

# 샵마스터의 의류 상품 이해도 및 소재 지식도 평가

## Analysis on Shopmasters' Knowledge of Apparel Merchandise and Textile Recognition

이선영 · 김정화 · 이정순\*  
충남대학교 의류학과

Sun Young Lee · Jeong Hwa Kim · Jung Soon Lee  
Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University

### Abstract

The purposes of this study are to analyze shopmasters' knowledge of apparel merchandise and textile recognition and to investigate the effects of demographic variables on them. Shopmasters' knowledge of apparel merchandise was analyzed on a factor basis. Four factors of apparel merchandise were fashion property, material property, function property and management property.

The textile knowledge level of shopmasters was 72.44%. Considering each part of textile knowledge, basic property was 74.69%, comfort 72.17%, management 68.36% and finishing 77.33%. The level of recognition in finishing area was the highest and the level of recognition in management area was the lowest. There were significant differences in the textile knowledge by gender and working period. Female's textile knowledge level was higher. The longer the working period is, the higher the level of textile knowledge is. Shopmasters recognized the finishing area better than university students did. But both of the groups didn't recognize the management area well.

Key Words : shopmaster, knowledge of apparel merchandise, textile recognition, fashion property, material, function, management, basic property, comfort, finishing

### I. 서론

소비자의 소비 형태나 소비 의식이 합리적으로 변화됨에 따라 소비자는 의류상품에 대한 질적인 만족을 추구하기 위해 상품을 보다 신중히 선택하게 되었다. 따라서, 기업은 다양하고 급변하는 소비자의 요구를 만족시키고자 고객지향성에 마케팅 전략의 핵심가치를 두게 되었다. 이에 따라 소비자의 요구에 적극적으로 대응하기 위해 샵마스터의 역할이 더욱 중요해졌다.

샵마스터는 의류업체와 소비자의 중간에서 기업의 시장지향성을 실현하고 현장에서 소비자를 확보, 관리함으로써 기업의 매출 신장에 기여한다. 샵마스터는 소비자 만족을 위해 상품 가치를 고객에게 올바르게 전달하고 최대의 서비스로 소비자가 상품을 구입하는데 불편함이 없도록 협조하는 역할을 담당한다. 이를 위해서 샵마스터는

시장이나 상품에 대한 이해를 필요로 하며 소비자에게 호감을 줄 수 있는 접객 태도와 고객 상담시 필요한 판매 기술을 습득하며 이를 습관화하는 것이 필요하다.

Crosby(1990)는 샵마스터의 필요능력으로 상품 지식과 마케팅능력을 중요하게 꼽았다. 김형철(1995)와 하수미(1995)는 교육요구도가 높은 것은 상품지식, 상품설명 요령, 판매화법, 매장관리 및 연출 등으로 나타났고, 연령과 근무연수가 높을수록 경력이 많으며, 우수한 판매원일수록 교육에 대한 필요성을 더 많이 인식하고 있는 것으로 나타났다고 하였다.

판매원과 관련된 선행연구는 주로 판매원에 대한 평가속성의 관점에서 다루어져 왔다. Mohr와 Bitner(1995)는 샵마스터의 직무 행동과 태도를 판매원의 노력으로 보았고 이러한 노력은 소비자의 지각을 통해 평가될 수 있다고 하였다. 이는 소비자의 서비스에 대한 지각이 판매원이 투입한 물리적인 시간보다는 서비스의 결정적 순간에

\* Corresponding author: Jung Soon Lee  
Tel: 042) 821-6830, Fax: 042) 821-8887  
E-mail: jungsoon@cnu.ac.kr

서 관찰되는 판매원의 행동과 태도에 의해 결정될 가능성이 높기 때문이며 의류 소매 상황에서 서비스는 인적 판매에 대한 의존도가 높기 때문에 판매원의 노력은 소비자의 서비스 평가 및 고객 만족도에 상당한 영향을 미치며 궁극적으로는 고객의 재구매의 의도나 구매율의 증가와 같은 행동적 충성도에 영향을 주게 된다고 하였다.

