

購買決定過程에서의 夫婦의 役割構造

Conjugal Role Structure in the Purchasing Decision Process

延世大學校 家政大學 住生活學科

教授 尹 福 子
研究助教 柳 英 熙

*Dept. of Housing and Interior Decoration
College of Home Economics, Yonsei University*
Professor; **Bok Cha Yoon(Lee)**
Research Assistant; **Yung Hi Ryuh**

<목 차>

I. 서론	IV. 조사결과 및 논의
II. 문헌고찰	V. 결론 및 제언
III. 연구방법	참고문헌

<Abstract>

The purpose of this study was to examine the conjugal role structure in the purchasing decision process: problem recognition, information seeking and evaluating, final decision, and actually making the purchase, through a survey of the degree of conjugal involvement. The specific objectives were 1) to examine the conjugal role structure and differences at each phase of the decision process in purchasing of residence and twelve durable household consumer goods, 2) to determine the differences between conjugal role structure in each phase of the purchasing decision process and conjugal demographic factors(number of years married, conjugal education level, conjugal occupation, and income).

Questionnaires were given to randomly selected husbands and wives in Seoul in October, 1980. Data from the 275 responses were analyzed by percentage, mean, and F-test(analysis of variance). The results are as follows:

1) The conjugal role structure for the purchasing decision process of residence and twelve durable household consumer goods was analyzed by percent. It was found that role structure was specialized by the type of item. For instance, furniture and home appliances were purchased by wives; amusement goods and cars were purchased by husbands, and residence was purchased by joint. However, conjugal role structure in the purchasing decision process differed by phase of process: (1) Wives' involvement in the phase of problem recognition was greater than their involvement in information seeking and evaluating, but husbands' involvement in the phase of information seeking and evaluating was slightly greater than their involvement in problem recognition. (2) Husbands' involvement in the phase of making the final decision was far greater than their involvement in information seeking and evaluating. (3) Wives' involvement in the actually making of the purchase was far greater than their involvement in making the final decision.

2) Only one among conjugal demographic factors was significantly related to conjugal role

structure. That is, conjugal role structure in the purchasing decision process showed that the wives' involvement in making the final decision and in actually making the purchase increased with number of years married.

I. 서 론

오늘날의 가정은 도시화 및 산업화에 따른 사회경제적인 변화로 말미암아 가정의 경제적 기능 증생산의 기능이 사회의 타집단으로 이관됨에 따라 소비단위로서 중요한 위치를 차지하게 되었다. 더우기 고도의 과학기술의 발달로 인해 가정생활에서 사용되는 물품과 용역의 품목이 증가하고 변화를 가져오게 되자, 가정에서는 가족구성원들의 욕망을 끌고루 충족시켜 주기 위한 많은 선택의 문제에 당면하게 된다. 선택의 문제에 당면했을 때는 최선의 목적을 달성할 수 있기 위한 의사결정 과정이 요구되므로, 가정생활에서는 의사결정이 매우 중요한 장으로 되고 있다.

의사결정과정에서의 행동은 사회, 문화에 따라 달라지는 가치관의 영향을 받게 된다. 한국인의 가치관은 가족주의적인 사고방식 내지 행동양식의 일반적인 특색을 가지고 있다. 우리나라의 가족주의가 봉건적 가족제도를 바탕으로 삼고 형성되었으며, 가족내의 인간관계는 가부장중심의 권위주의로 상하의 종적관계가 이루어졌었다.²⁾ 이러한 가족내의 인간관계가 서구사회의 문화이식으로 인해 평등한 횡적관계로 변하게 됨에 따라, 가족의 역할도 부부중심의 핵가족형태로서 우애와 협동을 중심으로 하는 민주적인 역할형태로 점차 변화되어 가고 있다.

그러나 아직도 전통적인 가족의식이 많이 남아 있는 우리의 가정은 소비단위로서 중요한 역할을 가지고 있는 가운데, 과연 가정의 물품을 구입하는 의사결정과정에서 있어서 부부의 상호작용이 어떻게 이루어지고 있는가 하는 문제, 즉 소비자행동과 가족관계라는 두 측면을 가지고 있는 구매결정에 관한 연구가 필요하다고 생각된다. 구매결정에 관한 연구는 사회학, 경제학, 가정학 등 여러 분야에서 많이 이루어졌으나 의사결정과정중에서

의사결정자가 누구인가 하는 최종 결정단계에만 중점을 두고 가족의 권력관계를 알아보기 위한 연구가 대부분이었다. 그러나 가정의 물품을 구매하는 과정에서 의사결정 각 단계마다 가족의 역할차이가 나타나고 있으므로, 최종결정단계만이 아니라 구매결정과정 전 단계에 있어서 역할 수행자가 누구인가를 조사해 보는 것이 중요하다고 본다.

1. 연구 목적

본 연구의 목적은 부부간에 구매결정하는 과정에 있어서 각 단계마다 어떠한 종류의 품목에 누가 더 많이 참여하여 지배적인 역할을 가지고 있는가 하는 부부의 역할구조를 알아 보기 위한 것이다. 그 품목으로는 가정용 내구소비재 12품목과 주택을 포함한 전체 13품목이다. 이 연구는 소비자 교육과 기업의 마케팅 정책에 기초자료를 제시할 수 있을 것으로 기대된다. 구체적인 목적은 다음과 같다.

1) 가정용 내구소비재 12품목과 주택을 포함한 전체 13품목에 대해서 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조와 그 차이를 알아본다.

