

## 남녀 청소년 소비자의 생활양식 유형과 의복소비성향

이 명 희\*

성신여자대학교 의류학과

### Lifestyle Types and Clothing Consumption Orientations of Male and Female Adolescent Consumer

Myoung-Hee Lee<sup>†</sup>

Dept. of Clothing & Textiles, Sungshin Women's University

(2006. 6. 25. 접수 : 2006. 9. 2. 채택)

#### Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationships between lifestyle types, demographic variables, and clothing consumption orientations of male and female adolescents. The method of this study was a survey research by using questionnaires. Subjects were 393 high school students in Seoul.

Four lifestyle types of adolescents were derived by cluster analysis: 'digital orientation type', 'material orientation type', 'positive enterprise type', and 'achievement orientation type'. The material oriented students spent high expense on clothes, had higher preference of imported products, had more sensuous consumption orientations, did more impulsive buying, and were more influenced by advertisements than other types of students. Digital oriented students had mothers with low educational background, low academic records, spent small expense on clothes, and had less sensuous consumption orientation. There were more male students than female students in positive enterprise type and the students of this type had upper middle academic records, had higher sensuous consumption orientation and did less impulsive buying. There were more female students than male students in achievement oriented type and this type had high academic records, had mothers with high educational background, and spent small expense on clothes. They had low level on most of the clothing consumption orientation and were especially less influenced by advertisement. This research confirms that the clothing consumption orientations are associated with the lifestyle of adolescent.

*Key words:* adolescent(청소년), consumer(소비자), clothing(의복), consumption orientation(소비성향), lifestyle(생활양식).

#### I. 서론

청소년기는 소비자 사회화 과정의 결정적 시기<sup>1)</sup>로 아동기의 단순한 소비 행위로부터 완전한 성인으로서의 독자적인 소비로 이행하는 전환기이며 성인기

이 논문은 2005년도 성신여자대학교 학술연구조성비 지원에 의하여 연구되었음.

\* 교신저자 E-mail : mhlee@sungshin.ac.kr

1) G. P. Moschis, "Teenager's Response to Retailing Stimuli," *Journal of Retailing* Vol. 54 No. 4 (1978), pp. 80-93.

로의 소비 행동의 유형이 결정되는 시기이기도 하다<sup>2)</sup>. 청소년기에는 신체적, 심리적으로 급격한 변화를 맞이하고 자아개념이 정립되지 않음으로써 정서적 불안정을 느끼게 되며, 정서적 불안으로 인하여 성인 소비자보다 충동적이고 비합리적인 소비 행동을 더 많이 할 가능성이 크며<sup>3)</sup>, 성인 소비자와는 다른 소비자 문제를 지니게 된다.

청소년들은 사춘기의 급격한 신체 변화 및 자아정체감의 추구로 인하여 자아중심성 경향이 높아지게 되는데<sup>4)</sup>, 청소년기의 자아중심성은 높은 의복 관심과 또래 집단의 의복 동조, 연예인의 외모 모방으로 나타난다. 이들의 의복에 대한 높은 관심은 청소년기에 증가하는 이성애에 대한 관심, 신체적 매력에 대한 관심, 독특한 멋과 유행을 좇는 감각 추구 성향과도 관련성이 있다. 또한 청소년들은 지나치게 외제를 선호하여 의류나 의류 부속품 등은 국산 제품보다 가격이 비싼 외제품을 착용하려 하며 과시 소비나 충동구매의 경향을 나타내는데, 이러한 의복소비성향에는 주위 친구들의 영향이 중요한 작용을 한다.

청소년의 과시 소비, 충동구매, 감각적 소비 행태는 미래사회에 미칠 부정적 영향으로 인해 우려의 대상이 되기도 하지만 청소년들의 올바른 소비 습관은 성인기에도 지속적인 영향을 주므로 청소년의 의복소비성향을 이해하며, 바람직한 소비 문화 형성을 위한 방향 제시가 필요하다. 뿐만 아니라 현대의 소비 문화는 외모와 인상 관리에 지나친 관심을 둔다는 점과 가정의 자녀수 감소와 핵가족화로 인해 청소년의 구매력이 커졌다는 관점에서 볼 때 청소년의 건전한 소비가치관의 확립이 더욱 중요시된다.

지금까지 청소년의 일반적인 소비성향이나 과시

소비성향에 대한 연구는 더러 실시되었으나<sup>5)</sup> 의복을 대상으로 한 소비성향 연구는 그다지 이루어지지 않았다. 또한 의복소비성향은 청소년의 가정 환경이나 생활양식에 따라 달라질 가능성이 있으므로 남녀 청소년을 대상으로 의복소비성향과 생활양식 유형과의 관련성을 연구하고, 인구통계적 특성에 따른 차이를 조사하는 것이 필요시 된다. 본 연구에서는 인구통계적 특성 중 성별, 아버지와 어머니의 학력, 의복비, 학업 성적을 택하여 이들 변인과 의복소비성향과의 관계를 분석하여 청소년의 의복소비성향을 이해하고자 한다.

본 연구의 목적은 남녀 고등학생을 대상으로 생활양식을 유형화시켜 청소년 소비자의 생활양식 유형과 의복소비성향 및 인구통계적 특성과의 관련성을 조사하며, 인구통계적 특성에 따른 청소년의 의복소비성향의 차이를 파악하는 데 있다. 또한 이와 같은 연구를 통하여 청소년의 올바른 의복소비 가치관 정립과 건전한 소비 문화를 형성하는데 도움을 줄 수 있는 기초 자료를 제공하는데 그 의의를 둔다.

## II. 선행 연구 고찰

### 1. 청소년의 생활양식

생활양식에 대하여 Engel, Blackwell, Miniard<sup>6)</sup>는 사람들이 생활하거나 시간과 돈을 소비하는 모든 양식을 뜻하며, 생활양식은 경제적, 문화적, 사회적 요소에 의해 영향받는다 고 하였다.

강이주<sup>7)</sup>는 청소년의 생활양식과 가정 환경 변인과의 관련성을 연구하였는데 편의적 물질 추구, 가족 중심, 독립적 성취, 성적에 대한 집착은 가정의 소득

2) S. Ward, "Consumer Socialization," *Journal of Consumer Research* Vol. 1 (1974), pp. 1-14.

3) 편세린, "청소년의 소비지향적 태도와 과시소비성향에 관한 연구" (서울대학교 대학원 석사학위논문, 1997), p. 6.

4) 장근영, 윤진, "청소년기 자아중심성: 분리개별화 과정 및 역할 취득 수준과의 관계," *한국심리학회지* 5권 1호 (1992), pp. 157-175.

5) 김혜인, 이승신, "청소년소비자의 과시소비성향에 관한 연구," *대한가정학회지* 41권 7호 (2003), pp. 145-156; 유순옥, "청소년 소비자의 생활양식 유형과 소비주의 성향" (울산대학교 교육대학원 석사학위논문, 1999); 이영희, 계선자, "청소년소비자의 과시소비성향 및 관련 변인," *한국가족자원경영학회지* 5권 1호 (2001), pp. 111-122; 편세린, *Op. cit.*, pp. 42-60.

6) J. F. Engel, R. D. Blackwell, and P. W. Miniard, *Consumer Behavior*, 6th ed. (Chicago: The Dryden Press, 1990), p. 342.

7) 강이주, "청소년의 생활양식 유형분석: 서울의 고교생을 중심으로" (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1984), pp. 47-49.