홍병숙(1998)은 소비자가 중요하게 지각하는 판매원의 평가속성은 서비스 마인드(고객지향), 판매노력, 제품지식, 수수한 인상, 판매유도기술이라 하였으며, 이지영과 김미영(2001)은 여성 소비자가 의류 구매 시 중시하는 판매원의 서비스 차원으로 고객지향, 지식, 예의, 구매유도, 외모/이미지, 관심이라고 하였다. 김은정(2002)은 판매원 요인을 전문성, 유사성, 고객지향성, 윤리성, 호감도로 분류하였고, 판매원 요인은 질적 신뢰와 만족에 영향 미친다고 하였다. 김성희 등(1999)은 서비스품질 차원을 판매원, VMD, 신뢰적 정책, 고객 편의 요인으로 분류하였고 판매원 요인은 친절한 태도, 성실성, 상품지식, 코디네이트 능력 등이 포함된다고 하였다. Bush 등(1990)은 판매원의 능력은 제품화 절차 지식 능력, 고객 서비스 능력, 판매능력, 제품지식 능력, 회사정책 인지 능력, 계획능력, 고객과의 인간관계 능력이라고 제시하였다.

샵마스터가 의류 상품의 품질 정보를 소비자에게 제공하고 강조하는 것은 가치 있는 판매, 마케팅 전략이 되기도 한다. 소비자는 의류나 고가격대나 수준 높은 상품을 구매할 때 구매 후 불만을 최소로 줄이기 위해서 탐색 과정에 신중을 기하며 구매 정보를 수집하려고 한다. 이를 위해서 소비자는 대중매체 외에 그 제품과 관련이 있는 인적 자원, 즉, 샵마스터에 의존하고자 하는 경향이 있다. 따라서 샵마스터가 의류 상품의 품질 정보를 정확히 제공하여야 한다.

의류 상품의 품질은 두 차원을 가지는데 의류 상품이 무엇인지에 대한 물리적 특성과 의류 상품이 무엇을 행하는지에 대한 성능특성이 그것이다. 또한, 의복의 물리적 특성은 성능특성을 결정한다. 소비자는 의류 상품의 특정한 물리적 특성은 성능 기대치를 수행할 것으로 간주하여 의류 상품을 선택한다.

소비자는 의류 상품의 판매 시점의 이득을 평가할 때 색상, 스타일, 맞춤새 등 미적인 기준에 의해 판단하게 된다. 소비자의 사용 중의 이득은 판매 시점의 이득과는 다소 차이가 있다. 예를 들면, 사용 중의 의류 평가 시 내구성은 가장 중요한 특성으로 인식되어 그 가중치가 증가된다.

샵마스터는 소비자의 사용 중 만족도를 판매 시점의 이득만큼이나 중요하게 고려하여야 한다. 샵마스터는 의류 상품의 사용 중 품질을 결정짓는 물리적 특성을 정확

하게 이해하고 있어야 하며 소비자에게 이러한 정보를 올바르게 전달함으로써 의류의 사용 중 이득을 최대한 창출할 수 있도록 도와주어야 한다. 특히 의류의 물리적 특성 중 의류 소재에 대한 지식은 소비자에게 익숙하지 않은 전문 분야이므로 샵 마스터는 소비자에게 의류의 소재 정보를 충분히 전달하여야 한다. 이렇듯 판매원의 의류 소재 지식은 소비자의 의류 구매 후 사용 중 품질 만족을 결정짓는 중요한 기준이 된다.

그런데 이제까지 샵마스터에게 필요한 기본 능력 중 의류 상품 이해나 의류 소재 지식도를 측정할 구체적인 연구는 거의 이루어지지 않았다. 따라서, 샵마스터에게 실제 마케팅 작업 수행에서 요구되는 의류 상품 이해는 어느 정도인지, 샵마스터의 의류 소재 지식이 어느 정도인지를 평가할 필요성이 있다.

