은 사람이 관련되어 있어 의사결정을 이루는 기준에는 많은 갈등이 내재하게 된다(양 백, 1986 : 18). 가족은 이와 같은 조직의사결정의 특성뿐만 아니라 1차적인 대면집단으로서 직접적인 접촉을 통하여 가족원 상호간에 영향을 미치게 된다는 특성을 지니고 있다.

가족을 포함한 모든 소비자는 구매와 관련하여 두 가지의 근본적인 의사결정을 내리게 된다. 첫째로는 그들이 필요로 하는 제품과 서비스의 형태에 관한 의사결정과, 둘째로 특정 상표와 구매방법에 관한 의사결정을 내려야 한다. 첫번째 의사결정은 구색결정(assortment decision)이라 하고, 두번째 의사결정은 시장관련결정(market-related decision)이라고 할 수 있다. 개인과 집단의 욕구를 충족시킬 제품과 서비스의 기본적 조합(combination)을 가리키는 말을 구색의 개념으로 볼 때, 한정된 재정적 자원을 사용하여 가능한 대안들 중에서 어디에 어떻게 배분할 것인지에 대한 의사결정을 구색결정이라 할 수 있다. 시장관련결정이란 구색전략을 실현하기 위하여 구체적인 제품과 상표를 결정하는 것으로, 이러한 결정에는 구매상품, 구매량, 구매시기, 구매장소, 구매방법에 관한 결정등이 포함된다.

소비자의 구매의사결정은 효용이론(utility

theory), 위험감소이론(risk-reduction theory), 문제해결이론(problem-solving theory)등의 이론을 기초로 하여 설명되고 있다. 효용이론은 경제적 이익을 극대화하고 경제적 지출을 극소화시키기 위하여 소비자의 의사결정이 이루어진다고 설명하고 있으며, 위험감소이론은 소비자의 의사결정이 위험을 감소시키는데 중요한 목적을 두고 있다고 설명한다. 또한 문제해결이론은 소비자를 문제해결자로 보고 그들이 문제에 대한 해결책으로서 제품이나 서비스를 구매하는 것으로 설명한다. 여기에서 문제란 현재의 상태와 바람직한 상태와의 사이에 지각된 차이를 말한다.

소비자의 구매의사결정은 이러한 이론 중에서 특히 문제해결이론에 기초를 두어 일련의 문제해결과정으로 이해할 수 있다. 문제해결과정으로서의 전형적 구매의사결정과정에는 문제인식(problem recognition), 정보탐색 및 평가(information search and evaluation), 구매결정(purchase decision), 구매후행동(postpurchase behavior)의 네 단계가 포함된다(송용섭, 1987 : 239-244).

소비자의 의사결정과정을 구체적으로 설명하기 위하여 Howard & Sheth(1969)는 투입과 산출 개념을 적용시켜 구매의사결정모델을 제안하였으며, Engel, Blackwell과 Kollat(1982)은 문제의 인식 → 탐색 → 대안의 평가 → 선택 → 결과로 이루어진 연속적인 5단계를 중심으로 구매의사결정모델을 설명하였다(박재호, 1984 : 38-63). 또한 Sheth(1974)는 가족의 특성을 고려하여 개별적인 구매의사결정모델을 가족의 구매의사결정모델로 전환시켰는데, 그의 모델에 따르면 대중매체나 진열, 구전에 의해서 획득되는 정보는 각각의 가족원에게 제공되어 각자의 지각적 편견이라는 과정을 통하여 구매동기 및 평가신념을 형성하게 된다. 이와 같은 구매동기 및 평가신념은 가족원 각자의 태도에 영향을 미치는데 이때 각각의 가족원들은 상호영향을 미치면서 구매의사결정을 하게 된다.

이러한 구매의사결정에는 성, 신념, 성격, 준거 집단, 사회계층, 라이프스타일, 역할지향성, 가족의 라이프사이클, 위험지각도, 구매의 중요성, 시

간압박 등의 요인이 영향을 미치며(김입재, 1987 : 128-33), 따라서 구매의사결정모델을 통하여 가족구매의사결정에 영향미치는 제반환경변수를 종합적으로 고려할 수 있다.

## 2. 갈등관리전략

가족의 구매의사결정과정에서는 가족원 각자가 다른 구매동기와 평가신념을 가짐으로써 선호의 불일치가 형성되고 그로 인하여 갈등이 발생하게 된다(김효신, 1986 : 90). Buss & Schaninger(1983 : 440)와 Assael(1984 : 389-91)등은 가족의 구매의사결정과정에 갈등의 해소과정을 포함시켜 설명하였다. 이와 같은 갈등은 일반적으로 체계 내에서 역기능적인 성격을 갖는 것으로 이해되기도 하지만 또 한편으로 긍정적인 기능으로 이해되기도 한다(Sprey, 1971 : 722-31). 즉 가정이 성장하는 데 있어서 갈등은 하나의 계기가 될 수 있으며, 이렇게 볼 때 가족의 구매의사결정에서 나타나는 갈등을 어떻게 관리하는가가 미래의 가정생활의 질을 결정하는 중요한 요인이 된다고 할 수 있다(갈미령, 1990 : 70). 이 외에도 갈등은 역동적 특성을 보이는데 Qualls(1988 : 442-447)는 가족구매의사결정에서 나타나는 갈등 및 갈등해소행동의 역동성을 파악하고자 자동차 구매의사결정에 대한 연구를 시행하여 의사결정의 갈등행동을 다중적인 수준의 개념으로 설명하였다.

갈등을 관리하는 전략으로서 Davis(1976 : 252)는 가족원 모두가 목표에 대하여 동의하는 일치(consensus)의 경우와 목표에 대하여 동의하지 않는 조정(accomodation)의 경우로 나누어 설명하였다. 양백(1986)은 Davis의 전략을 사용하여 각각의 전략을 보완설명하였는데 그에 따르면 가족의 갈등관리전략에는 다음과 같은 내용이 포함된다.

