

# 대학생 소비자의 돈에 대한 태도 유형별 의복구매행동

박 정 숙\* (이화여자대학교 가정관리학과 소비자전공 석사)

정 순 희 (이화여자대학교 소비자인간발달학과 조교수)

본 연구는 대학생 소비자들의 돈에 대한 태도 유형은 어떠한지 알아보고, 돈에 대한 태도에 영향을 미치는 요인은 무엇이며, 돈에 대한 태도 유형에 따른 대학생 소비자들의 의복구매행동은 어떠한지 의사결정 단계별로 알아보는데 목적이 있다.

연구방법은 전문대 및 4년제 대학에 재학중인 남녀 대학생을 대상으로 설문조사를 실시했으며, 수집된 자료는 WINDOW용 SPSS ver.10.0을 이용하여, 빈도분석, 백분율, 요인분석, 신뢰도 검사, 군집분석, 카이 스퀘어, ANOVA를 실시하였다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 대학생 소비자들의 돈에 대한 태도요인은 성공의 상징과 권력의 원천요인, 타인으로부터 인정받기 위한 수단요인, 미래 안전의 도구요인, 인색함과 불신감요인, 감정충족의 도구요인, 5개로 나뉘어졌다. 둘째, 요인점수에 따라 군집분석을 한 결과, 돈을 성공과 미래의 안전도구로 여기는 군집, 인정과 감정충족의 도구로 여기는 군집, 인색하고 불신하는 경향이 있는 군집으로 명명하였다. 셋째, 돈에 대한 태도에 영향을 미치는 요인으로 학년, 성장지, 거주상태, 어머니의 직업, 부모의 교육수준, 가계소득, 생활수준, 용돈으로 나타났다. 넷째, 문제인식단계에서는 구매동기를 살펴보았는데, 스트레스 해소&기분전환, 친구나 주위사람과 맞추기 위해서, 유행하는 의복이므로, 소중한 의복과의 조화에서 집단간의 유의미한 차이를 보였다. 정보탐색 단계에서는 정보원천에 대해서 살펴보았는데, 판매원의 조언, 방송매체 광고와 유명인이나 주위사람 의복관찰에서 집단간의 유의미한 차이를 보였다. 대안평가 단계에서는 의복 선택기준을 살펴보았는데, 디자인이나 스타일 색상, 유행성, 상표 유명도에서 집단간의 유의미한 차이를 보였다. 구매단계에서는 구매시기, 구매빈도, 구매비용, 점포선택기준, 구매장소, 대금지불 방법, 동행인과 영향정도를 살펴보았는데, 구매시기는 특별한 행사나 명절, 마음에 드는 옷을 봤을 때, 뜻밖의 수입이 생겼을 때, 필요한 경우 아무 때나와 할인·세일기간에서 집단간의 유의미한 차이를 보였다. 상품선택기준은 상품의 품질과 상표명에서 집단간의 유의한 차이를 보였다. 구매빈도와 월 평균 의복 구매 비용, 구매장소, 대금지불방법, 동행인은 돈에 대한 태도 유형과 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

본 연구는 소비자의 구매행동에 영향을 미치는 변수인 돈에 대한 태도를 선정하여 대학생 소비자들의 비체계적인 의복구매행동을 살펴보고자 시도하였다. 이 결과물은 대학생 소비자들이 합리적인 구매생활을 할 수 있도록 가정에서만 아니라 학교나 사회차원에서 돈에 대한 태도를 형성하는 프로그램을 개발하는데 기초자료 사용될 수 있을 것이다. 그리고, 소비자 자신이 스스로가 돈에 대해 어떤 태도 유형에 속하는지, 의사결정단계별로 어떤 성향을 가지는지 자각하여 비합리적인 구매행동을 개선하는데 도움이 되길 기대한다.