

## 베트남 유학생의 K-패션 수용 행동 탐색

정민경 · 윤소정<sup>†</sup>

서울대학교 의류학과

### An Exploratory Study on K-Fashion Acceptance Behavior among Vietnamese International Students in Korea

Min Kyoung Jung and So Jung Yun<sup>†</sup>

Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design, Seoul National University, Seoul, Korea

**Abstract:** This study explores aspects of Vietnamese students' acculturation and acceptance behavior of K-fashion, based on the theory of planned behavior (TPB). In-depth interviews were conducted with 8 Vietnamese international students in Korea. The results of the study firstly indicate that K-fashion acceptance behavior of Vietnamese students reflected eight values of K-fashion, two motives of behavior, and two types of K-fashion acceptance behavior. Vietnamese students generally displayed a favorable attitude toward K-fashion. They all switched to K-fashion styles and actively showed their styles through SNS. Second, there was a difference in K-fashion behavior depending on whether the motivation for acculturation was of an active or inactive nature. The distinction between these two groups was determined by applying behavioral reasoning theory (BRT). Students whose motivation for learning Korean was an interest in Korean culture were characterized by active behavior in adapting to Korean culture, while those whose motivation for learning Korean was for strategic reasons, such as finding a good job, exhibited inactive K-fashion acceptance. This study has academic significance in that it enhances the understanding of Vietnamese consumers through the K-fashion acceptance behavior of Vietnamese students in Korea. Vietnamese students who actively embrace K-fashion play an important role in spreading K-fashion, so it could be beneficial to establish a strategy for promoting K-fashion in collaboration with them.

**Key words:** K-fashion(K-패션), Acculturation (문화적응), Vietnamese student in Korea (베트남 유학생), Theory of Planned Behavior(TPB) (계획된 행동이론), Behavioral Reasoning Theory(BRT) (행동추론이론)

## 1. 서 론

한국과 베트남 간 교류가 활발해지며 한국어를 배우거나 한국으로 유학 오는 베트남 학생이 증가하고 있다. 2022년 4월 기준 국내에서 유학하고 있는 베트남 유학생은 약 3만 7천여 명으로 국내 전체 유학생 중 중국인 유학생 다음으로 2번째로 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 보고된다(Ministry of Education, 2022). 베트남에서 한국은 미국 다음으로 2번째로 유학을 많이 가는 국가로 꼽히고 있으며, 한국어는 베트남 사람들이 영어 다음으로 많이 학습하고 있는 외국어인 것으로 나타났다(Han, 2021). 한국과 베트남 간 활발한 교류 속에 베트남 사람들의 한국 드라마, 음악, 패션, 화장품 등 한국 문화에

대한 관심도 계속 증가하는 추세이다. 한국의 패션 스타일은 한국 드라마, K-팝(K-pop) 등의 콘텐츠를 통해 알려지고 있고, 'K-패션(K-fashion)'이라는 단어로 SNS를 통해 다양하게 소개되며 많은 인기를 얻고 있다. 한국 문화 중에서도 K-패션은 베트남 사람들에게 특히 많은 사랑을 받는 분야인 것에 반해 그동안 베트남 패션 소비자에 대한 연구는 상대적으로 부족한 실정이다. 최근 베트남 패션 소비자에 대한 이해를 높이는 다차원적 연구들이 활발히 수행되고 있으며(Choo et al., 2022a; Choo et al., 2022b; Kang et al., 2020), 본 연구는 이 중 국내 거주 베트남 유학생의 패션 행동에 주목하고자 한다.

국내에 거주하는 베트남 유학생은 오랫동안 한국에 머물면서 한국의 문화를 다방면으로 경험하고 있어, 이들이 한국문화에 대해 인식하는 가치와 형성된 태도에 대한 심층적인 연구가 필요한 시점이다. 또한, 베트남 유학생들은 한국 학생들보다 더 활발하게 SNS를 통한 구전 활동에 참여하고 있는 것으로 확인되고 있어(Linh, 2015; Woo & Noh, 2022), 유학생들이 한국의 문화를 본토에 있는 가족과 친구에게 소개해주는 적극적인 역할을 수행하고 있다고 할 수 있다. 이러한 상황에서 국내 기업들이 베트남 진출 전략을 수립하기에 앞서 베트남 유학생들

<sup>†</sup>Corresponding author: So Jung Yun

Tel. +82-2-880-8769

E-mail: jiicho93@snu.ac.kr

©2023 Fashion and Textile Research Journal (FTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

을 대상으로 한국 패션이 어떻게 인지되고 있는지 탐색함으로써 베트남 패션 소비자를 이해하는 데 도움을 줄 수 있는 실무적 시사점을 얻을 수 있을 것으로 기대한다. 이에 본 연구에서는 한국 문화를 현장에서 소비하고 있는 베트남 유학생들을 대상으로 이들의 문화적응 과정 중 특히 K-패션에 대해 인지하고 수용하는 일련의 행동을 탐구하고자 한다.

본 연구는 베트남 유학생들이 한국의 문화에 적응하는 과정에서 나타나는 패션 행동과 관련된 개인의 경험을 탐색하여 그 속에서 중요한 의미를 발견하는 데 목적을 두고자 한다. 이에 특정 현상에 대해 내재된 경험을 체계적으로 분석하는 방법인 현상학적 연구 방법(phenomenological study)을 활용하여 개인의 경험에 대한 진술을 토대로 그들의 태도와 행동들을 전반적으로 살펴보고자 하며, 그 속에서 유학생들의 K-패션 수용 양상을 파악하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 문화 적응

유학생들의 한국 문화 수용 현상은 문화적응의 개념을 통해 설명할 수 있다. 문화적응(acculturation)은 서로 다른 문화를 가진 집단 혹은 개인이 지속적인 접촉을 통해 경험하게 되는 문화적 변화를 의미한다(Berry, 1992). Berry(2003)는 문화적응에 대해 사회정체성 이론(social identity theory)을 바탕으로 개인의 '자국 정체성'과 '새로운 문화에 참여'는 두 차원이 결합된 개념이라고 정의하였다. 본 연구는 K-패션의 수용 과정에 작용하는 주요 선행요인의 탐색에 목적을 두고, 문화적응의 측면에서 새로운 문화의 수용과 비수용에 영향을 미치는 선행요인들을 탐구하고자 한다. 선행연구에서 타국의 문화 수용에 영향을 미치는 요인으로 몇 가지 개인적인 변수들이 확인되었는데, 연령이 낮을수록 새로운 문화를 쉽게 수용하고(Choi, 2009), 언어 구사 능력, 교육수준 및 소득수준이 높을수록 새로운 문화의 수용에 긍정적인 것으로 나타났다(Park, 2012). 새로운 문화를 수용하는 데에는 선행연구에서 밝혀진 개인적인 변수 뿐 아니라, 개인이 대상에 대해 지각하는 가치와 태도가 중요한 요인이 될 것으로 유추된다. 따라서 본 연구는 K-패션에 대해 인지하는 가치 및 태도에 대한 탐색을 수행하고자 한다.