첫째로 가족원의 의견이 일치하는 경우의 갈등관리전략으로는 예산전략과 역할구조전략, 그리고 문제해결전략이 있다.

1) 예산(budget)전략 : 이 전략은 한 사람의 가족원에게 의사결정을 통제하도록 함으로써 예산할당의 책임을 부여하는 것을 의미하는데, 이 때

일련의 규칙이 작용하게 된다.

2) 역할구조(role structure)전략 : 이 전략은 역할위임전략이라고도 하는데 어떤 특정인에게 의사결정의 책임을 부과시키게 되는 것을 의미한다.

3) 문제해결(problem solving)전략에는 다음의 3가지 방법이 있다.

(1) 특정한 상황에 대하여 전문적인 지식을 갖고 있는 가족원으로 하여금 대안을 선택하게 하는 방법이다.

(2) 개별가족원이 의사결정을 하기보다는 가족원이 공동으로 의사결정을 하게 하는 방법이다.

(3) 복수구매(multiple purchase)를 하는 방법이다.

둘째로 가족원간의 조정을 필요로 하는 경우의 갈등관리전략으로는 설득전략과 협상전략이 있다.

1) 설득(persuasion)전략 : 이 전략은 기본적인 목적에는 가족원의 의견이 일치되지만 부차적인 특정목적에 대해서는 의견이 일치되지 않을 경우에 사용된다. 일반적으로 설득행위는 가족원간의 상호작용으로 이루어지며 다음의 5가지 방법이 있다.

(1) 무책임한 비평의 방법 ; 이는 어떠한 구매를 결정할 때 비평을 하지만 의사결정의 결과에 대해서는 책임을 회피하려 하는 방법이다.

(2) 직관의 방법 ; 이는 인간의 직관력을 사용하여 어떤 구매의사결정이 효율적으로 이루어졌다고 상대방이 느끼도록 하는 방법이다.

(3) 공동구매의 방법 ; 이는 다수의 가족원이 개입하여 의사결정의 일치를 이루게 함으로써 갈등을 해소시키려 하는 방법이다.

(4) 강제적 방법 ; 이는 강제적인 수단을 사용하여 의견차이를 보이는 가족원을 동조하도록 만드는 방법이다.

(5) 합동의 방법(coalitions) ; 이는 가족원 중 대다수의 의견에 따름으로써 갈등을 해소하고자 하는 방법이다.

2) 협상(bargaining)전략 : 가족원의 구매의사결정에 있어서 불일치가 가장 확실하게 존재하는 경우에 이 전략이 사용된다. 이는 일종의 교환(give & take)전략으로서 크게 3가지 경우로 구분될 수

있다.

(1) 한 시점에 있어서 어떤 가족원의 구매동기를 충족시키지 못하게 되면 다음번 구매에서 그의 동기를 충족시켜 주는 방법,

(2) 일단 총동구매를 한 후에 다른 가족원과 협상하는 방법,

(3) 구매의 지연방법 ; 이는 앞으로 더 나은 정보가 수집되리라고 생각되거나 상황이 호전되리라고 생각될 경우에 구매시기를 지연시키는 방법이다.

한편 Park(1982 : 152-53)는 부부간의 공동구매 의사결정에서 갈등이 생기면 그에 대한 관리전략으로서, 부부공동선호에 대한 객관적 기준의 설정(common preference levels on salient objective dimensions), 과업의 전문화(task specialization), 상호간의 선호차이를 기초로 한 허용수준의 결정(concessions) 등 3가지 단계를 제시하고 있으며, Spiro(1983 : 394)는 구매의사결정과정에서 나타나는 부부간의 불일치를 해소하기 위하여 사용하는 영향력전략을 평가하면서 전문가전략(expert influence), 합법적 전략(legitimate influence), 협상전략(bargaining), 보상전략(reward/referent influence), 정서적 전략(emotional influence), 인상전략(impression management)의 6가지 방법을 들고 있다.

또한 Nelson(1988 : 436-41)은 공동구매의사결정에서 나타나는 갈등을 해소하는 방식을 4가지 요인군으로 제시하였는데 첫째, 처벌(punishment), 위협(threats), 권위(authority) 등의 부정적 정서(negative emotion)전략, 둘째, 긍정적 정서(positive emotion)와 미묘한 조작화(subtle manipulation)전략, 셋째, 철회(withdrawl) 및 자아중심주의(egocentrism) 전략, 그리고 넷째, 설득(persuasion) 및 합리적 이유제시(reason)전략이 그것이다.

이상과 같은 내용에 따르면 가족구매에 있어서 갈등은 피할 수 없는 부분으로서 이를 어떻게 관리하는가가 가정생활의 질에 영향을 미치게 되며, 따라서 개별가정의 갈등해결방식은 중요성을 지닌다.

### 3. 선행연구

가족의 구매의사결정을 투입, 변환과정, 산출, 피이드백이라는 일련의 순환과정으로 구성된 관리체계로 볼 때, 가족구매의사결정을 다룬 지금까지의 연구는 크게 세 가지 유형으로 분류될 수 있다.