에 따라 유의한 차이가 있었으나 향락주의는 가정 환경 요인에 따른 차이가 없다고 하였다. 전근희<sup>8)</sup>의 연구에서는 남녀 고등학생의 생활양식을 편의주의, 초자아주의, 성취 동기, 전통주의, 가족 중심의 5가지 특징으로 구분하여 의복행동과의 관계를 조사한 결과 편의주의와 성취 동기가 높은 남녀 청소년들은 의복의 심미성과 편이성을 중요시하였다. 이혜림<sup>9)</sup>은 남자 고등학생의 생활양식을 스포츠 관심, 주거 및 식생활 태도, 성취 지향, 외모 관심, 독서 태도, 진학 태도 등 9가지로 분류하였으며, 성취지향성이 높을수록 상표 인지도가 높고 의복 동조성이 낮다고 하였다. 차경순<sup>10)</sup>은 청소년의 생활양식을 상표 중시형, 타인 의견 중시형, 패션 추구형, 외향형으로 조사하여 캐주얼 의류의 국내 및 외국 상표 선호와의 관계를 연구하였다. 유순옥<sup>11)</sup>은 청소년의 생활양식 유형을 현대적, 소극적, 전통적 생활양식의 세 집단으로 나누어 소비성향과의 관계를 연구한 결과 현대적 생활양식 유형은 전통적 생활양식 유형에 비해 청소년의 모든 소비주의 성향이 더 높다고 하였다. 황진숙, 양화영<sup>12)</sup>은 생활양식에 따라 청소년을 학업 중심 집단, 가족 중심/자신감 집단, 인터넷/패션 관심 집단으로 분류하였는데, 인터넷/패션 관심 집단은 광고, 상표, 유행과 같은 외재적 요인을 중시하고 인터넷에서 충동구매하는 성향이 높았으며, 학업 중심 집단은 타집단에 비해 충동구매 정도가 낮았다. 가족 중심/자신감 집단은 실용성 지향 구매를 한다고 하였다.

## 2. 청소년의 의복소비성향

최근 청소년들이 소비시장에서 차지하는 위상은 크게 변화하여 패션 캐주얼웨어 시장은 청소년층의 수요가 시장에서 큰 비중을 차지하고 있다. 이 장에서는 청소년의 의복소비성향 중에서 본 연구와 관련된 외제품 선호, 감각주의, 광고영향, 충동구매, 타인 의식과 관련된 내용을 중심으로 선행 연구를 고찰하고자 한다.

외제품 선호는 제조국의 상대적 경제발전 수준이 높은 선진국의 제품을 선호하는 것으로 나타나는데, 청소년들이 캐주얼 의류를 구입할 때 외국 상품을 선호하는 집단은 국내 상품 선호 집단보다 상표를 중요시하며 타인 의견을 중요시 하는 정도가 더 높았다<sup>13)</sup>. 조은아, 김미숙<sup>14)</sup>은 청소년의 70% 정도가 타인을 의식하거나 유명 브랜드를 선호하는 과시소비성향이 높으며, 이들은 유명 브랜드나 값비싼 소비를 통해 자신을 과시하려 한다고 하였다. 값비싼 외국 상표를 선호하는 태도는 과시 소비로 나타나는데, 권미화<sup>15)</sup>는 청소년의 과시성은 광고 활용도가 높고, 친구와 대중 스타의 영향을 많이 받는 집단이 더 높다고 하였다. 이승신, 류미현, 정승은<sup>16)</sup>은 동조 성향 중 친구와의 의사소통이 많을수록 과시소비성향이 높다고 하였으며, 계선자, 김태은<sup>17)</sup> 연구에서도 준거 집단의 영향력이 클수록 과시소비성향이 높게 나타났다. 또한 선행 연구<sup>18),19)</sup>에서는 청소년의 과시소비성향에 물질주의 가치가 중요한 영향을 준다고 하였다.

- 8) 전근희, "고교생의 복식행동과 생활양식 유형과의 상관 연구" (숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 1985), pp. 40-41.
- 9) 이혜림, "남자고등학생의 자아정체감 및 라이프 스타일과 의복 태도와의 관계 연구" (연세대학교 교육대학원 석사학위논문, 1994), pp. 31-36, 47-48.
- 10) 차경순, "라이프 스타일의 차이에 따른 외국 상표 선호 경향에 관한 탐색적 연구: 청소년 캐주얼 의류시장을 대상으로" (국민대학교 경영대학원 석사학위논문, 1995), pp. 45-56.
- 11) 유순옥, *Op. cit.*, pp. 48-49.
- 12) 황진숙, 양화영, "청소년의 라이프 스타일에 따른 의복 쇼핑 성향과 의류제품의 인터넷 구매 행동," *한국의류학회지* 30권 1호 (2006), pp. 71-82.
- 13) 차경순, *Op. cit.*, pp. 45-56.
- 14) 조은아, 김미숙, "청소년의 과시소비성향에 따른 수입 명품 및 유명 브랜드 의류제품에 대한 태도 및 구매 행동," *한국의류학회지* 28권 1호 (2004), pp. 76-87.
- 15) 권미화, "청소년 소비자의 소비가치와 소비행동의 합리성" (서울대학교 대학원 박사학위논문, 2000), p. 88.
- 16) 이승신, 류미현, 정승은, "청소년소비자의 소비지능력이 과시 소비에 미치는 영향," *한국가정관리학회지* 16권 2호 (1998), pp. 1-10.
- 17) 계선자, 김태은, "도시주부의 과시소비성향과 영향요인에 관한 연구," *한국가족자원 경영학회지* 2권 1호 (1998), pp. 33-46.
- 18) 서정희, 석봉화, "청소년 소비자의 물질주의 가치와 소비지향적 태도가 과시소비성향에 미치는 영향," *대한가정학회지* 36권 3호 (1998), pp. 131-143.

의복의 충동구매는 비계획적인 구매, 마케팅 자극에 노출되어 행해진 구매라 할 수 있는데<sup>19)</sup>, 물질주의 가치가 충동구매에 영향을 주어 물질주의 성향이 높을수록 청소년의 충동구매 정도가 높아졌다<sup>21)</sup>. 김진호<sup>22)</sup>는 청소년들이 준거 집단에 의해 충동구매하는 경향이 높아진다고 하였으며, 정민숙<sup>23)</sup>도 의복과 신발류 구매시에 상점 및 광고의 영향과 준거 집단의 영향을 많이 받는 청소년일수록 상표에 의한 충동구매 정도가 높다고 하였다.

청소년 소비자들은 대중매체의 광고영향으로 인해 유행 제품을 충동구매하며, 또래 집단에서 소외되지 않으려는 소비 행동으로서 소비자 자신에게 꼭 필요하고 자신에게 어울리는 것보다 남들이 많이 구매하고, 선호하는 유명 브랜드 제품을 소비하게 된다. 예수경, 조현주<sup>24)</sup>의 연구에서는 청소년들의 43% 정도가 TV, 잡지 같은 방송 및 인쇄 매체의 의류 광고 영향으로 의류를 구입한 경험이 있다고 하였다.

