

아파트 購買者가 認知하는 危險類型에 관한 研究

—全州地域을 中心으로—

A Study on the Types of Perceived Risk in Consumer's Purchasing Public Apartment

전주우석대학 가정학과

전임강사 이 종 해

Jeonju Woo Suk College, Department of Home Economics

Instructor; **Lee Jong Hae**

<目 次>

I. 序 論	IV. 結果 및 論議
II. 理論的 背景	V. 結 論
III. 研究方法	參考文獻

<Abstract>

The central problem of purchasing houses is choice, which is accompanied by perception of risk. Perceived risk is defined as a risk perceived by a consumer subjectively in choice situations. The components of perceived risk are uncertainty and consequence. There are seven types of perceived risk in purchasing houses. Those are financial risk, functional risk, social risk, psychological risk, physical risk, time risk and future opportunity lost risk.

The empirical survey about consumer's purchasing Public Apartment suggests:

- 1) In general, respondents perceive relatively high risk in purchasing Public Apartment.
- 2) Of seven risk types, financial, functional, future opportunity lost, time, and social risk correlate highest with overall perceived risk and explain the variance of it.
- 3) Physical and psychological risks don't correlate significantly with overall perceived risk.

From the findings in empirical analysis, consumers are recommended to device risk-reduction activities in purchasing Public Apartment.

- 1) Active information search is needed in purchasing Public Apartment in order to reduce overall perceived risk.
- 2) Housing concept should change from ownership to rental thinking.
- 3) Consumers should be accustomed to Housing Loans by bank.
- 4) Purchasing goals should be established clearly before purchasing houses.
- 5) Careful deliberation is required and informations from personal sources are useful.

I. 序 論

1. 研究目的과 問題提起

급격하게 증가하는 人口와 人口의 都市集中 그리고 核家族의 擴散에 따라서 우리나라 都市의 住宅不足은 하나의 심각한 社會經濟的 問題로 대두되고 있다.

그런데 住宅의 購買者는 質보다는 量的인 차원에서 이루어 지고 있는 정부와 기업의 住宅供給에 수동적으로 적응하고 있는 실정이다.

또한, 住宅購買者는 利用 가능한 代案에 대하여 限定된 住宅情報를 가지고 있으며, 이러한 상황에서 구매자가 내리게 되는 住宅購買決定에는 不確實性和 不安이 內在되어 心理的으로 커다란 부담감을 갖게 된다. 이러한 부담감은 住宅購買 자체가 家計에서 많은 金錢的 支出을 요구하는 意思決定이라는 데에서도 비롯된다고 하겠다.

그런데 合理的인 住宅購買를 위해서는 購買對象住宅에 대한 효과적인 住宅情報가 필요하며, 購買者의 情報探索은 住宅購買에 수반되는 여러가지 認知된 危險(perceived risk)의 정도에 따라서 달라지게 된다.

결국, 認知된 危險은 情報探索에 영향을 미치며,¹⁾ 探索된 情報는 購買者의 合理的인 購買決定에 活用되기 때문에, 住宅購買時 購買者가 느끼게 되는 認知된 危險의 類型 내지, 그 程度를 파악한다는 것은 효과적인 情報探索의 方向과 方法을 提示해 주며, 궁극적으로 購買者의 危險을 줄여주게 되므로 合理的인 住宅購買決定에 도움을 줄 수 있다.

認知된 危險의 개념이 1960년에 소개된 이후,²⁾ 다양하게 연구되어 왔으나 住宅問題와 직접적으로 관련된 내용은 드물고 국내의 경우, 이와 관련된 연구가 아직은 미흡한 실정이다.

본 연구는 마케팅(Marketing)영역에서 어느 정도 理論的으로 체계화되고 있는 認知된 危險의 개념, 구성요소, 위험유형 등을 정리, 도입하여 住宅購買問題에 실증적으로 적용시켜 봄으로써 住宅購買時 購買者가 認知하게 되는 危險類型과 그 程

度를 파악하고, 購買者의 合理的인 住宅購入을 위한 危險減少 내지 情報探索의 方法과 方向을 제시하고자 한다.

