

어머니의 의복소비성향이 유아복 구매행동에 미치는 영향

송영진* · 이선재

숙명여자대학교 의류학과* · 숙명여자대학교 의류학과

현대 사회에 들어와서는 소비자의 성향이나 소비패턴의 다양화로 인하여 소비자 행동을 예측할 수 있는 보다 중요한 변수가 무엇인가에 대한 연구가 필요하여 알아보고자 한다. 특히 자녀를 둔 주부들의 경우 자녀의 의복 소비성향에서 다양한 성향들을 나타내는데, 이는 사회구조나 가족구조의 변화에 따라 소득의 향상, 주부의 사회진출이나 낮은 출산율 등의 영향으로 유아복에 대한 소비자들의 관심이 커지고 있기 때문이다. 따라서 본 연구는 유아복 시장에서 주된 소비자인 어머니들에 대한 심층적인 연구가 필요하다고 보아 어머니의 의복에 대한 소비성향과 그에 따른 유아복 구매행동을 알아보려고 하였다.

본 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, 어머니의 의복 소비성향과 유아복 소비성향에 대한 유아복 구매행동과의 차이를 알아본다. 둘째, 어머니의 인구통계적 특성에 따른 어머니의 의복 소비성향과 유아복 소비성향에 대한 차이를 알아본다.

본 연구는 유아복, 소비성향, 상품속성, 의복 만족도에 대한 이론적 연구와 설문지를 통한 실증적 연구가 이루어졌으며, 조사는 서울과 경기 지역에 거주하는 만 1-3세의 유아기 자녀를 둔 어머니를 대상으로 실시하였다. 최종 분석에 307부의 자료가 이용되었고, 표본은 편의추출하였다. 연구의 자료분석은 SPSS 10.0 통계 패키지 프로그램을 이용하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 어머니의 의복소비성향과 유아복 구매행동과의 차이를 알아본 결과, 어머니의 의복 소비성향의 요인은 유행지향적, 실용적, 충동적, 심미적, 과시적 소비성향으로 분류되었다. 어머니의 의복 소비성향이 실용적 성향을 제외한 나머지 모든 성향들에서는 유아복 제품선택에서 디자인/색상을 가장 중요하게 보았다. 유아복 구매가격 수준은 모든 의복 소비성향에서 중저가를 더 구입하는 것으로 나타났다. 유아복에

있어서는 과시적인 소비성향을 가진 어머니들도 중저가의 유아복을 더 많이 사는 것으로 나타났다. 어머니들의 제품 만족도는 어머니의 의복 소비성향이 과시적이고, 심미지향적일수록 만족도가 더 높은 것으로 나타났다.

2. 어머니의 유아복 소비성향의 특성과 유아복 구매행동과의 차이를 알아보려고 하여 어머니의 유아복 소비성향의 요인결과 과시적, 유행지향적, 실용적, 충동적, 심미적 소비성향으로 분류되었다. 어머니의 유아복 소비성향이 실용적인 경우 제품선택에 있어, 가격과 활동성을 가장 중요시 여겼으며, 유아복 구매가격수준은 과시적 성향의 소비성향을 가진 어머니들이 고가의 유아복을 더 많이 구입하는 것으로 나타났다. 만족도의 경우 과시적 성향을 가진 어머니들은 심미성에 만족도가 높았으며, 반면 심미적 소비성향과 실용적 소비성향의 경우는 실용성에 만족도가 더 컸다.

3. 어머니의 인구통계적인 특성과 유아복 소비성향, 유아복 구매행동을 알아본 결과, 교육수준과 연령, 강남지역의 고소득 집단에서 유아복 소비성향이 과시적이고 심미적인 소비성향이 높게 나타났다. 제품선택기준에서는, 디자인/색상을 가장 많이 보았으며, 가격을 가장 적게 보는 것으로 나타났다. 유아복 만족도는 실용적 소비성향에서는 만족도가 다른 성향들에 비해서 낮게 나타났다.

4. 어머니의 의복 소비성향과 유아복 소비성향은 실용적인 소비성향인 부분에서 부적의 상관관계가 나타났고, 유행지향적, 충동적, 과시적, 심미적 소비성향간에는 정적인 상관관계가 나타났다. 어머니의 의복 소비성향과 유아복 소비성향과는 차이가 많이 나타날 것으로 예상했으나 큰 차이가 나지 않는 결과가 나타났다. 어머니 자신의 의복구매행동이 유아복 구매행동에서도 비슷하게 반영되고 있음을 알 수 있다.