

# 家庭의 經濟水準과 女高生の 衣服購買行爲에 關한 研究

—서울市內 女高生을 中心으로—

金 愛 蓮 · 金 鎮 玖

漢陽大學校 家政大學 衣類學科

## A Study on the Relationship between the Economic Level of the households and the Clothing Purchase Practices of High School Girls

—Centering around High School Girls in Seoul—

Ae Ryun Kim · Jin Goo Kim

Dept. of Clothing and Textiles, College of Home Economics, Hanyang University

(1985. 1. 16 접수)

### Abstract

The purpose of this study is to research into the relationship between the clothing purchase practices of high school girls and the economic level of the households.

For the survey of Economic Level of the households, the information of the monthly income of the households were extracted from the Annual Report of the City-Household in the Economic Planning Board. The survey of clothing purchase practices is based on Ryan's Clothing; A Study in Human Behavior.

The questionnaires were distributed to the seven girls' high school in Seoul. The data from 354 respondents was analyzed by Pearsons' r, ANOVA and  $\chi^2$  test.

The Results were:

1. There was a significant relationship between clothing purchase practices variables and the monthly incomes of the households.
2. There were differences in clothing purchase practices variables according to the monthly incomes of the households.
3. There were significant relationships among the three clothing purchase practices variables.

### I. 序 論

衣服은 人間이 形成한 文化遺産으로서 各 個人의 信條나 地位, 權力의 程度를 나타내는 表現的 機能(Expressive Function)과 衣服을 通해 個人의 目的을 獲得하는 同時에 心理的 安定性和 安全性을 얻게하는 道

具的 機能(Instrumental Function)의 두가지 機能을 갖는<sup>1)</sup>, 無言의 傳達手段<sup>2)</sup>인 第二의 言語(Surface Language)<sup>3)</sup>이다.

靑少年期는 兒童期로 부터 成人期로 移行하는 過渡期로서, 어느 年齡層보다 衣服과 外貌에 關心이 크고, 敏感하며, 衣服이 그들의 行動과 心理에 미치는 影響력이 큰 時期이므로 女高生을 本 研究의 對象으로 하

었다.

Roach<sup>11)</sup>가 말하기를, 靑少年은 그들이 속해있는 家庭의 社會·經濟的 水準에 맞는 특징적인 사고방식과 행동을 배운다고 하여, 家庭의 影響力을 강조하였다. 家族構成員의 行動特性은 各 家庭의 社會·經濟的 水準과 關係가 있을 뿐 아니라,<sup>12)</sup> 個人的 社會的 身分이나 家庭의 經濟的 地位는 衣服選擇에도 影響을 미친다<sup>13)</sup>고 한다. 우리나라 靑少年의 경우, 父母님으로부터 經濟的으로 獨立하지 못하여 依存하고 있는 실정이므로, 家庭의 經濟水準과 女高生의 衣服購買行爲와의 關係에 對한 實證的인 研究의 重要性을 느껴 本 研究에 臨하였다.

本 研究의 目的은 家庭의 經濟水準과 女高生의 衣服購買行爲와의 關係 및 差異를 調査·分析함에 있다.

## II. 文獻의 背景

### 1. 靑少年의 特徵

靑少年期는 한 個人이 性的으로 성숙해질 때 시작되어, 成人으로서 獨立이 보장될 때 끝난다. 이 時期는 靑年 中期에 속하며, 高等學校에 在學中인 年齡層이 이에 該當되는데<sup>6)</sup>, 兒童期와 成人期의 特性을 共通的으로 所有하므로 精神的, 身體的으로 不安定과 不均衡의 심한 긴장이 일어난다.<sup>7)</sup> 또한, 社會的 移動(Social Locomotion)의 時期이므로,<sup>8)</sup> 同年輩의 인정과 타인의 受容을 갈망하여 同年輩集團의 依歸기준에 극도로 同調를 하는데, 同年輩集團은 靑少年의 自我像 평가를 위한 重要한 準據集團(Reference Group)이다.<sup>9)</sup> Takahashi<sup>10)</sup>는 各 準據集團이 個人的 行動을 형성시킬 社會化 에이전트라고 지적하면서, 그 中에서도 同年輩集團과 家庭이 가장 큰 影響을 미친다고 하였다. Brooks에 依하면, 靑少年期에는 여성에 대한 관심이 증가하여 여성에게 매력적으로 보이는 것에 관심이 많으며, 우정, 충성 등의 추상적인 표현보다는 의복, 외모, 소유와 같은 구체적인 것을 생각하는 경향이 있기 때문에 의복과 외모에 대한 관심을 갖는다고 했다. 이와 같이, 靑少年期는 衣服이 그들의 행동과 심리에 미치는 影響이 가장 크게 작용하는 時期이다.