첫째, 구매의사결정시 산출로 나타나는 가족원의 역할구조를 알아보기 위한 연구로서 이러한 연구에는 제품의 종류, 의사결정과정의 단계, 응답대상이 되는 가족원등에 대한 연구가 포함된다. Davis(1970)는 자동차와 가구 두 제품을 구매할 때 나타나는 부부의 상대적 영향력 정도와 부부간 응답의 일치도를 측정하였으며, 그의 후속연구(1971)에서는 구매의사결정에 있어서 부부의 영향력을 측정하는 방식과 응답대상에 관한 연구를 통하여 다속성-다방법론적 접근방식(multitrait-multimethod approach)을 제안하고 있다. 또한 Davis와 Rigaux(1974)는 25개 제품에 대하여 의사결정단계에 따른 부부영향력과 부부간 응답의 일치도를 측정하였으며, Munsinger, Weber와 Hansen(1975)은 주택의 구매의사결정에서 나타나는 부부간 주도성(dominance)과 부부간 응답의 일치도를 측정하였다. 한편, Corfman(1989)은 가족구매의사결정에서의 부부간의 상대적 영향력 측정방식에 관한 연구에서 새로운 측정방식을 제안하고, 그 측정방식을 사용했을 때의 정확성에 관하여 예측하고 있다. 또한 Foster와 Olshavsky(1989)는 가족의 역할구조에 관한 새로운 분류방식을 사용하여 가족의 의사결정에 대하여 실험적인 연구를 실시하였다. 여기서는 다수의 개인으로 이루어진 소비자 단위에서 일어나는 역할구조를 병렬형(parallel), 위계형(hierarchical), 고리형(ring), 별A형(star form A), 별B형(star form B)으로 분류한다. 이에 따르면 하나의 의사결정에 둘 이상의 가족원이 동시에 참여하거나 또는 독립적으로 참여하게 되는 역할구조를 병렬형으로 보고 있으며, 가족원의 의사결정능력정도에 따라 능력이 많은 순서로 의사결정에 참여하는 것을 위계형으로, 가족원 모두의 의사결정능력이 비슷하다고 보아 가

족원 누구나 똑같은 정도로 의사결정에 참여하는 것을 고리형으로 분류한다. 또한 의사결정에 있어서 조정의 역할을 부여하는 것을 별형으로 보는데, 이때 조정자를 통해서 간접적으로만 의사결정이 이루어지는 것은 A형으로 보며 조정자를 통하지 않고 직접적으로도 이루어질 수 있는 의사결정은 B형으로 분류한다.

둘째, 가족특성이나 개인적 특성이 가족구매의사결정시의 역할구조에 어떠한 영향을 미치는가에 관한 연구로서 이는 투입과 산출 간의 관계를 알아보기 위한 것으로 볼 수 있다. Faliatrault와 Richie(1970)는 가구의 구매의사결정에서 나타나는 의사결정단위(즉 가족구성)에 따른 영향력구조를 역할주도성과 부부간 응답의 일치성이라는 두 가지 측면에서 연구하였으며, 이와 같은 역할구조의 차이가 실제로 의사결정단위의 차이에서 기인된 것인가를 알아보기 위하여 사회경제적 요인과 자녀유무를 독립변수로 하고 영향력구조를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 또한 박명희(1981)는 칼라텔레비전의 구매행동에 관한 연구에서 각각의 의사결정과정단계에서의 역할담당자와 역할담당자에 영향미치는 사회경제적변수를 조사하고, 김찬곤(1984)은 구매의사결정과정의 영향변수를 알아보기 위하여 소비자행동모델을 기초로 하여 사회문화적, 심리적 및 제품, 상표평가요인 등 제반요인의 영향력을 조사하였다. Corfman과 Lehmann(1987)는 갈등상황에서 이루어지는 집단 의사결정과정을 설명하기 위한 개념적 틀을 개발하여 이를 가족구매의사결정에 실험적으로 사용하였는데, 이 모델에는 권력과 관련된 자원(power-related resources; 갈등회피 및 조정, 시간 절약, 관계유지 등)과 권력사용과 관련된 목표(power use-related goals; 전문지식, 교육 등)가 상대적 영향력의 결정변수로서 포함되었다. 또한 Qualls(1987)은 부부의 성역할 성향이 가족구매 의사결정에 미치는 영향력을 살펴 보았고, Ratchford와 Vaughn(1989)는 구매의사결정과 동기와의 관련성을 연구하였으며, Mano와 Louis(1990)은 정서적 상태와 의사결정의 관계를 살펴보았다.

셋째, 가족구매의사결정과정의 지나는 특성을

알아보기 위한 것으로서 변환과정에 관한 연구가 이에 포함된다. Park(1982)는 주택구매시의 부부 공동의사결정을 연구하면서 의사결정에서 나타나는 갈등의 회피방안에 초점을 맞추고 있으며, Spiro(1983)는 주요내구재 구매시의 부부공동의사결정에서 사용되는 영향력전략을 평가하였다.

의사결정이 역동적 특성을 갖고 있는 과정체계(process system)라는 점을 고려할 때, 셋째 유형에 해당되는 변환과정에 대한 연구는 중요한 의미를 갖는다(윤숙현·문숙재, 1986). 특히 갈등의 관리 문제는 가족의 의사결정에 있어서 중요한 연구주제가 된다. 그러나 지금까지의 연구는 가족의 구매시 나타나는 역할구조를 지나치게 강조함으로써 구매의사결정이 실제로 어떻게 이루어지는가에 대하여 간과하여 왔다(Moore-Shay등, 1988 : 456).

이상의 연구결과를 기초로 가족구매의사결정의 변환과정이나 산출과의 관계를 파악하기 위하여 응답자의 기본적인 환경특성을 이루는 성, 주부 연령, 소득(Spiro, 1983 ; 정인호, 1985)과 제품의 종류를 투입요소로서 고려할 수 있다.

#### 4. 연구문제

본연구에서 설정한 연구문제와 연구모형은 다음과 같다.

연구문제) 체계론적 틀에서 가족구매의사결정의 투입변수인 제품의 종류, 기본적 환경특성, 갈등정도과 변환과정변수인 갈등관리전략, 그리고 산출변수인 구매관리만족도 간에는 어떠한 관계가 있는가를 살펴 본다.

연구문제 I : 제품의 종류 및 기본적 환경특성에 따라 가족구매의사결정에서 나타난 부부간의 갈등정도는 차이가 있을 것인가?

연구문제 II : 제품의 종류 및 기본적 환경특성에 따라 갈등관리전략은 차이가 있을 것인가?

연구문제 III : 갈등정도에 따라 갈등관리전략은 차이가 있을 것인가?

연구문제 IV : 갈등관리전략의 사용 정도에 따라 구매관리만족도는 차이가 있을 것인가?

연구문제 V : 기본적 환경특성 및 갈등정도에 따라 구매관리만족도는 차이가 있을 것인가?

