

# 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색 및 대안평가에 관한 연구

## Information-Search and Evaluating Alternatives of Middle-aged Wives in Buying Townwears

동의대학교 생활과학대학 가정관리학과  
전임강사 강혜경

Dept. of Home Management Donggwi Univ.  
Full Time Instructor : Hye Kyoung, Kang

### 〈목 차〉

I. 서론	IV. 연구결과
II. 이론적 고찰	V. 결론
III. 연구 방법	참고문헌

### 〈Abstract〉

The aims of this study are as followings.

1)To investigate information-search and evaluating alternatives of middle-aged wives in buying townwears, as well as to examine socio-demographic variables, physical variables, and psychological variables, and their influences on.

2)To compare the previous study (a study on problem recognition of middle-aged wives in buying townwears) with this study and to relate this results to previous study results.

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, t-test, Oneway ANOVA, stepwise multiple regression analysis. Major findings are as follows.

1.The degree of information-search and evaluating alternatives proved more than middle point.

2.Variables that affect information-search and evaluating alternatives are three : attitude towards purchasing, experience of menopause, preference for expensive clothes.

## I. 서론

우리나라 중년기 주부들은 1950년 6.25 전쟁 및 전후의 급속한 정치·사회적 변화와 경제성장 등을 체험한 세대로서, 경이로운 경제발전의 주역이었던 한편으로 물질의 충족을 이룬 후에 나타나는 정신적 욕구충족 및 가치관의 정립을 이룬만한 시간적, 사회적 여유가 없었던 세대이다.

또한 중년기 주부들은 폐경과 노화 등의 신체적 변화와 함께 자녀의 성장과 독립등과 같은 다양한 생활사건들을 경험하게 되며, 이같은 변화에 직면하여 정신적 혼란 및 공허감을 느낄 수 있는 시기에 처해있다(강혜경, 1995).

따라서 중년기 주부들은 그들의 정신적 공허감을 물질(의복, 보석류, 내구재 등등)의 소유와 소비에 의해 충족시키려고 할 수 있다(고범서, 1992). 이러한 중년기 주부들에게 의복구매 및 착용은 자신을 나타내는 하나의 외적인 표현수단으로서 중요한 의미를 가질 뿐만 아니라, 적절한 의복착용은 패션 - 치료요법으로 작용하여 자신의 가치상실감을 회복시켜 줌은 물론 자존심, 행복감을 되찾게 하는 역할을 하기도 한다(강혜원, 1984).

우리나라 중년기 주부들은 급속한 경제발전 후에 나타나는 정신적 공허감에 의해 또는 신체적·심리적 변화에 적응하기 위해 의복 및 의복구매에 기울이는 관심과 중요성의 정도가 높다고 볼 수 있다. 즉 의복에 대한 관여(소비자들이 제품이나 구매에 기울이는 관심과 중요성)의 수준이 높아 의출복 구매시 정보 탐색이 많아지고 대안평가는 신중히 하리라고 추측된다. 선행연구 결과(강혜경, 1995)를 토대로 보면, 이들이 지닌 전전한 구매태도에 의해서도 의출복 구매시 정보탐색 및 대안평가를 활발하고 신중히 하리라 기대된다.

정보탐색은 시장에서 어떤 목적물에 대한 의사결정을 보다 용이하게 하기 위해서 개인이 정신적·신체적으로 정보를 수집하고 처리하는 활동(김동기·이용학, 1994)으로서, Walters(1978)에 의하면 소비자 정보탐색이란 대안상품과 점포에 대한 정보를 얻기 위한 소비자의 정신적·육체적 활동이라고 하였다.

대안평가를 정보탐색을 통해 획득한 정보들을 토대로 총체해결책으로 확인된 대안들을 평가하는 과정이다 (Mowen, 1990).

Engel, Blackwell, Miniard(1993)에 따르면 관여의 높고 낮음에 따라 제품구매 의사결정의 형태가 다르다고 하였는데, 고관여는 자동차나 의류의 구매와 같이 자아를 높게 반영하거나 개인적 관련성이 높다고 여겨지는 경우로 정보탐색이 많아지고 대안평가가 까다롭다고 하였다. 즉 정보탐색 및 대안평가의 양은 관여의 수준에 의해서 달라진다고 한다.

의복관여의 수준이 높다고 추측되는 우리나라 중년기 주부들의 의출복 구매시 정보탐색 및 대안평가 과정 고찰은, 중년기 주부들의 소비자행동을 이해하는데 필요할 뿐만 아니라, 나아가 과소비가 문제되는 현 시점에서 이들의 정보탐색 및 대안평가에 영향을 주는 관련변인 파악을 근거로 효율적인 소비자교육과정을 마련하는 것은 매우 의의가 있을 것이다.

또한 인생주기의 관점에서 가장 역할이 많고, 인생의 절정기라고 할 수 있는 중년기에 대한 깊이 있는 연구는 중요하므로(박미석, 1996), 중년기 주부들을 대상으로 한 선행연구(이영선, 1991 ; 강혜경, 1988)가 매우 적은 상태에서 이에 대한 실증적 고찰을 해야 할 필요성이 제기된다.

아울러 본 연구는 중년기 주부의 의출복 구매시 진행되는 일련의 구매의사 결정과정을 살펴보는 연속연구중의 일부분으로서, 본 연구자의 선행연구인 중년기 주부의 의출복 구매문제 인식 및 관련변인(강혜경, 1995)에 뒤이은 후속연구이다.

## II. 이론적 고찰

### 2.1 중년기의 구분 및 특성

인간발달은 연속적 변화의 과정으로, 환경적·심리적 요인의 복합적 상호작용에 의하여 이루어지므로 중년기에 대한 명확한 구분이 쉽지 않아, 중년기의 구분은 연구자들(김명자, 1989 ; 이송희, 1989 ; 홍병숙, 1985 ; 이영륜, 1981)의 주관에 따라 다양함

을 알 수 있다.

본 연구에서는 중년기 주부들을 1994년 기준으로 만 45세~64세 사이로 구분하고자 하는데, 이들 중년기 주부들은 1950년 6.25전쟁 당시 만 1세~20세의 나이로 전쟁을 체험하고 전쟁후의 급속한 정치·사회적 변화와 경제성장 등을 경험한 세대이다. 이들은 20세기 후반 전환기 사회를 살아온 세대로서, 급격한 경제성장으로 물질적 욕구가 충족된 후에 나타나는 정신적 공허감을 해결할 수 있는 가치관 정립이 이루어지지 못한 상태에서 자기중심적·소비지향적·물질주의적 가치를 지닐 수 있으리라고 여겨진다(고범서, 1992).

중년기 주부들은 심리적으로도 자녀의 성장과 독립으로 인한 빈둥지 증상, 신체에 대한 민감한 반응, 시간전망의 변화, 유한성에 대한 직면, 자아에 대한 재평가 등으로 일어나는 실망감과 정서적 혼란, 스트레스 등을 경험하게 되며, 이를 해결하기 위한 한 방편으로 외출복 구매 및 착용이 이용될 수 있다. 몇몇 선행연구(이선영·강혜원·조길수, 1990 ; 강혜원, 1984)에서 보면 일상생활에서 받는 스트레스를 해소하는 한 방법으로도 외출복 구매행동을 사용하고 있음이 지적된다.

중년기 주부들은 신체적으로도 신진대사 기능이 감소되면서 체중이 증가하고 체형이 변하며 갱년기 증상이 나타난다. 갱년기는 보통 45세에서 60세 경까지 지속되는 현상으로 생물학적 상태의 전반적인 변화를 포함하며 갱년기 중에 폐경이 발생한다. 폐경은 생물학적 연령의 한 단계로 어머니 역할로부터의 해방, 출산능력 상실, 노년기 시작 등을 의미하는데 이것은 여러 가지 신체적 증세와 심리적 불안감을 수반한다고 알려져 왔다(강혜경, 1995).

이상의 우리나라 중년기 주부의 특성에 근거하여 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색 및 대안평가에 영향을 미치는 독립변인으로 신체적 변인에 건강정도, 폐경 경험 유무를 심리적 변인에 자아정체감, 스트레스 인지정도, 소득적정감, 상대적 비교감, 소비성향 및 구매태도를 선정하였으며, 가족형태가 외출복 구매에 영향을 주리라 생각되어 사회인구학적 변인에 포함시켰다.

## 2.2 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색

정보탐색이란 소비자가 인식된 문제를 만족시키기 위하여 정보를 추구하는 과정으로서 소비자가 문제를 인식하였을 때 먼저 자신의 경험이나 기억을 탐색하고(내적 탐색), 그것만으로 충족할 수 없을 때 새로운 정보를 획득하고자 광범위한 외적 탐색을 하게 된다. Bettman(1979)은 이러한 내적 탐색과 외적 탐색이 순환될 수 있다고 하였다.

이러한 정보탐색이 어떠한 행위요소들로 구성되어 있는가가 정보탐색의 제 측면인데 정보탐색의 제 측면을 이루는 요소들로는 정보를 어느 곳으로부터 찾아보는가?(탐색된 정보원천), 소비자 의사결정에 관련된 정보를 얼마나 추구하는가?(탐색된 정보량), 얼마나 오랫동안 찾아보는가?(탐색의 소요시간) 등이 있다(강혜경, 1988).

정보탐색(노력) 정도란 특정제품을 구매할 목적으로 외부환경으로부터 관련된 지식이나 정보를 획득하기 위하여 노력하는 정도로서, 정보탐색정도의 측정은 소비자가 외적 탐색을 어느 정도 광범위하게, 그리고 심도있게 하는가로 정할 수 있다. 기존의 연구들에서는 정보탐색정도를 소비자들이 제품을 구매하기 전에 수행하는 외적 탐색량으로 측정해 왔다. 초기연구에서는 정보탐색량의 정도를 측정하기 위해서 방문한 상점수라든가, 가족·친지들과의 대화정도, 고려한 매체의 수, 고려한 상표의 수 등을 하나의 지표로서 사용한 단일 변인 측정방법을 취하였다. 그러나 이는 다양한 정보탐색의 복잡성을 왜곡한다는 비판이 가해져 차츰 변인을 동시에 고려한 복합적 측정방법을 사용하게 되었다. 복합적 측정방법을 처음으로 시도한 사람은 Katona와 Mueller로서 그들은 정보탐색량을 첫째, 잡지 등 인쇄물을 읽은 수 둘째, 가족·친지들과의 대화정도 셋째, 다른 사람이 소유한 제품을 살펴본 수 넷째, 방문한 상점수를 모두 합한 복합적 지수를 사용하였다(채정숙, 1993). 그 후 Kiel과 Layton(1981)은 정보탐색을 요인분석하여 정보탐색이 상점탐색, 매체탐색, 인적탐색, 탐색시간의 네 가지 요인으로 구성되어 있음을 밝혔다.