### 2.2. 베트남 유학생들의 한국 문화 수용

베트남은 한국과 유사성이 많은 국가이다. 국가별 문화 거리를 확인할 수 있는 Hofstede 인사이트(Hofstede Insights) 지표에서도 베트남과 한국은 권력격차, 개인주의, 남성성, 자유로움 면에서 한국과 비슷한 양상을 보인다(Hofstede Insights, 2022). 실제로 베트남 유학생들은 대체적으로 한국에 대해 문화적 친숙성을 크게 지각하고 있는 것으로 보고되고 있다. 베트남 유학생의 한국 유학 동기에 관한 연구에서 베트남 유학생들은 한국에 대해 문화적 친숙성을 느끼고 심리적 거리를 가깝게 인지하는 것으로 나타났다(Bae & Park, 2020). 또한, 한류의 영

향으로 베트남에서 한국 드라마, 음악을 비롯한 음식, 패션 등의 K-문화가 많은 호감을 얻고 있는데, Jeong(2020)의 연구는 베트남 소비자들의 한국 드라마, 음악, 한류스타에 대한 호감이 한국 제품 브랜드에 대해 긍정적인 감정을 느끼게 한다고 하였다. 동남아시아 소비자의 한국 국가 이미지가 한국 제품 평가 및 구매의도에 미치는 영향에 대한 연구에서(Cho et al., 2017) 베트남 소비자들의 한국에 대한 정서적 국가이미지와 한국 제품에 대한 구매의도가 인도네시아, 말레이시아 소비자에 비해 유의하게 높은 것으로 나타나 한국의 후광 효과가 강하게 나타남을 알 수 있다. 이와 같이 베트남 유학생들이 한국에 지니는 긍정적인 이미지는 한국 문화 수용에도 긍정적인 영향을 미치고 있다. 하지만 타국 문화를 수용하는 데에는 대상 국가에 대한 단순한 이미지뿐만 아니라 다양한 영향 요소가 존재하므로, 유학생들의 문화 수용에 대한 접근은 보다 본질적인 요인에 대한 탐구가 이루어져야 한다고 판단된다. 본 연구에서는 베트남 유학생들에게 한국 문화 중 K-패션의 수용에 긍정적 영향을 미치는 요인을 확인함으로써 베트남 소비자에 대한 이해를 높이는 데 기여하고자 한다.

### 2.3 계획된 행동이론

계획된 행동이론(Theory of Planned Behavior: TPB)은 합리적 행동 이론(Theory of Reasoned Action: TRA, Fishbein & Ajzen, 1975)을 확장·발전시킨 이론으로, 개인의 행동은 행동의도에 의해서 결정되며, 행동적 의도는 개인의 행동에 대한 태도와 주관적 규범에 의해 결정된다는 합리적 행동 이론의 틀에 개인의 지각된 행동 통제 개념을 추가하여 행동의 예측성을 설명하는 이론이다(Ajzen, 1991). 계획된 행동 이론에서는 태도, 주관적 규범, 지각된 통제력의 세 가지 변수가 인간의 행동에 영향을 미친다고 설명한다. 태도(attitude)는 행동에 대한 개인의 판단으로, 대상에 대해 지각한 가치(perceived value)와 신념(belief)을 바탕으로 구체화된다(Homer & Kahle, 1988). 주관적 규범(subjective norms)은 특정 행동에 대하여 타인이 지니고 있는 신념과 태도를 의식하는 개념으로, 사회적 영향 혹은 압력이라고 할 수 있다. 이는 사회적 신념의 반영과 동조동기에 의해 결정된다(Liska, 1984). 지각된 행동 통제력(perceived behavior control)은 행동을 수행하는데 필요한 통제감으로, 스스로 특정 행동에 대해 지각된 용이함 또는 어려움을 반영한 개념이라고 할 수 있다. 지각된 행동 통제감은 시간, 돈, 물질적 환경요소의 외적 요소와 개인의 능력, 자신감 등 개인의 내적 요소의 영향을 받는다(Ajzen, 1991).

계획된 행동이론(TPB)은 다양한 분야에서 인간의 행동을 설명하는데 사용되었으며, 문화 적응 행동에 대한 연구도 진행되었다(Tartakovsky, 2012; Wu & Mak, 2012). Wu and Mak (2012)는 홍콩에 거주하는 중국인 유학생을 대상으로 이 모델을 적용하여 문화적응 행동을 연구하였는데, 태도, 주관적 규범, 지각된 행동 통제력 중 태도가 가장 큰 영향력을 지니는 것으로 나타났다. 이를 통해 유학 온 국가의 문화에 대한 주관적인 평가

가 중요한 요소임을 확인하였다. 문화적응은 새로운 환경에 대해 개인이 겪은 주관적인 경험이고, 각자가 놓인 상황과 맥락적 요소에 영향을 많이 받으므로(Chung & Yang, 2004), 질적 연구 방법을 활용하여 유학생의 개인적 경험과 행동 이면에 내재한 사항들을 살펴보는 것이 의미 있을 것으로 판단된다. 이에 본 연구는 질적 연구 방법을 통해 베트남 유학생들의 K-패션 수용 행동을 살펴보고, 계획된 행동이론을 적용하여 K-패션에 대한 태도와 주관적 규범, 지각된 행동 통제력, 그리고 기저의 가치, 동조 동기 등을 탐색하고자 한다.

#### 2.4. 행동 추론 이론

행동 추론 이론(Behavioral Reasoning Theory: BRT)은 사람들의 신념과 행동 동기, 행동의도와 행동 사이에서 이유(reasons)가 중요한 매개 역할을 함을 설명하는 이론으로 계획된 행동이론을 확장, 발전시킨 개념이다(Westaby, 2005). 이 이론에서 이유(reasons)는 사람들이 자신의 행동을 설명하고, 행동에 합리성을 부여하기 위하여 사용하는 주관적 요인으로 정의되는데, Westaby(2005)는 계획된 행동이론의 단일 차원적인 틀에서 벗어나 수용과 비수용의 이유에 따라 수용 행동이 다르게 해석될 수 있음을 강조하였다.

행동 추론 이론을 적용하여 소비자의 행동을 설명한 선행연구들은 특정 행동에 대해 지각하는 다양한 가치 중 행동을 수용하거나 비수용하는 이유(reason for, reason against)로 작용하는 요인을 구분하는 방식으로 연구를 진행하였다(Diddi et al., 2019; Gupta & Arora, 2017; Tandon et al., 2020).

유학생의 문화적응 행동은 유학 동기라는 이유에 초점을 두어 살펴볼 수 있다. Chirkov et al.(2008)의 연구에서 유학생의 유학 동기를 자기 결정적 동기(self-determined motivation)의 경향이 높을수록 유학 생활 적응에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 새로운 환경에 놓여진 상황이 본인의 내재적 동기에 의해서인지 외부적 동기에 의해서인지에 따라 문화 수용에 대한 태도가 다른 것으로 나타났다. 이처럼 유학 동기는 새로운 국가의 문화를 수용하는 행동의 이유로 설명될 수 있다.

선행연구의 결과를 바탕으로 본 연구에서는 베트남 유학생들의 K-패션 수용 행동에 대해 '행동 추론 이론'을 적용하여 유학 동기를 비롯한 행동의 이유 요인에는 어떠한 것이 있으며,

그러한 이유에 따라 K-패션 수용 행동에 어떠한 차이를 보이는지 탐색하고자 한다.

