

전남지역 청소년기 여학생의 쇼핑유형과 의류제품의 윤리적 소비행동 연구

위은하* · 박우미**1)

*전남대학교 가정교육과 교수 · **광주대학교 패션·주얼리학부 교수

The Ethical Clothing Consumption Behavior of Female Adolescents in Jeollanamdo Area by their Shopping Orientation

Wee, Eun Hah* · Park, Woo mee**1)

**Professor, Dept. of Home Economics Education, Chonnam National University*

***Professor, Division of Fashion & Jewelry, Gwangju University*

Abstract

This study intended to analyze the ethical clothing consumption behavior of female adolescents and use it as a basic data for education. Specifically, the female adolescents were classified according to their shopping orientation and then the differences among these groups were examined in terms of their ethical consumption behavior of clothing products, i.e., buying, using and disposing. As a result, three groups were identified: pleasure-seeking, intermediate, independence pursuing according to the shopping orientation sub-factors (loyal, enjoyment, impulsive, imitative and independent). The pleasure-seeking group were more likely to conduct ethical use behavior of clothing products, while the independence-pursuing group conducted more ethical buying and ethical disposing behavior. The lower their desire to enjoy shopping itself, the more cautious they are about their own decisions, and the more confident they about buying from the brand and store they liked, the more likely they were to conduct ethical buying behavior of clothing products. On the other hand, when the emotional and desire-seeking tendencies are combined with independent shopping tendencies, the more likely they conduct ethical use behaviors. In addition, the more they make independent purchasing decisions, the more likely they are to conduct ethical disposal behaviors. The results of this study suggest that providing detailed consumer education that considers individual differences in shopping orientation is needed.

Key words: 청소년(adolescents), 쇼핑성향(shopping orientation), 윤리적 소비행동(ethical consumption behavior), 의류제품(clothing products)

1) 교신저자: Park, Woo Mee, Gwangju University, 277 Hyodeokro Namgu, Gwangju, 61743, The Republic of Korea
Tel: 062-670-2350, E-mail: wmpark@gwangju.ac.kr

I. 서론

청소년기는 소비에 눈을 뜨고 주체적으로 쇼핑행동을 하게 되는 시기이다. 이 시기의 쇼핑에 대한 경험은 개인의 소비 생활습관을 형성하여 성인의 소비자행동에 영향을 미치며 나아가 미래 소비사회를 결정하는 중요한 부분이 될 것이다. 청소년들은 부모로부터 물질을 지원받아 자신의 재화로 물건을 구입하는 이미 영향력 있는 소비를 하고 있으며 자녀수가 줄어들면서 가족의 구매의사결정에도 참여하고 있어 소비자로서의 역할이 점차 늘어나고(Cha & Choi, 2010; Kim, 2009) 있다. 특히 네트워크 세대인 청소년들은 급속한 디지털 소비생활환경의 진행 속에 아직 정체성을 확립하지 않은 미숙한 상태로 의사결정을 해야 하는 환경에 살고 있다.

청소년들의 소비행태는 발달적 특징으로 인해 성인과는 다른 양상을 보이는데 이들의 소비는 과시적이고 또래집단의 유행에 민감한 소비행태를 보이며 합리적이기보다는 감각적이고, 감성에 치우친 소비(Kwon & Rhee, 2000)의 모습을 보인다. 그리고 직관적이고 충동적인 소비(Shim, 2006) 행태를 보이기도 한다. 또한, 이 시기에는 자신에 대한 타인의 평가를 중요시하는 경향으로 인해 유행에 민감하고 외모를 중요시하며 또래집단의 영향을 받는 동조소비특징이 강하여 구성원들과 비슷해지려는 경향을 나타낸다.

소비행동의 대표적인 모습인 쇼핑은 이와 관련된 활동, 흥미 의견 등을 포괄적으로 나타내는 쇼핑성향에 의해 영향을 받으며 쇼핑성향은 또한 개인의 가치관뿐 아니라 사회, 경제, 여가선용과 관련된 복합적인 현상으로 유행 및 점포에 대한 태도를 반영하는(Howell, 1979) 소비에 대한 라이프 스타일이다. 따라서 쇼핑성향은 소비자 특성을 많이 반영하는 요인이라 하겠다.

한편, 일부 소비자들은 개인적 욕구충족뿐 아니라 도덕적 신념에 따라 자신과 가족, 사회, 자연환경을 존중, 배려하며 사회적 책임을 실천하는 윤리적 가치를 중요시하는 소비의사결정을 하고 있다. 즉, 자신과 자신을 둘러싼 외적 환경에 관심을 두고 환경오염을 줄이면서 자원 및 에너지를 절약하는 소비행동을 하며, 공정무역을 하고 동물실험을 하지 않는 기업의 제품을 적극적으로 구매하거나 아동노동을 착취하는 특정

기업의 제품을 사지 않는 불매행동을 하고 있다. 이러한 윤리적 가치소비는 갈수록 중요해지고 있으며 소비생활교육의 방향이 되고 있다.

이러한 윤리적 소비의 관점에서 볼 때, 의류제품의 소비는 짧은 수명주기로 인한 쓰레기의 누적(Jung, 2007) 등이 항상 문제가 되어왔으며 그 폐기물을 줄일 수 있는 구매와 사용, 처분 등의 소비행동에 관심을 가져왔다. 그리고 친환경 공정 과정을 중시하고 공정무역 등의 사회적 책임을 다 하는 기업의 제품소비에도 관심이 증가하고 있다. 환경 친화적이고 지속가능한 소비가 될 수 있는 윤리적인 관점의 의류제품소비행동이 청소년들에게 어떻게 이루어지고 있는지 살펴볼 필요가 있다.

청소년의 소비에 관한 연구는 소비지향적인 태도에 집중되었으나 2000년대 들어서면서 윤리적 소비에 관한 연구들(Choi, 2015; Jung, 2012)이 진행되었다. 청소년의 환경친화적 소비의식이 의류제품의 소비행동에 미치는 영향과 관련된 연구들(Jung, 2016; Kim, 2009; Kim & Shin, 2012; Lee, 2007; Oh, 2007; Yee & Lee, 2008)이 이루어졌으며, 청소년들의 업사 이클링 인지와 의복재활용행동 등의 소비태도나 소비의식에 대한 연구들(Lee et al., 2014; Moon, 2015; Park & Shin, 2014)과 같이 윤리적 소비의식이나 태도 등을 중심으로 연구가 이루어져 왔다. 본 연구에서는 청소년의 발달적 특징과 개인적 특성으로 이루어지는 소비가치와 태도를 포함하는 쇼핑성향에 따라 청소년들의 윤리적으로 의류제품을 구매하고 사용하며 처분하는 소비행동에 어떠한 차이를 만들고 영향을 미치는지 살펴보고자 하였다.

따라서 본 연구에서는 먼저, 청소년기의 여학생을 대상으로 쇼핑성향의 하위요인을 추출하고 하위요인에 따라 소비자 유형을 분류하였다. 그리고 분류된 소비자유형에 따라 의류제품의 윤리적 소비행동 즉 구매, 사용, 처분행동에는 어떠한 차이가 나타나는지를 살펴보았다. 또한 쇼핑성향의 하위요인이 의류제품의 윤리적 소비행동 즉 구매, 사용, 처분에 따라 어떻게 영향을 미치는지를 살펴보았다. 그 결과는 미래세대 소비자인 청소년들의 의류제품에 대한 친환경적이고 사회적 책임을 다하는 지속가능한 소비행동을 유도하는 교육의 기초 자료로 활용하고자 하였다.

