

성인여성의 취업유형에 따른 쇼핑성향 및 구매기준 비교연구

이 진 화* (서울대학교 생활과학연구소 선임연구원)

홍 재 원 (대우경제연구소 연구위원)

오늘날 2000년대의 노동시장은 이전과는 다른 구성과 형태를 가질 것으로 보인다. 노동시장의 다양화가 그 특징이라고 할 수 있는데, 다양한 라이프 스타일을 가진 개인들, 고령 취업과 함께 나타나는 또 다른 변화중의 하나는 늘어나는 여성의 취업이라고 할 수 있다. 여성의 사회진출은 시장의 여러 면에 변화를 가져왔으며, 여성의 취업여부는 여성을 타겟으로 하는 기업의 마케팅에게는 매우 중요한 정보이다. 따라서 본 연구에서는 성인여성의 취업유형에 따라 패션상품에 대한 쇼핑성향 및 구매기준을 비교하고 그 차이를 살펴보기 위한 목적으로 시행되었다.

이 연구의 대상은 미국에 거주하는 18세 이상의 성인여성으로서 1000명의 표본으로 구성되었다. 표본은 단순무선표집 방식에 의하여 선정되었으며, 자료수집은 우편 설문조사를 통하여 실행되었다. 예비조사 후 설문문항의 수정을 거쳐 26개의 설문문항으로 구성된 쇼핑성향 과 15개 항목의 구매기준, 그리고 인구통계학적 변수로는 연령, 수입, 교육수준, 직업의 유무 및 종류를 측정하였다. 최종적으로 설문지 254부가 자료분석에 사용되었으며, 통계분석은 SAS package를 이용하여 ANOVA, 다변량 회귀분석, Duncan test 등이 사용되었다.

연구결과, 전문직, 비전문직 취업여성과 전업주부의 세 집단 간에는 유의한 교육과 수입(가계의 연간 총수입)의 차이가 있으며, 전문직 여성이 비전문직 여성이나 전업주부보다 유의하게 교육과 수입 수준이 높았다. 비전문직 취업여성의 가계수입이 가장 낮고, 전업주부의 수입수준은 전문직 취업여성 과 비전문직 취업여성의 중간에 위치하였다. 쇼핑성향에서는 5개의 쇼핑성향 (쇼핑에 대한 여성의 역할지향성, 패션지향성, 신용카드지향성, 카탈로그 지향성, 가치지향성)에서 세 집단 간 유의한 차이를 보였다. 전문직 취업여성은 가장 패션 지향적이며, 신용카드와 카탈로그를 많이 사용하였으며, 전업주부는 패션상품의 가치(value)에 민감하고, 쇼핑에 대한 여성의 역할지향성이 높았다. 비전문직 취업여성은 가장 낮은 패션지향성을 보였다.

구매기준에 있어서도 세 집단 간의 유의한 차이가 3개의 구매기준 (브랜드, 가격, 생산국가)에서 확인되었다. 전업주부의 경우 브랜드와 생산국가를 다른 집단에 비하여 가장 중요하게 고려하였으며, 가격에 가장 낮은 중요성을 보였다. 가격의 경우에는 비전문직 여성이 가장 민감하였다. 세 집단 간의 쇼핑성향 및 구매기준에 대한 차이가 교육수준과 수입의 영향을 통계적으로 통제된 이후 비교되었으며, 여전히 세 집단간 차이가 존재함을 확인할 수 있었다. 또한 가치지향성과 가격에 대한 중요성은 수입수준에 의하여 유의한 영향을 받는 것으로 확인되었다.