

기성복 소비자의 구매불안척도 개발과 타당도 검증

유 태 순

효성여자대학교 가정대학 의류학과

Development and Validation of Ready-Made Clothes Consumer Anxiety Scale

Tai-Soon Yoo

Dept. of Clothing and Textiles, Hyosung Women's University

(1994. 9. 30 접수)

Abstract

The main purpose of this study was to develop and validate a scale for measuring situation-specific anxiety that consumers experience while shopping for ready-to-wear clothes. A 92 five-point items, Likert type scale, entitled the RMCCAS(The Ready-Made Clothes Consumer Anxiety Scale) was developed and administered to 354 female college students. Data collected were subjected to a series of statistical analysis: item analysis, factor analysis, estimation of validity and reliability and descriptive statistics.

A second-order factor analysis conducted to 15 factors obtained from a first-order factor analysis yielded three factors; Fitness of Fashion and Design to individuality and time(scale 1), Reliance on Price and Quality including Suitableness of Material and Color(scale 2), and Practicality in Dressing and Maintaining(scale 3). Obtained concurrent validity of the RMCCAS subscales with the trait anxiety were .056(subscale 1), .082(subscale 2), .033(subscale 3), and .050(total scale). that with state anxiety were .421(subscale 1), .217(subscale 2), .198(subscale 3), and .407(total scale); that with the CPAS were .721(subscale 1), .789(subscale 2), .570(subscale 3), and .841(total scale). All of the obtained coefficients of Cronbach alpha, split-half reliability, and test-retested reliability over an interval of 8 weeks were above .80. Besides, descriptive data from the RMCCAS satisfactorily supported conditions required for the normal distribution of obtained scores.

In conclusion, a close examination of validity, reliability, and descriptive statistics of the RMCCAS indicates that three subscales including the scale have a reasonable scaling-properties. Further research is suggested for obtaining norms for more representative target samples and for tapping the possibility of using subscale 2 as a unidimensional measure.

*이 연구는 1993년도 한국학술진흥재단의 공모과제 연구비에 의하여 연구되었음.

I. 서 론

소비자 행동이론에 의하면 상품 선택과 구매라고 하는 의사결정 상황에 직면하면 소비자는 불확실성과 위험을 경험하게 되며 결과적으로 상당한 수준의 불안을 느끼게 된다(Bauer, 1960; Cox, 1967; Taylor, 1974; Coughlin & O'Coner, 1984). 소비자 행동에 있어서의 지각된 위험과 불안간의 관계는 오랫동안 활발히 연구되어졌으며, 특히, 의류상품학 분야에서 광범하게 다루어 왔다(Cox & Rich, 1964; Winakor, Canton & Swinney 1980; Minshall, Winakor & Swinney 1982; Winakor & Navarro, 1987). 그러나 이들 연구들은 주로 지각된 위험의 구성요소와 측정방법, 위험지각 감소전략 등과 같이 지각된 위험에만 국한되었고 지각된 위험의 구성요소와 불안사이의 관계에 대한 연구는 희소하였다.

소비자의 불안을 정확하게 이해하지 않고서 위험지각 감소전략을 개발한다는 것은 거의 무의미하며 합리적이고 체계적인 상품생산 계획과 판매전략 수립도 어렵다는 것은 이미 널리 알려진 사실이다. 바꾸어 말하자면 구매불안은 소비자 행동연구에서 가장 핵심적인 변인 중의 하나이다. 그럼에도 불구하고 Schaniger (1976), Bernhanrdt(1981), 이지은(1990), 김영란(1991) 등의 연구를 제외하면 불확실성, 위험지각 및 구매불안간의 관계를 다룬 경험적인 연구는 미미하다. 특히, 소비자의 상품선택 및 구매불안을 타당하고 신뢰롭게 측정하는 실용적인 도구의 부재가 가장 큰 문제로 지적되어 왔다(Coughlin & O'Coner, 1984).

Spielberger, Gorsuch & Luschen(1970)의 상황 특수불안 이론에 입각하여 기성복을 구매할 때에, 의복을 맞추어 입을 때에 그리고 자기가 직접 옷을 만들기 위해 필요한 재료를 구입할 때에 여성 소비자들이 일반적으로 겪게 되는 불안을 측정하기 위해 유태순(1992)은 의복 구매불안 척도(CPAS: Clothing Purchasing Anxiety Scale)를 개발하였다. 그러나 이 척도는 의복을 맞출 때와 의복을 직접 만들어 입기 위해 옷감, 단추 등을 구입할 때에 소비자들이 겪게 되는 불안도 측정하고 있기 때문에 기성복을 구입할 때에 소비자들이 겪는 불안만을 측정하는 상황 특수적 측정도구가 아니었다. 기성복 의존도의 급격한 증가로

인해 패션 디자이너와 마케팅 매니저를 포함하여 많은 의류산업 종사자들이 절감하고 있는 기성복 소비자의 구매불안을 측정할 수 있는 상황 특수적 불안척도의 개발에 대한 요구에는 부응하지 못하였다.

그래서 이 연구는 CPAS를 기초로 하여 기성복 구매자들이 경험하는 불안을 개관적으로 보다 정확하게 측정할 수 있는 도구를 개발하고 그 타당성을 검증하여 실용화의 근거를 제시하고자 하였다.

II. 도구개발

검사문항을 제작하기 위해 먼저 의복행동을 측정할 목적으로 만들어진 각종 의복행동척도(Creekmore, 1966; 최혜선, 1981; 박은주, 1982; 이항숙, 1985; 김소연, 1986)를 분석하여 의복 상품 구매시에 소비자가 사용하는 공통적인 평가요소 또는 기준을 19개 추출하였다. 다시 그것을 129명의 여대생과 일반 가정주부 및 직업여성에게 제시하여 그들이 기성복을 구입할 때에 염려, 걱정하는 항목들을 지적하게 한 다음 그 결과를 분석해서 반응 빈도가 아주 적어 하나의 독립적 유목으로 간주하기 어려운 4개 항목은 제외하고 15개 항목을 선정했다. 15개의 평가요소는 문양(PA), 색상(CO), 디자인(DE), 소재(MA), 상품신뢰(LT), 품질(QA), 세탁(WA), 타인의 코멘트(OC), 애프터 서비스(AS), 유행(FA), 적합성(FI), 안락감(CM), 가격(PR), 구매(BU), 유용성(UT)이었다.

그런 다음 심리학 분야에서 사용되고 있는 10종의 불안척도(Taylor, 1951; Mandler & Sarason, 1952; Alpert & Haber, 1958; Sarason & Ganzer, 1962; Libert & Morris, 1967; Brush, 1978; Sarason, 1978; Morris, Kellaway & Smith, 1978; Richardson & Swinn, 1978; Spielberger, 1980)와 유태순(1992)의 CPAS를 참고하여 15개의 의류상품 평가항목을 중심으로 기성복 구매시의 소비자 불안을 측정하는 127개의 리커트식 5점평점문항을 만들어 2명의 심리측정 전문가, 5명의 패션 디자이너, 3명의 패션 머천다이지, 7명의 의류학과 대학원생들에게 의뢰하여 문항의 내용타당도를 평가하고 수정 보완해서 최종적으로 선정된 문항은 92개 문항이었다(부록 1참조). 이렇게 해서 만든 척도를 기성복 소비자의 구매불안척도

(Ready-Made Clothes Consumer Anxiety Scale; RMCCAS)라고 명명하였다.