### 2. 靑少年과 衣服購買行爲

消費者의 購買行爲에 影響을 주는 社會的, 經濟的 諸要因들이 어떠한 形態로 影響을 나타내는지 消費者의 購買行爲 過程을 구분하여 조사함으로써 알 수 있

는데, 一般的인 購買行爲過程의 段階로서 1) 欲求認識의 段階 2) 情報探索의 段階 3) 評價段階 4) 購買決定의 段階의 순서로 연구, 분석할 수 있다.<sup>11)</sup>

#### 1) 欲求認識의 段階

購買過程의 始發段階로서, 欲求라 불리우는 긴장상태가 消費者의 購買行爲의 背後에 있는 구매동기를 유발하는데,<sup>12)</sup> 衣服購買動機가 이에 해당된다.

「衣服購買動機」에 對하여, Ryan<sup>5)</sup>은 靑少年은 그들이 좋아하는 것이 눈에 띌 때 購買한다고 했으며, Lucas<sup>13)</sup>는 靑少年의 46.9%가 돈을 갖고있을 때 衣服을 購入한다고 했다.

#### 2) 情報探索의 段階

認識된 欲求是 미비된 조건들 때문에 상당한 期間동안 잠재화되어 있다가 充足되는 것이 보통이며, 잠재된 欲求가 강하게 되면 적극적으로 探索活動에 들어가게 된다.<sup>14)</sup> 이 때에 消費者들이 이용하는 情報源에 關係 Beal과 Rogers<sup>15)</sup>는 매스미디어, 人的 情報源, 商的情報源, 자신의 經驗과 情報 등으로 분류했다. 또한 探索期間은 購買計劃의 時期와 程度를 이르는 것이다.

「패션情報源」에 對하여, Ryan<sup>16)</sup>이 女高生을 對象으로 한 研究結果, 잡지, 판매원, 진열제품, 어머니의 順이었으며, 미국의 농무성 研究(The Department of Agriculture Study)<sup>6)</sup>에 依하면, 매스미디어, 진열제품, 여자친구나 다른 사람의 順으로 女高生들은 지적하였다.

「衣服購買計劃」에 關해서, Ryan<sup>5)</sup>은 靑少年들이 衣服購買 前, 計劃하는 경우가 적다고 했으며, 맹정숙<sup>17)</sup>은 女高生의 48.2%가 定期的인 計劃으로 衣服을 購買한다고 했다.

#### 3) 評價의 段階

消費者가 製品의 속성에 關係한 관심도와 상품에 대한 신념을 갖고서 입수한 情報를 처리하는데,<sup>14)</sup> 衣服選擇 要因이 評價段階에 포함된다.

「衣服選擇要因」에 對한 May와 Koester<sup>18)</sup>의 研究結果, 어울림, 가격, 형태, 품질, 관리, 색상, 상표명, 최신유행의 順이었으며, 미국의 농무성 研究(The Department of Agriculture Study)<sup>6)</sup> 보고에서는, 女高生들이 style, 색상이나 무늬, 필요한 옷이었기 때문에 질감, 품질, 어울림, 가격의 順序로 지적하였다.

#### 4) 購買決定의 段階

實際로 購買行爲를 하는 段階로서, 衣服費, 衣服購買場所가 이에 해당된다.

「衣服費」는 各者의 취미, 직업, 지위, 유행 등에 依

해서 지배되는 바가 크며, 支出이 과다해지기 쉬운 費目인데, Ryan<sup>5)</sup>은 16~25세 年齡層의 衣服費 支出이 가장 많다고 했다.

「衣服購買場所」에 關한 Ryan<sup>5)</sup>의 研究에 依하면, 靑少年의 백화점 先好度가 높다고 했으며, 박광희<sup>19)</sup>는 우리나라 靑少年의 경우, 시장, 양품점, 기성복직매점, 백화점의 順으로 購買場所를 選擇한다고 했다.

### 2. 家庭의 經濟水準과 靑少年의 衣服購買行爲와의 關係

家庭이 속해있는 社會·經濟的 水準의 특징이 個人에게 미치는 影響에 關해서, Lazer<sup>20)</sup>는 各 階層의 가치관과 기대가 成員의 生活意識空間과 生活樣式에 影響을 미치며, 購買行爲에도 影響을 나타낸다고 하였다. Hurlock<sup>6)</sup>이 말하기를, 靑少年은 自身이 속한 家庭의 社會·經濟的 水準을 나타내기 위해, 1) 有名製造業者에 依해 만들어진 衣服을 착용함으로써, 2) 여러 種類의 衣服을 所有함으로써, 3) 유행하는 衣服을 착용함으로써, 自身의 地位를 나타낸다고 했다.

家庭의 經濟水準과 衣服購買行爲와의 關係에서, 「衣服費」의 경우, Baumgartner<sup>21)</sup>는 아버지의 所得水準이 높은 階層의 少女들은 衣服費의 支出率이 비교적 높다고 했으며, 우리나라 靑少年의 경우, 김병미<sup>22)</sup>의 研究에 依하면, 아버지의 月收入이 높을수록 衣服費의 支出率이 높아졌다. 「衣服購買場所」에 關해서, Stone과 Form<sup>23)</sup>은 高所得層일수록 거주지역에서 멀리 소망하러가는 傾向이 많다고 했으며, Converse<sup>24)</sup>는 高所得層은 衣服購買場所의 범위가 넓다고 했다. 「商標」에 關하여 Ryan<sup>25)</sup>은 所得이 높은 階層일수록 商標를 중요시 한다고 했으며, 이문순<sup>26)</sup>의 研究에서도 社會·經濟的 水準이 높은 家庭의 女高生은 有名商標에 對한 關心과 購買率이 높았다.

