중·고등학생의 과시소비성향에 관한 연구

유 두 련*(대구가톨릭대학교 생활환경학전공 교수)
박 영 미 (대구가톨릭대학교 생활환경학전공 강사)

본 연구목적은 청소년소비자의 과시소비 수준을 살펴보고 이에 미치는 제 변수들의 영향력을 파악해 봄으로써 건전한 소비생활 문화를 정착시켜나가는데 필요한 소비자교육의 기초 자료를 제공하는데 있다. 조사대상자가 청소년임을 고려하여 과시소비성향은 유명상표선호와 수입품선호, 유행 및 타인지향 등의 하위영역으로 구분하여 조사하였으며 사회경제적 변인으로 성별, 부모학력, 부모직업, 월평균 용돈 액수, 가계소득으로 선정하였으며 사회화관련 변인으로는 대중매체영향, 친구영향, 가정환경영향, 학교 소비자교육으로 하였으며 심리변인으로 물질주의, 내부구매통제변인으로 구분하였다. 본 연구는 대구광역시에 거주하고 있는 중학교, 고등학교의 1, 2학년을 대상으로 하였으며 총 842부를 최종 분석의 자료로 이용하였다. 본 연구에서는 자료의 분석을 위해 SPSSWIN Program을 이용하여 평균값과 표준편차를 산출하였으며 T-test와 stepwise방식에 의한 회귀분석을 실시하였다. 본 연구의 분석결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 중·고등학생의 과시소비성향은 중간정도의 수준으로 나타났으며, 특히 수입품선호의 경향은 가장 낮게 나타났다. 그러나 지위과시를 위한 유명상표선호는 가장 높게 나타났으며, 고등학생에게 현저히 더 높은 것으로 나타났다. 둘째, 과시소비성향에 대하여 사회경제적 변인 중에서는 월평균 용돈의 크기가 중·고등학생 모두에게 의미가 큰 영향변인으로 나타났다. 셋째, 사회화관련 변인 중에서 과시소비성향에 대한 영향변인을 살펴본 결과 중학생에게는 특히 친구영향이 가장 의미가 큰 것으로 나타났고, 고등학생에게는 무엇보다도 대중매체의 영향이 큰 것으로 나타났다. 넷째, 가정소비자교육과 학교소비자교육은 청소년의 과시소비성향에 의미가 없는 영향변인으로 나타났다. 더구나 가정소비자교육이 높은 경우 유행 및 타인지향이 오히려 높게 나타난 것은 청소년들의 과시소비를 개선하기 위하여서 기성세대의 합리적 소비자행동에 대한 솔선수범이 이루어져야함을 시사하는 것이다.

본 연구결과를 통한 후속연구는 청소년의 과시소비성향을 연구함에 있어서 기성세대를 포함하여 사회화관련 변인과의 영향력을 파악할 수 있는 좀 더 정교하고 정확한 독립변수의 개발이 요구된다.