

유니폼 실태조사와 디자인 개선을 위한 연구(1)

남 윤 자 · 김 경 인* · 이 윤 정**

가톨릭대학교 생활과학대학 의류학과

*한성대학교 의상학과 · **서울대학교 의류학과

A Survey on Uniforms and Development of Design (1)

Yun Ja Nam · Kyung In Kim* · Yun Jung Lee**

Dept. of Clothing and textiles, Catholic Univ. · *Dept. of Fashion Design, Han Sung Univ.

**Dept. of Clothing and Textiles, Seoul National Univ.

(1997. 2. 6 접수)

Abstract

The importance of uniform is getting increased in the present society because it is one of symbols which represent a company and give customers the image of it. Uniform shows the kind of companies, one's position, and sometimes the actual job which one does. And workers who put on the same kind of uniform feel companionship among them, the security of their position and responsibility for their job, all of which elevate the efficiency of their job and the company.

To enhance the functions of uniforms such as representativeness, esthetics, convenience and economization, the followings were studied.

- 1) Through survey on the present condition of seven different types of company uniforms, we analyzed preference of workers, staffs and consumers and did the factor analysis of uniform constitution.
- 2) It presented the relative importance among the uniform constitution.
- 3) The reflective condition of the uniform constitution was estimated.
- 4) It investigated the working condition and working movement.

I. 서 론

Hoult는 계층화된 사회에서 개인의 외관 중 의복만큼 사회적 신분을 상징하는 복합적인 상징물은 없다고

하였다¹⁾.

유니폼은 착용자로 하여금 소속감을 갖게 하고 단체 내에서의 직위를 나타내 주기도 하며, 대외적으로는 단체의 특성을 나타내기 위하여 착용하는 의복이다. 최근 유니폼은 각 회사에서 부각되고 있는 C.I.P. 전략 및 패션의 흐름에 따라 새로운 변화를 원하고 있다. 그러나 현실적으로 유니폼의 형태는 오늘날의 패션의 흐름에 비해 전근대적인 고정관념을 벗어나지 못하고 있는 데

*이 논문은 1995년도 한국학술진흥재단의 공모과제 연구비에 의하여 연구되었음.

이는 유니폼 특유의 제약성과 경영자측의 물이해, 착용자의 무관심 등을 요인으로 들 수 있다²⁾. 이에 본 연구의 목적은 현재 유니폼의 실태조사를 통하여 유니폼의 현황과 문제점을 찾아내고, 유니폼의 착용자 집단과 관리자 집단, 고객 집단의 집단별, 각 집단의 직종별로 착용만족도와 디자인 선호도를 밝힘으로써 유니폼 디자인의 합리적인 개선과 질적 향상을 도모하고, 유니폼 연구의 학문적 발전에 기여하고자 하는 것이다. 이러한 연구목적에 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

- 1) 유니폼 구성요소의 요인분석을 하고, 각 구성요소의 평가기준의 만족도를 파악하고자 한다.
- 2) 유니폼의 구성요소간의 상대적 중요도를 밝히고자 한다.
- 3) 유니폼 구성요소의 반영상태를 밝히고자 한다.
- 4) 유니폼과 관련된 근무환경 및 근무동작을 조사하고자 한다.

1보에서는 유니폼의 실태조사와 만족도 조사, 근무환경, 작업동작의 결과를 밝히고, 이를 기초로 2보에서는 현 유니폼에 대한 디자인 분석과 유니폼의 선호 디자인을 조사하여 이를 반영한 유니폼의 디자인을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 유니폼의 개념 및 의의

유니폼이란 일정한 형식에 의해 정해진 일정 양식의 복장으로, 특정집단에 속해 있는 구성원들을 위해 특별히 고안, 채택되어진 독특한 디자인을 가진 제복을 말한다. 유니폼의 어원은 라틴어의 우누스(unus: 하나의)와 포르마(Forma: 형)에서 생긴 합성어로, 유니폼은 그 목적하는 바에 따라 특정한 형태와 필요한 장식 및 기능을 구비하고 있는 데에 특색이 있다. 유니폼은 사회구조가 팽창되고 조직이 점점 발달될수록 착용자의 지위, 신분표시 등을 나타낸 옷이라 할 수 있다. 또한 기업의 통일된 모습을 나타냄으로써 대외적으로는 그 기업을 상징하며, 기업의 이미지를 전달하는 역할을 한다. 착용자에게는 특수한 집단의 옷을 착용함으로써 스스로 자유롭게 행동하는 권리를 포기하고 집단규칙의 범위내에서 행동하게 하며, 소속감과 일체감에서 오는 자부심으로 단결력을 부각시키고, 사원간의 동료의식과 일체감에서 집단에의 귀속감을 가지게 함과 동시에

효율성과 안정성을 나타낸다.

사회학자 조셉(Joseph)과 알렉스(Alex)는 유니폼의 사회적 개념을 다음과 같이 정의하고 있다.

- 1) 체계화된 조직체내에서 조직내의 구성원과 비구성원을 구분할 수 있는 도구로서 조직원은 동질의 유니폼을 착용하여, 그룹 멤버십을 강화시키는 한편 조직내에서 협동심을 고취시켜 준다.
- 2) 유니폼의 견장이나 휘장등은 조직원의 지위를 구분하여 조직체계에 따른 통제를 수월히 수행하기도 한다. 또한 개인의 개성과 특성을 획일적인 외모로 통제, 억압하므로 조직의 목적을 합리적으로 성취할 수 있는 역할을 한다.
- 3) 유니폼은 조직사회내에서 직업과 직업을 구분할 수 있는 합법성을 전달하고, 이는 직업을 가지고 있는 권위를 상징적으로 전달한다³⁾고 하였다.

Joseph과 Alex는 유니폼의 주요 기능은 1) 집단 구성원을 상징하고, 2) 어떤 사람의 현재의 역할에 대해서만 전달하고, 모든 다른 역할에 대한 정보를 감추고, 3) 한 개인을 집단 구성원으로 증명함으로써 즉 집단을 대표하고 집단에 대한 각자의 행동을 위한 책임감을 부과해 줌으로써 주어진 상황에서의 사람들의 역할을 합법화하며, 4) 유니폼은 사람이 하나의 개인이 아니라 집단의 일부분이라는 것을 상징함으로써 개성을 억누르며, 조직이 개인에 대해서 할 수 있는 통제 정도를 상징한다⁴⁾고 하였다.

이러한 유니폼의 기본 조건을 정리하면 다음과 같다.

- 1) 유니폼은 아름답고, 기업의 이미지를 잘 나타내며, 사람은 항상 활동을 해야 하므로, 의복 구성시 인체의 정적인 분위기 뿐만 아니라 동작 형태도 고려하여 제작되어야 한다. 즉 활동시 능력을 높이기 위해 크고 작은 신체 동작을 동반하는 작업의 종류에 있어서 신체의 활동 범위를 조사하여 필요한 운동량을 감안하여 디자인하여야 한다⁵⁾.
- 2) 유니폼은 생리위생면과 운동기능면에서 볼 때 인체의 생리 운동 기능을 만족시키는 성능과 신체의 형태에 적합한 구조를 갖추는 복장을 요구한다⁶⁾.
- 3) 유니폼의 형태는 스타일 그 자체의 커다란 변화보다는 기업의 이미지를 잘 나타낼 수 있고 동종업체와 구별이 용이해야 한다. 따라서 복잡한 외형 실루엣보다는 의복의 색상, 심볼마크, 트리밍에 의해 특성이 나타나게 한다.

4) 유니폼은 일체(Conformation)와 구분(Discrimination)의 이율배반이 뒷받침이 되어 있다. 소속이나 단계를 상징하는 반면에 타사와의 식별을 용이하게 하려는 것이다. 유니폼에 있어서는 조직적으로 질서정연하게 이러한 기능이 달성되는 특색이 있다.

5) 단체복이라는 성격때문에 제작 원가가 경제적이야 한다는 것이 필수적이다⁷⁾.

2. 유니폼의 발생과 역사적 고찰

고대 아프리카, 알래스카, 뉴질랜드 등에서는 한가죽이나 종족이 그들 특유의 기장(記章)을 가져서 이를 문신이나 그림으로 몸에 표시함으로써 집단을 나타냈다⁸⁾고 하였는데 이때부터 유니폼의 성격을 띤 집단 표시의 복식이 발생하였다고 볼 수 있다. 스코틀랜드나 일본에서 가문을 표시하는 문양을 만들어서 의복 무늬에 사용한 것⁹⁾은 그보다 좀더 후시대의 집단 표시 방법으로 간주되어 진다. 이와같이 유니폼은 복식 착용의 원인 중에서도 자신의 신분을 표시하거나, 집단을 나타내고자 하는 목적으로 출발하였다고 볼 수 있다.

