

成人 女性의 水泳服 購買行動에 관한 研究
- 製品評價基準을 中心으로 -

李 鈴 娥* · 徐 美 亞

한양대학교 교육대학원 가정교육학과*, 한양대학교 의류학과 교수

A Study on Adult Women's Swimming Suit Buying Behavior
- Focused on Product Evaluation Criteria -

Young-Ah Lee* and Mi-A Suh

Graduate School of Education, Dept. of Home Economics Education, Hanyang University*

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University

目 次

Abstract

I. 서 론

II. 문헌연구

III. 연구 방법

IV. 결과 및 논의

V. 결 론

참고문헌

Abstract

The purpose of this study was analyze how korean adult women's swimming suit buying behavior varied according to consumer characteristics. Especially, it was intended to provide basic materials for swimming suit product development and quality improvement appropriate to consumer characteristics with a focus on product evaluation criteria.

Questionnaire research was conducted for 850 adult women resident in Seoul, to whom questionnaire were distributed and who were asked to complete their questionnaires.

1. As for buying motive, of swimming suit buying behavior, it was shown that the highest proportion of adult women bought their new swimming suit because their old swimming suit was wornout and most adult women tended to buy their new swimming suit or their own will rather than at others' suggestion.
2. As for the source of information at a time. of swimming suit purchase, adult women collected information from the product on display most and bought their swimming suit in a planned way in relation to the degree of purchase planning

swimming suit, and they used the department store or the large shopping center as the place of purchasing the swimming suit. Its reason was that the department store or the large shopping center had a diverse assortment of products. As for the degree of their travelling companion's influence, it was found that most adult women were influenced by their travelling companions when purchasing their swimming suits.

5. As for the level of satisfaction with swimming suit purchase, it was shown that adult women were generally satisfied with their swimming suit purchase. It was found that their level of satisfaction was higher in order of activity and functionalism, the type and quality of swimming suit materials, and ease in washing management while they showed the low level of satisfaction with price, the fastness of color to washing, light and detergents and durability.

I. 서론

현대사회에는 많은 사람들이 스포츠나 레저활동을 통한 건강증진에 대한 관심이 지대히 높아지고 있으며, 운동을 통한 체력단련이나 여가활동에 많은 시간을 할애하고 있는 실정이다. 그 중에서도 수영은 신체조절을 겸비한 최적의 운동으로서 많은 현대인들의 참여가 활발히 이루어지고 있는 종목 중의 하나이며, 여름철 휴가로서 수영을 즐기는 것뿐만 아니라 사계절을 통해 지속적인 운동으로 정착해가고 있는 추세에 있다.

이러한 시점에서 본 연구는 우리나라 여성들의 수영복 구매행동을 실증적으로 고찰하여 소비자의 특성에 따른 수영복 구매행동을 제품평가기준을 중심으로 연구함으로써, 소비자의 특성에 맞는 수영복제품의 개발 및 품질향상에 그 기초자료를 제공하는 데 목적이 있다. 이러한 연구를 통하여 스포츠웨어 산업의 효율적 마케팅활동을 위한 기초자료를 제공할 수 있으며, 반면에 소비자들에게는 합리적인 상품 선택을 위한 정보를 제공하는데 그 의의가 있다.

II. 문헌연구

1. 수영복에 관한 선행연구

수영복에 관한 연구는 주로 디자인을 위주로

한 연구가 많았으며, 수영복구매행동에 관한 연구는 거의 다루어지지 않고 있는 실정에 있다.

박근화¹⁾는 수영복 소비자의 구매행동과 마케팅전략에 관한 연구에서 조사대상자 중 수영활동 인구는 여자가 다수를 차지하며, 주간 수영횟수는 3~6회 정도로 정기적으로 운동을 하는 것으로 나타났다. 또한 선호하는 수영복 디자인은 선수용과 심플한 모양을 원하며, 수영복구입장소는 수영장내 매장에서 주로 이루어지고, 1인당 수영복 보유수량은 3벌 이상인 경우가 많으며, 제품속성에서는 봉제를 제일 중요시하나 착용감이나 신축성, 소재 등도 높은 관심을 보이는 것으로 조사된 바 있다.

안영주²⁾는 수영복은 육체의 노출 정도를 논할 수 없을 정도로 다양하게 나타나며, 수영복의 종류 중 가장 노출이 적다고 할 수 있는 워피스형조차도 몸매를 최대한 드러낼 수 있도록 디자인이 나타나고 있다고 하였다.

김유식³⁾은 체형에 따른 수영복 디자인 연구에서, 허리가 굽은 사람을 위한 디자인으로 양옆을 검은색으로 어둡게 축소되어 보이게 하거나 양옆의 피부가 노출되도록 원형으로 커트하여 허리를 가늘게 보이도록 하였으며, 목이 짧고 다리가 짧은 사람을 위한 디자인으로는 네크라인이 허리선까지 내려오도록 깊게 파고 넓적다리 양옆은 대담하게 커트한 디자인을 제시하였다. 또한 가슴이 큰 사람을 위한 디자인으로는 언밸런스한 디

- 1) 박근화, "수영복 소비자의 구매행동과 마케팅전략에 관한 연구", 인하대학교 경영대학원 석사학위논문, 1997.
- 2) 안영주, "수영복의 변천과정과 육체노출", 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1983.
- 3) 김유식, "체형에 따른 수영복 디자인 연구 -레저웨어를 중심으로-", 이화여자대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1985.

자인을 이용하여 가슴과 왼쪽허리부분을 커트하여 디자인하였고, 가슴이 빈약한 사람을 위한 디자인으로는 앞가슴에 장식을 하거나 가슴쪽으로 퍼져가는 적선무늬를 디자인하여 체형을 커버할 수 있는 디자인을 선보였다.

진선희⁴⁾는 칸딘스키의 작품을 응용한 수영복 디자인 연구에서, 주관적이고 진취적이며 자유분방한 현대의 젊은 여성상에 알맞게 칸딘스키의 점·선·면을 기초로 하여 기하학적 배치와 대표적 색채로 현대의 감각에 충실한 디자인을 시도하였다.

심강희⁵⁾는 여성수영복에 나타난 문양에 관한 연구에서, 국내래저 스포츠 웨어 전문 메이커들의 매장과 국내에 많이 유통된 수입상품을 포함시켜 여성 수영복 소재의 문양을 모티브를 중심으로 추상문, 식물문, 기타문, 동물문 순으로 분석하였으며, 색채는 색상과 색채 조화를 중심으로 분석하였다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 수영복에 관한 연구는 박근화(1997)의 수영복 구매행동과 마케팅 전략에 관한 연구를 제외하면, 문양이나 디자인 응용 연구 등이 주류를 이루어, 주로 수영복 디자인을 중심으로 하여 연구되어졌다.

2. 제품평가기준

평가기준은 소비자가 대안을 평가하는 과정에서 그 제품의 어떠한 특성을 기준으로 그 제품을 평가하는가 하는 것을 말하는 것으로써 의복구매시의 경우, 의복의 특성에 따라 평가기준의 개념을 분류할 수 있다. 의복평가기준의 정의는 소비자들이 의복을 선택할 때 기본적으로 고려하는 의복의 주관적 혹은 객관적 특성이다⁶⁾.

Eckman, Damharst과 Kadolph⁷⁾의 연구에서는 본질·비본질별 분류기준을 사용하여 기존의 21개의 의복평가기준에 관한 연구 결과를 요약하였는데, 가격, 상표, 제조국, 점포, 소유의복과의 조화, 판매원의 평가, 매장내의 소속부서, 타인의 인정, 품질보증 등의 평가기준은 비본질적 기준으로, 상품구성, 스타일, 색채, 디자인, 직물, 섬유조성, 손질, 치수의 맞음새, 내구성, 안락감, 안전, 염색견뢰도, 품질, 구성, 물리적 품질, 직물의 품질, 성에 대한 적합성 등은 본질적 기준으로 분류하였다.