2) 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조와 이에 관련된 제 변인과의 관계를 조사한다.

2. 가정 및 가설

1) 가 정

구매결정과정에서 부부의 역할구조를 조사하기 위해서 부부의 인구학적 변인인, 결혼지속년수, 부부의 교육정도, 부부의 직업, 월평균 수입을 독립변인으로 하고, 구매결정 네 단계에서의 부부의 역할구조를 종속변인으로 하여 조사하면, 두 변인간에는 관련성이 있을 것으로 가정한다.

2) 가 설

<가설 1> 결혼지속년수에 따라 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조는 차이가 있다.

<가설 2> 부부의 교육정도에 따라 구매결정 각

단계에서의 부부의 역할구조는 차이가 있다.

〈가설 3〉 부부의 직업에 따라 구매결정 단계에서의 부부의 역할구조는 차이가 있다.

〈가설 4〉 가족의 월평균 수입에 따라 구매결정 단계에서의 부부의 역할구조는 차이가 있다.

II. 문헌 고찰

본 연구를 위한 문헌고찰은 의사결정의 개념, 구매결정과정, 구매결정에서의 부부의 역할구조에 영향을 주는 요인을 선행연구를 중심으로 하여 요약 정리하였다.

1. 의사결정의 개념 및 구매결정과정

가족이 행하고 있는 모든 행동과정들은 우연하게 일어나는 일이 거의 없으며 결정에 의하여 나타난다.¹⁸⁾ 결정은 어떠한 변화가 요구될때, 문제를 해결해야 할 때, 무엇인가 선택해야 할 때 필요로 되는 관리의 기본적인 행동요소로서 작용한다.¹⁹⁾

Maloch와 Deacon¹⁴⁾은 의사결정이란 여러대안들(alternatives)*중의 선택 또는 해결이라고 하였으며, Gross의 2인¹⁰⁾도 의사결정이란 하나의 대안을 선택하기 위해서 유도되는 행동의 과정이라고 하여 선택편을 강조하였으며 그 과정에는 1)문제에 대한 정의, 2) 대안에 대한 고려, 3) 하나의 행동과정 선택이라는 세 단계가 포함된다고 하였다. 의사결정과정은 여러 학자들(Dewey⁸⁾, Nickell의 2인¹⁷⁾, Simon²²⁾, Morell¹⁶⁾에 따라 달리 분류되고 있으나 위의 세 단계를 기본으로 하고 있다.

Buck⁶⁾는 소비자 행동개념중 의사결정 이론이 물품이나 용역의 선택과정에 관련되어 있다고 하였다. 김동기¹¹⁾ 역시 소비자 행동연구에서는 소비자가 어디서, 얼마나 자주, 그리고 어떠한 조건하에서 다른 물품을 구입 사용하는가 하는 소비에 수반된, 관찰하기 어려운 의사결정 과정을 포함시켜야 한다고 하였다.

Engel의 2인⁹⁾도 의사결정이 소비자 행동에 앞서서 나타나는 것으로서 행동을 결정짓는 과정이라고 하여 소비자 행동연구에서 의사결정과정을 중심으로 접근하는 것을 주장하였다. 결정 그 자체만이 아니라 결정의 전 후 과정을 중요시 하여 구매결정과정을 1) 문제인식단계, 2) 대안들에 대한 외부조사, 3) 대안평가, 4) 구매과정, 5) 구매 후 평가의 다섯 단계로 분류하였다.

이와 비슷하게 Katona¹³⁾도 의사결정과정을 통해서 구매행동이 이루어 진다고 하였으나, 습관적인 행동에 의해서 이루어지는 구매결정이나, 구매자의 수입, 나이, 교육, 가족구성과 물품에 대한 과거 경험등의 영향으로 의사결정과정 중의 대안에 대한 고려단계가 나타나지 않는다고 하였다. 또한 Troelstruf²³⁾도 특정한 상품에 대해 관심이 있기 까지에는 의사결정과 관계를 갖지 않으며, 요구된 특정한 상품을 결정할 때에는 의사결정과정을 거쳐서 결정을 한다고 하였다.

2. 구매결정에서의 부부의 역할구조에 영향을 주는 요인

가족의 의사결정에 관한 연구는 어떤 특정한 결정영역에서 누가 지배적인가 하는 것에 중점을 두고 연구되어왔다. 지배(Dominance)란 개념은 가족중 어느 한 구성원이 의사결정에 있어서 다른 구성원들보다 더 많은 영향력을 가진 것을 의미한다.²⁵⁾

Blood와 Wolfe⁴⁾는 가정의 의사결정이나 일 수행에 미치는 부부의 영향력정도는 부부중 각 개인이 가지고 있는 교육정도, 직업, 수입정도, 사회참여정도 등의 자원에 영향을 받는다는 자원론(resource theory)를 주장하였다. 즉 자원을 보다 많이 가진 배우자는 가정의 의사결정이나 일수행에 있어서 시간, 에너지등을 효율적으로 이용할 수 있기 때문에, 상대방의 욕구를 보다 많이 만족 시킴으로써 그 사람으로부터 존경을 받고 복종을 기대할 수 있다는 것을 말한다. 이러한 자원론을 수정한 Heer¹¹⁾에 의하면 의사결정에서 상대방에 의해서 기여되는 자원에 가치를 두는 것만이 아니라 결혼생활이외에서 얻어지는 자원에 가치를 두는 것이 필요하다고 하였다. 즉 의사결정에 있어

* 윤 복자, 문 숙재, "가정관리 개념체계를 위한 생태학적 접근," 대한가정학회지, 제18권 4호, 1980, p.15에서 대안, 대상, 대의 등으로 해석되었다.