그러므로, 본 연구에서는 샵마스터 집단을 대상으로 의류 상품 이해도와 의류 소재 지식도를 평가하고, 그들에 미치는 인구통계학적 변인의 영향을 규명하고자 하였다. 본 연구의 목적은 샵마스터의 현재 의류 상품 이해도 및 소재 지식도를 점검하고 이를 샵마스터 교육의 기초 자료로서 활용하여 샵마스터의 역할을 효과적으로 수행할 수 있도록 함으로써 결과적으로 소비자 요구의 만족과 기업의 이윤 창출의 극대화를 실현하기 위함이다.

## II. 연구방법

### 1. 조사도구의 구성

선행 연구의 고찰을 통하여 본 연구와 관련된다고 판단되는 인구통계학적 변인으로 성별, 학력, 전공, 소득, 총근무연수 등을 포함시켰으며, 샵마스터의 업무 수행에 요구되는 기본 자질 중 의류 상품 이해의 중요도를 측정하기 위한 문항으로는 소재, 디자인, 패턴을 포함하는 물리적 특성과 쾌적성과 관리성을 포함하는 성능특성을 포함시켰고, 의류 소재 지식도를 측정하기 위한 문항으로는 소재의 종류별 기본 물성, 쾌적성, 관리성, 가공특성 등을 포함시켰다.

전체 설문지의 문항은 인구통계학적 특성은 6문항으로 구성하였고, 샵마스터의 상품 이해도를 측정하기 위한 문항은 23문항으로 <표 1>과 같이 구성하였다. 또한, 의류 소재 지식도 측정을 위한 문항은 선행연구(김정화 외, 2006)에서 개발된 72문항으로 <표 2>과 같다. 샵마스터의 의류 상품 이해의 중요도 및 소재 지식도를 평가하기 위해 사용된 문항은 총 101문항이다.

<표 1> 의류 상품 이해도 측정을 위한 문항

문항번호	내용	문항번호	내용	문항번호	내용	문항번호	내용
1	색상	2	섬유의 종류, 혼용률	3	직물의 명칭	4	무늬
5	부속품 (디테일)	6	가공	7	유행 (트렌드)	8	관리방법
9	세탁용이성	10	내구성	11	사이즈	12	맞음새
13	재단, 봉제	14	디자인	15	쾌적성	16	치수
17	재질감 (촉감)	18	실루엣	19	스타일	20	이미지
21	패턴	22	위생성 (흡수성)	23	신축성		

<표 2> 의류 소재 지식도 측정을 위한 문항

문항번호	내용
1	면직물은 물에 젖으면 더 약해진다
2	면직물은 구김이 잘 생기고 형태 안정성도 좋지 못하다
3	면직물은 잡아당겼다 놓으면 본래의 길이로 회복되기 쉽다
4	면직물은 땀을 잘 흡수하는 소재이다.
5	면직물은 세탁에 강하고 위생적이어서 내의류에 적합하다
6	면직물은 정전기가 잘 발생한다
7	면직물은 높은 다리미 온도로 다림질할 수 있다
8	면직물은 덥고, 다습한 여름철에 곰팡이가 생기기 쉽다
9	마직물은 뻣뻣하고 강직한 섬유이다
10	마직물은 구김이 잘 생기지 않는 섬유이다
11	마직물은 잘 늘어나는 섬유이다
12	마직물은 촉감이 차서 여름철 소재로 적합하다
13	린넨은 마직물의 한 종류이다
14	마직물은 반복적으로 물세탁하면 잔털이 발생되므로 후줄근해 진다
15	모성유는 단백질섬유이다
16	모직물은 구김이 잘 생긴다
17	모직물은 물에 젖어도 촉촉한 느낌이 들지 않는다
18	모직물은 촉감이 따뜻하고 보온성이 좋다
19	모직물은 흡습성이 나쁘다
20	모직물은 일반적으로 드라이클리닝을 하는 것이 좋다
21	모직물은 고온으로 다림질을 하면 촉감이 뻣뻣해진다
22	모직물은 염소계 표백제를 사용할 수 있다
23	모직물은 보관시 해충에 침식당하지 않는다
24	견직물은 드레이프성이 좋다
25	견직물은 땀 얼룩이 생기기 쉽다
26	물실크는 물빨래 할 수 있는 견직물의 한 종류이다
27	견직물은 일반적으로 광택이 우수하다
28	견직물은 일광에 강하다
29	견직물은 중성세제를 사용하여 물세탁할 수 있다.
30	견직물은 모직물보다 해충에 침식되기 쉽다

