

社會階層과 衣服購買行爲에 關한 研究

—서울시내 女高生을 중심으로—

漢陽大學校大學院 衣類學科

金愛蓮 · 金鎮玖

目 次

I. 序 論	IV. 方法 및 節次
II. 文獻的 背景	1. 測定道具
1. 社會階層의 概念과 特性	2. 標集對象 및 資料蒐集
2. 靑少年과 衣服購買行爲	3. 資料分析
3. 社會階層과 靑少年의	4. 研究의 限界
衣服購買行爲와의 關係	V. 結果 및 論議
III. 假 說	VI. 結論 및 提言
	參考文獻

I. 序 論

심리학자 Williams James¹⁾는 人間은 영혼, 육체, 의복의 세 부분으로 구성되었다고 말함으로서 의복의 중요성을 나타내었다. 옷차림이나 외모는 상호간에 신분을 나타내기 때문에 사회적 상호작용에 있어서 중요하며, 모든 연령층에서 독특한 가치관과 생활양식을 반영한다.

청소년기는 어느 연령층보다 의복과 외모에 관심이 크고 민감하며, 의복이 그들의 행동과 심리에 미치는 영향력이 큰 시기이므로 本 研究의 대상으로 하였다.

Bendix²⁾는 가정의 행동특성은 가정이 속해있는 계층의 사회·경제적 수준과 관계가 있다고 했으며, Ryan³⁾은 개인의 사회적 신분이나 가정의 사회·경제적 지위는 의복선택에도 영향을 미친다고 하였다.

그리하여 本 研究者는 사회계층과 여고생의 의복구매행위와의 관계에 대한 연구의 필요성을 느껴 本 研究에 임하였는데 우리나라 청소년의 경우, 부모님에게 의존하고 있는 실정이므로 本 研究에서

는 가정의 사회계층과 여고생의 의복구매행위와의 관계 및 차이를 조사, 분석함에 本 研究의 目的이 있다.

II. 文獻的 背景

1. 社會階層의 概念과 特性

인간은 사회적 동물로 사회의 여러 집단에 소속되어 그속에서 각자의 역할에 따른 사회적 지위를 누리는데, 그 사회의 가치기준에 따라 평가되어 하나의 계통체계를 이루고, 거의 동일하거나 비슷하게 평가되는 개인 및 가족단위의 인간집단을 사회계층으로 규정한다.³⁾

측정기준은 사회, 학자마다 다르며, 그에 따라 계층구조도 다르다. Weber²⁾는 계층이란 같은 위치에 속하여 있는 개인이나 집단에 대하여 類似한 생활기회와 생활양식을 공유하게 하므로 계층의 차이는 개인에게 相異한 사회심리학적 결과를 발생시킨다고 했다. Broom⁴⁾은 생활양식을 선택하거나 소유할 수 있는 능력은 수입, 교육, 및 직업에 따라 달리 나타나며, 생활기회가 돈으로 구매할 수 있는 사회에서는 수입이 가장 중요한 생활기회의 결정요

소가 될 것이며, 직업과 교육은 밀접한 관계가 있다고 했다. 우리나라의 경우, 김영모⁵⁾는 수입 外의 다른 변인들은 직업과의 상관성이 비교적 약하며, 현대사회에 있어서 직업은 가장 중요한 사회계층평가의 기준이 될 수 있다고 하였다.

2. 靑少年과 衣服購買行爲

청소년기는 아동기로부터 성인기로 이행하는 과도기인 청년중기에 속하는 시기로서 고등학교에 재학중인 연령층이 이에 해당된다. 이 시기는 의복이 그들의 행동과 심리에 미치는 영향이 가장 크게 작용하는 때로서 의복과 외모는 청소년문화 中에서 중요한 面의 하나이다.

소비자의 구매행위에 영향을 주는 사회적, 경제적 제요인들이 어떠한 형태로 영향을 나타내는지, 소비자의 구매행위과정을 구분하여 조사함으로써 알 수 있는데, 일반적인 구매행위과정의 단계로서 1) 욕구의 인식단계 2) 정보의 탐색단계 3) 평가단계 4) 구매결정의 단계의 순서로 연구·분석할 수 있다.⁶⁾

1) 욕구의 인식단계는 의복구매동기가 이에 해당되는데, 구매과정의 始發段階이다. 「의복구매동기」에 대하여, Ryan⁷⁾은 청소년들은 그들이 좋아하는 것이 눈에 띈 때 구매한다고 했으며, 김병미⁸⁾는 우리나라 청소년의 43.6%가 돈이 생겼을 때 의복을 구매한다고 했다.

