〔보 문〕

Journal of the Korean Society
of Clothing and Textiles
Vol. 24, No. 5 (2000) p.772~783

국내 및 수입 브랜드 골프웨어의 소비자 구매행동에 따른 구매집단별 제품평가

신 상 무 · 류 미 령*

숭실대학교 섬유공학과, *남경어패럴 디자인실

Product Evaluation on Consumers' Buying Behavior of Domestic & Imported Golf Wear Brands

Sangmoo Shin · Mi Ryung Ryu*

Dept. of Textile Engineering, Soongsil University
*Design Dept., Namgyung Apparel

(2000. 2. 22 접수)

Abstract

The purpose of this study was to investigate product evaluation on consumers' buying behavior of domestic & imported golf wear brands. The questionnaires were sent to 200 consumers who play golf. The 119 data were analyzed by mean, t-test, ANOVA and chi-square. The results of the study were as follows:

There were significant differences on consumers' evaluation of apparel quality on fabric and style between groups. Consumers evaluated that the imported golf wears were made of more soft, light and unique fabric than domestic, and had a unique and characteristic style. The evaluation of apparel quality according to demographic information has significant difference. Consumers(46-55 ages, business managers and professionals) evaluated imported brands were made of soft and light fabric. Consumers(business managers) buying imported brand evaluated dry-cleaning was inconvenient. Consumers who engaged in service industry evaluated domestic brands were easy to coordinate with other items.

Key words: apparel quality evaluation, brand orientation, consumers' buying behavior;
의류제품평가, 상표지향성, 소비자구매행동

I. 서 론

'95년 11월 병행수입제의 실시와 '96년 유통시장의 전면 개방 등으로 내수 의류시장은 무한 경쟁시대에 돌입하게 되었다. 오늘날 국내 패션마케팅 환경은 IMF체제의 국가 경제적 위기상황과 국내 유통산업의 환경 및 유통구조 등 빠르게 변화하는 과정 속에서 국내 전체 브랜드 중 수입브랜드의 수가 55%에 이르는 것으로 나타났으며 로열티에 의해 도입된 상표의 증가 현상은 현재 매출액 기준 전체시장

의 25%를 차지하고 있어 국내 패션마케팅 환경에서 볼 때 높은 부분을 차지하고 있음을 알 수 있다(섬유연감, 1997).

또한 스포츠 마케팅의 확산과 여가 시간의 적극적 활용을 위하여 스포츠에 대한 관심이 증대하고 있는 가운데 골프 인구도 급속히 늘어나는 추세에 있으며 연령층도 확산되어 가고 있다. 수입 라이선스 브랜드의 대거 등장과 내셔널 브랜드의 증가 등으로 골프웨어 시장의 활성화를 꾀하였으며, 박 세리 선수 등의 국제적 대회 우승으로 인하여 골프에 대한 관심이 더욱 증가하였다. 이러한 다변화된 골프웨어 시장에서, 소비자의 구매행동에 따라 골프의류산업의 성공과 실패가 좌우된다고 할 수 있다. 따라서 소비자의 구매행동을 중심으로 국내에서 유통되고 있는 국내 및 수입 골프웨어에 대한 연구가 필요하다고 하겠다.

지금까지 골프웨어에 관한 선행연구는 골프웨어에 대한 관심과 선호도에 대한 연구(김주희, 1993)와 컴퓨터를 활용한 골프웨어 소재의 다양한 직물 디자인(문양)에 관한 연구(임희숙, 1992), 그리고 골프웨어의 전문화에 적합한 디자인 제시를 위한 연구(이소영, 1988)등 골프웨어에 대한 소비자의 관심과 선호도, 직물문양, 디자인 개발에 대한 연구가 이루어졌다. 그러나, 수입 골프웨어의 증가에 따른 국내 및 수입 골프웨어에 대한 비교연구는 미흡하다고 하겠다. 따라서 본 연구의 목적은 국내 브랜드와 수입 브랜드의 골프웨어 실 구매자를 대상으로 국내 및 수입 골프웨어의 구매 행동에 따른 소비자의 의류제품 평가를 비교 분석하여 골프웨어를 기획하고 생산, 유통, 마케팅하는데 필요한 자료를 제시하고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 상표와 품질인지 및 평가

의류 상표에 대한 소비자들의 태도는 여타 제품의 상표와는 다른 것으로서, 특히 한국 소비자들은 상표를 의류 제품 평가시 중요한 대리 지표로 사용하고 있음을 알 수 있다(Lee & Burns, 1993).

Traylor(1981)의 연구에서 상표 관여가 높은 소비자는 상표간 품질 차이를 크게 지각하고 강한 상표충성도를 보이는 것을 관찰했으며, 소비자의 특성에 따라 상표지향성(brand orientation)이 다르고 소비자들은 상표간의 차이를 높이 인정하고 있었으며 특히 유명도나 가격과 같은 비본질적 속성의 차이를 잘 파악하고 있었다(이유리, 1995). 상표 선호의 평가 속성으로 품위, 유행성, 맞음새, 유명도, 가격, 품질, 스타일 등 7가지 속성에 대해 조사한 결과, 맞음새와 스타일, 품위의 순으로 선호 결정에 중요한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 국내외 상표간의 제품 특성에 따라 제품 선호, 식별력의 차이가 있는지에 대한 조사에서 소비자들은 국내 상표에 비해 국외 상표를 더 선호하는 것으로 나타났다. 국외 상표에 대한 분석 결과, 선호하게 되는 상표의 속성은 유명도와 가격이 가장 큰 영향을 미치고 있었으며, 상표지향성이 다른 소비자들끼리는 상표를 선호할 때 중요하게 여기는 평가 속성이 다른 것으로 나타났다(박은주, 1991).