그러나 오늘과 같은 의복형태의 유니폼은 군인제복에서 그 유래를 찾아 볼 수 있다. 처음에는 전투시 적군과의 식별을 목적으로 통일된 의복과 장비를 갖추기 위해 시작하였다¹⁰⁾. 기원전 로마의 군복을 보면 투구나 갑옷, 방패와 무기 등으로 어느 정도 통일된 형태를 갖추고 있으며, 투구와 갑옷에서 상징주의와 상상력이 표현되었다¹¹⁾. 영국에서는 13세기에 와서 싸-코트를 갖추고 있었는데, 14세기에 와서 싸-코트의 앞과 뒤에 붉은 십자가를 붙여서 전쟁터에서 그들을 식별할 수 있도록 하였다¹²⁾. 17세기 루이 14세의 호위병들의 제복과 장비가 제정되었으며, 1700년 무렵에는 유럽의 거의 모든 군대가 정식으로 제복을 갖추게 되었다¹³⁾. 기성복으로 처음 생산된 것은 프랑스의 군복이었고, 그 다음이 미국의 군복이었다. 군복의 대량생산으로 인하여 다양한 의복의 발달을 가져왔다¹⁴⁾. 전쟁과 관련되지 않는 보통 직업을 위한 유니폼은 19세기말까지도 거의 없었다. 광산노동자나 제련 노동자들이 15세기에 보호용 가죽 에이프런을 입었던 예외가 있기는 하나¹⁵⁾, 시간이 지남에 따라 에이프런이 작업복으로, 특수한 형태의 보호형 의복으로 변화하였다¹⁶⁾.

우리나라 유니폼의 역사는 19세기말 서양 문화의 접촉을 통해 복식의 변화가 생겨, 구군복 대신 구미식 군

복을 착용하였고, 관리들의 제복이 양복으로 제정되었다. 근대식 교육기관인 학교에서 여학생의 세일러복과 함께 헤어랩스타일 바지 등이 대표적인 양장 제복으로 교복을 착용하였다. 사무직의 경우 우리나라에서 최초로 여사무원을 모집한 것은 1909년이다¹⁷⁾. 그 이후 60년대 부터 시작된 경제 발달과 더불어 기업들이 종업원들의 유니폼을 채택하게 되었으나, 이것은 근무복으로써 기능적이고 편리하며 대내외적으로 일체감과 통일성만을 강조한 평범한 것이었다. 80년대에 들어서 기업의 치열한 경쟁분위기속에서 기업 이미지를 통합함으로써 C.I.P.(Corporate Identity Program)가 도입되면서 유니폼이 활발하게 그 기능을 표출하기 시작했다고 볼 수 있다.

C.I.P.란 기업이나 공공단체가 갖고 있는 이미지를 시각적으로 체계화 및 단일화하는 작업을 의미한다^{18),19)}.

우리나라 C.I.P. 도입은 DECOMAS(Corporate Communication as Management Strategy)라는 말이 들어오기 시작한 1970년대 부터이다²⁰⁾. 이러한 C.I.P. 작업 중에서 공동생활에 가장 중요한 이미지를 표현해 주게 되는 것이 유니폼 분야라고 생각한다. 각 기업들은 자기 기업의 새로운 이미지를 표현하기 위해, 통일된 유니폼을 이용하여 소속된 조직의 이미지를 전달하는 상징성의 목적, 업무의 능률향상을 위한 기능상의 목적, 개개인의 소속부서를 구별할 수 있는 식별상의 목적, 예의상의 목적과 미적인 효과를 동시에 얻고자 하였다²¹⁾. 이와같이 유니폼은 기업의 모든 이미지를 기증해 주는 척도로 기업의 얼굴이라 할 만큼 중요한 역할을 담당하고 있다²²⁾.

3. 유니폼의 구성요소

유니폼의 구성 요소는 신인수²³⁾에 의하면 크게 상징성, 심미성, 기능성의 3요소로 보고있다. 최근 새로이 경제성의 요소를 첨가하는 경향이 늘고 있으며, 高尾江²⁴⁾는 디자인의 구성요소로 합리성, 경제성, 심미성, 독창성을 제안하고 있다. 유니폼의 구성요소인 상징성, 심미성, 기능성, 경제성에 대하여 살펴보았다.

1) 상징성

유니폼은 개인적인 미보다는 통일된 의식의 집단체를 형성하게 되므로 상징성을 내포하게 된다. 여기에는 기업의 독자적 이념과 개성, 경영자의 자세, 종업원의 의식이 포함된다. 작업의 종류에 따라, 통일된 형태, 색

조, 옷차림 등 그 집단의 사무나 행동을 나타내는 각 유니폼의 상징적인 작용을 증시하는 경향이 커지게 되었다²⁵⁾. 의복은 사회적 신분, 직업, 착용 의도에 대한 단서를 타인에게 전달하여 대부분의 사람들은 의복을 통하여 타인의 성, 연령, 인종, 신체적인 특징 등을 관찰하게 된다. 그러므로 유니폼을 통해서 직업이 구별되는 것은 당연한 것이다. 특히 직업인의 의복은 직업적 신분상징의 역할이 매우 커서 육체 노동자는 작업복 및 유니폼에 의해 인지되고, 정신노동자는 슈트 및 운동복으로 인지되며 이외에 직물, 색상, 의복무늬, 의복의 청결상태 등도 작업특성을 상징하는 단서가 된다²⁶⁾.

Bickman은 유니폼이 지각자들에게 착용자에 대한 합법성, 책임감, 신뢰도, 사회에 대한 공헌을 상징하게 된다고 하였다²⁷⁾. 서어비스업일 경우에는 그 기업의 고객들에게 확실히 인식시키는 수단으로 유니폼 디자인의 충분한 연구를 통하여 기업관리 측면에서 고객들에게 옮겨 전달될 수 있도록 하여야 한다²⁸⁾.

2) 기능성

유니폼은 매일같이 장시간 착용하고 활동한다는 측면에서 기능적이어야 하며 착용자의 작업 내용, 활동량, 계절적인 문제, 위생적인 측면 등을 고려하여야 하며, 활동시 경쾌감을 주어야 한다. 또한 작업 능률의 향상과 유쾌한 기분으로 서어비스를 제공하고, 고객에게 즐거움을 주어야 한다. 표면에 불필요한 장식, 벨트, 주머니는 피하는 것이 바람직하고 의복이 터지기 쉬운 곳인 바지밑, 주머니 입구, 겨드랑이, 소매부리와 닿아서 해지기 쉬운 곳인 팔꿈치, 무릎, 바지끝, 소매부리, 소매산 등의 부위는 활동에 의하여 많은 움직임이 있으므로 의복의 여유분을 충분히 고려하여야 한다²⁹⁾.

3) 심미성

인간은 외면과 내면으로 분류할 수 있다. 외면 즉 자태미는 의복이 주는 큰 역할인 동시에 보는 사람으로 하여금 즐거움을 줄 수 있는 것이다. 인간의 내면 즉 심리면에서 볼 때 아름답고 신체에 적합한 옷을 착용하였을 때 착용자는 만족감을 갖게 되고, 이러한 만족감에서 서어비스를 제공하고, 고객의 만족 또는 유쾌감을 불러 일으킬 것이다. 즉 고객과 종업원 모두가 만족감을 지닐 수 있는 디자인이어야 하겠다³¹⁾. 특히 서어비스업의 유니폼은 많은 기업에서 미적인 면에 관심을 두고 디자인을 선정하고 있음은 이같은 목적에서라고 생각한다³²⁾.

4) 경제성

유니폼 시장은 갈수록 고급화되고 교복부활 증가로 유니폼 시장이 급성장하며 대기업들의 참여도 크게 늘어나고 있다. 국내 유니폼시장 규모는 86년까지만 해도 공공업체 직원, 생산직근로자 판매직 여사원용이 주류를 이루며 1200억원 규모에 머물렀으나 노사문제가 첨예화되고 교복부활이 본격화된 89년 이후 급성장하기 시작, 90년대에 2000억원, 올해에는 연간 3000억원 시장으로, 학생 교복이 2000억원, 일반 유니폼 시장이 1000억원을 차지하고 있다. 이에 따라 중소기업 및 양장점들이 주도하던 유니폼 시장에서 유니폼의 경제성에 대하여 대기업의 참여가 크게 늘어나고 있다. 또한 유니폼의 경제성은 한 두벌이 아닌 다량을 기업측에서 지급하기 때문에 그 중요성이 부각되고 있다³³⁾.

III. 연구 방법 및 절차

유니폼은 착용 목적에 따라 공장 부분, 사무 부분, 서어비스 부분으로 분류할 수 있는데, 본 연구의 범위는 사무직과 서어비스직으로 국한하였다. 사무직에 종사하는 사람들이 기능적에 종사하는 사람보다 의복에 더 중요성을 두고 있다는 Form과 Stone³⁴⁾, Ryan³⁵⁾의 연구결과와 여성이 남성보다 의복을 더 중요시 한다는 Coleman³⁶⁾, 강혜원³⁷⁾의 연구결과에 따라 여성 유니폼의 착용 만족도를 알아보고자 하였다. 본 연구의 범위는 사무직과 서어비스직으로 제한하였으며, 서울 시내의 금융기관, 대기업, 중소기업의 사무직과 호텔, 백화점, 일반음식점, 패스트푸드점의 서어비스직에 종사하는 유니폼의 착용자 집단과 유니폼담당 관리자집단과 고객집단을 대상으로 조사하였다.

