

# 도시주부의 Life Style에 따른 승용차 정보탐색활동에 관한 연구\*

## A Study on Automobile Information Search Activity According to Urban Housewives' Life Style

조선대학교 대학원 가정학과

金 淑 香

*Dept. of Home Economics*

*Graduate School Education Chonnam National University*

*Suk Hyang, Kim*

조선대학교 사범대학 가정교육학과

조교수 : 梁 男 姬

*Dept. of Home Economics Education*

*Chosun University*

*Associate Prof. : Nam Hee, Yang*

### — 목 차 —

I. 문제제기

II. 이론적 배경

III. 연구방법

IV. 연구결과 및 해석

V. 결 론

참고문헌

### = ABSTRACT =

The Purpose of this study are to classify the lifestyles of urban housewives with automobiles living in Gwangju, to see their relationship between lifestyle and demographic, social and economic variables, and to see the relationship between lifestyle and prepurchase information search activity. For these purpose, a survey was conducted using questionnaires on 410. The data was collected from March 8 to March 20, 1993, and analyzed by factor analysis, cluster analysis, Duncan test,  $\chi^2$ -test, F-test and ANOVA.

The findings of this study are as follows :

1) The lifestyles are classified into 7 types : enjoyable convenience type(21.7%), change pursuit type(15.6%), conservative sound and thrifty type(17.3%), rationative type(13.2%), thrifty life type(11.0%), passive-inactive type(8.3%), fashion-pursuit type(12.9%).

2) The lifestyles of the respondents showed significant difference according to their age, education level, employment status, length marriage, consumer education, and type of housing.

3) The lifestyles of the respondents showed a difference only automobile attitude, While

\*1993년도 조선대학교 석사학위논문 의 일부분임.

showing no significant difference by automobile size, information sources of automobile, priority of automobile attitude, and time spent in searching information. The lifestyle of respondents showed a difference by automobile price, size, quality, security, warranty service and maintenance cost.

4) Among the lifestyle patterns of the respondents, the passive-inactive type was negative about all the prepurchase information activity of automobile. Whereas the thrifty life type and rationative type were positive about all the prepurchase information activity of automobile.

## I. 문제제기

급격히 변화하는 환경속에서 가정을 직접적으로 주도 운영하는 주부의 라이프스타일은 그 가정의 관리행동에 영향을 미친다. 따라서 주부의 인성, 태도, 가치관, 욕구 등의 모든 면을 포괄적으로 담고 있는 것이 라이프스타일이라고 볼 때 이에 대한 명확한 분석은 주부의 가정관리행동연구에 필수적이라고 본다.

Engel, Blackwell과 Miniard(1992)는 “라이프스타일이란 사람의 생활 또는 시간과 돈을 소비하는 유형이라고 하면서 그것은 소비행동에 영향을 주는 중요한 인적 특성이며 개인이 문화, 사회계급, 준거집단, 가족 등의 영향을 받아 습득한 것이지만 구체적으로 개인의 가치체계나 개성의 파생물”이라고 정의하였다. 인간행동 전반에 나타나는 상징적이고 차별적인 행동양식인 라이프스타일은 환경적 요인, 개인적 요인의 복합작용에 의한 파생물이며 개인의 소비행태에 결정적인 역할을 하게 된다. 따라서 라이프스타일은 소비자의 구매의사결정에 중대한 영향을 미친다. 승용차 구입과 같은 고관여제품 구입(High Involvement Purchase)은 저관여제품 구입보다 소비자에게 자아 이미지, 경제적 위험, 사회적 위험, 그리고 심리적 위험을 야기시킬 수 있기 때문에 훨씬 확대되고 복잡한 의사결정을 통하여 제품과 관련된 보다 적극적인 정보탐색이 요구된다. 왜냐하면 현대사회는 구매횟수가 적은 대신 내구재이고 상품의 기술발전이 빠르며, 상품의 성능을 명확히 알기 힘든 상품일수록 제품을 구매하기 전에 경제성, 내구성 및 서비스와 같은 상표에 대한 자신의 욕구기준에 입각한 각 대체제

품을 평가하고 많은 정보 중에서 유용한 정보를 획득하고 활용하기 위해서 보다 적극적인 정보탐색이 필요하기 때문이다. Swagler(1979)는 정보가 부족하면 스스로의 선택에 대해 자신감이 없고, 비합리적인 구매를 하게 된다고 하였다.

우리나라는 가정관리자의 역할을 대부분 주부가 담당하고 있고 여성들의 승용차 구매율이 증가추세(Raymond, 1988)에 있으므로 주부의 라이프스타일을 유형화하여 고관여 제품에 대한 정보탐색활동과 활용도와의 관계를 규명한 후 이것을 토대로 고관여 제품에 대한 정보탐색활동 및 활용도에 가장 중요하게 영향을 미치는 라이프스타일 유형을 파악하여 도시주부의 건전하고 보다 합리적인 라이프스타일 유형을 제시하여 소비자 교육의 기초자료를 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. Lifestyle의 개념

라이프스타일은 Max Weber(1968)의 저서 속에 있는 ‘Lebenfubrug’ 또는 ‘Lebensanshaug’ 라는 용어에서 유래했다. Hugh Dalziel Duncan은 Max Weber가 말한 Lebensanshaug 는 단순한 기호나 태도를 의미하므로, 라이프스타일은 사회생활에서의 통합원리의 측면에서 이해해야 한다고 강조했다.

이상과 같은 의미를 가진 라이프스타일 개념이 소비자 행동연구 및 마케팅 분야에 새롭게 유력한 분석대상으로 도입된 것은 1960년대 초기로서 1963년 미국 마케팅학회(A.M.A)의 동기대화였다. 그때 「라이프스타일의 영향과 시장행동」을 주제로 심포지움이 개최되어 이 개념의 정착과 보급을

현저하게 촉진했기 때문이다. 그 심포지움에서 William Lazer(1963)는 라이프스타일은 총체적이며 넓은 의미에 있어서 사회전체나 그의 일부분에서 비롯되는 차별적이며 특징있는 생활양태라고 말했다. 이는 어떤 문화나 집단의 생활양식을 설명할 수 있으며 또한 그 생활양식이 다른 것과 구분될 수 있는 구성인자나 특질과 관련되어 있으며 사회속에서 일어나는 동태적 생활로부터 발전되고 생성되는 양태를 구체화시킬 수 있다. 따라서 “라이프스타일은 문화, 가치관, 자원, 상징, 허용 등과 같은 사회적 영향력의 소산이라고 할 수 있다” 라고 하면서 일련의 소비자 구매행위와 그들의 소비태도는 한 사회의 라이프스타일을 반영해 준다고 하였다.

Max Weber 이후 라이프스타일의 개념은 주로 미국 사회학계의 계층연구자들이 사용했다. 대표적인 연구자로는 Feldman과 Thielbar이며 이들은 미국 사회의 다양성과 그 안에서의 유사성을 정리하기 위해 라이프스타일이란 개념을 활용했다. 사회학자들이 라이프스타일 개념을 특정집단과 계층이 공유하는 것으로서 집합적인 의미로 사용하는데 비해, Adler, Allport과 Coleman 등은 개인에 초점을 두고 이 개념을 받아들였다. Fitzerman(1974)과 Mannino(1970)은 가족을 중심으로 하여 가정생활양식에 라이프스타일 설명을 시도하였다. 즉 Fitzerman(1974)는 “라이프스타일은 생활범주의 내용이며 라이프스타일 유형은 사용되는 상품, 그것이 사용되는 방법 그리고 사용에서 얻어지는 만족의 정도와 생활수준에 대한 태도” 라고 정의함으로써 가족을 중심으로 하여 가정생활양식에 라이프스타일 설명을 시도하였다.

그 외에 라이프스타일을 가정학에 도입한 사람은 다음과 같다.

Gross, Crandall, Noll(1981)은 “광범위하게 말해서 라이프스타일은 생활을 영위하는 기본정신과 인간의 내면에 형성되어 있는 가치가 생활로 나타난 결과이고 일상 생활에서는 그것이 제시되는 것이며 결혼생활의 형성과 유지로 나타나는 것이다” 라고 하였다. Nickell, Rice, Tucker(1979)는 라이프스타일은 개인이 인정하는 역할과 역할의 조합을 의

미한다. 즉 소비자, 시민, 고용인, 부모, 부부 등이 그 예로서 이러한 역할을 개인의 관계를 규명하는데 있어서 선택된 역할에 적용하는 데 도움을 준다. 만약 이러한 역할조합이 집단의 여러사람이 공유하는 패턴이 된다면 이것을 라이프스타일이라고 할 수 있다고 하였다.

그 외에 라이프스타일의 개념을 정의한 것은 다음과 같다.

김동기(1984)는 “라이프스타일이란 사회 전체 또는 사회 일부 계층의 특징적인 생활양식이라고 할 수 있으며, 이것은 특정문화나 특정집단의 라이프스타일로써 다른 문화나 집단과 구별할 수 있게 해준다”고 하였다. Sindy Levy는 개인의 라이프스타일을 “많은 생활자원의 결합 또는 개개의 활동이 암시하는 하위 상징으로부터 합성된 종합적인 상징이다” 라고 하였다.

David Moore(1980)는 가족의 라이프스타일에 집점을 두면서 “라이프스타일이란 패턴화된 생활양식으로서 가족성원이 여러가지 성원이나 일어날 사건 및 자원을 가족의 목표에 부합시켜 가는 일이다” 라고 규정하면서 소비자가 상품을 구입하는 것은 라이프스타일의 내용을 설명하기 위한 것이며 이것은 가족신념 체계의 구체화를 위한 것이라고도 하였다.