RMCCAS를 다시 6명의 패션 디자이너와 패션 머천다이지 전문가에게 의뢰하여 총 92개의 문항을 하나씩 차례로 읽고 Q sorting 방식으로 15개 차원에 분류시킨 결과 PA는 7개 문항, LT는 4개 문항, QU는 6개 문항, WA는 5개 문항, CO는 8개 문항, DE는 8개 문항, OC는 4개 문항, MA는 14개 문항, AS는 4개 문항, FA는 6개 문항, FI는 7개 문항, CM는 2개 문항, PR는 7개 문항, BU는 4개 문항, UT는 6개 문항이었다.

III. 자료수집

효성여자대학교 재학생 가운데 1994학년도 1학기 교양선택 과목인 「패션과 여성」을 수강한 354명에게 RMCCAS와 함께 CPAS, 그리고 Spielberger, Gorsuch & Luschen(1970)의 불안척도(STAI: State-Trait Anxiety Inventory)를 실시하였다. STAI는 상황 불안척도(STAI-S)와 특성 불안척도(STAI-T)를 모두 실시했고, CPAS와 STAI를 실시한 이유는 RMCCAS의 공인 타당도를 추정하기 위함이었다.

문항마다 “일상생활에서 흔히 겪게되는 자신의 느낌이나 행동과 일치하는 정도”를 묻는 STAI-T와는 달리 STAI-S를 실시할 때는 문항마다 “기성복을 선택, 구입할 때에 갖게되는 자신의 느낌 또는 행동과 일치되는 정도”를 답하게 함으로써 기성복 구입시의 상황불안을 측정하도록 지시하였다. 내용이 유사한 4종의 검사를 연속적으로 실시함으로써 나타날 수 있는 검사실효를 통제할 목적으로 4종의 검사는 피험자마다 실시순서를 무선적으로 결정하였다.

4개의 검사는 1993년 4월부터 1개월 동안 1주 간격으로 실시했으며, RMCCAS의 재검사 신뢰도를 추정하기 위하여 RMCCAS를 실시한 8주 후에 모든 피험자에게 RMCCAS를 다시 한번 실시하였다.

IV. 통계분석

RMCCAS의 92개 문항에 대한 응답은 문항분석(문항별 선택지의 반응빈도의 백분율, 변별도, CPAS 및 STAI 특성 불안척도간의 상관계수를 지표로 하는 문

항 타당도)을 한 후에 인자분석(Varimax 회전에 의한 주성분 분석)을 해서 15개 인자를 획득하였다. 15개의 인자를 그대로 사용하면 분석적이고 정밀성이 높다는 장점은 있지만 인자수가 많고 그로 인해 일어날 수 있는 혼돈을 최소화시키고 도구사용의 실용성을 높일 목적으로 2차 인자분석을 하였다. 2차 인자분석도 Varimax 회전에 의한 주성분 분석을 하였다. 1차 인자분석에서 추출된 15개 인자 중에 인자 14와 15는 각각 1개 문항뿐이었기 때문에 2차 인자분석을 할 때 인자 14와 15는 하나로 묶어 인자 14로 취급하였다.

RMCCAS의 타당도를 추정하기 위해서는 RMCCAS와 STAI(특성 불안척도 및 상황 불안척도) 및 CPAS 점수간의 적률상관계수를 산출하였고, 신뢰도를 추정하기 위해서는 반분신뢰도, 8주 간격 검사-재검사 신뢰도, Cronbach alpha 계수를 구하였다.

그런 다음 RMCCAS 득점분포의 특징을 파악하고 RMCCAS의 실용화에 참고할 수 있도록 평균과 표준편차를 비롯하여 각종 기술 통계치를 구하였다. 통계치는 1차 인자분석에서 추출된 14개 하위척도(인자 14와 15는 병합)와 2차 인자분석에서 획득한 3개 하위척도별로 각각 분리해서 산출했고 92개 문항 전체에서 피조사자들이 받은 총점에 대한 통계치도 구하였다.

V. 결 과

1. 인자구조

1차 인자분석에서 추출된 15개 인자 중에 인자 1(10개 문항)은 전체분산의 8.6%, 인자 3(10개 문항)은 39.3%, 인자 5(7개 문항)는 15.5%, 인자 9(7개 문항)는 6.5%, 인자 12(3개 문항)는 6.7%를 설명하고 있다. 이들 5개 인자가 전체 분산을 설명하는 양은 76.6%이다. 나머지 10개 인자는 10개 문항으로 구성된 것도 있고 불과 1개 문항으로 구성된 인자들도 있다. 전체 분산을 설명하고 있는 정도는 0.5~3.3%이고 전체 분산을 1개 인자평균 2.4%정도 설명하고 있을 뿐이다(부록 2참조).

한편, 2차 인자분석을 통해 획득한 3개 인자 중에 전체 분산의 35.9%를 설명하고 40개의 문항으로 구성된 인자 1(1차 인자분석에서 인자 2, 6, 7, 8, 11, 13)은 주로 유행과 디자인의 적합성에 대한 불안을 나타내는 문항으로 구성되어 있기 때문에 유행과 디자인

<표 1> RMCCAS의 2차 인자분석 결과 요약

2nd 1st	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Eigenvalue	Communality	PCT of VAR	CUM PCT
2	.78	-.02	.23	2.33	.67	16.6	16.6
6	.74	.26	-.04	.75	.62	5.4	22.0
11	.74	.08	.21	.40	.60	2.9	24.9
7	.71	.02	.27	.58	.58	4.4	29.3
8	.53	.24	.49	.55	.58	4.1	33.4
13	.45	.29	.24	.34	.35	2.5	35.9
3	.08	.75	-.09	1.05	.58	7.5	43.4
9	.12	.74	-.10	.55	.57	4.0	47.0
5	.27	.69	-.03	.78	.55	5.6	52.6
1	.24	.68	.04	4.52	.51	32.3	84.9
12	.19	.63	-.04	.37	.43	2.6	87.5
14	.03	.16	.79	.32	.65	2.3	89.8
4	.42	-.06	.69	.96	.66	6.9	96.7
10	.39	-.10	.62	.43	.55	3.1	99.8

의 적합성에 대한 불안인자라고 규정했다. 전체 분산의 52.0%를 설명하고 37개 문항으로 이루어진 인자 2 (1차 인자분석에서 인자 1, 3, 5, 9, 12)는 가격과 품질에 대한 신뢰와 소재 및 색상의 적합성에 대한 염려와 관련되는 문항들이 결집되어 있기 때문에 가격과 품질에 대한 신뢰와 소재 및 색상의 적합성에 대한 불안인자라고 이름 붙였다. 14개 문항으로 구성되었고 전체 분산의 12.3%를 설명하고 있는 인자 3(1차 인자분석에서 인자 4, 10, 14)은 대부분의 문항이 착용과 관리상의 실용성에 관계되는 불안을 묘사하는 문항으로 이루어져 있기 때문에 착용과 관리상의 실용성에 대한 불안인자라고 하였다.

인자 1, 3, 5, 9, 12는 가격과 품질에 대한 신뢰와 소재 및 색상의 적합성에 대한 염려와 관련되는 문항들이 결집되어 있기 때문에 가격과 품질에 대한 신뢰와 소재 및 색상의 적합성에 대한 불안인자라고 이름 붙였다. 14개 문항으로 구성되었고 전체 분산의 12.3%를 설명하고 있는 인자 3(1차 인자분석에서 인자 4, 10, 14)은 대부분의 문항이 착용과 관리상의 실용성에 관계되는 불안을 묘사하는 문항으로 이루어져 있기 때문에 착용과 관리상의 실용성에 대한 불안인자라고 하였다.

1차 인자분석에서 전체 분산의 6.5%이상씩 설명하

는 5개 인자(인자 1, 3, 5, 9, 12)가 모여 2차 인자분석에서 추출된 인자 2(가격과 품질에 대한 신뢰와 소재 및 색상의 적합성에 대한 불안)가 되었다는 것을 주목할 가치가 있다.