2) 정보탐색의 단계에서 탐색기간은 의복구매계획의 시기와 정도를 이르는 것이다. 「의복구매계획」에 대하여 Ryan⁷⁾은 청소년들이 의복구매 前에 계획하는 경우가 적으며, 대부분의 청소년들이 윈도우 쇼핑(Window Shopping)을 즐긴다고 했다. 「패션정보원」에 대한 Ryan⁷⁾의 연구결과는 잡지, 판매원, 진열제품, 어머니의 순으로 나타났으며, May와 Koester⁹⁾는 청소년들에게는 매스미디어가 그들의 의복구매에 큰 영향을 미친다고 했다.

3) 평가의 단계는 의복선택요인과 상표에 대한 소비자의 태도가 평가단계에 포함되는데, 소비자가 제품의 속성에 관한 관심도와 상품에 대한 신념을 갖고서, 입수한 정보를 처리하는 단계이다. 「의복선택요인」에 관해서, Warden⁹⁾은 여고생들은 스타일과 패션을 중요시 하지만, 편안한 요인은 下位로 생각하고 있다고 했으며, May와 Koester⁹⁾는 어울

림, 가격, 형태, 품질, 관리, 색상, 상표명, 최신유행의 順으로 청소년들이 의복선택 요인을 지적했다고 했다. 「상표」에 관해서 이문순¹⁰⁾은 꼭 유명상표제품을 구매하거나 될 수 있으면 유명상표제품을 구매하는 경우가 42%로 나타나, 상표유명도에 민감함을 알 수 있다고 했다.

4) 구매결정단계는 실제로 구매행위를 하는 단계로서 의복비, 의복구매장소가 이에 해당된다. 「의복비」의 경우, Baumgartner¹¹⁾의 연구결과, 미국 학생들의 경우 자신의 부담율이 남학생은 44%, 여학생은 33%로 높게 나타난 반면, 김병미⁸⁾는 우리나라 청소년의 79%는 의복비를 부모님이 부담한다고 하여 큰 차이를 보였다. 「의복구매장소」에 관한 May와 Koester¹¹⁾의 연구결과, 청소년들은 백화점의 이용률이 아주 높다고 했으나, 우리나라 여고생의 경우, 박광희¹²⁾는 시장, 양품점, 기성복직매점, 백화점의 順으로 구매장소를 선택한다고 했다.

3. 家庭의 社會階層과 靑少年의 衣服購買行爲와 的 關係

家庭이 속해있는 사회계층의 특징이 청소년에게 미치는 영향에 관해서, Roach¹²⁾는 자녀들은 부모를 통해 그들이 속해있는 사회계층의 특징적인 사고방식과 행동을 배우게 된다고 하며, 家庭의 영향력을 강조했다. Lazer¹³⁾는 각 사회계층의 가치관과 기대가 成員 개개인의 생활의식 공간과 생활양식에 영향을 미치며, 개개인의 구매행위에도 영향을 나타낸다고 하였다. Ryan⁷⁾은 사회계층과 개인의 의복은 상관관계가 있으며, 상류층일수록 의복을 더 많이 강조한다고 했으며, Hurlock¹⁴⁾은 청소년들은 자신이 속한 사회계층을 나타내기 위해 세가지 방법으로 의복을 사용한다고 했다. 1) 유명제조업자에 의해 만들어진 의복을 착용함으로써, 2) 여러 종류의 의복을 소유함으로써, 3) 유행하는 의복을 착용함으로써 자신의 지위를 나타내며, 가정의 사회계층 수준에 불만족하여 자신의 지위를 개선하고 싶어하는 청소년들은 상류층의 모습을 나타내고자 노력한다고 했다.

Ⅲ. 假 說

1. 가정의 사회계층과 여고생의 의복구매행위

변인은 관계가 있을 것이다.

2. 가정의 사회계층별 여고생의 의복구매행위 변인은 차이가 있을 것이다.

2-1) 가정의 사회계층별 여고생의 월평균 의복비는 차이가 있을 것이다.

