〔報 文〕

Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles
Vol. 22, No. 3 (1998) p. 374~383

의복품질의 개념정의와 차원분류

오 현 정*·이 은 영

*광주대학교 의상학과·서울대학교 의류학과

Concept Definition and Multi-Dimensional Classification of Apparel Quality

Hyun-Jeong Oh* · Eun-Young Rhee

*Dept. of Clothing, Kwang Ju University
Dept. of Clothing and Textiles, Seoul National University

(1998. 1. 16 접수)

Abstract

Apparel Quality was one of the most important elements to evaluate the reputations of companies and products which affect the consumer's purchasing behavior. From researches on apparel quality, there was no common concept of quality as well as no common dimensions. The purposes of this study were to identify apparel quality concept and to classify the multi-dimensional concept of apparel quality.

The research was carried out in theoretical as well as empirical studies. The theoretical study was conducted to find out apparel quality concept and divide apparel quality concept into four dimensions groups. The empirical study followed the theoretical study to confirm the multi-dimensional concept of apparel quality. The empirical study was investigated that the questionnaire was administered to 634 housewives in Seoul, Kwangju, and Busan during the fall of 1996. The data were analyzed by LISREL analysis.

This study identified that apparel quality was characteristics of consumer's desires for apparel. The results of the theoretical study verified that apparel quality concept was organized into four different dimensions: physical attribute, physical function, instrumental performance, and expressive performance.

Key words: apparel quality, quality concept, physical attribute, physical function, instrumental performance, expressive performance; 의복품질, 품질개념, 물리적속성, 물리적기능, 도구적성과, 표현적성과

Ⅰ. 서 론

의복품질은 소비자가 패션 상품을 지각하고 의복을 구매할 때 뿐 아니라 의복 사용후 행동에서 가장 중요한 요소 중 하나이다(Summers, 1992). 자사의 제품이나 상표, 점포에 충성하는 고객을 확보하려는 기업은 소비자가 의복품질을 어떻게 지각하고 평가하는 지에 대한 정보가 필요할 것이다. 이런 기업의 필요 때문에 그 동안의 품질은 생산자 관점에서 연구되었으나 의복

을 구매하고 사용하는 주체가 소비자이므로 의복품질은 소비자 관점에서 연구되어야 할 것이다.

최근 Rogers와 Lutz(1990), Forsythe(1991) 등은 의복 구매시 소비자에게 영향을 미치는 구체적인 품질 단서를 제시하였고, Fiore와 Damhorst(1992), Abraham과Littrell(1995) 등은 의복 구매시 소비자가 평가하는 의복품질 단서들을 유목화하는 등의 연구가 진행되었다. 이들 연구에서 의복품질은 소비자가 지각하고 평가하는 단서들을 사용했다는 점에서 소비자 관점의 개념이라고 할 수 있으나 의복품질의 연구 관점이나 개념 정의도 제시하지 않았고, 각 연구 결과의 차이를 비교하거나 설명하지 못했다. 그러므로 선행연구 결과를 체계적으로 설명하거나 각각의 연구 결과를 종합하여 축적하려면 우선 의복특성이 반영된 품질 개념이 정의되어야 하겠다. 다음은 의복품질 개념의 차원을 구분하여 의복품질 결정단서의 차이가 밝혀져야 할 것이다.

이에 본 연구에서는 의복품질의 개념을 정의하고, 의복품질의 개념차원을 분류하는 것을 목적으로 한다. 이론 연구에서 품질에 대한 전반적인 개념을 고찰하여 의복품질의 개념을 정의하고, 의복품질 개념의 관점과 의미 수준에 따른 의복품질의 개념 차원을 제시한 후 실증 연구에서는 주부를 대상으로 설문 조사하여 이론 연구에서 제시된 의복품질의 개념 차원을 확인할 것이다. 이처럼 의복품질 개념이 소비자 관점에서 정의된다면 소비자 지향적인 마케팅 전략에 기여하는 것이고, 의복품질의 개념차원이 밝혀짐으로써 의복품질에 대한 소비자의 욕구를 구체적이고 체계적으로 파악할 수 있으므로 소비자의 요구에 맞는 제품의 생산과 판매를 기획하도록 기여할 것이다.

II. 이론적 연구

1. 의복품질의 개념정의

의복품질의 개념을 정의하기 위하여 품질의 일반적인 의미를 살펴본 후, 의복품질의 의미를 추론하고자 한다.

1) 품질의 일반적인 의미

소비자가 일상에서 사용하는 품질 개념의 이해는 단어의 의미와 품질을 보는 이의 관점에 따라 다르다. 품질(quality)는 제품의 특성, 특질, 속성(characteristic, property, attribute)이며, 다른 제품과 구별되는 성질이나 본질이라고 설명된다. 품질의 의미를 '품(品)'과 '질(質)'의 어의에서 추론했을 때, 어떤 제품의 본질적인 특성이나 속성인 물품의 성질이란 의미와 제품이 갖는 유용성이나 가치를 평가자가 판단하고 등급을 매긴다는 의미가 포함된다(신기철 신용철, 1990). 소비자가 사용하는 품질의 의미는 사용자에 따라 다르게 이해되고, Garvin(1988)은 품질을 보는 이의 관점에 따라 다섯가지 개념으로 정의한 바 있다. 일반적으로 품질개념은 생산자 관점과 소비자 관점으로 이원화되고, 생산자 관점의 개념은 Garvin(1988)의 품질 개념 중에서 제품관점과 제조관점의 품질과 일치하며, 소비자 관점의 품질 개념은 사용자관점과 가치기준의 관점에서 본 품질이 포함된다.