김미영⁸⁾은 의복 평가기준의 이론적 틀을 만드는데 본질·비본질별 분류기준의 개념을 도입하였다. 이 연구에서는 의복평가기준을 먼저 본질적 평가기준과 비본질적 평가기준으로 나누고 다시 수준별 평가기준으로 분류하여 의복평가기준의 틀을 만들었다.

고애란⁹⁾은 청바지의 평가기준에 관한 연구에서 14개의 평가기준을 내재적 기준과 외재적 기준으로 분류한 후 사용하였다. 색상, 직물, 어울림, 바느질, 부속, 편안함, 견고함, 디자인, 날씬해 보이는 것, 몸에 꼭 맞는 것은 내재적 기준으로, 가격, 상표, 이미지는 외재적 기준으로 분류하였다. 이 내재적·외재적 기준은 본질적·비본질적 기준과 동일한 개념이라고 할 수 있다.

박순희¹⁰⁾는 의복관여의 수준에 따라 평가기준을 분류하였으며, 스타일, 유행성, 색상, 입어서의 전체적인 모양, 독특함, 섬유의 조성, 옷감을 심미적 기준으로, 세탁 및 관리의 용이성, 맞음새/치수, 내구성, 입어서 편안함, 바느질 상태, 장소나 상황의 적합성, 세탁이나 일광에 대한 색상의 견고함을 품질성과적 기준으로, 다른 옷과의

- 4) 진선희, "칸딘스키의 작품을 응용한 수영복 디자인 연구", 이화여자대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1989.
- 5) 심강희, "여성수영복에 나타난 문양에 관한 연구", 숙명여자대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1990.
- 6) 박은주, 이은영, "의복선택기준에 대한 요인구조분석", 한국의류학회지, 6(2), p.41-48. 1982.
- 7) Eckman, M., Damharst, M. L. and Kadolph, S. J. "Toward a model of the in-store purchase decision process: Consumer use of criteria for evaluating women's apparel", *Clothing and Textile Research Journal*, 8(2), p.13-22. 1990.
- 8) 김미영, 이은영, "의복평가기준의 이론적 틀에 관한 연구", 한국의류학회지, 15(3), p.321-334. 1991.
- 9) 고애란, "국내 및 외국 상표 청바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구이미지 및 의복태도의 차이 연구", 한국의류학회지, 18(2), p.263-272. 1994.
- 10) 박순희, "의복관여가 카탈로그 쇼핑 의류제품의 구매의도와 평가기준에 미치는 영향", 한양대학교 대학원 석사학위논문, 1997, p.43-44.

조화, 가격, 상표, 제조국, 다른 사람의 승인/권유, 제품보증을 외재적 기준으로 분류하였다.

이상에서 살펴본 바와 같이 제품평가기준은 각 연구의 특성에 따라 다양한 기준으로 분류할 수 있으며, 본 연구에서는 박순희¹¹⁾의 심미적 기준, 품질성과적 기준, 외재적 기준의 분류기준을 사용하였고, 세부항목은 수영복의 특성을 고려하여 분류하였다.

III. 연구방법

1. 연구대상 및 절차

본 연구는 서울특별시에서 거주하고 있는 성인여성을 조사대상으로, 스포츠센터를 중심으로 하여 모집단의 특성이 적절히 반영되도록 표본을 추출하는 유의할당 표본추출방법에 의해 연령별로 20대·30대·40대·50대를 표집하여 설문지를 배포하였다. 배포된 설문지는 총 935부였지만 자료처리에 이용이 가능한 설문지 회수율은 90.9%인 850명이었다.

본 연구에서는 수영복구매행동에 관한 표준화된 조사도구가 없었으므로 수영복의 특성을 고려하여 본인이 설문지를 작성하고, 80명을 대상으로 예비조사를 실시하여 각 문항을 수정보완하였다. 예비조사기간은 1998년 9월 14일부터 9월 18일까지였다.

설문지는 총 33문항 중 수영에 대한 실태에 관한 문항 8개, 수영복구매행동에 관한 문항 19개, 조사대상자의 특성에 관한 문항 6개로 구성되었다.

본 조사의 조사기간은 1998년 9월 23일부터 10월 10일에 걸쳐 시행되었다.

2. 자료분석

연구자료의 분석을 위해 이용된 프로그램은

SPSS WIN이었으며, 수영복구매행동에 관한 전반적인 실태를 알기 위하여 빈도 및 백분율을 구하였다. 소비자 특성 변인에 따른 수영복 구매행동의 유의차를 검증하기 위하여 χ^2 -test를 사용하였다. 또한, 수영복 구매에 따른 제품평가기준 및 제품만족도에서는 Likert 5점 척도를 이용하여 '전혀 중요하지 않다'와 '매우 불만족하다'를 1점으로 하여, 단계적으로 '매우 중요하다'와 '매우 만족하다'를 5점으로 하여 점수화 하였고, 평가기준은 소비자 특성 변인에 따른 일원변량분석(ANOVA)으로 유의성을 검증하였으며, 사후검증으로는 Duncan검증을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자들의 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

조사대상자의 체형을 Rohrer 지수¹²⁾로 환산하여 계산한 결과 체형분포특성은 다음의 <표 2>와 같다.

조사대상자의 수영복 소유현황에 관한 결과는 <표 3>과 같다.

2. 수영복 구매행동

1) 수영복 구매동기

수영복을 구매하는 주된 동기에 관한 결과는 <표 4>와 같다.

수영복을 구매하는 주된 동기로는 '기존수영복이 낡아서'라고 응답한 사람은 42.5%로 가장 높은 비중을 차지하였다.

이는 허현미¹³⁾의 연구결과에서 '필요'에 의한 구매동기가 가장 높았다는 결과와 동일한 결과를 보였으며, 일반여성의복에 관한 연구인 박혜정¹⁴⁾, 백미영¹⁵⁾의 연구에서는 '자신의 개성을 들

11) 박순희, 상계논문, 1997.

12) Rohrer 지수 : 체중 / (신장)³ × 10⁵

동등한 체형 : Rohrer 지수가 1.32이상의 체형

보통 체형 : Rohrer 지수가 1.13이상이며 1.32미만의 체형

마른 체형 : Rohrer 지수가 1.13미만의 체형

13) 허현미, "스포츠·레저용품 소비자의 구매행동에 관한 연구", 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1991, p. 63.

14) 박혜정, "여대생의 의복선호도에 관한 연구 - 이화여대 예·체능계열을 중심으로." 이화여자대학교 산업미술대학원, 1989, p. 46-47.

<표 1> 조사대상자의 특성

조사대상자의 특성		빈도	%	누적%
연령	20대	305	35.9	35.9
	30대	229	26.9	62.8
	40대	253	29.8	92.6
	50대 이상	63	7.4	100.0
학력	중졸	28	3.3	3.3
	고졸	314	36.9	40.2
	대학 재학	99	11.6	51.9
	대졸	358	42.1	94.0
	대학원 재학 이상	51	6.0	100.0
가계 소득	150만원 미만	109	12.8	12.8
	150~250만원 미만	338	39.8	52.6
	250~350만원 미만	220	25.9	78.5
	350~450만원 미만	106	12.5	90.9
	450만원 이상	77	9.1	100.0
직업	자영업	39	4.6	4.6
	판매/서비스직	44	5.2	9.8
	사무/기술직	77	9.1	18.8
	경영/관리직	19	2.2	21.1
	전문/자유직	79	9.3	30.4
	전문직 중 수영강사	89	10.5	40.8
	가정주부	358	42.1	82.9
	학생	121	14.2	97.2
	학생 중 체육전공자	24	2.8	100.0
	거주지	강남지역	263	30.9
강북지역		587	69.1	100.0
계		850	100.0	

보이게 하려고', '가지고 있는 의복과의 조화'가 높은 비중을 차지한 것과 비교해 볼 때 일반의복과 수영복간의 구매동기는 차이가 있음을 알 수 있었다.