국내연구로 배수현(1988)은 상점탐색, 연직탐색, 매체탐색, 제품속성탐색의 네가지 요인으로 구성된다고 하였다.

이와같이 정보탐색의 측정변인은 일관된 틀이 존재하지 않고 연구자들마다 여러 가지 정보탐색차원을 고려하여 관련변인을 채택하고 있음을 알 수 있다.

중년기 주부를 대상으로한 외출복 구매시 정보탐색에 관한 선행연구로 볼 수 있는 것은 강혜경(1988) 및 이영선(1991)의 연구가 있다. 강혜경(1988)은 사회인구학적 변인에 따른 의류에 대한 정보탐색정도의 차이를 살펴 보았는데, 연령별로는 30대, 40대, 50대 이상 주부집단간에 유의한 차이가 있었다. 즉, 50대 이상 주부들이 젊은 주부들보다 의류에 대한 정보탐색 정도가 더 많다는 것을 알 수 있다. 한편, 교육수준 및 소득수준, 직업 유무에 따른 의류에 대한 정보탐색 정도는 유의한 차이를 보이지 않았다. 의류에 대한 정보탐색시 이용하는 정보원도 사회인구학적 변인에 따라 유의한 차이가 없었다. 이영선(1991)은 주부들을 대상으로 지속적 정보탐색과 구매전 정보탐색으로 구분하여 조사한 결과, 객관적으로 측정된 지속적 정보탐색의 정도는 적은 편이었다. 구매전 정보탐색의 경우 전반적으로 여러 유형의 정보원을 이용하나 점포탐색을 제외하고는 그 이용도가 낮은 편으로 나타났다.

이와 같이 주부들 중 중년기 주부만을 대상으로한 선행연구가 거의 없는 상태이므로 본 연구에서는 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색을 측정하고자 정보탐색정도와 정보원천별 이용정도를 변인으로 선정하였다. 정보탐색정도는 경제적 측면, 제품특성적 측면, 사회심리적 측면에 관련된 정보를 얼마나 추구하는가의 정보탐색량으로 측정하였으며, 정보원천별 이용정도는 정보원천별 이용순서로 측정하였다. 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색 정도 및 정보원천별 이용정도에 영향을 미치는 사회경제학적 변인으로는 관련연구(강혜경, 1988; 이영선, 1991; 채정숙, 1993)를 참고하여 연령, 교육수준, 소득수준, 직업유무를 영향변인으로 살펴보면 다음과 같다.

### (1) 연령

Shaninger와 Sciglimpaglia(1980)에 의하면, 나이가 든 소비자가 보다 적은 정보를 처리하며 보다 적은 속성 및 대체안을 탐색한다고 했는데 이는 연령이 증가함에 따라 시장에서의 지식 및 경험이 풍부해지고 친숙성이 높아지므로 상품명 및 가격 등의 중요한 속성 한 두 가지만 탐색하기가 쉬우며, 대부분은 기억속에 저장된 정보를 탐색할 것이라고 추측하였다. 강혜경(1988)은 30대미만, 30대, 40대, 50대이상 주부들을 대상으로 의류에의 정보탐색정도를 조사한 결과, 50대 이상 주부들의 전반적인 정보탐색이 가장 높게 나타났다. 이는 젊은 시절에 가정을 생성·발전·안정시킨 후에 이제 안정기에 접어든 50대이상 주부들의 시간적·정신적·경제적 여유에서 오는 결과라고 해석하였다.

### (2) 교육수준

Newman과 Staelin(1972)은 교육수준이 정보탐색 및 평가에 대한 능력과 흥미를 반영하며 따라서 구매의사결정도 학습경험의 하나로서 볼 때, 교육수준과 정보탐색은 정적관계를 갖는다고 한다. 고등학교를 기준으로 정보탐색량의 차이를 보여 고등학교 미만에서는 상대적으로 적은 정보탐색을 하며 고등학교 수준이상에서는 별 차이가 없었다고 보고했다. 김용자(1991)의 연구에서도 정보탐색량과 교육수준 사이에 정적 관계가 있음을 밝혔다. Westbrook과 Fornell(1979), 황의록(1978), 박혜선·김기욱(1988) 등의 연구에서 교육수준이 높을수록 인적 정보원천보다는 책이나 팸플릿에 의존하는 경향이 높고 상품을 스스로 비교 평가하려는 경향이 강하며 교육수준이 낮을수록 인적 정보원천에 더욱 의존하는 경향이 있었다고 하였다.

### (3) 소득수준

소득수준이 정보탐색에 미치는 영향에 대해서는 첫째로, 소득수준이 높을수록 금전에 대한 한계효용이 떨어지고 기회비용이 커지므로 정보탐색이 감소한다는 견해이다. Linder(1970)는 소득이 증가하고, 시간이 보다 가치있는 것으로 인정됨에 따라 소비자

들은 구매의사결정을 보다 신속하게 하며, 시간을 더 적게 요하는 정보탐색수단을 찾게 된다고 하였다. 김연정(1993)의 연구에서도 소득이 증가할수록 정보탐색을 적게하는 것으로 나타났다. 둘째로, 정보탐색을 하기위해 소비되는 직접비용이 경제적 부담요인으로 작용하여 소득수준이 높을수록 정보탐색을 많이 하게 된다는 견해이다. Alcaly(1976)의 연구에서는 기회비용외에 교통비, 잡지구독료 등의 직접비용을 탐색모형에 설정하여 적용해 본 결과, 소득수준이 높을수록 직접비용에 대한 부담이 상대적으로 적어지므로 소득탄력성이 1보다 큰 모든재화의 가격에 대한 탐색을 많이 하는 것으로 나타났다. Thorelli(1971)의 연구에서도 소득수준이 높은 집단이 소비자 상품 정보지를 구독하고, 주요품목을 구입할 때 더 많은 정보와 다양한 정보원천을 사용하고 있음을 밝혔으며, 김성숙(1984), 여정성(1989)의 연구에서도 소득수준이 높을수록 상점방문도가 높게 나타났다. 셋째로, 정보탐색에 기회비용과 직접비용이 동시에 작용을 하게 됨으로써 소득이 많거나 적은 집단보다도 중간소득집단에서 정보탐색을 가장 많이 하게 된다는 견해이다. Engel, Blackwell과 Miniard(1993)는 중간소득층에서 정보탐색을 가장 많이 한다고 하였으며, 윤정혜(1982)의 연구에서도 의류제품구매시 중간소득층이 고소득층이나 저소득층보다도 상점방문수가 더 많은 것으로 나타났다.

(4) 직업유무

Douglas(1976), Schninger와 Allen(1980)의 연구들에서 취업주부들이 비취업주부들보다 쇼핑시간이나 상점방문수, 살펴본 대체안의 수 등의 정보탐색이 더 적은 것으로 나타났다. 그러나 Strober와 Weinberg(1977)는 직업이 있는 주부의 경우 시간제약은 있지만 다른 사람과 접촉할 기회가 많아 정보를 얻기 쉬우므로 직업유무가 정보탐색정도에 별 영향을 미치지 않는다고 하였다. 여정성(1989)의 연구에서는 직업유무에 근로시간을 감안하여 전일제, 시간제, 비취업 등으로 세분하여 분석한 결과, 직업유무가 상점방문도 및 대화정도에 의미있는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 강미옥·이승신(1992)의 연구에

서도 직업유무가 정보획득수단의 활용정도에 의미있는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그러나 김연정(1993)의 연구에서는 취업여성이 비취업여성보다 정보탐색정도가 더 높게 나타났다고 하였다.

2.3 중년기 주부의 의류복 구매시 대안평가

Jekin(1973)은 여성용 고급드레스, 슬랙스 등의 구매시 대안평가기준으로 무엇이 가장 중요한 평가기준인가를 조사했는데, 이 연구에서 제시되고 있는 평가기준은 12개로 타인의 승인, 직물의 종류와 질, 상표와 가게명, 재단의 질, 관리의 용이성, 섬유의 종류, 편안함, 적합성, 미, 가격에 비해 좋은 옷을 사는 것인가, 유행성, 내구성이었다. 여성용 고급드레스, 바지 등의 경우는 적합성이 가장 결정적인 평가기준으로 나타났다. 장연화(1982)가 20대와 40대의 여성을 대상으로 의복평가기준을 조사하였는데 7개의 평가기준으로 디자인, 색상이나 무늬, 가격, 상표 및 제조회사, 관리 및 세탁법, 부모나 친구의 권유유무, 소유하고 있는 의복과의 조화여부였다. 연구결과 평상 의류복과 정장의 경우, 디자인이 가장 중요한 평가기준으로 나타났다. 이처럼 국내외 연구결과를 통해 알 수 있는 것은 의복평가 기준에 관한 개념 및 체계가 정립되지 않아 연구자 나름대로의 평가기준을 선정하고 있음을 알 수 있다. 이에 대해 김미영(1993)은 의복 대안평가기준 마련을 위해 의복 대안평가기준을 소비자들이 의복을 선택할 때 기본적으로 고려하는 의복의 주관적 혹은 객관적 특성이라고 정의하였으며, 이러한 상품특성의 수준에 따른 체계가 의복평가기준의 체계가 된다고 하였다. 그리하여 서비스와 유용성으로 언급되는 추구잇점수준의 평가기준과 이 추구잇점을 형성하고 있는 구성요소수준의 평가기준, 그리고 이 두 가지 특성들과의 관계를 연결해 주는 중간적 연결수준의 평가기준이 있으며 이 3가지 수준의 상품자체가 가지고 있는 본질적 특성 외에 비본질적 특성의 평가기준이 있다고 밝혔다. 그리고 의복평가기준의 차원을 유행성 차원, 신분상징성 차원, 실용성 차원, 경제성 차원으로 분리하였다. 이에 대해 본 연구자는 백민숙(1986), 김정희(1988)

의 연구를 토대로 감동기(1984)의 상품평가시 5대기준에 근거하여 외출복 구매시 대안평가기준으로 건강위생적 기준, 기능적 기준, 감각적 기준, 경제적 기준, 사회심리적 기준으로 구분하였다.

