

의복구매과정에 따른 의복평가기준의 변화에 관한 연구

김 미 영

경원대학교 의상학과

A Study on Change of Clothing Evaluative Criteria According to Clothing Buying Process

Mi Young Kim

Dept. of Clothing, Kyung Won Univ.

(1992. 4. 7 접수)

Abstract

The purpose of this study is to clarify the change of important clothing evaluative criteria according to the clothing buying process and to bulid the flow chart of clothing buying process and clothing evaluative criteria.

The study is carried out in two ways, they are, literature study and empirical survey.

The results are as following;

1. the change of the important clothing evaluative criteria according to the clothing buying process is found out.
2. The clothing buying process is that problem recognition → decision of clothing wearing situation → search and evaluation of general clothing information → decision of price limit → (search and evaluation of brand information → narrowing of brand range) → search and evaluation of store information → decision of store → search and evaluation of clothings in the store → narrowing of determinant clothing range → trial, trial evaluation and decision → buying (or reject) → result evaluation.
3. The flow chart is built by the clothing buying process and the clothing evaluative criteria

서 론

의류학 분야에 의복평가기준에 관한 연구가 활발해지기 시작한 것은 1960년대 이후의 소비자 욕구를 파악하여 만족시키기 위한 연구에서부터 시작되었다. 특히 최근 들어서는 수 많은 의류관련업체들이 경쟁에서 살아남기 위해서 의복평가기준에 대한 연구의 필요성을 인식하

기 시작하고 있다.

지금까지의 의복평가기준에 대한 연구경향은 수평적 연구로 소비자들이 의복구매시 어떤 평가기준을 사용하는가, 어떤 평가기준을 중요시 하는가 하는 단순한 질문법에 의한 연구가 주류를 이루었다. 그러나 이런 결과를 실제 상황에 적용할 경우 부합되지 않는 경우를 볼 수 있는데, Myers와 Alpert¹⁾, Jacobi와 Waters²⁾, 김미영³⁾의 연구에서도 부합되지 않는 경우에 대하여 언급하고

있다. 이런 경우를 극복하기 위해서는 새로운 방향의 수직적 연구가 병행되어야 할 것이다. 우선 소비자가 실제로 의복구매를 하는 과정을 파악하여야 할 것이며, 각 구매과정마다 어떤 의복평가기준들이 중요하게 작용하는가, 즉 중요시되는 의복평가기준이 변화하는가를 파악하여야 할 것이다.

그러므로 본 연구에서는 연구문제로서 첫째, 의복구매과정과 이 과정에 따라 중요시되는 의복평가기준이 변화하는가를 논의하고자 하며 둘째, 의복구매과정과 의복평가기준의 변화에 대한 흐름표를 제시하고자 한다.

본 연구에서 사용한 의복평가기준의 개념은 김미영⁴⁾의 연구에서 제시한 의복평가기준들이다. 흐름표를 제시하기 위한 연구방법으로는 기존의 연구를 바탕으로 한 이론적 추론방법과 실증적 방법을 병행하였다. 실증적 방법에서는 우선 소집단을 선정하여 의복평가기준과 의복구매과정에 대하여 인터뷰를 하고, 그들의 의복구매시 연구자가 직접 동행하여 의복구매과정을 관찰하였다. 다음에는 110명의 피험자 집단을 대상으로 설문지를 이용하여 의복평가기준과 의복구매과정을 조사하였다.

II. 기존 연구들의 고찰과 문제점

기존의 의복평가기준에 관한 연구들을 살펴보면 다음과 같이 크게 4가지의 경향으로 대별할 수 있을 것이다.

첫째는 가장 많은 연구들중의 하나로 의복구매시 가장 중요시 하는 평가기준을 밝히거나, 의복의 종류와 소비자의 특성에 따른 의복평가기준의 차이를 밝히는 연구들이다.^{3,4,16)} 이 연구들은 연구방법에 따라 두가지로 분류할 수 있다. 일반적인 의복구매시나 특정 의복의 구매시 가장 중요시 하는 평가기준을 선택하게 하거나 기술하게 하는 방법과 평가기준의 중요도 순위를 결정하게 하는 방법이다.

둘째는 수직적 연구의 관점에서 평가기준을 분류한 연구들^{1~3)}이다. 김미영³⁾은 EKB의 모델을 기준으로 소비자가 평소에 중요하다고 생각하고 있는 평가기준을 내재적 평가기준으로 정의하고, 실제 구매상황하에서 결정적인 구매여부를 판별해주는 평가기준을 구매평가기준으로 정의하여 두 가지 평가기준을 비교 연구하였다. 이 내재적 평가기준과 구매평가기준은 일치하지 않는 경우가 있었는데 이것은 실제 상황하에서 상품이 내재적 평

가기준을 모두 만족시켰을 경우는 구매평가기준으로 작용하지 않기 때문이었다. 이런 연구의 결과를 통해 볼 때 의복평가기준의 연구는 수직적으로 소비자들의 구매과정을 통해서 연구할 필요가 있음을 알 수 있다.

셋째는 의복평가기준에 관한 이론적 개념에 관한 연구로 김미영⁴⁾은 1989년 연구에서 의복평가기준을 추구업적수준의 평가기준, 구성요소수준의 평가기준, 중간적연결수준의 평가기준의 세가지 수준으로 분류하여 상호연관성에 관한 이론적 틀을 제시하였다. 박은주¹⁷⁾의 의복평가기준의 요인구조에 관한 연구도 여기에 속한다고 하겠다.

넷째는 의복평가기준에 영향을 미치는 영향요인에 관한 연구들이다. 의복평가기준에 영향을 미치는 소비자의 사회적, 심리적 요인, 의복정보원 등에 관한 연구들이 여기에 속하는 연구들이다.^{4,18~23)}

이상의 연구경향은 의류학에서 연구되고 있는 가장 일반적인 경향들이다. 이런 연구에서의 문제점중의 하나는 첫째 연구에서와 같이 중요시 하는 의복평가기준이나 평가기준의 순위를 조사하였을 경우 실제 구매상황에서 이 평가기준들이 가장 중요하게 작용하는가 하는 점을 들 수 있다. 김미영³⁾의 내재적 평가기준과 구매평가기준의 비교 연구에서 두 평가기준들이 다르게 나온 결과로도 추론할 수 있는 문제점이다. 또한 소비자들이 구매하는 과정에서 소비자가 처음에 중요시하고 있는 의복평가기준에 맞는 상품들이 선별되고 상품의 범위가 좁혀져 가면서 처음에 중요시 했던 의복평가기준들이 다르게 나온 결과로도 추론할 수 있는 문제점이다. 또한 소비자들이 구매하는 과정에서 소비자가 처음에 중요시 하고 있는 의복평가기준에 맞는 상품들이 선별되고 상품의 범위가 좁혀져 가면서 처음에 중요시 했던 의복평가기준들이 만족되어 갈 것이다. 따라서 처음에 작용했던 평가기준과 마지막의 결정적인 선택에서 작용하는 평가기준은 달라질 것이다. 다음은 소비자가 가장 중요시 한다고 한 응답의 결과가 나왔을 때 그 기준이 가장 먼저 중요하게 작용하는가하는 문제점이다. 예를 들어 소비자가 가격을 중요시 하지 않는다고 응답했음지라도 실제 구매하는 과정을 보면 이미 구매가능한 가격범위내에서 상점이나 상표를 선택하는 것이다. 단지 그가격 범위내에서는 더 이상 가격이 중요한 평가기준으로 작용하지 않는다는 의미로 해석해야 할 것이다. 즉, 가격평가기준이 이미 구매의 앞단계에서 중요하게 작용했다고 할 수 있다.

따라서 이런 수평적 연구의 문제점을 해결하기 위해서는 소비자들의 의복구매과정에 따른 수직적 연구를 통해 의복평가기준을 연구해야 할 것이다.

III. 연구 배경

의복평가기준에 관한 수직적 연구를 위해서는 우선 소비자들의 의복구매과정을 파악하여야 할 것이다. 소비자들은 일정한 과정을 거치는 동안 의복의 선택범위를 좁혀갈 것이며, 각 과정에서 작용하는 평가기준들도 달라질 것이다. 이런 과정에 관한 흐름표를 제시하기 위하여 이론적 연구와 실증적 연구를 바탕으로 하였다.