2) 수영복 정보원천

정보원천의 경로에 대한 결과는 <표 5>와 같다.

15) 백미영, "VMD로서의 의복구매 디스플레이가 여대생 매행동에 미치는 영향", 한국생활과학연구학회지 제 10호, 1992, p. 126.

16) 박근화, 전계논문, 1997, p. 34.

<표 2> 조사대상자의 체형

조사대상자의 체형	빈도	%	누적%
동등한 체형	457	53.8	53.8
보통 체형	243	28.6	82.4
마른 체형	150	17.6	100.0
계	850	100.0	

<표 3> 수영복 소유현황

수영복 소유현황		빈도	%	누적%
소유 수량	1벌	99	11.6	11.6
	2벌	260	30.6	42.2
	3벌	209	24.6	66.8
	4벌 이상	282	33.2	100.0
착용 기간	1년 미만	347	40.8	40.8
	1~2년 미만	314	36.9	77.8
	2~3년 미만	115	13.5	91.3
	3년 이상	74	8.7	100.0
구입 기간	1년에 2~3번	299	35.2	35.2
	1년에 1번	226	26.6	61.8
	2~3년에 1번	125	14.7	76.5
	4~5년에 1번	12	1.4	77.9
	일정하지 않다	154	18.1	96.0
	기타	34	4.0	100.0
선호 스타일	비키니	79	9.3	9.3
	하는 원피스	759	89.3	98.6
	기타	12	1.4	100.0
계		850	100.0	

정보원천의 경로는 제품진열이나 디스플레이에 의한 것이 전체의 46.0%를 차지하고 있어서 가장 많은 비중을 나타내고 있으며 이는 정보원천의 경로는 인적인 요소보다는 제품진열이나 디스플레이를 통해 이루어지는 경우가 많아서, 인적 정보원천이 가장 높게 나타난 박근화¹⁶⁾의 연구결과와는 상반된 결과를 보였다.

이러한 결과는, 수영복 소비자들이 수영복 계

<표 4> 수영복을 구매하는 주된 동기

수영복을 구매하는 주된 동기	빈도	%	누적%
할인판대로 가격이 저렴하여	223	26.2	26.2
금전적인 여유가 생겨서	6	0.7	26.9
수영을 새로 배우게 되어서	63	7.4	34.4
기존 수영복이 낡아서	361	42.5	76.8
기존 수영복이 유행에 맞지 않아서	63	7.4	84.2
기분전환, 스트레스해소를 위해서	57	6.7	90.9
디스플레이를 보고 충동적으로	77	9.1	100.0
계	850	100.0	

<표 5> 정보원천의 경로

정보원천의 경로	빈도	%	누적 %
부모 / 형제	33	3.9	3.9
친구 / 동료	137	16.1	20.0
수영동호인 / 전문가	106	12.5	32.5
신문 / 잡지	36	4.2	36.7
라디오 / TV	6	0.7	37.4
제품이나 디스플레이	391	46.0	83.4
판매원	76	8.9	92.4
선전팜플렛 / 카탈로그	65	7.6	100.0
계	850	100.0	

품에 대한 정보를 제품을 진열해 놓은 상태나 디스플레이 등에 의해 습득하고 있는 경우가 많다는 것을 의미하므로, 판매처나 점포에서는 수영복 진열이나 디스플레이를 효과적으로 하여, 소비자들에게 가시적인 제품의 정보를 잘 전달하도록 노력해야 할 것으로 생각된다.

3) 수영복 구매계획

소비자 특성 변인별로 살펴본 구매계획 정도에 관한 결과는 <표 6>과 같다.

소비자 특성 변인별로 살펴본 수영복 구매시 구매계획 정도는 연령, 수영횟수, 수영복 소유수량, 수영복 착용기간에서는 $P < .001$ 수준에서 유의적 차이를 보였으며, 학력과 체형에서는 $P < .01$ 수준에서 유의적인 차이를 보였다. 다른 연령대에 비해 40대인 사람은 구매계획을 하지 않는

<표 6> 소비자특성 변인과 구매계획정도

변인		구매계획정도	
		평균	F-test
연령	만 20~29세	3.25A	11.325***
	만 30~39세	3.22A	
	만 40~49세	2.77B	
	만 50세 이상	3.03A	
학력	중졸	3.18AB	5.013**
	고졸	2.89B	
	대재학	3.19AB	
	대졸	3.16AB	
	대학원 재학 이상	3.45A	
수영횟수	일주일에 5~6번	3.63A	23.341***
	일주일에 2~3번	2.93B	
	한달에 2~3번	3.00B	
	1년에 2~3번	3.04B	
	전혀 하지 않는다	2.49C	
수영복 소유수량	1벌	2.74B	6.615***
	2벌	3.05A	
	3벌	3.04A	
	4벌 이상	3.27A	
착용기간	1년 미만	3.27A	6.541***
	1~2년 미만	2.99B	
	2~3년 미만	2.87B	
	3년 이상	2.92B	
체형	동종한 체형	3.01B	5.233**
	보통 체형	3.06B	
	마른체형	3.34A	

5점: 반드시 계획한다. 4점: 계획하는 경우가 많다. 3점: 계획하는 것과 하지 않는 것이 반반 정도. 2점: 계획하지 않는 경우가 많다. 1점: 전혀 계획하지 않는다.

* ABCD부호는 Duncan검중에 의해 분류된 집단으로 같은 부호간에는 서로간에 유의미한 차이가 없음
** $P < .01$, *** $P < .001$

경우가 많았다. 수영횟수 및 수영복수량과 구매계획 정도와의 관계에서는 수영횟수가 일주일에 5~6번인 경우와, 수영복이 4벌 이상인 경우가 구

매계획을 하는 경향이 큰 것으로 나타났는데, 이로써 정기적으로 수영을 하는 사람은 수영복을 계획하여 구매하는 경향이 크다는 것을 알 수 있었다. 착용기간에서는 착용기간이 1년 미만의 사람이 계획하여 구매하는 경우가 많았고, 다른 체형에 비해 다른 체형인 사람이 구매계획을 하는 경우가 많았다.

4) 제품평가기준

수영복 제품평가기준에 관한 결과는 <표 7>과 같다.

