

남녀대학생의 라이프 스타일과 한복의 평가기준에 관한 연구*

곽 태 기 · 남 미 우

세종대학교 생활과학부 의상학전공 전임강사 · 서경대학교 예술대학 디자인학부 전임강사

A Study on the Relationship between Clothing Evaluative Criteria of Hanbok and the Life Style Characteristics of University Students

Tai-Gi Kwak · Mi-Woo Nam

Full-time Instructor, Division of Home Economics, Sejong University

Full-time Instructor, Division of Design, Seokyeong University

(2002. 2. 2 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the relationship between lifestyle and the evaluative criteria of the Korean traditional costume, Hanbok and saenghwal hanbok. The questionnaires were administered to 291(men:102,Women:189) university students in Seoul. Data were analysed by factor analysis, correlation coefficient, t-test.

The results were as follows:

1) Factor analysis was used to determine the dimensions of the evaluative criteria of Hanbok, Saenghwal Hanbok and life style characteristics.

The evaluative criteria dimensions were found to be different according to Hanbok, Saenghwal Hanbok.

2) In Hanbok, evaluative criteria were classified into comfort & easy care, prestige, design, fashion, suitability to yourself.

3) In Saenghwal Hanbok, evaluative criteria were classified into prestige, ease of care, design, appropriateness, brand.

4) The life style characteristics were classified into independence, activism, conservatism, and materialism.

5) There were the significant relationships between life style factor and clothing evaluative criteria. Especially for design in Hanbok and Saenghwal Hanbok was negative relationship with conservatism and positive relationship with activism, materialism, and independence.

* 이 논문은 2002년도 두뇌한국21 사업에 의하여 지원되었음

Key Words: life style(생활양식), clothing evaluative criteria(의복평가기준), Korean traditional costume, Hanbok(전통한복), Saenghwal Hanbok(생활한복)

I. 서론

우리 고유의 문화를 바르게 인식하고 계승하기 위한 전통한복이나 생활한복의 착용은 실생활 속에서 우리 민족의 정서를 느낄 수 있게 해주며, 세계에 한국을 알릴 수 있는 문화적인 상징물이 된다. 월드컵과 아시안 게임 등과 같은 국제적인 행사를 앞두고 한복의 일반화 또는 생활화는 우리의 문화를 알릴 수 있는 좋은 기회가 될 수 있으며 특히 생활한복의 일반화를 위해서는 다양한 연령층의 소비자들의 기호를 파악하여 차별화된 상품의 개발이 필요하다.

해방이후 1970년대까지 양장의 급속한 보급증가로 전통한복의 발전이 위축되어오다, 86아시안 게임과 88올림픽을 계기로 전통문화에 대한 관심이 예복으로만 착용되던 전통한복을 현대화, 생활화하기 위하여 생활한복을 등장시켰다. 1990년대에 급격히 팽창하던 생활한복시장은 최근 들어 소수의 몇 개 기업만이 그 명맥을 유지하고 있다(이광주, 2001). 생활한복은 개량한복, 변형한복, 실용한복 등 여러 용어들이 혼용되어 사용되고 있으나 양정은, 유송옥(2000)은 전통한복의 전통미를 유지하면서 활동성을 보완하는 동시에 현대적 감각을 살린 복식으로 정의하고 있다. 그러나 생활한복의 발전을 위해서는 소비자측면에서 전통한복과 구분되는 의복유형으로 생활한복의 개념을 명백하게 구축하는 것이 필요하며 이를 위해서 소비자들이 전통한복과 다르게 중요하게 생각하는 제품속성이 무엇인지를 파악하고 생활한복 업체들은 그에 따른 차별화된 제품기획을 하는 것이 필요하다.

Engel, Kollat Blackwell(1995)의 소비자 행동 모델에 의하면 라이프 스타일은 의복평가기준에 영향을 미치고 평가기준은 상품 또는 상황에 따라 차이를 보이며 의복의 경우도 그에 따라 평가기준이 달라질 것이다. 그러나 현재까지 의복평

가기준에 관한 연구는 주로 서양의복을 중심으로 이루어졌고 우리나라 옷인 한복과 관련된 연구는 이루어지지 않았다. 평가기준에 영향을 미치는 라이프 스타일은 환경변화에 따라 빠르게 변화한다.

인터넷이라는 커뮤니케이션 네트워크는 소비자들의 사고나 행동양식에 큰 변화를 주고 있고 디지털이라는 새로운 기술혁명은 기존의 기술혁명을 대체하면서 급격한 사회 문화적인 변화를 초래하고 있다. 이러한 환경변화중의 하나는 새로운 세대의 등장이며 새천년 세대(millennials), N세대(net generation)라고 하는 소비자는 실용적이며, 말보다 행위를 중시하는 것(김재호, 2002)으로 보고되었다. 이들을 대표하는 대학생들은 디지털 기술로 대표되는 새로운 환경에서 성장한 잠재적인 한복의 소비자이며 이들 집단을 겨냥한 효과적인 마케팅전략을 세우기 위해서는 대학생들에 대한 정확한 이해가 필요하다.

따라서 본 연구는 남녀대학생들의 생활양식 유형과 한복의 평가기준 차이를 밝히고 생활양식과 평가기준과의 관계를 밝힘으로써 한복관련업체들의 효율적인 운영과 소비자 만족의 증대 및 의류학의 학문적 발전을 위한 것이 그 목적이다. 구체적으로 본 연구에서는 첫째, 대학생들의 라이프 스타일을 알아보려고 한다. 둘째, 전통한복과 생활한복의 평가기준을 알아보려고 한다. 셋째, 대학생들의 라이프 스타일과 전통한복 및 생활한복의 평가기준과의 관련성을 규명하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 라이프 스타일

개인의 라이프 스타일이나 성, 연령, 직업, 결혼여부, 교육정도 등의 사회, 경제, 문화적 요인이 의복의 선택을 지배하는 중요한 요인이 되고 있

다. EKB(1993)모델에서 라이프 스타일은 의사결정변수로서 평가기준에 영향을 주며 환경에 따라 변화한다. 따라서 효과적인 마케팅을 위해서는 목표집단의 라이프 스타일을 지속적으로 조사하여 상품개발이나 광고에 반영하는 것이 필요하다.

