

衣服評價基準의 理論的 틀에 관한 研究

김 미 영 · 이 은 영

경원대학교 생활과학대학 의상학과. 서울대학교 가정대학 의류학과

A Study on the Theoretical Framework of Clothing Evaluative Criteria

Mi Young Kim and Eun Young Rhee

Dept of Clothing, Kyung Won Univ.,
Dept of Clothing & Textiles, Seoul National Univ.
(1991. 6. 28 접수)

Abstract

The main object of this study was to clarify the concept, scheme, an dimensions of the clothing evaluatie criteria, and to organize its theoretical framework accordingly.

The research was carried out in tow ways. The first research was investigated by the critical evaluation of the existing literature, while the other research was investigated by an empirical survey study. The questionnaire was developed for the empirical study. The questionnaire was administered to 640 housewives living in Seoul area during the fall of 1988. Social wear was selected according to the defined times, place, and occasion.

As a result of the literature study, the first research problem, the clothing evaluative criteria was foud to exist at three different level - benefit level, element level, and intemediate level -.

The colthing evaluative criteria at the benefit level were foud to include four different dimensions-fashionbility, status symbolism, practicality, and economy. The validity of the benefit dimensions was established by the empirical confirmation utilizing factor analysis technique.

I. 序 論

의류학 분야에 의복평가기준에 관한 연구가 활발해지기 시작한 것은 1960년대 이후로 소비자의 욕구를 파악하여 이들의 만족을 증대시키기 위한 소비자 만족·불만족에 관한 연구가 진행되면서 부터였다. 우리나라에서도 최근 상품을 획득하는 과정에서 축적된 불만족이 증가하고 있는데 이것은 소비자단체협의회에서 발표한 불만족으로 인한 소비자 고발건수의 증가에서도 볼 수 있

다¹⁾. 이렇게 증가되고 있는 소비자의 불만족을 줄이기 위해서는 소비자들이 의복 구매시 원하는 것이 무엇인가, 즉 의복평가기준을 파악하여 기업에 정보를 제공하여 줌으로써 소비자들이 원하는 상품을 구매할 수 있게 해야 할 것이다.

소비자 만족의 관점에서 의복평가기준에 대한 연구가 필요함에도 불구하고 연구에서의 문제점은 우선 의복평가기준에 대한 이론적 개념과 체계가 미비한 상태로 학자마다 개념과 체계가 다양하게 사용되고 있다는 것이다. 평가기준이란 소비자들이 상품을 선택할 때 기본적인

으로 고려하는 기준들 또는 특성의 명세들로 이런 평가 기준은 소비자들이 상품에서 얻고자 하는 잇점과 이런 상품에서 얻고자 하는 잇점을 구성하는 구성요소들로 되어 있다. 즉 소비자가 의복에서 편안함 혹은 품위를 얻고자 한다면 편안함과 품위는 추위잇점의 평가기준의 되는 것이며, 이것을 구성하는 의복의 스타일, 색채, 섬유, 조직, 무늬, 재단과 재봉방법, 부속품 치수등은 구성요소의 평가기준들이 되는 것이다. 그러나 기존의 연구들에서는 이런 의복평가기준들에 대한 개념과 체계에 대한 정의가 없이 추위잇점의 평가기준과 구성요소의 평가기준들이 혼돈되어 사용되어 왔다. 따라서 우선 학문적인 관점에서 의복평가기준에 대한 이론적 틀의 구성이 필요하다고 하겠다. 이에 따른 연구 과정으로는 첫째, 문헌적 연구를 통하여 의복평가기준의 개념과 체계를 정의하고, 이론적 틀을 구성하고자 한다. 둘째, 실증적 연구를 통하여 이론적으로 제시된 의복평가기준의 차원을 검증하고자 한다. 이때 실증적 연구를 위하여 연구대상자는 가정내의 구매행동에 주축을 이루고 있으며, 특히 의복 구매에 있어서 가장 실질적이고 중요한 소비층인 주부를 대상으로 하고자 한다 연구대상의복을 선정할 경우는 분류기준을 명백히 하여 한가지 분류기준을 사용하되 연구결과와 적용범위가 넓은 것을 사용하는 것이 바람직하다고 하겠다. 따라서 연구대상의복으로 연구의 적용범위가 넓은 때, 장소, 상황(time, place, occassion)의 착용상황에 따른 분류기준을 사용하여 낮에, 변화가에서, 사회적 모임시 입는 의복(social wear)을 선정하고자 한다.

II. 理論的 研究

의복평가기준에 관한 이론적 연구에서는 우선 기존의 의복평가기준에 관한 연구들을 살펴보면서 문제점을 찾아 보고 이런 문제점을 해결하기 위한 평가기준의 개념과 체계에 관한 이론을 기초로 하여 의복평가기준의 이론적 틀을 제시하고자 한다.

1. 衣服評價基準에 관한 既存 研究의 考察과 問題點

의류학 분야의 여러 연구자들은 의복 구매시의 평가기준인 의복평가기준에 대하여 연구하였다. 여기에선 이런 연구들을 살펴보면서 그 문제점을 찾아보고자 한다.

기존의 의복평가기준에 관한 연구들은 연구대상의복

에 따라 일반적인 의복이나 특정한 종류의 의복을 대상으로 한 연구와 여러 종류의 의복을 대상으로 하여 중요시하는 의복평가기준을 비교한 연구들이 있다. 이러한 연구들은 연구마다 대상의복을 선정하기 위한 분류기준이 다양하게 사용되고 있으며, 의복평가기준의 개념에 대한 정의가 없이 다양한 평가기준들이 혼돈되어 사용되고 있다. 그러면 먼저 기존의 의복평가기준에 관한 연구를 연구대상의복과 연구에 사용된 의복평가기준에 초점을 맞춰 국외와 국내의 연구자별로 연구연도에 따라 살펴보고자 한다.

Weidenhamer²⁾는 여성을 대상으로, 의복의 구매시 중요시하는 평가기준이 무엇인가를 조사하였는데, 의복에 따라 약간의 차이가 나타나고 있었지만 외모와 스타일을 가장 중요시한다고 나타났고, 두번째로 치수, 재단방법, 옷의 맞춤새, 편안함을, 세번째로 관리와 세탁의 용이성, 섬유의 종류를 중요시한다고 나타냈다.

Skelly, Golldbery, Clayton³⁾도 6종류의 여성용 외의와 2종류의 내의품목의 구매시 중요시하는 평가기준이 무엇인가를 조사하였다. 6종류의 여성용외의는 여름용 드레스, 계절이 바뀌는 중간에 입는 환절기용 드레스, 겨울용 니트 드레서, 겨울용 슈트, 겨울용 스커트, 블라우스이고 내의는 긴속치마와 반속치마였다. 조사결과를 보면 의복의 종류에 따라 중요시하는 평가기준이 다양하게 나타나고 있는데, 여름용 드레스의 경우는 편안함과 관리의 용이성과 세탁성이, 환절기용 드레스의 경우는 착용용도의 다양성과 의복의 무게가, 겨울용 니트드레스의 경우는 형태안정성과 보온성과 관계된 편안함이, 겨울용 슈트와 스커트의 경우는 형태안정과 내추성이, 블라우스의 경우는 관리의 용이성과 세탁성이, 속치마류에는 세탁기 세탁가능성과 비다리미질성이 중요한 평가기준으로 나타났다. 그 외에 색, 스타일, 옷의 맞춤새는 모든 의복에서 기본적으로 고려하고 있는 평가기준으로 나타났다.

Harabin⁴⁾은 아동복을 대상으로 소년들의 바지와 셔츠의 구매시 중요시하는 평가기준이 무엇인가를 조사하였는데, 그 결과를 보면 바지의 경우는 옷의 맞춤새, 내구성, 외모, 관리의 용이성, 가격, 옷감의 순으로 중요시한다고 나타났고, 셔츠의 경우는 옷의 맞춤새, 관리의 용이성, 옷감, 내구성, 가격의 순으로 중요시 한다고 나타냈다.