2-2) 가정의 사회계층별 여고생의 의복매장소는 차이가 있을 것이다.

2-3) 가정의 사회계층별 여고생의 유명상표제품 구매는 차이가 있을 것이다.

3. 의복구매행위 세 변인 간에 관계가 있을 것이다.

〈부가적 관심〉

- 1) 의복구매동기와 계획
- 2) 패션정보원의 순위
- 3) 의복선택요인의 순위

IV. 方法 및 節次

1. 測定方法

1) 사회계층 조사

사회계층의 변인을 Broom의 계층분류이론¹⁴⁾에 근거를 두고서, 가정의 월수입과 가장의 직업 등의 두가지 척도로써 객관적 접근법(Objective Approach)¹⁵⁾에 의해 사회계층을 분류하였다.

(1) 가정의 월수입 : 우리나라 경제기획원의 「도시가계년보」¹⁶⁾를 참조하여, 가정의 월수입 수준을 여섯으로 구분하였다.

(2) 가장의 직업 : 우리나라 경제기획원의 7개 직업군¹⁷⁾을 사용했으며, 직종은 우리나라 노동부¹⁸⁾의 기준을 사용하였다.

2) 의복구매행위 조사

의복구매행위변인은 Ryan의 Clothing : A Study in Human Behavior¹⁹⁾을 기초로 우리나라 여고생에 맞도록 문항을 수정, 보완하였으며, 그 내용은 다음과 같다.

(1) 월평균 의복비 : 월평균 의복비는 5천원 미만, 5천원 이상~1만원 미만, 1만원 이상~2만원 미만, 2만원 이상~3만원 미만, 3만원 이상~5만원 미만, 5만원 이상으로 구분을 두어, 1, 2, 3, 4, 5, 6점씩 점수를 주었으며, 점수가 높을수록 의복비의 지출율이 높은 것으로 해석된다.

(2) 의복구매장소 : 의복구매장소는 동네주변시

장, 도매시장, 양품점, 할인판매점, 기성복직매점, 백화점, 패션전문점으로 구분하여 3개를 순위로 선택하게 하였다. 1순위는 3점, 2순위는 2점, 3순위는 1점씩의 점수를 주어 Cr(득점비)을 산출하였는데, 결과적으로 득점비가 높은 순서대로 의복구매장소의 순위를 정하였다. 상관관계와 유의차 분석은 선택한 순위 중에서 1순위로 제한하여, 각 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7점의 점수를 주었다. 그 결과, 점수가 높을수록 구매가격이 비싼 곳을 이용하는 것으로 해석된다.

(3) 유명상표제품구매 : 유명상표제품구매는 4개의 문항을 만들어 비중이 높은 순서대로 4, 3, 2, 1점의 점수를 주어, 점수가 높을수록 유명상표제품 구매율이 높은 것으로 해석된다. 문항은 다음과 같다. 잘 알려진 유명상표제품을 구입할 때가 많다, 가능하면 유명상표제품을 구입하고자 한다, 상표의 유명도에 구매받지 않으려 할 때가 많다, 상표의 유명도에는 전혀 관심이 없으며, 마음에 드는 옷을 구입한다.

(4) 일반적인 의복구매행위 : 의복구매 동기와 계획은 백분율로 나타냈으며, 패션정보원과 의복선택요인은 1순위는 3점, 2순위는 2점, 3순위는 1점의 점수를 주어 Cr(득점비)를 산출하였다. 결과적으로 득점비가 높은 순서대로 패션정보원과 의복선택요인의 순위를 정하였다.

2. 標集對象 및 資料蒐集

本研究의 표집대상은 무작위 표집법(Random Sampling)에 의해, 서울시내 7개 여자고등학교 1·2학년 총 354명으로 구성하였다.

자료모집은 설문지에 의하였고, 1985년 10월 15일~18일 동안 배부, 회수된 407부 중 불완전한 것을 제외한 총 354부를 통계처리하였다.

3. 資料分析

SPSS를 사용하였다. 假說檢證을 위해 χ^2 검증으로 빈도와 유의도를, Pearson's Correlation으로 상관관계를 조사하였다. ANOVA 검증으로 가정의 사회계층별 여고생의 의복구매행위변인 간의 유의차를 검증하였다.