수영복 제품평가기준은 각 기준에 대하여 중요하게 생각하는 정도에 따라 5점 Likert로 점수화

하여 조사하였는데, 수영복 소재의 종류와 질감이 4.57으로 가장 중요한 수영복 제품평가기준으로 나타났고, 다음으로 활동성과 기능성이 4.44, 치수와 맞음새가 4.43의 순으로 제품을 평가하고 있음을 알 수 있었다. 반면에 유행성이 3.31, 타인에게 호감을 주는 정도가 3.32, 상표가 3.37으로 이러한 요소들은 다른 평가기준에 비해 4점에 못미치는 낮은 평가기준이 됨을 알 수 있었다. 이러한 현상은 수영복 구매시 외재적 기준보다는 소재나 질감, 활동성 등의 품질 성과적 기준을 중요시하고 있음을 알 수 있었는데, 이는 수영복이 스포츠웨어로써 일반의복과는 그 특성이 다른 의복이기 때문에, 소비자들도 그 특성을 잘 파악하

<표 7> 수영복 제품의 평가기준

(N : 850)

수영복 제품의 평가기준	평 균	표준편차
소재(원단)의 종류와 질감	4.57	.6308
세탁 및 관리의 용이성	4.17	.7903
활동성(활동의 편안함), 기능성	4.44	.6523
내구성(오래 입을 수 있는가)	4.14	.8717
치수(사이즈), 맞음새	4.43	.6646
재단과 재봉, 바느질 상태	4.41	.6631
세탁이나 일광, 소독액에 대한 색상의 견고함	4.27	.7972
수영공간(실내풀장 또는 해수욕장)에 대한 적합성	4.03	.8630
수영모, 수경 등과 같은 액세서리와의 조화	3.74	.8982
노출 정도	3.71	.8513
타인이나 이성에게 호감을 줄 수 있는 것인가	3.32	1.0065
상표(유명상표)	3.37	.9930
가격	4.01	.8157
제품보증(품질보증, 교환 및 환불의 용이성, 애프터서비스)	4.08	.8263
디자인	4.17	.8147
색상	4.12	.7862
무늬	3.97	.8137
나 자신의 체형에 적합한가	4.31	.8069
유행성	3.31	1.0125

5점:매우 중요하다, 4점:중요하다, 3점:보통이다, 2점:중요하지 않다, 1점:전혀 중요하지 않다.

고 있는 것으로 생각된다.

4-1) 소비자특성 변인과 제품평가기준

소비자특성 변인별로 제품평가기준을 살펴본 결과는 <표 7-1-1>, <표 7-1-2>와 <표 7-2-1>, <표 7-2-2> 및 <표 7-3>과 같다.

그 중에서 <표 7-1-1>은 품질성과적 기준에 관한 평가기준과 변인간의 차이를 나타낸 것이다.

소재의 종류와 질감은 가계소득, 직업, 체형에 따라 $P < .001$ 의 수준에서 유의적 차이를 나타냈으며, 수영횟수에 따라서는 $P < .05$ 수준에서 유의적인 차이를 나타내었다. 가계소득이 450만원

<표 7-1-1> 소비자특성 변인과 품질성과적 기준 평가 I

변인		제품평가 기준		소재의 종류와 질감		세탁 및 관리의 용이성		활동성, 기능성		내구성	
		평균	F-test	평균	F-test	평균	F-test	평균	F-test		
연령	만 20~29세	4.62	.719	4.14	3.350	4.52	3.793	4.18A	5.368**		
	만 30~39세	4.55		4.31		4.34		3.95B			
	만 40~49세	4.55		4.09		4.44		4.23A			
	만 50세 이상	4.54		4.16		4.37		4.29A			
학력	중졸	4.57	3.459	4.39	1.924	4.82A	9.069***	5.00A	16.686***		
	고졸	4.47		4.10		4.31C		4.15B			
	대재학	4.59		4.16		4.65AB		3.96B			
	대졸	4.64		4.20		4.44BC		4.21B			
	대학원 재학 이상	4.69		4.33		4.61AB		3.49C			
가계소득	150만원 미만	4.54BC	12.404***	3.92D	6.891***	4.42B	4.774**	4.25A	4.366**		
	150~250만원 미만	4.58B		4.28AB		4.36B		4.17A			
	250~350만원 미만	4.40C		4.13BC		4.50B		4.12A			
	350~450만원 미만	4.68B		4.02CD		4.39B		4.25A			
	450만원 이상	4.95A		4.36A		4.69A		3.78B			
직업	수영과 무관한 각종 직업	4.77A	18.495***	4.42A	13.355***	4.43B	9.698***	4.16	.844		
	수영관련직업	4.70A		4.08B		4.65A		4.16			
	주부	4.43B		4.04B		4.59B		4.16			
	학생	4.47B		4.11B		4.59B		4.02			
수영횟수	일주일에 5~6번	4.53AB	2.874*	4.03B	3.741**	4.40BC	7.506***	4.19B	17.174***		
	일주일에 2~3번	4.60AB		4.27A		4.47B		4.25B			
	한달에 2~3번	4.45B		4.15AB		4.26C		3.64D			
	1년에 2~3번	4.69A		4.09AB		4.35BC		3.91C			
	전혀 하지 않는다	4.48B		4.29A		4.75A		4.56A			
체형	뚱뚱한 체형	4.53A	15.038***	4.25A	6.569**	4.46	1,250	4.16	1,504		
	보통 체형	4.39B		4.02B		4.38		4.17			
	마른 체형	4.71A		4.16AB		4.45		4.03			

* ABCD부호는 Duncan검중에 의해 분류된 집단으로 같은 부호간에는 서로간에 유의미한 차이가 없음.

** $P < .05$, *** $P < .01$, **** $P < .001$

이상인 사람과, 직업에서 주부나 학생보다는 직업을 가진 집단이, 체형 별로는 뚱뚱하거나 마른 체형에서, 제품평가기준으로 소재의 종류와 질감을 중요시하는 것으로 나타났다.

세탁 및 관리의 용이성은 가계소득, 직업에 따라 $P < .001$ 의 수준에서 유의적 차이를 나타냈으며, 수영횟수, 체형에서 따라서는 $P < .01$ 수준에

서 유의적인 차이를 보였다. 가계소득이 450만원 이상인 사람은 세탁 및 관리의 용이성을 중요시하는 것으로 나타났으며, 직업에서는 수영과 무관한 각종 직업 종사자가 학생이나 수영관련직업 종사자, 주부에 비해 세탁 및 관리의 용이성을 중요시 하는 것으로 나타났다. 수영횟수는 전혀 하지 않는 경우와 일주일에 2~3번 하는 경우가 세

<표 7-1-2> 소비자특성 변인과 품질성과정적 기준 평가 II

변인		제품평가 기준		재단과 재봉		세탁, 일광, 소독액에 대한 색상의 견고함	
		치수, 맞춤새		평균	F-test	평균	F-test
연령	만 20~29세	4.42AB	5.099*	4.40	1.633	4.22	1.647
	만 30~39세	4.55A		4.44		4.26	
	만 40~49세	4.32B		4.35		4.31	
	만 50세 이상	4.54A		4.54		4.44	
학력	중졸	4.82A	2.707*	5.00A	8.313***	5.00A	11.466***
	고졸	4.45B		4.38B		4.25BC	
	대재학	4.37B		4.26B		4.03CD	
	대졸	4.42B		4.45B		4.35B	
	대학원 재학 이상	4.41B		4.25B		3.96D	
가계 소득	150만원 미만	4.41B	7.684***	4.36AB	3.671**	3.94C	10.213***
	150~250만원 미만	4.35B		4.32B		4.24B	
	250~350만원 미만	4.51B		4.50A		4.50A	
	350~450만원 미만	4.35B		4.45AB		4.21B	
	450만원 이상	4.77A		4.53A		4.35AB	
직업	수영과 무관한 각종 직업	4.52	3.420	4.41	1.659	4.37	2.162
	수영관련직업	4.47		4.53		4.19	
	주부	4.35		4.39		4.23	
	학생	4.45		4.36		4.31	
수영 횟수	일주일에 5~6번	4.61A	5.589***	4.56A	6.186***	4.41A	7.8581***
	일주일에 2~3번	4.41B		4.40BC		4.33A	
	한달에 2~3번	4.25B		4.20C		3.95B	
	1년에 2~3번	4.39B		4.31BC		4.11B	
	전혀 하지 않는다	4.42B		4.46AB		4.38A	
체형	뚱뚱한 체형	4.43B	14.443***	4.47A	16.629***	4.36A	8.525***
	보통 체형	4.30C		4.21B		4.10B	
	마른 체형	4.67A		4.54A		4.28A	

* ABCD부호는 Duncan검중에 의해 분류된 집단으로 같은 부호간에는 서로간에 유의미한 차이가 없음.

