

인구통계적 변인과 라이프스타일이 진주실크산업 인지도에 미치는 영향

성남숙* · 이정숙

진주국제대학교 패션액세서리학과 부교수* · 경상대학교 의류학과 교수

본 연구는 20대 이상 성인남녀를 대상으로 하여 인구통계적 변인에 따른 라이프스타일 차원과 진주실크산업인지도의 차이를 밝히고, 라이프스타일과 진주실크산업에 대한 인지도와의 관계를 알아보며, 진주실크산업인지도에 영향을 주는 변인간의 인과관계를 파악하는 데 그 목적이 있다.

연구방법은 조사연구방법으로 질문지법을 사용하였다. 피험자는 경남에 거주하는 20대 이상 성인남녀 640명을 대상으로 편의 표집하였다. 자료분석은 빈도분석, 요인분석, t-검증, 일원변량분석, 공변량분석, Duncan의 다중범위검증, 상관관계, 다중회귀분석을 실시하였다.

연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 라이프스타일은 사회생활 및 일 중시, 서양식 생활선호, 여가문화중시, 도시형 삶 선호, 보수성향의 5개 요인이 도출되었다.

둘째, 인구통계적 특성에 따른 라이프스타일의 차이에서 먼저 성별에 따라서는 사회생활 및 일 중시와 서양식 생활선호에서 유의한 차이가 있었으며, 여자가 남자보다 사회생활과 일을 더 중시하는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 서양식 생활선호에서 유의한 차이가 있어 20대가 가장 높았고 50대가 가장 낮은 것으로 나타났다. 학력에 따른 라이프스타일의 차이에서는 도시형 삶 선호 요인을 제외한 4개 요인에서 유의한 차이를 보여 대학재학 집단이 사회생활 및 일 중시, 서양식생활을 가장 중요시하였고, 여가문화중시는 대학재학 집단과 대졸 이상의 집단이 가장 중시하였다. 보수성향은 고졸 이하 집단이 가장 높았다.

셋째, 진주실크산업인지도에 대한 실크구매 경험여부에 따라서는 전체적으로 유의한 차이가 있었고, 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 진주실크산업에 대한 인지도가 더 높게 나타났

다. 인구통계적 특성에 따른 진주실크산업인지도의 차이에서는 연령, 학력에 따라 유의한 차이가 있었고, 성별에 따라서는 유의한 차이가 없었다. 즉 연령에 따라서는 실크제품소유, 진주실크전시장인지여부, 진주실크의 홍보물 인지여부, 진주실크공장 인지여부 등에서 유의한 차이를 보여 대체적으로 50대 이상의 집단에서 높게 나타났다. 학력에 따라서는 대졸 이상과 고졸 이상의 집단이 대체적으로 실크에 대한 인지도와 생산 공장방문의 경험이 높은 것으로 나타났다.

넷째, 실크제품구매행동을 보면 실크제품을 구매한 종류에서는 스카프의 빈도가 가장 높았고, 다음으로 블라우스, 넥타이의 순으로 나타났다. 실크제품의 구매가격을 보면, 블라우스는 10-20만원, 정장류는 30-40만원, 스카프는 1-5만원, 넥타이는 1-5만원, 한복은 40만원 이상이 가장 높은 분포를 보였다.

다섯째, 라이프스타일과 진주실크산업인지도와의 상관관계를 보면 부분적으로 유의한 관계가 있었다. 즉 서양식생활을 선호하는 사람일수록 진주실크전시장을 잘 인지하고 있는 것으로 나타났으며, 여가문화를 중시하는 사람일수록 실크제품의 소유와 진주실크전시장인지, 실키안인지, 실크에 관련한 전시 및 행사관람을 하지 않는 것으로 나타났다. 도시형 삶을 선호하는 사람일수록 진주실크의 진주시 특화산업에 대한 인지가 높았고, 보수성향이 높을수록 실크제품을 많이 소유하는 것으로 나타났다.

여섯째, 진주실크에 대해서는 연령이 낮고, 실크구매경험이 높으며, 학력이 낮고, 여가문화를 중시하지 않을수록 인식이 높은 것으로 나타났다.

이상에서 연령, 학력, 여가문화, 실크구매경험여부는 진주실크산업인지도에 직접적으로 영향을 주는 중요한 특성이라고 볼 수 있다.