Jenkin⁵⁾은 여성용 고급 드레스, 슬랙스, 아동용 통학복, 커튼의 구매시 가장 결정적으로 중요한 평가기준이 무엇인가를 조사하였다. 이 연구에서 제시되고 있는 평가기준

은 12개로 타인의 승인, 직물의 종류와 질, 상표와 가격명, 재단의 질, 관리의 용이성, 섬유유 종류, 편안함, 적합성, 미 혹은 매력, 가격에 비해 좋은 옷을 사는 것인가, 유행성, 내구성이다. 연구결과를 보면 여성용 고급 드레스, 바지, 커튼의 경우는 적합성이, 아동용 통학복의 경우는 내구성이 가장 결정적인 평가기준으로 나타났다.

Blackwell과 Hilliker⁶⁾는 Engel, Kollat과 Blackwell의 소비자행동 모델중 '의사결정과정'을 틀로 사용하여 드레스, 스커트, 캐주얼복, 팬츠슈트, 브라, 팬티의 6가지 품목의 의복을 대상으로 문제의 인식, 내적탐색, 외적탐색, 선택과정에서 어떤 차이를 나타내고 있는가를 연구하였다. 그 결과중 평가기준에 관한 결과를 보면 드레스의 경우는 색, 옷의 맞춤새, 가격, 옷의 관리방법, 재단방법이 중요한 평가기준으로 사용되었고, 캐주얼복의 경우는 옷의 맞춤새가, 팬티의 경우는 모양과 편안함이 중요한 평가기준으로 사용되었다.

Stemm⁷⁾은 독신여성(single-again female)을 대상으로 사회적 모임에서 입는 의복(social wear)과 직장에서 의복(work wear)의 구매시 중요시하는 평가 기준이 무엇인가를 연구하였다. 이 연구에서 사용된 평가기준은 18개로 착용자에게 적합한가, 옷의 맞춤새, 편안함, 착용상황의 적합성, 타인의 승인, 이성에게 매력적인가, 품위, 유행, 미(아름다움), 관리 및 세탁의 용이성, 값에 비해 좋은 옷을 사는 것인가, 내구성, 가격, 색, 섬유유 종류, 재단의질, 직물의 종류와 질, 상표명이었다. 연구결과를 보면 사회적 모임에서 입는 의복의 경우는 착용상황의 적합성이, 직장에서 입는 의복의 경우는 옷의 맞춤새와 착용상황의 적합성이 가장 중요한 평가기준으로 나타났다.

Stemm이 사용한 18개의 평가기준은 그 후 Cassil⁸⁾이 취업여성과 비취업 여성을 대상으로 사회적 모임에서 입는 의복(social wear)과 직장에서 입는 의복(business wear)의 평가기준을 조사한 연구에서 사용되었으며, Shim⁹⁾의 의복 구매시 탐색정보원유형에 영향을 주는 변인으로 평가기준을 사용한 연구에서도 사용되었다.

Lee¹⁰⁾의 연구에서는 청바지와 스웨터를 대상으로 구매시의 평가기준특성과 착용후 만족을 주는 특성과의 차이를 비교하였다. 이 연구에서 사용된 평가기준은 19개로 전체적인 외모, 의복의 디자인 혹은 스타일, 장식적 디테일, 관리의 용이성, 옷의 맞춤새, 직물의 느낌, 단추, 지퍼등의 재료, 색, 내구성, 활동에 편안한가, 형태

안정성, 재단방법, 가격, 상표명, 타인의 승인, 다른 옷과의 조화, 어울림, 편안함, 착용상황의 적합성이었다. 연구결과를 보면 구매시의 평가기준 특성으로 청바지의 경우는 옷의 맞춤새가 나타났고, 스웨터의 경우는 전반적인 외모가 나타났다.

국내의 연구를 살펴보면 장연화¹¹⁾가 20대와 40대의 두 연령 집단의 여성을 대상으로 홈웨어, 평상 외출복, 정장의 구매시 구매의사결정요인이 어떻게 다른가를 연구하였다. 이 연구에서의 구매의사결정요인은 의복평가 기준을 말하는 것으로 7개의 평가기준을 사용하였다. 7개의 평가기준은 디자인, 색상이나 무늬, 가격, 상표 및 제조회사, 관리 및 세탁법, 부모나 친구의 권유 유무, 소유하고 있는 의복과의 조화 여부였다. 연구결과를 보면 두 집단 모두에서 동일한 결과가 나타났는데, 홈웨어의 경우는 색상이나 무늬와 디자인이 중요한 평가기준으로 나타났고, 평상 외출복의 경우와 정장의 경우도 디자인이 중요한 평가기준으로 나타났다.

정혜영¹²⁾은 대학 1학년과 4학년의 두 여대생 집단을 대상으로 의복 구매시의 의복선택요인에 대하여 연구하였다. 이 연구에서 제시되고 있는 의복선택요인은 스타일, 가격, 봉제, 상표명, 색채, 용이한 관리, 맞춤새, 어울림이었다. 연구 결과를 보면 1학년 집단은 어울림, 스타일, 가격의 순으로 중요시한다고 나타났고, 4학년 집단은 가격을 중요시하고, 두번째로 스타일과 어울림을 같은 비율로 중요시한다고 나타났다.

이성주¹³⁾는 여대생의 생활양식유형에 따라 의복 구매시 중요시하는 평가 기준이 어떻게 다른가를 정장과 간편복을 대상으로 조사하였다. 여기에서 제시하고 있는 평가기준은 5개로 색상과 디자인, 가격과 관리성, 유행, 편안함과 치수, 상표였다. 조사결과를 보면 전체 집단 모두가 정장의 경우는 색상과 디자인을 가장 중요시하고, 다음은 가격과 관리성, 편안함과 치수, 상표의 순으로 중요시한다고 나타났다. 간편복의 경우는 색상과 디자인, 편안함과 치수를 중요시하고, 다음은 가격과 관리성, 유행의 순으로 중요시한다고 나타났다.

민동원¹⁴⁾은 20대 미혼여성을 대상으로 블라우스와 스커트의 구매시 중요시하는 평가기준이 무엇인가를 조사하였는데, 여기에서 제시하고 있는 평가기준은 6개로 옷의 아름다움, 나에게 어울림, 주위사람들의 칭찬, 손질과 관리가 간편함, 값싸고 오래 입을 수 있음이었다. 조사결과를 보면 나에게 어울림을 가장 중요시하고, 다음

은 손질과 관리가 간편함, 입어서 편안함, 옷의 아름다움을 비슷하게 중요시한다고 나타났으며, 주위의 사람들의 칭찬은 가장 낮은 순위로 나타났다.

이혜주¹⁵⁾는 직업여성을 대상으로 생활양식유형에 따른 의복구매행동의 차이에 관한 연구를 하면서 일반적으로 의복 구매시 중요시하는 평가기준이 무엇인가를 조사하였는데, 여기에서 제시하고 있는 평가기준은 4개로 색상과 무늬 및 디자인, 가격, 바느질과 상표, 편안함과 치수였다. 조사결과를 보면 색상과 무늬 및 디자인을 가장 중요시하고, 다음은 편안함과 치수, 가격, 바느질과 상표의 순으로 중요시한다고 나타났다.

김미영¹⁶⁾은 Miracle¹⁷⁾, Lipton과 Darling¹⁸⁾의 상품특성치에 따른 상품분류에 관한 이론을 기초로 의복을 5개의 상품군으로 분류한 후, 2군 상품에서 내의, 3군 상품에서 잠옷과 블라우스, 청바지 4군 상품에서 투피스와 코트를 선정하여 의복의 상품군별로 중요시하는 의복평가기준이 어떻게 다른가를 연구하였다. 여대생을 중심으로 조사하였으며 여기서 사용된 평가기준은 Stemm이 사용한 18개의 평가기준과, 다른 의복과의 조화를 첨가하여 19개의 기준을 사용하였다. 연구결과를 보면 내의와 잠옷의 경우는 섬유와 종류와 편안함을, 청바지의 경우는 옷의 맞음새와 나에게 적합한가를, 블라우스의 경우는 미와 다른 옷과의 조화를, 투피스의 경우는 색과 미를, 코트의 경우는 직물의 종류와 질과, 색을 중요시한다고 나타났다.

이상의 국내외 연구결과를 연구자별로 연구대상품목과 의복평가기준으로 사용된 특성을 요약하여 표로 작성하면 다음의 <표 2-1>과 같다.

의복평가기준에 관한 기존 연구들과 이를 요약한 <표 2-1>을 살펴보면 다음의 문제점을 발견할 수 있다.

첫째, 연구대상의복의 선정기준이 명확하지 않다는 것이다.