## Ⅲ. 假設 및 用語定義

### 1. 假設

- 1) 家庭의 月收入과 衣服購買行爲變因은 關係가 있는 것이다.
- 2) 家庭의 月收入別 衣服購買行爲變因은 差異가 있을 것이다.
  - (2-1) 家庭의 月收入別 月平均衣服費는 差異가 있을 것이다.
  - (2-2) 家庭의 月收入別 衣服購買場所는 差異가 있을 것이다.

(2-3) 家庭의 月收入別, 有名商標製品購買는 差異가 있을 것이다.

3) 衣服購買行爲 세 變因 間에 關係가 있을 것이다. <附加的 關心>

- 1) 衣服購買動機와 計劃
- 2) 패션情報源의 順位
- 3) 衣服選擇要因의 順位

### 2. 用語定義

1) 經濟水準(Economic Level) : 外部의 第3者에 依해 客觀的으로 判別되는 各者의 收入, 財産, 消費水準 生活樣式 等の 差異에 따라, 人爲的으로 設置된, 段階的 區分이다.

2) 衣服購買行爲(Clothing Purchase Practices) : 商品市場에서 衣服을 購買하는 行爲를 意味한다.

(1) 衣服費(Clothing Expenditures) : 衣服을 購買할 때, 支拂하는 金額을 意味한다.

(2) 衣服購買場所(Clothing Purchase Place) : 衣服을 購買하는 商品市場을 意味한다.

(3) 有名商標製品購買(Purchasing Products of Famous Brands) : 商標名이 有名한 製品을 購買하는 것을 意味한다.

(4) 衣服購買動機(Clothing Purchase Motives) : 衣服을 購買하고자 하는 感情, 欲望, 衝動을 意味한다.

(5) 衣服購買計劃(Clothing Purchase Planning) : 衣服을 購買하기 前, 計劃, 準備하는 行爲를 意味한다.

(6) 패션情報源(Fashion Informational Sources) : 유행의 知識이나 情報를 알려주는 主要한 根據를 意味한다.

(7) 衣服選擇要因(Clothing Selection Factors) : 衣服을 選擇하는데 있어, 重要하게 여기는 要素를 意味한다.

## Ⅳ. 方法 및 節次

### 1. 測定道具

#### 1) 家庭의 經濟水準 調査

家庭의 經濟水準 測定基準는 Broom<sup>27)</sup>의 理論에 根據를 두어, 家庭의 月收入을 家庭의 經濟水準變因으로 하였다.

(1) 家庭의 月收入 : 우리나라 經濟企劃院의 「都市家計年報」<sup>28)</sup>를 참조하여, 家庭의 月收入 水準을 여섯으로 區分하였다.

#### 2) 衣服購買行爲 調査

衣服購買行爲變인은 Ryan의 Clothing: A Study in Human Behavior<sup>5)</sup>을 基礎로 우리나라 女高生에 맞도록 問項을 修正, 補完하였으며, 그 내용은 다음과 같다.

(1) 月平均 衣服費: 月平均 衣服費는 5천원 미만, 5천원 이상~1만원 미만, 1만원 이상~2만원 미만, 2만원 이상~3만원 미만, 3만원 이상~5만원 미만, 5만원 이상으로 區分을 두어, 1, 2, 3, 4, 5, 6點씩의 點數를 주었으며, 點數가 높을수록 衣服費의 支出率이 높은 것으로 解釋된다.

(2) 衣服購買場所: 衣服購買場所는 동네 주변시장, 도매시장, 양품점, 할인판매점, 기성복직매점, 백화점 패션전문점으로 區分하여 3개를 順位로 選擇하게 하였다. 그리하여 1順位는 3點, 2順位는 2點, 3順位는 1點씩 點數를 주어 Cr(得點比)를 算出하였다. Cr는  $\frac{\sum S_i}{S_{max} \cdot N} \times 100$ 의 公式<sup>22)</sup>에 依하여 算出하였는데, 결과적으로 得點比가 높은 順序대로 衣服購買場所의 順位를 정하였다. 또한 상관관계 分析과 有意差 分析은 選擇한 問項中에서 1順位의 問項으로 제한하여, 各 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7點의 點數를 주었다. 그 結果, 點數가 높을수록 購買場所의 범위가 넓으며, 購買價格이 비싼 곳을 이용하는 것으로 解釋된다.

(3) 有名商標製品購買: 有名商標製品購買에 있어, 상표의 유명도에는 전혀 관심이 없으며, 마음에 드는 옷을 구입함은 1點, 상표의 유명도에 구애받지 않으려 할 때가 많다는 2點, 가능하면 유명상표제품을 구매하고자 함은 3點, 잘 알려진 유명상표제품을 구매할 때가 많다는 4點의 點數를 주었다. 그 結果, 點數가 높을수록 有名商標製品에 對한 關心도와 購買率이 높은 것으로 解釋된다.

