상품특성에 대한 태도와 가사노동 상품대체에 관한 연구

A study on the Attitudes toward Market Goods Characteristics and the Market Goods Substitution of Housework

서울대학교 생활과학대학 소비자학과
강 사 구 혜 령
교 수 이 기 영

Dept. of Consumer Studies & Resource Management, Seoul Nat' l Univ.
Instructor : Koo, Hye-Ryoung
Professor : Lee, Ki-Young

〈목 차〉

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구고찰
Ⅲ. 연구방법
Ⅳ. 연구결과 및 해석
Ⅴ. 결 론
참고문헌

〈Abstract〉

The purposes of this study were to identify the attitudes toward of market goods characteristics and to investigate the relationships between attitudes toward market goods characteristics and the level of market goods substitution of housework.

For empirical analysis, the data of the study was collected from 572 married women living in Seoul. A questionnaire was used as a survey method. Data was analysed using SPSS/WIN8.

The major findings of the study were as follows:

1) Wives had negative attitudes toward quality characteristics in the domain of food, but positive attitudes in the domain of clothes. They had positive attitudes toward time/labor saving characteristic, especially ready-made side dishes and dining-out, whereas negative attitudes toward money saving characteristic in the domain of food and clothes.

2) The level of market goods substitution of housework was influenced by the attitudes toward market goods characteristics.

◆ key word: 상품특성에 대한 태도, 가사노동 상품대체

Ⅰ. 서 론

가사노동이 시장에서 생산된 재화나 용역에 의해 대체되는 현상을 가사노동의 상품대체라고 한다. 이러한 현상은 경제발전에 따른 상품의 대량공급에 의해서 뿐 아니라 가사노동 경감이나 대체에 대한 필요와 요구, 소득수준의 향상과 같은 가정의 내적, 외적 요인에 의해 진전된다.

그런데 가사노동의 상품대체가 일방적으로 진전되는 것만은 아니다. 가사노동의 다면적인 특성을 고려할 때 가사노동을 완전히 상품으로 대체할 수는 없으며, 가족원의 독특한 욕구나 가정의 고유성, 개별성을 유지하고자 하는 욕구가 증대되면 가사노동의 상품대체는 제약을 받게 된다. 또한 한정된 소득을 가진 가정으로서는 경제적으로 부담이 될 수 있다.

따라서 오늘날 가정에서는 자원과 요구를 고려하여 어떤 영역의 가사노동을 어느 정도로 대체할 것인가를 결정한다고 볼 수 있는데, 이 결정에는 가사노동을 통해 생산된 가정재화와 가사노동을 대체하는 시장상품을 여러 기준에서 비교하고 평가하는 과정이 포함된다.

지금까지 이루어진 가사노동 상품대체에 대한 많은 연구들은 가정재화와 시장상품을 비교하고 평가하는 여러 기준 중에서 시간절약만을 중시하는 경향을 보여주었다. 가사노동 상품대체와 같은 의미로 시간절약재화 및 서비스, 혹은 편의품의 소비나 이용이라는 용어를 사용하거나, 가사노동 상품대체를 시간관리 전략 중의 하나로 제시하거나, 임금율이나 시간제약, 취업지위 등이 가사노동 상품대체에 미치는 영향을 분석하고 있는 연구들이 그러하다. 그런데 이러한 연구들은 시간절약 외에 다른 이유에 의해서 가사노동의 상품대체가 진행된다는 점을 간과하고 있다. 가사노동을 상품으로 대체하는 이유나 가사노동 상품대체에 대한 태도를 조사한 실증적인 연구결과를 보더라도 시간절약을 이유로 상품대체를 하는 경우는 일부에 그치고 있다. 생산력이 향상되면서 가사노동을 대체하는 소비재가 싼값으로 공급되기 때문에 가정 내에서 가사노동을 수행하는 것보다 상품으로 대체하는 것이 가격면에서 유리할 수 있으며, 가정에서 생산할 수 없거나 생산하기 힘든 재화를 이용할 수 있게 되어 생활이 보다 풍요로워지는 측면도 있다. 따라서 시간절약특성 외의 여러 기준에서 가정재화와 시장상품을 비교하고 평가하는 과정이 이루어진다고 할 수 있다.

또한 가사노동의 상품대체를 정확하게 파악하고 예측하기 위해서는 가사노동이 갖는 다양한 특성을 고려할 필요가 있다. 가사노동은 다양한 과제들로 구성되어 있고 가사노동 수행자의 태도나 선호, 수행능력, 혹은 가사노동의 표준이나 특성 등이 과제에 따라 다르기 때문이다.

따라서 가사노동의 상품대체 현상을 제대로 파악하기 위해서는 가사노동의 다양한 영역에 따라 가족의 자원과 요구를 고려하여 가사노동을 상품으로 대체하는 이유를 파악하는 작업이 필요하다고 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 상품특성에 대한 태도라는 변수를 선정하여, 이 태도와 가사노동 상품대체수준과의 관계를 살펴보고자 한다. 이를 통해 어떠한 동기와 제약에 의해서 가사노동의 상품대체가 진행되는가를 규명할 수 있을 것이다.

Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구고찰

1. 상품특성에 대한 태도

1) 상품특성에 대한 태도의 개념

수행해야할 가사과제가 있을 때, 가사노동을 직접할 것인가 아니면 상품으로 대체할 것인가를 결정해야 한다. 이러한 결정을 하기 위해서는 가사노동과 시장상품을 비교하고 평가하는 과정이 우선되어야 한다. 이 과정에서는 두 가지 대안을 비교할 수 있는 나름대로의 평가기준, 혹은 선택기준이 작용하게 되는데, 이것이 바로 상품이 갖고 있는 특성이다.

Lancaster(1966)에 의하면 상품의 구입으로부터 효용을 얻는 것이 아니라 구입한 상품이 갖고 있는 특성으로부터 효용을 얻는다. Ferber와 Birnbaum(1977) 역시 효용을 주는 것은 이용할 수 있는 상품의 양이

아니고 상품이 갖고 있는 특성이라고 지적하고 있다. 이를 상품대체와 연결시켜보면, 주부가 가사노동을 상품으로 대체하는 것은 상품이 갖고 있는 어떤 특성으로부터 효용을 얻기 때문이라고 할 수 있다.