** $P < .05$, *** $P < .01$, **** $P < .001$

탁 및 관리의 용이성을 중요하게 생각하고 있었으며, 뚱뚱한 체형의 사람이 세탁 및 관리의 용이성을 중요시 하는 것으로 나타났다.

활동성과 기능성은 학력, 직업, 수영횟수에 따라 $P < .001$ 수준에서 유의적 차이를 나타내었으며, 가계소득에서 $P < .01$ 의 수준에서 유의적인 차이를 보였다. 특히 수영에 관련된 직업을 가진 사람이 다른 직업을 가진 사람에 비해 활동성과 기능성을 중요시 하는 것으로 나타났다. 이는 수영을 전문적으로 하는 사람은 활동성과 기능성을 중요하게 생각하기 때문에 수영복 제품을 평가할 때에도 중요한 기준으로 보기 때문으로 생각된다.

내구성은 학력, 수영횟수에 따라 $P < .001$ 의 수준에서 유의적인 차이를 나타냈고, 연령, 가계소득에서는 $P < .01$ 수준에서 유의적인 차이를 나타내었다. 학력이 낮은 사람이 내구성을 중요한 평가기준으로 생각하고 있었으며, 수영횟수가 일주일에 2~3번인 경우와 일주일에 5~6인 경우가 1년에 2~3번이거나 한달에 2~3번인 경우에 비해서 내구성을 중요시 하는 비율이 높게 나타나서 정기적으로 수영을 하는 사람이 수영복제품 평가시에 내구성을 중요하게 보고 있음을 알 수 있었다.

〈표 7-1-2〉는 품질성과적 기준에 관한 평가기준과 변인간의 차이를 나타낸 것이다.

치수와 맞음새는 가계소득, 수영횟수, 체형에 따라서 $P < .001$ 의 수준에서 유의적인 차이를 나타냈고, 연령과 학력에 따라서는 $P < .05$ 수준에서 유의적인 차이를 나타내었다. 가계소득이 450만원 이상이 사람과, 수영횟수가 일주일에 5~6번 하는 사람이, 이보다 적게 수영을 하는 사람에 비해 치수와 맞음새를 중요한 평가기준으로 생각하고 있었으며, 보통 체형에 비해서 뚱뚱한 체형이, 뚱뚱한 체형에 비해서는 마른 체형이 제품평가기준으로 치수와 맞음새를 중요하게 생각하고 있었다. 수영횟수가 많을수록 수영복 사용빈도가 많을수록 수영복 치수와 맞음새에 중요성을 부여하는 것으로 생각된다.

재단과 재봉에서는 학력, 수영횟수, 체형에서는 $P < .001$ 수준에서 유의적인 차이를 나타냈으며, 가계소득에서는 $P < .01$ 의 수준에서 유의적인

차이를 나타내었다. 가계소득이 450만원 이상인 경우와 수영을 일주일에 5~6번 하는 경우가 재단과 재봉을 중요한 평가기준으로 생각하고 있음을 알 수 있었다. 보통 체형에 비해 뚱뚱한 체형이나 마른 체형의 사람이 재단과 재봉을 중요한 평가기준으로 여기고 있었다. 수영복은 신축성이 크게 요구되기 때문에 재단과 재봉이 약하면 수영복이 쉽게 뜯어지거나 변형되기 때문에 체형이 보통 체형이 아닌 경우와 수영횟수가 많은 사람은 재단과 재봉을 중요한 평가기준으로 생각하는 것으로 여겨진다.

세탁이나 일광, 소독액에 대한 색상의 견고함은 학력, 가계소득, 수영횟수, 체형에 따라 $P < .001$ 수준에서 유의적인 차이를 나타내었다. 수영을 일주일에 5~6번 하는 경우와 일주일에 2~3번 하는 경우가 한달에 2~3번 하는 경우와 1년에 2~3번 하는 경우에 비해 세탁, 일광에 대한 색상의 견고함을 중요한 평가기준으로 생각하고 있었다. 이는 수영횟수가 많을수록 수영복의 세탁빈도가 높고, 소독액 및 일광에 대한 색상의 퇴색을 경험하는 경우가 많기 때문에 이를 가장 중요한 평가기준으로 생각하는 것으로 짐작할 수 있었다.

〈표 7-2-1〉은 외제적 기준에 관한 평가기준과 변인간의 차이를 살펴본 결과이다.

수영공간에 대한 적합성은 학력 및 수영횟수에 따라 $P < .001$ 의 수준에서 유의적인 차이를 나타내었고, 가계소득에서는 $P < .01$ 수준에서, 연령에서는 $P < .05$ 수준에서 유의적인 차이를 나타내었다. 연령이 50대 이상인 사람을 제외한 나머지 연령대의 사람과, 학력이 중졸 이하인 사람과, 가계소득이 250~350만원인 사람은 수영공간에 대한 적합성을 중요시하고 있었다. 또한 수영을 전혀 하지 않는 사람과 일주일에 5~6번 하는 사람도 수영공간에 대한 적합성을 중요한 평가기준으로 생각하고 있었다.

악세사리와외 조화에서는 모든 변인에 따라 $P < .001$ 의 수준에서 유의적인 차이를 나타내었고, 연령은 30대가, 학력은 중졸 이하가, 가계소득은 250~350만원인 경우와 450만원 이상인 경우가 악세사리와외 조화를 중요한 평가기준으로 생각하고 있었다. 또한 뚱뚱한 체형이나 보통 체

<표 7-2-1> 소비자 특성 변인과 의재적 기준 평가 I

변인		제품평가 기준	수영공간에 대한 적합성		악세사리와와의 조화		노출정도		타인에 대한 호감정도	
			평균	F-test	평균	F-test	평균	F-test	평균	F-test
연령	만 20~29세	4.04A	2.988*	3.71B	11.467***	3.79AB	3.550	3.36	.928	
	만 30~39세	4.03A		4.01A		3.65B		3.37		
	만 40~49세	4.09A		3.57B		3.62B		3.28		
	만 50세 이상	3.73B		3.52B		3.91A		3.17		
학력	중졸	4.57A	7.329***	4.39A	11.585***	4.14	1.088	3.21B	8.702***	
	고졸	3.93BC		3.50C		3.69		3.15B		
	대재학	3.80C		3.84B		3.85		3.81A		
	대졸	4.11B		3.83B		3.69		3.36B		
	대학원 재학 이상	4.22B		3.94B		3.63		3.27B		
가계 소득	150만원 미만	3.98BC	7.803***	3.50B	13.106***	3.89A	7.166***	3.26BC	16.653***	
	150~250만원 미만	3.97BC		3.58B		3.53B		3.04C		
	250~350만원 미만	4.22A		4.03A		3.75A		3.70A		
	350~450만원 미만	3.82C		3.67B		3.92A		3.40B		
	450만원 이상	4.09AB		4.01A		3.81A		3.51AB		
직업	수영과 무관한 각종 직업	4.14	2.899	3.90A	5.983***	3.44	2.532	3.23B	10.611***	
	수영관련직업	3.97		3.83A		3.68		3.72A		
	주부	4.03		3.62B		3.65		3.20B		
	학생	3.87		3.63B		3.67		3.54A		
수영 횟수	일주일에 5~6번	4.12AB	7.358***	3.90A	5.761***	3.82AB	10.219***	3.51AB	7.957***	
	일주일에 2~3번	4.10AB		3.68AB		3.69B		3.21CD		
	한달에 2~3번	3.61C		3.89A		3.27C		3.36BC		
	1년에 2~3번	4.01B		3.49B		3.94A		3.09D		
	전혀 하지 않는다	4.23A		3.82A		3.62B		3.73A		
체형	뚱뚱한 체형	3.99	1.390	3.67B	9.447***	3.79A	7.002**	3.10C	29.318***	
	보통 체형	4.10		3.68B		3.54B		3.49B		
	마른 체형	4.05		4.02A		3.71A		3.75A		

* ABCD부호는 Duncan검증에 의해 분류된 집단으로 같은 부호간에는 서로간에 유의미한 차이가 없음.