품질은 제조 분야에서 불량품을 검색하기 위해 표준화된 기준으로 출발했지만 오늘날 품질 개념은 제품의 구매, 기획, 마케팅 연구에서도 중요한 역할을 담당하게 되어 그 사용이 확대되었다. 전통적으로 품질은 오래쓰고, 질기고, 최우수, 최고급, 특급 등으로 표현되어 왔다(이순룡, 1995). 이 때의 품질은 생산자 관점에서 본 의미로서 생산자가 통제하고 관리할 수 있도록 객관적인 평가 요인들로 구성될 것이다. 이는 품질이 어떤 물질을 구성하고 있는 기본적 내용, 속성, 종류, 정도 등을 의미한다는 제시와도 일치하며(이순룡, 1996), 품질을 상대적으로 '우월함(superiority) 또는 뛰어남(exellence)'으로 정의했던 Zeithaml(1988)의 주장과도 같다. 최근 새로운 소비지향 경제에 들어서면서 품질은 "고객의 요구를 충족시키는 것"이 중심이 된 소비자 관점으로 변화되었다. 세계적으로 통용되는 국제표준화기구(ISO : International Standard Organization, 1993)에서 품질을 "제품이나 서비스가 지니고 있는 명시적 또는 묵시적 요구를 만족시키는 능력을 갖고 있는 특징 및 특성의 전체"라고 정의했다(Kotler, 1994). 한국산업규격(1986)의 품질관리 용어에서도 품질이란 "물품이나 서비스가 사용목적을 만족시키고 있는지의 여부를 결정하기 위한 평가 대상이 되는 고유의 성질이나 성능의 전체"라고 규정했다(이순룡, 1995 ; 25).

이처럼 소비자 관점에서 본 품질은 고객의 요구를 만족시키기 위해 사용되는 제품 고유의 성질이나 성능의 전체이다. 소비자가 기대하는 제품의 특성은 제품 속성뿐 아니라 제품 사용에서 얻게 되는 유용함이나 가치가

포함되므로 생산자 관점의 객관적인 평가와 함께 소비자의 주관적 평가로 얻게 될 것이다. 소비자 관점에서 본 품질의 의미는 생산자 관점의 기준인 제품 속성을 중심으로 하고, 그것이 소비자에게 줄 수 있는 구체적이거나 추상적인 모든 특성들을 포함하므로 소비자가 제품을 통해서 얻고 싶은 혜택을 평가할 수 있는 제품 특성 모두라고 할 수 있다.

2) 의복품질의 의미

대부분의 소비자들이 의복품질에서 연상하는 내용은 다른 제품에 비해 질기고, 오래쓰고, 우수하다는 의미로서 주로 옷감이나 봉재,부속품같은 물리적속성이나 염색, 형태변화, 파손, 기능불량 등의 물리적기능 등 구체적인 성능이 중심이다. 이는 생산자 관점에서 본 품질 개념으로서 그 동안의 의복품질 연구에서도 그 견해가 유사하였다(전경란, 1981 ; 박찬애, 1989 ; 최해운, 1993).

의류 제품의 품질 표시는 섬유의 조성, 치수표시, 취급상의 주의, 제조업체명, 상표, 주소 및 전화번호 등 공산품 품질 관리법에서 고시한 상품별 표시 기준에 준한 내용이다. 공산품의 품질은 그 제품이 고유 기능을 수행하도록 설계된 규격이나 세부 사항과 일치하는 제품을 생산하기 위하여 통제하고 관리하는 생산자 관점의 개념이었다. 이와 같은 표시 내용은 의복이 갖는 독특한 특성을 고려하지 않은 생산자 중심의 단서라고 할 수 있다. 의복이 대량생산된 공산품의 한 종류이며, 의복 소비를 일반 소비재의 연결선으로 취급할 때 의복품질도 생산자 중심의 개념으로 이해될 수 있다. 그러나 의복은 인체에 입혀져서 늘 인체와 함께 보여지며, 대표적인 패션 소비재이기 때문에 일반 소비재와는 다른 특성을 갖는다(이은영, 1997). 일반 제품들이 소비자의 필요를 충족시키기 위해 소비된다면 의복은 제품의 수명주기도 짧고, 정신적 만족이나 혁신성, 상징성 등의 독특한 특성이 반영되어지므로 소비자는 필요 충족보다는 욕구[1] 충족을 더 많이 지향할 것이다. 소비자 관점에서 본 의복품질은 소비자 기대에 부응하는 정도나 의복 용도의 적합성이 포함된 개념이므로 의복품질은 소비자가 의복의 구매와 사용에서 기대하는 바램이나 욕구, 필요를 충족시킬 수 있는 의복특성일 것이다. 소비자 관점에 의복특성을 반영한 본 연구에서 의복품질은 의복이 갖는 모든 기능에 대해 소비자가 기대하는 특성이라고 정의할 수 있겠다.

