

중년기 주부의 외출복 구매문제 인식 및 관련변인*

A Study on Problem Recognition of Middle-aged Wives in Buying Townwears

동의대학교 생활과학대학 가정관리학과
전임강사 姜 惠 敬
숙명여자대학교 가정대학 가정관리학과
부 교 수 桂 仙 子

Dept. of Home Management Dongeui Univ.

Instructor : Hye Kyoung , Kang

Dept. of Home Management Sookmyung Women's Univ.

Associate Prof. : Sun Ja, Kye

〈목 차〉

- | | |
|----------------|---------------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 및 논의 |
| II. 문헌 연구 | V. 결론 |
| III. 연구설계 및 방법 | 참고문헌 |

〈Abstract〉

Followings are the aims of this study :

1) To search various motives of middle-aged wives to buy townwears, and subsequent problems, as well as to examine socio-demographic variables, physical variables, and psychological variables, and their influences on.

2) To set up theoretical foundation for further studies on this field. The data used in this study included 374 housewives living in Seoul and Pusan. Statistics used for data analysis were frequencies, means, standard deviation, pearson's correlation, factor analysis and regression analysis.

The findings can be summarized as follows.

1. Middle-aged wives' recognition of problems in buying townwears was divided

* 본 논문은 1995학년도 박사학위논문의 일부를 발췌한 것임.

into two : deficiency motive and sufficiency motive.

2. Variables that affect recognition of problem to purchase townwears are three : Sensitivity to fashion, preference for well-known labels, identity of interpersonal relationship.

3. Recognition of problems for middle-aged wives to purchase townwears proved less than average, and deficiency motive marked higher than that of abundance.

I. 서론

우리나라 중년기 주부들을 1994년 기준으로 만 45세~64세 사이로 구분할 때, 이들 중년기 주부들은 1950년 6.25전쟁 당시 만 1세~20세의 나이로 전쟁을 체험하고 전쟁 후의 급속한 정치·사회적 변화 및 경제성장 등을 경험한 세대이다. 이들은 우리나라의 급속한 경제발전의 주역으로 근검절약 및 물질적 재화의 획득과 보존의 가치등을 높게 인식하여 오늘에 이른 세대로서, 물질의 충족을 이룬 후에 나타나는 정신적 욕구충족을 위한 가치관의 정립을 이룰 시간적·사회적 여유가 없었던 세대이다. 또한 중년기 주부들은 전반적인 경제적 안정속에서 중년기에 나타나는 신체적·심리적 변화에 직면하여 자신을 되돌아보게 되고, 원숙해가는 인생의 정점에서 자녀의 성장·독립으로 인한 허탈감, 죽음·질병에서 파생되는 불안감이 나타나고 폐경기에 도달하여 우울증이 발생하며, 어머니·아내라는 역할에 의존해온 자신의 주체에 대하여 당혹감을 일으키고 성장한 자녀와의 사고와 의식의 차이에서 오는 대화의 단절 및 사회 활동 능력의 한계로 인해(박아청, 1983: 377) 정신적 혼란 및 공허감을 느낄 수 있는 시기이다. 이러한 중년기 주부에게서 의복착용은 자신을 나타내는 하나의 외적인 표현수단으로서 중요한 의미를 갖게된다. 특히 적절한 의복착용은 패션-치료요법으로 작용하여 자신의 가치 상실감을 회복시켜 줌은 물론 자존심, 행복감을 되찾게 하는 역할을 하기도 한다(강혜원, 1984: 236-238).

우리나라 중류층이상 중년기주부들의 경우는 경제적·사회적 안정하에 의복을 통하여 부를 과시할 수 있는 경제적 여유를 지닌 집단일 뿐 아니라 중년기

에 나타나는 신체적·심리적 변화들을 경험함으로써 자신을 나타내는 표현수단으로서의 외출복에 대해 이전과는 다른 다양한 동기들에 기인한 구매문제를 느끼게 된다. 따라서 이들의 외출복 구매동기와 각 동기별 구매문제 인식정도 및 이에 영향을 미치는 관련변인들을 고찰하는 것은 중년기 주부의 심리상태 및 소비양상을 이해하는 데 필요할 뿐만 아니라, 나아가 과소비가 문제가 되는 현 시점에서 중년기 주부들의 구매문제 인식정도에 영향을 주는 변인 고찰을 근거로 효율적인 소비자 교육과정을 마련하는 것은 매우 의의가 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 중년기 주부의 특성

중년기의 구분은 연구자들(김명자, 1989; 이영륜, 1981; 홍병숙, 1985; 이승희, 1989)의 주관에 따라 다양함을 알 수 있는데 본 연구에서는 1950년 6.25전쟁을 체험하고 폐허위에서 눈부신 경제성장 및 과도한 사회·문화적 변화를 같이 경험하여 오늘에 이른 만 45세에서 64세 사이의 주부를 중년기 주부라 구분하여 이들의 특성을 살펴보고자 한다. 중년기 주부의 심리적 특성으로는 첫째, 자아개념의 측면에서, 자아개념이 낮아진다는 견해와 증가한다는 견해로 구분된다. 자아개념이 낮아진다는 견해에서 살펴보면, 자녀양육등 전통적인 어머니의 역할을 중요시하는 주부는 자녀의 독립에 즈음하여 실망감·상실감 등에 빠져 빈 등지증상을 보인다고 한다. 이에 반하여 자아개념이 증가한다는 견해에서는, 중년기를 자기확신이 증가하며 자신의 능력을 발전시킬 수 있는

보다 큰 자유감의 시기로 보고 있다. 특히 직업을 가진 주부들에게는 자기직업에 있어서 전문가로서의 자신감이 넘치는 시기이다. 둘째, 신체에 대하여 민감한 반응이 나타난다고 하는데 이는 몸이 자신의 뜻대로 움직여주지 않는 데서 신체의 나약함을 새로이 감지하고 이것이 늙어가는 증거라고 스스로 생각한다. 이러한 체력감소 및 젊음의 상실을 최대한 극복하고자 부지런히 운동을 하거나 건강식·보신등에 관심을 기울인다고 한다. 셋째, 시간전망의 변화가 일어나 태어나서 이제까지 살아 온 시간보다 앞으로 얼마나 더 살 수 있을까에 관심을 두고 시간을 재구성한다. 이러한 과정에서 이제까지 이룩해 낸 업적과 포기해야만 하는 일들에 관심을 두게 된다. 넷째, 삶의 유한성에 대한 직면을 하게 되는데 부모세대가 아닌 동세대의 친구가 암이나 심장병 등으로 사망하는 것을 보면서 자신의 사망에 대한 필연성과 현실에 직면한다. 다섯째, 자아에 대한 재평가를 하게 되는데 이는 보다 넓은 사회환경 속에서의 자신의 위치를 파악하는 것으로 인생의 모순성을 인식하지만 이를 수용하면서 대립되는 면들이 재통합되는 것을 뜻한다. 또한 이러한 평가는 기존의 생활구조에 대한 도전을 의미하므로 정서적 혼란감과 실망감을 수반하기도 한다(김명자, 1989: 54-80).