### 3. 연구 방법

#### 3.1. 연구문제

본 연구는 베트남 유학생들의 한국 문화적응 중 K-패션의 수용 양상을 심층적으로 탐색하는데 목적을 둔다. 분석 틀로는 인간의 행동을 설명하는 계획된 행동 이론(TPB)과 행동 추론 이론(BRT)을 적용하여 K-패션을 수용하는 데 영향을 주는 선행요인을 탐색할 것이며, 본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 계획된 행동 이론을 적용하여 베트남 유학생들의 K-패션 수용에 영향을 미치는 주요 요인을 탐색한다.

둘째, 행동 추론 이론을 적용하여 베트남 유학생들의 K-패션 수용에 영향을 미치는 주요 요인을 탐색한다.

#### 3.2. 연구참여자

연구 문제의 탐색을 위해 본 연구는 한국 소재 대학교에 재학 중인 베트남 유학생을 대상으로 1:1 심층 인터뷰를 실시하였다. 편의 표본 추출법(convenience sampling)과 눈덩이 표집법(snowball sampling)을 통해 본 연구의 목적을 이해하고, 연구에 자발적 참여 의사를 밝힌 8명의 베트남 유학생을 모집하였으며, 연구참여자의 특징은 Table 1과 같다. 연구참여자들의 한국 거주 기간은 6개월~4년의 분포를 보였고, 한국어 학습기간은 3년~10년 정도로 한국어 구사 능력이 우수한 편으로 한국어로 인터뷰를 진행할 수 있었다.

#### 3.3. 자료의 수집

연구참여자와의 인터뷰는 ZOOM을 통해 1:1로 진행되었으며, 인터뷰를 시작하기에 앞서 본 연구의 목적을 설명하였고, 반 구조화(semi-structured)된 질문지를 기반으로 인터뷰 참여자들이 자신의 경험과 생각을 자유롭게 말할 수 있도록 인터뷰를 진행하였다. 먼저, 베트남 유학생들의 한국 유학시기, 한국어 학습 동기 등 한국에 대한 관심을 파악하기 위한 질문으로 인터뷰를 시작하였다. 이후 패션에 대한 개인적인 관심의 정도를 확

Table 1. Characteristics of the participants

No	Age	Gender	Motivation for learning Korean	Length of stay in Korea	Period of learning Korean
A	27	Female	Interest in K-drama	1 year	7 years
B	28	Female	To get a good job	3 years	10 years
C	28	Female	Interest in the Korean language	3 years	9 years
D	26	Female	To get a good job	6 months	5 years
E	26	Female	Interest in K-pop	2 years	3 years
F	28	Female	Interest in K-culture	3 years	10 years
G	28	Female	To get a good job	4 years	9 years
H	23	Female	To get a good job	4 years	4 years

인하였고, K-패션에 대한 관심은 Son et al.(2015) 연구의 의생활 적응 척도(clothing adaptation)를 참고하였으며, K-패션을 수용하고 하는 행동과 앞으로의 수용 행동 의도에 대해서도 함께 파악하고자 하였다. 모든 인터뷰는 참여자의 동의하에 녹화되었으며, 한 사람당 1시간~1시간 30분가량이 소요되었다. 연구 문제와 현상에 대해 충분히 설명할 수 있는 분량의 자료 확보를 위해, 잠정적 분석 과정에서 1차 인터뷰에서 충분한 응답이 이뤄지지 않았다고 판단된 경우 선택적으로 추가 인터뷰를 실시하였다.

### 3.4. 자료의 분석

본 연구의 분석은 현상학적 연구 방법 중 Colaizzi(1978)의 분석방법을 활용하여 자료를 분석하였다. 모든 인터뷰는 전사 작업을 실시하였고, 전사된 자료를 반복적으로 읽으며 한국 문화적응과 K-패션 행동에 관련된 의미 있는 문장과 문단을 목록화하였다. 이후 이 의미 단위들을 다양한 개념과 주제로 분류하였고, 도출된 다양한 주제들을 K-패션의 가치, K-패션 동기, K-패션 행동으로 범주화하였다. 다음으로 범주화된 내용을 ‘계획된 행동이론’과 ‘행동 추론 이론’에 대입하여 분류하고 의미를 재구성하였다.

## 4. 연구 결과

### 4.1. 계획된 행동이론(TPB)을 적용한 베트남 유학생들의 K-패션 수용 행동

베트남 유학생의 K-패션 수용 행동에 대하여 연구참여자들의 응답을 Ajzen(1991)의 계획된 행동이론을 적용하여 재구조화하였다. K-패션에 대해 지각하는 가치와 동기, 태도, 행동 요인에 대해 분류한 내용을 바탕으로 Fig. 1과 같이 계획된 행동

이론의 틀을 적용하여 전체적인 구조를 파악하였다.

베트남 유학생들의 K-패션에 대한 태도는 K-패션에 대해 지각하는 8가지 가치에 의해 형성된다고 할 수 있다. K-패션 수용 동기에 해당하는 날씨·환경의 변화요인과 한국인 패션에 대한 동조의 동기는 계획된 행동이론에서 ‘주관적 규범’을 형성하는 항목으로 K-패션 수용 행동에 영향을 미치는 것으로 분석된다. 베트남 유학생들의 K-패션 수용 행동에서 적극적인 수용은 개인의 패션 자신감을 상승시킨다는 점에서 지각된 행동 통제력을 강화하고, 이는 다시 K-패션에 수용에 대한 지속적 행동 의도를 강화시키는 순환적 구조를 형성하는 것으로 분석되었다.

#### 4.1.1. K-패션의 가치

베트남 유학생들이 K-패션에 대해 지각하는 가치로는 K-패션의 우수한 감도, 우수한 디자인, 품질 우수성, 다양한 활용도, 사이즈 유사성, 단조로운 컬러, 비싼 가격의 8가지 항목을 확인할 수 있었다.

##### ① K-패션의 우수한 감도

베트남 유학생들은 대체적으로 ‘한국 사람들은 패션에 관심이 많고 옷을 잘 입는다.’는 인식을 지니고 있고, K-패션의 문화적 수준이 우수한 나라로 인식하는 경향을 보였다. 이러한 인식은 K-패션의 우수한 감도를 느끼는 부분이라고 할 수 있다.

