

한국마케팅학회  
마케팅학연구 제1집(1998)

## 노인소비자 정보탐색에 영향을 미치는 변수들에 관한 연구 -건강보조식품을 중심으로-

정용선\* · 김인숙\*\*

### 〈 차 례 〉

- |                            |                       |
|----------------------------|-----------------------|
| I. 서론                      | 3. 제품선정               |
| II. 이론적 배경                 | 4. 표본설계               |
| 1. 노화와 노인소비자               | 5. 척도구성               |
| 2. 소비자 정보탐색의 접근            | IV. 실증분석              |
| 3. 노인소비자 정보탐색에 영향을 미치는 변수들 | 1. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석 |
| III. 실증연구의 설계              | 2. 조사대상자의 일반적 특성      |
| 1. 연구모형                    | 3. 가설의 검증             |
| 2. 연구가설                    | V. 결론                 |

### I. 서론

우리나라 60세이상 노년 인구의 비율은 지난 1970년 5.6%에서 1990년 7.8%, 1996년 9.3%에 이르렀고, 2020년에는 18.5%가 될 전망으로 우리 사회도 고령화 시대로 진입하고 있다(한국통계연감, 1996). 이로 인하여 노년기의 장기화와 핵가족화로 인한 노인 소외의 문제, 길어진 노년기에 대한 경제적 대응 등의 노인 문제가 심각해져(이기춘, 여정성 1996), 노인이 스스로 신체적·심리적 자립과 함께 경제적 생활에서도 독립적인 생활을 꾀하지 않으면 안 되는 시대로 진입하고 있다.

그러나 우리 나라의 노년 계층은 부모로서의 과중한 역할 부담으로 인한 노후대책 마련의 미비, 퇴직으로 인한 수입의 감소, 사회보장제도의 미비, 효율적인 소비생활을 유도하기 위한 소비생활교육 부족 등으로 합리적인 소비자 행동을 하는 데 많은 어려움을 겪을 수 있는 상황에 놓여 있다.

현대 사회는 고도로 발달된 기술과 복잡 다단한 소비를 그 특징으로 하고 있다. 즉, 기술혁신을 통하여 무수히 다양한 제품들이 쏟아져 나오고 끊임없이 새로운 서비스가 개발되어 나오는 속에서 보통의 소비자라면 누구나 선택의 어려움에 직면하지 않을 수 없고, 당혹과 좌절을 느끼지 않을 수 없다. 이것은 현대 산업 사회에서의 소비자들이 과거 어느 때보다도 많은 소비자정보를 필요로 하고 있음을 의미하며, 또한 이러한

\* 부산대학교 가정대학 가정관리학과 교수

\*\* 부산대학교 가정대학 가정관리학과 강사

정보를 소비자들이 충분히 활용하지 않고서는 합리적인 소비생활은 물론 안전한 소비생활을 기대하기 어렵게 되어 가고 있음을 보여주는 것이다.

한편 시장 경제 체계가 가지고 있는 소비자정보의 불완전성이라는 결함과 소비자의 무지 내지 무능력으로 표현되는 비합리적 의사결정이 상호 작용함으로써 소비자정보의 문제가 보다 구체적인 양상으로 나타나고 있다. 특히 노인소비자들은 노년기의 노화의 특징인 신체적, 심리적, 사회적, 경제적능력의 감소로 정보처리의 질적 저하가 일어나므로 그 문제는 더욱 심각해진다.

노인소비자 정보탐색에 관한 기존의 연구들은 노인소비자의 연령에 따른 정보원천의 이용률, 정보처리특징, 정보탐색량 등으로 노인소비자 정보탐색의 부분적 현상 파악만을 주로 하여 왔다. 따라서 본 연구에서는 노인소비자 정보탐색특징을 충분히 설명할 수 있는 통합적이고 구조적으로 살펴보기 위하여 노인소비자가 다른 소비자와 정보탐색에 차이가 나게하는 노인소비자의 특징에 접근하며, 또한 정보탐색을 설명해온 선행연구를 고찰하여 정보탐색을 설명하는 변수들을 통합하여 노인소비자 정보탐색을 살펴보고자 하는데 연구의 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 노화와 노인 소비자

Rose 와 Cathy(1994)는 노인 행동의 변화는 시간 그 자체의 변화라기 보다도 인간 기능에서의 변화 즉 노화가 행동적 변화나 차이의 원인으로서 나타난다고 하였다. 따라서 노인들이 소비자행동을 하게 될 때 다른 소비자들과 다르게 나타나는 노인소비자들의 특징으로 노화의 영향이 크다고 할 수 있다. 노화에 대하여 학자들간의 견해를 살펴보면 다음과 같다.

Harris 와 Cole(1984)는 노화(Aging)란 사람들이 일생을 살아나가는 동안에 생물학적으로 성숙된 인간들에게 일어나는 모든 규칙적 변화라고 정의하고, 노화는 신체구조나 기능에 있어서의 변화 뿐 아니라 인간의 적응이나 행동에 있어서의 변화 유형도 포함한다고 하였다. 서병숙(1989)은 노화란 시간이 흐름에 따라 유기체의 세포, 조직, 기관 조직 또는 유기체 전체에 일어나는 점진적인 변화라고 한다. 윤진(1993)은 노화란 나이가 들어감에 따라 나타나는 생물적, 심리적, 사회적 저하현상이라고 할 수 있고, 노화과정은 단순히 어느 한쪽측면에서만 이해하기를 곤란한 문제로 종합적인 접근이 이루어 져야 한다고 하였다.

이상에서 살펴본 노화개념에서 노화란 인간이 노년이 됨에 나타나는 신체적, 심리적, 사회적, 경제적, 미래의 일 등의 노인 전체에서 일어나는 점진적이고 종합적인 변화라 할 수 있다.

노화에 따른 노인의 특징을 정영수(1993)는 신체적 특징(외관상의 특징, 장기의 기능저하, 정신장애), 정서적 특징(우울증의 증가, 내향성 및 수동성의 증가, 성역할 지각의 변화, 경직성의 증가, 조심성의 증가)으로 주로 나누고 있다. 윤진(1988)은 노화의 개념을 1)생물학적 및 생리적 변화, 2)성격특성의 변화, 3)심리적 적응과 정신건강, 4) 감각 및 지각 능력의 변화, 5) 학습 및 직업능력의 쇠퇴, 6)세대차이, 7)가족관계, 8)정년퇴직과 노년기의 생활, 9)노인성질환, 10)죽음에 대한 태도로 나누고 있다.

이상에서와 같이 다양한 노인의 특징을 미래의 불안감, 신체적, 심리적, 사회적, 경제적, 노화에 따라 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 노인의 신체적 특징은 신체의 구조와 기능이 쇠퇴하며 운동능력이나 감각기능도 쇠퇴되어간다. 또한 질병에 대한 저항력이 저하되기 때문에 병에 걸리기 쉽다. 따라서 노년기는 인생의 다른 어떤 시기 보다 건강을 유지하기 힘들고 건강유지에 많은 주의를 요하며 비용도 많이 들게된다. 따라서 노인은 노화로 인하여 신체적 기능이 저하한다

둘째, 노인의 심리적 특징은 노인이 되면 연령이 증가함에 따라 정신기능이 쇠퇴하고, 신경세포의 상실,

전달속도의 제한, 신경의 탄력성 감소, 중추신경의 노화로 인해 심리적 노화현상이 나타난다(Harris and Cole(1985)). 또한 심리적으로 의존하려는 경향이 높아지고 (Bengtson and Blacks(1973)), 축적된 경험에 의한 행동, 감각, 지각기능, 자아에 대한 인식 등의 저하가 일어날 수 있다. 자신의 삶의 수용에 대한 심리적 노화가 일어날 것 같다.

셋째, 노인의 사회적 특징은 생활주기상 노년기에로의 전이는 주로 노년기역할 전이에 의하여 이루어지는데 이 과정에서 노인은 사회적으로 얻는 것보다 잃는 것이 많다. 직업에서 은퇴하게되고 가계 내의 역할이 축소됨과 동시에 활동범위 및 내용이 축소된다(임미숙 1985, 장인협·최성재 1987).

넷째, 현대 산업사회에서 노년기에 나타나는 가장 큰 변화중의 하나는 경제사정의 악화일 것이다(장인협·최성재(1987)). 배우자 사망, 퇴직으로 인한 소득절감, 무수입의 상태에서 노인들이 직면한 가장 큰 문제가 바로 경제적 빈곤임은 기존의 여러 실태조사에서 노인의 당면문제가 바로 경제적 빈곤임은 기존의 여러 실태조사에서 노인의 당면 문제중 경제적 요구가 가장 크게 나타나고 있다는 사실로 입증되고 있다(김흥식 1985; 김창근 1987; 서병숙 1986; 한국노인문제연구소 1979; 한국궤립조사연구소 1984; 이영하; 한국여성단체협의회 1976).

끝으로 노인의 미래의 불안감을 들수 있다. 노인의 부정적 상황 가운데의 하나가 배우자의 사망이다. 사랑의 관계와 대인관계의 요구를 충족시킬 수 있는 원천인 배우자를 잃음으로 말미암아 배우자로서의 역할이 상실되고(김정순 1988) 남은 사람은 절망과 고독을 느끼게 된다(김중수 1987).

이와같은 노년기 특징 때문에 노인소비자는 저소득층소비자와 함께 취약소비자의 범주에 포함된다. 즉 노인은 경제력의 상실로 인하여 소비욕구를 충족시킬 수 없으며 낮은 구매력으로 인하여 저소득층소비자와 마찬가지로 시장에서 영향력을 행사할 수 없게 된다. 뿐만아니라 노인은 심리적 불안, 고독감으로 인해 판매원에게 이용되기쉽다(Visvasharathy 1982). 특히 신체적으로 쇠약해지고 건강이 악화된 노인은 편안함을 약속하는 것이면 무엇이든지 해보고자 한다(Loether 1967). 또한 아직까지 우리나라 노인들은 교육수준이 낮기 때문에 상품표시등에 의하여 제대로 보호받지 못하는 취약소비자로 분류되고있다.

