

의복구매시 소비자가 지각하는 위험에 관한 연구(I)

— 위험의 유형분류, 소비자 인구변인과의 관련을 중심으로 —

김 찬 주

인천대학교 의생활학과

Risk Perceived by Consumers in Apparel Buying Situation (I) — Risk Types and Their Relationships with Consumers' Demographic Variables —

Chanju Kim

Dept. of Clothing and Textiles, Incheon University, Incheon, Korea

(1991. 8. 13 접수)

Abstract

This paper examined the risks perceived by consumers in apparel buying situation by 1) measuring the contents and perception level of risk, 2) categorizing each risk into meaningful factors (risk types), 3) analyzing the relationships between risk types and consumers' demographic variables. 224 respondents deliberately selected to include each level of 5 demographic variables were contacted with 37-item questionnaire. Factor analysis showed that 32-item perceived risk could be categorized into 6 risk types: psychological, social, economic, time/convenience loss, fashionability loss, performance risk. Psychological risk were perceived highest in terms of perception level while social and performance risk showed relatively low perception level. 4 of 5 demographic variables including sex, education level, income, occupation showed partial relationship with each risk type after ANOVA and Duncan test. Sex had the greatest influence on risk perception level and each age level (20's, 30's, 40's) showed different risk structure.

I. 서 론

소비자행동에 있어 가장 본질적이고도 중요한 문제는 '선택'이다. 소비자들은 하나의 제품을 구매하는데 있어 점포선택, 스타일, 색상선택등 여러 단계의 선택을 해야 하는 상황에 처하게 된다. 선택의 결과는 미래에나 알 수 있기 때문에 소비자는 선택상황에서 선택의 결과에 대해 일종의 불안 또는 불확실함을 느끼게 되고 이는 위험인식(risk)으로 발전되며 이러한 위험의식을 줄이기

위해 나름대로 여러 방안을 강구하게 된다, 이와같은 내용을 골자로 하는 '지각된 위험(perceived risk)'의 개념이 1960년 Bauer¹⁾에 의해 처음 제안된 이래 소비자행동을 연구하는 많은 학자들은 위험지각현상과 소비자행동의 여러 다른 변인들과의 관련을 조사한 결과 위험지각이론이 소비자심리 및 행동을 설명해줄 수 있는 하나의 접근방법이 될 수 있다고 발표해왔다. 소비자행동의 여러 변인들을 종합적인 하나의 모델로 설명한 Engel, Kollat, Blackwell²⁾에 의하면 소비자가 특정상품이나 상표, 또는 점포의 선택과 관련하여 갖게되는 일련의 의

사결정과정, 즉 문제인식 → 탐색 → 대안의 평가 → 선택 → 결과의 과정에서, 소비자가 지각하는 위험이 탐색, 대안의 평가, 선택행위에 주요한 영향요인으로 작용하는 것으로 설명하고 있다.

위험지각현상을 주제로 한 기존의 많은 연구들을 살펴본 결과 몇가지 제한점이 발견되었다. 첫째, 의복을 주된 연구대상으로 하여 시행된 연구가 그다지 많지 않다. 의복은 전형적인 고관여상품으로 제품의 가격이 비교적 높고, 자신에 대한 상징성이 크며 유행성이 강하여 소비자는 의복구매시 시간과 노력을 많이 투자하며 구매결과에 대한 위험지각도 높을 것으로 판단된다. 둘째, 연구의 대부분이 위험지각현상을 소비자의 특정심리나 구매행동과의 단일차원적인 관련으로 설명하였다. 소비자들이 지각하는 위험은 구매대상인 제품의 특성에 따라, 또한 소비자 자신의 심리적, 인구 통계적 특성에 따라, 처한 구매상황에 따라 등 여러 변수들에 의해 종합적으로 영향받을것으로 생각된다. 이중, 제품특성과 소비자의 심리적 특성은 어느 정도 반영되었으나 인구통계적특성의 영향에 대해서는 연구성과가 거의 없다. 그러나 마케팅의 관점에서는 소비자를 객관적으로 유형화할 수 있는 일차적 기준인 인구통계적 특성변인의 영향을 조사하는 것이 무엇보다 필요하다. 셋째, 연구의 주류가 1960년대 후반에서 1970년대 후반에 걸쳐 집중적으로 시행되었고, 최근에 행해진 몇편의 연구들도 기존의 개념 및 연구결과들을 그대로 자신의 연구에 사용하고 있다. 지난 십수년간 사회환경은 급속도로 변화하였고, 소비자들의 가치관 및 생활양식에도 많은 변화가 있었다. 이러한 소비자의식의 변화는 구매행동에도 많은 영향을 미쳤을 것으로 생각되며 따라서 구매시 지각하는 위험의 개념 및 정도도 변화하였을 것을 예상할 수 있다.

이러한 관점에서 볼 때 기존 위험지각현상에 관한 연구들의 제한점을 보완하고 보다 최근의 소비자자료를 제공하기 위해 종합적인 관점의 연구시행이 필요하다고 생각된다. 본 연구는 이를 위한 기초적연구이다. 본 연구에서는 먼저 소비자들의 의복구매시 지각되는 위험을 조사하여 위험의 개념과 지각수준을 파악하고, 이들이 의미있는 요인으로 유형화될 수 있는지, 또한 이들 위험유형들이 소비자의 인구통계적 특성변인들과 어떤 관련을 맺는지에 대해서 알아보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 지각되는 위험의 개념

지각되는 위험 또는 인지되는 위험이라는 개념은 1960년 Bauer에 의해 처음으로 제시되었다. Bauer¹⁾는 “소비자의 어떤 행동들은 개략적이거나 어느 정도의 확실성을 갖고 예견할 수 없는 결과들을 초래할 수도 있는데 이러한 예상치 못한 결과들 중에서 어떤 것은 바람직하지 못한 것일 수도 있다는 점에서 소비자 행동에는 위험이 따르게 된다”고 하면서 인지된 위험을 불확실함(uncertainty)의 개념으로 보았다. Cox²⁾는 Bauer의 개념을 보다 발전시켜 “인지된 위험은 구매목적의 불확실함으로 인해 일어난다”고 하였고, Taylor³⁾도 지각되는 위험을 불확실함과 같은 개념으로 사용하였으며 Roselius⁴⁾는 위험지각은 “일종의 심리적 주저함(dilemma)으로 이는 소비자에게 불확실함과 불안을 야기시킨다.”고 하였다.

한편 Peterer Ryan⁵⁾은 지각된 위험을 기대손실의 개념으로 설명하였다. 위험의 개념은 보다 구체적 단계에서 정립되어야 하는데, 예를 들어 선택의 최종단계인 상표선택(brand level)에서는 지각되는 위험이란 그 상표에 대한 불확실함의 지각이라기보다는 선택/구매의 결과로 생기는 손실에 대한 기대치 또는 기대손실(expectation of loss or expected loss)로, 또한 그 결과 구매를 저지시키는 역할을 하는 부정적 효용(negative utility)으로 보아야한다.”는 것이다.