의복은 다양한 자극을 가지는 제품으로서 의류 제품 구매를 통하여 감각 추구 성향이 표현되는데, 청소년기에는 그러한 성향이 독특한 멋과 유행 추구 행동으로 나타날 수 있다. 감각 추구 성향은 변화, 새로운, 복잡하고 다양한 감정의 경험을 원하는 개인의 특성이<sup>25)</sup>. Grossbart 등<sup>26)</sup>의 연구에서 감각 추구 성향은 신상품 선택, 상표 전환, 호기심으로 인한 정보추구와 관련이 있었고, 정유진, 이은영<sup>27)</sup>의 연구에서

는 감각 추구 성향이 클수록 유행 선도력과 유행 혁신성이 높았다. 한지혜, 고애란<sup>28)</sup>은 감각 추구 성향이 높은 청소년들은 상점의 변화하는 환경을 더 선호한다고 하였다.

청소년기에는 역할의 모호성으로부터 자신을 보호하고 사회적 역할 이행을 쉽게 하기 위해 자신이 속해있는 동료 집단의 상품과 유사한 것을 구입하게 되므로 타인의식 소비성향이 높아진다. Moschis와 Churchill<sup>29)</sup>은 청소년들의 물질주의 성향이 동료와의 잦은 대화 및 사회적 동기와 관련이 있다고 하였고, 홍선옥<sup>30)</sup>은 청소년의 의복 동조성에는 이성 친구, 동성 친구, 학교 선배의 평가가 모두 의미 있는 영향을 준다고 하였다.

이상의 결과에서 볼 때 청소년의 의복소비성향은 일반적으로 물질주의와 친구들의 영향을 받으며, 의제품 선호와 함께 상표에 대한 과시 소비가 나타나고, 동료 집단, 대중매체, 광고 등에 의해 타인의식 소비, 충동구매, 감각적 소비 현상이 나타난다고 할 수 있다.

### 3. 인구통계적 변인에 따른 청소년의 의복소비 성향

청소년의 의복소비성향은 인구통계적 특성과 밀접한 관련을 지니는데, 인구통계적 변인으로는 성별, 계층, 부모의 학력, 용돈 등과 관련된 내용이 조사되

19) 이명희, 계신자, *Op. cit.*, pp. 111-122.

20) 김미선, "물질주의 성향과 충동구매 행동에 관한 연구" (서울대학교 대학원 석사학위논문, 1996), pp. 11-12.

21) 김미선, *Op. cit.*, pp. 29-30.

22) 김진호, "신발류 제품의 구매 행동에 관한 실증적 연구: 고등학생 신발류 구매 행동 분석을 중심으로" (계명대학교 무역대학원 석사학위논문, 1987), p. 73.

23) 정민숙, "청소년의 상표에 대한 이미지 및 선호도, 충동구매에 관한 연구" (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1991), pp. 73-74.

24) 예수경, 조현주, "청소년의 의복관여와 의류광고에 대한 태도," *한국의류학회지* 29권 8호 (2005), pp. 1049-1056.

25) 정유진, 이은영, "감각 추구 성향이 의복 탐색 행동에 미치는 영향에 있어 의복관여의 역할," *한국의류학회지* 23권 4호 (1999), pp. 609-620.

26) S. L. Grossbart, R. A. Mittelstaedt, and S. P. DeVere, "Consumer situation needs and innovative shopping Behavior," *Advances in Consumer Research* Vol. 3 (1976), pp. 30-35.

27) 정유진, 이은영, *Op. cit.*, pp. 609-620.

28) 한지혜, 고애란, "청소년기 여학생의 쾌락적 쇼핑 성향과 상점 이미지에 따른 상점 애고 행동," *한국의류학회지* 25권 5호 (2001), pp. 833-844.

29) G. P. Moschis and G. A. Churchill, Jr., "An Analysis of the Adolescent Consumer," *Journal of Marketing* Vol. 43 (1978, Summer), pp. 10-19.

30) 홍선옥, "청소년의 비행정도와 의복 태도 및 의복착용사 영향 집단과의 관계" (한양대학교 대학원 박사학위논문, 1998), pp. 87-89.

어 왔다.

성별에 따른 차이에서 청소년의 과소비성향은 남자가 여자보다 높게 나타났으며<sup>31,32</sup>, 여자는 남자보다 적극적 절약행동이 높았다<sup>33</sup>. 또한 용돈이 많고, 어머니의 학력이 높을수록 과소비성향이 높았으나<sup>34,35</sup>, 아버지의 학력은 과시 소비에 유의한 영향을 주지 않았다<sup>36</sup>. 권미화<sup>37</sup>의 연구에서 청소년의 과시성은 가계 소비 수준과 용돈이 높은 집단이 더 높다고 하였다. 서영복<sup>38</sup>은 사회상승주의가 높은 가정의 청소년들은 타인의 의복상표, 상표의 명성을 중요시하며 충동적인 동기로 특정 상표의 의류를 구매하는 정도가 높다고 하였다.

충동구매와 인구통계적 특성과의 관계를 보면 일반적으로 연령이 낮고<sup>39</sup> 가계규모가 클수록 충동구매를 많이 하는 것으로 나타났다<sup>40,41</sup>. 염인경, 김미숙<sup>42</sup>의 연구에서 청소년은 용돈이 많을수록 마케팅 자극에 의한 충동구매가 높아졌으며, 여학생이 남학생보다, 고등학생이 중학생보다 충동구매 정도가 높았다. 의류 광고에 대한 태도도 충동구매와 유사한 특

성을 보여 여학생이 남학생보다, 고등학생이 중학생보다 더욱 의류 광고를 긍정적으로 수용하였다<sup>43</sup>.

감각적 소비와 타인지향 소비는 남자보다 여자가 높았고, 용돈이 많은 청소년일수록 더 높았으며, 특히 가정의 소득이 높을수록 감각적 소비가 높았다<sup>44</sup>. Shim과 Koh<sup>45</sup>의 연구에서는 용돈이 많으며 상류층 청소년일수록 비실용적 구매집단에 더 많이 속하였다.

타인의식 소비성향은 준거 집단의 영향을 받게 되는데, 조영희<sup>46</sup>연구에서는 가계의 소득과 청소년의 용돈이 많을수록 준거 집단의 영향이 높았으나, 아버지와 어머니의 학력에 따른 차이는 없다고 하였다. 그러나 김우희<sup>47</sup> 가계소득이 낮을수록 준거 집단의 영향이 크다고 하였고, 권재욱<sup>48</sup>의 연구에서는 중류층이 상류 및 하류층보다 동조행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 김나연, 이기춘<sup>49</sup>의 연구에서는 여학생이 남학생보다 친구와 대중 스타에 대한 동조성이 더 높았고 가계생활 수준이 높을수록 동조 성향이 높았으며, 대중 스타와 친구에 대해 동조하는 성향이

31) 서정희, 석봉화, *Op. cit.*, pp. 131-143.

32) 편세린, *Op. cit.*, pp. 49-52.

33) 김시월, "청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에 관한 연구," *대한가정학회지* 41권 6호 (2003), pp. 105-117.

34) 이영희, 계선자, *Op. cit.*, pp. 111-122.

35) 서정희, 석봉화, *Op. cit.*, pp. 131-143.

36) *Ibid.*, pp. 131-143.

37) 권미화, "청소년 소비자의 소비가치와 소비행동의 합리성" (서울대학교 대학원 석사학위논문, 2000), p. 88.

38) 서영복, "청소년 여성의 가정환경이 의류 상표지향성에 미치는 영향 연구" (성신여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 2000), p. 40.

39) 김미선, *Op. cit.*, pp. 34-39.

