

## 청소년의 의복쇼핑성향에 따른 의복충동구매 행동

염인경\* · 김미숙

경희대학교 의상학과

청소년기는 다른 어느 때보다 민감하고 동요가 심하며 또한 흥분하기 쉬운 등 정서가 불안정하고 심리적 변화가 복잡하며 예민한 시기이다. 그러므로, 의복구매에 있어 합리적이기보다는 감성에 치우치기 쉽다. 이에 본 연구는 청소년의 의복쇼핑성향을 분석하고, 그에 따른 의복충동구매행동을 알아봄으로써 청소년들이 합리적인 소비문화를 정립하는 데 필요한 기초자료를 제공하고자 하였다. 자료수집을 위해 2001년 7월 2일부터 7월 6일까지 총 680명의 청소년을 대상으로 설문조사를 실시하였고 그 중 582부를 최종분석자료로 사용하였다. 자료분석은  $\chi^2$ -test, t-test, 요인분석, 군집분석, 일원분산분석을 사용하였으며, 사후검증으로 Duncan's Multiple Range test를 실시하였다. 연구의 결과를 요약해 보면 다음과 같다.

의복쇼핑성향에 따라 구매자의 유형을 분류하기 위하여 요인분석을 실시하여 유행추구쇼핑, 쇼핑애호, 계획적 쇼핑, 알뜰 쇼핑으로 분류하였고 요인분석을 이용하여 군집분석을 실시한 결과 계획적 의무쇼핑형, 경제성 비고려형, 즐거움 추구 알뜰쇼핑형, 계획적 쇼핑애호형으로 분류되었다. 또한 의복 충동구매행동에 따른 요인을 분류하기 위해 요인분석을 실시한 결과 호기심 유발요인, 상황요인, 마케팅 자극요인, 구매시점요인으로 구분되었다.

인구통계적 특성에 따른 의복쇼핑성향에 대해서 살펴본 결과 여학생과 중학생은 쇼핑애호성향, 남학생은 알뜰쇼핑성향, 고등학생은 유행추구쇼핑성향이 가장 높게 나타났고 계획적 쇼핑성향은 성별, 학력별로 가장 낮았다. 연령별로는 18세는 의복쇼핑시 유행을 추구하고 쇼핑을 즐기며 계획을 세워 쇼핑하는 경향이 높게 나타났고 알뜰쇼핑성향은 18세 뿐 아니라 19세에서도 높게 나타났다. 15세는 쇼핑을 즐겨하지만 알뜰쇼핑성향도 나타났고, 반면에 14세 집단은 모든 의복쇼핑성향에서 낮은 경향을 보였다. 한달 용돈, 계절 평균 의복비 지출이 높을수록 쇼핑할 때 유행을 추구하고 쇼핑을 즐기며, 한달 용돈, 의복비 지출이 낮을수록 계획을 세워 알뜰하게 쇼핑하는 것으로 나타났다.

구매자유형간 의복충동구매계기를 살펴본 결과 경제성 비고려형은 호기심 유발요인과 상황요인에 의해 의복충동구매하는 경향이 높고 즐거움 추구 알뜰 쇼핑형은 마케팅 자극요인과 구매시점요인에 의해 의복충동구매하는 경향이 높았다.

인구통계적 특성에 따라 의복충동구매계기에 대해 살펴본 결과 남·여학생, 고등학생이 호기심 유발에 의한 의복충동구매가 가장 높았다. 연령별로 보면 18세 집단은 대부분의 의복충동구매계기에서 대체로 높은 영향을 받는 것으로 나타났고 14세는 대체로 낮았다. 또한 용돈

으로 쓰는 액수와 계절 평균 의복비가 높을수록 의복충동구매정도가 대체로 높게 나타났다.

인구통계적 특성에 따라 의복충동구매행동에 대하여 살펴보면 최근 의복충동구매 경험이 있는 경우가 35.3%였고 여학생이 남학생보다, 고등학생이 중학생보다 많았다. 의복충동구매 시 자주 구입하는 가격은 50%가 넘는 비율로 3만원미만이 가장 많았고 3-6만원, 6만원이상의 순이었다. 의복충동구매시 한번에 구입하는 수량은 2점을 충동구매하는 비율이 약 47%에 달해 충동구매가 단순히 한 벌에 그치지 않음을 알 수 있었고 1점 충동구매하는 경우도 45%정도로 나타났다. 의복은 주로 할인매장과 전문매장에서 충동구매하는 것으로 나타났다.

연구 결과가 시사하는 바를 살펴보면, 청소년들은 쇼핑환경의 급속한 성장과 쇼핑에 대한 관심으로 인해 의복을 충동구매하는 정도가 높게 나타났고 소비유형과 소비자 능력에 있어 부족하고 불합리한 점도 나타났으므로 청소년에게 소비자로서의 올바른 쇼핑문화의 수용을 위한 소비자 교육을 학습할 기회가 주어져야 할 필요가 있다고 사료된다. 특히 쇼핑에 대한 관심이나 즐기는 정도가 급증하는 중학교 2학년 시기에 맞추어 소비자 교육을 실시하는 것이 필요하다고 본다. 중학생의 경우 15세인 중학교 2학년때 쇼핑에 대한 관심이 급증하므로 중학교 2학년 학기초나 중학교 1학년부터, 고등학생의 경우 고등학교 1학년부터 소비자 교육을 지속적으로 실시한다면 바람직한 소비자로 성장하는데 도움이 되리라 생각한다.