### III. 연구방법

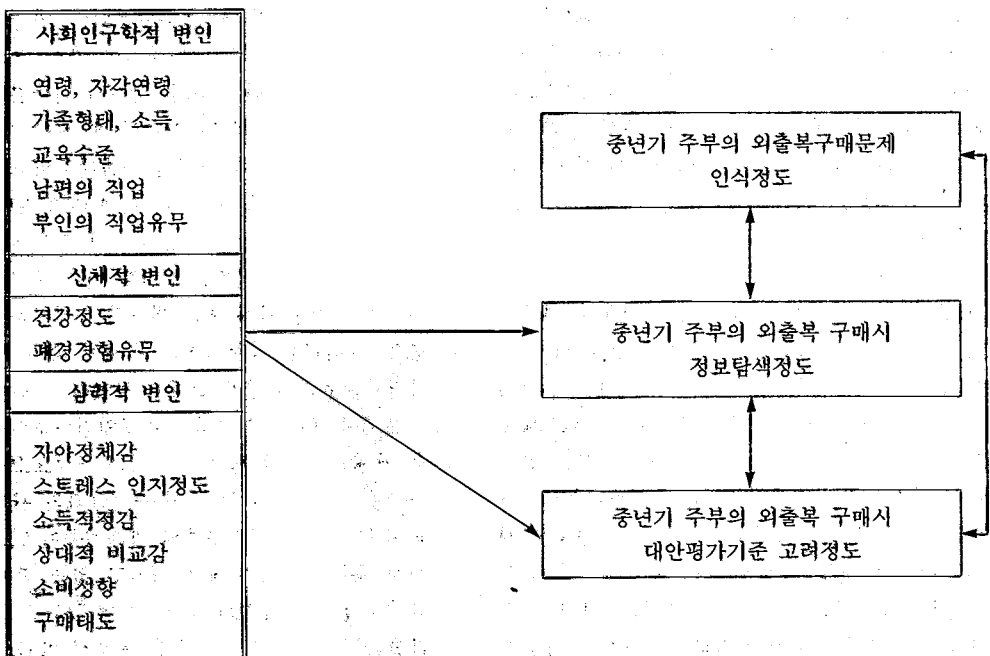
#### 3.1 연구문제 및 연구모형

- 연구문제 1. 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색(정보탐색정도, 정보원천별 이용 정도)의 일반적 경향은 어떠하며, 정보탐색정도는 사회인구학적·신체적·심리적 변인에 따라 차이가 있는가?
- 연구문제 2. 중년기 주부의 외출복 구매시 대안평가(대안평가기준 고려정도)의 일반적

경향은 어떠하며, 대안평가기준 고려정도는 사회인구학적·신체적·심리적 변인에 따라 차이가 있는가?

- 연구문제 3. 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색정도에 영향을 미치는 변인들의 독립적 영향력은 어떠한가?
- 연구문제 4. 중년기 주부의 외출복 구매시 대안평가기준 고려정도에 영향을 미치는 변인들의 독립적 영향력은 어떠한가?
- 연구문제 5. 중년기 주부의 외출복 구매시 문제인식정도·정보탐색정도·대안평가기준 고려정도는 각각 어떠한 관계가 있는가?

이상의 연구문제에 대한 연구모형을 구성하면 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

### 3.2 용어의 정의 및 조사도구 구성

본 연구에서 사용된 용어의 정의는 다음과 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 구매시 정보탐색정도 : 외출복구매시 외출복의 경제적 측면(가격, 세탁비용, 착용연한(수명), 구입후 애프터서비스 가능성), 제품특성적 측면(옷감종류, 바느질, 세탁·다림질·보관방법, 무늬·색상, 디자인 및 스타일), 사회심리적 측면(상표의 유명도, 상표이미지, 상징의 유명도, 상징이미지, 유행경향)에 대해 얼마만큼 정보를 알아보느냐의 정보탐색량을 의미한다. 외출복 구매시 정보탐색정도는 선행연구(강혜경, 1988)를 바탕으로 14개 문항을 5점 리커트 척도로 작성하였다. 점수가 높을수록 정보탐색정도가 높은 것을 의미하며, Cronbach's  $\alpha$ 가 .87로 높게 나타났다.

(2) 외출복 구매시 대안평가기준 고려정도 : 외출복구매시 대안평가기준이란 외출복 구매를 위해 고려하는 외출복의 주관적 혹은 객관적 특성으로서 건강위생적 기준(옷감소재의 흡수성 및 청결성에 대해 고려한다 ; 옷을 입어 편안하고 쾌적한지에 대해 고려한다), 기능적 기준(외출시의 모임성격 및 모임목적에 맞는 적절한 외출복인지를 고려한다 ; 자주 입고 다닐 수 있는가를 고려한다), 감각적 기준(색상·디자인 및 스타일에 대해 고려한다 ; 나의 체형에 어울리는가를 고려한다 ; 내가 가지고 있는 옷들과의 조화를 고려한다), 경제적 기준(가격수준을 고려한다 ; 바느질 정도가 튼튼한가를 고려한다 ; 구입 후 애프터서비스(수선, 교환, 환불)에 대해 고려한다), 사회심리적 기준(입어서 좋은 인상을 주는가를 고려한다 ; 비싼 가격·유명상표 등으로 외출복을 입어 나의 지위를 드러낼 수 있는가를 고려한다) 등의 5가지 기준에 대하여 고려하는 정도를 의미한다. 평가

기준척도는 김동기(1984)의 상품평가사 5대 기준에 근거하여 작성하였다. 5점 리커트척도로 15개 문항을 작성한 후 문항분석을 통해  $p < .0001$ 수준에서 유의한 문항을 선정하였는데, 15개 개별문항과 전체총점간의 상관계수 범위는 .25에서 .61이다. 점수가 높을수록 각 평가기준 고려정도가 높음을 의미하며 Cronbach's  $\alpha$ 가 .77로 높게 나타났다.

(3) 소비성향 : 소비성향이란 중년기 주부들이 일반적인 제품구매시 나타내는 행동경향 및 심리적 성향을 의미하는 것으로 유명상표 선호도, 고가품 선호도, 유행 추종도를 가리킨다. 소비성향 척도는 내용타당도를 고려하여 본 연구자가 작성하였으며, 11 문항이 3요인으로 구분되었다. Cronbach's  $\alpha$ 가 .88로 높게 나타났다.

(4) 심리적 변인인 자아정체감, 스트레스 인지정도, 소득적정감, 상대적 비교감, 구매태도의 척도로 선행연구(강혜경, 1995)에서 사용된 것을 이용했다

#### (5) 사회인구학적 변인 및 신체적 변인

선행연구들을 기초로하여 사회인구학적 변인으로 연령, 자각연령, 가족형태, 소득, 교육수준, 남편의 직업, 부인의 직업 유무 등의 7개변인을 선정하였고, 신체적 변인에는 폐경경험 유무와 건강정도가 포함된다.

### 3.3 자료수집 및 분석방법

#### (1) 조사대상 및 자료수집절차

서울과 부산에 거주하는 만 45세에서 64세 사이의 주부를 대상으로 예비조사를 1994년 8월5일에서 8월20일 사이에 주부 72명에게 실시하였다.

본 조사는 선행연구(강혜경, 1995)의 조사대상자와 동일한 주부들에게 질문지를 1994년 9월26일부터 10월31일 사이에 배포하였으며, 500부의 질문지중 410부가 회수되었으나 374부만이 본 연구의 분석자료로 이용되었다.

(2) 자료의 분석방법

조사대상자의 일반적 특성 및 연구문제의 분석을 위해 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, t 검정, 일원변량 분석, 사후검증인 Duncan's multiple range test, 단계적 중회귀분석, 적률상관관계를 SAS PC+를 이용하

여 산출하였다.

(3) 조사대상자의 일반적 특성

사회인구학적 특성은 <표 1>, 신체적·심리적 특성은 <표 2>와 같다.

<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		missing	=2	
자각연령	39세이하	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	중졸이하	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	missing	=2		missing	=56	
월 평균 가계소득	100만원미만	34	9.5	부인직업	유	94	26.0
	100-150만원미만	47	13.1		무	267	74.0
	150-200만원미만	110	30.7		계	361	100
	200-300만원미만	87	24.3		missing	=13	
	300만원이상	80	22.3				
	계	358	100				
	missing	=16					



〈표 2〉 신체적, 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 S.D.	3.21 0.76			Mean S.D.	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 S.D.	3.25 0.43			Mean S.D.	3.14 0.74	
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 S.D.	3.61 0.57			Mean S.D.	2.37 0.66	
부양능력에 대한 자아정체	하	112	30.2	유명상표 선호도	하	104	27.6
	중	136	41.4		중	165	44.1
	상	106	28.3		상	105	28.1
	Mean S.D.	3.61 0.57			Mean S.D.	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 S.D.	2.99 0.71			Mean S.D.	2.17 0.82	
대인관계에 대한 자아정체감	하	119	31.8	유행추종도	하	107	28.6
	중	143	38.2		중	165	44.1
	상	112	29.9		상	102	27.3
	Mean S.D.	2.98 0.71			Mean S.D.	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 S.D.	2.65 0.70			Mean S.D.	3.71 0.66	

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

#### IV. 연구결과

##### 4.1 정보탐색의 일반적 경향 및 관련변인에 따른 정보탐색정도 차이

중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색정도는 평균 3.41로 중을 3점 기준으로 측정된 것을 고려할 때 중 이상이라고 볼 수 있다. 하위영역 별로보면, 경제적 측면의 정보탐색정도는 평균 3.36, 제품특성적 측면의 정보탐색정도는 평균 3.91, 사회심리적 측면의 정보탐색정도는 평균 2.95로, 제품특성적 측면의 정보탐색정도가 가장 높게 나타났다.(〈표 3〉 참조)

〈표 3〉 정보탐색정도

변인	평균	표준편차	범위
정보탐색정도(전체)	3.41	0.45	1-5
경제적 측면	3.36	0.71	1-5
제품특성적 측면	3.91	0.54	1-5
사회심리적 측면	2.95	0.79	1-5

중년기 주부의 외출복구매시 정보탐색정도가 중 이상이라는 것은, 선행연구(강혜경, 1995)결과에서 중년기 주부들이 건전한 소비생활 및 구매태도를 영위하고 있으며 구매문제 인식정도가 중이하로 나타난 것을 고려할 때, 이들이 지닌 건전한 소비생활 및 구매태도에 의해 비교적 고가이고 일반적으로 관여수준이 높은 외출복 구입시 정보탐색을 활발히 하고 있다고 추측되며, 구매문제 인식정도가 중이하인데도 불구하고 중년기 주부의 시간적·정신적·경제적 여유에 의해서 외출복에 관한 정보탐색을 활발히 하고 있다고 생각된다. 이는 50대이상 주부들이 다른 연령층에 비해 의류에의 정보탐색량이 더 많다는 선행연구(강혜경, 1988)결과와 일치하는 경향이다.