&lt;표 2&gt; - 계속

문항번호	내용
31	레이온직물은 매끄러워 안감으로 적당하다
32	레이온직물은 마찰에 강하다
33	레이온직물은 구김이 잘 생기는 섬유이다
34	레이온직물은 흡습성이 큰 소재이다
35	라이오셀(텐셀)은 레이온의 결점을 보완한 섬유이다
36	레이온은 물세탁에 의해 수축될 가능성이 크므로 주의해서 세탁하는 것이 좋다
37	레이온은 규정온도보다 더 높은 온도로 다림질하면 녹는다
38	나일론직물은 잘 늘어나고 회복되는 능력도 우수하여 스타킹, 란제리에 가장 많이 사용 된다
39	나일론직물은 마모강도가 좋아 스포츠의류에 적당하다
40	나일론이 섞인 직물은 착용 중 필링(보풀)의 발생이 많다
41	나일론은 내구성 향상을 위해 다른 섬유와의 혼방에 많이 이용 된다
42	나일론직물은 흡습성이 나빠서 입으면 불쾌하다
43	나일론직물은 정전기가 잘 발생하여 몸에 달라 붙는다
44	나일론직물은 촉감이 차고 미끄러운 느낌이 있다
45	나일론은 기름 등 지용성 물질에 의해 쉽게 오염된다
46	폴리에스테르는 합성섬유 중 의복소재로 가장 많이 쓰인다
47	폴리에스테르는 내일광성이 우수하여 우산, 양산소재로 많이 쓰인다
48	T/C 직물이란 면과 폴리에스테르의 혼방직물이다
49	폴리에스테르직물은 물에 젖으면 잘 마르지 않는다
50	폴리에스테르직물은 보온성이 좋다
51	폴리에스테르는 열에 의해 주름을 고정할 수 있다
52	폴리에스테르는 흡습성이 좋다
53	스판덱스는 신축성이 아주 좋아 스판덱스가 혼방된 직물은 몸을 편하게 움직일 수 있다
54	스판덱스는 면보다 내열성이 좋다
55	스판덱스는 염소계 표백제(락스)에 의해 강도가 저하된다
56	아크릴은 양모대용으로 스웨터 많이 사용되는 합성섬유이다
57	아크릴은 필링(보풀)이 잘 생기지 않는다
58	플라폴리스는 폴리에스테르를 표면에 잔털을 일으키는 가공을 한 소재이다
59	방추가공은 구김방지 가공이다
60	에어로쿨소재는 모세관효과를 높여 땀의 배출을 쉽게 해준다
61	투습방수가공은 수증기상태의 습기는 통과시키고 물방울은 통과하지 못하게 하는 가공이다
62	표면이 까실까실한 크레이프직물은 여름철 소재로 적합하다
63	카펫이나 소파용천에는 오염방지를 위해 방오가공을 한다
64	니트는 직물에 비해 보온성이 작다
65	니트는 직물에 비해 방풍성이 떨어져 바람 부는 날에는 보온성이 저하된다
66	니트는 직물에 비해 실의 자유도가 커서 입고 활동하기 편하다
67	니트는 물세탁할 때 세탁망에 넣어 세탁하는 것이 좋다
68	니트는 세탁 후 형태유지를 위해 옷걸이에 걸어서 말린다
69	스웨이드는 염색전문점에 맡기면 재염색이 가능하다
70	스웨이드는 가죽의 안쪽을 사포로 문질러 기모한 것이다
71	인조스웨이드는 천연스웨이드보다 오염되면 제거하기 어렵다
72	가죽은 물에 젖었을 경우 마른 수건으로 물기 제거한 후 그늘에 널어 말려야 한다