위와 같은 연구목적에 위한 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1. 청소년기 여학생의 쇼핑성향의 하위요인과 의류제품의 윤리적 소비(구매, 사용, 처분)행동에 따른 일반적 경향은 어떠한가?
- 연구문제 2. 청소년기 여학생 쇼핑성향에 따라 분류된 소비자유형은 어떠한가?
- 연구문제 3. 소비자 유형에 따라 의류제품의 윤리적 소비(구매, 사용, 처분)행동의 차이는 어떠한가?
- 연구문제 4. 청소년기 여학생의 쇼핑성향의 하위요인이 의류제품의 윤리적 소비(구매, 사용, 처분)행동에 미치는 영향은 어떠한가?

II 이론적 고찰

1. 청소년 소비자의 소비특성

청소년기의 정의는 학자마다 조금씩 차이가 있으나 아동기와 성인기 중간에 해당하는 시기로 발달심리학에 따르면 약 12세부터 23, 24세까지를 말하며 통상적으로는 13~18세기를 일컫는다. 그리고 청소년기는 부모에 대한 의존기와 독립기 사이의 접합시점으로 소비자 사회화의 과정에서도 중요한 시기(Moon, 2015)로 그들 나름대로의 특이한 생활양식과 쇼핑성향을 갖는다.

청소년 시기는 신체적 발달에 비해 심리적 발달은 미숙하여 불균형을 초래하는데, 이러한 불균형이 청소년 소비자로서 하여금 성인 소비자보다 충동적이고 비합리적인 소비행동을 많이 하게 하였다(Kim & Seo, 2000). 그리고 가계소득의 향상과 물질적으로 풍요로운 사회 환경은 청소년의 소비지출을 증가시켰으며 핵가족화로 인해 자녀 중심적인 부모의 양육태도와 소비욕구를 자극하는 TV 광고 및 인터넷환경 등의 과다 노출 또한 소비지향성향을 자극시켰다고 볼 수 있다(Kim & Seo, 2000).

청소년 소비자들은 자기중심성이 강해 자신을 삶의 주인공으로 생각하며 새롭고 모험적인 경험을 즐기는 소비경향을 보인다. 또한 다양한 활동에 꿈과 열정을 가지고, 상상속의

청중을 의식하거나 타인의 시선에 민감하여 유행과 주위의 시선을 중시하고, 외모를 가꾸는 일에 비용을 아끼지 않는다(Min & Rhee, 1996).

Song(2007)에 의하면 청소년 소비자들은 보편적으로 과시 소비성향이 높은 수준이며, 물질주의와 소비지향적 태도도 강하다고 하였다. 청소년의 과시소비는 여러 가지형태로 표현될 수 있지만 브랜드제품 선호와 구매, 외제품의 선호와 구매 등으로 표현된다고 할 수 있는데 이때 상품을 소비한다기보다 부여된 이미지를 통해 자신을 다른 모습으로 나타내기 위해 소비한다고 볼 수 있다. 그리고 Kim, Lee와 Lee(2005)는 청소년 소비자의 의복 구매를 결정하는 행동은 과시성과 연관이 있으며, 또래집단에 수용되고자 하는 욕구의 영향이라고 하였다.

청소년 소비자 또한 성인 소비자와 마찬가지로 소비행동을 통한 욕구충족으로 만족감을 얻지만 성인의 욕구충족과는 다른 특징을 보여준다. Rhee(1999)는 청소년 소비자들이 구매 상황에서 충동적인 성향을 보이는 것은 소비를 조장하는 내적, 외적 환경에 너무 쉽게 노출되고 정보탐색으로 인한 효용을 제대로 인식하지 못하기 때문이라고 하였다.

한편 기업들은 청소년들을 구매력이 큰 소비자집단이자 일생동안 잠재고객이 될 수 있는 가능성을 염두에 두고 지속적으로 집중적인 광고를 친숙한 영상매체들을 통하여 이들에게 홍보함으로써 지속적인 소비를 부추기고 있다(Shim, 2006). 이것은 아직 정체감이 완성되지 않은 청소년들에게 연예인과의 동일시하고자 하는 욕구와 소속집단에 대해 소속감과 친밀감을 강하게 느끼기를 원하는 동조욕구를 자극해 모방 소비의 특성을 보이게 한다. 이렇게 개인이 지향하는 소비생활 양식인 쇼핑에 관해 Kim(2012)은 소비자의 인구통계적 특성에 따라 차이가 나기 때문에 시장세분화의 기준이 될 뿐 아니라 의류제품의 구매행동과 관계가 있다고 하였다. Yang 외(2012)도 쇼핑성향이 의류제품의 선택기준시 영향을 미치는 변인이라고 하였다.

또한 소비행동의 유형을 합리적 소비행동과 비합리적 소비행동으로 구분한 연구(Gwon & Lee, 2000; Shim, 2006)에 따르면 합리적 소비행동은 계획적이고, 절약적이며 실용적인 구매를 하는 것을 의미하며 과시·유행적이며 충동적인 그리고 사치·낭비적인 비합리적인 구매와 구분된다고 하였다. Kim(2017)은 청소년들의 합리적 구매가 비합리적 구매보다

높게 나타난다고 하여 다른 선행연구들의 결과와 다른 점을 보이기도 하였다.

이상과 같이 과도기적 소비자인 청소년은 아동과 성인의 중간에 위치하는 과도기적 소비자로 점차 주체적이며 독립적인 소비행동을 하게 되며, 그들의 소비행동은 이렇듯 과시적이고 남들과 차별성을 갖고자 하며 감각적이고 감성적인 특징을 갖는다. 또한 충동성이 강하고 동조성이 강한 비합리적인 소비행동을 하는데 이는 청소년기에는 감수성이 예민하고 가치관이 정립되어 있지 않은 것과 관련이 있다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 청소년의 쇼핑성향은 어떻게 나타나는지 그리고 이러한 쇼핑성향에 따라 소비자 유형은 어떻게 분류되는지 살펴보고자 한다.

2. 의류제품에 대한 윤리적 소비행동

윤리적 소비에 대해 Hong과 Song(2010)은 개인의 소비생활이 자신과 타인, 사회와 자연환경을 존중하고 배려하는 선행 행위라고 하였으며, Huh(2011)는 개인적이고 도덕적인 믿음에 근거한 의식적인 소비선택의 중심축으로 건강, 사회, 자연환경을 고려하는 구매에 대한 선택행동이라고 하였다. 또한, Cheon(2014)은 윤리적 소비를 개인의 욕구 충족만이 아닌 환경과 사회적 문제를 고려하여 소비자의 사회적 책임을 다하는 소비행동이라고 하였다. 다시 말해서 윤리적 소비행동은 소비자의 개인적 도덕적 신념에 따라 자신과 사회, 자연환경을 존중, 배려하며 사회적 책임을 실천하는 소비행동이라고 하겠다.

기술의 발전에 따른 대량 생산은 물질적인 풍요로움을 이루어냈지만 환경오염과 자원고갈, 과잉소비라는 부작용도 일으켰다. 이후 지속가능한 소비생활에 대한 관심으로 소비자연구에 있어서도 친환경적 소비와 윤리적 구매에 대한 연구가 이루어지기 시작하였다. 2000년대 들어서 청소년들의 윤리적인 소비에 대한 연구도 시작되어 청소년의 환경 친화적인 소비의식과 태도 소비행동에 관한 연구(Kim, 2009; Kim & Sin, 2012; Lee, 2007; Oh, 2007; Yee & Lee, 2008), 중고대학생의 업사이클링 인지와 업사이클링 패션제품 구매행동에 따른 환경의식, 의복재활용행동(Park & Shin, 2014), 중·고대학생의 윤리적 소비의식, 태도와 관련된 소비행동에 관한 연구(Kim

& Shim, 2017; Moon, 2015)등이 보고되고 있다.