1. 이론적 연구

이론적 연구에서는 의복구매과정에 대한 흐름표를 추론하기 위한 의복구매과정과 의복평가기준, 의복평가기준의 이론적 틀에 대하여 논의하고자 한다.

1) 의복구매과정과 의복평가기준

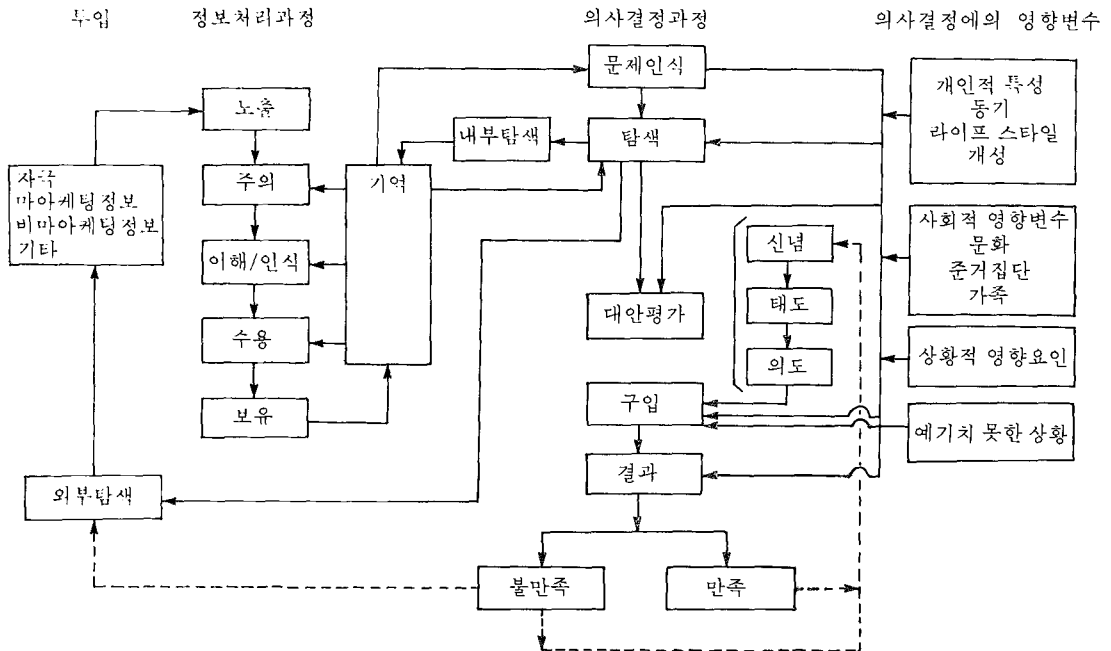
여기에서는 일반적인 소비자 구매의사결정과정에 대한 이론과 의복구매과정과 구매과정에 따른 의복평가

기준의 변화, 관계에 대한 연구들을 살펴보고자 한다.

(1) 소비자구매행동모델

소비자의 의복구매과정을 파악하기 위해선 우선 일반적인 소비자구매행동에 관한 연구를 조사해야 할 것이다. 소비자구매행동을 모델화시킨 연구중 가장 일반화되어 있고 타당성있는 모델로 지적되는 것은 EKB 모델 일 것이다. 이 모델은 다음의 (그림 1)과 같다. 이 그림에서 보듯이 이 모델은 고관여 상품의 경우를 전제로 하고 있으며, 투입변수, 정보처리과정, 의사결정과정, 의사결정에의 영향변수로 구분되어 있다. 본 연구에서 작성하려는 소비자의 의복구매과정을 파악하기 위해서 EKB 모델의 의사결정과정을 참고하려고 한다.

의사결정과정의 첫단계는 문제인식의 단계이다. 구매의 동기가 활성화되기 시작하는 것을 의미한다. 다음은 정보탐색단계이다. 정보탐색은 소비자의 개인적 기억을 더듬어 가는 내적 탐색과 판매원, 광고, 친구, 전문가 등과 같은 외적탐색으로 구분할 수 있다. 다음은 대체안 평가의 단계이다. 소비자가 당면한 문제를 해결하려면 여러 대안을 평가하는 기준을 설정하게 된다. 의복구매시 대체안을 평가하는 기준은 바로 의복평가기준이 될



(그림 1) EKB의 소비자 행동모델

것이다. 다음은 선택과 구매행동단계이다. 구매에 필요한 구체적인 행동이 행해진다. 구매와 관련된 상황에 따라서도 구매선택이 달라질 수 있다. 예기치 못한 상황과 예측할 수 있는 상황들이다. 예를 들어 스웨터를 사러 나갔다가 show window에 걸려 있는 치마가 마음에 꼭 들었거 스웨터 대신 치마를 사는 경우가 예기치 못한 상황의 영향이라고 하겠다. : 충동구매의 사례들이 여기에 속한다고 하겠다. 다른 예로 아동복 구매시 아동들이 성장하는 비율을 고려하여 사이즈를 선택하는 경우는 예측할 수 있는 상황의 영향이라고 하겠다. 다음은 구매결과평가단계이다. 구매후의 평가는 만족, 불만족으로 구분할 수 있다.

이 EKB 모델에서 구입과정을 구체적으로 세분화시키고 있지 않지만 본 연구에서는 한정된 상황에서 이 과정을 좀 더 세분화하고자 한다. 또 이모델에서는 대체안의 평가단계에서만 평가기준에 대하여 언급하고 있지만 각 과정마다 평가기준이 작용하고 있음을 밝히고자 한다. 즉 정보탐색단계나 구매결과단계에서도 평가의 기준으로 의복평가기준이 작용한다는 것이다.

(2) 의복평가기준과 의복구매과정

앞의 기존연구의 문제점에서 언급했듯이 연구자들이 소비자가 상품선택시 중요시하는 평가기준이 무엇인가를 연구했다 하더라도 그 결과가 실제 구매행동과 연결되지 않는 경우가 있다고 하였다.

이에 대한 의문과 관심을 갖고 Myers와 Alpert¹⁾가 그의 연구에서 '결정적 속성'이라는 용어를 사용하면서 이것의 뜻과 측정방법에 대하여 논의하였다. '결정적 속성'이란 실제 구매의사결정과정과 가장 가까이 관계되는 기준들로 정의할 수 있으며 나머지 평가기준들은 아무리 중요하다고 생각하는 것일지라도 결정적 평가기준이 되지 못한다고 언급하고 있다. 예를 들면 자동차 구매상황에서 안전, 외모, 경제성, 안락, 힘 등이 평가기준으로 사용될 때 소비자들은 안전을 가장 중요한 평가기준으로 지적하였다고 했다. 그러나 안전성을 다양하게 만드는 차를 보지 못했기 때문에 안전은 소비자들의 구매의사를 실제로 결정하는 요인은 아니라고 하였다. 의복구매상황을 예로 들어 소비자가 편안함을 중요한 평가기준으로 생각한다고 하자. 소비자는 구매의 앞단계에서, 즉 상표나 상점의 범위를 선택하는 과정에서 편안한 옷을 파는 상표들이나 상점들을 선택하기 때문에 그 다음 단계부터 편안함의 평가기준이 결정적인 평가기준으로 작용하지

않는다고 할 수 있다.

General electric 사의 Nelson Foote²⁾는 결정적인 속성에 대하여 다음과 같이 설명하였다. 소비자들은 기본적인 기능과 관계되는 것은 당연한 것으로 여겨서 이런 특성이 상품에서 빠진다면 그것에 대한 평가가 낮아 지지만, 만약 이런 특성이 상품에 제공된다 할지라도 그 상품에 대한 특별한 신용이나 선호를 얻게 되는 것은 아니다. 왜냐하면 모든 다른 제작자와 판매자들도 동일한 특성을 제공할 것이기 때문이라고 언급하고 있다. 즉 구매의사결정과정에서 중요한 것은 다른 회사 상품이 가지고 있지 않는 특성을 가져야 하는 것이라고 지적하고 있다. 의복구매상황을 예로 들면 소비자가 재단과 재봉을 중요시 한다고 했을 경우, 소비자의 선택가능한 범위내에 있는 상품들이 모두 재단과 재봉이 우수하다면 이 평가기준은 더 이상 중요한 평가기준 혹은 결정적인 평가기준으로 작용하지 못한다고 할 수 있다.