현대는 전통적인 성역할 개념이 변화되고 있어 남녀의 역할구분이 어려워지며, 여성의 권위가 신장됨에 따라 여성의 자주권이 강화되고 사회적 활동에 참여하는 기회도 많아졌다. 사회에 적극적으로 참여하는 여성일수록 여가활동에 대하여 더욱 적극적인 태도를 보인다. 이러한 여성의 사회경제적 역할구조의 변화는 제품 및 서비스와 관련된 구매행동 패턴의 변화를 수반하게 된다. Faith Popcorn(1998)은 미래의 라이프 스타일을 제안했다. 미래에는 남성이 여성화되며 여성이 사회를 지배하고 개인의 개성을 강조하고 욕망을 자제하지 않고 적극적으로 실현할 것이라고 예측했다. 한편 Solomon(1999)은 밀레니엄의 라이프 스타일로서 여성들이 전통 지향적으로 변화될 것을 예측했다. DDB Needham Worldwide advertising agency에서 1996년에 미국인 4000명을 대상으로 조사한 결과에 의하면 1990년대 후반기에 미국인들은 안락감을 중요시하며, 전통적 가치를 받아들일 것이라고 보고했다.

최근의 디지털이라는 새로운 기술혁명은 소비자들의 가치관이나 생활양식에 큰 변화를 초래하고 있다. 사회 문화적 변화와 함께 등장한 N세대의 특징은 독립적이며 자신을 표현하는데 능숙하고 사회의 여러 현상에 대하여 관심이 높고 여가와 소비를 중요시하고 테크놀로지에 익숙하여 개방적이고 수용적인 태도를 보이는 것으로(임숙자 외, 2001)보고되었다.

2. 한복구매시의 평가기준

평가기준이란 소비자들이 상품을 선택할 때 고려하는 기준들 또는 특성의 명세들로서, 이는 곧 상품의 속성을 말하는 것이므로 의복의 종류에 따라 달라질 것이다. 의복평가기준은 여러 가지 분류방법에 의하여 연구되고 있다. 구매과정별

평가기준은 내재적 평가기준과 구매평가기준으로 분류하였는데 내재적 평가기준이란 자신의 라이프 스타일속에서 중요하다고 판단되는 가치에 의해서 형성된 것으로 평소에 소비자가 중요하다고 생각하는 평가기준이라고 할 수 있으며, EKB(1993)의 모델 중 대안평가단계에서 사용하는 평가기준은 구매결정순간에 사용하는 평가기준으로 구매평가기준이라고 할 수 있다. 따라서 구매평가기준과 내재적 평가기준은 서로 달라질 수 있다. 김미영(1989)은 내의와 잠옷의 경우 섬유의 종류와 편안함이 내재적 평가기준이었으나, 구매평가기준은 색채, 값에 비해 얼마나 좋은 옷을 사는 가로 달라졌다.

소비자가 의사결정에 사용하는 평가기준의 수와 각 평가기준의 상대적 중요성도 변화한다. Frings(1983)는 패션제품 선택에서 사용되는 선택기준을 색, 재질, 스타일 등의 외적요소와 가격, 맞춤새, 적합성, 상표, 재질의 특성 및 구성 등 실재적 요소로 분류하였다. 또한 Eckman등(1990)은 의복평가기준을 본질적 기준으로는 심미성 유용성, 성능 및 품질을 포함시켰고 비본질적 기준으로 가격, 상표, 경쟁사 등의 내용을 포함시켜 연구한 결과 소비자들이 전체적으로 중요하게 여기는 평가기준은 본질적 기준임을 제시하였다. 제품평가단서는 디자인, 성능 등의 내재적 단서와 외재적 단서가 있는데 가격, 상표명, 점포이미지 등과 같은 외재적 단서는 쉽게 이용할 수 있어 소비자가 제품의 품질지각에는 외재적 단서의 영향이 크다고 보고했다(Rao & Monroe, 1989).

소비자가 사용하는 평가기준은 제품의 유형과 상황에 따라 변화한다. 김미영등(1988)은 내의, 잠옷, 청바지의 경우 미의 차원 기능성, 경제성으로, 블라우스, 투피스, 코트의 경우는 미의 차원과 기능성 차원으로 구분하였다.

한복과 관련된 연구로 강혜원(1979)의 연구에서 응답자의 80%가 한복이 고전적임, 우아함, 전통성, 아름다움의 특성을 가지고 있으므로 한복을 입는다고 했다. 많은 연구들에서 한복의 이미지는 우아함 단정함, 품위중심으로 설명되고 있고 부정적 이미지로는 촌스럽고, 노숙해 보이며,

너무 눈에 띄고 비활동적이라고 언급하였다.

한편 최근의 생활한복의 형태적 특징은 전통 한복에 활동성과 기능성 편안함을 부가시킨 옷으로 전통한복의 실루엣에 서양복의 구성요소를 그대로 이용하고 있다.

임영자, 유은정(2001)의 연구에서 생활한복에 대한 추구태백요인으로 전통성추구, 심미성 추구, 편안함 추구로 나타났고, 생활한복의 이미지를 품위, 편안함, 보수적, 혁신적 이미지로 구분하였다.

평가기준의 차원은 소비자의 특성에 따라서도 다르게 분리될 것이다. EKB(1995)모델에서 보면 평가기준에 영향을 주는 요인으로 소비자집단의 문화적 규범과 가치관, 하위 집단 등을 지적하고 있다. 따라서 소비자가 소속된 집단에 따라서 가치관이나 규범이 다르고 이는 소비자의 의복 구매시 평가기준의 차원에 영향을 줄 것이다. 그러므로 성별에 따른 평가기준의 차이를 규명하는 것이 필요하다. 평가기준에 관한 연구로 주로 여대생이나 성인 여성을 대상으로 했으며, 박은주(1982)는 의복선택기준을 개성, 경제성, 실용성, 동조성, 정숙성으로 나누고 있다. 강혜원(1974), 장연화(1981)의 연구에 따르면 20대는 외모에 대한 관심, 흥미가 높고 개성을 중시한 반면 연령이 증가함에 따라 경제성, 정숙성을 중시하는 것으로 나타났다. 김진구(1970)는 한국여대생들이 의복선택시 정숙성을 가장 중요시하고 그 다음으로 관리성, 심미성, 안락감 등을 많이 고려한다고 있고 정혜영(1983)은 여자대학생의 경우 저학년에서는 어울림, 스타일, 가격이 중요한 평가기준으로 나타났으며 고학년에서는 가격이 제일 중요하였고 다음이 스타일 어울림이었다고 하였다. 정하신 등(1983)의 여대생을 대상으로 한 연구에서 여대생들은 의복선택에서 정숙성을 가장 중요하게 생각했으며, 다음으로 경제성, 개성표현, 실용성, 동조성의 순서로 나타났으며 동조성은 다른 요인에 비해 점수가 아주 낮게 평가되어, 여대생의 경우에는 자신의 주체성과 정체감이 확립되어 있는 시기이므로 다른 사람의 외모와 동질화되는 것을 원하지 않기 때문으로 풀이하였다. 특히 정숙성이 높게 평가된 이유는 한국사회의 전통적