중년기주부의 외출복 구매시 정보원천별 이용정도를 살펴보면, 상점방문을 통한 직접 관찰(22%)이 가장 많았고, 다른 사람의 외출복 관찰(20.1%), 친구·가족의 권유(19.2%), 이전 경험(18.7%)의 순으로 나타났다. 소비자측 정보원이 판매자측 정보원 및 중

립적 정보원보다 많이 이용되고 있음을 알 수 있다. 판매자측 정보원중에서는 광고나 전시(12.5%)를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다.(〈표 4〉 참조)

〈표 4〉 정보 원천별 이용정도

변인		빈도	%
소비자측 정보원	친구·가족의 권유	71	19.2
	다른 사람의 외출복 관찰	74	20.1
	이전 경험	69	18.7
	상점방문을 통한 직접관찰	81	22.0
중립적 정보원	신문·잡지 기사	14	3.8
	TV·라디오 방송내용	8	2.2
	소비자 단체 간행물 및	2	0.5
	상품에 대한 보고		
판매자측 정보원	판매원의 조언	4	1.1
	광고, 전시	46	12.5
계		369	100
		missing=5	

중년기 주부들의 외출복 구매시 정보원으로 상점방문을 통한 직접관찰이 가장 많았다는 것은 중년기에 처한 주부들의 시간적, 경제적, 정신적 여유에 기인한 결과로서 직접 방문하여 관찰하는 것 즉 eye shopping 등을 통해 자신이 직접 보고 판단하여 이를 구매시 활용하는 경우가 많은 것으로 판단된다. 그리고 소비자측 정보원이 가장 많이 이용되는 것으로 나타난 결과는 의류구매시 정보원으로 자신의 경험(60.7%), 이웃·친구의 말(10.4%), 가족·친지의 말(7.2%)의 순으로 소비자측 정보원이 가장 많이 이용된다고 보고한 한국소비자보호원(1994)의 연구결과와 일치하는 경향이다.

사회인구학적, 신체적 및 심리적 변인에 따라 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색정도가 차이가 있는지를 조사하기 위하여 t-검증과 일원변량분석 및 Duncan의 사후검증을 실시한 결과는 〈표 5〉와 같다. 〈표 5〉에서 보면, 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색정도는 구매태도에 따라서만 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구매태도란 외출복 구매시 외

<표 5> 사회인구학적·신체적·심리적 변인에 따른 정보탐색정도

독립변인	종속변인	정보탐색 정도								
		전 체		경제적 측면		제품 특성적 측면		사회 심리적 측면		
		Mean	S.D. Duncan's	Mean	S.D. Duncan's	Mean	S.D. Duncan's	Mean	S.D. Duncan's	
연령	45 ~ 49세	3.38	.44	3.38	.75	3.90	.55	2.86	.78	
	50 ~ 59세	3.43	.46	3.39	.69	3.92	.56	2.98	.81	
	60 ~ 65세	3.34	.47	3.17	.76	3.38	.51	2.99	.74	
	F	0.93		1.39		0.44		0.75		
자각연령	40대 이하	3.40	.44	3.36	.72	3.91	.55	2.93	.80	
	50대 이상	3.42	.47	3.37	.71	3.91	.55	2.97	.79	
	t	-0.44		-0.23		-0.01		-0.54		
기층형태	핵가족(0)	3.41	.46	3.37	.72	3.91	.56	2.95	.81	
	확대가족(1)	3.42	.41	3.39	.69	3.91	.50	2.97	.62	
	t	-0.13		-0.17		0.04		-0.12		
학력	중졸이하	3.44	.49	3.47	.72	3.89	.53	2.97	.84	
	고졸이상	3.42	.41	3.40	.65	3.91	.51	2.94	.81	
	대졸이상	3.41	.50	3.31	.78	3.92	.61	2.97	.76	
	F	0.12		1.16		0.05		0.08		
소득	100만원 이하	3.39	.43	3.66	.60	4.04	.45	2.54	.86	
	101~150만원	3.47	.46	3.44	.63	3.92	.49	3.03	.77	
	151~200만원	3.41	.43	3.47	.69	3.93	.55	2.92	.69	
	201~300만원	3.44	.44	3.34	.69	3.91	.52	3.05	.75	
	301만원 이상	3.40	.54	3.23	.83	3.85	.62	3.10	.91	
	F	0.23		2.43*		0.71		3.58**		
남침범	무직/퇴직자	3.51	.35	3.52	.62	3.95	.44	3.05	.71	
	비전문직 전문직	3.38	.49	3.37	.74	3.90	.61	2.86	.85	
	F	1.49		1.18		1.02		2.85		
부인직업유무	유(1)	3.39	.45	3.43	.72	3.95	.62	2.82	.80	
	부(0)	3.42	.44	3.35	.70	3.90	.51	3.06	.78	
	t	-0.55		0.93		0.61		-1.97		
건강정도	함중상	3.42	.47	3.39	.69	3.93	.61	2.95	.78	
	중상	3.38	.44	3.36	.70	3.89	.50	2.88	.81	
	상	3.45	.47	3.36	.75	3.92	.56	3.04	.79	
	F	0.83		0.08		0.18		1.46		
매경경험유무	유(0)	3.36	.49	3.35	.77	3.90	.58	2.83	.84	
	부(1)	3.44	.44	3.37	.68	3.91	.53	3.03	.75	
	t	-1.68		-0.24		-0.29		-2.35*		
자아정체감	자아정체감(전체)	함중상	3.43	.47	3.37	.71	3.89	.55	3.02	.81
		중상	3.41	.43	3.38	.68	3.89	.57	2.97	.75
		상	3.40	.49	3.36	.78	3.99	.60	2.85	.85
		F	0.09		0.01		1.53		1.23	
	인내 대한 자아정체감	함중상	3.41	.48	3.38	.66	3.83	.58	3.00	.79
		중상	3.39	.42	3.29	.66	3.86	.45	2.99	.73
		상	3.46	.49	3.47	.82	4.06	.62	2.84	.88
		F	0.78		2.21		5.95*		1.43	
	부양능력에 대한 자아정체감	함중상	3.42	.52	3.31	.76	3.86	.59	3.08	.82
		중상	3.39	.43	3.37	.70	3.89	.51	2.91	.79
상		3.43	.43	3.43	.68	3.97	.56	2.89	.76	
	F	0.29		0.91		1.27		2.03		
외모에 대한 자아정체감	함중상	3.39	.48	3.32	.71	3.91	.59	2.92	.81	
	중상	3.42	.44	3.37	.71	3.88	.49	2.99	.77	
	상	3.43	.47	3.41	.72	3.95	.60	2.91	.83	
	F	0.20		0.39		0.54		0.44		
대인관계에 대한 자아정체감	함중상	3.48	.46	3.45	.68	3.94	.51	3.05	.83	
	중상	3.37	.39	3.31	.65	3.85	.52	2.95	.71	
	상	3.39	.53	3.36	.81	3.95	.62	2.85	.85	
	F	2.00		1.39		1.22		1.88		
스트레스 인지정도	함중상	3.43	.48	3.32	.74	3.91	.56	3.03	.87	
	중상	3.37	.48	3.35	.75	3.85	.55	2.89	.78	
	상	3.47	.39	3.46	.61	3.99	.53	2.94	.72	
	F	1.57		1.12		1.86		1.20		
소득 격차감	함중상	3.44	.45	3.46	.66	3.93	.54	2.92	.80	
	중상	3.41	.43	3.39	.67	3.90	.54	2.94	.77	
	상	3.40	.53	3.26	.84	3.90	.60	3.00	.86	
	F	0.14		1.80		0.08		0.32		
상대적비교감	함중상	3.45	.42	3.55	.63	3.94	.56	2.86	.77	
	중상	3.41	.44	3.42	.69	3.91	.52	2.91	.77	
	상	3.40	.50	3.20	.75	3.89	.58	3.05	.83	
	F	0.30		7.09***		0.18		1.80		
소비성향	소비성향(전체)	함중상	3.40	.49	3.58	.75	4.05	.56	2.61	.88
		중상	3.37	.42	3.36	.65	3.85	.52	2.91	.68
		상	3.48	.47	3.17	.71	3.85	.56	3.35	.68
		F	1.69		9.59***		9.25***		27.34***	
	유명상표 선호도	함중상	3.41	.48	3.55	.72	3.99	.58	2.73	.88
		중상	3.38	.43	3.38	.70	3.89	.53	2.89	.69
상		3.46	.48	3.18	.69	3.86	.55	3.27	.76	
	F	0.87		6.97**		1.61		14.36***		
고가품 선호도	함중상	3.41	.44	3.58	.72	4.03	.52	2.66	.83	
	중상	3.36	.46	3.26	.65	3.81	.58	2.99	.73	
	상	3.46	.46	3.24	.72	3.87	.53	3.24	.70	
	F	1.45		9.46***		5.72**		18.32***		
유행추종도	함중상	3.44	.47	3.55	.78	4.05	.52	2.73	.88	
	중상	3.38	.45	3.36	.63	3.88	.57	2.88	.74	
	상	3.45	.45	3.20	.72	3.81	.52	3.29	.67	
	F	1.03		6.82**		5.24**		14.67**		
구매태도	함중상	3.32	.58	3.13	.71	3.69	.59	3.11	.77	
	중상	3.43	.44	3.40	.72	3.95	.51	3.95	.74	
	상	3.50	.40	3.60	.61	4.11	.47	2.81	.88	
	F	4.10**		12.52***		17.55***		4.10*		

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

출복의 가격 및 구매비용에 대한 전반적인 평가를 의미하는 것으로 과거긍정적 절약형이란 살아온 세월동안의 고생을 긍정적으로 평가하여 지금도 외출복 구매에 돈을 아끼는 유형을 말하며, 과거 부정적 낭비형이란 지난 날의 고생에 대한 보상심리로 외출복 구매에 돈을 아끼지 않는 유형을 의미한다. 점수가 높을수록 과거긍정적 절약형에 해당되고, 점수가 낮을수록 과거부정적 낭비형에 해당됨을 의미한다.

구매태도 상집단 즉 과거긍정적 절약형 중년 주부 집단이 구매태도 하집단, 즉 과거부정적 낭비형 집단보다 정보탐색정도가 높게 나타났다. 하위영역별로는 구매태도 상집단 즉 과거긍정적 절약형 집단이 경제적 측면과 제품특성적 측면의 정보탐색을 다른 집단보다 많이 하고 있으나 사회심리적 측면의 정보탐색은 과거부정적 낭비형 집단보다 적게 하는 것으로 나타났다. 구매태도 하집단 즉 과거부정적 낭비형 집단이 과거긍정적 절약형 집단보다 사회심리적 측면의 정보탐색정도가 높고, 경제적 측면, 제품특성적 측면의 정보탐색정도가 다른 집단보다 낮게 나타났다.

과거긍정적 절약형 주부집단이 과거부정적 낭비형 주부집단보다 정보탐색정도가 높다는 것은 과거긍정적 절약형 주부집단이 가진, 살아온 지난 날의 고생에 대한 긍정적 인식 및 이를 토대로 한 절약적 태도에 기인하여 나타나는 결과라고 생각된다. 그리고 절약적 태도에 의해 경제적 측면인 가격, 세탁비용, 외출복의 착용연한, 애프터서비스 등과 제품특성적 측면인 옷감, 바느질, 세탁·다림질·보관방법, 무늬·색상, 디자인·스타일 등을 꼼꼼히 살펴보는 것으로 파악된다.