〈表 1〉 가정의 사회계층과 의복구매행위변인과의 관계(N=354)

의복구매행위 변인(r)	월평균 의복비	의복 구매 장소	유명상표제품 구매
사회계층 변인			
가 정 의 월 수 입	0.423***	0.428***	0.311***
가 장 의 직 업	0.301***	0.351***	0.229***

***p < .001

4. 研究의 限界

본 研究는 지역이 서울시내로, 학년은 1·2학년으로 제한되었다. 本 研究에 사용된 의복구매행위 검사도구는 표준화된 것이 아니므로 本 研究結果의 확대해석은 신중을 기해야 할 것이다.

V. 結果 및 論議

1. 家庭의 社會階層과 衣服購買行爲와의 相關關係

(가설 1)의 검증을 위하여, 가정의 사회계층과 여고생의 의복구매행위변인과의 상관계수를 산출한 결과는 〈表 1〉과 같다. 表에서와 같이 가정의 월수입은 월평균 의복비, 의복구매장소, 유명상표제품구매 등 의복구매행위변인 모두와 P<.001 수준에서 의미있는 正的 상관관계가 있으며, 가정의 직업 또한 의복구매행위 세 변인과 P<.001 수준에서 의미있는 正的 상관관계를 나타내어, (가설 1)은 긍정적으로 검증되었다.

이는 의복구매행위의 세 변인 모두 경제적인 면과 직결되는데, 우리나라 청소년은 부모로부터 독립하지 못한 연령층이므로 가정의 월수입과 상관관계가 높은 것으로 해석된다. 가정의 직업의 경우, 〈表 2〉에서와 같이 가정의 월수입과 P<.001 수준에서 의미있는 正的 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과에서 볼 때, 가정의 직업수준이 높을수록 가정의 월수입도 많아지므로 자연히 가정의 직업수준이 높은 여고생은 가정이 경제적으로

〈表 2〉 가정의 월수입과 가정의 직업과의 관계(N=354)

구 분	가정의월수입	가 장 의 직 업
가정의월수입	1.000	0.476 ***

***p < .001

로 풍족하기 때문에 가정의 직업과 여고생의 의복구매행위변인은 상관관계가 있는 것으로 해석된다.

2. 家庭의 社會階層別 衣服購買行爲

1) 家庭의 社會階層別 月平均衣服費

(가설 2-1)을 검증하기 위하여 가정의 월수입별 여고생의 월평균 의복비의 차이를 ANOVA TEST한 결과는 〈表 3〉과 같다. 表에서와 같이, 가정의 월수입이 73만원 이상의 고소득층 집단에서 의복비의 평균치가 가장 높았으며, 월평균 의복비의 점수는 가정의 월수입에 따라 다르게(P<.001) 나타났다. 가정의 직업별 여고생의 월평균 의복비의 차이를 ANOVA TEST한 결과는 〈表 4〉와 같다. 表에서 제시한 바와 같이, 가정의 직업 수준에 따라 여고생이 지출하는 월평균 의복비는 매우 유의적인 차이를 나타냈으며(P<.001), 가정의 직업이 행정관리직, 전문기술직의 직업수준이 높은 집단에서 여고생의 월평균 의복비가 가장 높게 나타났다. 이상에서 (가설 2-1)은 긍정적으로 검증되었다. 이는 의복비는 경제적 측면이 강하므로 경제적으로 여유있는 가정은 자녀의 의복비에 많은 지출을 하기 때문인 것으로 해석된다. 이와 같은 결과는 보호자의 직업, 소득수준이 높은 계층의 少女들은 의복비의 지출율이 높다고 한 Baumgartner¹⁴⁾와 김병미¹⁵⁾의 연구결과와 일치한다.