40) D. Bellenger, D. Robertson, and E. Hirschman, "Impulse Buying Varies by Product," *Journal of Advertising Research* Vol. 18 (1978), pp. 15-18.

41) 안승철, "충동구매 소비자의 구매행위와 심리적 특성에 관한 연구," *대한가정학회지* 34권 4호 (1996), pp. 1-19.

42) 염인경, 김미숙, "청소년의 의복 쇼핑 성향에 따른 충동구매 행동," *복식문화연구* 41권 7호 (2002), pp. 666-679.

43) 예수정, 조현주, "청소년의 의복관여와 의류광고에 대한 태도," *한국의류학회지* 29권 8호 (2005), pp. 1049-1056.

44) 유순옥, *Op. cit.*, pp. 43-47.

45) S. Shim and A. Koh "Profiling Adolescent Consumer Decision-Making Styles: Effects of Socialization Agents and Social-structural Variables," *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 15 No. 1 (1997), pp. 50-59.

46) 조영희, "청소년 소비자의 물질주의 성향과 준거 집단이 의복 동조에 미치는 영향: 울산 지역을 중심으로" (울산대학교 대학원 석사학위논문, 1996), pp. 50-51.

47) 김우희, "준거 집단이 구매 행동에 미치는 영향에 관한 연구" (부산대학교 대학원 석사학위논문, 1990), pp. 64, 67.

48) 권재욱, "소비자 행동에서의 동조에 관한 실증적 연구" (서울대학교 대학원 석사학위논문, 1993), p. 97.

49) 김나연, 이기춘, "청소년 소비자의 동조적 상표선택행동에 관한 연구: 캐주얼 의류를 중심으로," *대한가정학회지* 39권 12호 (2001), pp. 253-269.

높고 의복비가 많을수록 의복 구입시 타인에 동조하여 의류상표를 선택하였다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 연구 문제

본 연구에서는 연구목적에 기초하여 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

첫째, 남녀 고등학생의 생활양식에 의해 청소년 소비자의 집단을 유형화시키고, 유형화된 집단과 인구통계적 변인과의 관계를 조사한다.

둘째, 청소년의 생활양식 유형에 따른 의복소비성향의 차이를 파악한다.

셋째, 청소년의 인구통계적 변인에 따른 의복소비성향의 차이를 조사한다.

#### 2. 측정 도구

연구 방법은 조사연구 방법으로 질문지를 사용하였으며, 생활양식과 의복소비성향의 문항은 5단계 Likert 척도에 의하여 측정하였다. 의복소비성향은 선행 연구<sup>50)</sup>에서 선택하여 총 17문항을 사용하였다. 그 내용은 외제품 선호 4문항, 감각주의 4문항, 충동구매 3문항, 타인의식 3문항, 광고영향 3문항이었으며, 각 변인의 Conbach's alpha 신뢰도 계수를 순서대로 보면 .69, .59, .73, .65, .56이었다. 외제품 선호는 국내산 의복보다 외국제품이나 외국 상표를 구입하려는 성향이며, 감각주의는 실용성보다는 멋이나 분위기 등 느낌에 따라 의복을 구입하려는 소비성향을 뜻한다. 충동구매는 계획하지 않았던 의류 제품을 시장 환경의 자극에 따라 구입하는 것이며, 타인의식은 타인의 옷차림에 관심을 지니고 있으면서 의복 구입시 타인의 의견을 중요시하는 성향이며, 광고영향은 광고에 관심을 지니고 광고를 많이 한 제품을 구매하려는 소비성향을 뜻한다.

생활양식은 선행 연구<sup>51)</sup>에서 사용한 5개 차원의 17개 문항을 택하였다. 각 변인과 문항 수는 디지털

성향 4문항, 적극적 활동성 4문항, 성취지향성 3문항, 물질지향성 3문항, 근검절약성 3문항이었으며, 신뢰도 계수는 .71, .70, .60, .65, .58이었다. 디지털성향은 인터넷이나 컴퓨터 사용에 몰입하는 것이며, 적극적 활동성은 외부 활동이나 모임에 적극적으로 참여하는 것을 뜻한다. 성취지향성은 장래문제에 대한 확신이나 성취하려는 욕구가 높은 것이며, 물질지향성은 돈이나 사업에 대해 관심이 높은 것을 뜻하며, 근검절약성은 저축 및 절약하는 생활에 관심이 많은 것을 의미한다.

인구통계적 변인으로는 피험자의 성별, 학교, 연령, 부모의 학력, 의복 지출비, 학업 성적을 조사하였다.

#### 3. 연구대상 및 자료분석

연구대상자는 서울의 남녀 고등학생 393명였으며, 자료수집 시기는 2005년 10월이었다. 자료분석은 SPSS를 사용하여 Conbach's alpha 신뢰도 계수 산출, 군집분석,  $\chi^2$  검증, 다변인 분산분석,  $t$  검증, 일원변량분석과 Duncan의 다중비교검증, 개체내 변량분석 (within-subject ANOVA)과 Bonferroni의 다중비교검증을 실시하였다.

### Ⅳ. 결과 및 논의

#### 1. 생활양식에 의한 청소년의 유형화

청소년의 생활양식에 따라 집단을 분류하기 위하여 생활양식 5개 변인에 대한 군집분석을 실시하였다. 군집분석 결과에 따라 유형화시키는 집단의 수를 결정하기 위하여 예측집단 수를 고려하여 3개 집단과 4개 집단으로 유형화시켜 각 집단을 조사한 결과 4개의 집단을 선정하는 것이 각 집단내의 특성을 잘 표현하는 것으로 나타났다.

이 때 선정된 4개 집단이 생활양식의 어떤 속성을 지니고 있는지 알아보고, 그 명칭을 부여하기 위하여 변인별 평균치와 일원변량분석 및 Duncan의 다중비

50) 유순옥, *Op. cit.*, p. 62; 조윤희, "소비자 사회화 작용인이 청소년의 소비 생활양식에 미치는 영향" (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1998), pp. 54-55; 차경순, *Op. cit.*, pp. 46-47; 편세란, *Op. cit.*, pp. 71-72.

51) 송원영, 이명희, "인터넷 쇼핑에서의 의복구매 행동과 라이프 스타일과의 관계 연구," *부석문화연구* 9권 4호 (2001), pp. 602-615; 유순옥, *Op. cit.*, pp. 24-26; 차은경, *여고생의 라이프 스타일, 상표 및 광고 이미지, 광고 표현 형식이 브랜드 선호에 미치는 영향* (배재대학교 대학원 석사학위논문, 1999), pp. 39-40.

〈표 1〉 군집분석에 따른 생활양식의 평균치

생활양식	집단 집단 1 (n=130)	집단 2 (n=75)	집단 3 (n=136)	집단 4 (n=52)	F
디지털성향	3.67(a)	2.64(b)	3.65(a)	2.44(b)	67.22**
적극적 활동성	2.94(b)	3.09(b)	3.68(a)	3.53(a)	39.21**
성취지향성	3.01(d)	3.30(c)	3.89(b)	4.24(a)	79.71**
물질지향성	3.08(c)	4.20(a)	3.99(b)	2.45(d)	116.87**
근검절약성	2.78(b)	2.45(c)	3.43(a)	3.24(a)	37.23**

\*\*  $p < .01$ , a~c: Duncan's multiple range test.

교검증을 실시하였으며, 그 결과는 〈표 1〉과 같다.