과거부정적 낭비형 집단이 과거긍정적 절약형 집단보다 사회심리적 측면의 정보탐색정도가 높게 나타난 것은, 급속한 경제발전 후에 나타나는 정신적 육구충족을 이를 시간적, 사회적 여유가 없었던 중년세대의 특징 및 전반적인 경제적 안정속에서 중년기에 나타나는 신체적·심리적 변화에 직면하여 정신적 혼란 및 공허감을 가지고 있다고 생각되는 과거부정적 낭비형 집단이 물질의 소유와 소비에 의해 자신의 공허감을 해결하는 한 방법으로(고범서,

1992), 외출복을 통한 사회심리적 만족감을 갖고자 상표의 유명도, 상표이미지, 상점의 유명도, 상점이미지, 유행경향 등에 관한 정보탐색을 활발히 하여 이를 통한 심리적 보상감을 가지리라 추측된다.

하위영역에서만 유의한 차이를 보인 변인으로는 소비성향, 고가품 선호도, 유행추종도가 있다. 즉 소비성향 및 고가품 선호도, 유행추종도가 낮은 집단이 중·상 집단보다 경제적 측면 및 제품특성적 측면의 정보탐색정도가 높고, 소비성향 및 고가품 선호도, 유행추종도가 높은 집단이 사회심리적 측면의 정보탐색정도가 중·하 집단보다 높음을 알 수 있다. 이는 소비성향이 높아 고가품을 선호하며, 유행을 추구하는 중년주부들은 외출복을 통한 자신의 과시 및 인정을 받고자 사회심리적 측면인 상표의 유명도, 상표이미지, 상점의 유명도, 상점이미지, 유행경향에 관한 정보탐색을 많이 하는 것으로 볼 수 있으며, 소비성향이 낮고, 고가품선호도, 유행추종도가 낮은 중년주부들은 그들의 건전한 절약적 태도에 의해 경제적 측면 및 제품특성적 측면의 정보탐색을 활발히 하는 것으로 파악된다.

#### 4.2 대안평가기준 고려정도의 일반적 경향 및 관련 변인에 따른 대안평가기준 고려 정도의 차이

대안평가기준 고려정도는 평균 3.84로 점수의 범위가 1-5점이며 중을 3점기준으로 측정된 것을 고려할 때 중 이상이라고 볼 수 있다. 하위영역별로는 감각적 기준 고려정도는 평균 4.16, 건강·위생적 기준 고려정도 평균 3.97, 기능적 기준 고려정도 평균 3.93, 경제적 기준 고려정도 평균 3.74, 사회심리적 기준 고려정도 평균 3.57의 순으로 나타났다.(<표 6> 참조)

중년기 주부의 외출복 구매시 대안평가기준 고려정도가 중 이상으로 나타난 것은 중년기 주부들의 건전한 소비생활 및 구매태도에 의해, 대안평가를 활발하고 신중히 하고 있으며, 또한 중년 주부의 정보탐색이 중이상인 것에 연관되어 대안평가 기준 고려정도도 까다롭고 신중하게 하는 것으로 파악된다. 그리고 중년주부의 스트레스 인지정도 및 소비성향이

중이하로, 소득적정감 및 상대적 비교감과 자아정체감이 중이상으로 나타난 결과에 비추어 볼 때 심리적·경제적·시간적 여유에 의해 외출복 구매시 대안평가를 까다롭고 신중하게 할 수 있는 것이라고 추측된다.

〈표 6〉 외출복 구매시 대안 평가기준 고려정도

변 인	평 균	표준편차
대안평가기준 고려정도	3.84	0.36
건강·위생적 기준	3.97	0.55
기능적 기준	3.93	0.56
감각적 기준	4.16	0.50
경제적 기준	3.74	0.62
사회·심리적 기준	3.57	0.53

사회인구학적, 신체적 및 심리적 변인에 따라 중년기 주부의 외출복 구매시 대안평가기준 고려정도가 차이가 있는지를 살펴보기 위하여 t-검증과 일원변량분석, Duncan의 사후검증을 실시한 결과는 〈표 7〉과 같다.

〈표 7〉에서 보면, 중년기 주부의 외출복 구매시 대안평가 기준 고려정도는 연령, 폐경경험유무, 일에 대한 자아정체감, 소비성향, 고가품선호도, 구매태도에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

연령별로 보면, 50대주부들이 40대 후반, 60대 초반 주부들보다 대안평가 기준 고려정도가 높게 나타났다. 하위영역에서는 기능적 기준 고려정도는 50대 주부집단, 60대 초반집단이 40대 후반집단보다 높게 나타났고, 사회심리적 기준 고려정도는 50대 주부들이 다른 연령층보다 높게 나타났다.

이는 50대 주부집단이 40대후반 주부들보다 자녀양육에 드는 시간 및 노력이 적어 시간적, 경제적 여유가 많을 것으로 예상되어 외출복에 대한 대안평가를 까다롭고 신중하게 할 수 있으리라 유추된다. 그리고 60대초반 주부들은 남편 및 자신의 퇴직이후에 해당되는 시기로서 경제적 여유가 적기 때문에 외출복에 대한 관심이 적어 대안평가 자체가 50대 주부들보다 덜 활발하리라고 추측된다.

폐경경험 유무별로 보면, 폐경이 된 주부집단이 외출복 구매시 대안평가 기준 고려정도가 높게 나타났다. 하위영역에서는 폐경이 된 주부집단이 대안평가 시 건강·위생적 기준, 기능적 기준, 사회심리적 기준 고려정도가 높게 나타났다. 폐경이 되었다는 것은 여성성의 상실을 의미하는 반면에 자유로움을 의미하기도 하므로 폐경이 된 주부들이 자유로움으로 인한 활동성 때문에 활발하고 여유롭게 외출복 구매시에도 대안평가를 하는 것으로 유추된다.

일에 대한 자아정체감에서는, 일에 대한 자아정체감이 높은 집단이 중·하집단보다 외출복 구매시 대안평가 기준 고려정도가 높게 나타났다. 하위영역으로는 일에 대한 자아정체감이 높은 집단이 기능적 기준, 감각적 기준, 경제적 기준 고려정도가 높게 나타났다. 일에 대한 자아정체감이 높다는 것은, 가정일이든 직장일이든 자신이 하고 있는 일에 대한 확신 및 만족을 가졌다는 것으로 옷을 구매하는데 있어서도 확신을 갖고 구매하기 위해 대안평가를 신중하게 하는 것으로 파악된다.

소비성향별로 보면, 소비성향이 높은 집단, 낮은 집단이 외출복 구매시 대안평가 기준 고려정도가 중집단보다 높게 나타났다. 하위영역에서는 소비성향이 낮은 주부집단이 중·상집단보다 감각적 기준, 경제적 기준 고려정도가 더 높게 나타났고, 소비성향이 높은 주부집단이 다른 집단보다 사회심리적 기준 고려정도가 높게 나타났다. 소비성향이 높다는 것은 이로 인해 다양한 외출복을 구매하는데 관심과 노력을 더 기울인다는 의미로 확대해석할 수 있으므로 소비성향이 높은 집단이 중집단보다 대안평가 기준 고려정도가 높다는 것을 이해할 수 있다. 그리고 소비성향이 낮은 주부들은 그들의 절약적 태도에 기인하여 외출복을 구입할 때 꼼꼼히 따져 구입하게 되므로 대안평가기준 고려정도가 높다고 생각된다.

고가품선호도 별로 보면, 고가품선호도가 높은 집단, 낮은 집단이 중집단보다 외출복 구매시 대안평가 기준 고려정도가 높게 나타났다. 하위영역에서는 고가품선호도 상집단이 중·하집단보다 사회심리적 기준 고려정도가 높았고, 고가품선호도 하집단은 중·상집단보다 경제적 기준 고려정도가 높았다. 고