“한국은 (사람들이) 옷 잘 입는 나라, 유행에 민감하고, 한국이 (패션)수준이 높은 나라잖아요.”(연구참여자 A)

“베트남에서 한국인들이 패션을 아주 좋아하고, 아주 잘 입는 것으로 알려져 있기 때문에 베트남 젊은이들도 한국 패션을 많이 따라가요.”(연구참여자 B)

“한국 사람 되게 옷을 간단하게 심플하게 입지만, 잘 입는 느낌 쪄

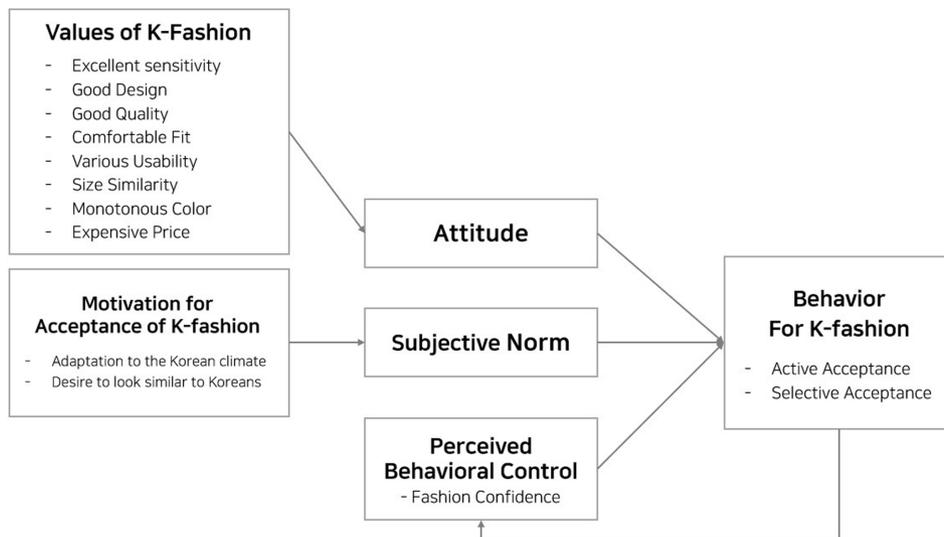


Fig. 1. Research Model I- Application of Theory of Planned Behavior(TPB).

요 자기 개성도 드러낼 수 있게 입는 것 같은 거예요 그냥 편안하게 입는 사람도 약간 그 사람 개성 있네, 멋있네 그런 생각이 들 정도로.” (연구참여자 C)

“한국은 옷도 잘 만드는 것 같고, 디자인도 좋고, 종류도 많고, 질도 좋은 것 같고, ... 한국인들 옷을 잘 입으니까 멋있는 느낌 있다. (연구참여자 G)”

## ② 디자인 우수성

베트남 유학생들은 K-패션에 대하여 심플하지만 트렌디하고, 세련된 디자인을 K-패션의 가장 큰 특징이자 장점으로 언급하였다. 또한, 다양한 디자인과 스타일이 존재해 개성을 표현할 수 있고, 그런 사람들이 멋있다는 동경하는 반응도 보였다. 이는 K-패션에 대해 지각하는 심미적 가치 측면이라고 할 수 있다.

“(베트남 패션 제품보다) 디자인이 더 예쁘고, 재질이 더 좋았어요. 일단 디자인이 예뻐요.” (연구참여자 A)

“한국 패션은 예쁜 느낌 있어요. 세련된 느낌.” (연구참여자 D)

“한국스타일은 다양하잖아요. 원피스이지만 복잡하지 않고, 액세서리도 많이 없고, 단순하지만 예뻐요. 개성 있어요.” (연구참여자 C)

“한국 스타일은 편안하고 자기 개성을 드러낼 수 있는 것 같아요.” (연구참여자 A)

“한국 스타일은 베이직이다. 심플해서 화려하지 않아서 좋다.” (연구참여자 G).

## ③ 품질 우수성

K-패션 제품에 대해 인식하는 가치 중에는 심미적 가치 외에도 실용적인 가치가 많이 언급되었는데, 그중에서도 소재 및 품질이 좋다는 인식이 강했다. 이로 인해 가격이 조금 비싸더라도 더 오래 입을 수 있는 장점이 있기에 구매한다고 응답하였다. (연구참여자 C)

“(베트남 제품보다) 디자인이 더 예쁘고, 재질이 더 좋았어요.” (연구참여자 A)

“에잇세컨즈는 품질이 좋아서 비싸긴 하지만 오래 입을 수 있어서 경제적으로도 괜찮다고 생각해요.” (연구참여자 C)

“베트남에 있는 한국 스타일은 (한국에 있는 제품과) 원단이나 재질이 달라요. 완전 느낌이 달라요. 품질도 다르고.” (연구참여자 G)

## ④ 편안한 착용감

베트남 유학생들은 K-패션에 대해서 구조적으로나 소재면에서 편안한 착용감을 제공해 활동하기에 편안하다는 인식을 지니고 있었다. 그들이 인지하기에 K-패션은 루즈한 실루엣의 디자인이 많아 옷의 여유로운 구조가 편안한 착용감을 주고, 활동하기 편리하다는 반응을 보였다.

“한국 스타일은 간단하게, 편안하게 입을 수 있어서 너무 좋아요.” (연구참여자 E)

“옷이 여유 있어서 활동하기 편해요.” (연구참여자 D)

“한국 옷 스타일 편하고, 능동적이고, 활동적인 느낌이에요. 쉽게 활동하기 좋은 느낌.” (연구참여자 H)

## ⑤ 다양한 활용도

베트남 유학생들에게 K-패션 제품은 컬러, 디자인 측면에서 다른 의복 제품들과 함께 어울려 입기 용이하다는 인식을 확인할 수 있었다. 또한, 심플하지만 멋스러운 디자인으로 일상과 특별한 날 모두에 착용가능 해 다양한 TPO에 입을 수 있어 좋다는 반응을 보였다.

“한국 스타일은 웬만하면 언제든 다 입을 수 있어요. 놀러갈 때나 결혼식갈 때나 밖에 나갈 때. 활용도가 높아서 좋아요. 한국 옷은 평일에도 입기 괜찮고 주말에도 입기 괜찮아요. 특히 청바지 같은 경우는 출근할 때나 놀러갈 때나 입어도 예뻐요.” (연구참여자 C)

“활용도가 좋아요. 색깔면에서 여러 가지 옷과 함께 입기 좋아요.” (연구참여자 D)

“K-스타일은 쉽게 결합할 수 있어서(코디해서 입을 수 있어서) 좋은 것 같아요. 그리고 (여러)상황에 따라 입을 수 있잖아요. 일하다가 놀러갈 때도 입을 수 있어서 (활용성이) 좋아요.” (연구참여자 H)

## ⑥ 사이즈 적절성

베트남 유학생들은 한국 사람들과의 유사한 체형으로 인해 한국 의류제품을 구매할 때, 사이즈가 잘 맞아 편리하다는 인식을 지니고 있었다. 미국, 유럽 등에서 제작된 글로벌 브랜드에 비해 한국 의류제품은 사이즈가 잘 맞아 제품을 잘 소화할 수 있어 좋다는 반응을 보였다.

“베트남 사람에게 대부분 한국 패션 스타일이 어울려요. 베트남 사람들 체격도 한국 사람들과 비슷해요.(유럽스타일은 유럽사람들 체격이 크다 보니, 안 어울리는 사람이 많아요) 유럽에는 파부가 완전 하얀 사람도 있고 검정 사람도 있잖아요. 베트남 (사람들)은 유럽스타일을 많이 선택하지 않아요.” (연구참여자 A)

## ⑦ 단조로운 컬러

베트남 유학생들이 인지하는 K-패션의 특징으로 단조로운 컬러가 많이 언급되었는데, 화려한 컬러의 패션이 익숙한 베트남 사람들에게 무채색 및 파스텔 컬러 위주의 K-패션이 상대적으로 단조롭게 느껴지는 경향을 확인할 수 있었다.