환경의식에 따라 패스트패션 소비자의 의복소비행동에 차이가 있는지 살펴 본 Jung(2016)은 환경의식이 높을수록 의복 방치율이 낮은 것으로 나타나 관련이 있다고 하였다. 성인을 대상으로 한 연구에서는 윤리적 소비의식이 손상방지 의복 사용행동, 재활용의복 처분행동과 유의한 관계가 있어 윤리적 의복소비행동에 영향을 준다고 하였다(Kong, 2012). Kim(2012)은 청소년의 친환경적 의복소비행동에 대해 살펴보고 소비의식의 수준은 보통이며 처분의식은 보통이상이나 구매의식과 환경문제 의식은 낮다고 보고하고 있다.

소비행동은 구매행동뿐 아니라 사용행동과 처분행동을 포함한다. 따라서 소비자 또한 구매자이며 사용자이고 처분자이다. 의류제품의 소비행동은 소비자가 자신의 사회문화적 욕구 충족을 위해 의류제품을 구매하고, 구매한 의류제품을 사용하며, 사용하지 않는 의복을 처분하는 전 과정에 나타나는 소비자행동(Kim, 2017)을 의미한다.

의류제품의 윤리적 구매행동이란 의류폐기물을 줄일 수 있는 구매를 말한다. 구체적으로는 환경 보전형 제품이나 자원 및 에너지 절약형 상품, 친환경적인 섬유로 만들어진 패션 제품을 구입하는 것이다. 나아가서 환경에 도움이 되는 활동을 하는 회사의 상품을 구매하거나, 재활용 및 재사용이 가능한 상품을 구매하는 것을 포함한다.

의류제품의 윤리적 사용행동은 의복을 사용하고 관리하는 과정에서의 환경오염, 물, 전기 등의 에너지 사용과 관련된다. 세탁을 할 때 물과 전기를 절약하며, 천연세제를 사용하고, 적당한 양의 세제를 사용하는 것, 패션제품마다 각기 다른 취급주의 방법을 인지하여 패션제품의 수명을 연장시키고 장기적으로 사용하며, 옷장을 정리하여 옷을 다양하게 잘 입는 것 등이 있다.

처분행동은 제품이 원래기능을 상실했을 때 처리하는 행동을 의미하는데 의류제품의 경우에는 기능의 상실보다 유행이나 소비자의 싫증 등에 의해 처분되는 경우가 많다(Kim & Shin, 2012). Kong(2012)는 의복처분행동을 구입해 사용하던 의복의 기능이 상실된 후 소비자가 제품에 적용하는 재활용행동을 의미한다고 하였다. 본 연구에서는 의류제품의 윤리적 처분행동을 의류폐기물의 발생량 감소를 위해 입지 않는 옷을 남에게 주거나, 교환 또는 재활용품으로 판매, 리폼하여 다시

사용하는 방법과 분리수거하는 방법 등으로 표현하였다.

이상을 종합하여 보면 윤리적 소비행동이란 환경과 사회에 대한 관심과 책임을 가지고 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 소비행동으로 구매, 사용, 처분단계에서 환경오염을 줄이고 자원 및 에너지를 절약하는 행동으로 앞으로 가야하는 바람직한 교육방향이라고 할 수 있다. 따라서 청소년의 발달적 특징과 개인적 특징을 반영한 소비행동요인인 쇼핑성향에 따라 의류제품의 윤리적 소비행동, 즉 구매, 사용, 처분행동은 어떤 특징을 보이는지 살펴보고자 하였다.

III 연구 방법

1. 조사 대상 및 자료 수집

본 연구는 전남지역의 중학교 2학년 여학생과 고등학교 1학년 여학생을 대상으로 하였으며 자료 수집은 설문지법을 이용하였다. 성별요인에서 나타날 수 있는 차이를 줄이기 위하여 여학생을 대상으로 하였으며 본 조사에 앞서 2017년 8월 중학교 2학년을 대상으로 예비조사를 실시하였고, 조사대상자가 이해할 수 있도록 문항의 내용과 표현을 수정·보완하였다. 본 조사는 2017년 9월 1일부터 9월 10일까지 진행되었으며, 총 530부를 배부하여 내용이 부실한 것을 제외한 488부의 결과를 본 연구의 최종자료로 사용하였다. 중학생은 257(52.66%)명이었고 고등학생은 231(47.34%)명이었다.

2. 조사도구

청소년의 쇼핑성향에 관해 Ha(2008)와 Kong(2012)의 설문지를 기초로 하여 예비조사를 거친 후 문항을 수정·보완하였으며 설문문항은 총 25문항이었다. 5점 리커트척도를 적용하여 측정하였으며 1점은 “전혀 그렇지 않다”, 5점은 “매우 그렇다”로 점수가 높을수록 그 성향이 높다는 것을 의미한다. 쇼핑성향의 하위요인을 도출하기 위해 주성분 분석과 Varimax 직교 회전법을 이용하여 요인분석을 실시하였고 요인값이 확실치 않은 2문항을 제외한 23문항을 적용하여 5개의 하위요인을 도출하였으며 각 하위요인에 대하여 신뢰도(Cronbach' α) 검정을 실행하였다. 그 결과는 <Table 4>와 같았다.

의류제품의 윤리적 소비행동은 Cha와 Choi(2010), Kim(2012)과 Kong(2012)의 측정도구를 수정·보완하여 사용하였으며 총 15문항을 5점 리커트척도를 적용하여 측정하였다. 소비행동은 구매행동, 사용행동, 처분행동으로 구분하여 측정하였으며 6문항(<Table 1>)의 의류제품 윤리적 구매행동의 설문은 윤리적 제품, 사회적 책임, 친환경 소재의 구매, 절약과 중고의 류구매에 관한 내용으로 신뢰도(Cronbach' α)는 .822 이었다.

의류제품의 윤리적 사용행동은 옷의 관리와 세탁의 방법을 묻는 내용을 포함하여 총 5문항으로 구성(<Table 2>)하였으며 신뢰도(Cronbach' α)는 .791이었다.

다음으로 의류제품의 윤리적 처분행동은 입지 않는 패션 제품을 처리하거나 재활용 처리 여부를 묻는 4 문항(<Table 3>)으로 구성하였으며 신뢰도(Cronbach' α)는 .757 이었다.

Table 1. Ethical buying behavior of female adolescents on clothing products

Ethical buying behavior of female adolescents on clothing products	M(SD)	Cronbach' α
I make a plan and buy the necessary clothes.	2.38(.73)	.822
I buy clothes made of environmentally friendly materials.	2.29(.66)	
I buy clothes with environmental marks,	2.19(.67)	
I buy clothing products from a company that is socially responsible.	2.15(.77)	
I buy used clothes at the recycling market.	2.15(.76)	
I buy school uniform recycling.	2.07(.71)	

Table 2. Ethical use behavior of female adolescents on clothing products

Ethical use behavior of female adolescents on clothing products	M(SD)	Cronbach' α
I wear an indoor costume that I don't like clothes and out-of-the-box clothes.	3.26(.98)	.791
I clean the closet regularly for the sake of my clothes.	2.89(.94)	
I use the right amount of detergent for washing.	3.18(.81)	
I use clothes and fashion products cleanly and not recklessly.	3.05(.89)	
I wear fiber markings and handling to prevent damage to my clothes.	2.91(.84)	

Table 3. Ethical disposal behavior of female adolescents on clothing products

Ethical disposal behavior of female adolescents on clothing products	M(SD)	Cronbach' α
I sell school uniforms in the recycling market.	2.27(.86)	.757
I repurpose clothes that are too small to wear.	2.31(.80)	
I donate my clothes to welfare facilities or sell them at flea markets.	2.62(.84)	
I trade clothes and fashion products with people around me or exchange goods.	2.66(.91)	

3. 자료분석 방법

본 연구에서는 수집된 자료의 분석을 위해 SPSS/WIN 23.0 프로그램을 사용하였으며 변인의 일반적 경향을 살펴보기 위하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 구하였다. 청소년기 여학생의 쇼핑성향의 하위요인을 얻기 위해 varimax 직교회전에 의해 요인 분석을 실시하였고 요인별 신뢰도 검정(Cronbach' α)을 실행하였다. 그리고 쇼핑성향에 따른 쇼핑유형 집단을 분류하고자 요인값을 이용하여 K-군집분석을 실시하였으며 쇼핑유형의 집단에 따른 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분 행동의 차이를 살펴보기 위하여 ANOVA를 실행하고 Duncan 사후검증을 통해 그 내용을 살펴보았다. 또한 쇼핑성향의 하위요인이 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동에 영향을 미치는지 알아보기 위하여 회귀분석을 실행하였다.