조사방법은 설문지법을 사용하였으며, 1995년 10월부터 1995년 11월까지 착용자 집단을 대상으로 한 예비 설문지를 개발하여 각 직종별로 10부씩 70부를 예비조사하여 문항을 정리하였다. 이를 기초로 하여 착용자 집단, 관리자 집단과 고객 집단의 설문지를 개발하였다. 설문지는 유니폼의 구성 요소에 관한 문항과 유니폼의 디자인에 관한 문항의 2분야로 구성되어 있다.

본 연구에서는 설문지의 유니폼 구성 요소에 관한 문항에 대하여 연구하였으며, 구성 내용은 업종 1문항, 응답자의 인적 사항 4문항, 가치평가 10문항, 근무 환경 3문항, 근무 자세 6문항, 상징성 2문항, 심미성 4문

<표 1> 유니폼 구성요소의 요인분석 결과

요인	요인의 내용	요인부하량	분산(%)
요인 1 심미성	고유치 : 4.5724(Cronbach's α = .8011) — 색상의 조화가 잘 되어 있는가 — 타사보다 자사유니폼 디자인이 더 좋은가 — 클래식한 풍의 정장인가 — 약세사리를 착용하는가	.7884 .7727 .7183 .6734	35.2 (35.2)''
요인 2 기능성	고유치 : 1.3733(Cronbach's α = .7144) — 구김이 잘 생기지 않는가 — 소재가 가볍고 활동하기 편한가 — 자주 세탁해야 하는가 — 작업동작을 고려한 디자인인가	.7263 .6716 .6429 .5911	10.6 (45.7)
요인 3 상징성	고유치 : 1.0633(Cronbach's α = .6849) — 로고나 마크가 달려 있는가 — 직장이미지를 잘 나타내는가	.8824 .7005	8.2 (53.9)
요인 4 경제성	고유치 : .9693(Cronbach's α = .5047) — 의상구입비가 절약되는가 — 점심때나 외출시 착용하는가 — 고급소재를 사용하고 있는가	.8726 .6537 .5709	7.5 (61.4)

항, 실용성 5문항, 경제성 2문항, 만족도 13항이다.

측정도구는 의류학 분야의 교수와 강사에게 내용의 타당도를 검증받았고, 신뢰도는 Cronbach's α 값을 구하여 내적 일관성을 검토하였다.

본 조사는 1995년 11월에서 1996년 2월까지 1100부의 설문지를 배포하여, 착용자 집단 728부, 관리자 집단 92부, 고객 집단 183부가 회수되었다. 불성실한 응답의 질문지를 제외하고 983부를 분석에 사용하였다.

통계처리는 SPSS-PC+를 이용하였으며, 요인분석, 일원 분산분석, t-test, 던컨테스트, 카이검증을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 유니폼 구성요소의 요인분석과 요인별 만족도 평가

유니폼 구성요소의 차원과 이에 대한 만족도를 알아보기 위하여 착용자 집단을 대상으로 13문항, 관리자 집단을 대상으로는 13문항 중 관련있는 7문항을 조사하였다. 유니폼 구성요소의 차원을 알아보기 위하여 요인 분석을 실시하고, 각 요인의 집단별, 직종별 만족도를 알아보기 위하여 일원분산 분석과 던컨테스트를 하였다.

1) 유니폼 구성요소의 요인분석 결과

유니폼 구성요소의 차원을 알아보기 위하여 요인분석을 실시하였다. 평가기준 13문항을 분석한 결과 4개의 요인이 추출되었으며 그 결과는 <표 1>과 같다.

요인 1은 설명력 35.2%의 심미성 요인으로 색상의 조화가 잘 되어 있는가, 타사보다 자사 유니폼 디자인이 더 좋은가 등의 평가기준이 사용되었다. 요인 2는 설명력 10.6%의 기능성 요인으로 구김이 잘 생기지 않는가, 소재가 가볍고 활동하기 편한가 등의 평가기준이 사용되었다. 요인 3은 설명력 8.2%의 상징성 요인으로 회사의 로고나 마크가 달려 있는가, 직장이미지를 잘 나타내는가의 평가기준이 사용되었다. 요인 4는 설명력 7.5%의 경제성 요인으로 의상구입비가 절약되는가, 점심때나 외출시 착용하는가의 평가기준이 사용되었다. 4개의 요인에 대한 누적분산은 61.4%, Cronbach's α = .8376으로 유니폼 구성요소의 평가기준에 대한 이론적 연구 결과를 지지하는 결과라고 할 수 있다.

2) 유니폼 구성요소의 집단별, 직종별, 집단간 만족도 평가

유니폼 구성요소의 평가기준에 대한 집단별, 직종별, 집단간의 만족도 차이를 알아보기 위하여 일원분산 분

<표 2> 집단별, 직종별 유니폼의 심미성 요인에 대한 만족도 평가

요인 1 (심미성)	착용자 집단				관리자 집단		
	현재상태	만족도 a	F 값	현재상태	만족도 a	F 값	
색상의 조화가 잘 되어 있는가	그렇다	43.5%	2.5258A	658.0078***	48.2%	2.2000A	50.1900***
	보통	39.7%	4.1317B		42.2%	3.8857B	
	아니다	16.8%	5.6134C		9.6%	4.8750C	
	직종별차이				N.S		
타사보다 자사 디자인이 더 좋은가	그렇다	23.3%	2.3293A	714.6135***	36.0%	2.2500A	77.1266***
	보통	42.0%	4.0973B		46.5%	3.7660B	
	아니다	34.7%	5.6057C		17.4%	4.4630C	
	직종별차이				N.S		
클래식풍의 정장인가	그렇다	27.5%	3.7938A	9.5306***	36.9%	3.4194	1.9157
	보통	35.9%	3.9453AB		38.1%	3.9063	
	아니다	36.6%	4.0352B		25.0%	3.5595	
	직종별차이				5.559*		
악세사리를 착용하는가	그렇다	52.6%	3.3495A	9.6206***	51.2%	2.5238A	7.5367***
	보통	15.7%	3.9115B		12.2%	3.6000B	
	아니다	31.7%	3.6561B		36.6%	3.4333B	
	직종별차이				5.028*		

a: 던컨테스트 결과 $P \leq 0.05$ 수준에서 유의한 차이가 나타난 집단들간을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 점수가 적을수록 평가 결과가 좋은 것을 의미한다.

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$

석과 던컨테스트를 하였다. <표 2>는 집단별, 직종별 유니폼의 심미성 요인에 대한 만족도 평가 결과이다.

<표 2>와 같이 유니폼의 색상이 조화가 잘 되어 있다고 응답한 경우는 43.5%, 48.2%, 보통이다 39.7%, 42.2%, 아니더라고 생각한 경우는 16.8%, 9.6%이다. 유니폼의 색상 조화가 잘 되어 있다고 생각하는 경우가 보통이나 아닌 경우보다 만족도가 높으며 착용자 집단과 관리자집단 모두 일원분산 분석 결과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 직종별로는 착용자집단과 관리자 집단 모두 유의한 차이를 보이고 있지 않다. 경쟁업체 유니폼보다 자사 유니폼 디자인이 더 좋다고 생각하고 있는 경우는 23.3%, 36.0%, 보통이다 42%, 46.5%, 아니더라고 생각한 경우는 34.7%, 17.4%이다. 경쟁업체의 유니폼보다 자사의 유니폼 디자인이 좋다고 생각하는 경우가 보통이나 아닌 경우보다 만족도가 높으며 착용자집단과 관리자집단 모두 일원분산 분석결과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 직종별로는 착용자집단과 관리자집단 모두 유의한 차이를 보이고 있지 않다. 클래식풍의 정장인가의

문항에서 착용자집단의 경우 그렇다에 응답한 경우가 27.5%, 보통 35.9%, 아니다가 36.6%이다. 현재 유니폼이 클래식하다고 생각하다는 경우가 아닌 경우보다 만족도가 높으나 던컨테스트 결과 A, AB, B로 나타나 현재상태에 대한 만족도의 차이가 적은 것을 알 수 있다. 직종별로는 클래식한 풍의 정장인가 하는 질문에 대기업의 경우는 그렇다 48.2%, 보통이다 32.7%, 아니다 19.1%이며, 패스트푸드점의 경우는 그렇다 12.1%, 보통이다 30.8%, 아니다 57.1%로 패스트푸드점의 경우 클래식한 느낌의 정장이 대기업에 비하여 적으며 좀더 캐주얼한 스타일임을 알 수 있다. 직종별 만족도에서는 대기업이 타 직종보다 만족도가 낮게 나타나 클래식한 느낌의 정장풍 유니폼을 선호하지 않는 경향을 보여주고 있으며, 클래식한 풍의 정장착용이 적은 패스트푸드점은 타 직종보다 만족도가 높게 나타나 대부분의 직종에서 클래식한 풍의 정장보다는 디자인 변화를 원하고 있음을 알 수 있다. 일원분산 분석결과 유의도 수준 0.05에서 직종별 유의한 차이를 보여주고 있다. 관리자 집단에서는 일원분산 분석결과 유의한 차