이상에서 살펴 본 심리적 측면 중 자아개념이 낮아지는 경우와 신체에 대한 민감한 반응, 시간전망의 변화, 유한성에 대한 직면, 자아에 대한 재평가 등으로 일어나는 실망감과 정서적 혼란, 스트레스 등을 해결하기 위한 한 방법으로 외출복 착용이 이용될 수 있으며, 선행연구들(Johnson & Gurel, 1984; 이선영·강혜윤·조길수, 1990)에서 보면 일상생활에서 받는 스트레스를 해소하는 한 방법으로도 외출복 구매행동이 사용되고 있음이 지적되고 있다. 한편으로 자아개념의 증가를 나타내는 중년기 주부들의 경우에서도 자아개념의 증가를 반영하는 한 외적 상징으로 외출복 착용에 관심을 더 기울일 수 있으리라 여겨진다. 이와같이 다양한 심리적 측면에서 중년기 주부의 외출복 구매 및 착용은 중요한 의미를 갖는다고 볼 수 있다.

다음으로 중년기 주부의 신체적 특징에 관한 여러

연구결과(유정미, 1980; 남운자, 1983; Tate & Glisson, 1965), 중년여성은 허리와 가슴, 허리와 엉덩이 둘레의 차이가 감소하고 유방과 둔부가 처지는 체형변화가 나타난다고 하였다. 이러한 체형변화에 대처하기 위한 방법으로 중년기 주부들은 의복 특히 외출복을 착용하여 자신의 체형변화를 극복하고자 노력한다고 한다(이인자, 1985: 343).

그러므로 이상에서 살펴본 결과, 중년기 주부들은 의복 특히 외출복 구매 및 착용을 통해 신체적·심리적 측면의 다양한 변화에 대처하고 적응하는 것으로 생각할 수 있다.

특히 20세기 후반 전환기 사회를 살아온 우리나라 중년기 주부들은 급격한 경제성장으로 물질적 욕구가 충족된 후에 나타나는 정신적 공허감을 해결할 수 있는 가치관 정립이 이루어지지 못한 상태에서 자기중심적·소비지향적·물질주의적 가치를 지닐 수도 있으리라고 여겨진다(고범서, 1992: 265-270). 이러한 물질주의적 가치가 중년기 주부의 외출복 구매에 영향을 미칠 수 있다.

2. 중년기 주부의 외출복 구매문제 인식과정

소비자 구매의사 결정과정은 구매할 필요를 느끼는 문제인식단계 → 정보탐색 단계 → 대안평가 단계 → 구매(선택) 단계 → 구매후 평가 단계로 이어지는 연속적 과정으로 이루어지는데(Mowen, 1990; 285), 구매문제 인식과정은 첫단계로서 구매의사결정을 일으키는 중요한 시작단계로 간주된다. Engel, Blackwell과 Miniard(1993), Loudon과 Bitta(1993) 등은 구매문제인식에서의 문제를 필요·욕구·동기 등으로 대체시켜 언급하고 있는데 구매필요 또는 구매동기는 실제 상태와 희망상태에 충분한 불일치가 있을 때 일어난다고 하며, 필요인식에 의해 행동을 시작한다고 하였다.

구매의사결정과정을 문제 해결과정으로 생각한 Dewey(1910)에 의하면, 문제인식이란 소비자 구매의사결정과정을 유발시키고 활성화하기에 충분한 실제 상황과 희망상황 사이의 차이에 대한 인식이라고 하였는데 이는 바로 Engel과 그의 동료들이 의미한 필

요인식과 같은 개념이다.

그러므로 본 연구에서는 구매의사결정과정의 첫단계인 구매문제 인식을 구매필요인식, 구매동기인식, 구매욕구인식과 같은 의미로 정의하고자 한다.

구매문제 인식을 야기시키는 상황들에는 첫째, 재고의 고갈과 불충분함, 둘째, 재고에 대한 불만족, 셋째, 변화하는 환경적 상황, 넷째, 변화하는 재정적 상황 등이 있다.

소비자가 가진 구매문제 즉 구매동기에 대한 다양한 구분을 살펴보자. Tauber(1972)는 구매동기를 크게 두가지로, 기분전환, 자아만족, 감각적 자극등의 개인적 동기와 가정 밖에서의 사회적 경험, 유사한 흥미를 지닌 다른 사람과의 의사소통과 같은 사회적 동기로 구분하였다. Kretch, Crutchfield와 Norman(1974)은 결핍동기와 풍족동기로 구분하였는데, 결핍동기란 생존과 안전을 위한 욕구에서 나타나는 동기로 무엇인가 부족한 것을 확보하려는 방향으로 나아간다. 반면에 풍족동기는 풍족상태인 만족과 고무에 의해서 행동이 유발되는 경우에 해당한다. 그 외에 McGuire(1976)는 양극을 가진 동기로 인지적 대 감정적, 유지 대 성장, 능동적 대 수동적, 내적 대 외적으로 구분하고 이들을 조합하여 포괄적으로 16가지 주요동기를 분류하였다.

구매문제 인식과정의 연구경향으로 구매문제 인식 유형에 관한 연구들(Bruner, 1986; Hawkins, Coney & Best, 1980)이 있다. 소비자가 문제를 여러번 경험함에 따라 문제를 인식하는 유형이 발전하기 시작하는데, Bruner는 희망 상태유형과 실제 상태유형으로 구매문제 인식유형을 구분하였다. 희망 상태유형이란 희망 상태의 변화에 의해 문제인식이 이루어지는 것이고 실제 상태유형이란 실제 상태의 변화에 의해 문제가 인식되는 것이다. 외출복의 경우 옷이 낡아 못 입게 되어 구매문제를 인식하는 것은 실제 상태 유형이고, 유행이 바뀌어 새로운 유행의 옷에 대한 필요를 인식하는 것은 희망 상태유형이다.