한편으로 노인인구가 증가하여 노인의 1인당 소득과 지출수준은 낮지만 전체 구매력의 크기가 증가되어 노인시장 규모가 커졌을뿐만 아니라, 노인소비자의 소비방식의 변화로 소비액이 증가하여 다른 연령집단과 비교하여 오히려 시장규모가 커진다는 인식과 더불어 (Fox, M. C., Roscoe, A. M. and Feigenbaum, A. M. 1984; Cook, E. L. and Kramex, I. M. 1986; 김훈철 1992; 백건기 1993; 윤계호 1993; 김인숙·정용선 1995) 노인시장을 겨냥하여 노인소비자행동에 관한 연구가 활발히 이루어지고 있다.

## 2. 소비자정보탐색의 접근

### 1) 경제적 접근

소비자가 정보탐색을 “왜” 하는 지에 대한 경제적 관점추구는 탐색의 비용과 혜택의 견지일 것이다. Stigler(1961)는 “정보경제학”에서 소비자는 최소한의 가격에 대한 탐색행동을 고려한다고 한다.

경제학에서는 비용-혜택구조는 간결하고 명확하며, 문헌연구(Stigler 1961; Kohn and Shall 1976; Ratchford 1982; Meyer 1982; Punj and Staelin 1983; Hagerty and Aaker 1984)에서 실증적으로 지지되고 잘 받아들여지고 있다. 따라서 소비자의 정보탐색활동은 인지된 혜택과 그것의 투입된 비용의 결과와 관련될 것이다.

Meyer(1982)는 탐색-혜택의 구조를 연구하면서 주요한 영향력으로서 탐색-혜택 구조의 주요한 영향력은 위험과 기대의 중요성이라고 하였다. 노병탁·김태환(1984)은 경제적으로 의미있는 정보란 위험을 축소하거나 제거함으로써 경제주체들의 후생을 증대시킬 수 있는 모든 가능한 신호들의 집합으로 정의할 수 있다고 하고 있다. Perter 와 Tarpev(1975)는 지각된위험은 인지된 혜택의 영향을 미치는 한 부분이고, 지각된 위험은 인지된 혜택의 선행변인이라고 한다.

따라서 본 연구에서는 정보탐색의 접근을 경제적으로 탐색비용, 지각된 위험, 인지된 탐색혜택으로 설명하는 비용-혜택의 구조를 노인소비자 정보탐색모형을 설명하는 구성요소로서 삼고자 한다.

2) 심리적 접근

소비자학의 심리적 접근은 1950년대 중반의 개성이론가들의 연구에서 구매에 대한 소비자동기를 이해하기 위한 기초로 이루어졌다. 심리적 접근의 주요한 구성요소의 하나는 동기의 강조이다. 정보탐색행동을 이해하는데 심리적 접근을 취하는 소비자연구자들은 (Nicosia 1966 ; Howard and Sheth 1969 ; Hansan 1972 ; Burnkrant 1976 ; Howard 1977 ; Engal, Blackwell and Miniard 1987) 동기를 탐색활동을 하도록 하는 추진력으로 간주했다.

따라서 노인소비자의 정보탐색노력은 결국 노인소비자들이 생리적·인지적·환경적·내·외부적 욕구의 긴장상태를 줄이려는 적극적이고 강력한 동기에서 출발한다고 할 수 있다. 그러므로 탐색 동기는 노인소비자 정보탐색모형 구축의 구성요소로 도입하였다.

3) 정보처리이론의 접근

소비자정보처리이론에서는 정보처리를 인간이 자기외부환경의 다양한 측면에 적응하기 위하여 정보를 선택·조직·저장·사용하는 것으로 정의한다(Schroder 1971). 소비자정보처리이론은 문제해결에 대한 연구가 아니라, 복잡한 과정에 대한 이해와 동시에 내적이고 상징적인 기제를 명확히 하여야 한다는 필요성의 수용이다(Newell 1972)

노인소비자의 정보탐색양이 다른 일반소비자 보다는 적다고 하는데 그 원인은 노화로 인한 정보처리능력의 감퇴에 기인하고 있다(Phillips and Sternthal 1977: John and Cole 1986: Cole and Houston 1987 : Cole and Gaeth 1990 )고 한다. 노인소비자정보탐색의 모형개발에 있어서 소비자정보처리이론의 접근 기본 요소인 정보처리능력을 노인소비자 정보탐색모형구축의 구성요소로 도입하였다.

3. 노인소비자 정보탐색에 영향을 미치는 변수들

1) 노화인지

본 연구에서 노화인지는 노화를 인지하는 것이라고 정의한다. 즉 인간이 노년이 됨에 나타나는 신체적, 심리적, 사회적, 경제적, 미래의 불안 등의 노인에게 일어나는 점진적이고 종합적인 변화를 노인소비자 스스로 인지하는 것으로 정의한다. 노화인지의 하위 측정개념으로 미래불안, 신체적, 심리적, 사회적, 경제적 노화인지로 구성되어있다.

노인들은 일반적으로 노화과정을 똑같이 겪는 것이 아니라 개인차이가 상당히 심각하다. 따라서 노화를 느끼는 인지에 있어서도 개인차가 크고, 노화를 걱정하는 데 있어서도 개인차가 상당히 많이 나타난다. 따라서 노화인지가 다르면 노인소비자의 정보탐색노력이 다를 것이다.

노인소비자는 다른 연령층보다 소비자기능이 낮고 불리한 시장환경에 처해 있으므로 구매선택을 할 때 다양한 소비자문제를 경험하게 된다. Wadell(1975)은 노인층이 자신들의 노화로 인한 신체적 노쇠나 낮은 교육수준 등으로 인하여 정보탐색시 지각된 위험을 많이 느낀다고 하였다.

노인소비자는 구매선택을 할 때 다양한 구매문제가 곳곳에 처해져 있으며, 객관적으로 피해와 위험이 존재한다 할지라도 그것을 지각하는 소비자가 주관적으로 인지하지 못하면 위험이 존재한다고 할 수 없는 지각된 위험의 특징에 있어 노인소비자는 노화로 인해 위험이 있음에도 불구하고 지각하지 못하는 경우가 많다(이혜임 1995). 따라서 실제로 정보탐색을 적게할 수 있는 원인이 되기도 한다. 노년층은 나이가 증가함에 따라 정보탐색량은 감소한다(Schiffman, 1971 ; Reid, Teel and Vanderberg 1980).

나이가 들게 되면, 많은 정보량을 처리하는 능력이 감퇴되며, 보다 풍부한 시장경험을 바탕으로 관련정보를

구별해내는 능력이 젊은이 보다 커지므로 한정된 환기집합을 사용할 것이다. Phillips and Sternthal(1977)은 나이든 소비자(60-65세이상)가 젊은 소비자들보다 적은 정보를 처리하는 경향이 있다고 하였다. 노화는 운용기억을 한정되게 한다(Salthouse and Prill ; 1987). 한정된 운용기억은 문제를 해결하고, 정보를 처리하는데 한계를 가져다 준다( Salthouse 1991). 또한 노화는 장중속성을 가속화시키므로( Goodenough 1986), 노인소비자는 장중속성의 증가로 정보처리시 알맞은 정보를 처리하지 못하고 무관한 정보를 무시하지 못하는 학습결함이 일어난다(Rabbit, 1965) 그리고 노인소비자는 노화가 진행됨에 따라 중추신경시스템에서 정보를 수취하는 속도가 느려지기 때문에 정보처리능력이 감소된다(Birren 1974). 인간에게 있어서 노화는 정보처리능력에서 특별한 노력을 하지 않는 한 정보처리능력을 감소시킨다.

## 2) 지각된 위험

어떤 소비선택결정의 결과는 미래에 알수있기 때문에 소비자들의 어떤 소비선택상황에는 불확실성 즉 위험이 존재한다. 지각된 위험은 소비자의 주관된 심리적 위험으로서 객관적 내지 확률적 위험과는 구별되며 아무리 현실적으로 위험이 존재한다고 하더라도 소비자가 그 위험을 주관적으로 지각할 때에만 문제가 되는 것이다(Bauer, 1967).

Engel et al(1982)은 지각된 위험의 유형을 재정적 위험(가격), 편의적 위험(사용시간에 따른 몰입), 사회적 위험(사회적 영향력), 신체적 위험 그리고 경쟁적 위험 등으로 나타내고, 임종원 외(1996)은 지각된 위험을 소비자의 가처분 소득과 제품 가격의 함수로 표현된 재무적 위험, 소비자의 구매가 그가 속하고 있는 준거 집단의 기준과 부합하지 않을 때 지각하는 사회적 위험, 소비자가 구매한 제품이 소비자 자신의 자아이미지와 일치하지 않을 때 지각되는 심리적 위험, 구매제품이 소비자가 기대한 성능을 발휘하지 못할 때 성능상의 위험으로 유형하였다.

본 연구에서는 지각된 위험은 제품구매전 정보탐색시에 제품구매로 인하여 발생할 수 있다고 지각하는 위험의 가능성으로 정의하며, 지각된 위험의 하위개념은 재정적 위험, 신체적 위험, 사회적 위험, 심리적 위험으로 구성되어 있다.

소비자들은 필요할 때 위험을 완화시키기 위한 위험감소 전략을 구사하게 되며 소비자 개인별로 선호하는 위험감소 전략이 다르다(Taylor 1974). Cox 와 Rich(1964)는 주관적인 불확실성 위험감소를 위한 구체적 방법으로 과거의 구매지식이나 타인의 구매경험을 상기, 정보를 추구, 불확실성이 존재하지 않도록 미리 대안을 구안, 구매의 선택을 포기, 구매목적을 포기, 타인에게 구매책임 전가 등을 들고 있다.