보수주의 경향이 반영된 것으로 설명했다. 이처럼 의복의 선택기준 혹은 평가기준에 관한 연구 결과는 일관성을 보이지 않으나, 주로 여자대학생의 경우 개성이나, 정숙성을 중요시하는 것으로 나타났다. 의복 품목을 나누어 연구한 것은 매우 드물고 특히 한복에 관하여 연구된 것은 없으므로 우리 나라 고유한 문화유산의 일부분인 한복의 보급과 발전을 위해서는 소비자들이 한복을 구입할 때 어떠한 평가기준을 사용하는지에 관한 연구가 필요하다고 본다. Engel등(1995)은 제품의 여러 가지 속성 중에 중요한 것으로 응답된 속성은 시장세분화에 필요한 정보가 되며, 신제품 개발에 유용한 자료가 된다고 했다. 따라서 차별화된 생활한복의 개념을 정립하기 위하여 전통한복과 생활한복에 대한 평가기준의 차이를 규명하는 것이 필요하다.

3. 라이프 스타일과 평가기준

Levy(1963)는 소비자의 라이프 스타일과 제품 의사결정과의 상관관계를 연구한 결과 소비자의 라이프 스타일은 개개인이 제품을 구매하는 유형을 예측할 수 있었다. 원선(1987)의 연구에서 사회활동과 문화활동에 적극적으로 참여하며, 물질 지향적인 생활을 하는 소비자는 의복의 심미성과 유행에 관심이 많았고 전통 지향적이며 소극적인 생활양식을 가진 사람은 경제성이나 실용성위주의 의복을 구매하는 것으로 나타났다. Cassil & Drake(1987)는 라이프 스타일과 평가기준과의 관계를 조사한 결과, 자신감지향은 의복의 적절성과 정적인 상관관, 매력/유행지향 라이프 스타일은 의복적절성과 타인 지향적 평가기준과는 정적인 관계를 경제성과는 부적 상관을 나타내고, 전통적 가치지향은 의복 적절성과는 부적 상관, 경제성과는 정적인 상관을 나타냈다.

생활한복의 등장은 우리고유의 한복을 일상생활에서 착용함으로써 전통에 대한 바른 인식과 우리의 것을 지키자는 의도에서 시작되었으나 최근에는 몇 개의 기업만이 생산하고 있고 일부 연령층에서만 착용되어 처음에 시도하였던 것과는

다른 양상을 보이고 많은 이의 관심에서 멀어져 가고 있다. 따라서 우리 한복의 고유한 아름다움을 인식하여 생활한복을 누구나 착용할 수 있게 하기 위해서는 소비자들이 전통한복과 생활한복 각각에 대하여 중요하게 생각하는 속성이 무엇인지에 관한 이해가 필요하다. 대학생들은 한복에 대한 잠재적인 고객으로 환경의 변화를 빠르게 수용하는 소비자이므로 생활한복의 차별화된 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 평가기준에 영향을 미치는 라이프스타일의 변화를 파악하여 전통한복 및 생활한복의 평가기준과의 관련성에 관한 연구가 필요하다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구는 남녀 대학생들의 라이프 스타일과 한복 평가기준과의 관계를 규명하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제1. 대학생들의 라이프 스타일 차원을 밝힌다.

연구문제2. 전통한복과 생활한복의 평가기준의 차이를 밝힌다.

연구문제3. 라이프 스타일과 한복구매시의 평가기준과의 관계를 밝힌다.

부가적 관심으로 대학생들의 한복에 대한 태도를 밝히고 구매의도와와의 관계를 규명한다.

2. 측정도구

본 연구는 자답식 설문지를 사용한 조사연구 방법을 사용하였고 측정도구는 선행연구로부터 선택된 문항과 표적집단 면접을 통해 수집한 문항내용을 예비조사 과정에서 수정 보완하여 개발하였다.

1) 라이프 스타일

본 연구에서는 의복행동과 관련된 것으로 밝혀진 일반적인 생활양식의 차원 중 특히 대학생과 한복과 관련된 라이프 스타일변인을 선정하였다. 한복의 구매행동과 관련된 라이프 스타일 변인으로서 선행연구(우석봉(2000); 김미영, 이은영(1992))의 문항을 참고하여 본 조사의 연구목적과 피험자에 맞게 수정하였고, 예비조사를 거쳐 총 20문항의 5점 척도 likert형으로 구성하였다. 각 문항에 동의하는 정도를 아주 그렇지 않다 1점 아주 그렇다 5점으로 측정하였다.

2) 한복 평가기준

한복 평가기준이란 한복(전통한복 및 생활한복)제품이 가지고 있는 속성중에서 소비자가 중요하게 생각하는 것으로 정의하고 평가속성의 내용은 선행연구(Stemm(1980); 고애란(1994); 김미영, 이은영(1988))들을 기초로 총23항목으로 구성하였다. 사전조사 결과 대학생의 경우 한복(전통한복 및 생활한복)을 구입한 경험이 거의 없는 것으로 나타났기 때문에 구입하는 것을 가정하여 설문을 작성하였다. 응답자들이 전통한복 또는 생활한복을 구입한다면 각 항목들을 어느 정도 중요하게 생각하는지를 응답하도록 하였으며 전혀 중요하지 않다 1점 아주 중요하다 5점 likert형으로 측정하였다. 생활한복은 전통한복의 유형에서 디자인이 변형된 것을 의미한다.

3) 전통한복에 대한 태도 및 구매의도

전통한복에 대한 태도 문항은 한복에 대한 인지적 측면 2문항과 감정적 측면의 2문항으로 전통한복에 대한 자부심과 문화 유산물로서의 전통한복가치의 인식등의 내용을 포함하며, 전통한복 및 생활한복의 구매의사는 앞으로 전통한복이나 생활한복을 구매할 의향이 어느 정도인지 응답하게 하였다. 이에 대한 설문은 최선행 등(1998)의 연구와 사전조사를 통하여 연구자가 작성하였으며 예비조사를 통하여 수정하였고 그 정도를 5점 likert형 척도로, 아주 그렇지 않다 1점 아주 그렇다 5점으로 측정하였다.

3. 조사대상 및 자료수집

본 연구의 연구대상자는 서울에 소재한 대학의 남녀대학생 291명을 대상으로 편의 추출하였다. 자료수집기간은 2001년 10월 20일에서 11월 7일 까지 이루어졌고 400부를 배부하여 330부를 회수하였으며 이중 불완전한 설문을 제외한 291부를 자료분석에 사용하였다. 본 연구의 조사대상은 남자가 102명(35%)이었고 여자는 189명(65%)이었으며 연령은 19세에서 24세이었다.