*P<.05, **P<.01, ***P<.001

형에 비해 마른 체형의 사람이 악세사리와와의 조화를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

노출 정도에서는 가계소득, 수영횟수에 따라 P<.001수준에서 유의적인 차이가 나타났으며, 체형에서는 P<.01수준에서 유의적 차이를 나타냈다. 수영을 1년에 2~3번하는 사람도 노출 정도를 중요한 평가기준으로 여기고 있었는데 이는

주로 여름시즌에 바캉스를 즐기기 위해 수영복을 구매하는 사람들이 많기 때문에 제품평가시에도 노출 정도에 중요성을 두는 것으로 생각된다. 보통체형에 비해 뚱뚱한 체형이나 마른 체형이 노출 정도를 중요한 평가기준으로 보고 있었다.

타인에 대한 호감 정도에서는 학력, 가계소득, 직업, 수영횟수, 체형에 따라 P<.001 수준에서

유의적인 차이를 나타내었다. 학력이 대학재학인 경우와 수영에 관련된 직업종사자 및 학생이 타인에 대한 호감 정도를 수영복 제품평가기준으로 중요하게 생각하고 있었다. 또한 다른 체형의 경우도 타인에 대한 호감 정도를 중요한 평가기준으로 생각하고 있었다.

상표는 학력, 직업, 수영횟수에 따라 $P < .001$

수준에서 유의적인 차이를 나타냈고, 연령에서는 $P < .01$ 수준에서 유의적 차이를 보였으며, 가계소득, 체형에서는 $P < .05$ 수준에서 유의적 차이를 나타냈다. 연령이 30대인 사람과, 학력은 고졸 이상인 경우가 상표를 중요한 평가기준으로 여기고 있었으며, 수영관련 직업 여부에 상관없이 직업을 가진 사람이 주부나 학생에 비해 상표를 중

<표 7-2-2> 소비자특성 변인과 외재적 기준 평가 II

변인		제품평가 기준		상표		가격		제품보증	
		평균	F-test	평균	F-test	평균	F-test		
연령	만 20~29세	3.34AB		4.14A		3.93B			
	만 30~39세	3.55A	4.255	3.98A	13.538	4.28A	10.712		
	만 40~49세	3.23C	$P < .01^{**}$	4.01A	$P < .001^{***}$	4.01B	$P < .001^{***}$		
	만 50세 이상	3.33AB		3.44B		4.35A			
학력	중졸	2.64C		4.39A		5.00A			
	고졸	3.46A		4.09BC		4.16B			
	대재학	3.09B	6.806	4.19AB	6.717	3.86C	13.328		
	대졸	3.43AB	$P < .001^{***}$	3.86B	$P < .001^{***}$	4.04BC	$P < .001^{***}$		
	대학원 재학 이상	3.31AB		3.98BC		3.82C			
가계 소득	150만원 미만	3.43AB		4.04		4.00B			
	150~250만원 미만	3.25B		3.99		4.00B			
	250~350만원 미만	3.36B	3.135	4.10	1.636	4.23A	3.338		
	350~450만원 미만	3.45AB	$P < .05^*$	3.86	N.S	4.01B	$P < .05^*$		
	450만원 이상	3.66A		4.03		4.19AB			
직업	수영과 무관한 각종 직업	3.53A		3.97B		4.34A			
	수영관련직업	3.58A	9.063	4.27A	7.990	3.92BC	17.136		
	주부	3.06B	$P < .001^{***}$	3.90B	$P < .001^{***}$	4.05B	$P < .001^{***}$		
	학생	3.07B		4.17A		3.76C			
수영 횟수	일주일에 5~6번	3.51A		3.96		4.12AB			
	일주일에 2~3번	3.56A		3.95		4.13AB			
	한달에 2~3번	3.52A	7.190	4.08	1.710	4.24A	5.466		
	1년에 2~3번	2.98B	$P < .001^{***}$	4.12	N.S	3.81C	$P < .001^{***}$		
	전혀 하지 않는다	3.39A		4.10		4.04B			
체형	뚜렷한 체형	3.30B		3.91C		4.10AB			
	보통 체형	3.36B	4.172	4.07B	9.909	3.97B	4.073		
	마른 체형	3.58A		4.23A		4.21A			

* ABCD부호는 Duncan검중에 의해 분류된 집단으로 같은 부호간에는 서로간에 유의미한 차이가 없음.

$P < .05$, $**P < .01$, $***P < .001$

요한 평가기준으로 여기고 있었으며, 수영횟수에 있어서는 수영을 일년에 2~3번 하는 경우를 제외하고 모든 경우에서 상표를 중요한 평가기준으로 생각하고 있었다.

가격에서는 연령, 학력, 직업, 체형에 따라 $P < .001$ 의 수준에서 유의적인 차이를 나타내었다.

다른 연령대에 비해 50대 이상인 사람은 가격을 중요하게 여기고 있지 않았다. 수영과 관련된 직업종사자와 학생이 가격을 중요한 평가기준으로 생각하고 있었으며, 다른 체형에 비해 다른 체형의 사람이 가격을 중요하게 생각하고 있었다.

제품보증에서는 연령, 학력, 직업에 따라 $P < .$

<표 7-3> 소비자 특성 변인과 심미적 기준

제품평가 기준 변인		디자인		색상		무늬		체형에 적합한가		유행성	
		평균	F-test	평균	F-test	평균	F-test	평균	F-test	평균	F-test
연령	만 20~29세	4.41A		4.26A		4.09A		4.48A		3.34B	
	만 30~39세	4.16B	17.864***	4.27A	17.543***	4.16A	17.070***	4.30B	12.588***	3.57A	18.229***
	만 40~49세	3.96C		3.84C		3.72B		4.25B		3.23B	
	만 50세 이상	3.90C		4.08B		3.71B		3.84C		2.56C	
중졸	4.39AB	4.21AB		4.21		4.57		2.39B			
학력	고졸	4.13BC	6.697***	4.10B	3.617**	3.92	3.109*	4.26	2.226	3.26A	8.078***
	대제학	4.53A		4.38A		4.10		4.21		3.30A	
	대졸	4.12BC		4.09B		3.92		4.34		3.45A	
	대학원 재학 이상	3.96C		3.96B		4.22		4.49		3.20A	
가계소득	150만원 미만	4.16B	18.802***	4.00BC	22.704***	3.80C	11.718***	4.17B	4.092**	3.19B	3.462**
	150~250만원 미만	3.94C		3.88C		3.80C		4.31AB		3.21B	
	250~350만원 미만	4.49A		4.45A		4.18AB		4.46A		3.51A	
	350~450만원 미만	4.08BC		4.13B		4.02B		4.14B		3.33AB	
	450만원 이상	4.43A		4.43A		4.27A		4.25AB		3.32AB	
직업	수영과 무관한 각종 직업	4.26B	19.717***	4.26A	16.652***	4.09	11.868	4.46A	5.537**	3.12C	9.493***
	수영관련직업	4.35AB		4.25A		4.05		4.29AB		3.71A	
	주부	3.94C		3.91B		3.78		4.20B		3.30BC	
	학생	4.50A		4.36A		4.19		4.31AB		3.39B	
수영횟수	일주일에 5~6번	4.34B	13.704***	4.30AB	13.781***	4.07A	6.372***	4.39AB	4.612**	3.46A	3.936*
	일주일에 2~3번	3.95C		3.90C		3.81B		4.23BC		3.34A	
	한달에 2~3번	4.25B		4.20B		4.01A		4.12C		3.38A	
	1년에 2~3번	4.21B		4.22AB		4.05A		4.49A		3.04B	
	전혀 하지 않는다	4.56A		4.42A		4.22A		4.39AB		3.21AB	
체형	똥똥한 체형	4.05C	19.779***	4.03B	11.660***	3.86C	11.690***	4.30	.173	3.12C	27.024***
	보통 체형	4.20B		4.15B		4.05B		4.33		3.39B	
	마른 체형	4.52A		4.38A		4.20A		4.33		3.79A	

