

의류제품에 대한 소비자의 품질평가기준

김민수* · 김문숙

오산대학 의상디자인과 부교수*, 서울여자대학교 의류학과 교수

우리의 일상생활에서 품질은 소비자가 의류제품을 지각하고 선택하며, 사용하는 전체과정에서 중요하게 평가되어지고 있는 요인이다. 본 연구에서는 이러한 의류제품의 품질에 관한 소비자의 지각 특성과 품질평가기준에 대하여 연구하였다.

먼저 소비자의 품질지각과 제품평가에 관한 관련 문헌과 선행 연구들을 살펴보는 이론적인 고찰이 이루어졌고 이를 토대로 본 연구의 연구과제를 설정하였다.

실증적 연구는 경제적으로 의복구매능력이 있다고 판단되는 20세 이상의 성인남녀를 대상으로 질문지법을 사용하여 이루어졌다. 서울과 수도권을 중심으로 총 650부의 설문지를 배포하여 그 중 설문응답이 성의가 없거나 응답 내용이 미비한 것을 제외한 380부의 설문지만을 실증분석의 자료로 사용하였다.

본 연구에서는 실증분석을 위해 SPSSWIN V.8.0을 사용하였고, 자료의 분석방법으로는 요인분석과 신뢰도 검증을 실시하였고, 그 외 빈도분석, correlation analysis, t-test, multiple regression analysis, duncan test 등을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 의류품질평가속성들을 중요도를 기준으로 유형화하기 위해 요인분석한 결과 실용성, 관리성, 심미성, 상징성 요인으로 분류되었다.

둘째, 인구통계적 소비자 특성에 따른 기대, 중요도, 성과에 대한 품질지각의 차이를 알아본 결과 부분적으로 유의적인 차이가 있었다. 인구통계적 특성에 따른 결과로 볼 때 중요도, 성과에 대한 품질지각은 남자보다 여자가 높았고, 연령이 높을수록 관리성을 중요시하였으며, 연령이 낮은 집단들이 심미성을 중시하는 것으로 나타났다. 또한 기혼이 미혼보다 실용성과 관리성에 관심이 많았으며 학력이 높을수록 심미성과 상징성에 대한 기대가 높았다. 주부의 경우 기대, 중요도, 성과에 대한 점수가 높았으며 학생은 심미성과 상징성의 점수가 높게 나타났다. 그리고 월평균 총수입의 경우 소득이 높은 집단이 품질에 대한 기대, 중요도, 성과를 높게 지각하였다.

셋째, 의류 소비자의 품질지각속성은 각 속성이 수행하는 역할에 따라 만족요인과 위생요인으로 구분되었다. 만족요인으로는 옷의 이미지, 개성표현, 타인이나 이성에게 주는 인상, 착용용도의 적합성, 다른 의복과의 조화, 옷의 촉감, 입고 벗기 편한 옷, 활동의 편리성, 착용감, 관리나 손질(세탁법, 다림질), 교환과 수선(A/S)이 계속성들로 나타났다. 이 속성항목들은 제품 품질향상에 따라 상대적으로 만족이 증가할 수 있는 것으로 효과적인 소비자만족 증진을

위해 노력해야 하는 속성들이다. 위생요인으로는 옷의 가격이 해당 속성으로 나타났는데, 기대에 따른 만족이 낮을 경우 매우 불만족을 지각한다.

넷째, 품질지각과 전반적 만족과의 영향관계를 분석한 결과, 품질평가의 성과요인에 대한 전반적 만족도, 품질 수준, 구입처의 서비스 수준, 재구매 의도, 추천 의사에서 부분적으로 유의적인 영향관계가 있었다. 의출복을 구입한 후 사용해본 경험으로 볼 때 먼저 품질 수준, 서비스 수준의 평가에서는 관리성 즉, 교환과 수선(A/S), 재봉 및 마무리 상태, 관리나 손질 등의 기여도가 높았으며, 전반적 만족도, 추천 의사, 재구매 의도에서는 의복의 심미성, 즉 옷의 이미지, 디자인/스타일, 개성 표현 등의 기여가 높게 작용하였다. 따라서 소비자의 의류 구매시에는 품질이나 서비스 부분에서 관리성이 기본적으로 충족되어야 할 것이며, 궁극적인 만족과 재구매의 유도를 위하여 옷의 이미지, 디자인/스타일, 개성 표현등의 심미성이 개발되어야 한다고 본다.

다섯째, 의류평가속성에 대한 성과지각과 만족도의 상관관계를 분석한 결과, SERVPERF 모델에서 만족에 우선하는 속성은 디자인/스타일, 옷의 이미지, 다른 의복과의 조화의 순이며 모두 유의적인 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 반면 SERVQUAL 모델에서는 옷의 촉감, 착용용도의 적합성, 활동의 편리성의 순으로 나타났다. 따라서 본 연구에서도 SERVPERF 모델이 SERVQUAL 모델보다 의류제품의 서비스 품질평가에 더 적합하다는 것을 검증할 수 있었다.

여섯째, 인구통계적 특성별 정보원천을 살펴본 결과 부분적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 여자의 경우 친구 말을, 남자는 배우자의 말을 잘 따랐으며, 연령이 낮을수록 친구 말을 잘 듣는 것으로 나타났다. 미혼은 친구말을, 기혼은 배우자의 의견을 받아들였으며, 학생은 친구말을, 사무직이나 전문직 종사자는 배우자의 말을 잘 듣고 따르는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 통해 의류 품질 지각에 따른 평가기준은 품질속성의 역할에 따라 차이가 있으며, 품질지각에 따른 만족과 영향관계가 있음을 알 수 있었다. 또한 인구통계적 특성에 따라 품질지각에도 차이가 있음을 알 수 있었다.

따라서 소비자의 의복 구매행동에서 품질지각의 특성과 역할을 이해함으로써 소비자 만족을 이끌어내는 방안을 모색할 수 있으며, 또한 소비자 만족과 구매 향상을 위한 의류업계의 제품개발향상과 정부의 정책적 지원이 뒷받침되어야 한다고 본다.