

대학생의 쇼핑가치와 신용카드에 대한 인식

두 경 자 (상명대학교 자연대학 생활환경학부 소비자전공 교수)

서 인 주*(상명대학교 자연대학 생활환경학부 소비자전공 강사)

현대사회는 경제수준과 소득수준의 향상, 물질주의의 만연 등으로 소비자의 사회적 역할이 더욱 중요하게 되었다. 그러나 경제의 발전과 더불어 물질적 풍요만을 지향하는 시대적 흐름으로 소비자의 무분별한 과소비가 증가하고 있으며 이러한 현상은 경제생활 전반 뿐만아니라 건전한 신용사회로의 진입에 걸림돌이 되고 있다. 즉 카드발급 남발, 신용불량자 급증, 소비자파산 등 신용카드 사용의 부작용이 증가하고 있다. 우리나라 소비생활패턴이 다른 선진국들에 비해 지나치게 고급화 대형화되어 있다는 문제점(김기옥외, 2001; 송은경, 1997)과 더불어 올바른 소비가치정립 및 건전한 신용사회 정착을 위한 노력이 절실히 요구된다. 이에 본 연구는 우리나라 미래를 이끌어갈 대학생 소비자의 쇼핑가치와 신용카드에 대한 인식을 알아봄으로써 앞으로 우리사회가 나아가갈 올바른 소비생활의 방향을 제시하고 건전한 신용사회 정착을 위한 소비자교육 및 정책입안을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

대학생을 대상으로 쇼핑가치와 신용카드 인식을 조사하기 위하여 설문지를 사용하였으며 조사는 2003년 9월4일부터 9월 30일까지 실시하였다. 설문지는 크게 쇼핑가치와 신용카드 인식으로 구성하였고 쇼핑가치는 구체적으로 쾌락적 쇼핑가치, 실용적 쇼핑가치, 근검절약적 쇼핑가치로 구분하였으며, 신용카드에 대한 인식은 신용카드의 혜택요인과 위험요인에 대한 인식으로 구성하였다. 자료분석은 SAS 프로그램을 이용하였고 연구 결과는 다음과 같다.

대학생의 쇼핑가치는 근검 절약적 쇼핑가치가 가장 높게 나타났으며 실용적 쇼핑가치, 쾌락적 쇼핑가치 순으로 나타났다. 신용카드에 대한 인식은 혜택요인과 위험 요인 중 혜택요인을 더 높게 인식하고 있었다. 이는 신용카드사에서 카드회원을 늘리기 위해 카드 이용시의 장점에 관한 정보만을 주로 부각시킨 것을 그대로 받아들인 약자로서의 소비자 위치를 보여주는 것이라 생각된다. 따라서 신용카드의 혜택요인과 위험요인을 균형있게 제공하는 교육, 홍보, 정책적 지원이 필요하다.

쇼핑가치와 신용카드 인식을 비교한 결과 쾌락적 쇼핑가치가 높을수록 혜택에 관한 인식이 높고, 실용적인 쇼핑가치가 높을수록 혜택인식과 위험인식이 유사한 수준으로 높으며 근검절약 쇼핑가치가 높을수록 위험인식이 높게 나타났다. 이는 쾌락적 쇼핑가치를 지닌 사람이 신용카드의 혜택 요인을 높게 인식해 무분별한 카드사용으로 이어질 가능성이 크다는 것을 보여준다. 따라서 앞으로 소비자교육 프로그램에 올바른 쇼핑가치 확립에 대한 내용을 포함시켜야 하며 이를 심층적으로 다루어 건전한 신용사회 정착에 기여하여야 할 것이다.