2. 자료수집 및 분석방법

설문조사는 대전에 소재한 백화점과 패션 아웃렛에서 근무하는 샵마스터를 대상으로 2006년 1월 20일부터 2월 5일까지 실시하였다. 질문지는 총 150부가 배포되어 미회수된 것과 부실기재된 것을 제외하고 최종 148부를 분석에 사용하였다. 의류상품의 이해도 문항은 5점 척도로 평정하였으며, 의류 소재 지식도 문항의 응답에서 정답이면 1점을 주고 오답이면 0점을 주었다. 따라서 소재 지식도의 총점수는 0점에서 72점의 범위를 가진다.

자료 분석은 SPSS Win 10.0 프로그램을 사용하여 자료를 분석하였다. 조사대상자의 의류 상품 이해도 및 의류 소재 지식도를 파악하기 위하여 빈도 분석, 백분율, 평균, 표준편차, 신뢰도 분석, 요인분석을 실시하였고, 의류 상품 이해의 중요도와 의류 소재 지식도에 영향 미치는 인구통계학적 변인의 효과를 규명하기 위하여 일원분산분석, 교차분석을 실시하였다.

Ⅲ. 연구 결과 및 고찰

1. 인구통계학적 변인의 구성비

본연구의 조사 대상자인 샵마스터들의 인구통계학적 변인에 의한 구성비는 <표 3>에서와 같다. <표 3>에서 보면,

<표 3> 샵마스터의 인구통계학적 변인의 구성

변인		빈도	백분율(%)
성별	남자	40	27.0
	여자	108	73.0
	계	148	100
학력	고졸	56	37.8
	전문대졸	51	34.5
	대졸	38	25.7
	기타	3	2.0
	계	148	100
전공	의류학 전공	19	12.8
	타 전공	129	87.2
	계	148	100
수입	100만원이하	3	2.0
	100-200만원	70	47.3
	200-300만원	48	32.4
	300만원이상	27	18.2
	계	148	100
총근무기간	1년이하	6	4.1
	1-5년	65	43.9
	5-10년	45	30.4
	10년이상	32	21.6
	계	148	100

성별은 남자 27%, 여자 73%로서 여자가 더 높은 비율로 나타났으며, 학력은 고졸 37.8%, 전문대졸 34.5%, 대졸 24.7%, 기타 25.7%로서 고졸이 가장 높고 전문대졸이 그 다음으로 높게 나타났다. 전공별로는 의류학 전공 12.8%, 타 전공 87.2%로 나타났다. 수입별로는 100-200만원이 47.3%, 200-300만원이 32.4%, 300만원 이상이 18.2%로 나타났다. 총근무기간은 1-5년이 43.9%로 가장 높게 나타났고 5-10년이 30.4%로 그 다음으로 높게 나타났다.

2. 샵마스터의 의류 상품 이해의 중요도

샵마스터의 의류 상품 이해의 중요도에 관한 문항에 대하여 타당한 요인 수를 결정하기 위하여 1차 요인분석을 주성분 분석한 후 Varimax회전법을 실시하였다. 요인 분석 결과, 공유값이 1.0 이상이 채택되었고 샵마스터의 상품 이해의 중요도에 대한 23개 문항이 4요인으로 선정되었으며, 요인 적재값은 .5이상으로 하여 선정되었다. 요인별 문항의 요인 적재값, 고유값, 변량과 Cronbach  $\alpha$  값은 <표 4>과 같이 제시하였다. 샵마스터의 의류 상품 이해도의 요인명을 각각 디자인·유행 요인, 소재 물성요인, 성능 요인, 관리성 요인으로 명명하였다. 전체 설명력은 60.32%였다. Cronbach  $\alpha$  값은 .768로 나타나 비교적 신뢰할 만한 결과를 나타내었다.