김미영³⁾은 1988년도 연구에서 EKB 모델을 기준으로 평가기준을 분류하였다. 소비장 인식 속에 뿌리깊게 형성된 평가기준을 '내재적 평가기준'이라고 정의하였고, 실제 특정의복에 대한 구매결정시 작용하는 평가기준을 '구매평가기준'이라고 정의하였다. 이 구매평가기준의 개념은 Myers와 Alpert¹⁾, Jacobi와 Walters²⁾가 언급한 '결정적 속성'과 같은 개념이라고 하겠다. 김미영은 이 연구에서 두 개념사이의 차이를 검증하기 위하여 실증적으로 두 평가기준사이의 차이를 규명하였다. 결과의 한 예를 보면 내의의 경우 소비자들이 내재적 평가기준으로 편안함과 섬유 종류를 중요시 하였으나 실제 구매평가기준은 색으로 나타났다. 이것은 소비자의 의식에 내의는 흡습성이 좋아야 하며 세탁에 잘 견디는 섬유인 면이 좋고, 편안해야 한다고 인식되어 왔기 때문에 섬유와 편안함이 내재적평가기준으로 작용했다고 할 수 있다. 그러나 판매되고 있는 대다수의 내의류가 면을 사용하고 있고, 편안하게 제작되었기 때문에 실질적으로 구매상황에서는 이 평가기준이 크게 작용하지 못한 것으로 추측할 수 있다.

Jacobi와 Walters²⁾는 소비자의 의복구매행동의 특성을 단계별로 설명하였다. 첫 단계는 '선택이 좁혀지는 과정'으로 의복구매시 소비자가 가격, 스타일, 상점의 성격 등이 자신의 평가기준에 적합한 상점을 찾게 되는 과정이다. 이런 과정이 지난 후에 선택되어질 수 있는 옷의 수는 자동적으로 서너개로 줄어든다는 것이다. 이

때 몇개의 상품 중에서 최종적 구매를 결정하는데 사용되는 평가기준이 결정적 속성(critical attribute)으로 Myers와 Alpert¹⁾가 언급하는 결정적 속성(attribute determinance)과 유사한 것이다. Jacobi와 Walters²⁾가 언급하는 '선택이 좁혀지는 과정'에서 소비자들은 상품의 범위를 좁혀나가는 것이며 각 과정에서 작용하는 중요한 평가기준들도 변화하는 것이다.

Jacobi와 Walters²⁾는 '선택이 좁혀지는 과정'에 영향을 주는 요인들로 다음과 같은 내용들을 언급하고 있다.

① 수입과 관련된 가격, 쇼핑범위의 한계로 인한 상점과 상표의 선택

소비자의 수입은 구입가능한 가격의 범위를 한정한다고 하였다. 또한 보통 소비자들은 모든 상점을 쇼핑하는 것이 불가능하며 역시 한 상점에서 모든 생산업자에 의해 만들어진 모든 상품을 제공하는 것도 불가능하다. 상표의 선택에서도 역시 생산업자들이 제공하는 모든 상품을 파악하는 것이 불가능하다. 따라서 소비자들의 선택의 범위는 자연적으로 좁혀진다고 하였다.

② 정보매체

제한된 의복정보매체 역시 선택의 범위를 좁혀준다고 하였다.

③ 제도적 유용성

유통기관이 관계된다고 하였다. 즉 소비자들은 그들의 상업범위내에서 쇼핑하게 됨으로써 다른 지역에만 제공된 상품은 구매하기 어렵다는 것이다. 예를 들어 California 지역에 살고 있지 않는 소비자가 California에 가서 쇼핑해 옴으로써 자신의 지역에 사는 사람들이 사기 힘든 California 스타일의 의복을 쇼핑할 수 있었다는 것이다.

④ 특별한 상황적 욕구

의복의 용도에 따라 선택의 범위가 좁혀진다고 하였다.

⑤ 소매점의 buyer의 영향

상점의 상품을 제공해 주는 buyer에 의해 선택의 범위가 좁혀진다고 하였다.

다음은 구매행동과정중 점포의 선택과 의복평가기준에 관한 연구들이 있다. 즉 점포선택의 결정적인 요인은 소비자들이 중요시 하는 평가기준과 일치한다는 것이다. 임종원²⁶⁾의 점포선택에 영향을 주는 변수에 관한 그림표에서도 실질적 점포속성변수로 상품의 구성, 다양성, 품질, 상표, 가격, 촉진-광고, 판매원의 수, 점포시

설, 입지를 지적하고 있다. 즉 점포는 소비자가 원하는 상품, 상표들이 공급되며, 소비자가 구매 가능한 가격범위의 상품들이 제공되어야 한다는 것이다. 따라서 점포를 선택하기 이전에 상품에 대한 일반적인 평가기준과 가격 평가기준의 범위가 결정될 것이다. Monroe와 Gultinan²⁷⁾의 점포선택과정에 대한 시간-경로모델에서도 점포선택이전에 계획과 예산에 대한 전략이 선행되는 것을 알 수 있다.

김현숙²⁸⁾의 연구에서도 소비자를 선호하는 점포유형에 따라 5개의 집단으로 분류한 후 독립변인으로 하고, 8개의 점포이미지속성을 종속변인으로 하여 집단간에 유의한 차이가 있는가를 분석하였다. 즉 집단간에 점포이미지속성을 중요시하는 정도에 차이가 있는가를 알아본 결과 가격요인에서만 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이것은 점포선택이전에 이미 가격에 대한 예산을 계획했고 이 가격범위내에서 구매가 가능한 점포를 선택하기 때문에 소비자들은 이 시점이 지나고 난 이후로는 가격 평가기준이 중요하지 않다고 인식하기 때문이라고 하겠다.

이상의 개념을 의복구매과정의 관점에서 생각해 볼 때 소비자들은 의복구매시 우선 문제의 인식과 함께 의복의 착용용도를 결정할 것이고 착용용도에 따라 중요시 하는 의복평가기준들도 결정될 것이다. 그 다음에는 구매가 가능한 가격의 범위, 원하는 평가기준에 맞는 상표의 범위, 상점의 범위를 결정할 것이다. 이것을 결정하는 과정에서는 처음에 중요하다고 생각했던 평가기준들이 작용할 것이다. 이 평가기준을 만족시키는 상품들로 범위가 좁혀졌다면 다음 단계부터는 다른 평가기준이 중요하게 작용할 것이다. 마지막 선택단계에서는 점포내, 상표간 의복들을 비교한 후 구매하게 되는데 이때 중요하게 작용한 평가기준은 소비자가 처음에 중요하다고 생각했던 평가기준과 달라진다고 할 수 있다.

2) 의복평가기준의 이론적 틀

본 연구에서는 김미영⁴⁾의 이전 연구에 준한 의복평가기준의 개념을 사용하고자 한다. 따라서 여기서 의복평가기준의 이론적 틀의 개념을 간략히 설명하면 다음과 같다.

의복평가기준은 상품의 특성체계에 따라 세가지 수준의 평가기준으로 분리될 수 있는데 이들 사이의 관계를 연결지어 보면 다음과 같다.

첫째, 구성요소수준의 평가기준으로 이평가기준은 상

품이 가지고 있는 기본적인 특성으로 객관적으로 측정이 가능한 것들이다. 의복의 스타일, 색채, 섬유, 조직, 재단과 재봉방법, 무늬, 부속품, 치수 등이 구성요소수준의 평가기준이라고 하겠다.

둘째, 추구잇점수준의 평가기준으로 소비자들이 상품에서 얻고자 하는 잇점들로서 객관적으로 측정하기 힘든 특성들도 포함된다. 의복의 유행성, 품위, 관리 및 세탁의 용이성, 편안함, 내구성 등이 추구잇점수준의 평가기준이라고 하겠다.