또한 Lancaster는 많은 특성들이 한 가지 이상의 재화에 의해 공유된다고 하였는데, 이를 통해 같은 특성을 갖고 있는 재화간에 대체가 가능하다는 것을 알 수 있다. 가사노동과 시장상품간에 대체가 이루어질 수 있다는 것은 두 재화간에 공통된 특성이 존재한다는 것을 의미한다.

그런데 엄격히 말해 특정한 상품을 선택하게 되는 것은 상품이 갖는 특성보다는 그 특성에 대한 신념에 의한다고 할 수 있다. 또한 상품특성과 상품대체와의 관계를 규명할 때는 특성에 대한 객관적인 신념 외에 그 특성에 대해 부여하는 개인의 주관적인 중요도나 선호도 함께 고려할 필요가 있다. 이에 본 연구에서는 상품특성에 대해 갖는 객관적인 신념과 특성에 대한 선호를 반영하기 위해 '상품특성에 대한 태도' 라는 변수를 설정하였다.

2) 상품특성에 대한 태도의 하위 차원

상품특성에 대한 태도는 상품의 품질우위에 대한 태도, 시간 · 노동절약에 대한 태도, 화폐절약에 대한 태도로 분류할 수 있다.

(1) 상품의 품질우위에 대한 태도

상품의 품질우위에 대한 태도란 상품의 품질이 가정에서 생산된 재화와 비교하여 얼마나 우수한지에 관한 긍정적이거나 부정적인 평가이다.

생산력이 향상되면서 가사노동을 대체하는 소비재를 싼값으로 이용할 수 있게 되었다. 그러나 대량생산된 재화는 쉽게 이용할 수 있는 장점은 있어도 획일적이고 규격화되며 좋지 못한 품질을 갖는 경향이 크다.

또한 전문가, 기술자의 서비스로 가사노동을 대체하게 되면 가정에서 생산하지 못하는 수준 높은 품질의 서비스를 이용할 수 있다는 장점이 있다. 반면에 사용하기 전에는 서비스의 품질에 대해 잘 알 수 없고 서비스 제공자에 따라 수행수준도 다르고 가격도 다양하다는 단점도 있다.

(2) 상품의 시간 · 노동절약에 대한 태도

상품의 시간 · 노동절약에 대한 태도란 가사노동을 상품으로 대체함으로써 가사노동시간이나 노동을 절약할 수 있는지에 관한 긍정적이나 부정적인 평가이다.

가사노동을 상품으로 대체하면 시간 뿐 아니라 에너지와 노력도 절감할 수 있다. 많은 연구에서 시간절감과 노력절감을 같은 의미로 사용하고 있지만, 가사노동 시간의 절약과 노동력의 절약은 서로 다른 차원이므로(김성희, 1996) 이 둘을 분리하여 다루고 이 둘을 통칭해서 시간 · 노동절약특성이라고 명명하였다.

시간가치가 높은 사람은 화폐에 비해 상대적으로 시간의 비용이 상승하게 되므로 가사노동을 상품으로 대체하여 가사노동에 드는 시간을 절약하고자 할 것이다. 그런데 상품을 사용한다고 해서 반드시 가사노동시간을 절약할 수 있는 것은 아니다. 이동시간이나 대기시간을 모두 고려한다면, 대체를 함으로써 시간이 더 걸리는 측면도 있다.

노동절약특성에 대한 태도 역시 시간 · 노동절약특성을 구성하는 하위요소가 된다. 과학기술에 의해 생산된 각종 상품과 서비스의 활용과 더불어 편의주의적인 가치관이 보급되면서, 가정생활에서도 편리함을 추구하려는 경향이 높아지게 되었다(엄하정, 1993). 조영희(1995)는 가사노동을 대체하는 상품의 구매가 주부의 시간절약을 위한 행동전략으로서만 이루어진다고는 보기 어려우며, 오늘날 확산되고 있는 편의주의를 추구하는 심리적 요인에 의해서도 유도된다고 보았다.

(3) 상품의 화폐절약에 대한 태도

상품의 화폐절약에 대한 태도는 가사노동을 상품으로 대체함으로써 화폐비용을 줄일 수 있는지 혹은 가사노동을 상품으로 대체하는 것이 화폐비용의 측면에서 얼마나 부담되는가에 관한 평가이다.

가사노동을 직접 수행하게 되면 상품 구입에 드는 비용을 절약할 수 있으므로 상품으로 대체하는 것보다 경제적인 측면에서 효율적인 것으로 생각될 수 있지만, 반드시 그렇지는 않다. 가사노동은 소비와 생산이 같은 장소에서 일어나므로 배분과 수송비용을 줄일 수 있지만, 금전적 목표가 부족하고 생산규

모가 작다는 단점을 가지고 있기 때문에(Hartman, 1976) 가사노동을 통해 가계상품을 생산하는 것보다 기업에서 대량생산된 상품을 이용하는 것이 경제적으로 이득이 될 수 있다. 또한 규모의 경제를 고려할 때 상품을 구입하는 것이 유리한 측면도 있다(이기영 · 구혜령, 1997).

2. 상품특성에 대한 태도와 가사노동 상품대체

1) 상품의 품질우위에 대한 태도와 가사노동 상품대체

대량생산된 재화의 품질에 대해서는 대체로 부정적인 태도를 갖고 있기 때문에 이로 인해 상품대체 수준이 낮아지는 것으로 나타났다. 김귀란(1991)은 비위생적이고 맛이 없기 때문에 장류를 구입하지 않는다고 하였고, 강정옥(1983)과 허성미(1994)는 건강에 좋지 않고 비위생적이며 맛이 없기 때문에 편의식품에 불만족 한다고 하였다.

비교적 기술을 요하는 가사노동은 상품의 품질이 좋기 때문에 상품으로 대체되는 경향이 있다. 의복수선집을 이용하는 가장 큰 이유는 집에서 하는 것보다 솜씨가 좋기 때문이라고 하였고(이기춘 등, 1988;이미숙, 1991) 주택수리나 가구 · 가전제품 수리와 같이 전문적인 기술을 요하는 가사노동의 경우에는 서비스를 구매하여 해결한다고 할 수 있다(김영란, 1989).