여기서, 1요인으로는 유행요인으로 추출되었으므로 샵마스터는 의류 상품 지식으로 유행 관련된 항목을 가장

<표 4> 의류 상품 이해도의 요인분석

요인	문항	적재값	고유값	변량(%)	Cronbach $\alpha$
유행 요인	스타일	.770	.680	35.29	.844
	디자인	.736	.602		
	맞음새	.697	.612		
	이미지	.693	.559		
	사이즈	.688	.621		
	유행	.613	.648		
	실루엣	.588	.666		
소재 물성 요인	혼용률	.700	.653	10.22	.790
	무늬	.648	.535		
	색상	.642	.489		
	디테일	.608	.464		
	직물명	.508	.606		
성능 특성 요인	가공	.534	.421	6.03	.770
	신축성	.719	.561		
	위생성	.711	.651		
	패턴	.535	.567		
관리성 요인	내구성	.524	.444	5.59	.727
	관리방법	.749	.678		
	세탁용이성	.680	.612		

&lt;표 5&gt; 샵마스터의 의류 상품 이해의 중요도

상품 중요도	평균	순위
스타일	4.69	1
유행(트렌드)	4.68	2
디자인	4.67	3
실루엣	4.61	4
사이즈	4.57	5
맞음새	4.56	6
색상	4.55	7
재단	4.55	8
이미지	4.49	9
치수	4.48	10
관리	4.44	11
재질감(촉감)	4.34	12
섬유의 종류 및 혼용률	4.24	13
패턴	4.23	14
세탁용이성	4.16	15
무늬	4.13	16
가공	4.09	17
신축성	3.98	18
쾌적성	3.97	19
부속품(디테일)	3.93	20
위생성(흡수성)	3.86	21
내구성	3.86	22
직물의 명칭	3.78	23

중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 나머지 세 요인은 모두 소재 관련 요인인데 이는 샵마스터는 소재 관련 요인을 소재의 물리적 특성 요인, 성능 특성 요인, 관리성 요인으로 잘 구분지어 이해하고 있음을 시사한다.

<표 5>에 샵마스터의 의류 상품 이해의 중요도를 나타내었다. 중요도는 1-5점으로 평가되었으며 이 점수가 높을수록 중요하게 인지함을 의미한다. 샵마스터는 스타일, 유행, 디자인, 실루엣 등은 매우 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 또한, 위생성, 내구성, 직물명 등은 덜 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

### 3. 샵마스터의 의류 소재 지식도

샵마스터의 의류 소재 지식도 점수를 문항별로 평균과 표준편차를 <표 6>에 제시하였다. 37, 34, 69, 71, 33, 26번 문항의 경우, 40% 이하의 낮은 정답률을 보였는데 이 문항들은 34번 쾌적특성 문항, 69번 가공특성 문항을 제외하면 모두 관리특성 문항이었다.

한편, 27, 60, 72, 9, 11, 5, 44, 38, 46, 66, 4, 20, 53번 등의 문항들은 90% 이상의 높은 정답률을 보이는 것으로 나타났다. 그 중 27, 9, 11, 44, 38, 46번은 기본 물성

문항, 60번은 가공특성 문항, 72, 20번은 관리특성 문항, 5, 66, 4, 53번은 쾌적특성 문항이다. 그 비율을 보면, 기본 물성은 6/24로 25%, 쾌적특성은 4/16로 25%, 관리특성은 2/23으로 8.7%, 가공특성은 1/9로 11.1%이므로 관리특성 문항의 정답률이 가장 낮게 나타났음을 알 수 있다. 이 결과는 샵마스터는 소재 지식 분야 중 특히 관리특성 문항을 정확히 인지하지 못하고 있음을 시사하는 것이다.

샵마스터의 의류 소재의 성능별 지식도를 <표 7>에 나타내었다. 선행연구(김정화외, 2006)에서 대학생의 의류 소재 지식도는 전체 문항의 평균정답률은 72.44%였다.