본연구에서 사용된 변수는 다음과 같이 정의한

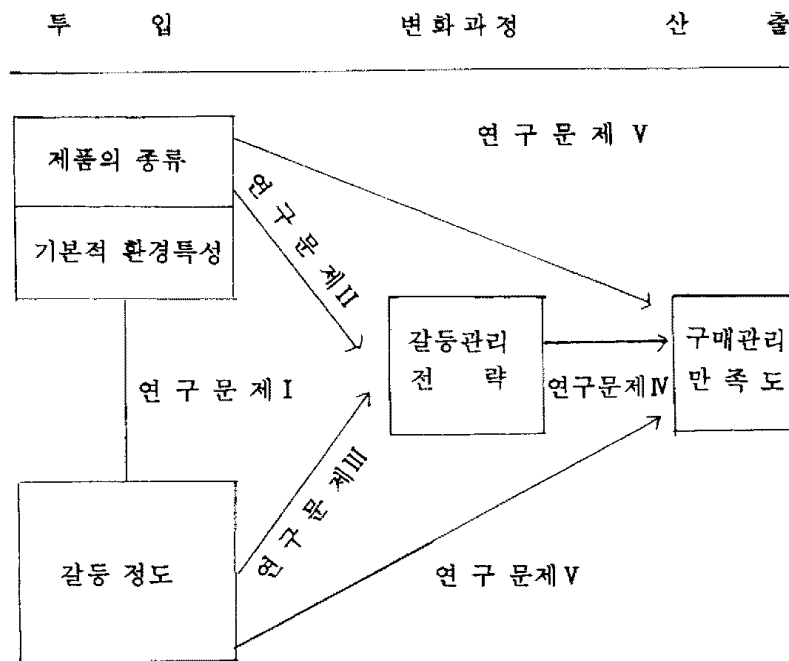


그림 1. 연구모형.

다

1) 구매관리만족도-구매관리와 관련된 사항에 대하여 어느 정도 만족하고 있는가를 의미하는 것으로서 구매목표, 가정의 재정상태, 최근의 구매제품, 구매시 사용한 갈등관리전략 등에 관한 만족도를 포함한다.

2) 갈등관리전략-가족구매의사결정에서 인지되는 부부간의 의견불일치를 해소하기 위하여 주로 사용하는 전략이 무엇이며 이를 어느 정도 사용하는가를 의미하는 것으로서, 전략의 종류로는 Davis(1976)가 제시한 역할구조전략, 예산전략, 문제해결전략, 설득전략, 협상전략을 포함한다.

3) 갈등정도-제품의 구매시 각각의 의사결정에서 부부간의 의견불일치를 어느 정도 인지하는가를 의미한다.

4) 기본적인 환경특성 및 제품의 종류-조사대상자의 일반적 특성 중에서 성, 주부의 연령, 가족의 소득을 기본적인 환경특성으로 보았다. 제품의 종류에는 Davis와 Rigaux(1974)의 분류에 따른 공동형, 부인주도형, 남편주도형의 제품으로서 내구재와 편의품이 포함된 식료품, 주택, 보험, 가구의 4가지가 해당된다.

### III. 연구방법

#### 1. 조사대상

조사대상은 서울시에 거주하는 기혼남녀로 한정하였다. 예비조사는 1991년 7월 23일부터 7월 26일까지 40명의 기혼남녀를 대상으로 실시하였고, 본조사는 7월 29일부터 8월 6일까지 230명을 대상으로 실시하였으며 216명에 대한 자료를 분석에 사용하였다.

자료의 수집은 설문지를 배부하여 응답자 스스로 작성하게 하는 방법과 가정을 방문하여 면접하는 방법을 사용하였다.

#### 2. 조사도구

조사도구는 설문지로서 응답자의 일반적 특성을 조사하기 위한 7개의 문항과 식료품, 주택, 보험, 가구의 구매의사결정시 주담당자를 측정하기 위한

4개 문항, 부부간의 갈등정도 측정을 위한 18개 문항, 갈등관리전략측정을 위한 8개 문항, 구매관리만족도 측정을 위한 4개 문항으로 구성되어있다.

갈등정도척도와 갈등관리전략척도는 정인호(1985)의 연구를 기초로 하였다. 갈등정도척도는 4개 제품 각각에 대하여 4개 내지 5개의 하위항목을 5점척도로 측정하였고 하위점수들의 평균을 구한 후 합산하여 점수화하였다. 갈등관리전략척도는 각각의 제품에 대하여 갈등해결에 주로 사용하는 방법을 표시하게 하고, 그 방법의 사용정도에 대하여 3점척도로 측정한 후 각각의 점수를 합산하여 점수화하였다. 구매관리만족도척도는 제품의 구매목표, 가정의 재정상태, 가정에서 최근에 구매한 제품, 최근의 제품구매시 갈등관리전략에 관한 만족도를 각각의 항목에 대한 5점척도로 측정하였으며 각각의 점수를 합산하여 점수화하였다.

각 척도에 대한 신뢰도계수는 갈등정도척도는  $\alpha=0.7480$ , 갈등관리전략척도는  $\alpha=0.7513$ , 구매관리만족도척도는  $\alpha=0.7535$ 였으며, 타당도를 높이기 위하여 가정관리학 전공자들의 의견을 참고로 하였다.

#### 3. 자료의 처리

수집된 자료 중 216부가 SAS/PC Program으로 처리되었다. 조사대상자의 일반적 특성과 연구문제를 분석하기 위하여 빈도와 백분율, 평균, t-test, 분산분석 및 Duncan's Multiple Range Test를 실시하였다.

### IV. 결과 및 해석

#### 1. 조사대상자의 일반적 특성

응답자의 성별은 전체집단의 49.1%가 남성이고 50.9%가 여성으로 나타났다. 응답자 가정의 주부 연령은 20대, 30대, 40대, 50대, 60대가 각각 전체집단의 19.2%, 32.0%, 28.1%, 18.4%, 2.3%였으며, 고등학교 이하의 교육을 받은 주부는 전체집단의 34.1%였다. 또한 전체주부의 37.1%가 취업하고 있는 것으로 나타났다. 조사대상가구의 63.