2) 상품의 시간 · 노동절약에 대한 태도와 가사노동 상품대체

가사노동을 상품으로 대체하는 이유를 분석한 연구를 통해 상품이 시간절약특성을 갖는다는 것을 알 수 있다. 이기춘 등(1989)과 김귀란(1991)은 저장식품을 시장에서 구입하는 이유가 시간을 절약해주기 때문이라고 하였다. 황의록 · 신영철(1993)은 편의식품의 시간 · 노동절약효과가 크다고 평가하는 주부일수록 이를 이용하는 정도가 높다고 하였다. 허성미(1994)와 송주은 · 한재숙(1995)은 주부들이 시간을 절약해준다는 점에서 편의식품을 긍정적으로 인식하고 있다고 하였다. 또한 문숙재 · 정지영(1991)의 연구에서는 가사노동 상품대체에 만족하는 이유중의 하나가 '시간절약'인 것으로 나타나 간접적으로 시간절약특성에 대한 태도가 상품 선택의 요인이 됨을 알 수 있다.

반면에 이동시간이나 대기시간을 모두 고려한다면 대체를 함으로써 시간이 더 걸리는 측면도 있다. 문숙재 · 정지영(1991)의 연구에서는 시간이 더 걸리기 때문에 상품대체에 불만족 하는 것으로 나타났다. 이를 통해 가사노동 과제에 따라 상품이 시간절약특성을 지닐 수도 있고 그렇지 않을 수도 있음을 알 수 있다.

노동절약특성에 대한 태도 역시 상품대체에 영향을 미친다. 식사준비시 편의에 초점을 둘수록 전통식품이나 편의식품의 구입, 외식 수준이 높아졌으며(이기춘 등, 1989) 식사준비가 번거롭고 힘들어서 외식을 하는 것으로 나타났다(손경희 · 문수재, 1988). 또한 간편하기 때문에 장류를 구매하고(김귀란, 1991) 편리하기 때문에 편의식품에 만족하는 것으로 나타났다(강정옥, 1983). 이를 통해 노동절약특성에 대해 긍정적인 태도를 가질수록 상품대체를 많이 한다는 것을 알 수 있다.

3) 상품의 화폐절약에 대한 태도와 가사노동 상품대체

식사준비시 경제성에 초점을 둘수록 저장식품이나 편의식품, 외식서비스의 구매수준이 낮아지는 것으로 나타났다(이기춘 등, 1989). 또한 외식을 하지 않는 가장 큰 이유가 외식비용에 대한 부담이 크기 때문이라고 하였다(김영란, 1989; 우경옥, 1991). 이는 가정에서 식사준비를 하는 것이 보다 경제적이라는 사실을 반영하는 결과라고 하겠다.

반면에 상품의 가격이 가정재의 가격보다 경제적이라고 평가할 때는 상품으로 대체하는 경우도 있다. 상품김치가 경제적이기 때문에 구입한다는 경우도 있고(김귀란, 1991), 직접 담그는 것보다 오히려 경제적이라는 점에서 긍정적으로 인식하는 것으로 나타났다(송주은 · 한재숙, 1995). 라면과 같이 비용이 저렴하면서 시간과 노력을 절약해 줄 수 있는 상품인 경우에는 저소득층의 취업주부들이 식사대용으로 많이 이용하였다(이승미, 1989).

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

연구문제 1. 식생활과 의생활영역의 가사노동을 대체하는 상품특성에 대한 태도는 어떠한가?

연구문제 2. 식생활과 의생활영역의 가사노동을 대체하는 상품특성에 대한 태도와 가사노동 상품대체와의 관계는 어떠한가?

2. 변수의 정의 및 조사도구의 작성

1) 상품 특성에 대한 태도

(1) 상품의 품질우위에 대한 태도

상품의 품질이 가정에서 생산된 재화와 비교하여 얼마나 우수한지에 관한 주부의 긍정적이나 부정적인 평가를 의미한다.

상품의 품질우위에 대한 태도척도는 식생활영역의 경우에는 상품의 맛 · 영양 · 위생에 대한 태도, 의생활영역의 경우에는 서비스 제공자의 솜씨와 서비스 제공자에 대한 신뢰에 대한 태도로 구성하였다. 태도의 점수는 특성에 대한 신념과 중요성에 대한 평가를 점수를 곱하여 얻었는데, 구체적인 방법은 다음과 같다.

상품의 품질우위특성에 대한 신념은 품질을 구성하는 각각의 요소(식생활 영역의 경우에는 맛, 영양, 위생이 되고 의생활 영역의 경우에는 솜씨와 신뢰가 됨)에 대해 '그렇다'고 생각하면 +1점, '그저 그렇다'고 응답하면 0점, '그렇지 않다'고 응답하면 -1점을 주는 3점 리커트 척도로 측정하였고, 품질의 중요성에 대한 평가는 품질을 구성하는 각 요소가 '매우 중요하다'에 응답하면 5점을, '전혀 중요하지 않다'에 1점을 부여하는 5점 리커트 척도로 측정하였다. 신념과 중요성에 대한 평가의 점수를 곱하면 품질을 구성하는 요소에 대한 태도점수가 되며 각 태도의 점수가 (+)일 경우에는 상품의 시간이나 노동절약특성에 대해 긍정적인 태도를 갖고 (-)일 경우에는 부정적인 태도를 갖는다는 것을 의미한다.

(2) 상품의 시간 · 노동절약에 대한 태도

가사노동을 상품으로 대체함으로써 가사노동시간이나 노동을 절약할 수 있는지에 관한 긍정적이나 부정적인 평가를 의미한다.

상품의 시간 · 노동절약특성에 대한 태도척도는 시간절약에 대한 태도와 노동절약에 대한 태도로 구성하였다. 시간(노동)절약에 대한 태도는 가사노동을 상품으로 대체하면 얼마나 시간(노동)을 절약할 수 있는가에 대한 신념과, 시간(노동)을 절약하는 것이 주부에게 얼마나 중요한가에 관한 평가를 곱한 점수로 측정하였다.

(3) 상품의 화폐절약에 대한 태도

가사노동을 상품으로 대체함으로써 화폐비용을 줄일 수 있는지에 대한 주부의 평가, 혹은 가사노동을 상품으로 대체하는 것이 화폐비용의 측면에서 얼마나 부담되는가에 관한 주부의 평가를 의미한다.