상표간 차이를 분명히 지각한 소비자들은 행동에서도 차이를 보였다. 김주혜(1995)는 소비자의 상표선택행동에 관한 연구에서 상표에 대한 지각 변인 중 상표신뢰성, 가격의 적정성, 외제 선호도 등의 변수가 국내 제품과 수입 제품을 선택하는데 영향을 미치는 중요한 변수라고 하였다. 이러한 연구들을 살펴 볼 때, 상표의 여러 속성이 소비자의 구매행동과 연관되어 영향력을 행사하고 있으며, 상표 식별력에 따라 상표 선택 행동을 하게 된다는 것을 알 수 있다.

편신덕(1993)은 상표가 의류제품의 품질-가격 지각에 미치는 영향에 대한 연구에서 소비자는 상표에 의해서 상품간의 품질지각과 가격지각 평가에 영향을 받게되며, 구매의사결정 시 품목에 변화가 나타난다고 하였다. 소비자는 의류제품에 부여되는 상표에 의해 주어지는 정보를 비교, 평가하여 제품을 선택하게되며, 상표명 비지각시의 의류제품 품질지각은 지각시의 의류제품 품질지각과 다르게 나타났다. 이희승(1995)은 가격과 상표가 의류제품 평가에 미치는 영향에 관한 연구에서 가격이 높을 때와 유명상표일 때에 소비자의 지각된 품질, 지각된 가치, 구매의도가 높이 평가된다고 하였다.

2. 국내 브랜드와 수입 브랜드 비교 연구

이유리(1995)는 소비자가 수입상표를 선호하는 이유로 상표유명도의 영향을 가장 많이 받고 그 다음으로 가격속성으로 소비자는 수입상표가 비싸다고 생각하더라도, 고가라는 부정적 속성이 선호를 격감시키지는 않는 것으로 나타났다. 김미숙과 김태연(1996)의 연구결과 외국상표 구매 경험자는 구매 시 스타일과 색상을 가장 고려하며 가격에 대한 만족도는 낮고 품질에 대한 만족도는 높은 것으로 나타났다.

국내 상표 구매 의도가 높은 사람은 상표인지가 낮고, 신분 상징성을 중요시하지 않으며, 외국 상표 구매 의도가 높은 사람은 상표인지가 높은 것으로 나타났으며(고애란, 1994) 장은영(1997)은 소비자들이 국내 및 수입의류제품에 대한 평가에서 전반적으로 수입의류에 더 높은 평가를 하며, 수입의류 구매집단이 의류구입비 지출이 많고 유명 상표지향의 성향을 나타내었다. 박정원(1997)의 수입의류와 국내의류의 구매의도에 영향을 주는 요인에서 수입의류는 디자인과 색상에서 국내의류는 편안함에서 만족도가 높았다.

이상과 같이 국내 상표와 수입 상표라는 상표 특성이 소비자들의 구매행동에 있어서 차이가 있으며, 소재, 스타일, 색상, 디자인, 품질, 가격 등에 있어서도 소비자들의 구매행동에 차이가 있음을 선행 연구를 통하여 살펴보았다. 따라서 본 연구에서는 선행 연구에서 나타난 브랜드에 대한 소비자들의 구매행동 특성이 국내 및 수입 골프웨어 브랜드의 비교에서 어떻게 나타나는지를 연구하고자 한다.

3. 소비자 인구 통계적 특성

소비자들의 구매행동에 있어서 인구통계적 특성에 따라 소비자들의 구매행동이 다르게 나타나고 있음을 알 수 있다. 소비자들의 상표 식별력과 인구통계적 변인과의 관계를 연구한 결과, 교육 수준과 상표 지각과의 유의한 관계를 밝힌 연구가 있었고(Jacoby & Mazursky, 1984; Morganosky, 1991), 소득과 상표명에 의한 품질 인지와의 관련을 밝힌 연구가 있었다(Behling & Wilch, 1988).

상표 충성과 소비자 특성과의 관계에 대한 연구에서 이영선(1991)은 학력, 연령, 소득이 상표 충성과 관련이 있음을 밝혔다. 그리고 김지연(1994)은 학력이 상표 충성에 의미 있는 변인이라고 하였다. 이유리(1995)의 연구에서 상표지향성으로 세분화된 소비자들은 의복 관여, 인구 통계 변인과 같은 소비자 특성이 다르게 나타나 의복 구매 행동에 차이를 보인다. 또한 홍금희(1997)는 의류 제품 구매행동에 있어서 소비자의 수입상표에 대한 태도는 성별, 연령 등의 인구통계적 특성에 의해 영향받는다고 하였다. 이와 같이 소비자의 인구통계적 특성과 상표 식별력, 상표 충성도는 유의한 관계가 있음을 알 수 있다.

따라서, 본 연구에서는 소비자의 국내 및 수입 골프웨어 브랜드 구매행동에 있어서, 연령, 결혼 여부, 교육 수준, 소득, 거주지, 직업 등의 인구통계적 변인과 소비자의 구매행동과의 관계를 연구하고자 한다.

4. 의류제품 품질 평가

소비자는 제품 속성으로부터 받을 혜택을 연상하고, 혜택과 가치를 연관짓는 인지작용을 통해 제품에 의미를 부여하고 가치를 달성한다. 이와 같이 제품속성-혜택-가치의 관계를 계층적으로 연결시키는 소비자의 인지 작용을 나타내는 모델을 수단-목적 사슬(Means-End Chain)이라 한다(Hines 등, 1995; 오현정 등, 1998).

Hines 등(1995)은 수단-목적 모델을 이용하여 관여가 높을수록 제품에 대한 인지적 구조가 더 복잡하고 각 차원간의 상호 관련성이 크며, 추상적 수준의 가치가 활성화된다고 하였다. 따라서 수단-목적 사슬이론의 개념 체계에 따라, 소비자의 제품평가과정에서 구체적 속성에 대한 소비자 지각은, 개인의 가치 실현이라는 최종 목표를 달성하기 위한 수단이다. 이러한 속성-혜택-가치의 관계는 의류제품 평가 과정과 제품평가시의 인지적 구조를 통합적으로 이해하는데 유용하게 적용될 수 있다.