표 1. 조사대상자의 일반적 특성

N=216

| 변수   | 집단    | %    | 명 <sup>+</sup> | 변수       | 집단          | %        | 명 <sup>+</sup> |
|------|-------|------|----------------|----------|-------------|----------|----------------|
| 성별   | 남     | 49.1 | 106            | 결혼       | 10년이하       | 35.8     | 77             |
|      | 녀     | 50.9 | 110            |          | 지속년수        | 11-20년이하 | 27.0           |
| 주부연령 | 20대   | 19.2 | 41             |          |             | 21-40년이하 | 34.4           |
|      | 30대   | 32.0 | 68             | 41년이상    |             | 2.8      | 6              |
|      | 40대   | 28.1 | 60             | 가장직업     | 대기업주, 자본가   |          |                |
|      | 50대   | 18.4 | 39             |          | 정부최고위관리     | 4.7      | 10             |
|      | 60대   | 2.3  | 5              |          | 전문직, 관리직    | 55.7     | 118            |
| 주부학력 | 고교이하  | 34.1 | 73             | 사무직, 기술직 | 24.1        | 51       |                |
|      | 전문대이상 | 65.9 | 140            | 기타       | 13.2        | 15       |                |
| 주부취업 | 취업    | 37.1 | 79             | 무직       | 2.3         | 5        |                |
|      | 비취업   | 62.9 | 131            | 월 평균 소득  | 100만원이하     | 23.0     | 49             |
| 가족수  | 4인이하  | 63.9 | 138            |          | 110-200만원이하 | 48.8     | 104            |
|      | 5인이상  | 36.1 | 78             | 210만원이상  | 22.2        | 60       |                |

\* 각 항목의 빈도차이는 결측값(missing data)에 의한 것임.

9%는 4인 이하의 가족으로 구성되어 있으며, 결혼지속년수는 10년 이하가 전체집단의 35.8%, 11년부터 20년 이하가 27.0%, 21년부터 40년 이하가 34.4%, 그리고 41년 이상의 가구는 2.8%로 나타났다. 가장의 직업은 대기업주나 자본가, 정부의 최고위관리가 전체집단의 4.7%이며 전문직, 관리직, 사무직, 기술직 종사자가 전체집단의 79.8%였고, 응답자가구의 월평균소득은 173만원이었다(표 1).

이상과 같은 특성을 볼 때 본 연구의 조사대상자는 사회경제적 지위가 비교적 높은 층에 치우친 경향이 있으며, 이와 같은 사실은 본 연구의 제한점이 된다.

## 2. 연구문제의 분석

〈연구문제 I의 검증: 제품의 종류 및 기본적인 환경특성에 따른 갈등정도의 차이〉

연구문제의 분석에 앞서 제품의 종류에 따른 가족의 역할구조를 파악하기 위하여 각각의 제품 구매시 구매에 관하여 주로 결정하는 가족원의 분포를 알아보았다. 식료품의 경우 전체응답자의 95.8%가 부인주도형의 역할구조를 보였으며, 주택이나 보험, 가구에는 전체응답자의 81.5%, 60.6%, 52.3%가 부부공동형에 응답함으로써 공동형 역할구조를 보였다. 또한 주택은 부부공동형 다

음으로 많은(13.9%) 응답자가 남편주도형에 응답한 데 비하여 보험이나 가구는 각각 전체응답자의 19.0%, 44.0%가 부인주도형에 응답하였다. 이러한 결과는 양백(1986)의 연구결과와 일치하는 것으로서 편의품의 구매에서는 부인주도형이 높게 나타나고 고가품이나 내구재의 구매에서는 부부공동형이 높게 나타나는 것으로 해석할 수 있다. Davis와 Rigaux(1974)에 따르면 보험이 남편주도형으로 분류되고 있으나 본연구에서는 보험이 남편주도성에 비하여 부인주도성이 높은 제품으로 나타났는데 이는 문화적 배경의 차이로서 설명될 수 있을 것이다.

연구문제 I의 검증을 위하여 실시한 제품의 종류에 따른 갈등정도점수의 평균간의 t-test 결과는 표 2와 같다.

갈등정도점수의 평균은 식료품과 주택, 보험, 가구 들의 조합간에  $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보이며, 평균점수는 각각 1.45점, 1.96점, 2.03점, 2.02점으로 나타나 가장 낮은 갈등의 정도인 1점으로부터 가장 높은 갈등의 정도를 보여주는 5점까지 가능한 점수의 범위를 고려할 때 전체적으로 낮은 점수인 것으로 이해할 수 있다. 또한 역할의 전문화가 뚜렷하게 이루어지고 있는 식료품의 경우, 가장 낮은 갈등정도를 보이는 것으로 설명된다. 이러한 결과는 양백(1986)의 연구결과



표 2. 제품의 종류에 따른 갈등정도의 차이

N=216

| 제품종류                  | 갈등정도 | 평균                           | 제품조합 <sup>+</sup> | 표준편차 | t-value  |
|-----------------------|------|------------------------------|-------------------|------|----------|
| 식료품<br>주택<br>보험<br>가구 |      | 1.45<br>1.96<br>2.03<br>2.02 | 식료품-주택            | 0.05 | 9.75***  |
|                       |      |                              | 식료품-보험            | 0.06 | 9.46***  |
|                       |      |                              | 식료품-가구            | 0.06 | 10.11*** |
|                       |      |                              | 주택-보험             | 0.06 | 0.96     |
|                       |      |                              | 주택-가구             | 0.06 | 0.97     |
|                       |      |                              | 보험-가구             | 0.06 | -0.12    |

\*\*\*p<.001

<sup>+</sup> 조사대상이 된 전체 제품 중에서 가능한 두 제품 간의 조합

표 3. 제품의 종류에 따른 주(主)갈등관리전략의 분포

N=216

| 제품종류 | 갈등관리전략 | 역할구조 전략 | 문제해결 전략 | 예산 전략 | 협상 전략 | 설득 전략 | 합 계(%) |
|------|--------|---------|---------|-------|-------|-------|--------|
| 식료품  | 88.9   | 3.1     | 5.6     | 1.9   | 0.5   | 100.0 |        |
| 주택   | 25.0   | 47.7    | 19.0    | 1.4   | 6.9   | 100.0 |        |
| 보험   | 58.8   | 16.2    | 13.9    | 5.1   | 6.0   | 100.0 |        |
| 가구   | 46.8   | 19.0    | 21.8    | 6.8   | 5.6   | 100.0 |        |

와 일치한다.