집단간의 순위를 보면 집단 1은 다른 집단에 비해 디지털성향이 높은 것으로 나타나 '디지털성향형'이라고 하였으며, 집단 2는 물질지향성이 가장 높게 나타나 '물질지향형'이라고 하였다. 집단 3은 디지털성향, 적극적 활동성, 근검절약성의 세 가지 특성이 다른 집단보다 높으면서 성취지향성과 물질지향성의 점수도 높았으므로 '적극적 진취형'이라고 하였다. 집단 4는 적극적 활동성, 성취지향성, 근검절약성이 다른 집단보다 높으면서 특히 성취지향성의 점수가 두드러지게 가장 높았으므로 '성취지향형'이라고 하였다.

각 생활양식 유형별 구성비율을 보면 디지털성향형이 130명으로 33.1%였고, 물질지향형이 75명으로 19.1%, 적극적 진취형이 136명으로 34.6%, 성취지향형이 52명으로 13.2%로 나타났다. 즉 적극적 진취형과 디지털성향형이 많았고, 성취지향형이 가장 적게 분포되었다.

〈표 2〉는 각 집단간의 거리를 나타낸다. 집단 1과 2는 1.59, 집단 1과 3은 1.60, 집단 1과 4는 2.00, 집단 2와 3은 1.65, 집단 2와 4는 2.19였으므로, 집단 2와 집단 4의 거리가 가장 컸다. 따라서 물질지향형과 성취지향형은 비교적 이질적인 집단이었다.

청소년의 생활양식 유형과 인구통계적 변인과의 관계를  $\chi^2$  검정으로 조사하였으며, 그 결과는 〈표 3〉과 같다. 청소년의 생활양식 유형은 성별, 어머니의 학력, 의복 지출비, 학업 성적과는 유의한 관계가

〈표 2〉 생활양식 유형의 집단간 거리 ( )=n

	집단 1 (130) 디지털 성향형	집단 2 (75) 물질 지향형	집단 3 (136) 적극적 진취형
집단 2 (75) 물질지향형	1.59		
집단 3 (136) 적극적 진취형	1.60	1.65	
집단 4 (52) 성취지향형	2.00	2.19	2.01

있었으나 아버지의 학력과는 유의한 관계가 없었다.

〈표 3〉에서 생활양식 유형과 성별과의 관계를 column %로 비교하여 보면 남자는 적극적 진취형에 많이 분포되었고 여자는 물질지향형과 성취지향형에 많이 분포되었다.

생활양식 유형과 어머니의 학력과의 관계에서 어머니의 학력이 고졸인 청소년은 디지털성향형이 많았으며, 어머니의 학력이 대졸인 경우는 물질지향형과 성취지향형이 많은 편이었다. 본 연구에서 어머니의 학력이 높은 집단이 물질지향형이 많았던 것은 어머니의 학력이 물질주의와 유의한 관계가 없었던 선행 연구<sup>52)</sup> 차이가 있었다. 의복비에 따른 문분을 보면 의복비가 높은 집단은 물질지향형이, 의복비가 중간이거나 낮은 집단은 디지털성향형과 성취지향형이 많았다. 성적과의 관계에서 볼 때 성적이 우수한 집

52) 조영희, *Op. cit.*, pp. 48-49.

〈표 3〉 생활양식 유형과 인구통계적 변인과의 관계 ( )=Col. %

변인	속성	디지털성향형	물질지향형	적극적 진취형	성취지향형	계	$\chi^2$
성별	남	54( 41.5)	28( 37.3)	74( 54.4)	17( 32.7)	173( 44.0)	$\chi^2=10.35^*$
	여	76( 58.5)	47( 62.7)	62( 45.6)	35( 67.3)	220( 56.0)	
	계	130(100)	75(100)	136(100)	52(100)	393(100)	
아버지의 학력	중졸 이하	10( 7.7)	3( 4.0)	9( 6.6)	6( 11.5)	28( 7.1)	$\chi^2=10.13$
	고졸	53( 40.8)	26( 34.7)	40( 29.4)	11( 21.2)	130( 33.1)	
	대졸 이상	67( 51.5)	46( 61.3)	87( 64.0)	35( 67.3)	235( 59.8)	
	계	130(100)	75(100)	136(100)	52(100)	393(100)	
어머니의 학력	중졸 이하	13( 10.0)	3( 4.0)	12( 8.8)	9( 17.3)	37( 9.4)	$\chi^2=13.21^*$
	고졸	71( 54.6)	34( 45.3)	63( 46.3)	17( 32.7)	185( 47.1)	
	대졸 이상	46( 35.4)	38( 50.7)	61( 44.9)	26( 50.0)	171( 43.5)	
	계	130(100)	75(100)	136(100)	52(100)	393(100)	
의복비	하	58( 46.0)	27( 36.5)	57( 42.5)	24( 46.2)	166( 43.0)	$\chi^2=15.24^*$
	중	47( 37.3)	21( 28.4)	35( 26.1)	20( 38.5)	123( 31.9)	
	상	21( 16.7)	26( 35.1)	42( 31.3)	8( 15.4)	97( 25.1)	
	계	126(100)	74(100)	134(100)	52(100)	386(100)	
성적	상	35( 26.9)	29( 38.7)	43( 31.6)	30( 57.7)	137( 34.9)	$\chi^2=23.70^{**}$
	중상	39( 30.0)	13( 17.3)	46( 33.8)	12( 23.1)	110( 28.0)	
	중하	36( 27.7)	21( 28.0)	33( 24.3)	6( 11.5)	96( 24.4)	
	하	20( 15.4)	12( 16.0)	14( 10.3)	4( 7.7)	50( 12.7)	
	계	130(100)	75(100)	136(100)	52(100)	393(100)	

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$ .

단은 성취지향형이 가장 많았고 그 다음에는 물질지향형에 분포되었다. 성적이 증상인 경우는 적극적 진취형에, 성적이 낮은 집단은 디지털성향과 물질지향형에 많이 분포된 편이었다.

이상에서 볼 때 디지털성향형은 의복비가 적고 어머니의 학력이 고졸인 청소년이 많았으며, 물질지향형은 의복비가 많고 어머니의 학력이 대졸인 경우가 많았다. 적극적 진취형은 학업 성적이 증상인 경우가 많았고, 성취지향형은 의복비가 적으며 학업 성적이 우수하고 어머니의 학력이 대졸인 청소년들이 많았

다. 따라서 학업 성적, 의복비, 어머니의 학력은 청소년의 생활양식 유형과 유의한 관련성이 있음을 확인할 수 있었다.

## 2. 생활양식 유형과 의복소비성향

남녀 청소년의 생활양식 유형에 따른 의복소비성향의 차이를 다변인 분산분석(MANOVA)과 Duncan의 다중비교검정으로 조사하였다. 다변인 분산분석을 실시하기 위하여 분산·공분산 매트릭스를 이용하여 종속변수들의 상관관계를 검토하여야 하므로



<sup>53)</sup> 생활양식 유형 집단에 따른 의복소비성향 5개 변인의 분산·공분산 매트릭스의 동질성을 검증하였다. Box의 M값을 F값으로 환산한 수치와 P값을 조사한 결과( $F=92, p=.63$ ), 집단의 분산·공분산 매트릭스가 동질적이었으므로 다변인 분산분석을 실시하였다.