소비자가 기대하는 의복 고유의 기능은 작업 환경이나 자연 환경으로부터의 보호를 위한 물리적 기능과 자아, 소속 집단이나 신분, 유행 등을 표현하기 위한 사회심리적 기능으로 나눌 수 있다(이은영, 1990). 의복품질은 의복이 고유 기능을 수행하도록 만드는 모든 의복 특성들로 구체화될 것이고, 의복이 소비자의 사용목적을 만족시키는지는 의복 고유의 성질이나 성능에 대한 평가로 결정될 것이다. 따라서 소비자가 의복에서 바라는 성질이나 성능은 의복을 구성하는 물리적인 요소뿐 아니라 의복 사용 결과에서 얻는 보다 추상적인 사회심리적 요소가 포함될 것이다.

2. 의복품질의 차원분류

의복품질의 개념 차원을 관점에 따라 분류하고, 의복 특성의 의미 수준별로 분류하여 의복품질의 다차원적인 특성을 체계화하였다.

1) 관점별 분류

의복품질의 개념 차원을 분류하기 위해 선행 연구에서 사용된 의복품질 단서가 암시하는 관점을 유추하였으며, 분류결과 의복품질은 크게 '물리적 품질'과 '성과적 품질'로 구분되었다.

'물리적 품질'의 관점에서 사용되는 품질 단서는 의복을 구성하는 구체적인 특성이나 기능의 평가와 관련된다. Lee와 Burns(1993)는 재질, 섬유의 성분, 부속품, 봉재, 관리방법 등을 의복품질로 사용한 바 있으며, 지혜경과 이은영(1995)은 제품의 성분 및 세탁법 표시, 옷감의 질, 치수, 품질보증, 소재 등으로 구성된 요인의 이름을 품질이라고 명한 바 있다. 최해운(1993)은 색상변화, 형태변화, 파손, 표면변화, 촉감변화, 부속품불량, 기능불 량 등이 의복품질과 관련된 요인으로 제시하였다.

'성과적 품질'의 관점에서 사용되는 품질 단서는 의복 사용 결과에 대한 소비자의 평가와 관련된다. 박은주(1991)는 좋은 품질의 의류선택 시 제품관리, 내구성, 편안함 같은 성과적인 면이 높게 반영된다고 설명했으며, 진병호와 강혜원(1992)은 의복품질이 스타일과 함께 상표충성을 유도하는 가장 중요한 제품 속성이라고

1) 욕구란 어떤 사람이 추구하는 바람직한 상태와 실제 상태와의 차이라고 할 수 있다. 바람직한 상태와 실제 상태와의 차이 정도에 따라 욕구의 강도가 결정된다(임종원 외, 1994, p. 55).

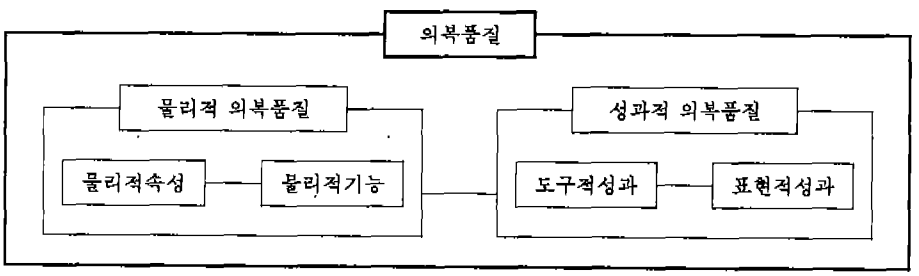
했고, 김현숙과 이은영(1992)은 품질과 품질확인이 패션점포를 구분하려는 소비자에게 가장 중요한 이미지라고 하였다. Lennon과 Fairhurst(1995)가 제시한 의복품질의 구체적인 내용은 심미성(aesthetic), 기능성(performance), 유용성(usefulness)같은 '성과적 품질'과 가격, 라벨, 상표명, 구매처 등의 '물리적 품질'이 포함된다. Abraham과Littrell(1995a)은 의복 구매시 소비자가 기대하는 의복품질의 차원으로 직물 특징이나 의복구성 같은 '물리적 품질' 요인과 관리, 신체에 입혀져서 평가되는 외모, 개인적인 표현성 같은 '성과적 품질' 요인을 제시하였다. Fiore와 Damhorst(1992)는 섬유조성, 재질, 관리성, 옷감 등을 포함한 '물리적품질'과 스타일, 유행성, 기존 옷과의 조화, 표현성, 독특하거나 새로움같은 '성과적 품질'로 의복품질을 설명하였다.

소비자 관점에서 의복품질이란 소비자가 의복을 구매하거나 사용할 때 요구하는 의복고유의 성질이나 성능이므로, 의복품질은 의복 재료나 구성, 관리방법 등으로 평가되는 물리적 의복품질과 의복을 사용한 결과에서 얻게 되는 혜택 등으로 평가되는 성과적인 의복품질로 구성될 것이다. 본 연구에서 품질은 의복의 물리적 속성이나 기능과 사회심리적이고 표현적인 기능이 포함된다. 이는 심미성에 초점을 둔 의복품질의 연구가 필요하다고 주장했던 Fiore와 Damhorst(1992), Hines와 O'Neal(1995)의 주장과 유사한 입장이라 하겠다.