지금까지 살펴본 라이프스타일 개념들을 바탕으로 본 연구는 “라이프스타일은 자신의 내적 가치 체계와 가정, 근접, 광역환경과 조합되어 한 개인의 생활을 방향짓는 구조화된 시스템”으로 정의하고자 한다.

## 2. 가정학에서의 라이프스타일에 관한 선행연구

라이프스타일의 유형은 최초로 Lastovick(1992 : 12)가 젊은 술주정꾼의 행동을 4가지 유형으로 분류한 것으로부터 발전되었다. 라이프스타일 유형을 분류하기 위해서 두개의 방법으로 분류하는데 A.I.O 질문에 대한 자신의 기록과, 인터뷰를 통한 방법이 있다. 그러나 라이프스타일의 분류 유형은 아직 이론이 정립되지 않은 상태이며 일반적으로 생활전반, 의생활, 식생활, 여가생활에 관한 유형 분류가 일반적이다. 한귀석은 도시주부를 대상으로

그들의 라이프스타일과 구매행동을 분석했으나, 주부의 라이프스타일 유형을 Grouping만 한 것으로 주부의 인구통계학적 특성에 따른 차이를 살펴보고 있다. 한편 강이주(1983)는 청소년의 라이프스타일과 가정환경 요인과 상호관련성을 고찰하였는데 청소년의 라이프스타일을 7가지 유형으로 구분하여 성별, 가구주직업, 가족구성, 가정의 소득수준에 의해 다르게 나타나는 것을 밝혔다. 그러나 여기에서 유의할 점은 라이프스타일 유형화에 있어 요인분석한 결과를 그대로 적용시킨 점에서 심재엽(1983)의 연구와 같은 문제점을 내포하고 있다. 조영희(1986)는 주부의 가정관리행동유형을 안정지향형과 변화지향형으로 나누고 이들 유형을 금전관리, 시간관리, 자원관리의 영역에서 유형별로 차이가 있는가를 분석한 결과 금전 및 시간관리에서는 안정지향적인 행동유형을 나타낸다는 것을 밝혔다. 박선영(1983)은 도시주부의 라이프스타일 유형을 요인분석을 통해 9개로 추출했다. 라이프스타일 유형과 인구통계학적 특성과의 관계를 분석한 결과 주부의 라이프스타일은 인구통계적 특성에 의해 유의한 영향을 받는 것으로 나타났다.

김경미(1986)는 요인분석한 결과 도출된 15개의 요인변수를 근거로 하여 다시 군집분석하여 주부들의 라이프스타일을 7개의 유형으로 구분하였다. 구분된 라이프스타일의 유형과 인구통계학적 특성과의 관계에서 주부의 연령, 학력, 가족 월평균수입, 주택형태, 자녀수, 결혼지속년수, 세대주 직업에 따라 의미있는 차이를 보였으나 주부의 취업여부, 가족형태에 따라서는 유의한 차이를 나타내지 않았다. 또한 라이프스타일에 따라 소비자행동의 상당부분이 다르게 나타나고 있는 것도 밝혔다. 임정빈·임혜경(1988)도 요인분석과 군집분석을 토대로 라이프스타일을 5개로 유형화하여 인구통계, 사회경제적 변수와 살펴본 결과, 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 임경복(1991)은 여대생을 5개의 집단으로 분류했다. 그리고 여대생들의 라이프스타일 집단간 시간소비 유형을 살펴본 결과 도서관 이용도, 가사참여도, 여가활용방식, 서클참여에서

유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

### 3. 구매전 정보탐색의 개념

Engel, Blackell과 Kollat(1978)에 의하면 “정보탐색이란 소비자가 인식된 문제를 만족시킬 다양한 대체안의 장·단점에 관해 알기 위해 정보를 추구하는 과정이다”라고 하였으며, Walters는 정보탐색 행위가 특별한 활동유형의 하나로서 “제품 및 대체안에 관한 정보를 제공받기 위해 소비자가 취하는 정신적, 육체적 활동”이라고 정의하고 있다. 양경조(1983)는 “정보탐색행위란 인식된 특정한 선택과제에 관해 설정된 목표를 달성하기 위해 수행되어야 할 선택행위 이전에 그 의사결정 과정에 필요되어지는 관련 정보를 소비자가 능동적으로 추구하는 정신적, 육체적 활동과정이다”라고 정의하고 있다. 송용섭(1989)은 좀 더 구체적으로 “정보탐색은 문제의 해결을 위하여 구매할 제품과 관련한 대체적인 제품, 가격, 상점 등을 찾아내는 활동이라고 할 수 있다”고 하였다. 여정성(1989)는 정보탐색을 “소비자가 바람직한 의사결정을 내리기 위해 외부정보에 대해서 행하는 모든 노력”이라고 했다.

구매의사결정 과정에서 소비자는 제품을 구매하기 전에 제품에 관한 여러가지 정보를 찾게되며 이 정보에 기초를 두고 제품을 비교 평가하고 최종적으로 제품을 선택한다. 그러므로 정보탐색이란 구매를 하기전에 필요한 정보를 여러가지 정보원천에서 찾아내는 것을 의미한다. 또한 이러한 정보탐색을 함으로써 구매후 만족의 증대와 인지된 위험의 감소를 줄일 수 있다(배수현, 1988). 따라서 정보탐색은 특정한 선택과제에 임한 소비자가 달성하려는 목표에 직접적으로 관련된 정보를 획득하고자 하는 목표지향적인 행위로서 소비자에 의해 자발적으로 행해진다. 수집된 정보는 문제해결을 위한 의사결정 과정에 투입되어 하나의 특정한 대체안이 선택된다. 그러므로 소비자는 정보탐색을 함으로써 구매후 만족의 증대와 인지된 위험의 감소를 가져올 수 있다.

#### 4. 가정학에서의 정보탐색활동에 관한 선행연구

정보탐색연구에 있어 보다 중요한 것은 실질적인 소비자 정보탐색수준을 알아보는 것으로, 국내 여러 연구들에서 거의 공통적으로 소비자가 정보탐색활동을 적게 하는 것으로 나타나고 있다. 배수현(1988)의 구매행동전 정보탐색에 관한 연구에서 정보탐색은 제품속성과 정보원천으로 구성되어 있으며 개인적 요인, 인구통계학적 요인, 상황, 환경요인에 대해서 제품속성의 설명력이 더 높게 나타났다. 정보원천에서도 광고탐색이 소매점탐색보다 더 영향력이 크며 광고가 더 중요한 정보를 제공하는 것으로 나타났다. 정보탐색에 영향을 미치는 요인으로는 구매와 관련된 개인적 차이 그리고 상황, 환경요인이 중요한 것으로 나타났고, 인구통계학적 요인은 큰 영향이 없는 것으로 나타났다. 서정목과 문숙재(1986)의 소비자 정보유용성에 관한 연구에서 내구재 구매행동시 주된 정보원으로써 인쇄매체와 전파매체를 같이 이용하고 광고로 정보제공의 필요성은 인식하지만 구매 혹은 사용정보를 획득하기 위해 광고를 이용하는 경우는 비교적 낮은 것으로 나타났다. 즉, 내구재 구매행동시 광고를 통한 정보유용성에 대해 뚜렷한 인식이 없는 것으로 나타났고 이로 인해 내구제품질평가는 주관적 평가를 하는 것으로 볼 수 있다. 손향아(1985)는 상품별 정보원을 구매전·후로 나누어 살펴본 결과 과거 구매경험과 가족, 친지의 조언 및 상담이 구매전 정보원 중 가장 큰 비중을 차지하고 특히 의류는 73.7%가 이 두 요인에 의존하고 있음을 보고했다. 또한 구매전·후에 사용하는 정보원에 차이가 없으며 인지적 부조화를 느끼는 경우에도 이전의 정보수집 방법만을 답습하는 경향이 있음을 지적했다. 이은경(1985)의 연구에서는 정보탐색 활동량과 탐색한 정보활용도는 청소년들의 정보탐색량이 많은 집단에서 정보활용도가 높게 나타났다. 특히 우리나라 저소득층 소비자의 정보탐색실태를 살핀 이은재(1989)의 연구에서는 저소득층이 가장 많이 이용하고 있는 정보원이 인적정보원이며, 정보탐색수준이 매우 낮음을 보여주고 있다.

Capon과 Burke(1980)은 사회적 지위, 지각된 위험, 정보의 가용성이 정보탐색의 양이나 정보의 순서, 정보의 원천에 대해 기지는 관계를 검토했는데 정보탐색의 양은 사회적 지위, 정보의 가용성, 인지된 위험과 정(+ )의 관계를 가지며 사회계층이 높다면 검사기관의 정보가 자주 이용됨을 밝혔으며, 정보탐색의 순서와 설명변수들 사이에서는 유의적인 관계를 밝히지 못했다.