최근의 의류학에서의 연구 경향을 보면 일반적으로 모든 의복을 똑같은 관점에서 보고 연구하기보다는 의복의 종류에 따라 분리시켜 연구하고 있으며, 의복평가 기준에 관한 연구들에서도 의복의 종류에 따른 의복평가기준의 차이를 연구하고 있다. 그러나 기존 연구들을 보면 연구대상의복을 선정할 때 한가지 분류기준을 사용하여 선정하여 않고 여러 가지 분류기준을 혼합 사용하여 선정하고 있다.

Jenkin⁹⁾의 연구에서 보면 연구대상의복으로 여성용

고급 드레스와 슬랙스, 아동용 통학복을 선정하였으나, 드레스와 슬랙스는 품목에 따른 분류이고 통학복은 착용 상황에 따른 분류이다, Blackwell과 Hilliker⁶⁾의 연구에서도 드레스, 스커트, 캐주얼복, 팬츠슈트, 브라, 팬티의 6가지를 선정하였으나 드레스, 스커트, 팬츠슈트, 브라 등은 품목에 따른 분류이고 캐주얼복은 디자인 이미지에 따른 분류이다. 국내의 연구에서도 장원화¹¹⁾의 연구를 보면 홈웨어와 평상의출복, 정장을 선정하였으나, 홈웨어와 평상의출복은 착용 상황에 따른 분류이고 정장은 디자인 이미지에 의한 분류이다. 이렇게 서로 다른 분류기준에 따라 의복을 선정할 경우 상호 배제적으로 의복이 분류되지 않는 문제점이 발생하게 된다. 즉 캐주얼복으로 스커트나 팬츠슈트가 포함될 수 있으며 평상의출복으로 정장을 입을 수도 있기 때문이다. 따라서 이런 경우는 의복의 종류별로 평가기준을 비교하는 것이 곤란하다고 하겠다.

또한 Stemm⁷⁾과 Cassil⁸⁾의 연구에서와 같이 1가지 분류기준을 사용하여 착용 상황에 따라 사회적 모임에서 입는 의복과 직장에서 입는 의복을 선정하였다 할지라도 착용 상황인 때, 장소, 상황(time, place, occasion)을 명백히 규정하여 선정해 주고 있지 않다. 그러므로 연구대상의복의 선정시에는 선정기준을 명백히 하여 1가지 분류기준을 사용하여 선정하여야 할 것이다.

의복의 분류기준에 관한 이론이나 연구는 없으나, 기존의 연구에서 사용된 분류기준을 보면 스커트, 블라우스, 투피스 등의 의복의 품목에 따른 분류와, 사회적 모임에서 입는 의복이나 직장에서 입는 의복 등의 의복의 착용 상황에 따른 분류, 의복의 품목을 Miracle¹⁷⁾, Lipton과 Darling¹⁸⁾의 이론에 근거한 10가지의 상품특성치에 따라 5개의 군으로 분류한 상품군에 의한 분류, 정장, 캐주얼복 등의 디자인 이미지에 따른 분류가 있다. 그러나 품목에 따른 분류기준과, 상품군에 의한 분류기준, 디자인 이미지에 따른 분류기준을 사용하여 연구대상의복을 선정할 경우 연구결과와 적용범위가 적으며, 같은 품목의 의복이라도 착용 상황에 따라 평가기준에 크게 차이가 나타날 수 있는 문제점이 있다. 그러므로 연구결과와 적용범위가 넓은 착용 상황에 따른 분류기준을 사용하되 때, 장소, 상황(time, place, occasion)의 착용 상황을 명백히 규정해 준 후 연구대상의복을 선정하여야 할 것이다.

둘째, 의복평가기준에 관한 개념과 체계가 정립되어

있지 않다는 것이다. 따라서 연구자마다 사용하고 있는 평가기준들이 다양하며, 평가기준의 수준(level)도 혼합되어 사용되고 있다. <표 2-1>의 기존 연구에 사용된 의복평가기준들을 보면 스타일이나, 색, 섬유, 직물, 유행, 품위, 편안함, 관리 및 세탁의 용이성, 보온성, 방추성 등이 있다. 이런 평가기준들을 볼 때 스타일, 색, 섬유, 직물 등의 평가기준의 수준과 유행과 품위, 편안함, 관리 및 세탁의 용이성 등의 평가기준의 수준 및 보온성, 방추성, 세탁기 세탁가능성 등의 평가기준의 수준은 다르다고 할 수 있다. 유행, 품위, 편안함, 관리 및 세탁의 용이성 등은 소비자들이 상품에서 얻고자 하는 잇점들이며, 스타일이나, 색, 섬유, 직물 등은 이것을 구성하는 구성요소들이다. 보온성과 방추성, 세탁기 세탁가능성 등은 섬유나 직물 등의 구성요소에 의해 결정되는 것으로, 이런 보온성과 방추성, 세탁기 세탁가능성 등은 의복의 편안함과 관리 및 세탁의 용이성을 결정하는 것이다. 따라서 이상의 평가기준들은 각각 다른 3가지 수준의 평가기준이라고 할 수 있다. 그러나 기존의 연구들에서는 이상의 3가지 수준의 평가기준들을 같은 수준에서 측정하고 있다.

그러므로 의복평가기준에 관한 연구를 위해서는 우선 의복평가기준에 대한 개념과 체계를 정립하여 이에 따른 이론적 틀을 구성하여야 할 것이다.

2. 衣服評價基準의 理論的 틀

의복평가기준에 대한 개념과 체계 및 차원에 관한 이론을 살펴보고, 이 이론에 기초하여 의복평가기준의 이론적 틀을 제시하고자 한다.

1) 衣服評價基準의 概念과 體系

의복평가기준에 관한 연구는 우선 의복평가기준의 개념과 이 개념에 따른 체계에 대한 이론에서부터 출발하여야 할 것이다.

(1) 衣服評價基準의 概念

평가기준이란 소비자들이 상품을 선택할 때 기본적으로 고려하는 기준들 또는 특성의 명세들이다¹⁹⁾. 즉 평가기준이란 상품의 특성(product characteristics)을 말하는 것으로 의복평가기준의 개념과 체계를 연구하기 위해서는 우선 상품특성의 개념과 체계의 이론부터 살펴보아야 할 것이다.

상품특성에 관한 개념은 어떤 것이 상품특성이고 어떤 것이 아닌지에 대한 정확한 정의가 없이 직관적으로 연

구되었다. 단지 2가지 관점에서만 학자에 따라 상반되는 견해를 보이고 있었는데, 경제학자인 Lancaster²⁰⁾는 평가기준이 되고 있는 상품특성은 객관적으로 측정이 가능한 것이며 개관적으로 측정이 불가능한 것은 상품특성이 아니라고 하였다. 예를 들어 오렌지의 경우, 오렌지의 직경, 무게, 껍질두께, 당분함량, 비타민 C의 함량 등은 객관적으로 측정이 가능하므로 상품특성이라고 할 수 있으나, 맛은 개관적으로 측정이 불가능하므로 상품특성이 아니라고 하였다. 반면 이에 반대되는 관점으로 마케팅학자들은 평가기준이 되고 있는 상품특성은 상품에서 객관적으로 측정이 불가능한 주관적인 특성도 포함한다고 하였다. 여기에서 상품특성에 대한 개념을 좀더 발전시켜 정의한 사람이 Cowling과 Cubbin²¹⁾으로 이들은 상품특성의 개념을 2가지 수준(level)에서 정의하고 있다. 즉 객관적으로 측정이 가능한 기본적인 특성과 소비자들이 상품에서 얻고자 하는 서비스의 추상적인 특성으로 이 2가지 수준 사이에는 기능적인 상호관계가 있다고 하였다. 예를 들어 자동차의 경우 브레이크 마력, 차내 공간, 연료소비율, 수명 등은 객관적으로 측정이 가능한 기본적인 특성이고, 소비자들이 자동차에서 얻고자 하는 편리성, 안락감, 안정성 등은 개관적으로 측정이 힘든 추상적인 서비스특성이라고 하였다. 이런 상품의 서비스특성은 기본적인 특성이 합해져서 만들어 진다고 보고 있다.