〈표 7〉 사회인구학적·신체적·심리적 변인에 따른 대안평가 기준 고려정도

독립변인	종속변인		외출목구입시 대안 평가기준									
	전 체		건강·위생적 기준		기능적 기준		관라적 기준		경제적 기준		사회심리적 기준	
	Mean	S.D. Duncan's	Mean	S.D. Duncan's	Mean	S.D. Duncan's	Mean	S.D. Duncan's	Mean	S.D. Duncan's	Mean	S.D. Duncan's
연령	45 ~ 49세	3.77 .39 B	3.93 .62	3.76 .62 B	4.14 .53	3.72 .60	3.46 .48 B					
	50 ~ 59세	3.87 .36 A	4.00 .53	3.99 .54 A	4.18 .51	3.77 .63	3.63 .53 A					
	60 ~ 65세	3.77 .31 B	3.86 .52	3.98 .46 A	4.10 .36*	3.67 .67	3.48 .59 B					
	F	3.47*	1.27	5.49**	0.54	0.50	4.11*					
자랑명	40대 이하	3.84 .38	3.96 .57	3.90 .58	4.24 .55	3.74 .63	3.54 .50					
	50대 이상	3.84 .36	3.98 .53	3.98 .53	4.09 .44	3.75 .62	3.61 .56					
	t	-0.08	-0.26	-1.29	2.90**	-0.14	-1.26					
가족형태	핵가족(0)	3.83 .37	3.96 .57	3.94 .56	4.16 .50	3.73 .63	3.57 .54					
	확대가족(1)	3.84 .30	4.09 .35	3.89 .56	4.20 .54	3.89 .57	3.63 .45					
	t	-1.21	-1.99	0.55	-0.38*	-1.57	-0.64					
학력	중졸이하	3.76 .38	3.92 .49	3.67 .62 B	4.03 .47 B	3.80 .63	3.48 .66					
	고졸	3.84 .35	3.95 .52	3.97 .54 A	4.13 .47 A	3.77 .58	3.55 .52					
	대졸이상	3.89 .37	4.03 .61	4.01 .53 A	4.28 .53 A	3.70 .67	3.65 .47					
	F	2.48	1.06	8.50***	6.11**	0.76	2.52					
소득	100만원 이하	3.80 .36	4.03 .56	3.78 .63	4.01 .57	3.99 .60 A	3.34 .50 B					
	101 ~ 150만원	3.87 .32	4.07 .35	4.06 .48	4.20 .48	3.71 .64 B	3.59 .56 A					
	151 ~ 200만원	3.83 .36	3.89 .55	4.20 .58	4.17 .49	3.81 .55 AB	3.53 .53 A					
201 ~ 300만원	3.86 .38	4.01 .60	3.70 .52	4.15 .47	3.71 .59 B	3.68 .51 A						
301만원 이상	3.86 .38	3.99 .58	4.01 .49	4.26 .49	3.63 .73	3.67 .49 A						
	F	0.37	1.20	2.11	1.60	2.52*	3.60**					
남녀별	무직/퇴직자	3.85 .33	4.07 .41	3.94 .56	4.05 .40	3.90 .44*	3.48 .56					
	비직문직	3.83 .39	3.94 .63	4.05 .59	4.16 .52	3.76 .64	3.56 .58					
	전업직	3.87 .35	4.00 .46	3.90 .50	4.23 .48	3.68 .58	3.67 .48					
	F	0.48	0.97	1.69	1.84	1.80	2.12					
부인직업유무	유(1)	3.88 .36	4.09 .53	4.04 .56	4.25 .49	3.74 .71	3.56 .56					
	무(0)	3.83 .37	3.93 .55	3.92 .55	4.14 .50	3.75 .56	3.59 .53					
	t	1.11	2.47*	1.89	1.83	-0.09	-0.50					
건강정도	함중상	3.86 .37	4.04 .53	3.93 .56	4.14 .49	3.78 .66	3.60 .58					
	중상	3.81 .39	3.93 .59	3.90 .64	4.11 .53	3.73 .56	3.57 .53					
	상	3.85 .34	3.95 .52	3.98 .47	4.25 .48	3.73 .67	3.57 .49					
	F	0.59	1.32	0.72	2.69	0.24	0.14					
배경경험유무	유(0)	3.79 .38	3.89 .60	3.84 .58	4.17 .56	3.72 .61	3.48 .50					
	무(1)	3.88 .36	4.01 .52	3.99 .55	4.16 .46	3.75 .63	3.63 .54					
	t	-2.05*	-2.02*	-2.44*	0.23	-0.47	-2.55*					
자아정체감(전체)	함중상	3.87 .42	3.97 .58	3.95 .56	4.13 .54	3.78 .62	3.68 .58 A					
	중상	3.80 .32	3.95 .48	3.90 .55	4.13 .55	3.70 .61	3.50 .48 B					
	상	3.88 .38	4.01 .63	3.97 .58	4.27 .53	3.78 .65	3.59 .53 AB					
	F	2.22	0.39	0.40	2.80	0.73	3.54*					
일에 대한 정체감	함중상	3.79 .41 B	3.92 .60	3.81 .61 B	4.06 .52 B	3.72 .64 AB	3.58 .58					
	중상	3.81 .32 B	3.96 .44	3.93 .47 B	4.16 .45 B	3.68 .57 B	3.56 .49					
	상	3.93 .38 A	4.04 .64	4.08 .60	4.29 .53 A	4.29 .67 A	3.60 .54					
	F	5.01**	1.41	6.33**	6.02**	3.32*	0.13					
자아정체감	부양능력에 대한	3.85 .37	3.92 .54	3.88 .59	4.18 .52	3.78 .56	3.61 .54					
	자아정체감	3.83 .37	4.00 .58	3.96 .54	4.13 .49	3.71 .63	3.57 .51					
	t	0.05	0.74	0.98	0.44	0.40	0.46					
의도에 대한 자아정체감	함중상	3.87 .35	4.01 .57	3.98 .52	4.17 .46	3.74 .62	3.65 .57					
	중상	3.81 .36	3.95 .54	3.93 .57	4.14 .51	3.71 .59	3.53 .51					
	상	3.87 .40	3.97 .57	3.91 .58	4.21 .51	3.80 .69	3.59 .53					
	F	1.18	0.36	0.40	0.74	0.78	1.48					
대인관계에 대한 자아정체감	함중상	3.90 .38	3.98 .50	3.99 .59	4.18 .51	3.81 .60	3.70 .60 A					
	중상	3.80 .35	3.93 .57	3.88 .53	4.10 .49	3.73 .66	3.53 .45 B					
	상	3.83 .37	4.01 .59	3.95 .57	4.24 .48	3.69 .60	3.50 .53 B					
	F	2.78	0.82	1.31	2.57	1.04	5.08**					
스트레스 인지정도	함중상	3.86 .33	3.96 .50	3.98 .52	4.24 .46	3.69 .63 B	3.63 .57					
	중상	3.79 .34	3.94 .56	3.87 .57	4.12 .48	3.70 .61 B	3.52 .59 B					
	상	3.90 .44	4.04 .59	3.99 .60	4.15 .56	3.90 .63 A	3.69 .44					
	F	2.86	1.14	2.05	2.19	3.95**	1.55					
소득 걱정감	함중상	3.86 .38	4.10 .51	3.85 .62	4.12 .50	3.84 .65	3.58 .55					
	중상	3.84 .35	3.93 .51	3.98 .54	4.16 .49	3.75 .60	3.57 .53					
	상	3.83 .39	3.97 .67	3.92 .56	4.22 .52	3.66 .65	3.58 .52					
	F	0.22	2.76	1.44	0.89	1.80	0.01					
상대적 비교감	함중상	3.85 .37	3.96 .59	3.84 .63	4.15 .55	3.88 .64 A	3.54 .58					
	중상	3.85 .36	3.96 .56	3.96 .57	4.12 .48	3.81 .55 A	3.57 .54					
	상	3.83 .38	3.99 .53	3.96 .51	4.23 .48	3.60 .67 B	3.60 .48					
	F	0.17	0.12	1.49	1.76	6.60**	0.31					
소비성향(전체)	함중상	3.89 .39 A	4.06 .61	3.95 .64	4.25 .53 A	3.90 .65 A	3.50 .59 B					
	중상	3.78 .33 B	3.90 .48	3.95 .52	4.08 .47 B	3.70 .56 B	3.47 .45 B					
	상	3.88 .38 A	3.97 .58	3.91 .55	4.20 .49 A	3.65 .66 B	3.80 .51 A					
	F	4.09*	2.77	0.25	3.89*	5.65*	9.03*					
유명상표 선호도	함중상	3.87 .39	4.04 .59	3.93 .62	4.20 .55 AB	3.88 .61 A	3.48 .62 B					
	중상	3.79 .33	3.93 .50	3.94 .53	4.09 .45 B	3.69 .61 B	3.52 .44 B					
	상	3.89 .40	3.96 .60	3.94 .56	4.25 .51 A	3.69 .64 B	3.76 .53 A					
	F	2.75	1.18	0.01	3.33*	3.63*	9.04***					
고가품 선호도	함중상	3.88 .37 A	4.00 .58	3.94 .59	4.21 .49	3.93 .63 A	3.49 .58 B					
	중상	3.77 .33 B	3.92 .52	3.89 .57	4.09 .49	3.65 .63 B	3.50 .46 B					
	상	3.87 .39 A	3.99 .55	3.98 .51	4.20 .52	3.62 .67 B	3.75 .50 A					
	F	3.72*	0.83	0.92	2.29	10.25***	9.13***					
유행 추종도	함중상	3.88 .38	4.07 .60	3.96 .61	4.18 .54	3.89 .61 A	3.49 .58 B					
	중상	3.84 .36	3.92 .50	3.94 .55	4.15 .49	3.73 .59 B	3.53 .51 B					
	상	3.85 .37	3.94 .56	3.90 .52	4.18 .48	3.62 .67 B	3.74 .48 A					
	F	0.95	2.48	0.32	0.26	4.98**	7.05**					
구매태도	함중상	3.76 .39 B	3.89 .60	3.82 .55 B	4.11 .53	3.54 .62 B	3.64 .59					
	중상	3.85 .34 AB	4.06 .47	3.86 .56 AB	4.19 .46	3.78 .62 A	3.55 .47					
	상	3.91 .37 A	4.04 .62	4.05 .56 A	4.20 .52	3.93 .57 A	3.54 .56					
	F	4.35*	1.70	4.58*	1.26	11.38***	1.11					

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

가품 선호도가 높은 중년 주부집단이 중집단보다 대안평가기준 고려정도가 높다는 것은 고가품 선호도가 높은 집단은 외출복 구매시에도 고가의 외출복을 구입하다보니 높은 비용을 지불하는 데 따른 위험부담에 의해 다양한 대안을 평가하고, 대안평가기준 고려정도가 까다롭고 신중하리라고 추측된다. 고가품 선호도가 낮은 중년 주부집단은 외출복 구입시 고가의 제품을 구입하지 않더라도 이들의 가격중시적 사고와 함께 낮은 가격에도 불구하고 좋은 옷을 구매하기 위해서는 다양한 대안평가 기준을 고려해야 하므로 대안평가 기준 고려정도가 높다고 유추된다.

구매태도별로 보면, 구매태도 상집단 즉 과거긍정적 절약형 집단의 대안평가 기준 고려정도가 과거부정적 낭비형 집단보다 높게 나타났다. 하위영역에서는 과거긍정적 절약형 집단이 하집단보다 기능적 기준 고려정도가 높게 나타났고, 상집단 및 중집단의 경제적 기준 고려정도가 하집단보다 높게 나타났다. 과거긍정적 절약형 주부집단은 이들의 절약적 태도에 기인한 결과로 대안평가기준 고려정도가 높다고 생각된다.

#### 4.3 정보탐색정도에 대한 관련변인들의 독립적 영향력

중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색정도를 결정짓는 주요변인은 무엇이며 이들의 독립적 영향력은 어느 정도인지를 검증하기 위하여 단계적 중회귀분석을 실시하였다. 먼저 중회귀분석의 기본가정인 다중공선성의 존재가능성을 조사하였고, 그 밖에 오차의 분포와 오차항의 독립성 검증을 실시한 결과, 본 연구에서 분석된 자료는 회귀분석의 기본가정을 충족시키고 있는 것으로 판단되었다.

〈표 8〉에서 보면, 정보탐색정도를 결정짓는 가장 중요한 변인은 구매태도( $\beta=.20$ )로 나타났으며, 그 다음으로 폐경경험유무( $\beta=-.13$ ), 고가품 선호도( $\beta=.12$ )의 순이었다. 즉 구매태도가 과거긍정적 절약형 일수록, 폐경이 된 주부일수록, 고가품 선호도가 높을수록, 정보탐색정도가 많아짐을 알 수 있다. 이는 〈표 5〉의 결과와 일치하는 것으로 구매태도 즉 외출복

구매시 외출복의 가격 및 구매비용에 대한 전반적인 평가에 의해 정보탐색정도가 달라짐을 알 수 있다. 폐경이 된 주부들은 자유로움에 의해 더 활동적이 되어 정보탐색정도도 더 많아지는 것으로 유추되며, 고가품 선호도가 높은 주부들은 고가의 외출복을 구매하는데 따른 위험부담 및 개인적 관련성이 커짐에 따라 정보탐색정도가 활발하리라 추측된다. 하위영역별로는 경제적 측면 정보탐색정도는 구매태도( $\beta=.21$ ), 고가품 선호도( $\beta=-.17$ ), 제품특성적 측면 정보탐색정도는 구매태도( $\beta=.30$ ), 부양능력에 대한 자아정체감( $\beta=.13$ ), 사회심리적 측면 정보탐색정도는 고가품 선호도( $\beta=.31$ ), 부인직업유무( $\beta=-.16$ ), 소득( $\beta=.13$ )에 의해 설명되는 것으로 나타났다.