2. 타당도 추정

STAI 특성 불안척도 및 상황 불안척도 특점과 CAPS의 총점을 각각 외적 준거로 하여 Pearson의 적률상관계수로 추정한 RMCCAS의 공인타당도 계수는 다음 <표 2>와 같다. <표 2>에서 Factor란의 아라비아숫자는 1차 인자분석에서 추출된 인자이고 하위척도를 가르키는 로마자는 2차 인자분석에서 추출된 인자를 지칭한다.

1차 인자분석을 통해 추출한 14개 하위척도 특점과 STAI 특성 불안척도 특점간의 상관계수는 .003~.162 범위에 산포되어 있고, RMCCAS의 인자 5 및 8과 STAI의 특성 불안과의 상관계수만이 1% 수준에서 통계적으로 유의하다. 2차 인자분석에서 획득된 3개 인자와 특성 불안과의 상관계수도 각각 .056, .042, .082로 유의하지 않다는 것이 밝혀졌다. RMCCAS 총점과 STAI특성 불안척도간의 상관계수도 .05에 불과하며 역시 1% 수준에서 통계적으로 유의하지 않다.

<표 2> RMCCAS의 타당도 계수

Factor (Subscale)	STAI Trait Anxiety	STAI State Anxiety	CPAS
2	.003	.268**	.689**
6	.107	.354**	.506**
11	.017	.220**	.635**
7	.085	.203**	.609**
8	.162*	.524**	.598**
13	.096	.275**	.343**
I	.056	.421**	.721**
3	.042	.323**	.627**
9	.063	.171**	.559**
5	.147*	.477**	.604**
1	.096	.363**	.751**
12	.054	.322**	.288**
II	.082	.217**	.789**
14	.048	.188**	.274**
4	.009	.164*	.556**
10	.056	.163*	.419**
III	.033	.198**	.570**
Total	.050	.407**	.841**

*p<.01, **p<.001

한편, STAI 상황 불안척도와 1차 인자분석에서 얻은 RMCCAS 14개 하위척도와와의 상관계수는 .163~.524 범위에 있고, 중앙치가 .275이며 1% 수준에서 모두 통계적으로 유의하다고 나타났다. 상황 불안척점과 RMCCAS 총점간의 상관계수는 .407이고, 역시 1% 수준에서 통계적으로 유의하다. 2차 인자분석에서 추출된 3개 하위척도와 특성 불안과의 상관계수는 각각 .421, .217, .198이고 모두 0.1% 수준에서 통계적으로 유의하다.

1차 인자분석에서 추출된 RMCCAS 14개 하위척도와 CPAS간의 상관계수는 .274~.689 범위에 있고, 중앙치는 .579이며 .01% 수준에서 모두 유의하다. 2차 인자분석을 통해 얻은 3개 하위척도와 CPAS와의 상관계수는 각각 .721, .789, .570이고 .01% 수준에서 모두 통계적으로 유의하다고 나타났다. RMCCAS 총점과 CPAS의 총점간의 상관계수는 .841이고 역시 0.1% 수준에서 통계적으로 유의하다.

3. 신뢰도 추정

RMCCAS의 신뢰도를 추정하기 위해 Cronbach alpha로 산출한 내적합치도, Spearman-Brown 공식으로 추정된 반분 신뢰도, 8주 간격으로 실시한 검사-재검사 신뢰도는 다음 <표 3>과 같다. <표 3>에서 Factor 란의 아라비아숫자는 1차 인자분석을 통해 획득한 인자이고, 2차 인자분석에서 추출된 인자는 로마자로 나타났다.

인자 6, 8, 10, 12, 13, 14를 제외하면 1차 인자분석에서 추출된 RMCCAS 14개 인자 중에 8개 인자 또는 하위척도의 내적합치도 계수는 모두 .80 이상이다. 인자 5, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 14의 반분신뢰도는 모두 .80이하이고 반분신뢰도가 .80이상인 하위척도는 인자 1, 2, 3, 4, 7, 9이다. 하위척도 인자 6, 8, 10, 12, 13, 14의 검사-재검사 신뢰도는 모두 .80 이하이고 인자 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11의 검사-재검

<표 3> RMCCAS의 신뢰도 계수

Factor (Subscale)	Cronbach Alpha Coefficient	Split-half Reliability Coefficient	Test-Retest Reliability Coefficient
2	.851**	.825**	.834**
6	.796**	.727**	.787**
11	.801**	.619**	.811**
7	.823**	.831**	.809**
8	.781**	.739**	.792**
13	.486**	.513**	.489**
I	.924**	.842**	.887**
3	.869*	.821**	.854**
9	.809**	.801**	.807**
5	.798*	.769**	.804**
1	.879**	.831**	.882**
12	.675**	.551**	.635**
II	.877**	.814**	.811**
14	.372**	.415**	.124**
4	.840**	.808**	.825**
10	.759**	.718**	.674**
III	.851**	.802**	.803**
Total	.923**	.821**	.825**

**p<.001

사 반분신뢰도는 .80 이상이다.

2차 인자분석을 통해 추출된 3개 하위척도의 내적합치도는 .924, .877, .851이고 반분신뢰도는 .842, .814, .802이며 검사-재검사 신뢰도는 .887, .811, .803이다. 2차 인자분석에서 추출된 3개 하위척도와 전체 검사의 신뢰도 계수는 모두 .80 이상이다. 그리고 검사전체(92개 문항)의 내적합치도, 반분신뢰도, 검사-재검사 신뢰도는 각각 .923, .821, .825이다. 즉, 2차 인자분석을 통해 추출된 3개 하위척도의 각종 신뢰도는 각각 0.1% 수준에서 통계적으로 유의하고 심리측정이론상 모두 만족할만한 수준이다.

4. 기술통계치

1차 인자분석에서 얻은 14개 하위척도와 2차 인자분석을 통해 추출한 3개 하위척도 특점에 대해 하위척도 별로 분포의 특징을 이해하는데 필요한 기술 통계치(최고치, 최하치, 범위, 평균, 표준편차, 종도, 용도)

와 RMCCAS의 총점에 대한 기술통계치도 구했고, 그 결과는 다음 <표 4>와 같다. <표 4>에서도 Factor란의 아라비아숫자는 1차 인자분석을 통해 추출된 인자를 나타내고 로마 숫자는 2차 인자분석을 획득한 인자를 가르친다.

하위척도의 문항 수가 다르기 때문에 하위척도간에 평균과 표준편차를 비교하는 것은 무의미하다. 평균, 중앙치, 범위, 표준편차, 종도, 용도 등을 종합적으로 연관지워보면 1차 인자분석에서 획득한 14개 하위척도의 점수분포는 정상분포가 아니고 정적 또는 부적으로 편포되는 경향이 있으며 종도도 지나치게 낮거나 높다.