지각된 위험의 개념은 위험을 이루는 구성요소를 통해서도 알 수 있다. Cox는 인지된 위험의 구성요소로서 ‘구매결과에 대한 불확실함(Uncertainty)과 구매결과의 효용 또는 효과(Consequence)를 들고 있고, Bettman⁷⁾, Schiffman⁸⁾, Arndt⁹⁾ 등은 결과에 대한 불확실성과 결과의 중요성을, 그리고 Peter와 Ryan은 손실이 일어날 확률과 손실의 중요성으로 표현하였다. 연구자들은 지각되는 위험을 측정하고자 할 때 불확실함의 정도와 결과의 중요성, 또는 손실이 일어날 확률과 손실의 중요성이라는 두 측면을 함께 측정하기도 하고^{16,11)}, 불확실성만을 묻는 단일차원으로 측정하기도 한다¹²⁾. 지각된 위험이 가지는 개념상의 특징은 선택후 나타날 결과에 대한 후험적인 지각이 아니고 앞으로 겪게 될, 즉 선택이 가져올 결과에 대해 선행적으로 지각하는 현상이

기 때문에 매우 주관적이라는 점이다.

2. 지각되는 위협의 유형

학자들의 연구에 의하면 지각되는 위협은 다차원적인 성격을 갖고있어 이들은 여러 유형으로 분류될 수 있다고 했다. 위협의 유형은 구매대상이 되었던 제품의 성격에 따라서도 달라지게 되는데, 이에 대한 연구들을 종합·정리하여 표로 만들면 <표 1>과 같다. <표 1>에서 알수있는 바와 같이 의류제품을 대상으로 하여 행해진 위협지각에 관한 연구는 극히 소수이다. 먼저 Jacoby와 Kaplan¹³⁾은 위협유형을 사회적, 성과, 재정적, 신체적, 심리적, 전반적 위협의 6유형으로 분류하여 조사하였는데 의복구매와 관련하여 소비자들은 사회적 위험 → 성과위험 → 재정적 위험 → 신체적 위험 → 심리적 위험의 순으로 주요시여김을 밝혔다. 또한 회귀분석결과 성과위험이 전반적 위협에 가장 크게 기여하여 전반적 위협의 측정치로서 성과위험을 사용할 수 있다고 했다. 이들의 위협유형분류는 그 후 많은 연구에서 위협의 대표적

유형으로 채택되어 사용되어져 왔다. 그러나 소재의 발달 및 제조기술이 월등히 좋아진 현재의 시장환경에서는 성과위험과 신체적 위협에 대한 지각수준은 그다지 높지 않을 것으로 예상되어 이들 5가지 위협유형이 전체 위협의 개념을 포괄한다고는 보기 어렵다. 그 대신 의류제품의 특성과, 시대적 환경의 변화, 그리고 이에 따른 소비자 생활양식의 변화에 따라 위협의 유형으로 새로운 차원이 포함되어야 한다.

Friese¹⁴⁾는 유행상품구매의 경우 '기대하는바 유행지속기간'이 추구하는 주된 구매목적의 하나가 될 수 있다고 하여 유행성 즉 기대하는 바 유행지속기간이 지각되는 위협의 내용으로 포함될 수 있음을 시사해 주었다. Zigmund와 Scott¹⁵⁾은 위협유형으로 미래기회손실이라는 개념을 처음 제시하였는데 이는 보다 기능적으로 향상되고 보다 저렴한 상품이 장래에 출현하게 될 가능성을 예견하고 현재의 구매로 인해 그 기회를 손실하게 될 위협을 지각한다는 것이다. 그들은 전자제품을 대상으로 사용하였으나 의류제품의 경우에도 적용된다. 소재

<표 1> 선행연구에서의 지각되는 위협유형 분류

연구자	Cunningham	Engel & Blackwell	Roselius	Jacoby Kaplan	Taylor	Peter & Ryan
위험유형	재정적 손실 신체적 손실 불편함(시간적 손실) 사회심리적 손실	재정적 위험 (가격 소요시간 사회적 위험 심리적 위험 의사결정의 회수에 따른 위험	금전 손실 위해 손실 시간 손실 자아 손실	재정적 위험 신체적 위험 성과 위험 심리적 위험 사회적 위험 전반적 위험	사회적/심리적 손실 기능적/경제적 손실	경제적 위험 기능적 위험 신체적 위험 심리적 위험 사회적 위험 시간(편의) 위험
대상품목	일반적	일반적	일반적	12가지 상품 (자동차, 의류, 약품등)	일반적	자동차
연구자	Schiffman	Zigmund & Scott			육신경*	구본웅*
위험유형	Taste Risk Health Risk	기능에 대한 신뢰 사회적 반응 금전 손실 미래기회손실 예상치 못한 문제발생 자기표현/style	품질/기능에 대한 기대 사회심리적 반응 구매시 실망	기능/품질 사회적 반응 실현되지 못한 기대 미래기회손실 자기표현 유지/수선의 문제 상림내에서의 실망	경제적 성과적 사회적 심리적	사회심리적 경제적 성과적 미래기회손실 시간 손실
대상품목	건강식품	Color TV set	분구류	잔디깎는 기계	의복	의복

* Jacoby & Kaplan의 분류를 기초로 함

** Jacoby & Kaplan, Peter & Ryan등 여러 학자들의 분류를 기초로 함.

개발 및 CAD/CAM을 이용한 첨단생산기술, 또한 정보 산업이 발달함에 따라 하루가 다르게 새로운 기능과 다양한 디자인의 많은 새로운 상품이 쏟아져 나오는 현재의 시장환경에서는 소비자들이 제품구매시 충분히 더 좋은, 더 저렴한 상품을 구입할 기회를 잃어버린다는 위험의식을 지각할 수 있을 것이다. 또한 Petere와 Ryan은 시간/편의성 손실을 위험유형의 하나로 처음 사용하였는데, 이는 제품을 잘못 구매하였을 때 가져올 시간의 손실과 불편함을 의미한다. 이들 연구들이 진행된 시기가 70년대이고 보면 1990년대의 소비자들에게는 미래기회손실과 시간/편의성 손실이라는 개념이 더욱 중요시 될 것이다. 이러한 위험유형개념의 변화는 80년대 중반에 행해진 구분용¹⁶⁾의 연구에서도 입증되었는데, 숙녀복 정장의 구매시 지각되는 위험을 요인분석한 결과 사회심리적/미래기회손실/시간손실/성과위험/경제적 위험으로 나타났다.

이상에서 보듯이 소비자가 제품구매시 지각하는 위험의 유형은 구매하고자 하는 상품의 특성과 시장환경의 변화 및 소비자 생활양식의 변화를 반영시켜 그 개념을 측정하는 것이 필요하다. 따라서 본 연구에서는 인지되는 위험의 개념을 파악하는 데 있어, 전통적 위험유형으로 사용되어온 사회적, 심리적, 성과, 경제적 위험외에 시간/편의성 손실, 미래기회손실, 유행성 손실이라는 3차원을 포함시키고, 각 차원이 의미하는 바 위험의내용도 소비자 생활양식의 변화에 맞추어 수정하여 측정해보고자 한다. 다음을 선행연구에서 정의되어온 각 위험유형의 개념과 본 연구에서 추가적으로 포함시키고자하는 내용을 정리한 것이다.