&lt;표 6&gt; 샵마스터의 소재 지식도 문항별 평균과 표준편차

문항 번호	평균	표준 편차	문항 번호	평균	표준 편차
1	0.5	0.5	37	0.17	0.38
2	0.74	0.44	38	0.93	0.90
3	0.68	0.47	39	0.61	0.49
4	0.96	0.20	40	0.47	0.50
5	0.94	0.24	41	0.88	0.33
6	0.81	0.39	42	0.69	0.46
7	0.72	0.45	43	0.88	0.33
8	0.47	0.5	44	0.92	0.27
9	0.80	0.40	45	0.66	0.47
10	0.76	0.43	46	0.93	0.25
11	0.81	0.39	47	0.79	0.41
12	0.98	0.14	48	0.67	0.99
13	0.82	0.38	49	0.66	0.48
14	0.88	0.33	50	0.56	0.50
15	0.95	0.23	51	0.78	0.41
16	0.56	0.50	52	0.64	0.48
17	0.34	0.47	53	0.95	0.21
18	0.97	0.16	54	0.46	0.50
19	0.53	0.50	55	0.84	0.36
20	0.95	0.21	56	0.83	0.38
21	0.70	0.46	57	0.56	0.50
22	0.80	0.40	58	0.86	0.34
23	0.88	0.33	59	0.80	0.40
24	0.79	0.41	60	0.90	0.30
25	0.99	0.12	61	0.89	0.31
26	0.41	0.49	62	0.76	0.43
27	0.93	0.25	63	0.89	0.31
28	0.75	0.43	64	0.72	0.45
29	0.30	0.46	65	0.66	0.48
30	0.54	0.50	66	0.94	0.24
31	0.74	0.44	67	0.86	0.35
32	0.47	0.50	68	0.78	0.42
33	0.52	0.50	69	0.32	0.47
34	0.40	0.49	70	0.70	0.46
35	0.84	0.37	71	0.34	0.48
36	0.87	0.34	72	0.83	0.38

<표 7> 샵마스터의 의류 소재의 성능별 지식도

분류	문항번호	정답률(%)	평균 정답률(%)
소재의 기본물성 (24문항)	1, 3, 9, 11, 13, 15, 24, 27, 28, 31, 32, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 46, 47, 48, 51, 54, 56, 57	74.69	72.44
소재의 쾌적특성 (16문항)	4, 5, 6, 8, 12, 17, 18, 19, 34, 42, 50, 52, 53, 64, 65, 66	72.17	
소재의 관리특성 (23문항)	2, 7, 10, 14, 16, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 29, 30, 33, 36, 37, 45, 49, 55, 67, 68, 71, 72	68.36	
소재의 가공특성 (9문항)	35, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 69, 70	77.33	

변수별 정답률을 살펴보면, 가공특성 문항 (77.33%), 기본물성 문항 (74.69%), 쾌적특성 문항 (72.17%), 관리특성 문항 (68.36%) 순으로 감소하는 것을 알 수 있다. 관리특성문항의 정답률이 전체 평균 정답률보다 더 낮게 나타나 이 분야의 지식이 가장 부족한 것으로 나타났다. 반면, 가공특성 문항의 정답률이 가장 높게 나타났다.

샵마스터의 인구통계학적 변인에 따른 의류 소재 지식도는 <표 8>에 나타내었다. 의류소재의 지식도는 성별, 총근무기간에 따라 유의한 차이를 나타내었다. <표 6>에서 보면, 대체로 남자보다는 여자가 의류 소재 지식도가 높게 나타났으며, 총근무기간이 오래될수록 소재 지식도가 높게 나타났다. 그러나, 학력, 전공, 수입 등의 변인은 의류 소재 지식도와 유의한 상관관계를 보이지 않았다.

샵마스터 집단에서는 선행연구의 대학생 집단에서 같이 전공에 따른 뚜렷한 유의차가 나타나지 않았는데 이는 샵마스터는 유사한 업무로 인해 소재 지식이 비슷하기 때문으로 생각된다.