서 남편이 가진 자원이 부인에게 기여되는 가치와 결혼생활이외에서 부인이 얻은 가치의 차가 크면 클수록 남편의 영향력이 더커진다는 것이다. 한편 Rodman²⁰⁾은 의사결정에서의 부부의 영향력에 관한 국가간의 비교연구결과 문화적인 차이가 있었으므로, 그 사회의 문화적인 규범이 포함되어야 한다고 하였다.

Engel 외 2인⁹⁾은 구매결정에 있어서 역할구조에 영향을 주는 요인들은 문화, 민족문화, 준거집단, 핵가족의 특성, 상품의 특성, 의사결정단계 등이라고 하였으며, 가족의 특성가운데에는 생활주기, 사회계층, 부인의 고용지위, 지역, 개성, 사회적 교제등의 영향이 있다고 하였다.

구매결정에 있어서 결정영역 즉 상품의 종류에 따른 부부의 역할분담은 Zeldich, Parsons 와 Bales¹⁹⁾등의 남편의 도구적 역할(instrumental role)과 부인의 표현적 역할(expressive role) 수행이라는 가족의 기능에 따른 역할분담이론에 근거하고 있다. Meyers 와 Reynolds¹⁵⁾는 제품이 주로 도구적인 경우에는 남편이 구매결정의 주도권을 가지며 부인은 제품이 주로 표현적 가치를 가질때 그러하다고 하였다.

Zaltman 과 Wallendorf²⁸⁾는 구매결정과정중에 부부의 역할분담이 이루어진다고 하여, 부부중 어느 한 사람이 먼저 어떠한 상품을 구매하자고 제안하며, 다른 배우자는 가격, 상품특성, 배달, 서비스등에 관한 정보를 입수하기 위해서 여러 상점을 돌아보고, 대안들에 대한 평가와 결정은 부부 공동으로 하며, 결정하고 난 뒤에 선택한 상점에 가서 물건을 사는 일은 부인이나 남편 혼자서 하는 경우가 많이 있다고 하였다.

이밖에 Wolgast²⁴⁾와, Sharp 와 Mott²¹⁾는 구매결정에 있어서의 부부의 역할구조는 상품의 종류, 결혼지속년수, 부부의 직업, 수입등에 따라 달라진다고 하였다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 도구의 작성

실태조사에 사용된 도구는 Davis 와 Rigaux⁷⁾와

Hempel¹²⁾이 사용한 질문사항들을 약간 변형시켜 작성하였다. 본 설문지 내용은 조사대상 부부의 일반적 사항을 파악하기 위한 일반사항으로 7문항과, 구매결정과정에서의 부부의 역할구조를 조사하기 위해 가정용 내구소비재 12품목과 주택을 포함한 전체 13품목 각각에 대한 구매결정과정 네 단계*의 질문사항으로 모두 52문항이 작성되었다.

2. 실태조사 및 분석방법

1980년 10월 16일~31일에 실시한 조사대상은 서울시내 13개구 가운데 임의로 4개구를 선정하여 연령과 사회경제적 지위 즉 부부의 교육정도, 수입, 직업을 고려하여 국민학교, 중·고등학교, 대학교를 임의로 선정하여 학부모를 대상으로 하였다. 분석방법으로는 백분률과 평균치(Mean), 변량분석(F-test)으로 통계처리하였다.

Ⅳ. 조사결과 및 논의

1. 조사대상자의 일반사항

표집된 조사대상자 275명(남편 81명, 부인 194명)의 부부의 나이는 대부분이 30~40대이었으며, 이와 관련하여 결혼지속년수가 대부분 10~30년 미만(80.7%)이었으며 평균지속년수는 약 18년이었다. 남편의 교육정도는 대학교 졸업이 48.7%로 가장 많았고, 고등학교, 대학교 졸업에 집중적으로 분포되어 있으며, 부인의 교육정도는 고등학교 졸업이 32.4%로 가장 많았지만 비교적 고교루 분포되어 있었다. 남편의 직업은 사무직(35.5%)이 가장 많았고, 부인들은 대부분 가정주부(83.6%)인 것으로 나타났다. 또한 조사대상자의 월평균 수입은 20~40만원 미만이 42.2%로 가장 많았으며 월평균 수입의 평균은 약 41만원으로 전도시 근로자가구당 월평균 소득**보다 높았다.

- * 1. 문제인식단계 : 사자고 제안하는 사람은 누구입니까?
- 2. 정보탐색 및 평가단계 : 가격이나 품질, 상표등에 대한 정보를 찾고 평가를 하는 사람은 누구입니까?
- 3. 최종결정단계 : 최종 결정은 누가 합니까?
- 4. 구매단계 : 실제 구매는 누가 합니까?