① **사회적 위험(Social Risk)** ; 구매한 상품에 대한 다른 사람들의 평가 및 그들과의 상호작용과 관련하여 지각되는 위험으로 타인들의 자신에 대한 평판, 평가, 자신의 품위손상, 임무수행, 타인과의 어울림 등을 우려하는 내용이 포함된다. 종래는 주로 '평가'와 관련한 위험지각으로 한정되었으나, 본 연구에서는 타인과의 상호작용 또는 조화라는 측면에서 개인이 지각하는 위험을 강조하고자 한다.

② **심리적 위험(Psychological Risk)** ; 구매한 상품이 자신에게 심리적 만족감을 주지 못할까봐 갖게 되는 불안감으로 주로 자기이미지나 자아개념과의 일치여부에 관심이 집중된다. 의복 색상/스타일과 자기이미지와 의 조화, 연령/신분과의 조화, 품위유지, 싫증 등의 우

려로 표현되며, 다른 옷과의 색상/스타일 조화를 우려하는 심미적 관점의 위험지각도 이에 해당한다. 의복 스타일이 캐주얼화 하고 코오디네이션감각이 중요시되면서 다른옷과의 조화라는 관점은 주요한 위험요인으로 지각 될 것이다.

③ **성과 위험(Performance Risk)** ; 구매한 상품이 기능상 결점을 가지게 될 가능성과 관련하여 지각하게 되는 위험으로 세탁후 또는 착용으로 크기축소 및 봉제, 스타일, 색상등의 손상, 활동성, 몸에 맞음새(fitting)에 대한 우려가 이에 해당한다.

④ **경제적 위험(Economic Risk)** ; 구매한 상품이 제구실을 못하게 될 때 그 수선과 대체에 추가비용이 발생하거나 구매를 위해 투자한 금전의 손실이 발생할 가능성에 따라 지각하게 되는 위험을 의미한다. 금전손실의 우려, 가격의 비쌈, 교환 및 수선의 추가비용우려등이 종래의 내용이었으나 절대적 의미의 가격비교보다는 상대적 가치로서 경제성을 평가하는 '유용성'이라는 개념이 의류의 경우 필요한 것으로 판단된다.

⑤ **시간/편의성 손실(Time/Convenience Loss)** ; 구매한 상품이 제구실을 못하게 될 때 그 수선이나 교환에 시간을 소요하거나 불편을 겪게 될 가능성에 따라 지각하게 되는 위험을 의미한다.

⑥ **미래기회손실(Future Opportunily Loss)** ; 보다 향상되고 보다 저렴한 상품이 장래에 출현하게 될 가능성에 따라 지각하게 되는 위험을 의미하나 현재 구매시점에서도 다른 곳에서 더 좋고, 더 저렴한 가격으로 상품을 구입할 가능성을 인지하는 위험이 이에 해당한다.

⑦ **유행성 손실(Fashionability Loss)** ; 구매한 상품이 기대하는 바 유행성(유행지속기간)을 갖지 못할 가능성에 따라 지각하게 되는 위험으로 본 연구에서 처음 위험의 개념으로 사용하고자 한다. 구입후 유행변화에 대한 우려와 구입한 의복이 어떤 유행단계에 있는지를 불확실해 하는 내용이 이에 해당한다.

3. 지각되는 위험에 대한 소비자 인구통계적 특성변인의 관련

지각되는 위험과 소비자의 인구통계변인과의 관련에 대해서는 연구성과가 거의 없다. 그 이유를 정재일¹⁷⁾은 측정상의 문제로 추측했는데, 실제 연구진행의 편의상 표본을 선정할 때 한 특성의 대상자만을 주로 선정하여 조사했기 때문이다. 위험지각현상에 대한 인구변인의

영향은 사회계층이 주로 이용되었다. Prasad¹⁸⁾는 상품에 대한 사회적 위험이 낮을 때는 계층간의 구매상점에 대한 선호구별이 미미하나 위험이 높게 인지되면 계층간에 상점선호가 달라져, 상류층은 상품에 대한 사회적 위험이 높게 지각될 때는 백화점/전문점을 선호한다고 하였다. 우선경¹⁹⁾은 가장의 교육수준직업, 가내물품소유 정도로서 사회계층을 반영하였는데 의복의 유행단계에 따라 각 계층은 다른 정도의 위험을 지각한다고 하였다. 즉 최신유행의 경우는 중류층이 가장 경제적 위험을 크게 지각하고, 대중유행과 클래식 스타일인 경우는 하층이 모든 종류의 위험에 있어 가장 인지도가 높았다. 중류층이 경제적 위험을 크게 지각하는 이유는 그들이 물건구매시 계획을 세워 구매하는 비교적 합리적 구매자들이 많기 때문일 것으로 풀이하였다. Minshall, Winkor, swinney²¹⁾의 연구에서는 의복구매시 지각되는 전반적 위험에 기여도가 큰 위험유형을 조사하였는데 남자는 경제적 위험을 높게, 여자는 성과위험을 높게 인지하는 것으로 나타났다. 그러나 특정의복의 선호를 결정짓는 것은 여자는 사회심리적 위험이, 남자는 사회심리적 위험과 경제적 위험으로 나타나 남자가 보다 경제적 위험을 높게 지각하고 또한 중요시 여기는 것을 알 수 있었다.

III. 연구절차

1. 연구문제 선정

연구문제 1. 지각되는 위험의 유형분류

(1) 의류제품 구매시 소비자가 지각하는 위험의 내용과 정도는 어떠한가?

(2) 지각된 위험의 내용들은 의미있는 유형으로 요약될 수 있는가?

연구문제 2. 지각되는 위험유형과 소비자 인구변인과의 관계.

(1) 지각되는 위험의 유형들은 소비자의 성, 연령, 교육수준, 직업, 소득에 따라 달라지는가?

2. 측정도구

측정도구는 설문지로 하였으며 다음과 같이 구성된다.

1) 위험지각에 관한 문항(총31문항) ; 기존 연구들을 근거로 하여 의류제품에 대한 위험지각 문항을 개발하여

사용했던 우선경, 구본용의 연구에서 각각 6문항, 14문항은 선택하여 본 연구의 의도에 맞도록 수정하였고, 그의 11문항은 연구자가 개발하였다. 이들 31문항들은 모두 5점 Likert-Type 척도를 사용하였다.

2) 인구통계적 특성에 관한 문항(총5문항) ; 성, 연령, 교육수준, 직업, 월소득에 관한 질문으로서 이중 직업을 구체적으로 자유기술케하고 다시 김영모²¹⁾의 분류를 근거로 하여 자료처리시 숫자화 하였다.