2) 家庭의 社會階層別 衣服購買場所

(가설 2-2)를 검증하기 위하여 가정의 월수입별 의복구매장소의 차이를 나타낸 결과는 〈表 5〉와 같다. 表에서와 같이, 가정의 월수입 수준이 73만원 이상의 소득을 갖는 집단에서 의복구매장소의 평균치는 가장 높았으며, 여고생이 이용하는 의복구매장소는 가정의 월수입별로 다르게(P<.001) 나타났다. 가정의 직업별 의복구매장소의 차이를 나타낸

〈表 3〉 가정의 월수입별 월평균 의복비(N=354)

구 분	14만원 이상 미만 (N=40)		23만원 이상 30만원 미만 (N=195)		30만원 이상 40만원 미만 (N=119)		F
	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	
월 평균 의복비	1.700	1.114	2.215	1.072	3.084	1.331	29.610***

*** P < .001

〈表 4〉 가정의 직업별 월평균 의복비(N=354)

구 분	농업및 1차 산업종사자 (N=42)		생산직 및 단순노무자 (N=167)		서어비스 직종사자 (N=145)		F
	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	
월 평균 의복비	1.857	1.201	2.192	1.035	2.917	1.362	20.045***

*** P < .001

〈表 5〉 가정의 월수입별 의복구매 장소(N=354)

구 분	14만원 이상 미만 (N=40)		23만원 이상 30만원 미만 (N=195)		30만원 이상 40만원 미만 (N=119)		F
	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	
의복구매 장소	2.425	1.708	3.795	2.604	5.731	2.284	37.252***

*** P < .001

〈表 6〉 가정의 직업별 의복구매 장소(N=354)

구 분	농업및 1차 산업종사자 (N=42)		생산직 및 단순노무자 (N=167)		서어비스 직종사자 (N=145)		F
	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	
의복구매 장소	2.976	2.504	3.778	2.547	5.262	2.489	19.965***

*** P < .001

결과는 <表 6>과 같다. 表에서 제시된 바와 같이, 가장의 직업수준에 따라 여고생이 이용하는 의복구매장소는 $P < .001$ 수준에서 매우 유의적인 차이를 나타냈으며, 가장의 직업이 행정관리직, 전문기술직인 집단에서 의복구매장소의 평균치가 가장 높게 나타났다. 이상에서 (가설 2-2)는 긍정적으로 검증되었다. 이는 상류층의 여고생은 가정의 경제수준과 의복의 구매가격을 결부시켜 구매장소를 제한하지 않고 의복을 구매할 수 있기 때문에 의복구매장소의 범위가 넓으며, 또한 비싼 곳을 이용하는 것으로

해석된다. 이와 같은 결과는 상류층의 여고생은 백화점 이용률이 높다고 한 이문순¹⁰⁾의 연구결과와 일치한다.

가정의 월수입별 의복구매장소의 순위는 <表 7>과 같다. 表에 의하면, 도매시장을 1순위로 선택한 여고생의 가정의 월수입 수준은 14만원 미만~40만원 미만이었으며, 가정의 월수입이 40만원 이상~73만원 미만, 73만원 이상의 집단에서는 백화점을 선호하는 것으로 나타났다. 도매시장은 가정의 경제수준과 상관없이, 우리나라 여고생이 전반

<表 7> 가정의 월수입별 의복구매장소의 순위(N=354)

구 분	14만원미만		14만원이상 S 23만원미만		23만원이상 S 30만원미만		30만원이상 S 40만원미만		40만원이상 S 73만원미만		73만원이상	
	CR	순위	CR	순위	CR	순위	CR	순위	CR	순위	CR	순위
	동네주변시장	0	0	36.4	2	66.7	2	60.3	2	36.4	3	6.7
도매시장	100	1	127.3	1	88.9	1	66.7	1	50.0	2	26.9	2
패션전문점	0	0	0	0	0	0	2.3	6	18.2	4	25.2	3
양품점	0	0	0	0	0	0	3.2	6	16.7	5	8.4	5
백화점	0	0	0	0	14.8	4	36.9	3	53.0	1	92.5	1
할인판매점	100	1	36.4	2	17.3	3	20.1	4	15.2	6	20.2	4
기성복직매점	0	0	0	0	12.3	5	6.3	5	10.6	7	8.4	5
기 타	0	0	0	0	0	0	3.2	6	0	0	1.7	8

$$C_r = \sum Si / S_{max} \cdot N \times 100$$

C_r = 득점비
 S_{max} = 1순위의 점수로, 본 연구에서는 3점
 $\sum Si$ = 문항 1개의 총점
 N = 총수

<表 8> 가장의 직업별 의복구매장소의 순위(N=354)