셋째, 중간적 연결수준의 평가기준으로 이 평가기준의 특성에 따라 추구잇점수준의 평가기준이 결정되며 이 평가기준들 자체는 구성요소수준의 평가기준들에 의해 결정된다. 즉 구성요소수준과 추구잇점수준의 중간에 위치하여 상호 연결시켜 주는 역할을 하는 것이다. 이 평가기준은 객관적으로 측정이 가능한 것도 있고 객관적으로 측정이 가능하지 않은 것도 있다. 예를 들어 보면 의복의 내구성은 추구잇점수준의 평가기준이 되고, 섬유의 종류와 직물의 조직, 직물의 가공법은 구성요소수준의 평가기준이 된다. 이때 섬유의 종류와 직물의 조직, 직물의 가공법이 어떠한에 따라 직물의 인장강도와 내세탁성, 내필링성등이 결정될 것이며, 이런 강도와 내성에 따라 의복의 내구성이 결정될 것이다. 이 때 이런 인장강도, 내세탁성, 내필링성 등은 중간적 연결수준의 평가기준이 되는 것이다.

그러나 이런 물리적 특성이 아닌 품위(추구잇점수준의 평가기준)와 같은 미적이며 감각적인 특성을 결정하는 중간적 연결수준의 평가기준은 극히 주관적이어서 객관적으로 측정이 어렵다는 것이다. 즉 어떤 특성이 품위를 결정하는가하는 타당성 있는 기준이 없다는 것이다.

따라서 의복평가기준의 개념은 동일한 수준이 아니라 특성에 따라 이상의 세가지 수준에서 파악하여야 할 것이다.

2. 실증적 연구

소비자의 의복평가기준과 의복구매과정에 관한 흐름표를 구성하기 위하여 앞부분에서는 이론적 연구를 하였고, 이부분에서는 소비자를 대상으로 의복구매과정과 의복평가기준에 대한 실증적 조사를 하고자 한다. 조사방법, 조사내용, 조사대상, 조사결과를 살펴보면 다음과 같다.

1) 조사방법, 조사내용, 조사대상

실증조사는 다음과 같은 3단계로 실시되었다.

첫째단계로, 우선 예비조사의 성격으로서 16명의 피험자집단을 대상으로 집중적 인터뷰법을 사용하였다. 인터뷰내용은 의복구매과정과 각과정에서 중요시하는 의복평가기준에 대하여 자유로이 설명하게 하였다. 다음은 실제로 이들의 의복구매과정에 동행하여 구매과정을 관찰하였다.

둘째단계로, 110명의 피험자집단을 대상으로 의복구매과정과 각과정에서 중요시하는 의복평가기준에 대하여 자유기술하게 하였다.

다음에는 이론적 연구와 앞의 인터뷰결과, 구매과정 관찰결과, 자유기술결과를 가지고 의복구매과정과 의복평가기준에 대한 흐름표를 구성하였다.

셋째단계는 흐름표를 검토하기 위하여 흐름표를 설문지로 작성하여 110명의 피험자들에게 조사하였다. 설문지의 내용은 구매과정의 흐름표 2개와 그외의 경우를 제시한 후 자신의 구매과정유형을 선택하게 하였다. 단 의복의 착용용도, 종류에 따라 몰입의 정도에 차이가 있으므로 '특별한 모임을 위한 정장의 외출복'으로 한정하였고, 구매의 상황도 계획구매로 한정하였다.

조사대상은 첫째단계의 인터뷰를 위한 피험자중 10명은 30~40세의 기혼여성이었고, 6명은 여자대학생이었다. 둘째와 셋째단계의 110명의 피험자는 여자대학생이었다.

2) 조사결과 및 논의

인터뷰, 구매과정관찰, 자유기술의 결과와 이 결과로 구성된 의복구매과정의 흐름표의 검토결과를 보면 다음과 같다.

(1) 인터뷰, 구매과정관찰, 자유기술의 결과

우선 인터뷰, 구매과정관찰, 자유기술의 결과를 보면 대부분의 피험자들이 일정한 구매과정을 거치고 있었다. 구매과정은 크게 상표를 인식하는 경우와 상표를 인식하지 않는 경우로 분류할 수 있었다. 각 구매과정에서 중요시 하는 의복평가기준들도 피험자의 100%가 구매과정에 따라 변화하고 있었다. 따라서 이 결과들을 모두 제시할 수 없으므로 그중 가장 일반적인 구매과정에 대한 기술내용의 예(16명의 인터뷰결과와 110명의 자유기술결과에서 각각 추출)를 제시하고 이 내용에 따라 구매과정을 유추하면 다음의 <표 1>과 같다. <표 1>에서는 상표를 인식하는 경우(예 1)와 상표를 인식하지 않는 경

우(예 1)를 각각 제시하였다.

<표 1>의 예1는 유명상표의복을 구매하는 경우로 의복의 상표탐색과정을 거치게 되는 경우이다. 예 2는 유명상표의복이 아닌 중저가의 의복을 판매하는 장소나 점포에서 구매하는 소비자의 경우로 상표나 상표이미지는 중요하게 작용하지 않는 경우이다. <표 1>에서 보듯이 두 가지 예의 경우 다 상표탐색과정을 제외하고는 다음의

과정을 거치는 것을 알 수 있다.

문제의 인식 → 착용용도의 결정 → 구매가능한 가격의 한계결정 → 일반적인 의복, 유행정보탐색과 평가 → (상표정보탐색과 평가-상표의 범위축소) → 구매장소, 점포 정보탐색과 평가 → 점포의 선택 → 점포내 의복, 상표간의 의복의 탐색과 평가과정 → 결정적인 의복의 범위로 좁힘 → 시착평가, 결정 → 결과평가의 과정이다.

<표 1> 의복구매과정과 의복평가기준에 관한 기술의 예

기술내용1(상표탐색이 있는 경우)	구매과정과 의복평가기준
몇일후에 하부모 모임이 있어서 옷장을 뒤져 보니 봄에 맞는 외출복이 없었다.	문제를 인식
대충 30만원을 넘지 않는 범위내에서 외출용 투피스를 사기로 결정했다.	착용용도의 결정, 구매가능한 가격의 한계 결정
어떤 옷을 사야할지 몰라 평소엔 멋쟁이라고 생각했던 친구한테 조언을 구했다. 그 친구가 요스름은 피치스킨실크의 짧은치마가 유행이라고 했지만 나는 유행을 타지 않으면서도 푹위있어 보이는 것이 좋았다. 세탁이 힘들면 자주 입게 되지 않던 경우가 많았기 때문에 세탁이 까다롭지 않은 것으로 사기로 했다.	일반적인 의복에 대한 정보의 외적, 내적탐색 품위, 세탁의 용이성이 의복평가기준으로 작용
나의 언니가 옷을 잘 사는 편이라서 언니에게 내가 원하는 옷을 설명하고 어떤 상표의 옷을 사는 것이 괜찮은가를 물어 보았다. 몇가지 상표를 가르쳐 주었다. 또 전에 ○○잡지를 보다 괜찮은 ○○상표가 있던 것이 생각났다.	상표정보의 외적, 내적탐색후 상표의 범위를 접힘 이 과정에서 앞과정의 의복평가기준들이 만족되어감
이 상표들과 그외의 상표가 많이 있는 ○○백화점에 갔다.	점포에 대한 내적탐색후 구매점포를 결정 "
숙녀부코너를 한번 둘러 보았는데 역시 생각하고 갔던 상표의 옷들이 나아 보였다. 그 상표들의 매장에 들어가서 옷들을 골랐다. (잡지에서 본 ○○상표는 투피스한벌에 50만원대여서 너무 놀라 아예 들어가서 보지도 않았다)	점포내 상표들간의 의복들의 탐색과 평가과정 앞과정의 의복평가기준들과 이평가기준을 만족시켜주는 구체적인 스타일, 색채, 섬유등이 평가기준으로 작용
언니가 가르쳐준 ○○상표매장에 있는 옷들중에 베이지 색의 투피스와 ○○상표의 얇은 정색계통의 투피스가 마음에 들었다. 둘다 옷감은 면과 화학섬유의 합성이었지만 세탁이 쉬울것 같아 괜찮았다. 그런데 한개는 자켓의 길이가 길어서 엉덩이를 덮었고 한개는 자켓의 길이가 짧았다. 가격은 24만원과 28만원으로 별 문제가 아니었다.	결정적인 2개의 범위로 의복이 좁혀짐 색채가 자켓의 길이가 의복평가기준으로 작용 가능한 구매가격범위내에서는 가격 평가기준이 크게 작용하지 않았음
둘다 한번 입어보았는데 색은 베이지가 더 마음에 들었지만 긴 자켓이 나의 뚱뚱한 배와 엉덩이를 감춰주었다. 그래서 망설임 없이 긴 자켓을 샀다.	시착, 시착평가와 결정 신체적 결점을 숨겨주는 자켓의 길이가 의복평가기준으로 작용
집에 와서 입어 보니 식구들이 잘 샀다고 했고 나도 만족스럽게 입고 있다.	구매결과평가