Srinivasan 과 Ratchman (1991)는 소비자는 지각된 위험을 감소하기 위해서 정보탐색을 한다고했다. 소비자는 정보탐색으로 인하여 지각된 위험이 감소하는 인지된 혜택이 발생한다고 생각한다. 이와같이 지각된 위험의 감소는 탐색혜택의 한부분이고 따라서 인지된 탐색혜택의 선행변인이 된다

Peter 와 Tarpev(1975)는 지각된 위험은 일어날 수 있는 부정적 효용이나 상실로 고려하고 인지된 혜택은 탐색의 결과일 수 있는 긍정적 효용이나 이익으로 초점을 맞춘다고 하였다. Bettman(1973)은 지각된 위험을 감소시키므로써 인지된 혜택의 가능성이 존재한다는 이유로 지각된 위험은 인지된 탐색혜택을 통해서 정보탐색과 강한 관계를 나타낸다고 하였다.

## 3) 정보처리능력

소비자정보처리적 접근은 인간처리능력의 중요한 한계(Bettman 1979)를 인식하고 과정 현상으로서 탐색활동을 생각한다. 정보처리능력은 정보처리확신, 문제해결력, 이해력, 판단력, 심사숙고성, 장단점비교평가력, 등(Wright 1975)과 판단능력에 대한 확신(Bell 1967; kiel and Layton 1981)에 관련된다. 정보처리능력의 측정은 정확성(Henry 1980), 정보처리전략(Capon and Davis 1984)에 관련된다고 하였다.

본 연구에서는 정보처리능력은 소비자 자신의 정보처리에 대한 신뢰와 인식능력을 정보처리능력으로 정의하였으며(Wright 1975), 하위개념으로 문제해결력, 이해력, 판단력, 심사숙고력, 정밀함, 비교평가능력으로

설정하고자 한다.

정보처리능력이 높으면 소비자가 처리할 수 있는 정보의 양이 많아지므로 정보탐색노력에 대한 정적인 영향을 미친다( Duncan and Olshavsky 1982; Newman and Staelin 1972; Schaninger and Sciglimpaglia 1981). Srinivasan 과 Ratchford(1987)은 높은 정보처리능력은 어떤 정보의 의미성과 유용함을 더 잘 이해함으로써 인지된 탐색혜택을 증가시킨다고 하였다.

#### 4) 탐색동기

소비자행동모델을 구성하는데 일찍이 연구가에 의해서 사용된 심리적 접근에서는 어떤 활동의 추진력으로서 동기를 간주했다. 즉 동기는 지각된 정보를 행동으로 이끄는 역할을 한다. 정보탐색의 동기를 학자들마다 탐색동기를 정보환기수준탐색(Howard 1977), 목표지향(Hansen 1972), 필요(Burnkrant 1976), 목표계층(Bettman 1979)으로 묘사하고 있다. 탐색의 동기는 소비자 욕구에 기초한다. 정보탐색동기는 제품에 대한 관심의 정도, 즉 제품의 관여정도와 관련된다. 또한 제품에 대한 인지된 중요성 탐색동기의 구성요소로서 중요한 제품일수록 탐색동기는 증가할 것이다. 정보탐색 그자체를 좋아하고 즐거워하는 정보탐색을 취미로 고려하는 소비자들도 있다.

이상에서와 같이 탐색동기는 정보탐색에 대한 내적인 추진력, 욕구로 정의하며, 하위개념으로 제품의 중요성, 탐색취미, 관여, 제품구매사려성으로 정의하고자 한다.

Katona and Mueller(1955) ; Kiel and Layton (1981) ; Punj and Staelin (1983)은 탐색동기가 높은 소비자일수록 정보탐색을 많이 한다고 하였다. 또한 Srinivasan 과 Ratchford(1991)은 탐색동기가 높을수록 정보탐색으로 인한 인지된 탐색혜택이 많다고 하였다.

#### 5) 탐색비용

소비자의 정보탐색의 정도는 정보탐색에 의해 기대되는 혜택과 정보탐색에 수반되는 비용간의 비교에 의하여 전자가 후자를 초과하는 한도내에서 이루어진다고 할 수 있다. 즉 소비자는 정보탐색을 많이 할수록 보다 바람직한 의사결정을 할 수 있다는 기대를 갖지만, 정보탐색을 많이 할수록 시간적 및 금전적 기회비용, 노력과 좌절, 심리적 부담 혹은 의사결정 연기로 오는 불편함, 정보과부하 등의 문제가 따른다. 따라서 정보를 수집하는데 드는 돈의 비용, 시간비용, 심리적비용은 또한 정보탐색에 영향을 미친다. 본 연구에서는 탐색의 비용은 정보처리 상에서 드는 화폐, 시간, 심리적 비용이라고 정의하고자 한다.

내구재 구매에서 실증된 결과는 낮은 기대효용과 높은 탐색비용을 가진 소비자보다 높은 기대효용과 낮은 탐색비용을 가진 소비자가 탐색을 더 많이 한다는 이론을 입증한다(Ratchford and Agarwal 1979, Ratchford 1978, Ratchford and Van Raggi 1982).

#### 6) 인지된 탐색혜택

정보탐색노력의 궁극적 목표는 정보탐색이 어떠한 인지된 혜택을 줄것이나에 좌우된다. 인지된 탐색혜택은 정보탐색으로부터 생기는 인지된 혜택이라고 할 수 있다. 인지된 탐색혜택은 또한 다양한 변인을 갖는다. 정보탐색의 중요한 혜택은 시장에 관한 더 많은 지식을 알게 됨으로써 얻게되는 싼가격제품 구입, 제품과 상표의 안정적인 선택대체안에 관한 지식의 획득으로부터 얻어지는 혜택 그 자체 일 것이다. 최종선택에 도달하기 전에 다양한 대체안을 평가할 목적으로 수집된 정보는 의사결정의 확신 즉 구매의 최종선택을 하는데 확신을 증가시켰다. 이러한 의사결정에 대한 심리적 확신은 탐색이 멈출 때까지 증분된 혜택과 증분된 비용사이에 효용차이를 비교하여 탐색을 할 것이다. 그리고 정보탐색으로 인하여 구매하고자 하는 제품의 현재시장에 대한 지식을 증가시킬 수 있는 혜택이 있다. 또 다른 혜택은 원하는 제품의 구매이다. 이상에서와 같이 본 연구에서는 인지된 탐색혜택을 정보탐색으로 인하여 소비자가 인지할 수 있는 탐색혜택으로 정의하고, 그 하위개념으로 제품의 가격감소, 대체안평가능력증가, 최종선택에 대한 확신, 의사결정에서 만

족, 현재시장에 대한 지식증가, 원하는 제품구매로 설정하고자 한다.

정보탐색을 통해 인지된 탐색을 얻을수 있다는 기대에 따라 정보탐색정도를 조사해 본 연구들( Bucklin 1966 ; Dommermuth and Cundiff 1967 ; Newman and Staelin 1972 ; Kiel and Layton 1981 ; Duncan and Olshavsky 1982 ; Punj and Staelin 1983 ; Betty and Smith 1987 ; 김승훈 1988 )에 의하면 인지된 탐색해택과 정보탐색사이에는 정(+)적인 관련이 있다는 결과가 나타났다.

### 7) 정보탐색노력

정보탐색(information search)이란 소비자가 점포, 제품 및 구매에 대해 더 많은 것을 알고자 하는 의도적 노력이라고 할 수있다. 소비자가 구매에 대해 더 많은 것을 알고자 의도적으로 노력을 기울일 때에 소비자는 먼저 장기기억장치에 보고된 과거경험이나 지식등에 탐색을 집중시킨다. 이것이 소비자의 내부정보탐색이다. 내부탐색의 경로가 의사결정에 필요한 충분한 정보를 제공하면 외부탐색은 불필요하게 되지만, 내부탐색으로부터 획득된 정보가 충분하지 못할 경우에는 추가적인 정보의 수집을 위하여 외부탐색을 수행하게 된다(임종원 외 1996). 소비자의 의사결정과정에서 동적인 정보탐색노력활동은 외부탐색이라고 할 수있다. (Katona and Muller 1955; Udell 1966; Newman and Stalin 1971; Claxton, Fry and Portis 1974; Westbrook and Fornell 1979; Kiel and Layton 1981; Duncan and Olshavsky 1982; Brucks 1985; Biehal and Chakravarti 1986; Punj and Stewart 1984; Betty and Smith 1987). 그래서 본 연구에서도 외부정보탐색노력을 정보탐색으로 대체하고자 한다.

그간 대부분의 선행 연구들은 정보탐색을 정보탐색량으로만 측정하여 설명해왔다. 본 연구에서는 정보탐색을 원천별 정보탐색량, 내용별 정보탐색량으로 동시에 고려하여 정보탐색노력을 측정하고자 하며, 이러한 정보탐색의 개념은 기존 연구의 정보탐색량의 개념보다는 외적환경으로부터 정보를 획득하려는 정보탐색노력의 개념이 적절하다고 할 수 있다.

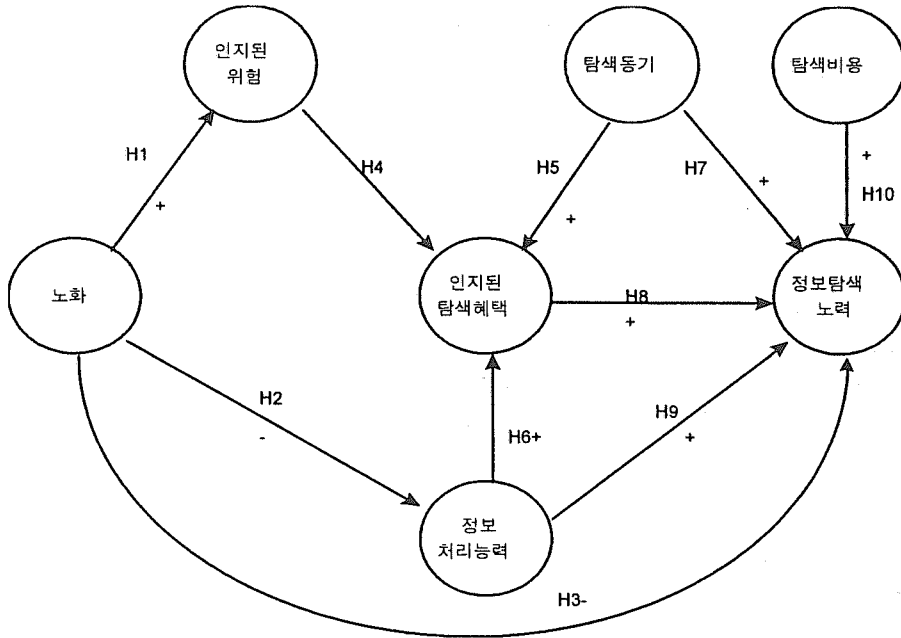
본 연구에서는 정보탐색을 특별한 구매에 관련되어 있는 환경적 자료나 정보를 획득하는데 대한 관심, 인지, 노력으로서 실제적으로 내용별 정보탐색, 원천별 정보탐색을 포함한 개념으로 정보탐색으로 정의하며, 하위측정변수로 가격·판매점, 사용방법·관리방법, 상품선택요령, 상표·제조회사, 판매점, 광고, 중립, 가족·친구로부터 정보를 설정하였다.