IV. 연구 결과

1. 청소년기 여학생의 쇼핑유형과 의류제품의 윤리적 소비행동의 경향

가. 쇼핑성향의 하위구성요인

청소년기 여학생의 쇼핑성향의 하위요인은 <Table 4>에 나타난 것과 같이 충성적 성향, 향유적 성향, 충동적 성향, 모방적 성향, 독자적 소비의 5가지 요인이었다.

쇼핑성향의 하위요인별로 살펴보면 1요인은 '나는 쇼핑하기 전에 가려는 점포를 미리 생각해 본다.', '나는 주로 쇼핑하는 브랜드나 점포가 정해져 있다.' 등으로 브랜드나 점포를 정해놓고 구입하는 성향이라 "충성적 성향"이라고 명명하였다. 신뢰도(Cronbach' α)는 .929이었다. 2요인은 '나는 쇼핑하는 것을 좋아한다.', '나는 우울하거나 스트레스가 쌓일 때 쇼핑을 하면 기분이 좋아진다.', '나는 물건을 사는 것 자체가 즐겁다.' 등의 내용으로 쇼핑자체를 즐기는 쇼핑성향이라 "향유적 성향"이라고 명명하였다. 신뢰도(Cronbach' α)는 .925이었다. 3요인은 '나는 마음에 드는 물건은 돈을 빌려서라도 구매한다.', '나는 충동구매를 하는 편이다.' 등으로 "충동적 성향"이라고 명명하였으며 신뢰도(Cronbach' α)는 .851이었다.

Table 4. Factor analysis results of shopping orientation among female adolescents

Contents	Factor value	M(SD)
Factor 1. loyal shopping orientation		
I think about the store where I'm going to go before shopping.	.815	2.50(1.11)
I tend to think carefully about buying before shopping..	.814	2.58(1.12)
I have a fixed brand or store that I usually shop for.	.798	2.48(1.06)
I wait until the sale to buy things.	.778	2.41(1.02)
I only buy items from brands that I think fit my image.	.762	2.52(1.12)
I buy any brand of goods on loan.	.727	2.45(1.11)
Eigenvalue=4.83 Variance explained=21.38 Cronbach'α= .929		
Factor 2. enjoyment shopping orientation		
I like shopping.	.855	3.53(.89)
When I feel depressed or stressed out, I feel better when I shop.	.799	2.98(1.04)
I enjoy buying things in themselves.	.758	3.32(1.05)
I look around the store even if I don't intend to buy things.	.721	2.90(1.04)
Eigenvalue=3.43 Variance explained=14.95 Cronbach'α= .925		
Factor 3. impulsive shopping orientation		
I buy things what I like even if I borrow money.	.752	2.01(.95)
I tend to buy impulse.	.692	2.68(.96)
I can't stand it without buying anything I like.	.690	2.29(1.05)
I buy something if I like it even if I don't really need it.	.641	2.67(.91)
Eigenvalue=2.71 Variance explained=11.79 Cronbach'α=.851		
Factor 4. imitative shopping orientation		
I want to buy a brand of goods that my friends buy.	.900	2.40(.76)
I often buy it if my friends have it.	.848	2.55(.95)
When I buy something, I want to buy something that my favorite entertainer advertises.	.599	2.27(.80)
I'd like to buy a product that all members of the group like.	.547	2.61(.73)
Eigenvalue=2.60 Variance explained=11.32 Cronbach'α=.754		
Factor 5. independent shopping orientation		
I usually go shopping alone.	.716	3.28(.83)
When I buy something, I make a decision by myself without the help of others.	.703	3.22(.84)
I usually look at things, think about them, and go back and buy them.	.698	2.81(.89)
I feel uncomfortable shopping with other people.	.682	2.87(.88)
I'm not affected by the clerk's recommendation when I buy things.	.645	2.67(.89)
Eigenvalue=2.53 Variance explained=10.99 Cronbach'α= .755		
Sum of Variance explained = 70.44		

4요인은 ‘나는 친구들이 구매하는 상표의 물건을 사고 싶다.’, ‘나는 물건을 살 때 내가 좋아하는 연예인이 광고하는 것을 사고 싶다.’등으로 “모방적 성향”이라고 명명하였으며 신뢰도(Cronbach' α)는 .755이었다. 5요인은 ‘나는 평소 물건을 봐 두었

다가 생각해 보고 다시 가서 산다.’, ‘나는 물건을 살 때 점원의 권유에 영향을 받지 않는다.’, ‘나는 주로 혼자 쇼핑한다.’등으로 결정을 할 때 타인으로부터 영향을 받지 않으려고 하는 쇼핑성향이어서 “독자적 성향”이라고 명명하였으며 신뢰도(Cronbach'

α)는 .773이었다. 이와 같이 청소년기 여학생의 쇼핑성향의 구성 요인은 충성적 성향, 향유적 성향, 충동적 성향, 모방적 성향, 독자적 성향의 5요인으로 총 설명력은 70.44%이었다.

나. 쇼핑성향과 의류제품의 윤리적 소비행동의 일반적 경향

다음으로 쇼핑성향의 하위요인과 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동의 평균으로 살펴 본 일반적 경향은 <Table 5>와 같았다. 쇼핑성향의 하위요인 중 향유적 쇼핑성향만 3.18(.91)로 보통(3.00)이상이었으며, 독자적 쇼핑성향이 2.97, 충성적 성향 2.49, 모방적 성향 2.46, 충동적 성향 2.41 순으로 보통(3.00) 이하로 나타났다.

쇼핑성향의 하위요인 간의 상대적인 특성으로 살펴보았을 때, 조사대상자인 청소년기 여학생은 쇼핑자체를 좋아하고 우울하거나 스트레스를 해소하기 위해 쇼핑을 하며 무엇을 구매할 생각이 없으면서도 점포를 둘러보는 쇼핑성향이 다른 성향에 비해 가장 높은 것으로 나타났다. 다음으로는 주로 혼자 쇼핑을 하며 다른 사람의 도움 없이 혼자서 결정하고, 평소에 물건을 봐 두었다가 생각해 보고 구매하며 다른 사람이나 점원의 영향을 받지 않은 독자적 성향으로 나타났다. 가장 낮은 쇼핑 성향은 충동적 성향으로 마음에 드는 물건은 돈을 빌려서라도 구매한다거나 충동구매를 하는 편이다, 필요하지 않더라도 마음에 들면 구매한다. 등의 행동이 가장 낮은 것으로 나타났다. 주요요인을 보면 쇼핑을 감정적이고 엔터테인먼트적인 행동으로서 즐기는 면과 신중하면서 독자적으로 구매하려는 면이 크다는 것을 알 수 있었다.

의류제품의 윤리적 소비행동을 구매, 사용, 처분행동으로 나누어 보았을 때 사용행동은 3.07로 보통 이상이었으며 처분행동 2.64, 구매 행동 2.32의 순이었다. 의류제품의 윤리적 사용행동을 살펴보면 청소년기 여학생들은 마음에 들지 않는 옷이나 유행이 지난 옷은 집에서 실내복으로 이용한다거나 세탁할 때 알맞은 양의 세제를 사용하는 것 그리고 의복이나 패션제품을 함부로 다루지 않고 깨끗하게 사용하는 것이 보통으로 행해지고 있다고 볼 수 있다. 상대적으로 볼 때는 구매와 처분행동보다 사용행동이 더 높게 이루어지고 있음을 알 수 있었는데 아직은 구매와 처분행동보다 사용행동의 환경에 더 많이 접하고 있기 때문으로 추측해 볼 수 있다.

