

▶ 의생활

패션제품 TV홈쇼핑 중독에 관한 연구: 물질주의, 쇼호스트, 신용카드를 중심으로

이 승 희* (성신여자대학교 의류학과 교수)

김 채 연 (성신여자대학교 의류학과 석사과정)

현대 사회의 발달과 정보화 사회가 도래하게 됨으로 소비자의 욕구와 생활양식 및 소비 패턴이 다양화되고 있으며 구매행동과 소비 행동에도 변화가 일어나고 있다. TV홈쇼핑은 소비자와 생산자의 요구가 부합되어 점점 비중이 늘어나고 있는데 이에 따라 부정적인 문제도 발생하고 있다. 쇼호스트 및 전화 한 통화로 신용카드의 구입이 가능하다는 점 때문에 반복적으로 구매한 중독적인 성향으로 이어지고 있으며 이는 소비가치의 핵심인 물질주의가 지나친 소비를 이끌고 있어 더 나아가 가정적, 사회적 문제까지도 야기한다. 따라서, 본 연구의 목적은 TV홈쇼핑에 대해서 문제가 되고 있는 중독구매를 밝히고 TV홈쇼핑을 이용하는데 있어 물질주의, 쇼호스트, 신용카드의 남용으로 인한 TV홈쇼핑 중독을 조사하는데 있다.

본 연구는 서울에 거주하고 있는 250명의 20-40대 여성을 중심으로 설문조사를 실시하였다. 연구도구로는 Faber & O'Guinn(1992)의 중독구매 척도, Richins & Dawson(1992)의 물질주의 척도 등을 사용하였으며 본 연구의 자료 분석은 SPSS 12.0을 이용하여 빈도분석, 요인분석, 상관분석, 다중회귀분석, t-test 등이 실시되었다. 연구결과를 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 설문 응답자중 중독구매자는 13%, 비중독구매자는 87%로 분류되었다. 둘째, TV홈쇼핑 이용실태를 살펴보면 시청시간은 1시간미만이 50%, 한 달 평균 TV홈쇼핑을 통해 제품 구매 횟수는 1번이하가 66%, 소비하는 금액으로 5-10만원이 40%, 구매품목으로는 패션 제품이 54%, 결제방법으로는 신용카드결제가 89%로 나타났다. 셋째, TV홈쇼핑 이용실태 중 결혼여부, 월평균 신용카드결제대금, 한 달 평균 제품 구매 횟수, 하루 평균 TV홈쇼핑 시청시간 이 중독구매에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 요인분석 후 물질주의 성향에서는 성공추구, 행복추구, 소유추구요인들이 추출되었으며, 쇼호스트 성향에서는 실연, 이미지, 화법요인 3개의 요인이 추출되었다. 다섯째, 중독구매자가 비중독구매자보다 물질주의에서 성공추구, 행복추구, 소유추구요인, 신용카드, 쇼호스트의 실연, 이미지, 화법요인의 점수들이 높은 것으로 나타났다. 여섯째, 변인들의 상관여부의 유의성을 위해 상관분석 결과 물질주의성향, 신용카드, 쇼호스트성향 모두 중독구매와 양의 상관관계를 나타냈다. 마지막으로, TV홈쇼핑 중독구매에 영향을 미치는 변수로는 물질주의 성향의 행복추구와 소유추구 요인이, 쇼호스트의 화법요인과 신용카드가 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 TV홈쇼핑의 부정적인 측면인 중독구매에 영향을 미치는 요인을 분석하였다는 것에 의의를 찾을 수 있고 TV홈쇼핑의 부정적인 중독구매를 극복하고 올바르게 합리적인 소비전략을 제공할 것이며 패션기업에의 사회적 책임 마케팅 전략 또한 제시될 것이다.