2) 의미 수준별 분류

의복을 구매하거나 사용하면서 소비자가 기대하는 의복특성은 옷감이나 단추, 부속품등의 구체적인 단서들부터 나에게 어울리는지 혹은 유행감각에 맞는지 등의 추상적인 단서들까지 다양하다. 소비자가 요구하는 다양한 의복특성이 의복품질이며, 본 연구는 의복품질 개념을 '물리적 의복품질'과 '성과적 의복품질'로 분류하였다. '물리적 의복품질'은 구체적인 의복 속성이나 기능으로 구성되므로 보다 객관적인 측정이나 평가가 가능하며, 이런 면에서 생산자 관점의 품질 개념과 유사하다. 물리적 의복품질 개념의 의미 수준은 구체적, 객관적, 도구적인 특성을 갖는다. '성과적 의복품질'은 소비자가 의복을 사용한 결과에서 얻게 되는 혜택(benefit)을 중심으로 구성되므로 물리적 의복품질에 비해 측정이나 평가가 주관적인 특성을 갖으며, 이런 면에서 소비자 관점의 품질 개념만이 갖는 특징이라 하겠다.

소비자가 지각해서 형성되는 의복품질은 소비자의 인지 구조 내에서 연속선 상에 있는 개념이므로 의복품질 결정단서는 독립적인 개별성보다는 상호 관련된 연계성으로 나열될 것이다. 소비자가 기대하는 의복 특성들의 의미 수준을 '구체적-추상적', '객관적-주관적', '도구적-결과적'인 기준으로 나열했을 때, 물리적 의복품질 개념은 가장 구체적이고 객관적인 수준의 '물리적속성'과 이것을 도구로 파생되는 '물리적기능'으로 세분되었다. 또한 성과적 의복품질은 물리적 의복품질을 도구로 얻게되고, 상대적으로 구체적이고 객관적인 수준의 혜택인 '도구적성과'와 가장 추상적이고 주관적인 수준의 '표현적성과'로 세분되었다. 이처럼 의복품질은 개념의 관점 수준에 따라 물리적 의복품질과 성과적 의복품질이라는 두 개의 하위 개념으로 분류되었고, 각하위 개념은 다시 소비자가 기대하는 의복 특성들의 의미 수준에 따라 물리적속성, 물리적기능, 도구적성과, 표현적성과의 네가지 차원으로 세분되었다. 이처럼 의복품질 개념이 보다 하위 수준의 개념들로 구성되었음을 보여주는 동시에 각 수준의 차원간 관계가 연속선 상의 개념이고 의미 수준 면에서 상호 관련된 연계성을 표현하기 위해 [그림 1]처럼 제시하였다.



[그림 1] 의복품질의 개념 차원

3) 의복품질 개념 차원별 결정 단서

의복품질은 소비자의 인지 구조 내에서 형성된 연속적인 개념이므로 소비자가 요구하는 의복 특성들은 그 의미 수준에 따라 차원을 구분할 수 있는 다차원적인 구조를 가질 것이다. 소비자가 요구하는 의복품질 결정 단서를 제시했던 선행 연구와 본 연구의 의복품질 개념 차원을 비교하면 <표 1>과 같다.

'물리적속성'은 제품이나 상품으로서 의복이 갖는 가장 구체적이고 본질적인 특성으로 구성되며, 연구자마다 직물이나 의복구성과 관련되는 구체적인 내용으로 제시하였다. '물리적기능'은 직물이나 의복 구성같이 물리적 속성들로부터 직접적으로 추론되고, 그로 인해 의복 사용을 통해서 얻고 싶은 성과들에 직접 혹은 간접적으로 영향을 미치는 중간적 연결수준이다. '도구적성과'는 의복을 사용한 결과로 소비자가 얻는 구체적인 이점으로써 의복의 물리적기능과 직접적으로 연결되는 관리성, 유용성, 실용성, 경제성 등이 포함된다. '표현적성과'는 개인적인 표현을 위해서 혹은 타인에게 보여져서 평가되도록 의복을 사용한 결과에서 소비자가 얻는 추상적인 혜택이다. 개인적 표현성, 심미성, 신체에 입혀져서 평가되는 외모, 유행성 등이 포함된다.

이처럼 본 연구가 의복품질을 네 가지 차원으로 세분한 것은 기존의 연구결과 중 Lennon과 Fairhurst (1995)와 가장 유사하며, 나머지 연구 결과와 같은 맥락으로 볼 수 있다. 본 연구의 의복품질 개념 차원을 측정하는 단서들은 <표 2>에 제시되었다.