처분행동은 보통보다 낮았으나(2.47) 구매행동에 비해 더 높게 이루어진다고 볼 수 있으며 주변사람들과 바꾸어 입거나 물물교환을 한다와 의류함에 넣거나 베품시장에 판매하는 것이 교복을 재활용시장에 내놓거나 리폼으로 재활용하는 보다 더 높은 것으로 나타났다.

의류제품의 윤리적 구매행동은 상대적으로 가장 낮게(2.32) 나타났는데 특히 교복과 다른 의류제품을 구입할 때 중고를 구입한다거나 사회적 책임을 다하는 회사의 의류제품을 구입하는 것이 가장 낮았다. 환경마크가 달린 의복을 구입하는 것과 친환경소재로 만들어진 의류를 구입하는 것도 보통보다 더 낮았다. 윤리적 구매에 대한 인식이나 관심이 아주 낮다고 볼 수 있다.

조사결과를 사용행동도 보통수준이지만 구매와 처분행동은 보통보다 아주 낮아 이와 관련된 교육이 필요하다는 것을 시사하고 있다.

Table 5. The general trend of shopping orientation and ethical consumption behavior about clothing products among the female adolescents

Items	M(SD)	
Shopping orientation	Loyal	2.49(.94)
	Enjoyment	3.18(.91)
	Impulsive	2.41(.80)
	Imitate	2.46(.62)
	Independent	2.97(.61)
The ethical consumption behavior about clothing products	Buying	2.32(.54)
	Use	3.07(.65)
	Disposal	2.64(.64)

2. 청소년기 여학생의 쇼핑성향에 의한 유형화

청소년기 여학생의 쇼핑성향하위요인의 특성에 따라 소비자를 분류하고자 표준화된 요인값을 이용하여 K-군집분석을 실행하였다. 3개의 군집으로 분류하였을 때 하위요인의 군집간 F-값이 .001수준에서 유의한 차이를 보이며 그룹의 특징이 뚜렷하게 나타나 3개의 군집으로 분류하였다. 쇼핑성향에 따라 분류된 3군집의 특징을 소속군집의 평균(표준편차)로 살펴 보았으며 그 결과는 <Table 6>과 같았다.

Group A는 148(30.33%)명이 속하였는데 충성적 성향, 향유적 성향, 충동적 성향, 모방적 성향이 상대적으로 가장 높은 집단이었으며 독자적 성향은 소비는 상대적으로 가장 낮은 집단이었다. 그래서 “즐거움추구 유형”이라고 명명하였다. 그룹C는 126(25.82%)명으로 그룹 A와 반대되는 집단으로 충성적 성향, 향유적 성향, 충동적 성향, 모방적 성향은 상대적으로 가장 낮으나 독자적 성향은 가장 높은 집단이었다. 따라서 “독립추구 유형”이라고 명명하였다. 그룹 B는 모든 하위요인이 중간위치에 속하는 무난한 집단이라 “중간 유형”이라고 명명하였으며 214(43.85%)명이 속하였다. Babin, Darden과 Griffin(1994)의 연구에서 보면 “즐거움추구 유형”은 쾌락적 쇼핑추구 유형과 유사하다고 볼 수 있는데 이 유형은 주관적이고 쇼핑의 목적보다는 쇼핑의 과정에서의 재미와 즐거움을 경험하기를 원하는 유형이며 개인의 욕구를 위한 소비의 목표를 가지고 있다고 하였다. 반면, 실용적 쇼핑추구는 독립추구 유형과 유사하였는데 능동적이며 과업 지향적이며 합리적인 것을 목표로 한다. 또한 이들은 종종 제품을 신중하고 효율적인 방법으로 구매되었는가에 의미를 둔다고 하였다(Park, Park,

& You, 2011). Park, Shin과 Jung(2004)의 연구에서는 쾌락추구 집단, 독자성추구 집단, 쇼핑고관여 집단, 편의추구적 상표선호 집단으로 의복쇼핑성향을 분류하고 있는데 쾌락추구집단은 즐거움추구 유형과 유사하며 독자성추구 집단은 독립추구 유형과 유사한 특징을 갖는 집단이라고 볼 수 있다.

3. 청소년기 여학생의 쇼핑유형에 의한 의류제품의 윤리적 소비행동의 차이

청소년기 여학생의 쇼핑성향에 따라 분류된 쇼핑유형 집단에 따라 의류제품의 윤리적 소비행동 즉, 구매, 사용, 처분행동의 차이가 어떻게 나타나는지 살펴보기 위해 분석한 결과 <Table 7>과 같았다.

즐거움추구 유형(N=148)은 사용행동에 있어서는 가장 적극적이었으며 구매행동과 처분행동은 상대적으로 가장 낮았다. 반면 독립추구 유형(N=126)은 구매행동과 처분행동은 상대적으로 가장 높았으며 사용행동은 중간이었다. 중간 유형(N=214)은 구매, 사용, 처분행동이 모두 낮았다.

다시 말하면, 즐거움추구 유형은 상대적으로 유행이 지난 옷 등을 집에서 실내복으로 착용하거나 옷의 관리를 위해 주기적으로 옷장을 정리하며 의류제품을 함부로 다루거나 세탁하지 않고 깨끗하게 사용하며 사용설명서에 따라 알맞은 양의 세제를 사용하여 세탁하는 경우가 가장 높았다. 하지만 꼭 필요한 의복을 사거나 친환경 소재, 책임을 다하는 회사의 의류제품의 구입, 중고의류 구매, 재활용 교복구매 등의 윤리적 구매행동을 하는 경우가 상대적으로 낮았고 물론 입고 난

Table 6. The difference in subfactor of the shopping orientation among the female adolescent's consumer groups by classifying

Shopping oriented sub-factors	N(%)	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
		Loyal	Enjoyment	Impulsive	Imitate	Independent
Shopping orientation group		M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)
Group A Pleasure-seeking group	148(30.33)	3.34(.60) ^a	4.30(.55) ^a	3.19(.70) ^a	2.70(.75) ^a	2.72(.57) ^c
Group B Intermediate group	214(43.85)	2.60(.35) ^b	2.96(.26) ^b	2.38(.19) ^b	2.56(.54) ^b	2.87(.50) ^b
Group C Independent pursuit group	126(25.82)	1.26(.51) ^c	2.28(.43) ^c	1.54(.50) ^c	2.00(.23) ^c	3.51(.50) ^a
F-value		509.75 ^{***}	634.91 ^{***}	318.12 ^{***}	57.44 ^{***}	88.99 ^{***}

*** p<.001

교복을 재활용시장에서 판매하거나 물물교환, 또는 리폼하는 것, 기부하는 등의 처분행동도 상대적으로 낮았다. 개인의 욕구를 위한 소비의 목표를 가지고 주관적이고 쇼핑의 목적보다는 쇼핑의 과정에서의 재미와 즐거움을 경험하기를 원하는 이 유형은 의류제품을 윤리적으로 사용하는 행동에서 더 적극성을 나타내는 것으로 볼 수 있다.

독립추구 유형(N=126)은 즐거움추구 유형 집단과 다르게 꼭 필요한 의복을 사거나 친환경 소재, 책임을 다하는 회사의 의류제품의 구입, 중고의류 구매, 재활용 교복구매 등의 윤리적 구매행동을 하는 경우가 상대적으로 높았고, 착용이 끝난 교복을 재활용시장에서 판매하거나 물물교환, 또는 리폼하기, 기부하는 등의 처분행동도 상대적으로 높았다. 능동적이며 과업 지향적이고 합리적인 것을 목표로 하는 이 유형은 의류제품의 윤리적 구매행동과 처분행동과 같이 직접적인 의사결

정을 요구하는 것에 더 의미를 더 두는 것일 수도 있다.