Maynes²²⁾도 Cowling과 Cubbin²¹⁾의 상품특성에 대한 개념을 사용하여 상품특성에 대한 정의를 하였는데 Cowling과 Cubbin²¹⁾이 서비스 특성이라고 부르는 것을 그는 유용성(utility)이라고 언급하면서 상품의 견고성, 미, 안정성 등이 상품의 유용성이라고 하였다. 이는 Haley²³⁾가 언급하고 있는 상품에서 소비자가 얻고자 하는 추구잇점(benefit)과 같은 개념이라고 하겠다.

Ryan²⁴⁾도 의복에 대한 소비자의 만족과 선호에 관한 연구에서 의복의 만족과 선호기준을 색, 섬유, 재단과 같은 첫번째 단계와, 관리의 용이성, 내구성과 같은 두번째 단계로 분리시키고 있다. 이것은 Cowling과 Cubbin²¹⁾, Maynes²²⁾, Haley²³⁾가 언급하고 있는 2가지 수준에서의 상품특성이라고 하겠다.

이상의 관점에서 볼 때 상품특성은 객관적 특성 뿐만 아니라 주관적인 특성이 모두 포함되며, 이러한 특성은 서비스, 유용성, 추구잇점을 나타내는 수준의 특성과 기본적인 특성으로 분리될 수 있으며, 이들은 서로 상관관

계를 가지고 있다고 하겠다. 이런 상품특성의 수준은 또 다른 수준의 존재를 가정할 때 더 나뉘질 수 있으며, 이들은 서로 상호관계를 가지고 연결될 것이다. 이는 간단히 상품 특성은 체계가 된다. 따라서 의복평가기준은 소비자들이 의복을 선택할 때 기본적으로 고려하는 의복의 주관적 혹은 객관적 특성이라고 하겠으며, 이러한 상품 특성의 수준에 따른 체계는 의복평가기준의 체계가 되는 것이다.

(2) 衣服評價基準의 體系

의복평가기준의 체계는 상품특성의 수준들간의 상호 관련성에 따라 체계화된다. 따라서 의복평가기준의 체계를 정립하기 위해서는 우선 상품특성을 수준별로 개념정의의를 하여야 할 것이며, 이 수준별 상품특성들간의 상호 관련성을 밝혀야 할 것이다.

상품 특성은 Cowling 과 Cubbin²¹⁾, Maynes²²⁾, Ryan²⁴⁾등이 서비스와 유용성으로 언급하고 있는 추구잇점수준의 특성들과 이 추구잇점들을 형성하고 있는 구성요소수준의 특성들이 존재한다고 하겠으며, 다음은 이 2가지 특성들과의 관계를 연결해 주는 중간적 연결수준의 특성이 존재한다고 하겠다. 그러면 이 3가지 상품 특성의 수준에 대해 예를 들어 살펴보고 이들 사이의 관계를 연결지어 보면 다음과 같다.

① 구성요소수준의 특성

이 특성은 상품이 가지고 있는 기본적인 특성으로 객관적으로 측정이 가능한 것들이다. 의복의 경우를 예로 들어 보면 의복의 스타일, 색채, 섬유, 조직, 재단과 재봉방법, 무늬, 부속품, 치수 등이 구성요소수준의 특성들이라고 하겠다.

② 추구잇점수준의 특성

이 특성은 소비자들이 상품에서 얻고자 하는 잇점들로서 객관적으로 측정하기가 힘든 특성들도 포함된다. 의복의 경우를 예로 들어 보면 의복의 유행성, 품위, 관리 및 세탁의 용이성, 편안함, 내구성 등이 추구잇점수준의 특성이라고 하겠다.

③ 중간적 연결수준의 특성

이 특성에 따라 추구잇점수준의 특성이 결정되며 이 특성들 자체는 구성요소 수준 특성들에 의해 결정된다. 즉 구성요소수준과 추구잇점수준의 중간에 위치하여 상호 연결시켜 주는 역할을 하는 것이다. 이 특성은 객관적으로 측정이 가능한 것도 있고 객관적으로 측정이 가능하지 않은 것도 있다.

예를 들어보면 의복의 내구성은 추구잇점수준의 특성이 되고, 섬유의 종류와 직물의 조직, 직물의 가공법은 구성요소수준의 특성이 된다. 이때 섬유의 종류와 직물의 조직, 직물의 가공법이 어떠한에 따라 직물의 인장강도와 내세탁성, 내필링성(pilling)등이 결정될 것이며, 이런 강도와 내성에 따라 의복의 내구성이 결정될 것이다. 이때 이런 인장강도, 내세탁성, 내필링성 등은 중간적 연결수준의 특성이 되는 것이다. 이 예를 보기 쉽게 그림으로 구성해 보면 다음의 (그림 2-1)과 같다.

구성요소수준의 특 성	섬유의 종류 직물의 조직 직물의 가공법 ↓
중간적 연결수준의 특 성	인장강도 내세탁성 내필링성 ↓
추구잇점수준의 특 성	의복의 내구성

[그림 2-1] 상품특성의 수준들 사이의 관계에 대한 예

따라서 의복평가기준의 체계는 앞의 상품특성의 체계에 따라 구성요소수준의 평가기준, 추구잇점수준의 평가기준, 중간적 연결수준의 평가기준의 3가지 수준의 평가기준으로 분리될 수 있다.

이상의 3가지 수준의 특성은 상품의 본질적 특성들이다. 그러나 소비자들의 상품 구매시 고려하는 특성들에는 이상의 3가지 수준의 본질적 특성들 외에도 상표명이나, 가격, 포장, 에프터 서비스 등이 있다. 이런 특성은 제조업자에 의해 상품에 부착되는 것으로 상품 자체가 가지고 있는 본질적 특성이 아닌 비본질적 특성이라고 하겠다. 이 특성은 상품의 본질적 특성은 아닐지라도 평가기준으로 사용되고 있으며 경우에 따라서는 본질적 특성의 대리지표로서 사용되기도 한다^{註1)}. 따라서 비본질적 특성도 평가기준의 체계에 포함시켜야 할 것이다.

註1) 예를 들면 상품의 내구성, 경제성, 유행성의 대리지표로서 가격이나 상표명을 사용할 수 있다. 즉 소비자가 내구성이 높은 상품을 선택하고자 할 경우, 가격이 비싸면 내구성이 높다는 가정하에 가격이 비싼 상품을 선택하게 된다는 것이다.

2) 衣服評價基準의 次元

의복평가기준의 이론적 틀을 구성하기 위해선 의복평가기준의 개념과 체계뿐 아니라 차원을 밝혀야 할 것이다. 이 의복평가기준의 차원은 추구잇점수준의 평가기준이 어떤 차원들로 분리되는가를 말하는 것으로 연구에 따라 다양하게 차원을 분리하고 있다. 따라서 기존의 연구들을 살펴보면서 본 연구를 위한 이론적 차원을 도출해 내고자 한다.

Lewis²⁵⁾는 가치를 크게 이분화하여 직접 즐거움을 체험할 수 있는 가치인 본질적 가치와 즐거움을 체험할 수 있도록 인도할 수 있는 가치인 비본질적 가치로 분류하였다. 비본질적 가치는 다시 속성 그 자체를 봄으로써 어떤 경험을 실현시키는 방법이 대상에 내재되어 있는 내재적 가치와 결과적으로 즐거운 경험을 얻을 수 있는 도구적 가치로 분류하였다. 미적인 가치는 전자에, 실용적 가치는 후자에 속한다고 하였다. Lewis의 가치 분류에 따라 의복을 미와 실용성의 가치로 분류한 연구들^{26~29)}이 많이 있으며 이런 의복의 2가지 가치는 의복의 특성으로 간주되어 의복평가기준으로 사용되고 있다. Jenkin³⁾의 연구에서도 의복평가기준을 미와 수행성(performance)의 2가지 차원으로 분류하고 있다. 그러나 최근의 연구들에서는 의복평가기준의 차원이 미와 실용성에 보다 더 세분화되고 있다.