수단-목적 사슬 이론을 이용한 의복품질 평가과정에 관한 연구에서 대상별 의복품질 결정단서의 비교를 살펴보면 다음 <표 1>과 같다.

특정 의류제품에 대한 소비자의 행동은 제품의

〈표 1〉 선행 연구의 연구대상과 의복 품질 결정단서

연구자	연구대상	의복 품질 결정 단서
Davis(1987)	블라우스	스타일, 가격, 직물, 점포, 맞음새
Heisey(1990)	스웨터	관리성, 원산지, 섬유조성, 구매처
Rogers & Lutz(1990)	스포츠웨어	스타일, 의복구성, 가격, 섬유조성
Forsythe(1991)	셔츠	직물, 부자재, 의복 구성, 디자인

평가기준에 근거한 제품의 여러 속성에 대한 신뢰에 의해서 형성되며, 제품을 평가하는 것은 소비자 행동에 영향을 받는다. 따라서 본 연구에서는 국내 및 수입 골프웨어 구매자를 대상으로 스포츠웨어에 대한 품질 결정단서를 제시한 Rogers & Lutz(1990)의 이론을 근거로 제품품질평가의 기준이 되는 의복품질 결정단서(스타일, 의복구성, 가격, 섬유조성)<표 1>을 통해 국내 및 수입골프웨어 브랜드에 대한 소비자 구매 행동을 연구하였다.

III. 연구방법

1. 연구문제

1) 국내 및 수입 브랜드 골프웨어의 구매집단별 소비자 구매 행동에 따른 의복품질 결정단서(Rogers & Lutz, 1990)를 이용한 제품평가를 분석한다.
2) 국내 및 수입 브랜드 골프웨어의 소비자 구매 행동에 따른 인구통계적 변인별 의류제품 품질 평가를 분석한다.

2. 연구방법 및 절차

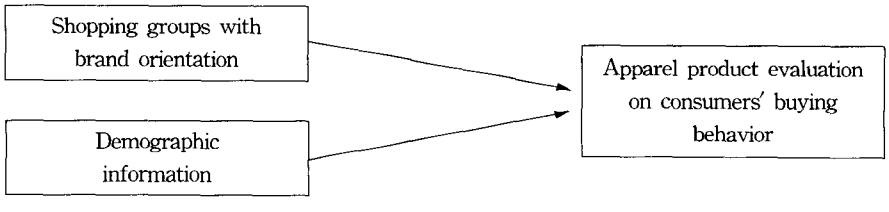
국내 및 수입 골프웨어의 제품 품질 평가와 인구통계적 문항으로 선행 연구(이승희, 1997)에서 추출한 문항과 연구자가 개발한 문항을 합한 문항으로 설문지를 구성하였다. 구매자의 사용 목적에 따라 캐주얼웨어로 사용되기도 하는 골프웨어가 아닌 골프라는 운동을 목적으로 골프웨어를 구매하는 실구매자를 대상으로 국내 및 수입 골프웨어 브랜드에 대한 소비자의 구매행동을 비교 연구하였다.

자료수집은 서울 강남의 골프연습장과 연습장 옆의 골프웨어 및 용품 전문 숍에서 1999년 4, 5월에 실시하였다. 총 200부 설문지 중에서 132부가 회수되었고, 그 중 유효한 119부를 최종분석에 이용하였다. 자료는 평균, t-test, Chi-square, 분산분석(Analysis of Variance: ANOVA)으로 분석하였다. 표본에 대한 인구통계적 특성은 <표 2>와 같다. 연령은 26~35세가 39.5%, 36~45세가 37.0%로 나타났고 결혼여부를 보면 기혼이 70.3%로 많았다. 대학 졸업자가 44.9%, 고등학교 졸업자 27.1%, 전문대학 졸업자가 22.9%이며, 월 평균 소득은 100만원~200만원이 35.6%, 200만원~300만원이 26.3%로 나타났다. 한편 500만원 이상의 고소득자도 8.5%를 차지하였다.

IV. 결 과

1. 국내 및 수입브랜드 골프웨어에 대한 구매집단별 제품 평가

국내 및 수입 골프웨어 구매집단별 제품 평가에



[그림 1] 연구모형

〈표 2〉 인구 통계적 특성

개인적 환경변인 \ 구매집단		수입골프웨어 n=85 빈도(%)	국내골프웨어 n=34 빈도(%)	계 빈도(%)
연령	25세 미만	7 (5.9)	1 (0.8)	8 (6.7)
	26~35세	31 (26.1)	16 (13.4)	47 (39.5)
	36~45세	35 (29.4)	9 (7.6)	44 (37.0)
	46~55세	12 (10.1)	7 (5.9)	19 (16.0)
	56세 이상	0 (0.0)	1 (0.8)	1 (0.8)
결혼여부	기혼	56 (47.4)	27 (22.9)	83 (70.3)
	미혼	26 (22.6)	6 (5.1)	32 (27.7)
학력	고졸	25 (21.2)	7 (5.9)	32 (27.1)
	전문대졸	16 (13.5)	11 (9.3)	27 (22.9)
	대졸	39 (33.0)	14 (11.9)	53 (44.9)
	대학원졸	4 (3.4)	2 (1.7)	6 (5.1)
월평균 소득	100만원 이하	6 (5.1)	3 (2.5)	9 (7.6)
	100~200만원 미만	29 (24.6)	13 (11.0)	42 (35.6)
	200~300만원 미만	24 (20.3)	7 (5.9)	31 (26.3)
	300~400만원 미만	11 (9.3)	3 (2.5)	14 (11.9)
	400~500만원 미만	7 (5.9)	5 (4.2)	12 (10.2)
	500만원 이상	7 (5.9)	3 (2.5)	10 (8.5)
거주지	강남	15 (12.9)	10 (8.6)	25 (21.5)
	강서	40 (34.5)	9 (7.7)	49 (42.2)
	강동	7 (6.0)	7 (6.0)	14 (12.1)
	강북	5 (4.3)	3 (2.6)	8 (6.9)
	경기	16 (13.8)	4 (3.4)	20 (17.2)
직업	주부	24 (20.2)	10 (8.4)	34 (28.6)
	판매직	17 (14.3)	8 (6.7)	25 (21.0)
	서비스직	11 (9.2)	3 (2.5)	14 (11.7)
	사무직	8 (6.7)	3 (2.5)	11 (9.2)
	전문(전문 기술직)	13 (10.9)	6 (5.0)	19 (16.0)
	경영관리직	5 (4.2)	0 (0.0)	5 (4.2)
	기타	7 (5.9)	4 (3.4)	11 (9.2)