Newman과 Balley(1972)의 소비자 정보추구 과정에 관한 연구에 의하면 자동차, 가전제품, 가정용구, 의류 등의 품목에 있어서 소비자 지배적 정보원, 중립적 정보원의 순서로 소비자에게 영향을 미치는 것으로 나타났다. Shegula(1979)는 정보탐색과 그 결과로서 알게 된 정보의 효용을 바탕으로 정보에 대한 소비자 나름의 선별을 통해 선택하는 경향이 있음을 보고했고, Newman과 Staelin(1972)의 연구에 의하면 과거에 사용했거나 구매했던 상품의 수가 많을수록 정보탐색을 적게 한다고 하였다. 그러므로 정보탐색량은 과거의 제품구매 경험의 양과 밀접한 관계를 가지고 있다고 볼 수 있다. 강미옥과 이승신(1973)은 주부의 가전제품 구매행동에 있어서의 정보탐색활동에서는 가전제품의 정보획득수단은 친구·이웃·판매원(34.1%)이며, 주부의 사회경제적 변인에 따라 부분적으로 유의했으며, 탐색되는 정보의 내용중 위험인지도에 영향을 미친 것은 가격이었다. 탐색되는 정보의 내용에 따라서 최선의 선택은 품질이 제품구매에 크게 영향을 미칠수록 좋은 제품을 선택한 것으로 나타났다.

#### 5. 소비자 정보탐색활동에서의 라이프스타일의 중요성

라이프스타일은 개인의 정형화된 태도, 관심, 의견의 개념화이며 이렇게 정형화된 태도, 관심, 의견은 개인의 라이프스타일을 구성하면서 이 라이프스타일이 개인의 재화와 서어비스의 구매 및 소비에 영향을 미친다. 따라서 가정학 입장에서 바람직한 소비자교육 실시를 위해 라이프스타일이 소비자행동에 어떻게 영향을 미치는가를 고찰하는 것은 중요한 일이라고 본다.

Lazer(1974)는 소속 집단별로 유효한 라이프스

타일이 소비자 및 구매자 행동에 영향을 미친다고 그림으로 제시했다. Del, Kebbetal과 Roger(1980)도 소비자의 라이프스타일에 영향을 미치는 변수들과 라이프스타일 및 구매의사결정과정과의 관계를 그림으로 제시했다. 라이프스타일은 소비자와 관련하여 두가지 역할을 행하고 있는데 첫째, 라이프스타일은 일상의 구매활동과 소비활동에 대한 구매자극으로서의 역할을 한다. 즉 소비자가 직면하고 있는 문제나 사회로부터 구매욕구가 발생하여 그것은 소비자 행동에 나타나게 된다고 주장했다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구문제 및 가설설정

선행논문을 토대로 연구문제 및 가설을 다음과 같이 세웠다.

〈연구문제 1〉 도시주부의 라이프스타일에는 어떤 유형이 있는가?

〈연구문제 2〉 도시주부의 라이프스타일 유형은 인구통계, 사회경제적 특성과 어떠한 관계가 있는가?

[가설 1] : 인구통계, 사회경제적 특성은 도시주부의 라이프스타일 유형에 따라 차이가 있을 것이다.

〈연구문제 3〉 도시주부의 구매전 정보탐색활동은 라이프스타일 유형과 어떠한 관계가 있는가?

[가설 2] : 도시주부의 라이프스타일 유형에 따라 구매전 정보탐색활동(선택기준, 정보원천, 소요시간)에 차이가 있을 것이다.

[가설 3] 도시주부의 라이프스타일 유형에 따라 구매전 정보탐색 활동량 및 활용도(가격, 상표, 품질, 안전성, 애프터서비스, 유지비)에 차이가 있을 것이다.

#### 2. 조사도구

측정도구는 총 63개 문항으로 작성된 설문지로서 크게 세 부분으로 구성되어 있다.

첫째, 라이프스타일에 관한 일반조사 항목 42개 문항

둘째, 승용차 구매전 정보탐색활동을 파악하기

위한 12개 문항

셋째, 인구통계·사회경제적 특성을 파악하기 위한 9개 문항

생활양식 조사항목은 사이코그래픽스의 AIO항목을 기준으로 했으며, 김경미(1986), 임정빈·임혜경(1988), 이동현(1989), 김승희(1989)의 논문을 참조하였다. 구매전 정보탐색활동에 관한 조사항목은 강혜경(1988), 김중근(1987), 박상희(1986) 등의 선행논문을 참고로 본 연구자가 직접 작성하였다. 설문에 대한 응답방법은 인구통계, 사회경제적 특성에 관한 문항과 구매전 정보탐색활동의 일부 문항을 제외한 대부분의 문항들은 5점 리커트 척도로 등급을 주어 '정말 그렇다'의 경우는 '5', '정말 그렇지 않다'의 경우는 '1'로 응답하게 하였다.

#### 3. 자료수집 및 분석방법

본 연구는 광주직할시에 거주하는 승용차 소유 가정의 주부를 조사대상으로 하였으며 예비조사는 1993년 3월 2일부터 3월 5일까지 20명을 대상으로 실시하였고, 결과분석 후 일부 문항을 수정·보완하였다. 본조사는 3월 8일부터 20일까지 600부의 설문지를 배부하였으며 410부를 최종의 분석자료로 사용하였다. 수집된 자료는 SAS program을 사용하여 단순빈도, 백분율, 요인분석, 군집분석, 카이스퀘어, 일원분산분석, F-test, t-test을 적용하였다.

#### 4. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 인구통계, 사회경제적 특성을 알아보기 위해 주부의 연령, 주부의 학력, 가족생활주기, 주부의 직업, 월평균 총수입, 가족형태, 소비자 교육유무, 결혼년수를 살펴보았다(표 1).

주부의 연령은 31~40세와 41세~50세가 89%로써 조사대상자의 대부분을 차지하고 있었으며, 학력은 고졸이 54.1%로 가장 많았고, 그 다음은 대졸이상인 29.3%를 차지하고 있다. 가족생활주기는 첫자녀가 국민학교, 중학교, 대학교육기에 88.1%로 자녀교육기가 많은 부분을 차지하고 있었는데, 이것은 30대, 40대의 주부가 많았던 결과라고 추

측한다. 주부의 직업은 가정주부가 71.5%였고, 취업주부가 28.5%였다. 월평균 총수입은 100~150만원이 41.5%로 가장 많았고 250~300만원이 가장 적었다. 주택형태는 집을 소유하고 있는 가정이 81.5%로써 많은 가정이 주택을 소유하고 있으며 가족형태는 핵가족이 91.5%로써 대상자의 가정에서의 핵가족 형태를 이루고 있었다. 그리고 소비자교육을 받은 주부는 27.8%가 경험이 있었다.

#### IV. 연구결과 및 해석

##### 1. 도시주부의 라이프스타일 유형

###### 1) 라이프스타일에 관한 요인분석

본 연구는 라이프스타일을 파악하기 위해 42개의 변수를 사용했는데, 이들 변수들에 잠재하는 몇가지 차원을 발견하고, 이들 차원을 척도화하기 위하여 요인분석을 하였다. 요인분석 방법은 배리맥스(Varimax)에 의한 직각회전(Orthogonal Rotation) 방법을 택했다. 1차 요인분석에서 아이겐 값(eigen value)이 1.0이상인 요인이 12개 도출되었다. 그러나 그 중 요인의 성격이 분명하지 않은 문항을 제외한

37문항을 요인분석해서 9개로 확정했다.

표 2에 제시된 요인분석의 명칭은 각 요인에 적재된 문항별 요인 부하량을 참고로 하여 요인의 성격을 규정한 것이다.

###### 2) 라이프스타일에 관한 군집분석

본 연구는 최단연결법(Ward's minimum variance cluster analysis)를 통해 군집을 7개로 분류했다.

###### 3) 라이프스타일 유형의 결정

라이프스타일의 유형을 결정하기 위해 요인분석한 결과 도출된 9개의 라이프스타일 요인이 7개의 군집에 따라 어떠한 차이가 있는가를 일원분산분석과 Duncan Test를 통해 알아보았다. 그 결과를 토대로 요인별 가장 높게 반응한 군집과 가장 낮게 반응한 군집을 중심으로 각 군집의 특성을 파악하여 명칭을 부여했다. 군집별 라이프스타일 요인의 차이점증은 표 4와 같다.

###### 4) 라이프스타일 유형별 특징

라이프스타일 유형이 결정되면, 각각의 라이프스타일 유형이 갖는 인구통계학적 특성을 포함한 보다 명확한 라이프스타일의 종합 프로필을 제시

표 1. 조사대상자의 일반적 특성

변 인	구 분	N(%)	변 인	구 분	N(%)
주 부 의 연 령	30세이하	16( 3.9)	결혼연수	3년미만	6( 1.5)
	31-40세	203(49.5)		3- 6년	24( 5.9)
	41-50세	162(39.5)		7- 9년	16( 3.9)
	51세 이상	29( 7.1)		10-12년	55(13.4)
주택소유	자 가	334(81.5)		13-15년	85(20.7)
	전 세	66(16.1)	15년 이상	224(54.6)	
	기 타	10( 2.4)	주부직업	전업주부	293(71.5)
주 부 의 학 령	중졸이하	68(16.6)		취업주부	117(29.5)
	고 졸	222(54.1)	가 족 생 활 주 기	가족형성기	9( 2.2)
대졸이상	120(29.3)	출산, 미취학		32( 7.8)	
월 평 균 총 수 입	100만원 이하	55(13.4)		초등교육	118(28.8)
	100-150만원	170(41.4)		중등교육	145(35.4)
	150-200만원	97(23.7)		대학 교육	98(23.9)
	200-250만원	49(12.0)		회복, 은퇴	8( 2.0)
	250-300만원	17( 4.1)	소 비 자 교육유무	예	114(27.8)
300만원 이상	22( 5.4)	아니오		296(72.2)	
가족형태	핵가족	375(91.5)			
	확대가족	35( 8.5)			