<표 3> 유니폼의 심미성 요인에 대한 집단간 만족도 평가

요인 1 (심미성)	착용자 집단 만족도	관리자 집단 만족도	F 값
색상의 조화가 잘 되어 있는가	3.6826	3.1687	10.0317**
타사보다 자사 디자인이 좋은가	4.2037	3.7093	8.2777***
고전적 느낌의 정장인가	4.0323	3.5595	9.7101**
악세사리를 착용하는가	3.5381	3.0120	12.2256***

*p≤0.05 **p≤0.01 ***p≤0.001

<표 4> 집단별, 직종별 유니폼의 기능성 요인에 대한 만족도 평가

요인 2 (기능성)	착용자 집단			
		현재상태	만족도 a	F 값
구김이 잘 생기지 않는가	그렇다	41.1%	2.4167A	393.6952***
	보통	41.8%	3.9100B	
	아니다	17.0%	5.4034	
	직종별차이			55.300***
소재가 가볍고 활동하기 편한가	그렇다	35.6%	2.3266A	610.0483***
	보통	54.0%	3.9233B	
	아니다	10.4%	5.6143C	
	직종별차이			20.072***
자주 세탁해야 하는가	그렇다	37.7%	5.3170C	350.5714***
	보통	39.4%	3.9088B	
	아니다	22.8%	2.5938A	
	직종별차이			N.S
작업동작을 고려한 디자인인가	그렇다	19.6%	2.3714A	619.0222***
	보통	50.6%	3.9778B	
	아니다	29.8%	5.4834C	
	직종별차이			4.849*

a : 던컨테스트 결과 P≤0.05 수준에서 유의한 차이가 나타난 집단들간을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 점수가 적을수록 평가 결과가 좋은 것을 의미한다.

*p≤0.05 **p≤0.01 ***p≤0.001

이를 보이고 있지 않아 클래식한 느낌의 정장에 대한 선호도가 높지 않음을 알 수 있다. 유니폼에 악세사리를 착용하고 있는 경우는 52.6%, 51.2%, 보통은 15.7%, 12.2%, 아니다는 31.7%, 36.6%이다. 악세사리를 착용했거나 안한 경우가 보통인 경우보다 만족도가 높으며 일원분산 분석결과 유의도 수준 0.001 수

준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 착용자 집단의 경우 직종별로 백분율을 보면 패스트푸드점과 백화점은 71.4%, 63.3%로 악세사리 착용이 많았으며, 중소기업의 경우는 착용하지 않는 경우가 64.2%나 되었다. 일원분산 분석결과 0.05 수준에서 직종별 유의한 차이를 보여주고 있다. 관리자 집단의 경우에는 직종별 유의한 차이를 보이고 있지 않다.

착용자집단과 관리자집단의 심미성 요인에 대한 만족도 평균치는 <표 3>과 같이 모든 문항에서 관리자집단의 만족도가 더 높게 나타났으며, 일원분산 분석 결과 두 집단의 만족도는 0.01 수준 이상에서 유의한 차이를 보이고 있다.

<표 4>는 집단별, 직종별 유니폼의 기능성 요인에 대한 만족도 평가 결과이다.

<표 4>와 같이 유니폼의 기능성 평가문항은 직접 유니폼을 착용하는 착용자집단에게만 질문하였다. 구김이 잘 생기지 않는가의 질문에 잘 생기지 않는다 41.1%, 보통이다 41.8%, 잘 생긴다 17%로 응답하였다. 유니폼이 구김이 생기지 않거나 보통인 경우가 구김이 생기는 경우보다 만족도가 높으며 일원분산분석 결과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 소재가 가볍고 활동하기 편한가 하는 문항에 그렇다, 보통이다가 35.6%, 54.0% 정도로 소재 무게가 가벼운 것으로 나타났다. 유니폼 소재가 가볍거나 보통인 경우가 무거운 경우보다 만족도가 높으며 일원분산 분석 결과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 자주 세탁을 해야 하는가에 응답한 경우는 37.7%, 보통이다 39.4%, 아니다는 22.8%이다. 유니폼이 쉽게 더러워지는 경우가 보통이거나 더러움이 덜 타는 경우보다 만족도가 낮으며 일원분산분석 결과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 직종별로는 유의한 차이를 보이고 있지 않다. 작업동작을 고려했다고 응답한 경우는 19.6%, 보통이다 50.6%, 아니다는 29.8%로 나타났다. 작업동작을 고려한 경우가 보통이나 아닌 경우보다 만족도가 높으며 일원분산 분석 결과 유의도 수준 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 직종별로 유니폼이 작업동작을 고려하여 디자인된 경우는 0.05 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 유니폼의 작업동작을 고려한 디자인은 일반음식점 28.3%, 패스트푸드점 26.4%로 금융기관 11.2%, 백화점 16.2%로 타직종보다는 높게 나타났으나, 만족도는 타 직종과 비

<표 5> 집단별, 직종별 유니폼의 상징성 요인에 대한 만족도 평가

요인 3 (상징성)	착용자 집단			관리자 집단			
	현재상태	만족도 a	F 값	현재상태	만족도 a	F 값	
로고나 마크가 달려 있는가	그렇다	35.1%	3.1781	34.1303***	37.2%	2.4375	12.0492***
	아니다	64.6%	3.7557		62.8%	3.4630	
	직종별차이			N.S			N.S
직장 이미지를 잘 나타내는가	그렇다	18.7%	2.5191A	203.3272***	23.5%	2.2500A	34.5926***
	보통	55.8%	3.8747B		55.3%	3.7660B	
	아니다	25.5%	4.8161C		21.2%	4.4630C	
직종별차이			N.S			N.S	

a: 던컨테스트 결과 $P \leq 0.05$ 수준에서 유의한 차이가 나타나 집단들간을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 점수가 적을수록 평가 결과가 좋은 것을 의미한다. * $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$

숫하게 나타났다. 이는 이들 직종이 타직종보다 작업동작이 다양하기 때문인 것으로 생각된다.

<표 5>는 집단별, 직종별 유니폼의 상징성 요인에 대한 만족도 평가 결과이다.

<표 5>와 같이 착용자집단과 관리자집단 모두 회사상징이 달려 있는 경우(35.1%, 37.2%)가 달려 있지 않은 경우(64.6%, 62.8%) 보다 적게 나타나 유니폼에 직접적으로 회사상징 등을 표시하는 비율이 낮은 것을 알 수 있다. 회사상징이 달려 있는 경우와 달려 있지 않은 경우의 만족도는 착용자집단과 관리자집단 모두 달려 있는 경우의 만족도가 높게 나타났으며, 일원분산분석 결과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다.

직종별로는 유의한 차이를 보이고 있지 않다. 직장 이미지의 표현과 만족도와와의 관계를 각 상황별로 보면, 직장의 이미지를 잘 나타내고 있다고 생각하는 경우가 보통이나 아닌 경우보다 만족도가 높으며 일원분산 분

<표 6> 유니폼의 상징성 요인에 대한 집단간 만족도 평가

요인 4 (상징성)	착용자집단 만족도	관리자집단 만족도	F 값
로고나 마크가 달려 있는가	3.5535	3.0814	10.1022***
직장 이미지를 잘 나타내는가	3.8522	3.6471	2.0368**

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$

<표 7> 집단별, 직종별 유니폼의 경제성 요인에 대한 만족도 평가

요인 4 (경제성)	착용자 집단			관리자 집단			
	현재상태	만족도 a	F 값	현재상태	만족도 a	F 값	
의상 구입비가 절약되는가	그렇다	40.6%	2.2852A	368.4110***			
	보통	27.1%	3.8042B				
	아니다	32.1%	4.6500C				
직종별차이			57.810 ***				
점심때나 외출시 착용하는가	그렇다	52.2%	3.5235A	51.0151***			
	보통	16.5%	4.0690B				
	아니다	31.2%	4.6557C				
직종별차이			4.698 *				
고급 소재를 사용하고 있는가	그렇다	13.5%	3.1596A	166.8241***	16.7%	2.5714A	27.1404***
	보통	42.8%	3.9195B		63.1%	3.6415B	
	아니다	43.7%	5.2508C		10.2%	5.1176C	
직종별차이			N.S			N.S	

a: 던컨테스트 결과 $p \leq 0.05$ 수준에서 유의한 차이가 나타나 집단들간을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 점수가 적을수록 평가 결과가 좋은 것을 의미한다. * $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$

석 결과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 직종별로는 유의한 차이를 보이고 있지 않다.

착용자집단과 관리자집단의 상징성 요인에 대한 만족도 평균치는 <표 6>과 같이 관리자집단의 만족도가 더 높게 나타났으며, 일원분산분석 결과 두 집단의 만족도는 0.01 수준 이상에서 유의한 차이를 보이고 있다.