그에 비하면, 2차 인자분석을 통해 획득한 3개 하위척도의 득점과 총점의 분포상태는 거의 정상분포곡선에 가깝고, 종도와 용도도 정상분포곡선 이론에 비추어 만족할만 하다. 특히, 인자 II(Sub II)의 득점분포는 정상분포가 구비해야 할 조건이 비교적 충실하게

<표 4> RMCCAS 특점의 기술 통계치

Factor (Subscale)	No of item	Min	Max	Range	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
2	10	11.00	50.00	39.00	32.189	7.663	.065	-.450
6	7	9.00	35.00	26.00	24.384	5.580	-.303	-.513
11	5	6.00	25.00	19.00	15.893	4.617	.035	-.793
7	6	6.00	28.00	22.00	15.362	4.861	.350	-.879
8	8	10.00	39.00	29.00	24.42	5.878	-.142	-.589
13	4	7.00	20.00	13.00	15.636	2.262	-.926	.983
I	40	59.00	185.00	126.00	127.887	23.113	.126	-.291
3	10	20.00	50.00	30.00	36.364	5.438	-.214	-.199
9	7	14.00	35.00	21.00	25.703	3.427	-.172	.144
5	7	18.00	35.00	17.00	29.856	3.314	-.588	.120
1	10	21.00	49.00	28.00	37.390	5.309	-.257	.172
12	3	7.00	15.00	8.00	12.712	1.638	-.861	.621
II	37	122.00	175.00	53.00	142.025	7.826	.505	.727
14	2	3.00	10.00	7.00	7.356	1.516	-.560	-.062
4	8	8.00	40.00	32.00	25.000	6.549	-.131	-.407
10	5	8.00	25.00	17.00	20.429	3.356	-.966	1.046
III	15	26.00	74.00	48.00	52.785	9.586	-.312	-.097
Total	92	230.00	413.00	183.00	322.698	32.720	.123	-.288

갖추어져 있다. RMCCAS의 총점 분포도 평균과 표준편차 그리고 종도와 용도를 종합해서 보면 정상분포 곡선을 이루고 있다.

IV. 논의 및 결론

기성복 소비자의 상품선택 및 구매불안의 요인구조를 밝히고 기성복 소비자의 구매불안을 분석적으로 측정할 수 있는 도구를 개발하기 위하여 이 연구에서 표집한 조사대상은 기성복을 구매하는 전체 여성을 대표할 수 있게 표집되지 않았다. 엄격하게 말한다면, 우리나라 여자 대학생을 대표하는 표본도 아니다. 또한, 이런 데이터는 소비자가 기성복을 구매하는 현장에서 수집해야겠지만 강의시간 중에 교실에서 수집했다는 것도 문제된다. 조사대상의 표집과 자료수집 절차에서 몇가지 제한점이 있지만 RMCCAS의 타당도와 신뢰도를 고려하고 박기연(1985)과 김경순(1988)의 연구에서 여대생들은 기성복을 가장 많이 소비하는 계층이

고 자신의 생각, 느낌, 행동 등을 비교적 정확하게 내세워서 보고할 수 있는 자라는 것을 감안하면 이 연구 결과는 기성복 소비자들이 겪게 되는 불안의 구성요소를 규명할 때에 사용할 수 있는 기본적인 틀을 마련하는데 필요한 조건은 갖추었다고 본다.

1차 인자분석을 해서 추출된 15개 인자는 그 수가 너무 많아 의류상품기획 등과 같은 특수한 목적이 아니면 실용성이 낮다. 그러나 2차 인자분석을 통해 얻은 3개의 인자는 인자구조가 보다 단순해서 기성복 구매자의 불안을 측정, 해석하는데 아주 간편하고 실용적이다. 2차 인자분석 결과를 중심으로 말한다면 기성복을 구매할 때 소비자가 겪는 불안은 유행과 디자인의 적합성, 가격과 품질에 대한 신뢰와 소재 및 색상의 적합성, 착용과 관리상의 실용성이란 3개의 요인으로 구성되었다고 할 수 있다.

특히, 2차 인자분석에서 추출된 인자 II는 전체 분산의 52%를 설명하고 있을 뿐만 아니라 1차 인자분석에서 밝혀진 그것들의 문항별 eigen-value을 고려할

때에 그리고 1차 인자분석에서 각각 전체 분산의 6% 이상을 설명하고 총 76.6%의 분산을 설명하는 인자 1, 3, 5, 9, 12로 구성되었다는 점을 감안하면 인자 II는 기성복 구매불안측정에서 특별한 의미가 부여된다.

1차 인자분석과 2차 인자분석에서 추출된 RMCCAS의 하위척도와 STAI의 특성 불안척도간의 상관계수는 1차 인자분석에서 획득한 하위척도 5와 8을 제외하면 모두 1% 수준에서 통계적으로 유의하지 않다. 반면에 RMCCAS의 하위척도와 STAI 상황 불안척도간의 상관계수는 1차와 2차 인자분석에서 획득한 하위척도별로 공히 통계적으로 유의하고, RMCCAS와 CPAS간의 상관계수는 그에 비해 훨씬 더 높다. 이는 기성복 구매자가 경험하는 구매불안은 소비자가 성격적으로 갖고 있는 특성 불안과는 관계가 없고, 기성복을 구매하는 상황에서 느끼게 되는 상황 불안과 관계가 있다는 것을 의미하여 RMCCAS의 논리적 타당성을 지지하여 주고 있다. Schaninger (1976), 이지은(1990)과 김영란(1991) 등이 보고한 상황-특성 불안과 의복선택 구매행동과의 상관관계는 이 연구에서 얻어진 결과와 거의 일치한다. 유태순(1992)의 연구에서 보고한 상황-특성 불안과 CPAS간의 상관계수도 이 연구에서 추정된 RMCCAS의 타당도와 거의 비슷하다.

RMCCAS의 신뢰도는 1차 인자분석에서 획득한 15개 하위척도에서 .80이하인 것도 있다. 그러나 2차 인자분석을 통해 추출한 3개 하위척도와 총점의 신뢰도는 모두 .80이상이어서 전반적으로 만족할만한 수준이다. 특히, 2차 인자분석을 통해 얻은 3개 하위척도와 총점의 Cronbach alpha 계수와 반분신뢰도가 높다는 것은 검사문항의 동질성을 지지하여 주는 지표로 해석할 때에 RMCCAS는 의류상품 소비자의 상품선택 및 구매불안을 측정하는 척도로서 신뢰도가 충분히 인정되는 척도이다.

우리나라 전체 여성을 대표할 수 있게 표집하거나 특정 연령층의 여성들을 무선표집하여 그들이 기성복을 구매하는 현장에서 RMCCAS를 실시하여 필요한 자료를 수집, 분석하는 후속연구가 요망되나 RMCCAS의 인자분석 결과와 타당도, 신뢰도 그리고 각종 기술 통계치를 종합적으로 검토해서 이 연구에서는 최종적으로 다음과 같은 4가지 결론을 내렸다.

(1) 기성복을 선택 구매할 때에 여성 소비자가 겪게 되는 불안은 유행과 디자인의 적합성, 가격과 품질에 대한 신뢰와 소재 및 색상의 적합성, 그리고 착용과 관리상의 실용성이라고 하는 세가지 요인으로 구성되어 있다.

(2) 이들 3개 요인으로 구성되는 기성복 소비자의 상품선택 구매불안은 개개 소비자들이 성격적 또는 기질적으로 갖고 있는 특성불안과는 비교적 독립된 상황-특수적인 요인이다.

(3) 타당도와 신뢰도를 고려할 때 2차 인자분석을 통해 획득한 RMCCAS는 기성복 구매자의 구매불안을 측정하는데 사용할 수 있는 유용한 두구이다.

(4) 기성복 구매자의 불안을 짧은 시간에 신속하게 그리고 간편하게 측정하고자 할 때는 40개 문항으로 구성되어 있는 RMCCAS의 하위척도 2(가격과 품질에 대한 신뢰와 소재 및 색상의 적합성)만을 갖고 기성복 구매자의 불안을 측정하는 간이척도로 사용할 수 있다.