(4) 一般的인 衣服購買行爲: 衣服購買動機와 計劃은 百分率로 나타냈으며, 패션情報源과 衣服選擇要因은 1順位는 3點, 2順位는 2點, 3順位는 1點의 點數를 주어 Cr(得點比)를 算出하였다. 결과적으로 得點比가 높은 順序대로 패션情報源과 衣服選擇要因의 順位를 정하였다.

## 2. 標集對象 및 資料蒐集

本 研究의 標集對象은 서울市內에 居住하는 女高生으로, 無作爲 標集(random sampling)法에 依해 人文 高等學校 7個校를 採擇하였다. 各 學校別 1學級씩 選定하여, 1學年 152名(43%)과 2學年 202名(57%)의 總 354名으로 構成되었다.

資料蒐集은 設問紙에 依하였으며, 豫備調査를 거쳐

修正, 補完된 設問紙를 1985年 10月 15日에서 18日까지 수업시간, 종례시간에 配付하여 調査, 實施하였다. 回收된 總 407부 가운데 不完全하게 應答한 것을 除外한 後, 總 354부를 統計處理 하였다.

標集對象의 家庭의 月收入別 分布는 <表 1>과 같다.

## 3. 資料分析

假說을 檢證하기 위하여,  $\chi^2$  檢證으로 頻度와 有意度를 算出하였으며, Pearson's Correlation으로 家庭의 經濟水準과 女高生의 衣服購買行爲와의 相關關係를, ANOVA 檢證으로 家庭의 月收入別 衣服購買行爲變인間의 有意差를 檢證하였다.

## 4. 研究의 限界

本 研究은 지역이 서울市內로 제한되었으며, 학년은 1·2學年으로 제한되었다. 또한 本 研究에 사용된 衣服購買行爲 檢査道具는 標準화된 것이 아니므로 本 研究結果의 擴大解釋은 慎重을 기해야 할 것이다.

## V. 結果 및 論議

### 1. 家庭의 月收入과 衣服購買行爲變인과의 關係

<假說 1>의 檢證을 위하여, 家庭의 月收入과 女高生의 衣服購買行爲變인과의 상관계수(Pearson's r)를 算出한 結果는 <表 2>와 같다. 表에서 提示된 바와 같이, 「月平均 衣服費」는 家庭의 月收入과 意味있는 正的 相關關係( $P < .001$ )를 나타내었다. 이는 衣服費는 經濟的 要因에 依해 決定되는 變인인데, 우리나라 靑少年은 父母로부터 獨立하지 못한 年齡層이므로, 家庭의 月收入과 相關關係가 높은 것으로 解釋된다. 「衣服購買場所」는 家庭의 月收入과 意味있는 正的 相關關係( $P < .001$ )를 나타내었다. 이는 一般的으로, 購買場所는 購買價格의 水準에 맞춰 衣服이 구비되어 있어, 購買場所는 곧 購買價格과 相通하므로 家庭의 月收入과 關係가 있는 것으로 解釋된다. 「有名商標製品購買」는 家庭의 月收入과 意味있는 正的 相關關係( $P < .001$ )가 있었다. 이는 有名商標製品은 商品市場에서 購買價格이 비싸므로 有名商標製品에 關心을 갖고서 購買하는 것은 經濟的 要因과 相關關係가 있는 것으로 解釋된다. 以上에서 假說 1)은 肯定的으로 檢證되었다.

### 2. 家庭의 月收入別 衣服購買行爲

家庭의 月收入別 月平均 衣服費의 분포 경향은 <表

〈表 1〉 家庭의 月收入別 分布

(N=354)

가정의 월수입 N. %	14만원 미만	14만원 이상 23만원 미만	23만원 이상 30만원 미만	30만원 이상 40만원 미만	40만원 이상 73만원 미만	73만원 이상
	N	2	11	27	63	132
%	0.6	3.1	7.6	17.8	37.3	33.6

〈表 2〉 家庭의 月收入과 衣服購買行爲 變因과의 相關關係

(N=354)

의복구매행위변인	월평균 의복비	의복구매장소	유명상표제품 구매
가정의 월수입	0.4230***	0.4278***	0.3111***

\*\*\*p<.001 水準에서 有意度

〈表 3〉 家庭의 月收入別 月平均 衣服費의 分布

(N=354)

가정의 월수입 N. %	14만원 미만		14만원 이상 23만원 미만		23만원 이상 30만원 미만		30만원 이상 40만원 미만		40만원 이상 73만원 미만		73만원 이상		Total	
	N(2)	%	N(11)	%	N(27)	%	N(63)	%	N(132)	%	N(119)	%	N(354)	%
월평균 의복비														
5천원 미만	1	50.0	8	72.7	13	48.1	26	41.3	29	22.0	14	11.8	91	25.7
5천원 이상 1만원 미만	1	50.0	2	18.2	12	44.4	25	39.7	49	37.1	25	21.0	114	32.2
1만원 이상 2만원 미만	0	0.0	1	9.1	1	3.75	9	14.2	33	25.0	34	28.6	78	22.0
2만원 이상 3만원 미만	0	0.0	0	0.0	1	3.75	3	4.8	18	13.6	30	25.2	52	14.7
3만원 이상 5만원 미만	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	2.3	12	10.0	15	4.2
5만원 이상	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	3.4	4	1.2