대한 차이를 분석한 결과 <표 3>에서 보는바와 같이 섬유조성, 스타일, 가격, 의복구성 등에서 부분적으로 유의한 차이가 나타났다. 섬유조성은 수입 골프웨어가 국내 골프웨어에 비해 옷감이 부드럽고 가볍다고 평가하고 있으며, 옷감도 독특한 것을 사용하고 있는 것으로 평가하였고 <드라이클리닝 하므로 부담스럽다>에 대한 평가 등에서 구매집단간 유의한 차이가 있었다. 스타일에 대해서는 수입 골프웨어가 국내 골프웨어 브랜드에 비해 <개성이 독특한 눈에 띄는 스타일이다>라고 구매자들이 평가하는 것으로 나타났다. 가격은 국내 및 수입 골프웨어 구매자 모두 가격대가 비교적 적당하다고 평가하고 있었다. 의복구성에 대해서는 국내와 수입 집단간에는 유의한 차이가 없었지만 바느질이 튼튼하고 깔끔하게 잘 되어 있고 사이즈가 길이항목과 둘레항목 등 전반적으로 잘 맞는 것으로 나타났다.

국내 및 수입 골프웨어의 스타일에 대한 평가를 살펴보면 <표 4>에서 국내 골프웨어를 선택한 집단과 수입 골프웨어를 선택한 집단간에 유행과 개성에 대한 문항에서 유의한 차이를 보이고 있으며

〈표 3〉 구매집단별 의류제품평가

요인	구매집단	국내골프웨어 M	국내골프웨어 SD	수입골프웨어 M	수입골프웨어 SD	t-value
섬유조성	옷감이 부드럽고 가볍다	3.61	0.66	3.82	0.62	1.654*
	새로운 옷감이다	3.18	0.80	3.15	0.75	−0.140
	드라이클리닝 하므로 부담스럽다	2.94	1.06	3.21	0.87	−1.327**
	옷감이 고급스럽다	3.41	0.56	3.51	0.77	0.744
	보푸라기가 생긴다	3.35	0.92	3.23	0.90	−0.691
	옷감이 독특하다	2.97	0.76	3.21	0.68	1.709*
	신축성이 있어서 활동적인 옷감이다	3.59	0.61	3.67	0.62	0.654
	세탁 후 수축, 신장, 탈색, 이염이 되는 경우가 있다	3.00	0.95	3.00	0.87	0.000
	질감이 좋다	3.62	0.60	3.68	0.58	0.542
	구김처리나 세탁이 용이한 옷감이다	3.29	0.76	3.31	0.79	0.942
스타일	유행을 앞서가는 옷이다	3.12	0.64	3.26	0.77	1.021
	편안한 스타일이다	3.74	0.67	3.76	0.62	0.185
	날씬해 보이는 스타일이다	3.18	0.63	3.28	0.68	0.781
	나의 외모나 체형과 잘 어울린다	3.35	0.77	3.53	0.67	1.247
	현대 감각이 있는 고상한 스타일이다	3.21	0.81	3.30	0.72	0.662
	체형의 단점을 보완하는 스타일이다	3.15	0.82	3.13	0.70	−0.086
	유행하는 색상이다	3.50	0.71	3.40	0.71	−0.658
	개성이 독특한 눈에 띄는 스타일이다	3.12	0.73	3.41	0.83	1.793*
	심플한 스타일이다	3.67	0.60	3.58	0.71	−0.644
	무난하고 평범한 스타일이다	3.62	0.78	3.46	0.65	−1.140
	다른 옷과 조화시켜 입기가 쉬운 옷이다	3.38	0.82	3.56	0.71	1.206
가격	적당한 가격이다	2.79	0.81	2.87	0.94	−0.644
	가격이 비싸다	2.33	0.69	2.45	0.89	−0.736
	가격대가 다양하지 않다	2.41	0.66	2.58	0.81	1.057
의복구성	바느질이 튼튼하게 잘 되어있다	3.59	0.70	3.56	0.65	−0.213
	사이즈가 전반적으로 잘 맞는다	3.71	0.76	3.60	0.79	−0.668
	가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이 둘레가 잘 맞는다	3.56	0.70	3.52	0.68	−0.294
	바느질이 깔끔하다	3.68	0.77	3.55	0.74	−0.805
	부속품이 고급스럽지가 않다	3.00	0.78	2.99	0.79	−0.073
	어깨, 등, 팔, 무릎부분이 착용시 편하다	3.62	0.55	3.65	0.61	0.244
	소매길이, 바지길이, 스커트길이가 잘 맞는다	3.47	0.61	3.48	0.75	0.081

*p<0.05, **p<0.1 (1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다)

수입 골프웨어가 국내 골프웨어에 비해 유행에 앞서가며 개성이 독특한 눈에 띄는 스타일이라고 평가하고 있다.

국내 및 수입 골프웨어의 섬유조성에 대한 평가를 자세히 살펴보면 <표 5>에서 <옷감이 독특하다>에서 두 집단 간 차이가 있음을 알 수가 있다. 수입 골프웨어를 선택한 집단의 경우 <옷감이 독특하다> 에 대해 '그렇다'고 응답한 경우가 상대적으로 많았으며 국내 골프웨어 집단은 보통으로 나타났다.