2. 研究範圍와 限界

研究目的을 위하여 文獻研究과 實證的 調査를 병행하여, 理論的으로는 認知된 危險의 개념, 구성요소, 유형을 정리하였고, 實證的으로 住宅公아파트에 대한 認知된 危險을 調査分析하였다.

그리고 調査對象者를 全州市의 成人男女 중에서 家長과 主婦로 制限하였기 때문에 調査의 內容을 해석하고 一般化하는 데는 신중을 기해야 할 것이다.

한편, 人口變數 및 社會經濟的 變數와 認知된 危險의 관계에 대한, 기존의 연구내용이 부족하고 체계화되지 못하여³⁾ 이들 變數와 관련된 研究는 차후의 연구과제로 남겨 놓았다.

II. 理論的 背景

1. 認知된 危險의 概念

意思決定은 本質的으로 選擇의 問題이며 選擇에는 危險이 存在한다⁴⁾는 점에서 認知된 危險은 意思決定을 이해하는 데 중요한 개념이 된다.

消費者의 認知된 危險은 經濟學이나 統計學에서 취급하고 있는 客觀的이고 確率的 危險과는 구별되는 것으로, 現實的으로 危險이 존재한다 하더라도 消費者가 그 위험을 主觀的으로 지각할 때⁵⁾ 비로서 위험으로 보게 되는 것이다.

Cunningham은 商品에 따라서 認知된 危險의 정도가 다르며, 일반적으로 商品價格이 認知하는 위험에 영향을 미쳐서, 값이 비싼 商品에서 높게 나타난다⁶⁾고 했다. 따라서 다른 商品보다 값이 비싼 住宅을 購入할 때 구매자는 主觀的으로 높은 위험을 갖는다고 하겠다.

한편, 이러한 認知된 危險은 購買目的과 結果의 不確實性에서 비롯되기도 한다.⁷⁾ 住宅購買의 경우 첫째, 住宅購入者가 購買目的을 확실하게 알지 못할 때 둘째, 어떤 住宅의 選擇이 購買目的에 가장 일치하는 지를 모를 때 셋째, 住宅購買結果가 購

買目的을 充足시키지 못하리라고 느낄 때, 危險을 認知하게 된다.

認知된 危險이 購買目的과 結果의 不確實性에서 비롯되기도 하지만 選擇 즉, 意思決定의 重要性에서 비롯된다는 것을 Hansen 이 지적한다.⁸⁾ 즉 意思決定의 問題가 重要할 수록 認知된 危險이 存在하게 된다.

일반적으로 意思決定者는 危險을 最小化하는 方向으로 行動하지만,⁹⁾ 사람에 따라서는 心理的인 目的의 充足을 위하여 위험의 回避, 減少보다는 오히려 위험을 감수하는 方向으로 行動할 가능성도 있다. 이러한 문제는 인간의 個性的 측면인 危險性向(risk style)과 관련된다.

Engel, Kollat, and Blackwell 은 認知된 危險을 意思決定에 있어서 外部情報探索(external information search)과 代案評價(alternative evaluation)에 影響을 미치는 중요한 요소로 보고 있으며,¹⁰⁾ 購買者가 위험을 기꺼이 받아들일 수 있는 수준에 도달할 때까지 情報探索을 하여 위험을 減少시킨다고 했다.

결국, 認知된 危險은 選擇에 관계되는 것이며, 購買目的과 結果의 不確實性 그리고 選擇의 重要性에 따라서 商品마다 購買者가 主觀的으로 認知하게 된다. 더우기 住宅과 같이 값이 비싼 商品에서는 일반적으로 높은 危險이 認知되어 보다 많은 情報探索이 이루어짐을 알 수 있다.

2. 認知된 危險의 構成要素

經濟學에서 危險이란 結果에 대한 不確實性(uncertainty of outcome)과 해결해야 될 問題의 重要性(significance of problem)에 의해서 決定되는 것으로 보고 있다.¹¹⁾ 消費者의 購買行動에서 도 이와 類似한 개념으로 설명하고 있으나 學者에 따라서 약간의 差異를 보이고 있다.

