

## 패션 복제품의 재구매 의도에 미치는 영향요인

한 성 숙\* (중앙대학교 일반대학원 의류학과 석사)

홍 병 숙 (중앙대학교 생활과학대학 의류학과 교수)

소비자들의 소비수준의 상승으로 명품에 대한 관심과 구매가 증가하고, 이러한 욕구를 충족시키기 위한 수단으로 패션 복제품의 구매가 활발하게 이루어지고 있는 추세이다.

본 연구에서는 패션 복제품의 구매에 있어 소비성향을 알아보고, 패션복제품의 재구매 의도에 미치는 영향요인을 알아보고자 하는 것이다.

선행연구에서 사용된 문항과 연구자가 작성한 문항을 토대로 작성한 설문지를 측정도구로 사용하였다. 서울, 경기 수도권에 거주하는 20세 이상의 패션 복제품 구매경험이 있는 남녀 직장인 485명을 대상으로 하였다. 수집된 자료 중 총 430부를 분석자료로 사용하였으며 자료 분석은 SPSS Package을 이용하여 빈도, 백분율, 평균, 요인분석, 신뢰도 검증, t-test, 교차분석, 분산분석, 로지스틱 회귀 분석 등을 실시하여 분석하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 사회인구학적 특성과 소비성향의 관계에 있어 과시소비, 유행추구, 불안심리가 사회인구학적 특성과 유의하였다. 과시소비, 유행추구, 불안심리가 클수록, 패션 복제품에 지출하는 구입비가 많음을 알 수 있다. 둘째, 패션 복제품에 대한 구매상황을 살펴보면 가방, 의류, 신발, 지갑의 순으로 구매 빈도가 나타났다. 구매 횟수는 1회가 가장 많았다. 대체적으로 구매한 패션 복제품에 대해서 만족하는 것으로 나타났다. 또한 복제품을 구매한 소비자 일수록, 가격민감성은 정적으로 유의하고, 소비윤리는 부적인 유의한 것을 알 수 있다. 주로 많이 구입하는 복제품 브랜드는 의류 복제품에서는 프라다(36.4%), 가방 복제품에서는 프라다(40.6%), 지갑 복제품에서는 루이비통(34.7%), 신발 복제품에는 페라가모(30%)였다. 셋째, 사회인구학적 특성과 패션 복제품 구매와의 관계를 알아본 결과 의류, 가방 복제품은 한달 평균 의복 및 잡화 구입비와 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 넷째, 패션 복제품의 재구매 의도를 알아본 결과 재구매 하려는 이유로는 가격대가 저렴하다는 이유를 가장 많이 응답했다. 패션 복제품 구매 후에 느끼는 만족도는 보통이상의 만족을 한다가 약 80%정도로 나왔다. 재구매 하지 않으려는 223명(51.9%)은 '명품의 카피라서 싫다(68명, 30.6%)'가 가장 높게 나타났다. 불만족 하는 가장 큰 이유는 명품카피라서(40.2%)라는 이유로 불만족 하는 것으로 나타났다. 다섯째, 재구매 의도에 영향을 미치는 요인에 대한 로지스틱 회귀분석 결과, 과시소비, 가격민감성, 소비윤리, 복제품의 품질이 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

이는 과시소비가 큰 소비자 일수록 재구매 의도가 높고, 가격 민감성이 큰 소비자 일수록 앞으로 재구매할 가능성이 많았으며, 소비윤리에 있어 윤리의식이 낮을수록, 패션 복제품의 재구매 의도가 더 높은 것을 알 수 있다. 또한 복제품의 품질에 만족할수록 재구매 의도가 높은 것을 알 수 있다.