

생활한복 구매행동에 관한 탐색적 연구

박은주* · 안희영 · 윤성희

동아대학교 의상섬유탐학부 지도교수*

동아대학교 의상섬유탐학부

본 연구는 생활한복 구매시 사용상황에 따라 제품속성, 점포속성 및 이용하는 점포유형의 차이를 살펴봄으로써 생활한복을 다루는 마케터들에게 필요한 정보를 제공해 주고자 한다.

이를 위하여 부산에 거주하며 생활한복을 구매한 경험이 있는 소비자들을 대상으로 설문지를 이용하여 자료를 수집하였다. 자료분석을 위하여 SPSS WIN VER 10.0을 이용하여 빈도 분석, 요인 분석, 신뢰도 분석, t-test를 실시하였다.

그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 소비자들이 인지하는 생활한복의 제품속성과 점포속성의 구조를 밝혀본 결과, 제품속성은 관리적 요인, 사회심리적 요인, 실용적 요인, 심미적 요인으로 구성되었고, 점포속성은 정책 및 상품구색, 서비스, 명성 및 분위기, 판매원 요인으로 분류되었다. 둘째, 사용상황에 따라 제품속성, 점포속성 및 점포유형간의 차이를 살펴본 결과, 생활한복 구매시 사용상황에 따라 차이가 나타나 선물용일 때는 사회심리적 요인이 중요시되었고 자기사용일 때에는 실용적 요인을 중요시 여기는 것으로 나타났다. 점포속성에서는 정책 및 상품구색, 명성 및 분위기, 판매원의 영향이 자기사용보다는 선물용으로 생활한복을 구매할 때 더 크게 미침을 알 수 있었다. 생활한복구매에 관련된 점포선택에서 선물용 구매시에는 단독매장을, 자기사용에는 대형 쇼핑몰을 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.

즉, 생활한복을 선물용으로 구매할 때에는 자기사용보다 돋보이는 디자인, 품위, 타인의 반응을 중요시하였고, 점포 선택 시 교환이나 환불 가능, 옷 이외의 다양한 상품 구비, 교통 편리, 점포명성, 좋은 분위기, 친절함 판매원이 있는 점포를 중요시하였으며, 대리점 같은 단독매장을 이용하였다. 자기사용으로 생활한복을 구매할 때에는 선물용보다 실용적인 요인인 소유의복과의 조화, 착용용도의 다양성, 경제성을 중요시하였으며, 점포속성은 선물용에 비해 크게 영향을 받지 않았고 주로 애용하는 점포는 대형 쇼핑몰이었다.

이상의 연구결과에 따른 마케팅적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 대리점이나 직영점 같이 선물용 구매가 주로 이루어지는 점포의 마케터들은 소비자들이 타인의 반응, 품위, 돋보이는 디자인 등의 사회심리적 요인에 많은 영향을 받으므로 디자인이나 고급스러운 품질에 중점을 두어 제품구색을 갖추어야 할 것이다. 둘째, 자기사용 생활한복이 주로 구매되는 대형 쇼핑몰의 마케터들은 착용용도가 다양하고 경제성이 높은 저렴한 가격의 제품을 기획, 구매하여야 할 것이다. 셋째, 생활한복 구매시 소비자들은 점포에서의 교환이나 환

불. 다양한 상품의 구색 등을 중요시하므로 이러한 부분에 신경을 쓰면서 점포의 위치도 교통이 편리하고 생활한복 이외 관련되는 다른 상품을 함께 구매하기에 사기 편리한 곳으로 선정하여야 할 것이다.