국내 골프웨어와 수입 골프웨어의 의복구성에 대한 제품평가는 <표 6>에 나타난 바와 같이 국내와 수입골프웨어 구매 집단 간 유의한 차이는 없었으나 모두 대체적으로 긍정적인 평가를 하고 있는 것으로 나타났다. 두 구매집단 모두 바느질이 튼튼하고 깔끔하게 잘되어 있다고 평가하였으며 사이즈

〈표 4〉 국내 및 수입 골프웨어의 스타일에 대한 제품평가 n(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	χ^2-값	p-값
유행을 앞서가는 옷이다	국내	0 (0)	3 (8.80)	26 (76.47)	3 (8.82)	2 (5.88)	12.007	0.007**
	수입	0 (0)	14 (16.47)	38 (44.71)	30 (35.29)	3 (3.53)		
편안한 스타일이다	국내	0 (0)	2 (5.88)	7 (20.59)	23 (67.65)	3 (5.88)	3.276	0.351
	수입	0 (0)	1 (1.20)	25 (30.12)	50 (60.24)	7 (8.43)		
날씬해 보이는 스타일이다	국내	0 (0)	3 (8.82)	23 (67.65)	7 (20.59)	1 (2.94)	0.822	0.844
	수입	0 (0)	7 (8.24)	51 (60.00)	23 (27.06)	4 (4.71)		
나의 외모나 체형과 잘 어울린다	국내	0 (0)	4 (11.76)	16 (47.06)	12 (35.29)	2 (5.88)	4.369	0.224
	수입	0 (0)	6 (7.06)	30 (35.29)	47 (55.29)	2 (2.35)		
현대감각이 있는 고상한 스타일이다	국내	0 (0)	6 (17.65)	17 (50.00)	9 (26.47)	2 (5.88)	3.038	0.552
	수입	1 (1.19)	7 (8.33)	45 (53.57)	28 (33.33)	3 (3.57)		
체형의 단점을 보완하는 스타일이다	국내	0 (0)	6 (17.65)	20 (58.82)	5 (14.71)	3 (8.82)	4.056	0.398
	수입	1 (1.22)	10 (12.20)	50 (60.98)	19 (23.17)	2 (2.44)		
유행하는 스타일이다	국내	0 (0)	1 (2.94)	18 (52.94)	12 (35.29)	3 (8.82)	1.952	0.583
	수입	0 (0)	7 (8.33)	40 (47.62)	33 (39.29)	4 (4.76)		
다른 옷과 조화시켜 입기가 쉬운 옷이다	국내	0 (0)	4 (11.76)	16 (47.06)	11 (32.35)	3 (8.82)	7.515	0.111
	수입	1 (1.18)	5 (5.88)	27 (31.76)	49 (57.65)	3 (3.53)		
개성이 독특한 눈에 띄는 스타일이다	국내	0 (0)	5 (14.71)	22 (64.71)	5 (14.71)	2 (5.88)	10.185	0.037*
	수입	1 (1.20)	10 (12.05)	31 (37.35)	36 (43.37)	5 (6.02)		
심플한 스타일이다	국내	0 (0)	0 (0)	13 (39.39)	18 (54.55)	2 (6.06)	3.322	0.505
	수입	1 (1.18)	5 (5.88)	26 (30.59)	50 (58.82)	3 (3.53)		
무난하고 평범한 스타일이다	국내	0 (0)	3 (8.82)	10 (29.41)	18 (52.94)	3 (8.82)	5.240	0.155
	수입	0 (0)	6 (7.06)	35 (41.18)	43 (50.59)	1 (1.18)		

*$p<0.05$, **$p<0.01$

〈표 5〉 국내 및 수입 브랜드 골프웨어의 섬유조성에 대한 제품평가 n(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	χ^2-값	p-값
옷감이 부드럽고 가볍다	국내	0 (0)	3 (6.06)	10 (30.30)	20 (60.61)	1 (3.03)	3.981	0.26
	수입	0 (0)	1 (1.19)	22 (26.19)	52 (61.90)	9 (10.71)		
새로운 옷감이다	국내	0 (0)	6 (17.65)	18 (52.94)	8 (23.53)	2 (5.88)	0.950	0.91
	수입	1 (1.19)	12 (14.29)	47 (55.95)	21 (25.00)	3 (3.57)		
드라이클리닝 하므로 부담스럽다	국내	1 (3.03)	12 (36.36)	6 (18.18)	12 (36.36)	2 (6.06)	9.323	0.05*
	수입	4 (4.76)	28 (33.33)	36 (42.86)	14 (16.67)	2 (2.38)		
옷감이 독특하다	국내	0 (0)	8 (23.5)	21 (61.76)	3 (8.82)	2 (5.88)	9.200	0.02*
	수입	0 (0)	11 (13.10)	45 (53.57)	27 (32.14)	1 (1.19)		

*$p<0.05$

면에서도 전반적으로 잘 맞으며 둘레와 길이가 잘 맞는 것으로 나타났다. 그리고 어깨, 등, 팔, 무릎부분이 착용시 편안한 것으로 나타났다.

골프웨어의 가격에 대한 제품평가에서 유의한 차이는 없었으나 국내, 수입 골프웨어를 선택한 집단 모두 적당한 가격대로 평가하고 있었으며 가격대가 다양하지 않다고 하였다<표 7>.

2. 국내 및 수입브랜드 골프웨어에 대한 구매집단의 인구통계적 변인별 제품평가

국내 및 수입 골프웨어 제품에 대한 구매집단의 연령별 섬유조성에 대한 제품 평가는 <표 8>과 같으며 연령별로 보면 수입 구매집단에서 46세부터 55세의 층이 부드럽고 가벼운 옷감에 대해 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났으며 수입 골프웨어 구매집단에서 25세 이하의 연령층이 <질감이 좋다>에 대해 긍정적으로 평가하였다. 그리고 국내 구매집단의 36세에서 45세의 층이 <보푸라기가 생긴다>에 대해 그렇다고 평가하여 집단간 유의한 차이가 있음을 알 수 있다.