〈表 4〉 家庭의 月收入別 月平均 衣服費

(N=354)

가정의 월수입 M. S.D.	14만원 미만		14만원 이상 23만원 미만		23만원 이상 30만원 미만		30만원 이상 40만원 미만		40만원 이상 73만원 미만		73만원 이상		F
	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	
의복구매행위변인													
월평균의복비	1.5	0.707	1.909	1.814	1.630	0.742	1.825	0.853	2.402	1.118	3.084	1.331	14.337***

\*\*\*p<.001 水準에서 有意差

3)과 같다. 表에 依하면, 家庭의 月收入 水準이 14만원 미만, 14만원 이상~23만원 미만, 23만원 이상~30만원 미만, 30만원 이상~40만원 미만인 女高生은 月平均 衣服費로 5천원 미만을 支出하는 경우가 가장 많았으며, 家庭의 月收入이 40만원 이상~73만원 미만인 女高生은 月平均 衣服費로 5천원 이상~1만원 미만을, 月收入이 73만원 이상인 家庭의 女高生은 1만원 이상~

2만원 미만을 月平均 衣服費로 支出하는 경우가 가장 많은 것으로 나타나, 家庭의 月收入이 높을수록 衣服費가 증가하는 것으로 나타났다.

〈假說 2-1〉을 檢證하기 위하여 家庭의 月收入別 女高生의 月平均 衣服費의 差異를 ANOVA Test 한 結果는 〈表 4〉와 같다. 表에서 提示된 바와 같이, 家庭의 月收入이 73만원 이상의 高所得層 集團에서 月平均 衣

〈表 5〉 家庭의 月收入別 衣服購買場所의 順位

(N=354)

가정의 월 수입 T. CR. 순위 의복구매장소	14만원 미만			14만원 이상 23만원 미만			23만원 이상 30만원 미만			30만원 이상 40만원 미만			40만원 이상 73만원 미만			73만원 이상		
	T	CR	순위	T	CR	순위	T	CR	순위	T	CR	순위	T	CR	순위	T	CR	순위
	동네 주변시장	0	0.0	0	12	36.4	2	54	66.7	2	114	60.3	2	144	36.4	3	24	6.7
도매시장	6	100.0	1	42	127.3	1	72	88.9	1	126	66.7	1	198	50.0	2	96	26.9	2
패션전문점	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0	0	6	2.3	6	72	18.2	4	90	25.2	3
양품점	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0	0	6	3.2	6	66	16.7	5	30	8.4	5
백화점	0	0.0	0	0	0.0	0	12	14.8	4	70	36.9	3	210	53.0	1	366	92.5	1
할인판매점	6	100.0	1	12	36.4	2	14	17.3	3	38	20.1	4	60	15.2	6	72	20.2	4
기성복직매점	0	0.0	0	0	0.0	0	10	12.3	5	12	6.3	5	42	10.6	7	30	8.4	5
기타	0	0.0	5	0	0.0	0	0	0.0	0	6	3.2	6	0	0.0	0	6	1.7	8

1순위는 3점, 2순위는 2점, 3순위는 1점의 가중치를 준 후 T(得點) 산출.

$$C_r = \frac{\sum S_i}{S_{max}} \cdot N \times 100$$

$\left\{ \begin{array}{l} C_r = \text{得點比} \\ S_{max} = 1\text{순위의 점수로, 본 연구에서는 3점} \\ \sum S_i = \text{문항 1개의 총점} \\ N = \text{총수} \end{array} \right.$

〈表 6〉 家庭의 月收入別 衣服購買場所

(N=354)

가정의 월수입 M. S.D. 의복구매행위변인	14만원 미만		14만원 이상 23만원 미만		23만원 이상 30만원 미만		30만원 이상 40만원 미만		40만원 이상 73만원 미만		73만원 이상		F
	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	
	의복구매장소	3.0	1.414	2.182	0.982	2.481	1.968	3.238	2.576	4.061	2.585	5.731	

\*\*\*p<.001 水準에서 有意差

服費의 平均値가 가장 높았으며, 月平均 衣服費의 點數는 家庭의 月收入에 따라 다르게(p<.001) 나타나 <假說 2-1>은 肯定的으로 檢證되었다. 이는 衣服費는 經濟的 側面이 강하므로, 經濟的으로 여유있는 家庭은 子女의 衣服費에 많은 支出을 하기 때문인 것으로 解釋된다. 이와 같은 結果는 보호자의 收入이 많아질수록 靑少年의 衣服費 支出率이 증가된다고 한 김병미<sup>22)</sup> 및 Baumgartner<sup>21)</sup>의 研究結果와 일치한다.

