

## 소비자가치와 강박구매에 관한 한국과 일본 비교

서 정 희 (울산대학교 생활과학대학 아동가정복지학과 교수)

백 제 화\* (울산대학교 대학원 가정관리학과 박사과정)

이 논문은 한국의 서울과 울산 및 일본의 대학생을 조사대상으로 하여 소비자가치의 하위차원과 강박구매를 비교하고, 소비자가치의 하위차원과 강박구매의 상관관계를 분석하고, 소비자가치를 유형화한 후에 소비자가치유형에 따라 강박구매가 차이가 나는지를 검토하였다. 한국에서는 서울의 대학생 127명, 울산의 대학생 121명을, 일본에서는 나가사키의 대학생 233명을 조사대상으로 하였다.

소비자가치의 8개 하위차원은 모두 서울과 울산 및 일본의 3집단에 따라  $p < .001$ , 수준에서 의미있는 차이를 보였다. 인정주의와 가족주의는 울산 > 일본 > 서울 순서로 높았고, 순응주의는 울산, 일본이 서울보다 높았고, 물질주의는 서울 > 울산 > 일본 순서로 높았고, 권위주의는 울산이 서울과 일본보다 높았다. 평등주의는 울산과 서울이 일본보다 높았고, 쾌락주의는 일본 > 울산 > 서울 순서로, 미래주의는 서울 > 일본 > 울산 순서로 높았다. 강박구매는 서울의 학생들이 가장 높았고, 일본의 학생들이 중간이고 울산이 학생들이 가장 낮았다.

서울의 경우 강박구매는 인정주의와 평등주의 및 가족주의와는 음의 상관관계를 보였고, 물질주의와 쾌락주의와는 양의 상관관계를, 순응주의와는 의미있는 상관관계를 보이지 않았다. 울산의 경우 순응주의와 물질주의만 강박구매와 양의 상관관계를 보였다. 일본의 경우 인정주의, 물질주의 및 권위주의만 강박구매와 양의 상관관계를 보였다.

소비자가치는 현실안주형 가치추구형이 34.03%, 미래지향 가치 소극추구형이 35.92%, 미래지향 가치 적극추구형이 18.79%, 권력지향적 가치추구형이 11.27%로 나타났다. 소비자가치유형과 조사국가를 교차분석한 결과  $p < .001$  수준에서 의미있는 관련이 있는 것으로 나타났다. 소비자가치유형에 따라 강박구매는  $p < .001$  수준에서 의미있는 차이를 보였다.

서울과 울산 및 일본의 나가사키의 대학생들이 추구하는 소비자가치는 각각 다르게 나타났다. 서울의 대학생들은 물질주의와 미래주의 가치를, 울산의 대학생들은 인정주의와 가족주의 가치를, 일본의 대학생들은 쾌락주의 가치를 가장 많이 가지고 있었다. 소비자가치를 유형화한 결과 미래지향적 가치를 적극적으로 추구하는 유형을 제외한 3개 유형은 모두 전통적 가치와 서구적 가치가 혼재하고 있었다.

소비자가치가 강박구매에 미치는 영향은 가치의 하위차원과 서울, 울산 및 일본에 따라 각각 다르게 나타났다. 인정주의의 경우 인정주의가 서울보다 낮은 일본에서는 인정주의가 높을수록 강박구매성향이 강하나, 서울의 경우 인정주의가 높을수록 강박구매성향이 약한 것으로 나타났다. 미래지향적 가치를 소극적으로 추구하는 유형이 나머지 3유형보다 강박구매를 더 많이 하는 것으로 나타났다.