한국가정관리학회지

표 2. 각 요인별 성향

문항 번호	요인 적재치	Eigen Value	문 항 내 용
(요인 1-적극적 자아개발성향)			
10	0.7480	5.927	지역봉사단체나 종교단체에 가입하여 일하고 싶다
23	0.5038		자신의 자아개발을 위해 사회활동을 해야한다
34	0.4532		동네에 잘못된 것이 있으면 당국에 건의해 보겠다
35	0.4537		자신의 정신적 성숙을 위해 책을 많이 읽으려고 노력한다
40	0.4072		사회에서 일어나고 있는 정치, 경제, 사회문제 등에 관심을 갖고 주시한다
41	0.6416		평생교육 프로그램에 참가하고 싶다
(요인 2-유행추구성향)			
문항 번호	요인 적재치	Eigen Value	문 항 내 용
12	0.6863	2.577	TV, 신문, 잡지 등의 패션정보에 관심이 강한편이다
24	0.6506		현재 유행하는 옷이나 구두가 무엇인지를 잘 알고 있다
30	0.5082		옷을 구입할 때 편리함보다는 유행에 중점을 둔다
36	0.6774		무슨 일이든 유행을 의식하며 생활을 하고 있다
42	0.6320		유행하는 옷을 입지 않으면 나 자신이 초라하게 느껴진다
(요인 3-보수적 여유성향)			
문항 번호	요인 적재치	Eigen Value	문 항 내 용
17	0.4140	2.577	꽃꽂이나 서예 등과 같이 나혼자 즐길 수 있는 취미를 가지고 있다
18	0.4763		잡지나 TV에서 나온 새로운 식품이나 요리방법을 한번 해본다
19	0.6950		명절에는 고유한 전통음식을 만들어 먹는다
20	0.5796		시간이 걸리더라도 영양가 있는 음식을 만드는 것을 좋아한다
31	0.6557		명절에는 우리 고유의 풍습을 지켜야 한다
(요인 4-알뜰살림추구성향)			
문항 번호	요인 적재치	Eigen Value	문 항 내 용
14	0.5628	1.599	유행이 지난 옷을 개조해서 사용하는 일이 자주 있다
22	0.4047		공해문제가 심각하다고 생각하며 공해방지를 위해 가정에서 노력한다
26	0.6468		우리집은 에너지(연탄, 전기, 수도, 가스)를 절약하는 편이다
32	0.7653		계획된 금액을 초과하여 물건을 사지 않는 편이다
(요인 5-민주가정성향)			
문항 번호	요인 적재치	Eigen Value	문 항 내 용
5	0.5609	1.342	취미생활을 위하여 쓰는 돈은 아깝지 않다
8	0.6321		비용이 들어도 가정에 편의시설을 갖추어야 한다
9	0.6570		자녀들이 해보고 싶은 것을 해보도록 허용한다
15	0.4577		자녀들의 의견이 좋은 것이면 받아들여서 시행한다
27	0.3727		자녀의 건전한 이성교제를 허용한다
(요인 6-보수전통성향)			
문항 번호	요인 적재치	Eigen Value	문 항 내 용
1	0.7167	1.342	여자아이의 교육은 주부로서, 남자아이의 교육은 직업인으로서 교육을 받아야 한다
7	0.7387		여성에게 최대의 행복은 결혼하여 자녀를 양육하는 일이다
25	0.5189		가정은 남편이 중심이 되어야 한다
2	0.4310		베스트셀러를 가끔 사서 본다
(요인 7-민주·변화추구성향)			
문항 번호	요인 적재치	Eigen Value	문 항 내 용
2	0.5871	1.272	부업을 사용하기 편리하게 조금씩이라도 자주 개선한다
4	0.7663		내 집에서 30분이상의 공사를 하게 되면 이웃에게 미리 양해를 구한다
33	0.5509		가끔 성에 관한 이야기를 하는 편이다
(요인 8-변화추구성향)			
문항 번호	요인 적재치	Eigen Value	문 항 내 용
3	-0.696	1.177	남편과 아이들이 부업일을 도와주는 것은 당연하다고 생각한다
37	0.7299		남편이 부업일을 돕는 것은 어쩐지 어색하다
(요인 9-현대적 민주주의 성향)			
문항 번호	요인 적재치	Eigen Value	문 항 내 용
6	0.5640	1.080	새 상품이 나오면 친구나 이웃보다 먼저 사는 편이다
11	0.6373		한달에 한번 정도는 영화, 음악 또는 연극감상을 위해 외출한다
21	-0.382		모임에서 노는 것보다 가족과 시간을 보내는 것이 좋다



표 3. 군집수의 결정

군집 수	RMS STD	CCC	설 명
9	0.90656	-61.413	CL이 6개일 때보다 RMS증가, 표본수와 CL수 적
8	0.89954	-58.304	
7	0.9568	-54.86	
6	0.8952	-50.95	CL이 4개일 때보다 RMS증가, 표본수 부적당
5	0.9427	-46.49	
4	0.9374	-41.12	
3	0.9249	-34.66	
2	0.9626	-26.85	
1	0.9817	0.000	

RMS STD(Roote Mean Square, Standard Deviation)  
 CCC(Cubic Clustering Criterion)

표 4. 군집별 라이프스타일 요인의 차이분석(Duncan Grouping)

요 인	CL1	CL2	CL3	CL4	CL5	CL6	CL7	F-Ratio
FA1 (적극적자아개발성향)	B	B	B	A	C	E	D	48.53***
FA2 (유행추구성향)	AB	C	C	B	D	D	A	29.89***
FA3 (보수적여유성향)	B	C	A	A	D	D	BC	35.82***
FA4 (알뜰살림추구성향)	C	C	A	A	B	D	C	29.76***
FA5 (민주가정성향)	A	BC	B	A	C	D	BC	24.88***
FA6 (보수전통성향)	C	D	A	A	BC	D	B	32.41***
FA7 (민주전통성향)	B	B	B	A	C	D	C	10.82***
FA8 (변화추구성향)	A	A	A	A	A	B	A	6.69***
FA9 (현대적민주주의성향)	AB	DE	BC	A	E	F	CD	22.26***

A : Very High, B : High, C : Low, D : Very Low.  
 \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001.

표 5. 각 요인에 대한 군집별 평균치

요 인	CL1	CL2	CL3	CL4	CL5	CL6	CL7	평균
FA1 (적극적자아개발성향)	2.49	2.36	2.41	2.95	2.18	1.49	1.91	2.33
FA2 (유행추구성향)	3.58	3.01	3.02	3.38	2.72	2.73	3.72	3.22
FA3 (보수적여유성향)	2.51	2.21	2.84	3.02	2.02	1.88	2.39	2.46
FA4 (알뜰살림추구성향)	2.12	2.20	2.74	2.80	2.46	1.63	2.00	2.31
FA5 (민주가정성향)	2.48	2.07	2.16	2.62	1.91	1.71	1.98	2.19
FA6 (보수전통성향)	2.55	2.10	3.21	3.08	2.67	2.30	2.77	2.68
FA7 (민주전통성향)	2.46	2.44	2.46	2.78	2.13	1.85	2.13	2.37
FA8 (변화추구성향)	2.62	2.64	2.81	2.84	2.68	2.10	2.64	2.65
FA9 (현대적민주주의성향)	3.31	2.91	3.16	3.42	2.77	2.43	3.07	3.07

표 6. 7개 군집의 명칭 및 분포

군집번호	라이프스타일 이름	샘플수	%	군집번호	라이프스타일 이름	샘플수	%
1	향유 · 편의주의형	89	21.7	5	알뜰살림추구형	45	11.0
2	변화추구형	64	15.6	6	소극침체형	34	8.3
3	보수적, 성실검약형	71	17.3	7	유행민감형	53	12.9
4	합리주의형	54	13.2				

해야 한다.

이에 따라 도시주부의 라이프스타일 유형별 특징을 설명하면 다음과 같다.

(1) 향유·편의주의형(21.7%)

이 유형의 주부들은 매우 생활을 즐기는 유형으로 편의주의성향, 유행추구성이 강하여 계획성과 의사결정시의 신중성이 미흡한 면이 있다.

그러나 개방적이며 가정의 중요성을 인식하고 있으나 반면에 자신에 대한 충실에 미흡한 면이 있다. 일반적 특성에서 이 유형은 학력이 중졸이하가 많으며 결혼연수가 15년 이상이 28.1%로 많은 비율을 차지하고 있다. 또한 주로 핵가족형태를 취하고 있으며 주택을 소유하고 있으나 소비자교육을 받은 경험은 적었다.

(2) 변화추구형(15.6%)

이 유형의 주부들은 가정에 충실하지 않으며 부정적, 소극적인 면이 강하다. 가족과 자신의 자아개발을 위한 노력은 미흡하며 생활에 여유를 갖지 못하고 있다. 일반적 특성에서 이 유형은 연령이 30대 40대에 많으며 주택을 소유하고 있고 핵가족 형태를 이루고 있으며 소비자교육을 받은 경험이 있다.

(3) 보수적 성실검약형(17.3%)

이 유형은 성실하고, 가정에 충실하며 생활태도에서는 전통적이나 사고방식에 있어서는 민주적이다. 어느정도 생활에 여유를 추구하는 편이지만 검약성도 뛰어나다. 일반적 특성에서 이 유형은 결혼연수가 3년 미만이나 10~12년 사이에 많이 분포되어 있으며 월평균 가계소득이 250~300만원이며 주택을 소유하고 있어 비교적 여유가 있다. 그리고 소비자교육을 받은 비율이 높았다.