참 고 문 헌

- 1) 김경순(1988), 대학생의 의복구매행동에 관한 조사 연구, 건국대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- 2) 김소연(1986), 성인여성의 의복선택행동과 관련변인 연구, 경북대학교 대학원, 석사학위논문.
- 3) 김영란(1991), 상황-특성불안과 의복 선택-구매행동과의 상관관계, 효성여자대학교 대학원, 석사학위논문.
- 4) 박기연(1985), 여성 기성복 구매행동에 따른 마케팅 프로모션에 관한 연구, 세종대학교 대학원, 석사학위논문.
- 5) 박은주(1982), 의복선택기준에 관한 요인구조분석, 서울대학교 대학원, 석사학위논문.
- 6) 유태순(1992), 의복 구매불안 척도의 개발, 효성여자대학교, 연구논문집 제44집, 287-309.
- 7) 이지은(1990), 불안수준에 따른 의복선택-구매기준의 비교, 효성여자대학교 대학원, 석사학위논문.
- 8) 이향숙(1985), 직업여성의 의복선택행동에 관한 연구, 부산대학교 대학원, 석사학위논문.
- 9) 최혜선(1981), 의복행동과 사회적 안정감-불안감의 관계에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문.
- 10) Alpert, R., & Haber, R.N.(1958). Anxiety in Achievement Situations. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 61, 207-215.

- 11) Bauer, R.A.(1960). Consumer Behavior as Risk Taking. In R. S. Hancock(Ed.), *Dynamic Marketing for a changing World: Proceedings of the 43rd Conference of the American Marketing Association*.
- 12) Bernhardt, K.L.(1981). Consumer Problems and Complaint Actions of Older Americans: A National View. *Journal of Retailing*, 57, 107-123.
- 13) Coughin, M., & O'Conor, P.J. (1984). Risk Shifting in Joint Consumer Decision Making. *American Consumer Research*, 165-169.
- 14) Cox, D.F., & Rich, S.U. (1964). Perceived Risk and Consumer Decision Making-the Case of Telephone Shopping. *Journal of Marketing Research*, 1, 32-39.
- 15) Cox, D.F.(1967). Risk Handling in Consumer Behavior-An Intensive Study of Two Cases. In D.F. Cox (Ed), *Risk Handling in Consumer Behavior* Boston: Harvard University, 34-40.
- 16) Creekmore, A.M.(1981), Methods of Measuring Clothing Variables, Michigan Agricultural Experiment Station Project.
- 17) Libert, R., & Morris, L.W.(1967). Cognitive and Emotional Components of Test-Anxiety: A Distinction and Some Initial Data. *Psychological Report*, 20, 975-978.
- 18) Mandler, G., & Sarason, S.B.(1952). A Study of Anxiety and Learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47, 166-173.
- 19) Minshall, B., Winakor, G., & Swinney, J.L.(1982). Fashion Preference of Males and Females, Risks Perceived, and Temporal Quality of Styles. *Home Economic Research Journal*, 20, 368-379.
- 20) Morris, L. W., Kellaway, D.S., & Smith, D.H.(1978). Mathematics Anxiety Rating Scales: Predicting Anxiety Experiences and Academic Performance in two Groups of Students. *Journal of Educational Psychology*, 70, 589-594.
- 21) Richardson, F.C., & Swinn, R.M.(1978). The mathematics Anxiety Rating Scale: Psychometric data. *Journal of Counseling Psychology*, 44, 555-554.
- 22) Sarason, I.G.(1978). The Test Anxiety Scale: Concept and Research. In C.D. Spielberger, & I.G. Sarason(Eds.), *Stress and Anxiety*(Vol.5). Washington, D.C.: Hemisphere.
- 23) Sarason, I.G., & Ganzer, V.J.(1962). Anxiety Reinforcement and Experimental Instructions in a Free Verbalization Situation. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65, 300-407.
- 24) Schaninger, C.M.(1976). Perceived Risk and Personality. *Journal of Consumer Research*, 3, 95-100.
- 25) Spielberger, C.D.(1980). *Test Anxiety Inventory, Preliminary Professional Manual for the Test Anxiety Inventory*. Palo Alto, California: Consulting Psychologists Press.
- 26) Spielberger, C.D., Gorsuch, R.L., & Luschen, R.E., (1970), *Manual of The State-Trait Anxiety Inventory (Self-Evaluation Questionnaire)*. Palo Alto, California: Consulting Psychologists Press.
- 27) Taylor, J.A.(1951). The relation of anxiety to the conditioned eyelid response. *Journal of Experimental Psychology*, 41, 81-92.
- 28) Taylor, J.A.(1974), The Role of Risk in Consumer Behavior. *Journal of Marketing*, 38, 54-60.
- 29) Winakor, G., Canton, B., & Wolins. L.(1980). Perceived Fashion Risk and Self-Esteem of Males and Females. *Home Economics Research Journal*, 18, 45-48.
- 30) Winakor, G., & Navarro, R.(1987). Effect of A Chromatic Value of Stimulus on Responses to Women's Clothing Styles. *Clothing and Textiles Research Journal*, 5, 40-48.

<부록 1>

[RMCCAS]

의복구매에 관한 설문지

<일러두기>

마음에 드는 기성복을 골라 사기로 결심할 때에 혹은 값을 지불하는 순간에도, 사라마에 따라 정도의 차이가 있을 뿐이지 여러가지 이유로 기성복을 사는 우리들은 누구나 다소 불안감을 갖게 됩니다. 따라서 이 설문지는 자기 자신이 입을 기성복을 살때에 흔히 겪게 되는 의심, 염려, 걱정, 불안해 하는 내용이 무엇이며 그 강도가 어느 정도인지를 알아보기 위해 만들었습니다.

여러분들이 이 설문지에 답하신 내용은 통계적으로 정확하게 분석되어 그 결과를 기성복 제작회사에 제공됨으로써 앞으로 우리 소비자들이 좀 더 안심하고 살 수 있는 옷을 만들어 판매하는 데 도움이 되도록 하려고 합니다. 이 설문지에 있는 진술문(문장)을 주의깊게 잘 읽고 솔직하고 성실하게 한 문제라도 빠짐없이 답하여 주시길 부탁드립니다.

이 설문지에 답하는 요령은 뒷면에 있는 113개의 진술문(문장)을 읽어 가면서 옷을 살 때에 평소 자신이 갖게 되는 의심, 염려, 걱정, 불안의 정도를 아래와 같은 기준에 의해 답란에 정확하게 표시하면 됩니다.

【예문】 옷감에 무늬가 잘 어울리지 않을까 걱정한다.

- 1. “아주 그렇다” (100번중 86-100번 정도)이면 ①②③④⑤
- 2. “대체로 그렇다” (100번중 65-85번 정도)이면 ①②③④⑤
- 3. “보통 그렇다” (100번중 36-65번 정도)이면 ①②③④⑤
- 4. “가끔 그렇다” (100번중 16-35번 정도)이면 ①②③④⑤
- 5. “어쩌다 그렇다” (100번중 0-15번 정도)이면 ①②③④⑤

- 1. 너무 최신 유행하는 무늬가 아닐지 염려한다.①②③④⑤
- 2. 치수 표시가 정확하지 않을까 걱정한다.①②③④⑤
- 3. 바느질(단처리, 솔기, 박음질 등)이 꼼꼼하게 되어 있지 않았을까 염려한다.①②③④⑤
- 4. 기계세탁을 하면 실밥, 레이스, 단추 등이 쉽게 상할까 걱정된다.①②③④⑤
- 5. 지나치게 눈에 띄는 색상일까봐 불안해진다.①②③④⑤
- 6. 너무 대담한 디자인일까 걱정되어 선택하기를 망설인다.①②③④⑤
- 7. 내가 사려는 옷의 무늬를 보고 남들이 뭐라고 말할까 마음에 걸린다.①②③④⑤
- 8. 남들이 옷감 자체를 잘못 선택했다고 말할까 걱정된다.①②③④⑤
- 9. 금방 입기 싫어지는 색상일까 사기를 주저한다.①②③④⑤
- 10. 더 마음에 드는 옷감으로 만든 옷이 다른 상점에 있지 않을까 걱정한다.①②③④⑤
- 11. 부속품(단추, 악세사리 등)을 잃어 버렸을 경우 똑같은 것을 구할 수 없을까 염려한다.①②③④⑤
- 12. 유행이 지나가서 곧 못 입게 될까 걱정한다.①②③④⑤
- 13. 옷감에 적합하지 않은 디자인일까 염려한다.①②③④⑤
- 14. 세탁하면 색상이 너무 쉽게 변할까 걱정한다.①②③④⑤
- 15. 디자인이 나의 연령이나 직업에 적합하지 않을까 염려된다.①②③④⑤

