

농촌 · 도시 주부의 의복 구매 행동 비교 분석

Analytic Comparison of Clothing Purchase Behavior between Rural and Urban Housewives

한양대학교 의류학과
박사과정 이지연
교수 박재옥

Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University
Doctorial Course : Lee, Ji-Yeon
Professor : Park, Jae-Ok

● 목 차 ●

I. 서론	IV. 결과 및 논의
II. 문헌연구	V. 결론 및 제언
III. 연구방법	참고문헌

<Abstract>

In this study, Rural and urban housewives were compared in terms of their clothing practical use and clothing buying behavior. For the analysis, a nation-wide stratified sampling was made across the rural and urban areas. As a result, 400 subjects of housewives were selected and were asked to answer the questionnaire.

Results of the analysis were as follows:

1. Both rural and urban housewives were found to have reliable knowledge about the kinds of clothes they are possessing. However, there were significant differences in the knowledge level of clothing practice methods, in clothing patterns of one's favor, and in clothing buying behavior by the type of clothing.
2. With regard to the clothing buying behavior by the type of clothing, several differences were found between rural and urban housewives. Purchase motivation for formal wear, was found to be "I don't have one" in overall, yet having a significant frequency difference between rural and urban housewives. Major evaluation criteria were "color and design" and "fits to me" for formal wear and "comfort and fitness" and "price" for casual wear, also having a significant frequency difference between rural and urban housewives.

3. Rural area housewives bought their formal wear in stores offering "low price or sale" while urban housewives looked at "quality and variety." The major source of information was "display and direct observation" and "previous experience" in both cases. The rural housewives bought clothes when they had any "event" and urban housewives bought them when they had "extra money or sale."

주제어(Key Words): 구매행동(Purchase Behavior)

I. 서론

우리나라의 경제가 고도로 성장하는 과정에서 소득과 생활 수준이 향상되었으며, 그로 인해 소비의 식구조, 가치관, 라이프스타일 및 소비지출구조에 많은 변화가 일어났다. 고도의 경제 성장과 사회의 변화는 의류 산업을 급속하게 발달시켰으며, 소득의 향상, 여성의 적극적 사회활동 및 과시적 소비성향, 유통 구조의 다양화 등으로 각 가정의 의생활 소비 형태가 다양화 되고 풍요로워졌다.

한편, 소비자들은 항상 생활하는 가운데 다양한 제품을 구매하게 된다. 소비자가 제품을 구입해야겠다는 생각을 하게 되면 주변사람, 인터넷, 신문 등의 다양한 정보를 탐색하고, 선택하고자 하는 몇가지 대안을 구체화 시킨다. 이런 대안들을 평가한후 구매를 하고, 구매한 후에는 구매한 제품을 사용하면서 평가하고, 평가의 결과로써 만족 내지는 불만족이라는 감정을 느낀다. 구매후의 만족과 불만족의 감정은 지속적 반복 구매를 유도할 수 있는 중요한 요인이다. 소비자들은 위와 같은 복잡한 의사결정 과정을 통해 특정 제품을 구매한다. 그러므로 소비자의 특성 즉 어떤 제품을 어떠한 방법으로 어디에서 구입하는지에 관해 파악하는 일은 매우 중요한 일이다.

우리가 살고 있는 사회는 사회적·경제적·문화적 기준에 의해 다양하게 분류할 수 있지만, 크게 지역적 특성에 따라 도시와 농촌으로 나눌 수 있다. 농촌 사회는 전통적 가치관을 지녔고, 도시화가 진행되고 있으며, 도시 사회는 현대적인 가치관을 지니고 있으며, 개인의 사고나 라이프스타일이 혁신적이고 적극적이다. 또한, 농촌은 도시보다 가부장적인 전통 문화와 남성중심의 사상이 지배적이어서 여성의 역할 확대나 생산노동의 기여도가 농촌 여

성의 지위나 권리 향상으로 이어지지 않고 있으며(농림수산부, 1992), 농촌의 의식주수준은 많이 향상되었으나 도시에 비하면 아직도 열악한 수준이고, 지역 사회와 가정 환경의 실제 조건보다 주관적인 만족도는 더 낮은 수준이다(김인숙, 1993).

이렇듯 도시와 농촌은 가치관, 생활환경, 구매행동 등이 다르다. 특히 의복을 구입하는데 있어서도 의복의 필요를 느끼고, 구매하며 사용하는데 있어 다양한 활동 등이 이루어진다. 한편 의복의 유행 전과 속도가 점차 빨라지고, 의류 산업이 도시에 집중되어 발달하고 있으며, 의복과 관련된 연구도 도시를 중심으로 행해지고 있다. 그러나 현대사회는 정보화 사회로 소비자들은 어느 지역에 국한된 정보가 아니라 모든 지역 모든 계층에서 함께 정보를 공유할 수 있게 되었다. 이러한 사회의 변화속에서 도시와 농촌 지역의 생활 가운데 의복 구매와 관련된 행동을 비교해 보는 것은 의미있는 일이라 여겨진다.

따라서 본 연구의 목적은 농촌과 도시지역의 의복과 관련된 전반적인 실태를 파악하고, 구매행동을 이해하며, 농촌과 도시 소비자의 특성을 파악하여 이를 바탕으로 제품기획 및 선정, 가격 책정, 광고 등의 마케팅 전략 수립에 도움을 주고자 한다.

II. 문헌연구

1. 농촌과 도시 지역의 특성

농촌 인구의 특성과 변화를 보면 마을 인구구조의 특성에서 산업화나 도시의 영향을 받지 않은 순수 농촌 마을은 거주민의 노령화가 극단적으로 진

행되어 마을 자체의 존속이 어려워지는 반면, 근교 마을은 농촌의 성격이 흐려지면서 도시화, 산업화가 진행되고 있다(김태현, 1996). 2000년대의 농촌은 여성의 농업 노동이 증대되고 사회참여의 영역도 확대되는 등 전반적인 여성의 역할이 더욱 확대될 것이다. 또한, 농외소득의 비중이 점차 확대될 전망이며, 직업별 구성도 농업인과 비농업인의 혼주화가 더욱 가속화 되고, 생활은 생산위주의 생활에서 소비생활 중심으로 변화되어 나갈 것이다. 교통통신의 발달로 인한 정보화 시대로 농업인들과 농촌 주민들의 의식수준도 높아질 것이며, 그들의 욕구도 다양하고 생활환경의 개선과 풍요롭고 여유있는 생활 즉 총체적인 삶의 질 향상에 대한 욕구가 두드러지게 나타나고 있다(오창근, 1996).

한편, 도시의 특성은 인구집중 현상으로 인한 주택, 교통, 환경, 안전 등의 문제가 많으며, 다양한 삶의 형태가 공존하고 있으며, 그에 따른 의식주 산업이 농촌에 비해 더욱 발달되어 있다.

도시가계의 소비지출에 관한 연구에서 피복비 지출은 1970년대 부터 1985년 사이에는 낮은 비율의 증가를 보였으나, 1985년에서 1990년 사이에는 그보다 높은 증가를 보여 피복 및 신발이 생활의 필수적인 물건으로 소비되었으나 점차 사치적인 성향을 띠기 시작한 것으로 분석되었다(김영숙, 1989).

농촌과 도시사이의 패션의 인식에 대하여 연구한 Bullock(1970)에 의하면 농촌 사회에서는 의복의 변화속도가 느리다고 하였으며, 이유는 주민의 이동이 적고 비교적 동질적 집단구조를 가짐으로써 상호의 경향을 잘 알고 있으며 외모로서 사람을 평가하는 정도가 적은 농촌 사회의 특성이라고 지적하였다. 도시·농촌 여성 모두 급격히 변하는 현대 생활에 적응하기 위해 패션을 따르는 것은 당연하나, 한국의 농촌 사회는 아직도 전통적 가치관을 지니며, 새로운 아이디어의 수용에도 소극적인 면을 가지고 있다(노경미·김민자, 1986).