Stemm⁷⁾의 연구에서 보면 사회적 모임에서 입는 의복과 직장에서 입는 의복에 대해 18개의 의복평가기준을 사용하여 요인분석한 결과, 미와 실용성, 질의 3가지 차원으로 분리되었다. Cassil⁸⁾의 연구에서도 사회적 모임에서 입는 의복과 직장에서 입는 의복으로 착용상황에 따라 분류한 후, Stemm⁷⁾이 사용한 의복평가기준을 사용하여 요인분석한 결과, 사회적 모임에서 입는 의복의 경우는 적합성, 경제성, 타자지향성의 3가지 차원으로 분리되었고, 직장에서 입는 의복의 경우는 평가적 차원의 1가지로 분리되었다. Shim⁹⁾의 연구에서도 Stemm⁷⁾이 사용한 18개의 의복평가기준을 사용하여 요인분석한 결과, 질, 사회지향성, 적합성, 경제성의 4가지 차원으로 분리되었다. 김미영¹⁶⁾은 그의 연구에서 의복의 상품군별로 내의, 청바지, 잠옷, 블라우스, 투피스, 코트의 의복 평가기준의 차원을 Stemm⁷⁾이 사용한 18개의 평가기준을 사용하여 요인분석한 결과, 블라우스, 투피스, 코트의 경우는 미와 실용성의 2가지 차원으로 분리되었고, 내의, 청바지, 잠옷의 경우는 실용성이 기능성과 경

제성으로 세분화되어 미와 기능성과 경제성의 3가지 차원으로 분리되었다.

의복평가기준에 관한 연구뿐 아니라 가치에 관한 연구에서도 최근에는 의복의 가치를 미와 실용성의 2가지 차원으로 분리하던 것에서 유행을 미의 개념에서 분리시켜, 미와 유행과 기능성의 3가지 차원으로 분리하고 있다²⁸⁾.

이상의 결과에서 보듯이 의복평가기준의 차원은 기존에 보편화되었던 미와 실용성의 2가지 차원에서 더욱 세분화되고 있는 경향을 보이고 있다. 실용성 차원에서 경제성 차원이 분리되고 있으며, 미의 차원에서 유행의 차원이 분리되고 있다.

그러나 미에 대한 개념은 그 의미가 넓다. 미의 의미가 얼마나 넓은가를 보기 위하여 김미영¹⁶⁾은 선행 연구에서 19개의 의복평가기준을 사용하여 6가지의 의복을 대상으로 의복의 유형별로 의복평가기준이 어떤 차원들로 분리되는가를 살펴보았는데, 연구결과 6가지의 의복 유형에서 공통으로 미의 차원으로 아름다움, 유행, 타인의 승인, 품격과 품위, 착용상황의 적합성의 평가기준이 포함되었다. 미의 차원중 아름다움은 미의 개념과 같은 포괄적인 의미로 미의 차원의 하위개념이라고 할 수 없으므로 나머지 평가기준만을 고려해 볼 때, 우선 유행은 앞에서 언급되었듯이 최근의 연구 경향에서 보면 하나의 새로운 차원으로 분리되고 있으며, 타인의승인과 이성에게 매력적인가, 품격과 품위, 착용상황의 적합성도 사회의 인정을 의미하는 것으로 신분 상징의 의미를 갖는 하나의 새로운 차원으로 분리할 수 있다. 이렇게 미의 개념은 그 의미가 넓으므로 미의 차원은 좀 더 구체적인 내용의 차원으로 분리시켜야 할 것이다.

3) 衣服評價基準의 理論的 提示

의복평가기준의 이론적 틀은 앞에서 논의된 평가기준에 대한 이론과 선행 연구를 근거로 구성하고자 한다.

우선 의복평가기준의 체계는 추구잇점수준의 평가기준과 구성요소수준의 평가기준, 중간적 연결수준의 평가기준의 3가지 수준으로 분류하였으며, 비본질적 특성의 평가기준도 포함하였다. 의복평가기준의 차원은 앞에서 언급했듯이 기존의 큰 의미의 미의 개념을 좀 더 구체적인 차원으로 세분화하여 유행성 차원과 의복의 사회적 지위를 표현해 주는 의미의 신분상징성 차원으로 분리하였으며, 큰의미의 실용성의 개념도 좁은 의미의 실용성 차원과 경제성 차원으로 분리하였다. 따라서 의복

평가기준을 모두 4가지 차원으로 분리하였다.

이 4가지 차원은 몇 가지의 추구잇점수준의 의복평가 기준으로 구성하였다. 유행성 차원은 의복 구매시의 추구잇점이 유행미로 유행 평가기준 하나로 차원을 구성하였고, 신분상징성 차원은 추구잇점이 사회적 신분이나 지위의 표현으로 의복의 사회적 지위를 표현해 주는 의미의 상표의 명성과 품위의 평가기준으로 구성하였다. 여기에서 상표는 의복의 비본질적 특성으로 의복의 내구성, 경제성, 유행성, 사회적 지위 과시성 등의 함축적 의미가 포함될 수 있다. 그러나 본 연구에서는 상표의 함축적 의미중 사회적 지위 상징의 의미로 본 상표의 명성으로 한정하였다. 실용성 차원은 추구잇점이 편안성과 편안함을 관리 및 세탁의 용이성, 편안함의 평가기준으로 구성하였고, 경제성 차원은 추구잇점이 경제적 인 절약으로 내구성과 착용용도의 다양성, 경제적 가격의 평가기준으로 구성하였다. 여기에서 가격은 의복의 비본질적 특성으로 의복의 경제성, 내구성, 편안함, 품위 등의 함축적 의미가 포함될 수 있는데 그중에 경제적으로 의복을 선택하는 경제성의 의미로 한정하였다.

단 기존의 연구에서 사용된 의복평가기준중 타인의 승인, 부모나 친구의 권유유무 등과 같은 다른 사람의 평가기준에 의해서 결정되는 것과 착용자에게 적합한가, 어울림 등과 같은 착용자의 외모에 의해 결정되는 것은 제외하였다. 즉 본 의복평가기준의 이론적 틀에서는 의복 자체에 의해 결정되는 평가기준의 아닌 것은 제외하였다.

위의 추구잇점수준의 평가기준을 결정해 주는 구성요소수준의 평가기준은 스타일, 색채, 섬유, 직물의 조직, 무늬, 재단과 재봉, 부속품, 가공방법, 치수들로 구성하였다. 추구잇점에 따라 이를 구성하는 구성요소의 종류는 약간씩 달라질 수 있다. 즉 실용성 차원중 편안함의 평가기준은 색채나 무늬가 신체적 편안함을 구성하지 않으므로 색채와 무늬의 평가기준은 제외하였고, 치수의 크고, 작음이 편안함을 결정하므로 치수의 평가기준이 포함된 구성요소수준의 평가기준들로 구성하였다. 경제성 차원중 내구성과 가격의 평가기준도 스타일^{註2)}, 색

채, 무늬가 내구성과 가격을 구성하지 않으므로 스타일, 색채, 무늬의 평가기준이 제외된 구성요소수준의 평가기준들로 구성하였다.

중간적 연결수준의 평가기준은 구성요소수준의 평가기준과 추구잇점수준의 평가기준을 상호 연결시켜 주면서 추구잇점수준의 평가기준을 결정하는 것으로 유행과 신분상징성 차원과, 경제성 차원중 착용용도의 다양성을 결정하는 평가기준은 감각적 특성의 평가기준이라고 할 수 있으며, 실용성 차원중 관리 및 세탁의 용이성과, 경제성 차원중 내구성과 가격을 결정하는 평가기준은 물리적 특성의 평가기준이라고 할 수 있다. 또한 실용성 차원의 편안함을 결정하는 평가기준은 물리적 특성과 감각적 특성의 평가기준이라고 할 수 있다. 이러한 특성은 객관적으로 측정이 가능한 것도 있고 객관적으로 측정이 가능하지 않은 것도 있다. 예를 들어 관리 및 세탁의 용이성을 결정하는 중간적 연결수준의 평가기준인 방오성과 내추성은 물리적 특성으로 측정이 가능한 것들이다. 그러나 이런 물리적 특성이 아닌 품위와 같은 미적이며 감각적인 특성을 결정하는 중간적 연결수준의 평가기준은 극히 주관적이어서 중간적 연결수준의 평가기준을 결정짓기가 어렵다. 즉 어떤 특성들이 품위를 결정하는가 하는 타당성 있는 기준이 없다는 것이다. 그 외에 편안함을 결정하는 감각적 특성의 평가기준중 스타일에 의해 결정되는 평가기준의 경우에는 스타일의 어떤 특성이 편안함을 결정하는가 하는 타당성 있는 기준이 없다는 것이다^{註3)}. 이런 문제점 때문에 본 논문에서는 추구잇점수준의 평가기준과 구성요소수준의 평가기준을 중심으로 의복평가기준의 틀을 구성하였고 중간적 연결수준의 평가기준에서는 몇가지 예만을 제시하였다. 따라서 기존에 사용된 의복평가기준중 중간적 연결수준의 평가기준들인 옷의 무게, 방추성, 비다리미질성, 형태안정성, 세탁기 세탁가능성, 보온성, 옷의 맞음새, 가격에 비해 좋은 옷을 사는 것인가 등의 구체적인 평가기준은 제시하지 않았다.