16. 취급주의(세탁법, 건조법, 다림질법)표시가 엉터리는 아닐까 의심한다.①②③④⑤
17. 세탁후 모양이 변할까 염려한다.①②③④⑤
18. 상표가 가짜일까봐 불안하다.①②③④⑤
19. 흠집이 있는 옷은 아닐까 의심하게 된다.①②③④⑤
20. 너무 뒤틀리 비치는 옷감일까 염려한다.①②③④⑤
21. 입고 벗기에 불편할까 걱정된다.①②③④⑤
22. 옷감이 너무 최신 유행하는 것은 아닐까 우려된다.①②③④⑤
23. 제품의 성분 표시(소재)가 제대로 되어 있을까 의심한다.①②③④⑤
24. 무늬가 나의 연령이나 직업에 어울리지 않을까 염려한다.①②③④⑤
25. 정찰가격을 믿어도 될지 의심하게 된다.①②③④⑤
26. 너무 흔한 옷감이 아닐까 염려한다.①②③④⑤
27. 의논이나 허락없이 옷을 샀다고 꾸중을 들을까 겁이난다.①②③④⑤
28. 조금만 더 기다리면 할인판매 할까봐 사기를 주저한다.①②③④⑤
29. 사려는 옷의 디자인이 갖고 있는 옷과 조화가 잘 되지 않을까 염려한다.①②③④⑤
30. 디자인이 쉽게 싫증날까 걱정한다.①②③④⑤
31. 피부를 상하게 하는 옷감일까 걱정한다.①②③④⑤
32. 색상이 나의 얼굴색에 맞지 않을까봐 염려된다.①②③④⑤
33. 옷감이 갖고 있는 옷과 맞추어 입기에 잘 어울리지 않을까 걱정한다.①②③④⑤
34. 의복의 품질에 비해 가격이 적당한지 의심하게 된다.①②③④⑤
35. 무늬가 너무 흔한 것일까봐 결정하기를 망설인다.①②③④⑤
36. 색상이 나의 연령이나 직업에 적합하지 않을까 걱정된다.①②③④⑤
37. 너무 쉽게 결정하여 사는 것은 아닐까 하고 사기를 망설인다.①②③④⑤
38. 가게의 조명등 아래에서의 색상과 밖에서의 색상이 다를까 걱정한다.①②③④⑤
39. 무늬가 나의 몸매와 얼굴에 어울리지 않을까 염려된다.①②③④⑤
40. 보푸라기가 많이 생기는 옷감일지 걱정된다.①②③④⑤
41. 지나치게 화려한 옷감일까봐 걱정한다.①②③④⑤
42. 좀 더 마음에 드는 무늬의 옷이 다른 상점에 있지않을까 선뜻 결정하기를 주저한다.①②③④⑤
43. 사려는 옷의 색상이 갖고 있는 옷과 잘 어울리지 않을까 염려한다.①②③④⑤
44. 유행이 지나간 낡은 디자인일까 사기를 망설인다.①②③④⑤
45. 너무 빨리 싫증나는 무늬일까봐 염려한다.①②③④⑤
46. 맞는 치수(길이, 둘레 등)의 옷이 없어 고쳐야 할 경우 원래의 모양이 변할까 염려된다.①②③④⑤
47. 유행에 뒤떨어진 색상일까 걱정된다.①②③④⑤
48. 판매원이 원하는 말을 듣고 사고 될런지 불안하다.①②③④⑤
49. 세탁하면 쉽게 상하는 옷감일까 염려스럽다.①②③④⑤
50. 구김이 너무 잘 생기는 옷감일까봐 걱정된다.①②③④⑤
51. 언제 어디서나 '무난하게 입을 수 없을까 걱정한다.①②③④⑤
52. 진열되어 있는 옷의 옷감은 좋아 보이는데 실제로 입고 나가면 좋아 보이지 않을까 염려한다.①②③④⑤
53. 활동하기에 불편한 옷일까 걱정한다.①②③④⑤
54. 무늬가 너무 요란스러울까 걱정된다.①②③④⑤
55. 필요에 따라 늘릴 수 있는 여유분이 충분하지 않을까 염려된다.①②③④⑤

56. 옷감의 촉감이 안 좋을까봐 걱정한다.①②③④⑤
57. 예상한 가격보다 너무 비싸서 사기를 망설인다.①②③④⑤
58. 디자인이 너무 조잡할까봐 염려된다.①②③④⑤
59. 색상이 계절에 잘 안맞을까 걱정한다.①②③④⑤
60. 더 마음에 드는 색상의 옷이 다른 상점에 있을까 망설인다.①②③④⑤
61. 유행에 관계없이 입을 수 있을지 염려된다.①②③④⑤
62. 옷감의 색상과 무늬의 색상이 잘 어울리지 않을까봐 걱정한다.①②③④⑤
63. 똑 같은 옷을 다른 상점에서 더 싸게 살 수 있지 않을까하여 망설여진다.①②③④⑤
64. 더러움이 쉽게 타는 색상일까봐 걱정된다.①②③④⑤
65. 내가 사려는 옷의 디자인을 다른 사람들이 어떻게 평가할지 염려된다.①②③④⑤
66. 똑같은 색상의 옷을 남들이 너무 많이 입고 다닐까봐 걱정된다.①②③④⑤
67. 옷감이 나의 연령이나 직업에 어울리지 않을까 염려한다.①②③④⑤
68. 무늬가 너무 조잡하게 보일까봐 염려된다.①②③④⑤
69. 세탁후 손질과 관리가 까다롭지 않을까 걱정된다.①②③④⑤
70. 품질에 이상이 생겼을 때에 손해배상을 받을 수 없을까 걱정한다.①②③④⑤
71. 옷감이 약해서 잘 해지지 않을까 불안하다.①②③④⑤
72. 똑같은 디자인의 옷이 너무 많을까 염려한다.①②③④⑤
73. 바가지를 쓰고 사는 것이 아닐까 걱정한다.①②③④⑤
74. 유행이 지나간 무늬일까 걱정한다.①②③④⑤
75. 옷감이 너무 비싸서 생활비가 잡비에 지장이 있을까 걱정된다.①②③④⑤
76. 내가 사려는 옷의 색상에 대해 다른 사람들이 어떻게 말할지 불안해진다.①②③④⑤
77. 유행에 너무 뒤떨어진 옷감일까 걱정한다.①②③④⑤
78. 디자인이 나의 체형과 얼굴에 어울리지 않을까봐 불안하다.①②③④⑤
79. 부속품(단추, 지퍼 등)의 품질이 부실하지 않을까 걱정한다.①②③④⑤
80. 가격이 싸고 마음에도 들지만 품질은 어떠한지 걱정된다.①②③④⑤
81. 금방 싫증나는 옷감일까봐 염려한다.①②③④⑤
82. 유행에 너무 민감한 색상이 아닐까 걱정한다.①②③④⑤
83. 다른 상점에 더 마음에 드는 디자인의 옷이 있을까 염려된다.①②③④⑤
84. 정전기가 심하게 일어날까봐 걱정된다.①②③④⑤
85. 옷감이 나의 몸매와 잘 어울리지 않을까 불안하다.①②③④⑤
86. 사려는 옷의 무늬가 갖고 있는 옷과 맞추어 입을 수 없을까 걱정한다.①②③④⑤
87. 구입한 옷이 마음에 들지 않을 경우 교환이 가능하지 않을까 걱정한다.①②③④⑤
88. 판매원의 권유를 뿌리칠 수 없어 망설인다.①②③④⑤
89. 세탁이 까다롭고 어려운 옷감일까봐 불안해진다.①②③④⑤
90. 재고품이 아닐까 의심스럽다.①②③④⑤
91. 옷감이 너무 무겁지 않을까 염려된다.①②③④⑤
92. 너무 최신 유행의 디자인인 아닐까 걱정된다.①②③④⑤