이상과 같이 농촌은 인구감소, 노령화, 여성역할의 확대 등의 문제를 안고 있으며, 생활은 소비생활 중심으로 총체적인 삶의 질을 추구하는 삶을 살 것으로 보이는 반면, 도시는 인구집중현상으로 인한

주택, 교통, 환경, 안전 등의 문제와 과소비의 문제를 안고 있다. 한편 고속 전자 통신 체계의 발달로 문화가 급속도로 발전하고 전파되며, 유행의 전파도 매우 급속하게 진행되고 있다.

2. 의복구매행동

소비자의 구매행동을 설명하는 모델 중 가장 널리 알려진 모델은 EKB(Engel, J.F., Kollat, D.T., & Blackwell, R.D.)모델로 소비자의 의사결정과정을 욕구인식, 탐색, 구매전 대안 평가, 구매, 사용, 그리고 구매 결과후 평가 단계로 제시하고 있다(이은영, 1997). 이러한 단계에 따른 선행 연구결과들을 간단히 살펴보면 다음과 같다. 의복의 구매행동과 관련된 많은 연구들이 진행되었는데, 주요 변수는 구매계획정도, 정보원, 제품선택기준, 구매장소, 구매시기, 구매가격, 대금지불방법 등이다(유동근, 1983; 박은주, 1991; 임경복·임숙자, 1993).

의복 구매동기는 구매행동을 유발시키는 동기로 개인이 자신의 욕구를 충족시키기 위해 특정한 제품이나 서비스를 구매하는 이유를 말하는 것으로(유동근, 1983), 명시적 동기와 잠재적 동기로 나누어 볼 수 있다(Hawkin 등, 1983). 연구 결과들을 살펴보면, 구매동기 요인과 태도요인, 구매후 불만족, 점포이미지의 선호도 사이에서도 유의한 관계를 나타냈으며(엄경은·이명희, 1995), 의복구매행동의 주요인들에서 의복 구매동기에 따라 중요시 하는 요인이 다르게 나타났다(박혜선, 1996). 구체적인 구입동기는 '소유하고 있는 옷과의 조화를 위해서', '진열된 상품이 마음에 듦', '가격이 저렴할 때', '새로운 유행을 따르기 위해', '자금 사정의 변화', 그리고 '기업의 마케팅 활동' 등으로 나타났다(홍병숙, 1985; 임경복·임숙자, 1993 등).

의복 구입시 평가기준과 관련된 연구에서는 의류제품 평가기준의 수준은 다양하고, 의복 유형별 평가기준도 다르며, 의복 구매결정단계별 평가기준도 다르다(이은영, 1997). 대체적으로 중요시 하는 평가기준은 '나에게 어울림', '스타일과 맞춤새', '상표', '옷의 품질' 등이었다(Sproles, 1979; Frings, 1983; 박

은주, 1991 등). 박은주(1991)는 의복구매상황과 의복평가기준과의 관련성이 비교적 높다고 하였으며, 의복 구매상황을 가장 잘 설명해주는 평가기준은 의복의 외적인 평가기준이라고 하였다.

의복을 구입하기 위해 점포를 선택하게 되는데, 점포 선택은 소비자의 점포 평가기준과 지각된 점포 특성의 비교과정을 통하게 된다. 소비자의 유형에 따라 선호하는 점포는 다르고, 국가나 지역에 따라 선호하는 점포 유형이 다르며, 점포를 선택하는 기준도 '상품의 품질', '가격', '편리한 영업 시간', '점포 입지' 등 소비자에 따라 다르게 나타났다(김현숙, 1991; 김소영, 1994 등). 또한, 점포선택기준에 따라 소비자들을 유형화하고 집단에 따라 선호하는 점포유형을 조사하였는데, 점포충성형 집단과 점포명성중시형 집단은 유명고가점포의 선호율이 높았고, 동조적 경제실리형 집단과 제품다양성 추구형 집단은 대중저가점포의 선호율이 높은 것으로 나타났다(이선재·장은영, 1992).

구매후의 만족, 불만족에 관한 홍금희(1991)의 연구를 살펴보면 감정적 반응은 구매시에도 중요한 역할을 하지만 구매후 행동에서도 매우 중요한 행동을 한다고 하였다. Francies와 Dickey(1982)는 의복 구매 계획의 정도와 소비자 만족과의 관계에서 가격이 높을수록, 세일때 구매할수록, 쇼핑 경험이 많을수록, 수입이 높을수록, 연령이 높을수록 더 만족한다고 하였다.

이상의 연구결과들을 종합해 보면 소비자의 구매 행동 즉 의복을 구입해야겠다는 문제인식정도, 계획 구매여부, 구입동기, 제품을 선택할때의 기준, 구입 장소를 선정하는 문제, 구매 가격 및 방법, 구입후의 만족·불만족은 소비자 각 개인의 특성과 구매상황에 따라 매우 다양하다는 것을 알 수 있다.

III. 연구방법

본 연구는 농촌·도시 주부들의 의복 활용 실태와 의복 유형에 따른 의복 구매행동에 대해 살펴보고자 한 것으로 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

1. 연구 문제

- 1) 농촌과 도시 주부의 의복 활용 실태(의복 종류 파악 여부, 즐겨입는 외출복/평상복, 의복의 효율적 활용에 필요한 정보 및 지식의 종류, 의복 마련 방법)에 대해 살펴 본다.
- 2) 농촌과 도시 주부의 의복 유형(외출복/평상복)에 따른 의복 구매 행동(계획구매여부, 구매동기, 평가기준, 구매장소, 점포 방문회수, 구입가격, 대금지불방법, 만족도, 불만시 처리방법)을 밝힌다.
- 3) 농촌과 도시 주부의 외출복 구매행동(점포선택 기준, 정보원 활용, 구입시기)과 농촌과 도시 주부의 연령별 구매행동의 차이를 살펴본다.

2. 연구 대상 및 자료 수집

본 연구는 농촌과 도시 주부들의 의복 구매행동을 비교 분석하기 위해 전국을 3개 지역(중부, 영남, 호남)으로 나누어 농촌은 충북, 경남, 전북, 도시는 서울, 광주, 대구시를 행정순위에 의한 층화 표집하여 40개 마을(농촌 20개 마을, 도시 20개 아파트단지)을 표집 한 다음, 마을 당 10명씩 총 400명(농촌 200명, 도시 200명)의 주부를 대상으로 하였다. 조사 기간은 1997년 6월 17일부터 7월 11일까지 의복 활용 실태와 의복의 구매 행동 등에 관하여 연구자와 훈련된 보조자가 함께 직접 현지를 방문하여 설문 조사를 실시하였다.

설문지는 의복 활용에 관한 문항으로 의복 종류를 파악여부, 의복 활용방법, 즐겨 입는 옷차림, 의복 마련 방법 등에 관해 질문하였고, 의복의 구매행동과 관련된 문항으로는 계획구매, 구매동기, 평가기준, 구매장소, 구입가격 등에 관한 내용을 외출복의 경우와 평상복의 경우로 나누어 조사하였다. 또한 의복의 구매행동과 관련이 있다고 여겨지는 인구통계적 변인인 연령, 학력, 소득, 생활수준, 가족수에 관해 질문하였다. 설문 문항은 선행 연구자들의 문항을 수정 보완하였으며, 측정 척도는 명목척도를 사용하였는데, 그 이유는 농촌, 도시 주부들이 응답하기 쉽도록 질문 문항에 맞는 구체적인 내용을 제

