

독신 미혼과 기혼의 세탁기 사용 행태 및 만족도 비교 분석

윤 형 건 (연세대학교 생활과학대학 생활디자인학과 조교수)

여성의 경제활동 참여율이 높아지고 결혼 적령기에 관한 가치관이 바뀔에 따라 독신 여성이 급증하고 있다. 통계청 자료에 의하면 여성의 경제활동 참여율은 1970년에 39.3%에서 2002년에는 51.8%에 이르고 있다.(한국일보) 직업의 전문화가 이루어지면서 많은 여성들이 집에서 보내는 시간 보다 전문 직업의 세계로 나아가고 결혼 전 자기개발을 매우 중요시 하고 있으며, 전통적으로 여성 역할이라 할 수 있는 가정에서의 역할이 많이 변하였다. 이와 같은 시대의 변화에 따라 독신 미혼과 기혼의 라이프 스타일의 변화가 있으며 가정 내에서의 중요한 가사중의 하나인 세탁에 대한 세탁기 사용 행태도 역시 변화가 있다고 생각한다. 따라서 본 연구는 독신 미혼과 기혼의 세탁기 사용 행태와 세탁기 구입 시 주요 요인들과, 사용하고 있는 세탁기에 관한 만족도를 요인별로 비교 분석하여 향후 세탁기 디자인 개발 시 타겟 시장에 좀더 접근 할 수 있는 기초 자료로 의의가 있다.

본 조사의 대상은 서울 및 수도권에 거주하고 있는 독신 미혼 여성과 남성(평균 연령 26.6세, 38명), 기혼 여성과 남성(평균 연령 37.2세, 38명, 자녀보유1.8인)을 대상으로 ①사회 인구학적 통계 및 보유 세탁기 정보 조사, ②구입 시 주요고려 사항, ③세탁기 사용 행태, ④세탁기사용 만족도를 빈도조사와 요인 분석으로 비교분석하였고 두 집단 간의 유의차를 t-검정을 실시하였다.

본 연구로부터 얻어진 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 독신 미혼과 기혼이 사용 중인 세탁기의 정보를 알아본 결과, 독신 미혼과 기혼 모두 해외 세탁기 보다 국내 LG와 삼성 세탁기를 더 많이 보유하고 있고, 일반 세탁기를 사용하고 있는 사람이 가장 많았으며 드럼 세탁기는 사용 연한이 짧은 사람에 한해서 보유율이 높았다. 기혼은 결혼을 할 때 세탁기를 가장 많이 구입한다고 하였고, 독신 미혼은 이사를 갈 때 구입한다고 하였다.

둘째, 독신 미혼의 세탁기 구입 시 주요고려 사항으로는 경제성, 용량, 디자인, 종류, 브랜드와 광고, 기능 등 6가지 요인으로 나타났고, 기혼은 경제성, 사용 편의성, 용량, 기능, 종류와 기능 등 6가지 요인으로 나타났다. 두 집단 간의 세탁기 구입 시 주요고려 사항은 공통된 부분으로는 경제성, 용량, 기능, 종류, 브랜드는 동일하였지만 사용편의성은 기혼에서만 주요사항으로 나타났다.

셋째, 세탁기 사용에 대한 만족도의 경우 독신 미혼은 성능 및 경제성, 기능, 옷감 보호 등 3가지 요인을 나누어졌으며, 기혼의 경우 세탁기 기본 성능 및 기능의 만족도, 옷감 보호, 시간 절약 등 3가지로 나누어졌다. 독신 미혼의 경우는 기혼에 비해 전체적으로 세탁기 사용에 대한 만족도가 낮은 수치로 나타났다. 이는 세탁기의 사용이 기혼에 비해 많은 부분을 차지하지 않으며, 가사 일 보다는 다른 일에 더 많은 시간을 보내기 때문이다.