구 분	농업및 1차 산업종사자		생산직 및 단순노무자		서비스직 종사자		판매직 종사자		사무직 종사자		행정관리직 종사자		전문기술직 종사자	
	CR	순위	CR	순위	CR	순위	CR	순위	CR	순위	CR	순위	CR	순위
동네주변시장	33.3	1	56.4	2	150	2	49.4	3	36.8	3	15.5	4	14.3	4
도매시장	33.3	1	71.8	1	200	1	87.6	1	57.9	1	22.4	2	32.1	2
패션전문점	0	0	10.3	4	50	4	13.5	6	15.8	6	20.7	3	14.3	4
양품점	0	0	10.3	4	100	3	4.5	7	21.1	5	6.9	7	10.7	6
백화점	0	0	25.7	3	0	0	60.7	2	47.4	2	65.6	1	103.6	1
할인판매점	0	0	10.3	4	50	4	24.7	4	26.3	4	13.8	5	21.4	3
기성복직매점	0	0	5.2	7	50	4	18.0	5	0	0	8.6	6	3.6	7
기 타	0	0	5.2	7	0	0	2.2	8	0	0	0	0	0	0

$$C_r = \sum Si / S_{max} \cdot N \times 100$$

C_r = 득점비
 S_{max} = 1순위의 점수로, 본 연구에서는 3점
 $\sum Si$ = 문항 1개의 총점수
 N = 총수

적으로 많이 이용하는 구매처로 나타났다. 가장의 직업별 의복구매장소의 순위는 <表 8>과 같다. 表에 의하면 <表 7>에서와 같이 가장의 직업수준이 상류층인 행정관리직 종사자, 전문기술직 종사자의 집단에서는 백화점을 1순위로 선택하였으며, 나머지 집단에서는 도매시장을 1순위로 선택하였다. 또한 가장의 직업수준이 높아질수록 의복구매장소의 범위가 넓게 나타났다. 이와 같은 결과는 외국의 예이지만, 사회계층과 의복구매장소와는 상관관계가 있어, 상류층일수록 거주지역에서 멀리 쇼핑하러 가는 경향이 많다고 한 Stone과 Form¹⁾의 연구결과와 일치하며, 고소득층은 의복구매장소의 범위가 넓다고 한 Converse¹⁾와 Horn¹⁹⁾의 연구결과와도 일치한다. 우리나라 청소년의 경우, 이문순¹⁰⁾은 상류층의 여고생은 백화점의 이용률이 높으나, 하류층의 여고생은 시장의 이용률이 높다고 했는데 이와도 일치한다.

3. 家庭의 社會階層別 有名商標製品購買

(가설 2-3)을 검증하기 위하여, 가정의 월수입별 유명상표제품구매의 차이를 ANOVA TEST한 결과는 <表 9>와 같다. 表에 제시된 바와 같이, 가정의 월수입이 73만원 이상의 고소득층 집단에서 유명상표제품구매의 평균치가 가장 높았으며, 여고생의 유명상표제품에 대한 관심도와 구매율은 가정의 월수입수준에 따라 다르게 ($P < .001$) 나타났다. 가장의 직업별 여고생의 유명상표제품구매의 차이를 나타낸 결과는 <表 10>과 같다. 表에서와 같이, 가장의 직업수준에 따라 여고생의 유명상표제품구매는 차이가 있었으며($P < .001$), 가장의 직업수준이 행정관리직, 전문기술직의 직업수준이 높은 집단에서 유명상표제품구매에 있어 평균치가 가장 높게 나타났다. 이상에서 (가설 2-3)은 긍정적으로 검증되었다. 이와 같은 결과는 고소득층일수록 상표를 중요시한다고 한 Ryan¹⁾과 이문순¹⁰⁾의 연구결과와 일치한다. 이는 청소년이 유명상표의 의복

<表 9> 가정의 월수입별 유명상표제품 구매(N=354)

구 분	14만원 미 만	23만원 이상	30만원 이상	40만원 이상	73만원 이상		F
	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.	
유명상표 제품구매	1.600	0.841	1.851	1.062	2.429	1.139	14.266***

*** $P < .001$

<表 10> 가장의 직업별 유명상표제품 구매(N=354)

구 분	농업및 1차 산업종사자	생산직 및 단순노무자	서어비스 직종사자	판매직 종사자	사무직 종사자	행정관리직 종사자	전문기술직 종사자	F
	M.	S.D.	M.	S.D.	M.	S.D.		
유명상표 제품구매	1.667	1.028	1.802	0.977	2.366	1.177	13.316***	

*** $P < .001$

<表 11> 의복구매행위 변인간의 상호관계(N=354)

의복구매 행위 변인	의 복 비	의 복 구매 장소	유명상표제품구매
의 복 구매 장소	0.401 ***		
유명상표제품구매	0.410 ***	0.356 ***	

*** $P < .001$

을 통하여 호감, 위신 등을 얻으려고 하는 과시적 욕구가 강하기 때문에 가정의 여건이 닿는 한, 유명 상표제품을 구매하는 것으로 해석된다.