<부록 2>

RMCCAS의 1차 인지분석 결과 요약

Factor Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	COMM-UNAL-ITY	EIGE-NVAL-LUE	PCT OF VAR	CUM PCT
37	.79	.05	-.02	-.05	.12	.05	.07	-.02	-.03	.04	-.01	.11	-.04	-.10	.67	.71	.8	.8
29	.76	.12	-.03	-.09	-.13	-.06	.01	-.04	-.03	.00	.02	.17	-.08	-.12	.58	8.79	.9	1.7
38	.76	.03	-.08	.08	.13	.02	-.01	.00	-.03	.04	.10	-.05	-.10	-.08	.64	.70	.8	2.5
40	.71	.07	-.12	.05	.19	.07	.01	.01	-.06	.12	.02	-.15	-.01	-.02	.61	.65	.7	3.2
31	.68	.04	-.06	-.07	.10	.14	.06	-.04	-.15	-.04	-.02	.12	.08	.05	.55	.82	.9	4.1
28	.66	.02	-.09	.05	.07	.07	.11	.01	-.19	.06	-.00	-.06	.23	.02	.56	.90	1.0	5.1
32	.59	-.04	-.11	-.02	.14	.25	.09	.09	-.11	-.06	.04	.22	.02	.15	.55	.81	.9	6.0
35	.58	.07	-.04	.08	.05	-.02	.02	.10	-.24	-.09	.07	.18	.21	.12	.52	.76	.8	6.8
25	.49	.02	-.06	.05	.14	.12	.00	.27	-.10	-.08	.04	.05	-.00	.08	.38	.96	1.0	7.8
34	.46	-.01	-.09	-.01	.09	.12	-.03	.12	-.07	.09	.06	-.10	.03	.27	.36	.78	.8	8.6
85	.07	.77	.07	.18	.04	.09	.09	.06	-.00	-.01	.06	.05	.05	-.00	.67	.18	.2	8.8
87	.04	.72	-.02	.12	.01	.05	.18	.05	.05	.00	.16	.06	-.01	.02	.61	.16	.2	9.0
84	-.01	.70	.04	.10	.05	.04	.16	.02	.05	.04	.18	.02	.04	.11	.59	.19	.2	9.2
75	.02	.62	-.03	.08	-.02	.23	.15	.12	.07	.11	.10	-.00	.10	.10	.52	.26	.3	9.5
70	.06	.62	.12	.10	.08	.14	.22	.20	-.19	.08	-.03	.09	.02	-.17	.57	.30	.3	9.8
66	.05	.56	.00	-.05	.01	.10	.16	.17	-.02	.33	.03	-.03	.01	-.02	.50	.34	.4	10.2
52	.08	.49	.10	-.02	.15	.01	.11	.17	-.17	.14	.25	-.08	.10	-.38	.59	.49	.5	10.7
86	.13	.44	-.02	.34	-.01	-.11	.01	.20	.19	-.10	.17	-.19	-.04	-.06	.49	.18	.2	10.9
53	.04	.41	.12	.12	.04	.07	.05	.08	.02	.23	.28	.22	.12	-.12	.42	.47	.5	11.4
92	.15	.37	-.02	.02	.12	.25	.24	.29	.08	.18	.02	.07	.08	.05	.44	.12	.1	11.5
5	.02	-.04	.74	.03	-.16	-.02	-.04	.03	.11	-.08	-.02	-.15	.05	-.01	.62	2.85	3.1	14.6
10	-.06	.00	.71	-.09	-.22	-.03	.01	-.03	.11	.02	.06	-.04	.01	.02	.59	1.74	1.9	16.5
8	-.04	.02	.70	-.10	-.22	.00	-.08	-.02	.21	.05	.05	-.04	.02	.01	.61	1.89	2.1	18.6
2	-.13	-.01	.70	.09	-.13	-.06	.01	-.04	-.03	.00	.02	.17	-.08	-.12	.58	8.79	9.5	28.1
15	-.11	-.01	.66	-.08	-.14	.01	.08	-.03	.04	.04	-.03	.03	-.08	.08	.50	1.32	1.4	29.5
19	-.04	.11	.59	.13	-.03	-.08	.03	-.07	.12	-.07	-.12	-.44	.01	.07	.63	1.14	1.2	30.7
20	-.05	.12	.56	.08	.02	-.02	.02	-.03	.13	-.16	-.11	-.52	.07	.04	.67	1.13	1.2	31.9
11	-.19	.13	.53	.12	-.05	-.17	-.02	-.22	.19	.04	-.06	-.11	.05	-.02	.49	1.66	1.8	33.7
1	-.19	.00	.52	.06	-.33	.07	.04	.02	.14	-.05	-.04	.30	-.03	-.15	.53	14.45	15.7	49.4
16	-.07	.05	.47	-.05	-.07	-.15	.00	-.16	.29	.06	-.03	-.04	-.03	.04	.49	1.28	1.4	50.8
89	.02	.29	-.02	.71	-.03	.09	.09	.15	-.05	.12	.07	-.03	-.00	.07	.65	.14	.2	51.0
80	-.03	.12	-.11	.68	.03	.05	.10	.12	.09	.08	.05	.08	.13	.11	.57	.21	.2	51.2
90	.02	.31	-.02	.62	-.03	.17	.07	.15	.07	-.09	.11	.05	-.02	.05	.57	.14	.2	51.4
44	.03	-.05	.08	.61	-.01	.13	.10	.06	.10	.30	-.05	-.04	.08	-.13	.55	.59	.6	52.0
43	.10	-.07	.08	.61	-.09	.02	.24	.03	.09	.27	.01	-.03	.04	-.06	.55	.61	.7	52.7
54	-.04	.18	.10	.61	.16	-.00	.01	.11	-.21	.17	.33	.00	.01	-.01	.63	.47	.5	53.2
57	-.04	.08	.00	.57	.09	-.02	.02	.08	-.16	.44	.15	-.01	-.01	.01	.59	.42	.5	53.7
59	.01	.11	-.11	.38	-.02	.11	.25	.15	-.08	.38	.14	-.10	-.03	.13	.47	.40	.4	54.1
12	.15	.05	-.17	-.01	.71	.11	.06	.04	.02	-.04	.10	-.02	-.05	-.11	.60	1.61	1.7	55.8
3	.17	.06	-.27	.02	.63	.07	.05	.04	-.07	-.03	.04	-.05	-.02	.06	.53	3.95	4.3	60.1
9	.16	.07	-.27	.07	.63	.05	-.07	.08	-.01	-.01	.01	.21	-.02	.02	.57	1.86	2.0	62.1
6	.08	-.02	-.17	.08	.06	-.01	-.08	.14	.03	.01	.10	.17	.05	-.09	.48	2.62	2.8	64.9
17	.17	.02	-.30	-.01	.52	.24	.07	.10	-.01	.01	.02	.12	.01	.01	.48	1.24	1.3	66.2
7	.14	-.02	-.11	.01	.51	.13	.09	.10	-.16	.04	-.04	.05	-.02	.08	.36	1.98	2.1	68.3
18	.16	.07	.03	-.06	.46	.07	.14	.06	-.02	.02	-.08	-.04	.12	.07	.30	1.20	1.3	69.6
46	.08	.02	-.09	.02	.06	.77	.11	.05	-.02	-.06	.11	-.06	-.01	-.10	.66	.55	.6	70.2
45	.07	.05	-.12	.14	.14	.76	.73	.05	-.00	-.09	.11	-.03	-.02	.04	.68	.57	.6	70.8
47	.25	.10	-.04	-.06	.16	.64	-.04	.21	-.01	.11	.13	.03	.06	.04	.59	.55	.6	71.4
81	.10	.28	-.05	.17	.01	.55	.22	.02	.09	.03	.33	.05	.13	.15	.64	.21	.2	71.6
48	.19	.16	-.02	.01	.13	.50	-.05	.12	-.04	.27	-.02	.11	.07	.01	.43	.54	.6	72.2
41	.07	.21	.00	.22	.06	.47	.06	-.16	.05	.06	.00	.15	.14	-.03	.40	.64	.7	72.9
49	.07	.34	.06	.03	.11	.36	.00	.31	-.25	.21	-.03	-.04	-.08	-.22	.52	.52	.6	73.5
73	.06	.27	-.06	.05	-.01	.03	.71	.12	.09	.11	.19	-.01	.11	.01	.67	.28	.3	73.8
72	.06	.17	.05	.12	.02	.21	.68	.02	-.08	.07	.09	.06	-.20	.03	.62	.28	.3	74.1
83	.07	.27	-.04	.12	.09	.02	.62	.27	.03	-.09	.19	-.07	.12	-.05	.62	.20	.2	74.3
69	.06	.27	.03	.15	.07	.01	.59	.20	-.03	.01	.18	-.08	.11	-.21	.59	.31	.3	74.6
79	-.01	.22	.01	.15	.09	.13	.56	.16	-.11	.04	.20	.04	.07	.23	.54	.23	.2	74.8
91	.07	.31	-.00	.20	.04	.21	.34	.08	.02	-.06	.26	-.10	.09	.17	.42	.13	.1	74.9
50	.14	.18	-.02	.18	.21	.12	.05	.61	-.17	.03	-.09	-.05	-.01	-.01	.56	.51	.6	75.5
68	.00	.05	-.06	.07	.05	.04	.08	.60	.03	.09	.14	.16	.09	-.15	.45	.32	.3	75.8
82	.07	.26	-.06	.26	.10	.06	.05	.57	.09	-.03	.08	.01	.04	.14	.52	.20	.2	76.0