#### 4.4 대안평가기준 고려정도에 대한 관련변인들의 독립적 영향력

대안평가기준 고려정도를 결정짓는 주요변인 및 이들의 영향력을 검증하기 위하여 단계적 중회귀분석을 실시하였다. 본 연구에서 분석된 자료는 회귀분석의 기본가정을 충족시키는 것으로 판단되었다.

〈표 9〉에서 보면, 대안평가기준 고려정도에 영향을 미치는 변인으로, 구매태도( $\beta=.15$ ), 폐경경험유무( $\beta=-.14$ )가 나타났다. 즉 구매태도가 과거긍정적 절약형일수록, 폐경이 된 주부일수록 대안평가기준 고려정도가 높게 나타났다.

하위영역에서는 건강위생적 기준 고려정도에 영향을 미치는 변인으로 부인직업유무( $\beta=.17$ ), 폐경경험유무( $\beta=-.15$ )가 나타났다. 취업주부들의 경우 외출복을 항상 착용하고 있는 경우이므로 대안평가시 건강위생적 기준 즉 옷감소재의 흡수성 및 청결성, 옷의 착용시 편안하고 쾌적함 등을 고려하는 정도가 높을 것으로 파악된다. 기능적 기준 고려정도에 영향을 미치는 변인으로 폐경경험유무( $\beta=-.19$ ), 구매태도( $\beta=.17$ ), 교육수준( $\beta=.15$ )의 순으로 나타났다. 기능적 기준이란 모임에 맞는 적절한 옷인가, 자주 입고 다닐수 있는가를 말하는 것으로 폐경이 된 주부일수록, 과거긍정적 절약형일수록, 교육수준이 높은 주부일수록 실리적인 면에서의 기능적 기준을 많

이 고려하는 것으로 파악된다. 감각적 기준 고려 정도에 영향을 미치는 변인으로 일에 대한 자아정체감 ( $\beta=.15$ ), 교육수준( $\beta=.14$ )의 순으로 나타났다. 경제적 기준 고려 정도에 영향을 미치는 변인으로 구매태도( $\beta=.28$ ), 고가품 선호도( $\beta=-.20$ ), 가족형태( $\beta=-.11$ ), 대인관계에 대한 자아정체감( $\beta=-.11$ )의 순으로 나타났다. 사회심리적 기준 고려 정도를 결정짓는 주요 변인으로 고가품 선호도( $\beta=.20$ ), 대인관계에 대한 자아정체감( $\beta=-.16$ ), 폐경경험유무( $\beta=-.12$ ), 교육수준( $\beta=.12$ )의 순으로 나타났다. 사회심리적 기준이란 유

〈표 8〉 정보탐색에 대한 사회인구학적·신체적·심리적 변인들의 단계적 중회귀분석

단계	독립변인	종속변인	정보탐색정도(전체)		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	구매태도		.14	.20***	.02
2	폐경경험유무		-.12	-.13*	.04
3	고가품 선호도		.07	.12*	.05

회귀상수 2.82  
R<sup>2</sup> .05  
F 5.80\*\*\*

Durbin-watson 1.78

단계	독립변인	종속변인	경제적 측면		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	구매태도		.22	.21***	.07
2	고가품 선호도		-.15	-.17**	.1

회귀상수 2.85  
R<sup>2</sup> .10  
F 16.3\*\*\*

Durbin-watson 1.88

단계	독립변인	종속변인	제품특성적 측면		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	구매태도		.25	.30***	.10
2	부양능력에 대한 자아정체감		.08	.13*	.11

회귀상수 2.77  
R<sup>2</sup> .11  
F 19.36\*\*\*

Durbin-watson 1.95

단계	독립변인	종속변인	사회·심리적 측면		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	고가품 선호도		.31	.31***	.12
2	부인직업유무		-.29	-.16**	.15
3	소득		.00	.13*	.16

회귀상수 2.29  
R<sup>2</sup> .16  
F 19.68\*\*\*

Durbin-watson 1.63

〈표 9〉 외출복 구매시 대안평가기준에 대한 사회인구학적·신체적·심리적 변인들의 단계적 중회귀분석

단계	독립변인	종속변인	대안평가기준고려정도(전체)		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	구매태도		.08	.15**	.02
2	폐경경험유무		-.10	-.14*	.04

회귀상수 3.59  
R<sup>2</sup> .04  
F 6.83\*\*

Durbin-watson 1.61

단계	독립변인	종속변인	건강·위생적 기준		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	부인직업유무		.21	.17**	.02
2	폐경경험유무		-.17	-.15*	.04

회귀상수 3.99  
R<sup>2</sup> .04  
F 7.08\*\*

Durbin-watson 1.92

단계	독립변인	종속변인	기능적 기준		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	폐경경험유무		-.21	-.19***	.03
2	구매태도		.14	.17**	.06
3	교육수준		.07	.15**	.08

회귀상수 3.27  
R<sup>2</sup> .08  
F 9.39\*\*\*

Durbin-watson 1.98

단계	독립변인	종속변인	감각적 기준		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	일에 대한 자아정체감		.13	.15**	.03
2	교육수준		.06	.14*	.04

회귀상수 3.52  
R<sup>2</sup> .04  
F 7.01\*\*

Durbin-watson 1.91

단계	독립변인	종속변인	경제적 기준		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	구매태도		.16	.28**	.06
2	고가품 선호도		-.15	-.20***	.09
3	가족형태		-.22	-.11*	.10
4	대인관계에 대한 자아정체감		-.09	-.11*	.11

회귀상수 3.94  
R<sup>2</sup> .11  
F 9.69\*\*\*

Durbin-watson 1.65

단계	독립변인	종속변인	사회심리적 기준		
			B	$\beta$	R <sup>2</sup>
1	고가품 선호도		.13	.20***	.05
2	대인관계에 대한 자아정체감		-.11	-.16**	.07
3	폐경경험유무		-.14	-.12*	.09
4	교육수준		.05	.12*	.10

회귀상수 3.52  
R<sup>2</sup> .10  
F 8.63\*\*

Durbin-watson 1.77



입어서의 인상, 연령·신분에 어울리는가 등을 말하는 것으로 고가품 선호도가 높을수록, 교육수준이 높을수록, 사회심리적 기준 고려정도가 높게 나타났고, 대인관계에 대한 자아정체감이 낮은 주부일수록 자신을 표현하는 수단으로서의 외출복을 통해 다른 사람의 인정을 받고자 하는 마음으로 사회심리적 기준의 고려정도가 높다고 유추되며, 폐경이 된 주부일수록 폐경이 여성성의 상실을 의미하는 것이므로 이 상실감을 회복시키기 위한 보상심리로 외출복을 통해서 사회적 인정을 받고자 사회심리적 기준 고려정

도가 높게 나타나는 것으로 추측된다.

4.5 문제인식정도, 정보탐색정도, 대안평가 기준 고려정도간의 관계

문제인식정도, 정보탐색정도, 대안평가기준 고려정도간의 적률상관관계를 살펴보면 <표 10>과 같다. 문제인식정도와 정보탐색정도간에, 정보탐색정도와 대안평가기준 고려정도간에, 문제인식정도와 대안평가기준 고려정도간에 유의한 정적 상관이 있었다.

<표 10> 문제인식정도·정보탐색정도·대안평가기준 고려정도간의 상관관계

	정보탐색 정 도 (전 체)	정보탐색 하위영역			대안평가 기 준 고 려 정 도 (전 체)	대안평가기준 하위영역					
		경제적 측면	제품 특성적 측면	사회 심리적 측면		건강 위생적 기준	기능적 기준	감각적 기준	경제적 기준	사회 심리적 기준	
문제인식정도(전체)	.14**	-.09	-.01	.30***	.10*	-.02	.11*	.05	-.9	.29*	
결핍동기에 의한 문제인식정도	.16**	-.07	.06	.26***	.13*	.02	.16**	.07	-.05	.26***	
하위 영역	재고의 불충분	.02	.05	.16**	-.12*	.08	.13*	.08	.01	.08	-.002
	재고의 불만족	.16**	-.01	.11*	.19***	.19***	.06	.20***	.14**	.04	.22***
	외출복이 제공하는 사회적 인정	.15**	-.07	.06	.25***	.09	.01	.14**	.009	-.05	.19***
풍족동기에 의한 문제인식정도	.10*	-.09	-.07	.28***	.06	-.05	.05	.02	-.12*	.28***	
하위 영역	연령증가에 따른 심경변화	.09	-.10*	-.08	.28***	.03	-.08	.04	.03	-.13*	.24***
	삶의 여유로 인한 즐거움 추구	.06	-.04	-.15**	.22***	.02	-.04	-.02	-.05	-.08	.24***
	경제적 여유	.12*	-.01	-.01	.19***	.02	-.01	.02	-.005	-.07	.14**
	마케팅 활동의 영양	.13*	-.05	-.02	.26***	.02	-.07	-.01	-.02	-.06	.19***
	아름다움 추구	-.002	-.18***	-.02	.15**	.09	-.02	.15**	.18***	-.15**	.24***
정보탐색정도(전체)	1.0	1.0	1.0	1.0	.52***	.26***	.25***	.22***	.48***	.37***	
하위 영역	경제적 측면	1.0	1.0	1.0	1.0	.41***	.28***	.21***	.09	.56***	0.8
	제품특성적 측면	1.0	1.0	1.0	1.0	.54***	.39***	.34***	.34***	.51***	.18***
	사회심리적 측면	1.0	1.0	1.0	1.0	.17***	-.05	.01	.05	.02	.41***

## V. 결 론

중년기 주부의 외출복 구매문제 인식과정에 관한 선행연구(강혜경, 1995)와 본 연구결과를 함께 고려하면, 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

중년기 주부의 외출복 구매문제(필요)인식 정도는 중 이하로 나타났으나, 외출복 구매시 정보탐색정도는 중 이상이고, 대안평가기준 고려정도도 중 이상으로 나타난 결과를 통해, 우리나라 중년기 주부들은 매우 바람직한 구매의사결정을 행하고 있는 것으로 파악된다. 중년기 주부들의 스트레스 인지정도 및 소비성향이 중 이하로, 소득적정감·상대적비교감 및 자아정체감이 중 이상으로 나타난 연구결과를 함께 생각해보면, 전반적으로 우리나라 중년기 주부들은 외출복 구매필요를 적게 인식하고 있으나, 중년 주부의 심리적·경제적·시간적 여유에 의해 외출복 구매시 정보탐색 및 대안평가가 활발하고 신중하다는 결론이 도출된다. 그러므로 이들의 건전한 소비생활 및 구매태도를 사회적으로 장려하고 부각시켜 이들이 바람직한 소비문화를 주도해 가도록 해야 할 필요성이 있다.