認知된 危險의 構成要素로서, Cox 는 購買結果에 대한 不確實性和 重要性(consequence)을 들고 있으며,¹²⁾ Schiffman,¹³⁾ Arndt,¹⁴⁾ Bettman¹⁵⁾ 등도 購買의 不確實性和 重要性을 들고 있다. 그리고 Taylor 는 結果에 대한 不確實性和 重要性에 대한 不確實性을 들고 있지만¹⁶⁾ 이는 危險과 不確實性을 同一視하는 데서 기인한다. Peter and

Ryan 도 損失의 確率과 損失의 重要性으로 유사하게 표현하고 있다.¹⁷⁾

위와 같이 認知된 危險의 構成要素에 대하여 표현의 차이를 보이고 있지만, 두 개의 구성요인이 있다는 점에서 공통적인 立場을 취하고 있다. 구체적으로 自身の 購買行爲가 어떠한 結果를 낳을 것인가에 대한 購買者의 主觀的 不確實性 또는 確率이 그 하나이며, 自身の 購買行爲가 바람직하지 못한 結果를 가져오게 될 때 自身에게 미치는 影響 즉, 購買行爲의 重要性이 다른 하나이다.

이 두 가지의 構成要素를 좀 더 고찰해 보면, 購買結果에 대한 主觀的인 確實性이 낮을 수록 즉, 不確實性이 높을 수록, 購買者가 認知하는 危險의 크기는 증가한다. 그리고 結果에 대한 確實性은 合理的인 意思決定基準을 스스로 選定할 수 있다고 믿는 程度에 따라서 달라지며, 合理的인 意思決定基準의 選定은 購買商品의 品質에 대한 主觀的인 認識과 品質變動(variation in quality)의 크기와 관계 있다.¹⁸⁾

그리고 購買者는 첫째, 購買者에게 購買目的이 重要할 수록 둘째, 購買目的이 달성되지 못하여 치물 희생이 클수록 셋째, 購買하는 데에 소요될 費用과 時間이 클수록, 보다 큰 부담감을 갖게 되어 높은 위험을 인지하게 된다. 또한 購買行爲의 重要性은 購買欲求의 充足手段에 대한 소망이 강할수록, 手段의 價格이 클수록 커진다고 볼 수 있다.

한편, 認知된 危險의 이러한 두 가지 構成要素 사이에는 加法的(additive) 또는 線型的인 관계가 존재하며 Bettman 은 實證的인 調查를 통한 통계적 방법으로 이를 확인하였다.¹⁹⁾ 따라서 認知된 危險은 다음과 같은 加法的인 모델로 표현된다.

$$Y = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2$$

단, Y: 認知된 危險

X₁: 購買結果의 不確實性

X₂: 購買의 重要性

3. 認知된 危險의 類型

認知된 危險은 商品의 性質이나 內容에 따라서 여러가지로 分類될 수 있어서 學者들은 [그림 1]과 같이 표현하고 있다.

〔그림 1〕 學者들의 認知된 危險體型

Researcher Type	Jacoby & Kaplan ¹⁾	Roselius ²⁾	E.K.B. ³⁾	Taylor ⁴⁾	Cunningham ⁵⁾
Financial risk	financial risk	money loss	financial risk	economic loss	financial loss
Functional risk	performance risk			functional loss	
Physical risk	physical risk	hazard loss	physiological risk		physical loss
Psychological risk	psychological risk	ego loss		psychological loss	psychological loss
Social risk	social risk		social risk	social loss	
Time risk		time loss			loss of time

E.K.B.: Engel, Kollat, and Blackwell

- 1) Jacoby, J. and Kaplan, L., "The Components of Perceived Risk," *Proceedings from Third Conference, Association of Consumer Research (University of Chicago, 1972)*, pp.382~393.
- 2) Roselius, T., "Consumer Rankings of Risk Reduction Methods," *Journal of Marketing (January 1971)*, pp.56~61.
- 3) Engel, J.F., Kollat, D.T., and Blackwell, R.D., *Consumer Behavior*, Hinsdale, Ill., The Dryden Press, 1978, pp.376~380.
- 4) Taylor, J.W., "The Role of Risk in Consumer Behavior," *Journal of Marketing (April 1974)*, p.55.
- 5) Cunningham, S.M., "The Major Dimension of Perceived Risk," in Cox, D.F., ed., *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, Boston, Harvard University Press, 1967, p.83.

일반적으로 Jacoby and Kaplan의 分類가 이해의 用易性 때문에 많은 연구에서 사용되고 있다.