기술내용2(상표탐색이 없는 경우)	구매과정과 의복평가기준
봄이 되어서 개강을 하면 통학복이 필요하다고 느꼈다. 봄에 어울리는 색으로 긴치마와 짧은 자켓의 클래식한 분위기 옷을 사야겠다고 생각했다.	문제의 인식과 의복착용용도의 결정 의복정보에 대한 내적탐구 색채, 아이템, 분위기가 평가기준으로 작용
나의 용돈을 고려하여 10만원의 범위에서 사기로 하였다.	대략적인 가격범위 결정
가격예산내에서 살 수 있고, 여학생들이 자주가는 상점이 있는 명동을 생각했다. 많은 상품과 재미있는 눈요기도 넘쳐나기에...	구매장소에 대한 내적탐색후 구매장소결정 가격 평가기준이 만족됨
우선 치마가 많은 상점에서 고르기 위하여 몇 상점을 다녀 보았다. 그중 치마가 가장 많은 상점을 찾아 들어 갔다.	점포에 대한 탐색후 점포를 선택 아이템 평가기준이 만족됨
가격은 모두 비슷했고 만족스러웠다. 색과 디자인은 다양했다. 우선 긴 치마 중에서 디자인이 클래식하며 봄색의 것으로 찾아 보았다.	점포내 의복들의 탐색과 평가과정 색채, 클래식한 분위기를 결정해 주는 스타일이 의복평가 기준으로 작용
2개를 찾았는데 한개는 옥색이고, 한개는 연분홍이었다. 색은 둘다 마음에 들었다. 옷의 재봉상태와 옷감에 하자가 없는가를 살펴보았다. 이중 연분홍색에 얼룩이 있었다.	결정적인 2개의 의복으로 좁혀짐 색채, 재봉, 옷감의 상태가 의복평가기준으로 작용
그래서 옥색치마를 입어보았다. 옥색치마는 허리사이즈가 커서 잠시 망설였다. 하지만 집에 커다란 장식벨트가 있음을 고려해서 그냥 샀다. (자켓구매과정은 생략)	시착, 시착평가와 결정 사이즈가 의복평가기준으로 작용
개강을 해서 학교에 입고 가니 친구들이 모두 예쁘다고 해서 기분이 좋았다.	구매결과평가

이과정은 EKB의 소비자행동모델²³⁾중 의사결정과정(문제의 인식 → 탐색 → 대안평가 → 구입 → 결과)과 유사한 과정을 거치고 있지만 과정이 좀더 구체적으로 세분화됨을 알 수 있다. 즉 문제의 인식과 함께 착용용도가 결정되고, 용도와 소비자의 수입등에 따라 대략적인 구입가격의 한계가 결정되는 과정이 추가되었고, 탐색과 평가의 단계도 구체적으로 세분화 되었다. 구입과정에서도 다시 의복에 대한 탐색과 평가과정과 → 시착평가의 과정이 다시 반복되고 있다.

피험자들중에는 이상의 과정중 거치지 않는 과정이 있는 것 같이 언급하거나 기술하는 경우가 있었는데 가장 빈번히 언급되는 것이 가격의 문제였다. 즉, 의복을 구매할 때 가격을 중요시하지 않는다거나, 가격을 예산하고 구매하지 않는다고 하는 경우였다. 그러나 피험자들은 자신의 가격예산의 한도내에서 구매가 가능한 상점을 선택하거나 상품을 선택하므로 이미 이 과정중에 가격은 의복평가기준으로 작용하였다고 할 수 있다. 이론적 연구에서 언급한 Monroe와 Guiltinan²⁷⁾의 점포선택과정

모델에서도 점포선택이전에 계획과 예산에 대한 전략이 선행된다고 한 연구와 일치되는 결과라고 하겠다. <표 1>의 예 1과 2의 경우에서도 예산이 다름에 따라 구매과정과 구매장소나 상점이 달라질 것을 알 수 있다. 단지 소비자들이 구매가격의 한도내의 의복중에서 상품을 고를 때 가격을 중요시하지 않는다고 생각하기 때문이다. 평균피복피가 30만원인 피험자에게 원하는 의복의 가격이 80만원이었을 경우 구매하겠는가하고 반문하면, 살 수 없다고 응답하였다. 김현숙²⁸⁾의 점포선택유형별집단들이 점포의 가격이미지에서 유의한 차이를 보이고 있지 않는 결과의 해석도 이와 같다고 하겠다. 즉 예산에 적합한 점포를 선택하기 때문에 이 시점 이후로는 가격을 중요하게 의식하지 않기 때문이라고 하겠다.

다음은 구매과정을 거치는 동안 중요하게 작용하는 의복평가기준들의 관계를 보면 다음과 같다.

문제의 인식과 함께 착용용도가 결정되면 기존의 소유 의복과 의복착용경험에 대한 내적 탐색과 의복정보에 대한 외적탐색이 이루어지면서 이것들이 중요한 의복평가

기준으로 작용하고 있다. 이때 평가기준은 <표 1>의 예 1과 같이 일반적으로 대략적인 의복의 이미지나 추구잇점수준의 평가기준이지만, 예 2와 같이 문제인식의 종류나 소유의복의 종류에 따라 구체적인 스타일, 색, 섬유 등이 평가기준으로 작용할 수도 있다. 이 과정에서 중요하다고 생각한 평가기준은 다음 과정을 결정하는데 영향을 주고 있다. 즉 소비자는 이 평가기준을 만족시켜 주는 상표를 선택하거나 상점을 선택하는 것이다. 일단 처음에 작용한 평가기준들이 만족되면 다음에는 다른 평가기준들이 중요하게 작용할 것이다. 앞의 구매과정에서도 언급했듯이 구매 가능한 가격한계의 의복들로 범위가 좁혀진 다음부터는 가격이 중요한 평가기준으로 작용하지 않는 것과 같은 결과이다. 그러나 만약 중요하게 생각했던 평가기준들이 구매과정을 거치는 동안 만족되지

못하면 계속 중요한 평가기준으로 작용할 것이다. <표 1>의 예 1에서 보면 가격, 품위, 세탁 및 관리의 용이성 등의 평가기준이 구매과정을 거치면서 만족됨에 따라 색과 신체적 결함을 감춰주는 자켓의 길이가 구매를 결정하는 평가기준으로 작용하였다. 예 2에서 보면 가격, 아이템, 의복의 이미지 등의 평가기준이 구매과정을 거치면서 만족되어감에 따라 마지막으로 구매를 결정하게 되는 평가기준은 재봉과 옷감의 상태, 사이즈였다. 이런 마지막으로 작용하는 평가기준들은 이론적 배경에서 Myers와 Alpert¹⁾, Jacobi와 Walters²⁾가 언급한 결정적 속성, 또는 김미영³⁾의 연구에서 언급한 구매평가기준에 속하는 것이다. 따라서 이상의 소비자조사결과로 구매과정을 거치는 동안 평가기준들이 만족되어가고 새로운 평가기준들이 중요하게 작용함에 따라 처음에 소비