〈표 4〉에서 생활양식 유형에 따른 의복소비성향의 다변인 분산분석 결과가 유의한 것으로 나타났다. 따라서 청소년의 의복소비성향은 생활양식에 따라 의미 있는 차이가 있었다. 또한 5가지 종속변인 중 어떤 변인들이 생활양식을 변별하는데 유의한 차이가 있는가를 알아보기 위하여 단변인 F검증을 검토하였다. 그 결과 타인의식은 생활양식 유형에 따라 유의적인 차이가 없었으나 외제품 선호, 감각주의, 충동구매, 광고영향은  $p<.01$  수준에서 유의한 차이가 있었다. 외제품 선호는 물질지향형이 가장 점수가 높게 나타났고 두 번째가 디지털성향형과 적극적 진취형이었으며 성취지향형이 가장 낮았다. 이것은 선행 연구<sup>54)</sup>에서 청소년의 성취지향성이 높을수록 상표 인지도가 높았던 결과와는 다소 차이가 있었다. 감각주의 소비는 물질지향형이 가장 높았고 디지털성향형이 가장 낮게 나타났으며, 광고영향 소비는 성취지향형이 다른 집단에 비해 낮은 편이었다. 또한 충동구매는 물질지향형이 가장 높았고, 다른 세 집단은 충

동구매가 낮게 나타났다. 이것은 물질주의 가치가 충동구매<sup>55)</sup>와 과시 소비에 영향을 주었던 것<sup>56,57)</sup> 학업 중심 집단이 타집단에 비해 충동구매가 낮았던 선행 연구<sup>58)</sup>와 유사한 결과였다.

따라서 물질지향형의 청소년들은 모든 소비성향의 특성이 높았으며, 인터넷이나 컴퓨터 사용에 몰입하는 청소년들은 의복의 멋이나 분위기 등 감각적인 구매에는 관심이 낮다고 할 수 있다. 적극적 진취형은 감각주의 소비가 높았으나 충동구매 성향은 낮았다. 또한 맑은 일이나 장래문제에서 성취하고자 하는 의욕이 높은 청소년들은 광고제품의 영향이 낮은 편이었다.

개체내 변량분석과 Bonferroni의 다중비교검정으로 청소년의 의복소비성향 평균치를 남녀별로 비교하였으며, 그 결과는 〈표 5〉와 같다.

〈표 5〉에서 볼 때 남자는 감각주의와 타인의식 소비성향이 동시에 높았고 충동구매와 광고영향은 매우 낮았다. 여자는 감각주의 소비가 가장 높았고 외제품 선호가 낮은 편이었다. 전체적으로 볼 때 청소년들은 감각주의 소비성향이 가장 높아 의복 구입시 멋이나 분위기 등을 중요시 하는 경향이 강함을 확인할 수 있었다. 그 다음에 타인의식 소비성향이 높은 편이었고, 외제품 선호, 충동구매, 광고영향은 비슷한 수준으로 그다지 높지 않았다.

〈표 4〉 생활양식 유형에 따른 의복소비성향의 차이

생활양식 의복소비	디지털성향형	물질지향형	적극적 진취형	성취지향형	Univariate F	Manova test
외제품 선호	2.70(bc)	3.04(a)	2.87(ab)	2.53(b)	5.90**	Wilk's $\lambda = .89$ Approximate F =2.94**
감각주의	3.02(c)	3.32(a)	3.27(ab)	3.09(bc)	4.54**	
충동구매	2.69(b)	3.18(a)	2.74(b)	2.73(b)	4.85**	
타인의식	3.02	3.23	3.03	2.87	2.44	
광고영향	2.74(a)	2.94(a)	2.78(a)	2.47(b)	3.99**	

\*\*  $p<.01$ , a~c: Duncan's multiple range test.

54) 아헤람, *Op. cit.*, pp. 47-48.

55) 김미선, *Op. cit.*, pp. 29, 30.

56) 서정희, 석봉화, *Op. cit.*, pp. 131-143.

57) 이영희, 계천자, *Op. cit.*, pp. 111-122.

58) 황진숙, 양화영, *Op. cit.*, pp. 71-82.

〈표 5〉 의복소비성향 평균의 차이

의복소비성향	남			여			전체		
	M	Bonferroni	F	M	Bonferroni	F	M	Bonferroni	F
외제품 선호	2.78	b	35.44**	2.82	c	13.15**	2.80	c	34.83**
감각주의	3.12	a		3.22	a		3.17	a	
충동구매	2.53	c		3.02	b		2.81	c	
타인의식	3.01	a		3.06	b		3.04	b	
광고영향	2.55	c		2.92	bc		2.76	c	

\*\*  $p < .01$ .

이상에서 볼 때 청소년의 의복소비성향은 생활양식과 관련이 있었으나 타인의식 소비성향은 생활양식과 관련이 없었고, 청소년들은 감각주의 소비성향이 높다고 할 수 있다.

## 3. 인구통계적 변인에 따른 의복소비성향

인구통계적 변인에 따른 의복소비성향의 차이를 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검정으로 조사하였으며 그 결과는 〈표 6〉과 같다.

성별에 따른 차이를 볼 때 충동구매와 광고영향은  $p < .01$  수준에서 유의한 차이가 있었으며, 남자보다 여자가 충동구매와 광고영향에 의한 소비성향이 모두

〈표 6〉 인구통계적 변인에 따른 의복소비성향의 차이

변인	속성	외제품 선호	감각주의	충동구매	타인의식	광고영향
성별	남	2.78	3.12	2.53	3.01	2.55
	여	2.82	3.22	3.02	3.06	2.92
	t	-.48	-1.43	-5.08**	-.71	-4.80**
아버지의 학력	중졸 이하	2.47(b)	3.14(ab)	2.54(b)	3.13	2.81
	고졸	2.53(b)	3.01(b)	2.66(ab)	2.95	2.67
	대졸 이상	2.99(a)	3.27(a)	2.92(a)	3.08	2.79
	F	20.03**	5.89**	4.35*	1.37	1.12
어머니의 학력	중졸 이하	2.22(c)	2.87(c)	2.38(b)	2.84	2.61
	고졸	2.64(b)	3.09(b)	2.74(a)	3.06	2.79
	대졸 이상	3.10(a)	3.33(a)	2.97(a)	3.07	2.75
	F	32.26**	9.41**	6.87**	1.43	.85
의복비	하	2.47(c)	3.03(b)	2.46(c)	2.89(b)	2.62(b)
	중	2.79(b)	3.16(b)	2.87(b)	3.10(a)	2.79(ab)
	상	3.39(a)	3.48(a)	3.35(a)	3.24(a)	2.97(a)
	F	57.32**	14.53**	30.14**	7.18**	6.86**

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , a~c: Duncan's multiple range test.

더 높았다. 이러한 결과는 여학생이 남학생보다 충동구매 정도가 높고<sup>59)</sup>, 의류 광고를 더 긍정적으로 받아들였다고 한 선행 연구<sup>60)</sup> 유사한 결과였다. 외제품 선호, 감각주의, 타인의식은 성별에 따른 차이가 없었으므로 이들 특성은 남자와 여자가 유사하다고 할 수 있다.