## Ⅲ. 실증연구의 설계

### 1. 연구모형

노인소비자의 정보탐색에 영향을 미치는 변수들의 상호영향력을 살펴보기 위하여 이론적 배경을 바탕으로 본 연구에서는 <그림 1>과 같은 연구모형을 구성하였다.

<그림1> 연구 모형



2. 연구가설

노인소비자의 정보탐색에 영향을 미치는 변수들의 상호영향력을 살펴보기 위하여 이론적 배경을 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같이 연구가설을 구성하였다.

- 연구가설1: 노인소비자는 노화를 많이 할수록 지각된 위험이 높다.
- 연구가설2: 노인소비자는 노화를 많이 할수록 정보처리능력이 감소한다.
- 연구가설3: 노인소비자는 노화를 많이 할수록 정보탐색노력이 감소한다.
- 연구가설4: 지각된 위험이 크다고 인식하는 노인소비자일수록 인지된 탐색혜택이 증가한다.
- 연구가설5: 정보처리능력이 높은 노인소비자일수록 인지된 탐색혜택이 증가한다.
- 연구가설6: 정보처리능력이 높은 노인소비자일수록 정보탐색노력이 증가한다.
- 연구가설7: 정보탐색동기가 높은 노인소비자일수록 인지된 탐색혜택이 증가한다.
- 연구가설8: 정보탐색동기가 높은 노인소비자일수록 정보탐색노력이 증가한다.
- 연구가설9: 탐색비용이 많이 든다고 인식하는 노인소비자일수록 정보탐색노력을 감소한다.
- 연구가설10: 인지된 탐색혜택이 크다고 인식하는 노인소비자일수록 정보탐색노력을 증가시킨다.

3. 제품선정

노인소비자는 나이가 들어감에 따라 직관적으로 신체적 기능의 감퇴, 저항력 약화등으로 인하여 노화현상



을 자신스스로 느끼게 되며, 노인소비자의 주요관심영역이 건강으로 옮겨감에 따라 건강보조식품요구가 높아지는 시기이다 (정영숙 1996). 사회환경에서 불때에도 과거절대빈곤속에 경제건설에 매진했던 시기에는 상대적으로 무관심했던 자신의 건강에 대한 문제가 경제적 상태가 향상되고 의·식·주의 문제가 해결되면서 부터는 가장 중요하고 절실한 문제로 대두되고 있다. (이성원 1993)  
따라서 본 연구에서는 노인소비자의 정보탐색노력을 건강보조식품을 중심으로 하여 조사하고자 한다.

#### 4. 표본설계

본 연구에서는 조사 대상 지역은 부산시에 거주하고 있는 노인소비자를 모집단으로 하였고, 본 조사에 앞서 2차례의 예비조사를 걸친후, 부산시의 13개구에 따라 고른 분포의 표집을 위하여 의도적으로 동등한 부수의 설문지를 할당하였다. 표본수는 1000을 목표로 하였고, 인구 통계적 변수들에 있어서 어느 한쪽의 편파적인 표집을 줄 수 있도록 고려하였다.

본 연구에 사용된 자료는 총 1000부의 설문지를 배부하여 7월 7일부터 8월 16일 까지 수집하였다. 회수된 설문지중 타연령, 성의 없는 응답, 부실 기재한 설문지를 제외하고 최종적으로 총 866개의 설문지를 본 연구를 위한 분석 대상으로 삼았다.

본 연구의 자료 수집은 설문지를 이용하였으며, 51세-60세까지는 설문대상자가 직접 기입식이었으며, 60대 노인 소비자들에게는 20명의 조사원들이 직접 방문하여, 1:1 개인 면접을 통해서 자료를 수집하였다.

#### 5. 척도구성

〈 표 1〉 척도구성

변수	하위변수	측정 항목변수	비 고
정보탐색노력	가격·판매점정보 외 7	8	이은희 (1993) Shirinivasan and Ratchford (1991)
인지된 탐색혜택	가격감소의 5	6	Shirinivasan and Ratchford (1991)
탐색의 비용	금전적 비용외 2	3	Shirinivasan and Ratchford (1991)
탐색의 동기	관여도외 3	5	Ratchford (1987)
정보처리능력	문제해결력의 7	8	Wrights (1975)
지각된 위험	재정적 위험외 3	4	Perter and Tarper (1975)
노화인지	신체적 노화인지외 4	5	Rudolph Amiel Kafer (1981)

#### IV. 실증분석

##### 1. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서는 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러개의 항목을 이용하였으므로 각 항목의 측정결과가 일관성을 유지하는가의 여부를 확인하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  계수를 구하여 노화인지, 지각된 위험, 인지된 탐색혜택, 정보처리능력, 탐색동기, 탐색비용, 정보탐색노력 등의 요인들에 대한 내적 일관성을 확인하였다. Cronbach's  $\alpha$  계수는 3항목으로 측정된 탐색비용(.5109)를 제외한 나머지 요인들은 0.6 이상으로 나타났다.

타당성 분석을 위하여 본 조사연구설계시 전공관련 교수와 대학원생을 중심으로 내용타당성을 검증받았다. 또한 변수들 간의 상관관계를 먼저 계산하여 동일한 개념을 측정하는 변수들을 묶는 R-type의 요인분석을 행하였으며, 요인추출모형으로서 주성분분석(Principal Components analysis or Component analysis) 방식을 따랐다. 요인회전방식은 VARIMAX방식을 취하였다. 요인분석의 결과에 의하면 각 요인에 적재되는 요인부하량(factor loading)은 모두 .3이상으로서 나타났다.

##### 2. 조사대상자의 일반적 특성분석

〈표 2〉 조사대상자의 인구통계적 분포

인구통계적·사회경제적 특성		인원수	유효비율(%)
성 별	남	489	56.4
	여	377	43.6
학 력	무학	62	7.1
	서당	7	1.0
	초등학교	183	21.2
	중학교	181	21.0
	고등학교	242	28.1
	대학교	157	18.2
	대학원	28	3.2
연 령	51-55	219	25.3
	56-60	206	23.8
	61-65	198	22.8
	66-70	205	24.7
	70이상	38	4.39
소 득	100만원 이하	113	13.0
	100-200만원	365	42.1
	200-300만원	177	20.4
	300만원이상	116	13.4

### 3. 가설의 검증

#### 1) 노화인지와 지각된 위험

전체적으로 노화인지를 측정하기 위한 5가지 측정변수는 신체적 노화인지, 사회적 노화인지, 심리적 노화인지, 금전적 노화인지, 미래에 대한 불안감이며, 지각된 위험의 측정변수로는 금전적 위험, 사회적 위험, 신체적 위험, 심리적 위험이다.

노화인지와 지각된 위험의 전체상관분석은 유의수준 .001에서 유의미한 차이가 있어 가설 H1은 채택된다. 구체적 내용은 <표 3>과 같으며 요약하면 다음과 같다.

첫째, 신체적, 경제적, 미래의 불안감에서 노화인지를 많이 하는 노인소비자일수록 지각된 위험의 모든 측정변수에 유의미하게 위험을 느꼈으며, 심리적 위험을 느끼는 노인소비자일수록 노화인지의 모든 측정변인에서 유의미하게 노화인지를 많이 하는 것으로 나타났다.

<표 3> 노화인지와 지각된 위험간의 상관분석

노화인지	지각된 위험			
	금전적 위험	사회적 위험	신체적 위험	심리적 위험
신체적 인지	.1589**	.0769*	.1588**	.2037**
사회적 인지	.0174	.0401	.0274	.0841*
심리적 인지	-.0174	-.0167	.0216	.0595*
경제적 인지	.1962**	.2828**	.2067**	.2620**
미래의 불안감	.1486**	.1430**	.1587**	.1901**

\* p<0.05    \*\* p<0.001

둘째, 유의수준 .001이하에서 신체적 노화인지와 유의적 관련성이 있는 지각된 위험요인의 측정변수 중 사회적 위험만을 제외하고, 금전적 위험, 신체적 위험, 심리적 위험의 측정변인 모두에서 유의미하였다. 사회적 위험도 유의수준 .05이하에서 유의미하였으므로, 이는 노인소비자들이 신체적 노화를 많이 인지할수록 건강보조식품 정보탐색시에 지각된 위험을 많이 느낀다는 것을 알 수 있다.

셋째, 유의수준 0.05이하에서 노화의 사회적, 심리적 인지와 지각된 위험 측정변인간에 심리적 위험에서만 유의미하게 나타났다. 따라서 사회적으로 심리적으로 노화를 많이 인식하는 노인소비자는 건강보조식품 정보탐색시에 심리적 위험을 많이 느낀다는 것을 알 수 있다.

넷째, 미래의 노화인지, 경제적 노화인지와 지각된 위험 요인의 모든 측정변인간에 유의수준 .001이하에서 모두 유의미한 것으로 나타나고 있어 노인소비자들이 금전적으로나 미래에 대한 걱정을 많이 할 수록 건강보조식품 정보탐색시에 지각된 위험을 많이 느끼고 있음을 알 수 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 경제적으로, 미래의 노화인지가 많은 노인소비자들은 건강보조식품 정보탐색시에 지각된 위험이 높다는 것을 알 수 있다. 그리고 건강보조식품 정보탐색시에 심리적으로 위험을 많이 느끼는 노인소비자일수록 신체적, 사회적, 심리적으로 노화를 많이 인지하고 있으며, 경제적으로나 미래에 대해서 걱정이 많은 것으로 나타났다.