이상에서 살펴본 의복평가기준의 개념, 체계와 차원에 따라 의복평가기준의 이론적 틀을 정리하여 제시하면

註2) 스타일과 가격과의 관계에서도 최근에는 어떤 스타일이던 저가에서 부터 고가까지 동일함 스타일이 생산되고 있기 때문에 스타일 자체가 가격을 결정하지 않는다고 하겠다.

註3) 예를 들면 어떤 사람은 철사(wire)가 밑에 있는 브라(bra)가 가슴을 꼭 조이기 때문에 불편하다고 하고, 어떤 사람은 형태를 유지시켜 주기 때문에 편안하다고 한다.

추구 잇점수준의 평가기준	중간적 연결수준의 평가기준	구성요소 수준의 평가기준
1) 유행성—유행	유행적 특성	스타일, 색채, 무늬, 섬유, 조직, 가공방법, 재단과 재봉, 부속품
2) 신분 상징성 { 품위 상표의 명성*	신분상징적 특성 신분상징적 특성	스타일, 색채, 무늬, 섬유, 조직, 가공방법, 재단과 재봉, 부속품 스타일, 색채, 무늬, 섬유, 조직, 가공방법, 재단과 재봉, 부속품
3) 실용성 { 팔니 및 세탁의 용이성 편안함	관리 및 세탁의 용이적 특성(방오성, 내추성, 드라이크리닝성 등) 편안함의 특성(신축성, 보온성 등)	스타일, 색채, 무늬, 섬유, 조직, 가공방법, 재단과 재봉, 부속품 스타일, 섬유, 조직, 가공방법, 재단과 재봉, 부속품, 치수
4) 경제성 { 내구성 착용용도의 다양성 경제적 가격*	내구적 특성(마찰강도, 인장강도, 내필링성, 염색견뢰도 등) 착용상황과의 조화적 특성 가격의 경제적 특성(저가, 가격에 비해 좋은 옷을 사는 것인가 등)	섬유, 조직, 가공방법, 재단과 재봉, 부속품 스타일, 색채, 무늬, 섬유, 조직, 가공방법, 재단과 재봉, 부속품 섬유, 조직, 가공방법, 재단과 재봉, 부속품

* 비본질적 특성의 평가기준이다.

[그림 2-2] 의복평가기준의 이론적 틀

다음의 (그림 2-2)와 같다.

이상의 의복평가기준의 이론적 틀은 평가기준의 개념의 체계와 차원에 따라 평가기준을 좀더 세분화시켜 구성한 것으로 기업과 소비자 및 학문적 측면에서 의복평가기준에 관한 연구를 위한 기초가 될 것이다. 그러나 타인의 승인, 타인의 권유 유무나 착용자에게 적합한가, 어울림 등과 같이 의복 자체에 의해 결정되는 평가기준이 아닌 것은 제외되고 구성되었으며, 중간적 연결수준의 평가기준에 관한 부분이 미비한 상태이므로 앞으로 나머지 평가기준들을 포함시켜 구성하는 것과 중간적 연결수준의 평가기준에 대해서 연구하는 것이 과제라고 하겠다.

III. 實證的 研究

실증적 연구에서는 의복평가기준의 이론적 틀에서 제시하고 있는 8개의 추구잇점수준의 평가기준들이 4개의 차원으로 분리되는가를 검증하고자 한다.

1. 研究方法 및 節次

본 논문의 연구문제를 조사하기 위하여 설문지를 이용하였다. 설문지의 측정문항은 선행 연구에서 사용된 문

항들 중에서 추출하였고 연구자가 몇 문항을 추가하여 1, 2차의 예비조사를 통해 수정 보완된 문항으로 구성하였다. 5점 평정척도법으로 측정하였다.

측정문항의 타당도(Validity)는 의류학 분야의 교수와 강사에게 내용타당도를 검증받았고, 신뢰도(Reliability)는 크론바하의 알파분석 방법을 사용하여 측정항목들의 동질성 정도를 평가함으로써 내적 일치성을 알아보았다. 의복평가기준 측정문항중 추구잇점수준의 평가기준도 예비조사시 각 차원별로 알파계수가 0.7 이상으로 만족할 만하였다. 본 조사시에 다시 요인분석 한 결과에 따라 각 차원별로 크론바하의 알파분석을 하여 신뢰도를 확인하고자 한다.

2) 研究對象 衣服

연구대상자의복은 때, 장소, 상황(time, place, occasion)의 착용상황에 따라 가을과 겨울 사이에, 낮에, 번화가에서, 사회적 모임시 착용하는 의복(social wear)을 선정하였다.

3) 標本의 設計 및 資料蒐集

본 조사전에 서울시에 거주하는 주부 60명을 대상으로 1988년 8월 1일~8월 15일과 1988년 10월 30일~11월 10일에 걸쳐 1, 2차의 예비조사를 실시하였다. 제 1차 예비조사에서는 의복평가기준의 이론적 틀을 구성하기

위한 조사를 실시하여 의복평가기준을 추구잇점, 구성 요소, 중간적 연결수준의 평가기준으로 분류시켰으며, 측정문항의 신뢰도와 측정문항에 대한 피험자의 이해도를 조사하여 측정문항을 수정하였다.

본 조사는 서울시에 거주하는 주부를 대상으로 1988년 11월 15일~12월 10일에 걸쳐 실시하였다. 표본의 설계는 사회경제적 계층별 분포를 고려하기 위하여 '전국 도시지역 토지지가조사표'를 참고로 하여 서울시의 상류, 중류, 하류지역을 강남, 강북지역으로 각각 골라서 설문지를 720부 배포하였다.

4) 分析方法

의복평가기준의 차원을 밝히기 위하여 요인분석(factor analysis) 방법을 사용하였다. 이때 각 요인별로 신뢰도를 검증하기 위하여 크론바하의 알파(Cronba-ch's α) 분석 방법을 사용하였다^{30,31)}.

2. 分析結果 및 論議

우선 8개의 추구잇점수준의 의복평가기준을 묻는 36 문항을 1차로 요인분석하여 각 요인으로 분류되지 않는 2문항을 제외시킨 후 34문항을 2차로 요인분석하여 4개의 요인을 추출하였다. 요인분석 방법은 주성분분석(principal component analysis) 방법을 사용하였으며, 요인의 수는 Scree-test에 의하여 고유치(eigen value)가 차이를 뚜렷이 나타내지 않는 점에서 결정하였다.

다음에는 각 요인들이 주어진 변인을 명확하게 반영하게 하기 위하여 요인을 varimax방법에 의한 직교회전(orthogonal rotation)을 시켰다. 회전 결과에 의한 각 요인분석 결과와 요인별 문항 및 명칭은 다음의 <표 3-1>과 같다. 각 요인별 문항은 요인부하량이 0.35 이상인 것만을 선정하였으며, 요인부하량이 가장 높게 나타난 요인에 포함시켰다.

<표 3-1>을 살펴보면 요인 I은 요인의 문항이 품위 위주의 구매에 관한 문항과 상표의 명성 위주의 구매에 관한 문항으로 품위와 상품의 명성에 의한 신분상징성 요인이라고 하겠다. 요인 II은 요인의 문항이 관리 및 세탁의 용이성 위주의 구매에 관한 문항과 편안함 위주의 구매에 관한 문항으로 실용성 요인이라고 하겠다. 요인 III은 요인의 문항이 관리 및 세탁의 용이성 위주의 구매에 관한 문항과 편안함 위주의 구매에 관한 문항으로 실용성 요인이라고 하겠다. 요인 IV은 요인의 문항이 내구성 위주의 구매에 관한 문항과 착용용도의 다양성 위주의

구매에 관한 문항 및 경제적 가격 위주의 구매에 관한 문항으로 경제성 요인이라고 하겠다.