아버지의 학력과 어머니의 학력에 따라 외제품 선호, 감각주의, 충동구매는 유의한 차이가 있었으며 타인 영향 및 광고 지향은 유의한 차이가 없었다. 평균치를 살펴볼 때 아버지의 학력이 대졸 이상인 청소년들은 고졸 및 중졸인 경우보다 외제품 선호, 감각주의 소비성향, 충동구매 성향이 모두 더 높았다. 어머니의 학력에 따른 차이를 볼 때 어머니가 대졸 및 고졸 학력인 경우, 중졸보다 청소년의 충동구매가 더 높았다. 외제품 선호와 감각주의는 어머니 학력이 대졸 이상인 경우가 가장 높았고 두 번째가 고졸 학력이며, 중졸 학력인 경우가 가장 낮았다. 이것은 선행 연구<sup>61,62)</sup>에서 어머니의 학력이 높을수록 청소년의 과소비 소비가 높았던 것과 유사한 결과였다. 따라서 청소년의 의복소비성향은 아버지의 학력보다 어머니의 학력에 따라 더 세분된 차이를 나타냈다.

의복비에 따른 소비성향은 모든 변인에서 유의한 차이를 나타냈다. 외제품 선호와 충동구매는 집단의 세분된 특성을 나타내어 의복비가 가장 많은 집단이 가장 높게 나타났고 의복비가 가장 적은 집단이 외제품 선호와 충동구매 정도가 가장 낮았다. 타인 영향은 의복비가 많거나 중간인 경우가 의복비가 적은 집단보다 더 높았다. 감각주의 소비는 의복비가 가장 많은 집단이 의복비가 중간이거나 적은 집단보다 더 높았다. 광고영향은 의복비가 가장 많은 집단이 의복비가 적은 집단보다 더 높았다. 따라서 의복비가 많은 청소년은 의복비가 적은 집단에 비해 외제품 선호, 감각주의, 충동구매, 타인의식, 광고영향 소비 등 청소년의 소비성향 특성이 모두 더 높다고 할 수 있다. 이러한 결과는 유순옥<sup>63)</sup>, 김나연과 이기춘<sup>64)</sup>의 연

구 결과를 지지하는 내용이었다.

학업 성적에 따른 청소년의 의복소비성향을 일원변량분석으로 조사한 결과 유의한 차이가 없었다.

이상에서 볼 때 남녀 청소년의 의복소비성향은 의복 지출비와 부모의 학력에 따라 차이가 있으며 학업 성적과는 관련이 없음을 확인할 수 있었다.

## V. 결 론

본 연구는 남녀 고등학생을 대상으로 청소년 소비자의 생활양식 유형과 의복소비성향과 인구통계적 특성과의 관련성을 조사하며, 인구통계적 특성에 따른 의복소비성향의 차이를 파악하는 데 그 목적이 있었다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

청소년의 생활양식 유형은 군집분석에 의하여 디지털성향형, 물질지향형, 적극적 진취형, 성취지향형의 4개 집단으로 분류되었다.

청소년의 생활양식 유형은 성별, 어머니의 학력, 의복 지출비, 학업 성적과 유의한 관계가 있었으나 아버지의 학력과는 유의한 관계가 없었다. 디지털성향형은 의복 지출비가 적고 학업 성적이 낮으며 어머니의 학력이 고졸인 경우가 많았으며, 물질지향형은 의복 지출비가 많고 어머니의 학력이 대졸이며, 성적이 우수하거나 성적이 낮은 학생이 많은 편이었다. 적극적 진취형은 여자보다 남자가 많았고 학업 성적이 중상 정도의 청소년들이 많았다. 성취지향형은 남자보다 여자가 많았고 의복 지출비가 적은 편이었으며 학업 성적이 우수하고 어머니의 학력이 대졸인 청소년들이 많이 분포되었다.

생활양식 유형에 따라 청소년의 의복소비성향은 유의한 차이가 있었다. 물질지향형의 청소년들은 외제품 선호, 감각주의, 충동구매, 광고영향의 모든 소비성향 특성이 매우 높았고, 디지털성향형은 감각주의 소비성향이 가장 낮았다. 적극적 진취형은 감각주의 소비가 높았으나 충동구매 성향은 낮았다. 성취지

59) 염인경, 김마숙, *Op. cit.*, pp. 666-679.

60) 예수정, 조현주, *Op. cit.*, pp. 1049-1056.

61) 이영희, 계선자, *Op. cit.*, pp. 111-122.

62) 서정희, 석봉화, *Op. cit.*, pp. 131-143.

63) 유순옥, *Op. cit.*, pp. 48-49.

64) 김나연, 이기춘, *Op. cit.*, pp. 253-269.

향형은 대부분의 소비성향이 낮았는데, 다른 세 집단에 비해 특히 외제품 선호와 광고 지향 소비성향이 가장 낮았다. 전체적으로 청소년들의 소비성향은 감각주의 소비가 가장 높았고, 그 다음에 타인의식 소비가 높았으며, 광고영향 소비는 비교적 낮은 편이었다.

성별에 따른 차이에서 충동구매와 광고영향은 남자보다 여자가 더 높았으나 외제품 선호, 감각주의, 타인의식은 성별에 따른 차이가 없었다. 아버지와 어머니의 학력이 대졸 이상인 청소년들은 학력이 낮은 집단보다 외제품 선호, 감각주의, 충동구매 성향이 모두 더 높았다. 청소년의 의복소비성향은 학업 성적에 따라 유의한 차이가 없었다.

의복비에 따른 소비성향의 차이는 모든 변인에서 유의한 차이가 있어 의복비가 많은 청소년은 의복비가 적은 집단에 비해 외제품 선호, 감각주의, 충동구매, 타인의식, 광고영향의 모든 소비성향 특성이 더 높았다. 특히 외제품 선호와 충동구매는 집단의 세분된 특성을 나타내어 의복비가 가장 많은 집단이 가장 높게 나타났고, 의복비가 가장 적은 집단은 가장 낮았다.

종합적으로 볼 때 성취지향형의 청소년들은 광고제품의 영향이 낮았으나 물질지향형의 청소년들은 의복 지출비가 높으면서, 감각주의 소비, 충동구매, 외제품 선호가 높고, 광고영향도 많이 받는 편이었다. 즉 물질지향성이 청소년의 의복소비에 건전하지 못한 영향을 준다고 할 수 있다.

본 연구 결과에 기초한 마케팅 시사점은 다음과 같다.

물질지향형의 청소년들은 건전한 소비성향이 부족하였으므로 가정 및 학교 교육을 통하여 청소년들이 바람직한 생활양식을 지님으로써 지나친 감각주의 소비나 충동구매를 자제하며 건전한 소비성향을 지닐 수 있도록 체계적인 교육이 이루어져야 할 것이다. 성취 지향적인 청소년들을 위하여서는 감각적인 취향의 광고보다는 실용적인 스타일의 의복을 구매할 수 있도록 유도하여야 할 것이다. 아울러 의복 지출비가 높은 계층을 위해서는 변화하는 유행과 미적 감각이 잘 반영된 디자인을 개발하도록 노력하는 것이 필요하다. 의복비가 높은 계층과 여자 청소년들은 충동구매가 높고, 상대적으로 광고영향을 많이 받았으므로 광고주나 광고에 중사하는 사람들은 여자 청

소년들에게 지나치게 부정적인 소비를 유도하는 광고를 지양하며, 광고에 대한 신뢰도를 높이도록 하여야 할 것이다. 전체적으로 청소년의 생활양식이 구분되어 이들의 소비성향이 달리 나타났으므로 청소년들이 바람직한 생활양식을 지니게 하여 건전한 의복 소비가 이루어지게 하여야 할 것이다.