#### 2) 노화인지와 정보처리능력

일반적인 노화인지와 정보처리능력과의 상관은 <표 4>과 같고, 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

〈표 4〉 노화인지와 정보처리능력간의 상관분석

노화인지	정 보 처 리 능 력					
	문제해결력	이해력	판단력	심사숙고성	세밀함	장단점과악
신체적인지	-.0717*	-.0756*	-.0556	-.0515	-.0242	.0220
사회적인지	-.1338**	-.1117*	-.0827*	-.1287**	-.0916*	-.0321
심리적인지	-.0947*	-.1071**	-.1047**	-.0837*	-.1246**	-.1377**
금전적인지	-.1321**	-.1122**	-.0430	-.0366	-.0368	-.0136
미래의 불안감	-.0792*	-.1010*	-.0655*	-.0131	-.0460	-.0260

\*p<0.05 \*\* p<0.001

일반적인 노화인지의 측정변수 대부분과 정보처리능력 변수간에는 전체상관은 유의수준 .001에서 유의미하게 감소하여 가설 H2는 채택된다. 구체적인 결과는 다음과 같다.

첫째, 유의수준 .05이하에서 신체적 측면의 노화인지와 유의적 관련성이 있는 정보처리능력의 측정변수는 문제해결력과 이해력만 유의미한 부(-)적 상관관계를 나타내고 있고 나머지 다른 측정변인들은 유의미한 상관관계를 나타내지 않고 있다. 따라서 신체적 측면의 노화를 많이 인지하는 노인소비자는 문제해결력과 이해력의 정보처리능력이 감소한다는 것을 알 수 있다.

둘째, 사회적 측면의 노화인지와 정보처리능력의 측정변인 중 문제해결력과 심사숙고성은 유의수준 .001이하에서 유의미하였으며, 나머지 측정변인들 즉 이해력, 머리 좋음, 세밀함은 유의수준 .05이하에서 유의미하게 나타나고 있다.

셋째, 유의수준 .001이하에서 심리적 측면의 노화인지와 정보처리능력 측정변수 중에 이해력, 판단력, 세밀함, 장단점 파악의 측정변수 모두가 유의미하였고, 문제해결력, 심사숙고성은 유의수준 .05이하에서 모두 유의미한 것으로 나타나고 있어 노인소비자들이 심리적 측면에서 노화를 많이 인지할수록 정보처리능력이 감소함을 알 수 있다.

넷째, 경제적 측면의 노화를 많이 인지할수록 정보처리능력의 변수 중에 문제해결력과 이해력이 유의수준 .001이하에서 유의미하였다.

다섯째, 유의수준 .05이하에서 문제해결력, 이해력과 판단력만이 유의미하게 나타나고 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 사회적 심리적 측면의 노화를 많이 인지하는 노인소비자일수록 정보처리능력이 감소함을 알 수 있고, 정보처리능력 중 문제해결력과 이해력이 높은 노인소비자일수록 노화를 적게 인지하는 것을 알 수 있다.

3) 지각된 위험과 인지된 탐색해택

연구가설 H3은 제시된 연구모형에서 매개변수인 지각된 위험과 종속변수인 인지된 탐색해택간의 관련성을 고찰하기 위한 것이다. 지각된 위험과 인지된 탐색해택의 분석결과는 〈표 5〉과 같으며, 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

〈표 5〉 지각된 위험과 인지된 탐색혜택간의 상관분석

지각된 위험	인 지 된 탐 색 혜 택					
	최종선택 확신	대체안 비교평가	가격 감소	원하는 제품구매	구매 만족	시장지식 증가
금전적 위험	.1903**	.1656**	.1796**	.2051**	.2739**	.2263**
사회적 위험	.0980*	.1327**	.0932*	.1372**	.1556**	.1977**
신체적 위험	.2115**	.2224**	.0829*	.2170**	.1801**	.1888**
심리적 위험	.1610**	.1903**	.0847*	.1605**	.1996**	.1938**

\* p<0.05    \*\* p<0.001

지각된 위험과 인지된 탐색혜택의 모든 측정변수들 사이에 완전한 정(+)의 상관관계가 형성되어 있어서, 건강보조식품 정보탐색시에 지각된 위험이 높은 노인소비자일수록 인지된 탐색혜택이 많을 것이라고 생각한다는 것을 알 수 있다. 따라서 가설 H3은 채택된다.

4) 탐색동기와 인지된 탐색혜택

탐색동기와 인지된 탐색혜택의 분석결과는 〈표 6〉과 같으며, 그 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

〈표 6〉 탐색동기와 인지된 탐색혜택간의 상관분석

탐색동기	인 지 된 탐 색 혜 택					
	최종선택 확신	대체안 비교평가	가격 감소	원하는 제품구매	구매 만족	시장지식 증가
중요도	.3555**	.3291**	.2543**	.3593**	.3452**	.2209**
관여도	.3911**	.2621**	.1647**	.4386**	.2726**	.2186**
탐색취미	.3253**	.2366**	.0877*	.3490**	.1756**	.1546**
구매신중성	.5735**	.4043**	.2269**	.5063**	.3500**	.2768**

\* p<0.05    \*\* p<0.001

탐색동기와 인지된 탐색혜택의 측정변수들 사이에 완전한 정(+)의 상관관계가 형성되어 있어서, 건강보조식품의 탐색동기가 높은 노인소비자일수록 인지된 탐색혜택이 많을 것이라고 생각한다는 것을 알 수 있다. 따라서 가설 H4는 채택된다.

5) 정보처리능력과 인지된 탐색혜택

지각된 위험과 인지된 탐색혜택의 분석결과는 <표 7>과 같으며 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

<표 7> 정보처리능력과 인지된 탐색혜택간의 상관분석

정보처리능력	인 지 된 탐 색 혜 택					
	최종선택 확신	대체안 비교평가	가격 감소	원하는 제품구매	구매 만족	시장지식 증가
문제해결력	.1046**	.1139**	.0955*	.0795*	.0956*	.0740*
이해력	.0099	.0384	.0631*	.0784*	.0416	.0820*
판단력	.1491**	.1125**	.1404**	.1512**	.0755*	.0932*
심사숙고성	.2043**	.1715**	.1638**	.2308**	.1745**	.1574**
머리 좋음	.0833*	.1151**	.0676**	.0802*	.0365	.0817*
세밀함	.2429**	.1416**	.0878*	.2548**	.1653**	.1271**
장단점 파악	.2226**	.1308**	.1205**	.2359**	.1696**	.1572**

\* p<0.05    \*\* p<0.001

정보처리능력과 인지된 탐색혜택의 대부분의 측정변수들 사이에 정(+)의 상관관계가 형성되어 있어서, 건강 보조식품 정보탐색시에 정보처리능력이 높으면 인지된 탐색혜택이 많을 것이라고 생각한다는 것을 알 수 있다. 정보처리능력과 인지된 탐색혜택 간에는 유의수준 .001이하에서 53.1%, 유의수준 .05이하에서 91.8%의 측정변인들이 유의미하게 나타나고 있다. 따라서 본 연구가설 H5는 전반적 지지로 채택된다.

6) 탐색비용과 정보탐색노력

탐색비용과 정보탐색간의 상관관계의 분석결과는 유의수준 .001이하에서 유의미한 정(+)적 상관관계로 나타나므로 탐색비용이 많이 들수록 정보탐색노력이 감소한다는 가설 H6은 기각된다. 구체적인 결과는 <표 8>에 나타나 있고 요약 설명하면 다음과 같다.

<표 8> 탐색비용과 정보탐색간의 상관분석

탐색비용	정 보 탐 색 노 력								
	가 격 판매점	사용방법 관리방법	상품선택 요령	상 표 제조회사	판매점	판매원	광고	책자정보	가 족 친 구
시 간	.3430**	.2358**	.2820**	.3324**	.3259**	-.0237	.2172**	.1872*	.1432**
금 전	.1750**	.0754*	.1788**	.1859**	.2084**	-.0213	.0666*	.0803*	.0327
심 리	.0686*	-.0339	-.0441	-.0482	-.0091	.0291	.0513	.0093	.0245

\* p<0.05    \*\* p<0.001

첫째, 유의수준 .001이하에서 시간적 탐색비용과 유의적 관련성이 있는 정보탐색의 측정변수 중 판매원만을 제외한 가격과 판매점에 관한 정보, 사용방법과 관리방법에 관한 정보, 상품선택요령에 관한 정보, 상표 제조회사에 관한 정보, 판매점을 직접 방문하여 알아보는 정보, 광고, 책자정보, 가족 친구에게서 얻는 정보는 시간이 들더라도 노인소비자들이 정보탐색을 한다는 것을 알 수 있다.

둘째, 유의수준 0.001이하에서 금전적 탐색비용과 정보탐색의 측정변수 중 가격과 판매점에 관한 정보, 사용방법과 관리방법에 관한 정보, 상표 제조회사에 관한 정보, 판매점을 직접 방문하여 알아보는 정보, 광고에서 얻는 정보는 유의미하였으며, .05이하에서 상품선택요령에 관한 정보, 책자정보, 가족 친구에게서 얻는 정보가 유의미하였다.

셋째, 심리적 비용과 정보탐색간에 유의수준 .05이하에서 가격과 판매점에 관한 정보에서 유의미하게 나타났는데 이는 심리적 비용이 들더라도 가격과 판매점에 관한 정보에 대해서는 정보탐색노력을 증가시킨다는 것을 나타내고 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 시간적·금전적 탐색비용이 높을수록 정보탐색노력이 감소한다는 기존의 연구 결과와 달리 탐색비용이 증가한다고 하더라도 정보탐색노력이 증가하는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구가 설 H6은 기각된다.