3. 중년기 주부의 외출복 구매문제 인식정도에 관한 선행연구

중년기 주부의 외출복 구매문제 인식정도에 관한 연구로써 의복구매동기 및 의복구매 의사결정 과정에 관한 연구들을 살펴보자. 외출복 구매의사결정 과정을 고찰한 홍병숙(1985)은 기혼여성의 외출복 구매문제 인식단계에서 '옷이 낡아서', '유행을 따르기 위해서', '가지고 있는 옷과의 조화를 위해서', '판매점의 옷을 보고 사고싶은 충동을 느껴서', '할인판매 광고를 보고 싸게 사려고' 구매한다는 5가지의 구매동기를 제시하였다. 전반적으로 기혼여성들은 '가지고 있는 옷과의 조화를 위해서' 외출복 구매문제를 가장 높게 인식하였고 다음으로 '옷이 낡아서' '할인판매 광고를 보고 싸게 사려고'의 순으로 나타났다. 엄경은(1992)의 연구에서는, 구매동기를 문제 인식단계에서의 욕구발생으로부터 부여된 것으로, 구매행동을 불러 일으키는 개인의 내적 충동세력이라고 하여, 넓게는 의복을 구매하게 된 이유라고 정의하였다.

이러한 정의 하에서 구매동기를 선행상태동기와 구매시점 상황동기로 구분하였는데, 선행상태동기란 구매이전에 구매자가 갖게 되는 기분이나 생각, 시간적 여유, 또는 광고나 선전을 사전에 관찰하여 작용하는 동기이다. 구매시점 상황동기란 의복을 구매하는 바로 그 시점상황에서 유발되는 동기를 의미하는 것으로 상점분위기나 판매원이 구매에 영향을 미치는 동기 및 제품과 신체적 동기가 포함된다. 이러한 의복 구매동기 중 가장 높게 인식되는 동기로 첫째, 그 옷이 나에게 잘 어울리므로, 둘째 색상이 마음에 들어서, 셋째 오랫동안 입을 수 있는 스타일이어서, 넷째 비교적 모든 옷에 다 맞춰 입을 수 있는 스타일이어서, 다섯째 새로운 계절을 맞추기 위해서 의 순으로 나타났다.

이상의 연구들을 고찰한 결과, 구매동기를 구매의사 결정과정의 첫단계인 구매문제 인식단계에서 부여되는 것으로 파악하고 연구를 진행시키고 있음을 알 수 있다. 그러므로 이들이 의미하는 구매동기란 구매문제이며 구매행동을 불러일으키는 개인의 내적

상태이지만 이것이 구매하게 되는 직접적 이유라고는 볼 수 없다. 왜냐하면 구매의사 결정과정은 구매문제 인식단계와 정보탐색단계 그리고 대안평가단계와 구매단계로 진행되는데, 구매문제인식 즉, 구매동기 인식이 된 후 정보탐색을 거쳐 대안평가 및 구매단계에 이르렀을 때 구매의 평가기준으로 선택되는 것이 구매하게 된 직접적인 이유를 나타내는 것이다. 다시 말하면 직접적으로 구매하게 된 이유(즉 구매시 선택기준)를 정할 수 있도록, 구매상황에 이르게 한 개인의 내적 상태를 구매동기(구매문제)로 볼 수 있는데, 이 구매동기는 구매행동을 일으키는 근원적인 이유라고 할 수 있고, 반면에 구매시 평가기준 즉 구매시 선택기준은 구매상황에서 구매를 하게 하는 직접적인 이유라고 볼 수 있다.

엄경은(1992)의 연구에서 보면, 구매동기를 선행상태동기와 구매시점 상황동기로 구분하였는데 선행상태 동기란 구매문제 인식단계에서 부여되는 구매동기를 의미하는 것이지만, 구매시점 상황동기는 대안평가 및 구매시 평가기준(선택기준)으로 언급해야 할 것을 구매동기로 그릇되게 파악하고 있음을 알 수 있다. 홍병숙(1995)이 제시한 구매동기는 구매문제 인식과정에서의 구매동기로 파악할 수 있지만 그외의 연구들(황재경,1988: 정연화,1990)에서는 구매동기와 구매시 평가기준을 혼용하여 사용하고 있음을 알 수 있다.

일반적으로 일상생활에서 사용되는 의미에서 볼 때는, 구매동기에 구매시 평가기준을 포함시켜 생각할 수 있겠지만, 소비자 구매의사 결정과정에 관련된 연구에서는 구매문제 인식단계에서의 구매동기와 대안평가 및 구매단계에서의 평가기준(선택기준)을 명확히 구분하여 연구하는 것이 소비자 구매의사 결정과정에 관한 연구의 정교화 및 개념발달을 위해 필요하리라고 사료된다.

Ⅲ. 연구설계 및 방법

1. 연구 문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1. 중년기 주부의 외출복 구매동기에 따른 구매문제인식은 어떠한 요인들로 구성되어 있는가?
 연구문제 2. 중년기 주부의 외출복 구매동기별 구매문제 인식정도에 영향을 미치는 변인은 무엇인가?

2. 용어의 정의 및 조사도구 구성

본 연구에서 사용된 용어의 정의는 아래와 같다. 본 연구의 연구문제를 조사하기 위하여 질문지를 사용하였으며, 조사도구는 여러 선행연구를 참고로 하여 연구자가 작성하였다. 구성된 질문지의 내용에 대한 타당도는 전공자들로부터 검증을 받았으며, 척도의 작성은 다음과 같은 방법에 의해 이루어졌다.

(1) 외출복 구매동기별 구매문제 인식, 건강정도, 자아정체감, 스트레스 인지정도, 소득적정감, 상대적 비교감, 소비성향, 구매태도

외출복 구매동기별 구매문제 인식이란 중년기 주부가 어떤 동기에 의해 외출복 구매를 필요하다고 인식하는 경우를 말한다. 외출복 구매동기별 구매문제 인식척도는 Loudon과 Bitta(1993)와 Kretch 및 그의 동료들(1974)의 연구를 바탕으로 30개 문항을 5점 리커트 척도로 작성하였다. 점수가 높을수록 구매문제 인식정도가 높은 것을 의미하여, 크론바하의 알파계수가 .89로 높게 나타났다.

건강정도는 신체적 건강상태에 대한 자신의 평가를 의미하며, 건강척도로 김명자(1988)의 연구를 근간으로 4문항을 5점 리커트 척도로 구성하였다. 점수가 높을수록 건강한 것을 의미하며 크론바하 알파계수가 .77로 높게 나타났다.