상품의 화폐절약에 대한 태도척도는 가사노동을 상품으로 대체하면 그렇지 않았을 때와 비교해서 지출이 얼마나 늘어나는지 혹은 가사노동을 상품으로 대체하는 것이 얼마나 비용부담이 되는지에 대한 신념과, 그 비용이 주부에게 얼마나 중요한가에 관한 평가에 응답하게 한 후, 각각의 점수를 곱한 점수로 구성하였다.

2) 가사노동 상품대체

가사노동 상품대체란 가정밖으로의 가사노동의 전이나 가사노동의 분해의 효과를 갖는 재화와 서비스의 구매를 뜻한다. 본 연구에서는 보편적으로 진행되고 있는 식생활영역과 의생활영역의 상품대체만을 다루었다.

· 식생활 영역 - 장류/반조리식품/완전조리식품/외식서비스의 구매

· 의생활 영역 - 의복수선서비스/세탁서비스의 구매

3. 표본설계 및 자료분석방법

본 연구의 조사대상자는 남편이 있는 기혼여성으로 선정하였으며, 조사지역은 우리 나라의 대표적인 도시인 서울로 한정하였다. 1998년 9월 14월부터 약

3주간 주부 100명을 대상으로 예비조사를 실시하였고, 1998년 10월 20일부터 11월 18일까지 본조사를 실시하였다. 총 720부의 질문지를 배포하여 최종적으로 572부를 분석에 사용하였다.

SPSS / WIN 8 프로그램을 이용하여 자료를 분석하였다.

4. 조사대상자의 특성

조사대상자의 사회인구학적 특성은 〈표 3-1〉에 제시되어 있다.

〈표 3-1〉 조사대상자의 사회인구학적 특성

변 수	구분	빈도 (%)	변 수	구분	빈도 (%)
연 령	20 대	65 (11.4)	월평균 가계소득	150만원이하	59 (10.3)
	30 대	190 (33.2)		150~250만원	176 (30.8)
	40 대	221 (35.3)		250~350만원	120 (21.0)
	50대 이상	96 (16.8)		350~450만원	89 (15.6)
				450만원이상	84 (14.7)
	평균 : 40.94세	표준편차 : 8.65		평균 : 306만원	표준편차 : 166.52
교육수준	중졸이하	51 (8.9)	취업지위		
	고 졸	227 (39.7)		전업주부	280 (49.0)
	전문대졸	51 (9.9)		자영업/생산 · 판매직	137 (24.0)
	대 졸	198 (34.6)		전문 · 사무직	155 (27.1)
	대학원이상	45 (7.9)			

Ⅳ. 연구결과 및 해석

1. 상품특성에 대한 태도

1) 식생활영역의 상품특성에 대한 태도

(1) 상품장류에 대한 태도

〈표 4-1〉에서 보는 바와 같이, 장류의 품질을 중요하게 평가하면서 가정에서 만든 장류에 비해 상품 장류의 품질에 대해서는 부정적인 신념을 갖고 있기 때문에 상품 장류의 품질에 대해 부정적인 태도를 갖는 것으로 나타났다. 이와 마찬가지로 화폐절약에 대해서도 부정적인 태도를 가졌다. 반면에 장 담그는 데드는 시간이나 노동을 줄이는 것을 중요하게 평가하면서 상품 장류를 이용하면 가사노동시간이나 노동을 절약해 준다고 생각하기 때문에 상품의 시간 · 노동절약특성에 대해서는 긍정적인 태도를 갖는 것으로 밝혀졌다.

(2) 반조리식품의 특성에 대한 태도

식사의 품질에 대해서는 중요하게 생각하면서 반조리식품의 품질에 대해서는 부정적인 신념을 갖고 있으므로 반조리식품의 품질에 대해서는 부정적인 태도를 갖는 것으로 나타났다. 이와 마찬가지로 화폐절약에 대해서도 부정적인 태도를 갖는 것을 알 수 있다. 반면 식사준비에 드는 시간이나 노동을 줄이는 것을 중요하게 평가하면서 반조리식품을 이용하면 가사노동시간이나 노동을 절약해 준다고 생각하므로 반조리식품의 시간 · 노동절약특성에 대해서는 긍정적인 태도를 갖는 것으로 밝혀졌다.

(3) 완전조리식품의 특성에 대한 태도

식사의 품질에 대해 중요하게 생각하면서 완전조리식품의 품질에 대해 부정적인 신념을 갖고 있으므로 이의 품질에 대해서는 부정적인 태도를 갖게 된다고 볼 수 있다. 이와 마찬가지로 화폐절약에 대해서도 부정적인 태도를 갖는 것으로 나타났다. 반면에 식사준비에 드는 시간이나 노동을 줄이는 것을 중요하게 평가하면서 가사노동시간이나 노동을 절약해 준다고 생각하기 때문에 완전조리식품의 시간 ·