이러한 認知된 危險類型에 관한 研究는 주로, 危險類型의 파악 그리고 全般的 危險과 各 危險類型 사이의 관계를 중심으로 연구하고 있다.

Jacoby and Kaplan은 全般的 危險(overall perceived risk)의 크기가 價格과 관계있으며, 유사한 상품들 끼리는 유사한 危險階層(risk hierarchy)을 갖는다고 했다. 그리고 일반적으로 成果 危險(performance risk) 즉, 機能的 危險(functional risk)이 전반적 위험과 가장 높은 相關關係를 갖는다고 하면서, 全般的 危險은 구체적인 危險類型에 의해서 설명, 예측될 수 있다고 했다. 또한 價格變數가 전반적 위험의 측정에 중요한 영향을 주는 것으로 나타났다.²⁰⁾

한편, 商品의 特性이나 購買狀況에 따라서 認知된 危險類型이 다양하다는 관점에서 認知된 危險의 多次元性(multidimensional nature)을 추론할 수 있으며, 이러한 내용은 Zikmund and Scott에 의해서 실증되었다. 또한 종래의 연구에서는 확인되

지 않은 未來機會損失이라는 危險(future opportunity lost)을 새로 찾아냈다.²¹⁾

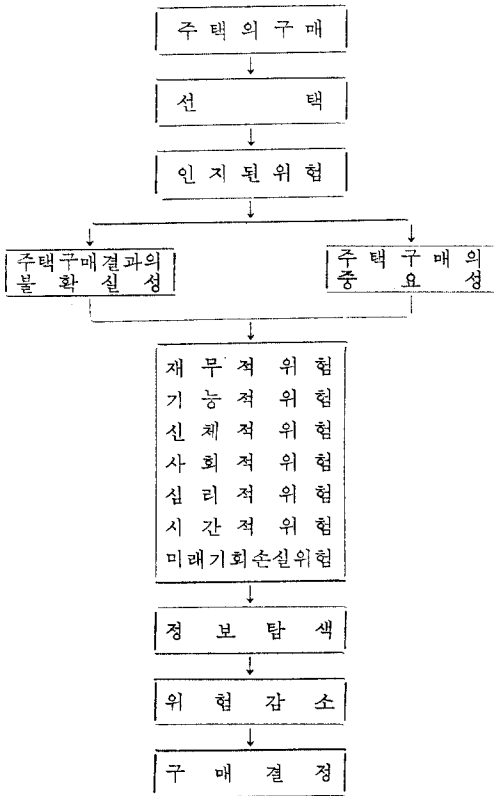
先行研究의 內容을 綜合해 볼 때, 認知된 危險類型은 財務的 危險, 機能的 危險, 身體的 危險, 心理的 危險, 社會的 危險, 時間的 危險, 未來機會損失 危險 등으로 요약될 수 있으며, [그림 2]와 같이 全般的 危險, 危險構成要素, 危險類型 등의 관계를 정리하였다.

4. 研究問題

위와 같은 理論的 背景을 바탕으로 住宅購入을 하나의 意思決定問題로 보고, 購買者가 主觀的으로 認知하게 되는 危險에 관하여 다음과 같은 研究問題를 設定하였다.

住宅購入時 購買者가 認知하게 되는 全般的 危險과 구체적 危險類型을 밝혀낼 수 있으며, 그 程度를 測定하여 各 危險類型으로 全般的 危險을 예측할 수 있을 것이다.

[그림 2] 인지된 위험의 모델



Ⅲ. 研究方法

1. 調査對象者 및 調査方法

신축된 住公아파트를 研究對象으로 하고 調査對象者는 全州市의 成人男女중에서 家長과 主婦를 임의추출하여 質問紙 150 매를 배포하였다. 배포된 질문지중에서 回收不能한 것, 성실치 못한 응답을 한 것, 기타 부적합한 것을 제외시킴으로써 최종적으로 112 매의 資料를 분석하였다.

2. 道具의 作成

調査對象者가 신축된 住公아파트를 購買하게 될 경우, 全般的으로 認知된 危險과 具體的 認知危險의 類型을 7點等間尺度(seven point interval scale)에 의하여 測定하였다. Jacoby and Kaplan,

Hisrich, Dornoff and Kernan²²⁾ 등의 先行研究의 問項과 內容을 참고로 하여, 우리의 상황에 알맞게 조정하여 아래와 같은 內容을 측정하였다.