家庭의 月收入別 衣服購買場所의 順位는 <表 5>와 같다. 表에 依하면, 도매시장을 1順位로 選擇한 女高生의 家庭의 月收入水準은 14만원 미만, 14만원 이상~23만원 미만, 23만원 이상~30만원 미만, 30만원 이상~40만원 미만이었으며, 家庭의 月收入이 40만원 이상~73만원 미만, 73만원 이상의 집단에서 백화점을 購買場所로 先好함을 알 수 있다. 도매시장은 家庭의 經濟水準과 相關없이, 우리나라 女高生이 전반적으로 많이 이용하는 구매처로 나타났다. 外國의 예이지만, Stone과 Form<sup>23)</sup>은 高所得層일수록 衣服購買場所의 범위가 넓어, 거주지역에서 멀리 쇼핑하러 가는 경향이 많다고 했는데, 本 研究에서도 家庭의 月收入이 73만

원 이상의 所得이 높은 집단의 동네주변시장 이용률은 가장 낮게 나타났으며, 衣服購買場所의 범위가 넓은 것을 알 수 있다.

<假說 2-2>를 檢證하기 위하여, 家庭의 月收入別 衣服購買場所의 差異를 나타낸 結果는 <表 6>과 같다. 表에서 提示된 바와 같이, 家庭의 月收入 水準이 73만원 이상의 所得을 갖는 集團에서 衣服購買場所의 平均値는 가장 높았으며, 女高生이 이용하는 衣服購買場所는 家庭의 月收入別로 다르게(p<.001) 나타나, <假說 2-2>는 肯定的으로 檢證되었다. 이는 高所得層의 女高生은 家庭의 經濟水準과 衣服의 購買價格을 結付시켜 購買場所를 制限하지 않고, 衣服을 購買할 수 있기 때문에, 衣服購買場所의 범위가 넓으며, 또한 비싼 곳을 이용하는 것으로 解釋된다. 이런 結果는 우리나라 사정과는 다르지만, 미국의 Converse<sup>24)</sup>는 高所得層은 衣服購買場所의 범위가 넓다고 했는데, 本 研究에서도 이와 일치한다.

家庭의 月收入別 有名商標製品에 對한 관심과 구매율의 分布는 <表 7>과 같다. 表에 依하면, 잘 알려진 有名商標製品을 구매하는 경우, 家庭의 月收入 水準이

〈表 7〉 家庭의 月收入別 有名商標製品購買의 分布

(N=354)

가정의 월수입 N. %	14만원 미만		14만원 이상 23만원 미만		23만원 이상 30만원 미만		30만원 이상 40만원 미만		40만원 이상 73만원 미만		73만원 이상	
	N(2)	%	N(11)	%	N(27)	%	N(63)	%	N(132)	%	N(119)	%
잘 알려진 유명상표제품을 구매할 때가 많다.	0	0.0	0	0.0	1	3.7	4	6.35	15	11.4	30	25.2
가능하면 유명 상표제품을 구매하고자 한다.	0	0.0	1	9.1	2	7.4	4	6.35	26	19.7	23	19.3
상표의 유명도에 구애받지 않으려 할 때가 많다.	0	0.0	2	18.2	7	25.9	10	15.9	35	26.5	34	28.6
상표의 유명도에는 전혀 관심이 없으며 마음에 드는 옷을 구입한다.	2	100.0	8	72.7	17	63.0	45	71.4	56	42.4	32	26.9

〈表 8〉 家庭의 月收入別 有名商標製品購買

(N=354)

가정의 월수입 M. S. D.	14만원 미만		14만원 이상 23만원 미만		23만원 이상 30만원 미만		30만원 이상 40만원 미만		40만원 이상 73만원 미만		73만원 이상		F
	M.	S. D.	M.	S. D.	M.	S. D.	M.	S. D.	M.	S. D.	M.	S. D.	
의복구매행위변인													
유명상표제품구매	1	0.0	1.364	0.674	1.741	0.903	1.540	1.045	2.000	1.041	2.439	1.139	7.77***

\*\*\*p<.001 水準에서 有意差

14만원 미만, 14만원 이상~23만원 미만은 한 사람도 없었으나, 30만원 이상~40만원 미만이 家庭의 月收入인 女高生은 6.3%였으며, 家庭의 月收入이 73만원 이상인 女高生은 25.2%로 나타나, 家庭의 月收入이 높을수록 有名商標製品의 購買率이 增加했다. 商標의 有名도에 구애받지 않으며, 關心이 없다고 한 女高生의 家庭의 月收入 水準은 14만원 미만이 100%, 23만원 이상~30만원 미만은 88.9%, 40만원 이상~73만원 미만은 68.9%, 73만원 이상은 55.5%로 나타나 家庭의 月收入이 낮을수록 有名商標製品에 對한 無關心도가 높았다.

〈假說 2-3〉을 檢證하기 위하여, 家庭의 月收入別 有名商標製品購買의 差異를 ANOVA Test 한 結果는 〈表 8〉과 같다. 表에 提示된 바와 같이, 家庭의 月收入이 73만원 이상의 高所得層 集團에서 有名商標製品購買의 平均値가 가장 높았으며, 女高生의 有名商標製品에 對한 關心도와 購買率은 家庭의 月收入 水準에 따라 다르게 (p<.001) 나타나, 〈假說 2-3〉은 肯定的으로 檢證되었다. 이는 女高生은 有名商標의 衣服을 통하여 好感, 威信 等を 獲得하고자 하는 誇示的 欲求가 강하기 때문에, 家庭의 經濟的 與件이 닿는 限, 有名商標製品을 購買하는 것으로 解釋된다.