3. 자료수집 및 분석

연구대상의 선정은 성, 연령, 직업, 교육수준, 소득의 분포가 조화를 이루어야 했기 때문에 세심한 배려를 필요로 했다. 우선 성(남, 여)과 연령(20, 30, 40대)를 대상선정의 기준으로 삼고 각 해당대상층 직업, 교육수준, 소득이 골고루 분포되도록 고려하여 편의표집방법을 통해 대상자를 선정, 250부 배포하여 회수된 224부를 통계처리하였다. 표본의 인구통계적 특성은 <표 2>에 정리되어 있다. 연구문제를 분석하기 위해 평균치, 최빈치, 최

<표 2> 표집대상자의 인구통계학적 특성

(n=224)

변 인	변인의 구분	빈도*	백분율 (%)
성 별	남 자	101	45.1
	여 자	123	54.9
년 령	21~29세 (20대)	83	37.1
	30~39세 (30대)	69	30.8
	40~50세 (40대)	71	31.7
교육수준	중학교 졸업이하	6	2.7
	고등학교 중퇴·졸업	49	22.1
	전문대학/대학교 중퇴·졸업	140	63.1
	대학원 중퇴·졸업	27	12.2
직 업	전 문·기 술 직	33	15.0
	경 영·관 리 직	67	30.5
	판 매·서비스직	14	6.4
	주 부	51	23.2
	학 생	55	25.0
월 소 득	10만~100만 미만	73	41.5
	100만~200만 미만	80	45.5
	200만~300만 미만	15	8.5
	300만원 이상	8	4.5

* 무응답을 제외하고 처리하였다.

빈치의 해당되는 백분율, 표준편차, 요인분석, 크론바하 알파계수, 피어슨의 상관계수, t-검증, 분산분석 및 던칸테스트등을 이용하였다.

IV. 결과 및 논의

연구 문제 1.

(1) 지각되는 위험의 내용과 정도

지각되는 위험내용별 지각수준을 알아보기 위해 각 위험문항의 평균, 표준편차, 최빈치, 최빈치에 해당하는 백분율들을 산출하였고 이들을 종합적으로 고려하여 순위를 정하였다 <표 3 참조>. 전체 응답자들이 의복구매시 지각하는 위험의 내용은 '색상 및 스타일이 나에게 잘 어울리지 않는 것이 아닐까'(3.830 평균, 최빈치와 이에 해당하는 백분율은 <표 3> 참조)¹⁾하는 불안감이 가장 크고, '나의 연령이나 신분에 어울리지 않을 지도 모른다'(3.746)와 '나의 평소 이미지에 잘 안 맞을지도 모른다'(3.513)고 하는 심리적 요인으로 작용하는 위험지각이 대체로 높게 나타났다. 또한 '다른 옷과의 부조화로 잘 입지 못하게 되는 것이 아닐까'(3.700)라고 하는 심미적 관점도 높게 위험시됨을 알 수 있다. 이와 함께 '가격이 조건에 비추어 비싼것이 아닐까'(3.518)하는 문항과 '값에 비해 유용하게 입을 수 있을까'(3.567), '다른 곳에서 더 싼값으로 살 수 있지 않을까'(3.581)등의 경제성 관련 문항들의 위험지각도 대체로 높은 편이었다. 반면 '친구, 이웃들과 잘 어울릴 수 있을까'(2.112), '친구, 이웃에게 조롱거리가 될까'(2.076)등의 문항과 '스타일, 색상이 세탁으로 또는 오래입어 손상될까'(2.076), '사용중 결점이 발견되어 수선하는 데 많은 시간이 소비될까'(2.085), '교환하는데 추가비용이 들까'(2.242)등의 문항들의 경우 비교적 낮은 지각수준을 보여 소비자들이 의복구매시 주위로부터의 평가나 대인관계 적응을 그다지 의식하지 않으며 또한 의복의 사용중 성과가 나빠질 것을 우려하는 정도도 그다지 높지 않음을 알 수 있었다.²⁾

(2) 지각되는 위험의 유형분류

지각되는 위험의 내용들이 의미있는 요인으로 분류될 수 있는지를 알기 위해 2차레에 걸쳐 요인분석을 실시하였다. 첫번째는 고유치 1.0 이상을 기준으로 주인자분석 방법과 직교회전을 실시한 결과 7개의 요인에서 의미있는 요인 부하치(0.4 이상)을 보인 30개문항이 포함되어

전체변량의 61.1%를 설명해주었다. 그러나 이들 요인들은 상호배제적인 형태가 되지 못하여 유사한 개념의 문항들이 여러 요인에 걸쳐 분산되어 있었다. 이들 30개 문항에 대해 공통인자분석방법을 적용하여 직교회전을 시킨 결과 6개 요인에서 25문항이 포함되었고(부하치 0.4 이상), 이들 6요인의 총설명변량역은 47.9%였다.³⁾<표 3>

1) 요인 1은 주로 구매자의 심리적 작용과 관련하여 지각되는 위험으로 심리적 위험이라 명명되었다. 이들은 소비자 자신의 모습(자신에 대한 image, 연령, 신분 등)과 일치 또는 조화를 이룰 것인가 하는, 즉 자아개념에 일치하는지의 여부를 의심하는 내용과, 의복에게서 가질 수 있는 심리적 효과 즉 심중, 품위등을 고려한 것, 또한 다른옷과의 조화를 고려하는 심미적 관점의 내용을 모두 포함한다. 이 중 '심중나서, 품위가 없어, 또는 다른 옷과 조화를 이루지 않아 잘 입지 못한다'라는 개념은 경제성과도 관련이 있을 것으로 예상했으나 결과는 주로 심리적 위험요인으로 지각되는 것으로 나타났다. 요인 1의 전체변량에 대한 설명역이 27.9%로 나타나 가장 일차적인 위험요인이 됨을 알 수 있고, 이들의 지각수준 또한 대체로 높게 나타났다. (평균 3.5~3.8)

2) 요인 2는 사회적 위험으로 친구, 이웃 등에 주위 사람들의 평판과 그들과의 상호작용에서 일어날 것으로 기대되는 위험 지각을 포함하고 있다. 이 중 개인의 품위 손상이나 역할수행에 대한 우려등은 개인적, 심리적 성격을 지니기도 하지만 사회적 대인관계에서 지각되는 현상들로 사회적 위험유형에 속하여 나타났다.

구분응의 연구에서는 사회적·심리적위험이 함께 묶여 나타나 사회심리적 위험이라 명명하였는데, 이들이 전체변량의 37.1%를 차지하였다. 본 연구에서는 설명력도 비교적 낮고(6.2%) 지각수준도 낮거나 중간수준

註1. 척도구성이 1: 전혀 그렇지 않다, 2: 그렇지 않은 편이다, 3: 그저 그렇다, 4: 약간 그렇다, 5: 매우 그렇다의 5점이었다.

註2. 이들 위험지각정도가 낮은 문항들은 위험유형에서 삭제될 수 있는 가능성도 있으나 본 연구의 성격이 위험차원을 규명해보고자하는 시도가 컸으므로 그대로 문항으로 포함시키고 후속연구를 더해 삭제여부를 확인하고자 한다.

註3. 요인의 수를 더 줄이기 위한 의도에서 요인수 5, 4로 계속 실시해 보았으나 전체변량의 설명역이 너무 낮아지고 요인의 내용도 상호배제적이 되지못해 6개 요인으로 결정하였다.