(1) 全般的 認知된 危險(overall perceived risk) 住公아파트 購買時 全體的으로 認知하는 危險.

(2) 認知된 危險의 類型(types of perceived risk)

① 財務的 危險(financial risk)

購買가 잘못되어 金錢的으로 입게되는 損失의 可能性에서 비롯되는 危險

② 機能的 危險(functional risk)

아파트의 구조, 시설 등이 제기능을 발휘하지 못할 可能性에서 認知되는 危險

③ 身體的 危險(physical risk)

아파트로 부터 健康에 危害를 받을 可能性에서 認知하는 危險

④ 心理的 危險(psychological risk)

住公아파트가 自身の 이미지(self image)와 부합되지 않을 可能性에서 認知하게 되는 危險

⑤ 社會的 危險(social risk)

住公아파트를 購買할 경우 자신에 대한 他人의 평가가 나쁘게 될 可能性에서 認知하는 위험

⑥ 時間的 危險(time risk)

아파트 購買가 잘못되었을 경우 時間的 損失에 대한 危險

⑦ 未來機會損失 危險(future opportunity lost risk)

未來에 보다 좋고 저렴한 아파트가 건축될 可能性에서 認知하게 되는 危險

3. 統計處理

수집된 資料는 全北大學校 전자계산소 HP 3000 computer 를 이용하여 SPSS 프로그램으로 처리하였다. 먼저, 問項에 대한 頻度數, 百分率, 平均, 標準偏差가 계산되고, 變數사이의 相關關係를 구하였다. 全般的 危險을 예측하기 위하여 認知된 危險類型을 獨立變數로 하는 段階的 重回歸分析(stepwise multiple regression)이 사용되었으며, 決定係數와 그 增分の 유의성을 F檢증하였다.

IV. 結果 및 論議

1. 危險의 分布와 解釋

〈表 1〉과 〈表 2〉에서와 같이, 調査對象者가 신축된 住宅아파트를 購買하게 될 때 全般的으로 認識하는 危險의 平均이 5.127 로서 높은 위험수준을 보여주고 있다.

이러한 結果는 全州市의 84年 住宅不足率이 37.2%를 기록하여²⁹⁾ 住宅의 소유를 바라는 정도가 강하고 住宅의 購買가 家族의 住居生活에 重要

〈表 1〉 認知된 危險의 分布

전반적 인지된 위험	f	%
낮 음	3	2.7
보 통	27	24.1
높 음	82	73.2
재 무 적 위 험	f	%
낮 음	2	1.8
보 통	15	13.4
높 음	95	84.8
기 능 적 위 험	f	%
낮 음	15	13.4
보 통	40	35.7
높 음	57	50.9
신 체 적 위 험	f	%
낮 음	62	55.4
보 통	35	31.2
높 음	15	13.4
심 리 적 위 험	f	%
낮 음	81	72.3
보 통	25	22.3
높 음	6	5.4
사 회 적 위 험	f	%
낮 음	65	58.0
보 통	39	34.8
높 음	8	7.2

시 간 적 위 험	f	%
낮 음	17	15.2
보 통	32	28.6
높 음	63	56.2
미 래 기 회 손 실 위 험	f	%
낮 음	7	6.3
보 통	25	22.3
높 음	80	71.4

N=112

〈表 2〉 各 認知된 危險의 平均과 標準偏差

認知된 危險의 類型	M	SD
전반적 인지된 위험	5.127	1.23
재 무 적 위 험	5.425	1.43
미 래 기 회 손 실 위 험	5.098	1.52
기 능 적 위 험	4.827	1.44
시 간 적 위 험	4.604	1.45
사 회 적 위 험	2.355	1.54
신 체 적 위 험	2.059	1.17
심 리 적 위 험	2.041	1.02

성을 갖기 때문이다. 이와 함께 住宅을 購入할 경우 家計의 부담이 큰 데다가, 아파트가 財産의 投機의 方面으로 認識되어 合理的인 아파트 購買意思決定의 基準設定이 모호하기 때문이다.