“한국 옷은 색깔이 화려하지 않고 항상 단색, 한 색상으로 많이 판매하는 것 같아요. 베트남에서는 꽃이나 다양한 색깔, 화려하고 진한 색깔이 옷 많이 팔아요. 한국인들이 단색 많이 좋아하는 것 같아요. 특히 흰색이랑 검정색 있잖아요. 겨울에 패딩을 보니까 대부분 검은색이예요. 두번째는 흰색이예요.” (연구참여자 B)

“색상이 다양하게 보여지는 것 보다는 비슷비슷한 느낌. 특이한 색상 그런 느낌 없었던 것 같아요.” (연구참여자 E)

“한국 패션의 단점은 (컬러가) 화려하지 않은 것. 어디가든 스타일이랑 옷이랑 거의 다 어두운 색깔이 많은 것 같아요. 화려하고 밝은 느낌, 젊은 느낌이 없고, 나이들어 보이는 느낌이 좀 있어요.” (연구참여자 F)

⑧ 비싼 가격

베트남 유학생들은 K-패션 제품에 대한 부정적인 인식으로 비싼 가격이 있었다. K-패션을 수용하기는 하지만, 가격이 비싸다는 점 때문에 K-패션 스타일의 제품을 한국에서는 자주 구매하지 않고, 상대적으로 비용이 저렴한 타 국가의 쇼핑 플랫폼(중국의 타오바오(Taobao) 등)에서 구매하는 것으로 나타났다. (연구참여자 A)

“한국에서 옷은 좀 비싼 편이라서 (자주 사지 않아요) 그 돈으로 베트남에서는 여러 가지 옷을 살 수 있으니까.. 원피스 하나 3만원-5만 원하는데, 그런 가격이면 베트남에서 3개 정도 살 수 있어서, 사람들이 특별한 기회가 없으면 사지 않아요.”(연구참여자 C)

4.1.2. K-패션 동기

베트남 유학생들이 한국에서 지내며 K-패션을 하게 되는 동기로는 날씨·환경 변화의 영향, 한국인 패션 행동에 동조의 2 가지 하위 요인을 확인할 수 있었다.

① 날씨·환경 변화의 영향

1년 내내 더운 날씨인 베트남과 달리 사계절이 있는 한국의 기후 때문에 K-패션 제품을 구매하게 되기도 하였다. 한국에 오기 전까지는 여름용 의류 제품을 줄곧 착용하던 학생들이 한국에 와서 처음으로 봄·가을용, 겨울용 의류제품을 착용하게 되면서 이러한 의복은 한국에서 K-패션 스타일의 제품을 구매한다고 하였다.

“한국에서 패션 스타일이 바뀌었어요. 사실은 제 의지로 바꾸는 게 아니라, 상황, 환경에 따라 바뀌었어요. 베트남 남쪽은 일년 내내 더워요. 그래서 항상 가볍고 얇은 옷을 입었는데, 한국은 4계절이 있어서 계절마다 옷도 다르고, 계절기후 날씨 때문에(달라서) 옷도 바뀌어야 해요.”(연구참여자 B)

“한국에 왔을 때 겨울 옷 같은 경우는 아예 없었어요. 호치민은 날씨가 따뜻하니 그런 옷 필요 없어서. 그래서 한국 와서 옷을 샀어요.”(연구참여자 D)

“베트남 남쪽은 여름인데 반팔을 입으면 타요. 그래서 어쩔 수 없이 긴 팔 입었어요. 한국은 베트남 햇빛만큼 강하지 않아서 반팔도 입을 수 있고 원하는 옷이 있으면 얼마든지 입을 수 있어서 좋아요.”(연구참여자 C)

베트남에서는 항상 오토바이를 타고 이동을 하기 때문에 옷을 입는데 제약이 많았으나, 한국에서는 걸거나 대중교통을 이용하게 되니 한국에서 더 다양하고 예쁜 옷을 많이 입을 수 있다고도 응답하였다. 이러한 이동수단의 변경 요인 또한 K-패션의 동기라고 할 수 있다.

“베트남에서는 오토바이를 타기 때문에 원피스를 입으면 불편하고 사고가 날 수 있어서 입을 수가 없었다. 그래서 편하게 입는 게 우선이었다. 한국에서는 대중교통 이용하니까 더 이쁜 옷을 입을 수 있다고 생각해요.”(연구참여자 C)

② 한국인의 패션 행동 동조

베트남 유학생들은 한국인들의 패션 행동을 의식하고, 그 방식에 본인들의 행동을 맞추려는 태도를 보이고 있었다. 외국인으로 구분되어 보여지기보다 한국 사람들과 비슷한 모습으로 보여지고 싶어하는 동조 심리를 확인할 수 있었다.

“이런 말이 있잖아요 ‘로마에 가면 로마법을 따라라.’ 한국 생활 최대한 적응할 수 있도록 그렇게 하는 게 더 좋은 것 같아요. 외국인이기 까, 한국에서 한국인처럼 생활하는 게 좋은 것 같아요.”(연구참여자 B)

“케이팝 가수 스타일 어떻게 하는지 찾아보고, 그런 옷을 찾아봐요. 그리고 학교에 한국인 친구들 스타일도 많이 참고하고 해요.”(연구참여자 H)

“너무 화려한 색깔 옷을 입으면 사람들이 너무 쳐다보는 것 같은데 그럴 때 사람들이 이상하게 쳐다보는 게 아닌가 하는 생각이 들어서 부끄러웠어요. 한국 사람이랑 비슷해 보이고 싶어서 평범하게 보이게 입는 것 같아요. 한국 사람들도 화려한 색깔 좋아하는 사람들이 있긴 한데, 대부분 아줌마들이예요. 한국에서 화려한 색깔 입으면 늙어 보이지 않을까 생각해서 자연스럽게 화려한 컬러를 입지 않게 되었어요.”(연구참여자 C)

“한국에서 좀 화려하거나 진한 색깔 입으면 다른 사람들이 눈치를 줘서 사람들이 잘 안 입는다고 생각해요. 그래서 저도 한국에 와서 옷을 점점 더 검정색으로 바꾸었어요.”(연구참여자 B)

4.1.3. K-패션 수용

베트남 유학생들의 K-패션에 대한 가치 지각과 태도 형성을 통해 드러난 행동은 적극적 수용, 소극적 수용 2가지 유형으로 구분해볼 수 있었다.

① 적극 수용

K-패션을 적극적으로 수용하는 행동을 보인 유학생들은 K-패션을 적극적으로 받아들이고 경험하며 패션에 대한 관심이 증가하였고, 구매도 늘었다는 반응을 보였다. 또한, 베트남에서 지낼 때보다 패션 자신감도 증가하였다고 하였는데, 다양한 패션 스타일에 관심을 가지고 체험해보면서 패션 제품 구매 효능감이 생기는 등의 패션 자신감이 향상된 것으로 해석된다. 앞으로 더 다양한 K-패션에 도전하고 싶어했으며, 베트남에 돌아가서 생활할 때에도 지속적으로 K-패션을 선택하겠다는 지속적인 수용 의지를 보이기도 했다.