자아정체감이란 중년기 주부가 자신의 직업, 일, 외모, 대인관계 등에 대해 성공적으로 발달시켜 나가고 있다는 자신감, 주위사람들로부터 인정받고 있다는 내적 확신감을 의미한다. 자아정체감에는 일에 대한 자아정체감, 외모에 대한 자아정체감, 대인관계에 대한 자아정체감, 부양능력에 대한 자아정체감이 있다. 자아정체감 척도는 김명자(1988)의 연구를 바

탕으로 17문항을 5점 리커트 척도로 구성하였다. 점수가 높을수록 자아정체감이 높은 것을 의미하며 크론바하의 알파계수는 .77로 높게 나타났다. 스트레스 인지척도는 김경아(1990)의 연구를 바탕으로, 5문항을 5점 리커트 척도로 구성하였으며, 크론바하의 알파계수는 .68이었다.

소득 적정감이란 현재 소득이 가정생활을 유지하기에 얼마나 적절한 지에 대한 개인의 지각정도를 의미한다. 상대적 비교감이란 자신의 생활수준을 이웃 또는 우리나라의 평균적인 생활수준에 비교하였을 때 느끼는 지각정도를 의미한다. 소득적정감과 상대적 비교감 척도는 박미금(1993)의 연구에서 사용했던 척도를 사용하였다. 점수가 높을수록 가계소득이 적정하며, 타인과 비교하여 가계소득이 높다고 지각하고 있음을 의미한다. 소비성향이란 중년기 주부들이 일반적인 제품구매시 나타내는 행동경향 및 심리적 성향을 의미하는 것으로 유명상표 선호도, 고가품 선호도, 유행 추종도를 가리킨다. 소비성향 척

도는 내용타당도를 고려하여 본 연구자가 작성하였으며, 11문항이 3요인으로 구분되었다. 크론바하의 알파계수는 .88로 높게 나타났다.

구매태도란 외출복 구매시 외출복의 가격 및 구매비용에 대한 전반적인 평가를 의미한다. 과거 긍정적 절약형이란 살아온 세월동안의 고생을 긍정적으로 평가하여 지금도 외출복 구매에 돈을 아끼는 유형을 말하며, 과거부정적 낭비형이란 지난날의 고생에 대한 보상심리로 외출복 구매에 돈을 아끼지 않는 유형을 의미한다. 구매태도 척도는 Oumlil(1983)의 연구를 근간으로 본 연구자가 작성하였다. 4문항으로 구성하여 5점 리커트 척도로 점수가 높을수록 과거긍정적 절약형, 점수가 낮을수록 과거부정적 낭비형에 가까움을 의미한다.

(2) 사회인구학적 변인 및 신체적 변인

선행연구들을 기초로 하여 사회인구학적 변인으로 연령, 자각연령, 가족형태, 소득, 교육수준, 남편의 직

<표 1> 조사대상자의 사회인구학적 특성

변인	집단	N	백분율 (%)	변인	집단	N	백분율 (%)
연령	45-49세	87	23.3	가족형태	핵가족	331	89.0
	50-59세	254	67.9		대가족	41	11.0
	60-64세	33	8.8		계	372	100
	계	374	100		Missi	ng = 2	
자각연령	39세 이하	24	6.4	남편직업	무직/퇴직자	34	10.4
	40대(40-49)	167	44.7		비전문직/생산관련직	29	8.9
	50대(50-59)	171	45.7		판매직	48	14.7
	60대(60-69)	12	3.2		서비스직	27	8.9
	계	374	100		사무직	70	21.5
교육수준	중졸 이하	58	15.6		전문직/전문기술직	40	12.3
	고졸	178	47.8		경영관리직	48	14.7
	대학중퇴 및	136	36.6	전문직	22	6.7	
	대졸이상	372	100	계	318	100	
	계	Missi	ng = 2	Missi	ng = 56		
월평균 가계소득	100만원 미만	34	9.5	부인직업	유무	94	26.0
	100-150만원 미만	47	13.1		계	267	74.0
	150-200만원 미만	110	30.7		Missi	ng = 13	
	200-300만원 미만	87	24.3				
	300만원 이상	80	22.3				
	계	358	100				
	Missi	ng = 16					

〈표 2〉 신체적 변인, 심리적 변인의 평균·표준편차

변인		N	%	변인		N	%
건강정도	하	112	30.0	소득적정감	하	77	20.6
	중	137	36.7		중	207	55.3
	상	124	33.2		상	90	24.1
	Mean SD	3.21 0.76			Mean SD	3.27 0.74	
자아정체감 (전체)	하	105	28.1	상대적 비교감	하	78	20.9
	중	166	44.4		중	161	43.0
	상	103	27.5		상	135	36.1
	Mean SD	3.25 0.43			Mean SD	3.14 0.69	
일에대한 자아정체감	하	113	30.2	소비성향(전체)	하	110	29.4
	중	155	41.4		중	153	40.9
	상	106	28.3		상	111	29.7
	Mean SD	3.61 0.57			Mean SD	2.37 0.66	
부양능력에 대한 자아정체감	하	112	29.9	유명상표 선호도	하	104	27.6
	중	136	36.4		중	165	44.1
	상	126	33.7		상	105	28.1
	Mean SD	3.05 0.89			Mean SD	2.84 0.83	
외모에 대한 자아정체감	하	88	23.5	고가품 선호도	하	135	36.1
	중	181	48.4		중	122	32.6
	상	105	28.1		상	117	31.3
	Mean SD	2.99 0.71			Mean SD	2.17 0.82	
대인관계에 대한 자아정체감	하	119	31.8	유행 추종도	하	107	28.6
	중	143	38.2		중	165	44.1
	상	112	29.9		상	102	27.3
	Mean SD	2.98 0.71			Mean SD	2.17 0.73	
스트레스 인지정도	하	125	33.4	구매태도	하	116	31.0
	중	155	41.4		중	160	42.8
	상	94	25.1		상	98	26.2
	Mean SD	2.65 0.70			Mean SD	3.71 0.66	

하 < Mean - 1/2 S.D. ≤ 중 ≤ Mean + 1/2 S.D. < 상

〈표 3〉 외출복 구매문제 인식척도에 관한 요인 행렬표

(N=374)

