

# 노년기 여성의 의복구매행동에 관한 연구

정찬진 · 박재욱  
(한양대학교 의류학과)

노인은 신체적 노화와 더불어 자식들의 분가, 배우자와의 사별로 인하여 사회관계가 감소됨으로써, 심리적으로 위축되거나 자신감을 상실하게 된다. 그간의 연구는 이러한 노인에게 생활의 활력과 자신감을 회복할 수 있는 중요한 수단인 하나로써 적절한 의복착용을 들고 있다. 왜냐하면, 의복은 인간의 자기가치나 자존심을 표현하는 중요한 수단으로 인지되고 있기 때문이다. 따라서, 노년기에 있어서의 외모는 주어진 대상이라기 보다 만들어지는 대상으로서, 적절한 의복착용은 노인의 외모뿐 아니라 긍정적인 생활의 활력을 고양시킬 수 있다고 할 수 있다. 이러한 점에서 노년층의 의복태도에 대한 연구가 꾸준히 이루어져 왔으나, 그동안 노년층은 시장에서의 낮은 구매력 때문에 소비자로서의 관심은 받지 못한 편이었다. 그러나 최근 노령인구 증가와 그들의 향상된 경제수준은 노년층을 중요한 소비자 집단으로 부상케 하였다. 국내 마케터들은 2000년대의 중요한 구매자 집단으로 실버마켓을 들고 있으며, 소비자연구자들은 노년층을 대상으로 다른 연령집단과는 다른 특별한 욕구를 충족시킬 수 있는 적절한 제품 및 서비스를 제공하기 위한 노년층의 구매행동에 대한 연구에 관심을 보이며, 노년층의 의복구매행동에 관한 연구는 미진한 실정이다.

따라서 본 연구는 노년기 여성을 대상으로 한 의복구매행동에 관한 초기연구로서, 노년층의 의복구매특성을 포괄적이고 종합적으로 이해할 필요가 있다는 점에서, 노년기 여성의 구매의사결정과정 상의 제측면, 즉 의복구입과 관련한 구매동기 및 중요도, 정보탐색 및 탐색량, 점포선택 기준 및 중요도, 제품평가기준 및 중요도, 구매 및 구매후 행동을 알아보고, 이들이 노년기의 배경변인(연령, 직업 유무, 학력, 용돈의 범위)에 따라 차이가 있는지 조사하고자 하였다.

본 연구를 위한 연구대상은 노인준비기로 간주되는 50대까지를 포함하여 55세 이상의 여성을 선정하였으며, 조사방법은 응답자에게 질문지를 읽어주는 형식의 인터뷰방법과 자기작성 질문지법을 사용하였다. 연구기간은 1994년 11월 부터 1995년 1월 까지로, 훈련받은 면접원 10명이 서울시내의 8개의 노인대학, 3개의 노인정을 직접 방문하거나, 대학생 및 대학원생의 친·인척의 어머니 및 할머니에게 배포하여 조사를 실시하였다. 질문지 총 600부를 배부하여 514부가 회수되었으며 불완전한 자료를 제외한 418부를 본 연구의 분석자료로 사용하였다. 자료분석은 SPSS /PC를 사용하여, 빈도와 퍼센트를 사용하였다.

본 연구의 결과를 살펴보면 다음과 같다.

1) 의복의 중요 구매동기로는 ① 집안 행사(결혼, 생일)가 있을 때, ② 계절이 변화할 때,

③ 옷구경하다 마음에 드는 옷을 발견하여서의 순서로 나타났다. 대체로 연령이 65세 이상이고, 학력이 국민학교 졸업 이하인 집단은 집안의 행사가 중요동기이나, 65세 이하이고 학력이 중학교 이상인 경우는 계절의 변화가 가장 중요한 동기가 되었다. 직장이 없고 용돈이 20만원 미만인 경우는 집안의 행사가 의복구입의 중요동기가 되나, 직장이 있고, 용돈이 20만원 이상인 집단은 계절의 변화가 가장 중요한 의복구입 동기로 나타났다.

- 2) 정보탐색과 관련하여, 의복 및 패션에 대한 정보원은 ① 상점에 진열된 옷, ② 친구나 가족의 의견, ③ 친구나 다른 사람의 옷차림의 순서로 중요하게 사용하였다. 대체로 이러한 순서는 연령과 학력에 있어서는 차이가 없으나, 직업이 있는 경우는 없는 경우보다 여성잡지를 더 중요하게 생각하고, 직업이 없는 경우는 직업이 있는 경우보다 친구나 다른 사람들의 옷차림을 더 중요하게 생각하는 경향이었다. 용돈에 있어서는 용돈이 40만원 이하인 집단은 40만원 이상의 집단보다 친구나 가족의 의견을 더 중요하게 생각하는 경향이었다.

또한, 의복구입전 정보탐색으로서, 방문하는 점포의 수는 주로 '2~3개의 브랜드나 점포를 간다'가 가장 많았고, 그 다음으로 '6개 이상의 브랜드나 점포를 간다'로 나타났다. 이는 연령, 교육 정도, 직업 유무, 용돈의 범위에 따라 차이없이 거의 비슷한 경향으로 나타났다.