(4) 합리주의형(13.2%)

가정에 매우 충실하며 변화나 정보에 대해 적극적이고 합리적이다. 그러나 생활태도에서는 전통적이며 이 유형의 가장 큰 특징은 주부 자신의 자아개발을 위해 노력하며 이타주의 성격도 강한 점이다. 일반적 특성에서 이 유형은 결혼연수가 3년 미만이 많으며 확대가족형태를 이루고 있다.

(5) 알뜰살림추구형(11.0%)

가정을 관리하는데 계획성과 의사결정을 신중하

게 하며 성실하고 검약정신이 강한 편이다. 일반적 특성에서 이 유형은 결혼연수가 3년 미만이 많고 출산미취학기에 속해있고 핵가족형태를 취하고 있으며 소비자교육을 받은 경험이 많았다.

(6) 소극침체형(8.3%)

이 유형의 주부들은 내성적·소극적 성격을 가지고 있으며 가족이나 사회생활에서의 일보다는 자신의 문제에 관심이 많고 다소 편리주의적 성향이 있다. 일반적 특성에서 이 유형은 결혼연수가 3년 미만으로 가족형성기에 속해 있으며 취업주부가 많았다.

(7) 유행민감형(12.9%)

이 유형은 생활을 즐기는 유형으로 편의주의성향, 유행추구성이 강하다. 따라서 생활태도면에서 낭비적 요소가 강하게 풍겨 옷을 구입할 때는 용도나 품질 등을 살펴보기보다는 유행하는 모양과 색을 더 중요시한다. 즉 검약성과 의사결정의 신중함이 미흡하다. 일반적 특성에서 이 유형은 결혼연수가 3년 미만으로 가족형성기에 속해 있으며 핵가족 형태를 이루고 있고 가계소득은 300만원 이상이 많았다.

2. 인구통계, 사회경제적 특성과 라이프스타일 유형과의 관계

1) 인구통계학적 특성에 따른 라이프스타일

인구통계학적 특성과 라이프스타일 유형과의 차이검증결과는 다음과 같다(표 7).

(1) 주부의 연령과 라이프스타일

연령에 따른 라이프스타일은 통계적으로 유의한 차이를 보였다( $p < 0.05$ ).

이러한 결과는 김경미·임정빈·임혜경(1988)의 연구결과와 일치하였다.

주부의 연령이 30대이하는 보수적 성실검약형(31.2%), 소극침체형(31.2%) 순으로 많으며 40대는 향유편의주의형이 많았다. 이것은 주부가 경제적 사회적으로 안정이 되어있는 시기이기 때문이다. 유형별 연령분포를 보면 향유편의주의형은 40대, 30대 순으로 높은 비율을 보이고 있으며 변화추구형도 30대(27.1%), 40대(17.7%)가 각각의 유형에 많이 분포되어 있는데 그 주된 이유는 조사

표 7. 인구학적 특성과 라이프스타일

구분	항 평의주요형	유 평의주요형	변화추구형	보 수 적 성실점약형	합리주의형	알 달림추구형	소극침체형	유행민감형	%	$\chi^2$ (DF)
주부 연령	30세이하	6.2(0.2)	6.2(0.2)	31.2(1.2)	0.0(0.0)	18.7(0.7)	31.2(1.2)	6.2(0.2)	100	31.5(18)*
	30-40세이하	17.7(8.7)	15.2(7.5)	18.2(9.2)	13.3(6.5)	11.8(5.8)	8.3(4.1)	14.7(7.3)	100	
	40-50세이하	27.1(10.7)	16.0(6.3)	13.5(5.3)	16.0(6.3)	8.6(3.4)	6.1(2.4)	12.3(4.8)	100	
	50세이상	27.5(1.9)	20.6(1.4)	20.6(1.4)	3.4(0.2)	13.7(0.9)	6.9(0.4)	6.9(0.4)	100	
결혼 년수	3년 미만	0.0(0.0)	16.6(0.2)	33.3(0.4)	0.0(0.0)	0.0(0.0)	0.0(0.0)	33.3(0.4)	100	44.9(30)**
	3-6년	8.3(0.4)	4.1(0.2)	12.5(0.7)	20.8(1.2)	20.8(1.2)	20.8(1.2)	12.5(0.7)	100	
	7-9년	0.0(0.0)	18.7(0.7)	18.7(0.7)	18.7(0.7)	18.7(0.7)	12.5(0.4)	25.5(0.9)	100	
	10-12년	16.3(2.2)	12.7(1.7)	20.0(2.6)	9.0(1.2)	7.2(0.9)	16.3(2.2)	18.1(2.4)	100	
가족 형태	13-15년	17.6(3.6)	18.8(3.9)	23.5(4.8)	11.7(2.4)	9.4(1.9)	9.4(1.9)	9.4(1.9)	100	4.0(0.6)
	15년 이상	28.1(15.3)	16.0(8.7)	14.2(7.8)	13.8(7.5)	11.1(6.1)	4.9(2.6)	11.6(6.3)	100	
	핵가족	22.1(20.2)	16.0(14.6)	16.8(15.3)	12.5(11.4)	11.2(10.2)	8.0(7.3)	13.3(12.2)	100	
	확대가족	17.1(14)	11.4(0.9)	22.8(1.9)	20.0(1.7)	8.5(0.7)	11.4(0.9)	8.5(0.7)	100	
가족 생활 주기	가족형성기	11.1(0.2)	22.2(0.4)	11.1(0.2)	11.1(0.2)	0.0(0.0)	22.2(0.4)	22.2(0.4)	100	47.8(30)*
	출산·미취학	0.0(0.0)	6.2(0.4)	18.7(1.4)	18.7(1.4)	28.1(2.2)	15.6(1.2)	12.5(0.9)	100	
	초등교육	17.8(5.1)	16.1(4.6)	18.6(5.3)	10.1(2.9)	8.4(2.4)	11.0(3.1)	17.8(5.1)	100	
	고등교육	25.5(9.0)	13.0(4.6)	15.8(5.6)	16.5(5.8)	13.1(4.6)	4.1(1.4)	11.7(4.1)	100	
대학교육 회복·은퇴기	대학교육	27.5(6.5)	20.4(4.8)	17.3(4.1)	11.2(2.6)	7.1(1.7)	4.1(1.4)	11.7(4.1)	100	47.8(30)*
	회복·은퇴기	37.5(0.7)	25.0(0.4)	25.0(0.4)	0.0(0.0)	0.0(0.0)	2.5(0.2)	0.0(0.0)	100	
	가치고 있다	15.3(4.3)	17.0(4.8)	17.9(5.1)	8.5(2.4)	8.5(2.4)	17.0(4.8)	13.6(3.9)	100	
	현재 없다	24.2(17.3)	15.9(10.7)	17.0(12.2)	15.0(0.7)	15.0(0.7)	4.7(3.4)	12.6(9.0)	100	
주택 소유 유무	자 가	23.0(18.7)	15.5(12.6)	17.6(14.3)	13.1(10.7)	11.3(9.2)	6.8(5.6)	12.2(10.0)	100	26.2(25)
	진 세	13.6(2.2)	15.1(2.4)	18.1(2.9)	10.6(1.7)	10.6(1.7)	15.1(2.4)	18.1(2.9)	100	
	기 타	3.0(0.7)	20.0(0.4)	0.0(0.0)	30.0(0.7)	30.0(0.7)	0.0(0.2)	0.0(0.2)	100	
	예 아니오	16.6(17.0)	21.9(9.5)	10.5(14.3)	10.5(10.2)	10.5(10.2)	14.9(4.1)	7.8(10.7)	100	
소미자 교 육	예	23.6(4.6)	13.1(6.1)	19.9(2.9)	14.1(2.9)	8.4(4.8)	5.7(4.1)	14.8(2.2)	100	28.5(6)***
	아니오	16.6(17.0)	21.9(9.5)	10.5(14.3)	10.5(10.2)	10.5(10.2)	14.9(4.1)	7.8(10.7)	100	