문항 번호	변 인	요인1 풍족동기형	요인2 결핍동기형	Commun- ality (h ²)
23	열심히 노력해 집도 장만하고 나니 여유가 생겨	.70	.11	.50
24	먹고 사는데 지장이 없어져 경제적 여유가 있으므로	.68	.13	.48
19	사람구경도 하고 친구도 사귀기 위해	.68	-.08	.46
16	삶이 길지 않다는 자각과 함께 나자신의 남은 생을 아름답게 영 위하기 위해	.67	.10	.46
22	경제적 기반이 잡혀 여유가 되므로	.66	.08	.44
17	지루한 일상생활에서 벗어나기 위한 기분전환으로	.61	.04	.37
25	TV광고에서 멋있게 분위기를 연출하는 외출복을 보고	.60	.13	.38
15	생활을 즐기기 위한 한 방법으로	.60	.12	.38
21	친구들과 만나서 같이 다니고 이야기하기 좋으므로	.60	.04	.36
14	생활은 편하지만 나에게겐 공허함과 무의미함만 남아 이를 달 래기 위해	.59	.13	.37
12	막내까지 다 자라 시간여유가 많아져 아름답게 꾸미고 싶어져 서	.57	.18	.36
13	부모님 모습을 보며 나도 더 늙기 전에 자신을 가꾸고 싶어져 서	.55	.19	.34
20	새로운 유행을 접하고 따라가기 위해	.54	.21	.33
18	외출복 구매를 통해 다른 사람과 대화 및 친교가 이루어지므로	.50	-.01	.25
28	진열된 외출복을 보고 사고 싶은 충동을 느껴	.45	.33	.31
31	어울리는 외출복을 입으면 만족감을 갖게 되므로	.45	.37	.34
26	잡지및 카달로그에서 보니 마음에 드는 옷이 있어서	.45	.28	.28
30	나를 아름답게 가꾸기 위해	.43	.35	.31
29	판매원의 친절로 인한 판매원의 권유때문에	.39	.13	.17
7	기본적으로 있어야 될 투피스, 원피스, 오바 등과 같은 옷이 마 땅치 않아	-.17	.61	.40
9	유행에 뒤떨어져 있어	.16	.56	.34
8	입고 나갈만한 옷이 마땅치 않아	-.19	.51	.29
34	사회적 지위와 체면유지를 위해	.32	.49	.34
33	사람들에게 좋은 인상을 주기 위해	.35	.48	.36
32	'옷이 날개'라는 말에서처럼 외적인 아름다움이 중요하므로	.36	.46	.34
11	가지고 있는 외출복의 모양, 색상등이 마음에 들지 않아	.25	.46	.27
35	입은 옷에 의해 사람은 평가 받게 되므로	.31	.43	.28
10	가지고 있는 옷들과 조화를 이루려고	.11	.40	.17
27	신문에 난 의류(세일)광고를 보니 마음에 드는 옷이 있어서	.31	.35	.20
6	옷의 별수가 적어	-.05	.35	.07
	전체 변량(%)	26.4	6.8	33.2
	공통 변량(%)	79.8	20.2	100.0
	아이젠 값	7.9	2.0	9.9

업, 부인의 직업유무등의 7개 변인을 선정하였고, 신체적 변인에는 폐경경험 유무와 건강정도가 포함된다.

3. 자료수집 및 분석방법

(1) 조사대상 및 자료수집절차

서울과 부산에 거주하는 만 45세에서 64세 사이의 주부를 대상으로 예비조사를 1994년 8월 5일에서 8월 20일 사이에 주부 72명에게 실시하였다. 본 조사는 1994년 9월 26일부터 10월 31일 사이에 실시하였으며, 중류층이상이라고 생각되는 만 45~64세 사이의 주부를 대상으로 500부의 질문지를 배포하였으며, 410부가 회수되었으나, 374부만이 본 연구의 분석자료로 사용되었다.

(2) 자료의 분석방법

조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도, 백분을 평균, 표준편차를 산출하였다. 연구문제 1의 분석을 위해 PAF(Principal Axis Factoring) 및 주성분 분석(Principal Component Analysis)에 의한 요인분석을 베리맥스 회전방식에 의해 실시하였다. 연

구문제 2의 분석을 위해서는 중회귀분석을 실시하였다. 이상의 자료분석은 SAS PC*를 이용하였다. 단 PAF방법에 의한 요인분석은 SPSS PC*를 이용하였다.

(3) 조사대상의 일반적 특성

조사대상자의 사회인구학적 특성은<표 1>과 같다. 조사대상자의 신체적 심리적 특성은 <표 2>와 같다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 중년기 주부의 외출복 구매동기에 따른 구매문제 인식 요인탐색

중년기 주부의 외출복 구매동기에 따른 구매문제 인식이 어떠한 요인들로 구성되어 있는가를 파악하기 위해 탐색적 요인분석 중 PAF방법에 의한 요인분석을 하였으며, 회전방식으로 베리맥스 회전방식을 이용하였다. 그 결과 두 요인으로 나누어졌는데, 제1요인을 풍족동기형 구매문제인식, 제2요인을 결핍동기형 구매문제 인식으로 명명하였다. <표3>참조

<표 4> 결핍동기형 구매문제인식 요인행렬표

(N=374)

문항 번호	변인	요인			Communality (h ²)
		외출복이 제공하는 사회적인정	제고의 불충분	제고의 불만족	
35	입는 옷에 의해 사람은 평가받게 되므로	.84	.08	-.04	.72
34	사회적 지위와 체면유지를 위해	.82	.09	.17	.70
33	사람들에게 좋은 인상을 주기 위해	.73	.09	.19	.57
8	외출시 입고 나갈만한 옷이 마땅치 않아	.04	.74	.25	.61
6	외출복 벌 수가 적어서	.12	.73	-.19	.59
7	기본적으로 있어야 될 투피스, 원피스, 오바등과 같은 옷이 마땅치 않아	.10	.72	.36	.66
10	가지고 있는 외출복과의 조화를 이루려고	.02	-.01	.75	.57
11	가지고 있는 외출복의 모양, 색상등이 마음에 들지 않아	.28	.11	.67	.54
9	외출복이 유행에 뒤떨어져 있어	.19	.33	.58	.49
전체변량(%)		22.74	19.46	18.33	60.53
공통변량(%)		37.57	32.13	30.30	100.0
아이겐값		2.047	1.751	1.65	5.448

〈표 5〉 풍족동기형 구매문제인식 요인행렬표

(N=374)

