

# 백화점과 시장 구매자의 의복 소비가치와 소비자 만족에 관한 연구

박태희\* · 이명희

성신여자대학교 의류학과 석사졸업\* · 성신여자대학교 의류학과 교수

본 연구의 목적은 의복 구매시 백화점 및 시장에서 구매한 소비자의 의복 소비가치와 소비자 만족의 관계를 조사하여 비교하며, 이들 변인의 인구통계학적 특성에 따른 차이를 알아보고, 의복 소비가치와 인구통계학적 변인이 소비자 만족에 미치는 영향을 규명하는 것이다.

연구방법은 질문지법을 사용하였으며, 피험자는 서울 및 서울 근교에 거주하는 20~50대 성인여성 364명이었다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 소비자의 의복 소비가치는 기능적 가치, 감각적 가치, 진귀적 가치, 상황적 가치의 4개의 요인으로 분류되었다.

둘째, 백화점에서의 구매자가 시장 구매자 보다 모든 의복 소비가치 요인을 더 많이 고려하는 것으로 나타났는데, 감각적 가치는 구매처에 따른 차이가 가장 컸고, 기능적 가치는 백화점과 시장 구매자의 차이가 가장 작았다.

셋째, 백화점 구매자의 경우 의복 소비가치 중 기능적 가치는 구매시스템 만족과 긍정적 관계가 있었고, 시장 구매자는 기능적 가치가 소비자 만족의 세 변인인 쇼핑시스템 만족, 구매시스템 만족, 소비시스템 만족과 모두 긍정적인 상관관계가 있었다. 감각적 가치의 경우 백화점 및 시장 구매자 모두 소비자 만족의 세 변인과 긍정적인 관계가 있었다. 진귀적 가치는 백화점 구매자의 경우는 구매시스템 만족과 긍정적인 관계를 나타냈고, 소비시스템 만족과는 부정적인 관계가 있었다. 시장 구매자의 경우에는 진귀적 가치가 쇼핑시스템 및 구매시스템과 긍정적 관계를 나타냈다. 상황적 가치는 백화점과 시장 구매자 모두 쇼핑시스템 및 구매시스템 만족과 긍정적인 관계가 있었다.

넷째, 백화점 구매자의 경우 기능적 가치와 진귀적 가치는 30대가 다른 연령층에 비해 가장 중요시하였으며, 감각적 가치와 상황적 가치는 40대와

20대가 중요하게 생각하였다. 또한 30대는 구매시스템 만족과 소비시스템 만족이 다른 연령층보다 더 높았다. 시장 구매자의 경우는 30대가 기능적 가치와 감각적 가치를 다른 연령층에 비해 더욱 중요시하였다.

백화점 구매자는 고졸 이하 및 대졸 이상 여성이 여대생보다 기능적, 감각적, 진귀적 가치를 더 중요시하였으며 여대생은 고졸 이하 및 대졸 이상의 여성보다 쇼핑시스템 만족과 소비시스템 만족이 더 높았다. 시장 구매자의 경우는 여대생과 대졸 이상의 여성이 고졸 이하의 여성보다 쇼핑시스템과 구매시스템에 더 만족하는 편이었다.

감각적 가치와 상황적 가치는 백화점과 시장 구매자 모두 상류층이 가장 중요시하였다. 백화점 구매자는 상류층이 중류와 하류층보다 쇼핑시스템 및 소비시스템에 더 만족하였다.

다섯째, 백화점 구매자의 소비자 만족에 영향을 주는 요인은 감각적 가치, 진귀적 가치(-), 상황적 가치의 순으로 나타났다. 즉 감각적 가치와 상황적 가치를 중요시할수록, 진귀적 가치는 중요시하지 않을수록 백화점 구매자의 소비자 만족이 높아졌다. 시장 구매자의 만족에 영향을 주는 요인은 상황적 가치, 감각적 가치, 학력의 순으로 나타나, 상황적 가치와 감각적 가치를 중요시할수록, 학력이 높을수록 시장구매자의 소비자 만족이 높아졌다.

이상의 결과에서 백화점 구매자에게는 감각적 가치가 가장 큰 영향을 주었고 시장 구매자에게는 상황적 가치가 가장 큰 영향을 주었으며 진귀적 가치는 백화점 구매자에게만 유의한 영향을 주었다. 전체적으로 볼 때 감각적 가치와 상황적 가치를 중요시할수록 만족이 높아지며, 진귀적 가치는 만족에 부정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 이는 소비자가 감정적 반응과 안락감을 중요시하고, 특정 상황에 적합하게 착용하는 것을 중요하게 생각할수록 소비자 만족이 높아짐을 의미한다.