4. 자료분석

본 연구는 대학생의 라이프 스타일과 한복구매시의 평가기준과의 관련성을 규명하기 위해, SPSS PC 프로그램을 이용하여 factor analysis와 pearson의 product moment correlation, multiple regression analysis, t-test, one way Anova를 하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 대학생의 라이프 스타일

대학생의 라이프 스타일과 한복구매시의 평가기준의 차원을 밝히기 위하여 라이프스타일 20문항과 전통한복, 생활한복에 대한 23문항 각각을 요인분석하였다. 이때 주성분분석과 직교회전을 하였고 요인별 문항은 요인 부하량이 0.4이상인 것을 선정하였다. 두개이상의 요인에서 0.4이상의 높은 요인 부하량을 갖는 것은 분석에서 제외하였다. 도출된 요인은<표 1><표 3><표 5>에 제시된 바와 같다.

라이프 스타일의 분석결과 <표 1>에서와 같이 요인 1은 전체변량중 15.4%의 설명력을 가지며 독립적이고 자신의 능력에 자신감을 가지며 개성을 추구하는 생활양식으로 독립성지향이라고 명명하였고, 요인2는 10.5%의 설명력을 가지고 보

수적이고 전통적 성역할 고정관념을 추구하는 전통적 가치지향형, 요인3은 물질에 관심이 많고 성공 지향적인 생활양식을 추구하는 것으로 물질지향형으로 명명하였고 10.5%의 설명력을 가진다. 요인4는 10.4%의 설명력을 가지고 여가활동에 적극적인 생활양식으로 여가활동지향형으로 명명하였다. 대학생들에게 가장 중요한 라이프 스타일 요인은 독립성지향형으로 나타났다. 이와 같은 결과는 N세대의 특징에서 독립적이며 자신을 표현하기를 좋아한다는 보고와 일치하는 것이다. 주부를 대상으로 한 김미영등(1992)의 연구에서는 여가활용성이 설명력이 가장 큰 것으로 나타나 연령에 따른 생활양식의 유형이 달라짐을 알 수 있다.

라이프 스타일 요인에 대하여 남녀대학생의 차이를 검증한 결과는 <표 2>에 제시된바와 같이 여가활동성지향요인과 전통적 가치지향요인에서는 남녀차이가 유의적인 것으로 나타나 여자들이 보다 적극적이며 활동적인 라이프 스타일을 추구하고 남자대학생들은 여자대학생들보다 전통적인 성역할 개념을 가지고 있고 보수적인 가치관을 가지는 것으로 해석된다. 전통적인 성역할 개념은 유교중심적인 사고를 의미하여 부부의 유별과 가장 중심적인 가족의 개념을 강조하는 것을 의미한다. 독립성지향요인과 물질지향요인에서는 남녀차이가 유의적이지는 않으나, 여자가 더 자신감이 있고 독립적이며 물질을 추구하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Popcorn(1998)이 미래에는 여성이 좀더 적극적이고 능동적일 것이라는 예측과 일치되는 결과이다.

2. 전통한복과 생활한복의 평가기준

평가기준은 의복이 가지고 있는 여러 가지 속성들이며 이 속성들은 몇 개의 차원으로 군집화 되어질 수 있다. 전통한복에 대한 평가기준을 몇 개의 차원으로 구분하기 위해 요인분석한 결과는 <표 3>과 같다. 요인1은 활동성과 세탁, 손질방법, 수선과 같은 요인을 중요하게 고려하는 것으로 전체 변량 68.7%에서 20.2%의 설명력을 가지

며 관리 및 활동성으로 명명하였다. 요인2는 정숙하며, 품위있고 연령이나 신분에 적합한 것을 고려하는 것으로 12.1%의 설명력을 가지며 품위요인으로 명명하였다. 요인3은 실루엣과 색을 중요하게 고려하는 것으로 디자인으로 명명하였고 9.8%의 설명력을 가진다. 요인4는 유행과 개성을 중요하게 생각하는 것으로 유행이라고 명명하였으며, 설명력은 9%, 요인 5는 외모와의 적합성으로 설명력은 8.9%의 설명력을 가진다. 전통한복을 구입할 때는 활동성이나 견고함, 세탁과 같은 관리적 측면이 가장 중요한 것으로 나타났다. 이는 대학생들이 여가활동을 중요시하고 취미생활에 적극적이고 활동적이기 때문에 활동적이고 손질이나 관리가 쉬운 것을 선호하는 것으로 해석된다. 따라서 연령이 낮은 소비자들에게 한복의 생활화를 위해서는 한복의 실용적측면을 고려한 제품기획이 필요하다. 현실적으로 한복의 비활동적인 특성은 한복착용의 일반화에 장애요인이 되고 특별한 행사시에만 입는 예복화되는 경향을 설명해주고 있다. 한편 소비자들은 한복의 유행이나 디자인보다는 품위에 대하여 중요하게 생각

하는 것으로 나타났다.

평가기준에서 남녀의 차이를 비교한 결과는 <표 4>와 같다. 유행을 제외하고 관리 및 활동성요인, 품위, 디자인요인을 남자보다 여자가 더 중요하게 생각하는 평가기준으로 나타났다. 유행은 남자대학생들에게서 중요한 평가기준으로 나타났다.

즉 남자대학생들은 전통한복에서 유행과 개성을 여자보다 더 중요하게 평가하는 것으로 풀이된다. Zeithaml(1985)는 소비자가 내재적 단서보다 외재적 단서에 더 의존하는 경우를 내재적 단서를 평가할 충분한 시간이나 관심이 없는 경우라고 한 것과 같이 일반적으로 남자들이 의복에 대한 관심이 낮기 때문으로 해석된다. 여자들은 활동적인지 견고한지 바느질과 세탁방법등의 관리 및 활동성, 정숙해 보이는지 품위있는지 등의 품위요인, 실루엣과 색의 디자인요인을 더 중요하게 평가하는 것으로 나타났다. 여자대학생을 대상으로 연구한 선행연구들에서 정숙성이나 개성 또는 관리를 중요시하는 것과는 일치하는 결과이다. 그러나 서양의복을 대상으로 한 선행연