일반적으로 아파트를 購入하게 될 때 購買者는 財務的 危險, 未來機會損失 危險, 機能的 危險, 時間的 危險을 비교적 높게 認識하고 있었으며, 社會的 危險, 身體的 危險, 心理的 危險 등은 낮게 認識하고 있었다. 住居手段으로서 아파트의 機能的 財産의 의미가 강하게 반영되고 있으며 아직 住居의 社會心理的 의미와 기능에 대한 認識이 결여되어 있음을 지적할 수 있다.

아파트를 購買하면 金錢의 損失을 보리라는 財務的 危險을 가장 높게 認識하고 있는 것은 침체된 全北地域의 經濟狀況을 반영하고 있다. 즉 서울, 부산 등의 아파트 投機와는 달리, 아파트의 수요와 공급이 모자라고 남아도는 반대현상을 보이고 있어서 아파트의 분양이 힘들고, 住宅아파트의 경우 추가적 건설마저 중단에 들어

가고 있다.²⁴⁾

실제적으로 서민들이 住公아파트를 분양받기에는 재무적인 부담이 크며,²⁵⁾ 아파트가 財産權 행사에 제약을 받고 있기 때문에, 購買者는 차라리 아파트 분양가격과 비슷한 전세계약에 관심을 두어서 財務的 危險을 감소시키고 있는 것으로 여겨진다.

이러한 재무적 위험은 장기 주택자금 융자제도를 적극적으로 활용하고 住居概念을 所有에서 賃貸로 전환함으로써 감소될 수도 있다.

한편, 民間아파트에 비하여 住公아파트의 質을 낮게 인식하고 있는 데다가, 量的인 면에서 아파트의 신축이 급격히 증가하고 있으며, 新工法의 개발로 보다 나은 아파트가 공급될 가능성이 높기 때문에 未來機會損失 危險을 높게 인지하는 것으로 보인다.

또한, 機能的 危險이 비교적 높게 나타난 것은 住公아파트가 서민적 住居生活을 위한 것이어서 구조나 설비가 民間아파트에 떨어지고 모델이 다양하지 않아서 住居的 機能的 欲求를 충족시켜 주지 못함을 알 수 있다.

그리고 住宅의 購入問題는 가정의 長期的 意思決定에 속하기 때문에²⁶⁾ 購入이 잘못되었을 경우 이전이 힘들 뿐만 아니라, 매매를 통한 資金回收期間이 길어 時間的으로 損失을 볼 가능성에 대한 위험도 認知하고 있었다.

身體的 危險과 心理的 危險이 낮게 認知되고 있는 것은 어떻게 보면 매우 좋은 현상으로 여길 수 있지만, 住宅의 住居의 의미보다 財産的 의미를 높이 평가하고 있는 응답자들이 아직까지 換氣, 소음, 채광, 오물처리 등에 대한 관심과 인식이 부족하다고 해석할 수도 있다.

일반적으로 住宅購買者는 유용한 情報의 획득을 통해서 認知된 危險을 減少시키는 것이 合理的이다. 위험의 감소방향은 個人에 따라 상이하지만 무엇보다도 아파트의 購買目的을 확실하게 하는 것이 필요하다. 그리고 住宅의 所有보다는 賃貸를 선택함으로써 入住가 잘못되었을 때 감수해야 할 損失을 줄인다면 認知된 위험은 감소될 수 있다.

또한, 住宅購買結果에 대한 不確實性을 줄이기 위하여 자신의 축적된 지식을 빠짐없이 활용하는

것이 요구되며, 특히 住宅購入의 경우에는 大衆媒體에 의한 정보보다는 人的 情報源으로부터 住宅情報를 求함으로써 인지된 위험을 효과적으로 줄일 수 있다.²⁷⁾

끝으로, 아파트는 試驗購買가 어렵기 때문에 購買前에 충분한 숙고를 하는 것이 권장되며, 危險이 크게 認知될 경우 구매연기 내지 구매포기를 決定함으로써 위험을 회피할 수도 있다.

2. 全般的 危險과 危險類型

全般的으로 認知된 危險을 예측하기 위해서 各 危險類型을 獨立變數로 하는 回歸分析에 앞서서, 全般的 危險과 各 危險類型사이의 相關關係가 <表 3>에 나타나 있다.