<표 1> 의복품질의 개념차원과 선행 연구 차원비교

선행연구 \ 개념차원	물리적 속성	물리적 기능	도구적 성과	표현적 성과
Fiore와 Damhorst (1992)	직물과 의복구성 관련			새로움, 표현성
Lennon과 Fairhurst (1995)	외재적 특성	기능성	유용성	심미성
Hines와 O'Neal (1995)	속 성	추 론	결 과	
Abraham과 Littrell (1995b)	직물특징이나 의복구성		관 리	개인적표현성, 외모

<표 2> 의복품질의 개념차원과 측정단서

개념차원 / 측정단서	물리적 의복품질		성과적 의복품질	
	물리적속성	물리적기능	도구적성과	표현적성과
의복품질 측정단서	디자인 선 색채와 무늬 섬유혼용률 옷감의 조직 재단 및 재봉 부속품 치수 가격 상표 구매처 등	신축성 내구성 내세탁성 방오성 보온성 위생성 내필링성 내추성 재질감 등	관리성 실용성 경제성 등	심미성 유행성 사회심리성 상징성 등

Ⅲ. 실증적 연구방법 및 절차

1. 측정도구

의복품질은 의복 구매시 소비자가 기대하는 의복 특성으로서 물리적속성과 물리적기능, 도구적성과와 표현적성과 차원으로 분류되었다. 각 차원의 측정 변수는 선행 연구에서 추출된 물리적속성 8문항, 물리적기능 8문항, 도구적성과 11문항, 표현적 성과 12문항과 연구자가 개발한 표현적 성과를 측정하는 4문항이 추가되어 의복품질 개념은 총 43문항으로 구성되었다. 의복 구매시 측정 문항에 대한 기대가 얼마나 중요했는지를 '전혀 중요하지 않다'부터 '아주 중요하다'까지 5점 평정 척도법으로 측정하였다.

척도의 타당도는 의류학 분야의 전문가에게 표면 타당성(face validity)을 확인하여 내용 타당도를 검증받았다. 척도의 신뢰도는 크론바하의 알파분석 방법을 사용하여 측정항목의 내적 일관성을 검토한 결과 각 차원별로 알파계수가 0.7 이상으로 만족할만 하였다.

2. 자료수집과 분석

이론적 연구결과를 검증하기 위해 설문지를 사용한 실증 연구를 실시하였다. 조사는 1996년 11월말과 12월초에 시행되었고, 서울과 광주, 부산에 거주하는 주부를 대상으로 편의 표집하였다. 질문지는 서울 446부, 광주 220부, 부산 140부를 배포하여 전체 806부 중에서 732부가 회수되었으나 응답내용이 잘못된 질문지를 제외하고 총 634부가 분석에 사용되었다.

이론적 연구에서 제시되었던 의복품질 개념차원의 분

류를 실증적인 검증으로 확인하기 위하여 SPSSPC+를 사용한 탐색적 요인분석과 공변량 구조분석(LISREL)을 사용한 확인적 요인분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

소비자가 지각하는 의복품질의 차원 검증을 위한 요인분석 결과는 다음과 같다.

1. 의복품질 차원의 탐색적 요인분석

의복품질 개념의 측정 문항을 모두 요인 분석한 결과, 표현적품질 차원의 측정 문항 중 요인간 변별력을 감소시키는 3문항을 제외시킨 후 40문항을 주성분 분석 방법과 Varimax 회전을 사용하여 9개 요인으로 추출되었다. 각 요인별 문항은 요인 적재값 0.40 이상인 것만을 선정하여 <표 3>에 분석 결과와 문항, 요인 명칭

<표 3> 의복품질 지각차원의 탐색적 요인분석 결과

요 인	문 항	요인 적재값	고유값	누적분산
요인 1 물리적기능성	쉽게 해어지는 성질	.701	7.39	18.5%
	세탁이나 사용 후 의복형태 변화	.676		
	얼룩이나 때가 쉽게타는 성질	.685		
	적절히 신장되고 회복되는 성질	.658		
	보푸라기가 생기는 정도	.640		
	재질감(촉감이나 손맛)	.555		
	땀흡수와 위생성	.571		
	의복관리 비용과 시간	.541		
요인 2 상징성	상표의 명성	.850	4.78	30.4%
	권위있는 점포에서 구입함	.808		
	고급상표	.783		
	상표	.578		
요인 3 관리성	얼룩이나 때가 잘 빠지는 특성	.722	2.29	36.1%
	세탁방법	.664		
	무난하고 평범한 의복	.603		
	손질이 간편함	.578		
요인 4 물리적속성	옷감의 조직	.738	1.96	41.0%
	재단 및 재봉	.714		
	섬유종류나 혼용율	.707		
	부속품	.542		
	치수	.434		
요인 5 유행성	새로 유행하는 의복	.727	1.61	45.0%
	친구나 남편의 권유	.719		
	최신 유행 감각	.663		
	사회적 지위와 신분	.448		
	타인의 반응	.439		
요인 6 심미성	기존 옷과의 어울림	.745	1.49	48.8%
	다양한 연출 가능성	.619		
	나만의 이미지	.604		
	나의 체형에 어울림	.541		
요인 7 경제성	가격 할인 정도	.681	1.22	51.8%
	적당한 가격	.677		
	값싸고 오래입음	.667		
	가격	.639		
요인 8 실용성	활동하기 편한 스타일	.651	1.17	54.7%
	입고 벗기 편함	.632		
	착용 용도의 다양성	.562		
	옷의 맞음새	.530		
요인 9 심리적편안감	이 옷을 입을 상황에 적합함	.706	1.11	57.7%
	입어서 마음이 편안함	.487		

<표 4> 물리적 의복품질의 확인적 요인분석 결과

이론변수	측정변수	요인값	T	적합도지수
물리적속성	재단 및 재봉	.590	10.01	χ^2=93.24 df=53 (p=.001) GFI=0.952 AGFI=0.929 RMR=0.042
	섬유종류나 혼용율	.627	10.74	
	옷감의 조직	.713	12.49	
	치수	.490	8.09	
	부속품	.552	9.27	
물리적기능	보푸라기가 생기는 정도	.626	11.35	
	적절히 신장되고 회복되는 성질	.603	10.85	
	쉽게 해어지는 성질	.674	12.48	
	세탁이나 사용 후 의복형태 변화	.680	12.62	
	얼룩이나 때가 쉽게타는 성질	.700	13.10	
	땀흡수와 위생성	.612	11.04	
	재질감(촉감이나 손맛)	.511	8.90	

을 제시하였다.