* ABCD후호는 Duncan검중에 의해 분류된 집단으로 같은 부호간에는 서로간에 유의미한 차이가 없음.

** $P < .05$, *** $P < .01$, **** $P < .001$

001의 수준에서 유의적인 차이를 보였고, 가계소득, 체형에서는 $P < .05$ 수준에서 유의적인 차이를 나타내었다. 연령이 50대 이상인 경우와 30대가 제품보증을 중요한 평가기준으로 생각하고 있었으며, 학력에서는 중졸이나 고졸자가 제품보증을 중요한 평가기준으로 여기고 있었다. 수영과 무관한 각종 직업종사자와 수영횟수가 한달에 2~3번인 경우와 다른 체형의 사람이 제품보증을 중요한 평가기준으로 여기고 있었다.

심미적 기준에 관한 제품평가기준과 변인간의 차이를 살펴본 결과는 <표 7-3>과 같다.

디자인은 모든 변인에 따라 $P < .001$ 수준에서 유의적 차이를 나타내었으며, 특히 연령이 낮아질수록 디자인을 중요한 평가기준으로 삼고 있었다. 또한 대학재학의 경우와 가계소득이 250~350만원 미만이거나 450만원 이상인 경우가 디자인을 중요한 제품평가기준으로 여기고 있었다. 즉, 나이가 많은 사람에 비해 젊은 사람이 수영복 제품을 평가할 때 디자인을 중요하게 여김을 알 수 있었다. 직업은 학생인 경우와, 체형에서는 다른 체형이 디자인을 중요하게 여기고 있었다.

색상은 연령, 가계소득, 직업, 수영횟수, 체형에 따라 $P < .001$ 수준에서 유의적인 차이를 보였고, 학력에서는 $P < .05$ 수준에서 유의적 차이를 나타내었다. 연령에서는 20대와 30대가, 가계소득이 250~350만원 미만이거나 450만원 이상인 경우 및 직업에서는 주부를 제외한 다른 직업종사자가 역시 색상을 중요한 평가기준으로 생각하고 있었다. 체형에서는 다른 체형이 색상을 중요한 평가기준으로 여기고 있었다.

무늬는 연령, 가계소득, 수영횟수, 체형에 따라 $P < .001$ 수준에서 유의적인 차이를 나타내었으며, 학력에서는 $P < .05$ 수준에서 유의적인 차이를 나타냈다. 연령이 20대와 30대인 사람이 무늬를 제품평가기준으로 중요하게 생각하고 있었다.

가계소득은 450만원 이상인 경우와, 체형에서는 다른 체형이 무늬를 중요한 평가기준으로 여기고 있었다.

자신의 체형에 적합하기에서는 연령에 따라 $P < .001$ 수준에서 유의적인 차이를 보였으며, 가계소득, 직업, 수영횟수에 따라서는 $P < .01$ 수준에서 유의적인 차이를 나타내었는데, 연령이 적

어질수록 자신의 체형과의 적합성을 중요한 평가기준으로 여기고 있었다.

유행성에서는 연령, 학력, 직업, 체형에 따라 $P < .001$ 수준에서 유의적인 차이를 보였고, 가계소득에 따라 $P < .01$ 수준에서, 수영횟수는 $P < .05$ 수준에서 유의적인 차이를 나타내었는데, 연령에서는 30대인 사람이 유행성을 중요한 평가기준으로 보고 있었으며, 가계소득은 250~350만원 미만인 경우가 유행성을 중요한 평가기준으로 여겼다. 또한 수영에 관련된 직업종사자가 유행성을 중요한 평가기준으로 생각하고 있었는데, 이는 수영복을 자주 입게 되는 직업적 특성 때문에 수영복 유행을 민감하게 받아들이고 있기 때문인 것으로 생각된다.

대체적으로 수영을 전혀 하지 않는 사람도 각각의 제품평가기준을 중요하게 생각하고 있는 편이었으며, 이는 자신이 생각하는 이상적인 평가기준을 제시하였기 때문인 것으로 생각된다.

연령이 적은 사람은 연령이 많은 사람에 비해 디자인, 색상, 무늬와 같은 심미적 기준을 제품평가기준으로 중요시 여기고 있었는데, 이는 수영복을 평가할 때 기능적인 면보다 심미적인 면을 더 중요하게 생각하고 있는 결과로 나타난 현상으로 여겨진다.

5) 구매장소

수영복 구매장소에 대한 결과는 <표 8>과 같다.

수영복 구매장소는 백화점이나 대형쇼핑센터라고 응답한 사람이 63.4%로 제일 많았고, 다음

<표 8> 구매장소

구매장소	빈도	%	누적 %
백화점/대형쇼핑센터	539	63.4	63.4
수영복 전문대리점/전문점	139	16.4	79.8
상설할인매장(할인판매점)	53	6.2	86.0
시장/일반상가	19	2.2	88.2
수영장내 매점	16	1.9	90.1
스포츠의류용품전문점	66	7.8	97.9
여성의류전문점	18	2.1	100.0
계	850	100.0	

으로 수영복 전문대리점의 순으로 나타나, 수영복도 일반 여성의복 구매시와 마찬가지로 백화점이나 대형쇼핑센터에서 구매하고 있는 것을 알 수 있었다.

이는 박근화¹⁷⁾의 연구에서 구매장소로 수영장내 매장이 44.6%를 차지하는 것과는 상반된 결과라고 할 수 있으며, 허현미¹⁸⁾의 연구에서 백화점이나 대형쇼핑센터, 대리점이나 전문점이 높은 비율을 나타내는 것과는 유사한 결과로 나타났다.

6) 수영복 제품만족도

수영복 제품에 대한 만족도를 각 요인별로 분석한 결과는 <표 9>와 같다.