〈표 4-1〉 식생활 영역의 상품특성에 대한 태도

		신념에 대한 평가 *점수분포 : -1~1		중요성에 대한 평가 *점수분포 : 1~5		태 도 (신념 × 중요성) *점수분포 : -5~5	
		평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차
상품장류	**품질우위에 대한 태도**						
	맛에 대한 태도	-.29	.81	4.16	.83	-1.31	3.44
	영양에 대한 태도	-.60	.65	4.08	.80	-2.53	2.76
	위생에 대한 태도	-.65	.58	4.02	.84	-2.75	2.48
	화폐절약에 대한 태도	-.35	.62	3.16	1.00	-1.22	2.14
	시간 · 노동절약에 대한 태도						
	시간절약에 대한 태도	.44	.68	3.26	1.11	1.67	2.33
	노동절약에 대한 태도	.68	.52	3.27	1.10	2.41	1.96
반조리식품	**품질우위에 대한 태도**						
	맛에 대한 태도	-.41	.70	4.17	.68	-1.76	2.98
	영양에 대한 태도	-.58	.60	4.34	.62	-2.57	2.68
	위생에 대한 태도	-.63	.57	4.26	.72	-2.70	2.49
	화폐절약에 대한 태도	-.35	.63	3.66	.92	-1.37	2.39
	시간 · 노동절약에 대한 태도						
	시간절약에 대한 태도	.36	.62	3.52	.98	1.38	2.31
	노동절약에 대한 태도	.37	.62	3.43	1.02	1.37	2.25
완전조리 식품	**품질우위에 대한 태도**						
	맛에 대한 태도	-.57	.56	4.25	.59	-2.42	2.38
	영양에 대한 태도	-.77	.42	4.33	.57	-3.33	1.86
	위생에 대한 태도	-.74	.42	4.29	.79	-3.13	1.87
	화폐절약에 대한 태도	-.44	.55	3.49	.85	-3.25	4.08
	시간 · 노동절약에 대한 태도						
	시간절약에 대한 태도	.49	.50	3.45	.94	3.63	3.73
	노동절약에 대한 태도	.56	.47	3.37	.95	3.95	3.49
외식서비스	**품질우위에 대한 태도**						
	맛에 대한 태도	.25	.76	4.17	.68	.98	3.26
	영양에 대한 태도	-.70	.53	4.34	.62	-3.09	2.34
	위생에 대한 태도	-.46	.63	4.26	.72	-1.98	2.73
	화폐절약에 대한 태도	-.74	.45	2.01	.83	-1.45	1.14
	시간 · 노동절약에 대한 태도						
	시간절약에 대한 태도	.35	.62	3.52	.98	1.34	2.27
	노동절약에 대한 태도	.54	.55	3.43	1.02	1.92	2.06

노동절약특성에 대해서는 긍정적인 태도를 갖는 것으로 나타났다.

(4) 외식서비스의 특성에 대한 태도

신념과 중요성을 고려해볼 때, 외식서비스의 품질 중에서 맛에 대해서는 긍정적인 태도를 보이지만 영양과 위생에 대해서는 부정적인 태도를 보이며, 화폐절약에 대해서도 부정적인 태도를 보인다는 것을 알 수 있다. 반면에 외식서비스의 시간 · 노동절약특성에 대해서는 긍정적인 태도를 갖는 것으로 나타났다.

2) 의생활영역의 상품특성에 대한 태도

(1) 의복수선서비스의 특성에 대한 태도

〈표 4-2〉에서 보는 바와 같이, 식생활 영역과 달리 의생활 대체 상품의 품질에 대해 긍정적인 태도를 갖는 것으로 나타났으며 의복수선서비스의 시간 · 노동절약특성에 대해서도 같은 태도를 보여주었다. 반면에 의복수선에 드는 화폐비용은 중요하지 않다고 평가하면서 이 특성에 대해서는 부정적으로 인지하고 있으므로 화폐절약에 대해서는 부정적인 태도를 갖는 것으로 밝혀졌다.

3) 식생활과 의생활영역의 상품특성에 대한 태도의 비교

이상의 결과를 종합해 볼 때(〈표 4-3〉참조), 식생활과 의생활을 대체하는 상품의 시간이나 노동을 절약해주는 특성에 대해 긍정적인 태도를 갖는다고 할 수 있다. 특히 장류와 완전조리식품의 시간 · 노동절약특성에 대해 긍정적인 태도를 갖고 있는데, 이는 이들 상품을 구매함으로써 가사노동시간을 대폭 감

〈표 4-2〉 의생활 영역의 상품특성에 대한 태도

		신념에 대한 평가 *점수분포 : -1~1		중요성에 대한 평가 *점수분포 : 1~5		태 도 (신념 × 중요성) *점수분포 : -5~5	
		평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차
의복수선 서비스	품질우위에 대한 태도						
	솜씨에 대한 태도	.60	.62	4.12	.79	2.89	3.49
	신뢰에 대한 태도	.15	.83	3.26	.92	0.51	2.89
	화폐절약에 대한 태도	-.22	.64	2.41	.87	- .35	1.66
	시간 · 노동절약에 대한 태도						
	시간절약에 대한 태도	.35	.70	3.41	.96	1.31	2.52
	노동절약에 대한 태도	.68	.50	3.43	.97	2.41	1.90
세탁 서비스	품질우위에 대한 태도						
	솜씨에 대한 태도	.46	.73	4.04	.74	2.89	3.49
	신뢰에 대한 태도	.10	.85	3.34	.95	0.38	2.93
	화폐절약에 대한 태도	-.45	.60	3.69	.83	-1.81	2.29
	시간 · 노동절약에 대한 태도						
	시간절약에 대한 태도	.32	.72	3.55	.95	1.26	2.67
	노동절약에 대한 태도	.60	.55	3.55	.92	2.19	2.08

(2) 세탁서비스의 특성에 대한 태도

세탁의 품질이나 세탁에 드는 시간과 노력을 줄이는 것을 중요하게 생각하면서 세탁서비스의 품질과 시간 · 노동절약특성에 대해 긍정적인 신념을 갖고 있으므로 세탁서비스의 품질과 시간 · 노동절약특성에 대해 긍정적인 태도를 갖게 된다고 볼 수 있다. 반면에 세탁에 드는 비용을 중요하게 평가하면서 세탁서비스의 화폐절약에 대해서는 부정적인 신념을 갖고 있기 때문에 세탁서비스의 화폐절약특성에 대해서는 부정적인 태도를 갖는 것으로 나타났다.

소시키거나 조리시간을 생략할 수 있기 때문으로 풀이된다. 또한 시간보다는 노동을 절약해주는 특성에 대해 더 긍정적인 태도를 보였다. 특히 외식이나 의생활관련 서비스를 구매하기 위해서는 이동시간이 소요되기 때문에 시간절약보다 노동절약의 측면이 더 크게 부각된다고 하겠다.