7) 탐색동기와 정보탐색노력

분석결과를 요약하면 <표 9>과 같다. 탐색동기와 정보탐색노력의 전체상관은 유의수준 .001이하에서 유의미하게 나타나므로 가설 H7은 채택된다. 구체적인 결과는 다음과 같다.

탐색동기가 높을수록 정보탐색의 하위측정변수 대부분이 유의수준 .001이하에서 유의미한 영향을 미쳤다. 광고로 정보탐색을 하는 노인소비자들은 건강보조식품 정보탐색시에 탐색 그 자체를 좋아하는 탐색취미형 측정변수에서 유의수준 .05에서 유의하였고, 구매를 신중히 하는 노인소비자들에게서 유의수준 .001이하에서 유의미하게 나타났으며 제품의 중요도와 관여도에서는 유의성이 없었다. 탐색 그 자체를 좋아하는 탐색취미형의 노인소비자일수록 가족·친구에게 정보탐색 노력이 무의미하게 나타나고 있다.

<표 9> 탐색동기와 정보탐색노력간의 상관관계

탐색동기	정 보 탐 색 노 력								
	가 격 판매점	사용방법 관리방법	상품선택 요 령	상 표 제조회사	판매점	판매원	광 고	책 자 정 보	가 족 친 구
중 요 도	.2828**	.3072**	.2382**	.2283**	.1555**	.1219**	.0367	.1765**	.0829*
관 여 도	.3630**	.2863**	.3493**	.3238**	.2891**	.1885**	.0643	.2117**	.0754*
탐색취미	.2599**	.1609**	.2497**	.2900**	.2800**	.2147**	.0776*	.2287**	.0273
구매신중성	.3255**	.2915**	.2264**	.2896**	.2840**	.2387**	.0935**	.2841**	.1518**

\* p<0.05    \*\* p<0.001

이상의 결과를 살펴보면 건강보조식품이 중요하다고 생각하거나 고관여 상품이라고 생각하는 노인소비자일수록 광고를 신뢰하지 않고, 탐색취미형의 노인소비자일수록 가족과 친구의 정보를 유의미하게 탐색하지 않는 것으로 나타나고 있으며, 구매신중형의 노인소비자일수록 모든 정보탐색노력을 유의미하게 하는 것으로 나타나고 있다.

8) 인지된 탐색혜택과 정보탐색노력

인지된 탐색혜택과 정보탐색노력간의 상관관계를 분석한 결과를 요약하면 <표 10>과 같다.

<표 10> 인지된 탐색혜택과 정보탐색노력간의 상관분석

인지된 탐색혜택	정 보 탐 색 노 력								
	가 격 판매점	사용방법 관리방법	상품선택 요 령	상 표 제조회사	판매점	판매원	광 고	책 자 정보	가 족 친 구
최종선택 확신	.4361**	.3308**	.3640**	.3579**	.4415**	.1592**	.3502**	.3790**	.2082**
대체안 비교평가	.2977**	.2494**	.2799**	.2655**	.2576**	.1293**	.2885**	.3272**	.1874**
가격감소	.2995**	.1868**	.2040**	.1987**	.2074**	.0391	.2439**	.2739**	.2294**
원하는제품구매	.4347**	.4211**	.3919**	.4165**	.4278**	.0976**	.3213**	.3742**	.2007**
만족증가	.2375**	.2287**	.2222**	.2204**	.2668**	.1112**	.2632**	.2733**	.2413**
시장지식증가	.2579**	.2390**	.2611**	.2642**	.2787**	.0601	.3061**	.3051**	.1575**

\* p<0.05    \*\* p<0.001

인지된 탐색혜택의 측정변수중 최종선택 확신, 대체안 비교평가, 원하는 제품구매, 구매만족 증가는 모든 정보탐색노력의 측정변수들과 상관관계가 유의수준 .001이하에서 유의미하게 나타나고 있으며, 정보탐색노력이 가격절감과 제품의 시장지식을 증가시킨다고 생각하는 노인소비자일수록 판매원과의 정보탐색노력을 무의미하게 생각하고 있는 것으로 나타나고 있다. 따라서 인지된 탐색혜택이 높다고 인지하면 노인소비자들은 정보탐색노력을 많이 한다는 유의미한 결과가 나왔다.

인지된 탐색혜택과 정보탐색노력간의 전체상관은 유의수준 .001이하에서 유의미하게 지지되므로 본 연구가 설 H8은 채택된다.

9) 정보처리능력과 정보탐색노력

정보처리능력과 정보탐색노력간의 상관관계를 분석한 결과를 요약하면 <표 11>과 같다.

<표 11> 정보처리능력과 정보탐색노력 간의 상관분석

정보처리 능력	정 보 탐 색 노 력								
	가 격 판매점	사용방법 관리방법	상품선택 요 령	상 표 제조회사	판매점	판매원	광 고	책 자 정보	가 족 친 구
문제해결력	.0972*	.1310**	.1040*	.1238**	.1517**	.0364	.1466**	.1587**	.0731*
이 해 력	.1077**	.2012**	.1711**	.1437**	.0852*	.0105	.1798**	.2040**	-.0212
판 단 력	.1568**	.2058**	.1547**	.1780**	.1221**	.0388	.0299	.1026*	.0225
심사숙고성	.2567**	.2715**	.1918**	.2158**	.1664**	.0261	.1407**	.1690**	.1068**
세 밀 함	.2189**	.2212**	.1116**	.1590**	.1840**	.0598	.1448**	.1005*	.1038**
장단점파악	.1712**	.2054**	.2069**	.1858**	.1402**	-.0052	.1006*	.1596**	.0392

\* p<0.05    \*\* p<0.001



일반적인 정보처리능력 측정변수 대부분과 정보탐색노력 변수간에는 정(+)의 상관관계를 보이고 있다. 정보처리능력과 정보탐색노력의 전체상관은 유의수준 .001이하에서 유의미하게 지지되므로 본 연구가설 H9는 채택된다.

첫째, 유의수준 .001이하에서 문제해결력과 정보탐색노력의 측정변수중 유의미한 변수는 사용방법과 관리방법, 상표와 제조회사, 판매점, 광고, 책자정보 등이고, 유의수준 .05이하에서 가격과 판매점, 상품선택요령, 가족과 친구에게서 정보를 유의미하게 탐색노력하는 것으로 나타나고 있다. 문제해결력이 높은 노인소비자일수록 판매원에 의존하지 않고 다른 정보탐색노력을 유의미하게 하고 있음을 알 수 있다.

둘째, 이해력이 높고, 장단점을 잘 파악하는 노인소비자일수록 판매원과 가족, 친구 등 대인적인 정보탐색노력을 유의미하게 탐색하지 않고 가격과 판매점, 사용방법과 관리방법, 상품선택요령, 상표와 제조회사, 판매점, 광고, 인쇄정보 이용변수들에서 유의수준 .001이하에서 유의미하였으며, 유의수준 .05이하에서 판매점정보를 유의미하게 사용하고 있음을 알 수 있다. 즉, 이해력 높은 노인소비자일수록 판매원이나 가족과 친지 등 타인에 의한 정보탐색노력은 유의미하게 생각하지 않으며 다른 유형의 대부분의 정보탐색노력을 유의미하게 하고 있음을 알 수 있다.

셋째, 유의수준 .001이하에서 판단력과 정보탐색노력의 측정변수 중에 판매원, 광고, 가족, 친구를 제외한 가격과 판매점, 사용방법과 관리방법, 상품선택요령, 상표와 제조회사, 판매점, 인쇄정보이용 측정변수 모두에서 유의미하게 나타나고 있는 것으로 판단력이 높은 노인소비자일수록 판매원, 광고, 가족과 친구의 정보탐색을 제외한 대부분의 정보탐색노력을 유의미하게 하고 있음을 알 수 있다.

넷째, 심사숙고성이 높고, 세밀한 노인소비자일수록 판매원을 제외한 정보탐색노력의 측정변수 중 세밀함과 인쇄정보만이 유의수준 .05이하에서 유의미하고, 다른 나머지 변수들은 유의수준 .001이하에서 정보탐색노력을 하고 있음을 알 수 있다. 따라서 심사숙고성이 높고, 세밀한 노인소비자일수록 판매원을 제외한 대부분의 정보탐색노력을 유의미하게 나타나고 있다고 할 수 있다.

다섯째, 유의수준 .001이하에서 머리 좋음과 정보탐색의 측정변수 대부분과 유의미하게 정보탐색노력을 하고 있음을 알 수 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 정보처리능력이 높은 노인소비자일수록 정보탐색노력을 많이 하고 있지만, 정보탐색노력의 측정변수중 판매원에 의한 정보탐색노력은 자신이 머리 좋다고 생각하는 노인소비자를 제외하고는 무의미하게 나타나고 있다. 건강보조식품 정보탐색노력에서 가장 무의미하게 나타난 측정변수가 판매원으로 나타나고 있어 판매원에 대한 불신이 크게 나타나고 있다.

#### 10) 노화인지와 정보탐색노력

이론변수인 노화인지를 측정하기 위한 5가지 측정변수는 신체적 노화인지, 사회적 노화인지, 심리적 노화인지, 금전적 노화인지, 미래에 대한 불안감이며, 정보탐색노력과의 검증결과는 <표 12>과 같고 요약하면 다음과 같다.

노화인지와 정보탐색노력 사이에 전체상관은 유의수준 .001이하에서 유의미한 부(-)의 상관관계를 나타내고 있어서 연구가설 H10은 채택된다. 구체적인 결과는 다음과 같다.

첫째, 유의수준 .001이하에서 신체적 노화인지와 유의적 관련성이 있는 정보탐색노력은 상품선택요령, 상표와 제조회사, 광고, 인쇄정보의 정보탐색노력에서 부적으로 유의미하며, 유의수준 .05이하에서 가격과 판매점, 사용방법과 관리방법, 판매점의 정보탐색노력에서 부적으로 유의미하게 나타나고 있다. 이는 노인소비자들이 신체적 노화인지를 많이 인지할수록 건강보조식품 정보탐색노력이 감소함을 알 수 있다.