중간 유형 집단은 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동이 모두 상대적으로 낮았다. 윤리적 소비행동에 관심이 없고 가장 실천하지 않는 것으로 분석된다.

4. 청소년기 여학생의 소비태도가 의류제품의 윤리적 소비행동에 미치는 영향

청소년기 여학생의 쇼핑성향의 하위요인인 충성적 성향, 향유적 성향, 충동적 성향, 모방적 성향, 독자적 성향이 의류제품에 대한 윤리적 소비행동인 구매행동, 사용행동, 처분행동의 하위요인들에 미치는 영향력을 분석하기 위해 회귀분석을 실행한 결과는 <Table 8>과 같았다. 회귀가정의 만족 여부를

Table 7. The difference in ethical consumption behavior of clothing products according to female adolescent's shopping orientation groups

Shopping orientation group		Ethical consumption behavior N(%)	Ethical consumption behavior		
			Buying	Use	Disposal
			M(SD)	M(SD)	M(SD)
Shopping orientation group	Pleasure-seeking group	148(30.33)	2.27(.58) ^b	3.37(.54) ^a	2.30(.57) ^b
	Intermediate group	214(43.85)	2.26(.49) ^b	2.77(.64) ^c	2.33(.69) ^b
	Independent pursuit group	126(25.82)	2.47(.53) ^a	3.18(.58) ^b	2.88(.51) ^a
<i>F-value</i>			7.16 ^{***}	45.51 ^{***}	41.24 ^{***}

** $p < .01$, *** $p < .001$ Duncan test : $a > b$

Table 8. The effect of consumption consciousness on the ethical behavior of clothing products by female adolescents

Shopping oriented sub-factors	Ethical consumption behavior						VIF
	Buying		Use		Disposal		
	<i>b</i>	β	<i>b</i>	β	<i>b</i>	β	
Loyal	.127	.222 ^{***}	.174	.253 ^{***}	-.150	-.219 ^{***}	2.079
Enjoyment	-.156	-.264 ^{***}	.221	.294 ^{***}	.049	.068	2.194
Impulsive	-.025	-.037	-.106	-.131 [*]	-.103	-.129 [*]	1.996
Imitate	-3.26	.000	-.165	-.157 ^{***}	.072	.069	1.254
Independent	.213	.243 ^{***}	.434	.410 ^{***}	.301	.287 ^{***}	1.174
<i>F-value</i>	12.835 ^{***}		37.252 ^{***}		20.444 ^{***}		
Adjusted R^2	.110		.274		.168		
DW	1.655		1.585		1.808		

* $p < .05$, *** $p < .001$

파악하기 위해 VIF(Variance Inflation Factor)계수와 DW(Durbin Watson)계수를 조사하였으며, VIF는 1.174-2.194로 나타나 10 이하이므로, 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났으며, DW계수도 1.585-1.808로 나타나 잔차 간 자기 상관이 없는 것으로 판단되어 회귀 가정은 만족스럽다고 볼 수 있다.

청소년기 여학생의 의류제품의 윤리적 구매행동에는 향유적 성향($\beta = -.264, p < .001$), 독자적 성향($\beta = .243, p < .001$), 충성적 성향($\beta = .222, p < .001$)의 순서로 영향을 미쳤으며 향유적 성향은 부적영향을 미치고 독자적 성향과 충성적 성향은 정적영향을 미치는 것으로 나타났으며 11.0%의 설명력을 나타냈다. 다시 말해서 윤리적 구매행동에 있어 쇼핑을 좋아해서 기분전환을 위해 쇼핑을 한다거나 물건을 구매할 생각이 없어도 점포를 둘러보는 성향이 낮을수록 의류제품의 윤리적 구매행동은 높아지고, 주로 혼자 쇼핑하면서 평소에 물건을 봐 두었다가 생각해 보고 다시 가서 사되 다른 사람이나 점원의 도움 없이 혼자 결정하고 사는 성향이 높을수록, 그리고 쇼핑을 하는 브랜드나 점포가 정해져 있고 쇼핑 전에 신중하게 생각해서 구입하지만 내 이미지에 맞다고 생각하는 브랜드의 물건만 구입하는 성향이 높을수록 의류제품의 윤리적 구매행동은 높아진다는 결과를 보였다.

사용행동에는 독자적 성향($\beta = .410, p < .001$), 향유적 성향($\beta = .294, p < .001$), 충성적 성향($\beta = .253, p < .001$), 모방적 성향($\beta = -.157, p < .001$), 충동적 성향($\beta = -.131, p < .001$)순으로 영향을 미쳤다. 독자적 성향과 향유적 성향, 충성적 성향은 정적영향을 미쳤으며 모방적 성향과 충동적 성향은 부적영향을 미치는 것으로 나타났다. 설명력은 27.4%였다. 다시 말해서 윤리적 사용행동에 있어서는 주로 혼자 쇼핑하면서 평소에 물건을 봐 두었다가 생각해 보고 다시 가서 구매하되 다른 사람이나 점원의 도움 없이 혼자 결정하고 구매하는 성향의 경우, 그리고 쇼핑을 좋아해서 기분전환을 위해 쇼핑을 한다거나 물건을 구매할 생각이 없어도 점포를 둘러보는 성향 그리고 주로 쇼핑을 하는 브랜드나 점포가 정해져 있고 쇼핑 전에 신중하게 생각해서 사지만 내 이미지에 맞다고 생각하는 브랜드의 물건만 구입하는 성향 모두 높을수록 의류제품의 윤리적 사용행동도 높아지는 것으로 볼 수 있다. 이는 Park과 Lee(2015)의 결과와도 일부 일치하는데, 환경 제품을 개인의 만족도를 위해 소비할 수 있으며 주체적이고 자기만족적인 소비가 단순한

개인의 만족이 아니라 사회적인 책임의식과 이타적이면서도 자기이익을 추구하려는 욕망이 유기적으로 결합될 수 있다는 측면에서의 소비행동으로 파악된다. 하지만 친구들이 구매하는 상표의 물건을 구매하거나 좋아하는 연예인이 광고하는 물건을 구매하는 경우 그리고 소속집단의 구성원들이 좋아하는 제품을 구입하는 성향이 높을수록 마음에 드는 물건을 발견하면 사지 않고는 견딜 수 없거나 꼭 필요하지 않더라도 마음에 들면 구매하는 충동적 성향이 높을수록 윤리적 사용행동은 낮아지는 것으로 나타났다. Kim(2012)의 환경친화적 의복 소비행동에 관한 연구에서도 자기중심적인 가치관과 가격혜택을 추구하는 성향이 유기적으로 결합하여 환경친화적 의복 사용행동에 정적인 영향을 주는 것으로 나타났는데 본 연구의 독자적 추구성향과 향유적 성향, 충성적 성향이 클수록 의류제품의 윤리적 사용행동이 높아지는 결과와 일맥상통한다고 볼 수 있다.

처분행동은 독자적 성향($\beta = .287, p < .001$), 충성적 성향($\beta = -.219, p < .001$), 충동적 성향($\beta = -.129, p < .05$)순으로 영향을 미쳤으며 독자적 성향은 정적영향을, 충성적 성향과 충동적 성향은 부적 영향을 미쳤다. 이 변인들은 의류제품에 대한 윤리적 처분행동을 16.8% 설명해주고 있다. 즉, 주로 혼자 쇼핑하면서 평소에 물건을 봐 두었다가 생각해 보고 다시 가서 구매하되 다른 사람이나 점원의 도움 없이 혼자 결정하고 구매하는 성향의 경우 의류제품의 윤리적 처분행동 즉 마음에 들지않는 유행이 지난 의복을 실내복으로 사용하거나, 입고 난 교복이나 옷을 중고시장에 내놓고 판매 또는 물물교환을 하는 경향이 높아진다는 것이다. 하지만 주로 쇼핑을 하는 브랜드나 점포가 정해져 있고 쇼핑 전에 신중하게 생각해서 구매하지만 내 이미지에 맞다고 생각하는 브랜드의 물건만 구입하는 충성적 성향, 그리고 마음에 드는 물건을 발견하면 사지 않고는 견딜 수 없거나 꼭 필요하지 않더라도 마음에 들면 구매하는 충동적 성향이 높을수록 윤리적 처분행동은 낮아짐을 알 수 있었다.