〈표 1〉 조사대상자의 일반적 특징

변 인	구 분	농촌 빈도 (%)	도시 빈도 (%)
연령	21~30세	13(6.5)	15(7.5)
	31~40세	45(22.5)	82(41.0)
	41~50세	50(25.0)	69(34.5)
	51~60세	49(24.5)	24(12.0)
	61세이상	43(21.5)	10(5.0)
학력	무학	39(19.5)	1(0.5)
	초등학교 졸업	96(48.0)	10(5.0)
	중학교 졸업	29(14.5)	33(16.5)
	고등학교 졸업	35(17.5)	75(37.5)
	전문대학 졸업이상	1(0.5)	81(40.5)
연간 소득	1,000만원 미만	101(50.5)	9(4.5)
	1,000-2,000만원미만	65(32.5)	50(25.0)
	2,000-3,000만원미만	22(11.0)	82(41.0)
	3,000-4,000만원미만	5(2.5)	25(12.5)
	4,000-5,000만원미만	3(1.5)	19(9.5)
	5,000만원 이상	4(2.0)	15(7.5)
주거 형태	양옥	42(21.0)	0(0.0)
	한옥	55(27.5)	0(0.0)
	개량한옥	99(49.5)	0(0.0)
	아파트	0(0.0)	189(94.5)
	연립주택	0(0.0)	11(5.5)
	기타	4(2.0)	0(0.0)
직업 유무	있다	186(93.0)	46(23.0)
	없다	14(7.0)	154(77.0)
가족 수	1~2	56(28.0)	6(3.0)
	3~4	64(32.0)	126(63.0)
	5~6	59(29.5)	60(30.0)
	7이상	21(10.5)	8(4.0)
	계	200(100.0)	200(100.0)

시해 줌으로 질문에 대한 응답을 용이하게 하였다. 측정도구의 타당도는 관련 분야의 교수로부터 문항 내용을 검토받아 내용 타당도를 확인받았다.

본 조사에 응답한 조사대상자의 일반적 특징을 살펴보면 〈표 1〉과 같다.

3. 분석 방법

본 조사는 농촌과 도시 주부들의 의복 활용 및 의복 구매행동에 관해 알아보고자 한 것으로, 수집

된 자료는 SPSS 프로그램을 이용하여 빈도, 백분율 등 기초통계량과 교차분석에 의한 Chi-Square 검증을 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 논의

1. 농촌·도시 주부들의 의복 활용

의복의 활용실태는 의복 종류 파악여부, 의복 활용에 관한 지식, 즐겨 입는 옷차림, 의복 마련 방법으로 각각의 결과는 다음과 같다.

〈표 2〉는 의복 종류를 파악하고 있는지와 의복 활용에 관한 지식으로 대체로 도시나 농촌 주부들 모두 자신이 소유하고 있는 의복을 잘 파악하고 있는 것으로 보인다. 의복 활용 방법에 관한 지식은 농촌과 도시 주부들 모두 '체형에 알맞는 옷차림'에 관한 지식이 필요하다고 하였고, 그 다음으로는 농촌 주부들은 '의복 구입정보', 도시 주부들은 '양재 및 수선기술'에 대한 지식이 필요하다고 하였다. 이러한 결과는 대다수의 주부들이 자신의 체형에 알맞는 옷차림을 함으로 자신의 이미지 연출을 잘 하려는 욕구가 강한 것으로 볼 수 있으며, 농촌 주부의 경우는 현대사회가 정보 사회이긴 하지만 의복을 구입하는데 있어 유용한 정보를 어디에서 입수해야 하는지에 관해 도시 주부들 보다 정보가 적은 것으로 보인다.

즐거 입는 옷차림은 〈표 3〉과 같이 외출복의 경우 '자켓, 바지'를 착용하는 비율이 높았으며, 도시 주부들이 농촌 주부들 보다 더 즐겨 입었다. 평상복의 경우 상의로는 60%이상이 '티셔츠(스웨터)'를 가장 많이 착용하였고, 하의의 경우에는 농촌 주부의 경우는 50%이상이 '몸배'를 즐겨 입었고, 도시 주부들은 46%가 '면바지'를 즐겨 입었다. 이것은 농촌 주부들이 대부분 농업에 종사하고 있어 작업 시 편안함을 증시하고 연령층이 높기 때문에 '몸배'를 주로 착용하는 것으로 보인다.

의복 유형별 마련방법을 살펴 보면 〈표 4〉로 양복 외출복, 양복 평상복, 속옷의 경우에 농촌과 도시

〈표 2〉 소유한 의복의 종류 파악, 의복활용 방법에 관한 지식

항 목		농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계 빈도(%)	χ^2
의복 종류 파악 여부	모두 파악	115(57.5)	128(64.0)	243(60.8)	1. 89
	일부만 파악	77(38.5)	64(32.0)	141(35.3)	
	잘 파악하지 못함	8(4.0)	8(4.0)	16(4.0)	
	계	200(100.0)	200(100.0)	400(100.0)	
의복 활용 방법에 관한 지식	색상 및 디자인	33(16.5)	19(9.5)	52(13.0)	13.17* df=5
	체형에 알맞는 옷차림	77(38.5)	72(36.0)	149(37.3)	
	양재 및 수선 기술	26(13.0)	37(18.5)	63(15.8)	
	의복의 소재별 세탁방법 등 손질법	17(8.5)	26(13.0)	43(10.8)	
	의복 구입 정보	38(19.0)	27(13.5)	65(16.3)	
	의복과 분위기 연출법	9(4.5)	19(9.5)	28(7.0)	
	계	200(100.0)	200(100.0)	400(100.0)	

* p<0.05

〈표 3〉 즐겨 입는 옷차림(봄, 가을용)

항 목		농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계 빈도(%)	χ^2	
의 출 복	자켓, 바지	58(29.0)	85(42.5)	143(35.8)	78.9*** df=8	
	자켓, 스커트	15(7.5)	29(14.5)	44(11.0)		
	점퍼, 바지	53(26.5)	10(5.0)	63(15.8)		
	점퍼, 스커트	2(1.0)	1(0.5)	3(0.8)		
	블라우스(스웨터), 바지	50(25.0)	25(12.5)	75(18.8)		
	블라우스(스웨터), 스커트	11(5.5)	27(13.5)	38(9.5)		
	원피스	1(0.5)	21(10.5)	22(5.5)		
	한복	9(4.5)	1(0.5)	10(2.5)		
	기타	1(0.5)	1(0.5)	2(0.5)		
평 상 복	상 의	티셔츠(스웨터)	132(66.0)	153(76.5)	285(71.3)	25.2*** df=5
		남방(블라우스)	62(31.0)	29(14.5)	91(22.8)	
		점퍼	5(2.5)	4(2.0)	9(2.3)	
		트레이닝복(운동복)	1(0.5)	6(3.0)	7(1.8)	
	하 의	청바지	14(7.0)	32(16.0)	46(11.5)	111.6*** df=6
		면바지	70(35.0)	92(46.0)	162(40.5)	
		치마	8(4.0)	39(19.5)	47(11.8)	
		트레이닝복(운동복) 폼베(고무줄 바지)	5(2.5) 103(51.5)	14(7.0) 13(6.5)	19(4.8) 115(28.8)	
계		200(100.0)	200(100.0)	200(100.0)		

*** p<0.001

주부간에 차이가 있었다. 대부분이 '기성복을 직접 구입'해서 입는 경우가 많지만 특별히 도시의 경우는 거의 직접 의복을 구입하였는데 반해, 농촌의 경

우는 선물을 받는 비율이 도시에 비해 높았다. 이는 도시에 살고 있는 자녀나 친지로 부터의 의류 선물이 많은 것으로 생각되어진다.