외출복 구매시 정보탐색정도 및 대안평가 기준 고려정도를 결정짓는 주요변인으로 구매태도와 폐경경험유무가 나타난 결과를 통해, 실제 소득이나 다른 외적 환경보다는 자신의 가치 및 심리상태의 표현인 외출복 구매태도가 과거긍정적 절약형이나, 과거부정적 낭비형이나에 따라 정보탐색정도 및 대안평가 기준 고려정도가 달라지는 것을 알 수 있다. 즉 과거긍정적 절약형 구매태도를 가진 중년기 주부들이 활발하고 까다로운 정보탐색 및 대안평가를 하고 있는 것으로 나타나는데, 이들의 건전한 구매행동을 공익광고 및 다양한 소비자 교육을 통해 다른 사람들에게 전달, 장려해야 할 필요성이 대두된다. 그리고 과거부정적 낭비형 중년기 주부들이 그들의 정신적 공허감을 채우기 위해 외출복 구매를 통한 과소비를 행하리라고 유추되는데, 과거부정적 낭비형 중년기 주부들의 외출복 구매가 많은데도 불구하고, 정보탐색 및 대안평가기준 고려정도가 낮은 것은 큰 문제점으로 지적된다. 그러므로 이들을 대상으로한 건전

한 가치관 및 긍정적 자아상 등의 성인교육과 함께 건전 소비생활 교육 등이 병행되어 실시되어야 할 것이다. 아울러 폐경이 된 주부들의 외출복 구매시 정보탐색 및 대안평가기준 고려정도가 높다는 것은 폐경이 여성성의 상실을 의미하는 부정적인 것이 아니라 오히려 자유로움과 활동성을 부여하여, 폐경이 된 주부들이 활발하고 적극적인, 건전한 구매행동을 영위하고 있는 것으로 볼 수 있다. 그러므로 중년주부들의 폐경에 대한 긍정적 인식을 심어주는 교육내용에 이 결과가 포함되어야 할 것이다.

본 연구는 중년기 주부들의 일련의 구매의사 결정과정 중 정보탐색 및 대안평가단계를 조사함을 통해, 선행연구인 외출복 구매문제 인식 및 관련변인(강혜경, 1995)에 뒤이은 후속연구로서 동일한 중년기 주부들을 대상으로 구매문제 인식정도, 정보탐색정도, 대안평가기준 고려정도의 일반적 경향 및 관련성과 이에 영향을 미치는 변인을 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 일반화하는데 다소의 무리가 있을 것으로 판단된다.

본 연구결과에 근거하여 앞으로의 연구방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 구매태도 등의 영향력이 파악되었으나, 설명력이 낮은 편이므로 다양한 심리적 변인들을 더 추가하여 살펴볼 필요가 있다.

둘째, 중년기 주부의 외출복 구매시 정보탐색 및 대안평가과정을 파악하기 위해 정보탐색정도(경제적 측면, 제품특성적 측면, 사회심리적 측면), 대안평가 기준 고려정도(건강위생적 기준, 기능적 기준, 감각적 기준, 경제적 기준, 사회심리적 기준)등 본 연구에서 사용된 척도를 이용한 반복연구의 필요성이 제기되며, 척도의 정교화가 요구된다.

셋째, 서울 및 부산의 대도시가 아닌 중소도시 및 농촌지역의 중년기 주부들을 대상으로 한 연구가 이루어져야 할 것이다.

【참 고 문 헌】

- 1) 강미옥·이승신(1992), 소비자의 정보탐색활동에 관한 연구, 대한가정학회지 (30)1,149-161
- 2) 강혜경(1988), 도시주부의 상품구매시 정보탐색활동에 관한 연구, 숙명여대 석사논문
- 3) 강혜경(1995), 중년기 주부의 외출복 구매문제 인식 및 관련변인, 숙명여대 박사논문
- 4) 강혜원(1984), 의상사회심리학, 서울:교문사
- 5) 고범서(1992), 가치관 연구, 서울:나남
- 6) 김미영(1989), 생활양식 유형과 의복평가 기준에 관한 연구, 서울대 박사논문
- 7) 김명자(1989), 중년기 연구, 서울:교문사
- 8) 김동기(1984), 현대 마케팅 원론, 서울:박영사
- 9) 김동기·이용학(1994), 소비자 행동분석, 서울:박영사
- 10) 김성숙(1984), 주부들의 연령·학력·가계소득과 정보원과 정보량에 관한 연구, 건국대석사논문
- 11) 김연정(1993), 상품특성별 소비자정보탐색정도와 소비자 만족도에 관한 연구, 한국가정관리 학회지11(1), 12-21
- 12) 김용자(1991), 소비자 정보탐색활동에 관한 연구, 한국소비자보호원 소비생활연구 7, 27-36
- 13) 김정희(1988), 유행선도력에 따른 의복구매의사 결정에 관한 연구, 이화여대 석사논문
- 14) 박미석(1996), 중년기 남녀의 삶의 질에 관한 연구 I, 한국가정관리학회지 14(2), 19-34
- 15) 박명희(1988), 소비자 제품만족·불만족과 관련 변수에 관한 연구, 고려대 박사논문
- 16) 박혜선·김기옥(1988), 인간생태학적 접근방법에 의한 소비자행동연구, 한국가정관리학회지 6(1), 95-115
- 17) 배수현(1988), 한국 소비자의 구매행동전 정보탐색에 관한 실증적 연구, 고려대 석사논문
- 18) 백민숙(1986), 청년층의 의복구매행위에 관한 연구, 이화여대 석사논문
- 19) 이선영·강혜원·조길수(1990), 결혼 적응도에 따른 의복행동에 관한 조사연구, 한국의류학 회지 14(4), 70-76
- 20) 이송희(1989), 중년기 여성들의 스트레스 인지수준과 의복선택행동에 관한 연구, 전북대 석사논문
- 21) 이영륜(1981), 중년기 여성들의 신체적 만족도와 의복행동과의 상관연구, 연세대 석사논문
- 22) 이영경(1986), 의복품목에 따른 제품관여의 수준과 유형 및 정보탐색활동에 관한 연구-서울시대 거주주부를 대상으로-, 연세대 석사논문
- 23) 이영선(1991), 소비자의 의복관여와 외적 정보탐색, 서울대 박사논문
- 24) 이인자(1980), 의상홍미와 배경간의 상관연구, 건국대 생활문화연구소 연구보고4, 3-7
- 25) 이일경(1991), 소비자 정보원에 따른 정보탐색량과 구매후만족에 관한 연구, 서울대석사논문
- 26) 여정성(1989), 소비자 정보탐색의 결정요인,한국가정관리학회지 7(1), 15-23
- 27) 유동근(1988), 소비자의 외부적 정보탐색에 관한 연구, 숭실대 박사논문
- 28) 윤정혜(1982), 농촌 소비자의 구매전 비교탐색행동에 관한 연구, 대한가정학회지 20(4), 169 -176
- 29) 장연화(1982), 의복의 구매의사결정요인에 관한 연구, 숙명여대 석사논문
- 30) 채정숙(1993), 소비자 정보탐색유형과 탐색성공에 관한 연구-정보원천별 탐색노력과 정보 의존도를 중심으로-, 동국대 박사논문
- 31) 한국소비자보호원(1994), 한국의 소비생활 지표
- 32) 황의록(1978), 소비자의 상표선택행동에 관한 연구, 경영과 마케팅 12 (3), 30-42
- 33) 홍병숙(1985), 기혼여성의 의복구매 의사결정에 관한 실증적 연구, 중앙대 박사논문
- 34) Alcala, R.E.(1976), Information and food, The Bell Journal of Economics 7, 658-671
- 35) Bettman, B.C.(1974), Clothing interest of adult women as related to feeling of social security-insecurity and open or closed mindedness, Unpublished master's thesis, The Ohio State Univ. Columbia
- 36) Douglas, S.P.(1976), Cross-national comparisons

- and consumer stereotypes: a case study of working and non-working research 3, 12-20
- 37) Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Minard, P.W. (1993), *Consumer behavior* 7th ed. The Dryden Press
  - 38) Furse, D.M., Punj, G.N. & Stewart, D.W. (1984), A typology of individual search strategies among purchasers of new automobiles, *Journal of Consumer Research* 10, 417-431
  - 39) Jekin, M.C. (1973), Clothing and textile evaluative criteria: basis for benefit segmentation and reflection of underlying values, Unpublished doctoral dissertation. The Ohio State Univ.
  - 40) Katona, G. & Mueller, E. (1955), A study of purchase decisions, in Lincoln H. Clark ed. *Consumer behavior - the dynamics of consumer reaction*, New York: N.Y. Univ. Press, 30-87
  - 41) Kiel, G.C. & Layton, R.A. (1981), Dimensions of consumer information seeking, *Journal of Marketing Research* 18, 233-239
  - 42) Linder, S.B. (1970), *The hurried leisure class*, New York: Columbia Univ. Press
  - 43) Maynes, E.S. (1976), *Decision-making for consumers: an introduction to consumer economics*, New York: Macmillan Publishing Co.
  - 44) Mowen, J.C. (1990), *Consumer behavior* 2nd ed. Macmillan Publishing Co.
  - 45) Newman, J.W. & Staelin, R. (1972), Pre-purchase information seeking for new cars and major household appliances, *Journal of Marketing Research* 9, 249-257
  - 46) Oumlil, A.B. (1993), *Economic change and consumer shopping behavior*, Praeger Publishers
  - 47) Phillips, L.W. & Sternthal, B. (1979), Age differences in information processing: a perspective on the aged consumer, *Journal of Marketing Research* 16, 450-455
  - 48) Potts, B.C. (1974), Clothing interest of adult women as related to feeling of social security-insecurity and open or closed mindedness, Unpublished master's thesis, The Ohio State Univ. Columbia
  - 49) Punj, D.M. & Staelin, R. (1983), A model of consumer information search for new automobiles, *Journal of Consumer Research* 9, 366-380
  - 50) Schaninger, C.M. & Allen, C. (1980), Dual career, dual income, and non-working wife families: perspectives and research directions, Chicago: American Marketing Association, 93-95
  - 51) Schaniger, C.M. & Sciglimpaglia, D. (1980), The influence of cognitive personality traits and demographics on consumer information acquisition, *Journal of Consumer Research* 8, 210-220
  - 52) Stemm, F.A. (1980), Clothing attitudes and evaluative criteria used by employment women differing in feminine role orientation and work orientation: emphasis on the single-again adult, Unpublished doctoral dissertation, The Ohio State Univ.
  - 53) Strober, M.H. & Weinberg, C.B. (1987), Working wives and major family expenditures, *Journal of Consumer Research* 4, 141-147
  - 54) Thoelli, H.B. (1971), Concentration of information power among consumers, *Journal of Marketing Research* 8, 427-432
  - 55) Walters, C.G. (1978), *Consumer behavior-theory and practice* 3rd. ed. Home Wood IL. Irwin
  - 56) Westbrook, R.A. & Fornell, C. (1979), Patterns of information sources usage among durable goods buyers, *Journal of Marketing Research* 16, 304-312.