“저는 한국에서 패션스타일 좀 다양한 편이에요. 편하게 입고 싶어서 캐주얼 같은 거 입기도 하고, 멋있게 입기도 하고, 여성스러운 것도 거기서 나눌 수 있잖아요. 공주님 같은 것도 있고, 여성스러운 느낌 나는 것도 있고, 여성스러우면서 멋있는 느낌 나는, 다양하게 입어보고 있어요.”(연구참여자 B)

“한국에 와서 패션에 관심이 더 많이 생겼어요. 드라마를 통해서도 패션 정보, 이미지 많이 영향을 받고 있고, 더 다양한 패션스타일을 도전해보고 싶어요.”(연구참여자 A)

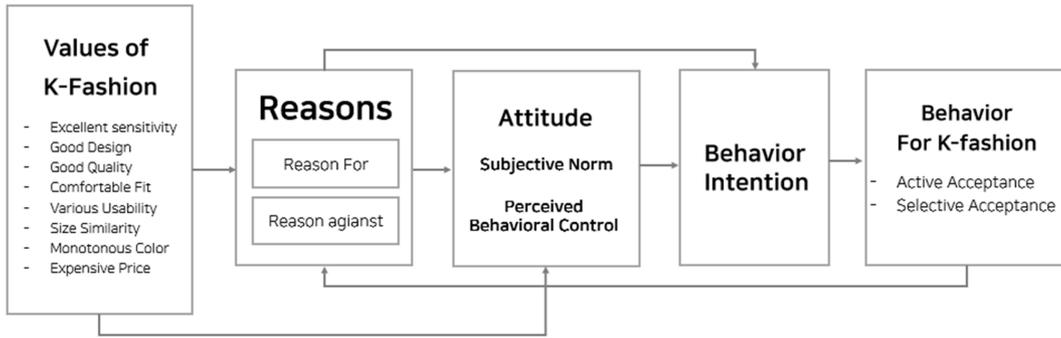


Fig. 2. Research Model II- Application of Behavioral Reasoning Theory(BRT).

“베트남에 돌아갈 때마다 자신감이 있어요. 친구들이 이 옷 이쁘다고 말해요. 너무 기분이 좋아요.”(연구참여자 E)

베트남 유학생들은 K-패션스타일 및 한국에서의 생활 모습을 SNS상에서 활발하게 커뮤니케이션하고 있었는데, 자연스럽게 K-패션을 주변 사람들에게 추천하게 되고, 인터뷰에 참여한 많은 유학생들이 K-패션 제품의 구매를 대행해준 적이 경험 있는 것으로 나타났다.

“유튜브에 한국어 교육 영상을 올리고 있는데, 베트남 사람들이 한국 패션에도 관심이 많기 때문에 한국에서 패션 쇼핑한 소개 컨텐츠 올리기도 해요. 인스타그램에도 한국 패션 스타일을 입은 사진을 많이 올리고 있어요.”(연구참여자 A)

“베트남 사람들이 한국 옷을 사고 싶다고 하면 한국에 있는 친구, 친척, 핸드 캐리 하는 사람들을 통해서 구매해요. 저도 도와준 적이 있어요. 한국 가방을 사고 싶다고 한국 브랜드 좋은 거 있으면 추천해 달라고 해서 몇 개 구매해서 베트남으로 보낸 적이 있어요.”(연구참여자 B)

“베트남에 한국 스타일 입고가면 '아, 저 사람은 한국에서 유학하는 사람이구나!' 해요. 옷도 예쁘다고 하고 어디에서 샀는지 물어보는 사람도 있고, 다음에 베트남 다시 들어올 때 사다 줄 수 있는지 물어보는 사람도 있어요. 실제로 사다 준 적도 있어요.”(연구참여자 C)

② 소극적 수용

베트남 유학생 중에는 베트남에서 입던 패션스타일을 유지

하되, 한국인들이 보기에 너무 화려한 컬러만 피하는 정도의 소극적 수용 행동 유형도 볼 수 있었다. 이들은 한국인들의 패션 행동에 최소한의 동조행동만을 보이는 것으로 나타났다.

“한국에 와서 패션스타일이 달라지지 않았어요. 비슷해요. 필요한 것만 사고, 한국에 와서 패션에 더 관심이 가거나 하지는 않는 것 같아요.”(연구참여자 D)

4.2. 행동 이론(BRT)을 적용한 베트남 유학생들의 K-패션 수용 행동

본 연구의 인터뷰를 통해 확인된 베트남 유학생들의 K-패션 수용의 2가지 행동을 각각 구분하여 설명하기 위해 수용적 이유와 비수용적 이유에 따라 행동을 설명하는 행동 이론 (behavioral reasoning theory)을 적용하여 K-패션 수용 행동을 Fig. 2와 같이 구조화하였다.

4.2.1. 베트남 유학생의 문화적응 유형

베트남 유학생들은 한국어 학습 동기에 따라 한국 문화에 대한 관심과 K-패션에 대한 관심, 수용 행동의 정도가 다른 것이 발견되었다. 연구참여자들의 한국어 학습 동기는 크게 2가지로 분류 되었는데, 첫번째는 한국 문화에 대한 관심이었고, 두번째는 향후 취업 비전을 고려한 전략적 목적이었다. 첫번째 유형은 한국 문화에 대한 관심이 한국에 접근하는 시작점이었기에 K-패션에 대한 관심도 대체적으로 높은 양상을 보였고, 두번째

Table 2. Classification of interviewees' acculturation types

No	Motivation for learning Korean	Length of stay in Korea	Period of learning Korean	Level of acculturation motivation	Acceptance level of K-fashion
A	Interest in K-drama	1 year	7 years	High	Active
B	To get a good job	3 years	10 years	Low	Inactive
C	Interest in the Korean language	3 years	9 years	High	Active
D	To get a good job	6 months	5 years	Low	Inactive
E	Interest in K-pop	2 years	3 years	High	Active
F	Interest in K-culture	3 years	10 years	High	Active
G	Interest in K-culture	4 years	9 years	High	Active
H	Interest in K-culture	4 years	4 years	High	Active

유형은 한국어 학습에 초점을 두다 보니, 상대적으로 한국 문화의 수용면에서는 소극적인 양상을 보이는 것으로 확인되었다. 이를 기준으로 인터뷰에 참여한 베트남 유학생들을 문화적응에 적극적인 유형과 소극적인 2가지 유형으로 분류하고(Table 2), 유형별로 K-패션에 대해 지각하는 가치와 태도, 행동 동기, 행동 양상을 구분하여 살펴보았다.