이론적 연구에서 물리적 의복품질 개념으로 제시되었던 요인은 물리적 기능성(요인 1), 물리적속성(요인 4)이었으며, 성과적 의복품질 개념으로 제시되었던 요인은 상징성(요인 2), 관리성(요인 3), 유행성(요인 5), 심미성(요인 6), 경제성(요인 7), 실용성(요인 8), 심리적편안감(요인 9)이었다. 이와같은 분석 결과에서 의복품질 개념이 다양한 차원으로 구성되었음이 입증되었으나 각 요인의 의미 수준 별 차이를 이해하고 각 차원별 하위 개념 간의 관계를 파악하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다.

2. 의복품질 차원의 확인적 요인분석

1) 물리적 의복품질의 개념 차원

물리적속성과 물리적기능 차원을 측정하는 변수 중에서 적합도 지수를 낮추는 변수를 제외하고 각 차원을 측정하기에 적절한 변수의 요인 값과 T값이 <표 4>에 제시되었다.

물리적 의복품질 개념의 확인적 요인분석 결과에 대한 적합도 지수는 기초 적합도(GFI : Goodness of Fit Index)와 조정 적합도(AGFI : Adjusted Goodness of Fit Index)의 일반적인 판별 기준인 GFI의 0.95와 AGFI의 0.90을 넘는 0.952와 0.929로 측정 변수들 간의 상관은 인정할만 하다. 또한 원소간 차이 평균(RMR : Root Mean square Residual)은 일반적으로 0.05 이하이면 실제 자료 행렬과 재생된 행렬간의 원소들의 차이가 적어서 양호한 것으로 간주하는데 RMR이 0.042로서 만족할만 하다.

2) 성과적 의복품질의 개념 차원

성과적 의복품질이 여러 가지 요인으로 구성되었음은 탐색적 요인분석 결과에서 제시되었으며, 이론적 연구에서 제시된 도구적성과와 표현적성과라는 하위 개념으로 구성됨을 입증하기 위하여 확인적 요인분석을 사용하였다. 성과적 의복품질의 하위 개념 수준은 물리적 의복품질에 비해 복잡한 구조를 갖고 있으므로 간명한 구조에서 효과를 볼 수 있는 확인적 요인분석을 실시하기 위하여 도구적성과와 표현적성과 차원을 분리해서 확인하였다.

이론적 연구에서 관리성, 경제성, 실용성은 도구적성과 차원의 하위 개념으로 제시되었고, 만족할만한 분석 결과를 얻기 위해 각 하위 개념을 측정하는 변수들의 최종 선택결과는 <표 5>와 같다. 또한 상징성, 유행성, 심미성, 심리적 편안감(사회심리성)은 표현적성과

<표 5> 도구적성과 차원의 확인적 요인분석 결과

이론변수	측정변수	요인값	T	적합도지수
관리성	손질이 간편함	.765	14.86	χ^2=63.65 df=41 (p=.013) GFI=0.963 AGFI=0.941 RMR=0.038
	세탁방법	.775	15.11	
	세척성	.761	14.76	
	의복관리 비용과 시간	.616	11.22	
경제성	적당한 가격	.645	10.81	
	값싸고 오래입음	.739	12.48	
	가격할인 정도	.588	9.74	
	가격	.429	6.88	
실용성	활동하기 편한 스타일	.763	13.45	
	입고 벗기 편함	.882	15.55	
	옷의 맞음새	.254	4.19	

<표 6> 표현적 의복품질 차원의 확인적 요인분석 결과

이론변수	측정변수	요인값	T	적합도지수
상징성	상표의 명성	.851	25.09	χ^2=107.90 df=48 (p=.001) GFI=0.973 AGFI=0.956 RMR=0.039
	권위있는 점포	.779	22.13	
	고급상표	.796	22.77	
	상표	.662	17.76	
유행성	새로 유행하는 의복	.856	20.47	
	최신 유행 감각	.703	16.98	
	친구나 남편의 권유	.409	9.62	
심미성	다양한 연출 가능성	.527	11.82	
	나의 체형에 어울림	.711	15.88	
	기존 옷과의 어울림	.640	14.41	
심리적 편안감	입을 상황에 적합함	.726	12.99	
	입어서 마음이 편안함	.573	11.38	

<표 7> 도구적성과 측정개념 간 상관

	관리성	경제성	실용성
관리성	1.000		
경제성	.549**	1.000	
실용성	.611**	.377**	1.000

**p<0.01

<표 8> 표현적성과 측정개념 간 상관관계

	상징성	유행성	심미성	심리적 편안감
상징성	1.000			
유행성	.554**	1.000		
심미성	.185*	.229**	1.000	
심리적편안감	.104	.084	.641**	1.000

*p<0.05 **p<0.01

차원의 하위 개념으로 제시되었고, 분석 결과는 <표 6>에 제시되었다. 이론적 연구설계에 대한 적합도는 모두 기준을 상회하는 만족할 수준이었다.