- 3) 점포선택과 관련하여, 점포를 선택할 때 중요하게 생각하는 점포속성은 ① 가격대 ② 나이에 알맞은 디자인 ③ 옷의 구색 및 다양성 ④ 옷의 품질의 순서로 나타났다. 대체로 이러한 순서는 연령에 따른 차이가 없으나, 학력이 국민학교 이하인 집단은 가격대를 가장 중요하게 생각하고, 학력이 높아지면 가격대를 덜 중요하게 생각하는 경향으로 나타났다. 직업은 그 유무에 관계없이 가격대를 가장 중요하게 생각하나 직업이 있는 경우는 없는 경우보다 옷의 구색 및 다양성을 더 중요하게 생각하는 경향이었다. 용돈은 21만원에서 40만원인 집단은 20만원 이하와 40만원 이상인 집단보다 가격대를 덜 중요하게 생각하나 나이에 알맞은 디자인을 더 중요하게 생각하는 경향이었다.

또한, 의복을 주로 구입하는 점포로는 ① 백화점 ② 남대문, 동대문 의류도매상 ③ 동네상점 및 아파트 상가 ④ 유명브랜드의 할인매장의 순서를 보였다. 대체로 연령과 직업 유무에 관계없이 백화점을 가장 많이 이용하나 65세 이상인 집단은 백화점 다음으로 의류도매상가를 많이 이용하는 것으로 나타났다. 학력이 국민학교 이하인 집단은 동네상점 및 아파트상가를 중요하게 생각하나 중학교 이상인 집단은 백화점을 가장 많이 사용하는 것으로 나타났다. 용돈은 10만원 미만인 경우는 동네상점 및 아파트 상가를 가장 많이 이용하나, 10만원 이상인 집단은 백화점을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다.

- 4) 제품평가와 관련하여, 의복을 구입할 때 중요하게 생각하는 제품속성은 ① 나에게 어울림 ② 색상 ③ 디자인 ④ 가격 ⑤ 편안함 ⑥ 옷의 맞춤세의 순서로 나타났다. 대체로 연령에 관계없이 나에게 어울림을 가장 중요하게 생각하는 경향이었고, 학력이 국민학교 이하인 집단은 편안함을 가장 중요하게 생각하나, 중학교 졸업 이상은 나에게 어울림을 가장 중요하게 생각하는 경향이었다. 직업이 있는 경우는 디자인을 가장 중요하게 생각하나, 직업이 없는 경우는 나에게 어울림을 가장 중요하게 생각하고 있었다. 용돈은 차

이에 따라 제품평가기준이 다르게 나타나는 경향으로서, 21만원 이상인 집단은 20만원 미만인 집단보다 디자인을 더 중요하게 생각하는 경향이었다.

- 5) 의류제품 구매결정과 관련하여, 의복비를 지불하는 사람은 본인이 하는 경우가 가장 많았고, 의복비를 현금으로 지불하는 경우가 가장 많았다. 이는 의복구입에 있어서 본인부담과 현금지불이 우세한 경향으로, 연령, 학력, 직업 유무, 용돈의 범위에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다.
- 6) 의복구매 후 행동과 관련하여, 의류제품을 구입한 후에 불만족하는 경우 '구입한 점포에 찾아가 교환이나 반품을 요구한다'는 경우가 가장 많고, 다음으로 '불만이 있어도 그냥 둔다'의 경우처럼 행동을 취하지 않은 경향이었으며, 다음으로 '직접 고쳐입음'으로 나타났다. 이는 연령, 교육 정도, 직업 유무, 용돈의 범위에 따라 차이 없이 거의 비슷한 경향으로 나타났다.
- 7) 기타, 구매과정과 관련된 구매행동과 관련하여, 의복의 취득방법은 기성복을 직접 구입하는 경우가 우세하였으며, 연령, 학력, 직업 유무, 용돈의 범위에 있어서 의복취득의 방법에는 차이가 없는 것으로 나타났다.

또한, 의류제품을 쇼핑하거나 의복구입할 때의 동반자는 ① 친구 ② 자녀 ③ 혼자의 순서로 나타났다. 대체로 연령이 64세 이하인 집단과 학력이 중학교 졸업 이상인 집단은 친구를 가장 많이 동반하나 연령이 65세 이상인 집단과 국민학교 졸업 이하인 집단은 자녀를 가장 많이 동반하는 것으로 나타났다. 직업이 있는 경우는 주로 혼자 쇼핑하나, 직업이 없는 경우는 주로 친구를 동반하여 쇼핑하는 경향이었다. 용돈은 차이에 따라 의복구입의 동반자가 다른 경향으로서, 용돈이 10만원 미만인 경우는 주로 자녀와 함께 쇼핑을 하나 10만원 이상인 집단은 친구를 동반하는 경향으로 나타났다.