요인별 고유치와 전체변량중의 백분율을 살펴보면 신분상징성 요인의 값(고유치: 5.1105, 전체변량: 14.2170)이 가장 크게 나타났고, 두번째가 유행성 요인(고유치: 3.7138, 전체변량: 10.3315), 세번째가 실용성 요인(고유치: 3.3815, 전체 변량: 9.4072), 네번째가 경제성 요인(고유치: 2.9674, 전체변량: 8.2443)으로 나타났다. 즉 신분상징성 요인의 설명력이 가장 크고, 다음은 유행성 요인과, 실용성 요인 및 경제성 요인의 순으로 이 3요인은 고유치와 전체변량중의 백분율에 큰 차이가 나타나고 있지 않으므로 요인별 설명력이 유사하다고 하겠다.

<표 3-1> 추구잇점수준의 평가기준의 요인분석 결과와 요인별 문항 및 명칭

요인 I : 신분상징성-품위 · 상표의 명성

문	항	요인부하량
	내가 다른 사람들에게 인정받으려면 유명상표의 의복을 입는 것이 중요하다고 생각한다.	0.8006
	명성있는 상표는 옷을 입은 사람을 품위있어 보이게 한다.	0.7408
	낮선 사람을 만났을때 그가 입은 옷이 비싼 상표라는 것을 알게 되면 관심을 더 갖게 된다.	0.7281
	적어도 밖에 나갈 때는 남이 인정해줄 만큼 좋은 상표의 비싼 옷을 입고 싶다.	0.6961
	값이 비싸더라도 품위있어 보이는 옷을 좋아한다.	0.5892
	디자인이 유사할 지라도 가격이 싼 것 보다는 잘 알려진 상표의 것을 산다.	0.5487
	옷은 그 사람의 명성이나 품위를 얻는 수단으로 사용될 수 있다고 생각한다.	0.5220
	사회적 신분을 고려해서 고상해 보이는 옷을 선택한다.	0.4656
	의복으로 나의 품위를 나타내고 싶어 한다.	0.4645
	유명상표인가 아닌가에 상관없이 아무 의복이나 구입한다. R*	0.4649
	나는 싸면서도 아름다와 보이는 옷보다 비싸더라도 품위 있어 보이는 옷을 산다.	0.4290
	이름없는 상표의 옷 여러벌보다는 유명상표의 옷 한벌을 산다.	0.4015
고 유 치		5.1105
전체변량(%)		14.2170
누적변량(%)		14.2170

요인 II : 유행성-유행

문항	요인부하량
새로 유행하는 옷이 나오면 나는 그것을 먼저 사는 사람중의 하나이다.	0.7014
나는 유행에 과히 관심이 없다. R*	0.6685
나는 최근의 유행 스타일을 알기 위해서 옷의 광고와 가게의 진열을 살펴본다.	0.6473
옷의 관리나 세탁방법이 힘들더라도 유행하는 스타일이면 산다.	0.6332
옷이 아름답더라도 유행하는 스타일이 아니면 사지 않는다.	0.6170
유행이 지난 스타일의 옷은 입게 되지 않는다.	0.5732
유행은 빨리 바뀌기 때문에 유행을 따라서 옷을 사는 것은 부질없는 일이라고 생각한다. R*	0.5229
고 유 치	3.7138
전체변량(%)	10.3315
누적변량(%)	24.5485

요인 III : 실용성-관리 및 세탁의 용이성 · 편안함

문항	요인부하량
나는 옷을 살 때 신축성이 있어서 편안한 것을 산다.	0.6443
얼룩이나 때가 쉽게 타는 것은 사지 않는다.	0.6099
구김이 많이 가는 옷은 사지 않는다.	0.5964
무엇보다도 크기가 풍성하며 편안한 옷을 산다.	0.5619
겨울옷은 스타일보다 따뜻한 것이 더 중요하다고 생각한다.	0.5616
되도록이면 다리미질이 필요없는 옷을 사도록 한다.	0.5525
입어서 약간 불편하더라도 스타일이 마음에 들면 구매한다. R*	0.4292
나를 아름답게 보이게 한다면 그 옷을 손질하는데 힘이 들더라도 산다. R*	0.3667
고 유 치	3.3815
전체변량(%)	9.4072
누적변량(%)	33.9557

요인 IV : 경제성-내구성 · 착용용도의 다양성 · 경제적 가격

문항	요인부하량
좋고 비싼 옷 한두벌보다는 값이 싼 여러벌의 옷을 산다.	0.6419
값이 예산가격보다 비싸더라도 보기에 아름다우면 산다.	0.4254
특별한 행사를 위한 옷을 살 때 옷을 입을 상황에 약간 덜 적합하더라도 평소 입을 수 있는 옷을 산다.	0.4141

이 옷이 얼마나 질긴가를 생각해서 산다.	0.4035
비록 옷의 모양이 마음에 들지 않아도 적당한 가격이면 산다.	0.4018
가격이 적당한 것을 찾기 위해서 여러 가게를 돌아 다니면서 가격이 적당한 것을 파는 가게를 찾을 때까지 옷을 사지 않는다.	0.3970
가격할인이 아니면 거의 옷을 사지 않는다.	0.3530
고 유 치	2.9674
전체변량(%)	8.2443
누적변량(%)	42.1999

R* : 역으로 환산된 문항이다.

4개 요인에 대한 누적변량의 백분율을 보면 42.1999%로 50% 미만의 설명력을 가지고 있는데 이것은 본 논문에서 제시하고 있는 의복평가기준의 차원의 한계점을 지적하는 것으로 앞으로의 연구를 통해 나머지 변량을 설명해 줄 수 있는 새로운 의복평가기준의 차원을 규명해야 할 것이다.

이상의 8개의 추구잇점수준의 의복평가기준을 요인분석한 결과에서 나온 4개의 요인은 이론적 연구에 제시하고 있는 4개의 차원과 일치하는 것으로 의복평가기준의 이론적 틀을 지지하는 결과라고 할 수 있다.

다음은 이상의 4개의 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 크론바하의 알파분석 방법을 사용하였다. 분석결과는 모든 요인이 알파계수 0.7 이상으로 만족할만 하였다. 각 요인별 알파계수는 다음의 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 추구잇점수준의 의복평가기준 요인별 알파계수

요인	알파계수
요인 I : 신분상징성(품위 · 상표의 명성)	0.8716
요인 II : 유행성	0.8107
요인 III : 실용성(관리 및 세탁의 용이성 · 편안함)	0.7647
요인 IV : 경제성(내구성 · 착용용도의 다양성 · 경제적 가격)	0.7005

IV. 結論 및 提言

1. 結 論

본 논문에서는 우선 의복평가기준에 대한 이론적 연구

를 통하여 의복평가기준의 체계가 상품특성의 체계에 따라 추구잇점수준의 평가기준과 구성요소수준의 평가기준, 중간연결수준의 평가기준으로 분류되었다. 따라서 앞으로 의복평가기준에 관한 연구는 의복평가 기준의 이론적 틀에서 제시하고 있는 3가지 수준의 평가기준의 체계에 따라 진행되어야 할 것이다.

구성요소수준의 평가기준은 의복이 가지고 있는 객관적이며 기본적인 특성들로서 의복의 스타일, 색채, 무늬, 섬유, 조직, 재단과 재봉, 부속품, 가공방법, 치수 등이 여기에 속하며, 추구잇점수준의 평가기준은 소비자 자신이 의복 구매시 의복에서 얻고자 하는 잇점들로서 유행성, 품위, 상표의 명성, 관리 및 세탁의 용이성, 편안함, 내구성, 착용용도의 다양성, 경제적 가격 등이 여기에 속한다. 중간적 연결수준의 평가기준은 구성요소수준의 평가기준과 추구잇점수준의 평가 기준의 중간에 위치하며 이 2가지 수준의 평가기준을 연결시켜주는 것으로 보온성, 신축성, 마찰강도 등이 여기에 속한다. 그러나 중간적 연결수준의 평가기준중 감각적 특성의 평가기준은 극히 주관적이어서 중간적 연결수준의 평가기준을 결정짓기가 어렵기 때문에 본 논문의 의복평가기준의 이론적 틀에서는 추구잇점 수준의 평가기준과 구성요소수준의 평가기준을 중심으로 구성되었고 중간적 연결수준의 평가기준에서는 몇가지 예만이 제시되었다.