Jae, Seo와 Cheon(2014)의 연구에서 비합리적 소비성향인 충동구매가 구매행동과 사용행동에 부적영향을 미치는 것으로 나타났는데 본 연구에서도 사용행동과 처분행동에 부적영향을 미치는 것으로 나타났다. 모방소비 또한 사용행동에 부적영향을 미치고 있는데 본 연구의 결과도 구매행동과 처분행

동에는 유의한 영향을 미치지 않았으나 사용행동에 부정영향을 미치는 결과를 나타냈다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 청소년기 학생들의 바람직한 소비행동을 유도하는 교육의 기초자료로 활용하고자 청소년기 여학생의 쇼핑성향에 따른 하위요인을 도출하고 이 하위요인에 따른 의류제품의 윤리적 소비행동을 살펴보고자 하였다. 따라서 쇼핑성향에 따라 쇼핑유형을 분류하였으며 쇼핑유형에 따른 의류제품의 윤리적 소비행동 즉 구매, 사용, 처분행동의 차이와 쇼핑성향의 하위요인이 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동에는 어떠한 영향을 미치는지 알아보았다. 결과분석을 위하여 SPSS/WIN 23.0을 이용하여 평균, 표준편차, 신뢰도 검정, 요인분석, K-군집분석, ANOVA, 회귀분석을 실행하여 다음과 같은 결과를 얻었다.

첫째, 청소년기 여학생의 쇼핑성향의 하위요인은 충성적 성향, 향유적 성향, 충동적 성향, 모방적 성향, 독자적 성향의 5요인이었다. 감정적이며 욕구충족적인 요인인 주를 이루었으며 스스로 결정하며 다른 사람의 의견에 영향을 받지 않는 성향도 있었다.

둘째, 청소년기 여학생의 쇼핑성향의 일반적인 경향은 향유적 성향만 보통이상으로 가장 높았고 독자적 성향, 충성적 성향, 모방적 성향, 충동적 성향의 순으로 낮아졌으며 이 성향들은 보통이하로 나타났다. 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동의 경향은 사용행동만 보통보다 높았고 구매행동과 처분행동은 보통보다 낮았다. 조사결과는 사용행동도 보통수준이지만 구매와 처분행동은 보통보다 매우 낮아 소비자교육 프로그램 운영 시 이와 관련된 교육이 필요하다는 것을 시사하였다.

셋째, 쇼핑성향의 하위요인에 따라 즐거움추구 쇼핑유형, 중간 쇼핑유형, 독립추구 쇼핑유형의 세 유형으로 분류되었다. 즐거움추구 쇼핑유형은 30.33%였고 충성적 성향, 향유적 성향, 충동적 성향, 모방적 성향이 가장 높고 독자적 성향이

가장 낮은 유형이었다. 독립추구 쇼핑유형은 반대로 독자적 성향이 가장 높고 다른 성향은 가장 낮은 유형으로 25.82%이었으며, 중간 쇼핑유형은 모든 쇼핑성향의 하위요인이 중간인 유형으로 43.85%이었다. 감정적이고 욕구충족적인 쇼핑유형과 능동적이고 독립적인 쇼핑유형으로 대별되었다.

넷째, 세 쇼핑유형에 따라 구매행동, 사용행동, 처분행동은 다른 차이를 보였다. 주관적이고 개인의 욕구만족을 목표로 하는 과정중심의 즐거움추구 쇼핑유형은 상대적으로 의류제품의 윤리적 사용행동을 가장 많이 하였고 능동적이며 독립추구적인 쇼핑유형은 구매행동과 처분행동을 가장 많이 하였다. 중간 쇼핑유형은 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동 모두에서 가장 낮아 윤리적 소비에 대해 무관심한 유형이었다. 이러한 결과는 쇼핑유형이 다를 경우 윤리적 소비자 교육을 다르게 접근하는 것이 효과가 클 것으로 기대된다.

다섯째, 쇼핑성향의 하위요인들은 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동에 영향을 미쳤다. 향유적 성향이 낮을수록 그리고 독자적 성향과 충성적 성향이 높을수록 윤리적 구매행동은 더 높았다. 이것은 혼자 구매의사결정을 하고 구매상표와 점포에 대한 신뢰가 강한 경우 윤리적으로 신중하게 선택했음에 의미를 두고 윤리적 구매를 하는 것으로 볼 수 있다. 독자적 성향과 향유적 성향, 충성적 성향이 높을수록 그리고 모방적 성향과 충동적 성향이 낮을수록 윤리적 사용행동은 높아졌다. 이것은 혼자서 독립적으로 결정하고 구매하는 성향과 쇼핑자체를 즐기려는 성향이 같이 어우러질 때 윤리적 사용행동이 효과가 높아질 수 있다는 의미로 해석할 수 있다. 하지만 자신의 의지 없이 친구를 무작정 따라하거나 충동적인 행동은 윤리적 사용행동을 이끌어내는데 도움이 되지 않으므로 이를 교정하는 교육이 필요하다. 그리고 독자적 성향이 높고 충성적 성향과 충동적 성향은 낮을수록 윤리적 처분행동은 높아졌다. 독자적 성향이 높을수록 윤리적인 처분행동이 상대적으로 더 많이 이루어짐을 의미한다.

이상과 같이 청소년기 여학생의 쇼핑성향에 따른 쇼핑유형별 집단은 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동에 차이를 가져왔고 쇼핑성향이 윤리적 소비행동에 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 청소년들의 소비자교육 시 소비단계에 따라 쇼핑성향에 맞는 의류제품의 윤리적 소비행동의 경험을 강화시키는 것이 좋은 교육이 될 것이라는 점을 시사한다. 따라서

앞으로 이 결과를 적용하여 윤리적 소비행동을 이끄는 교수-학습과정의 개발과 적용이 이루어지는 것이 효과적일 것으로 본다. 그리고 윤리적 소비행동을 강화시킬 수 있는 감정적인 요인과 이성적인 요인들의 영향을 확대하여 연구할 필요성이 있다. 하지만 본 연구는 조사대상자를 전남지역에 있는 2학년 여중생과 1학년 여고생을 임의표집 한 일반화할 수 없는 제한점이 있으므로 확대해석에는 신중을 기하기 바란다.