#### 4.2.1.1. 적극적 문화적응 유형의 K-패션 수용

한국에 적극적 문화적응 동기를 지닌 그룹의 경우, K-패션에 대해 우수한 디자인 등의 심미적 가치뿐만 아니라, 착용감, 다양한 활용도 등의 실용적 가치 등 전반적으로 K-패션에 대해 긍정적인 가치를 많이 지각하는 것을 확인할 수 있었다. K-패션의 컬러가 단조롭고 가격이 비싸다는 부정적인 인식에 대해서도 컬러들이 단조롭지만 그 나름의 세련미를 나타낸다고 인식하거나, 가격이 비싸도 그만큼 품질이 좋아서 오래 입을 수 있다는 반응을 보이며, K-패션의 부정적 가치에 대해서도 기꺼이 수용하려는 태도를 보였다. 연구참여자들은 한국인의 패션 행동을 많이 참고하는 양상을 보였는데, 한국인의 패션 신념, 행동들에 대해 적극적으로 수용하고 동조하는 측면이 확인되었다. 이러한 과정을 통해 이들은 K-패션을 적극적으로 수용하고, 주변사람들에게 전파하며 향후에도 지속적으로 다양한 K-패션의 체험의 의지를 드러내기도 했다.

#### 4.2.1.2. 소극적 문화적응 유형의 K-패션 수용

한국 문화적응에 소극적인 동기를 지닌 그룹의 경우, K-패션에 대해서는 심미적 가치보다는 편안한 착용감, 다양한 활용도 등의 실용적 가치 위주로 인식하고 있는 것으로 분석되었고, K-패션의 단조로운 컬러, 비싼 가격이라는 부정적인 가치를 크게 지각하고 있는 반응을 드러냈다. 행동 동기적 측면에서는 날씨와 환경의 변화로 어쩔 수 없는 K-패션의 수용의 동기가 우선적으로 언급되었고, 한국인 패션 스타일에 동조적 행동 측면은 한국인 사이에서 뚜렷하게 구별되거나 눈에 띄지 않기 위한 목적의 동기만이 확인되었다. 이들은 베트남에서 거주하던 당시의 패션스타일에 크게 변화가 없다는 반응과 K-패션에 대해서는 최소한의 수용만을 추구하는 수동적 수용 행동을 보이고 있었다.

위와 같이 본 연구에서는 베트남 유학생들의 적극적·소극적 문화적응이라는 행동적 이유에 따라 K-패션에 대한 태도 형성과 수용 반응에 차이를 보이는 것을 새롭게 발견하였고, 이러한 두 차원의 가치 지각-이유-태도-행동 일련의 과정을 행동 이론을 바탕으로 구조적으로 의미를 재해석하였다.

## 5. 결론 및 의의

본 연구는 베트남 유학생을 대상으로 K-패션의 지각, 태도, 수용 행동에 이르는 일련의 과정을 탐색하였다. 베트남 유학생들은 전반적으로 K-패션에 호의적인 태도를 지니고 있었는데,

이러한 호의적 태도를 형성하는 K-패션의 가치로는 '한국은 패션의 수준이 높다'라는 K-패션에 우수한 감도, 우수한 디자인의 심미적 가치, 우수한 품질과 편안한 착용감, 다양한 활용도, 사이즈 유사성의 실용적 가치 항목이 있었고, 부정적인 가치로는 단색 위주의 컬러와 비싼 가격 요인이 확인되었다. 또한 베트남 유학생들의 K-패션 수용에 동기로 작용하는 '주관적 규범' 요소로는 날씨·환경의 변화와 한국인 패션에 동조 행동이 중요하게 작용하는 것으로 확인되었다. 이는 베트남 다문화가정의 의생활 실태조사 연구에서 베트남 여성의 경우, 한국에 이민 온 이후 동조적 쇼핑 성향이 한국 여성들에 비해 높은 것으로 확인되었던 선행연구와 일치하는 양상을 보인다(Son et al., 2013). 이러한 가치 지각과 태도, 동기에 의해 발현되는 베트남 유학생들의 K-패션 수용 행동으로 적극적 수용, 소극적 수용의 2가지 행동 양상이 확인되었다. 베트남에서 한류의 인기가 많은 만큼 그 여파로 많은 유학생들이 K-패션을 적극 수용하는 양상을 보였는데, 이들은 한국에 온 이후 K-패션 스타일로 의복 스타일을 모두 교체하였으며, SNS활동을 통해 K-패션의 수용을 적극적으로 전파하는 행동을 보이고 있었다. 그 과정에서 패션에 대한 관심이 생기고 구매가 증가하기도 하였으며, 패션 자신감도 상승하였고 이는 곧 다양한 스타일에 도전하고, 향후에도 지속적으로 K-패션 수용의 의지로 이어지는 순환적 구조를 보였다.

베트남 유학생들의 한국 문화적응 정도를 파악하는 과정에서 문화적응 동기가 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 문화적응의 동기가 적극적, 소극적인지에 따라 K-패션에 대한 행동 동기와 행동의 양상에 차이를 보이는 것으로 분석되었다. 이는 선행연구에서 논의되지 않았던 한국어 학습 기간이나 한국어 학습 동기가 문화적응 행동에 중요한 영향을 미치고 있는 것을 발견한 것이라고 할 수 있다. 한국어 학습 동기가 한국어에 대한 관심, 한국 드라마 및 음악과 같은 문화에 대한 관심인 유형은 문화적응에 적극적인 행동 동기를 보였고, 이로 인해 K-패션 수용도 적극적인 양상을 나타낸 반면, 한국어 학습 동기가 향후 취업 비전을 고려한 전략적 목적을 둔 유학생들의 경우 최소한의 동조 행동을 보이는 소극적 K-패션 행동을 드러내는 것으로 나타났다.

본 연구는 연구참여자의 응답을 행동의 설명력을 높이는 계획된 행동 이론과 행동 이론을 분석 틀로 삼아 베트남 유학생들의 K-패션에 대한 가치 지각-태도-행동에 이르는 과정을 재구조화하였다. 한국어 학습 동기에서 발현된 문화적응에 대한 수용·비수용의 의지를 행동 이유(reasons) 항목에 배치하여 K-패션 수용의 두 차원적 양상을 살펴보았다. 이를 통해 K-패션 수용에 있어 K-패션에 대해 지각하는 긍정적 가치뿐만 아니라, 한국 문화 적응의 유형에 따라 수용 행동이 달라질 수 있음을 확인하였다.

본 연구는 최근 급격히 증가하고 있는 베트남 유학생들의 문화적응과 K-패션 수용을 다차원적으로 분석하였다는 의의를 지닌다. 특히 2가지 행동이론을 접목하여 보다 심층적인 구조로

행동을 해석하였다. 베트남 유학생이 인지하는 K-패션의 가치와 수용 양상은 한국 패션 기업의 베트남 시장 진출 시 유통 및 마케팅 전략을 수립하는 데 기초자료로 활용할 수 있을 것으로 기대한다. K-패션을 적극적으로 소비하고 있는 베트남 유학생은 K-패션의 전파적 측면에서 중요한 역할을 수행하고 있는 것으로 파악되었는데, 이러한 유학생을 대상으로 베트남 시장 진출 사전조사를 수행하거나 마케팅 전략을 수립함으로써 베트남 현지 소비자 대상 마케팅 활동의 효과성을 높이는 데 기여할 수 있을 것으로 판단된다. 또한 본 연구는 1:1 심층 인터뷰를 통해 베트남 유학생의 문화수용과 K-패션 수용 경험을 살펴보고, 좀 더 다양한 배경의 연구참여자에 대한 탐색을 통해 새로운 영향 요인 및 현상이 관찰될 수 있을 것으로 판단된다. 또한 향후 다양한 선행요인들의 관계를 실증적으로 검증할 수 있는 양적 연구도 수행될 필요가 있다.