77	.02	.15	-.11	.01	.14	.03	.20	.56	-.12	.10	.21	.09	.02	.16	.51	.24	.3	76.3
74	.11	.17	-.05	.20	.00	.06	.24	.42	.12	.24	.13	.07	.07	.06	.42	.27	.3	76.6
67	-.00	-.11	-.06	.03	.18	.20	.20	.38	.07	.17	-.06	-.04	.27	.08	.40	.33	.4	77.0
88	.09	.30	-.25	.22	.02	-.01	.12	.36	.14	.10	-.12	.50	.00	.09	.41	.15	.2	77.2
78	.04	.20	-.02	.29	.18	.00	.35	.35	.05	.03	-.07	.21	.10	.09	.47	.24	.3	77.5
26	-.27	-.01	.24	.02	-.11	.03	.00	-.02	.67	.05	-.05	.05	-.19	-.11	.64	.95	1.0	78.5
30	-.29	.12	.32	-.05	.02	-.03	-.16	.05	.62	.04	-.00	-.19	-.10	.01	.67	.85	.9	79.4
33	-.28	.13	.32	.08	.09	-.03	-.09	-.06	.06	-.02	-.03	-.07	.02	.13	.60	.79	.9	80.3
27	-.11	-.05	.17	.03	-.16	-.00	.22	-.04	.59	.04	-.04	.06	-.03	-.10	.49	.92	1.0	81.3
36	-.36	.09	.29	-.00	.08	-.03	-.12	.09	.57	-.02	.02	-.22	-.07	-.02	.58	.73	.8	82.1
39	-.23	-.11	.01	.07	-.17	.14	.02	.06	.41	-.03	.11	.01	.15	-.03	.32	.67	.7	82.8
21	-.22	.11	.34	-.02	.14	-.08	-.03	.02	.36	.09	-.11	-.22	-.36	.04	.53	1.10	1.2	84.0
56	.02	.01	-.02	.15	-.07	-.07	-.03	.13	.04	.68	.08	.08	-.06	-.07	.54	.44	.5	84.5
58	-.10	.08	.01	.14	.01	.18	.06	.05	-.06	.64	-.00	-.11	.02	.13	.52	.42	.5	85.0
63	-.01	.19	-.03	.24	.03	-.04	-.02	-.03	.15	.59	.02	.03	.22	-.07	.53	.36	.4	85.4
65	.09	.12	-.01	.19	-.03	.07	.06	.30	-.02	.45	.19	.05	.03	.13	.43	.34	.4	85.8
71	-.02	.18	.16	.21	.08	.11	.37	.06	.06	.41	-.00	.05	.08	-.12	.45	.29	.3	86.1
64	.11	.30	-.06	.13	-.01	.15	.25	.05	-.02	.07	.71	.07	-.04	-.03	.73	.34	.4	86.5
55	.20	.26	-.03	.15	.06	.14	.15	.17	-.04	.09	.69	.01	-.07	-.01	.70	.45	.5	87.0
76	.02	.20	-.06	.09	.01	.20	.30	.12	.03	.03	.69	.06	-.01	-.03	.68	.25	.3	87.3
60	.00	.15	-.04	.15	.06	.37	.17	-.06	-.08	.21	.44	-.08	.21	.21	.56	.40	.4	87.7
61	-.12	.02	.08	.17	.18	.14	.18	-.01	.02	.23	.36	-.01	.32	.29	.50	.38	.4	88.1
13	.14	.07	-.17	.02	.36	.01	.07	-.01	-.02	-.02	-.01	.61	.10	.05	.57	1.53	1.7	89.8
14	.16	.05	-.08	-.02	.47	-.10	-.07	.09	.00	.00	.01	.49	.20	-.02	.56	1.45	1.6	91.4
4	.09	.12	-.03	.03	.26	.17	-.06	.12	-.23	-.02	.05	.43	-.11	.21	.44	3.17	3.4	94.8
42	.04	.13	.01	.04	.05	.13	.12	.08	-.01	.18	-.12	-.00	.55	-.06	.41	.63	.7	95.5
22	.32	.03	-.01	.08	.06	.04	.03	.13	-.16	-.06	-.07	.02	.51	-.12	.44	1.65	1.1	96.6
23	.45	.11	-.05	.11	-.01	-.04	-.03	.06	-.16	-.09	.03	.13	.47	.10	.52	1.01	1.1	97.7
62	.02	.17	-.00	.04	-.01	.42	-.05	.11	.08	.17	.28	.04	.42	.15	.53	.37	.4	98.1
24	.23	-.01	.62	.12	.05	-.10	.09	.20	-.14	.09	.06	.03	-.01	.56	.47	.99	1.1	99.2
51	-.01	-.02	-.04	.30	.04	-.03	.13	.33	-.01	.15	.07	-.09	.28	-.39	.48	.50	.5	99.7