<표 4> 의복 유형에 따른 마련방법

마련방법	의복유형	양복 외출복		양복 평상복	
		농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)
기성복 직접 구입		137(68.5)	181(90.5)	152(76.0)	184(92.0)
주로 맞추어 입음		1(0.5)	12(6.0)	0(0.0)	2(1.0)
선물 받음		58(29.0)	6(3.0)	33(16.5)	7(3.5)
입던 것 물려 받음		4(2.0)	1(0.5)	15(7.5)	7(3.5)
계		200(100)	200(100)	200(100)	200(100)
χ^2		59.4*** df=3		24.9*** df=3	

마련방법	의복유형	한복		속옷	
		농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)
기성복 직접 구입		9(4.5)	16(8.0)	117(58.5)	147(73.5)
주로 맞추어 입음		185(92.5)	174(87.0)	0(0.0)	0(0.0)
선물 받음		5(2.5)	6(3.0)	83(41.5)	51(25.5)
입던 것 물려 받음		1(0.5)	4(2.0)	0(0.0)	2(1.0)
계		200(100)	200(100)	200(100)	200(100)
χ^2		4.2		13.1*** df=2	

*** p<0,001

2. 농촌·도시 주부의 의복 유형(외출복/평상복)에 따른 의복 구매 행동

1) 계획 구매 여부

의복의 구입시 계획을 하는지에 관해 살펴본 결과는 <표 5>로 농촌과 도시 주부들 간에 유의한 차이가 나타났다. 외출복의 경우 농촌과 도시 주부 모두 계획하여 구매하는 경우가 더 높았다. 특히 도시 주부들의 경우가 의복을 구입할때 계획하는 경우가

더 많았으며, 평상복의 경우 계획하지 않고 구입하는 경우가 더 많았다. 이 결과는 외출복의 경우 가격이 더 비싸고, 공적인 상황에 착용하기 때문에 평상복 보다 계획 구매를 많이 하는 것으로 보인다. 농촌과 도시 주부들을 비교해 볼때, 도시 주부들이 비교적 의복을 구입할때 계획을 하는 비율이 더 많은 것으로 나타났는데, 이것은 도시 주부들의 수입이 농촌 주부들보다 정기적이며, 세일과 같은 여러 판매 형태가 존재함으로 이것 저것 생각해 보고 계

<표 5> 구입시 사전 계획

의복유형	외출복			평상복			
	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계	
계획 구매 정도							
계획을 하는 경우가 더 많음	153(76.5)	170(85.0)	323(80.8)	67(33.5)	64(32.0)	131(32.8)	
계획할때와 안할때가 반반	23(11.5)	23(11.5)	46(11.5)	42(21.0)	63(31.5)	105(26.3)	
계획하지 않는 경우 더 많음	24(12.0)	7(3.5)	31(7.8)	91(45.5)	73(36.5)	164(41.0)	
계	200(100)	200(100)	400(100)	200(100)	200(100)	400(100)	
χ^2		10.2 ** df=2			6.2** df=2		

** p<0,01

확하여 구입하는 것이라 생각된다.

2) 구매 동기 및 평가기준

의복의 구매동기와 평가기준은 <표 6>으로 의복 유형에 따라 농촌과 도시 주부들 간에 유의한 차이가 있었다. 먼저 구매동기를 살펴보면 외출복일 경우 주부들은 '적당히 입을 옷 없음'을 가장 중요한 동기라고 하였고, 그 다음 순서에서 도시와 농촌 주부의 의복 구입동기에 차이가 있음을 알 수 있었다. 평상복의 경우에는 '입으면 편안해 보임', '가격이 특별히 싼', '기존의 옷이 싫증이 나거나 몸에 맞지 않음' 순이었으나 비율에 있어서 도시 주부와 농촌 주부사이에 차이가 있었다. 이것은 의복 유형 즉 외출복과 평상복을 구입할때 동기 부여가 되는 이유가 무엇인가를 확실하게 보여 주며, 농촌과 도시주부간의 차이도 보여줄을 알 수 있다.

농촌 주부들의 의복 구입시 평가기준은 외출복의 경우 '색상 및 디자인', '나에게 어울림' 순이었으며, 농촌 주부들은 '색상 및 디자인'을 더 중요시 하였고, 도시 주부들은 '나에게 어울림' 정도를 더 중요시 하여 농촌, 도시 주부 간의 차이를 나타내었다. 외출복의 경우 타인에게 보여지는 성격이 강한 의복이기 때문에 색상 및 디자인이나 착용했을 때의 어울림 등이 중요시 되었으며, 평상복의 경우는 평소에 집에서 편안하게 입을 수 있는 의복이기 때문에 외출복의 경우와 달리, 편안함과 맞음새, 저렴한 가격을 중요하게 생각하였다.

3) 구매 장소, 방문 점포수

의복 유형에 따른 구입장소 및 평가기준은 <표 7>로 구입장소는 외출복의 경우 농촌 주부들은 '인근의 큰시장 및 동네 상점', '5일 시장·이동장터' 순

<표 6> 의복 구입동기 및 평가기준

(복수응답)

항 목	의복유형	외출복			평상복		
		농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계
구매 동기	적당히 입을 옷 없음	162(40.5)	143(35.8)	305(38.1)	52(13.0)	33(8.3)	85(10.6)
	입으면 편안해 보임	29(7.3)	42(10.5)	71(8.9)	141(35.3)	155(38.8)	296(37.0)
	가지고 있는 옷과 어울리는 옷 필요	46(11.5)	99(24.8)	145(18.1)	7(1.8)	10(2.5)	17(2.1)
	가격이 특별히 싼	33(8.2)	19(4.8)	52(6.5)	103(25.8)	97(24.3)	200(25.0)
	유행하는 옷	33(8.3)	50(12.5)	83(10.4)	11(2.8)	27(6.8)	38(4.8)
	싫증나거나 몸에 맞지 않음	97(24.2)	47(1.8)	144(18.0)	86(21.5)	78(19.5)	164(20.5)
	계	400(100)	400(100)	800(100)	400(100)	400(100)	400(100)
	χ^2	47.5*** df=5			12.7* df=5		
평가 기준	색상, 디자인	173(43.2)	125(31.3)	298(37.3)	43(10.8)	25(6.3)	68(8.5)
	가격	35(8.7)	26(6.5)	61(7.6)	89(22.2)	76(19.0)	165(20.6)
	품질(옷감, 봉제)	31(8.3)	30(7.5)	63(7.9)	37(9.3)	26(6.5)	63(7.9)
	세탁 및 관리의 용이성	19(4.8)	27(6.8)	46(5.8)	28(7.0)	48(12.0)	76(9.5)
	편안함, 맞음새	55(13.0)	39(9.8)	91(11.4)	152(38.0)	153(38.3)	305(38.1)
	다른 옷과의 어울림	18(4.5)	43(10.8)	61(7.6)	27(6.7)	27(6.8)	54(6.8)
	용도나 상황의 적합성	67(16.8)	94(23.5)	161(20.1)	24(6.0)	43(10.8)	67(8.4)
	나에게 어울림	3(0.8)	16(4.0)	19(2.4)	0(0.0)	2(0.5)	2(0.3)
	품위						
	계	400(100)	400(100)	800(100)	400(100.0)	400(100)	800(100)
	χ^2	36.1*** df=2			20.4*** df=7		

* p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

〈표 7〉 의복 구입 장소 및 방문점포수

항 목	의복유형	외출복			평상복		
		농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계
구입 장소	백화점, 부티끄, 유명 상표 대리점	25(12.5)	127(63.5)	152(38.0)	5(2.5)	26(13.0)	31(7.8)
	유명상표 할인매장	11(5.5)	51(25.5)	62(15.5)	2(1.0)	23(11.5)	25(6.3)
	동네상점 및 상가 인근의 큰 시장	97(48.5)	21(10.5)	118(29.5)	51(25.5)	142(71.0)	193(48.3)
	5일 시장, 이동장터, 난장	67(33.5)	1(0.5)	68(17.0)	142(71.0)	9(4.5)	151(37.8)
	계	200(100)	200(100)	200(100)	200(100)	200(100)	200(100)
	χ^2	207.3*** df=3			192.0*** df=3		
방문 점포 수	한집에서 바로 구입	56(28.0)	17(8.5)	73(18.3)	124(62.0)	67(33.5)	191(47.8)
	2-3개 방문	87(43.5)	77(38.5)	164(41.0)	56(28.0)	84(42.0)	140(35.0)
	4-5개 방문	40(20.0)	61(30.5)	101(25.3)	10(5.0)	30(15.0)	40(10.0)
	6개 이상 방문	17(8.5)	45(22.5)	62(15.5)	10(5.0)	19(9.5)	29(7.3)
	계	200(100)	200(100)	200(100)	200(100)	200(100)	200(100)
	χ^2	38.5*** df=3			35.4*** df=3		

***p<0.001

으로 이용하였고, 도시 주부들은 '백화점 및 유명 상표 대리점', '유명상표 상설할인매장'을 주로 이용하였다. 평상복의 경우 농촌 주부들은 5일 시장·이동장터, '인근의 큰시장 및 동네상점' 순이었고, 도시 주부들은 '동네 상점 및 상가나 인근의 큰시장'을 주로 이용하였다. 이 결과는 도시 주부들의 경우 백화점이나 할인점을 많이 이용하는데 비해, 농촌 주부들의 경우는 지역 상권과 5일 시장을 많이 이용하는 것으로 보아 상권 형성 환경이 도시지역과 농촌지역이 다른 것을 보여준다. 강혜경(1998)의 연구에서 주부들이 주로 구매하는 점포가 유명메이커 대리점 및 백화점, 상설할인매장, 동네시장·양품점 순으로 나타나 본 연구의 도시 주부들이 이용하는 구매장소에 대한 결과와 비슷한 것으로 보인다.