<표 7>과 같이 유니폼 제도로 의상구입비가 절약된다는 응답은 그렇다 40.6%, 보통이다 27.1%, 아니다 32.1%이다. 유니폼으로 인하여 의상구입비가 절약된다는 경우가 그렇지 않은 경우보다 만족도가 높으며 일원분산 분석 결과 유의도 수준 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 유니폼을 근무시간 외에 착용하는 경우는 52.2%, 보통이다 16.5%, 아니다 31.2%이다. 유니폼을 근무시간 외에 착용하는 경우가 착용하지 않는 경우보다 만족도가 높으며 일원분산 분석 결과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 고급 소재를 사용했다고 응답한 경우는 13.5%, 16.7%, 보통이다 42.8%, 63%, 아니다 43.7%, 20.2%이다. 유니폼의 소재가 고급인 경우가 보통이거나 그렇지 않은 경우보다 만족도가 높으며 일원분산 분석 결과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보여주고 있다. 직종별로는 유의한 차이를 보이고 있지 않다.

<표 8> 유니폼의 경제성 요인에 대한 집단간 만족도 평가

요인 2 (기능성)	착용자집단 만족도	관리자집단 만족도	F 값
고급 소재를 사용하고 있는가	4.3971	3.7529	16.7452***

*p≤0.05 **p≤0.01 ***p≤0.001

착용자집단과 관리자집단의 유니폼의 고급소재 사용에 대한 만족도 평균치는 <표 8>과 같이 관리자집단의 만족도가 더 높게 나타났으며, 일원분산 분석 결과 두 집단의 만족도는 0.01 수준에서 유의한 차이를 보이고 있다.

2. 유니폼 구성요소에 대한 평가

유니폼 구성요소간의 상대적 중요도와 유니폼 구성요소의 반영상태를 분석하였다.

1) 유니폼 구성요소간의 상대적 중요도

유니폼의 구성요소인 상징성, 심미성, 기능성, 경제성 요인의 상대적 중요도를 알아보기 위하여 4가지 요인들을 2개씩 쌍으로 하여 6개의 쌍을 만들고 각 쌍에 대하여 중요시하는 것을 2개 중 1개를 택하게 하여 요인들간의 중요도에 유의한 차이가 있는가를 집단별, 직종별로 살펴보았다. 빈도 분포와 카이 검중에 의한 결과는 다음과 같다.

① 상징성 요인과 심미성 요인의 중요도 비교

유니폼의 상징성과 심미성의 상대적 중요도를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 9>와 같다.

착용자집단의 경우 상징성 68.7%, 심미성 31.3%로 상징성에 대한 중요성을 더 높게 인식하고 있다. 관리자집단의 경우 상징성(73.3%)이 심미성(26.7%)보다 높아 상징성에 대한 중요도를 높게 평가하고 있음을 보여주고 있다. 고객집단 전체는 상징성과 심미성 두 항목 비교에서 상징성 70.1%, 심미성 28.4%로 상징성에 대한 평가를 높게 하였다. 유니폼의 구성요소인 상징성과 심미성의 상대적 중요도 비교 결과 대기업의 관리자

<표 9> 상징성과 심미성의 중요도 비교

집단	구성요소	직종(%) 명(%)	중요도							χ²	
			금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점		
착용자집단	상징성	441(68.7)	68.5	65.7	72.6	67.0	57.9	64.0	80.3	N.S	
	심미성	201(31.3)	31.5	34.3	27.4	33.0	42.1	36.0	19.7		
관리자집단	상징성	55(73.3)	76.5	45.5	85.7	72.7	71.4	87.5	75.0		
	심미성	20(26.7)	23.5	54.5	14.3	27.3	28.6	12.5	25.0		
고객집단	상징성	138(71.1)	72.2	78.3	91.7	66.7	71.4	63.0	73.7		
	심미성	56(28.9)	27.8	21.7	8.3	33.3	28.6	37.0	26.3		
χ²			N.S								

*p≤0.05 **p≤0.01 ***p≤0.001

<표 10> 상징성과 기능성의 중요도 비교

집단	구성요소	직종(%) 명(%)	중요도							χ^2	
			금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점		
착용자집단	상징성	174(26.6)	25.7	17.3	19.8	30.4	37.3	34.9	28.2	24.3288***	
	기능성	479(73.4)	74.3	82.7	80.2	69.6	62.7	65.1	71.8		
관리자집단	상징성	24(32.4)	17.6	27.3	14.3	50.0	28.6	37.5	58.3		
	기능성	50(67.6)	82.4	72.7	85.7	50.0	71.4	62.5	41.7		
고객집단	상징성	85(44.0)	41.2	37.5	58.3	44.4	71.4	40.7	34.2		
	기능성	108(56.0)	58.8	62.5	41.7	55.6	28.6	59.3	65.8		
χ^2			21.2701***								

*p≤0.05 **p≤0.01 ***p≤0.001

집단을 제외한 모든 집단에서 심미성보다 상징성의 중요도를 높게 인지하고 있음을 알 수 있다. 카이 검증결과 집단별, 직종별 유의한 차이는 보이고 있지 않다.

② 상징성요인과 기능성요인의 중요도 비교

유니폼의 상징성과 기능성의 상대적 중요도를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 10>과 같다.

착용자집단의 경우 상징성 26.6%, 기능성 73.4%로 기능성에 대한 중요성을 높게 인식하고 있다. 관리자집단에서는 기능성 67.6%, 상징성 32.4%로 실제 착용자집단이 관리자집단보다 기능성을 좀더 중시하고 있음을 보여주고 있다. 고객집단은 상징성 44.0%, 기능성 56.0%로 기능성을 약간 높게 평가하였다. 백분율을 보면 착용자집단, 관리자집단, 고객집단의 순으로 상징성보다 기능성을 더 중시하고 있으며, 이러한 결과는 유니폼과의 직접적인 연관성 정도에 따라서 유니폼의 기능성을 높게 평가하고 있음을 보여주고 있다. 카이 검

증 결과 집단별, 직종별 모두 0.001 수준에서 유의한 차이를 보이고 있다.

③ 상징성요인과 경제성요인의 중요도 비교

유니폼의 상징성과 경제성의 상대적 중요도를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 11>과 같다.

착용자집단의 경우 상징성 78.4%, 경제성 21.6%로 상징성에 대한 중요성을 높게 인식하고 있다. 관리자집단에서도 상징성(75.7%)이 경제성(24.3%)보다 높아 상징성에 대한 중요도를 높게 평가하고 있음을 알 수 있다. 고객집단에서도 상징성 72.1%, 경제성 25.4%로 상징성을 더 높게 평가하고 있으며, 모든 장소에서 경제성보다 상징성이 중요하다고 생각하고 있음을 알 수 있다. 카이 검증결과 집단별, 직종별 유의한 차이는 보이고 있지 않다.

④ 심미성요인과 기능성요인

유니폼의 심미성과 기능성의 상대적 중요도를 집단

<표 11> 상징성과 경제성의 중요도 비교

집단	구성요소	직종(%) 명(%)	중요도							χ^2
			금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점	
착용자집단	상징성	501(78.4)	81.1	82.7	67.4	84.6	71.9	84.2	74.0	N.S
	경제성	138(21.6)	18.9	17.3	32.6	15.4	28.1	18.8	26.0	
관리자집단	상징성	56(75.7)	88.2	72.7	57.1	100.0	42.9	50.0	91.7	
	경제성	18(24.3)	11.8	27.3	42.9	0.0	57.1	50.0	8.3	
고객집단	상징성	142(74.0)	76.5	66.7	100.0	66.7	78.6	70.4	78.9	
	경제성	50(26.0)	23.5	33.3	0.0	33.3	21.4	29.6	21.1	
χ^2			N.S							

*p≤0.05 **p≤0.01 ***p≤0.001

<표 12> 상징성과 기능성의 중요도 비교

집단	구성요소	직종(%) 명(%)	금	음	대기업	중	소	호	텔	음식점	패스트	백화점	χ^2
			용	대기업	중	소	호	텔	음식점	패스트	백화점		
착용자집단	상징성	190(29.1)	28.9	23.2	20.2	37.4	41.4	31.1	27.3	19.8437**			
	기능성	462(70.9)	71.1	76.8	79.8	62.6	58.6	68.9	72.7				
관리자집단	심미성	27(36.0)	29.4	18.2	28.6	50.0	62.5	37.5	41.7				
	기능성	48(64.0)	70.6	81.8	71.4	50.0	37.5	62.5	58.3				
고객집단	심미성	71(36.8)	32.4	37.5	16.7	55.6	35.7	48.1	28.9				
	기능성	122(63.2)	67.6	62.5	83.3	44.4	64.3	51.9	71.1				
χ^2	N.S												

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$

별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 12>와 같다.

착용자집단의 경우 심미성 29.1%, 기능성 70.9%로 기능성에 대한 중요성을 높게 인식하고 있다. 관리자집단에서도 기능성(64%)이 심미성(36%)보다 높게 나타났으나 실제 착용자집단보다는 기능성에 대한 중요도의 인지가 약간 낮은 경향을 보여주고 있다. 고객집단에서도 심미성 36%, 기능성 61.9%로 기능성을 중요시하는 결과를 보여주고 있다. 카이 검정결과 집단별로는 유의한 차이를 보이고 있지 않으나 직종별로는 0.01 수준에서 유의한 차이를 보이고 있다.

⑤ 심미성요인과 경제성요인

유니폼의 심미성과 경제성의 상대적 중요도를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 13>과 같다.