둘째, 유의수준 0.05이하에서 사회적 측면의 노화를 많이 인지할수록 가격과 판매점, 상표와 제조회사에 관한 정보탐색노력이 유의미하게 감소함을 알 수 있고, 유의수준 .001이하에서 사용방법과 관리방법의 정보탐색노력에서 유의미하게 감소함을 알 수 있다.

셋째, 심리적 측면에서 노화를 많이 인지할수록 가격과 판매점, 사용방법과 관리방법, 상품선택요령, 상표

와 제조회사, 판매점의 정보탐색노력이 유의수준 .05이하에서 유의미하게 감소하고 있는 것으로 나타나고 있다.

〈표 12〉 노화인지와 정보탐색노력간의 상관분석

노화인지	정 보 탐 색 노 력								
	가 격 판매점	사용방법 관리방법	상품선택 요 령	상 표 제조회사	판매점	판매원	광 고	책 자 정 보	가 족 친 구
신체적인지	-.0808*	-.0753*	-.1508**	-.1337**	-.1014*	-.0234	-.1371**	-.1483**	-.0082
사회적인지	-.0997*	-.1565**	-.0535	-.1026*	-.0384	-.0217	-.0543	-.0295	-.0512
심리적인지	-.0665*	-.0759*	-.1004*	-.0899*	-.1111*	.0102	-.0356	-.0362	-.0113
경제적인지	.0622*	-.0164	.0609*	.0291	-.0116	-.0152	-.1014*	-.0624*	-.0812*
미래의 불안감	.0833*	-.0037	-.0335	-.0412	-.0274	-.0383	.0094	.0047	.0903**

\* p<0.05    \*\* p<0.001

넷째, 경제적 측면에서 노화를 많이 인지할수록 가격과 판매점, 상품선택요령에 관한 정보탐색노력은 유의수준 .05이하에서 유의미하게 증가하고 있으며, 광고, 책자정보, 가족과 친구의 정보탐색은 유의수준 .05이하에서 감소하고 있다.

다섯째, 미래의 인지에서 걱정이 많은 노인일수록 가격과 판매점, 가족과 친구에 의한 정보탐색노력을 유의수준 .05이하에서 유의미하게 증가하고 있음을 알 수 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 신체적, 심리적 측면에서 노화를 많이 인지할수록 가격과 판매점, 사용방법과 관리방법, 상품선택요령, 상표와 제조회사, 판매점에서 직접정보탐색노력이 감소하고 있음을 알 수 있다. 경제적으로 걱정이 많은 노인소비자들은 건강보조식품 정보탐색노력시 가격과 판매점, 상품선택 요령에 관한 정보탐색노력을 증가시키고, 미래에 대한 걱정이 많은 노인소비자들은 가격과 판매점, 가족과 친구에게 정보탐색노력을 증가시키고 있다는 것을 알 수 있다.

## V. 결론

본 연구에서 개별 연구가설의 분석결과에 결과 및 제언은 다음과 같다.

첫째, 신체적·경제적·미래에 대해서 노화인지를 많이 하는 노인소비자일수록 건강보조식품 정보탐색시에 지각된 위험을 많이 느끼는 것으로 나타났다. 따라서 신체적으로 나약하고, 빈곤하고, 미래에 대해서 불안감을 많이 느끼는 노인소비자에게 소비자시장환경에 관해서 알 수 있도록 구체적인 노인소비자교육이 실시되어야 한다. 신체적·경제적·미래의 노화인지를 많이 하는 노인소비자에게 쉽게 정보를 제공할 수 있도록 공공장소와 대중매체를 통한 노인소비자교육이 실시되어야 할 것이다.

둘째, 심리적, 사회적 노화를 많이 인지하는 노인소비자일수록 정보처리능력이 감소하고 있다. 따라서 노인소비자들이 노화를 많이 인지하면서 겪게되는 노인 소외를 극복할 수 있도록 노인의 사회활동을 강화할 수 있는 프로그램이 개발되어야 할 것이며, 가족 속에서 노인이 강한 정체감을 형성할 수 있는 가족 문화가 지향되어야 할 것이다. 그리고 노인 스스로도 심리적으로 긍정적인 노화인지를 하도록 노력해야 할 것이다.

셋째, 정보탐색시에 지각된 위험이 높다고 인지하는 노인소비자들은 인지된 탐색혜택이 많다는 연구결과로 볼 때, 급변하는 소비자시장 환경 속에 내포되어 있는 위험에 대한 노인소비자교육을 실시해야한다. 그리하여 노인소비자들이 위험을 감소할 수 있는 방안으로 정보탐색노력을 적극적으로 행하여 인지된 탐색혜택의 효과를 실제로 소비자행동에 많이 반영함으로써 합리적인 소비생활로 노인소비자복지를 향상시킬 수 있도록 해야한다.

넷째, 정보처리능력이 높으면 인지된 탐색혜택·정보탐색노력이 증가한다는 결과와 구체적으로 노인의 정보처리능력을 높여주기 위해서 정보처리능력증에서 심사숙고성과 대체안의 장단점을 평가하고, 세밀함의 능력이 높은 노인소비자일수록 인지된 탐색혜택과 강한 정(+)의 관계가 나타나므로 노인소비자교육시 소비자 정보탐색시에는 장단점을 심사숙고하여 세밀하게 파악해야 한다는 것을 강조해야한다.

다섯째, 탐색동기가 높으면 정보탐색노력이 증가한다는 결과로 볼 때 노인소비자교육시 탐색동기를 높여주는 소비자교육이 실시되어야 한다.

여섯째, 우리나라 노인소비자들은 정보 탐색시에 시간적·금전적 비용이 들수록 정보탐색노력을 증가시킨다는 결과는 기존의 연구결과와는 반대의 결과이다. 이는 대상제품의 건강보조식품으로 고관여 상품이기 때문에 비용은 들지만 정보탐색노력을 증가시키는 것으로 나타나는 것 같다. 한편으로 탐색비용의 측정상의 문제로 나타난 결과일수도 있으므로 탐색비용을 소비자 자신의 평가보다도 구체적인 시간과 화폐 액을 포함하는 양적 개념으로 측정할 수 있는 탐색비용 측정도구를 개발하여 보다 정확한 탐색비용의 측정도구가 마련되어야 할 것이다.

일곱째, 인지된 탐색혜택이 높다고 느끼면 노인소비자들은 정보탐색노력을 한다는 결과로 볼 때 노인소비자 교육시에 정보탐색노력으로 인지된 탐색혜택을 많이 얻을 수 있다는 것을 강조해야만 할 것이다. 그리고 기업 측에서도 노인소비자에게 정보제공시 정보탐색노력으로 인한 인지된 탐색혜택을 부여해야한다.

여덟째, 노화인지를 많이 하는 노인소비자일수록 정보탐색노력이 감소한다. 그러나 경제적 노화인지, 미래의 불안감을 많이 느끼는 노인소비자는 가격·판매점의 정보탐색노력을 증가시키는 것으로 나타났다. 따라서 극빈 노인소비자에게는 가격·판매점의 소비자교육이 실시되어야 한다. 부가적 사실로 노인소비자들은 건강보조식품 정보탐색노력을 할 때 판매원에 대한 불신이 상당히 크게 나타내고 있다. 이는 판매원의 재교육이 필요함을 보여준다.

이상과 같은 연구결과를 수용하는데 있어 몇 가지의 한계점이 있다.

첫째, 본 연구는 부산에 거주하는 노인소비자들만을 조사대상으로 하였기 때문에 우리 나라 전체 노인소비자의 정보탐색노력으로 일반화시키기에는 한계가 있다. 미래연구에서는 조사대상을 전국으로 확대해 보는 것이 바람직하다.

둘째, 본 연구는 건강보조식품만을 대상으로 이루어졌기 때문에 다른 제품에 적용 가능성을 검토해 보아야 한다. 미래의 연구에서 노인 관련 제품에 관한 연구가 많이 진행되어야 할 것이다.

셋째, 노인소비자 정보탐색을 관찰할 때 본 연구에서는 환경 변수를 고려하지 않았다. 소비자행동의 지배적인 영향 요인인 환경 변수를 배제함으로써 본 연구의 설명력이 제약받고 있으므로 향후의 연구에서는 이를 포함하여야 할 것이다.

넷째, 본 연구에 사용된 설문지는 외국 관련 연구들에서 사용된 설문들을 국내 사정에 맞게 수정하여 사용하였다. 이는 기존의 국내 연구가 거의 없었기 때문에 생긴 결과이므로 향후의 연구에서는 국내 소비자를 고려한 다양한 측정도구의 개발이 요구된다. 특히 기존의 연구결과와는 다른 연구결과가 나오는 탐색비용과 정보처리능력에 대한 구체적인 척도 개발이 요구된다.