한편 성에 따른 갈등정도점수의 평균간 차이에 대한 t-test와, 주부연령, 소득을 독립변수로 하고 갈등정도를 종속변수로 하여 실시한 분산분석의 결과 이들간에는 유의한 수준의 어떠한 차이도 보이지 않았다.

<연구문제 II의 검증: 제품의 종류 및 기본적인 환경특성에 따른 갈등관리전략의 차이>

제품의 종류에 따라 주로 사용하는 갈등관리전략에 대한 분포는 표 3과 같다.

부부공동형역할구조를 가장 뚜렷하게 보인 주택의 경우 가족전체가 의논하여 결정하는 문제해

결전략에 전체응답자의 47.7%가 표시함으로써 가장 많이 사용하는 것으로 나타났으며, 식료품, 보험, 가구의 구매시에는 역할구조전략을 주로 사용하는 비율이 높게 나타났다. 특히 역할의 전문화가 이루어진 식료품의 경우 전체응답자의 88.9%가 의사결정의 책임을 특정인에게 부과하는 역할구조전략을 사용하는 것으로 나타났다.

제품의 종류에 따른 갈등관리전략 사용정도점수간의 t-test결과는 표 4와 같다.

갈등관리전략 사용정도점수의 평균은 식료품, 주택, 보험, 가구들의 조합간에 대부분 통계적으로 유의한 수준의 차이를 보였다. 다만 역할구조에

표 4. 제품의 종류에 따른 갈등관리전략 사용정도의 차이

N=216

| 제품종류                  | 사용정도 | 평균                           | 제품조합 <sup>+</sup> | 표준편차 | t-value |
|-----------------------|------|------------------------------|-------------------|------|---------|
| 식료품<br>주택<br>보험<br>가구 |      | 1.45<br>1.73<br>1.83<br>1.85 | 식료품-주택            | 0.05 | 5.34*** |
|                       |      |                              | 식료품-보험            | 0.05 | 7.27*** |
|                       |      |                              | 식료품-가구            | 0.05 | 7.50*** |
|                       |      |                              | 주택-보험             | 0.05 | 7.27*** |
|                       |      |                              | 주택-가구             | 0.05 | 2.30*   |
|                       |      |                              | 보험-가구             | 0.05 | 0.45    |

\*P<.05, \*\*\*P<.001

<sup>+</sup> 조사대상이 된 전체 제품 중에서 가능한 두 제품 간의 조합

표 5. 갈등정도에 따른 갈등관리전략 사용정도의 차이

| 갈등정도       | N  | 평균   | F     | Grouping <sup>◎</sup> |
|------------|----|------|-------|-----------------------|
| 下(6점 미만)   | 69 | 9.68 | 6.70* | A                     |
| 中(6-9점 미만) | 95 | 9.10 |       | A B                   |
| 上(9점 이상)   | 51 | 8.49 |       | B                     |

\*p<.05

◎Duncan's Multiple Range Test에 의한 집단화로서 같은 문자로 표시된 평균은 통계적으로 유의한 차이가 없음

있어서 똑같이 공동형과 부인주도형의 순서로 나타난 보험과 가구간의 조합에서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 평균점수는 각각 1.45점, 1.73점, 1.83점, 1.85점으로 나타나서 가능한 점수범위가 1점에서 3점까지인 것을 고려할 때 중간정도나 다소 높은 정도의 갈등관리전략을 사용한다고 할 수 있으며, 역할이 전문화된 식료품의 구매시에 갈등관리전략을 가장 적게 사용하는 것으로 해석할 수 있다.

한편 성에 따른 갈등관리전략 사용점수의 평균 간 차이에 대한 t-test와, 주부연령, 소득을 독립변수로 하고 갈등관리전략 사용점수를 종속변수로 하여 실시한 분산분석의 결과에 따르면 갈등관리전략 사용정도점수는 성이나 주부연령, 소득에 따라 유의한 수준의 차이를 보이지 않았다.

〈연구문제 III의 검증 : 갈등정도에 따른 갈등관리전략의 차이〉

갈등정도를 독립변수로 하고 갈등관리전략의 사용정도를 종속변수로 하여 실시한 분산분석과 Duncan's Multiple Range Test의 결과는 표 5와 같다.

갈등관리전략의 사용정도는 갈등정도에 따라 p<.05의 수준에서 유의한 차이를 보였다. 추후검증을 통하여 갈등의 정도가 높은 집단일수록 갈등관리전략의 사용정도가 낮게 나타나는 것을 알 수 있다.

〈연구문제 IV의 검증 : 갈등관리전략의 사용정도에 따른 구매관리만족도의 차이〉

갈등관리전략의 사용정도를 독립변수로 하고 구매관리만족도를 종속변수로 하여 실시한 분산분석과 Duncan's Multiple Range Test의 결과는

표 6과 같다.

구매관리만족도는 갈등관리전략의 사용정도에 따라 p<.05수준에서 유의한 차이를 보였다. 추후검증을 통하여 갈등관리전략의 사용정도가 中 이상의 집단에서 사용정도가 下인 집단보다 구매관리만족도가 높게 나타났음을 알 수 있다.