또한 화폐를 절약해주는 특성에 대해서는 식생활과 의생활 대체상품 모두에 대해 부정적인 태도를 갖는 것을 알 수 있다. 이를 통해 가정에서 재화를

〈표 4-3〉 식생활과 의생활 영역의 상품특성에 대한 태도의 요약

상품특성에 대한 태도	식생활영역				의생활영역	
	장류	반조리 식품	완전조리 식품	외식 서비스	의복수선 서비스	세탁 서비스
품질우위에 대한 태도						
요인 1 (맛 / 솜씨)	-1.31	-1.76	-2.42	+0.98	+2.98	+2.89
요인 2 (영양 / 신뢰)	-2.53	-2.57	-3.33	-3.09	+0.51	+0.38
요인 3 (위생 / ·)	-2.75	-2.70	-3.13	-1.98	-	-
화폐절약에 대한 태도	-1.22	-1.37	-3.25	-2.90	-0.35	-1.81
시간 · 노동절약에 대한 태도						
시간절약에 대한 태도	+1.67	+1.38	+3.63	+2.68	+1.31	+1.26
노동절약에 대한 태도	+2.41	+1.37	+3.95	+3.83	+2.41	+2.19

생산하는 것보다 가사노동을 상품으로 대체하는 것이 상대적으로 비용이 많이 든다는 것을 알 수 있다. 특히 상대적으로 완전조리식품과 외식서비스의 화폐절약특성에 대해 부정적인 태도를 갖고 있는데, 이는 이를 이용하게 되면 다른 상품과 비교하여 가사노동에 드는 시간과 수고를 더 많이 줄일 수 있지만 상대적으로 화폐비용을 더 많이 지불해야 한다는 것을 의미한다. 또한 의생활영역의 경우 의복수선서비스보다 세탁서비스의 화폐절약에 대해 부정적인 태도를 보였다. 의복수선은 세탁에 비해 기술을 요하는 과제이고 서비스제공자의 솜씨가 좋기 때문에 이를 서비스로 대체하는 데드는 화폐비용에 대해서는 크게 지각하지 않는 것으로 풀이된다. 반면 상품의 품질우위에 대한 태도는 의생활영역의 상품과 식생활영역의 상품에 따라 차이를 보였다. 식생활 영역의 상품의 품질에 대해서는 대체로 가정에서 만든 재화에 비해 우수하지 못하다는 태도를 갖는 반면에, 의생활 영역의 상품의 품질에 대해서는 우수하다는 태도를 갖고 있었다. 이는 대량생산되는 식품이 위생이나 영양 면에서 이를 이용하는 소비자의 안전과 직결되고, 다른 영역에 비해 가정의 개성이나 문화를 잘 나타내주는 영역이기 때문인 것으로 생각된다.

2. 가사노동 상품대체수준

가사노동 상품대체수준은 〈표 4-4〉에 제시된 바와 같이 상품 종류에 따라 차이를 보인다.

식생활 영역 중에서 장류의 구매수준이 반조리식품이나 완전조리식품의 구매수준에 비해 높은 것으로 나타났다. 이는 상품장류의 품질과 화폐절약특성에 대해 상대적으로 덜 부정적인 태도를 갖기 때문으로 풀이될 수 있다(〈표 4-3〉참조).

반조리식품과 완전조리식품은 식사준비시간을 줄여줄 수 있는 시간절약재화인데, 반조리식품의 구매수준이 완전조리식품보다 높은 것으로 밝혀졌다. 완전조리식품을 사용하면 가정에서의 식사준비시간자체가 불필요하기 때문에 시간이나 노동을 대폭 감소시켜줄 수 있지만 영양가나 위생 등의 품질에 대해 부정적으로 인식하고 있고, 이를 구매하는 데드는 화폐비용에 대해서도 훨씬 부정적인 태도를 보이기 때문에 반조리식품보다 구매수준이 낮다고 할 수 있다.

외식서비스의 경우에는 척도의 특성상 다른 상품의 구매수준과 비교할 수 없으나, 가족외식과 음식배달서비스 중에서는 후자를 이용하는 수준이 높았다.

의생활 영역 중에서는 의복수선서비스의 구매수준이 세탁서비스에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다. 의복수선은 세탁이나 다림질에 비해 기술을 요하는 가사노동이기 때문에 서비스제공자의 솜씨에 대해 더욱 긍정적인 태도를 보이고 또한 서비스 구

〈표 4-4〉 가사노동 상품대체수준

(N=572, 단위:%)

문 항	1 전혀 이용하지 않는다	2 거의 이용하지 않는다	3 가끔씩 이용한다	4 자주 이용한다	평균	표준편차
식생활영역						
장류						
상품된장	35.8	17.1	29.6	17.5	2.35	1.23
상품고추장	25.5	17.5	31.1	25.8	2.66	1.26
반조리식품						
냉동식품	15.2	25.3	52.2	7.3	2.51	.83
레또르뜨식품	35.1	33.3	28.3	3.3	2.00	.87
완전조리식품						
상품김치	54.1	21.9	16.6	7.5	1.78	1.01
만들어진 반찬	43.7	32.3	21.2	2.8	1.83	.86
외식서비스[1]						
가족외식	9.8	43.7	39.7	6.8	2.43	.76
음식배달서비스	5.1	35.6	48.0	11.3	2.65	.74
의생활영역						
의복수선서비스[2]						
옷길이 · 품고치기	3.8	24.2	46.7	25.4	2.94	.80
단고치기	13.9	26.3	41.4	18.4	2.65	.93
세탁서비스[3]						
양복다림질	35.4	26.8	23.5	14.3	2.15	1.07
와이셔츠세탁	88.1	9.3	2.6	0.0	1.14	.42

1) 가족외식과 음식배달서비스의 경우에는 1, 2, 3, 4가 각각 '하지 않는다', '1년에 몇 번 한다', '1달에 1-2번 한다', '1주일에 1-2번 이상 한다' 를 나타낸다.

2) 3) 옷길이 · 품고치기, 단고치기, 양복 다림질, 와이셔츠 세탁의 경우에는 1, 2, 3, 4가 각각 '항상 집에서 한다', '집에서 주로 하고 가끔 세탁소나 수선집에 맡긴다', '주로 세탁소나 수선집에 맡긴다', '항상 세탁소나 수선집에 맡긴다'를 나타낸다.

매에 드는 비용에 대해 덜 부정적인 태도를 보인다고 할 수 있다. 이것이 의복수선의 구매로 연결되어 이러한 결과를 보인 것으로 생각된다.