以上에서 (가설 2)는 긍정적으로 검증되었다.

4. 衣服購買行爲變因 間的 相互關係

의복구매행위변인 간의 상호관계를 알아보기 위해 적률상관계수를 산출한 결과는 <表 11>과 같다. 表에서 제시된 바와 같이 의복구매행위의 세 변인 간에 $P < .001$ 수준에서 의미있는 正的 상관계수가 있어, (가설 3)은 긍정적으로 검증되었다. 이는 구매장소에 따라 의복의 구매가격이 달라지므로 구매장소는 의복비의 지출율과 관계가 있는 것으로 해석된다. 또한 유명상표제품은 가격이 비싸기 때문에 유명상표제품을 구입할수록 의복비의 지출율이 높아지는 것은 당연하며, 유명상표제품은 일반적으로 구매가격이 비싼 장소에서 판매를 하므로 구매장소와도 관계가 있는 것으로 해석된다.

5. 附加的 關心

여고생의 의복구매동기는 어떤 옷이 필요할 때, 마음에 드는 옷이 눈에 떨 때, 돈이 생겼을 때, 충동적으로 의 順으로 나타났다. 이와 같은 결과는 Ryan¹⁾의 연구결과, 청소년들은 그들이 좋아하는 것이 눈에 떨 때 구매한다고 한 것과 일치한다.

의복구매계획은 정기적인 계획 12.5%, 전혀 계획하지 않음 31%, 비 정기적인 계획 56.5%로 나타났는데 이는 청소년이 의복계획 전, 정기적으로 계획하는 경우가 적다고 한 Ryan²⁾의 연구결과와 일치한다.

패션정보원의 순위는 매스미디어, 상점의 진열품, 친구, 선전 팜플렛, 카탈로그, 어머니, 형제나 자매의 順이었다. 이와 같은 결과는 미국의 농무성 연구(The Department of Agriculture Study)³⁾의 연구결과와 일치한다.

의복선택요인의 순위는 디자인, 어울림, 가격, 꼭 필요한 옷이 있을 때, 색상, 품질, 활동성, 소유하고 있는 옷과의 조화, 편안함, 질감, 세탁의 용이함, 관리, 손질, 상표명, 무늬의 順이었다. 이와 같은 결과는 Warden⁴⁾과 Ryan⁵⁾의 연구결과와 일치한

다.

VI. 結論 및 提言

1. 가정의 사회계층과 여고생의 의복구매행위변인은 $P < .001$ 수준에서 의미있는 正的 상관계수가 있었다.

2. 가정의 사회계층별 여고생의 의복구매행위의 차이는 먼저, 월평균 의복비의 경우 가정의 월수입, 가정의 직업 두 변인 모두 여고생의 월평균 의복비와 $P < .001$ 수준에서 매우 유의적인 차이를 보였으며, 가정의 월수입 수준이 고소득층인 73만원 이상의 집단에서, 가정의 직업은 상류층인 행정관리직, 전문기술직 집단에서 의복비의 점수가 가장 높게 나타났다.

의복구매장소는 가정의 월수입과 가정의 직업 두 변인 모두와 $P < .001$ 수준에서 매우 유의적인 차이를 나타냈으며, 가정의 월수입수준이 73만원 이상인 집단에서, 가정의 직업수준은 행정관리직, 전문기술직 집단에서 의복구매장소의 평균치가 가장 높게 나타났다.

유명상표제품구매는 가정의 월수입, 가정의 직업 두 변인 모두 $P < .001$ 수준으로 매우 유의적인 차이를 나타냈으며, 가정의 월수입이 73만원 이상인 집단과 가정의 직업수준이 상류층인 행정관리직, 전문기술직 집단에서 점수가 가장 높게 나타났다.