〈연구문제 V의 검증 : 기본적인 환경특성 및 갈등정도에 따른 구매관리만족도의 차이〉

구매관리만족도는 4개문항 모두 “불만족한다”에 응답한 경우 4점, “매우 만족한다”에 응답한 경우 20점을 준 점수의 범위를 고려할 때 평균 12.28점으로서 중간정도의 경향을 보였다. 내용별로 볼 때 구매에 관련된 목표, 재정상태, 구매한 제품, 갈등해결방법에 대한 만족도는 각각 2.94점, 2.70점, 3.29점, 3.33점의 평균점수를 보이는데 이때 점수의 범위는 1점에서 5점까지로서 중간점의 내외로 분포하는 것을 알 수 있다.

성에 따른 구매관리만족도점수의 평균간 차이에 대한 t-test의 결과는 표 7과 같으며, 주부연령, 소득 및 갈등정도를 독립변수로 하고 구매관리만족도를 종속변수로 하여 실시한 분산분석과 Duncan's Multiple Range Test의 결과는 표 8과 같다.

구매관리만족도점수의 평균은 성이나 소득에 따라서는 p<.05수준에서 유의한 차이를 보이며, 갈등정도에 따라서는 p<.01수준에서 유의한 차이를 보인다. 추후검증을 통하여 남성이 여성보다

표 6. 갈등관리전략사용정도에 따른 구매관리만족도의 차이

| 사용정도       | N  | 평균    | F     | Grouping <sup>◎</sup> |
|------------|----|-------|-------|-----------------------|
| 下(9점 미만)   | 95 | 11.78 | 5.03* | B                     |
| 中(9-11점미만) | 63 | 12.62 |       | A                     |
| 上(11점 이상)  | 54 | 12.76 |       | A                     |

\*p<.05

◎Duncan's Multiple Range Test에 의한 집단화로서 같은 문자로 표시된 평균은 통계적으로 유의한 차이가 없음

표 7. 성에 따른 구매관리만족도의 차이

| 성 | N   | 평균    | t-value |
|---|-----|-------|---------|
| 남 | 106 | 12.60 | 2.27*   |
| 녀 | 107 | 11.95 |         |

\*p<.05

표 8. 주부연령, 소득 및 갈등정도에 따른 구매관리만족도의 차이

| 주부연령, 소득, 갈등정도 |              | N  | 평균    | F      | Grouping <sup>◎</sup> |
|----------------|--------------|----|-------|--------|-----------------------|
| 주부연령           | 35세 미만       | 67 | 12.42 | 0.33   | A                     |
|                | 35-44세       | 66 | 12.30 |        | A                     |
|                | 45세 이상       | 80 | 12.14 |        | A                     |
| 소득             | 140만원 미만     | 75 | 11.77 | 3.44*  | B                     |
|                | 140-210만원 미만 | 79 | 12.48 |        | A                     |
|                | 210만원 이상     | 59 | 12.64 |        | A                     |
| 갈등정도           | 下(6점 미만)     | 68 | 12.72 | 8.62** | A                     |
|                | 中(6-9점 미만)   | 94 | 12.51 |        | A B                   |
|                | 上(9점 이상)     | 51 | 11.26 |        | B                     |

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

◎Duncan's Multiple Range Test에 의한 집단화로서 같은 문자로 표시된 평균은 통계적으로 유의한 차이가 없음

더 높은 만족을 느끼며, 소득이 높고 갈등정도가 낮게 나타난 집단일수록 더 높은 만족을 느끼는 것을 알 수 있다.

#### IV. 요약 및 결론

본연구는 가족구매의사결정시 갈등관리전략을 체계론적 틀에서 파악하여 가족소비자행동을 이해하는데 목적을 둔다.

가정의 구매관리하위체계에서 투입을 이루는 제품의 종류 및 기본적 환경특성과 갈등정도에 따른 변환과 산출의 차이 즉, 갈등관리전략의 차이나 구매관리만족도의 차이를 규명하기 위하여 t-test와 분산분석을 실시하였다. 이를 통하여 얻은 결과는 다음과 같다.

첫째, 가족구매의사결정시 부부간의 갈등정도는 부부공동형구매가 많이 이루어지는 내구재의 경우가 역할전문화가 많이 이루어지는 편의품보다 더 높게 나타났다. 이때 사용하는 갈등관리전략을 보면 가장 높은 부부공동형제품으로 응답된 주택에 있어서 문제해결전략이 가장 많이 사용되었으며 그외의 식료품, 보험, 가구에 있어서는 역할구조전략이 가장 많이 사용되었다. 또한 공동구매의 경우 전략의 사용정도가 높게 나타났는데, 이와는 다른 차원에서 갈등정도가 높은 집단일수록 현재 사용되는 해결전략은 그 정도가 낮은 것으로 나타났다.

둘째, 갈등관리전략사용정도가 높은 집단일수록 구매관리만족도는 높게 나타났으며, 이는 갈등정도가 낮은 집단에서 높은 만족도를 보이는 것과 함께 해석될 수 있다. 또한 구매관리만족도는 여성보다 남성이 더 높은 것으로 나타났으며, 소득이 높은 집단이 소득이 낮은 집단보다 더 높게 나타났다.

이상과 같은 결과를 종합해 볼 때 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다. 가족의 구매의사결정시 갈등관리전략은 제품자체의 특성이나 갈등의 정도에 따라 다르게 나타나며, 이들 요소들은 다시 구매관리만족도에 영향을 미치게 된다. 따라서 구매시 갈등관리행동은 투입과 변환과정자체의 특성, 그리고 산출 간의 관계 속에서 이해될 수 있으며, 이와 같이 체계론적인 관점에서 갈등관리행동을 분석하는 것은 가족구매행동의 구조적이고 행동적인 측면을 하나의 전체로서 파악할 수 있게 해준다. 또한 구매시 부부간 갈등이 높게 나타난 제품이 낮은 만족도를 보인다는 사실을 감안할 때 구매를 통한 만족도를 극대화하기 위해서는 갈등이 높게 나타난 부부공동형제품의 갈등관리전략에 초점을 맞춘 소비자교육이 우선적으로 이루어져야 하겠으며, 조사된 대부분의 제품에서 남편에 비하여 부인주도성이 더 높았다는 사실을 감안할 때 가족의 합리적인 구매행동을 위하여 주부를 대상으로 한 프로그램의 개발이 필요하다고 하겠다.