구매집단의 연령별 스타일에 대한 제품평가를 보면 집단간 유의한 차이는 나타나지 않았으나, <편안한 스타일이다>에 대해 수입 구매집단의 25세 이하 층과 국내 구매집단의 25세 이하 층과 36세에서 45세 이하의 층이 '그렇다'고 하였고, <나의 외모나 체형과 잘 어울린다>에 대해서 국내 구매집단의 25세 이하의 층이 '그렇다'고 하였다. <유행하는 색상이다>에 대해 수입 구매집단의 46세에서 55세 이하의 층과 국내 구매집단의 25세 이하 층이 '그렇다'고 하였다. <심플한 스타일이다>에 대해서 수입 구매집단의 26세에서 35세 이하의 층이 국내 구매집단의 56세 이상의 층이 '그렇다'고 하였다.

구매집단별, 연령별 가격에 대한 제품평가에서 유의한 차이를 보이고 있지는 않지만 대체적으로 골프웨어의 가격에 대한 평가는 국내와 수입 골프웨어 구매집단 모두 가격대가 적당하다고 평가하고 있다.

<표 9>의 국내 및 수입 골프웨어 제품에 대한 구매집단의 직업별 제품평가를 살펴보면, 수입 골프웨어 구매집단이 섬유조성에서 전문직과 경영관리직이 <옷감이 부드럽고 가볍다>에 대해 '그렇다'고 평가하였다. 그리고 경영관리직에서 <드라이클리닝 하므로 부담스럽다>에 대해 '그렇다'고 평가

〈표 6〉 국내 및 수입 골프웨어의 의복구성에 대한 제품평가 n(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	χ^2-값	p-값
바느질이 튼튼하게 잘 되어 있다	국내	0 (0)	2 (5.88)	12 (35.29)	18 (52.94)	2 (5.88)	1.653	0.647
	수입	0 (0)	2 (2.38)	38 (45.24)	39 (46.43)	5 (5.95)		
사이즈가 전반적으로 잘 맞는다	국내	0 (0)	2 (5.88)	10 (29.41)	18 (52.94)	4 (11.76)	0.964	0.810
	수입	0 (0)	9 (10.59)	23 (27.06)	46 (54.12)	7 (8.24)		
가슴, 허리, 엉덩이 둘레가 잘 맞는다	국내	0 (0)	6 (7.06)	32 (37.65)	44 (51.76)	3 (3.53)	0.387	0.943
	수입	0 (0)	2 (5.88)	13 (38.24)	17 (50.00)	2 (5.88)		
바느질이 깔끔하다	국내	0 (0)	3 (8.82)	8 (23.53)	20 (58.82)	3 (8.82)	2.241	0.692
	수입	1 (1.20)	5 (6.02)	28 (33.73)	45 (54.22)	4 (4.82)		
부속품이 고급스럽지가 않다	국내	1 (2.94)	7 (20.59)	17 (50.00)	9 (26.47)	0 (0)	0.530	0.971
	수입	3 (3.53)	17 (20.00)	44 (51.76)	20 (23.53)	1 (1.18)		
어깨, 등, 팔, 무릎부분이 착용시 편안하다	국내	0 (0)	1 (2.94)	11 (32.35)	22 (64.71)	0 (0)	1.897	0.594
	수입	0 (0)	2 (2.35)	30 (35.29)	49 (57.65)	4 (4.71)		
소매, 바지, 스커트길이가 잘 맞는다	국내	0 (0)	2 (5.88)	14 (41.18)	18 (52.94)	0 (0)	2.758	0.599
	수입	1 (1.18)	5 (5.88)	36 (42.35)	38 (44.71)	5 (5.88)		

〈표 7〉 국내 및 수입 골프웨어의 가격에 대한 제품평가 n(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	χ^2-값	p-값
적당한 가격이다	국내	1 (2.94)	12 (35.29)	14 (41.18)	7 (20.59)	0 (0)	2.161	0.706
	수입	6 (7.06)	23 (27.06)	34 (40.00)	20 (23.53)	2 (2.35)		
가격이 비싸다	국내	3 (9.09)	17 (51.52)	12 (36.36)	1 (3.03)	0 (0)	3.013	0.556
	수입	10 (11.76)	39 (45.88)	25 (29.41)	10 (11.76)	1 (1.18)		
가격대가 다양하지 않다	국내	0 (0)	2 (5.88)	11 (32.35)	20 (58.82)	1 (2.94)	6.584	0.086
	수입	0 (0)	9 (10.59)	39 (45.88)	29 (34.12)	8 (9.41)		

〈표 8〉 구매집단의 연령별 섬유조성에 대한 제품평가

개인적 환경변인 / 골프웨어 평가단서	수입 구매집단						국내 구매집단					
	25세 이하	26~35세	36~45세	46~55세	56세 이상	F 값	25세 이하	26~36세	36~45세	46~55세	56세 이상	F 값
옷감이 부드럽고 가볍다	3.43	3.87	3.74	4.17	0.00	2.57*	3.00	3.63	3.63	3.71	3.00	0.44
새로운 옷감이다	2.57	3.17	3.20	3.33	0.00	1.72	4.00	3.06	3.11	3.29	4.00	0.63
드라이클리닝하므로 부담스럽다	2.86	2.68	2.82	2.92	0.00	0.28	3.00	2.87	3.00	3.43	3.00	0.51
옷감이 고급스럽다	3.00	3.61	3.46	3.67	0.00	1.47	3.00	3.38	3.44	3.57	3.00	0.41
보푸라기가 생긴다	3.00	3.26	3.26	3.17	0.00	0.19	2.00	3.19	3.89	3.43	2.00	2.32**
옷감이 독특하다	2.86	3.26	3.26	3.17	0.00	0.77	3.00	2.69	3.44	3.14	2.00	2.22
신축성이 있어서 활동적인 옷감이다	3.71	3.55	3.71	3.83	0.00	0.73	3.00	3.56	3.89	3.43	3.00	1.17
세탁 후 수축, 신장, 탈색, 이염이 되는 경우가 있다	2.86	2.94	3.09	3.00	0.00	0.23	3.00	2.69	3.44	3.14	3.00	0.95
질감이 좋다	4.00	3.58	3.80	3.50	0.00	2.44***	4.00	3.44	3.78	3.86	3.00	1.18
구김처리나 세탁이 용이한 옷감이다	3.43	3.26	3.29	3.42	0.00	0.18	3.00	3.56	3.56	3.57	4.00	1.42