참고문헌

- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of consumer Research*, 20(4), 644-656.
- Cha, K. W., & Choi, M. Y. (2010). Conspicuous consumption and consumer conformity in the clothing purchase behavior of teenagers. *Consumer Policy and Education Review*, 6(1), 27-45.
- Cheon, K. H. (2014). A study on the consumption lifestyle for the sustainable development focused on the community currency movement. *Consumer Policy and Education Review*, 10(3), 165-193.
- Choi, K. S. (2015). Influence of socio-psychological factors and educational experience on adolescent consumers' ethical consumption behavior. *Journal of Korean Home Economic Education*, 27(1), 67-83.
- Ha, J. K. (2008). A study on the relationship between fashion consumption style and the related variables of male and female consumers. *Korean Journal of Human Ecology*, 17(3), 485-492.
- Hong, Y. G., & Song, I. S. (2010). The concept and practice areas of ethical consumption. *Consumer policy and education review*, 6(4), 91-110.
- Howell, R. D. (1980). *A multivariate examination of a patronage model: the impact of values and life style on shopping orientations*. Doctorial dissertation, University of Arkansas.
- Huh, E. J. (2011). The determinants of consumer's attitude and purchase Intention on the ethical products. *Journal of Consumer Studies*, 22(2), 89-111.
- Jae, M. K., Seo, I. J., & Jeon, H. R. (2014). A study on the consumer behavior regarding consumer consciousness for elementary school children; Focused on purchasing, using, disposal behaviors. *Consumer policy and education review*, 10(4), 115-136.
- Jung, E. K. (2016). *Adolescent consumers' ethical consumption as viewed from their buying behavior for fast fashion*. Unpublished master's thesis Chosun University, Gwangju, Korea.
- Jung, J. W. (2012). A study on adolescents' ethical consumption education experience and ethical consumption behavior. *Journal of Korean Home Economics Education*, 24(3), 191-208.
- Jung, Y. J. (2007). *A study on the environment-friendly clothing consumption behavior depending on consumer value orientation and clothing benefits sought*. Unpublished doctoral dissertation, Kyungseong University, Pusan, Korea.
- Kim, G. R. (2017). *The ethical consumption consciousness and clothing behavior of the adolescents : Focused on middle and high school students in Gyeonbuk area*. Unpublished master's thesis, Korea National University of Education, Chung Buk, Korea.
- Kim, J. Y. (2012). *The environmentally-friendly clothing consumption behavior of middle and high school students in Seoul*. Unpublished master's thesis Dongguk university, Seoul, Korea.
- Kim, J. Y., & Shin, H. W. (2012). The environmental-friendly clothing consumption behavior of middle and high school students in Seoul. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 24(1), 37-48.
- Kim, Y. J. (2009). *A study on the relationship between environmental preservation consciousness and clothing attitude & clothing-buying behavior for adolescents*. Unpublished master's thesis Chonnam National University, Gwangju, Korea.
- Kim, Y. J. (2017). *A study on the relationship between self-love, self-esteem and consumption behavior of youth*. Unpublished master's thesis Choongang University, Seoul, Korea.
- Kim, Y. O., & Seo, J. H. (2000). The effects of self-esteem and

- demographic variables on consumerism of youth consumers: Focused on Ulsan metropolitan city. *Journal of Consumption Culture*, 3(3), 21-42.
- Kim, Y. S., Lee, K. O., & Kim, M. J. (2005). A study in the propensity for symbolic consumption of adolescents. *Journal of Korean association Human Ecology*, 14(2), 277-292.
- Kong, J. H. (2012). *Ethical consumption and clothing consumption behavior*. Unpublished master's thesis. Chungnam National University, Daejun, Korea.
- Kwon, M. W., & Rhee, K. C. (2000). Variables affecting on the rationality of consumption behavior of adolescent consumers. *Journal of Korean Home Management Association*, 18(2), 175-190.
- Lee, E. J. (2007). *A study on the environmental-friendly consumption consumer behavior of adolescents*. Unpublished master's thesis Korea University, Seoul, Korea.
- Lee, G. E., & Lee, G. Y. (2008). A study on the variables influencing on adolescents consciousness and behavior in pro-environmental consumption: In relation with their mothers' pro-environmental consuming behavior. *Journal of Korean Family Resource Management Association*, 12(3), 119-145.
- Lee, J. W., Kim, J. Y., Park, S. H., Suh, K. H., Shin, Y., Ahn, J. H., & Yang, H. S. (2014). The effect of environment-friendly consumption consciousness, consumption behavior and consumption value of adolescents on attitude of school uniform recycling. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 26(2), 1-14.
- Lee, M. H. (2008). *A study on the consumption-oriented attitude and the impulsive buying of high school students*. Unpublished master's thesis Chonnam National university, Gwangju, Korea.
- Min, H. S., & Rhee, K. C. (1996). Environmentally conscious consumer behavior and support on the environmental regulation, *Family and Environment Research*, 34(3), 107-121.
- Moon, H. S. (2015). *A study on the ethical consumption attitudes of middle & high school students*. Unpublished master's thesis Wongwang University, Iksan, Korea.
- Oh, J. S. (2007). A study on the consumption value and environment-friendly consumption behaviors of adolescent consumers. *Family and Environment Research*, 47(10), 13-28.
- Park, H. J., Shin, E. J., & Jung, H. Y. (2004). College students' apparel shopping orientations and store selection for purchasing jeans. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 28(5), 547-558.
- Park, J. M., & Shin, H. W. (2014). Environmental consciousness, clothing recycling behavior and interest in fashion by awareness of upcycling and purchasing behavior for upcycled fashion products of middle & high school students. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 26(2), 89-99.
- Park, K. W., Park, J. Y., & You, Y. Y. (2011). Influence of consumers' shopping value and product types on LOHAS Consumption. *Journal of the Korean Contents Association*, 11(12), 856-869.
- Park, S. J., & Lee, E. J. (2015). Influences of middle- and old-aged shoppers' perceived risk and consumption value on purchase intentions of eco-friendly clothing: The mediation effect of risk reduction behaviors. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 15(1), 51-68.
- Rhee, K. C. (1999). *Consumer education : theory and practice*. Seoul: Gyomoon Inc.
- Shim, M. Y. (2006). An analysis of consumer problems related to the irrational consumption propensity in adolescents. *Social Science Research Review*, 22(2), 446-470.
- Song, S. E. (2007). *Consumers' consciousness and rational consumption behavior*. Unpublished Master's Thesis, Korea University, Seoul, Korea.
- Yang, H. J., Kim, C. S., Kim, Y. Y., Kim, T. E., Bae, Y. J., Chan, C., & Yang, H. S. (2012). The influences of shopping orientation on selection criteria, attitudes, and preference of collaborated fashion products. *Fashion & Textile Research Journal*, 14(4), 567-577.
- Yee, K. E., & Lee, K. Y. (2008). A study on the variables influencing on adolescents consciousness and behavior in pro-environmental consumption; In relation with their mothers' pro-environmental consuming behavior. *Journal of the Korean Family Resource Management Association*, 12(3), 119-145.

<국문요약>

본 연구는 청소년기 학생들의 소비행동을 분석하여 교육의 기초자료로 활용하고자 여학생들의 쇼핑성향에 따른 하위요인을 도출하고 이 하위요인에 따른 쇼핑유형을 분류하였다. 이 쇼핑유형의 집단에 따른 청소년 여학생의 의류제품의 윤리적 소비행동 즉 구매, 사용, 처분행동의 차이를 알아보았고, 쇼핑성향의 하위요인이 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동에는 어떠한 영향을 미치는지 살펴보았다. 그 결과 청소년기의 여학생 의류제품의 윤리적 구매, 사용, 처분행동의 경향이 보통보다 낮아 교육이 필요함이 시사되었다. 그리고 쇼핑성향의 하위요인인 충성적 성향, 향유적 성향, 충동적 성향, 모방적 성향, 독립적 성향에 따라 즐거움추구 유형, 중간 유형, 독립추구 유형의 세 쇼핑유형으로 분류되었다. 즐거움추구 쇼핑유형은 상대적으로 의류제품의 윤리적 사용행동을 가장 많이 하였고, 독립추구 쇼핑유형은 윤리적 구매행동과 윤리적 처분행동을 더 많이 하였다. 쇼핑자체를 즐기는 욕구만족의 성향이 낮을수록 혼자서 의사결정을 신중하게 했다고 생각하는 경향이 높을수록, 그리고 구매상표와 점포에 대한 신뢰가 강한 능동적인 성향이 높을수록 의류제품의 윤리적 구매행동을 더 많이 하였다. 반면 욕구만족의 성향과 독립적인 성향을 모두 가진 경우 윤리적 사용행동은 더 많이 하였다. 그리고 혼자서 구매의사결정을 하는 독립적 성향만 높을수록 윤리적 처분행동은 높아졌다. 소비단계와 쇼핑성향에 적합한 세분화된 소비자교육이 이루어져야 할 것이다.

■논문접수일자: 2019년 7월 22일, 논문심사일자: 2019년 7월 23일, 게재확정일자: 2019년 9월 26일