본연구는 대상이 일부층에 편포되어 있고 부부

이외 다른 사람의 의사결정이 다루어지지 않았으며, 구매행동을 둘러싼 가정의 제반 환경조건, 투입요소의 영향력을 충분히 고려하지 못하였고 나아가서 투입과 산출 간의 관계를 통한 관리행동의 평가문제를 포함시키지 못하였다는 제한점을 갖는다. 후속연구를 통하여 이러한 문제가 보완되면 개별가족의 특성에 따라 구매행동을 파악하고 구매관리를 효율적으로 할 수 있는 방향을 제시해 줄 수 있을 것이다.

### 참고문헌

- 1) 김미령(1990). 부부의 공동의사결정시 내재된 갈등과 갈등관리형태에 관한 연구. 이화여대 석사학위논문.
- 2) 김입제(1987). 소비자 행동론. 서울 : 도서출판 나남.
- 3) 김찬곤(1984). 소비자 구매의사결정과정의 영향 요인 연구-대구직할시 영양제 구매자를 대상으로-. 계명대 석사학위논문.
- 4) 김효신(1986). 부부구매의사결정과 그에 관련된 변인에 관한 연구-몰입 및 감정이입을 중심으로-. 한국가정관리학회지 4(2), 89-101.
- 5) 박명희(1981). 도시가구의 구매행동에 관한 연구-서울시가구의 Color T.V. 구매행동과정을 중심으로-. 한성대학 논문집, 153-187.
- 6) 박재호(1984). 소비자 행동연구. 서울 : 탐구당.
- 7) 박해선·김기욱(1988). 인간생태학적 접근방식에 의한 소비자 행동연구-주택정보탐색을 중심으로-. 한국가정관리학회지 6(1), 95-116.
- 8) 송용섭(1987). 소비자 행동-마케팅에의 응용-. 서울 : 법문사.
- 9) 양 백(1986). 가족집단의 소비자 행동에 관한 연구. 중앙대 석사학위 논문.
- 10) 윤숙현·문숙재(1986). 가정관리의 체계론적 접근을 위한 시도-구매의사결정과 부부역할구조를 중심으로-. 한국가정관리학회지 4(2), 9-24.
- 11) 정인호(1986). 가족구매결정에서의 갈등과 기업의 촉진방안. 경북대학교 석사학위논문.
- 12) Assael, H.(1984). Consumer behavior and marketing action(2nd ed.). Boston : Kent Publishing Company.
- 13) Belch, G.E. & Belch, M.A. & Sciglimpageia, D. (1980). Conflict in family decision making : An exploratory investigation. *Advances in Consumer Research*(Vol. 7), 475-479.
- 14) Buss, W.C. & Schaninger, C.M.(1983). The influence of sex roles on family decision process and outcome. *Advances in Consumer Research*(Vol. 10), 439-444.
- 15) Corfman, K.M.(1989). Measures of relative in couples : A typology and predictions for accuracy. *Advances in Consumer Research*(Vol. 16), 659-664.
- 16) Davis, H.L.(1970). Dimensions of marital roles in consumer decision making. *Journal of Marketing Research*(Vol. 7), 168-177.
- 17) Davis, H.L.(1971). Measurement of husband-wife influence consumer purchase decisions. *Journal of Marketing Research*(Vol. 8), 305-312.
- 18) Davis, H.L.(1976). Decision making within the household. *Journal of Consumer Research*(Vol. 2), 241-260.
- 19) Davis, H.L. & Rigaux, B.P.(1974). Perception of marital roles in decision processes. *Journal of Consumer Research*(Vol. 1), 51-62.
- 20) Deacon, R.E. & Firebaugh, F.M.(1975). Family resource management-principles & applications-. Boston : Allyn and Bacon, Inc., 18-23.
- 21) Foster, I.R. & Olshavsky, R.W.(1989). An exploratory study of family decision making using a new taxonomy of family role structure. *Advances in Consumer Research*(Vol. 16), 665-670.
- 22) Filiatrault, P. & Brent Richie, J.R.(1980). Joint purchasing decisions : A comparison of influence structure in family & couple decision-making units. *Journal of Consumer Research*(Vol. 7), 131-140.
- 23) Moore-Shay, E.S. & Wilkie, W.L.(1988). Recent developments in research on family decisions. *Advances in Consumer Research*(Vol. 15), 454-460.
- 24) Munsinger, G.M. & Weber, J.E. & Hansen, R.W. (1975). Joint home purchasing decisions by husbands and wives. *Journal of Consumer Research* (Vol. 1), 60-66.
- 25) Nelson, M.C.(1988). The resolution of conflict in joint purchase decisions by husbands and wives : A review and empirical test. *Advances in*

- Consumer Research*(Vol. 15), 436-441.
- 26) Park, C.W.(1982). Joint decisions in home purchasing : A muddling through process. *Journal of Consumer Research*(Vol. 9), 151-161.
- 27) Qualls, W.J.(1987). Household decision behavior : The impact of husbands' and wives' sex role orientation. *Journal of Consumer Research*(Vol. 14), 264-279.
- 28) Qualls, W.J.(1988). Toward understanding the dynamics of household decision conflict behavior. *Advances in Consumer Research*(Vol. 15), 442-448.
- 29) Ratchford, B.T. & Vaughn, R.(1989). On the relationship between motives and purchase decisions : Some empirical approaches. *Advances in Consumer Research*(Vol. 16), 293-299.
- 30) Spiro, R.L.(1983). Persuasion in family decision making. *Journal of Consumer Research*(Vol. 9), 393-402.

