

청소년기 여성의 가정환경이 의류 상표지향성에 미치는 영향 연구

서 영 복 · 이 명 희

성신여자대학교 교육대학원

본 연구의 목적은 청소년기 여성의 가정의 가치지향성과 인구통계적 변인이 의류 상표지향성에 미치는 영향을 조사하며, 상표지향성 및 가정의 가치지향성과 상표결정동기와의 관계를 파악하는 데 있다.

연구방법은 질문지법을 사용하였으며, 조사대상은 서울시내 여고생과 여자대학생 498명이었다. 가정환경변인 측정도구는 정원식의 '가정환경진단검사'중에서 가정의 가치지향성을 사용하였다. 이것은 사회상승주의, 물질주의, 전통주의에 관한 내용을 포함하며 진위형 척도로서 22문항을 사용하였다. 상표지향성은 상표관여와 상표충성을 포함하였으며, 5점 Likert 척도로서 12문항을 사용하였다. 상표결정동기는 5점 척도로서 10문항을 사용하였다. 인구통계적인 변인으로는 연령, 부모의 학력, 사회계층, 주거공간에 관한 사항을 조사하였다. 통계분석 방법은 적률상관관계, 일원변량분석, Duncan의 다중범위검증, t 검증, 다중회귀분석을 실시하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 상표관여와 상표충성의 중앙치를 기준으로 상표지향성 집단을 4집단으로 분류하여 상표 고관여충성, 고관여비충성, 저관여충성, 무관심 집단으로 나눌 수 있었다. 상표지향성 집단에 따라 가정의 사회상승주의와 전통주의는 유의한 차이가 있어 고관여충성 집단은 사회상승주의 및 전통주의가 4집단 중에서 가장 높았다. 무관심 집단과 저관여충성 집단은 사회상승주의가 낮았고, 또한 무관심 집단은 가정의 전통주의 가치가 가장 낮았다.

둘째, 청소년의 부모 학력과 의류 상표지향성과의 관계를 볼 때 고관여충성 집단은 부모학력이 대졸 이상인 비율이 높았고, 무관심 집단은 고졸 이하인 비율이 높았다. 사회계층과의 관계에서 고관여충성 집단은 상류층에, 무관심 집단은 중류층에 속하는 경우가 많았으며 주거공간과의 관계에서 고관여충성 집단은 상층, 무관심 집단은 하층에 높은 비율을 나타냈다.

셋째, 가정의 물질지향주의와 전통주의는 아버지의 학력에 따라 유의한 차이가 있어 대졸 이상의 경우 고졸 이하보다 가정의 물질지향주의와 전통주의가 낮았다. 또한 사회계층이 낮을수록 가정의 물질지향주의가 높았으며, 사회상승주의와 전통주의는 사회계층에 따라 유의한 차이가 없었다.

넷째, 고관여충성 집단은 상표결정시 품질, 상표의 명성, 상점의 위치를 중요시 여기며 타인의 의복상표의 영향을 많이 받았고, 충동적으로 구매하는 경우가 높았다. 유행은 고관여충성 집단과 고관여비충성 집단이 모두 중요시하였고, 무관심 집단은 상표결정시 대부분의 속성에 대해 고려하는 정도가 낮았는데 특히 상표의 명성에 대한 관심이 매우 낮았다.

다섯째, 가정의 가치지향성과 상표결정동기와의 관계에서 가정의 사회상승주의가 높은 청소년기 여성들은 의류상표를 결정할 때 타인의 의복상표, 상표의 명성, 편안성 및 착용감, 상업의 편리한 위치를 중요시하며 충동적인 동기로 특정상표를 구매하는 정도가 높았다. 물질지향주의 및 전통주의는 할인, 타인의 의복상표, 가격과 정적 관계를 나타냈고 전통주의는 상업의 편리한 위치와 상표의 명성과 정적 관계를 나타냈다.

여섯째, 부모학력이 대졸인 청소년은 고졸인 경우보다 의류상표 선택시 품질, 상표의 명성, 편안성 및 착용감에 더 많은 영향을 받았다. 어머니의 학력이 대졸인 경우는 고졸보다 디자인이나 색의 영향을 더 많이 받았고 어머니의 학력이 고졸인 경우는 가격에 영향을 더 많이 받았다. 상류층은 다른 집단에 비해 상표선택시 품질, 상표의 명성, 편안성 및 착용감을 더 많이 고려하였고, 하류층은 가격을 더 고려하였다.

일곱째, 고관여층성, 저관여층성, 고관여비층성 집단은 백화점에서 구매한 비율이 높았고 무관심 집단은 할인매장, 시장 및 도매상가에서 구매한 비율이 높았다. 고관여층성 집단은 의복의 구매가격대가 높았고 무관심 집단은 구매가격대가 낮았다.

여덟째, 상표관여에는 사회계층이 가장 큰 영향을 주었고 그 다음에 연령, 가정의 전통주의, 사회상승주의의 순으로 유의한 영향을 주었으며($R^2 = .083$), 상표충성에는 사회계층이 가장 큰 영향을 주었고, 그 다음에 연령, 전통주의, 물질지향주의 순으로 영향을 주었다($R^2 = .090$). 따라서 청소년기 여성의 상표지향성에 영향을 주는 중요한 변인은 사회계층이며, 청소년의 연령이 증가할수록 상표지향성이 높아진다고 할 수 있다.

이상에서 상표 고관여층성 집단과 상표 무관심 집단을 비교해보면, 고관여층성 집단은 가정의 사회상승주의와 전통주의가 강하고 사회계층 및 부모의 학력이 높았으며 의복구입시 상표의 명성을 많이 고려하였고, 의복의 품질, 유행, 편안성도 고려하는 정도가 높았으며, 의복구매비가 높았고, 구매처는 주로 백화점이었다. 상표 무관심 집단은 가정의 사회상승주의 및 전통주의가 약하고 중류층이며, 부모의 학력이 낮고 상표를 결정할 때 의복속성을 많이 고려하지 않았으며, 의복구매비가 낮았고, 주로 이용하는 구매처는 시장 및 도매상가였다.

종합적으로 볼 때 청소년기 여성의 의류 상표지향성에 가정환경은 의미있는 영향을 주었는데, 가정의 사회계층이나 전통주의 가치가 높을수록 청소년의 상표지향성이 높았고, 가정의 사회상승주의가 높을수록 의류상표에 대한 관심이 큰 편이었다.