<표 9> 수영복 제품에 대한 만족도

(N : 850)

수영복 제품 만족도	평균	표준편차
소재(원단)의 종류와 질감	3.42	.7669
세탁 및 관리의 용이성	3.36	.6801
활동성(활동의 편안함), 기능성	3.53	.6911
내구성(오래 입을 수 있는가)	3.06	.7763
디자인	3.20	.8380
색상	3.28	.7554
무늬	3.19	.7542
노출정도	3.24	.6682
유행성	3.19	.7365
가격	2.82	.9635
제품보증(품질보증, 교환 및 환불의 용이성, 애프터서비스)	3.11	.9456
치수(사이즈), 맞음새	3.34	.7639
재단과 재봉, 마스질 상태	3.32	.7169
세탁이나 일광, 소독액에 대한 색상의 견고함	3.04	.9451

수영복의 활동성과 기능성이 3.53으로 가장 높은 만족도를 보였으며, 옷감의 종류와 질감이 3.42, 세탁 및 관리의 용이성이 3.36으로 비교적 높은 만족도를 보였다. 반면에 가격은 2.82로 3점에 못미치는 낮은 점수로 가장 불만족한 것으로 나타났다. 세탁이나 일광, 소독액에 대한 색상의 견고함이나 내구성이 다른 요인에 비해 만족도가 낮음을 알 수 있었다.

V. 결 론

본 연구의 목적은 우리나라 성인여성들의 수영복 구매행동이 소비자의 특성에 따라 어떻게 달라지는가를 분석하는 데 있다. 수영복 구매행동 중 특히 제품평가 기준을 중심으로 연구함으로써 소비자 특성에 맞는 수영복 제품의 개발 및 품질 향상에 그 기초자료를 제공하고자 시도되었다.

연구방법은 서울시에 거주하는 여성 850명을 대상으로 설문지법을 이용하여 조사를 수행하였다.

본 연구결과 얻은 결론은 다음과 같다.

1. 수영복구매행동 중 구매동기로는, 수영복이 낡아서 구매하는 경우가 가장 많았으며, 대부분의 사람이 다른 사람의 제안보다는 본인의 의지로 수영복을 구매하게 되는 것으로 나타났다.
2. 수영복 구매시 그 정보원천은 제품진열에 의한 것이 가장 많았으며, 구매계획도는 계획성있게 구매하는 경우가 많았다. 또한 수영횟수가 많거나 수영복소유수량이 많을수록 구매계획을 하는 것으로 나타났다. 점포탐색은 수영복 구매시 둘러보는 점포수는 2~3개 점포가 가장 많았다.
3. 수영복의 제품평가기준으로는 소재의 종류와 질감을 가장 중요하게 평가하였으며, 다음으로는 활동성과 기능성, 치수와 맞음새의 순으로 나타났다. 소비자 특성의 변인별로 제품평가기준을 살펴본 결과, 품질성과 적 기준에서는 수영에 관련된 직업을 가진

17) 박근화, 전개논문, 1997, p. 29.

18) 허현미, 전개논문, 1991.

사람은 활동성과 기능성을 중요시하는 것으로 나타났으며, 중졸 학력의 사람이 내구성을 중요시하는 것으로 나타났다. 또한 보통체형에 비해 뚱뚱한 체형이나 마른 체형이 치수와 맞음새를 중요한 평가기준으로 생각하고 있었다. 수영횟수가 많은 사람은 치수, 맞음새나 재단과 재봉, 세탁, 일광, 소독액에 대한 색상의 견고함을 중요한 평가기준으로 여기고 있었다. 외제적 기준에서는 약세사리와와의 조화, 노출정도, 타인에 대한 호감 정도, 상표, 가격, 제품보증 등을 마른 체형의 사람이 다른 체형에 비해 중요한 평가기준으로 여기고 있었고, 수영에 관련된 직업종사자와 학생은 타인에 대한 호감 정도와 가격을 중요한 평가기준으로 여기고 있었다. 심미적 기준에서는 연령이 적은 사람은 연령이 많은 사람에 비해 디자인, 색상, 무늬와 같은 제품평가기준을 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 수영에 관련된 직업종사자는 유행성을 중요한 평가기준으로 여기고 있었다.

4. 수영복 구매장소는 백화점이나 대형쇼핑센터를 이용하였고 수영복 제품에 대한 만족도는 활동성과 기능성, 옷감의 종류와 질감, 세탁 및 관리의 용이성의 순으로 만족도가 높았으며, 가격, 세탁이나 일광 소독액에 대한 색상의 견고함, 내구성은 낮은 만족도를 나타내었다.

이상과 같은 결과를 토대로 수영복 업체에 다음과 같은 시사점을 제언하고자 한다.

수영복 구매시 주된 동기는 기존 수영복이 낡아서 구매하는 경우가 많고, 수영복 착용기간이 1년 미만인 이유로 내구성이 좋지 않은 점등을 고려할 때, 수영복의 내구성에 대한 연구로서 신소재에 대한 연구에 주력하여야 할 것이다.

수영복 구매자의 정보원천은 점포진열을 통해 이루어지는 경우가 많으므로 업체에서는 상품의 진열 즉, 디스플레이에 많은 관심을 기울여야 할 것이다. 수영에 관련된 직업을 가진 사람은 소재의 종류와 질감, 활동성 및 기능성, 상표, 가격, 색상, 유행성 등을 중요한 평가기준으로 생각하고 있었으며, 또한 수영횟수가 많은 사람은 치수

와 맞음새, 재단과 재봉, 세탁이나 일광, 소독액에 대한 색상의 견고함 등의 품질성과적 기준을 중요한 제품평가기준으로 생각하는 경향이 크므로 이런 점을 전문적인 선수용 수영복 제품 생산시에 반영하여야 할 것이다. 또한 연령이 적은 사람은 연령이 많은 사람에 비해 디자인, 색상, 무늬와 같은 심미적 기준을 중요하게 여기므로 젊은 사람을 위한 수영복은 기능성과 함께 참신한 디자인개발에 주력하여야 할 것이다. 수영복에 대한 개선점으로, 품질의 개선, 가격인하, 디자인의 다양화 등을 들고 있어서 업체에서는 이러한 점에서 소비자들이 보다 만족한 구매를 할 수 있도록 소비자 중심의 마케팅 전략을 세워야 할 것이다.

참고문헌

1. 고에란, 국내 및 외국 상표 청바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 실험과 추구이머지 및 의복태도의 차이 연구, 한국의류학회지, 18(2), 1994.
2. 김미영, 이은영, 의복평가기준의 이론적 틀에 관한 연구, 한국의류학회지, 15(3), 1991.
3. 김유식, 체형에 따른 수영복 디자인 연구 -레저웨어를 중심으로-, 이화여자대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1985.
4. 박근화, 수영복 소비자의 구매행동과 마케팅 전략에 관한 연구, 인하대학교 경영대학원 석사학위논문, 1997.
5. 박순희, 의복관여가 카탈로그 쇼핑 의류제품의 구매의도와 평가기준에 미치는 영향, 한양대학교 대학원. 석사학위논문, 1997.
6. 박은주, 이은영, 의복선택기준에 대한 요인구조분석, 한국의류학회지, 6(2), p. 41-48, 1982, 1982.
7. 박혜정, 여대생의 의복선택도에 관한 연구 -이화여대 에 · 체능계열을 중심으로-, 이화여자대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1989.
8. 백미영, VMD로서의 의복구매 디스플레이가 여대생 의복구매행동에 미치는 영향, 한국생활과학연구학회지 제10호, 1992.

9. 심강희, 여성수영복에 나타난 문양에 관한 연구. 숙명여자대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1990.
10. 안영주, 수영복의 변천과정과 육체노출. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1983.
11. 진선희, 칸딘스키의 작품을 응용한 수영복 디자인 연구. 이화여자대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1989.
12. 허현미, 스포츠·레저용품 소비자의 구매행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1991.
13. Eckman, M., Damharst, M. L., Kadolph, S. J., Toward a model of the in-store purchase decision process: Consumer use of criteria for evaluating women's apparel, *Clothing and Textile Reserch Journal*, 8(2), 1990.