\* ( ) : 전체 비율임

표 8. 사회적경제적 특성과 라이프스타일

구분	항 평의주요형	유 평의주요형	변화추구형	보 수 적 성실점약형	합리주의형	알 달림추구형	소극침체형	유행민감형	%	$\chi^2$ (DF)
주부 학력	중 졸이하	35.2(5.8)	19.1(3.1)	5.8(0.9)	16.1(2.6)	5.8(0.9)	5.8(0.9)	11.1(1.9)	100	25.9(12)**
	고 졸이하	21.6(11.7)	16.2(8.7)	17.5(9.5)	14.1(7.8)	9.9(5.3)	8.1(4.3)	12.1(6.5)	100	
	대 졸이상	14.1(4.1)	12.5(3.6)	23.3(6.8)	9.1(2.6)	15.8(4.6)	10.0(2.9)	15.0(4.3)	100	
가계 소득	100만원이하	34.5(4.6)	5.4(0.7)	9.0(1.2)	18.8(2.4)	9.0(1.2)	7.2(0.9)	16.3(2.2)	100	26.2(25)
	100-150만원	21.7(9.0)	17.0(7.0)	15.2(6.3)	15.2(6.3)	8.8(3.6)	8.2(3.4)	13.5(5.6)	100	
	150-200만원	14.4(3.4)	20.6(4.8)	23.7(5.6)	9.2(2.2)	13.4(3.1)	9.2(2.2)	9.2(2.2)	100	
	200-250만원	24.4(2.9)	16.3(1.9)	14.2(1.7)	8.1(0.9)	14.2(1.7)	12.2(1.4)	10.2(1.2)	100	
직업 유무	250-300만원	23.5(0.9)	11.7(0.4)	25.5(0.9)	17.6(0.7)	11.7(0.4)	5.8(0.2)	5.8(0.2)	100	21.3(6)**
	300만원이상	13.6(0.7)	9.0(0.4)	27.2(1.4)	13.6(0.4)	13.6(0.7)	0.0(0.0)	27.2(1.4)	100	
	가지고 있다	15.3(4.3)	17.0(4.8)	17.9(5.1)	8.5(2.4)	8.5(2.4)	17.0(4.8)	13.6(3.9)	100	
	현재 없다	24.2(17.3)	15.9(10.7)	17.0(12.2)	15.0(0.7)	15.0(0.7)	4.7(3.4)	12.6(9.0)	100	
주택 소유 유무	자 가	23.0(18.7)	15.5(12.6)	17.6(14.3)	13.1(10.7)	11.3(9.2)	6.8(5.6)	12.2(10.0)	100	14.6(12)
	진 세	13.6(2.2)	15.1(2.4)	18.1(2.9)	10.6(1.7)	10.6(1.7)	15.1(2.4)	18.1(2.9)	100	
	기 타	3.0(0.7)	20.0(0.4)	0.0(0.0)	30.0(0.7)	30.0(0.7)	0.0(0.2)	0.0(0.2)	100	
	예 아니오	16.6(17.0)	21.9(9.5)	10.5(14.3)	10.5(10.2)	10.5(10.2)	14.9(4.1)	7.8(10.7)	100	
소미자 교 육	예	23.6(4.6)	13.1(6.1)	19.9(2.9)	14.1(2.9)	8.4(4.8)	5.7(4.1)	14.8(2.2)	100	28.5(6)***
	아니오	16.6(17.0)	21.9(9.5)	10.5(14.3)	10.5(10.2)	10.5(10.2)	14.9(4.1)	7.8(10.7)	100	

\* ( ) : 전체 비율임

대상자의 연령이 30대(49.5%) 40대(39.5%)가 88%를 구성하는 데에서 기인된다고 볼 수 있다.

(2) 결혼연수와 라이프스타일

결혼연수와 라이프스타일 특성과는 통계적으로 유의한 차이를 보였다( $p < 0.05$ ). 김경미(1986), 임정빈과 임혜경(1988)의 연구결과와 일치하였다. 결혼연수가 3년미만에 보수적성실검약형(33.3%)과 유행민감형(33.3%)이 66.9%을 구성하고 있으며 7~9년에는 유행민감형(18.1%), 10~12년에는 보수적성실검약형(12.0%), 13~15년에는 보수적성실검약형(23.5%)에, 15년이상인 경우에는 향유·편의주의형이 28.1%을 차지하고 있었다. 유형별로 결혼연수를 보면 향유·편의주의형은 결혼연수가 15년이상인 28.1%로 가장 많았으며 합리주의형, 알뜰살림추구형, 소극침체형은 결혼연수가 3년에서 6년사이가 가장 많았다.

(3) 가족형태와 라이프스타일

가족형태에 따른 라이프스타일 유형은 통계적으로 유의한 차이가 없었다. 김경미(1986)의 연구결과와 일치하였으나 임정빈과 임혜경(1988)의 연구결과와는 불일치하였다.

(4) 가족생활주기와 라이프스타일

가족생활주기에 따른 라이프스타일 유형은 통계적으로 유의한 차이를 보였다( $p < .05$ ). 가족형성기는 소극침체형(22.2%), 유행민감형(22.2%)이 44.4%을 이루고 있다. 출산·미취학기는 알뜰살림추구형이 28.1%을 차지하고 있는데 이것은 자녀교육비와 주택마련을 계획하고 실행하기 때문으로 본다. 회복·은퇴기는 향유·편의주의형(35.7%), 변화추구형(25.0%), 보수적성실검약형(25.0%)이 87.5%로 집중되어 있다. 이것은 사회구조의 변화에 따른 가치관의 변화에서 라이프스타일이 노후를 향유하는 것과 前戰시대로서 성실하고 검약한 생활을 유지하는 것으로 양분된 것으로 본다. 유형별 분포를 보면 향유·편의주의형은 고등교육, 대학교육기에 71.8%을 차지하고 있으며 변화추구형, 보수적성실검약형, 합리주의형, 유행민감형은 자녀교육기에 대부분 속해 있다.

2) 사회경제적 특성에 따른 라이프스타일

사회경제적 특성과 라이프스타일 유형과의 차이 검증 결과는 다음과 같다(표 8).

(1) 주부의 학력과 라이프스타일

주부의 학력에 따른 라이프스타일 유형은 통계적으로 유의한 차이를 보였다( $p < .05$ ). 김경미(1986), 임정빈과 임혜경(1988)의 연구결과와 일치하였다. 중졸이하의 향유·편의주의형(35.2%)에 많이 속하며, 대졸이상은 보수적성실검약형에 23.3%로 가장 많이 속해 있다. 유형별 주부의 학력을 보면 각각의 유형들이 고졸이하에서 거의 절반을 구성하고 있다.

(2) 가계소득과 라이프스타일

가계소득에 따른 라이프스타일은 통계적으로 유의한 차이가 없었다. 김경미(1986), 임정빈과 임혜경(1988)의 연구결과와 불일치하였다.

(3) 주부의 직업유무와 라이프스타일

주부의 직업과 라이프스타일 유형은 통계적으로 유의한 차이를 보였다( $p < 0.01$ ). 그러나 김경미(1986), 박선영(1986), 임정빈과 임혜경(1988)의 연구결과는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다. 취업주부는 보수적성실검약형, 변화추구형, 소극침체형 순으로 많이 차지하고 있으며 전업주부는 향유·편의주의형과 보수적성실검약형에 많이 속해 있다. 유형별 직업유무를 보면, 소극침체형에 취업주부가 많으며 향유·편의주의형과 변화추구형에 전업주부가 많은 것으로 나타났다.

(4) 주택소유 유무와 라이프스타일

주택소유에 따른 라이프스타일은 통계적으로 유의한 차이가 없었다.

(5) 주부의 소비자교육 유무와 라이프스타일

소비자교육 유무와 라이프스타일 유형은 통계적으로 매우 유의한 차이를 보였다( $p < .001$ ). 소비자교육을 받은 경험이 있는 주부는 변화추구형(21.9%)과 알뜰살림추구형(17.5%)이 39.4%를 차지하고 있으며 소비자교육을 받은 경험이 없는 주부는 향유·편의주의형(33.6%)과 보수적성실검약형(19.9%)이 43.5%를 차지하고 있다. 유형별 소비

표 9. 정보탐색활동과 라이프스타일

태도	구분	향 평의주의형	유 의주의형	변화추구형	보수적 성실검약형	합리주의형	알 살림추구형	소극침체형	유행민감형	%	$\chi^2$ (DF)
종류	사치제품	20.8(76.4)	25.9(23.6)	17.7(90.6)	18.8(77.4)	11.9(72.2)	12.5(91.7)	6.4(61.7)	13.5(83.0)	100(79.5)	18.0(6)**
	필수제품	25.9(23.6)	(100)	7.1(9.3)	19.0(22.5)	17.8(27.7)	4.7(8.8)	15.4(38.2)	10.7(16.9)	100(320.4)	
	계	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	
활동 선택 기준	소형차	21.6(50.0)		4.5(49.1)	19.6(56.5)	13.5(50.0)	7.0(31.1)	8.5(50.0)	15.0(57.6)	100(49.8)	24.7(24)
	중형차	21.7(33.7)		16.0(37.2)	14.6(28.9)	14.6(37.0)	16.7(51.1)	7.3(29.4)	9.4(25.0)	100(34.3)	
	고급승용차	25.8(9.3)		9.6(37.2)	19.3(8.7)	3.6(5.5)	16.1(11.1)	6.4(5.8)	12.9(7.6)	100(7.7)	
정보 원천	레저용차	37.5(3.4)		25.0(3.3)	12.5(1.4)	25.0(3.7)	0.0(0.0)	0.0(0.0)	0.0(0.0)	100(2.0)	35.8(30)
	타	12.5(3.4)		12.5(5.0)	12.5(4.3)	8.3(3.7)	12.5(6.6)	20.8(14.7)	20.8(9.6)	100(6.0)	
	계	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	
탐색 시간	가격	20.0(3.3)		0.0(0.0)	33.3(7.0)	13.3(3.7)	13.3(4.4)	6.6(2.9)	13.3(3.7)	100(3.6)	36.5(30)
	표	25.0(4.4)		0.0(0.0)	18.7(4.2)	6.2(1.8)	6.2(2.2)	37.5(7.6)	6.2(1.8)	100(3.9)	
	질	22.6(19.1)		16.0(18.7)	16.0(16.9)	14.6(20.3)	10.6(17.7)	2.6(5.8)	17.3(24.5)	100(18.2)	
대화 선택 기준	성	21.4(58.4)		16.1(60.9)	17.7(60.5)	12.4(55.5)	12.8(68.9)	7.4(52.9)	11.9(54.7)	100(59.0)	36.5(30)
	안	18.1(2.2)		18.1(3.1)	18.1(2.8)	27.2(5.5)	9.0(2.2)	0.0(0.0)	9.0(1.8)	100(2.6)	
	서비스	21.5(12.3)		21.5(17.1)	11.7(8.4)	13.7(12.9)	3.9(4.4)	13.7(20.5)	13.7(13.2)	100(12.4)	
정보 원천	계	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	15.0(18)
	가격	22.7(5.6)		9.0(3.1)	13.6(4.2)	9.0(3.7)	18.1(8.8)	0.0(0.0)	27.2(11.3)	100(5.3)	
	표	22.2(4.4)		6.6(4.6)	22.2(4.2)	16.6(5.5)	0.0(0.0)	0.0(0.0)	5.5(1.8)	100(4.3)	
탐색 시간	질	18.1(13.4)		13.6(14.0)	24.2(22.5)	15.1(18.5)	4.5(6.6)	7.5(14.7)	16.6(20.7)	100(16.0)	20.8(18)
	성	22.6(42.7)		5.4(40.6)	20.8(49.3)	10.7(33.3)	14.2(53.3)	8.3(41.8)	7.7(24.5)	100(40.9)	
	서비스	26.6(4.4)		13.3(3.1)	20.0(4.2)	20.0(5.5)	13.3(4.4)	0.0(0.0)	6.6(1.8)	100(3.6)	
정보 원천	계	21.4(29.2)		18.1(34.3)	8.2(14.0)	14.8(33.3)	9.9(26.6)	9.9(35.2)	17.3(9.6)	100(29.5)	20.8(18)
	가격	21.3(25.8)		11.1(18.7)	15.7(23.9)	16.6(33.3)	14.8(35.5)	7.4(23.5)	20.9(26.4)	100(26.3)	
	소비자정보	21.7(52.8)		8.9(65.6)	9.3(60.5)	10.3(42.5)	10.3(51.1)	7.2(47.0)	12.6(52.8)	100(54.1)	
탐색 시간	관공청정보	25.0(4.4)		8.7(4.6)	12.5(2.8)	12.5(3.7)	6.2(2.2)	18.7(8.8)	6.2(1.8)	100(3.9)	20.8(18)
	매스컴정보	23.4(16.8)		10.9(10.9)	14.0(12.6)	17.1(20.3)	7.8(11.1)	10.9(20.5)	15.6(18.8)	100(15.6)	
	계	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	
탐색 시간	가격, 선입감	25.0(10.1)		8.3(4.6)	16.6(8.4)	11.1(7.4)	19.4(15.5)	16.6(17.9)	0.7(1.8)	100(8.7)	20.8(18)
	1주일	23.9(37.0)		11.5(25.0)	20.2(39.4)	22.3(31.4)	7.9(24.4)	7.2(29.4)	16.6(43.4)	100(33.6)	
	1개월	19.0(44.9)		18.5(60.9)	16.1(47.8)	14.2(55.5)	12.8(60.0)	6.1(38.2)	12.8(50.9)	100(51.2)	
탐색 시간	1년이상	26.9(7.8)		23.0(9.3)	11.5(4.2)	11.5(5.5)	0.0(0.0)	19.2(14.7)	7.6(3.7)	100(6.3)	20.8(18)
	계	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	