*p<0.05, **p<0.1 (1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다)

〈표 9〉 구매집단의 직업별 제품평가

개인적 환경변인 / 골프웨어 평가단서		수입 구매집단							
		주부	판매직	서비스직	사무직	전문직	경영관리직	기타	F 값
섬유조성	옷감이 부드럽고 가볍다	3.91	3.76	3.64	3.25	4.15	3.75	4.00	2.32**
	드라이클리닝하므로 부담스럽다	2.71	3.00	2.00	2.75	2.77	3.40	3.29	2.68*
	옷감이 고급스럽다	3.63	3.74	3.64	2.75	3.54	3.40	3.14	2.24
가격	가격이 비싸다	2.13	2.18	2.64	3.25	2.62	2.60	2.57	2.25
의복구성	부속품이 고급스럽지가 않다	3.00	2.94	2.27	3.00	3.46	3.80	2.71	3.97**
개인적 환경변인 / 골프웨어 평가단서		국내 구매집단							
		주부	판매직	서비스직	사무직	전문직	경영관리직	기타	F 값
스타일	다른 옷과 조화시켜 입기가 쉬운 옷이다	3.70	3.13	4.00	2.33	2.83	0.00	4.25	5.39**

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.1

〈표 10〉 구매집단의 학력별 가격에 대한 제품평가

개인적 환경변인 / 골프웨어 평가단서		수입 구매집단				
		고졸	전문대졸	대졸	대학원졸	F 값
가격	적당한 가격이다	2.97	3.00	2.66	2.83	1.27
	가격이 비싸다	2.76	2.50	2.15	2.50	2.82*
	가격대가 다양하지 않다	3.50	3.33	3.53	3.33	0.46

*p<0.05

하였고 의복구성에서는 경영관리직의 구매자들이 <부속품이 고급스럽지가 않다>에 대해 '그렇다'고 평가하였다. 국내 골프웨어 구매집단은 스타일에서 서비스직의 구매자들이 <다른 옷과 조화시켜 입기가 쉬운 옷이다>에 대해 '그렇다'고 평가하였다.

<표 10>의 구매집단의 학력별 가격에 대한 평가에서 수입 골프웨어 구매집단의 소비자들은 대학

〈표 11〉 구매집단의 월수입별 제품평가

골프웨어 평가단서 \ 개인적 환경변인		수입 구매집단						
		100만원 이하	100~200만원 이하	200~300만원 이하	300~400만원 이하	400~500만원 이하	500만원 이상	F 값
의복구성	바느질이 튼튼하게 잘되어 있다	3.56	3.47	3.56	3.86	3.33	3.75	0.67
	사이즈가 전반적으로 잘 맞는다	3.67	3.07	3.83	3.71	3.83	4.00	1.27
	가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이 둘레가 잘 맞는다	3.22	3.60	3.72	3.50	3.50	3.75	0.67
	바느질이 깔끔하다	3.78	3.47	3.71	3.77	3.67	3.75	0.86
	부속품이 고급스럽지가 않다	2.50	2.97	3.00	3.18	2.43	3.71	2.67*
	어깨, 등, 팔, 무릎부분이 착용시 편안하다	3.56	3.33	3.56	3.71	3.83	3.50	0.43
	소매길이, 바지길이, 스커트길이가 잘 맞는다	3.33	3.33	3.39	3.36	3.83	3.25	0.58

*$p<0.05$

졸업자들이 다른 학력 집단들보다 가격이 비싸지 않다고 평가하였다. 의류제품의 가격 측면에서의 전략은 목표시장의 특성을 반영하여야 하며, 목표시장의 가격에 대한 태도를 고려해야 한다. 이는 대상집단에 따라 가격이 갖는 의미가 달라 소비자 군에 따라 가격지각이 다르다.

국내 및 수입 골프웨어 제품에 대한 구매집단의 월수입별 제품평가에서 월수입이 500만원 이상인 구매자들은 부속품이 고급스럽지가 않다고 평가하여 그룹간의 유의한 차이가 있었다. 따라서 상품기획 시 세분화된 목표고객에 따라 골프웨어에 필요한 부속품의 디자인과 품질 관리도 중요하다고 하겠다.

V. 결 론

본 연구는 유통시장의 전면 개방 등 국내 패션 마케팅 환경의 변화 속에서 국내 골프웨어 시장의 수입브랜드 증가 현상이 두드러지고 있는 가운데, 소비자들의 국내 및 수입브랜드 골프웨어 구매행동에 따른 구매집단별. 인구통계적 변인별 제품평가를 파악함으로서 앞으로의 마케팅 활동에 있어 전략수립에 기여하고자 하였다.

첫째, 국내 및 수입브랜드 골프웨어의 구매집단별 제품 평가에 대한 차이를 분석한 결과 섬유조성, 스타일 등에서 부분적으로 유의한 차이가 나타났다. 섬유조성은 수입 골프웨어가 국내 골프웨어에 비해 옷감이 부드럽고 가볍다고 평가하고 있으며, 옷감도 독특한 것을 사용하고 있는 것으로 평가하였고 스타일에 대해서는 수입 골프웨어가 개성이 독특한 눈에 띄는 유행에 앞서가는 스타일이라고 평가하였다.