** 한국경제신문, 1980년 12월 10일자, 1면

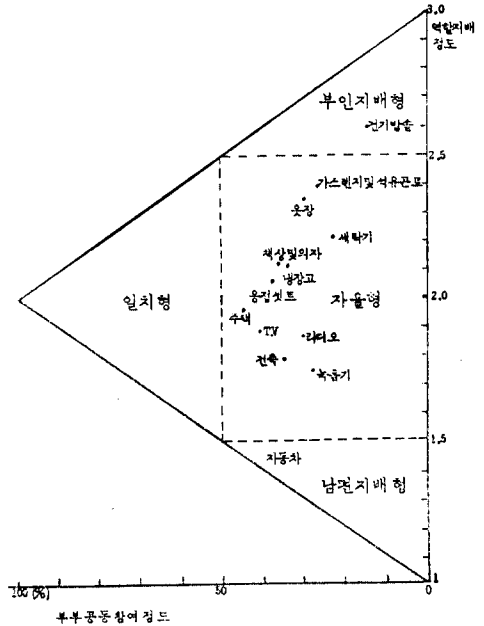
2. 구매결정 단계별 분석

본 연구에서는 구매결정과정에서의 부부의 역할 구조를 파악하기 위해 Davis와 Rigaux⁷⁾가 구매결정 각 사항에 대해서 네가지의 부부의 역할유형으로 분류하여 삼각형안에 표시하여 분석한 방법을 이용하였다. 이러한 방법은 이미 Herbst의 분류방법에 따라 Wolfe⁸⁾가 권위유형을 분류하기 위해 사용하였다.

<그림 1>에 제시된 네 가지의 역할유형은 부부의 역할지배정도(%)와 부부공동참여정도(%)로서 분류하였다. 역할지배정도는 각 문항마다 제시된 남편, 부부공동, 부인의 3개의 응답범주를 부인의 참여가 많은 순서대로 남편 1점, 부부공동 2점, 부인 3점을 주어, 각 단계마다 13가지 품목 각각에 대한 평균치로서 역할지배정도를 나타낸다. 즉 평균치가 '1'에 가까우면 남편지배의 역할을 의미하고, '3'에 가까우면 부인지배의 역할을 의미하며, 1.5와 2.5 사이의 평균치는 부부 공동의 역할이거나 각자가 자율적으로 하는 역할을 말한다. 이들의 구분은 부부공동참여정도가 50% 이상일 경우 부부일치형의 유형에 포함되며, 50% 이하일 경우에는 부부자율형의 유형에 포함된다.

주택과 가정용 내구소비재의 전체 13가지 품목 각각에 대한 부부의 역할구조는 <그림 1>과 같다. 품목별 역할유형을 보면 부인지배형에 포함된 품목은 전기발삼이었고, 남편지배형에 포함된 품목은 자동차이었다. 그림의 11가지 품목은 모두 자율형에 포함되었으며, 그 중에서 부인이 더 많이 참여한 품목은 가구류나 가정기기이었고, 남편이 더 많이 참여한 품목은 문화오락용품류이었던, 주택구매는 대체로 부부공동으로 하는 것으로 나타났다.

즉, 구매결정단계 전체를 통한 품목에 따른 부부의 역할 구조는 가정생활에 보다 밀접히 관련된 가구류와 가정기기구매는 부인이 더 많은 역할을 가지고 있는 반면, 구조적으로 복잡한 문화오락용품과 자동차구매는 남편이 더 많은 역할을 가지고 있으며, 가정생활을 영위해 가는데 있어서 가장 중요한 주택구매의 문제는 주요한 투자가 되므로 부부공동의 역할이라는 것을 알 수 있

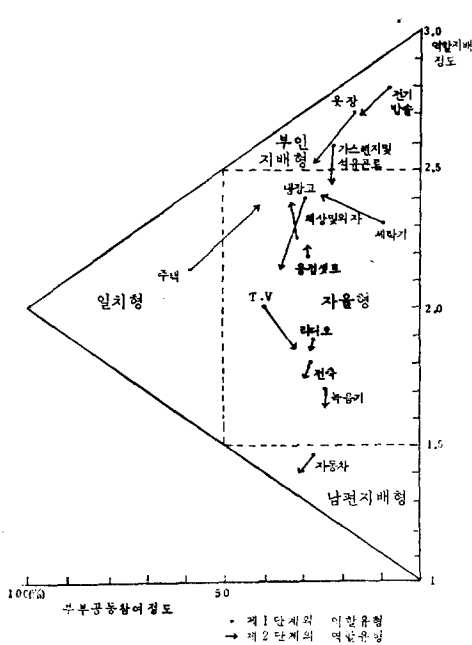


<그림 1> 구매결정 전 단계에서의 품목별 부부의 역할구조

었다. 이것은 부부의 역할관계중 가족의 기능에 따른 남편의 도구적 역할과 부인의 표현적 역할수행이라는 부부의 역할차이가 구매행동에도 반영되고 있음을 말해준다.¹⁰⁾

구매결정 각 단계에서의 부부의 역할 구조의 차이를 살펴보면 부인의 역할참여가 가장 많은 단계는 문제인식단계이며, 그 다음은 정보탐색 및 평가단계, 구매단계, 최종결정단계 순이었으며, 반대로 남편의 역할참여가 가장 많은 단계는 최종결정단계이었다. 각 단계간의 부부의 역할구조의 차이는 <그림 2>, <그림 3>, <그림 4>에서 나타내 주고 있다. 그림에서 ‘.’표시는 각 품목에 대해 앞단계의 부부의 역할유형을 나타내고, ‘→’ 표시는 그 다음 단계의 부부의 역할유형을 나타내는 것으로 앞단계와 그 다음 단계간의 역할 구조의 차이를 나타내 주고 있다.