자교육 유무를 보면, 알뜰살림추구형과 소극침체형이 소비자교육을 받은 비율이 높았으며 유행민감형은 소비자교육을 받은 경험이 적었다.

3. 라이프스타일 유형과 구매전 정보탐색활동

1) 구매전 정보탐색활동과 라이프스타일

도시주부의 라이프스타일 유형과 승용차 구매전 정보탐색과의 차이검증은 다음과 같다(표 9).

(1) 주부의 승용차에 대한 태도와 라이프스타일

도시주부의 승용차에 대한 태도를 필수적인 제품과 사치제품으로 구분하여 라이프스타일 유형과 차이검증을 해본 결과 통계적으로 유의한 차이를 보였다( $p < .01$ ). 승용차를 필수적인 제품으로 인식하는 주부는 향유·편의주의형이 20.8%로 가장 많았으며 사치제품으로 인식하는 주부는 보수적성실검약형이 22.5%를 차지하고 있다.

라이프스타일 유형별 주부의 승용차에 대한 태도를 보면, 변화추구형과 알뜰살림추구형의 많은 비율이 승용차를 필수적인 제품으로 인식하고 있다. 반면에 소극침체형은 승용차를 사치제품으로 인식하는 비율이 다른 유형들보다 많았다.

우리나라에서 승용차는 과거에 사회적 신분이나 과시의 제품으로 인식되었으나, 80년대에 승용차의 개념이 바뀌기 시작했다. 즉, 80년 중반 사회적으로 생활의 질을 추구하는 분위기, 편리함과 기동력을 요구하는 환경속에서 경제적으로 3저호황에 따른 국민소득의 증가 등에 따라 승용차는 급격히 증가되었다. 현재 승용차 보유대수는 1992년 3백만대로 급격히 증가했고, 소형승용차가 대중화에 결정적인 역할을 하고 있으며 앞으로 계속 승용차

구입이 증가할 것으로 본다.

(2) 승용차 종류와 라이프스타일

소형차, 중형차, 고급승용차, 레저용의 승용차 정보탐색과 도시주부의 라이프스타일 유형과는 통계적으로 유의한 차이가 없었다.

(3) 승용차의 구매전 정보탐색 활동시 선택기준과 라이프스타일

승용차를 구매하기 전에 가격, 상표, 품질, 안전성, 애프터서비스, 유지비에 대한 정보탐색활동을 할 때의 우선순위와 도시주부의 라이프스타일 유형과는 통계적으로 유의한 차이가 없었다.

(4) 승용차의 구매전 정보탐색 대화시 선택기준과 라이프스타일

승용차를 구매하기 전에 가격, 상표, 품질, 안전성, 애프터서비스, 유지비에 대한 정보탐색을 위한 대화를 할 때의 우선순위와 도시주부의 라이프스타일 유형과는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

(5) 승용차 구매전 정보원천과 라이프스타일

승용차를 구매하기 전의 정보원으로 이기춘(1998)이 제시한 기업정보, 소비자정보, 관공청정보, 매스컴정보로 설문을 작성하여 도시주부의 라이프스타일유형과 차이검증을 하였으나 통계적으로 유의한 차이가 없었다.

(6) 승용차의 구매전 정보탐색시간과 라이프스타일

승용차에 대한 구매전 정보탐색의 소요시간을 내부적 기억, 1주일, 1개월, 1년으로 구분하여 라이프스타일 유형과 차이검증을 하였으나 통계적으로 유의한 차이가 없었다.

표 10. 정보탐색활동 및 활용도와 라이프스타일

	향유 편의주형	변화 추구형	보수적 성실검약형	합리 주의형	알뜰살림 추구형	소극 침체형	유행 민감형	F.Ratio
가격	BC	C	BC	A	B	D	BC	9.20***
종류	B	B	B	A	B	C	B	4.28***
품질	B	BC	BC	A	B	C	BC	4.51***
안전성	BC	BC	AB	A	BC	D	C	6.15***
A/S	AB	B	AB	A	AB	C	AB	4.96***
유지비	A	A	A	A	A	B	A	2.93**

A : Very High, B : High, C : Low, D : Very Low

\*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

2) 구매전 정보탐색활동 및 활용도와 라이프스타일

도시주부의 승용차 구매전 정보탐색활동 및 활용도와 라이프스타일 유형과의 차이검증은 다음과 같다(표 10).

승용차 구매전 가격, 승용차 종류, 품질, 안전성, 애프터서비스, 유지비에 관한 정보탐색활동 및 활용도와 라이프스타일 유형과 통계적으로 매우 유의한 차이를 보였다( $p < .001$ ). 가격과 승용차 종류에 대해 합리주의형이 가장 많이 정보를 탐색하고 활용하며, 소극침체형이 가장 적게 정보를 탐색하고 활용하는 것으로 나타났다. 품질에 대한 정보탐색 및 활용도는 합리주의형, 향유·편의주의형, 알뜰살림추구형이 높은 것으로 나타났으며 소극침체형이 낮게 반응한 것으로 나타났다. 안전성에 대한 정보탐색 및 활용도는 보수적성실검약형, 합리주의형이 높게 나타났으며 소극침체형이 낮게 나타났다. 박귀선(1992)은 소형승용차 소비자들이 안전성을 가장 중시하고 있는 것은 그동안의 많은 사고로 인한 결과라고 제시했다. 애프터서비스는 합리주의형이 정보를 잘 활용하는 것으로 나타났으며, 유지비는 모든 주부가 정보를 많이 활용하는 것으로 나타났는데 이것은 승용차가 구매후의 연료비, 보험료 등이 계속적으로 가계재정을 영향을 주기 때문으로 본다.

도시 주부의 라이프스타일 유형별 정보탐색활동 및 활용도를 보면, 향유·편의주의형과 변화추구형은 유지비에 가장 많은 정보를 탐색하고 활용하는 것으로 나타났으며, 합리주의형은 모든 정보탐색 요소에 가장 높게 나타났다. 알뜰살림추구형은 애프터서비스와 유지비에 정보를 탐색하고 활용했으며 소극침체형은 모든 정보탐색요소에 대해 소극

적이고 활용을 낮게 하는 것으로 나타났다. 유행민감형은 애프터서비스와 유지비에 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났다.

V. 결 론

1. 도시주부의 라이프스타일 유형별 특징

가정에는 어느정도 충실하나 편의주의 성향과 유행추구 성향이 강한 향유·편의주의형, 가정에 성실하면서 부정적·소극적 성격이 강한 변화추구형, 가정에 충실하며 전통적이고 검약성이 강한 보수적 성실검약형, 가정에 매우 충실하며 변화나 정보에 대해 적극적이고 합리적인 구매의사결정을 하는 합리주의형, 가정재정계획과 의사결정을 신중히 하며 검약정신이 강한 알뜰살림추구형, 내성적이고 소극적이며 다소 편리적인 소극침체형, 유행에 민감하고 낭비적 요소가 강한 유행민감형의 7가지 유형으로 분류하였다.