이와같은 結果는 高所得層일수록 商標를 重要視한다

는 Ryan<sup>25)</sup>의 研究結果와 일치한다.

以上에서, 〈假說 2〉는 肯定的으로 檢證되었다.

### 3. 衣服購買行爲變因 間의 相互關係

衣服購買行爲變因 間의 相互關係는 〈表 9〉와 같다. 表에서 提示된 바와 같이, 衣服購買行爲의 세 變因 間에 모두 意味있는 正的 相關關係(p<.001)가 있어, 〈假說 3〉은 肯定的으로 檢證되었다. 이는 購買場所에 따라 衣服의 購買價格이 달라지므로 購買場所는 衣服費의 支出率과 關係가 있는 것으로 解釋된다. 또한 有名商標製品은 價格이 비싸기 때문에, 有名商標製品을 購入할수록 衣服費의 支出率이 높아지는 것은 당연하며, 有名商標製品은 一般的으로 購買價格이 비싼 場所에서 판매를 하므로, 購買場所와도 關係가 있는 것으로 解釋된다.

### 4. 附加的 關心

女高生의 衣服購買動機는 어떤 옷이 必要할 때, 마음에 드는 옷이 눈에 띌 때, 돈이 생겼을 때, 층동적으로의 順으로 나타났다. 이와 같은 結果는 外國의 例이지만, Ryan<sup>5)</sup>은 靑少年들은 그들이 좋아하는 것이 눈에 띌 때 衣服을 購買한다고 하여 本 研究結果와 일치한다. Lucas<sup>13)</sup>는 흑인 女高生의 46.9%가 돈이 생겼

〈表 9〉 衣服購買行爲變因 間的 相互關係(N=354)

의복구매행위변인(r)	의 복 비	의복구매 장소	유명상표 제품구매
의 복 구 매 장 소	0.4008***		
유명상표 제품 구매	0.4101***	0.3564***	

\*\*\*p<.001 水準에서 有意度

을 때 衣服을 購買한다고 하였으나, 本 研究에서는 돈이 생겼을 때 衣服을 購買한다고 한 女高生이 10.5%에 불과한데, 그 이유는 父母로부터의 經濟的 獨立이 빠른 西洋과의 社會·文化的 差異에 있다고 본다.

衣服購買計劃은 비정기적인 계획을 세우는 경우가 56.5%, 전혀 계획하지 않는 학생은 31%, 정기적인 계획을 세우는 학생은 12.5%로 나타났다. 이는 靑少年은 衣服購買前, 定期的으로 計劃하는 경우가 적다고 한 Ryan<sup>5)</sup>의 研究結果와 일치한다.

패션情報源의 順位는 매스미디어, 상점의 진열제품, 친구, 선전판플렛·카탈로그, 어머니, 형제나 자매의 順이었다. 이와 같은 結果는 女高生의 패션情報源은 매스미디어, 진열제품, 여자친구나 그 외 다른사람이라고 한 미국의 농무성 연구(The Department of Agriculture Study)<sup>6)</sup> 結果와 일치하며, 靑少年은 T.V.와 진열제품에서 본 品目을 더욱 빈번히 購買한다고 한 May와 Koester<sup>10)</sup>의 研究結果와도 일치한다.

衣服選擇要因의 順位는 디자인, 어울림, 가격, 꼭 필요한 옷이 있을 때, 색상, 품질, 활동성, 所有하고 있는 옷과의 조화, 편안함, 질감, 세탁의 용이함, 관리·손질, 상표명, 무늬의 順이었다. 이는 女學生들이 스타일과 패션을 重要視하지만, 편안한 要因과 管理에 對해서는 중요하지 않게 여긴다고 한 Warden<sup>29)</sup> 및 Ryan<sup>5)</sup>의 研究結果와 일치한다.

## VI. 結論 및 提言

本 研究은 서울市內 女高生의 衣服購買行爲와 家庭의 經濟水準과의 關聯性 및 差異를 調査·分析한 結果 다음과 같은 結論을 내릴 수 있다.

1. 家庭의 經濟水準과 女高生의 月平均 衣服費, 衣服購買場所, 有名商標製品에 對한 關心도와 購買率은 意味있는 正的 相關關係가 있었다.

2. 女高生의 月平均 衣服費는 家庭의 月收入水準에 따라 有意的인 差異가 있었으며, 家庭의 月收入이 73만원 이상의 所得을 가진 集團에서 月平均 衣服費의 點數가 가장 높았다. 衣服購買場所는 家庭의 月收入水

準에 따라 有意的인 差異가 있었으며, 家庭의 月收入이 73만원 이상의 高所得層에서 衣服購買場所의 點數가 가장 높게 나타났는데, 이는 購買場所의 범위가 넓으며, 비싼 곳을 選擇하는 것을 意味한다. 有名商標製品購買는 家庭의 月收入水準에 따라 有意的인 差異가 있었으며, 家庭의 月收入이 73만원 이상의 所得을 가진 集團은 有名商標製品에 對한 關心도와 購買率이 가장 높게 나타났다.