문항번호	변인	요인					Communality (h ²)
		연령 증가에 따른 심경변화	경제적 여유	삶의 여유로 인한 즐거움 추구	아름다움 추구	마케팅 활동의 영향	
13	늙으신 부모님의 모습을 바라보며 나도 더 늙기전에 가꾸고 싶어	.75	.20	-.004	.16	.14	.642
16	삶이 길지 않다는 자가고 함께 남은 생을 아름답게 영위하고 싶어	.73	.16	.23	.22	.06	.664
12	막내가 다 자라 시간여유가 많아져 아름답게 꾸미고 싶어	.72	.15	.08	.21	.11	.598
14	가족들 위주의 생활로 인해, 나에게 공허감과 무의미함만 남아	.71	.17	.24	-.06	.15	.611
15	생활을 즐기기 위해 생활영위의 한 방법으로	.68	.06	.26	.23	.06	.584
23	생활을 즐기기 위해 생활영위의 한 방법으로	.21	.86	.22	.12	.14	.860
24	열심히 노력해 집도 장만하고 나니 여유가 생겨 먹고 사는데는 지장이 없어서, 경제적 여유가 있으므로	.24	.81	.17	.15	.17	.800
22	경제적 기반이 잡혀 여유가 되므로	.18	.78	.25	.18	.07	.740
18	사람과의 대화 및 친교가 이루어지므로	.08	.08	.78	.17	-.001	.646
19	집밖으로 나와 사람구경도 하고 친구도 사귀기 위해	.22	.21	.77	-.06	.18	.718
21	친구들과 만나서 같이 다니고 이야기하기 좋기 때문에	.11	.26	.65	.00	.26	.573
17	지루한 일상생활을 벗어나기 위한 기분전환으로	.36	.16	.59	.11	.07	.517
31	어울리는 옷을 입으면 만족감을 갖게 되므로	.24	.15	.05	.80	.08	.729
32	'옷이 날개'라는 말에서처럼 외적인 아름다움이 중요하므로	.13	-.003	.19	.77	.19	.689
30	나를 아름답게 가꾸기 위해	.21	.33	-.06	.71	.10	.670
27	신문에 난 의류광고를 보니 마음에 드는 옷이 있어서	.06	.09	.03	.14	.82	.708
26	잡지 및 의류카탈로그에서 보니 마음에 드는 옷이 있어서	.13	.08	.16	.16	.81	.736
25	TV광고에서 멋있게 분위기를 연출하는 옷을 보고	.28	.24	.06	.06	.58	.562
전체변량(%)		17.31	13.71	13.58	11.53	10.98	67.11
공통변량(%)		25.86	20.48	20.29	17.22	16.15	100.0
아이겐값		3.115	2.467	2.444	2.075	1.946	12.047

〈표 6〉 구매문제 인식척도의 하위영역별 신뢰도

구매문제 인식척도		해당문항 번호	문항수	Cronbach's α
결핍동기에 의한 문제인식		6-11, 33-35	9	.74
하위영역	재고의 불충분	6, 7, 8	3	.62
	재고의 불만족	9, 10, 11	3	.56
	외출복이 제공되는 사회적 인정	33, 34, 35	3	.74
풍족동기에 의한 문제인식		12-19, 21-27, 30-32	18	.89
하위영역	연령증가에 따른 심경변화	12, 13, 14, 15, 16	5	.83
	삶의 여유로 인한 즐거움 추구	17, 18, 19, 21	4	.77
	경제적 여유	22, 23, 24	3	.88
	마케팅활동의 영향	25, 26, 27	3	.71
	아름다움 추구	30, 31, 32	3	.75

다음으로 풍족동기형과 결핍동기형 구매문제 인식은 어떠한 요인으로 구성되어 있는가를 파악하기 위하여 주성분분석에 의한 요인분석을 배리믹스 회전 방식에 의해 실시하였다. 결핍동기형 구매문제 인식에서는 요인적재치 .40이상인 문항을 선정한 결과 9 문항이 선정되었다. 1요인으로 외출복이 제공하는 사회적 인정형, 2요인으로 재고의 불충분형, 3요인으로 재고의 불만족형이 나타났다. 풍족동기형 구매문제 인식에서는 요인적재치가 .40이상인 18문항을 선정하였고, 각 요인의 아이젠 값은 모두 1.0 이상이다. 1요인으로 연령증가에 따른 심경변화형, 2요인으로 경제적 여유형, 3요인으로 삶의 여유로 인한 즐거움 추구형, 4요인으로 아름다움 추구형, 5요인으로 마케팅 활동의 영향형이 나타났다. <표 4> <표 5> 참조 구매문제 인식척도의 하위영역별 신뢰도는 <표 6>과 같다.

<표 7> 외출복 구매동기별 구매문제 인식정도의 평균, 표준편차

			(N=374)	
변인		평균	표준편차	
구매문제 인식정도(전체)		2.64	0.49	
결핍동기형 구매문제 인식정도		3.06	0.59	
하위영역	재고의 불충분	3.03	0.72	
	재고의 불만족	3.13	0.74	
	외출복이 제공하는 사회적 인정	2.83	0.84	
풍족동기형 구매문제 인식정도		2.50	0.60	
하위영역	연령증가에 따른 심경변화	2.49	0.84	
	삶의 여유로 인한 즐거움 추구	2.17	0.71	
	경제적 여유	2.62	0.97	
	마케팅 활동의 영향	2.23	0.67	
	아름다움 추구	3.22	0.77	

2. 중년기 주부의 외출복 구매문제 인식정도에 영향을 미치는 제변인

<표 8>에서와 같이, 외출복 구매문제 인식정도에 영향을 미치는 변인은 유행추종도, 유명상표 선호도, 부양능력에 대한 자아정체감이었다.

<표 8> 외출복 구매문제 인식정도에 대한 중회귀분석 (N=374)

독립변인	외출복 구매문제 인식정도	
	b	β
연령	.01	.11
가족형태	.08	.05
자각연령	-.00	-.01
교육수준	.02	.06
소득	.00	.08
남편직업	-.01	-.04
부인직업 유무	-.06	-.05
건강정도	.01	.03
폐경경험 유무	.05	.05
일에 대한 자아정체감	-.10	-.11
부양능력에 대한 자아정체감	.07	.13*
외모에 대한 자아정체감	-.03	-.04
대인관계에 대한 자아정체감	-.04	-.06
스트레스 인지정도	.08	.10
소득 걱정감	.02	.03
상대적 비교감	.09	.12
유명상표 선호도	.13	.21**
고가품 선호도	.03	.05
유행 추종도	.20	.28***
구매태도	-.07	-.09
회귀 상수	1.27	
F 값	5.70**	
R ²	0.28	
D-W. 계수	1.90	

* P < .05 ** P < .01 *** P < .001

b: 비표준화 계수 β: 표준화 계수

<표 9> <표 10>에 따르면, 결핍동기형 구매문제 인식정도에 영향을 미치는 변인으로 유명상표 선호도, 구매태도, 유행 추종도, 스트레스 인지정도가 나타났으며, 풍족동기형 구매문제 인식정도에 영향을 미치는 변인으로 유행 추종도, 구매태도, 유명상표 선호도가 나타났다.