- 1) 문제인식단계(제 1 단계)와 정보탐색 및 평가 단계(제 2 단계)간의 부부의 역할구조
- 제 1 단계와 제 2 단계간의 역할구조의 차이는 그

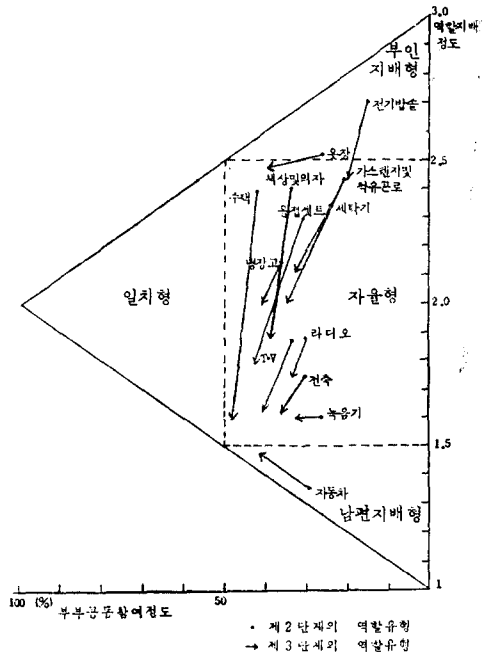


〈그림 2〉 제 1 단계와 제 2 단계 간의 부부의 역할 구조 차이

림 2)와 같이 역할유형의 변화가 나타난 품목은 주택이 일치형에서 자율형으로, 가스렌지 및 석유콘로가 부인지배형에서 자율형으로 변화하였다. 그밖의 품목들은 역할유형의 변화는 없었다. 일반적인 변화 경향을 보면 제 1 단계보다 제 2 단계에서 남편의 역할참여가 더 많아졌으며 주택, 세탁기, 책상 및 의자, 응접셋트에서만 부인의 역할참여가 제 1 단계보다 약간 많았다. 제 1 단계에서는 부인의 역할이 더 지배적이었던 것에 비해 제 2 단계에서 남편의 참여가 더 많아진 결과는 구매의 필요성을 부인이 남편보다 더 많이 느끼고, 정보를 찾고 평가하는 일은 남편이 부인보다 더 많이 한다는 것을 말해준다.

2) 정보탐색 및 평가단계(제 2 단계)와 최종결정 단계(제 3 단계)간의 부부의 역할구조

제 2 단계와 제 3 단계간의 부부의 역할유형의 차이가 있는 품목은 전기밥솥과 옷장만이 부인지배형에서 자율형으로 변화하였다(그림 3). 일반적인 변화 경향은 자동차를 제외한 다른 모든 품목에서

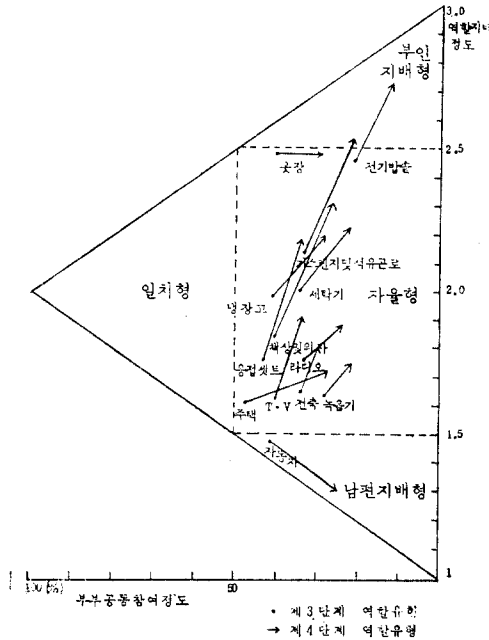


〈그림 3〉 제 2 단계와 제 3 단계간의 부부의 역할 구조의 차이

남편의 참여가 많아지고, 부부공동으로 결정하는 것으로 나타났다. 이와같이 최종결정단계에서 남편지배 방향으로 기울어진 경향은 가장의 지위로서 가정의 모든 결정권이나 지배권을 행사하였던 전통적 가족형태에서 나온 전통적인 가족의식에서 기인된 것으로 해석된다.

3) 최종결정단계(제 3 단계)와 구매단계(제 4 단계)간의 부부의 역할구조

제 3 단계와 제 4 단계간의 부부의 역할유형의 차이가 있는 품목은 가스렌지 및 석유콘로와 전기밥솥만이 자율형에서 부인지배형으로 변화하였다(그림 4). 일반적인 변화 경향을 보면 제 3 단계에서 남편지배 방향으로 기울어졌던 경향들이 다시 제 4 단계에서는 부인지배 방향으로 변화하였으며, 자동차는 남편지배 방향으로 기울어졌다. 이러한 경향은 최종결정단계에서는 남편이 부인보다 더 많이 참여하여 남편 또는 부부공동으로 결정하지만, 구매단계에서는 부인이 더 많이 참여함으로써 구매 대리인으로서의 역할을 부인이 더 많이 수행한다



〈그림 4〉 제 3 단계와 제 4 단계 간의 부부의 역할 구조의 차이

고 볼 수 있다.

3. 가설검증 및 해석

구매결정 각 단계의 부부의 역할참여 점수범위는 전체 13품목의 각 문항마다 제시된 3개의 응답 범위에 1~3점까지의 점수를 주어 13~39점까지의 범위를 가지고 있었다. 그러나 세부적으로 각 단계마다 주택과 가정용 내구소비재의 전체 13품목을 크게 주택, 가구류, 가정기기, 문화오락용품, 자동차의 다섯가지*로 분류하여 비교 조사하기 위해서 다섯가지 품목에 대한 점수범위를 4~12점 수준으로 다시 환산하였다. 따라서 각 단계에서의 점수범위는 20~60점이었고, 점수가 높을수록 부인의 역할참여가 많고, 낮을수록 남편의 역할참여가 많은 것을 의미한다.