의복을 구입하기 위해 방문하는 점포의 수를 알아본 결과, 외출복 구입시 점포를 방문하는 횟수가 많았으며, 도시 주부들의 경우 농촌 주부들에 비해 방문하는 횟수가 더 많았다.

4) 구입 가격, 대금 지불 방법

의복 유형에 따른 구입 가격대를 살펴보면 〈표

8〉로 농촌 주부들과 도시 주부들간의 유의한 차이가 나타났으며, 외출복의 경우 농촌 주부들은 '10만원 미만'이 제일 많았으며, 대부분 20만원 미만으로 지출하였으며, 도시 주부들은 '10-30만원' 정도를 지출하였다. 외출복과 평상복 모두 도시주부들이 농촌 주부들에 비해 많은 돈을 지출하는 것을 볼 수 있었다.

의복 구입시 대금 지불 방법을 살펴본 결과는 〈표 9〉로 농촌 주부들이 현금을 사용하는 비율이 높았으며, 도시 주부들은 농촌 주부들에 비해 신용카드로 결제하는 비율이 높았다.

5) 의복 유형에 따른 구입 후 만족도와 불만족시 처리방법

의복을 구입한 후 만족정도와 불만시 처리방법을 살펴본 결과 〈표 10〉으로 외출복의 경우에만 농촌주부와 도시주부간에 만족도에 차이가 있는 것으로 나타났다. 대체로 의복을 구입한 후 만족하는 경우가 많았지만 도시 주부들의 경우 더 많이 만족하는 것으로 나타났는데, 이것은 구입 계획을 확실히 하고 또한 다양한 구입정보를 입수한 후 의복을 구입하기

<표 8> 의복 구입 가격대

의복유형	지역			계	의복유형	지역			
	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	빈도(%)			농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	빈도(%)	
외출복	10만원 미만	150(75.0)	26(13.0)	176(44.0)	평상복	5천원 미만	48(24.0)	7(3.5)	55(13.8)
	10~20만원 미만	40(20.0)	81(40.5)	121(30.3)		5천~1만원 미만	84(42.0)	22(11.0)	106(26.5)
	20~30만원 미만	8(4.0)	93(36.5)	81(20.3)		1만~1만5천원 미만	34(17.0)	43(21.5)	77(19.3)
	30만원 이상	2(1.0)	20(10.0)	22(5.5)		1만5천 이상	34(17.0)	128(64.0)	162(40.5)
	계	200(100)	200(100)	200(100)		계	200(100)	200(100)	200(100)
χ^2	168.1*** df=3			χ^2	122.4*** df=4				

*** p<0.001

<표 9> 대금지불 방법

의복유형	외출복			평상복			
	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계	
지불 방법	현금을 더 많이 사용	194(96.0)	83(41.5)	277(69.3)	200(100)	184(92.0)	384(96.0)
	현금과 카드 반반	5(2.5)	58(29.0)	63(15.8)	.	14(7.0)	14(3.5)
	카드를 더 많이 사용	1(0.5)	59(29.5)	60(15.0)	.	2(1.0)	2(0.5)
	계	200(100.0)	200(100)	200(100)	200(100)	200(100)	200(100)
χ^2	145*** df=2			16.7*** df=2			

*** p<0.001

<표 10> 만족도 및 불만시 처리방법

의복유형	외출복			평상복			
	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계	농촌 빈도(%)	도시 빈도(%)	계	
만족도	대체로 만족	108(54.0)	145(72.5)	253(63.3)	121(60.5)	126(63.0)	247(61.8)
	만족과 불만족 반반	77(38.5)	51(25.5)	128(32.0)	68(34.0)	65(32.5)	133(33.3)
	대체로 불만족	15(7.5)	4(2.0)	19(4.8)	11(5.5)	9(4.5)	20(5.0)
	계	200(100)	200(100)	400(100)	200(100)	200(100)	400(100)
χ^2	17.1*** df=2			0.4			
불만시 처리 방법	입지 않거나 몇번 입다 버림	40(20.0)	39(19.5)	82(20.5)	13(6.5)	40(20.0)	55(13.8)
	교환 또는 반품	79(39.5)	90(39.5)	169(42.3)	16(8.0)	34(17.0)	50(12.5)
	다른 사람에게 줌	16(8.0)	16(8.0)	41(10.3)	13(6.5)	33(16.5)	46(11.5)
	그냥 참고 입든지, 수선하여 입을	62(31.0)	62(31.0)	108(27.0)	156(78.0)	93(46.5)	249(62.3)
	계	200(100)	200(100)	400(100)	200(100)	200(100)	400(100)
χ^2	5.3			42.5*** df=3			

*** p<0.001

때문인 것으로 보인다. 평상복의 경우에는 도시와 농촌 주부들의 만족도에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 문숙재·정순희(1988)의 연구에서 제품 자체 특성 및 품질에 대해 불만족한다는 연구결과와 상반되는 것으로, 의류산업이 발전함으로 의류의 고급화·고품질화에 의해 주부들은 제품 특성적 측면에 대해 대체로 만족하고 있는 것으로 생각된다.

의복을 구입한 다음 만족스럽지 못할 때의 처리 방법을 살펴보면 외출복의 경우 '교환 또는 반품', '그냥 참고 입든지 수선하여 입음' 순으로 나왔으며, 도시와 농촌 주부간에 차이가 없는 것으로 나타났다. 평상복의 경우는 농촌 주부들은 '그냥 입든지, 수선하여 입음'이 반 이상으로 나타난 반면, 도시 주부들은 '그냥 입든지 수선하여 입음'이 제일 많았으며, 도시 주부들의 경우 여러가지 방법으로 의복을 처리하는 것을 볼 수 있다.

3. 외출복 구입시 농촌·도시 주부의 구매 행동 및 연령에 따른 구매행동

1) 외출복 구입시 점포선택기준, 정보원 활용, 구입시기

외출복을 구입할 때 점포를 선택하는 기준과 정보원 활용과 구입시기는 <표 11>과 같다.

외출복 구입시 점포 선택 기준은 도시와 농촌 주부간에 유의한 차이가 나타났다. 농촌 주부들은 '가격이나 할인여부', '옷의 품질 및 다양성' 순으로 중요시 하였다. 응답중에 특별히 '친분이 있는 점포'라는 응답이 비교적 높게 나타났는데, 이유는 친밀한 지역 사회라는 농촌의 특성을 잘 나타내 주는 것이라 볼 수 있다.