3. 상품특성에 대한 태도가 가사노동 상품대체에 미치는 영향

가사노동 상품대체에 영향을 미치는 상품특성에 대한 태도의 독립적인 영향력을 파악하기 위해 회귀분석에 앞서 상관관계를 살펴보았다. 그 결과 각 상품특성에 대한 태도를 구성하고 있는 하위 변수들간의 상관관계가 높은 것으로 나타나(예를 들어, 품질우위에 대한 태도변수를 구성하고 있는 맛, 영양, 위생에 대한 태도 변수들간의 상관관계가 높음), 다중공선성의 문제가 우려되므로 각 하위 변수들을 합하여 하나의 변수로 구성한 후 회귀분석을 실시하였다.

1) 식생활영역의 상품특성에 대한 태도가 가사노동 상품대체에 미치는 영향

장류의 구매에는 품질우위에 대한 태도, 시간 · 노동절약에 대한 태도, 화폐절약에 대한 태도가 모두

영향을 미쳤고, 이들 변수는 전체 분산의 15.1%를 설명하는 것으로 나타났다. 즉 상품장류의 품질이 집에서 만든 장류에 비해 긍정적인 것으로 평가하고, 장류를 구매으로써 장류를 만드는 데 드는 시간과 노동을 절약할 수 있다고 평가하며, 장류를 구매하는 것이 가정에서 만드는 것보다 경제적이라고 평가하는 주부일수록 장류를 구매하는 것을 알 수 있다.

〈표 4-5〉 식생활 영역의 상품특성에 대한 태도와 가사노동 상품대체

독립변수	장류 구매		반조리식품 구매		완전조리식품 구매		외식서비스 구매	
	b	β	b	β	b	β	b	β
품질우위태도	5.5E-02	.26***	3.6E-02	.26***	2.2E-02	.26***	1.6E-02	.12**
시간 · 노동절약태도	.11	.18***	3.6E-02	.14**	4.0E-02	.18***	1.3E-02	.08
화폐절약태도	.18	.17***	7.9E-03	.01	5.1E-02	.13**	-2.4E-02	-.04
Constant	5.24		4.78		4.05		5.06	
R^2	.151		.102		.124		.02	
F	33.60***		21.39***		26.76***		4.24**	

반조리식품의 구매에는 품질우위에 대한 태도, 시간 · 노동절약에 대한 태도가 영향을 미쳤으며, 이들 변수는 전체 분산의 10.2%를 설명하는 것으로 나타났다. 즉 반조리식품의 품질에 대해 긍정적인 것으로 평가하고 반조리식품을 구매함으로써 가사노동시간과 노동을 절약할 수 있다고 평가한 주부일수록 구매를 많이 한다고 할 수 있다.

완전조리식품의 구매에는 품질우위에 대한 태도, 시간 · 노동절약에 대한 태도, 화폐절약에 대한 태도의 순으로 영향을 미쳤으며, 이들 변수의 설명력은 12.4% 인 것으로 나타났다. 완전조리식품의 품질에 대해 긍정적으로 평가하고, 완전조리식품을 구매함으로써 가사노동시간과 노동을 줄일 수 있다고 평가하며, 완전조리식품을 구매하는 것이 집에서 만드는 것보다 경제적이라고 평가한 주부일수록 완전조리식품의 구매수준이 높다고 할 수 있다.

외식서비스 구매에는 상품특성에 대한 태도 중에서 서비스의 품질우위에 대한 태도만이 영향력이 있는 변수로 나타났으며, 설명력 역시 전체 분산의 2%로 낮았다. 또한 식생활 영역의 다른 상품과 달리 시간 · 노동절약에 대한 태도가 구매수준에 영향을 미치지 않은 것으로 밝혀졌다. 외식서비스를 구매하기 위해서는 일정한 시간과 노동력의 소모가 필요하기 때문에 이러한 결과가 나온 것으로 생각된다.

식생활영역의 상품특성에 대한 태도 중에서 품질우위에 대한 태도가 모든 상품의 구매에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 식품의 선택은 가족원의 건강, 안전과 직접 관련이 되기 때문에 식품의 품질이 구매에 영향을 미쳤을 것으로 생각된다.

시간 · 노동절약에 대한 태도는 외식서비스를 제외한 나머지 상품의 구매에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 식사준비와 같은 가사노동은 매일 행해져야 하는 반복적인 노동이므로 시간이나 노동을 절약하는 것이 중요한 의미를 갖는다고 할 수 있다.

화폐절약에 대한 태도는 장류와 완전조리식품의 구매와 정적으로 관련이 있었다. 즉 된장이나 고추장, 완전조리식품을 구매하는 것이 집에서 만드는 것보다 더 경제적으로 평가한 주부들이 상품을 더 많이 구매한다고 할 수 있다. 반면에 반조리식품이나 외식서비스의 구매에는 비용이 아닌 다른 요인들에 의해 영향을 받는다고 하겠다.

2) 의생활영역의 상품특성에 대한 태도가 가사노동 상품대체에 미치는 영향

옷수선서비스 구매에는 화폐절약에 대한 태도와 품질우위에 대한 태도가 영향을 미쳤으며, 이들 변수의 설명력은 7.3% 인 것으로 나타났다. 즉 옷수선서비스를 구매하는 것이 비용면에서 부담스럽지 않다고 평가할수록, 서비스제공자의 품질이 우수하다

고 평가할수록 구매를 많이 하는 것을 알 수 있다.

세탁서비스 구매에는 화폐절약에 대한 태도, 시간 · 노동절약에 대한 태도, 품질우위에 대한 태도 순으로 영향을 미쳤고, 이들 변수는 전체 분산의 9.5%를 설명하는 것으로 나타났다. 즉 세탁서비스를 구매하는 것이 비용면에서 부담스럽지 않고, 서비스 제공자의 품질이 우수하다고 평가하며, 세탁서비스의 구매가 가사노동시간과 노동을 절약해준다고 평가한 주부일수록 서비스 구매를 많이 하는 것으로 밝혀졌다.

세탁서비스 구매와 달리 옷수선서비스 구매에는 시간 · 노동절약에 대한 태도가 영향을 미치지 않았다. 세탁은 매일 이루어져야 하는 노동이므로 시간이나 노동의 절약이 중요한 의미를 지닐 수 있지만, 의복수선서비스를 구매하기 위해서는 이동시간과 대체시간이 포함되므로 시간이나 노동을 줄이기 위해서 보다는 서비스의 품질과 같은 다른 이유에서 구매가 이루어진다고 할 수 있다.