전체집단에서 볼 때 향유·편의주의형이 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 다음으로 보수적성실검약형과 변화추구형의 순으로 나타나고 있으며 소극침체형이 가장 낮은 비율을 차지하고 있다.

2. 인구통계, 사회경제적 특성과 라이프스타일

본 연구에서 채택한 인구통계, 사회경제적 특성에 따른 라이프스타일 유형과의 관계에서 통계적으로 유의한 차이를 보인 것은 주부의 연령(\*), 가족생활주기(\*), 결혼년수(\*), 주부의 학력(\*), 주부의 직업유무(\*\*), 소비자교육(\*\*\*)이었다.

그러나 가족형태, 가계소득, 주택형태와는 통계적으로 유의한 차이가 없었다.

표 11. 연구가설의 결과

가	설	결	과
가설 1.	인구통계, 사회경제적 특성에 따라 도시주부의 라이프스타일 유형이 달라진다.	부	분 채택
가설 2.	도시주부의 라이프스타일 유형에 따라 구매전 정보탐색시(선택기준, 정보원천, 소요시간)에 영향을 미친다.	기	각
가설 3.	도시주부의 라이프스타일 유형에 따라 구매전 정보탐색 활동량 및 활용도(가격, 상표, 품질, 안전성, 애프터서비스, 유지비)에 영향을 미친다.	채	택

### 3. 구매전 정보탐색활동과 라이프스타일 유형과의 관계

구매전 정보탐색활동 변수와 라이프스타일 유형과의 관계에서, 승용차에 대한 주부의 태도만이 통계적으로 유의한 차이를 보였고 승용차종류, 정보탐색활동시 선택기준, 정보탐색대화시 선택기준, 정보원천, 정보탐색소요시간과는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다. 승용차에 대한 주부의 태도와 라이프스타일 유형과의 관계에서, 승용차를 필수적인 제품으로 인식하는 주부는 향유·편의주의형이 가장 많고 사치제품으로 인식하는 주부는 향유·편의주의형과 보수적성실검약형이 절반 이상을 차지하고 있다. 생활의 질을 추구하며 편리함과 기동력을 요구하는 현실에서 승용차에 대한 태도는 앞으로도 계속 필수제품으로 생각하는 비율이 증가할 것으로 본다.

구매전 정보탐색활동 및 활용도와 라이프스타일 유형과의 관계에서, 승용차 구매전 가격, 승용차 종류, 품질, 안전성, 애프터서비스, 유지비와 도시주부의 라이프스타일 유형과는 통계적으로 매우 유의한 차이를 보였다. 구매전 정보탐색활동 및 활용도와 라이프스타일 유형과의 차이검증에서 합리주의형과 알뜰살림추구형이 가장 이상적인 유형으로 생각되며 소극침체형은 좀더 활발한 정보탐색이 요구된다.

본 논문의 연구결과는 다음과 같다.

소극침체형은 내성적, 소극적인 성격을 가지고 있으며 다소 편리주의적 성향이 있고 승용차 정보탐색 및 활용도도 매우 소극적으로 나타났으므로 지양되어야 할 유형이라고 본다. 반면에 가정에 매우 충실하며 변화나 정보에 대해 적극적이고 현명한 합리주의형과 가정을 관리하는데 계획성과 의사결정을 신중하게 하며 성실하고 검약정신이 강한 알뜰살림추구형이 좋은 유형으로 생각되며 또한 승용차를 구매하기 전에 정보탐색활동과 활용도가 가장 높아 지향되어야 할 유형으로 생각된다. 본 논문의 연구내용과 가설에 대한 검증은 간단히 요약하면 표 11과 같다.

본 연구는 라이프스타일 문항을 53문항만을 사

용하였다는 점에서 모든 요인을 포함시킬 수 없었다는 데에 그 한계점이 있으며 승용차가 고관여 제품이기 때문에 본 연구의 결과를 모든 제품으로 일반화하여 해석하는 것은 불가능하다. 또한 승용차 구매전 정보탐색활동을 주부만으로 한정했기 때문에 이의 확대해석에는 주의가 요망된다.

그러나 기존의 라이프스타일 연구에서 정보탐색활동변수를 도입시켜 라이프스타일 고관여 제품의 정보탐색활동과의 관계를 고찰해 볼 수 있는 기회를 가졌고, 보다 건전한 라이프스타일 유형을 유추하는데 이해를 도울 수 있었다는 점에서 그 의의를 두고자 한다. 또한 라이프스타일 유형이 고관여 제품의 구매전 정보탐색 및 활용도와 깊은 관계가 있다는 점에서 후속 연구로는 라이프스타일과 고관여 제품의 구매전 정보탐색활동 및 활용도에 관한 보다 세부적인 변수들과의 관계를 규명하고 좋은 소비자교육 자료를 제공할 수 있는 연구가 나오길 기대한다.

### 참고문헌

- 1) 강이주(1984). 청소년의 생활양식 유형분석. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 2) 강미옥·이승신(1992). 소비자의 정보탐색행동에 관한 연구. 대한가정학지 30(1).
- 3) 강혜경(1988). 도시주부의 상품구매시 정보탐색활동에 관한 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 4) 김경미(1986). 도시주부의 라이프스타일 유형과 소비자행동에 관한 연구. 한양대학교 석사학위논문.
- 5) 김동기(1992). 소비자행동 분석. 서울:박영사.
- 6) 김승희(1989). 신세대 라이프스타일유형의 특성에 따른 광고매체이용에 관한 연구. 석사학위논문.
- 7) 김중근(1987). 승용차구매행동에 관한 다변량분석적 연구. 홍익대학교 박사학위논문.
- 8) 박선영(1983). 도시주부의 가정관리행동유형에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 9) 박상희(1986). 소형승용차의 세분화와 제품차별화 전략에 관한 연구:중형승용차를 중심으로. 중앙대학교 석사학위논문.
- 10) 배수현(1988). 한국소비자의 구매행동전 정보탐



- 색에 관한 실증적 연구. 고려대학교 석사학위논문.
- 11) 손향아(1985). 소비자 구매의사결정 과정에 있어서 정보원 선택에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
  - 12) 송용섭(1982). 현대소비자행동론. 서울 : 박영사.
  - 13) 심재엽(1983). 대학생들의 라이프스타일 결정요인에 관한 다변량분석. 한양대학교 석사학위논문.
  - 14) 임정빈 · 임혜경(1988). 도시주부의 라이프스타일. 한국가정관리학회지 6(1), 223-249.
  - 15) 오영희(1987). 소비자의 제품 관여도에 관한 실증적 연구 : 정보탐색활동을 중심으로. 성신여자대학교 석사학위논문.
  - 16) 서정목(1986). 소비자 정보이용성에 관한 연구 : 내구재 광고를 중심으로. 이화여자대학교 석사학위논문.
  - 17) 임경복(1991). 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구 : 여대생의 시간소비 유형을 중심으로. 이화여자대학교 석사학위논문.
  - 18) 여정성(1988). 소비자정보탐색의 결정요인 : 미국소비자들의 내구재 구매행동을 중심으로. 한국가정관리학회지 7(1), 15-23.
  - 19) 이동현(1989). 도시주부의 라이프스타일 유형에 관한 연구 : 광주직할시 거주 주부들을 중심으로. 조선대학교 석사학위논문.
  - 20) 이은경(1985). 청소년 소비자의 정보탐색활동에 관한 일 고찰. 이화여자대학교 석사학위논문.
  - 21) 이은재 · 윤정혜(1989). 도시 저소득층소비자의 구매장소범위와 정보탐색행동. 대한가정학회지 27(4), 85-103.
  - 22) 조계순(1988). 생활양식에 영향을 미치는 가정환경변인들 : 대전시 여고생을 중심으로. 충남대학교 석사학위논문.
  - 23) 한귀식(1983). 한국도시주부의 생활양식과 구매행동에 관한 연구 : 화장품 구매를 중심으로. 성균관대학교 석사학위논문.
  - 24) Enger, J.F. & Blackwell, R.D.(1982). *Consumer Behavior*, 4th edition. New York : Dryden Press.
  - 25) Gross, L.H., Crandall, E.W. & Knoll, M.M.(1981). *Management For Modern Families*, 5ed. Englewood chiffs N.Y. : Perntice-Hall.
  - 26) James, F.E., Roger, D.B. & Paul, W.M.(1992). *Consumer Behavior*, 6ed. New York : Dryden Press.
  - 27) John, L.L., John, M.JR. & Erich, A.J.(1990). Evaluating the Measurement Validity of Lifestyle Typologies Qualitative Measurement and Multiplicative Factoring. *Journal of Marketing Research*. 27, 11-23.
  - 28) Moore, K.D.(1980). *Marketing Management, Analysis, Planning, and Control*, 4ed. Englewood cliffs, NJ : Prentice Hall.
  - 29) Mannino, F. An Ecological approach to understanding Family and Community Relations. *Journal of Home Economics*.
  - 30) Nickell, P., Rice, A.S. & Tucker, S.P.(1979). *Management in Family Living*, 5ed. John Wkley and Sons N.Y.
  - 31) Swagler R.M.(1979). *Consumer and Market*. Massachusetts D.C Health And Company.
  - 32) Raymond Search.(1988). Carmakers step up chase for woman, Advertising Age.
  - 33) Walters, C.G.(1978). *Consumer Behavior*, 3ed. Illinois : Richard Irwin.