외출복 구입시 이용하는 정보원은 모두 '진열된 옷 및 상점 직접 관찰', '과거의 구매 경험' 순으로 정보원을 활용하였으며, 차이가 크게 나타나는 것은

<표 11> 외출복 구매행동

(복수응답)

구매 행동	항 목	농촌	도시	계	χ^2
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	
점포 선택 기준	가격·할인여부	94(23.5)	100(25.0)	194(24.3)	28.1*** df=6
	옷의 품질, 다양성	97(19.2)	101(25.3)	178(22.3)	
	편리한 교통, 가까운 거리	36(9.0)	31(7.8)	67(8.4)	
	서비스(교환, 환불, 수선, 판매원)	74(18.5)	40(10.0)	114(14.3)	
	친분이 있는 사람의 점포, 점포 및 상표의 유명도 나에게 맞는 디자인	54(13.5)	30(7.5)	84(10.5)	
	계	400(100)	400(100)	400(100)	
정보원	친구, 가족의 조언	52(13.0)	49(12.3)	101(12.6)	33.5*** df=7
	과거의 구매 경험	80(20.0)	83(20.8)	163(20.4)	
	판매원의 조언	35(8.7)	17(4.3)	52(6.4)	
	TV, 신문, 잡지, 카탈로그	20(5.0)	63(15.8)	83(10.4)	
	진열된 옷 및 상점 직접 관찰	162(40.5)	138(34.5)	300(37.5)	
	계	400(100)	400(100)	400(100)	
구입 시기	계절이 변할 때	34(17.0)	46(23.0)	80(20.0)	47.7*** df=3
	행사가 있을 때	77(38.5)	51(25.5)	128(32.0)	
	뜻밖의 경우(여유돈, 세일 등)	26(13.0)	77(38.5)	103(25.8)	
	필요한 경우 아무때나	63(31.5)	26(13.0)	89(22.3)	
	계	200(100)	200(100)	200(100)	

*** p<0.001

농촌 주부의 경우는 '판매원의 조언'을 많이 들었고, 도시주부들의 'TV 나 카탈로그' 같은 대중매체를 농촌 주부들에 비해 많이 활용하였다. 이러한 결과는 인쇄매체는 농촌 지역에서는 정보원으로 잘 활용되지 않는 것으로 보이며, 오히려 디스플레이나 구매 경험, 구전정보가 의복을 구입하는데 있어 중요한 정보원으로 활용되는 것으로 보인다.

외출복의 구입시기는 농촌과 도시주부들간에 유의한 차이가 나타났으며, 농촌의 경우에 '행사가 있을 때', '필요한 경우 아무 때나' 순으로 의복을 구입한다고 하였다. 도시 주부들의 경우는 '여유돈이 생기거나 세일을 하는 경우'에 의복을 가장 많이 구입하였다. 이러한 결과는 도시의 유통환경이 농촌과 달리 백화점 중심으로 이루어져 있기 때문에 특별히 세일때 의복을 많이 구입하는 것으로 보인다.

2) 농촌, 도시 주부의 연령별 구매행동

농촌 주부의 연령별 구매행동의 차이는 <표 12>와 같다.

농촌주부는 외출복의 경우 구입시기와 구입장소

에서 차이가 나타났는데 20-30대 주부들은 여유자금이 생기거나 세일을 할 경우 의복을 많이 구입하였으며, 40대 이상에서는 꼭 필요한 경우나 행사에 필요해서 의복을 구입하였다. 구입장소는 40대 이상의 농촌 주부들이 인근시장이나 동네 상점을 많이 이용하였으며, 대체로 백화점 이용률이 낮았지만 다른 연령대에 비해 20-30대 주부들이 백화점을 좀 더 많이 이용하는 것으로 나타났으며, 평상복 구입비도 20-30대의 주부층이 높았다. 이는 농촌 주부들의 경우 구매행동에 있어 도시 주부들에 비해 비교적 큰 차이가 나타나지 않는 동질적인 집단인 것으로 보여지며, 20-30대의 주부층이 패션에 대한 관심이 다른 연령대에 비해 높고 소비적임을 나타내준다.

도시 주부의 연령대별 구매행동은 <표 13>으로 농촌 주부에 비해 다양한 부분에서 차이가 나타났다. 도시 주부들은 대부분 계획구매를 많이 하지만 특히 20-30대의 충동구매 비율이 높았다. 구매후 불만시 처리방법을 살펴 보면 외출복의 경우 교환 및 반품의 비율이 높으나 20-30대층은 좀 더 다양한 방법 즉 다른 사람을 준다거나 수선한다거나 하는 행

<표 12> 농촌 주부의 연령대별 구매행동

구매행동		연령	21-39세	40-59세	60이상	계	χ^2
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)		
구입시기 (외출복)	계절변화 행사	10(21.3)	16(13.7)	10(19.6)	34(17)	37.07*** df=6	
	필요한 경우	14(29.8)	46(45.1)	17(33.3)	77(38.5)		
	뜻밖의 경우	6(12.8)	35(34.3)	22(43.1)	63(31.5)		
		17(36.2)	7(6.9)	2(3.9)	26(13)		
	계	47(100)	102(100)	51(100)	200(100)		
구매향소 (외출복)	백화점, 유명상표전문점	11(23.4)	12(11.8)	2(3.9)	25(12.5)	23.58*** df=6	
	유명상표할인매장	7(14.9)	3(2.9)	1(2.0)	11(5.5)		
	인근시장, 동네상점	21(44.7)	51(50.0)	25(49.0)	97(48.5)		
	5일시장, 난장	8(17.0)	36(35.3)	23(45.1)	67(33.5)		
	계	47(100)	102(100)	51(100)	200(100)		
구입가격 (평상복)	5천원 미만	5(0.6)	24(23.5)	19(37.3)	48(24.0)	24.32*** df=4	
	5천원-1만원 미만	18(38.3)	39(38.2)	27(52.9)	84(42.0)		
	1만원-1만5천원 미만	14(29.8)	17(16.7)	3(5.9)	4(17.0)		
	1만 5천원 이상	10(21.3)	22(21.6)	2(3.9)	34(17.0)		
	계	47(100)	102(100)	51(100)	200(100)		

*** p<0.001

<표 13> 도시 주부의 연령대별 구매행동

구매행동	연령	21-39세	40-59세	60이상	계	χ^2
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	
계획구매 여부 (외출복)	계획을 구매 더 많음	67(78.8)	94(92.2)	9(69.2)	170(85.0)	13.4* df=4
	계획할때와 안할때가 반반	12(14.1)	7(6.9)	4(30.8)	23(11.5)	
	비계획 구매 더 많음	6(7.1)	1(1.0)	0(0.0)	7(3.5)	
	계	85(100)	102(100)	13(100)	200(100)	
만족도 (평상복)	대체로 만족	42(49.4)	74(72.5)	10(76.9)	126(63.0)	15.8** df=4
	만족과 불만족 반반	35(41.2)	27(26.5)	3(23.1)	65(32.5)	
	대체로 불만족	8(9.4)	1(1.0)	0(0.0)	9(4.5)	
	계	85(100)	102(100)	13(100)	200(100)	
불만시 처리방법 (외출복)	입지 않거나 버림	20(23.5)	18(17.6)	1(7.7)	39(19.5)	25.0* df=6
	교환 또는 반품	36(42.4)	54(52.9)	0(0.0)	90(45.0)	
	다른 사람 줌	13(15.3)	9(8.8)	3(23.1)	25(12.5)	
	그냥 참고 입든지 수선	16(18.8)	21(20.6)	9(69.2)	46(23.0)	
	계	85(100)	102(100)	13(100)	200(100)	
불만시 처리방법 (평상복)	입지 않거나 버림	19(22.4)	19(18.6)	2(15.4)	40(20.0)	12.6* df=6
	교환 또는 반품	16(18.8)	18(17.6)	0(0.0)	34(17.0)	
	다른 사람 줌	15(17.6)	12(11.8)	6(46.2)	33(16.5)	
	그냥 참고 입든지 수선	35(41.2)	53(52.0)	5(38.5)	93(46.5)	
	계	85(100)	102(100)	13(100)	200(100)	
방문 점포수 (외출복)	한집에서 구입	7(8.2)	6(5.9)	4(30.8)	17(8.5)	13.5* df=6
	2-3개 방문	39(45.9)	34(33.3)	4(30.8)	77(38.5)	
	4-5개 방문	24(28.2)	34(33.3)	3(23.1)	61(30.5)	
	6개 이상 방문	15(17.6)	28(27.5)	2(15.4)	45(22.5)	
	계	85(100)	102(100)	200(100)	200(100)	
지불방법 (외출복)	현금 많이 사용	33(38.8)	39(38.2)	11(84.6)	83(41.5)	10.9** df=4
	현금 카드 반반 사용	27(31.8)	30(29.4)	1(7.7)	58(29.0)	
	카드 더 많이 사용	25(29.4)	1(7.7)	1(7.7)	59(29.5)	
	계	85(100)	58(29.0)	13(100)	200(100)	
구입동기 (외출복)	적당히 입을 옷 없음	59(34.7)	75(36.8)	9(34.6)	143(35.8)	20.3* df=10
	입으면 편안해 보임	9(5.3)	28(13.7)	5(19.2)	42(10.5)	
	기존옷과 어울리는 옷 필요	48(28.2)	49(24.0)	2(7.7)	99(24.8)	
	가격이 특별히 싼	9(5.3)	8(3.9)	2(7.7)	19(4.8)	
	유행하는 옷	28(16.5)	20(9.8)	2(7.7)	50(12.5)	
	싫증나거나 몸에 맞지 않음	17(10.0)	24(11.8)	6(23.1)	47(11.8)	
	계	170(100)	204(100)	26(100)	400(100)	