〈가설 1〉 결혼지속년수에 따라 구매결정 각 단

* 「주택」, 「가구류」: 옷장, 응접세트, 책상 및 의자, 「가정기기」: 세탁기, 냉장고, 전기밥솥, 가스렌지 및 석유콘로, 「문화오락용품」: 텔레비전, 전축, 라디오, 녹음기, 「자동차」.

계에서의 부부의 역할구조는 차이가 있다.

결혼지속년수에 따른 부부의 역할구조는 〈표 1〉에 제시된 바와 같이 최종결정단계와 구매단계에서 단 통계적인 유의차가 있었으므로 〈가설 1〉은 이 두 단계에서 긍정되었다. 최종결정단계와 구매단계내의 각 품목에 대해서는 두 단계 모두 가구류, 가정기기와 자동차만이 통계적으로 유의차가 있었다. 이는 세부적인 품목 각각에 대한 결과와 각 품목을 더한 전체 품목에 대한 결과와 차이가 없이 결혼지속년수가 긴 경우 부인의 참여가 더 많았고 짧은 경우 남편의 참여가 더 많았다고 나타나, 결혼지속년수가 길어짐에 따라 부인의 권력이 증가하며 남편의 권력이 감소한다는 선행연구^{3,4,6)}의 결과가 뒷받침해주고 있다.

〈가설 2〉 부부의 교육정도에 따라 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조는 차이가 있다.

부부의 교육정도에 따른 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조는 〈표 2〉에서 보는 바와 같이 남편의 교육정도와 부인의 교육정도에서 통계적으로 유의적인 차이가 없었으므로 〈가설 2〉는 부정되었다.

그러나 세부적으로 남편의 교육정도에 따라 문제인식단계내에서의 가구류에 대해서만 부부의 역할구조의 유의적인 차이가 있었다. 남편의 교육정도가 매우 높은 경우에 남편의 참여가 가장 많았고, 매우 낮은 경우에 부인의 참여가 가장 많았다고 나타났다.

또한 부인의 교육정도에 따라 구매단계내에서의 주택에 대해서만 부부의 역할구조의 유의적인 차이가 있었다. 부인의 교육정도가 높은 경우에 부인의 참여가 많았고, 교육정도가 낮은 경우에 남편의 참여가 많았다고 나타났다.

이는 역할지배정도가 부부중 각 개인이 가지고 있는 자원(교육정도, 직업, 수입정도, 사회참여정도등)의 영향을 받는다는 것을 말해주고 있다.

〈가설 3〉 부부의 직업에 따라 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조는 차이가 있다.

부부의 직업에 따른 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조는 〈표 3〉에서 제시된 바와 같이 남편의 직업과 부인의 직업에서 통계적인 유의차가 없었으므로 〈가설 3〉은 부정되었다.

〈표 1〉 결혼지속년수와 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조

N=275

결혼지속년수		10년미만	10~19년	20~29년	30년이상	F
구매결정단계						
문제인식단계	M S.D	41.96 6.77	40.76 7.14	42.11 7.11	41.15 5.49	0.95(n.s)
정보탐색 및 평가단계	M S.D	41.78 6.99	40.47 9.31	42.11 7.97	43.40 6.49	1.50(n.s)
최종결정단계	M S.D	36.00 8.41	33.48 9.08	37.46 9.11	36.93 5.24	2.98*
구매단계	M S.D	36.56 9.91	37.67 8.99	41.25 8.94	38.20 7.94	3.58*

*P<.05

n.s: not significant

〈표 2〉 부부의 교육정도와 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조

N=275

남편의 교육정도		국 출	중 출	고 출	대 출	대 학원 졸업	F
구매결정단계							
문제인식단계	M S.D	42.17 9.02	39.73 10.05	41.57 12.00	42.08 10.25	39.20 8.71	0.62(n.s)
정보탐색 및 평가단계	M S.D	38.16 9.52	41.37 8.99	41.61 10.86	41.48 9.44	41.29 10.04	0.39(n.s)
최종결정단계	M S.D	37.20 4.64	34.37 6.02	34.36 5.96	35.64 6.01	35.80 5.61	2.01(n.s)
구매단계	M S.D	36.20 7.21	38.49 7.18	38.52 8.47	39.21 7.98	37.88 7.86	0.16(n.s)

부인의 교육정도		국 출	중 출	고 출	대출이상	F
구매결정단계						
문제인식단계	M S.D	40.52 10.42	39.96 9.61	41.90 11.08	42.21 10.34	0.88(n.s)
정보탐색 및 평가단계	M S.D	39.76 8.27	40.73 10.89	41.19 9.28	42.73 10.31	0.73(n.s)
최종결정단계	M S.D	35.91 5.82	34.26 6.26	34.85 5.77	36.04 5.77	1.29(n.s)
구매단계	M S.D	38.17 7.25	37.25 8.56	39.42 8.32	38.93 7.36	1.41(n.s)

n.s: not significant

<표 3> 부부의 직업과 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조

N=275

구매결정단계	남편직업							F
		사무직	전문직	사업	판매직	기술노동 및 서비스직	기타	
문제인식단계	M	41.78	41.52	40.99	42.15	40.04	40.78	0.27(n.s)
	S.D	7.14	7.62	7.08	7.45	5.99	6.25	
정보탐색 및 평가단계	M	41.76	42.32	40.48	40.39	34.99	41.63	0.19(n.s)
	S.D	8.71	8.15	8.73	8.16	6.54	9.27	
최종결정단계	M	35.72	36.98	34.92	36.48	32.76	34.02	1.10(n.s)
	S.D	9.27	7.81	9.08	9.22	8.90	6.15	
구매단계	M	38.79	41.50	37.99	37.42	38.96	40.49	0.44(n.s)
	S.D	9.12	7.64	9.16	10.85	11.39	10.66	