<표 3> 지각되는 위협의 요인별 평균, 최빈치, 표준편차, 요인부하량^a

요인 1. 심리적 위협				
문항 내용	평균	최빈치해당(%)	표준편차	요인부하량
다른옷과 조화롭지 않거나 입을지 못하게 되는것이 아닐까?	3.700	4.0(35.4) ^b	1.293	.705
나의 평소이미지와 잘 맞지 않는것이 아닐까?	3.513	4.0(38.8)	1.281	.701
색상/스타일이 나에게 잘 어울릴까?	3.830	4.0(37.2)	1.262	.640
값에 비해 옷의 품위가 없는것이 아닐까?	3.399	4.0(37.2)	1.321	.640
금방 싫증나서 입을지 않게 되는것이 아닐까?	3.071	4.0(33.5)	1.357	.552
나의 연령/신분에 어울릴까?	3.746	4.0(46.9)	1.188	.530
고유치 8.641 전체변량에 대한 % 27.0 누적변량 27.9% Cronbach's α 0.839				
요인 2. 사회적 위협				
문항 내용	평균	최빈치해당(%)	표준편차	요인부하량
이웃을 입고 친구나 동료들과 잘 어울릴 수 있을까?	2.112	1.0(36.2)	1.1094	.684
친구나 이웃들에게 조롱거리가 되지 않을까?	2.076	1.0(39.3)	1.317	.662
나의 품위가 손상되지 않을까?	2.741	3.0(25.0)	1.708	.659
나에 대한 평판이 좋지 않을까?	2.758	4.0(24.2)	1.608	.629
너무 남의 눈에 띄지 않을까?	2.381	1.0(30.0)	1.399	.527
나의 임무나 역할을 잘 할 수 있을까?	2.813	4.0(28.6)	1.705	.437
고유치 1.926 전체변량에 대한 % 6.2 누적변량 %34.1 Cronbach's α 0.830				
요인 3. 경제적 위협				
문항 내용	평균	최빈치해당(%)	표준편차	요인부하량
이웃의 가격이 여러조건이 비주어 비싼것이 아닐까?	3.518	4.0(42.4)	1.435	.658
값에 비해 유용하게 입을수없는것이 아닐까?	3.567	4.0(38.8)	1.529	.638
다른곳에 가면 더 좋은 옷을 살수도 있지 않을까?	3.279	4.0(39.6)	1.406	.557
다른곳에서 같은 조건의 옷을 더 싼값으로 살수도 있지 않을까?	3.581	4.0(42.3)	1.421	.525
보다 싸고 질이나 스타일면에서 우수한 의상이 곧 등장할 지도 모른다.	2.484	2.0(31.4)	1.368	.425
고유치 1.605 전체변량에 대한 % 5.2 누적변량 % 39.3 Cronbach's α 0.760				
요인 4. 시간/편의성 손실				
문항 내용	평균	최빈치해당(%)	표준편차	요인부하량
사용중 결점이 발견되어 수선하려면 많은 시간이 낭비될까?	2.085	1.0(37.1)	1.119	.555
구입후 마음에 들지않아 다른 옷으로 교환하는데 추가비용이 들지 않을까?	2.242	1.0(36.3)	1.243	.551
마음에 들지않아 바꾸려면 무척 까다롭고 불편하지 않을까?	2.768	2.0(24.6)	1.336	.451
다른 옷으로 바꾸려면 많은 시간이 소비될까?	2.661	2.0(27.2)	1.302	.448
고유치 1.100 전체변량에 대한 % 3.5 누적변량 % 42.8 Cronbach's α 0.736				
요인 5. 유행성 손실				
문항 내용	평균	최빈치해당(%)	표준편차	요인부하량
구입후 금방 유행이 바뀌어 오래 입을지 못할까?	2.522	1.0(28.1)	1.713	.716
이웃의 스타일·색상이 유행에 너무 앞서서 혹은 뒤쳐진 것이 아닐까?	2.634	1.0(26.8)	1.605	.628
고유치 0.876 전체변량에 대한 % 2.8 누적변량 % 45.6 Cronbach's α 0.793				
요인 6. 성과 위협				
문항 내용	평균	최빈치해당(%)	표준편차	요인부하량
세탁후 크기가 줄어들거나 봉제상태가 나빠질 우려가 있는지?	3.139	4.0(29.1)	1.625	.615
스타일·색상이 세탁으로 또는 오래입어 손상될 가능성이 있는지?	2.076	4.0(38.4)	1.317	.526
고유치 .685 전체변량에 대한 % 2.2 누적변량 % 47.9% Cronbach's α 0.892				

a : 지면축소관계로 평균, 표준편차와 요인분석결과를 함께 수록하였음.

b : 문항의 척도가 5점으로 1.0 ; 전혀 그렇지않다. 2.0 ; 그렇지 않은편이다.

3.0 ; 그저 그렇다. 4.0 ; 약간 그렇다. 5.0 ; 매우 그렇다

으로 나타났다. (2.08~2.81 평균)

3) 요인 3은 경제적 위험으로 명명될 수 있는데, 가격, 유용성, 미래기회손실의 3가지 속성이 함께 포함되어져 나타났다. 이로써, 소비자들은 경제적 위험과 관련하여 단순히 절대적 가격만을 고려 하는 것이 아니고 제품의 가격에 비해 유용성이 있을 것인지, 또한 다른 곳에서 더 싸고 좋은 옷을 구입할 기회를 손실할지도 모른다고 하는, 즉 '현재 자신의 선택이 비경제적일지도 모른다'고 하는 불안을 함께 지각하는것을 알 수 있다. 구분용의 연구에서는 경제적 위험과 미래기회손실 위험이 별도의 요인으로 구별되어 지각되었다. 요인 3의 지각수준도 대체로 높게 나타났다(3.5~3.6).

4) 요인 4는 시간/편의성 손실 위험으로 사용중 결점이 발견되어 혹은 구입후 집에 가서 입어보니 마음에 들지 않아 수선하거나 교환하려 할때 어느 정도의 시간과 편의성이 손실될까 하는 위험지각을 의미한다. 수선과 교환에 드는 추가비용에 대한 우려는 경제적 위험으로 지각될 것을 예상했으나 시간/편의성 손실의 개념으로 지각되는 것으로 나타났다. 수선으로 인한 시간손실(2.08)보다는 마음에 들지않아 교환하고자할때의 시간손실을 더높게 지각하였다(2.66).

5) 요인 5는 유행성 손실로서 유행의 빠른 변화로 인해 구매한 상품의 유행성이 손실될 것을 우려하는 위험지각을 의미한다. 구분용의 연구에서는 유행성 손실의 개념이 미래기회 손실위험에 함께 포함되어 지각되었다.

6) 요인 6은 성과 위험으로 요약될수 있는데 '사용중 활동에 불편함을 줄지도 모른다'라고 하는 내용은 관련이 약해 요인에 포함되지 않고 관리적 측면에서 야기될 문제 즉 '세탁으로 또는 오래입어 봉제 상태나 스타일, 색상이 손상될지도 모른다'고 하는 위험지각이 주를 이루었다. 이는 의복구매시 대부분의 소비자가 구매전 입어봄으로써 맞춤새나 활동성등을 시험해보고 결정하기 때문에 의복이 사용중 활동에 불편하다든가, 몸에 잘 안맞을 것같다는 불확실함은 구매전 이미 해결되는 것으로 생각된다.