<표 2> 흐름표유형

흐름표-1	흐름표-2
1. 문제의 인식	1. 문제의 인식
↓	↓
2. 의복착용용도의 결정	2. 의복착용용도의 결정
↓	↓
3. 구매가능한 가격의 한계결정과, 일반적인 의복에 대한 정보탐색과 평가	3. 구매가능한 가격의 한계결정과, 일반적인 의복에 대한 정보탐색과 평가
↓	↓
4. 상표에 대한 정보탐색과 평가	↓
↓	↓
5. 구매하고 싶은 상표들의 범위를 좁힘	↓
↓	↓
6. 점포에 대한 정보탐색과 평가	4. 점포에 대한 정보탐색과 평가
↓	↓
7. 구매하고 싶은 점포의 범위를 좁힘	5. 구매하고 싶은 점포의 범위를 좁힘
↓	↓
8. 점포의 결정(결정되는 점포의 수는 다양)	6. 점포의 결정(결정되는 점포의 수는 다양)
↓	↓
9. 상표들간의 의복들에 대한 탐색과 평가	7. 점포들내의 의복들에 대한 탐색과 평가
↓	↓
10. 결정적으로 구매하고 싶은 의복의 범위로 좁힘(보통 2~3개로 좁혀짐)	8. 결정적으로 구매하고 싶은 의복의 범위로 좁힘(보통 2~3개로 좁혀짐)
↓	↓
11. 착용하여 평가한 후 구매를 결정	9. 착용하여 평가한 후 구매를 결정
↓	↓
12. 구매 혹은 비구매	10. 구매 혹은 비구매
↓	↓
13. 구매결과의 평가	11. 구매결과의 평가

자가 중요시 했던 평가기준과 마지막으로 구매를 결정하는 평가기준에는 차이가 있음을 알 수 있다.

(1) 의복구매과정의 흐름표 검토결과

이론적 연구와 앞의 피험자를 대상으로 한 실험적 연구를 근거로 의복구매과정에 대한 흐름표를 구성하였다. 이 흐름표는 상표를 인식하는 경우(흐름표-1)와 인식하지않는 경우(흐름표-2)의 두가지 유형으로 분류하였다. 흐름표를 검토하기 위하여 피험자에게 자신이 거치는 의복구매과정의 흐름표를 선택하게 하였으며 연구자가 제시하는 고장을 거치지 않는 피험자의 경우는 그 외의 경우로 선택하게 하였다. 결과에서는 110개의 자료중 응답이 충실한 102개만을 사용하였다. 흐름표유형은 <표 2>, 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3>의 결과로 흐름표 1, 2를 선택한 피험자가 82.9%로 다수 피험자들이 연구자가 제시하고 있는 구매과정을 거치고 있음을 확인할 수 있었다.

<표 3> 흐름표의 의복구매과정을 거치는 피험자수

흐름표유형	백분율(빈도수)	X ² 검증
흐름표-1	39.2%(40명)	X ² 값=25.10 df=2 p<0.001
흐름표-2	50.0%(51명)	
그외의 다른 과정	10.8%(11명)	
전 체	100.0%(103명)	

IV. 의복평가기준과 의복구매과정의 흐름표 제시

이장에서는 앞의 이론적 연구와 실증적 연구를 근거로 의복구매과정과 이과정에 따른 의복평가기준에 대한 흐름표를 구성하고자 한다. 우선 구매과정과 의복평가기준에 대하여 논의하고자 한다.

소비자들은 의복을 구매하고자 할 경우 다음과 같은 일련의 과정을 거쳐서 구매할 것이다.

첫째, 소비자는 기억에 대한 내적탐색(예 : ○○ 옷이 없다)과, 외적탐색(예 : 특별한 행사, 유행의 변화, 계절의 변화)에 의해 어떤 의복이 필요하다는 문제를 인식하게 될 것이다. 이런 문제의 인식과 함께 의복의 착용용도(시간, 장소, 상황)도 결정될 것이다.

둘째, 일반적인 의복에 대한 정보탐색을 할 것이다. 즉 착용용도에 맞는 유행정보나 과거의 의복착용경험(만족했던 경험과 불만족했던 경험들)에 대한 자신의 기억속에 있는 정보의 내적탐색과 외적탐색을 할 것이다. 외적탐색은 친구, 친척, 잡지, 광고등과 같은 비마케팅, 마케팅주도적 정보원들을 통해 이루어질 것이다.

위의 과정 중에 또는 과정을 거친 후에는 중요한 의복평가기준들 혹은 평가기준들간의 중요도 순위가 결정될 것이다. 여기에서 중요한 평가기준으로 작용하는 것은 착용용도에 따라 결정되는데 주로 추구잇점수준의 평가기준들로서 소비자의 의식, 기억속에 자리잡고 있는 것들이라고 할 수 있다. 예를 들어 여가나 스포츠활동을 위한 의복이라면 실용성(관리 및 세탁의 용이성, 편안함)이 가장 중요한 평가기준으로 결정될 것이다. 다른 예로는 시내에서 갖는 중요한 모임을 위한 외출복이라면 신분상징성이나 유행성이 가장 중요한 평가기준으로 결정될 것이다. 경우에 따라서는 추구잇점수준의 평가기준뿐만 아니라 구체적인 스타일(예 : 짧은 자켓, 긴주름치마), 색채, 무늬(예 : 꽃무늬), 섬유(예 : 실크, 합성), 가공방법(예 : 피치스킨)등의 구성요소수준의 평가기준까지도 결정될 수 있다. 처음에 이런 평가기준까지 결정되는 경우는 자신의 소유의복중에서 없는 색채의 의복을 구매하고자 할 때, 특정한 아이템이나 다른 옷과 조화시킨 의복을 구매하고자 할 때, 또는 의복에 대한 정보탐색을 통해 추구잇점수준의 평가기준을 만족시켜주는 요소를 정했을 경우이다. 예를 들어 유행(추구잇점수준의 평가기준)하는 의복을 구매하고자 할 때 정보탐색을 통해 유행하는 스타일, 색채, 옷감에 대한 지식을 얻어 구체적인 스타일과 색채 등의 평가기준을 결정할 수도 있다.

또 피험자들의 조사에서 보면 이 과정에서 빈번히 언급된 의복평가기준들은 의복의 이미지 혹은 분위기(예 : 케주얼, 패션어블, 우아, 클래식등)로서 이것은 추구잇점수준의 평가기준을 결정해주는 중간적 연결수준의 평가기준이라고 할 수 있다. 이미지는 또 이미지를 구체화시켜 줄 수 있는 특정한 스타일, 색채, 옷감이 있을 것이며 이것도 역시 평가기준으로 작용할 수 있다.

그러나 일반적으로 이과정에서는 추구잇점수준의 평가기준이 중요하게 작용한다고 할 수 있다.

셋째, 소비자들은 자신의 경제능력의 한계내에서 대략적으로 구매 가능한 가격의 한계를 결정할 것이다. 이

과정은 앞의 의복에 대한 일반적인 정보탐색 이전에 결정될 수도 있다. 이 과정에 대해 소비자들이 혼돈을 하는 경우가 있는데 앞에서 언급했듯이 자신의 경제능력 한계내에서만 구매가 가능하기 때문에 가격에 대한 예산 없이는 다음 과정을 결정할 수 없게 될 것이다. 따라서 가격이 중요한 평가기준으로 작용한다고 할 수 있다.

넷째, 구매가능한 가격의 한계가 결정되면 이 한계내에서 구매가 가능한 상품이나 상표에 대한 정보를 탐색, 평가하게 될 것이다. 이 과정에서 소비자는 두가지의 유형으로 분리되는데 명성있는 상표의 의복을 사려는 소비자인 상표를 의식하는 유형과 상표의 명성이 없는 의복을 사는 소비자인 상표를 의식하지 않는 유형이다.

상표를 의식하는 소비자의 경우는 우선 상표에 대한 내적, 외적탐색과 평가의 과정을 거쳐서 몇개의 상표 혹은 결정적인 한개의 상표로 범위를 좁힐 것이다. 예를 들어 중요시하는 평가기준이 유행이라면 유행하는 의복을 생산하는 상표의 범위로 좁혀질 것이고, 실용성이라면 실용성있는 의복을 생산하는 상표의 범위로 좁혀질 것이다(이 과정은 소비자에 따라 제외될 수도 있다). 다음에는 원하는 상표의 범위가 제공되는 점포에 대한 정보를 탐색과 평가후 점포를 선택할 것이다.