화폐절약에 대한 태도가 의생활 영역의 서비스 구매에 가장 큰 영향을 미치는 변수로 나타났다. 가정에서 옷수선을 하거나 세탁 · 다림질을 하면 지출이 전혀 없지만 서비스를 구매하게 되면 지출이 있게 마련이다. 따라서 서비스 구매 비용이 의사결정에 중요한 기준으로 작용했다고 할 수 있다.

V. 결 론

연구결과를 토대로 하여 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 상품특성에 대한 태도변수를 통해, 가사노동시간이나 노동을 절약하려는 이유 외에 상품으로 구매하는 것이 직접 가사노동을 하는 것 보다 더 경제적이거나, 비용이 부담스럽지 않을 때 혹은 상품의 품질이 가사노동의 생산물보다 보다 우수할 때 등 여러 이유에서 가사노동의 상품대체가 진행된다는 것을 알 수 있다. 따라서 가사노동의 상품대체가 단지 가사노동시간을 절약하기 위해 진전된다고 보는 시각은 재고되어야 할 것이다.

둘째, 가사노동의 상품대체가 가족의 복지향상에 기여할 수 있는 방향으로 나아가기 위해서는 대체상품의 품질이나 비용에 보다 많은 관심을 기울여야 할 것이다. 식생활 영역의 경우, 상품의 품질이 구매의사결정에 영향을 미치는 중요한 변수인데, 상품의 품질에 대해서는 대체로 부정적인 태도를 보이는 것으로 나타났다. 식품의 선택이 소비자의 건강이나 안전과 매우 깊은 관련성을 지니고 있기 때문일 것이다. 따라서 생산자들은 우수한 품질의 상품을 개발하여 이를 이용하는 소비자들이 안심하고 사용할 수 있도록 하여야 할 것이다.

또한 의생활영역의 경우, 상품의 화폐절약에 대한 태도가 서비스구매에 가장 크게 영향을 미치는 변수였는데, 서비스를 구매하는 데 드는 비용에 대해서는 대체로 부담스럽다는 태도를 갖는 것으로 나타났다. 저렴한 비용의 서비스가 제공된다면 가사노동 수행자가 합리적인 의사결정을 할 수 있는 조건이 형성될 것으로 생각된다.

〈표 4-6〉 의생활 영역의 상품특성에 대한 태도와 가사노동 상품대체

독립변수	옷수선서비스 구매		세탁서비스 구매	
	b	β	b	β
품질우위태도	6.7E-02	.15***	4.1E-02	.14**
시간 · 노동절약태도	4.7E-02	.10	5.0E-02	.16***
화폐절약태도	.17	.18***	.10	.19***
Constant	5.28		3.24	
R^2	.073		.095	
F	14.98***		19.76***	

끝으로 본 연구의 제한점을 바탕으로 후속연구에 대한 제언을 하고자 한다.

첫째, 본 연구에서는 식생활과 의생활 영역의 6가지 대체상품에 대해 다루었지만 후속연구에서는 가사노동 전반으로 그 범위를 넓혀야 할 것이다.

둘째, 가사노동을 상품으로 대체하는 것뿐만 아니라 상호부조에 의한 대체, 공무노동에 의한 대체 등도 연구대상에 포함시켜 가사노동의 수행양식의 변화를 보다 포괄적으로 파악하도록 하여야 할 것이다.

셋째, 상품특성에 대한 태도 변수 외에 상품대체수준에 영향을 미칠 수 있는 변수들을 선정하여, 이들 변수와 상품대체수준과의 인과관계를 밝혀야 할 것이다.

【참 고 문 헌】

강정옥(1983). 가사노동의 사회화에 대한 실태조사. 건국대학교대학원 석사논문.

김귀란(1991). 식생활과 관련된 가사노동의 사회화실태 및 미래전망에 관한 연구. 연세대학교대학원 석사논문.

김성희(1996). 가정기기도입에 따른 가사노동의 변화. 서울대학교대학원 박사논문. 김영란(1989). 가사노동에 관한 계급별 사례연구. 이화여자대학교대학원 석사논문.

문숙재 · 정지영(1991). 가사노동 서비스영역의 사회화와 그 만족 수준에 관한 연구. **대한가정학회지** 29(3), 131-152.

손경희 · 문수재 외 4인(1988). 도시 주부의 식품 소비 구조 변화와 미래의 식생활 향상을 위한 연구. **대한가정학회지** 26(4), 53-66.

송주은 · 한재숙(1995). 시판김치에 대한 인식 및 구입실태에 관한 조사연구. **대한가정학회지** 33(4), 121-128.

엄하정(1993). 환경오염 감소와 관련된 주부의 관리행동. 서울대학교대학원 석사논문.

우경옥(1991). 식생활과 관련된 가사노동의 실태 및 가치인식에 관한 연구. 연세대학교대학원 석사논문.

이기영 · 구혜령(1997). 가사노동 사회화의 결정요인에 관한 연구. **한국가정관리학회지** 15(3), 33-43.

이기춘 · 이은영 · 이기영 · 황인경 · 김민자 · 김영옥(1989). 산업사회의. 소비자행태 연구. **대한가정학회지** 27(2), 115-132.

이미숙(1991). 가사노동 사회화에 관한 연구. 원광대학교대학원 석사논문.

이승미(1989). 주부가 지각한 시간제약과 가사노동의 수행방안. 서울대학교대학원 석사논문.

조영희(1995). 도시주부의 지출행동유형 연구. 서울대학교대학원 박사논문.

허성미(1994). 식생활을 중심으로 한 가사노동에 관한 연구. 영남대학교대학원 박 사논문.

황의록 · 신영철(1993). 시간/노동절약수단의 활용에 영향을 미치는 영향에 관한 연구. **소비자학연구** 4(1), 109-129.

Ferber, M. A. & Birnbaum, B. G. (1977). The new home economics : retrospects and prospects. *Journal of Consumer Research* 4, 19-28.

Hartman, H. I. (1974). Capitalism and women's work in the home, 1900-1930. Ph.D. Dissertation. Yale University.

Lancaster, K. (1966). A New approach to consumer theory. *Journal of Political Economy* 74, 132-157.