<表 3> 全般的 認知된 危險과 各 危險體型的 相關關係

	r
재무적 위험	0.8815***
미래 기회 손실 위험	0.7293***
기능적 위험	0.6643**
시간적 위험	0.5266*
사회적 위험	0.2215*
신체적 위험	0.2043
심리적 위험	0.1178

***p<.001 **p<.01 *p<.05

財務的 危險이 全般的 危險과 相關關係가 가장 높으며, 身體的 危險과 心理的 危險은 全般的 危險과 유의적인 상관관계를 갖지 않고 있다.

<表 4>는 段階的 重回歸分析의 結果를 要約한 내용이다.

회귀분석의 첫 단계에서 全般的 危險과 가장 높은 相關關係를 갖은 財務的 危險이 회귀방정식에 들어가서 全般的 危險이 갖는 分散의 58.23%를 說明해 주고 있으며 중상관계수는 0.7631로 나타났다.

둘째 단계에서는 財務的 危險을 고정시킨 各 危險의 部分相關係數중에서 가장 큰 값을 나타낸, 즉 첫 단계에서 說明안된 分散을 감소시키는 데에 가장 크게 기여할 수 있는²⁸⁾ 機能的 危險이 고려되

〈表 4〉 段階的 重回歸 分析結果 要約表

단계	변수	Multiple R	R Square	RSQ Change
1	재무적 위험	0.7631	0.5823	0.5823
2	기능적 위험	0.7935	0.6296	0.0473
3	미래기회손실 위험	0.8134	0.6617	0.0321
4	시간적 위험	0.8207	0.6736	0.0119
5	사회적 위험	0.8215*	0.6748	0.0012

* $p < .0001$

어, 決定係數도 첫단계의 0.5823에서 0.0473이 증가한 0.6296이 되었다.

같은 방법으로 未來機會損失 危險, 時間的 危險 社會的 危險이 고려되어, 이 5가지 危險類型은 全般的 危險의 편차제곱의 합을 67.48%까지 설명해 주고 있다.

따라서 아파아트 購買時 購買者가 認知하는 全般的 危險은 財務的 危險, 機能的 危險, 未來機會損失 危險, 時間的 危險, 社會的 危險으로 예측할 수 있다고 하겠다.

그리고 身體的 危險과 心理的 危險은 全般的 危險을 예측하는 데 거의 도움을 주지 못하고 있다.

한편, 이 회귀모델 신뢰도 검증에 있어서, 重相關係數는 최종단계에서 통계적으로 유의적이었으며($p < .001$), 단계별 決定係數의 增分도 1% 수준에서 유의적으로 나타나, 增分이 우연에 의한 것이 아님을 보여 주었다.

V. 結 論

購買意思決定이란 本質的으로 選擇을 중심과제로 하는 것이며, 그 合理的인 決定에는 유용한 情報가 필요하다. 그런데 情報探索은 認知된 危險과 관계있기 때문에, 認知된 危險을 파악한다는 것은 情報探索의 量과 方向을 제시하여 보다 合理的인 購買意思決定에 도움을 줄 수 있다.

認知된 危險의 理論的 內容을 바탕으로, 住公아파아트 購買時 認知하는 危險을 調査, 分析한 結果는 다음과 같다.

- (1) 아파아트 購買者는 전반적으로 높은 危險을 認知하고 있다.
- (2) 아파아트 購買時에 財務的 危險, 未來機會損

失 危險, 機能的 危險, 時間的 危險, 社會的 危險을 비교적 높게 인지하고 있었으며 全般的 危險과도 유의적인 상관관계를 나타냈다.

- (3) 전반적 위험이 갖는 분산의 67.48%를 위 5개의 危險으로 설명할 수 있었다.

- (4) 아파아트 購買時에 身體的 危險과 心理的 危險은 낮게 認知하고 있었다.