상표를 의식하지 않는 소비자의 경우로는 주로 증거가의 의복을 구매하는 경우로 점포에 대한 내적, 외적탐색과 평가후 점포나, 구매장소를 결정한다. 이 때 점포의 범위 역시 중요시 하는 의복평가기준에 부합되는 점포로 좁혀질 것이다.

다섯째, 여기서 부터는 실제로 소비자가 점포에 가서 점포내의 의복과 상품들간의 의복을 탐색하고, 평가할 것이다. 이 과정에서 얼마나 많은 탐색과 평가과정을 거치는냐하는 정도는 소비자의 특성, 의복의 특성에 따라 달라질 것이다. 이 과정에서는 일반적으로 구체적인 스타일, 색채, 옷감 등이 중요한 평가기준으로 작용할 것이다.

이 과정을 거치는 동안 예기치 못하는 상황(예 : 구매세외에 없는 품목의 할인등)에 의해 충동구매가 발생할 수도 있다.

여섯째, 소비자는 상점내의 의복들에 대한 탐색, 평가과정을 거친후 결정적인 2~3개로 의복의 범위를 좁힐 것이다. 이 과정에서는 이미 처음에 중요하게 작용했던 평가기준들이 만족된 단계라고 할 수 있으므로 여기에서 작용하는 의복평가기준들은 주로 구성요수준의 평가기

준인 구체적인 스타일, 색채, 옷감 등이다.

일곱째, 소비자는 결정적인 몇개의 의복을 입어 보고 평가를 한 후 구매를 결정할 것이다. 이 과정에서 중요하게 작용하는 의복평가기준들도 역시 주로 구성요수준의 평가기준들이라고 할 수 있다. 특히 2~3개로 범위가 좁혀진 상태에서 결정하는 경우이므로 각의복에서 차이가 나는 특성이 결정적으로 의복구매를 결정하는 평가기준이 될 수 있다. 예를 들어 결정적인 두개의 의복중에서 다른 요소는 동일한데 한개는 무늬가 있고 한개는 무늬가 없다면 무늬는 구매를 결정하는 평가기준으로 작용할 것이다. 다른 예로 두개의 의복이 색채가 다르고 섬유가 다르다면 색채 또는 섬유, 혹은 색채와 섬유 모두가 중요한 평가기준으로 작용할 것이다. 이 경우에는 소비자의 구매유형이 몇가지로 분류될 수 있는 데 이 소비자유형에 따라 중요하게 작용하는 평가기준도 달라질 수 있다. 즉 소비자가 한 의복에서는 색채가 만족스럽고, 한 의복에서는 섬유가 만족스러울 경우, 색채와 섬유중 더 중요시 하는 평가기준을 만족시켜주는 것을 선택하는 유형(구매유형 1)이 있을 것이다. 다음은 색채나 섬유중 하나를 더 중요시 할지라도 다른 하나가 소비자의 평가기준을 최소한으로 만족시켜 주어야지만 구매하는 유형(구매유형 2)이 있을 것이다. 즉 섬유를 더 중요시 할지라도 색채도 최소한으로 소비자가 수용할 수 있는 범위의 것이어야 한다는 것이다. 이 경우는 색채 또는 섬유가 중요한 평가기준으로 작용한다고 할 수 있다. 이 평가기준이 구매평가기준이라고 할 수 있다. 다음은 모든 의복평가기준들이 만족되어야만 구매하는 유형(구매유형 3)이 있을 것이다. 즉 색채와 섬유 모두가 만족스러워야만 구매하는 형으로 만족되지 않는 평가기준이 있으면 구매하지 않는 형이다.

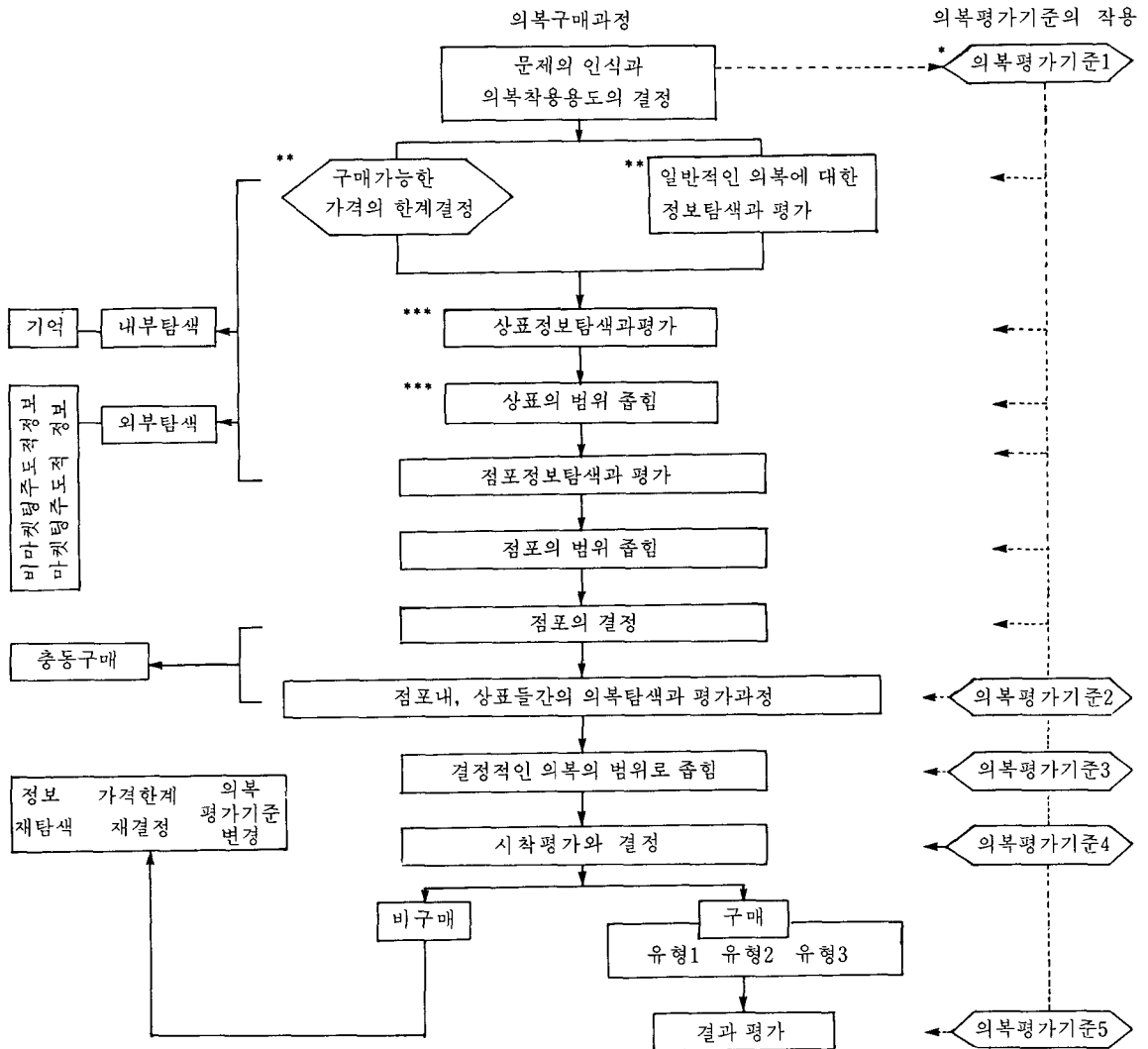
구매에 실패한 소비자는 다시 앞의 과정으로 돌아가서 의복구매과정을 거칠 것이다. 이 때 소비자에 따라 일반적인 의복에 대한 정보, 상징, 상표에 대한 정보를 다시 재탐색하는 경우와 구매가능한 가격의 한계를 재조정하는 경우, 의복평가기준을 재조정하는 경우가 있을 것이다.

여덟째, 마지막으로 소비자는 구매후 구매의복에 대한 소비자의 만족과 불만족에 대한 평가를 할 것이다. 구매결과가 만족스럽다면 반복구매(예 : 충성도)를 유도할 수 있고, 다른 예상소비자에게도 좋은 영향을 미칠 것이다. 구매후 결과의 평가기준들도 의복평가기준들로

서 구매과정중에 중요시 했던 평가기준들 혹은 구매과정 중에는 중요시 하지 않았던 평가기준일지라도 결과의 평가기준으로 작용할 수 있을 것이다.