<표 1> 대학생의 라이프 스타일의 요인분석 결과

문항	요인부하량			
	독립성 지향형	전통적 가치 지향형	물질 지향형	여가활동 지향형
나에게 어떠한 일이 주어진다 해도 자신 있게 해 낼수 있다.	.82			
나는 대부분의 사람보다 더욱 자신감이 있다고 생각한다.	.81			
나는 개인적인 능력이 많이 있다고 생각한다.	.73			
나는 대부분의 사람보다 더욱 독립적이다.	.68			
남이 뭐라고 하든 내 개성대로 살고 싶다.	.45			
집안의 중요한 일은 가장이 결정해야 한다고 생각한다.		.80		
여성은 역시 가정에 충실해야한다.		.75		
나는 약간 보수적인 취향과 습관을 가지고 있다.		.67		
증권이나 부동산 장사 사업에 대해 흥미를 가지고 있다.			.71	
재산증식을 위해 필요하다면 이사를 자주하는것도 좋다.			.68	
즐겁고 부를 누리는 생활을 원한다.			.68	
성공한 학자보다는 성공한 사업가가 좋다.			.63	
문화활동에 적극적으로 참여하고있다				.81
음악회나 미술전람회에 가는 것을 즐긴다.				.70
취미활동에 적극적으로 참여하고 있다.				.59
외식이나 소풍을 자주 간다.				.50
총 변량:47%	15.4	10.5	10.5	10.4
신뢰도 계수(cronbach's α)	.78	.67	.62	.64

구들에서 평가기준이 주로 미의 차원, 실용성 차원 등으로 구분된 것과는 다르게 나타나 의복의 품목에 따라 평가기준의 내용이 달라짐을 알 수 있다.

<표 2> 라이프스타일요인에서 남녀 대학생의 평균값의 차이

라이프스타일 요인	평균값		t-value
	남자	여자	
독립성지향 요인	3.49	3.53	- .44
전통적가치지향 요인	3.01	2.48	5.51***
물질지향요인	3.42	3.44	- .30
여가활동지향요인	3.06	3.41	-4.32***

***p<.001

석 결과이며 총 변량은 64.24%였고 요인1은 전체 변량에서 17.32%의 설명력을 가지는 것으로 나타났다 품위가 있고 정숙해보이며 한국적인 멋을 중요하게 고려하는 것을 품위요인으로 명명하였다. 요인2는 봉재상태, 세탁 수선과 같은 문항으로 관리로 명명하였고, 요인3은 실루엣과 색으로 디자인요인으로 명명하였고, 요인4는 주위의 반응, 몸에 맞음, 다른 옷과의 조화로 적합성으로 명명하였다. 요인5는 상표로 나타났다. 이 가운데 설명력이 가장 높은 것은 요인1로 품위요인이 17.32%로서 대학생들이 생활한복을 구입할 때 가장 중요하게 생각하는 평가기준으로 나타났다.

<표 3> 전통한복에서의 평가기준에 대한 요인분석결과

문항	평가기준	요인부하량				
		관리 및 활동성	품위	디자인	유행	외모와의 적합성
수선 및 AS		.83				
세탁과 손질방법		.82				
바느질(봉재상태)		.66				
활동성		.66				
견고함		.47				
품위			.88			
정숙성			.77			
연령이나 신분의 적합성			.75			
색				.90		
실루엣				.86		
유행					.83	
개성					.81	
외모와 어울림						.99
체형의 단점을 보완						.60
총 변량:68.7		20.2	16.0	12.9	11.6	7.9
신뢰도 계수(cronbach's α)		.77	.76	.80	.60	.61

<표 4> 전통한복 평가기준요인에대한 남녀차이

평가기준요인	평균값		t-value
	남자	여자	
관리 및 활동성	3.77	3.95	-2.53*
품위	3.58	3.90	-3.62***
디자인	4.16	4.41	-3.13**
유행	3.38	3.14	2.49*
외모와의 적합성	3.93	4.49	-1.46

*P<.05, **P<.01, ***P<.001

다음으로 관리요인이 중요한 것으로 나타났다. 품위요인이 중요하다고 응답된 것은 소비자들은 전통한복보다 생활한복에서 더 품위가 있으며 정숙해 보이고 한국적인 아름다움을 요구하는 것으로 풀이된다. 시판되고 있는 생활한복은 활동성, 실용성을 강조하여 한국적인 멋과 품위가 없어지고 이로 인하여 생활한복이 뿌리가 없는 옷으로 평가되어 소비자들에게 외면당하는 것은 이러한 이유로 설명되어질 수 있다. 한편 전통한복과 같

<표 5>는 생활한복에 대한 평가기준의 요인분

이 실루엣과 색이 디자인요인으로 도출되어 생활한복에서 실루엣과 색이 차지하는 역할이 매우 큼을 시사한다. 전통한복과 다르게 적합성을 중요하게 고려하는 것은 아직까지 생활한복에 대한 개념이 정립이 되어있지 않아 일반적이지 못하다는 것을 의미한다. 특히 몸에 맞음과 같은 속성이 중요한 적합성의 요인으로 도출된 것은 아직까지 생활한복의 치수가 체계적이지 못하다는 것을 의미한다. 생활한복에서 소비자는 상표를 중요하게 고려하므로 상표개발을 적극적으로 하는 것이 필요하다. 또한 제품의 한국적인 품위를 강조하여 디자인하는 것이 필요하고 주위의 반응을 중요하게 생각하므로 광고에서는 같은 연령대의 모델을 선정함으로써 동조성을 자극하는 것이 필요하다. 또한 커뮤니케이션과정을 통해 전통한복과 생활한복의 차별이 되는 중요한 속성을 인지시키고 의사결정시에 결정적 선택기준으로 사용될 수 있도록 소비자들에게 광고나 홍보, 교육을 통해서 알리는 것이 필요하다.

생활한복의 평가기준에 대한 남녀대학생의 차이는 <표 6>과 같다. 관리요인과 디자인요인에서 남녀의 차이가 유의적으로 나타났다. 여자대학생이 세탁이나 손질방법, 실루엣과 색채를 남

<표 6> 생활한복의 평가기준요인에 대한 남녀차이

평가기준요인	평균값		t-value
	남자	여자	
품위	3.71	3.79	-1.13
관리	3.70	4.13	-3.35**
디자인	4.10	4.47	-4.63***
적합성	3.74	3.74	.04
상표	3.24	2.85	1.29

P<.01, *P<.001

자대학생보다 더 중요하게 평가했다. 유의적인 차이는 아니나 남자대학생들은 상표요인을 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 전통한복과 생활한복에서 남녀대학생의 평가기준의 차이를 규명한 결과 여자대학생의 경우 본질적 특성을 남자대학생의 경우 비본질적 특성을 고려하는 것으로 나타났다. 이는 여자보다 남자가 의복에 대한 지식이나 구매경험이 부족하기 때문으로 풀이된다.