착용자집단의 경우 심미성 75.0%, 경제성 25.0%로 심미성에 대한 중요성을 높게 인식하고 있다. 관리자집단에서도 심미성(73%)이 경제성(27%)보다 높아 심미성에 대한 중요도를 높게 평가하고 있음을 보여주고

있다. 직종별로 보면 호텔은 100% 심미성을 중시하고 있으며, 패스트푸드점은 50%로 심미성과 경제성의 중요도를 같게 보고 있으며, 중소기업(71.4%)은 경제성을 매우 중요시하고 있음을 알 수 있다. 고객집단은 심미성 67.5%, 경제성 30.5%로 심미성을 더 중요시하고 있음을 보여주고 있다.

중소기업과 백화점의 경우 착용자집단과 관리자집단의 중요도에 대한 인식에 매우 차이가 있음을 보여주고 있다. 이는 대부분의 중소기업에서는 유니폼의 디자인이 대체로 단조롭고 저가품이며 한 번 결정된 유니폼은 오랜기간 착용하는 경우가 많아 관리자집단의 경제성에 대한 중요도를 반영하고 있는 것으로 보여지며, 상대적으로 착용자집단은 심미성에 대한 욕구에 의하여 심미성의 중요도가 관리자집단보다 높게 나타난 것으로 보여진다. 백화점에서는 고객에 대한 서비스 차원에서 유니폼의 디자인이 자주 바뀌며 디자인도 매우 다양하여, 관리자집단이 심미성을 중시하고 있음을 보여주고 있

<표 13> 심미성과 경제성의 중요도 비교

집단	구성요소	직종(%) 명(%)	금	음	대기업	중	소	호	텔	음식점	패스트	백화점	χ^2
			용	대기업	중	소	호	텔	음식점	패스트	백화점		
착용자집단	심미성	474(75.0)	82.9	81.6	62.8	89.0	74.5	67.4	58.3	31.5400***			
	경제성	158(25.0)	17.1	18.4	37.2	11.0	25.5	32.6	41.7				
관리자집단	심미성	54(73.0)	82.4	81.8	28.6	100.0	71.4	50.0	75.0				
	경제성	20(27.0)	17.6	18.2	71.4	0.0	28.6	50.0	25.9				
고객집단	심미성	133(68.9)	64.7	66.7	50.0	55.6	78.6	81.5	76.3				
	경제성	60(31.1)	35.3	33.3	50.0	44.4	21.4	18.5	23.7				
χ^2	N.S												

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$

<표 14> 기능성과 경제성의 중요도 비교

집단	구성요소	직종(%) 명(%)	금 용	대기업	중 소	호 텔	음식점	패스트	백화점	χ^2
착용자집단	기능성	587(92.3)	92.4	94.9	92.3	87.5	91.9	91.9	94.5	N.S
	경제성	49(7.7)	7.6	5.1	8.6	7.7	12.5	8.1	5.5	
관리자집단	기능성	71(95.9)	100.0	100.0	100.0	100.0	85.7	87.5	91.7	
	경제성	3(4.1)	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	12.5	8.3	
고객집단	기능성	168(87.5)	79.4	100.0	83.3	88.9	78.6	92.6	86.8	
	경제성	24(12.5)	20.6	0.0	16.7	11.1	21.4	7.4	13.2	
χ^2	6.3925*									

*p≤0.05 **p≤0.01 ***p≤0.001

으며, 상대적으로 착용자집단은 지금까지 계속 심미성에 대한 욕구가 채워져 왔기 때문에 심미성에 대한 중요도가 관리자집단보다 낮게 나타난 것으로 보여진다. 카이 검정결과 집단별로는 유의한 차이를 보이고 있지 않으나, 직종별로는 0.001 수준에서 유의한 차이를 보이고 있다.

⑥ 기능성요인과 경제성요인

유니폼의 기능성과 경제성의 상대적 중요도를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 14>와 같다.

착용자집단의 경우 기능성 92.3%, 경제성 7.7%로 기능성에 대한 중요성을 매우 높게 인식하고 있다. 관리자집단에서도 기능성(95.9%)에 대한 중요성을 매우 높게 인식하고 있다.

이상의 결과를 종합하여 집단별, 직종별로 살펴본 유니폼 구성요소의 중요도 평가순위는 다음 <표 15>, <표 16>과 같다.

<표 15>와 같이 착용자집단, 관리자집단, 고객집단 모두 유니폼의 구성요소 4항목 중 제일 중요하다고 생각하고 있는 것이 기능성이고 그 다음이 상징성이며, 3위가 심미성, 4위가 경제성으로 나타나 기능성을 매우

중시하고 있음을 알 수 있다.

<표 16>은 직종별로 본 유니폼 구성요소의 중요도 평가순위 결과이다. 모든 직종에서 기능성을 가장 중요하다고 생각하고 있으며, 그 다음이 상징성, 3위가 심미성, 4위가 경제성으로 생각하고 있음을 알 수 있다. 이상의 결과는 서울시내 은행여직원을 대상으로 한 송경인(1992)의 연구에서 심미성, 상징성, 기능성, 독창성, 유행성의 5항목 중 가장 비중을 두고 있는 것이 무엇인가를 조사한 결과 기능성 44.5%, 상징성 31.3%로 나타나 본 연구 결과와 비슷한 결과를 보여주고 있다. 또한 서울시내 기업체를 대상으로 한 김섬미(1991)의 연구에서도 기능성 69.4%, 상징성 16.7%, 심미성

<표 15> 집단별 유니폼 구성요소의 중요도 평가순위

집단	구성요소			
	상징성	심미성	기능성	경제성
착용자집단	28.9%	22.4%	39.9%	8.9%
관리자집단	30.3%	22.6%	37.9%	9.2%
고객집단	31.5%	22.5%	34.4%	11.6%
평가순위	2위	3위	1위	4위

<표 16> 직종별 유니폼 구성요소의 중요도 평가순위

구성요소	직종(%) 평가순위	금 용	대기업	중 소	호 텔	음식점	패스트	백화점
		상징성	2위	29.1%	27.6%	26.8%	30.3%	28.1%
심미성	3위	23.6%	23.2%	18.3%	26.5%	26.0%	22.5%	17.4%
기능성	1위	40.1%	42.4%	41.8%	37.5%	35.1%	38.0%	40.3%
경제성	4위	7.2%	6.8%	13.1%	5.7%	10.8%	9.8%	11.8%

10.4%, 기타 3.6%로 비슷한 결과를 보여주고 있다.

2) 현재 착용하고 있는 유니폼의 구성요소 반영상태에 대한 평가

현재 착용하고 있는 유니폼의 구성요소 반영상태에 대한 평가를 하기 위하여 7점 Likert형 척도를 사용하였으며, '매우 좋다'에 1점, '매우 나쁘다'에 7점을 주어 측정하였다. 집단간의 차이를 알아보기 위하여 분산분석과 던컨테스트를 하고, 집단별로 각 구성요소 반영상태에 대한 평가점수를 비교하기 위하여 쌍체비교 t-검증을 하였다. 그 결과는 <표 17>, <표 18>과 같다.

<표 17>은 착용자집단, 관리자집단, 고객집단의 유니폼 구성요소 반영상태 평가에 대한 집단간 차이를 알아보기 위하여 7점 척도의 평균값을 내고, 분산분석과

<표 17> 집단간의 유니폼구성요소 반영상태 평가에 대한 분산분석 및 던컨테스트 검증

구성요소	집단			분산분석 F값
	착용자집단	관리자집단	고객집단	
상징성 던컨테스트 ^a	3.4745B	3.3929AB	3.1354A	4.7212**
심미성 던컨테스트	3.9926B	3.7024AB	3.5677A	7.4089***
기능성 던컨테스트	3.7797B	3.3333A	3.5389A	5.9773**
경제성 던컨테스트	3.8281C	3.2738A	3.6146B	8.0422***

a: 던컨테스트 결과 $p \leq 0.05$ 수준에서 유의한 차이가 나타난 집단들간을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 점수가 적을수록 평가 결과가 좋은 것을 의미한다.

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$

던컨테스트를 한 결과이다.

일원분산 분석과 던컨테스트 결과 유니폼 구성요소 반영상태에 대한 평가는 집단간에 유의한 차이를 보이고 있다. 특히 착용자집단은 관리자집단과 고객집단과 비교하여 볼 때 유니폼의 상징성, 심미성, 기능성, 경제성에 대한 평가 점수가 모두 양호하게 나타나, 유니폼 선정시에 착용자집단의 의견이 반영될 수 있도록 배려하는 것이 필요하다고 생각된다.

집단별로 본 유니폼 구성요소 반영상태 평가의 평균 점수와 쌍체비교 t 검증 결과는 다음 <표 18>과 같다. 쌍체비교 t 검증은 유니폼 구성요소 반영상태 평균점수를 2개씩 t-검증을 6번 반복하여 평균점수간에 유의한 차이가 나타나는가를 검증하는 방법이다.