각 차원의 측정 개념 간 상관 관계는 파이(Φ)값이며, <표 7, 8>에 제시되었다. 소비자가 의복에서 기대하는 관리성과 경제성, 실용성의 상관은 모두 통계적으로 유의하였다. 또한 상징성과 유행성, 심미성의 상관도 유의하므로 세 변수는 표현적성과 차원의 측정 개념으로 인정되었다. 그러나 심리적 편안감의 상관은 유의하지 않으므로 표현적성과 차원에 적합한 개념이 아닌 것을 확인하였다. 이로써 도구적성과 차원과 표현적성과 차원은 각각 상관이 유의한 세 가지 개념으로 구성되며, 각각의 개념을 측정하는 변수들이 확인되었다.

이상의 요인분석 결과에서 의복품질은 개념이 서로 다른 여러가지 차원으로 구성되었으며, 이론적 연구에서 제시되었던 물리적속성, 물리적기능, 도구적성과, 표현적성과 차원으로 분류되는 것이 타당함을 인정받았다. 그러나 의복품질 각 차원의 측정단서는 이론적 연구의 제시와 차이가 있음을 발견하였다.

물리적속성 차원의 측정 단서는 일반적으로 내재적단서(디자인선, 색, 재질, 재료, 구성등)와 외재적단서(가격, 상표, 구매처 등)를 포함시킨다. 그러나 본 연구의 요인분석 결과에서 '가격'은 경제성 개념과 '상표'는 상징성 개념을 설명하기에 더욱 적절한 단서로 나타났다. 또한 디자인 요소 중에서 선(line)을 측정하기 위한 '의복스타일' 문항은 의복을 구성하는 구체적 속성으로 평가되지 못하고, 요인간의 변별력만 감소시키는 결과를 야기했다.

표현적성과 차원에서 심미성 문항을 제외한 유행성, 상징성, 사회심리성 개념들의 측정문항은 연구 설계와 다소 차이나게 분류되었다. 이는 유행성, 상징성, 그리고 사회심리성은 자기 밖에 존재하는 추상적 개념이라는 공통점을 가지므로 자신과 밀접한 관계에서 평가되는 심미성처럼 뚜렷하게 묶이지 못한 듯하다. 또한 사회심리성은 사회적, 심리적 특성을 모두 갖고 있으므로 변별이 어려운 개념이었다고 판단된다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 의복특성이 반영된 품질의 개념을 정의하고 의복품질의 개념 차원을 분류함을 목적으로 하였다. 이론적 연구에서 의복품질의 개념을 정의하고, 의복품질 개념 차원을 분류하였다. 의복품질 차원 별로 제시된 단서를 측정도구로 사용하여, 주부를 대상으로 설문조사한 결과 이론적 연구의 결과가 실증적으로 검증되었다.

소비자 관점에서 의복 특성이 반영된 의복품질은 의복이 갖는 모든 기능에 대해 소비자가 기대하는 특성이라고 정의되었다. 소비자가 의복의 구매와 사용에서 기대하는 품질은 의복을 구성하는 보다 구체적인 물리적 의복품질과 의복 구매와 사용 결과에서 얻는 보다 추상

적인 혜택 수준의 성과적 의복품질로 구성됨이 확인되었다. 이처럼 소비자가 지각하고 평가하는 의복품질은 물리적기능 뿐 아니라 사회심리적 기능이 포함된 개념이었다. 소비자 중심으로 제품을 생산하는 기업이라면 품질 개념을 객관적, 구체적인 물리적 특성으로 제한된 개념으로 사용해서는 안될 것이다.

의복품질은 실증적 연구 결과에서 네 가지 개념 차원으로 분류되고 검증됨으로써 의복품질 개념의 다차원적 구조가 입증되었다. 물리적속성, 물리적기능, 도구적성과, 표현적성과 차원으로 의미 수준별 차이가 인정된 것이므로 물리적속성은 가장 구체적이고 객관적인 특성을 가지며, 표현적성과는 가장 추상적이고 주관적인 특성을 갖는 차원일 것이다.