둘째, 국내 및 수입 골프웨어에 대한 구매집단의 인구통계적 특성과 제품 평가를 분석한 결과, 국내 및 수입 골프웨어 제품에 대한 구매집단의 연령별 섬유조성에 대한 제품 평가는 수입 구매집단에서 46세부터 50세의 층이 부드럽고 가벼운 옷감에 대해 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 구매집단의 직업별 제품평가를 살펴보면, 수입 골프웨어 구매집단이 섬유조성에서 <드라이클리닝하므로 부담스럽다>에 대해 그렇다고 평가하였고 의복구성에서는 경영관리직의 구매자들이 <부속품이 고급스럽지가 않다>에 대해 그렇다고 평가하였다. 국내 골프웨어 구매집단은 스타일에서 서비스직의 구매자들이 <다른 옷과 조화시켜 입기가 쉬운 옷이다>에 대해 그렇다고 평가하였다. 구매집단의 월수입별 제품평가에서 월수입이 500만원 이상인 구매자들은 <부속품이 고급스럽지가 않다>에 대해 그렇다고 평가하였다.

본 연구는 수입브랜드와 국내브랜드 골프웨어 구매집단간의 제품에 대한 평가를 통해 두 집단간 차이를 분석하였다. 연구 결과, 수입브랜드 골프웨어가 옷감이 부드럽고 가벼우며 독특하여 소재 면에서 드라이 크리닝하므로 부담스럽기도 하지만 긍정적이었으며 유행에 앞서가고 개성이 독특한 눈에 띄는 스타일로 긍적적 평가를 받았다. 또한 학력이 높을수록 가격이 비싸지 않다고 생각하고 고소득자의 경우 부속품에 대한 고급스런 디자인과 품질을 선

호하였다. 국내 브랜드 골프웨어는 소재 면에서 보푸라기가 생긴다고 하였으며 서비스직 종사자는 다른 옷과 조화시켜 입기가 쉽다고 하여 소재 개발과 코디네이션이 용이한 디자인을 계속 개발하여 수입 브랜드와 차별화 할 수 있는 마케팅 전략을 구사해야 할 것이다. 그러므로 각 구매집단의 제품 평가와 인구 통계적 변수를 분석하여 소비자를 세분화하고 표적고객을 명확히 하여야 효과적 소구가 가능한 제품의 개발이나 마케팅 프로그램 개발이 가능하며 그들 특성에 맞는 촉진방법을 사용할 것이다. 또한 좀 더 넓은 범위의 후속연구가 이루어져 국내 자체 브랜드의 상표인지도와 상표충성도를 높일 수 있는 패션마케팅 전략 및 품질관리가 필요하다고 하겠다.

참 고 문 헌

고애란(1994). 국내 및 외국상표 청바지의 구매의도에 따른 평가 기준에 대한 신념과 추구 이미지 및 의복태도의 차이 연구. 한국의류학회지, **18**(2), 263−272.

김미숙 · 김태연(1996). 국외상표의 정장의류에 대한 구매행동 연구. 한국의류학회지, **20**(3), 481−492.

김주혜(1995). 외제선호도에 대한 관심도의 차이. 연세대학교 경영 대학원 석사학위논문.

김주희(1993). 골프웨어에 관한 패션의식 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.

김지연(1994). 의복구매시 상표충성도에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.

박정원(1997). 수입의류와 국내의류의 구매의도에 영향을 주는 요인. 건국대학교 대학원 박사학위논문.

박은주(1991). 의복구매 상황과 의복 평가기준과의 관계 연구. 한국의류학회지, **15**(2), 163−171.

섬유연감(1997). 패션산업. 128.

편신덕(1993). 상표이미지가 의류제품의 품질−가격 지각에 미치는 영향. 효성여자대학교 대학원 석사학위논문.

장은영(1997). 국내 및 수입 유명 의류에 대한 소비자 선호요인 비교 연구. 한국의류학회지, **21**(1), 182−193.

오현정 · 이은영(1998). 수단−목적 사슬 이론을 이용한 의복품질 평가과정에 관한 이론적 연구. 한국의류학회지, **22**(3), 374−383.

이영선(1991). 소비자의 의복관여와 외적 정보탐색. 서울대학교 대학원 박사학위논문.

이승희(1997). 백화점의 여성복 자체브랜드 제품에 관한 연구. 이화 여자대학교 대학원 박사학위논문.

임희숙(1992). 골프웨어 디자인을 위한 컴퓨터 그래픽스 활용에 관한 연구. 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문.

이소영(1988). 골프웨어의 디자인에 관한 연구. 홍익대 산업미술대학원 석사학위논문.

이유리(1995). 의류 제품에 대한 소비자의 상표지향성. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.

이희승(1995). 가격과 상표가 의류제품 평가에 미치는 영향에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

홍금희(1997). 수입의복 제품 구매시의 원산지 효과에 대한 연구. 한국의류학회지, **21**(8), 1396−1405.

Behling, D. U. & Wilch, J.(1988). Perception of Branded Clothing for Male Consumers. *Clothing and Textile Research Journal*, **6**(2), 43−47.

Hines, J. D. & G. S. O′ Neal(1995). Underly Determinants of Clothing Quality: The Consumers' Perspective. *Clothing & Textiles Research Journal*, **13**(4), 227−233.

Jacoby, J., & Mazusky, D.(1984). Linking Brand and Retailer Images−Do the Potential Risks Outweigh the Potential Benefits. *Journal of Retailing*, **60**(2), 105−122.

Lee, M. & Burns, L. D.(1993). Self−consciousness & Clothing Purchase Criteria of Korean & United State College Women. *Clothing and Textile Research Journal*, **11**(4), 32−40.

Morganosky, M. A.(1991). Store and Brand Type Influence of the Perception of Apparel Quality: A Congruity Theory Approach. Clothing and *Textile Research Journal*, **9**(1), 45−49.

Rogers, J. P. & Lutz, S. L.(1990). Quality Indicators used by Retail Buyers in the Purchase of Women's Sportswear. *Clothing and Textile Research Journal*, **9**(1), 11.

Traylor, M. B.(1981). Product Involvement and Brand Commitment. *Journal of Advertising Research*, **21**(6), 51−56.