위와 같은 결과를 통해서 의복유형에 따라 평가기준이 다르게 적용됨을 알 수 있고 제품의 구입 시에 고려하는 평가기준은 다차원의 구조를 가진다는 선행연구들의 결과를 지지한다. 또한 요인분석 결과 도출된 의복평가기준의 유형은 대학생들이 가지고 있는 내재적 평가기준으로 설명될 수 있다. 그러나 의류제품에 따라 다르게 평가

<표 5> 생활한복에서의 평가기준에 대한 요인분석결과

문항	요인부하량				
	품위	관리	디자인	적합성	상표
정숙성	.76				
품위	.72				
한국적인 멋(전통적인 아름다움)	.70				
상황에 적합성	.67				
세탁과 손질방법		.83			
수선 및 AS		.82			
바느질(봉제상태)		.56			
색			.90		
실루엣			.86		
몸에 잘 맞음				.66	
다른옷과의 조화				.62	
주위사람들의 반응				.62	
상표					.93
개성					.60
총 변량:64.24	17.32	13.93	13.90	10.90	8.20
신뢰도 계수(cronbach's α)	.73	.72	.86	.74	.55

되는 내재적 평가기준은 소비자가 평소에 중요하게 생각하고 있는 의류제품의 속성이지만 실제 구매시에는 중요하게 고려하는 평가기준은 달라질 수 있다.

3. 라이프스타일과 평가기준과의 관계

전통한복에서 라이프스타일과 평가기준과의 상관관계를 분석한 결과는 <표 7>과 같으며, 여가활동지향형은 관리 및 활동성, 품위요인 그리고 디자인에 정적인 상관관계를 나타내었고 독립성지향형은 관리 및 활동성, 디자인과 정적상관을 나타냈다. 전통적 가치지향형은 디자인과는 부적상관을 나타내어 전통 가치 지향적일수록 디자인은 중요하게 생각하지 않는 것으로 풀이된다. 이는 맥락위주의 전통적인 가치관을 가진 대학생들에게는 개성을 표현하기 위한 디자인이 중요하지 않은 것으로 풀이된다. 한편 물질지향형은 디자인과 정적상관을 나타내어, 물질지향적일수록 전통한복의 디자인을 중요하게 생각하는 것으로 풀이된다.

<표 7> 전통한복에서 라이프스타일과 평가기준과의 상관관계

평가기준 \ 라이프스타일	독립성 지향형	전통적 가치 지향형	물질 지향형	여가활동 지향형
관리 및 활동성	.49 *	-.05	.06	.43 *
품위	.09	-.04	.01	.42 *
디자인	.56 *	-.43 *	.48 *	.55 *
유행	.07	.09	-.03	.01
외모와 어울림	-.09	-.04	.03	.07

생활한복에서 라이프 스타일과 평가기준과의 상관관계결과는 <표 8>에 제시되었다. 독립성지향형은 관리요인과 디자인에 정적상관을, 전통적 가치지향형은 디자인과 부적상관을 적합성과는 정적상관을 나타내었다. 여가활동지향형과 물질 지향형은 디자인과 정적상관을 나타냈다.

전통한복과 생활한복 모두에서 디자인은 전통적 가치 지향형 요인과는 부적인 관계를 독립성지

향형, 물질지향형, 여가활동지향형과는 정적인 상관관계를 갖는 것으로 나타나 여성과 남성의 전통적 역할을 중요시하고 가정 중심적인 전통적 가치를 추구하는 대학생들은 한복이나 생활한복 모두에서 디자인을 중요하게 고려하지 않는 것으로 풀이된다.

<표 8> 생활한복에서 라이프스타일과 평가기준과의 상관관계

평가기준 \ 라이프스타일	독립성 지향형	전통적 가치 지향형	물질 지향형	여가활동 지향형
품위	.07	.09	.05	.05
관리	.53 *	-.00	.00	.11
디자인	.56 *	-.45 *	.45 *	.49 *
적합성	.02	.53 *	.07	-.03
상표	.02	.00	.04	-.06

한복구매시의 중요하게 고려되는 구매평가기준을 알아보기 위하여 stepwise multiple regression 을 실시한 결과는 <표 9>와 같다. 전통한복의 경우 남자는 품위요인 여자는 디자인요인으로 나타났다. 생활한복의 경우에도 남자는 품위요인, 여자는 적합성요인이 중요한 구매평가기준으로 나타났다. 임영자등(2001)의 연구에서는 소비자의 전통성의 추구가 생활한복의 구매의사에 영향을 미치지 않는다고 보고되었으나 이는 여성만을 대상으로 연구되었기 때문에 본 연구와 다른 결과가 나온 것으로 풀이된다. 침체된 생활한복을 활성화하기 위해서는 소비자들이 평소에 중요하다고 평가하는 내재적 평가기준과 함께 의복구매시의 중요하게 고려하는 구매평가기준을 이를 구매시점광고나 디스플레이에 적극적으로 활용할 수 있을 것이다.

4. 전통한복에 대한 태도와 전통 및 생활한복에 대한 구매의도와 의 관계

전통한복에 대한 태도는 남녀 모두 긍정적이었고 여자가 좀더 유의적으로 호의적인 태도를 보였다. (남자, M=3.57, 여자, M=3.94 T-value=

<표 9> 한복의 구매의도에 영향을 미치는 독립변수의 영향

구매의도	성별	독립변수	β	t-value	R2	F-value
전통한복	남자	품위	.28	2.44*	.24	5.97*
	여자	디자인	.43	4.2***	.29	17.25***
생활한복	남자	품위	.33	2.5*	.25	6.32*
	여자	적합성	.18	2.2*	.14	3.94*

-4.76***) 이러한 결과는 일반적으로 남자가 여자에 비하여 의복에 대한 관심이 낮기 때문으로도 해석 될 수 있다.

전통한복과 생활한복의 구매의도의 남녀차이를 조사한 결과 <표 10>에서와 같이 전통한복의 경우 여자대학생이 남자대학생보다 구매의도가 유의적으로 높게 나타났고 생활한복의 경우 남자가 유의적으로 높게 나타나 생활한복에 대하여 여자보다 남자가 더 긍정적으로 평가하는 것으로 풀이된다.

전통한복에 대한 태도는 전통한복 및 생활한복의 구매의도와 유의적인 상관관계를 나타내고 있으며, <표 11>에서와 같이 전통한복에 대한 태도는 생활한복보다는 전통한복에 대한 구매의도와 상관관계가 높게 나타났다. 즉 한복에 대한 태도가 긍정적일수록 생활한복보다는 전통한복에 대한 구매의도가 높게 나타났다. N세대의 대표적인 집단인 대학생의 경우 한복에 대한 태도는 매우 긍정적이나, 전반적으로 한복의 구매의도는 낮게 나타났고 특히 생활한복의 구매의도는 매우 낮게 나타났다.