본 연구의 한계점은 임의표집에 의해 조사대상자를 서울에 거주하는 고등학생으로 한정하였으며, 청소년의 의복소비성향을 포괄적으로 표현하지 못하였으므로 연구 결과의 확대 해석에는 신중을 가하여야 할 것이다. 또한 청소년의 생활양식 유형과 아버지의 학력이 유의한 관계를 나타내지 않았으므로 이에 대한 재검토가 필요하다고 본다. 후속연구에서는 지역별 비교와 함께 다각적인 측면의 소비성향을 연구하면서 가정의 가치지향성, 가정 환경, 또래문화와 청소년의 의복소비성향과의 관계를 조사하며, 가격, 판매촉진 등의 마케팅 자구 요인이 청소년의 의복소비성향에 미치는 영향을 연구해 볼 필요가 있을 것이다.

## 참고문헌

- 강이주 (1984). "청소년의 생활양식 유형분석: 서울의 고교생을 중심으로." 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 고애란, 진병호, 심정은 (2000). "청소년기 여학생의 의복행동에 대한 영향요인 연구: 연령, 지역 차이와 심리적 특성 변인들의 상대적 영향력." 한국 의류학회지 24권 4호.
- 계선자, 김태은 (1998). "도시주부의 과소비성향과 영향요인에 관한 연구." 한국가족자원 경영학회지 2권 1호.
- 권재욱 (1993). "소비자 행동에서의 동조에 관한 실증적 연구." 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 권미화 (2000). "청소년 소비자의 소비가치와 소비 행동의 합리성." 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김건호 (1987). "신발류 제품의 구매 행동에 관한 실증적 연구: 고등학생 신발류 구매 행동 분석을 중심으로." 계명대학교 무역대학원 석사학위논문.
- 김나연, 이기춘 (2001). "청소년 소비자의 동조적 상표선택행동에 관한 연구: 캐주얼 의류를 중심으로"

- 로.” *대한가정학회지* 39권 12호.
- 김미선 (1996). “물질주의 성향과 충동구매 행동에 관한 연구.” 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김시월 (2003). “청소년 소비자의 환경친화적 소비 행동에 관한 연구.” *대한가정학회지* 41권 6호.
- 김우희 (1990). “준기 집단이 구매 행동에 미치는 영향에 관한 연구.” 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 김혜인, 이승신 (2003). “청소년소비자의 과시소비성향에 관한 연구.” *대한가정학회지* 41권 7호.
- 서영복 (2000). “청소년 여성의 가정 환경이 의류 상표 지향성에 미치는 영향 연구.” 성신여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 서정희, 석봉화 (1998). “청소년 소비자의 물질주의 가치와 소비지향적 태도가 과시소비성향에 미치는 영향.” *대한가정학회지* 36권 3호.
- 송원영, 이명희 (2001). “인터넷 쇼핑에서의 의복구매 행동과 라이프 스타일과의 관계 연구.” *복식문화연구* 9권 4호.
- 안승철 (1996). “충동구매 소비자의 구매행위와 심리적 특성에 관한 연구.” *대한가정학회지* 34권 4호.
- 염인경, 김미숙 (2002). “청소년의 의복 쇼핑 성향에 따른 충동구매 행동.” *복식문화연구* 41권 7호.
- 예수정, 조현주 (2005). “청소년의 의복관여와 의류 광고에 대한 태도.” *한국의류학회지* 29권 8호.
- 유순옥 (1999). “청소년 소비자의 생활양식 유형과 소비주의 성향: 청소년 소비자를 중심으로.” 울산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이승신, 류미현, 정승은 (1998). “청소년소비자의 소비자능력이 과시 소비에 미치는 영향.” *한국가정관리학회지* 16권 2호.
- 이영희, 계선자 (2001). “청소년소비자의 과시소비성향 및 관련 변인.” *한국가족자원경영학회지* 5권 1호.
- 이혜림 (1994). “남자고등학생의 자아정체감 및 라이프 스타일과 의복 태도와의 관계 연구.” 연세대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 장근영, 윤진 (1992). “청소년기 자아중심성: 분리개별화 과정 및 역할 취득 수준과의 관계.” *한국심리학회지* 5권 1호.
- 전근희 (1985). “고교생의 복식행동과 생활양식 유형과의 상관연구.” 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 정민숙 (1991). “청소년의 상표에 대한 이미지 및 선호도, 충동구매에 관한 연구.” 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 정유진, 이은영 (1999). “감각 추구 성향이 의복 탐색 행동에 미치는 영향에 있어 의복관여의 역할.” *한국의류학회지* 23권 4호.
- 조영희 (1996). “청소년 소비자의 물질주의 성향과 준거집단이 의복 동조에 미치는 영향: 울산 지역을 중심으로.” 울산대학교 대학원 석사학위논문.
- 조윤희 (1998). “소비자 사회와 작용인이 청소년의 소비 생활양식에 미치는 영향.” 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 조은아, 김미숙 (2004). “청소년의 과시소비성향에 따른 수입 명품 및 유명 브랜드 의류 제품에 대한 태도 및 구매 행동.” *한국의류학회지* 28권 1호.
- 차경순 (1995). “라이프 스타일의 차이에 따른 외국 상표 선호 경향에 관한 탐색적 연구: 청소년 캐주얼 의류시장을 대상으로.” 국민대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 차은정 (1999). “여고생의 라이프 스타일, 상표 및 광고 이미지, 광고표현 형식이 브랜드 선호에 미치는 영향.” 배재대학교 대학원 석사학위논문.
- 채서일, 김범중, 이성근 (1993). SPSS/PC<sup>+</sup>를 이용한 통계분석. 서울: 법문사.
- 편세린 (1997). “청소년의 소비지향적 태도와 과시소비성향에 관한 연구.” 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 한지혜, 고에란 (2001). “청소년기 여학생의 쾌락적 쇼핑 성향과 상점 이미지에 따른 상점 애고 행동.” *한국의류학회지* 25권 5호.
- 홍선옥, “청소년의 비행정도와 의복 태도 및 의복착용시 영향 집단과의 관계.” 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 황진숙, 양화영 (2006). “청소년의 라이프 스타일에 따른 의복 쇼핑 성향과 의류 제품의 인터넷 구매 행동.” *한국의류학회지* 30권 1호.
- Bllenger, D., D. Robertson, and E. Hirschman (1978). “Impulse Buying Varies by Product.” *Journal of Advertising Research* Vol. 18.
- Engel, J. F., R. D. Blackwell, and P. W. Miniard (1990).

- Consumer Behavior*. 6th ed. Chicago: The Dryden Press.
- Grossbart, S. L., R. A. Mittelstaedt, and S. P. DeVere (1976). "Consumer situation needs and innovative shopping Behavior." *Advances in Consumer Research* Vol. 3.
- Moschis, G. P. (1978). "Teenager's Response to Retailing Stimuli." *Journal of Retailing* Vol. 54 No. 4.
- Moschis, G. P., and G. A. Churchill, Jr. (1978). "An Analysis of the Adolescent Consumer." *Journal of Marketing* Vol. 43, Summer.
- Shim, S., and A. Koh (1997). "Profiling Adolescent Consumer Decision-Making Styles: Effects of Socialization Agents and Social-structural Variables." *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 15 No. 1.
- Ward, S. (1974). "Consumer Socialization." *Journal of Consumer Research* Vol. 1.