## 감사의 글

본 연구는 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2020S1A5A2A03042980).

## References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Bae, J. W., & Park, H. C. (2020). Exploring the motivation factors of Vietnamese girl students for studying in Korea. *Contemporary Society and Multiculture*, 10(4), 1-35. doi:10.35281/cms.2020.11.10.4.1
- Berry, J. W. (1992). Acculturation and adaptation in a new society. *International Migration*, 30, 69-69.
- Berry, J. W. (2003). Conceptual approaches to acculturation. In K. Chun, P. Balls-Organista, & G. Marin (Eds.), *Acculturation: Advances in theory, measurement and applied research* (pp. 17-37). Washington, DC: American Psychological Association.
- Chirkov, V. I., Safdar, S., de Guzman, D. J., & Playford, K. (2008). Further examining the role motivation to study abroad plays in the adaptation of international students in Canada. *International Journal of Intercultural Relations*, 32(5), 427-440. doi:10.1016/j.ijintrel.2007.12.001
- Choi, H. J. (2009). Study on the characteristics pertaining to the acculturation strategies among immigrated women in Korea. *Korean Journal of Social Welfare*, 61(1), 163-194. doi: 10.20970/kasw.2009.61.1.007
- Cho, E. S., Lee, J. M., & Rha, J. Y. (2017). Effect of country image on product evaluation and purchase intention of Korean products - Evidence from Vietnam, Indonesia, and Malaysia. *Family and Environment Research*, 55(2), 153-166. doi:10.6115/fer.2017.012
- Choo, H. J., Lee, H. K., & Xie, J. (2022a). Consumers' cultural identity under globalization: Vietnamese consumers' global and national identities and their cross-cultural consumption. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, (ahead-of-print). doi:10.1108/APJML-10-2021-0740
- Choo, H. J., Jang, J. Y., Baek, E., Lee, H. K., & Kim, H. (2022b). A study on the multidimensional consumption value of Vietnamese MZ generation -Focusing on the relationship between consumption value factors, Demographic characteristics, and global consumption propensity. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 46(5), 848-867. doi:10.5850/JKSC.2022.46.5.848
- Chung, J. K. & Yang, K. M. (2004). Recent developments in acculturation theories, *Korean Journal Psychology*, 23(1), 101-136.
- Colaizzi, P. F. (1978). Psychological research as the phenomenologist views it. In R. Valle & M. King (Eds.), *Existential phenomenological alternatives for psychology* (pp. 48-710). Oxford University Press.
- Diddi, S., Yan, R. N., Bloodhart, B., Bajtelsmit, V., & McShane, K. (2019). Exploring young adult consumers' sustainable clothing consumption intention-behavior gap: A behavioral reasoning theory perspective. *Sustainable Production and Consumption*, 18, 200-209. doi: 10.1016/j.spc.2019.02.009
- Fishbein, M., & I. Ajzen. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research* MA.: Addison-Wesley.
- Gupta, A., & Arora, N. (2017). Understanding determinants and barriers of mobile shopping adoption using behavioral reasoning theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 36, 1-7. doi:10.1016/j.jretconser.2016.12.012.
- Han, A. R. (2021, August 3). Which foreign language do Vietnamese prefer to study? *Kotra News*. Retrieved June 5, 2022, from https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE\_NO=3&MENU\_ID=180&CONTENTS\_NO=1&bbsSn=243&pNttSn=190054.
- Hofstede Insights. (2022). *Hofstede Insights*. Retrieved June 5, 2022, from https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/south-korea,vietnam
- Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 638.
- Jeong, G. Y. (2020). The influence of Vietnamese consumers' interest for Korean wave on Korean brand aura. *The Journal of Business Education*, 34(1), 43-63. doi:10.34274/krabe.2020.34.1.003
- Kang, Y. H., Lee, H. K., & Kim, W. B. (2020). A Qualitative study on acceptance of Korean wave culture and internalization of ideal beauty among Vietnamese female students in Korea. *Fashion & Textile Research Journal*, 22(4), 456-468. doi:10.5805/SFTI.2020.22.4.456
- Linh, L. (2015). *Cross-cultural study on predictors of eWom behavior of Korean and Vietnamese SNS users - Based on Hofstede's cultural dimensions theory*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul
- Liska, A. E. (1984). A critical examination of the causal structure of the Fishbein/Ajzen attitude-behavior model. *Social Psychology Quarterly*, 47(1), 61-74. doi:10.2307/3033889
- Ministry of Education. (2022, August 30). Announcement of 2022 education basic statistics survey results. *Korean Education Statistics Service*. Retrieved September 20, 2022, from https://kess.chedi.re.kr/post/6761899?itemCode=04&menuId=m\_02\_04\_02
- Park, C. M. (2012). The impact of individualistic, family, social characteristics of immigrant women on marriage on social

- integration - A focus on mediating effect of cultural adaption. *The Korean Journal of Local Government Studies*, 16(3), 416-436.
- Son, J. A., Kim, S. Y., Choo, H. J., & Nam, Y. J. (2015). Clothing adaptation and clothing consumption behavior according to acculturation in married Chinese immigrant women. *The Research Journal of the Costume Culture*, 23(6), 972-986. doi:10.7741/rjcc.2015.23.6.972
- Son, J. A., Nam, Y. J., & Kweon, J. H. (2013). Study on clothing life of Korea-Vietnam multicultural families – Focus on clothing behaviors and attitudes toward traditional dresses. *Journal of the Korean Society of Costume*, 63(6), 127-139. doi:0.7233/jksc.2013.63.6.127
- Tandon, A., Dhir, A., Kaur, P., Kushwah, S., & Salo, J. (2020). Behavioral reasoning perspectives on organic food purchase. *Appetite*, 154, 104786. doi: 10.1016/j.appet.2020.104786
- Tartakovsky, E. (2012). Factors affecting immigrants' acculturation intentions - A theoretical model and its assessment among adolescent immigrants from Russia and Ukraine in Israel. *International Journal of Intercultural Relations*, 36(1), 83-99. doi:10.1016/j.ijintrel.2011.02.003
- Westaby, J. D. (2005). Behavioral reasoning theory - Identifying new linkages underlying intentions and behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 98(2), 97-120. doi:10.1016/j.obhdp.2005.07.003
- Woo, H. A., & Noh, J. H. (2022). The effects of SNS WOM information characteristics on Korean tourism attitude, WOM intention, and behavioral intention - Focusing on Vietnamese students. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 36(5), 139-153. doi:10.21298/IJTHR.2022.5.36.5.139
- Wu, E. K., & Mak, W. W. (2012). Acculturation process and distress: Mediating roles of sociocultural adaptation and acculturative stress. *The Counseling Psychologist*, 40(1), 66-92. doi:10.1177/0011000011410893

(Received March 17, 2023; 1st Revised April 7, 2023;  
2nd Revised April 21, 2023; Accepted April 25, 2023)