<표 10> 전통한복 및 생활한복에서 남녀에 따른 구매의도 차이

구매의도	전통한복			생활한복		
	남자	여자	t-value	남자	여자	t-value
평균	3.13	3.48	-3.30**	3.12	2.84	2.56*

<표 11> 한복에 대한 태도와 전통한복 및 생활한복의 구매의도와의 상관관계

태도	구매의도	
	전통한복	생활한복
한복에 대한 태도	.50**	.26*

이러한 결과는 임영자등(2001)의 연구에서 소

비자의 학력이 높을수록 생활한복에 대한 구매의사가 낮게 나온 것과 일치하는 것이며, 따라서 이들은 한복에 대하여 매우 긍정적이나, 생활한복의 구매의도는 낮아지므로 생활한복업체는 전통한복과는 다른 생활한복의 평가기준을 고려한 제품기획이 이루어져야 할 것으로 생각된다. 즉 대학생들은 전통과 한복에 대하여 관심이 많고 구매의도와도 정적인 관계를 나타내므로 생활한복을 다양한 연령층에서 착용할 수 있도록 소비자를 세분화하여 이들 집단간의 선택기준을 고려한 제품차별화로 소비자를 공략할 수 있겠다. 양정은등(2000)의 연구에서 생활한복의 업체중 71.5%가 표적고객층을 정하지 못하고 있는 것으로 보고하였는데 이는 표적고객이 모든 연령층을 대상으로 하는데 발생한 문제점으로 풀이된다. 따라서 표적고객을 세분화하고 전문화하여 세분화된 집단별로 소비자들의 욕구와 불만족을 파악하여 이를 충족시키는 상품기획을 통해 생활한복시장을 활성화 할 수 있을 것으로 기대된다. 또한 남녀 모두 생활한복의 낮은 구매의도는 아직까지 잠재적인 소비계층인 N세대의 대학생들에게 생활한복에 대한 개념이나,

용도에 대한 인식이 낮음을 나타내며, 생활한복 업체들은 이러한 결과를 기초로 연령의 세분화와 함께 TPO에 따른 상품기획을 해야할 것이며 생활한복시장의 활성화를 위해서는 소비자들에게 장기적이면서도 적극적인 홍보가 이루어져야할

것으로 풀이된다. 특히 N세대의 경우 네트워크세대로 컴퓨터나 인터넷에 익숙하고 통신망을 통해 정보를 주고받는 세대이며 광고에 신뢰를 가지고 적극적으로 접촉하려고 하고 광고에 수용적인 태도를 나타내는 것으로 보고되었기 때문에(임숙자 외, 2001) 이러한 매체를 통한 광고를 이용하는 것이 바람직한 것으로 풀이된다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 서울에 거주하는 남녀 대학생 291명을 대상으로 이들의 라이프스타일과 전통한복 및 생활한복의 평가기준에 대하여 조사하였으며 또한 라이프스타일과 평가기준과의 관련성을 규명하고 부가적 관심으로 전통한복에 대한 태도와 전통한복과 생활한복의 구매의도에 대하여 조사하였다.

첫째, 남녀 대학생들이 평소에 중요하다고 생각하는 내재적 평가기준은 전통한복의 경우 관리 및 활동성, 품위, 디자인, 유행성, 외모와의 적합성이 중요한 평가기준이었고 생활한복에서는 품위, 관리성, 디자인, 적합성, 상표로 나타났다. 소비자들이 중요하다고 평가한 전통한복 및 생활한복에 대한 속성을 장기적으로 개선해 나가며 이를 홍보와 광고를 통하여 소비자에게 인지시키는 것이 필요하고 생산자는 전통한복과 생활한복의 제품기획시에 차별점으로 고려되어야 할 것으로 생각된다. 구매시에 중요하게 고려하는 구매평가기준은 남자의 경우 전통한복이나 생활한복의 구분없이 품위 요인이 한복구매에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 여자의 경우 전통한복에서는 디자인, 생활한복의 경우에는 적합성이 구매에 영향을 미치는 중요한 평가기준으로 나타났다. 이러한 결과를 판매시점에서 강조하므로 구매를 유도할 수 있다. 의복평가기준은 의복의 품목에 따라 다르며, 상대적인 중요성도 다르고 내재적 평가기준과 구매평가기준이 다르다는 EKB의 모델을 지지한다. 여자는 본질적 또는 내재적 단서

를, 남자는 비본질적 또는 외재적 단서를 주로 사용하며 이는 남자들이 의복에 대한 경험과 지식, 관심의 부족 때문으로 해석된다.

둘째, 라이프 스타일과 전통한복에서 평가기준의 관계를 살펴보면 자신감이 있고 개성있는 독립성지향형은 전통한복의 관리 및 활동성과 디자인에서 정적인 관계를, 전통적인 가치를 추구하는 전통적 가치 추구형은 디자인과 부적인 관계를 나타냈다. 성공과 물질에 관심이 많은 물질지향형은 전통한복의 디자인과 정적인 관계를 나타냈다. 취미생활에 적극적인 여가활동지향형은 관리 및 활동성과 한복의 품위 그리고 디자인과 정적인 관계로 나타났다. 생활한복의 경우 독립성지향형은 관리와 디자인에서 정적인 관계를, 전통적 가치 추구형에서는 전통한복에서와 마찬가지로 디자인과 부적인 관계를 나타내어 전통적인 생활양식을 추구하는 경우 한복(전통한복이나 생활한복)의 실루엣이나 색등을 중요하게 고려하지 않았다. 그러나 전통적 가치추구형은 적합성과는 정적인 관계를 나타내어 주위의 반응이나 다른 옷과의 어울림, 몸에 잘 맞음을 중요하게 고려하였다. 물질지향형과 여가활동지향형은 디자인과 정적인 관계를 나타냈다.

셋째, 남녀 대학생은 전통한복에 대하여 긍정적인 태도를 가지고 있었으며 한복에 대해서는 여자대학생이 남자보다 유의적으로 긍정적인 태도를 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한 전통한복에 대한 태도는 전통한복과 생활한복에 대한 구매의도와 정적 상관을 나타내었고 생활한복보다는 전통한복에서 더 높게 나타났다.

이러한 결과를 토대로 한복이 단순히 명절에만 입는 옷이 아니고 또한 연령의 제한이 있는 옷이 아니라는 것을 홍보하고 다양한 연령층의 소비자의 선호에 맞게 한복의 디자인을 기획하는 것이 필요하다. 특히 전통한복과 생활한복에서 중요하게 고려하는 선택기준이 다르므로 제품의 기획시에 차별점으로 적용하여야 하겠으며 특히 생활한복에서는 몸에 맞음과 같은 적합성요인을 고려하여 사이즈의 분류를 다양하게 하는 것이 필요하고, 디자인에서는 전통적인 아름다움의 품위

를 강조하고 같은 연령대의 모델을 사용한 광고를 통해 브랜드의 인지도를 높여 생활한복의 일반화를 꾀할 수 있겠다.