3. 衣服購買行爲變因 間的 相互關係에 있어, 세 變因 모두 意味있는 正的 相關關係가 있었다.

以上으로 家庭의 經濟水準과 女高生의 衣服購買行爲와의 關聯성을 調査한 本 研究가 靑少年 對象의 衣服研究에 基礎資料로 사용되기를 바라며, 앞으로 本 研究와 같은 內容의 研究가 地域과 年齡層을 달리하여 계속 研究가 이루어짐으로서, 本 研究에 對한 妥當性과 信賴度가 補強되었으면 한다.

## 參 考 文 獻

- 1) Roach, M.E. and Eicher, J.B., Dress, Adornment and the Social Order, N.Y.: John Wiley and Sons, Inc., 6-82, (1965)
- 2) Horn, M.J., The Second Skin, Boston: Houghton Mifflin Company, 1, (1968)
- 3) Kefgen, M. and Specht P.T., Individuality in Clothing Selection and Personal Appearance, N.Y. Macmillan Publishing Co., 7, (1971)
- 4) Bendix, R. and Lipset, S.M., Class and Power, Illinois: The Free Press, 582-583, (1974)
- 5) Ryan, M.S., Clothing: A Study in Human Behavior, N.Y.: Holt, Rinehart and Winston, 77-281, (1966)
- 6) Hurlock, E.B., Adolescent Development, N.Y.: Mc Graw Hill Book Company, Inc., 2-169, (1949)
- 7) 함중환, 청소년 이해를 위한 접근, 상조사, 12, (1980)
- 8) 정인석, 현대청년 발달 심리학, 재동문화사, 73-



- 78, (1979)
- 9) Smucker, B. and Creekmore, A.M., Adolescent's Clothing Conformity, Awareness and Peer Acceptance, *Home Economics Research Journal*, 1, 92, (1972)
  - 10) Takahaski, C.L. and Newton, A., Perceptions of Clothing Conformity, *Journal of Home Economics*, 59, 720, (1967)
  - 11) Kotler and Philip, Marketing Management, Analysis, Planning, and Control, 4th ed., Prentice-Hall, Inc., 155, (1980)
  - 12) 홍부길, 소비자행동분석개론, 일신사, 106, (1980)
  - 13) Lucas and Thomas, H., A Study of the Clothing Practices of a Group of Negro High School Girls and the Implications for Consumer Education, Unpublished Master's Dissertation, University of Cornell, (1953)
  - 14) 이경운, 내구재 구매에 관한 소비자 행동분석, 중앙대학교 석사학위논문, 91, (1981)
  - 15) Beal, G.M. and Rogers, E.M., Informational Sources in the adoption process of new fabrics, *Journal of Home Economics*, 49, 630-634, (1957)
  - 16) Ryan, M.S., Factors Relating to Satisfaction with Girls' Blouses and Skirts: A Comparison of Mothers' and Adolescent Daughters' Opinions, Cornell Univer., Agricultural Experiment Station Project, 1003, (1965)
  - 17) 맹정숙, 여자 중·고등학생의 의복생활 실태에 관한 조사·연구, 이화여대 교육대학원 석사학위 논문, 21, (1983)
  - 18) May, J.K. and Koester, A.W., Clothing Purchase Practices of Adolescents, *Home Economics Research Journal*, 13, 231-232, (1985)
  - 19) 박광희, 여고생의 의복행동과 성격특성과의 상관연구, 의류학회지, 8, 18, (1984)
  - 20) Greyser, S.A., Toward Scientific Marketing, Chicago: American Marketing Association, 131-139, (1963)
  - 21) Baumgartner and Charlotte, W. Factors Associated with Clothing Consumption Among College Freshmen, Ph. D. Thesis, Ohio State Univer., (1961)
  - 22) 김병미, 청소년의 의복행태에 관한 연구, 대한가정학회지, 13, 36-38, (1975)
  - 23) Stone, G.P. and Form, W.H., The Local Community Clothing Market: A Study of the Social and Socio Psychological Contexts of Shopping, Michigan State Univer. Agricultural Experiment Station Project, (1957)
  - 24) Converse, P.D., Factors Determining Retail Shopping Preference, *Dun's Review*, 55, 21-72, (1947)
  - 25) 김영옥, 소득계층별 학령기 아동복의 인식, 경희대학교 석사학위 논문, 15, (1975)
  - 26) 이문순, 여고생의 주니어복 실증에 관한 연구, 이화여대 석사학위 논문, 75-76, (1984)
  - 27) Broom, L. and Selznick, P., Sociology, N.Y.: Raw and Peterson Company, 169, (1955)
  - 28) 경제기획원, 도시가계년보, 서울:조사통계국, 23, (1984)
  - 29) Warden and Jessie, Some Desires of Goals for Clothing of College Women, *Journal of Home Economics*, 49, 795, (1957)