구매결정단계	부인직업			F
		유	무	
문제인식단계	M	41.51	41.36	0.01(n.s)
	S.D	7.46	6.92	
정보탐색 및 평가단계	M	42.32	41.12	0.87(n.s)
	S.D	8.32	8.51	
최종결정단계	M	37.43	34.85	2.82(n.s)
	S.D	9.13	8.83	
구매단계	M	41.01	38.27	2.28(n.s)
	S.D	8.94	9.19	

n.s: not significant

<표 4> 월평균 수입과 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조

N=275

구매결정단계	월평균수입	20	20~40	40~60	60~80	80	F
		만원미만	만원미만	만원미만	만원미만	만원이상	
문제인식단계	M	44.07	41.52	40.75	41.23	40.27	1.57(n.s)
	S.D	6.39	6.96	6.87	7.49	7.35	
정보탐색 및 평가단계	M	41.29	41.83	41.22	41.09	39.56	0.33(n.s)
	S.D	9.82	8.01	8.86	8.39	8.59	
최종결정단계	M	33.72	34.97	36.03	35.65	35.07	0.71(n.s)
	S.D	10.16	8.81	8.69	9.15	9.01	
구매단계	M	38.33	39.21	39.14	37.62	35.74	0.80(n.s)
	S.D	11.32	9.34	7.67	10.20	10.31	

n.s: not significant

그러나 세부적으로 남편의 직업에 따라 정보탐색 및 평가단계내에서의 주택에 대해서만 부부의 역할구조의 유의적인 차이가 있었다. 남편이 기술노동직 및 서비스직에 종사하는 경우에는 부인의 참여가 가장 많았으며 반면에 남편의 참여는 가장 적었고, 판매직에 종사하는 경우에는 남편의 참여가 가장 많았다.

또한 부인의 직업유무에 따라 정보탐색 및 평가단계내에서의 자동차, 최종결정단계내에서의 문화오락용품, 구매단계내에서의 자동차에 대해서만 부부의 역할구조의 유의적인 차이가 있었다. 모두 부인이 직업을 가진 경우가 가지고 있지 않은 경우보다 부인의 참여가 더 많았다고 나타났으며, 남편의 참여정도는 이와 반대로 나타났다. 이러한 결과는 최재석³⁾의 연구에서 부인이 직업을 가진 경우가 직업을 가지지 않은 경우보다 의사결정에 더 큰 영향력을 미친다는 결과와 일치하였다.

<가설 4> 가족의 월평균 수입에 따라 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조는 차이가 있다.

가족의 월평균 수입에 따른 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조의 차이는 <표 4>와 같이 통계적인 유의차가 나타나지 않았으므로 <가설 4>는 부정되었다.

그러나 세부적으로 최종결정단계내에서 가정기기 품목에 대해서만 유의차가 있었다. 수입이 많은 경우에 부인의 참여가 더 많았고, 수입이 적은 경우에 남편의 참여가 더 많았다고 나타났다. 이러한 결과는 수입이 많을수록 남편의 영향력이 증가한다는 자원론을 주장한 Blood와 Wolfe⁴⁾의 연구결과와 Wolgast²⁴⁾의 연구결과와는 반대로 나타났다. 이와같은 차이는 국가간의 문화적인 차이에서 기인되는 것이라 볼 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 구매결정 각 단계에서 주택과 가정용 내구소비재 전체 13품목 각각에 대해서 부부의 역할구조를 조사한 결과 각 단계별로 약간씩 차이가 있었으나 전 단계를 종합해 보면 가구류와 가정기기의 구매는 부인의 역할, 문화오락용품과 자동차는 남

편의 역할, 주택은 부부공동의 역할로 나타나 품목의 종류에 따른 역할분담이 이루어진다는 것을 알 수 있었다.

각 단계간의 품목의 종류에 따른 부부의 역할구조 차이의 일반적인 경향은 다음과 같다.

1) 문제인식단계 즉 구매제안에서는 전체적으로 부인의 참여가 더 많았지만, 정보탐색 및 평가단계에서는 문제인식단계보다 남편의 참여가 더 많아졌다고 나타나, 구매제안의 역할보다 정보탐색 및 평가의 역할에서 부부간의 역할분담이 어느정도 균형을 이루고 있다는 것을 알 수 있었다.

2) 정보탐색 및 평가단계보다 최종결정 단계에서 남편의 참여가 매우 많아졌으며 또한 부부공동의 참여도 약간 많아져 역할구조의 변화 경향은 남편지배 방향으로 기울어졌다. 이것은 아직도 도시 가정에 결정권이 가장의 권한이었던 전통적인 가족의식이 많이 남아 있다는 것을 말해준다.

3) 최종결정단계보다 구매단계에서 부인의 참여가 더 많아져 부인지배 방향으로 기울어진 것으로 나타나, 구매대리인으로서의 역할은 부인이 주로 수행한다고 볼 수 있다.