* p<0.05 ** p<0.01

동에 있어 적극적이었으며, 60대 이상은 그냥 입을 경우가 제일 많았다.

구매시 방문점포수는 2-5개의 점포를 방문하고 구매하는 것으로 나타났으나 60대 이상은 한군데 들러

보고 구입하는 경우가 많았으며, 구매시 지불방법도 주로 현금을 이용하는 것을 볼 수 있다. 구입동기는 모든 연령대에서 적당히 입을 만한 옷이 없어 구매를 한다는 의견이 가장 많았으나 20-30대 주부층은

유행하는 스타일이라 구매를 하게 되고, 60대 이상은 몸에 맞지 않아 구매하는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 종합해 보면 도시 주부들이 농촌 주부들에 비해 이질적인 집단으로 구매행동에 있어 다양한 차이를 나타내고 있다. 20-30대층 도시 주부들은 의복 구입시 충동구매를 하는 경향이 있고, 기존의 옷과 어울리는 옷을 산다거나 유행하는 스타일의 옷을 구입하는 등 패션에 대한 관심이 많은 것으로 보인다. 반면 40-50대, 60대 이상으로 갈수록 패션에 대한 관심이 적고 구매행동에 있어서도 소극적인 태도를 볼 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 농촌과 도시 주부들의 의복 활용 실태와 의복 구매행동에 관해 비교한 것으로, 의복 유형을 외출복과 평상복으로 구분하여 조사하였다. 연구 방법은 전국을 농촌과 도시로 나누어 층화 표집하였으며, 농촌과 도시 주부 400명을 대상으로 설문지법을 사용하였다. 자료분석은 SPSS/PC를 사용하여, 빈도, 퍼센트, χ^2 검증을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 농촌과 도시 주부들의 의복 활용 실태를 파악한 결과 주부들 모두 자신이 소유하고 있는 의복의 종류를 잘 파악하고 있었으며, 의복 활용 방법에 관한 지식에 대해서는 농촌과 도시 주부들 모두 '체형에 알맞는 옷차림법'을 가장 중요하게 생각하였으며, 즐겨 입는 옷차림은 농촌과 도시 주부들간에 차이가 있었다. 이러한 결과는 대부분의 주부들이 자신의 체형에 맞는 옷차림을 함으로 자신의 이미지를 연출하려는 욕구가 강한 것이라 볼 수 있다. 또한 즐겨입는 옷차림에서 농촌과 도시 주부들간의 차이는 농촌과 도시의 주거환경, 가사노동 형태, 농촌지역에서의 작업 종류의 차이에서 기인한 것으로 보인다.

2. 농촌과 도시 주부들의 의복 유형에 따른 구매행동을 살펴본 결과는 다음과 같다. 먼저 계획구매 여부를 살펴보면 평상복보다 외출복 구입시, 농촌 주부보다 도시 주부들이 계획구매를 더 많이 하였

다. 구매동기는 외출복의 경우, 농촌 주부들은 '적당히 입을 옷 없음', '기존의 옷이 싫증나거나 몸에 맞지 않음' 순이었으며, 도시주부들의 경우 '적당히 입을 옷 없음', '가지고 있는 옷과 어울리는 옷 필요', 순으로 나타나 농촌과 도시 주부들간에 유의한 차이가 나타났다. 평가기준은 외출복의 경우 주부들은 '색상 및 디자인', '나에게 어울림'을 중요시 하였으며, 평상복의 경우는 '편안함 및 맞춤새', '가격', '색상 및 디자인'을, 도시 주부들은 '편안함 및 맞춤새', '가격', '세탁 및 관리의 중요성'을 중요하게 생각하는 것으로 보아 의복을 구매할 때 농촌과 도시 주부들의 평가기준이 다른 것을 알 수 있다. 의복 유형에 따른 구매장소는 외출복의 경우 농촌 주부들은 '인근의 큰시장 및 동네 상점', '5일 시장·이동장터'를, 도시 주부들은 '백화점 및 유명상표 대리점', '유명 상표 상설 할인매장'을 이용하였으며, 평상복의 경우 농촌 주부들은 '5일 시장·이동장터', '인근의 큰시장 및 동네상점'을, 도시 주부들은 '동네 상점 및 상가'나 '인근의 큰시장'을 주로 이용하는 것으로 보아 의복 유형에 따라 의복을 구입하는 장소에 차이가 있음을 알 수 있었다. 의복을 구입하기 위해 방문하는 점포수를 살펴본 결과 외출복의 경우 평상복 보다, 도시 주부가 농촌 주부보다 더 많은 점포를 방문하였다. 의복 유형에 따른 구입가격은 외출복이 평상복 보다, 도시 주부들이 농촌 주부들 보다 의복을 구입하는데 더 많은 비용을 지출하였다. 대금 지불방법에 있어서 농촌주부들은 거의 현금을 사용한 반면, 도시 주부들은 외출복의 경우 현금과 카드를 적절하게 사용하였으며, 평상복의 경우는 모두 현금을 많이 사용하였다. 의복을 구입한 후 만족도와 불만시 처리방법을 살펴본 결과 외출복의 경우에만 도시 주부들의 경우 더 많이 만족하였다. 불만시 처리방법을 살펴본 결과 외출복의 경우 도시와 농촌간에 차이가 없으므로 나타나 '교환 및 반품', '그냥 참고 입든지 수선하여 입음' 순으로 나타났다. 평상복의 경우는 농촌 주부들의 경우 '그냥 입든지, 수선하여 입음' 순으로 나타났으며, 도시 주부들의 '그냥 입든지 수선하여 입음'이 가장 많았으며, 그 외에 여러 가지 방

법으로 처리하는 것을 볼 수 있었다.

이러한 농촌과 도시 주부들의 구매행동에서 도시 주부들이 계획구매를 더 많이 하고, 더 많은 정보를 수집하며, 디자인 및 색상을 제일 중요하게 평가하는 것을 볼 때 농촌 주부보다는 도시 주부들이 옷을 통해 자신을 표현하고자 하는 욕구나 행동이 더욱 강하여, 의복을 구입하고 평가하는데 더 많은 비용과 시간을 할애하는 것이라 할 수 있다.

3. 외출복 구입시 농촌과 도시 주부들의 구매행동을 비교한 결과 점포선택기준은 농촌 주부들이 '가격이나 할인여부', '옷의 품질 및 다양성' 순으로 중요시 하였고, 도시 주부들은 '옷의 품질 및 다양성', '가격·할인여부', '나에게 맞는 디자인' 순으로 중요시 하였다. 정보원은 주로 '진열된 옷 및 상점 직접 관찰', '과거의 구매경험'을 활용하였는데, 차이가 나타나는 부분은 농촌 주부들의 경우 '판매원의 조언'을 많이 들었으며, 도시 주부들은 'TV 나 카탈로그'를 많이 이용하는 것을 볼 수 있었다. 구입시기는 농촌의 경우 '행사가 있을 때', '필요한 경우 아무때나' 순이었으며, 도시 주부들의 경우는 '여유돈이 생기거나 세일을 하는 경우', '행사가 있을 경우' 순으로 나타나 농촌과 도시 주부들간에 구입시기가 다른 것으로 나타났다.