<표 18>에서 착용자집단의 경우 현재 착용하고 있는 유니폼의 상징성 점수가 가장 좋게 나타났으며, t 검증 결과 심미성, 기능성, 경제성과 0.001 수준에서 유의한 차이를 보이고 있는 것으로 나타나, 다른 요소보다는 현재의 유니폼에 상징성이 잘 표현되고 있다고 생각하고 있음을 알 수 있다. 기능성은 상징성 다음으로 잘 반영되고 있다고 나타났으며 상징성, 심미성과는 0.001 수준에서 유의한 차이를 보이고 있다. 현재 착용중인 유니폼의 심미성에 대한 점수가 가장 낮게 나타나 상징성, 기능성, 경제성, 심미성의 순으로 유니폼 구성요소를 평가하고 있음을 보여주고 있다. 관리자집단에서도 심미성의 점수가 가장 낮으며, 상징성, 기능성, 경제성과 0.05 수준에서 유의한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다. 다른 요소보다 현재 유니폼의 심미성에 대한 평가가 가장 낮게 나타나 미적인 측면을 고려한 유니폼

<표 18> 집단별 유니폼 구성요소 반영상태 평가의 평균점수와 t 검증 결과

구성요소	집단							
	상징성	심미성	기능성	경제성	상징성	기능성	심미성	경제성
착용자집단	3.4745 ***	3.9926 ***	3.7797	3.8281 ***	3.4745 ***	3.7797	3.9926	3.8281
	t = -10.52		t = 3.54	유의차없음	t = -5.17	t = -4.87	t = 2.47	
관리자집단	3.3929	3.7024	3.3333	3.2738	3.3929	3.3333	3.7024	3.2738
	t = -1.98		t = 2.45	유의차없음	유의차없음	유의차없음	t = 2.36	
고객집단	3.1354 ***	3.5677	3.5389	3.6146 ***	3.1354 ***	3.5389	3.5677	3.6146
	t = -4.55		유의차없음	유의차없음	t = -4.04	t = -3.53	유의차없음	

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$

개발의 필요성을 보여주고 있다. 평가점수의 순위는 경제성, 기능성, 상징성, 심미성으로 나타났으나, 심미성을 제외한 요소들간에는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 고객집단에서는 상징성, 기능성, 심미성, 경제성의 순으로 구성요소의 평가결과가 좋은 것으로 나타나, 현재의 유니폼에 대한 구성요소의 평가 순위가 집단별로 차이가 있음을 보여주고 있다. 이 결과를 표로 정리하면 다음 <표 19>와 같다.

<표 19> 집단별로 본 현재 유니폼 구성요소 반영상태의 평가 순위

구성요소 집단	상징성	심미성	기능성	경제성
착용자집단	1위	4위	2위	3위
관리자집단	3위	4위	2위	1위
고객 집단	1위	3위	2위	4위

3. 유니폼과 관련한 근무환경 및 작업동작 조사

유니폼과 관련이 있는 근무환경과 작업동작에 관하여 조사분석하였다.

1) 근무환경에 관한 조사결과

① 착용자집단의 하루 근무시간

착용자집단의 하루 근무시간은 6시간 미만 6.1%, 6시간에서 8시간 미만 28%, 8시간에서 10시간 미만 56.6%, 10시간 이상 9.2%이다. 직종별로는 사무직이 8 내지 10시간 미만 근무에 70% 내지 74%로 가장 높았으며, 백화점은 이 시간대에는 66.3%, 10시간 이상은 28.4%로 타 직종보다 총근무 시간이 가장 길게 나타났다. 6시간 미만인 경우는 일반음식점 18.3%, 패스트푸드점 31.9%인데 비하여 타 직종은 1% 미만으로 나타나 특히 패스트푸드점의 종업원의 경우는 파트타임으로 일하는 경우가 많음을 알 수 있다.

② 근무장소의 냉난방 시설

근무장소의 냉, 난방시설이 둘다 잘 되어 있는 경우 65%, 냉방만 잘된 경우 9.4%, 난방만 잘된 경우 6%, 모두 안좋은 경우 19.5%이다. 직종별로는 패스트푸드점이 냉난방 시설이 모두 잘된 것이 78.9%로 가장 높게 나타났다. 냉난방 시설이 모두 안되어 있다고 생각하는 경우는 착용자의 근무 위치에 따라 상대적으로 시설이 좋지 않다고 느끼고 있는 것으로 관찰되었다.

③ 1년을 기준으로 한 유니폼의 종류

1년을 기준으로 한 계절에 따른 유니폼 종류는 2종류(춘하/추동용)가 71.8%로 가장 많았으며, 3종류, 1종류순으로 지급되고 있음을 알 수 있다. 직종별로 보면 금융기관과 백화점이 95% 이상 2종류를 지급하고, 호텔은 2종류(40%), 3종류(40%)로 유니폼 종류가 가장 많았다.

④ 한 디자인의 유니폼 지급 별 수

지급에 대한 것은 2벌 지급(50.0%), 1벌 지급(35.7%)이 85%로 많았으며, 직종별로 보면 같은 서어비스 직종이라도 호텔은 3벌 지급(40%)이 가장 많았고, 백화점은 1벌 지급(53.8%)과 2벌 지급(46.2%)이 많았다. 김선미(1991)의 연구에서 12개 업체를 조사한 경우 1벌 지급하는 경우가 8개 업체, 2벌 지급하는 경우는 4개 업체인 점을 비교해 보면 위생상태, 경제성 등의 측면에서 개선되어졌다고 보여진다.

⑤ 유니폼 디자인의 바뀌는 시기

유니폼 디자인이 바뀌는 시기는 2년마다(50.6%)가 가장 많았고, 3년마다, 1년마다는 비슷하였다. 거의 바꾸지 않는 경우도 전체 15.3%에 해당되었다. 직종별로 보면 중소기업과 패스트푸드점이 거의 바꾸지 않는 경향(약 30%)을 보이고 있다. 금융기관이 가장 자주 바꾸었고, 대기업, 백화점 순으로 디자인의 변화빈도가 높은 것을 알 수 있다.

⑥ 유니폼 디자인의 결정 방법

유니폼 디자인 결정 방법은 공동으로 결정하는 경우가 56.5%를 차지하여 가장 많았고, 회사측에서 일방적으로 결정하는 경우(16.5%)와 직원들의 희망에 따라 결정(18.8%) 하는 경우가 비슷하였다. 전문가에게 의뢰하는 경우(8.2%)가 가장 낮았으며, 직종별로 보면 호텔이 전문가에게 의뢰하는 빈도(27.3%)가 높았다. 백화점은 공동 결정(84.6%)이 가장 높았고, 직원의 희망에 따라서는 중소기업(57.1%)이 가장 높은 비율을 보이고 있다. 패스트푸드점은 특성상 회사측에서 일방적으로 결정하는 비율(33.3%)이 다른 직종에 비해 높았다. 그러나 실질적으로 유니폼 디자인 결정시 착용자의 의견은 수렴하여 유니폼 디자인에 반영되도록 하지만 디자인 자체를 결정할 때는 착용자들이 샘플을 입고 품평회를 열어 유니폼 담당자 또는 중역회의에서 결정되는 것이 일반적이다. 또한 유니폼의 구입방법에 대한 조사결과 유니폼 생산업체에서 구입한다가 74.1%로 가장 높게 나타났으며, 저가 브랜드 9.4%, 기타

15.3%, 유명브랜드 1.2%로 나타났다. 유니폼의 합리적인 제작을 위해 직접 입고 활동하는 착용 당사자들의 의견을 좀더 수용하고 유니폼에 관한 업체측의 적극적인 자세와 전문적으로 연구하는 전문인이 활성화되어야 할 것으로 생각된다(김선미, 1991).

2) 작업 동작에 관한 조사 결과

일의 형태를 파악하기 위하여 6가지 동작에 대하여 5점 척도로 조사하였다. 동작별 결과는 다음과 같다. 앉아서 하는 일의 정도는 금융기관, 대기업, 중소기업의 경우 많다 이상이 75% 내지 95%이며, 호텔, 일반음식점, 패스트푸드점, 백화점의 경우에는 5% 내지 30% 정도로 상대적으로 매우 낮게 나타났다. 서서하는 일의 경우는 위의 경우와는 반대로 금융기관, 대기업, 중소기업의 경우 많다 이상이 10% 내지 24%이고, 호텔, 일반음식점, 패스트푸드점, 백화점의 경우는 70% 내지 96%로 매우 높게 나타나 직종에 따른 동작의 차이를 분명하게 보여주고 있다. 걷는 일의 경우는 사무직보다 서어비스직의 경우에 더 많이 나타났다. 앉았다 일어났다 하는 일은 서어비스직보다 사무직의 경우에 더 많이 나타났다. 몸을 굽히는 일은 사무직보다 서어비스직의 경우에 더 많이 나타났다. 팔을 움직이는 일은 사무직과 서어비스직 모두 많은 것으로 나타났다.