이는 대학생에 관한 선행연구(김정화 외,2006)의 결과와 차이를 보이는 것으로 대학생의 성능별 의류 소재 지식도는 기본물성, 쾌적특성, 관리특성, 가공특성 순으로 감소하여 대학생들이 가공특성 분야에 대하여 인지도가 가장 낮게 나타났는데 반해 샵마스터들은 가공특성 분야에 대한 인지도가 가장 높게 나타났다. 이는 샵마스터 교육으로 인해 샵마스터는 의류 소재의 가공이나 신소재에

대한 정보를 비교적 정확하게 인지하고 있기 때문으로 생각된다.

#### IV. 결론 및 제언

본 연구는 148명의 샵마스터들을 대상으로 의류 상품의 이해도 및 의류 소재 지식도를 구체적으로 평가하고 인구통계학적 변인의 차이를 규명하고자 하였다. 본 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 샵마스터의 의류 상품 이해도에 관한 문항의 요인을 규명하기 위하여 요인분석한 결과, 유행 요인, 소재 요인, 성능 요인, 관리성 요인 등 4요인이 추출되었다.

둘째, 샵마스터의 의류 소재의 지식도는 72.44%로 나타났고, 성능별 소재 지식도는 가공특성 77.33%, 기본물성 74.69%, 쾌적특성 72.17%, 관리특성 68.36% 순으로 나타났다. 쾌적특성과 관리특성의 지식이 가공특성과 기본물성특성의 지식보다 더 부족한 것으로 나타났다.

셋째, 샵마스터의 의류 소재 지식도는 성별, 총근무기간에 따라 유의한 차이를 나타내었는데 대체로 남자보다는 여자가, 근무기간이 높을수록 의류 소재 지식도가 높게 나타났다.

넷째, 샵마스터 집단은 대학생 집단에 비해 가공 특성에 대해 잘 인지하고 있는데 반해 관리특성에 대해 잘 인지하지 못하는 것으로 나타났으므로 이 분야에 대해 샵마스터의 교육이 요망될 것으로 사료된다.

주제어 : 의류 상품의 이해, 의류 소재 지식도, 기본물성, 쾌적특성, 관리특성, 가공특성

<표 8> 인구통계학적 변인에 따른 샵마스터의 의류 소재 지식도

구분	평균총점(72점만점)	F값(유의수준)
성별	남	7.6 (p<0.001)
	여	
총근무기간	1년이하	5.3 (p<0.001)
	1-5년	
	5-10년	
	10년이상	

## 참 고 문 헌

- 김성희, 김가영, 이선재 (1999) 의류 점포의 서비스품질 차원. *한국의류학회지*, 23(3), 435-446.
- 김은정(2002) 의류 점포 판매원의 속성이 고객과의 관계에 미치는 영향. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김정화, 이선영, 이정순 (2006) 의류소재 지식도 측정을 위한 문항개발 및 인지도 평가. *한국생활과학회지*, 15(2), 293-301.
- 김형철(1995) 유통기업 교육과정 개발에 관한 연구-판매사원교육요구 분석을 중심으로. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 이지영, 김미영 (2001) 의류상품 판매원의 서비스 차원과 의류 상품 유형별 중요도, *한국의류학회지*, 25(5), 933-944.
- 하수미 (1995) 요구분석을 통한 기업 교육과정 개발-판매사원교육을 중심으로. 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 홍병숙 (1998) 패션상품과 소비자 행동. 서울, 수학사.
- Bush RP, Bush AJ, Ortinau DJ, Hair JF Jr(1990) Developing a behavior-based scale to assess retail salesperson performance. *Journal of Retailing*, 66(1), 119-136.
- Crosby, LA, Evans, KR, Cowles, D (1990) Relationship quality in services selling: An interpersonal influence perspective. *Journal of Marketing*, 58(July), 68-81.
- Mohr, LA, Bitner, MJ (1995) The role of employee effort in satisfaction with service transactions. *Journal of Business Res.*, 32, 239-252.

(2006. 06. 09 접수; 2006. 07. 06 채택)