의복품질 각 차원을 검증하기 위해 제시된 측정 변수는 이론적 연구 제시와 다소 차이가 발생했다. 의복 디자인의 물리적 특성을 규정하기 위한 기준으로 선, 색채와 무늬, 재료 및 재질, 구성이 제시되었고, 이 중 선을 평가하기 위한 의복스타일과 색채, 무늬는 변별력이 낮았다. 결국 물리적속성 차원의 구성 요소는 섬유종류나 혼용율, 옷감의 조직 같은 의복재료나 재질에 대한 요소와 재단 및 재봉, 부속품, 치수 같은 의복구성과 관련된 요소로 집약되었다. 따라서 물리적속성 중 주관적 특성이 강한 선이나 색에 대한 측정 문항 개발이 필요하다 하겠다. 물리적속성 차원의 측정 단서 중에서 가격과 상표는 품질 전체를 대표할 만큼 가장 추상적인 면부터 물리적 특성처럼 구체적인 측면까지 넓은 의미로 사용되므로 의복 재료나 재질, 의복 구성같은 구체적 단서들과 수준이 다르게 나타났다. 이는 가격이 싼 값, 합리적인 가격, 절약정신 등 혜택 수준의 경제성 개념이나 경제적 가치로 사용되며, 상표도 상표의 명성이나 이미지가 주는 혜택과 관련하여 보다 추상적, 표현적 의미로 사용되는 경향이 있음을 암시하는 결과이다. 이런면에서 이건희(1993)는 가격과 상표를 품질 대리 지표 혹은 품질 지각 촉진 단서로 설명하였다고 판단된다. 본 연구결과에서 의복품질의 물리적속성 차원에 포함되는 단서는 디자인 요소 중 재질이나 재료, 의복 구성과 관련된 단서들이었다.

이와 같이 소비자가 지각하는 의복품질의 개념정의와 차원분류에 이어 보다 설명력이 큰 이론 체계를 제시하기 위해 먼저 의복품질 각 차원간의 관계가 밝혀져야 할 것이다. 각 차원간의 관계에서 의복품질 개념의 구조를 알게 될 것이고 나아가 의복품질에 대한 소비자의 지각 혹은 평가 과정을 설명할 수도 있을 것이다. 만일 의복품질의 개념 구조가 밝혀진다면 소비자에 따라 또는 의복 사용 목적에 따른 의복품질 결정단서의 차이를 설명할 수 있을 것으로 기대되므로 후속 연구가 뒤따라야 할 것이다.

참 고 문 헌

김현숙, 이은영 (1992). 접포이미지에 의한 패션점포의 유형화. 한국의류학회지, **16**(2), 155-168.

박은주 (1992). 의복구매에 관련된 상황 변수 연구. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.

박찬애(1989). 의복품질 표시 사용 실태에 관한 연구. 한양대학교 대학원, 석사학위논문.

신기철, 신용철 (1990). 새 우리말 큰사전. 삼성출판사.

이건희 (1993). 제품 품질의 지각에 미치는 영향 요인 분석 -운동화를 대상으로 한 가격, 선험적 지식, 집단 순응성, 광고와 상표명을 중심으로-. 연세대학교 대학원, 경영학 석사학위논문.

이순룡 (1995). 품질경영론. 법문사.

이은영 (1990). 복식의장학. 교문사.

이은영 (1997). 패션마케팅 : 2판. 교문사.

임종원 외 (1994). 소비자행동론. 경문사.

전경란 (1981). 우리나라 섬유제품의 품질표시에 관한 연구. 청주교육대학 논문집.

지혜경, 이은영 (1995). 의류제품의 구매 과정에 나타난 소비자 불만족 연구. 한국의류학회지, **19**(1), 153.

진병호, 강혜원 (1992). 의복품목에 따른 상표충성의 결정변인 연구. 한국의류학회지, **16**(2), 211-216.

최해운, 차옥선 (1993). 시판 의류제품에 관련된 소비자 불만에 관한 연구. 한국의류학회, **17**(4), 42-56.

한국의류시험검사소(1991). 섬유제품 품질표시편람. 제일사.

Abraham-Murali, L. & Littrell M.A.(1995a). Consumers' conceptualization of apparel attributes. *Clothing and Textile Research Journal,* **13**(2), 65-74.

Abraham-Murali, L. & Littrell M.A.(1995b). Consumers' perceptions of apparel quality over time: An exploratory study. *Clothing and Textile Research Journal,* **13**(3), 149-158.

Fiore, A.M. & Damhorst, M.L.(1992). Intrinsic cues as predictors of perceived quality of apparel. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior,* **5**, 168-178.

Forsythe, S.M.(1991). Effect of private, designer, and

national brand names on shoppers' perception of apparel quality and price. *Clothing and Textile Research Journal,* **9**(2), 1-6.

Garvin, D.A.(1988). Managing quality: The stratrgie and competitive edge. *The Free Press,* 41-46.

Hines, J.D. & O'Neal G.S.(1995). Underlying determinants of clothing quality: The consumers' perspective. *Clothing and Textile Research Journal,* **13**(4), 227-233.

Kotler, P.(1994). Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control. *Prentice Hall, Eighth Edition,* **56**.

Lee, M. & Burns, L.D.(1993). Self-consciousness and clothing purchase criteria of korea and united states college women. Clothing and Textile Research Journal, **11**(4), 32-40.

Lennon, S.J. & Fairhurst, A.E.(1995). Categorization of the quality concept. *Home Economics Research Journal,* **23**(3), 267-285.

Rogers, J.C. & Lutz, S.L.(1990). Quality indicators used by retail buyers in the purchase of women's sportswear. *Clothing and Textile Research Journal,* **9**(1), 11-17.

Summers, T.A. , Belleau, B.D., & Wozniak, P.J.(1992). Fashion and shopping perceptions, demographics, and store patronage. *Clothing and Textile Research Journal,* **11**(1), 83-91.

Zeithaml, V.A.(1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing,* **52**, 2-22.