이상의 결과를 볼 때, 외출복 구매문제 인식정도 전체와 결핍동기형 및 풍족동기형 구매문제 인식정도에 영향을 미치는 변인들 모두가 사회인구학적 변

〈표 9〉 외출복 구매시 결핍동기형 문제인식정도에 대한 중회귀분석

독립 변인	단 계	결핍동기형 구매문제 인식정도	
		b	β
연령		.004	.03
가족형태		.02	.01
자각연령		.001	.02
교육수준		.02	.05
소득		-.00	-.004
남편직업		-.01	-.05
부인직업 유무		.07	.05
건강정도		.03	.04
폐경경험 유무		-.04	-.03
일에 대한 자아정체감		-.07	-.07
부양능력에 대한 자아정체감		.06	.09
외모에 대한 자아정체감		-.02	-.02
대인관계에 대한 자아정체감		.00	.00
스트레스 인지정도		.12	.15*
소득 적정감		-.02	-.03
상대적 비교감		.07	.08
유명상표 선호도		.16	.23**
고가품 선호도		.04	.05
유행 추종도		.14	.17*
구매태도		.16	.19*
회귀 상수		0.91	
F 값		3.44**	
R ²		0.91	
D.-W. 계수		1.92	

인, 신체적 변인이 아닌 심리적 변인들이었다.

즉 스트레스 인지정도가 특히 결핍동기형 외출복 구매문제 인식정도에 영향을 주는 것으로 나타난 결과는 우울상태를 벗어나기 위해 의복 구매행동을 취한다는 Ripperel(이승희, 1989)의 연구결과와 치료적 관점에서 의복이 우울증을 없애주며, 자아가치를 향상시켜 주는 치료수단으로서의 잠재력을 보여주었다는 Johnson과 Gurel(1984)의 연구결과와 일치하는 경향을 볼 수 있다. 구매태도는 결핍동기형 및 풍족동기형 구매문제 인식정도에 영향을 미치는 변인으로,

〈표 10〉 외출복 구매시 풍족동기형 문제인식정도에 대한 중회귀분석

독립 변인	단 계	풍족동기형 구매문제 인식정도	
		b	β
연령		.02	.12
가족형태		-.002	.06
자각연령		.03	-.02
교육수준		.00	.05
소득		-.009	.11
남편직업		-.13	-.03
부인직업 유무		.01	-.09
건강정도		.10	.01
폐경경험 유무		-.12	.08
일에 대한 자아정체감		-.12	-.11
부양능력에 대한 자아정체감		.08	.12
외모에 대한 자아정체감		-.03	-.03
대인관계에 대한 자아정체감		-.07	-.08
스트레스 인지정도		.05	.05
소득 적정감		-.02	-.02
상대적 비교감		.11	.11
유명상표 선호도		.12	.16*
고가품 선호도		-.07	-.09
유행 추종도		.23	.28***
구매태도		-.18	-.20***
회귀 상수		1.45	
F 값		6.06***	
R ²		0.30	
D.-W. 계수		1.85	

구매태도가 과거 긍정적 절약형에 가까울수록 결핍동기형 구매문제를 높게 인식하고 있으며, 과거부정적 낭비형에 가까울수록 풍족동기형 구매문제를 높게 인식하는 것을 통해 구매태도가 외출복 구매문제를 인식케 하는 동기에 영향을 주는 것으로 유추할 수 있다. 또한 과거부정적 낭비형에 가까운 구매태도를 지닌 중년기 주부일수록 물질적 욕구가 충족된 후에 일어나는 정신적 공허감을 해결할 수 있는 가치관의 정립이 이루어지지 못한 상태에서(고범서, 1992) 자기중심적, 소비지향적, 물질주의적 가치를 지

니게 되어 다양한 풍족동기에 기인한 외출복 구매문제를 높게 인식하는 것으로 사료된다. 부양능력에 대한 자아정체감이 높은 중년기 주부일수록 외출복 구매문제 인식정도가 높게 나타났다. 즉 자신의 경제적 능력에 대한 확신을 가진 주부일수록 경제적 자신감으로 부터 기인한 정신적 여유등으로 인해 외출복 구매에 더 많은 관심과 필요를 갖는 것으로 생각된다. 이는 여유계층의 소비자들이 의복을 통한 부의 과시경향을 보인다고 지적한 Veblen의 이론 (Horn & Gurel, 1981)과 일치하는 것이다.

유행추종도와 유명상표 선호도가 높은 중년기 주부일수록 외출복 구매문제 인식정도가 높고, 결핍동기형·풍족동기형 구매문제 인식정도 모두가 높게 나타났다. 유행을 추종하고 유명상표를 선호하는 것은 일반적으로 외출복에 대한 구매필요를 크게 느끼는 심리상태이다. 즉 유행을 추종하고 유명상표를 선호하므로, 결핍동기에 해당되는 기존 옷에 대한 불만족 및 불충분을 더 느끼게 되어 구매문제를 높게 인식하는 것으로 해석된다. 그리고 경제적·정신적 여유하에서 대부분 유행추종 및 유명상표 선호가 이루어지므로 다양한 풍족동기형 구매문제 인식정도가 높게 나타나는 것으로 유추된다.

V. 결론

스트레스 인지정도 및 소비성향이 중이하로, 소동적정감 및 상대적 비교감과 자아정체감이 중이상으로 나타났고, 외출복 구매문제 인식정도 평균점수가 중이하로 나타났으며, 풍족동기형 구매문제 인식정도보다 결핍동기형 구매문제 인식정도의 평균점수가 더 높게 나타난 본 연구결과를 통해, 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다. 전반적인 우리나라 중년기 주부들은 경제적 안정위에서 심리적으로도 안정감을 느끼고 건전한 소비생활 및 구매태도를 영위하고 있는 것으로 파악된다. 즉 중년기 주부들이 의복을 통해 부를 과시할 수 있는 여유계층임에도 불구하고 전반적으로 건전한 소비생활을 영위하고 있는 것으로 판단되므로 이러한 중년기 주부들의 건전한 소비생활을 사회적으로 장려하고 부각시켜 이들이 바람직한

소비문화를 주도해 가도록 해야할 필요성이 있다.

외출복 구매문제 인식정도에 영향을 미치는 변인들 중에 주로 심리적 변인들의 영향력이 큰 것으로 나타난 것은 실제 소득이나 외적 환경보다는 자신의 가치 및 심리상태에 따라 외출복 구매문제를 인식하고 있는 것으로 파악할 수 있다. 그러므로 일부 정신적 공허감을 느끼는 중년기 주부들이 외출복 구매를 통한 과소비를 행함으로 그들의 정신적 공허감을 메꾸고 있는 것으로 유추할 수 있으므로, 이들 일부 중년기 주부들을 대상으로한 건전한 가치관 및 긍정적인 자아상 등의 성인교육과 관련된 소비자 교육이 이루어져야 할 것으로 사료된다.