참 고 문 헌

- 김경훈(1993) "마케팅 연구에 있어서 신뢰도 측정방법의 문제점", 마케팅 연구 제8권 제2호, 200-202.
- 김훈철(1992) "차세대 마케팅 : 실버시장", 한국방송공사 광고정보 137호 8월 54-59
- 김홍식(1985) 고령화 사회의 노인복지에 관한 실증적 연구, 박사학위논문, 단국대학교
- 김인숙·정용선(1995) 세대별 소비자역할태도에 따른 소비자역할수행에 관한 연구, 대한가정 학회지, 제33권 4호
- 백건기(1993) 실버산업, 실버소비자: 실버층 라이프스타일 조사, 광고정보 152호 11월.
- 박명희·이민표(1992) 노인소비자연구의 실태와 전망, 노령화사회와 노인소비자, 한국소비자학회 1992년 학술대회발표논문.
- 서병숙(1986) 부모노후의 책임의식에 관한 연구. 한국노년학 6.
- 윤진(1985) 성인·노인심리학, 중앙적성출판부.
- 윤계호(1993) 실버마켓에 대한 재인식:고령화 물결에 대응한 마케팅 전략, 사보 MBC에드컴 164호 5월 2-5.
- 이기춘·여정성(1996) 고령화 사회의 노년기 경제생활 문제와 대책, 21세기 전망 고령화시대와 삶의 질의 발표논문.
- 이민표(1994) 노인소비자의 구매문제와 소비자행동에 관한 연구, 동국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이성원(1993) "건강보조식품의 국내현황과 과제", 의약정보, 약업신문사, 78-80
- 이영하(1975) 한국사회에 있어서 노인문제와 그 해결을 위한 방안, 공주사범대학논문집
- 이은희(1993) "소비자정보의 요구에 관한 연구" 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 이혜임(1995) 노인소비자의 구매문제와 소비자정보 및 교육요구, 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 장인협·최성재(1987) 노인복지학, 서울대학교 출판부
- 정영숙(1996) 예방적 건강을 위한 구매행동모형에 관한 연구, 창원대학교 박사학위논문
- 최병선(1989) "소비자보호를 위한 정보역할 및 규제의 합리화" 행정논총, 제28권1호 ;179-210. 통계청(1996) 한국통계연감
- 한국갤럽조사연구소(1984) 한국 노인의 생활과 의식구조, 한국갤럽조사연구소.
- Bartos, Rena(1980) "Over 49:The Invisible Consumer Market," *Harvard Business Review*, 58(January/February), 140-148
- Bauer, R. A. (1967) *Consumer Behavior as Risk Taking*. In D. F. Cox (Eds.). Boston:Harvard University Press.
- Bengtson, V. L. and Culter. N. E. (1976) Generation and Intergenerational Relations: Perspectives on Age Groups and Social Change. In R. M. Binstock and E. Shanas (Eds.). *Handbook of Aging and Social Science*. New York: Van Nostrand Reinhold Co.
- Bentler, P. M, and C. Chun(1987), "Practical Issue in Structural Modeling," *Sociological Methods and Research*, 16, 78-117
- Bettman, J. R. (1979). *An Information Processing Theory of Consumer Choice*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Co.
- Biehal, G. and Chakravarti, D., (1982) "Information-Presentation Format and Learning Goals as Determinants of Consumer Memory Retrieval and Choice Processes" *Journal of Consumer Research* Vol. 8(March), 431-41.
- Birren, J. (1974) "Translation in Gerontology-From Lab to Life: Psychophysiology and Speed of Response," *American Psychologist*, 29(Nov), 808-15
- Boomsma, A. (1982), *The Robustness of LISREL against Small Sample Size in Factor Analysis Model*, In

- K. G. Jorekog and H. Wold(Eds.), System Under Indirect Observation: Causality, Structure, Prediction(PART1), Amsterdam, 149-173.
- Bucklin, P. Louis, (1966) "Testing Propensities to Shop," *Journal of Marketing*, Vol. 30, 22-27.
- Capon, N. & Davis, R. (1984) Basic Cognitive Ability Measures as Predictors of Consumer Information Processing Strategies. *Journal of Consumer Research* Vol 11 Jun, 551-563
- Claxton, J. O., Fry, J.N & Potis, B(1975). A Taxonomy of Prepurchase Information Gathering Patterns. *Journal of Consumer Research* 1(3), 35-42.
- Cole, Catherine A. and Gaeth(1990), "Cognitive and Age-Related Differences in the Ability to Use Nutritional Information in a Complex Environment, *Journal of Marketing Research*, 27(May), 175-184.
- Cox, K.F. & Rich, S. (1964). Perceived Risk and Consumer Decision Making: A Case of Telephone Shopping. *Journal of Marketing Research* (February), 32-39
- Duncan, c. p. and Olshavsky, R. W., (1982) "External Search: The Role of Consumer Beliefs," *Journal of Marketing Research*, Vol. X I X (Feb) 32-43.
- Engel, J.F, Kollat, D.T. & Blackwell, R.D(1982). *Consumer Behavior*. 3rd ed. Hinsdale Illinois: The Dryden-Press.
- Fox, M. C., Roscoe, A.M. and Feigenbaum, A.M. (1984). A Longitudinal Analysis of Consumer Behavior in the Elderly Population. *Advances in Consumer Research* 11, 563-568.
- Hagerty, M.R. and Aaker, D.A., (1984) "A Normative Model of Consumer Information Processing," *Marketing Science*, Vol. 3, No3, Summer, 227-246
- Hansen, Fleming, (1972) "*Consumer Choice Behavior: A Cognitive Theory*," The Free Press, New York.
- Henry, W.A., (1980) "The Effect of Information-Processing Ability on Processing Accuracy", *Journal of Consumer Research*, Vol. 7 (June), 42-48.
- Howard, A. John, (1977) "*Consumer Behavior: Application of Theory*" McGraw-Hill Book Company, New York,
- Howard, A. John and Sheth, N. Jagdish, (1969) "*The Theory of Buyer Behavior*," John Wiley & Son, Inc., New York
- John, D.R. & Cole, C.A. (1986). Age Differences in Information Processing: Understanding Deficits in Young and Elderly Consumers, *Journal of Consumer Research* 13(3), 297-315.
- Katona, George and Mueller, Eva, "A Study of Purchase Decision," in *Consumer Behavior: The Dynamics of Consumer Reaction*, ed. Lincoln H. Clark, New York University Press, New York, 30-87.
- Kiel, G.C. & Layton, R.A. (1981). Dimensions of Consumer Information Seeking, *Journal of Marketing Research* 18 (May), 233-239.
- Meyer, R.J., (1982) "A Descriptive Model of Consumer Information Search Behavior" *Marketing Science*, Vol. I, No. 1, 93-121.
- Newman, J.W. and Staelin, R., (1971) "Multivariate Analysis of Differences in Buyer Decision Time," *Journal of Marketing Research*, Vol. VIII, (May) 192-8.
- Newman, J.W., and Staelin, R., (1972) "Prepurchase Information Seeking for New Cars and Major Household Appliances," *Journal of Marketing Research*, Vol. IX (August) 269-57.
- Nicosia, M. Francesco, (1966) *Consumer Decision Processes*, Prentice-Hall Inc., New Jersey.
- Peter, J. Paul and Tarpey, x. Lawrence Sr., (1975) "A Comparative Analysis of Three Consumer Decision Strategies," *Journal of Consumer Research*, Vol II, (June) 29-37.
- Phillips, L. W. & Sternthal, B. (1977). Aged Consumer. *Journal of Marketing Research* 14 (November), 444-457.

- Punj, G.N. & Staelin, R. (1983) A Model of Consumer Information Search Behavior for New Automobiles. *Journal of Consumer Research*. Vol 9, Mar, 366-380
- Rabbitt, P. (1965) "An Age Decrement in the Ability to Ignore Irrelevant Information," *Journal of Gerontology*, 20 (April), 233-8
- Ratchford, B. T., (1982) "Cost-Benefit Models for Explaining Consumer Choice and Information Seeking Behavior," *Management Science*, Vol. 28, No. 2 (February), 197-212.
- Ratchford, T. Brian and Agarwal, Manoj, (1979) "The Value of Information on Automobile characteristic s", in Neil Beckwith et al eds., Educator' Conference Proceedings, *American Marketing Association*, Chicago, 200- 204
- Ratchford, T. Brain and Van Raaij, W.F., (1980) "The Relation Between Infomation Acquisition Strategy and Monetary Losses due to Incorrect Choices," in Richard P. Bagozzi et al]eds., Markerting in the 80's Challenges and Changes, *American Marketing Association*, Chicago, 168-171.
- Reid, L.N, Teel, J.E., Vanderberg, B.C. (1980). Perceived Risk and Interest Risk Reducing Information onthe Elderly. Proceeding. Southern Marketing Association, 123-126. ]
- Rentz, Joseph O., Fred Reynolds and Roy G. Stout (1983), "Analyzing Changing Consumption Patterns with Cohort Analysis." *Journal of Marketing Research*. Vol 20 (February), 12-20.
- Rose L. Johnson and Cathy J. Cobb-Walgren. (1994) "Aging and the Problem of Television Clutter" *Journal of Advertising Research* vol. 34, No. 4, (Jul-Aug), 54-62
- Schaninger, C.M. & Sciglimpaglia D. (1981). The Influence of Cognitive Personality Traits and Demographics on Consumer Informastion Acquisition Behavior *Journal of Consumer Research* 8(2), 208-216.
- Schiffman, L.G. (1971). Sources of Information for the Elderly. *Journal of Advertising Reasearch* 11 (Octorber), 33-37.
- Schramm, W. (1969) "Aging and Mass Communication," in M. Riley and J. Riley, Eds., *Aging and Society*. New York :Russell Sage Foundation, 352-75.
- Sherman, E. & Schiffman, L.G. (1984). Applying Age-Gender Tjepry From Social Gerontology to Understand the Consumer Well-Being of the Elderly. *Advnaces in Consumer Research* 11, 569-573.
- Srinivasan, N. & Ratchford, B.T. (1991) An Empirical Test of a Model of External External Search for Automobiles. *Journal of Consumer Research*. Vol 18, Sep, 233-242
- Steiner, G. (1963) *The People Look at Television*. New York: Alfred Knopf, Inc.
- Stigler, G. J., (1961) "The Economics of Information," *The Journal of Political Economy*, Vol. XIX, No. 3, (June), 213-225.
- Udell, J.G., (1966) "Prepurchase Behavior of Buyers of Small Electrical Appliances," *Journal of Marketing*, Vol. 30, 50-52.
- Waddell, F.E. (1975). Consumer Research and Programs for the Elderly: The Forgotten Dimension. *The Journal of Consumer Affairs* 9(2), 164-175.
- Westbrook, R.A. and Fornell, C., (1979) "Patterns of Information Source Usage among Durable Goods Buyers," *Journal of Marketing Research*, Vol. X VI (August), 303-12
- Wright, Peter. (1975), "Consumer Choice Strategies: Simplifying vs. Optimizing," *Journal of Marketing Research*, Vol. XII, (February), 60- 67.
- Wright, Peter. (1975), "Factors Affecting Cognitive Resistance to Advertising" *Journal of Consumer Research*, Vol. 2 (June), 1-9.