본 연구는 서울에 거주하는 대학생들을 대상으로 연구하였으므로 연구의 결과를 확대 해석하는데에는 신중을 기해야 할 것이며 앞으로의 연구에서는 이들 집단의 전통한복과 생활한복의 구체적인 디자인에 대한 선호도를 조사하는 것이 필요하며 또한 일반적인 서양의복의 평가기준을 조사하여 그 차이점을 비교하거나 소비자를 다른 변인으로 세분화하여 집단에 따른 한복평가기준의 차이를 비교하는 것이 필요하다.

참고문헌

- Cassill, N.L. & Drake, M.F.(1987). Apparel selection criteria related female consumers' lifestyle. *Clothing and Textiles Research Journal*, 6(1), 20-28.
- Eckman, M., Damhorst, M.L. & Kadolph, S.J.(1990). Toward a Model of the In-store Purchase Decision Process: Consumer Use of Criteria for Evaluating Women's Apparel. *Clothing and Textile Research Journal*, 8(2), 13-22.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1995). consumer behavior. 8th ed., Forth Worth; The dryden press.
- Faith Popcorn, Lyn Marigold(1998). Clicking: 17 trends that drive your business and your life.
- Jin-goo Kim(1970). Selected clothing behaviors, interests in clothing and selected clothing practices for a group of college women in Korea, *Home Economics Research Journal Abstracts*.
- Huddleston, P., Cassill, N.L. & Hamilton, L.K. (1993). Apparel selection criteria as predictors of Brand Orientation. *Clothing and Textiles Research Journal*, 12(1), 51-56.
- Levy, S.J.(1963). Symbolism and life style, In S.A. Greyson(ed.). *Toward Scientific Marketing*, Chicago: A. M. A.
- Rao, A.R. & Monroe, K(1989). The effect of price, brand name and store name on buyers' perceptions of product quality: An integrative review. *Journal of Marketing Research*, 26, 351-357.
- Solomon, M.R.(1999). *Consumer Behavior* 4th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Stemm, F.A.(1980). Clothing attitudes and evaluative criteria used by employed women differing in feminine role orientation and work orientation: emphasis on the single again adult(doctoral Dissertation, the Ohio State University, (1908). *Dissertation Abstracts International*, 41(1b), 148
- 강혜원(1979). 한복에 대한 태도를 중심으로 한 사회심리학적 의복 연구, -서울의 성인여성을 중심으로-. *대한가정학회지*, 17(3), 1-11.
- 강혜원(1979). 한복에 대한 태도를 중심으로 한 사회심리학적 의복 연구, -서울의 성인여성을 중심으로-. *대한가정학회지*, 17(3), 1-11.
- 고애란(1994). 국내및외국상표 칭바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구이미지 및 의복태도의 차이 연구. *한국의류학회지*, 18(2), 263-272.
- 김소연, 조필교(1988). 성인여성의 의복선택행동과 관련변인연구. *한국의류학회지*, 12(2), 159-168.
- 김재호(2002). X세대가고 밀레니엄 세대 뜬다, 조선일보, 3월 26일자
- 김미영(1995). 의복평가기준의 이론적 분류기준. *한국의류학회지*. 19(6). 857-865.
- 김미영, 이은영(1989). 의류상품 유형별 평가기준에 관한 연구(1). *한국의류학회지*, 12(2), 249-257.
- 김영숙, 임영자(2001). 전통복식의 생활화에 따른 형태변화 연구. *한복문화학회*, 4(1), 105-121.
- 김은영(1998). 소비자 의류제품지식과 의복구매시 평가기준과의 관계. *한국의류학회지*, 22(3),

- 353-364
- 박은주(1982). 의복선택기준에 관한 요인구조 분석, 서울대학교 석사학위 청구논문.
- 소현정, 심화진(2000). 인터넷 판매를 통한 생활한복의 활성화 연구. *한국의류학회지*, 50(4), 181-195.
- 안소현, 서용한, 서문식(2000). 의류구매자의 가치관-추구혜택-제품속성간의 계층적 인과관계에 관한 탐색적 연구. *한국의류학회지*, 24(5), 652-662.
- 양정은, 유송옥(2000). 생활한복의 디자인 현황과 고급화 방안 연구. *한국의류학회지*, 50(3), 145-159.
- 여의재, 이영선(1996). 구매후 의복 평가기준에 관한 연구. *한국의류학회지*, 20(6), 1027-1038
- 우석봉(2000). 인터넷 사용에 따른 N소비자 유형화. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 1(2), 47-63.
- 원선(1987). 의복변인에 의한 시장세분화 및 라이프스타일 변인과의 관련연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 이광주(2001). 생활한복 정예기업만이. *fashionbiz*, 9, 169.
- 이승희, 임숙자(1998) 국내 및 해외브랜드 여성의 류제품에대한 소비자 반응 연구. *한국의류학회지*, 22(4), 493-502
- 임숙자, 신혜봉, 김혜정, 이현미(2001). 패션마켓팅과 소비자 행동, 서울: 교문사
- 임영자, 유은정(2001), 생활한복의 구매의사에 대한 영향요인 연구, *대한가정학회지*, 39(6), 123
- 임태섭(1999). 한국인의 커뮤니케이션 가치관: 전통과 변화. *한국커뮤니케이션학*, 7, 52-66.
- 장연화(1981). 의복의 구매의사 결정요인에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위 청구논문
- 장윤희, 이은영(1993). 소비자 자기실현욕구와 의복선택과의 상관 연구. *서울대학교 생활과학연구* 18, 85-94.
- 장은영, 이선재(1994). 의류상품 이미지에 의한 의복구매과정모형 연구. 18(5), 749-764.
- 정인희, 조효숙, 김선경(2000). 생활한복의 이미지와 가격 평가에 관한 연구. *한국의류학회지*, 50(6), 33-46.
- 정하신, 이인자(1983). 의복선택요인과 욕구와의 상관성에 관한 연구. *한국의류학회지*, 7(1), 27-35.
- 정혜영(1984). 의복구매행위에 관한 실태 분석. *한국의류학회지*, 8(1), 17-25.
- 최선형, 정인희, 강순제(1998). 한국도시여성의 한복착용 및 구매실태. *복식*, 37, 33-46.
- 홍병숙(1988). 의미분별척도법에 의한 양장과 한복의 이미지 비교 평가. *한국의류학회지*, 12(3), 373-382.
- 황춘섭(1977). 우리나라 옷에 대한 현대인의 의식과 착용실태에 관한 연구-서울지역을 중심으로-. *복식*, 1, 119-129.