3. 의복구매행위 세 변인인 월평균 의복비, 의복구매장소, 유명상표제품구매는 서로 $P < .001$ 수준에서 의미있는 正的 상관계수를 나타내었다.

以上으로 가정의 사회계층과 여고생의 의복구매행위와의 관계 및 차이를 조사한 本 研究가 청소년 대상의 의복연구에 기초자료로 사용되기를 바라며, 앞으로 本 研究와 같은 내용의 연구가 지역과 연령층을 달리하여 계속 연구가 이루어 짐으로서, 本 研究에 대한 타당성과 신뢰도가 보장되었으면 한다.

참 고 문 헌

- 1) M.S. Ryan, Clothing : A Study in Human Behavior, N.Y. : Holt, Rinehart and Winston, 77~272. (1966)
- 2) W.J. Goode, Family and Mobility를 인용한 R.

- Bendix and S.M. Lipset, *Class and Power*, 2nd ed., Illinois : The Free Press, 21~583,(1974)
- 3) 김채윤, *사회계층과 사회이동*, 서울 : 한국사회과학연구소, 제1집, 72,(1983)
 - 4) L. Broom and P. Selznick, *Sociology*, N.Y. : Raw and Peterson Company, 169, (1955)
 - 5) 김영모, *서울시 사회계층과 계급구조에 관한 연구*, 서울 : 을서문화사, 378, (1969)
 - 6) Kotler and Philip, *Marketing Managenent, Analysis, Planning and Control*, 4thed., New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 155, (1980)
 - 7) 김병미, *청소년의 의복행태에 관한 연구*, 대한가정학회지, 14권 3호, 32, (1975)
 - 8) J.K. May and A.W. Koester, *Clothing Purchase Practices of Adolescents*, Home Economics Research Journal, Vol. 13, No.3, 231~2, (1985)
 - 9) Warden and Jessie, *Some Desires of Goals for Clothing of College Women*, Journal of Home Economics, Vol. 49, No.4, 795, (1957)
 - 10) 이문순, *여고생의 주니어복 실증에 관한 연구*, 이화여자대학교 대학원 논문, 25, (1984)
 - 11) 박광희, *여고생들의 의복행동과 성격 특성과의 상관 연구*, 의류학회지, Vol.8, No.1, 18, (1984)
 - 12) M.E. Roach and J.B. Eicher, *Dress, Adornment and the Social Order*, N.Y. : John Wiley and Sons, Inc., 80~82, (1965)
 - 13) S.A. Greyser, *Toward Scientific Marketing*, Chicago : American Marketing Association, 133-9, (1963)
 - 14) E.B. Hurlock, *Adolescent Development*, N.Y. : McGraw Hill Book Company, Inc, 2, (1949)
 - 15) 장진호, *교육과 사회*, 서울 : 재동문화사, 197, (1977)
 - 16) 경제기획원, *도시가격년보*, 서울 : 조사통계국, 23, (1984)
 - 17) 경제기획원, *인구 및 주택센서스 보고*, 서울 : 조사통계국, (1984)
 - 18) 노동부, *한국직업사전*, 국립중앙직업연구소, (1983)
 - 19) M.J. Horn and L.M. Gurel, *The Second Skin*, Boston : Houghton Mifflin Co., 483, (1968)

Abstract

A Study on the Relationship between the Social Stratification and the Clothing Purchase Practices

—Centering around High School Girls in Seoul—

Ae Ryeon Kim · Jin Goo Kim

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

The purpose of this study is to research into the relationship between the clothing purchase practices of high school girls in Seoul and their social stratification.

For the survey of social stratification, the information of the monthly income of the households were extracted from the Annual Report of the City—Household in the Economic Planning Board : as for the occupations of patriarches, the groups of occupations were extracted from the Census of the Population & House in the Economic Planning Board and the types of occupations from the Korea Professional Dictionary in the Labor Ministry. 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 schools in Seoul. The data from 354 respondents was analyzed by Pearsons'r, ANOVA and x^2 test.

The Results were :

1. There was a significant relationship between clothing purchase practices variables and their social stratification.
2. There were differences in clothing purchase practices variables according to the social stratification.
3. There were significant relationships among the three clothing purchase practices variables.