본 연구는 중년기 주부의 외출복 구매문제 인식정도 및 이에 영향을 미치는 관련변인들의 고찰을 통하여, 중년기 주부의 외출복 구매동기에 따른 구매문제 인식을 구성하고 있는 요인들을 탐색적으로 제시하였고, 외출복 구매문제 인식정도에 영향을 미치는 변인의 대부분이 심리적 변인이라는 것을 파악하였다는 데에 그 의의를 찾을 수 있으나 다음과 같은 제한점을 가지고 있다. 조사대상자의 지역적 분포가 서울과 부산으로 한정되어 있고, 사회경제적 지위가 대부분 중류층 이상으로 표집되었기 때문에 연구결과를 일반화하는 데 다소의 무리가 있을 것으로 판단된다.

본 연구결과에 근거하여 앞으로의 연구방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 탐색적으로 제시된 중년기 주부의 결핍동기형 외출복 구매문제 인식, 풍족동기형 외출복 구매문제 인식 및 하위요인들을 확인하는 연구들이 중년기 주부를 대상으로 이루어져야 할 것이다.

둘째, 본 연구의 이론적 배경에서 제시한 Tauber의 개인적 동기와 사회적 동기, McGuire의 16가지의 동기요인에 해당되는 각 동기에 적절한 외출복 구매문제 인식문항을 선정하여, 중년기 주부의 외출복 구매동기별 구매문제인식이 이러한 동기요인들로 구성되는 가를 파악하는 연구가 이루어져야 할 필요성이 있다.

셋째, 심리적 변인들의 영향력이 파악되었으나 설

명력이 낮은 편이므로 내외통제성 및 행복감, 우울감 척도등과 같은 다양한 심리적 변인들을 더 추가하여 살펴 볼 필요가 있다.

넷째, 중년기 주부의 외출복 구매문제 인식유형을 파악하기 위하여 Bruner가 제시한 희망 상태유형 및 실제 상태유형을 구분하는 질문 문항들을 선정하고, 중년기 주부가 실제 상태유형 및 희망 상태유형으로 어떻게 분류되는 지를 조사하며, 각 유형에 따른 사회인구학적·신체적·심리적 특성을 파악하는 연구가 이루어져야 할 것이다.

다섯째, 서울 및 부산의 대도시가 아닌 중소도시 및 농촌지역의 중년기 주부들을 대상으로 외출복 구매동기별 구매문제 인식정도 및 관련변인을 고찰하는 연구가 이루어져야 할 것이다.

【참 고 문 헌】

- 1) 강혜원(1984), 의상사회심리학, 서울: 교문사.
- 2) 김경아(1990), 기혼여성이 지각한 가정생활상의 스트레스 수준 및 관련변인 고찰, 숙명여대 대학원 석사학위논문.
- 3) 김명자(1988), 중년기 위기감 및 그 관련변인에 관한 연구-서울시 남성과 여성을 중심으로, 이화여대 대학원 박사학위논문.
- 4) _____ (1989), 중년기 연구, 서울: 교문사.
- 5) 고범서(1992), 가치관 연구, 서울: 나눔.
- 6) 남윤자(1983), 실루엣에 의한 한국여성의 체형분석, 서울대 대학원 석사학위논문.
- 7) 박미금(1993), 부부의 경제생활 만족도 비교분석-주관적 경제수준 평가와 가계관리행동을 중심으로, 숙명여대 대학원 박사학위논문.
- 8) 이송희(1989), 중년기 여성들의 스트레스 인 지수준과 의복선택행동에 관한 연구, 전북대 대학원 석사학위논문.
- 9) 이선영·강혜원·조길수(1990), 결혼적응도에 따른 의복행동에 관한 조사연구, 한국의류학회지 14(4), 70-76.
- 10) 이인자(1980), 의상흥미와 배경간의 상관연구, 건국대 생활문화연구소 연구보고 4집, 50-69.
- 11) _____ (1985), 복식사회심리학, 서울: 수학사.
- 12) 이영륜(1981), 중년기 여성들의 신체적 만족도와 의복행동과의 상관연구, 연세대 대학원 석사학위논문.
- 13) 유정미(1980), 중년여성복 연구, 홍익대 대학원 석사학위논문.
- 14) 엄경은(1992), 의복구매동기와 구매후 불만족에 관한 연구, 성신여대 대학원 석사학위논문.
- 15) 정연화(1990), 의복비 지출로 본 구매행동연구, 조선대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 16) 홍병숙(1985), 기혼여성의 의복구매 의사결정과정 에 관한 실증적 연구, 중앙대 대학원 박사 학위논문.
- 17) 황재경(1988), 패션감각분류에 따른 의복구매활동에 관한 연구-서울시내 중산층 중년여성 을 대상으로, 이화여대 대학원 석사학위논문.
- 18) Newman, B.M. & Newman, P.R.(1983), 현대발달 심리학, 박아청 옮김, 서울:형설출판사.
- 19) Horn, M.J. & Gurel, L.M.(1981), The second skin (의복:제 2의 피부), 이화연·민동원·손미영 옮김, 서울: 까치.
- 20) Bruner II, G.C.(1986), Problem recognition styles and search patterns : an empirical investigation, Journal of Retailing 62(Fall), 281-297.
- 21) Dewey(1910), How we think, New York: Heath.
- 22) Engel, J.F. Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1993), Consumer Behavior 7th. ed. The Dryden Press.
- 23) Hawkins, D.L. Coney, K.A. & Best, R.J.(1986), Consumer behavior, Dallas : Business Publications Inc.
- 24) Johnson, D.M.L. & Gurel, L.M.(1984), Depression : relationships to clothing and appearance self-concept, Home Economics Research Journal 13 (1), 19-30.
- 25) Kretch, D. Crutchfield, R.S. & Livson, N. (1974), Elements of psychology 3rd. ed. New York : Arfred A. Knopf.
- 26) Loudon, D.L. & Bitta, A.J.D.(1993), Consumer

- behavior 4th. ed. McGraw-Hill Inc.
- 27) McGuire, W.J.(1976), Some internal psychological factors influencing consumer choice, *Journal of Consumer Research* 2(March), 302-319.
- 28) Oumlil, A.B.(1983), Economic change and consumer shopping behavior, Praeger Publishers.
- 29) Tate, M.T. & Glisson, O.(1965), *Family clothing*, New York : John woley & Sons Inc.
- 30) Tauber, E.M.(1972), Why do prople shop?, *Journal of Marketing* 36(October), 46-48.