추출된 6요인을 구성하는 문항들의 측정도구로서의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α 값을 구하였다. 그 결과 6요인 모두 0.7~0.9 정도의 비교적 높은 점수를 나타내어 측정도구로서의 신뢰도가 입증되었다.

연구문제 2. 지각되는 위험유형과 소비자 인구특성 변인과의 관계

1) 성(性)에 의해 지각되는 위험유형의 차이를 보기 위해 t-test로 검증한 결과, 심리적 위험, 경제적 위험, 시간/편의성 손실, 유행성 손실의 차원에서 남, 여간의 차이가 유의하게 나타났다<표 4>. 4가지 요인 모두 여자가 남자보다 위험지각수준이 높았다.

<표 4> 지각되는 위험 요인별 남녀간 비교

위험 요인	평 균 ^a		t 값
	남	녀	
심리적 위험	-.150	.129	-2.26*
사회적 위험	.036	-.031	.53
경제적 위험	-.239	.206	-3.84***
시간/편의성 손실	-.198	.171	-3.18*
유행성 손실	-.253	.218	-4.16***
성과적 위험	-.018	.015	-3.0

* p ≤ .05

*** p ≤ .001

a : 요인점수를 사용하여 계산하였다.

2) 연령으로 인한 위험지각의 차이는 분산분석결과 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 지각수준의 차이는 통계적으로 유의할 정도로 크게 다르다고는 볼수 없으나 위험요인의 구조는 연령에 따라 다를 것으로 기대되어 세대별로 요인분석해 보았다<표 5>. 그 결과 20대는 사회적 위험과 심리적 위험이 합하여 하나의 요인으로 나타나 의복에 대한 심리적 만족감과 타인들의 자신에 대한 평가에 대한 개인적 반응이 서로 상관이 높음을 알 수 있었다. 30대는 경제적 위험을 가장 일차적 위험으로 지각하였다(33.3%). 특히 유행성의 손실에 대한 우려는 친구들과 잘 어울리지 못할 것이라는 우려와도 관련이 깊었다. 40대는 심리적 위험이 가장 변량설명력이 크고(28.2%) 사회적 위험이 그 다음이었다(8.9%). 또한 30대와는 달리 유행성 손실의 지각은 경제적 손실과 하나의 요인을 이루어 그 상관도가 높음을 알 수 있었다. 즉 의복구매에 있어 30대는 유행성을 친구들과 어울리는데 주요한 역할을 하는 변수로, 40대는

〈표 5〉 연령별 지각되는 위험의 요인구조 비교

	20 대	30 대	40대~50대 초반
요인 1	사회·심리적 위험(25.6%) ^a (이미지와의 조화/연령·신분의 조화/색상·스타일 조화/품위유지/임무수행/다른 옷과의 부조화/평판손상) ^b	경제적 위험(33.3%) (더 좋은 옷 살 기회손실/유용성 우려/더 싼 값으로 살 기회손실/기능적으로 불편/심리적 불편)	심리적 위험(28.2%) (이미지와의 부조화/색상·스타일의 부조화/연령·신분의 부조화/다른 옷과의 부조화/싫증/심리적 불편)
요인 2	시간 손실(7.2%) (결점수선의 시간 낭비우려/교환에 시간 소비우려)	심리적 위험(6.4%) (이미지와의 부조화/연령·신분과려/남의 눈에 너무 뜨일까? / 친구들과과의 조화)	사회적 위험(8.9%) (친구들과 어울리지 못함/품위손상/조롱거리/평판손상/남의 눈에 너무 뽀까/임무수행 불편)
요인 3	성과적 위험(6.8%) (스타일·색상의 손상/결점발견/봉제손상/싫증/세탁의 불편함)	유형성 손실(5.2%) (유행에 너무 앞섬/유행변화 우려/남의 눈에 뜨지 않을까? / 친구들과과의 조화)	시간·편의성 손실(6.9%) (결점발견/수선에 시간낭비/교환불편/교환에 시간소비)
요인 4	유형성 손실(4.2%) (유행변화/유행에 앞서거나/뒤처짐/너무 개성적이지 않을까?)	사회적 위험(4.7%) (평판손상/조롱거리가 될까/품위손상)	성과 위험(4.0%) (스타일·색상 손상/세탁후 봉제손실/몸에 불편)
요인 5	경제적 위험(3.5%) (비싸지 않을까/유용성/다른 곳에서 더 싸고 좋은 옷 구입기회손실)	성과위험+시간/편의성 손실(4.3%) (세탁후 봉제손상/시간 소비/세탁후 스타일·색상 교환의 손상/교환의 편의성 우려)	경제적 위험+유형성 손실(2.8%) (비싼 것이 아닐까/유행에 앞섬/유행변화 우려/더 싼 값에 구입기회손실/유용성 우려)
누적변량	47.2%	53.9%	51.7%

a : 각 요인별 전체변량에 대한 %

b : 지면을 줄이기 위해 각 문항의 내용을 요약한것으로 전체문항 내용은 <표 1>의 문항 내용을 참조하기 바람.

경제성의 지표(즉 구매한 상품의 유행지속기간이 길수록 경제성이 크다)로 생각함을 알 수 있었다.

3) 소비자의 교육수준이 위험유형들의 지각정도에 미치는 영향은 분산분석결과 심리적 위험차원에서만 유의하게 나타났다(표 6). 이를 다시 Duncan test로 추후검정한 결과 대학원 졸업자가 심리적 위험을 고등학교와 대학교졸업자에 비해 높게 지각하는 것으로 나타났다. 대학원 졸업이상의 고학력자가 심리적 위험지각수준이 낮은 것은 이들이 자신에 대한 심리적 안정감이 커 의복구매시 의복이 자아개념과 일치하는지의 여부에 덜 관심을 갖는 것을 의미한다. 고등학교 졸업과 대학교졸업의 경우는 그 반대로 해석될 수 있겠으나 이러한 해석은 논리적으로도 무리가 따르므로 후속연구에서 지각수준의 차이를 확인한 다음으로 미루겠다.

4) 직업에 따른 유형별 위험지각수준의 차이는 분산분석결과 시간/편의성 손실, 유형성, 성과위험에 있어 유의하게 나타났다. Duncan test로 추후검정한 결과 시

〈표 6〉 교육수준에 따른 지각되는 위험 요인의 비교

위험 요인	평 균 ^a				F 값
	중학교 졸업	고등학교 졸업	대학교 졸업	대학원 졸업	
심리적 위험	-.22 A/B	.022 B	.091 B	-.459 A	2.693*
사회적 위험	-.250	.116	-.013	-.087	.455
경제적 위험	-.088	.077	-.053	.182	.674
시간/편의성 손실	.208	.024	-.002	-.045	.131
유형성 손실	-.219	.132	-.019	-.096	.582
성과적 위험	.445	.075	-.036	.011	.732

** p < .05

a: 요인점수를 사용하여 계산하였다.

b: Duncan test 결과 p < 0.05 수준에서 유의한 차이가 나타난 집단들간을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기순서와 같다.