연령에 따른 구매행동을 살펴 보면 도시 주부들이 농촌 주부들에 비해 구매행동에 있어 다양한 차이를 보여 주었으며, 연령에 따라서는 20-30대의 젊은 층과 40-50대, 60대 이상에서의 구매행동에 차이를 보였다.

외출복의 구입시 점포선택기준을 보면 농촌 주부들이 더욱 가격지향적이며, 도시 주부들은 가격보다는 패션에 대한 관심이 높은 것을 알 수 있다. 또한 도시 주부들이 대중매체를 정보원으로 활용하며, 판매원의 조언보다는 본인의 주관적인 판단에 따른 구매행동을 하는 독립적인 소비자인 것을 알 수 있다.

이상과 같은 결과를 바탕으로한 마케팅 시사점을 제공해 보면 다음과 같다. 첫째, 농촌과 도시 주부들이 가장 효율적으로 활용하는 지식이 '체형에 알맞은 옷차림'이라 하였고, 특히 농촌 주부들의 경우 '구입정보'에 관한 지식이 필요하다고 하였다. 그러

므로 체형에 알맞은 옷차림 방법이나 의복을 구입할 때 필요한 정보 즉 할인판매 장소라든가, 옷을 활용할 수 있는 방법 등을 소개하는 책자를 제작, 배포함으로 브랜드나 점포를 홍보하는 것이 필요하다. 둘째, 구입시 정보원 활용을 보면 주부들 모두 디스플레이나 이전의 구매경험을 중시하는 것으로 보아 지역에 맞는 점포 디스플레이에 특별히 신경을 써야하며, 구매 경험에서 좋은 감정을 느낄 수 있도록 서비스나 제품의 품질이나 가격면에서 노력을 해야 할 것으로 보인다. 특히 농촌 주부들의 경우는 판매원의 조언을 많이 활용하는 것으로 보아 제품지식을 잘 전달하고 서비스를 잘해야 할 것이다. 또한 도시 주부들의 경우 TV나 카탈로그 같은 대중매체를 이용하는 것으로 보아 DM 발송등을 통해 제품이나 브랜드 행사등을 잘 홍보해야 할 것으로 보인다. 셋째, 주부들이 의복을 구입시 평가기준 중 색상 및 디자인과 나에게 어울림을 중요하게 생각함으로 도시나 농촌 주부들이 선호하는 색상이나 디자인을 파악하여 의복을 기획해야 하며, 각 점포에서는 그 지역 소비자에게 맞는 의복을 선정하여 판매하여야 할 것이다.

본 연구를 진행하면서 필요하다고 생각되어지는 후속 연구를 제언하면 다음과 같다. 첫째, 도시와 농촌 지역의 의복 구매행동에 관한 연구들이 많이 이루어지지 않고 있는데, 도시와 농촌 지역의 변화 모습과 소비자의 특성, 의복 구매행동이 어떻게 변화되어가는지에 관한 지속적인 연구가 이루어져야 할 것으로 보인다. 둘째, 본 연구에서는 지역이나 연구대상의 수가 적은데, 앞으로는 더 많은 지역의 더 많은 대상을 중심으로 연구되어야 하며, 전반적인 구매행동에 관해 연구하였는데, 구매행동의 각 단계에서 더 심층적인 연구가 이루어져야 할 것으로 보인다.

■ 참고문헌

- 강혜경(1998). 중년기 주부의 외출복 구매 및 구매 후 행동에 관한 연구-소비자 구매 의사결정 과정 모형에 기초한-. 대한가정학회지, 36(2),

- 145-159.
- 김소영, 이은영(1992). 소비자의 의복쇼핑성향에 관한 연구. *한국의류학회지*, 18(3), 429-439.
- 김영숙, 왕인숙(1989). 도시가정의 피복 소비지출 분석. *대한가정학회지*, 27(4), 21-39.
- 김인숙(1995). 거주지대에 따른 농가의 생활의 질에 관한 연구. *한국농촌생활과학회지*, 6(1), 55-64.
- 김태현(1996). 농촌 인구의 특성과 그변화. 1960-1995: 인구구성 및 인구이동. *한국인구학*, 19(2), 77-105.
- 김현숙(1991). 패션점포의 이미지에 따른 유형화 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김현주, 김문숙, 유동근(1995). 의류점 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 연구-패션스타일, 자아이미지, 상황요인을 중심으로-. *한국의류학회지*, 19(5), 774-789.
- 노경미, 김민자(1986). 대구여성과 농촌 여성의 패션 리더쉽에 관한 비교 연구. *한국의류학회지*, 10(1), 59-67.
- 농림수산부(1992). 1992년 농어민 후계자 여성 2% 선정.
- 문숙재, 정순희(1988). 소비자 불만족 및 통제 소재에 의한 불평행동에 관한 연구. *대한가정학회지*, 26(1), 137-149.
- 박은주(1991). 의복구매 상황과 의복평가 기준과의 관계연구. *한국의류학회지*, 15(2), 163-171.
- 박혜선(1996). 선행연구에 나타난 의복 소비자 행동변인 및 시장변인 연구. *한국의류학회지*, 20(6), 1125-1137.
- 엄경은, 이명희(1995). 여성의 의복구매동기와 구매 후 불만족에 관한 연구. *대한가정학회지*, 133(4), 1-13.
- 오창근(1996). 농촌 생활 연구의 방향과 과제. *농촌생활과학*, 19(4), 34-41.
- 유동근(1983). *축진전략론*. 서울: 선일문화사.
- 이경숙 (1998). 의생활 관리 행동 수준 측정용 척도 개발. *농촌생활과학*, 19(4), 34-41.
- 이은영(1997). *패션마케팅*. 서울: 교문사.
- 이선재, 장은영(1992). 소비자의 의류상점선택기준에 따른 시장세분화와 마케팅 전략. *한국의류학회지*, 16(4), 471-484.
- 임경복, 임숙자(1993). 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구-여대생의 시간 소비 유형을 중심으로-. *한국의류학회지*, 17(3), 359-366.
- 정복희, 박은주(1993). 의류점포 선택과 관련변인 연구-의생활 양식과 점포이미지를 중심으로-. *한국의류학회지*, 17(2), 207-217.
- 홍금희(1991). 의복제품에 대한 소비자 만족의 종적 연구: 구매시 만족과 사용시 만족을 중심으로-. *한국의류학회지*, 15(1), 3-14.
- 홍병숙(1985). 기혼여성의 의복구매의사결정과정과정에 관한 실증적 연구. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- Bullock, M.J. (1970). Fashion Awareness of Students in Selected Rural and Urban areas. Texas Technology University.
- Francies, S.K. & Dickey, L.E. (1984). Dimension of Satisfaction with Purchase of Women's Dresses: Before and After Garment Care. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 8, 153-168.
- Frings, G. S.(1982). *Fashion: From Concept to Consumer*, Prentice-Hall Inc, 37-38
- Hawkins, D.I., Best, R.J., & Coney, K.A. (1983). *Consumer Behavior. Implication for Marketing Strategies* Business Publication, Inc., TX.360.
- Haynes J.L., Lowe P.C., & Black W.C. (1994). Rural and Urban in-home clothing shopper: a comparison. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 18(2), 151-167.
- Sporole, G.B. (1979). *Fashion; Consumer Behavior toward Dress*, Minneapolis; Burgess Publishing Co., 9.
- Summers, T.A., & Wozniak, P. J. (1990). Discount Store Patronage Preferences of Rural and Urban Women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(3), 1-6.