

# 청년기 여성의 의류상표선택과 가정환경과의 관계 연구

이 은 실\*(성신여자대학교 의류학과)

이 명 희 (성신여자대학교 의류학과 교수)

본 연구의 목적은 청년기 여성의 국내 및 외국 의류상표선택과 가정의 가치지향성 및 물리적 가정환경과의 관계를 조사하며, 상표선택에 따른 상표결정동기의 차이를 파악하고 의복구매 후 만족도에 영향을 주는 특성을 조사하는 데 있다.

연구방법은 질문지법을 사용하였으며, 조사대상은 서울시내 여고생과 여자대학생 408명이었다(여고생 224명, 여대생 184명). 가정환경변인 측정도구는 정원식의 '가정환경진단검사'중에서 가정의 가치지향성을 사용하였으며, 사회상승주의, 물질주의, 전통주의에 관한 내용을 포함하였다. 상표선택은 최근에 구입한 캐주얼웨어의 상표에 대한 내용과 구입희망 상표를 조사하였으며, 상표결정동기는 5점 척도의 10 문항을 사용하였다. 가정의 물리적 환경은 부모의 학력, 사회계층, 주거공간을 조사하였으며, 인구통계적인 변인으로 학년, 연령, 용돈을 조사하였다. 조사기간은 2000년 4월이었다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 여고생 및 여대생이 구입한 의류상표는 국내상표가 24.0%, 외국상표가 37.5%, 상표명을 기억하지 않는 상표무관심 집단이 38.5%였다. 구입희망상표는 외국상표가 48.8%, 국내상표가 26.0%, 무관심집단이 25.2%로서 구입한 상표보다 구입희망상표의 경우 외국상표가 더 높은 비율을 나타냈다.

둘째, 가정의 가치지향성은 국내 및 외국 의류상표 구입집단에 따라 유의한 차이가 없었다. 그러나 가정의 가치지향성 중에서 사회상승주의는 구입희망집단에 따라 유의한 차이가 있어, 외국상표 구입희망집단은 가정의 사회상승주의가 높았고, 상표무관심집단은 사회상승주의가 낮았다. 따라서 사회적 지위 상승을 추구하는 가치관을 지닌 가정의 청소년들은 부모의 가치관에 영향을 받아 외국상표 의류를 희망하여 의복을 통해 신분상승을 추구하려는 정도가 높

은 것으로 해석된다.

셋째, 국내 및 외국 의류상표 구입집단은 부모의 학력, 가정의 사회계층 및 주거공간과 유의한 관계가 있었다. 아버지와 어머니의 학력이 대졸 이상의 경우는 외국상표를 더 많이 구입하였고, 부모의 학력이 고졸인 청소년은 상표 무관심집단이 많았다. 또 상류층은 외국상표 및 국내상표를 구매한 비율이 비슷하게 높았으나 하류층은 상표 무관심집단이 더 많은 편이었다. 구입희망상표와 사회계층 및 주거공간과는 유의한 관계가 없었다. 따라서 청년기 여성은 가정의 사회계층과 관계없이 외국상표의 구입을 희망하는 정도가 높다고 할 수 있다.

넷째, 외국상표 구입 집단은 국내상표 구입 집단보다 상표를 미리 결정하는 경우가 더 많았고, 백화점에서 구입하는 정도가 더 높았다. 또한 여대생은 의류상표선택과 용돈이 유의한 관계가 없었으나 여고생은 유의한 관계가 있었다.

다섯째, 외국상표 구입집단은 국내상표 구입집단보다 주위 사람의 상표와 상표의 명성이 더 높은 구입동기로 작용하였으나, 품질, 유행, 할인가, 디자인, 가격, 착용감은 유의한 차이가 없었다.

여섯째, 상표결정동기 중 할인가 구매는 가정의 사회상승주의 및 물질지향주의와 유의한 정적 관계가 있었고, 적절한 가격도 물질지향주의와 정적 관계를 나타냈다. 가정의 전통주의는 의복의 디자인과 부정적인 관계, 상점의 위치와는 정적관계가 있었다. 따라서 전통주의적인 가치관을 지닌 가정의 자녀는 편리한 상점의 위치가 상표결정동기로 작용하는 데 영향을 주는 특성임을 알 수 있다.

일곱째, 의복만족에 동시에 영향을 주는 요인은 디자인, 편안성, 타인의 착용(-), 상표의 명성, 외국상표선택, 의복품질로 나타났으며, 6개 변인을 통한 설명력은 24.4%였다. 즉 상표를 결정할 때 디자인,

편안성, 상표의 명성, 의복품질을 고려하며, 주위사람들이 착용한 상표를 고려하지 않을수록 만족도가 높았으며, 외국상표를 선택한 집단일수록 만족도가 높았다.

종합적으로 볼 때 가정의 사회상승주의가 높은 청년기 여성은 외국상표 구입을 희망하는 비율이 높고 부모의 사회경제적 지위가 높을수록 외국상표 구입

빈도가 높았으며, 외국상표를 구입한 여성은 의복구매 후 만족도가 높았다. 또한 청소년들이 외국 의류상표를 구매하는 데에는 상표의 명성과 타인의 옷차림이 영향을 주었으나, 타인의 착용에 영향을 받는 정도가 높을수록 의복 구매 후 만족도는 낮아진다고 할 수 있다.