유니폼의 실용성을 높이기 위하여는 크고 작은 신체 동작을 수반하는 작업의 종류와 신체의 활동범위를 조사하여 디자인하여야 한다. 근무활동 중 취하는 자세에 대한 조사 결과 사무직 종류인 금융기관, 대기업, 중소기업은 앉아서 하는 일, 앉았다 일어났다 하는 일, 팔을 움직이는 일이 많으며, 서어비스직 종류인 호텔, 일반음식점, 패스트푸드점, 백화점의 경우에는 서서하는 일과 걷는 일, 몸을 굽히는 일, 팔을 움직이는 일이 많은 것으로 나타났다. 사무직 종사자는 책상과 의자사이에서 근무하게 되므로 불필요한 장식성을 배제하고 특히 상반신 활동에 불편함이 없도록 활동시 움직임에 따른 운동량을 고려하여 움직임이 많은 부분은 여유분을 더해주거나 신축성있는 직물을 이용하는 것이 바람직하며 팔의 활동이 가장 많은 움직임을 갖게 되므로 소매 디자인의 기능적인 점을 고려해야 한다(이순원, 이은영, 의생활계획, 서울: 한국방송통신대학출판부, p. 235-236, 1986) 서어비스직 종사자는 서서하는 일과 걷는 일, 몸을 굽히는 일, 팔을 움직이는 일이 많으므로 하의의 디자인시에 스커트인 경우 스커트 길이와 폭 등

을 고려하며, 상의의 디자인은 허리를 굽히거나 팔을 움직일 때 블라우스가 빠져나오지 않도록 밑자락에 여유분을 주고 등폭과 앞어깨부분의 여유분과(손강숙, 1988) 길이 등을 조절하도록 고려하는 등의 디자인 연구가 필요하다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 금융기관, 대기업, 중소기업, 호텔, 일반음식점, 패스트푸드점, 백화점에 소속된 유니폼 착용자 집단, 유니폼 담당 관리자집단과 고객집단을 대상으로 하여 유니폼에 대한 설문조사를 하였다. 유니폼 구성요소의 요인분석과 각 구성요소 평가기준의 착용만족도를 조사하였으며, 집단별, 직종별로 유니폼 구성요소에 대한 중요도와 현재 유니폼의 반영상태의 평가 및 유니폼에 관련된 환경 등을 조사하였다. 연구의 결과를 요약한 결론은 다음과 같다.

첫째, 유니폼 구성요소의 척도를 요인분석한 결과, 심미성, 기능성, 상징성, 경제성의 네 가지 요인이 추출되었으며, 누적분산은 61.4%이다.

둘째, 심미성, 기능성, 상징성, 경제성 요인에 대한 만족도 평가결과 모든 항목에서 착용자집단이 관리자집단보다 만족도가 낮게 나타났으며, 직종별로는 13문항 중 6문항에서 유의한 차이를 보이고 있다.

셋째, 유니폼 구성요소의 중요도에 대한 평가결과는 유니폼 착용자집단과 유니폼 담당 관리자집단, 고객집단의 집단별, 직종별로 상징성, 심미성, 기능성, 경제성의 중요도에 대한 인식의 차이를 보이고 있지 않다. 모든 집단, 직종에서 가장 중요하다고 생각하는 요소는 기능성이며, 상징성, 심미성, 경제성의 순으로 나타났다.

넷째, 현재 착용하고 있는 유니폼의 구성요소 반영상태에 대한 평가결과는 집단별로 차이를 보이고 있다. 착용자집단은 상징성, 기능성, 경제성, 심미성의 순으로 나타나 현재 유니폼에는 심미성이 잘 반영되고 있지 않다고 보고 있다. 관리자집단은 경제성, 기능성, 상징성, 심미성의 순으로 나타나 착용자집단과 심미성에 대하여는 일치점을 보이고 있으나 착용자집단과 달리 상징성이 잘 반영되고 있지 않다고 보고 있다. 고객집단은 상징성, 기능성, 심미성, 경제성의 순으로 상징성이 가장 잘 반영되고 있다고 보고 있다.

본 연구의 결과 유니폼의 구성요소 중 기능성 요인은 중요도와 유니폼 반영도에서 모두 높게 나타나 대부분의 유니폼이 기능성요인을 고려하고 있음을 알 수 있었다. 심미성요인은 착용자집단과 관리자집단에서 반영도가 가장 낮게 나타나 심미성요인과 기능성요인을 동시에 고려한 디자인의 연구가 계속 되어야 하겠다. 또한 각 직종의 유니폼 실태조사와 만족도 조사, 근무환경, 작업동작의 조사 결과를 토대로 하여 2보에서는 유니폼 선호 디자인을 추가로 조사하여 디자인을 제시하고자 한다.

본 연구의 한계점은 조사지역이 서울에 한정되어 있으며, 연구대상을 사무직 특성과 서어비스직 특성을 가진 7개 업종으로 국한시켜 비교분석한 점이다. 앞으로 조사지역을 넓히고, 연구대상도 공장부분까지 확대시킨 연구가 계속되어야 할 것이다. 동시에 유니폼의 고유한 특성을 고려하여 병원복이나 특수 작업복 등 한 업종을 깊이 있게 다루는 종적인 연구도 병행되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 1) M.E. Roach & J.B. Eicher, *The Visible self*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hal Inc. 1973, p. 251.
- 2) 이경희, 직업인의 유니폼 선호도에 관한 연구 - 부산 시내 은행원 유니폼을 중심으로 -, 경성대학교 대학원 의류학과 1991, p. 5.
- 3) 한진그늘사보 창공, 1988, 8, p. 66.
- 4) Joseph, N. and Alex, N. *The Uniform: A Sociological perspective*, In. L.M. Gurel and M.S. Beeson *Dimensions of Dress and Adornment 3rd*, Dubu, 1979 p. 122-128.
- 5) 피복학개론, 동경, 전백사, 1967, p. 84.
- 6) 김학연, 의복과 인간 공학, 명지대 논문 제 3집, 1970, p. 155.
- 7) 이은영, 호텔내의 한식당 종업원의 유니폼 디자인에 관한 연구, 홍익대학교, 1989, p. 12.
- 8) 이은영, 복식의장학, 교문사, 서울, 1983, p. 17.
- 9) 이은영, 전개서, p. 18.
- 10) 손홍숙, 백화점 판매여사원의 유니폼에 관한 연구 - 서울시내 백화점을 중심으로 -, 홍익대학교, 1988, p. 13.
- 11) Douglas A. Russell, *Costume History and Style*, 1981, p. 14.
- 12) Major Mark M. Boatner 3., *Military Customs & Traditions*, New York, David Mckaycom, 1956, p. 22.
- 13) 이병홍, 우리나라 호텔 종업원의 유니폼 선호도에 관한 연구 - 서울시내 호텔을 중심으로 -, 세종대학교 대학원, p. 10.
- 14) 김명자, *의상패션개론*, 형성출판사, 서울, 1986, p. 11.
- 15) 이화연 외(역), *의복: 제 2의 피부*, Marilyn, J.H. Lois M. Gurel, 서울, 까치, 1988, p. 224.
- 16) 이화연 외(역), *전개서*, p. 224.
- 17) *대한민보*, 1909년 10월 17일.
- 18) *디자인誌*, 서울 월간디자인社, 1984년 6월호, p. 20.
- 19) *기업이미지 통일화 봄, 중소기업 통보*, 1986년 2월.
- 20) *기업이미지와 C.I. 홍보, 생산성 회보*, 1985년 9월.
- 21) 이경희, 전개서, p. 14.
- 22) 김원준, *화장품 회사 유니폼 디자인에 관한 연구*, 홍익대학교, 1988, p. 26.
- 23) 신인수, *피복위생학*, 서울, 경춘사, 1984.
- 24) 高尾 중江, *服飾デザイニのアプローチ*(東京二同門書院 昭和 47), 1972, p. 13.
- 25) 신인수, 전개서, p. 129.
- 26) Horn, M.J., *The Second Skin*, Boston: Houghton Mifflin Co., 1981, p. 186.
- 27) 김순심 외, *복식사회 심리학*, 서울, 경춘사, 1990, p. 365.
- 28) 김금주, "우리나라 유니폼 패턴 디자인에 관한 연구, 석사학위 논문, 이화여자대학교 대학원, 1987, p. 13.
- 29) 신인수, 전개서, p. 135.
- 30) 정옥임, *인체와 피복*, 서울, 수학사, 1986, p. 16.
- 31) 이병홍, 우리나라 호텔 종업원의 유니폼 선호도에 관한 연구, 석사학위 논문, 세종대학교 대학원, 1986, p. 11.
- 32) 조정완, 우리나라 호텔 종업원의 유니폼에 관한 연구, 1981, 이화여대 석사논문, p. 12.
- 33) *내외경제신문*, 1991년 5월 31일주.
- 34) Form, W.H. & Stone, G.P. "Urbanism, anonymity, and status symbolism", *Amer. J. of Soc.*, 62, pp. 504-516, 1957을 인용한 Ryan, p. 65.
- 35) M.S. Ryan, *Clothing: A study in Human Behavior*, New York: Holt Rinehart and Winston, Inc., 1966.
- 36) J.C. Coleman, *The Adolescent Society*, New York: The Free Press, 1961을 인용한 사무직 여성 유니폼의 착용만족도에 관한 조사연구, 김기란, 동국대학교 교육대학원 석사학위논문, p. 4., 1989.
- 37) 강혜원, *대학생의 개성과 유행을 중심으로 한 의복행위와 성격 특성과의 관계*, 연세논총, 제11집, p. 367, 1974.