의복평가기준의 차원은 유행 평가기준의 유행성 차원과, 상표의 명성과 품위의 평가기준을 합한 신분상징성 차원, 관리 및 세탁의 용이성과 편안함이 평가기준을 합한 실용성 차원, 내구성과 착용용도의 다양성, 경제적 가격의 평가기준을 합한 경제적 차원으로 분리되고 있는데 실증적 연구에서 의복평가기준의 차원을 밝힌결과, 이론적 연구에서 제시하는 것과 동일한 4개의 차원이 중요한 것으로 나타났다.

2. 後續 研究를 위한 提言

앞으로의 후속 연구에서는 다음과 같은 점을 보완하여야 할 것이다.

첫째, 연구의 제한점에서 제시하였듯이 중간적 연결수준의 평가기준에 관한 부분이 미비한 상태이므로 후속 연구에서는 중간적 연결수준의 평가기준에 대하여 연구하여야 할 것이다. 또한 본 논문에서 밝힌 평가기준의 차원이 전체변량에 대한 누적변향이 42.1999%로 50%미만의 설명력을 가지고 있으므로 후속 연구에서는 나머

지 변량을 설명해 줄 수 있는 평가기준의 차원을 밝혀야 할 것이다.

둘째, 추구잇점수준의 평가기준에 대한 타당도와 신뢰도가 높은 측정도구를 개발하여야 할 것이다.

參 考 文 獻

- 1) _____, 소비자고발사례집, 소비자단체 협의회, 1.
- 2) Weidenhamer, M. Women's Attitudes Toward Cotton and Other Fibers in Clothing, Marketing Research Report No. 493, Washington, D.C.: U.S. Dept. of Agricultural, Statistical Reporting Service, (July 1961), in Lee, H.K., Attributes of Clothing Determining Purchase and Satisfaction, Unpublished master's thesis, University of Wisconsin-Madison, p. 17, (1961).
- 3) Skelly, F., Goldberg, R, Clayton, L.Y., Women's Attitudes Toward Cotton and Other Fibers Used in Wearing Apparel, Marketing Research Report No. 820, Washington, D.C.: U.S. Dept. of Agriculture, Statistical Reporting Service, (July 1968), in Jenkin, M.C., Clothing and Textile Evaluative Criteria: Basis for Benefit Segmentation and Reflection of Underlying Values, Unpublished Ph.D. thesis, Ohio State University, pp. 40-41, (1973).
- 4) Harabin, D.E., Mothers' Satisfaction with Third Grade Boys' School Slack and Shirts in Relation to Selected Purchasing, Performance, and Care Factors, Unpublished master's thesis, Pennsylvania State university, (1968), in Jenkin, M.C., Clothing and Textile Evaluative Criteria: Basis for Benefit Segmentation and Reflection of Underlying Values, Unpublished Ph.D. thesis, Ohion State University, p. 35, (1973).
- 5) Jenkin, M.C., Cloting and Textile Evaluative Criteria: Basis for Benefit Segmentation and Reflection of Underlying Values, Unpublished Ph.D. thesis, Ohio State University, (1973).
- 6) Blackwell, R.D. and Hilliker, J.A.S., Clothing Decisions: A Decision Process Analysis of Focused Group Interviews, in Hunt, H.K. (ed) *Advances in Consumer Research*, 5, pp. 743-749, (1978). Ann Arbor Michigan: Association for Consumer Research.
- 7) Stemm, F.A., Clothing Attitudes and Evaluative Criteria Used by Employment Women Differing in Feminine Role Orientation and Work Orientation:

- Emphasis on the Single-Again Adult, Unpublishe Ph.D. thesis, Ohio State University, (1980)
- 8) Cassil, N.L., The Influence of Female Consumer's Employment Orientation on Life Style and Evaluative Criteria of Apparel, Unpublished Ph. D. thesis, University of Tennessee, (1985).
 - 9) Shim, S.Y., Drake, M.F., Apparel Selection by Employed Women: A Typology of Information Search Patterns, *Clothing and Textiles Research Journal*, 6, pp. 1-9, (Winter 1988)
 - 10) Lee, H.K., Attributes of Clothing Determining Purchase and Satisfaction, Unpublished Master's thesis, University of Wisconsin-Madison, (1983)
 - 11) 장연화, 의복의 구매의사결정요인에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원, 석사학위논문, (1981)
 - 12) 정혜영, 의복구매행동에 관한 실태분석 — 서울시내 여대생을 중심으로 —, *한국의류학회지*, 7(1), pp. 17-25, (1983)
 - 13) 이성주, 의복시장의 Life Style 세분화에 관한 연구 — 서울시내 여대생을 중심으로 —, 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, (1984).
 - 14) 민동원, 기성복의 구매 및 사용시 불만족 요인에 관한 연구, 서울대학교대학원, 석사학위논문, (1986)
 - 15) 이해주, 라이프스타일에 따른 의복시장세분화에 관한 연구 — 서울시내, 직업여성을 중심으로 —, 서울대학교 대학원, 석사학위논문, (1987)
 - 16) 김미영, 의류상품유형별 평가기준에 관한 연구 (II), *대한가정학회지*, 26(3), pp. 1-12, (1988)
 - 17) Miracle, G.E., Product Characteristics and Marketing Strategy, *Jouranal Marketing*, 29, pp. 18-24, (January 1965)
 - 18) Lipton, H.A., Darling, J.R., Introduction to Marketing: An Administrativ Approach, New York: John wiley & Sons, Inc., (1971); 황의록, 상품군에 따른 소비자 구매행동 비교연구, 서울대학교 대학원, 석사학위논문, pp. 19-23, (1978)
 - 19) Howard, J.A., Consumer Behavior Application of Theory, New York: Mc Graw-Hill Book Co., p. 28, (1977); 박명희, 소비자 제품만족, 불만족과 관련 변인에 관한 연구, 고려대학교 대학원, 박사학위논문, p. 36, (1985)
 - 20) Lancaster, K., Consumer Demand, A New Approach, New York: Columbia University press, (1971), in Geistfeld, L.V., Sproles, G.B., Badenhop, S. B., "The Concept and Measuremend of A Hierarchy of Product Characteristics", *Advanced in Consumer Research Journal*, 4, pp. 302-307, (1976)
 - 21) Cowling, K. and Cubbin, J., Price, Qulaity and Advertising Competition: An Econometric Investigation of the United Kingdom Car Market, *Economica*, 38, pp. 378-394, (November 1971)
 - 22) Maynes, E.S., Decision-Making for Consumers: An Introduction to Consumer Economics, New York: Macmillan Publishing Co., (1976), in Geistfeld, L.V., Sproles, G.B., Badenhop, S.B., The Concept and Measurement of A Hierarchy of Product Characteristics. *Advanced in Consumer Research Journal*, 4, (1976), pp. 302-307.
 - 23) Haley, R.I., Benefit Segmentation; A Decision Oriented Research Tool, *Journal of Marketing*, 32, pp. 30-35, (July 1968)
 - 24) Ryan, M.S., Clothing: A Study in Human Behavior, New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., (1966)
 - 25) Lewis, C.I., An Analysis of Knowledge and Valuation, Lasalle, IL: Open Court, (1962) in Morganosky, M., "Aesthetic and Utilitarian Qualities of Clothing", *Home Economics Research Journal*, 13(1), (1984), pp. 12-20.
 - 26) Creckmore, A.M., Clothing Behavior and their Relation to General Values and to the Striving for Basic Needs, Ph.D. thesis, Pennsylvania State University, (1963), Dissertation Abstracts International, (1963)
 - 27) Mendoza, A.R., Clothing Values and their Relation to General Values: A Cross-Cultural Study, Unpublished master's thesis, Pennsylvania State University, (1965), in Morganosky, M., Aesthetic and Utilitarian Qualities of Clothing, *Home Economics Research Journal*, 13(1), pp. 12-20, (1984)
 - 28) Morganosky, M., Aesthetic and Utilitarian Qualities of Clothing, *Home Economics Research Journal*, 13(1), pp. 12-20, (1984)
 - 29) Kelly, E., Strother, C.M., Blouin, D., Crouch, C., Application of Benefi Segmentation to a Generic Product Study in Clothing and Textiles, *Home Economics Research iournal*, 14, pp. 363-369, (June 1986)
 - 30) _____, SAS Introductory Guide, revised ed., SAS Institute Inc., (1983)
 - 31) _____, User's Guide SpssX, 2nd ed., New York: McGraw-Hill Book Co., (1986)