간/편의성 손실요인에서는 주부들이 경영관리적 종사자보다 높게 지각하였고, 유행성 손실에서도 주부들이 전문기술직이나 판매서비스직, 학생집단보다 높게 지각하였으며, 반면 성과위험은 판매서비스직과 학생들이 경영관리적보다 높게 지각하는 것을 알 수 있었다. 이러한 직업에 의한 위험지각의 차이를 해석하는 데는 신중함이 필요하다. 왜냐하면 표집과정의 어려움으로 직업유형별 해당직업이 골고루 모두 포함되기가 어렵고, 또한 주부는 전부 여자이고 직업은 남자의 비율이 많기 때문에 직

업과 성에 의한 영향이 함께 작용할 수 있기 때문이다.

5) 분산분석과 Duncan test 결과 소득의 다소는 심리적, 경제적, 유행성 손실차원에서 지각수준의 유의한 차이를 나타내게 하였다(표 8). 먼저 심리적 위험지각에 있어서는 100만~200만원의 월소득자에 비해 200만원~300만원의 월소득자가 위험지각수준이 높았다. 경제적 위험지각은 10만~100만, 100만~200만원의 월소득자에 비해 월 300만원 이상의 고소득자가 높게 지각했으며 유행성 손실면에 있어서는 200~300만원의 월소득자

〈표 7〉 지각되는 위험 요인의 직업간 비교

위험 요인	평 균 ^a					F 값
	전문직·기술직	경영·관리직	판매·서비스직	주 부	학 생	
심리적 위험	-.268	-.051	-.087	.167	.080	1.238
사회적 위험	.195	-.009	.026	-.188	.083	.961
경제적 위험	.034	-.012	.004	.146	-.107	.551
시간/편의성 손실	-.088(A/B ^b)	-.240(A)	-.032(A/B)	.385(B)	.012(A/B)	4.083**
유행성 손실	-.121(A)	.022(A/B)	-.151(A)	.287(B)	-.129(A)	1.886*
성과적 위험	-.043(A/B)	-.219(A)	.402(B)	.096(A/B)	.154(B)	2.8351*

* p≤0.1

** p≤0.05

a : 요인점수를 사용하여 계산하였다.

b : Duncan test 결과 p≤0.05 수준에서 유의한 차이가 나타난 집단들간을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 크기의 순서와 같다.

〈표 8〉 월소득에 따른 지각되는 위험의 요인별 비교

위험 요인	평 균 ^a				F 값
	10만~100만 미만	100만~200만 미만	200~300만 미만	300만 이상	
심리적 위험	-.062 ^b (A/B)	-.152(A)	.415(B)	.094(A/B)	1.631*
사회적 위험	-.064	-.062	.206	-.167	.435
경제적 위험	.007(A)	-.054(A)	.136(A/B)	.893(B)	2.662*
시간/편의성 손실	-.017	-.059	.094	.268	.376
유행성 손실	-.172(A)	.065(A/B)	.496(B)	.231(A/B)	3.082**
성과적 위험	-.053	-.049	.005	-.410	.707

* p≤0.05

** p≤0.01

a : 요인점수를 사용하여 계산하였다.

b : Duncan Test 결과 p≤0.005 수준에서 유의한 차이가 나타난 집단들간을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기 순서와 같다.

가 10만~100만원 소득자에 비해 위협을 높이 지각했다 ($p \leq 0.01$). 옥선경의 연구에서 중류계층의 소비자들이 가장 경제적 위협을 크게 느낀다고 한 것과는 다른 결과를 보였다. 200만원~300만원의 월소득을 갖는 소비자들의 경우 심리적 위협과 유행성 손실 위협이 가장 높게 지각하는 것으로 미루어 보아 이들 소비자집단이 다른 집단보다 의복구매시 의복을 자신의 이미지나 연령, 신분을 표현하는 수단으로 생각하는 경향이 높고 또한 비교적 유행변화에 민감한 집단임을 짐작할 수 있다.

V. 결 론

본 연구는 의류제품구매시 소비자가 지각하는 위협의 내용과 정도를 파악하고 이를 유형화시키며, 이들 위협 유형들과 소비자의 인구통계적 특성변인과의 관계에 대해 알아본 것이다. 연구결과에 의한 결론 및 제언을 다음과 같다.

1. 인자분석 결과 위협지각은 심리적, 사회적, 경제적, 시간/편의성 손실, 유행성 손실, 성과위험의 6차원으로 분류되었고 이들은 전체 위협지각변량의 약 48%를 설명하고 있었다. 그중 심리적 요인은 소비자의 자아개념(이미지, 신분, 연령 등)과 어느 정도 일치하는가의 문제와 의복자체가 갖는 심리적, 심미적 효과(유행, 품위, 다른옷과의 조화)에 관련된 문항들로 구성되었고 변량설명역은 27.9%로 가장 컸다. 사회적 위험요인은 타인과의 상호작용속에서 의복을 매개체로 하여 지각되는 속성인 친구들의 평판, 친구들과의 어울림등을 우려하는 내용이 주를 이루었는데 이 두 위험요인은 엄격하게 분리되어 나타났다. 경제적 위협은 의복의 가격, 유용성, 미래기회손실의 의미가 함께 포함되어 지각되었고, 시간 및 편의성 손실차원은 수선이나 교환을 해야할 경우 발생할 시간손실이나 번거움등을 우려하는 내용으로 구성되었다. 성과위험은 활동에 불편함이나 몸에 맞음새 등 보다는 세탁후 봉제나 스타일손상 등 주로 관리측면을 불확실해하는 내용이었다. 또한 유행성 손실은 구입후 유행의 변화로 구매한 상품이 기대한 바 유행지속기간을 만족시켜 못할 것으로 생각하여 지각되는 위협으로 선행연구와는 달리 별도의 요인으로 독립되었으며, 이는 유행변화에 민감한 의류상품의 특성을 반영하는 현상이다. 이처럼 지각된 위협의 내용들은 현대를 살아가는 소비자들의 의복에 대한 태도나 가치관, 생활양식등

을 반영하고 있었다. 즉 현대인들은 의복을 자아개념 또는 자기이미지 표현의 중요요구로서, 또한 사회적 개인 관계의 원활을 위한 적응수단으로 어느 정도 생각하고 있음을 알 수 있었다. 그러나 구매결정시는 바쁜 생활의 관리와 관련해 수선·교환시의 시간·편의성 손실, 관리시 내구성문제, 유행지속성등을 구매결정의 변수로 삼고 있는 것으로 나타났다.