이상의 의복구매과정을 거치는 동안 중요하게 작용하는 의복평가기준들이 변화하는 것을 볼 수 있다. 이것은 처음에 중요하게 작용하는 의복평가기준들을 만족시켜 주는 과정을 선택함에 따라 다음 과정에서 다른 평가기

준들이 중요하게 작용하기 때문일 것이다. 그러나 만약 중요한 평가기준들이 구매과정을 거치는 동안 만족되지 못하면 계속 중요한 평가기준으로 작용할 것이다. 이렇게 구매과정에 따라 중요하게 작용하는 평가기준이 달라지는 또 다른 이유는 처음에 대략적인 추구잇점수준의 평가기준이 중요하게 작용할 경우, 구매과정을 거쳐감에 따라 추구잇점수준의 평가기준을 만족시켜 주는 중간



*의복평가기준은 로 하였고, 숫자는 다른 평가기준의 표시임
 **이두과정의 순서는 경우에 따라 바뀔 수 있음
 ***소비자유형에 따라 이 두과정이 제외되기도 함

(그림 2) 의복구매과정과 의복평가기준의 흐름표

적 연결수준과 구성요소수준의 평가기준들이 구체화되기 때문이라고도 추론할 수 있다.

이 결과는 Myers와 Alpert¹⁾, Jacobi와 Waters²⁾, 김미영³⁾이 소비자가 처음에 생각했던 의복평가기준과 구매결정과정에서 작용하는 평가기준사이에는 차이가 있다고 한 연구들과 동일한 결과로, 의복평가기준은 의복구매과정에 따라 연구되어야 한다는 것을 시사한다고 하겠다.

위에서 논의한 의복평가기준과 의복구매과정에 대한 이론적 흐름표를 구성하여 보면 다음의 (그림 2)와 같다. (그림 2)에서는 구매과정에 따른 의복평가기준의 작용의 변화를 평가기준의 번호로 표시하였으며, 의복평가기준은 < >로 표시하였다. 구매과정에서 주는 영향은 ...>로 표시하였다.

V. 연구의 한계점과 후속연구의 제시

본 연구는 소비자들의 가장 일반적인 의복구매과정과 이에 따라 중요하게 작용하는 의복평가기준의 변화에 대한 흐름표를 구성한 것이다. 그러나 본 흐름표는 다음과 같은 한계점을 가지고 있으며 후속 연구에서는 이 한계점들을 보완하여야 할 것이다.

첫째, 본 흐름표는 계획구매를 전제로 하고 있다. 충동구매에 관한 사례를 조사해 충동구매의 과정도 밝혀야 할 것이다.

둘째, 본 흐름표는 소비자의 구매사례와 관찰, 구매과정에 대한 피험자 조사과정을 거쳤으나 아직까지는 이론적 흐름표로 후속연구에서는 이 흐름표를 뒷받침해 줄 구체적인 실증적 연구가 더 필요할 것이다.

셋째, 실증적 연구의 대상이 주로 여대생들로 피험자들이 제한적이었다. 후속연구에서는 연구대상의 범위를 확대하여야 할 것이다.

넷째, 본 연구에서는 의복구매과정과 이에 따라 작용하는 의복평가기준에 변화가 있음을 밝히는데 의의가 있으므로 후속연구에서는 각과정마다 중요하게 작용하는 의복평가기준에 대한 구체적인 연구가 필요할 것이다.

다섯째, 본 모형은 고물입의복을 전제로 구성된 것이므로 후속연구에서는 저물입의복 또는 의복의 종류에 따른 구매과정의 차이를 밝혀야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 1) Myers, J.H., & Alpert, M.I., Determinant buying attitude: meaning and measurement, *Journal of Marketing*, **32**, 13-20, (1968).
- 2) Jacobi, J.E., & Waters, S.G., Dress-buying behavior of consumers, *Journal of Marketing*, **23**, 168-172, (1958).
- 3) 김미영, 이은영, 의복상품유형별 평가기준에 관한 연구 (I), *한국의류학회지*, **12**(2), 249-257, (1988.)
- 4) 김미영, 생활양식유형과 의복평가기준에 관한 연구, 서울대학교 대학원, 박사학위논문, (1989).
- 5) Weidenhamer, M., Women's attitudes toward cotton and other fibers used in wearing apparel, Marketing research report NO. 493 Washington D.C.: U. S, dept. of agriculture, statistical reporting service, (1968).
- 6) Skelly, F., Goldberg, R., & Clayton, L.Y., Women's attitudes toward cotton and other fibers used in wearing apparel, Marketing research report No. 820 Washington D.C.: U.S. dept. of agriculture, statistical reporting service, (1968).
- 7) Jenkin, M.C., Clothing and textile evaluative criteria: basis for benefit segmentation and reflection of underlying values. unpublished doctoral dissertation, Ohio state univ., (1973).
- 8) Blackwell, R.D., & Hilliker, J.A.S., Clothing decision: a decision process analysis of focused group interviews, *Advances in consumer research*, **5**, 743-749, (1978).
- 9) Stemm, F. A., Clothing attitude and evaluative criteria used by employment women differing in feminine role orientation and work orientation: Emphasis on the single-again adult, unpublished doctoral dissertation, Ohio state univ., (1980).
- 10) Lee, H.K., Attitude of clothing determining purchase and satisfaction, unpublished master's thesis, univ., of Wisconsin-Madison, (1983).
- 11) Cassil, N.L., The influence of female consumer's emplyment orientation on life style and evaluative criteria of apparel, unpublished doctoral dissertation, univ. of Tennessee, (1985).
- 12) 장연화, 의복의 구매의사결정요인에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원, 석사학위논문, (1981).
- 13) 이성주, 의복시장의 Life style 세분화에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, (1984).

- 14) 민동원, 기성복의 구매 및 사용시 불만요인에 관한 연구, 서울대학교 대학원, 석사학위논문, (1986).
- 15) 이혜주, 라이프스타일에 따른 의복시장세분화에 관한 연구-서울시내직업여성을 중심으로-, 서울대학교 대학원, 석사학위논문, (1987).
- 16) 김미영, 이은영, 의류상품유형별 평가기준에 관한 연구(II), 대한가정학회지, 26(3), 1-12, (1988).
- 17) 박은주, 의복선택기준에 관한 요인구조분석-서울시내 주부를 중심으로-, 서울대학교 대학원, 석사학위논문, (1982).
- 18) 이경순, 성인남자의 자아개념과 의복행동과의 상관관계연구, 연세대학교 대학원, 석사학위논문, (1979).
- 19) 양명희, 청소년기의 근로여성의 의복선택행동과 자아개념의 상관연구, 숙명여자대학교 대학원, 석사학위논문, (1986).
- 20) 김경미, 도시주부의 라이프스타일유형과 소비자행동에 관한 연구, 한양대학교 대학원, 석사학위논문, (1986).
- 21) 원선, 의복변인에 의한 시장세분화 및 라이프스타일 변인과의 관련연구-20-30대 여성의복시장을 중심으로-, 연세대학교 대학원, 석사학위논문, (1987).
- 22) 김소연, 조필교, 성인여성의 의복구매행동과 관련변인 연구-자아개념을 중심으로-, 한국의류학회지, 12(2), 159-169, (1988).
- 23) 손미영, 여성기성복 구매행동에 영향을 미치는 라이프스타일 변수, 서울대학교 대학원, 석사학위논문, (1988).
- 24) 임종원, 현대마케팅원론, 법문사, 120, (1988).
- 25) Foote, N.N., Consumer behavior: household decision making, 4, New York univ., (1961), quoted in Myers, J.H., & Alpert, M.I., op. cit.
- 26) 임종원, 전개서, 161.
- 27) Monroe, K.B., & Gultinan, J.P., A path analytic exploration of retail patronage influences, *Journal of consumer research*, 2, 20, (June, 1975).
- 28) 김현숙, 패션점포의 이미지에 따른 유형화 연구, 서울대학교 대학원, 석사학위논문, (1991).