調査結果를 근거로 하여 아파아트 購買者의 住宅購買意思決定에 도움을 줄 수 있는 정보탐색과 위험감소의 方向을 提示해 보면,

- (1) 전반적으로 아파아트 購買前에 충분한 속고가 요구되며, 住宅購買目的을 분명히 하여 結果의 不確實性을 감소시킨다.
- (2) 大衆媒體보다는 人的 情報源으로 부터 住宅情報를 探索한다.
- (3) 長期의 주택금융제도를 적극적으로 활용한다.
- (4) 住宅을 財産增殖의 수단으로 생각하는 데서 오는 부동산투기 등의 문제를 없애기 위해서 정책적인 차원에서 住宅의 所有概念을 貸貸概念으로 전환시킬 수 있는 방안이 모색되어야 하며, 購買者도 住宅의 本來的 機能을 올바르게 인식할 필요성이 있다.

參 考 文 獻

1. 金銀姬, 家電製品 購買者의 情報探索行動에 관한 研究, 대한가정학회지, 1983, 21(4), pp. 98~99.
2. Bauer, R.A., "Consumer Behavior as Risk Taking," in Cox, D.F., ed., *Risk Taking and Information Handling Consumer Behavior*, Boston, Harvard Univ., 1967, pp. 23~24.
3. Ross, I., "Perceived Risk and Consumer Behavior," in Schlinger, M.J., ed., *Advances in Consumer Research*, Urbana, Ill., A.C.R., 1974, p. 15.
4. Taylor, J.W., "The Role of Risk in Consumer Behavior," *Journal of Marketing* (April 1974), p. 54.
5. Bauer, R.A., *op. cit.*, p. 30.

6. Cunningham, S.M., "The Major Dimensions of Perceived Risk," in same reference as footnote 2, pp.82~108.
7. Cox, D.F., "Risk Handling in Consumer Behavior," in same reference as footnote 2, pp.37~38.
8. Hansen, F., *Consumer Choice Behavior; Cognitive Theory*, N.Y., John Wiley and Sons. Inc., 1969, p.493.
9. Bauer, *op. cit.*
10. Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Kollat, D.T., *Consumer Behavior*, Hinsdale, Ill., The Dryden Press, 1978, pp.376~380.
11. Kinght, F.H., Risk, *Uncertainty and Profit*, Boston, Houghton-Mifflin Co., pp.197~232.
13. Cox, D.F., *op. cit.*, p.37.
14. Schiffman, L.G., "Perceived Risk in New Product Trial by Elderly Consumer," *Journal of Marketing Research* (February, 1972), pp.106~108.
15. Arndt, J., "A Test of the Two Step Flow in Diffusion of a New Product," *Journalism Quarterly*, 1968, pp.457~465.
16. Bettmam, J.R., "Perceived Risk and Its Components: A Model and Empirical Test, *Journal of Marketing Research*(May, 1973), pp.184~190.
17. Taylor, J.W., *op. cit.*, p.57.
18. Peter, J.P. and Ryan, M.J., "An Investigation of Perceived Risk at the Brand Level," *Journal of Marketing Research* (May, 1976), p.185.
19. Cox, D.F., *op. cit.*, pp.37~38.
20. Bettman, J.R., *op. cit.*, pp.381~385.
21. Jacoby, J. and Kaplan, L., "The Components of Perceived Risk," *Proceedings from Third Annual Conference, A.C.R., Univ. of Chicago*, 1972, pp.382~393.
22. Zikmund, W.G. and Scott, J.E., "A Multivariate Analysis of Perceived Risk, Self-Confidence Information Sources," in Ward, S. and Wright, P., ed., *Advances in Consumer Research*, Urbana, Ill., A.C.R., 1973, pp.406~416.
- 23) Hisrich, R.D., Dornoff, R.J. and Kernan, J.B., "Perceived Risk in Store Selection," *Journal of Marketing* (November, 1972), pp.434~439.
24. 全北年鑑, 全北日報社, 1984, p.243.
25. 全北日報, 1985.1.16.
26. 呂鴻九, 賃貸住宅 擴大方案에 관한 研究, 주택금융, 13(2), p.4.
27. 이연숙, 도시가족의 가정생활에 관한 계획의 연구(I), 대한가정학회지, 1983, 21(4), pp.58~59.
- 28) Perry, M. and Hamm, B.C., "Canonical Analysis of Relations Between Socioeconomic Risk and Personal Influence in Purchase Decisions," *Journal of Marketing Research* (August, 1969), pp. 351~353.
29. 李觀雨, 調査分析方法論, 형설출판사, 1981, p.622.