2. 위협지각수준과 관련해서는 자기이미지와 조화, 신분이나 연령과의 조화등 착용자의 자아개념과 일치되는지를 우려하는 위협문항등의 지각수준이 가장 높게 나타났다, 사회적 위험요인중 친구로부터의 평판손상이나 조롱거리가 될 것이라는 우려와 관련면, 교환·수선의 시간소비, 비용추가등을 우려하는 내용의 지각수준은 대체로 낮게 나타났다. 이는 1970년초에 행해진 Jacoby와 Kaplan의 연구에서 사회적 위험과 성과위험이 가장 높게 지각되었던 것과 비교해 볼 때 의복을 대상으로 한 소비자들의 의식수준이 어느 정도 성숙했고, 또한 소재와 제조기술의 발달로 의복의 품질이 향상되어 사용중 품질손상을 우려하는 경우가 줄었다는 것을 의미한다. 이들 위협지각수준이 낮은 문항들은 후속연구에서의 확인을 통해 위협유형에서 삭제할 수도 있을 것이다. 본연구에서와 같이 실제 지각수준은 낮으나 각 요인내에서의 문항들간의 상관관계가 높을 경우 높은 인자부하치를 보이므로 위협지각연구의 경우 인자분석시 실제지각수준을 함께 비교분석하여야 한다.

3. 위협지각과 소비자의 인구특성변인과의 관련여부는 위협유형에 따라 부분적으로 유의한 관련을 보였다. 성에 있어 위협지각은 가장 큰 차이를 보였는데 심리적, 경제적, 시간/편의성, 유행성 손실 차원에서 여자가 남자보다 위협을 높게 지각하는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 위협지각수준은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았으나 세대간에 요인구조에 있어서는 차이를 보였다. 20대는 사회적, 심리적 위협이 하나의 요인으로 묶여 가장 설명력이 컸고, 30대는 경제적 위협이, 40대는 심리적 위협이 가장 변량설명력이 컸다. 특히 유행성 손실은 30대에서는 친구들과의 어울림을 우려하는 내용과, 40대에서는 경제적 위협과 하나의 요인으로 묶여 상호 관련이 깊음을 알 수 있었다. 교육수준에 따라서는 심리적위험만 차이를 보였는데 대학원 졸업이상의 고학력자 지각수준이 낮고, 고등학교졸업과 대학교졸업자가 지각 수준이 낮았다. 직업에 의한 위협지각의 차이는 주

부가 시간/편의성 손실과 유행성 손실에서 가장 높게 나타났다. 또한 소득의 다소에 따라 심리적 위험, 경제적 위험, 유행성 손실의 지각 수준에 있어 유의한 차이를 보였다. 특히 200~300만원의 월소득을 갖는 집단은 심리적 위험과 유행성 손실을 다른 집단에 비해 높게 지각했다.

본 연구의 일차적 목표는 의복구매와 관련하여 소비자들의 위험지각현상을 조사할 적합한 문항의 개발과 이들의 요인구조를 파악하는 것이었다. 6요인의 α 신뢰도계수가 0.7~0.9 정도로서 문항의 신뢰도는 어느 정도 확인되었고, 요인의 구조는 다른 표본에 적용해 봄으로써 타당성이 밝혀질 것이다. 본 연구의 진행상 문제점은 인구특성변인의 영향을 측정하기 위해 소비자집단을 성, 연령, 교육수준, 직업, 월소득에 의해 분류하는 것으로 이상적 분포가 되기 어려웠고 이로 인해 연구결과의 해석시 신중을 기하여야 한다는 점이다. 이러한 문제는 이후 대규모의 보다 확률적인 표본에 적용해 봄으로써 보완될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 1) Bauer, R.A., "Consumer Behavior as Risk Taking" in Cox, D.F., ed. Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston *Harvard University Press*, 23-33 (1967)
- 2) Engel, J.F., Blackwell, R.D., Consumer Behavior 4th edition, Hinsdale, Illinois, The Dryden Press, 321-326 (1982)
- 3) Cox, D.F., "Risk Handling in Consumer Behavior - An Intensive Study of Two Cases", in Cox D.F., ed., Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston: *Harvard University Press*, 34-81 (1967)
- 4) Taylor, J.W., "The Role of Risk in consumer Behavior", *Journal of Marketing*, 54-60 (April. 1974)
- 5) Roselius, T., "Consumer Rankings of Risk Reduction Methods", *Journal of Marketing*, 55-61 (Jan. 1971)
- 6) Peter, J.P. and Ryan, M.J., "An Investigation of Perceived Risk at the Brand level", *Journal of Marketing Research*, 184-188 (1976)
- 7) Bettman, J., "Perceived Risk and Its Components: A Model and Empirical Test", *Journal of Marketing Research*, 184-190 (1973)
- 8) Schiffman, L.G., "Perceived Risk in New Product Trial by Elderly Consumers", *Journal of Marketing Research*, 106-108 (1972)
- 9) Arndt, J., "A Test of the Two-step flow in Diffusion of a New Product", *Journalism Quarterly*, 457-465 (1968)
- 10) Zigmund, W. and Scott, J.F., "An Investigation of the Role of Product Characteristics in Risk Perception", *Review of Business Economic Research*, Vol. 13, 19-34 (1977)
- 11) O'Bannon, P.B., Feather, B.L., Vann, J.w. and Dillard, B.G., "Perceived Risk and Information Sources Used by Wheelchair-Bound Consumers in Clothing Purchase Decisions", *Clothing & Textiles Research Journal*, Vol. 7, 15-22 (1988)
- 12) Arndt, J., "New Product Diffusion: The Interplay of Innovativeness, Opinion Leadership, Learning, Perceived Risk, and Product Characteristics", *Markeds Kommunikation*. 1-2 (1968)
- 13) Jacoby, J. and Kaplan, L., "The Components of Perceived Risk", Proceedings from 3rd Annual Conference, Association for Consumer Research, 382-393 (1972) 재인용 in 정재일, 소비자행동에 있어 인지된 위험의 역할에 관한 연구, 서울대학교 대학원, 석사학위 논문, (1981)
- 14) Friese, M.C., "Elements of Fashion Uncertainty as Perceived by the Consumer", Masters Thesis, *Iowa State University*, (1968)
- 15) Zigmund, W. and Scott, J.E., "A Multivariate Analysis of Perceived Risk, Self-Confidence and Information Sources", Proceedings from 3rd Annual Conference, *Association for Consumer Research*, (1972)
- 16) 구본용, 지각된 위험과 자신감이 소비자의 정보탐색에 미치는 영향에 관한 연구, 한양대학교 대학원, 석사학위 논문, (1986)
- 17) 정재일, 소비자 행동에 있어 인지된 위험의 역할에 관한 연구, 서울대학교 대학원, 석사학위 논문, (1981)
- 18) Prasad, V.K., "Socioeconomic Product Risk and Patronage Preferences of Retail Shoppers", *Journal of Marketing*. 42-47 (Jul. 1975)
- 19) 옥선경, 의복 구매시 인지되는 위험유형과 정보원 활용과의 관계, 서울대학교 대학원, 석사학위 논문, (1985)
- 20) Minshell, B., Winakor, G. and Swinney, J., "Fashion Performance of Males and Females, Risk Perceived and Temporal Quality of Styles", *Home Economics Research Journal*, Vol. 10, 369-379 (1982)
- 21) 김영모, 한국 사회 계층 연구, 일조각 (1982)