2. 구매결정 각 단계에서의 부부의 역할구조와 인구학적 변인간의 관계를 조사한 결과 결혼지속년수에 따라 최종결정단계와 구매단계에서만 부부의 역할구조의 유의차가 있었다. 즉 결혼지속년수가 긴 경우에 부인의 참여가 더 많았고, 짧은 경우에 남편의 참여가 더 많았다고 나타났다. 그밖의 요인에서는 각 단계별로 전체품목을 더한 경우에는 유의차가 나타나지 않았으나, 부분적으로 각 단계내의 품목의 종류에 따라서 부부의 역할구조의 유의차가 있었다. 이것은 구매결정을 하는 과정에 있어서 각 단계마다 결혼지속년수와 교육정도, 직업, 수입의 사회경제적인 지위의 영향을 받아, 품목의 종류에 따라 역할분담이 이루어진다는 것을 말해준다.

구매결정에 관한 연구는 대부분 최종 결정단계에만 중점을 두고 이루어져 있으며, 소비자 행동에서 중요한 결정과정에 관한 연구는 매우 부진한 상태이므로 본 연구를 바탕으로 좀 더 체계적인 연구가 이루어져야 하겠다. 즉, 구매결정영역의 확대, 조사대상자 부부 각자에 대한 조사, 부부공

동참여정도와 관련변인과의 관계, 조사대상자의 심리적 변인과의 관련성 연구와, 구매결정에 관한 구매결정 전 단계의 기간, 대안의 수, 정보의 출처, 부부간의 역할충돌, 구매결정 상황등의 다양한 측면에서의 연구가 계속 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

1. 김동기, "소비자 행동에 대한 행태과학적 고찰", 고려대학교 논문집 인문·사회과학편, 제16집, 1970.
2. 김태길, 인간회복서장, 삼성미술 문화재단, 1970.
3. 최재석, "한국 도시가족의 권력구조", 아세아 연구, Vol.14, No.4, 1971.
4. Blood, R.O. and Wolfe, D.M., *Husbands and Wives*, The Free Press, New York, 1960.
5. Buck, M.C., "Consumer Behavior," *Journal of Home Economics*, Vol. 59, No. 3, 1967.
6. Centers, R., Raven, B.H. and Rodrigues, A.D., "Conjugal Power Structure: A Re-Examination," *American Sociological Review*, Vol. 36, 1971. Wolfe, D.M., "Power and Authority in the Family," *Studies in Social Power*, ed. Cartwright, D., Ann Arbor; University of Michigan Press, 1959.
7. Davis, H.L. and Rigaux, B.P., "Perception of Marital Roles in Decision Processes," *Readings in Consumer Behavior*, ed. Zaltman, G. and Wallendorf, M., John Wiley & Sons, New York, 1979.
8. Dewey, J., *How We Think*, D.C. Health and Company, New York, 1910.
9. Engel, J.F., Kollat, D.T., and Blackwell, R.D., *Consumer Behavior*, Holt Rinehart and Winston Inc., 1968.
10. Gross, I.H., Crandall, E.W., and Knoll, M. M., *Management for Modern Families*, Appleton Century Crofts, New York, 1973.
11. Heer, D.M., "The Measurement and Bases of Family Power; An Overview," *Marriage and Family Living*, Vol. 25, 1963.
12. Hempel, D.J., "Family Buying Decision: A Cross-Cultural Perspectives," *Readings in Consumer Behavior*, ed. Zaltman, G. and Wallendorf, M., John Wiley & Sons, 1979.
13. Katona, G., "A Study of Purchase Decisions," *Consumer Behavior Series*, New York University Press, New York, Vol.1, 1955.
14. Maloch, F. and Deacon, R.E., "Proposed Framework for Home Management," *Journal of Home Economics*, Vol. 58, 1966.
15. Meyers, J.H. and Reynolds, W.H., 소비자 행동과 마케팅관리, 이종하역, 박영사, 1975.
16. Morell, R.W., *Managerial Decision-Making*, The Bruce Publishing Company, Milwaukee, 1960.
17. Nickell, P., Rice, A.S., and Tucker, S.D., *Management in Family Living*, 5ed., John Wiley & Sons, 1976.
18. Oppenheim, I., *The Family as Consumers*, The Macmillan Company, 1965. Paolucci, B. and O'Brien, O.B., "Decision-Making: The Crux of Management," *Forecast*, 1959.
19. Parsons, T. and Bales, R.F., *Family: Socialization and Interaction Process*, Free Press, Illinois, 1955.
20. Rodman, H., "Marital Power in France, Greece, Yugoslavia and the United States: A Cross-National Discussion," *Journal of Marriage and the Family*, Vol. 29, 1967.
21. Sharp, H. and Mott, P., "Consumer Decisions in the Metropolitan Family," *Journal of Marketing*. 1956.
22. Simon, H.A., *New Science of Management Decision*, Harper and Row, New York, 1960.
23. Troelstruf, A.W., *The Consumer in American Society: Personal and Family Finance*, McGraw-Hill Book Company, 4ed., 1970.
24. Wolgast, E.H., "Do Husbands or Wives

- Make the Purchasing Decision?" *Journal of Marketing*, Vol. 23, 1958.
25. Zaltman, G. and Wallendorf, M., *Consumer Behavior: Basic Findings and Management Implication*, John Wiley & Sons, New York, 1979.
26. Zaltman, G. and Wallendorf, M., *Readings in Consumer Behavior*, John Wiley & Sons, New York, 1979.